

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

2024年5月期 第2四半期 決算説明資料

2024年1月12日
ジェイフロンティア株式会社
【証券コード：2934】

◆グリフィス社株式取得

- ▶ 北海道、東北、関東、中部地方と日本全国に物流ネットワークを保有し、3温度帯（常温、冷蔵、冷凍）での配送を得意とする同社と、1月末日よりグループ会社化する契約を締結
-

◆ツナググループ・ホールディングスとの業務提携

- ▶ 創業から約16年にわたり人材業界でサービスを展開する同社と、医療業界に特化した当社の人材紹介サービス「SOKUYAKUキャリア」を含めた、人材事業に関する業務提携契約を締結
-

◆JPメディアダイレクト社とのSOKUYAKU法人プランでの連携

- ▶ 同社の有するマーケティングの知見と販売網を活用し、健康経営優良法人企業に向けて、現在開発を進めるSOKUYAKUを福利厚生に活用する法人向け新プランの拡販を進めていく予定
 - ▶ 法人向け新プランの事業スピードを速めることで、SOKUYAKU事業の今期中の単月黒字化を実現させる
-

◆みずほ銀行との新規当座貸越枠10億円の設定

- ▶ 上記を含めた、今後の当社グループの事業拡大における運転資金増加への対応策として、みずほ銀行からの借入極度額10億円の新規当座貸越の契約締結を決議した（用途：運転資金）
- ▶ 圧倒的スピードでの継続的な成長実現のために、今後必要となるM&A費用などに関しては、財務状況を踏まえて資本と借入を総合的に判断した上で、適切なタイミングで実施することを継続検討していく

1. 会社名 : 株式会社グリフィス (以下グリフィス社)
2. 代表者 : 宮内兼康
3. 設立年月日 : 2020年9月29日
4. 事業内容 : 物流業務の受託及びコンサルティング・商流サポートビジネス (代行業務)
5. 2023/6期業績 : 売上 3,917,936千円、営業利益 4,206千円

グリフィス社の強み

1 3温度帯 (常温、冷蔵、冷凍) での配送を得意

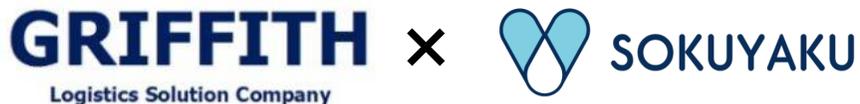
▶ 北海道、東北、関東、中部地方と日本全国に物流ネットワークを保有

2 物流オペレーション・倉庫運営などの物流戦略の企画提案能力

▶ 大手外食チェーンを多数クライアントして抱え、共同配送による物流コストの低減を実現

想定されるシナジー : SOKUYAKU事業・D2C事業の事業拡大及び収益力強化

1 SOKUYAKU事業における処方薬の当日配送エリア拡充及び要冷蔵の薬の配送、血液や尿の検体の配送



**SOKUYAKU事業の更なる
利便性の向上**

2 D2C事業における冷蔵・冷凍便による低糖質の弁当の取り扱いや、物流・倉庫機能の効率化



**D2C事業の新商品開発
及び収益力強化**

◆業務提携の背景

- 2022年9月30日、医薬品医療機器等法（薬機法）施行規則の一部改正により、薬剤師は、所属薬局と相互に連絡を取りあえることを条件に、**薬局以外の場所でのオンライン服薬指導の実施が可能に**
- 子育てや介護などの理由で働けなくなった医療人材に対して、両社が保有するノウハウ・アセットを持ち寄り、**SOKUYAKUを通じてオンライン診療・服薬指導を行える医師・薬剤師の採用**をより強力に推進して、社会的問題である需給ギャップの解消のための役割を担っていく

◆取り組みの内容

- 創業から約16年にわたり、人材業界でサービスを展開してきたツナググループのナレッジを活かし、「SOKUYAKUキャリア」のシステム改善に着手
- SOKUYAKUキャリアに、ツナググループが保有する10,000件以上の求人情報を連携することで、サービス基盤の強化を行い、SOKUYAKUをご利用いただいている13,000以上の医療機関に向けて医療人材を紹介するサービスを共同で推進していく



- 人材紹介事業のナレッジをシステム開発に活用
- 1万件以上の求人情報を連携

SOKUYAKU提携先へ
オンライン医療人材を紹介



医療従事者の新たな働き方を創出



- オンライン診療求人多数掲載
- SOKUYAKU提携数1万件以上

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

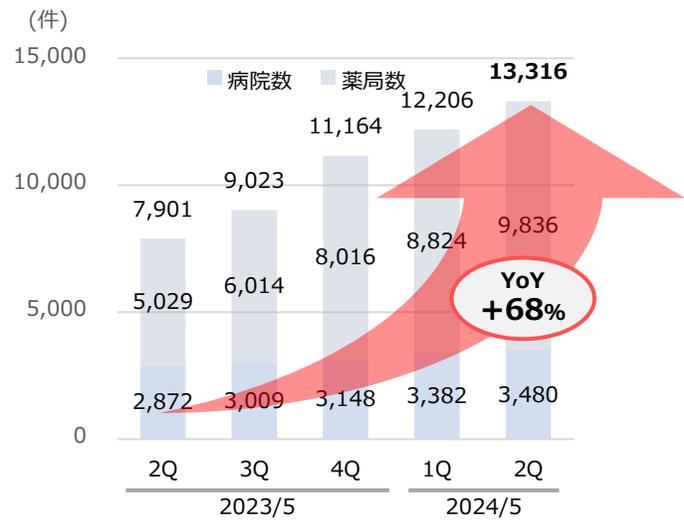
治療

処方薬・OTC
医薬品等の宅配

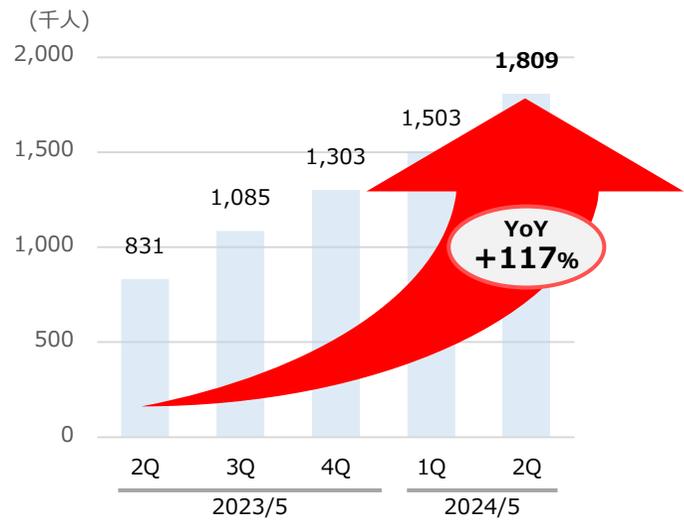
“SOKUYAKUヘルスケア経済圏”

■ 各種KPIにおいて、昨年同期比で大きな成長を達成

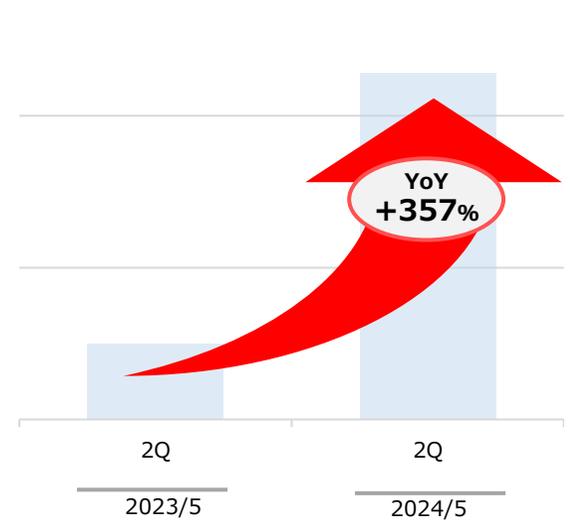
病院・薬局提携数 (累計)



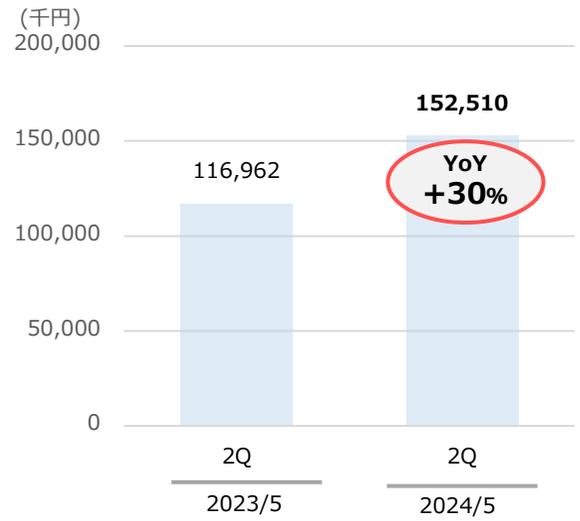
ユーザー数 (会員数)



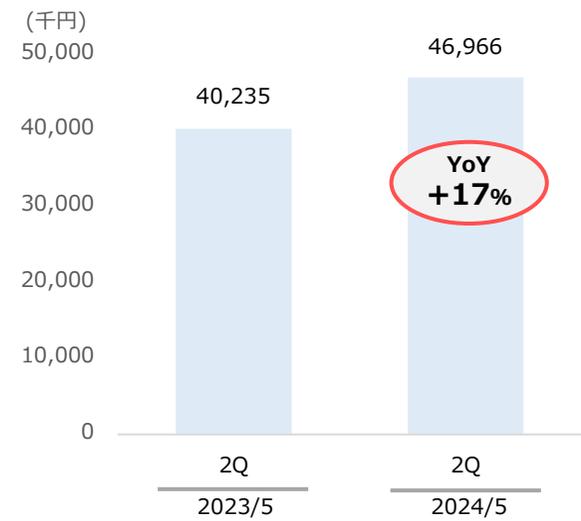
オンライン診療件数



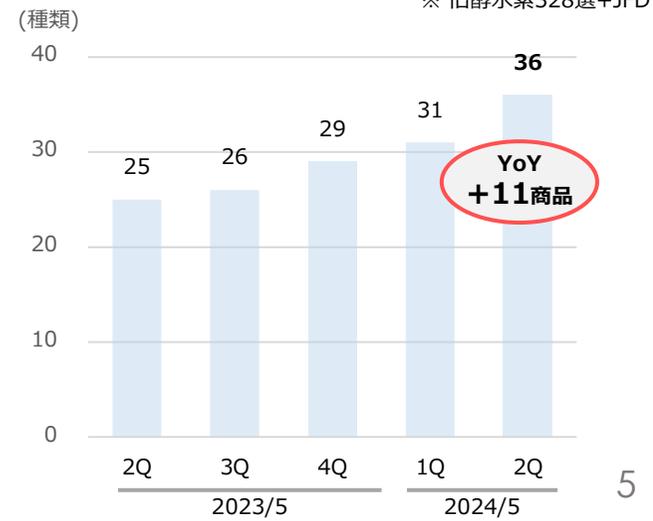
医療人材支援事業売上



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※取り扱い商品数



◆2024年5月までに、SOKUYAKU事業の単月黒字化を実現させる

- これまで新規事業としてのコスト先行により赤字を継続してきたSOKUYAKU事業において、新たなキャッシュポイントを創出し、今期末までにSOKUYAKU事業の単月黒字化を実現して、2025年5月期においては毎月の黒字を定常化させる

⇒中期経営計画の目標達成へ

■ SOKUYAKU事業黒字化のための施策

- ✓ 病院・薬局提携数及びユーザー数増加による、既存事業のオーガニックグロース
- ✓ 現在開発を進めている、SOKUYAKUを福利厚生に活用する法人向け新プランの販売開始
- ✓ 法人向け新プラン及び、既に展開しているSOKUYAKUプレミアム（月額）の拡大のための販売代理店契約
- ✓ ドラッグストアでの日用品ついで買いサービスの本格始動
- ✓ グリフィス社のグループ会社化による、当日配送網の強化及び要冷蔵の薬の配送への進出
- ✓ ツナググループとの業務提携によるSOKUYAKUキャリア事業の本格始動

業績

◆ **売上高** : **8,013**百万円 (通期計画20,598百万円、進捗率 **39%**)

- 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しており、通期計画の達成を見込む

◆ **営業利益** : **△221**百万円 (通期計画 103百万円、進捗率 **-%**)

- 通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 】

- 引き続き、病院・薬局提携数とユーザー数（会員数）が伸長
- SOKUYAKU事業の単月黒字化に向けた施策を推進
 - ✓ ツナググループ・ホールディングスとの提携によるSOKUYAKUキャリアの事業体制の強化
 - ✓ 法人向けプランの下期ローンチに向けた商品開発及び拡販体制の構築
 - ✓ グリフィス社のグループ会社化による当日配送網の強化及び要冷蔵の薬の配送への進出

