

2025年5月期通期決算 及び 2026年5月期通期計画について

2025年7月15日
ジェイフロンティア株式会社
【証券コード：2934】

■ 01

2025年5月期通期 連結決算

■ 02

2026年5月期通期 計画値・今後の方針

■ 03

Appendix

■ 01 2025年5月期通期 連結決算

売上高

21,504百万円 修正計画 21,000百万円
(当初計画から変更なし) 計画比 102%

- SOKUYAKU・D2C事業の安定推移に加え、ライブコマース事業を始めとしたヘルスケアマーケティングサービスの伸長により計画比プラスで着地

EBITDA^{*}

大幅超過 900百万円 修正計画 780百万円
(当初計画 500百万円) 計画比 115%

- ROIを重視した広告投資戦略により、売上を維持しつつ計画以上の利益を確保
- ヘルスケアマーケティングにおける高収益案件も大きく寄与

営業利益

上方修正 (2四半期連続) 293百万円 修正計画 210百万円
(当初計画 ▲200~0百万円) 計画比 140%

経常利益

上方修正 (2四半期連続) 231百万円 修正計画 140百万円
(当初計画 ▲260~▲60百万円) 計画比 165%

親会社に帰属する当期純利益

上方修正 (2四半期連続) 87百万円 修正計画 40百万円
(当初計画 ▲490~▲290百万円) 計画比 218%

- ウエルヴィーナス社のPPA確定により無形資産償却額は膨らむも、EBITDA改善により営業利益以下全ての段階損益が2四半期連続で上方修正となり、最終利益も計画の2倍以上を確保

2025年5月期通期 連結業績_各事業詳細



グループ連結業績

[セグメント別]

メディカルケア セールス事業

SOKUYAKU・ 医薬品 D2C

ヘルスケア セールス事業

健康食品・化粧品等 D2C

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	21,504 百万円	修正計画	21,000 百万円	計画比 103%
EBITDA	900 百万円		780 百万円	計画比 115%

売上高	5,735 百万円	修正計画	5,600 百万円	計画比 102%
EBITDA	550 百万円		500 百万円	計画比 110%

- SOKUYAKU利用者が前期比で200%超を達成、SOKUYAKUベネフィットの導入企業も順調に増加
- 医薬品D2Cは広告効率を重視しつつも、防風通聖散・防己黄耆湯錠SX等の生漢煎®シリーズの漢方の売上が好調に推移
→ メディカルケアセールス事業が最もEBITDAを創出

売上高	6,082 百万円	修正計画	6,400 百万円	計画比 95%
EBITDA	543 百万円		510 百万円	計画比 107%

- グループ全体での健康食品・化粧品分野の商品ラインナップ拡充・販売が進捗
- 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

