



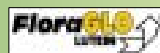
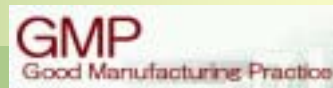
AMS Life Science Co., Ltd.

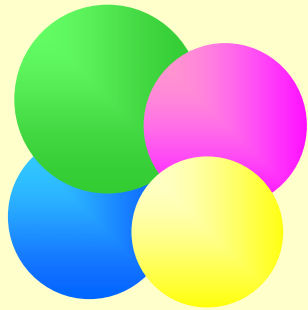
2006年8月期 中間決算説明会資料

株式会社 アムスライフサイエンス

JASDAQ

証券コード：2927

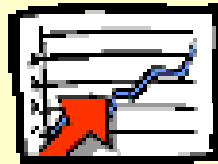




目次

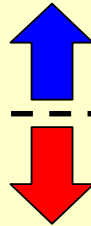
- 1. 2006/8月期 中間決算概要**
- 2. 事業内容**
- 3. 健康食品と業界動向について**
- 4. 下期及び中長期経営戦略**

2006年8月期 中間決算概要



2006年8月期 中間業績分析

- ① ジャスダック上場による信頼性の向上
- ② 健康食品GMP取得に伴う安全性・信頼性の向上
- ③ 新規設備導入による受注獲得



プラス要因

マイナス要因

- ① 一部の悪質業者による健康食品の違法広告
- ② 成分偽装事件の影響 ➡ 健康市場全体のイメージ悪化 ➡ 規制強化
- ③ 昨年ブレイクしたCoQ10商品の不振
- ④ ダイエット素材である、 α リポ酸、Lカルニン等の商品の不振
- ⑤ 新工場稼働の遅れ

健康食品業界の事件

(一部の悪質業者を含む)

2005/09/08	公正取引委員会による有名なダイエット商品の広告に排除命令 (景品表示法)
2005/10/05	警視庁が、バイブル商法の会社を逮捕 (薬事法)
2005/11/02	経済産業省によるダイエット商品販売業者に業務停止命令 (特定商取引に関する法律)
2005/12/07	薬事法違反をしたバイブル商法の書籍に対し、警視庁が新聞社に広告の 厳正審査を求めた (薬事法)
2006/01/12	コエンザイムQ10を含む健康食品に対し、ラベルの表示が実際含有量と 異なり、景品表示法違反の恐れありと警告 (景品表示法)
2006/02/13	アガリクスを原料とした商品に対し、発ガン促進作用が確認されたとして、 自主的な販売禁止と回収を要請

・市場への影響

2006年総務省統計による健康食品への支出額は、前年同月比 5.0%減で、昨年の後半から、健食業界に停滞感が感じられるようになった。

また、アガリクス関連では、「アガリクスの商品ではないのに、棚からはずされた。」などの過剰反応も見られた。

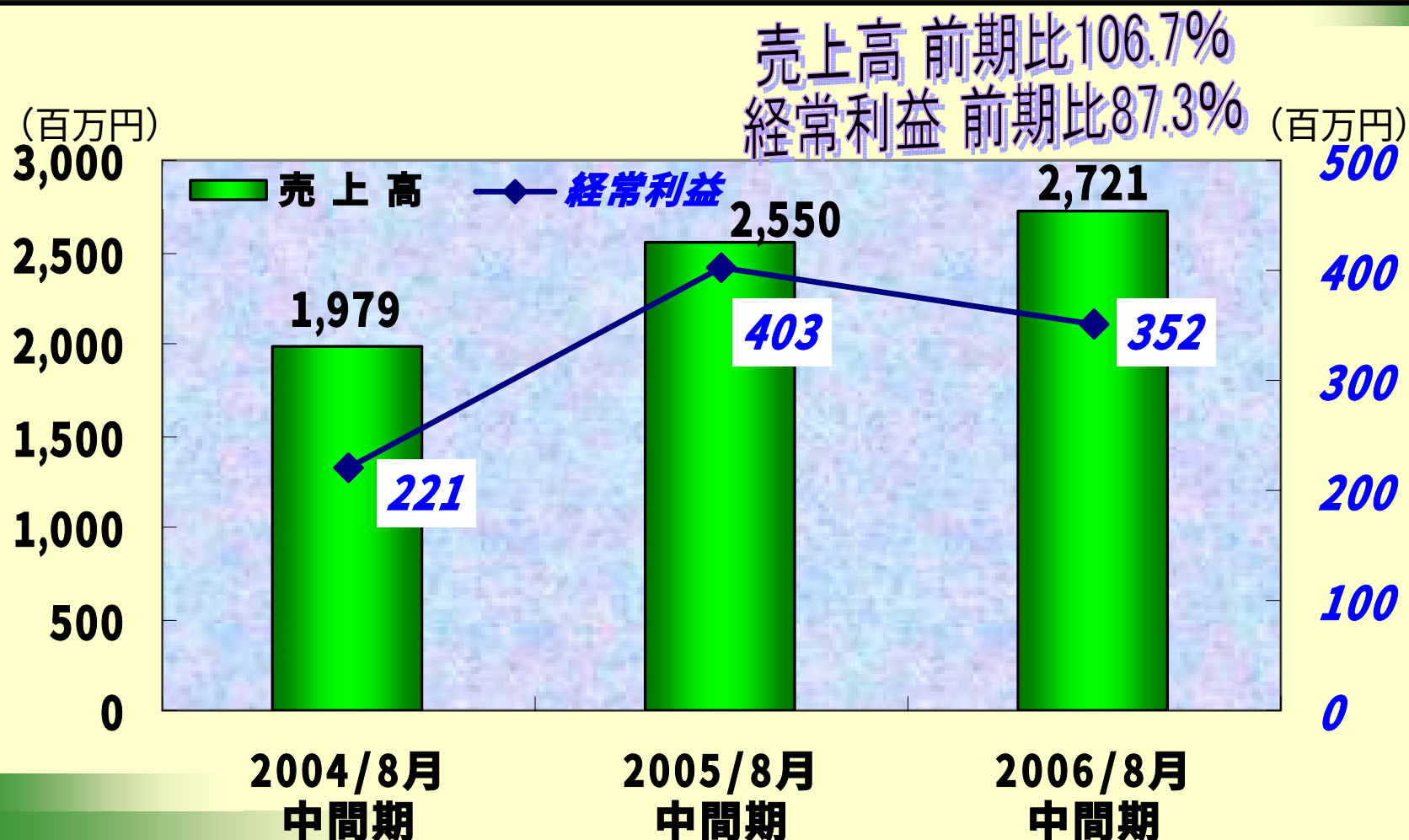
2006年8月期 連結 中間期の状況

2004年～2006年 連結 業績比較表

(百万円)

連結	2004/8月期 中間期	2005/8月期 中間期	2006/8月期 中間期	前期比
売上高	1,979	2,550	2,721	106.7%
営業利益	228	437	351	80.3%
経常利益	221	403	352	87.3%
経常利益率	11.2%	15.8%	13.0%	—

