



2023年5月期 第3四半期 決算説明資料

2023年4月14日
ジェイフロンティア株式会社
【証券コード：2934】

業績

◆ **売上高** : **12,721**百万円 (通期計画16,669百万円、進捗率 **76%**)

- 自治体からのオンライン診療センター受託や、医薬品・健康食品・化粧品のD2Cにおいて既存顧客のリピート・新規顧客の獲得が順調に推移

◆ **営業利益** : **-690**百万円 (通期計画-2,028百万円、進捗率 **-%**)^{※1}

- 売上の伸長や、SOKUYAKUとD2Cにおける効率的な広告投下による費用の抑制により、計画よりも利益が上振れ

各事業のトピック

【 SOKUYAKU 】

- 引き続き、病院・薬局提携数とユーザー数（会員数）が伸長
- 埼玉県、神奈川県などにおいて、当日配送エリアを拡大
- エアトリプレミアム倶楽部社との業務提携契約を締結
 - ✓ 旅先・出張先においても、SOKUYAKUによるオンライン診療などのサービス提供を目指す









【 D2C（通販） 】

- 化粧品分野における新ブランド「SOKUYAKUビューティー」をリリース
 - ✓ 美白系商品を新発売

※
1 2023年5月期通期計画 -2,028百万円と赤字計画であり、進捗率の記載は省略

- 01 **2023年5月期 第3四半期 連結決算**
- 02 **直近の主な取り組み**
- 03 **会社概要・事業概要**
- 04 **Appendix**

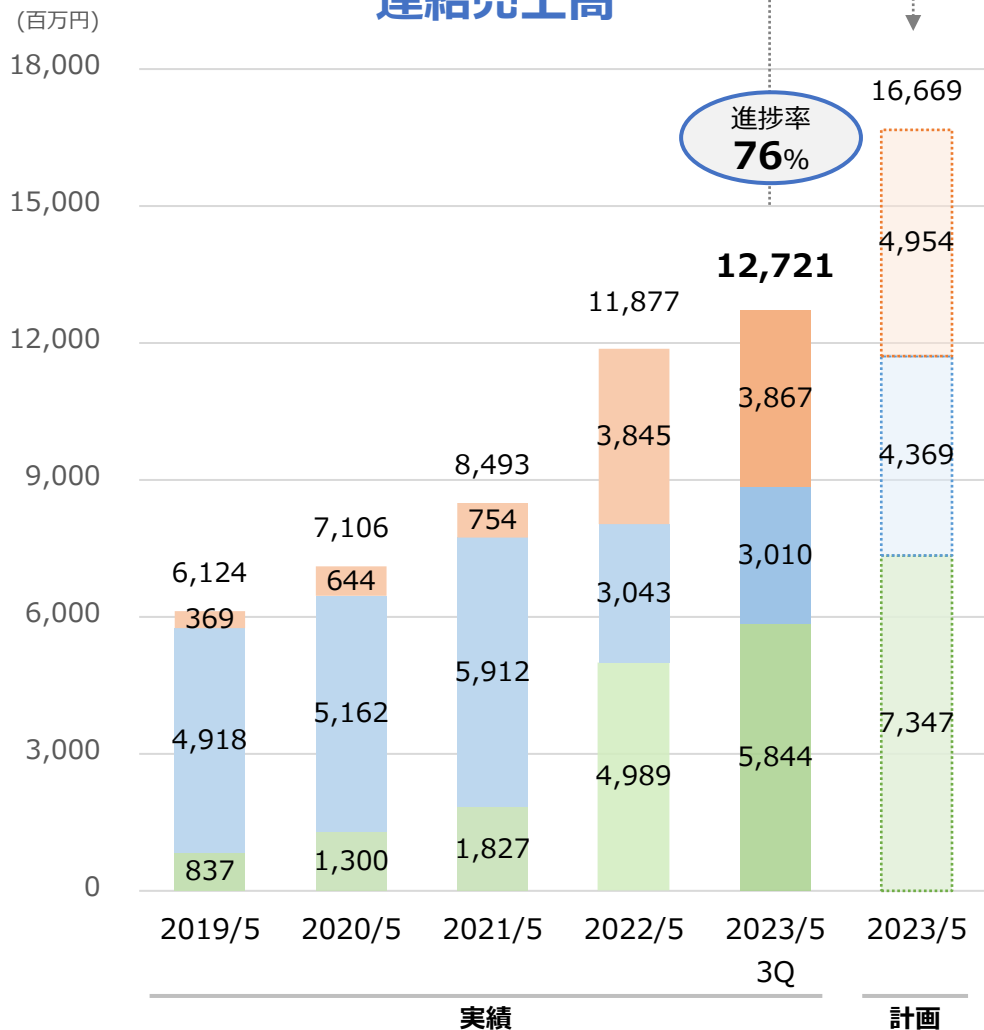
■ 01 2023年5月期 第3四半期 連結決算

| セグメント名 | 内容 | 詳細 |
|--------------------------|-------------------|--|
| <p>メディカルケア セールス</p> | <p>SOKUYAKU</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ オンライン診療・服薬指導・薬の宅配プラットフォーム ■ 医療機関向けマーケティング支援・DX化支援 ■ 医療人財支援事業  |
| <p>ヘルスケア セールス</p> | <p>D2C (EC通販)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 医薬品 D2C <ul style="list-style-type: none">  防風通聖散  八味地黄丸  【第1類医薬品】 ミカミングシリーズ ■ 健康食品・化粧品等 D2C <ul style="list-style-type: none">  酵素水328選 シリーズ  生かむじ  カフェ リーチェ  FINE BASE シリーズ |
| <p>ヘルスケア マーケティング</p> | <p>B2B</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ ヘルスケア関連のD2C事業者に対するブランディング・BPO※サービス |

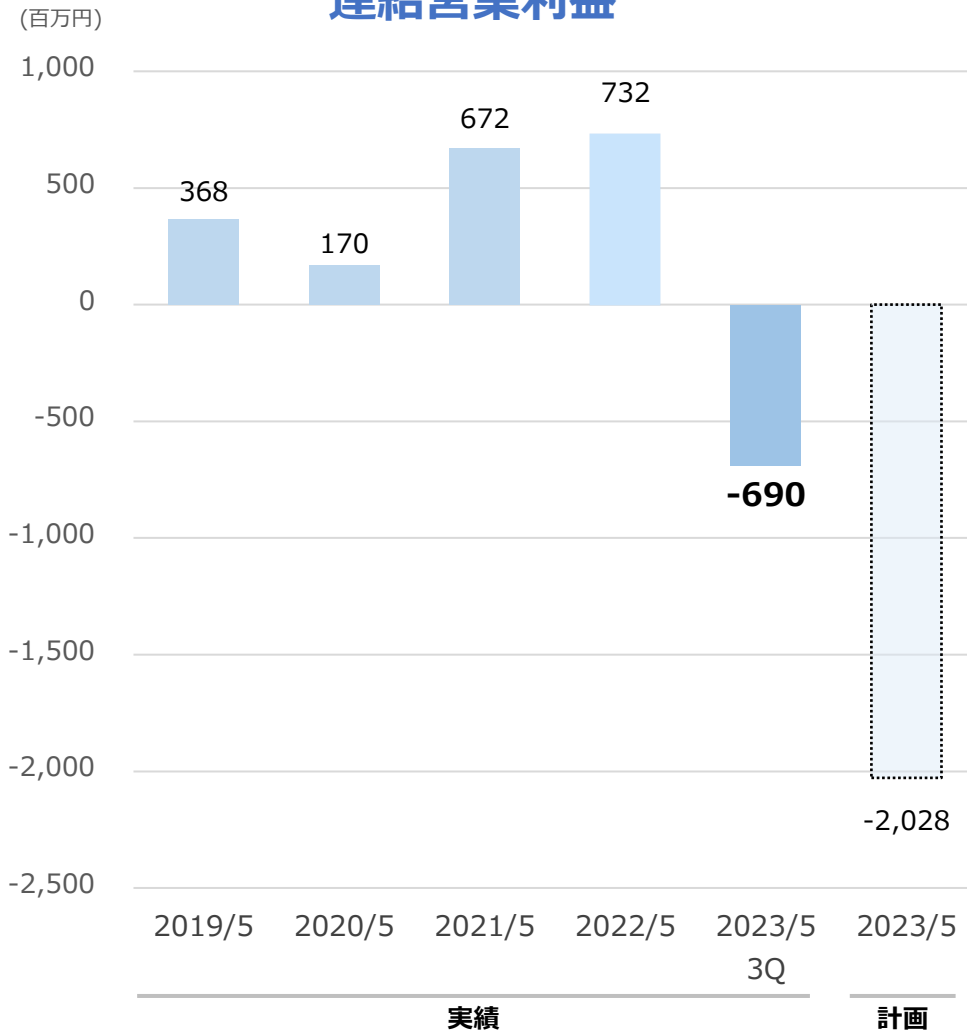
※ BPO = Business Process Outsourcingのことで、顧客企業の業務オペレーションを受託するサービス

■ 通期の計画に対して、各事業は順調に進捗

連結売上高



連結営業利益



■ メディカルケアセールス
 ■ ヘルスケアセールス
 ■ ヘルスケアマーケティング

※ 2022年5月期より連結決算を適用

グループ連結業績

売上高 : 12,721百万円 (進捗率 76%)

営業利益 : -690百万円

セグメント別

メディカルケア セールス事業

売上高 : 5,844百万円 (進捗率 80%)

営業利益 : -576百万円

SOKUYAKU・
医薬品 D2C

- SOKUYAKU : 売上高2,329百万円 (進捗率90%)
 - ✓ 引き続きユーザーの獲得・利用が好調に推移
 - ✓ 自治体からのオンライン診療センター受託により、計画比上振れ
- 医薬品 D2C : 売上高3,514百万円 (進捗率74%)
 - ✓ 漢方薬や発毛剤を中心に新規顧客の獲得が好調に推移

