

The background of the slide features a stylized globe with a network overlay of blue lines and dots, suggesting a global or digital theme.

# 2023年5月期 通期決算 及び 中期計画について

2023年7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** : **16,845**百万円 ( 通期計画16,669百万円、**達成率 101%**  
前期比 **142%** )

- 特にメディカルケアセールス事業（オンライン診療関連のSOKUYAKU事業、医薬品のD2C事業）の売上が伸長

◆ **営業利益** : **-1,816**百万円 ( 通期計画 -2,028百万円、達成率 **- %**<sup>※1</sup>  
前期比 **- %** )

- 広告投下による顧客獲得を効率的に行うことができた結果、計画比で**赤字幅が縮小**

## 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
- 利便性の高い処方薬の受け取り方法を整備し、当日配送エリアも拡大
- 現状のプラットフォームを活かした新サービスもローンチ
  - ✓ SOKUYAKUキャリア（医療人材の紹介）
  - ✓ 医薬品・日用品・食品デリバリーサービス（薬局・ドラッグストア向け）

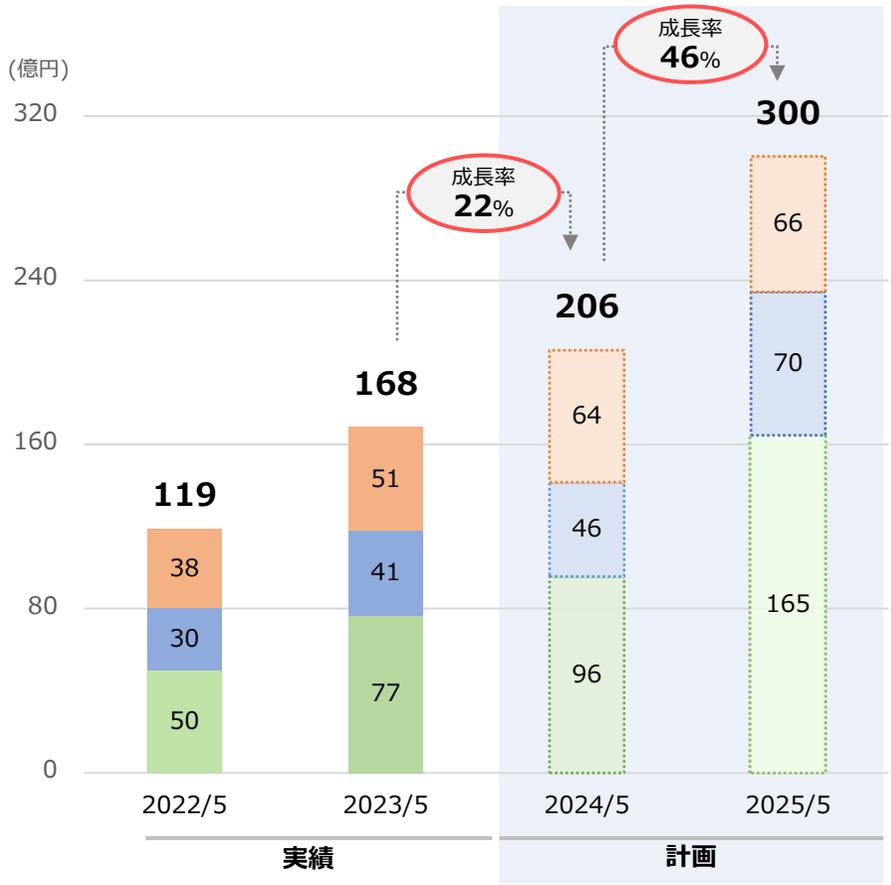
### 【 D2C（通販） 】

- 漢方薬の防風通聖散の定期顧客数が伸長
- 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、達成率・前期比の記載は省略

## 売上高

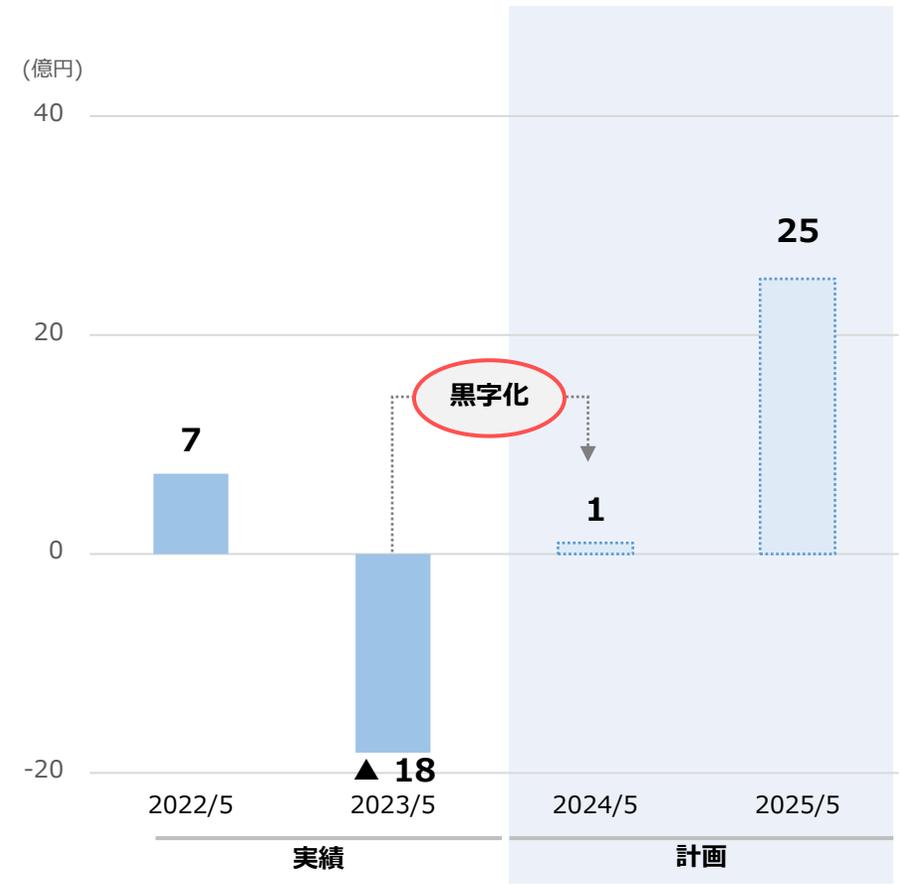
- メディカルケアセールス事業（オンライン診療関連のSOKUYAKU事業、医薬品のD2C事業）・ヘルスケアマーケティング事業の牽引により、高い成長率を継続



■ 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

## 営業利益

- 2024年5月期は黒字化を見込み、更なる利益獲得を推進



- 01      **2023年5月期 連結決算**
- 02      **直近の主な取り組み**
- 03      **今後の成長戦略・中期計画**
- 04      **Appendix**

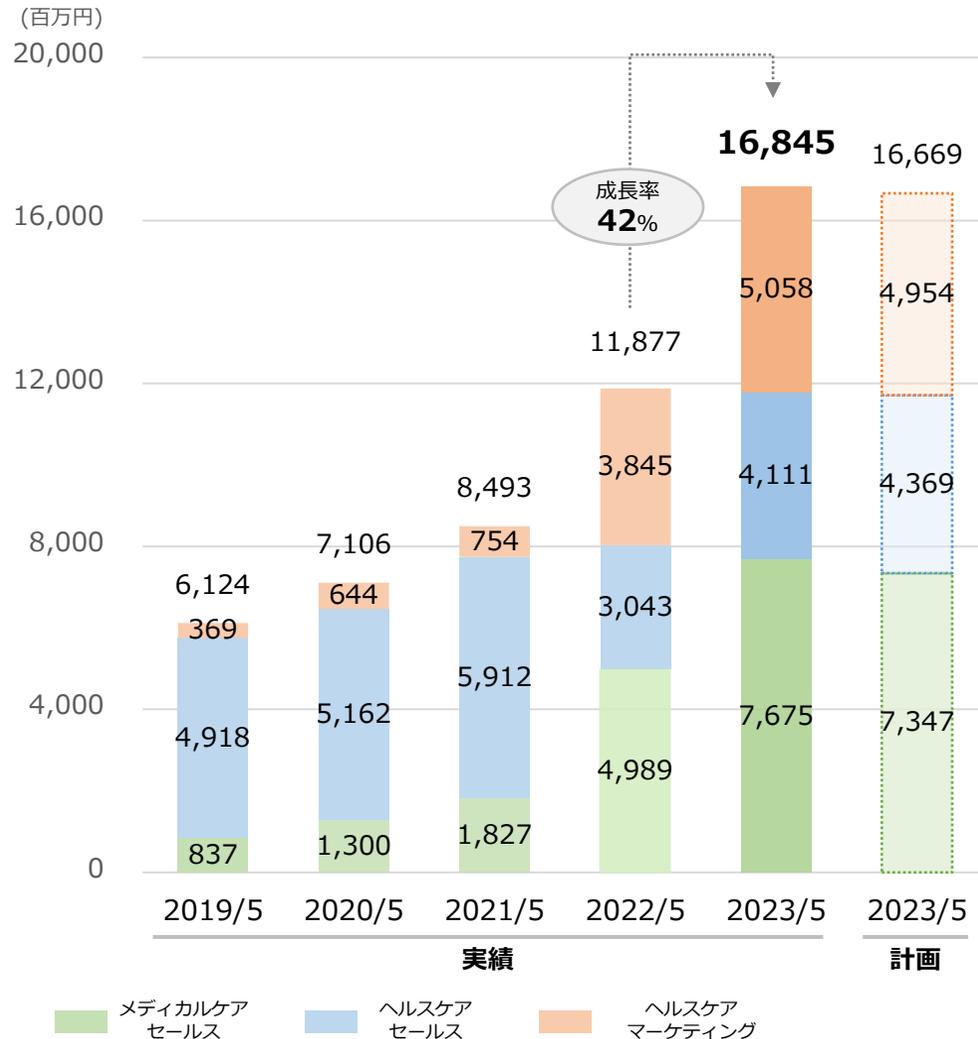
# ■ 01 2023年5月期 連結決算

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"> <li>■ オンライン診療・服薬指導・薬の宅配プラットフォーム</li> <li>■ 医療機関向けマーケティング支援・DX化支援</li> <li>■ 医療人財支援事業</li> </ul> 
<p>ヘルスケア セールス</p>	<p>D2C (EC通販)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 医薬品 D2C                     <ul style="list-style-type: none"> <li> 防風通聖散</li> <li> 八味地黄丸</li> <li> 【第1類医薬品】 ミカミングシリーズ</li> </ul> </li> <li>■ 健康食品・化粧品等 D2C                     <ul style="list-style-type: none"> <li> 酵素水328選 シリーズ</li> <li> カフェ リーチェ</li> <li> CoFelice</li> <li> FINE BASE シリーズ</li> </ul> </li> </ul>
<p>ヘルスケア マーケティング</p>	<p>B2B</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 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</li> </ul>

※ 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

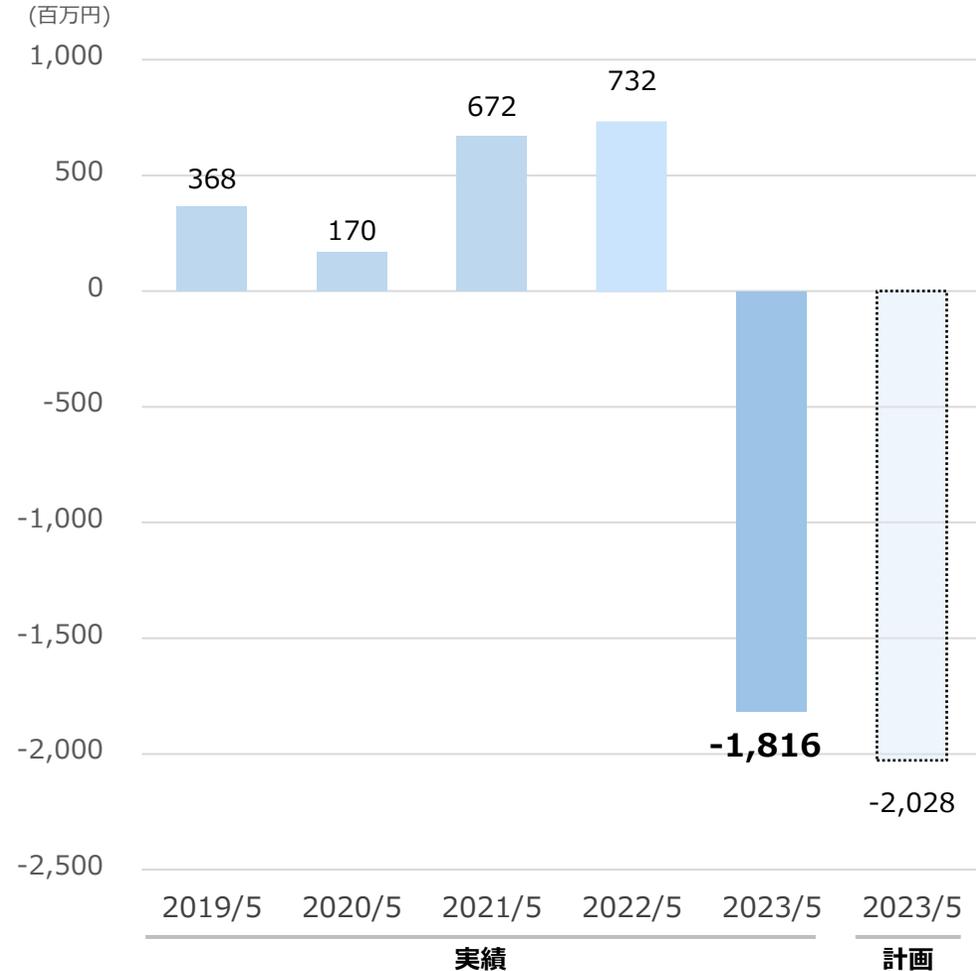
## 売上高

- 計画比101%で着地
- 特にメディカルケアセールス事業（SOKUYAKU事業と医薬品のD2C事業）の売上が伸長



## 営業利益

- 想定よりも効率的な顧客獲得に成功した結果、計画比赤字幅は縮小



## グループ連結業績

売上高：16,845百万円（達成率 101%）

営業利益：-1,816百万円

## セグメント別

メディカルケア  
セールス事業

売上高：7,675百万円（達成率 104%）

営業利益：-1,099百万円

SOKUYAKU・  
医薬品 D2C

- SOKUYAKU：売上高2,662百万円（達成率103%）
  - ✓ 引き続きユーザーの獲得・利用が好調に推移
  - ✓ 自由診療のオンラインクリニックの立ち上げ・拡大も順調に進捗
- 医薬品 D2C：売上高5,014百万円（達成率105%）
  - ✓ 漢方薬の防風通聖散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：4,111百万円（達成率 94%）

