

2025年7月期 第3四半期
決算補足説明資料

2025.6.10



【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。

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	研究開発費36%増、広告宣伝費16%増と積極投資を継続も主要のBtoB、BtoCはセグメント利益を確保。販売好調につき広告宣伝費が先行し、第3四半期では一時的に赤字も、通期では黒字確保見込。
BtoB事業	販売チャネル拡大の取組みを継続。ニューモは、全国ドラッグストアの1万店舗に配荷へ。自社ブランド機能性飲料は大型スーパーでの採用が決まるなど着実に開拓進む。
BtoC事業	トレンド転換さらに加速。医薬品新製品を中心に顧客獲得が一層拡大し、定期顧客件数が前期末比で8.7万件増加。四半期での広告宣伝費108億円は、過去2番目の水準も第3四半期累計ではセグメント利益を確保。
バイオメディカル事業	日本医療研究開発機構(AMED)の「次世代治療・診断実現のための創薬基盤技術開発事業」について最終年度の契約締結完了。これまで構築してきた次世代抗体開発に必要な各種技術を統合プラットフォーム化、医薬品対象抗原に対する実証試験を進行中。
中期経営計画2026 新価値創造 1K	EXPO2025開幕、すでに当社ブース8万人以上来場。“人と地球にやさしい繊維”オボヴェール配合製品が世界で初めてセブン-イレブンで発売開始され注目高まる。

連結売上高

単位:百万円

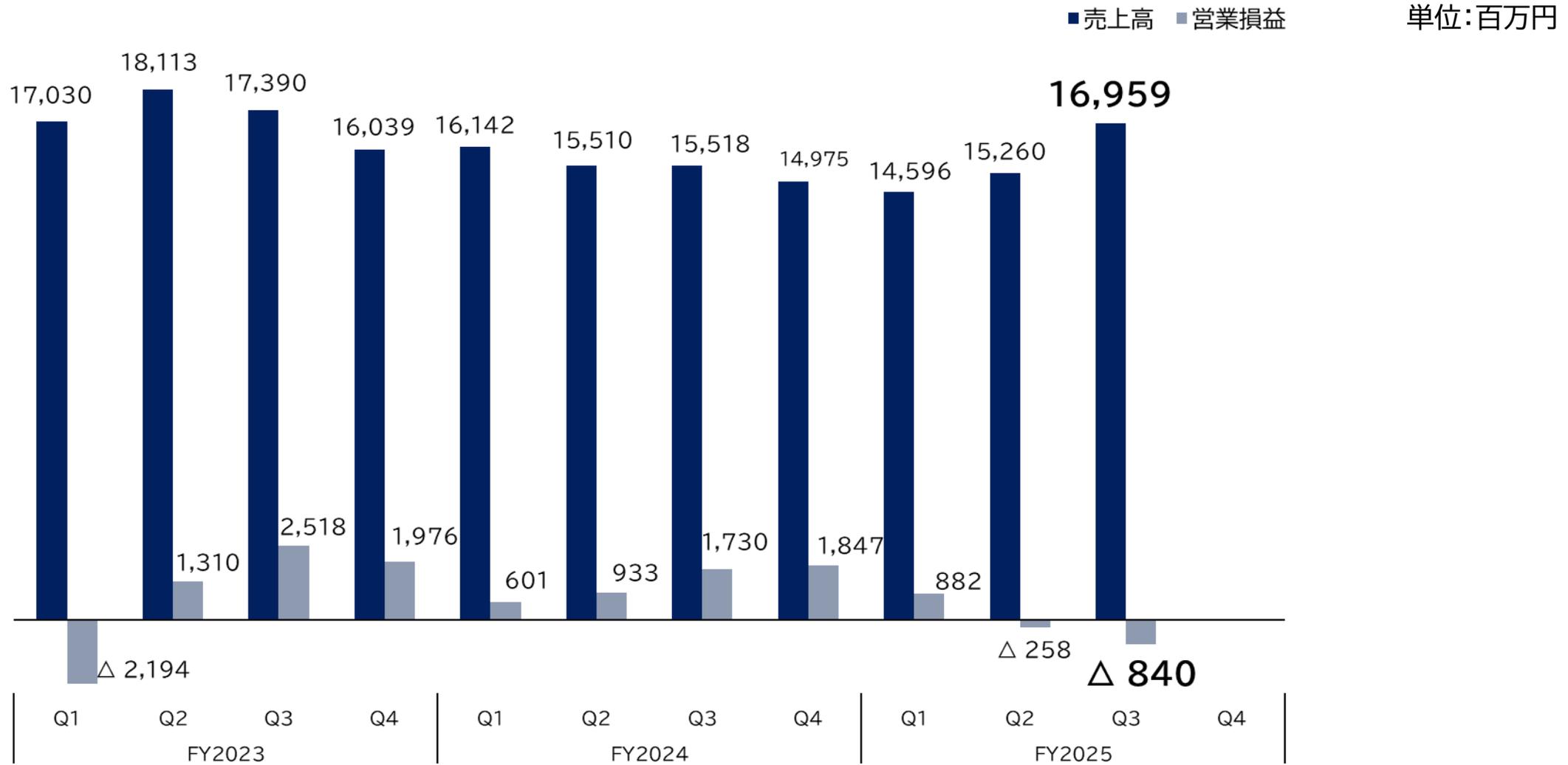
	FY2024 Q3	FY2025 Q3	増減
BtoB事業	6,507	5,834	▲10.3%
BtoC事業	40,418	40,728	+0.8%
バイオメディカル事業	231	239	+3.6%
その他	13	14	+10.0%
合計	47,171	46,817	▲0.8%

連結営業利益

単位:百万円

	FY2024 Q3	FY2025 Q3	増減
BtoB事業	1,313	882	▲32.8%
BtoC事業	3,331	591	▲82.2%
バイオメディカル事業	▲315	▲274	+41
その他	▲13	▲5	+8
調整額(全社費用等)	▲1,050	▲1,411	▲360
合計	3,266	▲217	▲3,483

