

2023年3月期決算の概要 と今後の展望

“新たな成長に向けた価値観の向上”

2023年6月16日

株式会社 創健社

目次

- 直近3期（2021年3月期～2023年3月期）の総括 P3～
- 経営計画の概要（2024年3月期から3ケ年） P10～



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

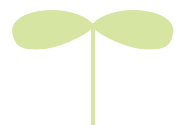


■ 直近3期（2021年3月期～2023年3月期）の総括



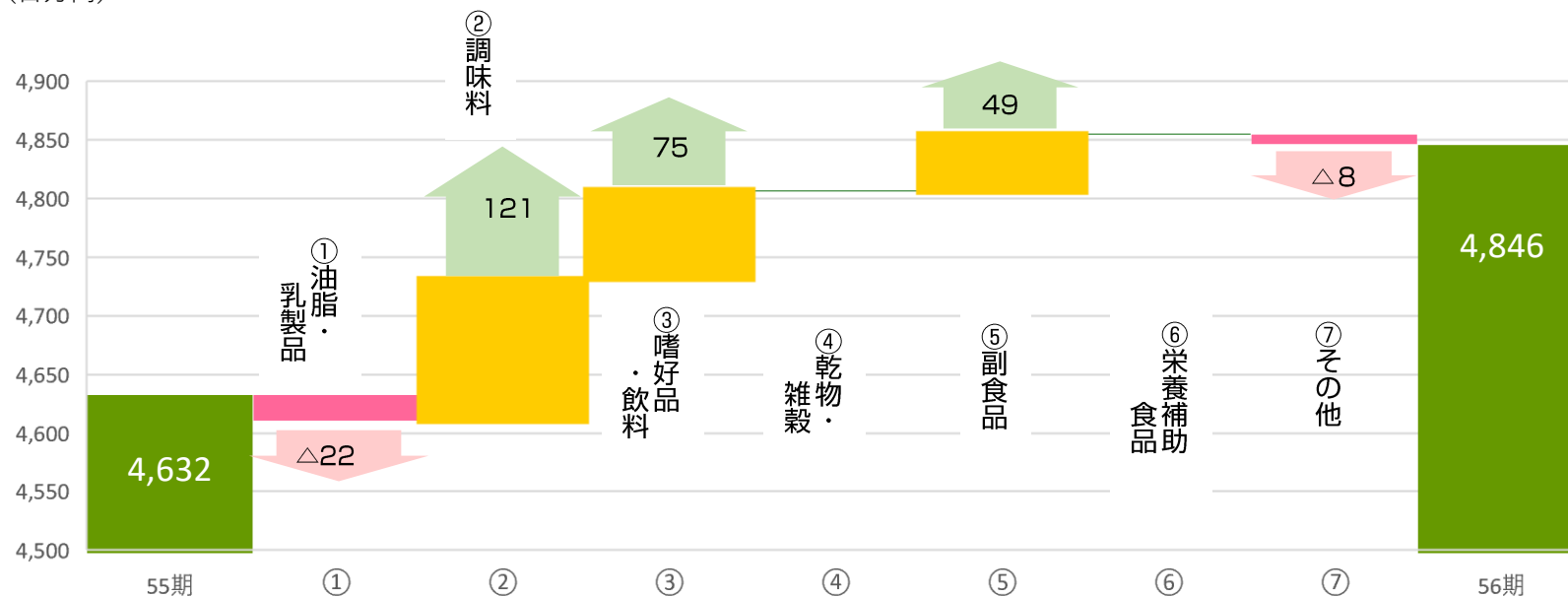
（単位：千円）

	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 実績
売上高	4,699,555	4,632,850	4,846,130
前年比	104.1%	98.6%	104.6%
前年差額	183,448	△ 66,705	213,280
売上総利益	1,187,859	1,162,184	1,217,394
売上総利益率（%）	25.3%	25.1%	25.1%
販売管理費	1,139,355	1,135,749	1,191,048
営業利益	48,503	26,434	26,346
営業外差額	1,721	2,421	3,476
経常利益	50,224	28,856	29,822
特別差額	△ 494	13,077	△ 58
税金等調整前 当期純利益	49,730	41,933	29,764
親会社株主に帰属 する当期純利益	48,173	30,742	16,334



売上高の増減要因（連結） [品目別]

(百万円)



