

2022年7月期 第3四半期 決算補足説明資料

2022.6.3



2929

【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。



2022年7月期連結業績予想 について

シボラナイトGOLDの定期顧客件数が急拡大

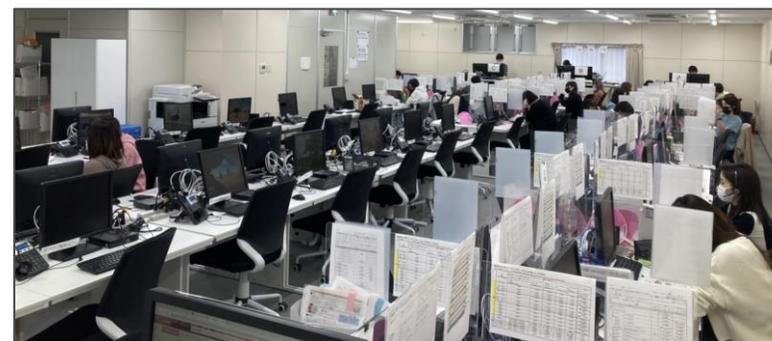


14,717件 → 284,495件

2022年1月末

2022年5月30日時点

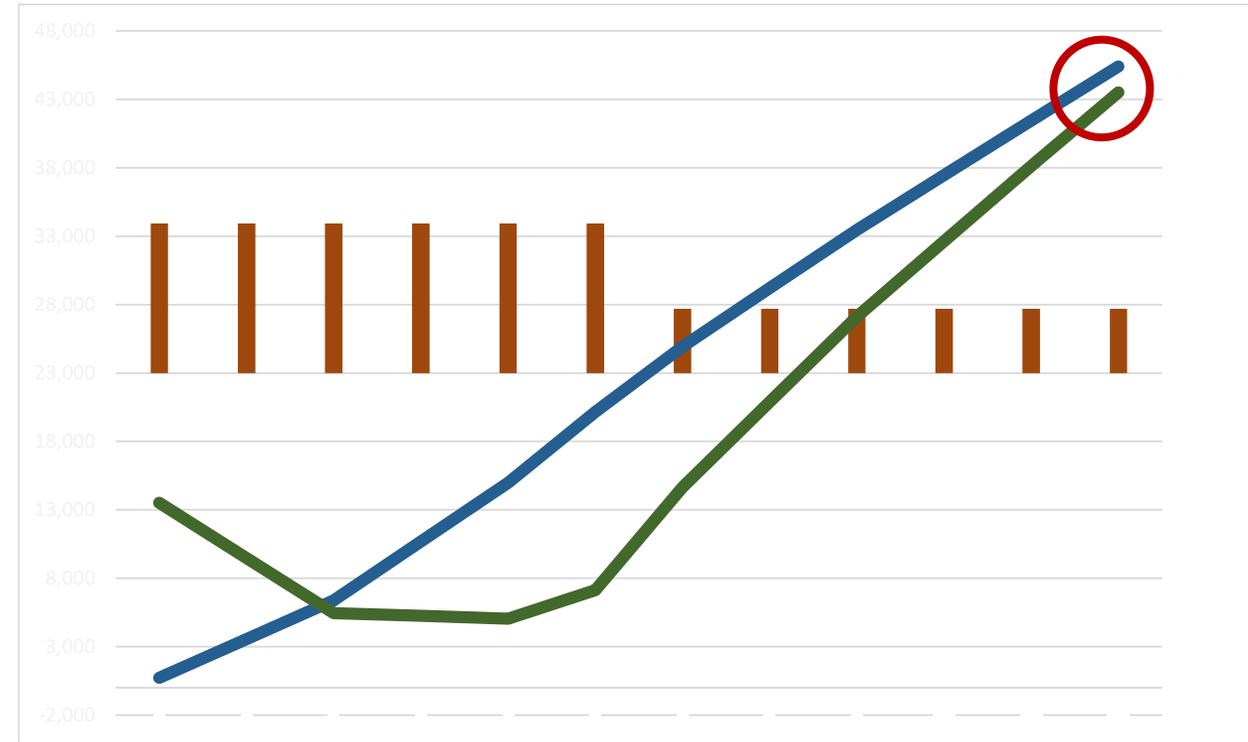
ファーマフーズの通販
ノウハウを活用



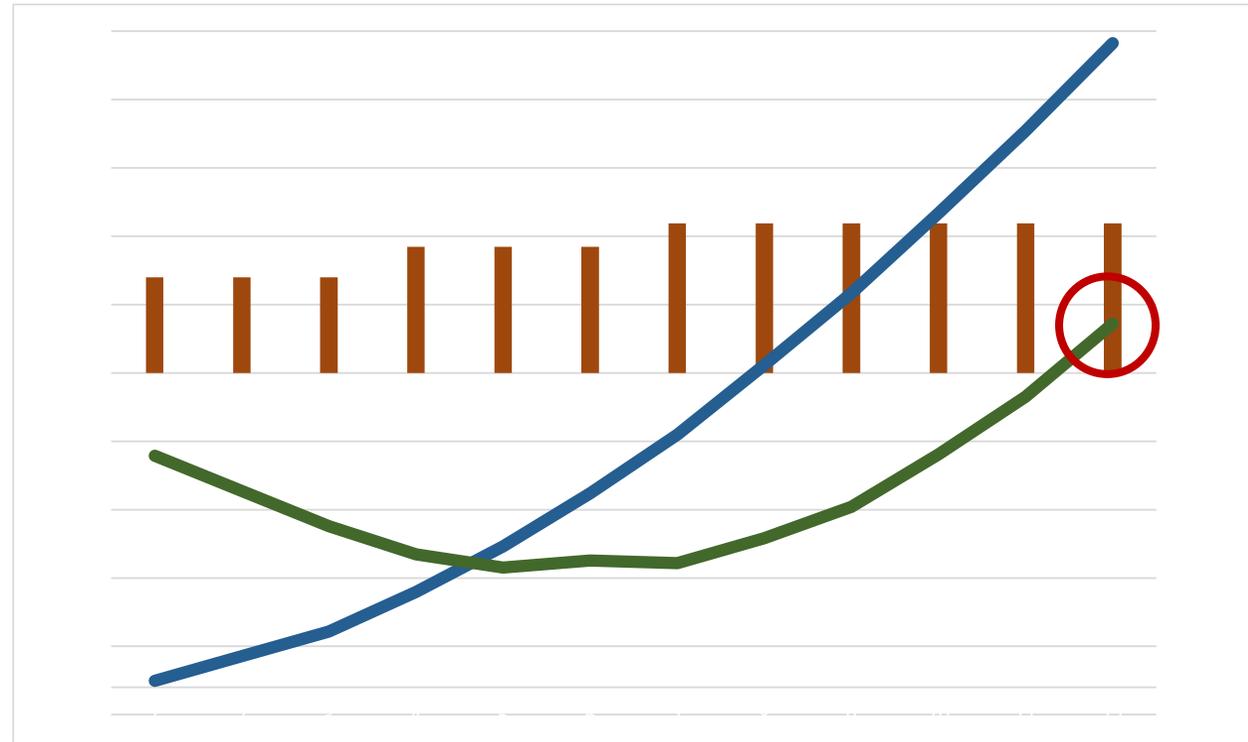
明治薬品内のコールセンター

広告宣伝の下期偏重かつ増額実行で、追加投資分の売上・利益は来期へ

■ 売上高(累計) ■ 損益(累計) ■ 広告宣伝費



当初想定



修正見通し

**4Qも「シボラナイトGOLD」に
広告宣伝強化**

業績予想値変更について

(百万円)

	2022年7月期 【当初】予想	2022年7月期 【修正】予想
売上高	60,631	60,900
営業利益	5,773	3
経常利益	5,788	147
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,021	▲1,500

第3四半期以降「シボラナイトGOLD」の受注が急増し、定期顧客件数が急増し始めたこと並びに当社が想定の1年半以内での投資回収が見通せたことから、下期は200億円超の広告宣伝投資を実行する予定。それに伴い、一時的に利益が減少する見込み。

