

The background of the slide features a stylized globe with a network overlay. The globe is composed of a grid of blue dots connected by thin lines, creating a mesh-like structure. The globe is tilted, showing the continents of North and South America. The overall color scheme is blue and white, with a dark blue gradient on the right side where the text is placed.

2024年5月期 第3四半期 決算説明資料

2024年4月12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** : **12,883**百万円 (通期計画20,598百万円、進捗率 **63%**)

- メディカルケアセールス事業 (SOKUYAKU事業・医薬品D2C事業) にて漢方薬・医療用医薬品の在庫不足の影響を受けるも、現状在庫不足は解消。
- SOKUYAKU事業の成長及び、ヘルスケアマーケティング事業での大口案件受注により通期計画の達成を見込む

◆ **営業利益** : **△331**百万円 (通期計画 103百万円、進捗率 **-%**)

- 通期及び来期目標達成のために、広告宣伝費を投下したことにより一時的に赤字化

各事業のトピック

【 SOKUYAKU 】

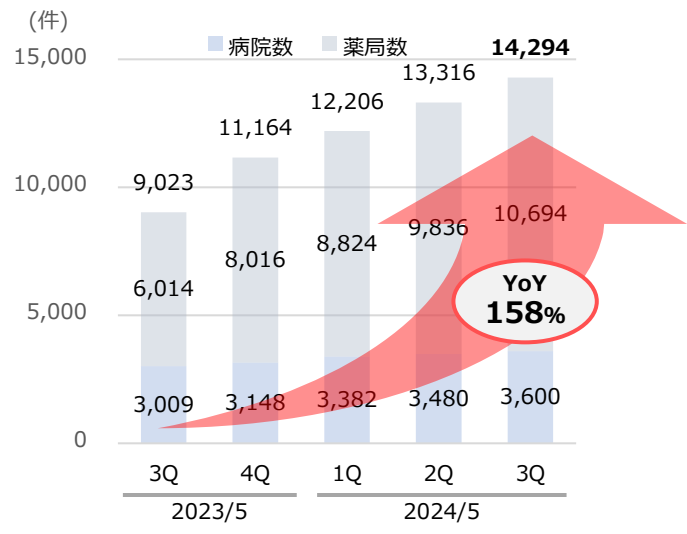
- 日本郵便との提携による当日配送網の拡充
- 引き続き、病院・薬局提携数とユーザー数 (会員数) が伸長
- SOKUYAKU事業の今期中単月黒字化に向けた施策を実施
 - ✓ 「SOKUYAKUベネフィット」 (法人向けプラン) のリリースと導入の推進
 - ✓ 「ついで買いサービス」や「SOKUYAKUデリバリープラス」などの、日用品を宅配する周辺サービスの提供

【 D2C (通販) 】

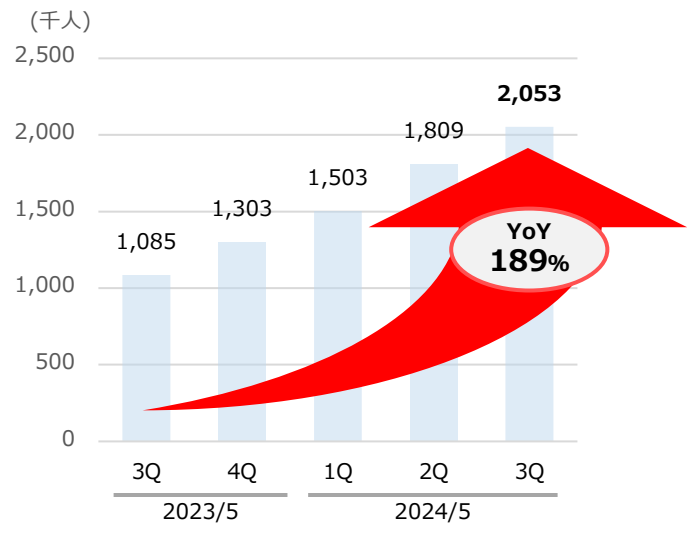
- 上期における漢方薬・医療用医薬品の在庫不足の影響及び、厳しい外部環境により苦戦。
- 防風通聖散及び新商品の漢方薬の新規顧客獲得を進め、今期及び来期の売上・利益の積み上げを目指す

■ 各種KPIにおいて、昨年同期比で大きな成長を達成

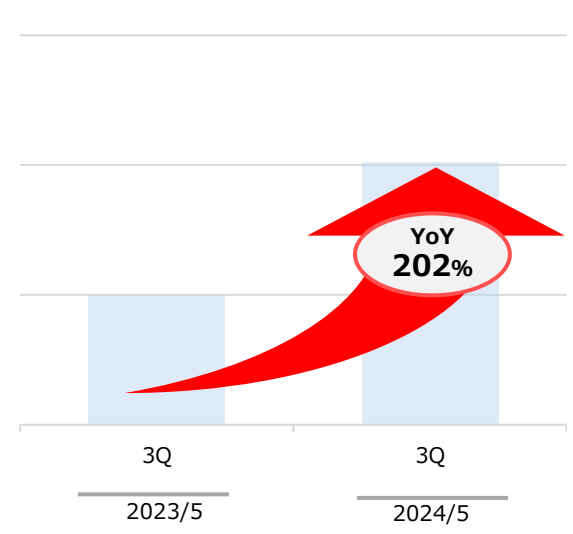
病院・薬局提携数 (累計)



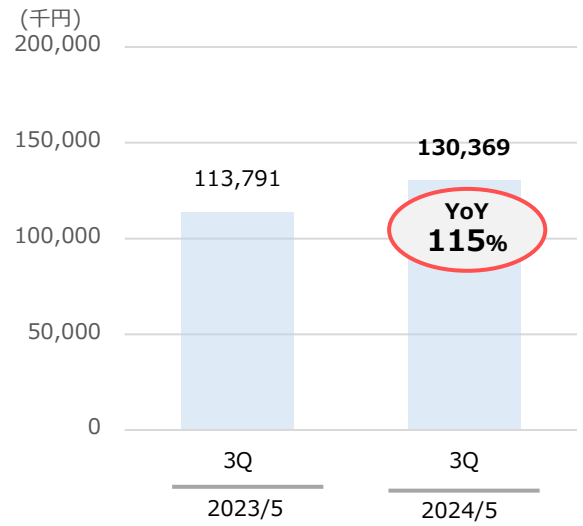
ユーザー数 (会員数)



