

# 2022年5月期第3四半期 決算説明資料

Presentation Material on Financial  
Results for Third Quarter of FY  
ending May 2022

2022年4月14日

ジェイフロンティア株式会社

【証券コード：2934】

2022年5月期  
第3四半期  
連結決算実績



セグメント名	事業内容	事業詳細
<div style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 10px; border-radius: 15px; text-align: center;">                     メディカルケア セールス事業                 </div>	<div style="background-color: #C8E6C9; padding: 10px; text-align: center;"> <b>SOKUYAKU</b> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ オンライン診療・服薬指導アプリ  <b>SOKUYAKU</b></li> <li>■ 医療人材紹介事業  <b>SOKUYAKU</b> オンライン薬局</li> </ul>
	<div style="background-color: #C8E6C9; padding: 10px; text-align: center;"> <b>D2C (通販)</b> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 医薬品 D2C</li> </ul> <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>CONVENIENCE DRUG</p> </div> </div>
	<div style="background-color: #BBDEFB; padding: 10px; text-align: center;"> <b>D2C (通販)</b> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 健康食品等 D2C</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>酵水素328選 もぎたて生スムージー</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>酵水素328選 生サプリメント</p> </div> </div>
<div style="background-color: #FF9800; color: white; padding: 10px; border-radius: 15px; text-align: center;">                     ヘルスケア マーケティング事業                 </div>	<div style="background-color: #FFCCBC; padding: 10px; text-align: center;"> <b>B2B</b> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ヘルスケア関連D2C事業者に対する ブランディング・BPO※1サービス</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>ALPHA RUN</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p><b>AIGATE</b> (コールセンター)</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>BooMStar</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>VENDIN</p> </div> </div>

(※1) BPO = Business Process Outsourcing

## グループ連結業績

売上高：7,449百万円（達成率72%）

営業利益：575百万円（達成率68%）

- メディカルケアセールスが業績を牽引。漢方薬を中心に新規顧客獲得も進捗
- D2C<sup>※1</sup>の経営指標（新規定期顧客の獲得数）達成率=91%

## セグメント別

### メディカルケア セールス事業

医薬品 D2C・  
SOKUYAKU

売上高：2,895百万円（達成率86%）

営業利益：134百万円（達成率82%）

- 医薬品 D2C：売上高2,653百万円 → 新規顧客獲得含め好調
- SOKUYAKU：売上高 242百万円 → 導入・提携は極めて好調
- SOKUYAKU経営管理指標（提携数）達成率：病院120%、薬局122%、会員数94%

### ヘルスケア セールス事業

健康食品等 D2C

売上高：2,562百万円（達成率48%）

営業利益：666百万円（達成率68%）

- 戦略的に広告費をJFD（漢方薬）含む医薬品、及びSOKUYAKUに寄せる等、リソースをメディカルケアセールス事業に集中
- 既存顧客のCRM、新商品開発に注力

### 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：1,992百万円（達成率118%）

営業利益：45百万円（達成率51%）

- 新規のブランディングコンサル等案件に加え、強化したBPOサービス業務も好調であり、売上高は大きく伸長
- 経営管理指標（取引社数）達成率：96%

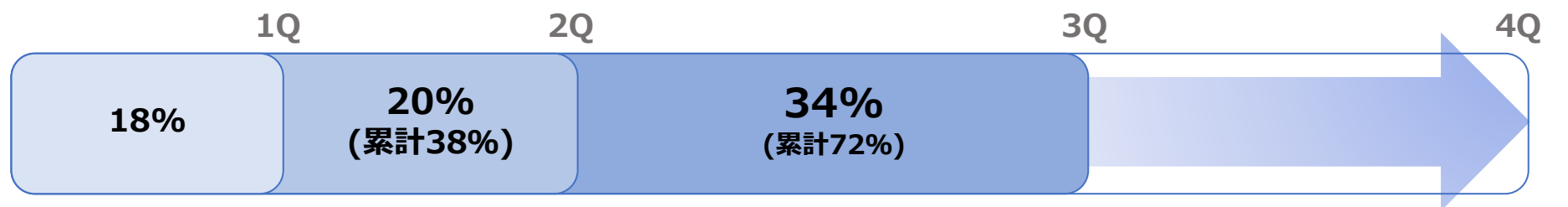
（※1）D2C=メディカルケアセールス事業の医薬品 D2C + ヘルスケアセールス事業（健康食品等 D2C）

## グループ連結業績

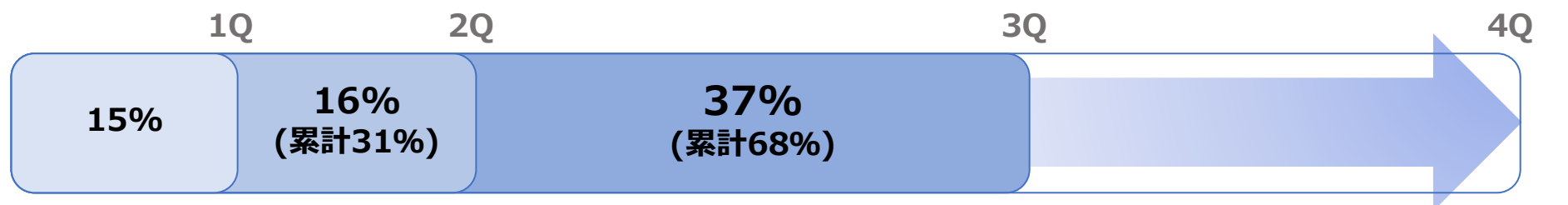
～売上高・営業利益ともに、年間計画を達成見込み～

- 1Qは、広告単価が上昇したため、広告を出稿を戦略的に抑制し、新規顧客獲得が出遅れるも、2Q・3Qは、新規顧客の獲得が順調に推移し、売上・利益に貢献
- 4Qでは、1Q～3Qで獲得した顧客の売上・利益貢献をさらに見込む

### 売上高 達成率 (年間計画比)



### 営業利益 達成率 (年間計画比)



- 年間計画に対して、**連結売上高の達成率：72%、連結営業利益の達成率：68%**
- **メディカルケアセールス事業（売上高達成率86%）が全体業績を牽引**

(百万円)	2022年5月期 第3四半期実績	2022年5月期 年間予算	年間計画 達成率
<b>売上高</b>	<b>7,449</b>	<b>10,504</b>	<b>72%</b>
メディカルケアセールス事業	2,895	3,375	86%
ヘルスケアセールス事業	2,562	5,429	48%
ヘルスケアマーケティング事業	1,992	1,700	118%
<b>営業利益</b>	<b>575</b>	<b>854</b>	<b>68%</b>
営業利益率 (%)	7.7%	8.1%	
メディカルケアセールス事業	134	164	82%
ヘルスケアセールス事業	666	984	68%
ヘルスケアマーケティング事業	45	89	51%
<b>経常利益</b>	<b>550</b>	<b>831</b>	<b>66%</b>
経常利益率 (%)	7.4%	7.9%	
<b>当期純利益</b>	<b>353</b>	<b>531</b>	<b>66%</b>
当期純利益 (%)	4.7%	5.1%	