事業環境は好調であるため、期末配当予想の修正は無し

	2021年 7月期	2022年 7月期予想
一株あたり 年間配当金	25円 ※記念配5円含む	20円 ※期末配当10円

2022年7月期の親会社株主に帰属する当期純利益の予想は15億円の赤字であるものの、事業環境が好調かつ当社単体で配当原資を十分に有していることから配当予想は据え置きとしております。

(ご参考)

株主還元方針

当社は、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、広告宣伝及びM&A等に対する積極的な投資を拡大させながら、株主様に対する還元策として配当等を積極的に充実させていくことを基本方針としております。

この方針の下、成長投資の推進、財務健全性の確保及び株主還元の強化のバランスを考慮し、自己株式取得を含む総還元性向20%を株主還元策の目安としております。



2022年7月期 第3四半期 業績ハイライト

セグメント別ハイライト

ポイント

連結業績

ニューモに続く主力商品が育ち、過去最高の広告宣伝費を投入。下期での積極投資により、当期損益の減少要因も、来期以降の収益基盤が整う。

BtoB事業

明治薬品の医薬品製造受託が堅調。越境ECも代理店向け販売が特に好調。機能性素材の販売減少を補い、前年同期比で増収増益。

BtoC事業

シボラナイトGOLDの受注が想定超え。広告費を増額させるとともに、生産体制を増強。出荷待ちの解消を目指す。

バイオメディカル事業

(株)アンテグラルの吸収分割完了で、プロテオーム解析受託の売上を計上。抗体作製技術とAIを組み合わせ、導出に向け引き続き研究開発に注力。

連結売上高

(百万円)

	2021年 7月期 3Q累計	2022年 7月期 3Q累計	増減
BtoB事業	1,927	5,696 ※	+195.5%
BtoC事業	31,469	38,307	+21.7%
バイオメディカル事業	350	47	▲86.6%
合計	33,748	44,050	+30.5%

※明治薬品の2021/8/16～2022/4/30の売上高3,956百万円を連結PLへ取込み

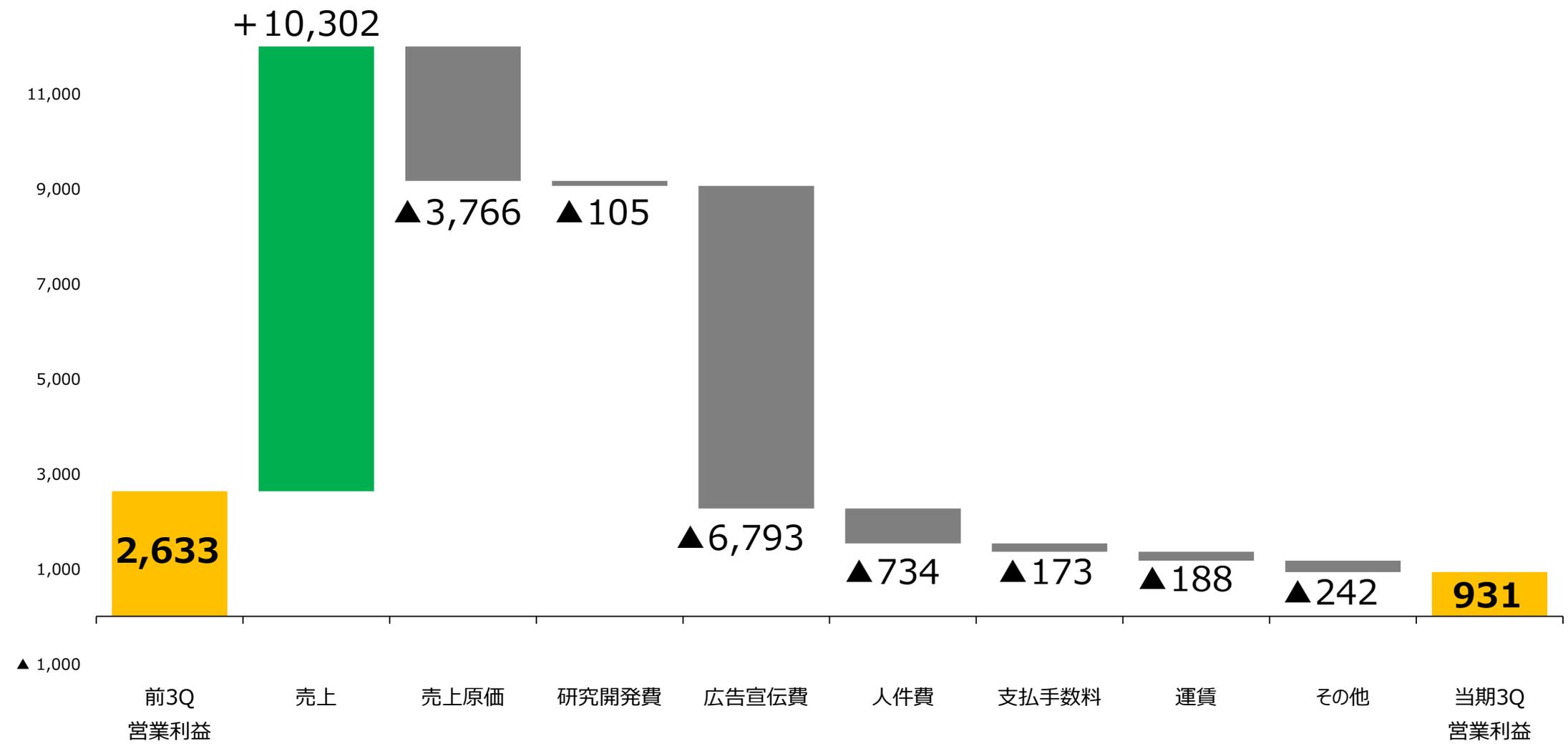
セグメント利益

(百万円)

	2021年 7月期 3Q累計	2022年 7月期 3Q累計	増減
BtoB事業	494	1,004	+ 103.0%
BtoC事業	2,562	822	▲ 67.9%
バイオメディカル事業	128	▲ 194	▲ 323
調整額 (全社費用等)	▲ 553	▲ 700	▲ 147
合計	2,633	931	▲ 64.6%

