

2019年3月期 決算の概要と今後の展望

～新たなマーケットの開拓～

2019年6月11日

株式会社創健社



目次

-
- 直近3期（2017年3月期～2019年3月期）の総括
 - 経営計画の概要（2018年3月期から3ヶ年）



300を超える創健社ブランド商品

社是・企業理念

社 是

「有理創健」

ことわり も
理を有って身・心・経済の健やかさを創す
すこ な

企業理念

地球環境を大切にし、食生活の提案を通して
人々の健康的な生活向上に貢献する



■直近3期（2017年3月期～2019年3月期）
の総括

利益実績(連結)

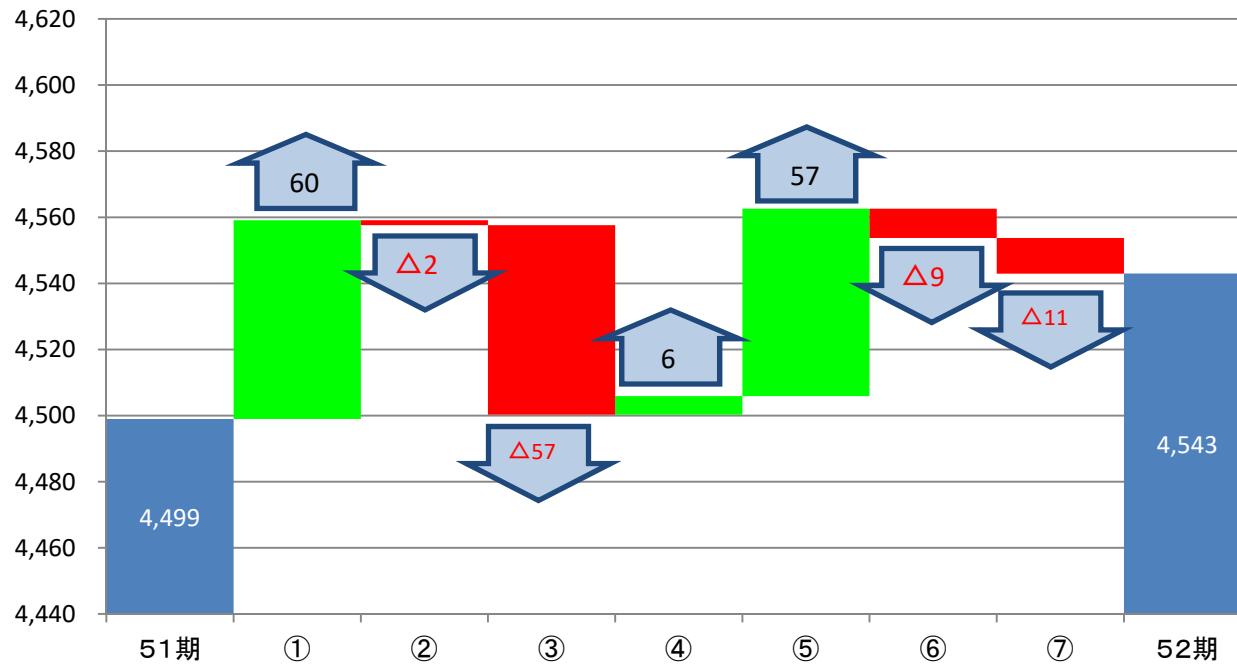


(単位 千円)

	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期
	50期 実績	51期 実績	52期 実績
売上高	4,551,156	4,499,975	4,543,912
前年比	96.0%	98.9%	101.0%
前年差額	△ 190,010	△ 51,181	43,937
売上総利益	1,146,261	1,144,159	1,152,027
売上総利益率(%)	25.2%	25.4%	25.4%
販売管理費	1,162,008	1,158,413	1,128,482
営業利益	△ 15,746	△ 14,254	23,544
営業外差額	4,163	4,634	2,676
経常利益	△ 11,583	△ 9,619	26,221
特別差額	△ 3,028	14,607	1,746
税金等調整前 当期純利益	△ 14,612	4,987	27,968
親会社株主に帰属 する当期純利益	△ 16,952	△ 1,342	15,017

