



- 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月期決算説明会
(2020年8月20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期決算～

2020/6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により、「モイストクリームマスクPro.」を中心とする中国市場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、中国市場向け「Pro.シリーズ」の新商品「PHマッサージクリームPro.」も寄与し、売上高は前期比＋75.3%、営業利益は前期比＋103.0%。

2020/6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（第1四半期）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。
- 第2四半期以降の広告宣伝費の投下を抑制したこと等から販売が伸び悩み、売上高は前期比△4.9%、営業利益は前期比△35.5%。

□ 機能性素材開発事業

- 前期に行った決算期変更（前期：4月～翌年6月 → 当期：7月～翌年6月）の影響を主因として、減収および減益。

2020/6期決算の概況 III

□ 新型コロナウイルス感染症の影響について

- 化粧品事業において、2020年1月下旬から2月中旬頃にかけて、中国の経済活動が大きく停滞したために一時的に販売が落ち込んだものの、2月下旬以降は正常化。
- 医薬臨床研究支援事業において、新規受注の商談の遅延が生じており、また、ヘルスケアサポート事業において、定期健康診断、特定健康診査および特定保健指導等の実施スケジュールの後ずれが生じているものの、何れも業績への影響は軽微。
- その他の事業については、特段の影響なし。



2020/6期決算（連結）

（単位：百万円）

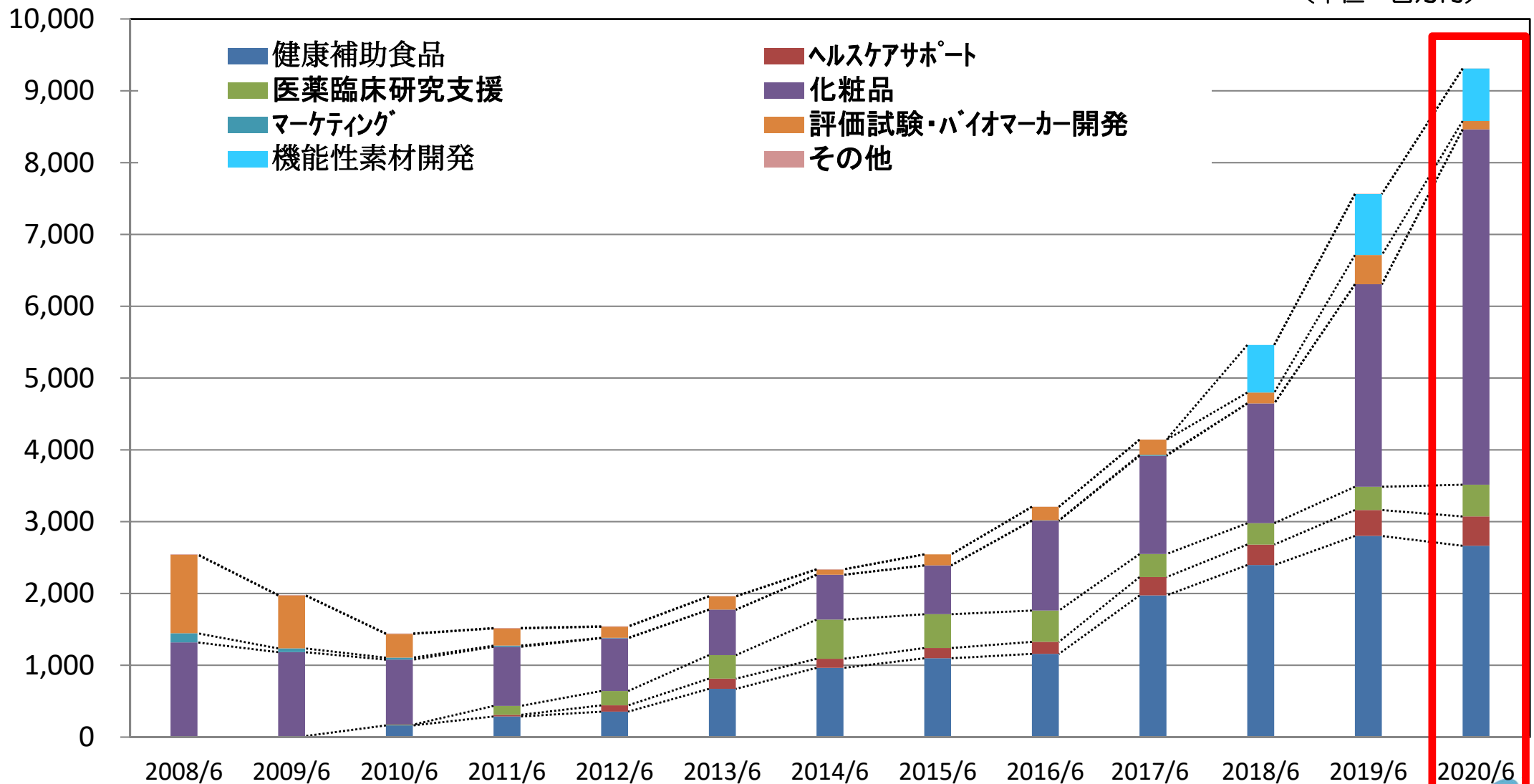
	当期 (2020/6)	前期 (2019/6)	増減	増減率
売上高	9,312	7,568	+1,744	+23.0%
（評価試験事業）	(116)	(406)	(△290)	(△ 71.3%)
（バイオマーカー開発事業）	(0)	(0)	(+0)	-
（医薬臨床研究支援事業）	(442)	(324)	(+118)	(+36.5%)
（ヘルスケアサポート事業）	(408)	(361)	(+47)	(+13.1%)
（化粧品事業）	(4,947)	(2,821)	(+2,126)	(+75.3%)
（健康補助食品事業）	(2,665)	(2,802)	(△137)	(△ 4.9%)
（機能性素材開発事業）	(730)	(850)	(△120)	(△ 14.1%)
（全社）	(2)	(2)	(+0)	-
売上総利益	4,247	3,984	+263	
営業利益	1,047	866	+181	+20.9%
経常利益	1,097	877	+220	+25.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	731	553	+178	+32.2%
研究開発費	61	82	△ 21	
（内疲労関連）	(12)	(28)	(△16)	
（内化粧品）	(22)	(5)	(+17)	
（内機能性素材開発）	(27)	(48)	(△21)	

2017/6期の復配以降、3期連続となる増配を予定
（期末配当金：4.00円/1株 → 5.00円/1株）



事業別売上高推移

(単位：百万円)



10期連続の増収



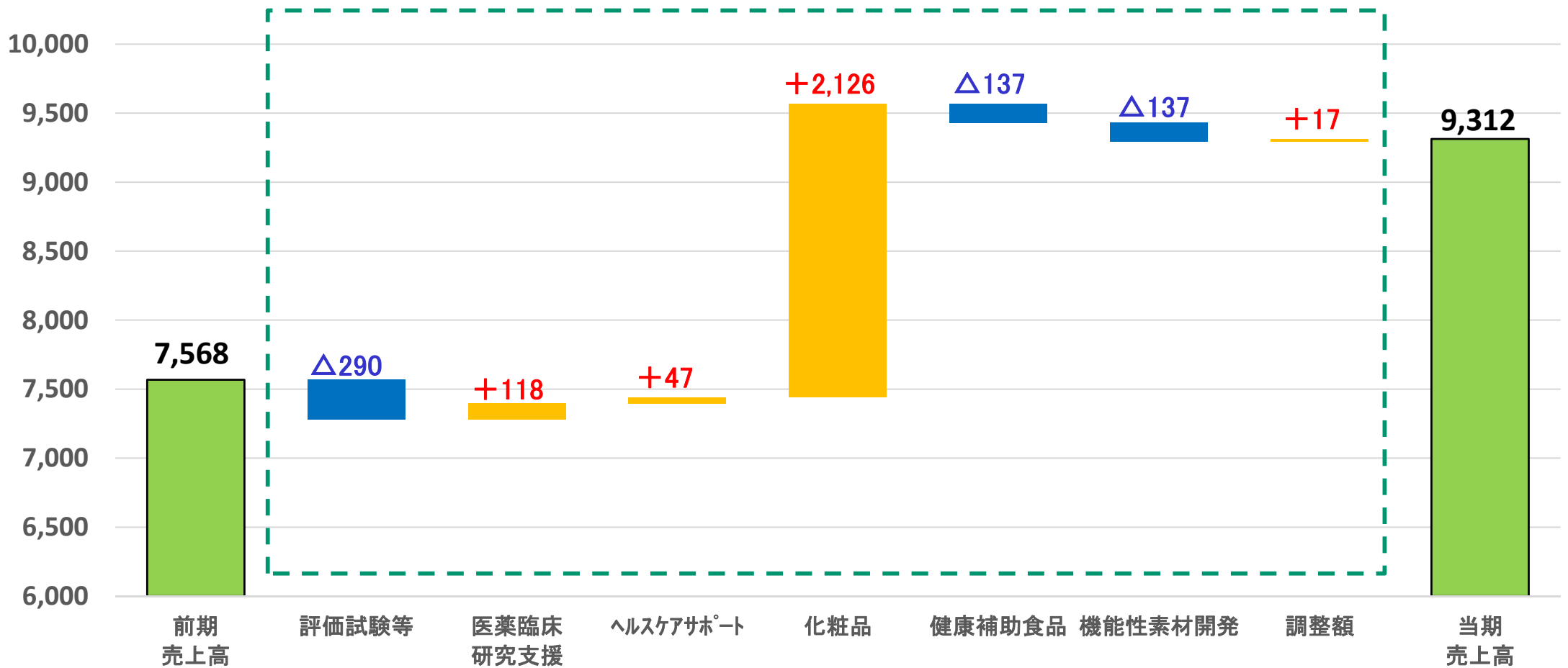
セグメント別 前期比

(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	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	116	406	△ 290	442	324	+118	408	361	+47	4,947	2,821	+2,126	2,665	2,802	△ 137	738	875	△ 137	△ 6	△ 23	+17	9,312	7,568	+1,744
営業費用	122	288	△ 166	400	304	+95	365	322	+42	3,943	2,327	+1,616	2,497	2,542	△ 45	638	716	△ 77	299	202	+97	8,264	6,701	+1,563
売上原価	77	220	△ 143	349	245	+104	285	249	+36	3,006	1,529	+1,476	901	951	△ 50	454	414	+40	△ 7	△ 24	+17	5,065	3,584	+1,481
販管費	45	69	△ 23	50	59	△ 9	79	73	+6	938	798	+140	1,596	1,590	+6	184	302	△ 118	306	226	+80	3,199	3,117	+82
営業利益	△ 6	118	△ 124	42	20	+22	43	39	+4	1,003	494	+509	168	261	△ 93	99	159	△ 60	△ 305	△ 225	△ 80	1,047	866	+181

