



2026年5月期 第1四半期 決算説明会資料

**2025年10月15日
ジェイフロンティア株式会社
【証券コード：2934】**

- **01** **2026年5月期 第1四半期 連結決算**
- **02** **会社概要・事業概要**

■ 01 2026年5月期 第1四半期 連結決算

売上高

5,000百万円

通期計画 **23,600**百万円 進捗率 **21.2%**

EBITDA[※]

124百万円

通期計画 **1,015**百万円 進捗率 **12.3%**

営業利益

▲17百万円

通期計画 **327**百万円 進捗率 **▲5.3%**

経常利益

▲4百万円

通期計画 **240**百万円 進捗率 **▲2.2%**

**親会社に帰属する
当期純利益**

▲36百万円

通期計画 **100**百万円 進捗率 **▲36%**

- ROIを重視した広告投資を実行し、一部主力商品にて獲得が伸びたものの、一時的な原料の在庫不足（現在は解消）により広告投資を抑制したことで、売上高およびEBITDAの通期計画に対する進捗は限定的となりました。
- 通期計画の達成に向けて第2四半期に本格的に投資を実行し、第3四半期以降で投資回収を図ります。

※ 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

【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	5,000百万円	通期計画	23,600百万円	進捗率	21.2%
EBITDA	124百万円	通期計画	1,015百万円	進捗率	12.3%

売上高	1,278百万円	通期計画	5,850百万円	進捗率	21.8%
EBITDA	77百万円	通期計画	762百万円	進捗率	10.2%

- SOKUYAKUベネフィットが首都圏に留まらず全国へ広がりを見せ、健康経営優良法人に認定された企業をはじめ、多様な法人顧客への導入が着実に増加しています。
- 漢方薬の既存顧客からのリピート売上は堅調なものの、一時的な原料の在庫不足（現在は解消）により広告投資を抑制したことで、売上高とEBITDAの通期計画に対する進捗は限定的となりました。

売上高	1,411百万円	通期計画	6,850百万円	進捗率	20.6%
EBITDA	142百万円	通期計画	485百万円	進捗率	29.3%

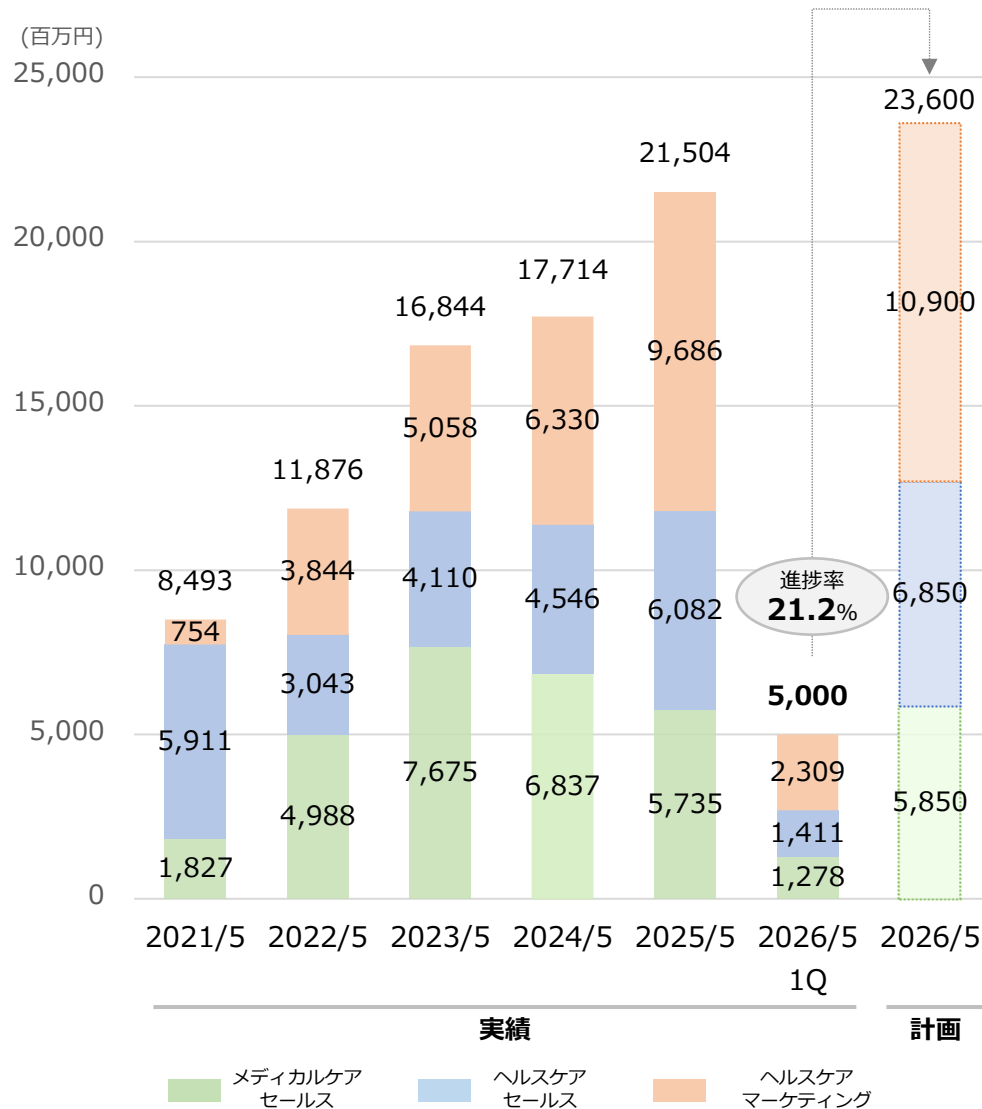
- ROI重視の広告投資を実行したことで、売上高の通期計画に対する進捗は緩やか
- 定期顧客の継続率が良好に推移し、EBITDAは順調な進捗となりました。

