



平成 25 年 12 月 4 日

各 位

本社所在地 東京都新宿区北新宿二丁目 21 番 1 号
会 社 名 健康コーポレーション株式会社
代 表 者 代表取締役社長 瀬戸 健
コード番号 2928 札幌証券取引所アンビシャス
問合せ先 取 締 役 香西 哲雄
電 話 番 号 03-5337-1337
U R L <http://www.kenkoucorp.co.jp/>

「中期ビジョン 2018」策定に関するお知らせ

当社は、第11期（平成26年3月期）を初年度とする中期ビジョンを策定しましたので、下記のとおりお知らせいたします。

1. 中期ビジョン策定の背景

当社グループは、創業以来、「豆乳クッキーダイエット」などの健康食品をはじめ、家庭用美顔器「エステナードソニック」、「どろ豆乳石鹸 どろあわわ」を主力商品とする美容関連商品をインターネット通信販売等を通じて販売・提供しており、昨年からはプライベートジム「RIZAP（ライザップ）」のフィットネス事業にも参入し、「美容」と「健康」をキーワードに、「夢・驚き・感動」のある商品・サービスを提供することで、健康を願う全ての人々の健康に貢献したいという考えのもと、業容を拡大してまいりました。

第11期（平成26年3月期）では、株式取得による日本リレント化粧品株式会社、株式会社イデアインターナショナル（東証JASDAQ：コード番号3140）、株式会社馬里邑の子会社化や株式会社弘乳舎の株式譲渡など、戦略的企業再編を推進しております。

このような状況を踏まえ、第11期からの5ヶ年を再編、成長の5年間と位置付け、当社グループの今後の方向性と成長戦略を「中期ビジョン2018」として策定いたしました。

2. 「中期ビジョン2018」の概要

① 当社及び当社グループの特長

ベビーからシニアまで、人生のライフステージ別に沿った商品・サービスの提供を通して、体と心の健康とともに夢や希望を届ける事業を展開しております。

② 事業環境

経済政策や金融政策を背景に、緩やかに景気回復の兆しが見られ、高額商品や百貨店売上等で消費が好調になるなかで、生活必需品である消費財から嗜好品や投資などの自己投資型消費においても好転するものと推測されます。

③ ビジョン

グループの中核である当社が、人生を豊かにする「自分投資」＝高付加価値商品・サービスの販売支援会社となる。

④ 基本方針

■ M&A戦略の推進

- 当社の広告宣伝による販売支援で成長が見込まれる事業ドメインへの積極的なM&Aを行いグループの拡大と強化を図る。
- 当社を中心とした高付加価値サービス企業グループを形成する。

■ 販売と運営の分離

- 当社が得意とする広告宣伝（販売）を担い、グループ各社が事業運営に専念することで、サービス・人材教育の水準を高め、質の高い感動サービスを提供する。
- 当社をハブとしたグループ間連携を強化し、収益の極大化を図る。

■ ブランドの確立

- 人生を豊かにする（楽しむ）ための、「自分投資」＝高付加価値商品・サービスを提供するグループブランドを確立する。
- 当社は広告宣伝を主とした販売支援会社としてのブランドを確立する。

以 上

中期ビジョン 2018

～ 人生を豊かにする高付加価値サービス企業へ ～



2013年12月4日

健康コーポレーション株式会社

(札幌証券取引所アンビシャス 証券コード2928)

目次

- | | |
|--------------------------|-------------|
| 1. 当社グループの特長・業績推移 | P.3 |
| 2. 事業環境 | P.7 |
| 3. 中期ビジョン | P.10 |
| 4. 経営戦略 | P.13 |

