



- User-oriented Medicinal Product & Service Developer -

総医研ホールディングス

(2385 東証マザーズ)

2020年6月期第2四半期決算説明会
(2020年2月18日)

総医研グループ

エビデンスの構築、医療ネットワーク・学術支援、広報、抗疲労研究開発

(株)総合医科学研究所

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
(特定健診・特定保健指導を主)

(株)ウィルス医科学 研究所

ウィルスを利用した
疲労等のバイオマー
カーの研究開発

機能性素材の開発

(株)NRLファーマ

機能性素材開発

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

エビデンスをベースにした商品開発・販売

日本予防医薬(株)

健康補助食品

抗疲労ドリンク「イミダ
ペプチド」等の販売

(株)エビデンスラボ

エナジードリンク
「BATTERY」の販売

(株)ビービー ラボラトリーズ

化粧品

プラセンタ原液、
化粧品製造販売



～ 2020/6期第2四半期決算～

2020/6期第2四半期決算の概況 I

□ 化粧品事業

- 中国の流通企業である杭州高浪控股有限公司（Golong社）との資本業務提携の効果もあり、「モイストクリームマスクPro.」を中心とする中国の越境EC向け商品の販売の増加傾向が継続。
- 中国国家薬品监督管理局（NMPA）の輸入許可取得による一般貿易、越境EC向け「Pro.シリーズ」の新商品「PHマッサージクリームPro.」も寄与し、売上高は前年同期比61.2%の増収、営業利益は前年同期比80.2%の増益。

2020/6期第2四半期決算の概況 II

□ 健康補助食品事業

- 例年同様、需要期である夏場を中心として積極的な広告宣伝活動を実施したものの、新規顧客の獲得数が計画未達となったこと等から伸び悩み、減収および減益。

□ 機能性素材開発事業

- 前期に行った決算期変更（前年同期：4月～12月 → 当期：7月～12月）の影響を主因として、減収および減益。

2020/6期第2四半期決算（連結）

（単位：百万円）

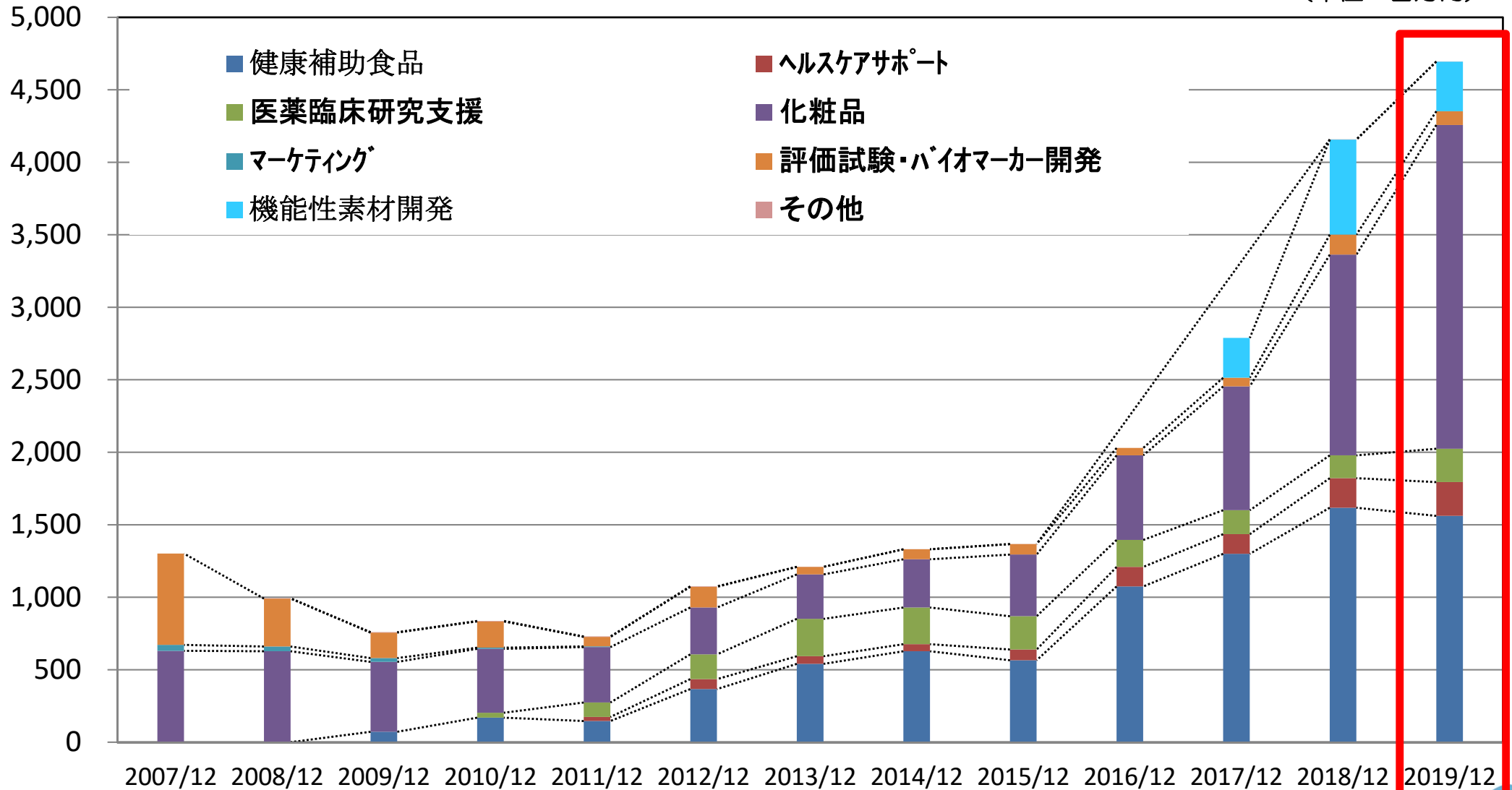
	当第2四半期 (2019/12)	前第2四半期 (2018/12)	増減	増減率
売上高	4,698	4,017	+681	+17.0%
（評価試験事業）	(95)	(138)	(-43)	(△ 30.8%)
（バイオマーカー開発事業）	(0)	(0)	(0)	-
（医薬臨床研究支援事業）	(230)	(157)	(+73)	(+46.2%)
（ヘルスケアサポート事業）	(233)	(204)	(+29)	(+14.4%)
（化粧品事業）	(2,233)	(1,385)	(+848)	(+61.2%)
（健康補助食品事業）	(1,562)	(1,618)	(-56)	(△ 3.5%)
（機能性素材開発事業）	(342)	(655)	(-313)	(△ 33.1%)
（全社）	(1)	(2)	(-1)	-
売上総利益	2,298	2,162	+136	
営業利益	311	278	+33	+11.6%
経常利益	371	288	+83	+29.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	136	119	+17	+14.2%
研究開発費	23	35	△ 12	
（内疲労関連）	(7)	(6)	(+1)	
（内化粧品）	(5)	(3)	(+2)	
（内機能性素材開発）	(12)	(27)	(△ 15)	

連結売上高は、前年同期比17.0%増の4,698百万円
 連結営業利益は、前年同期比11.6%増の311百万円



第2四半期決算 事業別売上高推移

(単位：百万円)



第2四半期決算において8期連続の増収

セグメント別 前年同期比

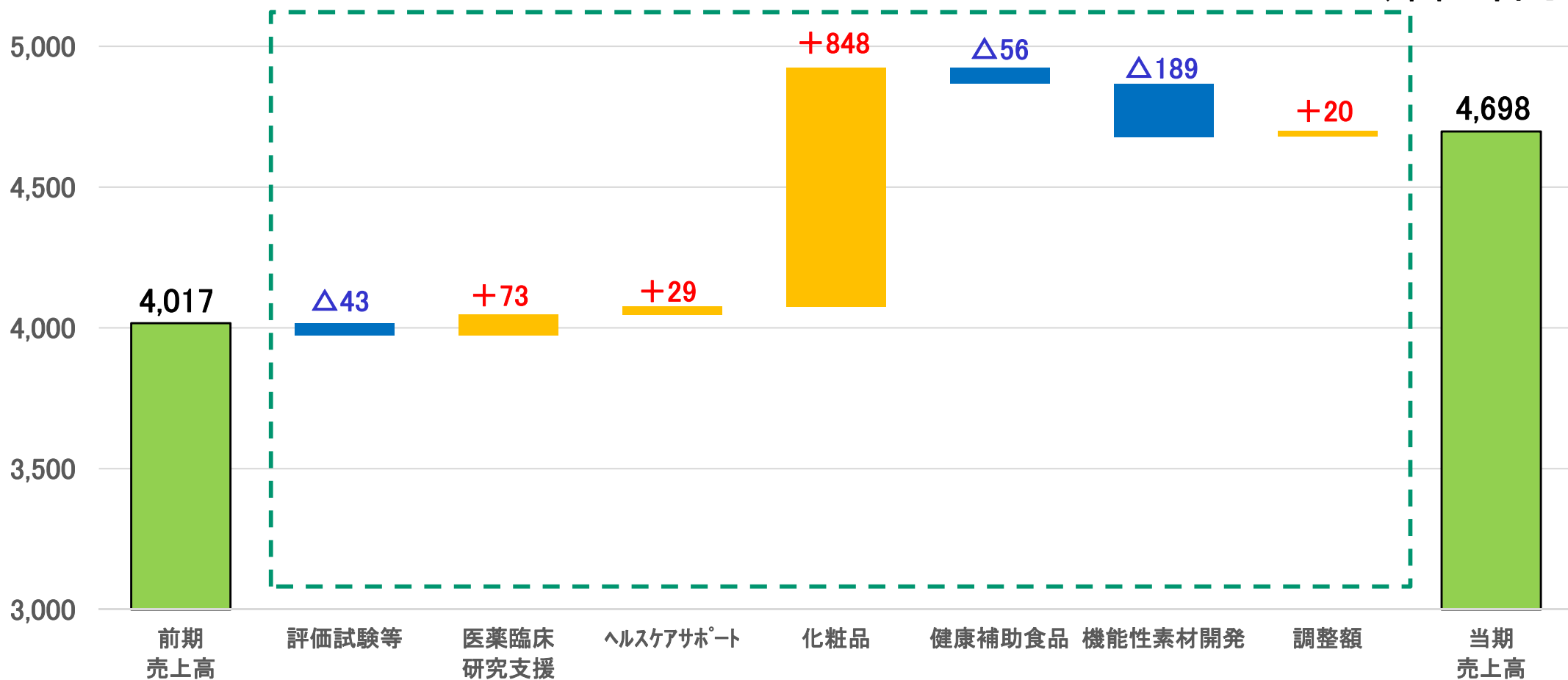
(単位:百万円)

