



2021年9月22日

各 位

会 社 名 株式会社ファーマフーズ
代 表 者 名 代表取締役社長 金 武 祚
コ ー ド 番 号 2 9 2 9 (東 証 第 一 部)
問 合 せ 先 管理部部長 新 谷 義 信
T E L 0 7 5 - 3 9 4 - 8 6 0 0

(訂正)「2021年7月期決算説明会資料」の一部訂正に関するお知らせ

本日公表いたしました「2021年7月期 決算説明会資料」の記載内容の一部に訂正を要する箇所がありましたので、下記の通りお知らせいたします。

1. 訂正の理由

「2021年7月期 決算説明会資料」におきまして、一部記載に誤りがあったため、訂正を行うものです。

2. 訂正の箇所

訂正の箇所には下線を付して表示しております。

16 ページ「定期顧客件数」

サプリ等 訂正前：66,666 => 訂正後：89,403
化粧品等 訂正前：159,704 => 訂正後：143,445

以上

2021年7月期 決算説明会

2021.09.22



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。

目次

1. 2021年7月期業績
2. 2022年7月期業績予想
3. 中期経営計画2026



2021年7月期 業績ハイライト

2021年7月期ハイライト

	ポイント
連結業績	売上、利益、過去最高。積極投資にも関わらずROE57.5%、営業CF60億円。これまでの積極投資戦略の正しさを証明。
機能性素材事業	主力のファーマギヤバ、注力のOEM事業で増収。OEM事業比率向上で利益は微減。
通信販売事業	広告宣伝費248億円、定期顧客件数77万件。ニューモ売上267億などのリピート購入進展で、利益水準が一段上昇。第4四半期はCPO規律厳守し、若干ブレーキ。
バイオメディカル事業	田辺三菱製薬との独占的ライセンス契約一時金計上。当社独自アラジンテクノロジーが「次世代抗体 × ロボティクス × AI」5年15億の大型プロジェクト採択。

連結売上高

(百万円)

	2020年 7月期	2021年 7月期	増減
機能性素材事業	2,575	2,852	10.7%
通信販売事業	12,591	43,524	245.7%
バイオメディカル事業	186	375	101.4%
合計	15,353	46,752	204.5%

セグメント利益

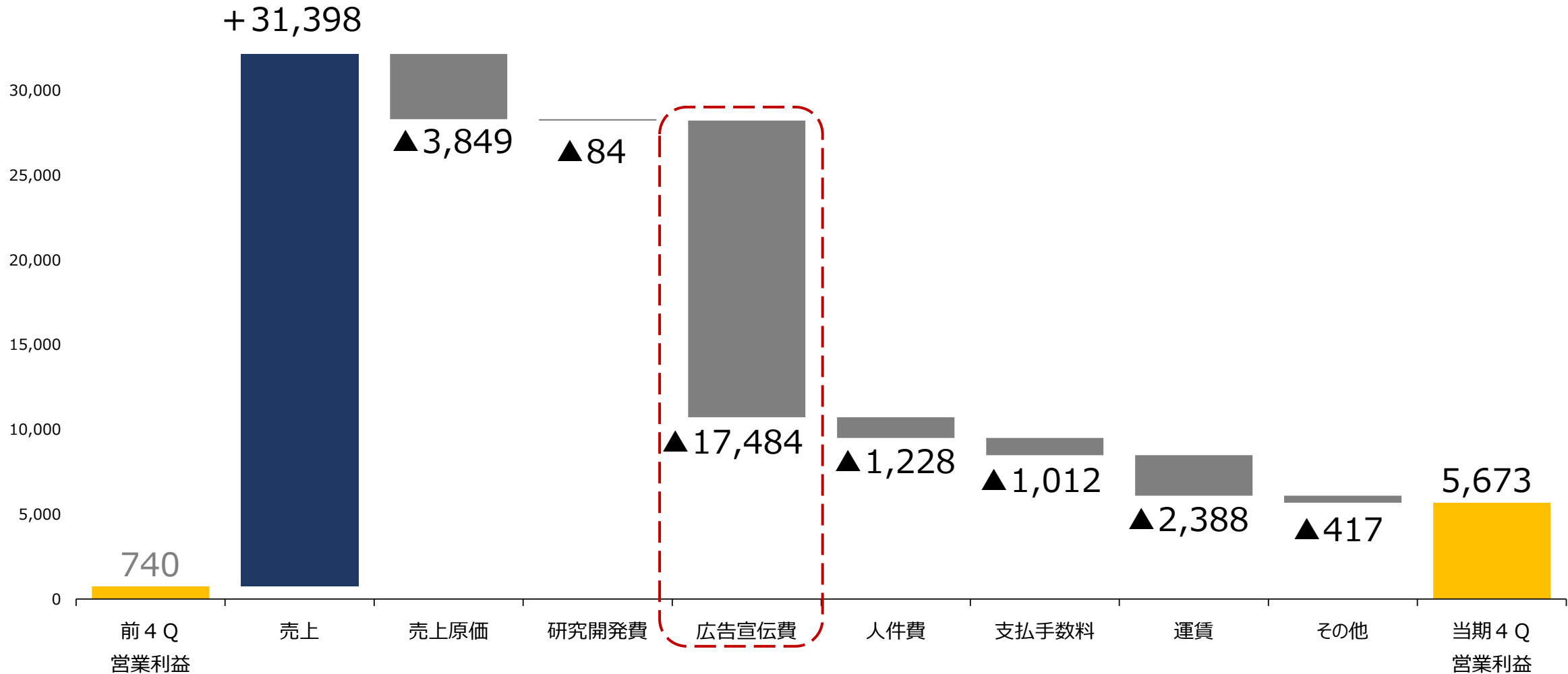
(百万円)

	2020年 7月期	2021年 7月期	増減
機能性素材事業	799	770	▲3.7%
通信販売事業	573	5,575	872.3%
バイオメディカル事業	▲45	81	+127
合計	740	5,673	666.6%

※全社費用等754百万円控除後

営業利益増減分析

(百万円)

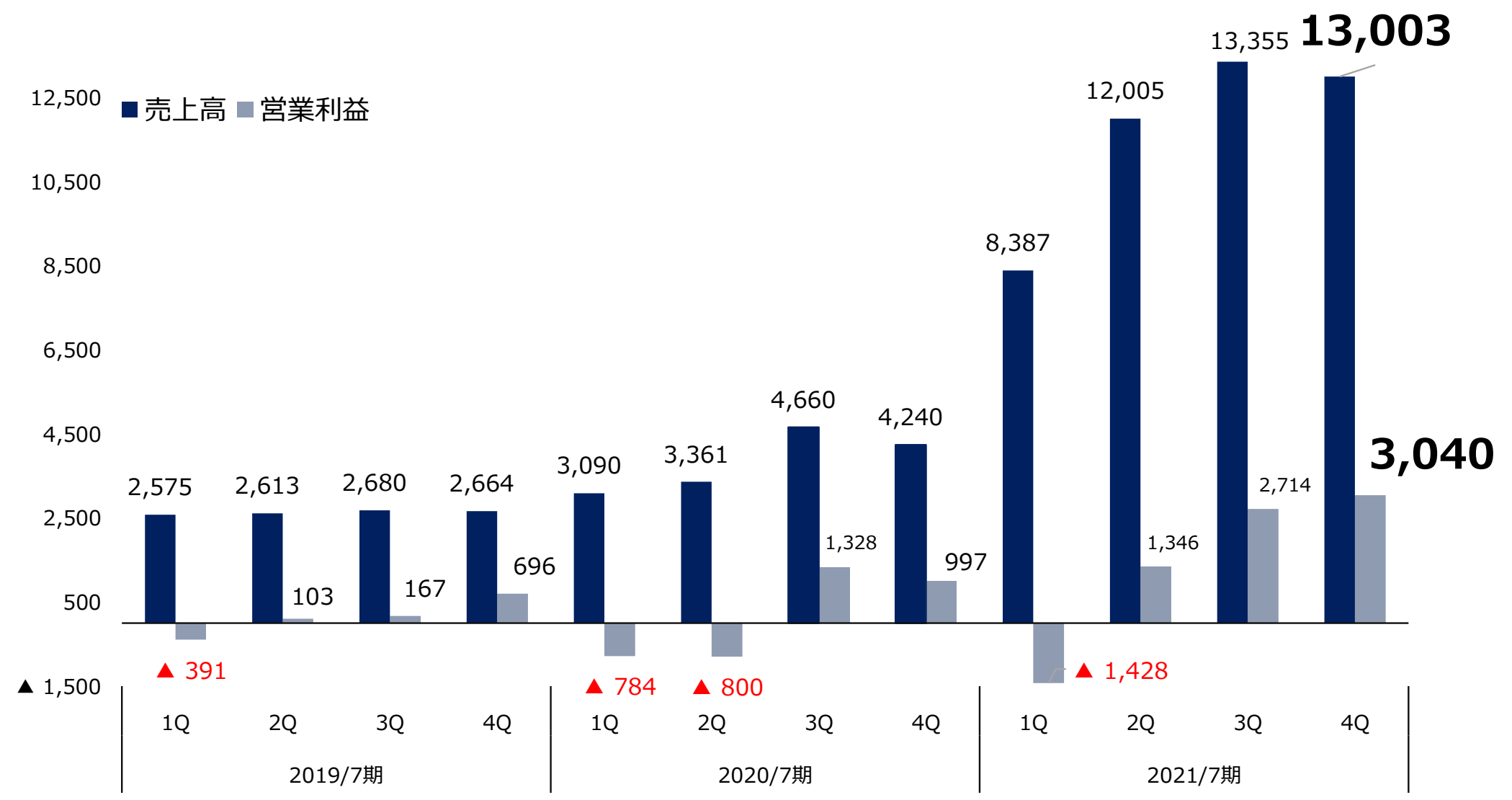


機会を逃さず大規模の広告宣伝を実施

定期顧客の積み上がりが、売上増をもたらし投資と利益回収の両立をもたらす

四半期営業利益

(百万円)





