



- User-oriented Medicinal Product & Service Developer -

総医研ホールディングス

(2385 東証グロース)

2024年6月期第2四半期決算説明会資料
(2024年2月19日)

経営理念

「医科学の研究成果を事業化し、
人々の健康で安全な生活の実現に寄与する」

当社グループは、大学発のバイオマーカー技術に基づく「エビデンス」を様々な領域で構築、活用することにより、人々の健康で安全な暮らしを実現し、医療費の抑制や生活快適性の向上等に貢献することを目指します。

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

- ・評価試験事業
【評価試験・バイオマーカー】
- ・医薬臨床研究支援事業
【医薬臨床研究】
- ・ヘルスケアサポート事業
【特定健診・特定保健指導等】

(株)ウイルス医科学研究所

- ・ウイルスを利用した疲労等のバイオマーカー研究開発

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)

- ・健康補助食品事業
【抗疲労ドリンク「イミダペプチド」等の販売】

(株)ビービーラボラトリーズ

- ・化粧品事業
【プラセンタ原液、化粧品製造販売】

機能性素材の開発

(株)NRLファーマ

- ・機能性素材開発事業
【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】

(株)エビデンスラボ

- ・エビデンス ベースマーケティング支援

～ 2024/6期第2四半期決算～



□ 化粧品事業

- 「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が、福島第一原発処理水の海洋放出を発端とする日本製品の不買運動および現地メーカーの台頭による競争激化の影響等を受け、大幅な減収および減益。

□ 健康補助食品事業

- 新規顧客の獲得数が前年同期を上回り、売上高は概ね前年同期程度となったものの、広告料の高騰等による広告効率の悪化および原材料価格の高騰による売上原価の増加等により大幅な減益。

□ 機能性素材開発事業

- 妊活分野のラクトフェリンのOEM販売は好調に推移したものの、ラクトフェリン原料の販売が減少傾向で推移したこと等から、減収および減益。

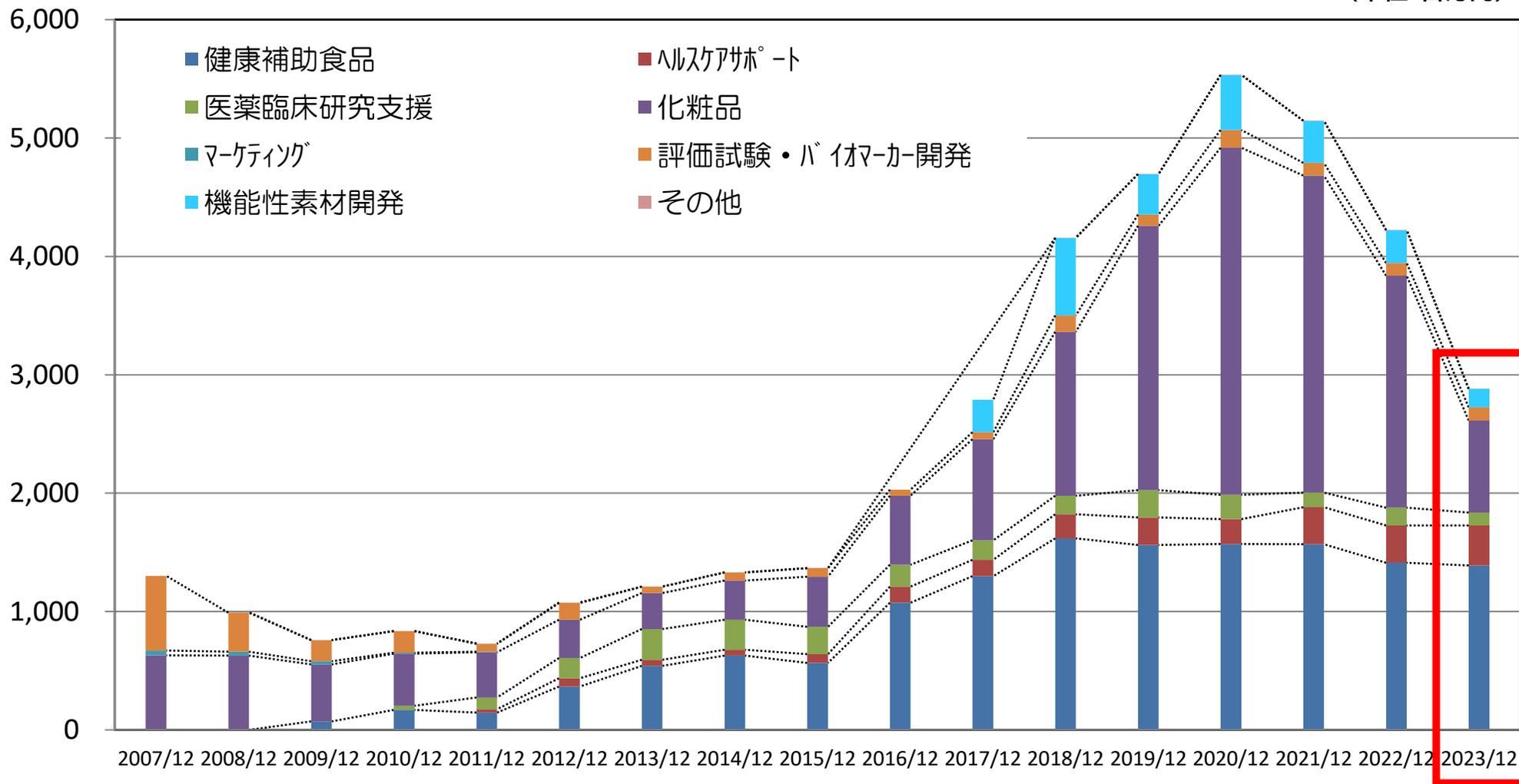
2024/6期第2四半期決算（連結）

（単位：百万円）

	当第2四半期 (2023/12)	前第2四半期 (2022/12)	増減	増減率
売上高	2,840	4,223	△ 1,383	△ 32.8%
（評価試験事業）	（65）	（107）	（△42）	（△ 39.1%）
（ハイマーカー開発事業）	（0）	（0）	（+0）	-
（医薬臨床研究支援事業）	（110）	（151）	（△41）	（△ 27.1%）
（ヘルスケアサポート事業）	（337）	（314）	（+23）	（+7.3%）
（化粧品事業）	（778）	（1,960）	（△1,182）	（△ 60.3%）
（健康補助食品事業）	（1,390）	（1,413）	（△23）	（△ 1.6%）
（機能性素材開発事業）	（156）	（276）	（△120）	（△ 43.3%）
（全社）	（1）	（1）	（+0）	-
売上総利益	1,378	2,023	△ 645	
営業利益	△ 455	344	△ 799	-
経常利益	△ 449	345	△ 794	-
親会社株主に帰属する当期純利益	△ 487	209	△ 696	-
研究開発費	16	20	△ 4	
（内疲労関連）	（7）	（6）	（+1）	
（内化粧品）	（6）	（9）	（△3）	
（内機能性素材開発）	（2）	（5）	（△3）	

第2四半期決算 事業別売上高推移

(単位:百万円)



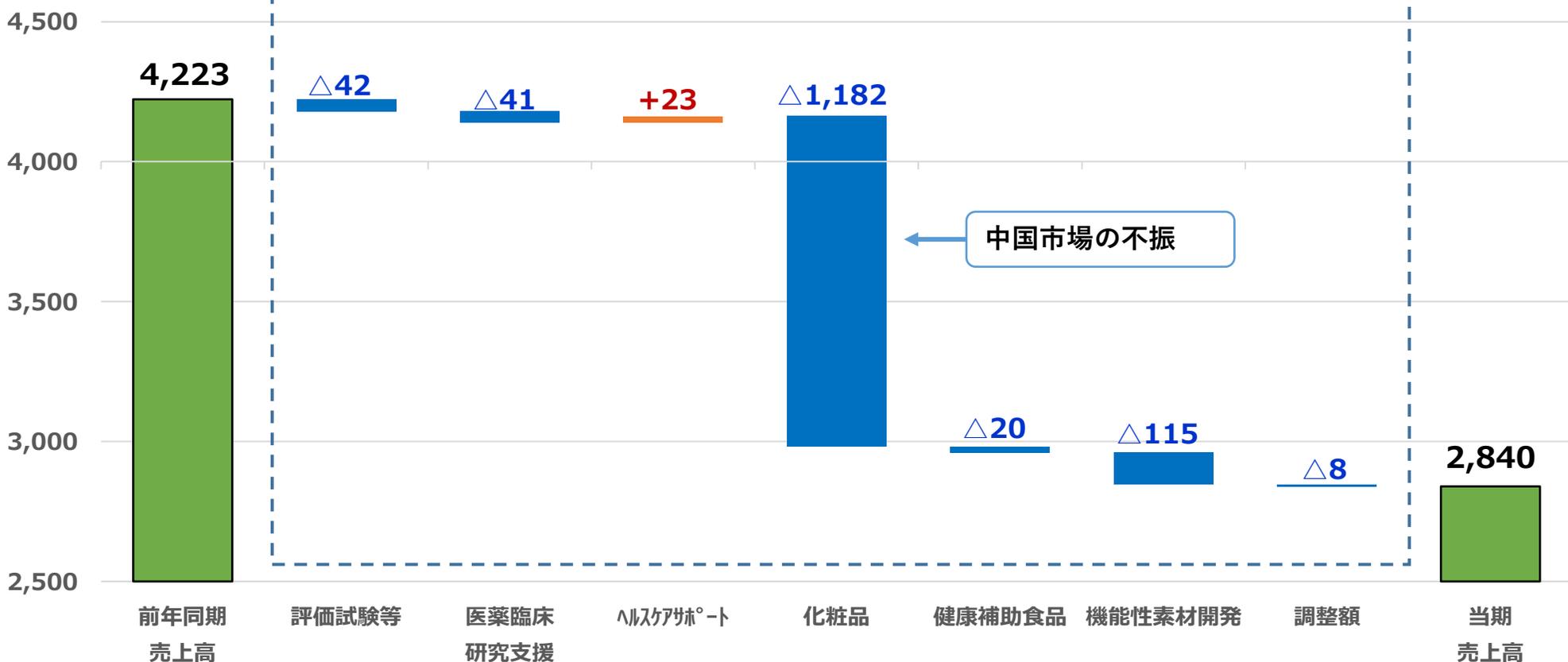
セグメント別 前年同期比

(単位：百万円)

