



株式会社総医研ホールディングス

事業計画及び 成長可能性に関する事項

東京証券取引所グロース市場 | 証券コード：2385



変更事項 | Changes

- 本資料の作成にあたり、2026年8月12日公表「報告セグメントの変更に関するお知らせ」に伴い、以下の変更をしております。

トピック	変更内容	関連スライド
事業名称の修正	報告セグメントの変更に伴い、従来の「ヘルスケアサポート事業」は「法人ヘルスケアサポート事業」に、従来の「健康補助食品事業」・「化粧品事業」・「機能性素材開発事業」は統合し「ヘルスケアプラットフォーム事業」に事業の名称を変更しております。	p.4, p.8, p.15-p.20
ビジネスモデルの修正	「健康補助食品事業」・「化粧品事業」・「機能性素材開発事業」を統合した新たな「ヘルスケアプラットフォーム事業」のビジネスモデルを記載しております。	p.9, p.10
ヘルスケアプラットフォーム事業に関する説明	新規の報告セグメントとなる「ヘルスケアプラットフォーム事業」に取り組む背景・成長性・目標を追記しております。	p.24-p.29
リスク情報の修正	報告セグメントの変更に伴い、リスクの重要性を見直しましたため、主要なリスクの内容を修正しております。	p.41, p.42

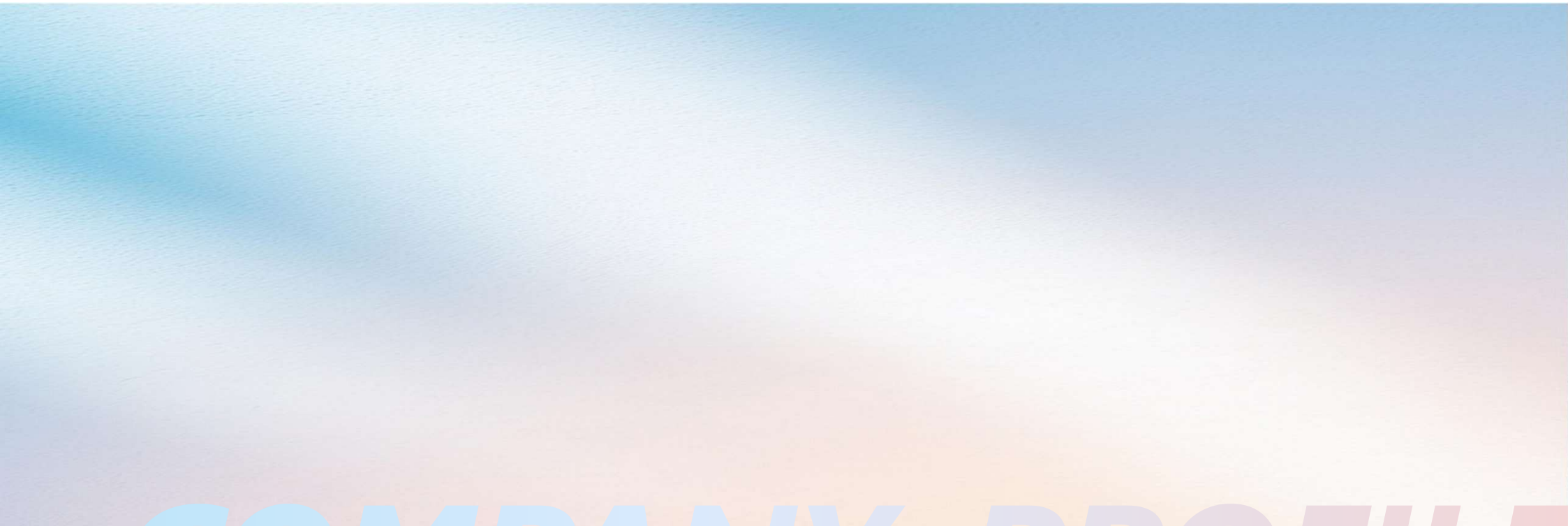
INDEX

<u>01</u>	会社概要	COMPANY PROFILE
<u>02</u>	市場環境及び成長性	MARKET ENVIRONMENT & GROWTH POTENTIAL
<u>03</u>	成長戦略	GROWTH STRATEGY
<u>04</u>	APPENDIX	APPENDIX

01

会社概要

| Company Profile





会社名	株式会社総医研ホールディングス（東証グロース 2385）
設立	1994年 7 月
代表取締役社長	角田 真佐夫
資本金	1,836,587,052円（2026年 6 月末時点）
本社	〒560-0082 大阪府豊中市新千里東町1丁目4番2号 千里ライフサイエンスセンター13階
従業員	連結：45名 単体：7 名（2026年 6 月末時点、臨時従業員を除く）

事業内容

■ 生体評価システム事業 (株)総合医科学研究所
(株)ウイルス医科学研究所（非連結子会社）

■ 法人ヘルスケアサポート事業 (株)総合医科学研究所

■ ヘルスケアプラットフォーム事業 日本予防医薬(株)
(予防領域) 健康補助食品
(予防領域) OEM・機能性素材開発
(予防領域) 化粧品

PHILOSOPHY

経営理念

総医研グループ

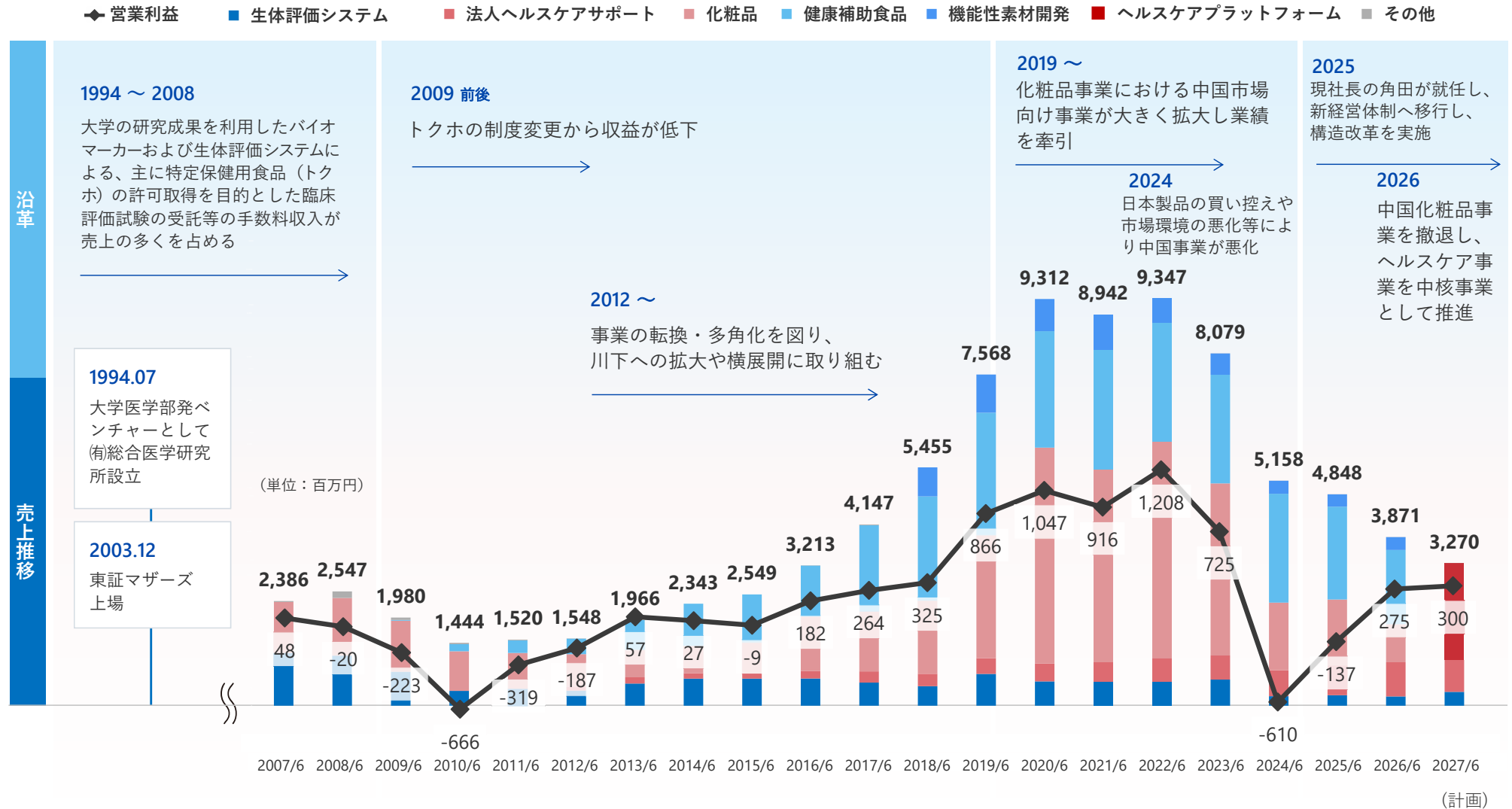
Soiken Group

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。

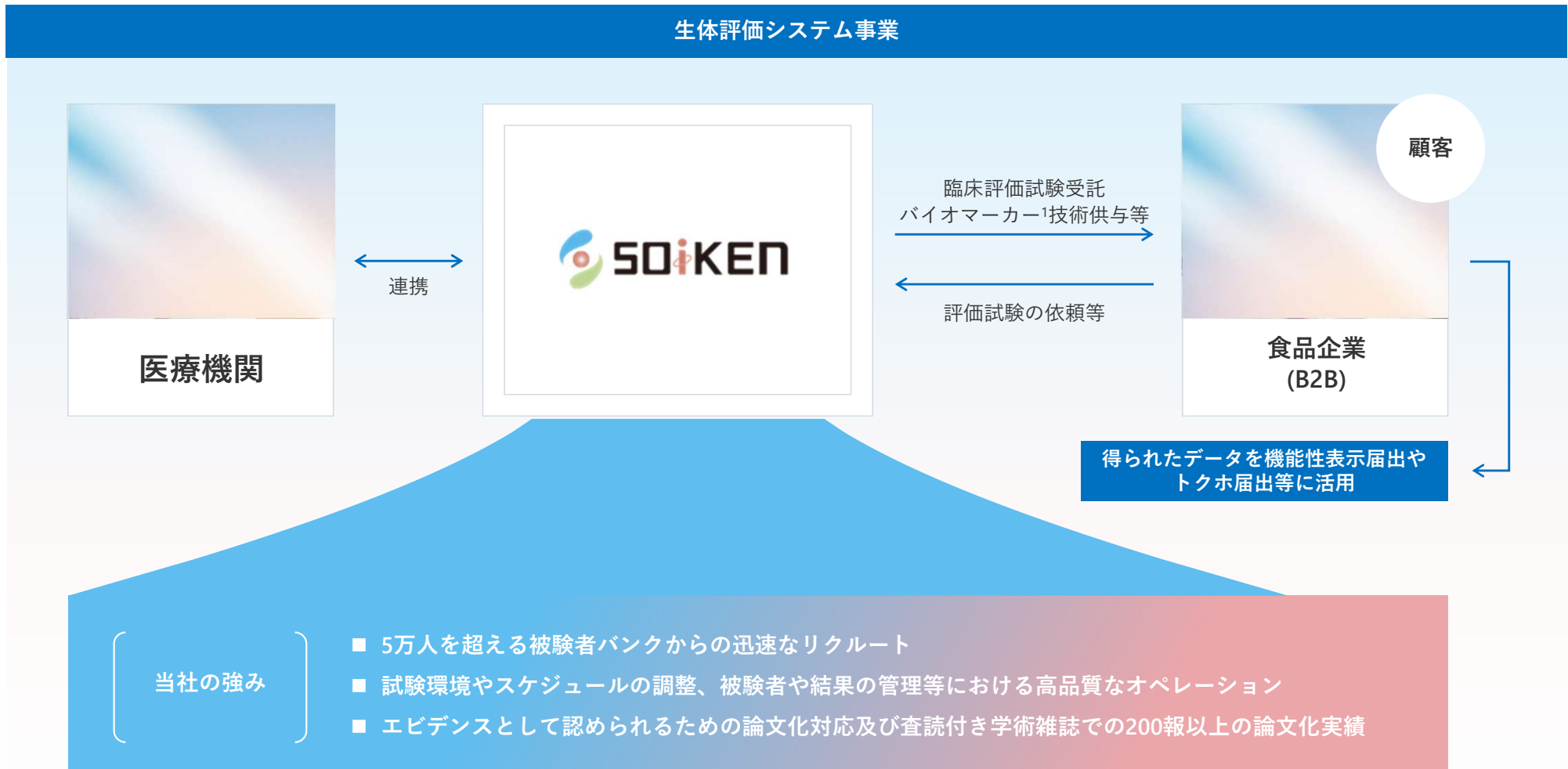
沿革 | Our History

- 1994年7月に大阪大学医学部発ベンチャーとして総合医科学研究所設立
- 2024年より業績を牽引していた中国化粧品事業が悪化、現社長の角田が就任し新経営体制に移行し、構造改革を実施
- 「ヘルスケア事業」を中核事業として医療DXとセルフメディケーション社会の実現を推進



