COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

企業調査レポート

ファーマフーズ

2929 東証プライム市場

企業情報はこちら>>>

2022年5月12日(木)

執筆:客員アナリスト **水田雅展**

FISCO Ltd. Analyst Masanobu Mizuta







2929 東証プライム市場

ファーマフーズ 2022 年 5 月 12 日 (木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

■目次

□要約	
1. 会社概要	
2. 2022 年 7 月期第 2 四半期累計の業績概要	
3. 2022 年 7 月期の業績見通し	
4. 成長戦略	
■会社概要	
1. 会社概要	
2. 沿革	
事業概要—————————————	
1. BtoB 事業······	
2. BtoC 事業	
3. バイオメディカル事業	
4. リスク要因・収益特性と対策	
■業績動向	
1. 2022 年 7 月期第 2 四半期累計の業績概要	
2. セグメント別動向	
3. 財務状況·····	
■今後の見通し――――――――――――――――――――――――――――――――――――	
1. 2022 年 7 月期の業績見通し	
2. セグメント別見通し	
■成長戦略	
1. 新製品創造	
2. 新市場創造	
3. 新組織創造	
■株主還元策 ————————————————————————————————————	
I FSC 、SDCc への取り組み	
■ ESG・SDGs への取り組み──────	



2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

■要約

「医薬」と「食」の融合からなる 「ファーマフーズ」を目指すバイオテクノロジー企業

ファーマフーズ <2929> は、人々の健康に貢献することを経営の基本方針に掲げ、「医薬」(Pharmaceuticals)と「食」(Foods)の融合からなる「ファーマフーズ」(pharmafoods)を目指すバイオテクノロジー企業である。 天然由来の原料にこだわり、科学的根拠に基づいた独自の技術及び製品を提供することで、健康維持と生活の質(Quality of Life)の向上に役立つ機能を明確に持つ食品素材を創造している。

1. 会社概要

同社は「Bio Business Triangle」をコンセプトとして、バイオテクノロジーを基軸に、「機能性素材(Bio seeds)」「バイオメディカル(Bio medical)」「通信販売(Bio value)」の 3 事業を展開している。事業展開としては、「機能性素材」で収益基盤を構築し、事業の裾野を拡大し、「通信販売」で機能性素材の技術シーズを基に事業基盤の拡大を図り、これらの技術や収益を基盤にして「バイオメディカル」を推進している。なお、グループ全体の事業内容を適切に表現するために、2022 年 7 月期第 2 四半期よりセグメント区分及び名称を変更し、「BtoB 事業」「BtoC 事業」「バイオメディカル事業」へ変更した。BtoB 事業は、機能性素材製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しており、主力製品は「ファーマギャバ®」となる。BtoC 事業は、同社独自の機能性素材を配合したサプリメント及び医薬部外品並びに化粧品を通信販売しており、主力製品は育毛・発毛促進剤「ニューモ®育毛剤」となる。バイオメディカル事業は、同社独自のニワトリ由来抗体作製技術「ALAgene® technology(アラジンテクノロジー)」及びニワトリ卵黄由来の生理活性ペプチド開発技術を用いた創薬事業を行っている。

2.2022年7月期第2四半期累計の業績概要

2022年7月期第2四半期累計の連結業績※は、売上高が前年同期比41.3%増の28,821百万円、営業利益が2,032百万円(前年同期は81百万円の損失)、経常利益が2,105百万円(同49百万円の損失)、親会社株主に帰属する四半期純利益が1,561百万円(同446百万円の損失)となり、第2四半期累計として過去最高の売上高及び利益となった。また期初計画比についても、売上高で3.5%増、営業利益で83.4%増、経常利益で88.1%増、親会社株主に帰属する四半期純利益で191.8%増と好調に推移した。広告宣伝費は前年同期比18.7%増、研究開発費は同47.1%増と積極投資を継続したものの、BtoC事業が好調に推移したことにより投資と利益回収の両立を実現した。セグメント別では、2021年8月に連結子会社化した明治薬品(株)の5.5ヶ月分(2021年8月16日~2022年1月31日)の売上・損益を第2四半期に上乗せした結果、BtoB事業が大幅な増収増益となったほか、育毛・発毛促進剤「ニューモ®育毛剤」が引き続き好調に推移したことに加え、2022年7月期より販売を開始したまつ毛美容液「まつ毛デラックスWMOA(ウモア)」等の新商品の売上拡大が寄与した結果、BtoC事業が好調に推移した。

^{※ 2022} 年 7 月期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しており、2022 年 7 月期第 2 四半期累計業績は当該会計基準等を適用した後の数値となる。なお、業績への影響は軽微であることから、前年同期比は当該会計基準等適用前の数値との比較となっている。



2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

要約

3. 2022 年 7 月期の業績見通し

2022 年 7 月期の連結業績**については期初計画を据え置き、売上高で前期比 29.7% 増の 60,631 百万円、営業利益で同 1.8% 増の 5,773 百万円、経常利益で同 0.4% 増の 5,788 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 4.7% 増の 4,021 百万円を見込んでいる。引き続き BtoC 事業が好調に推移する見込みであることに加え、2021 年 8 月に子会社化した明治薬品の新規連結も寄与することから、2 ケタ増収としている。一方、利益面では、広告宣伝や研究開発への積極投資を継続することにより横ばいの予想としている。通期予想に対する進捗率については、売上高で 47.5%、営業利益で 35.2%、経常利益で 36.4%、親会社株主に帰属する当期純利益で 38.8%であるものの、これは通期予想が下期偏重の計画となっていることによる。広告宣伝費を上期に重点的に投資し、下期は定期顧客の増加や広告宣伝費のコントロールを想定している。当第 2 四半期累計業績は過去最高の売上高及び利益であったこと、売上高・利益ともに期初計画を超過して着地したことを考慮すれば、通期予想は達成可能と弊社では見ている。ただし、同社の広告宣伝の戦略上、注力商品へ極めて大胆に費用を投入することも考慮しておく必要があり、その場合はさらなる成長への自信の表れと言えるであろう。

※ 2022 年 7 月期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しており、業績予想は当該会計基準等を適用した後の数値となる。なお、業績への影響は軽微と予想していることから、前期比は当該会計基準等適用前の数値との比較となっている。

4. 成長戦略

同社は「中期経営計画 2026」を策定し、中期経営目標として「新価値(新製品、新市場、新組織)創造への取り組みによって 1K(売上高 1,000 億円企業)を目指す」を掲げた。また数値目標としては、2026 年 7 月期に売上高 1,000 億円(既存事業の成長で 700 億円、新価値創造※で 300 億円)を目指している。ヒット商品となった「ニューモ® 育毛剤」が牽引して 2021 年 7 月期業績が好調に推移したこともあり、市場の一部には 2022 年 7 月期以降の反動や成長鈍化を懸念する声があるものの、新製品・新市場創造や積極的な事業展開により、さらなる成長の可能性を秘めていると弊社では期待している。

※自社ブランド製品、OEM・ODM、越境 EC、創薬新規導出、アグリ、化成品、医薬品通販、化粧品モール販売、健康機器を挙げている。

Key Points

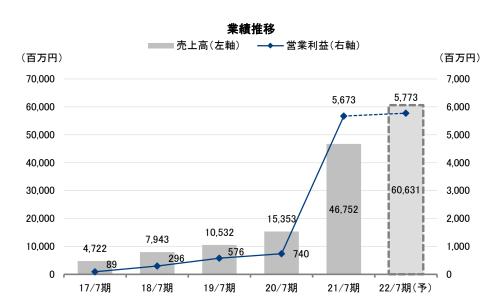
- ・「医薬」と「食」の融合からなる「ファーマフーズ」を目指すバイオテクノロジー企業
- ・2022 年 7 月期第 2 四半期累計業績は、第 2 四半期累計として過去最高の売上高及び利益を達成。 通期計画達成の可能性は高い
- ・新価値創造への取り組みにより、2026年7月期に売上高1,000億円を目指す