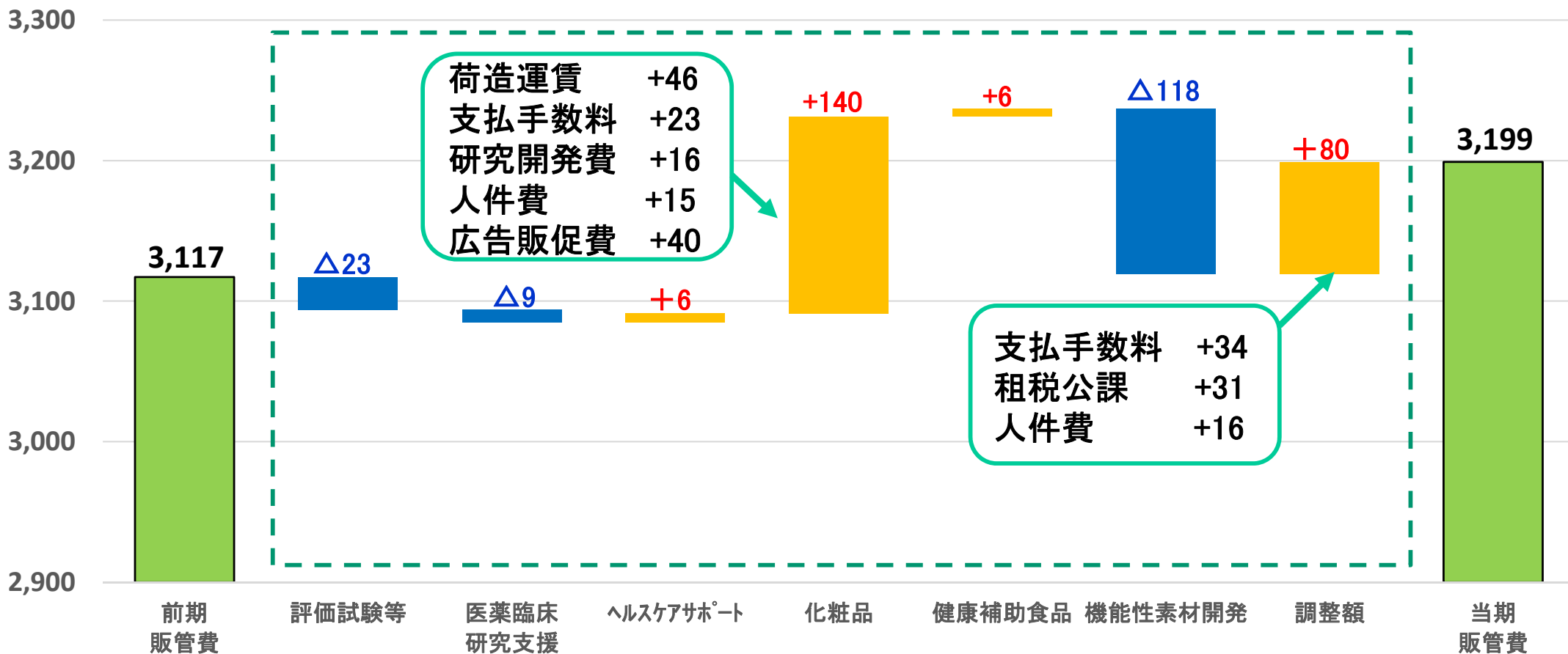
セグメント別 売上高前期比差異

(単位: 百万円)



セグメント別 販管費前期比差異

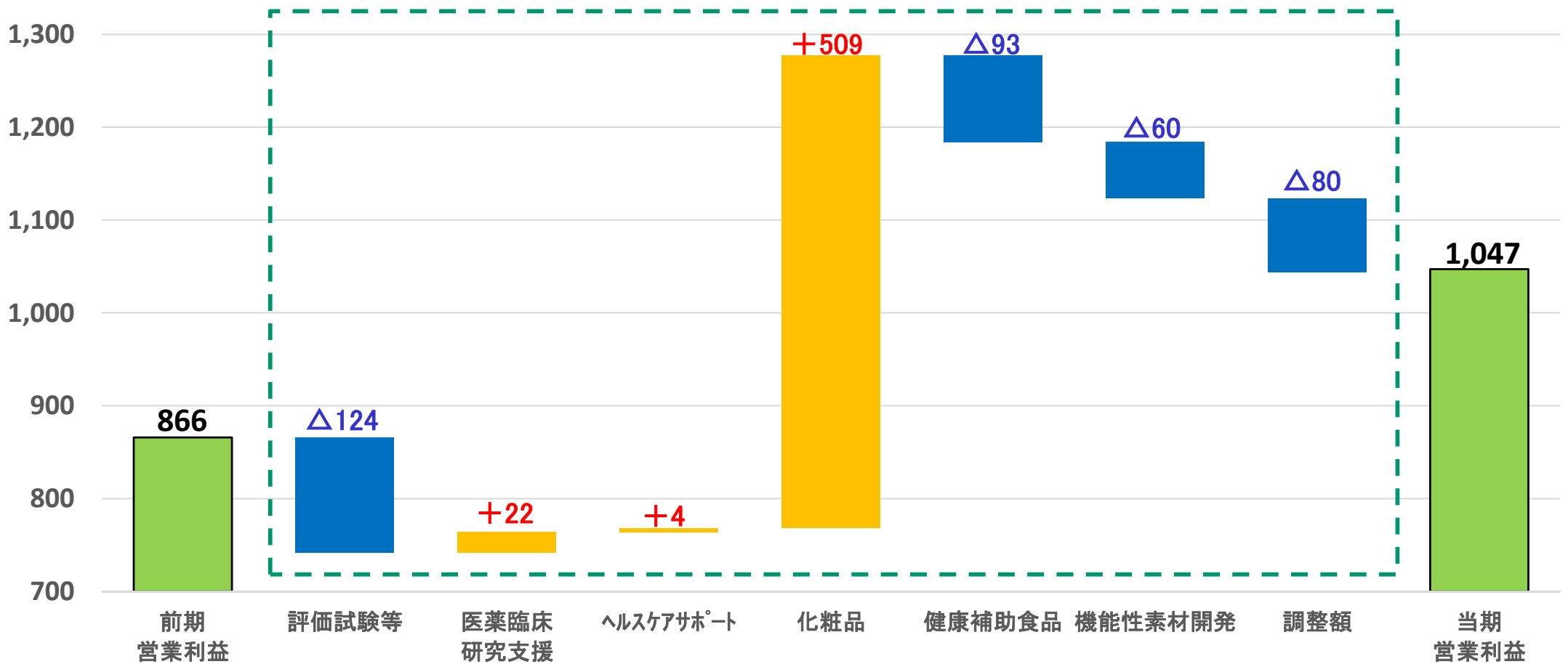
(単位: 百万円)





セグメント別 営業利益前期比差異

(単位: 百万円)



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	116	150	△ 34	442	350	+92	408	400	+8	4,947	3,200	+1,747	2,665	3,090	△ 425	738	810	△ 72	△ 6	0	△ 6	9,312	8,000	+1,312
営業費用	122	150	△ 28	400	310	+90	365	355	+10	3,943	2,580	+1,363	2,497	2,770	△ 273	638	690	△ 52	299	265	+34	8,264	7,120	+1,144
売上原価	77	85	△ 8	349	260	+89	285	280	+5	3,006	1,710	+1,296	901	1,030	△ 129	454	400	+54	△ 7	0	△ 7	5,065	3,765	+1,300
販管費	45	65	△ 20	50	50	+0	79	75	+4	938	870	+68	1,596	1,740	△ 144	184	290	△ 106	306	265	+41	3,199	3,355	△ 156
営業利益	△ 6	0	△ 6	42	40	+2	43	45	△ 2	1,003	620	+383	168	320	△ 152	99	120	△ 21	△ 305	△ 265	△ 40	1,047	880	+167

※ 当初(修正前)業績予想との対比

2020/6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	116	406	△ 290
営業費用	122	288	△ 166
売上原価	77	220	△ 143
販管費	45	69	△ 23
営業利益	△ 6	118	△ 124

- 売上件数 7件（前期比△6件）
※うちトクホ関連 0件、機能性表示関連 4件
- 受注高 97百万円（前期比 △59.4%）
受注残高 148百万円（前期末比 △11.5%）

