

2025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”

2025年6月13日

株式会社 創健社

目次

- 直近3期（2023年3月期～2025年3月期）の総括 P3～
- 経営計画の概要（2024年3月期から3ヶ年） 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（2023年3月期～2025年3月期）の総括



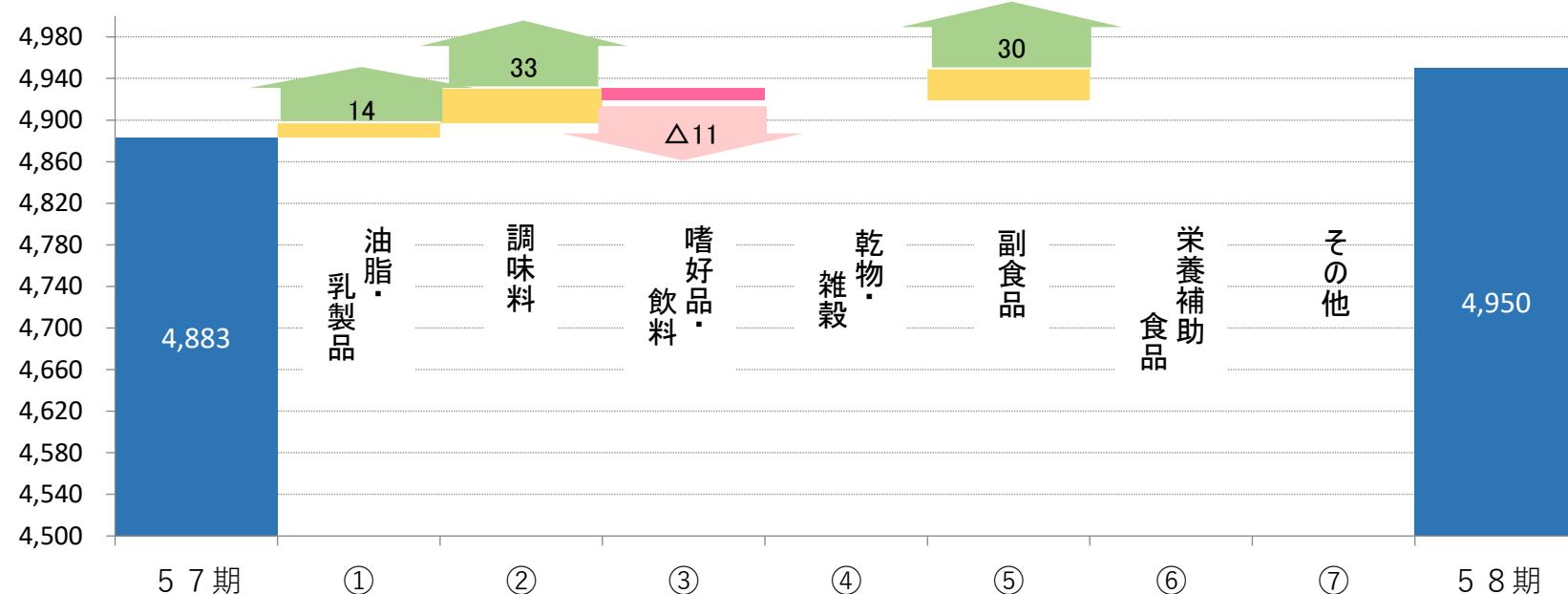
(単位：千円)

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
	56期 実績	57期 実績	58期 実績
売上高	4,846,130	4,883,573	4,950,632
前年比	104.6%	100.8%	101.4%
前年差額	213,280	37,443	67,059
売上総利益	1,217,394	1,210,826	1,245,145
売上総利益率(%)	25.1%	24.8%	25.2%
販売管理費	1,191,048	1,186,724	1,179,264
営業利益	26,346	24,101	65,881
営業外差額	3,476	2,944	5,796
経常利益	29,822	27,045	71,677
特別差額	△58	△721	△2,286
税金等調整前当期純利益	29,764	26,324	69,391
親会社株主に帰属性する当期純利益	16,334	7,755	47,544



売上高の増減要因（連結）[品目別]

(百万円)