2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

要約



注:22/7 期より「収益認識に関する会計基準」等を適用

出所:決算短信よりフィスコ作成

■会社概要

健康維持と生活の質の向上に役立つ機能を明確に持つ食品素材を創造

1. 会社概要

同社は、人々の健康に貢献することを経営の基本方針に掲げ、「医薬」(Pharmaceuticals)と「食」(Foods)の融合からなる「ファーマフーズ」(Pharma Foods)を目指すバイオテクノロジー企業である。天然由来の原料にこだわり、科学的根拠に基づいた独自の技術及び製品を提供することで、健康維持と生活の質の向上に役立つ機能を明確に持つ食品素材を創造している

2022年7月期第2四半期末時点で、本社所在地は京都市西京区、グループは同社及び連結子会社4社((株)ファーマフーズコミュニケーション、(株)フューチャーラボ、(株)メディラボ、明治薬品(株))及び持分法適用関連会社1社(ベナート(株))で構成されている。なお、ファーマフーズコミュニケーションはBtoC事業のコールセンター業務、フューチャーラボ及びメディラボは化粧品の販売、明治薬品は医薬品・医薬部外品製造販売、ベナートは自然エネルギー事業を行っている。また、明治薬品は2021年8月に完全子会社化し、2022年7月期第2四半期より連結対象となり、業績に寄与している。

2022 年 7 月期第 2 四半期末時点の総資産は 26,774 百万円、純資産は 9,199 百万円、資本金は 2,041 百万円、自己資本比率は 34.4%、発行済株式数は 29,071,500 株 (自己株式 50,053 株含む) である。





2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

会社概要

2. 沿革

同社は、1997年9月に機能性食品素材の開発・販売を目的に(株)ファーマフーズ研究所として設立し、2004年10月に商号を(株)ファーマフーズに変更した。主な機能性素材製品については、2001年9月にギャバ含有素材「ファーマギャバ®」を発売、2012年8月には通信販売ブランド「タマゴ基地®」を開始し「iHA®」配合サプリメント「タマゴサミン®」を発売、2018年11月には「HGP®(Hair Growth Peptide)」配合の医薬部外品「ニューモ®育毛剤」を発売した。

M&A・アライアンス関係では、2021 年 3 月に三洋化成工業 <4471> と資本業務提携、2021 年 7 月にロート 製薬 <4527> と資本業務提携、2021 年 8 月には認知機能診断アプリ開発の(株)アイ・ブレインサイエンスに 出資したほか、明治薬品を完全子会社化した。2021 年 12 月には、オンキヨー(株)と業務提携し補聴器事業 へ新規参入した。また、2022 年 4 月にはタンパク質解析で国内トップレベルの実績・技術力を誇る(株)アン テグラルのバイオサイエンス事業を吸収分割により承継した。

株式関係では、2006年6月に東京証券取引所(以下、東証)マザーズに株式上場、2016年12月に同市場第2部に市場変更、2021年2月に同市場第1部指定となった。また、2022年4月からの東証市場区分の見直しに伴い、プライム市場へ移行した。



2022年5月12日(木)

ttps://www.pharmafoods.co.jp/ir

会社概要

沿革

年月	項目
1997年 9月	機能性食品素材の開発・販売等を目的として、株式会社ファーマフーズ研究所を設立
2001年 5月	ヘリコバクター・ピロリ鶏卵抗体「オボプロン®」発売
2001年 9月	ギャバ含有素材「ファーマギャバ®」発売
2003年10月	カテキン含有素材「ファーマフーズおいしいカテキン TM」発売
2004年10月	商号を株式会社ファーマフーズに変更
2005年 3月	α - リポ酸含有素材「ファーマリポ酸™」発売
2006年 6月	東京証券取引所マザーズに株式上場
2006年10月	卵白ペプチド素材「ランペップ ®」発売
2007年 4月	鶏卵抗体による血液浄化療法分野での研究開発事業と検査薬・試薬への事業展開を目的として、(株)広島バイオメディカル設立(同社出資比率 49%)
2010年 2月	LSI(Life Science Information)部門での受託研究業務を推進すべく、LSI 事業部設置
2012年 2月	通信販売事業開始
2012年 7月	ヒアルロン酸産生促進成分「iHA®」発売 再生可能エネルギー分野への進出を目的として、太陽光発電事業を行うペナート(株)へ出資し関連会社化(同社 持株割合 33.3%)
2012年 8月	通信販売ブランド「タマゴ基地®」を開始し、「iHA®」配合サプリメント「タマゴサミン®」発売
2012年10月	ベナートの株式を一部譲受(同社持株割合 50%、現 持分法適用関連会社)
2013年 9月	創薬事業への本格展開を目的として、広島バイオメディカルを吸収合併し、バイオメディカル事業部を発足
2014年 9月	通信販売ブランド「タマゴ基地®」の自社コールセンターを開設
2015年 5月	品質マネジメントシステム「ISO9001」認証取得
2015年 8月	健康食品及び化粧品のコールセンター業務を目的として、(株) ファーマフーズコミュニケーションを設立 (2018年 12 月完全子会社化、現 連結子会社)
2015年12月	悪性腫瘍治療抗体薬開発に関して国立研究開発法人国立がん研究センターと共同研究開始
2016年11月	通信販売事業拡大を目的として、(株)フューチャーラボを子会社化(現 連結子会社)
2016年12月	東京証券取引所市場第2部に市場変更
2017年 9月	コールセンター業務拡大を目的として、ファーマフーズコミュニケーションが(株)ファーマフーズコミュニケー ション東海を吸収合併
2018年10月	田辺三菱製薬(株)と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を締結
2018年11月	「HGP®」配合の医薬部外品「ニューモ®育毛剤」発売
2020年 8月	コールセンター業務拡大を目的として、ファーマフーズコミュニケーションが (同)fit コール東海を吸収合併
2021年 1月	田辺三菱製薬と自己免疫疾患に対する開発候補抗体について独占的ライセンス契約を締結
2021年 2月	東京証券取引所市場第1部に指定
2021年 3月	三洋化成工業(株)と資本業務提携
2021年 7月	ロート製薬(株)と資本業務提携
2021年 8月	認知機能診断アプリ開発の(株)アイ・プレインサイエンスに出資 医薬品・医薬部外品製造販売の明治薬品(株)を完全子会社化
2021年 9月	三洋化成工業と「アグリ・ニュートリション基本計画」を策定
2021年12月	オンキヨー(株)と業務提携し、補聴器事業に参入 卵殻膜を用いた新たなアップサイクル事業に参入
2022年4月	(株)アンテグラルを吸収分割し、バイオサイエンス事業を承継 東京証券取引所の市場区分見直しに伴いプライム市場へ移行