- 4社の子会社化と1件の事業譲受を実行し、連結のれんが発生（10年償却予定）
- IPOで調達した資金は、SOKUYAKU事業やD2C事業の広告などに投下

(百万円)	2022年5月期 第3四半期末	負債及び純資産	2022年5月期 第3四半期末
<b>資産</b>		<b>負債及び純資産</b>	
<b>流動資産</b>	<b>4,691</b>	<b>負債合計</b>	<b>1,469</b>
現金及び預金	2,715	<b>流動負債</b>	<b>1,172</b>
売掛金等	1,350	買掛金	607
棚卸資産	446	未払金	247
その他の流動資産	180	一年以内返済予定長期借入金	46
<b>固定資産</b>	<b>856</b>	その他の流動負債	272
有形固定資産	30	<b>固定負債</b>	<b>297</b>
無形固定資産	679	長期借入金	294
のれん	676	その他の固定負債	3
その他の無形 固定資産	3	<b>純資産合計</b>	<b>4,078</b>
投資その他の資産	147	資本金	1,481
<b>資産合計</b>	<b>5,548</b>	その他剰余金	2,596
		新株予約権	1
		<b>負債及び純資産合計</b>	<b>5,548</b>
		純資産比率	73.5%
		ROE <sup>※1</sup>	13.0%

(※1) 当期純利益は今期計画値を使用

## ■ 全体方針

- 引き続き医療機関のDX化を加速させるサービスを強化・拡充



オンライン診療  
服薬指導・薬の宅配

ホームページ・予約システム  
制作・管理

広告運用・集客支援  
(リスティング広告)

医療人材の紹介

etc.

## ■ SOKUYAKUの強み（オンライン診療・服薬指導・薬の宅配）

- D2C事業・B2B事業で培ったノウハウを活かし、他社にはない独自性を持ち、ユーザー目線に立った事業展開

1 オンライン診療・服薬指導・薬の宅配がアプリ内で、ワンストップで完結（特許取得済み）

2 病院・薬局に代わり※1、当社がTo C向け広告を行い、ユーザー（患者）を独自獲得

3 オンライン診療の実施から薬を受け取るまで最短1時間で完了する利便性の高さ

(※1)病院・薬局は、患者誘導の広告が法律で制限

## ■ SOKUYAKUの展開方針

- 現在は「面を取る」フェーズ1として、医療機関との提携を急進中

フェーズ1  
現在  
面を取る  
(医療機関との提携急進)

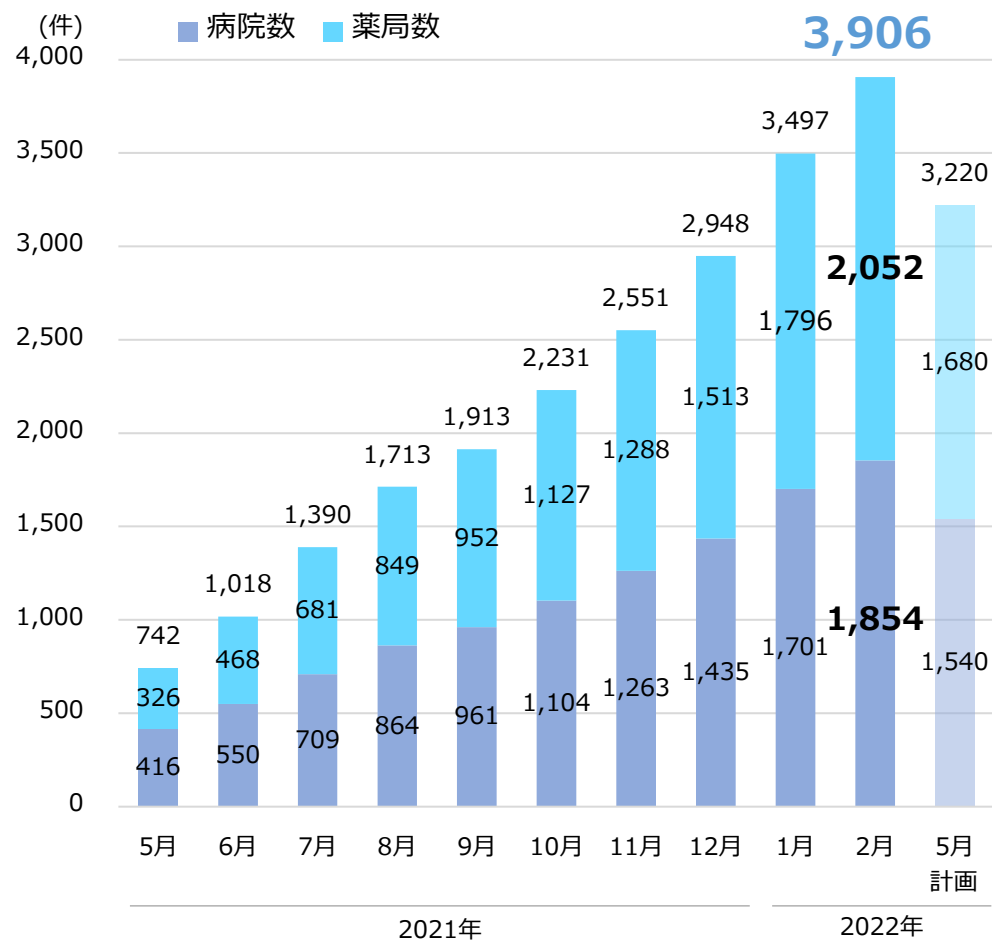
フェーズ2  
23年5月期～24年5月期  
ユーザー層の拡大  
(積極的な広告投下)