5 5 期

4,632 百万円

① 油脂・乳製品

△ 22 百万円

② 調味料

121 百万円

③ 嗜好品・飲料

75 百万円

④ 乾物・雑穀

△ 0 百万円

⑤ 副食品

49 百万円

⑥ 栄養補助食品

0 百万円

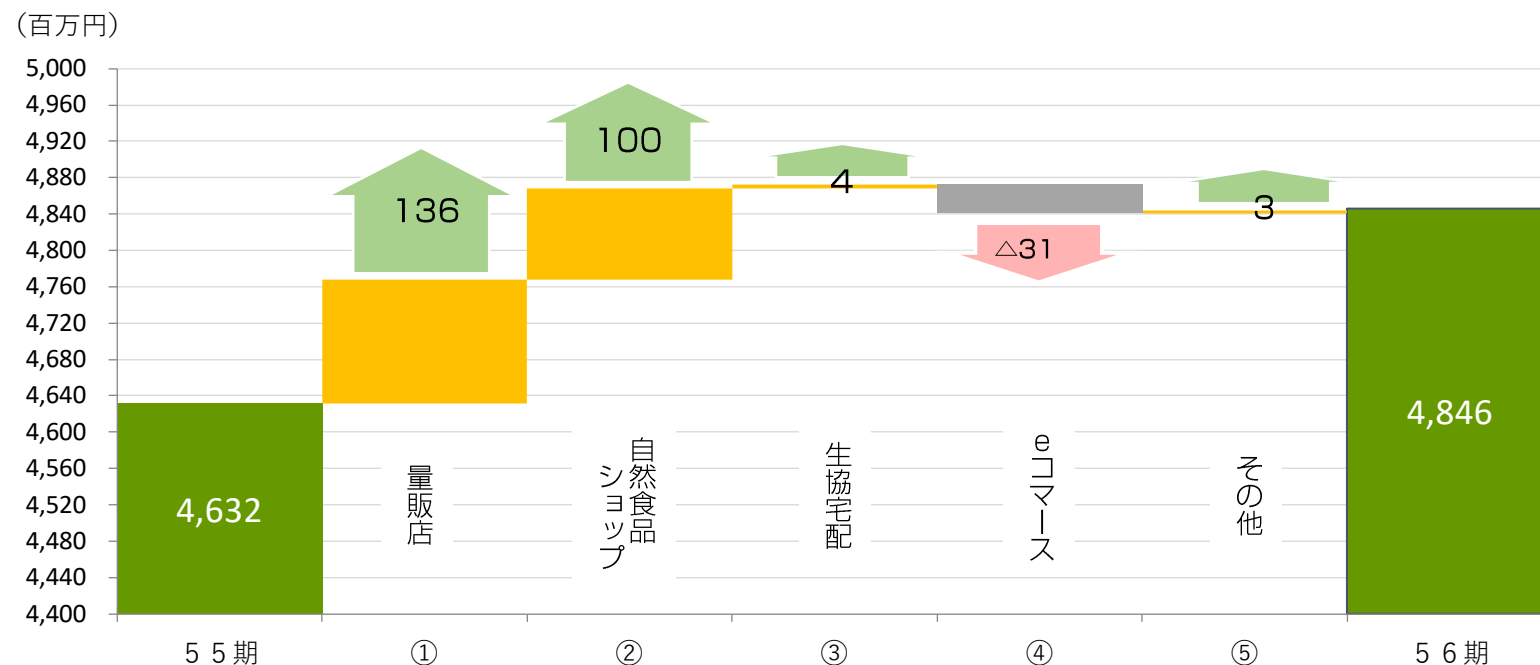
⑦ その他

△ 8 百万円

5 6 期

4,846 百万円

売上高の増減要因（連結）チャネル別



5 5 期 4,632 百万円

- ① 量販店 136 百万円
- ② 自然食品ショップ 100 百万円
- ③ 生協宅配 4 百万円
- ④ e コマース △ 31 百万円
- ⑤ その他 3 百万円

5 6 期 4,846 百万円

（単位 百万円）

	2022年3月期	2023年3月期	増 減
流 動 資 産	2,311	2,341	29
固 定 資 産	538	562	24
資 産 合 計	2,850	2,904	53
流 動 負 債	1,089	1,144	54
固 定 負 債	681	669	△ 12
負 債 合 計	1,771	1,813	42
純 資 産 合 計	1,078	1,090	11
負 債 純 資 産 合 計	2,850	2,904	53
1 株 当 た り 純 資 産 (円)	1,541.65	1,557.90	16.25
自 己 資 本 比 率	37.8%	37.5%	△ 0.3%



（単位：百万円）

	2022年3月期	2023年3月期	増 減
営業活動による C / F	50	△ 68	△ 119
投資活動による C / F	△ 2	△ 43	△ 41
財務活動による C / F	△ 98	23	121
現金及び現金同等物の増減額	△ 49	△ 88	△ 38
現金及び現金同等物の期末残高	1,132	1,043	△ 88
借入金期末残高	811	847	35

