



AMS Life Science Co., Ltd.

株式会社 アムスライフサイエンス

2007年8月期 決算説明会資料

(2006年9月1日～2007年8月31日)



証券コード：2927



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



目次

1. 2007/8月期 決算概要
2. 健康食品の業界動向について
3. アムスグループ経営戦略



2007/8月期 決算概要





2007年8月期 連結 決算の状況

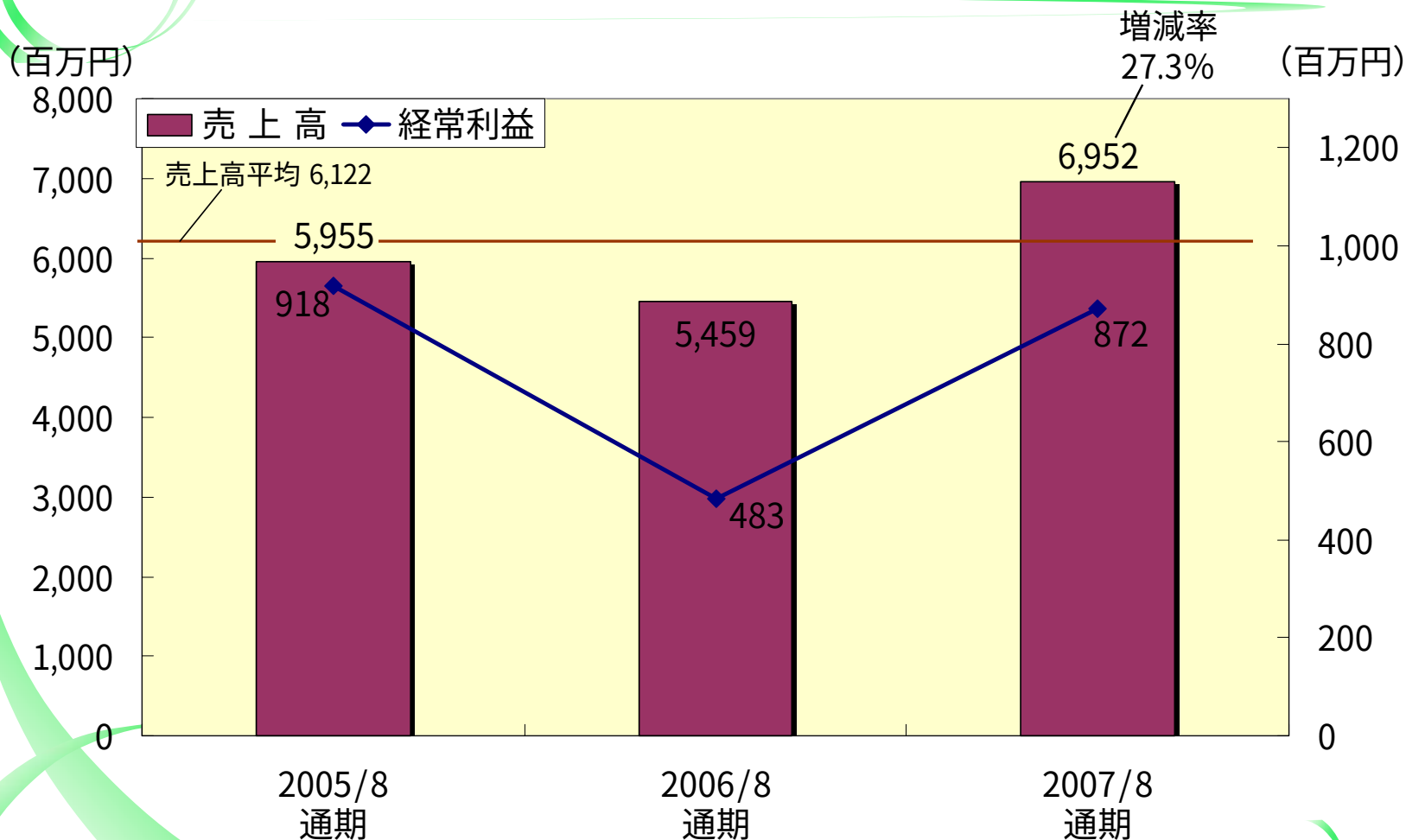
連結 業績比較表 (直近3期間)

(百万円)

連結	2005/8月期	2006/8月期	2007/8計画	2007/8月期	増減率 [※]
売上高	5,955	5,459	7,000	6,952	27.3%
営業利益	983	482	◆未公表 (530)	643	33.4%
経常利益	918	483	700	872	80.3%
当期純利益	531	287	400	484	68.7%
経常利益率	15.4%	8.9%	10.0%	12.5%	3.6P

※増減率は、2006/8月期に対する率です

連結 業績推移





2007年8月期 単体 決算の状況

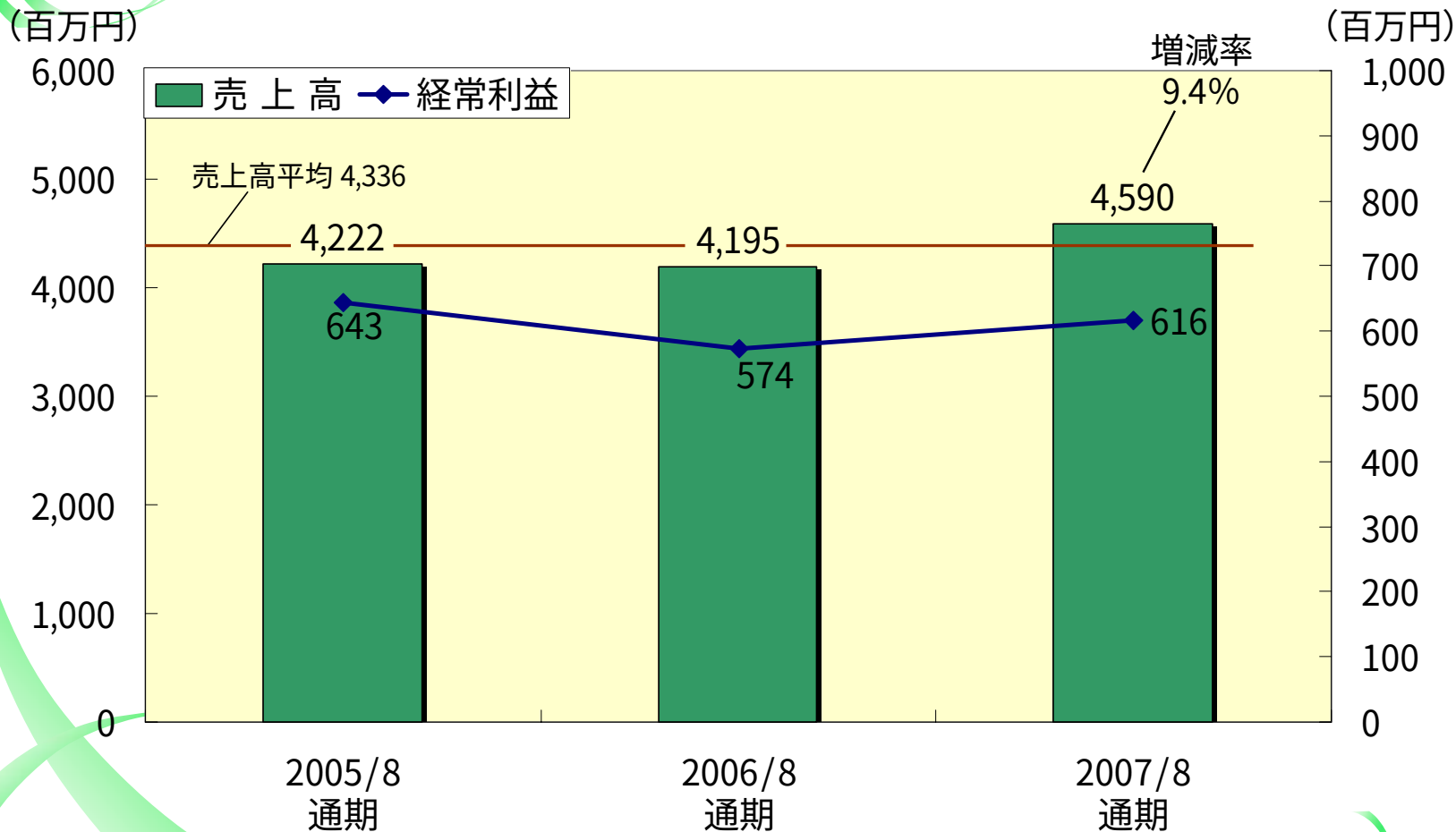
単体 業績比較表 (直近3期間)

