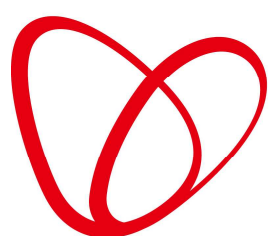


健康食品・化粧品の受託(OEM)総合メーカー



株式会社 AFC-HD
アムスライフサイエンス



平成24年8月期 第2四半期決算説明会資料

(平成23年9月1日～平成24年2月29日)

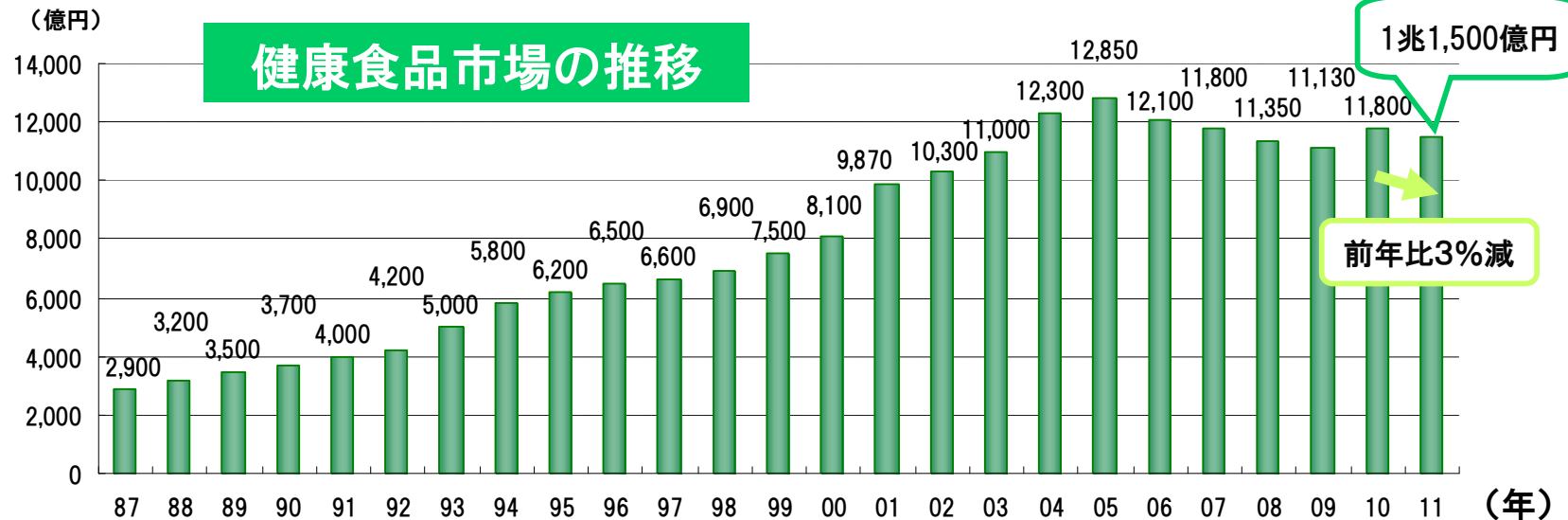


www.ams-life.com

AFC-HD AMS Life Science Co., Ltd.

健康食品業界の動向

【2011.12.22健康産業速報掲載】



健康産業速報は、『2010年はネット通販の躍進などで、健康食品市場は5年ぶりのプラスとなり、2011年に入っても成長路線は継続。しかし3月の東日本大震災による原発事故などの影響でこの勢いは寸断された。ただ、消費者の健康志向の高まりに陰りはみられず、後半は巻き返しも力強かった。特に日本の高度成長を支えた団塊世代を中心に、健康ニーズは拡大。この世代が今後、健康食品市場の消費をリードする可能性も見えてきた。』と報じました。

高齢化社会を迎え、消費者の健康維持・増進の意識は高く、今後さらに需要が高まると予想されています。

第32期 グループ指針



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22年8月期 第2Q 実績	平成23年8月期 第2Q 実績	平成24年8月期 第2Q 計画	平成24年8月期 第2Q 実績	対前年同期 増減率
売 上 高	7,127	7,132	7,400	7,457	4.6%
営業利益	441	464	400	352	△24.1%
経常利益	427	429	380	324	△24.5%
四半期純利益	191	207	200	199	△3.9%
経常利益率	6.0%	6.0%	5.1%	4.3%	—

増収要因: **OEM部門の好調(前年同期比 32.3%増)**

減益要因: 新工場稼動に伴う減価償却費などの固定費増加

(新工場2Q累計減価償却費189百万円、その他固定費47百万円増加)

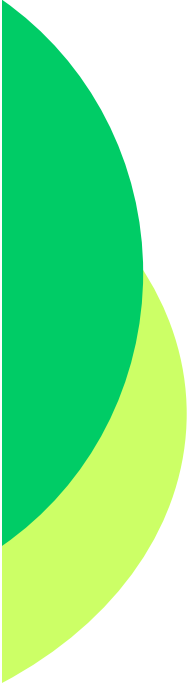


第2四半期決算の状況(単体)

業績比較表 (直近3期間)

(百万円)

