

# 会社説明会

---

 **健康ホールディングス株式会社**  
**2009年9月29日**

本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証、または、約束するものではなく、今後、予告なしに変更されることがありますので予めご了承ください。

1. 当社グループ概要と体制
2. 当社主要グループ会社のご紹介
3. 業績概要
4. 今後の展開

# 1. 当社グループ概要と体制

---

 健康ホールディングス株式会社

# 会社概要

会社名：健康ホールディングス株式会社

設立：2003年4月10日

代表者：代表取締役社長 瀬戸 健

資本金：112百万円（2009年6月末現在）

所在地：東京都中野区中央2-9-1サン・ロータスビル4F

グループ：連結子会社 6社

従業員数：単独 8名（連結148名）  
（2009年6月末現在。パート、派遣除く）

事業内容：グループの中長期経営戦略の立案・遂行、  
グループ会社の事業戦略実行支援・事業活動の管理

グループ企業の  
事業内容：美容健康関連事業 ・ 食品関連事業

# 沿革

- 2003年 4月 健康食品の通信販売を目的として「健康コーポレーション株式会社」を設立。
- 6月 自社Webサイトにてインターネット通信販売を開始。
- 2004年 5月 インターネットショッピングモール「楽天市場」へ出店。
- 2005年 12月 インターネットショッピングモール「Yahoo!ショッピング」へ出店。
- 2006年 5月 札幌証券取引所アンビシャス市場に上場。
- 11月 株式会社ピースを設立。
- 2007年 1月 株式会社ジャパングールズを子会社化。
- 3月 システムパーツ株式会社を子会社化。
- 7月 株式会社弘乳舎を子会社化。
- 9月 純粋持株会社体制への移行に伴い、「健康ホールディングス株式会社」へ社名変更。  
「健康コーポレーション株式会社」を新設し、新設分割の方法により全事業を譲渡。
- 2008年 4月 Bijin株式会社を子会社化。

# 純粋持株会社体制への移行

2003年4月  
設立

健康コーポレーション(株)

カロリーコントロール用健康  
食品販売・一般健康食品販売

2007年9月

社名変更

健康ホールディングス(株)

純粋持株会社

カロリーコントロール用健康  
食品販売・一般健康食品販売

100%子会社

新 設

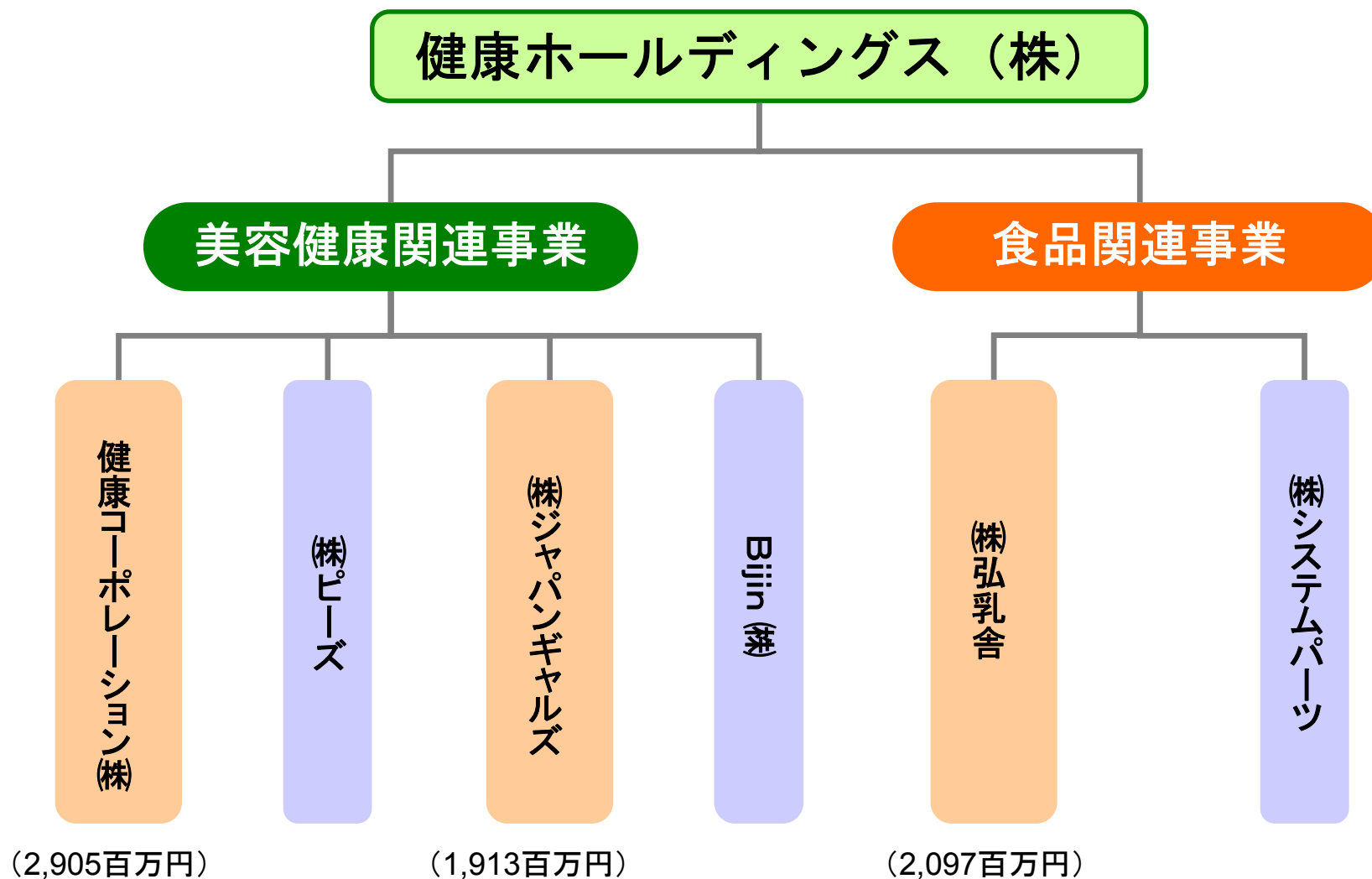
健康コーポレーション(株)

