

株主の皆様へ

株主の皆様におかれましては、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

平成28年3月期第1四半期決算短信、プレスリリースなど、当社の近況をご報告させていただきます。株主の皆様には今後ともより一層のご支援、ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

① 平成28年3月期第1四半期業績ご報告

当第1四半期連結累計期間における我が国経済は、円安基調の継続や原油安を背景とした企業収益や雇用・所得環境の改善などにより緩やかな回復基調が続いております。但し、欧州金融不安、中国景気の減速などへの警戒感もあり、先行きは依然として不透明な状況となっております。

当社グループの属する業界も、健康意識の高まりが持続し、食品の新たな機能性表示制度が始まり大きな変革期を迎えたものの、一方では相次ぐ異業種を含む大手企業の新規参入など更なる競合が激化し、当社グループを取り巻く環境は依然として厳しいものとなっております。

このような状況のなか、当社グループとしては、「伝統と技術と人材力を価値にする」をビジョンとして6月からの機能性表示食品の新発売など積極的な諸施策・諸活動を展開しております。その結果、売上高は2,320百万円と前年同四半期と比べ131百万円の増収となりました。

利益面においては、売上総利益は1,168百万円と前年同四半期と比べ127百万円の増益となりました。また機能性表示食品の発売時期に合わせたプロモーション活動を念頭に当第1四半期は販売促進費等を抑え気味にしたことや人件費の圧縮等に努めた結果、営業利益は24百万円と前年同四半期と比べ331百万円の増益となり、さらに営業外損益を加えた経常利益は26百万円と前年同四半期と比べ327百万円の増益となり、親会社株主に帰属する四半期純利益は14百万円と前年同四半期と比べ318百万円の増益となりました。

セグメントの業績を示すと、次のとおりであります。

① ヘルスケア事業

当セグメントにおきましては、前年同四半期のような消費税増税の駆け込み需要の反動はないもののオーラルケア商品を中心に力強さに欠け、その結果、ヘルスケア事業の売上高は1,458百万円と前年同四半期と比べ69百万円の増収に留まりました。

損益面では、プロモーション費用等の経費の圧縮により、セグメント損失は106百万円と前年同四半期と比べ218百万円の増益となりました。

② カプセル受託事業

当セグメントにおきましては、フレーバーカプセルは引き続き順調に推移した一方で、医薬品カプセルやその他の受託は前年同期比落ち込み、結果として、カプセル受託事業の売上高は857百万円と前年同四半期と比べ69百万円の増収となりました。

損益面では、効率的な研究開発投資に努めた結果、セグメント利益は123百万円と前年同四半期と比べ105百万円の増益となりました。

● 平成28年3月期第1四半期の連結業績(平成27年4月1日～平成27年6月30日)

連結経営成績(累計)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
28年3月期第1四半期	2,320	6.0	24	-	26	-	14	-
27年3月期第1四半期	2,188	△13.2	△306	-	△301	-	△303	-

(注) 包括利益 28年3月期第1四半期 240百万円(-%) 27年3月期第1四半期△328百万円(-%)

(平成27年8月11日公表)

● 平成28年3月期の連結業績予想(平成27年4月1日～平成28年3月31日)

(%表示は、通期は対前期、四半期は対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
第2四半期(累計)	5,000	3.7	△30	-	△30	-	△50	-
通期	11,000	12.0	470	330.0	450	256.9	400	300.8

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無: 無

② HealthAid ヘルスエイド 全ての商品に「機能性」が表示された新サプリメントブランド「ヘルスエイド」を新展開

全ての商品に「機能性」が表示された

新サプリメントブランド「ヘルスエイド」を新展開

～6月19日(金)より全国のドラッグストア(薬局・薬店)、CVS、百貨店、通信販売で発売開始～

「ヘルスエイド」について

「ヘルスエイド」は、今春誕生した、全ての商品に機能性が表示された新サプリメントブランドです。機能性表示食品の「ビフィーナ®」「ローズヒップ」「ヒアルロン酸」「テアニン」、栄養機能食品の「マルチビタミン & ミネラル」を、2015年6月19日より順次、全国のドラッグストア(薬局・薬店)、CVS、百貨店、通信販売等で販売しています。

食品の機能性をわかりやすく表示することにより、健康維持に必要な商品がより選びやすくなりました。今後も機能性表示食品をはじめ、特定保健用食品、栄養機能食品を、新サプリメントブランド「ヘルスエイド」としてラインナップ、商品を拡充してまいります。

●「ヘルスエイド」WEBサイト(URL) <http://healthaid.jintan.jp>

※機能性表示食品は、事業者の責任において特定の保健の目的が期待できる旨を表示するものとして、消費者庁長官に届出されたものです。

ただし、特定保健用食品と異なり、消費者庁長官による個別審査を受けたものではありません。

・機能性表示食品は、疾病の診断、治療、予防を目的したものではありません。

・摂取上の注意: 1日の摂取目安量を守ってください。

・食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。



③ HealthAid ヘルスエイド 新たに「サラシア」を追加し、ラインナップを拡充

～2015年9月中旬より全国のドラッグストア(薬局・薬店)、CVS、百貨店、通信販売で発売開始～

当社は、サプリメントブランド「ヘルスエイド」に、新たに機能性表示食品の「サラシア」を追加し、2015年9月中旬より、全国のドラッグストア(薬局・薬店)、CVS、百貨店、通信販売で発売いたします。