出所:有価証券報告書、会社リリースよりフィスコ作成



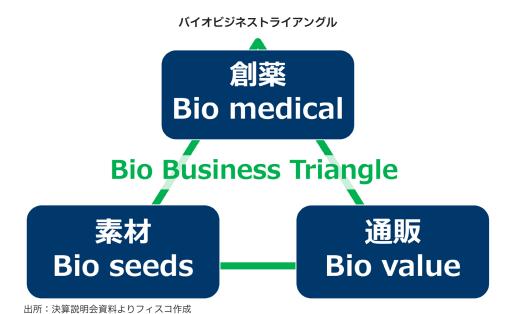
2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

■事業概要

2022 年 7 月期第 2 四半期よりセグメント区分及び名称を変更。 BtoB 事業、BtoC 事業、バイオメディカル事業を展開

同社は「Bio Business Triangle」をコンセプトとして、バイオテクノロジーを基軸に、「機能性素材(Bio seeds)」「バイオメディカル(Bio medical)」「通信販売(Bio value)」の3事業を展開している。事業展開としては、「機能性素材」で収益基盤を構築し、事業の裾野を拡大し、「通信販売」で機能性素材の技術シーズを基に事業基盤の拡大を図り、これらの技術や収益を基盤にして「バイオメディカル」を推進している。なお同社は、研究開発・マーケティング・営業及び製造方法・生産工程の確立や衛生管理面の確認等を行い、製品の生産を社外の協力工場に委託するファブレス企業である。



同社はグループ全体の事業内容を適切に表現するために、2022 年 7 月期第 2 四半期よりセグメント区分及び名称を変更している。セグメント名称は、従来の「機能性素材事業」「通信販売事業」「バイオメディカル事業」から「BtoB 事業」「BtoC 事業」「バイオメディカル事業」へ変更した。さらに、2022 年 7 月期第 2 四半期より明治薬品の業績が含まれることに伴い、セグメント区分を、従来の「製品及びサービス」別による方法から、「製

品及びサービス」並びにその「販売ルート別」による方法へと見直しを行った。

セグメント区分及び名称の変更

旧区分	新区分	主な変更点			
機能性素材事業	BtoB 事業	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	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	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			

出所:決算説明会資料よりフィスコ作成



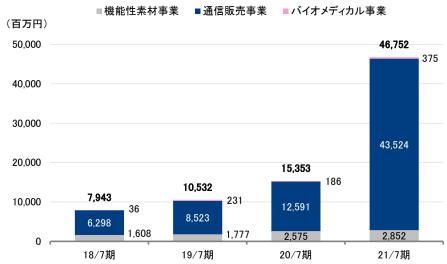
2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

事業概要

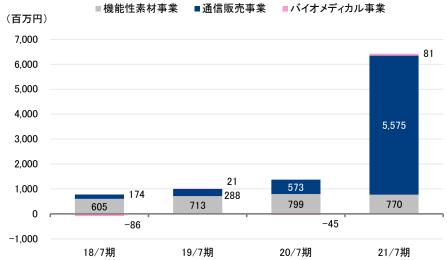
直近 5 期間(2018 年 7 月期~ 2021 年 7 月期)のセグメント別売上高及び営業利益については、機能性素材事業は採用企業の増加に伴って売上高、営業利益とも順調に拡大している。通信販売事業は 2018 年 11 月発売の「ニューモ® 育毛剤」がヒット商品となり、全体の収益に大きく寄与している。バイオメディカル事業は開発段階であり、共同研究やライセンス供与に係る一時金収入を都度売上計上している。

セグメント別売上高推移



出所:決算短信よりフィスコ作成

セグメント別営業損益推移



注:19/7 期から全社費用及びのれん償却額を調整額として表示する方法に変更。18/7 期は変更後に換算出所:決算短信よりフィスコ作成



2022年5月12日(木)

イム市場 https://www.pharmafoods.co.jp/ir

事業概要

BtoB 事業の主力製品「ファーマギャバ®」は GABA 生産トップシェア

1. BtoB 事業

BtoB 事業は、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している。主な機能性素材製品としては、「ファーマギャバ®」「ボーンペップ®」「Cerepron®(セレプロン)」「ランペップ®」「ファーマバイオミックス」「HGP®」「iHA®」「モリンガ」などがある。また、新規の製造・販売チャネルとして、明治薬品が手掛ける医薬品製造受託の「CMO※1事業」及び機能性食品・医薬品等のドラッグストアチャネル等での販売を行う「CHC※2事業」が 2022 年 7 月期第 2 四半期より含まれる。

 $^{**\,1}$ Contract Manufacturing Organization の略で、医薬品製造受託機関のこと。

核酸の合成

未利用の卵殻膜由来の

肌改善美容素材

"タマゴ"から食品・化粧品の機能性素材を探索

出所:決算説明会資料より掲載

^{※2} Consumer Health Care の略で、ドラッグストアでの医薬品及び機能性食品等の販売のこと。

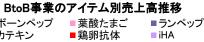


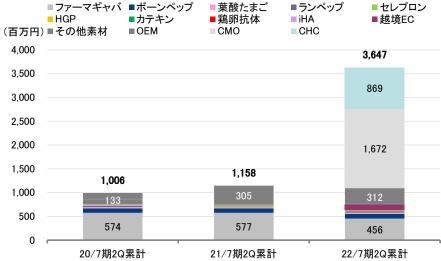


2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

事業概要





注: CMO 及び CHC は明治薬品の 2021 年 8 月 16 日~ 2022 年 1 月 31 日の売上

出所:決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) ファーマギャバ®

「ファーマギャバ®」は同社の主力商品である。GABA は動植物や微生物で生産される非タンパク系のアミノ 酸の一種で、脳内で抑制系の神経伝達物質として働くと言われている。同社は GABA 生産乳酸菌を食品中よ り分離し、醗酵法によって GABA を生産する方法を確立し、「ファーマギャバ®」として販売している。「ファー マギャバ®」は「ストレス緩和」「疲労感の軽減」「血圧の改善」及び「睡眠の質の改善」などの機能性表示に 対応可能で、機能性表示食品への採用が拡大している。機能性表示食品制度における GABA 届出件数は 2022 年 1 月末時点で 625 件(同社調べ)とトップの採用実績を維持しており、食品メーカーによる GABA の採用 拡大がトップシェアである同社の「ファーマギャバ®」の受注拡大につながっている。

また、「筋肉量増加」「認知機能改善」及び「肌弾力の改善」等の効果も見出しており、「ファーマギャバ®」 のエビデンス強化を推進している。そのほか海外にも展開しており、北米、中国等で積極的に営業活動を行い、 採用が拡大している。「ファーマギャバ®」はハラール認証を取得したことから、イスラム教徒の多い東南ア ジア圏への営業も本格化する予定だ。

(2) ボーンペップ®

「ボーンペップ®」は卵黄タンパク由来の機能性素材で、骨の成長を促す成分として開発された。代表的な採 用商品として、ロート製薬の「セノビック」がある。

(3) Cerepron®

「Cerepron®」は酵母由来の機能性素材で、美白効果が期待できる「食べる美白素材(活性酵母エキス末)」 である。特に海外市場では美白に対するニーズが高まっており、東南アジアを中心に採用が拡大している。

https://www.fisco.co.jp

ファーマフーズ | 2022 年 5 月 12 日 (木)

2929 東証プライム市場 https://www.pharmafoods.co.jp/ir

事業概要

(4) ランペップ®

「ランペップ®」は卵白タンパク由来の機能性素材で、血管拡張、血流改善効果を有する成分として開発された。 血流改善や運動疲労軽減に関わる製品、ダイエット関連製品、男性機能改善製品に採用されている。