全事業を承継

新設分割

# グループ体制の再構築

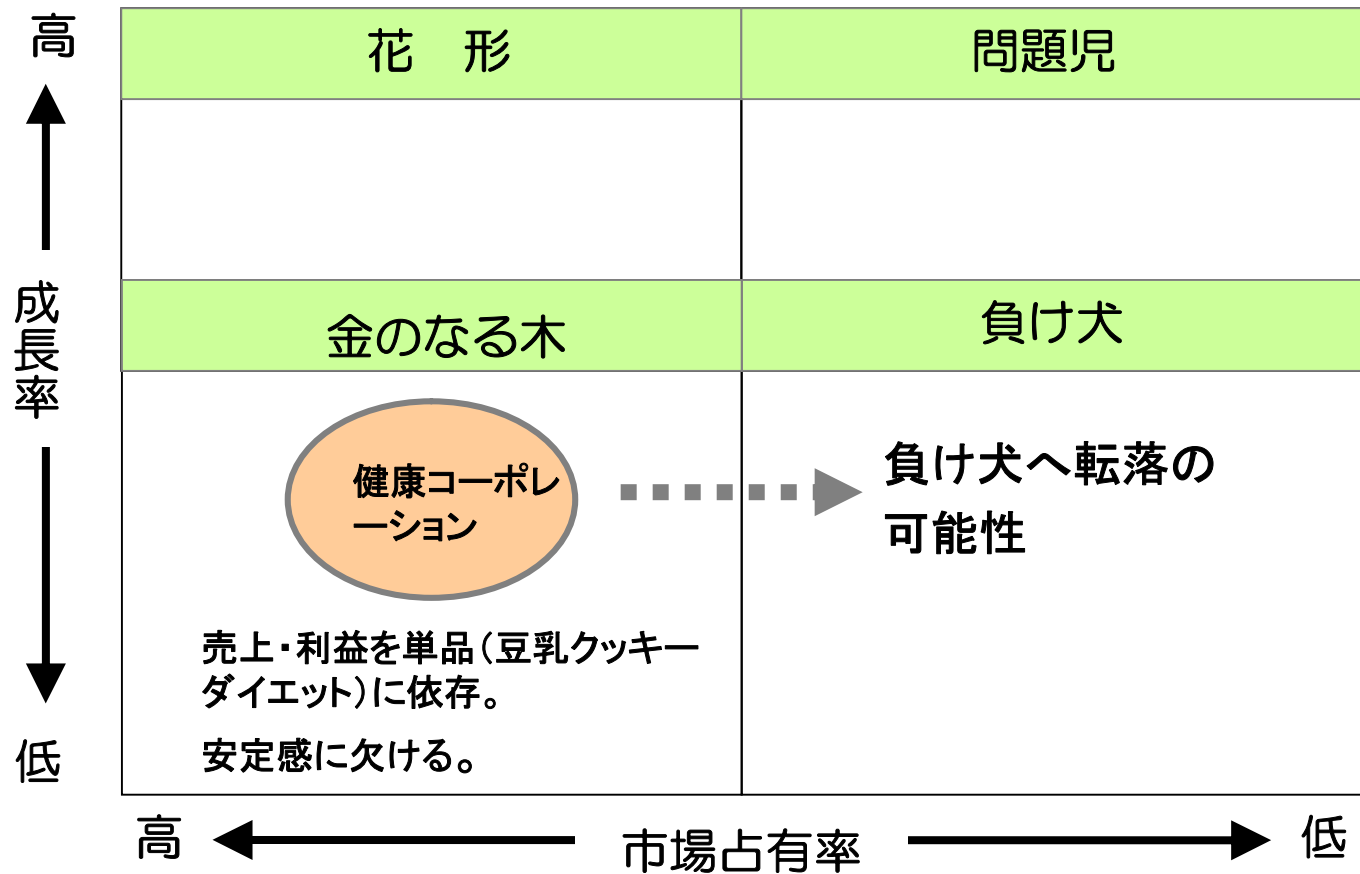
- ・単品(豆乳クッキーダイエット)依存から脱却する為、ここ3年でグループを再構築!