売上高	2,309百万円	通期計画	10,900百万円	進捗率	21.2%
EBITDA	19百万円	通期計画	439百万円	進捗率	4.5%

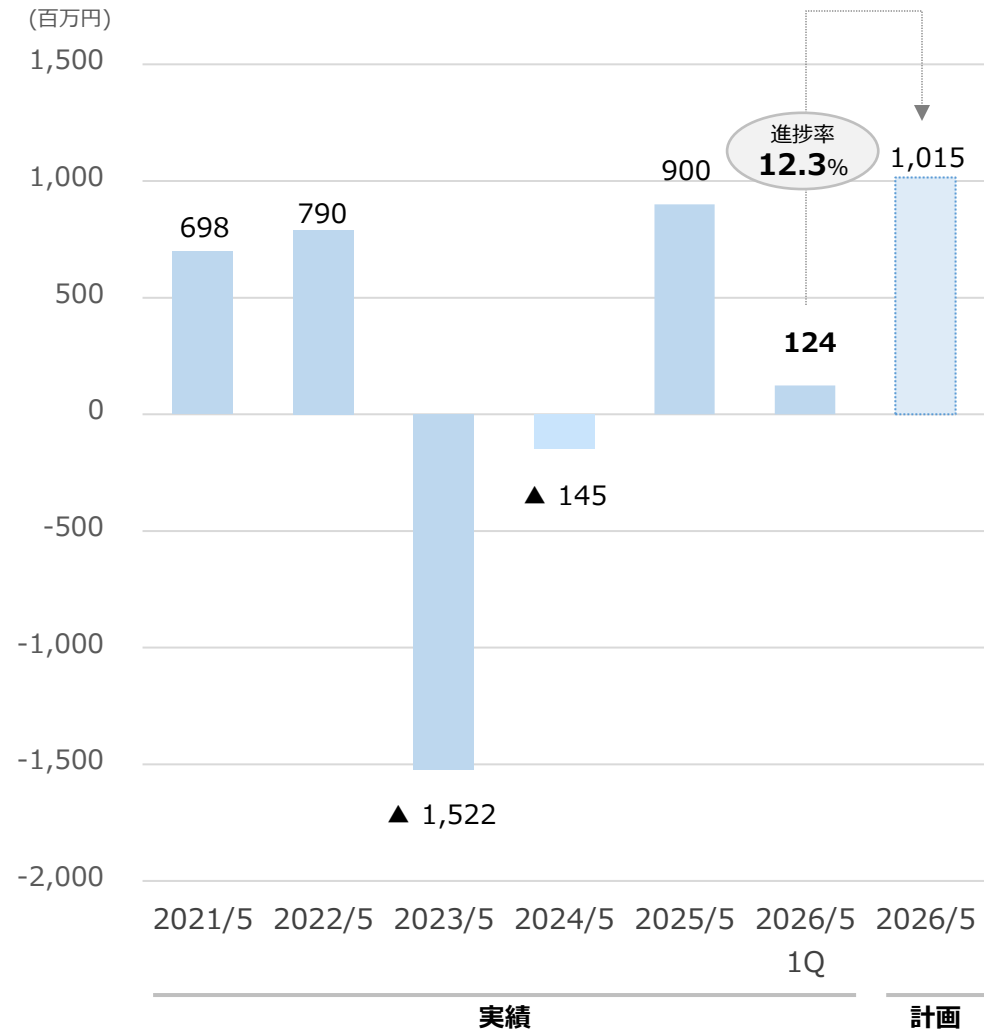
- BPO事業等における法人顧客向けの価格改定による収益性の改善や、ライブコマースを活用したマーケティング支援事業の強化により、巻き返しを見込んでおります。

2026年5月期 第1四半期 連結業績※

売上高



EBITDA



※ 2022年5月期より連結決算を適用

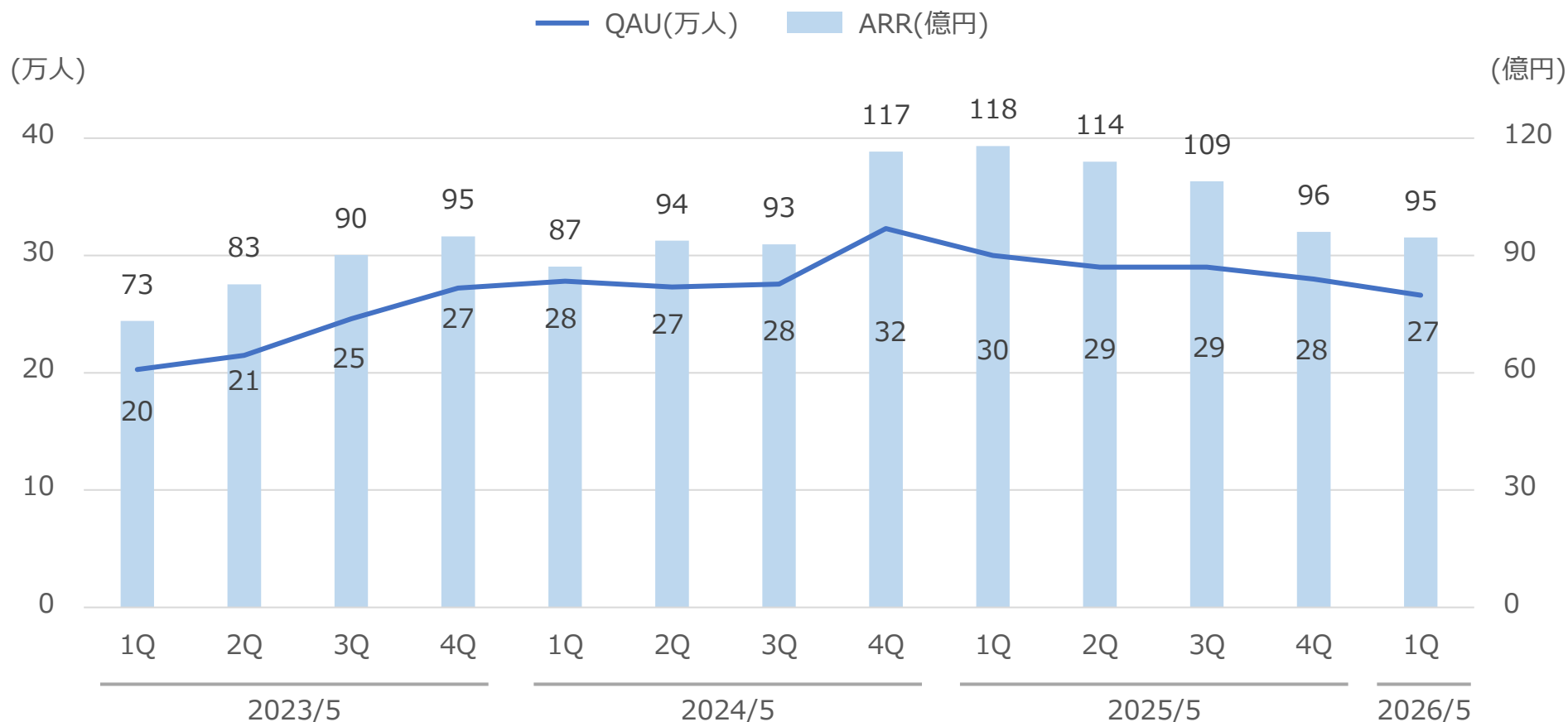
(百万円) 資産	2026年5月期 1Q
流動資産	5,352
現金及び預金	1,887
売掛金等	1,247
棚卸資産	1,842
その他の流動資産	375
固定資産	3,474
有形固定資産	168
無形固定資産	2,676
のれん・顧客関連資産	2,637
その他の無形 固定資産	38
投資その他の資産	630
資産合計	8,827

	2026年5月期 1Q
負債及び純資産	
負債合計	6,834
流動負債	4,691
買掛金	1,200
未払金	762
短期社債・借入金	2,307
その他の流動負債	421
固定負債	2,142
長期社債・借入金	1,727
その他の固定負債	414
純資産合計	1,992
資本金	564
その他剰余金	808
自己株式	▲0
その他有価証券評価差額金	0
新株予約権	1
非支配株主持分	617
負債及び純資産合計	8,827

