

2026 年 10 月 16 日

各 位

会 社 名 株式会社 AFC-HD アムスライフサイエンス
代表者名 代表取締役会長 浅山 雄彦
(コード:2927、東証スタンダード)
問合せ先 取締役会長室長 南方 茂穂
(TEL. 0 5 4 - 2 8 1 - 5 2 3 8)

中期経営計画策定のお知らせ

当社は、2027 年8月期から 2031 年8月期までの5ヵ年を対象とする中期経営計画を策定しましたので、以下のとおりお知らせいたします。

記

1. 中期経営計画策定の背景

当社グループは、健康食品・化粧品の製造販売をはじめ、海外、通販、医薬品、百貨店、飲食、不動産・建託、観光等の多様な事業を展開しております。

健康志向の高まりや高齢化の進展、海外市場における高品質・安全性を備えた日本製品への需要拡大等を背景に、当社グループの製造力、商品開発力及び販売基盤を活かした成長機会が広がっております。

こうした事業環境を踏まえ、各事業の競争力及び収益力の強化を図り、グループ全体の持続的な成長と企業価値の向上を実現するため、中期経営計画を策定いたしました。

2. 中期経営計画

(1) 計画の骨子

「健康寿命の延伸を通じ持続可能な社会実現に貢献する」という方向性のもと、健康食品・医薬品分野の製造・開発基盤を強化し、国内外の市場開拓と高付加価値商品の拡充を推進します。

また、百貨店、飲食、不動産・建託、観光等の各事業において、顧客基盤の拡大、保有資産の活用及び業務の効率化を進めるとともに、人材の採用・育成を通じて、安定した収益基盤の構築と持続的な成長を目指します。

(2) 重点施策

① OEM 事業の競争力強化

品質管理及び機能性表示食品の届出サポート体制を活かし、開発競争力を高めます。価格適正化・コスト最適化ニーズへの対応と営業組織力の強化により、国内外の顧客基盤を拡大します。

② 海外事業の拡大

日本品質を強みとして、学術・製造基盤の強化と供給体制の効率化を推進します。ハラル認証製品への切り替えや海外人材の採用・育成により、イスラム圏市場及び新規国・地域を開拓します。

③ 通販事業の収益基盤強化

独自商品の継続投入、コールセンターの専門性向上及び EC チャンネルの拡大を進め、アクティブ顧客・定期購入者の増加と顧客継続率・収益性の向上を図ります。

④ 東京支社を拠点とした販売戦略の強化

グループの製造力・商品開発力と販売ノウハウを活かした海外向け提案を推進します。外商連携や個別コンサルティングを通じ、高付加価値商品の販売を強化します。

⑤ 医薬品事業の収益力及び供給体制の強化

生活改善薬と漢方製剤の「二軸提案」、安定供給及び迅速なフォロー体制により、取引基盤を強化します。販売ルートの拡大と OEM 受注の積み上げにより、自社工場の稼働率向上を図ります。

⑥ 百貨店事業及び不動産活用による収益性の向上

事業のスリム化、自社ブランドの立ち上げ及び川崎地区の復活に取り組みます。横須賀店・藤沢店の複合ビル化と不動産価値の可視化により、収益力と企業価値の向上を目指します。

⑦ 飲食事業の成長基盤強化

インバウンド・団体誘客、地域食材を活かした商品展開及びブランド力の向上を推進します。うなぎ事業を軸とした店舗網の拡大と行政関連施設での運営受託拡大を図ります。

⑧ 不動産・建託事業の総合力強化

仲介、買取、建託、管理までのワンストップ体制を構築します。幅広い物件への提案力と専門人材の強化により、売上及び利益の向上を目指します。

⑨ 観光・給食・教育等の事業基盤拡充

観光事業では、顧客基盤の拡大と業務の内製化により収益力を高めます。また、ベトナムでのケータリング等の事業展開及び日本語学校の認定取得を通じ、長期的な運営基盤を確保します。