(百万円)

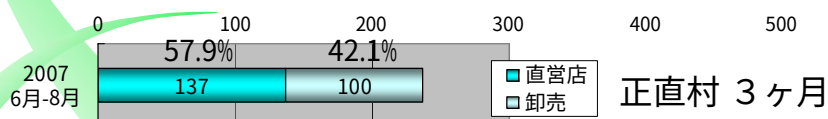
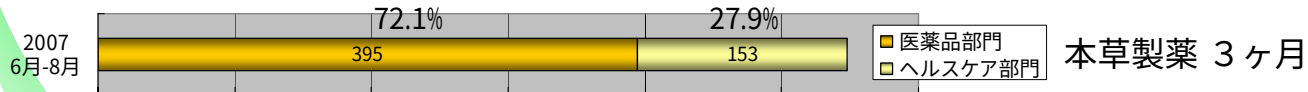
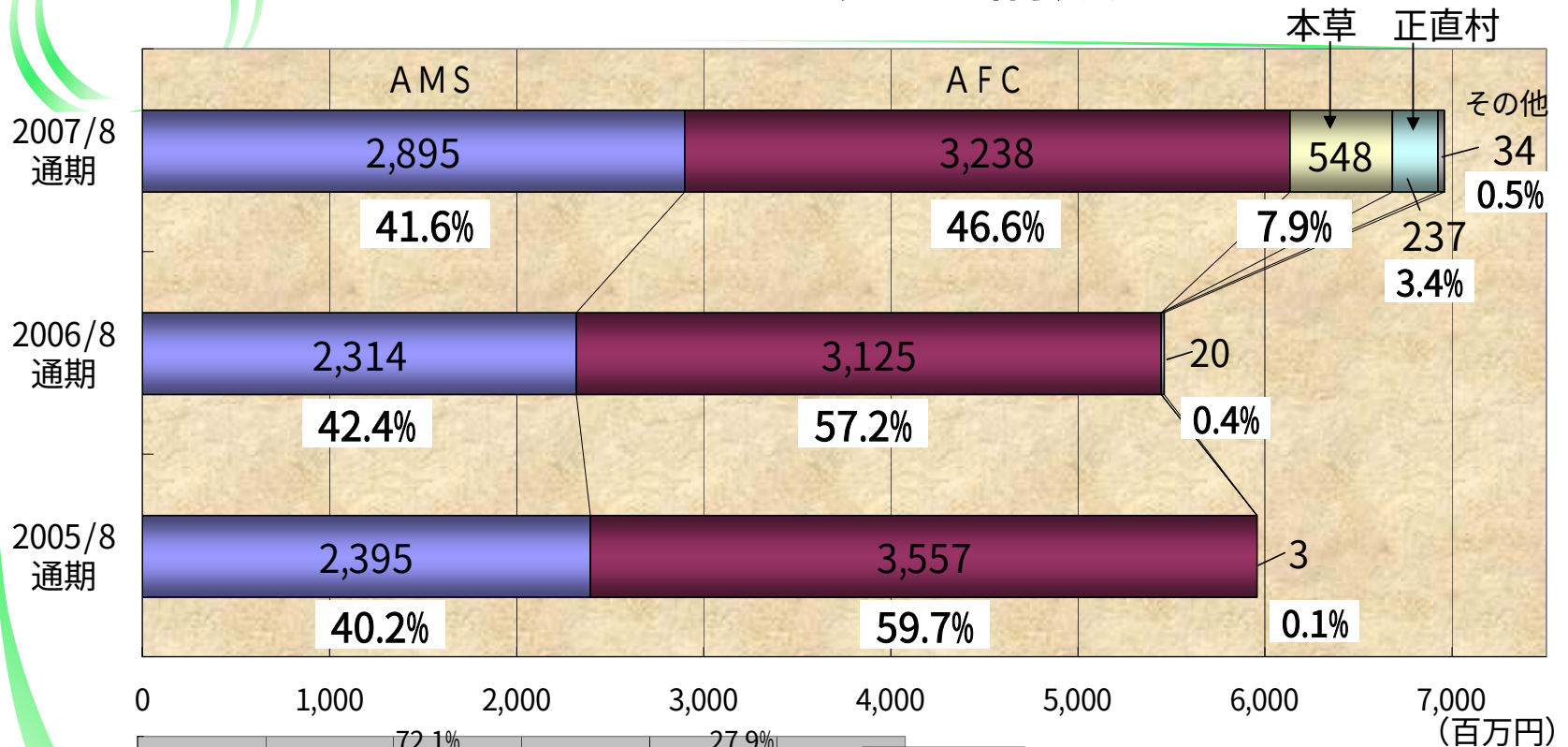
単体	2005/8月期	2006/8月期	2007/8計画	2007/8月期	増減率 [※]
売上高	4,222	4,195	4,400	4,590	9.4%
営業利益	696	564	◆未公表 (460)	386	▲31.6%
経常利益	643	574	630	616	7.3%
当期純利益	375	344	360	377	9.7%
経常利益率	15.2%	13.7%	14.3%	13.4%	▲0.3P