(百万円)	2026年5月期 計画	2026年5月期1Q 実績	進捗率
売上高	23,600	5,000	21%
メディカルケアセールス事業	5,850	1,278	22%
ヘルスケアセールス事業	6,850	1,411	21%
ヘルスケアマーケティング事業	10,900	2,309	21%
EBITDA	1,015	124	12%
Margin	4.3%	2.5%	
メディカルケアセールス事業	762	77	10%
ヘルスケアセールス事業	485	142	29%
ヘルスケアマーケティング事業	439	19	4%
営業利益	327	▲ 17	-5%
営業利益率	1.4%	-0.3%	
メディカルケアセールス事業	718	65	9%
ヘルスケアセールス事業	45	27	61%
ヘルスケアマーケティング事業	237	4	2%
経常利益	240	▲ 4	-2%
経常利益率	1.0%	-0.1%	
親会社株主に帰属する当期純利益	100	▲ 36	-36%
親会社株主に帰属する当期純利益率	0.4%	-0.7%	

- 投資×回収の両輪経営を掲げた今期においては、広告投資の最適化を継続した結果、一部主力商品にて獲得伸長するも、一時的な原料の在庫不足により広告投資を抑制しました。
- 現時点で在庫不足は解消済みのため、第2四半期に本格的に投資を実行し、第3四半期以降で投資回収を図ります。

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）。

「SOKUYAKU」アカチャンホンポと共同で会員登録キャンペーンを開始

リアル店舗・オンラインの両面からの顧客誘導を実施

- お子様の発熱時や体調不良のご両親が通院時の感染リスク回避で使える「SOKUYAKU」を会員登録頂くと、アカチャンホンポ全128店舗で使えるクーポンの配布を実施しました。全国の店舗と年間利用者約300万人に達しているアカチャンホンポ公式アプリで告知しました。



「SOKUYAKU」ANAマイレージクラブと連携登録・利用でANAのマイルが貯まる

年間搭乗者数約5,300万人のANAグループ便への搭乗も可能

- 全日空が運営し、総会員数約4,400万人のANAマイレージクラブとSOKUYAKUが9月1日より連携開始しました。
- SOKUYAKUを登録・利用すると、年間搭乗者数約5,300万人のANAグループ便への搭乗はもちろん、レストランやショッピングなど日常の様々なシーンで利用可能なANAのマイルが貯まります。



「SOKUYAKU」ウエルシア薬局と共同キャンペーン開始

利用手数料無料のクーポンコードを配布

- 全国2,237店舗のウエルシア薬局と共同キャンペーンを開始しました。非接触・非対面の生活スタイルへの変化や需要に対応すべく、オンライン診療アプリ「SOKUYAKU」で使える利用手数料無料のクーポンを配布しました。ウエルシア薬局をMy薬局に登録すると土日祝日でも当日に薬が受け取れます。



海外ユーザーが簡単・安全に利用できるビットコイン決済の導入実現に向けて

1億円のビットコイン購入、暗号資産マイニング事業を開始

- SOKUYAKUの外国人利用者や医療ツーリズムの増加、今後の海外展開を見据え、ビットコイン決済への対応を推進します。1億円のビットコインを購入し暗号資産のマイニング事業を開始しました。決済機能の導入、ビットコインの継続購入を視野に入れています。ブロックチェーン技術の応用で医療の効率化を目指します。



「SOKUYAKU」 医師・薬剤師とのビデオ通話時に三者間通話が可能に

日本語に不慣れな外国人も通訳同席で診察可能

- 昨年は過去最多の年間3,687万人の外国人が訪れ、経済効果は8兆円超となりました。日本語に不慣れな外国人の方でも、通訳同席でのオンライン診療と、宿泊先で薬の受取が可能になります。
- 更に代理予約もでき、別拠点で暮らしている年配のご両親と家族参加の診療が可能になります。



外国人就労者や実習生、留学生向けにSOKUYAKUを推進

オセロ・フィナンシャルサービスと連携

- 外国人材の日本での生活・就労をトータルに支援するオセロ・フィナンシャルサービスとSOKUYAKUが連携しました。230万人に達した外国人労働者の最重要課題は通院や薬局での言語の障壁です。リアルタイム翻訳機能や通訳が同席できる三者間通話機能により、診察と処方薬を当日宅配で全て解決します。



オンライン診療アプリ「SOKUYAKU」厚生労働省と電子処方箋の啓蒙活動実施

厚労省とともに電子処方箋の利用を推進

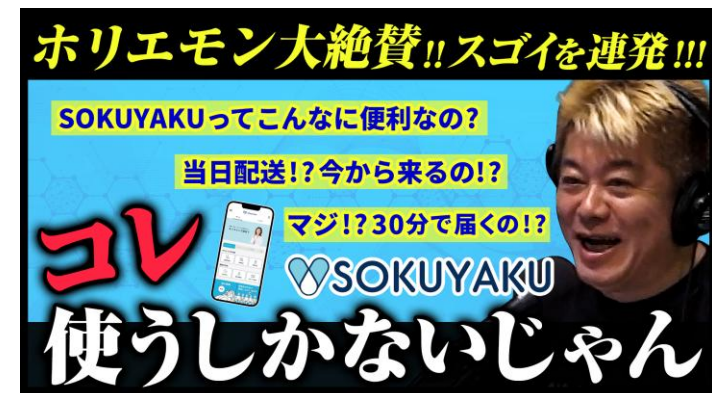
- 厚生労働省で取り組んでいる電子処方箋の啓蒙活動にSOKUYAKUが参画しました。電子処方箋により直近の服薬歴が病院・薬局に共有され、より適切な薬の受取りが可能となります。同省サイトにSOKUYAKUを掲載することで、患者様や病院、薬局にオンライン診療時の電子処方箋の利用を促進します。



福岡県域FMラジオ放送局 CROSS FMの「堀江貴文 SPECIAL PROGRAM ホリスペ！」に出演

番組内でSOKUYAKUを実演、スタジオへ薬が配送

- 堀江貴文さんも「これはダウンロードしない理由がない」と絶賛のSOKUYAKUを当社代表の中村がラジオ番組「ホリスペ！」で実演しました。日本全国、最短30分での薬の配送が可能で、遠方在住者の利便性や能登半島地震において活躍した実例を紹介しました。



むくみ・水太りに効く漢方薬「防己黄耆湯顆粒〈満量処方〉」新発売

むくみ・水太りに効く漢方肥満症薬第二弾を新発売

- 販売開始わずか1ヵ月で完売、追加生産後も3ヵ月で11万個を完売した、3秒に1個のペースで売れた防己黄耆湯錠SXの満量処方(顆粒)を新発売しました。
- 下半身などの水太り・むくみの改善に効き、配合エキスを2倍にして開発しました。



東京農業大学の上地由朗教授と共同開発した「SOKUYAKU米」 期間限定で一般販売

「健康×おいしさ」徹底的にこだわったSOKUYAKU米

- 2018年からスタートした東京農業大学の上地教授との共同研究「低糖質米開発プロジェクト」で、コシヒカリのおいしさや食感を損なわず、高アミロースな「SOKUYAKU米」を開発しました。温かいご支持を受け、8/18から期間限定で一般販売いたしました。



株式会社TYCOON JAPANと業務提携を締結

“TYCOON JAPAN社のアジア市場における確固たる地位と販売ネットワークを最大限活用し、企業価値を最大化”