ヘルスケア セールス事業

健康食品・化粧品等
D2C

売上高 : 3,010百万円 (進捗率 69%)

営業利益 : 251百万円

- メディカルケアセールス事業の漢方薬に広告費を投下したため、ヘルスケアセールス事業の売上進捗は69%で着地
- 化粧品分野において、美白系商品を新発売

ヘルスケア マーケティング事業

ブランディング・
BPOサービス

売上高 : 3,867百万円 (進捗率 78%)

営業利益 : 19百万円

- グループ全体で新規顧客の開拓営業及び既存顧客へのクロスセルに注力
- KPI (取引社数) 進捗率も82%と順調に進捗

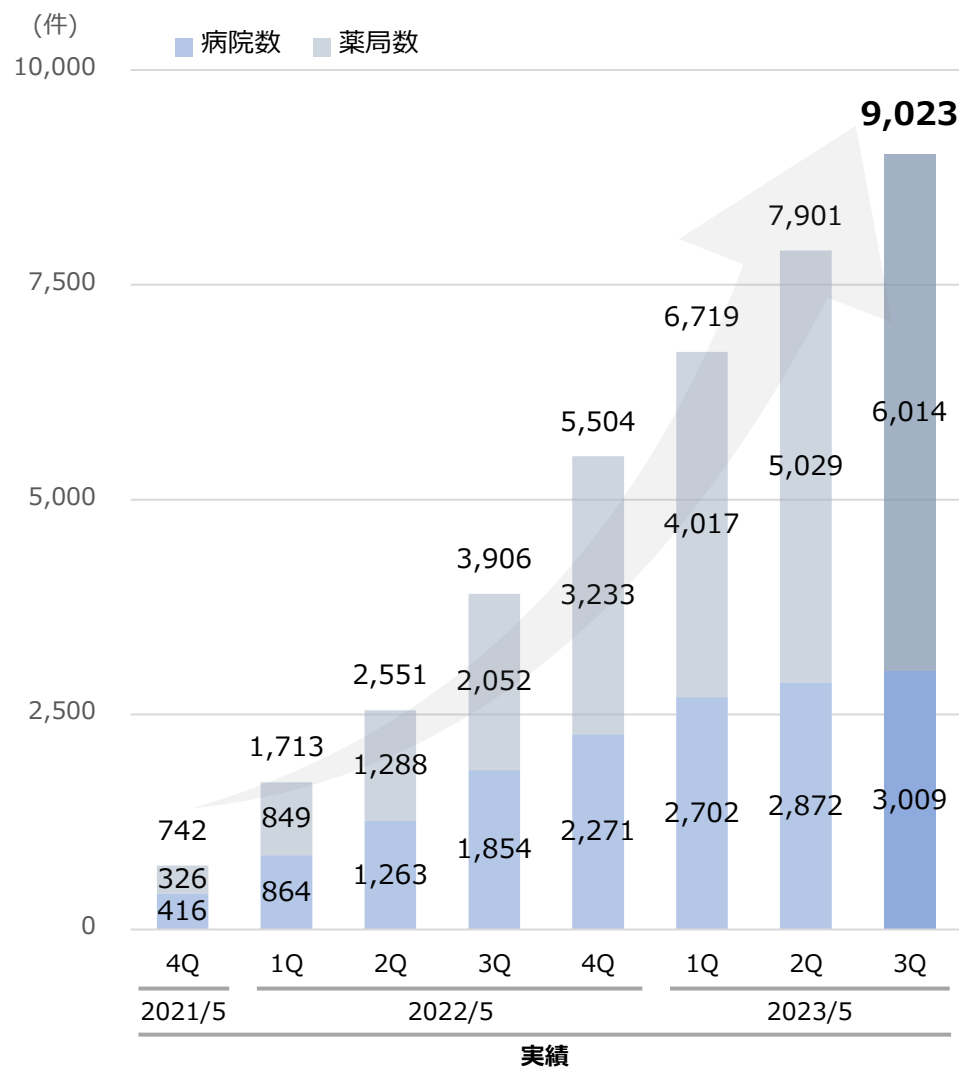
| (百万円) | 2023年5月期 第3四半期実績 | 2023年5月期 年間計画 | 年間計画 進捗率 |
|------------------------|---------------------|------------------|-------------|
| 売上高 | 12,721 | 16,669 | 76% |
| メディカルケアセールス事業 | 5,844 | 7,347 | 80% |
| ヘルスケアセールス事業 | 3,010 | 4,369 | 69% |
| ヘルスケアマーケティング事業 | 3,867 | 4,954 | 78% |
| 営業利益 | -690 | -2,028 | —% |
| 営業利益率 | -5.4% | -12.2% | |
| メディカルケアセールス事業 | -576 | -1,248 | —% |
| ヘルスケアセールス事業 | 252 | -178 | —% |
| ヘルスケアマーケティング事業 | 19 | 58 | —% |
| 経常利益 | -709 | -2,068 | —% |
| 経常利益率 | -5.6% | -12.4% | |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | -604 | -2,190 | —% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益率 | -4.7% | -13.1% | |

| (百万円) | 2023年5月期 第3四半期末 |
|----------------|--------------------|
| 資産 | |
| 流動資産 | 5,253 |
| 現金及び預金 | 2,401 |
| 売掛金等 | 1,467 |
| 棚卸資産 | 973 |
| その他の流動資産 | 413 |
| 固定資産 | 2,533 |
| 有形固定資産 | 139 |
| 無形固定資産 | 1,795 |
| のれん | 1,578 |
| その他の無形 固定資産 | 216 |
| 投資その他の資産 | 599 |
| 資産合計 | 7,786 |

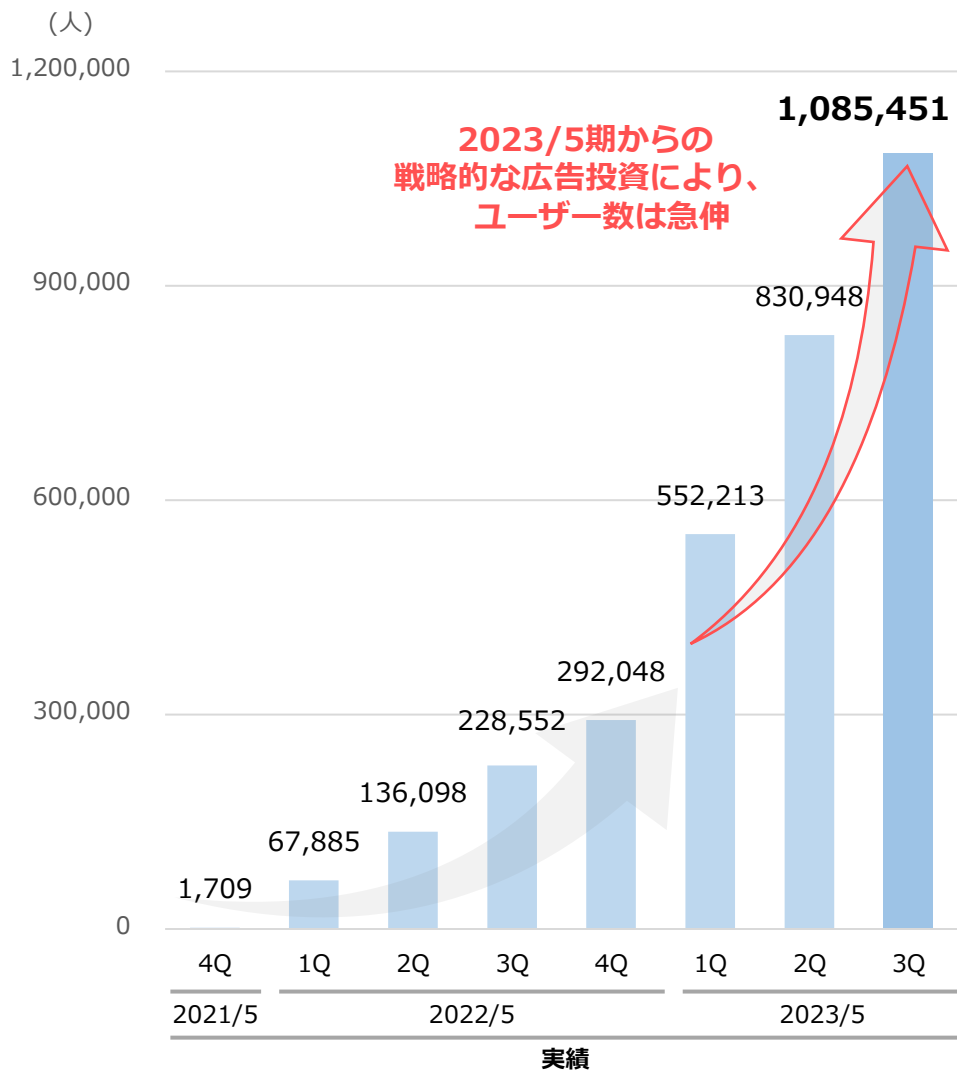
| | 2023年5月期 第3四半期末 |
|------------------|--------------------|
| 負債及び純資産 | |
| 負債合計 | 3,786 |
| 流動負債 | 2,434 |
| 買掛金 | 737 |
| 未払金 | 688 |
| 短期社債・借入金 | 690 |
| その他の流動負債 | 319 |
| 固定負債 | 1,351 |
| 長期社債・借入金 | 1,274 |
| その他の固定負債 | 77 |
| 純資産合計 | 4,000 |
| 資本金 | 165 |
| その他剰余金 | 4,050 |
| 自己株式 | -452 |
| 新株予約権 | 10 |
| 非支配株主持分 | 227 |
| 負債及び純資産合計 | 7,786 |
| 純資産比率 | 51.4% |

