



AMS Life Science Co., Ltd.

株式会社 アムスライフサイエンス

第27期 株主総会用資料

(2006年9月1日～2007年8月31日)

開催日 2007年11月27日 (火)



証券コード：2927



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



経営理念

私たちは、誰もが願うであろう
“健康で長生きしたい” “美しくありたい”との思いに、
予防医学の観点から研究開発に取り組んでいます。
健康食品と自然派化粧品を介して、明るく健やかな
健康長寿社会の実現の為に貢献します。





目標とする経営指標

増収増益を基本としつつ、連結売上高経常利益率20%を目指します。

実績は次のとおりであります。

- ・ 第26期の連結売上高経常利益率 8.9%
- ・ 第27期の連結売上高経常利益率 12.5%

会社の利益配分に関する基本方針

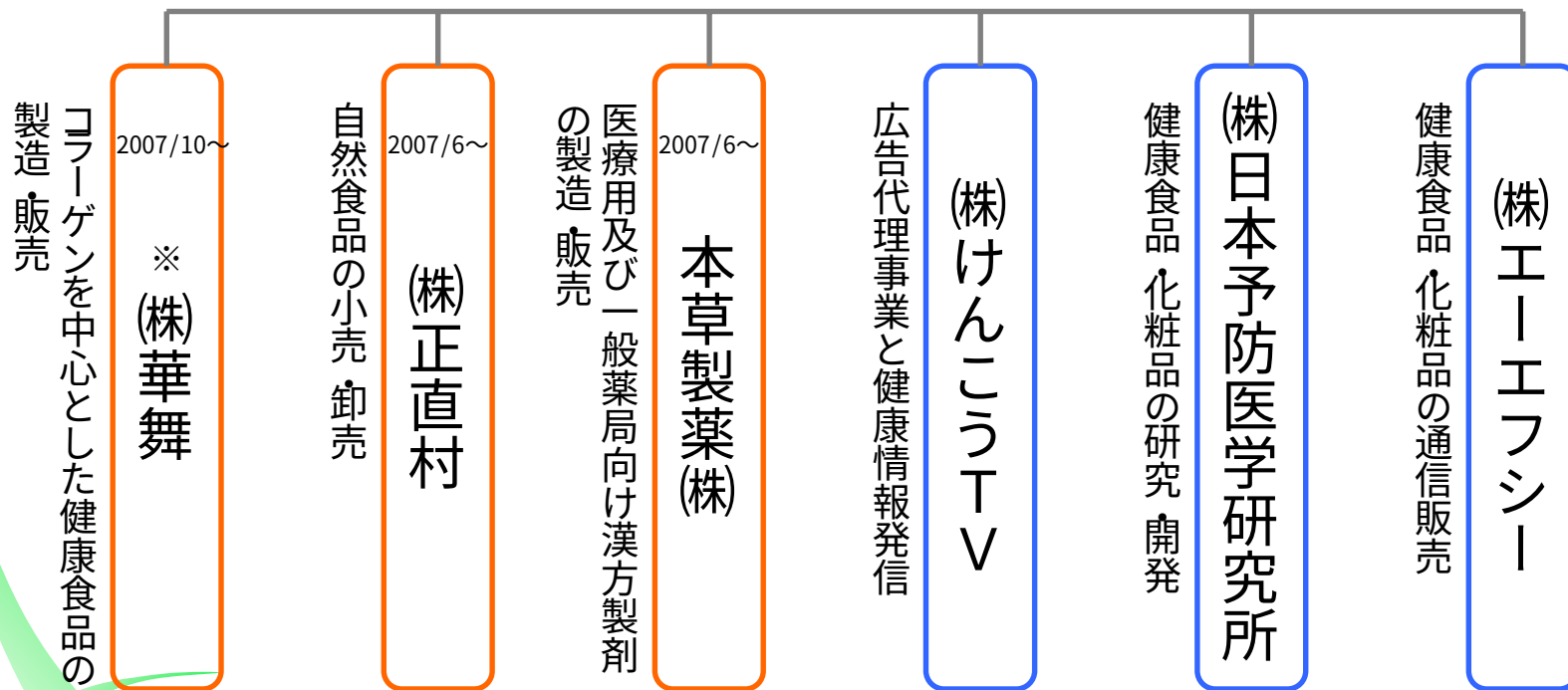
当社は、株主への利益還元を経営上の重要課題と認識しており、業績の向上に応じて、将来の事業展開や経営環境の変化に必要な内部留保資金を確保しつつ、増配などを行う方針であります。



