

2018年9月期 決算説明資料

メドピア株式会社(6095)

MedPeer, Inc.

Mission

医師を支援すること。そして患者を救うこと。
Supporting Doctors, Helping Patients.

Vision

集合知により医療を再発明する。
Reinventing Healthcare with Collective Intelligence

グループ全体

- 全事業が着実に成長し、累計売上高、営業利益ともに過去最高を更新。
- 来期以降の飛躍的な成長実現のために、製薬企業向けの新商品開発に加え、スギHDとの共同事業を始めとした新たな収益拡大に向けた取り組みを着実に進行。

売上高 : 2,199百万円 **対前年比** : 1.4倍

営業利益 : 367百万円 **対前期比** : 4.5倍

ドクタープラットフォーム事業

- 既存商品のみならず、前期に本格展開したWeb講演会、ソリューション等の受注が拡大し、通期売上高および四半期売上高として過去最高を更新。

売上高 : 1,794百万円 **対前年比** : 1.4倍

営業利益 : 594百万円 **対前期比** : 1.7倍

ヘルスケアソリューション事業

- first callの利用拡大により4Qより黒字化。
- FitsPlusの特定保健指導実施件数は前期同期比1.4倍に成長。

売上高 : 405百万円 **対前年比** : 1.4倍

営業利益 : ▲52百万円 **対前期比** : -

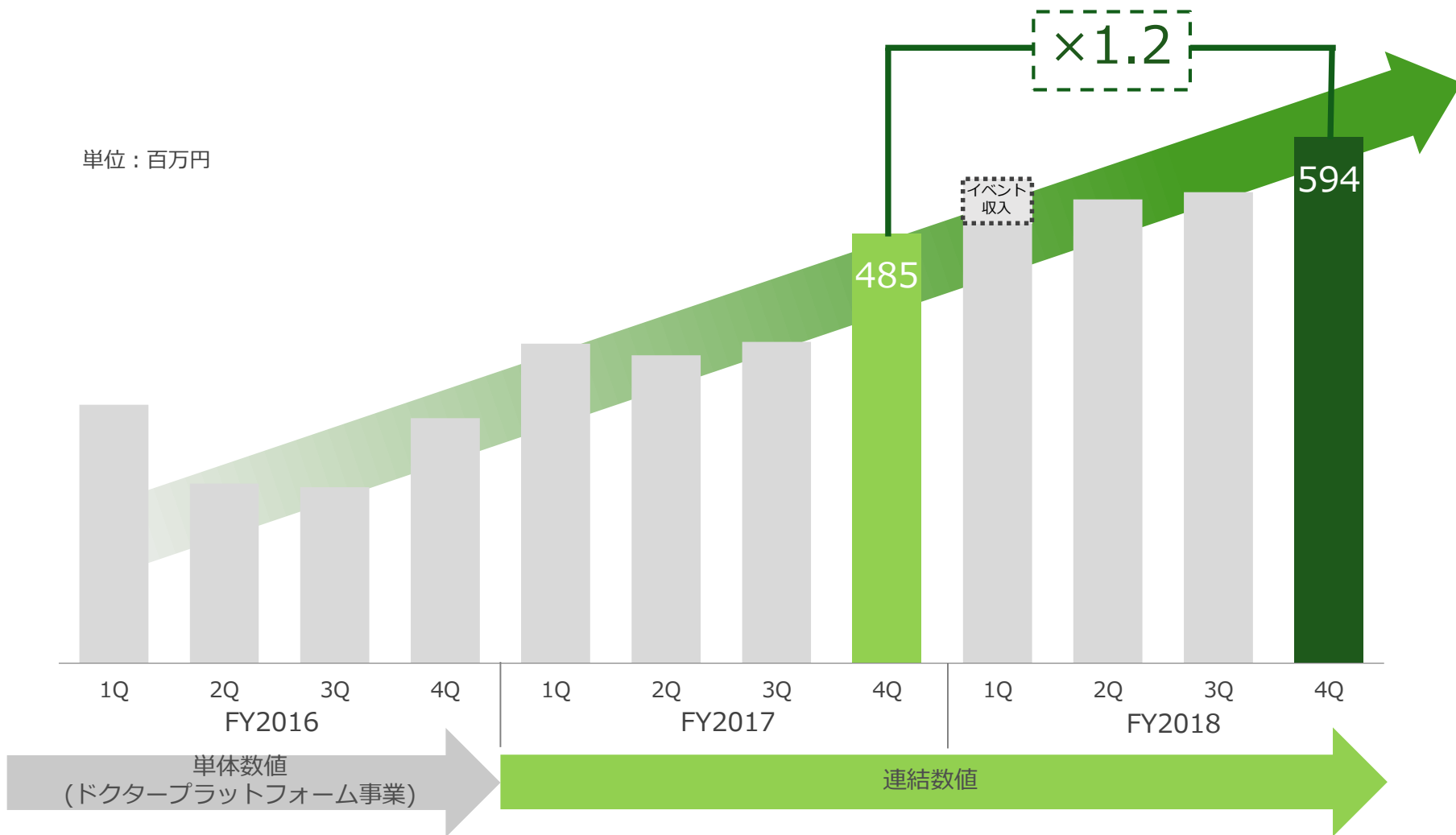
- 売上高、利益ともに過去最高を更新。
- 来期に向けて採用強化、新製品プロモーション等を強化する中、一部期ずれ案件が発生したため、修正後通期予想から若干のビハインド。

単位：百万円

| | FY2017 | FY2018 | 増減 | 前年同期比 | 修正後 通期予想 | 達成率 |
|-------|--------|--------|-----|---------|-------------|-------|
| 売上高 | 1,559 | 2,199 | 640 | ×1.4 | 2,245 | 98.0% |
| 営業費用 | 1,477 | 1,831 | 354 | ×1.2 | 1,865 | 98.2% |
| 営業利益 | 82 | 367 | 285 | ×4.5 | 380 | 96.8% |
| 営業利益率 | 5.3% | 16.7% | — | +11.4pt | 16.9% | — |

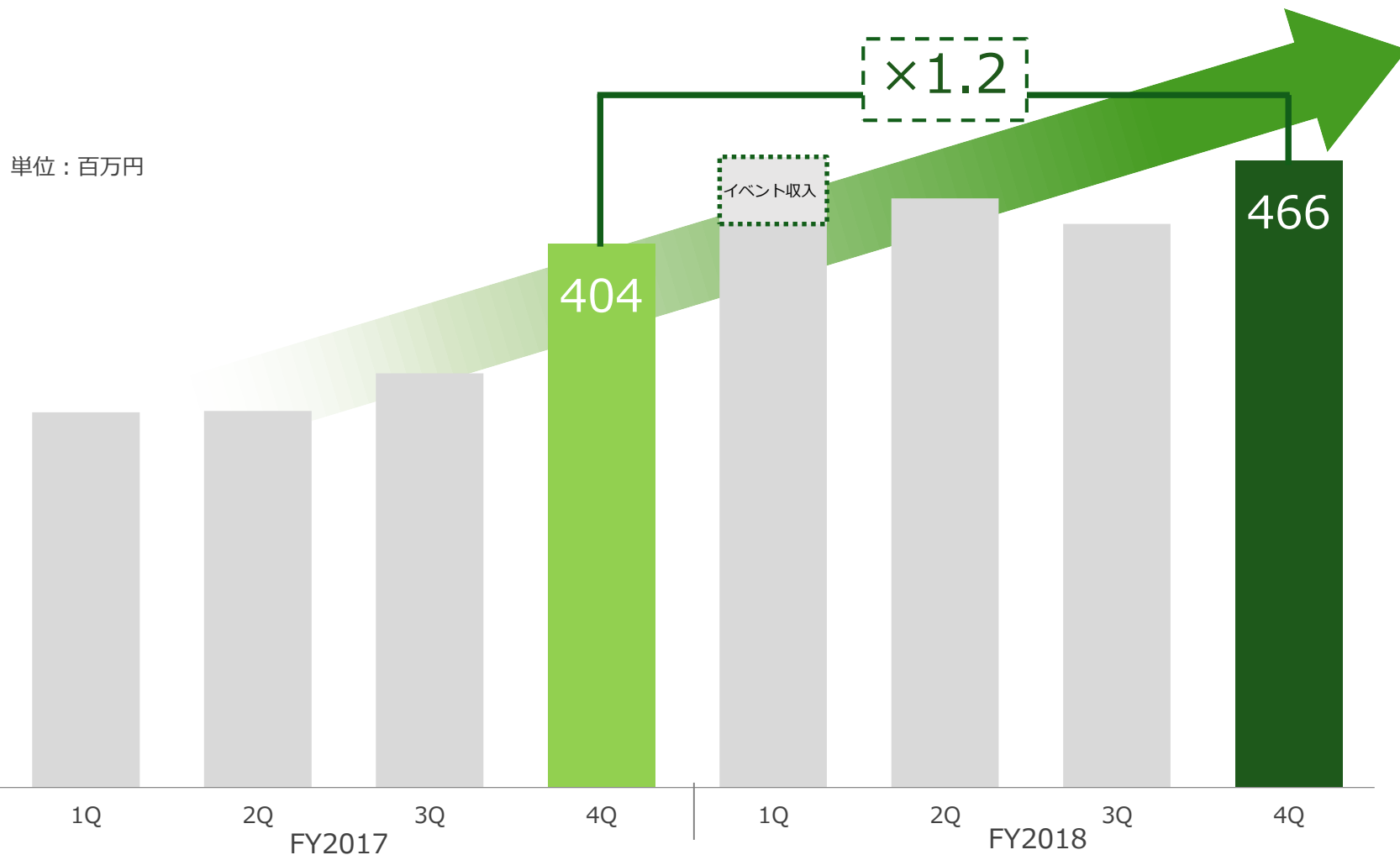
※ 決算発表延期に関するお知らせに記載いたしました一部ソリューション案件については、全額を2018年9月期の売上として計上しております

