



健康食品・化粧品の受託(OEM)総合メーカー



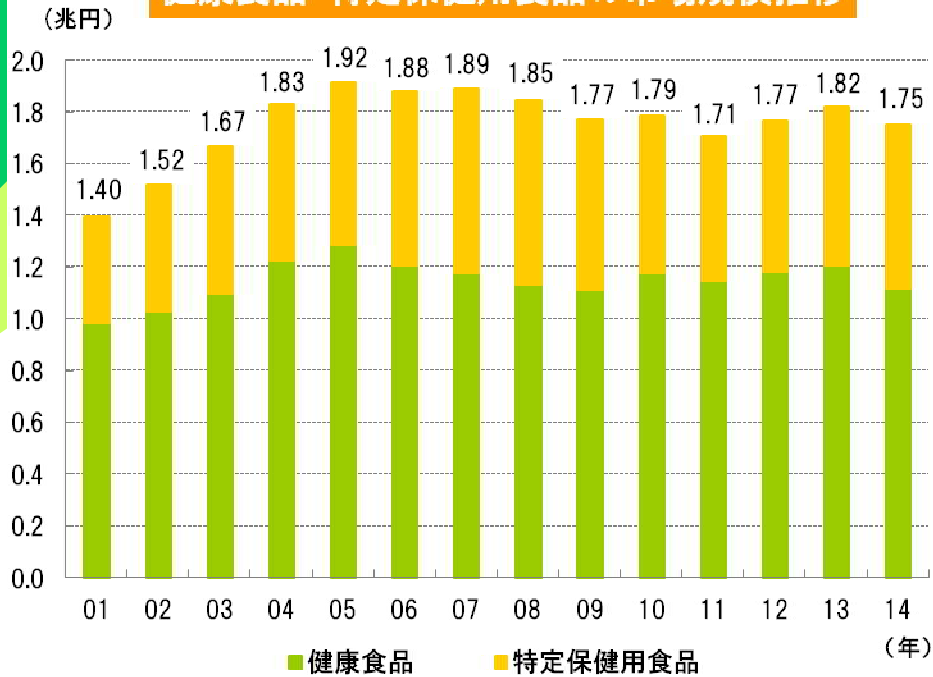
株式会社 AFC-HD
アムスライフサイエンス

平成27年8月期 第2四半期決算説明会資料
(平成26年9月1日～平成27年2月28日)

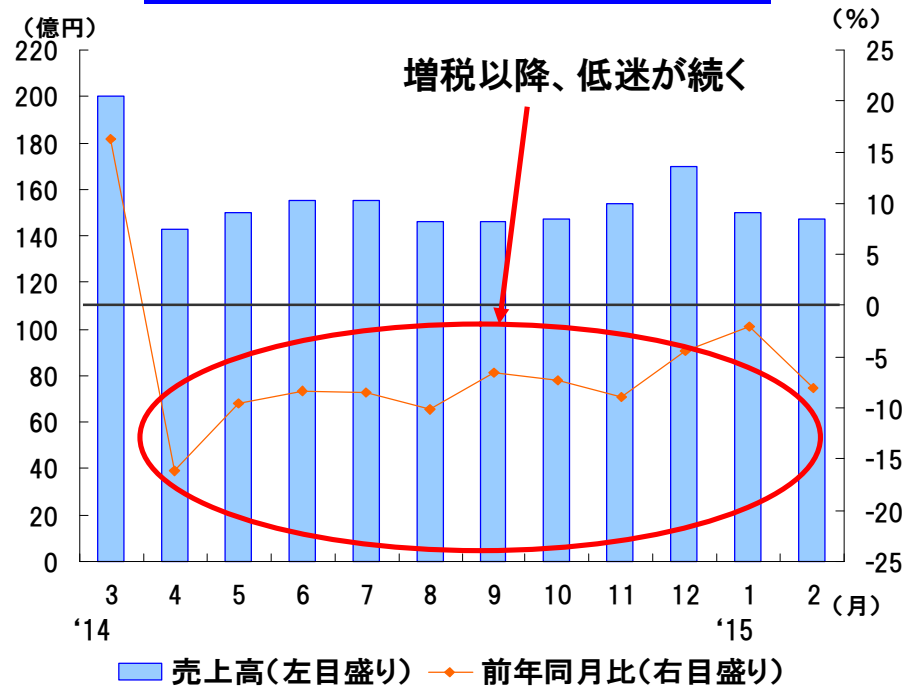


健康食品業界の動向

健康食品・特定保健用食品の市場規模推移



健食における通販市場の売上高推移



【2014.12.19健康産業速報掲載】
【2014.12.24健康産業速報掲載】

【日本通信販売協会】

回復基調にあった市場は消費増税以降、低迷し、特に市場の牽引役であった通販市場においては前年割れが続くなど、総じて厳しい市場環境であった。



AFC-HDアムスライフサイエンスグループ

第2四半期決算報告



第2四半期決算の状況(連結)

