

各位

2022年10月24日

2022年7月期定時株主総会 ご質問事項への回答

2022年10月20日（木曜日）の第25期株主総会の開催にあたり、事前にいただいたご質問の中から、多く寄せられたご質問事項及び株主総会当日に頂いたご質問事項について、以下の通りご回答をお知らせいたします。

なお、記載内容につきましては、ご理解いただきやすいよう加筆・修正をしております。

Q1. 卵殻膜繊維の進捗状況について

機能性、肌触り、環境配慮の点が評価され、複数の大手アパレルメーカーとの商談が進んでおります。来期の初めくらいには成果が得られるよう、取り組んでまいります。

Q2. 創薬事業の進捗状況について

新たに線維症にもターゲットを置いて、私たちのニワトリ抗体による効果について研究を進めております。線維症は体のいろいろな部分で起こるため、有力な開発候補体となる可能性が高いと考えます。バイオ関連の展示会においても非常に注目を受けております。それに加え、田辺三菱製薬様へライセンスアウトした自己免疫疾患に対する開発候補抗体についても、進捗がありましたらお知らせいたします。

Q3. 広告宣伝費が多額であることについて

1年回収を目標に、1件1件その広告効率を厳しく管理しております。広告宣伝費という「量」も大事ですが、それ以上に広告宣伝の投資効率を重視しております。決して無駄に広告宣伝費を使うことはございませんので、ご理解いただければ幸いです。

Q4. 株価について

私たちが非常に気にかけております。今は投資の時期であり、1,000億円の売上目標を達成し、創薬事業でも成果を出し、利益も稼ぎ、株主様に還元するための仕組みを作ってゴールだと考えております。現在は生みの苦しみだにご理解いただき、ご支援賜りたいと考えております。

Q5. 社外取締役の株式保有について

客観的にガバナンスを監視する立場として、株式を保有していない取締役がいることについては、問題がないと考えております。

Q6. 売上1,000億円達成時の配当及び株価の想定について

最低でも売上と同額くらいの時価総額まで持っていきたいと考えております。営業利益率が10%目標ですので、そこから税金等を引いた純利益の20%が還元の目途となります。

株価は市場が決めるものだと言いつつも、これほど成長しているのに評価されていないというのが率直な気持ちです。10年後のあるべき姿をしっかりと伝達できていないためであると考えております。1,000億円達成後の利益の見通しについても、今後お伝えしてまいります。

Q7.創薬の研究開発について

創薬の研究で一番お金がかかる箇所は、動物試験、ヒト試験及び安全性試験です。現在は、その前段階である候補抗体について、AIを活用して探すというところに注力しております。ただし、今後は、研究開発について、投資を加速してまいります。

Q8.自己資本比率が低下しているが、今後の財務戦略について

借入を最大限活用してビジネスを行っておりますが、短期間で資金を回収できております。今は投資を優先しておりますが、今後の成長に伴い、自己資本比率は改善していく見込みであり、改善させなければならないと考えております。

Q9.ニューモの医薬品版の目途について

現在開発に着手しております。2年以内を目途に開発いたします。

Q10.広告宣伝費をかけないと売れないのか

広告費をかけずに売るのが理想ではありますが、いい商品を作って、口コミで評価いただき、売れる商品を作るべく、商品開発を行ってまいります。

Q11.自社株買いの進捗状況

発表した計画通り、順調に進捗しております。

Q12.海外事業の売上について

BtoB事業について、最終商品の販売を強化し、海外売上比率 50%を目指してまいります。

Q13.今期（2023 年 7 月期決算）の利益見通しの前提について

今投資をやめれば利益は出せる状況ではございますが、私たちは今は成長を目指しております。ただし、同時に利益率を上げていく努力は、絶対に必要であります。逃げずに取り組んでまいります。

Q14.前期（2022 年 7 月期決算）営業キャッシュ・フローが赤字になっている理由

2年間で 20%の利益を得ることをしっかり計算して、広告宣伝を行ったためであります。

Q15.明治薬品における医薬品受託事業の強化について

医薬品受託事業は、利益率の高い仕事だけを残すようにまいりました。医薬品受託事業では、大きく伸ばしていくことは難しいので、自社商品の販売を増やしていけるように取り組んでまいります。

Q16.ニューモの医薬品版を発売することについて、ミノキシジル配合で簡単に開発できるのではないか

ミノキシジル配合医薬品を作ることは簡単ですが、当社は男性と女性どちらもご利用できる医薬品を目指しております。

Q17.広告宣伝の内容について見直しを行わないのか

全てのお客様の心に響く広告は難しいかもしれませんが、実績としてこれまで多くのお客様にご購入いただいております。一部の方の意見もしっかりとお聞きして、広告媒体を作ってまいりたいと思います。