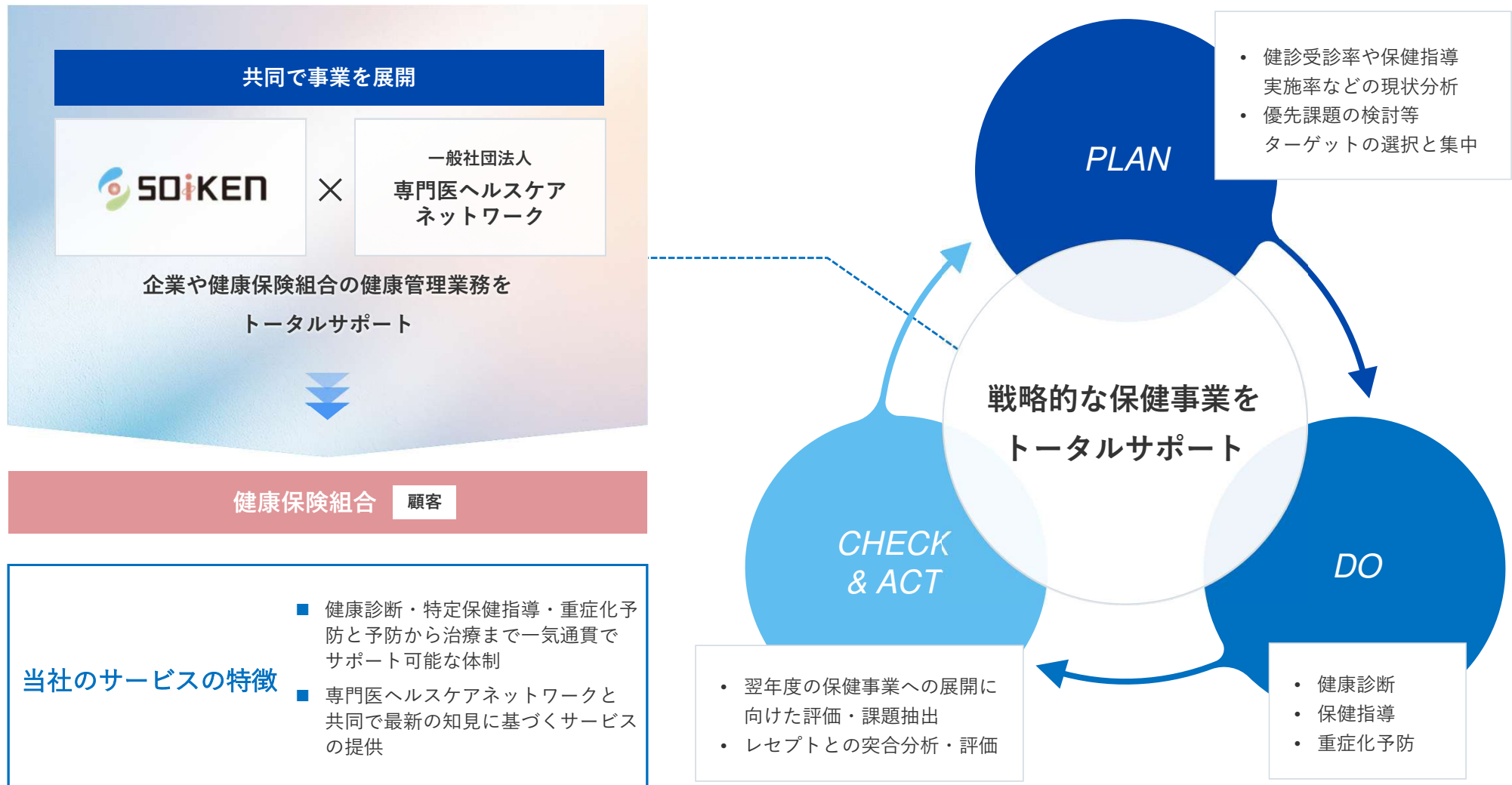
ビジネスモデル – 生体評価システム事業 | Business Model

- 生体評価システム事業においては医療機関との連携のもと、主に食品製造企業への評価試験を実施
- 長期臨床試験の受託もあり、受託件数は、年単位で波はあるものの継続的に案件を獲得



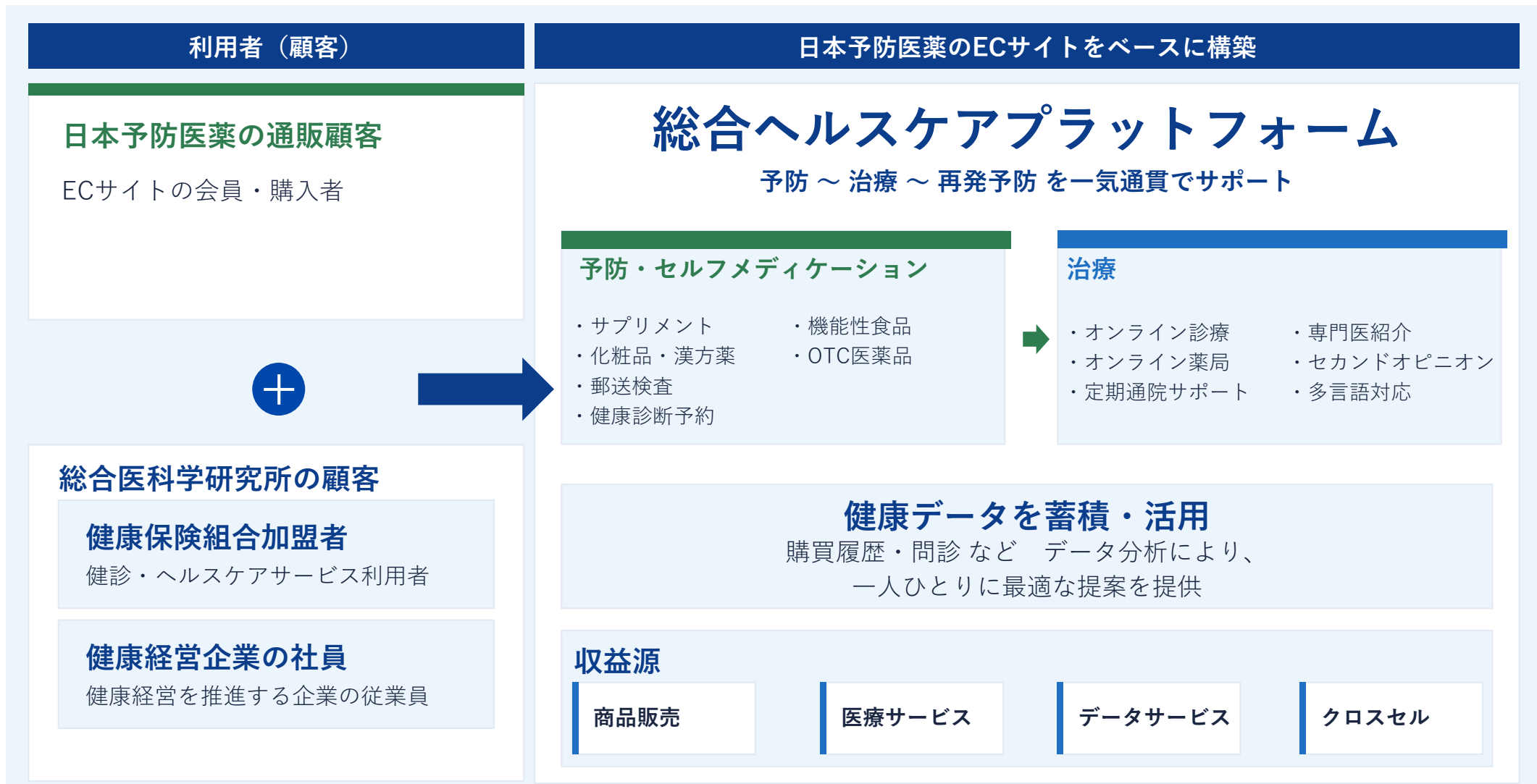
ビジネスモデル – 法人ヘルスケアサポート事業 | Business Model

- 法人ヘルスケアサポート事業においては健康保険組合を顧客として、戦略的な保健事業のトータルサポートを実施
- 健康診断事務の代行やデータ分析等をはじめとしたさまざまなサービスを提供



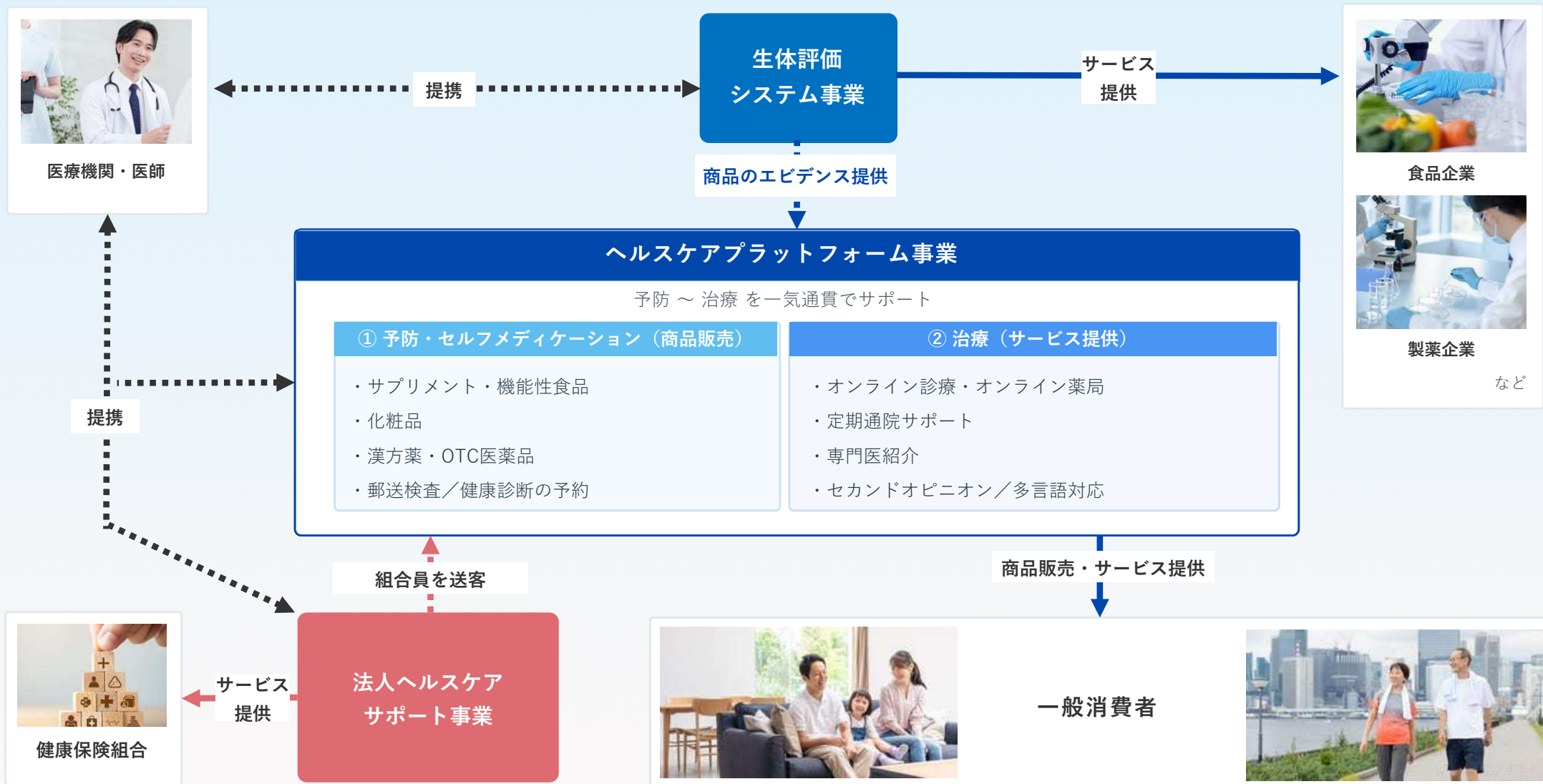
ビジネスモデル – ヘルスケアプラットフォーム事業 | Business Model