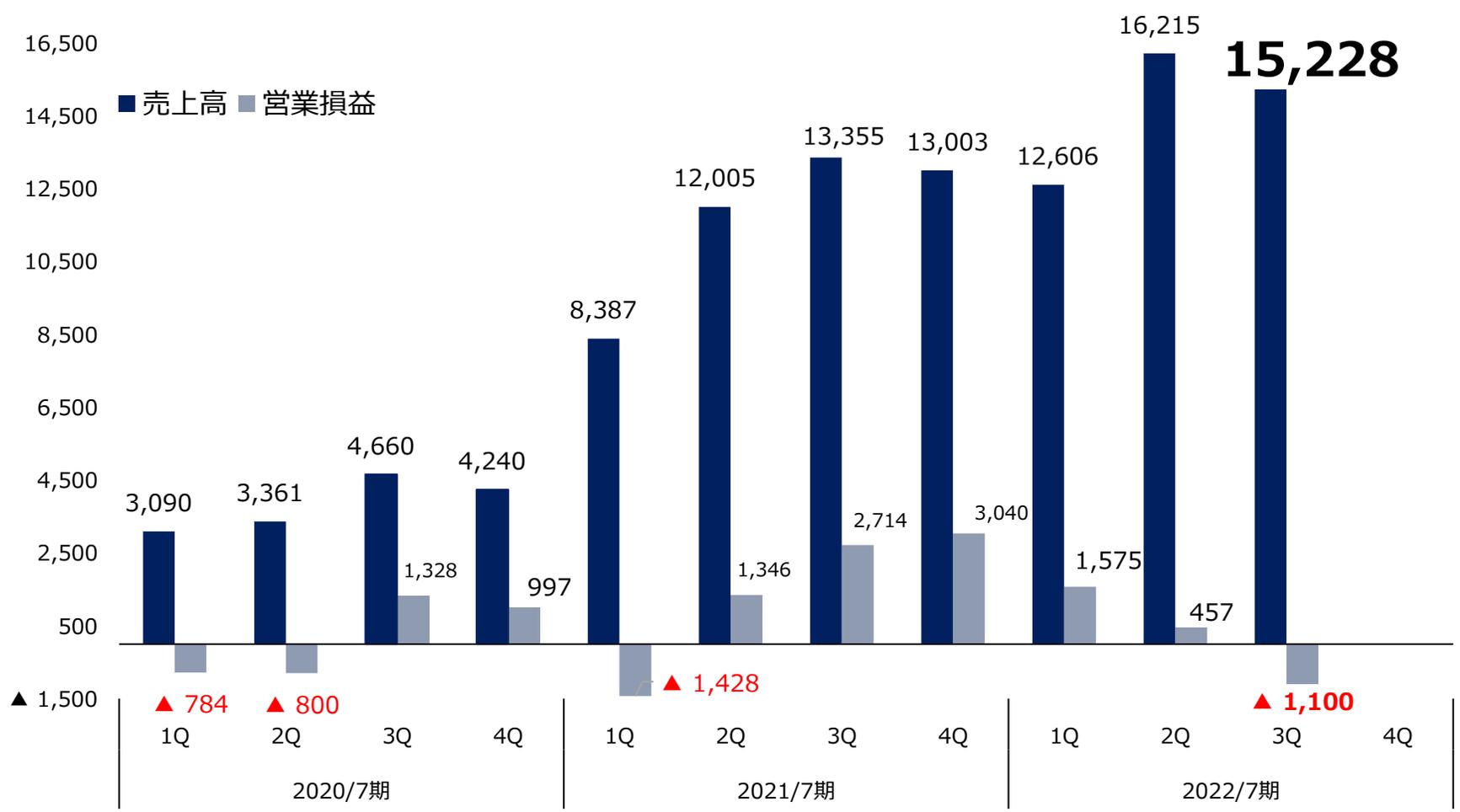
営業利益増減分析

(百万円)



連結四半期業績推移

(百万円)



**機会を逃さず、下期においても広告宣伝投資を実施。
2Qが明治薬品は5.5ヶ月分の売上であったことを考慮すると、実質増収基調継続。**



B to B 事業

アイテム別売上

(百万円)

	2020/7期					2021/7期					2022/7期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計
ファーマギヤバ	279	295	385	275	1,235	208	369	331	439	1,348	152	304	282		
ボーンペップ	32	59	127	52	271	37	54	69	86	248	47	50	55		
葉酸たまご	17	16	18	17	69	10	14	12	10	48	15	11	10		
ランペップ	9	18	14	41	84	4	6	22	25	59	5	24	7		
セレプロン	1	8	33	56	100	6	19	12	83	121	2	6	6		
HGP	4	0	4	6	15	3	1	1	43	50	5	2	4		
カテキン	1	2	3	3	10	3	10	14	10	39	4	3	3		
鶏卵抗体	2	2	3	2	10	5	2	2	2	13	2	3	1		
iHA	2	8	3	7	22	3	4	0	4	12	0	4	0		
越境EC	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	23	85	110		
その他素材	62	44	53	39	200	51	34	33	48	167	16	18	17		
OEM	81	52	244	174	553	126	179	267	166	739	228	84	131		
CMO											※1,672	948			
CHC											※869	466			
合計	495	511	891	676	2,575	460	698	769	924	2,852	504	3,143	2,048		

CMO (Contract Manufacturing Organization) : 医薬品製造受託機関

CHC (Consumer Health Care) : ドラッグストアでの医薬品及び機能性食品等の販売

※明治薬品の2021/8/16～2022/1/31 (5.5ヶ月分) の業績

機能性表示食品受理件数

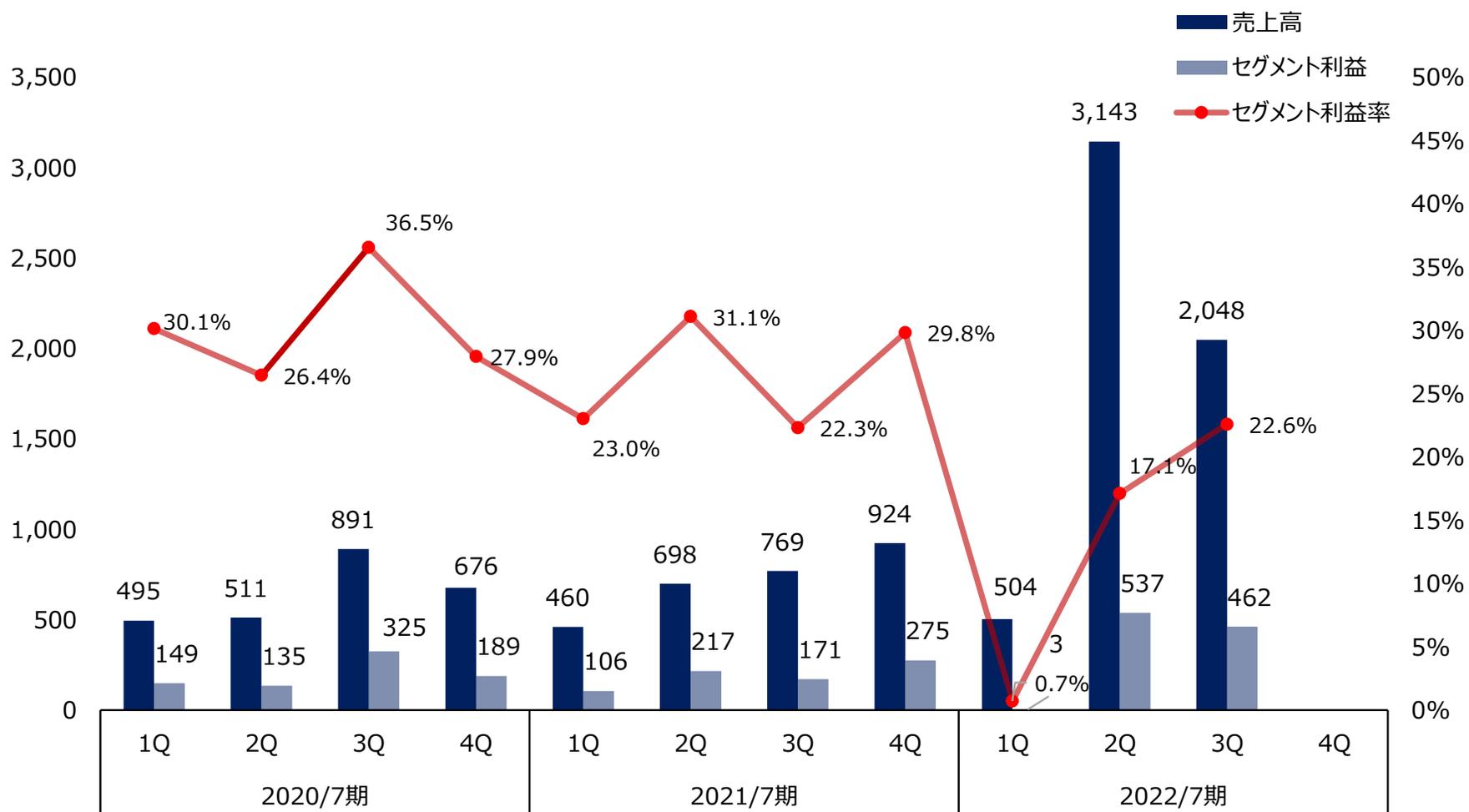
(件)

順位	機能性関与成分	受理数
1	GABA	685
2	難消化性デキストリン	428
3	DHA・EPA	287
4	ルテイン・ゼアキサンチン	247
5	ブラックジンジャー由来ポリメトキシフラボン	185
6	イチョウ葉 (フラボノイド配糖体、テルペンラクトン)	166
7	ビフィズス菌	148
8	葛の花由来イソフラボン	136
9	L-テアニン	32
10	アスタキサンチン	121

