

# 2021年7月期 第1四半期 決算補足説明資料

2020.12.4

【免責事項】

本資料に記載されている予測、見通し、戦略およびその他歴史的事実ではないものは、当グループが資料作成時点で入手可能な情報を基としており、その情報の正確性を保証するものではありません。

これらは経済環境、経営環境の変動などにより、予想と大きく異なる可能性があります。

株式会社 **ファーマフーズ**



# 2021年7月期 第1四半期 業績ハイライト

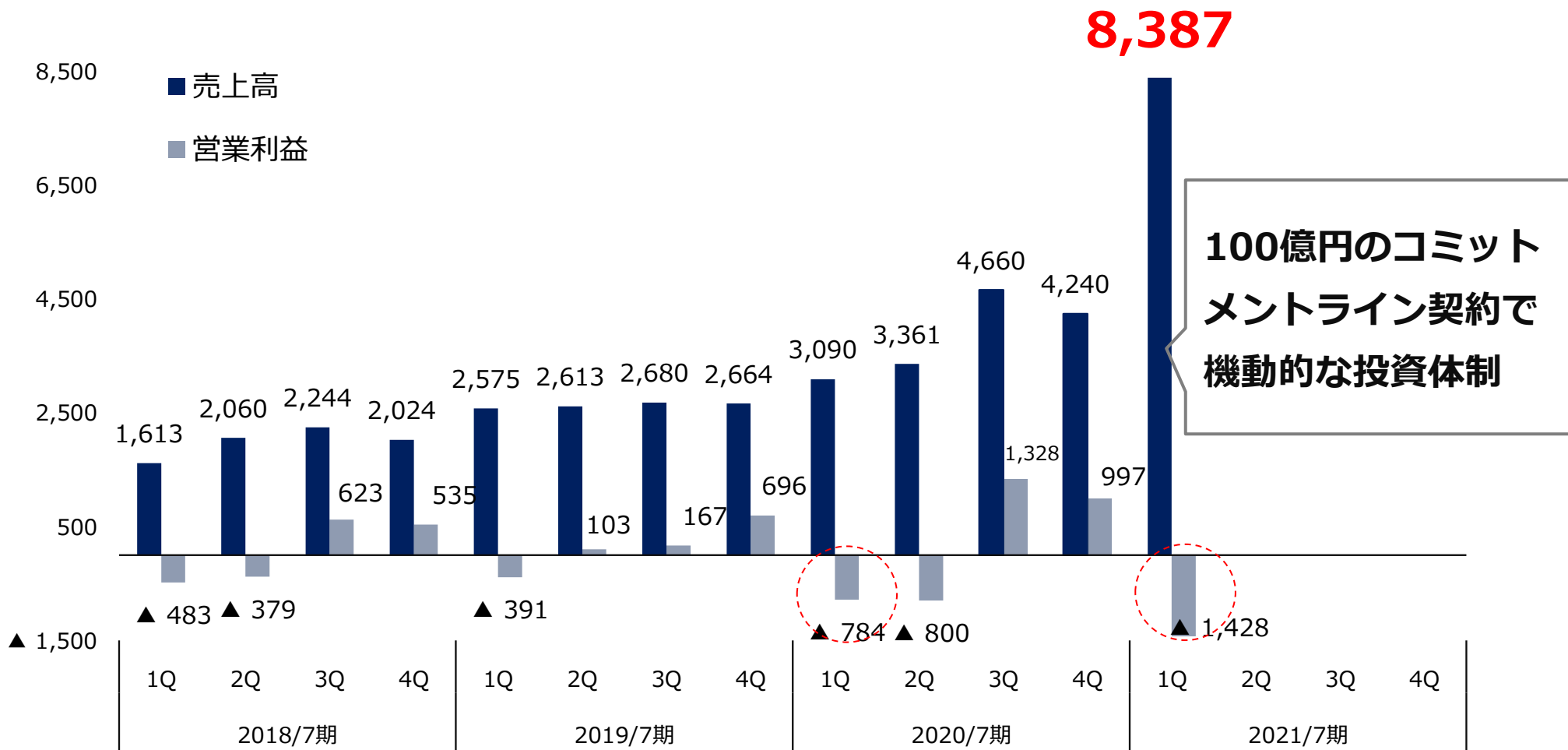


## ハイライト

- ニューモ育毛剤は**シェアNo.1**へ
- **広告効率**が急上昇、好機を捉え積極的に前倒し投資で過去最高の滑りだし
- GABAは機能性表示食品で引続き**No.1**  
**大手飲料メーカーの新商品**が届出済み
- 研究目標が想定以上の成果、  
独占的ライセンス契約に向け**着実に進捗**

# 過去最高額の投資も利益水準の高まりで、最高の滑り出し

(百万円)



100億円のコミットメントライン契約で機動的な投資体制

前年同期比43億円増の広告宣伝費も、+7億円の赤字にとどまる。

## セグメント別売上高

(百万円)

通販が大幅増収、他は予算通り進捗

	2020年 7月期 第1四半期	2021年 7月期 第1四半期	増減
機能性素材事業	495	<b>460</b>	<b>▲7.2%</b>
通信販売事業	2,488	<b>7,922</b>	<b>218.4%</b>
バイオメディカル事業	106	<b>4</b>	<b>▲96.0%</b>
合計	3,090	<b>8,387</b>	<b>171.4%</b>



# 機能性素材事業



## アイテム別売上

	2019/7期				2020/7期				2021/7期				(百万円)
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
ファーマギヤバ	256	192	201	220	279	295	385	275	208				
ボーンペップ	87	51	13	27	32	59	127	52	37				
葉酸たまご	20	22	24	6	17	16	18	17	10				
ランペップ	14	8	8	21	9	18	14	41	4				
セレプロン	20	23	4	33	1	8	33	56	6				
HGP	1	30	7	5	4	0	4	6	3				
カテキン	14	7	4	1	1	2	3	3	3				
鶏卵抗体	4	1	2	11	2	2	3	2	5				
iHA	10	1	6	7	2	8	3	7	3				
その他素材	24	19	19	45	62	44	53	39	51				
OEM	46	29	45	168	81	52	244	174	126				
合計	501	388	339	548	495	511	891	676	460				

