

2022年3月期 決算の概要と今後の展望

“新世代に向けた食の提案”

2022年6月17日

株式会社 創健社

目次

- 直近3期（2020年3月期～2022年3月期）の総括 P3～
- 経営計画の概要（2021年3月期から3ケ年） P9～



300を超える創健社ブランド商品



社 是

「有 理 創 健」

ことわり も すこ な
理を有って身・心・経済の健やかさを創す

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



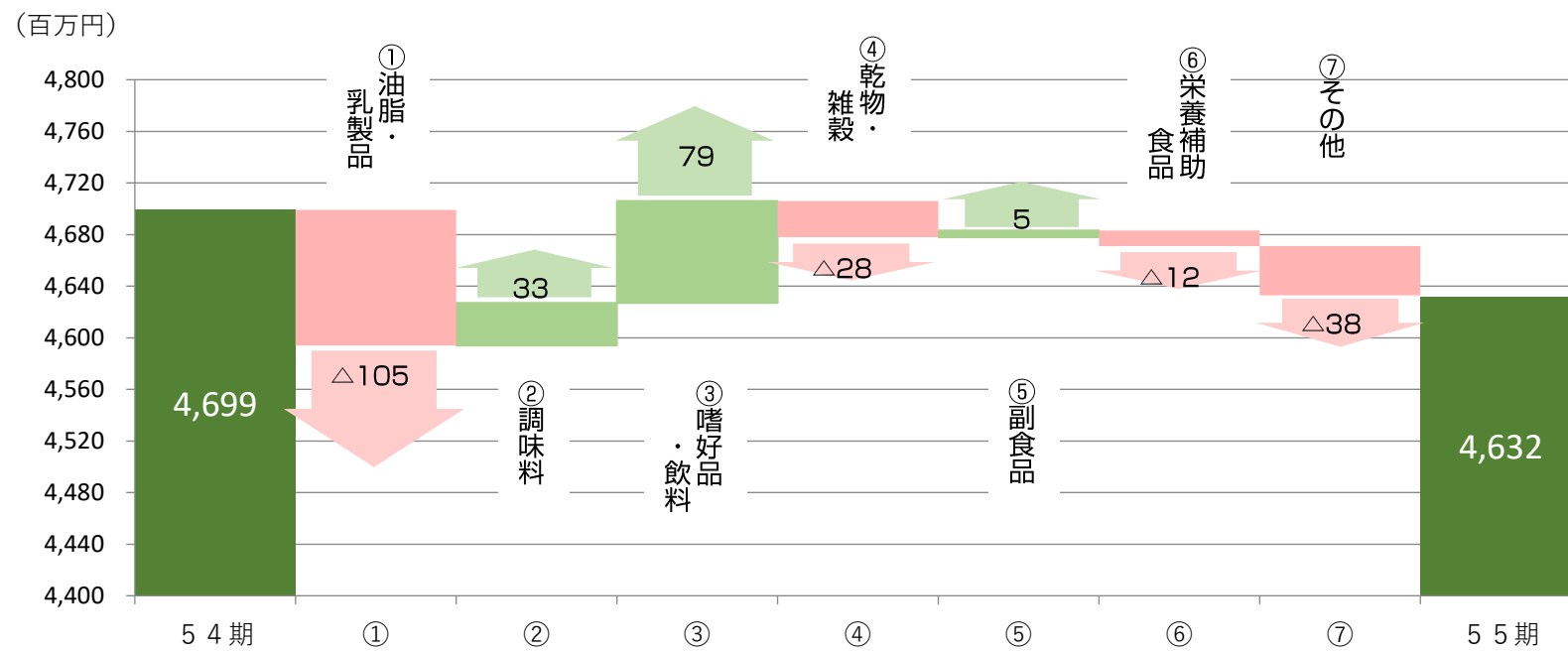
■ 直近3期（2020年3月期～2022年3月期）の総括



（単位：千円）

	2020年3月期 53期 実績	2021年3月期 54期 実績	2022年3月期 55期 実績
売上高	4,516,107	4,699,555	4,632,850
前年比	99.4%	104.1%	98.6%