- 戦略的な先行投資により、ユーザーの拡大ペースを維持
- 病院・薬局提携数は期末目標の10,000件に迫る推移

病院・薬局提携数 (累計)

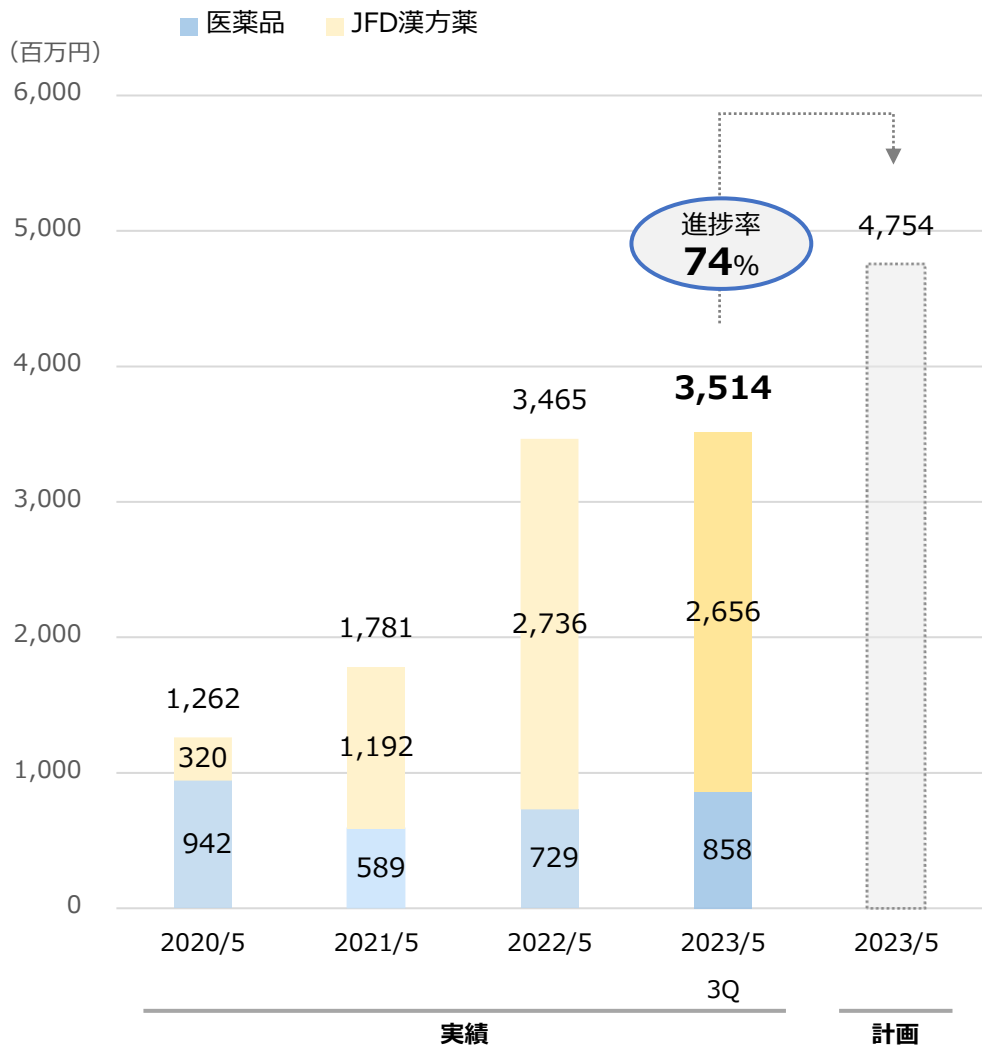


ユーザー数 (会員数)

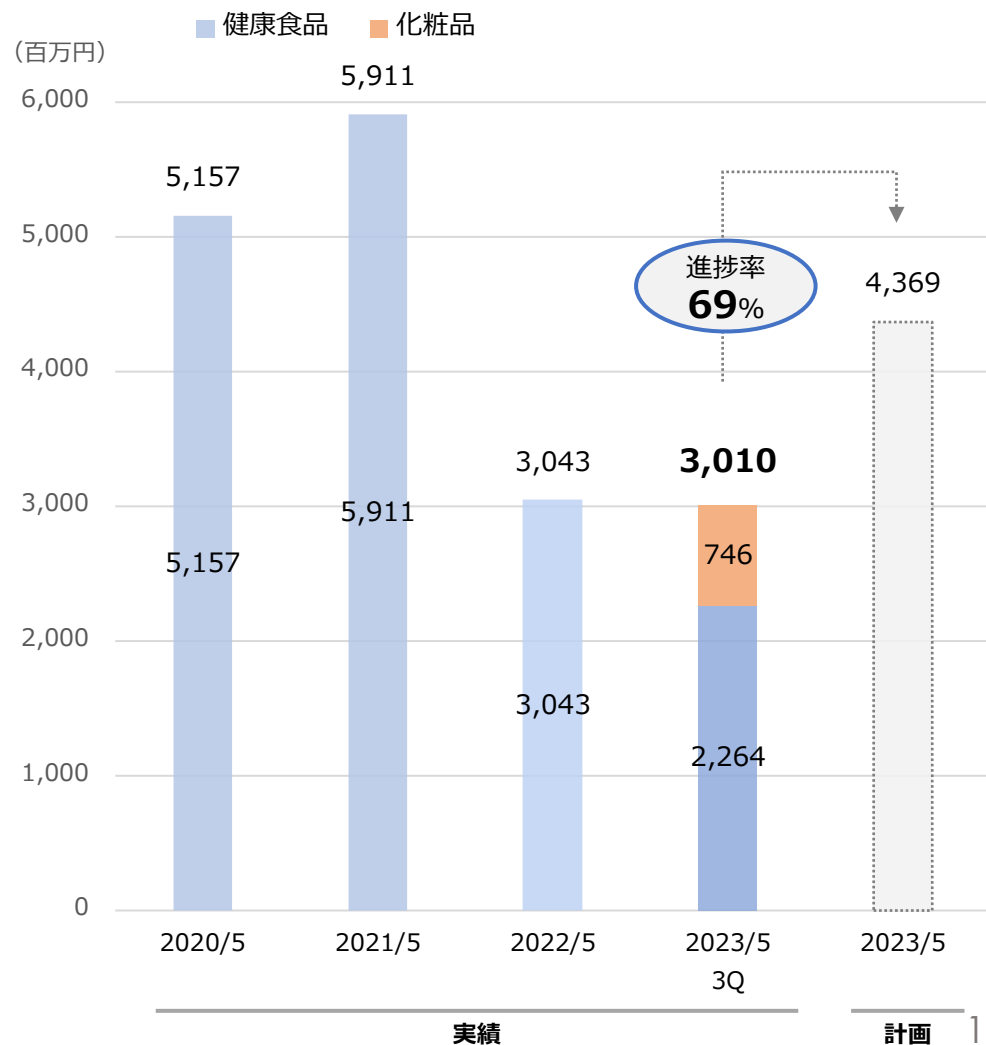


■ 新商品の開発、商品のクリエイティブの改善など施策を推進

医薬品 D2C 売上高



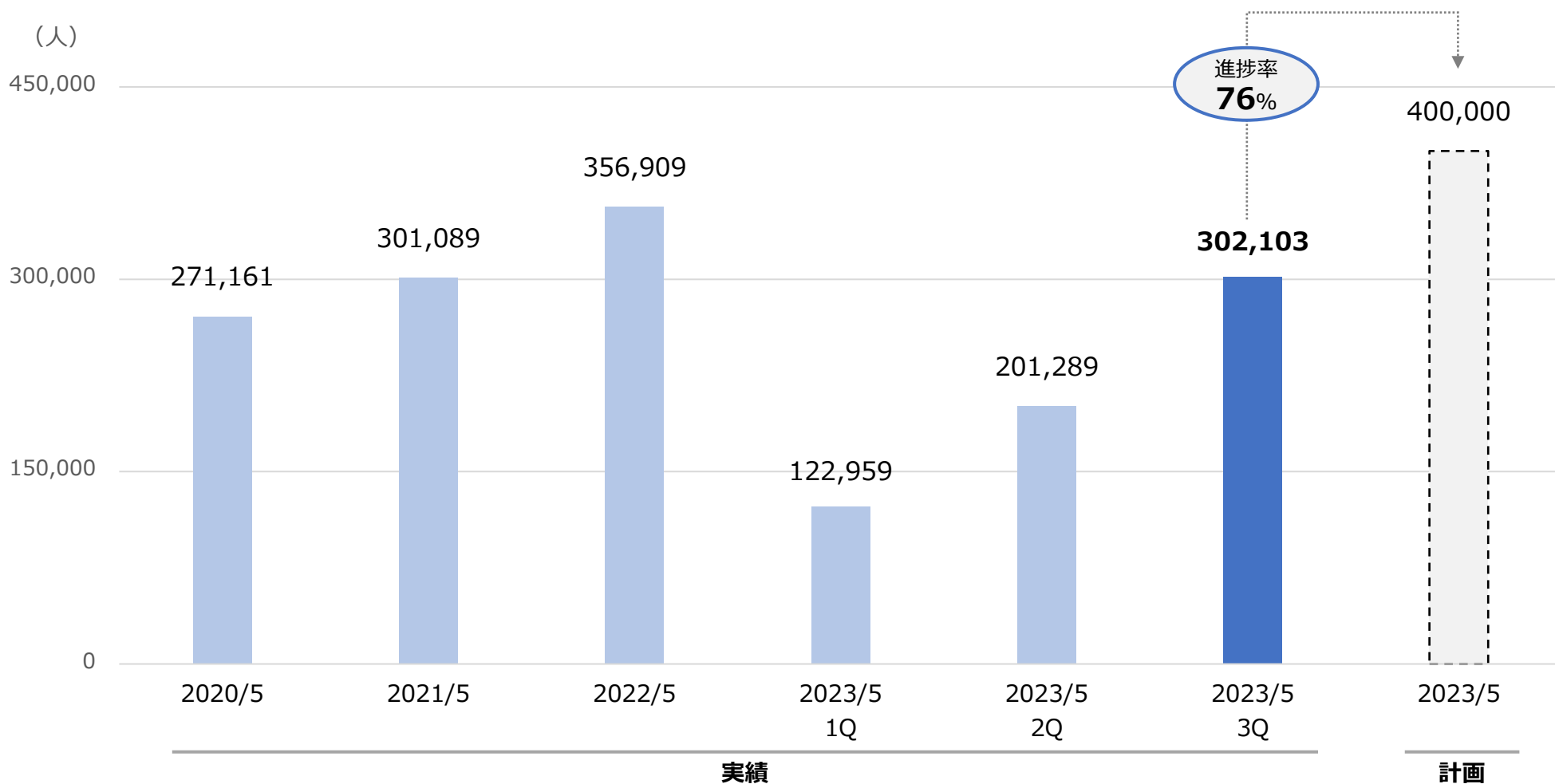
健康食品等 D2C 売上高



経営管理指標 (KPI)