当社グループの特長・業績推移

経営理念

わたくちたちは世界でいちばん、イキイキワクワクした

「けんこう (KENKOU)」をつくり

「えがお (EGAO)」

「かがやき (KAGAYAKI)」

「ありがとう (ARIGATOU)」

を世界中に広めます

当社グループの特長

人生のライフステージ別に沿った商品・サービスを通して、夢や希望を届ける

当社グループが考える「健康」の定義とは

笑顔でいられる時間

明るくポジティブでいられる時間

夢や希望をもっていられる時間

～ それは、からだの健康だけではない ～

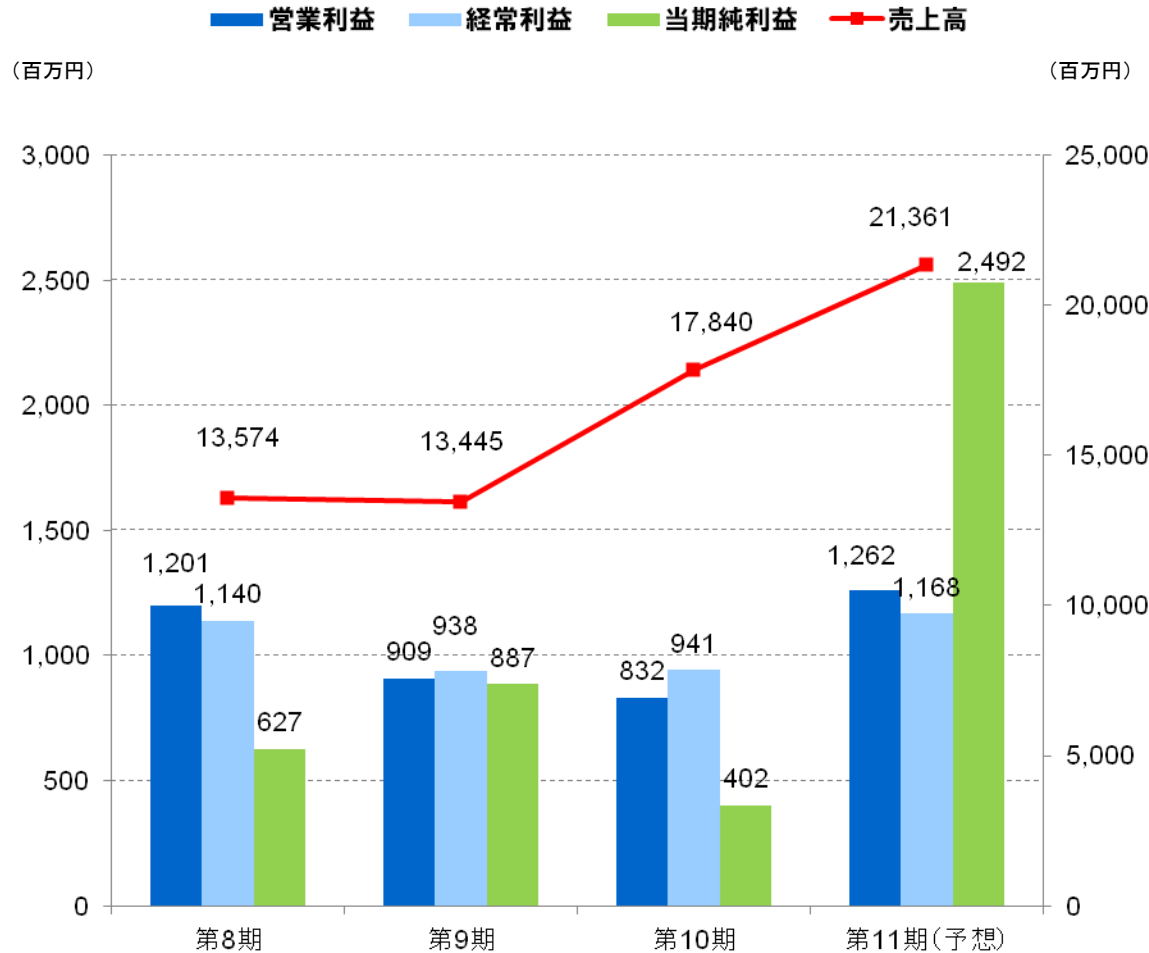


「健康」はゴールではなく笑顔でいられるための『**手段**』

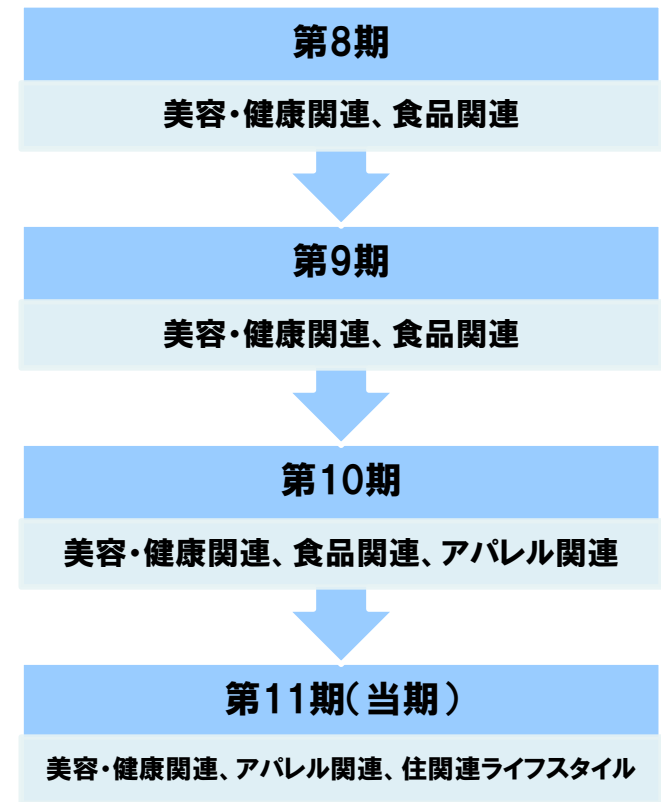
いつまでも **イキイキ・ワクワク** できる
付加価値の高い商品・サービスを提供

乳児期	幼児期	青年期	壮年期	高齢期
ベビー	健康	美容・健康・結婚・出産	健康増進・アンチエイジング	セカンドライフ・生きがい
				

新規事業・M & Aによるグループ拡大に伴い売上拡大



当社グループ事業の変化



事業環境

景気回復の期待感から高額商品等の消費が好調

百貨店

【商品別売上前年比の寄与度とトレンド:2013年9月度】

商品別	売上前年比	寄与度	トレンド
総額	2.8	-	2ヶ月連続プラス
衣料品	3.2	1.1	2ヶ月連続プラス
身のまわり品	5.2	0.7	2ヶ月連続プラス
化粧品	1.4	0.1	7ヶ月連続プラス
美術・宝飾・貴金属	6.3	0.3	13ヶ月連続プラス
その他雑貨	4.0	0.3	4ヶ月連続プラス
雑貨	3.8	0.6	11ヶ月連続プラス
家庭用品	-0.4	0.0	2ヶ月ぶりマイナス
食料品	1.9	0.5	2ヶ月連続プラス
食堂喫茶	0.1	0.0	11ヶ月連続プラス
サービス	-2.8	0.0	2ヶ月ぶりマイナス
その他	-2.0	0.0	2ヶ月連続マイナス
商品券	-7.7	-0.2	31ヶ月連続マイナス

