

**2024年5月期決算説明動画
補足資料**

**2024年12月19日
ジェイフロンティア株式会社
【証券コード：2934】**

■ 決算発表の遅延に対するお詫びと特別調査委員会の調査報告書の受領について

2024年5月期の通期決算発表が大幅に遅れたことにより、株主、投資家の皆様をはじめとするステークホルダーの方々に多大なるご迷惑とご心配をおかけしましたことを深くお詫び申し上げます。

(概要)

当社は、当社の会計監査人から一部の広告売上取引における売上高及び売上原価の計上について、不適切な会計処理がある旨の疑義が生じているとの指摘を受けて、2024年7月22日より外部の専門家を中心とする特別調査委員会を設置し、2024年11月11日に調査報告書を受領いたしました。

調査結果の詳細については、2024年11月13日付「(差替)「特別調査委員会の調査報告書に関するお知らせ」のファイル差替について」に開示のとおりです。

(経緯)

- ・ 7月12日 2024年5月期決算短信発表を延期
- ・ 7月18日 特別調査委員会の設置を決定(調査委員会の設置は7月22日)
- ・ 9月 2日 有価証券報告書の提出期限延長申請に係る承認(提出期限を11月29日に延長)
- ・ 11月11日 特別調査委員会の調査報告書を受領
- ・ 11月28日 2024年5月期有価証券報告書提出遅延及び当社株式の監理銘柄(確認中)の指定の見込みのお知らせ
- ・ 12月11日 2024年5月期有価証券報告書の提出完了、2024年5月期第3四半期決算の訂正再発防止策の策定等に関するお知らせ
- ・ 12月12日 当社株式の監理銘柄(確認中)指定解除

2024年5月期の有価証券報告書の提出完了により、当社株式は12/12(木)に監理銘柄(確認中)の指定から解除されました。これにより当社株式は引き続き上場を維持しております。

- 特別調査の結果が当社連結財務諸表に与える影響は下表のとおり
- なお、特別調査の結果以外に期末の会計監査の過程で第3四半期の誤謬が発見されたため、当該影響も含めて2024年5月期第3四半期決算の訂正を行っている

(単位：百万円)	2024年5月期 第3四半期決算 影響額（訂正）					2024年5月期 通期決算 影響額		
	特別調査関連			特別調査以外	訂正額計	特別調査関連		
	不正	誤謬	小計	誤謬		不正	誤謬	影響額計
売上高	▲266	-	▲266	▲240	▲506	▲1,132		▲1,132
売上原価	▲253	-	▲253	▲240	▲493	▲898		▲898
売上総利益	▲13	-	▲13	1	▲13	▲235		▲235
販管費	▲9	206	196	1	198	50	414	464
営業利益	▲4	▲206	▲210	▲0	▲210	▲285	▲414	▲699
経常利益	▲4	▲207	▲212	▲0	▲212	▲290	▲425	▲715
税金等調整前当期純利益	▲4	▲207	▲212	▲0	▲212	▲290	▲468	▲758

- 特別調査関連の「不正」は広告売上取引における売上・原価の不適切な会計処理及び期末のEC広告費の繰り延べによるもの。
- 特別調査関連の「誤謬」はEC広告費に関する会計処理についての誤謬であり、特別調査の結果を受けて会計監査人と再協議した結果、会計処理を修正した影響額。
- 特別調査以外の「誤謬」は、主に収益認識基準における本人・代理人についての会計処理の修正の影響額。

■ 特別調査委員会による調査報告の指摘を踏まえ、今後、コーポレート・ガバナンス及び内部管理体制の一層の強化、コンプライアンス遵守の徹底を図る

(1) 本事案に関する責任の明確化

- ① 本事案に関する責任の明確化
- ② 経営責任の明確化

(2) 役職員のコンプライアンス意識の強化

- ① 経営トップからの継続的なメッセージの発信
- ② 役職員のコンプライアンス意識向上

(3) 執行サイドに対する牽制機能の強化

- ① 取締役執行役員CFOの選任と社外取締役の増員
- ② 異常検知のための実績モニタリング

(4) 内部通報制度の実効性の向上

(5) 取締役会や監査役会へ十分な情報提供を行うことによる監督機能の強化

(6) 内部監査機能の強化

(7) 会計監査人との連携の強化

※詳細は12月11日付公表「再発防止策の策定等に関するお知らせ」をご参照ください。

当社は、調査委員会による原因分析・再発防止策の提言を真摯に受け止め、グループ役職員が一丸となり、内部統制の充実・強化及びコンプライアンス遵守の徹底を図るとともに、再発防止策を着実に実行し、信頼回復に向けて尽力してまいります。

今後ともご支援ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

- 連結財務諸表監査および財務諸表監査は無限定適正意見が出された
- 内部統制監査においては意見不表明が出されたが、上場廃止基準には抵触しない

監査の種類	今回の監査意見
<p>(連結)財務諸表監査 (連結)財務諸表が適正かどうか</p>	<p>無限定適正意見 全ての重要な点において適正に表示している</p>
<p>内部統制監査 内部統制報告書における 経営者評価が適正かどうか</p>	<p>意見不表明 会社の内部統制報告書に対して意見を表明しない →上場廃止基準には抵触しない</p>

再発防止策に基づき、今後速やかに内部統制を改善し、
2025年5月期は「内部統制が有効」との内部統制報告書を提出し、
内部統制監査上も無限定適正意見を頂けるよう取り組んでまいります。

- 01 **2024年5月期通期 連結決算**
- 02 **2025年5月期通期 計画値・今後の方針**

■ 01 2024年5月期通期 連結決算

売上高 : **17,714**百万円 ⌈ ⌋ 前期実績 16,844百万円 前期比 105.2%

- SOKUYAKU事業の成長のほか、D2C事業の定期顧客の積上げ、BPOサービスの伸長により前期比プラスで着地。

EBITDA^{※1} : **▲145**百万円 ⌈ ⌋ 前期実績 ▲1,522百万円 前期比 ー%

- 前期の大型広告投資フェーズから回収フェーズに移り変わる中、不適切会計の修正のほかにも特別調査を受けて一部の費用計上方法を変更したこと（▲414百万円）によりマイナスで着地。

営業利益 : **▲553**百万円 ⌈ ⌋ 前期実績 ▲1,816百万円 前期比 ー%

- EBITDA同様に費用計上方法を変更したこと（▲414百万円）に加え、M&Aの進展によりのれん及び無形資産の償却費負担が増加。

親会社に帰属する当期純利益 : **▲2,086**百万円 ⌈ ⌋ 前期実績 ▲1,899百万円 前期比 ー%

- 特別調査に関連する一過性の費用に加え、市場環境・事業環境変化を受けて子会社の事業価値を精査し、のれん及び事業用資産を減損したことにより1,019百万円の特別損失を計上。

※
1 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費 + 無形資産償却費

グループ連結業績

売上高	: 17,714 百万円	(前期実績 16,844百万円	前期比 105%)
EBITDA	: ▲145 百万円	(前期実績 ▲1,522百万円	前期比 一%)

セグメント別

メディカルケア
セールス事業

売上高	: 6,837 百万円	(前期実績 7,675百万円	前期比 89%)
EBITDA	: ▲141 百万円	(前期実績 ▲1,016百万円	前期比 一%)

- 前期の第2四半期より広告運用にかかる売上計上方法を総額から純額に変更したこと、および当期の上期において漢方薬・医療用医薬品の在庫不足が生じたことを受けて売上は前期比マイナス
- EBITDAは大幅改善するも、会計処理変更（▲414百万円）によりマイナス着地

SOKUYAKU・
医薬品 D2Cヘルスケア
セールス事業

売上高	: 4,546 百万円	(前期実績 4,110百万円	前期比 110%)
EBITDA	: 388 百万円	(前期実績 139百万円	前期比 278%)