フェーズ3  
25年5月期以降  
No.1プラットフォーム  
としてのポジション確立

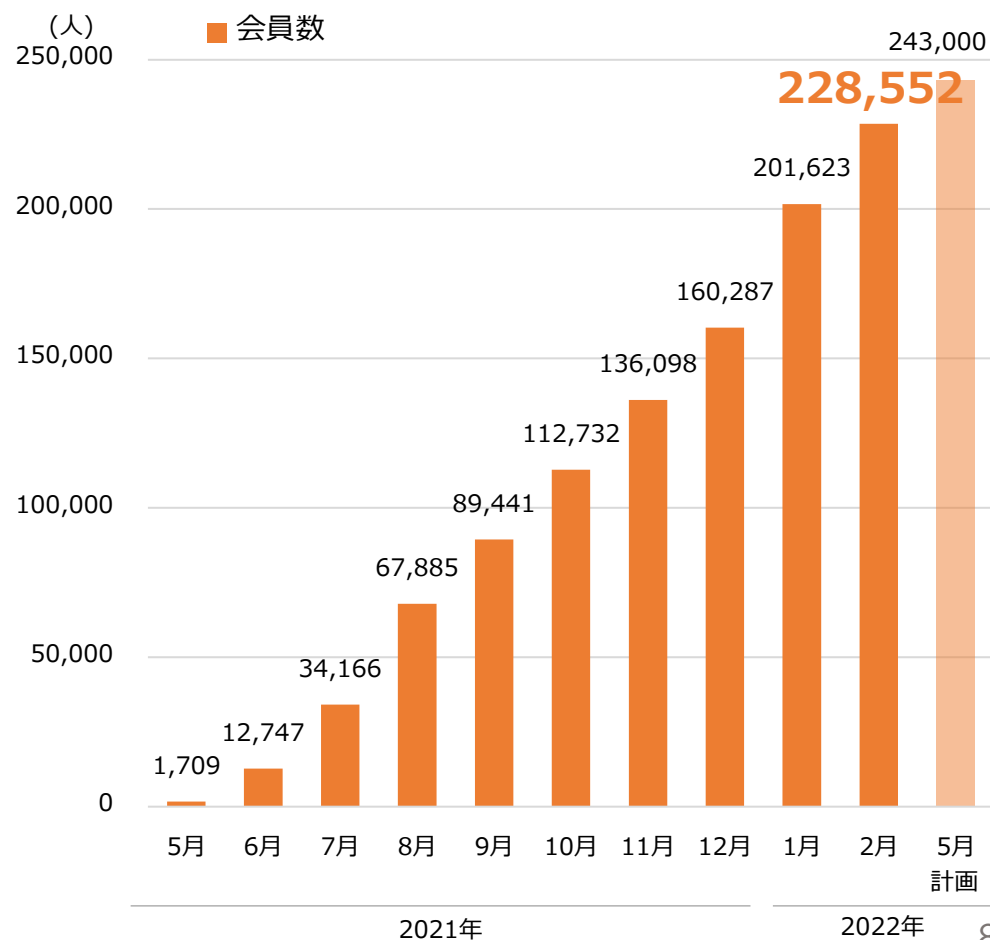


- 主要KPI「病院・薬局提携数」「会員数」いずれも計画を上回るペースで推移
  - 「病院・薬局提携数」においては、4か月前倒して計画達成
- 年間計画に対する達成率：提携病院数 120%、提携薬局数 122%、会員数 94%