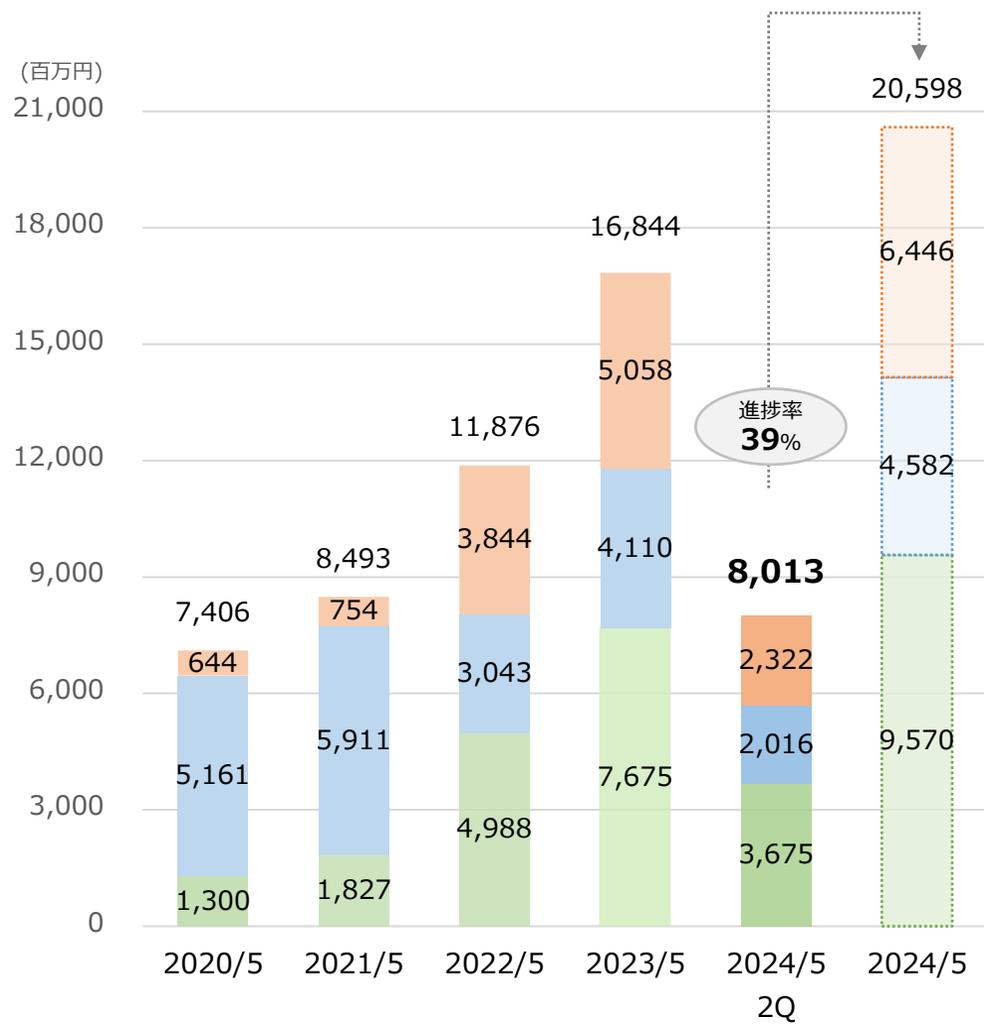
【 D2C（通販） 】

- 漢方薬・医療用医薬品の在庫不足の影響を上期は受けたものの、12月からの新規顧客の獲得は伸長。
- 防風通聖散を中心として、通期の新規獲得件数は達成見込。

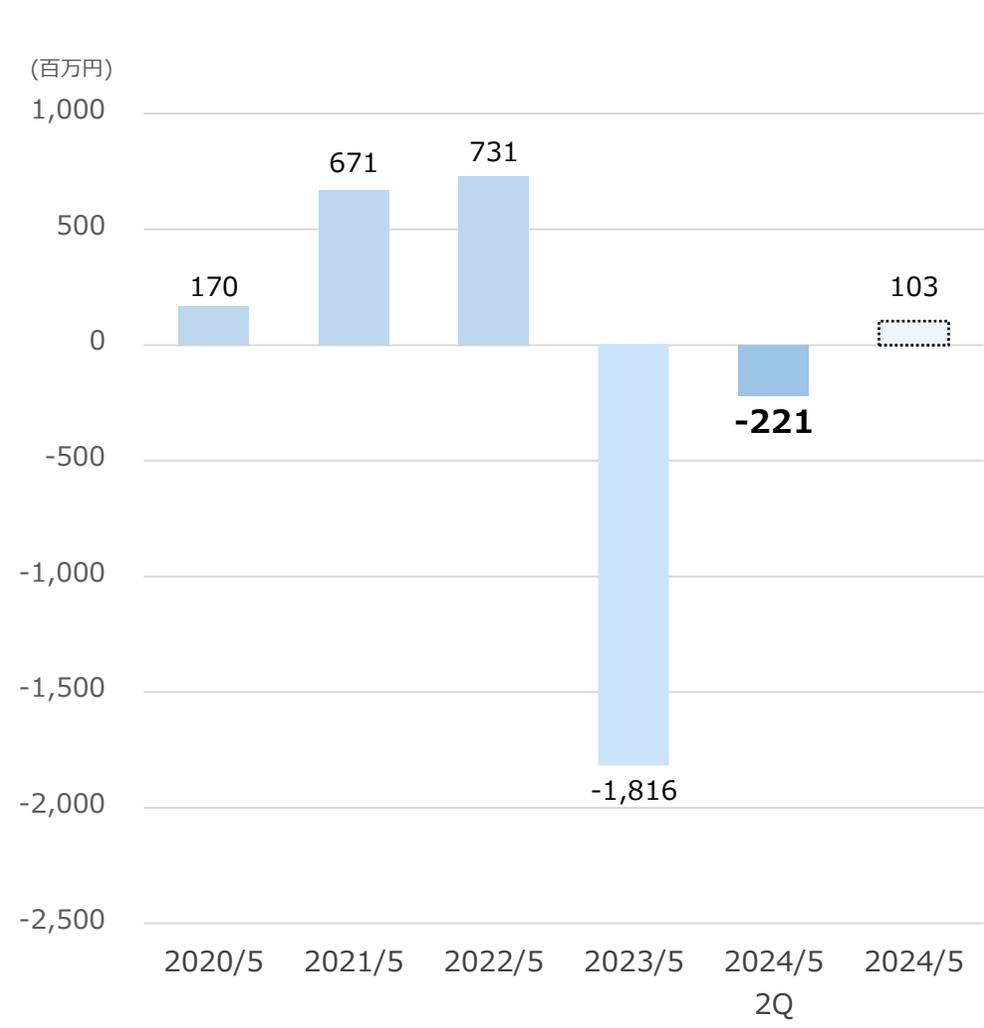
- 01 **2024年5月期 第2四半期 連結決算**
- 02 **直近の主な取り組み**
- 03 **会社概要・事業概要**
- 04 **Appendix**

■ 01 2024年5月期 第2四半期 連結決算

売上高



営業利益



■ 医療ケアセールス
 ■ 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

グループ連結業績

売上高： 8,013百万円 (進捗率 39%)

営業利益： △221百万円

セグメント別

メディカルケア
セールス事業

売上高： 3,675百万円 (進捗率 38%)

営業利益： 44百万円

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
 - ✓ 下期は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
 - ✓ 漢方薬・医療用医薬品の在庫不足の影響を上期は受けたものの、12月からの新規顧客の獲得は伸長しており、通期では計画達成見込

ヘルスケア
セールス事業健康食品・化粧品等
D2C

売上高： 2,016百万円 (進捗率 44%)

営業利益： 5百万円

- 概ね予算通りの着地
- 化粧品分野の新商品における定期顧客の獲得も順調に推移
- 機能性表示食品のカフェリーチェプレミアムも販売開始し、定期顧客増加を図る

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： 2,322百万円 (進捗率 36%)

営業利益： 18百万円

- KPI（取引社数）進捗率は136%と順調に進捗。獲得した既存顧客に対して、グループ全体でキャスティング広告やBPOサービスのクロスセルに注力し、客単価の向上に繋げる

(百万円)	2023年5月期 2Q実績 (前年同期)	2024年5月期 年間計画	2024年5月期 2Q実績	前年同期比	計画比 (進捗率)
売上高	9,103	20,598	8,013	88%	39%
メディカルケアセールス事業	4,169	9,570	3,675	88%	38%
ヘルスケアセールス事業	2,019	4,582	2,016	100%	44%
ヘルスケアマーケティング事業	2,998	6,446	2,322	77%	36%
営業利益	-388	103	-221	—%	—%
営業利益率	-4.3%	0.5%	-2.8%		
メディカルケアセールス事業	-414	317	44	—%	14%
ヘルスケアセールス事業	247	321	5	2%	2%
ヘルスケアマーケティング事業	54	112	18	33%	16%
経常利益	-402	67	-232	—%	—%
経常利益率	-4.4%	0.3%	-2.9%		
親会社株主に帰属する当期純利益	-353	29	-286	—%	—%
親会社株主に帰属する当期純利益率	-3.9%	0.1%	-3.6%		

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

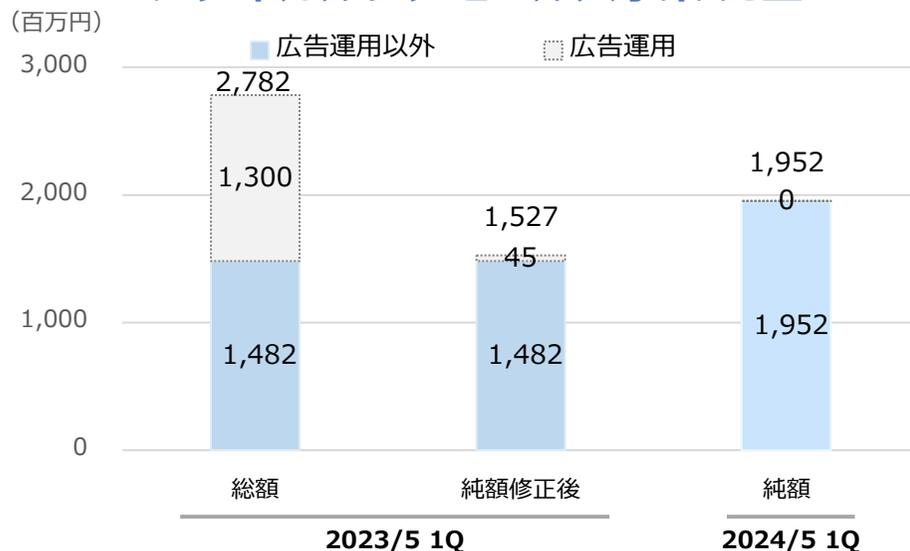
顧客から受領する対価の**総額を売上として計上**

2023/5
2Q以降

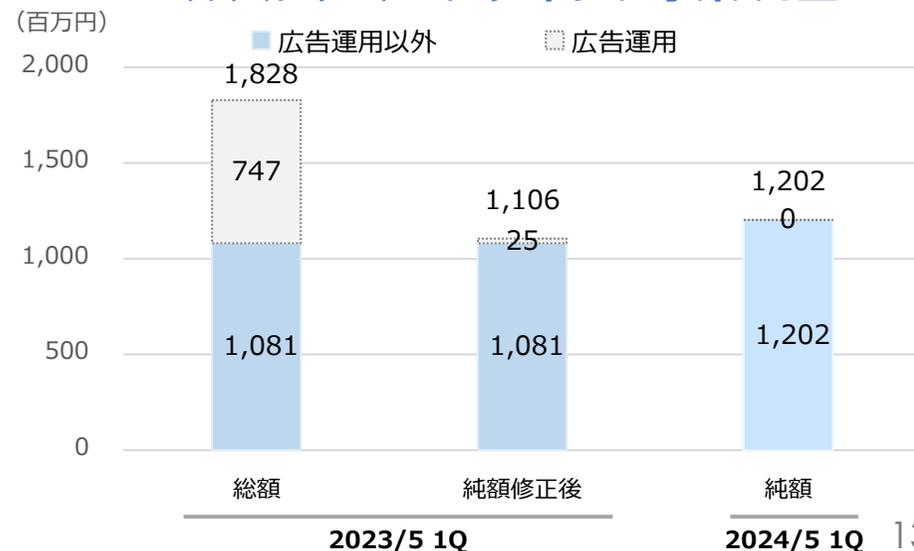
顧客から受領する対価の総額から第三者に
対する支払額を差し引いた**純額を売上として計上**