業績比較表 (直近3期間)

(百万円)

連結	平成25年8月期 第2Q 実績	平成26年8月期 第2Q 実績	平成27年8月期 当初 第2Q 計画	平成27年8月期 第2Q 実績	対前年同期 増減率
売上高	7,278	6,887	7,000	6,778	△1.6%
営業利益	480	351	330	352	0.5%
経常利益	441	317	300	327	3.2%
四半期純利益	240	204	170	214	4.7%
経常利益率	6.1%	4.6%	4.3%	4.8%	—

減収要因 ・主力事業のOEM部門においては、前年同期比2.4%増となったものの、店舗販売部門において利益追求のため不採算店舗の閉鎖を進めたことが影響。

増益要因 ・店舗閉鎖をはじめとする労務費削減、通信販売部門の会報誌発送部数削減などの経費節減効果。

第2四半期決算の状況(連結)

部門別売上高の状況 (直近2期間) (百万円)

	事業部門	平成26年8月期 第2Q 実績	平成27年8月期 当初 第2Q 計画	平成27年8月期 第2Q 実績	対前年同期 増減額	対前年同期 増減率
ヘルス ケア 事業	OEM部門	3,476	3,500	3,558	82	2.4%
	海外部門	305	325	307	2	0.7%
	通信販売部門	757	825	700	△56	△7.5%
	卸販売部門	416	450	383	△32	△7.8%
	店舗販売部門	1,138	1,125	1,065	※1 △73	△6.5%
	その他	80	75	75	△5	△6.8%
医薬品 事業	—	711	700	687	※2 △24	△3.4%
合計	—	6,887	7,000	6,778	△108	△1.6%

※1 店舗閉鎖の影響として、前年同期に対し売上高が93百万円減少したものの、百貨店の通販売上の増加などにより、前年同期対比で73百万円の減少に留まった。

※2 (株)エーエフシーでの店舗閉鎖及び薬品取扱品の減少により、店舗販売の医薬品売上が前年同期対比で21百万円の減少となった。

連結 資産の状況

(単位:百万円)

	(2014年) 平成26年8月期	(2015年) 平成27年8月期 2Q	対前期末増減
資産合計	16,811	16,736	△75
内訳 流動資産	8,117	8,052	△64
固定資産	8,694	8,683	△11
負債合計	10,241	9,948	△293
内訳 流動負債	6,633	6,319	△313
固定負債	3,608	3,628	19
純資産	6,570	6,788	217

資産: 既存倉庫の隣接地を取得し土地が164百万円増加した反面、現金及び預金が208百万円減少。

負債: 借入金などの返済により、有利子負債が470百万円減少。

純資産: 四半期純利益の計上で、利益剰余金が154百万円増加。



第2四半期決算の状況(単体)

業績比較表 (直近3期間)

(百万円)

単 体	平成25年8月期 第2Q 実績	平成26年8月期 第2Q 実績	平成27年8月期 第2Q 実績	対前年同期 増減率
売上高	5,472	5,235	5,236	0.0%
営業利益	461	298	291	△2.6%
経常利益	426	278	287	3.4%
四半期純利益	251	176	191	8.7%
経常利益率	7.8%	5.3%	5.5%	—



AFC—HDアムスライフグループ

上期の状況及び

下期の取り組みについて





AFC-HDアムスライフサイエンス OEM事業 報告と取り組み

上期

前年同期比:2.4%増
ダイエット商材受注減の影響を除くと、
伸び率は9.5%と好調

【増収要因】

- 定番素材(関節対応、美容商品)が
堅調に推移



- 特に青汁、スムージーなど一般食品
寄りの商材が伸長

取引社数

前年同期比 259社 → 272社 へ増加

下期

- 営業サイドとしては、引き続き、一般食品
寄りの商材の拡販に努める



青汁



スムージー

- 日本予防医学研究所との連携を強化



4月 機能性表示制度開始

各社様子見の状況

当社としては、取引先と協力し取り組む方針



OEM事業のサポート 日本予防医学研究所 報告と取り組み

特許申請を準備

OEM市場の競争激化



他社との差別化を図る



独自技術の開発

- 平成26年8月 製剤技術の開発に成功
- 現在(平成27年4月) 特許申請を準備中
- 今期中(平成27年6~7月) 申請を予定

- ・技術力をアピール
- ・国内外の新たな販路を開拓

機能的表示食品制度の背景

国民医療費の推移



医療費が毎年増大しており、2025年には50兆円を超える見込み

(出典)総務省「ICT超高齢社会構想会議報告書」(厚生労働白書(平成24年)、厚生労働省「医療費等の将来見通し及び財政影響試算(平成22年10月)より)

