

# FY2023 売上高150億円達成に向けた進捗と グループ中長期展望

---

メドピア株式会社(6095)

## Mission

－存在意義－

---

**Supporting Doctors, Helping Patients.**

**医師を支援すること。そして患者を救うこと。**

## Vision

－実現したい姿－

---

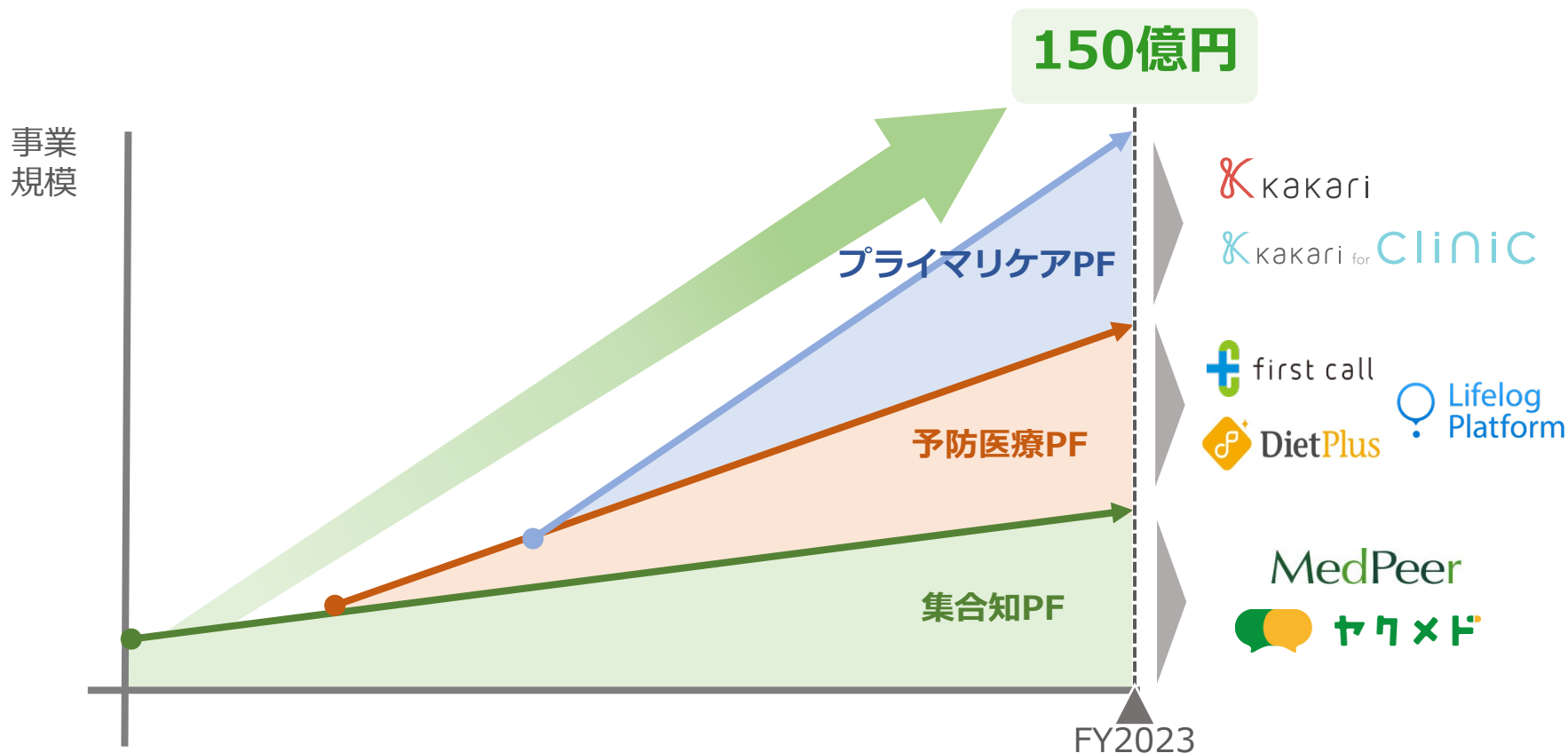
**集合知により医療を再発明する。**

- 展開する事業群は、医師・薬剤師の会員サービス「**集合知プラットフォーム事業**」、薬局やクリニックが自らのCRMアプリを簡単に構築できる「**プライマリケアプラットフォーム事業**」、主に健康保険組合や企業の人事部門をクライアントに持つ「**予防医療プラットフォーム事業**」の3つ。

	サービス名	事業内容
ドクタープラットフォーム		<ul style="list-style-type: none"> <li>製薬会社マーケティング支援事業</li> <li>医療機器マーケティング支援事業</li> <li>人材紹介関連事業</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>薬局向けアプリサービス事業</li> <li>クリニック向けアプリサービス事業</li> <li>オンライン診療事業</li> </ul>
ヘルスケアソリューション		<ul style="list-style-type: none"> <li>特定保健指導事業</li> <li>産業保健支援事業</li> <li>予防医療サービス/広告事業</li> </ul>