前年同期比減収も、1Qは予算通りに着地

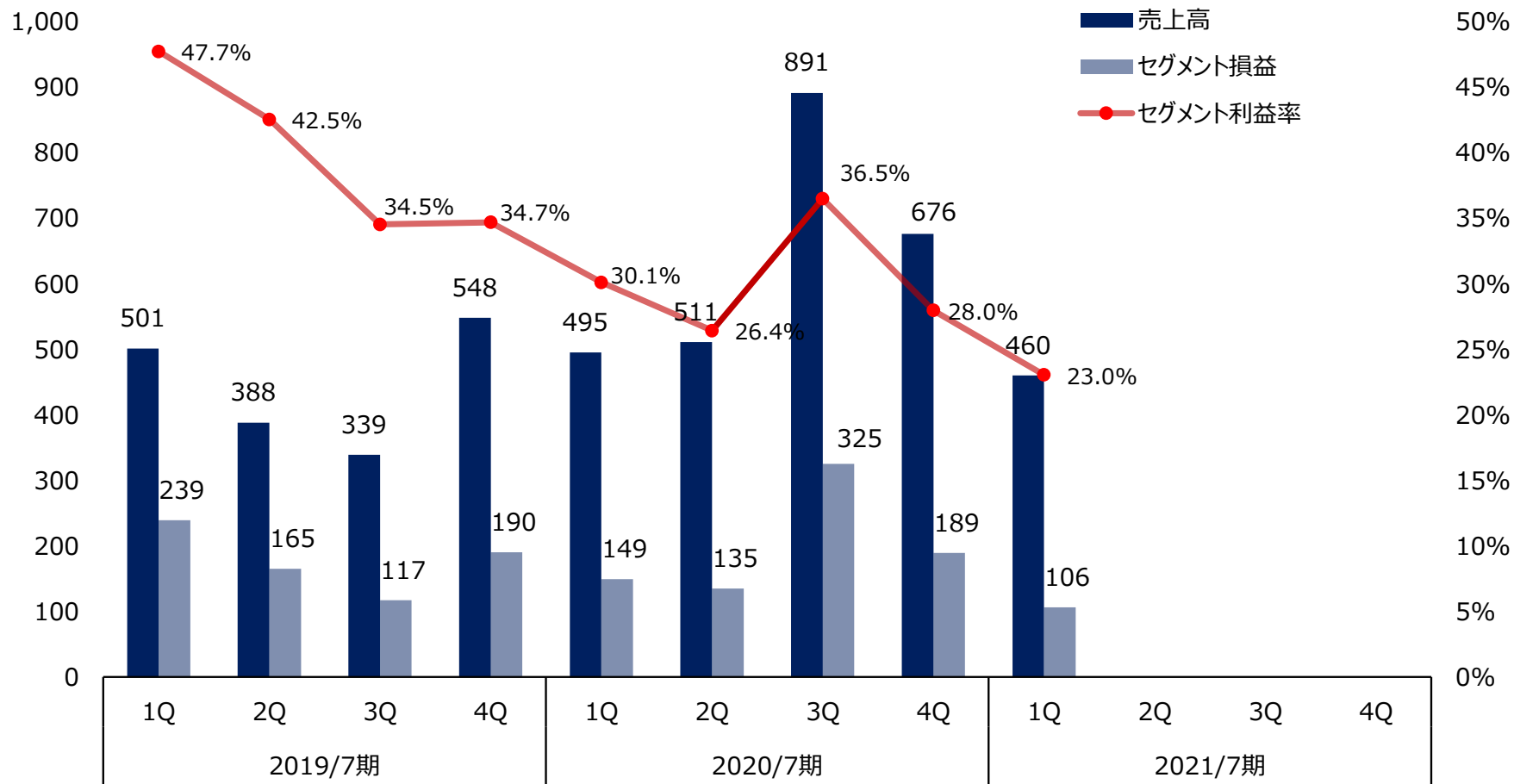
順位	機能性関与成分	受理数
1	<b>GABA</b>	<b>412</b>
2	難消化性デキストリン	354
3	DHA・EPA	215
4	ルテイン・ゼアキサンチン	148
5	イチョウ葉 (フラボノイド配糖体、テルペンラクトン)	122
6	ビフィズス菌	116
7	葛の花由来イソフラボン	102
8	L-テアニン	97
9	グルコサミン塩酸塩	86
10	ヒアルロン酸Na	78

ファーマギャバは、ナショナルブランドで採用拡大中



# 四半期業績推移

(百万円)



