



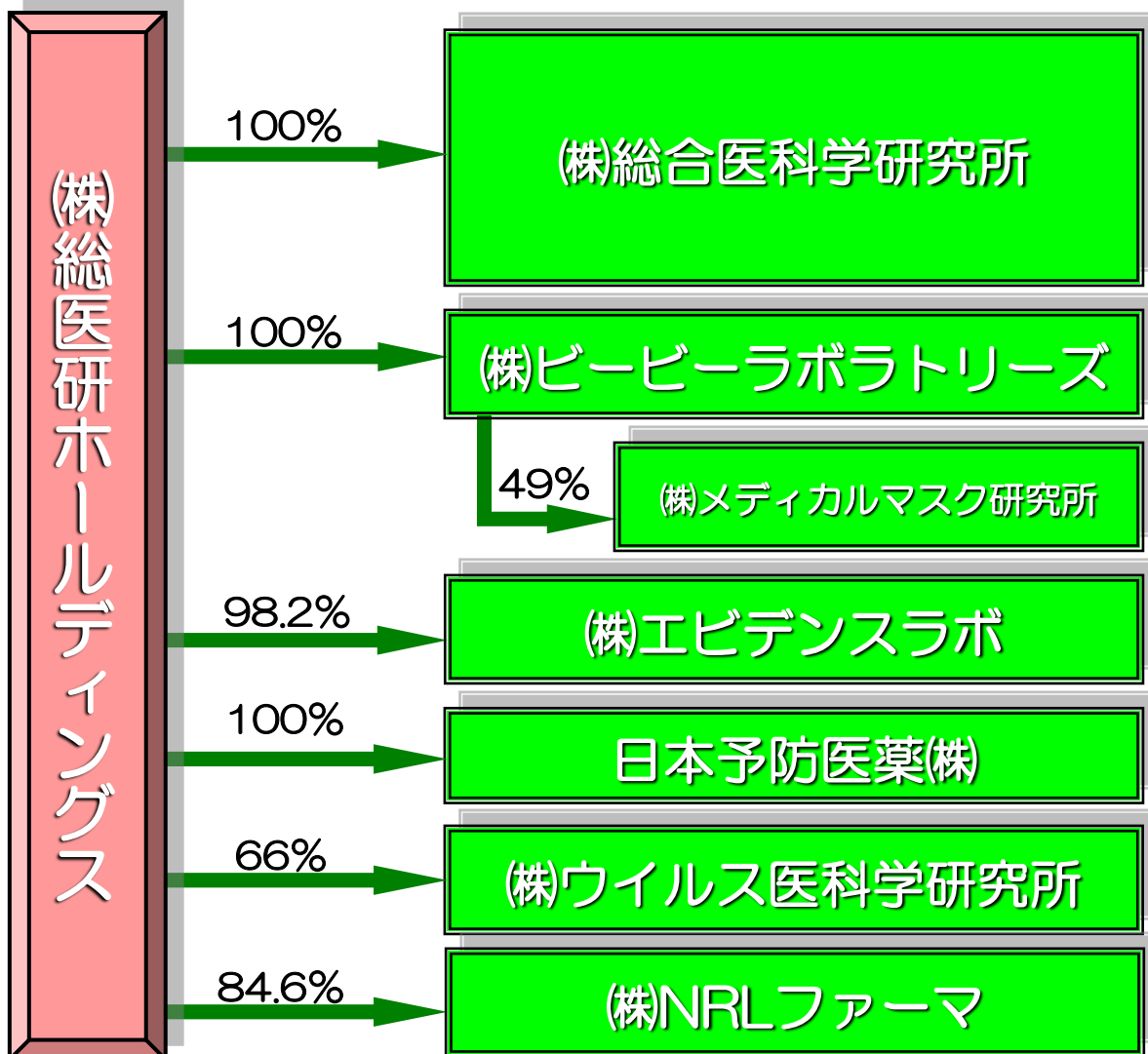
- User-oriented Medicinal Product & Service Developer -

総医研ホールディングス

(2385 東証マザーズ)

2017年6月期決算説明会
(2017年8月17日)

総医研グループ



- （「疲労・癒し」を主とする）バイオマーカー開発および臨床評価試験
- 医薬品の臨床研究支援
- （特定健診・特定保健指導を主とする）ヘルスケアサポートサービス
- 化粧品製造販売
- （美容シートマスク専門）化粧品製造販売
- 医科向けマーケティング支援
- 健康補助食品等の販売
 - （抗疲労ドリンク「イミダペプチド」等）
- ウイルスを利用した疲労等のバイオマーカーの研究開発
- ラクトフェリンを中心とする機能性素材の研究開発、販売、技術供与



総医研グループのビジョンと戦略

＜ビジョン＞

総医研グループは、医療費の適正化と医療消費者の満足の実現に貢献する総合健康サービス創造企業を目指します。

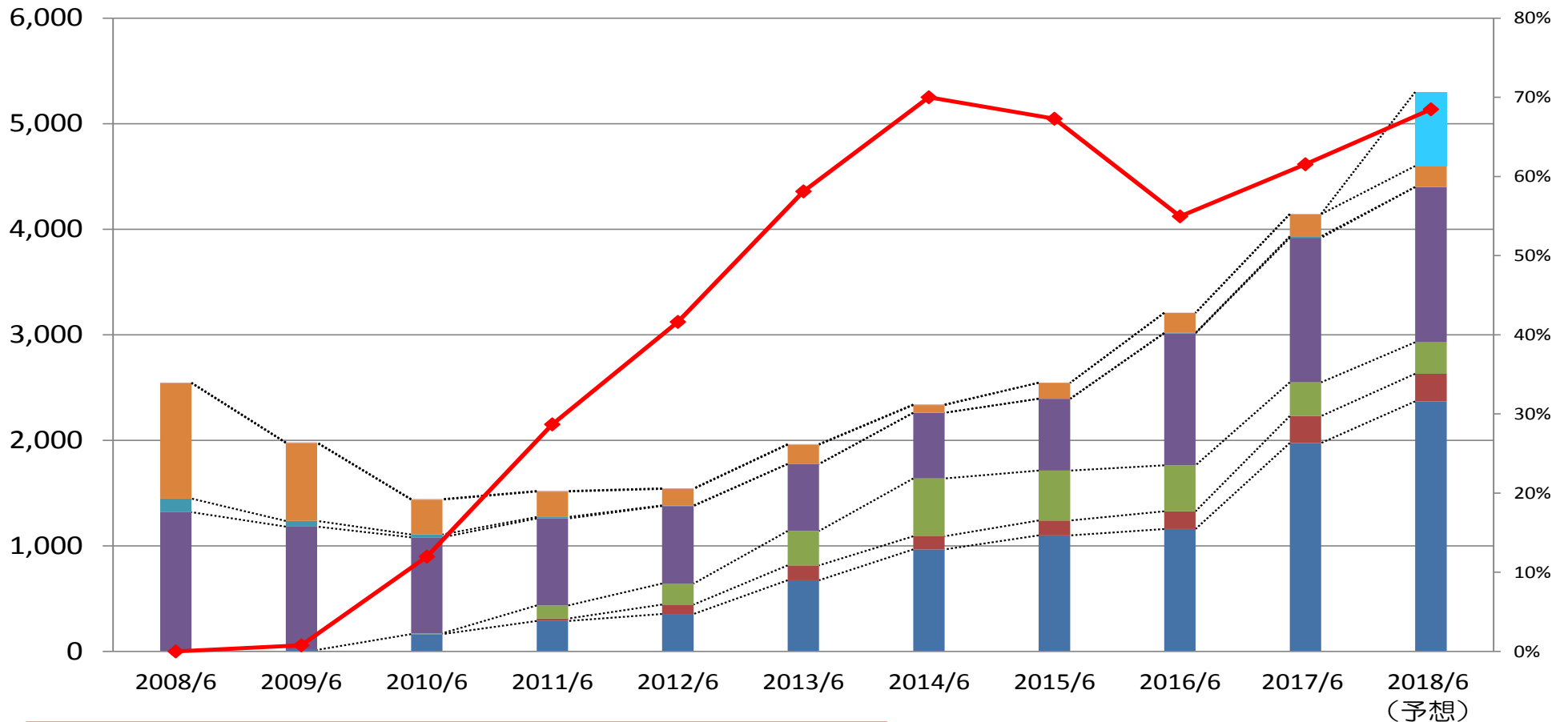
＜経営戦略＞

総医研グループは、医療費の適正化と医療消費者の満足の実現のためエビデンス（科学的根拠）構築とそれに基づいた商品開発やサービス提供を行います。



事業別売上高と次期予想

(単位：百万円)



健康補助食品

ヘルスケアサポート

医薬臨床研究支援

化粧品

マーケティング

評価試験・バイオマーカー開発

機能性素材開発

その他

新規事業の売上構成比



～ 2017/6期決算～

2017/6期決算の概況 I

- 健康補助食品事業は、定期購入顧客が増加したこと、第1四半期に積極的に展開した広告宣伝活動の効果が良好であったこと等から、前期比70.1%の増収。
- 化粧品事業は、2016年8月頃から「PHマッサーシゲル Pro.」の販売が落ち込んだものの、越境ECサイトへの直営旗艦店の出店に合わせたプロモーションの効果もあり、2017年3月頃から回復傾向にあること、ベトナム等の海外市場向け販売が伸びたこと等から、前期比9.4%の増収。
創業20周年キャンペーン等により広告販促費が増加。

2017/6期決算の概況 II

- 評価試験事業は、機能性表示食品届出のための臨床評価試験が寄与し、11.2%の増収。
- 医薬臨床研究支援事業は、利益率の低い案件の終了により、26.5%の減収となったものの、利益率が改善して増益。
- ヘルスケアサポート事業は、契約健保数の増加、健診代行サービスの大口受注等により、51.9%の増益。

2017/6期決算の概況 Ⅲ

- 連結売上高は、健康補助食品事業の増収を主因として前期比で29.1%増加し、過去最高を更新するとともに、7期連続の増収。
- 連結営業利益は、健康補助食品事業および化粧品事業において広告販促費用が増加したものの、増収を主因として44.8%の増益。
- 2007年6月期以来となる復配（期末配当金1.00円/1株）を予定。



2017/6期決算（連結）

（単位：百万円）

	当期 (2017/6)	前期 (2016/6)	増減	増減率
売上高	4,147	3,213	+934	+29.1%
（評価試験事業）	(210)	(189)	(+21)	(+11.2%)
（バイオマーカー開発事業）	(0)	(0)	(0)	－
（医薬臨床研究支援事業）	(320)	(436)	(-116)	(△ 26.5%)
（ヘルスケアサポート事業）	(256)	(168)	(+88)	(+51.9%)
（化粧品事業）	(1,368)	(1,250)	(+118)	(+9.4%)
（マーケティング事業）	(15)	(5)	(+10)	(+184.6%)
（健康補助食品事業）	(1,974)	(1,160)	(+814)	(+70.1%)
（全社）	(1)	(1)	(+0)	－
売上総利益	2,461	1,874	+587	+31.3%
営業利益	264	182	+82	+44.8%
経常利益	271	191	+80	+41.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	186	46	+140	+299.4%
研究開発費	42	49	△ 7	
（内疲労関連）	(27)	(28)	(-1)	
（内化粧品）	(15)	(21)	(-6)	