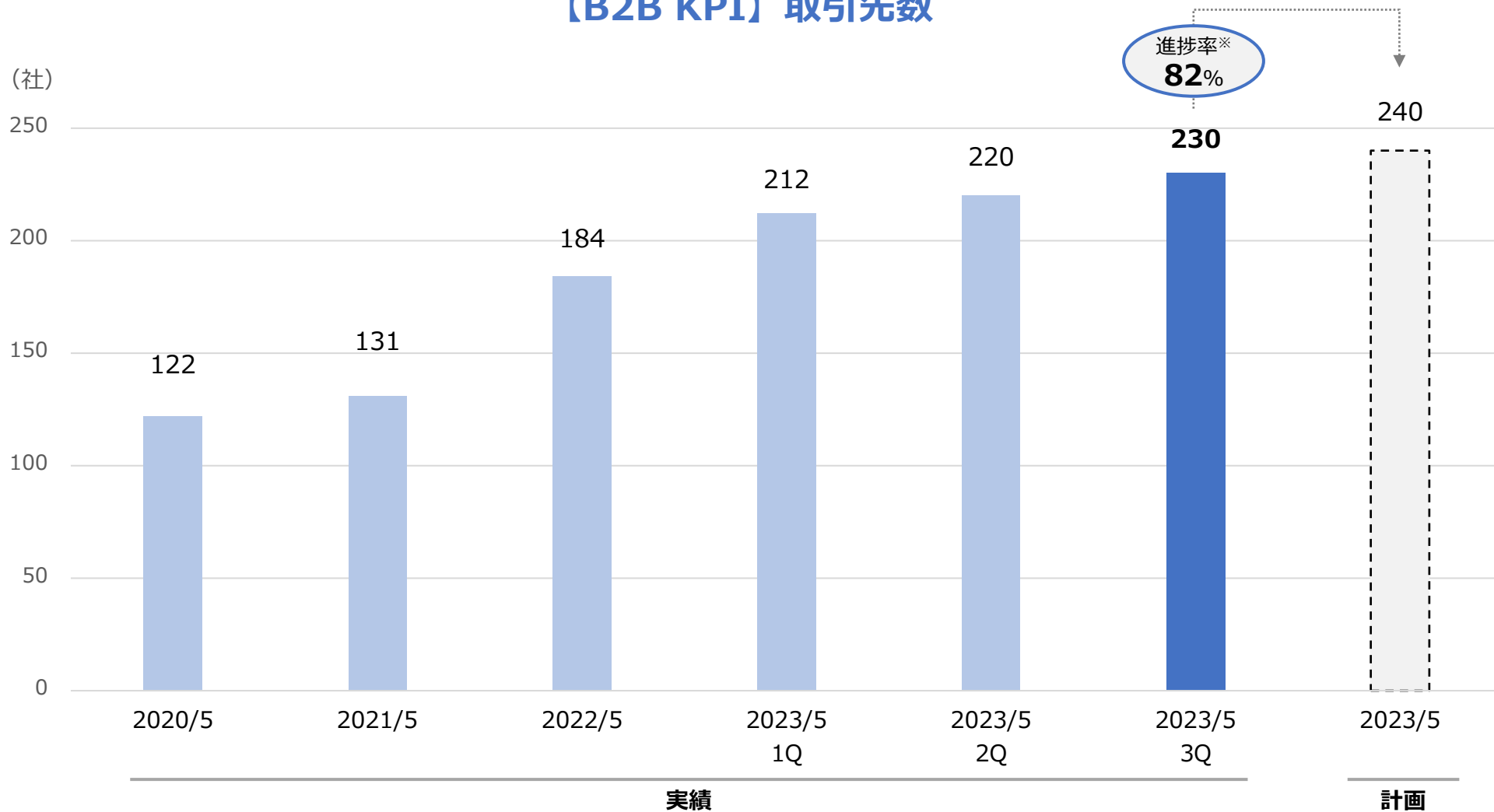
■ 新ブランド「SOKUYAKUビューティー」における顧客獲得を4Qに見込む

【D2C KPI】新規獲得した定期顧客数



■ グループ一体での営業活動の伸長により、新規取引先数は伸長

【B2B KPI】 取引先数



※ 進捗率 = 今期3Q時点の前期比増加数 ÷ (今期通期の計画値 - 前期実績値)

■ 02 直近の主な取り組み

■ 多店舗展開の薬局・ドラッグストアにSOKUYAKU導入が進む

| | 企業名 | 店舗数 ^{※1} | リリース日 |
|---|----------------------|----------------------------|-----------|
|  | 株式会社 オレンジホールディングス | 127 店舗 | 2023/1/10 |
|  | 株式会社 ドラッグイレブン | 187 店舗 | 2023/1/16 |
|  | 株式会社 サンドラッグ | 12 店舗 ^{※2} | 2023/2/1 |
|  | 株式会社 トモズ | 177 店舗 | 2023/2/1 |
|  smile every day! くすりの福太郎 For Your Smile 健康で豊かな暮らしづくりのお手伝い | 株式会社 くすりの福太郎 | 131 店舗 | 2023/2/20 |

※

1 プレスリリース記載の全店舗数を記載

2 関東・関西エリアにおける先行導入の店舗数

- ユーザーのニーズに応じた受け取り方法を整備
- 薬局店頭での受け取りを新たに開始
- 加えて、当日配送エリアを拡充（詳細は次頁参照）

処方薬の受け取り方法一覧

1 当日配送

展開地域：東京都、埼玉県※1、神奈川県※2、大阪府※3、
札幌市、名古屋市、京都市、神戸市、広島市、福岡市

内容：オンライン診療から薬の受取まで最短1時間で

配送料金：500円（税抜）

3 メール便による配送

展開地域：日本全国

内容：配送元の薬局からメール便で配送

配送料金：200円～300円程度

※ 下記のエリアにおいて展開

- 1 埼玉県 … さいたま市・朝霞市・戸田市・和光市・新座市・川口市・草加市・越谷市
- 2 神奈川県 … 横浜市・川崎市・平塚市・茅ヶ崎市・藤沢市・寒川町
- 3 大阪府 … 大阪市・東大阪市