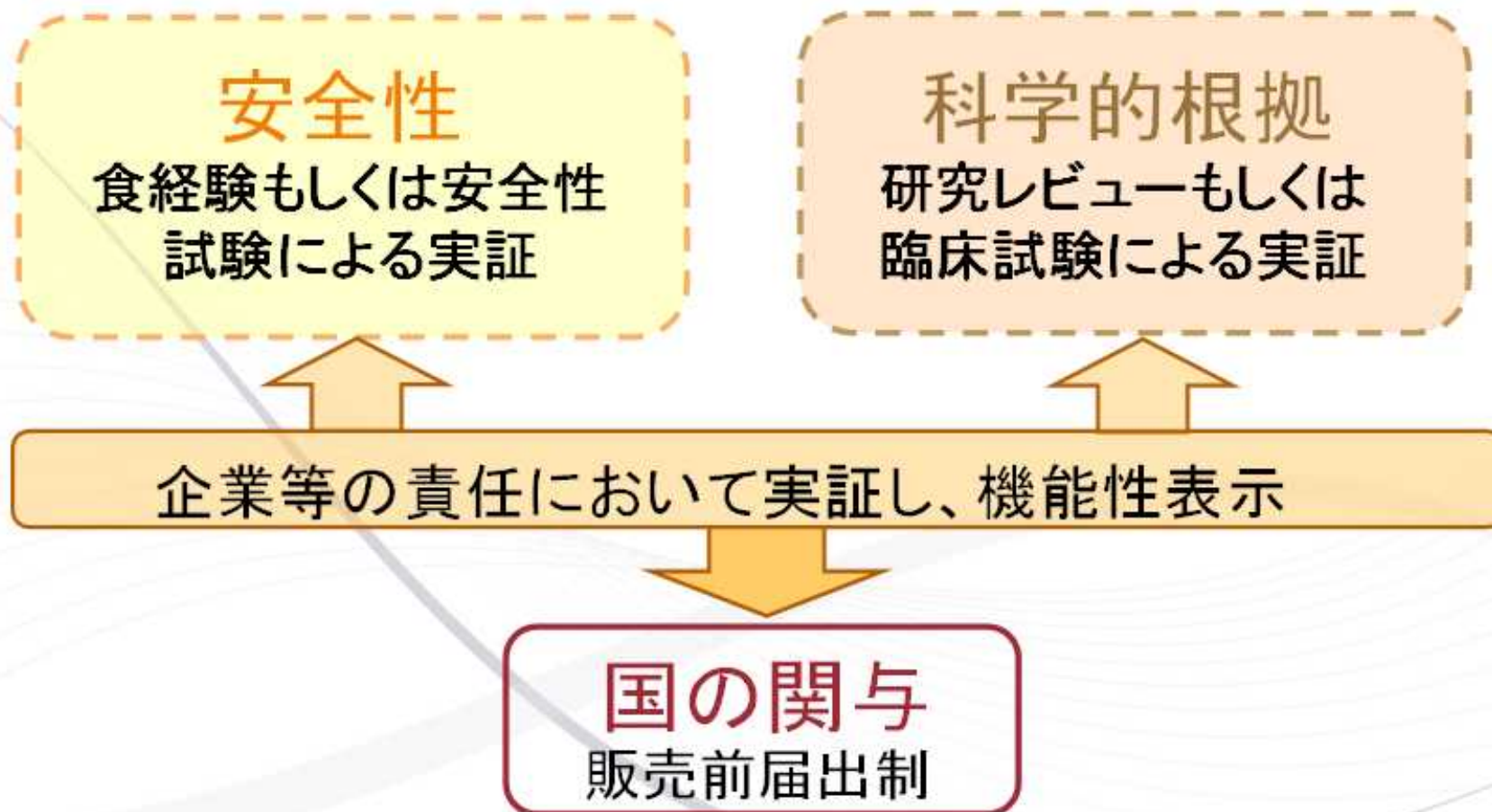
平成25年6月 安倍総理「成長戦略第3弾スピーチ」(一部抜粋)

健康食品の機能的表示を、解禁いたします。国民が自らの健康を自ら守る。そのためには、適確な情報が提供されなければならない。当然のことです。現在は、国から「トクホ」の認定を受けなければ、「強い骨をつくる」といった効果を商品に記載できません。お金も、時間も、かかります。とりわけ中小企業・小規模事業者には、チャンスが事実上閉ざされていると言ってもよいでしょう。アメリカでは、国の認定を受けていないことをしっかりと明記すれば、商品に機能的表示を行うことができます。国へは事後に届出をするだけでよいのです。今回の解禁は、単に、世界と制度をそろえるだけにとどまりません。農産物の海外展開も視野に、諸外国よりも消費者にわかりやすい機能表示を促すような仕組みも検討したいと思います。

アベノミクスの一環としてスタート!