連結 中間期 業績推移



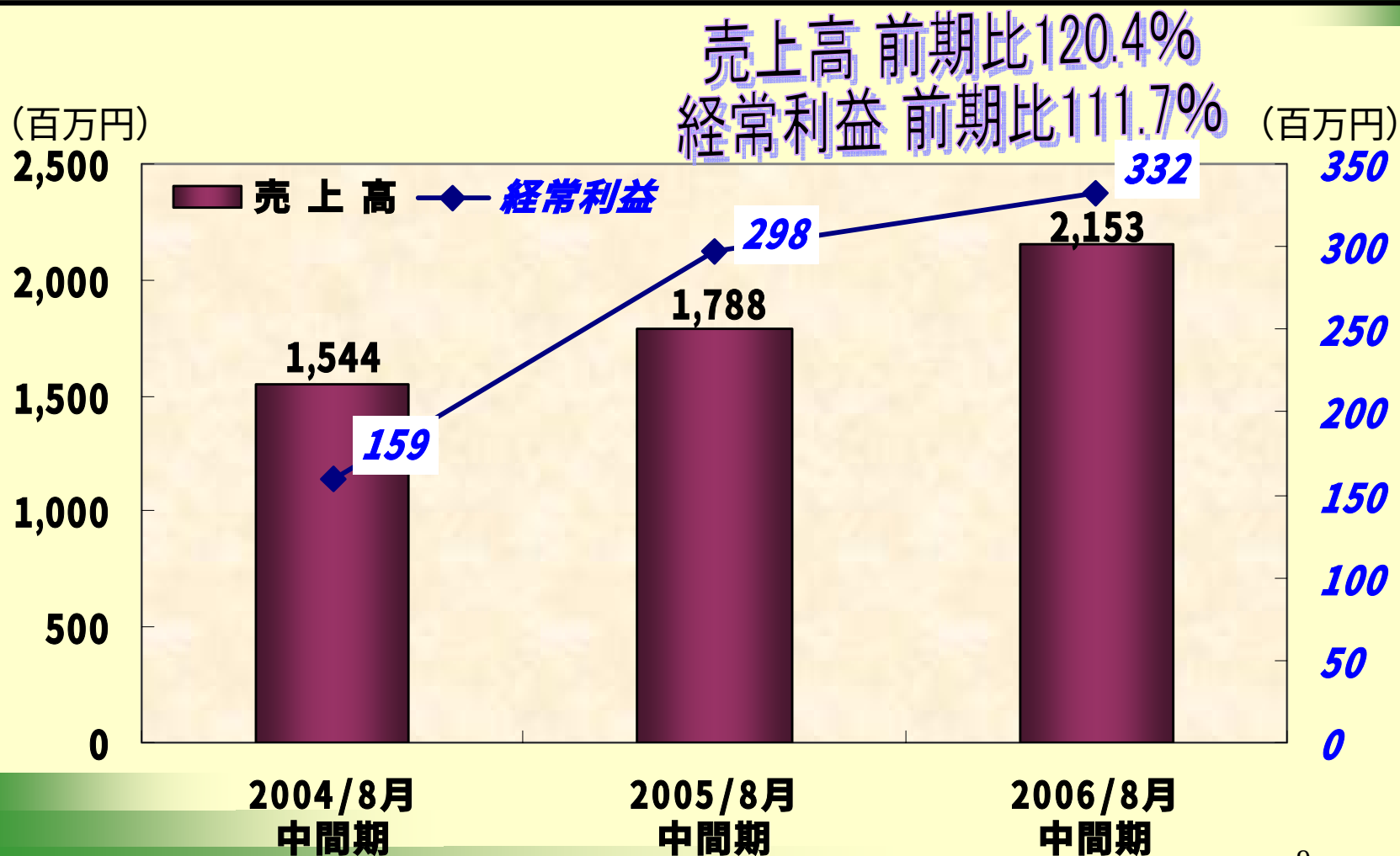
2006年8月期 単体 中間期の状況

2004年～2006年 単体 業績比較表

(百万円)

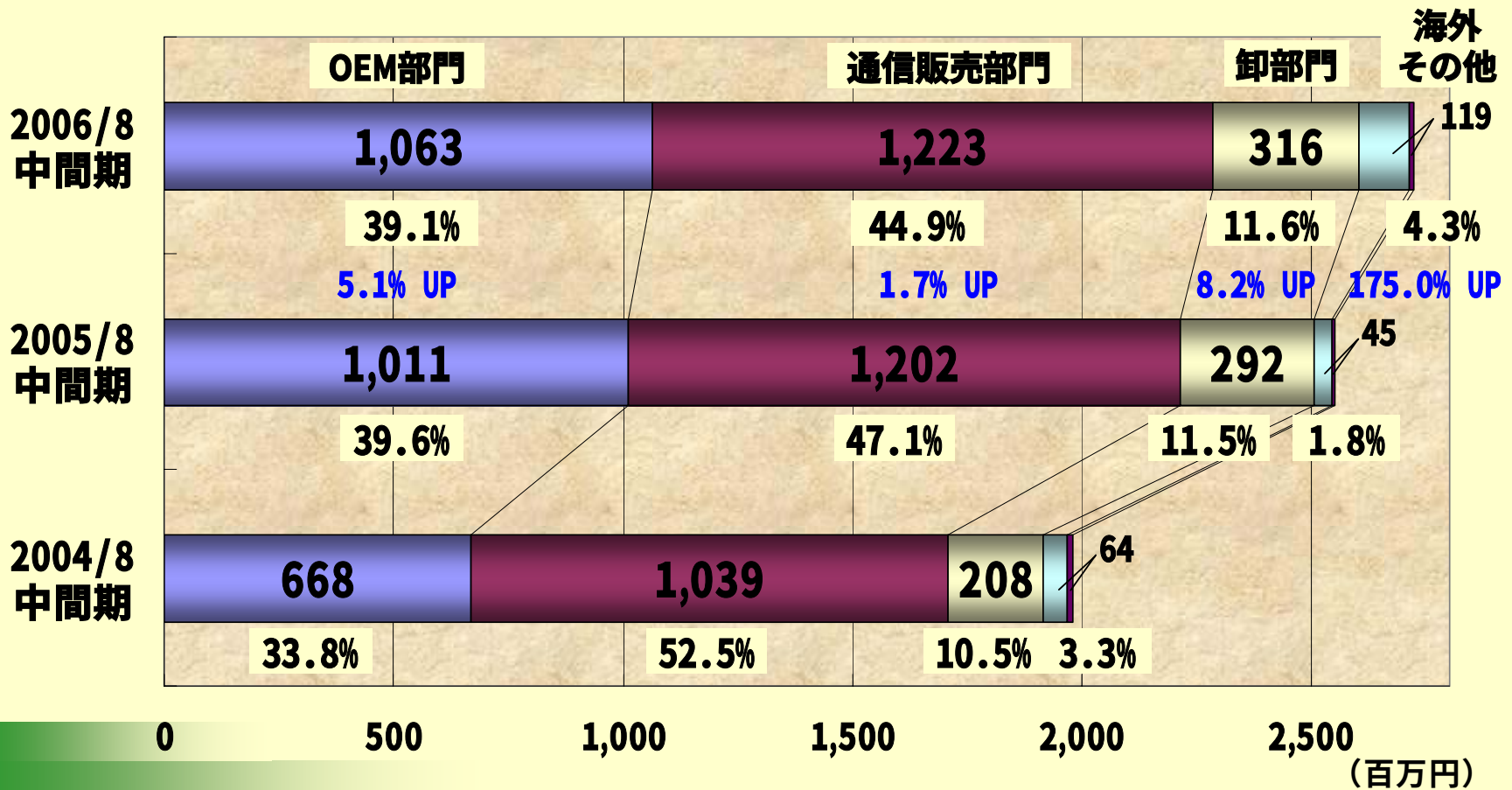
単体	2004/8月期 中間期	2005/8月期 中間期	2006/8月期 中間期	前期比
売上高	1,544	1,788	2,153	120.4%
営業利益	165	327	330	100.7%
経常利益	159	298	332	111.7%
経常利益率	10.3%	16.7%	15.5%	—