営業利益：-28百万円

- 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達成率は94%で着地
- 化粧品分野において、美白系の新商品を発売。定期顧客数の拡大を図る

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：5,058百万円（達成率 102%）

営業利益：39百万円

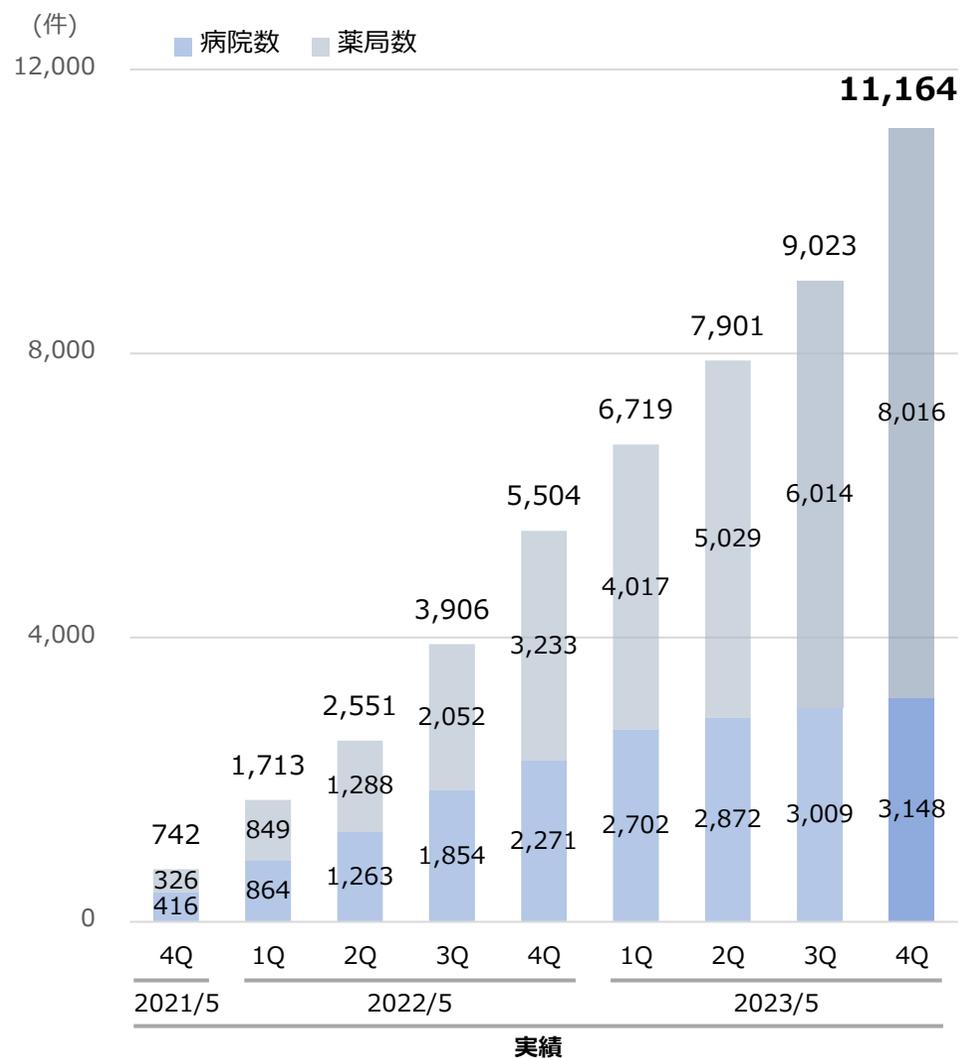
- グループ全体で新規顧客の開拓営業及び既存顧客へのクロスセルに注力
- KPI（取引社数）進捗率も102%と順調に進捗

(百万円)	2022年5月期 通期実績 (前年)	2023年5月期 年間計画	2023年5月期 通期実績	前年比	計画比
<b>売上高</b>	<b>11,877</b>	<b>16,669</b>	<b>16,845</b>	<b>142%</b>	<b>101%</b>
メディカルケアセールス事業	4,989	7,347	7,675	154%	104%
ヘルスケアセールス事業	3,043	4,369	4,111	135%	94%
ヘルスケアマーケティング事業	3,845	4,954	5,058	132%	102%
<b>営業利益</b>	<b>732</b>	<b>-2,028</b>	<b>-1,816</b>	<b>—%</b>	<b>—%</b>
営業利益率	6.2%	-12.2%	-10.8%		
メディカルケアセールス事業	340	-1,248	-1,099	—%	—%
ヘルスケアセールス事業	779	-178	-28	—%	—%
ヘルスケアマーケティング事業	37	58	39	105%	68%
<b>経常利益</b>	<b>713</b>	<b>-2,068</b>	<b>-1,841</b>	<b>—%</b>	<b>—%</b>
経常利益率	6.0%	-12.4%	-10.9%		
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>401</b>	<b>-2,190</b>	<b>-1,900</b>	<b>—%</b>	<b>—%</b>
親会社株主に帰属する当期純利益率	3.4%	-13.1%	-11.3%		

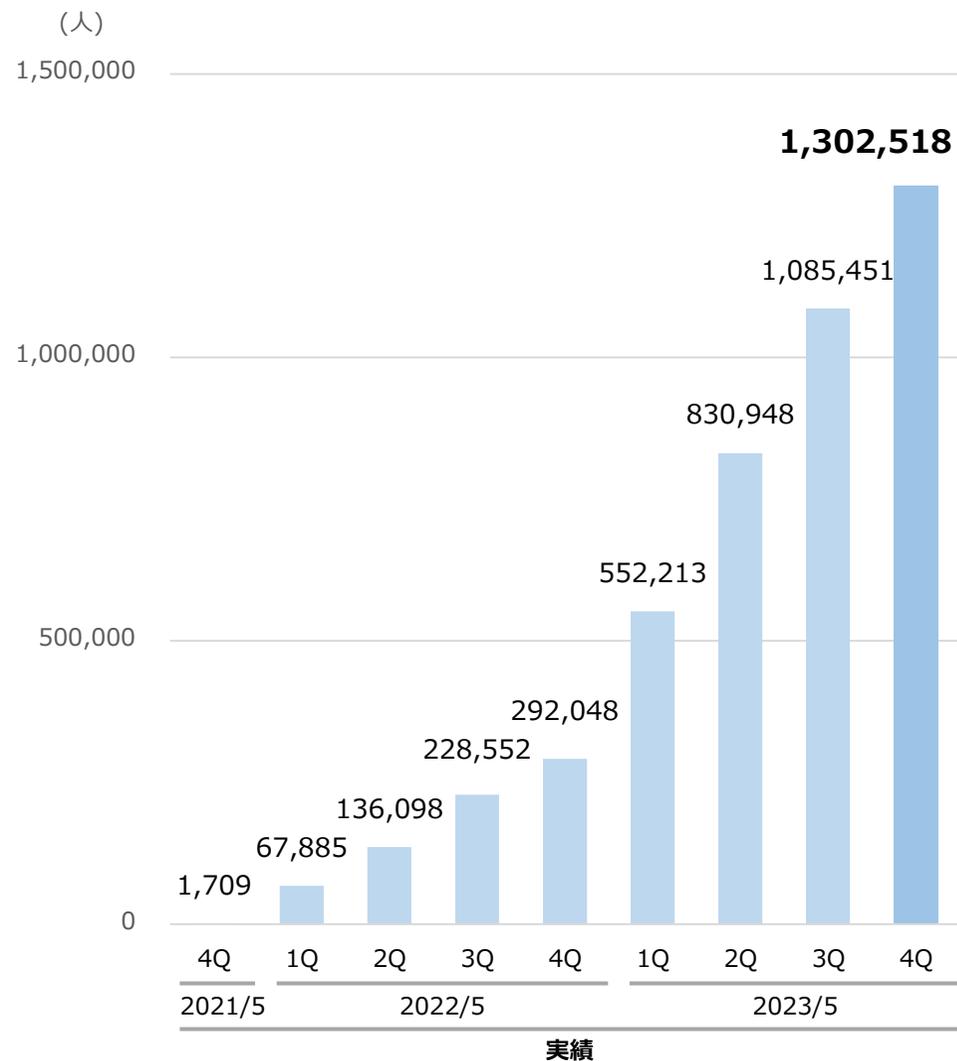
(百万円) 資産	2023年5月期 期末	負債及び純資産	2023年5月期 期末
<b>流動資産</b>	<b>4,672</b>	<b>負債合計</b>	<b>4,525</b>
現金及び預金	1,648	<b>流動負債</b>	<b>3,020</b>
売掛金等	1,689	買掛金	549
棚卸資産	865	未払金	1,228
その他の流動資産	470	短期社債・借入金	750
<b>固定資産</b>	<b>2,568</b>	その他の流動負債	493
有形固定資産	253	<b>固定負債</b>	<b>1,506</b>
無形固定資産	1,941	長期社債・借入金	1,372
のれん	1,672	その他の固定負債	134
その他の無形 固定資産	269	<b>純資産合計</b>	<b>2,715</b>
投資その他の資産	374	資本金	165
<b>資産合計</b>	<b>7,240</b>	その他剰余金	2,754
		自己株式	-452
		新株予約権	10
		非支配株主持分	238
		<b>負債及び純資産合計</b>	<b>7,240</b>
		純資産比率	37.5%

■ 病院・薬局提携数は前期比202%、ユーザー数は前期比446%で着地

病院・薬局提携数 (累計)



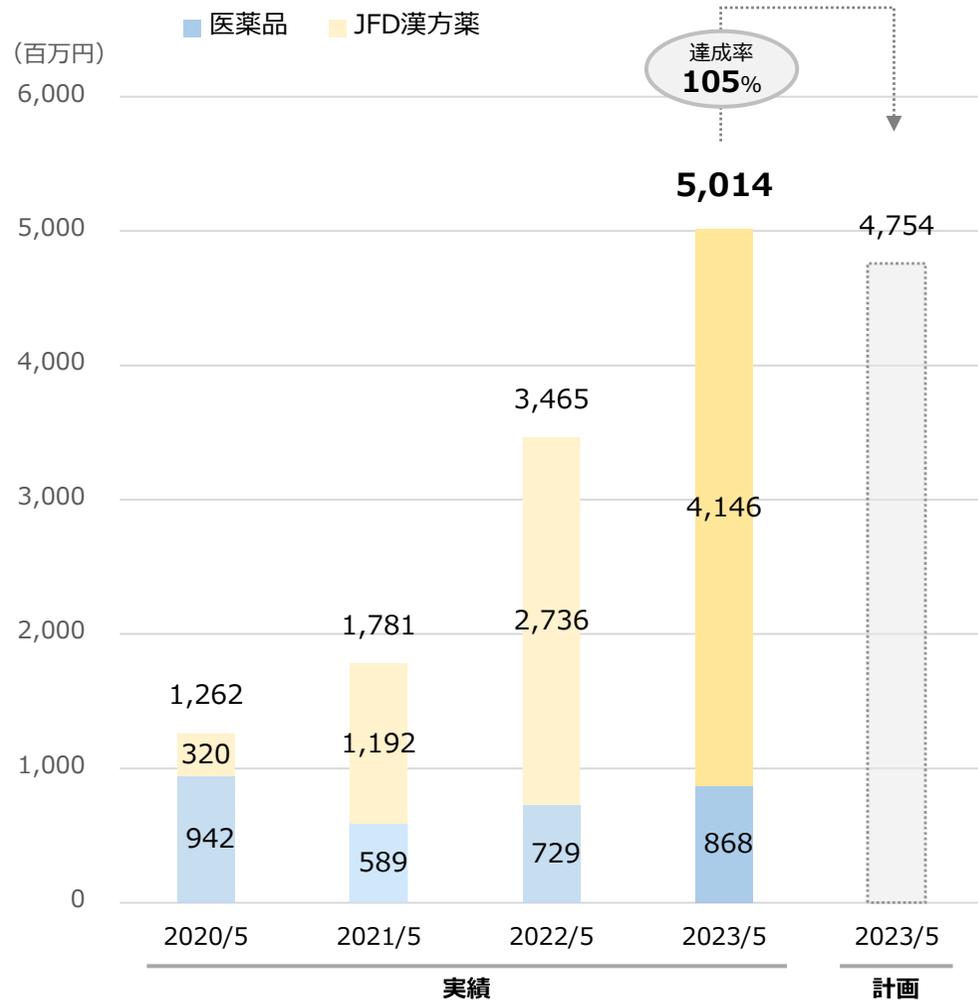
ユーザー数 (会員数)