	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			健康補助食品			機能性素材開発			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	95	138	△ 43	230	157	+73	233	204	+29	2,233	1,385	+848	1,563	1,619	△ 56	344	533	△ 189	△ 1	△ 21	+20	4,698	4,017	+681
営業費用	86	97	△ 11	204	151	+53	216	187	+29	1,679	1,078	+601	1,739	1,714	+25	298	433	△ 135	159	76	+83	4,387	3,737	+650
売上原価	62	70	△ 8	183	124	+59	178	152	+26	1,224	707	+517	550	570	△ 20	202	253	△ 51	△ 2	△ 22	+20	2,400	1,854	+546
販管費	24	27	△ 3	21	27	△ 6	38	35	+3	455	371	+84	1,189	1,144	+45	96	180	△ 84	161	98	+63	1,987	1,883	+104
営業利益	9	41	△ 32	26	6	+20	16	17	△ 1	552	306	+246	△ 176	△ 95	△ 81	45	100	△ 55	△ 160	△ 98	△ 62	311	278	+33



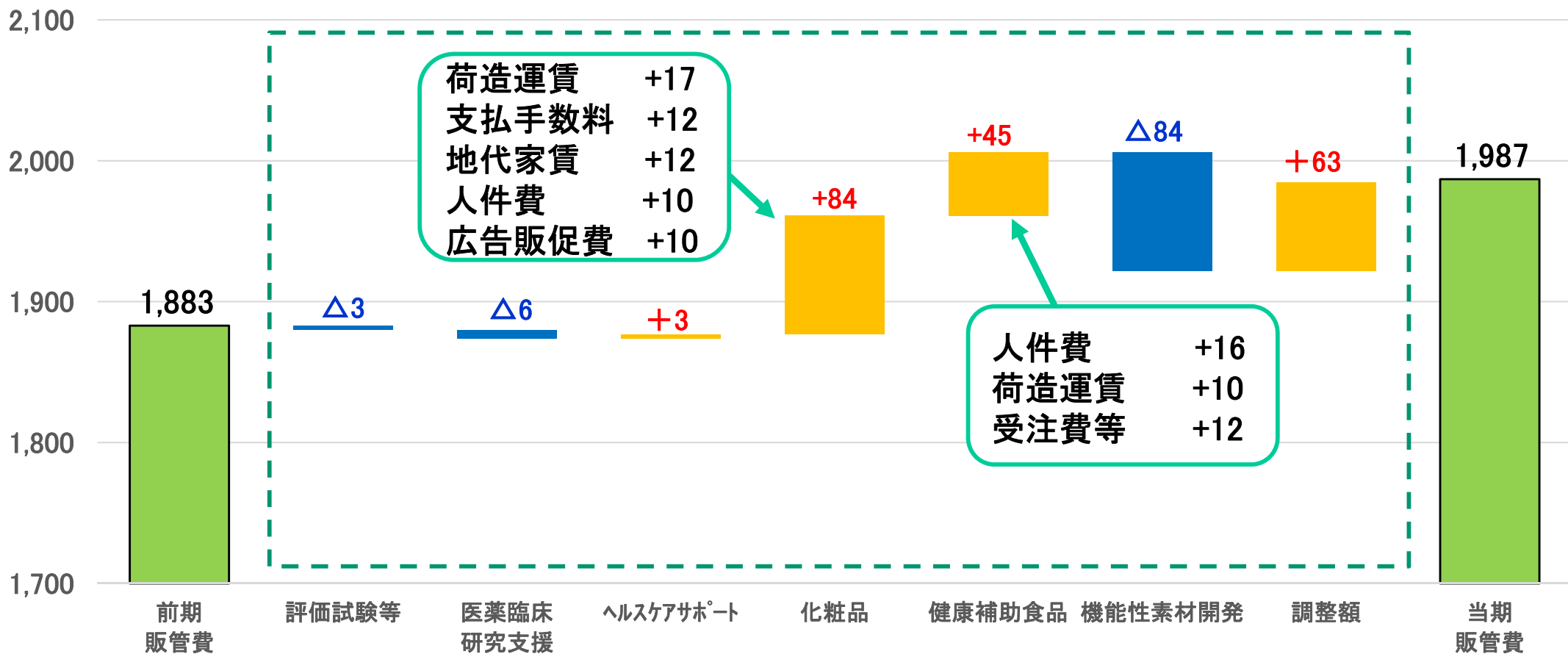
セグメント別 売上高前年同期比差異

(単位:百万円)



セグメント別 販管費前年同期比差異

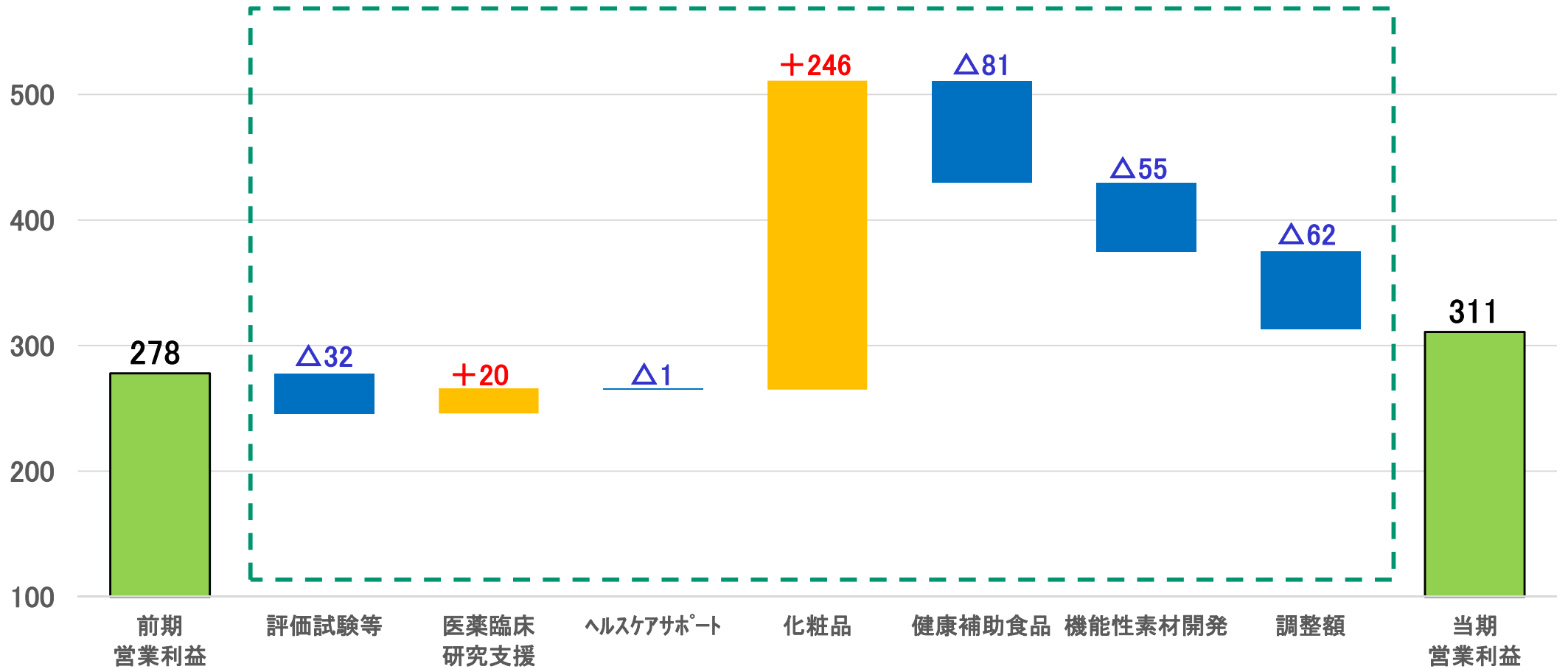
(単位:百万円)





セグメント別 営業利益前年同期比差異

(単位:百万円)



セグメント別 修正計画比

(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			健康補助食品			機能性素材開発			調整額 (全社費用等)			連結		
	実績	修正計画	対比	実績	修正計画	対比	実績	修正計画	対比	実績	修正計画	対比	実績	修正計画	対比	実績	修正計画	対比	実績	修正計画	対比	実績	修正計画	対比
売上高	95	60	+35	230	210	+20	233	230	+3	2,233	2,150	+83	1,563	1,650	△ 87	344	350	△ 6	△ 1	0	△ 1	4,698	4,650	+48
営業費用	86	70	+16	204	170	+34	216	220	△ 4	1,679	1,635	+44	1,739	1,810	△ 71	298	300	△ 2	159	145	+14	4,387	4,350	+37
売上原価	62	40	+22	183	145	+38	178	180	△ 2	1,224	1,190	+34	550	590	△ 40	202	190	+12	△ 2	0	△ 2	2,400	2,335	+65
販管費	24	30	△ 6	21	25	△ 4	38	40	△ 2	455	445	+10	1,189	1,220	△ 31	96	110	△ 14	161	145	+16	1,987	2,015	△ 28
営業利益	9	△ 10	+19	26	40	△ 14	16	10	+6	552	515	+37	△ 176	△ 160	△ 16	45	50	△ 5	△ 160	△ 145	△ 15	311	300	+11

※ 2019年11月12日発表の修正業績予想との対比

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			健康補助食品			機能性素材開発			調整額 (全社費用等)			連結		
	実績	当初計画	対比	実績	当初計画	対比	実績	当初計画	対比	実績	当初計画	対比	実績	当初計画	対比	実績	当初計画	対比	実績	当初計画	対比	実績	当初計画	対比
売上高	95	60	+35	230	180	+50	233	190	+43	2,233	1,770	+463	1,563	1,650	△ 87	344	350	△ 6	△ 1	0	△ 1	4,698	4,200	+498
営業費用	86	60	+26	204	150	+54	216	175	+41	1,679	1,365	+314	1,739	1,760	△ 21	298	300	△ 2	159	140	+19	4,387	3,950	+437
売上原価	62	30	+32	183	125	+58	178	135	+43	1,224	940	+284	550	570	△ 20	202	190	+12	△ 2	0	△ 2	2,400	1,990	+410
販管費	24	30	△ 6	21	25	△ 4	38	40	△ 2	455	425	+30	1,189	1,190	△ 1	96	110	△ 14	161	140	+21	1,987	1,960	+27
営業利益	9	0	+9	26	30	△ 4	16	15	+1	552	405	+147	△ 176	△ 110	△ 66	45	50	△ 5	△ 160	△ 140	△ 20	311	250	+61