	評価試験・ バイオマーカー			医薬臨床 研究支援			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	65	107	△ 42	110	151	△ 41	337	314	+23	778	1,960	△ 1,182	1,393	1,413	△ 20	164	279	△ 115	△ 9	△ 1	△ 8	2,840	4,223	△ 1,383
営業費用	77	78	△ 1	97	148	△ 51	294	268	+26	851	1,562	△ 711	1,663	1,431	+232	165	236	△ 71	147	154	△ 7	3,294	3,878	△ 584
売上原価	50	55	△ 5	82	131	△ 49	256	231	+25	413	1,124	△ 711	556	485	+71	113	176	△ 63	△ 10	△ 2	△ 8	1,461	2,200	△ 739
販管費	26	23	+3	15	17	△ 2	38	37	+1	437	438	△ 1	1,107	946	+161	51	60	△ 9	157	156	+1	1,833	1,678	+155
営業利益	△ 11	29	△ 40	12	3	+9	42	45	△ 3	△ 72	398	△ 470	△ 269	△ 17	△ 252	△ 1	42	△ 43	△ 156	△ 155	△ 1	△ 455	344	△ 799

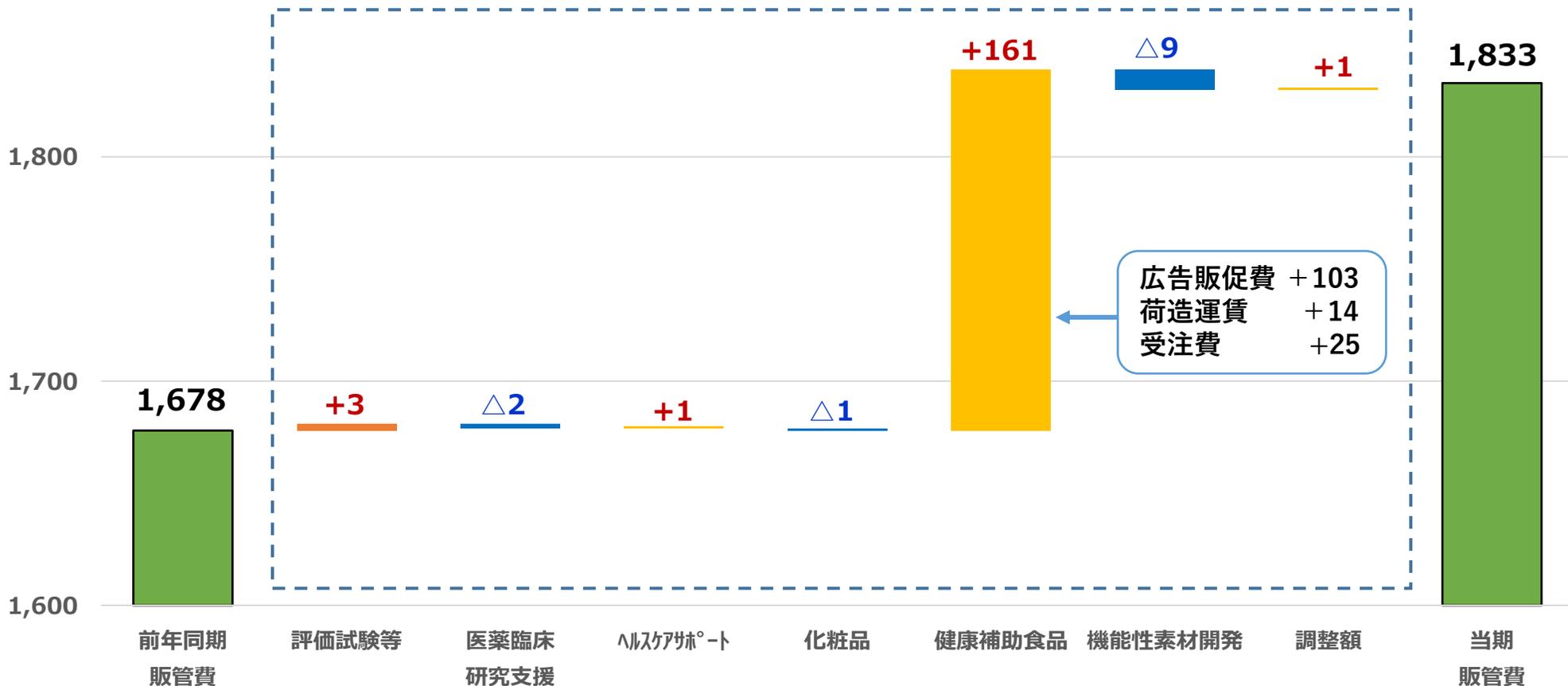
セグメント別 売上高前年同期比差異

(単位：百万円)

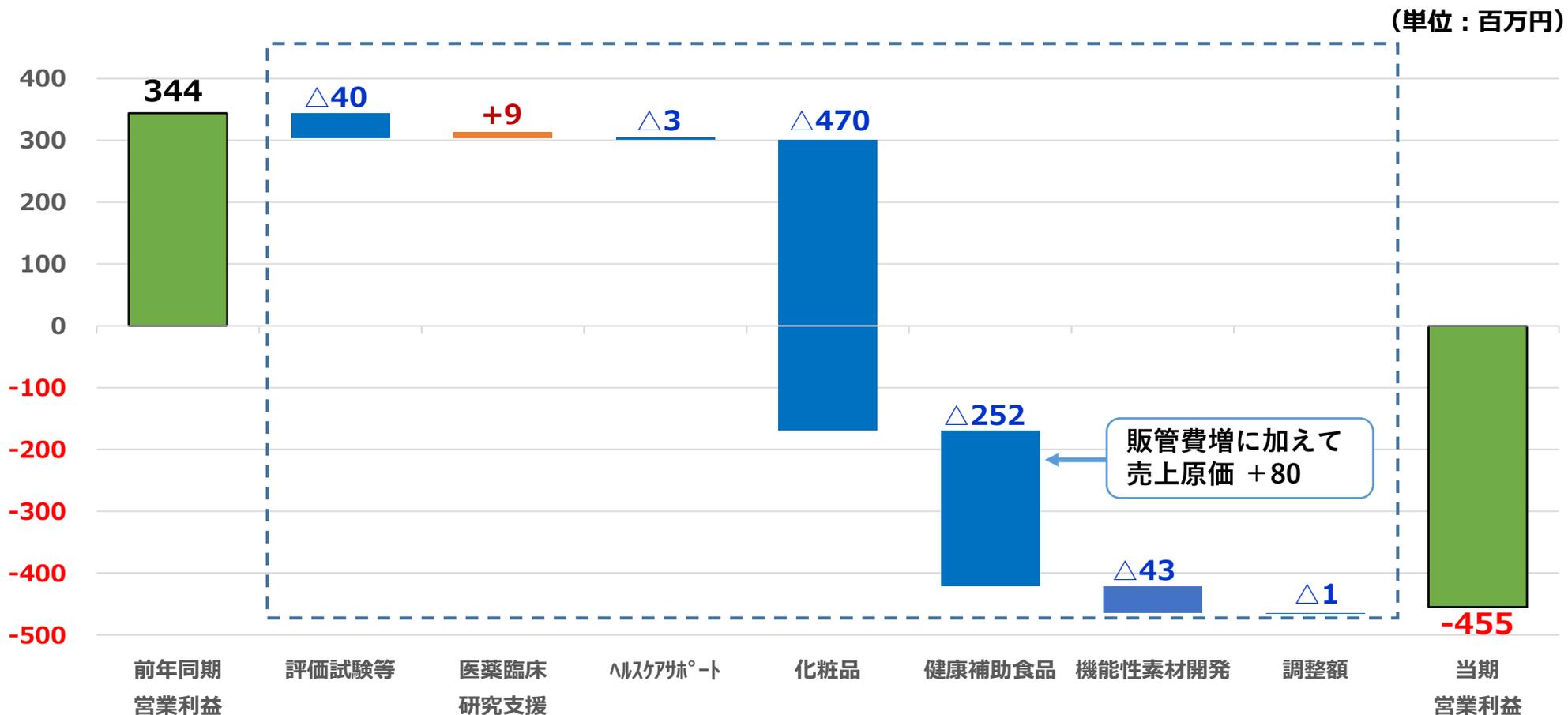


セグメント別 販管費前年同期同比差異

(単位：百万円)



セグメント別 営業利益前年同期比差異



【評価試験・バイオマーカー開発】

	当期	前期	増減
売上高	65	107	△ 42
営業費用	77	78	△ 1
売上原価	50	55	△ 5
販管費	26	23	+3
営業利益	△ 11	29	△ 40

1. 売上件数 4件（前年同期比△1件）
※うちトクホ関連 0件、機能性表示関連 4件
2. 受注高 218百万円（前年同期比 +71.9%）
受注残高 193百万円（前年同期末比 +28.4%）