- 日本予防医薬のECサイトを基盤とし、予防・検査・医療の各サービスを1つのIDに集約
- 購買履歴・問診といったデータを蓄積・分析し、顧客個人ごとに最適な提案



当社のビジネスモデルの全体像 | Business Model

- 医療機関・医師・健康保険組合とのネットワーク、生体評価システム事業によるエビデンス構築、エビデンスに基づく健康補助食品・機能性素材・化粧品等の予防・セルフメディケーション商品群、EC販売網を用いて予防・診断・治療の全分野で事業を展開



当社の強み | Our Strengths

- 疲労・ストレスなどを客観的に定量化するバイオマーカー技術を活用したエビデンスを創るノウハウと知見
- エビデンスに基づく商品群、医療機関・医師・健康保険組合といったヘルスケア領域での幅広いネットワーク、EC販売網をグループとして一体的に保有し、あらゆるヘルスケア領域にアクセス可能

Research and Development

01

大学医学部発 ベンチャーとしての 学術的背景と研究開発力

長年にわたり食品の臨床評価を通じて培ったエビデンスの構築や応用に関する実績・ノウハウを強みとしています。

Biological Evaluation System

02

生体評価システムに 関する知見と蓄積

体や病気の状態を客観的かつ定量的に評価するバイオマーカーと生体評価システムに関する知見を蓄積しています。

Medical Extensive Network

03

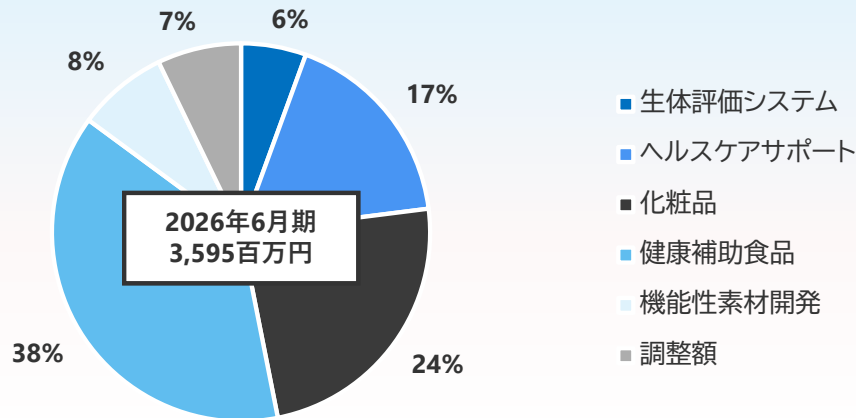
医療界・医学界との 幅広いネットワーク

疾患領域で活躍する医療界や医学界との幅広いネットワークを有し、他にないユニークな強みを持っています。

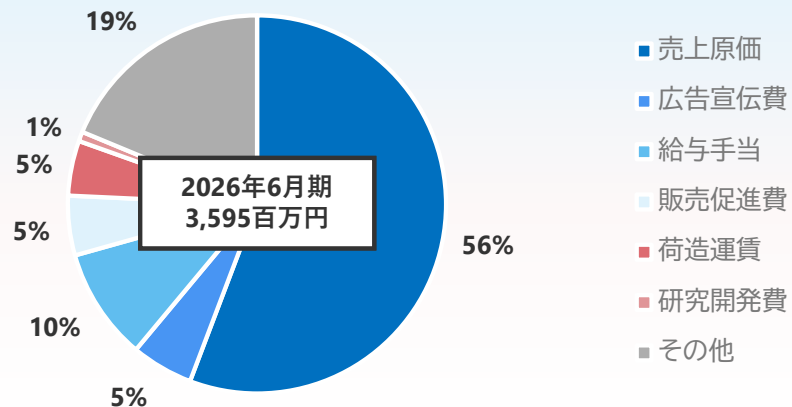
費用構造 | Cost Structure

- 化粧品事業や健康補助食品事業の原材料費、生体評価システム事業及びヘルスケアサポート事業における人件費を売上原価としており、加えて健康補助食品事業に関するマーケティング費用等が費用の中心

営業費用の内訳（セグメント別）



主要な営業費用の内訳（項目別）



	FY26/6 売上比	内訳及び動向
売上原価	51.8%	化粧品事業や健康補助食品事業の原材料費、生体評価システム事業、ヘルスケアサポート事業における人件費等
給料手当	8.9%	マーケティング部門、コーポレート部門等の人件費 <u>化粧品事業の中国市場撤退及び構造改革による人員配置適正化により減少傾向</u>
広告宣伝費	4.9%	健康補助食品事業に関する費用 <u>収益性重視を目的とした適正化により減少傾向</u>
販売促進費	4.7%	健康補助食品事業に関する費用
荷造運賃	4.4%	健康補助食品事業に関する費用
研究開発費	0.8%	新商品開発投資、研究開発人員の人件費等
その他	17.4%	地代家賃、支払手数料等

02

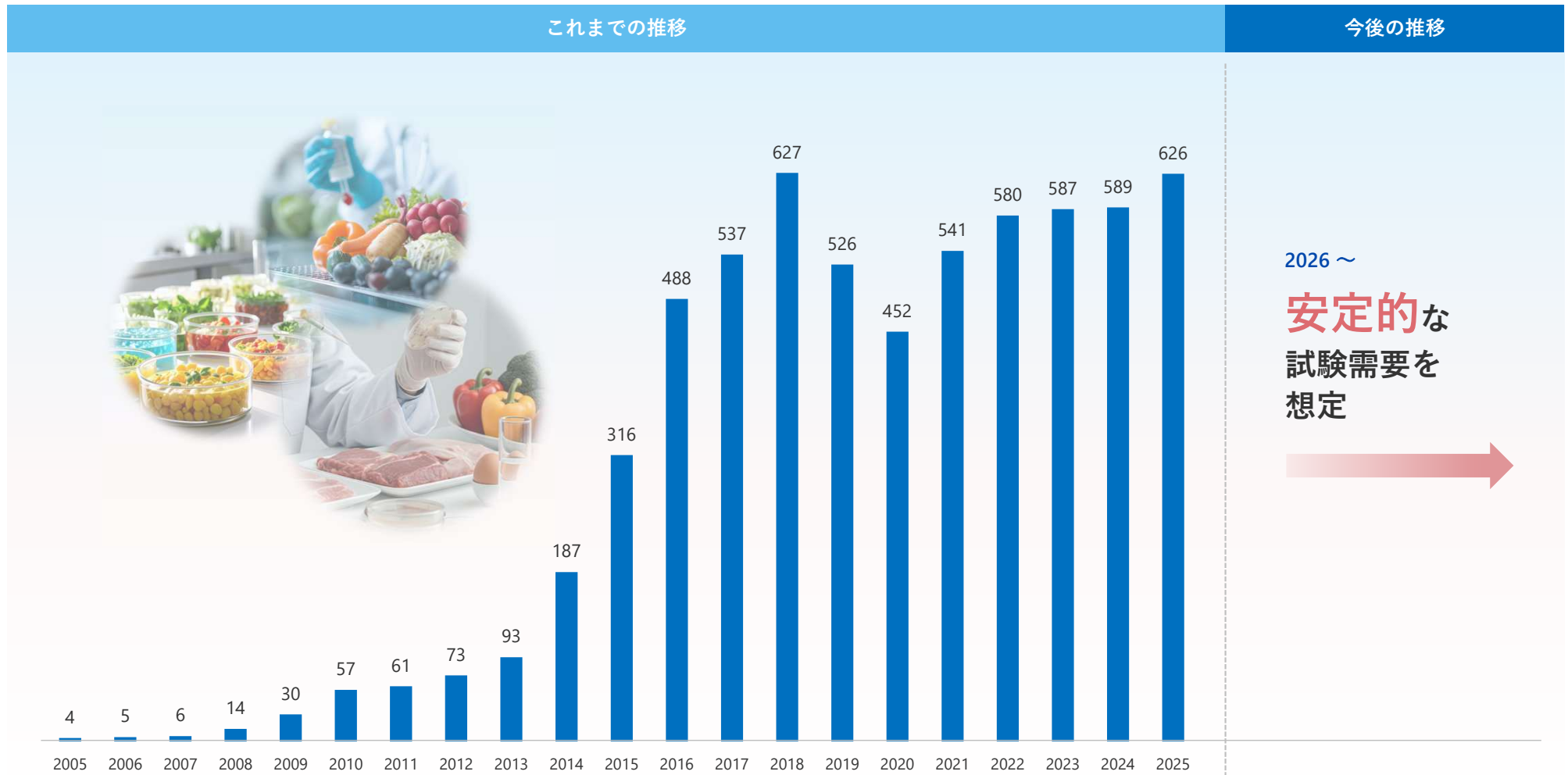
市場環境及び成長性

| MARKET ENVIRONMENT & GROWTH POTENTIAL

生体評価システム事業の市場環境 | Biometric Evaluation Business Market

- 食品を介入¹とする臨床試験は年間600件程
- 2020年にコロナ禍の影響により一時的に減少したものの、事業会社や研究機関は継続的な研究開発を行っており、安定的な試験需要を想定

■ 食品を介入とする臨床試験の推移



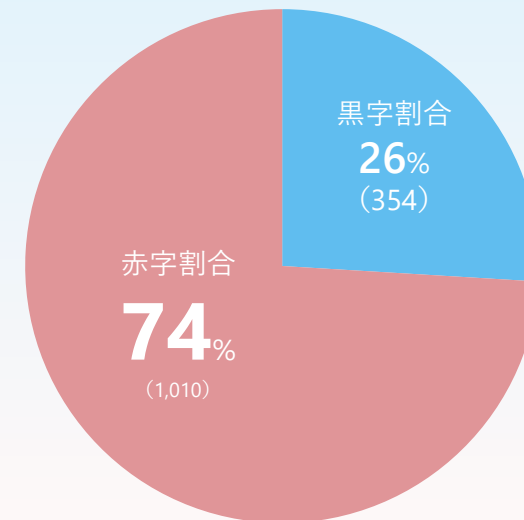
法人ヘルスケアサポート事業の市場環境 | Healthcare Support Business Market