2022.5.17現在 当社調べ

四半期業績推移

(百万円)



医薬品製造受託、越境ECが堅調。機能性素材の販売減少を補い、前年同期比で増収増益。



B to C 事業

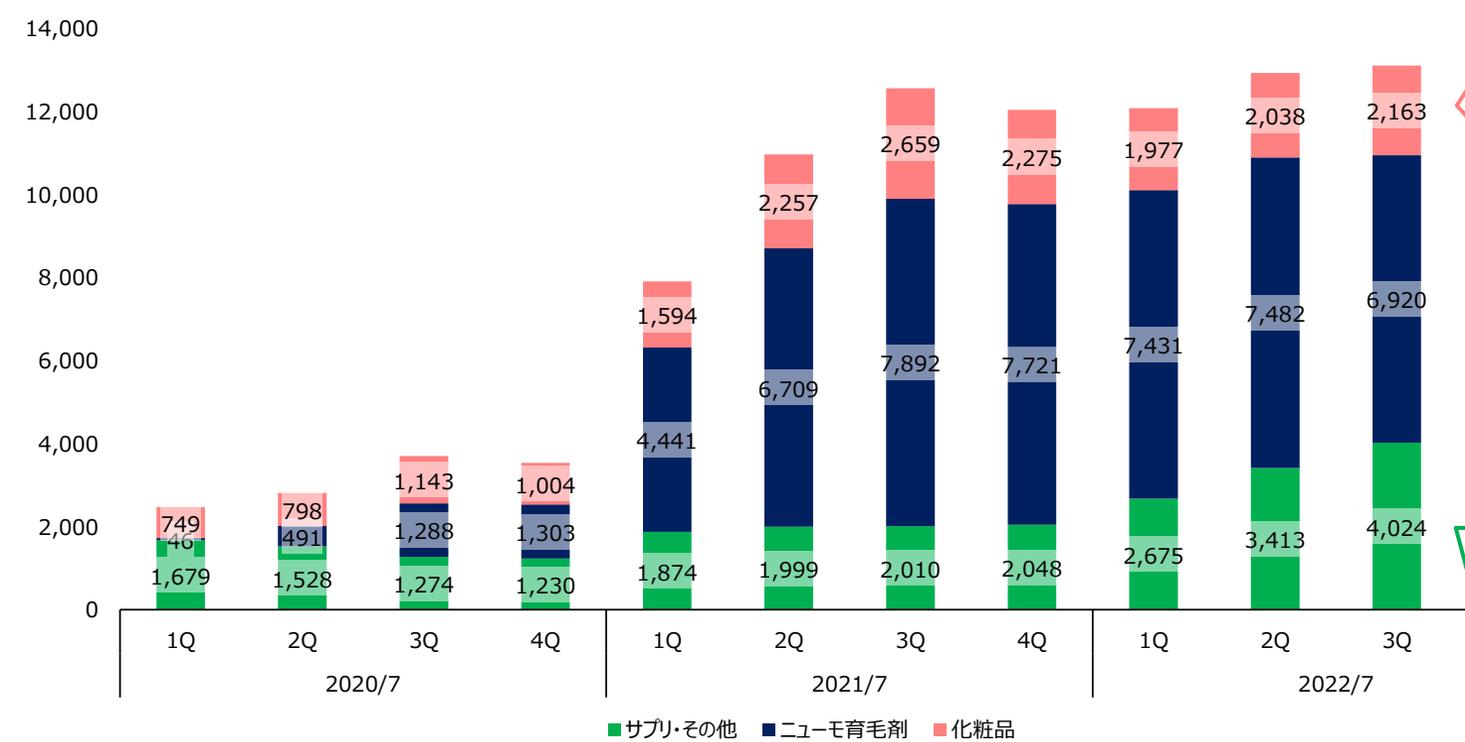
アイテム別売上高

(百万円)

主な製品の売上推移

	前期				当期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
エアカラー フォーム	690	591	746	1,143	893	949	907
珠肌 のうみつ	343	518	563	411	357	367	462
珠肌 ランシエル	118	131	170	127	118	121	238

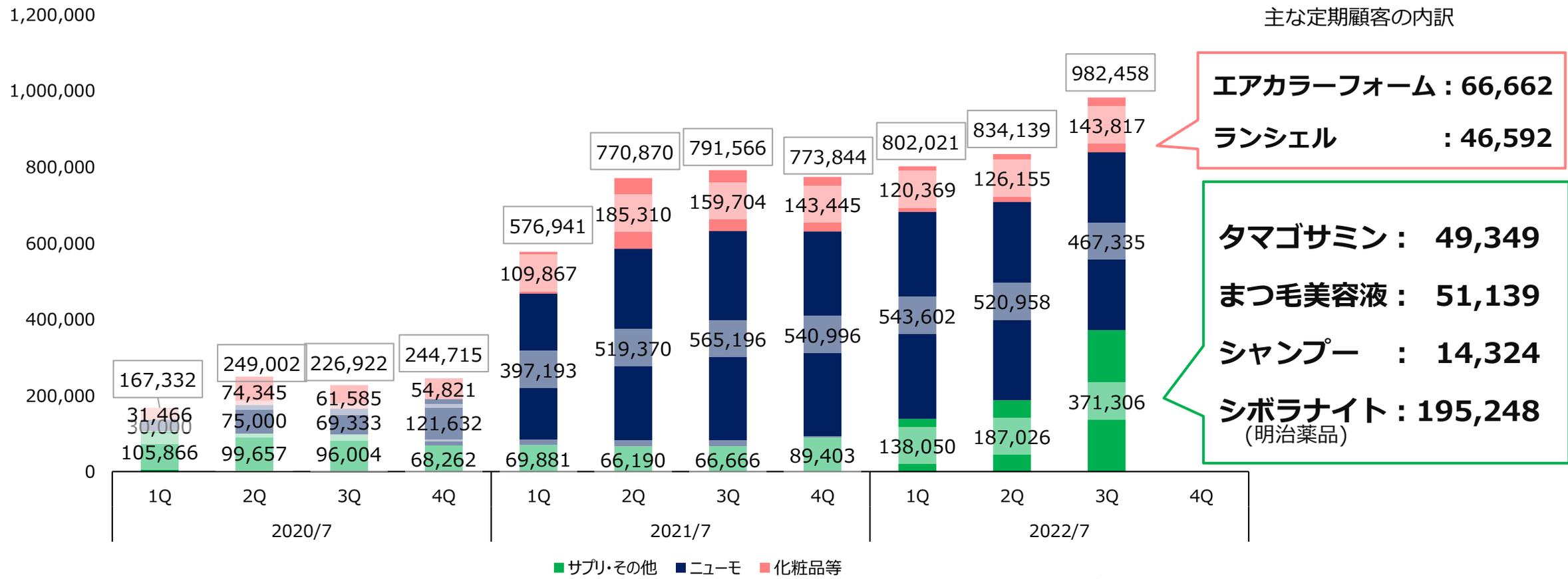
	前期				当期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
ニューモサプリ	758	1,060	1,093	893	806	773	635
タマゴサミン	795	751	774	740	720	628	573
シャンプー					211	178	157
まつ毛美容液					74	917	879
ロートV5粒 アクトビジョン					194	281	388
シボラナイト GOLD						8	652