四半期業績推移



第3四半期も研究開発及び広告宣伝に積極投資を継続、4月開始の万博費用を計上開始。
 第4四半期は投資のメリハリをつけ、営業利益確保へコントロール。

BtoB事業

カテゴリー別売上高

単位:百万円

	FY2023					FY2024					FY2025				
	Q1	Q2	Q3	Q4	合計	Q1	Q2	Q3	Q4	合計	Q1	Q2	Q3	Q4	合計
機能性素材	375	440	564	620	2,002	504	441	729	912	2,588	674	633	689		1,998
機能性製品	289	484	449	145	1,368	199	172	153	215	741	106	183	215		505
CMO	892	1,104	1,076	1,117	4,190	1,151	1,068	1,175	1,251	4,646	836	811	894		2,542
CHC	312	172	294	78	857	377	254	277	221	1,130	282	230	274		787
合計	1,869	2,201	2,384	1,962	8,418	2,233	1,938	2,336	2,600	9,108	1,900	1,860	2,073		5,834

※ 機能性素材

: PharmaGABA、ボーンパップ等

※ 機能性製品

: OEM、越境EC、自社ブランド製品などの最終製品を主にBto[BtoC]チャンネルで販売

※ 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

機能性表示食品全体の届出は減少傾向継続も、睡眠訴求への食品・飲料メーカーのギャバの需要高く、ナショナルブランド新製品に引続き採用増加。

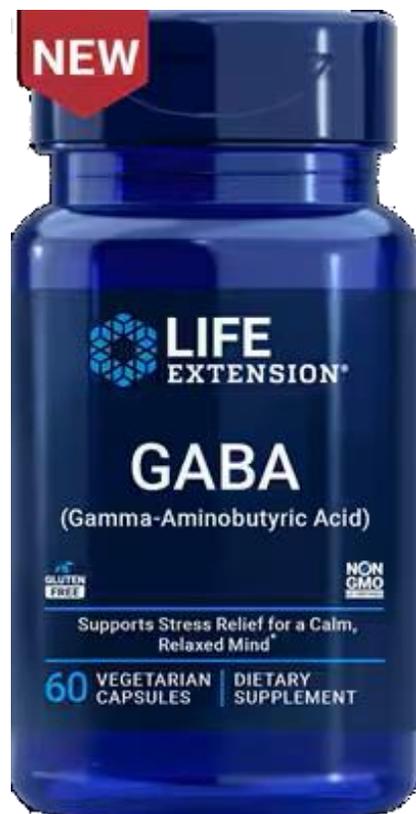
機能性表示食品受理件数

(件)

順位	機能性関与成分	受理数
1	GABA	1,370
2	難消化性デキストリン	527
3	ルテイン・ゼアキサンチン	470
4	ブラックジンジャー由来ポリメトキシフラボン	388
5	DHA/EPA	374
6	イヌリン	236
7	エラグ酸	226
8	イチョウ葉(フラボノイド配糖体、テルペンラクトン)	222
9	ビフィズス菌	217
10	アスタキサンチン	214