機能性表示食品制度とは

特定保健用食品(トクホ)、栄養機能食品以外のいわゆる健康食品をはじめとする保健機能を有する成分及び農林水産物について、企業等の責任において科学的根拠をもとに、機能性表示を行うことができる制度



販売日の60日前(受理番号が付与された日から起算する)までに安全性や有効性等の根拠情報を含めた製品情報について、消費者庁長官に届け出る。

食品の新たな機能的表示制度による新たな分類

現行の分類

医薬品	食品		
医薬品 (医薬部外品・再生医療等 製品を含む)	-----保健機能食品-----		一般食品 (いわゆる健康食品を含む)
	栄養機能食品 (規格基準型)	特定保健用食品 (個別許可・規格基準型)	

← 機能的表示が可能 →

新制度施行後の分類

新たなカテゴリーが追加

医薬品	食品			
医薬品 (医薬部外品・再生医療 等製品を含む)	-----保健機能食品-----			一般食品 (いわゆる健康食品を含む)
	栄養機能食品 (規格基準型)	特定保健用食品 (個別許可・規格基準型)	機能的表示 食品	

← 機能的表示が可能 →



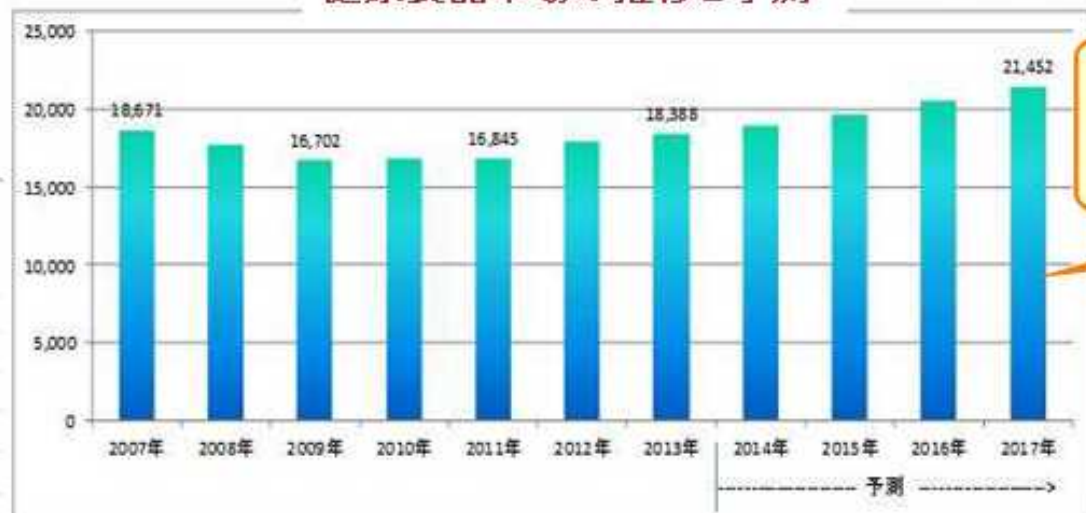
ビタミンC、マグネシウム、
ビオチン、カルシウムなど



健康食品産業にもたらすメリット

健康食品市場の推移と予測

(単位:億円)



2017年の健康食品市場は
約2兆1,450億市場に成長と予測
(2013年の市場規模は約1兆8,400億円)

出典: 株式会社シード・プランニング、プレスリリース
(平成26年6月)より

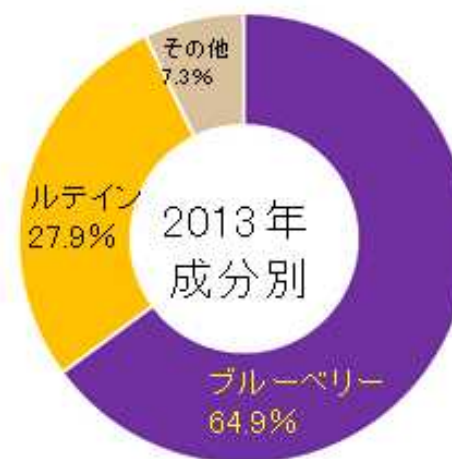
(シード・プランニング作成)