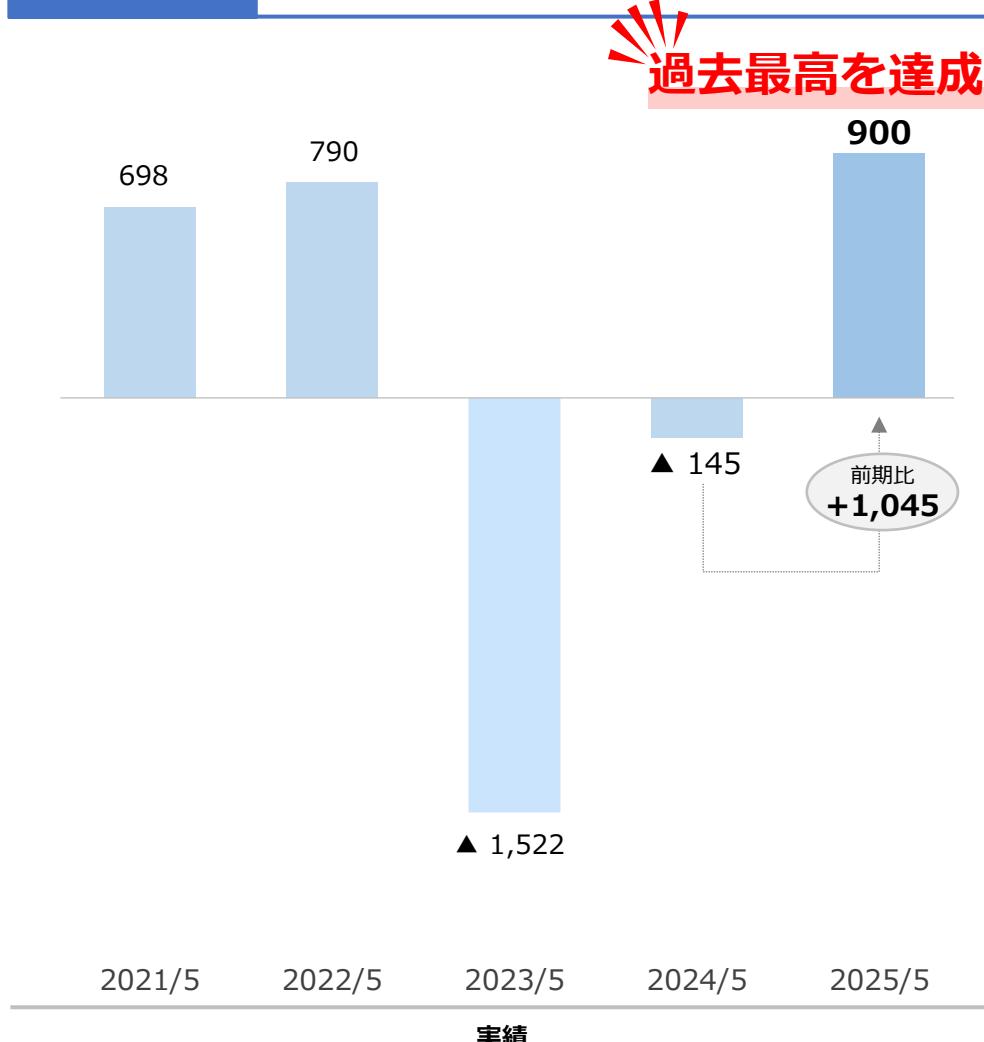
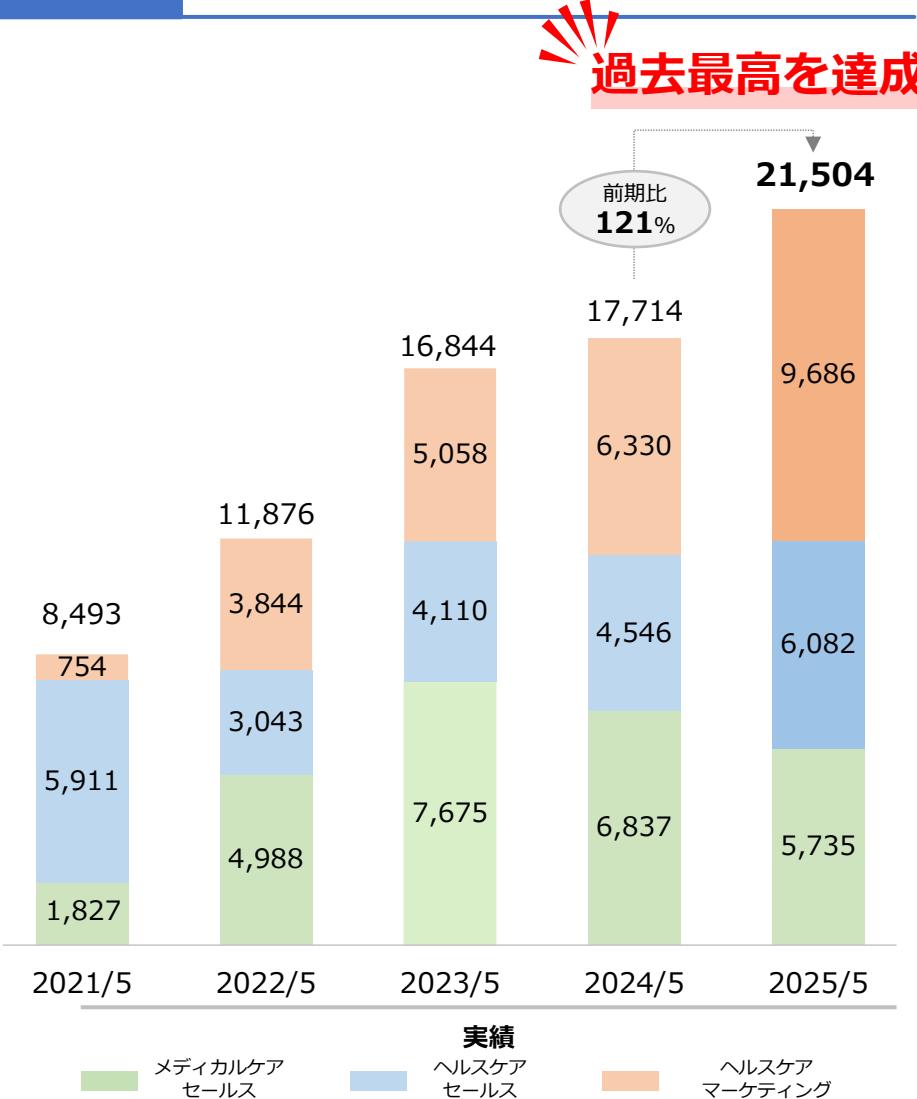
売上高	9,686 百万円	修正計画	9,000 百万円	計画比 108%
EBITDA	189 百万円		200 百万円	計画比 95%

- ライブコマース事業が計画以上に伸長
- DMマーケティング、物流業務などのBPOサービスも売上に寄与

2025年5月期通期 連結業績※

売上高

EBITDA



※ 2022年5月期より連結決算を適用

連結貸借対照表サマリー



(百万円)	2025年5月期	2025年5月期	
資産		負債及び純資産	
流動資産	5,654	負債合計	7,157
現金及び預金	2,169	流動負債	4,762
売掛金等	1,247	買掛金	1,112
棚卸資産	1,836	未払金	753
その他の流動資産	400	短期社債・借入金	2,367
固定資産	3,518	その他の流動負債	530
有形固定資産	159	固定負債	2,395
無形固定資産	2,809	長期社債・借入金	1,955
のれん・顧客関連資産	2,769	その他の固定負債	440
その他の無形		純資産合計	2,014
固定資産	40	資本金	564
投資その他の資産	548	その他剰余金	844
資産合計	9,172	自己株式	-
		その他有価証券評価差額金	-4
		新株予約権	1
		非支配株主持分	608
		負債及び純資産合計	9,172