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

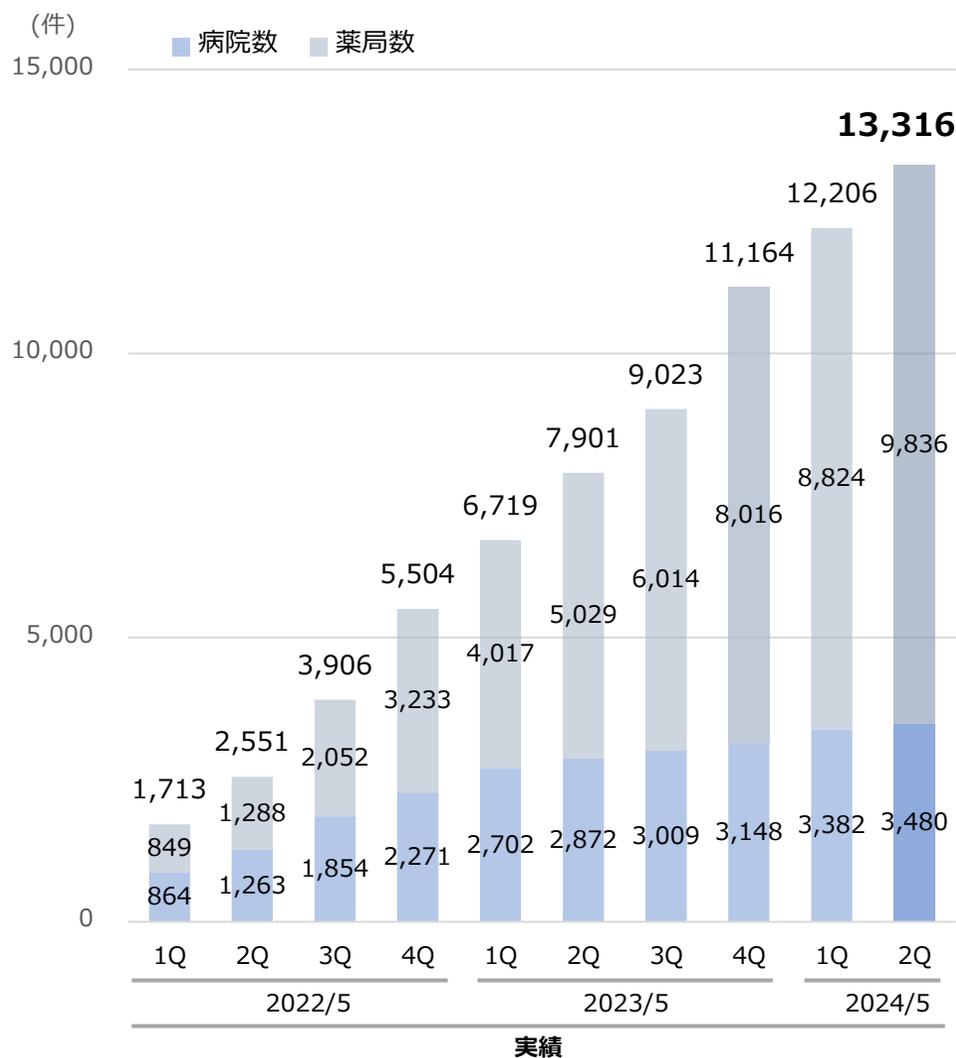


ヘルスケアマーケティング事業 売上

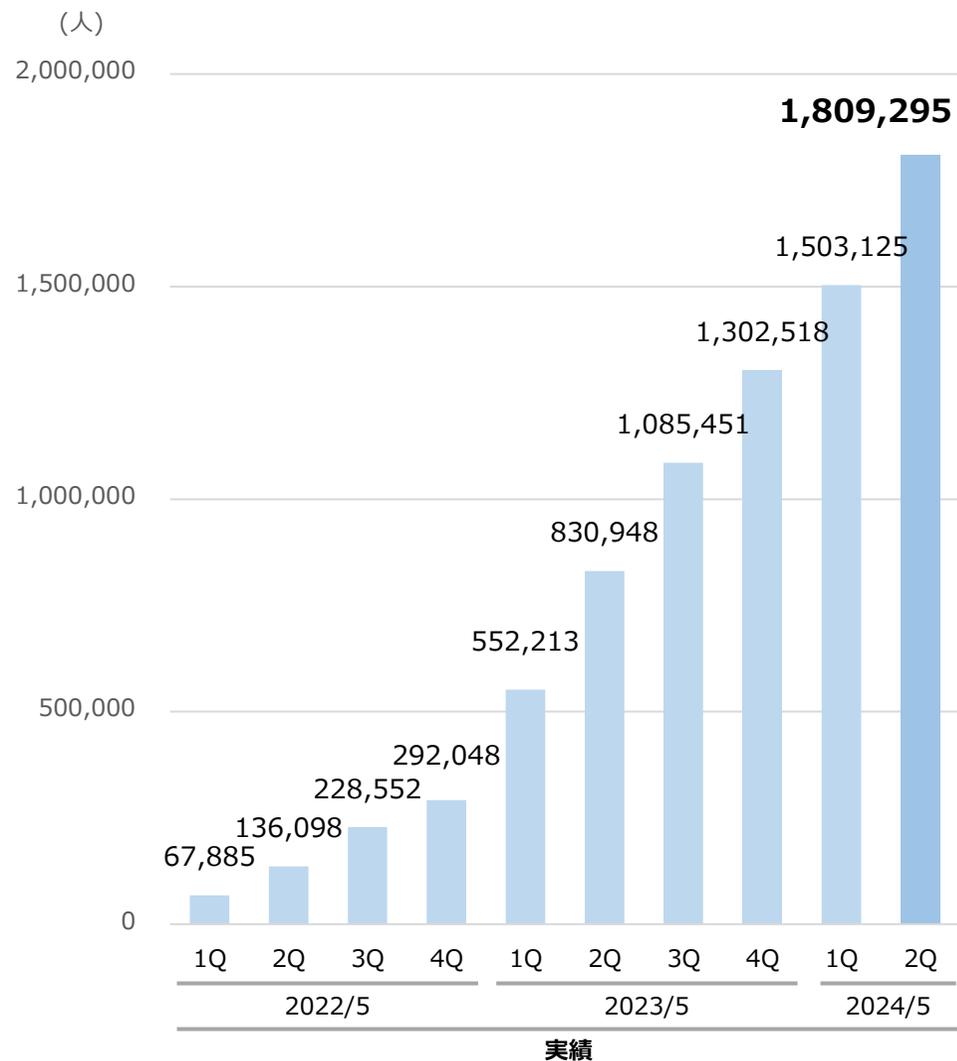


■ 病院・薬局提携数は前期末比119%、ユーザー数は前期末比139%で着地

病院・薬局提携数 (累計)



ユーザー数 (会員数)



- ユーザーからの引き合いは好調であるものの、7月下旬から9月にかけて在庫不足が発生
- 現時点で在庫不足は解消しており、通期計画の達成には影響はない見込み

在庫欠品の背景

- ・ 防風通聖散の販売好調により、原料となる生薬調達が困難となり、7月下旬から9月にかけて在庫不足が発生
- ・ ジェネリック医薬品の不足により、漢方薬全体として想定を超える需要があり、製造ラインが逼迫

当社の対応

- ① 新たな仕入れルートの確保
- ② 防風通聖散のOEM先の生産能力の増強 (11万個/月→20万個/月)

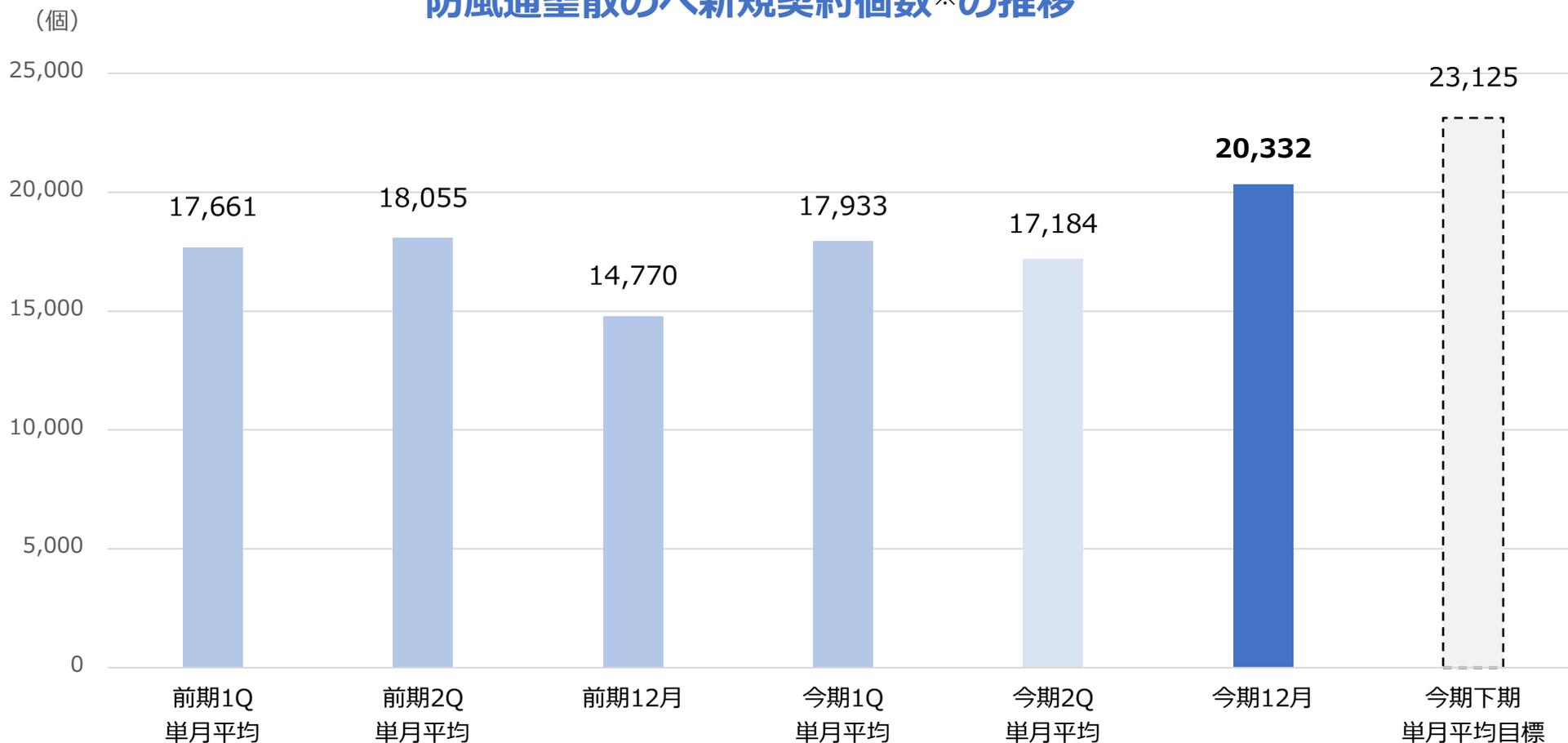
現状・今後の見通し

- ・ 現時点では在庫不足は解消
- ・ 広告投下を進めており、新規顧客獲得は順調に伸長



- 上期は在庫不足の影響を受けたものの、現時点では在庫不足は解決しており、顧客単価が高い当社主力製品の防風通聖散3個セットを中心に広告宣伝費を投下
- 12月からの新規顧客の獲得は伸長しており、今後さらなる顧客獲得を目指す