- 特定保健用食品でも認められにくい分野(主観的な指標による疲労・眠気等)や体の部位を含めた幅広い機能表示が可能。消費者の商品選択の幅が広がる。
- 詳細な製品情報を提供できることから、現在の健康食品のメインチャネルである通信販売だけでなく、伸び悩む店舗販売の市場の拡大が期待される。
(米国のダイエタリーサプリメント市場の65.9%が店舗販売)
- 健康食品への信頼性の高まり。(安全性と機能性の根拠を公表)

但し、全ての情報が公開される為、指摘を受け商品撤回することのないよう注意する必要がある。

機能性表示食品制度への取り組み①

アイケア市場

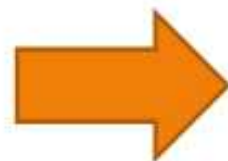


財 富士経済/H・Bフーズマーケティング便覧2015

アイケア市場は、従来の眼精疲労を訴求するブルーベリーが主体。
しかしながら、中年における眼疾患リスクの高まりを受けて、近年は加齢に伴う症状
(白内障、緑内障、加齢黄斑変性等)の予防を目的とした需要が高まる。

機能性表示食品制度への取り組み②

アイケア訴求の
特定保健用食品



0件 / 1146件

平成27年4月2日現在

AFC機能性表示食品 第一弾！

機能性関与成分：ルテイン

対象既存商品：ルテインGOLD、RICHルテイン

科学的根拠(SR)：実施済み

※現在申請書類作成中(平成27年4月現在)



AFC-HDアムスライフサイエンス 国際部 報告と取り組み

上期

前年同期比:0.7%増

【増収要因】

- フィリピンでのOEM取引安定化
市場ニーズの高まり
↓
美白商材の受注好調

- シンガポールAFC代理店好調
新商品投入によるラインナップ充実



定番人気商品
眼の源
(ルテイン)



新商品
ダイヤモンド
ビジョン

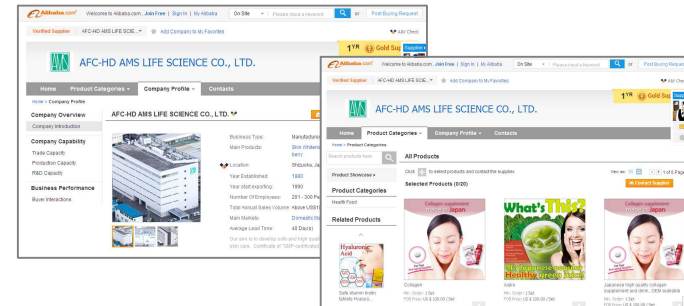


新商品
プロビジョン

下期

- 新規開拓

- ①大手企業との取引に注力
- ②オンライン・マーケット「アリババ」の活用



- 香港での既存OEM顧客へ販売を強化
美容商材での拡販

(※旧AFCもりや・旧正直村)

エーエフシー AFC百貨店事業部

報告と取り組み

上期

●新規顧客およびリピーターの獲得

「お試し品」で商品の良さを知っていただく



体感しやすい商材・体感しやすい日数分



「お試し品」の容量と価格の見直し



ターゲット顧客の絞り込みにつながった



ブルーベリー ルテイン オメガ3 プラセンタ

	内容量	価格
前期	1~2日分	無料
今期	7日分	有料 (1,000~2,000円)

【減収要因】

●前期に行った不採算店舗の閉鎖

(※旧AFCもりや・旧正直村)

AFC エーエフシー 百貨店事業部 報告と取り組み

下期

- 上期に続き、新規顧客およびリピーターの獲得
- ロコモ対策の新商品2種の拡販

①『アミノミプサ』

[三越伊勢丹専売商品]

ロコモ対策

商品設計:味の素ヘルシーサプライ(株)

製造:(株)AFC-HDアムスライフサイエンス

販売:三越・伊勢丹の外商部(全国)および
三越伊勢丹内の当社直営店

・三越伊勢丹「オンリー・エムアイ 春の
キャンペーン」選定商品



3つの力でアクティブライフをサポート

動く力

AminoL40

支える力

ビタミンK2

若々しさ

還元型コエン
ザイムQ10

主配合素材:AminoL40

味の素(株)が開発した独自配合の必須アミノ酸ミックス
外部提供は当社が初

内容量:60スティック/30日分

販売価格:16,200円(税込)

ロコモとは、加齢により筋肉、骨、関節などの運動器が衰え、立ったり座ったり歩いたりなどの基本的な動作が困難になる状態をロコモティブシンドローム(運動器症候群=ロコモ)という

(※旧AFCもりや・旧正直村)