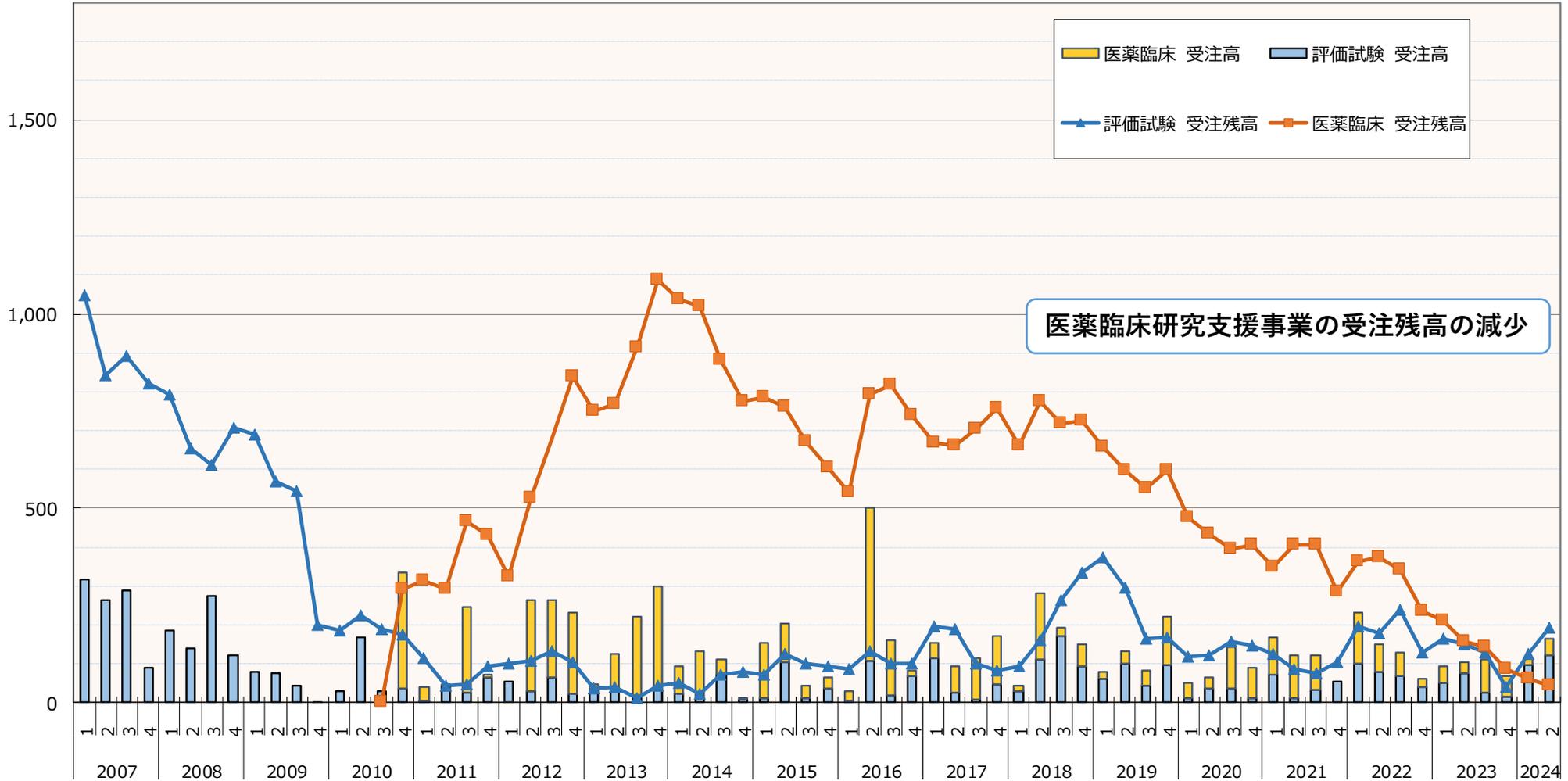
【医薬臨床研究支援】

	当期	前期	増減
売上高	110	151	△ 41
営業費用	97	148	△ 51
売上原価	82	131	△ 49
販管費	15	17	△ 2
営業利益	12	3	+9

1. 売上案件数 9件（前年同期比△7件）
2. 受注高 63百万円（前年同期比 △12.4%）
受注残高 42百万円（前年同期末比 △73.3%）

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

2024/6期第2四半期決算（補足資料）

【化粧品】

	当期	前期	増減
売上高	778	1,960	△ 1,182
営業費用	851	1,562	△ 711
売上原価	413	1,124	△ 711
販管費	437	438	△ 1
営業利益	△ 72	398	△ 470

- 卸売売上高 711百万円（前年同期比 △62.3%）
通販売上高 67百万円（前年同期比 △5.9%）
- 広告販促費 134百万円
（前年同期比+19百万円、計画比+1百万円）

【健康補助食品】

	当期	前期	増減
売上高	1,393	1,413	△ 20
営業費用	1,663	1,431	+232
売上原価	556	485	+71
販管費	1,107	946	+161
営業利益	△ 269	△ 17	△ 252

広告販促費 654百万円
（前年同期比+103百万円、計画比+116百万円）

※うち第1四半期（7～9月） 425百万円
（前年同期比△2百万円、計画比+24百万円）

【機能性素材開発】

	当期	前期	増減
売上高	164	279	△ 115
営業費用	165	236	△ 71
売上原価	113	176	△ 63
販管費	51	60	△ 9
営業利益	△ 1	42	△ 43

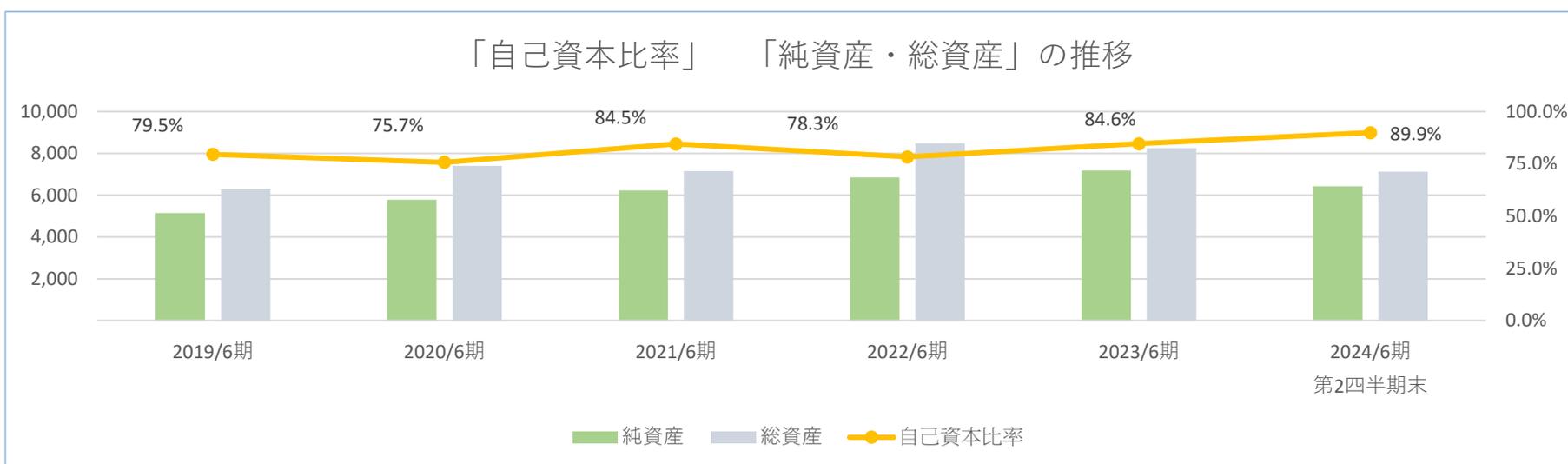
妊活分野のラクトフェリンのOEM販売は好調に推移したものの、ラクトフェリン原料の販売が減少傾向で推移したこと等から、減収および減益。

2023年11月にライオンが保有する株式（約14%）の取得。

貸借対照表の推移

(単位：百万円)

	2019/6期	2020/6期	2021/6期	2022/6期	2023/6期	2024/6期 第2四半期末
流動資産	5,427	7,039	6,898	8,197	7,969	6,895
現金及び預金	3,101	4,513	4,256	6,017	5,946	4,709
棚卸資産	1,303	1,383	1,691	1,132	1,296	1,093
固定資産	855	369	248	293	271	231
有形固定資産	61	47	37	36	52	52
無形固定資産	51	38	29	49	47	44
投資その他の資産	744	283	183	207	172	136
総資産	6,282	7,407	7,147	8,490	8,240	7,126
負債	1,130	1,626	915	1,642	1,068	702
仕入債務	312	549	227	460	408	128
有利子負債	-	-	-	-	-	-
純資産	5,152	5,782	6,232	6,847	7,172	6,424
負債及び純資産	6,282	7,407	7,147	8,490	8,240	7,126



～2024/6期 通期業績予想～



■ 化粧品事業

中国の景況感の悪化や福島第一原発処理水の海洋放出を発端とする日本製品の買い控えの影響により、売上高および営業利益ともに当初計画を下回る見込み。

■ 健康補助食品事業

上期業績は、売上高は概ね計画どおりの進捗となったものの、原料高騰にともなう利益率の低下および広告効率の悪化等により、営業利益は大幅な計画未達。下期においては、売上高は当初計画程度で推移する見通しであるものの、次期に向けて一層の販売拡大を図るため、広告販促費の積極投下等の施策を行う予定であることから、営業利益は当初計画を大幅に下回る見通し。

→ 以上を主因として通期業績予想を修正（配当予想は変更なし）。

2024/6期通期業績予想（連結）

（単位：百万円）

	当期予想 (2024/6)	前期実績 (2023/6)	増減	増減率
売上高	5,740	8,079	△ 2,339	△ 29.0%
（評価試験事業）	（160）	（244）	（△84）	（△ 34.4%）
（バイマーカー開発事業）	（0）	（0）	（+0）	-
（医薬臨床研究支援事業）	（150）	（356）	（△206）	（△ 57.9%）
（ヘルスケアサポート事業）	（640）	（552）	（+88）	（+15.9%）
（化粧品事業）	（1,800）	（3,943）	（△2,143）	（△ 54.3%）
（健康補助食品事業）	（2,540）	（2,490）	（+50）	（+2.0%）
（機能性素材開発事業）	（450）	（489）	（△39）	（△ 8.0%）
（全社）	（0）	（2）	（△2）	-
売上総利益	2,815	3,715	△ 900	-
営業利益	△ 400	725	△ 1,125	-
経常利益	△ 400	754	△ 1,154	-
親会社株主に帰属する当期純利益	△ 440	451	△ 891	-
研究開発費	54	56	△ 2	
（内疲労関連）	（29）	（25）	（+4）	
（内化粧品）	（16）	（22）	（-6）	
（内機能性素材開発等）	（9）	（9）	（+0）	