※(カッコ)内数字は、2009年3月期実績

# 当社のM&Aについて (M&A前)

【M&A前の事業ポートフォリオ】

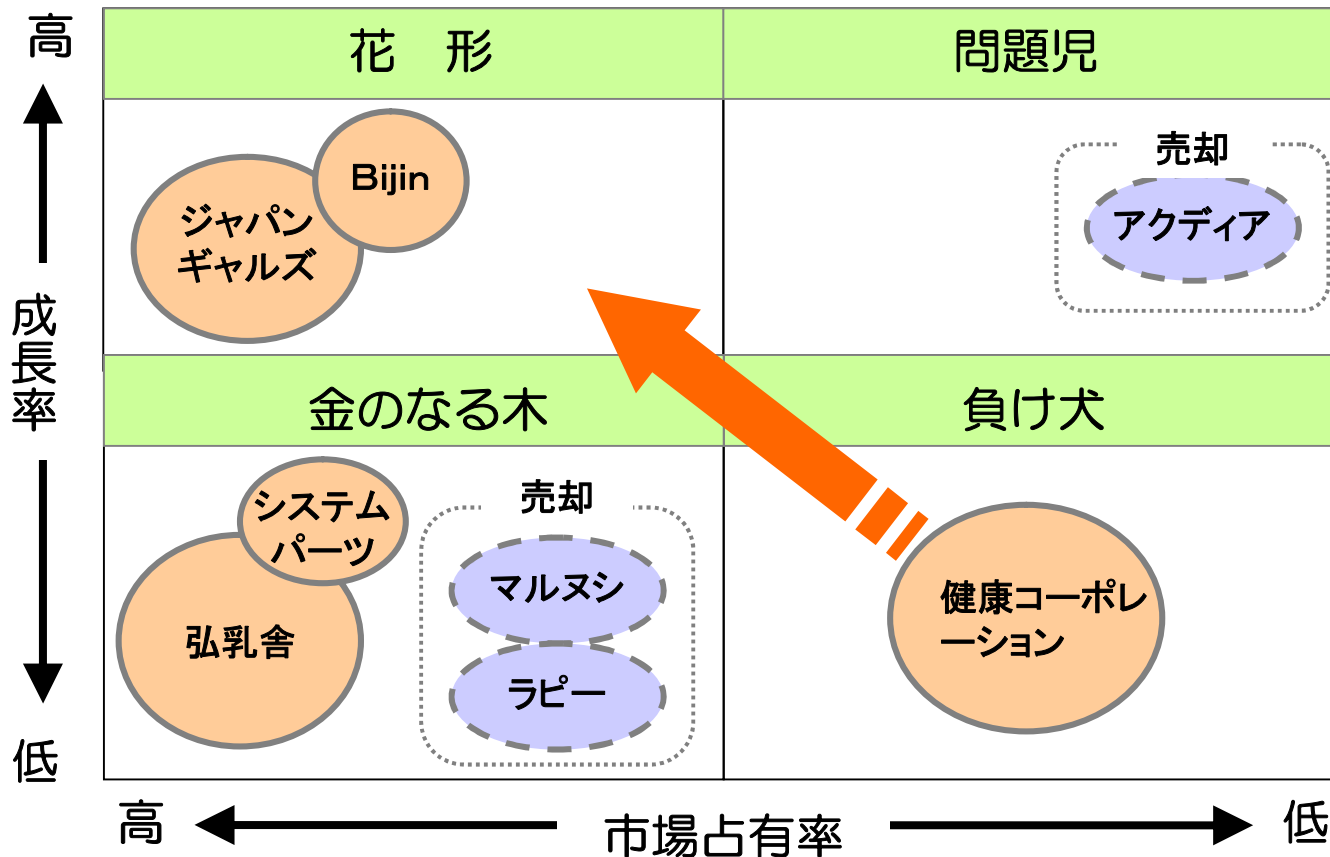


## 戦略

- 新規事業立ち上げの時間とリスクを考え、M&Aを決行
- 社歴があり安定性のある企業をM&A

# 当社のM&Aについて (M&A後)

【M&A後の事業ポートフォリオ】



M&Aの成果

グループの安定性と  
成長性を確保

課題

次の「花形企業」  
「花形事業」作り

今後

一手段として、  
M&Aの積極展開

# 当社のM&Aについて（結果）

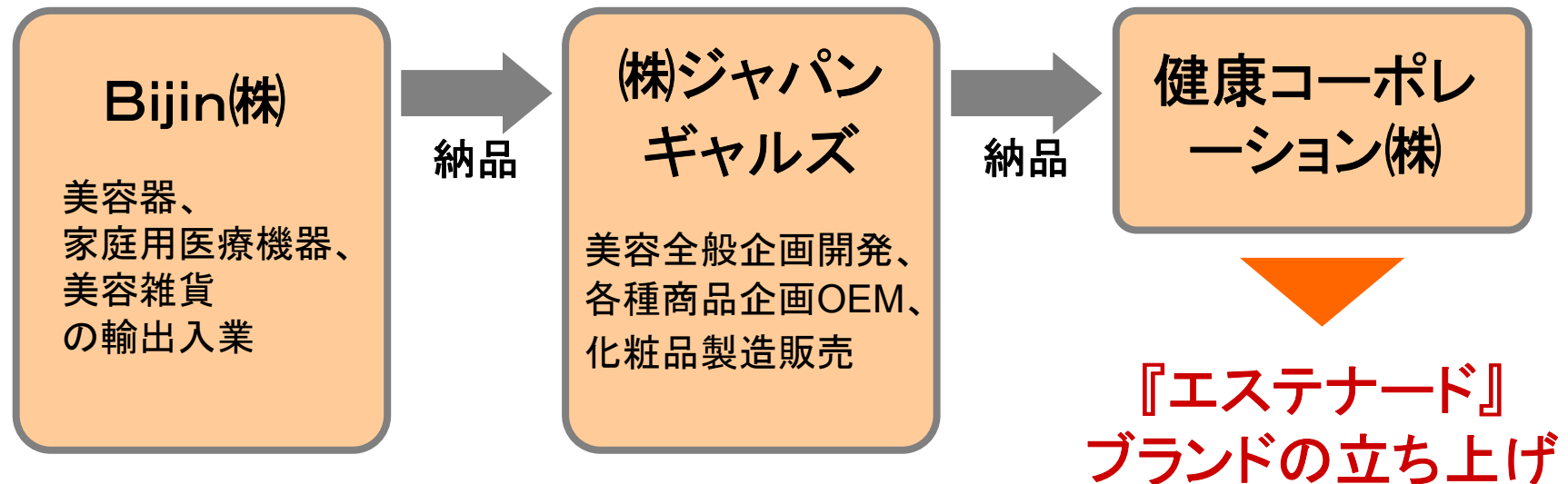
## M&Aの結果

### ➤ 懸案であった単品依存体質からの脱却

⇒2009年3月期決算で、クッキーの売上割合を2割以下まで下げる事に成功。

### ➤ (株)ジャパングヤルズ、Bijin(株)の買収によるシナジー効果発揮

⇒ 健康コーポレーション(株)を「負け犬」から「花形」へと完全復活。



## 2. 当社主要グループ会社のご紹介

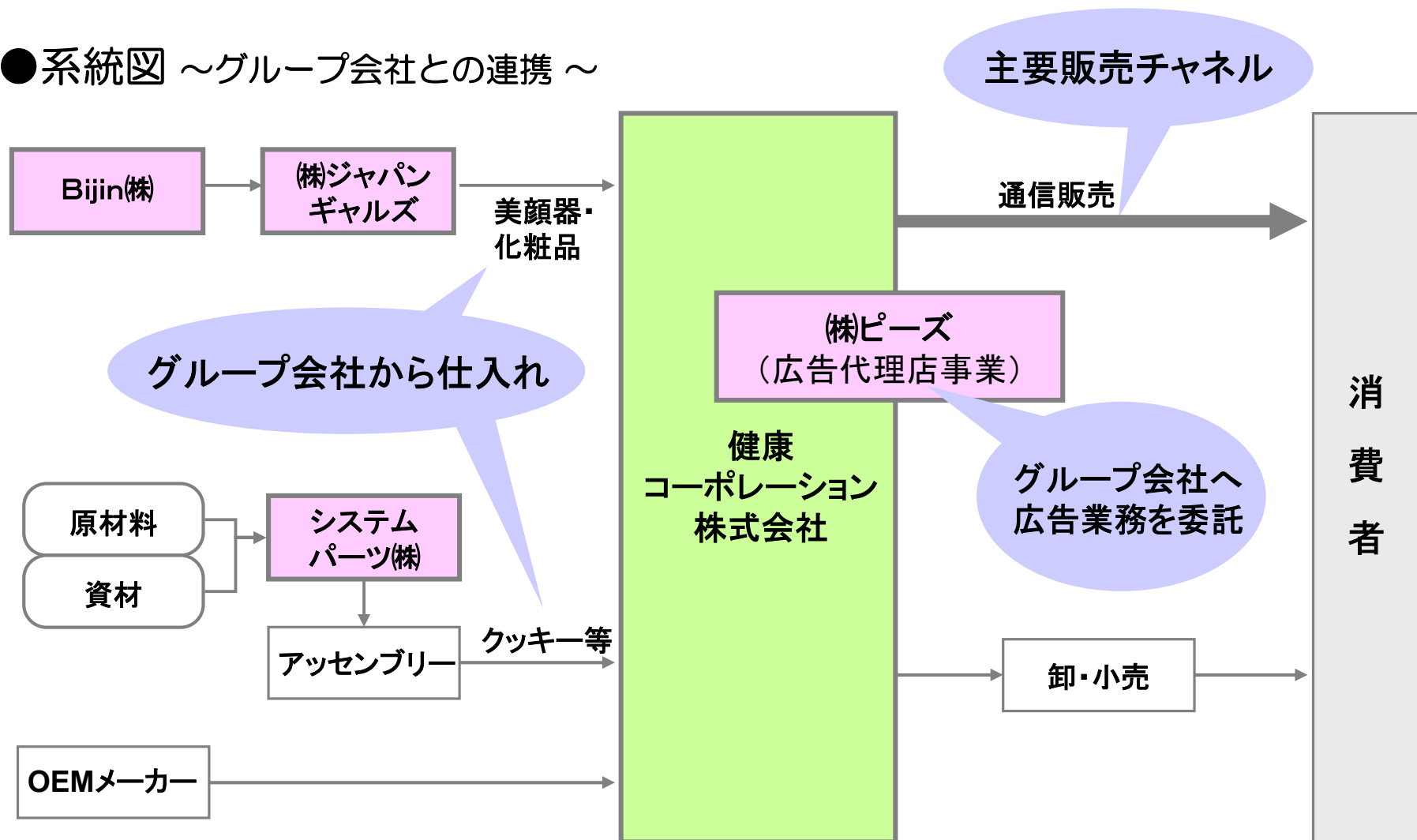
---