- 健康食品・化粧品ともに新規顧客獲得を進めることができ前期比プラス
- 定期顧客の積み重ねにより来期以降も売上・EBITDAともに伸長させていく

健康食品・化粧品等
D2Cヘルスケア
マーケティング事業

売上高	: 6,330 百万円	(前期実績 5,058百万円	前期比 125%)
EBITDA	: 194 百万円	(前期実績 82百万円	前期比 235%)

- ブランディング・マーケティング支援に加え、DMマーケティング、コールセンター、物流業務などのBPOサービスが業績に貢献し前期比プラス

ブランディング・
BPOサービス

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

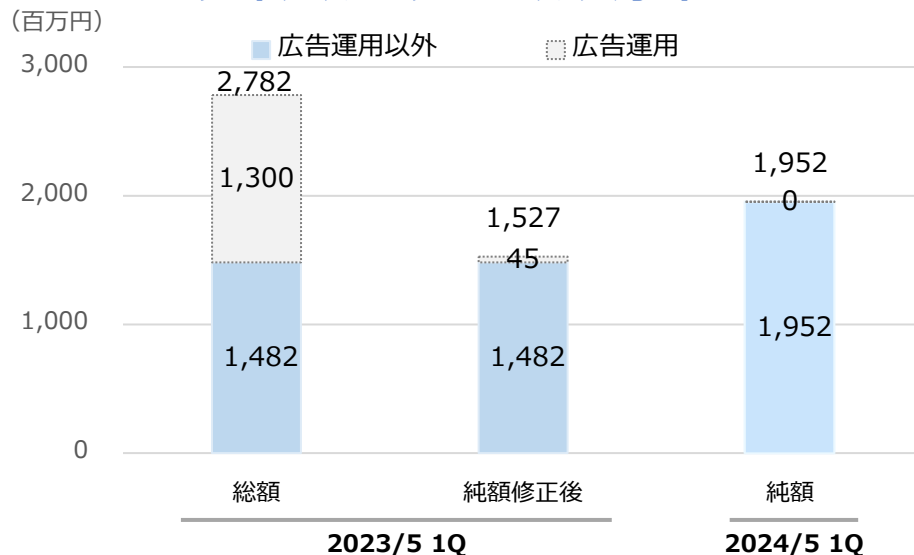
顧客から受領する対価の**総額を売上として計上**

2023/5
2Q以降

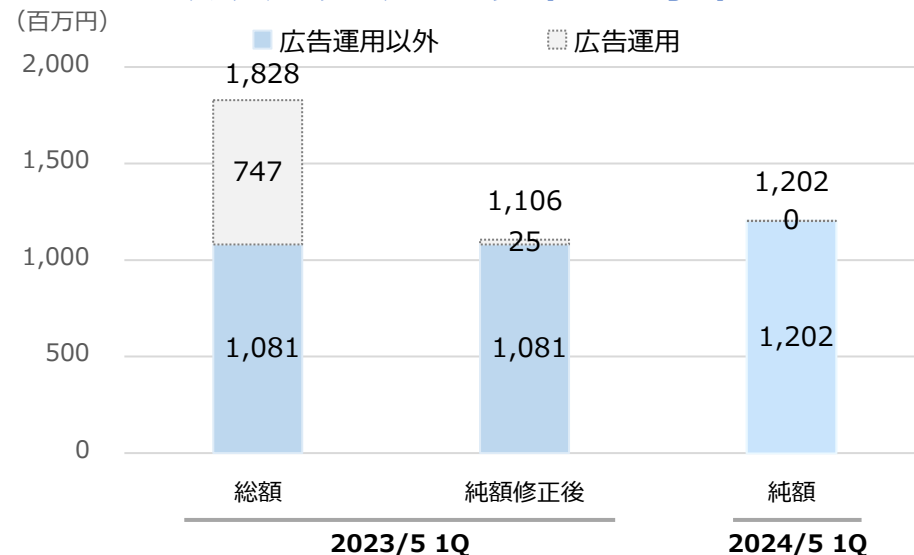
顧客から受領する対価の総額から第三者に
対する支払額を差し引いた**純額を売上として計上**