※機能性素材開発事業については、当期の連結業績に計上していないため記載せず（以下同様）。



SOiKEN



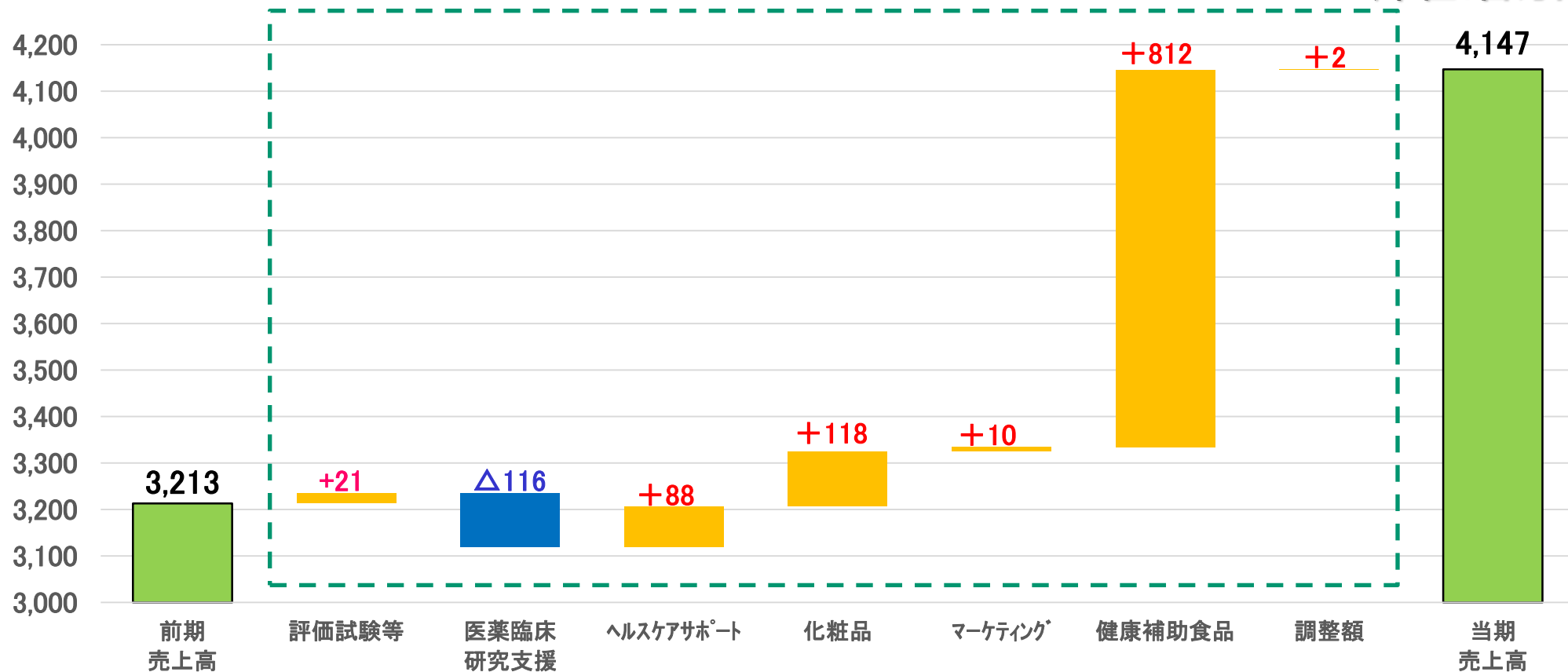
セグメント別 前期比

(単位:百万円)

	評価試験・ バイオマーカー			医薬臨床研究			ヘルスケアサポート			化粧品			マーケティング			健康補助食品			調整額 (全社費用等)			連結		
	当期	前期	増減	当期	前期	増減	当期	前期	増減	当期	前期	増減	当期	前期	増減	当期	前期	増減	当期	前期	増減	当期	前期	増減
売上高	211	189	+21	321	437	△ 116	257	169	+88	1,368	1,250	+118	15	5	+10	1,982	1,170	+812	△ 6	△ 8	+2	4,147	3,213	+934
営業費用	173	167	+6	307	443	△ 136	235	162	+73	1,144	931	+212	52	23	+29	1,747	1,128	+619	226	176	+50	3,881	3,030	+851
売上原価	113	106	+7	256	390	△ 134	146	71	+74	484	361	+123	6	2	+4	689	416	+274	△ 7	△ 8	+1	1,686	1,338	+348
販管費	60	62	△ 1	52	53	△ 1	89	90	△ 2	659	570	+89	46	20	+26	1,058	713	+345	233	183	+49	2,196	1,692	+503
営業利益	38	22	+15	13	△ 6	+20	22	7	+15	224	319	△ 94	△ 37	△ 17	△ 20	235	42	+193	△ 232	△ 184	△ 48	264	182	+82

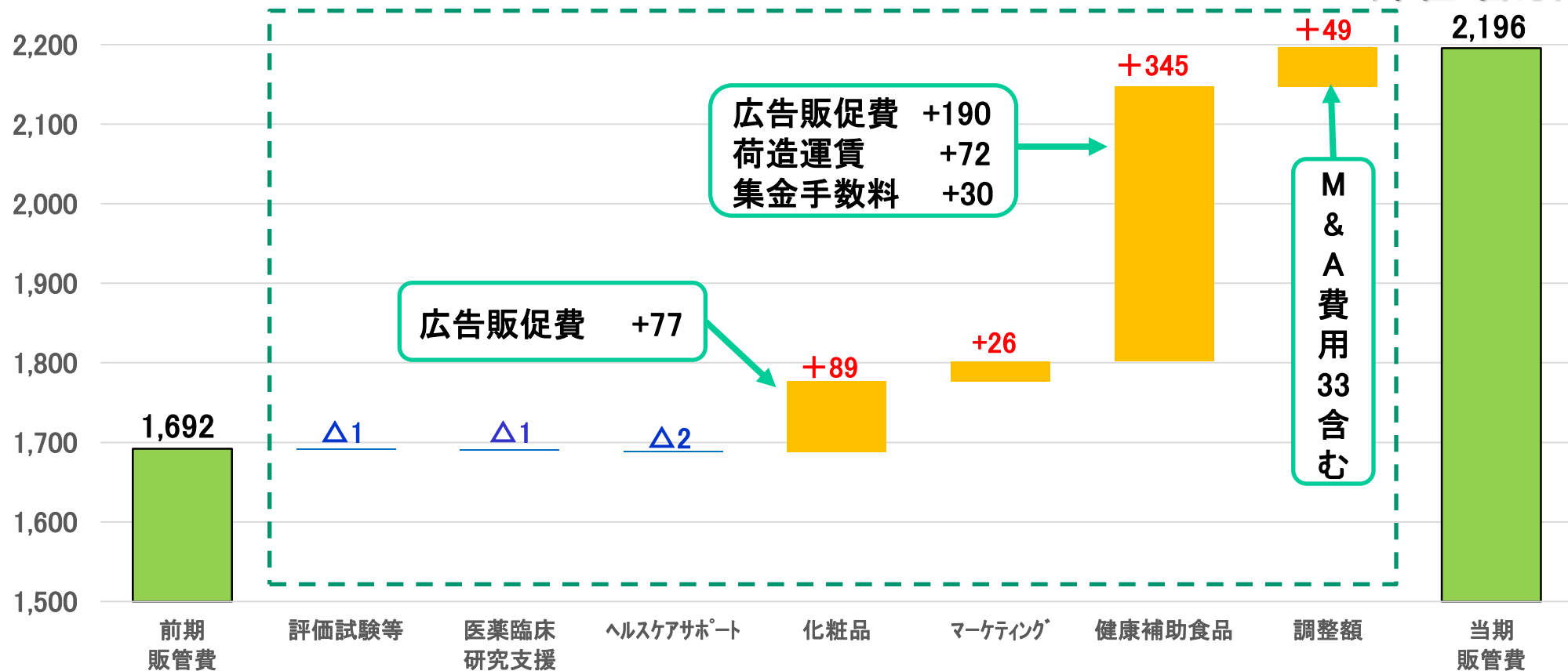
セグメント別 売上高前期比差異

(単位: 百万円)



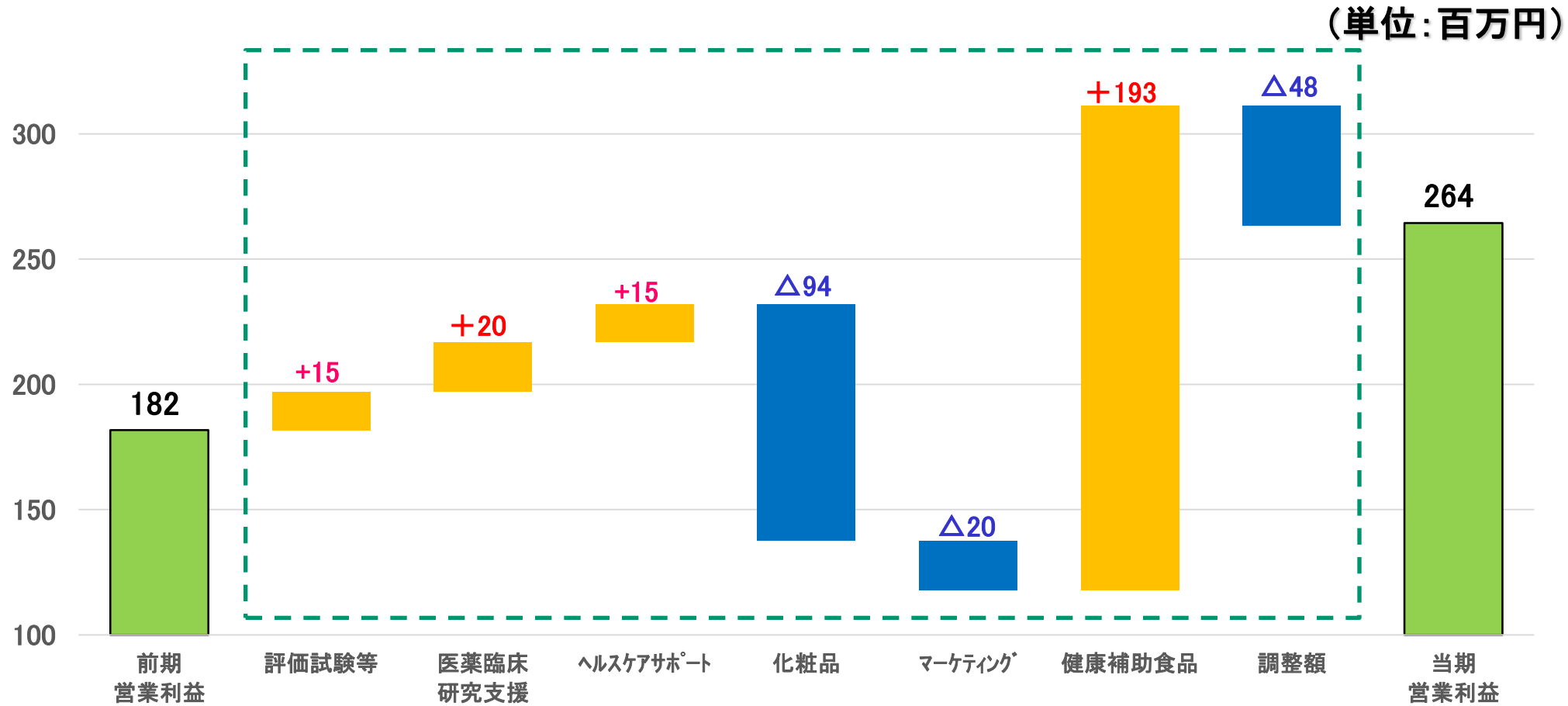
セグメント別 販管費前期比差異

(単位:百万円)





セグメント別 営業利益前期比差異





セグメント別 当初計画比

(単位:百万円)