- 獲得効率が良い医薬品の商品に広告宣伝費を投下
- D2C事業全体では計画達成率100%

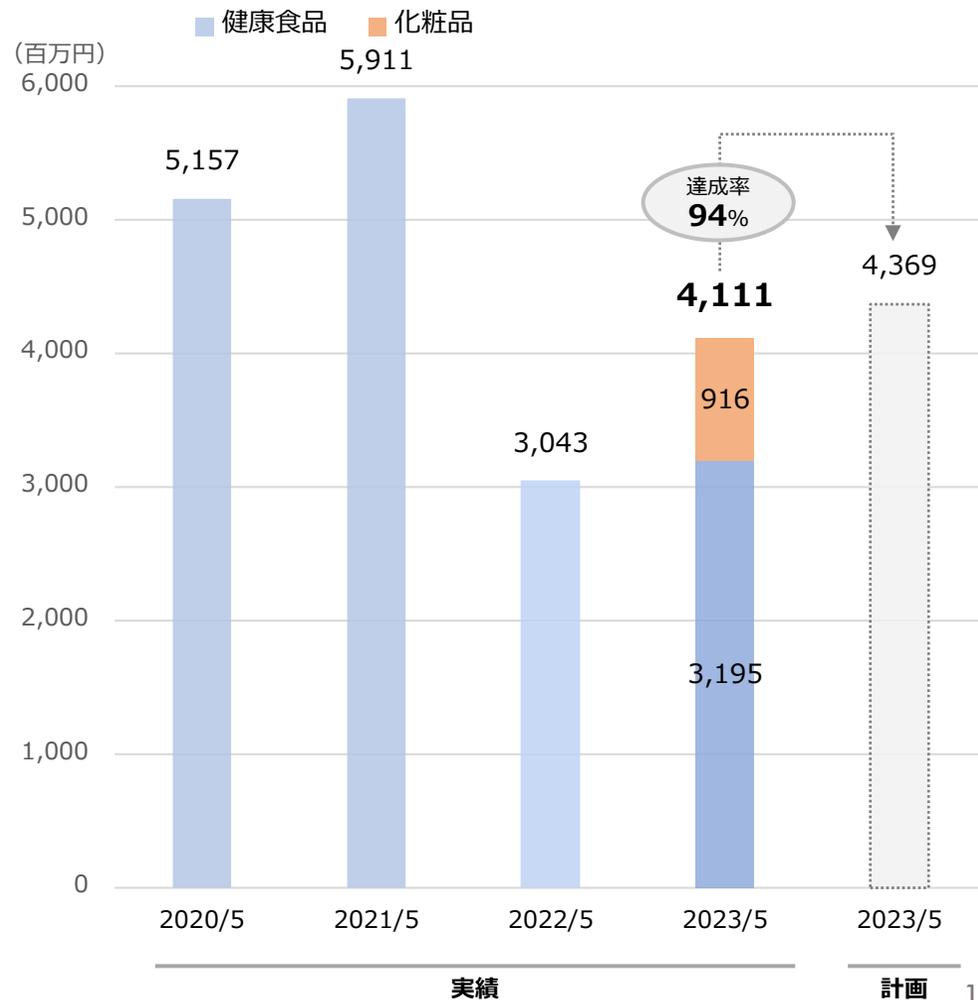
### 医薬品 D2C 売上高

(メディカルケアセールス事業)



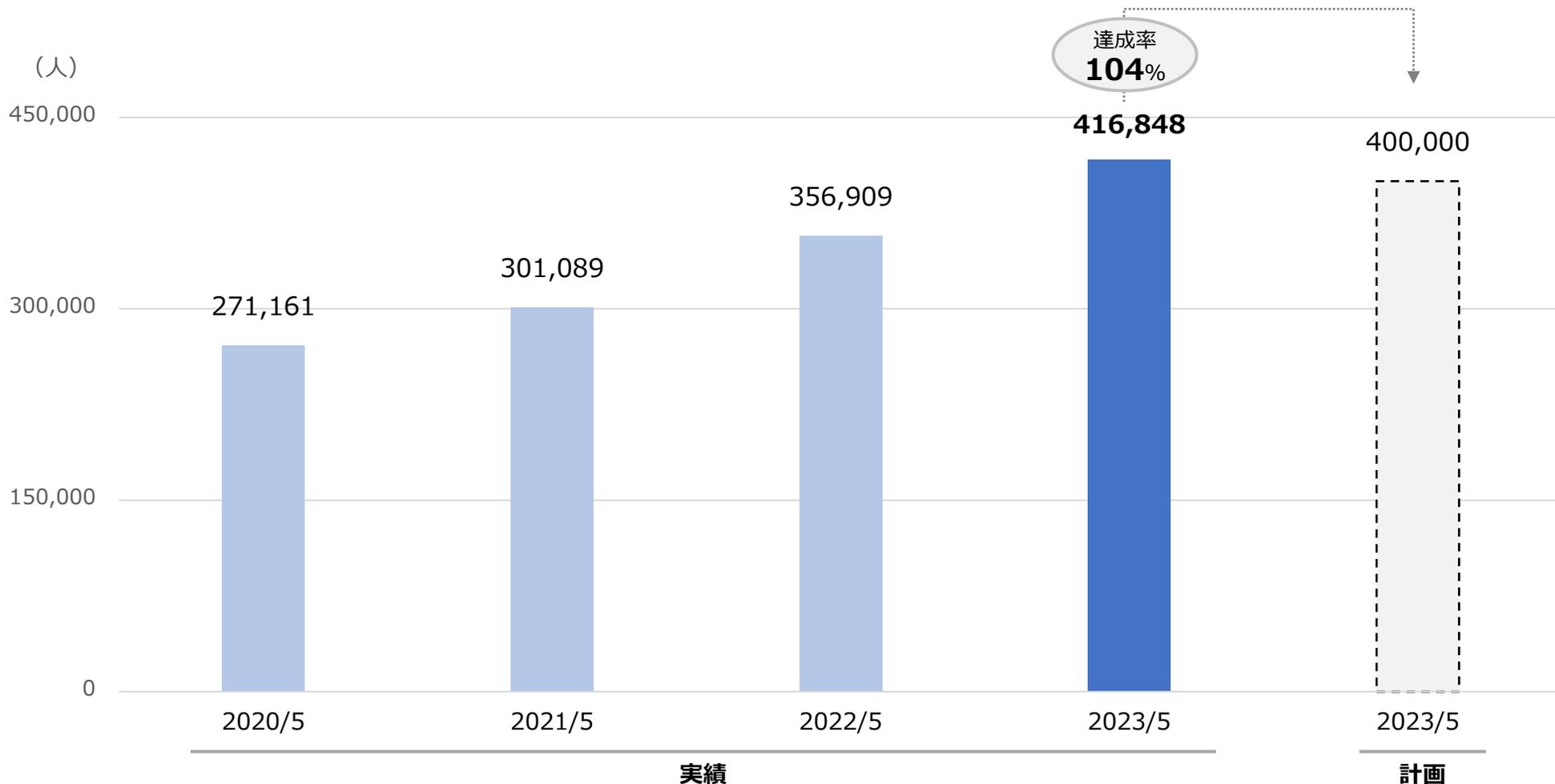
### 健康食品等 D2C 売上高

(ヘルスケアセールス事業)



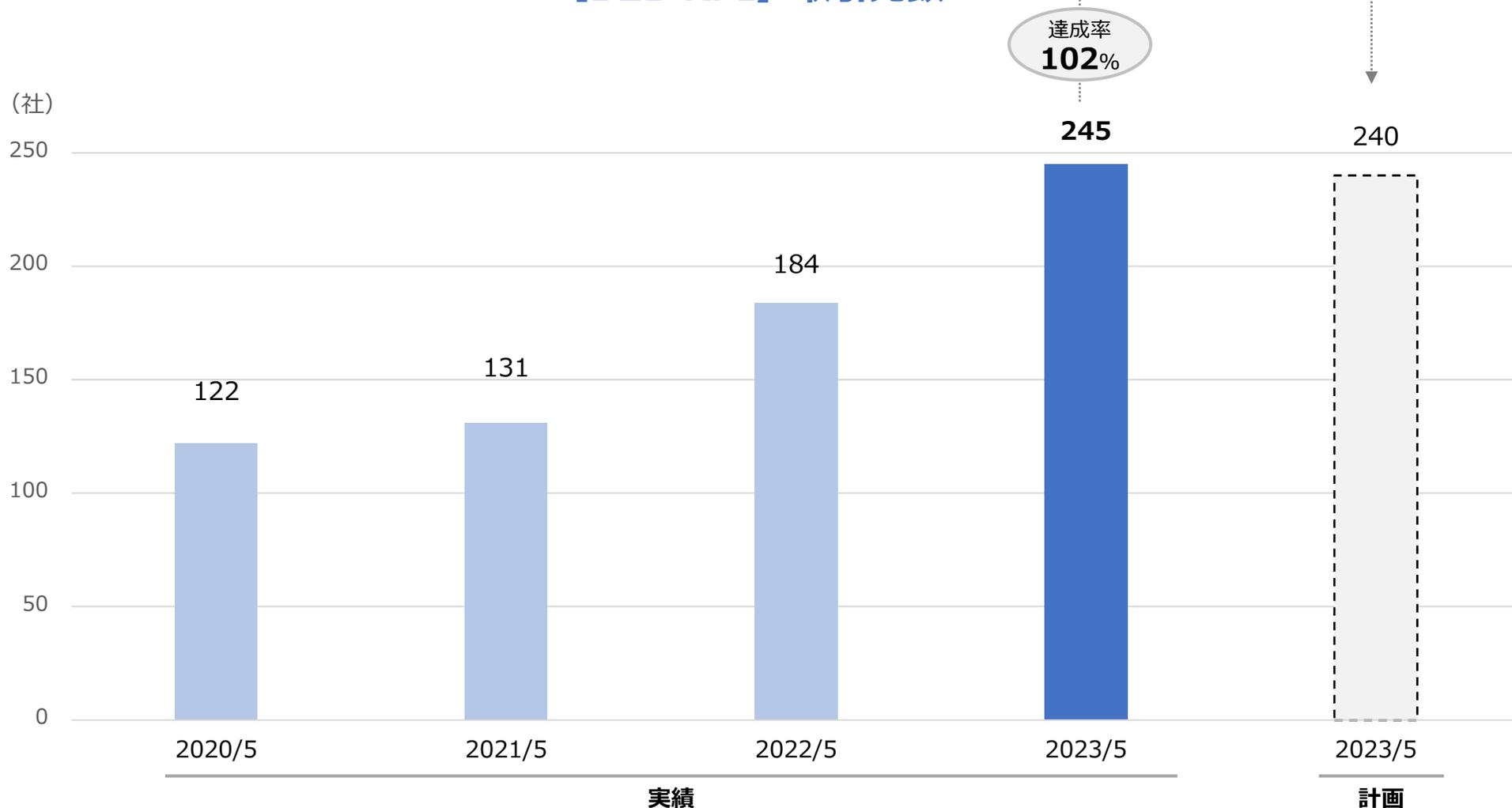
■ 防風通聖散を中心に定期顧客の獲得に成功し、約41.7万人の定期顧客を獲得

【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を進めた結果、取引先数は245社まで増加し、計画比102%・前年比で33%成長を実現

【B2B KPI】 取引先数



## ■ 02 直近の主な取り組み

- 保険診療も自由診療も対応可能
- 日本の法規制に即して、異なる方針でサービスを展開

保険診療

自由診療

サービスの  
展開方針

- SOKUYAKUのプラットフォーム上に患者様を集客し、提携している病院・薬局に送客
- 患者様からオンライン診療の利用料を徴収

- 集客した全ての患者様を、当社と提携するオーロラクリニックに送客
- 患者様から医薬品の料金などを受領（定期販売）

【上記差異が生じる背景】

- 保険診療においては、国が診療費の7割を負担することから、広告宣伝を行って特定の病院・薬局へ送客することが法律で規制
- 一方で、自由診療においては、10割自己負担であるため、特定の病院への送客が可能のため、当社と提携するオーロラクリニックへ送客

診療科・  
メニューなど

- ✓ 内科・小児科・耳鼻科・眼科・消化器科など、SOKUYAKUと提携している病院の様々な診療科目に対応

【利用が多い患者様の一例】

急に発熱された方  
(時間がないけど、  
薬は処方してもらいたい)



慢性的な疾患をお持ちの方  
(毎月の決まった薬を効率的に  
もらいたい)



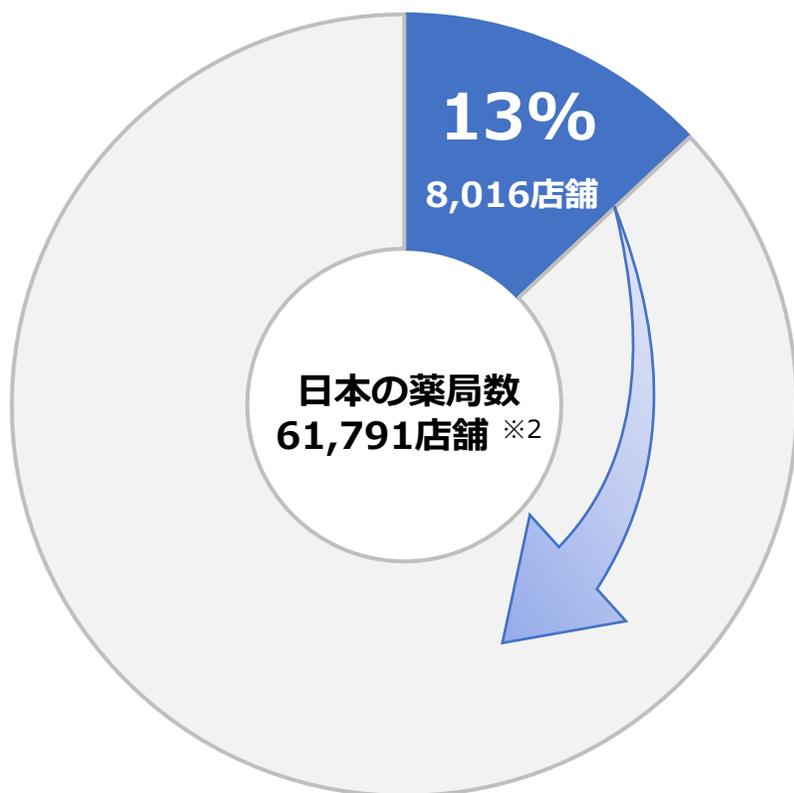
- ✓ ピル・美肌・AGAなど  
(取り扱う診療科目・医薬品は、随時拡大を予定)



- 多店舗展開の薬局・ドラッグストアを中心にSOKUYAKUの導入が進む
- 導入先に対して、医薬品・日用品・食品のデリバリーサービスをはじめとするサービスの拡販を図る

### 薬局への導入シェア ※1

～2021年のサービス開始以降、急速にシェアを拡大～



### 導入事例



## ツルハドラッグ

ツルハドラッググループ  
(グループ会社を含むツルハグループの調剤薬局全店に導入)



I&H (阪神調剤グループ)