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

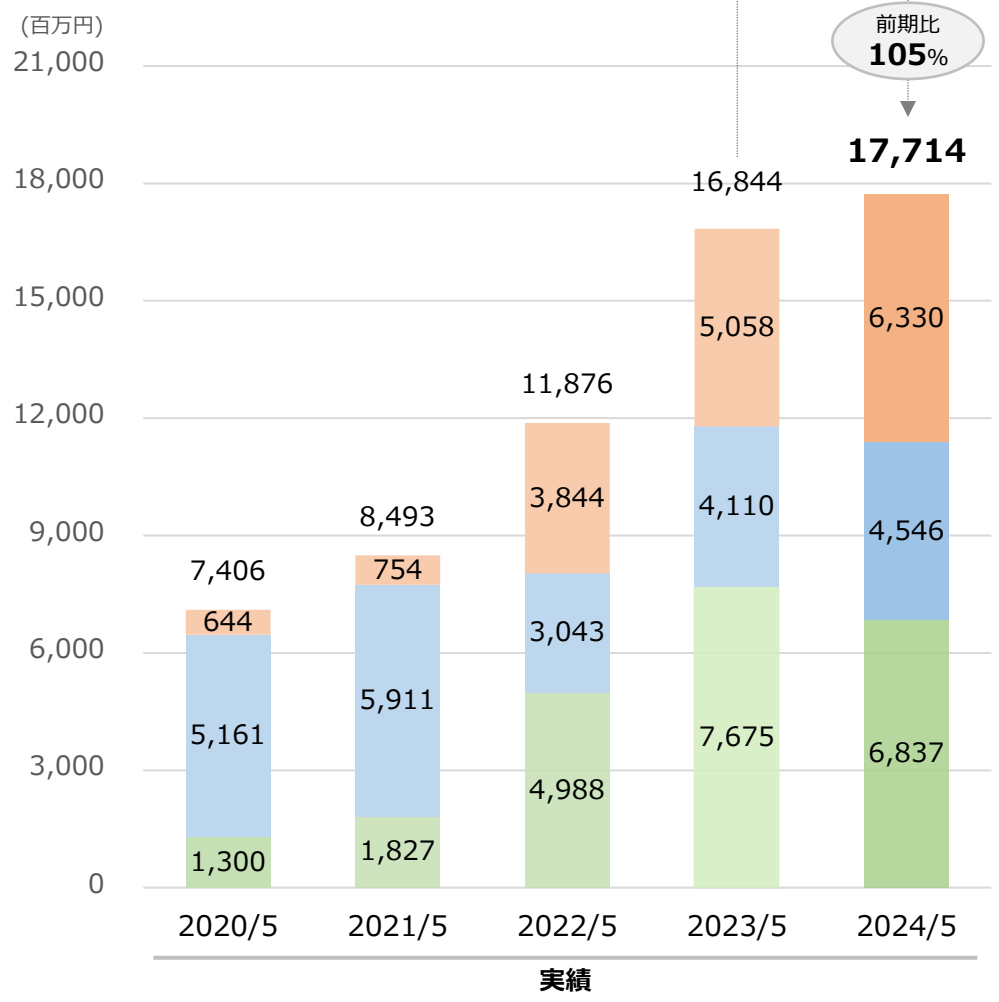
メディカルケアセールス事業 売上



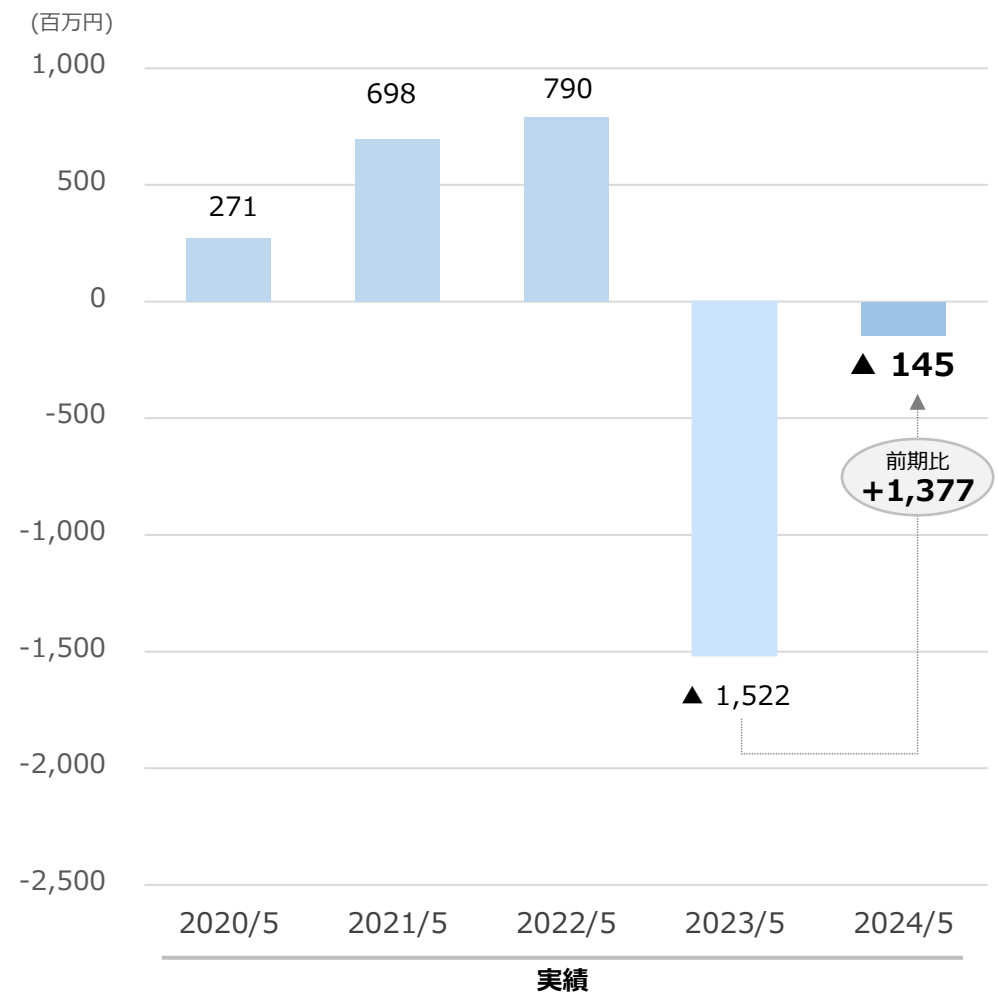
ヘルスケアマーケティング事業 売上



売上高



EBITDA



■ 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

■ 2024年5月期決算にて約10億円の特別損失を計上

(百万円)

特別損失合計	1,019
減損損失	829
のれん	651
事業用資産	178
決算訂正関連費用引当金繰入額	140
違約金	42
固定資産除却損	7

✓ 昨今の物価高騰等の市場環境の変化や業界の競争激化を受けて各子会社の事業価値を精査
 ✓ 5社に関するのれん及び事業用資産の帳簿価額を回収可能価額まで減額処理

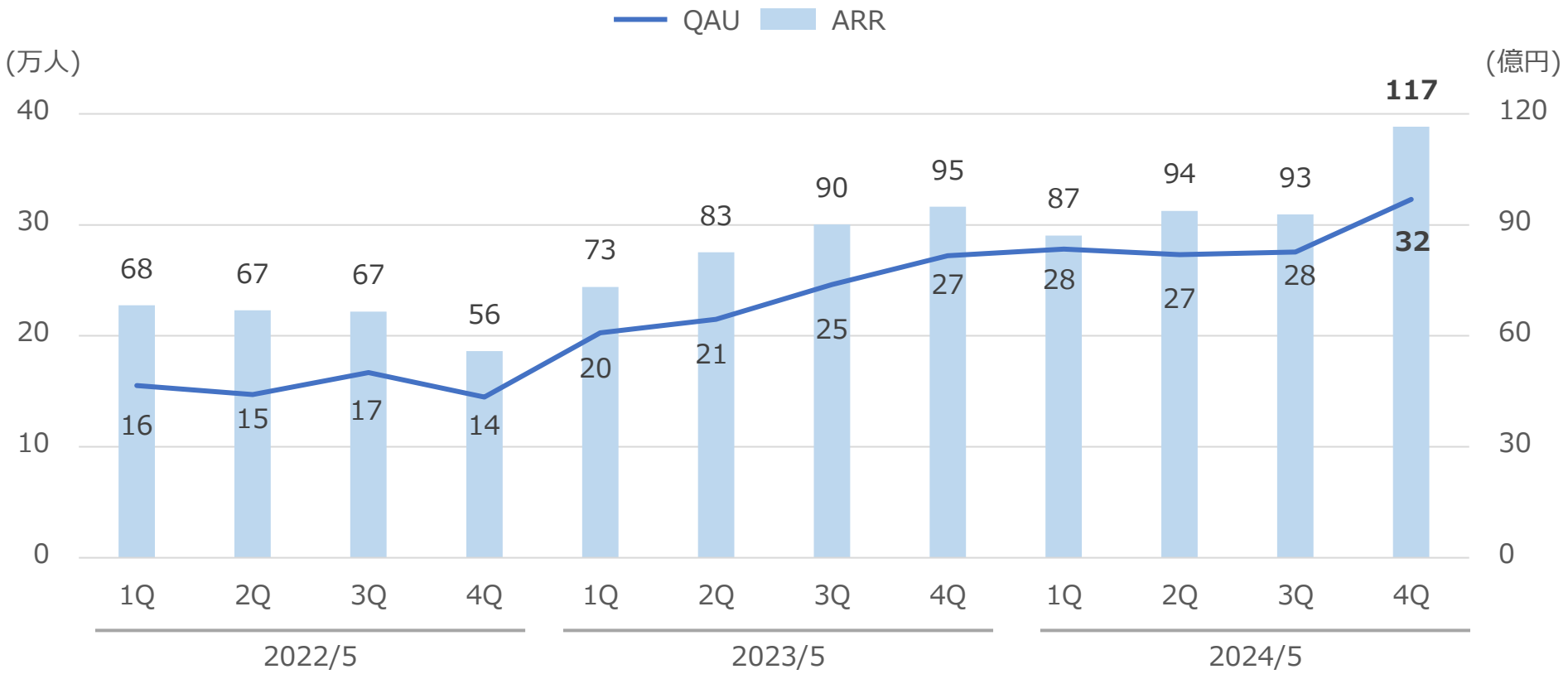
✓ 特別調査委員会による調査費用および調査に伴う監査法人の追加監査報酬等の費用

✓ 不適切会計の関係で既存取引先との契約において違反が生じたことにより支払った違約金

- 今回の減損は、財務基盤を健全化、経営資源を最適化し、持続可能な成長を目指すための重要なステップという位置づけであり、これにより、将来的な成長のための強固な基盤を築くことが可能になり、投資機会に迅速に対応するための余力が生まれるものと判断。
- 当社は現在、各子会社の競争力強化および収益性向上を目指した事業再編やコスト構造の見直しに注力しており、このプロセスを通じて、成長ポテンシャルの高い事業分野への資源配分を進め、全体としての企業価値の向上を図っていく。