営業活動による C / F

- ・税金等調整前当期純利益 29百万円
- ・減価償却費 26百万円
- ・棚卸資産の増加額 △ 76百万円
- ・売上債権の増加額 △ 32百万円

投資活動による C / F

- ・有形固定資産の取得による支出 △20百万円
- ・保険積立金の積立による支出 △16百万円

財務活動による C / F

- ・長期借入金の返済による支出 △2億34百万円
- ・長期借入れによる収入 2億20百万円
- ・短期借入金の純増加額 50百万円



- 原材料のひっ迫（卵不足 さつまいも澱粉原料不足 さば 他）
- 原料・油脂価格高騰
- 輸入円安 為替影響（ジロロモーニ・トマト缶）



PB商品全体の約60%（206SKU）を値上

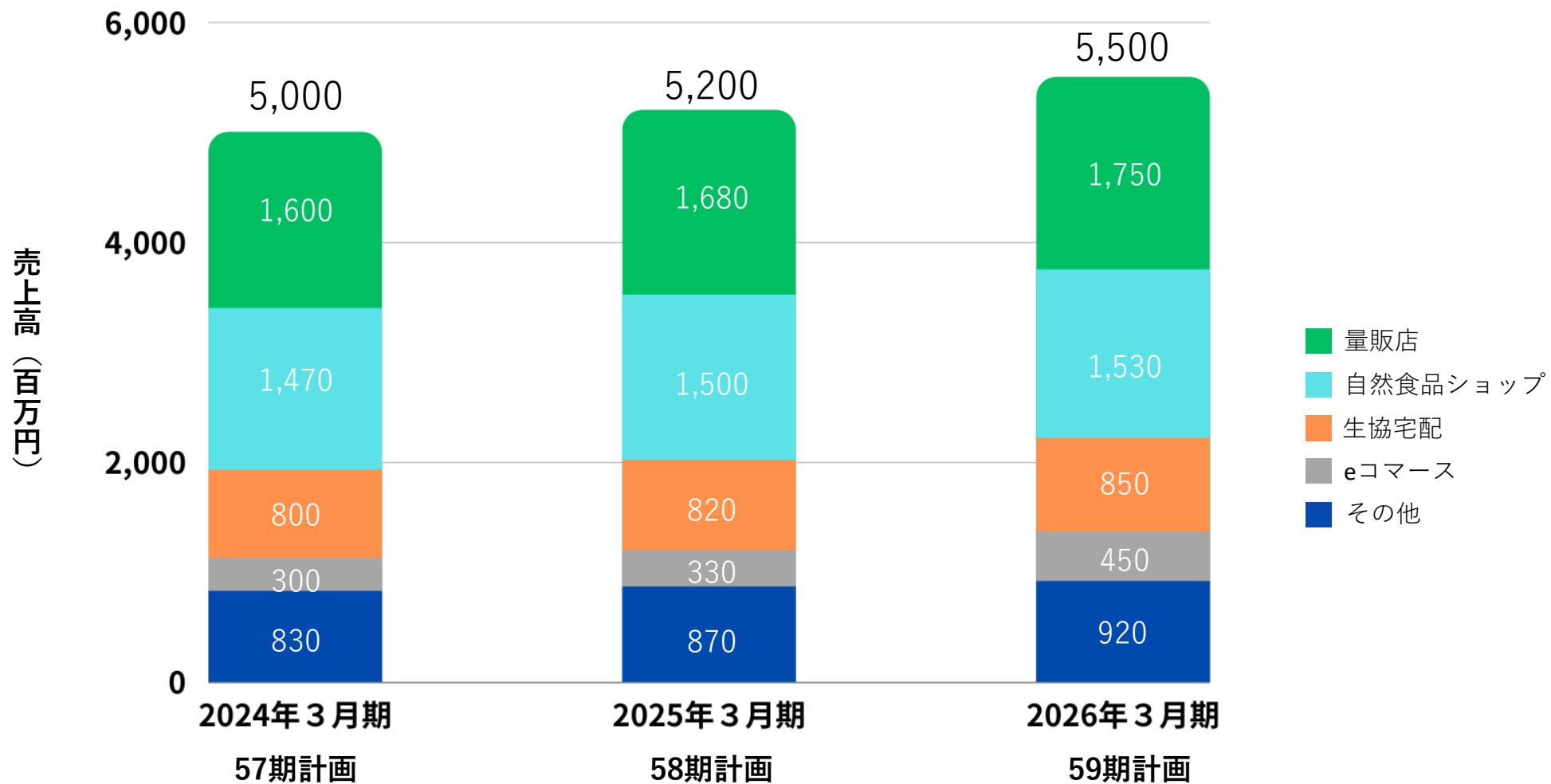


■ 経営計画の概要（2024年3月期から3ヶ年）



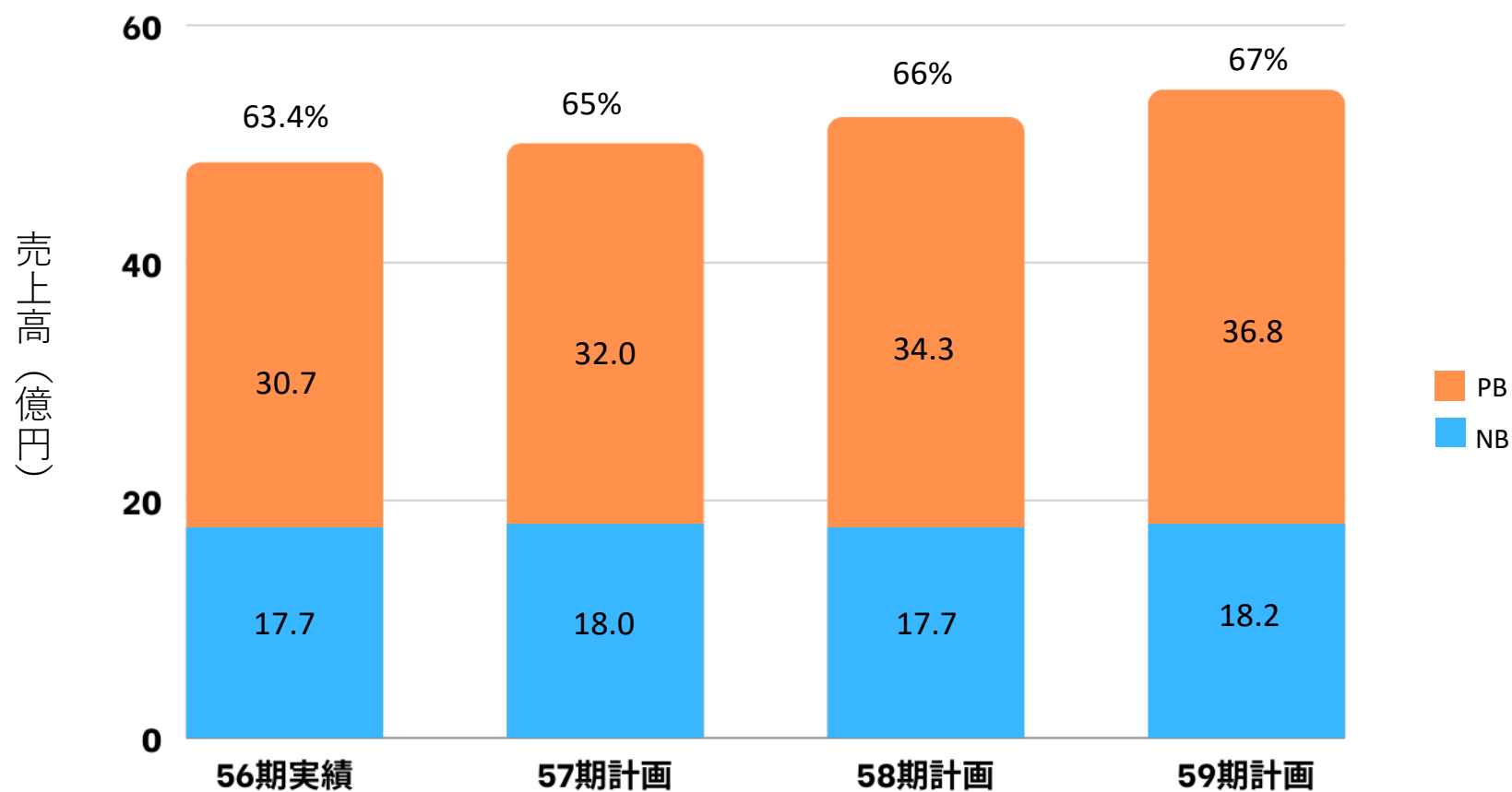
(単位：千円)

	2023年3月期 56期 実績	2024年3月期 57期 計画 金額 前年比	2025年3月期 58期 計画 金額 前年比	2026年3月期 59期 計画 金額 前年比
売上高	4,846,130	5,000,000 103.2%	5,200,000 104.0%	5,500,000 105.8%
売上総利益	1,217,394	1,255,000 103.1%	1,310,400 104.4%	1,402,500 107.0%
売上総利益率 (%)	25.1%	25.1% 99.9%	25.2% 100.4%	25.5% 101.2%
販売管理費	1,191,048	1,235,000 103.7%	1,280,400 103.7%	1,352,500 105.6%
営業利益	26,346	20,000 75.9%	30,000 150.0%	50,000 166.7%
営業外差額	3,476	2,000 57.5%	2,000 100.0%	2,000 100.0%
経常利益	29,822	22,000 73.8%	32,000 145.5%	52,000 162.5%
特別差額	△ 58	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
税金等調整前 当期純利益	29,764	22,000 73.9%	32,000 145.5%	52,000 162.5%
親会社株主に帰属 する当期純利益	16,334	10,000 61.2%	16,000 160.0%	30,000 187.5%