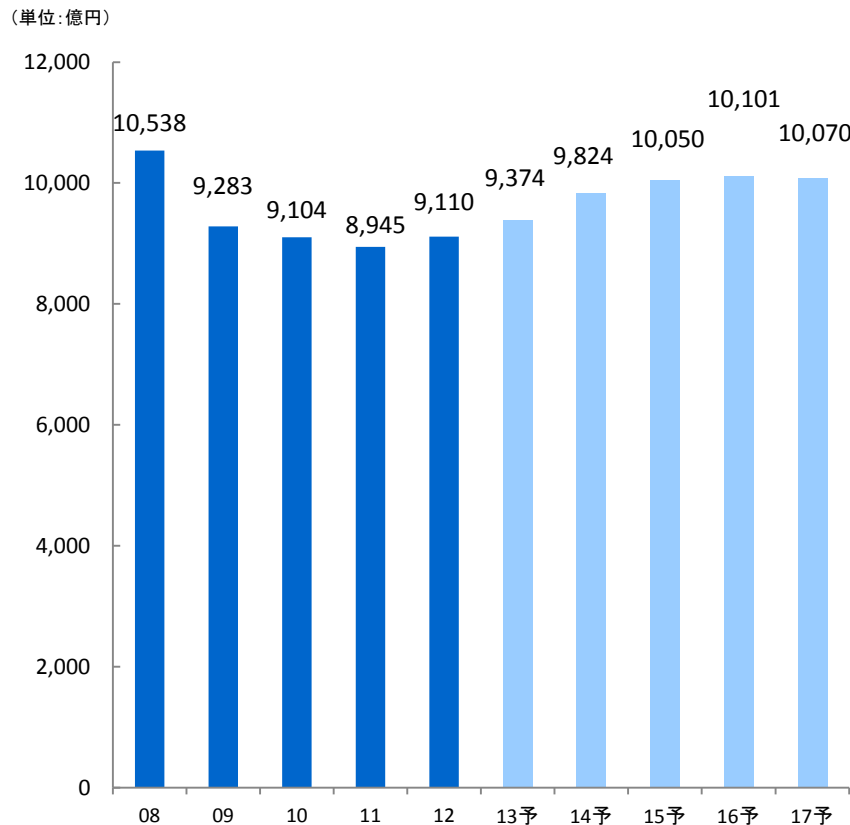
(注) 化粧品、美術・宝飾・貴金属、その他雑貨、生鮮食品、菓子、惣菜、その他食料品については、2006年1月から細分化した。