防風通聖散のべ新規契約個数※の推移

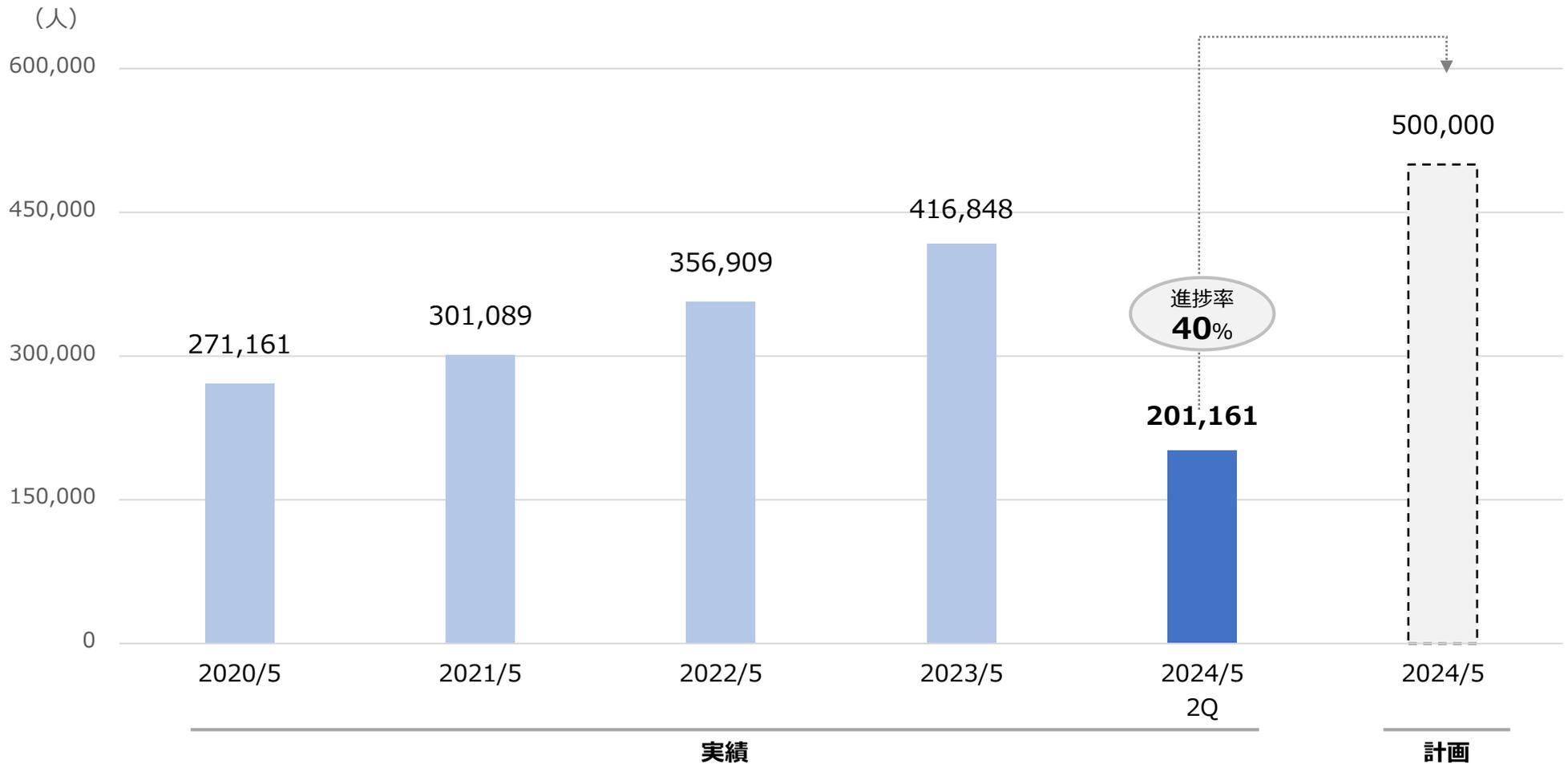


※ のべ新規契約個数 = 1個セット契約を1個、3個セット契約を3個で換算

経営管理指標 (KPI)

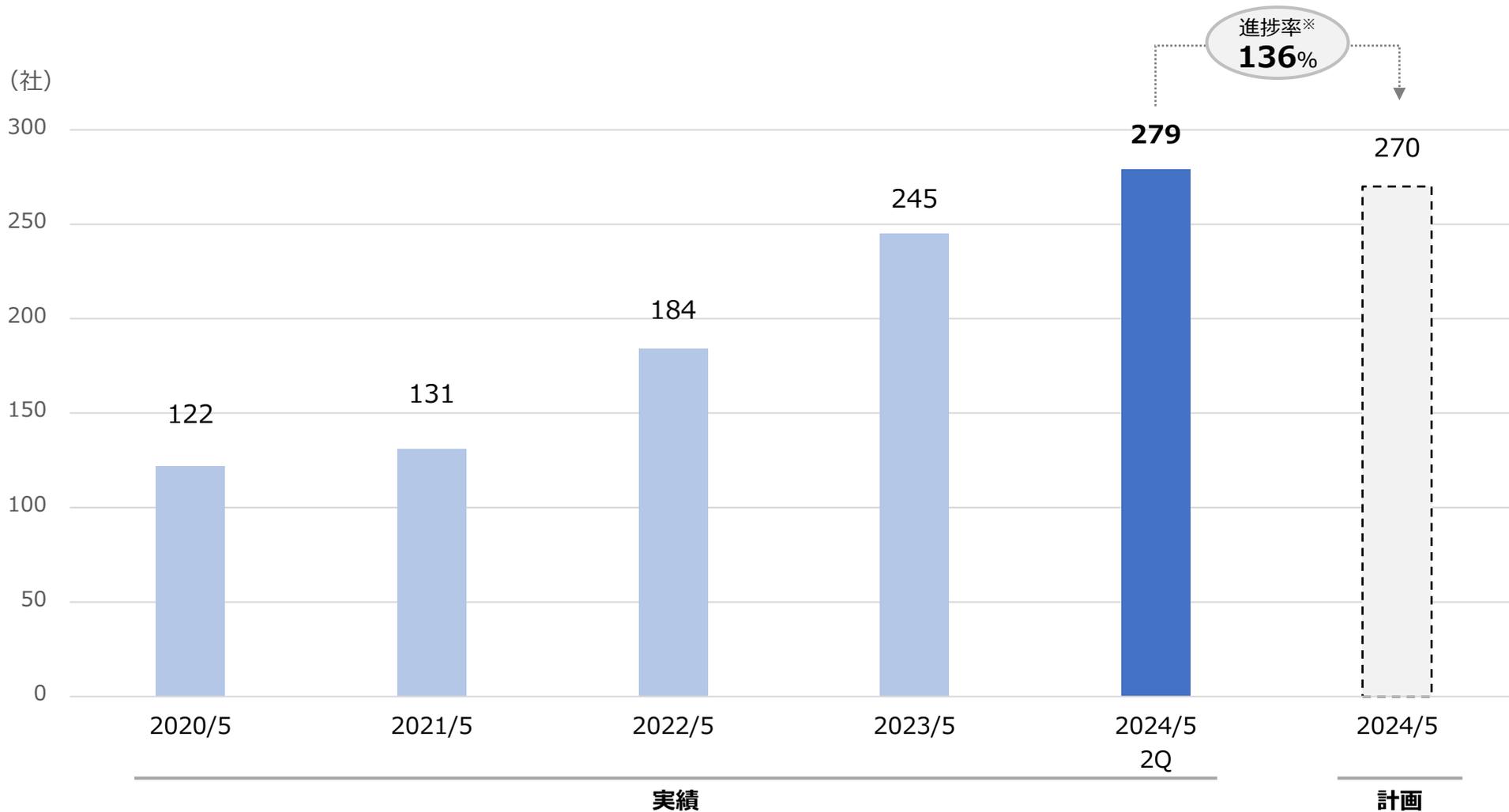
- 計画値に対する進捗は40%
- 在庫不足の影響でビハインドしているものの、足元の動きは漢方薬の防風通聖散を中心に好調であり、通期での計画達成を目指す

【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279社まで増加
- 大型案件の受注に繋げていく事が今後の課題

【B2B KPI】 取引先数



※ 進捗率 = 今期2Q時点の前期比増加数 ÷ (今期通期の計画値 - 前期実績値)

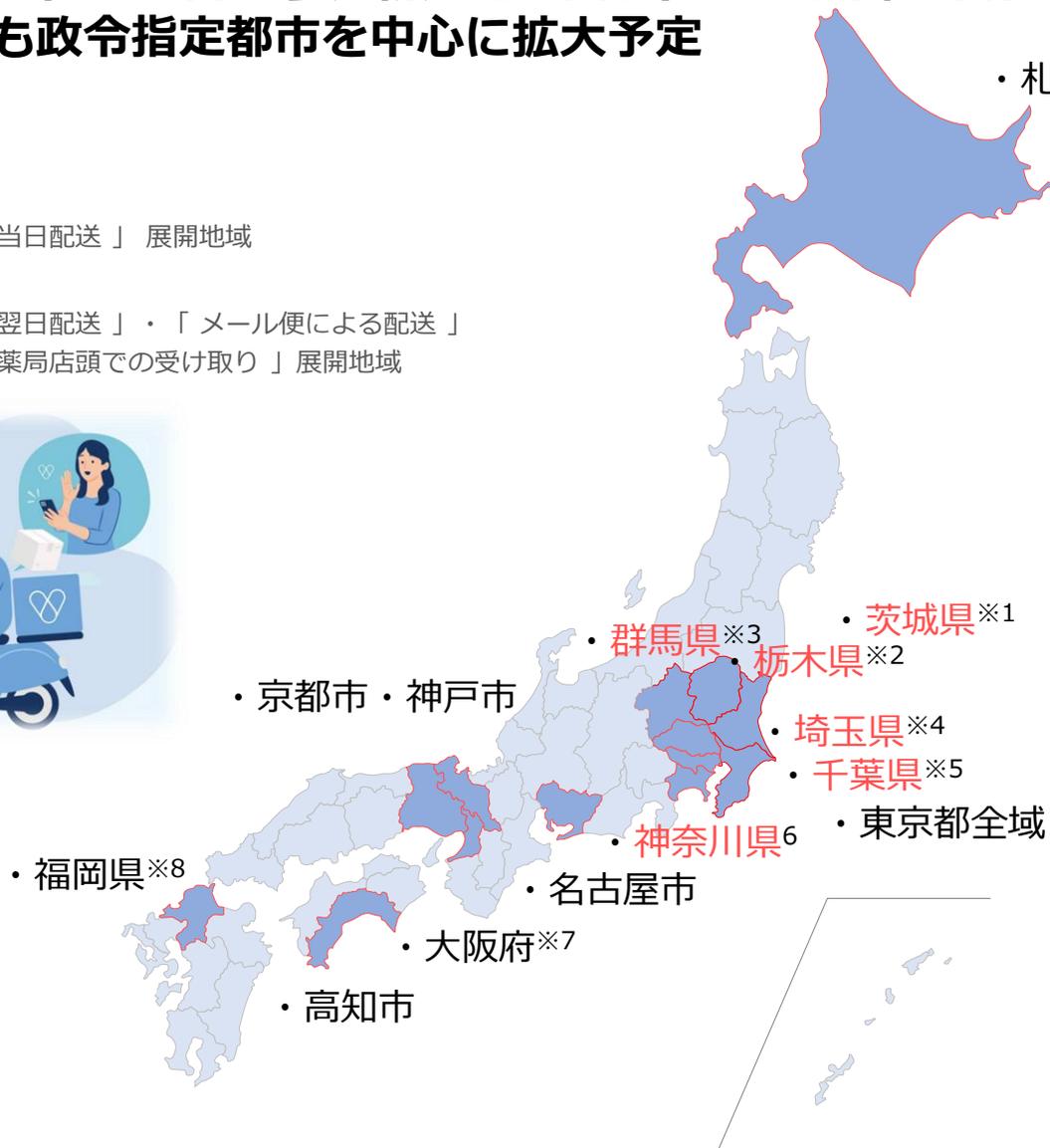
(百万円) 資産	2024年5月期 2Q	負債及び純資産	2024年5月期 2Q
流動資産	4,663	負債合計	4,235
現金及び預金	1,310	流動負債	2,545
売掛金等	1,559	買掛金	700
棚卸資産	1,499	未払金	504
その他の流動資産	294	短期社債・借入金	894
固定資産	2,696	その他の流動負債	447
有形固定資産	284	固定負債	1,690
無形固定資産	1,931	長期社債・借入金	1,573
のれん	1,712	その他の固定負債	117
その他の無形 固定資産	219	純資産合計	3,124
投資その他の資産	480	資本金	513
資産合計	7,359	その他剰余金	2,817
		自己株式	-452
		新株予約権	0
		非支配株主持分	246
		負債及び純資産合計	7,359
		純資産比率	42.5%

■ 02 直近の主な取り組み

- 2024年2月1日から、新たに全国6県の115市区町村で当日配送を開始
- 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