※増減率は、2006/8月期に対する率です

单体 業績推移



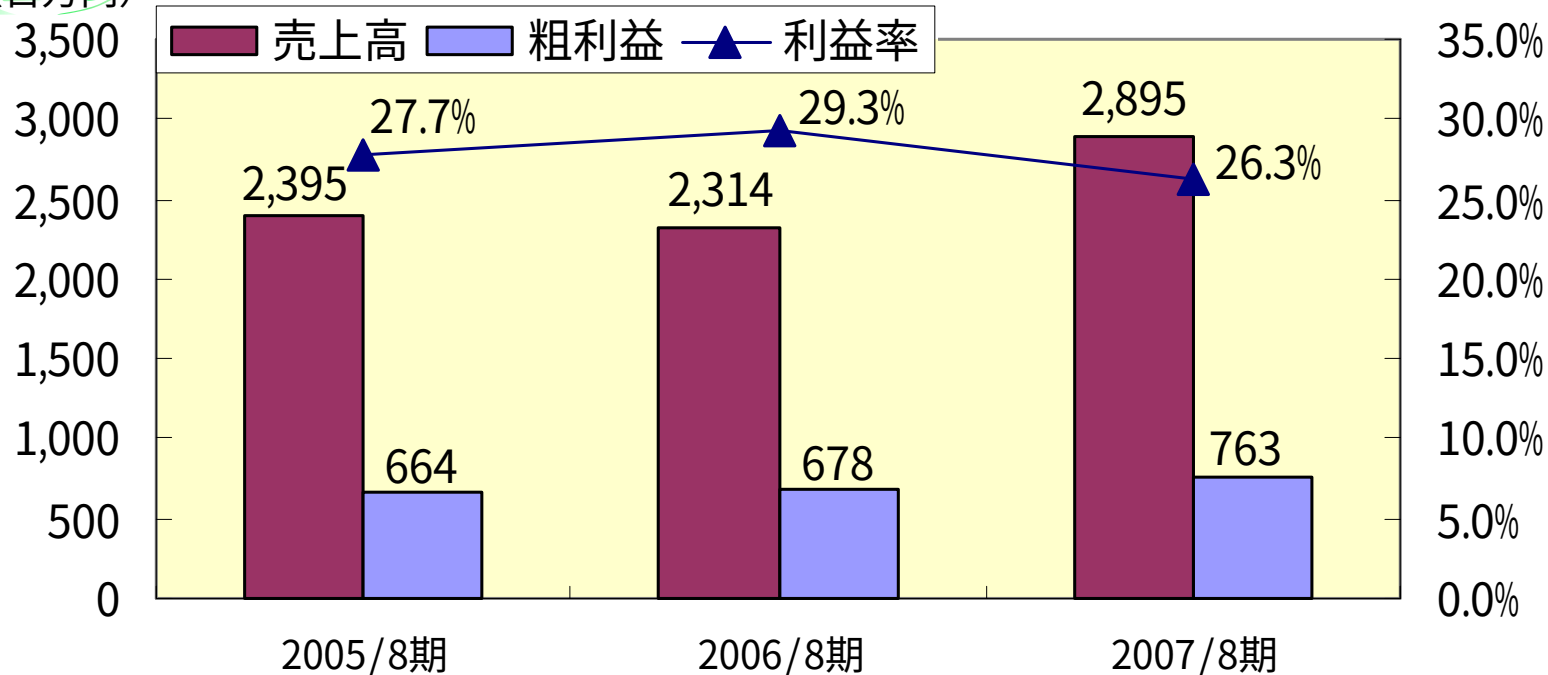
AMSグループ売上構成比



(注) 2007/8月期は、本草製薬、正直村につきましては、平成19年6月からの3ヶ月分のみ連結しております。



アムスOEM事業売上推移



	2005/8期	2006/8期	2007/8期
取引先	2 3 4 社	2 7 6 社	2 8 8 社
既存 (売上比)	1 6 7 社(89.6%)	2 0 3 社(89.2%)	2 1 6 社(86.9%)
新規 (売上比)	6 7 社(10.4%)	7 3 社(10.8%)	7 2 社(13.1%)

売上上位10社における売上比率

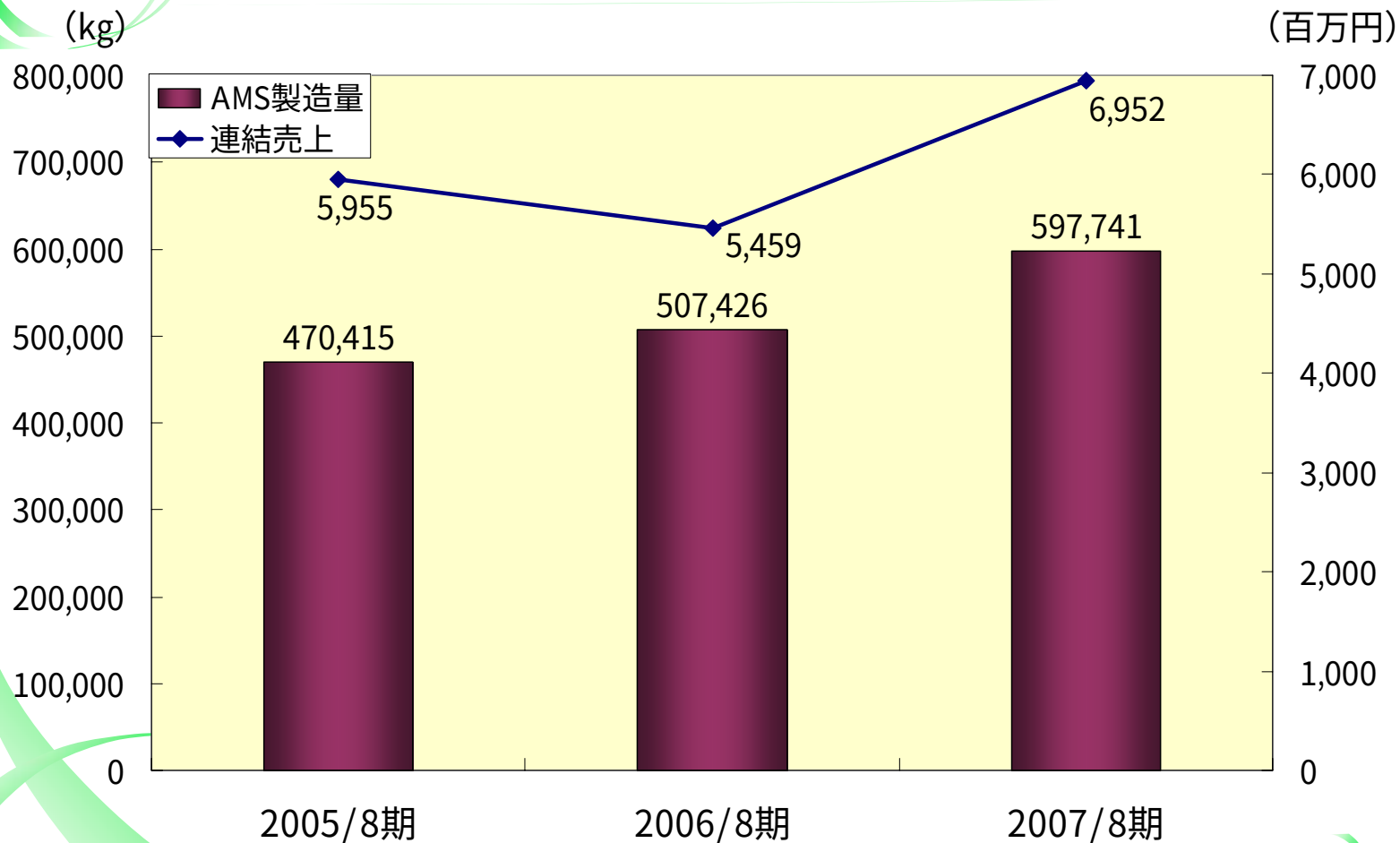
48.3%

37.8%

43.1%



製造量の推移



※ 年間に処理した原料の総質量より算出
加工する形状に偏りが無く、平均して24時間製造した場合、現在の約2倍の工場キャパがある

AFC 売上ベスト10

2005年8月期 売上金額ベストテン (千円)