(3) 計画期間

2027 年8月期から 2031 年8月期(5ヵ年計画)。

(4) 数値目標

2031 年8月期(最終年度)において、売上高 45,440 百万円を目指してまいります。



中期経営計画（2027-2031）

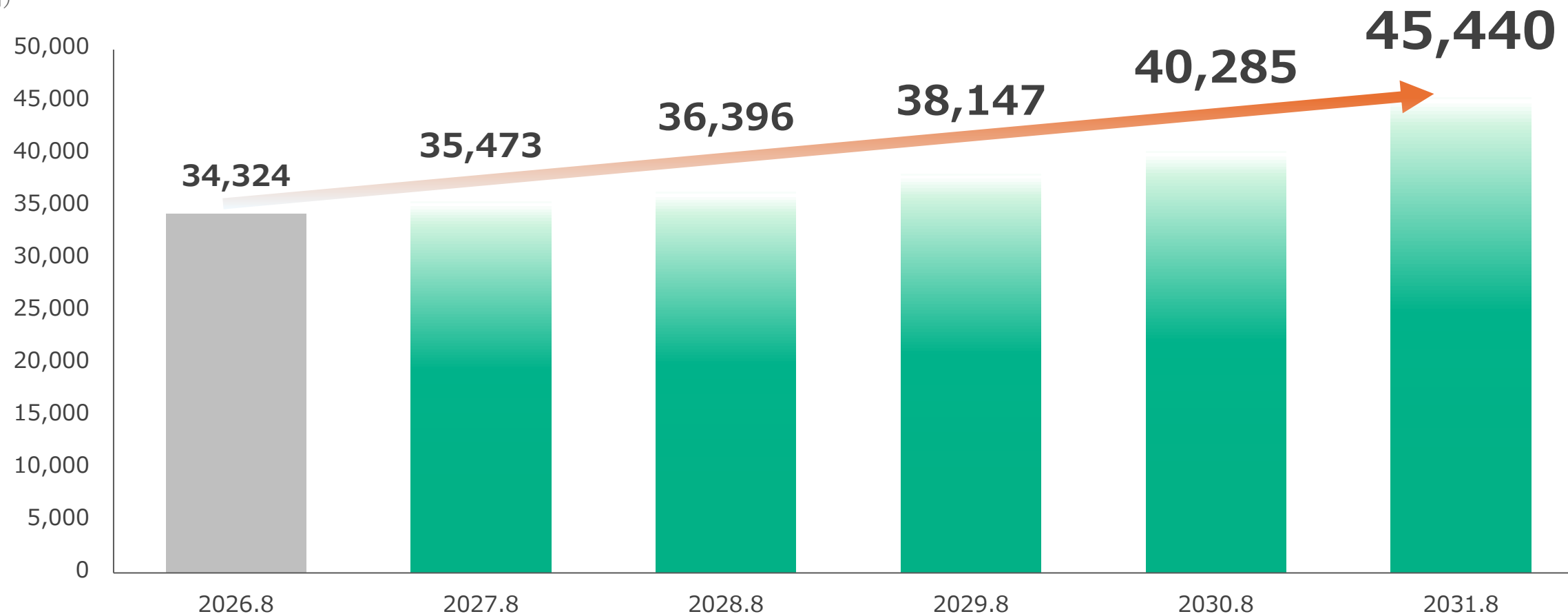
2026年10月16日

株式会社AFC-HDアムスライフサイエンス

(証券コード：2927)

健康寿命の延伸を通じ持続可能な社会実現に貢献する

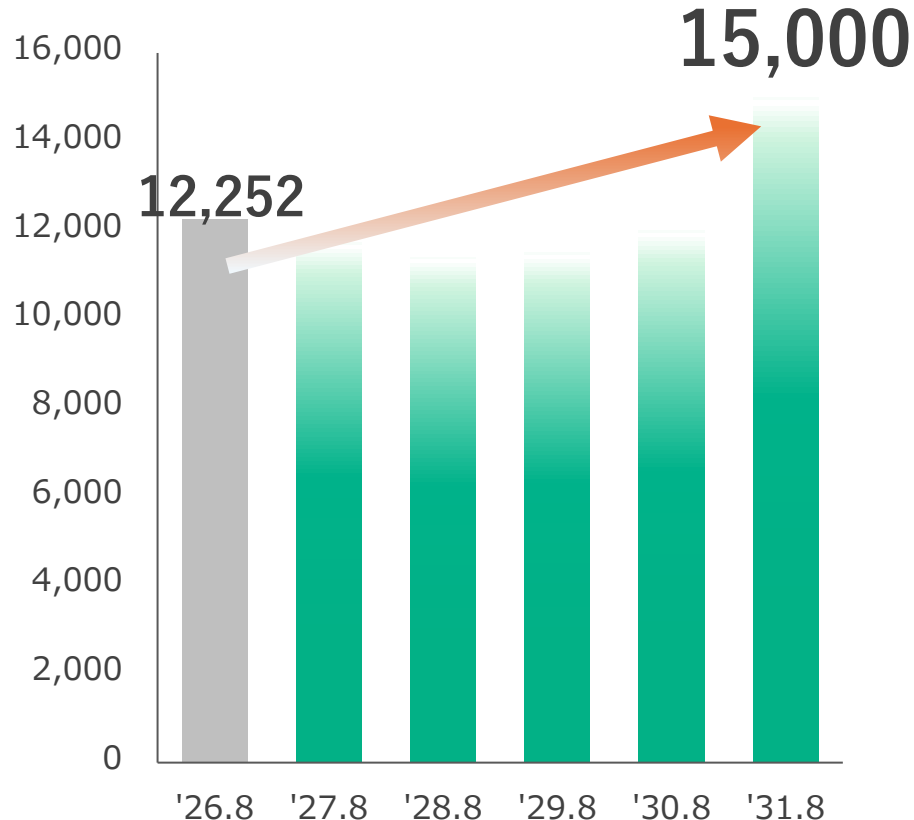
(百万円)