57期

①

②

③

④

⑤

⑥

⑦

58期

57期 4,883 百万円

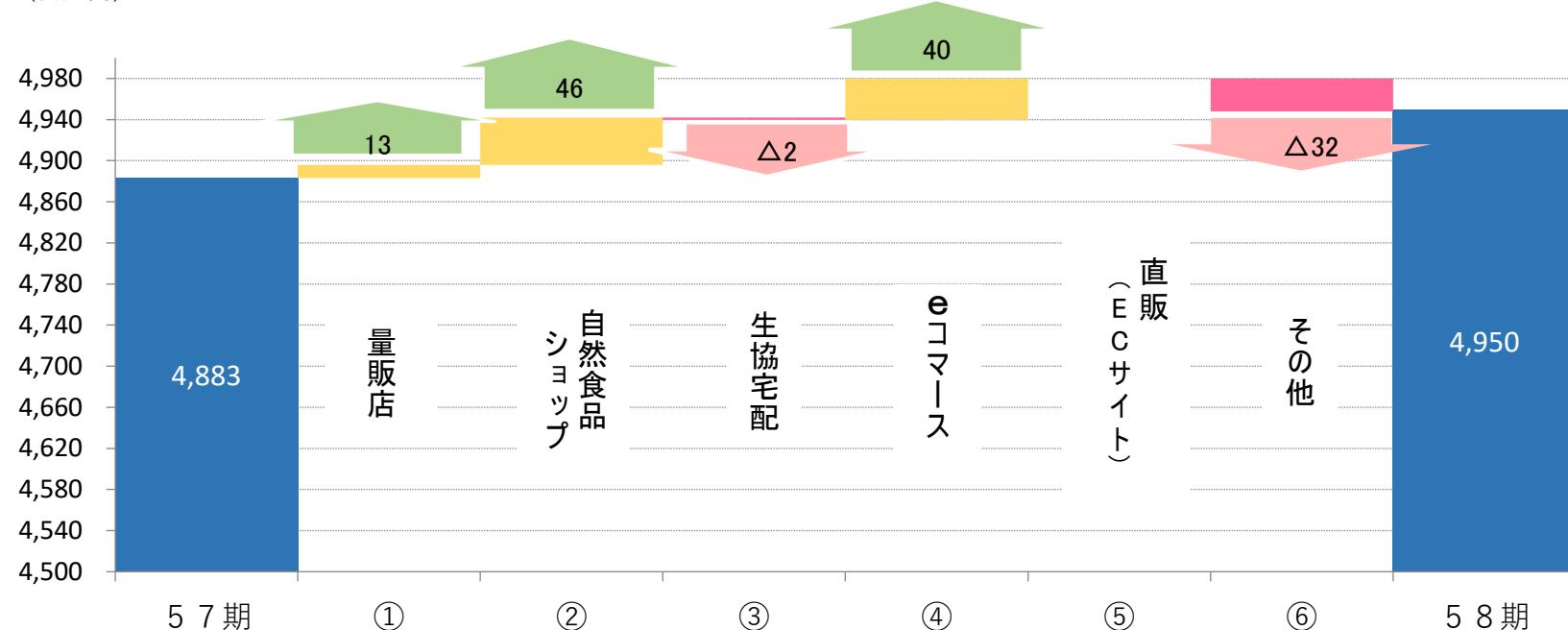
- | | |
|----------|----------|
| ① 油脂・乳製品 | 14 百万円 |
| ② 調味料 | 33 百万円 |
| ③ 嗜好品・飲料 | △ 11 百万円 |
| ④ 乾物・雑穀 | 0 百万円 |
| ⑤ 副食品 | 30 百万円 |
| ⑥ 栄養補助食品 | 0 百万円 |
| ⑦ その他 | 0 百万円 |

58期 4,950 百万円



売上高の増減要因（連結）チャネル別

(百万円)



57期		4,883 百万円
① 量販店		13 百万円
② 自然食品 ショップ		46 百万円
③ 生協宅配		△2 百万円
④ eコマース		40 百万円
⑤ 直販 (ECサイト)		0 百万円
⑥ その他		△32 百万円

58期		4,950 百万円

(単位 百万円)

	2024年3月期	2025年3月期	増減
流動資産	2,407	2,297	△ 110
固定資産	615	646	30
資産合計	3,023	2,943	△ 79
流動負債	1,283	1,078	△ 204
固定負債	627	704	76
負債合計	1,911	1,783	△ 128
純資産合計	1,111	1,160	48
負債純資産合計	3,023	2,943	△ 79
1株当たり純資産（円）	1,589.12	1,658.54	69.42
自己資本比率	36.8%	39.4%	2.6%

（単位：百万円）

	2024年3月期	2025年3月期	増 減
営業活動によるC／F	154	△38	△192
投資活動によるC／F	△68	△10	58
財務活動によるC／F	△61	△8	53
現金及び現金同等物の増減額	24	△56	△81
現金及び現金同等物の期末残高	1,068	1,011	△56
借入金期末残高	798	811	12

営業活動によるC／F

- ・税金等調整前当期純利益 69百万円
- ・売上債権の減少額 64百万円
- ・減価償却費 32百万円
- ・仕入債務の減少額 △1億95百万円

投資活動によるC／F

- ・保険積立金の解約による収入 13百万円
- ・保険積立金の積立による支出 △15百万円
- ・有形固定資産の取得による支出 △10百万円

財務活動によるC／F

- ・長期借入れによる収入 2億50百万円
- ・長期借入金の返済による支出 △2億27百万円
- ・配当金の支払額 △13百万円
- ・短期借入金の純減額 △10百万円
- ・リース債務の返済による支出 △7百万円