単 体	平成22年8月期 第2Q 実績	平成23年8月期 第2Q 実績	平成24年8月期 第2Q 実績	対前年同期 増減率
売 上 高	4,514	4,717	5,234	11.1%
営業利益	485	476	325	△31.7%
経常利益	471	433	291	△32.8%
四半期純利益	271	258	170	△33.8%
経常利益率	10.4%	9.2%	5.6%	—



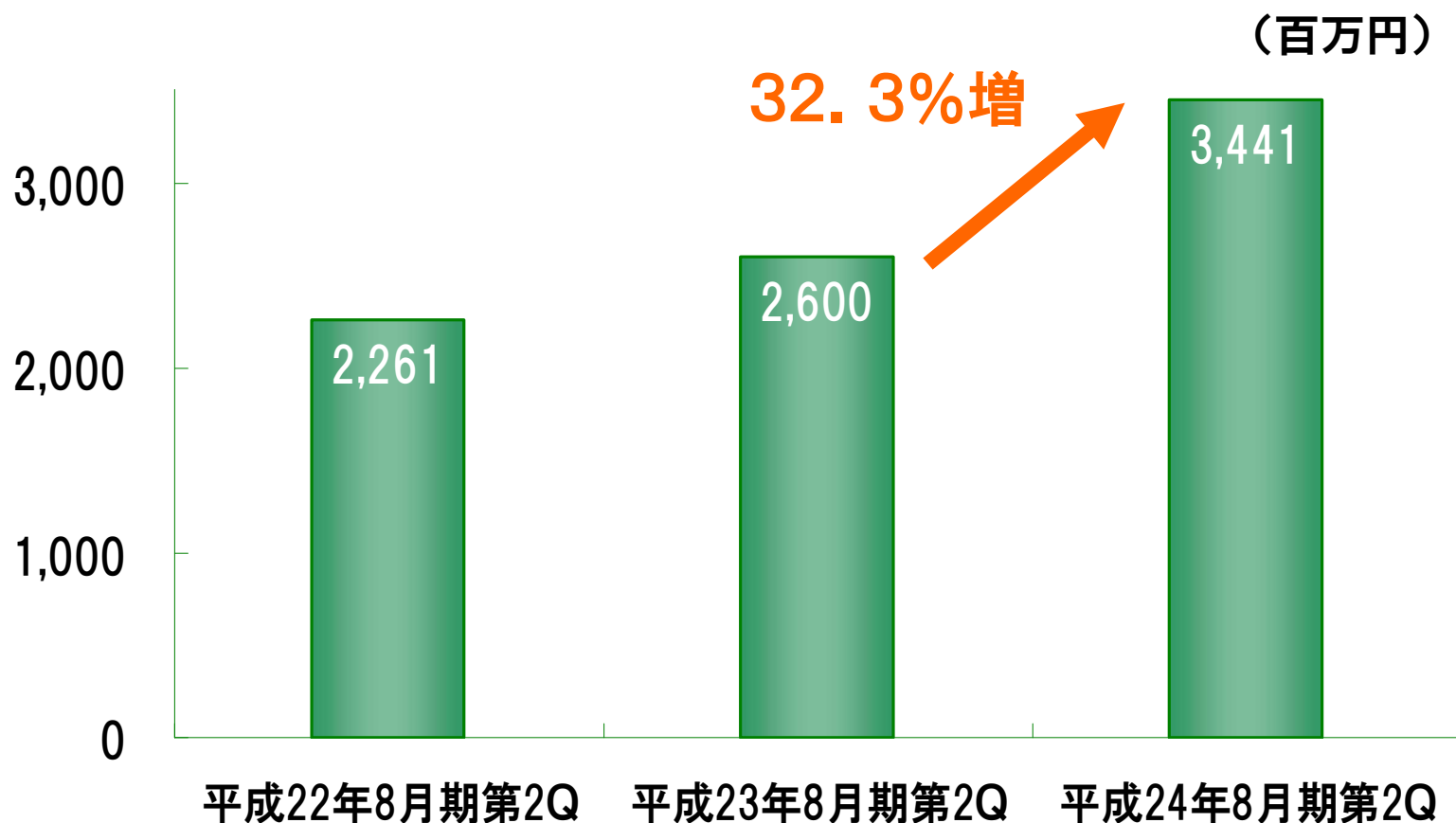
AFC—HDアムスライフグループ

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 売上高推移(上期累計)





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

- 既存顧客からの受注数増加
- 新工場稼動を受けての大口商品受注が順調に進捗
- 新規顧客の獲得
- キャパシティ不足解消の兆し
- 営業担当の人材育成

秤量前年同期比

スティック包装	195%
造粒	130%
原料計量	128%
ハードカプセル	124%
ソフトカプセル	122%
打錠	119%

下期

- 『新工場GMP認可取得』
大口商品を新工場へ移行
↓
より効率的な生産体制へ
↓
さらなる売上拡大へ
- 品質管理体制のレベルアップ
(ハード面・ソフト面)
- 新規顧客の獲得