健康寿命の延伸を通じ持続可能な社会実現に貢献する

売上高目標

(百万円)



当社の優位性

- 健康食品OEMメーカーとして**国内唯一の上場企業**としてのポジション確立
- 業界先駆けの**GMP適合認定取得**による顧客への高い安全性と信頼の実現
- **機能性表示食品の届出サポート体制**による開発競争力の最大化

成長市場への躍進

- 市場における価格適正化・コスト最適化ニーズに対応したシェア拡大
- インバウンドおよび海外市場における高付加価値ニーズの確実な捕捉
- ECモール市場の拡大を見据えた新たな顧客層の獲得

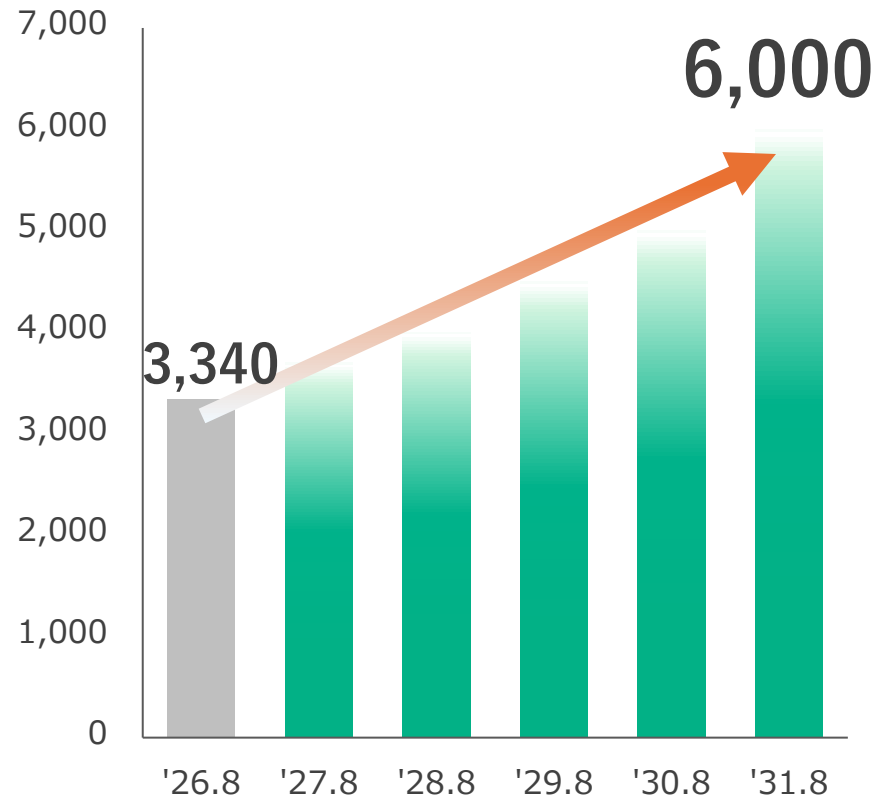
営業組織力の強化

- 処方設計から見積・提案、アフター対応までを営業担当がワンストップで完結させる対応スピードの発揮
- 成果連動型の評価・インセンティブ制度に支えられた、営業組織全体の高いコミットメントと士気の向上

日本品質と市場成長機会を活かし海外売上の拡大を目指す

売上高目標

(百万円)



学術・製造基盤の強化

- FSSC22000取得に向けた国際水準の安全管理体制の構築
- 製法特許取得と成分エビデンスの確立による製品の学術的な差別化
- 製造プロセスの省人化と効率化による供給体制の確立