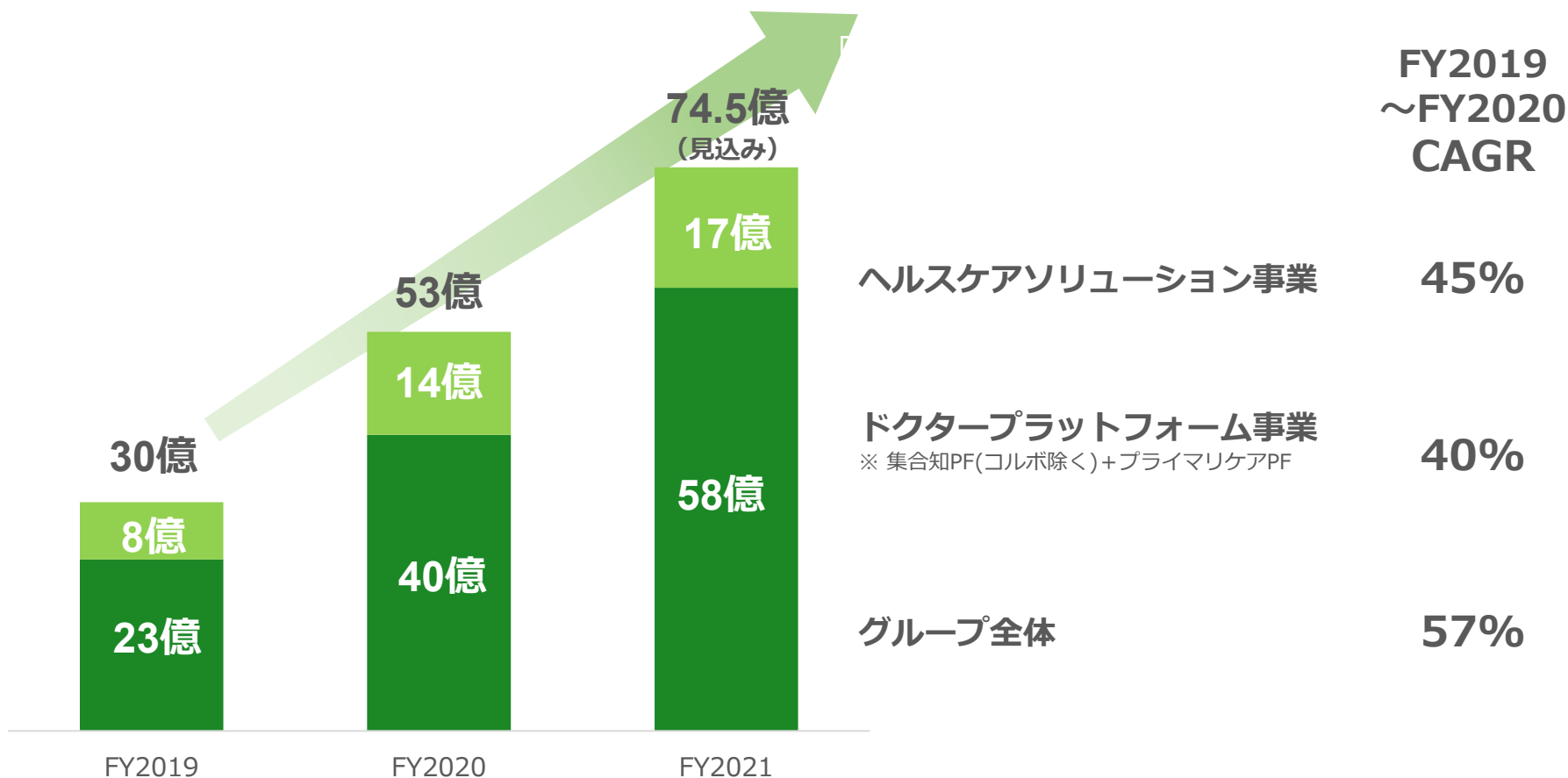
# FY2023 売上高150億円 達成に向けた進捗

- 「集合知プラットフォーム事業」で安定的な成長基盤を創りつつ、「予防医療プラットフォーム事業」を二つ目の安定基盤として確実に積み上げる。
- 「プライマリケアプラットフォーム事業」を三つ目の柱とすべく、積極投資を推進。
- 既存事業が順調な成長を続けており、**150億円達成に向けて計画線通り進行中。**



# FY2023売上高150億円の達成に向けた進捗 ～CAGR40%以上の成長を実現～

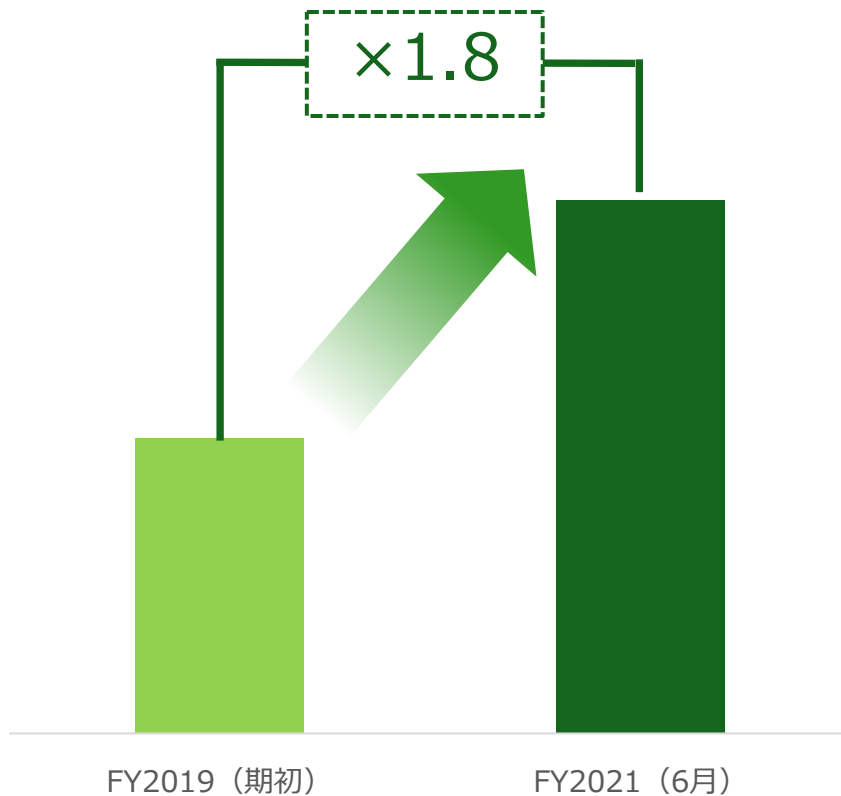
- FY2019以降これまで、FY2020にグループ化したコルボの影響を除いてもドクタープラットフォーム事業、ヘルスケアソリューション事業ともに計画線を上回るCAGR40%以上の成長。



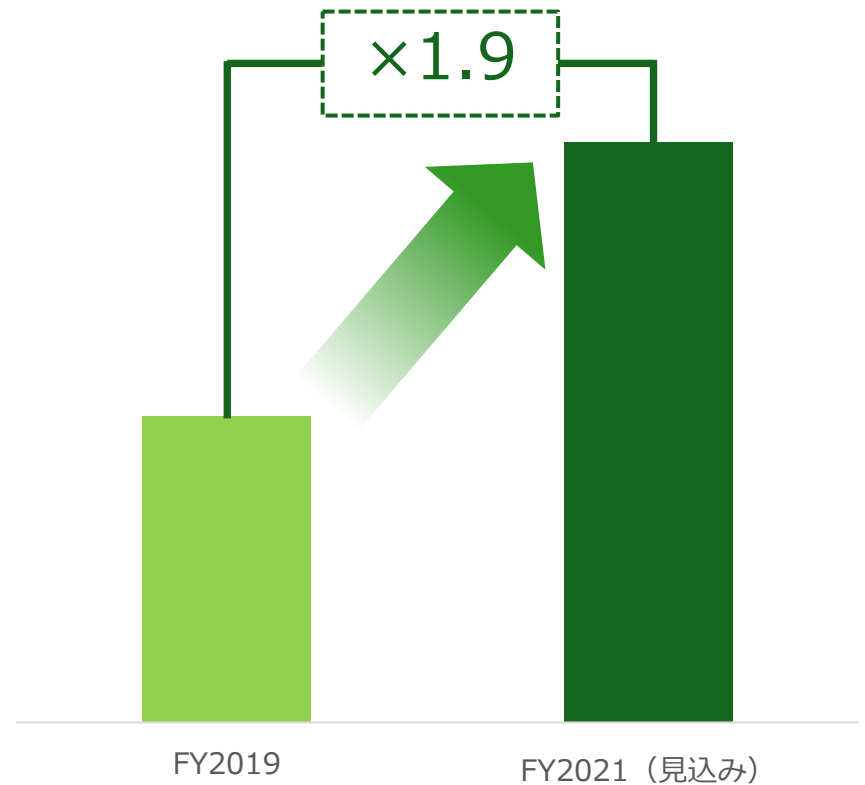
# FY2023売上高150億円の達成に向けた進捗 ～集合知PF事業の主要KPI～

- コロナ禍においてオンラインでの医師の情報収集ニーズ、製薬企業の情報提供ニーズが拡大。当事業のビジネス基盤であるサイト活性度、取引アカウント数がともに伸長。

### メドピアサイト活性度（月間PV数）



### 年間取扱い広告製品数（薬剤評価掲示板）



# FY2023売上高150億円の達成に向けた進捗 ～「みんなコレ！」の事業譲受により医師会員数は14万人に～

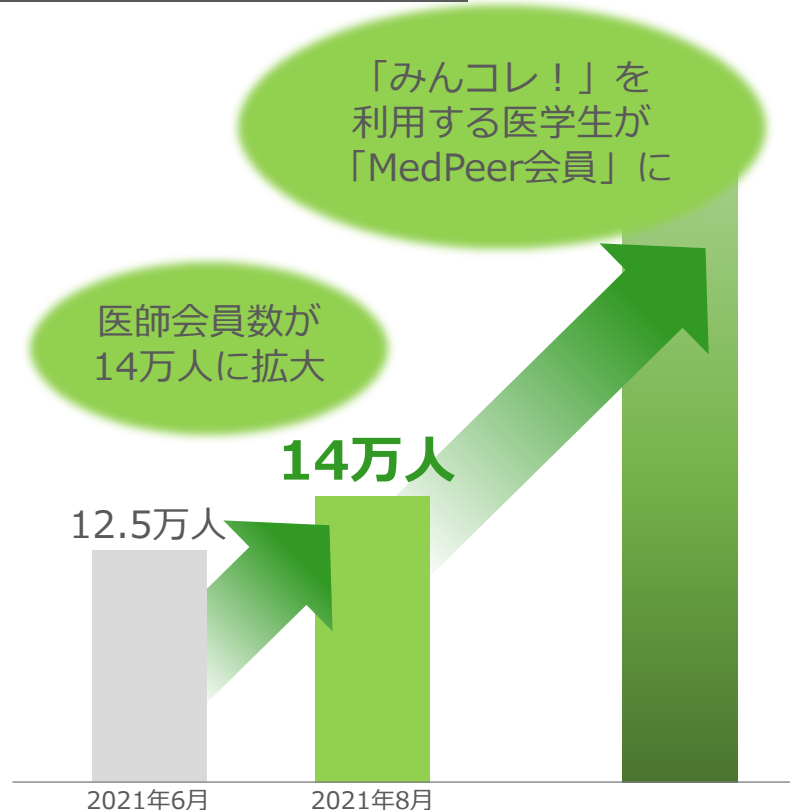
- 医学生学習支援プラットフォーム「みんなコレ！」を事業譲受。
- 会員統合により、MedPeer医師会員数が14万人に拡大。
- 今後も、医師国家試験を受験する医学生が毎年「みんなコレ！」を通じてMedPeer会員となるため、継続的な医師会員獲得が実現。