病院・薬局提携数（累計）

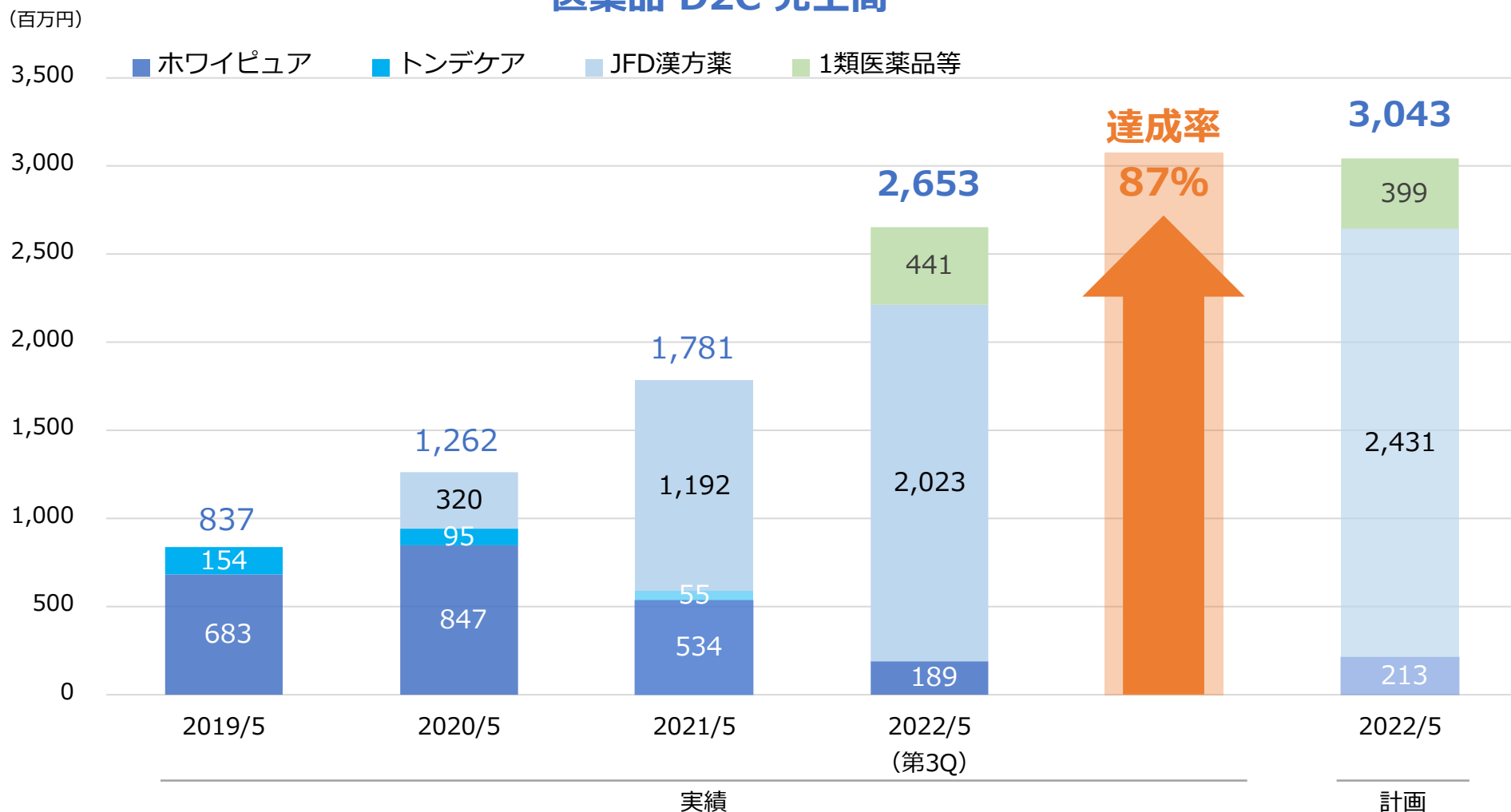


会員数



- 顧客獲得効率やLTV※1が高い漢方薬や1類医薬品等の医薬品に広告費を集中
- 年間計画に対する売上高達成率は87%

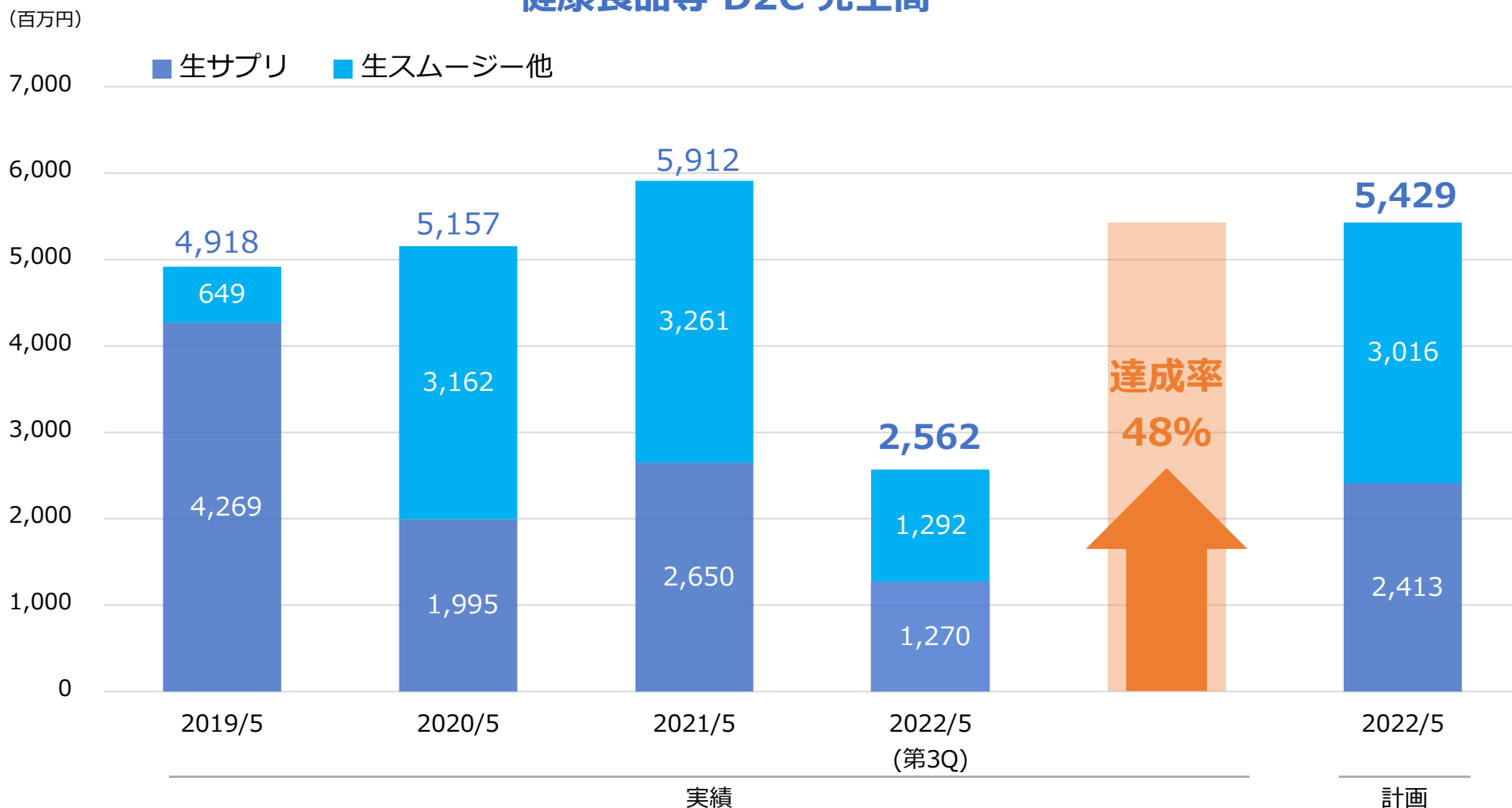
### 医薬品 D2C 売上高



(※1) LTV = Life Time Value。定期会員期間中の利益

- 3Qはダイエットオフシーズンであることを考慮し、戦略的に広告費を顧客獲得効率とLTVの高い「医薬品 D2C」に集中した結果、年間計画に対する売上高達成率は48%