AFC-HDアムスライフサイエンス 新工場「国吉田工場」稼動開始



国吉田工場【静岡県】

大ロット製造に適した最新設備・機器を配置

今期より本格稼動しております。

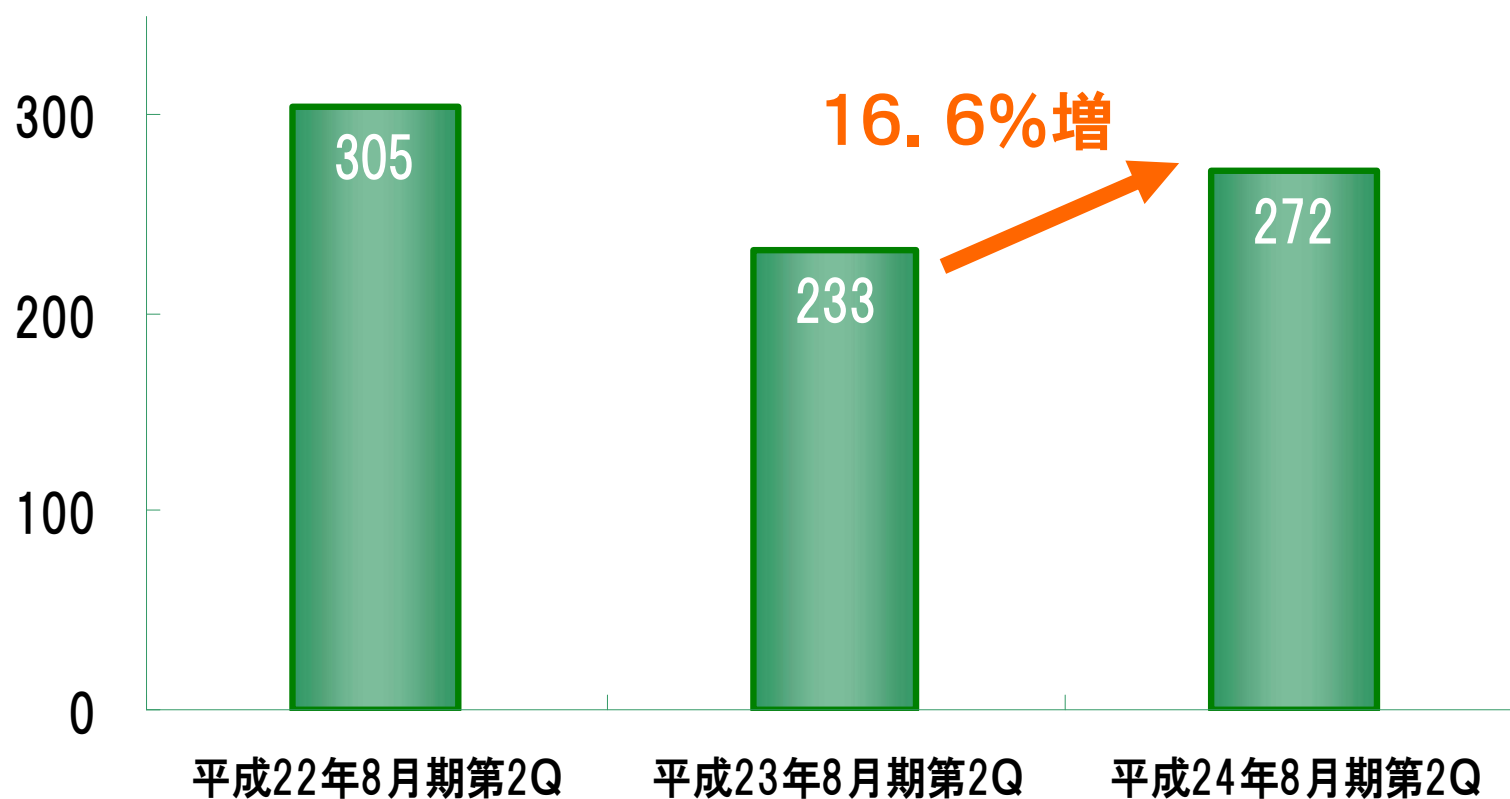
- ・GMP認証の早期取得に向けた取り組み
＜各基準書等の審査書類提出＞
＜実地査察(3月上旬)＞
- ・投資額 約35億円(土地・設備を含む)
- ・シンジケートローン 26億円
- ・減価償却(今期) 3.8億円
- ・国吉田工場内 労働者数:159名(平成24年2月末現在)
[内訳:正社員60・パート17・派遣82名]

所在地	静岡市駿河区国吉田2丁目6-7
敷地面積	13,835㎡
延床面積	10,599㎡
階数	高層棟7階、低層棟2階



AFC-HDアムスライフサイエンス 国際部 売上高推移(上期累計)

(百万円)





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

- コラーゲンを中心とした美容関連商品の好調
(人気形状:ドリンクタイプ)
- キャンペーン実施による拡販
- 放射能汚染対策
〔公的証明書の取得〕
- タイでの代理店契約、締結