AISEI  
GROUP

アイセイ薬局グループ



トモズグループ

※

- 1 2023年5月末時点のSOKUYAKU導入数 ÷ 日本の薬局数
- 2 (出所) 厚生労働省「衛生行政報告例」令和3年度 薬局数より

## ■ ユーザーのニーズに応じた受け取り方法を整備

### 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)

#### 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)

#### 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

#### 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



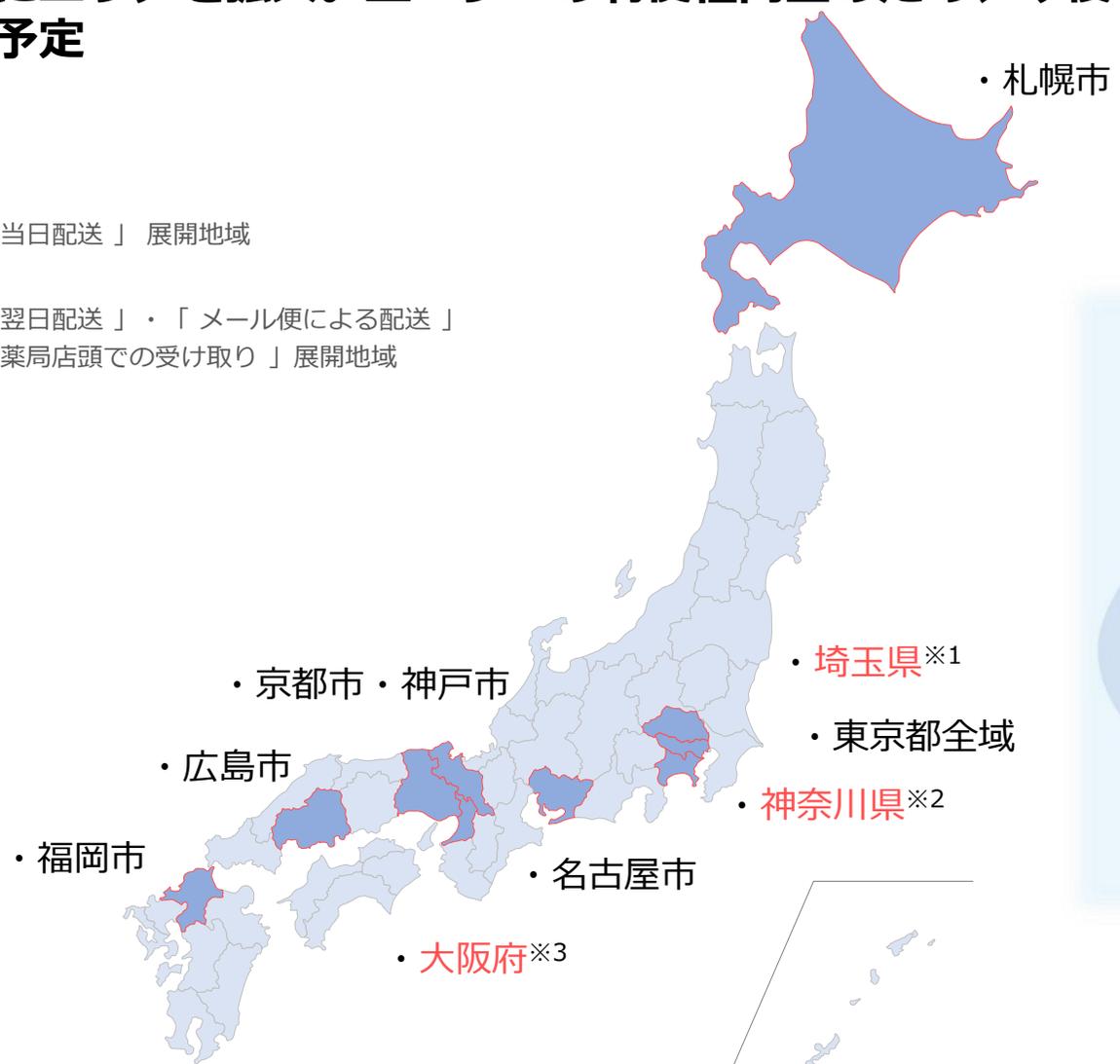
※ 下記のエリアにおいて展開

- 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

■ 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

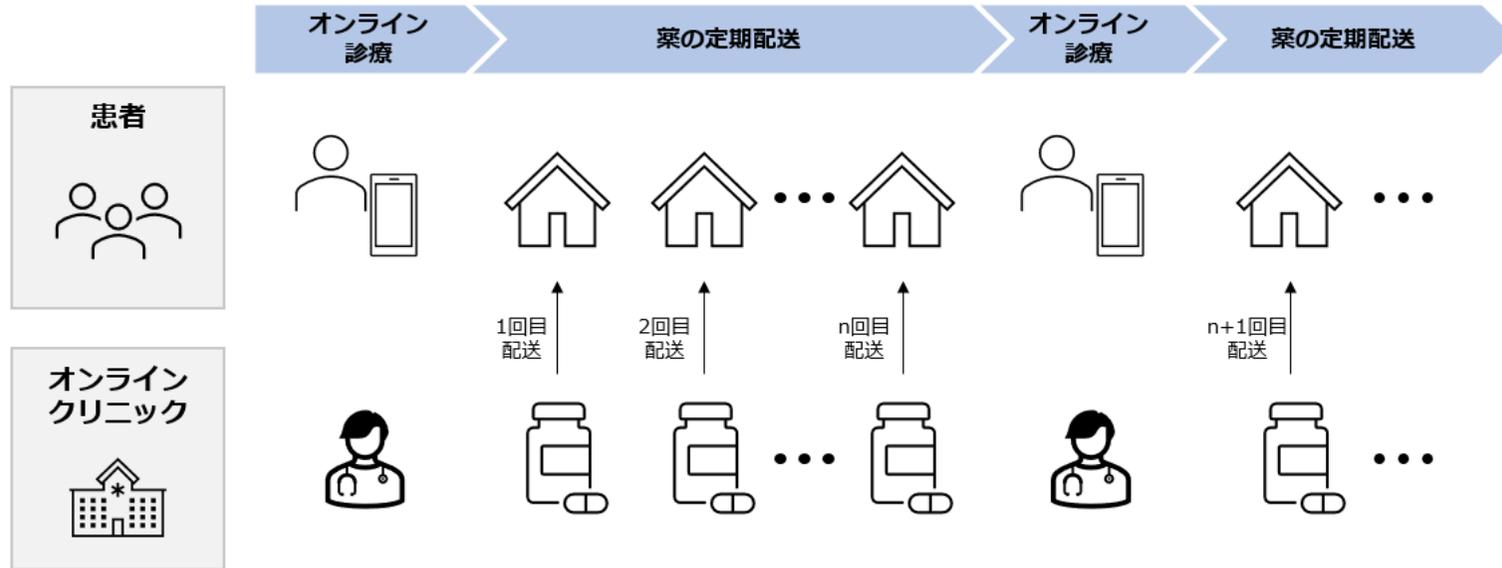
 : 「翌日配送」・「メール便による配送」  
 : 「薬局店頭での受け取り」展開地域



※ 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

- 自由診療のオンラインクリニックを立ち上げ・拡大
- ピル、美肌、AGA等の分野で集客が拡大基調

オンラインクリニックのイメージ



AURORA CLINIC

私自身をもっと生かやすく！

診察から処方までスマホひとつで完結！  
**オンライン診療で処方**

処方代 **初月0円**

オンラインで理想のすっぴん美肌へ

オーサーメイド処方  
 医療用医薬品

シミ そばかす くすみ 色素沉着

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  
 処方料 プラン1日 1日あたり0円

全プラン 診察料 無料

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

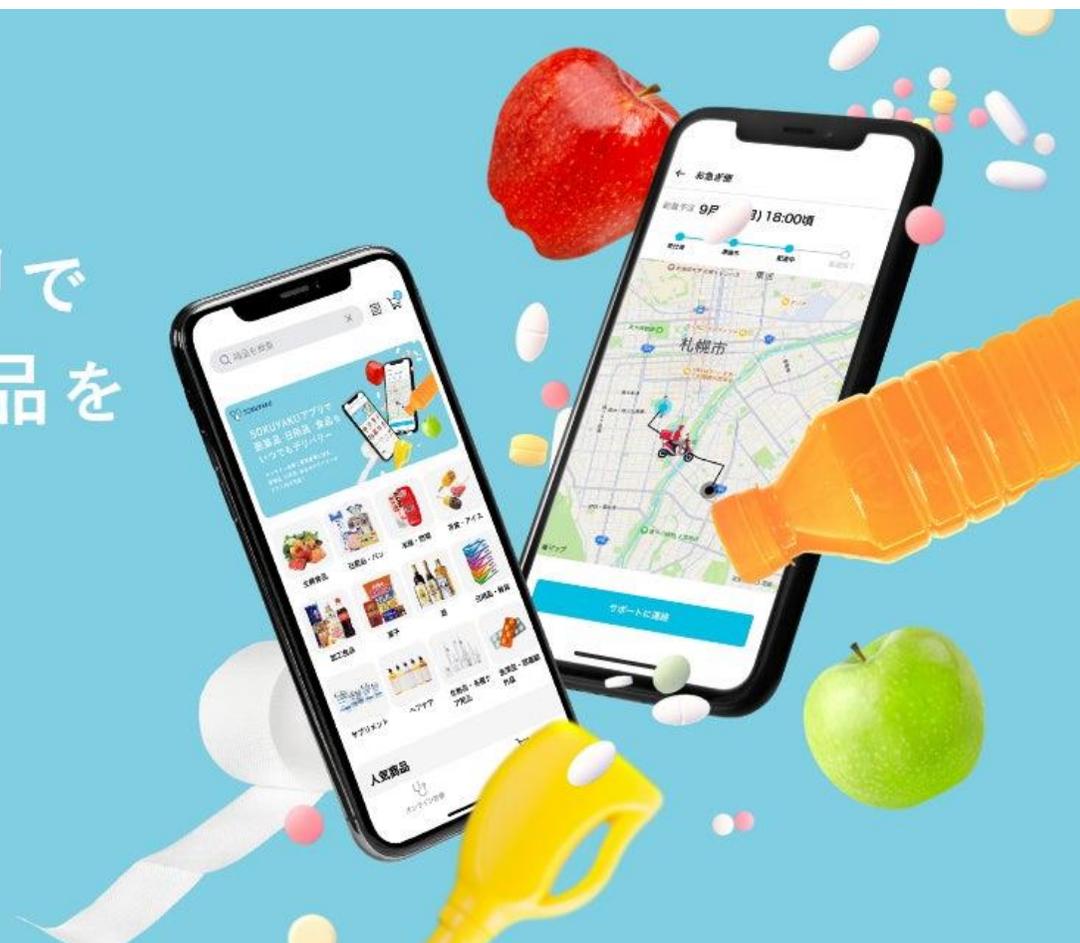
Point 自宅で医師の診察が受けられる

- ツルハドラッグ 本町店に導入いただき、札幌市内から運用開始
- SOKUYAKU導入済みのドラッグストアを中心に今後拡大を予定



# SOKUYAKU アプリで 医薬品・日用品・食品を いつでもデリバリー

オンライン診療と服薬指導に加え、  
医薬品・日用品・食品のデリバリーが  
アプリ内で完結！



## ■ 他社との協業を推進することで、医療のDX化に関する取り組みを加速

### 提携先



日本航空

### 協業の内容など

- JALマイレージバンク会員がSOKUYAKUに会員登録、またはオンライン診療・オンライン服薬指導のサービスを利用するたびに、JALのマイルがたまる取り組み
- 両社会員の利便性向上を図るようなサービスの開発



I&H

- へき地や離島の住民に対するオンライン診療・服薬指導の利用促進、最適な処方薬配送網の構築に向けた実証事業の展開
- 効率的な運営・円滑な医療サービスの提供が可能な医療プラットフォーム構築に向けたデジタル技術の開発・検証



フィナンシャル・エージェンシー

- フィナンシャル・エージェンシーが保有する膨大な顧客基盤へのSOKUYAKU普及
- ユーザーの保険金の受領漏れ抑止に向けた、保険金請求リマインド機能のSOKUYAKUへの実装 など



エアトリプレミアム倶楽部

- 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
- 訪日外国人向けサービスの開発



ウェルビーグループ

- 海外駐在員に対する、SOKUYAKUアプリを活用したオンライン診療サービスの提供
- 訪日外国人に対する、日本の病院・クリニックでのオンライン診療サービスの提供

- 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

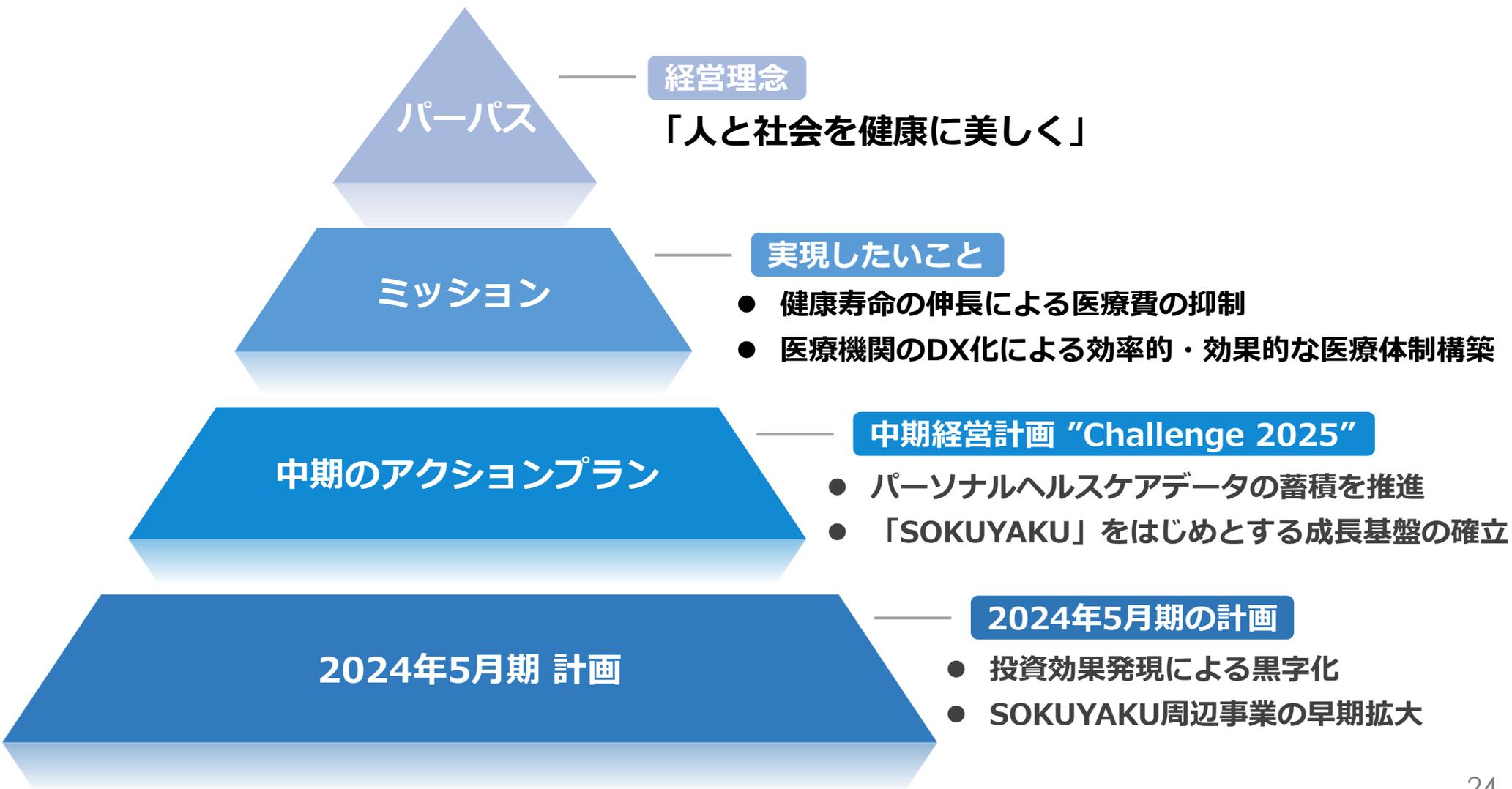
- 5つのビタミンCを段階的に効率よく届ける新メカニズムを採用
- 新ナノ化浸透処方で驚きの浸透感
- 美容液成分を99%配合