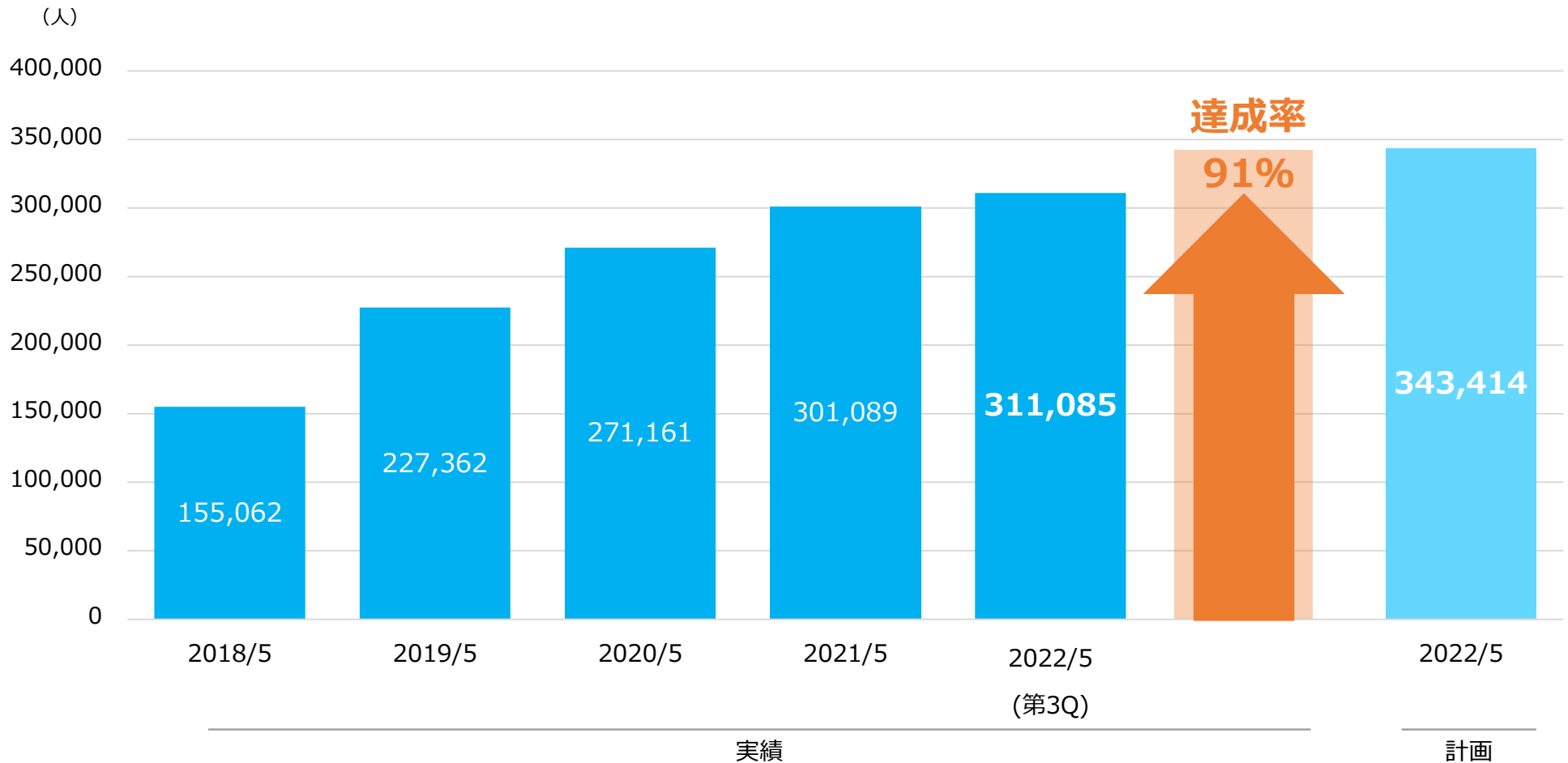
### 健康食品等 D2C 売上高



# 経営管理指標（KPI）進捗

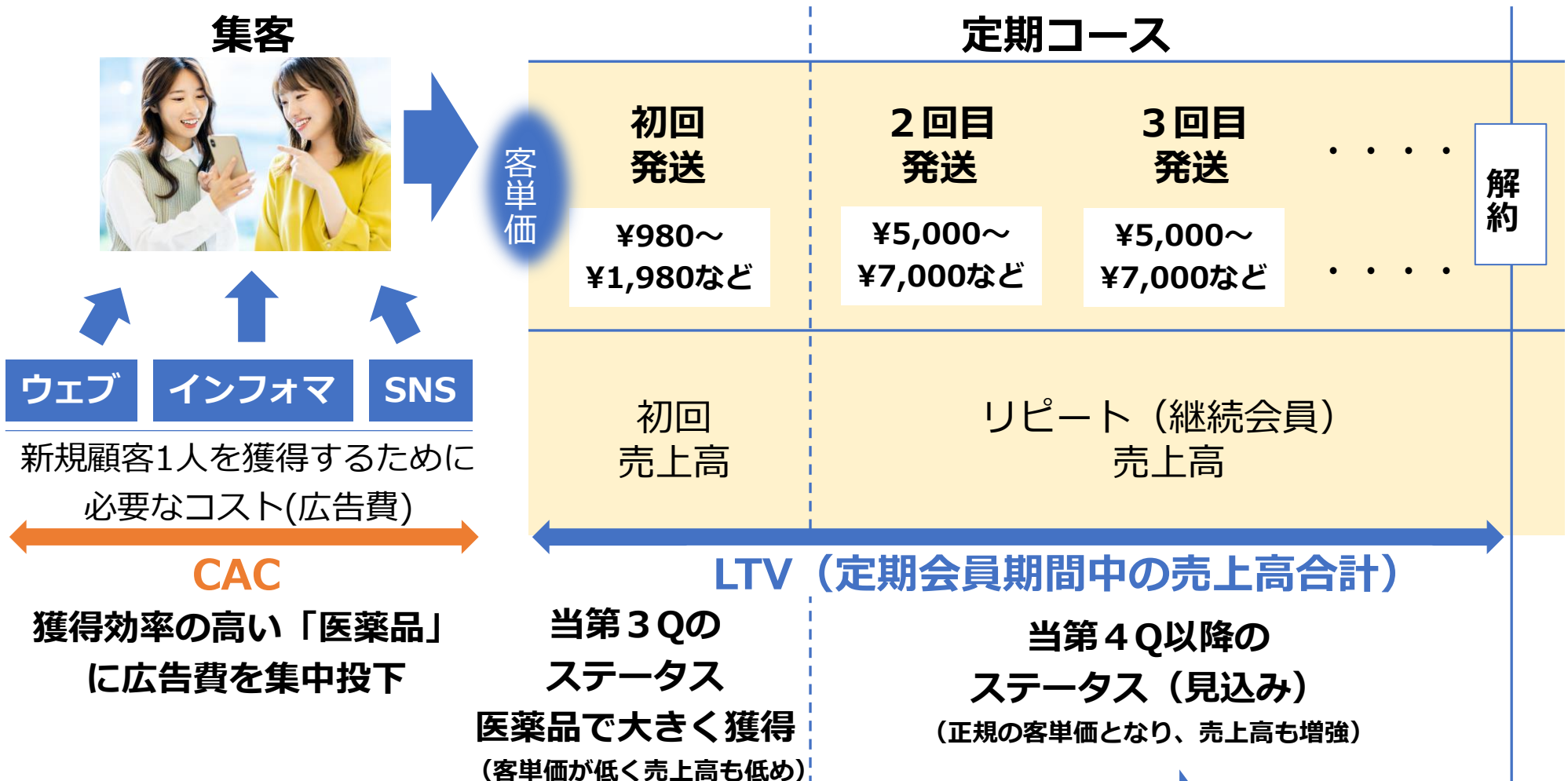
- KPI「新規獲得定期顧客数」第3四半期までの達成率は91%
- 獲得効率とLTVの高い医薬品D2C（漢方薬及び1類医薬品など）に戦略的に広告投下

新規獲得した定期顧客数の推移



# 収益構造

■ 第4Q以降に、第3Qまでに獲得した定期顧客の売上・利益貢献が期待



**CAC < LTV (▲商品原価等変動費)**

**利益計上**  
初回申し込みから  
3~5カ月で達成

## 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**

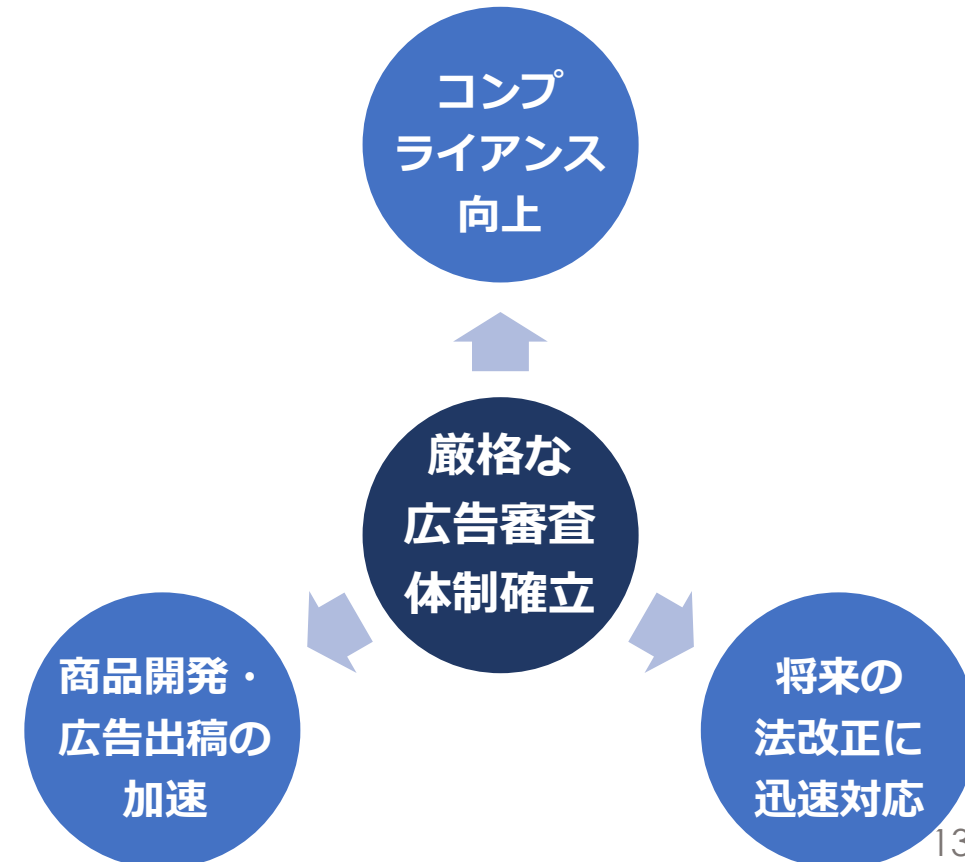
### 外部環境（広告関連法令の厳格化）

- 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

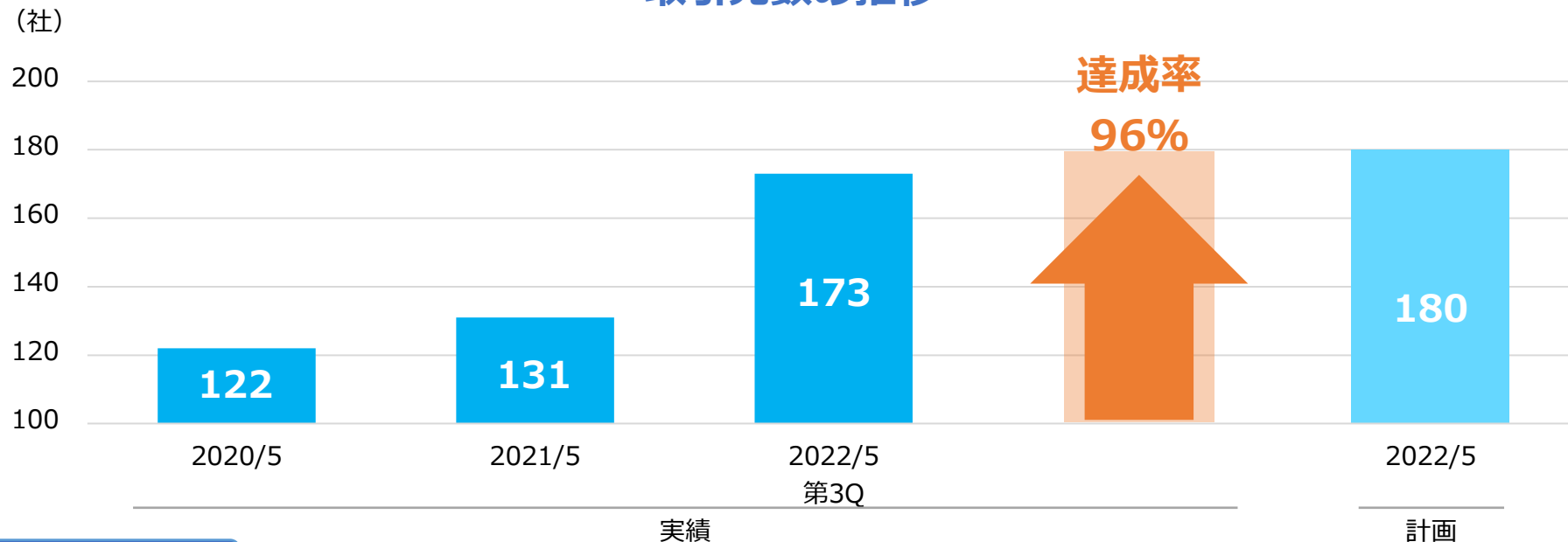
- 厳格な社内チェックリストに基づき3部署でチェック
- 2社以上の第三者審査機関への確認
- 3つの弁護士事務所への意見確認
- 広告表示内容に関する監督官庁等に対する照会
- 徹底した社内の啓蒙や教育
- 弁護士を含む取締役会にて、一般消費者目線で再確認