売上高の増減要因 品目別

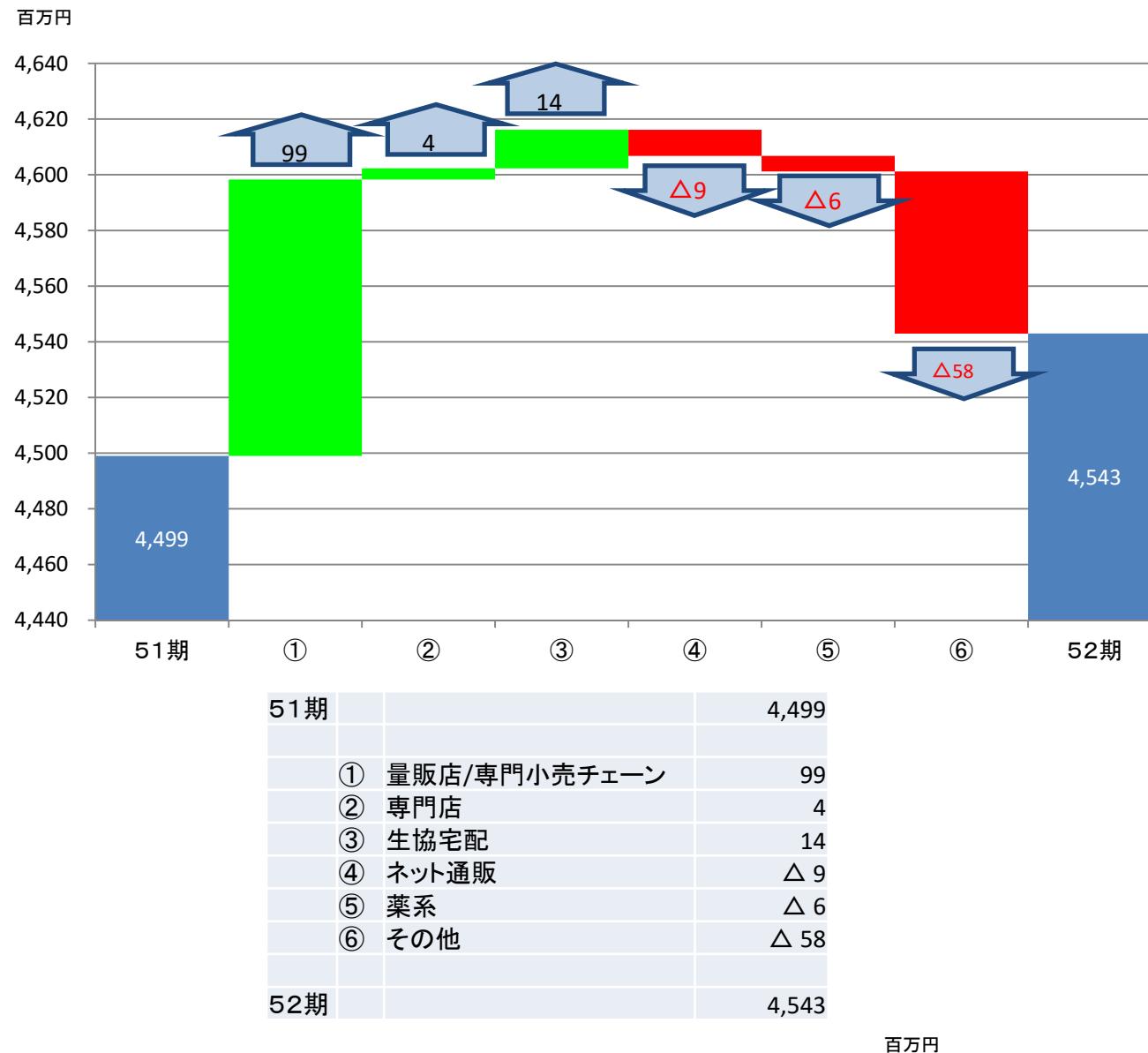
百万円



51期		4,499
①	油脂、乳製品	60
②	調味料	△ 2
③	嗜好品、飲料	△ 57
④	乾物、雑穀	6
⑤	副食品	57
⑥	栄養補助食品	△ 9
⑦	その他	△ 11
52期		4,543

百万円

売上高の増減要因 チャネル別



貸借対照表の概要(連結)



(単位 百万円)

	2018年3月期	2019年3月期	増減額
流動資産	2,307	2,384	77
固定資産	503	509	6
資産合計	2,810	2,894	84
流動負債	1,169	1,145	△ 24
固定負債	636	747	111
負債合計	1,806	1,893	87
純資産合計	1,004	1,000	△ 4
負債純資産合計	2,810	2,894	84
1株当たり純資産(円)	1,435.44円	1,429.83円	△ 5.61円
自己資本比率	35.7%	34.6%	△1.1%