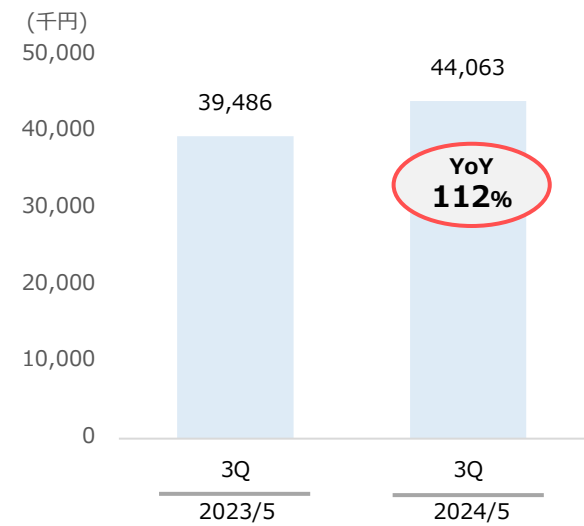
オンライン診療件数



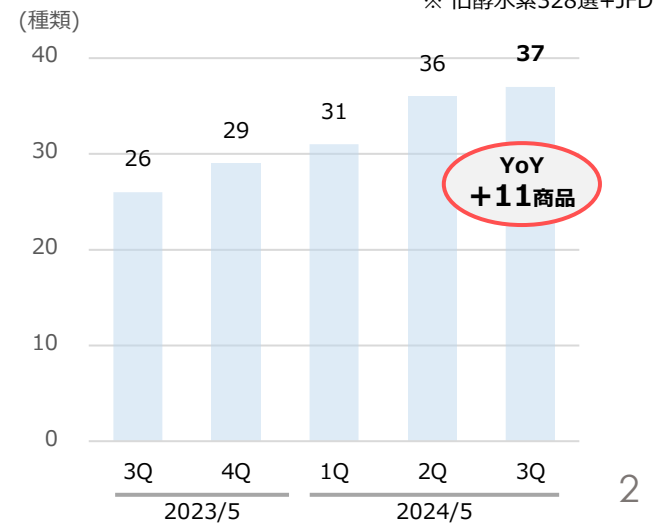
医療人材支援事業売上



医療機関向けマーケティング支援・DX化支援売上



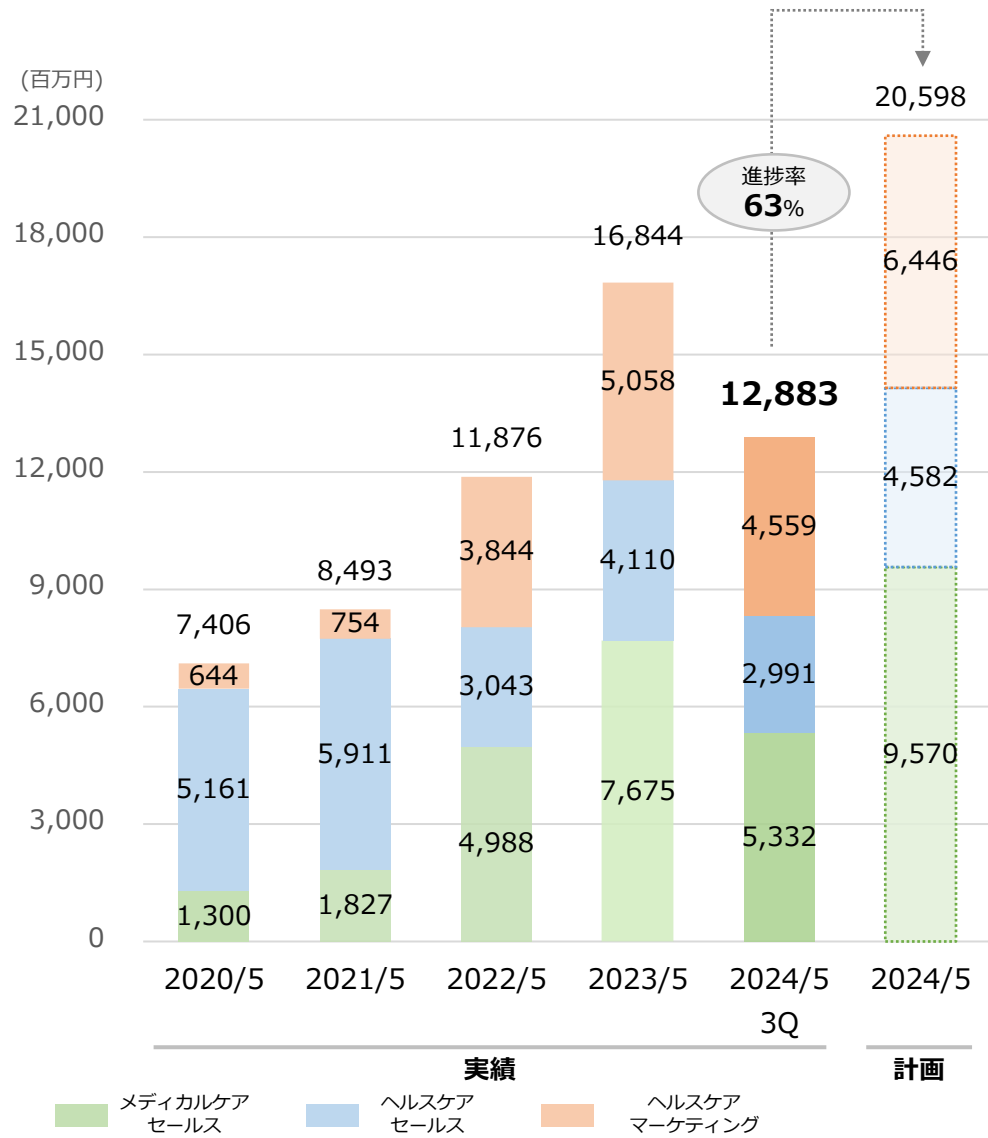
SOKUYAKUウェルネス※取り扱い新商品



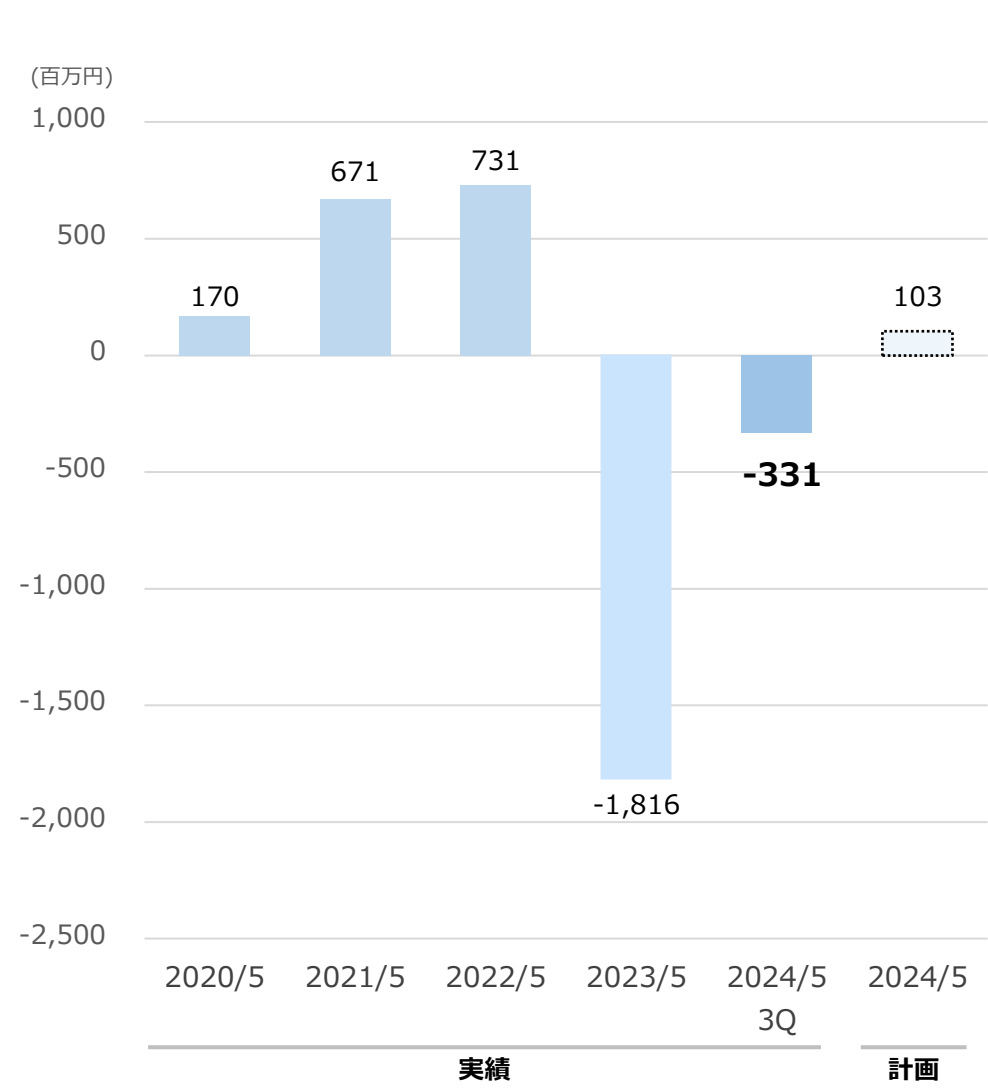
- 01 **2024年5月期 第3四半期 連結決算**
- 02 **直近の主な取り組み**
- 03 **会社概要・事業概要**
- 04 **Appendix**

■ 01 2024年5月期 第3四半期 連結決算

売上高



営業利益



※ 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 : 12,883百万円 (進捗率 63%)

営業利益 : △331百万円

セグメント別

メディカルケア
セールス事業

売上高 : 5,332百万円 (進捗率 56%)

営業利益 : 145百万円

SOKUYAKU・
医薬品 D2C

- SOKUYAKU
 - ✓ 引き続きユーザーの獲得・利用が好調に推移
 - ✓ 今期中のSOKUYAKU事業の単月黒字化を目指す中で、売上も増加させていく
- 医薬品 D2C
 - ✓ 上期における漢方薬・医療用医薬品の在庫不足の影響及び、厳しい外部環境により苦戦。防風通聖散及び新商品の漢方薬の新規顧客獲得を進めていく

ヘルスケア
セールス事業健康食品・化粧品等
D2C

売上高 : 2,991百万円 (進捗率 65%)

営業利益 : △72百万円

- 当初予定よりは遅れているものの、今期より本格化した化粧品分野において定期顧客数を大きく伸ばすことが出来ている
- 定期顧客の積み重ねにより4Q及び来期以降、売上・利益ともに貢献させていく

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 : 4,559百万円 (進捗率 71%)

営業利益 : 33百万円

- KPI (取引社数) 進捗率は200%と順調に進捗。大口顧客との契約も進み、売上を大きく伸ばしており、通期予算を超過する見込

(百万円)	2023年5月期 3Q実績 (前年同期)	2024年5月期 年間計画	2024年5月期 3Q実績	前年同期比	計画比 (進捗率)
売上高	12,720	20,598	12,883	101%	63%
メディカルケアセールス事業	5,843	9,570	5,332	91%	56%
ヘルスケアセールス事業	3,010	4,582	2,991	99%	65%
ヘルスケアマーケティング事業	3,867	6,446	4,559	118%	71%
営業利益	-718	103	-331	—%	—%
営業利益率	-5.6%	0.5%	-2.6%		
メディカルケアセールス事業	-576	317	145	—%	46%
ヘルスケアセールス事業	223	321	-72	—%	—%
ヘルスケアマーケティング事業	19	112	33	174%	29%
経常利益	-736	67	-339	—%	—%
経常利益率	-5.8%	0.3%	-2.6%		
親会社株主に帰属する当期純利益	-615	29	-414	—%	—%
親会社株主に帰属する当期純利益率	-4.8%	0.1%	-3.2%		

一部の広告運用の売上計上に関する変更内容

- メディカルケアセールス事業では医療機関から、ヘルスケアマーケティング事業では通販事業者からの広告運用にかかる対価を売上として計上しているが、取引形態の変更に伴い計上方法について以下の通り変更あり

2023/5
1Qまで

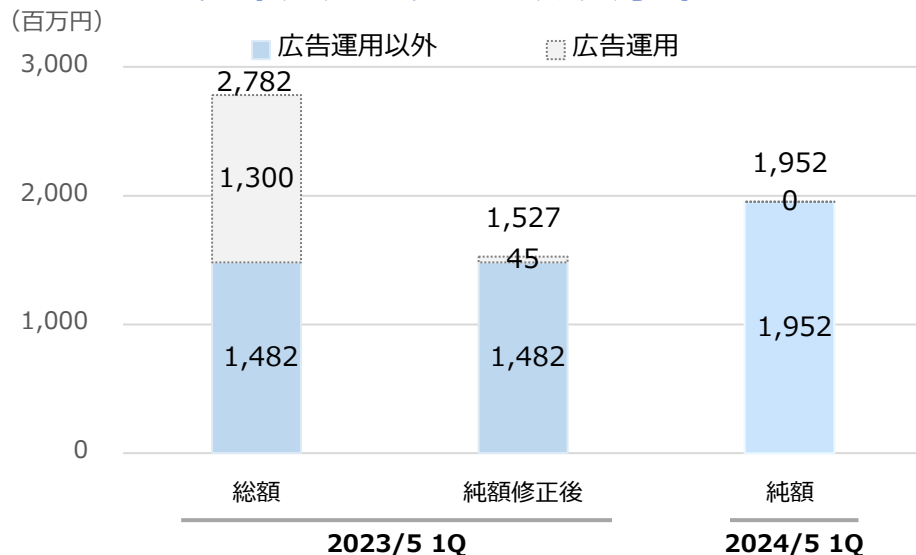
顧客から受領する対価の**総額を売上として計上**

2023/5
2Q以降

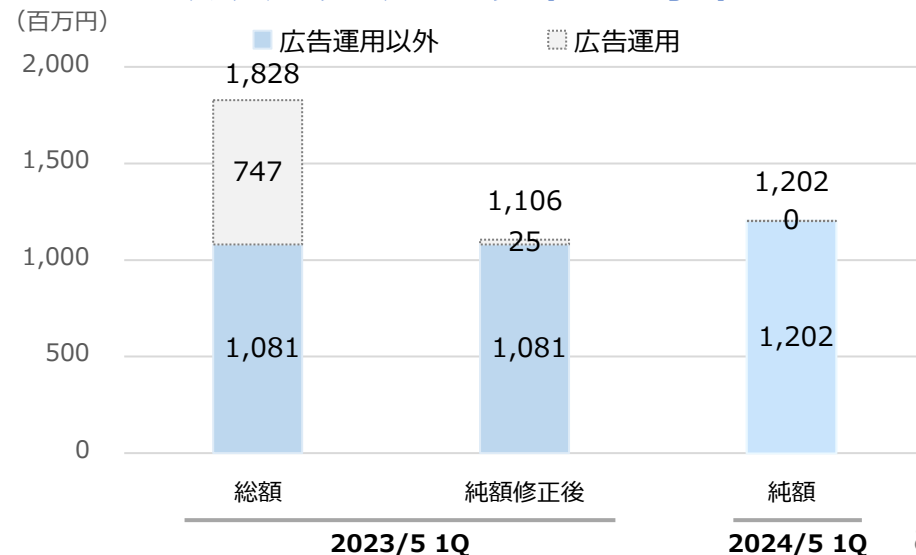
顧客から受領する対価の総額から第三者に
対する支払額を差し引いた**純額を売上として計上**