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



- 取引先社数(KPI)達成率 96%
  - インサイドセールスによる効率的な新規開拓が実現
- 新規のスポット案件（広告、卸商品）の獲得につながり、業績は堅調に推移

### 取引先数の推移



### トピック

#### BPOサービス提供本格スタート

- 従来からのブランディングコンサル（キャストイング等）に加えて、新たにグループ化したアルファラン社、AIGATEキャリア社における提供サービスメニューを追加
- 今後もクライアントを総合的にサポート推進





直近の取り組み

**JF** JFRONTIER



## ■ COOに、前キューサイ代表取締役社長 神戸 聡が就任

神戸のD2Cやマーケティング、経営ボードメンバーとしての知見を活用し、さらなる事業推進力の強化と組織成長を加速

### 就任にあたっての神戸のコメント

- 中村の「まずは日本に対してどう貢献していくべきか」「社会保障の仕組みを改革する必要性」といった高い視座に共感
- 理念の実現に向け、「SOKUYAKU」を確固たる社会インフラにすべく、プラットフォームとしての認知を高めるとともに、プラットフォームを活用した商品やサービスの開発も推進し、タッチポイントとしての利便性向上も目指していく
- より早いスピードで組織の成熟度を高め、グループ全体を一枚岩とし、結果としてお客さま・お取引先さま・株主さまに還元していく

### 略歴

- 1992年3月 南山大学 法学部 卒業
- 1992年4月 株式会社大広 入社
- 2002年8月 株式会社ドクターシーラボ 入社
- 2005年9月 同社 執行役員
- 2007年4月 同社 取締役
- 2015年11月 キューサイ株式会社 執行役員
- 2017年2月 同社 代表取締役社長
- 2022年4月 当社 入社 執行役員COO就任



COO神戸

CEO中村

## 調剤薬局業界の“Uber”を目指す

### 配送地域の拡充

#### 整備済み地域

- 2021年4月 : 東京23区+横浜市
- 2021年8月 : 大阪市
- 2021年10月 : 福岡市
- 2022年1月 : 名古屋市



今後、神戸、広島、仙台、札幌等、  
主要政令指定都市を中心に検討を進め、

年内を目処に  
「全国」宅配網整備



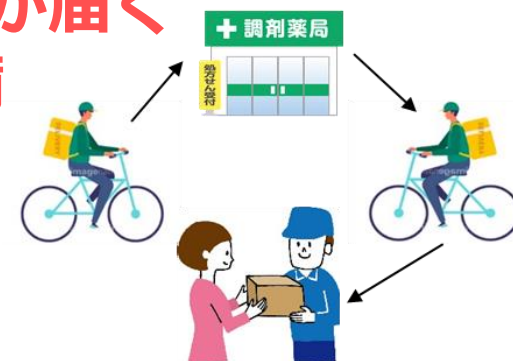
### 配送の速さ

各地域のバイク便業者などと提携

その他、コンビニ受取・宅配ロッカー  
サービスを提供予定



最短30分で薬が届く  
体制整備



## ■ ドラッグストア・薬局のEC化を実現

### ユーザー使用イメージ

SOKUYAKUにて  
ドラッグストアの店舗を選択

服薬指導予約時の問診票で  
「ついで買い」希望を選択

オンライン服薬指導後に  
決済、商品が配送



オンライン服薬指導環境



宅配網



各機能  
提供



ドラッグストア等

処方薬  
まとめて  
宅配

日用品・食料品等



ユーザー

### 各当事者のメリット

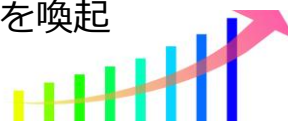
#### ドラッグストア・薬局

##### 利用者のオンライン服薬指導ニーズの獲得

- 「ついで買い」の利便性訴求により、ドラッグストア利用者のオンライン服薬指導ニーズを喚起

##### 客単価の向上

- 処方薬と日用品・OTC医薬品の同時販売が可能に



#### SOKUYAKUユーザー

##### 利便性の向上

- 自宅に居ながら、処方薬と併せて食料品や日用品、OTC医薬品の受け取りが可能

##### 送料負担の軽減

- 処方薬との一括配送により、配送料金の負担が軽減

## 規制緩和により、オンライン服薬指導のチャンネルが増加

従来（～2022年3月31日）



オンライン診療



オンライン服薬指導



従来はオンライン診療を受診した場合のみ、  
オンライン服薬指導が可能であった

規制緩和後（2022年4月1日～）



オンライン診療



オンライン服薬指導



対面診療

オンライン服薬指導  
のチャンネルの増加

## 新サービス「SOKUYAKUオンライン薬局」

Webブラウザ仕様により、患者だけでなく、薬局側での利便性が向上  
増加が想定されるオンライン服薬指導患者を効果的に取り込み



仕様

- Webブラウザ（パソコン・スマホ）

想定する  
利用者

- 対面診療を受診した患者
- 他社のオンライン診療システムを受診した患者



- スマートフォンアプリ

- SOKUYAKU提携の病院でオンライン診療を受診した患者



1. 会社名 : 株式会社イーエックス・パートナーズ (以下「ExP」)
2. 代表者 : 清水修
3. 設立年月日 : 2005年12月28日
4. 事業内容 : ・病院検索サイト「ホスピタ」、医師による名医紹介サイト「名医ログ」等、各種ポータルサイト運営  
・医療機関向けDX化支援事業 (HP制作・保守、広告運用等)
5. 2021/11期業績 : 売上 169,873千円、営業利益 24,710千円