キャッシュ・フローの概要(連結)



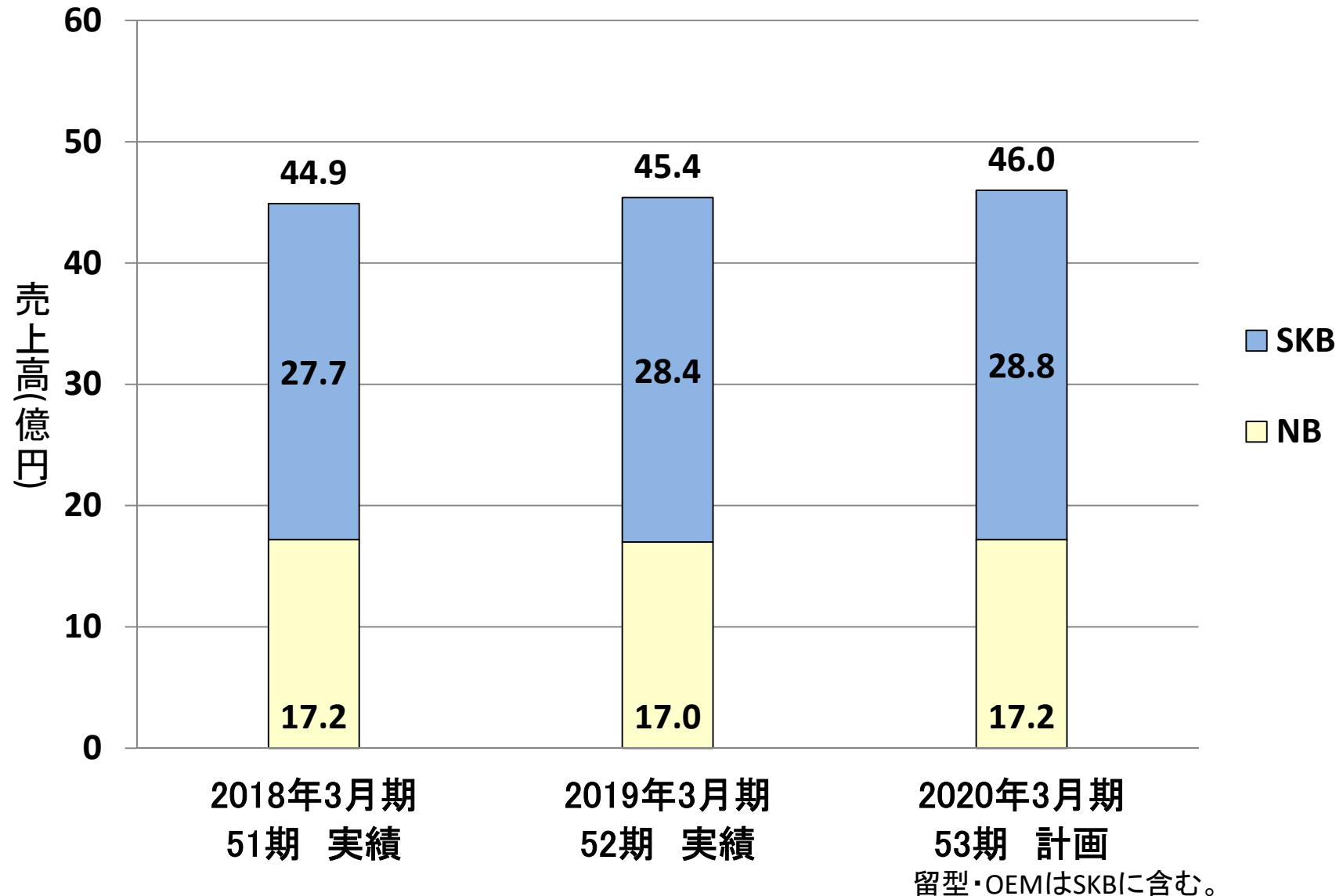
(単位 百万円)