2024/6期通期業績予想（連結） 前回予想比

（単位：百万円）

	今回予想 (2024/6)	前回予想 (2024/6)	増減	増減率
売上高	5,740	6,820	△ 1,080	△ 15.8%
（評価試験事業）	（160）	（200）	（△40）	（△ 20.0%）
（バイマ-カ-開発事業）	（0）	（0）	（+0）	-
（医薬臨床研究支援事業）	（150）	（160）	（△10）	（△ 6.3%）
（ヘルスケアサポート事業）	（640）	（640）	（+0）	-
（化粧品事業）	（1,800）	（2,800）	（△1,000）	（△ 35.7%）
（健康補助食品事業）	（2,540）	（2,540）	（+0）	-
（機能性素材開発事業）	（450）	（480）	（△30）	（△ 6.3%）
（全社）	（0）	（0）	（+0）	-
売上総利益	2,815	3,330	△ 515	-
営業利益	△ 400	280	△ 680	-
経常利益	△ 400	280	△ 680	-
親会社株主に帰属する当期純利益	△ 440	180	△ 620	-
研究開発費	54	54	+0	
（内疲労関連）	（29）	（16）	（+13）	
（内化粧品）	（16）	（25）	（-9）	
（内機能性素材開発等）	（9）	（13）	（-4）	

セグメント別 前期比

(単位：百万円)

	評価試験・ハイマーカー			医薬臨床研究支援			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	増減	当期 予想	前期	増減	当期 予想	前期	増減	当期 予想	前期	増減	当期 予想	前期	増減	当期 予想	前期	増減	当期 予想	前期	増減	当期 予想	前期	増減
売上高	160	260	△ 100	150	357	△ 207	640	552	+88	1,800	3,943	△ 2,143	2,540	2,490	+50	450	500	△ 50	0	△ 24	+24	5,740	8,079	△ 2,339
営業費用	160	237	△ 77	180	291	△ 111	515	459	+56	1,830	3,285	△ 1,455	2,670	2,353	+317	450	457	△ 7	335	270	+65	6,140	7,354	△ 1,214
売上原価	110	189	△ 79	135	254	△ 119	440	383	+57	930	2,368	△ 1,438	970	851	+119	340	340	+0	0	△ 23	+23	2,925	4,364	△ 1,439
販管費	50	48	+2	45	37	+8	75	76	△ 1	900	917	△ 17	1,700	1,502	+198	110	117	△ 7	335	293	+42	3,215	2,990	+225
営業利益	0	23	△ 23	△ 30	66	△ 96	125	93	+32	△ 30	657	△ 687	△ 130	137	△ 267	0	42	△ 42	△ 335	△ 294	△ 41	△ 400	725	△ 1,125

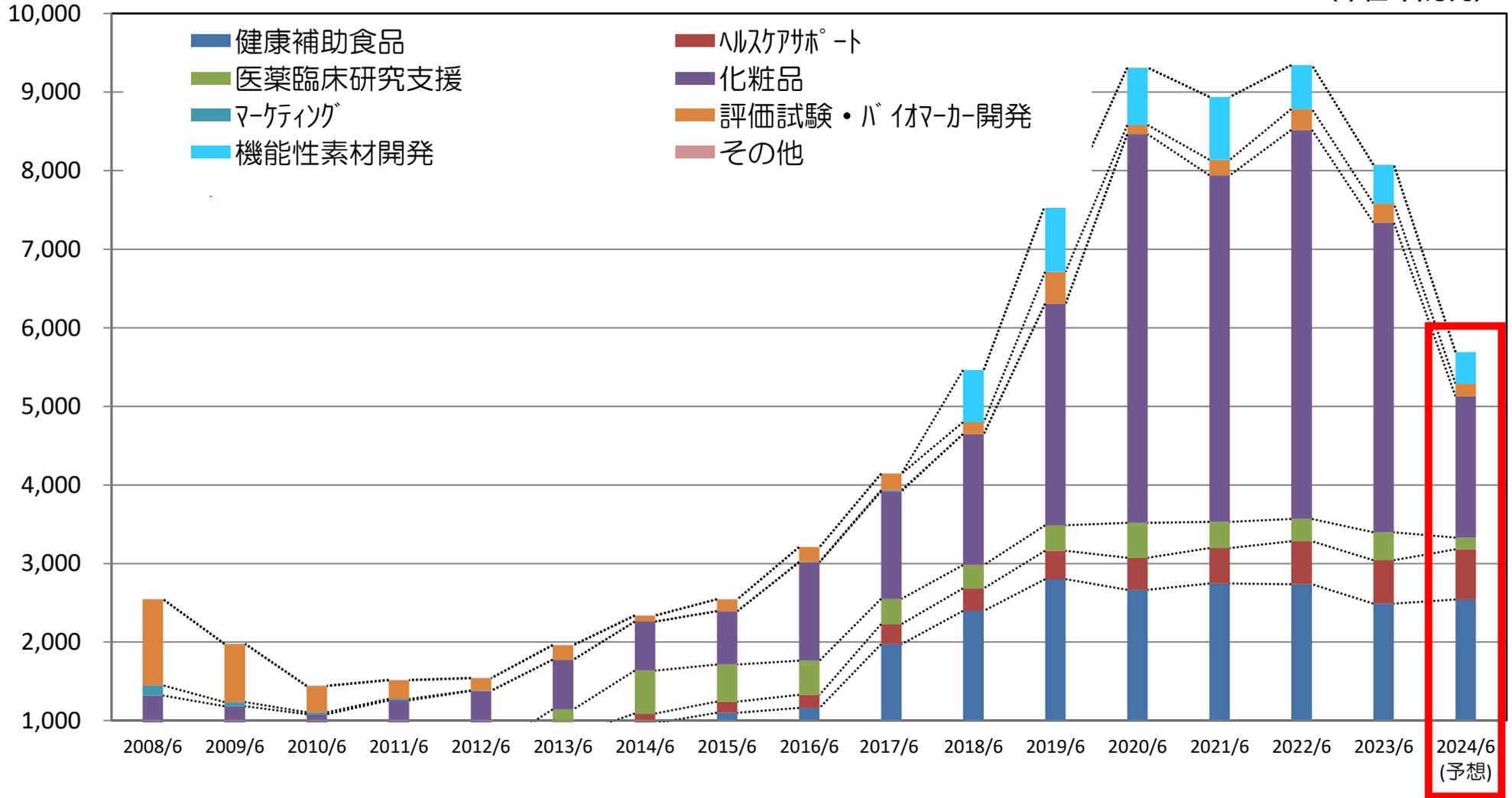
セグメント別 前回予想比

(単位：百万円)

	評価試験・ハイマーカー			医薬臨床研究支援			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	前回 予想	増減	今回 予想	前回 予想	増減	今回 予想	前回 予想	増減	今回 予想	前回 予想	増減	今回 予想	前回 予想	増減	今回 予想	前回 予想	増減	今回 予想	前回 予想	増減	今回 予想	前回 予想	増減
売上高	160	200	△ 40	150	160	△ 10	640	640	+0	1,800	2,800	△ 1,000	2,540	2,540	+0	450	480	△ 30	0	0	+0	5,740	6,820	△ 1,080
営業費用	160	200	△ 40	180	175	+5	515	515	+0	1,830	2,490	△ 660	2,670	2,400	+270	450	470	△ 20	335	290	+45	6,140	6,540	△ 400
売上原価	110	150	△ 40	135	130	+5	440	440	+0	930	1,550	△ 620	970	870	+100	340	350	△ 10	0	0	+0	2,925	3,490	△ 565
販管費	50	50	+0	45	45	+0	75	75	+0	900	940	△ 40	1,700	1,530	+170	110	120	△ 10	335	290	+45	3,215	3,050	+165
営業利益	0	0	+0	△ 30	△ 15	△ 15	125	125	+0	△ 30	310	△ 340	△ 130	140	△ 270	0	10	△ 10	△ 335	△ 290	△ 45	△ 400	280	△ 680

事業別売上高推移と当期予想

(単位:百万円)



■ 医薬臨床研究支援事業、ヘルスケアサポート事業

医薬臨床研究支援事業の当期中の撤退を決定。経営リソースをヘルスケア事業に集中することにより、同事業のさらなる成長を目指す。

■ 評価試験事業

当社グループが持つエビデンスに基づく疲労研究の強化を図り、特許や学術ネットワークを活用した研究ビジネスモデルを確立させる。

■ 化粧品事業

GOLONG社との取引について、下期中に中間業者を廃止し、直接取引に移行する方針。GOLONG社の利益マージンの確保を通じた販促活動の強化が可能となり、販売の早期回復を実現。また、コミュニケーション強化による商品開発の質およびスピードの向上を図る。

