証券コード：2927

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

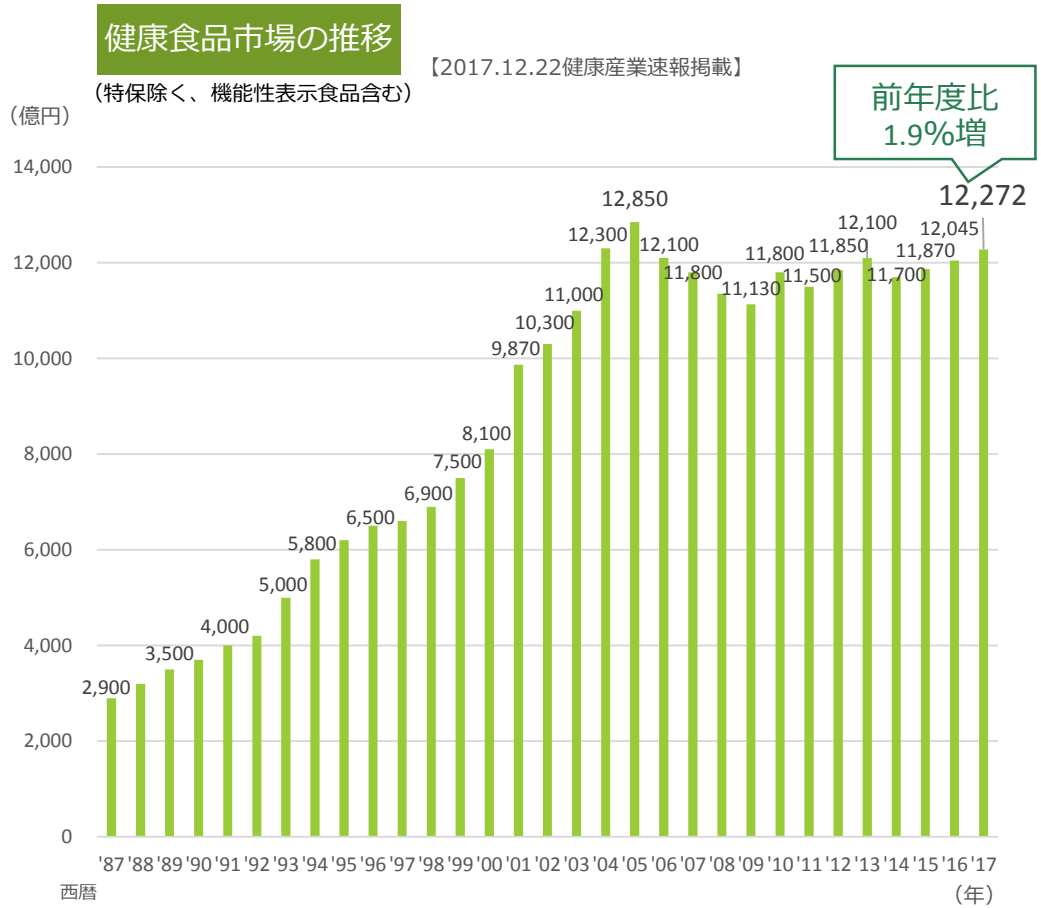
# 2018年8月期　第２四半期決算説明会資料

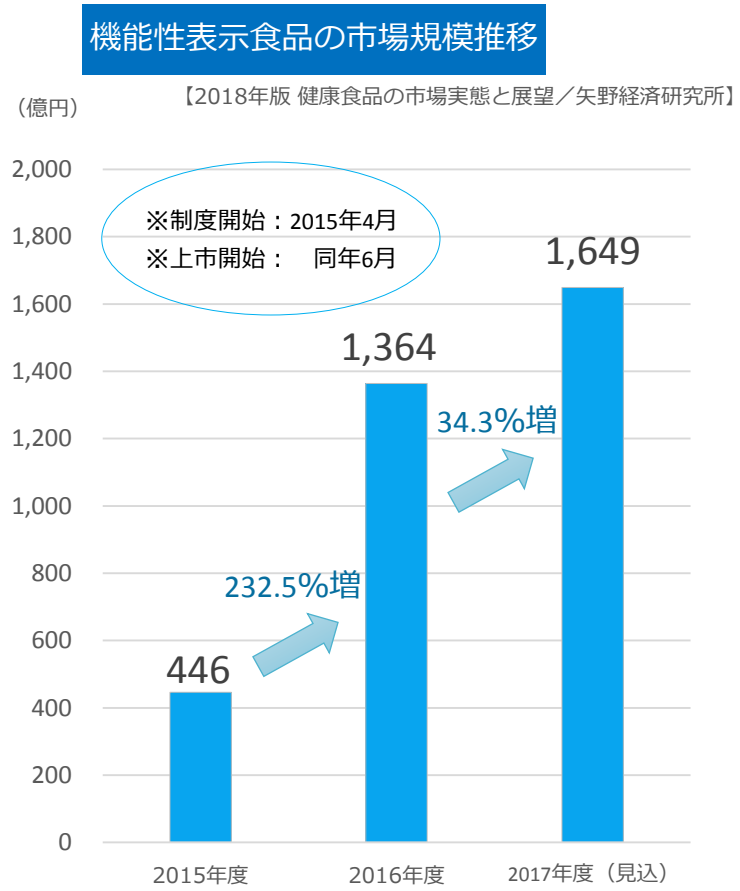
（2017年9月1日～2018年2月28日）

美と健康を創造する AFC-HD アムスライフ GROUP

AFC-HD AMS Life Science Co., Ltd.

# 健康食品業界の動向




2017年の健康食品市場は、目立ったヒット素材はなかったものの、青汁や乳酸菌などの定番商材が下支えし、前年比1.9%増の1兆2272億円になり、3年連続で拡大した。

機能性表示食品の市場規模は、2016年度が1364億円となり、2017年度は1649億円にまで拡大すると見込まれる。

# 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

【2017年版 健康食品の受託製造市場／矢野経済研究所】

## 健康食品受託製造企業のOEM売上高推移

【2015・2017年版 健康食品の受託製造市場／矢野経済研究所】

（売上高：百万円）

| | | 2014年度 | | 2015年度 | | 2016年度 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 売上高 | シェア | 売上高 | シェア | 売上高 | シェア |
| 1 | A社 | 22,538 | 15.9% | 21,268 | 14.6% | 22,539 | 15.2% |
| 2 | B社 | 15,200 | 10.7% | 15,730 | 10.8% | 16,800 | 11.3% |