グループ会社

健康食品・化粧品を受託総合(OEM)メーカー

(株)アムスライフサイエンス



※ (株)華舞とは2007年10月に子会社化を前提として幅広い業務分野で提携いたしました

 当社設立によりグループ会社化
 M&Aによりグループ会社化

A M S グループ各社の役割

<健康食品・化粧品・自然食品等>

<医薬品>

研究開発



本草製薬

製造



アムスライフサイエンス



本草製薬

販売



正直村



本草製薬

広告宣伝



消費者

※ (株)華舞とは2007年10月に子会社化を前提として幅広い業務分野で提携いたしました

AMSグループの経営戦略

目標：健康食品と漢方薬業界のリーディングカンパニー

高齢化社会に伴う医療費負担の増加

『自らの健康管理意識』の高まり

商品の安心、安全性に対するお客様の強い期待

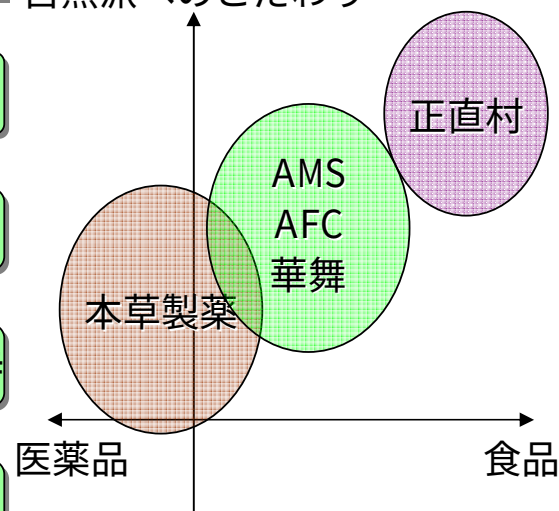
これらの市場環境に対応するため当社グループに

高度な品質を誇る製薬会社
本草製薬株式会社

コラーゲンブランドのパイオニア
株式会社華舞※

無農薬・無添加食品を販売
株式会社正直村

自然派へのこだわり



ここに当社の強みとなる「健康食品・漢方薬を中心とする健康促進企業グループ」の基盤が形成され、各会社が更なる売り上げ拡大に努めます。

※ (株)華舞とは2007年10月に子会社化を前提として幅広い業務分野で提携いたしました



2007/8月期 決算概要





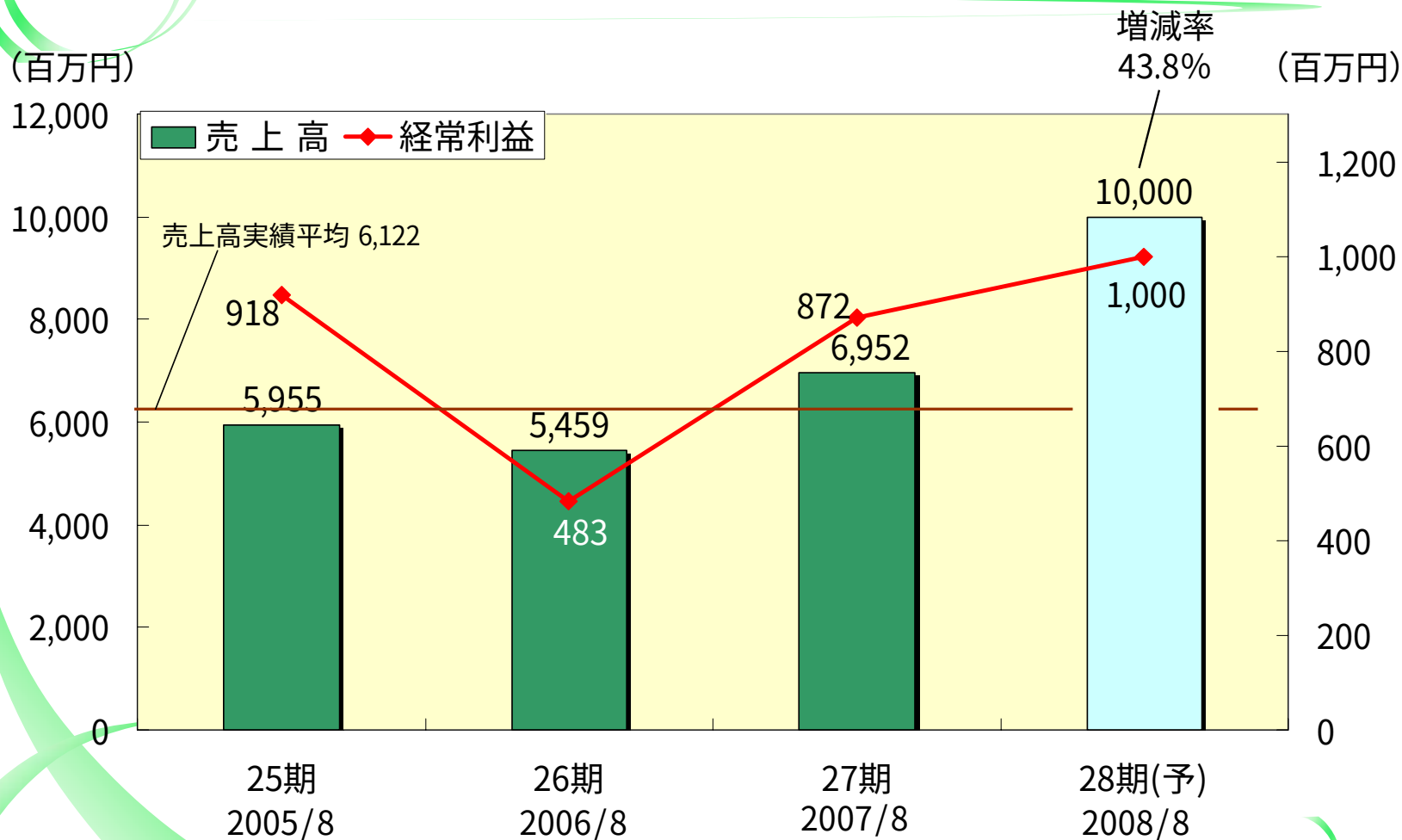
第27期

2007年8月期 連結 決算の状況

	2005/8	2006/8	2007/8	2008/8	(百万円)
連結	25期	26期	27期	28期(予)	増減率 [※]
売上高	5,955	5,459	6,952	10,000	43.8%
営業利益	983	482	643	850	32.1%
経常利益	918	483	872	1,000	14.6%
当期純利益	531	287	484	550	13.5%
経常利益率	15.4%	8.9%	12.5%	10.0%	▲2.5%

※ 27月期実績に対する28月期予想の増減率です

連結 業績推移





第27期

2007年8月期 連結 決算の状況

	2006/8	2007/8	(百万円)
連結	26期	27期	増減率
資産合計	8,357	11,052	32.2%
内訳 流動資産	3,030	5,068	67.3%
内訳 固定資産	5,326	5,984	12.4%
負債合計	3,620	6,134	69.4%
内訳 流動負債	1,109	3,642	228.4%
内訳 固定負債	2,510	2,492	▲0.8%
純資産	4,736	4,917	3.8%

資産の主な増加は、本草製薬からの事業譲受けに伴う資産の受入によるものであります。負債の主な増加は、買収資金のための借入金の増加によるものであります。純資産の主な増加は、当期純利益の計上によるものであります。



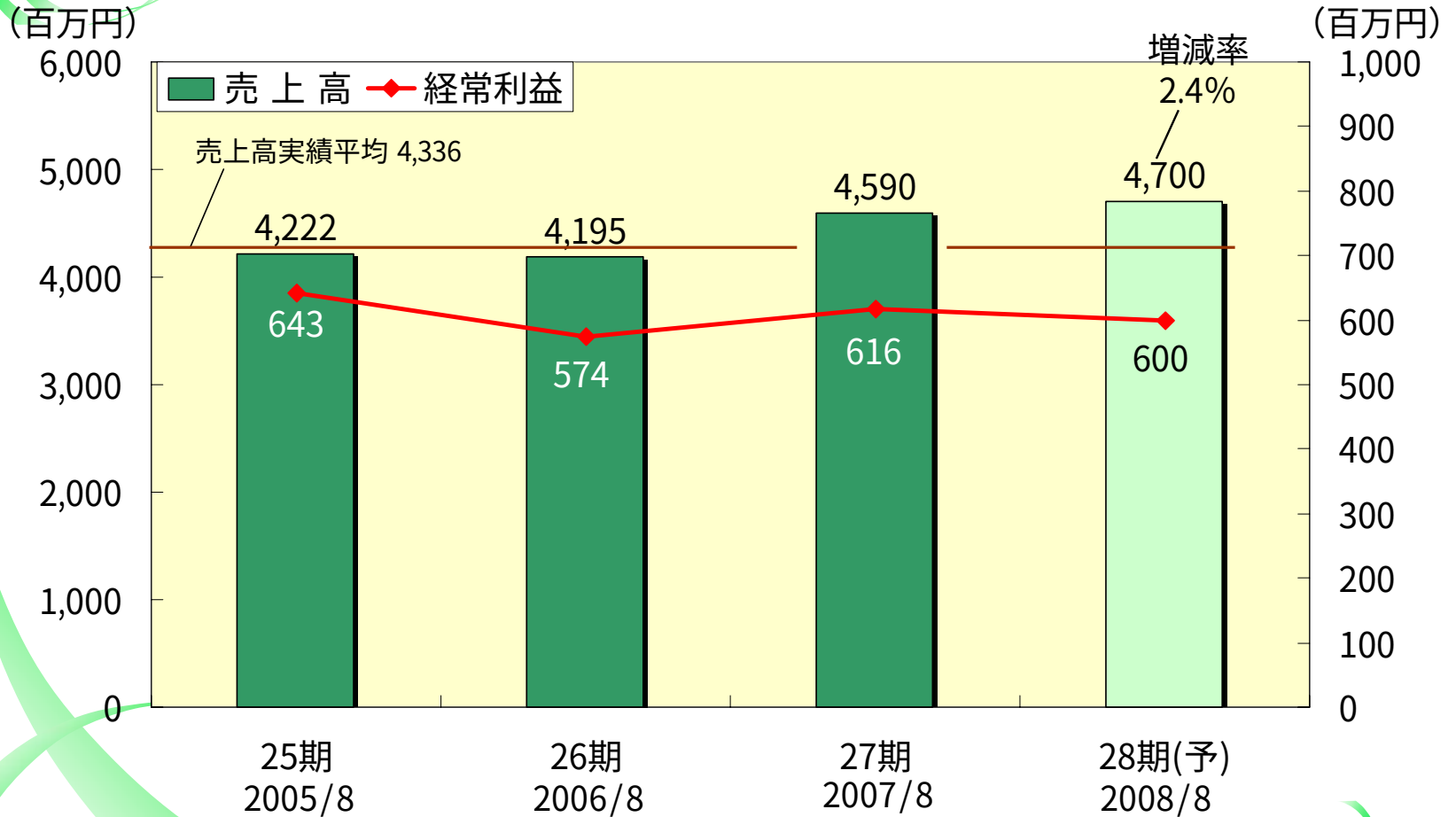
第27期

2007年8月期 単体 決算の状況

	2005/8	2006/8	2007/8	2008/8	(百万円)
単体	25期	26期	27期	28期(予)	増減率 [※]
売上高	4,222	4,195	4,590	4,700	2.4%
営業利益	696	564	386	450	16.5%
経常利益	643	574	616	600	▲2.6%
当期純利益	375	344	377	330	▲12.5%
経常利益率	15.2%	13.7%	13.4%	12.8%	▲0.6%