(5) ファーマバイオミックス

「ファーマバイオミックス」は葉酸強化卵が生産可能な飼料用サプリメントである。国内では JA 全農たまご (株)の「しんたまご」「赤いしんたまご」に、海外では韓国 Pulmuone Co., Ltd. (プルムウォン)の機能性 卵に採用されている。

(6) HGP®

「HGP®」は卵黄タンパク由来の機能性素材で、発毛・育毛を促す成分として開発された。経口摂取により効 果を実証する研究結果が得られており、国内のメーカー等で採用が進んでいる。

(7) iHA®

「iHA®」は卵黄タンパク由来の機能性素材で、ヒアルロン酸産生を促す成分として開発された。動物試験に おいて効果を実証する研究結果が得られており、同社通信販売及び国内メーカーの商品に採用が進んでいる。

(8) モリンガ

「モリンガ」はスーパーフードとして知られており、古来よりインド医学のアーユルヴェーダで生薬として使 用されている。抗老化作用があるという研究結果が得られており、食品・サプリメントでの採用・商品化が進 んでいる。

(9) OEM 事業

OEM 事業では、各種機能性素材の販売のほか、受託生産の OEM だけでなく機能性素材の開発で培ったエビ デンスを生かした OEM 事業として、健康食品やサプリメント等の企画・販売を、国内及び海外で進めている。 今後は注力分野として自社製品の OEM 事業拡大を目指す。

(10) CMO 事業

CMO 事業では、明治薬品が製薬会社から医療用医薬品及び OTC 医薬品の製造を受託している。 国内ジェネ リック業界は、複数の企業で法令違反を原因とする業務停止処分が相次いだことから、同社への製造の引き合 いが増加傾向にある。

(11) CHC 事業

CHC 事業では、明治薬品が同社ブランド製品をドラッグストア等流通向けに販売を行っている。近年では越 境 EC 代理店向けが成長している。



2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

事業概要

BtoC 事業は「ニューモ®育毛剤」を主力に製品ラインナップを拡充

2. BtoC 事業

BtoC 事業は、「発明企業の通販事業」として、同社独自の機能性素材を配合したサプリメント及び医薬部外品(「タマゴ基地®」ブランド)並びに化粧品(「フューチャーラボ」ブランド等)の商品を販売している。販売形態は、通信販売方式による消費者への直接販売またはショッピング専門チャンネルへの卸売販売となる。また、2022年7月期第2四半期より明治薬品の新事業「リピート通販事業」を新たに追加した。

主な製品としては、「iHA®」配合の膝関節用サプリメント「タマゴサミン®」や医薬部外品育毛・発毛促進剤「ニューモ®育毛剤」、化粧品では活性卵殻膜配合の化粧品クリーム「珠肌ランシェル®」「珠肌のうみつ®」や角質ピーリングゲル「デルマQII®」などがある。 2021 年 2 月には、医薬品通販市場参入第 1 弾として第 3 類医薬品「ハス V (ハスファイブ)」の販売も開始した。このほか、クロスセル販売でロート製薬のアイケアサプリメント「ロート V5 粒アクトビジョン」等を 2022 年 7 月期より展開している。

アイテム別では、育毛・発毛促進剤「ニューモ®育毛剤」が発売からわずか 2 年でヘアケア市場における売上 NO.1 を達成するヒット商品となったことで、全体の収益に大きく寄与している。また化粧品分野では、永久白 髪染毛剤「ヘアボーテ® エクラ ボタニカルエアカラーフォーム」(医薬部外品)の売上も急拡大している。このほか、2022 年 7 月期より販売を開始したまつ毛美容液「まつ毛デラックス WMOA」や、「ロート V5 粒アクトビジョン」等のクロスセル販売も好調に推移している。

BtoC 事業のアイテム別売上高



なお、BtoC 事業の収益構造については、広告宣伝費と売上高の発生時期が異なる構造となっているため、注意が必要である。具体的には、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ているため、新規顧客獲得に注力すると一時的に費用が増えることになる。



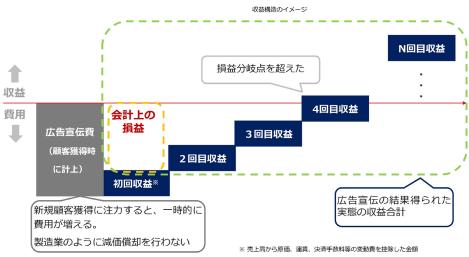
ファーマフーズ

2022年5月12日(木)

2929 東証プライム市場 https://www.pharmafoods.co.jp/ir

事業概要

BtoC 事業の収益構造



出所:決算説明会資料より掲載

独自技術「ALAgene® technology」を用いた創薬事業を展開

3. バイオメディカル事業

バイオメディカル事業は、同社独自の二ワトリ由来抗体作製技術「ALAgene® technology」及び二ワトリ卵黄由来の生理活性ペプチド開発技術を用いた創薬事業を行っている。また、2022 年 4 月 1 日付で吸収分割が完了したアンテグラルの「プロテオーム解析事業」を新たに追加した。

「ALAgene® technology」は、従来技術では作製困難な創薬ターゲット分子に対する抗体作製を可能とする同社の基盤技術である。この技術を用いて「自己免疫疾患」「悪性腫瘍」を対象疾患とした抗体医薬の研究開発を行っている。また、同社が開発したニワトリ卵黄由来のペプチド「リプロタイト®」は、骨形成に関与する生理活性物質として単離・同定に成功したペプチドであり、重要なパイプラインの1つとして開発を進めている。

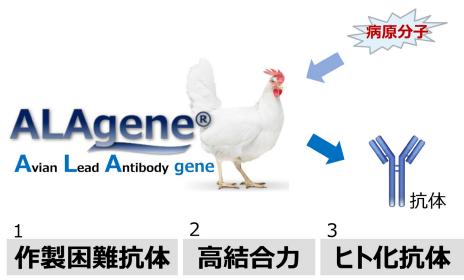


2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

事業概要

"ニワトリ"から抗体医薬品を作る



出所:決算説明会資料より掲載

また、機能性素材全般に関わる研究開発から得られた技術等を基に、外部企業からの分析・効能評価試験等を受託する LSI (Life Science Information) 事業も行っている。同社の技術力を有効活用し、機能性に関するデータ取得やその分析、各種素材の成分分析、精製品の作成依頼等、食品を中心とした各メーカーの研究開発をサポートしている。

ビジネスモデルとしては、非臨床試験までは同社で開発を進め、臨床試験以降の開発候補抗体の製造、開発及び販売をライセンス供与した製薬企業が行うことで、共同研究一時金、契約一時金、開発マイルストン、上市後の販売ロイヤルティ、販売マイルストンなどのライセンス収入を得る。「自己免疫疾患プロジェクト」においては、2018 年 10 月より 2 年間、田辺三菱製薬と抗体医薬に関する共同研究を推進した結果、2021 年 1 月に独占的ライセンス契約を締結した。

4. リスク要因・収益特性と対策

リスク要因としては、競合、製品開発・技術革新への対応遅れ、特定製品への依存度、医薬品医療機器等法(薬機法)や食品衛生法等の法的規制、個人情報保護などが挙げられる。

競合については、BtoB 事業で主力の「ファーマギャバ®」が GABA 生産でトップシェアであることなどから、 当面は競合激化の懸念は小さい。





ファーマフーズ | 2022 年 5 月 12 日 (木)