- 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”における活動人口を表す『QAU※¹』、および経済規模を示す『ARR※²』を事業KPIとして再定義
- QAUの増加に伴い、2024/5の4QにてARR100億円を突破

QAU（四半期間のアクティブユニークユーザー）・ARR（年間経常収益）



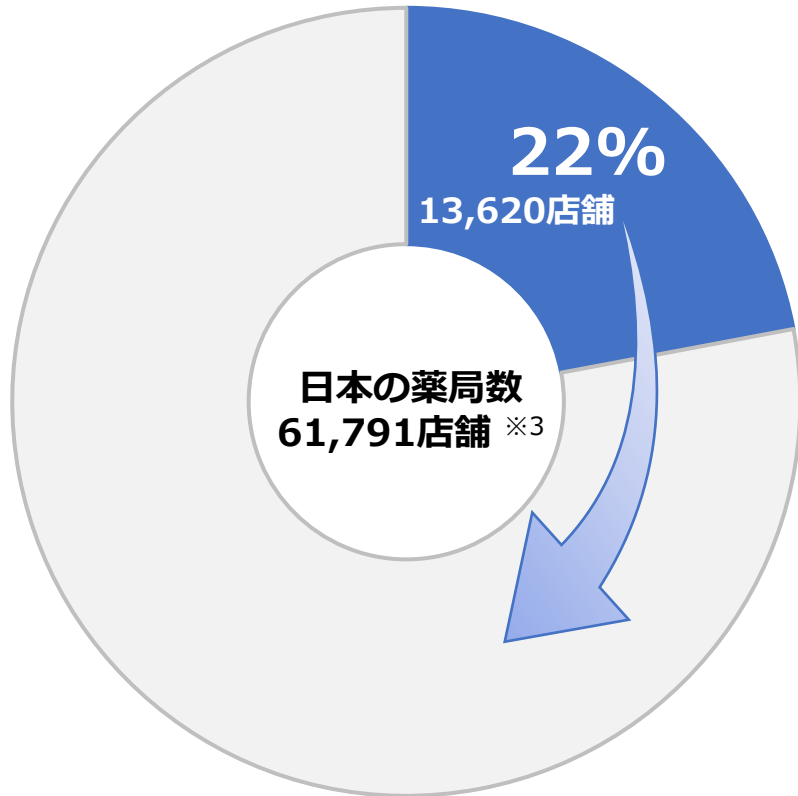
※
 1. QAU：四半期間のアクティブユニークユーザー数（メディカルケアセールスおよびヘルスケアセールスにおけるBtoC/BtoBtoCサービスのコンシューマーが対象）。
 2. ARR：年間経常収益。QAUから生じた売上高の年換算額（四半期売上高×4）。

薬局・ドラッグストアとの提携伸長

- 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13,000店を超えて、人口カバー率^{※1}も約90%を達成

薬局への導入シェア^{※2}

～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



ウエルシア薬局



日本調剤

日本調剤

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 人口カバー率について 市区町村単位で提携薬局が1件以上あれば当該市区町村はカバーしているとし、「令和2年国勢調査 人口等基本集計」をもとに算出

2 2024年5月末時点のSOKUYAKU導入数 ÷ 日本の薬局数

3 (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。

「防己黄耆湯錠S X」発売

- 2024年3月26日に「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」が販売開始し、足元の販売進捗は非常に順調
- 今後生産量を増加させ、毎月の新規契約件数・累計定期顧客数の積み上げを図る



(百万円) 資産	2024年5月期
流動資産	7,316
現金及び預金	1,812
売掛金等	2,051
棚卸資産	2,215
その他の流動資産	1,236
固定資産	3,397
有形固定資産	151
無形固定資産	2,848
のれん	2,673
その他の無形 固定資産	174
投資その他の資産	397
資産合計	10,713

負債及び純資産	2024年5月期
負債合計	9,092
流動負債	6,111
買掛金	1,308
未払金	1,394
短期社債・借入金	2,268
その他の流動負債	1,138
固定負債	2,981
長期社債・借入金	2,874
その他の固定負債	107
純資産合計	1,620
資本金	516
その他剰余金	1,043
自己株式	-407
新株予約権	1
非支配株主持分	466
負債及び純資産合計	10,713
純資産比率	15.1%

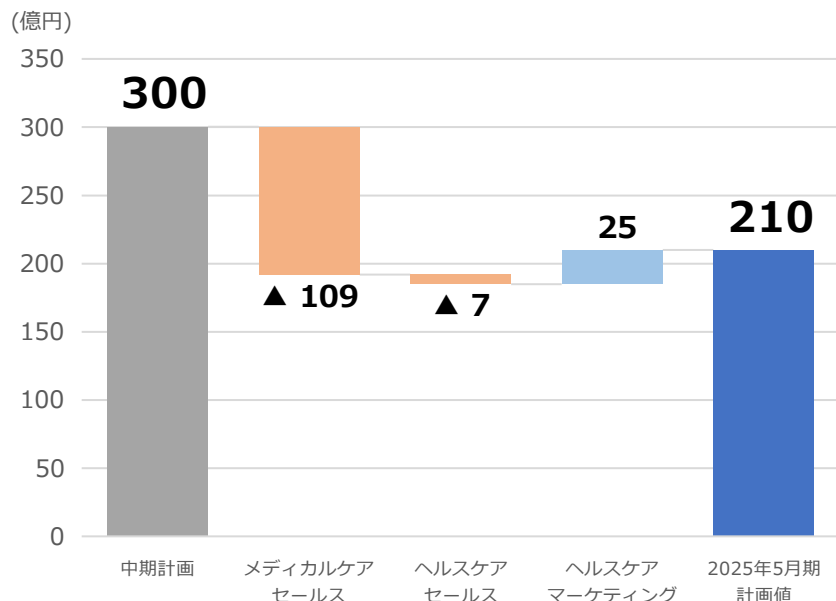
(百万円)	2023年5月期 実績 (前年)	2024年5月期 実績	前年比
売上高	16,844	17,714	105%
メディカルケアセールス事業	7,675	6,837	89%
ヘルスケアセールス事業	4,110	4,546	111%
ヘルスケアマーケティング事業	5,058	6,330	125%
売上総利益	7,116	8,333	117%
売上総利益率	42.2%	47.0%	
販管費及び一般管理費	8,933	8,886	99%
うち広告費	4,735	3,800	80%
EBITDA	▲ 1,522	▲ 145	10%
Margin	-9.0%	-0.8%	
メディカルケアセールス事業	▲ 1,016	▲ 141	—%
ヘルスケアセールス事業	139	388	279%
ヘルスケアマーケティング事業	82	194	237%
営業利益	▲ 1,816	▲ 553	—%
営業利益率	-10.8%	-3.1%	
メディカルケアセールス事業	▲ 1,098	▲ 257	—%
ヘルスケアセールス事業	▲ 28	163	—%
ヘルスケアマーケティング事業	39	129	331%
経常利益	▲ 1,841	▲ 642	—%
経常利益率	-10.9%	-3.6%	
親会社株主に帰属する当期純利益	▲ 1,899	▲ 2,086	—%
親会社株主に帰属する当期純利益率	-11.3%	-11.8%	