前年差額	△ 27,805	183,448	△ 66,705
売上総利益	1,138,881	1,187,859	1,162,184
売上総利益率（%）	25.2%	25.3%	25.1%
販売管理費	1,122,483	1,139,355	1,135,749
営業利益	16,398	48,503	26,434
営業外差額	4,018	1,721	2,421
経常利益	20,416	50,224	28,856
特別差額	△ 844	△ 494	13,077
税金等調整前 当期純利益	19,572	49,730	41,933
親会社株主に帰属 する当期純利益	14,544	48,173	30,742

売上高の増減要因（連結）〔品目別〕



5 4 期

4,699 百万円

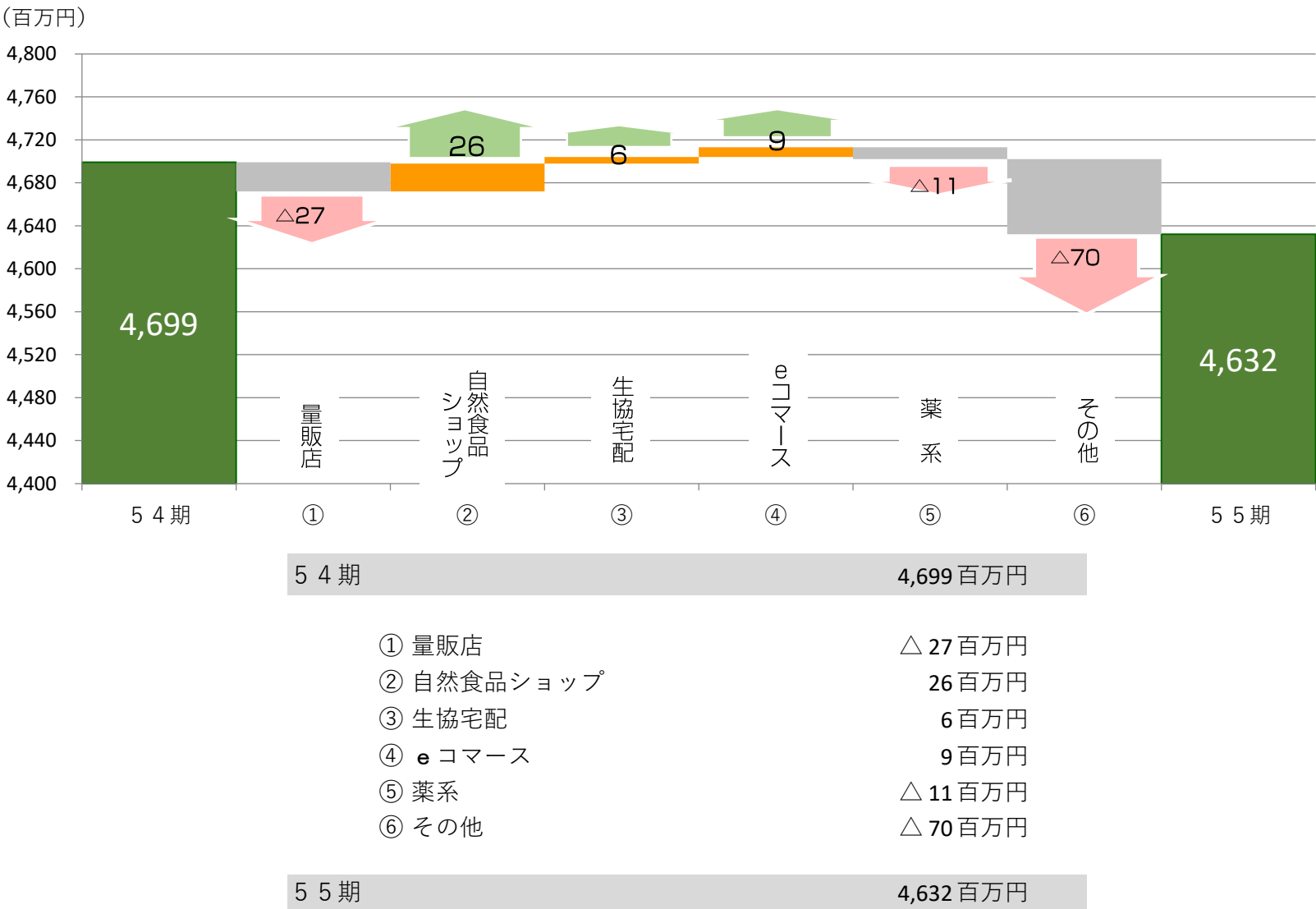
- ① 油脂・乳製品
- ② 調味料
- ③ 嗜好品・飲料
- ④ 乾物・雑穀
- ⑤ 副食品
- ⑥ 栄養補助食品
- ⑦ その他

