

2020年2月19日

会社名	株式会社総医研ホールディングス (コード番号：2385 東証マザーズ)
住所	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13F
代表社名	代表取締役社長 石神 賢太郎
問合せ先	取締役財務部長 田部 修 (TEL 06-6871-8888)

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催致しましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時	2020年2月18日 13:30~15:00
開催方法	対面による実開催
開催場所	大和スカイホール 住所) 千代田区丸の内1-9-1 グラントウキョウ ノースタワー
説明会資料名	2020年6月期第2四半期決算説明会

【添付資料】

1. 上記説明会において使用した資料



- 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tofエ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）

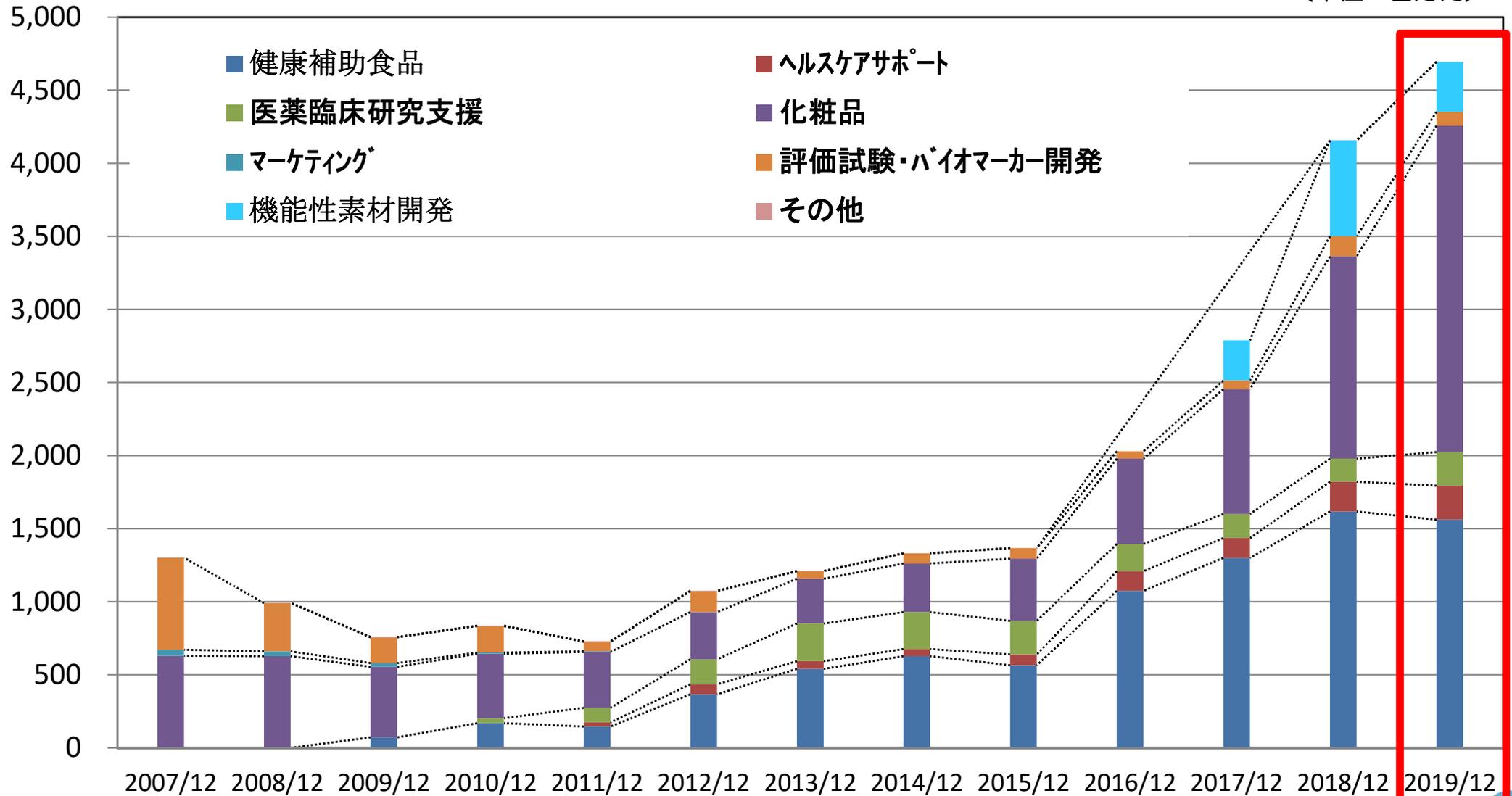
	当第2四半期 (2019/12)	前第2四半期 (2018/12)	増減	増減率
売上高	4,698	4,017	+681	+17.0%
（評価試験事業）	(95)	(138)	(-43)	(△ 30.8%)
（ハ イマーカー開発事業）	(0)	(0)	(0)	-
（医薬臨床研究支援事業）	(230)	(157)	(+73)	(+46.2%)
（ヘルスケアサポート事業）	(233)	(204)	(+29)	(+14.4%)
（化粧品事業）	(2,233)	(1,385)	(+848)	(+61.2%)
（健康補助食品事業）	(1,562)	(1,618)	(-56)	(△ 3.5%)
（機能性素材開発事業）	(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