売上の計上方法の変更により、前年同期比の売上は減少するも、
実態としての売上は伸長

メディカルケアセールス事業 売上

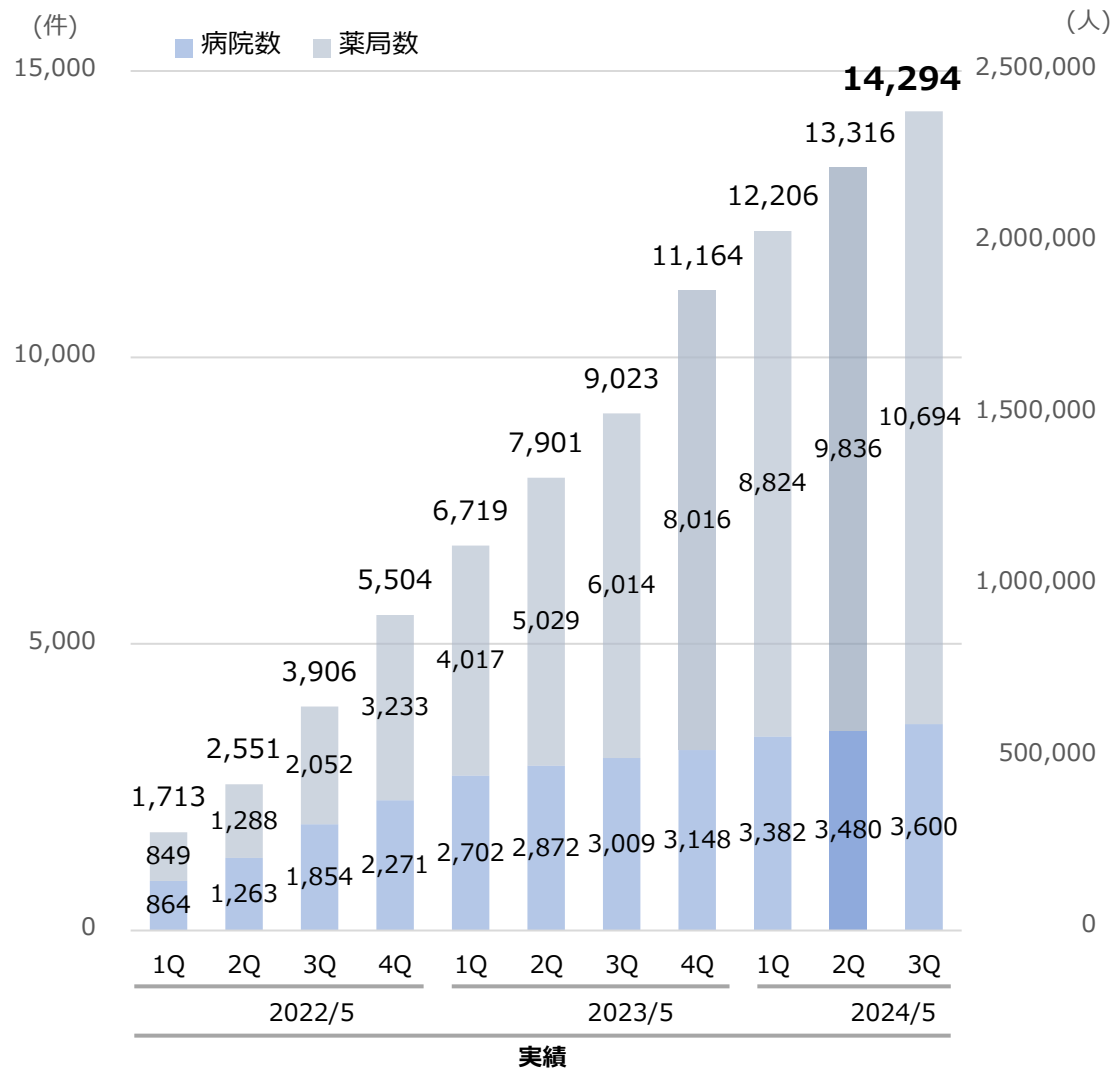


ヘルスケアマーケティング事業 売上

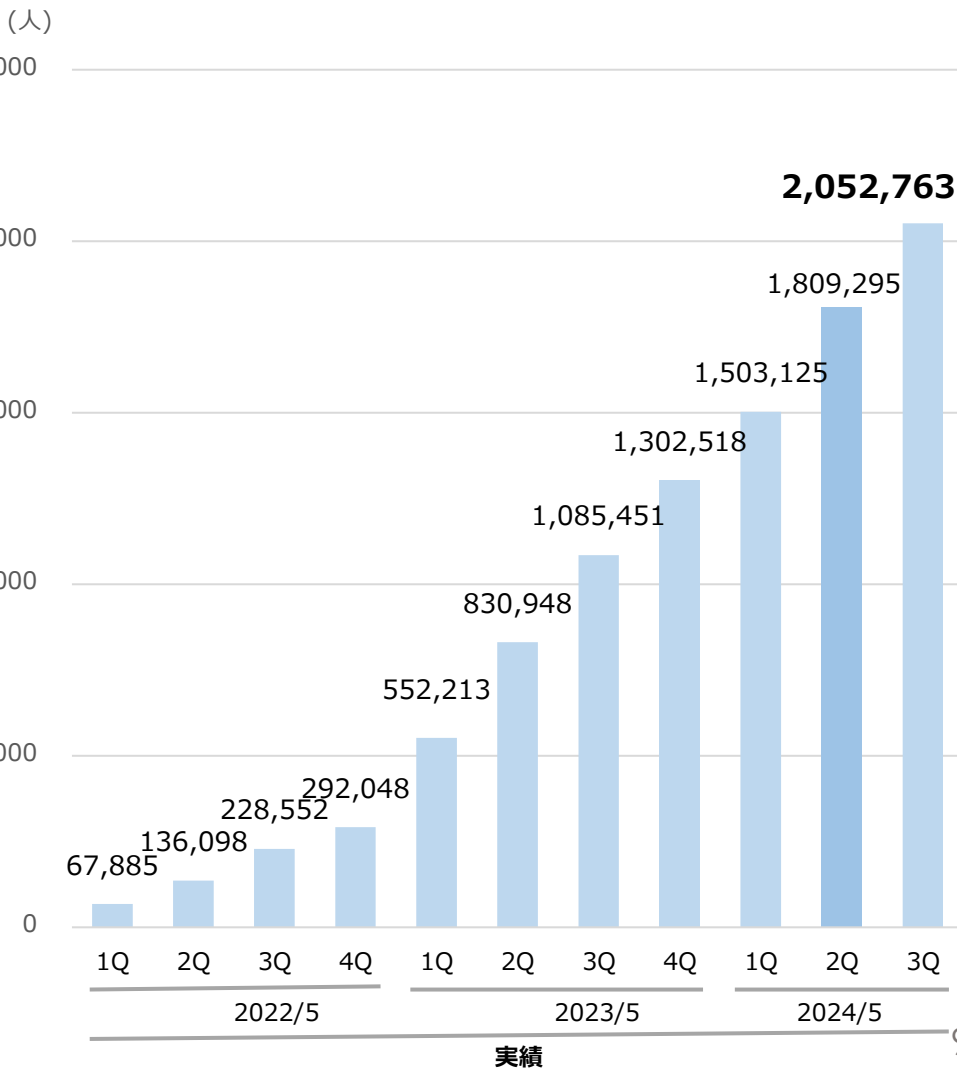


■ 病院・薬局提携数は前期末比128%、ユーザー数は前期末比158%で着地

病院・薬局提携数 (累計)

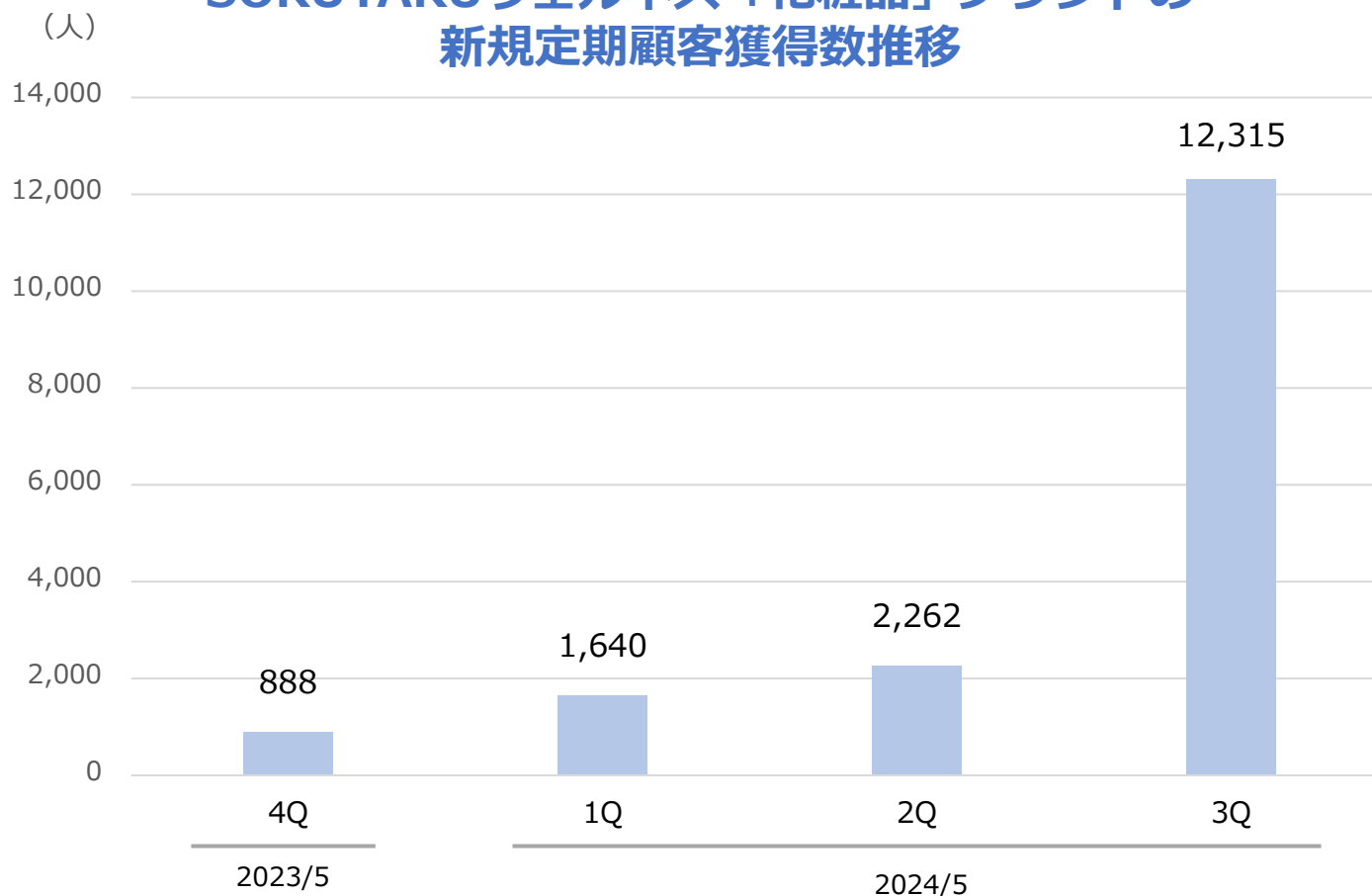


ユーザー数 (会員数)



- 2023年2月より「化粧品」ブランドの販売開始
- 2023年12月に既存のECサイトを統合・刷新した『SOKUYAKUウェルネス』
(<https://wellness.sokuyaku.jp/>) をリリース以降、マーケティングを強化。新規の定期顧客数を大きく伸ばしており、4Q及び来期において売上・利益ともに貢献を目指す

SOKUYAKUウェルネス「化粧品」ブランドの 新規定期顧客獲得数推移



FAVEUR : エイジングケアキットCC

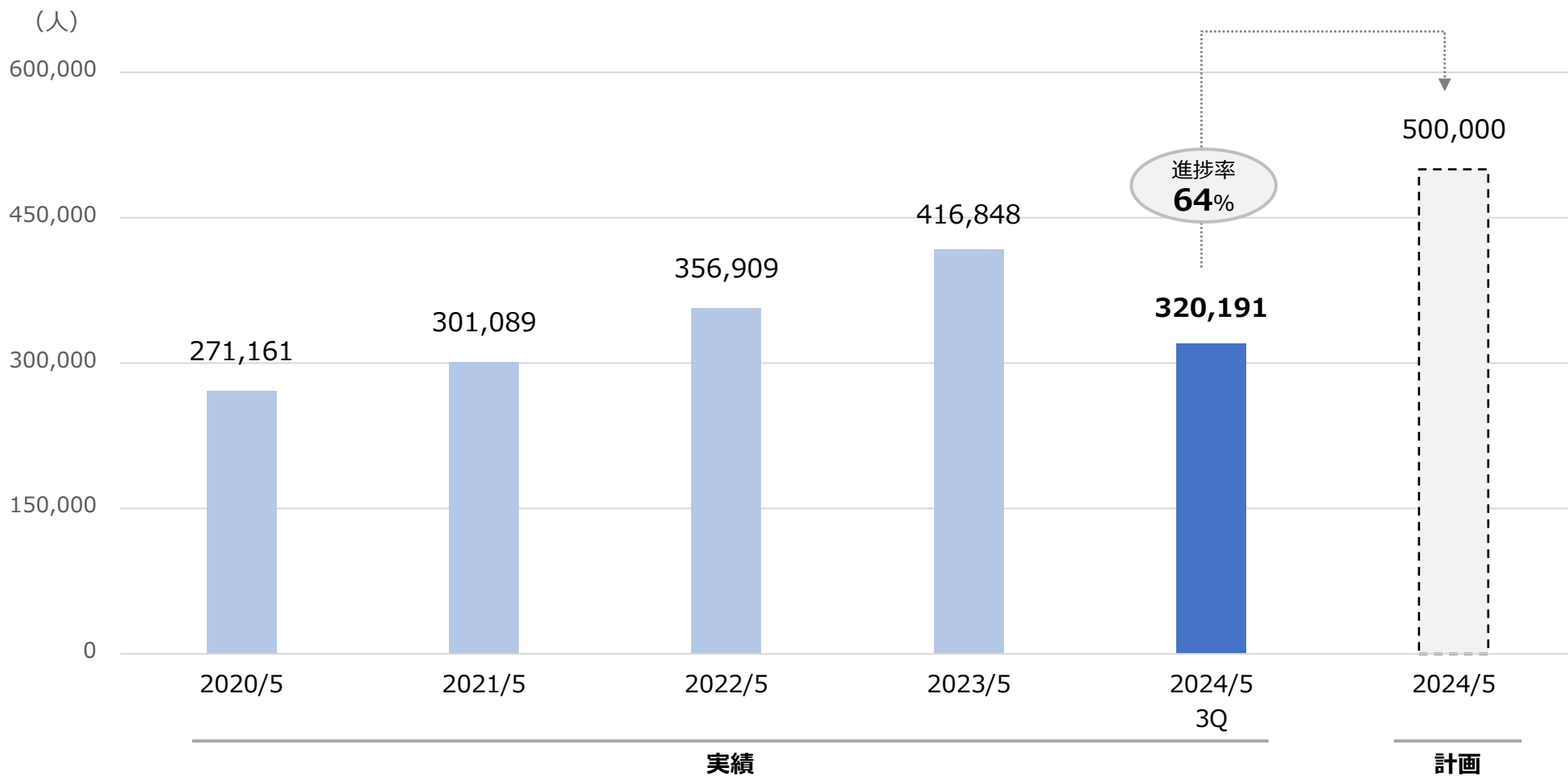


ホワイピュア : W・VCブースターエッセンス

経営管理指標 (KPI)