GOLONG社が保有する欧州や東南アジア市場での既存販路を活用し、さらなる拡販を目指す。

■ 機能性素材開発事業

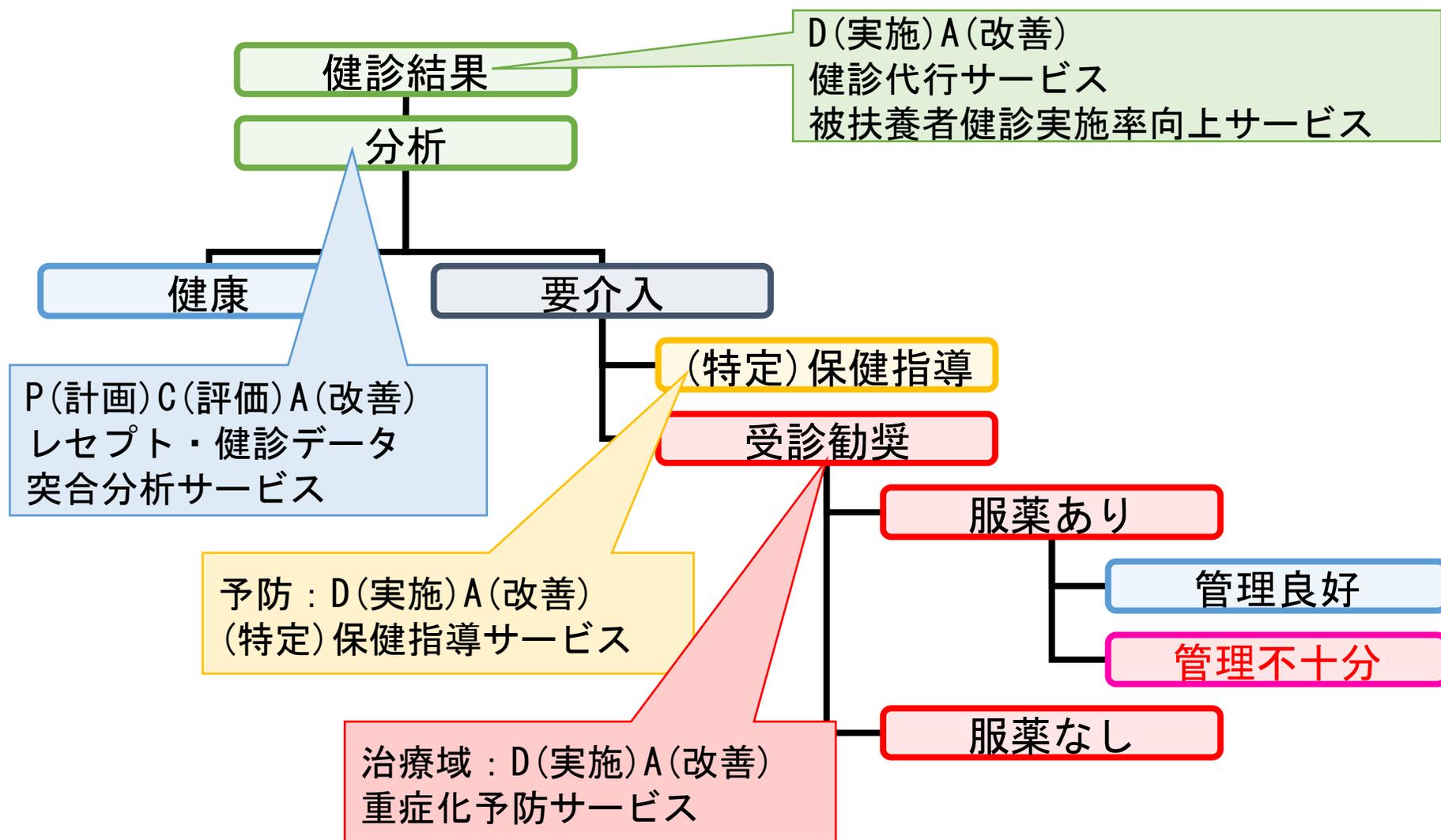
事業パートナーが保有していた(株)NRLファーマ株式（約14%）を取得。その結果、ほぼ100%子会社となり、より機動的な資本政策および経営が可能に。好調な妊活OEMの拡販を図る。

■ 健康補助食品事業

原材料の高騰にともなう売上原価率の悪化は、4月に実施予定の商品価格改定により改善する見込み。主力の「イミダペプチド」の広告レスポンスが回復傾向にあり、一時的な利益悪化要因になるものの、逸機せず計画比増の広告宣伝費を投下する方針。また、「THERAPITY（セラピティ）」をはじめとする新商品群の早期立ち上げにより、次期以降の業績を再び成長軌道へ。中国市場の状況が好転したタイミングで、既に関済済みの製品を携えて健康補助食品分野でも越境EC事業に参入。

■ その他

M&Aおよび新事業の立案を積極的に推進。(株)エビデンスラボの下期中の解散を決定（年間400万円の費用削減）。



当社サービスは一気通貫して全ての対応が可能

ラクトフェリンコース

日本唯一*の機能性表示食品 横浜薬科大学総合健康メディカル研究センター推奨商品 日本予防医薬

W脂肪対策 腸ラクトフェリン

こんな方におすすめです

- ✓ BMI値が高め (BMI25以上30未満)
- ✓ 肥満気味
- ✓ 内臓脂肪が気になる



無料
参加特典
120粒×1袋
(30日分)
を使います。

*ラクトフェリンとブラックジンジャー由来ポリメチルシラフロンを組み合わせた機能性表示食品として(2023年6月当社調べ)

ラクトフェリンとブラックジンジャーがすごい! Wの成分の組み合わせで、脂肪減少をサポート

肥満気味の方の
内臓脂肪を減らす × **脂肪消費を助ける**

2つの機能性成分が持つそれぞれの働きを組み合わせることで、脂肪を分解して消費せるとともに脂肪の合成を抑えて、脂肪を減少させると考えられています。

日本予防医薬こだわりのW成分配合

- ラクトフェリン 300mg** 余分な脂肪の合成を抑え、肥満気味の方の内臓脂肪を減らします。
- ブラックジンジャー成分 12mg** 日常活動時のエネルギー代謝において脂肪の消費を助けます

今すぐBMIをチェック!

BMIは肥満度の判定に使われる数値です。体重が増えるとBMIが変わります。

BMI = 体重 ÷ 身長²
(kg) (m) (m)

(例) 身長160cm、体重48kgの場合
64 ÷ 1.60 × 1.60 = 25

あなたの肥満度は?

BMIの判定基準	日本予防医薬2022
低体重(中世)	18.5未満
普通体重	18.5以上25未満
肥満(1度)	25以上30未満
肥満(2度)	30以上35未満
肥満(3度)	35以上40未満
肥満(4度)	40以上



機能性表示食品 W脂肪対策腸ラクトフェリン 120粒

1日あたり目安: 4粒
 ◎機能性表示成分: ラクトフェリン300mg、ブラックジンジャー由来ポリメチルシラフロン12mg(4粒あたり) ◎原材料名: マルチトール(国内製造)、ブラックジンジャー抽出物(ブラックジンジャーエキス、デキストリン)/ラクトフェリン(乳由来)、セルロース、シロップ、シロップ安定剤、ステアリン酸Ca、CMC-Na、糖精酸、酸化防止剤、ショ糖糖醇エステル、レアルギニン、リソリチン

製造番号: H722 届出表示: 本品に含まれるラクトフェリンには肥満抑制効果が認められており、その効果の発現を促すことが期待されています。本品に含まれるブラックジンジャー由来ポリメチルシラフロンには日本産産物のエネルギー代謝において、脂肪を消費しやすくする効果が認められています。
 ●本品は、特定保健用食品となり、消費者が自らによる個別の健康を促すものではありません。●本品は、医師の診断、指導、予防を目的としたものではありません。●製造方法: 主成分、原材料を基本に、食料のブレンド。

腸ラクトフェリン 120粒 6750円

腸活ダイエットコース

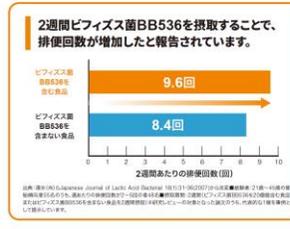
機能性表示食品 日本予防医薬

日本予防医薬が開発
“本気の腸活”なら
「500億個のビフィズス菌」



ビフィズス菌BB536の圧倒的な配合量

腸内環境を良好にし、腸の調子を整える機能が報告されています



おなかの調子にお悩みの方の
84.6%
が実感!

参加特典 30包×1箱(30日分)を使います。

機能性表示食品 500億個のビフィズス菌

1日あたり目安: 1包

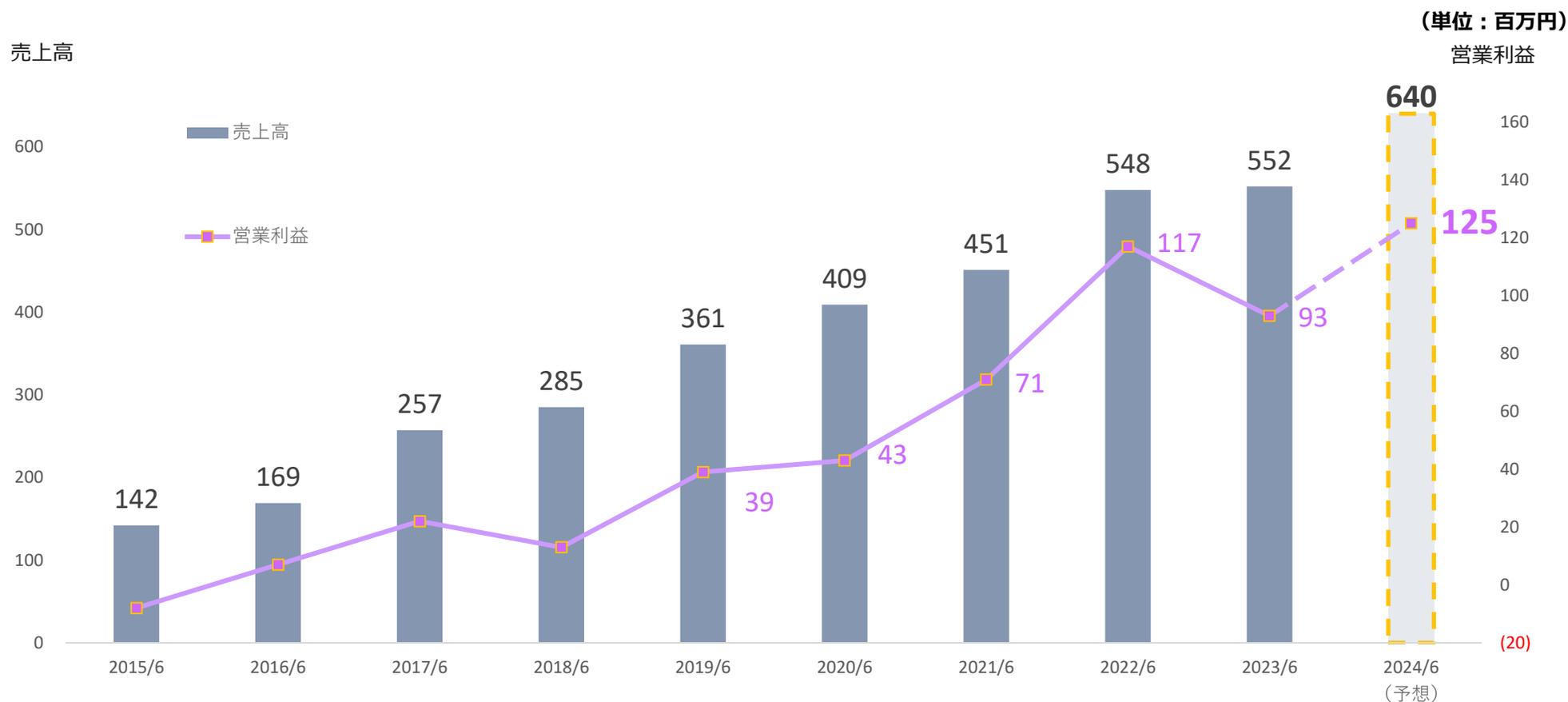


◎機能性表示成分: ビフィズス菌BB536 ◎原材料名: ビフィズス菌(凍結、ビフィズス菌乾燥粉末) [国内製造] (乳成分を含む) / デキストリン、マルトース、シロップ、シロップ安定剤、ステアリン酸Ca、CMC-Na、糖精酸、酸化防止剤、ショ糖糖醇エステル、レアルギニン、リソリチン