2 翌日配送

展開地域：日本全国

内容：16時までに服薬指導を実施すれば、翌日中に薬を受け取ることが可能

配送料金：400円（税抜）

4 薬局店頭での受け取り


展開地域：日本全国

内容：薬局で処方薬を受領

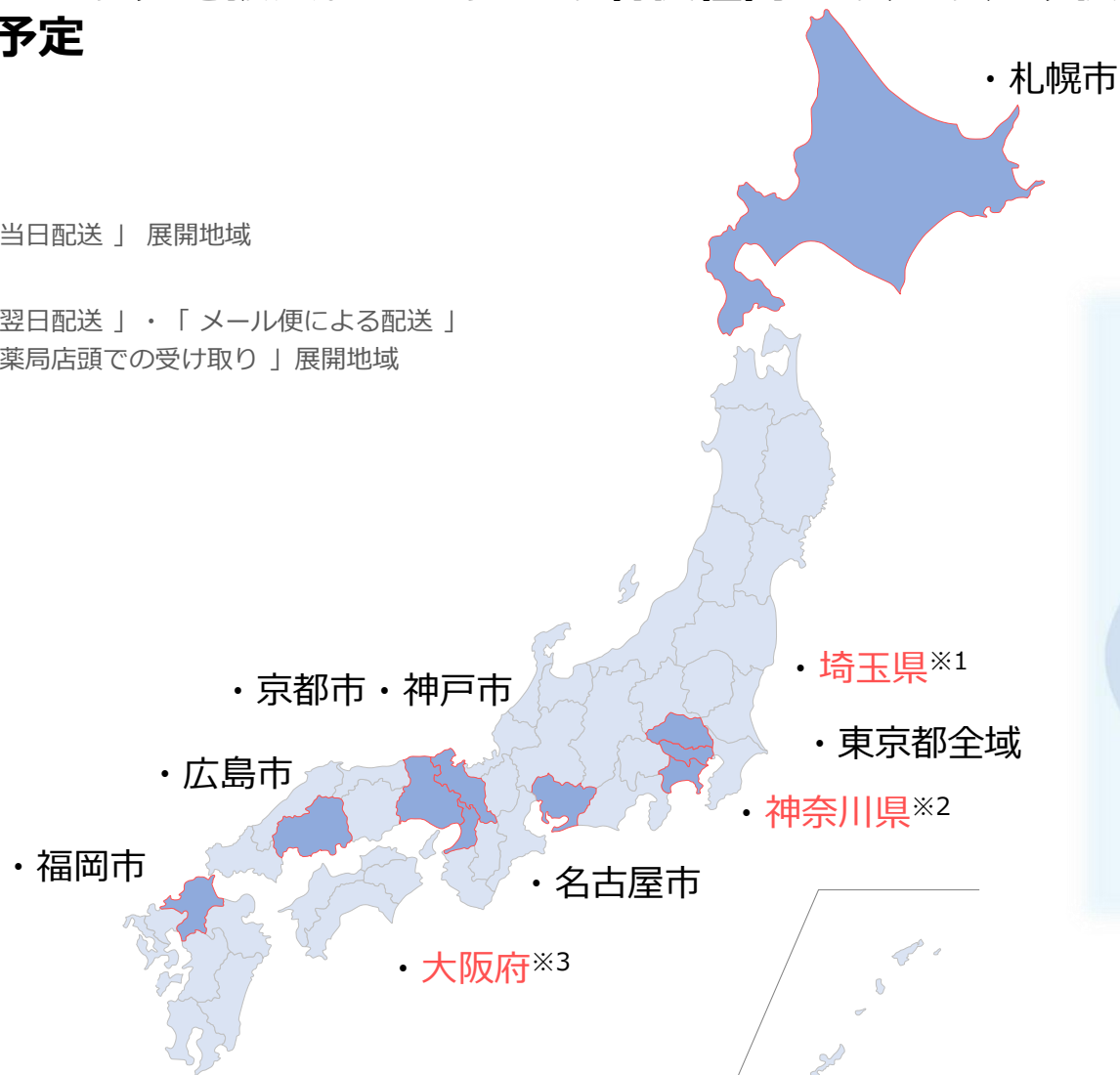
配送料金：無料



■ 順調にエリアを拡大。ユーザーの利便性向上のため、今後も政令指定都市を中心に拡大予定

 : 「当日配送」展開地域

 : 「翌日配送」・「メール便による配送」
「薬局店頭での受け取り」展開地域



※ 下記のエリアにおいて展開（2023年以降にエリアを拡大した地域を赤字で記載）
1 埼玉県 … **さいたま市**・朝霞市・戸田市・和光市・新座市・川口市・草加市・越谷市
2 神奈川県 … 横浜市・川崎市・平塚市・茅ヶ崎市・藤沢市・寒川町
3 大阪府 … 大阪市・**東大阪市**

■ 旅先・出張先でも医療が受けられる環境構築を目指し、エアトリプレミアム倶楽部社と業務提携契約を締結



株式会社エアトリプレミアム倶楽部

企業概要

【代表者】

代表取締役社長 兼 CEO 二井矢 祥

【事業内容】

- ・ハイエンド層向け会員制プレミアムサービス「エアトリプレミアム倶楽部」の運営
- ・会員限定オンラインプレミアムコンシェルジュサービス「エアトリプレミアムコンシェルジュ」の運営
- ・高級ホテル・高級旅館の予約プラットフォームの運営
- ・宿泊施設向け経営コンサルティング・マーケティング支援 ・宿泊施設の事業承継・ビジネスマッチング支援

提携の目的

- ・ 旅先・出張先で医療が受けられるサービスを提供し、より安心して旅行や出張ができる環境の構築

今後の
取り組み予定

(エアトリプレミアム倶楽部会員に向けて)

- ・ SOKUYAKUを活用した、旅先・出張先でのオンライン診療・服薬指導の受診や、旅先または帰宅時に処方薬を受け取れるサービスの提供
- ・ 海外の旅行先・出張先から日本の病院・クリニックでのオンライン診療を受診できるサービスや、訪日外国人向けサービスの開発

- 自由診療領域におけるオンラインクリニック（オンライン診療・薬の定期配送）の共同運営が順調に進捗
- ピル処方、美肌、AGA等の分野で集客が拡大基調

AURORA CLINIC

「ピル」で
私自身を
もっと生きやすく！

診療から処方までスマホひとつで完結！
オンライン診療でピル処方

ピル代 診察代 **初月0円**

※送料は別途350円 ※処方用紙の準備 ※2回目診取り取りより※送料は不可となります。

オーロラクリニックなら気軽に/
医師の診察 + 処方 が
受けられる

Point
気軽に
スマホで
購入できる

Point
自宅で
医師の診察が
受けられる

※診察は女性の医師が対応させて頂く場合がございます。

AURORA CLINIC

オンラインで
理想のすっぴん美肌へ

オーダーメイド処方
 医師用
 医薬品

シミ そばかす くすみ 色素
 斬新

※診察は女性の医師が対応させて頂く場合がございます。

1ヶ月毎定期コース

ニキビ対策セットの場合

定期用定価
約61%OFF!! **3,400円** 送料 無料

通常購入 **8,800円** 送料 無料 (税込 1,320円)

※必ず初診費用が適用されない自由診療です。診察料0円。
 ※処方費用は薬品の処方には医師の診察が必要ですが、
 ※処方費用は薬品の処方以外に処方料をいただいております。
 ※定期コースに回数縛りはありません。
 ※お届けは10日診療日より、いつでも変更・解約が可能です。

予約カレンダーを確認する →

土日祝も休まず診察しております。

AURORA CLINIC

薄毛や
抜け毛に悩まない

オンラインで
AGA治療

ハツラツとした
毎日へ

スマホ1つで、お家でできる♪
女性専用AGA治療

オンライン治療
 発毛トリアム
 プランライト **1日辺り0円**

全プラン
 診察料
 無料

※診察は女性の医師が対応させて頂く場合がございます。

FAGAは
 (女性型脱毛症)
進行性の病気です

女性のAGAは
 治療が出来る時代です。
 1人で悩まずに
 医師の適切な診断のもと
 早期治療を行うことが重要です。

POINT
早期治療

まずはお気軽にご相談ください。

- 健康美容により、幸福な生活をサポートすることを目的に新ブランドをリリース
- 日本初処方成分を配合した新しいコンセプトの美白系商品を新発売



W・ホワイトクリアパック

W・VCブースターエッセンス

薬用W・ナノバブルホワイトローション

商品
イメージ



特徴

塗って、3分待つて、洗い流すだけの
パック兼洗顔

- 独自開発「クイッククリア処方」で角質、毛穴汚れをスッキリ
- 新ナノ化浸透処方で角層のすみずみにアプローチ
- 美容液成分を98%配合

5つのビタミンCパワーで高浸透
させるブースター美容液

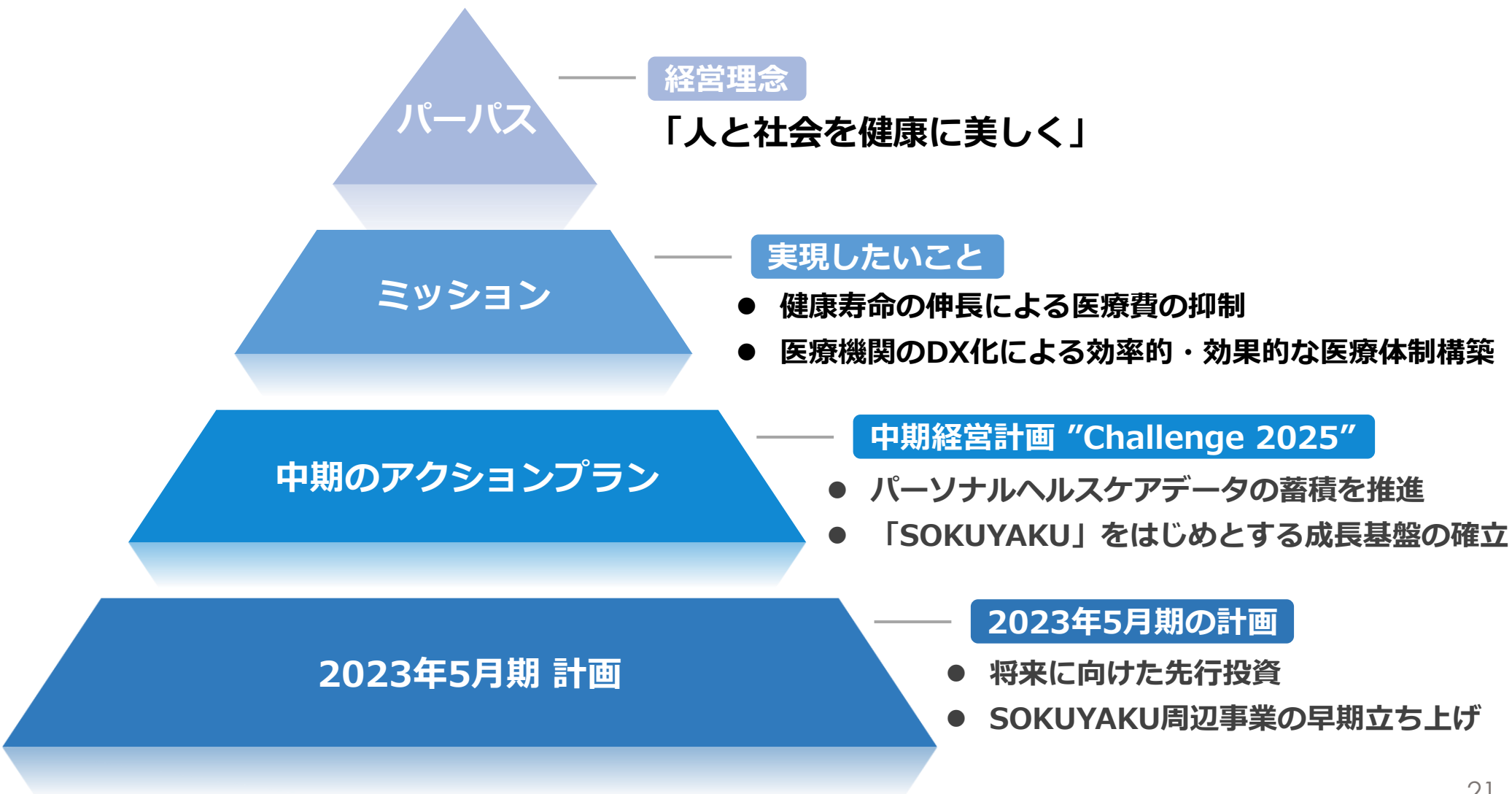
- 5つのビタミンCを段階的に効率よく届ける新メカニズムを採用
- 新ナノ化浸透処方で驚きの浸透感
- 美容液成分を99%配合