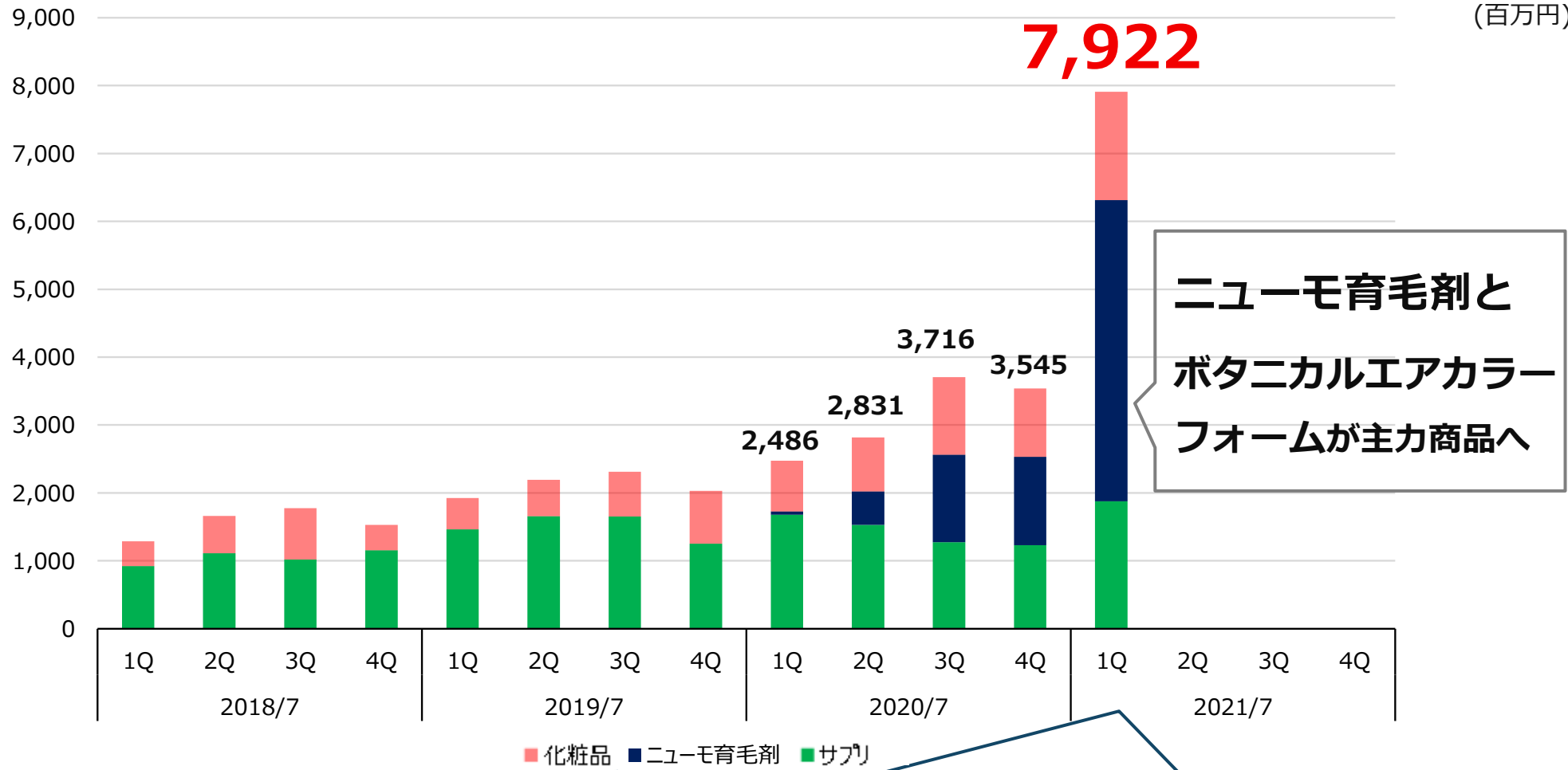


# 通信販売事業



# アイテム別売上高

(百万円)



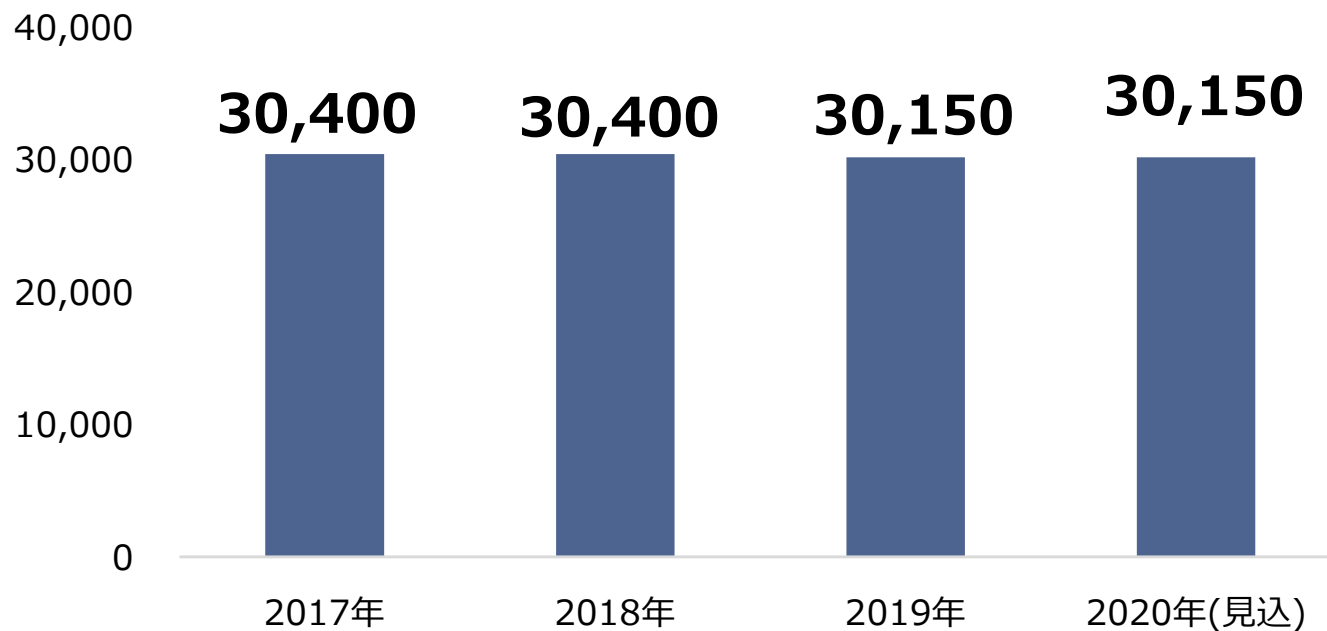
ニューモ育毛剤と  
ボタニカルエアカラー  
フォームが主力商品へ

ニューモ育毛剤 : 56%、タマゴサミン : 10%、ニューモサプリ : 9.5%  
ボタニカルエアカラーフォーム : 8.7%、珠肌のうみつ : 4.3%

# ニューモは育毛剤No. 1へ

(百万円)