 健康ホールディングス株式会社

# 健康コーポレーション(株)

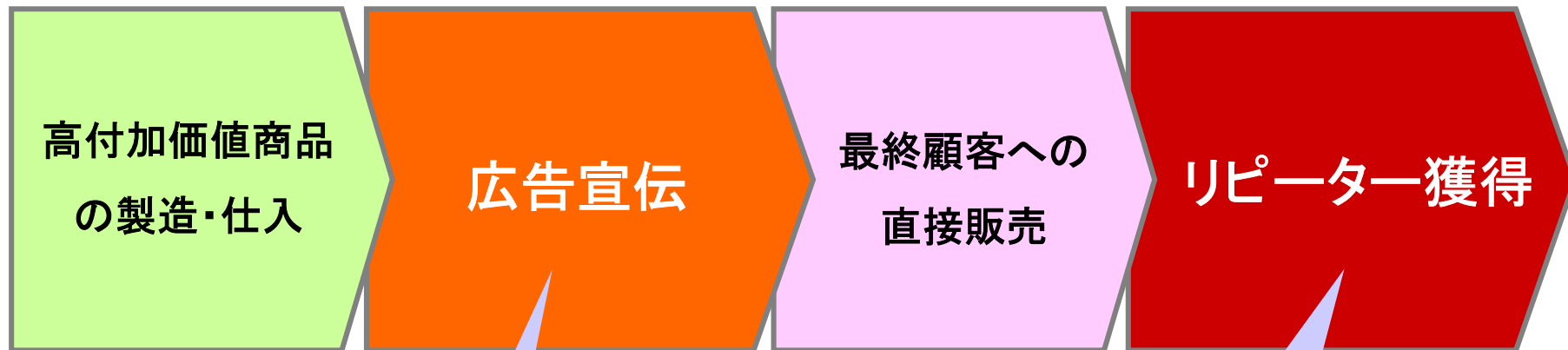
〔会社概要〕 所在地: 東京都中野区 / 事業内容: 健康食品の販売 / 設立: 2007年9月

## ●系統図 ~グループ会社との連携~



# 健康コーポレーション(株)

## ・ビジネスモデルの特長



●販売方法の工夫によるリピーター獲得

- 高付加価値商品を、広告宣伝により広く認知
- 費用対効果の検証による“利益を生み出す”広告宣伝
- 効果の高いノウハウを蓄積

➡ 広告宣伝が当社の営業マン

★追加ポイント

売上の早期回収  
(=早期キャッシュ化)

⇒資金繰り安定度、大幅増

# 健康コーポレーション(株)

## ・『豆乳クッキーダイエット』『エステナード(美顔器等)』比較

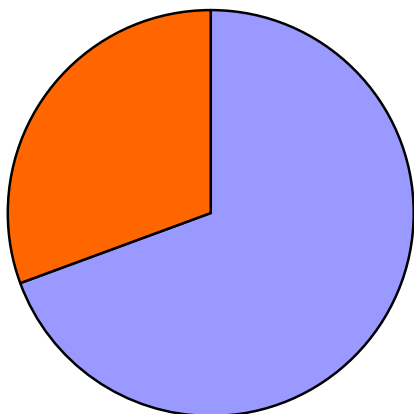
	豆乳クッキーダイエット	エステナード
市場性	◎	◎ (特に潜在市場性あり)
外部環境・認知度	◎	△→○
参入障壁	× (低い)	○ (高い)
広告宣伝費	× (高いコストがかかった)	○ (コスト抑制に成功)
収益の 安定性・継続性	△	◎ (当社ビジネスモデルに特長あり)