機能性素材事業

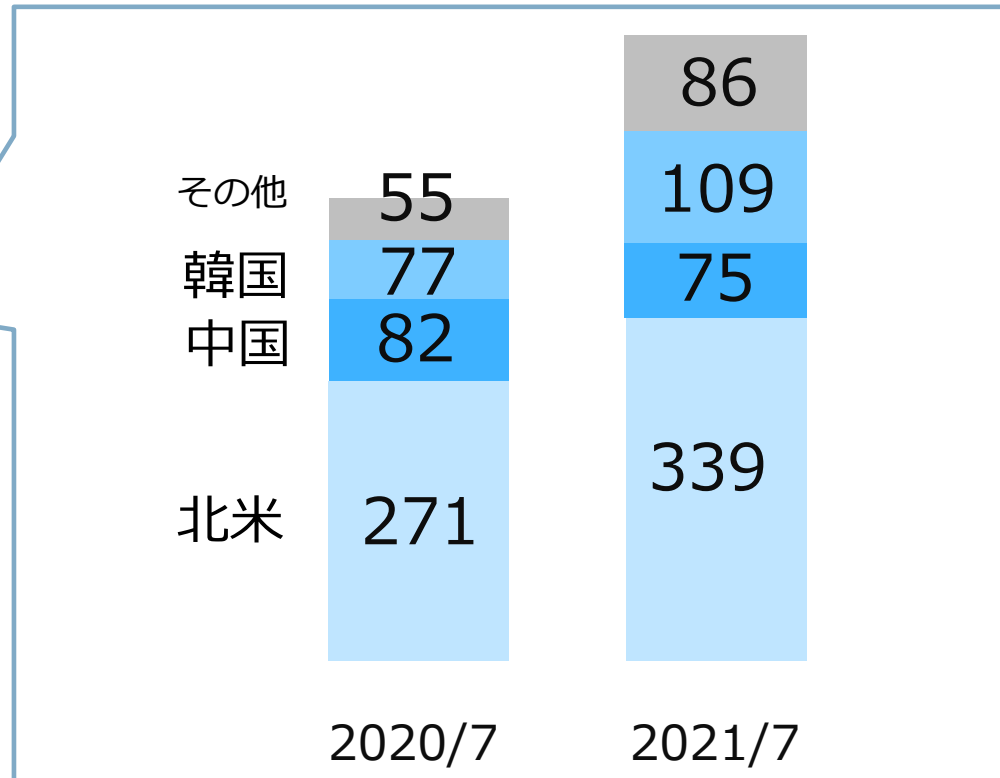
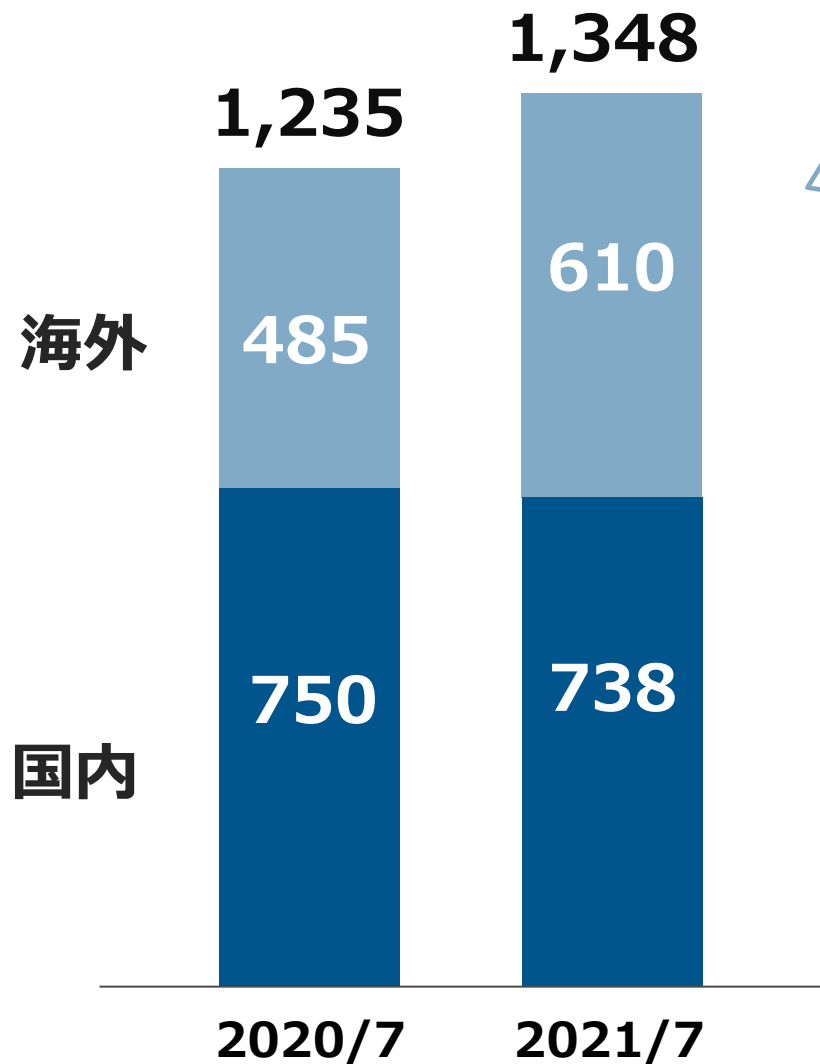
アイテム別売上

	2019/7期					2020/7期					2021/7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	256	192	201	220	871	279	295	385	275	1,235	208	369	331	439	1,348
ボーンペップ	87	51	13	27	179	32	59	127	52	271	37	54	69	86	248
葉酸たまご	20	22	24	6	73	17	16	18	17	69	10	14	12	10	48
ランペップ	14	8	8	21	52	9	18	14	41	84	4	6	22	25	59
セレプロン	20	23	4	33	81	1	8	33	56	100	6	19	12	83	121
HGP	1	30	7	5	44	4	0	4	6	15	3	1	1	43	50
カテキン	14	7	4	1	28	1	2	3	3	10	3	10	14	10	39
鶏卵抗体	4	1	2	11	20	2	2	3	2	10	5	2	2	2	13
iHA	10	1	6	7	26	2	8	3	7	22	3	4	0	4	12
その他素材	24	19	19	45	109	62	44	53	39	200	51	34	33	51	170
OEM	46	29	45	168	289	81	52	244	174	553	126	179	267	166	739
合計	501	388	339	548	1,777	495	511	891	676	2,575	460	698	769	924	2,852

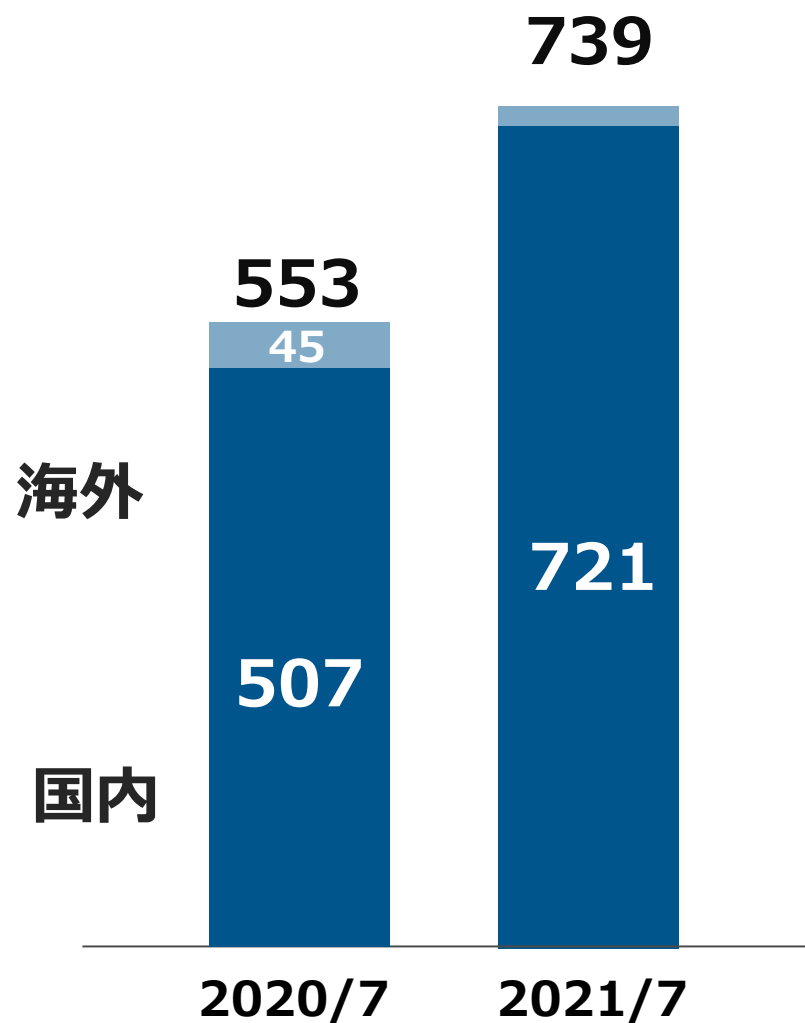
主力のファーマギヤバ、注力のOEMがけん引し増収

ファーマギヤバ

(百万円)



国内は引き続き堅調
海外は特に中国向け営業活動が滞ったが、北米サプリ向けが大きくけん引



注力

当社素材配合の健康食品、ダイエット食品
パウチゼリー等の受注拡大

課題

注力分野のため
利益率の向上、海外比率拡大を図る

機能性表示食品受理件数

順位	機能性関与成分	受理数
1	GABA	537
2	難消化性デキストリン	392
3	DHA・EPA	243
4	ルテイン・ゼアキサンチン	187
5	イチョウ葉 (フラボノイド配糖体、テルペンラクトン)	141
6	ビフィズス菌	132
7	ブラックジンジャー由来ポリメトキシフラボン	124
8	葛の花由来イソフラボン	120
9	L-テアニン	113
10	アスタキサンチン	88

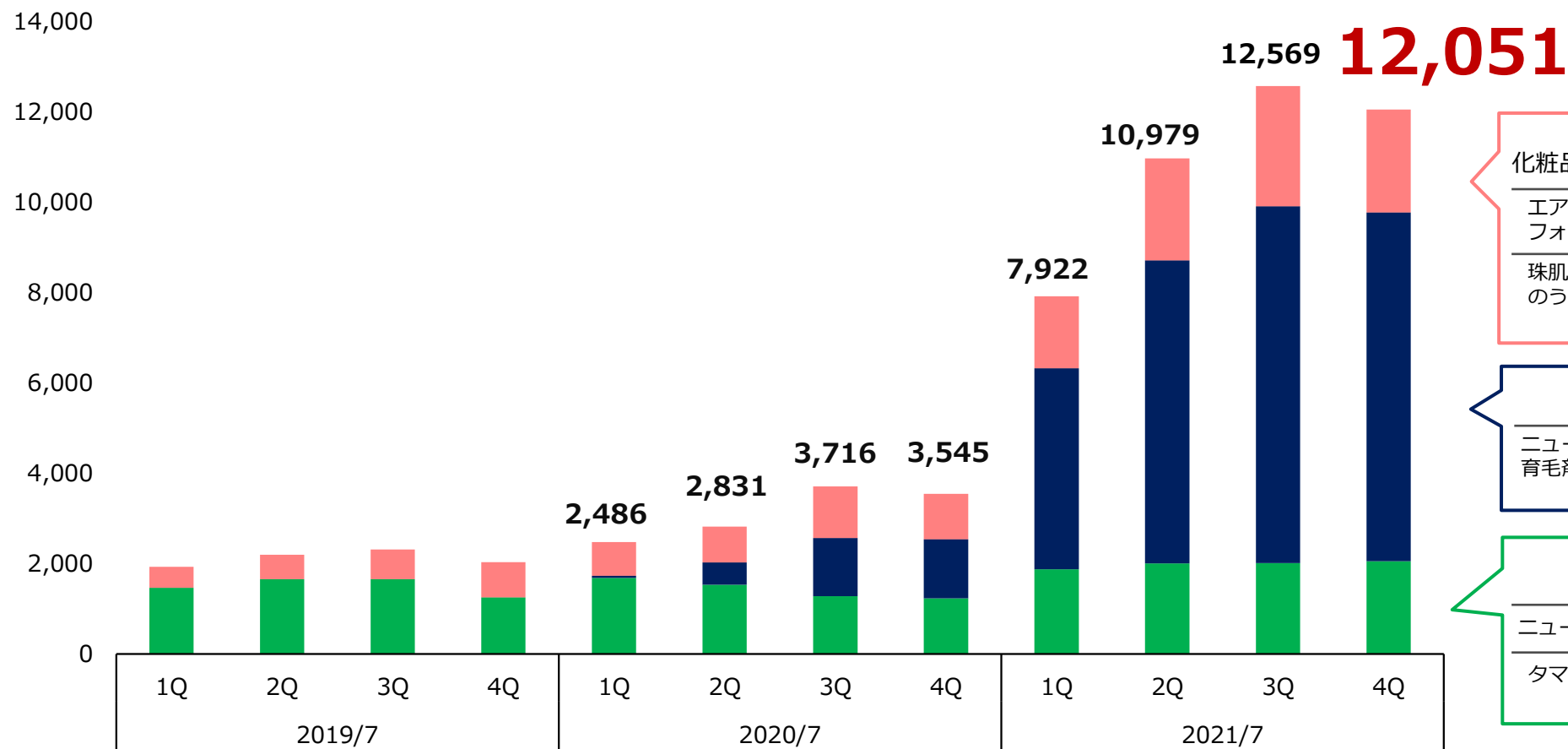
2021.8月末現在 当社調べ



通信販売事業

アイテム別売上高

(百万円)