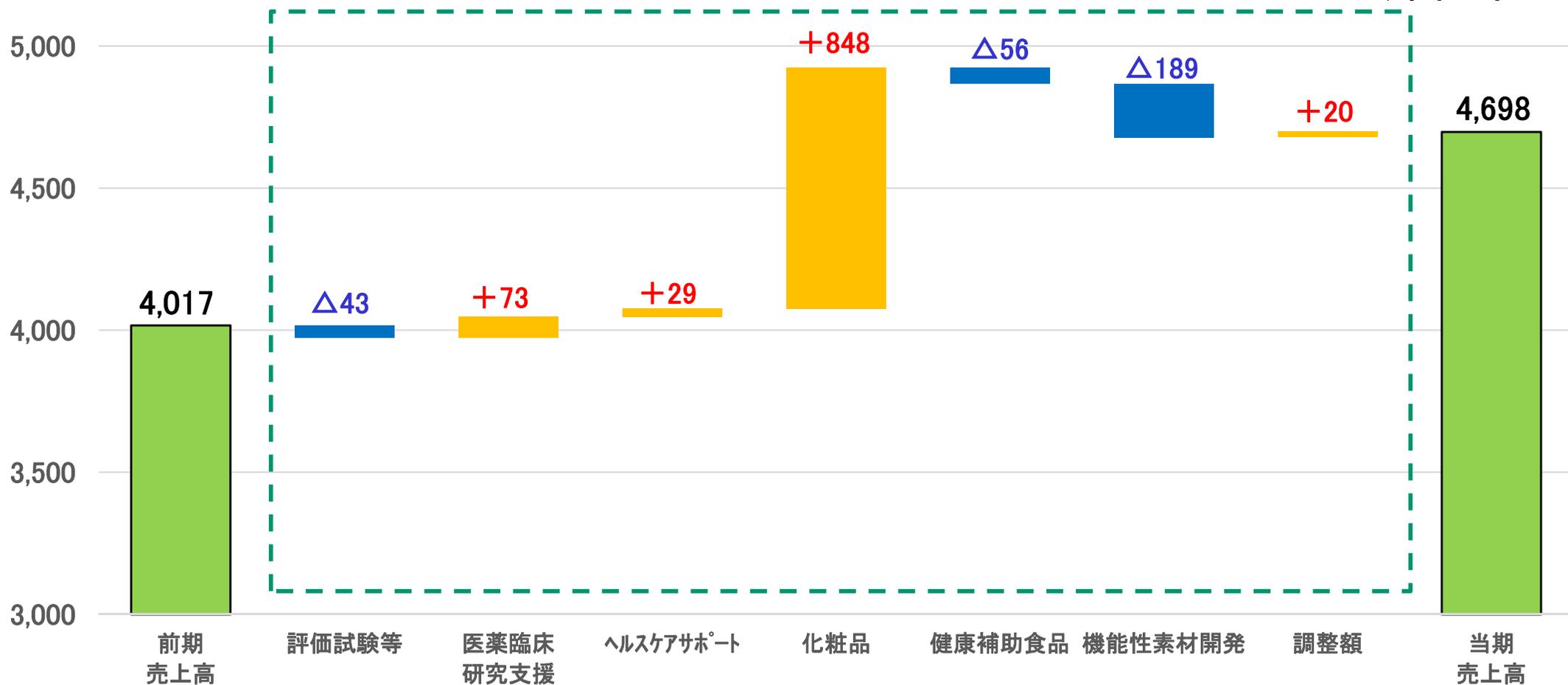
(単位:百万円)