単体 中間期 業績推移



AMSグループ売上構成比

中間期 前期比較





アムスグループ 事業内容



当社グループは健康食品の研究開発、製造、販売、健康情報の
発信を通じて人々の美と健康の維持増進に貢献する企業集団です。

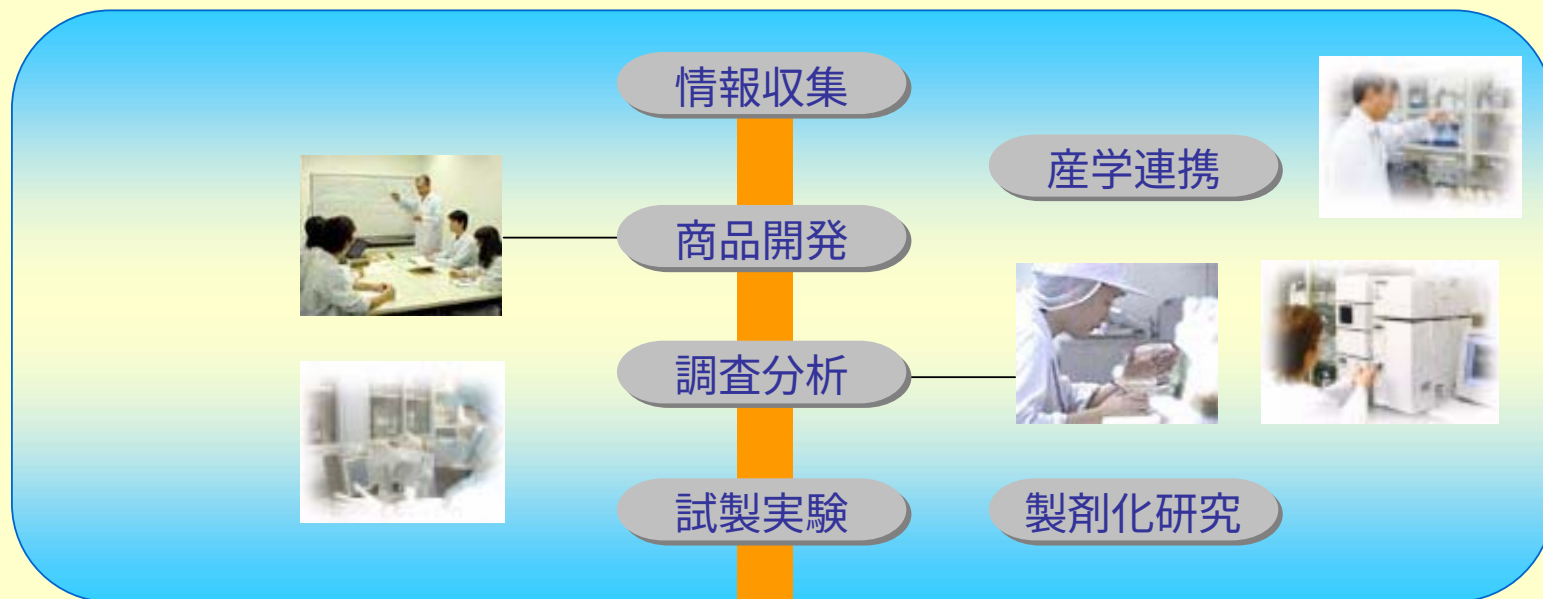
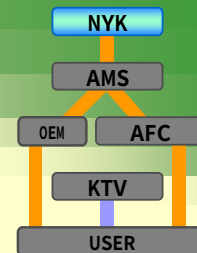




<< 研究開発 >>

(株)日本予防医学研究所

永年の製造実績データに基づく確かな製剤化技術



- ・情報収集、商品開発、製剤化研究
- ・産学連携による安全性・有効性（代謝・吸収など）、エビデンスの追究
- ・最新鋭の試製実験設備による精度アップと納期の短縮。
- ・商品マニュアルの制作

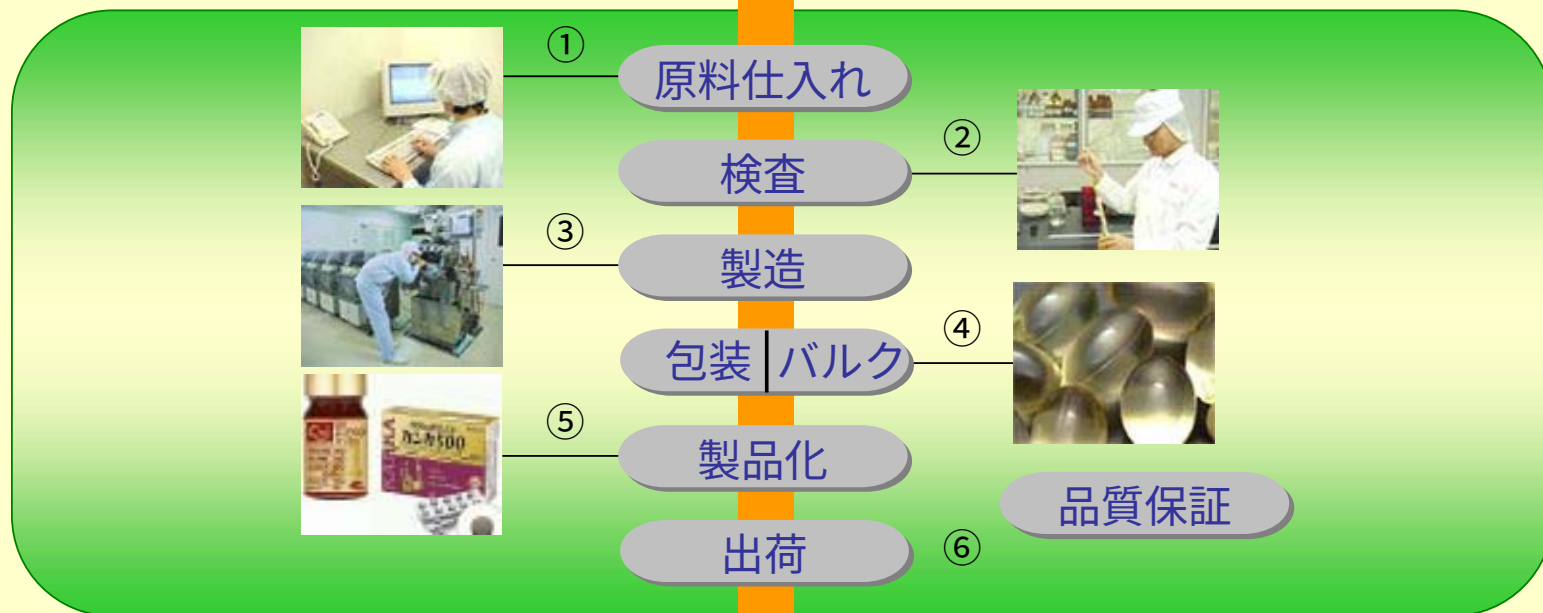
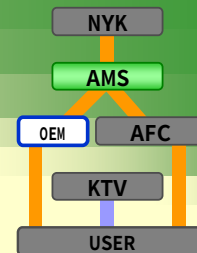
次ページへ続く