PB商品全体の約40% (133SKU) を値上

※業務用・OEM・予約梅干・おせち＆クリスマス商品は除外



- 主力商品の原材料ひっ迫 (卵不足・カカオ原料不足・他)
- 原料価格・運送費の高騰
- 輸入円安 為替影響 (ジロロモーニ・トマト缶・原材料)

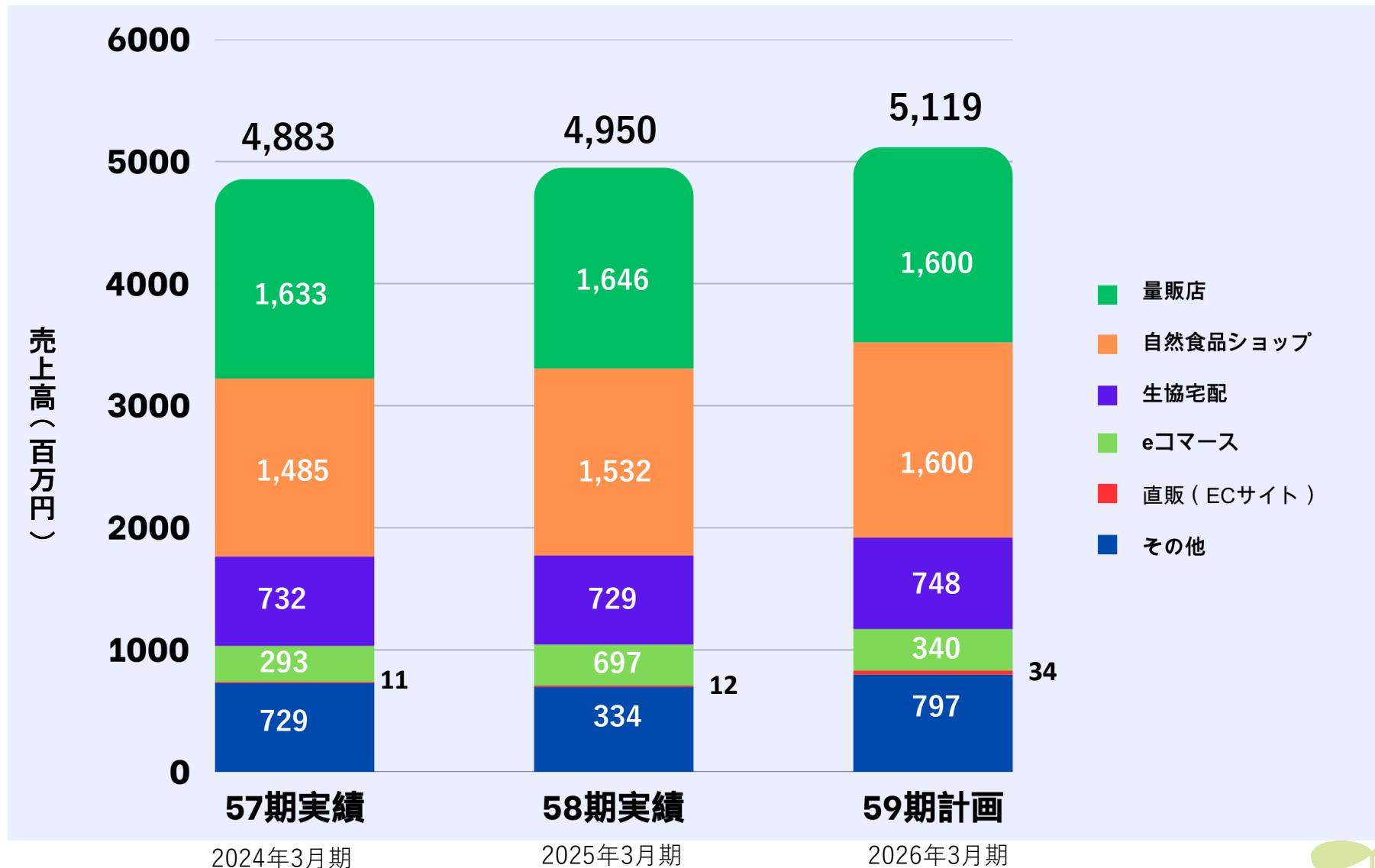
値上

■ 経営計画の概要（2024年3月期から3ヶ年）

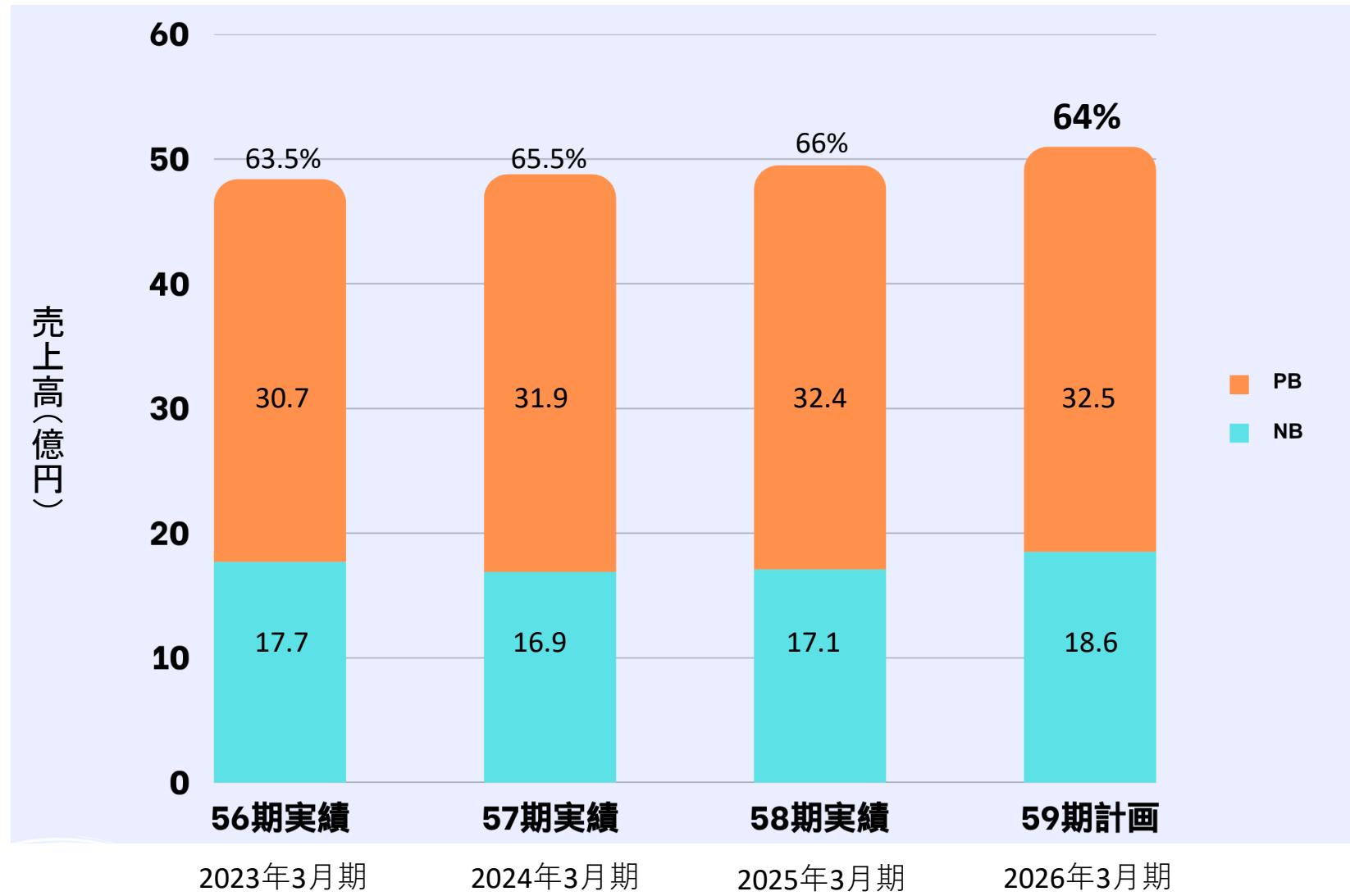


(単位：千円)

	2024年3月期 57期 実績	2025年3月期 58期 実績		2026年3月期 59期 計画	
		金額	前年比	金額	前年比
売 上 高	4,883,573	4,950,632	101.4%	5,119,000	103.4%
売 上 総 利 益	1,210,826	1,245,145	102.8%	1,278,000	102.6%
売上総利益率 (%)	24.8%	25.2%	101.5%	25.0%	99.3%
販 売 管 理 費	1,186,724	1,179,264	99.4%	1,248,000	105.8%
営 業 利 益	24,101	65,881	273.4%	30,000	45.5%
営 業 外 差 額	2,944	5,796	196.9%	3,000	51.8%
経 常 利 益	27,046	71,677	265.0%	33,000	46.0%
特 別 差 額	△ 721	△ 2,286	317.1%	0	0.0%
税 金 等 調 整 前 当 期 純 利 益	26,325	69,391	263.6%	33,000	47.6%
親会社株主に帰属 する当期純利益	7,755	47,544	613.1%	16,000	33.7%