2025.5.13現在 当社調べ

北米Life Extension社からファーマギャバ新製品



Life Extension, GABA

フロリダ州のヘルスケアブランド

1年以上にわたり、PharmaGABAを
有効成分として評価

リラクゼーションとストレス緩和の効果

「リラックス効果」にとどまらず、「GABAと持久力」、「GABAとeスポーツ」などの
特許・エビデンスをもとに、北米市場においてファーマギャバを拡大させていく。

ブドウ発酵物由来「セラミノール[※]」、新たな機能性表示食品として届出受理

※ブドウ発酵物由来グルコシルセラミド、ブドウ発酵物由来セラミド



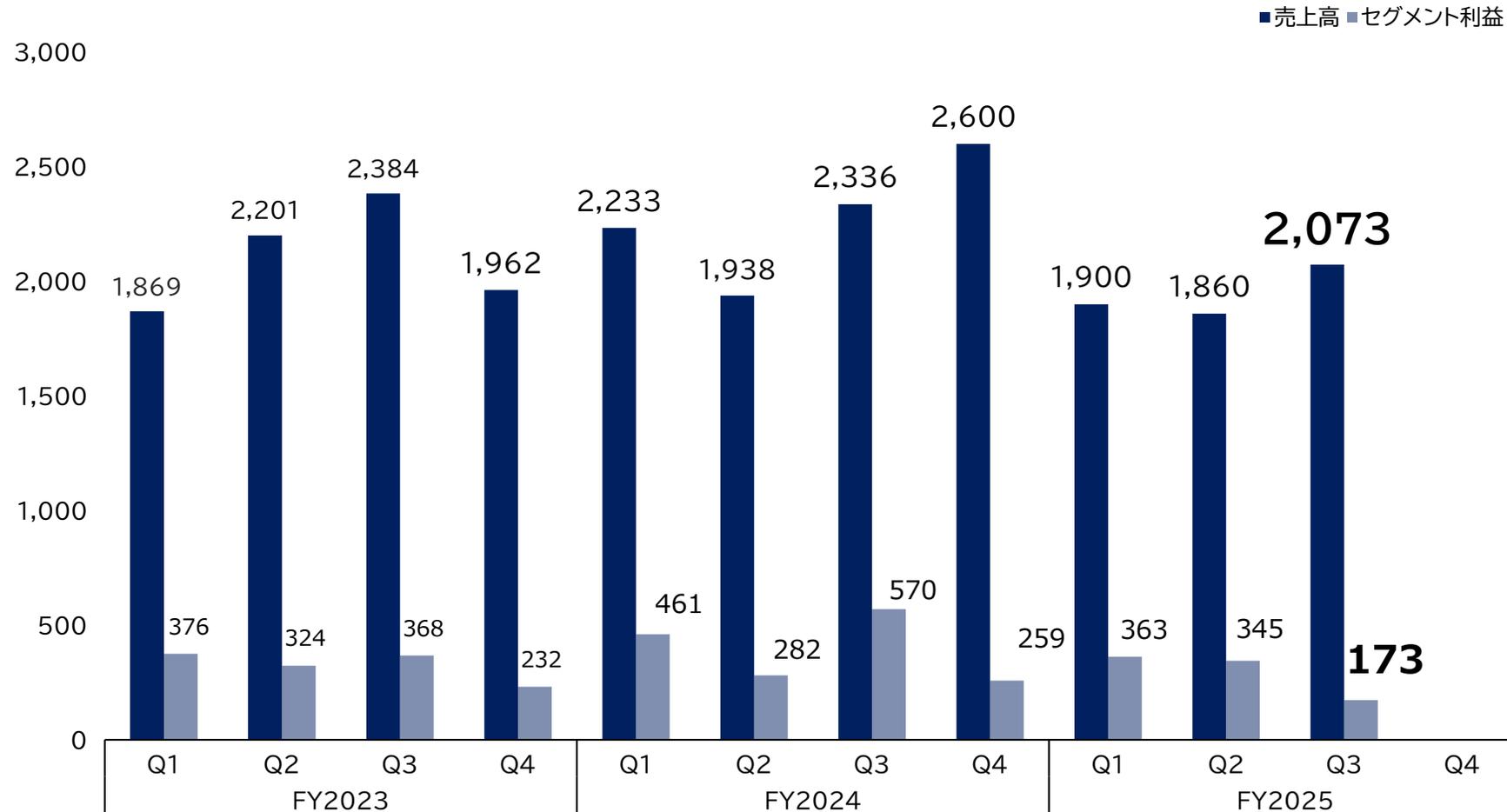
オリ

ワインの熟成工程で得られる未利用資源のワイン澱をアップサイクル

肌の乾燥が気になる方の
肌のバリア機能(保湿力)を維持し、肌の潤いを守るのを助ける

四半期業績推移

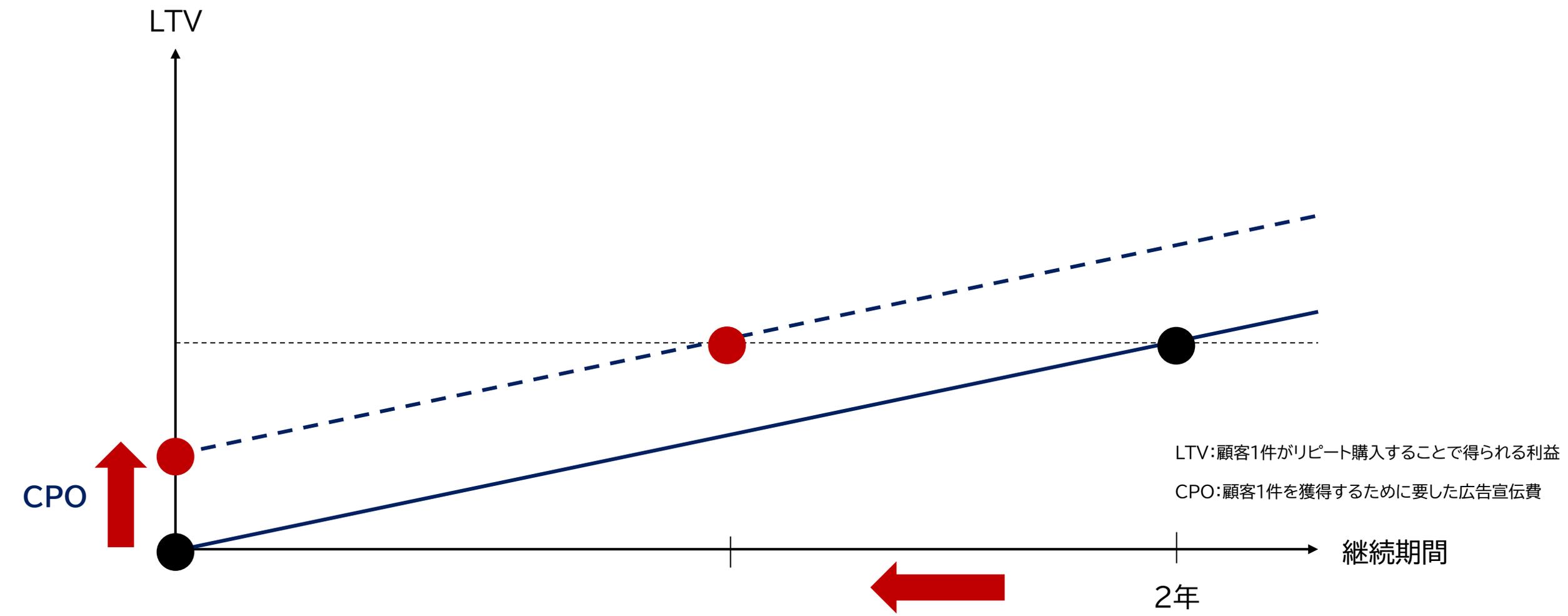
単位:百万円



利益を着実確保しながら、計画通りに売上が進捗。
 自社ブランド製品、デイリー食品及びニューモ育毛剤などの販売チャネル拡大の取組みに注力。

BtoC事業

2Q・3Qは投資効率を改善しながら新製品への広告宣伝強化を実現



医薬品新製品を中心に、基準とする2年回収を大幅に短縮するCPOで顧客獲得数が増加。
期待ROI(= LTV / CPO)が上昇

明治薬品、定期顧客件数**2.9倍**(前期末比)