■ サブリ ■ ニューモ育毛剤 ■ 化粧品

化粧品	1Q	2Q	3Q	4Q
エアカラーフォーム	690	591	746	1,143
珠肌のうみつ	343	518	563	411

ニューモ育毛剤	1Q	2Q	3Q	4Q
ニューモ育毛剤	4,441	6,709	7,892	7,721

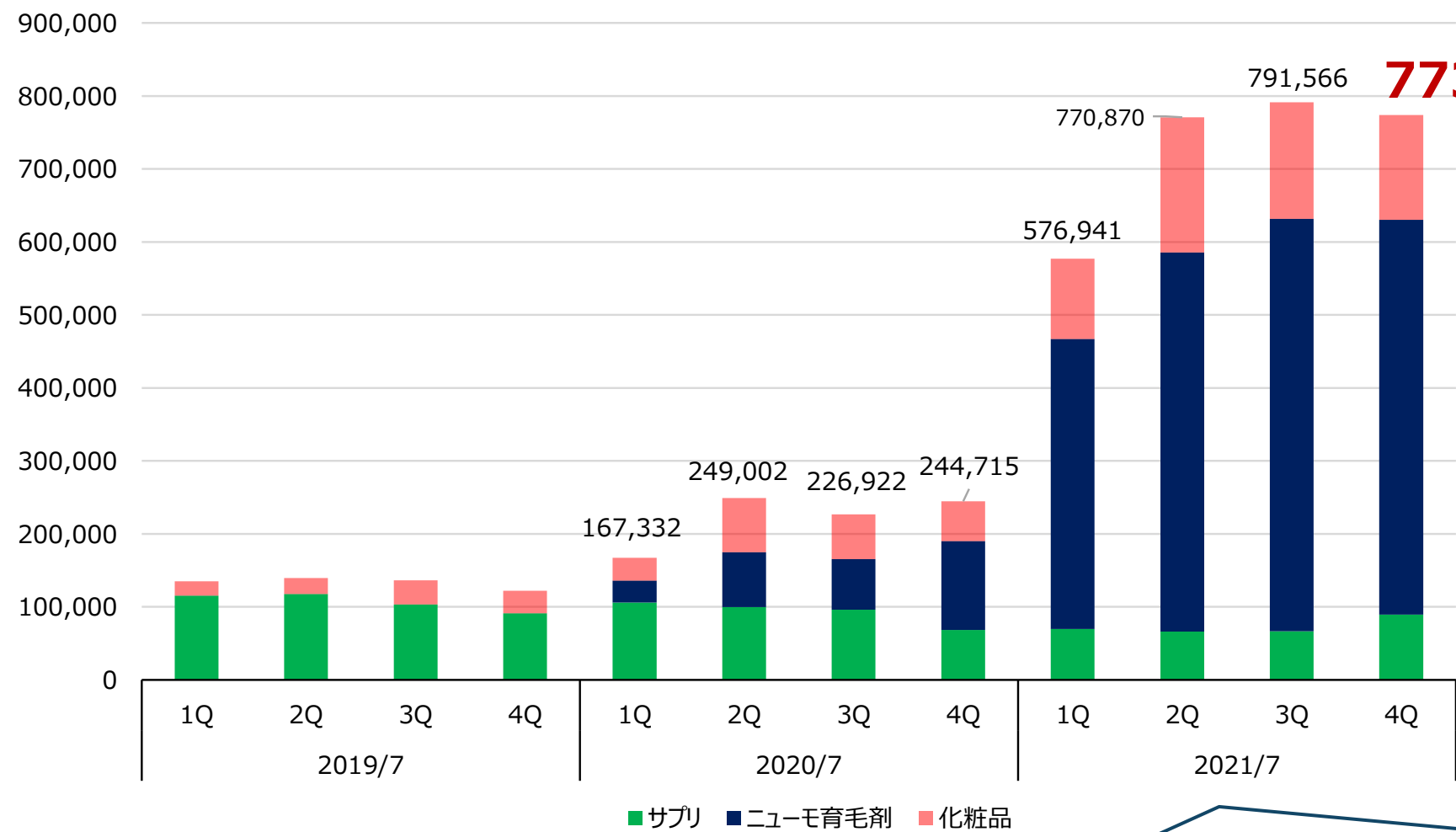
サブリ	1Q	2Q	3Q	4Q
ニューモサブリ	758	1,060	1,093	893
タマゴサミン	795	751	774	740

主な製品の売上推移

ニューモ育毛剤の267億円、エアカラーフォーム31億円の売上を達成
後半はCPOを見ながら広告を抑制

定期顧客件数

(百万円)