	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

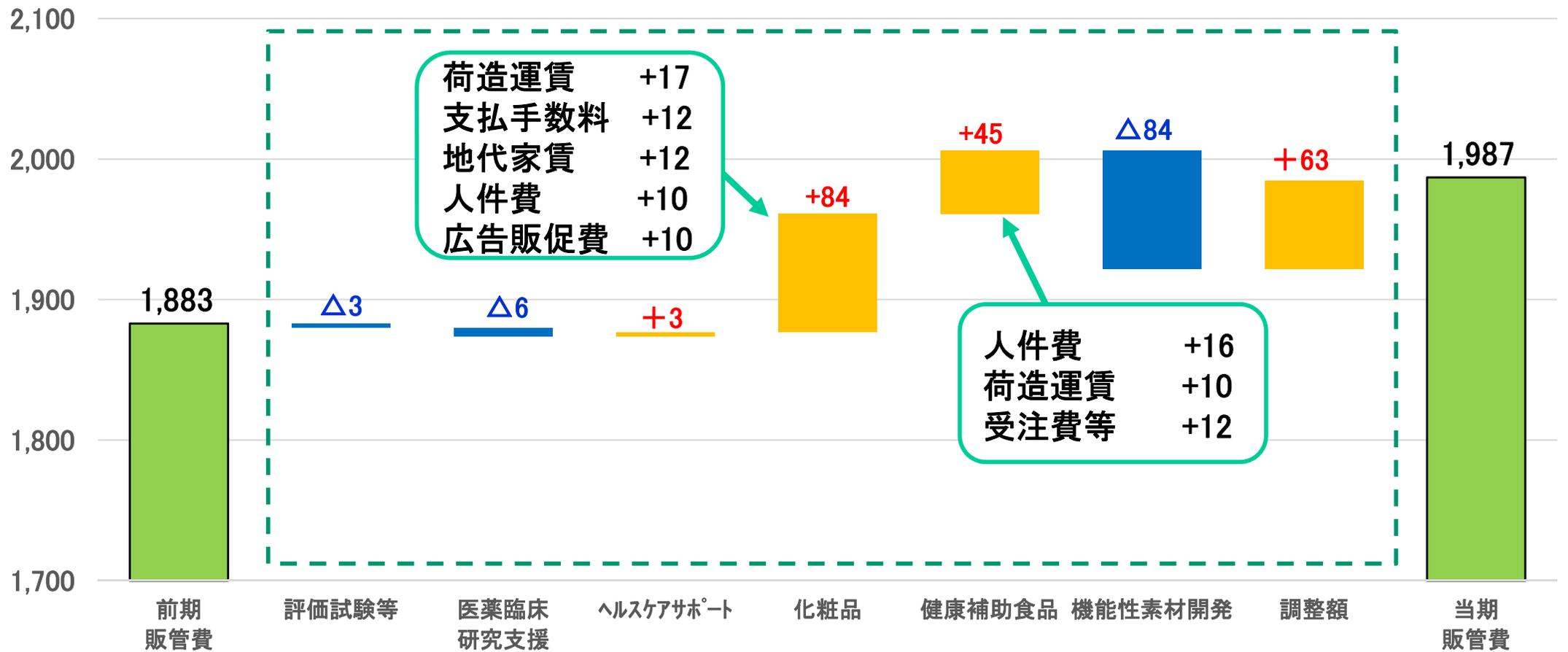
(単位:百万円)