| 3 | C社 | 10,260 | 7.2% | 10,700 | 7.3% | 12,240 | 8.3% |
| 4 | D社 | 8,506 | 6.0% | 9,340 | 6.4% | 10,230 | 6.9% |
| 5 | E社 | 8,228 | 5.8% | 9,660 | 6.6% | 9,700 | 6.5% |
| 6 | 当社 | 6,860 | 4.8% | 7,720 | 5.3% | 7,687 | 5.2% |
| 7 | F社 | 6,000 | 4.2% | 6,440 | 4.4% | 7,200 | 4.9% |
| 8 | G社 | 4,000 | 2.8% | 4,600 | 3.2% | 4,300 | 2.9% |
| 9 | H社 | 3,199 | 2.3% | 4,150 | 2.8% | 4,200 | 2.8% |
| 10 | I社 | 3,516 | 2.5% | 3,420 | 2.3% | 3,420 | 2.3% |
| | その他 | 53,213 | 37.8% | 52,972 | 36.3% | 49,884 | 33.7% |
| | 合計 | 141,520 | 100.0% | 146,000 | 100.0% | 148,200 | 100.0% |

※2017年度健康食品の受託製造市場規模見込は150,400百万円　（矢野経済研究所推定）

同年度の当社OEM部門の売上高は8,509百万円　推定シェア5.6%見込

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6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。