国内の育毛剤関連市場※（ニューモ育毛剤除く）



ニューモ登場までは  
男性用：50億円規模  
女性用：30億円規模  
が育毛剤関連メーカー  
のトップ

※医薬部外品の育毛剤及び育毛トニック

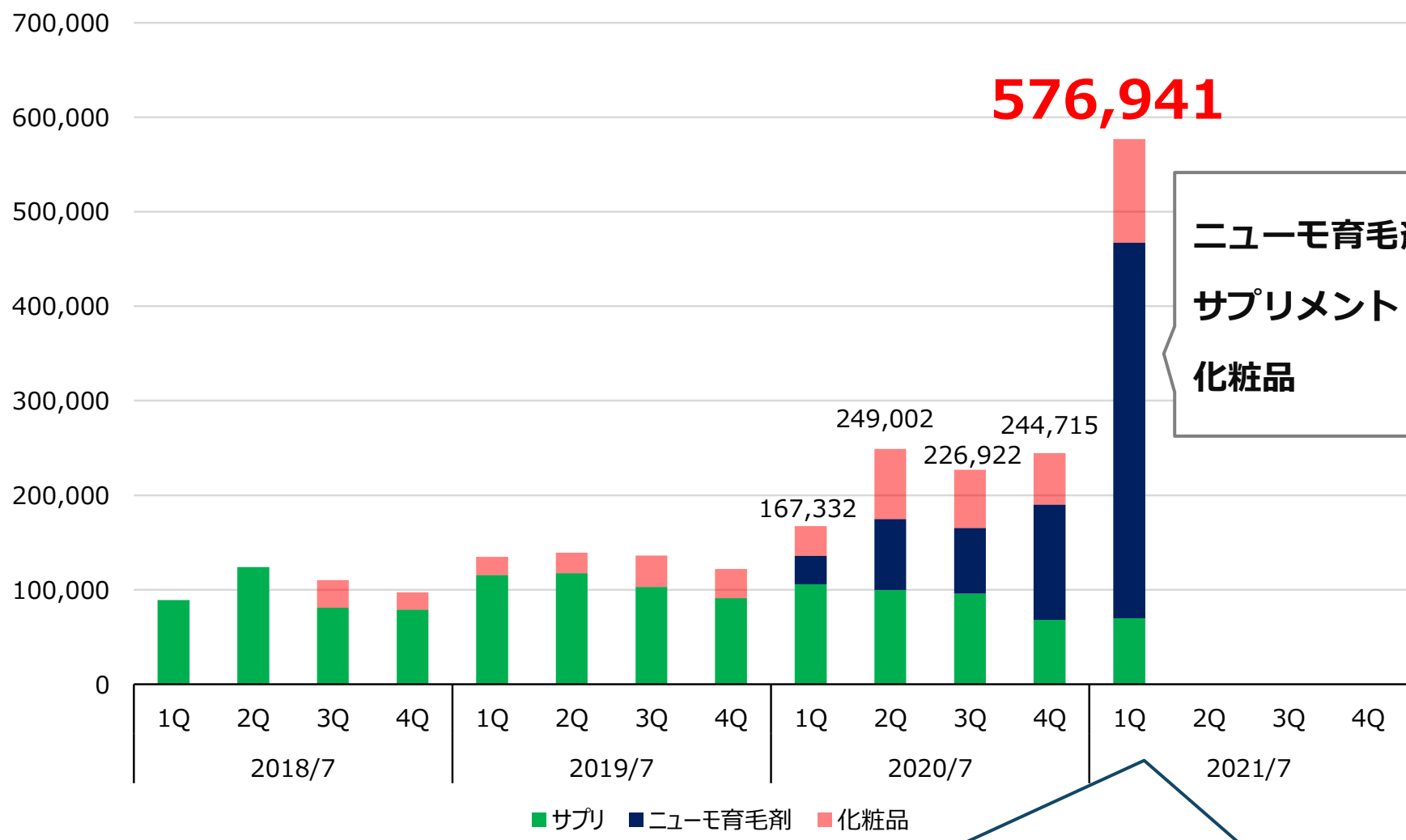
出典：富士経済「化粧品マーケティング便覧 2020 NO.2」

ニューモ育毛剤は2019年の11月から2020年10月までの1年間で**75**億円超

※当社実績

# 定期顧客件数

(件)