	2018年3月期	2019年3月期	増減額	
営業活動によるC/F	49	31	△ 18	営業活動によるC/F - 売上債権の増加額 △80百万円 - 仕入債務の増加額 29百万円 - 税金等調整前当期純利益 27百万円 - 減価償却費 24百万円 - 退職給付に係る負債の増加額 9百万円
投資活動によるC/F	△ 5	△ 42	△ 37	投資活動によるC/F △27百万円
財務活動によるC/F	△ 36	10	46	財務活動によるC/F - 有形固定資産の取得による支出 △18百万円
現金及び現金同等物の増減額	7	0	△ 7	財務活動によるC/F - 長期借入金の返済による支出 △193百万円 - 短期借入金の純減額 △50百万円 - 長期借入による収入 260百万円
現金及び現金同等物の期末残高	1,098	1,099	1	
借入金期末残高	825	842	17	

■経営計画の概要

(2018年3月期から3ヶ年)

定量目標



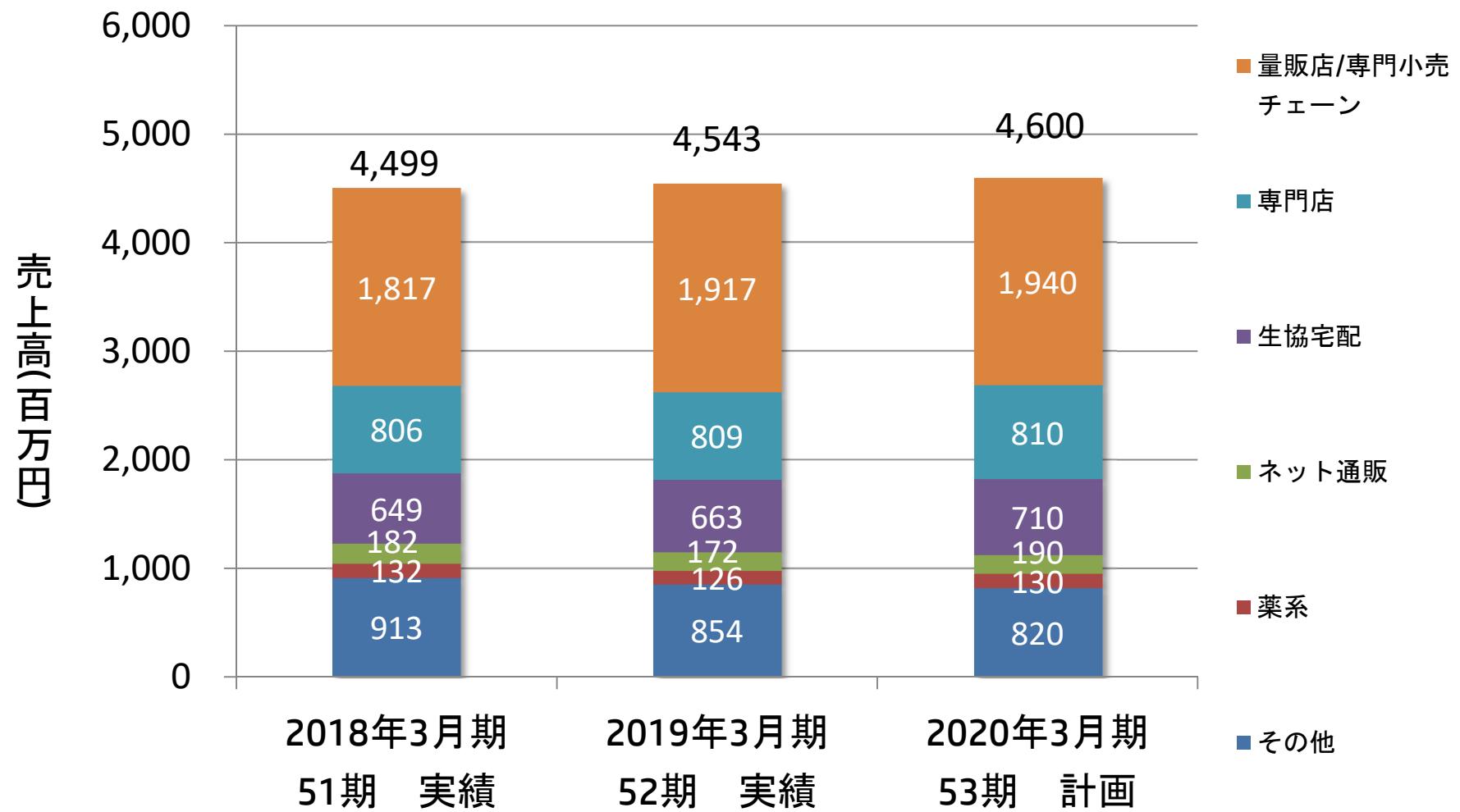
事業計画(連結)