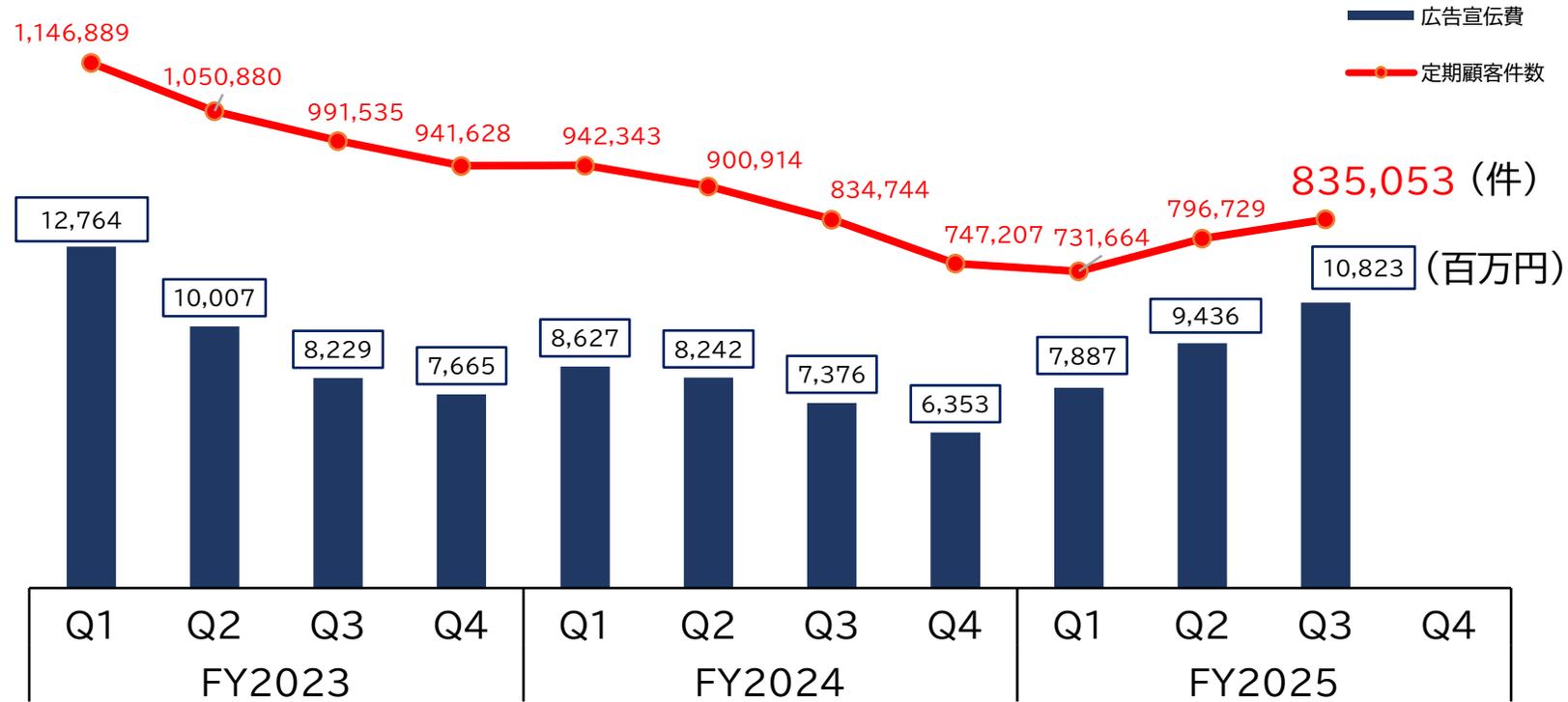


新規獲得が好調

新製品のリリース

医薬品の主力「ラクトロン錠」に加え、「てんらい清流錠」「ヘルspanC錠」「ノルクスK錠」が新規顧客獲得をけん引。第2類・第3類の医薬品新製品のリリースを継続。

広告宣伝費と定期顧客件数



■医薬品がけん引

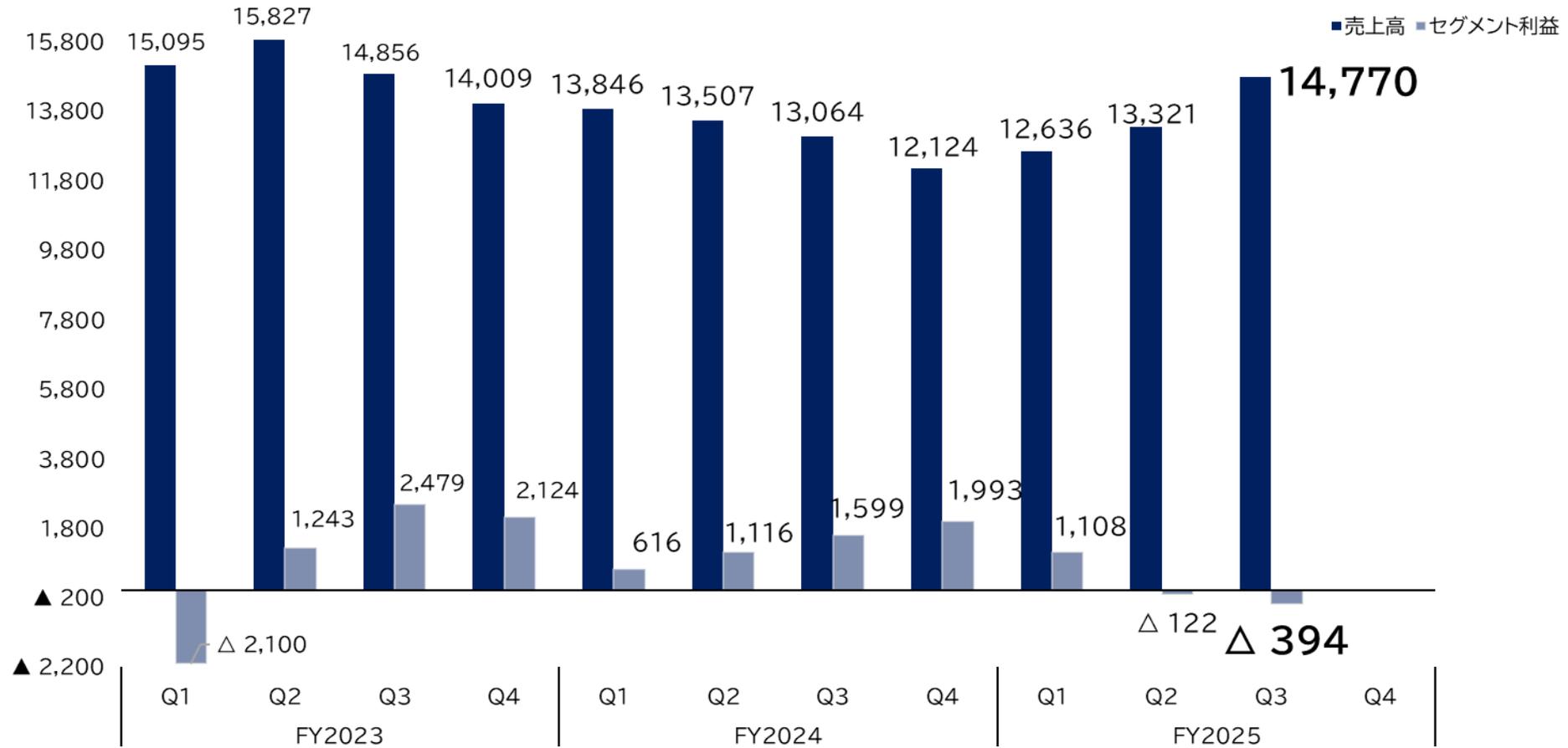
(ラクトロン錠、てんらい清流錠、ヘルスパンC錠、ノルクスK錠)