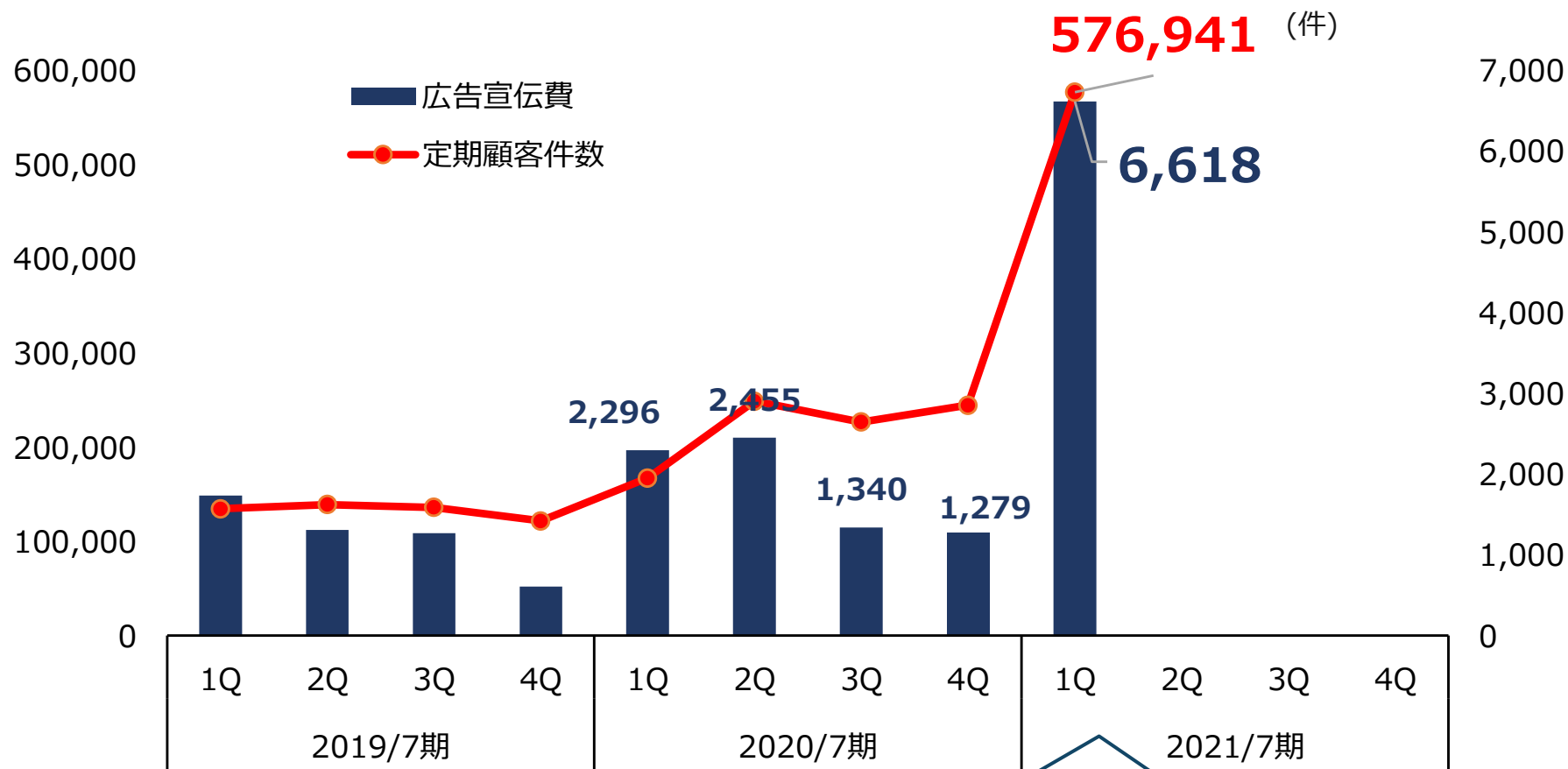


ニューモ育毛剤 : 397,193  
サプリメント : 69,881  
化粧品 : 109,867

“ニューモ効果”で大幅増

# 広告宣伝費と定期顧客数

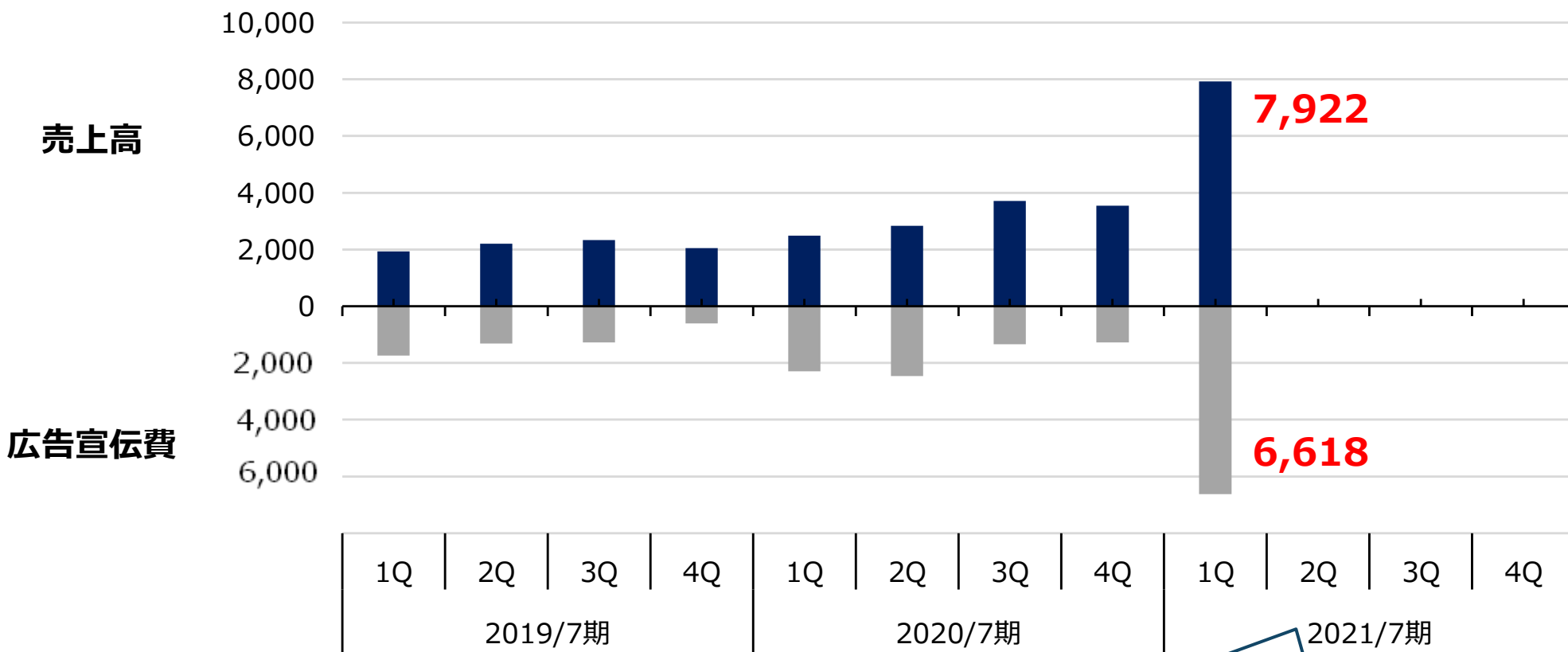
(百万円)