# 健康コーポレーション(株)

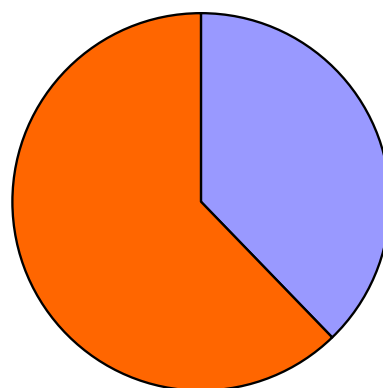
## ・「健康食品」「美容商品」 売上比率の推移



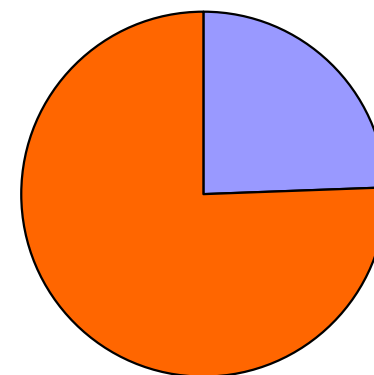
前期 上半期



前期 下半期



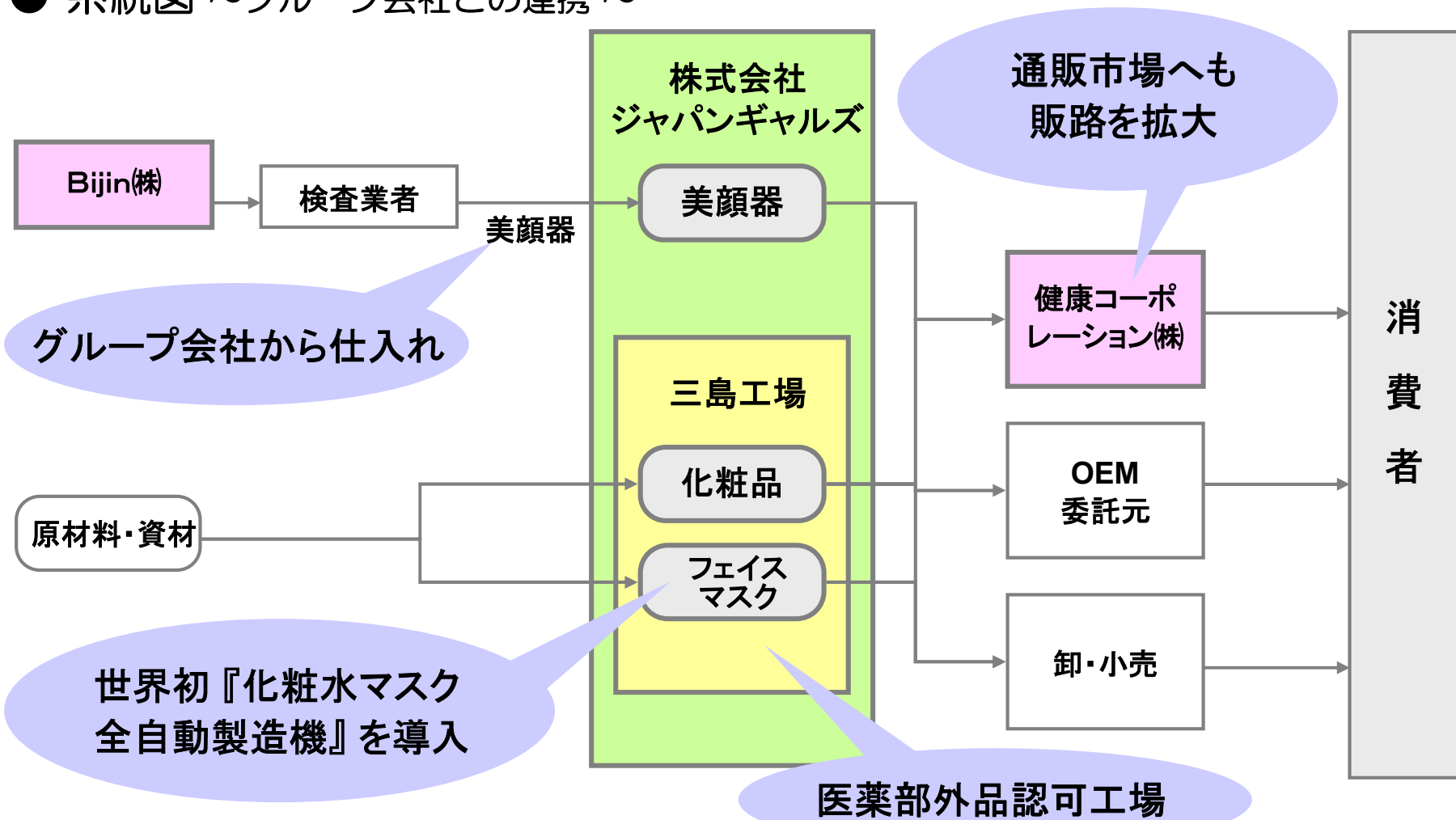
今期 5ヶ月



# (株)ジャパングャルズ

〔会社概要〕 所在地:愛媛県四国中央市 / 事業内容:美容機器・化粧品等の製造販売 / 設立:1992年11月

## ● 系統図 ~グループ会社との連携~



## ・ビジネスモデルの特長

### 販売

- OEMによる安定的かつリスクの少ない取引体制
- 健康コーポレーションとの取引開始による新規販路の構築

### 仕入

- Bijin社を活用した仕入れ体制の構築
- Bijin社の仕入れノウハウの享受

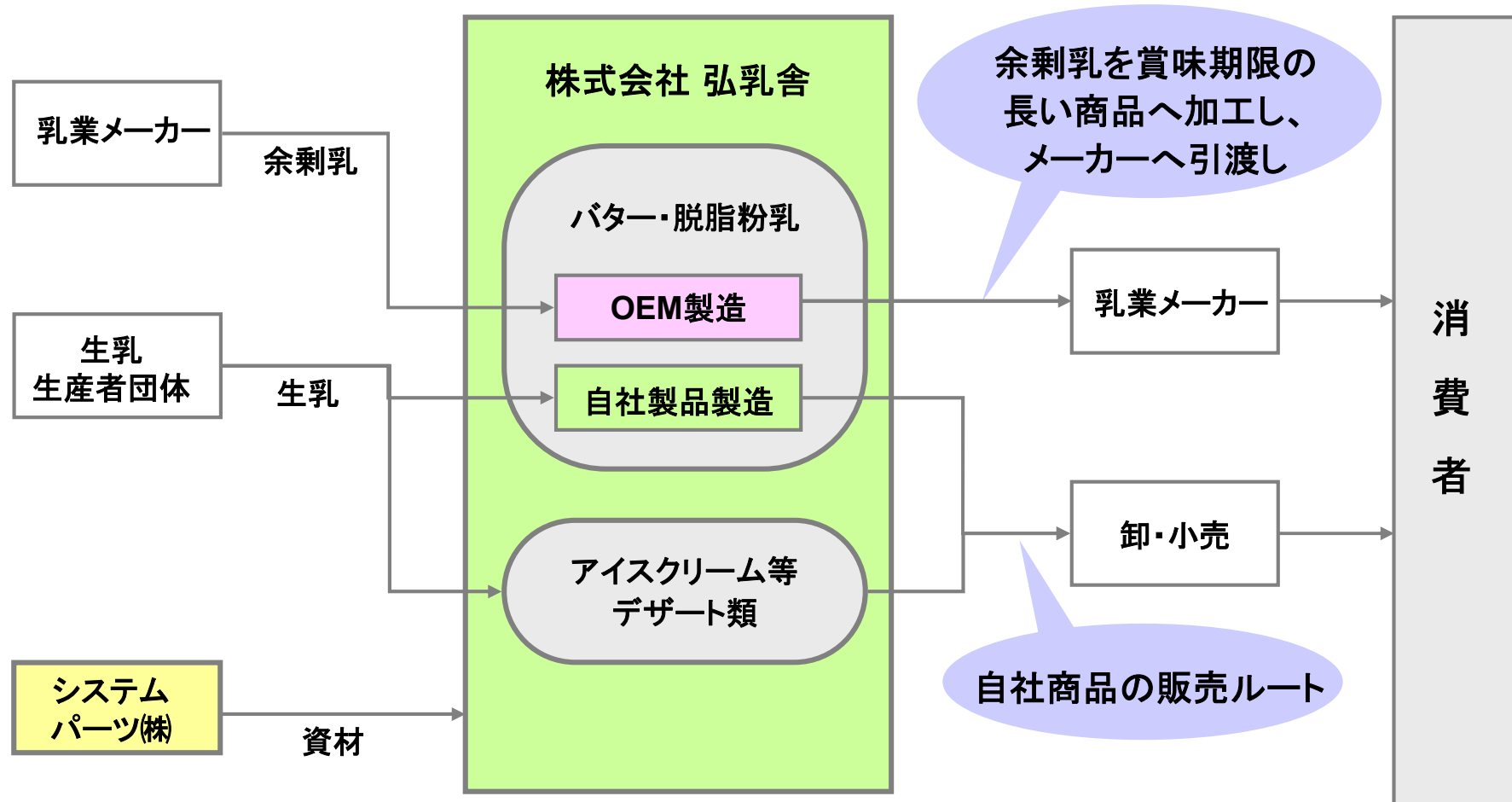
### 生産・技術

- 自社工場での製品化（競合他社に比べ多種多様な商品供給力）
- 「低単価」「短納期」体制による運営
- 世界初の最新鋭機器「化粧水マスク全自動製造機」の導入
- 医薬部外品認可工場（三島工場）

# (株)弘乳舎

〔会社概要〕 所在地: 熊本県熊本市 / 事業内容: 乳製品の製造販売 / 設立: 1956年3月