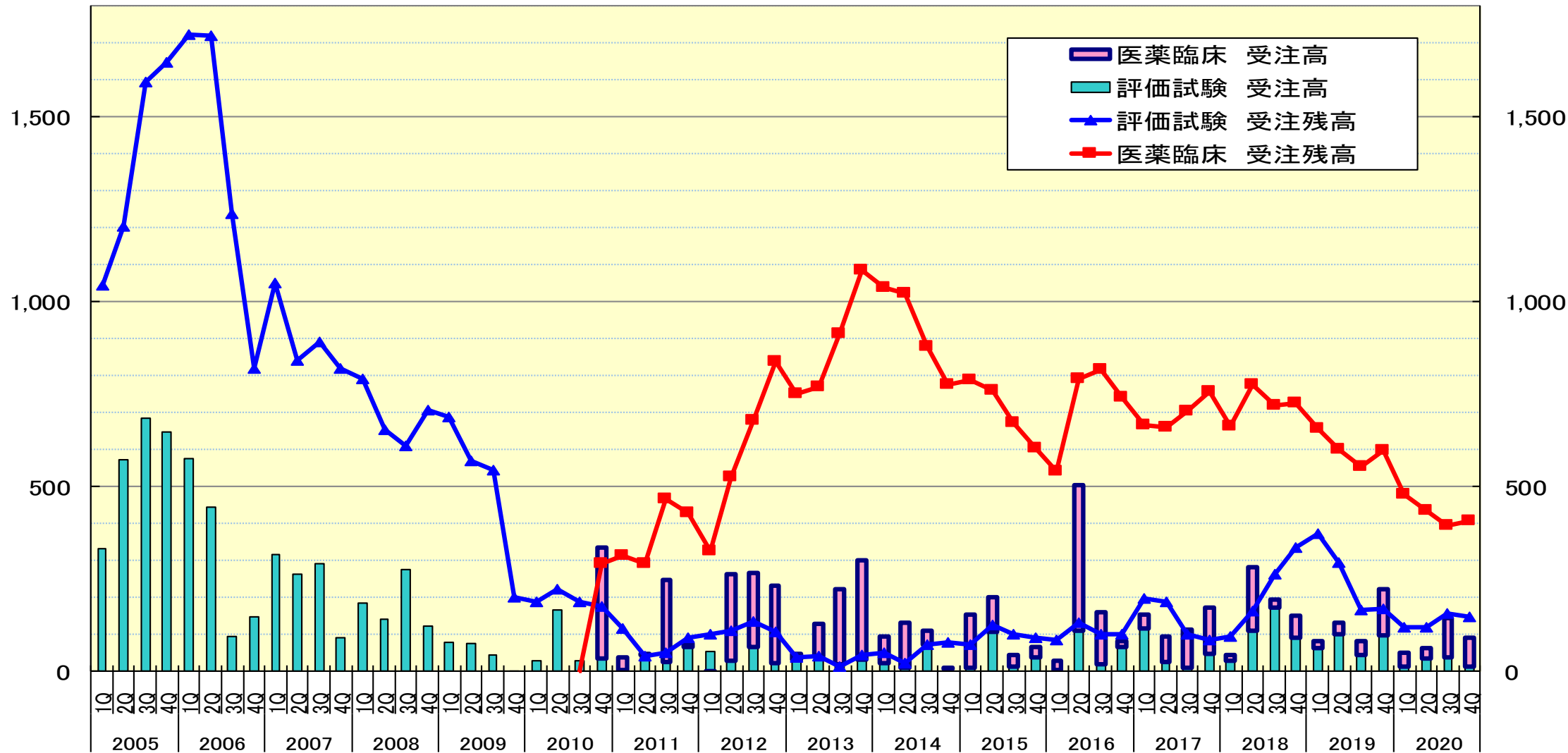
【医薬臨床研究支援】

	当期	前期	増減
売上高	442	324	+118
営業費用	400	304	+95
売上原価	349	245	+104
販管費	50	59	△ 9
営業利益	42	20	+22

- 売上案件数 34件（前期比 +3件）。
- 受注高 251百万円（前期比 +26.6%）
受注残高 407百万円（前期末比 △32.0%）

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

総合医科学研究所が携わった臨床研究において、Journal impact factor
を有する論文が2019年に9本、2020年6月現在4本 パブリッシュ

(例)

- Efficacy of rivastigmine transdermal therapy on low food intake in patients with Alzheimer 's disease: The Attitude Towards Food Consumption in Alzheimer' s Disease Patients Revive with Rivastigmine Effects study(認知症領域)
- Efficacy of dapagliflozin versus sitagliptin on cardiometabolic risk factors in Japanese patients with type 2 diabetes: a prospective, randomized study (糖尿病領域)
- Multicentre randomised controlled trial of balloon pulmonary angioplasty and riociguat in patients with chronic thromboembolic pulmonary hypertension: protocol for the MR BPA study (循環器領域)

2020/6期決算（補足資料）Ⅱ

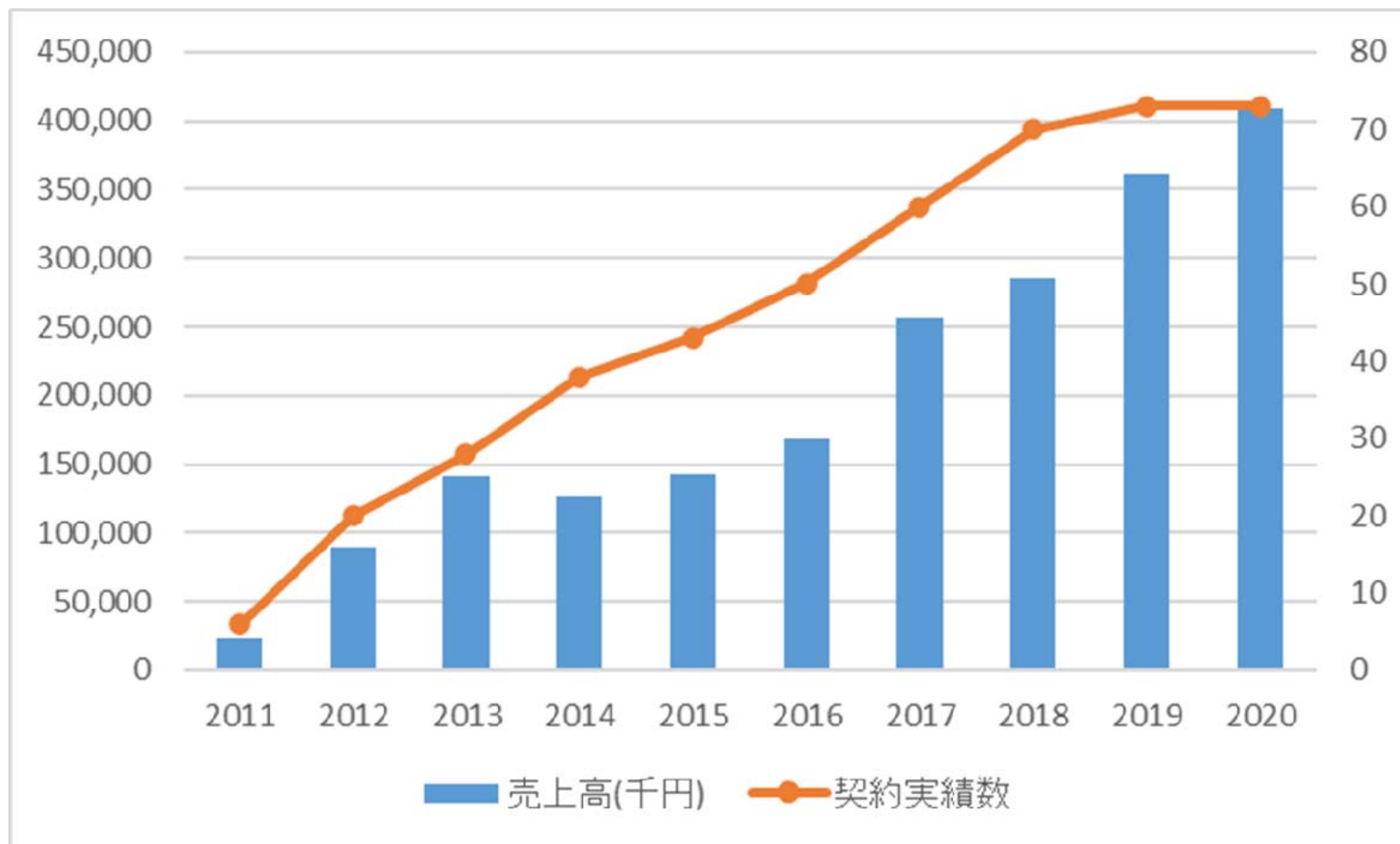
【ヘルスケアサポート】

	当期	前期	増減
売上高	408	361	+47
営業費用	365	322	+42
売上原価	285	249	+36
販管費	79	73	+6
営業利益	43	39	+4

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営業利益は横ばい。



売上高・契約健保数の推移



2020/6期決算（補足資料）Ⅲ

【化粧品】

	当期	前期	増減
売上高	4,947	2,821	+2,126
営業費用	3,943	2,327	+1,616
売上原価	3,006	1,529	+1,476
販管費	938	798	+140
営業利益	1,003	494	+509

1. 卸売売上高 4,772百万円（前期比 +82.2%）
 通販売上高 174百万円（前期比 △13.5%）

2. 広告販促費 257百万円
 （前期比+40百万円、計画比+47百万円）

【機能性素材開発】

	当期	前期	増減
売上高	738	875	△ 137
営業費用	638	716	△ 77
売上原価	454	414	+40
販管費	184	302	△ 118
営業利益	99	159	△ 60

前期に行った決算期変更の影響（前期4月～6月の15ヶ月 → 当期7月～6月の12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 124百万円
 （前期比△86百万円）