**C P Oが当初想定以上の効率化、広告宣伝費の前倒し投資**

# 広告宣伝費と売上高

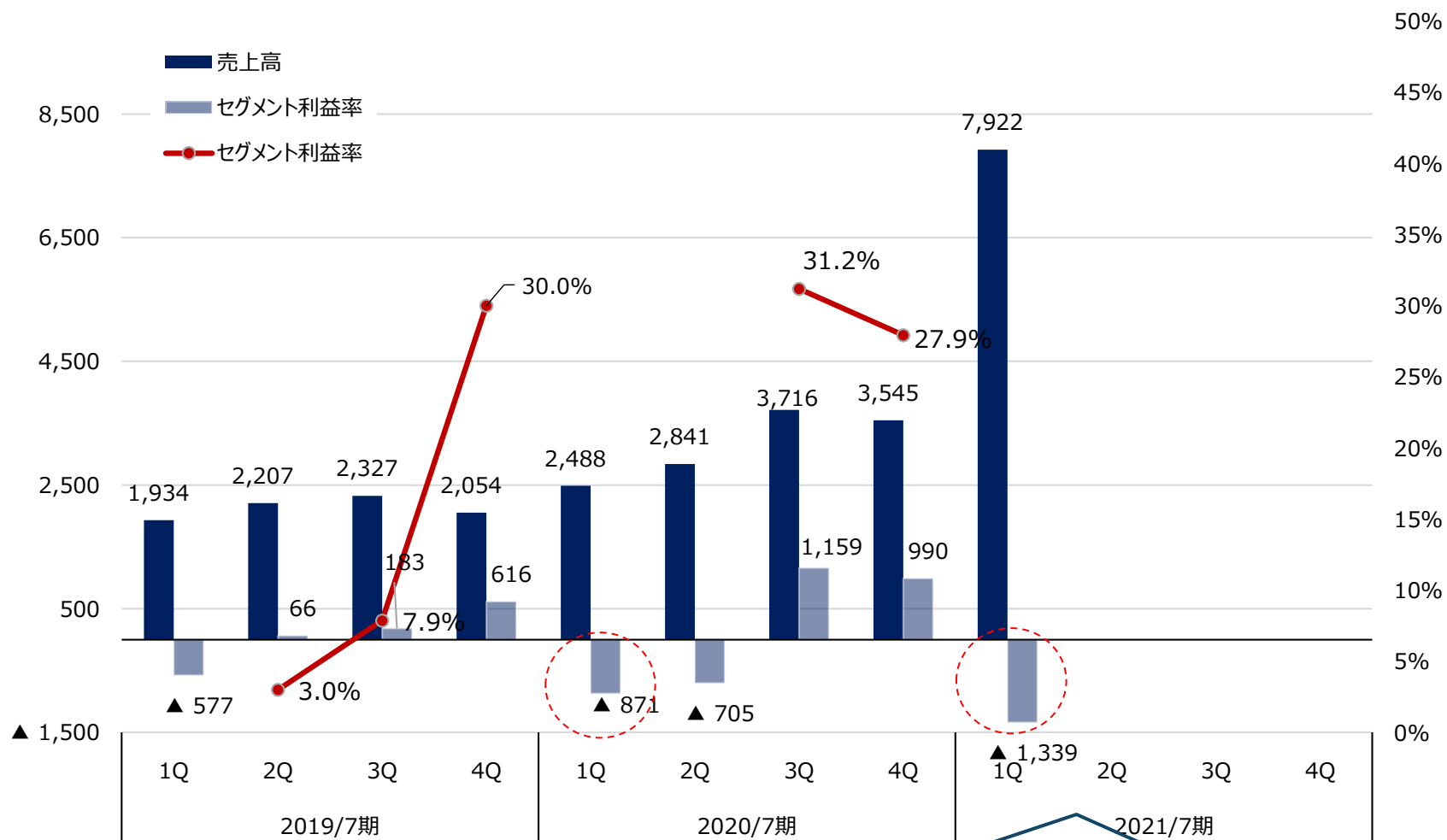
(百万円)



広告宣伝費の前倒し投資で、第2四半期以降の売上・利益が拡大見込み

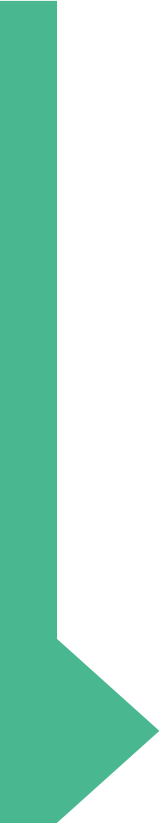
# 四半期業績推移

(百万円)