# 第２四半期決算報告

美と健康を創造する
AFC-HD
アムスライフ GROUP

# 第２四半期 決算の状況（連結）

## 連結　業績比較表（直近３期間）

（単位：百万円）

| 連結 | 2016年8月期<br>第2Q 実績 | 2017年8月期<br>第2Q 実績 | 2018年8月期<br>当初 第2Q 計画 | 2018年8月期<br>第2Q 実績 | 対前年同期<br>増減率 |
|---|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 7,417 | 7,330 | 7,700 | **7,723** | 5.4% |
| 営業利益 | 535 | 455 | 620 | **516** | 13.3% |
| 経常利益 | 499 | 441 | 600 | **504** | 14.2% |
| 親会社株主に帰属する四半期純利益 | 339 | 228 | 350 | **338** | 48.3% |
| 経常利益率 | 6.7% | 6.0% | 7.7% | **6.5%** | ― |

増収要因：OEM部門が青汁の好調及び、乳酸菌や酵母の関連商品の伸長により、前年同期比11.1%増となったことが寄与した。

増益要因：増収効果により、売上総利益が43百万円増加。輸入化粧品販売子会社の解散効果などにより、販売費及び一般管理費の圧縮ができた。
親会社株主に帰属する四半期純利益については、前年同期に計上した特別損失が無くなったことも寄与した。

# 第２四半期 決算の状況（連結）

## 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 | 2017年8月期 第2Q 実績 | 2018年8月期 当初 第2Q 計画 | 2018年8月期 第2Q 実績 | 対前年同期 増減額 | 対前年同期 増減率 | 増減要因 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ヘルスケア事業・医薬品事業 | OEM部門 | 4,011 | 4,300 | 4,457 | 445 | 11.1% | 青汁、乳酸菌、酵母の好調 |
| | 海外部門 | 367 | 375 | 406 | 39 | 10.7% | シンガポールOEM顧客の伸長 |
| | 店舗販売部門 | 1,089 | 1,010 | 1,018 | △70 | △6.5% | 店舗数の減少（前年に3店舗を閉店） |
| | 通信販売部門<br>AFC：サプリ・化粧品・漢方薬 | 868 | 900 | 856 | △11 | △1.4% | ネット広告市場の変化により、ネット事業の成長が鈍化 |
| | 卸販売部門<br>AFC：サプリ・化粧品<br>本草：医科・OTC・サプリ・化粧品 | 934 | 1,060 | 925 | △8 | △0.9% | 輸入化粧品販売のセレンディプスを解散した影響 |
| | その他 | 58 | 55 | 58 | 0 | △0.8% | ― |
| 合計 | ― | 7,330 | 7,700 | 7,723 | 393 | 5.4% | 基幹事業であるOEM部門の好調 |

# 連結 資産の状況

※借入･社債･割賦未払金

（単位：百万円）

| 連結 | 2017年8月期 | 2018年8月期 2Q | 対前期末増減額 |
|---|---|---|---|
| 資産合計 | 16,761 | 16,871 | 109 |
| 内訳 流動資産 | 8,308 | 8,254 | △54 |
| 固定資産 | 8,452 | 8,616 | 163 |
| 負債合計 | 9,098 | 8,926 | △171 |
| 内訳 流動負債 | 7,748 | 6,758 | △990 |
| （上記のうち有利子負債※） | （4,714） | （3,779） | （△935） |
| 固定負債 | 1,349 | 2,168 | 819 |
| （上記のうち有利子負債※） | （917） | （1,628） | （711） |
| 純資産 | 7,663 | 7,944 | 280 |

資産：借入金の返済などによる現金及び預金の減少などにより、流動資産が減少する一方、日本語学校の建設や工場機械の取得により、有形固定資産が増加した。

負債：返済により有利子負債が224百万円減少した。

純資産：親会社株主に帰属する四半期純利益の計上により、利益剰余金が278百万円増加した。

# 第2四半期 決算の状況（単体）

## 単 体　業 績 比 較 表（直近３期間）

（単位：百万円）

| 単体 | 2016年8月期<br>第2Ｑ 実績 | 2017年8月期<br>第2Ｑ 実績 | 2018年8月期<br>第2Q 実績 | 対前年同期<br>増減率 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 5,732 | 5,722 | 6,113 | 6.8% |
| 営業利益 | 410 | 360 | 380 | 5.5% |
| 経常利益 | 398 | 366 | 384 | 5.0% |
| 四半期純利益 | 269 | 131 | 222 | 69.2% |
| 経常利益率 | 7.0% | 6.4% | 6.3% | ― |