出典：日本百貨店協会 平成25年10月『平成25年9月全国百貨店売上高概況』

消費財から自分投資へのシフト

宝石・貴金属小売市場規模推移

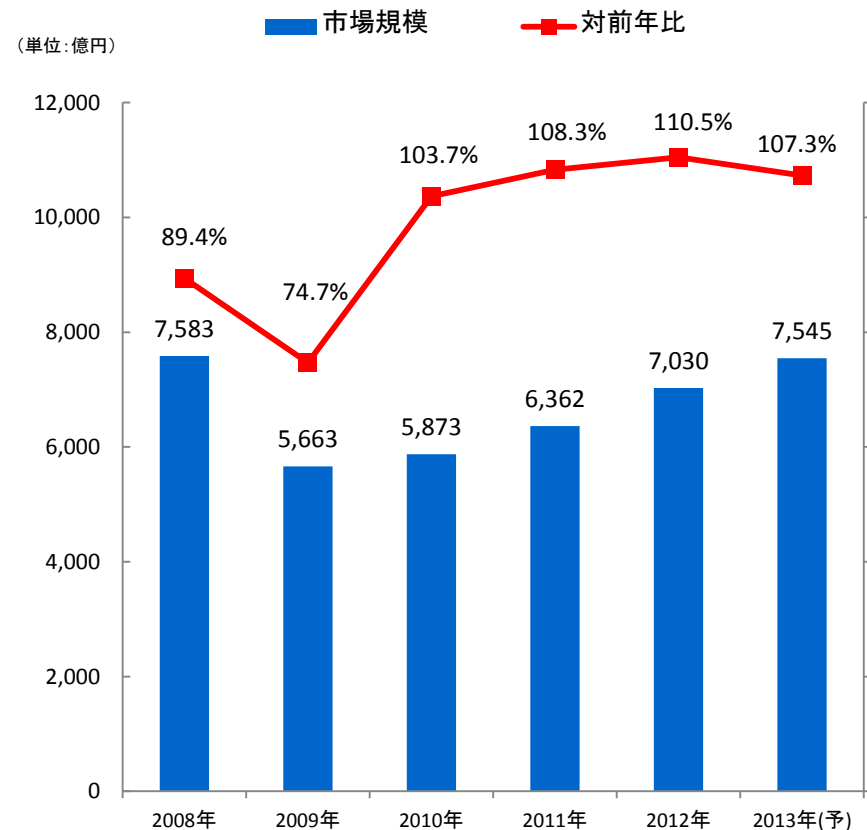
景気回復の期待感から、2015年には1兆円規模の回復を予測



出典: 矢野経済研究所 『宝飾品(ジュエリー)市場に関する調査結果 2013』

高級インポート雑貨市場規模推移

2012年は6年ぶりの二桁成長、2013年は高額商品が旺盛に



出典: 矢野経済研究所 『高級インポート雑貨(アクセサリ)市場に関する調査結果2013』

中期ビジョン

**グループの中核である当社が
人生を豊かにする「自分投資」