<< 受託総合メーカー >>

(株)アムスライフサイエンス

GMP適合認証を取得した、高い信頼性



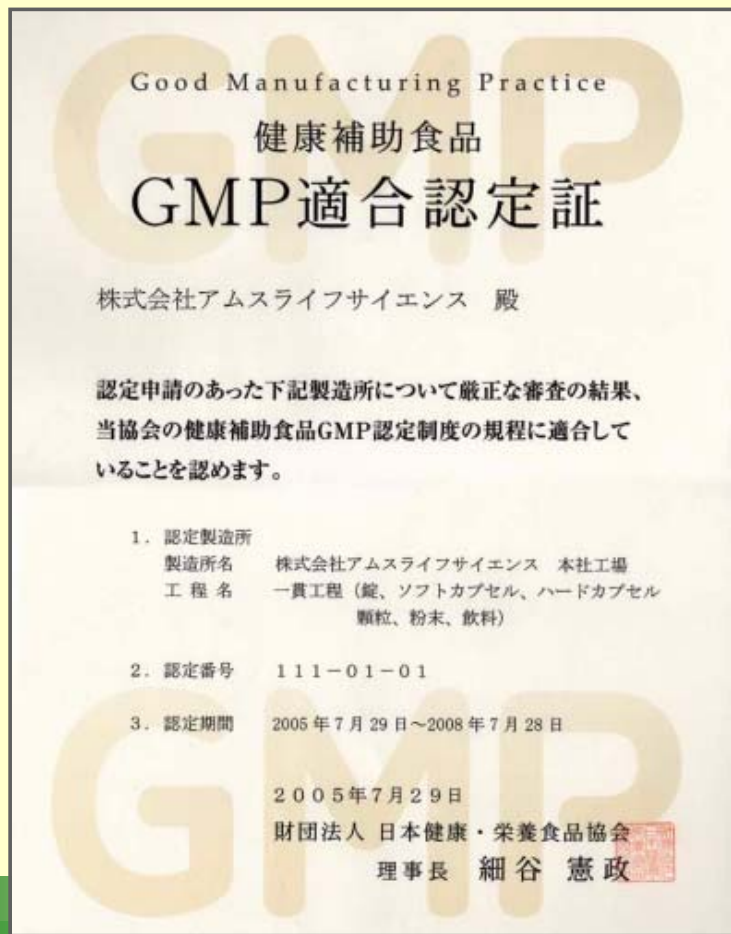
OEM委託企業 約250社

通販会社
卸売販売会社
大手食品・飲料会社
大手製薬会社
企画会社 等

- ・商品の企画提案から製品化まで、トータルプロデュース。
- ・最新設備により、あらゆるニーズに対応した商品の提供。
- ・最新の生産管理システムにより、短納期で製造。

次ページへ続く

「健康補助食品GMP」初認定！



弊社は、財団法人日本健康・栄養食品協会（JHNFA）による「健康補助食品GMP」の書類審査及び現地調査を経て、平成17年7月29日付けで、他社に先駆けて「日健栄協GMP認定工場」の付与・認定を受けました。

安全・安心・高品質

今後は、本システムを継続的に評価・改善し一層の充実を図ることにより、品質の維持・向上に努め、顧客満足度の更なる向上を目指します。

GMPとは、Good Manufacturing Practiceの略で「適正製造規範」といい、医薬品は法制化されています。

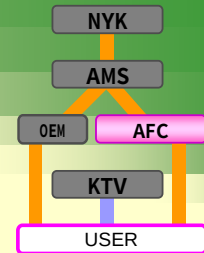
15



<< 製品販売 >>

(株)エーエフシー

アムスグループオリジナルブランド商品の販売



通信販売部



新聞広告
インターネット
TVショッピング
会員様向けDM



卸事業部

問屋・代理店

スーパー、ドラッグストア
コンビニ、ホームセンター等



海外事業部

海外代理店

スーパー、ドラッグストア
コンビニ等



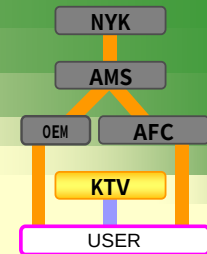
- ・新聞広告、インターネット、会員様向けDMによる通信販売。(会員数97万人)
- ・新聞広告やネットで新規顧客を開拓し、DM発送により既存顧客のサポート。
- ・大手問屋、代理店を通じての卸売販売。
(日本全国の小売店約6,000店舗に導入)



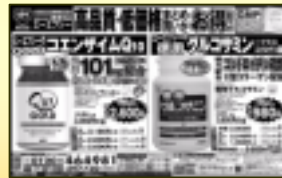
国内・国外一般ユーザー



<< 情報発信 >>
(株)けんこうTV
健康と美容の情報発信



広告事業



全国紙、地方紙、雑誌などへの広告出稿代理
テレビ(BS、CS、地上波) ラジオへの広告出稿代理
各種販促物の企画・制作

映像制作



健康情報番組、TVCM等の企画・制作
インターネット番組企画・配信

- ・自社スタジオ制作の健康情報番組、TVショッピング番組による情報発信の推進。
- ・あらゆるメディアを活用したエーエフシーの販売支援。

ユーザー

当社の特徴

なぜアムスグループなのか？

・GMPに準拠した高度な製造品質管理体制



・薬事法、健康増進法、景品表示法、などに対するコンプライアンス体制



・ヒット商品を生み出す商品開発力、情報発信力

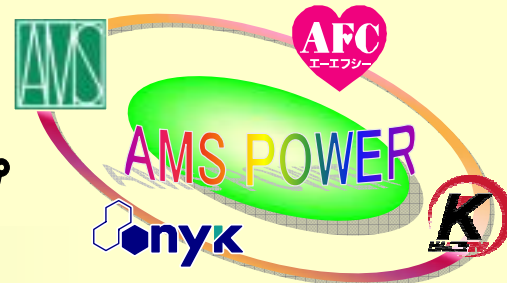


・多種多様な販売チャネルを用いた販売力



高い安全性、確かな信頼性、未来への可能性・・・

アムスグループ



健康食品の業界動向について



健康食品の類型

	-----保健機能食品-----			
医薬品 (医薬部外品を含む)	特定保健用食品 (個別許可型)	栄養機能食品 (規格基準型)	一般食品 (いわゆる健康食品を含む)	
感冒薬、頭痛薬、等	エコナ、ヘルシア緑茶、等	マルチビタミン、カルシウム、等	生鮮食料品他 伝統的健康食品 ローヤルゼリー、クレラ、等	

- ・ 特定保健用食品・・・食生活において、特定の保健の用途の目的で摂取をする者に対し、その摂取により当該保健の目的が期待できる旨の表示をする食品。
- ・ 栄養機能食品・・・特定の栄養成分を含むものとして厚生労働大臣が定める基準に従い当該栄養成分の機能の表示をする食品。例：ビタミン含有食品等
- ・ いわゆる健康食品には、錠剤・カプセル形態のいわゆるサプリメントの他、古くから伝承の健康食品、代替療法に用いられる健康食品等極めて多様な健康食品が存在。
- ・ 保健機能食品以外のいわゆる健康食品については、行政として厳密な定義を置かず。