通期黒字化モデルを継続、下期の利益回収へ向け最高の滑り出し





# バイオメディカル事業

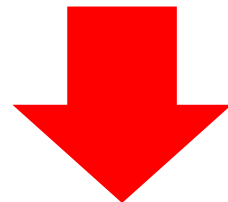


株式会社ファーマフーズ



田辺三菱製薬

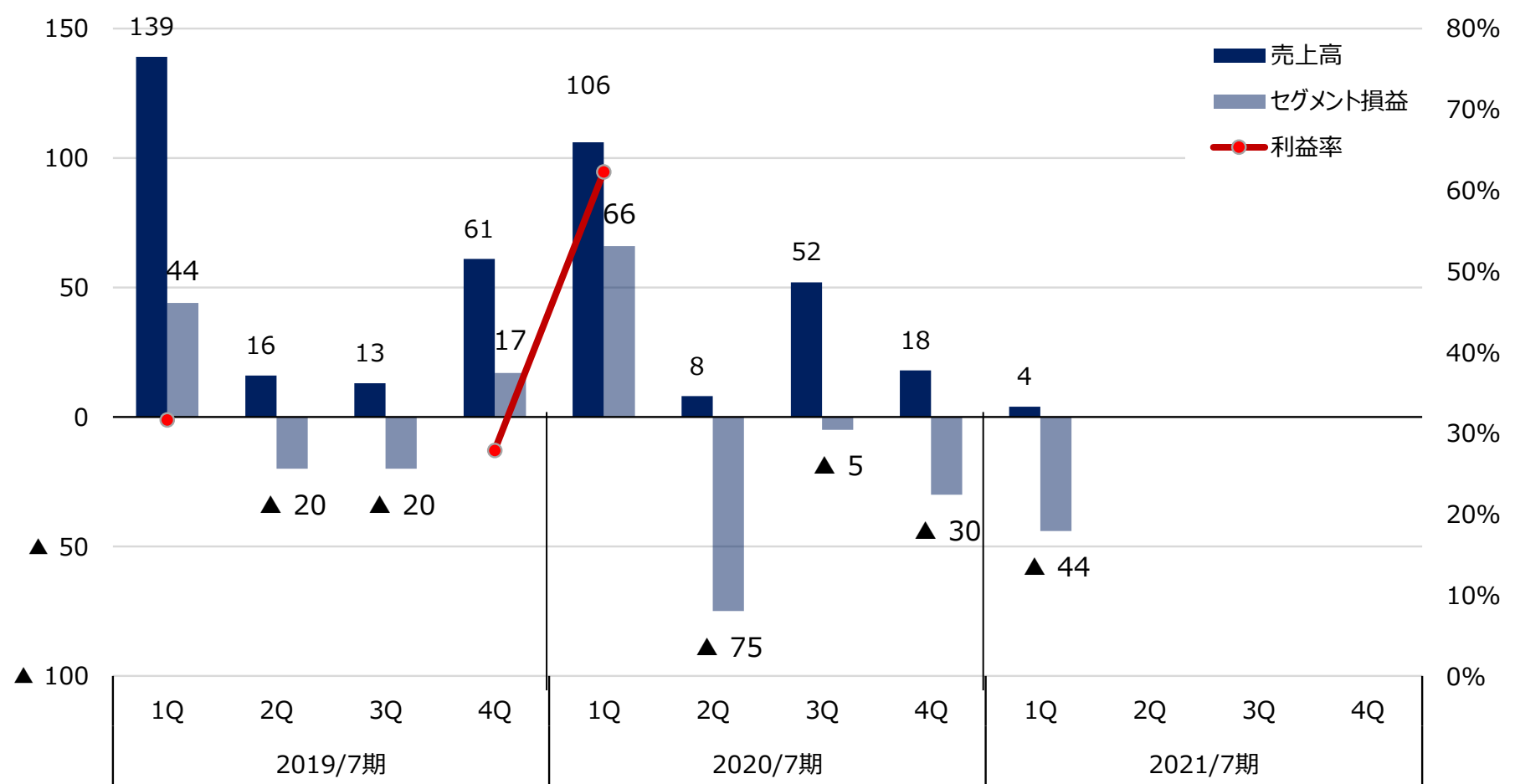
# 自己免疫疾患治療を目指した 抗体医薬に関する共同研究契約



## 独占的ライセンス契約に向け 着実に進捗

バイオメディカル事業  
**四半期業績推移**

(百万円)





# 2021年7月期 連結業績予想

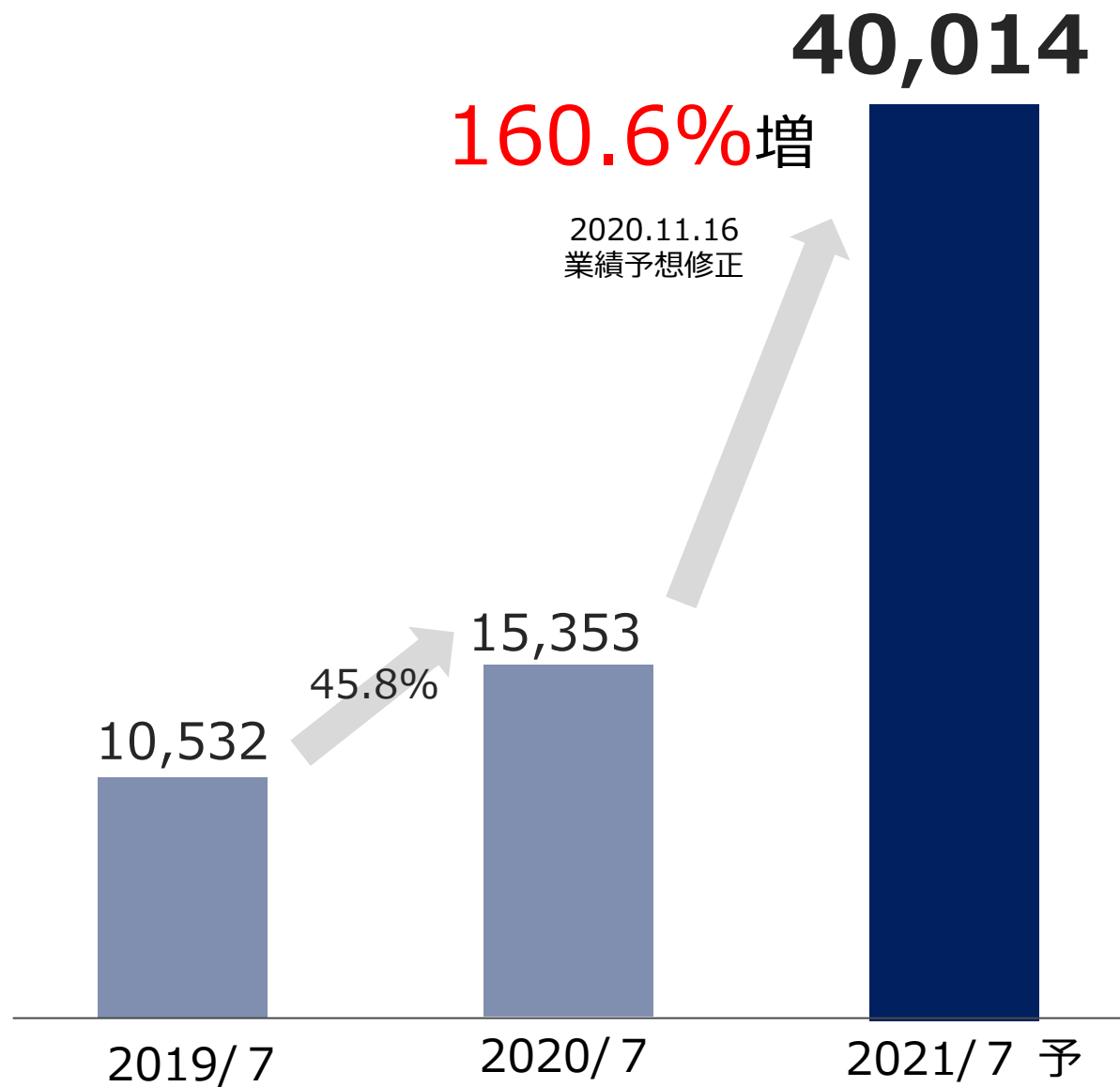
2020.11.16 業績予想の上方修正



# 連結売上高は2.6倍へ

(百万円)