AFC エーエフシー 百貨店事業部

報告と取り組み

下期

②『ラクするアミノグルコ™』

[当社直営全店舗にて販売]

ロコモ対策

3つの成分をバランスよく配合



AFCオリジナル設計



ゼリータイプ

内容量: 30包/30日分
販売価格: 9,180円(税込)

3月発売



ロコモ対策の新商品2種



3ヵ月単位で定期的に販売



顧客の囲い込み

(※旧AFCもりや・旧正直村)

AFC エーエフシー 百貨店事業部 報告と取り組み



外商顧客専用チラシ



産直チラシ



通販カタログ

カタログ・
産直チラシ



AFCコールセンターにて受注



AFC物流センターより配送

外商部

店舗

出店状況 (過去2年半)	店舗数
平成24年8月末	76
平成25年8月末	65
平成26年8月末	58
新規出店	1
閉店	1
平成27年2月末	58



催事

催事・
ギフト

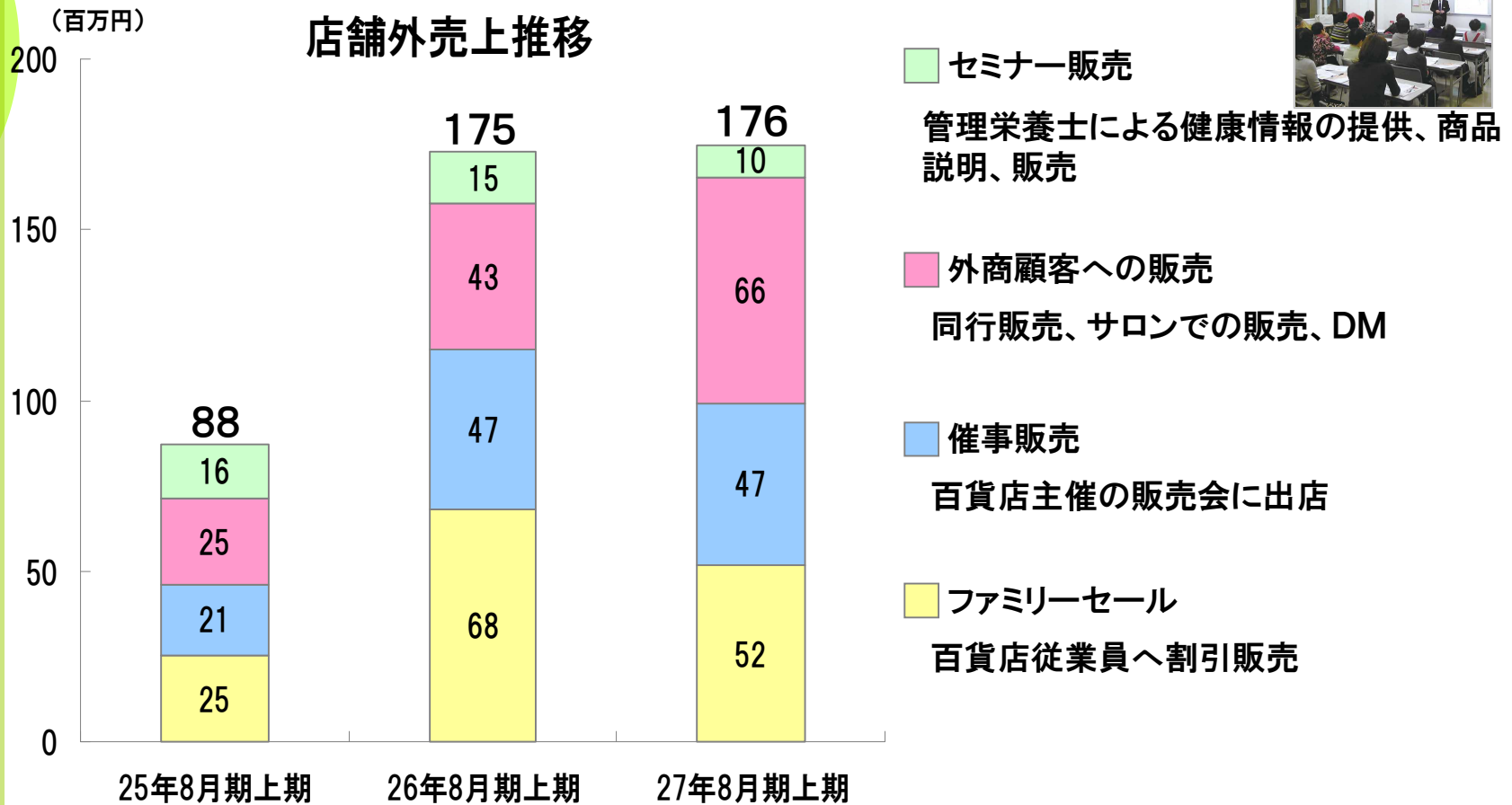


ギフト会場

大手百貨店で取り組み出した“店舗を中心とした拡販体制”を、精度を上げるとともに、全店へ波及させていく

(※旧AFCもりや・旧正直村)