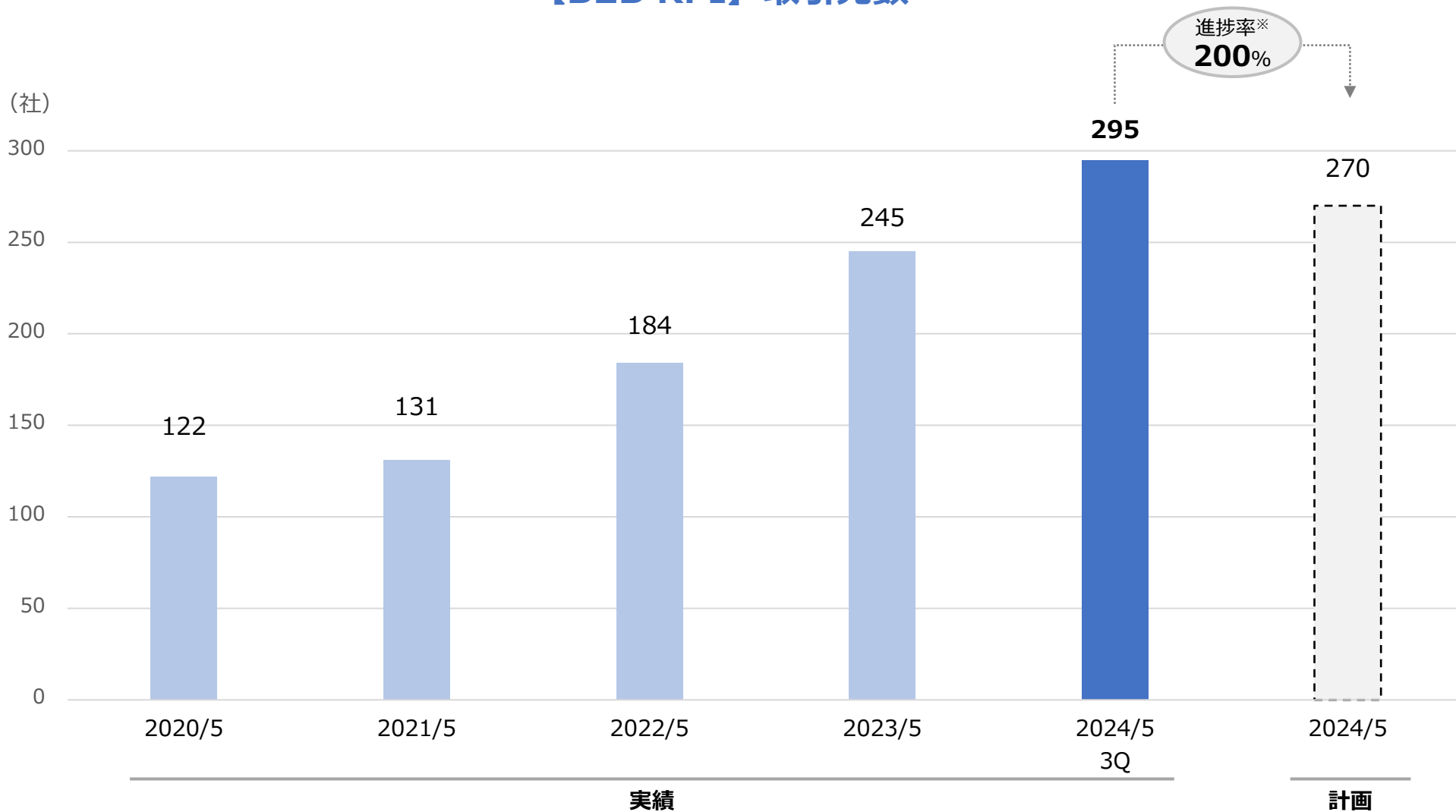
- 計画値に対する進捗は64%
- 在庫不足の影響でビハインドしているものの、好調の化粧品等により数字を積み上げて、通期での計画達成を目指す

【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295社まで増加
- 大口顧客との契約も進み、売上を大きく伸ばしており、通期予算を超過する見込

【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)

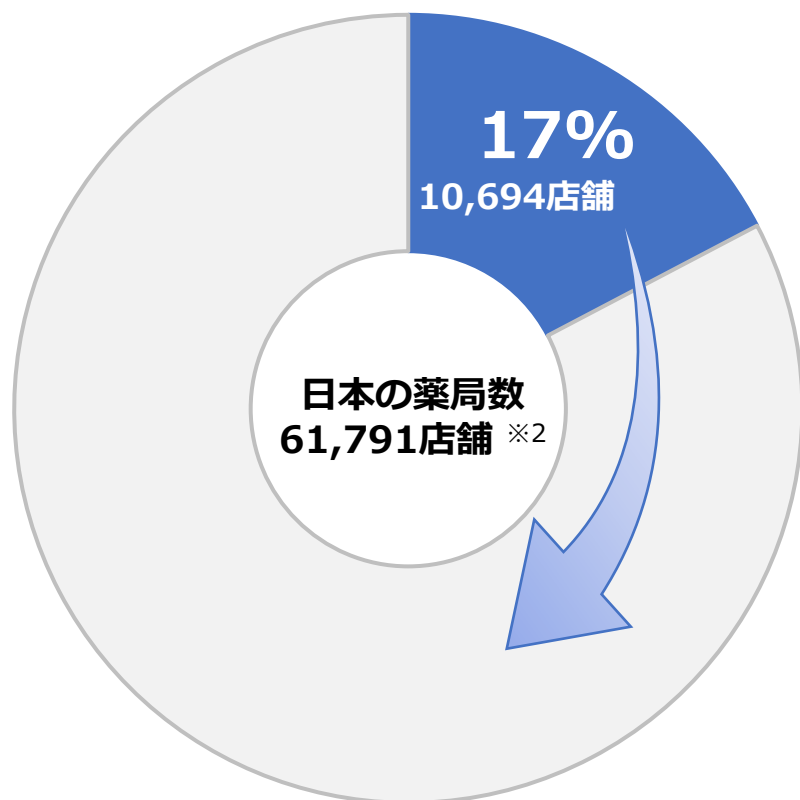
(百万円) 資産	2024年5月期 3Q	負債及び純資産	2024年5月期 3Q
流動資産	5,386	負債合計	5,655
現金及び預金	1,183	流動負債	3,896
売掛金等	2,228	買掛金	1,332
棚卸資産	1,624	未払金	541
その他の流動資産	351	短期社債・借入金	1,523
固定資産	3,273	その他の流動負債	499
有形固定資産	337	固定負債	1,759
無形固定資産	2,252	長期社債・借入金	1,638
のれん	2,050	その他の固定負債	120
その他の無形 固定資産	202	純資産合計	3,004
投資その他の資産	683	資本金	516
資産合計	8,659	その他剰余金	2,690
		自己株式	-452
		新株予約権	0
		非支配株主持分	249
		負債及び純資産合計	8,659
		純資産比率	34.7%

■ 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
- 足元での提携数は10,000店を超え、さらなるシェア獲得を目指す

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～



直近導入事例



日本調剤 (2月19日導入開始)



タカラ薬局 (1月12日導入開始)



セキ薬品 (1月9日導入開始)

既存導入事例



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)

※
1 2024年2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

- 2024年5月8日から、第一弾として、東京都世田谷区、杉並区、練馬区、千葉県船橋市にて、処方薬の当日配送サービスの提供を開始し、今後全国に当日配送網を拡大する予定
- 対象エリア内では、10:00までの服薬指導受診で当日中に、これまで翌々日以降の配達となっていた16:00以降の服薬指導においても翌日中に処方薬が受け取り可能



サービス開始時期	: 2024年5月8日（水）受付分より
対象エリア	: 東京都世田谷区、東京都杉並区、東京都練馬区、千葉県船橋市から開始し、今後全国に拡大予定
配送料	: 720円（税込）
利用方法	: お薬の受け取り方法選択画面で、 【翌日お届け（16時以降のご予約はこちら）】を選択
配送時間について	: 10:00までに服薬指導を受診した場合は当日中に処方薬をお届け 10:00以降に服薬指導を受診した場合は翌日中に処方薬をお届け

- 2024年4月11日に、企業の健康経営を支援する新サービスとして、SOKUYAKUベネフィット（法人プラン）をリリース
- 株式会社ツルハホールディングスの子会社である株式会社ツルハが導入第一号としてSOKUYAKUベネフィットの利用を開始
- 企業は社員向けの福利厚生としてSOKUYAKUの利用が可能になり、導入企業に勤める社員はより簡単に医療機関への受診が可能

SOKUYAKUベネフィット サービス概要

- オンライン診療、オンライン服薬指導、処方薬の配送(最短1時間)
- お薬メモ(お薬手帳)
- 薬剤師への健康相談(チャット)
- 日用品・医薬品のついで買いサービス



ご利用イメージ

対面診療

Before



午前半休で病院へ



クスの受け取りで
近くの薬局へ



準備して出社



業務開始

SOKUYAKU
ベネフィット

After



午前中から通常業務



休憩中にオンライン診療！
服薬指導を受診



業務再開



会社もしくは自宅で
クスの受け取り

※あくまでも利用イメージとなりますので、診療内容によって異なります。

- 2024年3月18日から、ツルハドラッグの関東エリア16店舗で「ついで買い」の提供開始
- オンライン服薬指導後に、受診したドラッグストアで販売している医薬品・日用品・食品を「SOKUYAKU」アプリ上で購入することで、処方薬と同時に、ドラッグストアで販売している医薬品・日用品・食品などを自宅にしながら受け取り可能



- 2024年3月21日から、従来のtoC向けのサービスに加え、新たな法人向けサービスとして施設や企業向けの日用品宅配サービス「SOKUYAKUデリバリープラス」の提供を開始
- 各施設や企業は、SOKUYAKUの法人アカウントを開設することで、SOKUYAKUのWEBブラウザからドラッグストア・薬局の商品の発注が可能



**SOKUYAKU
デリバリープラス**

施設様や企業様にて入居者や従業員の欲しいものをまとめて注文可能。面倒な明細書作成や会計処理もSOKUYAKUが代行します。

SOKUYAKU

The advertisement features a group of six people (three men and three women) of various ages sitting around a table. One woman is in a wheelchair. A circular inset shows a delivery person in a blue uniform holding a cardboard box. The background is a solid light blue color.