- 高齢化に伴う拠出増から74%の健康保険組合が赤字
- 各健康保険組合の業務の効率化や、戦略的な事業展開の支援のニーズが高まっている状況

健康保険組合数推移（組合数）



赤字組合の割合（組合数）



高齢者医療への拠出増

保険料率の上昇

赤字の続いた健康保険組合の解散と総数の減少



健康保険組合が抱える課題

業務の効率化や戦略的な保健事業展開の必要性の高まり

法人ヘルスケアサポート事業の市場環境 | Healthcare Support Business Market

- 高齢化に伴う医療費の増加や労働生産性の低下に対して、国は加入者の健康保持増進のための事業計画として「データヘルス計画」の作成・実施を求めている
- データヘルス計画関連サービスは2030年にかけて持続的な成長が見込まれている

データヘルス計画関連サービス国内市場（兆円）

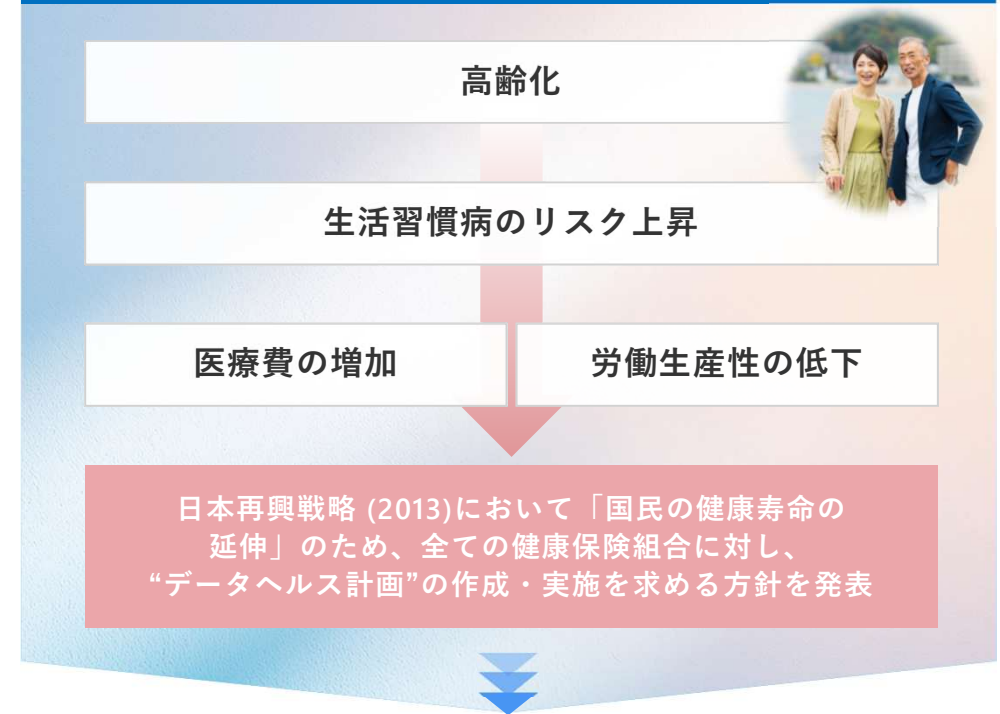


（出典）富士経済 プレスリリース No.25054
「健康経営/データヘルス計画関連サービスの国内市場を調査」

データヘルス計画

健康・医療情報を活用してPDCAサイクルに沿った効果的かつ効率的な保健事業の実施を図るための、保健事業の実施計画

データヘルス計画の市場拡大の経緯



レセプトや健診データの電子的標準化等が進み、保健事業がPDCAサイクルで実施しやすくなるようなインフラ整備が進み、市場が拡大

ヘルスケアプラットフォーム事業の市場環境 | Healthcare Platform Business Market

- ヘルスケアプラットフォーム事業は、様々なセルフメディケーションに関わる市場、オンラインによる治療に関わる市場にアプローチが可能



(出典)

IMARC「日本の一般用医薬品（OTC）市場規模、シェア、動向および予測 製品タイプ別、投与経路別、剤形別、流通チャネル別、地域別、2025年～2033年」に基づき1米ドル=148円として計算

矢野経済研究所 プレスリリース No.3765 「クリニック・薬局向け医療ICT市場に関する調査を実施（2025年）」

矢野経済研究所 プレスリリース No.3666 「フェムケア&フェムテック（消費財・サービス）市場に関する調査を実施（2024年）」

矢野経済研究所 プレスリリース No.3750 「健康食品市場に関する調査を実施（2025年）」

ヘルスケアプラットフォーム事業（健康補助食品）の市場環境 | Healthcare Platform Business (Health Supplement) Market

- 人々の健康に対する意識の高まりからサプリメントや健康志向食品の市場は成長を継続しており、中でも機能性表示食品の市場は全体の市場以上に成長を継続

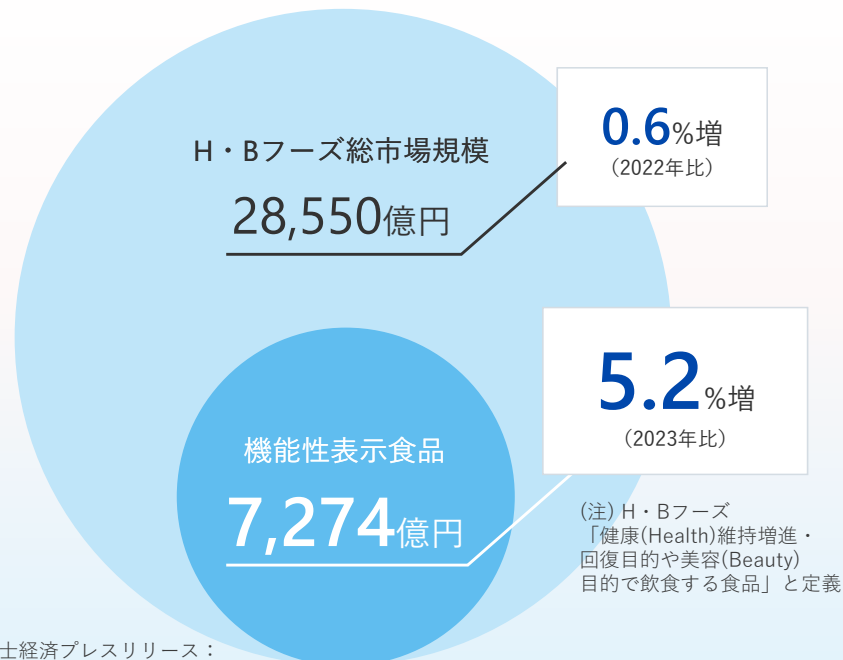
2015～ 機能性表示食品市場が拡大

特定保健用食品の許可取得に関する様々な課題に対応するため、機能性表示食品の届出制がスタート。



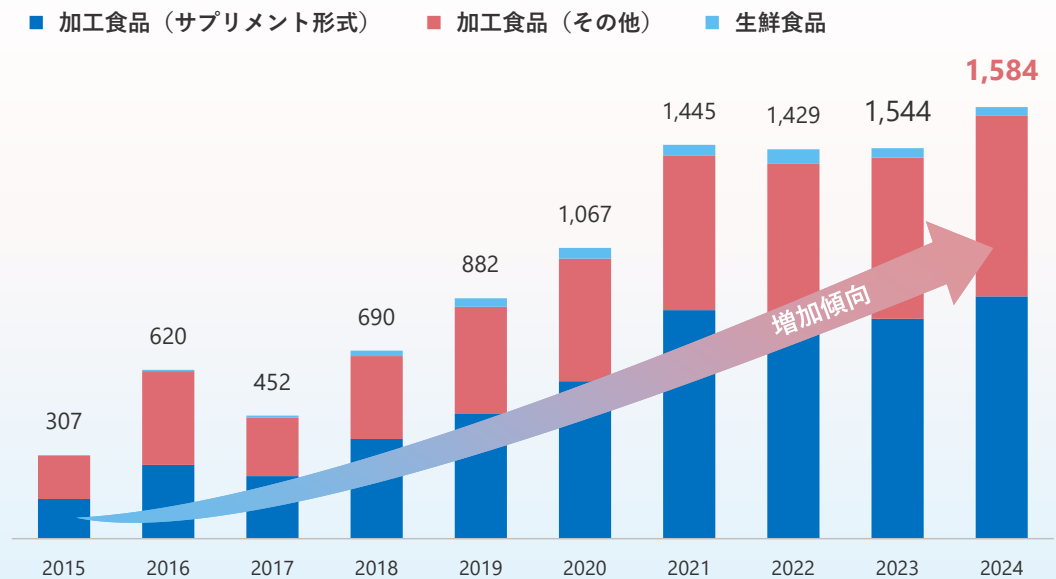
2024年の機能性表示食品国内市場（見込）

機能性表示食品の届出数推移



(出典) ㈱富士経済プレスリリース：
第25041号「H・Bフーズ(サプリメントや健康志向食品)の国内市場を総括」
第25021号「機能性表示食品や特定保健用食品の国内市場を調査」をもとに作成

機能性表示食品の届出数推移



(出典) 消費者庁「機能性表示食品の届出情報検索」をもとに作成 ※未販売を含む届出日ベース

ヘルスケアプラットフォーム事業（ラクトフェリン）の市場環境 | Healthcare Platform Business (Lactferrin) Market

- ラクトフェリンベースの栄養補助食品に対する需要の増加や健康意識の高まりからラクトフェリンの市場は成長を継続
- ラクトフェリンの世界市場は2032年に760億円に達し、6.4%のCAGRで成長を継続見込 (2023年時点429億円)

ラクトフェリン市場規模（世界）

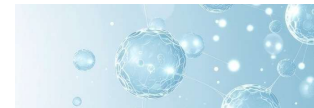
760億円
(2032年見込)

429億円

2023

2032

主な特徴



優れた抗菌作用と鉄結合特性



食品や医薬品への応用を模索

用途例



食品・飲料



スポーツ・機能性食品



乳児用粉ミルク

領域例



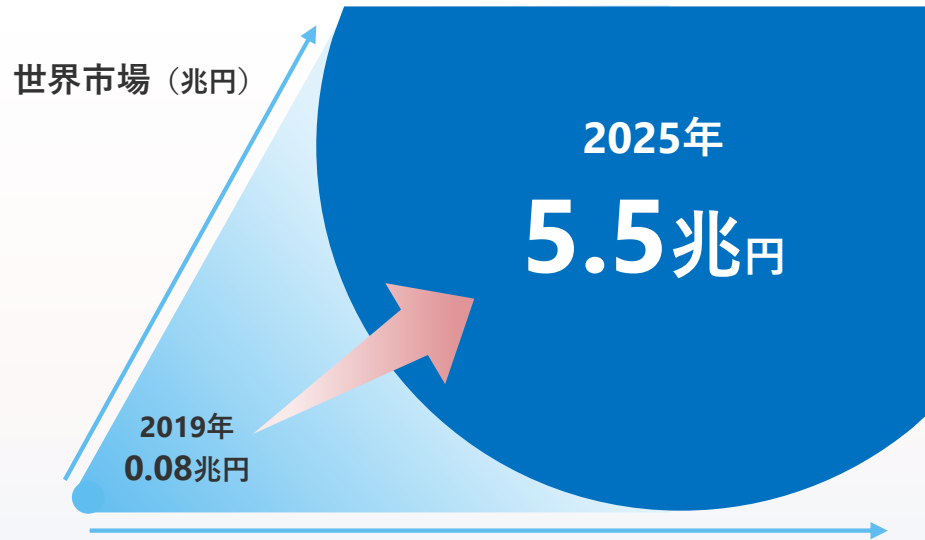
パーソナルケア



不妊治療

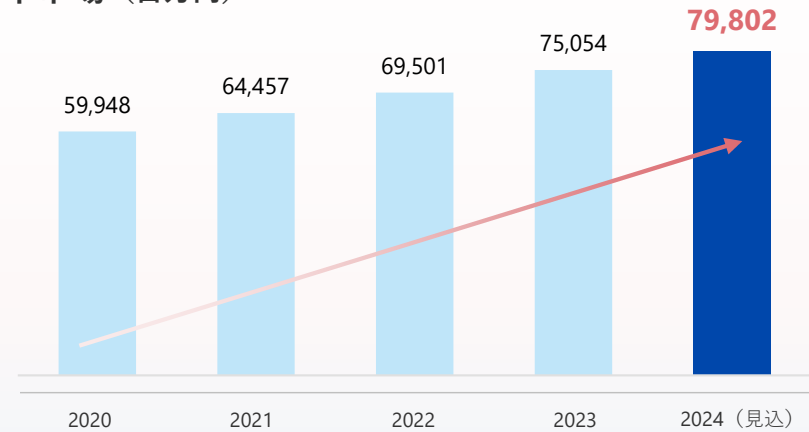
ヘルスケアプラットフォーム事業（フェムケア）の市場環境 | Healthcare Platform Business (Femcare) Market