●本品は、特定保健用食品となり、消費者が自らによる個別の健康を促すものではありません。●本品は、医師の診断、指導、予防を目的としたものではありません。●製造方法: 主成分、原材料を基本に、食料のブレンド。

500億個のビフィズス菌 30包 4423円

- 特定保健指導プログラムにおけるコラボ商品（NRLファーマ、日本予防医薬）の利用が順調に増加。
- 複数のコース選択が可能の中で、当該商品の魅力に惹かれて多くの対象者が当コースを選択。
- 相乗効果が発揮され日本予防医薬における当該商品の販売も順調に拡大。



- 管理体制のリモート化、システムの整備、メディカルスタッフの増員による体制強化により契約健保数の大幅な増加を実現。累計契約実績92健保（前期末比+7健保）。
- 医薬臨床研究支援事業のリソースをヘルスケアサポート事業に集中させることにより一層の体制強化を図る。
- 第3期データヘルス計画(2024-2029)開始に向け、今後も契約健保が増加する見込み。

= 中国メイン商品 =



モイストクリームマスクPro.



モイストバランシングマスクPro.



PHプロテクトUVスプレー

= 国内メイン商品 =



原液美容

水溶性プラセンタエキス原液

Placenta Extract



プラセンミルクエッセンス

2023年8月24日の処理水放出により、 日本製品の不買運動が広がる。

=メイン商材=



モイストクリームマスクPro.

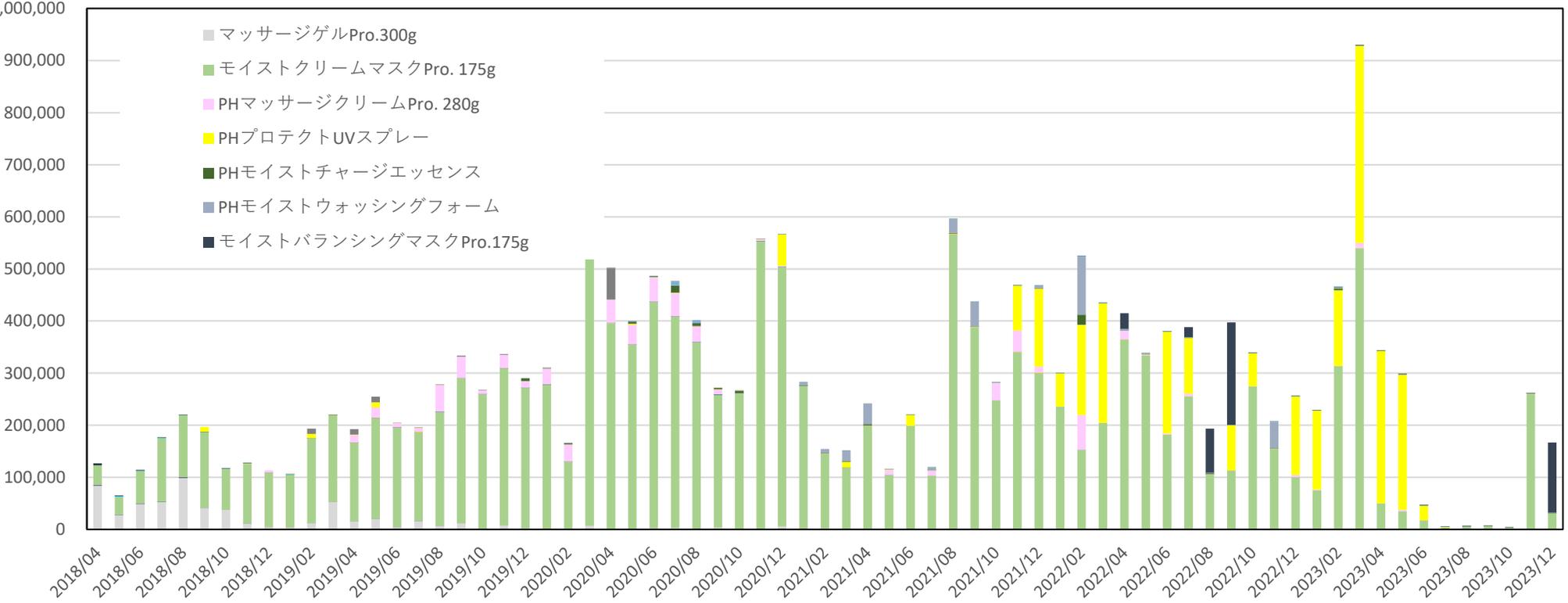


モイストバランシングマスクPro.



- 福島第一原子力発電所は、2023年6月12日に海洋放出設備の試運転を始め、8月24日に処理水の海洋放出を開始。これにより中国を含む日本の近隣諸国において日本製品の不買運動が広がる。処理水放出の対応として、残留放射性物質試験等の安全性試験を実施。
- 2024年2月、@cosme OSAKA のイベント等にて再訴求をはかる。

(個数)



- 処理水の海洋放出による影響により特に7月から9月にかけての販売が低迷も、10月後半に入りその傾向の沈静化が見られた。
- この期間中、中国国内メーカーをはじめとする競合ブランドとの競争も激化。これに加えて中国経済の低迷も出荷減少の一因に。当社のみならず日本メーカーは「W11」でも軒並み苦戦。
- 「W11」での全チャネル合計の売上は約4,800万元(約9.6億円/GOLONG社ベース、対前年比50%減)
- 11月には残留放射性物質試験等の安全性試験の結果を受けて、出荷を再開。

■実績 *GL社ベース

GMV目標4,890万元（今年の50%目標） ⇒ 98%達成 *GL社ベース

= 主な販売商品 =

- ・モイストクリームマスクPro.
- ・モイストバランシングマスクPro. * KOL販売を実施

■トップKOLによるライブ販売を実施



李佳琦

タオバオ配信
フォロワー数8,287万(当時)
視聴者数1,000万以上



広東夫婦

抖音配信
フォロワー数6,600万(当時)
視聴者数30万以上

- 「W11」の売上は対前年比50%減。
- 日本製品の不買運動があるなか、TOP/KOLが一部商品をライブ販売で取り扱い、売上の底上げに貢献。

REDBOOK、TikTokにてKOLによる25件の投稿を実施



戏精少女小胡
フォロワー249.5万(当時)
再生数 940万回



啃豆张张
フォロワー127万(当時)
再生数 418万回



是陈陈呀
フォロワー117万(当時)
再生数 1048万回



樱桃老丸子呀
フォロワー37万(当時)
再生数 1063万回



李拜天(摸鱼版)
フォロワー111万(当時)
再生数 273万回



大河啊大河呀
フォロワー約2000(当時)
ビュー数 144万回

REDBOOK、TikTokにて在日KOLによる40件の投稿を実施

* 中国国内から日本製品関連の配信が難しい期間、在日KOLにより日本から中国への配信を実施



棒棒在日本
フォロワー250,000人(当時)



鼠一乐在东京
フォロワー134,000人(当時)



佳霖在东京
フォロワー90,000人(当時)



ROLA
フォロワー124,000人(当時)



小花酱鸭
フォロワー170,000人(当時)

アットコスメTOKYOにて期間限定出店

[実施期間]

2023/10/4 (水) ~10/31 (火)

[展開商品]

モイストバランシングマスクPro.

モイストクリームマスクPro.