■ 02 2025年5月期通期 計画値・今後の方針

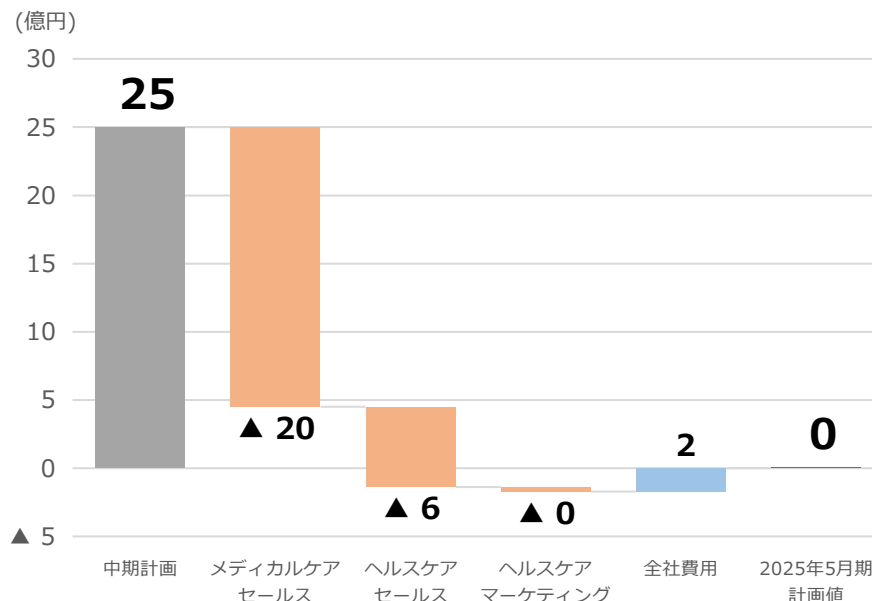
- M&A後のPPAによる影響額が未確定のため、各段階利益はレンジで表記
- M&Aを積極的に推進してきたなか、重要視する経営指標として新たにEBITDAを追加
 - ✓ 営業利益はのれん及び顧客関連資産等の償却費の影響を受ける一方で、EBITDAは本来のキャッシュフロー創出力を見通す上で有用な指標

(百万円)	2024年5月期 通期実績	2025年5月期 計画	
売上高	17,714	21,000	
メディカルケアセールス事業	6,837	5,600	
ヘルスケアセールス事業	4,546	6,400	
ヘルスケアマーケティング事業	6,330	9,000	
EBITDA	▲ 145	500	
Margin	-0.8%	2.4%	
メディカルケアセールス事業	▲ 141	360	
ヘルスケアセールス事業	388	473	
ヘルスケアマーケティング事業	194	117	
営業利益	▲ 553	▲ 200 ~	0
営業利益率	-3.1%	-1.0%	0.0%
メディカルケアセールス事業	▲ 257	333	
ヘルスケアセールス事業	163	▲ 160 ~	40
ヘルスケアマーケティング事業	129	77	
経常利益	▲ 642	▲ 260 ~	▲ 60
経常利益率	-3.6%	-1.2%	-0.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	▲ 2,086	▲ 490 ~	▲ 290
親会社株主に帰属する当期純利益率	-11.8%	-2.3%	-1.4%

売上高



営業利益



- 中期経営計画の最終年度において、売上および営業利益が目標を下回る見通しである。今回の特別調査委員会による調査報告の指摘を踏まえ、コーポレート・ガバナンス及び内部管理体制の一層の強化、コンプライアンス遵守の徹底を図り、2025年5月期においては、足元の事業運営・管理体制を安定化させることを最優先課題とし、未来の成長に向けた「足場固め」の期間と位置付けて取り組む。
- SOKUYAKUにおいての利便性、顧客のリピート率の向上や、当日配送体制の強化、電子処方箋やマイナンバー対応などのサービスの拡充と強化に注力し、ROIを重視しながらも利用者の伸長に注力する。医療機関とのアライアンスも引き続き強化していく。
- 2026年5月期以降は、SOKUYAKUヘルスケア経済圏を拡大させる新サービスやM&Aの取り組みを積極的に実施していく。

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 
<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">  酵素水328選シリーズ  カフェリーチェシリーズ  カフェリーチェシリーズ  FINE BASEシリーズ  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

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

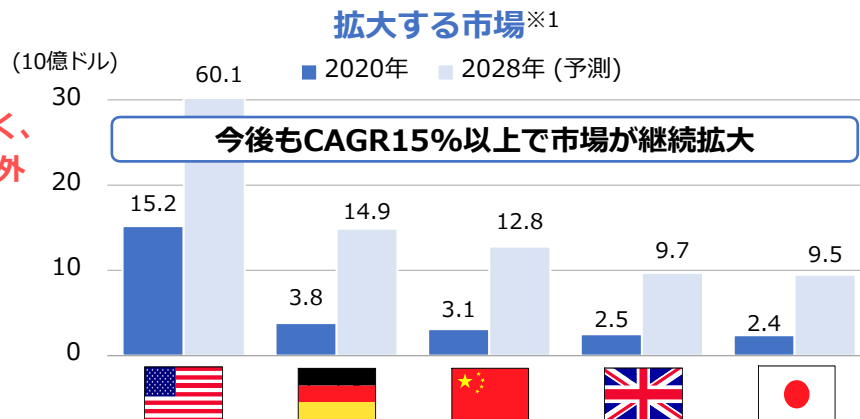
医療サービスのオンライン化によるメリット (一例)