- 各事業が着実に成長し、四半期売上高の過去最高を更新。



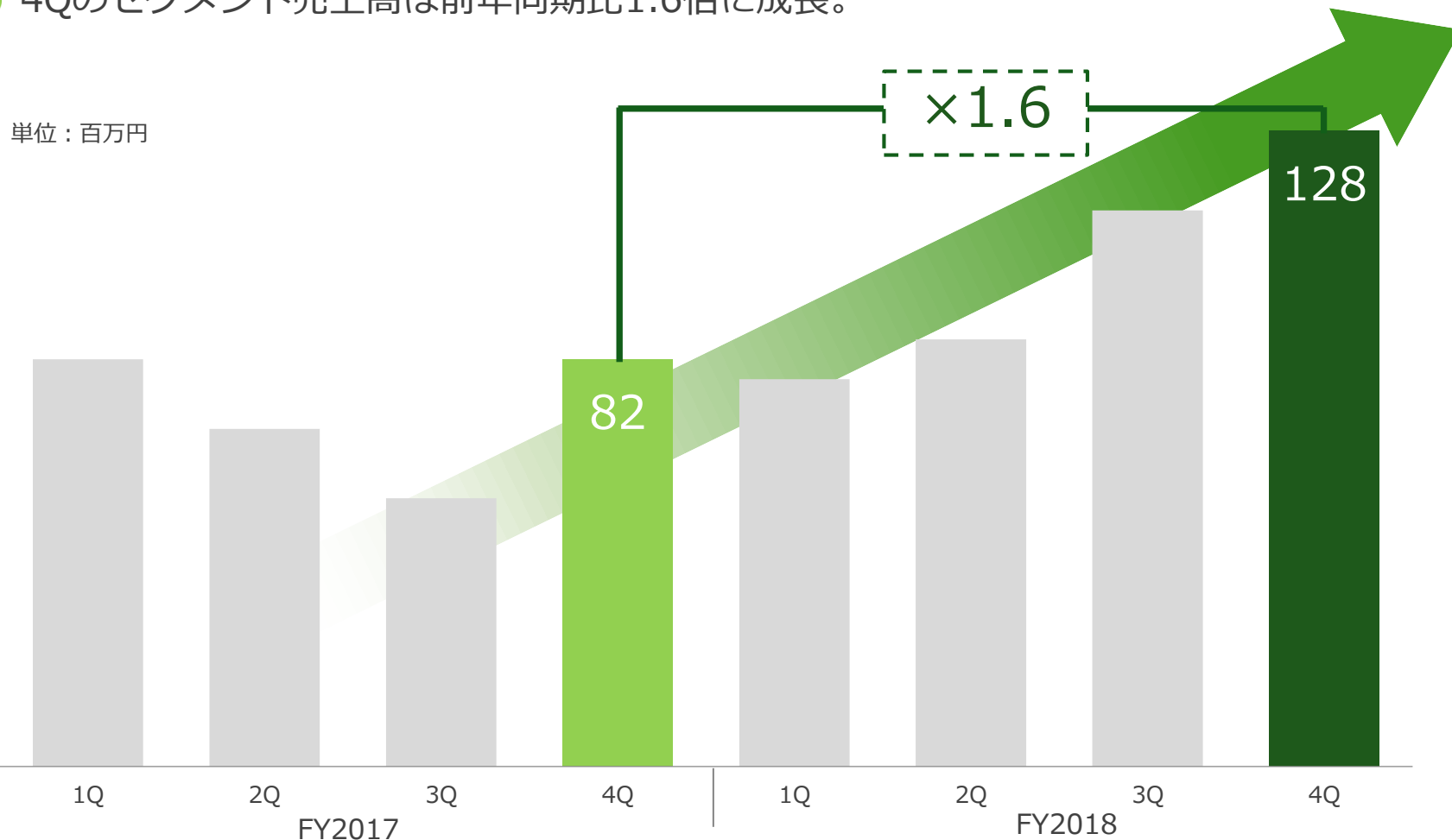
セグメント別売上推移 ～ドクタープラットフォーム事業～

- ソリューション案件を着実に進行させ、前年同期比1.2倍に増収。
- 製薬企業との関係強化で来期も引き続き増収基調が継続。



セグメント別売上推移 ～ヘルスケアソリューション事業～

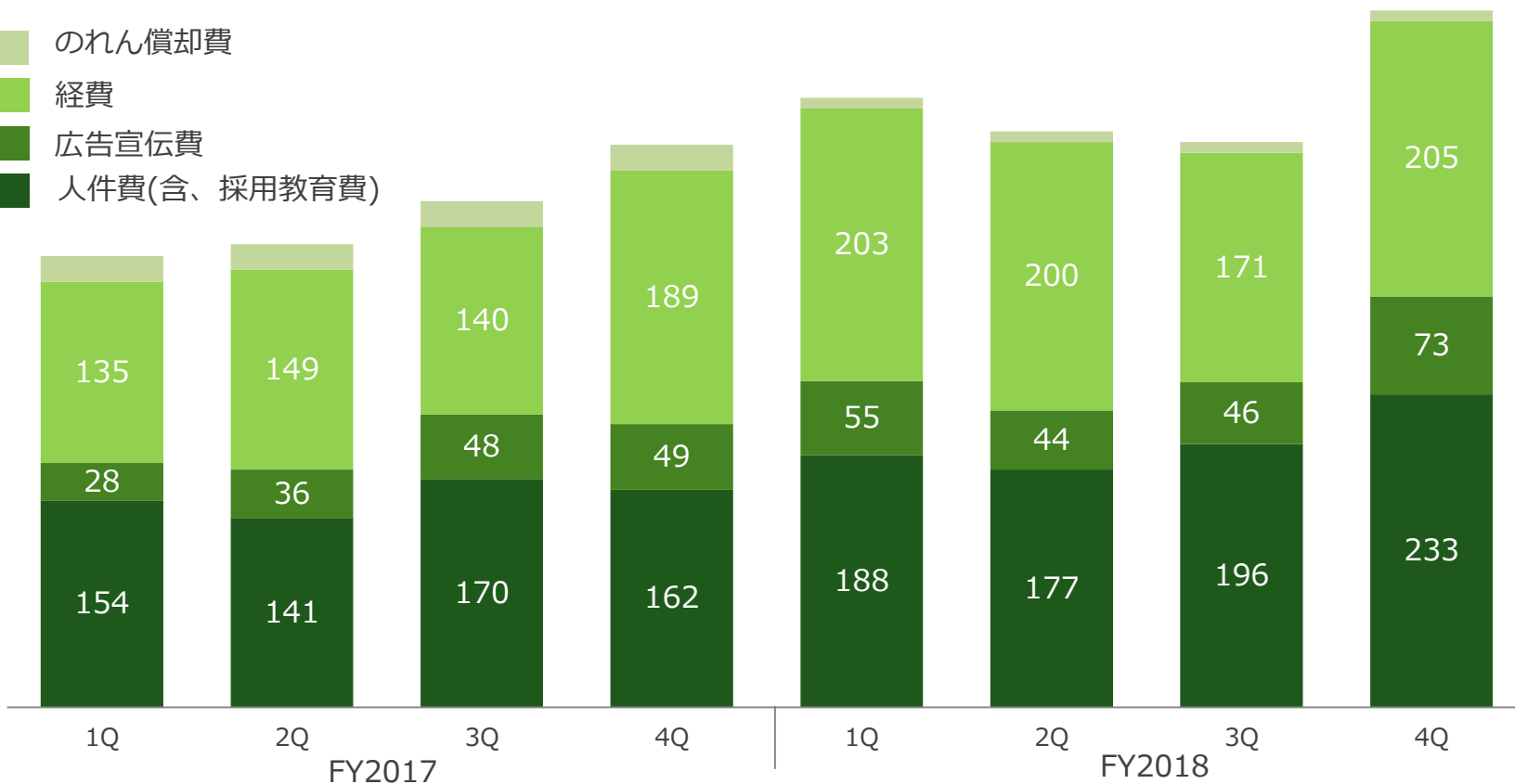
- Mediplatはfirst callの利用企業が増加するなど、成長基盤を確立。
- フィッツプラスも特定保健指導件数が堅調に推移(前年同期比1.4倍)。
- 4Qのセグメント売上高は前年同期比1.6倍に成長。



