

2022年2月22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	2022年2月21日 13:00~14:30
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	2022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)

2022年6月期第2四半期決算説明会資料
(2022年2月21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

～ 2022/6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、前期（2021/6期）の下期には減速傾向が生じていたものの、当第2四半期（累計）においては、W11に向けた出荷が堅調に推移したこと等から概ね前年同期程度の勢いを回復し、売上高は前年同期比8.7%減。

□ 健康補助食品事業

費用対効果の確実性の高い広告媒体を選別して広告出稿を行った結果、広告宣伝費の投下が計画に対して未消化となり、新規顧客の獲得数が計画未達。既存顧客への販売が安定的に推移し、概ね前年同期程度の業績を維持。

□ 機能性素材開発事業

ラクトフェリン原料の販売が減少傾向で推移し、売上高は前年同期比23.1%減。

□ ヘルスケアサポート事業

契約健保組合員数の増加および特定保健指導対象者の当社サービス選択率の上昇等により手数料収入が増加傾向で推移し、売上高は前年同期比49.3%増。

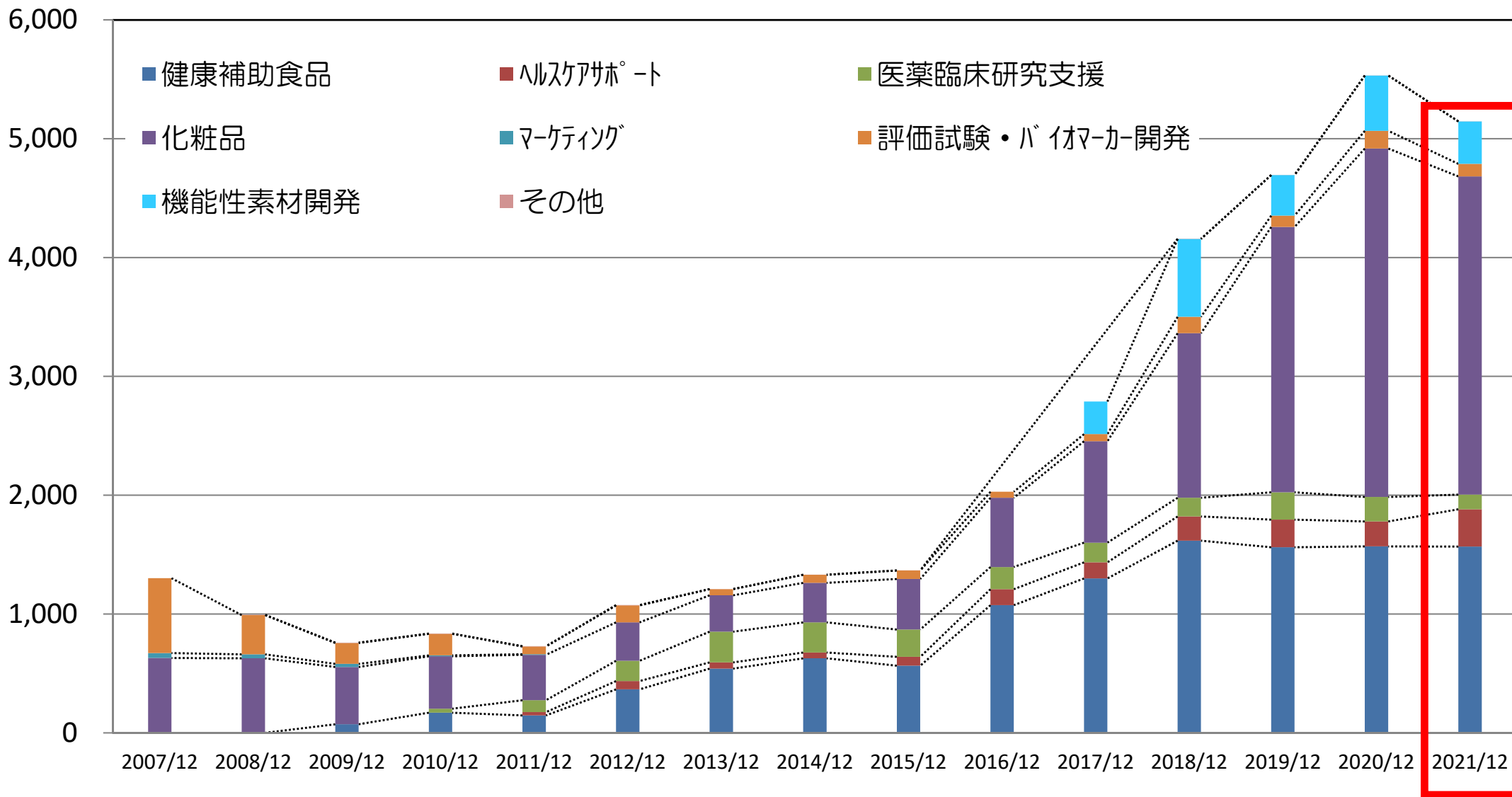
2022/6期第2四半期決算（連結）

（単位：百万円）

	当第2四半期 (2021/12)	前第2四半期 (2020/12)	増減	増減率
売上高	5,150	5,536	△ 386	△ 7.0%
（評価試験事業）	（106）	（149）	（△43）	（△ 28.8%）
（バイマーカー開発事業）	（0）	（0）	（+0）	-
（医薬臨床研究支援事業）	（124）	（206）	（△82）	（△ 39.8%）
（ヘルスケアサポート事業）	（314）	（210）	（+104）	（+49.3%）
（化粧品事業）	（2,677）	（2,932）	（△255）	（△ 8.7%）