【市場の状況】

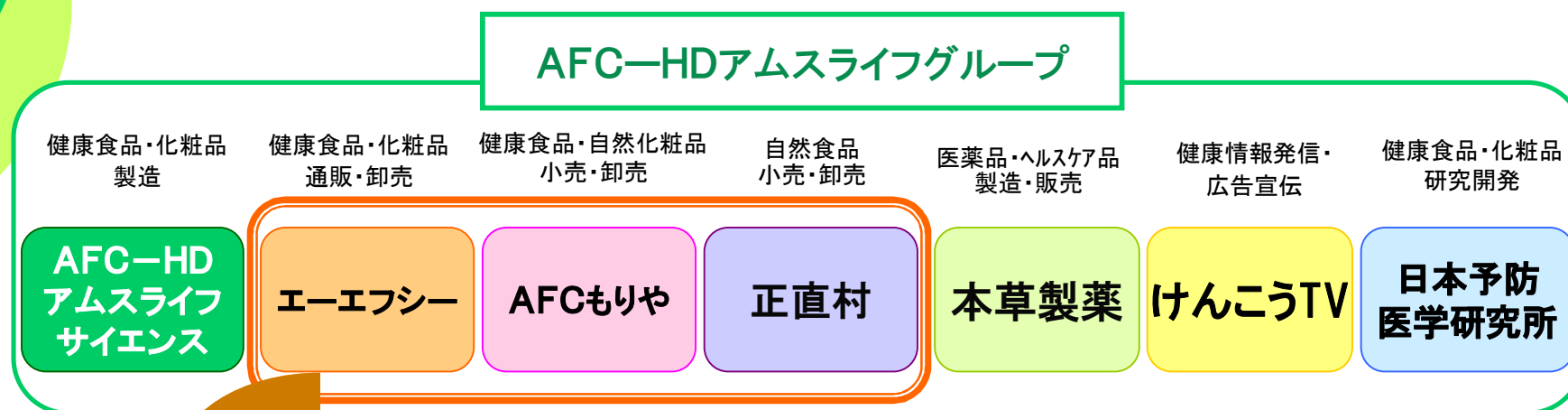
- 円高～為替変動
- 放射能汚染の影響
中国での規制緩和(全面輸入禁止→条件付き解禁)
風評被害(少しずつ和らぎをみせる)

下期

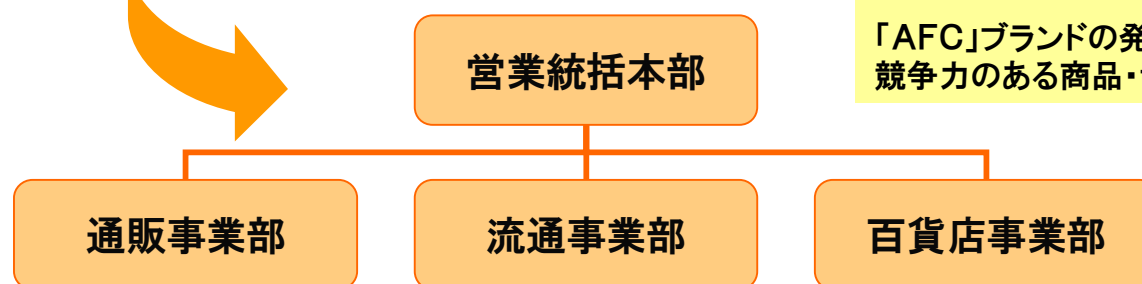
- 既存顧客の売上拡大
- OEMを中心とした新規顧客の獲得
- 引き続き、風評被害対策および為替対策
- 中国での挽回
- 韓国OEM新規開拓、取引開始
- タイ代理店との取引開始