イスラム圏市場・新規国の開拓

- ハラル認証製品への切り替え推進によるイスラム圏市場でのシェア拡大
- 外国籍スタッフの採用・育成強化による新規国・地域の開拓を加速

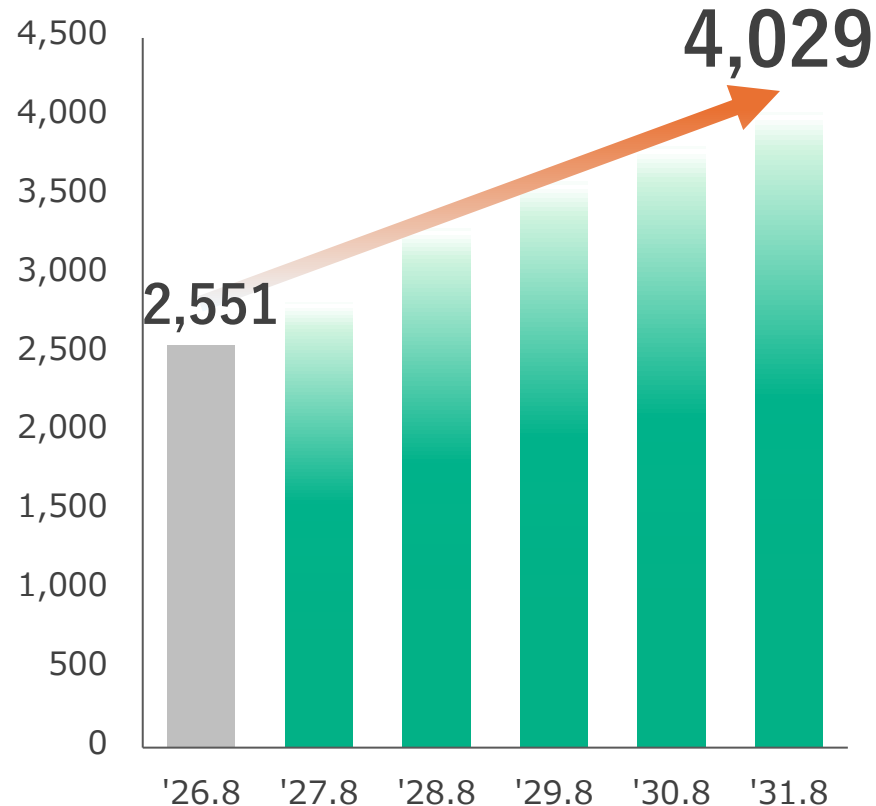
グローバル市場における競争優位

- 海外独自販売の老舗OEMとしてのブランド実績
- 日本品質（高品質・安全性・丁寧なモノづくり）を求める顧客への適合
- 労働・安全・環境・倫理に関する国際的評価基準「SMETA監査」への対応力

継続率・利益率・組織力強化と安定基盤構築で、持続的成長を目指す

売上高目標

(百万円)



収益力の強化

高利益率体質の追求

- ・アクティブ顧客および定期購入者の増加による安定収益の拡大

現在 5年後
総顧客数 22万人 ▶ 66万人

現在 5年後
定期顧客数 3.9万人 ▶ 16万人

商品開発力の強化

- ・市場ニーズを即座に反映する独自製品の継続投下

自社コールセンターの専門性向上

- ・顧客インサイトの獲得と接客品質の向上

需要の取り込み

健康志向の拡大への対応

- ・製品ラインナップの拡充とファン層の拡大

高齢化市場の深耕

- ・シニア世代のニーズに寄り添ったサービスの提供

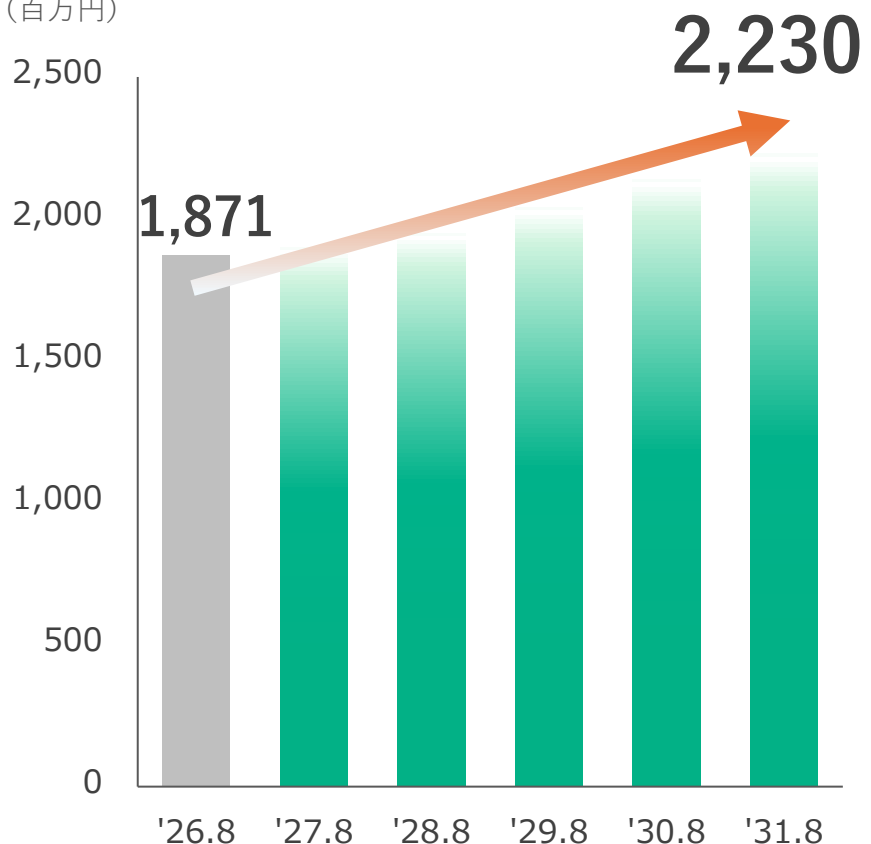
ECチャネルの拡大

- ・デジタル接点の利便性向上による新規利用者の獲得

「日本の健康寿命を東京から世界へ」

売上高目標

(百万円)