（健康補助食品事業）	（1,568）	（1,570）	（△2）	（△ 0.1%）
（機能性素材開発事業）	（357）	（465）	（△108）	（△ 23.1%）
（全社）	（1）	（1）	（+0）	-
売上総利益	2,364	2,492	△ 128	
営業利益	584	619	△ 35	△ 5.6%
経常利益	629	626	+3	+0.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	414	388	+26	+6.7%
研究開発費	15	17	△ 2	
（内疲労関連）	（5）	（6）	（△1）	
（内化粧品）	（1）	（3）	（△2）	
（内機能性素材開発）	（8）	（8）	（+0）	

第2四半期決算 事業別売上高推移

(単位：百万円)



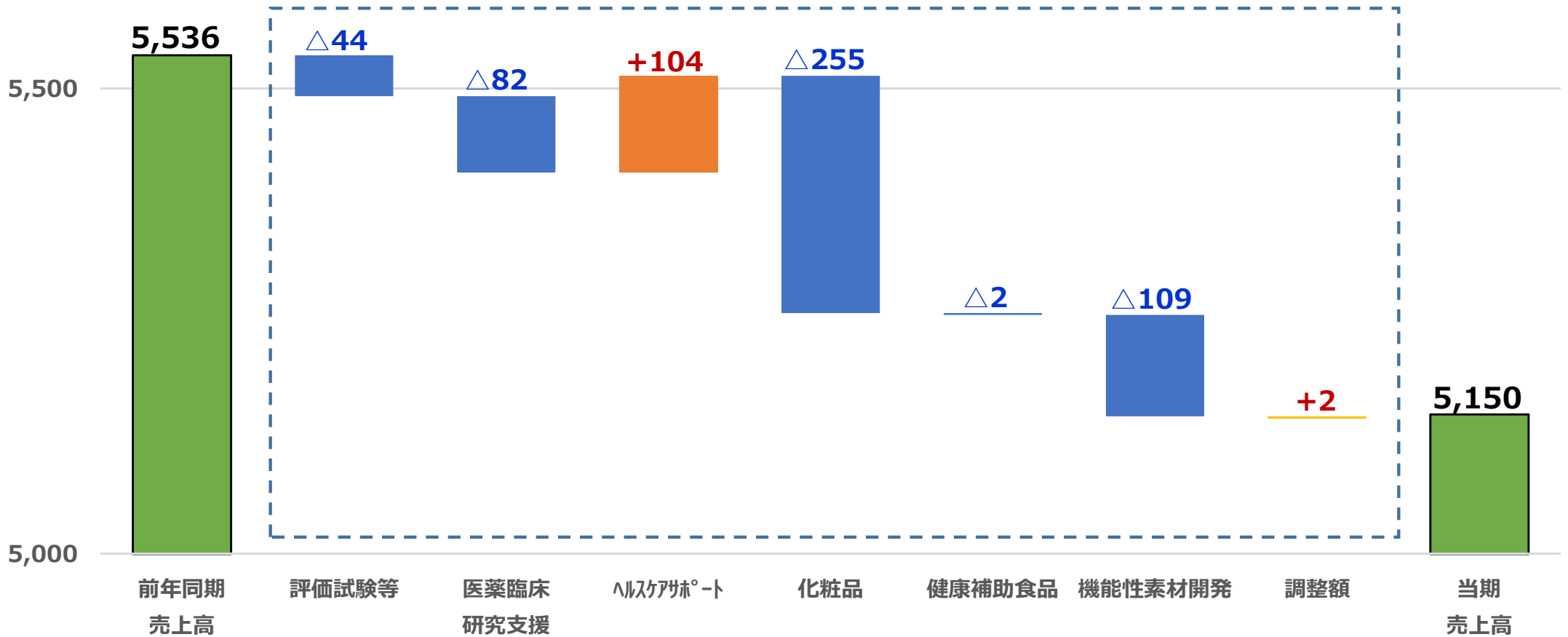
セグメント別 前年同期比

(単位：百万円)

	評価試験・ バイオマーカー			医薬臨床研究			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	106	150	△ 44	124	206	△ 82	314	210	+104	2,677	2,932	△ 255	1,568	1,570	△ 2	360	469	△ 109	△ 1	△ 3	+2	5,150	5,536	△ 386
営業費用	100	160	△ 60	136	203	△ 67	262	198	+64	2,017	2,255	△ 238	1,590	1,602	△ 12	296	348	△ 52	160	147	+13	4,565	4,917	△ 352
売上原価	74	135	△ 61	121	184	△ 63	226	160	+66	1,603	1,743	△ 140	533	550	△ 17	228	274	△ 46	△ 2	△ 4	+2	2,785	3,044	△ 259
販管費	26	25	+1	15	19	△ 4	36	38	△ 2	414	512	△ 98	1,057	1,052	+5	68	74	△ 6	162	151	+11	1,780	1,873	△ 93
営業利益	6	△ 10	+16	△ 12	3	△ 15	51	12	+39	659	676	△ 17	△ 22	△ 32	+10	63	120	△ 57	△ 161	△ 150	△ 11	584	619	△ 35