## ● 系統図



## 余剰乳とは

生乳出荷量と飲用需要不均衡により発生する余剰生乳。加工することにより製品化。

## 余剰乳の加工

余剰乳は、余剰処理施設でバター・脱脂粉乳等、賞味期限の長い商品に加工。



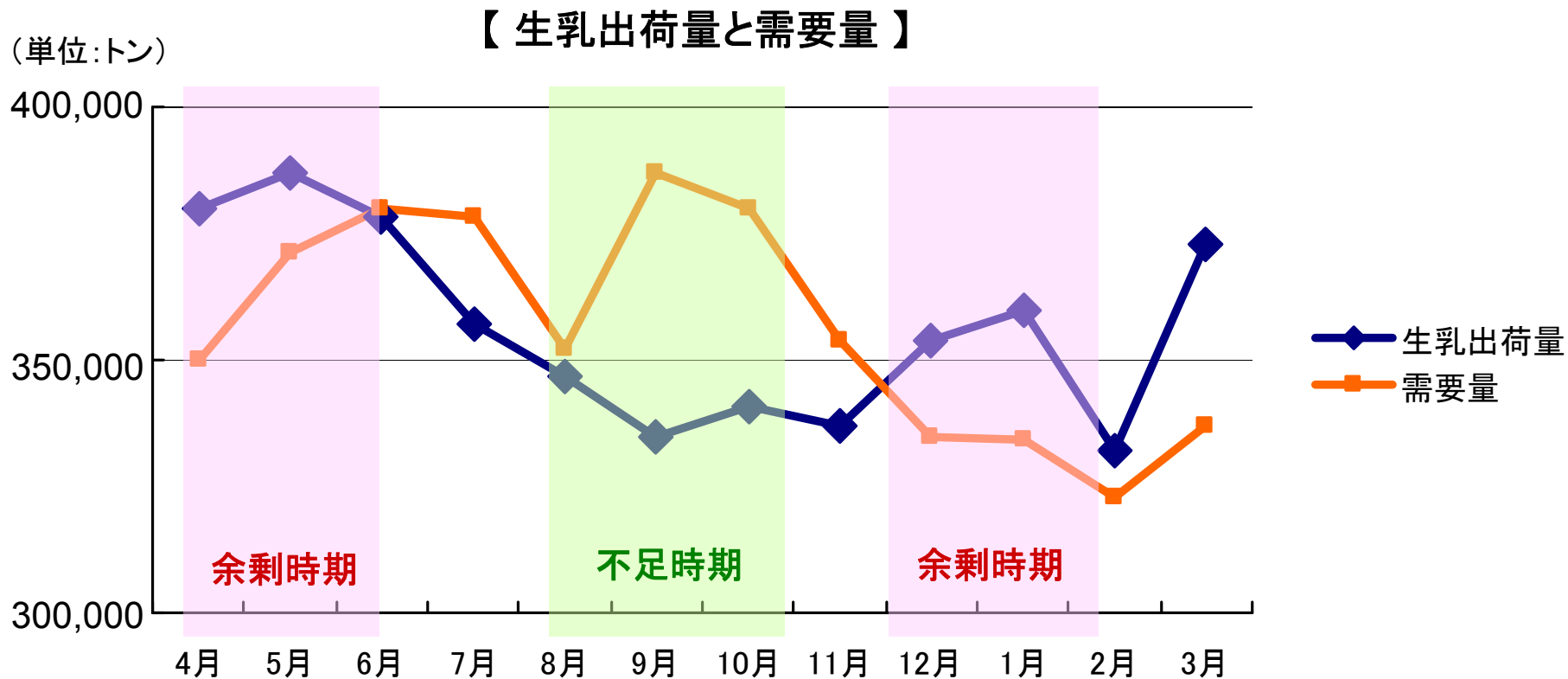
弘乳舎のように年間を通して稼働する工場は少ない。

## 競合他社との比較

青森以南において、余剰乳専門処理工場は、弘乳舎を含め限定されている。  
競合は少なく、弘乳舎の処理能力はNo.1(1日あたり550t)

## 余剰乳の発生要因

年間を通じて生乳出荷量と飲用需要にズレがあり、余剰乳はこの需要が少ない時期に発生。特に、学校給食の休止期(年末年始・春休み等)は、大量に余剰乳が発生する。



# 3. 業績概要

---

 健康ホールディングス株式会社

## 損益概要（連結）

- ・ 景気悪化の影響少なく市場は拡大。今期の出足好調。

（単位：百万円）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
第7期 （2010年3月期） 第1四半期実績	1,833	211	198	111
第6期 （2009年3月期） 第1四半期実績	2,360	273	260	132
前期比	△526	△61	△61	△20