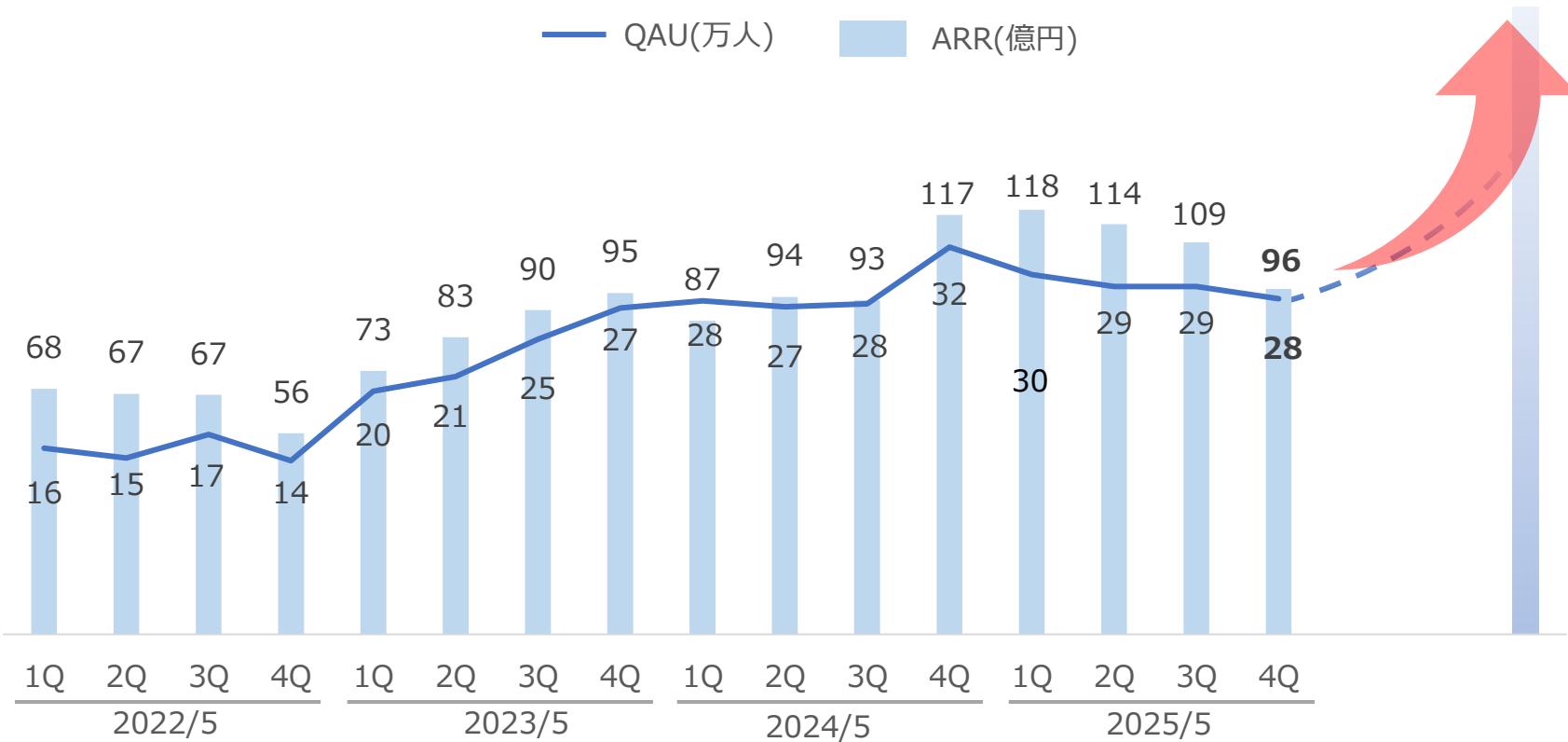
連結損益計算書サマリー



(百万円)	2024年5月期 実績	2025年5月期 実績	POINT
売上高			
メディカルケアセールス事業	17,714	21,504	➤ 売上高 +3,790百万円 +20%超成長
ヘルスケアセールス事業	6,837	5,735	
ヘルスケアマーケティング事業	4,546	6,082	
売上総利益	8,333	9,573	
売上総利益率	47.0%	44.5%	
販管費及び一般管理費	8,938	9,283	
うち広告費	3,800	3,698	
EBITDA	▲ 145	900	➤ EBITDA +1,045百万円 黒字転換
Margin	-0.8%	4.2%	
メディカルケアセールス事業	▲ 141	550	
ヘルスケアセールス事業	388	543	
ヘルスケアマーケティング事業	194	189	
営業利益	▲ 605	293	➤ 営業利益 +898百万円 黒字転換
営業利益率	-3.4%	1.4%	
メディカルケアセールス事業	▲ 257	507	
ヘルスケアセールス事業	111	41	
ヘルスケアマーケティング事業	129	127	
経常利益	▲ 694	231	➤ 経常利益 +925百万円 黒字転換
経常利益率	-3.9%	1.1%	
親会社株主に帰属する当期純利益	▲ 2,101	87	➤ 当期純利益 +2,188百万円 最終黒字化
親会社株主に帰属する当期純利益率	-11.9%	0.4%	

- 足場固めとした今期においては、広告投資の最適化を徹底し、想定通りの着地
- 来期以降、改めて指標伸長も見据えて事業推進

QAU^{*1} (四半期間のアクティブユーザー) ・ ARR^{*2} (年間経常収益)



※ 1. QAU : 四半期間のアクティブユーザー数（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）。

■ 02 2026年5月期通期 計画値・今後の方針

- 2024年5月期を先行投資、2025年5月期を足場固めとそれぞれ位置付け
2026年5月期については、投資×回収の両輪経営を実行する期と定義

投資×回収

Phase
03

2026

先行投資

Phase
01

~2024

足場固め

Phase
02

2025

- 前期比+17%の積極的な広告投資をしつつも、EBITDAについても前期比+13%の両面拡大を狙う

	2025/5	2026/5	増減
 売上高	21,504 百万円	23,600 百万円	+10% +2,096百万円
 広告費	3,698 百万円	4,328 百万円	+17% +630百万円
 EBITDA	900 百万円	1,015 百万円	+13% +115百万円
 【参考】 広告費控除前EBITDA	4,598 百万円	5,343 百万円	+16% +745百万円