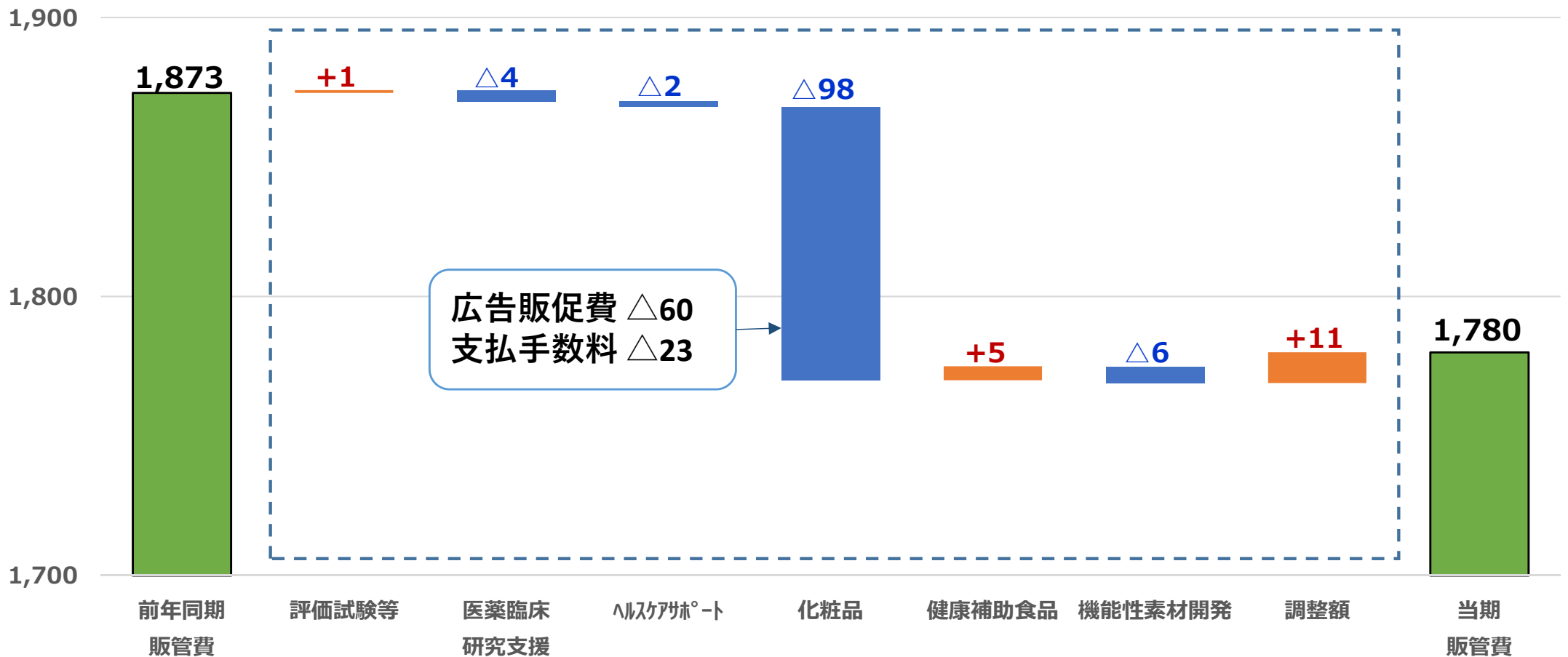
セグメント別 売上高前年同期比差異

(単位：百万円)