日本初ナノバブルの働きで美容成分を
高浸透させる薬用美白化粧水

- 美白有効成分トラネキサム酸で美白ケアしながらしっかり保湿
- ナノバブルならではの高浸透力（直径は毛穴の300分の1）

■ 03 会社概要・事業概要

- 経営理念に沿った一貫性のあるミッション・計画を構築・実行
- 事業を通じて、日本が直面する深刻な社会問題解決を目指す



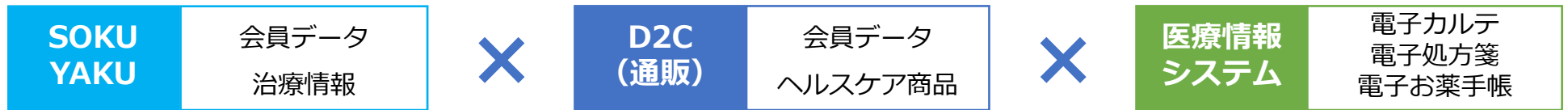
ミッション（実現したいこと）

- 1 医療費などの社会保障費の増大
- 2 医療人材の不足・医療格差の拡大

健康寿命の伸長による医療費の抑制

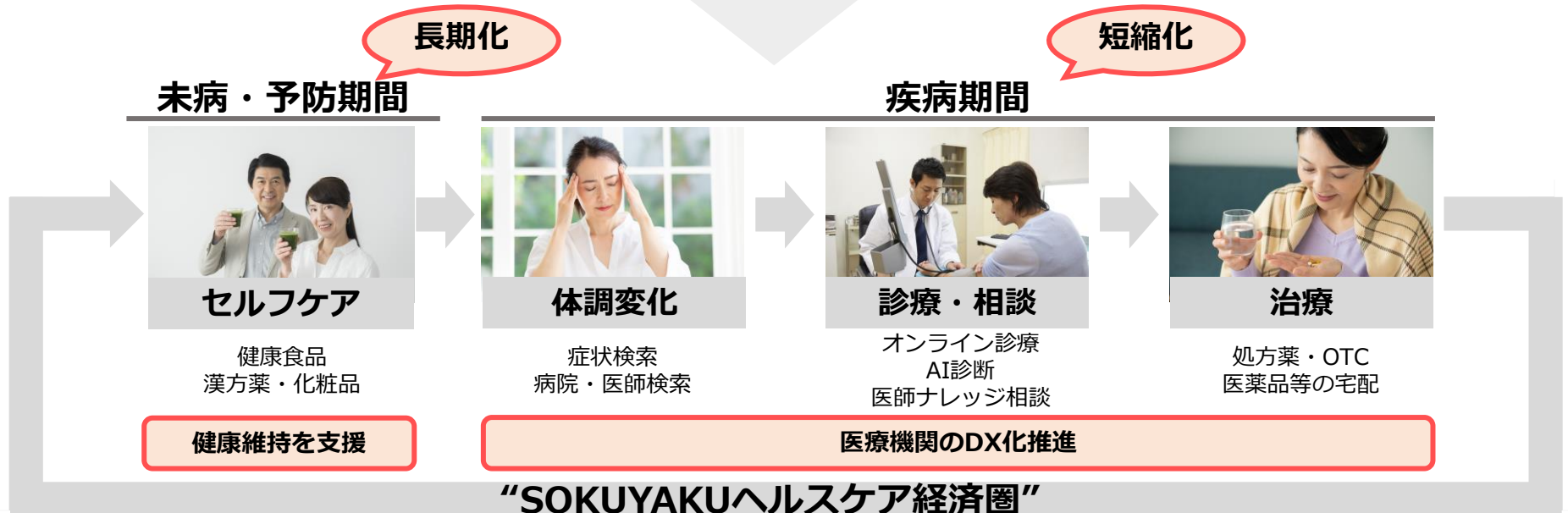
医療機関のDX化による効率的・効果的な体制整備

目指す事業モデル



蓄積したデータを活用し、一人一人のステータスに合った診療や商品購入などのアクションをリコメンド

未病・予防期間の長期化、疾病期間の短縮化を実現する“SOKUYAKUヘルスケア経済圏”を創出



- 事業モデル構築に向けて、SOKUYAKUを中心としたヘルスケアテック領域への投資を実施。今後3ヶ年で、事業ポートフォリオの大幅な変化を図る

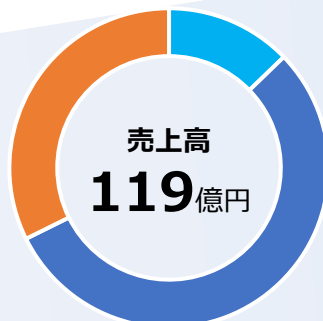
売上構成比の推移

■ SOKUYAKU ■ D2C ■ B2B

2021年5月期 (実績)



2022年5月期 (実績)



2025年5月期 (計画)



SOKUYAKU立ち上げ期

- ビジネスモデル・システム構築
- 医療機関開拓
- 当日宅配網、一部地区で整備

SOKUYAKU拡大期

- 会員の大幅な獲得
- 医療機関開拓の継続
- 当日宅配エリア増加・翌日配送網全国展開

メディカルケアセールス事業

22/5期
売上高構成
42%

オンライン診療・服薬指導プラットフォーム + 医薬品等のD2C

医薬品・医薬部外品のD2C事業

オンライン診療・服薬指導
プラットフォーム



SOKUYAKU

■ 漢方薬



防風通聖散



八味地黄丸

■ 医薬品



【第1類医薬品】
ミノカミングシリーズ



ホワイピュア

■ 医薬部外品



ホワイピュア
薬用美白クリーム

ヘルスケアセールス事業

22/5期
売上高構成
26%

健康食品・化粧品等のD2C



酵素水328選
もぎたて生スムージー



酵素水328選
生サプリメント



カフェ
リーチェ



WEED
シリーズ



LILY
シリーズ

ヘルスケアマーケティング事業

22/5期
売上高構成
32%

ブランディング・BPOサービス



キャストイング・広告



テレビショッピング



卸事業











ウェブマーケティング



コールセンター



DMマーケティング

| セグメント名 | 内容 | 詳細 |
|--------------------------|-------------------|---|
| <p>メディカルケア セールス</p> | <p>SOKUYAKU</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ オンライン診療・服薬指導・薬の宅配プラットフォーム ■ 医療機関向けマーケティング支援・DX化支援 ■ 医療人財支援事業  |
| <p>ヘルスケア セールス</p> | <p>D2C (EC通販)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 医薬品 D2C <ul style="list-style-type: none">  防風通聖散  八味地黄丸  【第1類医薬品】 ミノカミングシリーズ ■ 健康食品・化粧品等 D2C <ul style="list-style-type: none">  酵素水328選 シリーズ  生かむじ  カフェ リーチェ  FINE BASE シリーズ |
| <p>ヘルスケア マーケティング</p> | <p>B2B</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ ヘルスケア関連のD2C事業者に対するブランディング・BPO※サービス |

※ BPO = Business Process Outsourcingのことで、顧客企業の業務オペレーションを受託するサービス

SOKUYAKU事業

■ いつでも・どこでも・誰でも、医師・薬剤師と繋がり、薬が受け取れる社会を実現

いつでも

- 家事・育児の隙間時間でも...
- 仕事の休憩時間でも...
- 深夜・早朝・土日でも...



どこでも

- 旅行先からでも...
- 子供の保育園からでも...
- 自宅からでも...
- オフィスからでも...



誰でも

- 近くに医師・薬剤師がない方でも...
- 外出が困難な方でも...
- 忙しい方でも...



- 各当事者のオンライン化によるメリットは下記の通りで、社会課題に密接に関連
- 特に、少子高齢化の加速・慢性的な医療人材不足に悩む日本においては、オンライン化の意義は大きい