※ 27月期実績に対する28月期予想の増減率です

単体 業績推移





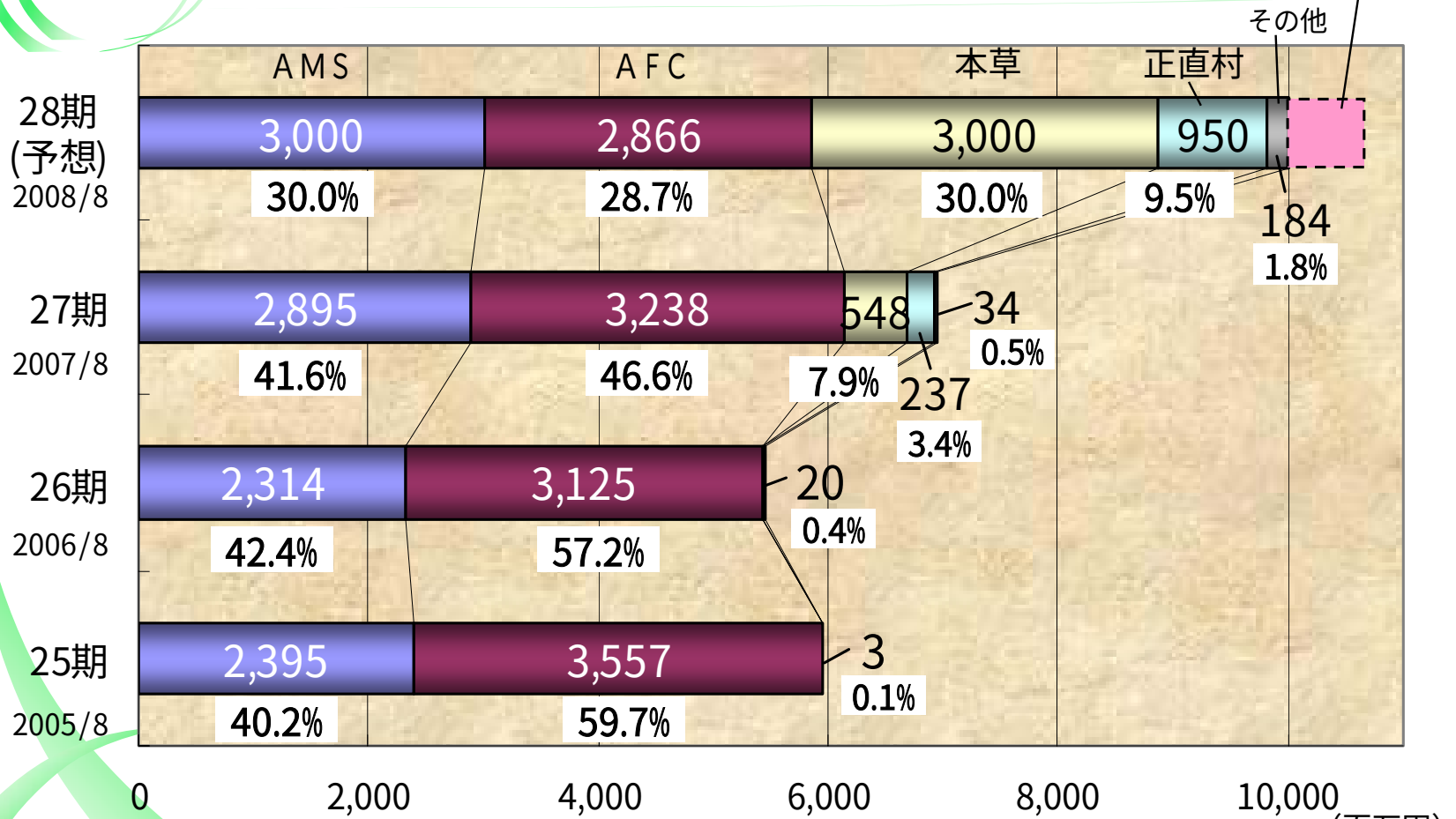
第27期

2007年8月期 単体 決算の状況

	2006/8	2007/8	(百万円)
単体	26期	27期	増減率
資産合計	7,843	9,259	18.1%
内訳 流動資産	2,425	3,882	14.6%
内訳 固定資産	5,417	5,377	13.5%
負債合計	3,312	4,654	40.5%
内訳 流動負債	847	2,397	1.6%
内訳 固定負債	2,464	2,256	▲8.5%
純資産	4,531	4,605	32.1%

AMSグループ売上構成比

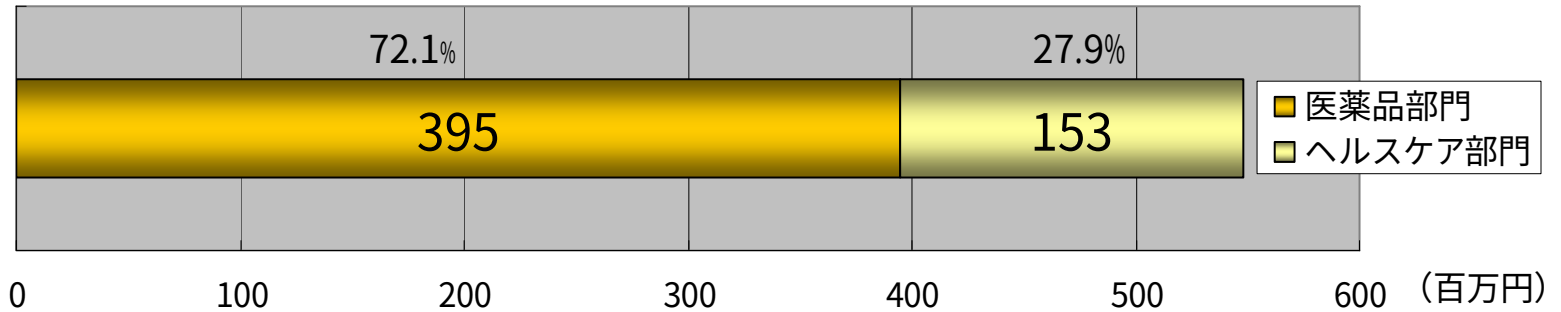
未公表の華舞売上(予)



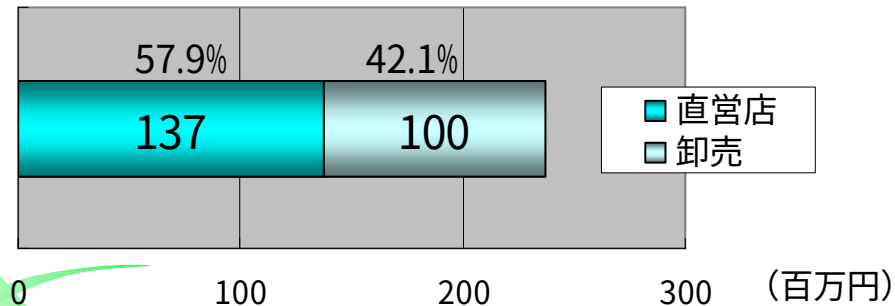
(注) 28期はA F Cの卸事業部が本草製薬に統合されましたので、A F Cは通販事業と国際部の海外事業のみとなります。

AMSグループ売上構成比

2007/8月期
本草製薬 3ヶ月 (2007年 6月-8月)



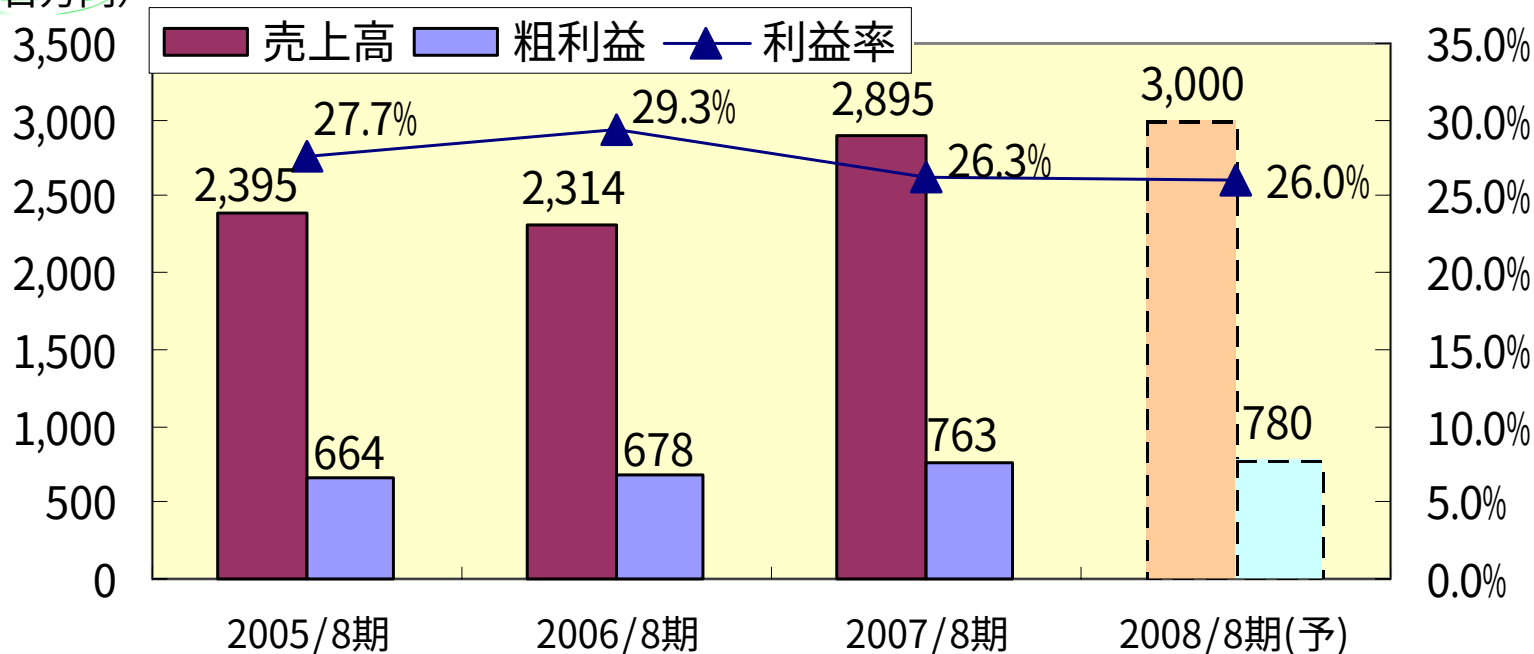
2007/8月期
正直村 3ヶ月 (2007年 6月-8月)