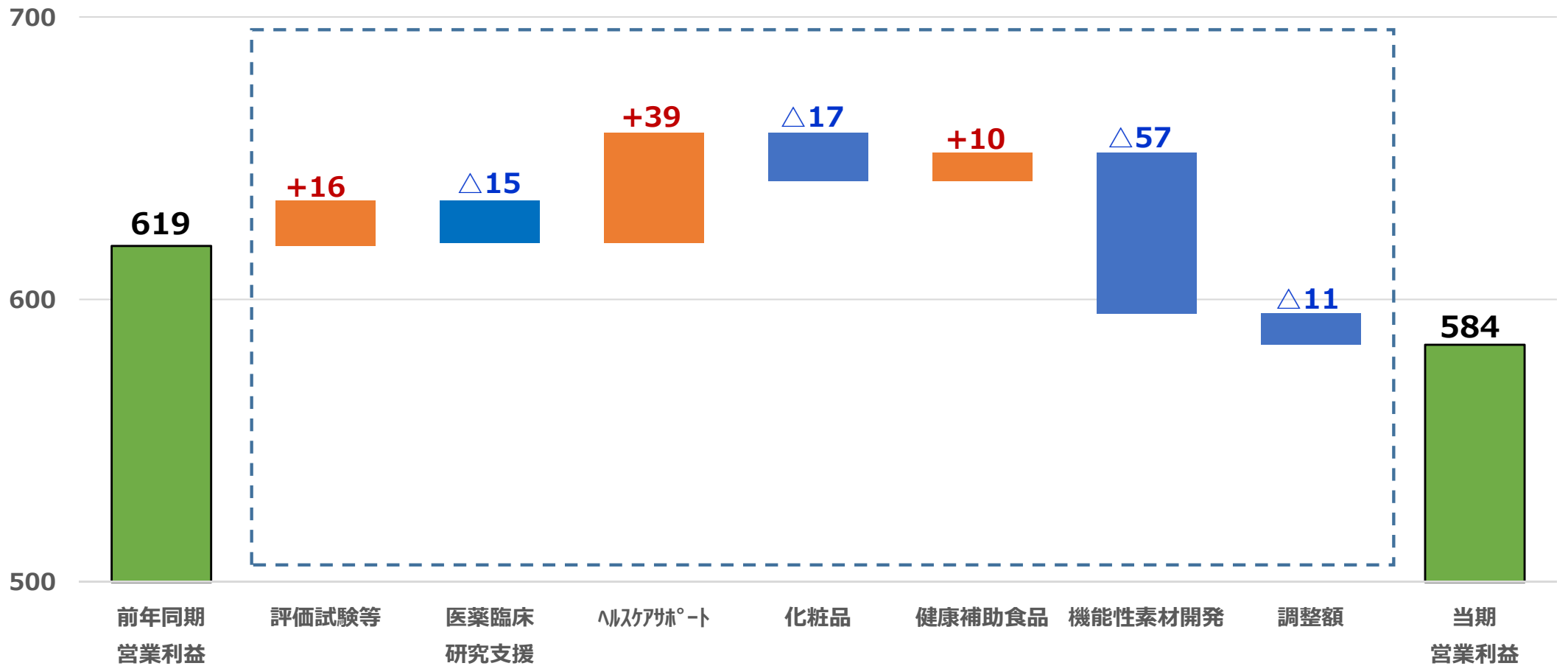
セグメント別 販管費前年同期比差異

(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 計画比

(単位：百万円)

	評価試験・ バイマーカー			医薬臨床研究			ヘルスケア ^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	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	106	70	+36	124	110	+14	314	200	+114	2,677	1,950	+727	1,568	1,600	△ 32	360	370	△ 10	△ 1	0	△ 1	5,150	4,300	+850
営業費用	100	90	+10	136	115	+21	262	165	+97	2,017	1,580	+437	1,590	1,640	△ 50	296	310	△ 14	160	150	+10	4,565	4,050	+515
売上原価	74	60	+14	121	100	+21	226	130	+96	1,603	1,150	+453	533	550	△ 17	228	240	△ 12	△ 2	0	△ 2	2,785	2,230	+555
販管費	26	30	△ 4	15	15	+0	36	35	+1	414	430	△ 16	1,057	1,090	△ 33	68	70	△ 2	162	150	+12	1,780	1,820	△ 40
営業利益	6	△ 20	+26	△ 12	△ 5	△ 7	51	35	+16	659	370	+289	△ 22	△ 40	+18	63	60	+3	△ 161	△ 150	△ 11	584	250	+334

【評価試験・バイオマーカー開発】

	当期	前期	増減
売上高	106	150	△ 44
営業費用	100	160	△ 60
売上原価	74	135	△ 61
販管費	26	25	+1
営業利益	6	△ 10	+16

- 売上件数 8件（前年同期比+3件）
※うちトクホ関連 0件、機能性表示関連 3件
- 受注高 181百万円（前年同期比 +110.6%）
受注残高 180百万円（前年同期末比 +111.9%）