## 「みんなコレ！」の事業譲受に伴う医師会員の増加




医師国家試験当日に医学生が入力する解答をもとに、正解を予測することで、医学生が高精度な自己採点を行えるサービス

8月31日付で  
事業譲受

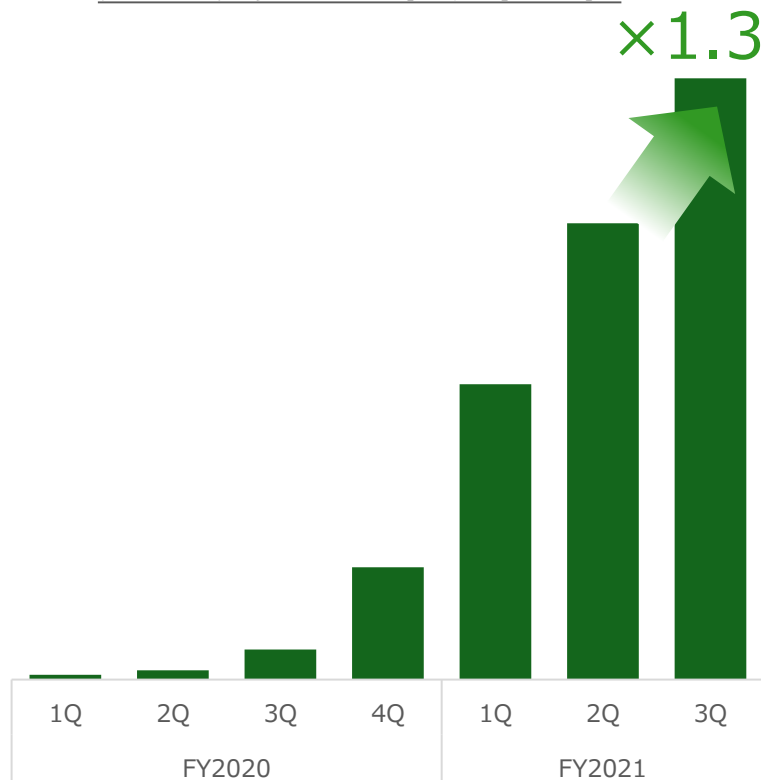




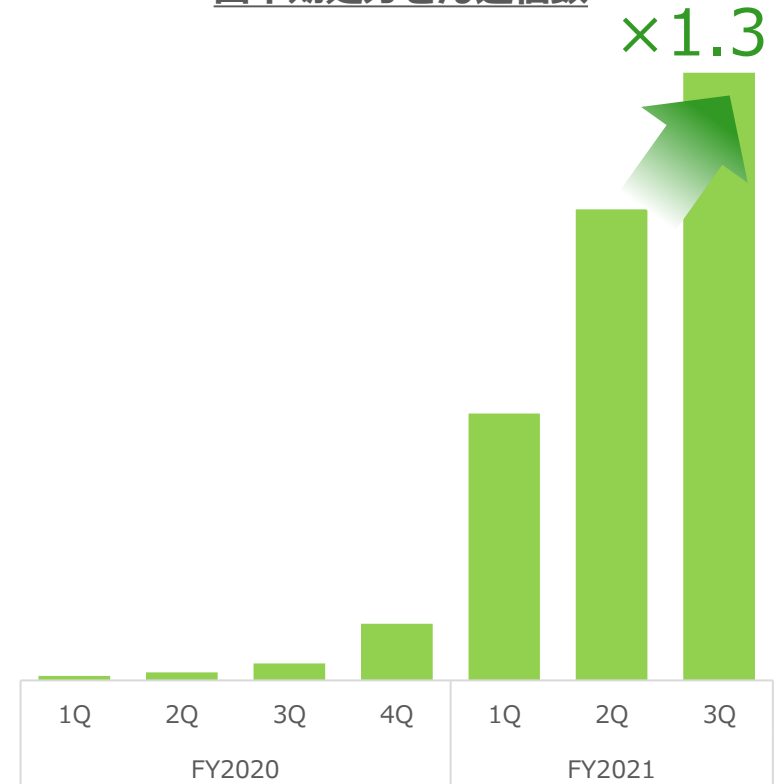
# FY2023売上高150億円の達成に向けた進捗 ～プライマリケアPF事業の状況～

-  kakari のKPIは好調に推移。
- 各加盟薬局での利用が広がり、**加盟薬局数**（2021年6月末で1,795店舗）の**増加割合を大きく上回るペースでダウンロード数・処方せん送信数が増加**。

### アプリダウンロード数（累計）



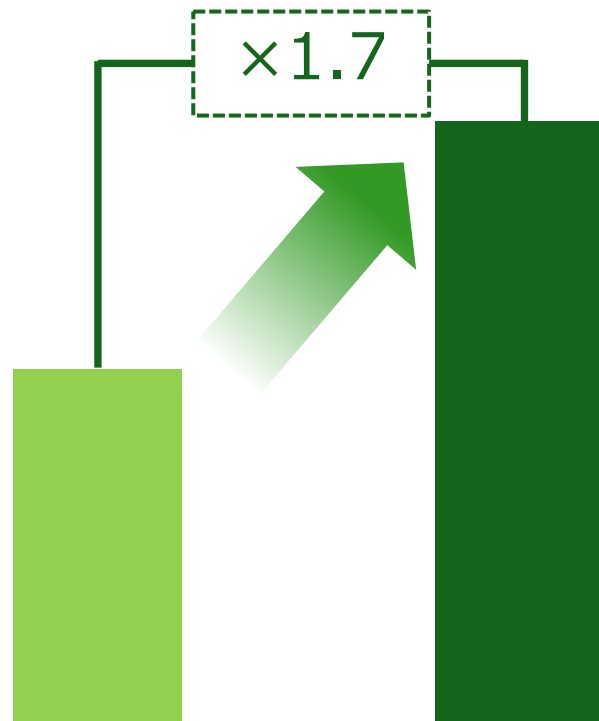
### 四半期処方せん送信数



# FY2023売上高150億円の達成に向けた進捗 ～職域領域における予防医療PF事業の浸透～

- ヘルスケアソリューション事業においては一部コロナ禍による外部環境悪化も見られたが、健康経営に関する関心の高まり、FitsPlusにおけるICT面談の促進等により、職域領域におけるB2B2Cモデルでの事業基盤を順調に拡大。