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

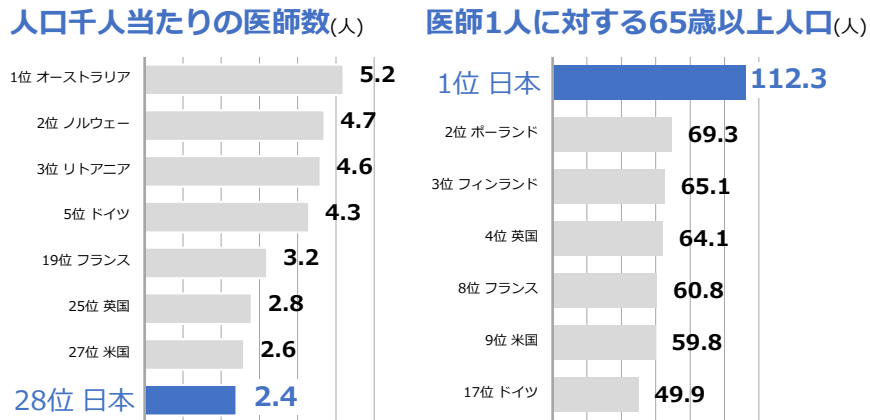


日本においては上記メリットに加えて、市場拡大要因が存在



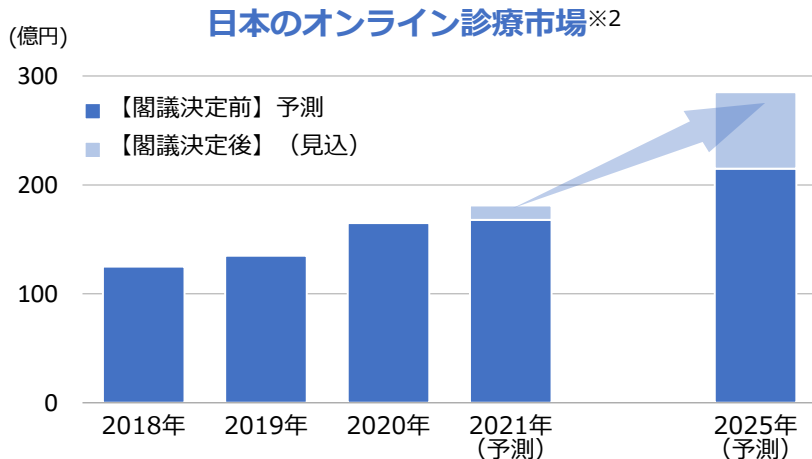
今後もCAGR15%以上で市場が継続拡大

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

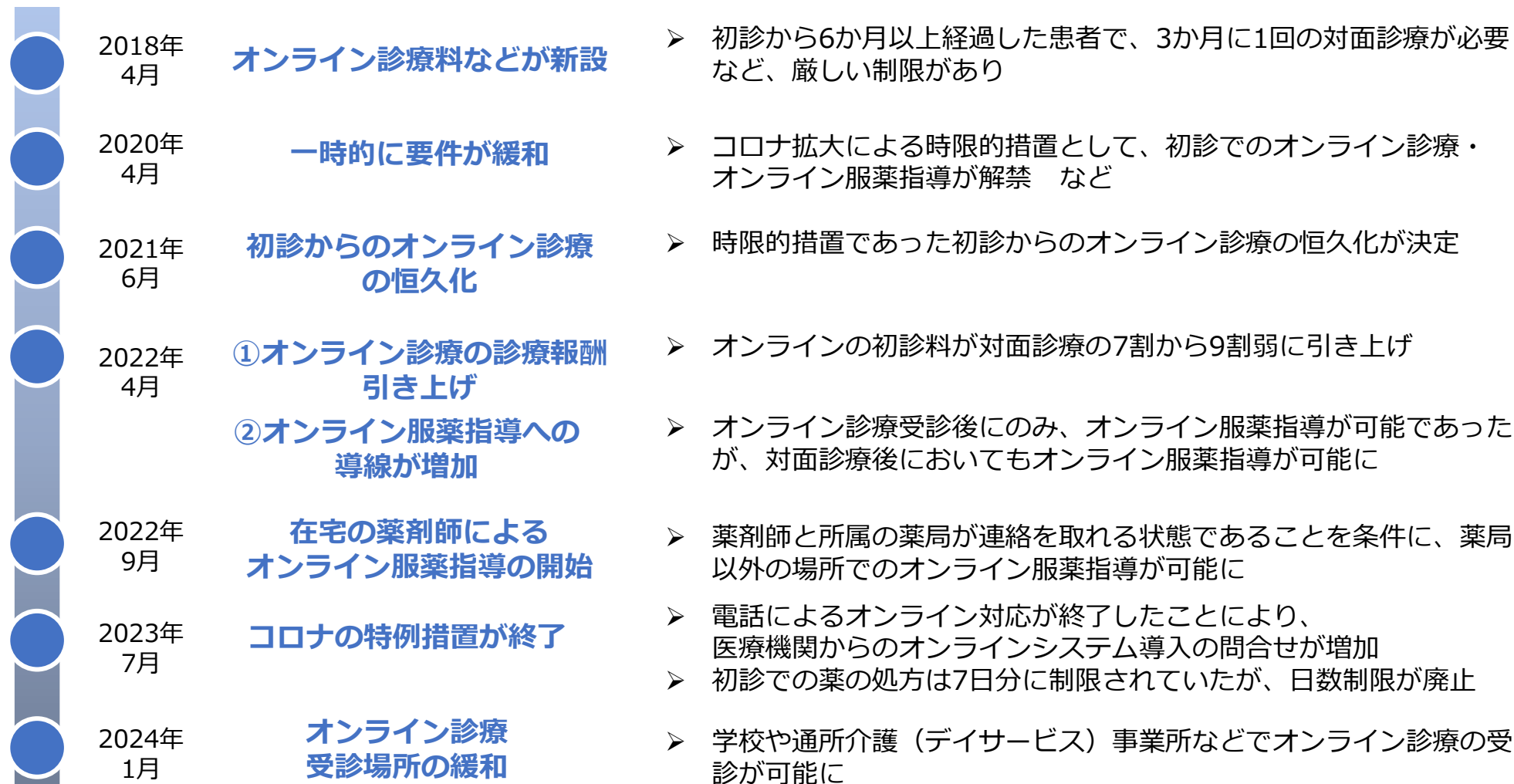
規制緩和もあり、市場は拡大見込み



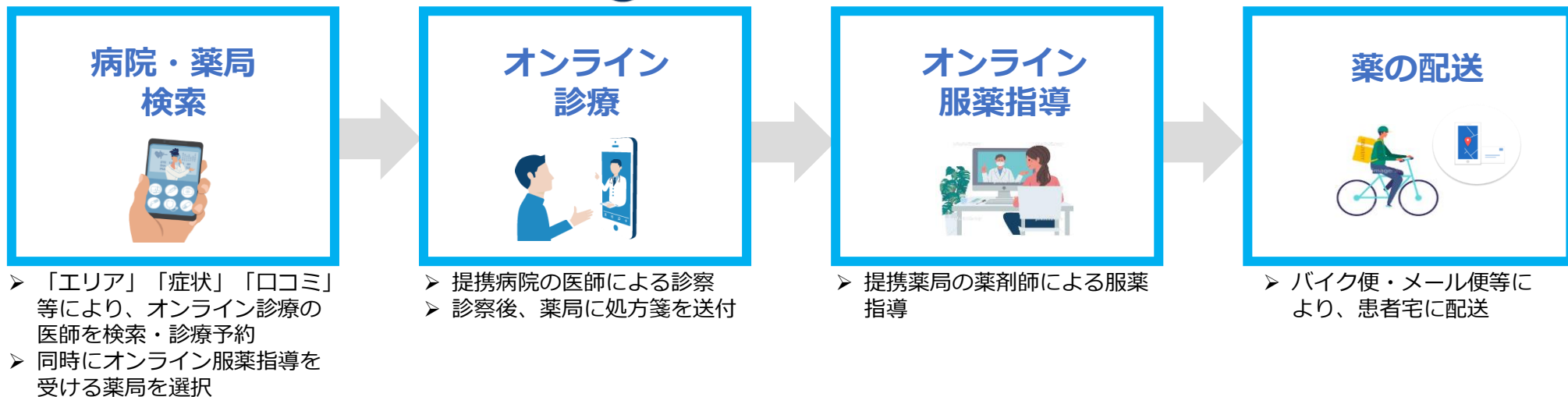
※ 1 Mobile, Call Centers, Webを含むTelemedicine Market全般

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

- 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・月固定費を病院・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**基本料無料で導入**

- 病院には基本料無料で診療数に対して従量で利用料を徴収
- 薬局には完全無償で導入
- 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250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250円という、明瞭な料金設定

- 患者は250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

■ 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 : 日本全国 (離島・僻地を除く)

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 : 600円 (税抜) ~

2 翌日配送

展開地域 : 日本全国 (離島・僻地を除く)

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 : 500円 (税抜) ~

3 セブンイレブン店舗での受け取り

展開地域 : 東京都、神奈川県、埼玉県の一部の

セブンイレブン1,062店舗

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 : 無料

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)



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	料金形態※
● 【保険診療】 オンライン診療 利用料	➤ 1回250円
● 【保険診療】 オンライン服薬指導 利用料	➤ 1回250円
● 【保険診療】 「SOKUYAKUプレミアム」プラン	➤ 月額500円
● 【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)	➤ 診療メニューに応じて設定
● 福利厚生サービス「SOKUYAKUベネフィット」	➤ 企業に応じて月額利用料を設定
● 医薬品・日用品・食品デリバリーサービス	➤ 商品購入額の定率利用料
● 自治体向けサービス (オンライン診療センター等)	➤ 自治体との契約内容に応じて設定
● SOKUYAKU端末設置サービス (病院・公民館等)	➤ 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	料金形態※
● 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



