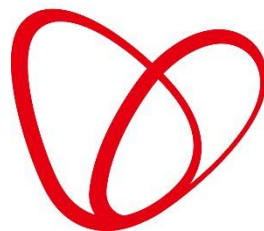




健康食品・化粧品の受託（OEM）総合メーカー



株式会社 **AFC-HD**
アムスライフサイエンス



2020年8月期 決算説明会資料
(2019年9月1日～2020年8月31日)



新型コロナウイルス感染症の影響（国内市場動向／当社売上高）

前年同月比	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
家計調査：2人以上世帯の消費支出 ※1	△3.9%	△0.3%	△6.0%	△11.1%	△16.2%	△1.2%	△7.6%	△6.9%
家計調査：2人以上世帯の健康保持用摂取品の支出 ※1	△9.0%	6.5%	5.6%	20.7%	13.3%	22.2%	21.4%	50.0%
百貨店販売額 ※2	△3.3%	△11.8%	△32.6%	△71.5%	△64.1%	△18.5%	△19.8%	△21.3%
通販売上高 ※3	△3.7%	△1.1%	0.6%	1.1%	7.3%	10.8%	9.3%	8.0%
卸売業販売額 ※2	△6.2%	△6.3%	△6.9%	△17.2%	△24.7%	△16.9%	△17.0%	△16.6%
小売業販売額 ※2	△0.4%	1.6%	△4.7%	△13.9%	△12.5%	△1.3%	△2.9%	△1.9%
健康食品の通販売上 ※3	△0.8%	△0.9%	△2.2%	9.9%	△6.3%	12.7%	6.6%	6.1%
AMS：OEM部門 ※4	0.8%	△27.3%	△3.8%	10.5%	△10.6%	1.2%	7.3%	3.4%
AFC：店舗販売部門 ※4	△7.8%	5.3%	2.9%	△31.1%	△38.0%	△1.0%	△8.5%	△16.8%
AFC：通信販売部門 ※4	△18.5%	△9.1%	△1.0%	15.8%	30.8%	20.3%	28.8%	11.7%
AFC：卸販売部門 ※4	1.2%	△33.3%	△12.7%	△36.2%	△60.1%	△63.9%	△55.3%	△33.9%

※1 出所：総務省「家計調査報告」2020年1月分～8月分 ※2 出所：経済産業省「商業動態統計速報」2020年1月分～8月分 ※3 日本通信販売協会「通信販売売上高」2020年1月度～8月度

※4 ヘルスクエア事業と医薬品事業を合算

新型コロナウイルス感染症の影響（当社部門別）

	概 況
AMS : OEM部門	プラス面：プロポリスや乳酸菌、ビタミンなどの免疫賦活商材、口臭対策サプリの好調。通販向け商材の好調。 マイナス面：出展予定の展示会の中止や出張自粛などにより新規開拓が苦戦。訪日客向け商材の売上減。
AMS (AFC) : 海外部門	マイナス面：ロックダウン等により店舗ビジネスを営む顧客において低調。中国をはじめとする新規開拓が苦戦。
AFC : 店舗販売部門	マイナス面：百貨店店舗の休業、営業時間短縮、催事の中止などにより減収。
AFC : 通信販売部門	プラス面：巣ごもり消費による受注増。
AFC : 卸販売部門	マイナス面：出展予定の展示会や販売会の中止。小売店や海外販売を行う国内事業者からの受注が停滞。
本草製薬 : 卸販売部門	プラス面：フェイスガード等のコロナ関連商品の販売。 マイナス面：風邪をひかない等、需要が減り、ドラッグストア等で販売するOTC医薬品が減収。医療機関において慢性疾患等の受診控えによる受注減。