	2025/5	2026/5	増減
売上高	21,504百万円	23,600百万円	+2,096百万円
メディカルケアセールス事業	5,735百万円	5,850百万円	
ヘルスケアセールス事業	6,082百万円	6,850百万円	
ヘルスケアマーケティング事業	9,686百万円	10,900百万円	
売上総利益	9,573百万円	10,855百万円	+1,282百万円
売上総利益率	44.5%	46.0%	
販管費及び一般管理費	9,283百万円	10,527百万円	+1,243百万円
うち広告費	3,698百万円	4,328百万円	
EBITDA	900百万円	1,015百万円	+115百万円
Margin	4.2%	4.3%	
メディカルケアセールス事業	550百万円	762百万円	
ヘルスケアセールス事業	543百万円	485百万円	
ヘルスケアマーケティング事業	189百万円	439百万円	
営業利益	293百万円	327百万円	+34百万円
営業利益率	1.4%	1.4%	
メディカルケアセールス事業	507百万円	718百万円	
ヘルスケアセールス事業	41百万円	45百万円	
ヘルスケアマーケティング事業	127百万円	237百万円	
経常利益	231百万円	240百万円	+9百万円
経常利益率	1.1%	1.0%	
親会社株主に帰属する当期純利益	87百万円	100百万円	+13百万円
親会社株主に帰属する当期純利益率	0.4%	0.4%	

Sushi AI株式会社（以下、Sushi AI社）と業務資本提携を締結

“Sushi AI社のAI領域における知見と開発力を最大限活用し、成長戦略をより強固に”



1

画像診断AIによるオンライン診療支援

画像診断AIを活用し、専門医レベルの初期診断を実現。医療アクセスが難しい地域でもオンライン診療を支援します。

2

薬効および副作用に関するAI 解析

音声や問診などのデータをAIが解析し、薬の有効性や副作用リスクを評価。薬剤の適正使用を支援します。

3

コールセンターのAI 化

問い合わせ対応にAIを導入し、高度な医療相談にも対応可能な効率的且つ高品質なコールシステムを構築します。

4

患者行動・疾患リスクに基づくAI 予測モデルの構築

AIが診療・生活情報などを分析し、個別最適なセルフケア提案や再診促進を通じて疾患の悪化予防を支援します。

「SOKUYAKU」とSOKUYAKUウェルネスが連携

SOKUYAKUウェルネストクトクポイントが貯まる

- オンライン診療アプリ「SOKUYAKU」のアカウント設定にて、SOKUYAKUウェルネス会員番号を登録することで、会員登録時やオンライン診療・服薬指導の利用時に「トクトクポイント」が貯まるようになります。



「SOKUYAKU」新広告プラン開始

医師・薬剤師との診療待機画面で広告を表示

- 診療までの待機時間での広告表示ということから、視認率については100%となり、かつ、年齢、性別、受診する診療科目などのデータを取得していることからそれぞれのセグメントにあった広告の配信も可能です。



「SOKUYAKU」リアルタイム翻訳機能搭載

ビデオ通話時のリアルタイム翻訳機能を搭載

- 訪日外国人の急な体調不良にも対応すべく、オンライン診療・服薬指導時のリアルタイム翻訳機能を搭載しました。
- 宿泊先ホテルでのオンライン診療の受診、即日での処方薬受け取りや、空港内の薬局・観光先での処方薬の受け取りも可能となりました。



「SOKUYAKU」外部サイトとのID連携APIをリリース

保険サービスサイト「よつば」と連携開始

- 会員登録の手間を省くため、外部サイトのID連携APIをリリースしました。
- 第一弾として、保険サービスサイト「よつば」とのAPI連携を開始しています。
- 今後も外部サイトとのAPI連携を加速させ、更なる会員数の拡大を図ってまいります。



SOKUYAKUベネフィットで従業員とその家族の健康を守る

多様な業界で働き方に関係なく、医療アクセスの利便性を提供

- オンライン診療・服薬指導・処方薬配送サービス「SOKUYAKU（ソクヤク）」の利用が可能になる、従業員への福利厚生サービス「SOKUYAKUベネフィット」の導入企業が続々と増加しています。
- 導入は愛知や静岡の企業など全国にも広がり、健康経営優良法人ブライト500の認定企業にも採用されています。



SOKUYAKU利用件数前期比200%超え！

日頃のご愛顧の感謝を込めてQUOカードPay山分けキャンペーンを実施

- 当社が提供するオンライン診療・服薬指導アプリ「SOKUYAKU（ソクヤク）」の今年度の利用件数が2025年4月末時点で前年度実績の200%を超えるました。
- これを記念し、SOKUYAKU感謝祭キャンペーンを実施いたしました。



「F・ニードルアイ&リップリフトクリームCC」に関する研究が国際学会で2年連続選出

第34回「IFSCC（国際化粧品技術者会連盟）」で選出

- イタリアで開催されたIPCE大会(化粧品技術や研究に関する国際学会)にて、当社のアンチエイジング化粧品「F・ニードルアイ&リップリフトクリームCC」に採用されている「天然由来のマイクロニードルとナノカプセルを組み合わせた新しい経皮浸透および送達技術研究」が、参加した688社の中から選出されました。