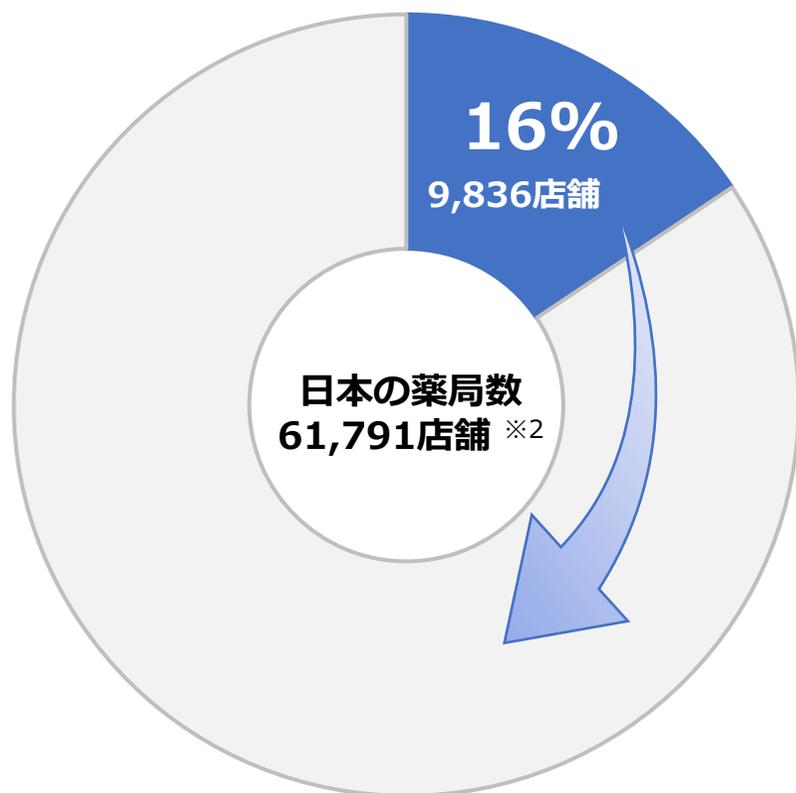
※ 下記のエリアにおいて展開（2024年以降にエリアを拡大した地域を赤字で記載）

- 茨城県 … 水戸市、日立市、土浦市、龍ヶ崎市、常総市、取手市、つくば市、ひたちなか市、守谷市、つくばみらい市、北相馬郡 利根町
- 栃木県 … 宇都宮市、足利市、鹿沼市、小山市、下野市、下都賀郡 壬生
- 群馬県 … 前橋市、高崎市、伊勢崎市、太田市
- 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、川越市、熊谷市、行田市、所沢市、飯能市、加須市、本庄市、東松山市、春日部市、狭山市、羽生市、鴻巣市、深谷市、上尾市、蕨市、入間市、志木市、桶川市、久喜市、北本市、八潮市、富士見市、三郷市、蓮田市、坂戸市、幸手市、鶴ヶ島市、日高市、吉川市、ふじみ野市、白岡市、北足立郡 伊奈町、入間郡 三芳町、入間郡 毛呂山町、比企郡 川島町、比企郡 吉見町、児玉郡 上里町、南埼玉郡 宮代町、北葛飾郡 杉戸町、北葛飾 松伏町
- 千葉県 … 千葉市 中央区、千葉市 花見川区、千葉市 稲毛区、千葉市 若葉区、千葉市 緑区、千葉市 美浜区、市川市、船橋市、木更津市、松戸市、野田市、成田市、佐倉市、習志野市、柏市、市原市、流山市、八千代市、我孫子市、鎌ヶ谷市、君津市、浦安市、四街道市、印西市、白井市、富里市、印旛郡 酒々井町
- 神奈川県 … 横浜市、川崎市、平塚市、茅ヶ崎市、藤沢市、寒川町、相模原市 緑区、相模原市 中央区、相模原市 南区、横須賀市、鎌倉市、小田原市、逗子市、三浦市、秦野市、厚木市、大和市、伊勢原市、海老名市、座間市、南足柄市、綾瀬市、三浦郡 葉山町、中郡 大磯町、中郡 二宮町、足柄上郡 中井町、足柄上郡 大井町、足柄上郡 松田町、足柄上郡 開成町、足柄下郡 箱根町、足柄下郡 真鶴町、足柄下郡 湯河原町、愛甲郡 愛川町
- 大阪府 … 大阪市・東大阪市
- 福岡県 … 福岡市・北九州市（小倉南区・小倉北区・八幡東区）

- 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
- 1月には、セキ薬品・タカラ薬局等への導入が決まり、更なるシェア拡大が見込まれる

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～



直近導入事例



セキ薬品 (77店舗導入)



TAKARA

タカラ薬局 (59店舗導入)

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 2023年11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

- 2023年8月16日より、新テレビCM・WEB動画を放映開始
- 第2四半期における会員獲得に大きく寄与

「SOKUYAKU 2人の約束（保険診療）」篇

～いつでも、どこでもオンラインで診療が受けられることを表現～



雨が降りそそぐなか、強く抱きしめあう及川光博さんと谷まりあさん。

「約束する。どんな時もキミと離れない。」と及川さんが伝えます。「風邪っぽくても？」と問いかけた谷さんに「ソクヤクする。」と大きく頷く及川さん。

及川さんの胸から離れ、「すぐに病院行きたくても？」と谷さんがさらに問いかけます。「ソクヤクする！」と再び強く抱きしめた及川さんに、嬉しそうな表情を見せる谷さん。「SOKUYAKU」アプリから医師によるオンライン診療を受診したところ、医師からは「まずは、傘をさしましょう」とたしなめられ、バックハグをした2人が幸せそうに「はい！」と答えます。

- 2023年8月17日より、WEBブラウザ版でのサービス提供を開始
- 直近のアップデートにより検索機能を強化
- アプリのダウンロードが不要になることで、ユーザーの更なる利用回数を増加させつつ、新規ユーザー獲得コストの低減を実現

[ログイン](#)[よくある質問](#)[新規会員登録](#)

キーワードで探す

本日も 初診対応

クリニック

検索キーワード(名称・エリア・診療科等)

検索

クリニックを予約



診療科目別



日時指定



初診対応

SOKUYAKUアプリ版

診療・処方・おくすりの配達まで
オンラインで SOKU完了



App Store
からダウンロード

Google Play
でダウンロード

- 12月20日に既存のECサイトである酵水素328選とJFDオンラインショップを統合・刷新し、新たに『SOKUYAKUウェルネス』 (<https://wellness.sokuyaku.jp/>) をリリース

SOKUYAKUウェルネス

気になるお腹の脂肪を分解・燃焼・排出促進！
本気でお腹の脂肪を落とすなら！

お得な定期コースも！

肥満症・便秘
むくみに
SOKUYAKU 防風通聖散

ぼう ふう つう しょう さん
防風通聖散
第2類医薬品

嬉しい多彩な特典「トクトクプログラム」

SOKUYAKUウェルネスとは

人気ランキング

ビューティー
商品一覧

- 1 ホワイビュア 薬用W・ホワイトクリアパック
- 2 ホワイビュア W・VCブースターエッセンス
- 3 ホワイビュア 薬用W・ナノバブルホワイトローション

食事の脂肪・糖の吸収を抑えるプレミアムコーヒー

体重やお腹の脂肪が気になるあなたに。

CaFelice

機能性表示食品
カフェリーチェプレミアム

VC

NANO PINK

飲みやすい「錠剤」もあります。

苦味や顆粒が苦手な方
便通が気になる方に

第2類医薬品
肥満症 便秘・むくみに
SOKUYAKU 防風通聖散錠SS

次世代*成分とサイエンスの力で
美しく輝く肌へ
FAVEUR
ファヴール

■ 12月1日よりカフェリーチェの新ラインアップとして、「セガフレード・ザネッティ」と共同開発した本格的ヘルシーコーヒー「機能性表示食品カフェリーチェプレミアム」を発売開始



1杯(6g)あたり
14.9
kcal

食事制限を
サポート!

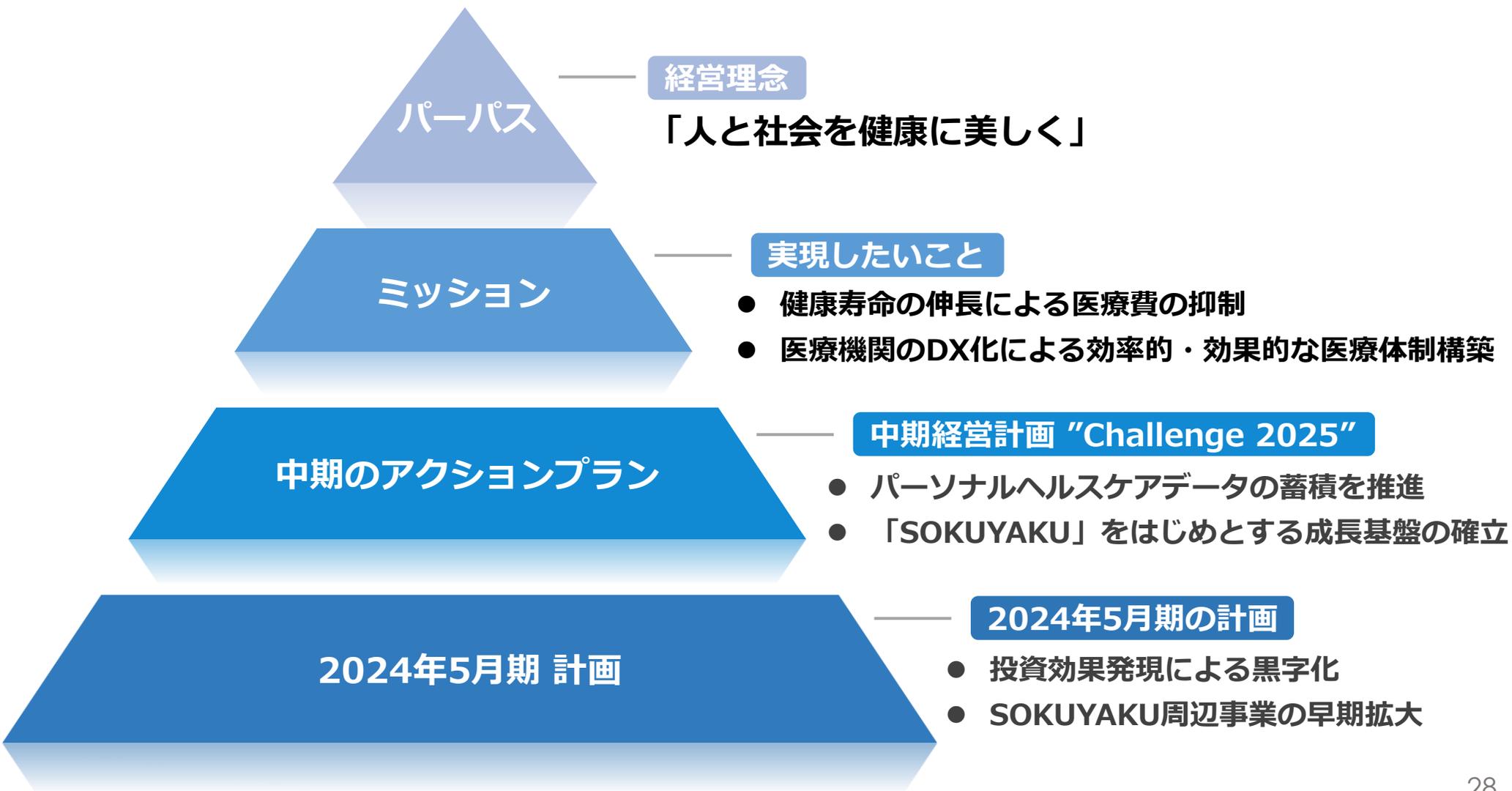
芳醇な香り、コク深い味わいが特長的な「カフェリーチェプレミアム」。
毎日おいしく飲んでいただけるのはもちろん、
食事と一緒に飲むことで、食事の脂肪、糖、
お腹の調子に働きかける5つの機能性^{*1}を実現しました。
「コーヒー×植物油脂×機能性成分」、
このこだわりの独自特許製法^{*2}で、
“食事管理が上手になりたい”という方の、健康的な日常を応援します。



*1 機能性関与成分イソマルトデキストリン(食物繊維)による
*2 コーヒー×植物油脂×機能性成分でおいしい機能性コーヒーを作り出した処方・製造としての用途特許申請中。