約46億6,400万人が暮らすアジア全域を視野に、さらなる市場拡大と価値提供を目指す



1

TYCOON JAPAN社の持つ販路への商品展開

香港・マカオ・中国・シンガポール・マレーシアを中心とした広範な販売ネットワークを活用し、当社商品を展開します。海外事業展開を加速させ、新たな収益基盤の確立を目指します。

2

現地の規制・薬事・市場動向ノウハウの活用

現地の医療規制、薬事、医薬品・健康食品の流通に関する深い知見に基づき、海外展開における市場適応力を高め、特性を踏まえた製品・サービス戦略の策定に繋がります。

3

市場・顧客分析の連携とマーケティング戦略の策定

両社の保有データを共有、消費者動向やニーズを分析します。各市場の特性に応じた販売・マーケティング戦略を、両社で共同策定・実行してまいります。

4

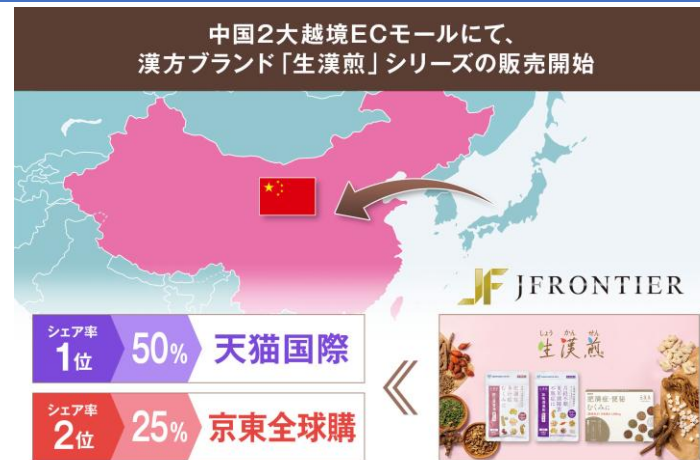
OEM / プライベートブランドの共同開発

香港・マカオ・中国・シンガポール・マレーシア市場に特化したOEM製品および共同ブランド製品の企画・開発を進めてまいります。

『生漢煎』シリーズが中国 2 大越境ECモールの「天猫国際」「京東全球購」にて販売開始

世界最大の中国市場へ本格参入

- 累計販売数量450万個の『生漢煎』シリーズを中国 2 大越境ECモールの天猫国際と京東全球購で販売開始しました。世界でEC化率が上昇し、越境EC市場も急拡大しています。その中でもEC化率が50%、EC市場の流通総額257兆円、越境EC市場が49兆円に達した世界最大の中国市場へ本格参入します。



『酵水素328』シリーズから、9つの機能を兼ね備え、新デザインリニューアル発売

脂肪・糖・便通にアプローチする、日本初の独自の新処方

- はるな愛さんも10kg減量した累計販売数1,200万個の『酵水素328選』シリーズから、9つの機能を兼ね備えた「ヘルキュット」がリニューアルしました。
- 脂肪・糖・便通にアプローチし、日本初「体重を減らす」機能性表示食品が独自の新処方新発売しました。体脂肪率の減少やBMI改善を実現します。

9つの機能性に注目/

酵水素328選

ヘルキュット

日本初※
機能性表示食品の独自の
新処方

購入目的No.1
体脂肪の
減少

328種類
生酵素エキスを
配合

※・チャカサポニン・ブラックジンジャー・由來ポリメチルシクロペンタジエン・ノババ菌由来コロソリン酸・有胞子性乳酸菌 (Weizmannia coagulans SANK70258) を関与成分とした機能性表示食品の処方日本初処方。(2025年7月31日時点当社調べ)

トレーニング系ブランド『FINESPORTS』から冷感×香りを楽しむ「アイスバーム 40g」新発売

累計販売個数8万個超『FINESPORTS』シリーズから新発売

- 体に塗ってマッサージするだけで冷感が広がり、筋肉や関節をケアします。コールドシャワーを浴びたかのような爽快な清涼感を与え、シトラスムスクの香りでリフレッシュもできる、効能と香りを両立したマッサージバームです。



鉄とビタミンDを効率的に摂取できるサプリ「OptimalCi リポピュアFe+D」新発売

先進のリポソーム技術で鉄とビタミンDを効率的に摂取

- 国内市場規模は1兆円超(世界市場28兆円)に到達しています。忙しい毎日を送る現代女性に不足しがちな鉄とビタミンDの効率的な摂取を実現し、美容と健康の両面からサポートします。



内側からボディラインを美しく整えるキャミソール「Cachéna Shape Camisole」新発売

「魅せるために隠す」という新しい美意識を提案

- 女性向けインナーウェアは国内市場5,520億円(世界市場12兆円超)まで急拡大し、機能性とファッション性を両立したニーズが高まる中で、内側でボディラインを美しく整え、外側で自然な魅力を演出するデザインを提供します。



“男性の新しいエチケット”を提案する大人のための練り香水「Harmo-Dine」新発売

清潔感のある香りで体臭&加齢臭対策。香りは「大人の名刺」

- 練り香水は国内市場63億円(世界市場2兆円超)・年平均成長率12%という高い成長性が見込まれる中で、体臭&加齢臭対策を兼ねた清潔感あるシトラスウッドの香りを提供します。外出先や商談などシーンを問わず活躍します。



shake-hands社株式100%を取得しグループ会社化（9月）

- shake-hands社はECモールの構造や仕組みを深く理解し、それぞれのサイト特性に最適化されたマーケティング施策を立案・実行できる高度なノウハウを保有しています。
- グループ化により、B2B事業でのクロスセルや顧客基盤の相互利用、D2C事業（モール向け販売）の強化、インフルエンサーネットワークの活用といったシナジーを見込めると判断しました。
- 株式取得の資金の一部はみずほ銀行からの借入により調達しております。

本件M&Aにより、ECモール支援やインフルエンサーを活用したライブコマース支援の機能を強化



“SOKUYAKUヘルスケア経済圏の更なる深化へ”