(注) 2007/8月期は、本草製薬、正直村につきましては、2007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

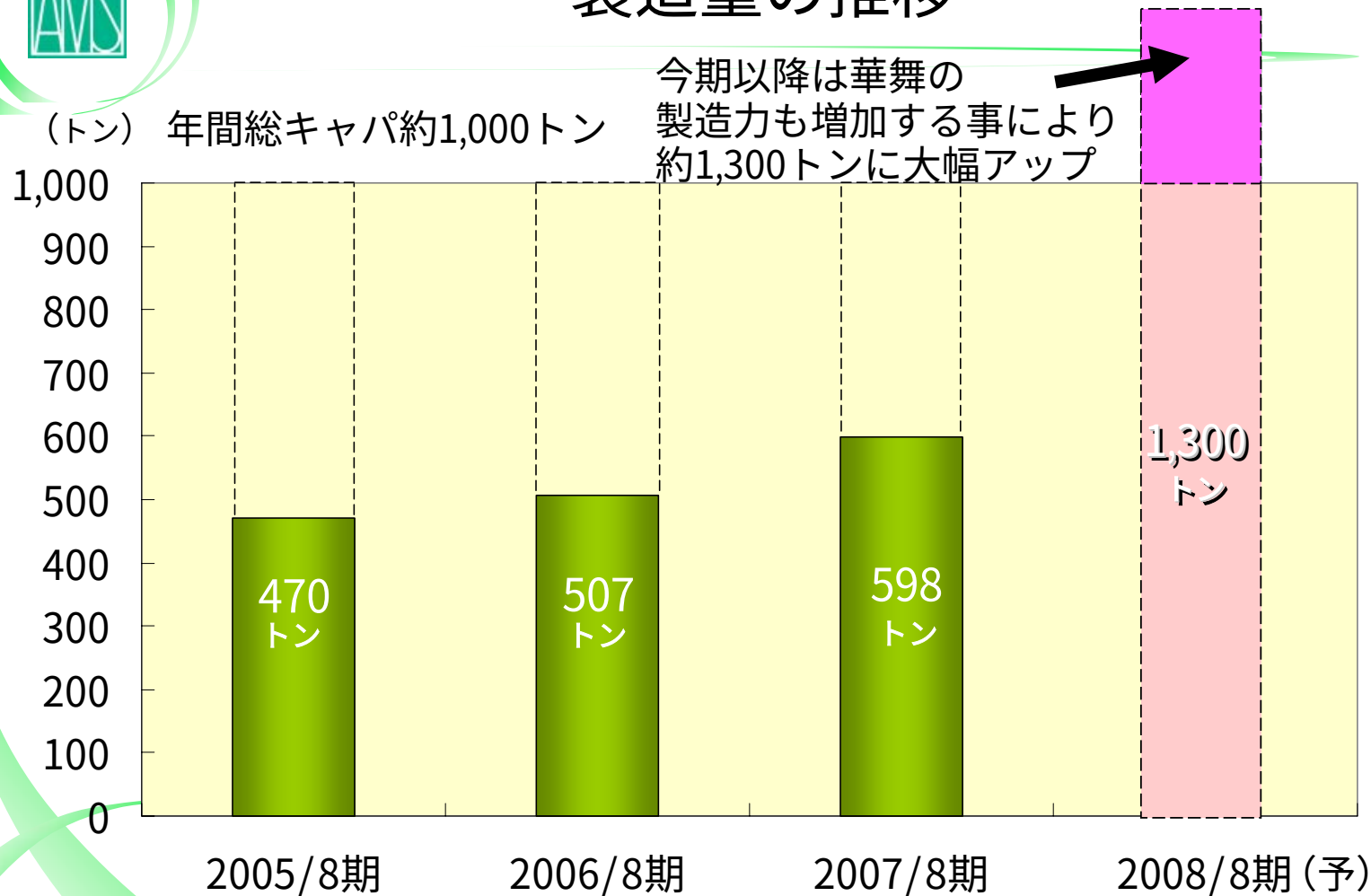


	2005/8期	2006/8期	2007/8期
取引先	234社	276社	288社
既存 (売上比)	167社(89.6%)	203社(89.2%)	216社(86.9%)
新規 (売上比)	67社(10.4%)	73社(10.8%)	72社(13.1%)

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時間稼動させた場合、現在の約2倍の工場余力がある



通販新規会員数の推移(通期前期比較)

低価格競争激化の中で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
新聞	26,528	42,250
紹介キャンペーン	2,087	37,653
インターネット	14,017	24,806
DM・ハガキ	9,647	6,806
その他	103	35

計 111,550件



計 52,382件

2006/8月期

2007/8月期

コエンザイムQ10ブーム・低価格競争から、品質競争へ AFC売上ベスト10の推移

2005年8月期 売上金額ベストテン (千円)

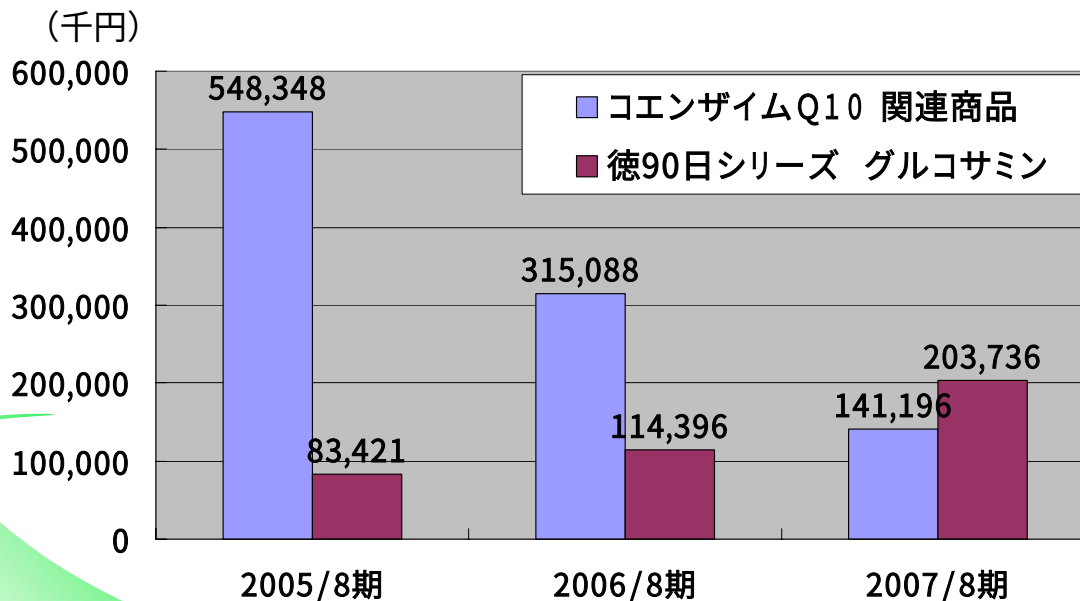
	商品名	売上額
1	GOLDコエンザイムQ10 30粒	390,823
2	究極シリーズ ルテイン 60粒	119,876
3	α-リポ酸 GOLD 80粒	92,387
4	徳90日シリーズ マカ 約375粒	85,315
5	究極シリーズ メシマコブ&フコイダン 90粒	84,663
6	徳90日シリーズ グルコサミン 約375粒	83,421
7	Rアルミ袋 コエンザイムQ10 60粒	80,449
8	徳用100日分 GOLDコエンザイムQ10 100粒	77,076
9	徳90日シリーズ 鮫の軟骨 約375粒	68,543
10	究極シリーズ ノコギリヤシ 180粒	66,299

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 鮫の軟骨 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 鮫の軟骨 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



業界動向について



健康食品業界の現状

背景	少子高齢化、生活習慣病の増加
市場拡大 ↓ 大手企業の参入	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) アムスライフサイエンスOEM事業には追風
マイナス要因	行き過ぎたメディア報道、風評被害等により、規制が厳しくなり、広告が自由にできなくなった ⇒ 一時的な健食離れ
食の安心・安全、予防医学への関心の高まり	