2929 東証プライム市場 https://www.pharmafoods.co.jp/ir

事業概要

BtoC 事業は消費者の嗜好や購買行動の影響を受け、広告宣伝費の増大と売上計画からの下振れ、特定製品への 依存度の高さなどがリスク要因となる。現状は育毛・発毛促進剤「ニューモ®育毛剤」への依存度が高いものの、 まつ毛美容液「まつ毛デラックス WMOA」や独自素材エッグプラセンタ ® 美容液など、新製品の開発を積極的 に推進し、製品ラインナップを拡充することで依存度リスクの低減を図る方針だ。また、売上や CPO ※の動向 を見ながら広告宣伝費を流動的にコントロールすることで、広告宣伝費負担リスクの低減を図っている。なお、 BtoC 事業においては、期の前半に広告宣伝を重点的に実行し、後半に定期顧客のリピート購入が増加するため、 売上高・利益とも下期偏重の収益特性を強めている。

** Cost Per Order の略で、顧客 1 件を獲得するために要した広告宣伝費のこと。

バイオメディカル事業においては、新薬の開発から上市までに長期間を要するため、将来の不確実性(開発遅延 や中止など)リスクが存在する。これに対して同社は、事業推進の際に市場性や実用化の可能性などに関して慎 重な判断を行い、長期間における事業計画を策定している。

■業績動向

2022年7月期第2四半期累計業績は、 第2四半期累計として過去最高の売上高及び利益を達成

1.2022年7月期第2四半期累計の業績概要

2022 年 7 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比 41.3% 増の 28,821 百万円、営業利益が 2,032 百万円(前年同期は81百万円の損失)、経常利益が2,105百万円(同49百万円の損失)、親会社株主に帰属す る四半期純利益が 1,561 百万円(同 446 百万円の損失)となり、第2四半期累計として過去最高の売上高及び 利益となった。また期初計画比についても、売上高で 3.5% 増、営業利益で 83.4% 増、経常利益で 88.1% 増、 親会社株主に帰属する四半期純利益で191.8% 増と好調に推移した。なお、2022 年 7 月期の期首より「収益認 識に関する会計基準」等を適用しており、2022 年 7 月期第 2 四半期累計で売上高が 35 百万円減少、売上原価 が18百万円減少、営業利益、経常利益、税金等調整前四半期純利益がそれぞれ16百万円減少している。

https://www.fisco.co.jp

ファーマフーズ

2022年5月12日(木)

2929 東証プライム市場 https://www.pharmafoods.co.jp/ir

業績動向

2022年7月期第2四半期累計業績

(単位:百万円)

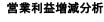
	21/7 期 2Q 累計		22/7 期 2Q 累計				
	実績	構成比	期初計画	実績	構成比	期初計画比	前年同期比
売上高	20,393	100.0%	27,850	28,821	100.0%	3.5%	41.3%
BtoB 事業	1,158	5.7%	-	3,647	12.7%	-	214.8%
BtoC 事業	18,902	92.7%	-	25,159	87.3%	-	33.1%
バイオメディカル事業	332	1.6%	-	14	0.0%	-	-95.7%
売上総利益	17,291	84.8%	-	23,035	79.9%	-	33.2%
販管費	17,373	85.2%	-	21,002	72.9%	-	20.9%
営業損益	-81	-0.4%	1,108	2,032	7.1%	83.4%	-
BtoB 事業	323	27.9%	-	541	14.8%	-	67.5%
BtoC 事業	-235	-1.2%	-	2,070	8.2%	-	-
バイオメディカル事業	174	52.4%	-	-138	-985.7%	-	-
調整額	-344	-	-	-440	-	-	-
経常損益	-49	-0.2%	1,119	2,105	7.3%	88.1%	-
親会社株主に帰属する四半期純損益	-446	-2.2%	535	1,561	5.4%	191.8%	-

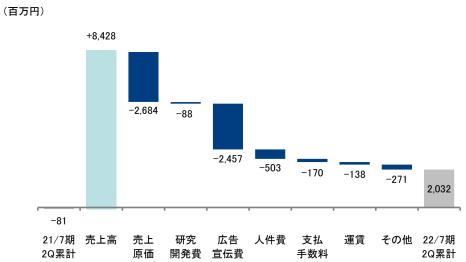
注:22/7期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しており、22/7期2Q累計の各数値は当該会計基準を適用後の数値となる。また、前年同期の各数値は当該会計基準等適用前の数値、増減は当該会計基準等適用前の数値との比較となる。 22/7期2Q累計業績のうち、BtoB事業の売上高は明治薬品の2021年8月16日~2022年1月31日の売上高2,541百万円を

出所:決算短信よりフィスコ作成

含む

広告宣伝費は前年同期比 18.7% 増の 15,614 百万円(うち BtoC 事業で 18.3% 増の 15,561 百万円)となった。商品ラインナップが増えたことで、より投資効率がよい商品へ広告投資を実行できた。研究開発費は同 47.1% 増の 310 百万円と積極投資を継続したものの、BtoC 事業が好調に推移したことにより投資と利益回収の両立を実現した。また、売上総利益は同 33.2% 増、売上総利益率は同 4.9 ポイント低下して 79.9% となった。販管費は同 20.9% 増となったものの、販管費率は同 12.3 ポイント低下して 72.9% となった。これらの結果、各利益は黒字化し、大幅な増益となった。





出所:決算説明会資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレーマー)をお読みください。 Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.



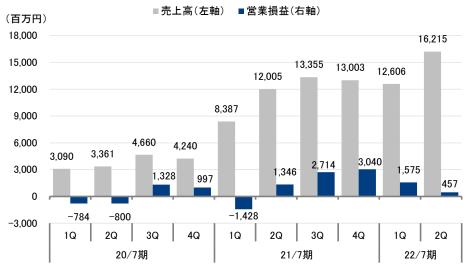
2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

業績動向

四半期別業績推移では、売上高は 2022 年 7 月期第 1 四半期が 12,606 百万円、第 2 四半期が 16,215 百万円、営業利益は 2022 年 7 月期第 1 四半期が 1,575 百万円、第 2 四半期が 457 百万円となっている。これは、明治薬品の 5.5 ヶ月分(2021 年 8 月 16 日~ 2022 年 1 月 31 日)の売上・損益を第 2 四半期に上乗せしたこと、第 2 四半期に研究開発投資、新商品及び主力商品への広告投資、M&A 推進及びアライアンス構築に注力したことが主因である。

四半期業績推移



出所:決算説明会資料よりフィスコ作成

2. セグメント別動向

(1) BtoB 事業

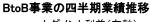
BtoB 事業の売上高は前年同期比 214.8% 増の 3,647 百万円、セグメント利益は 67.5% 増の 541 百万円となった。 既存製品の売上はおおむね横ばいで推移したものの、新規事業である越境 EC が拡大したほか、2021 年 8 月に連結子会社化した明治薬品の 5.5 ヶ月分の売上・損益を第 2 四半期に上乗せしたため、大幅な増収増益となった。

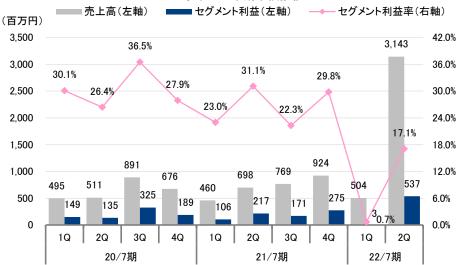


2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

業績動向





出所:決算説明会資料よりフィスコ作成

機能性素材の販売のうち、主力の「ファーマギャバ®」の売上高は、2021年7月期第4四半期に海外向け出荷が増大したことによる反動減の影響を受け、前年同期比20.9% 減の456百万円となった。国内市場では、機能性表示食品制度における「GABA」届出件数は2022年1月末時点で625件(同社調べ)と引き続きトップの採用実績を維持しており、食品メーカーによる「GABA」の採用拡大が継続している。また、「ボーンヘップ®」は特に海外の乳業メーカーでの採用が進み、売上高は同7.1% 増の98百万円となった。