増益要因：連結同様、増収効果により売上総利益が増加した反面、営業職外国人の採用などにより、人件費が増加した。

四半期純利益は、前年同期に計上した役員退職慰労金の特別損失が無くなったことが寄与した。

# 上期の状況及び
# 下期の取り組みについて

# OEM部門　報告と取り組み

AFC-HDアムスライフサイエンス

## 上期　売上高前年同期比：11.1%増

■増収要因

●青汁、乳酸菌、酵母 が好調

青汁

●機能性表示食品の申請のサポート

日本予防医学研究所内に、
専門部署を設置、サポート
人員を増員

■機能性表示食品

【当社が取り扱う届出の受理件数】

22社 37品目（2018年2月28日現在）

【取引社数】

前年同期比　307社 → 319社 増加

## 下期

●大口取引先の機能性表示食品の届出受理による販売増加（見込）

●機能性表示食品の申請のサポートを強化していく

・日本予防医学研究所と連携

・サービスの提案

①日本予防医学研究所が届出者として機能性表示食品の届出をし、受理実績を積む

②それを基に、OEM顧客へ提案やAFCブランド商品に利用する

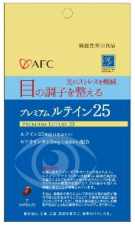
受理件数の増加による売上増

# 機能性表示食品の申請のサポート

## 日本予防医学研究所

### 機能性表示食品の取り組み状況

2018年4月16日現在

| | |
|---|---|
| 受理実績 | 届出者：エーエフシー　６品目<br> <br>ルテインGOLD<br> <br>ラクするUC－Ⅱ<br> <br>RICH ルテイン25<br> <br>イチョウ葉GOLD<br> <br>イチョウ葉エキス粒<br>  <br>プレミアム ルテイン25 |
| 届出申請済み<br>（受理待ち） | 届出者：日本予防医学研究所　５品目<br>エーエフシー　２品目 |
| 届出準備・検討中 | 届出者：日本予防医学研究所　１５品目 |