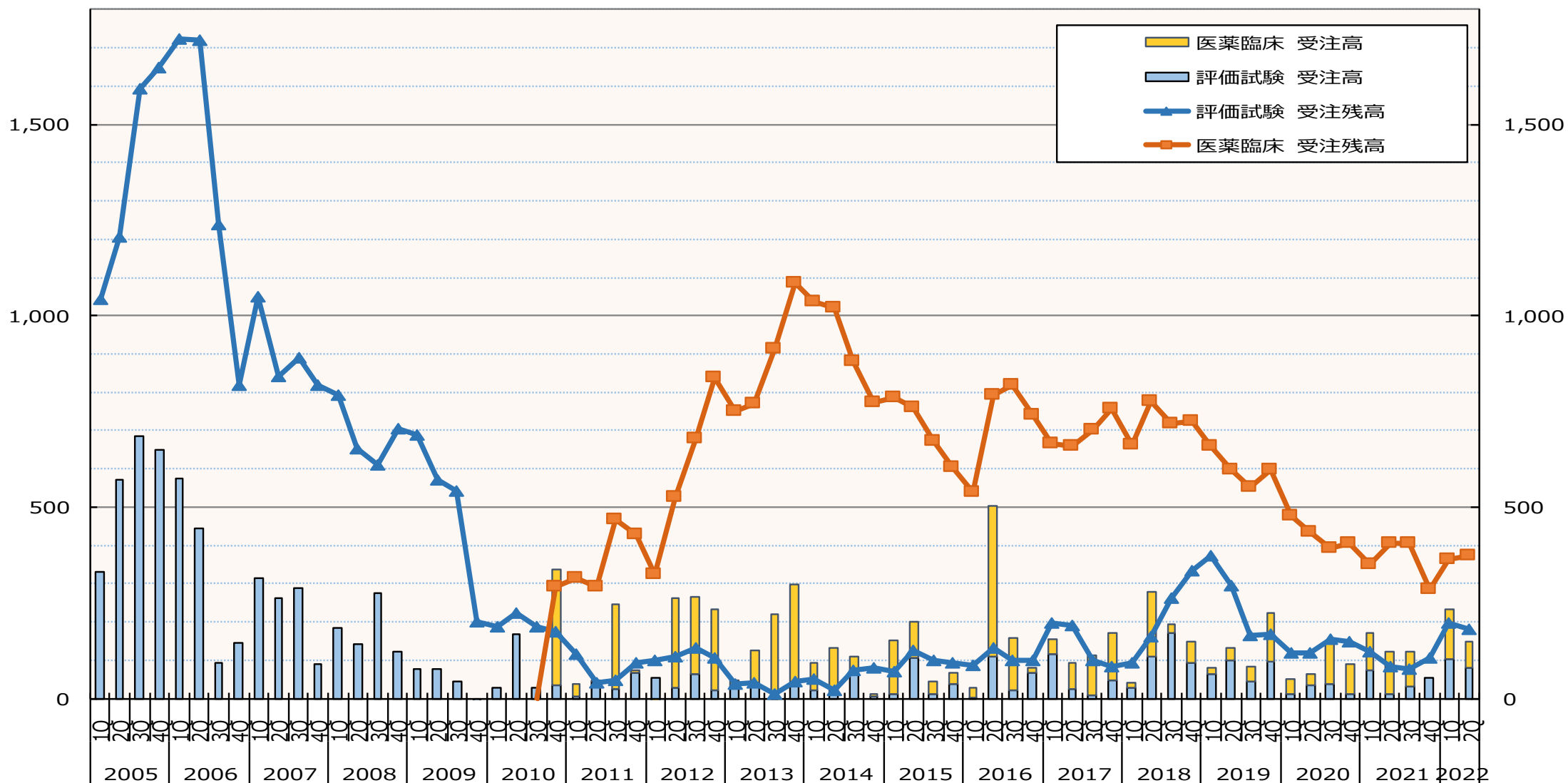
【医薬臨床研究支援】

	当期	前期	増減
売上高	124	206	△ 82
営業費用	136	203	△ 67
売上原価	121	184	△ 63
販管費	15	19	△ 4
営業利益	△ 12	3	△ 15

- 売上案件数 12件（前年同期比△7件）
- 受注高 202百万円（前年同期比 △1.0%）
受注残高 374百万円（前年同期末比 △7.6%）

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

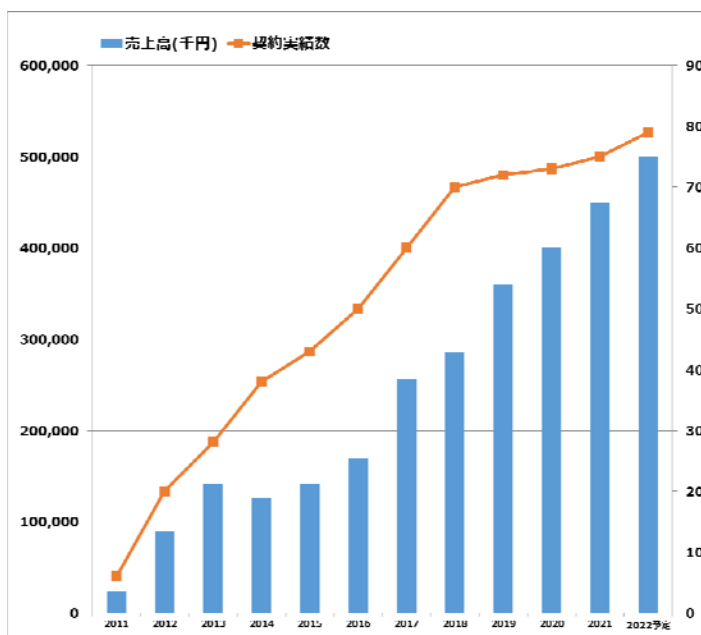
2022/6期第2四半期決算（補足資料）

【ヘルスケアサポート】

	当期	前期	増減
売上高	314	210	+104
営業費用	262	198	+64
売上原価	226	160	+66
販管費	36	38	△ 2
営業利益	51	12	+39

契約健保組合数の増加および特定保健指導対象者の当社サービス選択率の上昇等により、増収および増益。

契約実績(2022年1月現在)



+ 5 (2021年8月比較)

ラクトフェリンを活用したオンライン特定保健指導が好調、第5波収束による反動もありサービス利用者が増加。

2022/6期第2四半期決算（補足資料）

【化粧品】

	当期	前期	増減
売上高	2,677	2,932	△ 255
営業費用	2,017	2,255	△ 238
売上原価	1,603	1,743	△ 140
販管費	414	512	△ 98
営業利益	659	676	△ 17

- 卸売売上高 2,592百万円（前年同期比 △8.8%）
通販売上高 84百万円（前年同期比 △5.4%）
- 広告販促費 100百万円
（前年同期比△60百万円、計画比△17百万円）

【健康補助食品】

	当期	前期	増減
売上高	1,568	1,570	△ 2
営業費用	1,590	1,602	△ 12
売上原価	533	550	△ 17
販管費	1,057	1,052	+5
営業利益	△ 22	△ 32	+10

- 広告販促費 614百万円
（前年同期比+9百万円、計画比△31百万円）
- ※うち第1四半期（7～9月） 474百万円
（前年同期比△12百万円、計画比△33百万円）

2022/6期第2四半期決算（補足資料）

【機能性素材開発】

	当期	前期	増減
売上高	360	469	△ 109
営業費用	296	348	△ 52
売上原価	228	274	△ 46
販管費	68	74	△ 6
営業利益	63	120	△ 57

ラクトフェリン原料の販売が減少傾向で推移し、減収および減益。

※売上高のうちライセンス収入 45百万円
(前年同期比△22百万円)