＝ 高付加価値商品・サービス
の 販売支援会社 となる**

M & A戦略

- 健康コーポレーションの広告宣伝による販売支援で成長が見込まれる事業ドメインへの積極的なM & Aを行いグループの拡大と強化を図る
- 健康コーポレーションを中心とした高付加価値サービス企業グループを形成する

販売と運営の分離

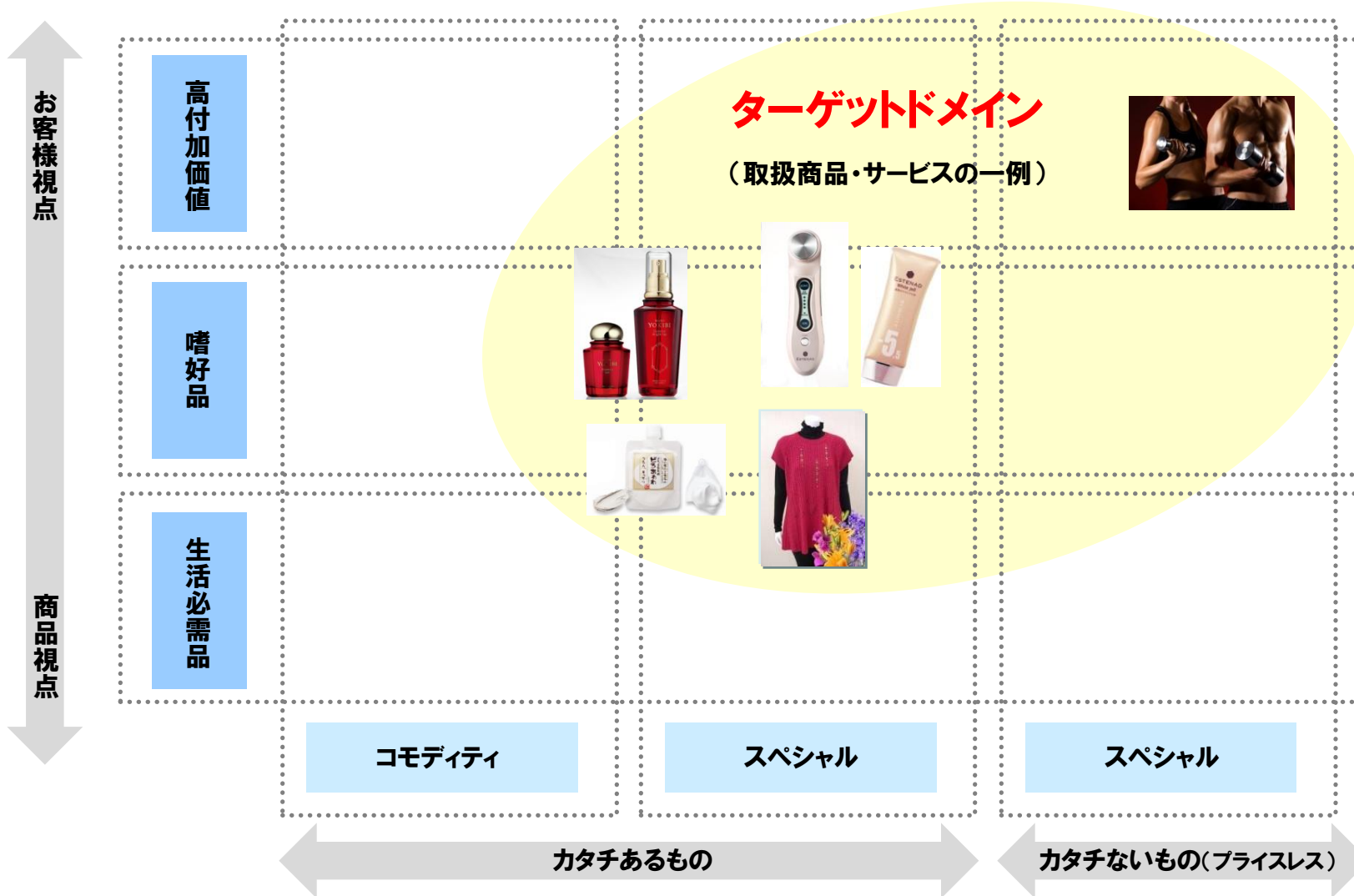
- 健康コーポレーションが得意とする広告宣伝(販売)を担い、グループ各社が事業運営に専念することで、サービス・人材教育の水準を高め、質の高い感動サービスを提供する
- 健康コーポレーションをハブとしたグループ間連携を強化し、収益の極大化を図る