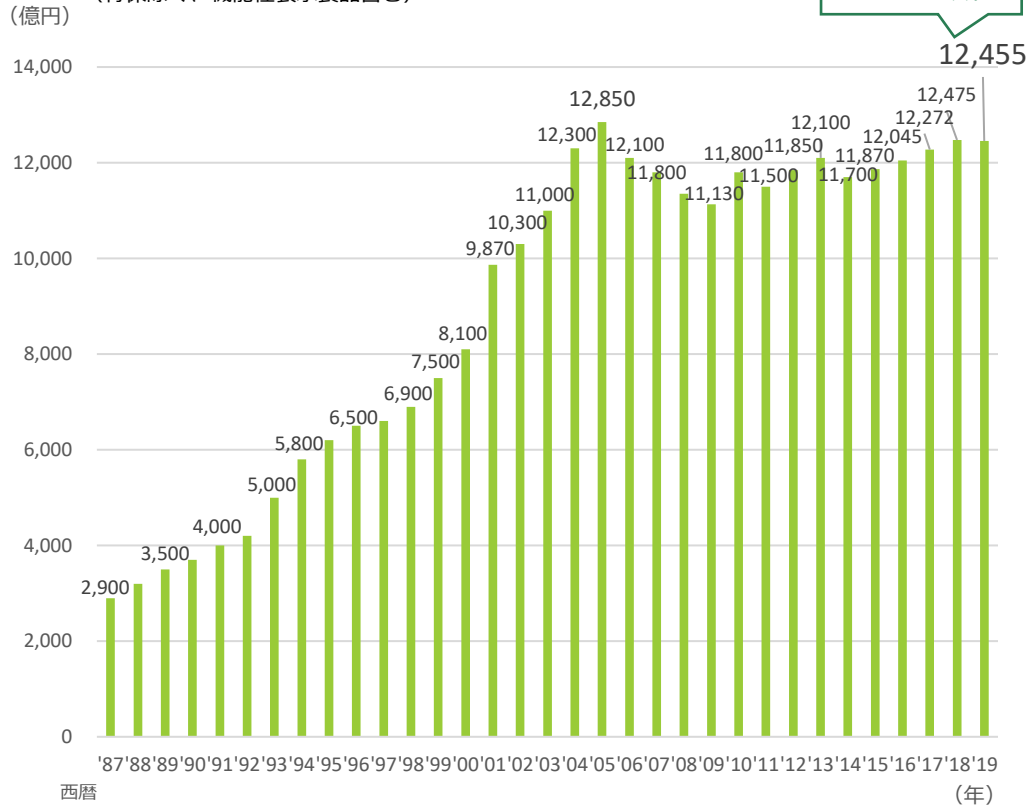
健康食品業界の動向

健康食品市場の推移

【2019.12.24健康産業速報掲載】

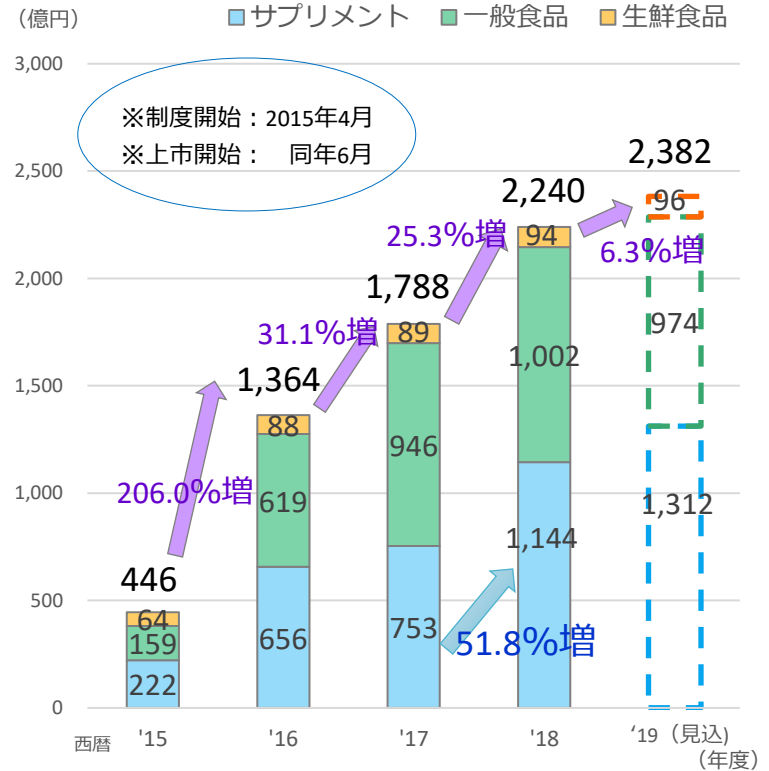
(特保除く、機能性表示食品含む)