※ かつて「栄養成分を補給し、又は特別の保健の用途に資するものとして販売の用に供する食品」を「健康食品」として概念整理したことがある。

(厚生労働省ホームページ「健康食品を取り巻く現状」より)

日本の健康食品業界

ニッチ産業
法律が未整備

零細な専門企業が乱立

Ex,
商品開発のみ (原料開発も含む)
受託製造のみ
商品販売のみ

少子高齢化、生活習慣病の増加

関連する法令

食品衛生法

健康増進法

薬事法

景品表示法

JAS法

特定商取引法

※現在、健康食品を直接取り締まる法律は無い

市場の拡大 [医療費自己負担の増加 ⇒ 予防意識の高まり]

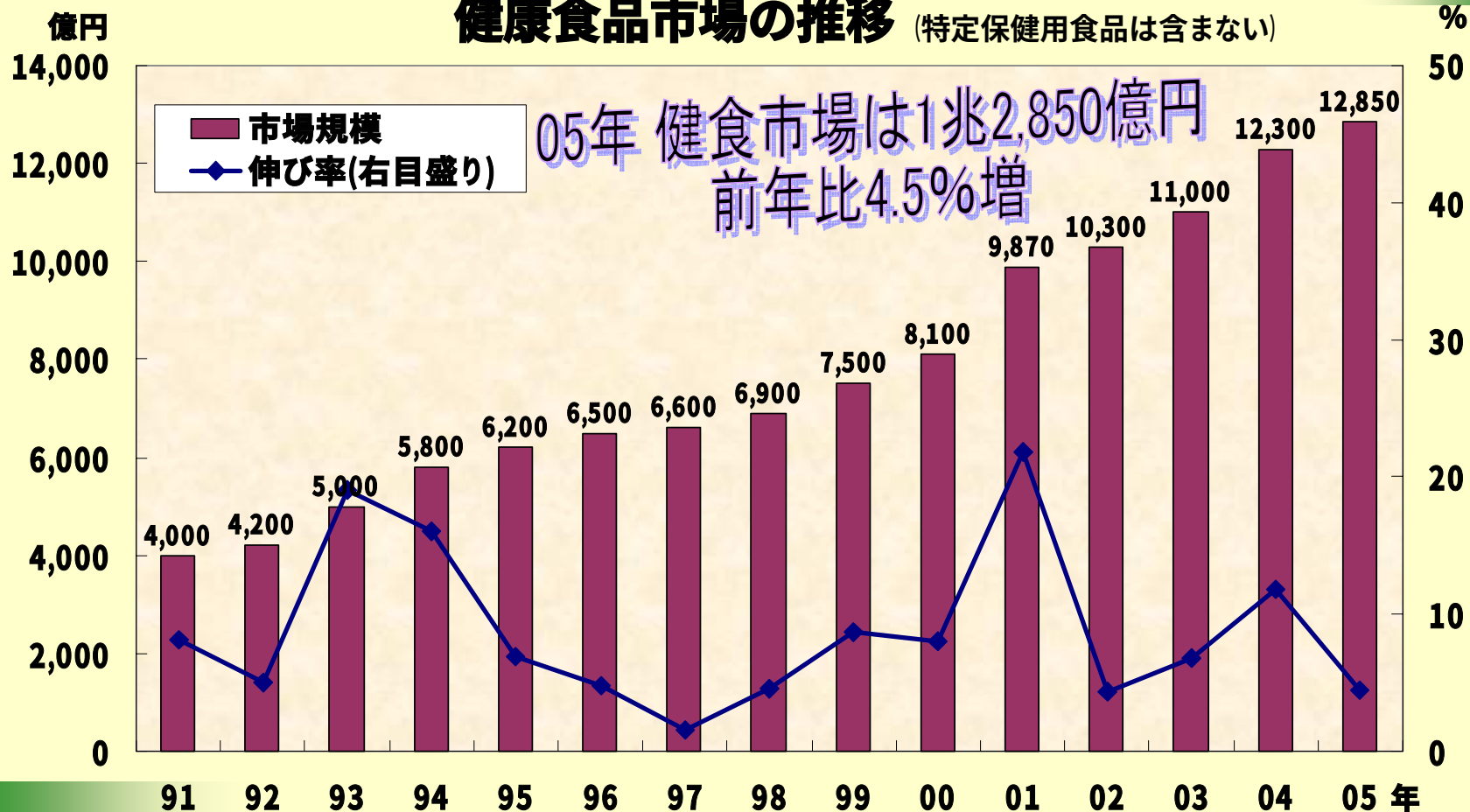
異業種からの参入 Ex, 大手食品メーカー、大手製薬会社

食の安心・安全への関心の高まり

業界の浄化・整備の進行

業界動向

健康食品市場の推移 (特定保健用食品は含まない)



(2005年12月20日 健康産業速報より)

下期及び中長期経営戦略



連結売上高 上期下期推移

(百万円)

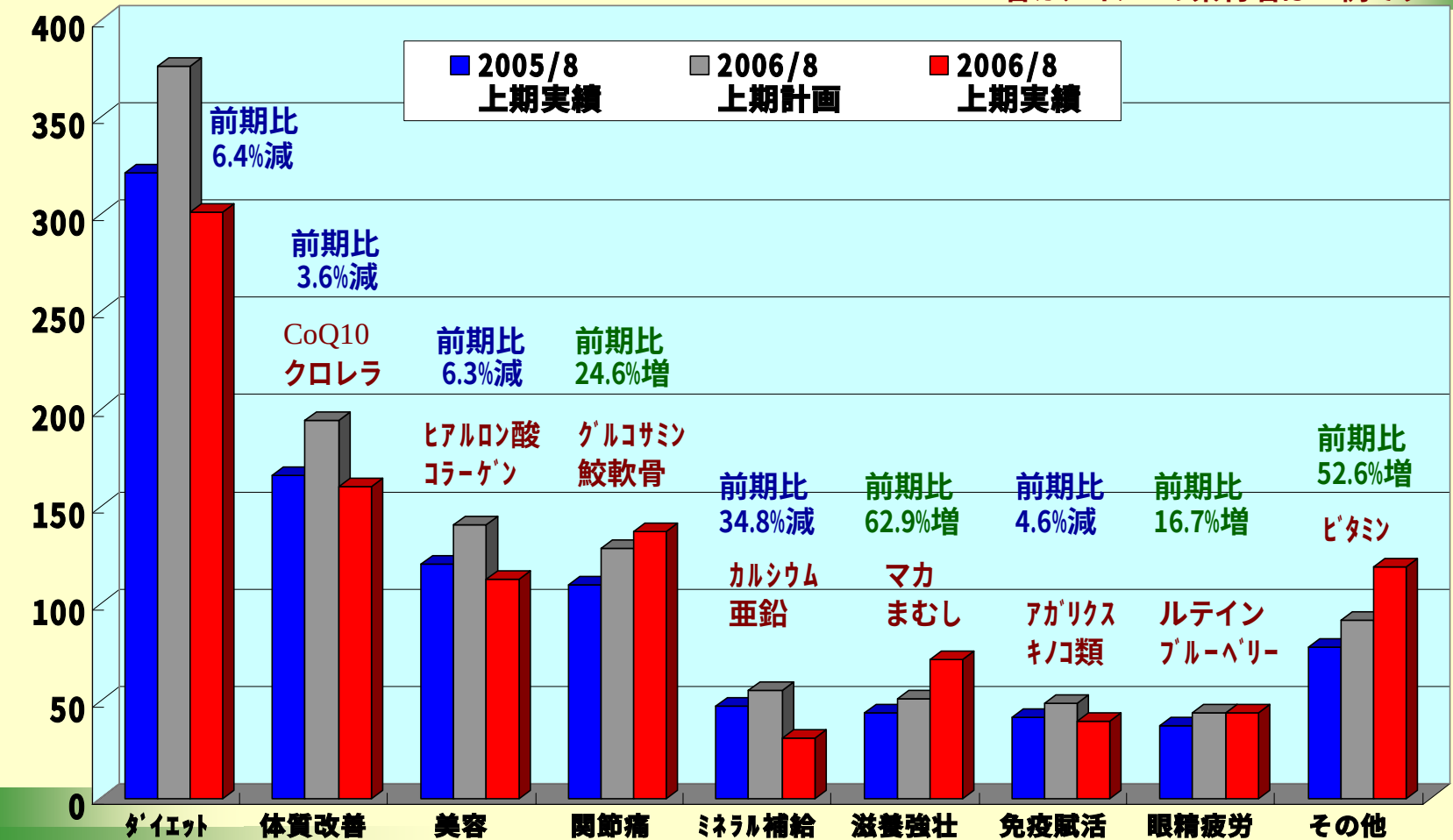
		上期	下期	合計	上期・下期割合	
2003/8月期	23期	1,529	1,740	3,269	46.8%	53.2%
2004/8月期	24期	1,979	2,357	4,336	45.6%	54.4%
2005/8月期	25期	2,550	3,405	5,955	42.8%	57.2%
2006/8月期	26期	2,721	-	-	-	-