※ 当初(修正前)業績予想との対比

2020/6期第2四半期決算（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	95	138	△ 43
営業費用	86	97	△ 11
売上原価	62	70	△ 8
販管費	24	27	△ 3
営業利益	9	41	△ 32

1. 売上件数 5件（前年同期比△1件）
※うちトクホ関連 0件、機能性表示関連 3件
2. 受注高 48百万円（前年同期比 △51.2%）
受注残高 120百万円（前年同期末比△59.3%）

【医薬臨床研究支援】

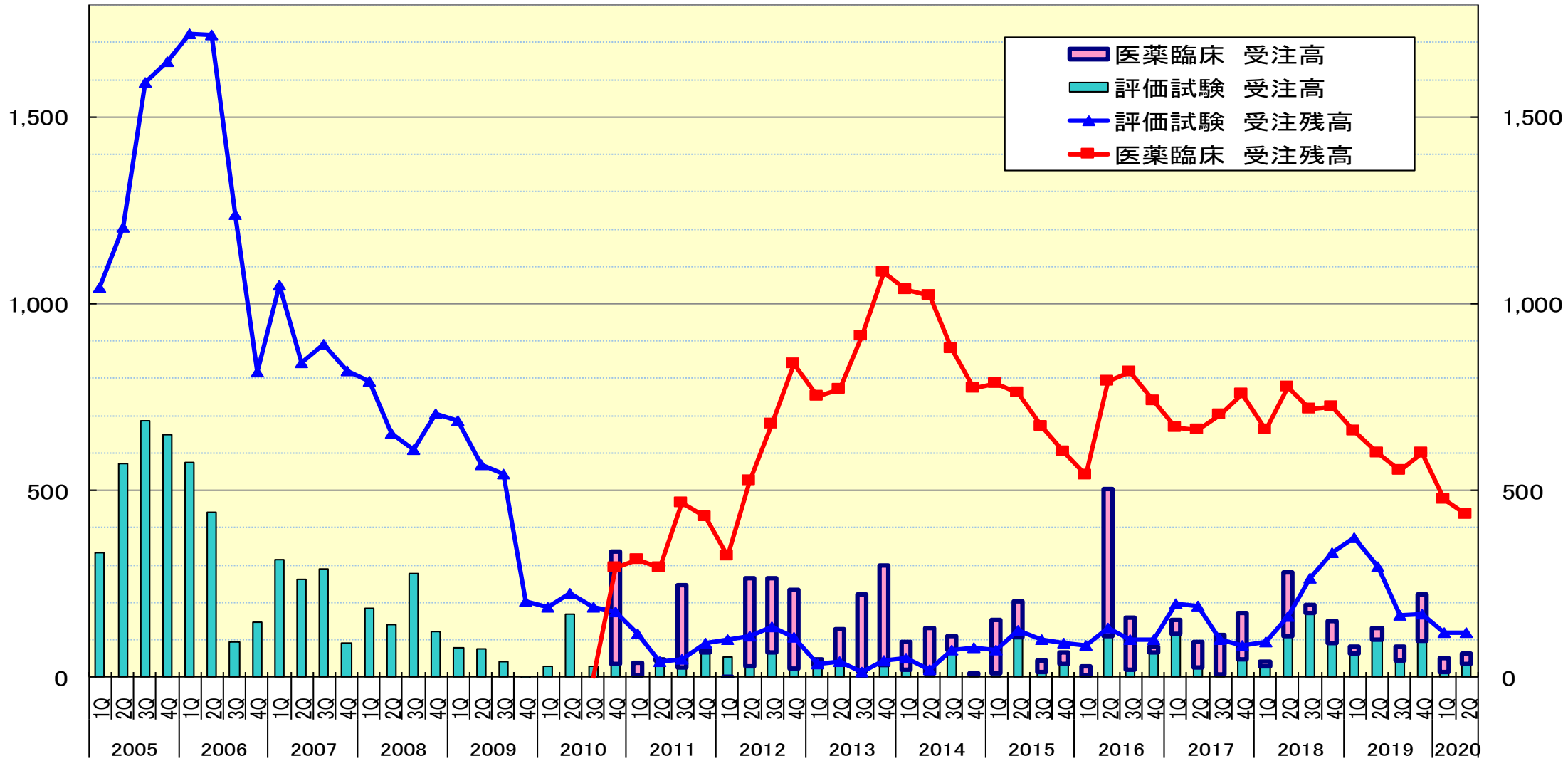
	当期	前期	増減
売上高	230	157	+73
営業費用	204	151	+53
売上原価	183	124	+59
販管費	21	27	△ 6
営業利益	26	6	+20

1. 売上案件数 21件（前年同期+2件）。
2. 受注高 65百万円（前年同期比 +101.4%）
受注残高 433百万円（前年同期末比 △27.6%）



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

2020/6期第2四半期決算（補足資料）Ⅱ

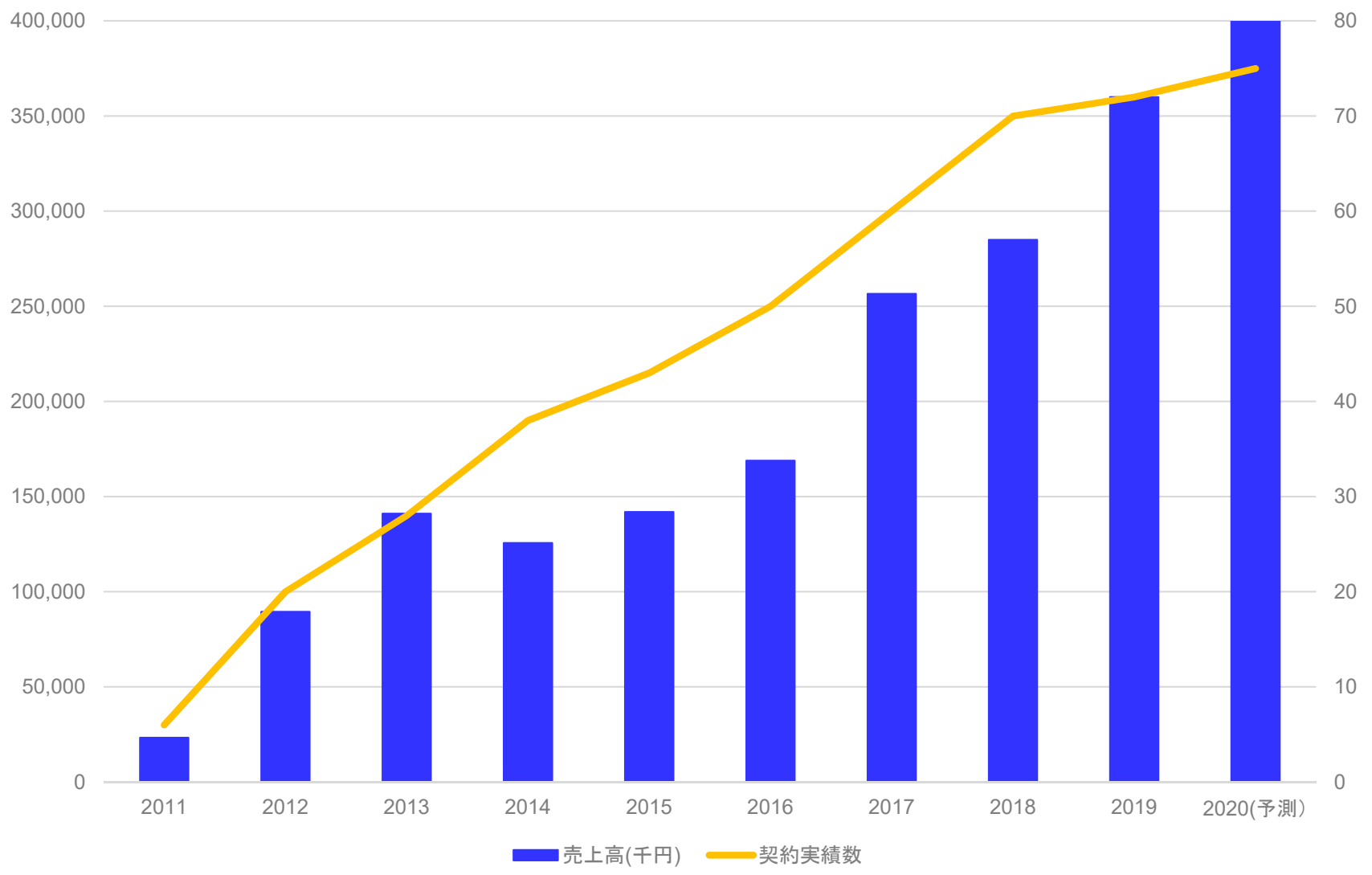
【ヘルスケアサポート】

	当期	前期	増減
売上高	233	204	+29
営業費用	216	187	+29
売上原価	178	152	+26
販管費	38	35	+3
営業利益	16	17	△ 1

契約健保数の増加および健診の受診者数の増加等により増収となったものの、人件費の増加等により若干の減益。



売上高・契約健保数の推移



2020/6期第2四半期決算（補足資料）Ⅲ

【化粧品】

	当期	前期	増減
売上高	2,233	1,385	+848
営業費用	1,679	1,078	+601
売上原価	1,224	707	+517
販管費	455	371	+84
営業利益	552	306	+246

- 卸売売上高 2,139百万円（前年同期比+67.6%）
通販売上高 93百万円（前年同期比△14.0%）
- 広告販促費 126百万円
（前年同期比+10百万円、計画比△11百万円）

【健康補助食品】

	当期	前期	増減
売上高	1,563	1,619	△ 56
営業費用	1,739	1,714	+25
売上原価	550	570	△ 20
販管費	1,189	1,144	+45
営業利益	△ 176	△ 95	△ 81

- 広告販促費 708百万円
（前年同期比△6百万円、計画比△2百万円）
- ※うち第1四半期（7～9月）618百万円
（前年同期比+29百万円、計画比+21百万円）

2020/6期第2四半期決算（補足資料）Ⅳ

【機能性素材開発】

	当期	前期	増減
売上高	344	533	△ 189
営業費用	298	433	△ 135
売上原価	202	253	△ 51
販管費	96	180	△ 84
営業利益	45	100	△ 55