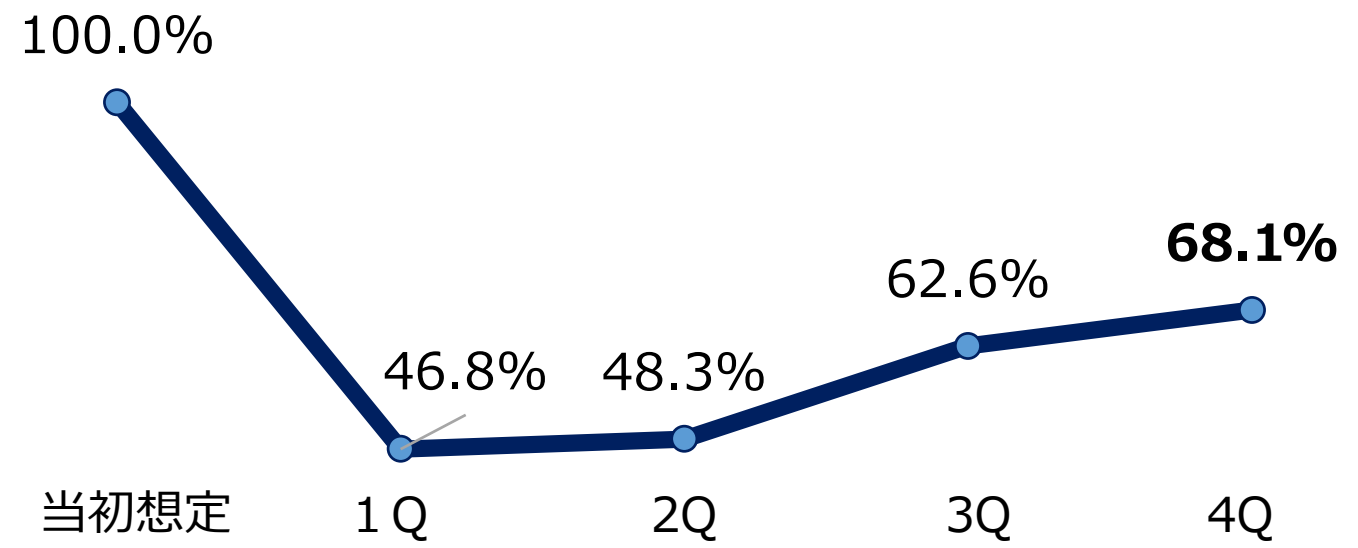


ニューモ : 540,996
 サプリ等 : 89,403
 化粧品等 : 143,445

前半に獲得した定期顧客の解約の絶対数は増加したが、
 新規流入とのバランスでほぼ横ばいを維持

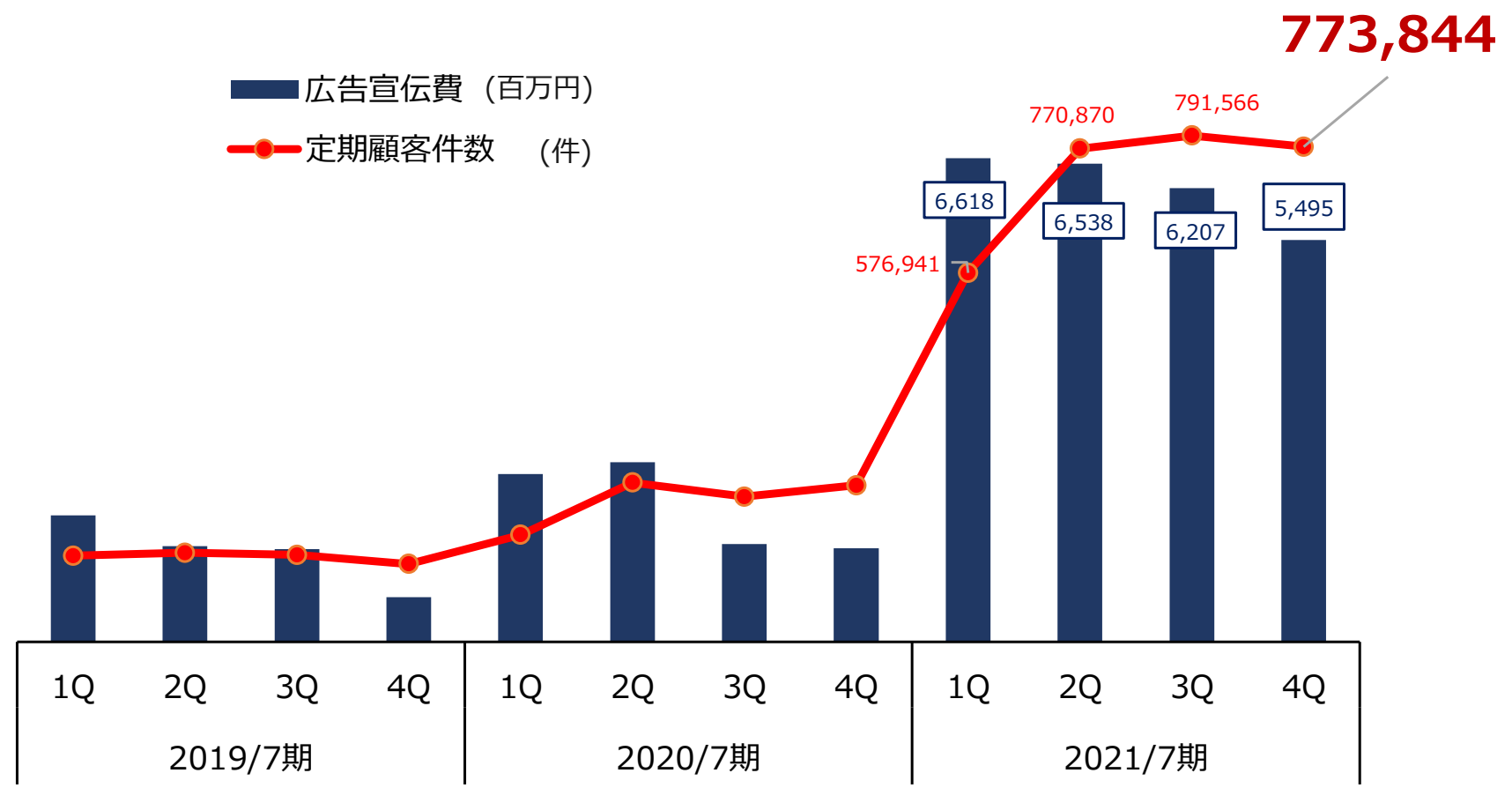
ニューモのCPOについて

ニューモ育毛剤のCPO（TV）の相対値推移



CPO上昇に伴い、後半は広告宣伝費の投下を抑制
機会を逃さず、前半での大量投下が功を奏する

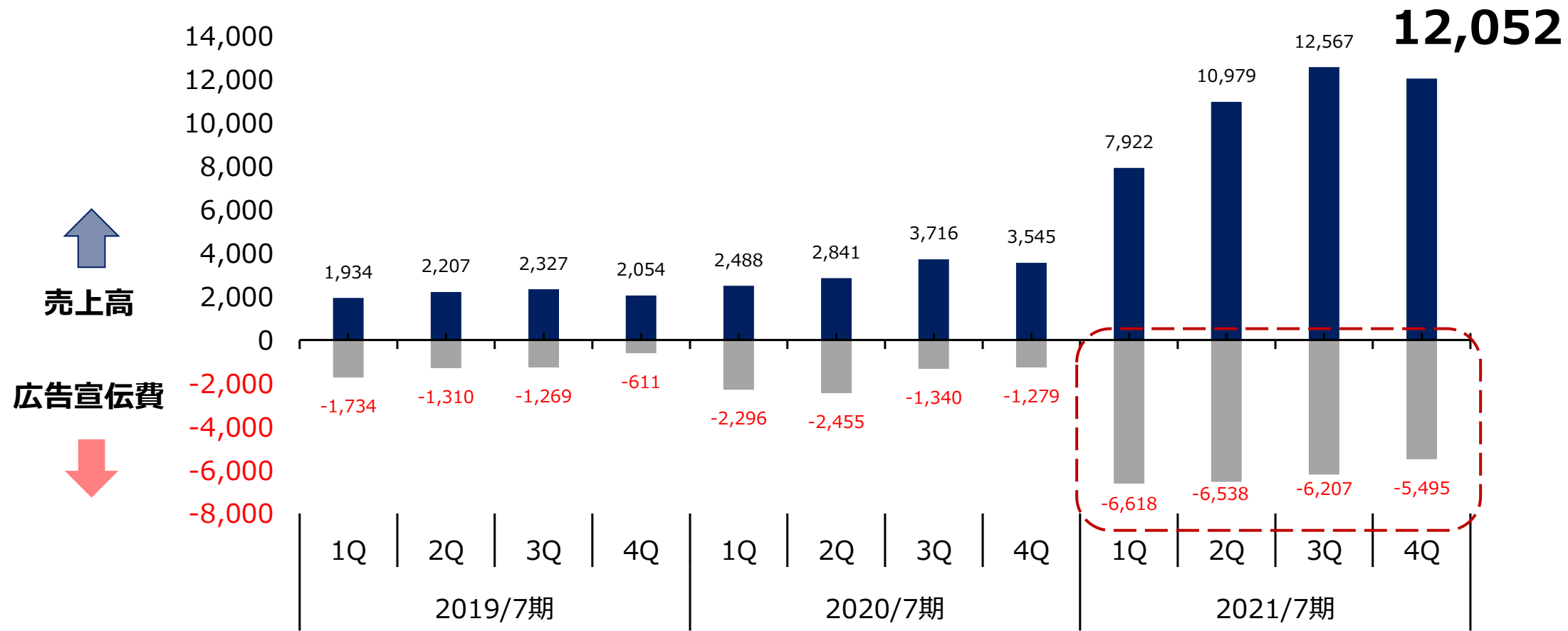
広告宣伝費と定期顧客数



4Qは広告投下抑制も、定期顧客数は同水準を維持できポジティブな評価

広告宣伝費と売上高

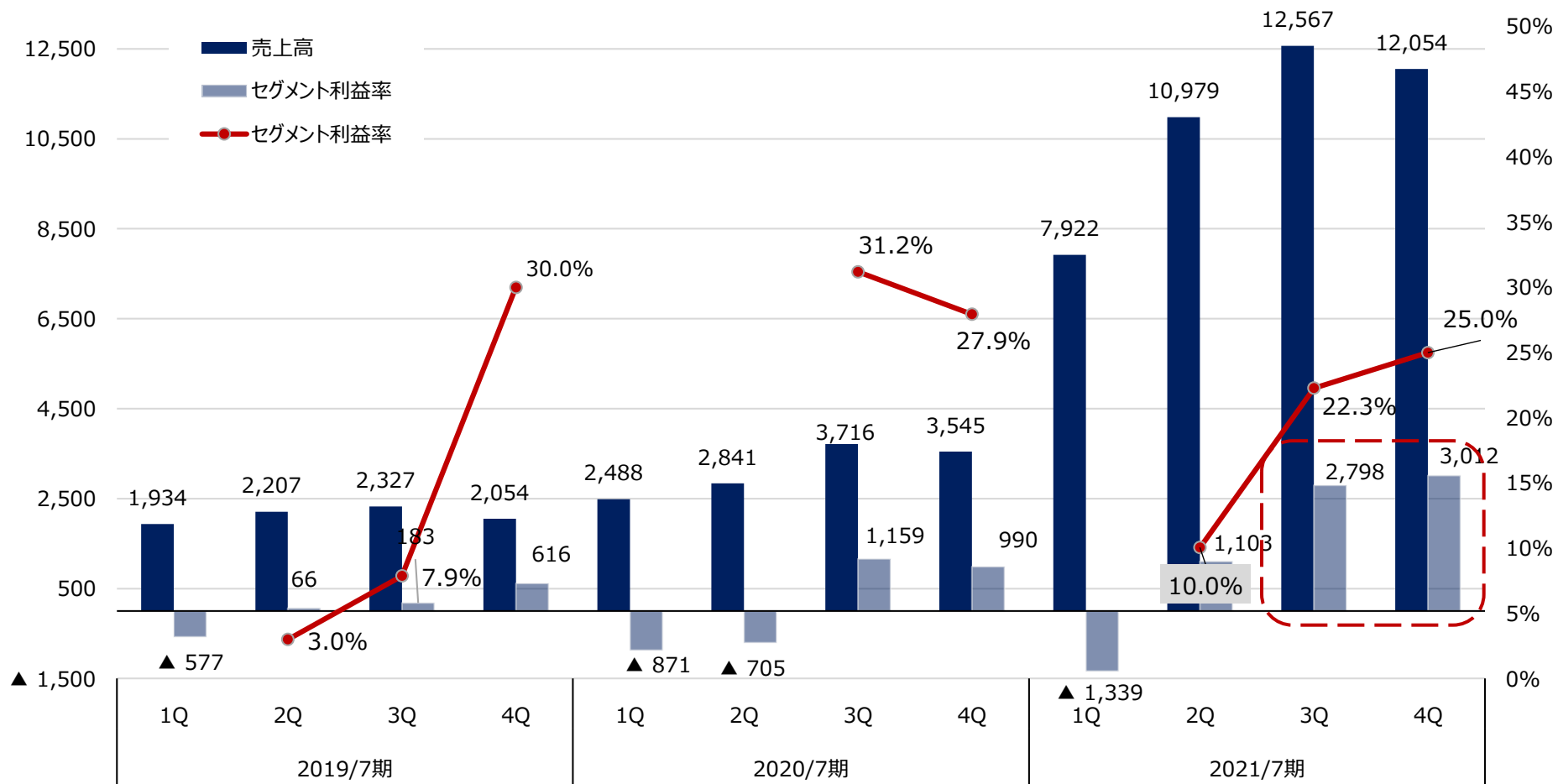
(百万円)



年間を通じて高水準の広告宣伝を継続でき、かつ利益も出せる構造と変化している

四半期業績推移

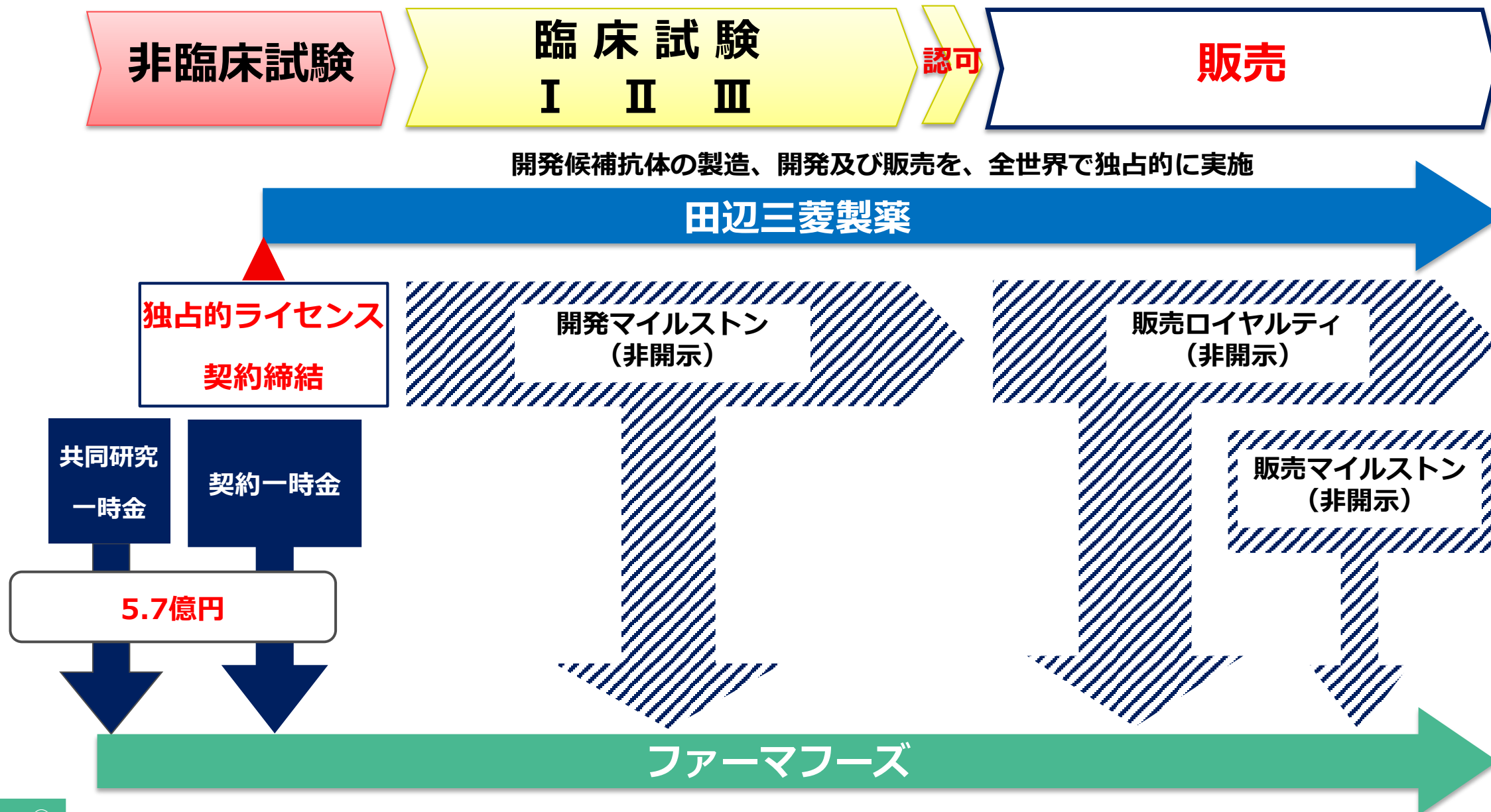
(百万円)