ニューモ育毛剤は、安定的な売上を維持。
シボラナイトGOLDの受注が想定超えのため、一部出荷に制約。

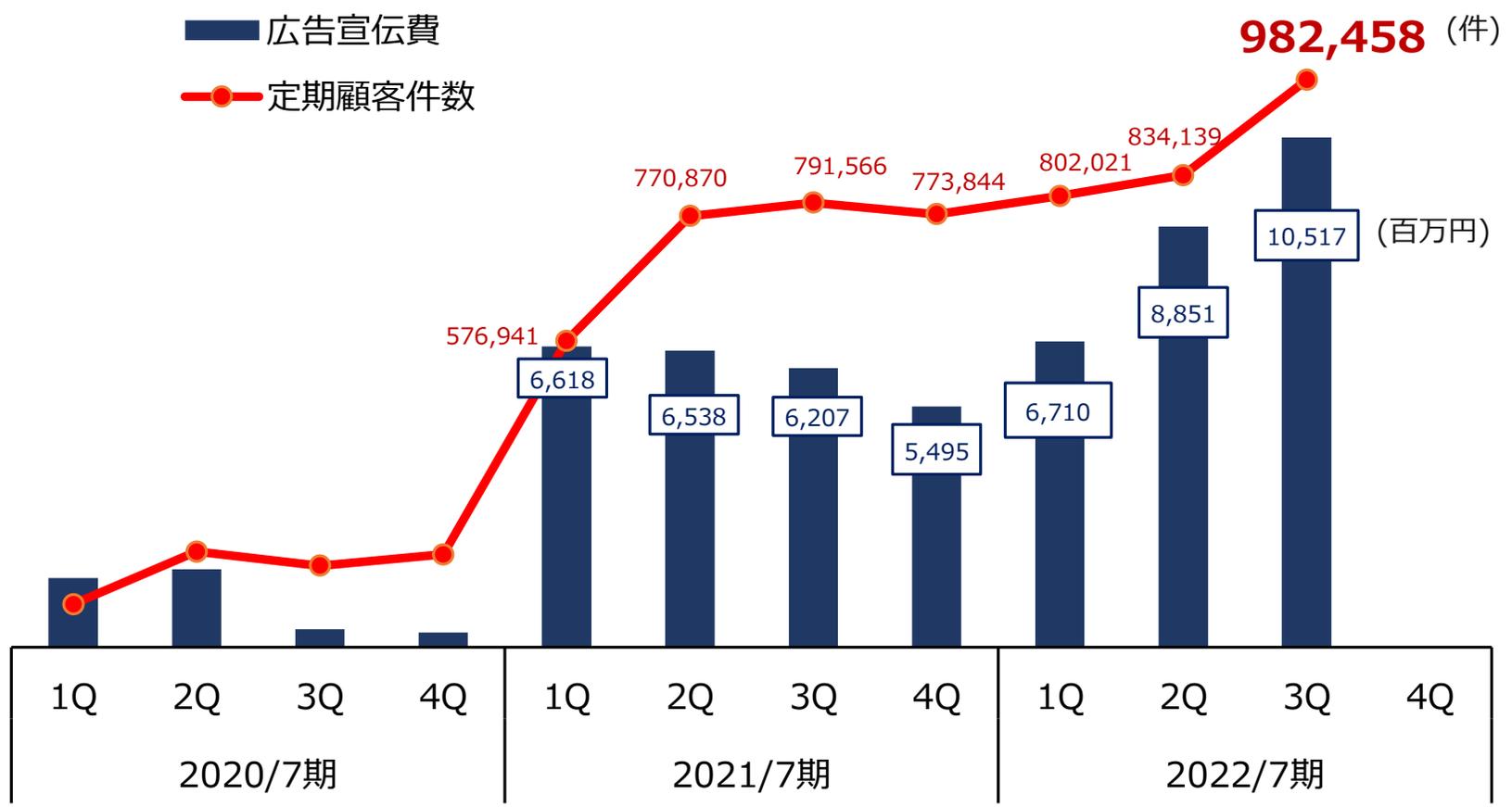
定期顧客件数

(件)



**ニューモ育毛剤、エアカラーフォームは、CPOを考慮し顧客獲得を抑制。
代わりに、シボラナイトGOLD、ランシエルに広告投資をシフト。**

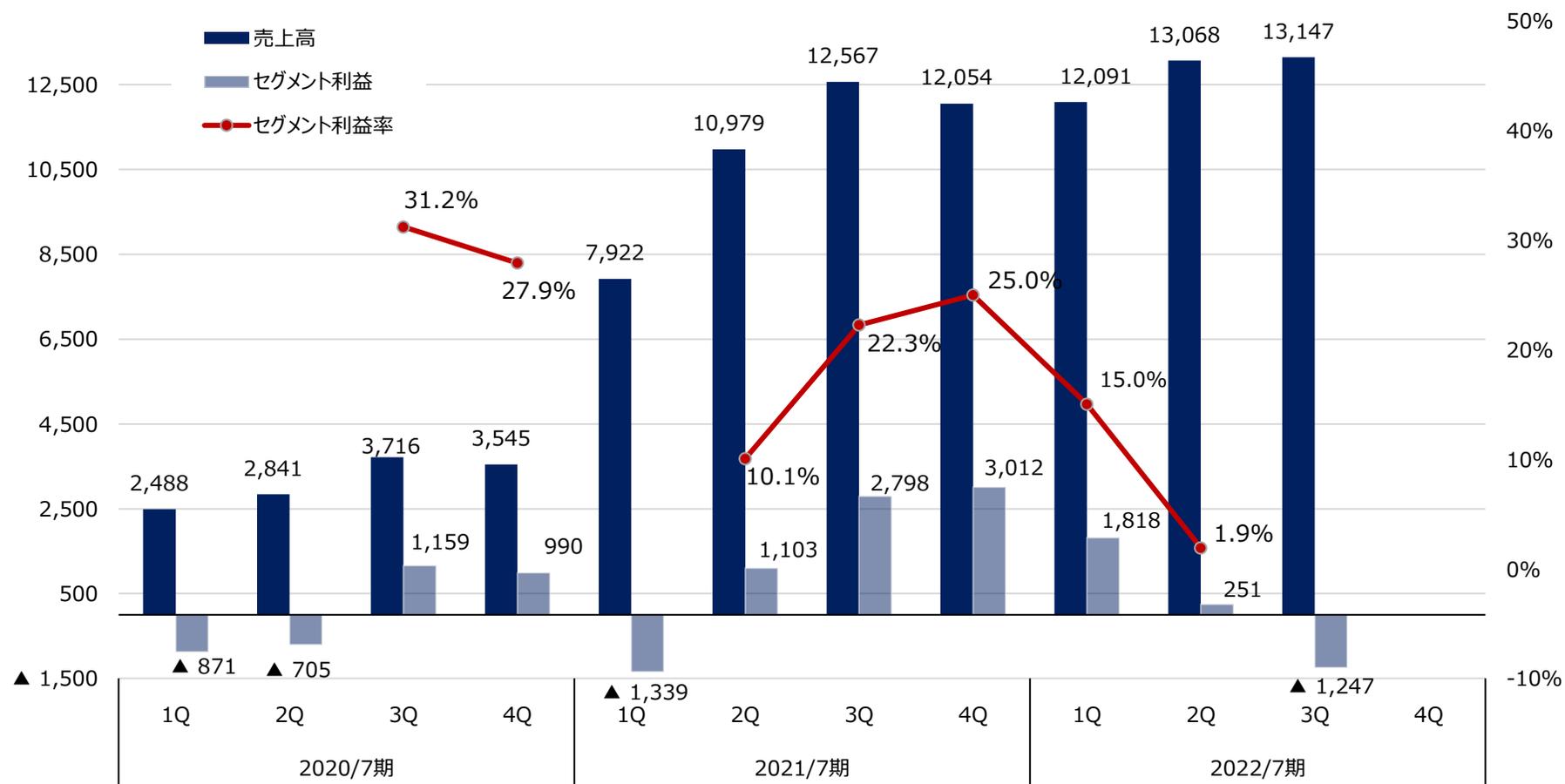
広告宣伝費と定期顧客件数



シボラナイトGOLDのけん引により、定期顧客の増加ペースが急拡大。

四半期業績推移

(百万円)