### 売上・利益の概要

- 前期は、乳製品の価格高騰という特殊要因のため売上が大幅アップ。
- 美容・健康志向の高まりで市場拡大。不況の影響は少ない。
- 「豆乳クッキーダイエット」の売上落ち込みに歯止め。
- 効率的広告活動が効果を発揮。

## 美容・健康関連事業

### 『美容関連分野』

- 健康コーポレーション(株)と(株)ジャパングールズを中心に事業展開。
- 美容・健康に対する消費者意識の高まり、ホームエステに対するニーズの高まりにより市場は拡大中。

### 『健康食品分野』

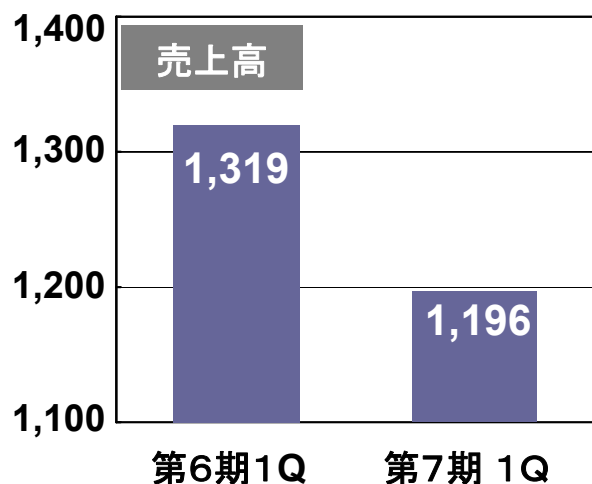
- 健康コーポレーション(株)中心に事業展開。
- 健康志向の高まり、肥満・生活習慣病等の増加を背景に市場は拡大中。

## 食品関連事業

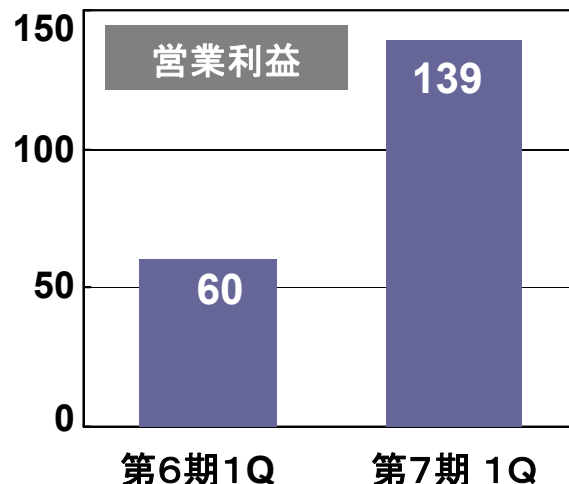
- 乳製品の受託加工および製造販売事業。(株)弘乳舎を中心に事業展開。
- 主力の余乳受託加工は、季節的要因により利益が偏重する傾向にあるものの、年間を通して見た場合に安定した利益を生む。

# セグメント別業績（連結）

## 美容・健康関連事業

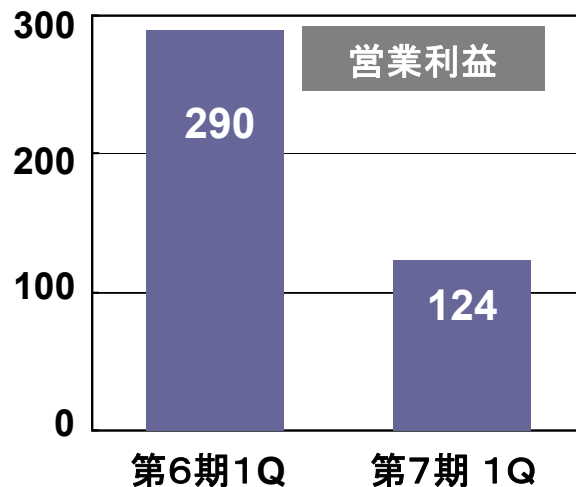
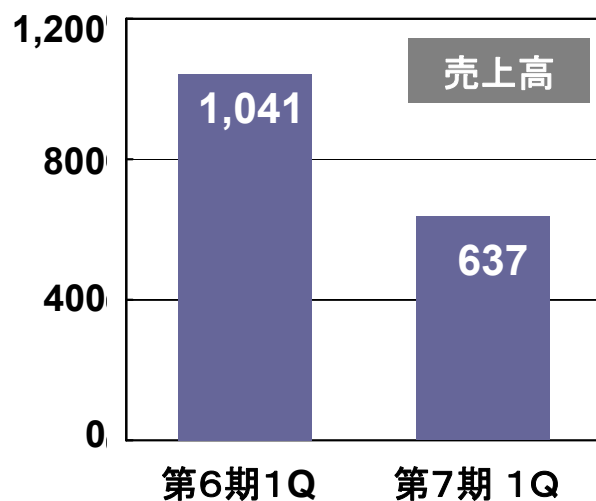


(※単位:百万円)



- 売上高重視⇒利益重視に、経営をシフト
- この結果、売上高は10%減少したものの、営業利益は200%を超える伸び！

## 食品関連事業



- 前期は、乳製品価格高騰という特殊要因が発生。
- 当期は、特殊要因はないものの、当社計画を上回る水準で推移。

# 要約貸借対照表（連結）

（単位：百万円）

	第6期末 (2009年3月末)	第7期 第1四半期 (2009年6月末)	増減
資産の部			
流動資産	3,378	3,181	△196
固定資産	2,486	2,437	△48
資産合計	5,865	5,619	△245
負債の部			
流動負債	3,188	2,907	△280
固定負債	2,253	2,171	△82
負債合計	5,442	5,079	△362
純資産の部			
株主資本	421	534	112
評価・換算差額等	1	6	4
純資産合計	423	540	117
負債及び純資産合計	5,865	5,619	△245

<主な要因>

借入金の返済により、現金及び預金が121百万円減少

<主な要因>

短期借入金186百万円減少、  
1年以内返済予定の長期借入金155百万円減少

<主な要因>

利益剰余金の111百万円増加

# キャッシュフロー（連結）

（単位：百万円）

	第6期 (2009年3月期) 第1四半期	第7期 (2010年3月期) 第1四半期
営業活動による キャッシュフロー	140	307
投資活動による キャッシュフロー	70	△27
財務活動による キャッシュフロー	△519	△421
現金及び現金同等物 の増減額	△308	△141
現金及び現金同等物 の期首残高	1,620	788
現金及び現金同等物 の四半期末残高	1,311	646