13.2万件増 (前期末比)

医薬品新製品を中心に顧客獲得が一層拡大し、定期顧客件数が前期末比で8.7万件増加。四半期での広告宣伝費108億円は、過去2番目の大きさ。

四半期業績推移

単位:百万円



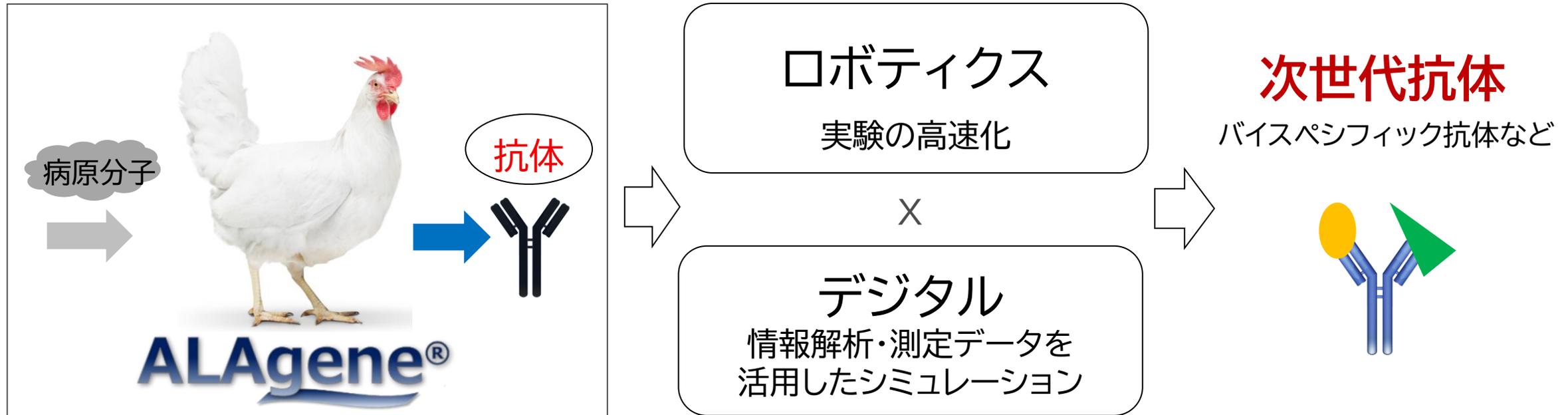
主力のニューモブランド(育毛剤、ニューZ)が前年同期比で増収、新製品の売上也加わり、増収トレンドが継続。

バイオメディカル事業

AMED事業最終年度の契約締結、実証実験が進行中

※AMED: 国立研究開発法人日本医療研究開発機構

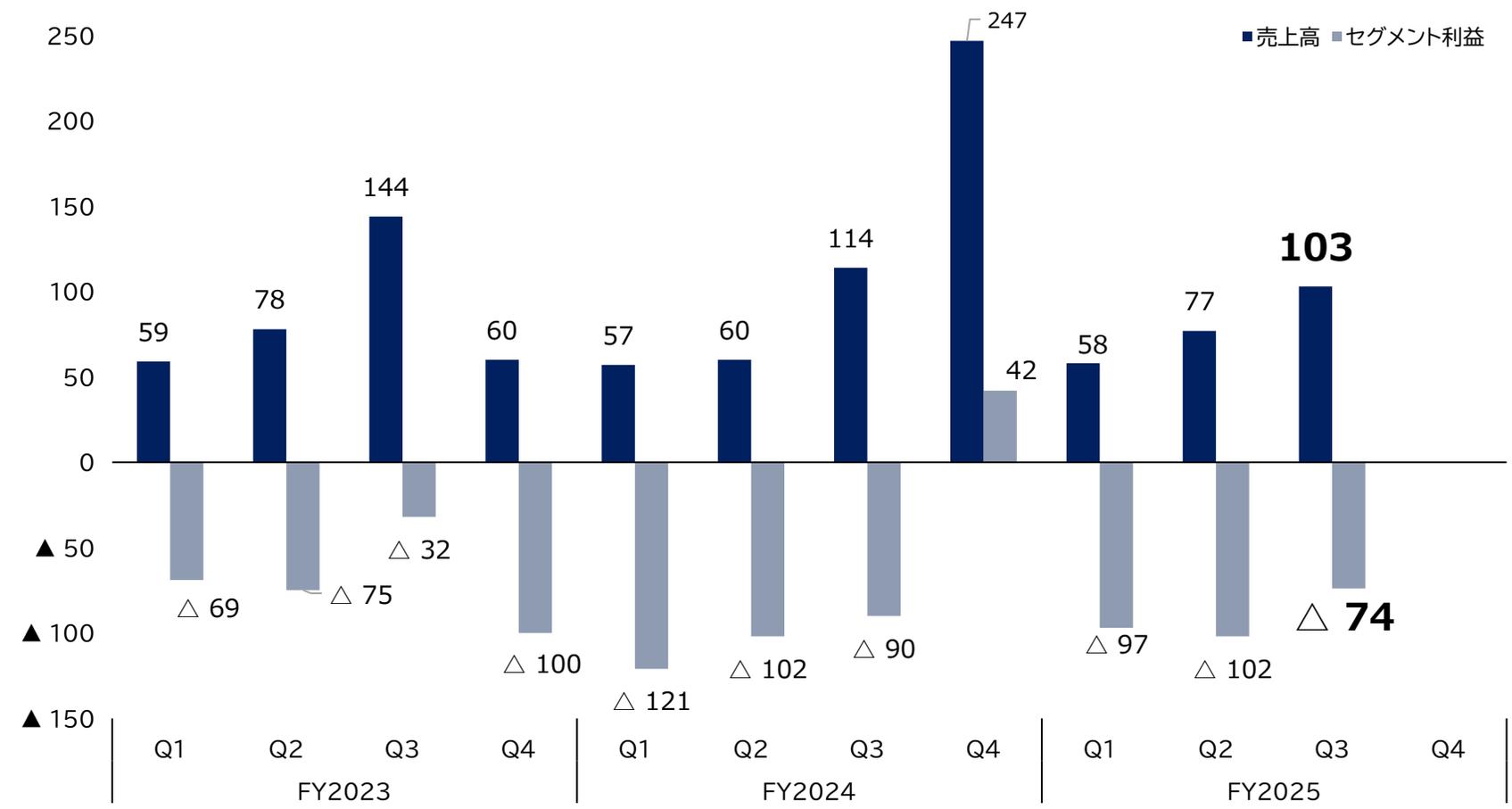
高機能な次世代抗体を‘迅速に’創出・生産する「ロボティクス×デジタル」を基盤とした革新技術開発
(2021年7月～2026年3月)