海外戦略

「日本製サプリメント」を成長事業へ

- ・高品質・安心・安全という日本製品の強みとAFCグループの製造力・商品開発力を提案

AFCの自社チャネルを「企画力」に変える

- ・AFCが長年培ってきた、多様な販売チャネルで蓄積した販売ノウハウ、商品をOEMに活用

国際化の推進

- ・海外人材強化を推進し、国内市場と海外市場をつなぐ情報発信基地を構築

店販事業 富裕層戦略

外商連携による顧客ロイヤルティの向上

外商チャネルとの連携

- ・外商顧客限定の特別セット企画による囲い込み

完全予約制カウンセリングの浸透

- ・「個」のニーズに最適化したコンサルティングによる顧客エンゲージメントの強化

体験型イベントの定期開催

- ・「健康測定会」や「美容・健康セミナー」を通じ、日常的な接点を創出

商品戦略

高収益・高付加価値ポートフォリオの強化

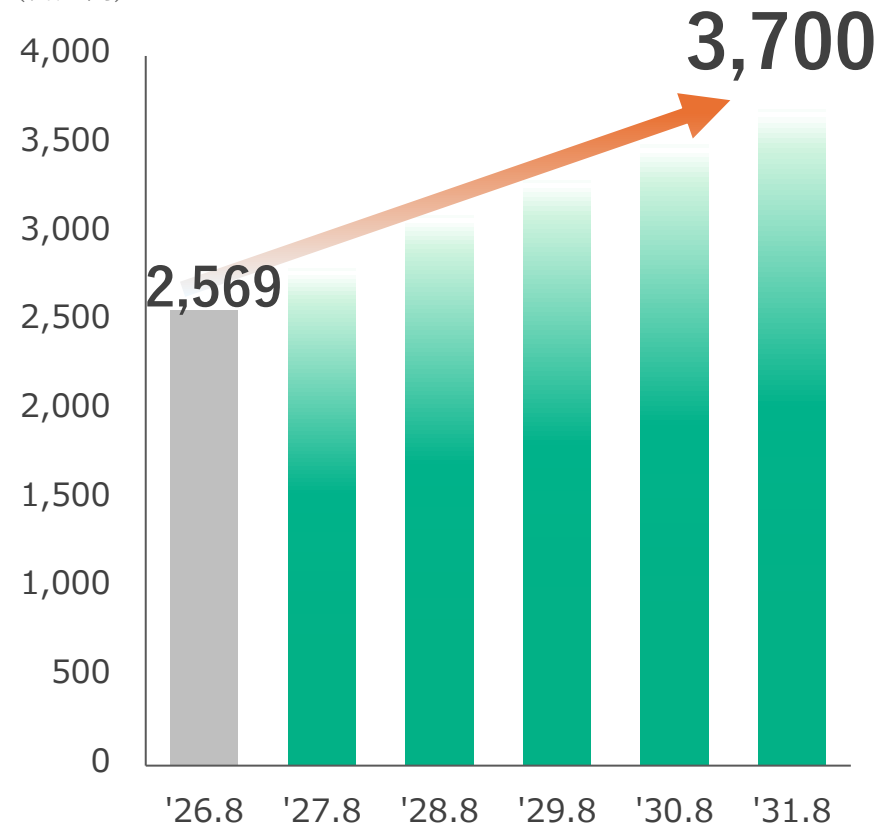
高価格帯サプリメント・美容商材の拡充

- ・富裕層のニーズに合致した、高単価かつ付加価値の高い商材を優先的にラインナップ

医療機関に最も信頼されるヘルスケア総合パートナーを目指す

売上高目標

(百万円)



医療用医薬品市場

生活改善薬 × 漢方製剤の「二軸提案」による収益力強化

- ・生活改善薬と漢方製剤の組み合わせによるセット提案比率50%の浸透
- ・メンズクリニック・皮膚科・美容領域での専門性を活かした提案拡充
- ・得意先の販売チャネルや使用量に応じた柔軟な対応体制の強化

安定供給と迅速フォロー体制

- ・出荷リードタイム短縮と欠品率1%以下維持による供給体制の強化
- ・自費診療領域でのオンライン面談比率50%引き上げによる提案機会拡大
- ・既存取引先継続率95%以上維持による収益基盤の確保