「加味逍遙散錠 S Z ・ 防己黄耆湯錠 S X」 発売

- 3月19日に「生漢煎シリーズ」から、更年期や月経関連の症状など女性の悩みに特化し開発した漢方薬「第2類医薬品・加味逍遙散錠 S Z」
- 3月26日に同じく「生漢煎シリーズ」から、肥満症に効く漢方薬第二弾として「防己黄耆湯錠 S X」が販売開始

冷え症を和らげる作用	月経リズム調整作用	不眠症を改善する作用	イライラを鎮める作用	更年期障害の改善
------------	-----------	------------	------------	----------

水太りの肥満症改善	むくみ軽減	汗の軽減	肥満に伴う関節の腫れ・痛み改善
-----------	-------	------	-----------------

加味逍遙散錠 S Z

生漢煎 第2類医薬品

生理前・中の諸症状が気になる方の
月経不順
更年期障害
不眠症に

有効成分
配合
2,350mg

錠剤
150錠入
15日分

成分表

- サンシシ 山梔子 (アカネ科 クチナシの果実)
- サイコ 紫胡 (セリ科 ミシマサイコの根)
- トウキ 当帰 (セリ科 トウキの根)
- ショウキョウ 生姜 (ショウガ科 ショウガの根茎)
- ブクリョウ 茯苓 (サルノコシカケ科 マツホドの菌核)
- ポタンビ 牡丹皮 (ポタン科 ポタンの根皮)
- ハッカ 薄荷 (シソ科 ハッカの茎や葉)
- カンゾウ 甘草 (マメ科 カンゾウの根や根茎)
- ジャクヤク 芍薬 (ポタン科 ジャクヤクの根)
- ビャクジュツ 白朮 (キク科 オケラの根茎)

防己黄耆湯錠 S X

生漢煎 第2類医薬品

水太りが気になる方の
肥満症
多汗症
むくみに

有効成分
配合
1,300mg

錠剤
180錠入
15日分

成分表

- ボウイ 防己 (ツツラフジ科 オオツツラフジの茎および根茎)
- カンゾウ 甘草 (マメ科 カンゾウの根や根茎)
- ショウキョウ 生姜 (ショウガ科 ショウガの根茎)
- オウギ 黄耆 (マメ科 キバナオウギ、ナイモウオウギなどの根)
- タイソウ 大棗 (クロウメモドキ科 ナツメの果実)
- ビャクジュツ 白朮 (キク科 オケラの根茎)

- 3月1日にウェルヴィーナスの株式67%を取得して連結子会社化
- 主力商品である「北国の恵み」は軟骨の構成成分の約90%（※水を除く）を占める、プロテオグリカンとⅡ型コラーゲンを高純度で抽出し配合したサプリメントとして、高い商品力とブランド力を誇る
- JFグループにおけるサプリメント・化粧品分野における取扱商品のポートフォリオ拡充によって、事業拡大・収益力を強化しつつ、SOKUYAKUとの相互送客も進めていく

wellvenus



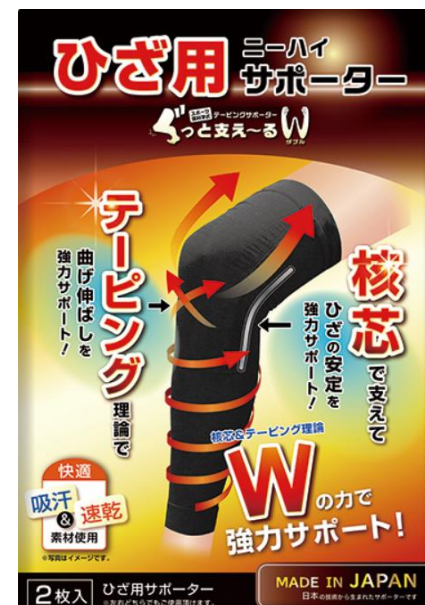
北国の恵み

モンドセレクション最高金賞を4年連続受賞



プラセンタエクセレント

抽出法にもこだわった高配合・高濃度のプラセンタエキス

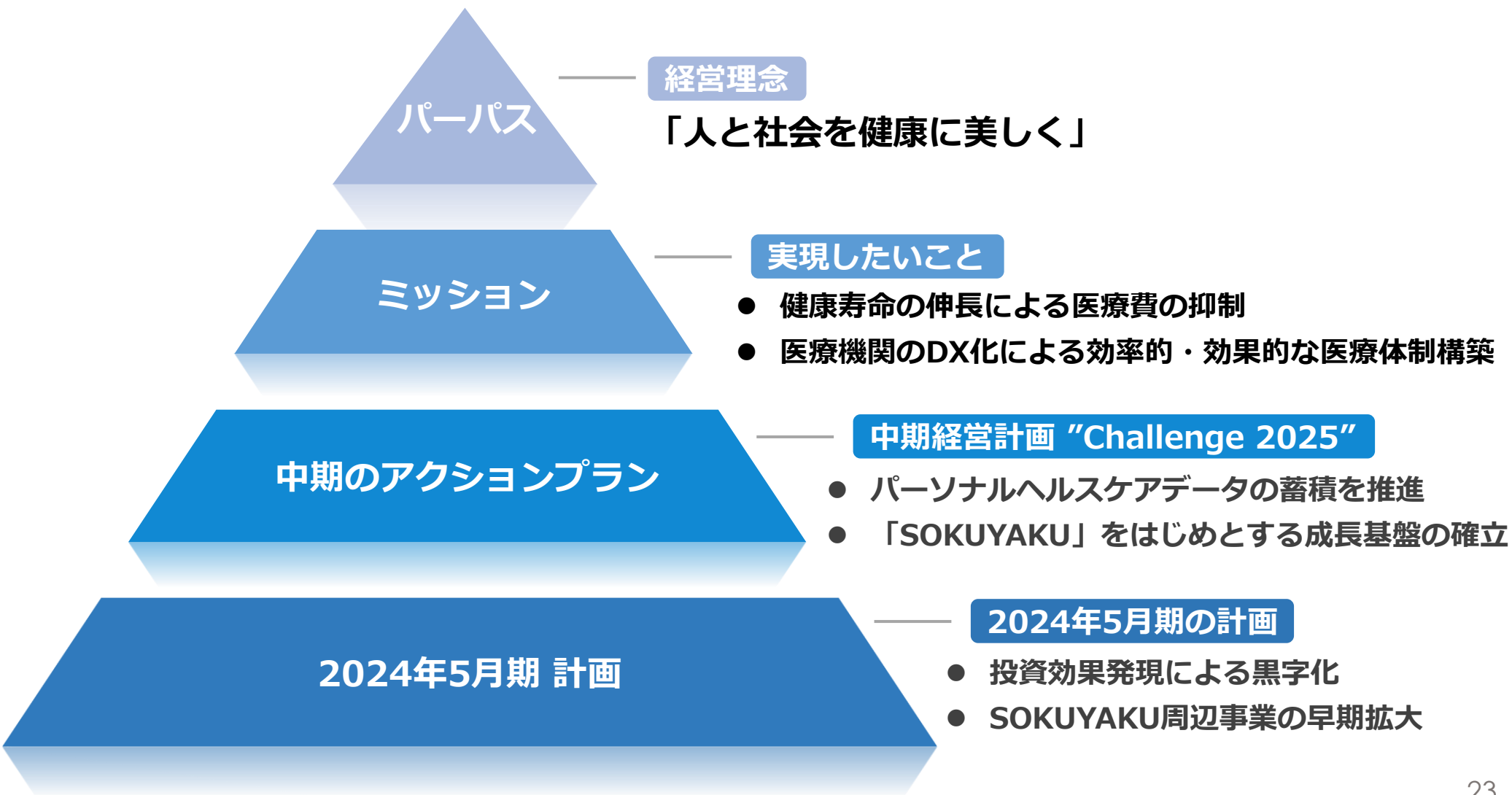


ぐっと支え～るW

伸縮性に優れ、耐久性も高いナイロン素材を使用した、
国産ひざ用サポーター

■ 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

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

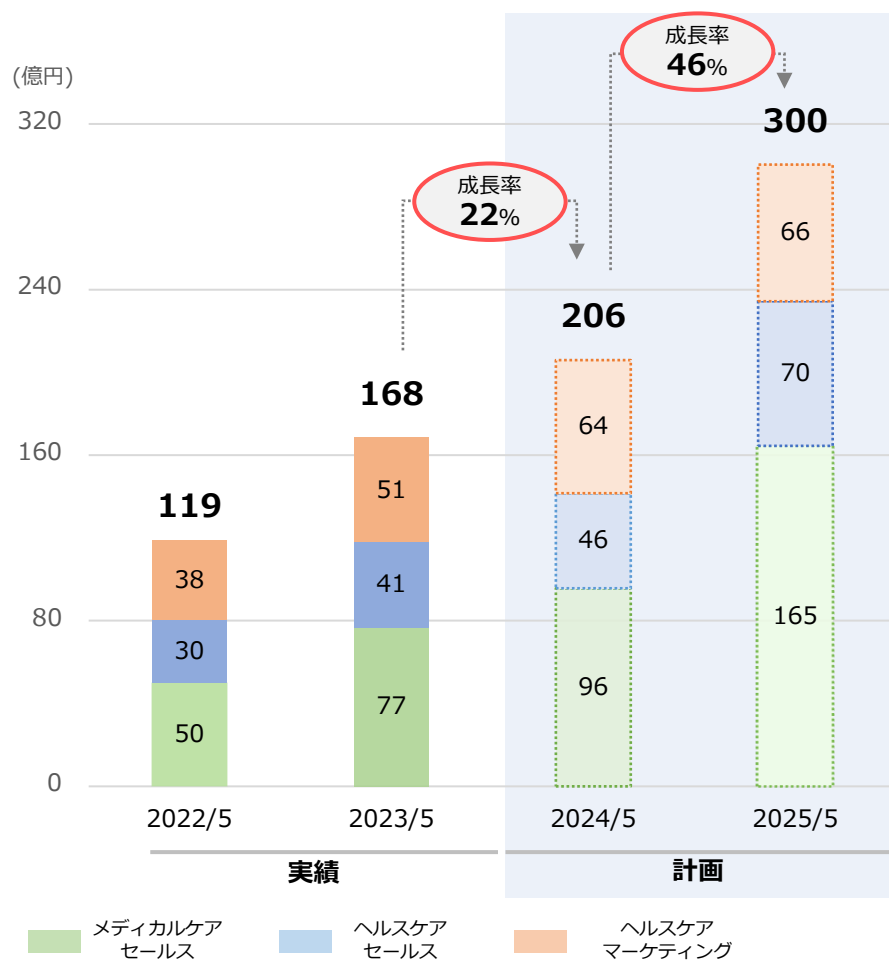
“SOKUYAKUヘルスケア経済圏”

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"> ■ 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  加味逍遙散  防己黄耆湯  【第1類医薬品】 ミンカミングシリーズ ■ 健康食品・化粧品等 D2C <ul style="list-style-type: none">  酵母水素328選シリーズ  生ムネジ  カフェリーチェシリーズ  CeFelice  FINE BASEシリーズ  化粧品アイテム
<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