2006/8月期	予算	3,000	4,000	7,000	42.9%	57.1%
----------	----	-------	-------	-------	-------	-------

OEM中間期 機能別売上推移

アミノ酸
αリポ酸
Lカルニチン

※各カテゴリーの素材名は一例です





AMSの下期の重点方針 (2006/03~08)

1.プレゼンテーションの積極的開催による新規開拓

2.大都市圏 (東京、大阪) 以外への売り込みを強化

3.化粧品OEM先を積極的に開拓

4.取引先に応じて、キャンペーンの実施



AMSの中・長期の経営戦略 (～2011)

1. オリジナル開発原料による差別化

原料をグループ内で開発し製品化することにより、当該原料を使った製品の受注を独占する。

2. 取扱製品の拡大

糖衣錠・植物性ソフトカプセル・魚ゼラチンによるソフトカプセル・腸溶性ハードカプセル
大口ドリンク等を取扱う。

3. 営業拠点の拡大

東京地区に続き、西域地方最大のマーケットの一つである九州・福岡へ進出する。

4. 圧倒的スケールメリットによるコスト競争力の強化

巨大設備をフル稼働することにより、製造単価の低減を図る。

5. M & A

通販会社・卸会社・OEMメーカーを合併・買収し、シナジーを発揮させる。





新規設備による総生産量アップ

今後の増産体制に対応する為、順次設備を増設していきます

原料仕入れ

検査

製造

包装 バルク

製品化

出荷

増設

アルミ袋充填機



2005/12 導入
月産 40万袋 ⇒ 60万袋

新設

PTP包装機



2006/2 導入
月産 12万シート



AFCの下期の重点方針 (2006/03~08)

マス媒体を用いた認知度アップ

3月よりAFCのイメージキャラクターに坂上二郎を起用し、CM、新聞、DM等 オール媒体に露出させ、AFCの企業認知度のアップをはかる。



期待される効果

現状の新聞媒体の効率アップとCM、折込広告等、
新媒体の高レスポンスを見込む。
また、現状顧客の活性化と休眠顧客の掘り起こしの効果も期待。

実施内容

- ・テレビコマーシャル
- ・ラジオコマーシャル
- ・新聞広告
- ・新聞折込広告

各地域に大量集中投下する。
ローカル局への健康情報番組の提供でテストを実施中
全国紙、スポーツ紙の地域版へ期間内に集中的に広告する。
新媒体の為、小部数でテストを実施





AFCの中・長期の経営戦略 (～2011)

1.有効顧客100万人、売上100億円を目指す

現在は名簿保有数97万人、有効顧客数40万人。CMキャンペーンを行い年間10万人 新規顧客獲得を目指す。キャンペーンの結果によっては、規模を拡大することで費用は かかるが、年間20万人の新規獲得も可能。



2.けんこうTVとの連携

従来の紙媒体 (新聞広告、DM) を使った通信販売から、テレビまたはインターネットでのショッピング番組、健康情報番組を用いた販売方法の充実をはかる。

3.積極的な広告戦略

商品の原価率見直しにより、従来20%を目処としていた広告費を最大40%まで引き上げる。売上100億の場合、広告費は最大40億になるが、売上高に対する広告費の低減により、利益が確保し易い体質になる。





通信販売部 (通販・ネット)

消費者に対してより明確にメリットを打ち出せる商品を企画・販売。

新聞媒体に加えTVCMでの露出を高め、メディアミックスによる知名度のアップについては今後も継続していく予定です。

初めての試みのため、今後修正しながら進めていく部分ではありますが、すでに新聞での新規顧客率のアップなど良い結果に結びついています。

エーエフシー 究極シリーズ こだわりの3商品! 新発売記念
今回エーエフシー商品をお買い上げのお客様だけの
10日間 無料体感キャンペーン
ぜひお試しください
体感希望商品のお申し込みは、お一人様1品限りとさせていただきます。
10日間お飲みいただきお飲みいただいた後、ご感想等をお伺いした上で10日間無料のアンサーにお返させていただきます。

生きているってすばらしい!
健康ってすばらしい!

坂上二郎さん

ロイヤルゼリー 1800mg お試し無料10日分
ルテインフルーベリー 15mg お試し無料10日分
グルコサミンコンチャア 2000mg お試し無料10日分

0120-464981 0120-297730 <http://464981.com/>

完全復活! AFC エーエフシー
まずは10日分 なんと500円
この機会にぜひお試しください

坂上二郎 71歳

ロイヤルゼリー 1800mg お試し10日分 500円
ルテインフルーベリー 15mg お試し10日分 500円
グルコサミンコンチャア 2000mg お試し10日分 500円

0120-464981 <http://464981.com/>

キャンペーン広告のイメージ



卸事業部販売展開

現在スーパーを中心に「500円シリーズ」「980円シリーズ」を投入しています。

エーエフシー

大手食系問屋

菱食、伊藤忠食品、
日本アクセス、西野商事

ヨークベニマル、サミット、エコグループ、
マミーマート、スーパーカドヤ、オキノ、
札幌東急ストア、ヨークマート、
さえき、ドンキホーテ、成城石井、
ナフコ、平和堂、阪急オアシス、
名鉄バレー、サンバルクス、松坂屋ストア、
サンリブ、東武ストア、セーブオン