- 女性の社会進出が進む中、仕事の効率や生産性を低下させる女性特有の体調変化への対応策（フェムケア）の市場は成長



（出典）米調査会社フロスト&サリバン（2018年、2019年発表）

日本市場（百万円）



（出典）㈱矢野経済研究所
「フェムケア&フェムテック（消費財・サービス）市場に関する調査を実施（2024年）」

女性特有			男女双方
月経随伴症約：0.6兆	更年期症状：1.9兆	婦人科がん：0.6兆	不妊治療：0.3兆



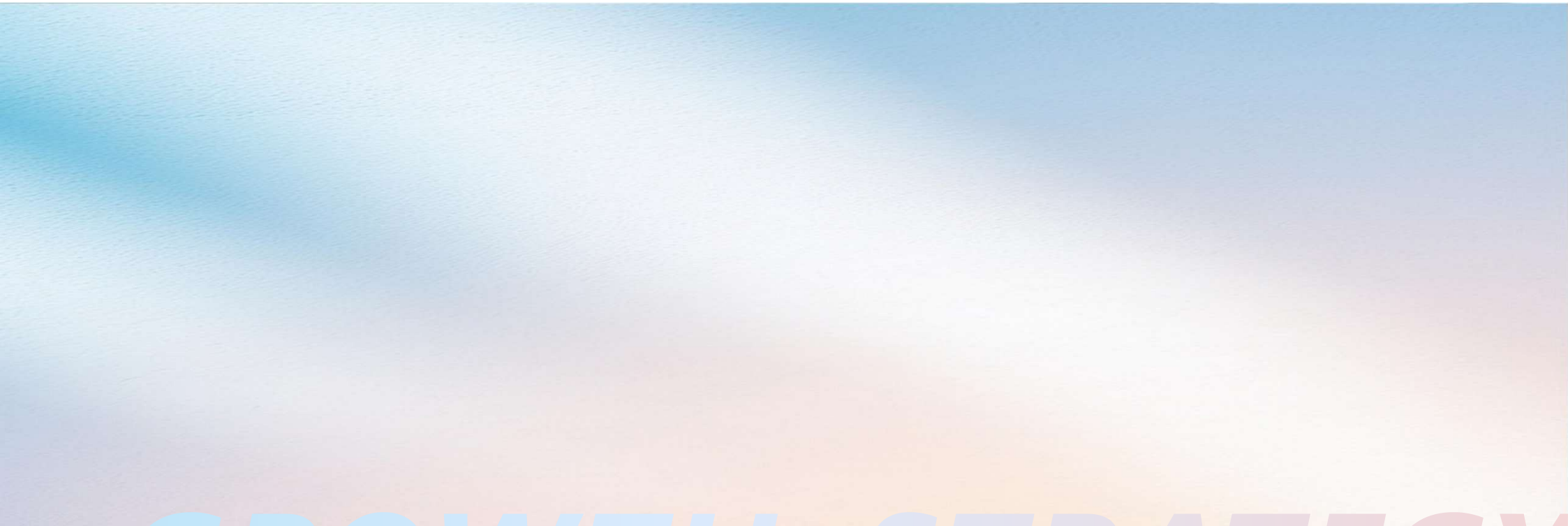
経済損失計 年間 **3.4**兆円

女性の社会進出を背景に、女性特有の健康課題を対象とするフェムケア市場は今後も市場が拡大する見込み

03

成長戦略

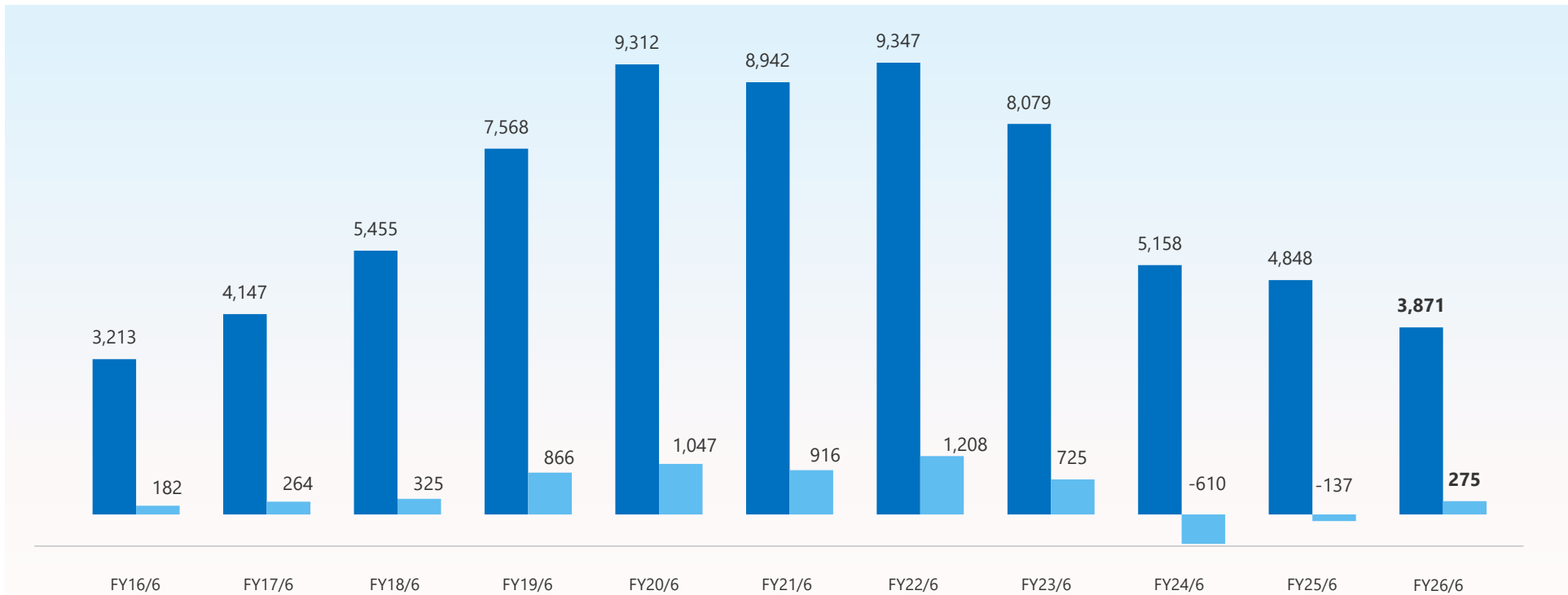
| Growth Strategy



業績の振り返り | Review of Business Performance

- FY26/6期は前年との比較で減収となるも、営業利益は前年の赤字から黒字転換を実現し、大幅な増益。
- 減収は、化粧品事業の中国市場からの撤退、健康補助食品事業における収益性重視の広告宣伝費の適正化によるものであり、グループ全体の収益性改善を目的とした構造改革によるもの

■ 売上高 ■ 営業利益



FY26/6期は、収益性の改善を目的とした構造改革を完遂した年度であり、
全セグメントにおいて前年比較で増益を実現。
構造改革による収益性向上がグループ全体に効果をもたらす。

成長戦略骨子 | Growth Strategy Outline

- FY27/6期にローンチする新規事業「総合ヘルスケアプラットフォーム」の展開、海外展開、既存事業のオーガニック成長によってFY30/6期に売上高60億円 営業利益5億円を目指すとともに、資本効率の改善を通じたROE8%水準を実現する。

2030年6月期

売上高
60億円

営業利益
5億円

ROE
8%

CORE / 中核戦略

当社の強みを活かした

今後の成長の軸となる新規事業の展開

予防～治療～再発予防を一気通貫で提供する

総合ヘルスケアプラットフォーム

海外展開

国内でエビデンスのある機能性食品を中国・ASEAN市場に展開

M&A

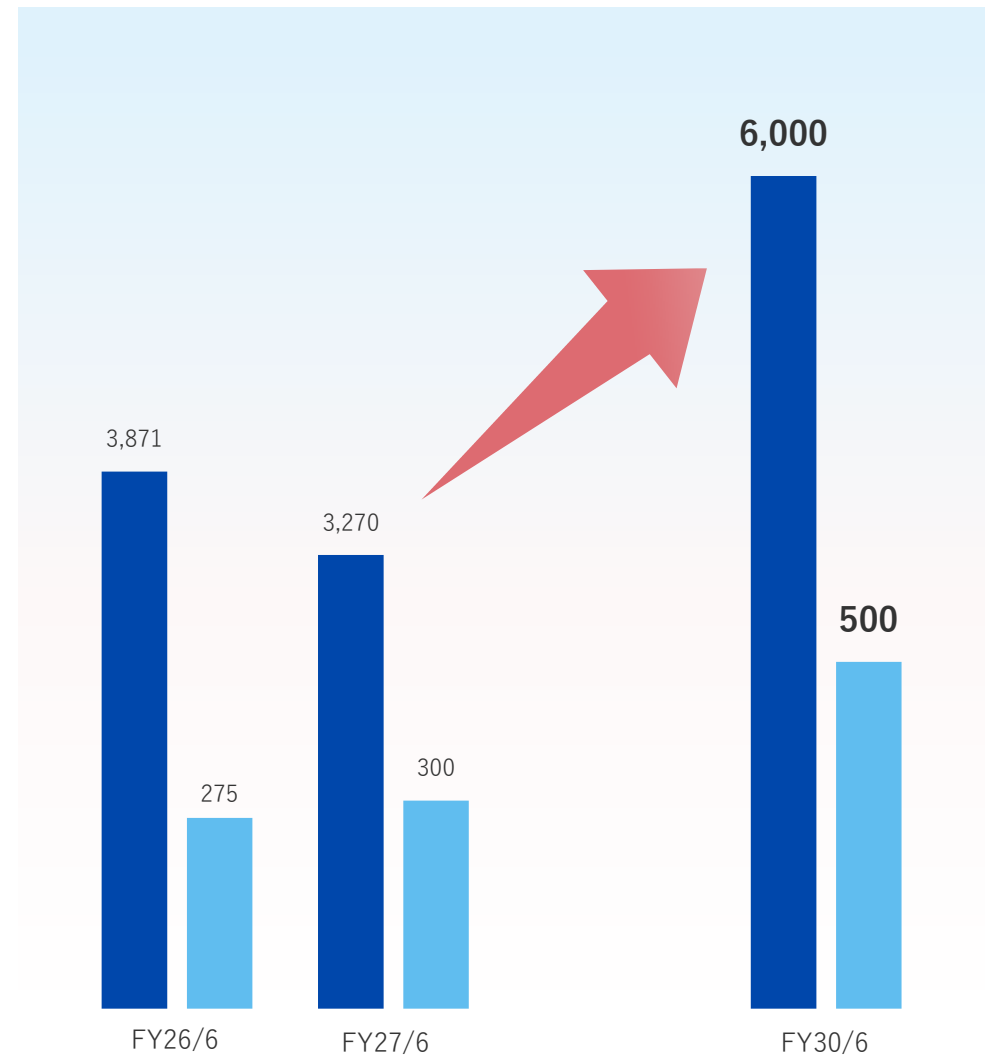
医療DX / 既存事業と親和性の高い企業とのM&Aの実施

売上・利益見通し

■ 売上高

■ 営業利益

(単位：百万円)