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 今後の成長戦略・中期計画

- 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

SOKU  
YAKU

会員データ  
治療情報



D2C  
(通販)

会員データ  
ヘルスケア商品



医療情報  
システム

電子カルテ  
電子処方箋  
電子お薬手帳

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

長期化

短縮化

未病・予防期間

疾病期間

セルフケア

健康食品  
漢方薬・化粧品

健康維持を支援

体調変化

症状検索  
病院・医師検索

診療・相談

オンライン診療  
AI診断  
医師ナレッジ相談

医療機関のDX化推進

治療

処方薬・OTC  
医薬品等の宅配

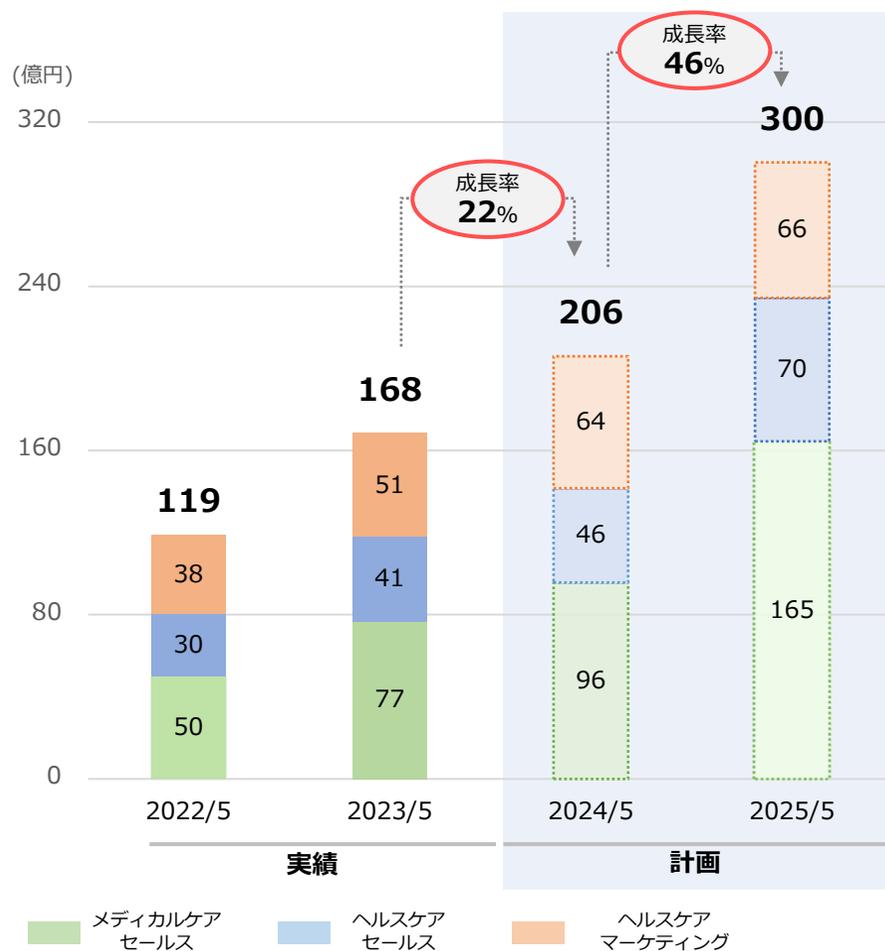
“SOKUYAKUヘルスケア経済圏”

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"> <li>■ オンライン診療・服薬指導・薬の宅配プラットフォーム</li> <li>■ 医療機関向けマーケティング支援・DX化支援</li> <li>■ 医療人財支援事業</li> </ul> 
<p>ヘルスケア セールス</p>	<p>D2C (EC通販)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 医薬品 D2C                     <ul style="list-style-type: none"> <li> 防風通聖散</li> <li> 八味地黄丸</li> <li> 【第1類医薬品】 ミカミングシリーズ</li> </ul> </li> <li>■ 健康食品・化粧品等 D2C                     <ul style="list-style-type: none"> <li> 酵素水328選 シリーズ</li> <li> カフェ リーチェ</li> <li> カフェ リーチェ</li> <li> FINE BASE シリーズ</li> </ul> </li> </ul>
<p>ヘルスケア マーケティング</p>	<p>B2B</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 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</li> </ul>

※ 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

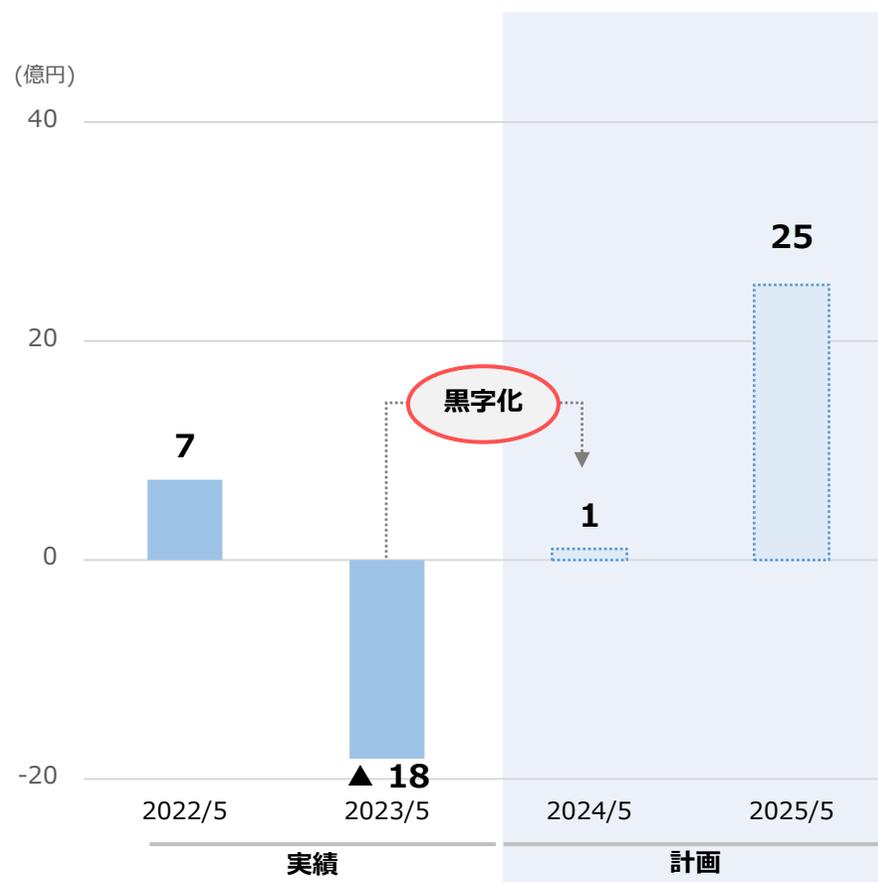
## 売上高

- メディカルケアセールス事業（オンライン診療関連のSOKUYAKU事業、医薬品のD2C事業）・ヘルスケアマーケティング事業の牽引により、高い成長率を継続



## 営業利益

- 2024年5月期は黒字化を見込み、更なる利益獲得を推進



(百万円)	2022年5月期	2023年5月期	前年比	2024年5月期	
	通期実績 (前々年)	通期実績 (前年)		計画	前年比
<b>売上高</b>	<b>11,877</b>	<b>16,845</b>	<b>142%</b>	<b>20,599</b>	<b>122%</b>
メディカルケアセールス事業	4,989	7,675	154%	9,570	125%
ヘルスケアセールス事業	3,043	4,111	135%	4,582	111%
ヘルスケアマーケティング事業	3,845	5,058	132%	6,446	127%
<b>営業利益</b>	<b>732</b>	<b>-1,816</b>	<b>—%</b>	<b>103</b>	<b>—%</b>
営業利益率	6.2%	-10.8%		0.5%	
メディカルケアセールス事業	340	-1,099	—%	318	—%
ヘルスケアセールス事業	779	-28	—%	321	—%
ヘルスケアマーケティング事業	37	39	105%	113	287%
<b>経常利益</b>	<b>713</b>	<b>-1,841</b>	<b>—%</b>	<b>67</b>	<b>—%</b>
経常利益率	6.0%	-10.9%		0.3%	
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>401</b>	<b>-1,900</b>	<b>—%</b>	<b>30</b>	<b>—%</b>
親会社株主に帰属する当期純利益率	3.4%	-11.3%		0.1%	

# 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...

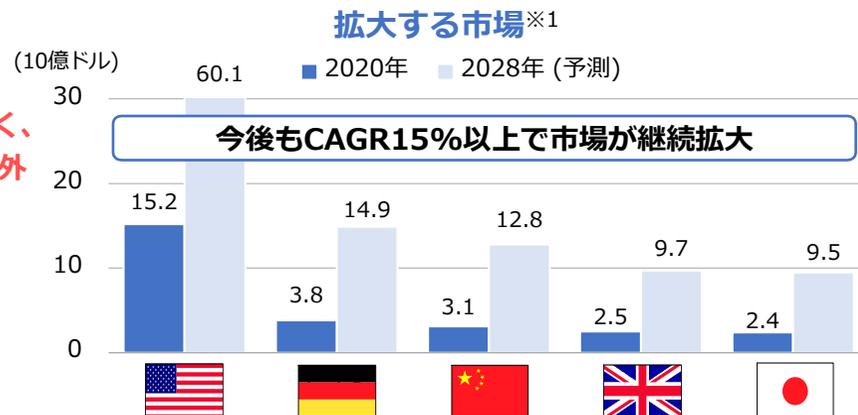


## ■ 日本のオンライン診療市場は黎明期にあり、今後は更なる市場の拡大が見込まれる

### 医療サービスのオンライン化によるメリット (一例)

<b>患者</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 距離的・時間的制約の排除</li> <li>✓ 院内感染のリスク削減</li> </ul>
<b>医師・薬剤師</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 患者宅への往診回数削減などの効率化</li> <li>✓ 患者の診療の継続促進</li> </ul>
<b>医療機関</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ エリア外からの患者の集客実現</li> <li>✓ 受付・会計など事務員の負担軽減</li> </ul>