特定保健指導 初回面談件数



FY2019

FY2021 (見込み)

first call 契約件数

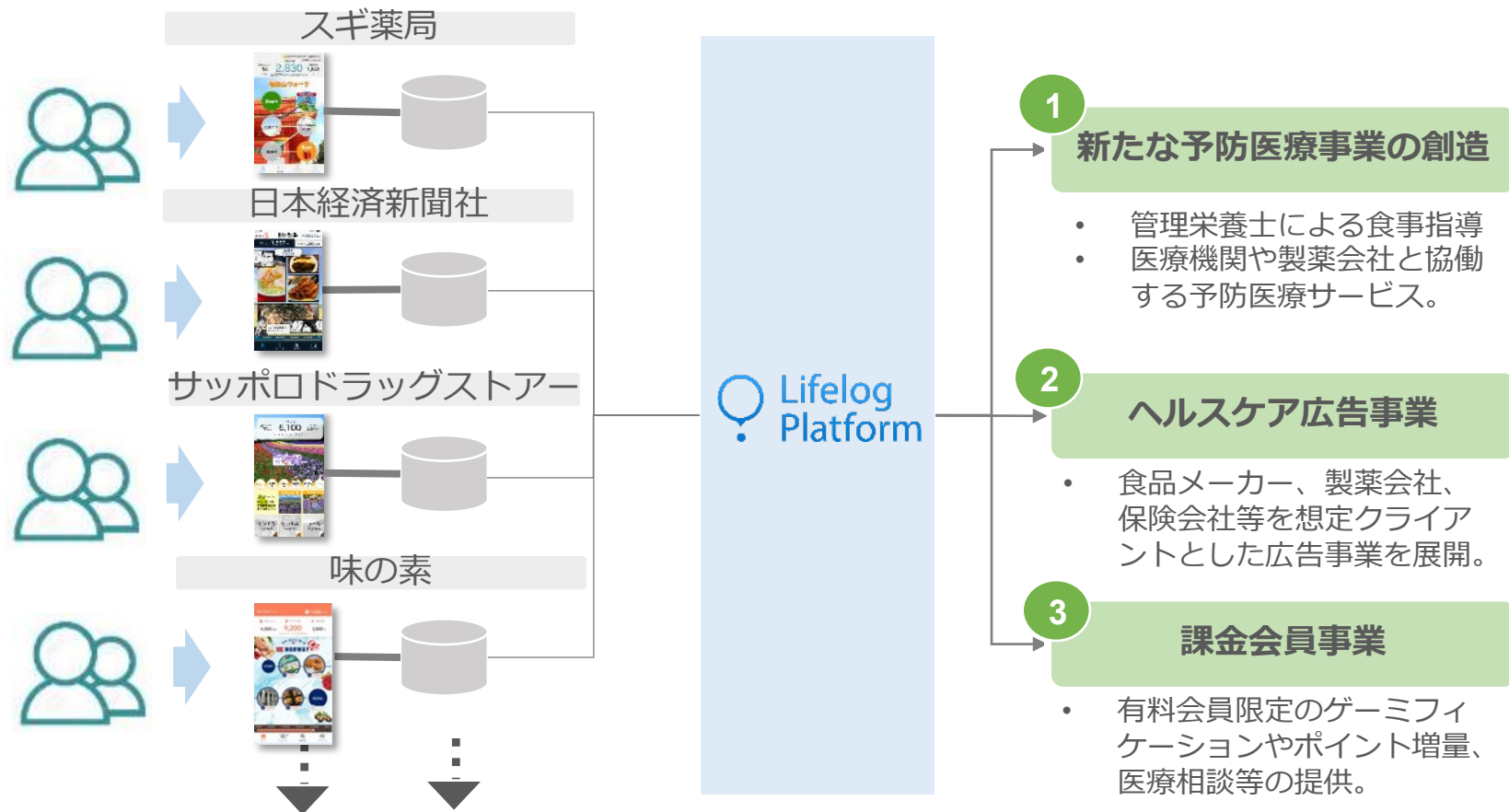


FY2019

FY2021 (見込み)

# FY2023売上高150億円の達成に向けた進捗 ～ライフログPF事業の事業基盤の確立～

- ゲーミフィケーションをベースとした「歩数計」と「ミッション機能」により、アクティビティ率の高いヘルスケアアプリサービスを大手パートナーと展開。
- ライフログとヘルスケアデータベースを構築し、予防医療サービス普及の素地を創造。