機能性素材	30億円
通信販売	367億円
バイオメディカル	3億円



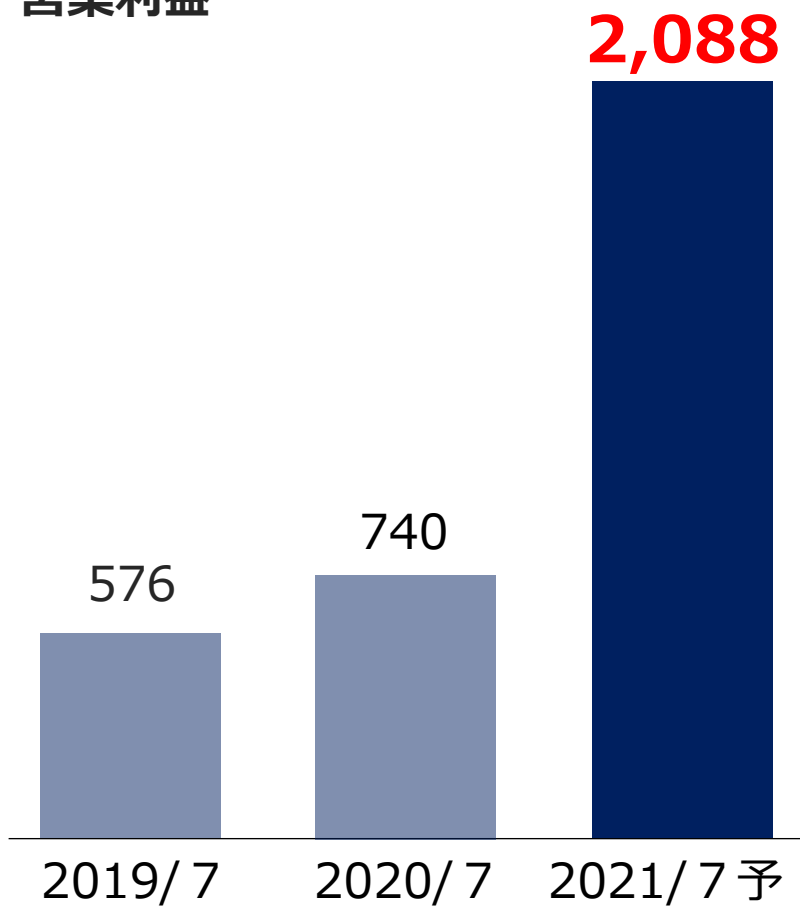
# 連結利益

## 最高益を上乗せ

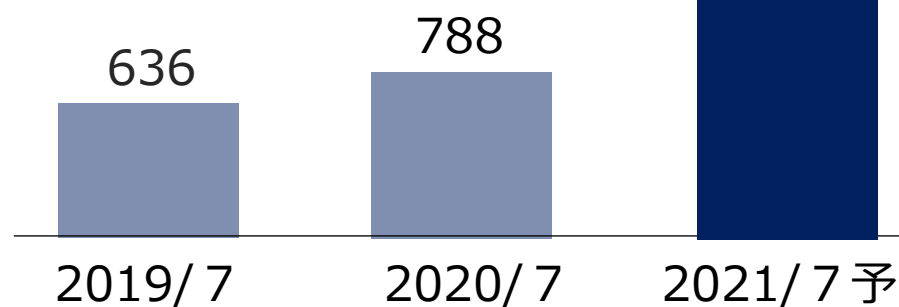
2020.11.16  
業績予想修正

(百万円)

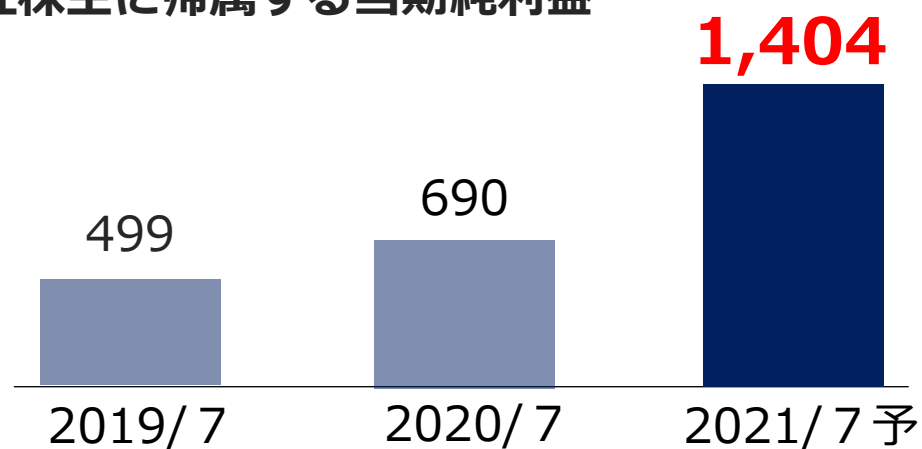
### 営業利益



### 経常利益



### 親会社株主に帰属する当期純利益



## 配当予想

	2020年 7月期	2021年 7月期予想
一株あたり 年間配当金	8.5	10.0
配当性向	35.7%	20.7%

企業の成長性と収益性を両立させる事業方針の下、研究開発と広告宣伝に対する積極的な投資を拡大させながら、株主の皆様に対する還元策として安定した配当等を積極的に充実していくことを基本方針としております。