	評価試験・ バイオマーカー			医薬臨床研究			ヘルスケアサポート			化粧品			マーケティング			健康補助食品			調整額 (全社費用等)			連結		
	実績	計画	対比	実績	計画	対比	実績	計画	対比	実績	計画	対比	実績	計画	対比	実績	計画	対比	実績	計画	対比	実績	計画	対比
売上高	211	200	+11	321	390	△ 69	257	180	+77	1,368	1,400	△ 32	15	30	△ 15	1,982	1,300	+682	△ 6	0	△ 6	4,147	3,500	+647
営業費用	173	180	△ 7	307	390	△ 83	235	175	+60	1,144	1,040	+104	52	50	+2	1,747	1,205	+542	226	210	+16	3,881	3,250	+631
売上原価	113	115	△ 2	256	340	△ 84	146	75	+71	484	430	+54	6	15	△ 9	689	460	+229	△ 7	0	△ 7	1,686	1,435	+251
販管費	60	65	△ 5	52	50	+2	89	100	△ 11	659	610	+49	46	35	+11	1,058	745	+313	233	210	+23	2,196	1,815	+381
営業利益	38	20	+18	13	0	+13	22	5	+17	224	360	△ 136	△ 37	△ 20	△ 17	235	95	+140	△ 232	△ 210	△ 22	264	250	+14

2017/6期決算（補足資料） I

【評価試験・バイオマーカー開発】

	当期	前期	増減
売上高	211	189	+21
営業費用	173	167	+6
売上原価	113	106	+7
販管費	60	62	△ 1
営業利益	38	22	+15

1. 売上件数 8件（うちトクホ関連0件、前期比△1件）。
2. 受注高193百万円（前期比△2.9%）、当期末受注残高83百万円（前期末比△17.4%）。

【医薬臨床研究支援】

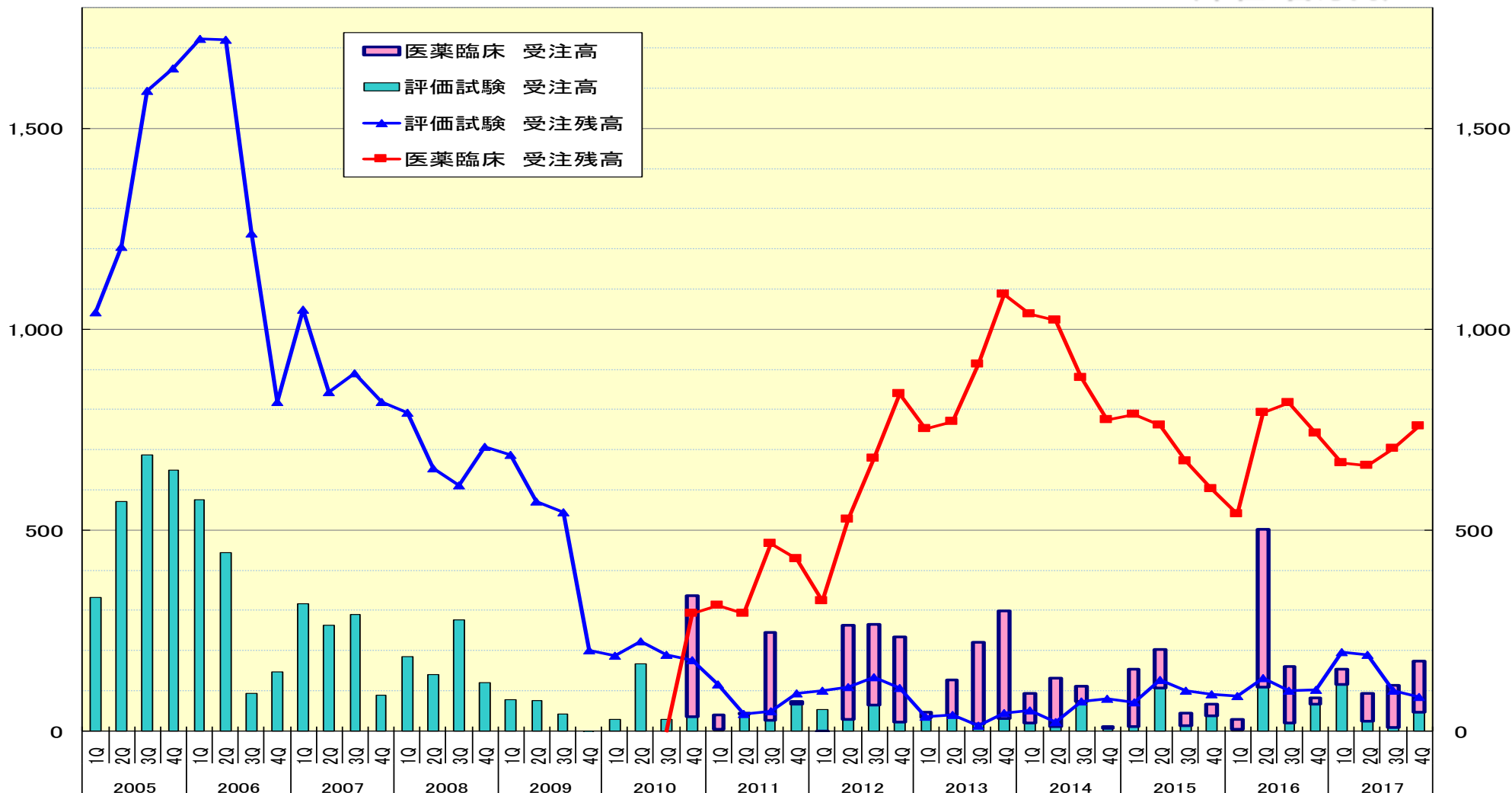
	当期	前期	増減
売上高	321	437	△ 116
営業費用	307	443	△ 136
売上原価	256	390	△ 134
販管費	52	53	△ 1
営業利益	13	△ 6	+20

1. 売上案件数 31件（前期比+3件）。
2. 受注高338百万円（前期比△40.9%）、当期末受注残高757百万円（前期末比+2.4%）。



評価試験事業・医薬臨床研究支援事業の受注推移

(単位:百万円)



- 受注高 : 各四半期期間における合計値(各3ヶ月分)
- 受注残高 : 各期末時点における受注残高

2017/6期決算（補足資料）Ⅱ

【ヘルスケアサポート】

	当期	前期	増減
売上高	257	169	+88
営業費用	235	162	+73
売上原価	146	71	+74
販管費	89	90	△ 2
営業利益	22	7	+15

1. 契約健保数の増加、健診代行サービスの大口受注を主因として増収。
2. 増収を主因として増益。

【化粧品】

	当期	前期	増減
売上高	1,368	1,250	+118
営業費用	1,144	931	+212
売上原価	484	361	+123
販管費	659	570	+89
営業利益	224	319	△ 94

1. 卸売売上高 1,122百万円（前期比+14.1%）
通販売上高 245百万円（前期比 △7.8%）
2. 広告販促費 266百万円
（前期比+77百万円、計画比+56百万円）

2017/6期決算（補足資料）Ⅲ

【健康補助食品】

	当期	前期	増減
売上高	1,982	1,170	+812
営業費用	1,747	1,128	+619
売上原価	689	416	+274
販管費	1,058	713	+345
営業利益	235	42	+193

広告販促費 565百万円

（前期比＋190百万円、計画比＋175百万円）

※うち第1四半期（7～9月） 267百万円

（前年同期比＋122百万円、計画比＋94百万円）

【マーケティング】

	当期	前期	増減
売上高	15	5	+10
営業費用	52	23	+29
売上原価	6	2	+4
販管費	46	20	+26
営業利益	△ 37	△ 17	△ 20

1. フィンランドの大手飲料メーカーSinebrychoff社から導入したエナジードリンク「BATTERY」を販売。

2. 広告販促費 12百万円

（前期比＋9百万円、計画比△8百万円）



～ 2018/6期通期業績予想 ～

2018/6期通期業績予想について I

- 健康補助食品事業については、国内通販の拡大余地が大きいことから、グループ全体の業績目標に配慮しながら引き続き積極的な広告宣伝活動を行う方針。

売上高の大部分を占める定期購入顧客数が、次期の期初時点では約21,000人となっており、当期の期初時点対比で34%増加していること等から、増収傾向が続く見込み。

※広告販促費通期計画 700百万円（当期比＋135百万円）

＊うち第1四半期 320百万円（当期比＋53百万円）



2018/6期通期業績予想について II

- 化粧品事業については、中国の越境ECや東南アジア等の海外市場向け販売が堅調であり、上海の化粧品会社BeautyPlus社との共同開発商品「GLOBAL LABELシリーズ」の中国市場での実店舗販売の開始もあり、増収の見込み。

※広告販促費通期計画 230百万円（前期比△36百万円）

- (株)NRLファーマが行う機能性素材開発事業が寄与。
- その他の事業については、概ね当期と同程度の業績を想定。



2018/6期通期業績予想（連結）当期比

（単位：百万円）

	次期予想 (2018/6)	当期実績 (2017/6)	増減	増減率
売上高	5,300	4,147	+1,153	+27.8%
（評価試験事業）	(200)	(210)	(-10)	(△ 4.8%)
（バイオマーカー開発事業）	(0)	(0)	(0)	-
（医薬臨床研究支援事業）	(300)	(320)	(-20)	(△ 6.3%)
（ヘルスケアサポート事業）	(260)	(256)	(+4)	(+1.6%)
（化粧品事業）	(1,470)	(1,368)	(+102)	(+7.5%)
（マーケティング事業）	(0)	(15)	(-15)	(△ 100.0%)
（健康補助食品事業）	(2,370)	(1,974)	(+396)	(+20.1%)
（機能性素材開発事業）	(700)	(0)	(+700)	-
（全社）	(0)	(1)	(-1)	-
売上総利益	3,115	2,461	+654	+26.6%
営業利益	400	264	+136	+51.3%
経常利益	430	271	+159	+58.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	280	186	+94	+50.1%
研究開発費	160	42	+118	
（内疲労関連）	(35)	(27)	(+8)	
（内化粧品）	(35)	(15)	(+20)	
（内機能性素材開発等）	(90)	(0)	(+90)	



SOiKEN



セグメント別 当期比

(単位:百万円)

	評価試験・ バイオマーカー			医薬臨床研究			ヘルスケアサポート			化粧品			マーケティング			健康補助食品			機能性素材開発			調整額 (全社費用等)			連結		
	次期 予想	当期	増減	次期 予想	当期	増減	次期 予想	当期	増減	次期 予想	当期	増減	次期 予想	当期	増減	次期 予想	当期	増減	次期 予想	当期	増減	次期 予想	当期	増減	次期 予想	当期	増減
売上高	200	211	△ 11	300	321	△ 21	260	257	+3	1,470	1,368	+102	0	15	△ 15	2,370	1,982	+388	700	0	+700	0	△ 6	+6	5,300	4,147	+1,153
営業費用	180	173	+7	285	307	△ 22	230	235	△ 5	1,210	1,144	+66	15	52	△ 37	2,105	1,747	+358	650	0	+650	225	226	△ 1	4,900	3,881	+1,019
売上原価	110	113	△ 3	240	256	△ 16	150	146	+4	550	484	+66	0	6	△ 6	805	689	+116	330	0	+330	0	△ 7	+7	2,185	1,686	+499
販管費	70	60	+10	45	52	△ 7	80	89	△ 9	660	659	+1	15	46	△ 31	1,300	1,058	+242	320	0	+320	225	233	△ 8	2,715	2,196	+519
営業利益	20	38	△ 18	15	13	+2	30	22	+8	260	224	+36	△ 15	△ 37	+22	265	235	+30	50	0	+50	△ 225	△ 232	+7	400	264	+136

※当期までマーケティング事業において行っていたエナジードリンク「BATTERY」の販売は、テストマーケティングの終了にともない、次期以降は健康補助食品事業において行う予定。