- エンジニアを中心とした人材確保に向けた投資等により人件費が増加。
- 広告宣伝費はfirst callのマーケティング施策の実施により4Qは一時的に増加。

単位：百万円

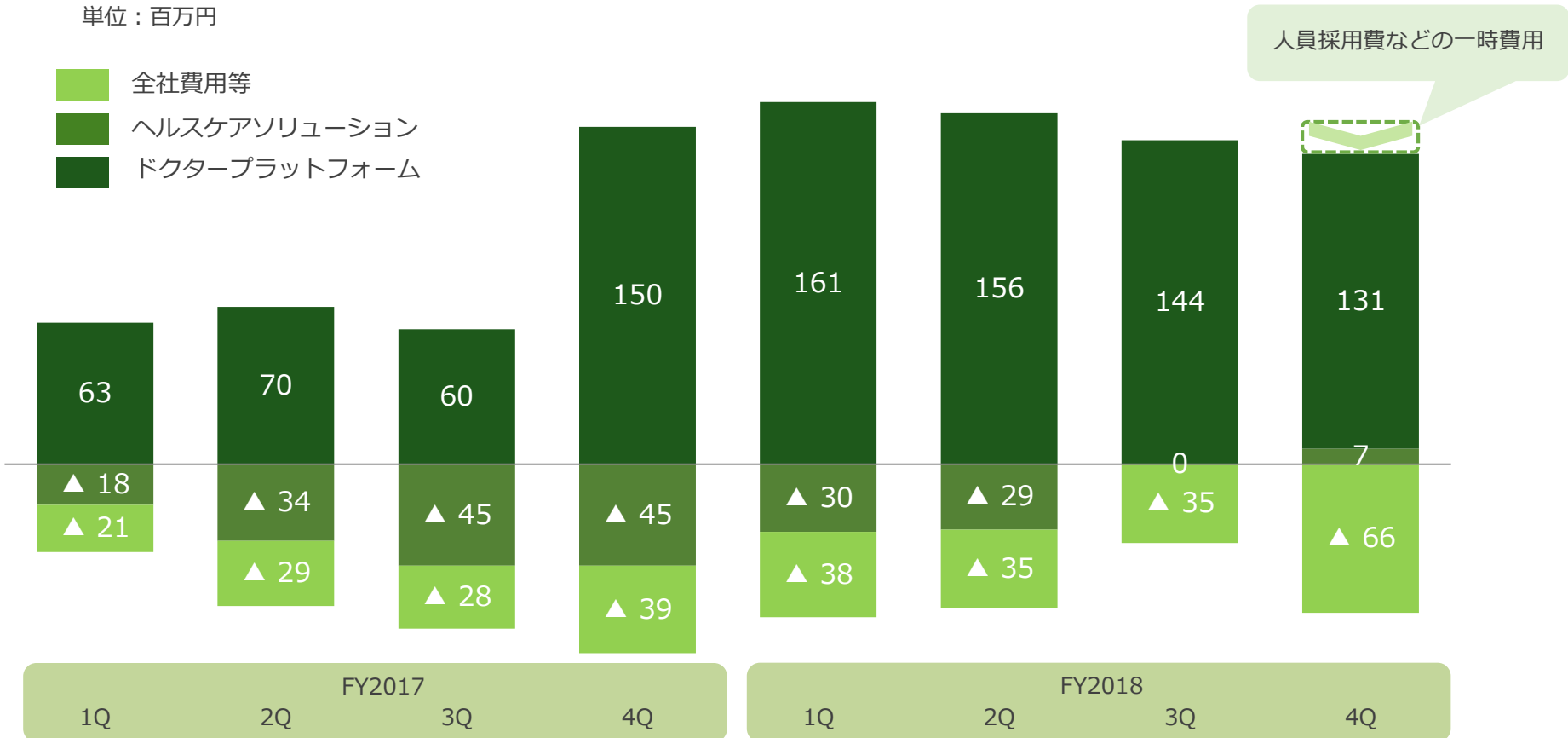
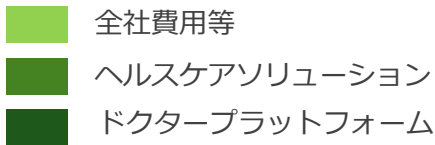
- のれん償却費
- 経費
- 広告宣伝費
- 人件費(含、採用教育費)



セグメント損益の推移

- 4Qにおいて人材確保など、将来に向けた投資を実行する中においても、ドクタープラットフォーム事業は安定した収益を計上。
- first callの収益拡大等により、ヘルスケアソリューション事業も黒字に転換。