新規事業に取り組む背景と意義 | Background of new business

- 高齢化に伴い、医療資源のひっ迫や医療費の増大が社会課題となる中、デジタル化を通じたセルフメディケーション社会に向けて取り組む必要性
- 健康に関わるプレーヤーに幅広く携わる当社ならではの展開が可能な領域であり、既存事業の強みを活かすことが可能

社会課題 **超高齢化社会・慢性疾患の増加による「医療資源のひっ迫」・「医療費の増大」**
国民医療費は **48兆円**（2023年度、厚生労働省）

「セルフメディケーション社会」 + 「医療DX」 持続可能なヘルスケア社会の実現に向けて

SELF-MEDICATION

「セルフメディケーション社会」の効果

<WHO定義> 個人が自らの健康を維持・増進し、軽度の疾病・症状を自己判断で治療するために医薬品等を適切に選択・使用すること

EFFECT 01

医療資源の
持続性

EFFECT 02

医療費
抑制

EFFECT 03

国民QOL
向上

MEDICAL DX

「医療DX」がもたらす効果

デジタル技術により、健康情報のアクセス向上・データ活用による健康管理・遠隔診療を可能にし、セルフメディケーションを支える基盤となる

EFFECT 01

健康情報への
アクセス向上

EFFECT 02

データに基づく
健康管理

EFFECT 03

オンライン
医療の普及

新規事業に取り組む背景と意義 | Background of new business

- 予防から治療までの一気通貫サービスを目指す「ヘルスケアプラットフォーム」に必要な各段階のアセットは既に保有済
- ゼロから構築するのではなく、既存のアセットをつなぎ直して事業の構築が可能

既存アセット

ASSET 01

エビデンス

生体評価システム

バイオマーカー技術と5万人超の被験者バンク、査読付き論文200報以上

プラットフォームでの役割
提案の根拠となるエビデンス

ASSET 02

顧客接点

ヘルスケアサポート

健保組合・健康経営企業の保健事業を受託し、組合・企業単位の接点を保有

プラットフォームでの役割
法人経由の会員獲得チャネル

ASSET 03

商品

健康補助食品・化粧品・機能性素材

イミダペプチドは愛飲者84万人
・累計出荷7,900万本の実績

プラットフォームでの役割
予防領域の主力商材

ASSET 04

EC基盤

日本予防医薬

国内EC販売の基盤と約40万人のオンライン登録者を保有

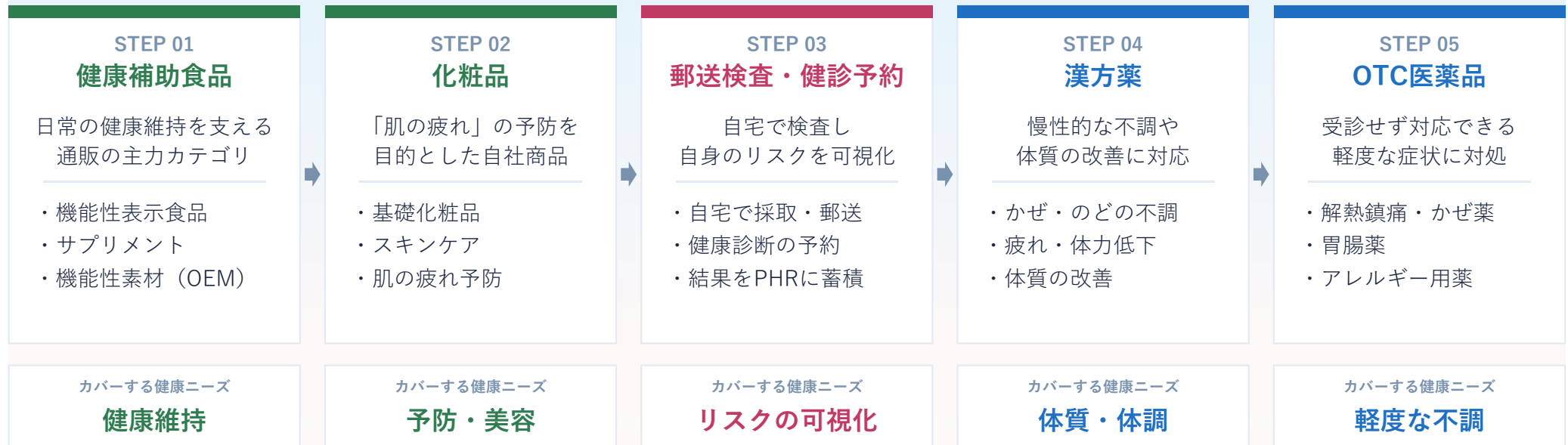
プラットフォームでの役割
決済・配送・会員基盤を再利用

予防・診断・治療のアセットを一社で揃えて持つ企業は多くない
点在するアセットを一つのプラットフォームに束ね、2030年6月期 売上60億円・営業利益5億円へ

予防・セルフメディケーション | Prevention・Self-Medication

- 健康補助食品事業を運営していた日本予防医薬(株)のECサイトは健康補助食品に加えて化粧品・郵送検査・漢方薬・OTC医薬品にも拡大
- 予防から不調の手当てまで、守備範囲を広げてプラットフォームの基盤とする

取扱いカテゴリの拡大 — 「商品売る場」から「健康を支える場」へ



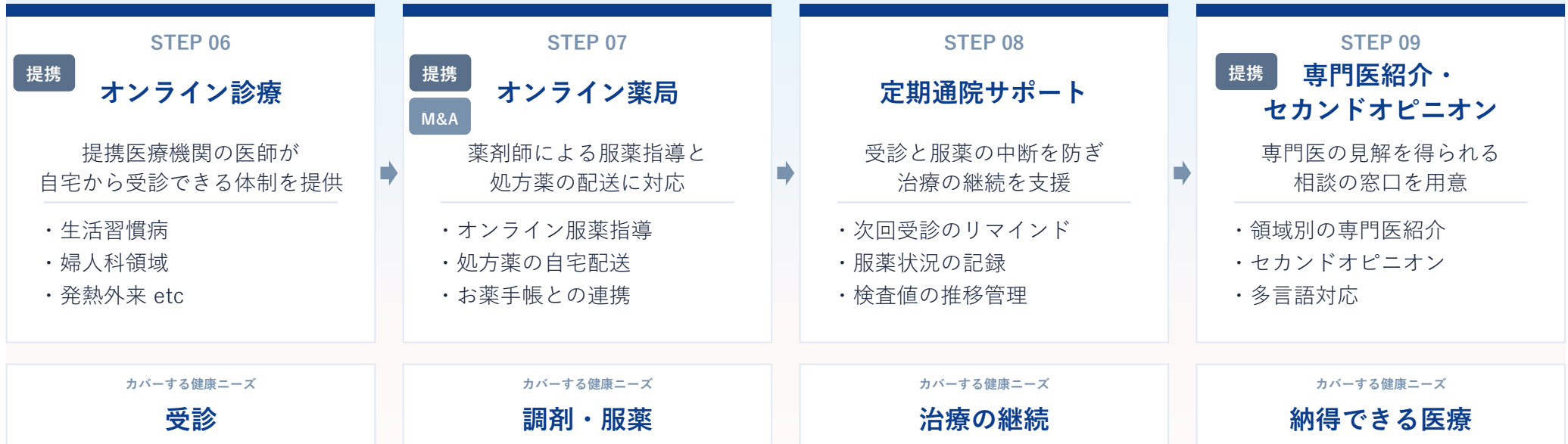
健康補助食品の通販顧客基盤の上に検査とセルフメディケーションのカテゴリを積上げ

治療領域へのサービス拡大

| Expanding Services into the Medical Field

- オンライン診療・オンライン薬局により受診・服薬・通院の継続までを支援するサービスへ拡大
- 「自分で手当てする」から「医療につなぐ」

サービス領域の拡大 — セルフメディケーションに続き、治療領域へ



予防から治療までを一つのIDで完結させる

サービス画面イメージ | Website Image

- 総合ヘルスケアプラットフォームWebサイトは開発中。
- 予防から治療までをワンストップで提供し、サービス間をシームレスにつなぐ画面構成。

■ ホーム画面

予防から治療までの領域を俯瞰し、各サービスへ最短導線でアクセス



ホーム画面の特徴

- 予防から治療までを1つの入口に サービスを横断して俯瞰できる構成
- クイックメニュー 利用頻度の高いサービスへ最短導線
- 会員登録の特典を明示 登録・継続利用の動機づけ

■ OTC医薬品・漢方薬ページ

症状・目的から探す設計。薬剤師サポートと税制対象商品を明示



- 症状・目的から探す
- 薬剤師によるサポート
- セルフメディケーション税制

■ 専門医紹介・セカンドオピニオンサービス



- 領域別の専門医を紹介
- セカンドオピニオン
- 多言語対応

※ 上記の画面は開発中のイメージです。掲載の商品名・価格・お知らせ等はすべてサンプルであり、実際の提供内容・価格を示すものではありません

成長シナリオ

| Growth Scenario

- 健康補助食品の海外事業展開、機能性素材のOEM販売での収益を除いたヘルスケアプラットフォーム事業でFY30/6期に売上高35億円、営業利益5億円の収益目標、購入・利用者数の目標値は10万人
- 予防・セルフメディケーション領域における商品販売、治療領域におけるオンライン医療等の提供、PHRデータ等のデータサービスが収益エンジン。

2030年6月期の目標値

購入者・利用者数

10 万人

売上高

35 億円

営業利益

5 億円

01 収益エンジン

① 商品販売

健康補助食品・化粧品
OTC医薬品・漢方薬・郵送検査

継続購入

② 医療サービス

オンライン診療・オンライン薬局
専門医紹介・セカンドオピニオン

サービス利用料／手数料

③ データサービス

健康保険組合向け分析・PHR

高付加価値

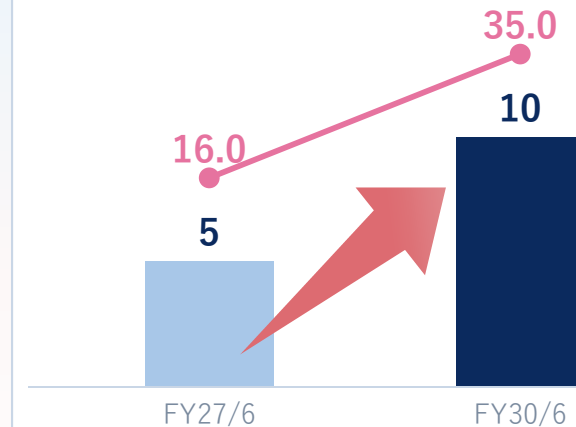
④ クロスセル

健康食品 → 郵送検査 → OTC
→ オンライン診療・薬局

利用カテゴリ数の増加がLTVを押し上げ

ご購入者数（万人）と売上規模（億円）

■ ご購入者数（万人） ● 売上高（億円）



02 成長ドライバー

短期

プラットフォーム登録者に対する
日本予防医薬の通販事業の強化

中長期

健康保険組合チャネルからの拾い上げ拡大と
複数サービスのクロスセル・データ活用

循環

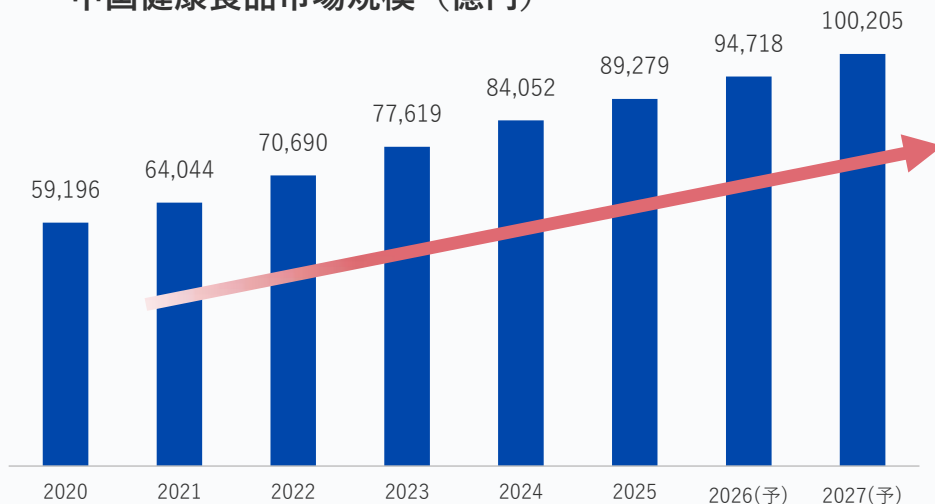
データ取得 → 解析 → 最適提案 → クロスセル
→ 売上拡大 → 研究開発 → LTV向上