前年同期に行った決算期変更の影響（前年同期4月～12月の9ヶ月 → 当期7月～12月の6ヶ月）を主因として、減収および減益。

※売上高のうちライセンス収入 66百万円
（前年同期比△76百万円）



～ 2020/6期通期業績予想 ～

2020/6期通期業績予想について

- 当第2四半期の業績は、健康補助食品事業の売上高および営業利益が計画未達となったものの、化粧品事業の売上高および営業利益の計画超過を主因として全体として計画を上回る進捗。
- 現時点においては、新型コロナウイルス感染症が中国の消費活動や物流に影響する懸念もあり、化粧品事業の販売動向に不確実があること等から、事業ごとの見通しに増減はあるものの、全体として通期業績予想数値に変更なし。

※健康補助食品事業 広告販促費（単位：百万円）

第1Q実績	618	（前第1Q比+29	当初計画比+21）
第2Q実績	90	（前第2Q比△35	当初計画比△23）
第3Q計画	43	（前第3Q比△4	当初計画比△40）
第4Q計画	73	（前第4Q比△37	当初計画比△71）
通期	824	（前期比 △47	当初計画比△113）

2020/6期通期業績予想（連結）

（単位：百万円）

	当期予想 (2020/6)	前期実績 (2019/6)	増減	増減率
売上高	8,000	7,568	+432	+5.7%
（評価試験事業）	(150)	(406)	(-256)	(△ 63.1%)
（バイオマーカー開発事業）	(0)	(0)	(0)	-
（医薬臨床研究支援事業）	(350)	(324)	(+26)	(+8.0%)
（ヘルスケアサポート事業）	(400)	(361)	(+39)	(+10.8%)
（化粧品事業）	(3,450)	(2,821)	(+629)	(+22.3%)
（健康補助食品事業）	(2,850)	(2,802)	(+48)	(+1.7%)
（機能性素材開発事業）	(800)	(850)	(-50)	(△ 5.9%)
（全社）	(0)	(2)	(-2)	-
売上総利益	4,125	3,984	+141	
営業利益	880	866	+14	+1.5%
経常利益	920	877	+43	+4.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	580	553	+27	+4.8%
研究開発費	140	82	+58	
（内疲労関連）	(40)	(28)	(+12)	
（内化粧品）	(40)	(5)	(+35)	
（内機能性素材開発等）	(60)	(48)	(+12)	

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			健康補助食品			機能性素材開発			調整額 (全社費用等)			連結		
	今回 予想	当初 計画	増減	今回 予想	当初 計画	増減	今回 予想	当初 計画	増減	今回 予想	当初 計画	増減	今回 予想	当初 計画	増減	今回 予想	当初 計画	増減	今回 予想	当初 計画	増減	今回 予想	当初 計画	増減
売上高	150	150	+0	350	350	+0	400	400	+0	3,450	3,200	+250	2,850	3,090	△ 240	800	810	△ 10	0	0	+0	8,000	8,000	+0
営業費用	150	150	+0	310	310	+0	355	355	+0	2,760	2,580	+180	2,580	2,770	△ 190	680	690	△ 10	285	265	+20	7,120	7,120	+0
売上原価	85	85	+0	260	260	+0	280	280	+0	1,890	1,710	+180	940	1,030	△ 90	400	400	+0	0	0	+0	3,855	3,765	+90
販管費	65	65	+0	50	50	+0	75	75	+0	870	870	+0	1,640	1,740	△ 100	280	290	△ 10	285	265	+20	3,265	3,355	△ 90
営業利益	0	0	+0	40	40	+0	45	45	+0	690	620	+70	270	320	△ 50	120	120	+0	△ 285	△ 265	△ 20	880	880	+0



セグメント別 前期比

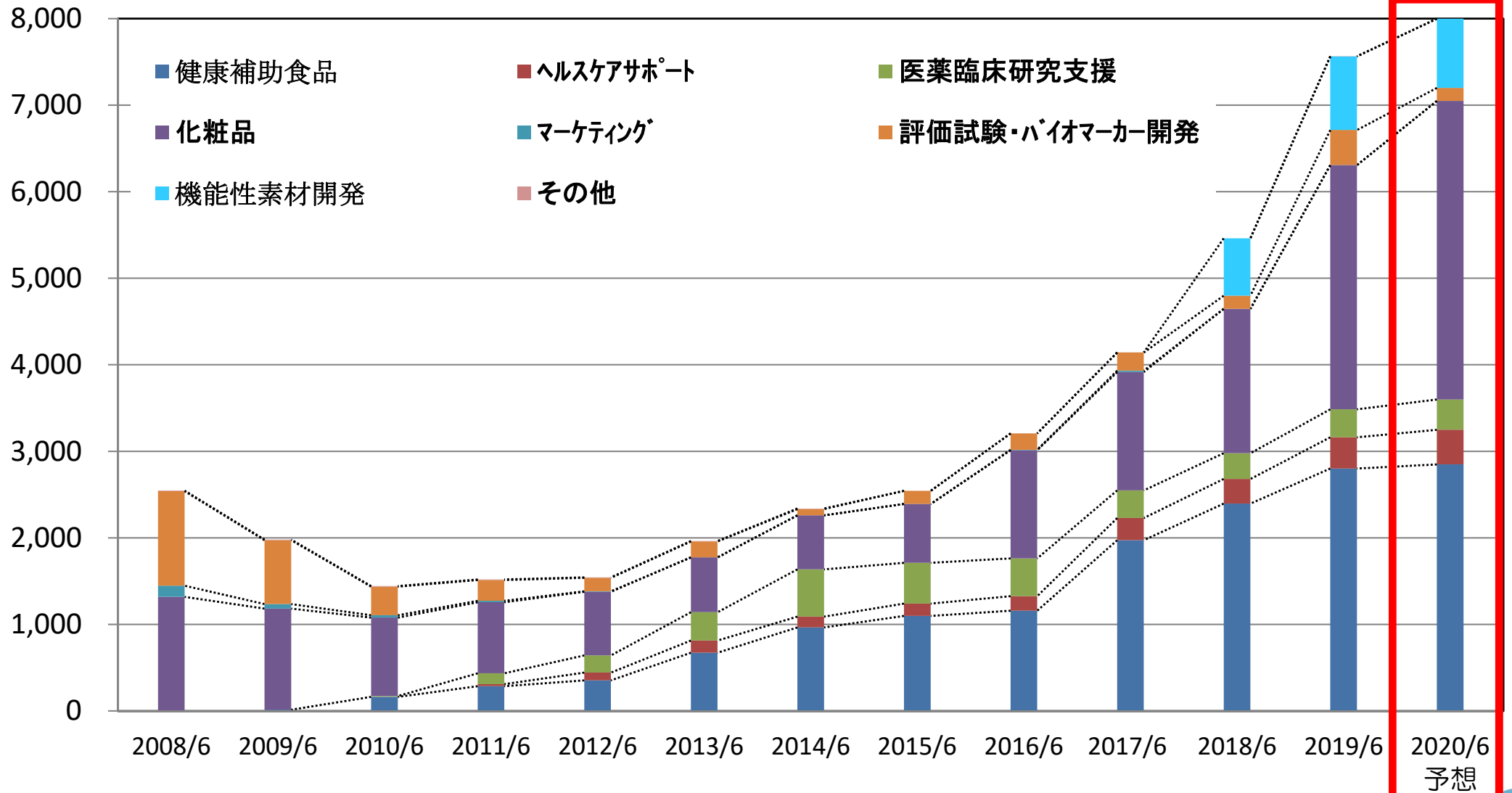
(単位:百万円)

	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			健康補助食品			機能性素材開発			調整額 (全社費用等)			連結		
	当期 予想	前期 実績	増減	当期 予想	前期 実績	増減	当期 予想	前期 実績	増減	当期 予想	前期 実績	増減	当期 予想	前期 実績	増減	当期 予想	前期 実績	増減	当期 予想	前期 実績	増減	当期 予想	前期 実績	増減
売上高	150	406	△ 256	350	324	+26	400	361	+39	3,450	2,821	+629	2,850	2,802	+48	800	875	△ 75	0	△ 23	+23	8,000	7,568	+432
営業費用	150	288	△ 138	310	304	+6	355	322	+33	2,760	2,327	+433	2,580	2,542	+38	680	716	△ 36	285	202	+83	7,120	6,701	+419
売上原価	85	220	△ 135	260	245	+15	280	249	+31	1,890	1,529	+361	940	951	△ 11	400	414	△ 14	0	△ 24	+24	3,855	3,584	+271
販管費	65	69	△ 4	50	59	△ 9	75	73	+2	870	798	+72	1,640	1,590	+50	280	302	△ 22	285	226	+59	3,265	3,117	+148
営業利益	0	118	△ 118	40	20	+20	45	39	+6	690	494	+196	270	261	+9	120	159	△ 39	△ 285	△ 225	△ 60	880	866	+14



事業別売上高推移と当期予想

(単位：百万円)