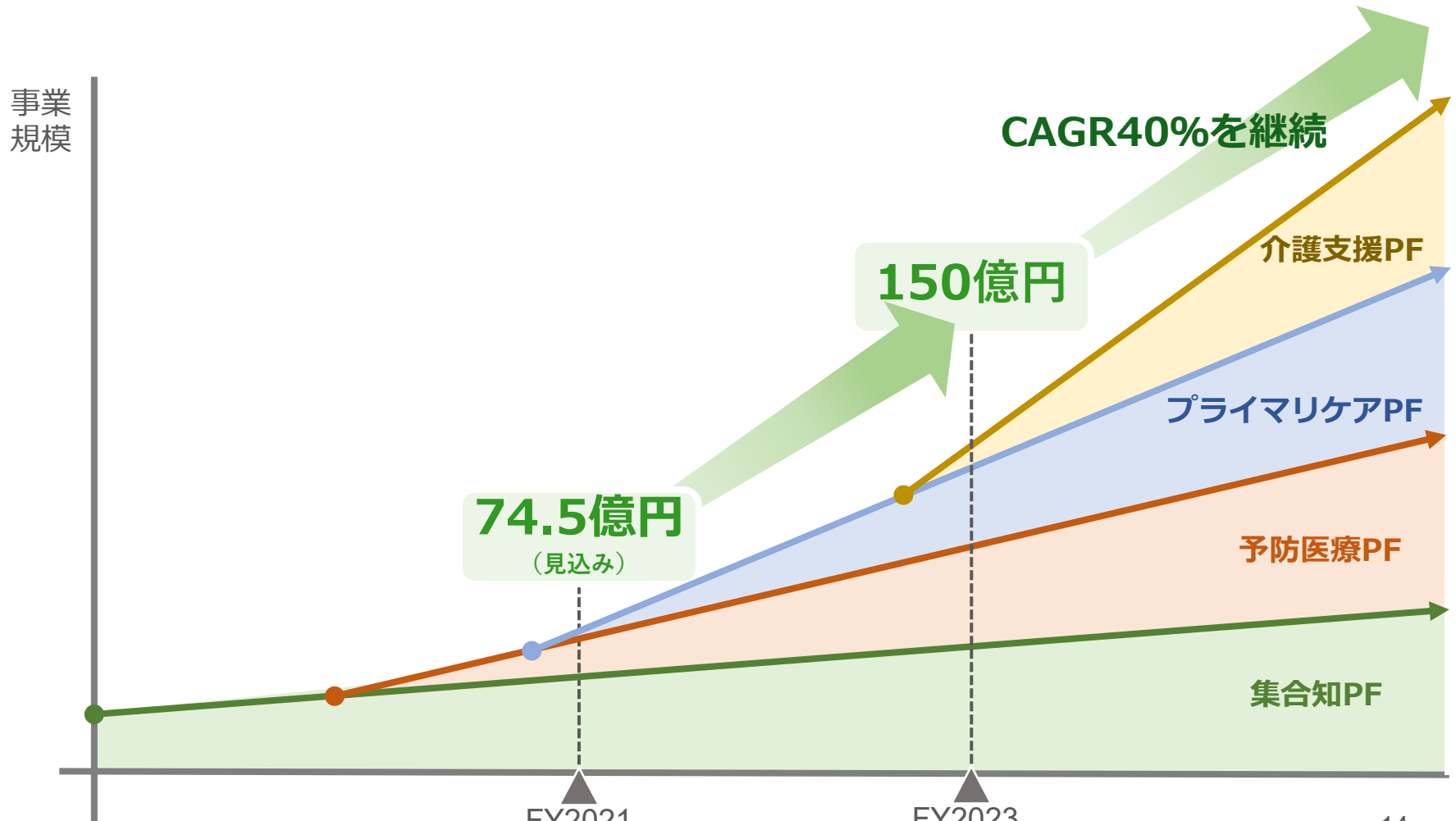


# グループ中長期展望

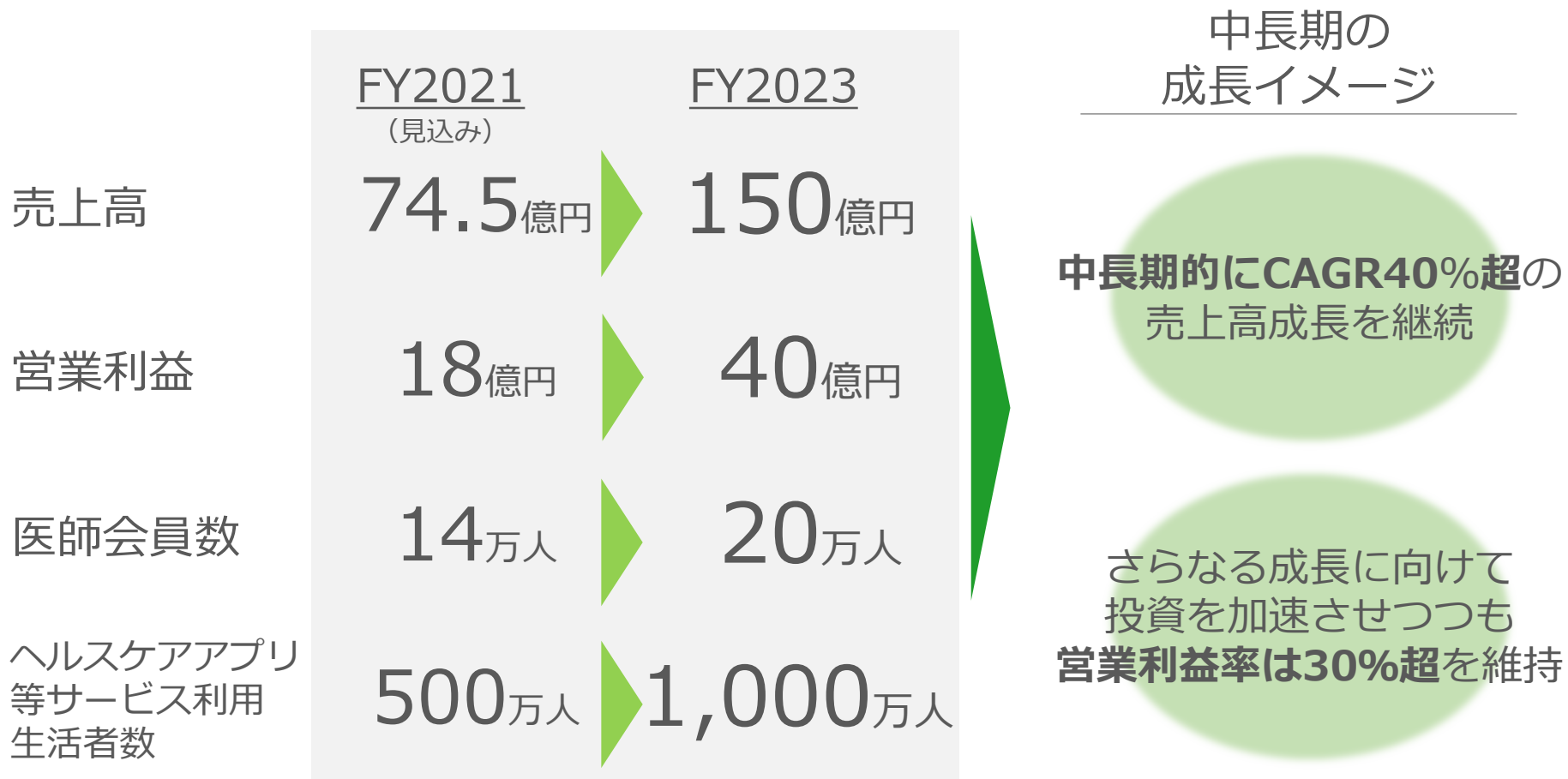
## “医療ど真ん中” IT企業としての成長基盤の確立

- ① **医薬品マーケティングのインフラに進化**
  - MedPeerを医師30万人が必ず利用するサービスに進化
  - 製薬企業のマーケティング活動の生産性向上に直接的に貢献
  
- ② **国民の健康を支えるヘルスケアバリューチェーンの確立**
  - 予防医療PF、プライマリケアPFの盤石化
  - 新たに介護支援PFの立上げ
  
- ③ **各PFで蓄積される独自データの横断的な活用による事業創造**

- 3つのPFの確立・盤石化に加え、退院支援事業を皮切りに**第4の柱とする介護領域に参入**。
- これによりFY2023以降も中長期的に**売上高CAGR40%の成長**を維持。



- **CAGR40%の売上高成長を継続**するとともに、**営業利益率30%超**を実現。
- 集合知PFの完成度を高めるとともに、予防医療PF、プライマリケアPF、介護支援PFの各サービスにおける利用生活者を拡大。



# ① 医薬品マーケティングのインフラに進化 ～製薬企業向けマーケットのポテンシャル～

- これまで、製薬企業のオンラインマーケティング市場は、MRを中心とするオフラインの補完的な役割であったが、**COVID-19の影響を受けオンライン化が加速**。
- **次世代型マーケティングでは**、従来の動画や画像・テキストによる一方向の配信に加えて、MRと医師がチャットやテレビ電話等で、**直接対話する新しいコミュニケーションスタイル**が付加されつつある。

## 第1世代: デジタルマーケティング黎明期

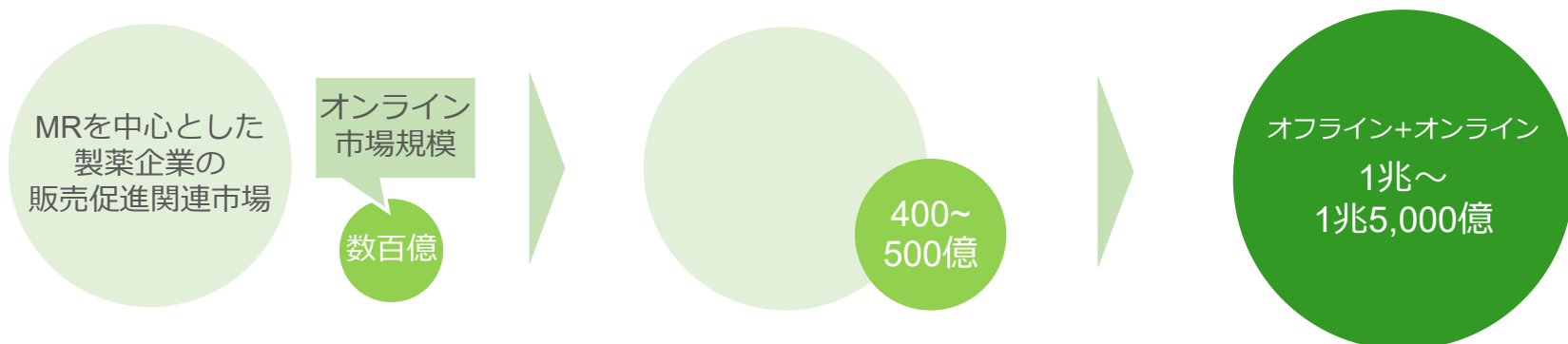
- MRによる訪問活動でターゲット医師をカバー
- 本社マーケティング部門がオンライン施策を主導