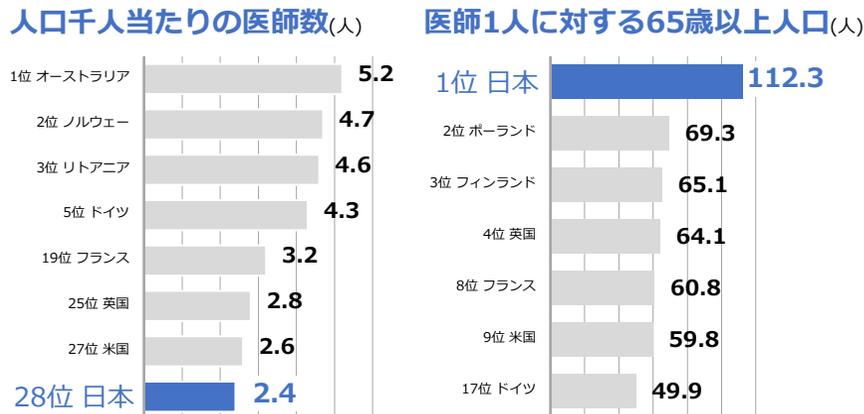
メリットは非常に大きく、  
特に規制緩和が進む海外  
では、市場が拡大



出所：The insight Partners 「Telemedicine Market, 2021年10月」

日本においては上記メリットに加えて、  
市場拡大要因が存在

### 深刻な医師不足

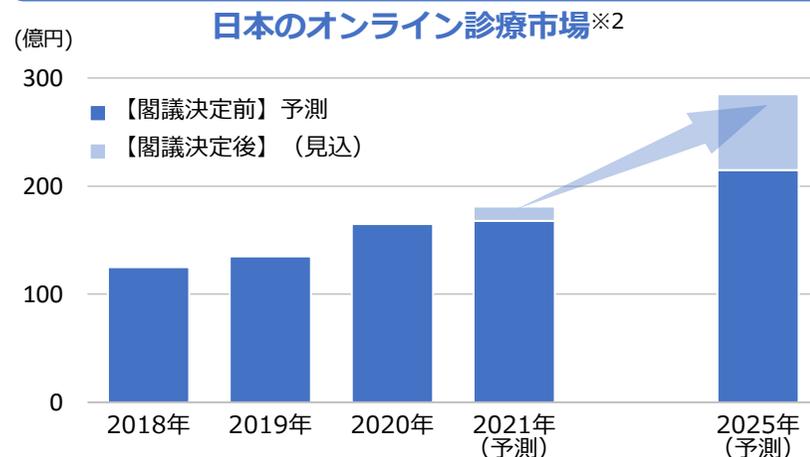


出所：OECD 2017年データ



オンライン化による  
効率的な医療体制構築  
が必要不可欠

### 規制緩和もあり、市場は拡大見込み



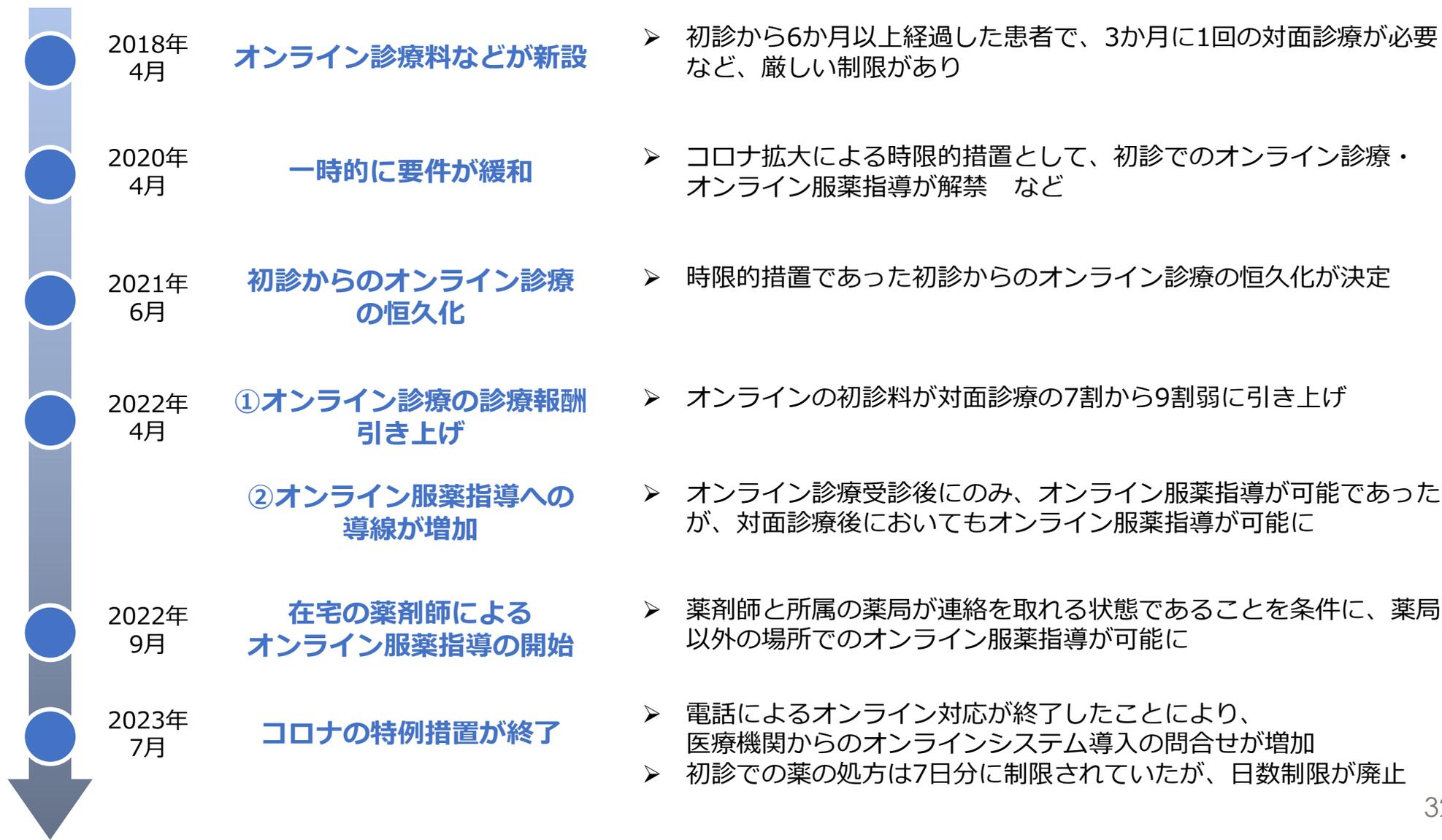
出所：株式会社シーズプランニング

「2020年版オンライン診療サービスの現状と将来展望」 31

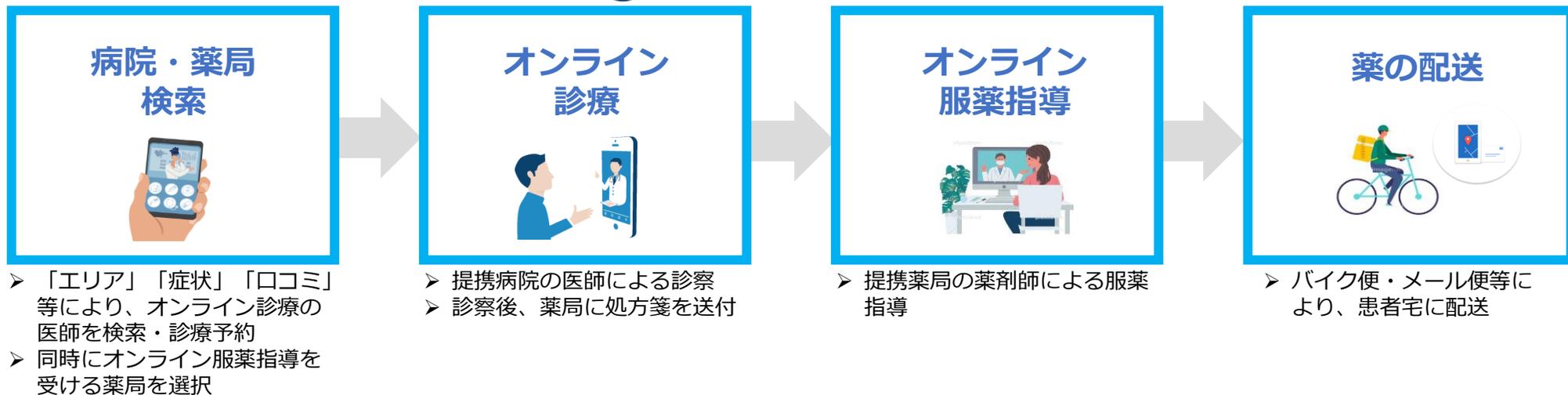
※ 1 Mobile, Call Centers, Webを含むTelemedicine Market全般

2 保険診療、自由診療、オンライン診療システム、遠隔医療相談サービス、の各市場の合計

- 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



- 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

## 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

## 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

2年間で病院・薬局の提携数は15倍、ユーザー数は762倍に増加※

※ 2023年5月末時点

## オンライン診療プラットフォーム

会員数・利用回数増加などによる収益最大化を図る

### サービス

- 【保険診療】オンライン診療 利用料
- 【保険診療】オンライン服薬指導 利用料
- 【自由診療】オンラインクリニック  
(オンライン診療・薬の定期配送)
- 医薬品・日用品・食品デリバリーサービス
- 自治体向けサービス (オンライン診療センター等)
- SOKUYAKU端末設置サービス (病院・公民館等)

### 料金形態※

- 1回150円
- 1回150円
- 診療メニューに応じて設定
- 商品購入額の定率利用料
- 自治体との契約内容に応じて設定
- システム利用料



## 病院・薬局向けサービス

プラットフォームを活かした提携先への拡販により、サービスの急拡大を図る

### サービス

- 医療人財紹介サービス
- 医療機関のホームページ制作
- 医療機関の広告運用料

### 料金形態※

- 人財紹介料
- 制作料 (保守管理は月額料金)
- 契約内容に応じて設定

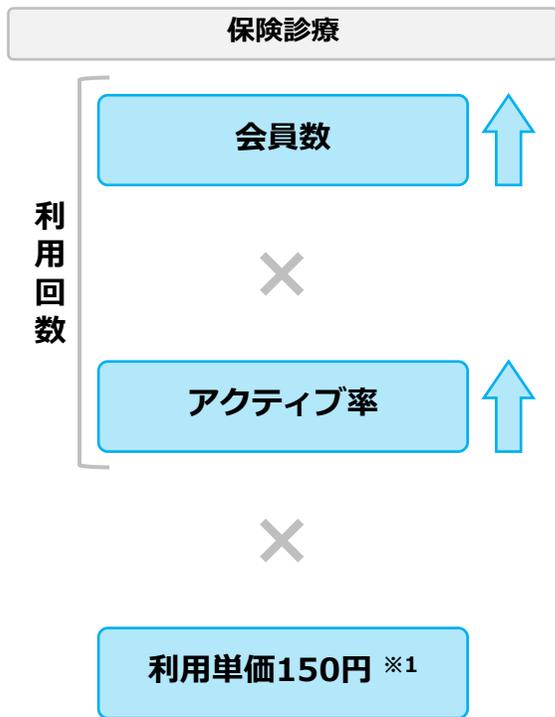


# 今後の収益拡大に向けた戦略

- 計画の実現に向けて、収益拡大を図る
- ストック型の収益モデル導入などにより、早期に利益体質を構築

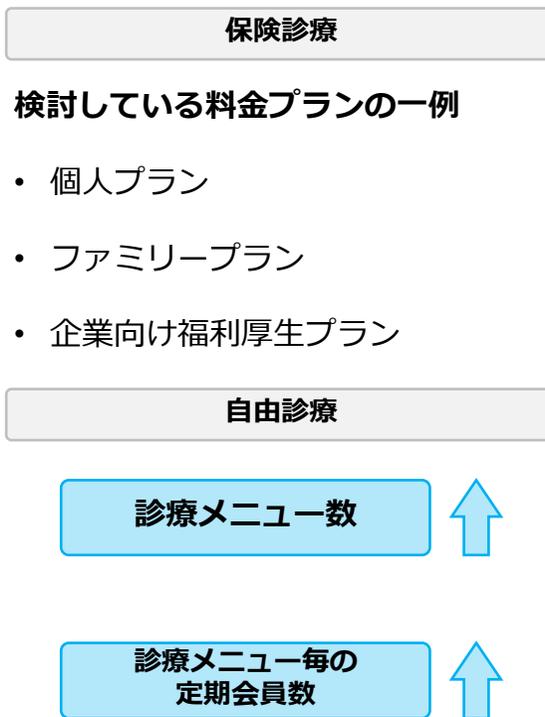
## 1 フロー型の収益モデル拡大

- ▶ 効果的な広告宣伝を行い、保険診療における、オンライン診療・服薬指導の利用料150円/回の積上げを図る



## 2 ストック型の収益モデル導入・拡大

- ▶ 保険診療においては、月額プランの導入などを検討中
- ▶ 自由診療においては、薬の定期配送を利用する会員の増加を図る



## 3 派生サービスの強化・拡充

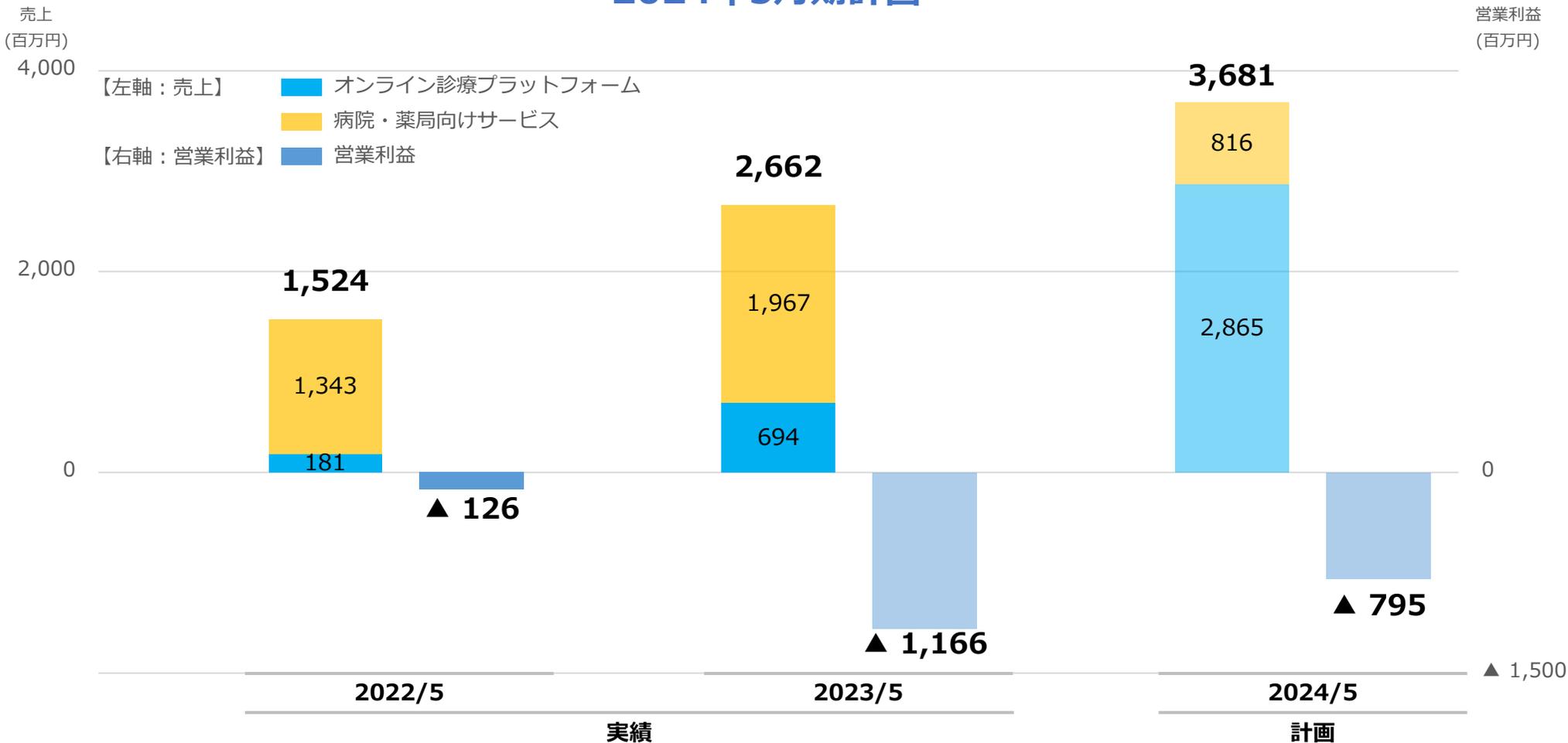
- ▶ オンライン診療プラットフォームを活かしたサービスの拡販を図る
- ▶ 新サービス拡充のために、M&Aも検討