セグメント別 販管費前年同期比差異

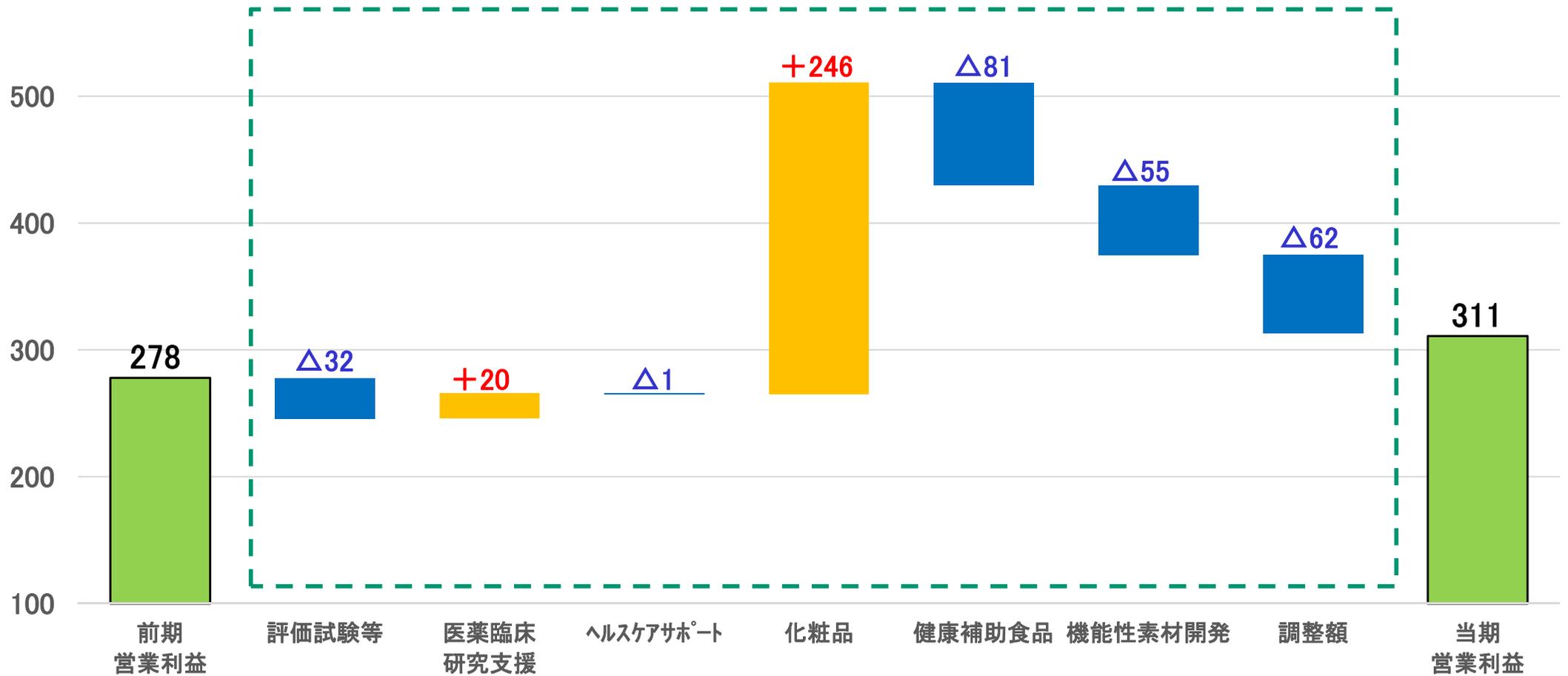
(単位:百万円)