10期連続の増収を予想



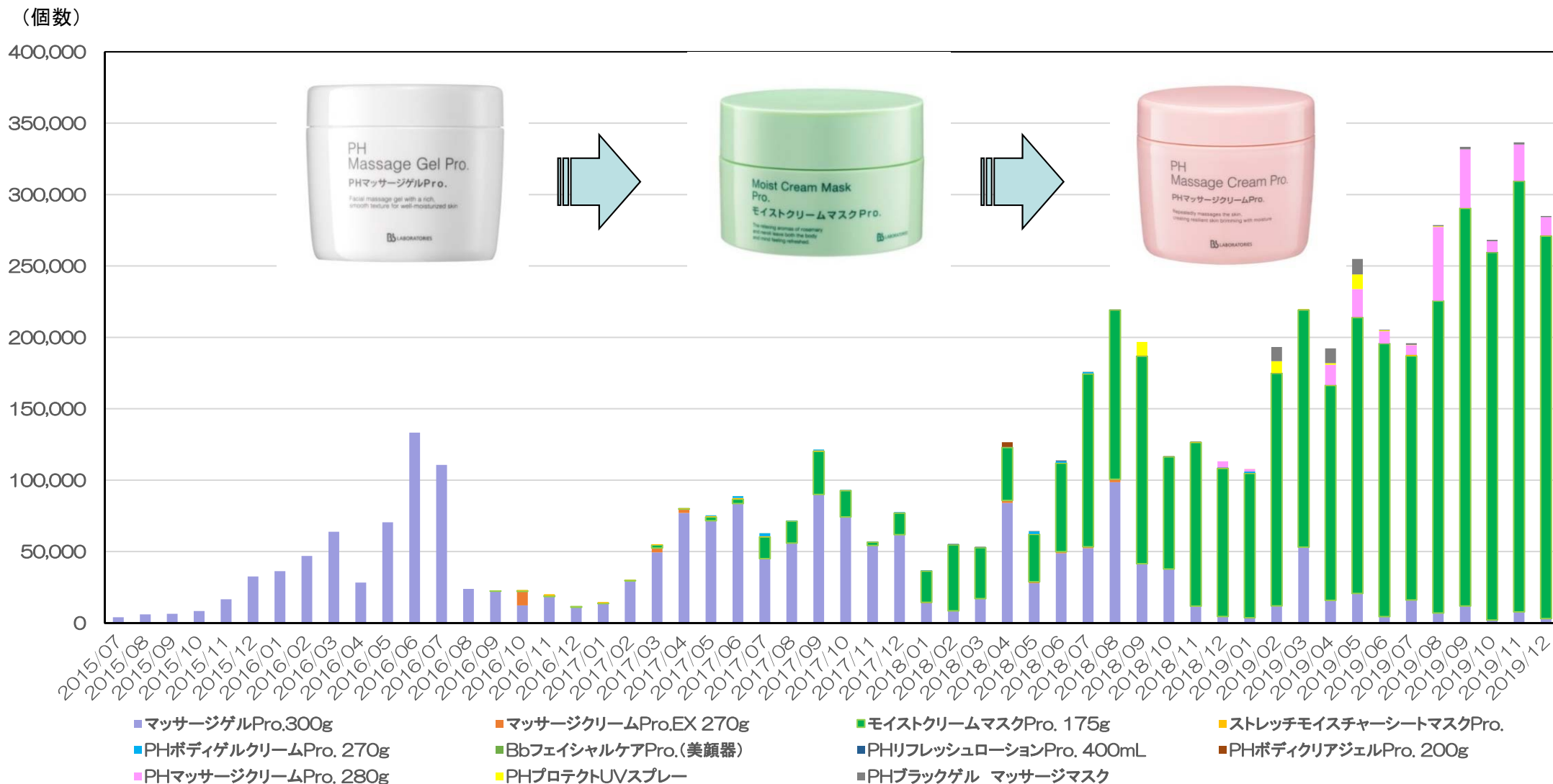
～ 化粧品事業 ～

原液美容



水溶性プラセンタエキス原液
Placenta Extract

「Bb laboratories Pro.」シリーズ売上推移（販売個数）



- モイストクリームマスクPro.の2019年度の販売個数は、約245万個を達成。中国市場におけるクリームマスクの 카테고리においてシェア4%、売り上げランキングで第3位を獲得（2019.12月時点、Golong社調べ）
- 中国市場における提携企業であるGolong社（中国・杭州市）との共同開発品であるPHマッサージクリームPro.がPHマッサージジェルPro.の月間販売個数を超え、モイストクリームマスクPro.に次ぐヒット商品に成長。

2019.11.11 (W11 「独身の日」) Tmall国際旗艦店での売り上げ実績



イベント	販売金額 (元)	ビュー	CV率	客単 (元)
2017.11.11	2,760,000	32,110	51.72%	166
2018.11.11	11,179,000	94,720	59.50%	198
2019.11.11	14,029,772	189,742	33.16%	222

- 中国最大のショッピングイベントである「W11 (独身の日)」の売上実績は、6,307万元 (約9.9億円、Golong社ベース) を記録。
- アリババグループが運営するインターネットショッピングモールである天猫 (Tmall) 国際 (越境EC) 旗艦店単体の売上実績は、対前年比25.5%増、約1,402万元 (約2.2億円、Golong社ベース) を記録。

(為替レート：1元15.7円換算)

マーケティング活動例/Golongとの提携推進（中国）1

Weibo、REDBOOK、Bilibili(動画)、TikTok、ライブ配信等、SNSを駆使したマーケティングを展開



中国有名KOL「雪梨」さんが当社のPRアンバサダーに就任。「雪梨」さんのWeiboフォロワー数は700万を超える。

マーケティング活動例/ Golongとの提携推進（中国）2



2019年11月28日、中国・杭州において販売代理店を対象にパートナーズイベントを開催。販売代理店・メディア等、約100名が参加。

マーケティング活動例/ Golongとの提携推進（中国）3



関西国際空港南ウイング出発通路 喫煙ルーム近く
(中華系エアーが出発するゲート付近)、2019年9月～

来日する中国人向けにPR展開 例：関西国際空港広告

マーケティング活動例/国内（1）

2019年11月17日、六本木グランドハイアットにおいて国内外VIP卸顧客、中国人KOL等、合計130名をお招きし、新商品リリースおよび新コーポレートスローガンを発表。



新コーポレートスローガン



ただひとつの美。その先の美。



Beauty, our single passion.
Beauty, our endless dream.

マーケティング活動例/国内 (2)



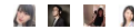
株式会社ビービーラボラトリーズのプレスリリース一覧

キーワードで検索

フォロー

フォローするとどうなる?

フォロワー(4)



URL <https://www.bb-lab.com/>

業種 商業 (卸売業、小売業)

本社所在地 東京都渋谷区渋谷4-2-12

世界中で愛されて累計500万個突破*1の「Pro. シリーズ」から、新感覚スキンケアアイテム「Pro. HOME」登場！
2日前 株式会社ビービーラボラトリーズ

プラセンタ*コスメのパイオニア「ビービーラボラトリーズ」は2019年パートナーズミーティングを11月7日に開催いたしました
2019年12月6日 15時30分 株式会社ビービーラボラトリーズ

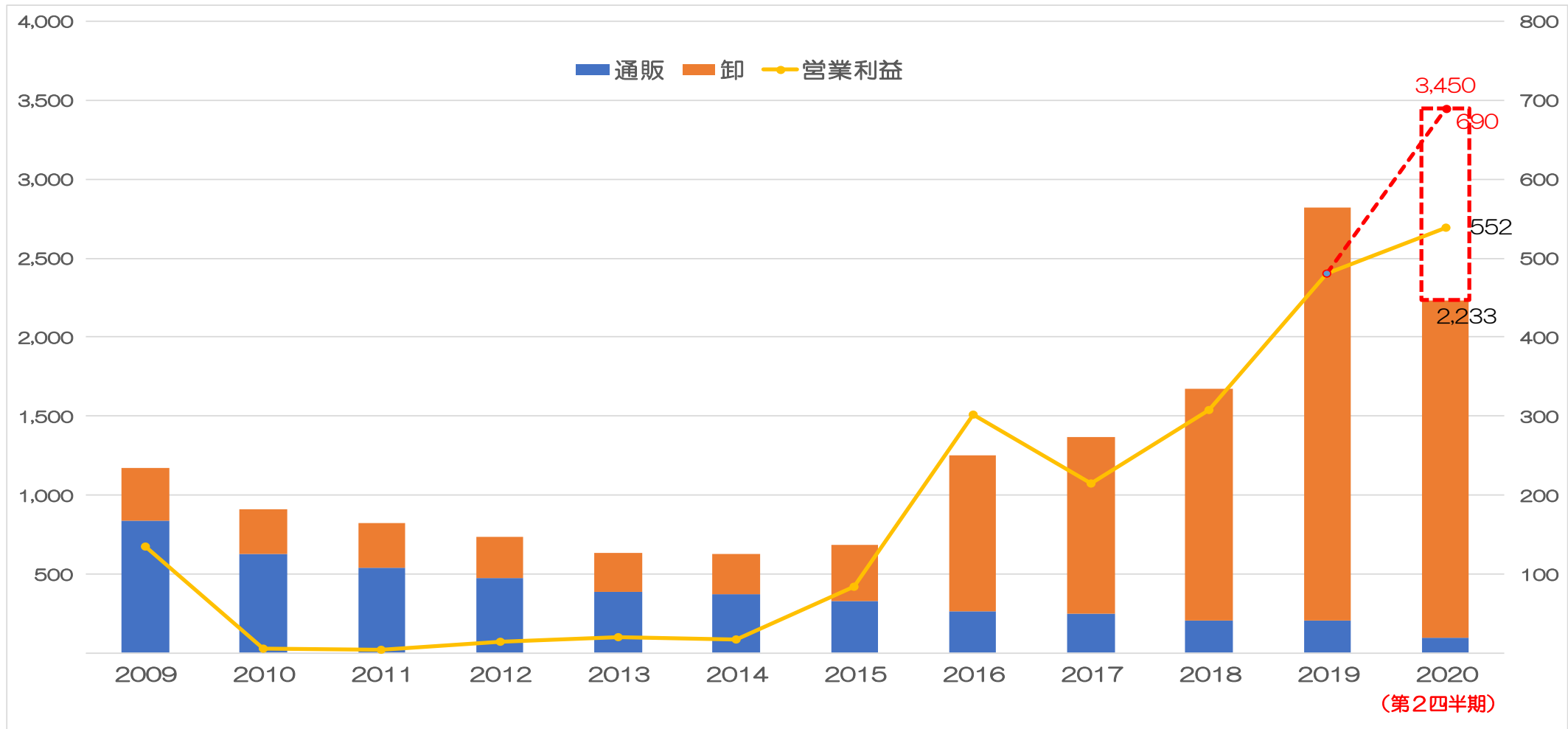


- 2019年11月、美白を目的としたスキンケアアイテム「ホワイトニングオイルエッセンス」【医薬部外品】を発売。
- 主にF1層（20歳～34歳）をターゲットにモデル藤井サチさんをイメージキャラクターとして起用。

販売チャネル別売上高および営業利益の推移と通期予想

(単位：百万円)

(単位：百万円)



■当第2四半期の売上高は2,233百万円（前年同期比61.2%増）、計画進捗率64.7%。

営業利益は552百万円（対前年同期比80.2%増）、計画進捗率78.0%。

■好調な中国市場の影響がインバウンド市場にも波及。ドラッグストア等、国内大手小売り企業からの引き合いも強く、オリンピック等の大型イベントも控え国内インバウンド向け販売を強化して行く予定。