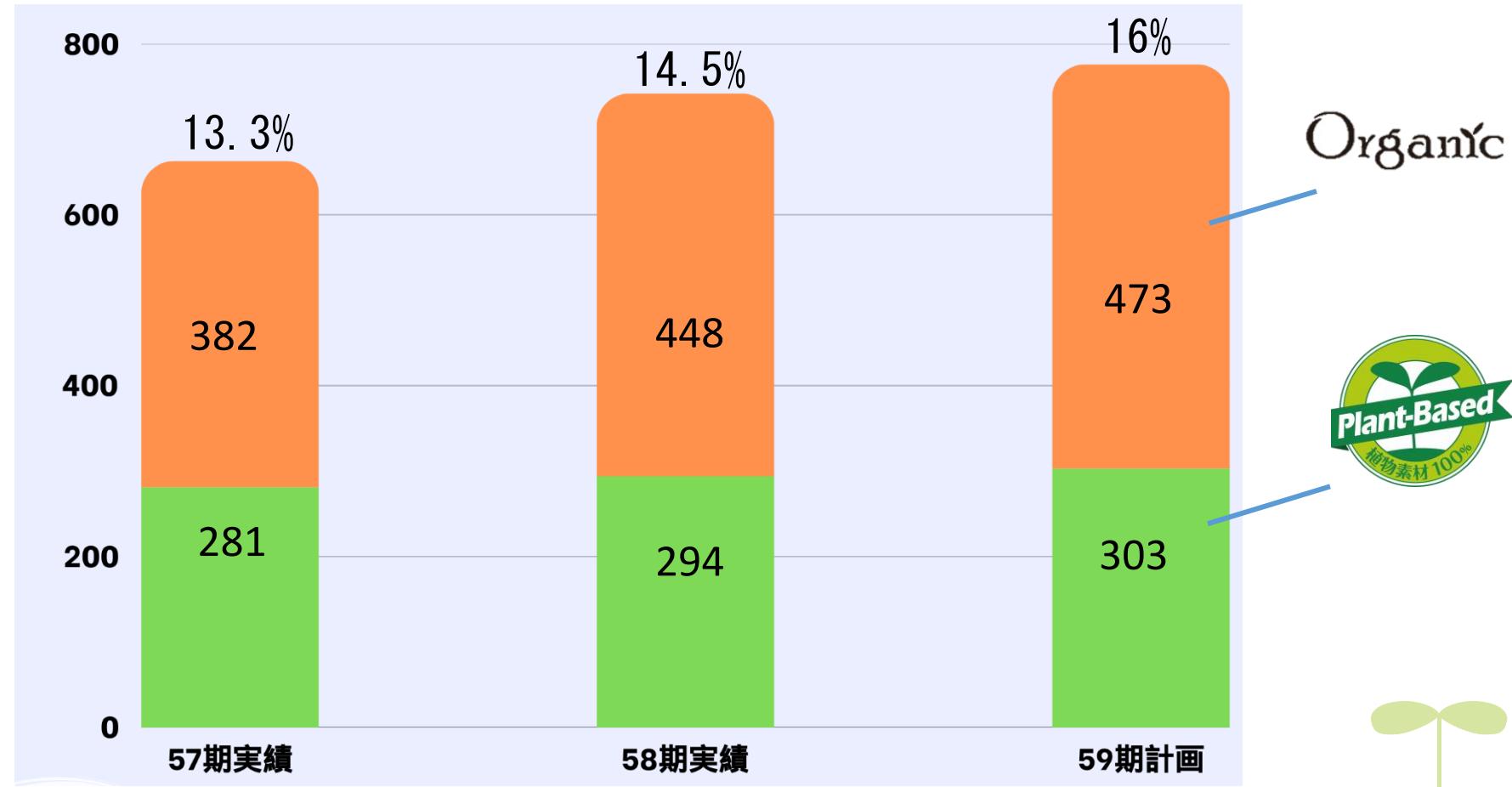
PB比率



オーガニック&プラントベース
商品売上構成比率 16%まで上げる

オーガニック&プラントベース販売計画

(単位：百万円)