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】

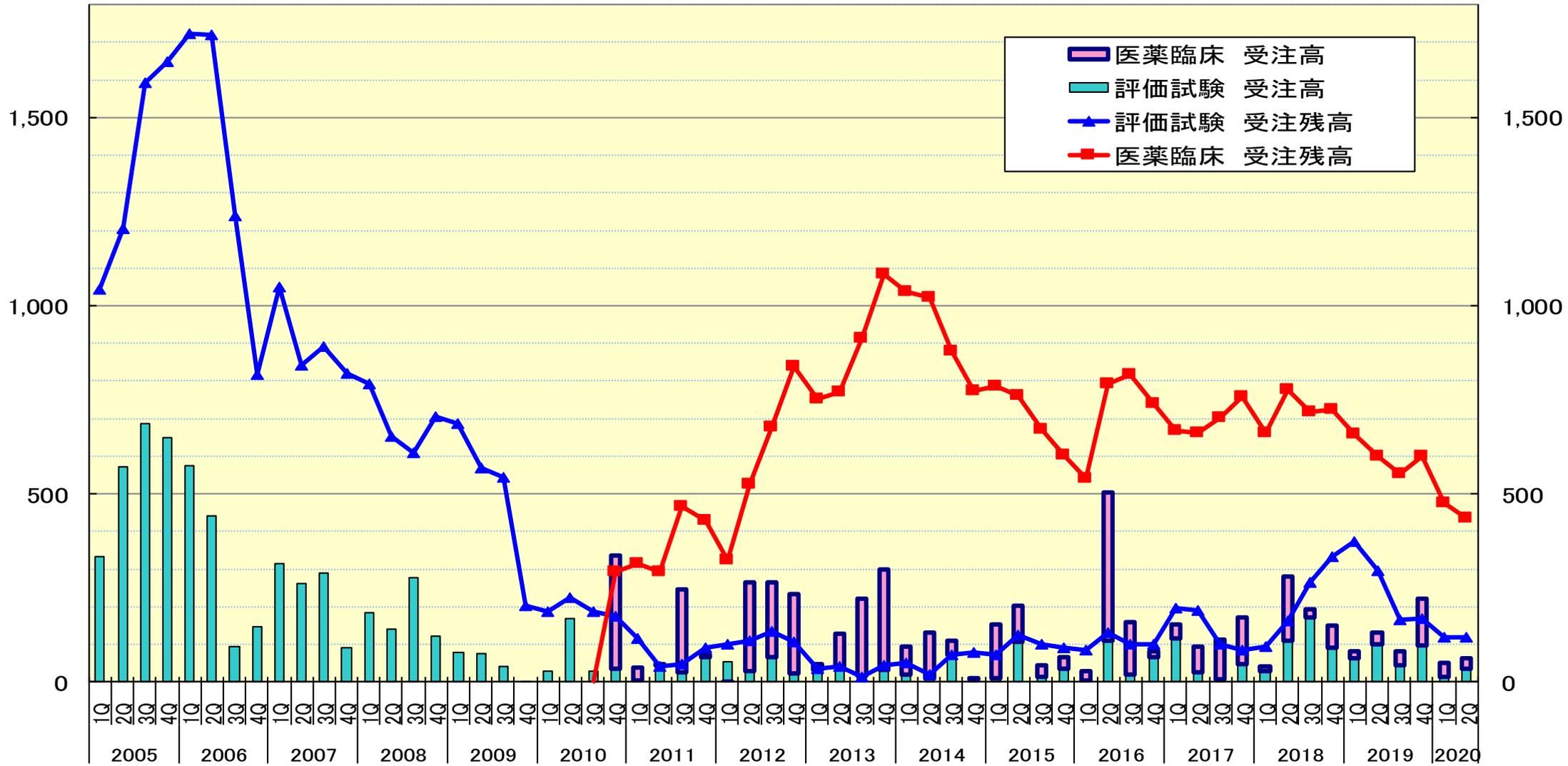
	当期	前期	増減
売上高	230	157	+73
営業費用	204	151	+53
売上原価	183	124	+59
販管費	21	27	△ 6
営業利益	26	6	+20