# OEM部門　報告と取り組み

AFC-HDアムスライフサイエンス

## 製造　上期

●昨年12月、大型粉末充填機を導入

青汁、プロテインなど粉末製品の受注増加に対応

粉末充填機

●HACCP制度化に向けて素案作りを行う

業界団体に協力

2016年12月、国が食品製造等事業者を対象に、HACCPの導入を義務化する方針を示した

業界団体 (公財)日本健康・栄養食品協会が「健康食品事業者向けHACCP」導入に向け手引書を策定している

当社は“これからの健康食品GMPを考える会”（7社）の発足当時からのメンバーとして業界団体に協力している

## 製造　下期

●流動層造粒機を導入予定

粉末製品の受注増加に対応

導入することで、
増産と、機械トラブル等
のリスク分散を図る

流動層造粒機

●手作業工程の機械化の検討を開始

生産性向上と人員不足への対応

＜選定中の機械 例：パラレルリンクロボット＞

・スティック包装ライン
　作業者：６名　→　２名

・アルミ袋充填ライン
　作業者：３名　→　１名

６名を他の工程へ投与できる

# 海外部門　報告と取り組み

AFC-HDアムスライフサイエンス

## 上期　売上高前年同期比：10.7%増

■増収要因

●シンガポールOEM顧客の受注好調

・販売網の拡大（アメリカ・メキシコ・フィリピン）

●ベトナムOEM顧客の伸長

・美容商材

取引先

## 下期

●ウクライナOEM顧客の獲得

●販路の拡大（中期的な目標達成のための取り組み）

・中国（上海）の展示会へ出展

営業担当：中国人３名（新卒採用）

※ 今後も外国人を積極的に採用していく

展示会の概要

展示会名：Heath Ingredients China

開催期間：2018年6月20日～22日

会場面積：66,000㎡

出展社数：860社（2016年度実績）

来場者数：22,200名（2016年度実績）海外来場者数1,900名（2016年度実績）

ＨＰ：https://www.figlobal.com/hi-china/

■当社の海外部門の特徴

各国の規制等が複雑なため、輸入許可までに時間はかかるが、一方で取引が開始すると安定する

# 店舗販売部門　報告と取り組み

エーエフシー

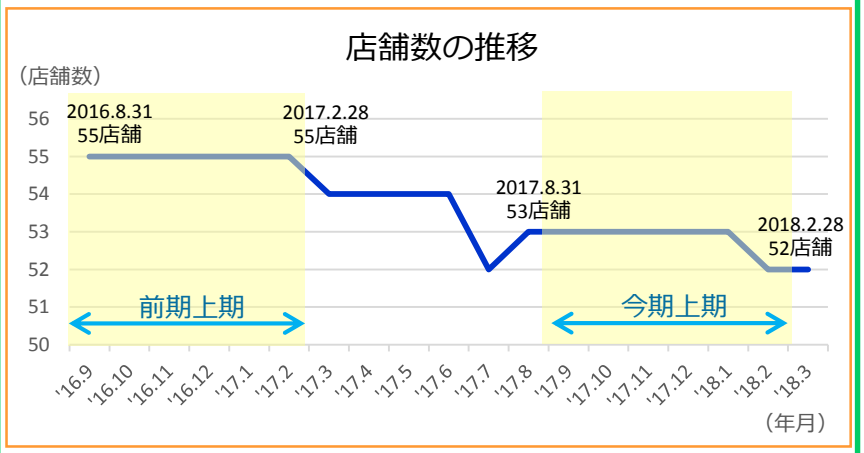
## 上期　売上高前年同期比：6.5%減

■減収要因

●前期の３店舗の閉鎖が影響し、減収

閉店：三越千葉、阪急堺北花田、大丸パルコ浦和

当社都合による赤字店舗の閉鎖は終了している
近年の閉鎖は百貨店都合による




◆３店舗を閉鎖した影響

・前期上期の３店舗の売上高　合計　40百万円

・店販部門の売上総利益率の改善

前期上期　42.0%　→　今期上期　42.6%

0.6ポイント上昇

## 下期

■対策

●新規出店

2018年2月末　大丸京都

2018年2月末　伊勢丹相模原

2018年4月　大丸札幌

その後も検討中

大丸心斎橋（エントリー中）、九州地区

新規出店イメージ図

・百貨店都合による店舗減少に歯止め

・一定規模のグループ製品販売店を維持する

●百貨店外商部門主催の催事へ出展

催事予定：三越広島、大丸京都、松坂屋名古屋、井筒屋、岩田屋、鶴屋、博多大丸　など

販売子会社の営業利益ベースでは、赤字店舗も点在するため、店舗外売上を増やす

松坂屋名古屋のホテル催事