純PB比率を
67%まで上げる

PB比率

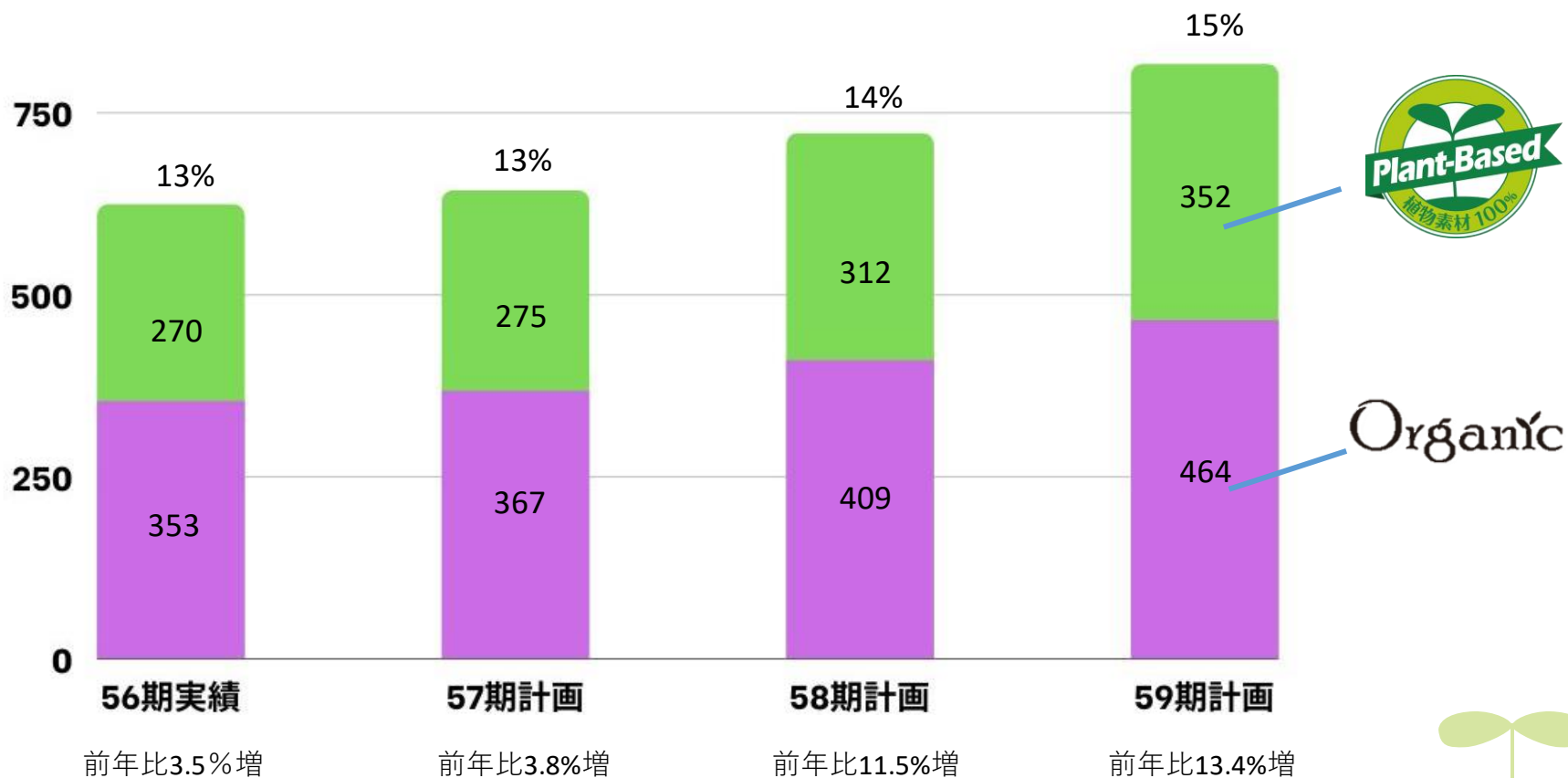


オーガニック&プラントベース
商品売上構成比率 15%まで上げる

(単位：百万円)