新規顧客の獲得による売上高及び利益の最大化

一般用医薬品市場

販売ルート拡大による受注基盤の強化

- ・販路（通販・テレビショッピング等）の好調実績を活かし、ルート販売を強化
- ・主力製品の受注維持と新規OEM顧客の獲得拡大

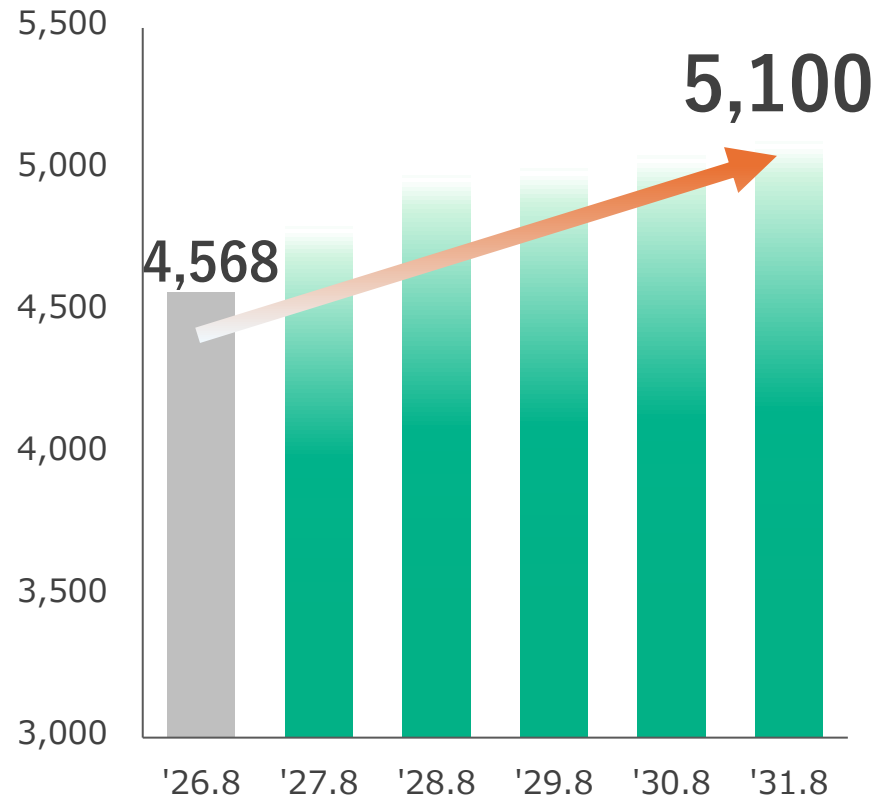
自社工場の稼働率確保と中核人材の経験値活用

- ・登録販売者制度の活用による販路拡大と販売チャネルの多様化
- ・OEM実績を積上げ、工場稼働率向上と黒字経営に貢献

百貨店事業と不動産事業の収益性を高め、企業価値向上を目指す

売上高目標

(百万円)



百貨店事業の再構築・地域No.1化

- 事業スリム化（コスト削減）
- 自社ブランド立ち上げ
- 川崎地区の復活

不動産事業の収益力強化

- 既存店舗の複合ビル化
 - ・横須賀店：ヨークフーズ、ラウンドワンなど
 - ・藤沢店：ライフ、ヤマダデンキなど
- 地元集客力No.1で建屋価値向上・賃料向上

百貨店事業の成長を支える強み

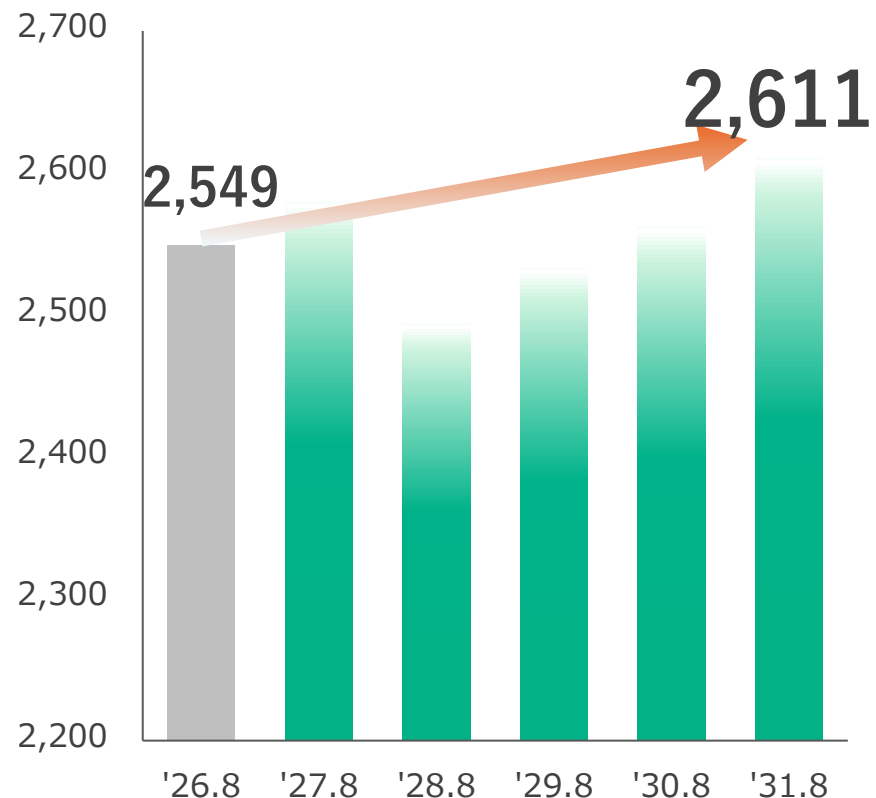
- 神奈川県内での高い知名度と地域密着力
- 不動産含み益による資産価値の高さ
- 創業1872年 地元百貨店として長年培われた信用基盤
- 再開発による不動産流動化の追い風
- 不動産価値の可視化と商業施設化による収益構造転換