OEM 事業の売上高は前年同期比 2.3% 増の 312 百万円となった。国内を中心にヘルスケア企業向けダイエット食品、健康飲料及びコンビニエンスストア向けパウチゼリー等が増加した。

新規事業である越境 EC の売上高は 108 百万円となった。「Tmall Global (天猫国際)」等の EC プラットフォームや現地代理店向け販売に注力した。

新規の製造・販売チャネルでは、明治薬品が手掛ける医薬品受託の「CMO事業」の売上高が 1,672 百万円、機能性食品・医薬品等のドラッグストアチャネル等での販売を行う「CHC事業」の売上高が 869 百万円となった。



2022年5月12日(木)

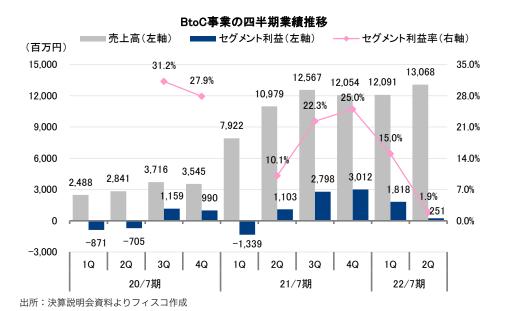
https://www.pharmafoods.co.jp/ir

業績動向

(2) BtoC 事業

BtoC事業の売上高は前年同期比 33.1% 増の 25,159 百万円、セグメント利益は 2,070 百万円(前年同期は 235 百万円の損失)となった。顧客獲得効率指標である CPO 及び LTV ※を重視しながらも新商品へ積極的に 広告宣伝投資を行った結果、2022 年 1 月末時点の定期顧客件数は 834,139 件(前期末は 773,844 件)とな り、この基盤がもたらすリピート購入により、「利益回収の早期化」及び「利益水準の上昇」が続いている。 なお、「ニューモ® 育毛剤」を中心とした定期顧客の積み上げにより、定期顧客件数は 2021 年 7 月期に 70 万件台に急増した。2021 年 7 月期前半に獲得した定期顧客の解約の絶対数は増加したものの、新規流入との バランスで定期顧客件数は期を通して 70 万件台後半を維持した。2022 年 7 月期については、「ニューモ® 育毛剤」に加え新商品の定期顧客件数が順調に増加しており、まつ毛美容液「まつ毛デラックス WMOA」が 約 30,000 件純増、明治薬品のリピート通販では「シボラナイト GOLD」中心に立ち上げが順調に推移している。 なお「ニューモ® 育毛剤」については、売上や CPO の動向を見ながら広告宣伝費を流動的にコントロールすることで、広告宣伝費負担リスクの低減を図る方針だ。

* Life Time Value の略で、顧客生涯価値のこと。



「ニューモ®育毛剤」の売上高は 14,913 百万円と好調に推移したほか、引き続き「ニューモ®育毛剤」顧客へのクロスセルに注力した結果、「ニューモ®サプリメント」の売上高は 1,580 百万円、「ニューモ®シャンプー」の売上高は 389 百万円となった。また、「ニューモ®」ブランドの水平展開の取り組みとして、まつ毛美容液「まつ毛デラックス WMOA」の広告宣伝に注力した結果、売上高は 992 百万円となった。このほか、メガネ型拡大鏡「PFI 博士ルーペ®」購入顧客に対し、ロート製薬のアイケアサプリメント「ロート V5 粒アクトビジョン」のクロスセルを実施した結果、売上高は 476 百万円となった。



ファーマノース

ファーマフーズ | 2022 年 5 月 12 日 (木)

2929 東証プライム市場 https://www.pharmafoods.co.jp/ir

業績動向

化粧品の販売では、「ヘアボーテ® エクラ ボタニカルエアカラーフォーム」の売上高が 1,842 百万円となった。 CPO を重視した新規顧客獲得を行った結果、2022 年 1 月末時点の定期顧客件数は 83,502 件(前期末は 98,210 件)となった。

明治薬品の「シボラナイト GOLD」は、同社の通販ノウハウを取り入れたリピート通販により、販売開始から4ヶ月で定期顧客件数 100,000 件を突破し、最短ペースでの達成を更新した。

なお、これらの受注増加及び定期顧客件数増加に対し、明治薬品内に 100 ブース規模のコールセンター施設を新たに整備し、受注機能を強化する投資を継続している。

(3) バイオメディカル事業

バイオメディカル事業の売上高は前年同期比 95.7% 減の 14 百万円、セグメント損失は 138 百万円(前年同期は 174 百万円の利益)となった。前年同期は田辺三菱製薬との共同研究及びライセンス供与契約に基づく一時金収入を売上計上していたが、2022 年 7 月期第 2 四半期累計では売上計上がなかった。

トピックとしては、AI、バイオインフォマティクス専任チームを立ち上げ、AI による選抜・最適化によってベストな抗体を最短で見出す取り組みを行っている。また、創薬ターゲット探索強化に向けて研究人員の採用を強化するとともに、2022 年 4 月にはタンパク質解析で国内トップレベルの実績・技術力を誇るアンテグラルのバイオサイエンス事業を吸収分割により承継した。

財務の健全性は良好

3. 財務状況

2022 年 7 月期第 2 四半期末の資産合計は前期末比 5,829 百万円増加の 26,774 百万円となった。これは主に、BtoC 事業の販売拡大等により商品及び製品が 1,611 百万円、明治薬品子会社化に伴い有形固定資産が 2,929 百万円、ロート製薬及び三洋化成工業の株式取得等に伴い投資有価証券が 1,008 百万円それぞれ増加したこと等による。負債合計は同 5,096 百万円増加の 17,574 百万円となった。これは主に、広告宣伝費の増加等により未払金が 1,888 百万円、コミットメントライン契約に基づく借入実行により短期借入金が 5,000 百万円それぞれ増加した一方で、未払法人税等が 1,459 百万円減少したこと等による。純資産合計は親会社株主に帰属する四半期純利益の積み上げにより同 733 百万円増加の 9,199 百万円となった。この結果、自己資本比率は同 6.0 ポイント低下して 34.4% となった。

売上高の急拡大に伴ってバランスシート全体が膨張したため自己資本比率が低下したものの、積極投資により「利益回収の早期化」と「利益水準の上昇」が続いていることを勘案すれば、財務の健全性は良好と言えるだろう。



ファーマフーズ

2022年5月12日(木)

2929 東証プライム市場

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

業績動向

連結貸借対照表

(単位:百万円)

			٠,٠	
	20/7 期末	21/7 期末	22/7期 2Q末	増減
資産合計	10,096	20,944	26,774	5,829
流動資産	7,437	17,933	19,450	1,517
固定資産	2,659	3,010	7,323	4,313
負債合計	5,188	12,478	17,574	5,096
流動負債	2,837	10,978	15,983	5,005
固定負債	2,350	1,499	1,591	92
純資産合計	4,907	8,465	9,199	733
自己資本比率	48.6%	40.4%	34.4%	-6.0pt