1 ユーザー基盤の拡大

- ✓ SOKUYAKUの認知拡大～定着化
- ✓ SOKUYAKUとD2Cのクロスユース促進

2 サービス領域の拡張

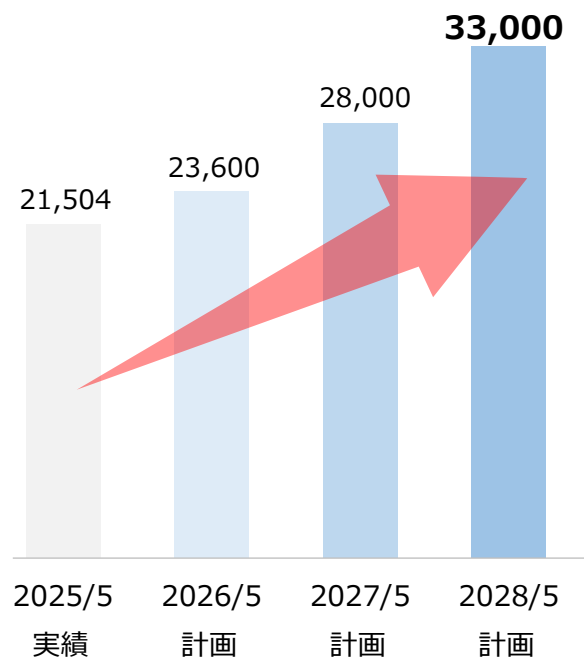
- ✓ 各種データ連携・AI実装加速
- ✓ 商品・サービスラインナップの拡充

3 グローバル展開の推進

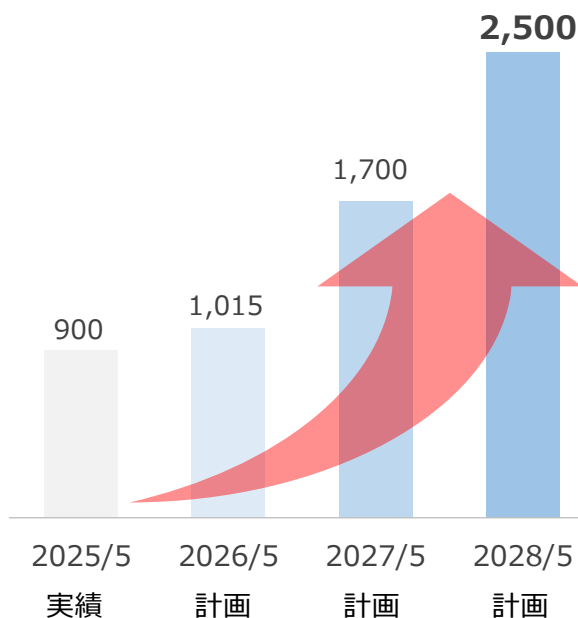
- ✓ インバウンド強化
- ✓ 東南アジア主要国への進出

単位：百万円

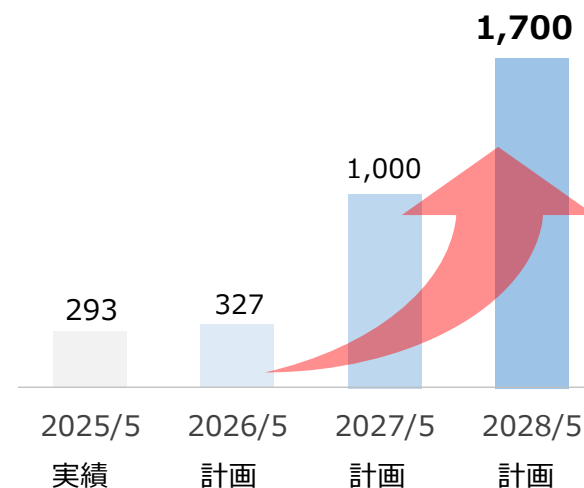
売上高



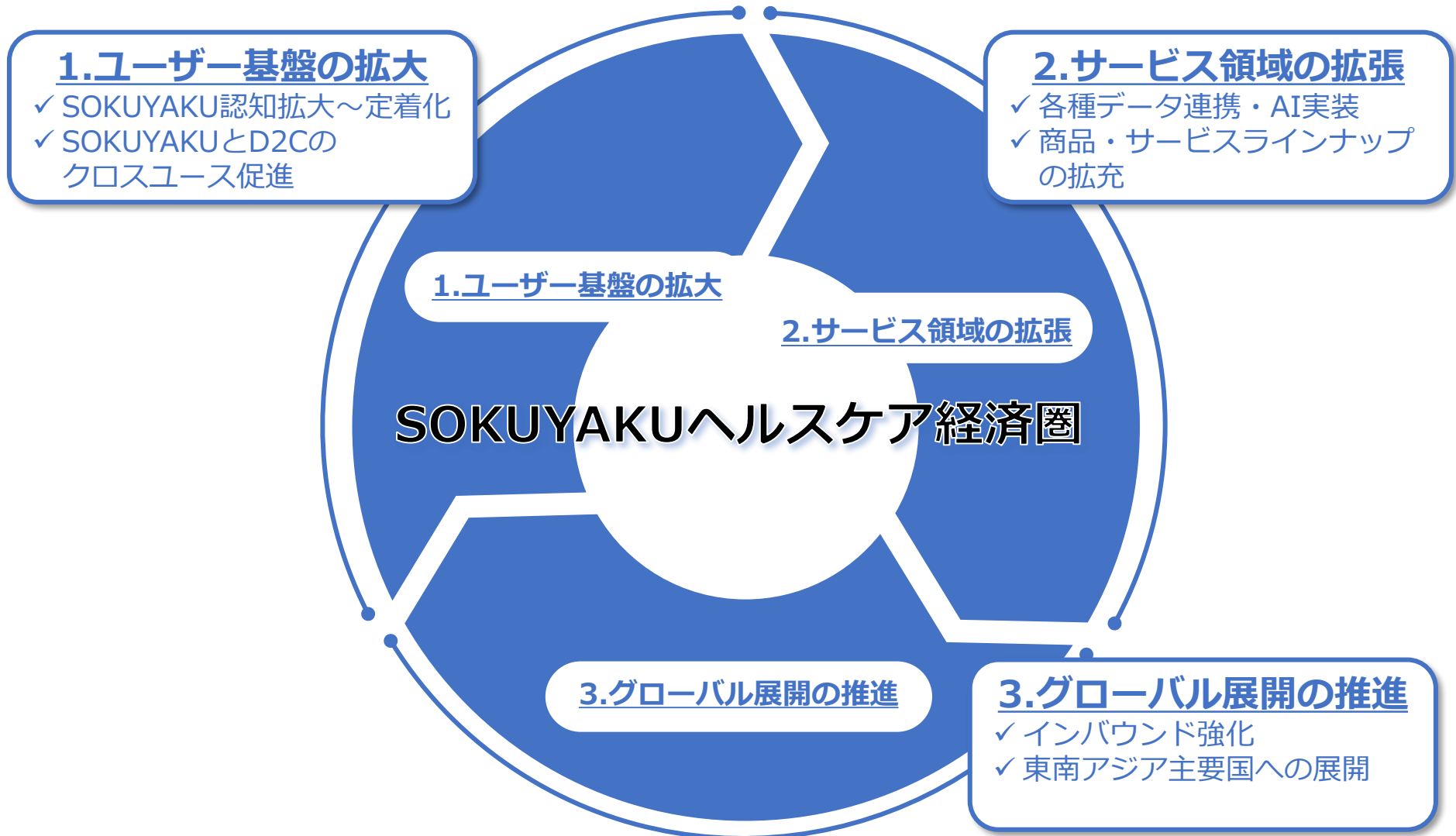
EBITDA



営業利益



➤ 3つのアクションを加速し、SOKUYAKUヘルスケア経済圏を拡大



9/18に2億円の第三者割当増資を実行

本第三者割当増資は、「ヘルスケアサイクル」に関連するサービスの強化を通じ、「SOKUYAKUヘルスケア経済圏」を発展させ、超高齢化社会を迎える日本の深刻な社会課題解決の一助と なることによって、当社グループの更なる企業価値向上を目指すものです。