前年比
0.2%減



機能性表示食品の市場規模

【2019.12.27発行：2020年版 健康食品の市場実態と展望／矢野経済研究所】



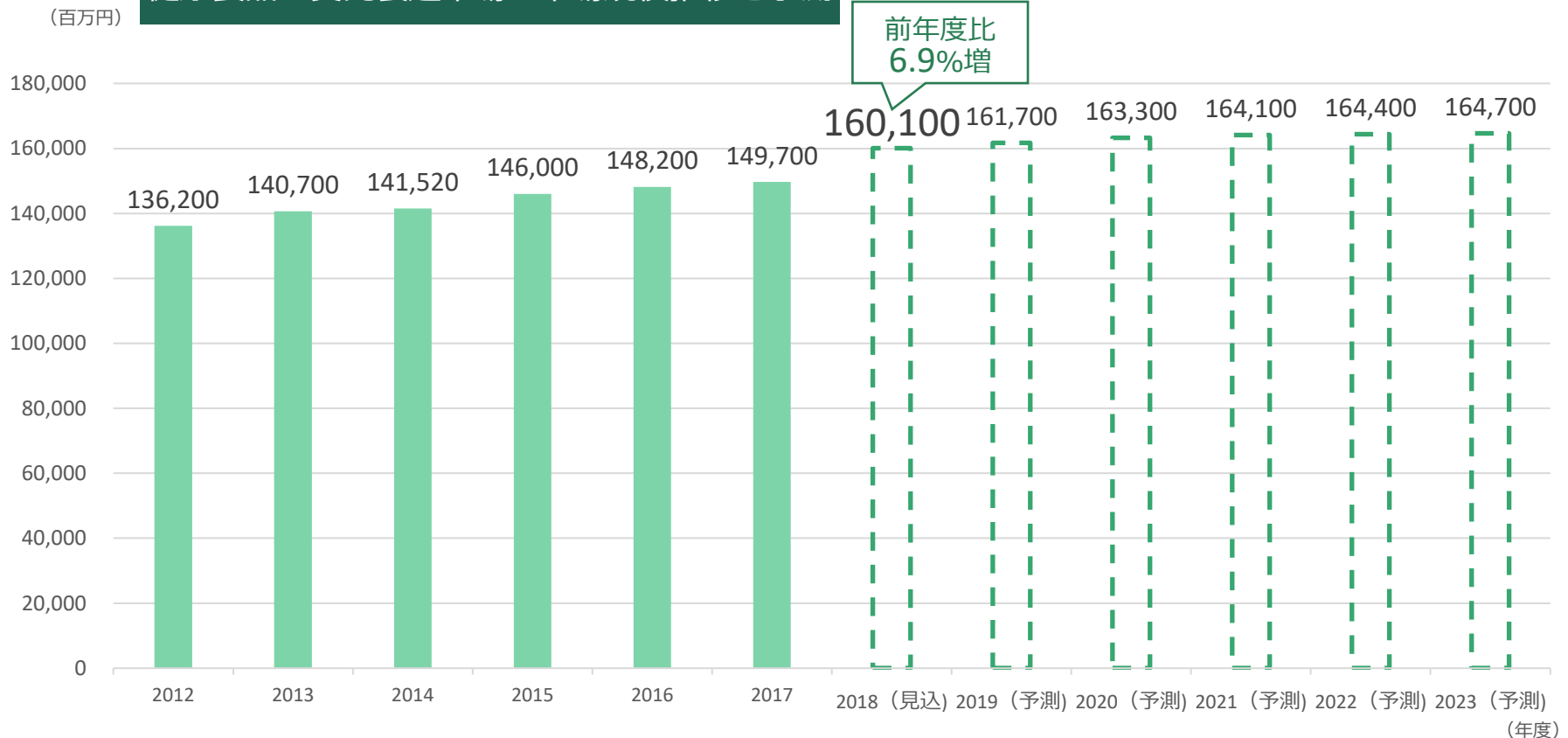
2019年の健康食品市場は、インバウンド需要の失速や自然災害などの影響を受け、前年比0.2%減の1兆2,455億円となった。

機能性表示食品の市場規模は、2018年度が2,240億円となり、2019年度は2,382億円になると見込まれる。2018年度は、特にサプリメントの伸びが前年度比51.8%増となった。

健康食品 受託製造市場 の動向

健康食品の受託製造市場 市場規模推移と予測

【出所：2019年版 健康食品の受託製造市場／矢野経済研究所】を基に当社で作成



2018年度の健康食品受託製造市場は、インバウンド需要に加え、中国などの海外から特需を受けた企業が大幅に売上を伸ばし、前年度比6.9%増の1,601億円（見込）と推計される。

今後も高齢者人口の増加や、身体や食品の生理機能に対する科学的解明の進展と一般層への啓蒙などによる健康志向の高まりが予想され、堅調に推移することが予想される。

健康食品 受託製造市場 の動向

健康食品受託製造企業のOEM売上高推移

【出所：2015・2017・2019年版 健康食品の受託製造市場／矢野経済研究所】を基に当社で作成

(矢野経済研究所推定) (売上高：百万円)

		2015年度		2016年度		2017年度		2018年度 (見込)	
		売上高	シェア	売上高	シェア	売上高	シェア	売上高	シェア
1	A社	21,268	14.6%	22,539	15.2%	22,971	15.3%	26,869	16.8%
2	B社	15,730	10.8%	16,800	11.3%	17,200	11.5%	18,080	11.3%
3	C社	10,700	7.3%	12,240	8.3%	12,920	8.6%	15,200	9.5%
4	D社	9,660	6.6%	9,700	6.5%	10,140	6.8%	10,600	6.6%
5	E社	9,340	6.4%	10,230	6.9%	9,900	6.6%	9,900	6.2%
6	当社	7,720	5.3%	7,687	5.2%	8,509	5.7%	9,389	5.9%
7	F社	6,440	4.4%	7,200	4.9%	7,940	5.3%	7,120	4.4%
8	G社	4,150	2.8%	4,200	2.8%	4,600	3.1%	5,100	3.2%
9	H社	3,100	2.1%	3,400	2.3%	3,670	2.5%	5,058	3.2%
10	I社	4,600	3.2%	4,300	2.9%	4,680	3.1%	4,900	3.1%
	その他	53,292	36.5%	49,904	33.7%	47,170	31.5%	47,884	29.8%
	合計	146,000	100.0%	148,200	100.0%	149,700	100.0%	160,100	100.0%