## ExPの強み

### 1 医療機関に関する大規模なプラットフォームを運営

➢ 「ホスピタ」では、全国約18万件ある医療機関のうち**17万件の情報を網羅し、1ヶ月平均100万人以上が利用**

### 2 医療機関の集客サポート実績・医療機関との密なリレーション保有

➢ **累計1,000件以上の医療機関のHP制作・保守、広告運用をサポート。**医療機関との密なリレーションを構築・維持

## 想定されるシナジー「医療機関のDX化支援を加速する」

### 1 相互の顧客基盤活用による両社サービスの導入医療機関数増加、医療機関への提案メニューの拡充



← オンライン診療環境

→ HP制作・運用、広告運用等



SOKUYAKU

**医療機関の  
DX化加速**

### 2 両社サービスの相乗効果の発揮を通じた、ユーザーである患者の利便性向上



×



SOKUYAKU

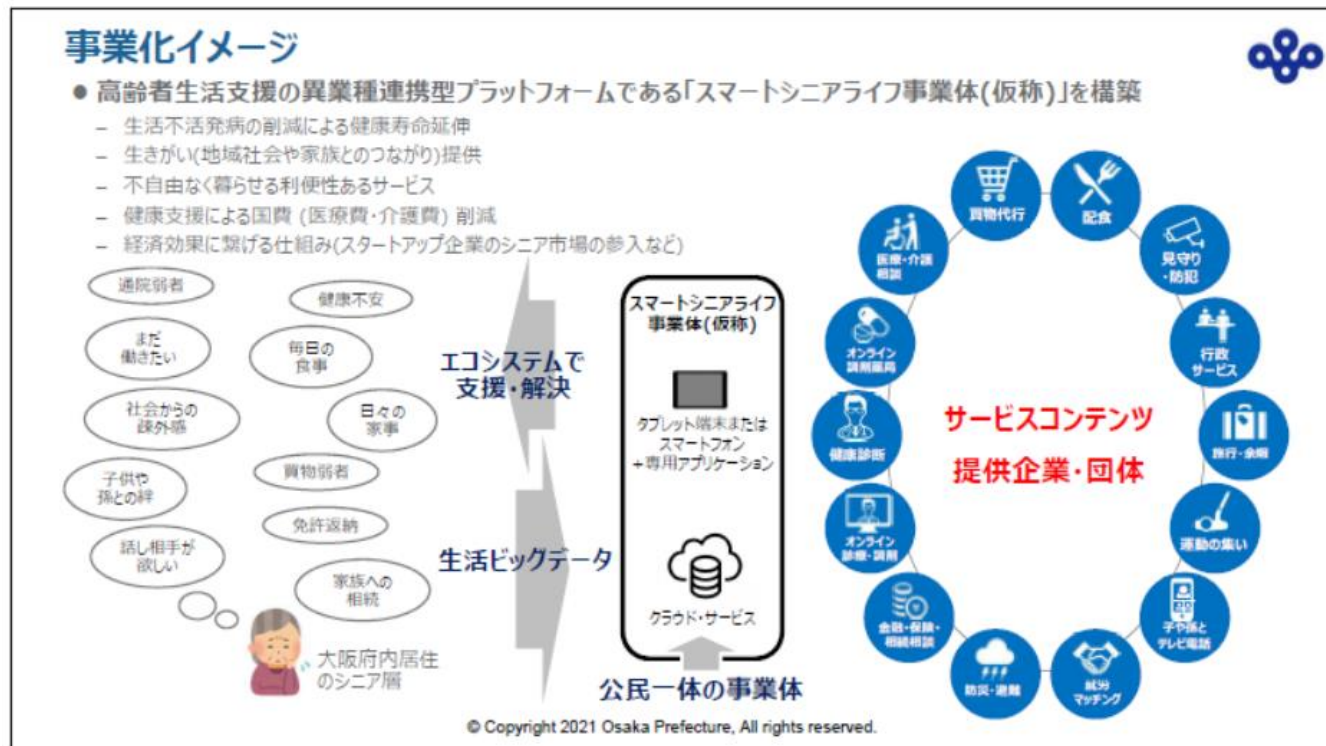


「名医」による  
オンライン診療

**診療体験の  
DX化**

## 大阪スマートシニアライフ実証事業とは・・・

- 大阪府域全体における住民の生活の質（QoL）の向上特にシニア層の抱える課題をICTの活用による解決を目指す
- 「SOKUYAKU」によるオンライン服薬指導及び処方薬の配送サービスの利用環境を提供し、シニア層におけるオンライン服薬指導活用の促進を目指す

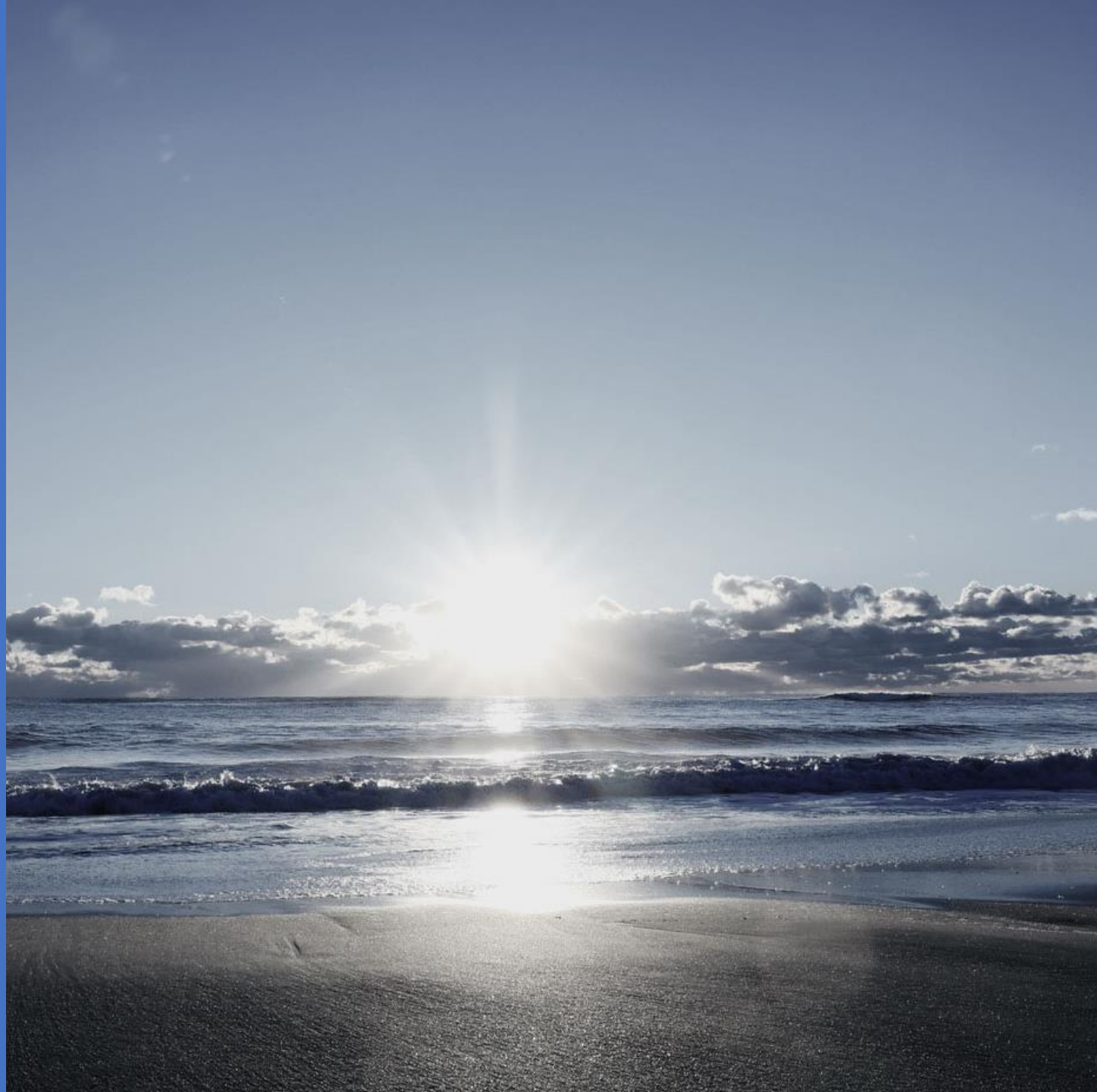


出所：大阪府ホームページ

上記をはじめ、行政との協議を定期的実施しながら、必要なルール作り・規制緩和に関与

事業環境の変化にいち早く対応し、利便性・持続可能性の高い社会作りを推進

今後の  
戦略・方針



- 人々のヘルスケアサイクル全てをカバーする事業を展開
  - SOKUYAKU事業にて「疾病期間」を、D2C事業にて「未病期間」をカバー
  - B2B事業は各事業を側面支援