メリット

関連する社会課題

患者



- 距離的・時間的制約の排除
- 適切なタイミングでの受診による重症化の抑制
- 院内感染のリスク削減

- ✓ 地域の医療格差是正
- ✓ 医療費の削減
- ✓ パンデミック対策



医師・ 薬剤師



- 慢性疾患をはじめとする患者の診療の継続促進
- 患者宅への往診回数削減などの効率化

- ✓ 医療従事者不足の改善・働き方改革
- ✓ 医療の質向上

医療機関



- 他県などエリア外からの患者の集客
- 受付・会計など事務員の負担軽減

- ✓ 悪化する経営状況の改善
- ✓ 人手不足の改善



企業

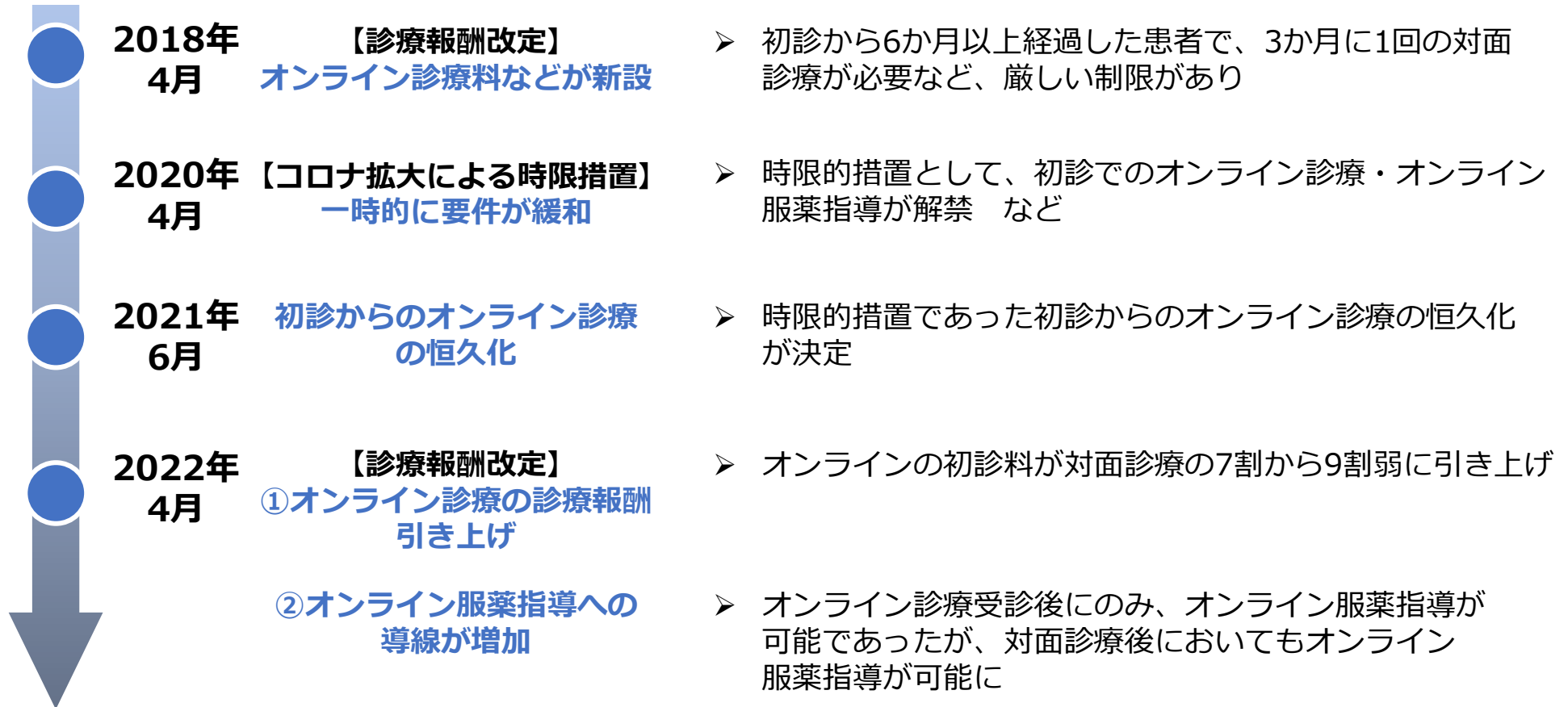


- 仕事と医療機関受診の両立による病気重症化予防
- 診療のための通院に伴う遅刻・早退・欠勤の改善

- ✓ 社員の健康維持（健康経営）
- ✓ 生産性の向上

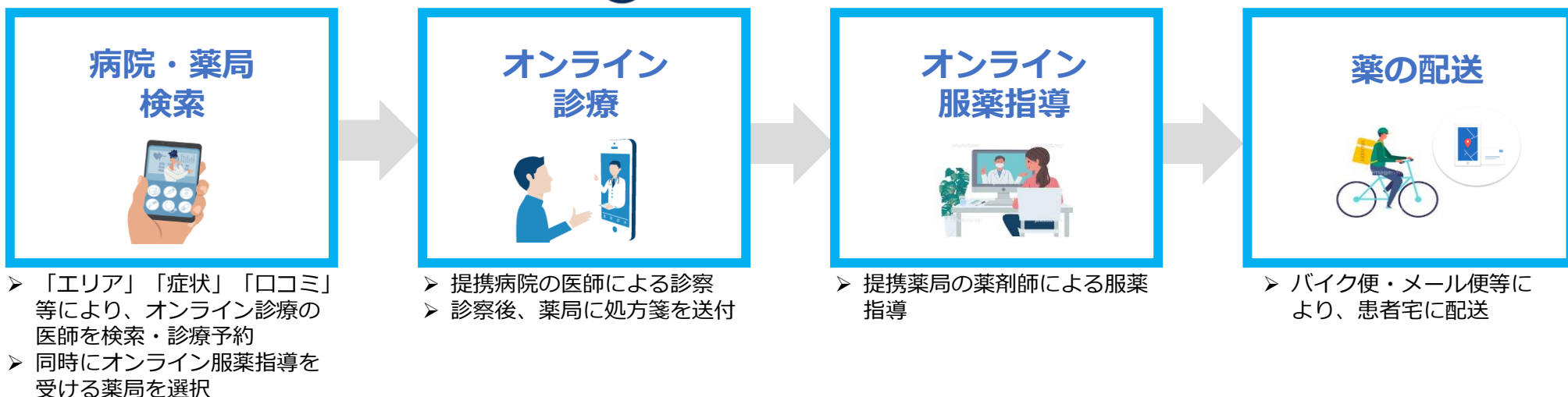


- 足元国内でもオンライン診療・服薬指導にかかる規制緩和が加速
- 社会課題への政府の対応として、今後も関連規制の更なる緩和が見込まれる



地域の医療格差の是正、医療従事者の働き方改革など、日本が直面する医療課題の解決に向けて、今後も規制緩和の進行が期待

- オンライン診療、オンライン服薬指導、処方薬の配送まで「ワンストップで提供するプラットフォーム」を展開



ポイント

- ✓ D2C（通販）事業を通じて蓄積した消費者向けの非対面ビジネスのノウハウを投下することで、病院・薬局へのシステム導入に留まらず、「いかにユーザーに利用してもらえるか」を追求
- ✓ オンライン診療・服薬指導・処方薬の配送まで、ワンストップで提供できるサービスとして特許を取得（特許 第6995174号）

- 医療のオンライン化の普及を阻害する要因をSOKUYAKUでは解消
- その証左として、病院・薬局の提携数、ユーザー数は急拡大中

オンライン化の阻害要因

病院・薬局側

1 システムの費用負担が重い

- 病院の7割が赤字経営、薬局は薬価を国が決めるため利益率が低く、設備投資する余裕がない
- 他サービスは導入費用・月利用料を病院・薬局から徴収する模様

2 患者誘導の広告が法律で禁止

- 病院・薬局はシステムを導入後、独自に患者を集客する必要あり
- 但し、集客ノウハウはなく、広告費の捻出も困難
- そもそも保険診療においては、患者誘導の広告が法律で禁止

3 システムを利用したオペレーションが構築できない

- 医療現場は繁忙であり、システムの動作確認・予約確認まで手が回らない

患者側

4 薬の受取までに時間と手間がかかる

- 他サービスは、診療と服薬指導システムが別々に存在している模様
- 結果、診療から薬の受取まで3~4日かかってしまう（処方箋の有効期限は4日間）

5 受診料が対面診療より高く、患者負担額にバラつき

- 病院・薬局はシステム費用回収のために、患者に対し手数料を上乗せ
- 結果、患者は診察料のほか、各病院・薬局が個別に定めた金額（平均900円程度）を追加で支払う必要

SOKUYAKUの打ち手

病院・薬局には無償で導入

- 病院・薬局に対しては無償でシステムを導入
- 患者から、オンライン診療とオンライン服薬指導1回毎に150円の利用料を徴収

当社が広告費を投下し、独自に患者を集客

- SOKUYAKU上で当社が患者を集客し、病院・薬局に送客
- D2C事業をはじめとする、非対面ビジネスで培ったノウハウを活かし、効果的・効率的に集客

手厚いサポートの実施

- 病院・薬局に対するオンボーディング、カスタマーサクセス機能を充実化
- 前日にリマインドの連絡まで行うなど、サポートを拡充

薬の受取まで一気通貫したシステムを構築

- 病院検索→オンライン診療→オンライン服薬指導→薬の宅配、一連の患者の診療体験が1つのアプリで完結（特許取得）
- オンライン診療から薬の受取まで最短1時間で完結

1回150円という、明瞭な料金設定

- 患者は150円/回のオンライン診療・服薬指導の利用料のみ
- 追加手数料の支払いなく、利用が可能

1年間で病院・薬局の提携数は7倍、ユーザー数は171倍に増加※

※ 2022年5月末時点

サービス

料金形態※

To C (患者向け)

オンライン診療・服薬指導・薬の宅配の普及による収益最大化を図る

- オンライン診療 利用料
 - 1回150円
- オンライン服薬指導 利用料
 - 1回150円
- 自由診療のオンラインクリニック
(オンライン診療・薬の定期配送)
 - 商品・サービスに応じて設定



To B (病院・薬局・企業・自治体向け)

利用社数の増加による収益最大化、サービスの拡充による収益源の多角化を図る

- SOKUYAKU端末設置サービス (病院・公民館等)
 - システム利用料
- ASPサービス
 - システム利用料
- 医療人財紹介サービス
 - 人財紹介料
- ついで買いサービス
 - 商品購入額の定率利用料
- SOKUYAKUオンライン薬局
 - 月額システム利用料
- 医療機関のホームページ制作
 - 制作料 (保守管理は月額料金)
- 医療機関の広告運用料
 - 契約内容に応じて設定
- 自治体向けサービス
 - 契約内容に応じて設定



※顧客との契約内容などに応じての変更があるため、一例を記載

D2C事業

- オリジナルの医薬品、健康食品、化粧品等のD2C事業を展開
- また、商品ブランドを保有する企業のM&Aにより商品ラインナップの多角化を推進
 - 2019年11月 : 漢方薬通販事業 (JFD) を事業譲受
 - 2021年11月 : 医薬品EC事業運営の株式会社シーディを子会社化
 - 2022年7月 : 化粧品等EC事業運営の株式会社ECスタジオを子会社化