PHモイストウォッシングフォーム



2024年2月にも @cosme OSAKA でのイベント等を実施。商品の安全性等、ブランドイメージの再訴求を図る。

7月に150名以上のKOLを招いたイベントを実施

イベント後、来場したKOLのSNS投稿により認知が拡大。



- 台湾、その他アジア地区 (マレーシア・ベトナム) での販売を強化し、売上増を目指す。

新商品 シワ改善美容液 プラセンリンクルブライトセラム プレス向け発表会実施（2023/7/4）

商品広告キービジュアル



200件を超えた発表会関連の SNS投稿



国内市場の挺入れとして様々な施策を展開。7月4日 表参道MUSEUMを会場として実施。計154名の美容ライター、美容家、インフルエンサーの方々が来場。あらためてメイン商品のプラセンタエキス原液についても魅力を紹介。SNSで多くの投稿がされた。

新商品 シワ改善美容液 プラセンリンクルブライトセラム タイアップ®（2023/9）

タレントMEGUMIさんとタイアップが実現（宝島社オトナミュージズ）

タイアップ広告キービジュアル



連動美容イベント「オトナの美容祭」Bb lab.ブース出展（六本木ヒルズ）



MEGUMIさん、ゆりやんれとりいばあさんとの
ステージトークで商品紹介



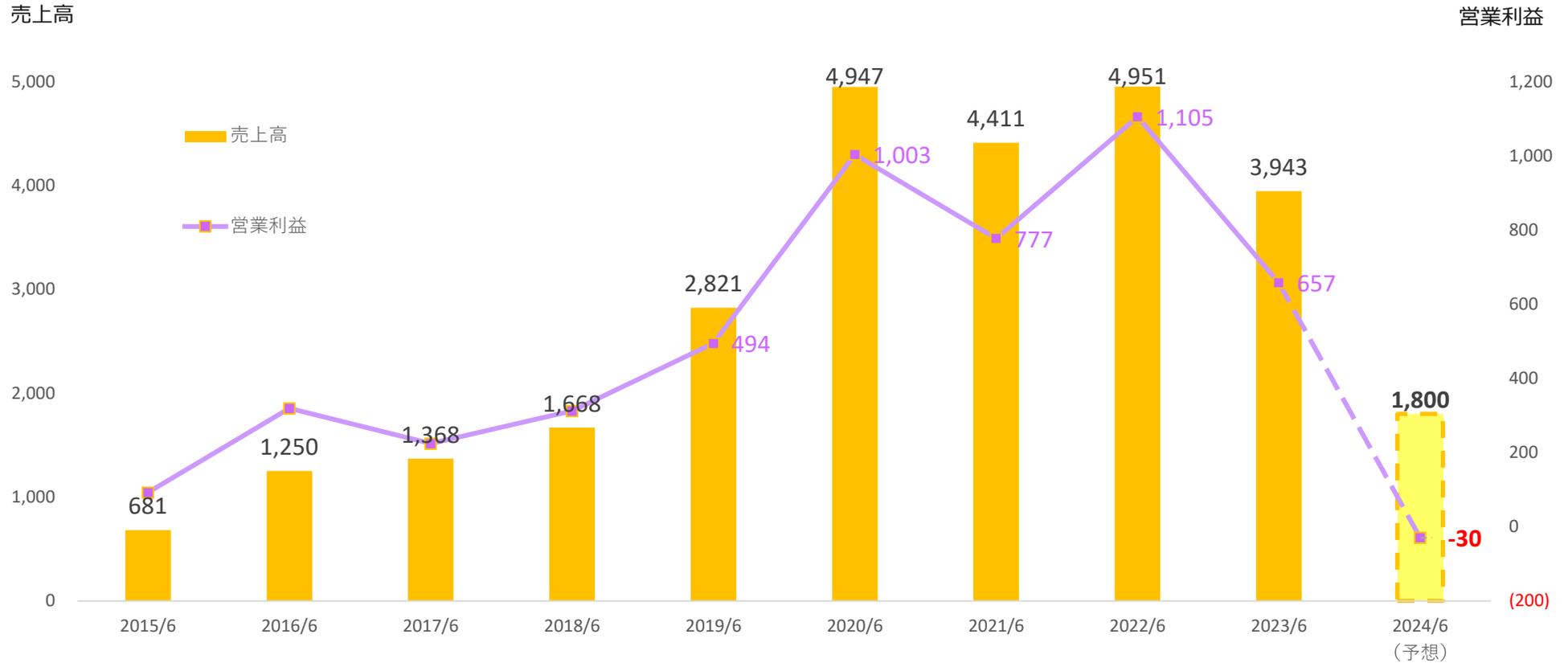
- 9月9日に宝島社主催の美容イベントを開催。
- MEGUMIさん、美容家の神崎めぐみさん、タレントの梨花さん等のゲストの参加により会場は大盛況。
- 美容感度の高い来場者約2,000名へ新商品のサンプルを配布。

代官山 T-SITE GARDEN GALLERYにてPRイベント開催（2023/8/5~6）



国内にて新しい顧客層を開拓するためのブランド育成期である「BOTANIZM」渋谷区代官山エリアでグリーンも多く週末賑わう人気スポット、T-SITEにて「BOTANIZM」を体験いただき、BOTANIZMフェスを開催。近隣はペットフレンドリーな店舗も多く、当イベントもペット入店可としたところ大変好評をいただき、愛犬を連れたインフルエンサー、モデルの方達や近隣にお住まいのお客様等もご来場。2日間で1,302名の来場となった。

(単位：百万円)



- 主力商品「モイストクリームマスクPro.」の人気は継続。アップグレードした「モイストバランシングマスクPro.」とともに拡販に努める。下期は春夏商戦に向けた「PHプロテクトUVスプレー」の受注にも注力する。
- GOLONG社との直接取引への移行により、中間コストや時間の削減だけでなく、最近特に成長を遂げている同社の欧州や東南アジアでの販売網を活用することでグローバル市場の拡販を実現する。
- 国内市場での各種施策も同時に進め、安定した収益の確保を目指す。

イミダペプチド ドリンク

日常の生活で生じる身体的な疲労感を軽減
 累計販売本数7,000万本を突破
 (2023年12月末時点)



30～50代の女性をサポート THERAPY (セラピティ)

毎日のセルフケアに「ナイトインナーケア」というラストピースを提供するパウダーサプリメント。



抗疲労成分をW配合 イミダペプチドQ10

産学連携「スーパーフード創出」プロジェクトより誕生。イミダゾールジペプチドと水溶化還元型コエンザイムQ10による二つのメカニズムで更なる元気を実現。



発売3週間で完売 イミダペプチドKoKko

冬特有の深いぐっすり感に注目した冬季限定品。イミダゾールジペプチド400mg、ショウガ&トウガラシエキスなど「寒さによる停滞から開放」する成分を独自配合。



商品・成分のメディア露出 (2023/7~)

掲載日	メディア名
7月11日	これからの暮らしby ESSE (雑誌)
7月19日	羽鳥慎一モーニングショー (テレビ朝日)
7月24日	よんちゃテレビ (MBS毎日放送)
7月19日	羽鳥慎一モーニングショー (テレビ朝日)
7月27日	ひるおび (TBS)
8月10日	「螢雪時代」9月号 (雑誌)
9月6日	めざましテレビ (フジテレビ)
11月13日	All About (WEB)
11月28日	Nスタ (TBS)

新潮新書

2023年10月18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
(東京疲労・睡眠クリニック院長 医学博士 梶本修身監修)

(その他雑誌・新聞) ALBA、クロワッサン、TBS NEWS DIG、プレジデントオンライン、日経Gooday、日経トレンディ、THE21、ニッポン放送、ウートピ、レタスクラブWEB、ハルメク、日刊ゲンダイ ヘルスケア、Tenki.jp、etc.

上期の売上高と売上原価（百万円）

期	売上高	売上原価	原価率
2021年6月期	1,566	555	35%
2022年6月期	1,567	539	34%
2023年6月期	1,413	490	35%
2024年6月期	1,392	559	40%