- 当社グループは、「人と社会を健康に美しく」を経営理念に掲げ、事業を推進しております。
また、当社は2025年8月に中期経営計画を発表しており、2028年5月までに売上高330億円を目指します。
- 2026年5月期以降、当社グループは中期アクションプランとして「ユーザー基盤の拡大」「サービス領域の拡張」「グローバル展開の推進」の3領域に注力することで「SOKUYAKUヘルスケア経済圏」の拡大を図っております。
- 斯かる戦略構想のもと、適時適切に必要な十分な成長投資を行うための資金を確保すべく、総額2億円の第三者割当増資の実施を決定いたしました。
- 中期アクションプランの一つでもある「ユーザー基盤の拡大」に資する費用として、B2Cユーザー/B2Bクライアントの新規獲得とクロスユース促進に充当予定です。

具体的な資金使途	金額（百万円）	支出予定時期
SOKUYAKUヘルスケア経済圏の発展に資する各種マーケティング費用	190	2025年9月～2028年5月

- 2025年8月に株主優待変更。2025年11月末日を基準日とする株主優待制度より変更いたします。
- 最高利回り5.6%以上、従前同様に当社商品に加えて5,000種類以上の商品から選べ、さらに20,000点のふるさと納税商品も選択可能な「ジェイフロンティア・プレミアム優待倶楽部」を新設しました。
- また、他のプレミアム優待倶楽部導入企業の優待ポイントと合算可能な共有株主優待コイン『WILLsCoin』にも交換できます。



最高利回り5.6%以上  ジェイフロンティア・プレミアム優待倶楽部

株主優待ポイントに応じて6,000種類以上の優待商品、20,000点のふるさと納税商品と交換できます。



※画像はイメージです。

贈呈時期:1月中旬 保有株式数	株主優待ポイント	
	6ヵ月未満	6ヵ月以上継続保有
400～499株	5,000ポイント	
500～599株	10,000ポイント	
600～699株	25,000ポイント	
700～799株	50,000ポイント	55,000ポイント
800～899株	50,000ポイント	57,500ポイント
900～999株	50,000ポイント	60,000ポイント
1,000～1,499株	50,000ポイント	65,000ポイント
1,500株以上	120,000ポイント	140,000ポイント

株主優待ポイント



1ポイント÷1円

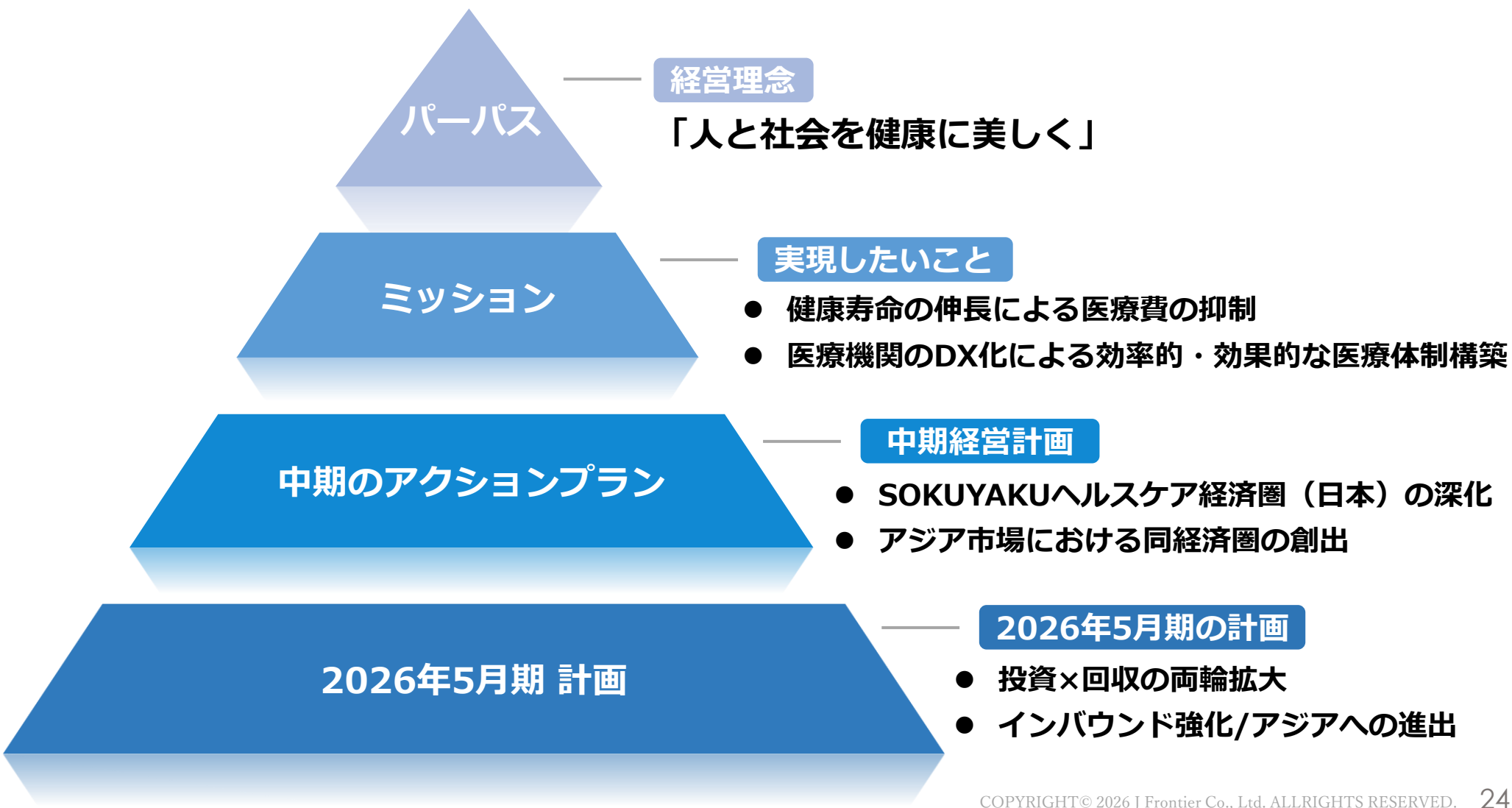
- ・ 20,000 点のふるさと納税商品
- ・ 5,000 種類以上の豪華な優待品選択

※ 4単元（400株）未満の株主様におかれましては、株主優待の贈呈が廃止となりますので、ご注意ください。

※ 継続保有期間年数が6ヵ月以上とは、毎年5月末日および11月末日の株主名簿にて、同一株主番号で連続して2回以上記載または記録され、かつ4単元（400株）以上継続保有されている場合を指します。

■ 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



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mend

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

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>  <p>肥満症・便秘 びくみに 八味地黄丸 加味逍遙散 防己黄耆湯 【第1類医薬品】ミノカミゲシリーズ</p> </div> ➤ 健康食品・化粧品等 D2C <div>  <p>酵素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</p> </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



- 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...

いつでも
01



- 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...