当社ではサラシアの働きに古くから着目し、研究を重ねてきました。サラシア由来サラシノールには糖の吸収をおだやかにし、食後血糖値の上昇をゆるやかにする機能があることが報告されています。食後血糖値の上昇が気になる方におすすめです。



■「ヘルスエイド」ブランドに「サラシア」追加

④ 一医薬品・化粧品・洗剤・研究開発・製造技術国際展「第28回インターフェックスジャパン」に出展
 ～多層化・腸溶性・大腸崩壊性シームレスカプセルなどに関する最新情報を紹介～

当社は2015年7月1日(水)から7月3日(金)に東京ビッグサイト(東京都江東区)で開催された医薬・化粧品・洗剤の研究開発と製造技術に関する展示会「第28回インターフェックスジャパン」に企業ブースを出展しました。シームレスカプセルのバイオニアとして、その技術の核心を業界企業の開発者にアピールし、事業の拡大を目指します。

〈森下仁丹ブース出展内容〉

当社のカプセル技術は既に医薬品や健康食品、産業分野まで広く活用されています。出展ブースでは、当社独自の多層化・腸溶性・大腸崩壊性カプセルなどに関する最新情報やDDS(ドラッグデリバリーシステム)技術を紹介しました。



⑤ 腸内環境デザインのバイオベンチャー メタジェン 森下仁丹と世界初となる共同研究を開始
 ～ビフィズス菌摂取時のヒト腸内環境変動をメタボロゲノミクス™により詳細に解析～

独自の耐酸性カプセルでビフィズス菌(ロンガム種)を守り、腸内フローラを良好にし、便通を改善する機能性表示食品「ビフィーナ®」を発売する当社と、腸内環境デザインのバイオベンチャー、株式会社メタジェン(本社:山形県鶴岡市、代表取締役:福田真嗣)は、「ビフィーナ®」の摂取により生きたまま腸に届いたビフィズス菌が、ヒトの腸内環境に与える影響について明らかにするため、「メタボロゲノミクス™」を用いて共同研究を開始することにいたしました。

ビフィズス菌摂取時の腸内環境変動について「メタボロゲノミクス™」により詳細に解析する試みは、本共同研究が世界初となります。これまでにビフィズス菌(ロンガム種)には、腸内フローラを良好にし、便通を改善する機能が報告されており、この研究により新たな機能性の解明が期待されます。また、将来的には、個人それぞれの腸内フローラにあわせて、最適と考えられるビフィズス菌や乳酸菌などあるいは腸内フローラを改善する有用素材(プレバイオティクスやバイオジェニックスなど)を組み合わせて配合した、いわゆる「オーダーメイドプロバイオティクス」を提供できればと考えております。

当社は、皮膜特性・多層構造・粒径・内容物を自由にデザイン

できるカプセル技術を活かして、胃酸で溶けずに腸まで届いて溶解する耐酸性ハイパープロテクトカプセルの開発に成功し、このカプセル技術を用いて開発した、ビフィズス菌(ロンガム種)を生きたまま腸へ届けるビフィズス菌配合サプリメント「ビフィーナ®」シリーズを1993年より販売しており、現在は機能性表示食品として販売しております。

メタジェンは、2015年3月に、慶應義塾大学先端生命科学研究所の福田特任准教授らによって設立された注目のベンチャー企業で、ヒトの便から腸内フローラの遺伝子情報と腸内代謝産物情報を抽出し、網羅的に統合解析する独自技術「メタボロゲノミクス™」を用いて、腸内環境に基づいた新たな健康評価方法を開発しています。「便から生み出す健康社会」を提唱し、腸内環境が影響を及ぼすヒトの体質や疾病のメカニズムを解明することで、病気ゼロ社会の実現を目指しています。

今後も、当社とメタジェンは、2社の強みを活かして、腸内環境の改善による健康維持・増進に貢献してまいります。

⑥ HealthAid ANS-11 俳優の田中哲司さんを起用「ヘルスイド」CM放映開始
 「すっきりしてキャッチボール」篇「体脂肪が気になる同窓会」篇を全国で放映中

当社は、体への機能性が表示できるサプリメントの新ブランド「ヘルスイド」のCM、“がんばれ、タケシ49歳シリーズ”「すっきりしてキャッチボール」篇、「体脂肪が気になる同窓会」篇を、2015年7月15日(水)より、全国7エリアで放映いたしました。

今回のCMでは、主人公の中年男性役に、俳優の田中哲司さんを起用し、“腸内フローラを良好にし便通を改善する”「ヘルスイド ビフィーナ®」、「体脂肪を減らす」『ヘルスイド ローズヒップ』の機能性を訴求し、カラダが気になりだした中年男性を応援するCMとなっています。

■CMタイトル

“がんばれ、タケシ49歳シリーズ”

「すっきりしてキャッチボール」篇、「体脂肪が気になる同窓会」篇

■放映開始日

2015年7月15日(水)～

■放映メディア

テレビ(全国7か所)、Web動画

■CMコンセプト

普段の生活で、誰かのちょっとした一言で、ふと気付く。「健康でいたい」「いつまでも若くいたい」、そんな瞬間を切り取り、前向きに生きる中年男性の心の動きをていねいに描きました。CMをみた方が自分のことのように共感

し、健康の大切さを再認識してもらえればと願っています。

「がんばれ、カラダ」のメッセージとともに、「ヘルスイド」は健康でありたい人を応援し続けるブランドです。



※「すっきりしてキャッチボール」篇