薬用ジェル美容液「W・薬用 VC クリアジェル」発売開始

キレイを目指す、すべての女性の悩みをサポート

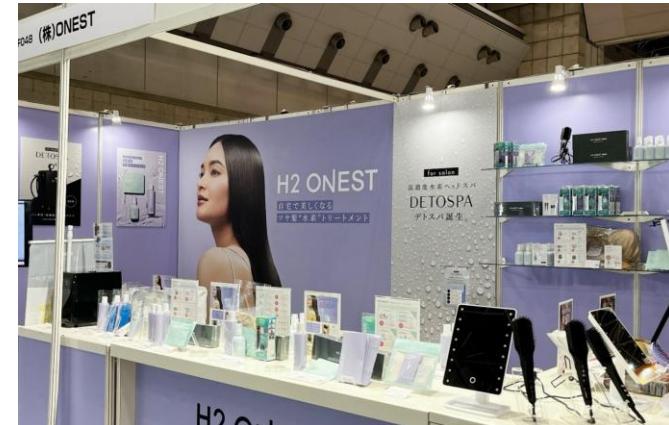
- 累計販売個数100万個を超える当社のホワイピュアシリーズから、新商品として「ビタミンC&レチノールW配合」薬用ジェル美容液「W・薬用VCクリアジェル」を発売いたしました。



ECスタジオ・ジャスティ・ONEST「ビューティーワールドジャパン2025」出展

美容業界に革新をもたらす最新ソリューションを披露

- ▶ 東京ビッグサイトで開催された「ビューティーワールドジャパン 2025」に3社合同で出展し、美容業界の課題を解決して新たな価値を創造する最新のソリューションを多数展示いたしました。



ECスタジオの「WEEEDシリーズ」累計販売個数100万個を達成！

～選ばれ続けて4年、皆様に感謝の想いを込めて～

- ▶ シーソルトスクラブで、角質層を優しくオフし、しっかりと泡立ててボディソープとしてもご利用可能です。
- ▶ 発売以来、多くのお客様にご支持いただいたこと、心より感謝申し上げます。



「北国の恵み」が機能性表示食品として届出受理

「ひざ関節の違和感を和らげる」機能をサポート

- 累計販売400万袋*を達成したウェルビーナスの「北国の恵み」が機能性表示食品として届出が受理されました。
※2025年1月31日時点 4,152,733袋出荷（2013年1月からの累計出荷数・93粒換算・シリーズ累計）
- プロテオグリカンを配合し「ひざ関節の違和感を和らげる」機能をサポートします。



世界最大級のテレビ通販チャネル「QVC」にて「ライジング・スター・アワード」を受賞

QVCのお客様から高い支持を受け、短期間での売上拡大を実現

- 本賞は、過去2年以内にQVCで販売を開始した商品の中から、著しい成長を遂げた商品に贈られるものです。
- これまで当社がベンダーとして携わり、QVCに採用された商品数は100点を超え、商品取扱高は約20億円に達しております。



TikTok Shop運用支援サービスの提供を開始

D2Cの知見を活かし企業のEC成長を支援

- 自社ECサイトにおいてTikTokやInstagramをはじめとした、SNSでのEコマースにおける累計で売上14億円、受注件数23万件を達成したノウハウ、インフルエンサーマーケティングやテレビショッピングにおける確かな実績と知見をクラウドアント企業に提供し、その事業成長を力強く支援することを目的に、TikTok Shop運用支援サービスの提供を開始いたしました。
- その一環として、自社のTikTok Shop店舗を開設し、そこで得られる実践的な知見や成功事例を運用支援サービスに還元することで、クライアント企業の事業成長をより強力にサポートしてまいります。



株式会社TORIHADA（以下、TORIHADA社）と業務提携を締結

“TORIHADA社のTikTok Shop領域における知見を最大限活用し、成長戦略をより強固に”