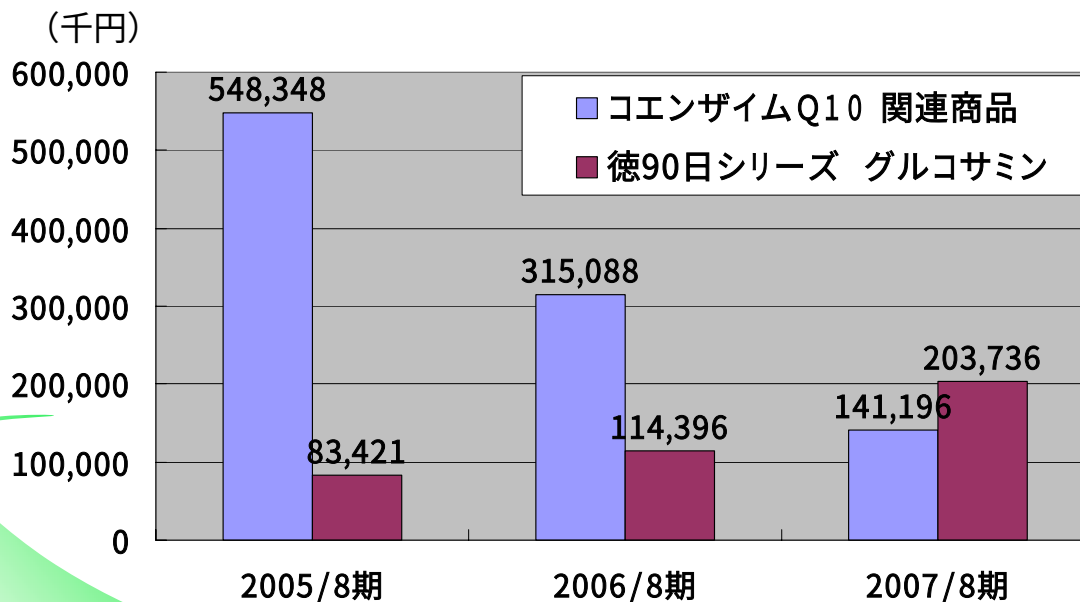
	商品名	売上額
1	GOLDコエンザイムQ10 30粒	390,823
2	究極シリーズ ルテイン 60粒	119,876
3	α-リポ酸 GOLD 80粒	92,387
4	徳90日シリーズ マカ 約375粒	85,315
5	究極シリーズ メシマコブ&フコイダン 90粒	84,663
6	徳90日シリーズ グルコサミン 約375粒	83,421
7	Rアルミ袋 コエンザイムQ10 60粒	80,449
8	徳用100日分 GOLDコエンザイムQ10 100粒	77,076
9	徳90日シリーズ 鯨の軟骨 約375粒	68,543
10	究極シリーズ ノコギリヤシ 180粒	66,299

2006年8月期 売上金額ベストテン (千円)

	商品名	売上額
1	徳用100日分 GOLDコエンザイムQ10 100粒	216,514
2	徳90日シリーズ グルコサミン 約375粒	114,396
3	GOLDコエンザイムQ10 30粒	98,574
4	究極シリーズ ルテイン 60粒	91,982
5	徳90日シリーズ 鯨の軟骨 約375粒	77,157
6	徳90日シリーズ マカ 約375粒	72,360
7	プロポリス原液 30ml	48,327
8	こだわりブルーベリープラスルテイン 31粒	46,745
9	徳90日シリーズ ヒアルロン酸 190粒	43,176
10	徳90日シリーズ ブルーベリー 190粒	42,618

2007年8月期 売上金額ベストテン (千円)

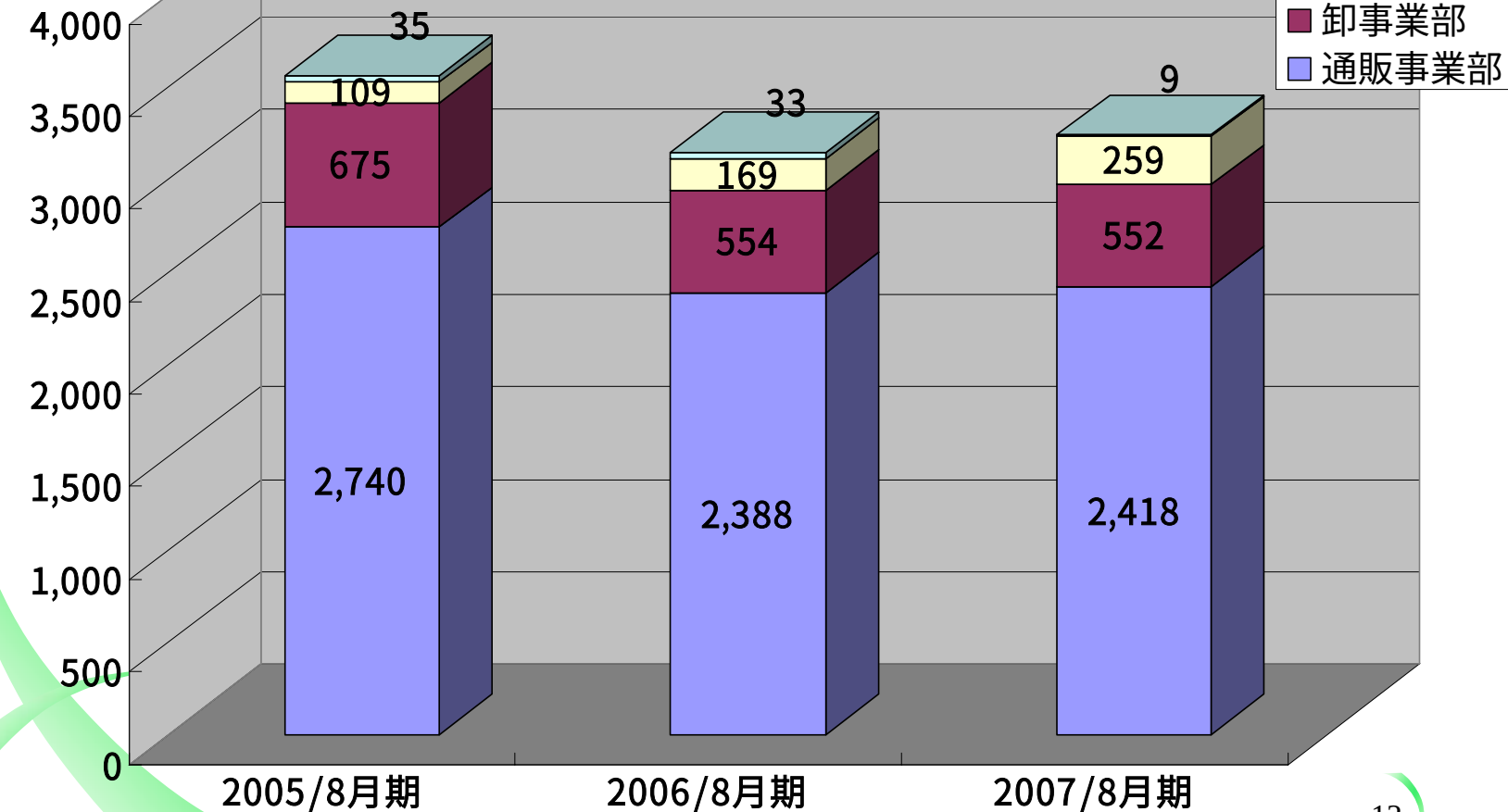
	商品名	売上額
1	徳90日シリーズ グルコサミン 約375粒	203,736
2	徳90日シリーズ こだわりのブルーベリー&ルテイン 90粒	144,199
3	徳90日シリーズ [新] マカ 約360粒	124,171
4	徳90日シリーズ 鯨の軟骨 約375粒	122,812
5	徳90日シリーズ [新] ヒアルロン酸 約180粒	84,294
6	徳90日シリーズ ノコギリヤシエキス 90粒	78,774
7	GOLDコエンザイムQ10 30粒	74,592
8	90日シリーズ 快音サポート 蜂の子 270粒	67,330
9	徳用100日分 GOLDコエンザイムQ10 100粒	66,604
10	快音サポート 蜂の子 90粒	63,487