※2019年度健康食品の受託製造市場規模予測は161,700百万円。同年度の当社OEM部門の売上高は9,591百万円。推定シェア5.9%予測

※2020年度健康食品の受託製造市場規模予測は163,300百万円。同年度の当社OEM部門の売上高は8,771百万円。推定シェア5.3%予測

矢野経済研究所 推定の「健康食品受託製造企業のOEM売上高推移表」によれば、健康食品受託製造市場の7割以上のシェアを業界トップ10の企業が占める状況となっており、当社のOEM部門は市場の5%台のシェアを確保し、業界6位の地位を維持しております。

AFC-HDアムスライフサイエンスグループ

決算報告



連結 決算の状況

連結 業績比較表（直近3期間）

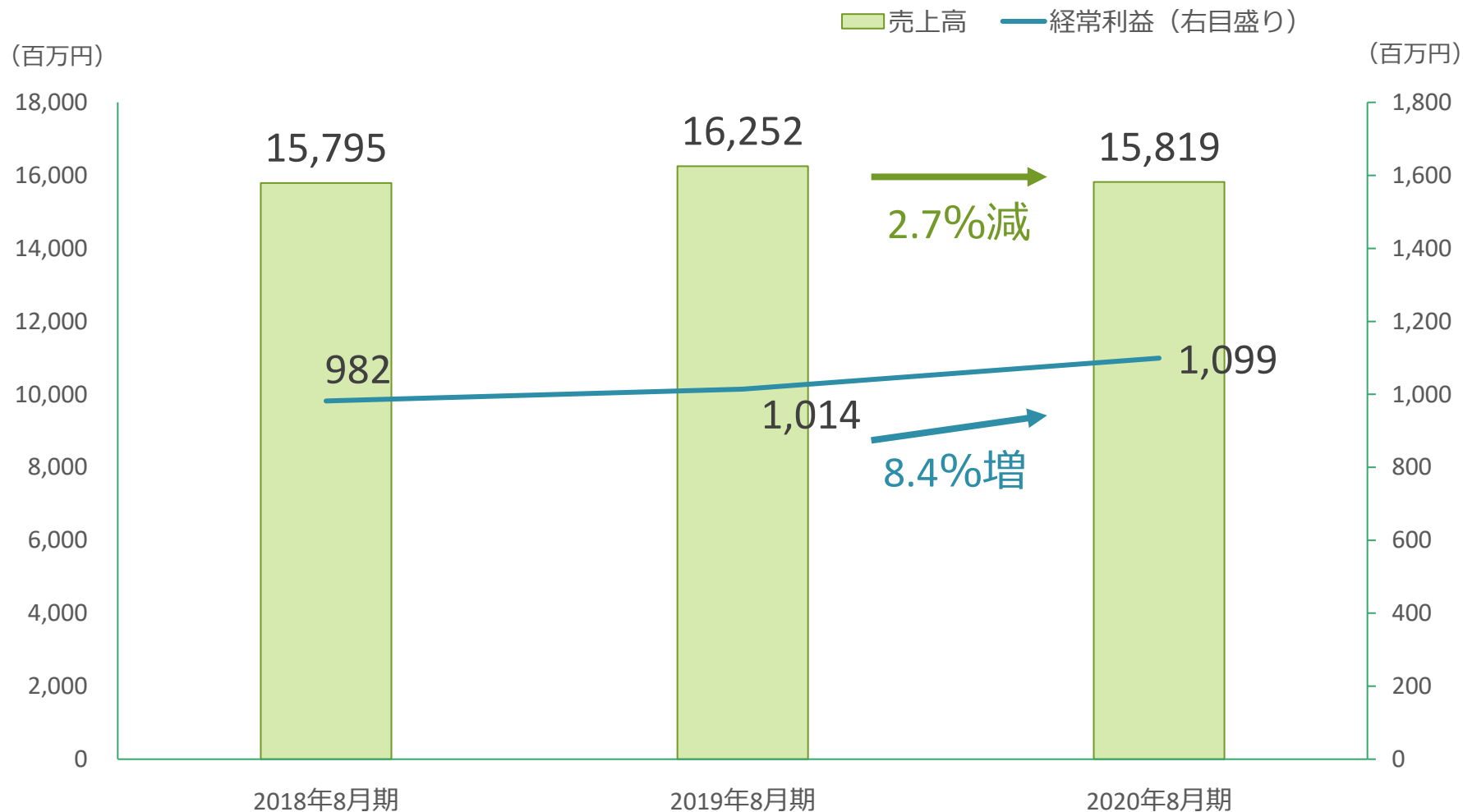
（単位：百万円）

連結	2018年8月期 実績	2019年8月期 実績	2020年8月期 実績	対前期 増減率
売上高	15,795	16,252	15,819	△2.7%
営業利益	1,023	981	1,093	11.5%
経常利益	982	1,014	1,099	8.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	736	783	676	△13.6%
経常利益率	6.2%	6.2%	7.0%	—

減収要因：美容商材の受注が好調に推移し海外部門の売上高が前期の1.5倍となったものの、乳酸菌・酵母関連商品の受注が減少したOEM部門及び、閉店に加え緊急事態宣言により店舗休業や営業時間短縮を強いられた店舗販売部門が減収となったことが影響した。