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

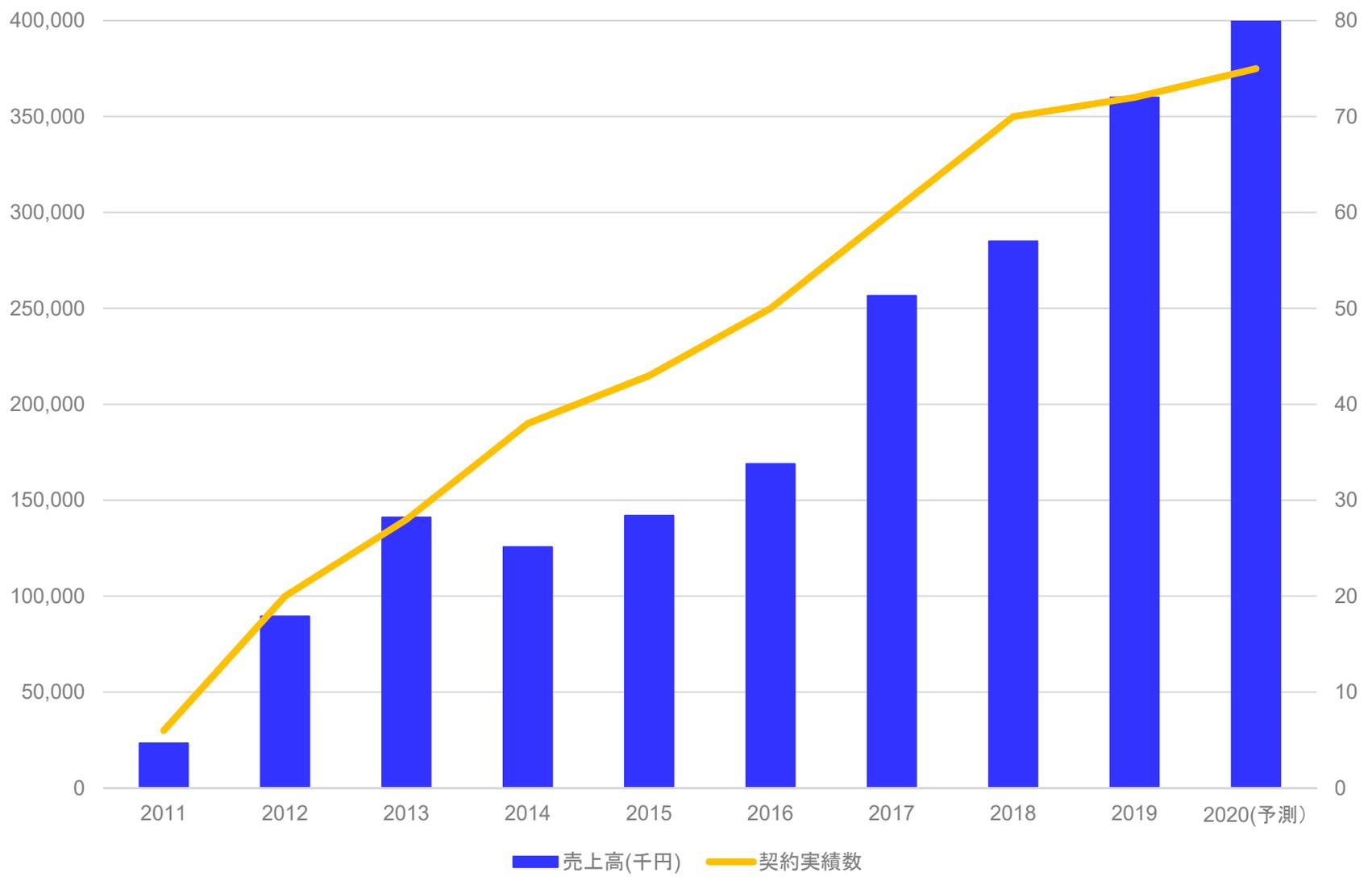
【ヘルスケアサポート】