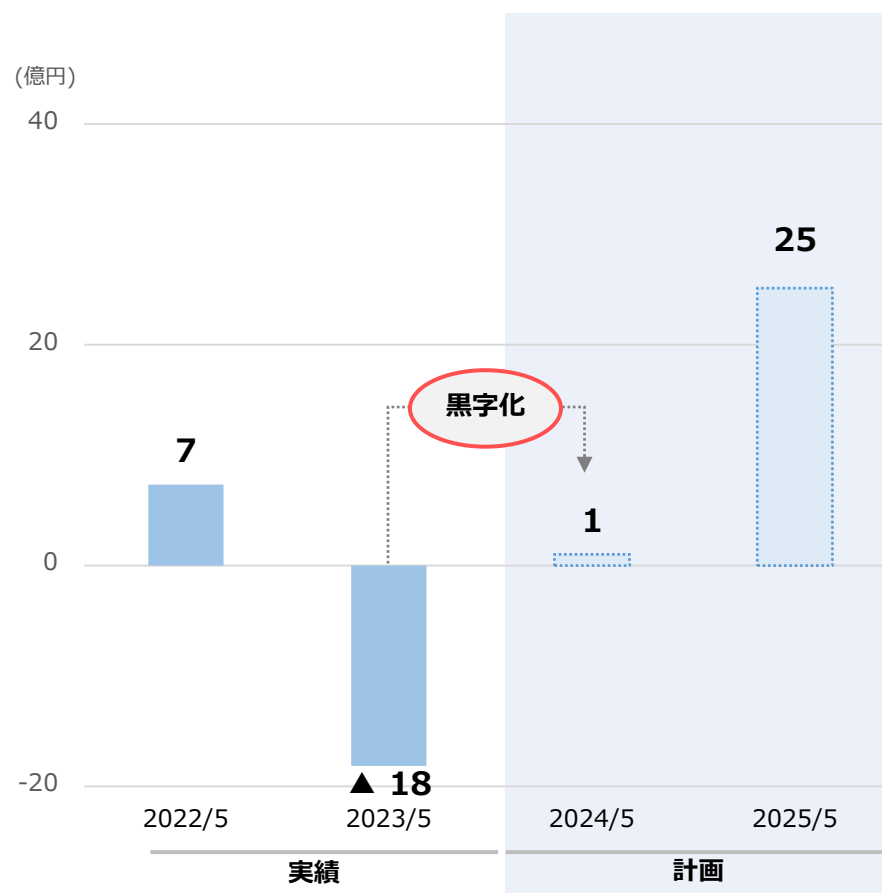
売上高

- 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



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

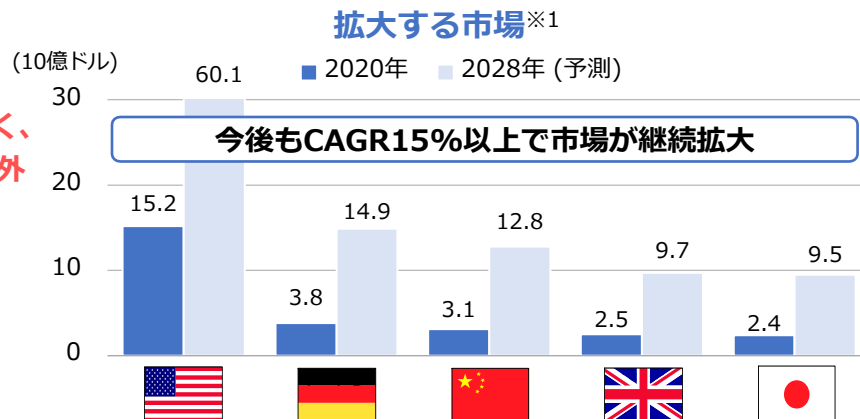
医療サービスのオンライン化によるメリット (一例)

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

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

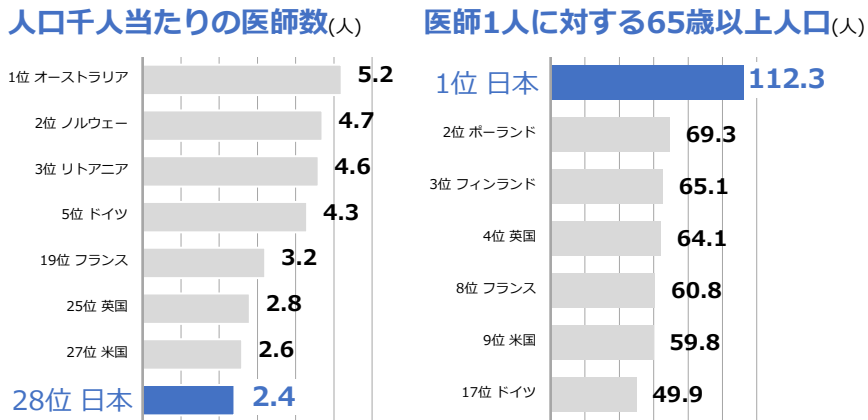


日本においては上記メリットに加えて、
市場拡大要因が存在



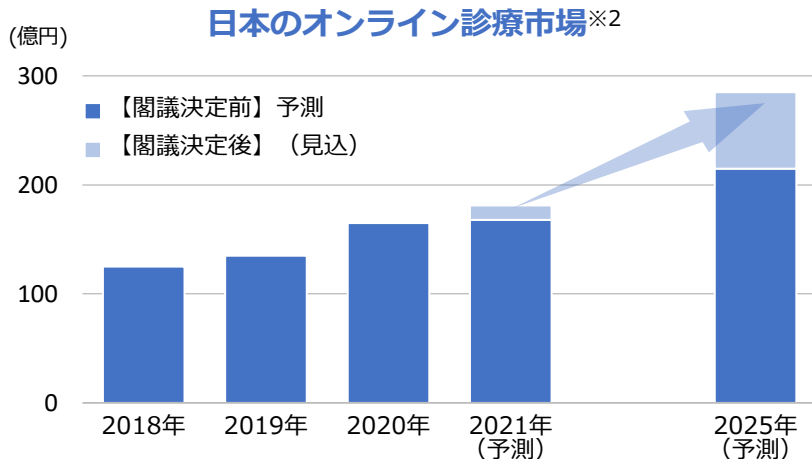
今後もCAGR15%以上で市場が継続拡大

深刻な医師不足



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

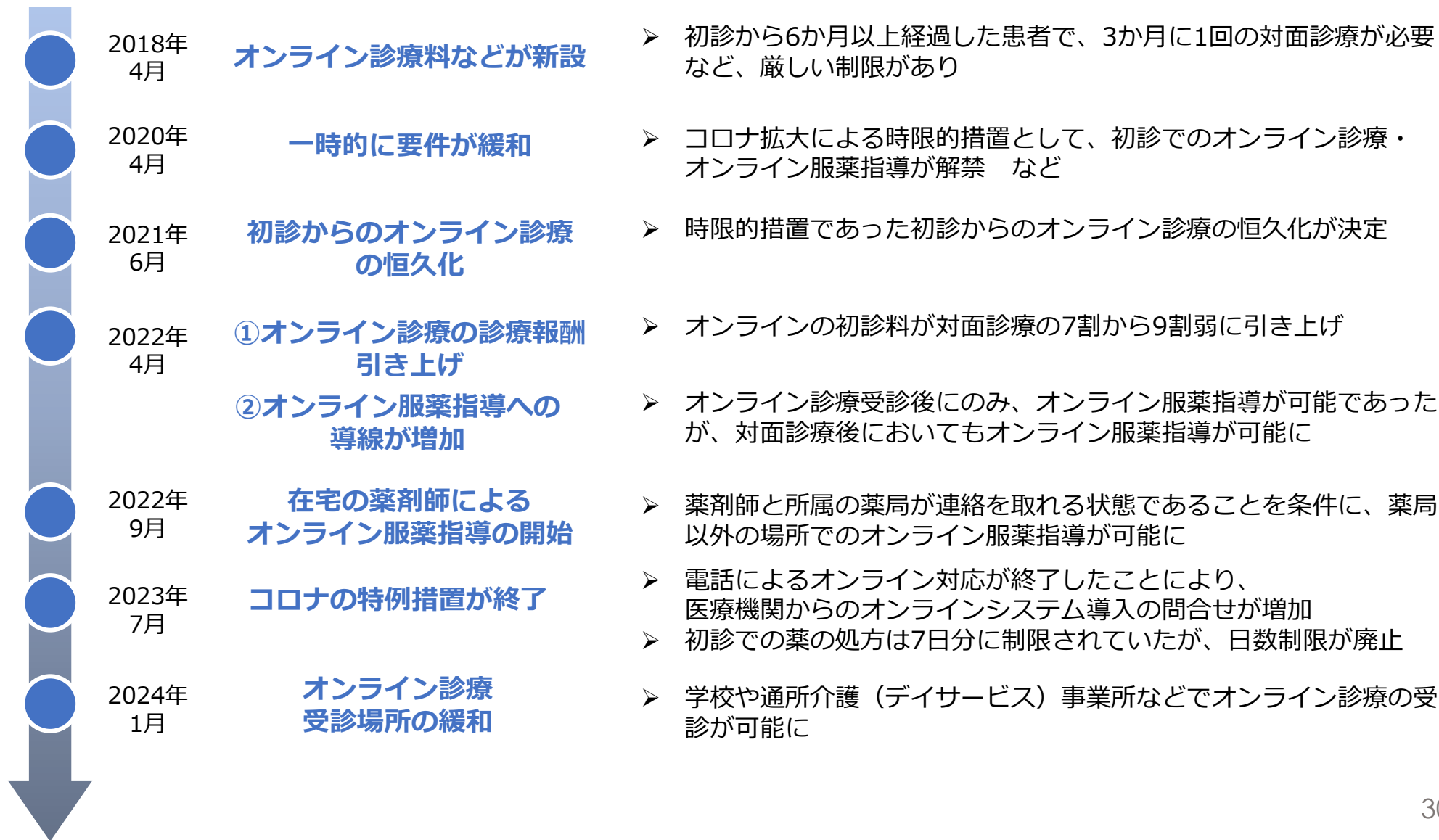


※ 1 Mobile, Call Centers, Webを含むTelemedicine Market全般

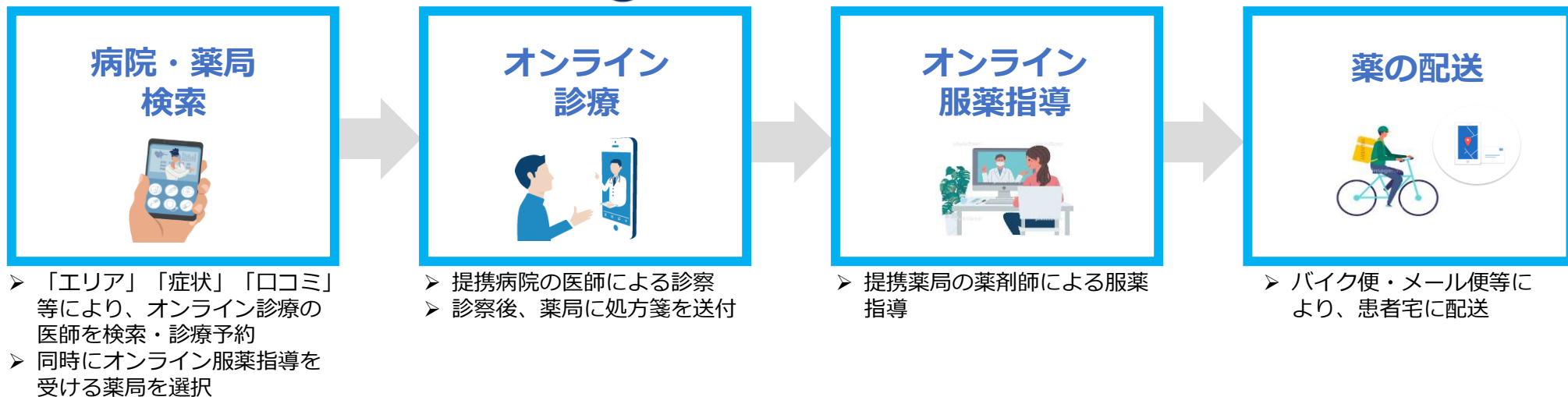
2 保険診療、自由診療、オンライン診療システム、遠隔医療相談サービス、の各市場の合計

出所：株式会社シーズプランニング

- 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

■ 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、埼玉県一部、神奈川県一部、茨城県一部、群馬県一部、栃木県一部、千葉県一部、札幌市、名古屋市、大阪府一部、京都市、神戸市、高知市、福岡県一部

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



- 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)