大手日用雑貨系問屋

ビップトウキョウ、ビップフジモト
あらた、森川産業

イトーヨーカ堂、ダイエー、
長崎屋、マルエツ、
ライフコーポレーション、
ツルハドラッグ、サンドラッグ、
カインズホーム、ハイシア、
西友、コスモス薬局、
ジャスコ、メガマート、ヘルク

その他

地域問屋

コモディーイタダ、大丸ピーコック、
オークワ、マイカルビブレ、
ユニー、タイヨー、サンエー、
カワチ薬品、スギヤマ薬品、
静鉄ストア、遠鉄ストア、
高田薬局、杏林堂

エンドユーザー

- ・ダイエー全店舗に導入見込み(現在1/4程度)
- ・卸部門専用商品の導入
- ・ドラッグルートの新規開拓により売上増を図る
- ・特販はPBや異業種の売込みにより売上増を図る





世界にはばたくエーエフシーブランド！海外約1000店舗に展開中

海外事業展開

台湾(ユーセン社)とのパイプをより太くして売上アップにつなげます。

香港(JHF社)の再構築しより売上アップを図る。

シンガポール、ベトナム、ロシアへの新規ルートを開拓中。



台湾での店舗販売の様子



NYKの下期の重点方針 (2006/03~08)

“他社競合商品との差別化を追究”

1.製剤研究

- ・超微粉碎技術を応用した製剤化研究 (吸収・代謝の改善)
(高含有・高濃度製剤の製法・開発商品の小型化)
- ・皮包剤 (魚ゼラチン皮膜) を用いた機械適性の研究開発

2.商品開発

- ・新素材の探索 (超微粉碎技術を応用)
- ・抗ストレス系素材の開発 (大学との連携研究)
- ・こだわり商品群: (サメ生肝油、にんにく、乳酸菌、アスタキサンチン、地場産品)

3.科学的検証

- ・開発商品「究極糖下」の有効性 (高血糖値抑制、抗老化抑制) について
薬学会発表「日本薬学会第126年会(仙台)」3月
「日本栄養・学会大会(静岡)」5月
産・官・学連携「フーズサイエンスヒルズ」による共同研究
- ・「究極糖下」の用途特許申請





NYKの中・長期経営戦略 (～2011)

“新技術の応用研究及び販売促進のための協力支援”

1. 製剤研究

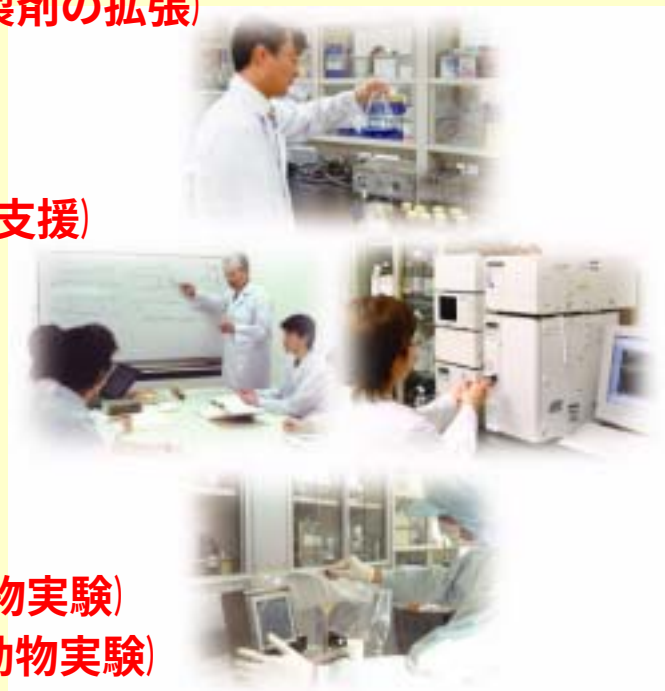
- ・高含有・高濃度化製剤への応用研究
- ・超微粉碎技術を応用した製剤化研究 (適用製剤の拡張)
- ・粉体工学、流体力学的解析法の研究

2. 商品開発

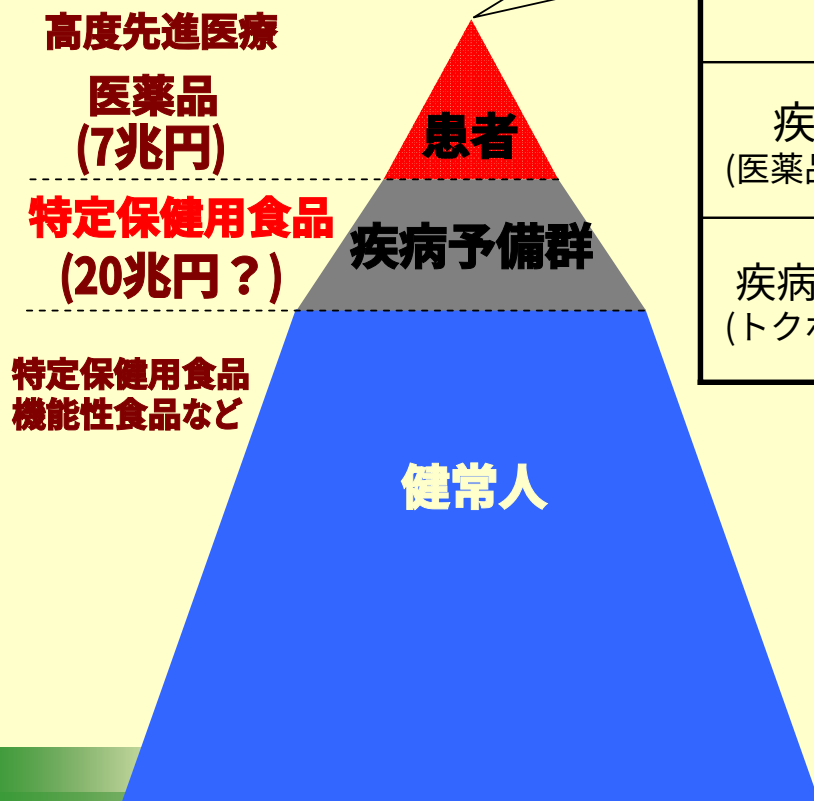
- ・医療機関への適応製品の開発 (販売促進の支援)
(特定保健用食品認可への開発研究)
- ・開発商品コンセプトの情報提供
- ・新素材の探索・商品化
- ・超微粉碎技術商品の開発・上市

3. 科学的検証

- ・有力開発商品群の有効性に関する検証 (動物実験)
- ・微粉碎技術商品の有効性・安全性の検証 (動物実験)



医薬品治療者：人口の約6.8%(7兆円)



	高血圧	糖尿病	高脂血症
疾病者 (医薬品服用者)	811万人 2313億円	272万人 607億円	96万人 2166億円
疾病予備群 (トクホ対象者)	3000万人	1300万人	2000万人

(日本医師会報・国民衛生の動向)

**経済産業省BT戦略会議2010年目標
機能性食品市場3兆円が見込まれる**

**経済財政諮問会議
「混合診療」法制化への準備**

“調剤薬局用サプリメント開発の展開”