AFC売上推移

(百万円)





通販新規会員数の推移(通期前期比較)

新規の会員数は前年度と比較して、通期で約2倍に増加しました。

(件)
120,000

100,000

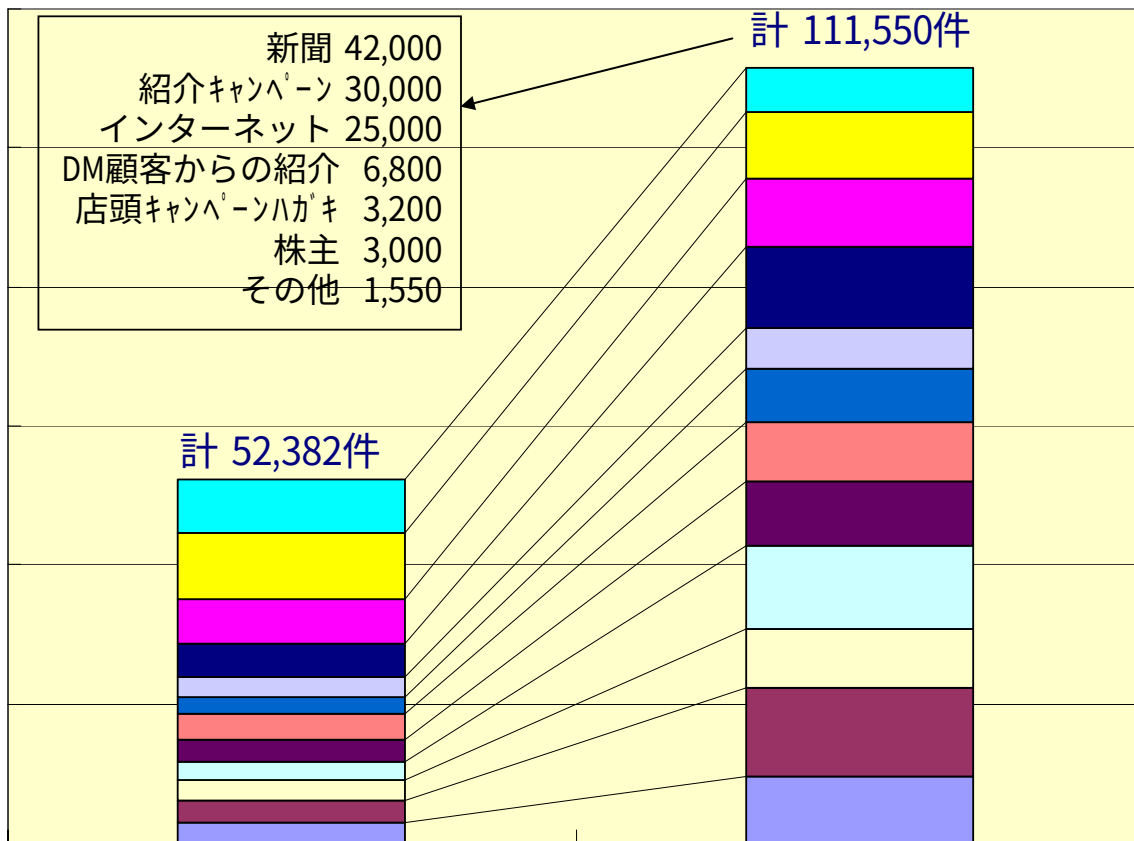
80,000

60,000

40,000

20,000

0



2006/8月期

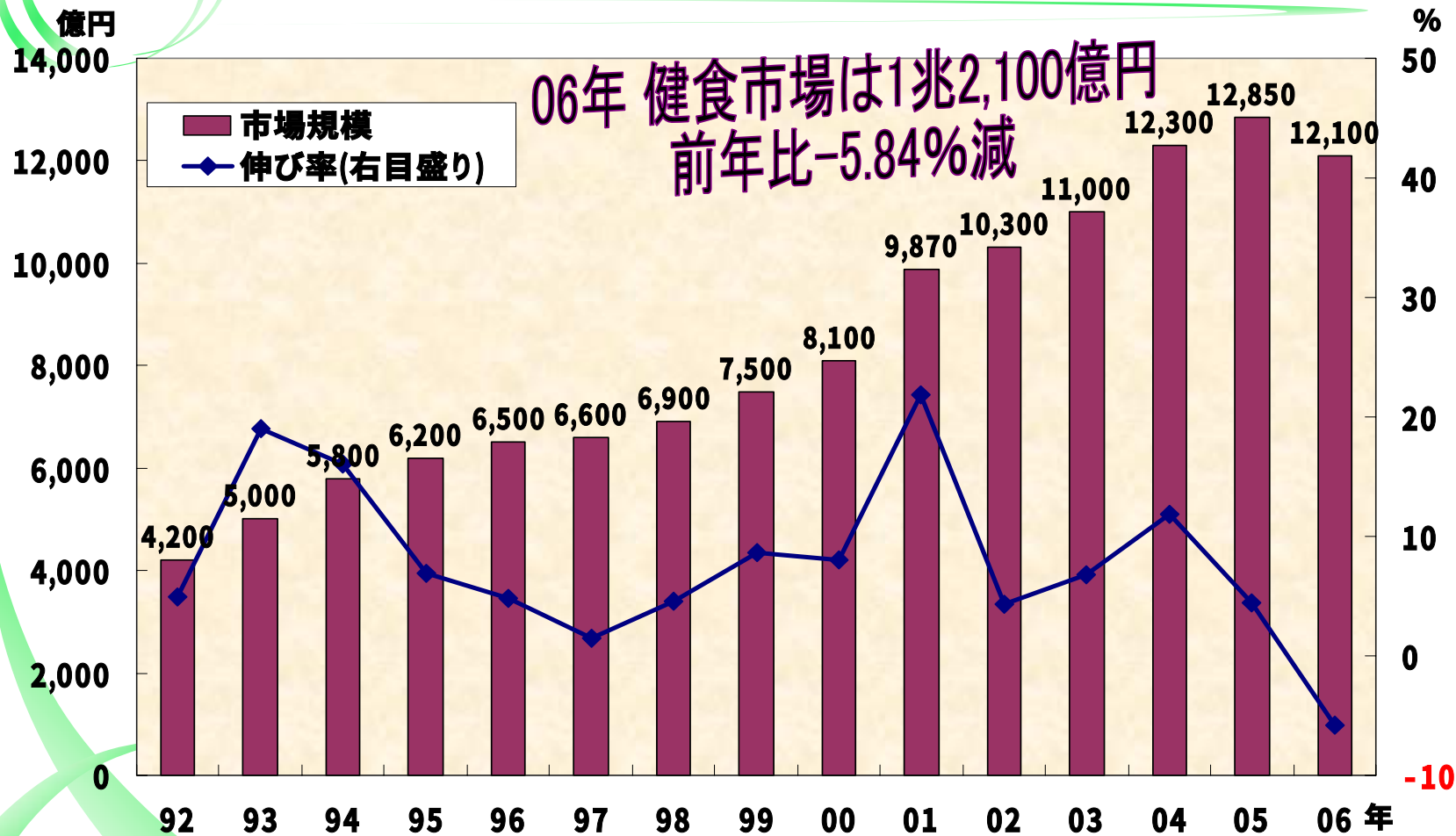
2007/8月期

- 8月
- 7月
- 6月
- 5月
- 4月
- 3月
- 2月
- 1月
- 12月
- 11月
- 10月
- 9月

健康食品の業界動向について



健康食品市場の推移 (特定保健用食品は含まない)



(2006年12月20日 健康産業速報より)

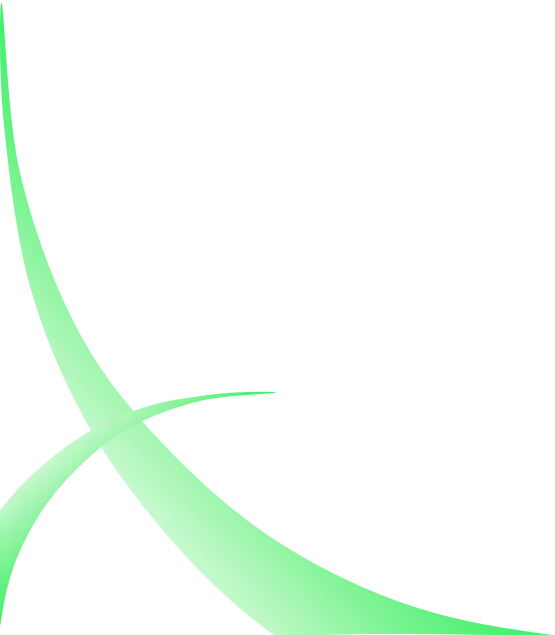
業界の現状

背景	少子高齢化、生活習慣病の増加
市場拡大 ↓ 新規参入	セルフメディケーション 医療費自己負担の増加 ⇒ 予防意識の高まり メタボリックシンドローム ⇒ 対策に厚労省も積極的 (生活習慣病の予備軍) OEMのアムスには追風、販社のAFCにとっては逆風
マイナス要因	行き過ぎたメディア報道、風評被害等 ⇒ 一時的な健食離れ
プラス要因	食の安心・安全への関心の高まり ⇒ 業界の浄化・整備



「治療から予防へ」という人々の意識の変化
健康長寿への想いは永久不変のテーマ
アムスグループの事業の方向性と合致





アムスグループ経営戦略