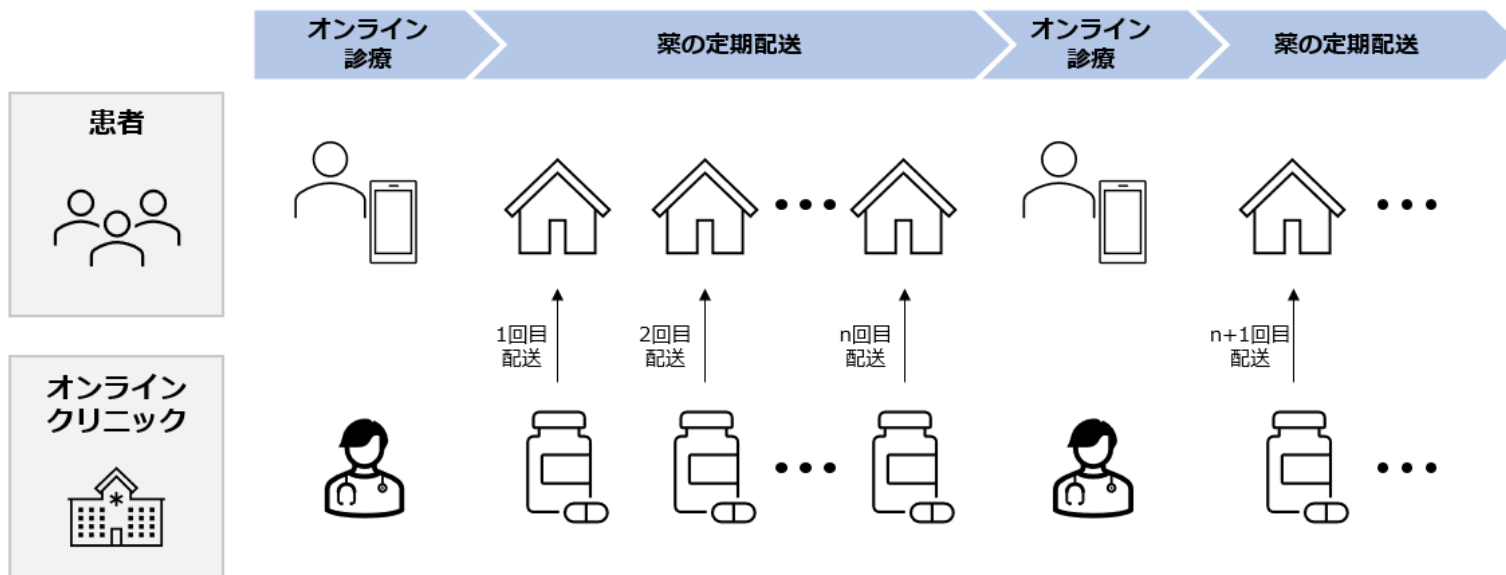


- ✓ ピル・美肌・AGAなど
(取り扱う診療科目・医薬品は、随時拡大を予定)



- 自由診療のオンラインクリニックを拡大
- 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



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
- 【保険診療】「SOKUYAKUプレミアム」プラン
- 【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
- 月額500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



- 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

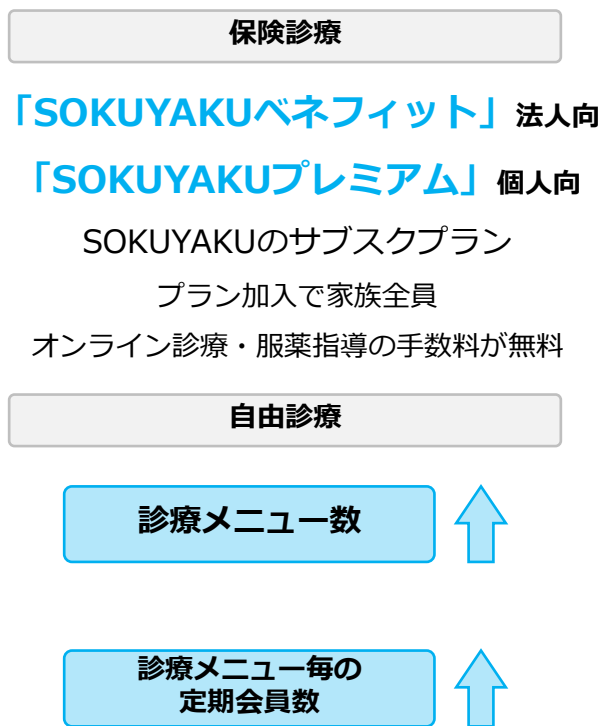
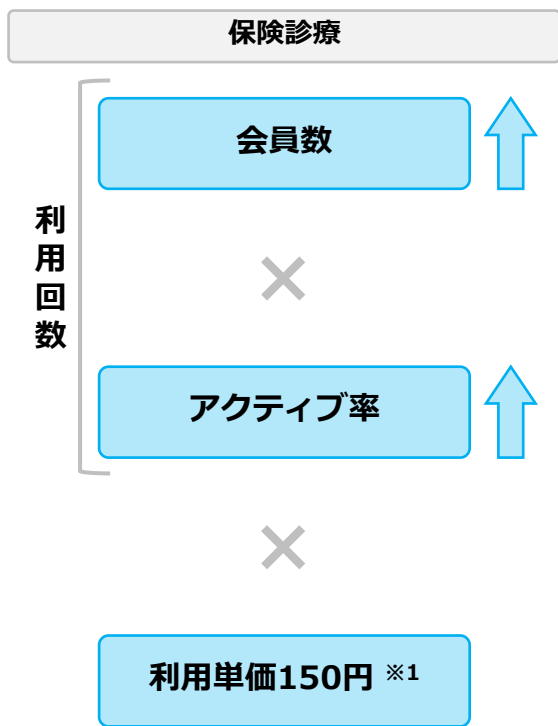
- ▶ 効果的な広告宣伝を行い、保険診療における、オンライン診療・服薬指導の利用料150円/回の積上げを図る

2 ストック型の収益モデル拡大

- ▶ 保険診療においては、サブスクプランを導入
- ▶ 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

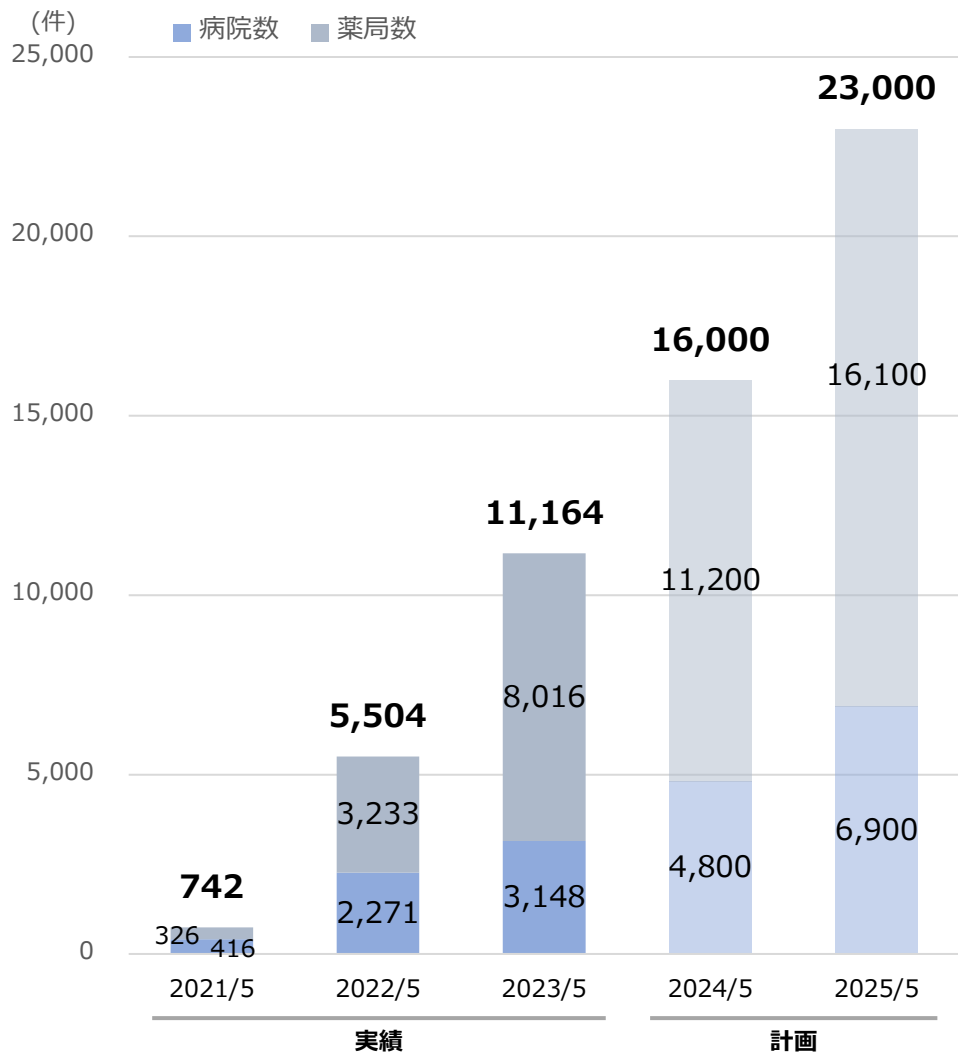
- ▶ オンライン診療プラットフォームを活かしたサービスの拡販を図る
- ▶ 新サービス拡充のために、M&Aも検討



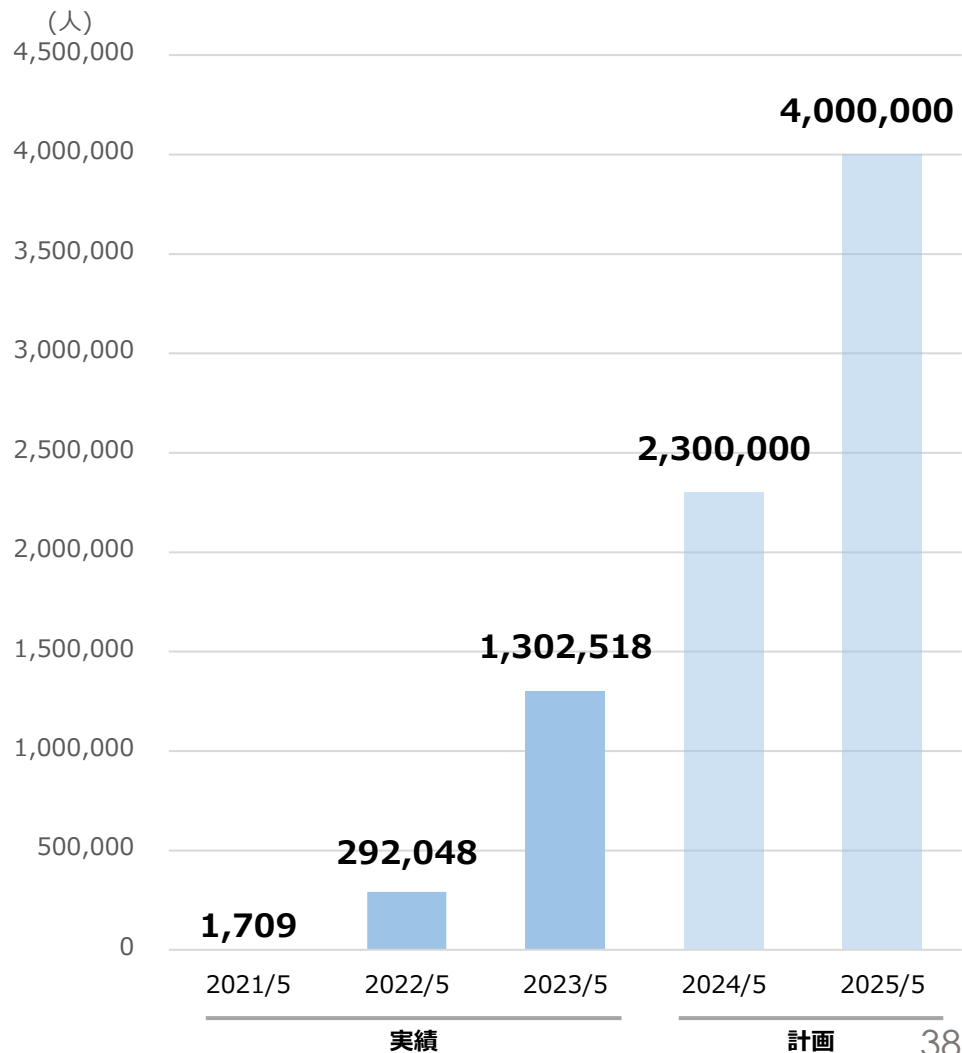
※1 利用単価：オンライン診療150円、 オンライン服薬指導150円、両方実施すると300円

- 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
- 2022年10月 : 新・ECサイト『SOKUYAKUウェルネス』をリリース