AFC 子会社「合併」

今期、販社3社を統合し、新生『(株)エーエフシー』としてスタートしました。



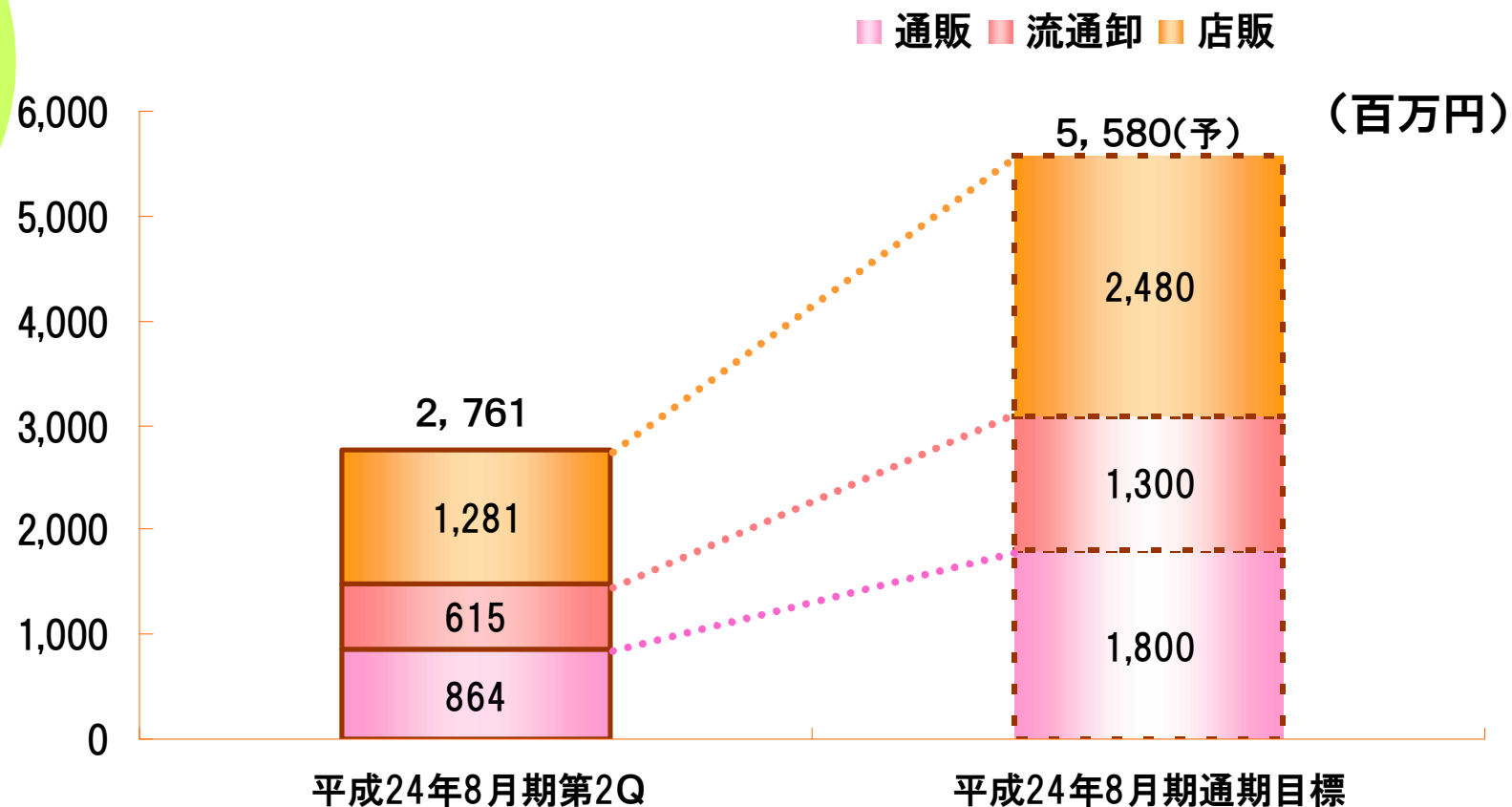
【(株)エーエフシー新組織図】



【統合の目的】

「AFC」ブランドの発信を強化し、スケールメリットを生かした競争力のある商品・サービスの提供が可能となる体制へ。

エーエフシー AFC『新生エーエフシー』売上実績と通期目標



※今期(平成23年9月1日付)、AFCもりや、正直村をエーエフシーに吸収合併いたしました。

上期

【事業部取り組み】

- リピート購入を促す販促媒体の導入



- 人気商品のTVショッピング展開

「ファインリペアベール」



- 新規顧客獲得 *右下グラフ参照

- 新商品投入、およびリニューアル

- 新定期便の導入

【市場動向】

- 消費マインドの低下
- 同業他社との顧客獲得競争激化

下期

- 事業部別の商品ラインアップ

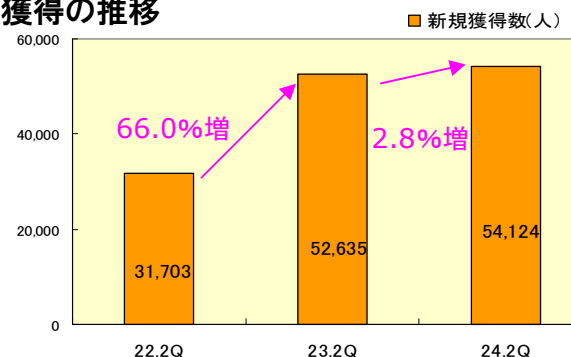
- 新聞広告の改善

- 獲得新規顧客の定着化へ
＜リピート販促媒体の充実＞

- 引き続き、新規顧客の獲得
◇TVショッピング、紙媒体
→ 健康食品の露出アップ
◇間接的なDMの送付(他企業協力)
- インターネット事業に注力



新規獲得の推移



通販事業部 リピート購入促進ツール

爽快柑シャンプーの場合

約1ヵ月分

初回購入時



【お試しサイズ商品】



【商品説明リーフレット】



【あいさつ文】



【プチギフト】



【会社案内】

1週間後



有効期限：
購入1ヵ月後

【割引券付はがき】

1ヵ月後



【はがき】

【これまでの経緯】

お試しサイズ導入前

平成23年7月 お試しサイズ導入

平成24年2月 リピート促進ツール導入

リピート率 1年後 約30%

リピート率 半年後 約30%

リピート率 1ヵ月後 約17%

2ヵ月後 約23%

早期
リピートへ

エーエフシー AFC 流通事業部 報告と取り組み

上期

- 前年に続き、薄利仕入雑貨商品の販売縮小（段階的に実施）

→ 利益率改善

- 販促品の効率化等の経費削減

→ 利益率改善

- 化粧品関連商品の拡販

「爽快柑シリーズ」が順調に推移



下期

- メディア通販会社を通じての販売
＜ダイエットリゾット、サプリメント、食品等＞

- 百貨店通販の新規開拓

- PB商品の提案

- 新規取引先の開拓

- 既存取引先の売上拡大

- CM放映と連動した販促ツールの活用
【棚・POPの提案 → 売り場面積拡大】



エーエフシー 百貨店事業部 報告と取り組み

上期

- プラセンタ加工品の販売順調
＜セミナー実施＞

「ラ・ヴィ プラセンタ」



- 野菜ジュースの売上好調
＜試飲による販促活動＞

「野菜の極」



- 自社製品比率の引き上げが順調に進捗 → 利益率の改善

- 店舗数減少による売上減

【店舗数の動向】

新規出店	2店舗
退店	3店舗
全国	73店舗

下期

- 店舗への積極的な誘客、および知名度アップ

百貨店へ協力依頼(DMに弊社チラシ同封)