1

アカウント開設・育成、運用支援の強化

TikTok Shopのアカウント開設・初期設定を支援。
プラットフォームの特性を踏まえた効果的な運用を実現します。

2

高品質なコンテンツ制作体制の確立

動画・LIVE制作のノウハウを提供。
ブランドや商品の魅力を引き出し、ユーザーの購買意欲を高めます。

3

クリエイターネットワークの拡充と連携強化

最適なクリエイターとの連携を推進。
ターゲット層への効果的な訴求とUGC※創出を促進します。

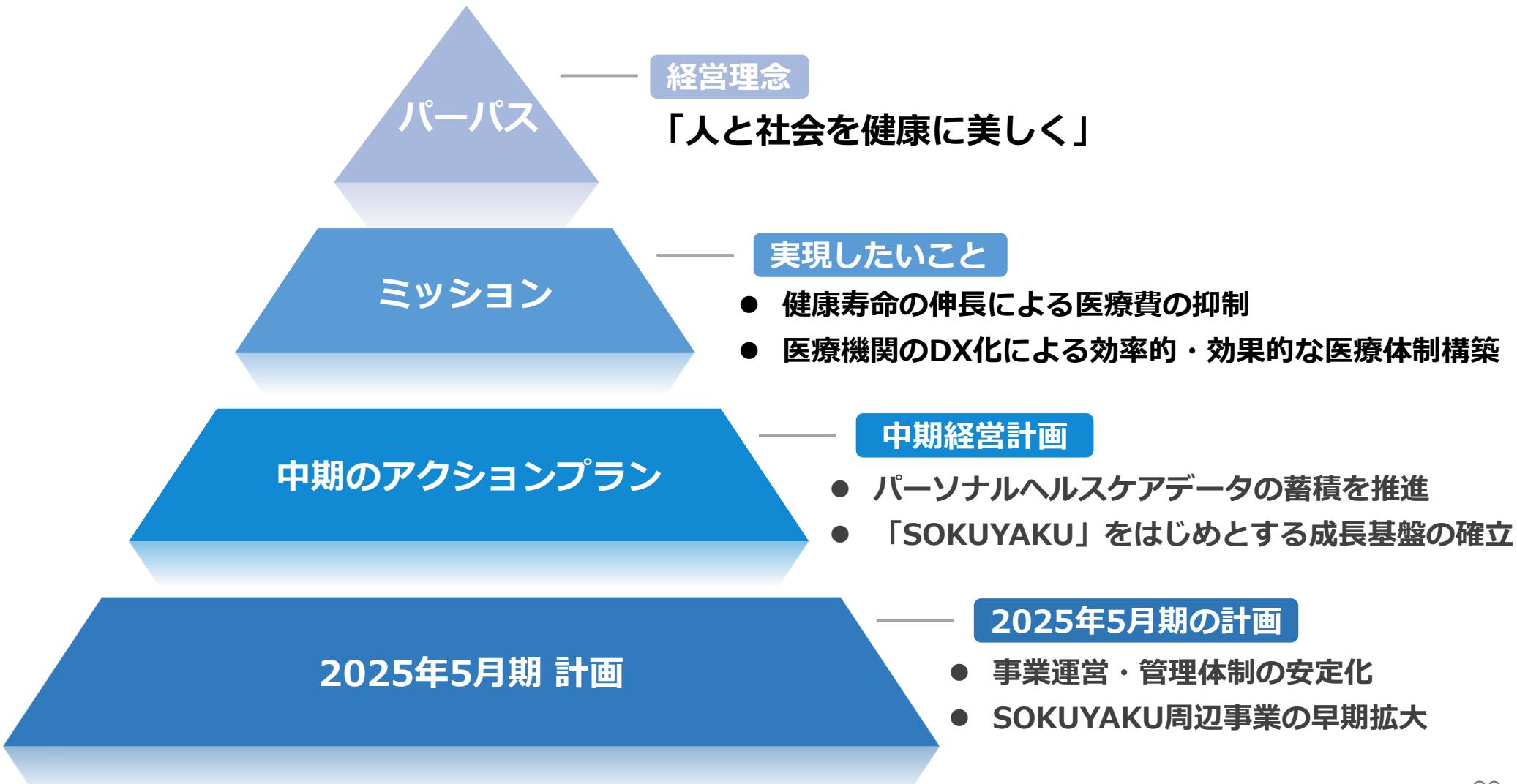
4

LIVE配信企画・運営の専門性向上

LIVE配信を企画から効果測定まで支援。
双方向の購買体験でユーザーの行動を購買へとつなげます。

■ 02 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。



当社が目指す将来の事業モデル

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

未病・予防期間：長期化



セルフケア

健康食品
漢方薬・化粧品

健康維持を支援

疾病期間：短縮化



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



治療

処方薬の宅配 医薬品・漢方薬

“SOKUYAKUヘルスケア経済圏”

セグメント名	内容	詳細
メディカルケア セールス	SOKUYAKU	<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 
ヘルスケア セールス	D2C (EC通販)	<ul style="list-style-type: none"> 医薬品 D2C <div style="display: flex; justify-content: space-around;">     </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> 防風通聖散 八味地黄丸 加味逍遙散 防己黃耆湯 </div> <ul style="list-style-type: none"> 健康食品・化粧品等 D2C <div style="display: flex; justify-content: space-around;">      </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> 酵水素328選 シリーズ カフェリーチェ シリーズ FINE BASE シリーズ 化粧品アイテム </div>
ヘルスケア マーケティング	B2B	<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、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



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



- 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…



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

いつでも
01

どこでも
02

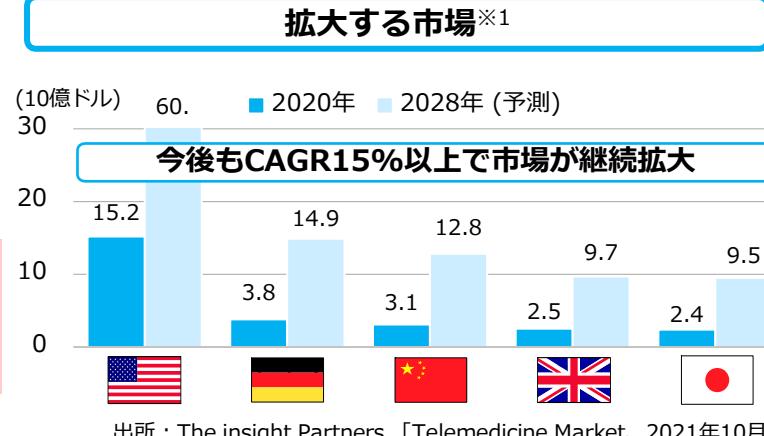
誰でも
03

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

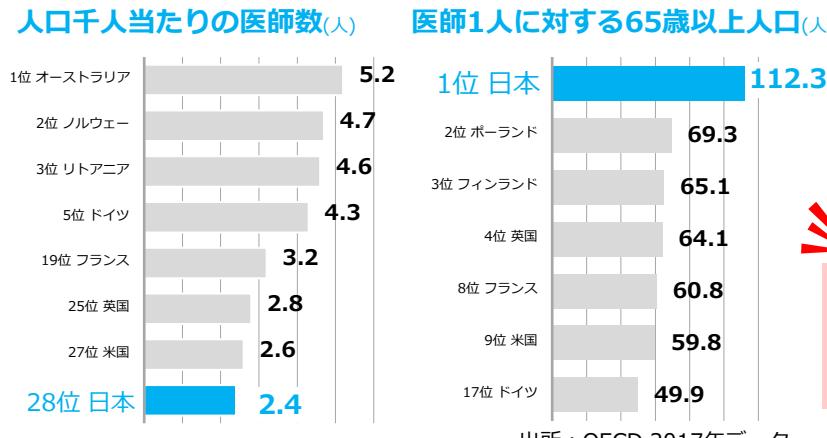
医療サービスのオンライン化によるメリット（一例）

患者	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	患者宅への往診回数削減の効率化 患者の診療の継続促進
医療機関	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