- △ 105 百万円
- 33 百万円
- 79 百万円
- △ 28 百万円
- 5 百万円
- △ 12 百万円
- △ 38 百万円

5 5 期

4,632 百万円

売上高の増減要因（連結）チャネル別



（単位 百万円）

	2021年3月期	2022年3月期	増 減
流 動 資 産	2,345	2,311	△ 33
固 定 資 産	530	538	8
資 産 合 計	2,875	2,850	△ 25
流 動 負 債	1,086	1,089	3
固 定 負 債	730	681	△ 49
負 債 合 計	1,817	1,771	△ 46
純 資 産 合 計	1,058	1,078	20
負 債 純 資 産 合 計	2,875	2,850	△ 25
1 株 当 た り 純 資 産 (円)	1,512.01	1,541.65	29.64
自 己 資 本 比 率	36.8%	37.8%	1.0%



（単位：百万円）

	2021年3月期	2022年3月期	増 減
営業活動による C / F	153	50	△ 102
投資活動による C / F	△ 34	△ 2	32
財務活動による C / F	49	△ 98	△ 148
現金及び現金同等物の増減額	168	△ 49	△ 218
現金及び現金同等物の期末残高	1,182	1,132	△ 49
借入金期末残高	891	811	△ 79

営業活動による C / F
 ・ 法人税等の支払額
 ・ 税金等調整前当期純利益
 ・ 減価償却費

△21百万円
 41百万円
 25百万円

投資活動による C / F
 ・ 投資有価証券の売却による収入
 ・ 有形固定資産の取得による支出
 ・ 保険積立金の積立による支出

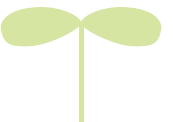
33百万円
 △21百万円
 △16百万円

財務活動による C / F
 ・ 長期借入れによる収入
 ・ 長期借入金の返済による支出

1億70百万円
 △2億29百万円



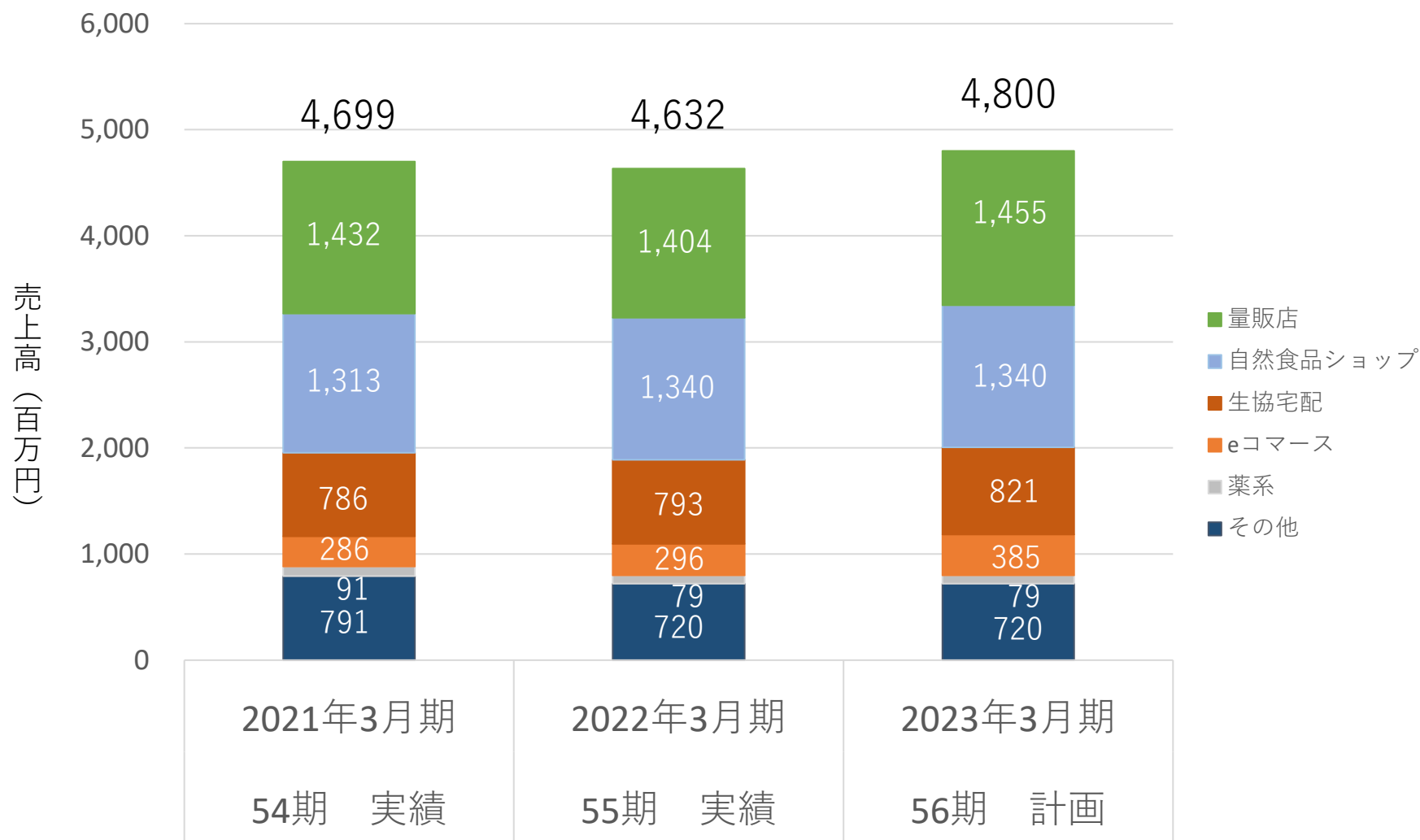
■ 経営計画の概要（2021年3月期から3ヶ年）



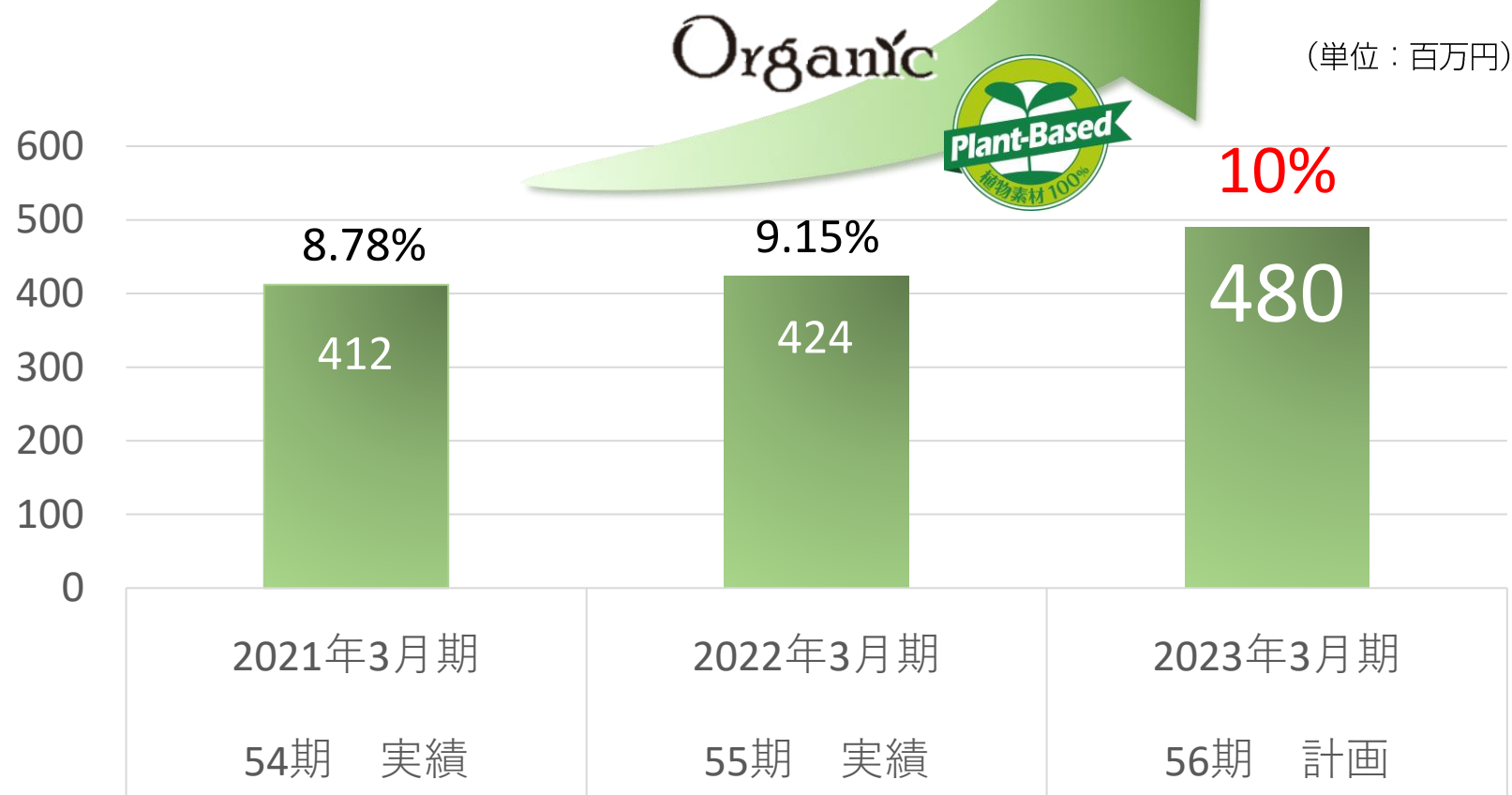


（単位：千円）

	2021年3月期 54期 実績		2022年3月期 55期 実績		2023年3月期 56期 計画	
	実績	前年比	実績	前年比	計画	前年比
売 上 高	4,699,555	104.1%	4,632,850	98.6%	4,800,000	103.6%
売 上 総 利 益	1,187,859	104.3%	1,162,184	97.8%	1,204,000	103.6%
売上総利益率 (%)	25.3%	0.1%	25.1%	-0.2%	25.1%	0.0%
販 売 管 理 費	1,139,355	101.5%	1,135,749	99.7%	1,190,000	104.8%
営 業 利 益	48,503	295.8%	26,434	54.5%	14,000	53.0%
営 業 外 差 額	1,721	42.8%	2,421	140.7%	2,000	82.6%
経 常 利 益	50,224	246.0%	28,856	57.5%	16,000	55.4%
特 別 差 額	△ 494	58.5%	13,077	-2647.2%	0	0.0%
税金等調整前 当期純利益	49,730	254.1%	41,933	84.3%	16,000	38.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	48,173	331.2%	30,742	63.8%	10,000	32.5%