高島屋名古屋店の催事

# 通信販売部門　報告と取り組み

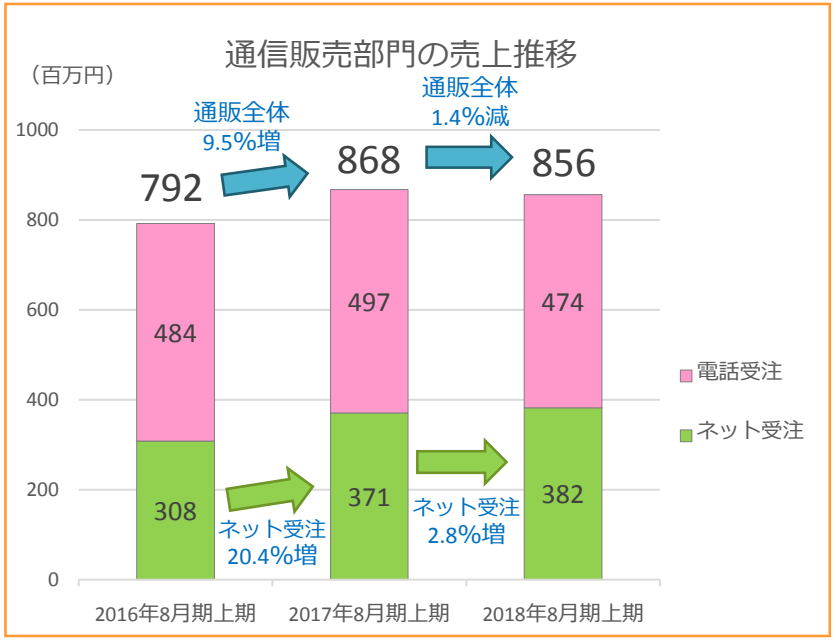
エーエフシー

## 上期　売上高前年同期比：1.4%減

■減収要因

●ネット広告市場の変化

12月、ヤフーおよびグーグルの検索ロジックの変更が影響し、広告サイト（アフィリエイト）の閲覧回数が減少したことで、ネット受注の成長が鈍化した




## 下期

■対策

●ＳＮＳ広告へ切り替え

アフィリエイト広告費

・2017年8月期上期　34百万円

・2018年8月期上期　16百万円

18百万円減少

今後は、アフィリエイト減少分の広告費をSNS（Facebook・LINE・Instagram）広告に使用し、売上増加を目指す

LINE広告

Facebook広告

●定番商品のブランディング

既存商品のパッケージデザインを順次リニューアルし、ブランドの訴求力を高めていく

# 卸販売部門　報告と取り組み

## エーエフシー

## 上期　売上高前年同期比：4.5%増

■増収要因

● 『葉酸サプリ』の伸長

ドラッグストアや乳幼児用品販売の大型チェーン店から受注が増加

・赤ちゃん本舗、西松屋、ベビーザらス

東急ハンズに並ぶmitete 葉酸サプリ

● 『ナットウキナーゼ』の好調

海外へ販売展開を行う国内企業から受注

ナットウキナーゼ

## 下期

●新規販路の開拓

展示会・販売会へ積極的に出展

・ヘルスケアジャパン

・ウエルネスフードジャパン

・取引先主催の展示会・販売会　など

展示会でのAFCブース

●新商品の投入

・ハートフルシリーズ　４品目

・機能性表示食品　１品目

新発売するハートフルシリーズ

機能性表示食品
アスタキサンチン

# 卸販売部門　報告と取り組み

本草製薬

## 上期　売上高前年同期比：0.4%増

■増収要因

●杏林堂薬局（販売店舗数 65店舗）とのコラボ企画により、増収

採用品目数

前期上期　14品目 → 今期上期　23品目

1月22日_静岡新聞　コラボ広告

■懸案事項

●不採算品目の漢方製剤を休止したことにより減収

医療用漢方製剤

43品目から23品目へ　20品目を休止

休止した漢方製剤20品目：前期上期の売上高 16百万円

## 下期

■対策

●新製品ピムロ顆粒の拡売

ピムロ顆粒

●ピムロ顆粒で口座が開いた新規顧客に既存品を提案

●一般用医薬品の後発薬の上市

・解熱鎮痛剤

・抗炎症剤

●コラボ企画に、更に大型ドラッグストア（350店舗）が参画

# 新規事業　日本語学校
## エーエフシー

海外事業の強化

名称：AFC 国際学院

日本語学校の外観（静岡市）

２階　ラウンジ

２階　進路指導室

４階　会議室

併設の寮

２階　教室の間仕切りをはずして大ホールに

４階　教室

■スケジュール（すべてが順調に進んだ場合）

- 2017年8月　工事着工
- 2018年3月16日　建物竣工
- 2018年10月　名古屋入国管理局へ許可申請　予定
- 2018年12月　建物 現地調査（名古屋入国管理局）予定
- 2019年2月または3月　文部科学省　口頭審査　予定
- 2019年5月頃　認可　内示（仮免許）予定
- 2019年5月～　留学生　募集　予定
- 2019年10月（秋入学）　開学　予定
- 2020年4月（春入学）　開学　予定