～ 化粧品事業 ～



PRIDE ON PLACENTA
20th
プラセンタの
原点から頂点へ。

原液美容



水溶性プラセンタエキス原液 P l a c e n t a E x t r a c t



プラセンタ原液からはじまる 3つのスキンケアライン



肌元気ラ
イン



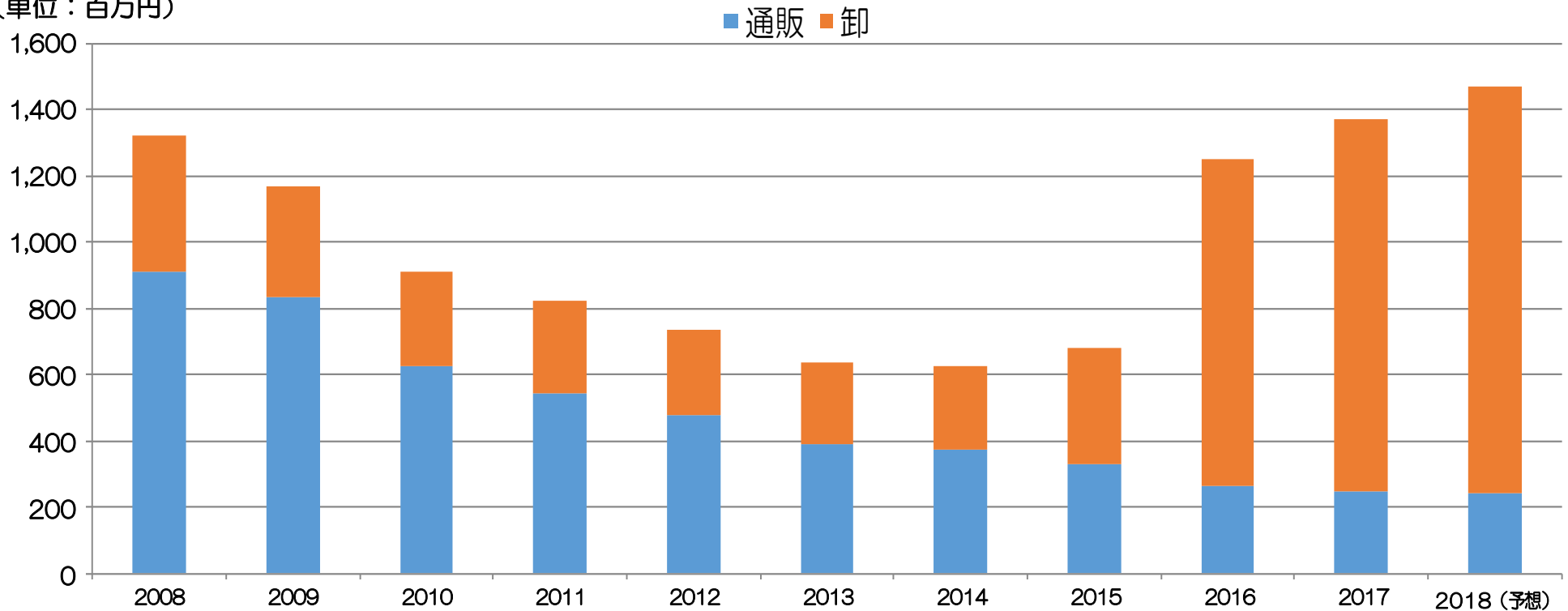
うるおい・ふっく
らライン



薬用美白ラ
イン

販売チャネル別売上高と次期予想

(単位：百万円)



- 通販事業は業績立て直しのため、ECサイトのリニューアル、スマホ専用ECサイトの開設、ポイント制度の見直し、アマゾンに旗艦店を開設、「Bb Pro.」シリーズの取り扱い、アウトバウンドの実施等々、各種施策に着手するも減収。
- 卸売事業は中国経済の変調、元安、中国当局の輸入品課税強化等によりインバウンド需要に陰りが出始めており、一般貿易、越境EC販売等、輸出に軸足を移す。
- ベトナム、台湾において新規の大口契約を締結。2016年12月にベトナムにおいて、プラセンタ原液、ヒアルロン原液の販売許可を取得。今後、大手リゾートホテル、SPA、デパート等での店頭販売が可能になり売上拡大が見込まれる。
- 「PHマッサージゲルPro.」は、生産強化により受注残が解消。しかしながら、品薄に備えた卸先の在庫過多の調整もあり足元の新規受注は弱含みで推移するも在庫過多の調整がほぼ終了し、本年3月頃から受注が戻り始める。
- 「BbPro.」シリーズブランドを立ち上げ、「PHマッサージゲルPro.」の派生商品を昨秋に3品発売、本年6月に更に1品を発売。
- 中国大手越境ECプラットフォームであるTmall国際、VIP国際、KAOLA等において当社の旗艦店を開設。
- BeautyPlus社（BP社）との共同開発品であるGLOBAL LABELに関してはCFDA*の輸出許可承認を待たず本年4月に越境ECにおいて先行発売。

***中国国家食品薬品監督局**

Amazon スキンケア・基礎化粧品 クリーム部門 売上第一位獲得 (2016.4.16、2016.7.4時点)

ドラッグストアで検索



クリーム

おすすめ

ランキング

売れ筋アイテム

新着アイテム

レビュー高評価

人気ギフト



1



PHマッサージジェルPro. 300g

¥ 3,002



2個入りも18位にランクイン (2016.9.8時点)

「Bb laboratories Pro.」ブランドおよびシリーズ化と海外展開の強化



PHマッサージクリーム
Pro.EX
2016年9月29日発売

モイストクリーム
マスクPro.
2016年10月1日発売

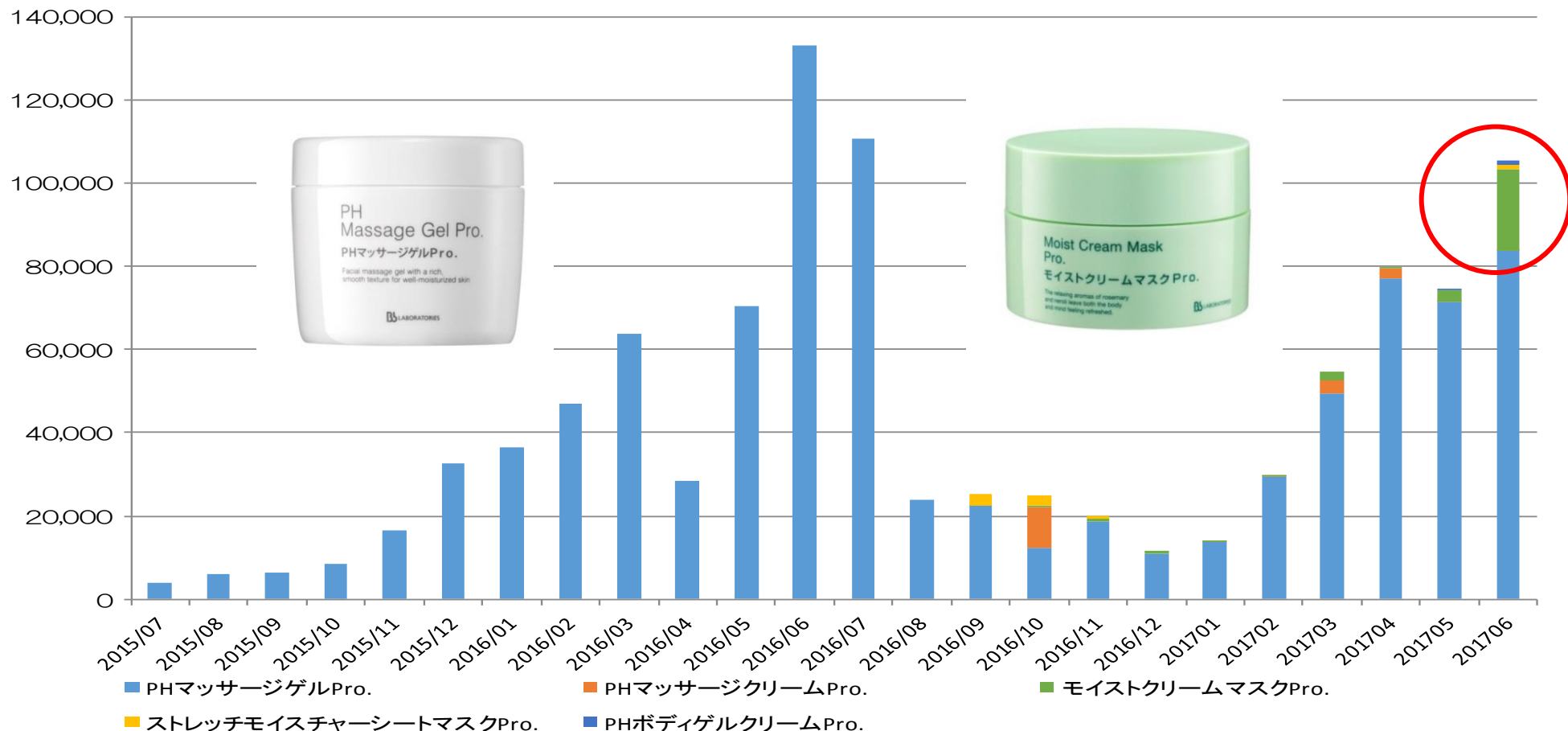
ストレッチモイスチャー
シートマスクPro.
2016年10月1日発売

PHボディーゲル
クリームPro.
2017年6月1日発売

- PHマッサージゲルPro.のヒットを受け、当該商品のブランドおよびシリーズ化を決定。「Bb laboratories Pro.」としてブランドを立ち上げ、昨秋より当該商品の派生品を3品、本年6月に更に1品を発売。
- CFDAの輸出許可取得が可能な商品より順次許可申請を行い承認され次第、BP社の販路等を通じ、中国市場での実店舗販売等（地上戦）を開始予定。
- CFDAの輸出許可承認を待たず、Tmall国際・VIP国際・KAOLA等の中国系越境ECプラットフォームの当社旗艦店ECサイト（空中戦）において先行販売。