2020/6期決算（補足資料）Ⅳ

【健康補助食品】

	当期	前期	増減
売上高	2,665	2,802	△ 137
営業費用	2,497	2,542	△ 45
売上原価	901	951	△ 50
販管費	1,596	1,590	+6
営業利益	168	261	△ 93

広告販促費 835百万円

（前期比△36百万円、計画比△102百万円）

※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）



～ 2021/6期通期業績予想 ～

2021/6期通期業績予想について I

化粧品事業

杭州高浪控股有限公司（Golong社）との資本業務提携の効果、中国市場向け商品のラインナップの拡充、中国における輸入許可の取得による販路の多様化等により、引き続き中国市場での販売が増加傾向で推移する見通し。

※広告販促費計画：通期 330百万円 （当期257百万円）



2021/6期通期業績予想について II

□ 健康補助食品事業

広告販促費投下の第1四半期への集中を緩和し、特に次々期の販売増加に向けた先行投資となる第4四半期への配分を高める予定。広告販促費は当期比で減額する計画であるものの、新型コロナ禍の影響による広告媒体費の低下や消費者の在宅率の上昇により費用対効果が良化傾向にあること等から、若干ながら増収の見込。

[広告販促費計画]

次1Q計画	450百万円	(当1Q	618百万円)
次2Q計画	130百万円	(当2Q	90百万円)
次3Q計画	70百万円	(当3Q	39百万円)
次4Q計画	140百万円	(当4Q	88百万円)
次期	790百万円	(当期	835百万円)



2021/6期通期業績予想について Ⅲ

□ 医薬臨床研究支援事業

当期末の受注残高が前期末比32.0%減であること等から減収の見込。

□ 評価試験事業

当期末の受注残高は前期末比11.5%減であるものの、前期受注の大型試験の売上計上予定や足元の受注動向等から増収の見込。

◆ 研究開発費

化粧品事業、機能性素材開発事業、健康補助食品事業において、新商品開発やエビデンス構築に向けた臨床試験等のため、研究開発費を増額。

2021/6期通期業績予想（連結）

（単位：百万円）

	次期予想 (2021/6)	当期 (2020/6)	増減	増減率
売上高	10,000	9,312	+688	+7.4%
（評価試験事業）	(220)	(116)	(+104)	(+89.7%)
（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)	(442)	(△122)	(△ 27.6%)
（ヘルスケアサポート事業）	(410)	(408)	(+2)	(+0.5%)
（化粧品事業）	(5,550)	(4,947)	(+603)	(+12.2%)
（健康補助食品事業）	(2,700)	(2,665)	(+35)	(+1.3%)
（機能性素材開発事業）	(800)	(730)	(+70)	(+9.6%)
（全社）	(0)	(2)	(△2)	-
売上総利益	4,780	4,247	+533	
営業利益	1,300	1,047	+253	+24.1%
経常利益	1,300	1,097	+203	+18.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	900	731	+169	+23.0%
研究開発費	140	61	+79	
（内疲労関連）	(40)	(12)	(+28)	
（内化粧品）	(50)	(22)	(+28)	
（内機能性素材開発等）	(50)	(27)	(+23)	



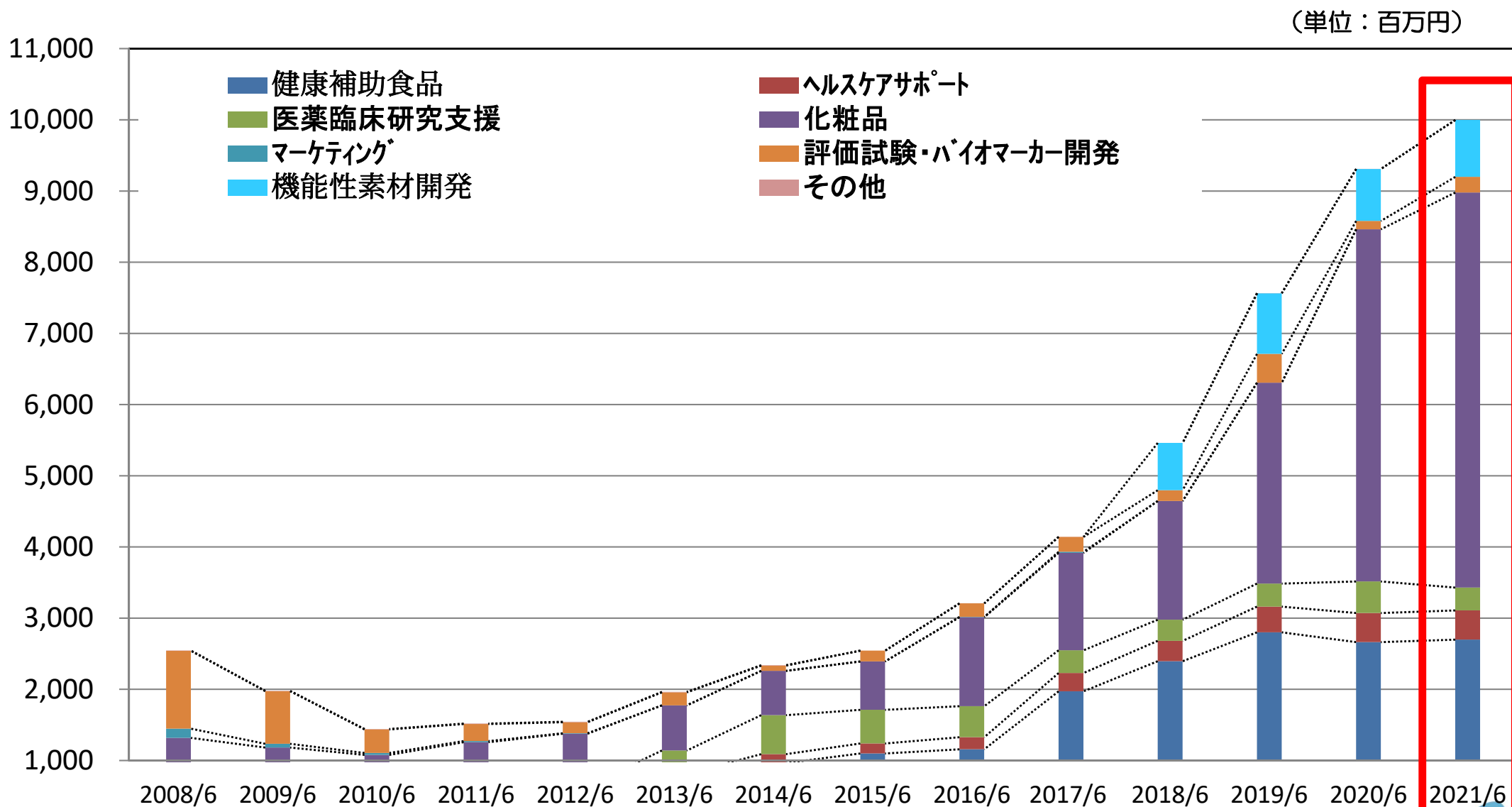
セグメント別 当期比

(単位: 百万円)

	評価試験・ ハイオマーカー			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		
	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	220	116	+104	320	442	△ 122	410	408	+2	5,550	4,947	+603	2,700	2,665	+35	800	738	+62	0	△ 6	+6	10,000	9,312	+688
営業費用	200	122	+78	300	400	△ 100	360	365	△ 5	4,370	3,943	+427	2,480	2,497	△ 17	690	638	+52	300	299	+1	8,700	8,264	+436
売上原価	150	77	+73	250	349	△ 99	280	285	△ 5	3,150	3,006	+145	910	901	+9	480	454	+26	0	△ 7	+7	5,220	5,065	+155
販管費	50	45	+5	50	50	△ 0	80	79	+1	1,220	938	+282	1,570	1,596	△ 26	210	184	+26	300	306	△ 6	3,480	3,199	+281
営業利益	20	△ 6	+26	20	42	△ 22	50	43	+7	1,180	1,003	+177	220	168	+52	110	99	+11	△ 300	△ 305	+5	1,300	1,047	+253



事業別売上高推移と次期予想



11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 Pro. シリーズ」売上推移（販売個数）

（単位：個数）



- 主力製品である「モイストクリームマスクPro.」の当期の販売個数は、362万個。新型コロナ禍による影響で1月下旬から2月中旬まで一時的に販売が落ち込んだものの、以降は急回復。
- 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、ヒット商品に成長。

海外戦略製品「Bb Pro.シリーズ」の新商品開発とNMPA申請状況



PHマッサージゲルPro.



PHマッサージクリームPro.



モイストクリーム
マスクPro.