過去4年間で構築してきた次世代抗体開発に必要な各種技術を統合プラットフォーム化
医薬品対象抗原に対する実証試験を進行中。

四半期業績推移

単位:百万円



創薬事業は、抗体医薬品・ペプチド医薬品への研究投資を継続・強化する。
 研究支援事業は、プロジェクトごとの収益性を踏まえ受注を選別していく。

2025年7月期の業績予想について

第4四半期は投資額のコントロールにより、業績予想を達成見込み

単位:百万円

	FY2024	FY2025 予想
売上高	62,147	65,000
営業利益	5,113	2,000
経常利益	5,249	2,300
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,205	1,600

第2・第3四半期までは、新規顧客獲得が好調により広告宣伝への積極投資を実現。
第4四半期は、研究開発費や万博費用の計上続くが、新規顧客の確保により、業績予想達成見込み。

株主還元

	FY2024	FY2025 予想
一株あたり 年間配当金	25円	25円
配当金総額	7.01億円	7.01億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	32.05億円	16.00億円
配当性向	21.9%	43.9% [※]
自己株式取得	10億円	—
総還元性向	53.1%	43.9% [※]

2024年9月12日発表した
業績予想値から変更なし

※ 2024年9月12日発表の業績予想
の親会社株主に帰属する当期純利益
に基づく

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。

中期経営計画2026の進捗

大阪・関西万博“ひとと地球にやさしい繊維” 5月までに8万人来場



ovoveil®

セブン-イレブンにて世界初の「オボヴェール」製品を発売開始 ovoveil®



セブン-イレブントオル(グリーン、オレンジ)
各935円(税込)



セブン-イレブンソックス(23~25cm、25~27cm)
各1,540円(税込)

大阪・関西万博内のセブン-イレブン店舗限定で発売中。
肌に優しく、柔らかな風合いを持つ環境配慮型繊維として高く注目される。

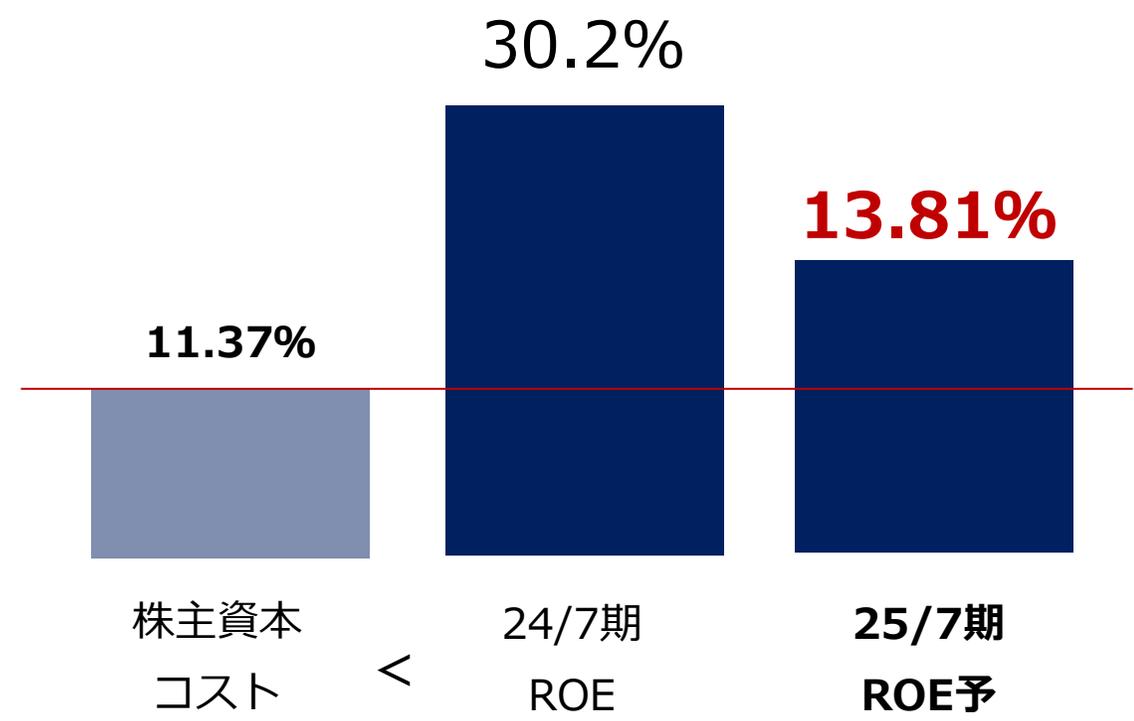
関連記事:[日経MJに卵殻膜繊維“オボヴェール”の記事が掲載されました](#)