2008/8月期 (第28期)

食の安全性に対する取り組み

“昨今の食品製造及び販売商品から**医薬品成分の検出**、**製造記録の改ざん**、**効能・効果の標ぼう等**、食の安全性が社会問題になっており、一般消費者の不安要素は極めて高く、商品品質の**信頼性が問われています。**”

製造基本要項・品質保証体制 (健康補助食品GMP基準の上乗せ)

1. 厚生労働省の「**錠剤・カプセル状食品ガイドライン**」を重視
2. 米国 FDAによるサプリメントcGMPの公布 (07/06/22)
3. 原料の有効性、安全性及び製造工程に関わる**学術情報の収集**及び原料メーカーの加工方法、管理基準によって、**素材の信頼性を総合評価**し、受入規格として適用
4. 製品の室温経時・加速試験による安定性等、科学的検証
5. 異種・異物混入を防止するための作業手順の標準化
6. 迅速なクレーム対応と、**改善後の検証及びフォロー体制**
7. 生産現場におけるZero defect(無欠点) 運動の意識付け
8. 商品問合せに対する徹底した**情報開示サービス**



GMP 適正製造規範
Good Manufacturing Practice



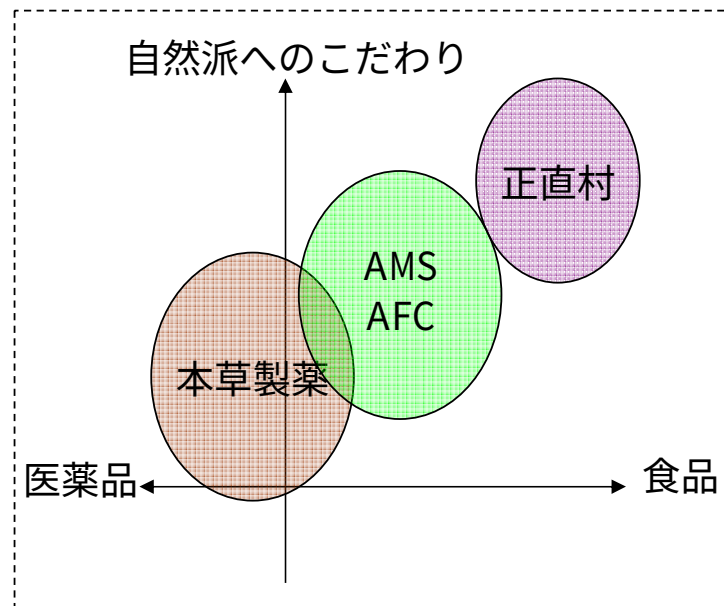


アムスグループの経営方針

- アムスグループの基本テーマは、「自然・健康・美」
- アムス本体はOEMメーカーですが、グループ企業が一体となってテーマの具現化に取り組む
- 正直村の加入により、自然へのこだわりを基本としたテーマ実現に必要な体制が整う