地域資源×多様な顧客接点による持続的成長を目指す

売上高目標

(百万円)



インバウンド・団体誘客の強化

- 訪日外国人・クルーズ客船・団体ツアー向け専用商品の開発
- 大型バス乗り入れ・全旅クーポン対応で受け入れ体制を強化

ブランド力・商品力の強化

- 浜名湖うなぎをはじめとする地域食材の全国発送でブランドを確立
- 新商品開発とメディア露出（TV・SNS）でファン化を促進

店舗網拡大による成長

- うなぎ事業を軸に店舗数を拡大し、飲食事業全体の売上規模を拡大
- 実績のある店舗モデルの安定的な多店舗展開を推進

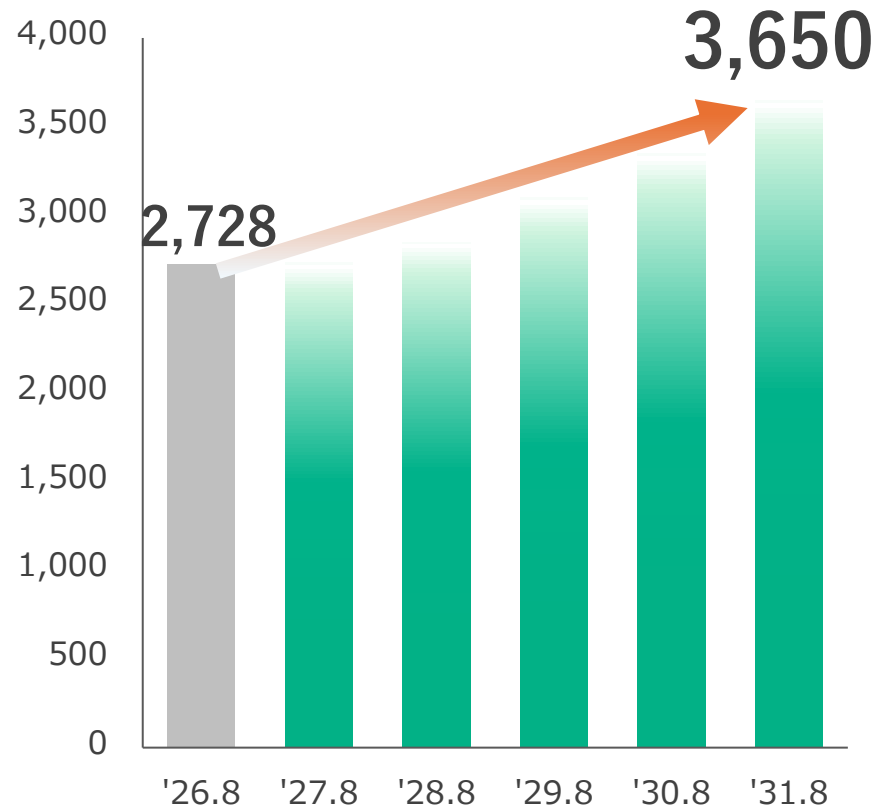
行政・公共分野での事業拡大

- 行政関連施設での運営受託を拡大
- 立食・ビュッフェのグレードアップと地産地消の推進で顧客満足度を向上

総合不動産会社としての地位を確立し、地域No.1を目指す

売上高目標

(百万円)



総合不動産としての真価の発揮

- 仲介、買取、建託、管理までのワンストップ体制を構築
- 顧客ニーズに合わせた高度専門家集団による高付加価値の創出

多彩な物件対応による事業の躍進

- アパート、戸建から店舗等まで幅広く対応できる総合提案力の発揮
- 中長期的戦略の一環として、土地購入、建築、賃貸付け、投資家売却、管理取得のサイクル化による売上、利益向上