(単位 千円)

	2018年3月期		2019年3月期		2020年3月期	
	51期 実績		52期 実績		53期 計画	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
売上高	4,499,975	△ 51,181	4,543,912	43,937	4,600,000	56,088
売上総利益	1,144,159	△ 2,102	1,152,027	7,868	1,164,000	11,973
売上総利益(%)	25.4%	0.2%	25.4%	0.0%	25.3%	0.1%
販売管理費	1,158,413	△ 3,595	1,128,482	△ 29,931	1,144,000	15,518
営業利益	△ 14,254	1,492	23,544	37,798	20,000	△ 3,544
営業外差額	4,634	471	2,676	△ 1,958	2,000	△ 676
経常利益	△ 9,619	1,964	26,221	35,840	22,000	△ 4,221
特別差額	14,607	17,635	1,746	△ 12,861	0	△ 1,746
税金等調整前当期純利益	4,987	19,599	27,968	22,981	22,000	△ 5,968
親会社株主に帰属する当期純利益	△ 1,342	15,610	15,017	16,359	12,000	△ 3,017

チャネル別販売計画 3カ年



生活者の更なる健康志向(ニーズ)の上昇

- ✓毎日の食事で疾病予防を実現 → 健康寿命の延伸
- ✓食に関するエコ・エシカル意識の上昇 → ベジタリアン・フレキシタリアン（パートタイムヴィーガン）の増加
- ✓働く女性の増加 → ヘルシー調理の簡便化。外食、総菜の増加

拡大する流通市場

- ✓オーガニック市場拡大 日本のオーガニック食品市場規模は推定**4,117億円**。
7.8%の人がオーガニック食品を購入。若い世代は環境保全など利他的な理由でもオーガニック食品を購入。
～OVJ オーガニック白書2017より)
- ✓オーガニックレストラン認証がスタート
- ✓オーガニックスーパー出店拡大（ビオセボン・ビオラル等）
- ✓自然食品チェーン店の増加（こだわりや・F & F等）
- ✓ネット通販、生協、宅配業等の強大化（楽天・amazon・パルシステム・Oisix ラ 大地等）



注力する事業領域

生協、宅配

- ✓商品品質にこだわりのある生協
- ✓インターネット環境拡大、特別企画チラシ提案の充実
- ✓宅配市場に向けた商品提供（営業・商品開発同行による商談）

ネット通販業者

- ✓売上高規模は未だ小規模だが、売上高・粗利共に成長傾向

業務用（外食）

- ✓ジロロモーニ業務用食材の拡販
- ✓開拓途上である業務用商品（マヨネーズ、カレー、調味料等）の拡販

量販店

- ✓規模最大チャネル 維持拡大に努める。
- ✓オーガニック プラントベース 機能性等コーナー提案
- ✓ドラッグストア・調剤薬局向け専用商品の開発及び提案

専門店

- ✓売上高規模は相応且つ売上高・粗利共に成長傾向
- ✓一方で、今後の単独店減少を想定し、チェーン店・問屋へシフト

当社の強み1

多様なパートナー



当社の強み2

特色ある商品群

国産原料

身土不二の思想 地産地消 エコロジカルフットプリントも意識

オーガニック

早くから商品開発着手 2020年オリンピックで弾みがつき需要高まる

パイオニア商品

日本初や業界初の商品開発

プラントベース（植物素材）

ベジタリアン、ビーガンからフレキシタリアンへ
一般層への広がり

安心 安全

50年間培われたブランドへの信頼

2019年3月期(52期) 主要トピックス



商品

有精卵マヨネーズ **110万** 本突破!! (出荷ベース)

メディアに取り上げられ売上伸長
えごま油 **120%** (前年比売上)



さば缶 **215%** (前年比売上)



もち麦 **165%** (前年比売上)



おすすめ商品ガイドサービスWEB「mybest」にて
有機栽培完熟トマトケチャップが1位に選定。

The screenshot shows a product listing for '有機栽培トマト使用 完熟トマトケチャップ' (Organic tomato ketchup made from ripe tomatoes) by Soken. The product image is a red tube of ketchup. To the right, there is descriptive text in Japanese: '有機完熟トマトを使用した自然な旨味が魅力!風味のバランスが非常によく、甘味のない濃厚なトマトケチャップ' (The natural flavor of organic ripe tomatoes is a highlight! The balance of flavors is very good, and it is a thick tomato ketchup without a sweet taste). Below the product image are three green buttons with white text: '楽天で詳細を見る' (View details on Rakuten), 'Amazonで詳細を見る' (View details on Amazon), and 'Yahoo!ショッピングで詳細を見る' (View details on Yahoo! Shopping). The price '346円 (税込)' is also visible.