定期顧客によるリピート購入で利益がでること、
積極投資と利益獲得が両立可能であることを証明

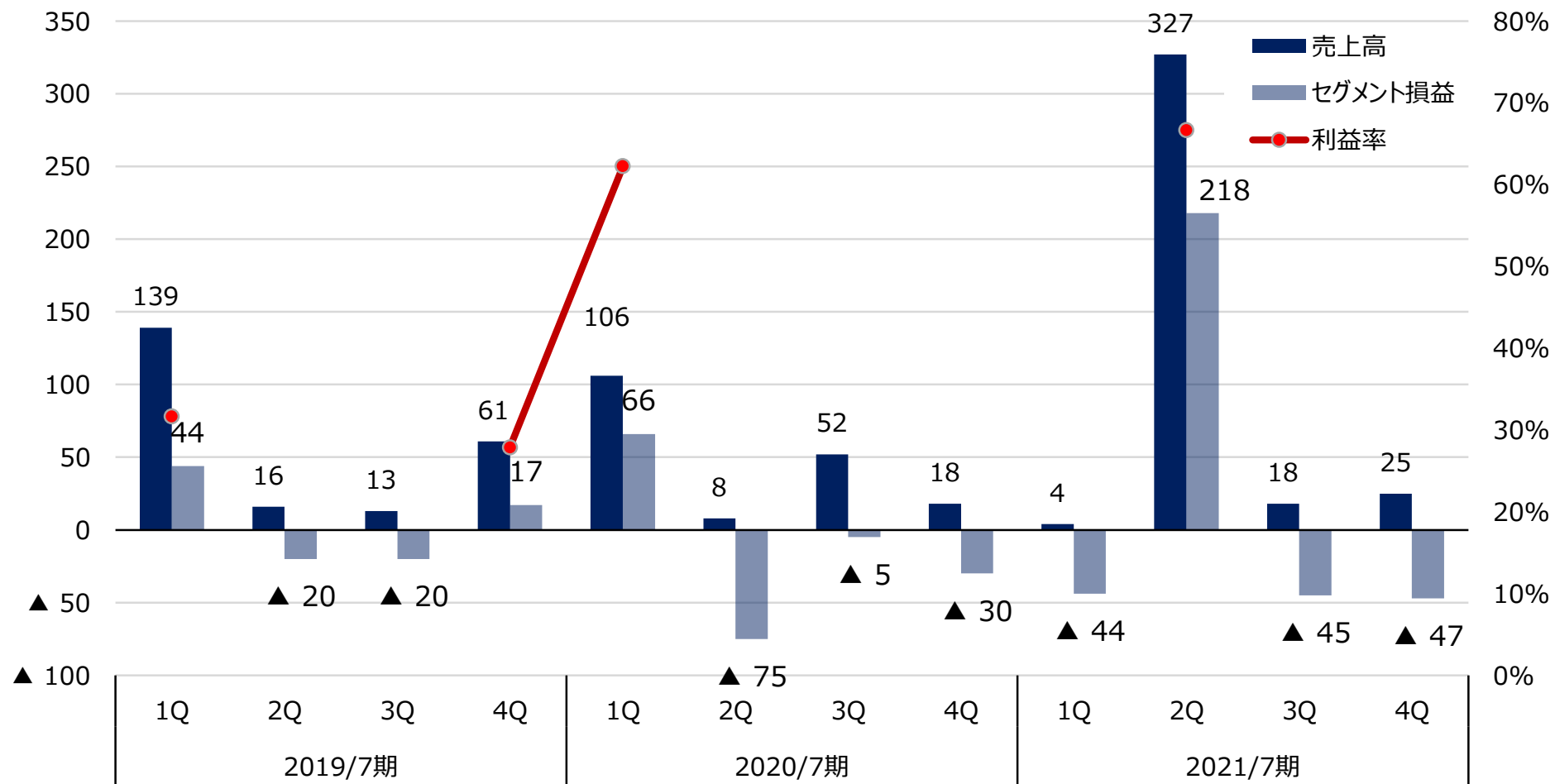
バイオメディカル事業


2021.1抗体医薬に関するライセンス契約を締結



四半期業績推移

(百万円)





2022年7月期 連結業績予想

連結売上高のセグメント別ポイント

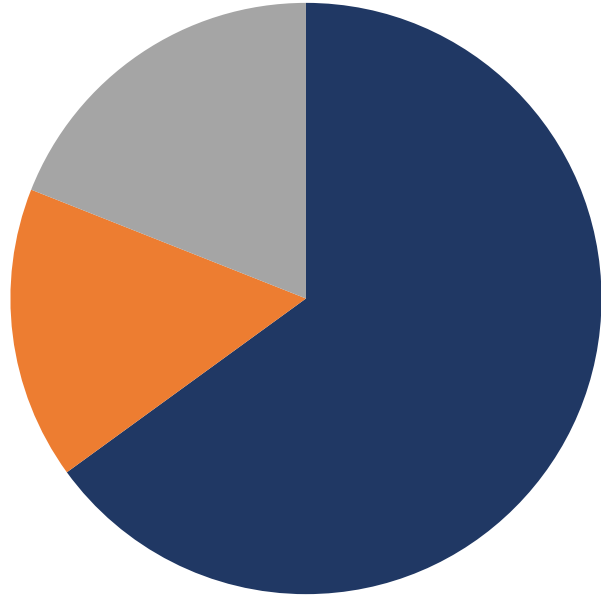
(百万円)

	2021年 7月期	2022年 7月期 想定	ポイント
機能性素材事業	2,852	2,900	ファーマギャバ堅調、OEMに注力。
通信販売事業	43,524	51,400	インターネット、紙、テレビ中心に広告宣伝費300億円程度を想定。ニューモとエアカラーフォーム中心に運用するが、CPO及びLTVを重視で、柔軟に広告対象を切り替える。シャンプー、まつ毛美容液、第3類医薬品等
バイオメディカル事業	375	100	抗PAD2抗体の研究開発、次世代抗体作製に注力。
※明治薬品		6,000	製薬会社向け製造受託、ドラッグストア向け販売に加えて。ファーマフーズの通販ノウハウを取り入れたリピート通販で、売上10億円を新たに作る。
※越境EC		230	Tモール内広告、インフルエンサー広告の運用を徐々に拡大させ、販売の基盤を作る。

※今後の事業拡大を見据え、セグメントの追加・変更を検討しています

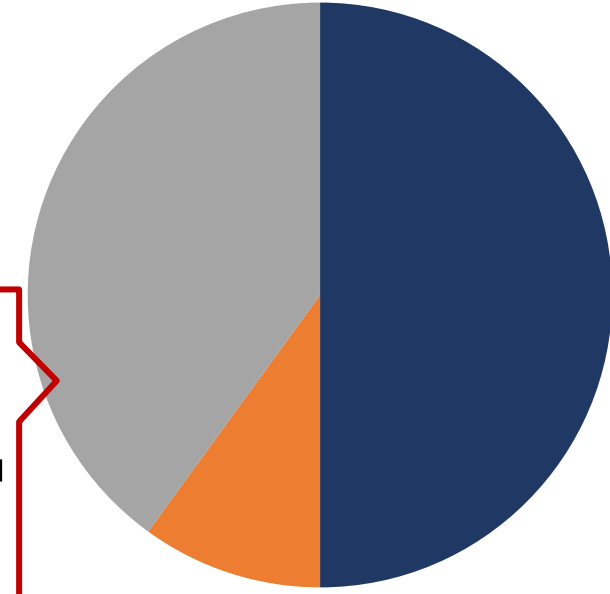
広告宣伝費について

2021年7月期



■ニューモ ■白髪染め ■その他

2022年7月期



■ニューモ ■白髪染め ■その他

まつげ美容液
ルーペ+ロート製品
など

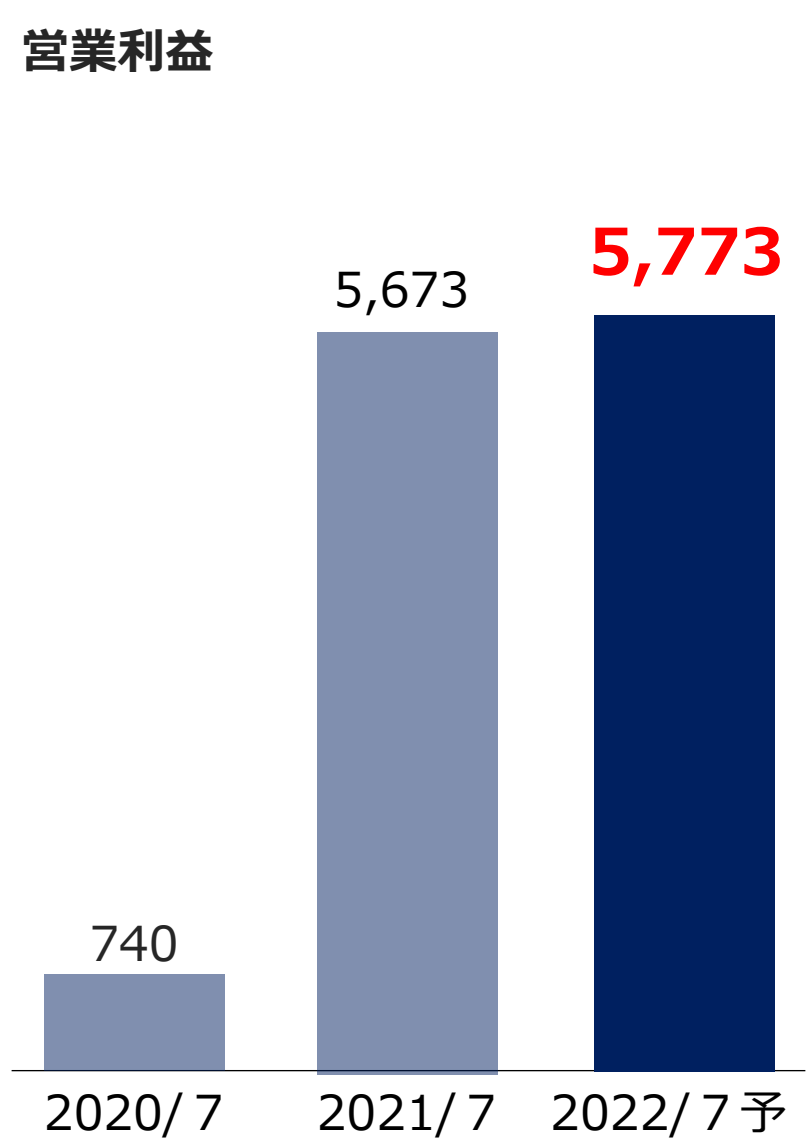
ニューモ育毛剤だけに依存せず、次期大型ヒット商品の育成とCRMに注力する

※CPO動向次第で媒体、商品間の広告宣伝費の配分は大胆に躊躇なく変更

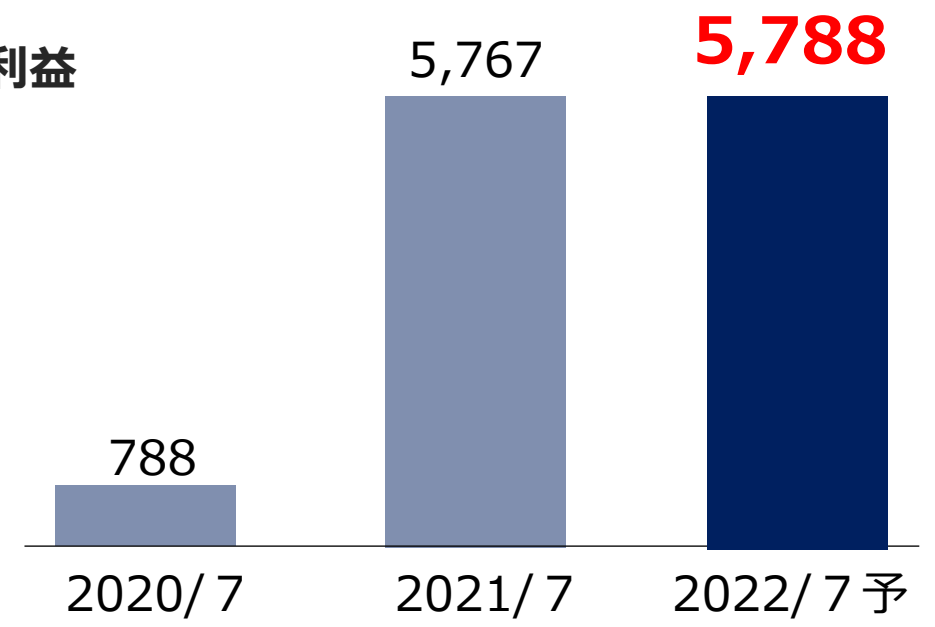
連結利益

(百万円)