海外強化 | Strengthen Overseas

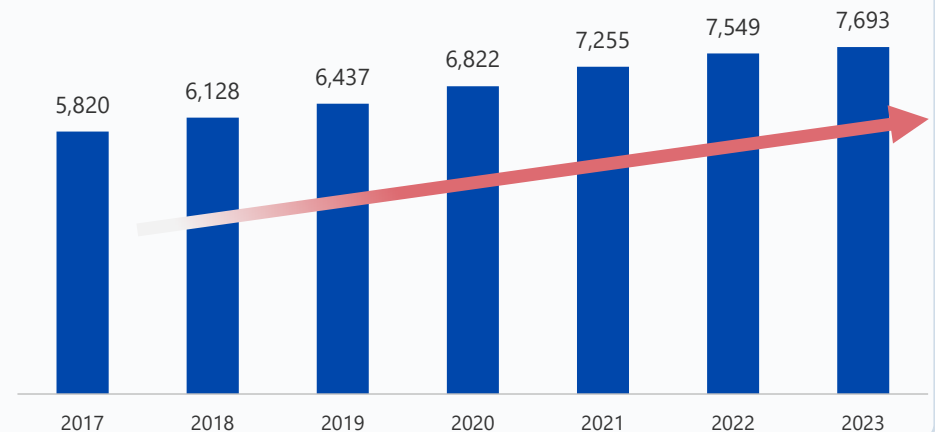
- 国内基盤を有する健康食品を海外で展開（FY27/6期 ローンチ予定）
- 資本業務提携先の高浪控股股份有限公司（「GOLONG」）グループをはじめ、現地パートナーと連携し、中華圏・ASEAN市場で国内品質の健康食品を販売予定。
- 中国は東南アジア5か国合計を大きく上回る市場規模（2023年実績：中国 3,282億円・約7.8兆円、東南アジア5か国 約0.77兆円）

国内エビデンス商品を主に中華圏・ASEAN に向け展開

中国健康食品市場規模（億円）



東南アジア5か国の健康食品市場規模（億円）



（出典）中国：艾媒咨询（iiMedia Research）／東南アジア5か国：TPCマーケティングリサーチ「2024年 東南アジアの健康食品市場」

M&A | Mergers and Acquisitions

- 医療DXを中心としたヘルスケア領域においてシナジーを重視したM&Aを推進
- FY30/6期までの総投資枠として累計約25億円の投資計画

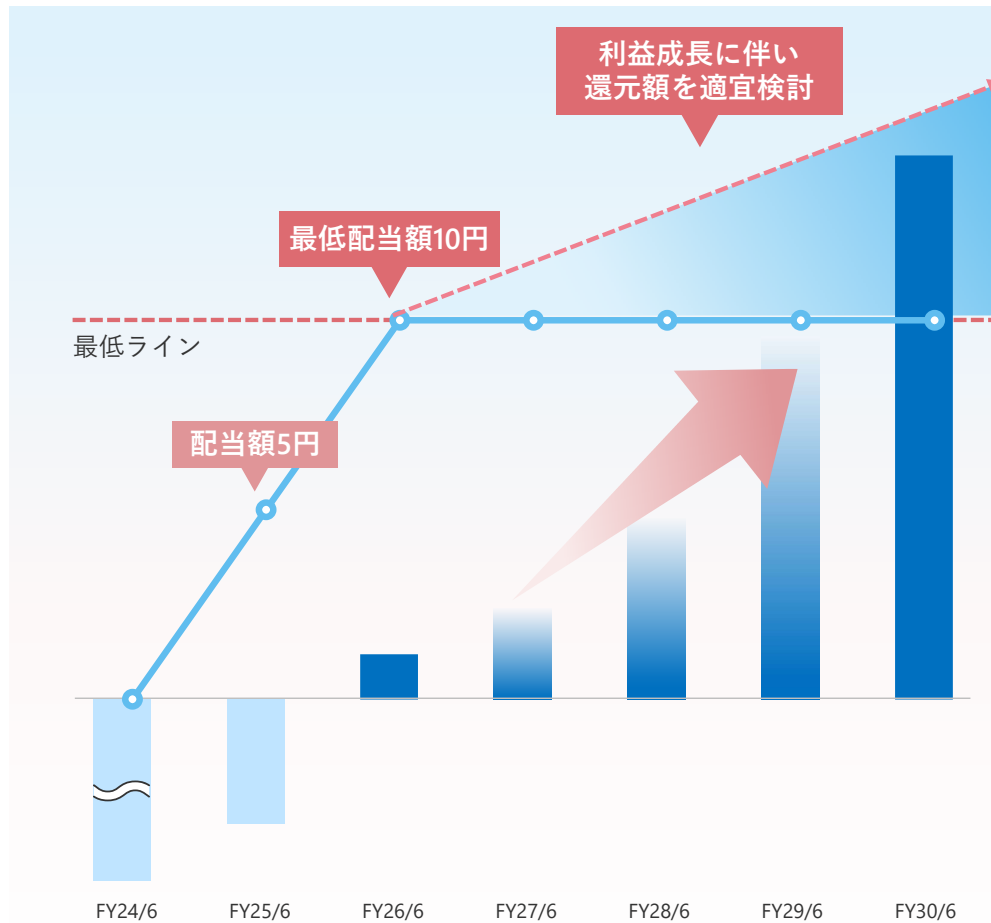


株主還元 | Shareholder Returns

- 資本効率の改善に向けて株主還元を強化
- FY30/6期までの1株当たりの最低配当額を10円とし、以後、利益成長に応じて配当政策を随時見直し

■ 営業利益

○ 1株あたり配当金 (円)



株主還元の方針

01

資本効率の改善に向け、
2030年までの期間の
1株あたり配当額の最低額を
10円で設定

02

利益成長に応じた
配当政策の見直し

IRに関する取組 | IR Initiatives

- PBR1倍以上の水準維持を重要な経営目標とし、収益力の向上と積極的なIR活動の推進を通じて、企業価値の持続的な向上に取り組む

■ 株価純資産倍率の推移（倍） ○ 時価総額の推移（百万円）



今後の取組み施策



01
IR開示情報やプレスリリースの
内容の充実化・頻度の向上



02
投資家向け説明会等
コミュニケーション強化

PBR1倍超に向け、成長戦略を進めるとともにIR活動の強化に取り組む方針

04 Appendix

APPENDIX

セグメント構成 (2026年6月期) | Business by Segment

(百万円)		FY25/6期 前期	FY26/6期 当期	増減	増減率
生体評価システム事業	売上高	242	215	-27	-11.2%
	営業利益	8	15	6	75.0%
ヘルスケアサポート事業	売上高	688	786	98	14.3%
	営業利益	106	160	53	50.0%
化粧品事業	売上高	1,506	882	-623	-41.4%
	営業利益	27	48	21	79.0%
健康補助食品事業	売上高	2,127	1,688	-439	-20.7%
	営業利益	91	328	237	260.2%
機能性素材開発事業	売上高	282	296	14	5.1%
	営業利益	-28	32	61	-
その他売上/全社費用	売上高	1	1	0	-
	営業利益	-342	-309	33	-
合計	売上高	4,848	3,871	-977	-20.2%
	営業利益	-137	275	413	-

法人ヘルスサポート事業の事業詳細 | Detail of Corporate Health Support Business

● 健康診断からの一連のサービスを支援



主要製品であるイミダペプチドについて | About Imidapeptide

- 主要製品であるイミダペプチドは当社独自のエビデンスを備えた健康補助食品



「疲労感の軽減」と表示できる **日本初の食品**

「イミダペプチド」

愛飲者

84万人以上

※2026年6月時点

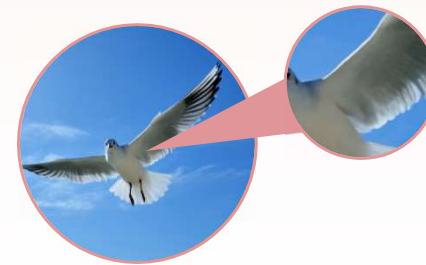
累計販売
実績

7,900万本突破

※累計出荷本数2026年6月末時点

疲労効果に有効な成分「イミダゾールジペプチド」

- 「イミダペプチド」に含まれる「イミダゾールジペプチド」は、
渡り鳥が教えてくれた抗疲労成分
- なぜ渡り鳥は数千キロを一週間以上も不眠不休で飛び続けられるのだろう...
そんな疑問から発見された成分



イミダゾールジペプチドは、
鳥類の翼の付け根の筋肉に
特に多く含まれている。

※遺伝的に、本来最も動物が酷使する部分、
すなわち最も重要な部分に多く分布

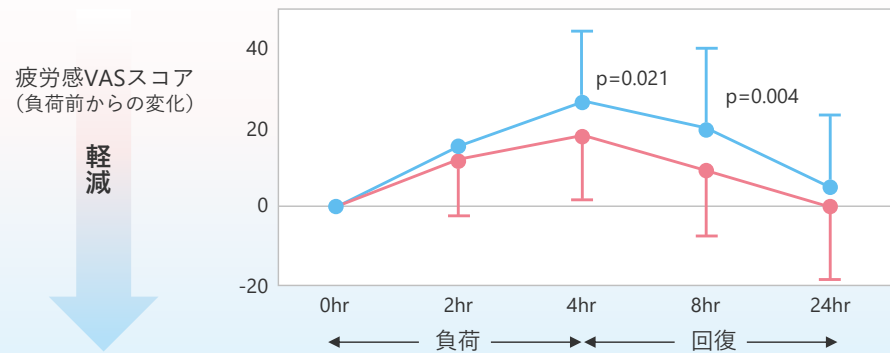
イミダゾールジペプチドは、その動物が最もよく使う必要な部位に効率的に運ばれ、再合成されて抗酸化作用を発揮