ブランドの確立

- 人生を豊かにする(楽しむ)ための、「自分投資」=高付加価値商品・サービスを提供する企業ブランドを確立する
- 健康コーポレーションは広告宣伝を主とした販売支援会社としてのブランドを確立する

経営戦略

心と体の健康を提供する付加価値の高い商品・サービスを展開



Needs型 ではなく Wants型 の事業ドメインへの拡大

Needs型

ないと困るもの
生活必需品 等

**Wants型**

あると幸福度が上がるもの
嗜好品、高付加価値商品 等

Wants型のイメージ（例）

健康でありたい

ダイエットして
自信を持ちたい

もっと美しく
なりたい

おしゃれに
なりたい

Wants型は心理的充足が最も高い

異なる商品・サービス市場でありながら「同じ目的」をもった事業ドメイン

◀ M & Aの実例 ▶



このM & Aの目的は・・・

異なる商品でありながら、
美しくなりたい・綺麗になりたい
という同じ目的を持ったドメイン
と捉えた場合、同じ市場であり
事業シナジーが見込めるため

既に世の中にあるもので、同じ目的を持った
事業ドメインを開拓し、新しい価値をつけて
市場を形成できる可能性が見込める事業

広告宣伝活動が積極的に行える収益構造の事業ドメインが対象

◀ イメージ ▶

原価	50%
諸経費	40%
広告宣伝費	5%
<hr/>	
営業利益	5%

利益率:低

粗利率が低く、損益分岐点の高い
事業は広告宣伝活動が限定的

原価	30%
諸経費	10%
広告宣伝費	50%
<hr/>	
営業利益	10%

利益率:高

粗利率が高く、損益分岐点の低い
事業は広告宣伝を積極的に行える



高付加価値の商品・サービス

収益構造の優位性がもたらす機動力

■ 一般的なスポーツクラブ

人件費	30%
家賃	20%
水道光熱費	10%
設備・維持コスト	10%

利益率:低

■ RIZAP（プライベートジム）

人件費	25%
家賃	3~4%
水道光熱費	1~2%
本部管理コスト	5%

利益率:高

圧倒的なコストの優位性により積極的な広告宣伝活動を実現

⇒ 健康コーポレーションの広告宣伝力が生きる

自己実現を可能にするお客様視点の企業集団を形成する

- お客様のゴール
- 悩み・欲求の解消・実現
- 良さを伝えるメッセージ
- 感動サービス & 商品

商品・サービスを通じて夢を叶える **自分投資** の実現

お客様

健康コーポレーションによる販売支援(広告宣伝活動)