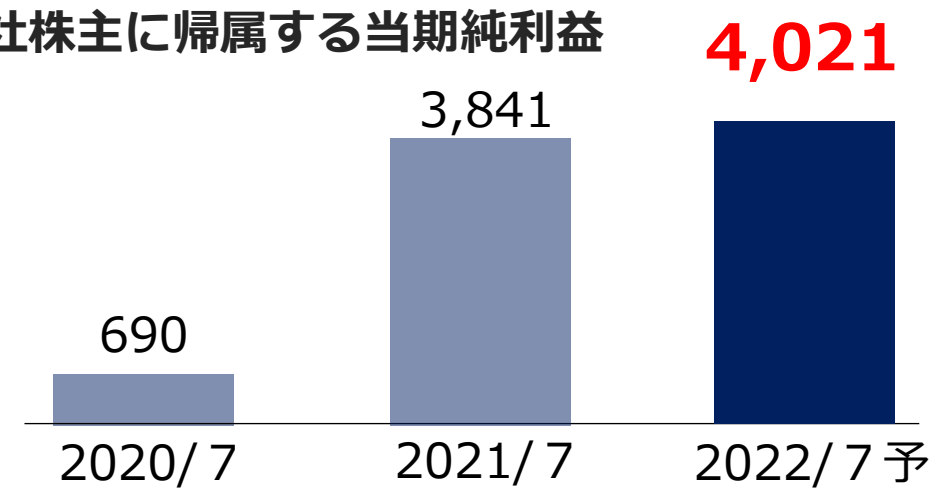
営業利益



経常利益



親会社株主に帰属する当期純利益



株主還元

	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
配当性向	18.9%	14.5%
自己株式取得		3億円
総還元性向		21.9%

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。**



TOPICS

ファーマギヤバ ハラール認証取得

インドネシアやマレーシアなどイスラム教徒の多い東南アジア圏の大手食品メーカー等への営業を本格開始へ

ハラールの基準に適合した原材料を選定し、アルコールや動物性原料を取り扱っていない国内の工場に製造を委託



越境EC（中国）



Tモール内での広告

安定医院郝医生 🏥👨‍⚕️
12分钟前 来自 HUAWEI P20

最近姥爷试用了一个日本巨火的生发剂，试了几周，亲测有效！
姥爷我是长期脑力劳动，加上岁数大了，气血功能下降，头发自然不如年轻时浓密。特别是工作压力大，熬夜加班那几天，明显感觉枕头上的落发变多。再看看自己后移的发际线，心哇哇疼！脱发问题，是医学界公认的老大难了。遗... 全文

安定医院郝医生的小店 ▶

2 3 2

ウェイボ－の
インフルエンサー広告

Tモール内の広告、インフルエンサー広告を拡大中。8月は前月比6.7倍の出荷

「独身の日(W11)」に向け、出稿量拡大とPDCAを改善中

ロート製薬アイケアサプリを販売開始



+



「博士ルーペ」購入のお客様に、ロート製薬の「ロートV5粒」のクロスセル実施
当社のアイケアサプリに比べ同時購入確率高い

注目の新商品

発売予定時期	商品名	備考
2021年9月末出荷	MATSUGE★DELUXE WMOA（ウモア）	まつ毛の根本と毛先のダブルケア。ニューモブランドを拡大していく
2021年10月頃	Plicenta（プリセンタ）	独自素材エッグプラセンタ®配合の美容ゼリー
2021年11月頃	珠肌 EGP美容液	独自素材エッグプラセンタ®美容液
2022年2月頃	ノウベルQ（仮・脳機能サプリ）	GABA（脳機能）DHA/EPA（中性脂肪低下）ヒハツ（冷え軽減）配合サプリ

※発売予定時期は、製造及びマーケティング方針により変更になることがあります

中期経営計画2026

新価値創造 1K

1

新製品

2

新市場

3

新組織

新製品を創る-GABA、ニューモ、デルマQ2に続くヒット製品

施策

(1) 研究開発

- ① 新規素材の開発
ワインセラミド、リピスマート、シアロ糖鎖、エッグプラセンタ、卵殻膜ペプチド
- ② 新用途、効果の開発
脳機能カクテル理論ドリンク、モリンガ、Wellmune、バナファイン、コラーゲン卵殻膜ペプチド
- ③ **次世代抗体**、リプロタイト
肺・肝臓繊維症、関節リウマチ、骨再生

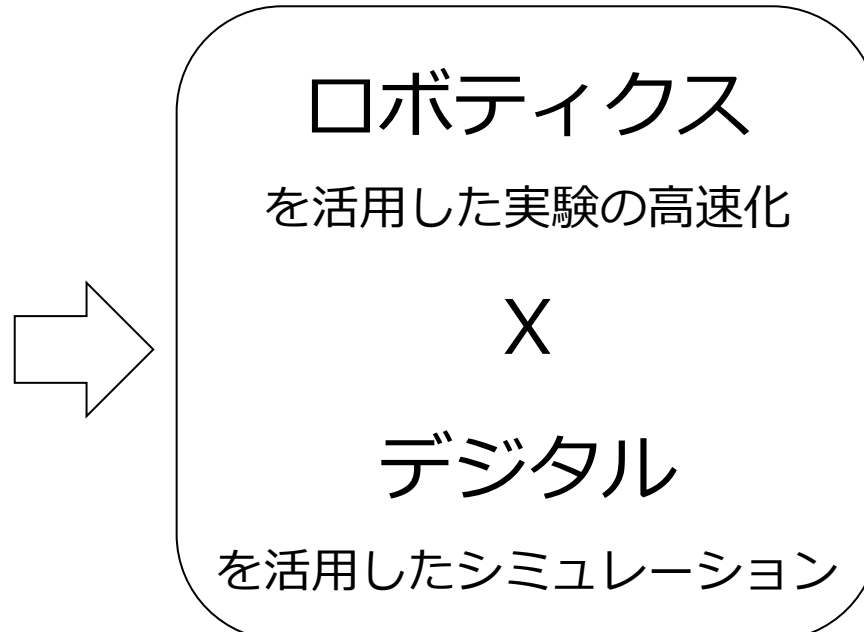
(2) 商品開発

- ① Scalp & Skin分野
医薬部外品有効成分化、発毛剤、シワ改善、エッグプラセンタ、ELLEブランド
- ② 医薬品通販
- ③ オーラルケア分野

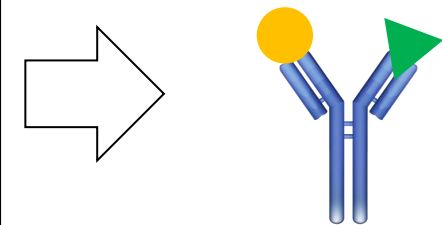
次世代抗体をバイオファウンドリで生産



Avian Lead Antibody gene



次世代抗体



バイスペシフィック抗体など

関連技術を保有するベンチャー
とのアライアンスを協議中

新市場を創る-新たな豊かさ、健康の市場

施策

(1) ブランド強化

ファーマギャバ、ニューモ、アラジンテクノロジー、ファーマフーズ、PFI

(2) 海外市場

- ① アメリカ・・・GRAS取得
- ② 中国・・・越境EC、オフライン、MLM
- ③ 東南アジア・越境EC、HALAL取得

(3) 国内市場

通販ビジネス深耕化 - 80万人のD2Cプラットフォーム上で新製品・サービス

(4) 営業部 B to B からB to C へ指向

PFIブランドの製品をドラッグストア、コンビニ流通網へ

(5) SDGsへの取り組み：未利用資源のアップサイクル市場を創る

(卵殻・膜、ごま、ワイン澱、青バナナ)

(6) 健康サポート機器、医療機器

(健康器具、美顔器、測定機器、補聴器)

ファーマギヤバの「FDA GRAS」取得を目指す

現在

Self GRAS

対象：サプリメント



目標

FDA GRAS

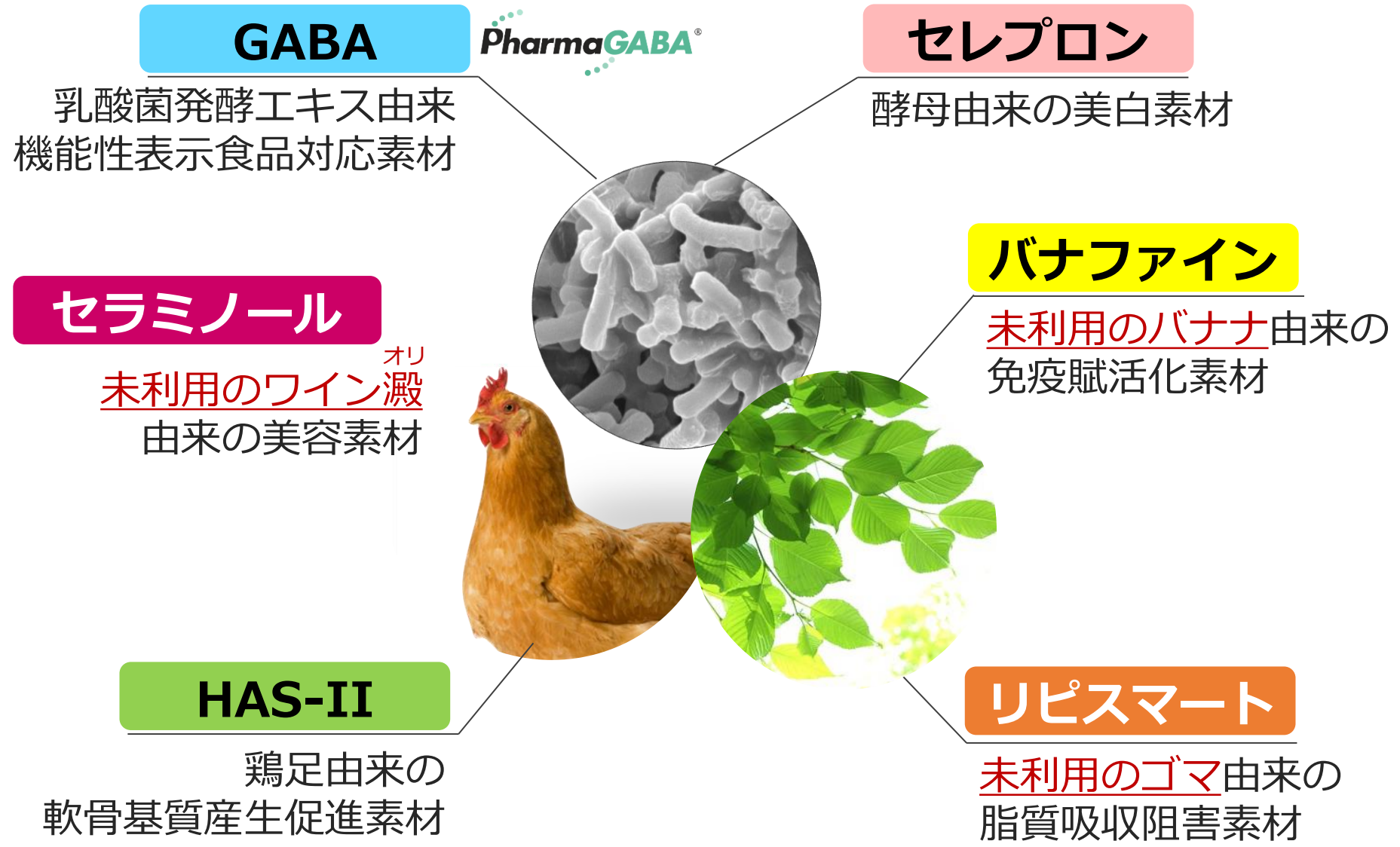
対象：一般食品、飲料



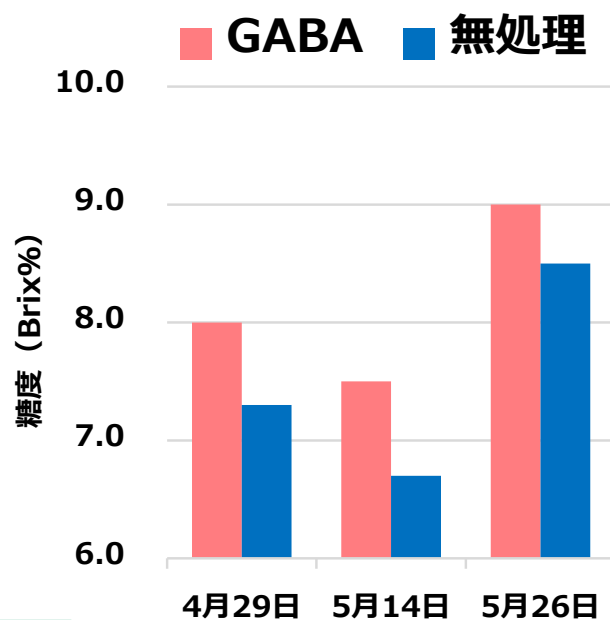
「FDA GRAS」取得が、アメリカの大手食品・飲料メーカーの採用へとつながり、
アメリカ市場が急拡大する