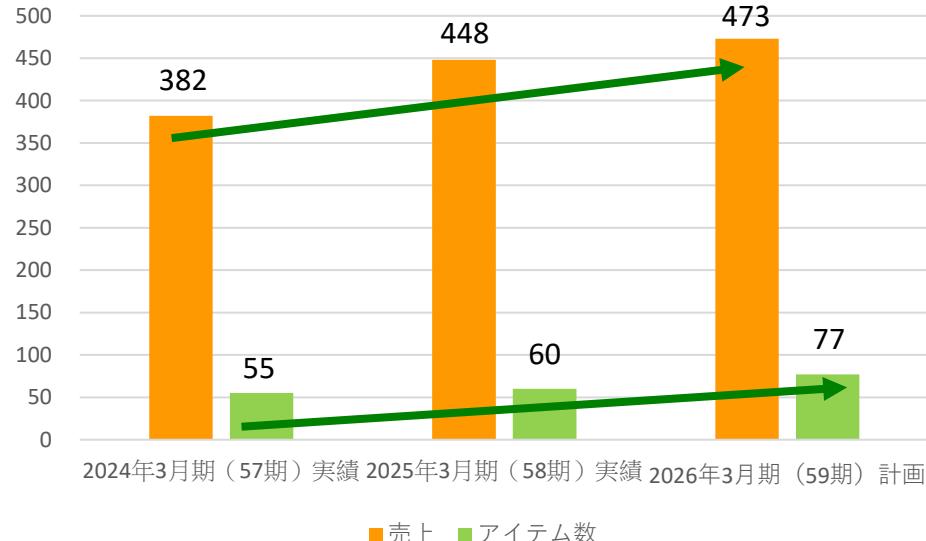
1. 持続可能な社会への貢献

① オーガニック & プラントベースラインナップ拡充

Organic

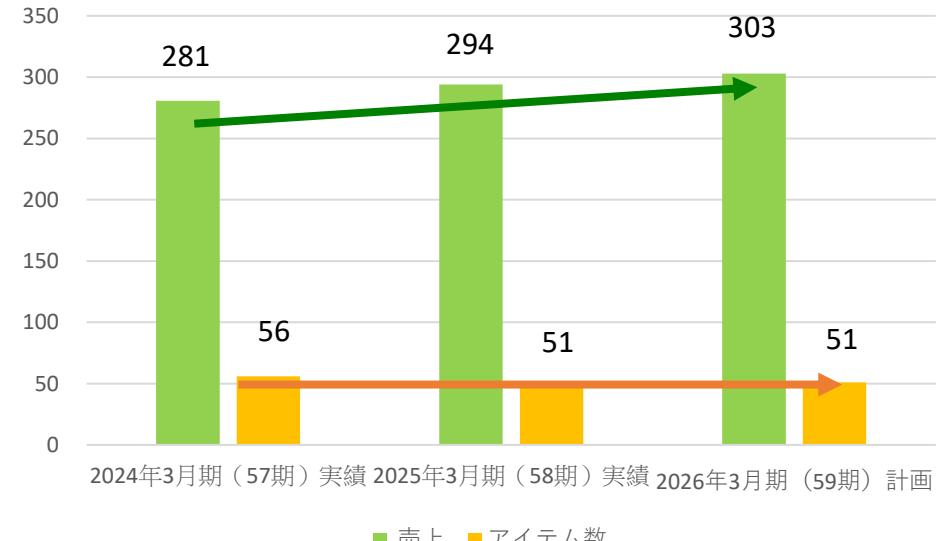
オーガニック食品売上・品目数（有機JAS）

（売上単位：百万円）



プラントベース売上・品目数（マーク有）

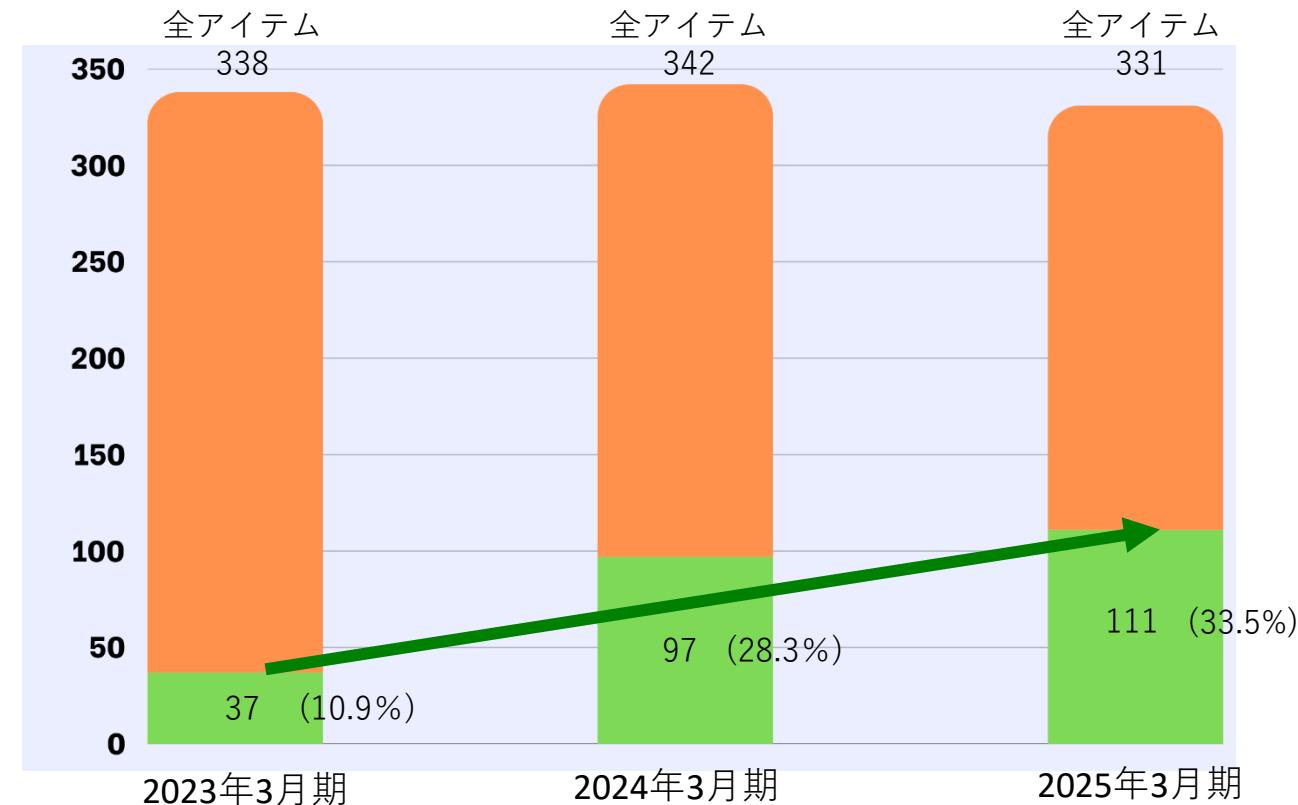
（売上単位：百万円）



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

2026年3月までに創健社ブランド商品の50%に目標設定



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-2

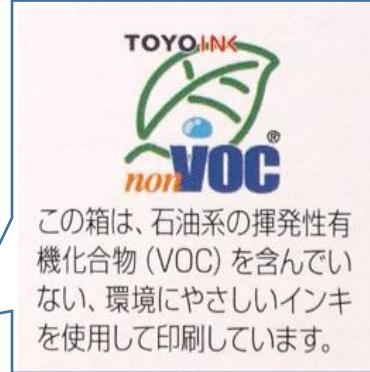
有機味噌ラーメン



発酵豆乳入りマーガリン



オーガニックカレールウ



ジロロモーニパスタ



パッケージが
プラから紙主体に



袋

2. 市場拡大及び輸出の拡大

①新たな商品で 新規市場拡大を計ります

- ・新たな高価格帯の商品で新たな市場を開拓し市場拡大を計ります

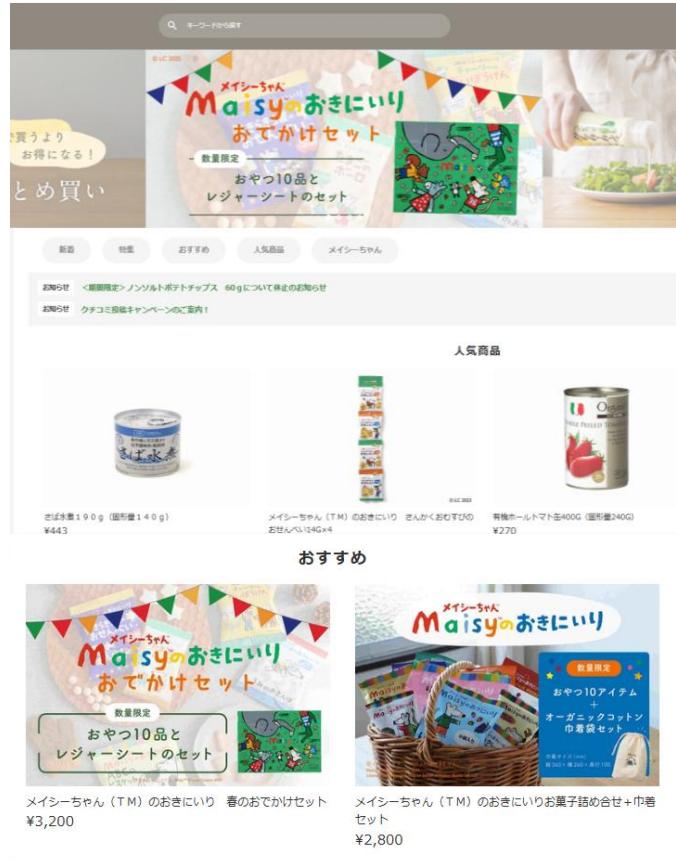