※1 利用単価：オンライン診療150円、 オンライン服薬指導150円、両方実施すると300円

■ 戦略的な広告投資を実施しながらも、収益モデルの強化も並行して進め、「オンライン診療プラットフォーム」の更なる成長を図る

## 2024年5月期計画 ※1



※1 計画期間において、実績比で「病院・薬局向けサービス」の売上が減少している要因について

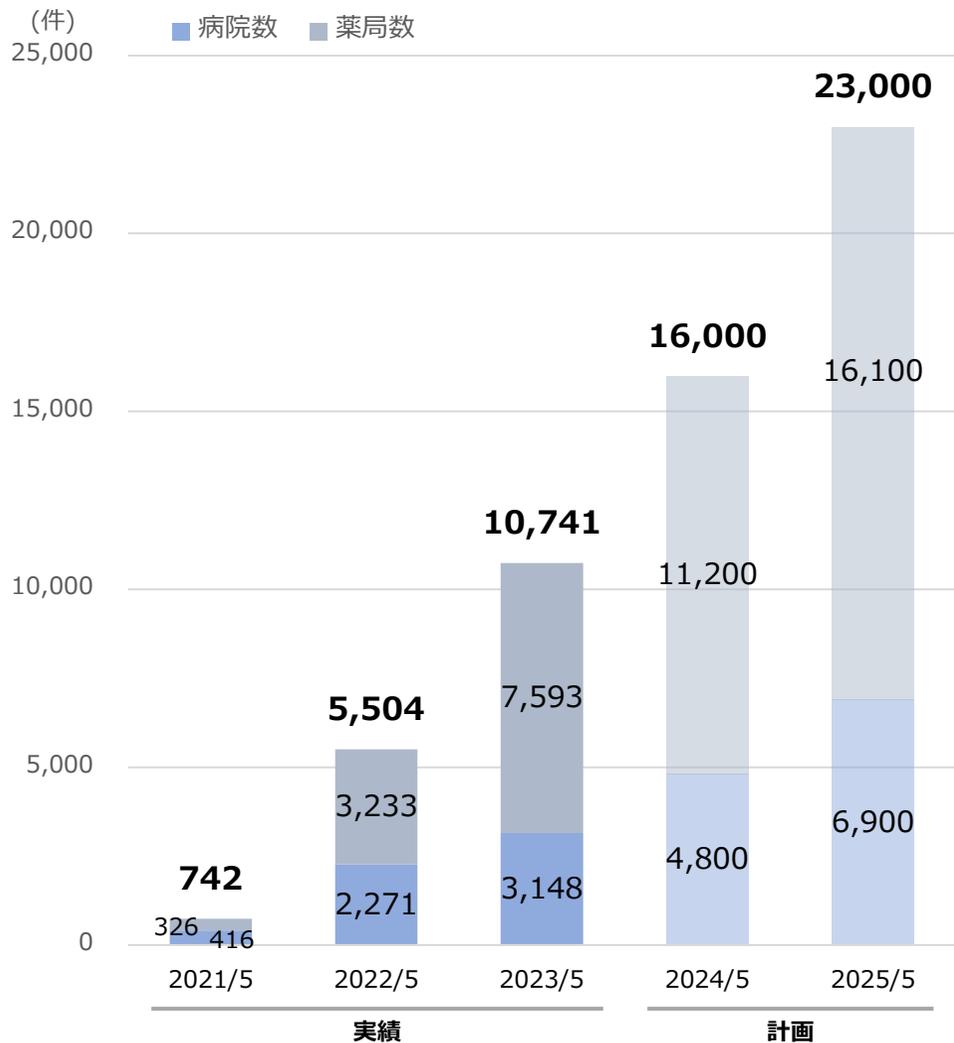
【実績期間】「病院・薬局向けサービス」として、自由診療のクリニックに対するマーケティング支援（広告運用）にかかる売上が一部計上

【計画期間】自由診療領域においては、当社の提携クリニックに送客し、他のクリニックへの送客は行わない方針に変更したため、マーケティング支援にかかる売上が実績比で減少。

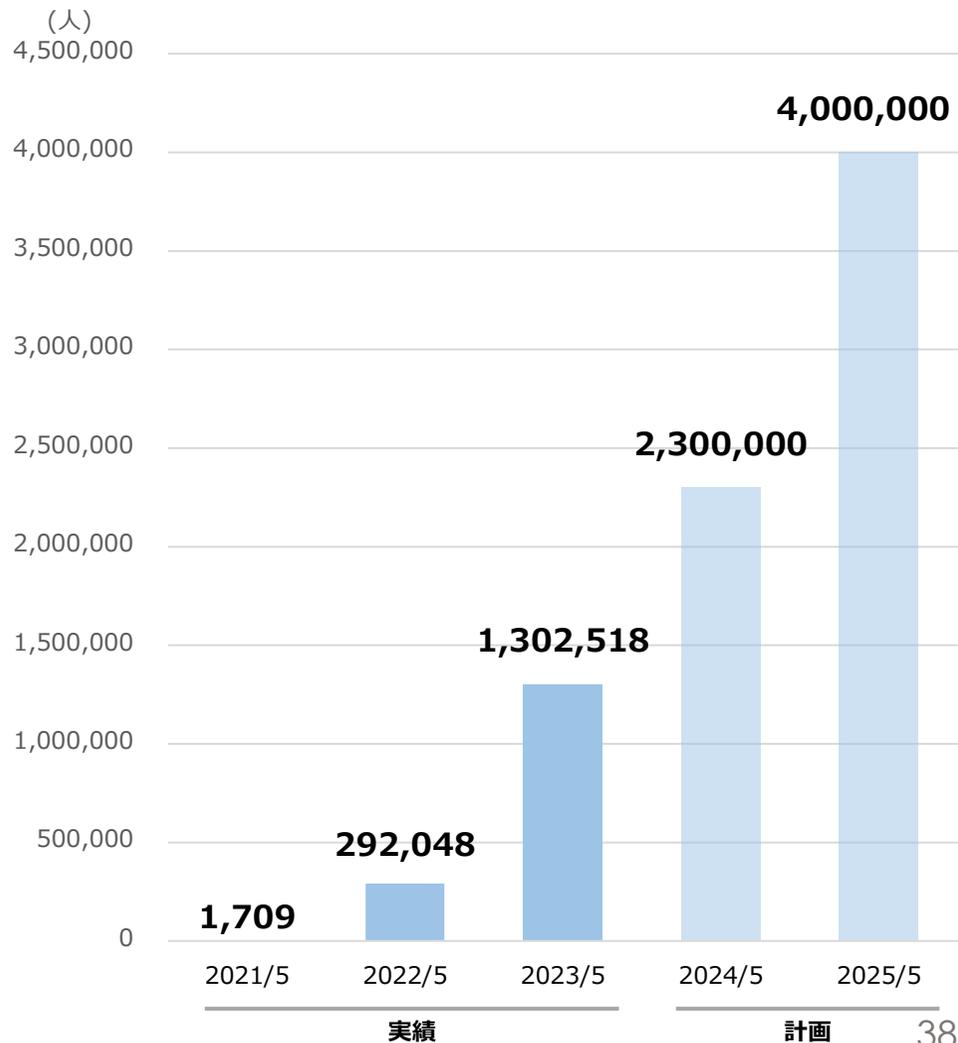
（一方で、提携クリニックに送客した顧客の売上は、「オンライン診療プラットフォーム」に計上）