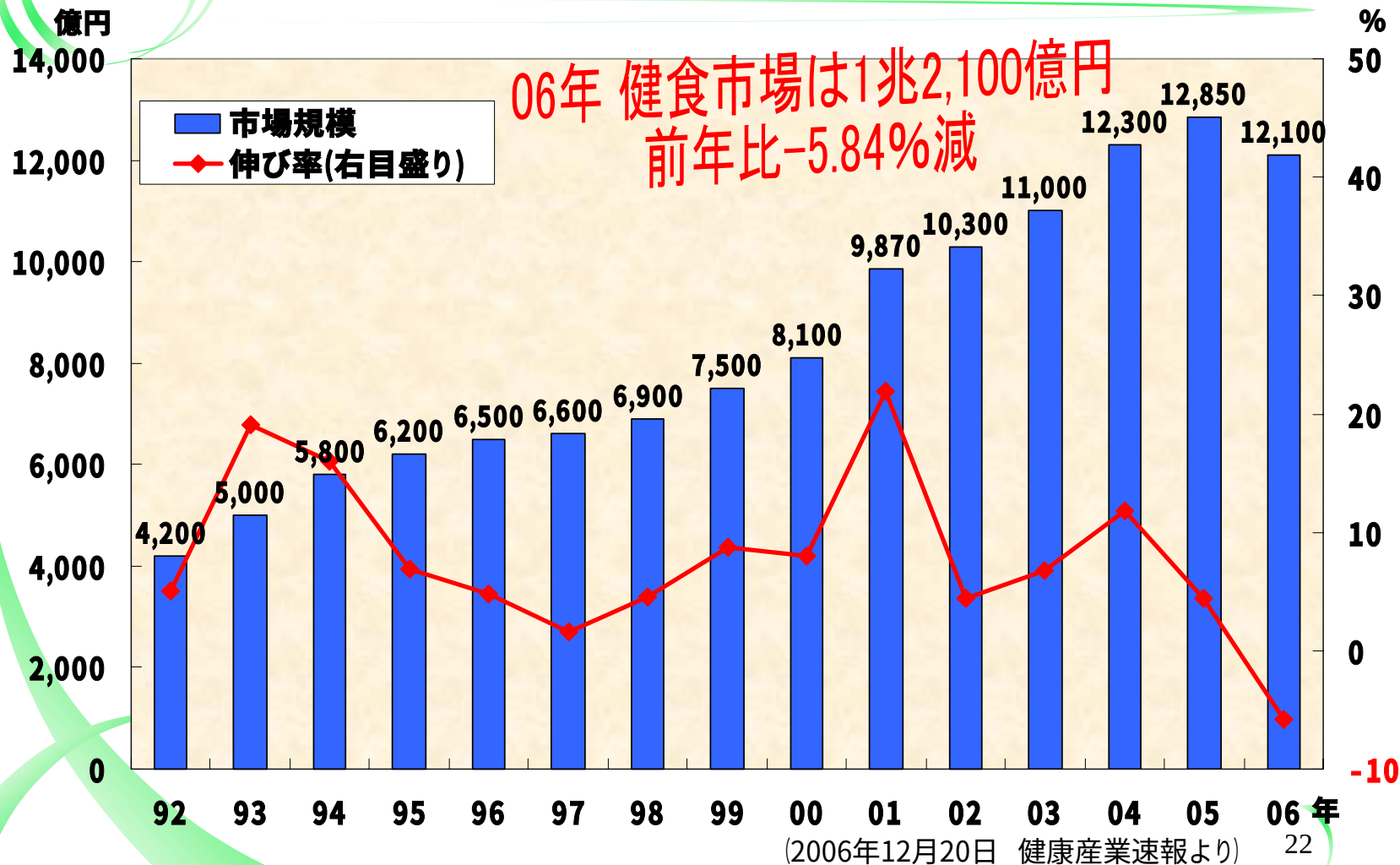


エビデンスを重視した商品の需要の高まり
「治療から予防へ」という人々の意識の変化

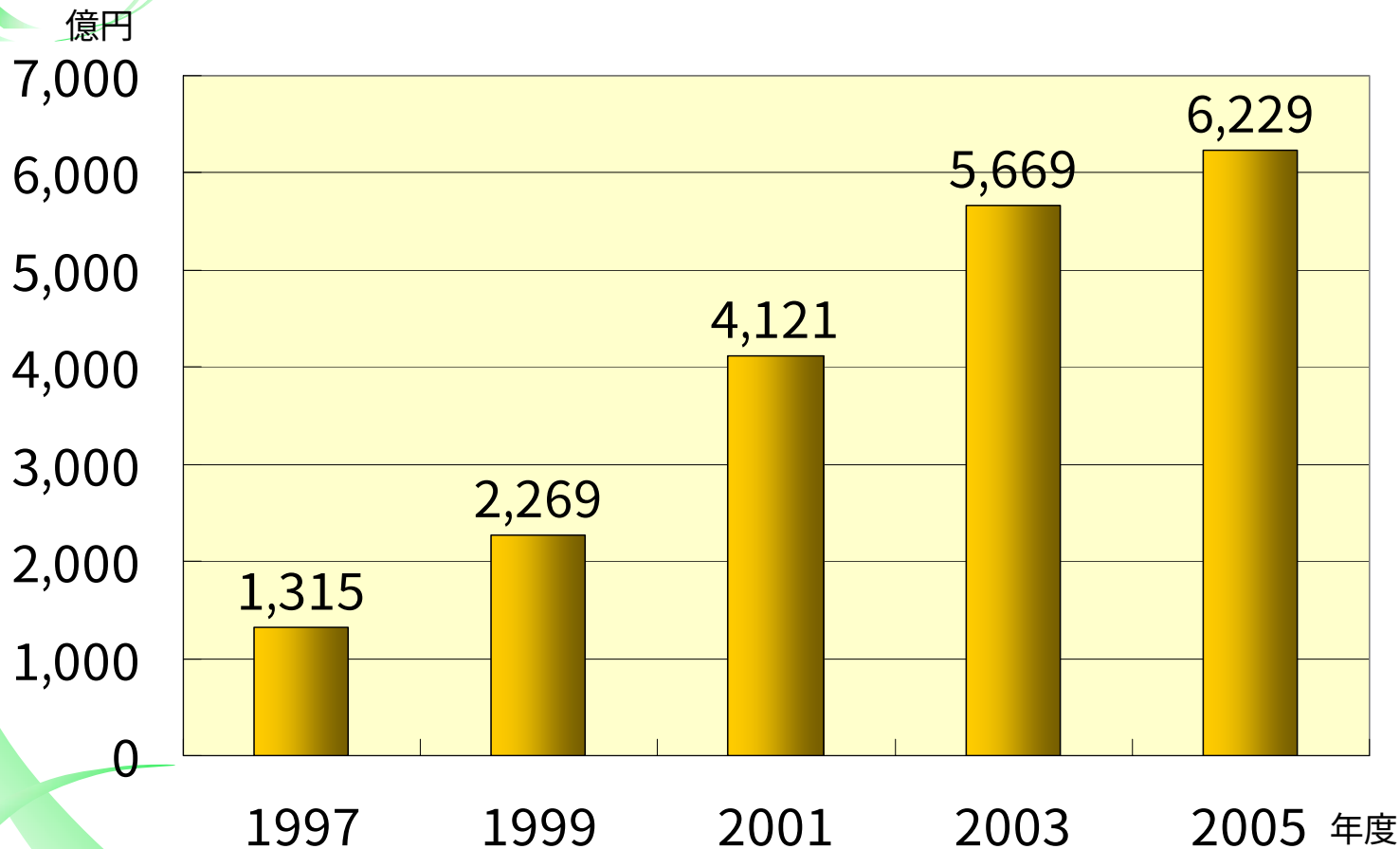


アムスグループの事業の方向性と合致！

健康食品市場の推移 (特定保健用食品は含まない)