ヘルスケアセールス

酵素素328選もぎたて生スムージー



置き換えダイエット食品

酵素素328選生サプリメント



ダイエット時の
栄養補給サプリメント

カフェリーチェ



2021年6月
より発売

WEED



2022年7月ECスタジオ
子会社化により化粧品
に本格参入

メディカルケアセールス

医薬品・医薬部外品



ホイピュア

しみ、そばかすに効く商品

ホイピュア
薬用美白クリーム



【第一類医薬品】
ミノカミング

発毛剤

漢方薬 (JFD)



防風通聖散

肥満・便秘・むくみ改善



八味地黄丸

頻尿・尿漏れの改善

- ヘルスケアマーケティングで培った「キャストイング」+「消費者に共感を持って頂く」広告制作
- オンライン広告・オフライン広告を駆使した「クロスメディア活用」による幅広い年齢層へのリーチ
- 広告施策の高速PDCAにより、効率的な顧客獲得単価を実現

マーケティングノウハウ



商品イメージにあった
キャストイング

「ダイエット時」
に頻出する悩みや商品の
使い方等を再現



消費者の悩みやニーズを
再現する共感型広告素材

クロスメディアの活用



オンライン



オフライン

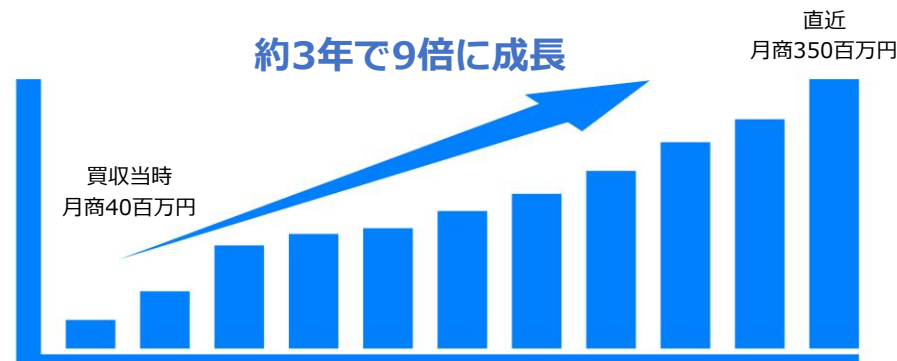
他社にはない「売る力」により

業界平均CAC※15,000~20,000円よりも**安価に新規顧客を獲得**

※「CAC」：Cost Acquisition Cost 定期顧客一人当たり獲得コスト

【実績】

▶ 2019年11月、(株)アインファーマシーズより買収した漢方EC
通販事業において、約3年で月商40百万円から350百万円に成長



- 近年、薬機法の改正等、D2Cに関する広告関連法令がより厳格化
- 但し、当社は従前より厳格な広告審査体制を整備しており、**法改正による影響は軽微**

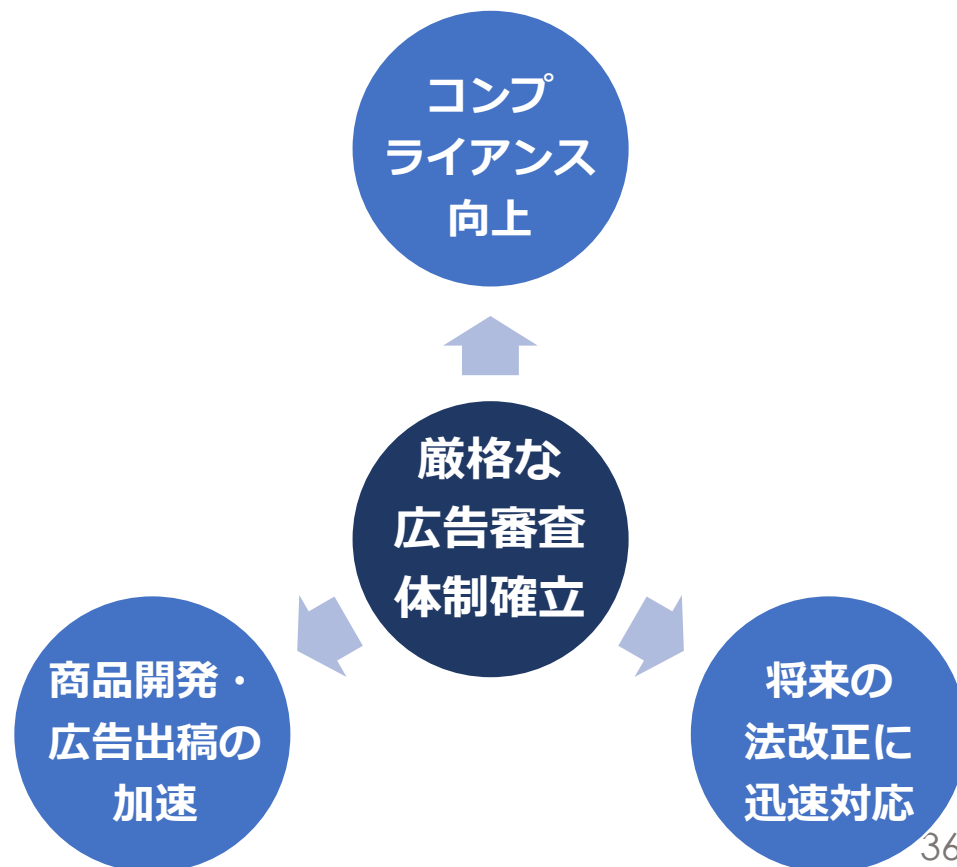
外部環境（広告関連法令の厳格化）

- 既存商品においては、法改正などで現状の広告を変更せざるを得ない場合、顧客獲得コストが上昇する可能性
- 新商品においては、新たなオペレーション対応等に時間がとられ、開発が遅延する可能性

当社の広告審査体制

- 厳格な社内チェックリストに基づき3部署でチェック
- 2社以上の第三者審査機関への確認
- 3つの弁護士事務所への意見確認
- 広告表示内容に関する監督官庁等に対する照会
- 徹底した社内の啓蒙や教育
- 弁護士を含む取締役会にて、一般消費者目線で再確認

2018年3月から社内外における厳格な審査体制を構築、法改正による影響は軽微



B2B事業

- 顧客に対するブランディング・BPOサービスの提供を通じて、業界トレンドのアップデートとノウハウの蓄積を加速することで、**当社の他事業との相乗効果発揮**



自社の他事業を側面支援

SOKUYAKU事業



D2C (通販) 事業



顧客へのサービス提供

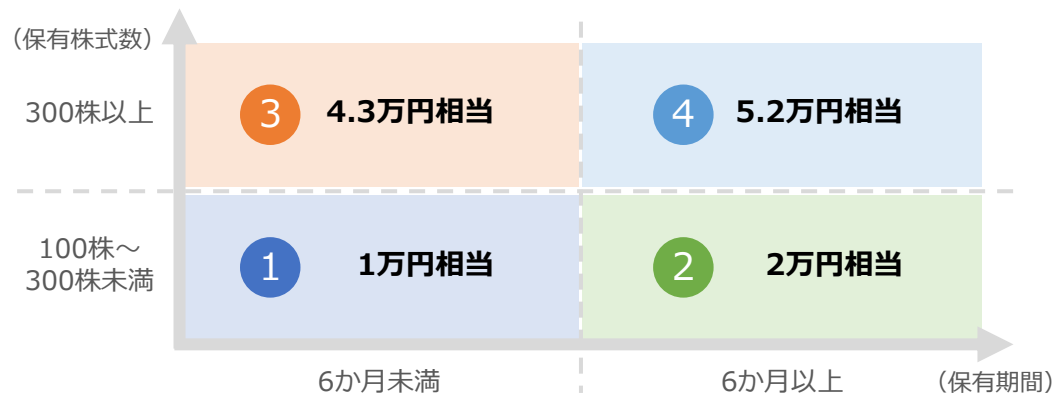
通販事業者



etc.

■ 04 Appendix

■ 株主の皆様の日頃からのご支援に感謝し、当社株式への投資魅力を高めるために、2021年11月より優待制度を新設



酵母素328選
生サプリメント



酵母素328選
もぎたて生スムージー



ホワイピュア
薬用美白クリーム

1 当社商品2個 1万円相当

- 酵母素328選 生サプリメント 1個
- 酵母素328選 もぎたて生スムージー（ミックスベリー味） 1個

2 当社商品3個と自社商品買い物優待券 2万円相当

- 酵母素328選 生サプリメント 1個
- 酵母素328選 もぎたて生スムージー（ミックスベリー味） 1個
- ホワイピュア 薬用美白クリーム 1個
- 自社商品買い物優待券 5千円分

3 当社商品8個 4.3万円相当

- 酵母素328選 生サプリメント 2個
- 酵母素328選 もぎたて生スムージー（ミックスベリー味） 2個
- 酵母素328選 もぎたて生スムージーグリーン（フレッシュアップル味） 2個
- ホワイピュア 薬用美白クリーム 2個

4 当社商品9個と自社商品買い物優待券 5.2万円相当

- 酵母素328選 生サプリメント 2個
- 酵母素328選 もぎたて生スムージー（ミックスベリー味） 2個
- 酵母素328選 もぎたて生スムージーグリーン（フレッシュアップル味） 2個
- ホワイピュア 薬用美白クリーム 3個
- 自社商品買い物優待券 5千円分

※ 会社方針等の様々な要因によって、制度の廃止を含む、優待制度そのものの見直しまたは内容変更が行われる可能性があります
 ※ 11月末日時点の株主名簿に記録された、1単元（100株）以上保有の株主様が対象となります

“人と社会を健康に美しく”