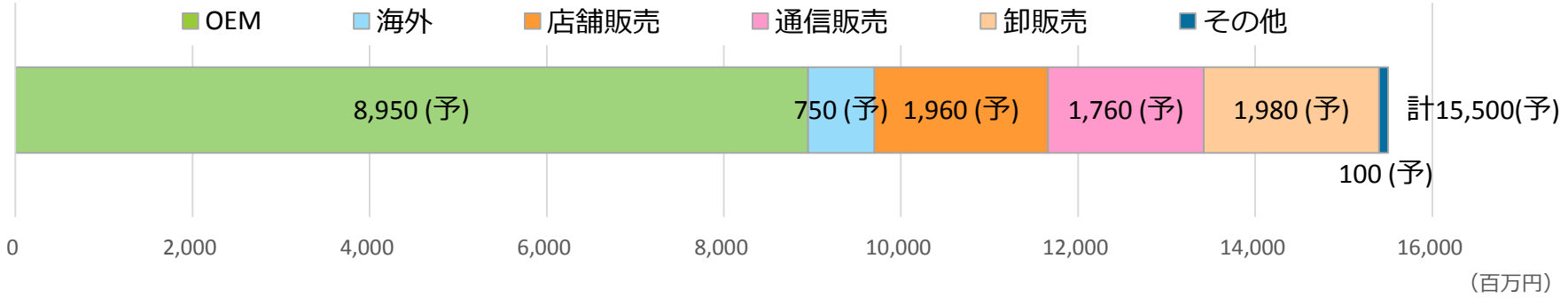
# 業績予想

# 平成30年8月期 連結予想

（単位：百万円）

| 連結 | 平成28年8月期 | 平成29年8月期 | 平成30年8月期<br>第2四半期 | 平成30年8月期<br>（予想） |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 14,631 | 15,141 | 7,723 | 15,500 |
| 営業利益 | 890 | 1,069 | 516 | 1,170 |
| 経常利益 | 812 | 1,040 | 504 | 1,120 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 489 | 465 | 338 | 660 |

## ●平成30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

①生産設備や新規店舗などが予定されているが、減価償却負担はどうなるか？

今期438百万円予定。来期は若干増加し500百万円を予定している。

②今後の店販と通販の戦略は？

店舗は固定費がかかるので店頭販売のみでは採算が取れない。外商部や催事など百貨店の協力が得れる所へ出店していく。
通販はネット中心に広告費を投入していく。

③競合が多くある中、ジェネリックの勝算は？

大手が参入しづらいニッチな医薬品をねらう。ピムロ顆粒も後発薬は当社のみ。自社製造で粗利益40%を考えている。

④機能性表示食品市場が拡大予測だが、出荷状況は？

主に通販業で好調な顧客が届出を行っている。消費者庁の受理待ちの状況が多く、売上の予定が立てにくい。

⑤葉酸サプリ市場の競争激化、差別化しづらい商材と思うが、成長戦略は？

強みとして他社に先行して葉酸を発売した。クロスセル商品を展開し、プラスオンを図る。年間の広告費は約500百万円。

⑥日本語学校の学生人数は？

学校で収益を出そうとは思っていない。スタートは教員の数から算出し45名を申請する予定。最大定員は240名。6教室各20名で、午前午後の2部制を予定している。

# ご質問 と ご回答②

⑦OEMの差別化のポイントは？

大規模な設備投資をしづらい受託業界で、他社に比べ長く事業をしており、多品種に対応できる生産設備を保有している。今後は合理的な設備投資を継続するとともに、オリジナル原料の開発にも取り組みたい。

⑧健康食品業界のインバウンド比率と、越境ECの状況は？

インバウンド比率は捉えにくい。越境ECは当社も取り組んでいるが、当社含め成功している企業は現在のところないと思う。他国のルールがあり難しい。だが、中国マーケットは魅力があり、注力していきたい。

# 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

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い合わせ

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。