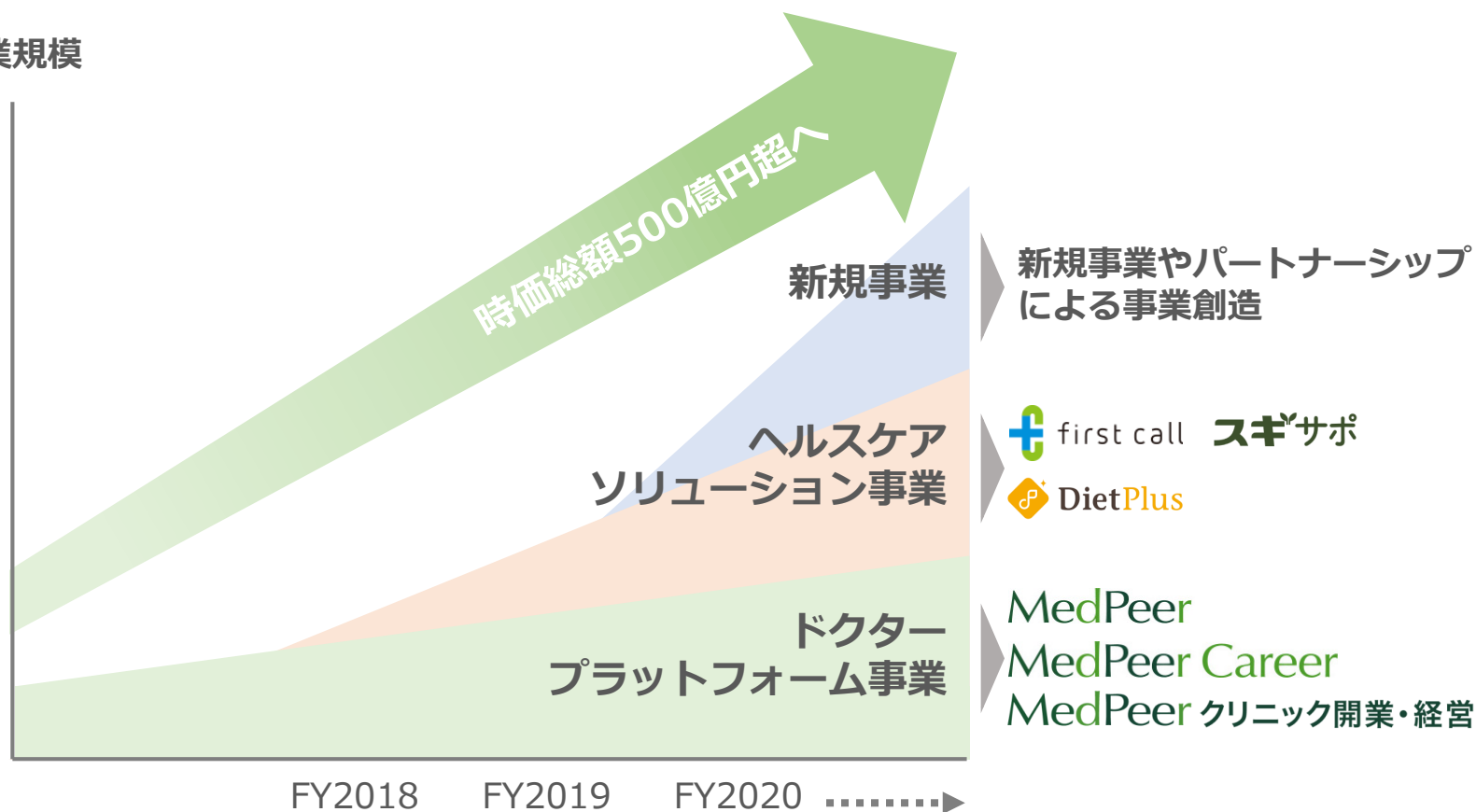
単位：百万円



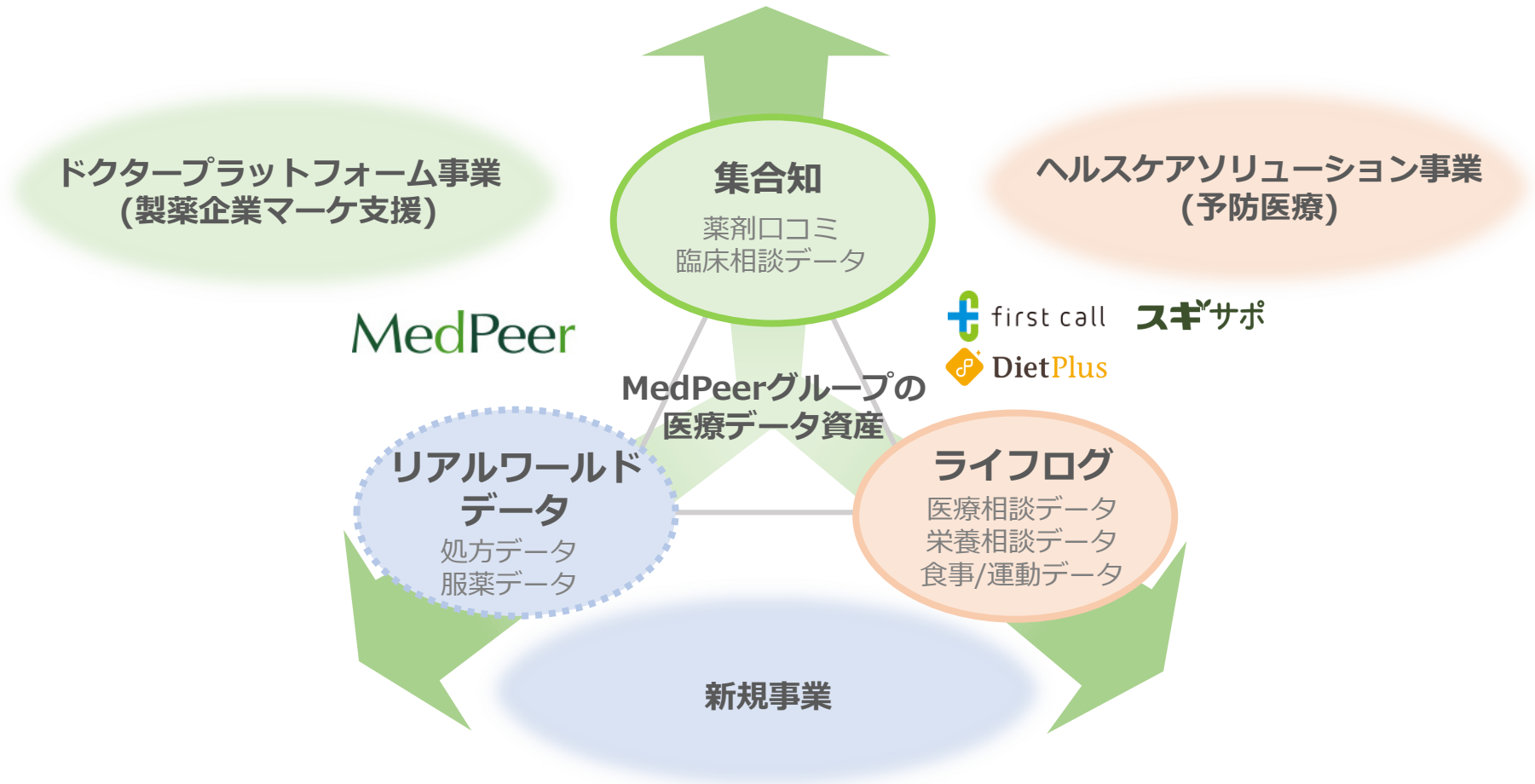
FY2019 計画

- 製薬企業を主要顧客とする「ドクタープラットフォーム事業」、
 予防医療市場を対象とする「ヘルスケアソリューション事業」の既存事業領域に
 第3の事業ドメインを加え、**3事業領域でFY2020に時価総額500億円超を目指す。**

事業規模



- 各事業領域で生まれる医療ビッグデータを、MedPeerの中核事業資産と捉え、データ資産の利活用によるサービス・事業強化を3事業領域共通の戦略に据える。



ドクタープラットフォーム事業

○ 「新生MedPeer」で安定成長を継続

- ✓ 医師会員基盤の拡大
- ✓ 広告配信プラットフォームからマーケティングプラットフォームへの進化
- ✓ 集合知プラットフォームの縦横展開

ヘルスケアソリューション事業

○ 予防医療領域で「第二の柱」を確立し、通期黒字化へ

- ✓ first callの法人向けサービス強化
- ✓ 特定保健指導サービスの強化
- ✓ ライフログプラットフォームの展開開始

新規事業

○ データ資産の利活用やパートナーシップによる事業創造

- ✓ リアルワールドデータプラットフォームの展開
- ✓ 現有資産を活かし、新たなパートナーシップによる新規事業展開

- ドクタープラットフォーム、セルフケアソリューションの両事業は前期同様、高い成長率を維持。
- 新規事業開発や人材確保などを推進するも、今期の利益率は前期並みを想定。来期以降は事業規模の拡大のみならず利益率向上も目指す。

単位：百万円

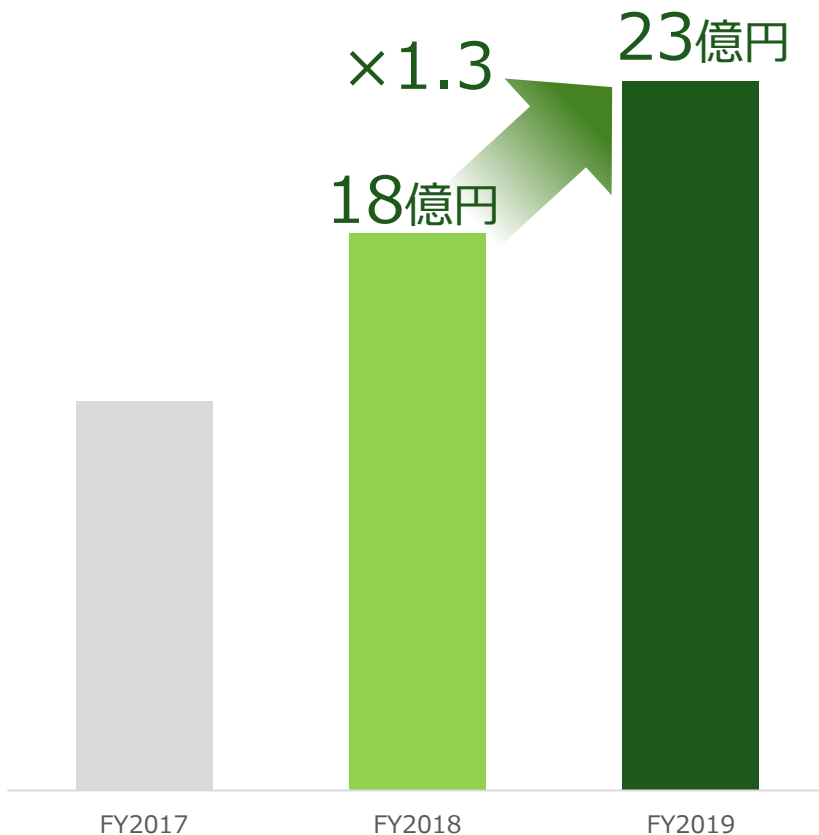
| | FY2018 実績 | FY2019 通期予想 | 増減額 | 成長率 |
|-------|--------------|----------------|-------|--------|
| 売上高 | 2,199 | 3,200 | 1,000 | ×1.5 |
| 営業費用 | 1,831 | 2,660 | 830 | ×1.5 |
| 営業利益 | 367 | 540 | 172 | ×1.5 |
| 営業利益率 | 16.7% | 16.9% | - | +0.2pt |