②プラントベース・オーガニック 商材の業務用・輸出拡充

- ・業務用食材の拡販
- ・東南アジア・アメリカへの輸出を積極的に行ってまいります（2026年8月デンバーにて展示会出展予定）



3. ECサイト実績と今後の売上目標



【2025年3月期 58期 実績】

- ・ 売上：13,554千円（前年比110.6%）
- ・ 月間訪問者数：17,000人
- ・ 月間購入数：177件
- ・ 平均単価：6,707円
- ・ コンバージョン率：1.05%

【2026年3月期 59期 目標】

- ・ 売上：34,000千円（**前年比250%**）
 - ↳ 自社ECサイト：22,000千円
 - ・ 月間訪問者数：40,000人（3月時点）
 - ・ 月間購入者数：400人（3月時点）
 - ↳ 楽天市場：12,000千円



4. ECサイト施策

●新商品サンプル配布

新発売に合わせて新商品を数量限定で配布
味、パッケージ、価格等の感想をサイトにて「口コミ紹介」



●消費者様イベント実施

消費者の生の声をECサイトに活かす



●メイシーちゃんEC限定セット企画 シールやハロウィン包装袋等検討



●製造メーカーのこだわりを紹介 商品の魅力を伝える



5. SNS・Instagramのさらなる活用

～Instagramでの交流から創健社の認知拡大とコアなファンづくり～



フォロワー 約16,000人 (2025年6月1日現在)