■ 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

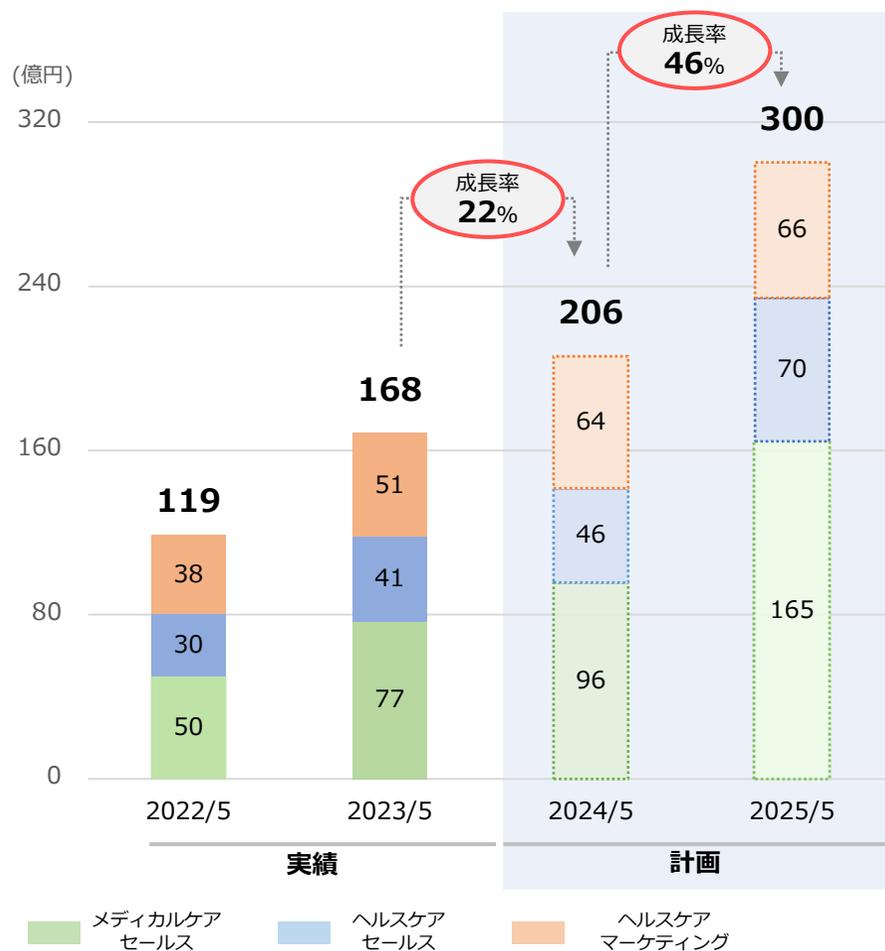
“SOKUYAKUヘルスケア経済圏”

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 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>防風通聖散</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>八味地黄丸</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>【第1類医薬品】 ミノカミングシリーズ</p> </div> </div> ■ 健康食品・化粧品等 D2C <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>酵素水328選 シリーズ</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>カフェ リーチェ</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>CoFelice</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>FINE BASE シリーズ</p> </div> </div>
<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

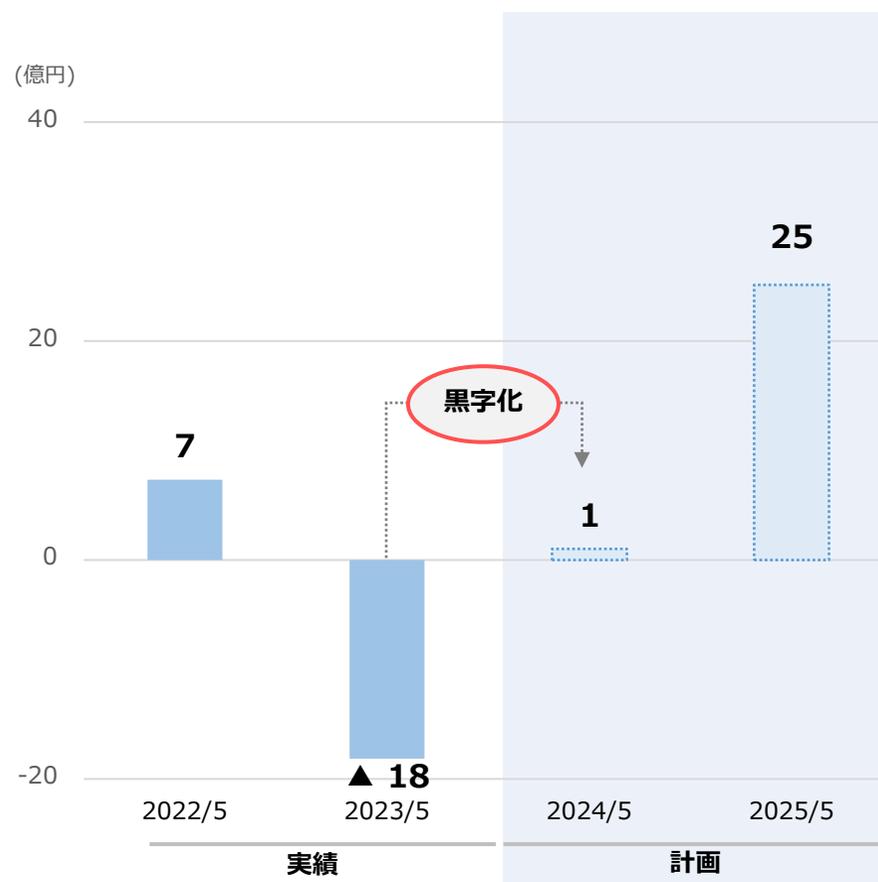
売上高

- 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...

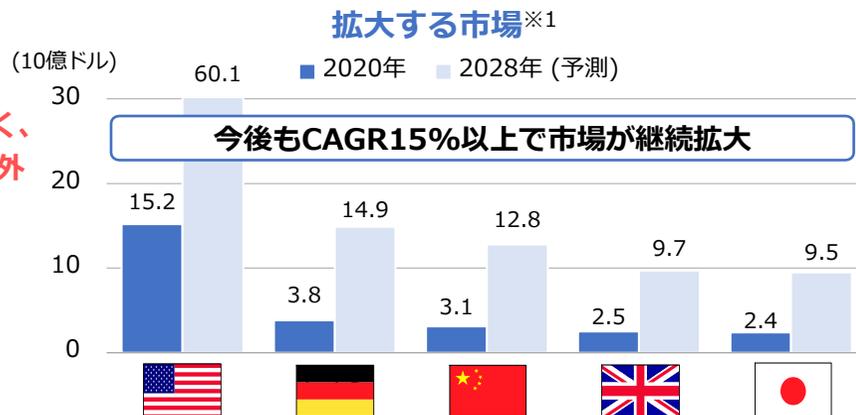


■ 日本のオンライン診療市場は黎明期にあり、今後は更なる市場の拡大が見込まれる

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

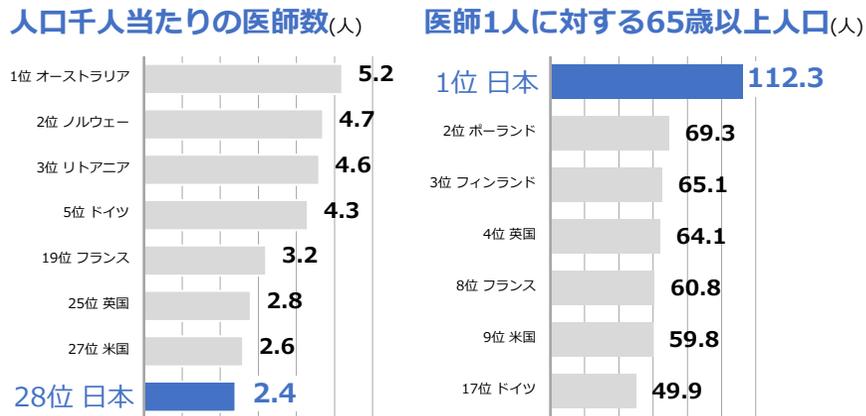
メリットは非常に大きく、特に規制緩和が進む海外では、市場が拡大



今後もCAGR15%以上で市場が継続拡大

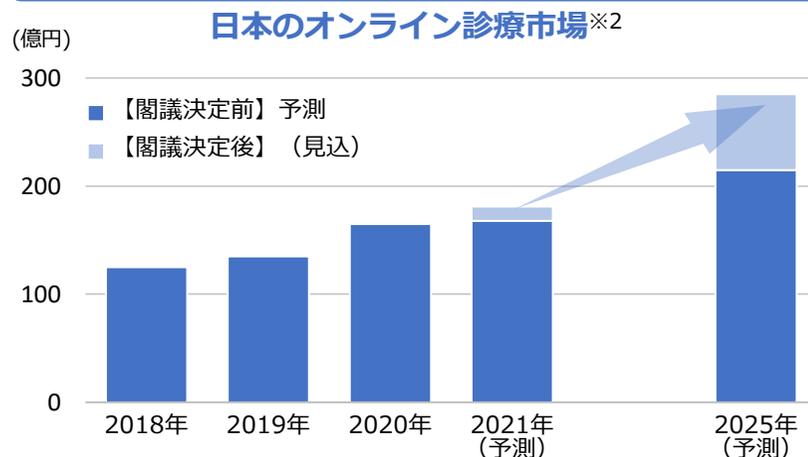
日本においては上記メリットに加えて、市場拡大要因が存在

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

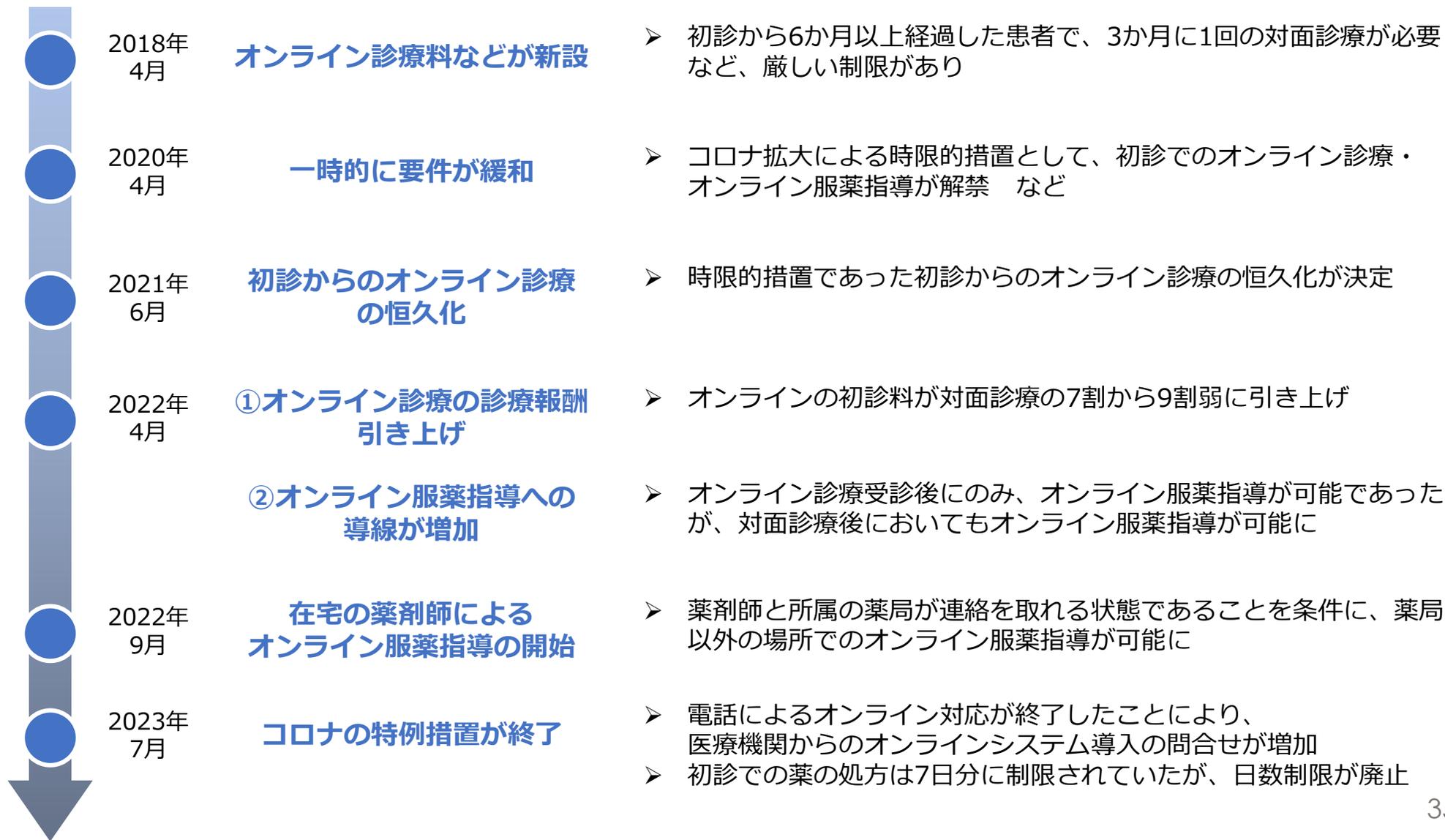
規制緩和もあり、市場は拡大見込み



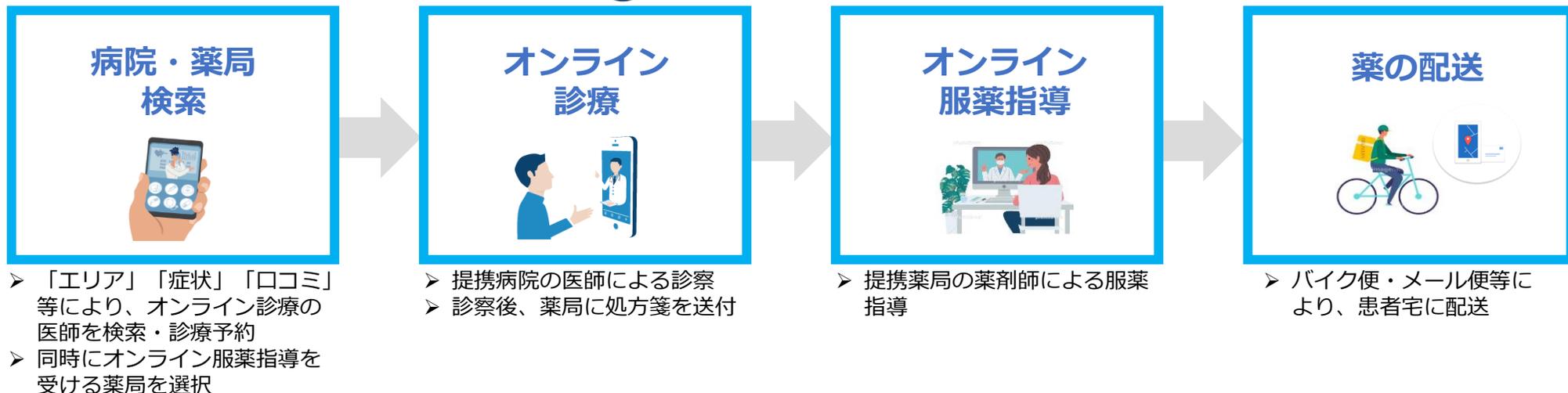
※ 1 Mobile, Call Centers, Webを含むTelemedicine Market全般