化粧品



美容機器



ボディメイク



婦人服



オーガニック化粧品



健康CPの販売支援でグループ各社を結び、各社の売上向上を図る

通販サイト集客



折込広告



広告宣伝を主体とした
販売支援会社の
位置付け

交通広告



テレビCM

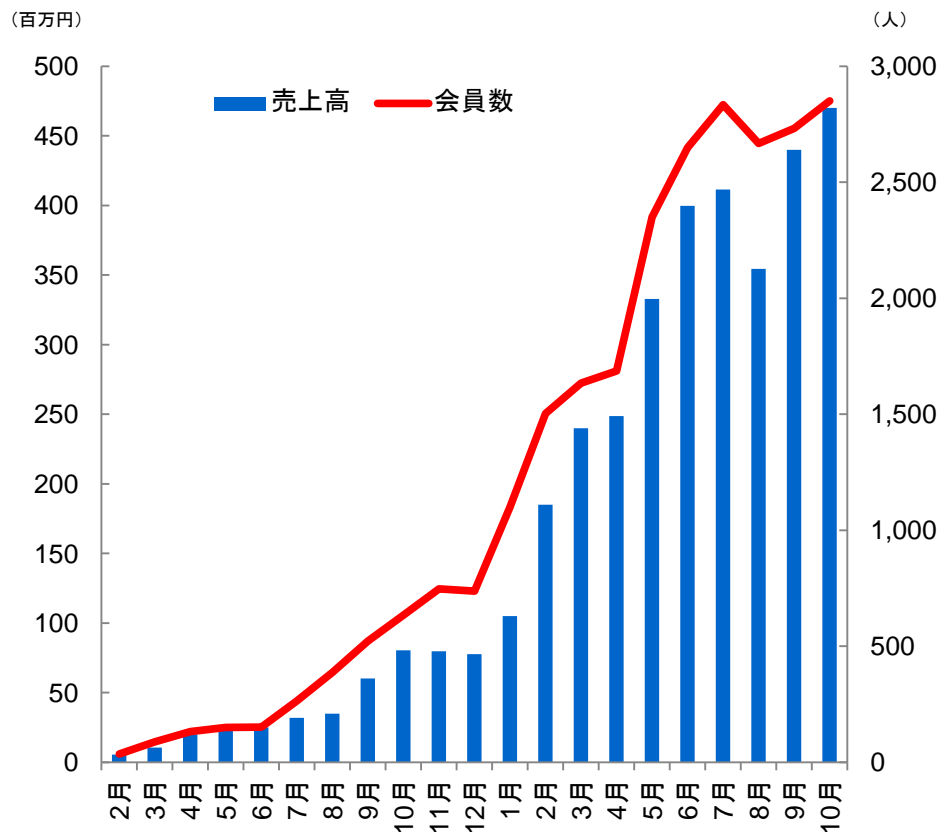


広告宣伝ノウハウを駆使し、情報の拡散と認知度向上による売上拡大施策

潤沢な広告宣伝費が
生み出す圧倒的な露出



認知度向上による
新規会員数・売上の増加



運営への専念により質の高い商品・感動サービスを提供

◀ RIZAPの例 ▶



パーソナルトレーナーの品質にこだわるRIZAPは、全国のトレーナーを一堂に集めるスキルアップ研修を毎月実施