PHモイストチャージ
ゲルクリーム



PHモイストチャージ
エッセンス



PHモイストヴェール
UV

- 「Bb Pro.シリーズ」を中国市場をはじめとする海外戦略品と位置づけ、商品開発を加速しラインナップを強化。
- 主戦場である中国市場に関しては、越境ECに加え、一般貿易輸出販売（実店舗および中国国内EC販売等）が可能となるよう、発売と同時にNMPA（国家薬品监督管理局、IBC FDA）への輸出登録を申請。
- 「モイストクリームマスクPro.」のヒットを受け、その派生品3品のNMPAの輸出登録を完了し中国市場に投入。
- 2020年6月末時点のNMPA輸出登録商品は13品。新たに2品を申請中。

T-Mall国際 2020年 1億元 突破ブランド

創新 | 全球品牌入華孵化打響
Innovation | Support Global brands enter Chinese market

100M Club 33 NEW+
年度海外億元俱樂部品牌新增 33 個
New overseas brands in RMB 100 million (USD 15 million)

SHISEIDO	BRAUN	BOGERRA	POLA	UNNY	YOUNG	WLab	PHILIPS	Aspen
Top City	Martell	RENOVA SERVICE	MT	pigeon	楊子	JOY	4DMM	Yunnan Pab
Wing Link	gol	Dr. Amal	Acne	ALPINE	Alibaba	Sunshine	DHC	Color
SPACE	Ward	Al-Jalal	Ward	Ward	Ward	Ward	Ward	Ward

TG1000 天貓國際全球合作夥伴盛典
TG1000 TMALL GLOBAL 2020 GLOBAL PARTNERS SUMMIT

- 2019年4月～2020年3月までの累計実績によりBbブランドがT-Mall国際（越境EC）の年間売上1億元（約15.7億円）突破ブランド33社に名を連ねる。
※そのうち日本の化粧品ブランドは「資生堂」「ポーラ」「DHC」「小林製薬」

中国のショッピングデー「11.11」（W11「独身の日」）および「3.8」「6.18」におけるT-Mall国際旗艦店での売上実績

イベント	販売金額（元）
2017.11.11	2,760,000
2018.6.18	6,520,000
2018.11.11	11,179,000
2019.6.18	10,678,211
2019.11.11	14,029,772
2020.3.8	14,500,000
2020.6.18	11,875,334



- 「3.8」 婦人節では、KOL 施策が成功しW11を超える1,450万元（約2.2億円超、Golong社ベース）。
- W11とならぶショッピングイベントである「6.18」の売上実績は、対前年比11.2%増、1,187万元（約1.8億円、Golong社ベース）を記録。
- 「6.18」の中国大手ECサイト「Kaola.com」のブランド別売上ランキングにおいて、6位にランクイン。
（為替レート：1元15.7円換算）

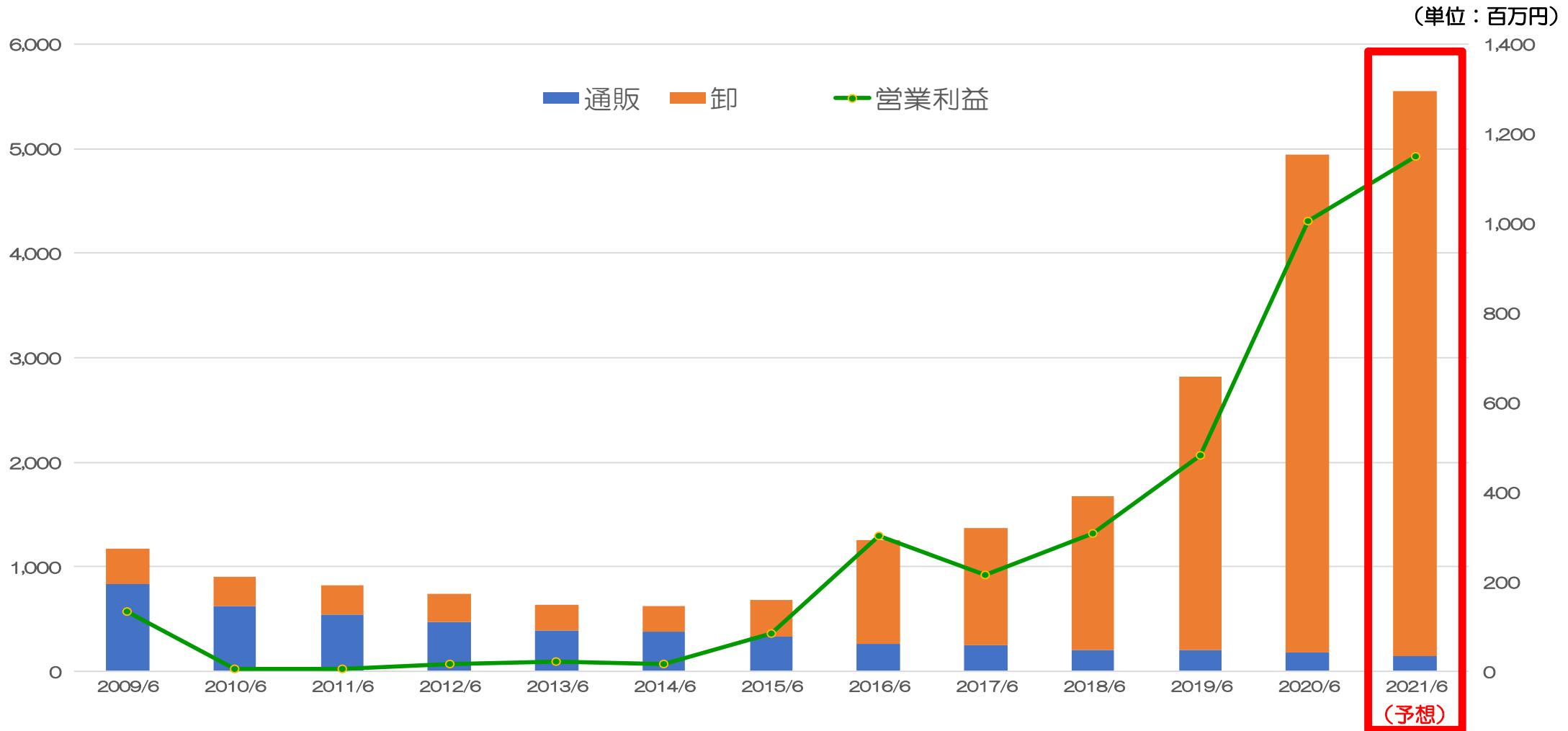
マーケティング活動例/中国

Weibo、Bilibili(動画)、TikTok、ライブ配信等、SNSを駆使したマーケティングを時流に合わせたKOLを起用し継続中。



- 中国でトップクラスのKOL「オースティン（李佳琦）」がアンバサダーに就任。15分で15,000本の口紅を売った実績を持ち、アリババ元トップのジャックマーも認める、男性美容家の人気KOL。
- 好調の「モイストクリームマスクPro.」、「PHマッサージクリームPro.」を中心に、「3.8」婦人節においても広告塔としてライブコマースを発信し、同商品がSNS上で拡散され3月、4月の売上に大きく貢献。

販売チャネル別売上高および営業利益の推移と次期予想



- 次期は、売上高5,550百万円（当期比+12.2%）、営業利益は1,180百万円（当期比+17.6%）を予想。新型コロナウイルス禍の早期終息が見通せない中、主力市場である中国の足元の消費活動の低下やサプライチェーン等に懸念があるものの、新商品の投入、Golong社（中国・杭州市）との資本業務提携によるマーケティング強化等により高い競争力が維持出来ていることから、増収・増益となる見通し。



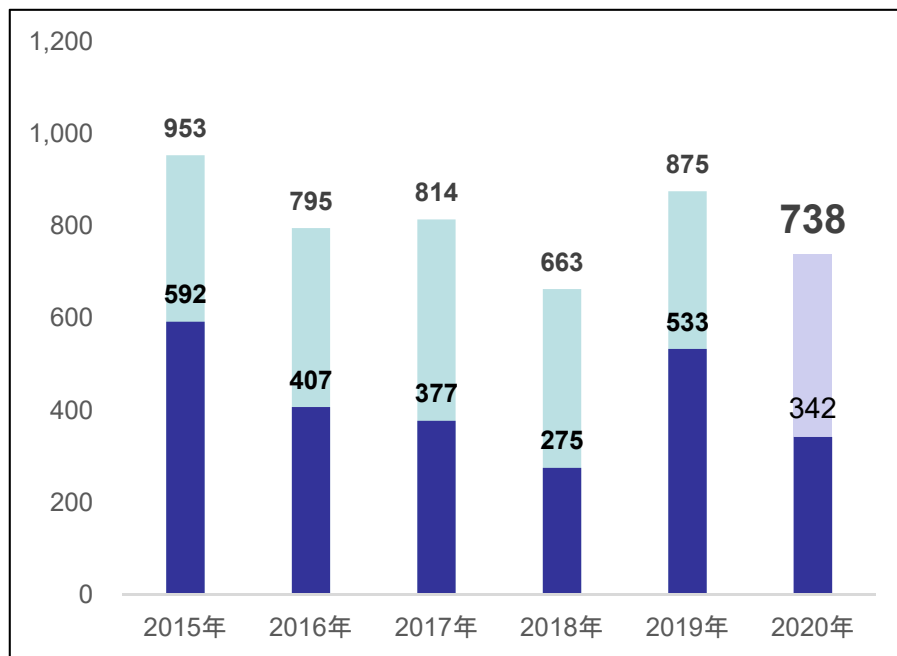
～ 機能性素材開発事業 ～

決算関連 TOPICS 1

決算期変更 ⇒ 前期15ヶ月（4月～6月）→当期12ヶ月（7月～6月）

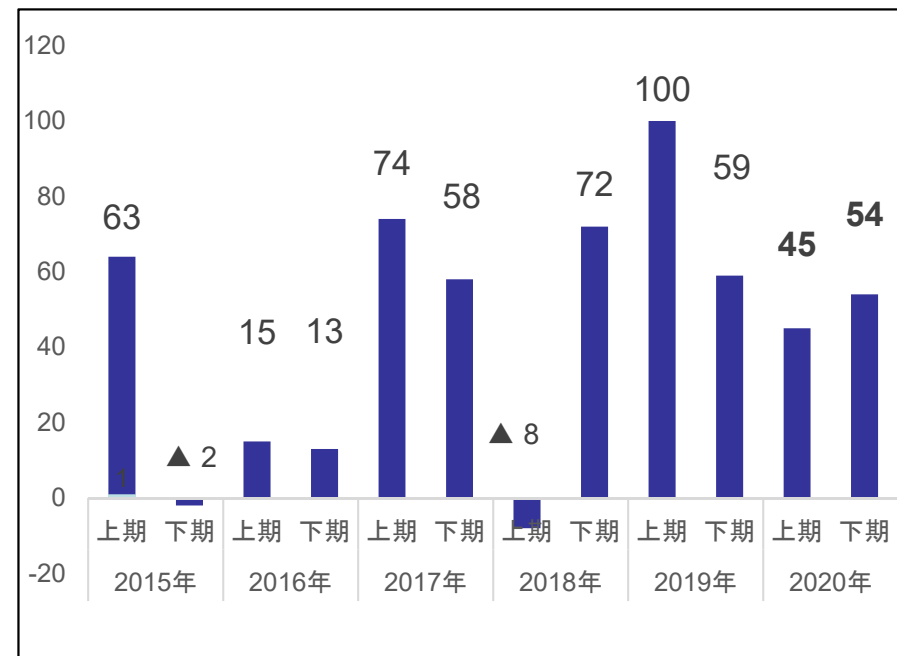
売上高推移

（単位：百万円）



営業利益推移

（単位：百万円）



1. 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による原料価格高騰も落ち着きをみせるかと思われたが、コロナ特需による高止まりの様相。