## 第2世代: オフラインの補完として定着

- 訪問規制等により、各社オンラインの活用を強化
- オンライン施策の結果をMRと共有し、MR活動の精度向上を推進

## 第3世代: オンラインコミュニケーション による次世代型マーケティング

- MRが主体的にオンラインチャネルを活用し、双方向型へ
- データを活用したパーソナライゼーションが加速



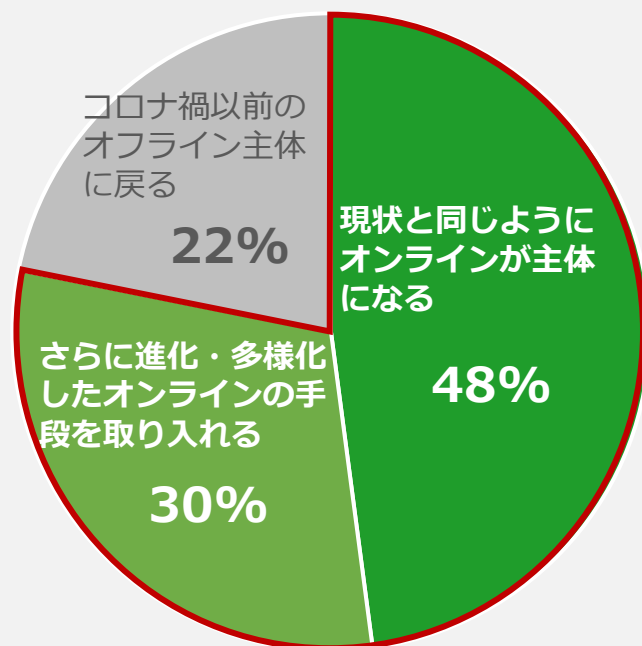
※ 製薬企業の販売促進関連市場と同オンライン市場規模は当社推計



# ① 医薬品マーケティングのインフラに進化 ～医師の情報収集は今後もオンラインがメインに～

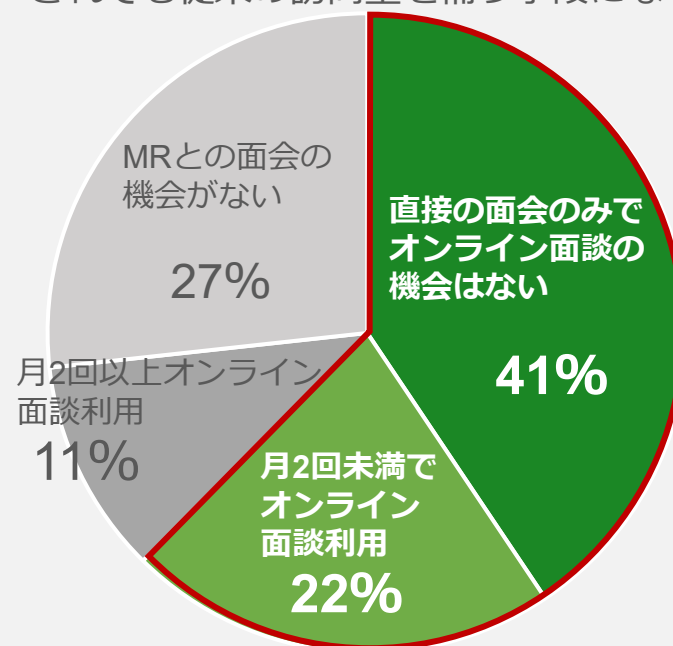
- COVID-19で急速に進んだオンラインでの医療情報収集。今後も、約8割の医師がオフライン主体に戻らず、オンラインが主体になると回答。
- 一方でMR活動として期待されたオンライン面談は浸透せず。今後、MRによる情報提供機会の確保と生産性向上が製薬企業にとっては今まで以上に重要な課題に。

医薬品に関する今後の情報収集手段  
今後もオンライン主体に



※当社調べ「医薬品の情報入手手段の変化に関するアンケート」  
調査期間：2021年4月15日～4月18日、回答数：1,059人

MRとのオンライン面談回数  
オンラインは利用されないか、  
されても従来の訪問型を補う手段にならず



※当社調べ「Survey ～MRとのオンライン面談の頻度」  
調査期間：2020年11月14日～11月15日、回答数：3,000人

① 医薬品マーケティングのインフラに進化  
 ～ MedPeerを通じたMRによる情報提供機会の確保と生産性向上～

- MedPeerを活用して医師の特性を解析し、MRと医師との接触機会を創出。
- 医師/製薬企業のニーズをとらえた新たな取り組みを積極的に推進。

MedPeer Channel

MedPeer Channel内に  
 企業の公式チャンネルを  
 作成することができる  
 新サービスを開始



MedPeer Talk

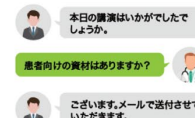
医師とMRが1対1でコミュニケーションを  
 とれる常設メッセージ機能の提供を開始