明治薬品で新たに約40億円の広告宣伝投資
クオータでの赤字幅は前期 1Q並みに収まり、増収維持。

バイオメディカル事業

アラジンテクノロジーから生まれた「抗PAD2抗体」が特許取得へ

国際PAD研究センターにおいて、アラジンテクノロジーにより開発した**抗PAD2抗体**の特許出願（日本）に関する特許査定通知を受領

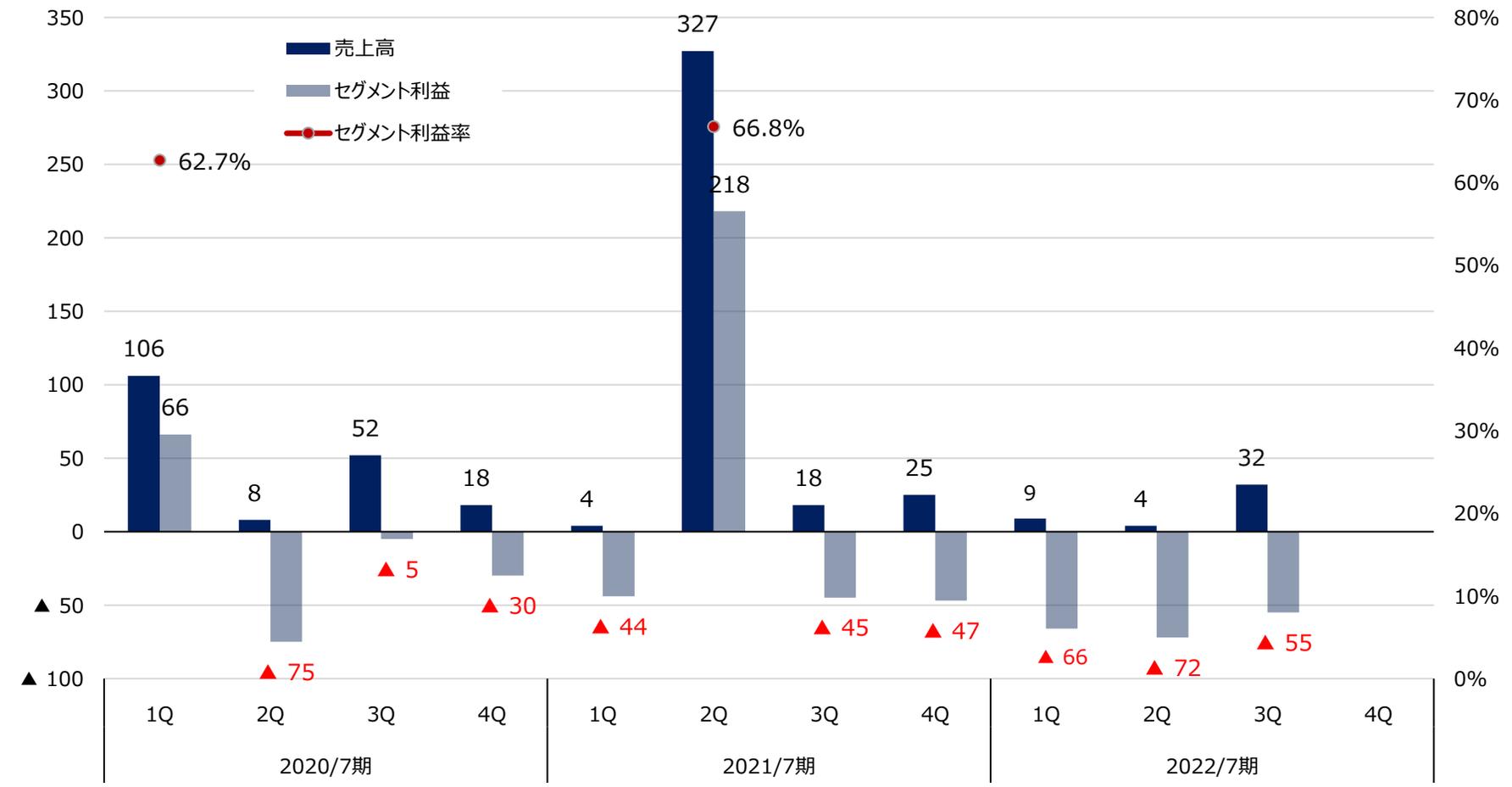


【発明の名称】新規抗PAD2抗体
【出願人】株式会社ファーマフーズ
【出願番号】特願2020-525771

日本以外では、**米国**、**カナダ**、**欧州**、**中国**において出願中。
自己免疫疾患領域における抗PAD2抗体の世界初の実用化を目指し、
さらなる研究開発及びライセンスアウト候補先との交渉を継続。

四半期業績推移

(百万円)



(株)アンテグラルの吸収分割完了で、プロテオーム解析受託の売上を計上開始。導出に向け引き続き研究開発に注力。



TOPICS

オンキヨー(株)を持分法適用関連会社化

ONKYO

当社グループのヘルスケア事業領域の拡大に向け、オンキヨーブランドとして長年培った振動制御、音声解析、AI・クラウド、知財管理に関する同社のリソースを最大限活用

今後見込まれるシナジー

- 【研究開発】 乳酸菌への加振による発酵期間の短縮、加振による植物及び菌類の生育
- 【デバイス】 美顔器、歯ブラシ、聴診器、睡眠デバイス、補聴器
- 【AI・クラウド】 AI創薬、コールセンターシステム、日常行動データの保存・分析
脳機能データの保存・分析
- 【製品開発】 子供用医薬品のゲーム・アニメコラボ、漢方薬（聞こえ）
- 【知的財産】 知的財産管理

約50名の開発者、マーケティング部門、知財部門の従業員とともに、歴史あるオンキヨーのDNAを引き継ぐ。

M&A、アライアンスに引き続き注力

2021年3月	三洋化成工業(株)	<p>▶資本業務提携（約4億円）</p> <p>化粧品、アグリニュートリション、医薬品等の研究開発及び販売の連携</p>
2021年7月	ロート製薬(株)	<p>▶資本業務提携（約6億円）</p> <p>ヘルス&ビューティケア及び食分野の製品開発、生産、販売の連携 （海外での素材生産基地）</p>
2021年8月	明治薬品(株)	<p>▶完全子会社化（約23億円）</p> <p>製造、ドラッグストア販路等の経営資源を活用 （医薬品、機能性食品の製造と全国ドラッグストア販路）</p>
2021年8月	(株)アイ・ブレインサイエンス	<p>▶第三者割当増資の引受（6千万円）</p> <p>認知機能低下の早期発見及びその改善のための機能性食品素材の組み合わせ （センシング技術と機能性食品の組み合わせ）</p>
2022年4月	(株)アンテグラル	<p>▶吸収分割</p> <p>当社の抗体作製技術「ALAgene technology（アラジンテクノロジー）」と、アンテグラルが持つプロテオーム解析技術を組み合わせることで、創薬ターゲットの探索・同定をより強化</p>
2022年5月	オンキヨー(株)	<p>▶持分法適用関連会社化（数億円）</p> <p>健康・医療機器の販売及び創薬事業におけるAIを活用した標的探索などの新規事業を推進</p>



Appendix

セグメント区分及び名称の変更について

「製品及びサービス」別 → 「製品及びサービス」並びにその「販売ルート別」

旧区分	新区分	主な変更点
機能性素材事業	BtoB事業 機能性素材、健康食品及び医薬品等の研究開発及び製造を行い、食品・医薬品メーカー、流通事業者等に販売	明治薬品の「医薬品製造受託(CMO)事業」 「医薬品等の卸売(CHC)事業」を新たに追加
通信販売事業	BtoC事業 健康食品、医薬部外品及び化粧品等を、通信販売の方式で消費者へ直接販売	明治薬品の新事業「リピート通販事業」を新たに追加
バイオメディカル事業	バイオメディカル事業 独自技術を用いた創薬シーズの製薬会社へのライセンスアウト並びに分析・効能評価試験の外部機関等へ提供	2022.4.1付で吸収合併する(株)アンテグラルの「プロテオーム解析事業」を新たに追加予定