深刻な医師不足



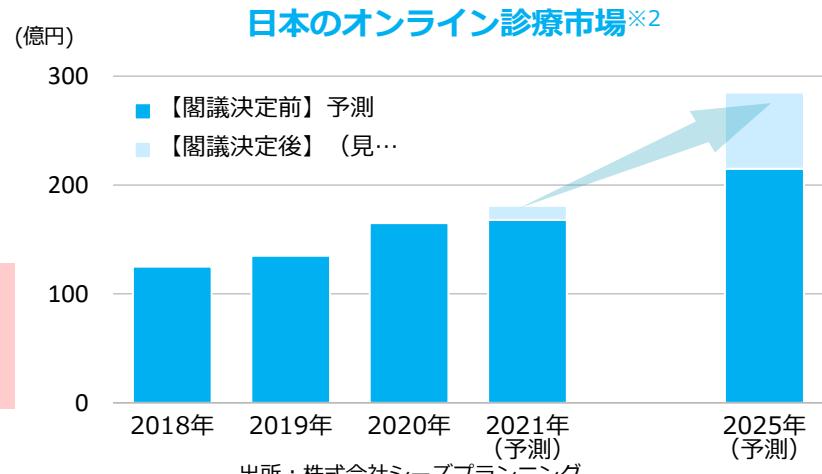
※1.Mobile, Call Centers, Webを含むTelemedicine Market全般

※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

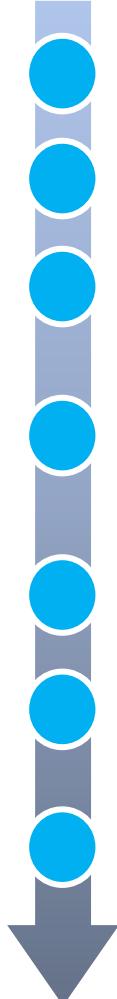
日本においては上記メリットに加えて、市場拡大要因が存在

➤➤➤
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



- 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



2018年4月

オンライン診療料などが新設

- 初診から6か月以上経過した患者で、3か月に1回の対面診療が必要など、厳しい制限あり

2020年4月

一時的に要件が緩和

- コロナ拡大による時限的措置として、初診でのオンライン診療・オンライン服薬指導が解禁など

2021年6月

初診からのオンライン診療の恒久化

- 時限的措置であった初診からのオンライン診療の恒久化が決定

①オンライン診療の診療報酬引き上げ

- オンラインの初診料が対面診療の7割から9割弱に引き上げ

②オンライン服薬指導への導線が増加

- オンライン診療後だけでなく、対面診療後もオンライン服薬指導が可能に

2022年4月

在宅の薬剤師によるオンライン服薬指導の開始

- 薬剤師と薬局が連絡可能な状態であれば、薬局外でのオンライン服薬指導が可能に

2022年9月

コロナの特例措置が終了

- 電話でのオンライン対応終了に伴い、医療機関からのオンラインシステム導入問合せが増加
- 初診での薬の処方は7日分に制限されていたが、日数制限が廃止

2023年7月

オンライン診療受診場所の緩和

- 学校や通所介護（デイサービス）事業所などでオンライン診療の受診が可能に

2024年1月

オンライン診療、オンライン服薬指導、処方薬配送まで「一括提供のプラットフォーム」を展開



SOKUYAKU

病院・薬局 検索



- 「エリア」「症状」「口コミ」等により、オンライン診療の医師を検索・診療予約
- 同時にオンライン服薬指導を受ける薬局を選択

オンライン 診療



- 提携病院の医師による診察
- 診察後、薬局に処方箋を送付

オンライン 服薬指導



- 提携薬局の薬剤師による服薬指導

薬の配送



- バイク便・メール便等により、患者宅に配送

Point 01

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

Point 02

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）

- 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	<ul style="list-style-type: none"> ➤ SOKUYAKUのプラットフォーム上に患者様を集め、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 <p>【上記差異が生じる背景】</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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なため、当社と提携するオーロラクリニックへ送客 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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）
診療科・メニューなど	<p>✓ 内科・小児科・耳鼻科・眼科・消化器科など、SOKUYAKUとの提携病院の様々な診療科目に対応</p> <p>【利用が多い患者様の一例】</p> <p>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)</p>  <p>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)</p> 	<p>✓ ピル・美肌・AGAなど</p> <p>（取り扱う診療科目・医薬品は、随時拡大を予定）</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>「ピル」で 私自身を もつと生きやすくなれる 「ピル」で 毎月の決まり薬を 効率的にもらいたい</p> <p>オンライン診療でピル処方 初月0円</p> <p>※通常料金350円 ※長時間ピルの場合は2回目以降の取扱まで承認料は不可となります。</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>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</p> <p>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</p> <p>※診察は男性の医師が対応させていただく場合もございます。</p> </div> </div>

- 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	SOKUYAKUの打ち手
システムの費用負担大	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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 	<p>病院・薬局は基本料が無料で導入</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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
患者誘導の広告は法律で禁止	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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 ➤ 保険診療では、患者誘導の広告が法律で禁止 	<p>広告費は当社負担独自に集客</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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、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
システム利用のオペレーションが構築不可	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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 	<p>手厚いサポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 病院・薬局に対するオンボーディング、カスタマーア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
薬の受取に時間と手間が発生	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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日経過してしまう（処方箋の有効期限は4日間） 	<p>薬の受取も一気通貫したシステム構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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～薬の受取まで最短1時間で完結
受診料高患者負担額にバラつき	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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 ➤ 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あり 	<p>1回250円で明瞭な料金設定</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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