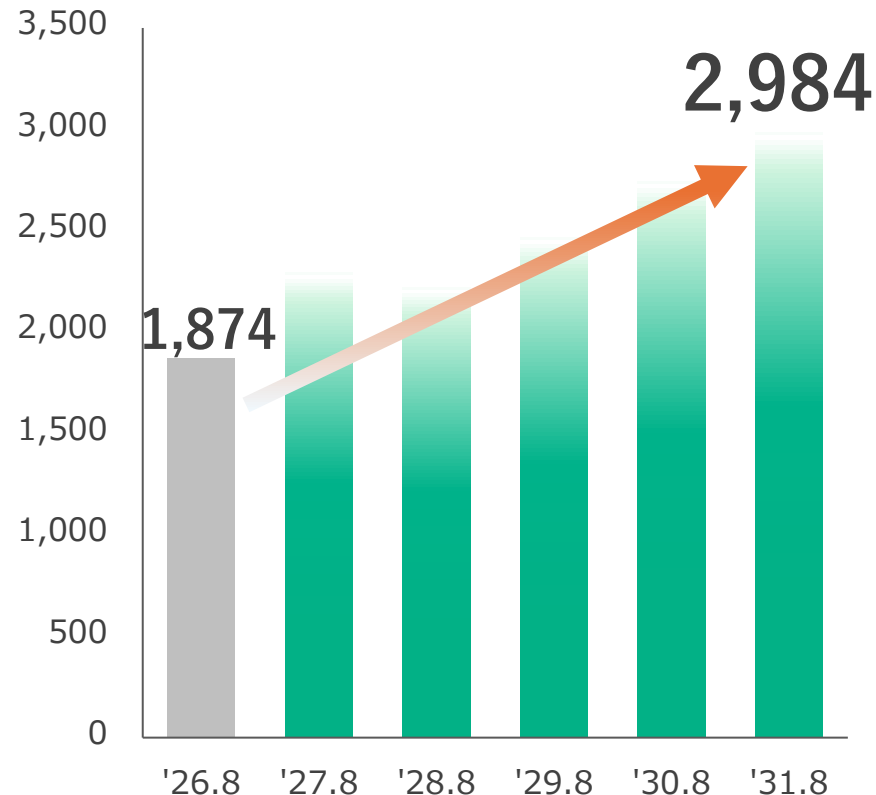
人材基盤の強化

- 専門人材の採用・育成によるホスピタリティの向上
- 多様な人材の定着・活動推進によるエンゲージメントの最大化

その他事業全体で売上高1.7倍の成長を目指す

売上高目標

(百万円)



観光事業

AFC観光(株)：AFCツアーズを運営（静岡発着ツアーの企画立案、広告宣伝）
ラビット急行(株)：37台[※]のバスを活用し観光事業を展開

※ 2028年1月のツアーターミナル開業に伴い、観光バス5台を増車予定。

給食事業他

5 SPRO Joint Stock Company（ベトナム ハノイ）
基幹事業であるケータリング事業に加え、健康食品事業、ホテル・宿泊事業を3本の柱とする。

教育事業

AFC国際学院（日本語学校）
文部科学省による認定日本語機関の認定を取得し、長期的な運営基盤を確保する

静岡県内において募集型企画旅行のシェアNo.1を目指す

観光事業

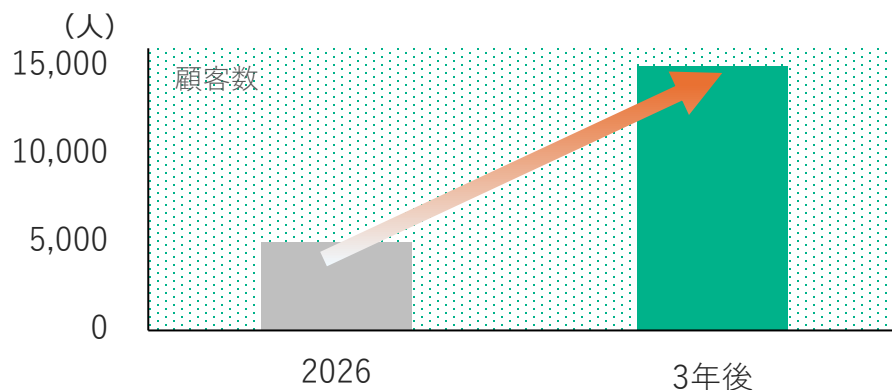
- 新規営業所の開業を推進し、観光バスを全国で運行
- 地元新聞社との連携で静岡県内でのプレゼンスを強化
- 人材の採用・育成強化によるホスピタリティの向上



顧客基盤の強化

3年以内に顧客数3倍を目指す

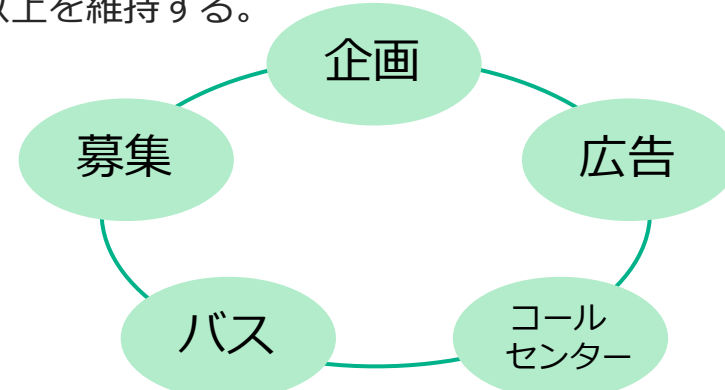
毎年3,000名以上の新規顧客を獲得し、リピート率60%以上を設定することで、大手旅行会社との差別化を図る。



利益の最大化

内製化率を高め、事業利益を最大化する

募集・企画・バス・広告・コールセンターを活かした独自の高利益モデルを構築。主催旅行においてはラビット急行利用率80%以上を維持する。





AFC-HD **AMS Life Science Co., Ltd.**