ドクタープラットフォーム事業

- 医師会員数の拡大とプラットフォーム(PF)の進化・拡大を通じた「新生MedPeer」の実現で、基幹事業としての安定成長を続ける。

売上高計画

主な事業戦略



1. 医師会員基盤の拡大

- ✓ 提携等を通じた非連続な拡大による医師会員基盤の拡大

2. 広告配信PFからマーケティングPFへの進化

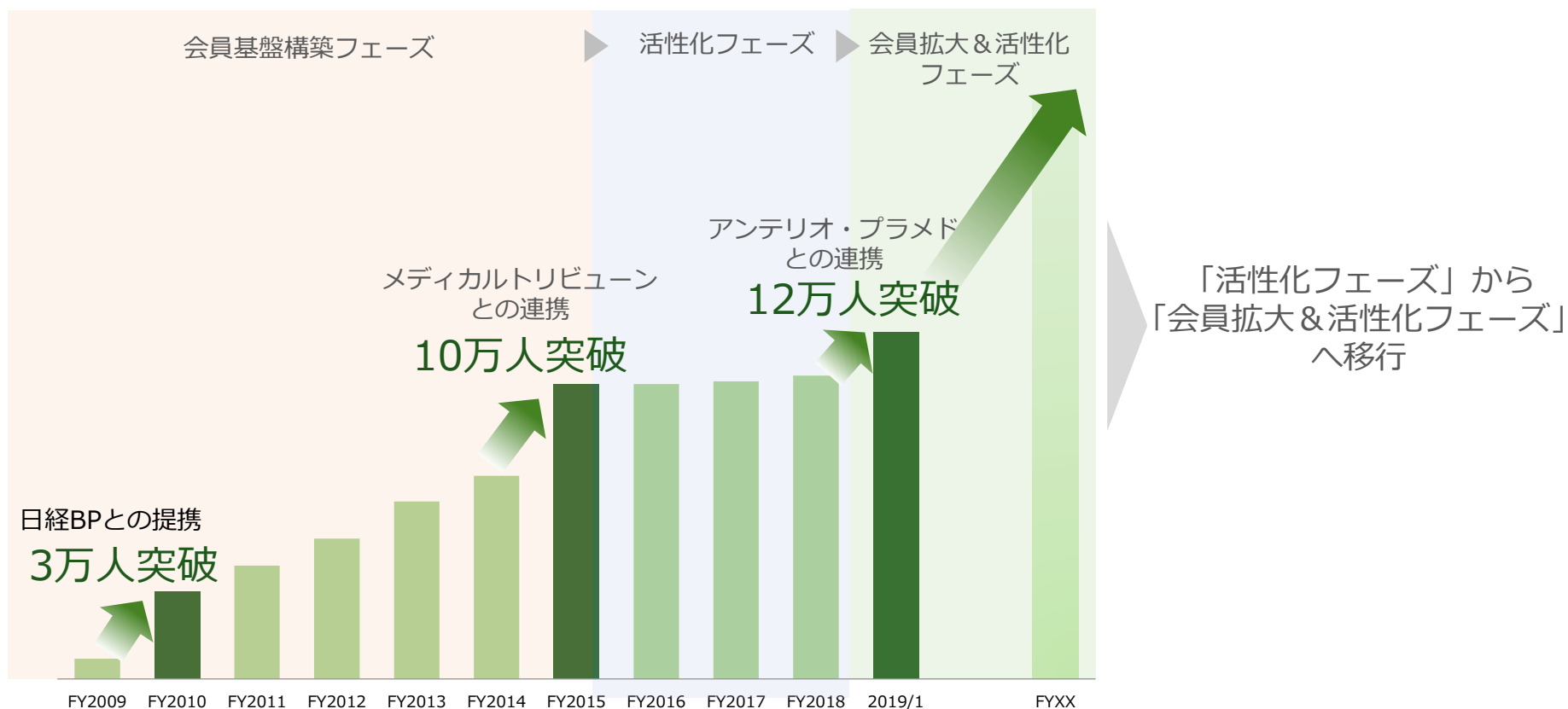
- ✓ 戦略立案・制作機能の保有によるバリューチェーン拡大

3. 集合知PFの縦横展開

- ✓ 薬剤師PF「ヤクメド」の立上げ
- ✓ 開業・経営支援サービスの立上げ

ドクタープラットフォーム事業 ～①医師会員基盤の拡大 医師会員数の推移～

- 既存会員のサービス利用の「活性化」は一定の段階に到達。
- 活性化施策は継続しつつ、今期から提携を中心とした非連続な「医師会員数(※)」の拡大に注力する。



※ 医師会員とは、「MedPeer」が情報配信できる医師であり、MedPeerに登録をする医師会員および提携先の医師会員のことを言います。

- 医師会員数の早期拡大に向けて、医師会員基盤を保有する学会や企業との提携など、**非連続な医師会員数増に繋がる施策に注力して展開する。**

方針

- 医師会員基盤を保有する企業、団体との連携による会員拡大

学会

大学医局

リサーチ会社

人材紹介会社

医療系出版会社

具体例：アンテリオ・プラメドとの提携

- インテージホールディングス傘下で、医療・ヘルスケア領域におけるマーケティングリサーチ事業を行うアンテリオ・プラメドと業務提携。双方の医師会員連携を端緒に共同事業の展開を行う。
- 本連携により、MedPeerの医師会員数(※)は12万人を突破。



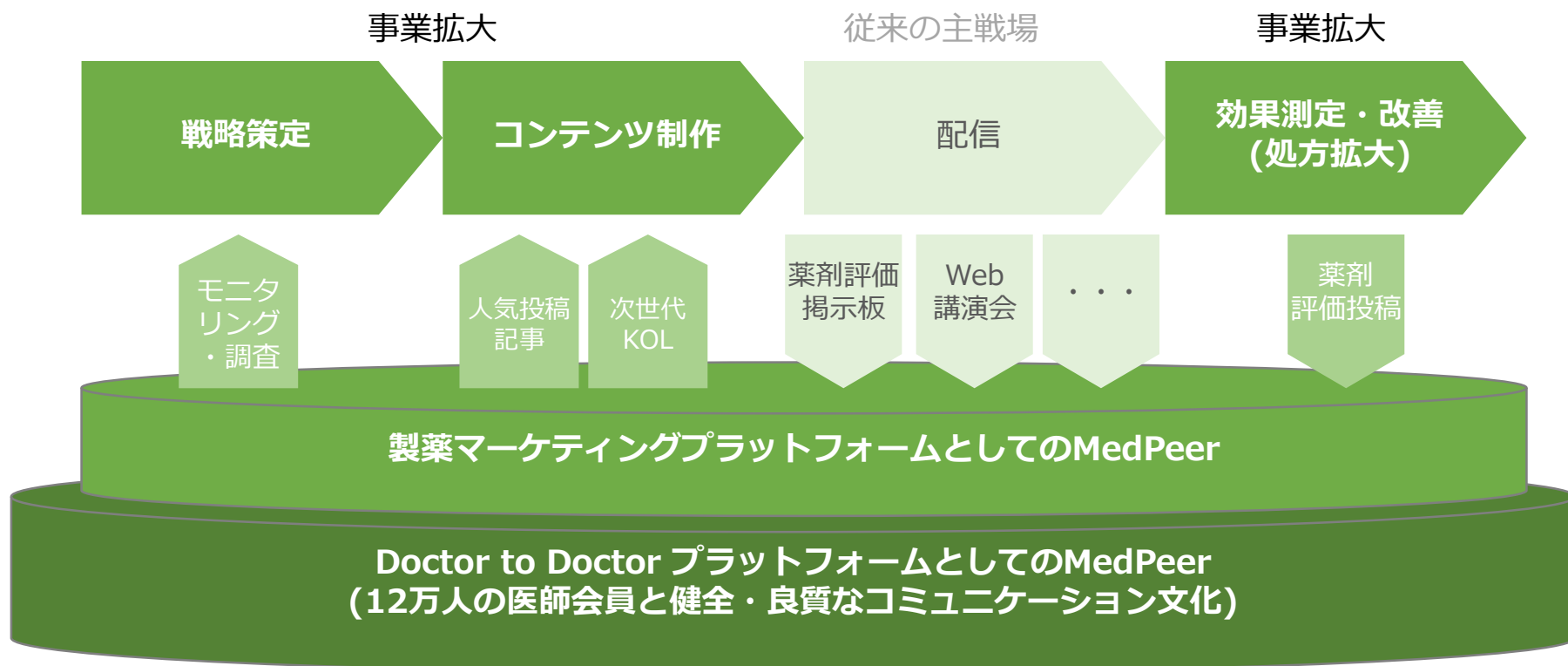
医師会員連携(医師会員数：12万人超)

バリューチェーン構築

共同商品開発

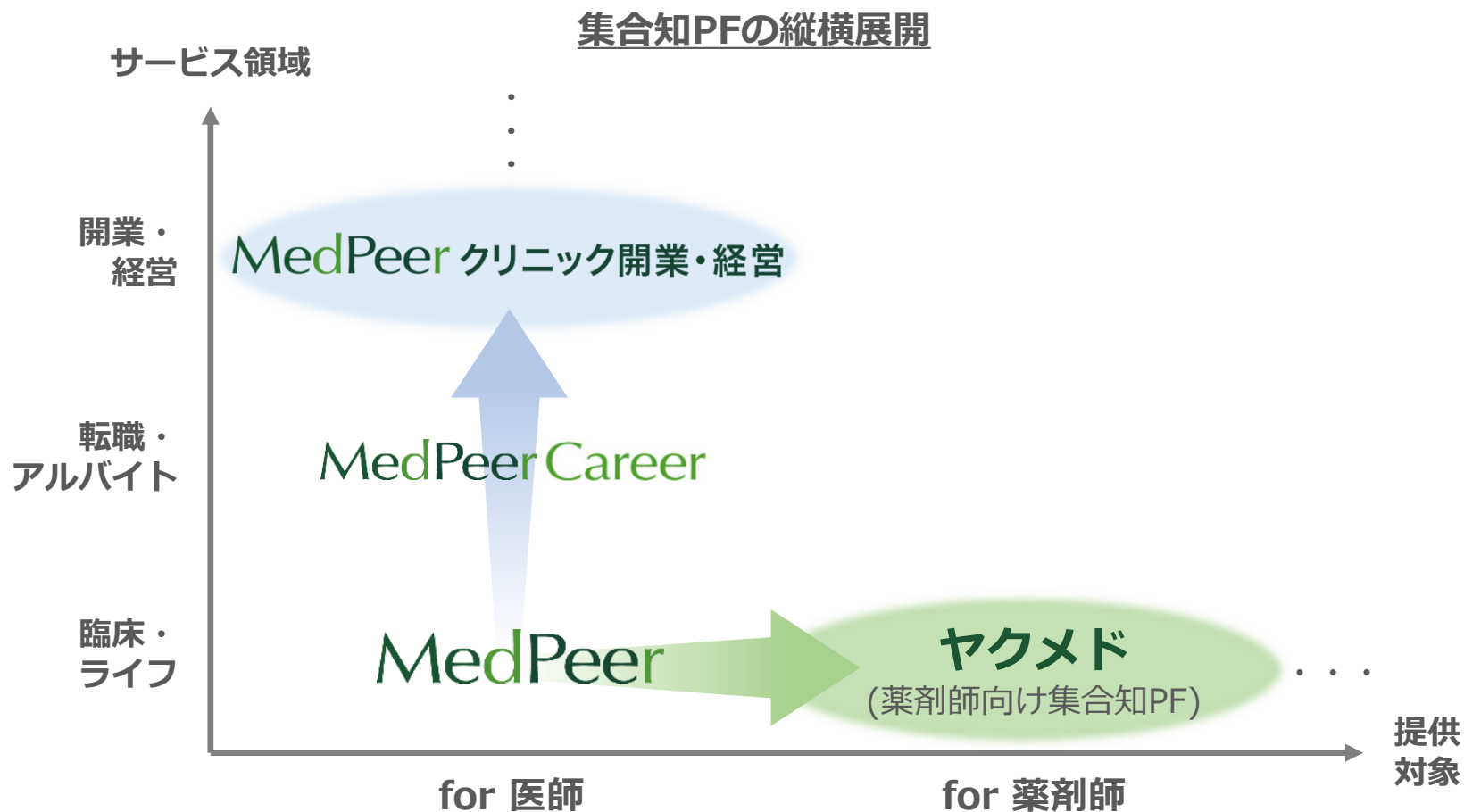
※ 医師会員とは、「MedPeer」が情報配信できる医師であり、MedPeerに登録をする医師会員および提携先の医師会員のことを言います。