増減益要因：前期に行った会計の見積りの変更による退職給付費用の積み増し分（売上原価77百万円、販売費及び一般管理費29百万円）が無くなったことに加え、広告宣伝費などの節減効果により、営業利益、経常利益が増益となった。親会社株主に帰属する当期純利益は、固定資産売却益が大幅に減少したことに加え、貸倒損失や投資有価証券評価損などを特別損失に計上したことが影響し、減益となった。

連結 業績推移



連結 売上高の状況

連結 事業部門別 売上高の状況（直近2期間）（単位：百万円）

	事業部門	2019年8月期 実績	2020年8月期 実績	対前期 増減額	対前期 増減率	増減要因
ヘルスケア事業・医薬品事業	OEM部門	9,591	8,771	△820	△8.6%	上半期の乳酸菌・酵母関連商品の受注減少
	海外部門	1,197	1,816	618	51.6%	インドネシア顧客の美容商材の受注が伸長
	店舗販売部門	1,887	1,744	△143	△7.6%	店舗数の減少、緊急事態宣言下の休業・営業時間短縮が影響
	通信販売部門 AFC：サプリ・化粧品・ 漢方薬	1,401	1,484	83	5.9%	爽快柑シリーズが好調・巣ごもり消費による受注増
	卸販売部門 AFC：サプリ・化粧品 本草：医科・OTC・ サプリ・化粧品	2,067	1,887	△180	△8.7%	小売店や海外販売を行う国内事業者からの受注が停滞
	その他	107	115	8	7.7%	—
合計	—	16,252	15,819	△433	△2.7%	前期好調であった商材のOEM受注の減少が響いた

連結 資産の状況

※借入・社債・割賦未払金

(単位：百万円)

連結	2019年8月期	2020年8月期	対前期増減額
資産合計	18,327	18,548	221
内訳 流動資産	9,629	10,009	379
固定資産	8,697	8,539	△157
負債合計	8,217	8,084	△132
内訳 流動負債	6,896	6,204	△691
(上記のうち有利子負債※)	(3,692)	(2,928)	(△763)
固定負債	1,321	1,880	559
(上記のうち有利子負債※)	(686)	(1,221)	(534)
純資産	10,109	10,463	354

資産：償却により有形固定資産が197百万円減少した反面、現金及び預金が288百万円、仕掛品が118百万円増加した。

負債：支払手形及び買掛金が195百万円増加した反面、返済により有利子負債が229百万円減少したことに加え、流動負債のその他が113百万円減少した。

純資産：親会社株主に帰属する当期純利益の計上により、利益剰余金が325百万円増加した。



単体 決算の状況

単体 業績比較表（直近3期間）

（単位：百万円）

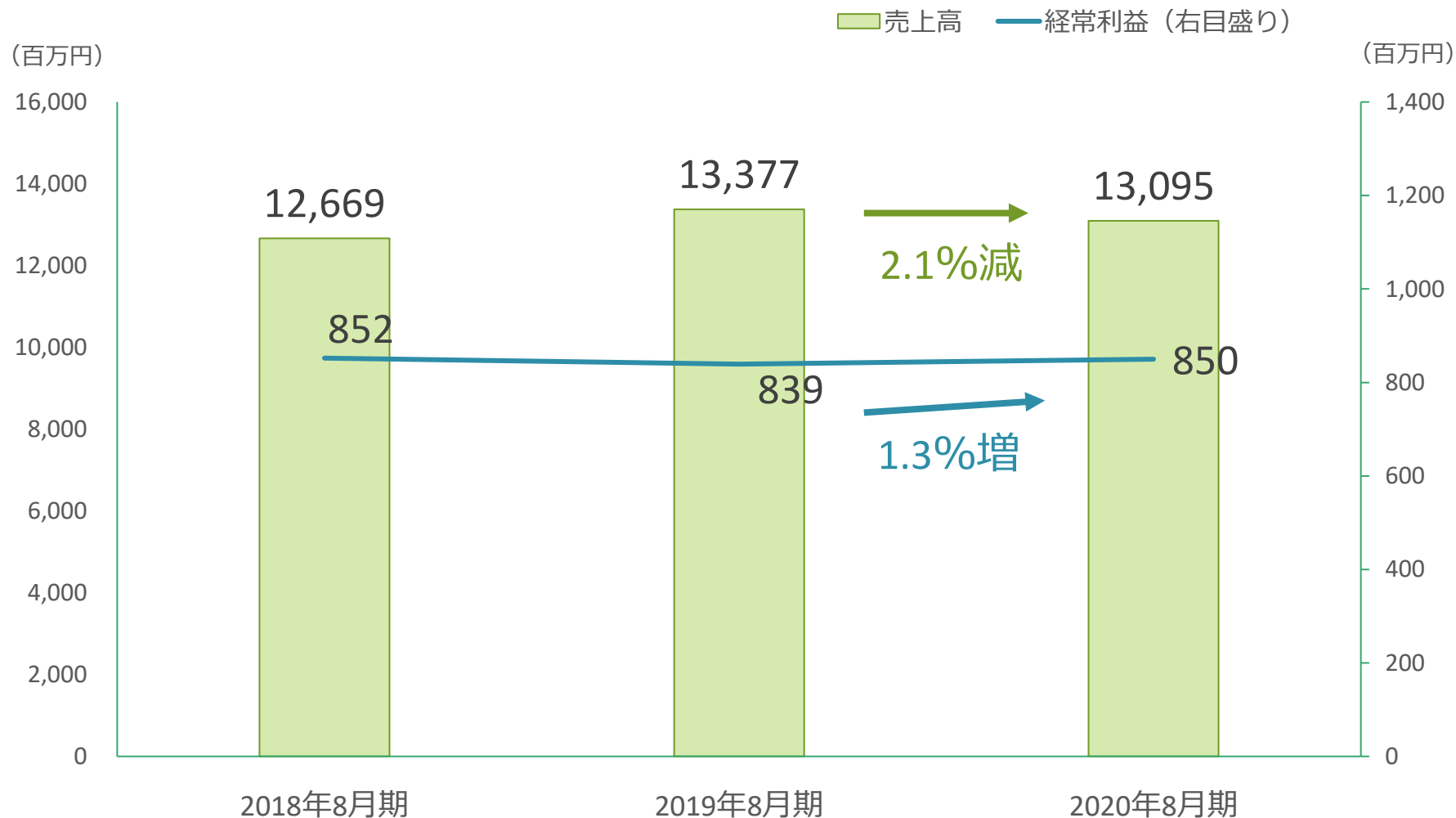
単体	2018年8月期 実績	2019年8月期 実績	2020年8月期 実績	対前期 増減率
売上高	12,669	13,377	13,095	△2.1%
営業利益	873	899	869	△3.4%
経常利益	852	839	850	1.3%
当期純利益	624	579	548	△5.3%
経常利益率	6.7%	6.3%	6.5%	—