オーガニック&プラントベース販売計画3カ年

1,000



1. 持続可能な社会への貢献

① オーガニック&プラントベースラインナップ拡充

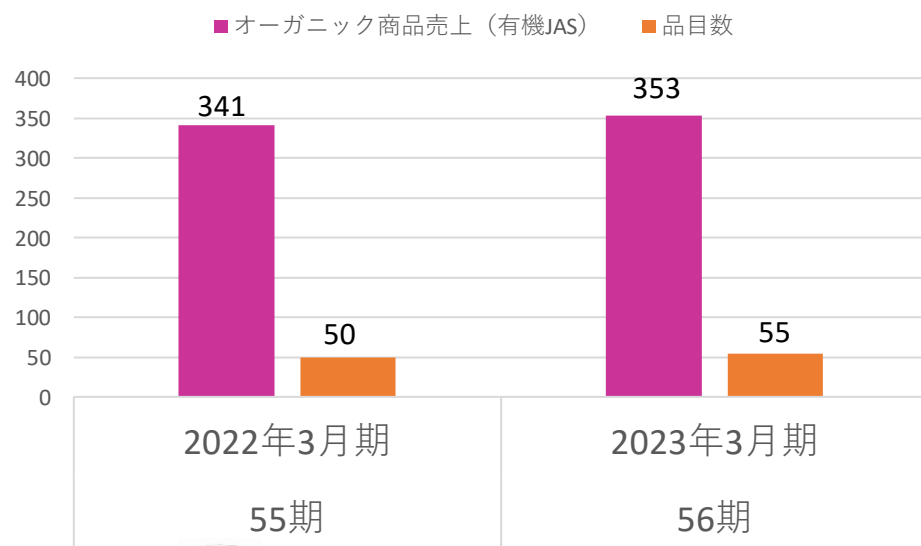
Organic

オーガニック食品売上・品目数（有機JAS）

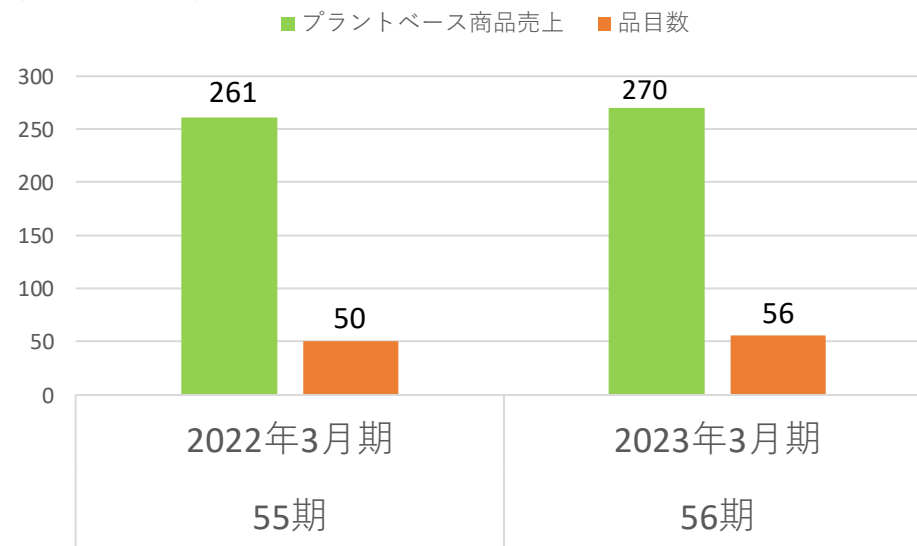


プラントベース売上・品目数（マーク有）

（売上単位：百万円）



（売上単位：百万円）



1. 持続可能な社会への貢献

② 環境負荷の少ないパッケージへの変更

2025年度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ウ



発酵豆乳入りマーガリン



ジロロモーニパスタ

パッケージがエコ対応に

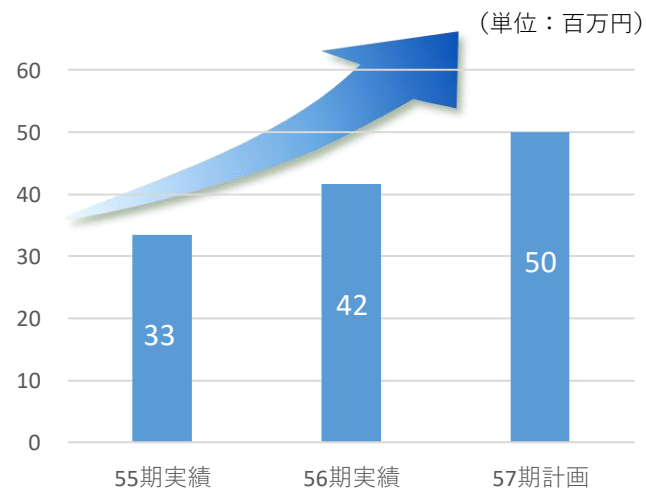


2. 業務商材及び輸出の拡大

① 外食産業への新たなメニュー開発に向けて

新たな価値が求められるアフターコロナ社会において安心安全は元よりオーガニックやプラントベースの業務用商材を提供することにより外食産業への新たなメニュー開発に役立ててまいります。

業務用商品の提案



② プラントベース商材輸出拡充

- 東南アジアを中心にプラントベース商材の輸出を積極的に行ってまいります。



3. 2022年4月にECサイトをオープン

[SOKEN .SHA Online Shop](#)