- コンテンツ制作チームを新設するとともに、アンテリオ・プラメドとの提携などを通じて新サービス開発を推進し、製薬マーケティングのバリューチェーンをカバー。
- 健全・良質なコミュニケーション文化が浸透しているMedPeerだからこそ得られる評価データ、投稿記事、インフルエンサー情報(次世代KOL※)をフル活用する。



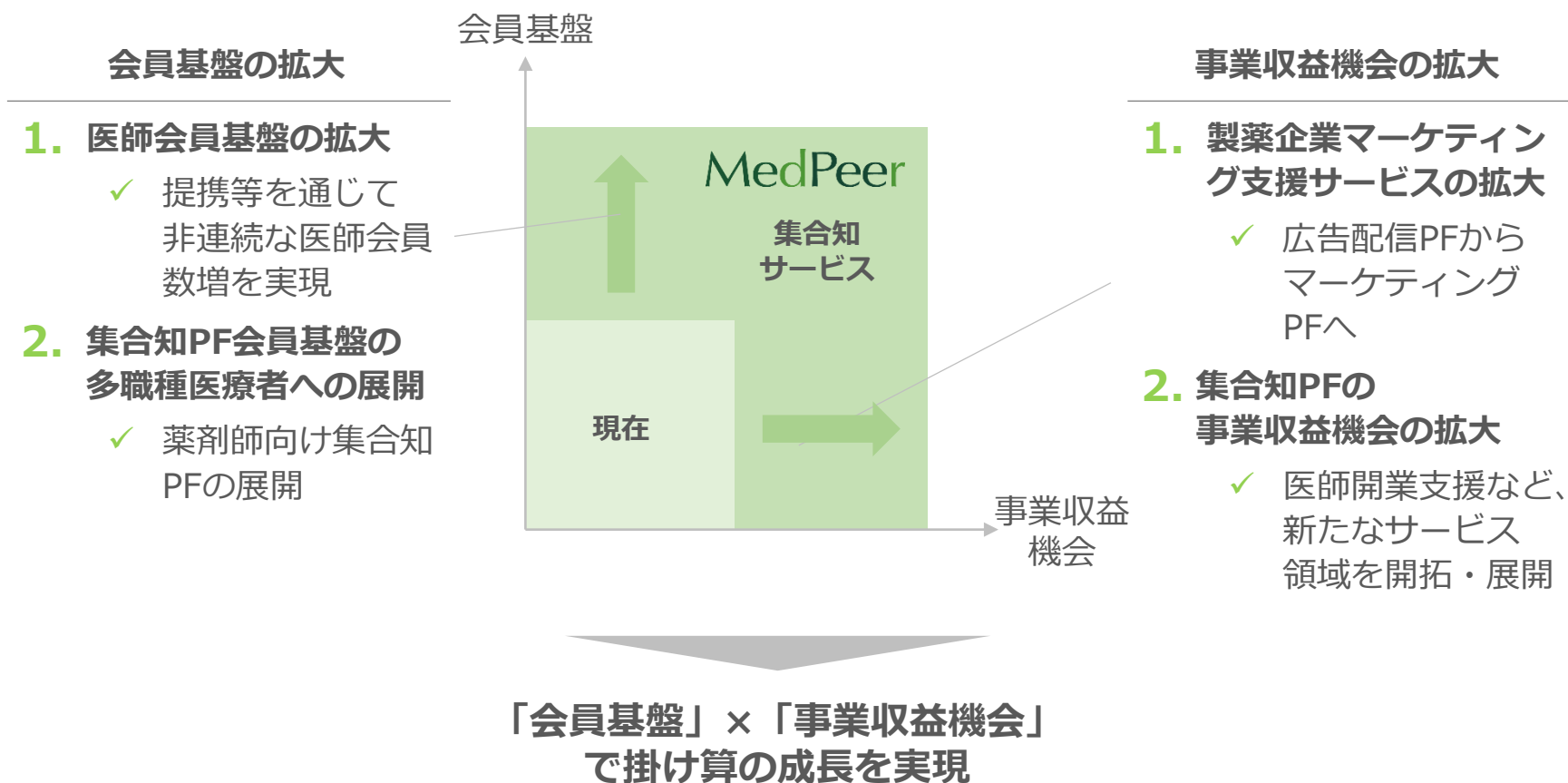
※KOLはKey Opinion Leaderの略で、医療業界で多方面に影響力を持つ医師のことを指します。

- 新たに開業希望医を対象とした集合知PF「MedPeerクリニック開業・経営」と薬剤師を対象とした集合知PF「ヤクメド」を展開。
- MedPeerの集合知PFを縦横展開し、事業展開領域を拡大していく。



- 集合知PFの「**会員基盤**」拡大と、集合知PFによる「**事業収益機会**」強化・拡大の両輪の戦略推進で「**新生MedPeer**」を実現。

「新生MedPeer」の実現に向けた戦略イメージ

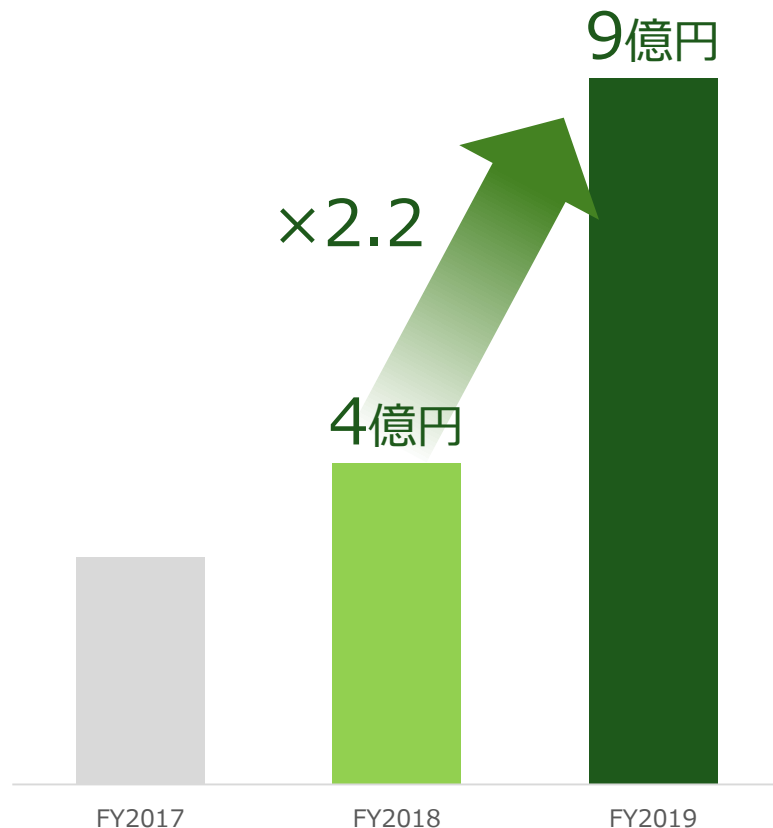


ヘルスケアソリューション事業

- 前期にその礎を築いた、**スギ薬局との共同事業**／**first call法人向け事業**／**FitsPlusの特定保健指導事業**の3事業を、**確かな収益事業**に育てていく。