減収要因：前期に好調であった乳酸菌・酵母関連商品のOEMの受注減少が響いた。

増減益要因：積み増し退職給付費用が無くなった影響等により、粗利益額は前年を上回ったものの株主優待費用や貸倒引当金繰入額が増加し、営業利益では減益となった。子会社債務に対する貸倒引当金繰入額の減少により経常利益は増益となったものの、投資有価証券評価損の計上により当期純利益は減益となった。



単体 業績推移



AFC-HDアムスライフサイエンスグループ

事業報告と今後の取り組み





OEM部門 報告と取り組み

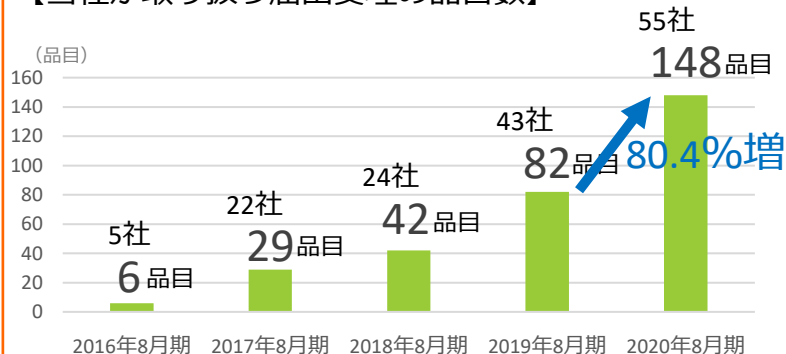
AFC-HDアムスライフサイエンス

2020年8月期 売上高前期比：8.6%減

- 免疫力強化への意識が高まり、プロポリス、乳酸菌、ビタミンD、ビタミンCの受注が増加

- 機能性表示食品の申請サポートの強化

【当社が取り扱う届出受理の品目数】



■減収要因

- 前期に好調であったダイエット訴求の乳酸菌・酵母関連商品の受注が減少

【取引社数】

2019年8月期 415社 → 2020年8月期 387社 減少

■対策

◎市場ニーズ

免疫力だけでなく、日々の体調管理という意味での健康志向も強まるとみられる。



- 積極的に提案営業を行う

定番商材（青汁、ビタミンなど）

◎市場動向

ダイエット商品等への行政指導が強まる中、以前にも増して機能性表示食品へのシフトが加速すると思われる。



- 機能性表示食品の申請サポートの強化

日本予防医学研究所の学術部門と連携を取りながら推進していく





海外部門 報告と取り組み

AFC-HDアムスライフサイエンス



2020年8月期 売上高前期比：51.6%増

■増収要因

●インドネシアAFC代理店の受注好調

美容商材の伸長



2019年10月 現地代理店が行う大規模イベント



プラセンタ商品
「SOP100+」

●新規顧客の開拓

フィリピン、ロシア、タイの各1社と
新たに取引を開始

2021年8月期



2020年9月1日より、海外部門を
AFC-HDアムスライフサイエンスから
エーエフシーへ移管

<目的>

当社グループが成長、発展していくためには国際化が必須であり、AFCブランドの国際化を一層強化するため

●既存顧客へのアプローチを強化

- ・品目数の増加による売上増を目指す

高付加価値の美容商材（馬プラセンタなど）

◎市場動向

海外において、日本製のサプリメントに
対する信頼が高い。

●販路の拡大

- ・中国人、台湾人の営業担当による中国本土の
大手企業の開拓等をさらに強化する

2020年8月期 売上高前期比：7.6%減

■ 減収要因

- 緊急事態宣言を受け、約2カ月間の店舗休業、営業時間短縮、百貨店催事中止等

〔緊急事態宣言：4/7発令、5/25解除〕

	当社 売上高前期比	百貨店 販売額前年比
2020年4月	31.1%減	71.5%減
2020年5月	38.0%減	64.1%減

【出所：経済産業省、商業動態統計速報2020年4月分・5月分】

● 店舗数の減少

	2019年8月期	2020年8月期
新規出店	1（三越銀座）	—
閉店	2（丸井今井札幌、大和高岡）	8（伊勢丹府中、伊勢丹相模原、東急ながの、大丸札幌、東急吉祥寺、天満屋広島アルパーク、東武池袋、三越銀座）
期末	49店舗	41店舗

2021年8月期

■ 対策

- 機能性表示食品のラインアップ拡充

〔既存商品〕

〔新商品〕



「ラクするUC-II」 2017年1月発売