RIZAP会員様専用のアプリを開発し、毎日の食事管理やアドバイスなど、きめ細かいサポートを提供

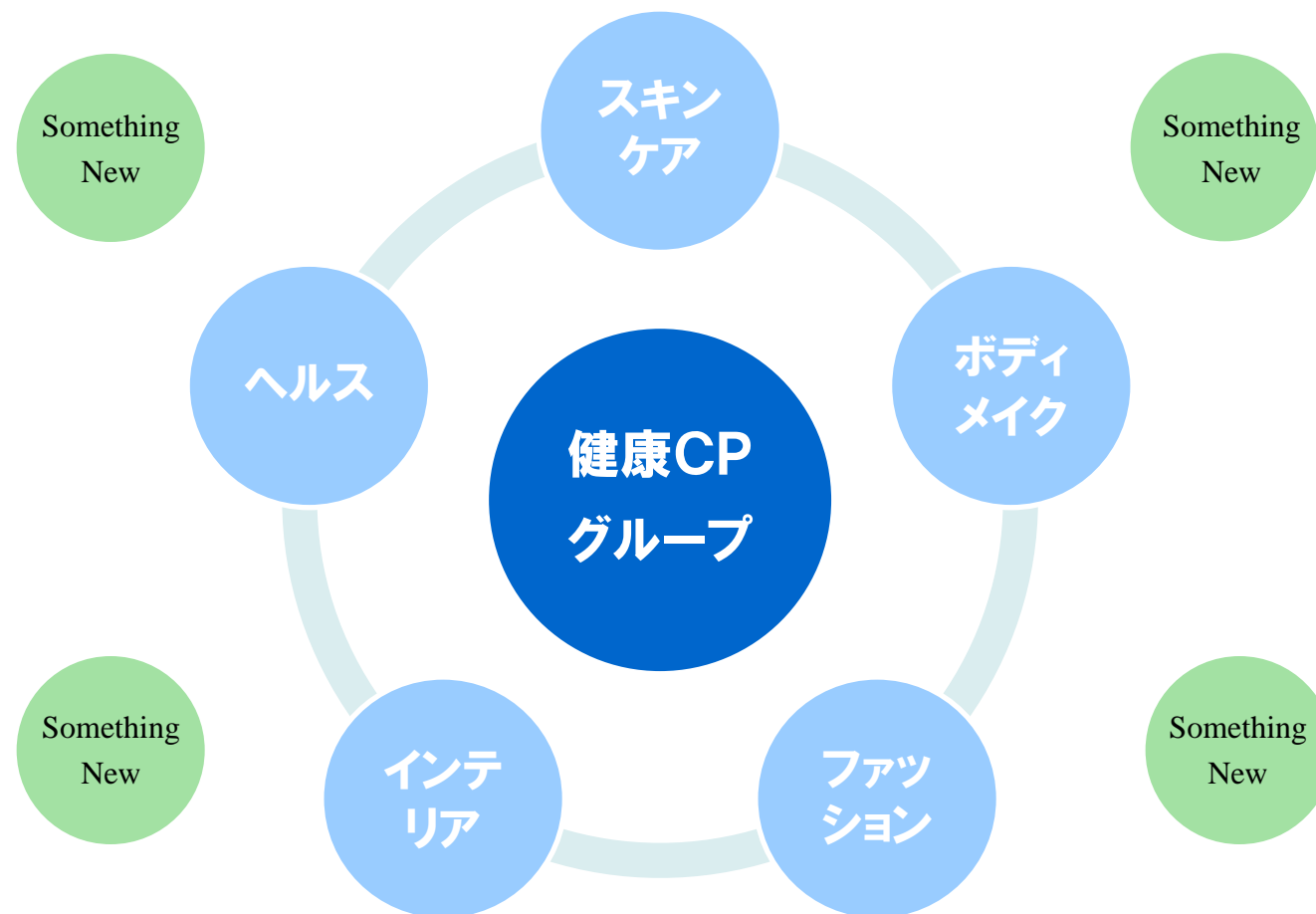


RIZAP会員様専用の食事ガイドラインで、会員様それぞれに合った食事法をご提案

高付加価値サービスの提供により高販売価格を実現

人生を豊かにする「自分投資」でなりたい自分をサポートする企業に

健康コーポレーショングループは笑顔になるための『手段』を提供する



本資料は、当社および当社グループ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。

健康コーポレーション株式会社

<http://www.kenkoucorp.co.jp/>