エーエフシー AFC百貨店事業部 報告と取り組み

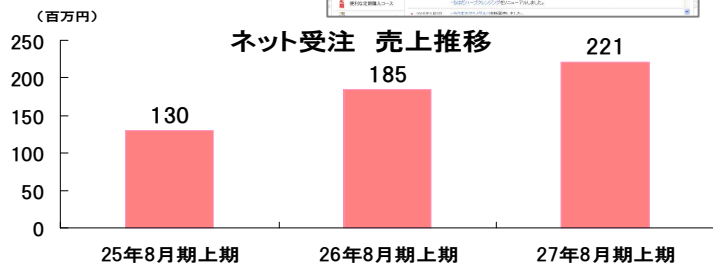


AFC エーエフシー 通販事業部 報告と取り組み

上期

前年同期比:7.5%減

- ネット受注の伸長
顧客ニーズに合った商品開発・広告展開



- 一方、電話受注は消費増税後、影響が残り減収（現在回復傾向）

- 販売促進活動の見直し

広告効率の向上・利益改善

下期

- 既存商品の拡販(ネット受注)
・ブランディング



- 新規顧客の獲得並びに顧客の固定化
(電話受注)

- ・ 広告効率の良い媒体選び
- ・ 市場に合った新商品の投入

4月発売
うるはだハーブクレンジング



- NYK・けんこうTVとの連携強化





エーエフシーの販売促進サポート
日本予防医学研究所
報告と取り組み

県立大学薬学部との共同研究を開始

今までの研究:薬事法により、商品広告などに使用できない(糖下など)



機能性表示制度の開始により、
広告やリーフレットなどで、分かりやすく説明ができる研究へ

研究題 『機能成分の体内利用性の向上に関する研究』



オリーブリーフ

- ・販売促進ツールとして活用
- ・AFC商品の売上アップへつなげる

AFC エーエフシー 流通事業部 報告と取り組み

上期

●新商品の拡販



ハートフルシリーズ 新発売5種 シリーズ計17種



【減収要因】

●店頭における販売促進不足

- ・価格帯
- ・ブランドの認知度

下期

●引き続き、新商品の投入

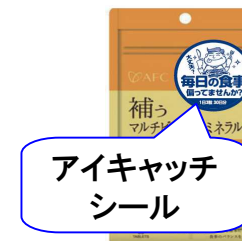
- ・市場動向を逸早く捉える
- ・市場に合った価格帯



3月発売
ココナッツスマート

●販売促進活動の見直し

- ・商品PRの方法
- ・ブランドイメージの訴求



●県内企業へのPB商品を展開

- ・調剤薬局チェーン店
- ・食品製造会社

上期

【医療用医薬品事業】

平成26年4月、薬価引き下げがあったが、

- 平成26年9月より新製品『シルデナフィル』の取り扱いを開始



前年同期比：増収



【一般用医薬品事業】・【健康食品事業(その他)】

- 工場移転(国内から中国)に伴う一時的欠品が影響



前年同期比：売上微減

【利益面】

- 原料(生薬)が高騰したが、工場移転、生産工程などの見直しにより、原価率を改善

下期

【一般用医薬品事業】・【健康食品事業(その他)】

平成26年4月、一般用医薬品のインターネット販売が解禁



- 漢方薬のOEM提案を積極的に行う
 - ・健康食品の通信販売会社など

(国内の健食通販会社数:120社以上)

- 平成27年8月、海外工場が稼働予定



本草センナ(分包)

- 後発医薬品の取り扱いを増加させ売上増につなげる

①ロサルヒド配合錠
(高血圧治療薬)



先発薬:プレミネント配合錠
(ファイザー)

5月取扱販売開始

②バルサルタン錠
(高血圧治療薬)



先発薬:ディオバン錠
(ノバルティスファーマ)

5月取扱販売開始

③クロピドグレル錠
(抗血小板薬)



先発薬:プラビックス
(サノフィ)

6月取扱販売開始

- 廃業、倒産などの医薬品企業の製品を継承し、売上増につなげる

平成26年10月1日
子会社化

S E R E N D I P S 株式会社 セレンディプス

red flower

●取扱店舗数 25店舗

- ・伊勢丹新宿店
- ・バーニーズニューヨーク全店
- ・ザ・コンランショップ3店舗
- ・井筒屋 小倉店 他

●新規導入予定 3店舗

- ・フレッドシーガル(代官山)
- ・コスメーム(仙台)
- ・伊勢丹MIRROR(湘南)