#sokenshaアンバサダー

2024年10月～3月もアンバサダー企画継続。2025年2～3月にかけては初のメイシーちゃん™アンバサダー企画を実施。お子さん×メイシー™で子育て世代への訴求と新規フォロワー獲得に繋がった。



ストーリーズ施策

アカウント投稿者(中の人)や会社の内側が見えるような、作りすぎないリアルな日常(裏側)を共有することで消費者との交流を実施している。



参加型クイズ

ちょっと小話

海外視察の様子

新商品紹介

レシピコンテンツ

タイムラインに流れてきた際に目に留まりやすいよう撮影コンテンツのみに変更。商品紹介などもグラフィック制作と比較して数値回復してきている。



レシピ継続



グラフィックから写真で見せる投稿に



6. ジロロモーニシリーズの拡充

① 2025年ジロロモーニ新商品を発売予定

- ・白ぶどう酢 (4月発売済)
- ・バルサミコ酢 リニューアル発売
- ・パスタソース 3品



※商品画像はイメージです。

② ジロロモーニ独自のInstagramにてファンミーティングを実施

2024年9月に第3回ファンミーティングを開催
(オンライン)



2025年5月に第4回ファンミーティングを開催
(オフライン)



ジーノ・ジロロモーニ農業協同組合が
EUオーガニックアワード2024
(カテゴリー5)を受賞！



③ イタリアオーガニックワインの充実

ブッキニーワイン仕入量増量
販路拡大



7. メイシーちゃん™シリーズの拡充



シリーズを2品発売
ファンミーティングを開催し、
更なる市場拡大を図っています
(有機JAS認証)



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

2025年予定

ピクニック企画お弁当箱付セット発売予定
わくわくおやつBOX第三弾発売予定

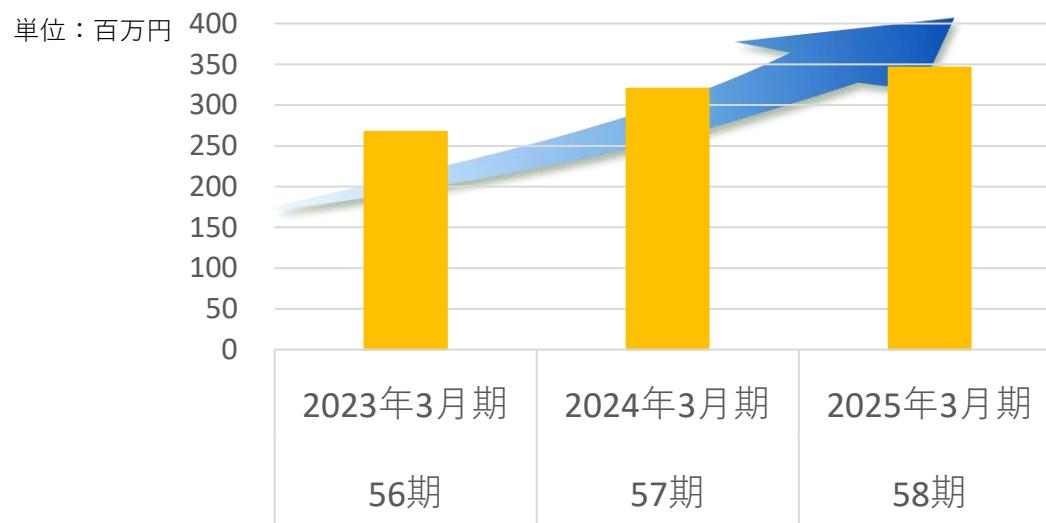


2024年わくわくおやつBOX



2025年わくわくおやつBOX

メイシーちゃんシリーズ 売上金額の推移



8. 持続可能な社会の実現に向けた当社の取り組みをパッケージで伝える

有機（オーガニック）、プラントベース（植物素材）、RSPO認証パーム油、MSC認証（海のエコラベル）、FSC認証紙（森林保全につながる）、バイオマスインキの積極的使用を推進

花かつお



海のエコラベル
MSC認証マーク

発酵豆乳入りマーガリン



RSPO 認証マーク

有機ピザソース



当社オリジナル
プラントベース
マーク



当社オリジナル
オーガニックマーク



有機 JAS 認証マーク



バイオマスインキ
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



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の動き

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月よりスタートした「新しいものづくり課」では、女性目線の商品開発に特化

温活、更年期サプリなど女声の
ライフステージに合わせた商品
(機能性表示食品)を開発中

これまで未出展であった展示会へも積極的に出展を行い、認知拡大と新たな市場開拓をすすめていく



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。



おいしい時間があふれ出す。

創健社