「糖下」の有効性に関する検証



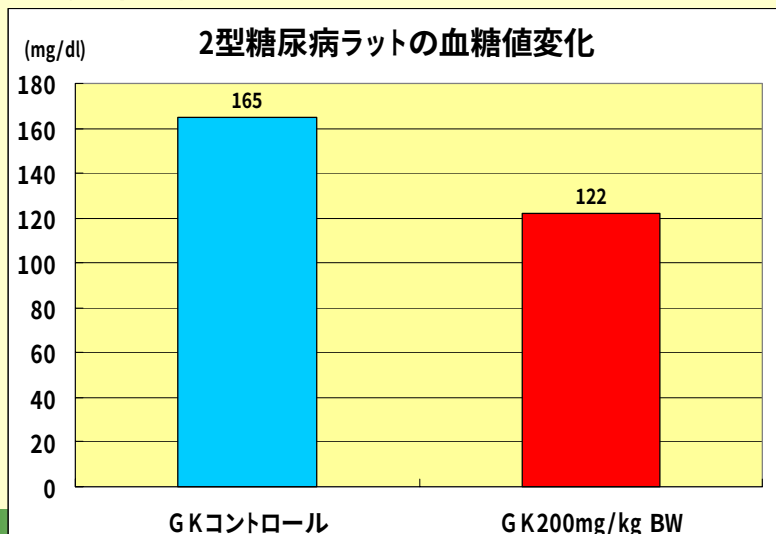
産学連携大学：静岡県立大学 食品栄養科学部

研究総括：薬学博士 木苗直秀 教授（学部長）

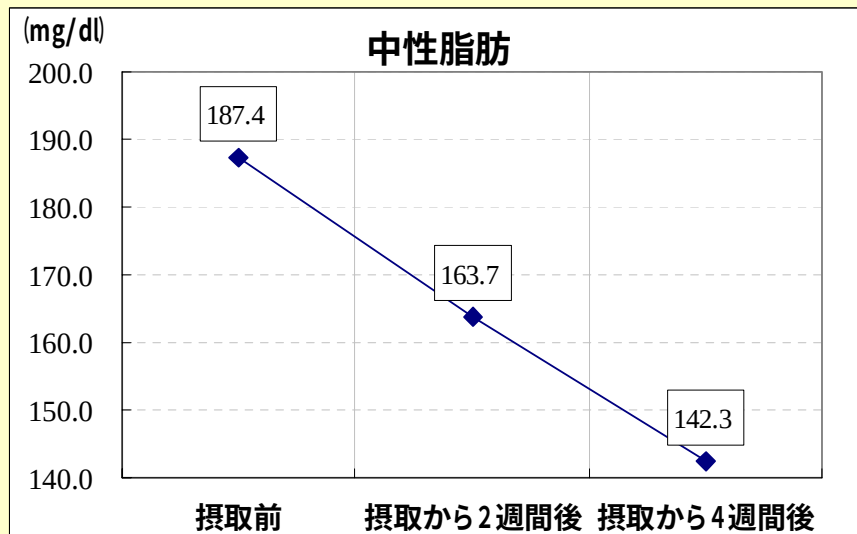
研究成果：「日本薬学会126年会（仙台）」発表 2006/ 3/28～ 3/30

2型糖尿病ラット（GKラット）に「糖下（オリーブ葉エキス含有食品）」を60日200mg/kgを投与した結果約**27%**の血糖値上昇の抑制効果が確認出来た。

日本予防医学研究所の調査として血糖値が高めの人を対象に「糖下（オリーブ葉含有食品）」を1日3カプセルを摂取し30日後の結果、約25%の中性脂肪低減効果があることがわかりました。



静岡県立大学大学院 生活健康科学研究科 食品栄養科学専攻食品衛生学研究室（木苗教授）調べ

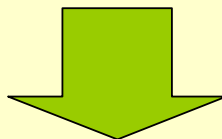


（株）日本予防医学研究所 調べ

調剤薬局向け健康サプリメントの販売

販売商品は科学的根拠に基づいた安全性・有効性の
検証されたものを選択

商品：「究極糖下」「究極ルテイン」「ブルーベリー＆ルテイン」
その他の究極シリーズ、こだわりシリーズ
モデル薬局を選定（3店舗）テスト販売開始（5月）



企業側の課題

- ・ 医師・薬剤師向けの情報資料の提供
- ・ 販売実績の評価
- ・ 体感性等のデータ収集・解析





製剤化研究の取り組み

錠剤成形性・微粒子化製剤の研究

研究目的

- ・ 商品の差別化
体内の代謝・吸収効果を改善し、素材の有する有効性を評価し商品の差別化を図る”
- ・ 有効成分100%の製剤化 → コスト削減
- ・ 商品の小型化 → 1回摂取量の削減

主要実験機の増設

- ・ 製造併用型微粉碎機 : 粒経 5~10 μm 処理能力: 2~20kg /h
- ・ ナノマイザー : 処理能力 20l /h
- ・ 凍結乾燥機 : 処理能力 10l
- ・ 散乱式粒度分布測定器: 測定範囲 0.1~1000 μm



素材の選択: クロレラ・靈芝・緑茶・ウコン・イチョウ葉等の微粉末化に適合素材を選択



産学官連携の取り組み

疾病予防・機能性食品の研究開発
安全性と有効性の科学的根拠証明



産学連携大学：静岡県立大学 食品栄養科学部
研究総括：薬学博士 木苗直秀 教授（学部長）



文部科学省 産学官連携促進事業

静岡県推進事業「フーズ・サイエンス ヒルズ」 2005年5月から参加
ストレスに起因する生活習慣病の研究範囲を拡大 2005年から3年
2005年6月1日～ 客員研究員を派遣



《 研究テーマ 》

糖下（オリーブ葉エキス含有食品）の血糖値低下を含む各種生理活性のスクリーニング



学会発表：「日本薬学会126年会（仙台）」

2006/ 3/28～ 3/30



KTVの下期重点方針 (2006/03～08)

●広告事業

エーエフシーの売上増加を図る戦略的広告

- ・アムスグループのハウスエージェンシーとしてエーエフシーのマーケティング、広告計画を実施する。
- ・ダイレクトマーケティングを中心とした広告、宣伝のノウハウ、経験を蓄積する。
- ・異業種の通販会社を、相互のカタログ同梱を条件に、エーエフシーの顧客増加を図る。
- ・エーエフシー以外の他社クライアントへのアプローチを積極的に展開し営業拡大を図る。

●映像制作事業

デジタル多チャンネル時代に対応したビジュアルコンテンツの充実

- ・健康情報を主としたテレビ番組、TVCMなどを制作する。
- ・新聞広告、DMと連動したCM放送などのメディアミックスを強化する。
- ・エーエフシーのブランディングや販促のサポートを強化する。





KTVの中・長期経営戦略 (～2011)

“テレビショッピング番組の制作配信の強化(BS,CS,地上波)”

1.健康情報番組やCMなどのコンテンツの充実

2.テレビ局本来の機能を確立できるよう、発信メディアを持つ

ex; インターネットTV局
BS/CSチャンネル取得
ケーブルテレビチャンネル取得





◆TVショッピング番組、CM等の企画・制作事業

商品の特性理解、価格訴求を一つの番組で完結させ視聴者の中から高い確率でダイレクトに購買に結びつける。



4つのパワーによりシナジーを発揮して
健康食品産業のリーディングカンパニーを目指します

アムスライフサイエンス



エーエフシー



AMS POWER



けんこうTV