講演会を見ながら利用可能



講演会画面に MR 連絡用の  
 チャットボックスを掲出

気軽にやりとり



チャット感覚でお気軽に  
 MR へご投稿頂けます

講演会後もチャット利用可能



講演会終了後もいつでも  
 チャットの利用が可能です

— クイズで学べる医療知識 —  
 MedLedge

基礎医学や疾患啓発等、  
 診療に役に立つナレッジを  
 早押しクイズ形式で提供

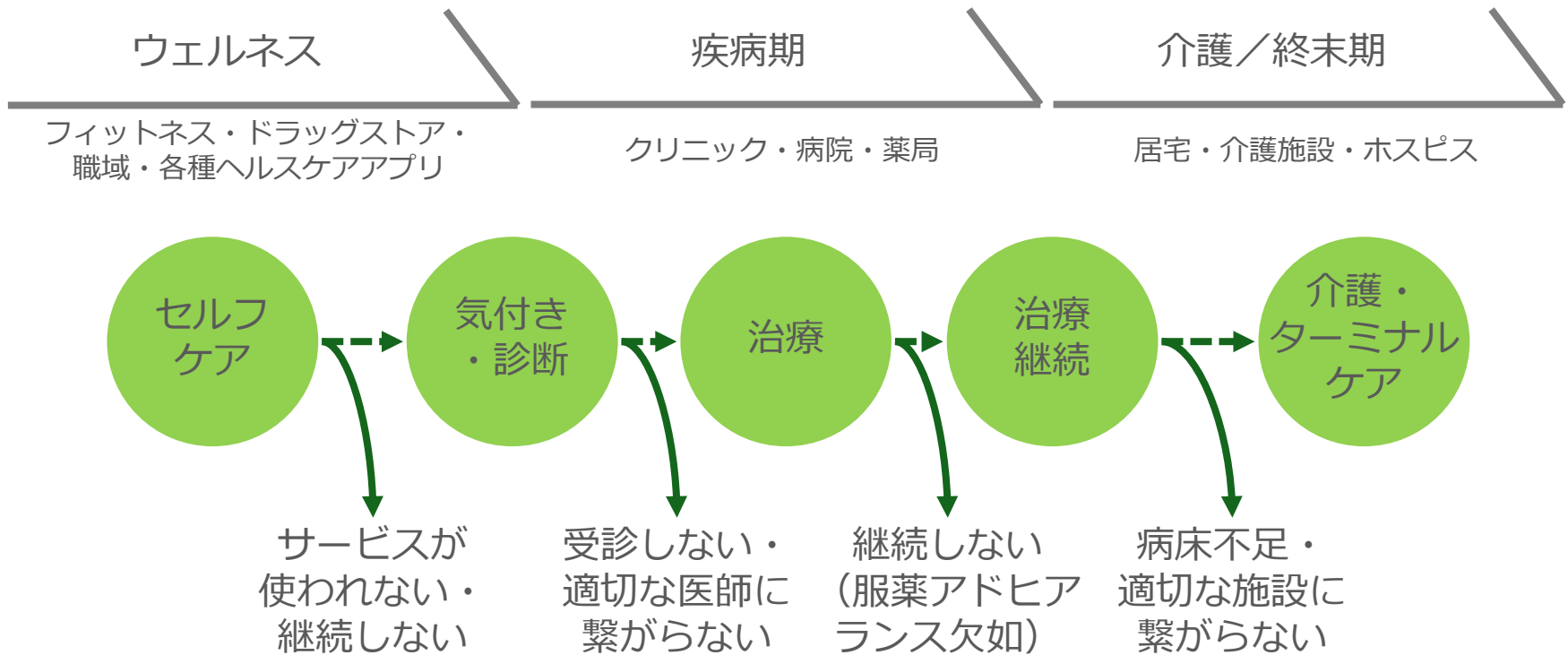


medcross

株式会社 PKSHA TechnologyとJVを設立し、  
 医師コミュニティを活用した新たなマーケティ  
 ング手法の確立に向けたプロジェクトを推進

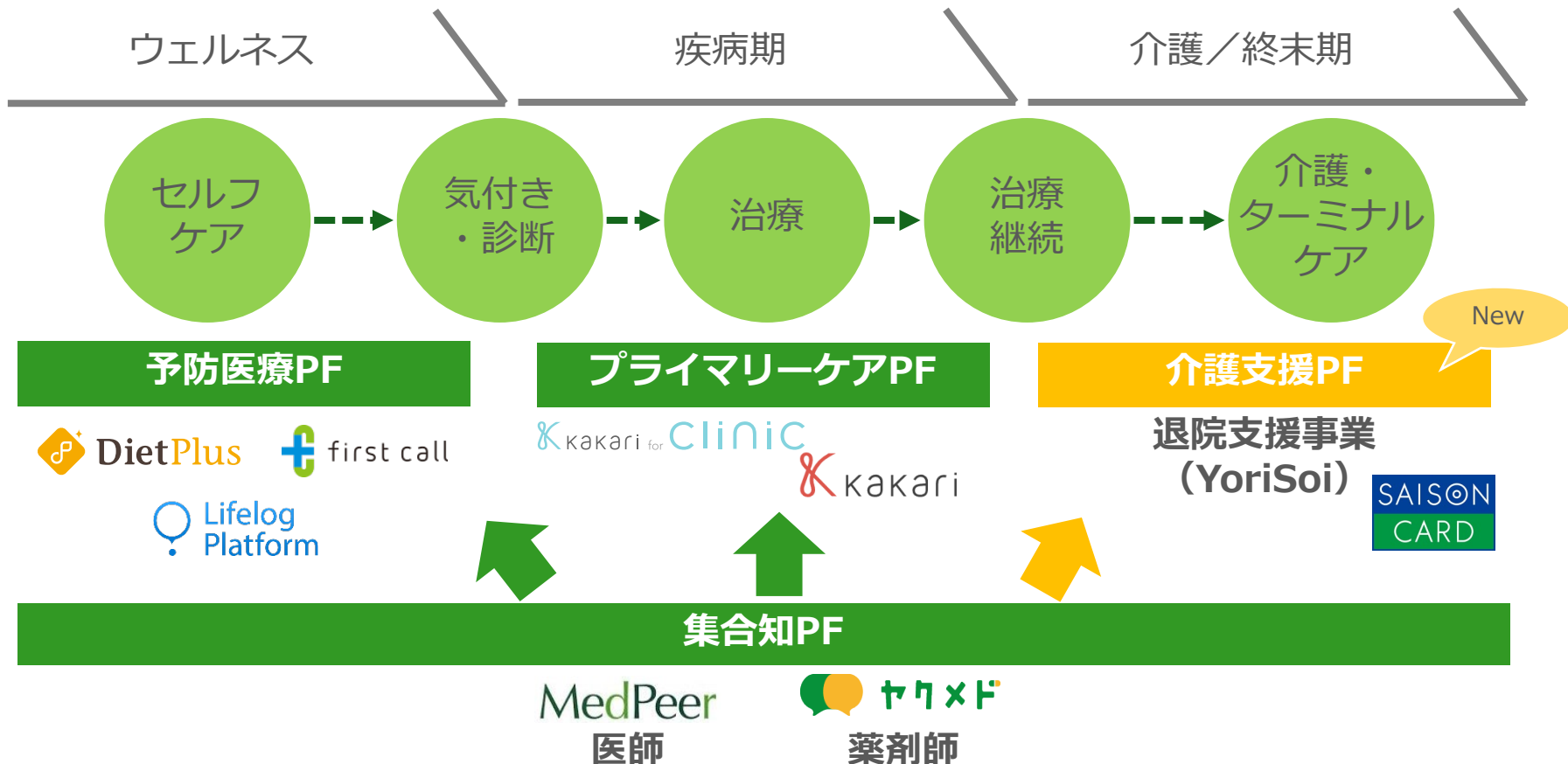
## ②国民の健康を支えるヘルスケアバリューチェーンの確立 ～ヘルスケアバリューチェーンにおける社会課題～

- プレイヤーが異なる各バリューチェーン間で脱落が発生。
- 今後、各バリューチェーンのサービス向上とともに、脱落を防ぐことが期待される。



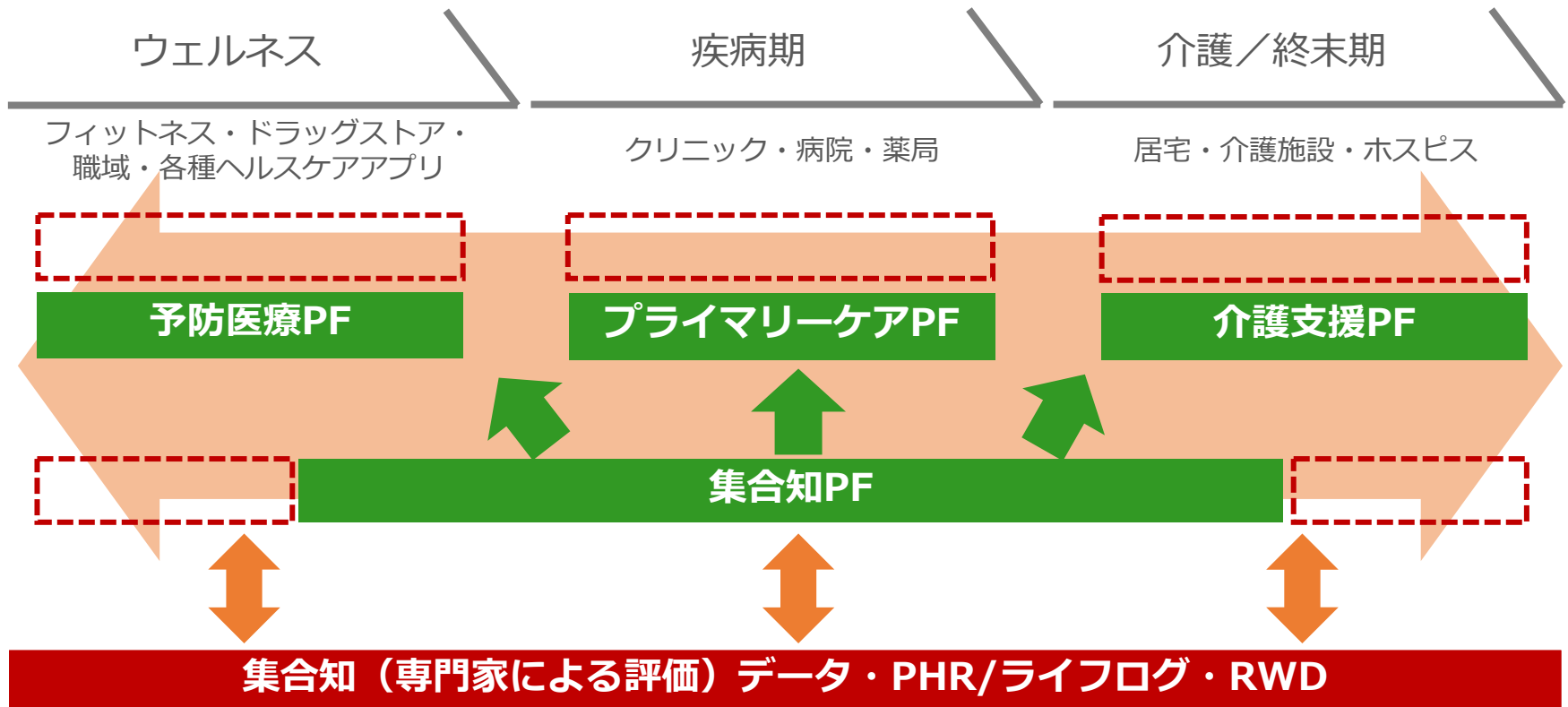
## ②国民の健康を支えるヘルスケアバリューチェーンの確立 ～メドピアグループで構築するクロスレイヤーヘルスケアPF～