◆各社の役割とポジショニングは次の通り

- ①自然派基本食材の提供 … 正直村
伝統製法と、無農薬・減農薬・無添加を基準に、健康・安心・環境に優しく配慮した、おいしい自然食品をお届け
- ②栄養補助食品及び自然派化粧品の提供 … AMS AFC
- ③漢方薬の提供 … 本草製薬



弊社グループ取り扱い品目

AFO エーエフシー

健康食品・化粧品・食品・雑貨



通販会員 約100万人



自然食品



直営店 9店舗、卸売先 約400件

本草製薬

医薬品(医療用及び一般薬局向け)・ヘルスケア商品・食品・雑貨



全国の小売店 約7,000店舗、医療機関 約5,000件



アムスライフサイエンス 経営戦略

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



1. 大ロット商品を中心とした新規取引先の開拓を推進
2. 九州地区への重点的な売り込みを強化
3. 電算システム強化による更なるスピード対応
4. 化粧品のOEMを強化
5. 本草ヘルスケア部門(健康食品)のOEMサポート



エーエフシー 経営戦略

<http://www.afc-shop.com/>

1. 化粧品分野での取扱商品の拡大

通販部門において、従来販売しておりました基礎化粧品をより充実させるとともにシャンプーや、育毛剤などのヘアケア商材の開発にも着手し販売していく。

2. 新規 販売媒体の開発

通販部門において、従来は新聞広告で新規顧客を開拓し、DMでリピート売上げに繋げる方法を主としてきたが、けんこうTVと連携し、テレビ、インターネット媒体を活用した販売戦略を計画

3. 本草製薬との連携

新たにAMSグループに加わった本草製薬と連携することにより、漢方の技術を取り入れた新商品の開発、一部医薬品を含めた漢方関連商品の販売。
AFCの卸事業部を本草側に移管することによって、効率化を図る。





今期国際部計画

- AFCブランドの安定拡大
香港、台湾、シンガポール
- 台湾 万歩計健康管理システムの確立
- シンガポールOEM客先との関係強化
- AFC商品 韓国、タイの開拓
- 欧米進出(展示会出展の検討)
- 本草製薬との連携
- オーストラリアOEM展開

輸入：ブラジル製品の輸入拡販に努める
スウェーデンブルーベリー原料の開拓





エーエフシーがシンガーポールで ニューブランド賞を受賞

シンガポールで開かれた、健康産業グループNTUCのパーティーで、その年の優秀ブランド、優秀商品の表彰がありました。

その中でAFCは、ニューブランド賞を受賞し、授賞式に浅山社長が出席しました。



シンガポールのリム大臣より授賞を受ける浅山社長と
ライフストリーム社(代理店)のレイチェル社長



シンガポール ユニティ店内を視察



授賞式会場で紹介されるAFC商品

化粧品販売の強化及び医薬品販売開始

- 楽天内に、化粧品販売専門のインターネットページを現在準備中
- 商品の使用前、使用後をマイクロスコープで撮影・検証しプレゼンしていく
- 9月に医薬品の販売許可を取得、11月からネット、DMで販売開始



医薬品カタログ (11月より)



本草製薬 経営戦略

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



1. 従来商品を見直し、利益追求

利益率の高い商品の提案

2. 得意先を見直し

※ AFC卸事業部との統合による得意先への効率的なアプローチ

3. 新規品目導入と新規取引先の開拓

漢方フリーペーパーの導入。
ニードをはじめとする得意先が主催する展示会への積極的参加。
大手ドラッグストアのPB獲得。

4. 新製品の開発と育成

※ 2007年9月1日よりAFC卸事業部は、本草製薬に統合されました



医療機関向け漢方フリーペーパーの配布

出版協力：本草製薬(株)
制作協力：(株)けんこうTV

2007年9月10日
創刊準備号

今月のテーマ
空

TAKE FREE
無料

つつ! かつ!
健康情報マガジン

生きるとは「息」すること、深くゆっくり「長息」を
ヨーガの呼吸法で心穏やか、細胞いきいき

**本当は知らない
漢方のこと**

本草製薬の躍進

秋においしい**茄子料理**

「六厘」の匠の「煎」と「味」を堪能する

宇宙の気をついたたいて、踊るのは「空」の境地
原上流日本舞踊団 原上流

夫から妻に贈る「夜空の散歩」

[illegible][illegible]

本草製薬

2007年9月5日 本草製薬(株) は、伊勢丹 新宿メンズ館
8階フロアに出店いたしました！

ブランド名: +Me (プラスミー)



ブランド名は『医食同源』にならって『衣食同源』というイメージで、お客様のファッションスタイル（衣）と、食生活（食）の一部になりたいとの思いで命名致しました。



店舗写真

■トータルコーディネーター

アドバタイジング オーケストラ

世界的に有名なクリエイター集団

■オーダーメイド型サプリメント『Make up Supplement』





正直村 経営戦略

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



1. エーエフシーとの連携による、販路と顧客の拡大

エーエフシーのDMに、正直村商品の紹介やキャンペーン展開をすることで新たな顧客を獲得する。

また、エーエフシー商品を正直村の各店舗および卸売先に提供する。

2. けんこうTVとの連携により、正直村の認知度アップ

けんこうTVをはじめ、グループ企業のメリットを最大限に活用して、正直村ブランドの構築を目指す。

3. 大型PB商品の開発

アムスグループと連携しながら、正直村オリジナルの商品を開発する。





日本予防医学研究所 経営戦略

<http://www.nyk-labo.com/>



1. 製剤研究

- ・ 高含有・高濃度化製剤への応用研究
　　ピュアマカ99% (9月発売) に続く商品
- ・ 微粉碎技術を応用した製剤化研究 (独自技術の確立)
　　茶流青汁 (7月発売) に続く商品

2. 商品開発

- ・ 本草製薬との共同開発商品の上市 (市場拡大)
　　漢方素材を商品コンセプトにした商品開発
- ・ 微粉碎技術商品の開発・上市 (体感商品)
　　溶解度、吸収率、喉越しを向上させた商品開発

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/ヒト試験)
- ・ 微粉碎技術商品の有効性・安全性の検証 (動物/ヒト試験)
　　用途特許 / 製剤特許の取得



微粉碎機の活用と臨床試験

●微粉碎機の活用 (独自原材料の開発)