Gras：米国食品医薬品局(FDA)による「Generally Recognized as Safe」としての認証

未利用資源のアップサイクル



天然物からの新価値創造技術を農業へ



大塚化学(株) 栽培研究センターとの共同研究

アミノ酸／窒素源

- ・植物の生育に重要な窒素源
- ・システインが豊富

カルシウム源

- ・根の生育や 病害虫の耐性を促す

病害虫予防

- ・植物の病害対策が期待

新組織を創る -新製品、新市場を創造する人材/組織

施策

(1) 組織、人事、採用

- ① 安心して働ける給与水準、成長するためのインセンティブ
- ② M & A、新規事業企画等プロジェクトチーム
- ③ 高スキル人材・組織（AI、センサー、顧客分析、生体情報分析）

(2) Global Solution Team(GST)

- ① 幹部育成と登用
- ② 海外製造、海外営業の拠点を構築

(3) M&A、アライアンスを積極的に実施

手元現金と融資枠を活用し、新製品、新市場に関連する売上100億円規模企業も視野に



明治薬品(株)を2021.8.31完全子会社化



Global Solution Team

M&A、アライアンス

最近のM&A、アライアンス

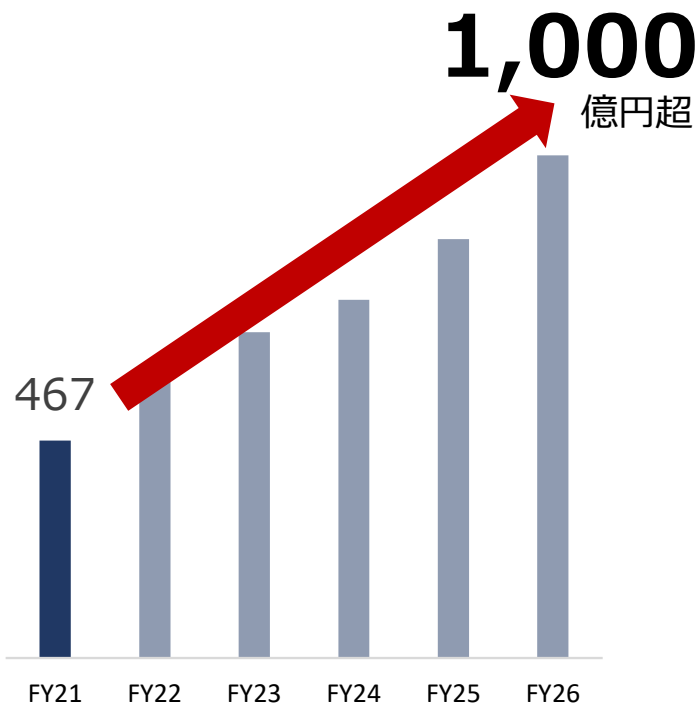
2021年3月	三洋化成工業(株)	<p>▶資本業務提携（約2億円） 化粧品、アグリニュートリション、医薬品等の研究開発及び販売の連携</p>
2021年7月	ロート製薬(株)	<p>▶資本業務提携（約6億円） ヘルス&ビューティケア及び食分野の製品開発、生産、販売の連携（海外での素材生産基地）</p>
2021年8月	明治薬品(株)	<p>▶完全子会社化（約23億円） 製造、ドラッグストア販路等の経営資源を活用（医薬品、機能性食品の製造と全国ドラッグストア販路）</p>
2021年8月	(株)アイ・ブレインサイエンス	<p>▶第3者割当増資の引受（6千万円） 認知機能低下の早期発見及びその改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>
2021年9月	三洋化成工業(株)	<p>▶アグリ・ニュートリション基本計画（約2億円） 三洋化成の界面制御技術及び当社の発酵抽出技術の融合により、バイオスティミュラントを活用した新たなペプチド農業を確立</p>

新価値創造に寄与するM&A及びアライアンスを果敢に実行していく

数値目標

新価値創造に取り組み、5年後売上高**1,000**億円を目指す

売上高目標



コミットメント

売上高成長率**20%**

当社グループは規模の拡大による成長性を重視しております。新規事業やM&Aを通じて、2026年7月期までの売上高年平均成長率20%以上を実現します。

総還元性向**20%**

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きます。この方針の下、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。

利益水準の考え方

営業利益率**10%**

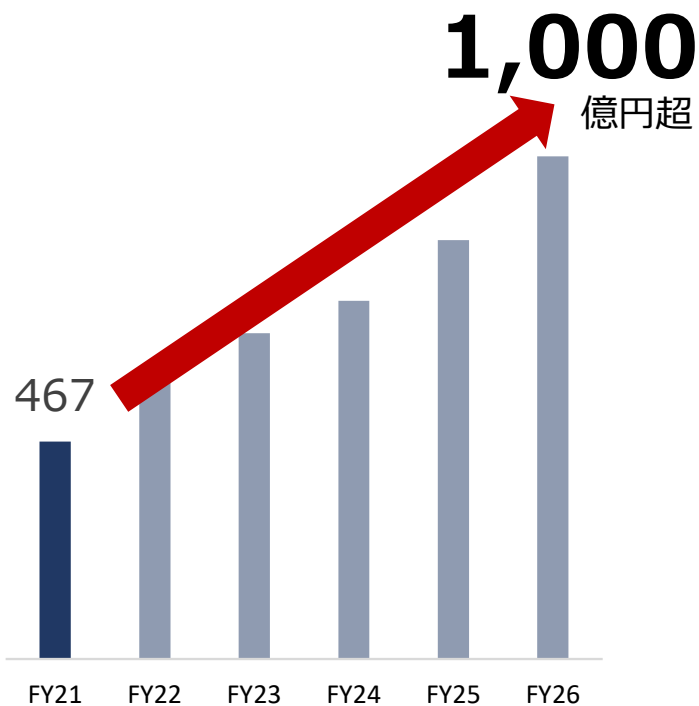
2026年7月期までは、大胆にリスクをとりながら規模の拡大を目指してまいります。平均的に10%の営業利益率が確保できる体制を目指してまいります。単年度における利益率が低下することを恐れず事業展開を行います。