オーガニック & プラントベース
商品売上構成比率 8.65% → 10%まで上げる



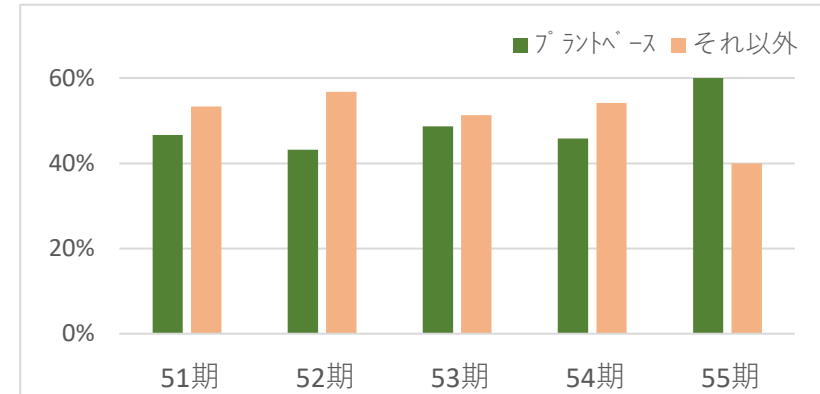
今後の展開

1. オーガニック&プラントベースラインナップ拡充 (持続可能な社会への貢献)

Organic



創健社社内 - OEM商品のプラントベース売上比率 - 直近5期



創健社内でも徐々にプラントベースの売上比率が上昇しており、直近はプラントベースの商品比率が、それ以外の商品を大きく上回りました。

2. 環境負荷の少ないパッケージへの変更

2025年までに創健社ブランド商品の50%に目標設定



有機味噌ラーメン



オーガニックカレールウ



ジロロモーニパスタのパッケージがエコ対応にイタリアは、今年中。日本は来年を予定



プラ



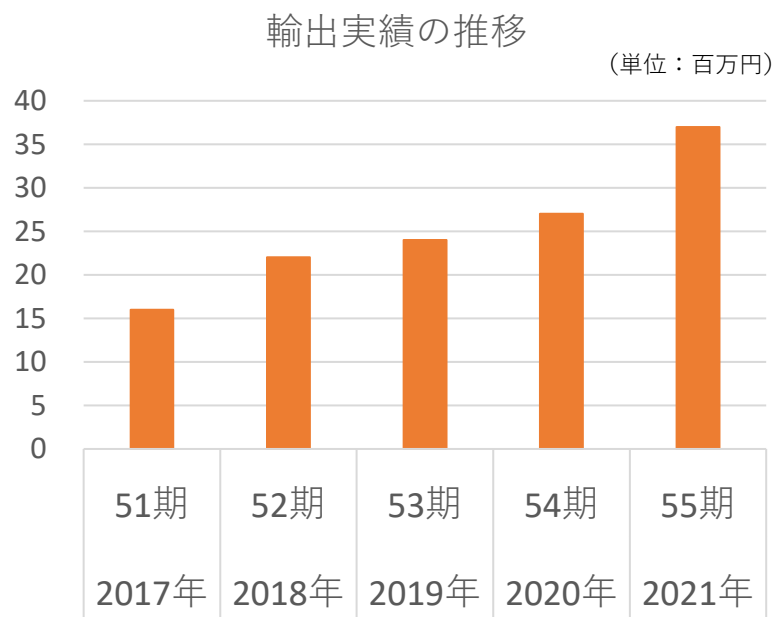
紙



今後の展開

3. 東南アジア向け輸出拡大とOEM実績事例

年々伸長している輸出実績



OEM実績事例

- 東京有名自然食品チェーン店留め型商品多数
(麻婆豆腐の素、カレールウ他)
- こだわり生協OEMデミグラス風ソースルウ
- 新潟サッカーチームの 商品展開 プラントベース商品
OEM (キーマカレー)
- シンガポールへのプラントベース商品
OEM (キーマカレー) 輸出
- 香港向け和のインスタント麺OEM輸出
- ペットフードにカメラナオイル採用
- 友利新さんブランドコラボ商品販売 (シチュー・グミ)
- 【業務用商材】 プロテイン原料に有機ココア・有機ほうじ茶採用