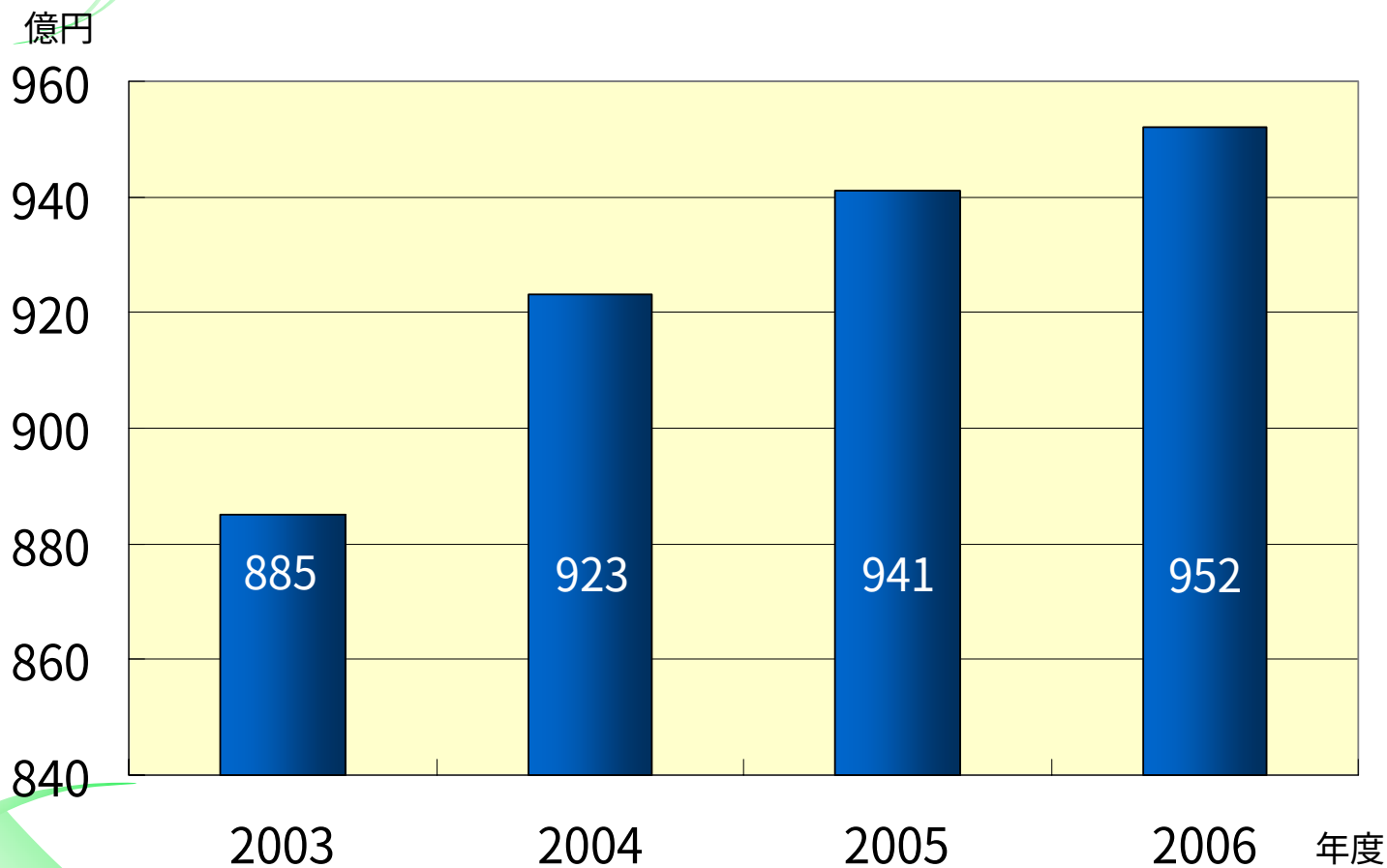


特定保健用食品 市場規模の推移



(財団法人 日本健康・栄養食品協会 資料より抜粋)

医療用漢方製剤 市場規模の推移





アムスグループ 各関係会社 経営方針



第28期 (2008/8月期)



健康食品と漢方薬業界のリーディングカンパニーを目指す

アムスライフサイエンスM & A戦略 (アムス社長室)

アムスライフサイエンスグループは、「美と健康」を基本テーマとし、研究開発から製造、販売、情報発信までを内包する企業集団です。めまぐるしく移り変わる市場において、普遍的なお客様の要求にお応えし続けるために、積極的なM & Aを実行していきます。

第27期実績

2007年 6月 本草製薬(株) の事業譲受け
(株)正直村 の株式取得

2007年10月 子会社化を前提とした (株)華舞と業務提携

今後の課題

本草製薬をグループに迎えたことにより、旧態然とした漢方薬メーカーを買収し、業界再編を目指す。



アムスグループを、広く知っていただき、より理解を深めていただく為に
個人投資家向けIRを開催 (アムス社長室)

2007年2月	個人投資家向け 日興コーディアル証券静岡支店
2007年4月	アナリスト向け中間決算説明会 東京証券取引所
2007年6月	個人投資家向け 日興コーディアル証券神戸支店
2007年7月	個人投資家向け 日興コーディアル証券札幌支店
2007年8月	個人投資家向け 日興コーディアル証券名古屋駅前支店
2007年10月	アナリスト向け決算説明会 東京証券取引所

今期は、株価対策を至上命題とし、業績向上の他にも、株式専門誌等に積極的に企業広告を掲載し認知度を高めていくなど様々な株価対策を講じていきます。

常に誠実な会社であり続けるために アムスグループ、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。**”

社会的背景

1. 医薬品成分の検出
2. あたかも効能効果が得られるような宣伝・商品表示
3. 産地、銘柄、有効成分量等の偽装など

**一般消費者の商品品質に対する関心は強く、
安全性の確かな商品が求められている**

弊社の取り組み

医薬品に準拠して誕生した品質基準(健康補助食品GMP)を取得。
厳しい品質保証体制によって作りだす純良製品は弊社の信条であり、
自信をもって提供しております。



GMP 適正製造規範
Good Manufacturing Practice

弊社グループ取り扱い店舗

AFO エーエフシー

健康食品・化粧品・食品・雑貨



正直村

自然食品



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





アムスライフサイエンス OEM事業経営方針

<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

前期の新規取引先開始企業72社のところ、今期は80社を目標

2. 九州地区への重点的な売り込みを強化

九州地区売上実績で、前期比6.5%アップを目指す

3. 電算システム強化による更なるスピード対応

文書管理システム導入により情報収集スピードアップで、迅速な顧客対応

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 経営方針

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

1. 化粧品分野での取扱商品の拡大

グループ内に、大手化粧品メーカーの研究開発スタッフを迎え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品の開発にも着手し販売していく。

<化粧品研究スタッフの紹介>

◆化粧品開発担当／望月和彦 主任研究員

大手化粧品メーカーの商品開発部門を経て、AFCのグループ会社 日本予防医学研究所へ。”大手メーカーに負けない品質を、お客様の立場で適正価格に…”

業界で初めてのジャバラ化粧品シリーズ「ミューダ」をはじめ、サロン品質のアミノ酸シャンプー＆医薬部外品の育毛剤 爽快柑シリーズなど、品質重視の商品開発を手がける。



望月和彦 主任研究員

◆アムスグループ顧問 医学博士

長年、大手化粧品会社で研究開発に携わり、大学等の皮膚科講師も勤める。学会誌等に論文の発表も多数ある、皮膚科のプロフェッショナル。

AFC エーエフシー

エーエフシー 化粧品ラインナップ

NEW

業界初ジャバラ果皮エキス配合
魅優肌(ミューダ)シリーズ



薔薇果実をたっぷり配合
ビタミンローズ シリーズ



「ナノ技術」で格段の浸透力
浸透Q10シリーズ



NEW

爽快柑シリーズ



プロ用アミノ酸シャンプー
&育毛剤

●楽天内に、エーエフシー化粧品の販売専門インターネットページを現在準備中

2. 本草製薬との連携

新たにアムス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を販売開始。



医薬品カタログ (11月より)

エーエフシー 経営方針

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

AFC エーエフシー

3. 新規 販売媒体の開発

前期に引き続き、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戦略を強化するとともに、新たにけんこう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積極的に行っていく

商品名：^{うるおう}潤煌（仮称）

本草製薬



本草製薬の漢方技術

華舞のコラーゲン

純国産のヒアルロン酸



パッケージイメージ仮

2007年1月にテレビショッピング (120秒) の企画進行中



第27期実績、前年比売上53%アップ

国際部営業方針

- 香港、台湾、シンガポールの代理店を通じたAFCブランドの販売拡大
- 本草製薬、華舞 国際部と連携して韓国、タイ、オーストラリアなどの販売拡大
- 欧米進出(展示会出展の検討)
- グループ内のコストダウンを目的とした低価格・高品質な原料・商材等の開拓





エーエフシーがシンガポールで 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。(約100ブランド)
その中でAFCは、ニューブランド賞を受賞しました。



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



授賞トロフィー

AFC エーエフシー

海外事業展開

香港 J H F 社、台湾(ユーセン社)の市場にて拡販中
シンガポール(ライフストリーム社)市場にて、AFC商品販売開始
タイ、韓国への新規ルートを開拓中



シンガポールでの販売開始
(2007/3月より 40店舗)



台湾での販売展開
(2006/9月 160店舗 → 2007/4月 200店舗)



アムスグループ 海外事業展開

エーエフシー国際部
本草国際部
華舞国際部

本草国際部、華舞国際部と連携するグローバルネットワーク確立





本草製薬 経営方針

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



1. 商品構成・収益構造の見直し

利益率の高い商品の開発

2. 健康食品の新規品目導入

大手ドラッグストア向け健康食品のプライベートブランドの獲得

3. AFC卸事業部との統合・華舞営業部との連携による 営業体制の刷新

商品群の拡大、販売網の整備拡張(販売社員の効率的な配属)