売上高の構成イメージ

新価値創造に取り組み、5年後売上高**1,000**億円を目指す

売上高目標

5年後の売上高構成イメージ



- 自社ブランド製品
- OEM・ODM
- 越境EC
- 創薬新規導出
- アグリ
- 化粧品
- 医薬品通販
- 化粧品モール販売
- 健康機器



Appendix

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

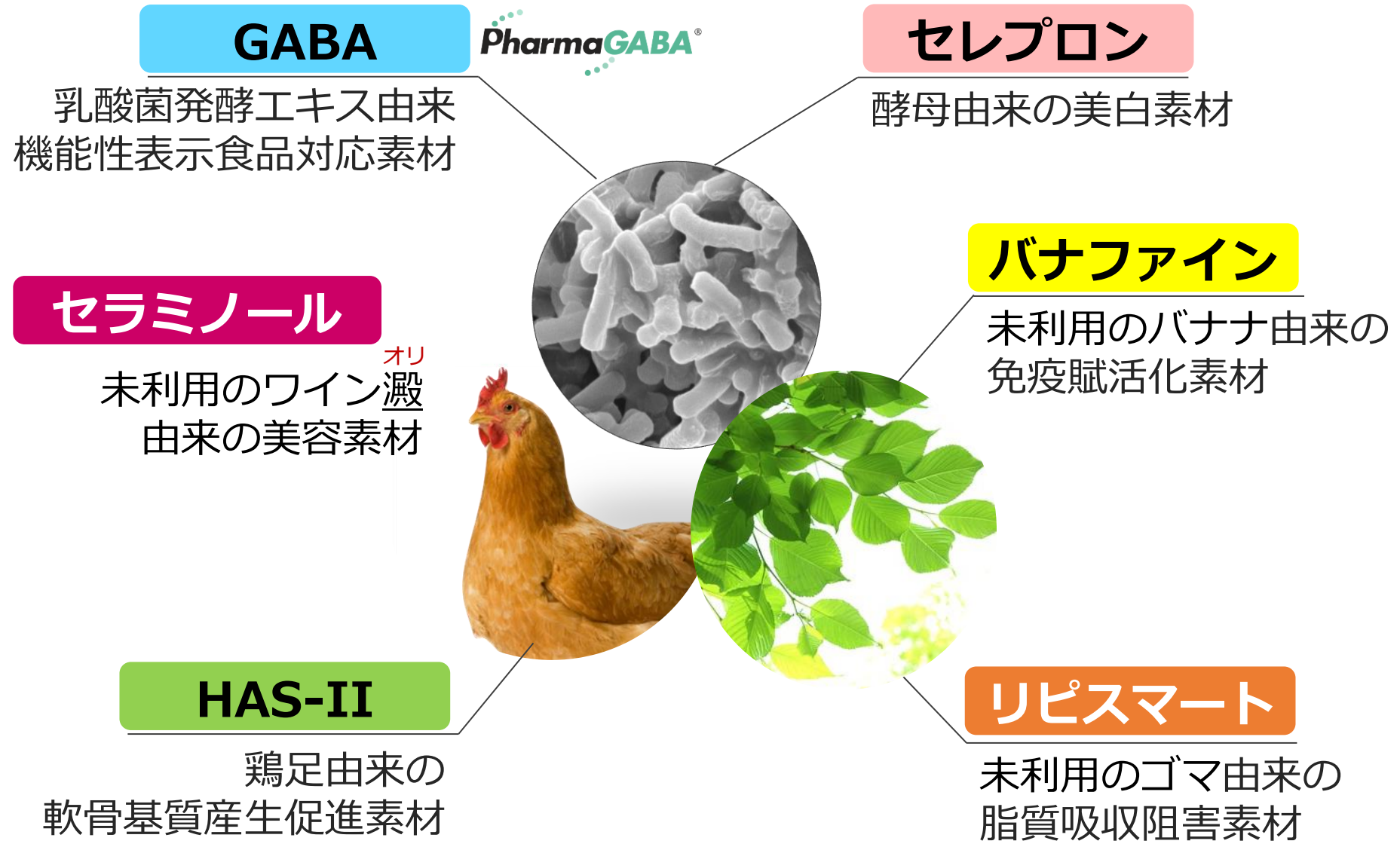
タマゴ基地®
TAMAGOKICHI

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



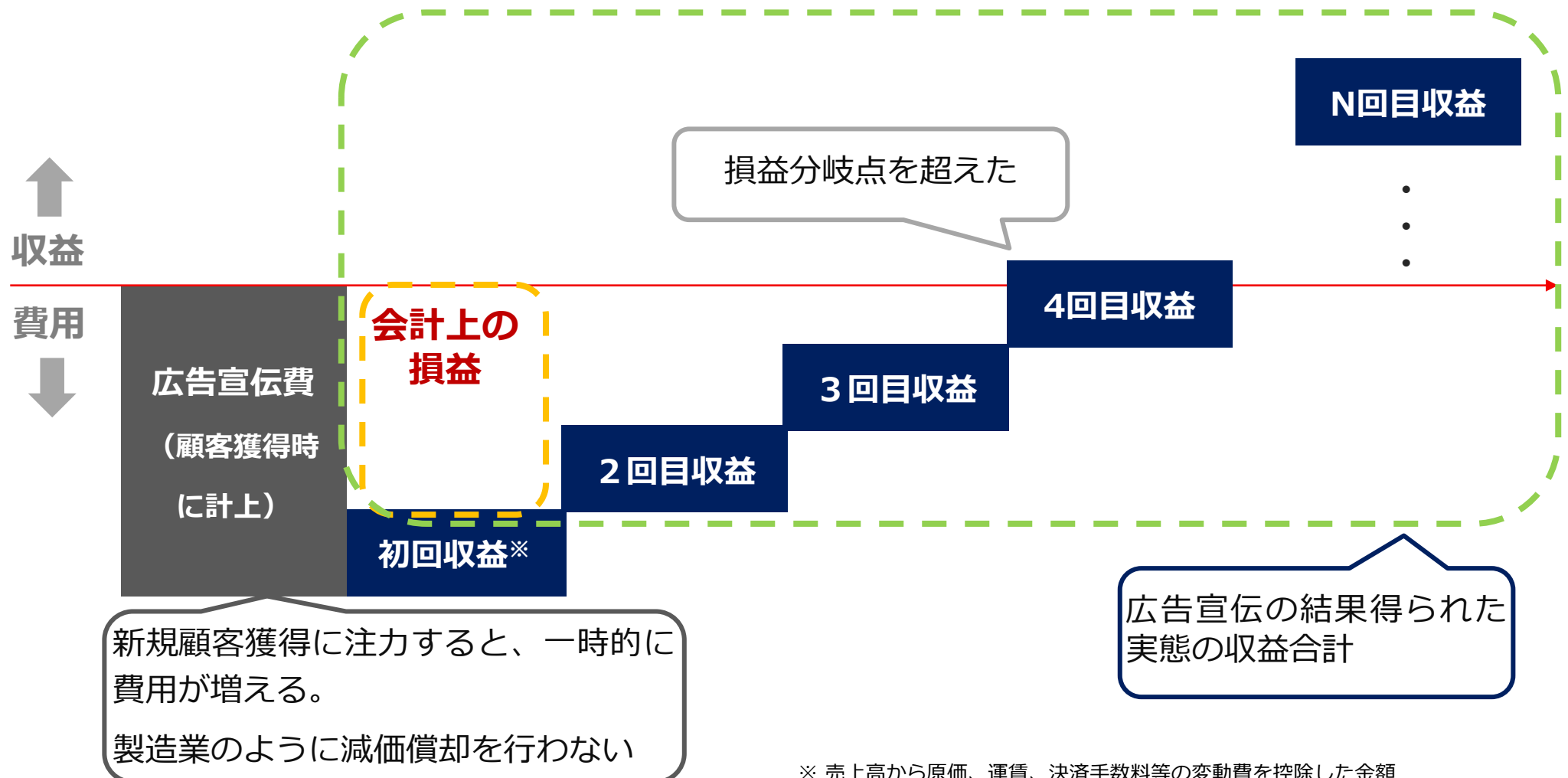
医薬品・医薬部外品



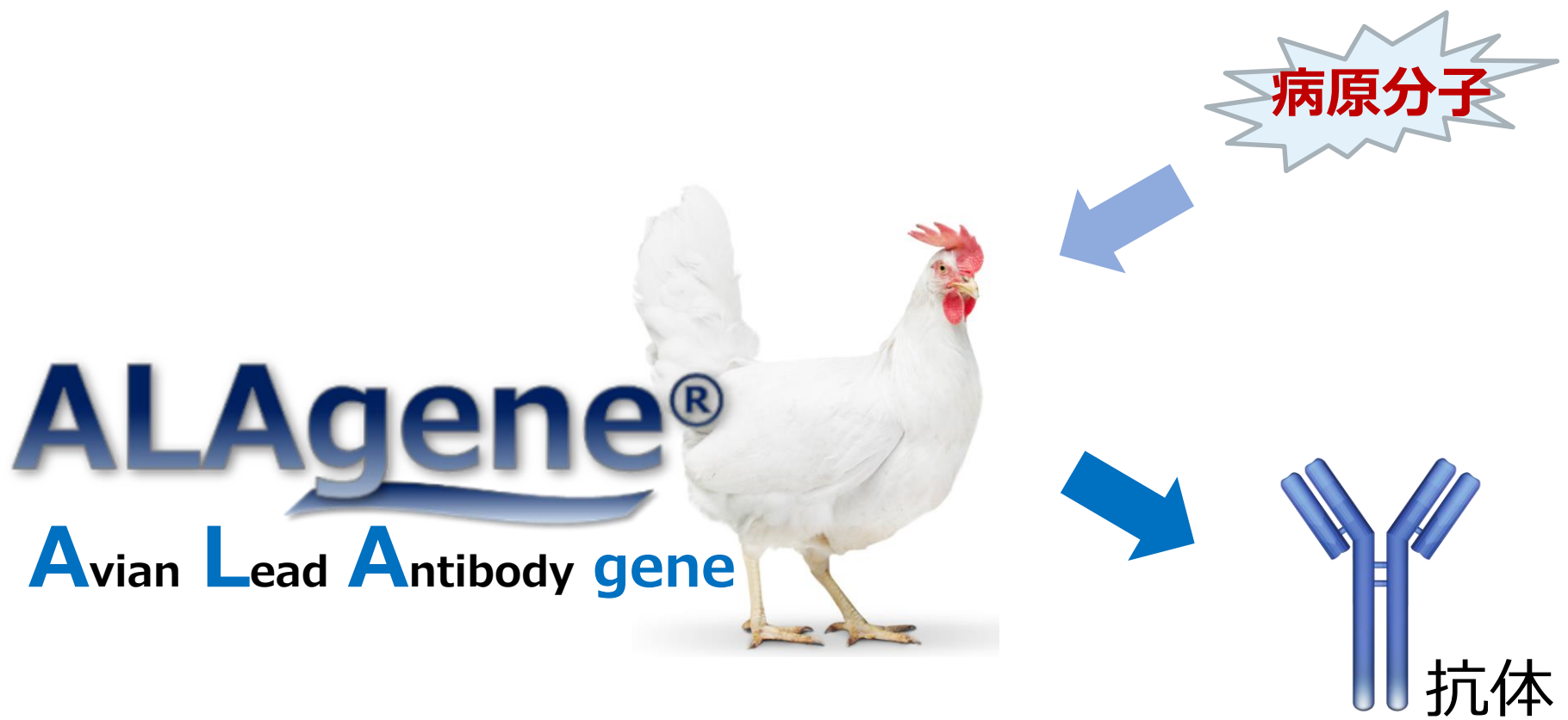
通信販売事業の収益構造

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



“ニワトリ”から抗体医薬品を作る



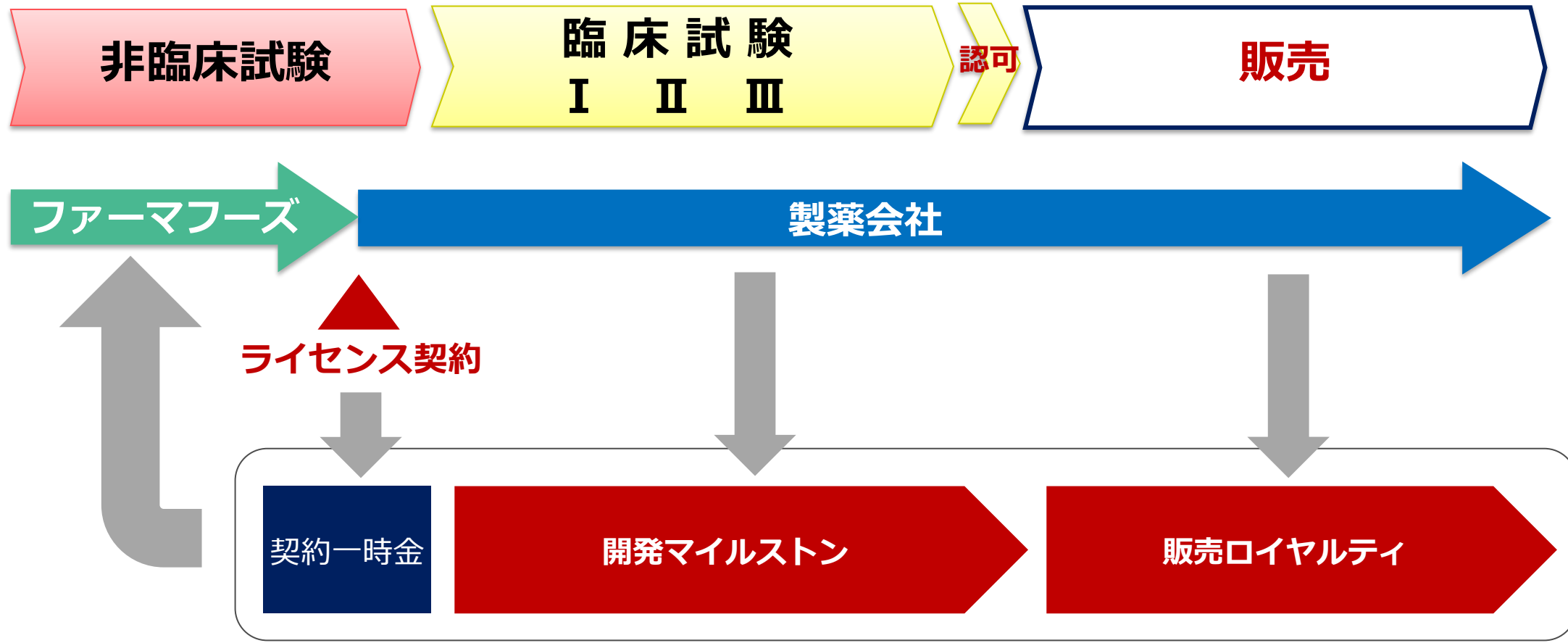
1
作製困難抗体

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



連結損益計算書

(百万円)

	2019/7					2020/7					2021/7				
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計
売上高	2,575	2,612	2,680	2,664	10,532	3,090	3,361	4,660	4,240	15,353	8,387	12,005	13,355	13,003	46,752
売上原価	469	467	469	589	1,996	701	630	962	883	3,178	1,341	1,760	1,960	1,965	7,027
売上総利益	2106	2,145	2,210	2,074	8,536	2,389	2,731	3,697	3,356	12,175	7,045	10,245	11,394	11,038	39,724
販管費	2,497	2,042	2,042	1,377	7,960	3,174	3,532	2,369	2,359	11,435	8,474	8,898	8,679	7,998	34,051
(内 広告宣伝費)	1,734	1,310	1,269	611	4,926	2,296	2,455	1,340	1,282	7,376	6,618	6,538	6,207	5,495	24,860
営業利益	▲391	103	167	696	576	▲784	▲800	1,328	997	740	▲1,428	1,346	2,714	3,040	5,673
営業外収益	30	13	15	16	75	19	11	27	11	69	25	14	57	16	114
(内 補助金収入)	12	14	7	1	36	6	8	19	0	34	2	8	23	4	38
営業外費用	2	3	1	7	14	1	21	2	▲5	20	2	4	6	5	20
経常利益	▲362	113	181	705	636	▲767	▲810	1,353	1,014	788	▲1,405	1,356	2,765	3,050	5,767
親会社株主に帰属する当期純利益	▲382	135	173	572	499	▲782	▲753	1,341	885	690	▲1,427	980	2,000	2,287	3,841

連結貸借対照表

(百万円)

	2019/7	2020/7	2021/7
流動資産	6,887	7,437	17,933
固定資産	1,843	2,659	3,010
有形固定資産	954	1,768	1,808
無形固定資産	238	198	185
その他	649	691	1,016
資産合計	8,731	10,096	20,944
流動負債	2,337	2,837	10,978
固定負債	2,077	2,350	1,499
負債合計	4,415	5,188	12,478
株主資本	4,302	4,895	8,455
資本金	2,032	2,033	2,038
資本剰余金	1,811	1,812	1,817
利益剰余金	459	1,048	4,599
その他	13	12	10
純資産合計	4,315	4,907	8,465
負債・純資産合計	8,731	10,096	20,944