■通販部門の売上高は横ばい。

■新型コロナウイルス感染症が中国の消費活動や物流に影響する懸念から、現時点では下期見通しに不確実性。



～ 機能性素材開発事業 ～



決算関連 TOPICS 1

1. 決算期変更※ ⇒ 前年同期9ヶ月（4月～12月）→当期6ヶ月（7月～12月）

（単位：百万円）

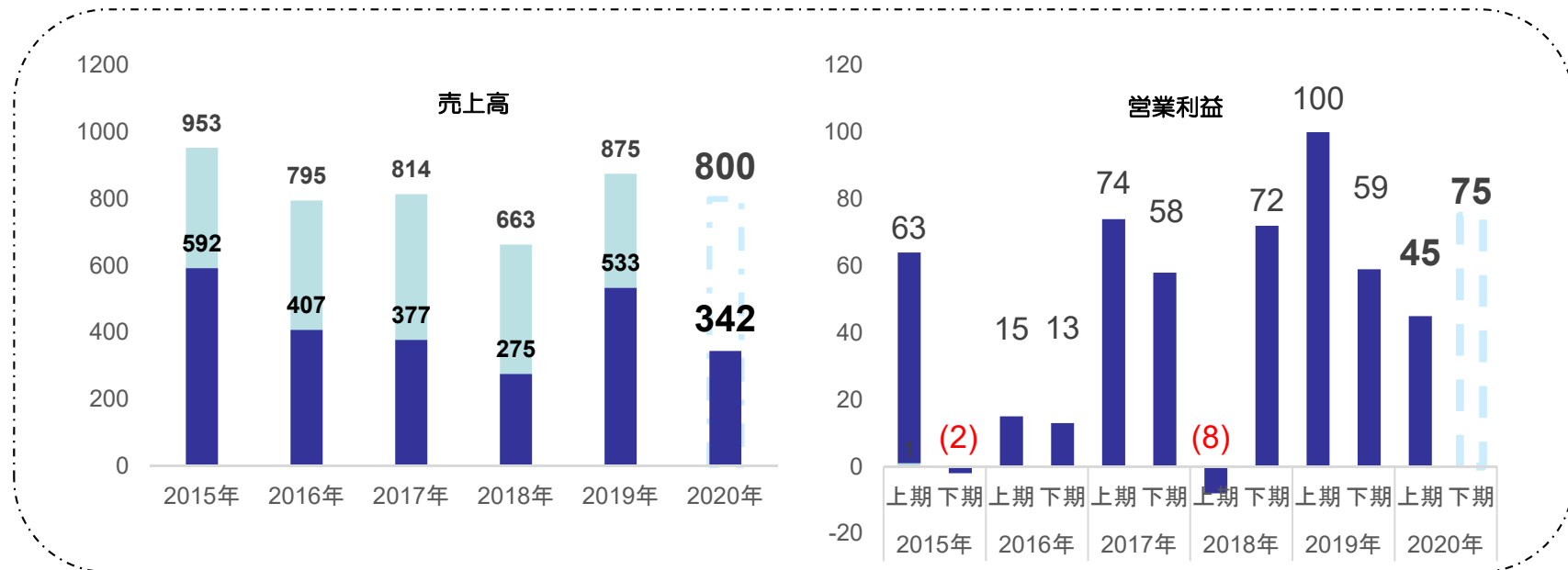
【参考】

前年同期
（4～12月）

当第2四半期
（7～12月）

	2019年 4～6月	2019年 7～12月
売上高	150	383
営業利益	23	77

計画	実績
350	342
50	45



売上高342百万円（前年同期比33.1%減）、営業利益45百万円（前年同期比54.3%減）



1. 主カラクトフェリン原料価格急騰

中国での育児粉乳の爆発的需要増加により、2年弱の間に製品によっては末端価格が10倍に急騰する銘柄も出現。現状、原料価格急騰分は売価に転嫁。船積み遅延により納入量減 ⇒ 調達先の多様化（海外5社からの調達可能に）

2. 主力販売会社の海外展開

中国に出荷可能な生産体制構築、展開エリアが日本+アジア（越境EC）に拡大。

3. 妊活関連の販売好調

不妊治療の領域で、膣・子宮微生物細菌叢の改善にラクトフェリンが有効であることが報告され、クリニックでの症例が増加中。

OEM得意先 3企業契約、更に1企業検討中

食品開発展2019

於：東京ビッグサイト

■食品開発展 2019（健康・機能性食品素材の展示会&会議）に出展

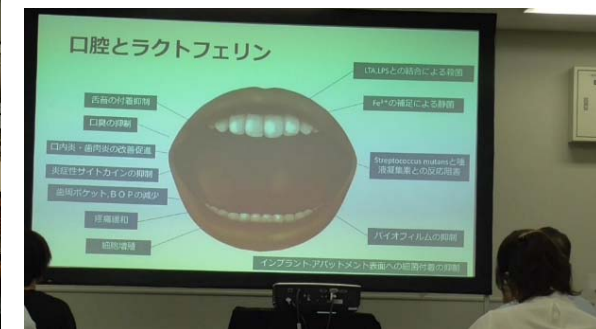
＜出展ブース＞ 会期中来場者 約900名（現在商談中）

「ラクトフェリンの腸溶性技術の紹介」と「アルギニンの大腸送達技術」をご紹介。

- ラクトフェリンの効能と応用分野の紹介。
- 腸溶化と小腸・大腸送達技術を改めて案内。
- 今回、メタボローム解析で判明した、新規長寿サプリメントをご紹介。

＜企業プレゼンテーション＞

1. 歯周病の原因と言われる細菌の抑制。口臭の原因と言われる舌苔の減少などの口腔環境課題にラクトフェリンの効果を提案。
2. アルギニンを大腸に送達させることにより腸内細菌でポリアミンが効率よく生成、吸収される特徴を紹介。



大学・研究機関とのコラボレーション

■低GIラクトフェリンチョコレートを東京と大阪の2企業へOEM化

横浜薬科大学の研究成果を活用した低GIのチョコレートにラクトフェリンを配合した商品を、「もっと身近にラクトフェリン」をコンセプトに高齢者向けに開発。

大阪 調剤薬局チェーン

東京 パルシステム (計8,000袋)

歯科医師(開業医)や相談薬局でも好評発売中。

展示会にてサンプリングを実施。海外からも注目。





ラクトフェリンを用いた特定保健指導(メタボ改善サポート)

～2020年1月開始～ (機能性素材開発事業・ヘルスケアサポート事業のコラボ)

内臓脂肪低減効果のあるラクトフェリンを活用してメタボ改善をサポート

⇒ 当社選択率が向上

1.WEBTV 面談
 あなたの体調やライフスタイルにあった具体的な生活習慣改善の方法を面談にて決定します。



2.継続サポート
 ラクトフェリンを活用し、定期的に、**メール、お電話**で専門職があなたの実践をサポートします。



3.結果の確認
 検査数値や生活習慣の変化を確認し、**実践の成果を実感**していただけます。





～ 健康補助食品事業 ～

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90粒、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■



水溶化還元型コエンザイムQ10、ビタミンC、500億個のビフィズス菌、マルチビタミン、鉄壁ラクトフェリン、HMB、クレアチン、水溶性ルテイン、コンドロイチンA+リカバリー酵母、高濃度シトルリン

あなたの疲れをなくしたい

■通販 食品以外■



緑木の香り、さくら色照明、抱き枕グリーンウッドモイスチャライザー（大阪市立大学共同開発）

■卸（店頭）・OEM■



アスリート、イミダペプチド240、イミダペプチドビューティ、イミダペプチドGOLD、ランナーズゼリー

2020年6月期第2四半期 業績ハイライト

①計画に比べ新規顧客獲得ルートが変化

広告出稿の採算ラインは確保

計画値よりオフライン（TVインフォーマーシャル）の顧客獲得シェアが増え、フォローコスト増（コールセンター外注費、フォローコール費用等）。
※相対的にオンライン経由の顧客獲得が減少。

②物流倉庫の変更による一時的費用が増加

配送会社からの運賃値上げ要請を機に、コスト削減・品質・スピード向上を目的に物流倉庫、配送業者を変更。

第1Qのみ2つの物流倉庫が稼働、計画以上に一時費用が嵩み、利益率が悪化。
7～10月初旬で移転は完了し、11月以降は物流費用改善。

③顧客のロイヤルユーザー比率は向上

④疲労の正しい知識、イミダペプチドの認知も向上

TOPICS 抗疲労研究成果の普及活動 書籍出版&啓発

大洋図書



2019年12月16日発売

晋遊舎ムック



2020年1月9日発売

三笠書房

疲労回復専門医が教える

疲れしない
からだ
になれる本

梶本修身
東京疲労・
睡眠クリニック院長



三笠
王様文庫

2020年2月発売

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・雑誌名	掲載日	見出し（内容等）
2019年	おはよう朝日です（ABCテレビ）	2020年 2月3日	疲れは脳からやってくる、疲労を軽減する食事としてイミダペプチドを採り入れる。
	慢性疲労がスーッと消える最強極意（マキノ出版）	12月5日	抗疲労プロジェクトで検証した結果、イミダペプチドという成分が最も疲労回復に効果的。
	疲れしない身体凄ワザ楽ワザ徹底ガイド2020年版（コスミック出版）	11月26日	活性酸素の作用を抑えてくれる成分がイミダゾールジペプチド。酸化を防いで疲労回復。
	My Age（集英社）	11月1日	年間3万km以上移動する渡り鳥の胸肉にはイミダペプチドが豊富に含まれており、筋細胞の酸化を防いでくれる。
	Tarzan（マガジンハウス）	10月10日	運動後はもちろん睡眠不足などによる疲労を感じたら、イミダペプチドを積極的に摂取。
	疲れスッキリ疲労回復読本（PHP研究所）	9月18日	鶏の胸肉のタンパク質には疲労回復物質であるイミダペプチドが豊富に含まれている。

（雑誌・新聞）

サンキュ、栄養と料理、オレンジページ、Mart別冊、疲れないカラダをつくる栄養学、名医が教える科学的に正しい食べ合わせ、ゆうゆう、鶏むね肉冷凍レシピ、etc.