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

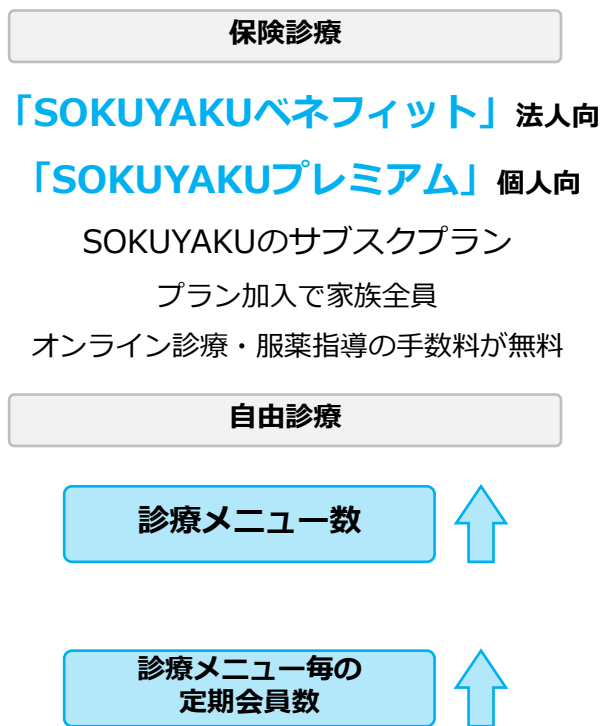
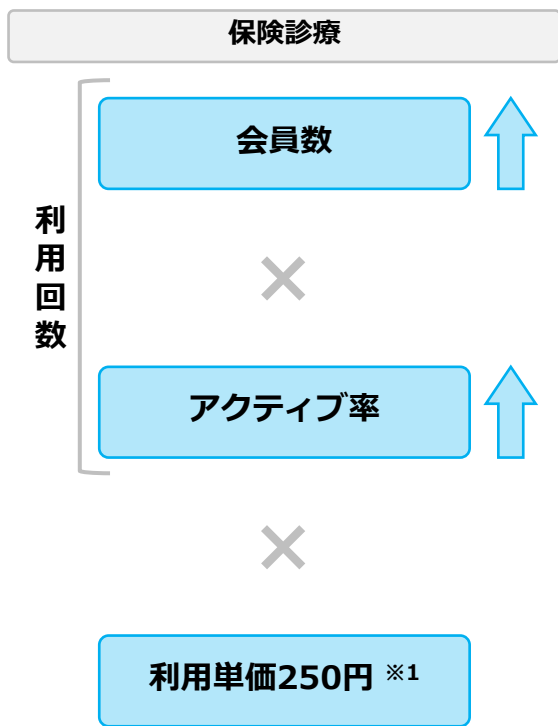
- ▶ 効果的な広告宣伝を行い、保険診療における、オンライン診療・服薬指導の利用料250円/回の積上げを図る

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250円、オンライン服薬指導250円、両方実施すると500円

利用料金改定・送客手数料の徴収

- SOKUYAKU事業の収益性改善を図るため、利用料・送料を改訂
- 一部のクリニックからは送客手数料の徴収開始

利用料・送料の改定

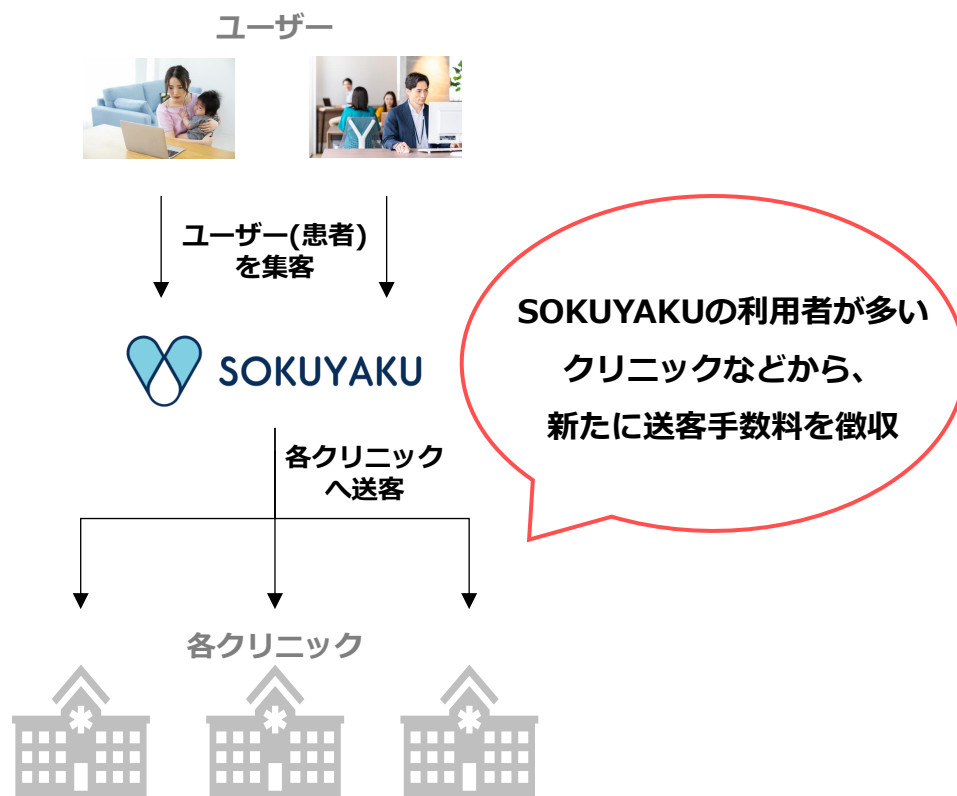
■ 診療・服薬指導1回ごとの利用料金

	改定前	改定後
診療	150円(税抜)~	250円(税抜)~
服薬指導	150円(税抜)~	250円(税抜)~

■ 当日配送・翌日配送の送料 ※1

	改定前	改定後
当日配送	500円(税抜)~	600円(税抜)~
翌日配送	400円(税抜)~	500円(税抜)~

送客手数料の徴収開始



※1 薬局店頭での受け取り及び対象のセブンイレブン店舗での受け取りに関しては引き続き無料

47都道府県で処方薬当日配送サービスを提供開始

- 2024年7月22日から、離島・僻地を除く47都道府県※1でオンライン診療・服薬指導後の当日中に処方薬を受け取れる処方薬の当日配送サービスの提供を開始
- 対象エリアでは、概ね18時ごろまでにオンライン診療・服薬指導を受診することで当日中に処方薬の受け取りが可能

当日配送サービスの概要

- 対象エリア : 日本全国（離島・僻地を除く）
- 配送料 : 800円（税抜）
- 備考 : 18時頃までの受診により、当日に処方薬の受け取りが可能



※1 当日配送エリアの詳細：[リンク](#)

「PUDOステーション」での受け取りを開始

- 2024年5月21日から、宅配便ロッカー「PUDOステーション」が設置されている、東京都、神奈川県、埼玉県の一部のセブン-イレブン1,062店舗にて、配送料無料で好きな時間に処方薬が可能に
- 不在がちで自宅で薬を受け取る事ができない、最寄りの薬局が空いている時間に帰宅できないといったニーズに対応することで、更なる利便性の向上を実現



An illustration on a light blue background. On the left, the SOKUYAKU logo is shown. In the center, there is a dark blue button with the text '配送料無料' (Free shipping). Below this, the text reads 'セブン-イレブン店舗の PUDOステーションで いつでも処方薬が受け取れます' (At 7-Eleven stores, you can always pick up your prescription at the PUDO station). On the right, an illustration shows a woman in a blue shirt holding a white box from a PUDO station. In the background, a delivery person in a blue uniform is shown handing a box to the station. There are also some pills scattered on the floor in the foreground.