CM放映

- 新規客の獲得



- 百貨店とのコラボ企画立案、実行

- 積極的な新規出店(全国100店舗早期実現)

- 店舗リニューアル

コーポレートカラーであるオレンジ色を基調とした店舗デザインへ

【AFC健康ショップ京急上大岡駅店】



- キャンペーン実施



「煌蔘(おうじん)」

- 新商品投入

「こだわり青汁」

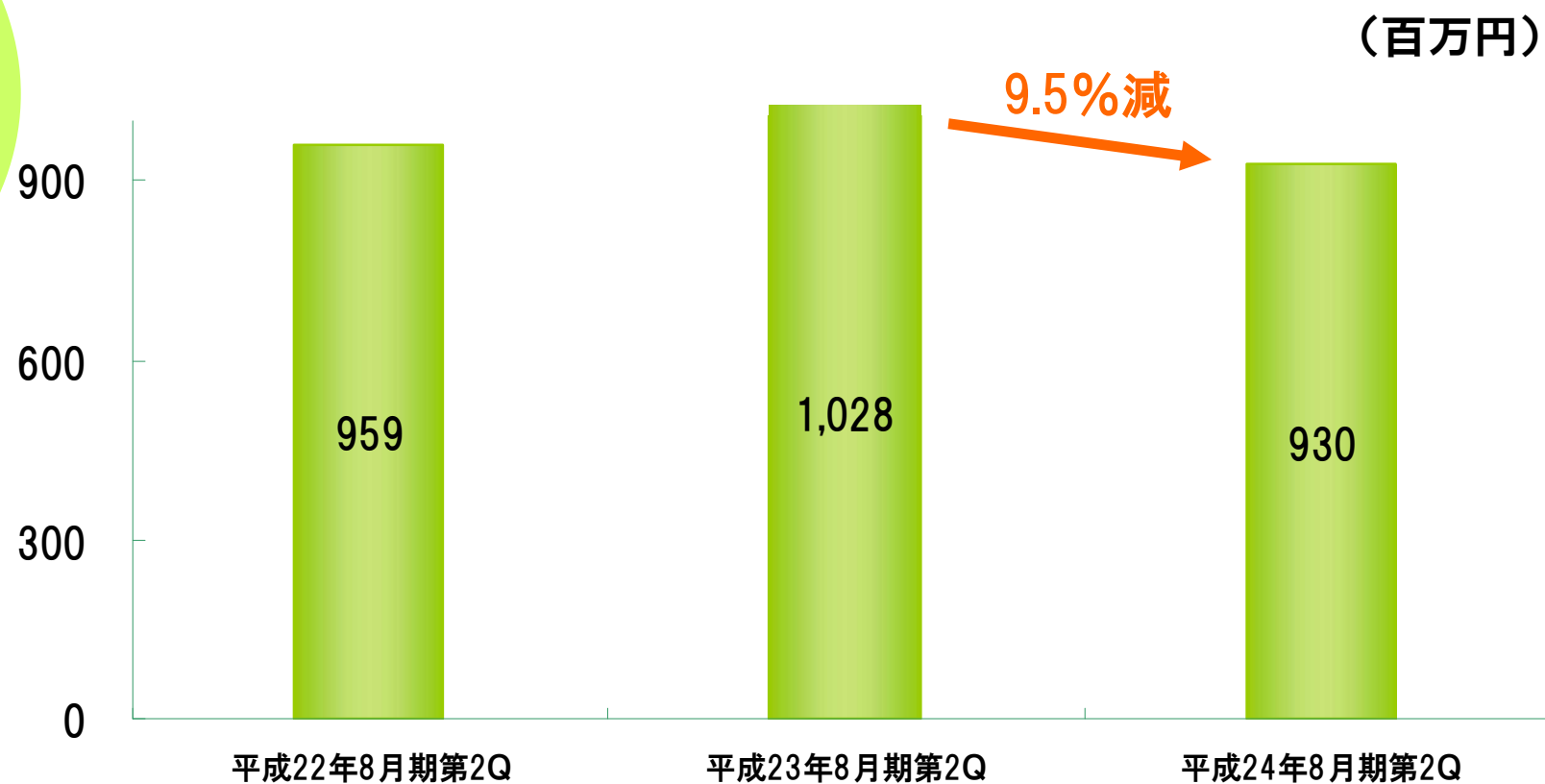


- 引き続き、自社製品シェアUP



本草製薬

売上高推移(上期累計)