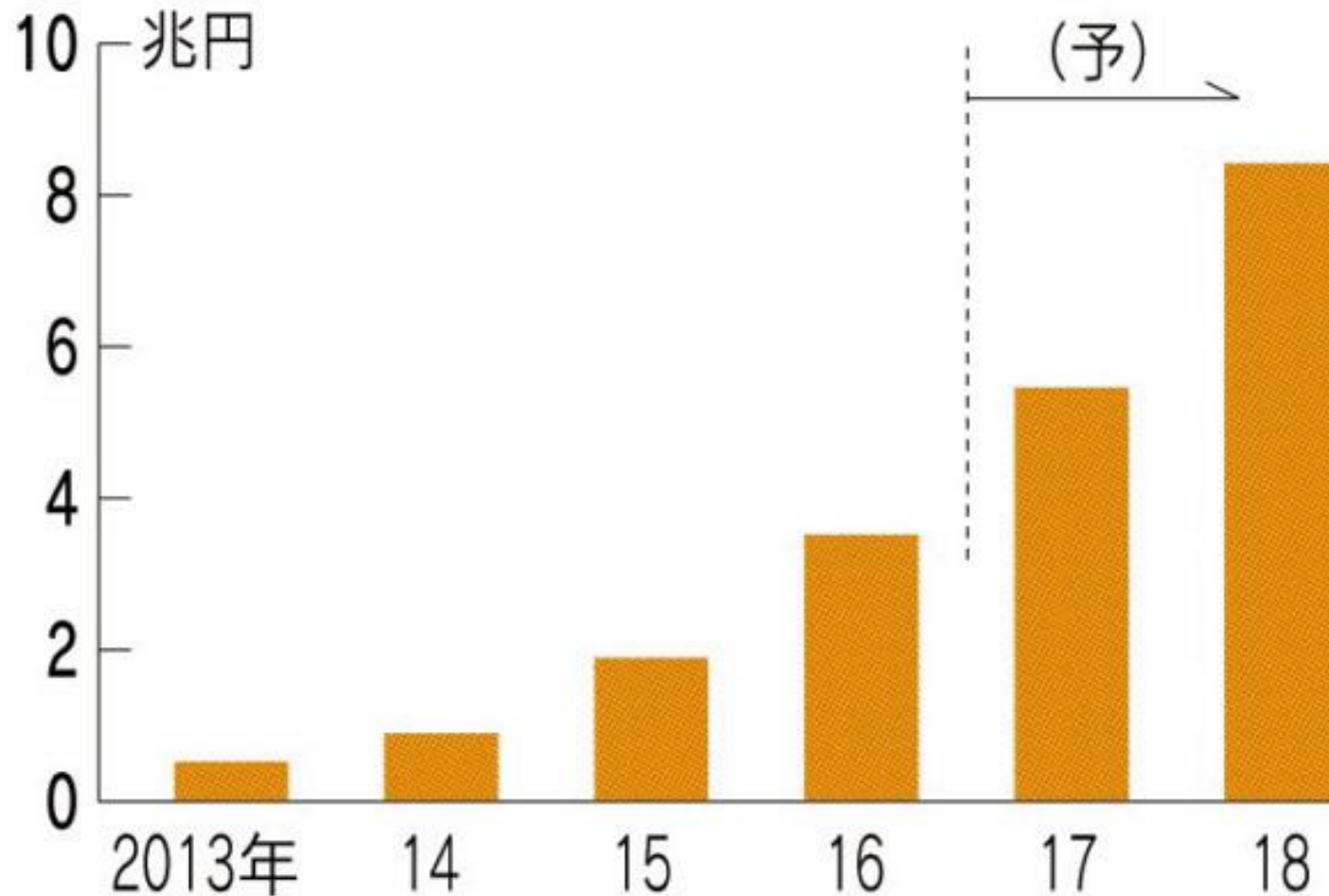
「Bb laboratories Pro.」シリーズ売上推移

(個数)



- 「PHマッサージジェルPro.」は、2016年3月に受注残が約63万個になり新規受注を一時停止。
- 設備投資を行い生産体制を強化。同年7月に受注を再開、同年8月には受注残はほぼ解消。
- 品薄状態にある時に卸先が在庫を厚めに確保したため、卸先において在庫調整が行われており、同年8月以降の新規受注は弱含んでいたが、在庫調整が進んだことで、本年3月以降新規受注が戻りつつある。
- 本年4月に累計販売100万個を突破。
- 本年6月に「モイストクリームマスクPro.」の年15万個のコミットメント契約を締結。今後、当該商品のプロモーション強化により「PHマッサージジェルPro.」に続くヒット商品に育成する方針。

中国の越境EC市場は成長が続く



(注) 中国の調査会社アイリサーチによる

越境ECサイト販売網の構築と強化

中国系大手越境ECプラットフォームに当社の旗艦店を次々とオープン

天猫国际
TMALL.HK

2016年11月オープン

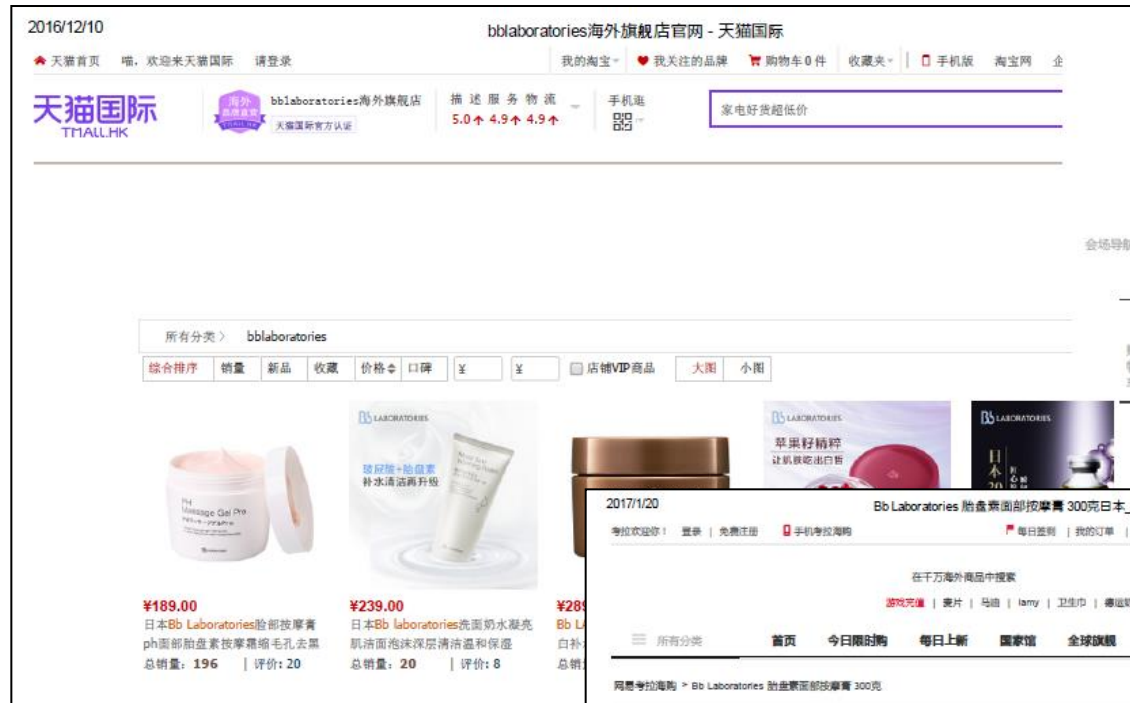
唯品会
vip.com

2017年1月オープン

小红书

找到国外的好东西

2017年1月オープン



一般貿易（地上戦）販売網の構築

中国の化粧品メーカーBeauty Plus社との業務提携

- 平成27年5月29日付けでBeauty Plus社（BP社）と業務提携を締結

中・日「原液」化粧品トップメーカー同士の融合



- 高い知名度
- 高い成長力
- 高い販売力



×



- プラセンタを活用した商品開発力
- プラセンタ「原液」のパイオニアとしての高い知名度
- バイオマーカー開発技術を用いたエビデンス創出技術

成長性の高い中国市場においてエビデンスに基づいたプラセンタ化粧品を共同開発、共同ブランドを立ち上げ、BP社の販売ネットワークを通じ販売します。



Beauty Plus社（BP社）の会社概要

2003年公司成立，2004年创立品牌

现位置：中国上海普陀区（含工厂）

办公楼于2015年6月搬迁至上海虹口区，约4,000m²

员工：约2,300人。办公室：200人，外区销售人员：

200人（分布全国52个办事处），Beauty Adviser 美容

督导：1,900人（分布在全国的屈臣氏门店）

终端门店：屈臣氏2,211家，各类直营门店约4,000个

2003年会社創立、2004年ブランド創立

現住所：中国上海普陀区(工場含む)

2015年6月下旬、オフィスビルは上海虹口区へ移転、約4,000m²

社員数：約2,300人（オフィス内社員：200人、地方販売関係者：

200人、Beauty Adviser 美容顧問：1900人）

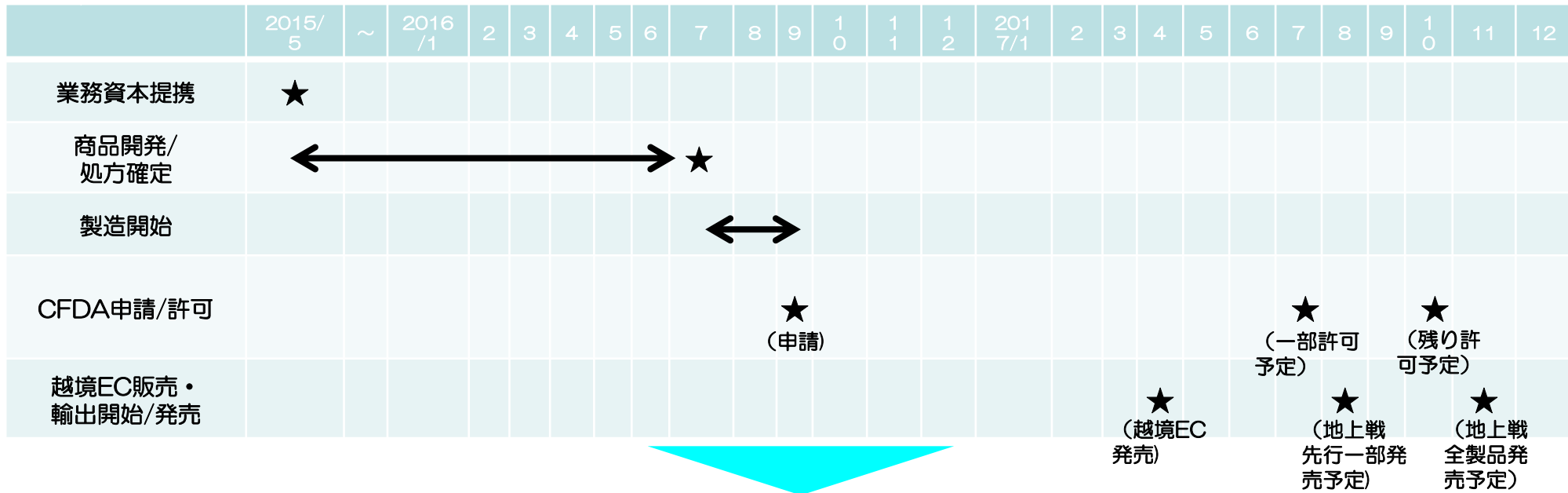
店舗数：ワトソンス2,211店舗、各種類直営店約4,000店舗



BP社との活動展開とスケジュール

- ① BP社の既存商品をリニューアル、リブランディング。当社とのダブルブランドでBP社の販路を通じ販売（ロイヤリティー契約）。
- ② 新商品（GLOBAL LABEL）を共同開発し日本で製造、CFDAに申請・許可後、当社ブランドでBP社のMade in Japanのハイエンド商品としてBP社の販路を通じ販売。
- ③ 当社の既存の商品をCFDAに申請・許可後、BP社の最上級商品としてBP社の販路を通じ販売。

➡ 上記②の活動を優先し取り組み、約20品目の共同開発に着手



- 化粧品消費税の調整政策を鑑み、すべて一般化粧品に収まる価格帯とするため開発商品を絞り込み、3ライン計17品を発売予定
- 一般貿易（地上戦）は、1ラインに関しては本年7月に輸出承認、同年8月発売予定。残り2ラインに関しては、承認が遅れており、発売時期を延期（当初、2017年8月）。本年10月輸出承認・11月発売予定。
- その一方で、本年4月に越境EC（空中戦）において先行発売。初回分として計17品、各5,000個を出荷。

BP社共同開発品 Bb GLOBAL LABEL

GLOBAL LABEL
グローバルレーベル



～機能性素材開発事業～

株式会社NRLファーマ概要

社 名：株式会社NRLファーマ

設 立：1998年4月23日

本社所在地：神奈川県川崎市高津区坂戸3丁目2番1号
かながわサイエンスパーク東棟 203

代表取締役：星野 達雄

資 本 金：6,400万円

役 職 員 数：19名

事 業 内 容：

- ラクトフェリン(LF)を有効成分とする健康食品・食品素材の開発、製造販売事業
- ヒトLFと抗体の融合タンパクの創薬事業
- 高脂血症、Ⅱ型糖尿病の治療薬の創薬事業