どこでも
02



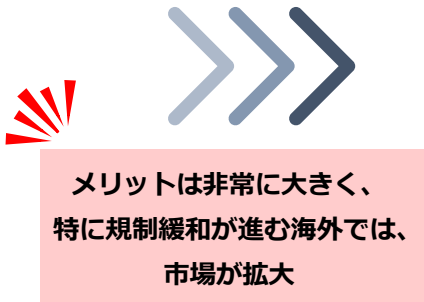
- 近くに医師・薬剤師がいない方でも...
- 外出が困難な方でも...
- 忙しい方でも...

誰でも
03

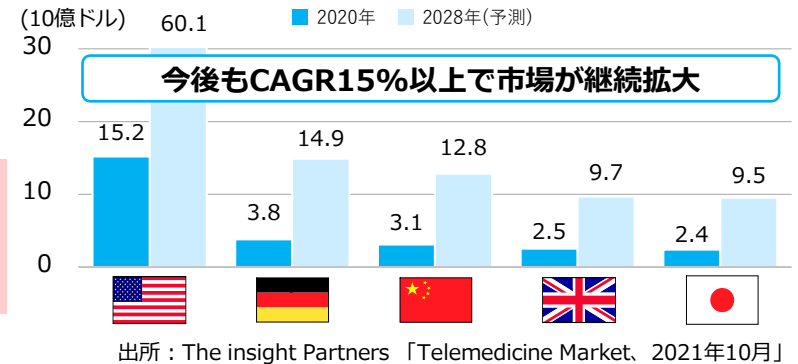
日本のオンライン診療市場は黎明期にあり、今後は更なる市場の拡大が見込まれる

医療サービスのオンライン化によるメリット (一例)

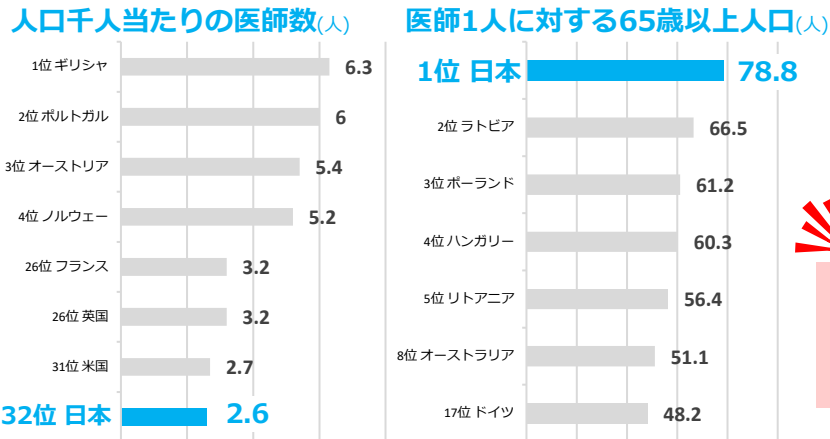
患者	距離的・時間的制約の排除 院内感染のリスク削減
医師・薬剤師	患者宅への往診回数削減の効率化 患者の診療の継続促進
医療機関	エリア外からの患者の集客実現 受付・会計など事務員の負担軽減