上期

- 他社製品と効能効果がほぼ同じ、かつ、患者医療費負担軽減の承認漢方製剤であることを訴求
(医療用医薬品)
- リニューアル製品の投入(一般用医薬品)
- 生産合理化
しかしながら、
- 販売促進活動の不振
- 販売単価の低下(一般用医薬品)
【要因: 同業他社との競争激化、消費者の低価格志向】
- 漢方製剤の原料価格高騰
- 資材価格の値上げ

減収・減益

下期

- 自社ブランド初のジェネリック医薬品を投入
(医療用医薬品)
- 引き続き、同等効能効果で低薬価を訴求
(医療用医薬品)
- 新製品の開発、上市(健康食品)
- 引き続き、生産合理化〔過剰設備の解消〕
- 国際事業拡大
有力原料の仕入〔コストダウン〕
国内企業へ販売
健康食品の輸出強化



けんこうTV 報告と取り組み

上期

エーエフシー販促連携強化

●通販受注データ分析結果に基づく 販促活動立案、実行

- ・会報誌リニューアルおよび配布の範囲・頻度
の変更 → 効率化
- ・TV、新聞などの媒体選定 → 効率化

●知名度向上を目的としたCM制作

●店頭POPなどのCM連動ツール

下期

●「AFC」知名度向上 CM放映〔静岡県重点〕 CMと連動したツールの製作

企業CMによる基盤改善
包括的な売上回復へ

●引き続き、データ分析と立案、実行



「AFC」知名度向上(CM制作・放映)

★知名度アップに積極的に取り組んでおります。



【新CM】

TV局(地域)	開始日	番組名
静岡だいいちテレビ	2012年 2月22日～	情報ライブ ミヤネ屋 まるごとワイド (他)
静岡朝日テレビ	2012年 2月22日～	報道ステーション とびっきり静岡 (他)
テレビ静岡	2012年 2月22日～	めざましテレビ(他)

下期、「AFC」知名度向上を目的に、歌とダンスで印象づけをねらった新CMの放映を強化します。

本社所在地である静岡県内テレビ局3局(静岡だいいちテレビ・静岡朝日テレビ・テレビ静岡)を中心に、全国へ発信していきます。



“古くて新しい食品素材”

多彩な機能性のある天然素材の開発

静岡県立大学共同研究テーマ

日本予防医学研究所

◆ 研究開発の背景（金銀花の薬効作用）

金銀花はスイカズラ科の花から抽出したもので古くから中国では医薬品やお茶に用いられている。抗アレルギーに優れた効果があるが、日本では製品化した例は少ない。

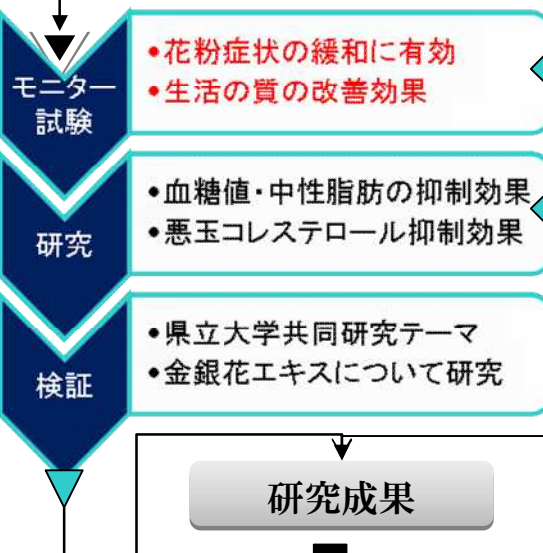
◆ 花粉症対策商品の開発

製品設計

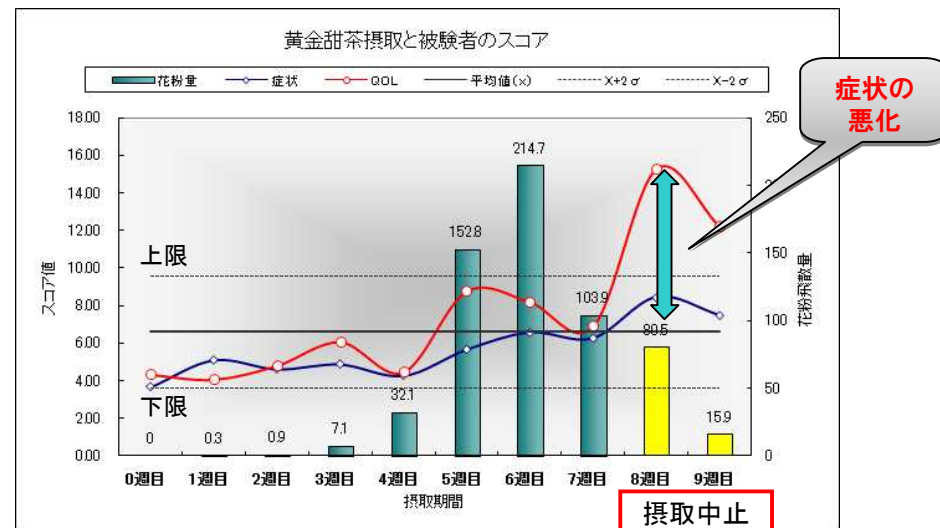
金銀花エキス、黄杞葉エキス、甜茶、乳酸菌等を配合して錠剤に成型 1日の摂取目安:3粒