NRLファーマの子会社後のビジネスモデルと グループ企業間シナジー

健康食品事業（ラクトフェリン等）

- 大学等との共同研究
- 知財の獲得

- OEM
- 原料販売
- ~~自社販売~~

 Japan Preventive Medicine
日本予防医薬

 Bb
LABORATORIES

B2Cビジネス（自社販売）は、日本予防医薬（株）、（株）ビービーラボラトリーズに移管し、OEMや原料販売等、B2Bビジネスに特化

利益

~~創薬事業~~

 SOiKEN

- 創薬事業はライセンスアウト
- 新機能性素材の研究開発
- 新たな用途・製剤特許の取得

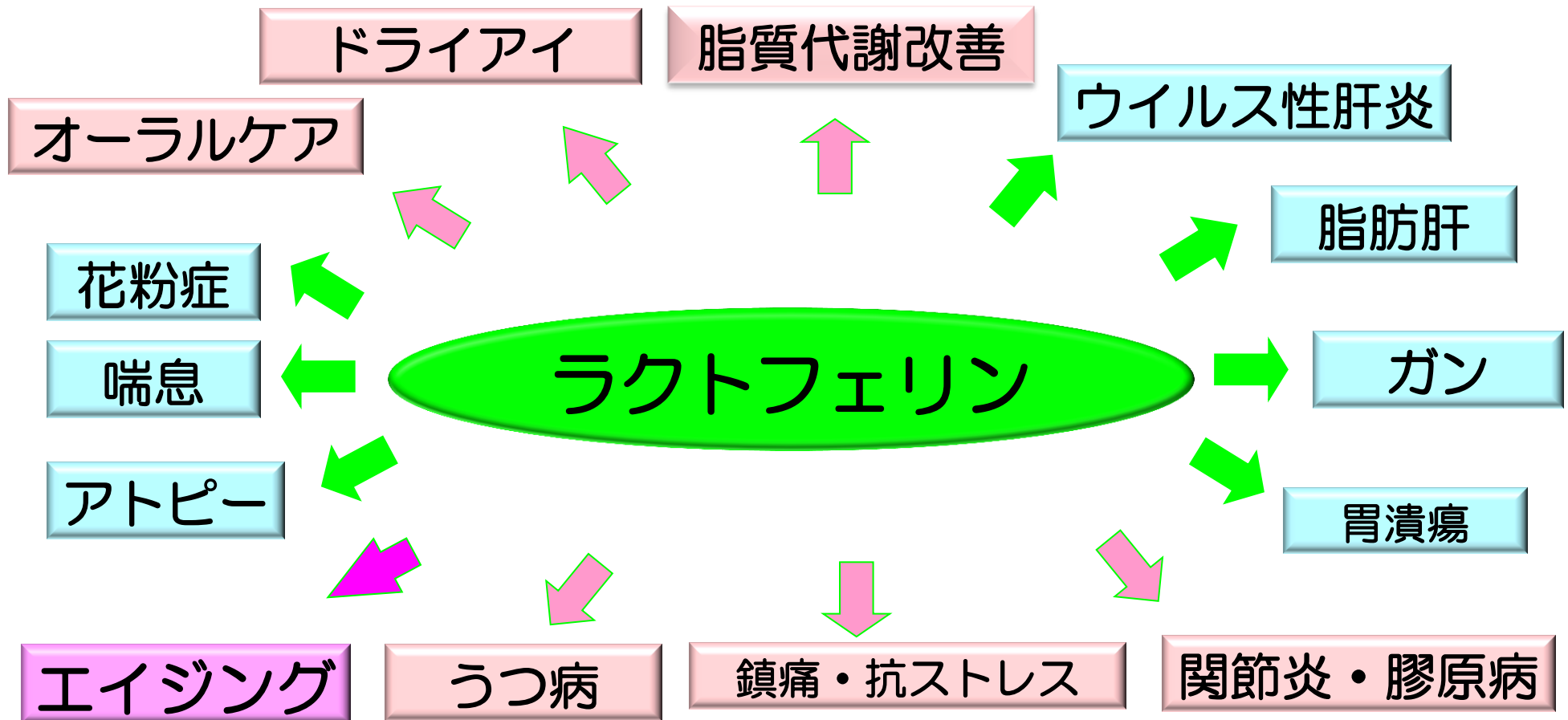
保有知財（特許）共同研究の成果

- ラクトフェリンの製剤特許 4件取得
 - I. 腸溶加工
 - II. ラクトフェリン複合体
 - III. 徐放性組成物
 - IV. ラクトフェリン複合体
- ラクトフェリンの用途特許 6件取得
 - I. 脂質代謝改善
 - II. 鎮痛
 - III. ドライアイ
 - IV. 頻尿改善
 - V. 加齢性眼疾患改善
 - VI. 月経痛緩和効果
- アスコクロリン関係の物質特許 2件取得

ラクトフェリンとは？

- 牛乳に含まれる赤いタンパク質(1939年発見)
- 人の初乳には高濃度に含まれている。
“母親が愛児に与える生命力の源泉”
- 注目点：免疫、抗菌、骨形成、アトピー、脂質代謝、
歯周病などに作用する多機能タンパク

ラクトフェリンの応用分野



 : 当社独自

自社商品



ラクトフェリンG



ラクトフェリンGX



ラクトフェリン潤



ラクトフェリン豆乳



ラクトフェリンD



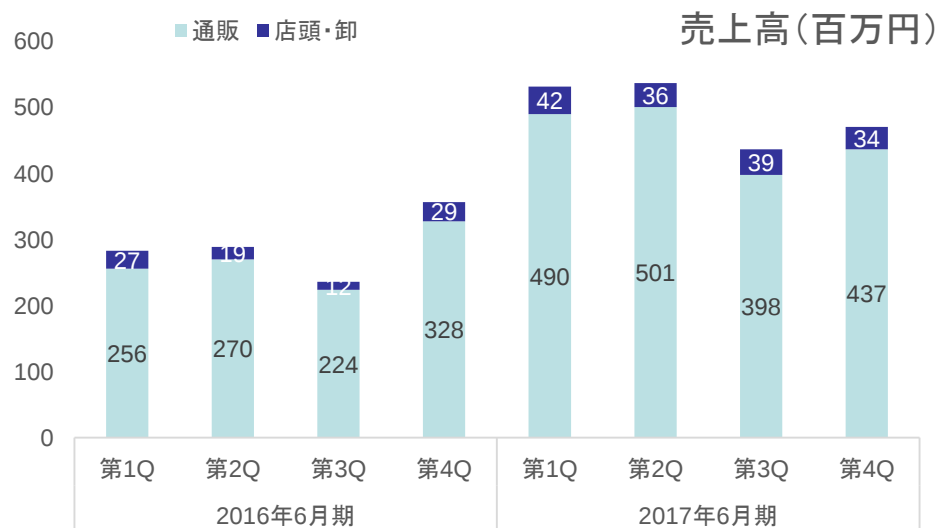
ラクトフェリンD ラクパッチ



ラクトフェリンオーラルフレッシュ

～ 健康補助食品事業 ～

<2017年6月期通期 実績>

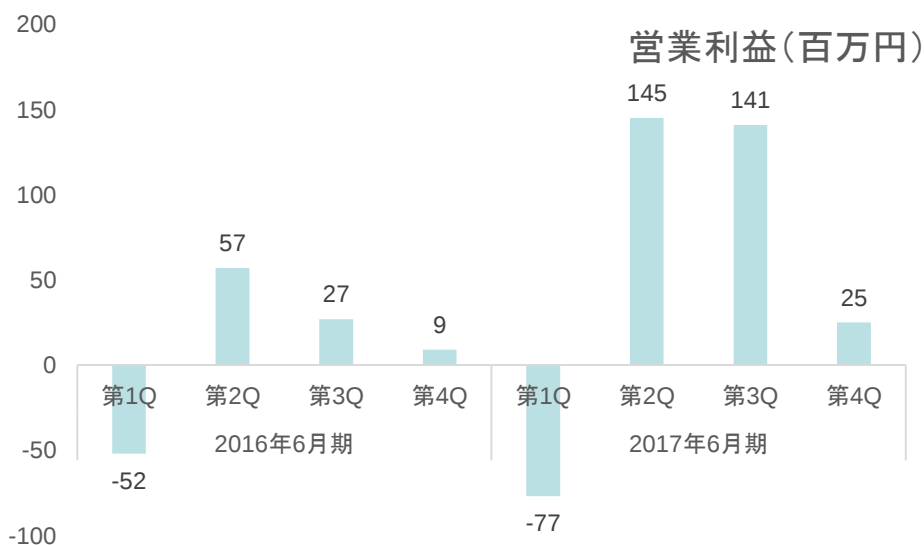


■売上高■

期初計画	1,300百万円
期中修正計画	1,600百万円
実績	1,982百万円
通販	1,828百万円 (69.2%↑)
店頭・卸	153百万円 (71.7%↑)

■営業利益■

期初計画	95百万円
実績	235百万円



売上高・営業利益ともに計画を大きく上回る。

前期第4Qから好調に推移したインターネット広告および当期第1Qの夏場の各種媒体への広告レスポンスが好調で販売が拡大。

夏場のレスポンスは冬場と比べると1.5～2倍であり、次期もこの傾向は継続する見込。

日本予防医薬の取扱商品一覧

■通販 イミダペプチドシリーズ■



機能性表示食品ドリンク、ソフトカプセル、
プレミアム錠剤、イミダペプチドQ10、うめ
風味、ヨーグルト風味

■通販 その他■



水溶性還元型コエンザイムQ10、ビタミンC、
ピフィズスロンガム+テアニン
マルチビタミン

2016年6月期 1,170百万円

＜主要商品売上比率＞

通販ドリンク（機能性）	： 51%
通販ソフトカプセル	： 23%
通販イミダペプチドQ10	： 8%
プレミアム・ピフィズス・うめ等	： 13%
店頭・卸・OEM	： 5%



あなたの疲れをなくしたい

■通販 食品以外■



緑林の香り、さくら色照明
グリーンウッドモイスチャライザー

■卸（店頭）・OEM■



アスリート、イミダペプチド240、イミダペ
プチビューティ、朝の活力ゼリー シャキッとデ
リシャス（シャディ）、RZ400（ゼット）

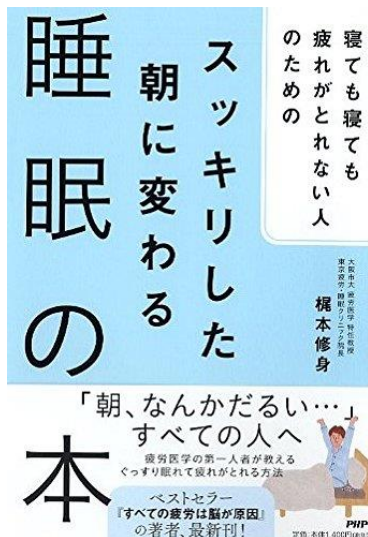
2017年6月期 1,982百万円

＜主要商品売上比率＞

通販ドリンク（機能性）	： 54%
通販ソフトカプセル	： 22%
通販イミダペプチドQ10	： 6%
プレミアム・ピフィズス・うめ等	： 10%
店頭・卸・OEM	： 8%

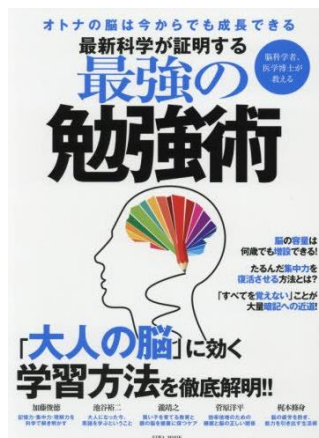
抗疲労研究成果の普及活動 書籍出版&啓発

PHP研究所



2017年4月19日発売

英和MOOK



2017年5月29日発売

マガジンハウス



2017年7月15日発売

三笠書房



2017年7月21日発売

研究・科学に基づいた正しい疲労の常識、回復法の啓発活動

	番組名	放送日	見出し（テレビ番組内容）
2017年	リンネル（宝島社）	7月20日	疲労感に効く、日本初の機能性表示食品としてドリンクが紹介。
	林修の今でしょ！講座（テレビ朝日）	6月20日	鶏胸肉には疲労の原因になる参加ストレスを減らすイミダペプチド成分が含まれると紹介。
	週刊文春（文藝春秋）	6月8日	イミダペプチドには抗酸化作用があり、疲労の原因となる細胞の酸化を防ぐことができると紹介。
	女性自身（光文社）	5月30日	人の体内で持続的に活性酸素に作用する「イミダペプチド」が抗疲労に良いと紹介。
	めざましテレビ（フジテレビ）	5月30日	人気沸騰中の「サラダチキン」について豊富に含まれる「イミダペプチド」成分紹介。
	NMBとまなぶくん（関西テレビ）	5月18日	5月病も吹き飛ばす！疲れの原因を解明。抗疲労成分「イミダペプチド」を紹介。

（雑誌・新聞）

AERA、クロワッサン、あなたの人生を変える雨の日の過ごし方、日経トレンディ、鶏胸肉で糖質オフ、Oggi、etc.