- 集合知PFをコアに予防医療PF、プライマリケアPFを進化させるとともに、新たなプラットフォームとして退院支援事業を株式会社クレディセゾンとの協業で開始。
- これにより未病から終末期までをクロスレイヤーにカバーし、各バリューチェーンの深化を図るとともに、それぞれのシームレスな連携を支援。



### ③各PFで蓄積される独自データの横断的な活用による事業創造 ～将来的な事業拡大領域～

- 集合知PFを核に今後も様々なヘルスケアの社会課題に応える事業を展開。
- さらに各PF事業で蓄積した独自のデータ（集合知、PHR/ライフログ、リアルワールドデータ）を活用したビジネスを創出。















# ③各PFで蓄積される独自データの横断的な活用による事業創造 MedPeer

## ～ヘルスケアデータビジネスのKSF～

- ヘルスケア業界におけるデータビジネスは、企業・生活者双方への理解深耕と、データを意味付けする専門知識と解析能力が必要。メドピアグループでは各PF事業にてそのビジネス基盤を構築。

### ヘルスケアデータビジネスのKSFと メドピアグループの事業ナレッジ



①顧客基盤と 事業課題理解	MedPeer  first call  ヤリソイ  DietPlus
	✕
②人工知能× 専門家の集合知	 medcross  ヤリソイ MedPeer  DietPlus
	✕
③アクティブな 生活者PF	 Lifelog Platform  kakari  first call  kakari for clinic  DietPlus  YoriSoi

- 事業によって得られた資金を成長投資に配分し、非連続な成長を実現することが、企業価値の最大化に資するとの認識のもと、成長投資の中心にM&Aを据え、積極的に展開。
- 過去のM&Aにより子会社となった3社すべてが利益を計上するなど、独自のPMIノウハウを蓄積。

## メドピアグループのM&A

	M&Aの目的	M&A後の状況
2016年7月	MEDIPLAT	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ MedPeerの医師会員基盤の活用による事業拡大</li> <li>➢ 医療相談と食事相談の掛け合わせによる新たなサービスの開発</li> <li>➢ 業務改善を推進し、オペレーション・エクセレンスを実現</li> <li>➢ M&amp;A実行時は赤字であったが、事業拡大により黒字に</li> </ul>
2016年10月	FitsPlus	
2020年1月	COLBO Co.,Ltd. Think about Healthcare	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 既存クライアントに対するクロスセルによる事業拡大</li> <li>➢ 相互のノウハウを活用し、付加価値の高いコンテンツを制作</li> <li>➢ M&amp;A直後にCOVID-19が発生したため、前期は減益となったものの、当期は大幅増益を想定</li> </ul>
2021年8月	医学生学習支援プラットフォーム みんコレ!	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 医師会員数14万人に拡大</li> </ul> <p>※8月31日付で事業譲受予定</p>

- 対象領域はヘルスケア全般。
- ヘルスケアセクター特有の状況を踏まえ、幅広くM&Aの機会を模索。
- 単純な「足し算」のM&Aではなく、シナジーを創出できることに重点を置き選定。

## ヘルスケアセクター特有のM&Aポテンシャル

- ① これまで、他業界に比べてオンライン化が遅れていたが、急速にオンライン化が求められている
- ② 「医療」という事業特性上、一度始めた事業を簡単にやめることができない
- ③ よいコンテンツを有していても、一定の医師会員を有していないとビジネスとして成立しない

ターゲット例

オフラインを中心に  
長年事業を行っている  
老舗企業

ヘルスケア事業が  
非主力事業となっている  
大企業

ニッチな領域での  
ビジネスに限界を  
感じている  
ベンチャー企業

## M&Aターゲット選定基準

### シナジー

メドピアグループの資産/ナレッジを活用することで、大きなシナジーを創出可能

### 希少性

自社で新規創出することが難しいまたは時間がかかる

### 価格の妥当性

たとえ大きなシナジーが見込める場合でも、割高水準でのM&Aは実行しない



# サステナビリティ/ESG

## サステナビリティに関する基本方針

- 当社グループは、社会そのものが持続可能であることが、当社グループが存続するための前提条件であると認識
- 社会の一員として、社会課題や地球環境へ対応する責務があるとの認識のもと、当社グループの成長のみならず、持続可能な社会の実現に貢献する取り組みを推進する方針

## ESGに関する当社グループの認識と対応方針

### Environment (環境)

- 気候変動や、その原因といわれている二酸化炭素排出量の増加など、自然環境に関する問題の重要性を認識
- 事業活動の中で省エネルギー・省資源活動の推進等を通じて環境負荷低減に努めていく方針

### Social (社会)

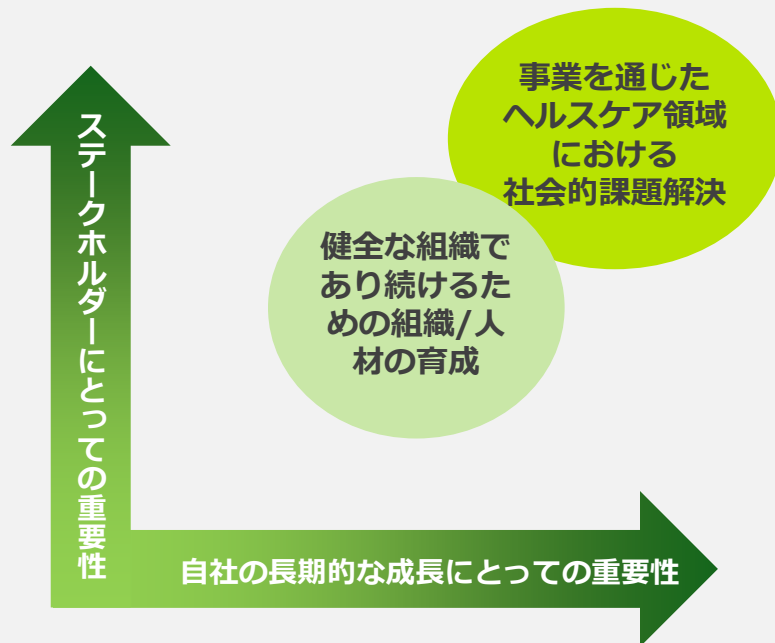
- 当社グループの事業領域の適切な発展そのものが社会的課題の解決に直結するものであると認識
- ミッションである「Supporting Doctors, Helping Patients.」に基づき事業を適切に推進することで、持続可能な社会の実現に貢献する方針

### Governance (ガバナンス)

- 事業を継続的かつ適切に推進するためには、適切なガバナンスが確立されている必要があると認識
- 社会の公器である上場企業として、CGCやその他指標を参考にしつつ、ガバナンス体制の強化・充実を継続的に取り組んでいく方針

- 「自社の長期的な成長にとっての重要性」と「社会の持続可能性を望むステークホルダーにとっての重要性」の二軸でマテリアリティを整理。
- ヘルスケアを事業ドメインとする当社グループにとって、「事業を通じたヘルスケア領域における社会的課題解決」と、その実現に向けた「健全な組織でありつづけるための組織/人材の育成」を、優先的に取り組むべき重要課題であると特定。

## マテリアリティマップ



## 今後の取り組み

- 特定したマテリアリティに対する、具体的な施策を計画
- 具体的施策の進捗状況をレビューするとともに、必要に応じて追加施策を実施
- ステークホルダーとの対話を通じて、特定したマテリアリティおよび具体的施策の有効性・網羅性を確認
- 当社グループの事業内容の変化や社会情勢の変化を踏まえ、マテリアリティの見直しを実施

### <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。