黄金甜茶発売



「花粉アレルギー被験者を対象にモニター試験」 2011年度の実施例



生活習慣病予防対策に効果的と判定



爽快柑シリーズ

頭皮から毛髪環境を整えるアミノ酸シャンプー

日本予防医学研究所

- ◆ アミノ酸洗浄剤を処方した本商品は発売以来好調に売上を維持している。

“売上好調の背景には”

★ 「リンスいらずの天然アミノ酸シャンプー」

髪や頭皮と同じ弱酸性。低刺激なアミノ酸洗浄剤で洗いながら、栄養を与える。

★ 洗浄度が高いシャンプーは脱脂力によってタンパク質の溶質が起り、肌荒れの原因になり易い。

原因は石油系由来に起因

研究開発の成果

お客様の反応は高感度で受入れされ、業務上でも好調を持続している

毛根部分に脂漏性油分の付着が見られる

石油系由来洗浄剤との頭皮比較

石油系由来

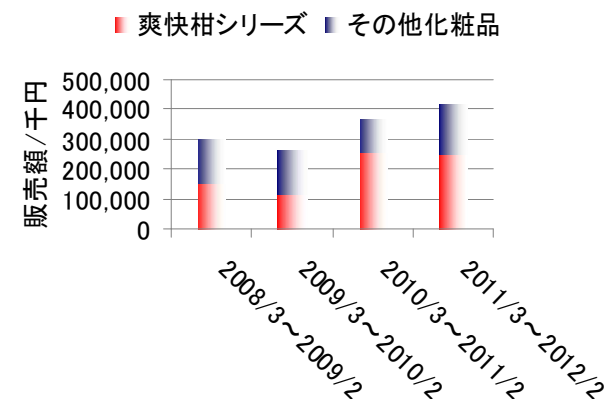


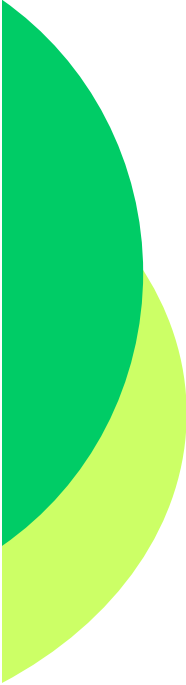
アミノ酸系



皮脂を取り過ぎることなく、汚れをしっかりと落とす

爽快柑シリーズ販売実績





AFC—HDアムスライフグループ

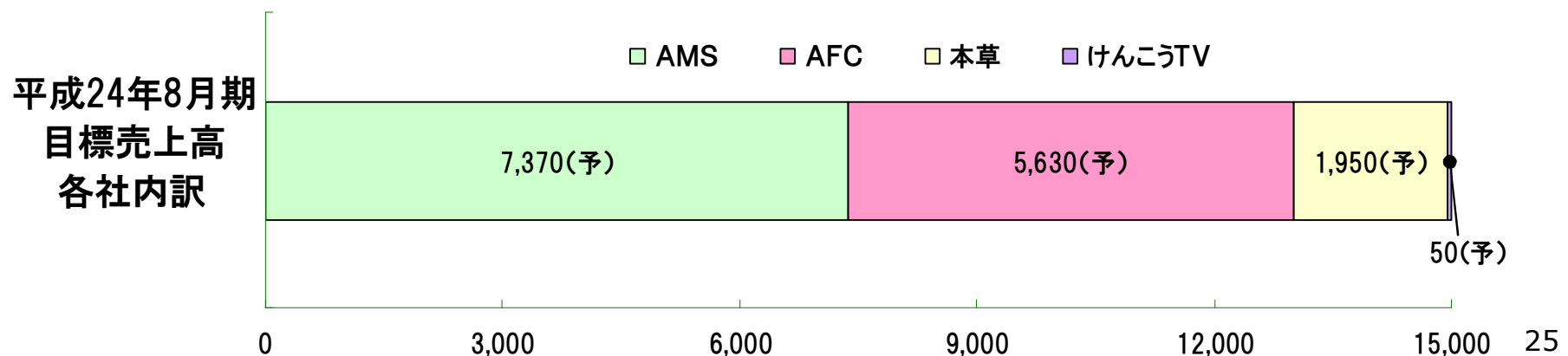
業績予想

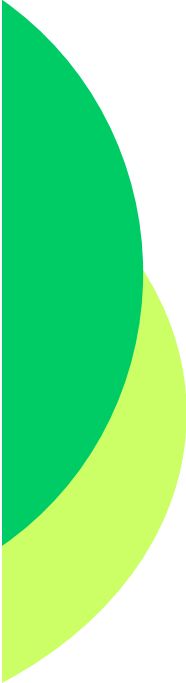


平成24年8月期(連結)予想

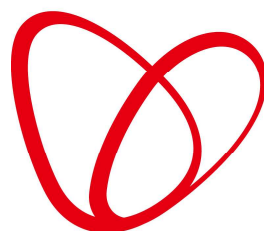
(百万円)

	平成22年8月期	平成23年8月期	平成24年8月期 第2四半期	平成24年8月期 (予想)
売上高	14,448	14,653	7,457	15,000
営業利益	767	1,024	352	900
経常利益	783	996	324	850
当期純利益	195	490	199	500





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合せ

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。