大阪市立大学との共同研究・開発商品

【グリーンウッド・モイスチャライザー】

2017年3月21日発売
ペーパー加湿器
2,400円（税込）

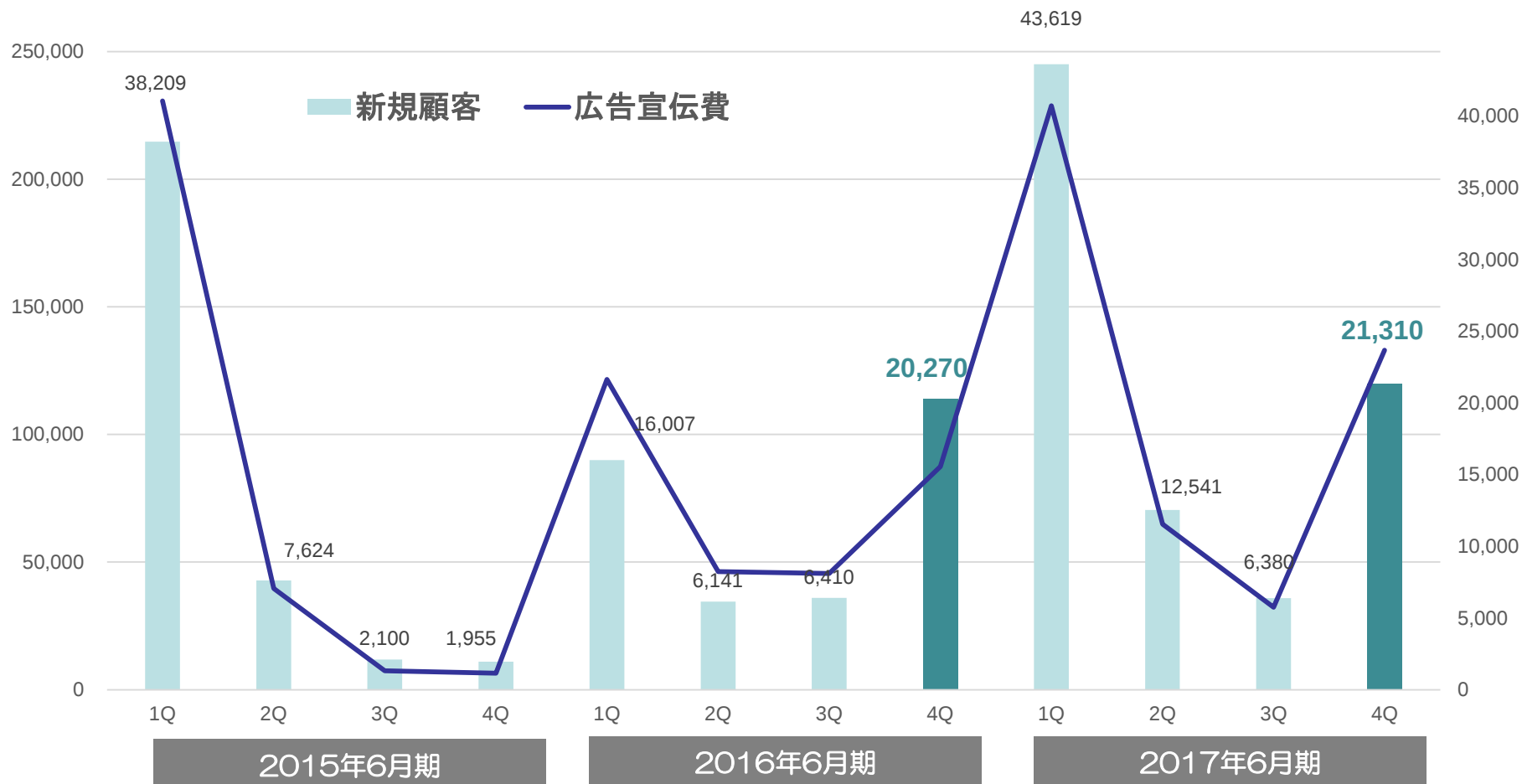


当社グループの特許成分「みどりの香り」を使用し、大阪市大と共同で研究および開発した商品を新発売。パッケージ・商品に当社および大学名を掲載し、会社および商品のブランド価値向上に寄与。

(千円)

新規顧客（通販）の獲得推移

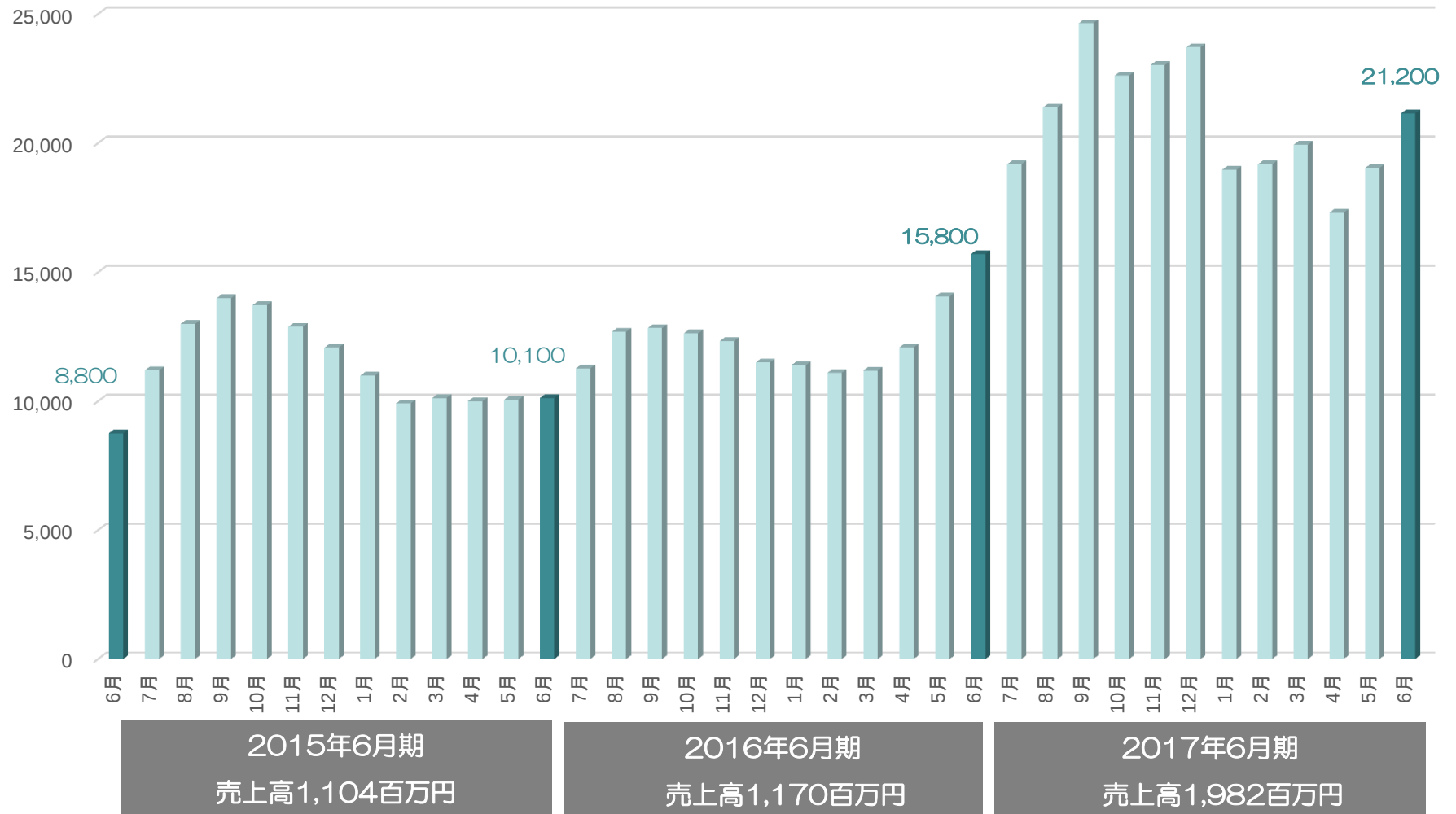
(人)



広告宣伝活動の夏場への集中は意図していなかったものの、前期第4Qから続くインターネット広告のレスポンスが好調に推移し、広告宣伝費・新規顧客数とも増加。効率は悪化（CPCが2倍に）したものの、第4Qの対比では前期比約1,000人増で次期の販売に寄与。