Appendix

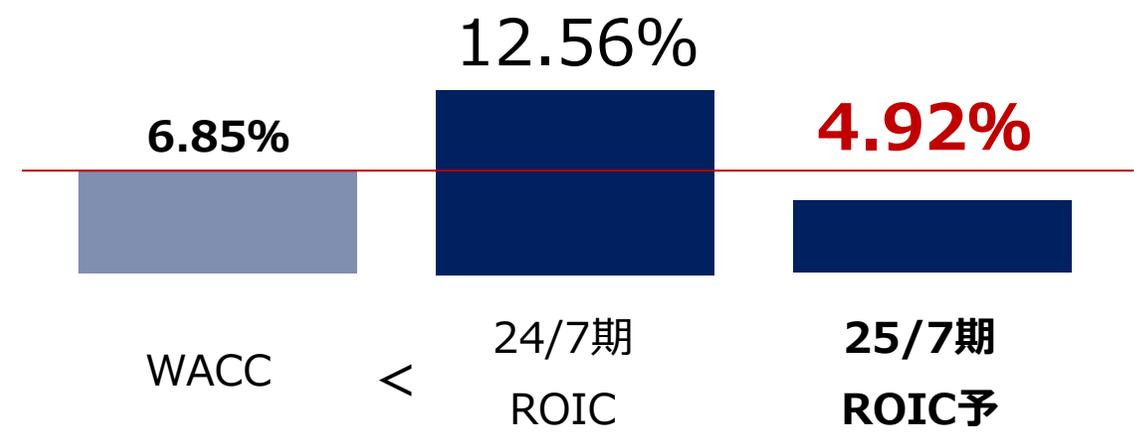
資本コストや株価を意識した 経営の実現に向けた対応について

現状評価①資本収益性

ROE

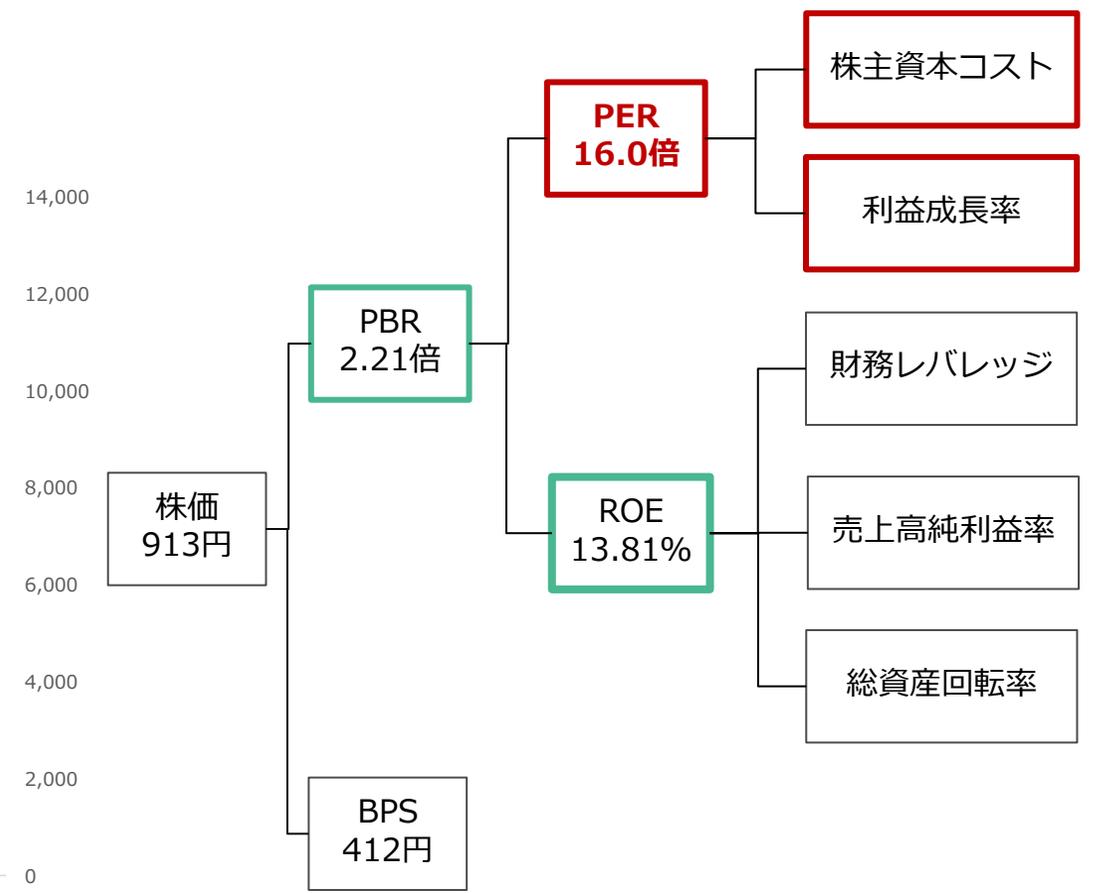
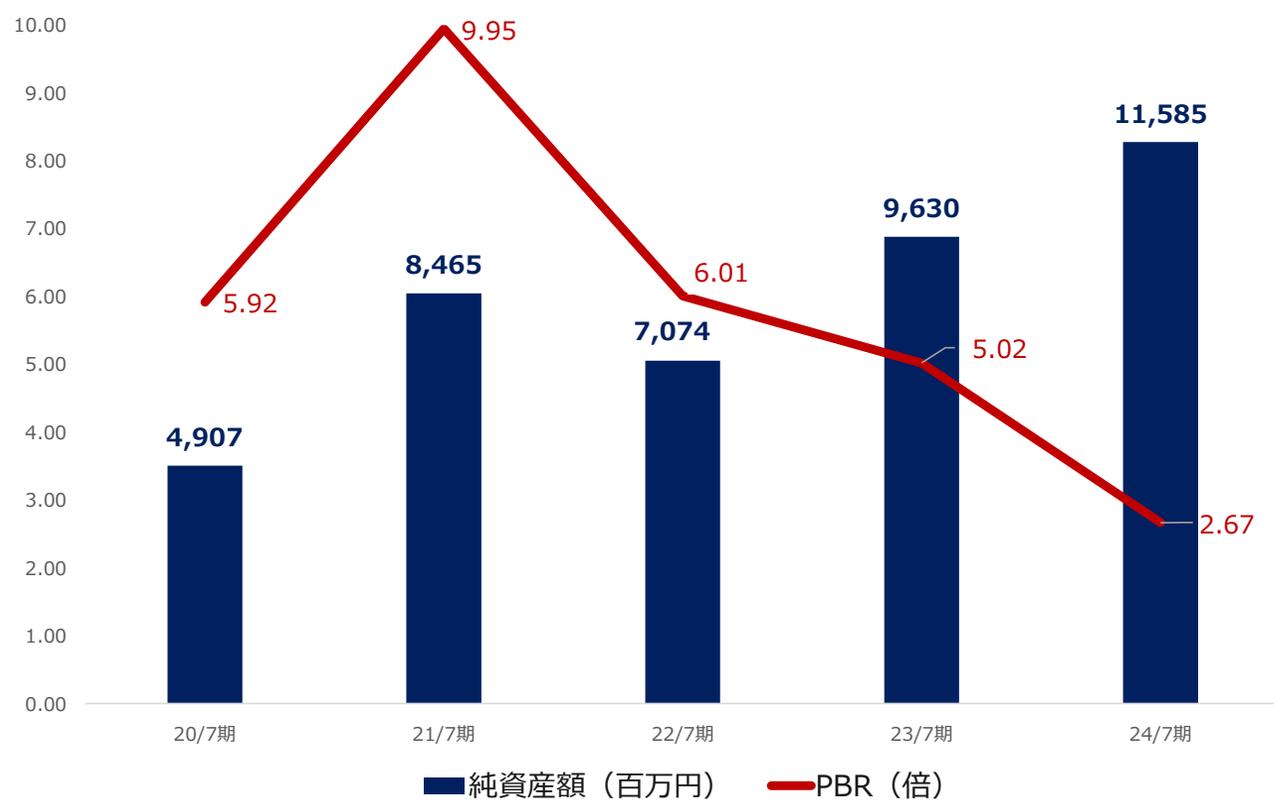