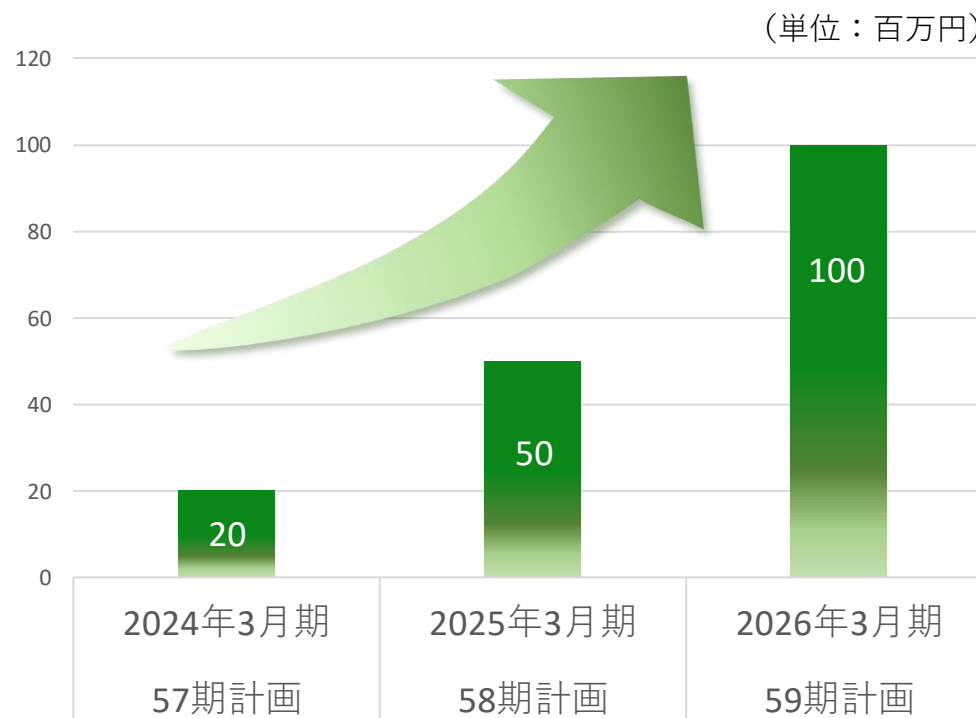


ECサイト トップページ



ECサイト売上計画

3年後に売上1億円以上を目標設定



様々な特集を組んで商品の特長と付加価値をお伝えしてまいります。

3. 2022年4月にECサイトをオープン

自社ECサイトの充実

① **サブスク（定期購入）の活用**
により会員との結びつき強化



② **ヘビーユーザー様を対象とした おまとめ買いのセット販売**



③ **ここでしか買えない！**
オリジナル品の販売による
会員満足度アップ！

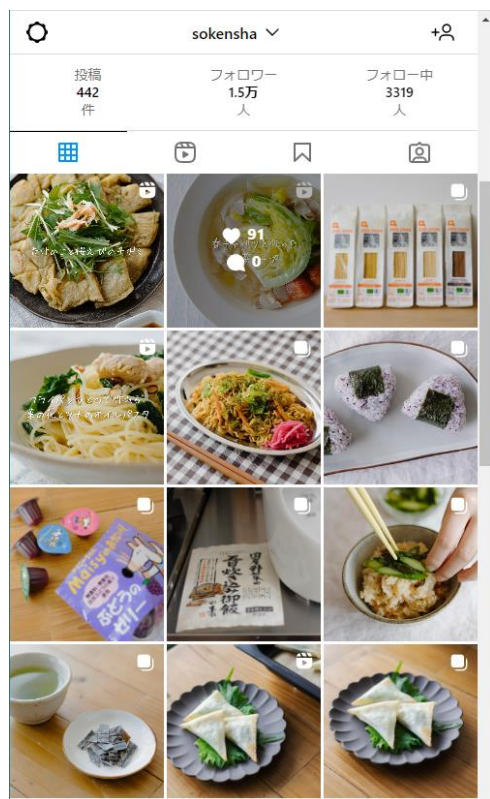
今後は、このサイト専用商品の開発を行う



4. Instagramのさらなる活用

～よりコアなファンづくりを行い EC サイトへの流入増加に繋げる～

① Instagram 創健社ページから
ECサイトへの流入により会員
を増加させる



② Instagram 広告展開による
ECサイトへの流入を増やす



数量限定
★ ★ おやつ11品詰め合わせ
+
オーガニックコットン
巾着袋セット
巾着サイズ：縦 360×横 260×奥行 100 (mm)

Maisy™ © Lucy Cousins 2023. Licensed by Copyrights Asia on behalf of Walker Books UK Ltd

③ アンバサダーの活用とフード系
インフルエンサーとの連携強化



5. ジロロモーニシリーズの拡充

① 紙パッケージへの変更

パスタのパッケージを紙パッケージに変更し
お客様から高評価。



プラ（従来）

紙

② ジロロモーニ独自の Instagramページを運用開始

オンラインファンミーティ
ングを開催



③ 2023年 ジロロモーニ新商品を 発売予定

- ・ショートパスタ 1品
- ・パスタソース 1品



トリコロール・
ストロツアプレティ

6. メイシーちゃん™のおきにいりシリーズの拡充

携帯に便利な**4連パック**新商品を順次発売し、
お子様に安心して食べていただけるとお客様から高評価。
また、食品流通以外のお客様からの引き合いも増加し、
過去3年間で売り上げ倍増。