定期顧客数の推移

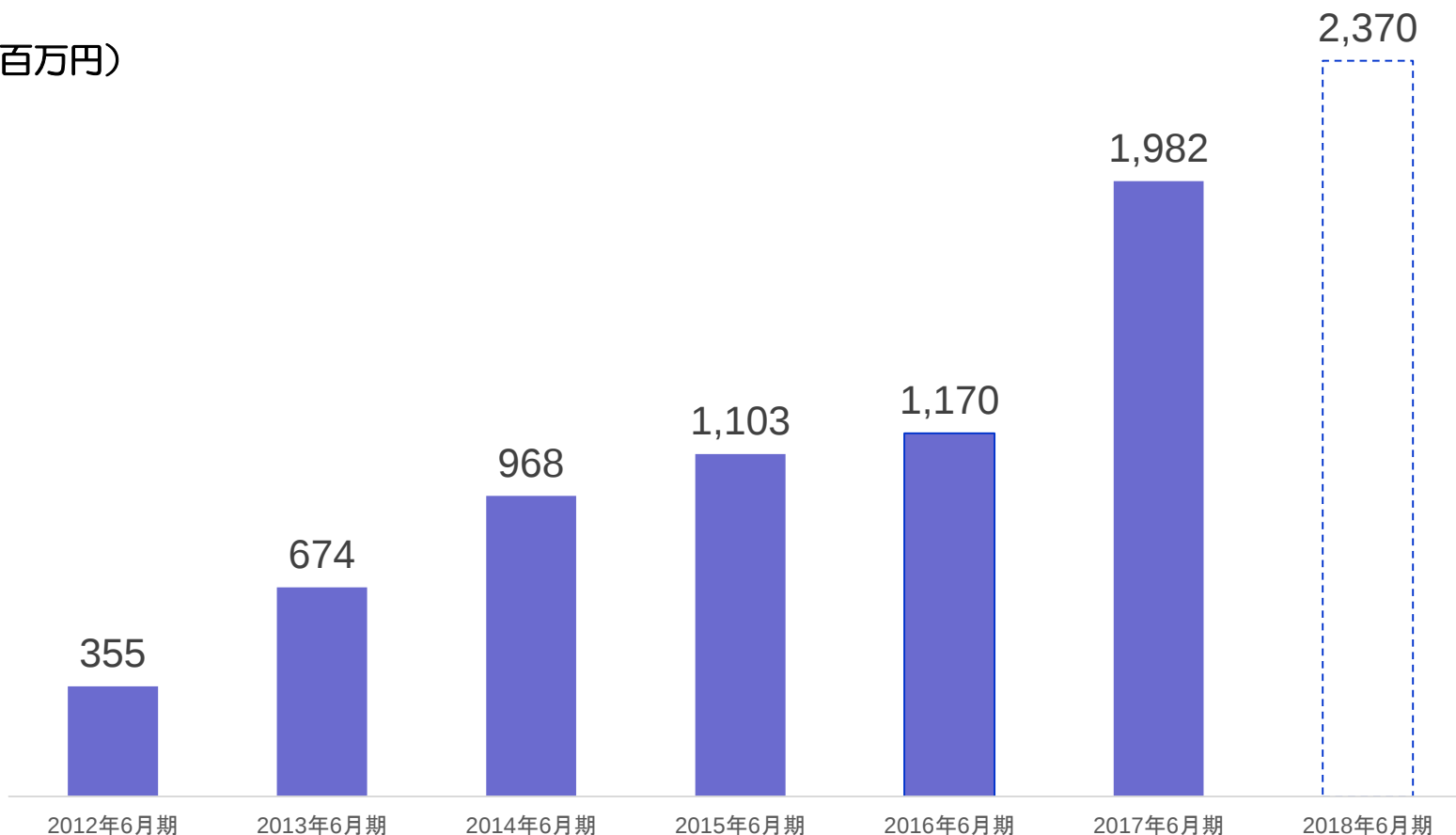
(人)



2017年6月末時点で約21,200人（過去例：年間LTV60,000円）。
前年同期比4,500人増（34%増）で推移。

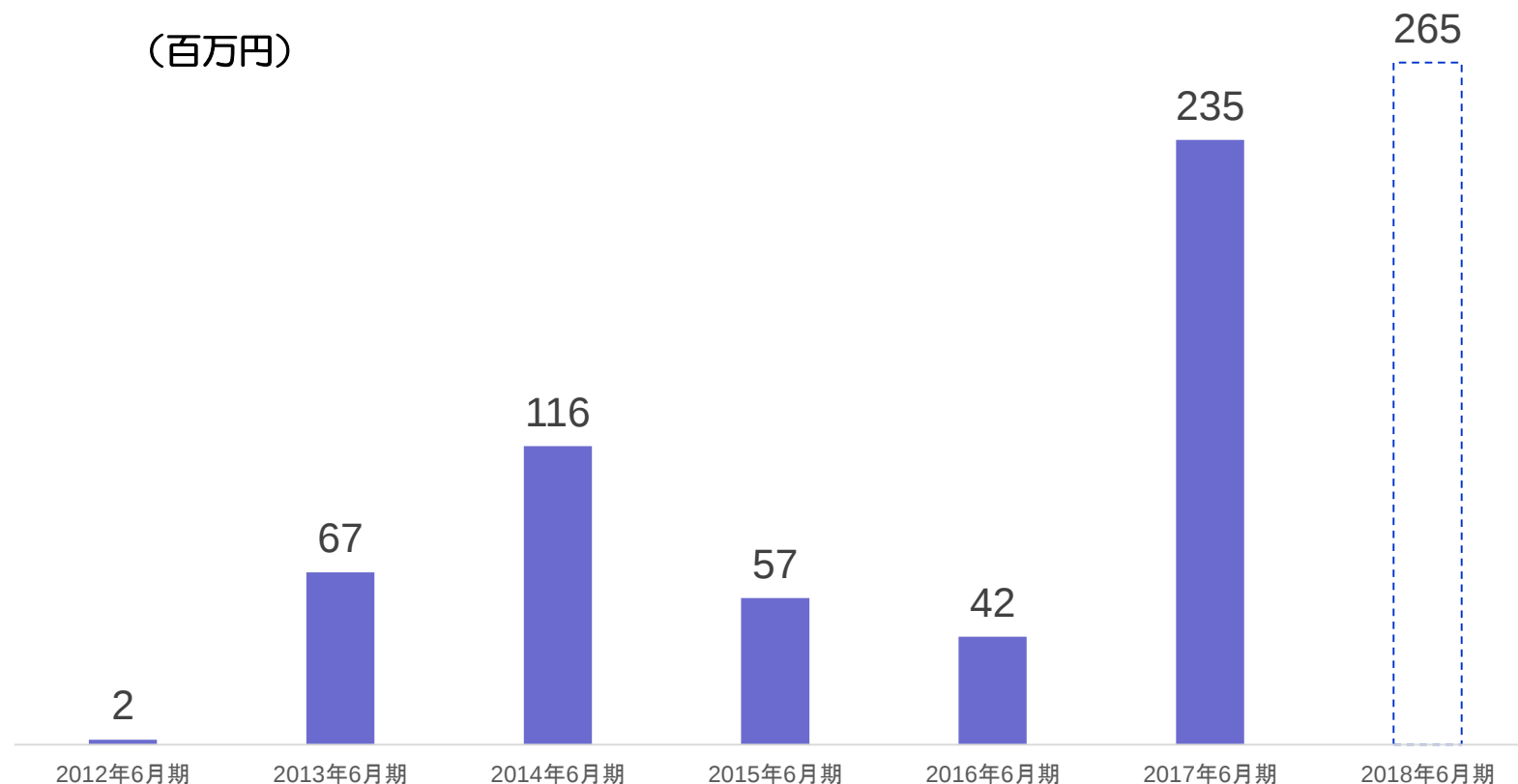
■ 次期業績見込 売上高

(百万円)



定期顧客が高水準で推移しており、足元の販売は堅調。
今年も猛暑の様相からドリンクの反響が高い。
夏場の広告販促活動の結果によっては、更に上積みできる見込。

■ 次期業績見込 営業利益



投資効率を考え、レスポンスの良い夏場の広告宣伝費投下を更に高める計画であり、第1Qは費用先行により当期に比べ若干赤字が増える見込であるものの、第2Q以降を回収期として適正利益を確保する方針。

今後の展開

■ 商品ラインナップの拡充 ■

累計顧客31万人 クロスセル商材の開発

※疲労解消アプローチを軸に知見・エビデンスをベースにした他社にない開発力

ロコモティブシンドローム

2017年9月末頃

眼精疲労

2017年11月頃

スポーツ向け商材

2017年12月頃

ラクトフェリン商材

2018年2月頃

(※NRLファーマ原料)

■ 広告 ■

従来、上手くいっている新聞・ラジオ・インターネット広告は適切なコスト管理で運用。引き続き拡大が見込める取組が小さい分野であるTVインフォマーシャル、SNS、折込チラシ、商品同梱等のテストマーケティングを強化。

■ 疲労研究およびイミダペプチドの啓発活動 ■

シリーズ第3弾「全ての疲労は脳が原因」 9月中旬発売見込（累計18万部）

日本健康科学学会 第33回学術大会 9月16日市民公開講座協賛

その他、次期内に書籍を数冊発刊予定

日本健康科学学会 第33回学術大会 **市民公開シンポジウム** **参加者募集**

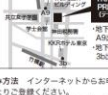
認知症と高齢者ケア最前線！

～快適・安全・安心な健康長寿を目指して～

参加無料
定額120名

この度、日本健康科学学会主催の第33回学術大会を開催し、そのシンポジウム「認知症と高齢者ケア」を会場に、「認知症と高齢者ケア最前線1～心身・安全・安心な健康長寿を目指して」と題した市民公開シンポジウムを開催します。テレビでも放送の番組大田・田中両先生をはじめ著名な先生方についてのテーマでご講演いただきます。

また、シンポジウム前後で、「健忘と老化、脳退化による記憶力の低下などのラッシュアワー現象」を専門とする認知症診療センターにご来場していただくなどの特典もあわせてあります。多額の学費なしにお申し込みいただけます。

プログラム (お昼休)	日時	会場
●市民公開ランチャートーナメント(12時～12時55分) 「健忘と老化、脳退化による記憶力の低下などのラッシュアワー現象」を専門とする認知症診療センターのご来場機会としてご用意いたします。 石神井地区(国立大阪大学大学院保健学研究科保健学実務系)	2017年9月16日(土) 12時～16時 (11時30分受付開始予定) ランチャートーナメント12時～12時55分 シンポジウム13時～16時	TKPグループTAXI PREMIUM神保町 千代田区神保町3-22
●市民公開シンポジウム(13時～16時) 1 快適・安全・安心な高齢化社会の実現に向けた取り組み ～高齢者の生活環境の改善に向けて～ 佐々木孝一氏(東京大学名誉教授、第33回学術大会会長) 2 アンチエイジングと脳健康 山下隆一氏(大阪大学医学部研究科神経内科学講座上席客員教授) 3 高齢者のライフワークを考える ◎田中幸子氏(大阪市立中央図書館所蔵資料館長) 4 認知症対策にあられる生活実況報告と社会の情勢と 生みかづりとの関係性論議 山本浩明氏(日本健康科学学会代表理事) 5 日本人の食生活と認知症 認知症と高齢者ケア最新情報！ ～快適・安全・安心な健康長寿を実現するために～ 堀江真由氏(日本健康科学学会代表理事)	 ●申し込み方法 インターネットからお申し込みできます。 下記URLよりご確認ください。 https://www.marichaks.jp/form/shis1709/ ※申し込みは先着順です。定員に達した場合に限りキャンセルとなります。 ※当日は入場券がなくなり次第終了となりますのでご了承ください。 ●申し込み合せ 毎週金曜日サービス 『日本健康科学学会市民公開シンポジウム』事務局 〒100-0074 千代田区丸の内1-17 千代田市役所南館 TEL:03-6265-6661(9時～17時)	

■ 機能性表示食品、抗疲労トクホの進捗 ■

8月10日現在 機能性表示食品 合計1,021件が登録

うち「疲労」の表現のある商品は103件

※イミダペプチドは「疲労」を表現した商品の中で日本初の販売商品

申請は継続しているものの消費者庁からのコメントで認められ得るヘルスクレームの表現の判断が難しく、他社品が出る中で同じ疲労でも表現が長く分かりにくいヘルスクレーム例など、玉石混交の様相になっており、少し経過期間をおき対応検討。

エナジードリンク「BATTERY」

■ 日本国内独占販売権獲得 店頭マーケティング ■

フィンランドの大手飲料メーカーSinebrychoff社から導入
北欧でのエナジードリンクシェアは60%以上のブランド

従来のイミダペプチドの人脈、販路を活用して展開
卸ルートの営業ノウハウ構築、相互活動効率化、営業力強化のため取組中

BATTERY 250ml 190円（税抜）

電池を模した強烈な印象で特徴的なデザイン
白夜や極夜が訪れる過酷な環境下で選ばれ続けるNo.1エナジードリンク（1999年から発売）





この資料には、当社の現在の計画や業績見通しなどが含まれています。

それら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予測したものです。

実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの計画などとは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証したりするものではありません。

【お問い合わせ先】

株式会社総医研ホールディングス

〒560-0082

大阪府豊中市新千里東町1-4-2 千里ライフサイエンスセンター13階

取締役財務部長 田部(タナベ)

TEL 06-6871-8888 FAX 06-6871-8899

E-mail tanabe@soiken.com