TOPICS 新商品開発実績（エビデンスベース）

【期間限定商品開発、発売】

イミダペプチド飲料 ゆず味 50mL 30本（1日目安1本）
7,500円（税込）
2019年10月15日発売

イミダゾールジペプチド 200mg



イミダペプチドスープ（冬期のみ）
濃厚コーンクリーム仕立て 10食入り
ぽかぽか生姜の中華スープ仕立て 10食入り
2,500円（税込）
2020年1月14日発売

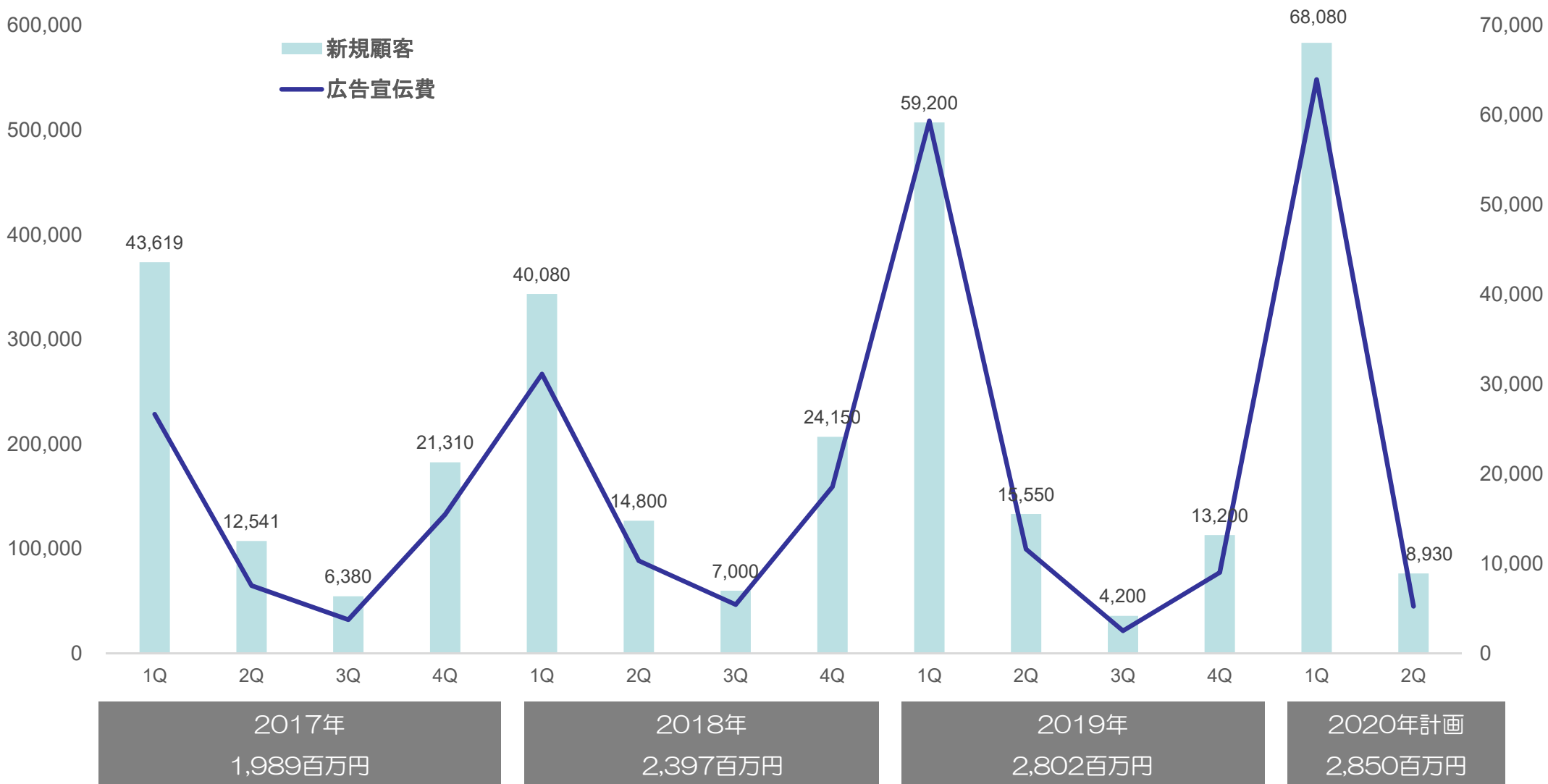
イミダゾールジペプチド 200mg



新規顧客（通販）の獲得推移

(単位;千円)

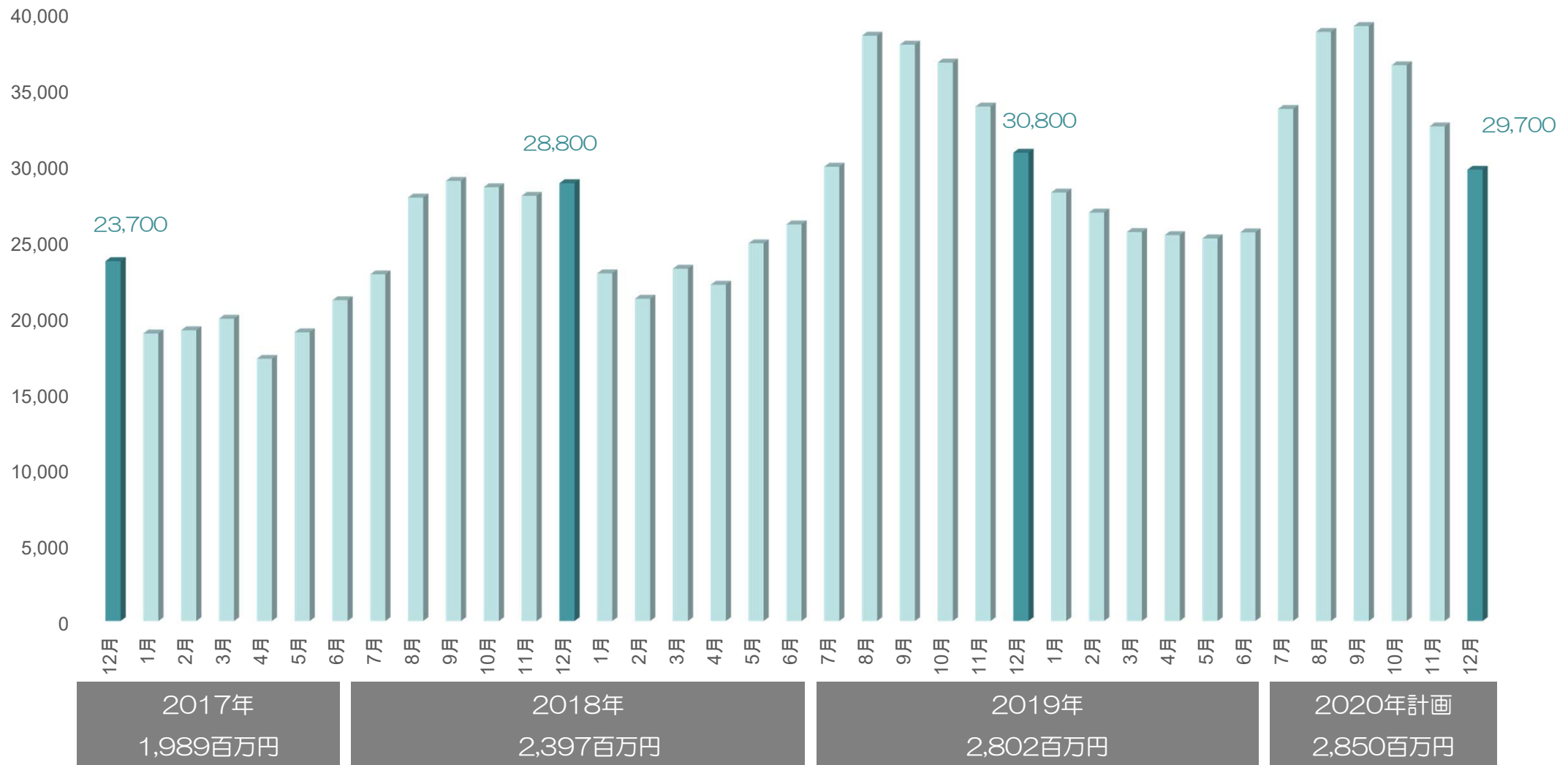
(人)



計画は未達であったものの第1Qは過去最高の新規獲得数を実現。引き続き露出機会が多く需要期である夏（7月～9月）の広告費投下が最もパフォーマンスが高い。

定期顧客数の推移

(人)



2019年12月末時点で約29,700人。第1Qに費用が先行したこともあり第2Qは広告を抑制、総数は微減。継続率が高くなる6か月経過後の定期顧客数は、2018年12月末時点18,500人、2019年12月末時点21,800人の3,300人増と基盤は強化。

今後の展開（イミダペプチドの拡大傾向は継続、コスト改善）

①開発中の新商品を第4Qに投入（既存顧客向け販売の活性化）

既存顧客向けに成分をグレードアップした豪華版新商品を開発中、第4Q投入により平均顧客単価を向上。
他商品とのクロスセルを強化。

②新規顧客獲得広告（より効率的な展開）

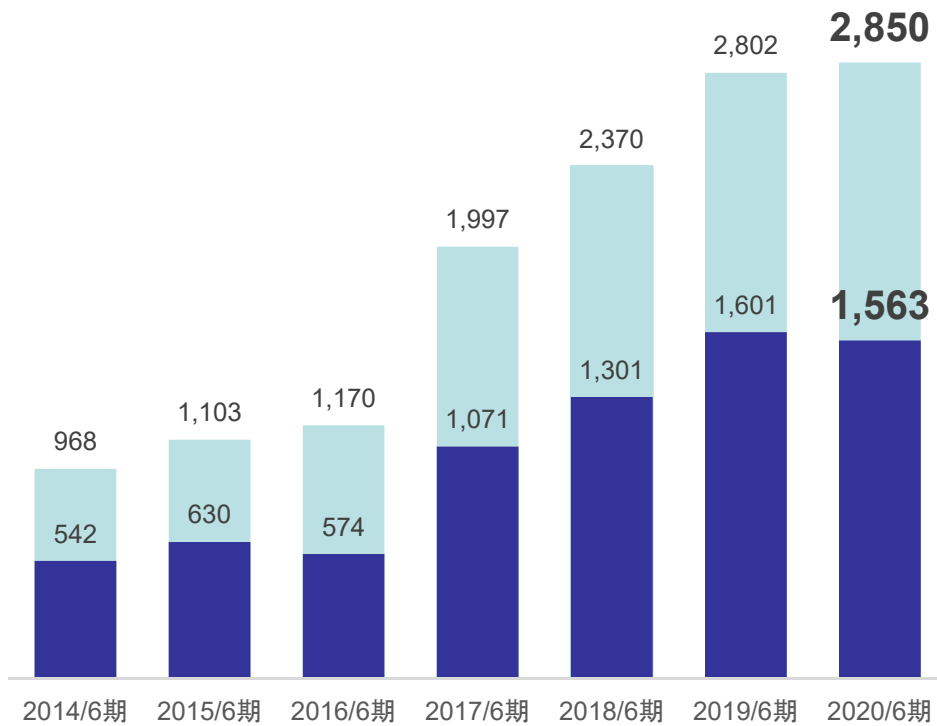
コストパフォーマンスが低い冬期（1月～3月）は引き続き広告を抑制。
暖かくなる5月初旬から広告を再開し、成果を最大化。
これまでの実績により、より詳細な回収見込が立てられる広告投下シミュレーションが可能に。
さらに良レスポンスが期待できるクリエイティブ・媒体を選定し、より効果的な展開に。