「RICH ルテイン25」 2017年7月発売
「RICH 酵素処理へスベリジン」 2020年11月上旬発売予定
「RICH GABA」 2020年11月上旬発売予定
「RICH Light 水溶性食物繊維」 2021年1月中旬発売予定

- キャンペーンによる自社商品の販売強化

売上増と利益率の向上

- 専門知識をもつ管理栄養士、サプリメントアドバイザーなどの採用、育成

- ・ 商品知識の習得
- ・ 訴求力（アプローチ、説明能力）

2020年8月期 売上高前期比：5.9%増

■増収要因

●爽快柑シャンプーを中心とした広告展開



けんテレ

広告効率が大幅に向上
(新規顧客の増加)

爽快柑シリーズの売上高
前期比：67.2%増

2020年7月29日 朝日新聞掲載

●機能性表示食品 7 品目を新発売し、 ラインアップを計10品目へ拡充



機能性表示食品の売上高前期比：34.9%増



2021年8月期

●新規顧客の獲得

けんテレ

前期広告効率の良かった商材をメインに、
積極的に広告出稿をおこなう



薬用アミノ酸シャンプー 爽快柑
テレビショッピング



2020年9月28日 毎日新聞掲載

●機能性を含む商品リニューアルによる 販売促進



複数の機能性を掛け合わせたダブルヘルスクレームの商品開発など

2021年8月期

●2020年9月7日 エーエフシー中国旗艦店をTモール（天猫）にオープン



除了孕妇 你也该摄取叶酸!

【怀孕女性】
备孕前补充叶酸，预防胎儿神经管畸形。

【备孕男性】
备孕前补充叶酸，提高精子质量。

【哺乳期】
哺乳期补充叶酸，促进乳汁分泌。

【经前/经后】
经前/经后补充叶酸，缓解痛经。

每个女人，每个时期 都有不同烦恼!

- 20岁：事业烦恼
生活压力过大，容易焦虑和失眠，导致内分泌失调。
- 30岁：压力烦恼
工作压力大，容易疲劳和失眠，导致内分泌失调。
- 40岁：衰老烦恼
容易出现皱纹和白发，导致内分泌失调。
- 50岁：绝经烦恼
容易出现潮热和盗汗，导致内分泌失调。

控油效果看得见

【SGS检测合格】

普通市面洗发水 vs 爽快氨基酸洗发水

1周后 vs 2周后 vs 1个月后

你需要读懂身体信号 及时补充营养

科学研究表示：多种维生素，建议每天补充

科学推荐

产品细节

爽快氨基酸洗发水

规格：500ml 产地：日本

适用范围：易出油的发质，头屑多的发质，易瘙痒的发质

保管方法：请放在阴凉干燥的地方，请保管在儿童接触不到的地方。

2020年8月期 売上高前期比：30.7%減

●機能性表示食品 5 品目を新発売



●主力商品「華舞の食べるコラーゲン」が固定客により安定的に推移



華舞の食べるコラーゲン
(豚由来)

■減収要因

- 注力していた展示会出展や販売会が中止
- 小売店や海外販売を行う国内事業者からの受注が減少

2021年8月期

■対策

●機能性表示食品の新商品投入と開発

- ・ラインアップの充実を図る



発売中 8 品目

申請準備中 1 品目

検討中 1 品目



イチョウ葉エキス粒
2017年10月発売



プレミアム ルテイン25
2018年1月発売



ルテイン25 E X
2019年6月発売

●新規ルートの開拓

- ・展示会への出展
- ・販売会への出店
- ・休眠顧客への再アプローチ

2021年8月期

- 2020年10月2日 エーエフシー外食事業に参入
 - ・ 株式会社なすび（静岡市）とF C 契約及び業務提携契約を締結
 - ・ 第1号店「ぶどうの丘 草薙」（ビュッフェレストラン）を2020年10月2日にオープン