	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

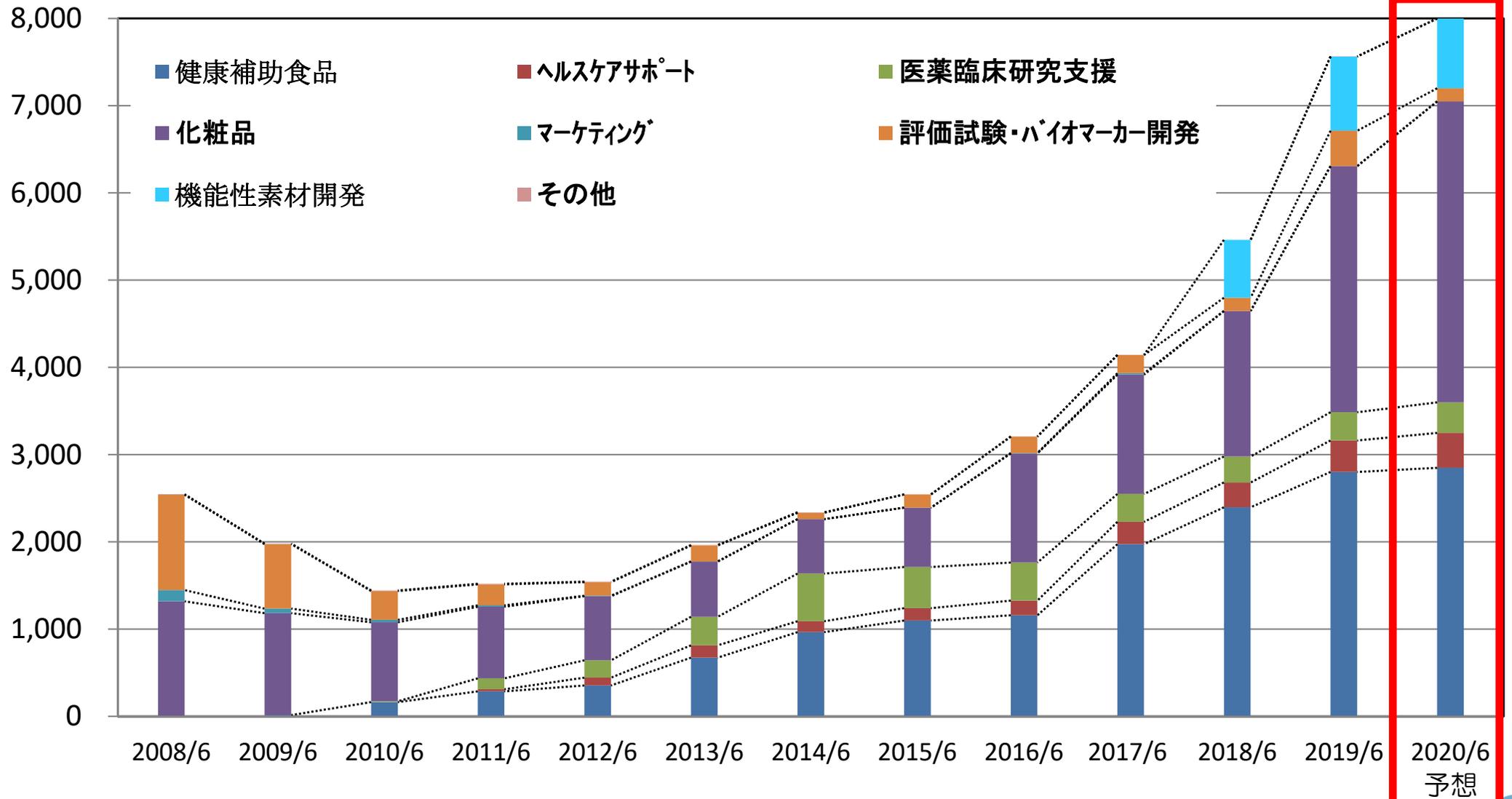
(単位:百万円)