～2022/6期 通期業績予想～



- 化粧品事業の業績は、W11における販売増を主因として計画を上回る進捗となり、通期でも当初計画を上回る見通し。ただし、下期は前期と同様にW11の反動減が予想されることから、通期では計画超過が上期よりも縮小する見込み。
- 健康補助食品事業の業績は、費用対効果の確実性の高い広告媒体を厳選したことにより広告宣伝費の投下が計画比で未消化となり、新規顧客の獲得数が計画未達となったこと等から、当初計画を下回る見通し。
- 機能性素材開発事業の業績は、ラクトフェリン原料の販売が減少傾向で推移していることから、当初計画を下回る見通し。



通期の業績予想については、事業ごとの見通しに増減はあるものの、全体として業績予想の前提となる計画に重要な変動は生じていないことから、予想数値に変更なし。

2022/6期通期業績予想（連結）

（単位：百万円）

	当期予想 (2022/6)	前期実績 (2021/6)	増減	増減率
売上高	8,500	8,942	△ 442	△ 4.9%
（評価試験事業）	（150）	（199）	（△49）	（△ 24.6%）
（バイオマーカー開発事業）	（0）	（0）	（+0）	-
（医薬臨床研究支援事業）	（250）	（336）	（△86）	（△ 25.6%）
（ヘルスケアサポート事業）	（520）	（451）	（+69）	（+15.3%）
（化粧品事業）	（4,160）	（4,411）	（△251）	（△ 5.7%）
（健康補助食品事業）	（2,800）	（2,744）	（+56）	（+2.0%）
（機能性素材開発事業）	（620）	（797）	（△177）	（△ 22.2%）
（全社）	（0）	（2）	（△2）	-
売上総利益	3,925	4,112	△ 187	
営業利益	700	916	△ 216	△ 23.6%
経常利益	700	920	△ 220	△ 23.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	430	562	△ 132	△ 23.5%
研究開発費	130	80	+50	
（内疲労関連）	（30）	（34）	（△4）	
（内化粧品）	（30）	（15）	（+15）	
（内機能性素材開発等）	（70）	（31）	（+39）	

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	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	150	216	△ 66	250	336	△ 86	520	451	+69	4,160	4,411	△ 251	2,800	2,744	+56	620	806	△ 186	0	△ 24	+24	8,500	8,942	△ 442
営業費用	195	238	△ 43	280	345	△ 65	440	379	+61	3,425	3,634	△ 209	2,570	2,522	+48	590	635	△ 45	300	268	+32	7,800	8,024	△ 224
売上原価	135	190	△ 55	240	296	△ 56	360	305	+55	2,520	2,671	△ 151	940	921	+19	380	471	△ 91	0	△ 26	+26	4,575	4,829	△ 254
販管費	60	48	+12	40	49	△ 9	80	74	+6	905	963	△ 58	1,630	1,601	+29	210	164	+46	300	294	+6	3,225	3,195	+30
営業利益	△ 45	△ 22	△ 23	△ 30	△ 9	△ 21	80	71	+9	735	777	△ 42	230	221	+9	30	170	△ 140	△ 300	△ 292	△ 8	700	916	△ 216

（単位：百万円）

	今回予想 (2022/6)	当初予想 (2022/6)	増減	増減率
売上高	8,500	8,500	+0	-
（評価試験事業）	（150）	（150）	（+0）	-
（バイマーカー開発事業）	（0）	（0）	（+0）	-
（医薬臨床研究支援事業）	（250）	（250）	（+0）	-
（ヘルスケアサポート事業）	（520）	（470）	（+50）	（+10.6%）
（化粧品事業）	（4,160）	（3,830）	（+330）	（+8.6%）
（健康補助食品事業）	（2,800）	（3,000）	（△200）	（△ 6.7%）
（機能性素材開発事業）	（620）	（800）	（△180）	（△ 22.5%）
（全社）	（0）	（0）	（+0）	-
売上総利益	3,925	3,990	△ 65	
営業利益	700	700	+0	-
経常利益	700	700	+0	-
親会社株主に帰属する当期純利益	430	430	+0	-
研究開発費	130	130	+0	
（内疲労関連）	（30）	（30）	（+0）	
（内化粧品）	（30）	（30）	（+0）	
（内機能性素材開発等）	（70）	（70）	（+0）	