飲食店運営のノウハウを習得し、今後、国内外での店舗拡大を図る

2020年8月期 売上高前期比：0.9%増

■増収要因

●ジェネリック医薬品の好調

- ・ピムロ顆粒（下剤）＜先発薬アローゼン：市場約15億円＞



「ピムロ顆粒」
2017年11月発売



「シルデナフィル錠」
2014年9月発売

- ・シルデナフィル錠（生活習慣改善薬）
- ・フィナステリド錠（AGA治療薬）



「フィナステリド錠」
2016年12月発売

●新たに、ジェネリック医薬品を発売

- ・タダラフィル錠（生活習慣改善薬）＜先発薬：シアリス＞



2020年4月
発売

2021年8月期

●引き続き、重点4商品の拡売

【重点4商品】

ピムロ顆粒、シルデナフィル錠、
フィナステリド錠、タダラフィル錠



「タダラフィル錠」
2020年4月発売

●解熱鎮痛剤（一般用医薬品）を新たに 上市

2020年10月発売「エーアイプレミアム」



12錠入



24錠入

AFC-HDアムスライフサイエンスグループ

業績予想

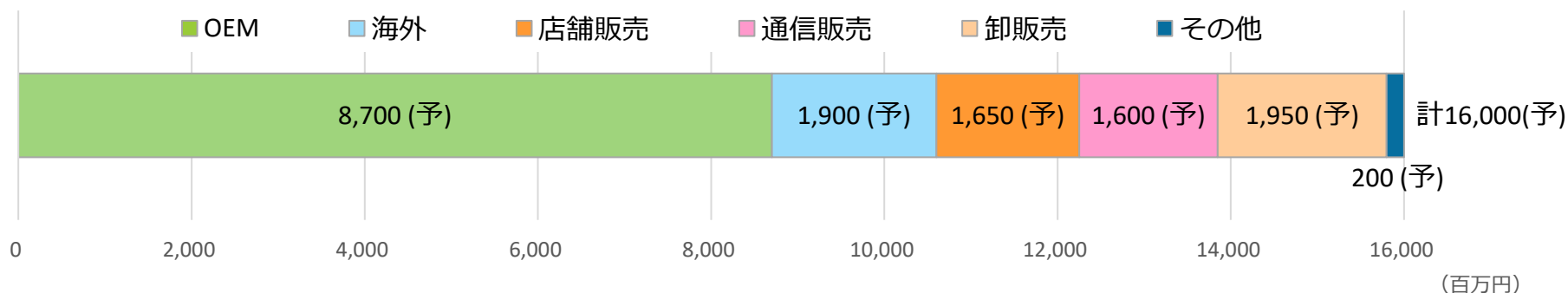


2021年8月期 連結予想

(単位：百万円)

連結	2019年8月期	2020年8月期	2021年8月期 通期予想	対前期 増減率
売上高	16,252	15,819	16,000	1.1%
営業利益	981	1,093	1,100	0.6%
経常利益	1,014	1,099	1,100	0.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	783	676	720	6.4%

● 2021年8月期 部門別 売上高予想 (ヘルスケア事業・医薬品事業)



ご質問 と ご回答

①店舗販売は百貨店全体の動向と比べるとコロナの影響は少ないとの事だが、減収で、店舗の閉鎖もある。そこで、店舗へは卸を通じて行う等、その方が採算も良いのではないかと？人員等の経営資源を好調の通販へシフトする等、今後の戦略について大胆に切り替えるという考えはないのか？

OEM事業もしているので、OEMのお客様と販路が同じになり競合することになる。百貨店で販売は競争が無く、利益率も適正を維持できる。また、アンテナショップとして海外のお客様へAFCブランドを発信できる。有名百貨店に店舗があるというのは信用を得ることができる。中国等ではSNSで知っていただくことがある。よって、方向転換は考えていない。

②好調のインドネシアだけでなく、他のアジア地域も可能性があるとの事だが、人材等の投資、採用もしていくということか？

外国人の人財確保をしていく。現在、営業関連で約10名、将来の現地製造に向けて製造関連で2名のス

タッフがいる。今、コロナで止まっているが、この4月に中国人5名が来日する予定だった。これも近いうちに動きが出る予定。

③新規事業で外食参入は意外に感じたが、見方を変えると、通常の外食では敵わない健康に良い食材・料理・食べ方の提案、サプリの提案等、食と健食、機能性食品の間を埋めるような良い意味での可能性があるかもしれない。売上トップラインが150、160億と伸びてきて、今後200億へどのように成長していくのか？この事業は成長戦略の一つなのか？

飲食事業に関しては、今は勉強中。FCで教えていただいている。よって、何年後に何億円等の具体的な目標は現時点では立てていない。

FCだが本草製薬の健康茶を用意したり等、少しずつトライはしている。まずは、黒字経営をして、その中でノウハウの蓄積やメニュー等のソフト面の成功例を作っていきたい。

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



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 : <https://www.ams-life.co.jp/>

本資料で記述している将来予測および業績予想は、現時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、さまざま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。