4. 医療機関への新規開拓

営業ツールとして、けんこうTVとの連携による健康情報マガジン「ココカラ」を医療機関3,000件以上に25万部を配布



本草製薬 経営方針

3. AFC卸事業部との統合・華舞営業部との連携による 営業体制の刷新

商品群の拡大、販売網の整備拡張(販売社員の効率的な配属)



本草製薬 経営方針

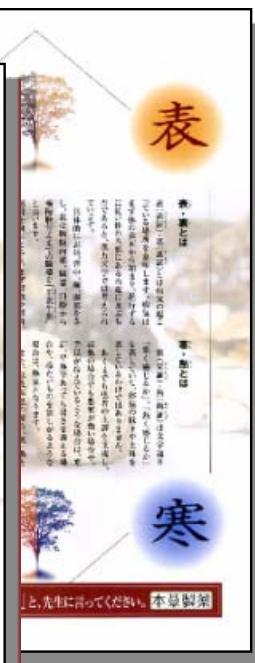
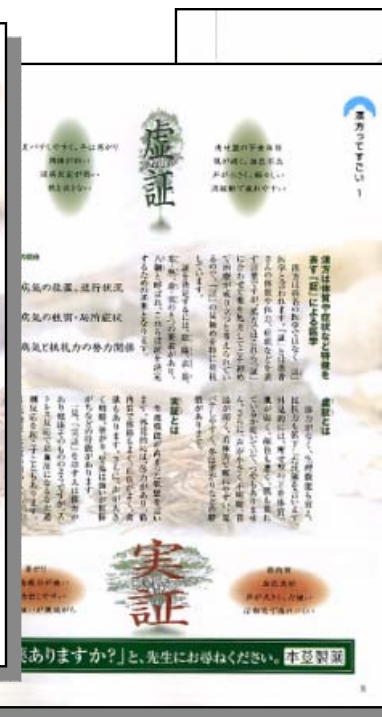
4. 医療機関への新規開拓

[ココロとカラダ]を応援する健康情報マガジン

医療機関向けフリーペーパー「ココカラ」25万部配布

出版協力：本草製薬(株)

制作協力：(株)けんこうTV



営業ツールとして、けんこうTVとの連携による健康情報マガジン「ココカラ」を医療機関3,000件以上に25万部を配布

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！

新ブランド名: +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』



イセタンメンズレジデンス掲載リスト

⊕ Meブランドは以下の媒体で紹介されました。

◆雑誌

ELLE DECO
GQ
HANAKO
LEON
THE NIKKEI MAGAZINE
日経TRENDY
女性自身
ウォモ
ゲーテ
セブンシーズ
ブルータス
メンズクラブ
リアルデザイン

◆テレビ

王様のブランチ
スッキリ！

◆新聞

読売新聞 9/6



※ イセタンメンズレジデンスとは、2007年9月にリニューアルした伊勢丹新宿店メンズ館8階の総称



正直村 経営方針

<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、正直村ブランド価値を高める。

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 経営方針 — 製剤研究

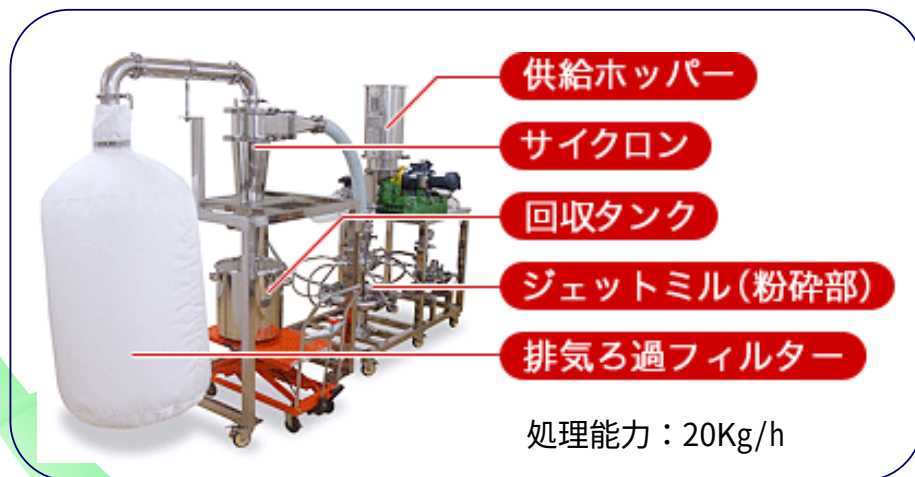
<http://www.nyk-labo.com/>

製造併用型微粉碎機 『シングルトラックジェットミル STJ-200』

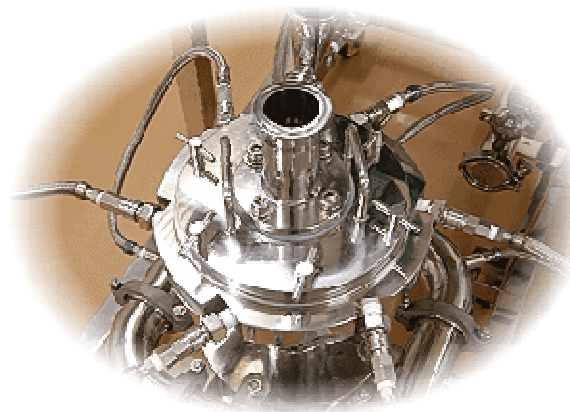
マイクロ製法技術

研究目的

- ・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
- ・有効成分100%の製剤化 → コスト削減
- ・商品の小型化 → 有効成分量アップで、摂取量の低減



2007年2月より稼動



粉碎部拡大



日本予防医学研究所 経営方針 — 製剤研究

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

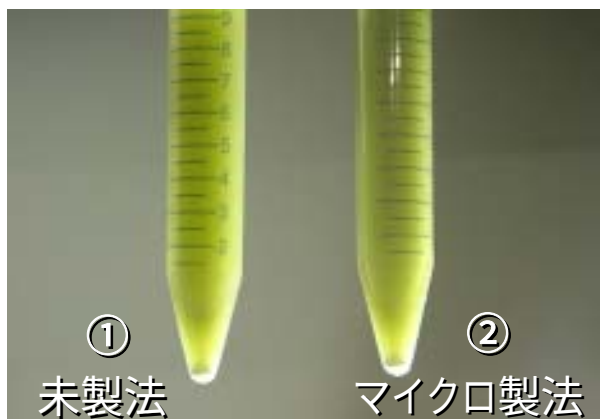
● マイクロ製法技術の活用 (独自原材料の開発)

1. 原材料が持つ有効成分の溶出量、消化性のアップ
2. 吸収率、飲みやすさを向上させた商品開発



● 茶流青汁によるマイクロ製法の比較実験

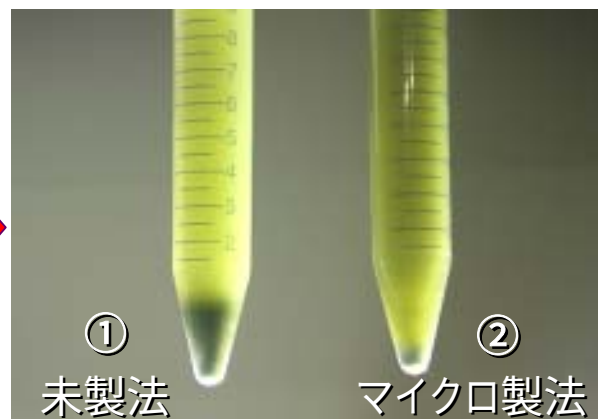
混合直後



① 未製法の茶流青汁

② **マイクロ製法後**の茶流青汁

5分経過後



① 粒が沈殿している

② 5分経過しても均一な混合状態を維持

■ **マイクロ製法ウコン(有効成分溶出50%アップ)**を現在、研究開発中

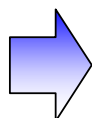


日本予防医学研究所 経営方針 — 科学的検証

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

エビデンス(科学的根拠)が証明された商品例

特許出願中の研究対象商品(糖下) (特願:2006-167353)

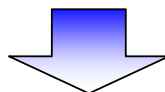


※血糖値上昇の抑制効果

※AGEタンパク質(終末糖化産物)の生成抑制効果

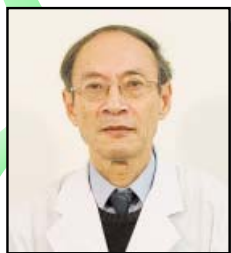
※中性脂肪の低減効果

産学連携の研究結果より上記のエビデンス(科学的根拠)が証明された。(マウスによる動物実験)



●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. マイクロ製法技術を応用し有効成分の効果・効能(吸収率)の検証



◆農学博士／山下武司

1943年静岡県生まれ。静岡農学部卒業。同大学および京都大学等で、セルロースの酵素分解に関する研究に従事。専門はバイオマス利用科学。京都大学にて博士号取得。(株)興人を経て、現在(株)日本予防医学研究所に勤務。しずおか産業創造機構の技術支援アドバイザーを委嘱。