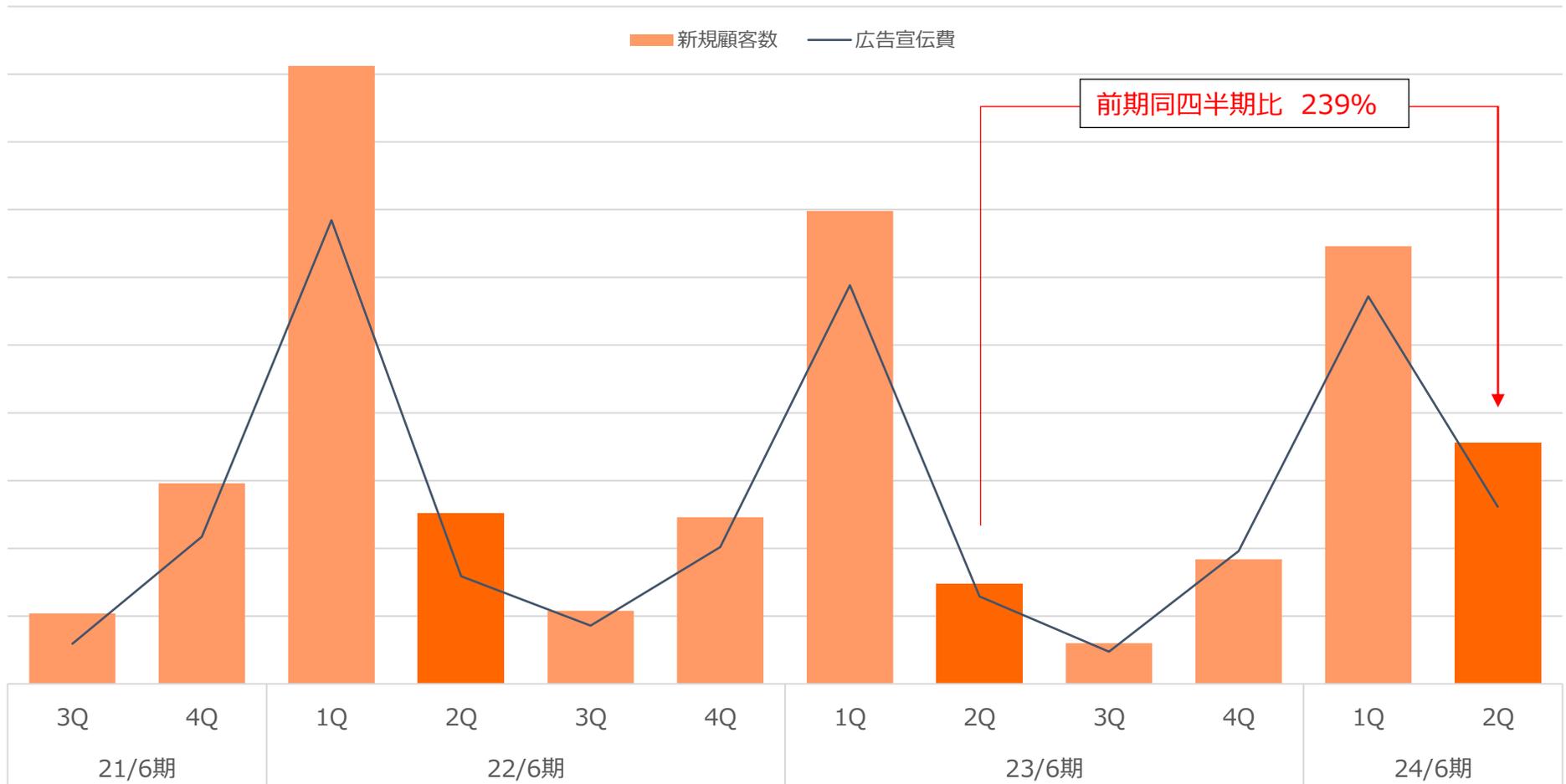
単位：円/kg

鶏むね肉相場の推移

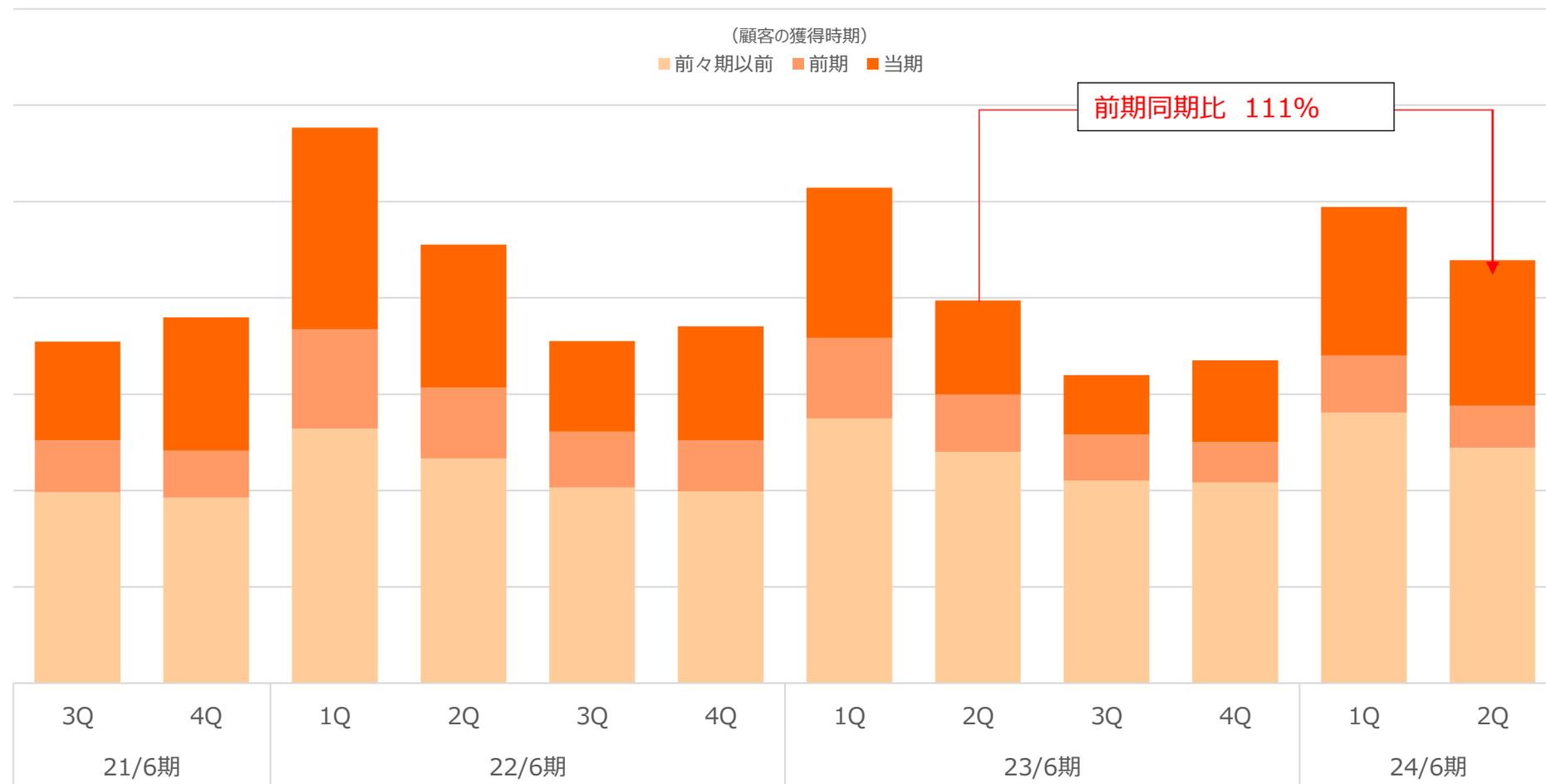


資料：農林水産省「食鳥市況情報」ブロイラーの卸売価格（むね肉中値）の推移（東京都）

鳥インフルエンザ、原油価格の高騰、ヘルシー志向等により、鶏むね肉価格が継続的に上昇。特に2022年以降の上げ幅が大きく、製造費用が増加し、売上原価率が悪化。2024年4月より価格改定を進める予定であり、売上原価率は5～10%程度改善する見込み。



- 一部メディアで高パフォーマンスのクリエイティブ開発に成功。従来は需要が低下する季節においても一定の成果が見込めたため、積極的に広告宣伝費を投下。当第2四半期単独および当第2四半期までの累計において、前年同期を上回る顧客を獲得。
- 先行投資が必要なリピート通販モデルであり、広告宣伝費の投下により費用が先行するものの、将来の利益増大に向け引き続き積極的に集客を行う方針。



休眠顧客の掘り起こしもあり、前々期以前に獲得した定期顧客数（長期継続顧客）は微増を継続し、事業の基盤となる顧客は安定的に推移。さらに当期の新規顧客増により、当第2四半期末の定期顧客数は前期同期比111%に伸長。例年、落ち込む時期である冬期においても新規顧客の獲得が順調に進んでおり、引き続き増加傾向を維持できる見込み。

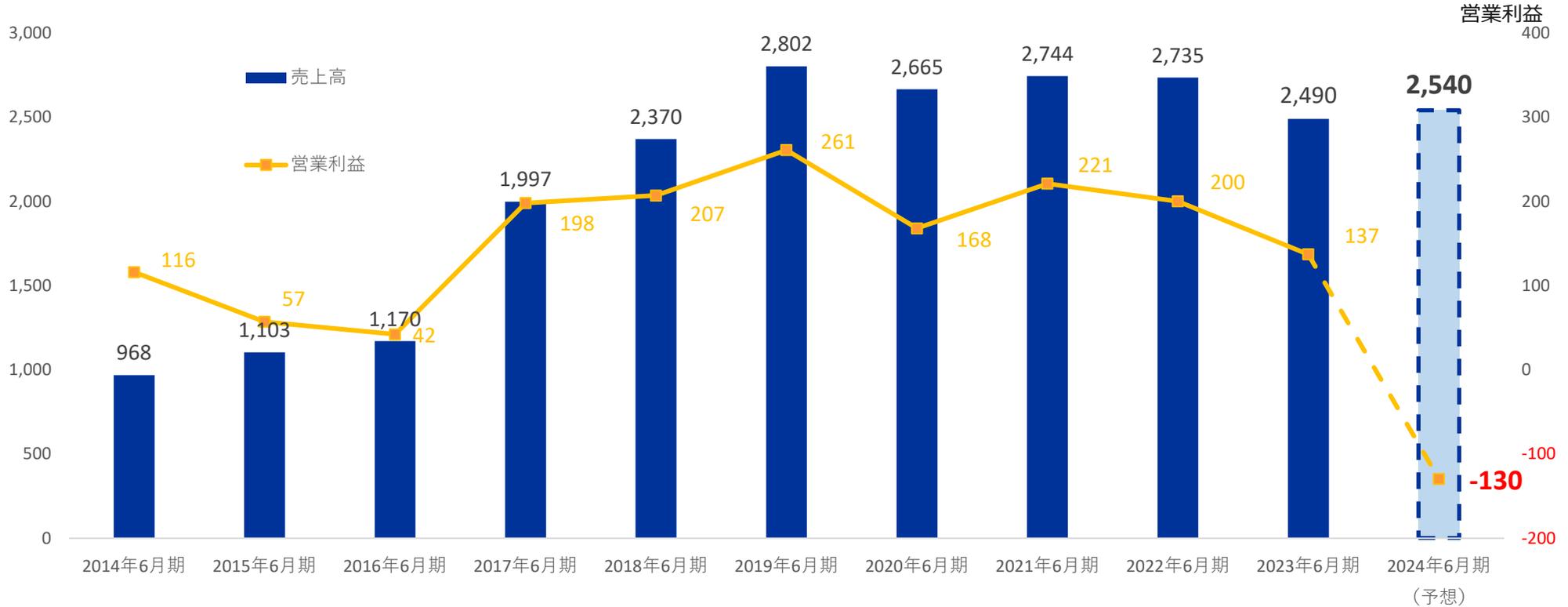
※定期顧客数・・・各四半期ごとに定期コースの出荷があった顧客の数

取組み場所	取組み内容	取組み場所	取組み内容
全モール 共通	イミダペプチドシリーズ以外の 新商品を発売	Amazon Yahoo!	モールが提供する フルフィルメントサービスの活用
全モール 共通	モール担当者の増員	Amazon	転売対策サービスの活用
全モール 共通	セール・イベント等への 積極的な参加	楽天市場	パートナー企業による販促支援

通販事業の核となるリピート通販モデルと重複しない部分があるマーケットとして、ECモールの販売強化を継続的に実施。特にAmazonにおいては転売防止策等が功を奏し、当社の販売シェアが向上。これまで奪われていた売上を取り戻したことで前年同期比119%に伸長。

売上高

(単位：百万円)



●当第2四半期は、広告販促費（前年同期比+103百万円、計画比+116百万円）の積極投下により、新規獲得数前年同期比約9,300人増を実現。下期も、次期以降に向けて一層の販売拡大を図るため、営業損失計上となるものの広告販促展開を強化する方針。

●新たに開発した商材の立上げを加速させ、再び右肩上がりの業績伸長を目指す。

●タイミングを見極め、化粧品事業と同様に中国および海外市場に進出することで拡販を図る（商品開発済）。

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
財務部部長 奥野（オクノ）
TEL 06-6871-8888 FAX 06-6871-8899
E-mail okuno_takahito@soiken.com