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）

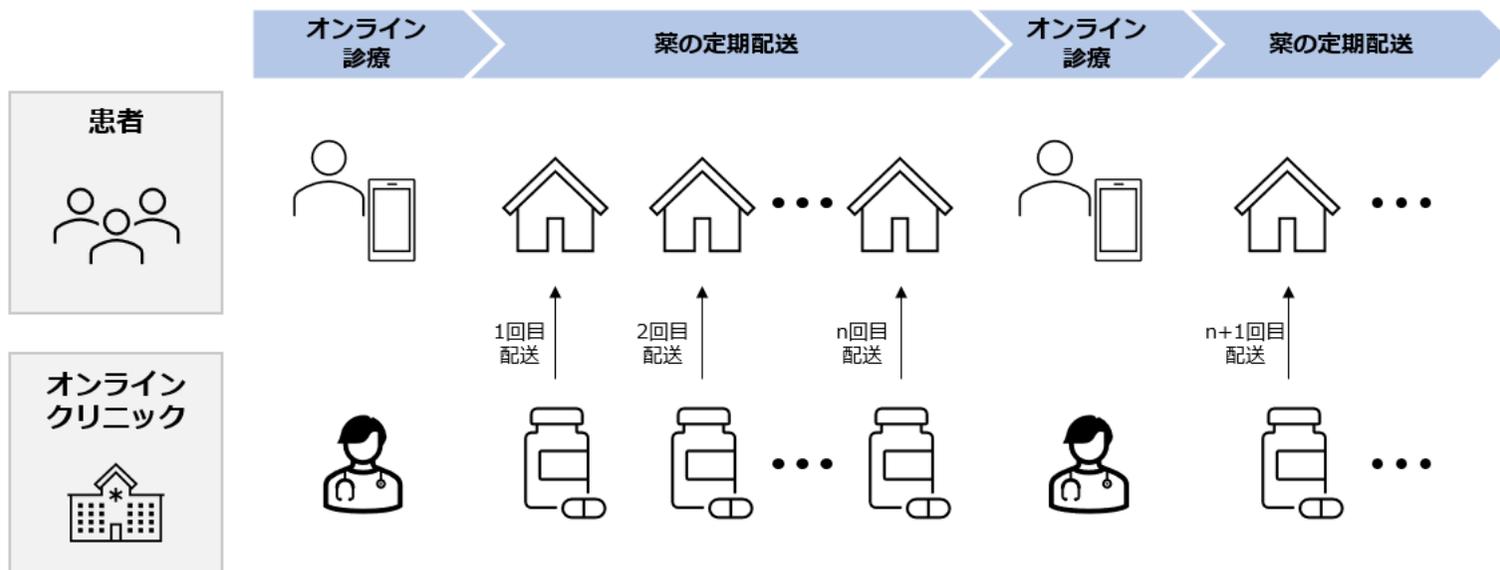


- ✓ ピル・美肌・AGAなど
（取り扱う診療科目・医薬品は、随時拡大を予定）



- 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



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

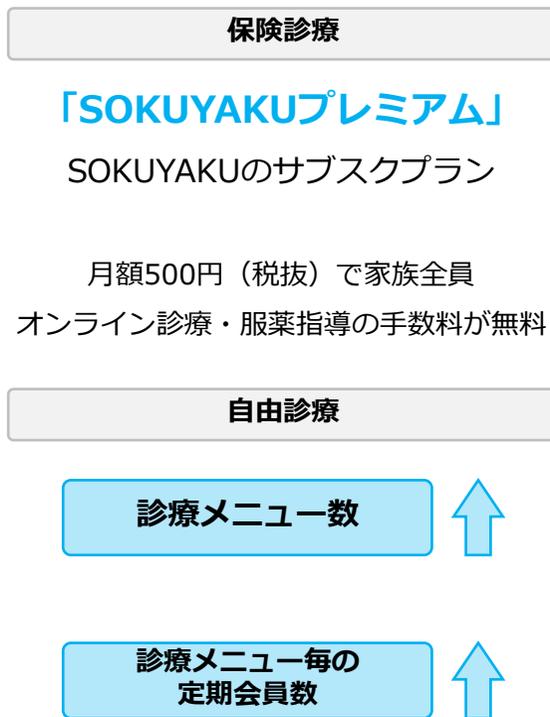
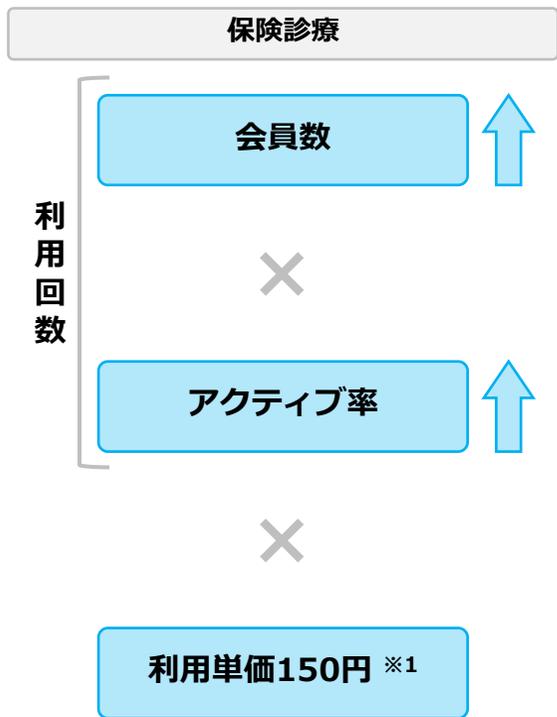
- ▶ 効果的な広告宣伝を行い、保険診療における、オンライン診療・服薬指導の利用料150円/回の積上げを図る

2 ストック型の収益モデル拡大

- ▶ 保険診療においては、サブスクリプションを導入
- ▶ 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

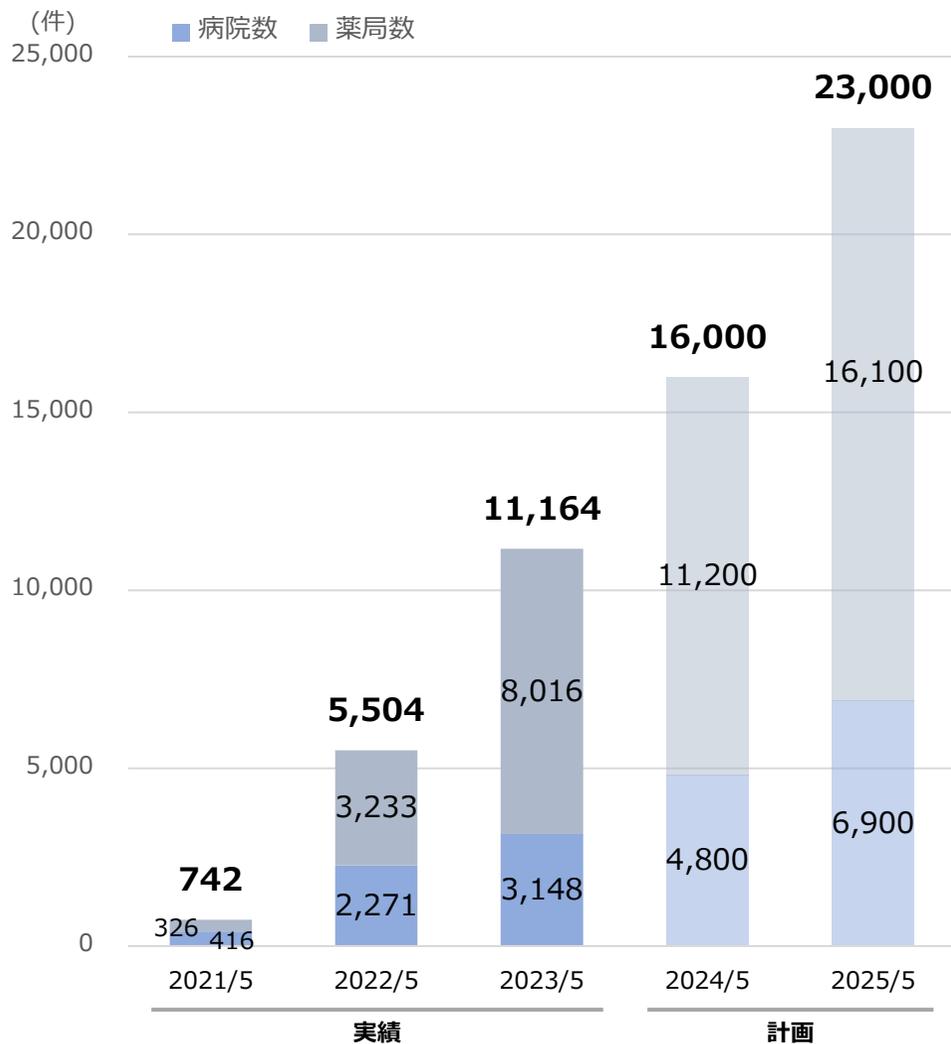
- ▶ オンライン診療プラットフォームを活かしたサービスの拡販を図る
- ▶ 新サービス拡充のために、M&Aも検討



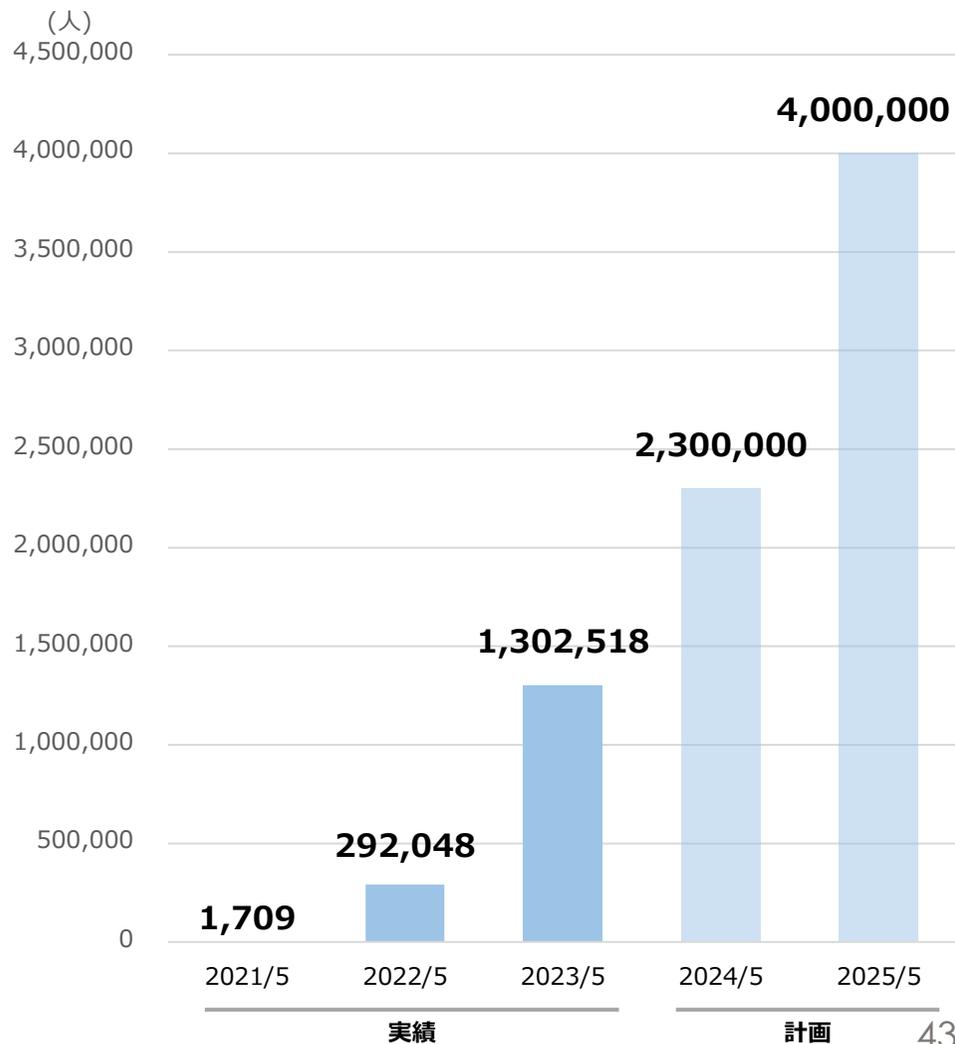
※1 利用単価：オンライン診療150円、 オンライン服薬指導150円、 両方実施すると300円