主要製品であるイミダペプチドについて | About Imidapeptide

● イミダペプチドに関するエビデンスを多数有する

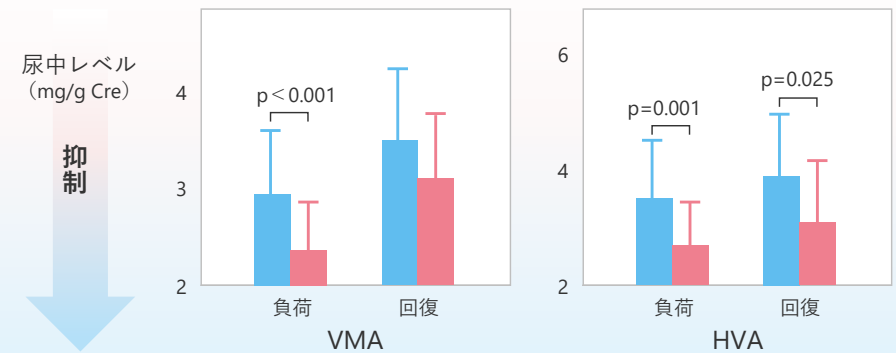
イミダペプチドの摂取により、身体作業中の疲労感が軽減

● プラセボ ● イミダペプチド



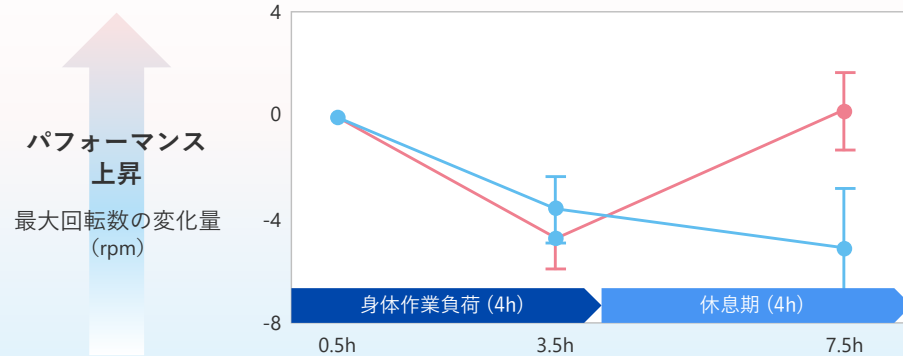
イミダペプチドの摂取により、疲労による自律神経機能の乱れが改善

● プラセボ ● イミダペプチド



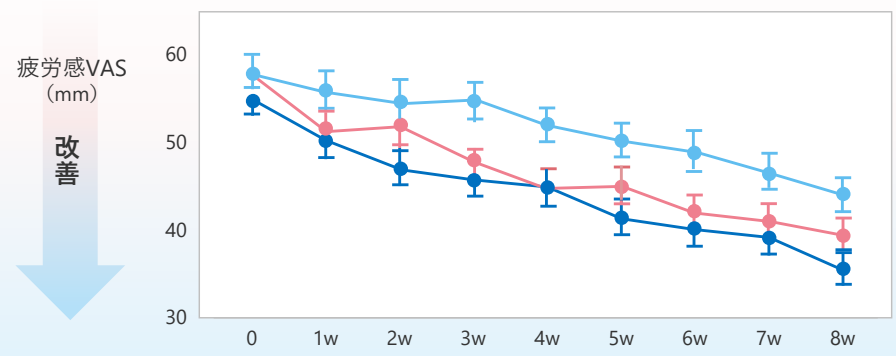
イミダペプチドの摂取により、仕事後の疲労からの回復が促進

● プラセボ ● イミダペプチド



イミダペプチドは、摂取2週目より日常生活の疲労感を顕著に軽減

● プラセボ ● 200mg/day ● 400mg/day



ラクトフェリンについて | About Lactoferrin

- ラクトフェリンは母乳や唾液に含まれる天然由来の糖タンパク質であり、免疫調整、抗菌・抗ウイルス、腸内環境改善など、多機能性を有することが国内外の研究で報告されている有望な素材



ラクトフェリンの市場について | Lactoferrin Market

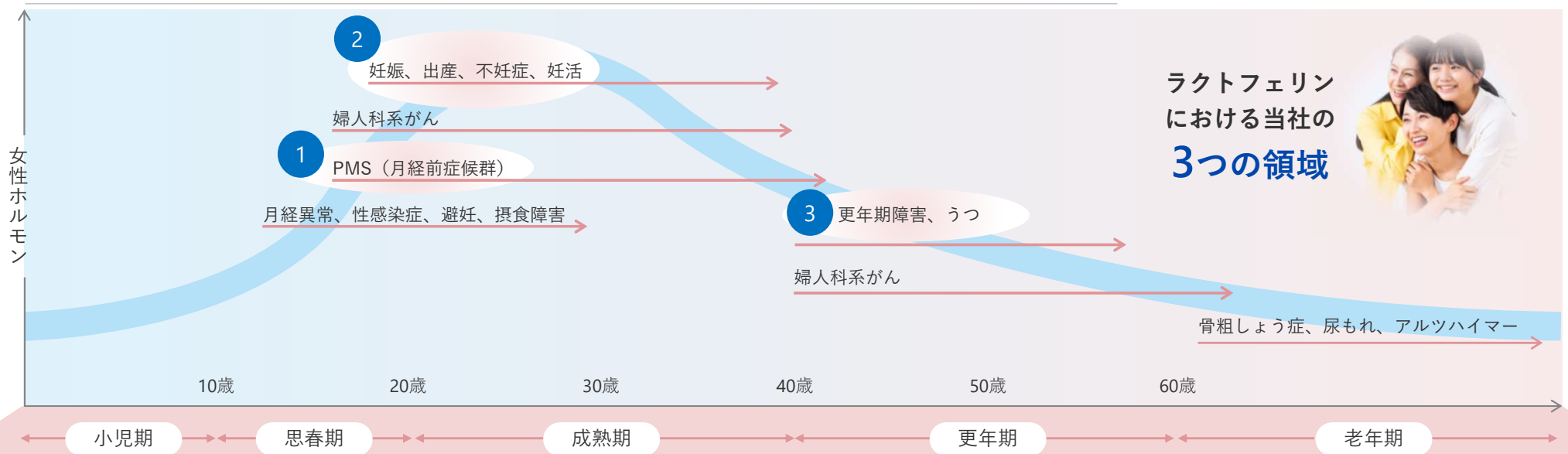
● 当社はラクトフェリンに関する多数の特許を保有

	登録番号	発明名称	事業化状況
腸溶加工	特許第6722925号	腸溶性被膜を施した錠剤の製造方法	自社商品および他社にOEM提供
	特許第6831548号	子宮内細菌叢改善剤及び組成物、ならびに子宮内細菌叢が改善又は正常化された状態の判定方法	他社にOEM提供
	特許第6082941号	更年期障害改善用医薬組成物ならびに飲食物	商品化検討中
フェムケア	特許第5106809号	ラクトフェリンを含有する医薬組成物ならびに加工食品（月経痛緩和効果）	商品化検討中
	特許第7777176号	皮膚常在細菌叢改善又は多様化用剤及びそれを含有する組成物	商品化検討中
	特許第7542798号	妊娠中の母子の健康状態改善剤	他社にOEM提供

フェムテック・フェムケアとは

■ フェムテック
女性特有の健康課題をテクノロジーで解決しようとする製品・サービス

■ フェムケア
サプリメント、化粧品、吸水ショーツ含むサニタリー製品はじめ、月経カップなどテクノロジーに依存しない製品



女性のライフステージと健康課題

リスクについて | About Risk

以下は、当社グループの成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

知的財産権について

顕在化の可能性/時期

中/中期

顕在化した場合の影響

中

主要なリスク	対応策
■ 開発したバイオマーカー及び生体評価システムならびにそれらにより開発された成分や製品等について、その権利を保全するため、特許権その他の知的財産権を確保することは極めて重要であると考えられます。また、当社グループでは、当社グループの事業に必要と考えられる大学研究者の発明について、その特許を受ける権利の一部を譲り受け、共同で特許出願することにより、当該発明が当社グループ以外では実用化されないようにしております。 ■ 当社グループは、今後も、知的財産権を戦略的に取得または活用していく方針であります。特許等を申請した全ての研究成果について必ずしもその権利を取得できるとは限りません。また、より優れた研究成果が当社グループ以外で生まれた場合には、当社グループの研究成果が淘汰される可能性があります。	■ 当社グループでは、研究成果にかかる権利の確保のため、費用対効果にも留意しながら戦略的に特許権等の取得または活用を図っており、独自のバイオマーカー技術や抗疲労成分、ラクトフェリンをはじめとする機能性素材の加工及び用途等に関する特許を多数保有しております。

新規事業について

顕在化の可能性/時期

中/短期

顕在化した場合の影響

大

主要なリスク	対応策
■ 当社グループは、「エビデンス」を基盤としたヘルスケア事業を中核に据え、予防から治療までを一気通貫でサポートする「総合ヘルスケアプラットフォーム」の構築を進めております。本プラットフォームでは、セルフメディケーション商品の販売に加え、郵送検査、OTC医薬品・漢方薬、オンライン診療・オンライン薬局等のサービスを順次提供する予定です。これらの新規事業の推進にあたり、会員の獲得やサービスの利用が計画どおりに進まない場合、医薬品の販売やオンライン診療等に関する法規制が変更された場合、提携医療機関等との連携に支障が生じた場合、又は健康情報等の個人情報の管理に支障が生じた場合には、期待した成果が得られず、当社グループの業績に悪影響を及ぼす可能性があります。	■ 既存の通販顧客や健康保険組合等の法人顧客を起点に会員を獲得することで広告宣伝費を抑制するとともに、システム開発の内製化等により初期投資を抑えてまいります。また、事業の進捗や収益の状況に応じて人員や費用等の固定費を適宜調整しながら、事業を推進してまいります。あわせて、関連法規制の動向を継続的に把握し、提携先の複数化や情報セキュリティ体制の強化を図ってまいります。

リスクについて | About Risk

以下は、当社グループの成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。
その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

企業買収等について

顕在化の可能性/時期

中/短期

顕在化した場合の影響

大

主要なリスク	対応策
■ 当社グループは、既存事業の拡大及び総合ヘルスケアプラットフォームの構築に向けて、ヘルスケア事業領域において企業買収や資本提携を積極的に取り組む方針としております。企業買収や資本提携に際しては、対象企業の財務内容等について詳細な事前調査及び監査を行い、リスクを把握したうえで決定しますが、事業環境等の変化等により、当初想定した効果が得られない場合には、のれんの減損損失の計上等、当社グループの業績に悪影響を及ぼす可能性があります。	■ 企業買収や資本提携に際しては、対象企業の財務内容等について詳細な事前調査及び弁護士・会計士・税理士ら専門家を交えた監査を行い、リスクを把握したうえで決定してまいります。

海外展開について

顕在化の可能性/時期

中/中期

顕在化した場合の影響

中

主要なリスク	対応策
■ 当社グループは、国内でエビデンスを有する健康補助食品を、資本業務提携先であるGOLONGグループをはじめ現地パートナーと連携し、中華圏・ASEAN市場へ展開する方針としております。海外展開においては、各国の法規制（越境EC、輸入食品、健康食品等に関する規制）の変更、国際関係や消費者意識の変化による日本製品の需要減少、為替相場の変動、提携先の経営方針や事業状況の変化等により、計画どおりに事業が進捗しない場合には、当社グループの業績に悪影響を及ぼす可能性があります。	■ 越境ECから段階的に展開し、提携先の販売網を活用することで固定費を抑制してまいります。また、中華圏・ASEANの複数の国・地域に販売先を分散するとともに、現地の法規制や市場動向を継続的に把握し、機動的に対応してまいります。



株式会社総医研ホールディングス

[免責事項]

- 本資料には、将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれており、将来の結果の保証ではなく、不確定要素については仮定を置いた上で作成したものでありますので、必然的にリスクや不確実性を含んでいることにご留意ください。
- 実際の結果に影響がある要因としては、国内及び国際的な経済情勢や当社の関連する業界・市場動向、法制度の変更等が含まれますが、これらに限られるものではありません。
- 本資料に含まれる当社以外の情報は一般に公開されている情報に基づいております。
- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しており、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入を目的としておりません。
- 当資料のアップデートは、今後、毎年9月を目途として開示を行う予定です。