船積み遅延により納入量減 ⇒ 海外5社からの調達に加え、新規に豪州2社、欧米2社検討

2. 主力販売会社の動向

直近2020年1月～6月の製品売上：前年同期比20%減の見込に対し10%減の実績と健闘。
新型コロナ禍によりペースは鈍いものの、展開エリアがアジア（越境EC）に拡大。

3. 妊活関連の売上好調、成長継続中

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。

妊活向けサプリ売上 前期比+172%

当期 妊活サプリメントOEM得意先 1社追加 現在4社契約

4. 共同研究（歯科分野）

朝日大学 歯学部 : テーマ 口腔環境改善

鶴見大学 歯学部 : テーマ ラクトフェリン摂取による口腔環境改善効果確認試験
※新型コロナ禍により遅延

5. 機能性表示食品の届出

機能性表示食品届出提出中

「舌苔の減少と口腔環境改善に役立つ機能を持つ」

「内臓脂肪の低下に役立つ機能を持つ」

臨床試験準備中

「睡眠領域の改善機能を持つ」



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～ (ヘルスケアサポート事業とのコラボ)
 専門職と一緒に3ヶ月間、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のサポートを開始 ⇒ 当社選択率が向上
本サービスを採用する健保がスタート時の1社から現在は3社に

特定保健指導のご案内
 私たち専門家がサポートします。
 専門医監修の支援プログラムに基づき、あなたの体質やライフスタイルに合った良質な生活習慣改善の方法を専門家が一緒に考え、実践や相談をサポートします。

下記のコースからご希望のコースが選択可能です

食習慣改善 3ページ
 内臓脂肪の低減をサポートするサプリメント(ラクトフェリン)を活用して生活習慣改善をサポートします。
 ①ラクトフェリンコース ②SAS検診コース

運動習慣改善 5ページ
 心拍数、歩数、カロリー、睡眠記録等が可能なプログラム付属の防水多機能スマートウォッチを用いて、運動習慣改善をサポートします。
 ③スマートウォッチコース

睡眠の質改善 6ページ
 自宅で手軽につけて一晩で体の温度を下げ、無呼吸症状(ASAS)の可能性を調べます。
 ④SAS検診コース

その他 7ページ
 温泉水入浴剤を用います。重炭酸イオンが、毛細血管までしっかり広げ、血行を促進します。
 ⑤温泉入浴剤コース

① ラクトフェリンコース 訪問面談 WEB面談

今日から、LION

腸まで届ける ナイスリムエッセンス
ラクトフェリン
 ライオンの「ラクトフェリン」は、内臓脂肪を減らすのを助け、高めのBMIの改善に役立ちます。

ライオンは、世界に先駆けてラクトフェリンの優れた健康作用に着目、長年の研究によって、腹部脂肪の内臓脂肪を減らす効果を実証しました。

内臓脂肪の低減
 ラクトフェリンを毎日摂取した結果、腹部の内臓脂肪の低減が確認されました。

高めのBMIの改善
 ラクトフェリンの摂取(毎日)と大腸でBMIを改善。その結果、BMIの低減が確認されました。

今すぐBMIをチェック!
 BMIは肥満度の判定に役立つ数値です。体重が増えることでBMIが増えます。
 $BMI = \frac{\text{体重(kg)}}{\text{身長(m)}^2}$
 例) 体重 70kg、身長 1.75m
 $BMI = \frac{70}{1.75^2} = 22.4$
 あなたのBMIは?

【腸まで届ける ナイスリムエッセンス ラクトフェリン】
 本品にはラクトフェリンが含まれるので、内臓脂肪を減らすのを助け、高めのBMIの改善に役立ちます。

【No.1】 200名以上

LION ウェルネスグループ

1.WEB TV 面談

体調やライフスタイルに合った具体的な生活習慣改善の改善方法を面談にて決定。

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、電話で専門職が実践をサポート。

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。

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社へOEM提供

横浜薬科大学の研究成果を活用した低GI値（食後血糖値上昇度の指標）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 パルシステム等
歯科医師（開業医）や相談薬局、NPO法人にも好評販売中



■ラクトフェリン+キシリトール チュアブルの開発

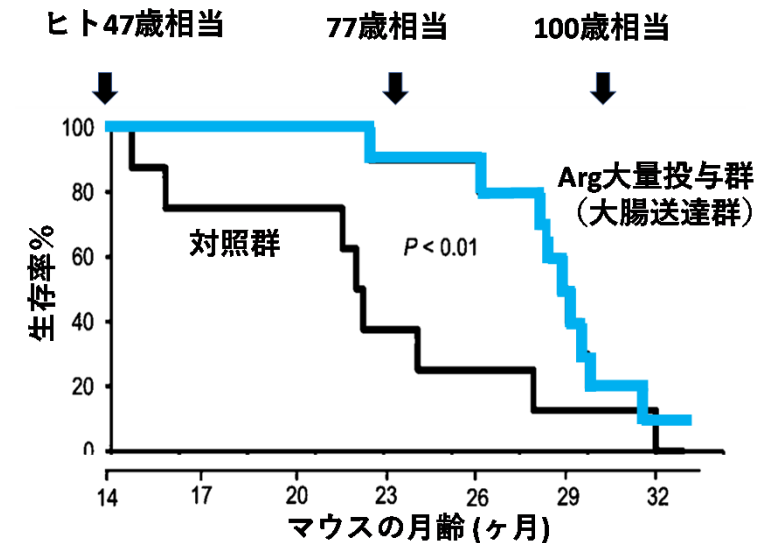
幼児用チュアブル、ラムネ等、機能性を持った菓子類の開発進行中。



新規素材開発（大腸送達アルギニン）

大腸送達アルギニンの画期的な研究成果

- ◆ 理化学研究所（辨野研究室）と協同乳業の研究成果
- ◆ ポリアミン（長生き物質）の生成が寿命を決めている可能性
- ◆ 大腸にアルギニンを送達すれば腸内細菌の働きでポリアミンが効率よく生成される
- ◆ 動物モデルでは寿命が1.3倍に（右図）
- ◆ 基本特許及び製剤特許が成立している



Sci Rep 4 4548 (2014)の図5より雄データを抽出改変 マウス15月齢をヒト50歳相当とした

主な応用分野

血圧、動脈硬化、認知機能、男性機能、女性不妊、運動機能、美容（肌、髪、眉毛、爪）、フレイル対策、睡眠

新規素材開発（大腸送達アルギニン）

大腸送達アルギニンを第2の柱候補として販売推進

- 排他的なライセンス使用权を取得
- 2019年10月から営業を開始し、3社から販売開始
- 次期戦略商品のひとつとして営業並びに開発推進





～ 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 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)

■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、水溶化ルテイン、コンドロイチンA+リカバリー酵母、高濃度シトルリン