	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



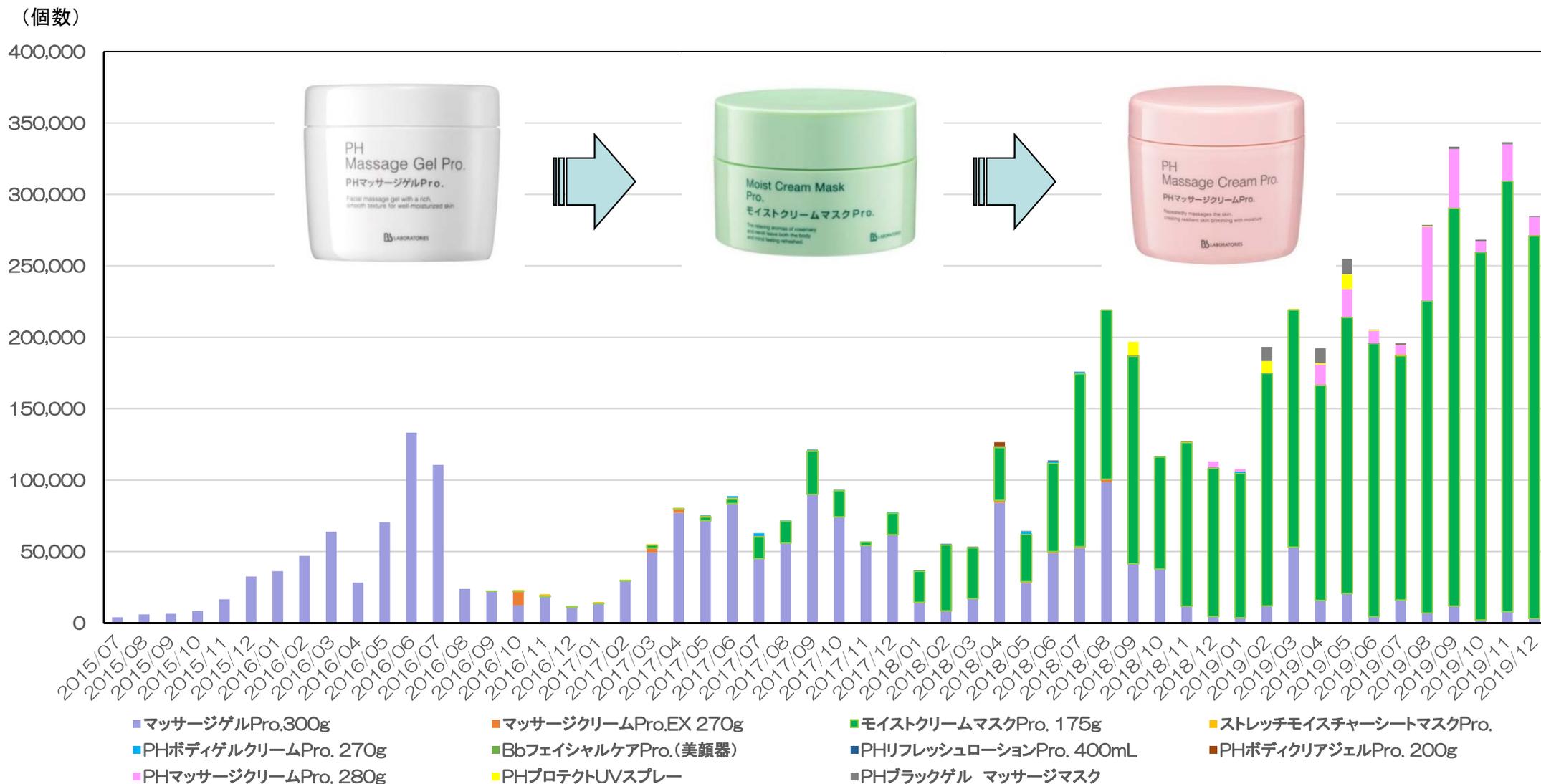
～ 化粧品事業 ～

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)

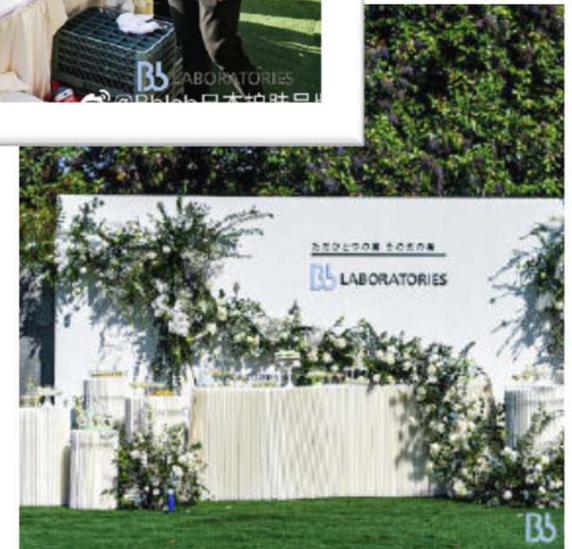
マーケティング活動例/Golongとの提携推進（中国）1

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