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

【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」

- 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・薬の定期配達)

- 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

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



※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

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

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）～

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：600円（税抜）～

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：600円（税抜）～

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：600円（税抜）～



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

メディカルセールス

ヘルスケアセールス

医薬品・医薬部外品



ホワイピュア

W・薬用美白
パーフェクトクリーム

しみ、そばかすに効く商品

【第一類医薬品】
ミノカミング

発毛剤

漢方薬



防風通聖散



防已黄耆湯

肥満・むくみ等改善

酵水素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

カフェリーチエ

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

健康食品



医薬品



化粧品



新カテゴリー



「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

未病・予防期間：長期化

**セルフケア**健康食品
漢方薬・化粧品

健康維持を支援

疾病期間：短縮化

**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**治療**

処方薬の宅配 医薬品・漢方薬

“SOKUYAKUヘルスケア経済圏”

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「キャスティング」 + 「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
キャスティング

「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



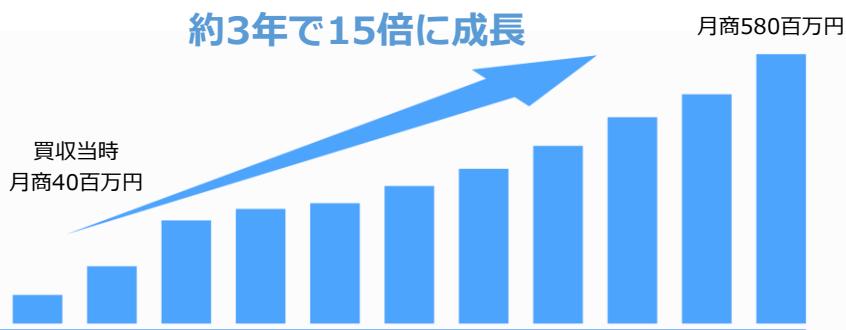
オフライン

**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」：Customer Acquisition Cost 定期顧客一人当たり獲得コスト

実績

- 2019年11月、(株)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

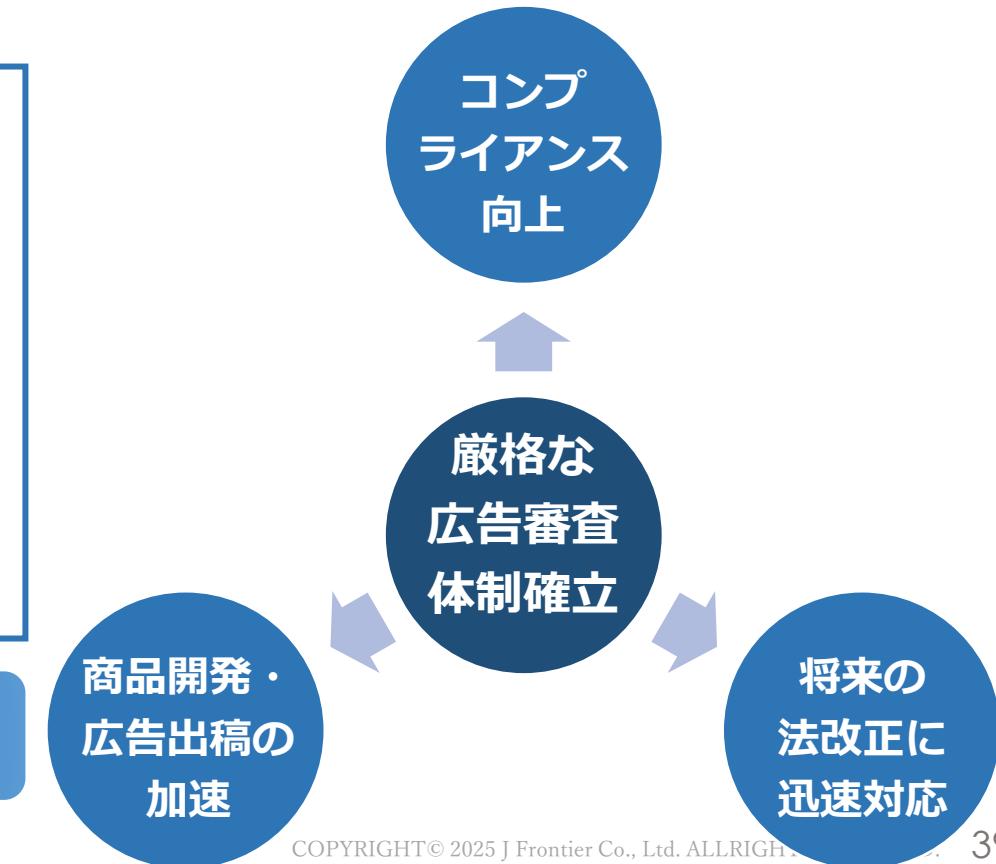
外部環境（広告関連法令の厳格化）

- 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



B2B事業の方針

- 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

ブランディング



キャスティング・広告



テレビショッピング



卸事業



商品開発

BPOサービス



ウェブマーケティング



DMマーケティング



コールセンター



物流

自社の他事業を側面支援

SOKUYAKU事業



SOKUYAKU

D2C（通販）事業



顧客へのサービス提供

通販事業者



etc.

■ 03 Appendix

➤ 2024年11月に優待商品を一部変更。さらに「SOKUYAKU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。



※ 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

“人と社会を健康に美しく”