■卸（店頭）・OEM

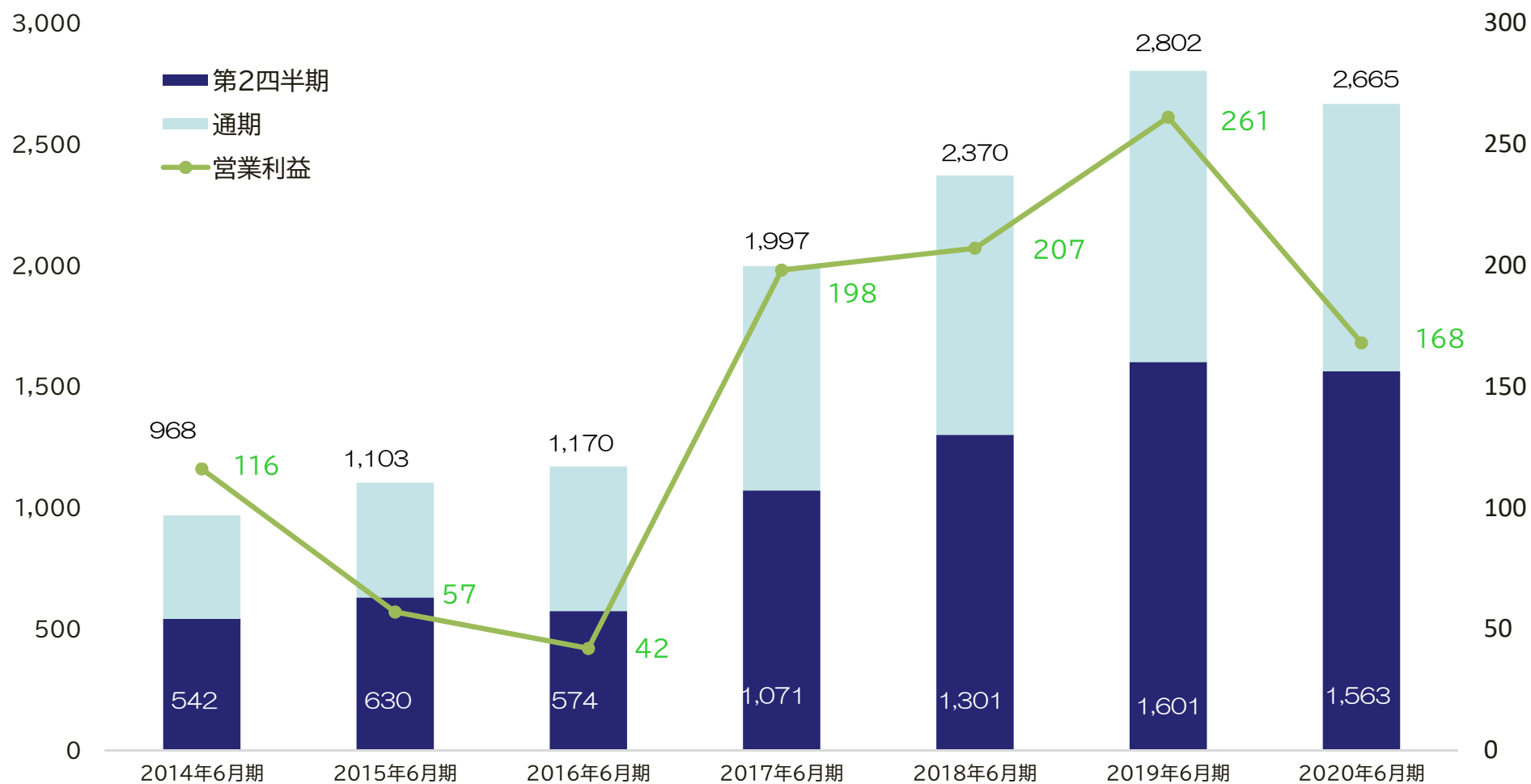


アスリート、イミダペプチド240、イミダペプチドビューティ、ソフトカプセル63粒、イミダペプチドGOLD、ランナーズゼリー

イミダペプチドの累計購入者53万人以上、累計販売実績4500万本突破！

売上高・営業利益推移

(百万円)



当期業績ハイライト

- ①需要期の夏場となる第1四半期に前年同期よりも増額して広告宣伝費を集中的に投下。全体として採算ラインは確保したものの、不採算の広告出稿が発生し、計画は未達。第2四半期以降は、広告宣伝費の投下を抑制。
- ②前期（2019年6月期）の第4四半期に広告宣伝費の投下を抑制したこと等から、当期は期初の定期顧客数が前期の期初よりも減少した状態でスタート。広告宣伝費の総額が前期よりも減少したこともあり、売上高、定期顧客数ともに伸び悩む。
- ③当期の上期に実施した物流倉庫・配送業者変更、コールセンター委託会社の追加等により初期費用、変更作業費用等の一時的費用が発生。次期以降は改善要因に。
- ④当期末の定期顧客数は前期末比で横這いとなったもののロイヤルユーザー（安定顧客）比率は向上。
- ⑤疲労の正しい知識、「イミダペプチド」の認知は着実に向上。

TOPICS：抗疲労研究成果の普及活動、書籍出版＆啓発

大洋図書



2020年7月29日発売
※セブンイレブン主体

ベストセラーズ



2020年7月9日発売
※全国書店

サプライズBOOK



2020年8月4日発売
※ファミリーマート主体

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

TOPICS：マスコミ露出（一部抜粋） 2020年2月～

	番組名・雑誌名	掲載日	内容等
2020年	Dr.クロワッサン (マガジンハウス)	6月26日	鶏むね肉は疲れにくい体づくりに役立つ抗疲労成分イミダペプチドが豊富
	Tarzan (マガジンハウス)	6月3日	脳の酸化ストレスを抗酸化作用で中和するイミダペプチドを鶏胸肉などから摂ろう
	鶏むね肉とブロッコリーがすごい！ (笠倉出版社)	5月28日	イミダゾールジペプチドは抗酸化物質で、活性酸素を撃退し、疲労回復をもたらす効果
	あしたも晴れ！人生レシピ (NHK Eテレ)	5月22日	イミダゾールジペプチドは脳の疲労を和らげる効果があるとして注目
	美ST (光文社)	4月17日	体内の活性酸素の発生を抑え込んでくれるイミダペプチドは鶏胸肉に豊富
	林修の今でしょ！講座 (テレビ朝日)	4月14日	イミダゾールジペプチドは活性酸素を撃退し、疲労を回復させる効果が非常に高い

（その他雑誌・新聞）ESSE、LDK、日経ウーマン、anan、オレンジページ、AERA、報道ライブインサイドOUT、etc.

TOPICS：イミダペプチド認知向上プロモーション

疲労感を軽減 イミダペプチド
「小林旭・疲れはためるな」CM

イミダペプチドは、
小林旭として走り続けるために
欠かせないものだね。

愛飲歴
9年

俳優・歌手
小林旭 さん
(満81歳)