1. 原材料が持つ有効成分の溶出量、消化性のアップ
2. 「のど越し」等の体感商品の開発

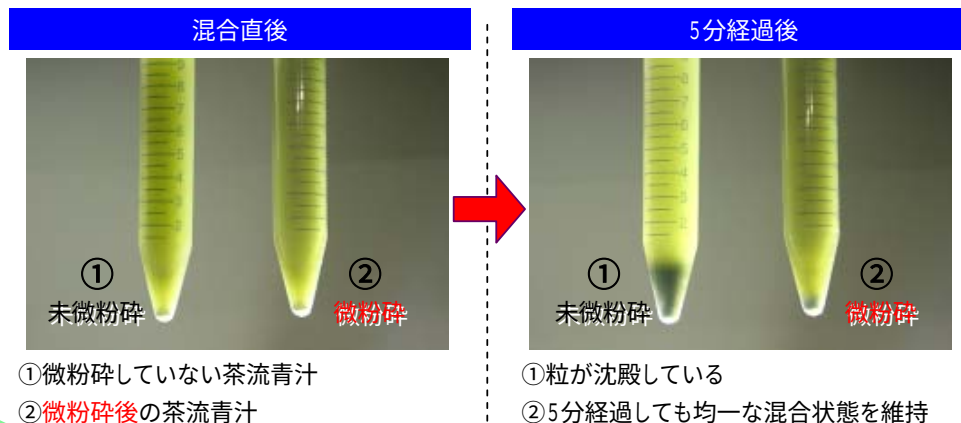
●ヒト臨床試験

1. 特許出願中の研究対象商品 (糖下) の効果効能の検証 (採血)
2. 微粉碎技術を応用し有効成分の効果・効能 (吸収率) の検証

製造併用型微粉碎機



●茶流青汁による微粉碎比較実験





化粧品の研究開発強化

●化粧品の研究開発

1. 機能性基礎化粧品・医薬部外品の商品提案し、化粧品の強化を図る
2. 希少商材の製品化・効能効果の有効性確認し、より高品質な製品を開発。

◎ジャバラ基礎化粧品の製品評価例

ジャバラは、和歌山県北山村のみ栽培可能な幻の果実で花粉症緩和効果、アトピー性皮膚炎に効果が有ると言われています。

ジャバラの果皮エキスを基礎化粧品に配合してテストし、皮膚のキメが蘇る様子を、マイクロスコープで撮影、及び水分計で肌水分量の測定を行った。

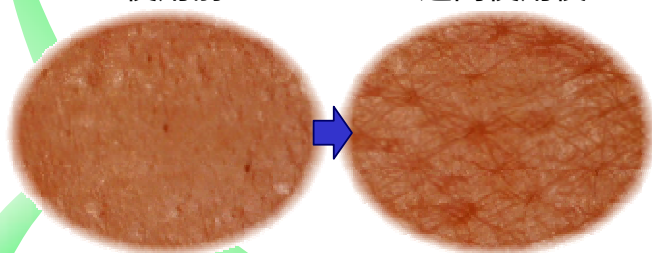


幻の果実 ジャバラ

魅優肌(ミュウダ)化粧品の製品評価テスト

使用前

1週間使用後

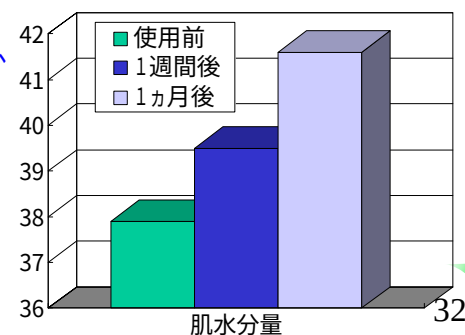


肌のキメ拡大写真

ジャバラ化粧品を使用前 水分量が少なかった方が、1週間後、更に1ヶ月後肌の水分量が確実に増えています。



水分計で肌水分量の測定を行った結果



32



けんこうTV 経営戦略

<http://www.kenkotv.com/>



1. 広告代理事業

常に広告効率を意識しながら、クライアントにあわせたタイムリーな媒体を提供する。

2. 映像制作・制作プロダクション事業

CS、BS、インターネット等でのショッピング番組の企画制作。
制作プロダクションとして、外部からの映像メディア制作も積極的に取り込み基盤固めをしていくのと同時に、制作品質を向上させていく。

3. 健康情報発信

幅広い層に受け入れられる健康情報のポータルサイトの構築。
WEB動画ならではの特徴を生かし、健康・美容に関するホットな情報を動画を交えて制作。あらゆるメディアを駆使しての情報発信。
医療機関向けフリーペーパーの発刊を予定。

10月から順次 全国に、約25万部を配布予定



けんこうTV 健康情報動画配信ページ「ココカラ」

●健康情報番組を随時発信中

<http://www.kenkotv.com/>

The screenshot displays the Kenko TV website's 'ココカラ!!' (Kokokara!!) health information channel. The header features the channel name 'ココカラ!!' in large blue characters, followed by 'ココロとカラダの健康情報・動画配信' (Heart and Body Health Information・Video Distribution) and 'La Vie'. Below this, a tagline reads 'ココロとカラダの健康情報・動画配信。あなたのライフスタイルをちょっぴりLOHASにするアイデア - ココカラ!!' (Heart and Body Health Information・Video Distribution. A little idea to make your lifestyle LOHAS - Kokokara!!). The website is produced by KENKO TV.

The main content area is titled 'Healthy Information Channel' and 'けんこうチャンネル' (Kenko Channel). It features a grid of six program thumbnails:

- Ch1 すこやか達人倶楽部** (Sukoyaka Datsun Club): A green-themed program about daily life tips. Description: '自分らしく、みずみずしく…。すこやかに毎日過ごす達人からのアドバイスをお聞き下さい。' (Live as you are, fresh and vibrant... Please listen to advice from experts on how to live happily every day.)
- Ch2 ココロのエステ** (Kokoro's Esthetic): An orange-themed program about mental well-being. Description: 'ずっとキレイに、もっと自分らしく、そしてちょっとLOHASに。' (Stay beautiful, be more like yourself, and a little LOHAS.)
- Ch3 世界の健康法** (World's Health Methods): A colorful program about various health methods from around the world. Description: '日本ではあまり知られてない世界の様々な健康法をウォッチング！' (Watch various health methods from around the world that are not well known in Japan!)
- Ch4 self Re make セルフリメイク** (Self Remake): A pink-themed program about self-improvement. Description: 'あなたのメイク、正しいですか？「素肌の健康」を意識した。' (Is your makeup correct? Be conscious of 'skin health'.)
- Ch5 もう一度青春を** (Youth Again): An orange-themed program about youth. Description: '思うように体が動かない…。赤ちゃん肌を思い過去…。手帳に。' (My body doesn't move as I want... I miss my baby skin... I miss the past... In my notebook.)
- Coming soon**: A program featuring a clapperboard and a cartoon character, indicating upcoming content.

The left sidebar contains navigation links: HOME, 健康TOPICS, サプリ成分辞典, 生薬辞典, Webマガジン, けんこうチャンネル, and LINKページ. Below these links is a section titled '新着情報' (New Information) with a date '2007/6/6' and a snippet about a 50-year-old woman's experience with a certain lifestyle.



2008/8月期 連結 通期業績予想

(単位：百万円)

	2006/8月期 実績	2007/8月期 実績	2008/8月期 予想	対前期 増減率
売上高	5,459	6,952	10,000	43.8%
営業利益	482	643	850	32.1%
経常利益	483	872	1,000	14.6%
当期純利益	287	484	550	13.5%

6つのパワーによりシナジーを発揮して
健康産業のリーディングカンパニーを目指します



本草製薬



アムスライフサイエンス

自然&健康&美を追求する

AMS POWER



日本予防医学研究所



正直村