③EC売上比率の向上と冬商材の開発

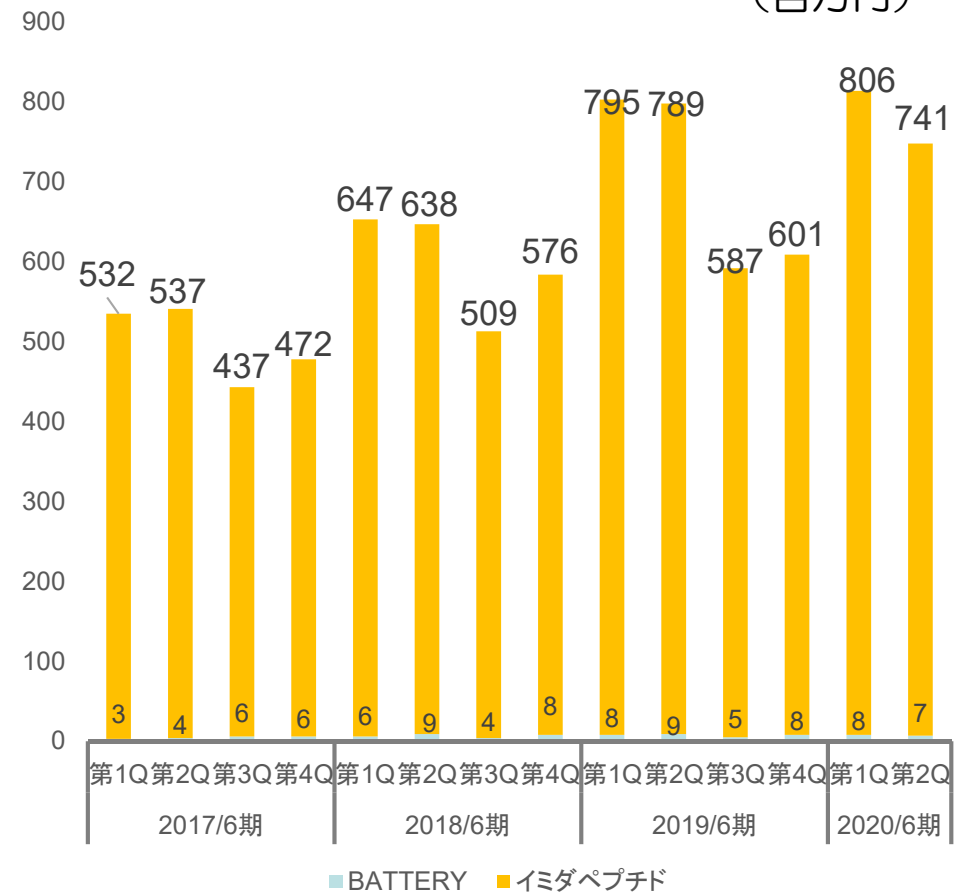
上期前半に落ち込んだオンライン（EC）を活用した獲得を増やす展開。
広告を通年展開できることでコスト減が見込める冬商材を開発中。

業績見込 売上高

(百万円)



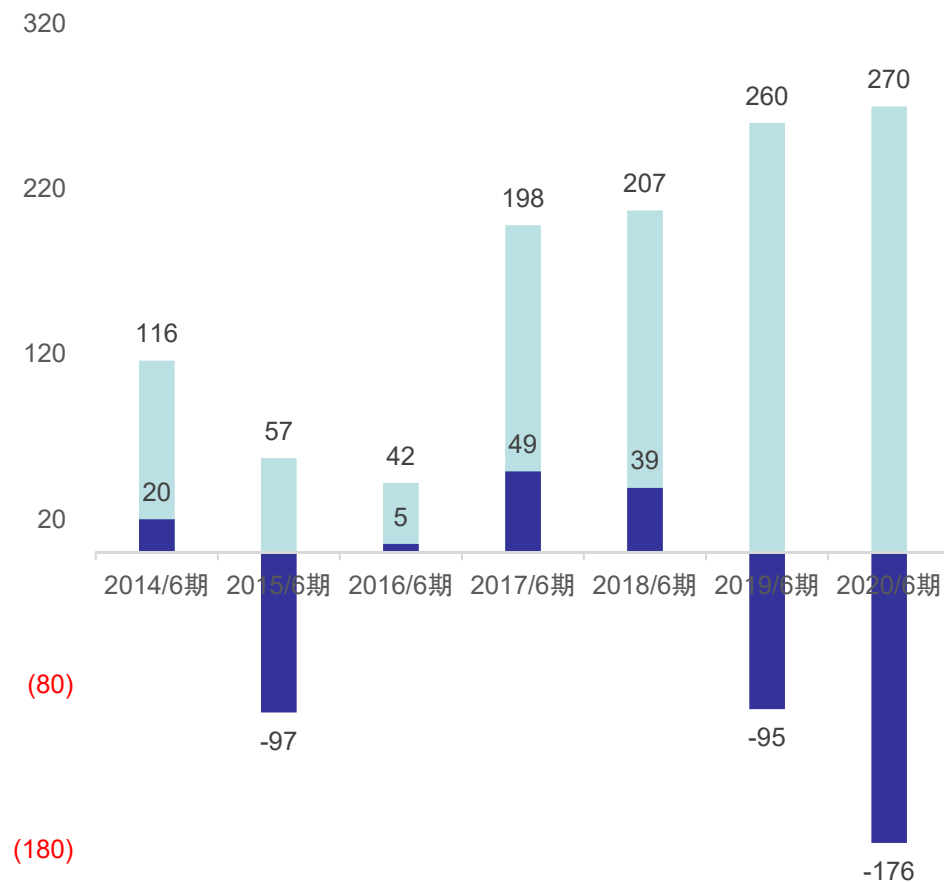
(百万円)



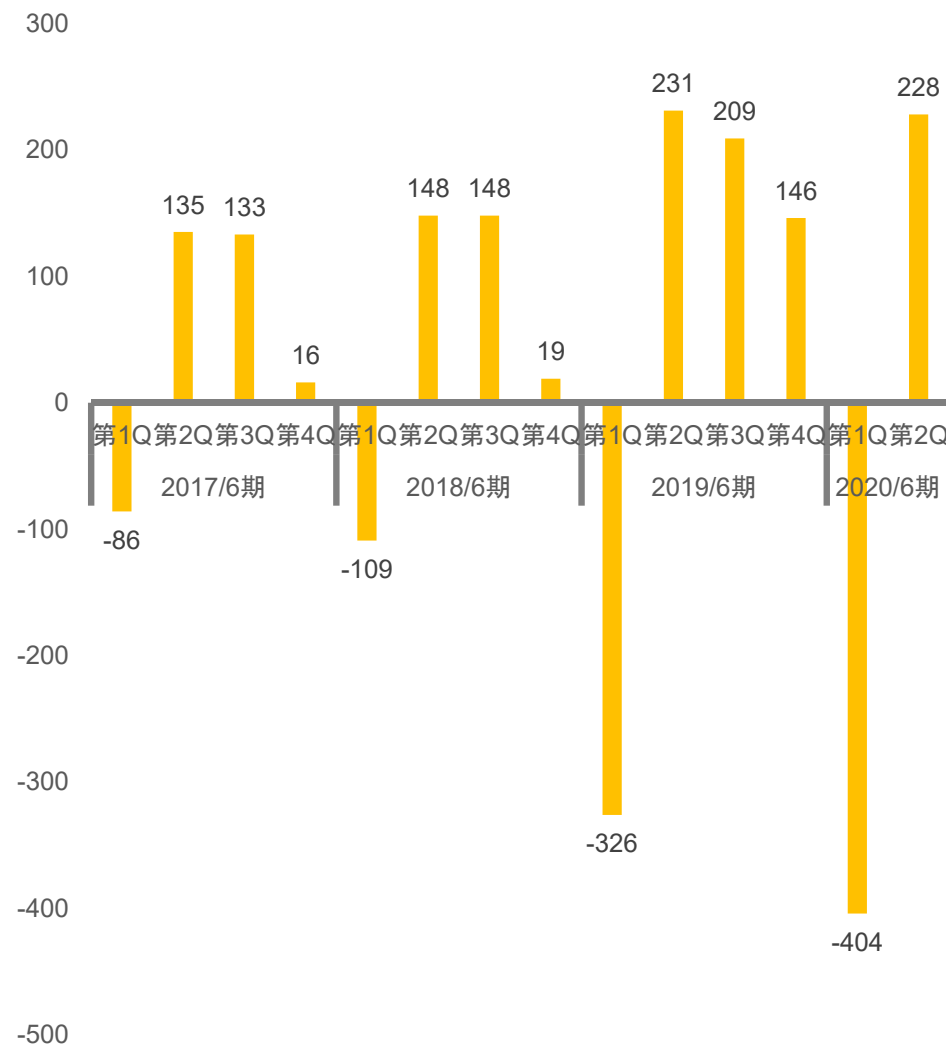
ロイヤルユーザー比率が高く、既存顧客からの売上が期待。

業績見込 営業利益

(百万円)



(百万円)



セグメント別 通期業績予想進捗状況

(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			健康補助食品			機能性素材開発			調整額 (全社費用等)			連結		
	当期	当2Q	進捗率	当期	当2Q	進捗率	当期	当2Q	進捗率	当期	当2Q	進捗率	当期	当2Q	進捗率	当期	当2Q	進捗率	当期	当2Q	進捗率	当期	当2Q	進捗率
売上高	150	95	63%	350	230	66%	400	233	58%	3,450	2,233	65%	2,850	1,562	55%	800	342	43%	0	1	-	8,000	4,698	59%
営業費用	150	86		310	204		355	216		2,760	1,679		2,580	1,739		680	298		285	159		7,120	4,387	
売上原価	85	62		260	183		280	178		1,890	1,224		940	550		400	202		0	△ 2		3,855	2,400	
販管費	65	24		50	21		75	38		870	455		1,640	1,189		280	96		285	161		3,265	1,987	
営業利益	0	9	-	40	26	65%	45	16	36%	690	552	80%	270	△ 176	-	120	45	38%	△ 285	△ 160	56%	880	311	35%



総医研グループのビジョンと戦略

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。



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