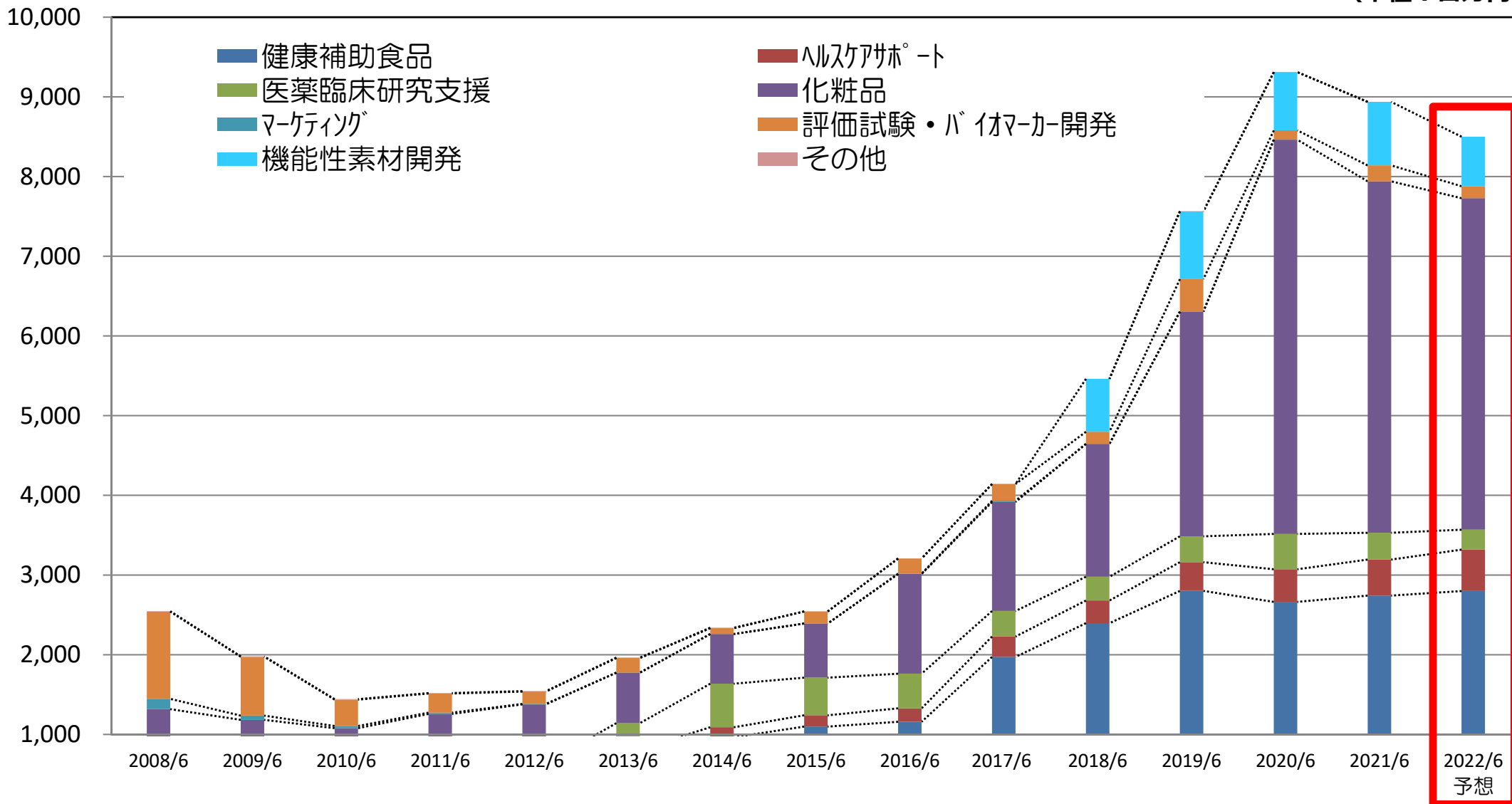
セグメント別 当初予想比

(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 予想	増減	今回 予想	当初 予想	増減	今回 予想	当初 予想	増減	今回 予想	当初 予想	増減	今回 予想	当初 予想	増減	今回 予想	当初 予想	増減	今回 予想	当初 予想	増減	今回 予想	当初 予想	増減
売上高	150	150	+0	250	250	+0	520	470	+50	4,160	3,830	+330	2,800	3,000	△ 200	620	800	△ 180	0	0	+0	8,500	8,500	+0
営業費用	195	195	+0	280	265	+15	440	395	+45	3,425	3,215	+210	2,570	2,720	△ 150	590	720	△ 130	300	290	+10	7,800	7,800	+0
売上原価	135	135	+0	240	225	+15	360	320	+40	2,520	2,300	+220	940	1,020	△ 80	380	510	△ 130	0	0	+0	4,575	4,510	+65
販管費	60	60	+0	40	40	+0	80	75	+5	905	915	△ 10	1,630	1,700	△ 70	210	210	+0	300	290	+10	3,225	3,290	△ 65
営業利益	△ 45	△ 45	+0	△ 30	△ 15	△ 15	80	75	+5	735	615	+120	230	280	△ 50	30	80	△ 50	△ 300	△ 290	△ 10	700	700	+0

事業別売上高推移と当期予想

(単位：百万円)