商品特徴をお客様に伝わりやすいマークに注力

Organic

Organic (有機栽培)

有機JAS認証商品をより分かりやすく



Plant-Based (プラントベース)

創健社は植物由来の原料をベースにした食生活を提案します。



国産原料100%

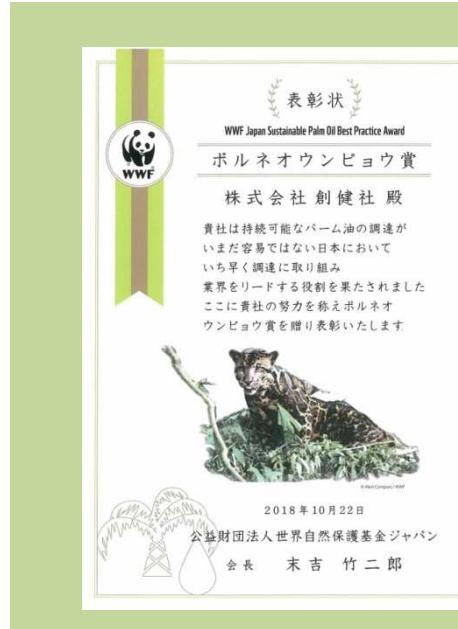
国産の原料を100%使用している商品です。



2019年3月期(52期) 主要トピックス



べに花ハイプラスマーガリン、発酵豆乳入りマーガリンが日本で初めてRSPO認証パーム油を使用した食品として発売されたことによりWWF ジャパンより表彰されました。



RSPOについて

RSPOとは持続可能なパーム油の調達の必要性からスイスに本部をもつWWF（民間の環境保全団体）の呼びかけに応じて油脂企業や小売業者などが協議を重ね、2004年に設立された「持続可能なパーム油のための円卓会議」の事で、マレーシアのクアラルンプールに本部が置かれました。

当社はその考えに賛同し、昨年度会員となり、食品としては日本で初めて本マークをパッケージに記載いたしました。

2019年3月期(52期) 実施



商品計画 創健社ブランド新商品

Organic



その他



2019年3月期(52期) 実施



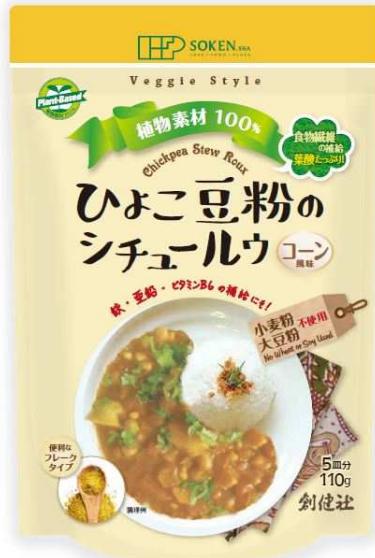
商品計画 創健社ブランドリニューアル



その他



商品計画 創健社ブランド新商品



Organic



※パッケージは開発中のものです。

2019年3月期(52期) 実施



マルシェへの積極的参加

六本木ミッドタウン Bio marche

太陽のマルシェ VEGE&FORK MARKETなど



2020年3月期(53期) 実施計画



SNSでの積極的な発信

創健社LFPページ
(フォロワー約4,000人)



Instagram sokenshaページ
(フォロワー 約1,080人)



The screenshot shows a Facebook post from the page "[創健社] LOVE > FOOD > PEACEファンコミュニティ @LOVEFOODPEACE". The post includes a message about Curry Day, a photo of various food items, and a link to the event page.

The screenshot shows the Instagram profile for "sokensha". It displays the bio, which reads: "株式会社創健社の公式アカウントです。自然食品、オーガニック食品の開発、販売、ナチュラルでカラダに良い食の提案を行っています。 www.sokensha.co.jp". The profile also shows a post featuring a meal and a bottle of oil.

子どもの食事、今まで大丈夫かな？
変えたいけど、どうしたらいいだろう？

と考えたことはありませんか？

創健社は、「LOVE・FOOD・PEACE」をキーワードにあなたの食卓が生まれ変わるお手伝いをします。



おいしく時間があふれ出す。

創健社