出所:決算短信よりフィスコ作成

■今後の見通し

2022 年 7 月期業績は期初計画を据え置くも、 BtoC 事業の好調は持続する見込み。 2023 年 7 月期以降の事業拡大を見据え、 第 3 四半期以降も積極的な投資を継続する計画

1. 2022 年 7 月期の業績見通し

2022 年 7 月期の連結業績については期初計画を据え置き、売上高で前期比 29.7% 増の 60,631 百万円、営業利益で同 1.8% 増の 5,773 百万円、経常利益で同 0.4% 増の 5,788 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 4.7% 増の 4,021 百万円を見込んでいる。

2022年7月期連結業績見通し

(単位:百万円)

	21/7 期			2Q		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比	進捗率
売上高	46,752	100.0%	60,631	100.0%	29.7%	47.5%
営業利益	5,673	12.1%	5,773	9.5%	1.8%	35.2%
経常利益	5,767	12.3%	5,788	9.5%	0.4%	36.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,841	8.2%	4,021	6.6%	4.7%	38.8%
1 株当たり当期純利益(円)	132.21	-	138.36	-	-	-

注:22/7 期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しており、業績予想は当該会計基準等を適用した後の数値となる。また、前期の各数値は当該会計基準等適用前の数値、増減は当該会計基準等適用前の数値との比較となる

出所:決算短信よりフィスコ作成



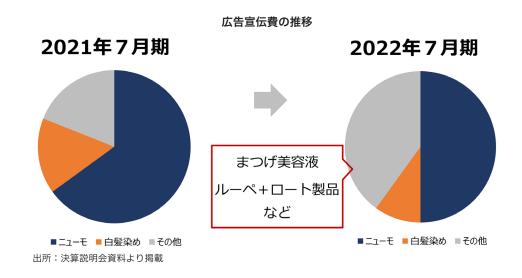
ファーマフーズ

2022年5月12日(木)

2929 東証プライム市場 https://www.pharmafoods.co.jp/ir

今後の見通し

引き続き BtoC 事業が好調に推移する見込みであることに加え、2021 年 8 月に子会社化した明治薬品の新規連結も寄与することから、2 ケタ増収としている。一方、利益面では、広告宣伝や研究開発への積極投資を継続することにより横ばいの予想としている。なお、広告宣伝費はインターネット、紙媒体、テレビを中心に 300 億円程度を想定している。「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 に注力する方針であるものの、CPO 及び LTV の動向次第で媒体・商品間の広告宣伝費の配分を大胆に変更する予定である。また、研究開発投資については、2023 年 7 月期以降の事業拡大を見据え、第 3 四半期以降も積極的な投資を継続する計画としている。



通期予想に対する進捗率については、売上高で47.5%、営業利益で35.2%、経常利益で36.4%、親会社株主に帰属する当期純利益で38.8%であるものの、これは通期予想が下期偏重の計画となっていることによる。広告宣伝費を上期に重点的に投資し、下期は定期顧客の増加や広告宣伝費のコントロールを想定している。当第2四半期累計業績は過去最高の売上高及び利益であったこと、売上高・利益ともに期初計画を超過して着地したことを考慮すれば、通期予想は達成可能と弊社では見ている。ただし、同社の広告宣伝の戦略上、注力商品へ極めて大胆に費用を投入することも考慮しておく必要があり、その場合はさらなる成長への自信の表れと言えるであるう。

2. セグメント別見通し

(1) BtoB 事業

主力の「ファーマギャバ®」では、2021年7月期第4四半期に海外向け出荷が増大したことによる反動減の影響を受け、2022年7月期第2四半期累計業績が前年同期比減収となったものの、2022年7月期下期に大手飲料メーカーで新商品の発売が予定されており、売上拡大が見込まれる。また、引き続きOEM事業に注力していく。

このほか、海外販売強化のために各国において必要な許認可の取得を迅速に行うほか、販売拡大とともに海外市場での安定供給を目指し、海外生産体制を構築する。また、販売体制構築のため、海外市場に対応する人材の増強を図り、主力の北米・中国に加え、今後市場拡大が見込まれる東南アジア地域での展開に注力する方針だ。



https://www.fisco.co.jp

ファーマフーズ

2022年5月12日(木)

2929 東証プライム市場 https://www.pharmafoods.co.jp/ir

今後の見通し

新規の製造・販売チャネルでは、明治薬品が手掛ける医薬品受託の「CMO事業」、機能性食品・医薬品等のドラッグストアチャネル等での販売を行う「CHC事業」ともに下期も堅調を維持する見込みである。2022年7月期業績としては、CMO事業・CHC事業合計で50億円(第2四半期累計実績は2,541百万円)の売上を目指している。

新規事業である越境 EC は、中国及びベトナム向けに 2021 年 6 月開始した。当面は「Tmall Global」内広告やインフルエンサー広告の運用を徐々に拡大させ、販売基盤の構築を推進する方針だ。

なお、受注機能強化に向けた投資や研究開発投資への強化は継続する方針だ。

(2) BtoC 事業

引き続き育毛・発毛促進剤「ニューモ®育毛剤」が好調に推移していることから、2022年7月期の「ニューモ®育毛剤」売上高として30,000百万円を計画している。これに加え、「ヘアボーテ® エクラ ボタニカルエアカラーフォーム」や新商品(まつ毛美容液「まつ毛デラックス WMOA」、明治薬品の「シボラナイトGOLD」等)の売上拡大も寄与する見通し。さらなる成長に向けて、強い商品へ効率重視で積極的に投資を継続する方針だ。明治薬品では、「シボラナイトGOLD」をはじめとした同社の製品群に対し、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による販売拡大に取り組み、今期10億円以上の売上を目指している。

(3) バイオメディカル事業

バイオメディカル事業では、既存パイプラインの研究と新規パイプラインに向けた研究を同時に推進していく。 なお、2022 年 7 月期第 3 四半期より、アンテグラルの「プロテオーム解析事業」の受託売上が上乗せされる。

■成長戦略

新価値創造への取り組みにより、 2026 年 7 月期に売上高 1,000 億円を目指す

同社は「中期経営計画 2026」を策定し、中期経営目標として「新価値(新製品、新市場、新組織)創造への取り組みによって 1K(売上高 1,000 億円企業)を目指す」を掲げた。また数値目標としては、2026 年 7 月期に売上高 1,000 億円(既存事業の成長で 700 億円、新価値創造で 300 億円)を目指すほか、2026 年 7 月期までに売上高平均成長率 20%以上、自己株式取得を含む総還元性向 20%目安をコミットメントに掲げた。なお、利益水準については、平均的に営業利益率 10%を確保できる体制の構築を目指す。2026 年 7 月期までは単年度における利益率低下を恐れず事業展開を行い、大胆にリスクを取りながら規模の拡大を目指す方針だ。

ヒット商品となった「ニューモ®育毛剤」が牽引して2021年7月期業績が好調に推移したこともあり、市場の一部には2022年7月期以降の反動や成長鈍化を懸念する声があるものの、新製品・新市場創造や積極的な事業展開により、さらなる成長の可能性を秘めていると弊社では期待している





2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

成長戦略

1. 新製品創造

新製品創造では、「ファーマギャバ®」「ニューモ®育毛剤」「デルマQ II®」等に続くヒット製品創出に向けて、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)、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)、次世代抗体開発などの研究開発を推進する。加えて、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ブランド化粧品)、医薬品通販、オーラルケア分野の商品開発も推進する。