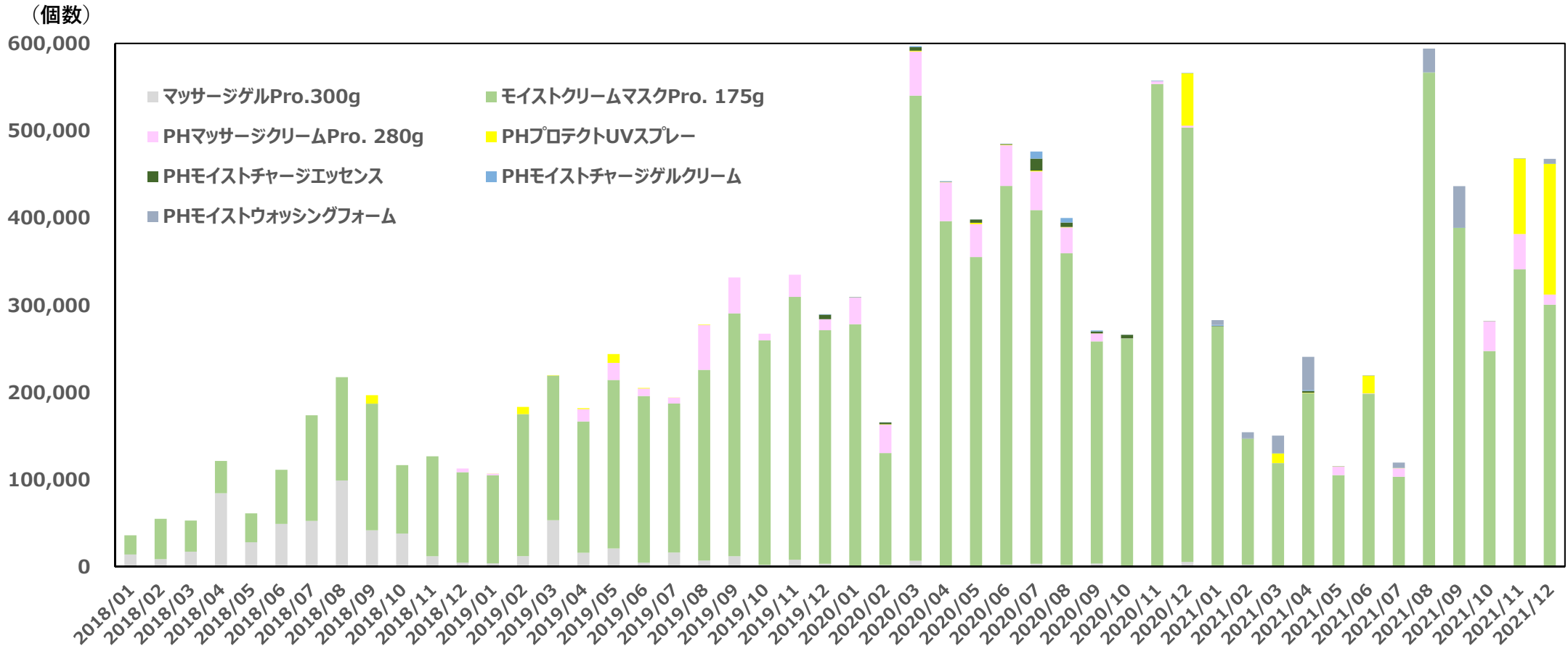


原液美容

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



モイストクリームマスクPro.



- 当上期は、中国当局による広告規制強化、中国国内メーカーの台頭による競争激化のマイナス要因があったものの、W11におけるGolong社のマーケティング施策が奏功し、前下期の減速から概ね前年同期程度の勢いを回復。
- 主力製品である「モイストクリームマスクPro.」の売上は前年同期比で15.3%減。
- 同製品は一定数の愛用者を確保しているものの発売後5年が経過しており、今後の拡大余地の観点からリブランディングや次のヒット商品の創出に向け、Golong社との共同開発体制をさらに強化し、開発プロジェクトを推進中。
- 同商品の依存度が高い状況は変わらないものの、紫外線予防の需要が高まる春以降を見越し、「PHプロテクトUVスプレー」の強い引き合いがあった。

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
2020.6.18	11,875,334
2020.11.11	44,060,000
2021.6.18	12,697,000
2021.11.11	75,510,000



- W11のT-mall旗艦店の売上は 7,551万元（約13.6億円/Golong社ベース）、対前年比71.3%増を達成。
- T-mall、JDの2大プラットフォームの売上が堅調に推移したことに加え、2020年からEコマースに参入したTikTok/快手の売上が躍進し、W11全体の売上として1億3,857万元（約24.9億円/Golong社ベース）、対前年比119.7%増を達成。
- T-mallの海外ブランド クリームマスク部門において「モイストクリームマスクPro.」が売上第2位にランクイン。



<李佳琦(Austin)氏のライブ販売>



<TikTok/快手ライブ販売>

- 人気インフルエンサー李佳琦(Austin)氏のライブ販売で「モイストクリームマスクPro.」を14万個販売。
- 人気KOLやインフルエンサーを多く抱える動画プラットフォームのTikTok/快手が2020年からEコマースに参入。W11においてTikTok/快手での売上が躍進し、販売チャンネル別ではT-mallに次ぐ1,254万元（約2.3億円/Golong社ベース）を達成。
- 今後、ライブ販売が主要販売チャンネルになることが見込まれことからTikTok/快手での販売強化に取り組む。

当日プレス発表イベント会場

アーロン氏プレス発表会&Live出演

- 日程：11月14日（日）14時～17時
- 現地メディア掲載数：23誌
- 当日Live閲覧数：約3,000閲覧

AARON

アーロン (炎亞綸)

誕生日：11月20日
身長：177cm
言語：中国語、英語、台湾語、日本語少し
血液型：O型

台湾をはじめ、アジア各国で活躍するAARONは、2015年3月にリリースされた日本オリジナル1stシングル「MOISTURIZING」では、元JUDY AND MARYのギタリストTAKUYAがプロデューサー・作曲/ミッツ・マングローブ作詞した作品で、オリコン週間シングルランキング初登場10位を記録、

2016年6月にリリースした日本オリジナル3rdシングル「モノクローム・ダンディー」が、オリコン週間シングルランキング初登場8位を記録した。

自身最高位は、
を果たす快
主役した
後より一層

俳優業
アーティスト業
司会業 etc...

Handwritten signature: Aaron



⇒ 当日LIVE風景



台湾メディア掲載記事



今後、港台地区（香港、台湾）、その他アジア地区（ベトナム・マレーシア）での販売強化、売上増を目指す。