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



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

酵素水素328選もぎたて生スムージー



置き換えダイエット食品

酵素水素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

2023年12月
より発売

化粧品



スキンケア商品

- 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

- 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

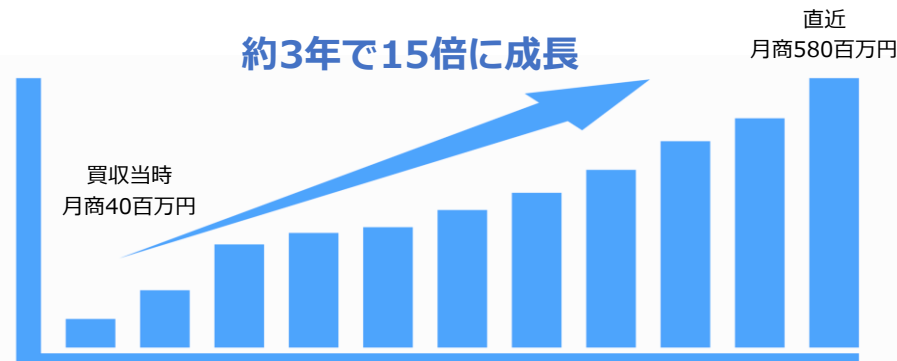
他社にはない「売る力」により

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**

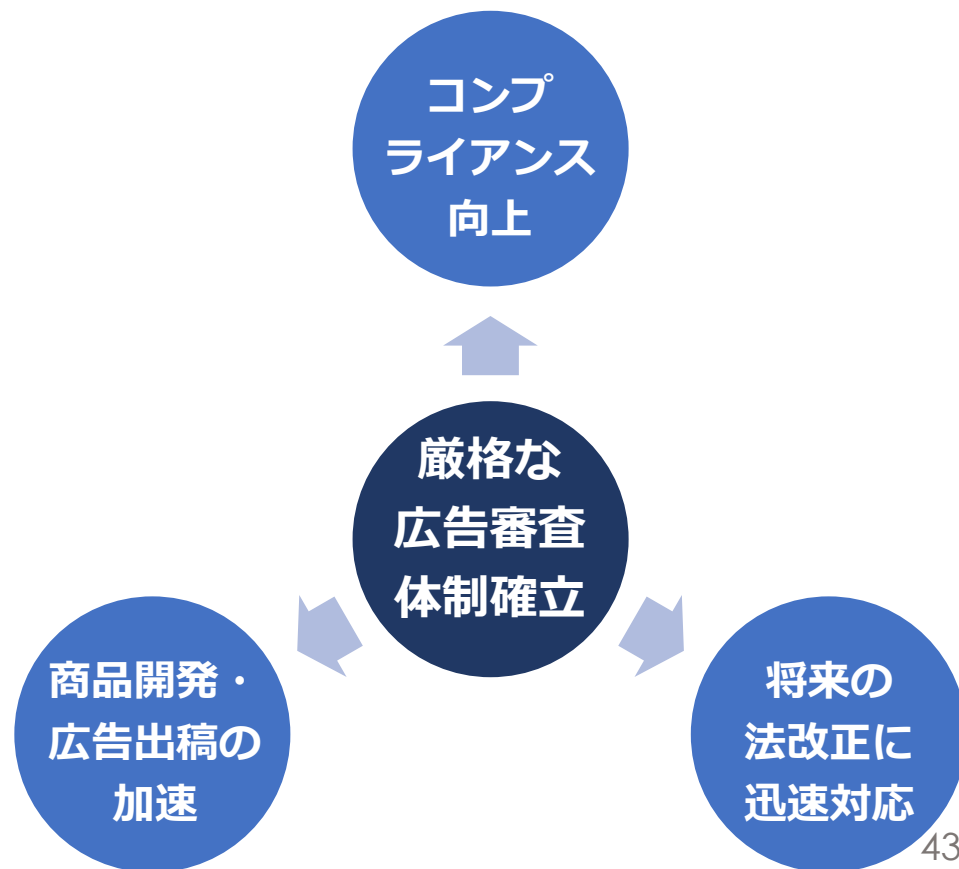
外部環境（広告関連法令の厳格化）

- 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

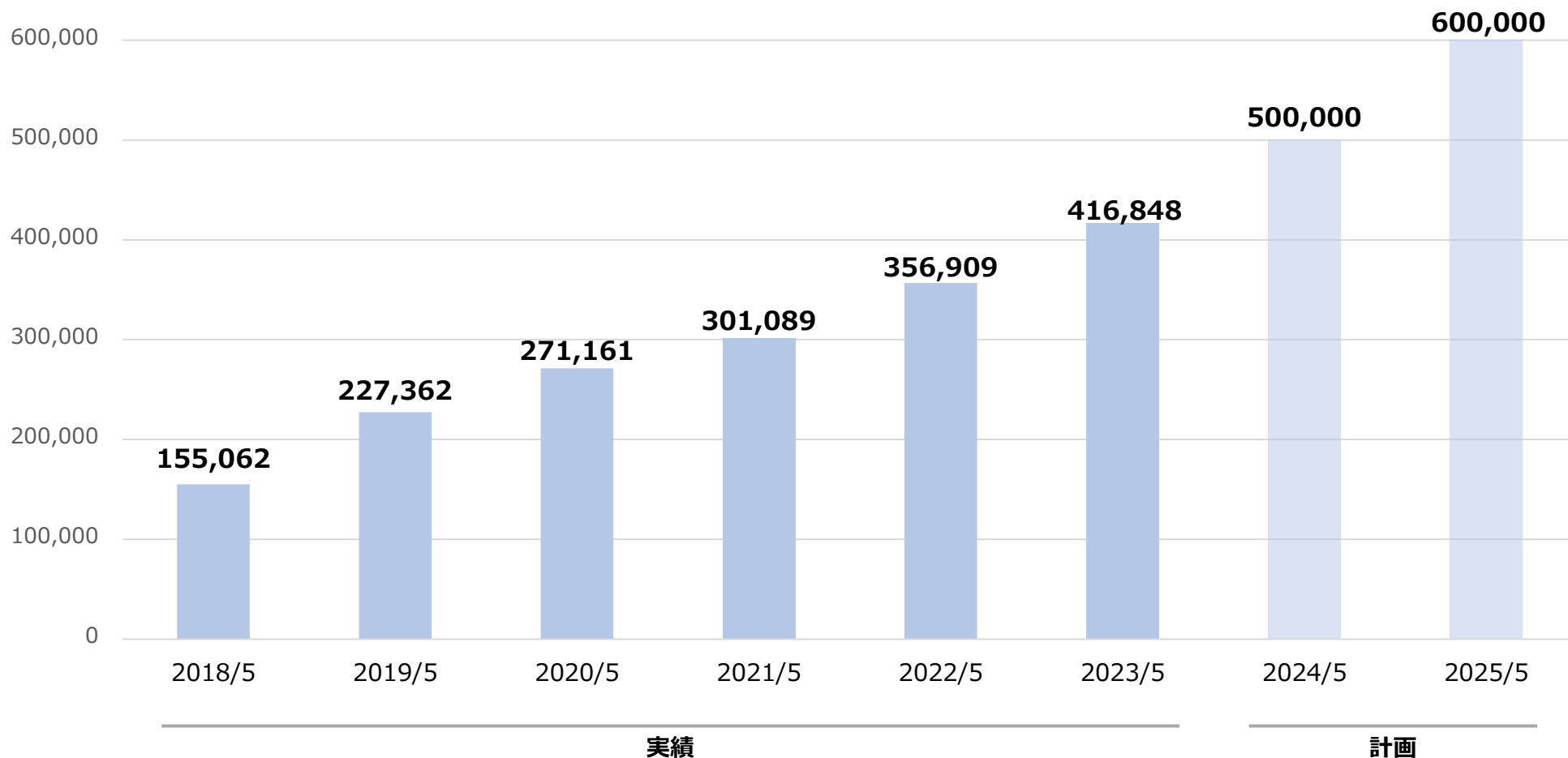
- 厳格な社内チェックリストに基づき3部署でチェック
- 2社以上の第三者審査機関への確認
- 3つの弁護士事務所への意見確認
- 広告表示内容に関する監督官庁等に対する照会
- 徹底した社内の啓蒙や教育
- 弁護士を含む取締役会にて、一般消費者目線で再確認

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



- 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
- 漢方薬・医療用医薬品の在庫不足の影響を受けたものの、好調の化粧品等により数字を積み上げて、通期での計画達成を目指す

(人) **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

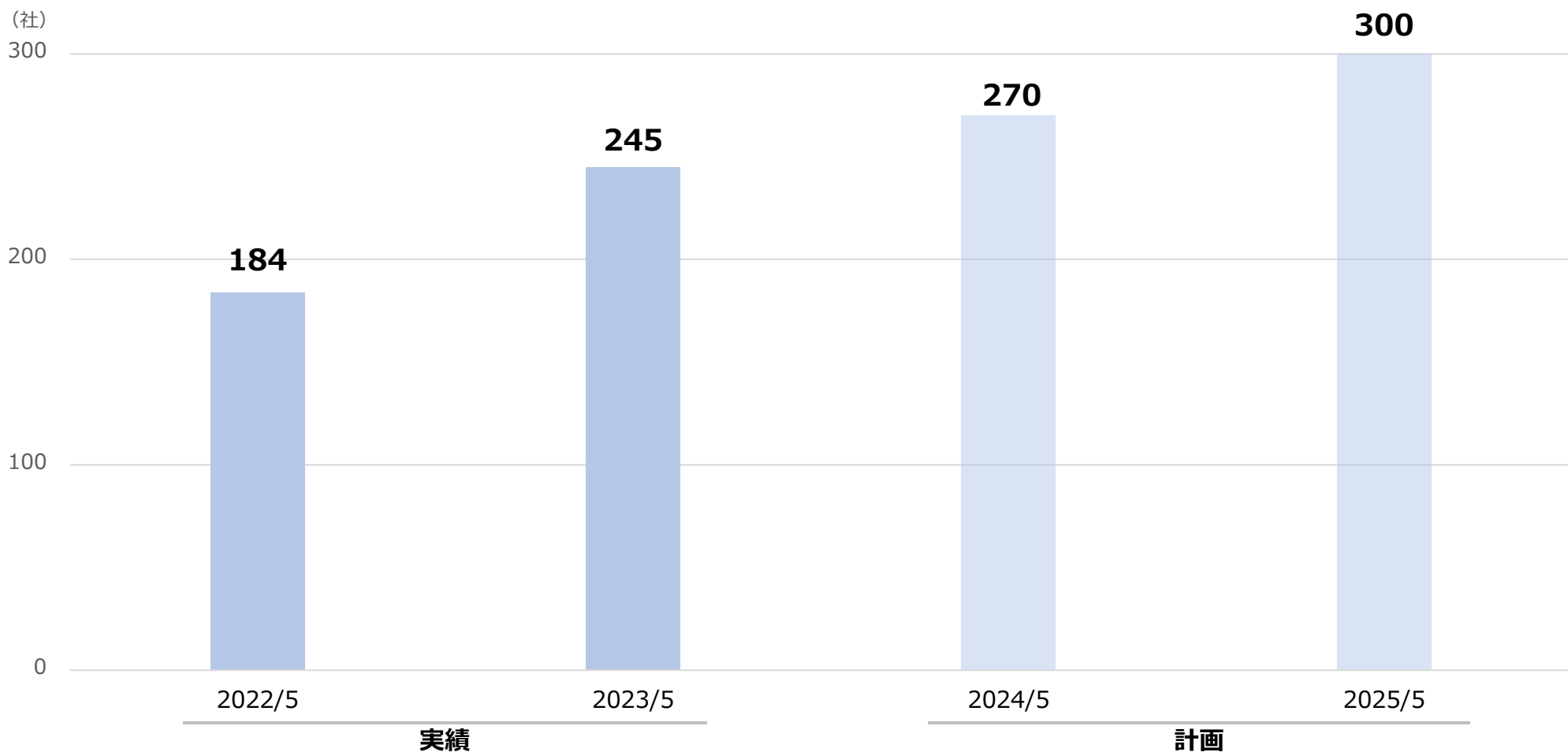
通販事業者



etc.

- 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”