2021年7月には、「ゴマ」を原料とする中性脂肪吸収抑制の機能性食品素材「リピスマート®」について、DM 三井製糖ホールディングス <2109> グループの三井製糖(株)と販売契約を締結した。同社は三井製糖との共同開発を通じて、「ゴマ」から「リピスマート®」を製造する独自技術(特許出願中)を開発した。これにより、メタボリック市場への初進出となる。

2. 新市場創造

新市場創造では、拡大基調である健康市場において、ブランド強化、海外市場開拓(米国市場開拓、越境 EC による中国市場開拓、ハラール認証による東南アジア市場開拓)、国内市場における通販ビジネスの深耕化(80 万人の D2C プラットフォームを活用した新製品・サービスの展開)、BtoB ビジネスから BtoC への指向(同社ブランド製品をドラッグストアやコンビニエンスストア流通網へ展開)、SDGs への取り組み(未利用資源のアップサイクル市場創造)、健康サポート機器や医療機器分野への進出(健康器具、美顔器、測定機器、補聴器)などを推進する。

このうち米国市場開拓については、「ファーマギャバ®」の FDA(米国食品医薬品局)による GARS(Generally Recognized as Safe)認証取得を目指す。 FDA GARS 取得によって、現在のサプリメント対象から一般食品や飲料にも対象が広がるため、米国の大手食品・飲料メーカーへの採用へとつながり、米国市場が急拡大する見込みだ。

また、未利用資源のアップサイクル市場創造については、未利用の天然由来原料を活用するほか、天然物からの新価値創造技術を農業に活用することも目指す。具体的には、2021 年 9 月に三洋化成工業と、世界の農業危機の解決に向けて両社の開発・技術力を融合させた「アグリ・ニュートリション基本計画」を策定した。2022 年に宮崎県新富町で新たな農業システムの構築を目指す実証実験を開始し、2024 年に両社の技術を融合したバイオスティミュラントによる多収性、耐性、機能性を高めた高付加価値作物の開発、2025 年に高付加価値作物の未利用部位由来の高機能健康食品及び化粧品を同社の通販チャネルで販売開始、2026 年にターゲット作物の拡大及び 6 次産業化、ブランド化の推進、2030 年に持続可能な農業システムの開発を目指す計画だ。また 2021 年 12 月には、未利用資源の新たなアップサイクル事業として、卵殻膜を高度利用した「繊維」及び「植物活力剤」市場へ参入することを発表した。このアップサイクルにより、国内で年間 26 万トン廃棄されている卵の殻を高付加価値製品に転換し、持続可能な社会の実現への寄与を目指す。



ファーマフーズ

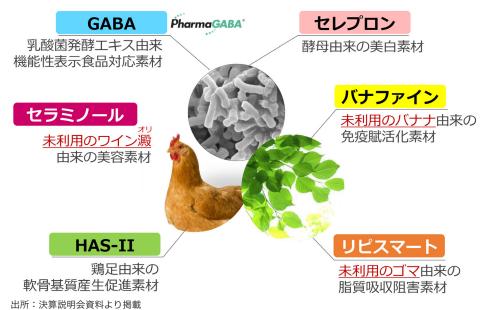
2022年5月12日(木)

2929 東証プライム市場

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

成長戦略

未利用資源のアップサイクル



3. 新組織創造

新組織創造では、安心して働ける給与水準や成長するためのインセンティブなど組織・人事・採用面の改革、海外製造・海外営業拠点構築など Global Solution Team の育成・強化、M&A・アライアンスの実施などを推進する。このうち M&A・アライアンスについては、手元現金と融資枠を活用して、新製品・新市場に関連する売上高 100 億円規模の企業も視野に入れている。「現在も様々な企業と連携を模索しているので注目してほしい」と同社は述べている。

直近の M&A・アライアンス

年月	社名	M&A・アライアンス	金額	概要
2021年3月	三洋化成工業	資本業務提携	約4億円	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
2021年7月	ロート製薬	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
2021年8月	明治薬品	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
2021年8月	アイ・ブレインサイエンス	第三者割当増資の引受	60百万円	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
2021年12月	オンキヨー	業務提携		補聴器事業への新規参入 医療機器やセンサー等デバイスと食品等ソリュー ションの組み合わせ
2022年4月	アンテグラル	吸収分割		「ALAgene® technology」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

出所:決算説明会資料よりフィスコ作成



2022年5月12日(木)

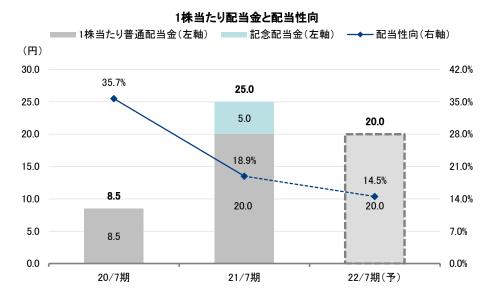
https://www.pharmafoods.co.jp/ir

■株主還元策

自己株式取得を含む総還元性向 20% が株主還元策の目安。 2022 年 7 月期の 1 株当たり年間配当金は 20.0 円の予想

株主への利益還元については、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いる。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いる。

2021 年 7 月期の 1 株当たり年間配当金は、記念配当 5.0 円を含む 25.0 円(配当性向 18.9%)を実施した。また、2022 年 7 月期の 1 株当たり年間配当金については、前期比 5.0 円減(普通配当ベースでは前期と同額)の 20.0 円(配当性向 14.5%、総還元性向 21.9%)を予定している。このほか、2021 年 9 月には 108,300 株(取 得価額の総額 299 百万円)の自己株式を取得した。



出所:決算短信よりフィスコ作成



2022年5月12日(木)

https://www.pharmafoods.co.jp/ir

■ ESG・SDGs への取り組み

「サステナビリティ基本方針」を策定し取り組みを強化

同社は、天然由来原料から生命活動と健康維持に関わる食品・化粧品の機能性素材及び製品を開発し販売するという事業そのものが SDGs (持続可能な開発目標)に合致していると言える。また 2021 年 12 月に「サステナビリティ基本方針」を策定し、ESG (環境・社会・ガバナンス)経営や SDGs への取り組みを強化している。健康維持の総合サポート企業として「100歳時代に価値ある豊かさと価値ある健康を」というサステナビリティビジョンを掲げ、自社の事業成長が持続可能な社会の実現に貢献できるよう努めていく方針だ。マテリアリティ(重点課題)としては、「人々の QOL 向上」「未利用資源のアップサイクル」「多様性の尊重」を挙げ、これらのマテリアリティへの対応を通じて、サステナビリティビジョンの達成とさらなる企業価値の向上を目指す。

トピックとしては、既述の卵殻膜を用いた新たなアップサイクル事業への参入に関し、同社の卵殻膜繊維がテレビ番組で特集されるなど注目を集めている。また、国立研究開発法人国立循環器病研究センターの血管性認知症専門医チームと、「食」による認知機能改善についての共同研究を 2022 年 4 月に開始した。GABA を含む「脳機能カクテル」により、脳の老廃物除去、脳血流の促進、脳神経細胞の活性化などを目指す方針だ。このほか、2025 年開催予定の大阪・関西万博に「タマゴは地球人を救う」というテーマで大阪パビリオンに出展予定である。



重要事項 (ディスクレーマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・ 大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動 内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場 合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポート および本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において 使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理 由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒 107-0062 東京都港区南青山 5-13-3 株式会社フィスコ

メールアドレス: support@fisco.co.jp

電話:03-5774-2443(IR コンサルティング事業本部)