●イギリスのオーガニックコスメブランド

「オーガニックファーマシー」と日本における総代理店
契約を締結

- ・6月25日 プレス発表会開催予定
(表参道BA-TSU ART GALLERYにて)



●掲載媒体



●新商品投入



イタリアンブラッドオレンジ フレンチラベンダー スパニッシュガーデン アイスランドビクムーンフラワー オーシャン



“イスラ ダス ロカス リヴァイタライジング シーソルト スクラブ” 全5種発売！ “ルームディフューザー” 全6種発売！



AFC-HDアムスライフグループ

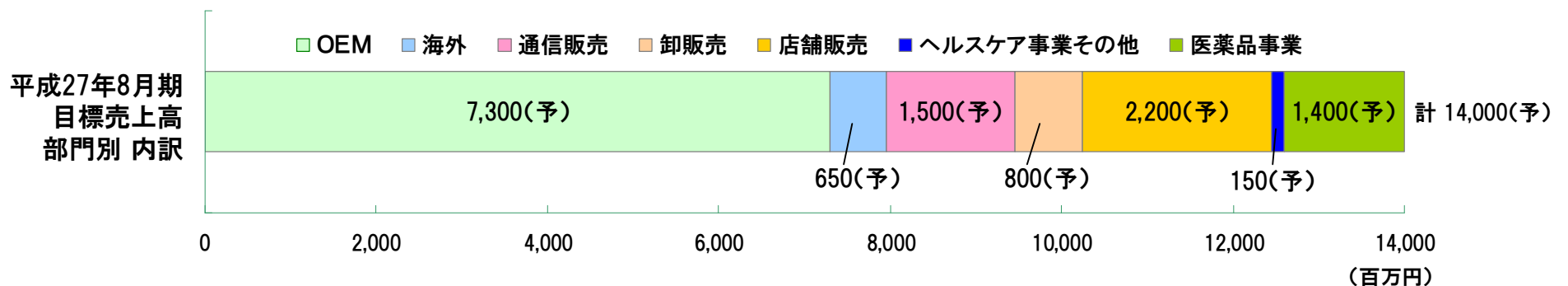
業績予想



平成27年8月期(連結)予想

(百万円)

	平成25年8月期	平成26年8月期	平成27年8月期 第2四半期	平成27年8月期 下期(予想)	平成27年8月期 (予想)
売上高	14,366	13,727	6,778	7,200	14,000
営業利益	902	564	352	400	750
経常利益	818	507	327	370	700
当期純利益	572	282	214	200	400



ご質問 と ご回答

①経営資源を分散し過ぎている印象がある。

ブランドも消費者に認知されていない。

来期、再来期の成長施策は何か？

各事業とも人材が不足しており、成長途上にある。人材育成には時間がかかるが継続してゆく。また、AFCブランドの浸透及び販売拡大のためには、ブランドを背負う商品開発が不可欠。機能性を表示できるルテイン等に注目しており、広告をかけた販売してゆく。

②本草製薬が伸びるのでは？

5月に2品、6月に1品、新たにジェネリックの取扱を開始する。本草製薬としては増収の見込みだが、グループ全体のウェイトとしては小さい。

③トクホ市場をどうみている？

トクホの取得は多額な費用がかかる。加えて、販売力が必要。大手が有利。主流のお茶に関しては、一次産業の苦戦から、伸びるとは思っていない。

④OEMの増収要因を単価・数量でいうと？

単価は低下、数量は増加。

取引社数が増加した。大ロット受注もいただくが、利益は取りにくい。

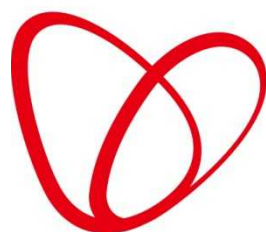
⑤直販部門の赤字は解消されたか？

不採算店舗を閉鎖し解消されつつあるが、まだ数店舗は赤字。

⑥医療用医薬品の売上高は？

通期で約8億円。

最後まで御覧いただきまして誠にありがとうございました



株式
会社 **AFC-HD**
アムスライフサイエンス



本資料に関するお問い合わせ

社長室

TEL : 054-281-5238

FAX : 054-281-5139

E-mail : ir-ams@ams-life.com

URL : <http://www.ams-life.com/>

本資料で記述している将来予測および業績予想は、現地点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスク・不確実性が含まれています。

そのため、様々な要因の変化により実際の業績は記述している将来の見通しと異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。