免疫

老化

神経

B to B 事業

機能性素材事業

PharmaGABA®

B to C 事業

発明企業の通販事業

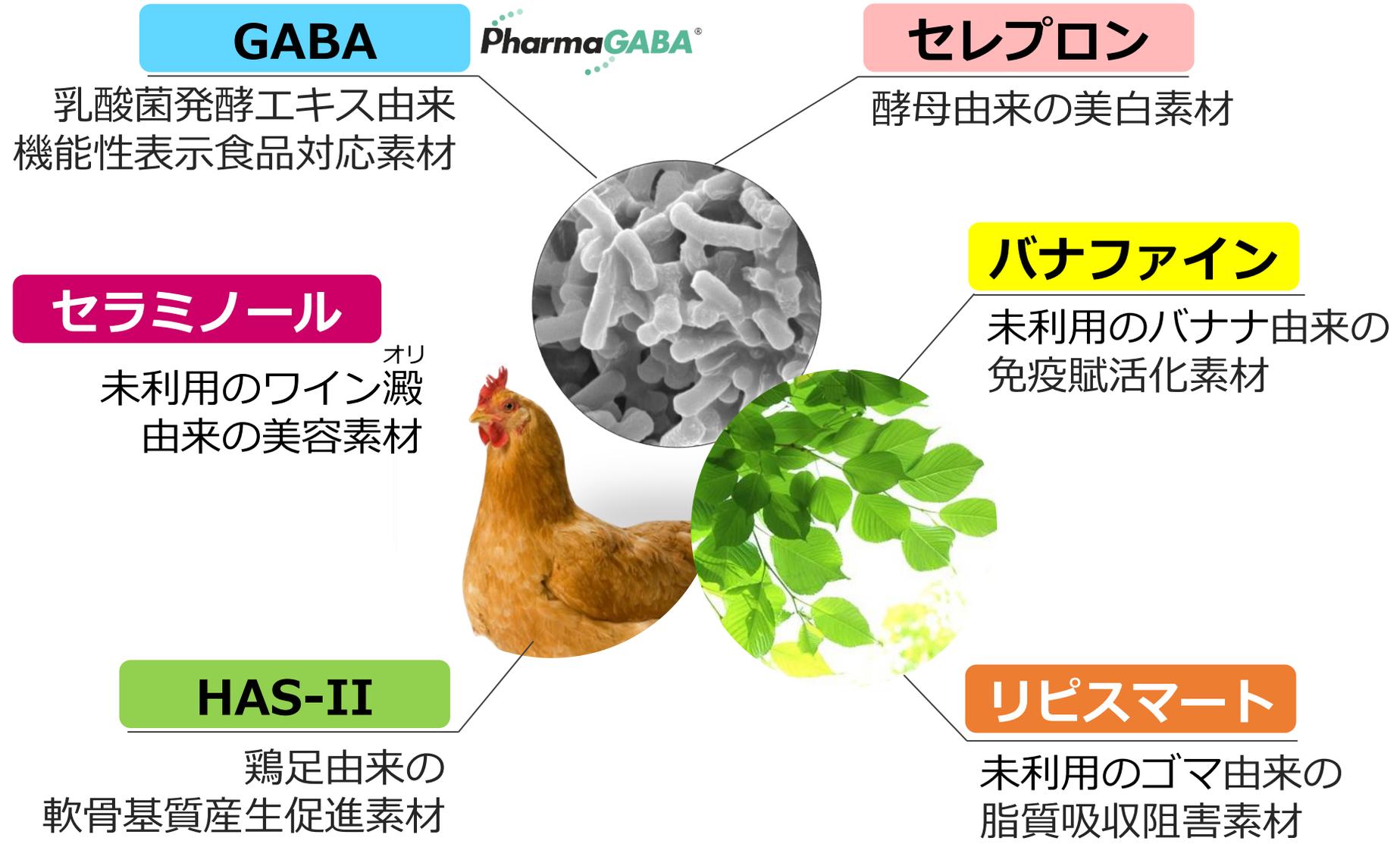
タマゴ基地®
TAMAGOKICHI

創薬事業

Drug Discovery事業

ALAgene®

“天然由来”の原料から機能性素材を探索



“タマゴ”から食品・化粧品の機能性素材を探索



iHA (アイハ)