日本予防医学研究所 経営方針 — 商品開発

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

●化粧品の研究開発

医学博士、研究開発者の充実による化粧品の研究開発強化
機能性基礎化粧品・医薬部外品 開発のレベルアップ



望月和彦 主任研究員

◎ジャバラ基礎化粧品の製品評価

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る。

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

次ページへ続く



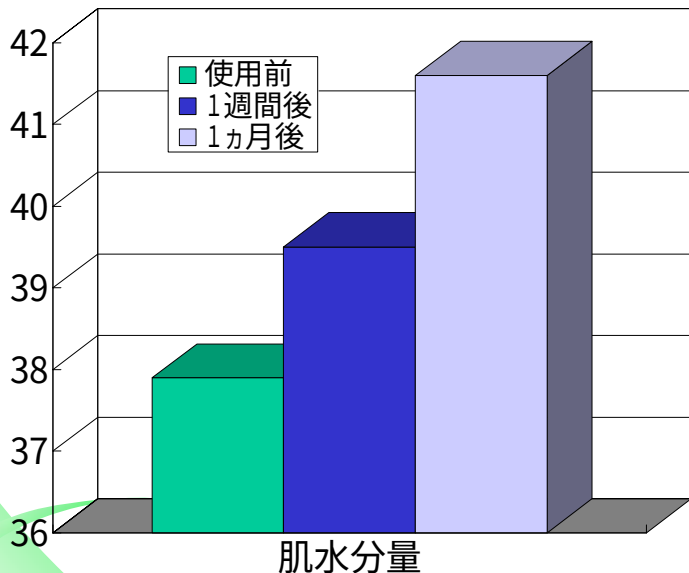
日本予防医学研究所 経営方針 — 商品開発

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

AFC化粧品魅優肌(ミューダ) の製品評価テスト

使用前 水分量が少なかった方が、ジャバラ化粧品を使用するにつれ、肌の水分量が確実に増えている。

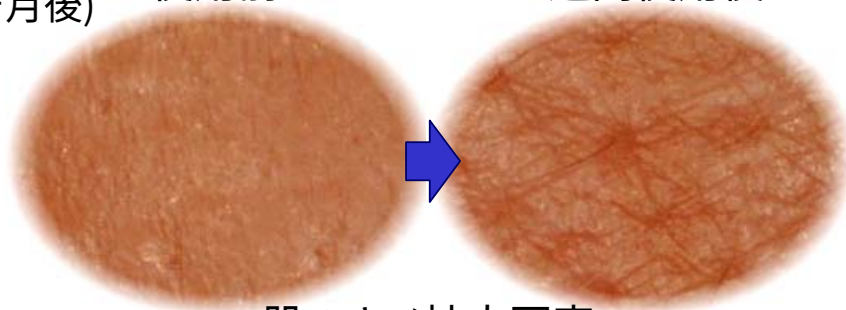
水分計で肌水分量の測定を行った結果(1週間と1ヶ月後)



(株) 日本予防医学研究所調べ

使用前

1週間使用後



肌のキメ拡大写真



AFC化粧品 魅優肌(ミューダ)



けんこうTV 経営方針 — 広告代理店事業

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

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。

●AFC会員様向けDM



●AFC新聞広告 読売15段



●AFC医薬品カタログ



●医療機関向け健康情報マガジン「ココカラ」

医療機関3,000件以上に、約25万部を配布



けんこうTV 経営方針

映像制作・制作プロダクション事業

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



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、クオリティを向上させていく。



- TV-CM 本草製薬・社名訴求篇
東海テレビ 日曜夕刊 18:00～
6月～10月



- TV-CM 本草AFC グルコサミン
静岡朝日TV お天気フィラー
月～金 20:55 にて放映中



けんこうTV 経営方針 — 健康情報発信

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

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で配信。



●健康情報番組を随時発信中

動画チャンネルの一例

◆すこやか達人倶楽部

自分らしく、みずみずしく・・・
すこやかに毎日を過ごす達人からのアドバイスをお聞きください。

◆ココロのエステ

ずっとキレイに、もっと自分らしく、
そしてちょっとLOHASに。

◆世界の健康法

日本ではあまり知られていない
世界の健康法をウォッチング。

●
●
● 等々



新たにアムスグループに迎える事になった

株式会社華舞の会社概要

<http://www.hanamai.jp/>

(2008年10月24日 現在)

会社名	株式会社 華舞
代表者	代表取締役 上田忠
所在地	千葉県長生郡長南町美原台1-21
設立年月日	平成2年(1990)12月
主な事業内容	健康食品・化粧品等の製造及び販売
従業員	56名
資本金	5,700万円
大株主構成及び所有割合	上田忠 60.5% 上野陽一 12.9% 稲葉文利 11.4%
その他	敷地面積 3,500坪、造粒機2台、 スティック包装機2台、3方シール包装機1台、 粉末充填機1台



株式会社華舞の会社沿革

(2008年10月24日 現在)

■平成 2 年 1 2 月	グループ会社の経営指導目的で、有限会社ウエダ設立。
■平成 4 年 8 月	千葉県長南町に100坪のログハウスを建設。 自然農法の実施、縄文土器研究、研修合宿活動を行う。
■平成 4 年 9 月	有限会社ウエダの商号を共生舎に変更、本社住所移転。 ブレンド古代米「華舞」を商品化。
■平成 5 年 1 1 月	第1回EM自然農法研究会を開催、平成14年12月までに76回開催、参加延2,000余名
■平成 8 年 3 月	古代米『赤い華舞うどん』を商品化、自然食レストラン 屋号『華舞』開業、併せて自然健康食品を販売。
■平成 9 年 6 月	EM農法栽培による「上総古代米生産組合」を組織。
■平成10年 5 月	古代米『赤い華舞うどん』の社内生産と自動化。
■平成10年 6 月	「食べる」提案『華舞の食べるコラーゲン』を商品化。レストランで販売がヒット。自然と話題になりクチコミで千葉県から全国通信販売へ発展。



次ページへ続く



前ページより



■平成12年 7月	販売会社、株式会社華舞を設立。（東京都台東区） 『華舞の食べるコラーゲン』全国展開。
■平成12年 9月	有限会社共生舎を華舞本舗に商号を変更。
■平成13年 4月	有限会社華舞本舗の千葉県長南町工場竣工。 計量包装作業の生産自動化。 販売会社、株式会社華舞を東京都中央区八重洲に移転。
■平成14年 6月	有限会社華舞本舗を株式会社に組織変更して株式会社華舞と合併、 更に『株式会社華舞』に商号変更。
■平成14年10月	華舞、長南工場の自動生産設備を追加増設。
■平成15年 3月	新商品 特許申請『フルーツ味コラーゲン』全国発売
■平成19年10月	(株)アムスライフサイエンスの子会社となることを前提とした 業務提携契約を締結

美容と健康のために、とっておきの「調美料」です。




健康食品と違い、まじりつけなしのピュアなコラーゲンは、気軽に使える「調美料」として、愛用されています。





株式会社華舞の本社工場紹介

千葉県長生郡長南町 敷地面積 3,500坪、建坪1,000坪

工場外観



スティック分包機



造粒機



粉末袋詰機





株式会社華舞の本社工場紹介

大型造粒機2台、スティック包装機2台、3方シール包装機1台、粉末袋詰機1台等
粉末袋詰機





華舞を代表する商品

美容と健康のために
とっておきのコラーゲンを食べましょう。



華舞は、日本で初めて「食べる
コラーゲン」を販売しました。
健康食品と違い、まじりつけ
なしのピュアなコラーゲンは、
気軽に使える「調味料」として、
愛用されています。



- ✳️ 純度100%のピュアコラーゲン粉末!!
- ✳️ 臭みが少なく、吸収効果がアップしました!!
- ✳️ 料理にも手軽に使い、食べ易いのが嬉しい!!
- ✳️ 中間マージン一切無し驚きの低価格を実現!!

東急ハンズ、イオン、ジャスコ他、有名ドラッグストア及びネット通販等で販売中です。



華舞を代表する商品



健康にマル 美容にマル
美女にマル。

華舞の
1兆個の乳酸菌

Bij6

美女マル

微細化乳酸菌EC-12のチカラ

Dr. Kan's Formula



とりやすいタブレットタイプの「1兆個の乳酸菌」登場。

8球で1兆個の乳酸菌

はな まい
**華舞の
1兆個の乳酸菌
EC-12**

食物繊維 オリゴ糖 ビタミンC



コンビニエンスストアで発売中! 210円(税込) ※一部地域を除く
お客様の問い合わせ宛線につき9月より順次スーパー他でも拡大販売決定



株式会社 **アムスライフサイエンス**

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