拡大する市場※



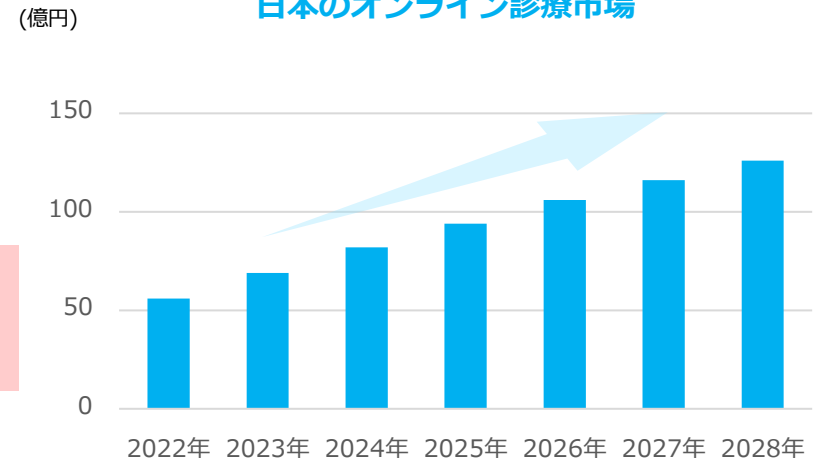
深刻な医師不足



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

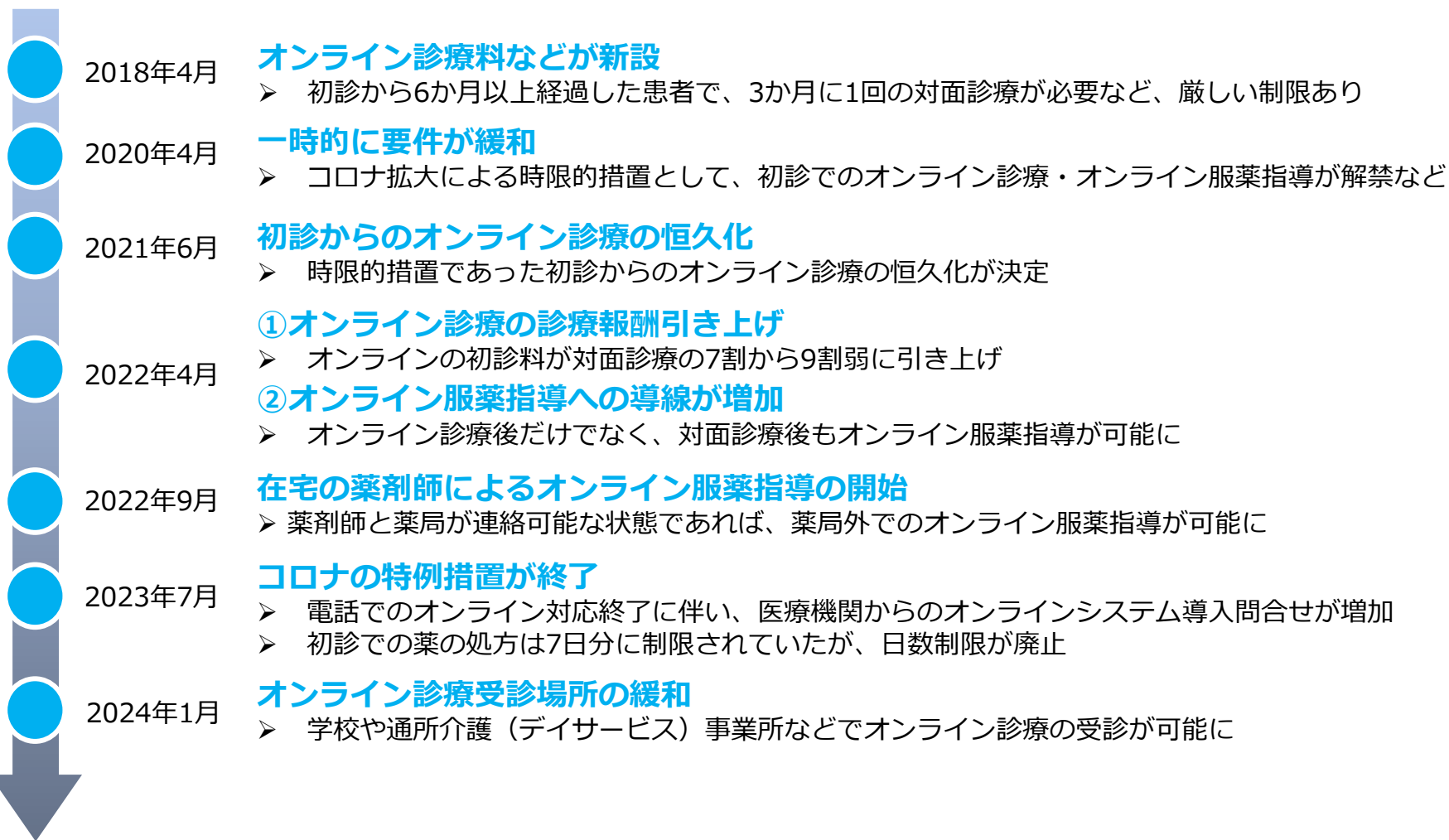
規制緩和もあり、市場は拡大見込み

日本のオンライン診療市場



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

- 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、処方薬配送まで「一括提供のプラットフォーム」を展開



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 <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 	<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） <p>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</p>
診療科・メニューなど	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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>【利用が多い患者様の一例】</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <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>  </div> <div style="text-align: center;"> <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>  </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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) <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </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

システムの費用負担大

- 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

患者誘導の広告は法律で禁止

- 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
- 保険診療では、患者誘導の広告が法律で禁止

システム利用のオペレーションが構築不可

- 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

薬の受取に時間と手間が発生

- 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）

受診料高 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
- 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

SOKUYAKUの打ち手

病院・薬局は基本料が無料で導入

- 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

広告費は当社負担 独自に集客

- 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、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

- 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

薬の受取も一気通貫したシステム構築

- 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～薬の受取まで最短1時間で完結

1回250円で明瞭な料金設定

- 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

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
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

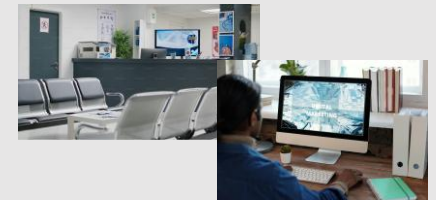
医療機関のホームページ制作

➤ 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

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



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

メディカルケアセールス

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】
ミノコミング

発毛剤

漢方薬



防風通聖散

肥満・むくみ等改善



防己黄耆湯



加味逍遙散

月経不順・更年期障害等改善

ヘルスケアセールス

酵素328選 ヘルキュット



脂肪を消費しやすくする
機能性表示食品

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

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
心身の健康維持

長期化

疾病期間

短縮化

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

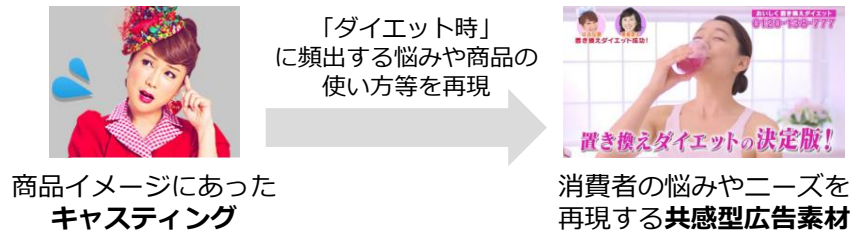
治療

処方薬の
宅配
医薬品
・漢方薬

“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



クロスメディアの活用



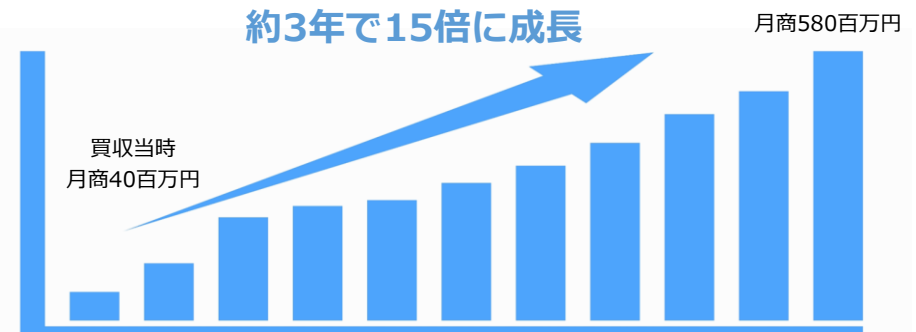
他社にはない「売る力」により

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)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

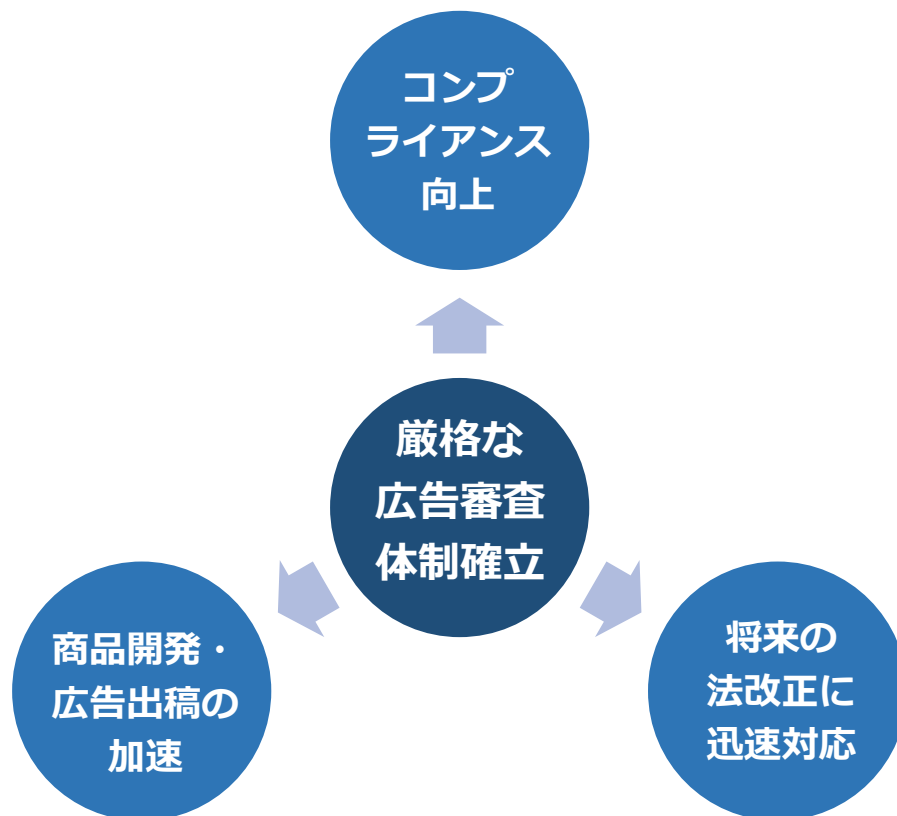
外部環境（広告関連法令の厳格化）

- 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



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

ブランディング



キャストイング・広告



ライブコマース



商品開発



ウェブマーケティング



DMマーケティング



物流



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.

“人と社会を健康に美しく”