今後の展開

4. 自社ECサイトオリジナル商品を充実

ECサイト トップページ



ここでしか買えない！ オリジナルセットを販売中

創健社おすすめセット



プラントベースお試しセット



ジロロモーニお試しセット



オリジナルトートバッグ付きセット



今後は、このサイト専用商品の開発を行う

今後の展開

5. ホームページ・SNS の発信を高めコアなファン作りに注力



HPコンテンツ充実

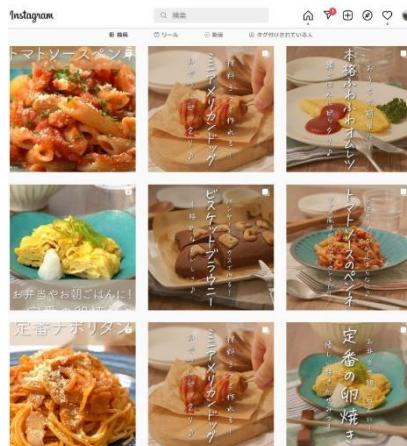
コアなファン作り・あなただけのサイト

顧客の満足度上げる



B2Bへの循環を図り
店頭活性化に繋げる

Instagram ページ
新たなファンづくりに繋げる



facebook ページ
既存の当社ファンの満足度を上げる



YouTube 創健社チャンネル
レシピ動画・商品紹介動画から購入促進に繋げる



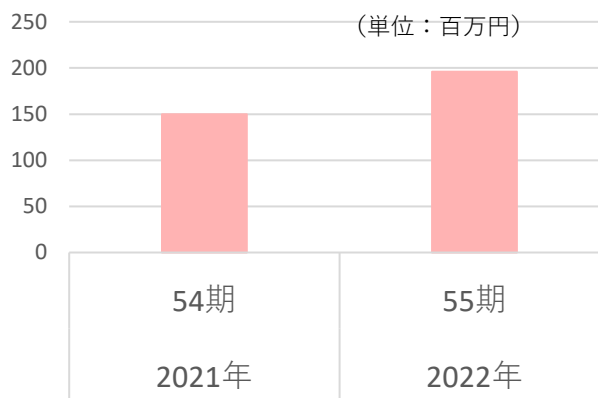
今後の展開

6. 主要ブランド（ジロロモーニ／メイシー）のラインナップ強化

メイシーちゃん
Maisyのおきにいり

- ・ 4連菓子販売好調
- ・ 海外からの引合が多数あり
- ・ ECサイトで一番人気
- ・ 2023年おせち販売でお重を企画中
- ・ 新商品4アイテムを発売予定

メイシーちゃんのおきにいり売上推移



人気の高い4連菓子シリーズ



GIROLOMONI®

- ・ 新商品2アイテム発売予定 (パスタ・パスタソース)
- ・ 環境負荷少ないパッケージへの変更
- ・ 業務用商品の拡販



スパゲッティ 5kg



EXオリーブオイル 3L



セミンテグラレー
スパゲッティ



パスタソース



ダイストマト缶 2500g



ホールトマト缶 2500g

更なる売上アップのための特化されたSKB商品の開発

①機能性表示食品の拡充

- ・スリープリズム 2021年8月発売
- ・スーパーハイルテイン 2022年7月発売予定



②新発売（6月）

- ・オーガニックサチャインチプロテイン3品
（カルシウム・亜鉛・鉄・食物繊維も豊富）



③カメリナ関連商品の拡充（カメリナの裾野を広げる）

- ・純粋カメリナはちみつ 2022年3月発売
- ・くせになるこだわりの オイル&コーンシチュー 2021年4月発売
- ・マヨネーズ
- ・ドレッシング

※酸化の問題で原料使用に制約のあった「えごま油」とは一線を画す商品展開が可能



④プラントベース冷凍食品シリーズの拡充

- ・ハンバーグ・餃子を皮切りにシリーズ展開予定

⑤女性スタッフ発 開発商品の拡充



子どもの食事、今のままで大丈夫かな？
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。



LOVE・
FOOD・
PEACE

おいしい時間があふれ出す。 創 健 社