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
- 2024年3月 : 健康食品EC事業運営の株式会社ウェルヴィーナスを子会社化

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



W・薬用美白
パーフェクトクリーム



【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・むくみ等改善



防己黄耆湯

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 2023年12月
より発売 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

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

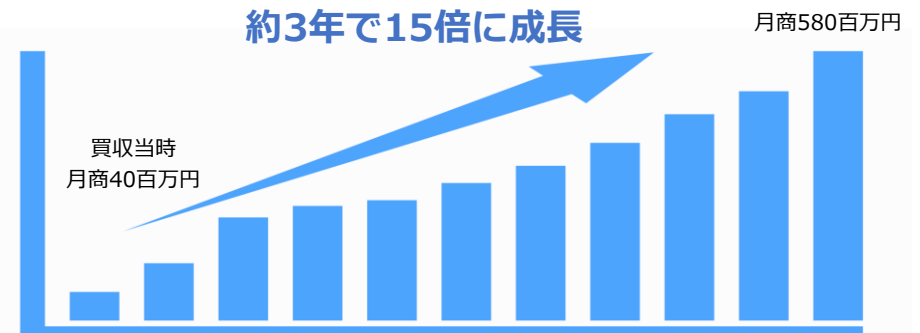
他社にはない「売る力」により

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



厳格な広告審査体制

- 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**

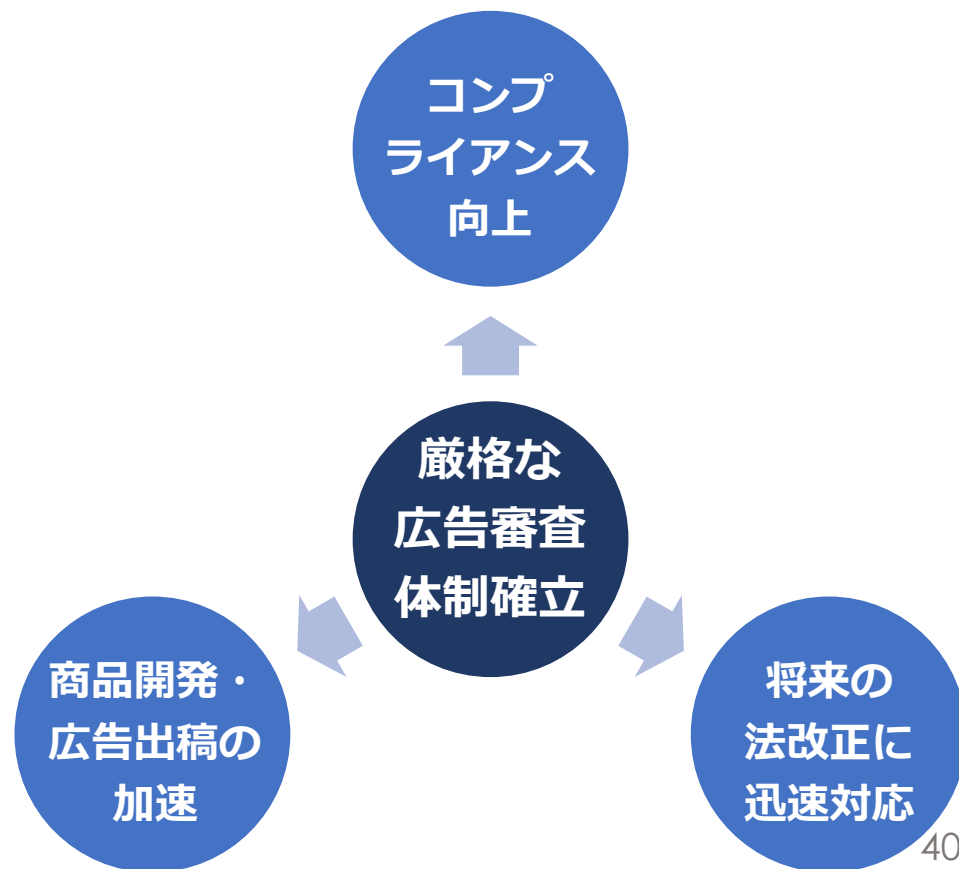
外部環境（広告関連法令の厳格化）

- 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

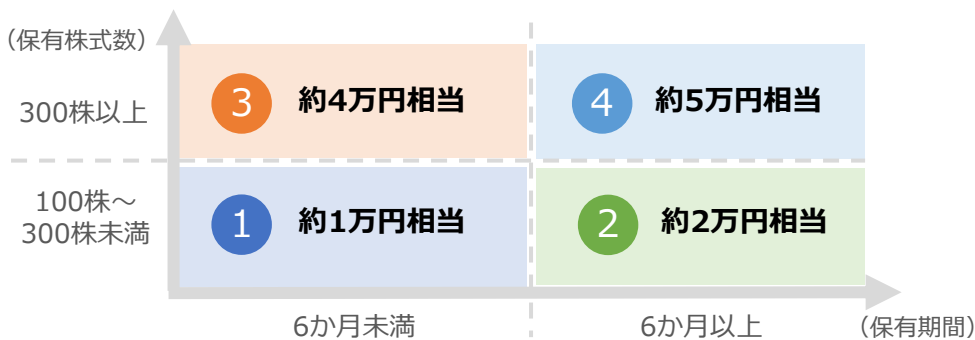
通販事業者



etc.

株主優待制度のご紹介（2024年11月更新版）

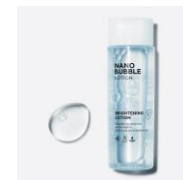
■ 2024年11月に優待商品を一部変更。さらに「SOKUYAK米」の収穫を記念して特別株主優待を実施。いずれも基準日は2024年11月末。



酵素水素328選
生サプリメント



酵素水素328選
もぎたて生スムージー



薬用W・ナノバブル
ホワイトローション



SOKUYAKU米
(特別株主優待品)

1 当社商品2個 約1万円相当

- 酵素水素328選 生サプリメント 1個
- 酵素水素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、自社商品買い物優待券、SOKUYAKUクーポン 約2万円相当

- 酵素水素328選 生サプリメント 1個
- 酵素水素328選 もぎたて生スムージー（ミックスベリー味） 1個
- W・薬用美白パーフェクトクリーム 1個
- 自社商品買い物優待券 5千円分
- SOKUYAKU 送料無料クーポン 1回分

3 当社商品8個 約4万円相当

- 酵素水素328選 生サプリメント 2個
- 酵素水素328選 もぎたて生スムージー（ミックスベリー味） 2個
- 薬用W・ナノバブルホワイトローション 1個
- 薬用W・ナノバブルホワイトローション詰替用 1個
- W・薬用美白パーフェクトクリーム 2個

4 当社商品9個、自社商品買い物優待券、SOKUYAKUクーポン 約5万円相当

- 酵素水素328選 生サプリメント 2個
- 酵素水素328選 もぎたて生スムージー（ミックスベリー味） 2個
- 酵素水素 328 選 もぎたて生スムージープロテインプラス 1個
- 薬用W・ナノバブルホワイトローション 1個
- 薬用W・ナノバブルホワイトローション詰替用 1個
- W・薬用美白パーフェクトクリーム 2個
- 自社商品買い物優待券 5千円分
- SOKUYAKU 送料無料クーポン 1回分

※ 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
 ※ 下線部分は2024年11月変更箇所

この度は、2024年5月期の通期決算発表が大幅に遅れたことにより、株主、投資家の皆様をはじめとするステークホルダーの方々に多大なるご迷惑とご心配をおかけしましたことを深くお詫び申し上げます。

2025年5月期の第1四半期決算については10月11日に発表遅延の適時開示をしておりましたが、第2四半期決算と合わせて2025年1月中を目途に発表すべく、引き続き迅速な対応を致してまいります。

(2025年5月期の第1四半期決算発表予定日につきましては、決定次第、速やかに公表いたします。)

なお、第16回の定時株主総会に関しましては、2025年2月26日の開催を予定しております。

今後ともご支援ご協力を賜りますよう、何卒お願い申し上げます。

“人と社会を健康に美しく”