売上高計画

主な事業戦略



MEDIPLAT

1. first callの法人向けサービス強化

- ✓ オンライン産業医／ストレスチェックサービス展開で企業の「健康労務管理ソリューション」に

FitsPlus

2. 特定保健指導サービスの強化

- ✓ 市場成長スピードを凌駕する事業成長を実現する戦略展開と管理栄養士体制の構築

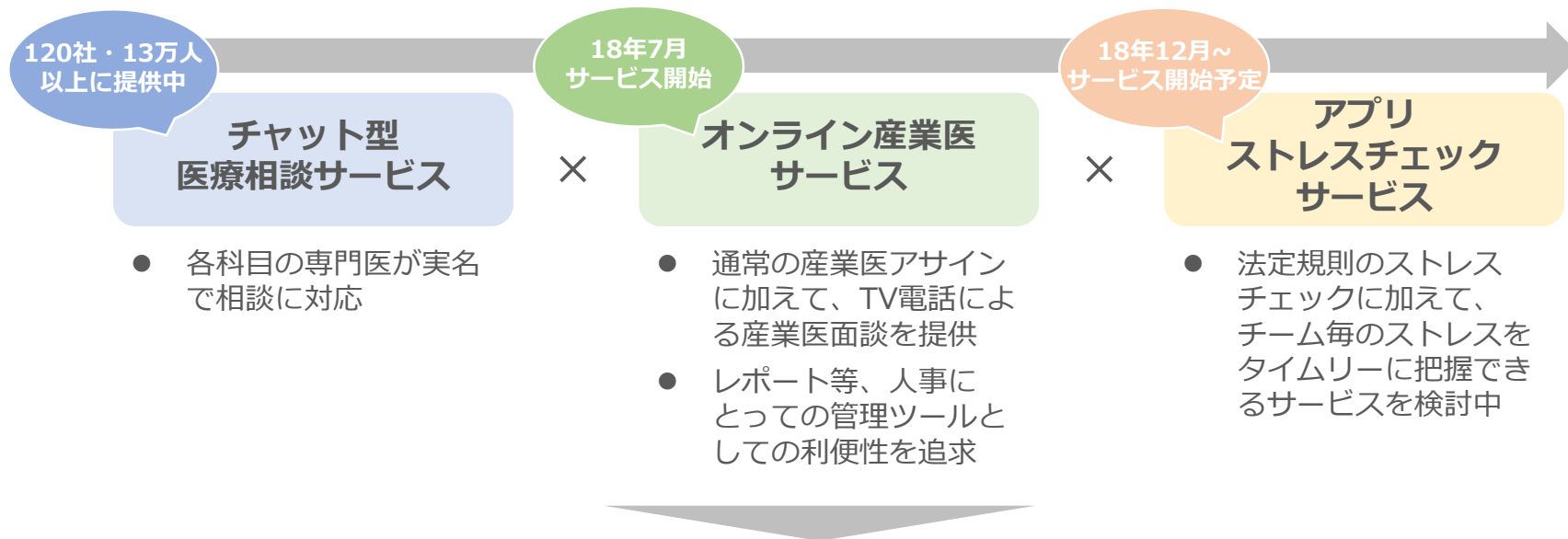
MEDIPLAT

3. ライフログPFの展開開始

- ✓ スギ薬局の店舗網や他のパートナー企業が有する顧客接点を生かしたセルフケアサービスの展開

- 来春の働き方改革関連法施行を見据え、企業における健康労務管理ソリューションに対するニーズが急速に高まっている。
- first call法人向けサービスは、**医療相談サービス、オンライン産業医サービスにストレスチェックサービス**を加え、**企業の「健康労務管理ソリューション」へと進化**する。

first call 法人向けサービスの進化



企業の「福利厚生サービス」から「健康労務管理ソリューション」へ

- FitsPlusの強みであるIT利活用の更なる追及と、管理栄養士体制の強化で、市場成長を凌駕する事業成長を実現していく。

特定保健指導サービスの強化と成長

市場の成長

国の特定保健指導
実施率目標

2016

2023

18%

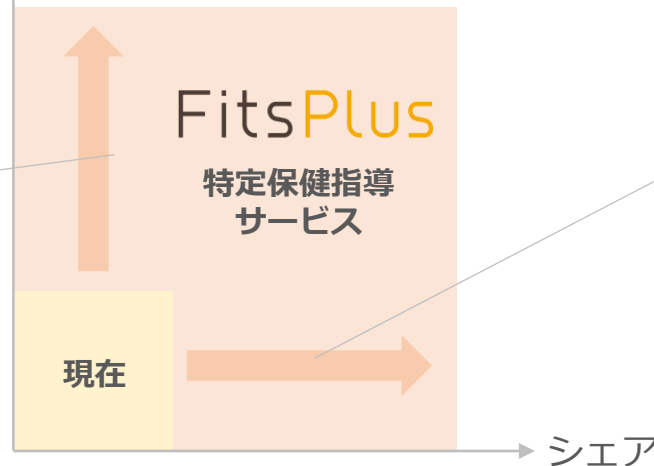
45%

実施率向上に向けた国の取組み

特定保健指導プログラムの実施要件の多様化(指導期間の短縮化、ICT活用、モデル実施等)
保険者インセンティブの設定・健康スコアリングレポート配布開始

厚生労働省 「2016年度特定健康診査・特定保健指導の実施状況について」より当社作成

市場規模



シェアの拡大

FitsPlusによる
特定保健指導の強み

ITの徹底利活用

管理栄養士の質

オペレーションの質

シェア拡大に向けた施策

1. IT利活用による保険者／事業所側の負担軽減への注力
2. 重症化支援プログラム連携などによるサービス高度化
3. 管理栄養士採用・育成基盤の構築

「市場成長」×「シェア拡大」
で掛け算の成長を実現

- 食事・歩数記録アプリは、生活記録を元にOne to Oneマーケティングを可能にする「ライフログPF」として、広くパートナー企業へと展開をしていく。

スギ薬局での展開

スギサポ deli



スギサポ eats
スギサポ walk



1,000店舗／年間来店者2億人の顧客接点

パートナー企業への展開

eats/walkサービスのPF展開



...

各企業が持つ様々な形での顧客接点

購買記録

歩数記録

食事記録

ライフログ×AI

来店記録

閲覧記録

その他

ライフログデータをもとに、利用者にパーソナライズされた
One to Oneマーケティングが可能なプラットフォームを構築

Appendix

Supporting Doctors,

Helping Patients.