- 会員数は有料プランの開始を前提とした計画値に修正
- 当日宅配エリア拡大を目的に、薬局と病院の内訳を修正（薬局数を増加）

病院・薬局提携数（累計）



ユーザー数（会員数）



# 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

メディカルケアセールズ

## 医薬品・医薬部外品



ホワイピュア

しみ、そばかすに効く商品

ホワイピュア  
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

ヘルスケアセールズ

## 酵素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

## WEEED



2022年7月  
化粧品に本格参入

- 商品力強化・取扱商品の多様化を図り、消費者の効果的・効率的な治療やセルフケア、健康状態の維持を強固にサポート



「未病・予防・治療」・「心身の健康維持」関連の商品力強化・取扱商品の多様化



“SOKUYAKUヘルスケア経済圏”を創出

# クロスメディア活用による「売る力」

- 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

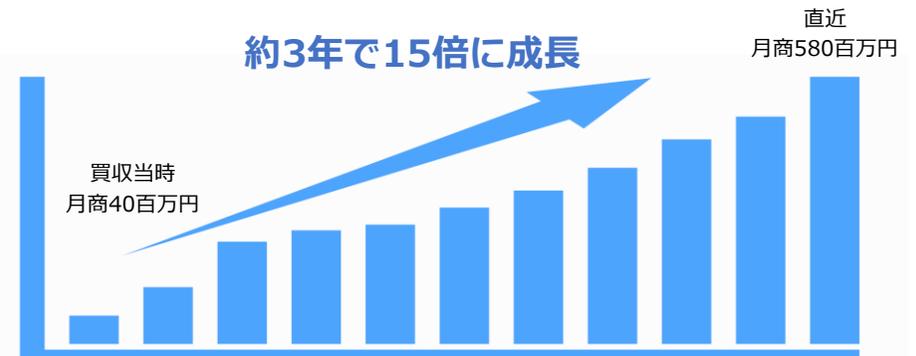
## 他社にはない「売る力」により

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580百万円に成長



- 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**

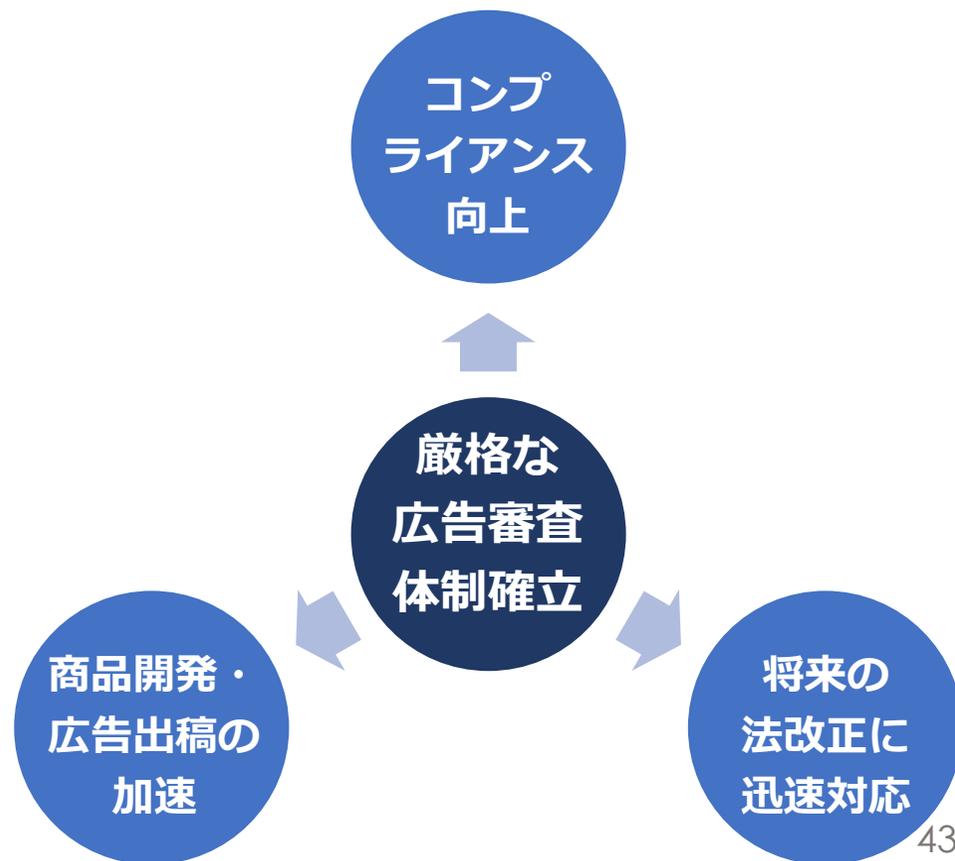
## 外部環境（広告関連法令の厳格化）

- 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

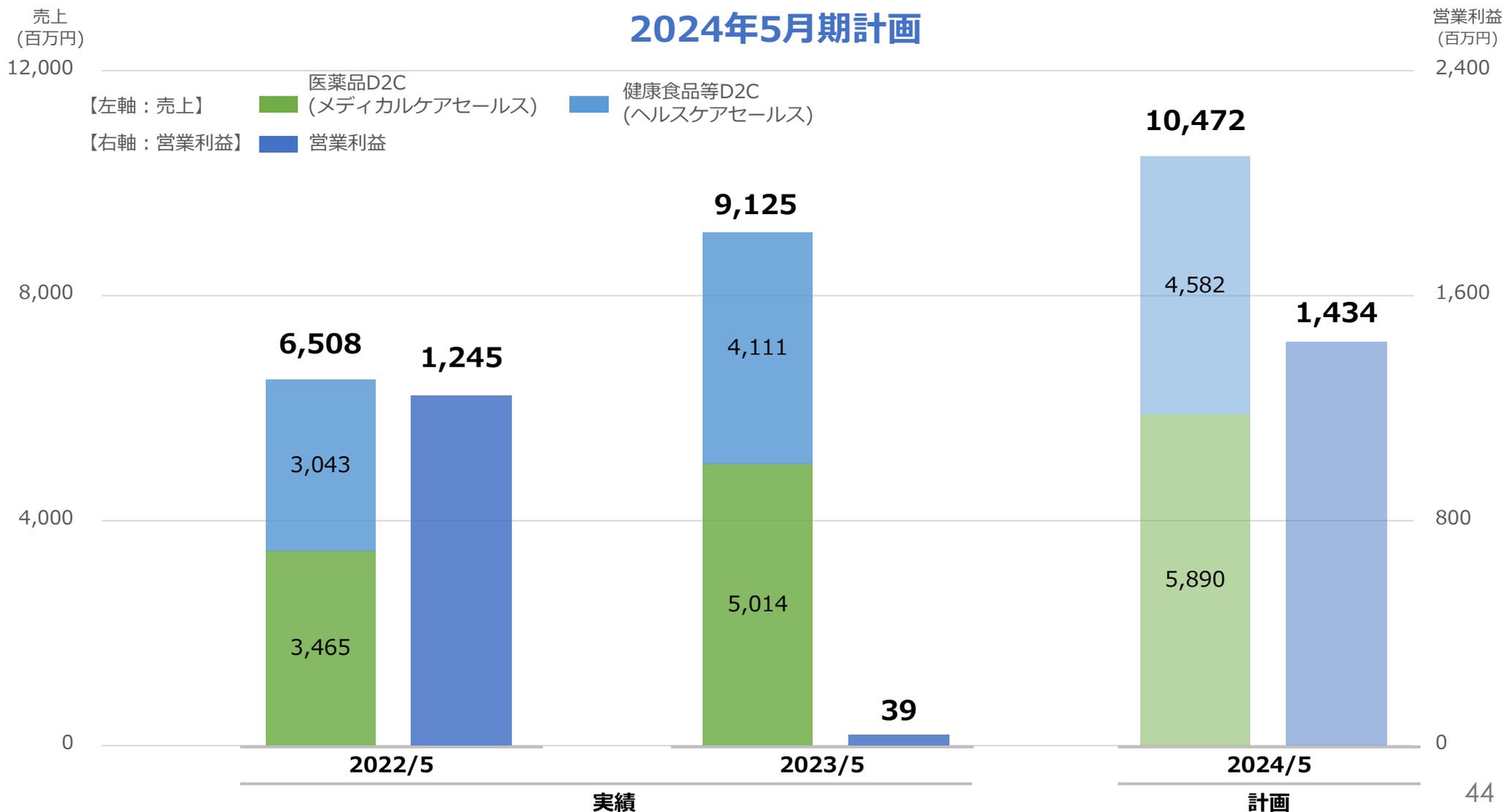
- 厳格な社内チェックリストに基づき3部署でチェック
- 2社以上の第三者審査機関への確認
- 3つの弁護士事務所への意見確認
- 広告表示内容に関する監督官庁等に対する照会
- 徹底した社内の啓蒙や教育
- 弁護士を含む取締役会にて、一般消費者目線で再確認

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



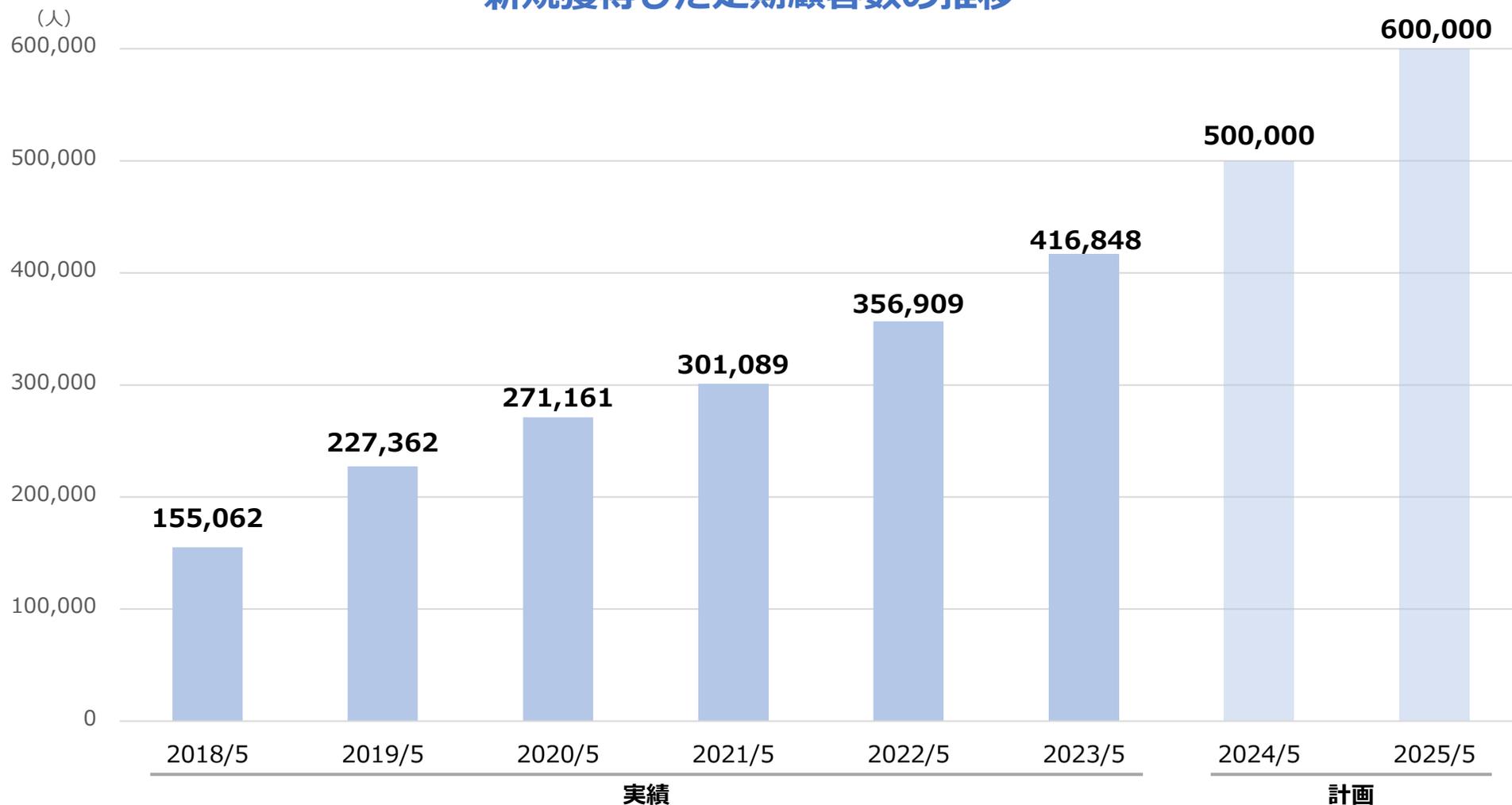
■ 「未病・予防・健康維持」に資する商品の開発を推進しラインナップを拡充し、継続的な成長を実現

## 2024年5月期計画



■ 新商品開発・育成、及び効率的・効果的な広告投下により、定期顧客数の増加を図る

新規獲得した定期顧客数の推移



# 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



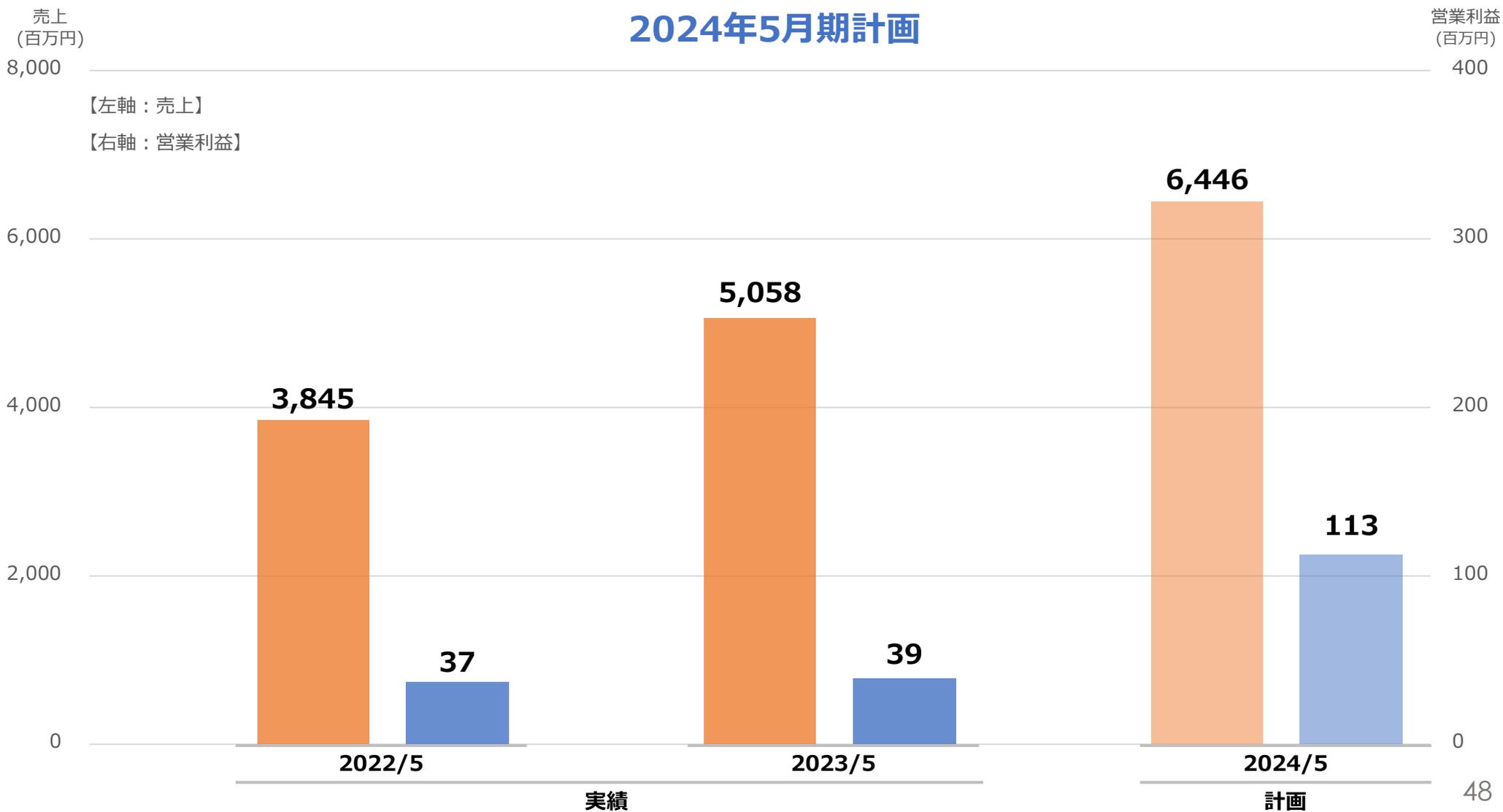
## 顧客へのサービス提供

### 通販事業者



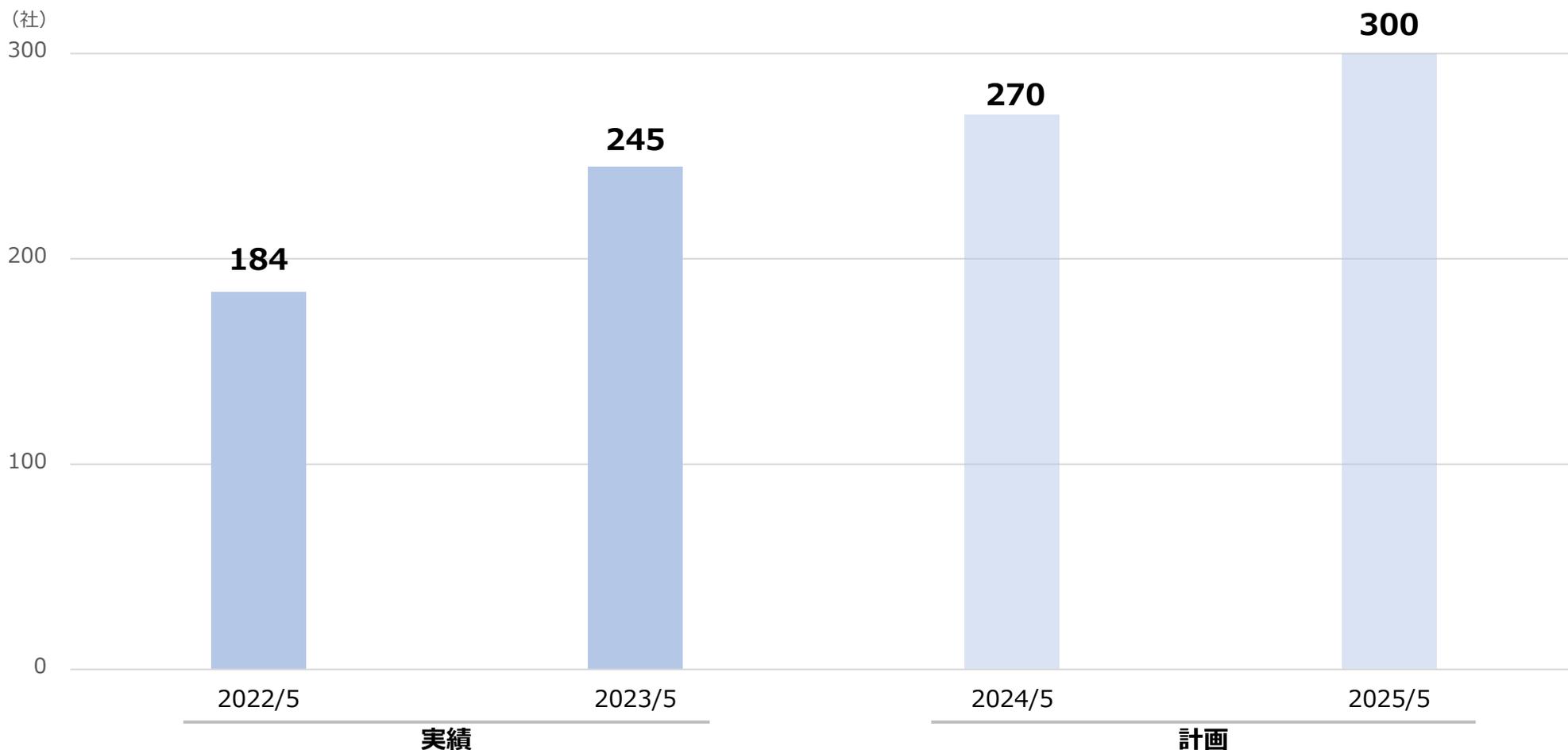
etc.

## ■ 通販事業者を中心にブランディング・BPOサービスのクロスセルを図る



- 子会社との連携強化により、プロダクトサービスのクロスセルなどを進め、ブランディング・BPOサービスにおける、取引先数の増加を図る

## 取引先数の推移



## ■ 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”