<主な要因>

税金等調整前四半期純利益  
198百万円  
棚卸資産の減少101百万円

<主な要因>

定期預金の預入れによる  
支出20百万円

<主な要因>

短期借入金の純減186百万円  
長期借入金の返済による支出  
366百万円

# 4. 今後の展開

---

# 環境認識と今期の取組み（1）

## ●美容・健康関連事業（美容関連分野）

経済・市場

- ◎ 「巣ごもり消費」拡大
- 美顔器の知名度アップで市場が急拡大中

強み

- ◎ クッキー等で培った販売ノウハウ
- ◎ グループ内に設備と製造ノウハウ
- 「ハード」をきっかけに「ソフト」販売

競合

- 「ハード」を売る会社は多いが、「ハード」を武器に「ソフト」を売る会社は、余り無い。

弱み

- △ 商品ラインアップの充実急務
- △ 新商品開発等のコスト、在庫リスク

今後の取組み

- 「メーカー」と「販路」をグループ内に持つ強みを最大限に活かし業績を伸ばす。
- グループ内メーカーと協力し、来期以降に向けた新商品開発に注力。
- 既存会社に加え、M&A等で「美容関連分野」を大きな柱へと育成。

## 環境認識と今期の取組み（2）

### ●美容・健康関連事業（健康食品分野）

経済・市場

◎ 健康志向の高まり等を背景に市場は継続的に拡大傾向

強み

- ◎ 高い粗利益率
- ◎ 広告効果による高い商品認知度
- ノウハウ蓄積により、広告費のローコスト・ローリスク化実現

競争

△ 類似商品・販売手法による市場の奪い合いが一段落

弱み

- △ 既存商品だけでの売上追求困難
- △ 新商品開発等のコスト、在庫リスク

今後の取組み

- 既存商品を中心に、売上高より、利益額・利益率を重視した経営へ。
- 広告媒体の厳選、より緻密な効果検証に注力。
- 既存会社に加え、M&A等で「健康食品分野」を安定的な柱へと育成。

# 環境認識と今期の取組み（3）

## ●食品関連事業

経済・市場

- ◎ × 需要、価格動向による余剰乳の増減
- △ WTO・FTA等交渉状況による影響の可能性

強み

- ◎ 通年で安定した売上と利益

競争

- ◎ 同一地区に競合なし

弱み

- × 余剰処理量の少ない夏場の事業に課題

今後の取組み

- 夏場の落ち込みをカバーする事業展開。
- 余剰乳を、より多く、より安定的に確保するための施策。
- M&A等により、弘乳舎以外の、食品関連事業の柱を構築する。

# 業績予想（第2四半期 連結）

（単位：百万円）

【第2四半期連結】	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
今回予想 (9月28日発表)	3,971	345	327	174
前回予想 (8月14日発表)	3,770	301	271	160
当初予想 (5月20日発表)	3,520	43	26	△31
前期第2四半期 実績	3,963	239	217	122

- 両事業とも製造原価・販売管理費等の見直しが進展。
- 「巣ごもり消費」傾向により、家庭用美顔器が好調。
- WEBプロモーション等の販売ノウハウが、美容関連分野で功を奏す。

# 業績予想（通期 連結）

（単位：百万円）

【通期連結】	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
今回予想 (9月28日発表)	7,494	484	448	224
修正予想 (8月14日発表)	7,241	441	392	210
当初予想 (5月20日発表)	6,991	367	319	103
前期実績	6,993	360	315	142

# 株主還元 ～配当～

## ・上場3周年記念配当を実施

当期第1四半期の好調なスタートに加え、上場3周年を記念し配当を実施。

基準日	： 2009年9月30日
1株当たり配当金	： 50円00銭
配当金額	： 15百万円
効力発生日 (支払開始日)	： 2009年11月下旬～12月上旬(予定)
配当原資	： 利益剰余金

### 今後の配当方針

当社単体年間配当性向 20～25%を目処

# 株主優待

## 株主優待内容

『豆乳クッキーダイエット』(健康コーポレーション(株)商品)



### 【贈呈基準】

毎期末時点での所有株式	贈呈箱数
20株以上60株未満	1箱
60株以上100株未満	2箱
100株以上200株未満	3箱
200株以上	4箱

今後も引き続き、様々な利益還元・株主優待を通じて  
株主の皆様のご期待に応えてまいります。

皆様からいただきましたご質問で、時間の関係上、当日ご回答できなかったものにつきまして、いくつか以下にご回答させていただきます。

質問内容	回 答
<p>「会社四季報プロ」で理論株価が46000円とか載っていましたが、その株価がどうかはわかりませんが、株価に自信はありますか？</p>	<p>東洋経済新報社様発行の「会社四季報プロ500」で、理論株価と実際の株価の乖離が大きい銘柄として、上昇余地が500%近くあると評価頂いているようです。外部からこのような評価を頂いているのは光栄であると共に、投資家の方々に高い評価を頂けるよう鋭意努力してまいります。</p>
<p>美顔器のジェルの売上や利益があとから寄与するなら、通期の業績予想はかなり保守的すぎないか？</p>	<p>通期業績予想につきましては、わが国経済の未だ厳しく不透明である状況を鑑み、若干の上方修正といたしております。</p>
<p>月次開示は？</p>	<p>主要子会社につきまして、開示を検討しております。</p>
<p>有利子負債が多いにもかかわらず配当を出す予定。そうすると資金繰りは大丈夫ですか？</p>	<p>業績の回復に伴う営業活動によるキャッシュフローの増加により、有利子負債の返済と配当実施は十分両立すると考えております。</p>

質問内容	回 答
<p>御社の株式は買いたい時に買いつらい、つまり流動性が低いようなのですが、その辺はどのようにお考えでしょうか？</p>	<p>日々の出来高を受け、当社としましても流動性を高める必要があることは強く認識いたしております。今後の株式市場の動向等を踏まえ、適切な資本政策については今後慎重に検討してまいりたいと考えております。</p>
<p>関連会社との取引を効率化するために、今後、システム投資を考えていますか？</p>	<p>現状で大掛かりなシステム投資は必要ないと認識しておりますが、関連会社との取引を効率化する為の施策は、費用対効果を考えながら、検討してまいります。</p>