- 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

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

- 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

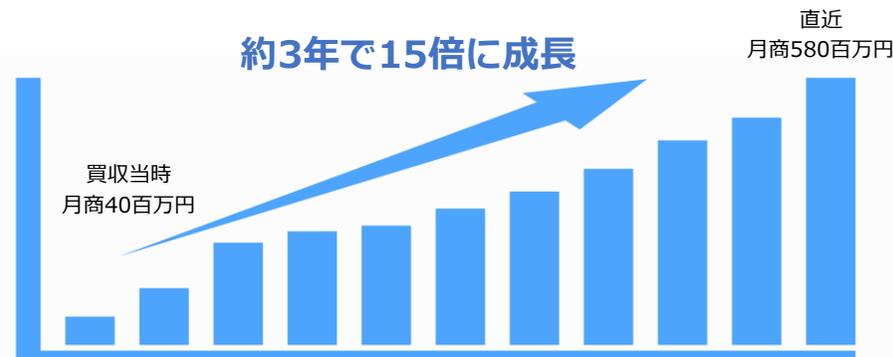
他社にはない「売る力」により

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**

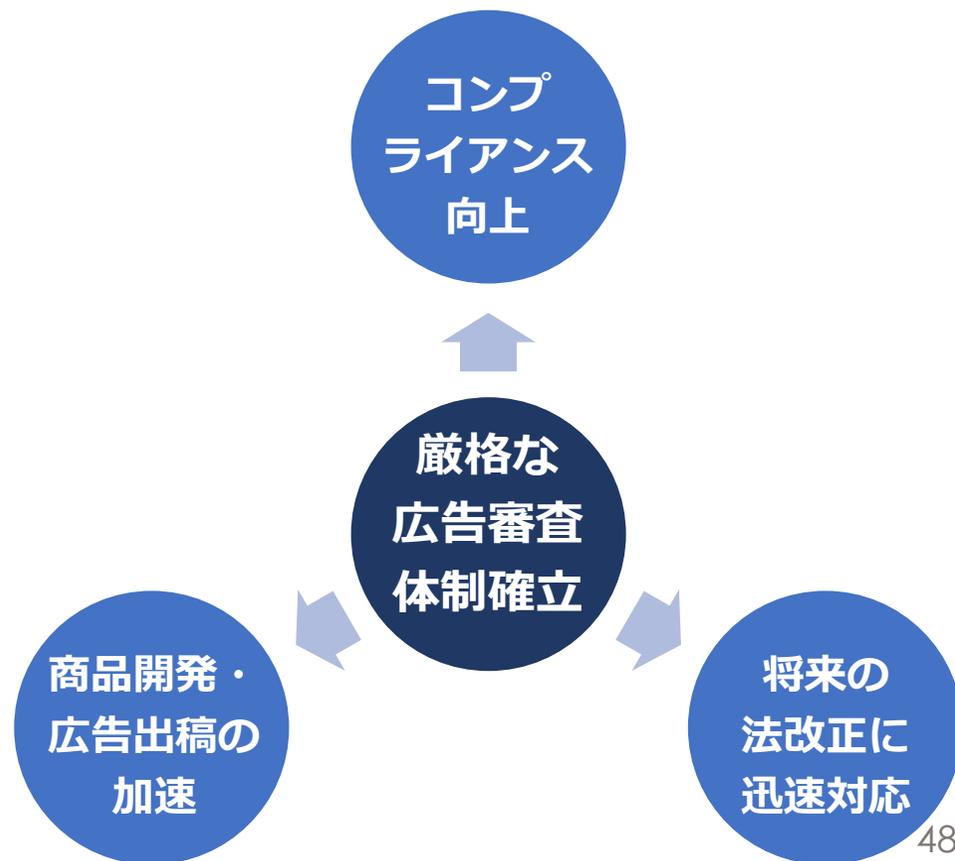
外部環境（広告関連法令の厳格化）

- 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

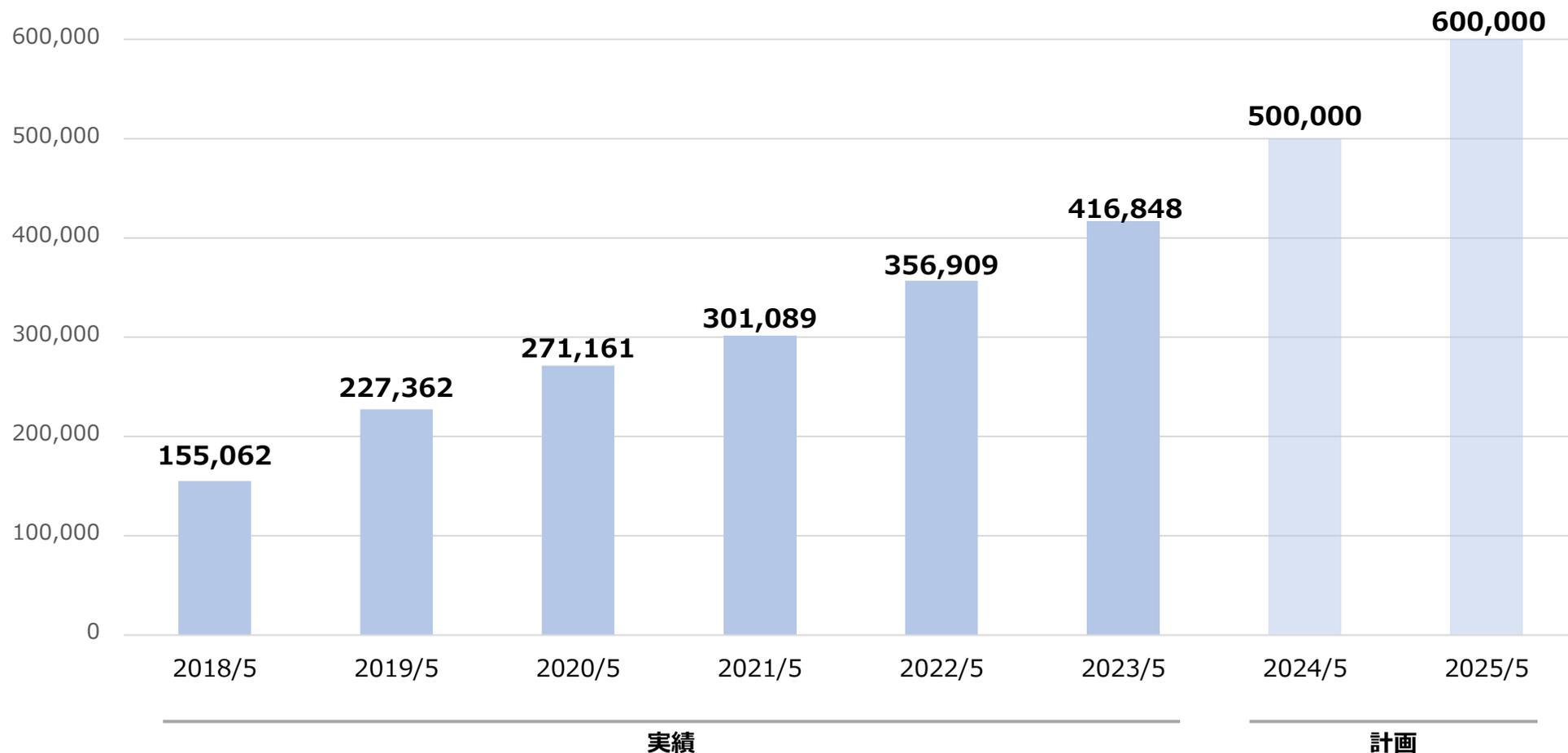
- 厳格な社内チェックリストに基づき3部署でチェック
- 2社以上の第三者審査機関への確認
- 3つの弁護士事務所への意見確認
- 広告表示内容に関する監督官庁等に対する照会
- 徹底した社内の啓蒙や教育
- 弁護士を含む取締役会にて、一般消費者目線で再確認

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上期は受けたものの、12月からの新規顧客の獲得は伸長しており、防風通聖散を中心として、通期の新規獲得件数は達成見込。

(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

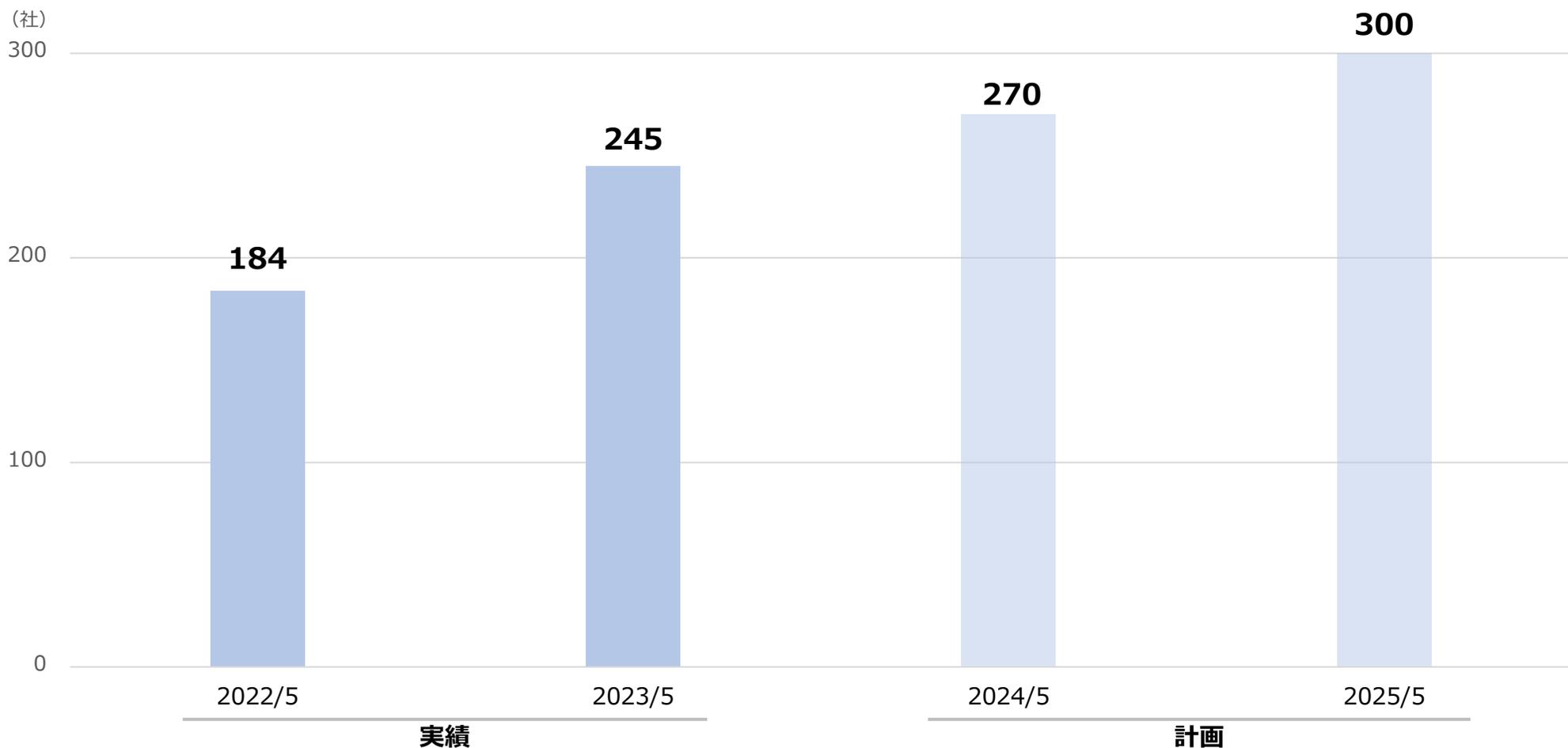
通販事業者



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”