メイシーちゃん
Maisyのおきにいり

2023年予定

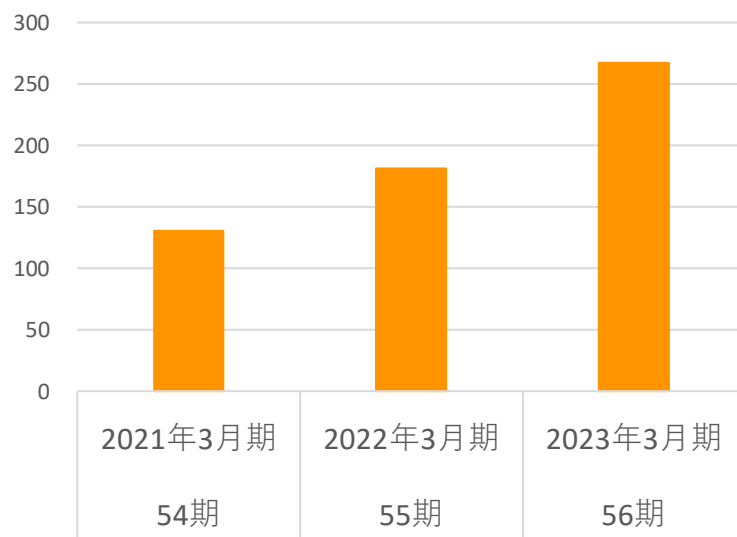
メイシープレミアム（オーガニック）発売予定

保育所向け詰め合わせセット発売予定

ファンミーティング開催

単位：百万円

メイシー売上金額



人気の4連パック



7. 【食品添加物の不使用表示に関するガイドライン】への対応

主な対応

＜食品表示基準に規定されていない用語を使用した表示＞

1. 「食品添加物には化学的合成品も天然物も含まれており、いずれも使用が認められている。」



「合成食品添加物不使用」表示への対応

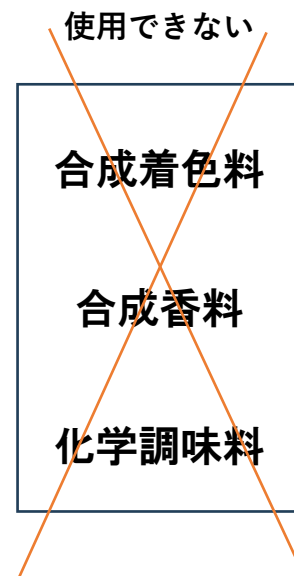
2. 「化学調味料の用語は、以前JAS規格から削除され、食品表示基準において使用されていない。」



「化学調味料不使用」表示への対応

＜対象例＞

**化学調味料不使用
表記あり**



変更前

8. オリジナルアイコンや認証ロゴマーク

オリジナルアイコンや認証ロゴマークによる伝わりやすいパッケージデザインを推進

有機ピザソース



当社オリジナル
プラントベース
マーク

Organic

当社オリジナル
オーガニックマーク



有機 JAS 認証マーク

国内産小麦 薄力粉



当社オリジナル
国産原料100%
マーク



発酵豆乳入りマーガリン



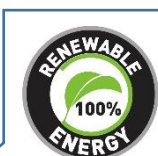
RSPO 認証マーク



ジロロモーニ有機ペンネ



EUオーガニック
(ユーロリーフ)



100%再生可能
エネルギー使用

9. 新たなターゲット（ペルソナ）へのものづくり／環境への対応

①新しいものづくり課新設

従来より進めていた女性スタッフ発開発商品の更なる拡充を図るため、
2023年4月より「**新しいものづくり課**」を新設。女性目線の商品開発に特化。

「腸活サプリ」など、女性が欲しいサプリメント等開発中。

第3回フェムテックトーキョー2023（2023/10/5～10/7 東京ビッグサイト）出展予定
女性のライフステージにおける様々な課題に対する商品提案を強化し、新たな市場開拓を進めて行く。



写真はイメージです。



9. 新たなターゲット（ペルソナ） へのものづくり／環境への対応

②サステナビリティへの取組

【原材料】

- (1) オーガニック・植物性素材の積極的な活用
- (2) RSPO認証パーム油を使用した商品の拡充
- (3) 「海のエコラベル」 MSC認証水産物の活用



【包装資材】

- (1) プラスチック原料の使用を減らし、環境負荷が少ない資材の活用（切替）
（紙パッケージ・バイオマスフィルム・バイオマスインキ・FSC認証紙）

2025年度にPB商品全体の50％を環境負荷が少ない資材に切替



責任ある森林管理
のマーク

- (2) 当社発送用資材や名刺、封筒などについても環境に配慮したものを採用



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