ROIC



ROEは株主資本コストを充分上回る。ROICは有利子負債管理で改善余地がある。

現状評価②PBR



※株価は2025年4月30日現在
 ※指標は2024年7月31日残高を基準
 ※利益率は通期予想値

資本収益性は比較的高い水準だが、株価上昇のためにはPERをさらに高めていく必要がある

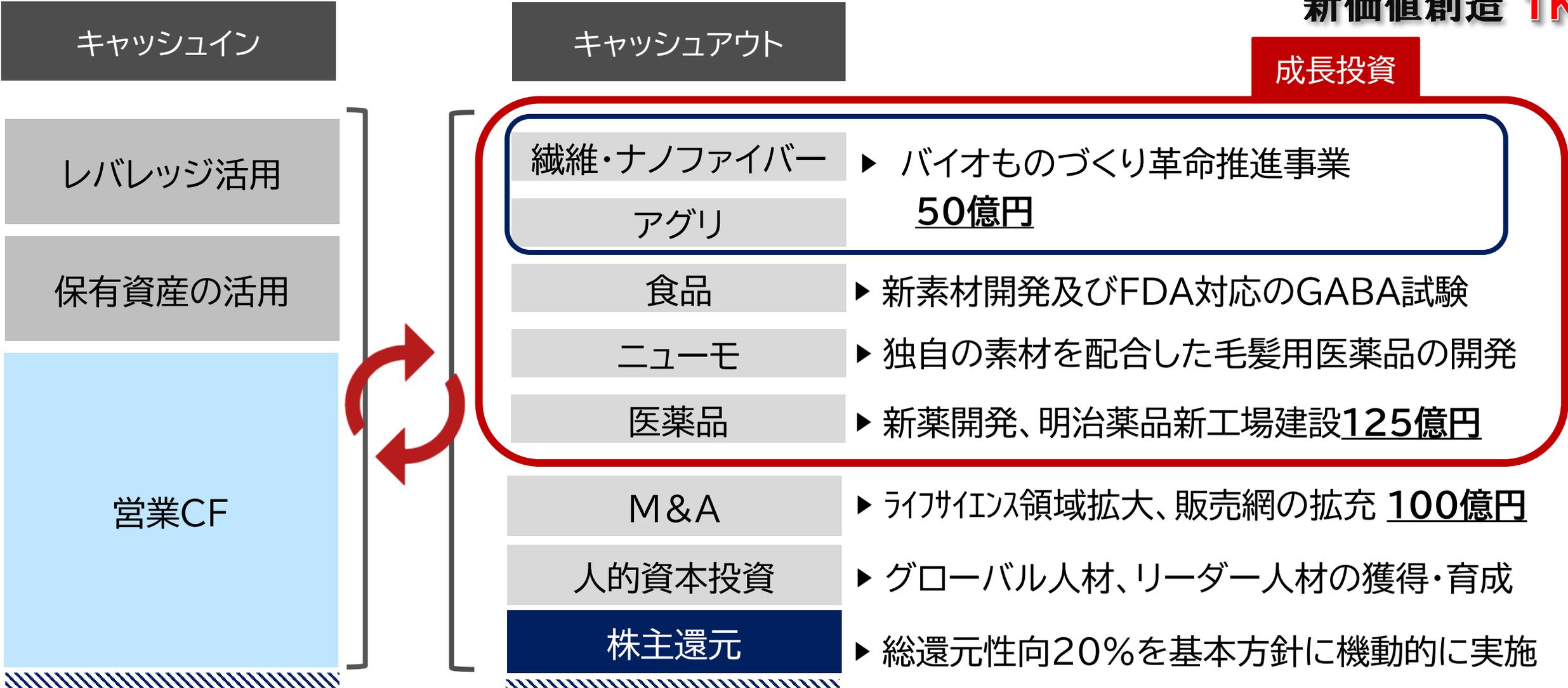
企業価値向上に向けた取り組み方針

	方針	
ROICの向上	資本収益性を高める財務バランスの追求	短期借入金残高の機動的管理
	顧客基盤を活かしたCRM施策の強化による収益獲得	1年定期コース拡充、ロイヤルカスタマー向け特典で長期の関係性構築
株主資本コストの低減	新規事業の育成及びM&A・アライアンスによる事業ポートフォリオの再構築	伊藤忠商事との資本業務提携
	市場との対話機会の増加及び非財務情報開示の充実	オンライン会社説明会開催 開示時刻繰上げ、英文決算説明資料
成長期待を高める	研究開発投資、設備投資、人的資本への投資強化	5年で300億円規模の投資
	M&Aを活用しながら、ヘルスケア企業としての評価を高める	代表者自らがM&Aのソーシングに陣頭指揮

今後5年間で300億円規模の挑戦的な投資を開始

新価値創造 **1K**

成長投資



▼ 投資成果による営業CFの増加分を事業投資と株主還元へ再配分

卵殻膜繊維“オボヴェール”万博で世界へ発信、市場投入



廃棄予定の卵殻



卵殻膜を分離



卵殻膜



加水分解



セルロースと混合、
繊維化=ovoveil



提供:(公社)大阪パビリオン

NHK等メディアにも継続して取り上げられ、ファッション・流通業界も注目。製品開発、生産設備への投資、販路拡大に取組み中。万博にて世界へ発信。