替え歌の「疲れはためるな、軽くしろ～イミダペプチドで～」のフレーズが脳内でリフレインするとSNS等でも話題に

TOPICS：新商品開発実績

①数量限定商品（2020年4月14日発売）

◆イミダペプチドブラック 30本13,600円
（イミダゾールジペプチド 400mg、アルギニン 400mg）

◆イミダペプチドホワイト 30本11,000円
（イミダゾールジペプチド 300mg、ビタミンC 1000mg）



50mL 30本（1日目安1本）

各成分を高配合した限定ドリンク2種を展開
発売後、約2か月で各2,000箱が完売、潜在ニーズの高さを実感

②機能性表示食品（2020年5月1日リニューアル発売）

◆HMBカルシウム 10本1,728円
（HMBカルシウム 1500mg）
筋力の維持・低下抑制に役立つ機能

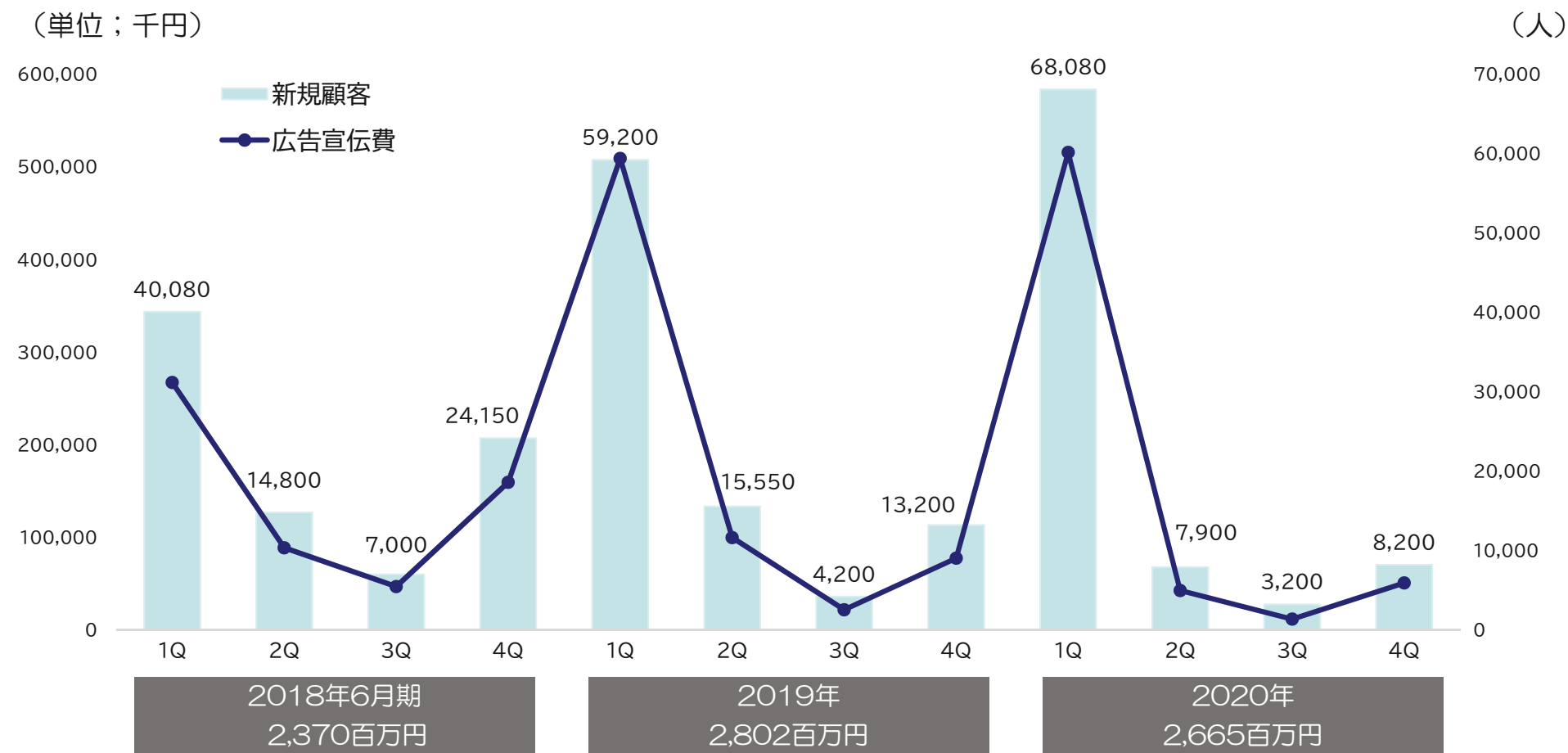
機能性表示食品のラインナップを充実



65mL 10本（1日目安1本）

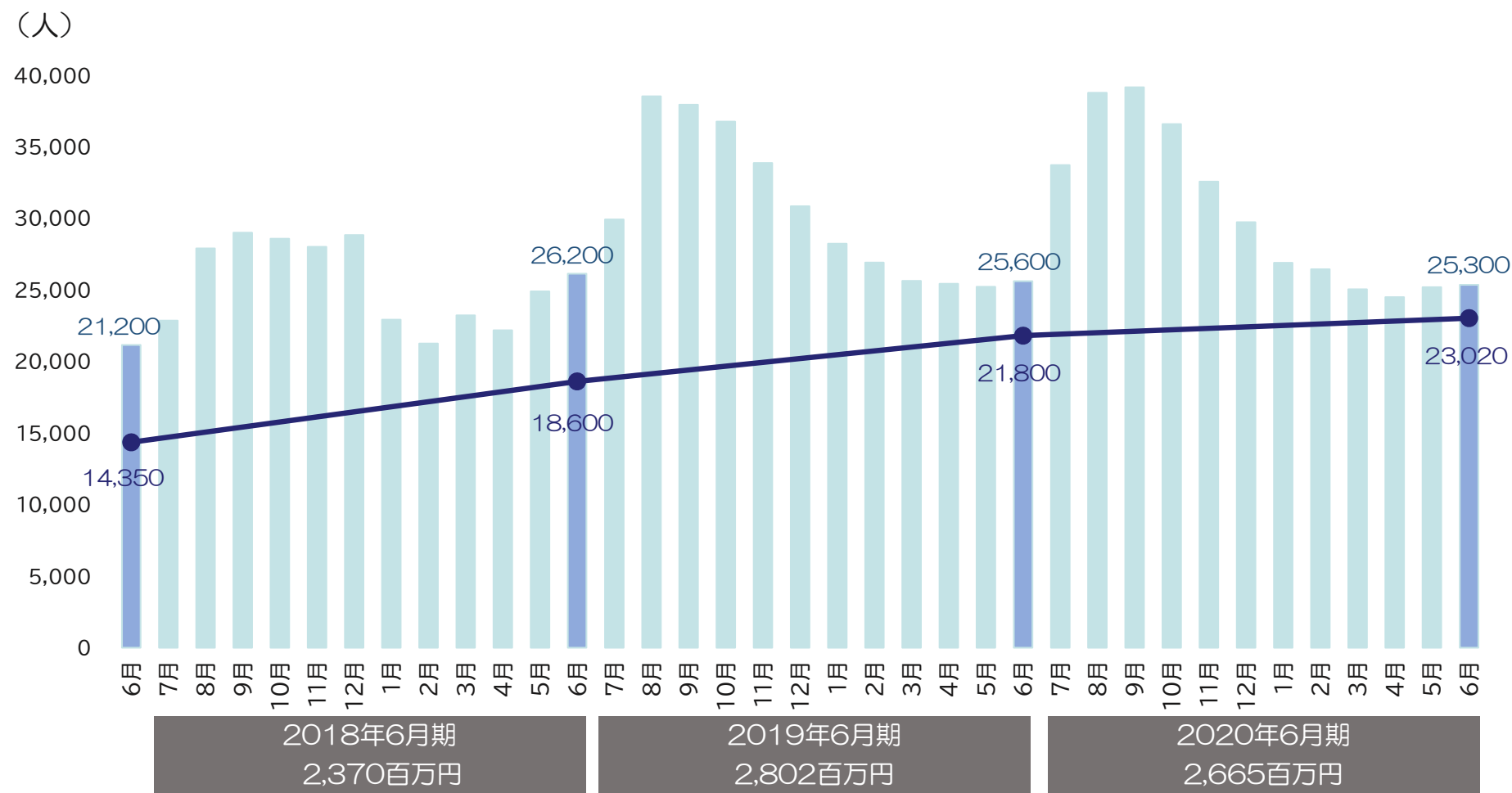
※価格は全て消費税込みです。

新規顧客（通販）の獲得推移



需要期の夏場となる第1四半期の広告が最もレスポンス効率は良いものの、特に新規に実施した媒体において不採算投資が発生。第2四半期以降は、広告宣伝費の投下を抑制したため、新規顧客の獲得数が前期比で減少。

定期顧客数の推移



当期への先行投資となる前期の第4四半期の広告宣伝費を抑制したこと等から、当期のスタートが前期よりも低い位置からとなり、さらに広告宣伝費の総額が前期比で減少したこともあり、売上高、定期顧客数ともに伸びず。

2020年6月末時点の定期顧客数は前期末比微減。継続率が高くなる6か月経過の定期顧客数は前期末比+1,220人。

次期の展開（足場固め、持続的成長軌道への回帰）

①新規顧客獲得広告（より効率的な展開）

新型コロナ禍の影響による在宅率上昇、広告単価減により、直近の広告効率は改善傾向。採算管理の厳格化により費用対効果の高い媒体に厳選出稿。次々期を見据えた広告配分。

[広告販促費計画]

次1Q計画	450百万円	（当1Q	618百万円）
次2Q計画	130百万円	（当2Q	90百万円）
次3Q計画	70百万円	（当3Q	39百万円）
次4Q計画	140百万円	（当4Q	88百万円）
次期	790百万円	（当期	835百万円）

②クロスセル商材の開発

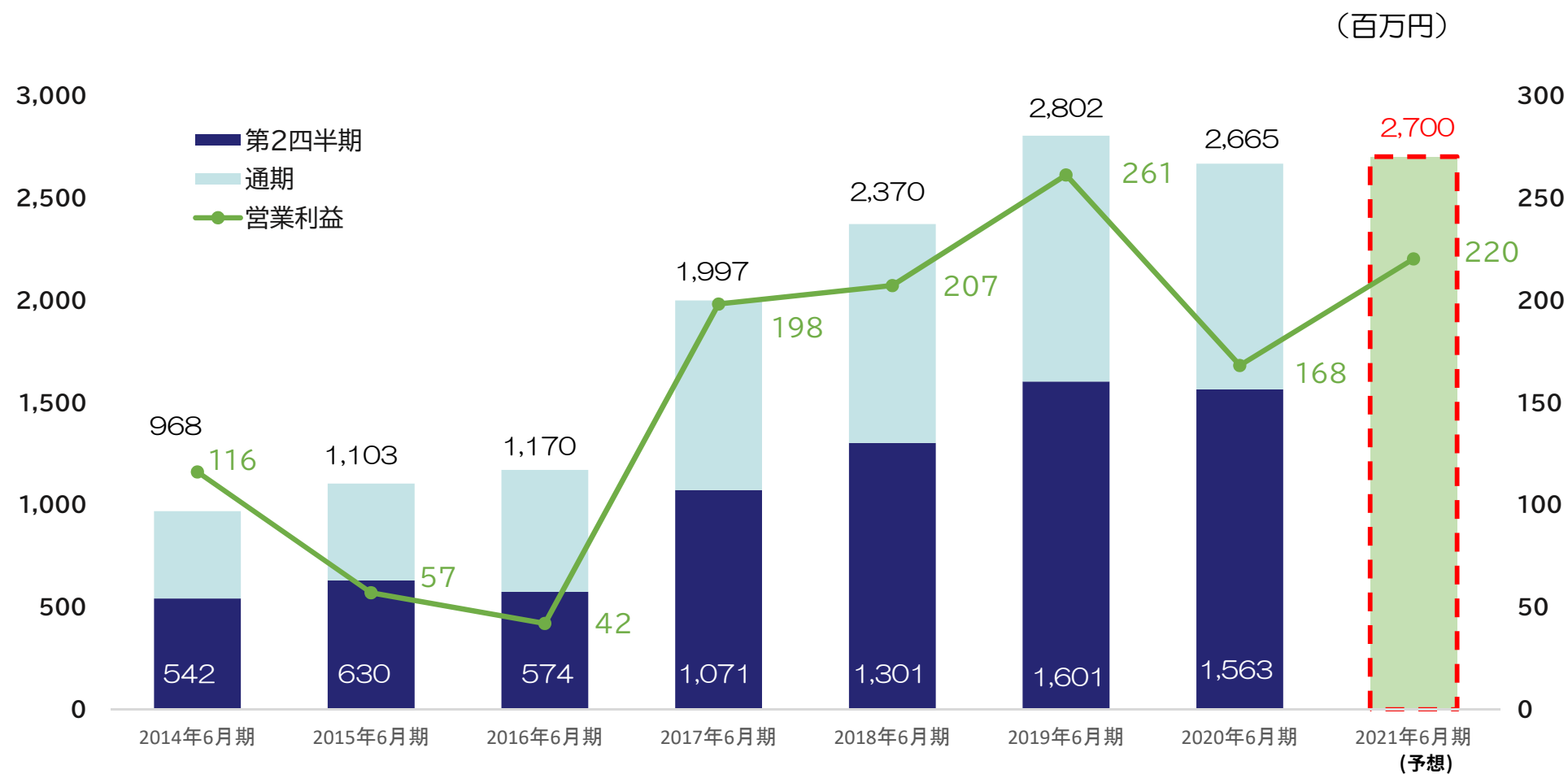
昨今の情勢からラクトフェリン、ビフィズス菌商材（免疫訴求）の販売が増加傾向。一般的な健康志向の高まりもあり、関連商品の開発やクロスセルを強化し、LTV向上を図る。

③間接コストの抑制

広告販促費投下の第1四半期への集中を緩和し、通期で平準化することでコールセンター等の外注費を抑制。

自動応答、Q&Aの充実、LINEの友だち登録等を推進し、既存顧客と、より迅速かつコミュニケーションが密になる体制へ。対応品質向上と間接コスト抑制の両立を図る。

次期予想 売上高・営業利益推移



次期は、次々期の販売増加に向けた先行投資となる第4四半期への広告配分を高め、持続的成長軌道への回帰を図る。



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