## SOKUYAKU事業



### 診療・相談



SOKUYAKU オンライン薬局



### 体調変化



ヘルスケアサイクル

### 治療



### セルフケア



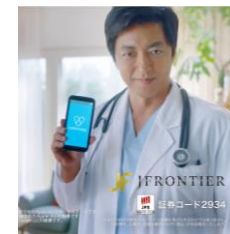
酵水素328選 もぎたて生スムージー 酵水素328選 生サプリメント

## D2C (通販) 事業

## B2B事業

以下の機能で側面支援

ブランディング  
キャストイングなど



BPOサービス  
コールセンター  
DM・物流など





高齢化に端を発する深刻な社会問題解決の一助となることを目指す

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

健康寿命長期化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

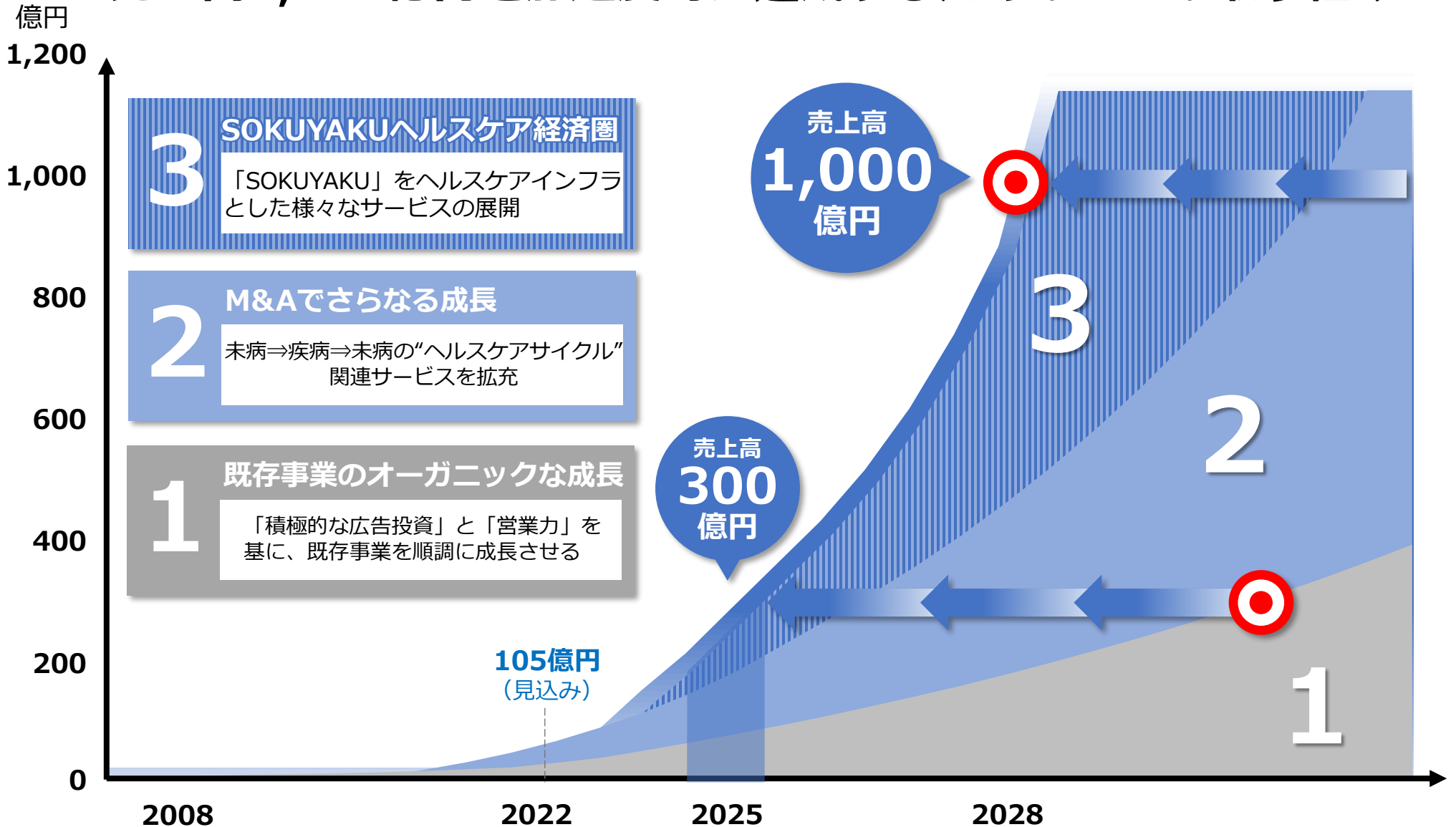
## 目指す事業モデル



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商品・診療などのアクションをリコメンド



## 売上高1,000億円を加速度的に達成するための3つの取り組み



“SOKUYAKUヘルスケア経済圏”の確立に向けて、“ヘルスケアサイクル”に関連するサービスを拡充するM&Aを加速。以下のM&Aマッピングを作成し、ターゲット領域、企業の選定を推進

## ヘルスケアサイクル

未病	健康維持	医薬品・ヘルスケア商品 D2C 	商品企画	
			製造OEM	
			管理システム(ECカート・受発注・在庫)	
			マーケティング(ウェブ・オフライン)	
			物流(倉庫・宅配網)	
			カスタマーサービス(コールセンター、AI)	
			決済	
			バイタル情報	
			AI診断・医療ナレッジ共有・病状検索	
			病院・医師検索	
疾病	体調変化気づき	検索 診療 薬の処方 宅配	病状やバイタルデータからリコmend	
			医療人材の拡充	
	広告・メディア(集客・送客)			
	オンライン診療(SOKUYAKU)			
	オフライン診療(クリニック等)			
	調剤薬局			
	物流(倉庫・宅配網)			

サービス

料金形態※1

To C (患者向け)

オンライン診療・服薬指導・薬の宅配の普及による収益最大化を図る

- オンライン診療 利用料 ➤ 1回150円
- オンライン服薬指導 利用料 ➤ 1回150円
- 薬の宅配料 ➤ メール便・バイク便等の料金に応じて設定



To B (病院・薬局・企業向け)

利用社数の増加による収益最大化、サービスの拡充による収益源の多角化を図る

- SOKUYAKU端末設置サービス (病院・公民館等) ➤ システム利用料
- ASPサービス ➤ システム利用料
- 医療人材紹介サービス ➤ 人材紹介料
- ついで買いサービス ➤ 商品購入額の定率利用料
- SOKUYAKUオンライン薬局 ➤ 月額システム利用料
- 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



(※1)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