軟骨増殖

ボーンペップ

骨形成促進



HGP

育毛促進

ランペップ

血流改善



葉酸たまご

核酸の合成



ランシエル

未利用の卵殻膜由来の
肌改善美容素材



“発明企業の通販事業”として、健康食品・化粧品・医薬品等を販売



健康食品



化粧品



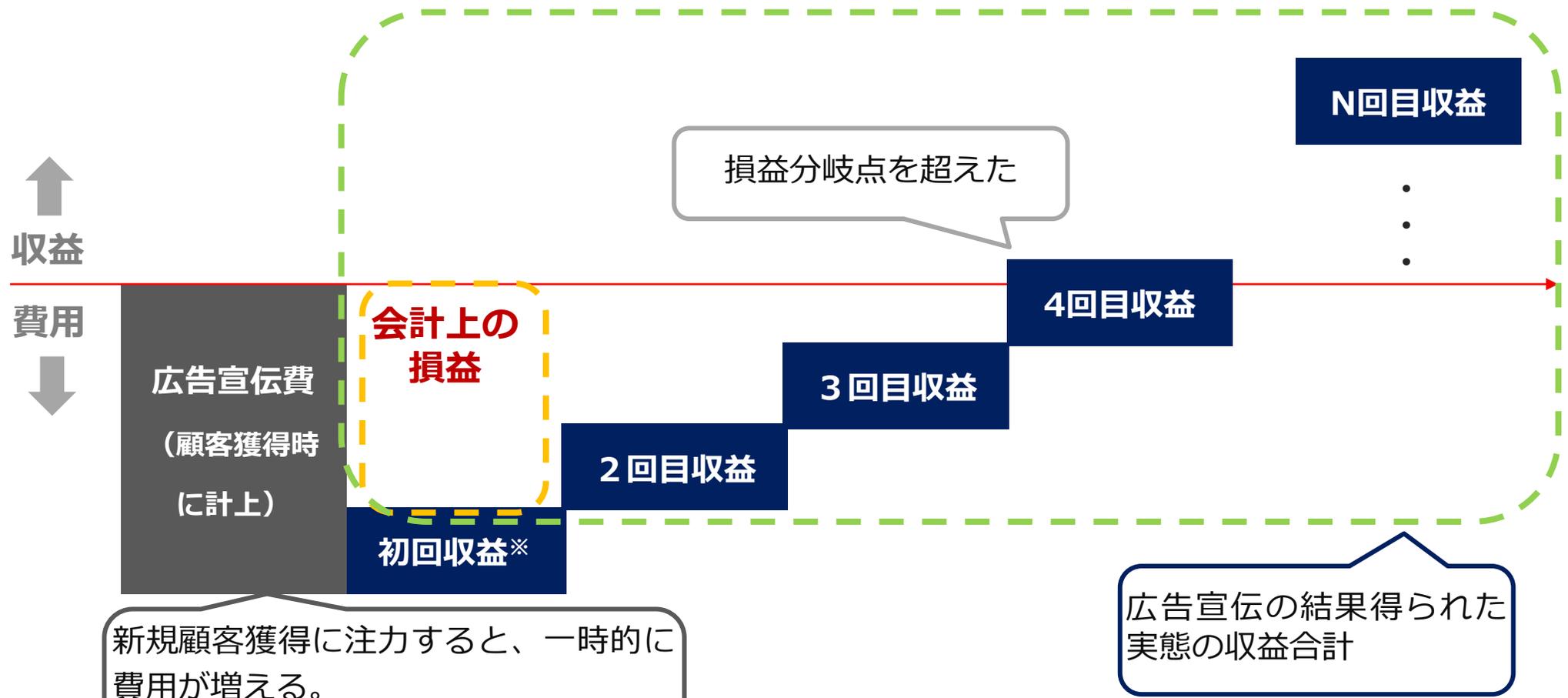
医薬品・医薬部外品



通信販売事業の収益構造

広告宣伝費は、顧客獲得時に計上するものの、売上高は定期コース継続中にわたって計上し、**売上高と広告宣伝費の発生時期が異なる構造**

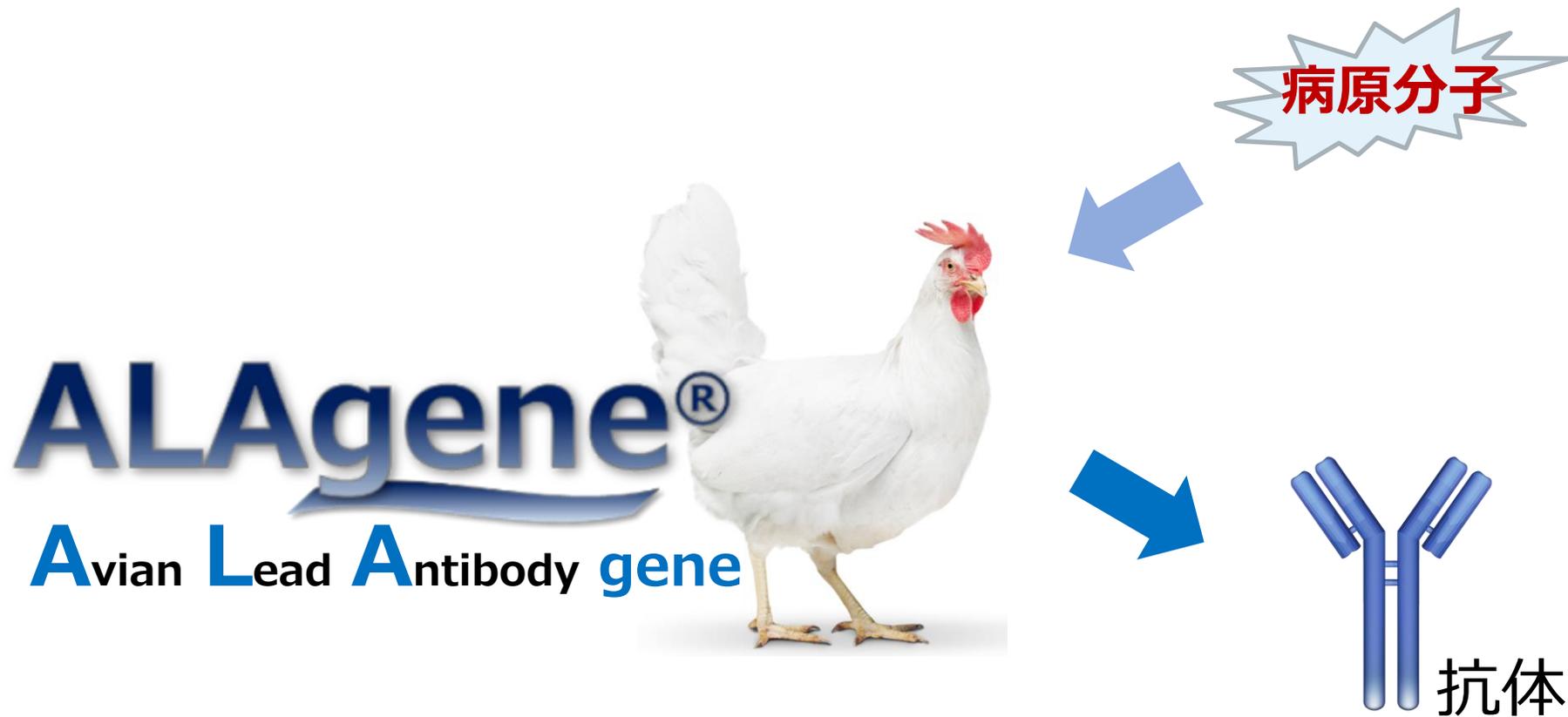
収益構造のイメージ



新規顧客獲得に注力すると、一時的に費用が増える。
製造業のように減価償却を行わない

* 売上高から原価、運賃、決済手数料等の変動費を控除した金額

“ニワトリ”から抗体医薬品を作る



1

作製困難抗体

2

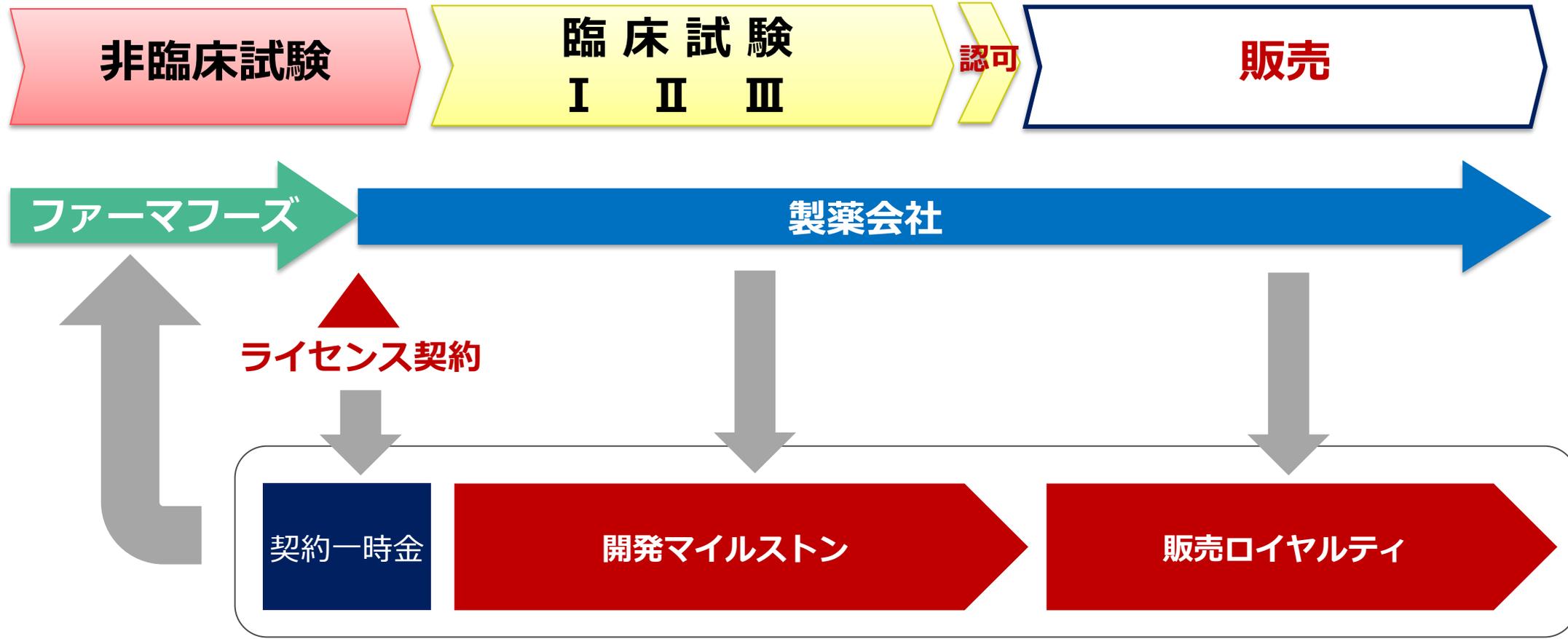
高結合力

3

ヒト化抗体

ビジネスモデル

当社の特許を製薬企業へ実施許諾することにより、ライセンス収入を得る



自己免疫疾患治療マーケットは5兆円以上

関節リウマチ治療薬のマーケット

分類	製品名	世界売上高 (2020年度)	販売会社
抗TNF α 抗体	ヒュミラ	1兆3,062 億円	米AbbVie社/エーザイ
可溶性TNF α /TNF β 受容体制剤	エンブレル	4,743 億円	Amgen社/Pfizer社/武田薬品工業
T細胞選択的共刺激調節薬	オレンシア	2,868 億円	米Bristol-Myers Squibb社/小野薬品工業
抗TNF α 抗体	シンポニー	2,774 億円	米Johnson & Johnson社/米Merck社/ 田辺三菱製薬
ペグ化抗TNF α 抗体Fab断片製剤	シムジア	2,289 億円	ベルギーUCB社/アステラス製薬
抗IL-6受容体抗体	アクテムラ	2,115 億円	スイスRoche社/中外製薬
抗TNF α 抗体	レミケード	1,686 億円	米Johnson & Johnson社/米Merck社/ 田辺三菱製薬