MedPeerのドクタープラットフォームを
基盤として医師や医療現場を支援

健康増進・予防などの
コンシューマー向けヘルスケア支援

ドクタープラットフォーム事業

ヘルスケアソリューション事業

MedPeer MedPeer Career

MedPeer クリニック開業・経営

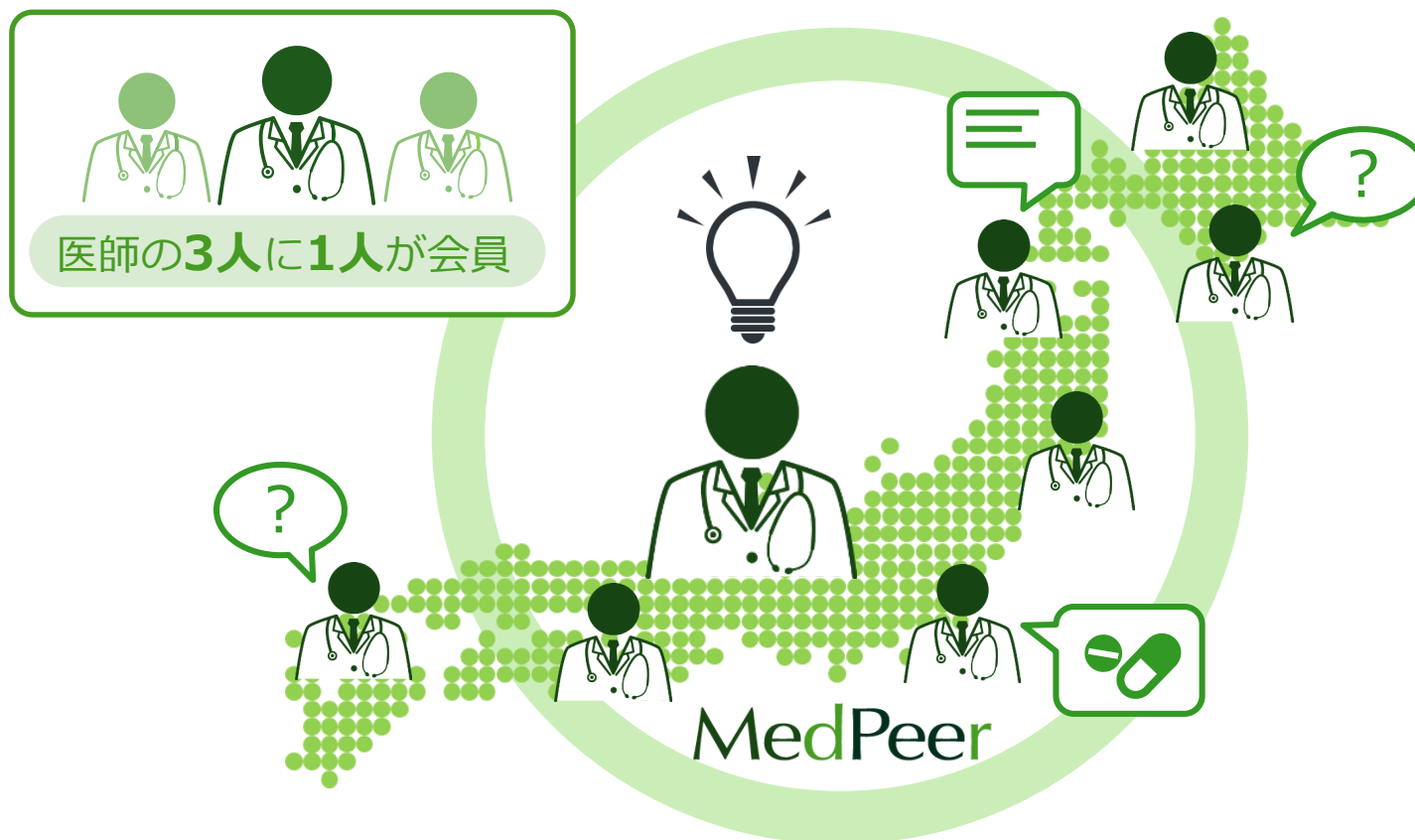


first call DietPlus

スキサポ

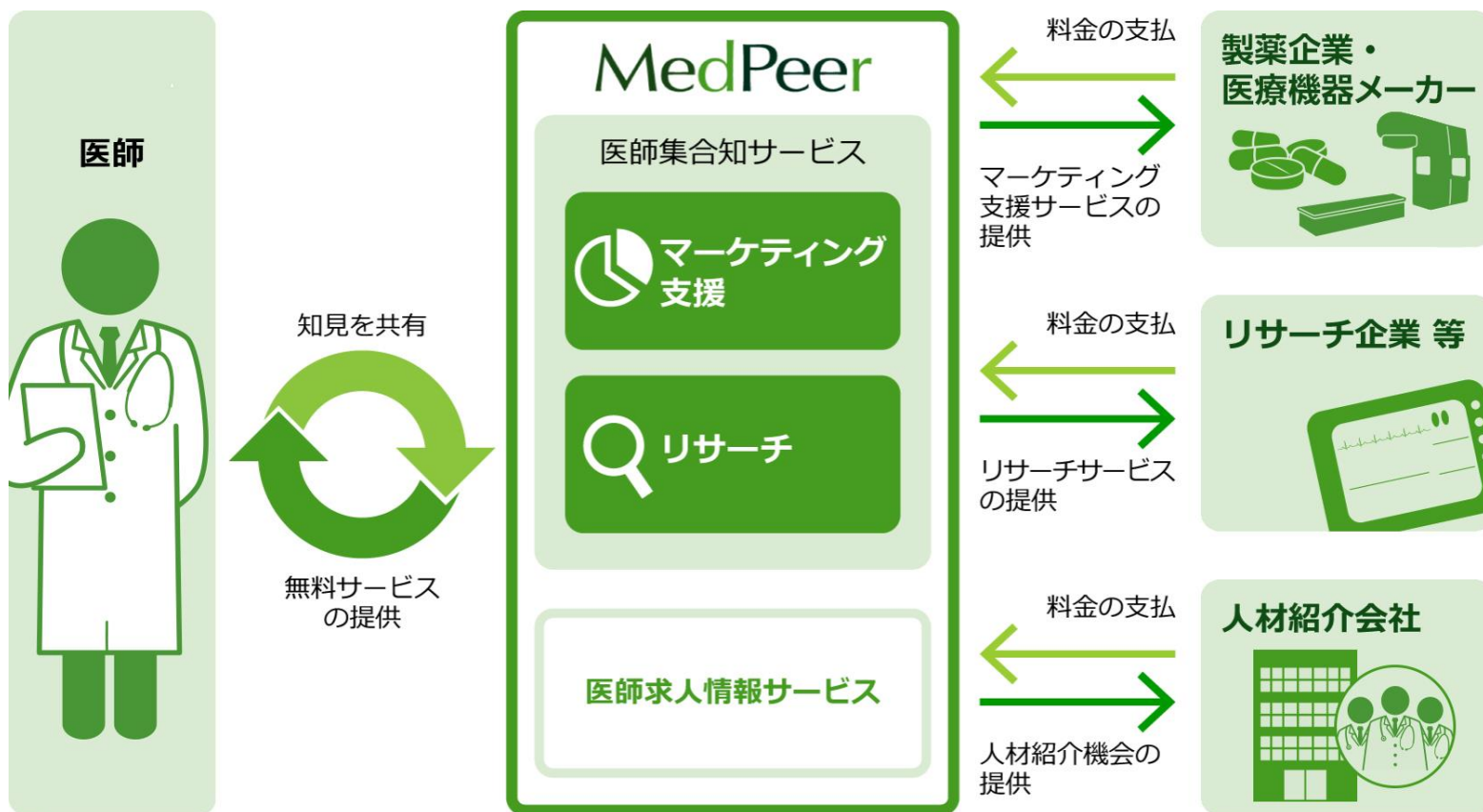
12万人以上の医師が地域や専門を越えて、臨床経験を共有するオンラインPF

1人の医師が目の前の患者の治療に迷ったとき、MedPeerが全国の医師の「集合知」を提供することで、最適な治療法を見つけることをサポート。



主要顧客は製薬企業

- 医師会員は無料でサイトを利用可能。
- 製薬企業等のマーケティング支援料が主な収益源。



薬剤や症例など、多様なテーマで医師同士が臨床経験を共有

薬剤評価掲示板

口コミ件数57万件以上。医師同士で薬剤の処方実感を口コミ共有。



FORUM(掲示板)

臨床からキャリア、プライベートまで医師同士の自由な意見交換。



症例相談 (Meet the Experts)

450名以上のエキスパートが臨床の疑問を解決。



FORUM Survey

3,000件以上の回答が集まる医師への大規模アンケート調査。



症例検討会

有名臨床研修指定病院の症例で、鑑別診断をトレーニング。



MedPeer朝日ニュース

朝日新聞による全国の医療関連ニュースを医師向けに配信



医師および管理栄養士の専門家ネットワークを活用した健康/予防領域への取り組み



医師によるオンライン医療相談プラットフォーム

- 日常生活における自身や家族の身体の悩みについて、チャットやテレビ電話でいつでもどこからでも医師に相談。
- 一般内科や小児科、産婦人科、精神科など幅広い相談科目で、約50名の医師が実名で相談に回答。
- 個人利用は月額540円で何度でも相談可能。法人向け、健康保険組合向けプランも展開。



チャットで気軽に相談

テレビ電話でじっくり相談



管理栄養士による食事コーディネートサービス

- 管理栄養士による対面カウンセリングとアプリによる毎日の食事指導で、独自の特定保健指導を展開。
- コンシューマー向けには、ラボ(店舗)にて、経験豊富な管理栄養士による体組成と食生活診断で、一人ひとりに最適なダイエットプランを作成。
- 専用アプリで毎食の写真を撮って送るだけで、専任トレーナーから食事のアドバイスを受けられる。



管理栄養士が個別カウンセリング



専用アプリで
毎食アドバイス



アプリ自動連携の
体組成計も販売

オンライン医療相談プラットフォームとして、法人向けを中心に展開

コンシューマー向け

(医療相談)

- 月額540円(税込)でチャットとテレビ電話で何度でも医師に相談可能。
- 幅広い相談科目で、日常的なからだの悩み相談からセカンドオピニオンとしての利用も。



企業向け

(医療相談)

- 従業員の健康増進・休職者対策として、法人向けプランを展開。
- 海外駐在員向けには、プレステージ・インターナショナルと提携。海外赴任中の健康不安や悩みに日本の医師が対応。



医療機関向け

(遠隔診療)

- 北里大学東洋医学総合研究所の漢方外来に遠隔診療システムを導入。
- 最先端の漢方医療を求めて全国から集まる患者に、より便利に最適な医療を提供。



北里大学東洋医学総合研究所
Kitasato University Oriental Medicine Research Center

健康保険組合向け

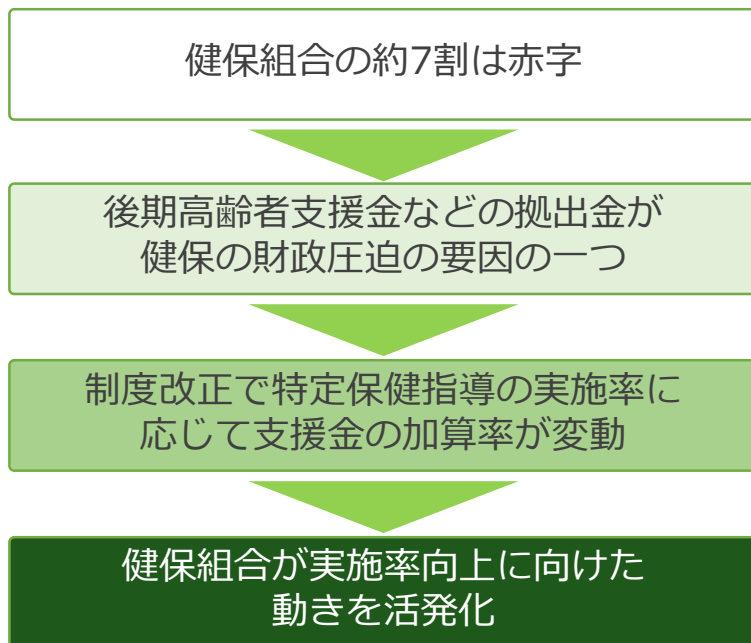
(検査・医療相談)

- 特許取得の在宅血液検査キット「DEMECAL」と健保組合向けのサービスで業務提携。
- 組合員は、自宅で血液検査を受けながら、専用サイト内で結果の閲覧と医師への相談が可能。



- 特定保健指導実施者は対象者の約18%。
- 厚労省は実施率向上施策の一つとして、特定保健指導の実施率に応じて後期高齢者支援金の加算率の見直しを実施。
- 実施率向上によって、特定保健指導の顕在市場が拡大すると想定。

健保組合の実施率向上インセンティブ



特定保健指導の市場規模



出所:厚生労働省「特定健康診査・特定保健指導の実施状況に関するデータ」より当社試算

管理栄養士ネットワークを活用したサービスを展開



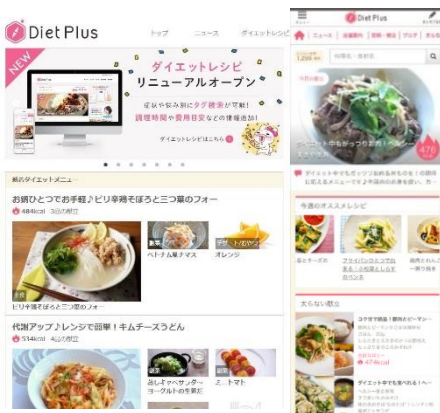
DietPlus

約1,500名の管理栄養士ネットワーク

メディア

送客エンジン・広告事業

▼メディア、アプリでの広告事業/ラボへの送客



コンシューマーサービス

食事トレーニングサービス提供

▼実店舗(ラボ)、アプリでの食事トレーニング事業



対面とアプリを組み合わせ
わせて展開

健康保険組合、企業

健康増進、予防サービス ソリューション提供

▼特定保健指導

▼健康管理ツール販売



<本資料の取り扱いについて>

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動する可能性があります。

従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性がありますことを、予めご了承ください。