



2023年5月期 第2四半期 決算説明資料

2023年1月13日
ジェイフロンティア株式会社
【証券コード：2934】

業績

◆ **売上高** : **9,104**百万円 (通期計画16,669百万円、進捗率 **55%**)

- 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の健康食品・化粧品D2Cにおいて、既存顧客のリピート・新規顧客の獲得が順調に推移

◆ **営業利益** : **-368**百万円 (通期計画-2,028百万円、進捗率 **-%**)^{※1}

- 売上の伸長や、SOKUYAKUとD2Cにおける効率的な広告投下による費用の抑制により、計画よりも利益が上振れ

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）が拡大
- ユーザーの利便性向上に向けた取り組みや他社との業務提携を推進
 - ✓ 当日配送エリアの東京23区外への拡大、阪神調剤を展開するI&Hとの業務提携など
- 新サービスとして、自治体が運営するオンライン診療窓口の運営受託サービスを開始









【 D2C（通販） 】

- 効率良く顧客を獲得できており、業績・KPI（新規獲得した定期顧客数）ともに順調に推移
- グループ会社のシーディ、ECスタジオとの商品開発・商品販売面での連携が伸長

※
1 2023年5月期通期計画 -2,028百万円と赤字計画であり、進捗率の記載は省略

- 01 **2023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**

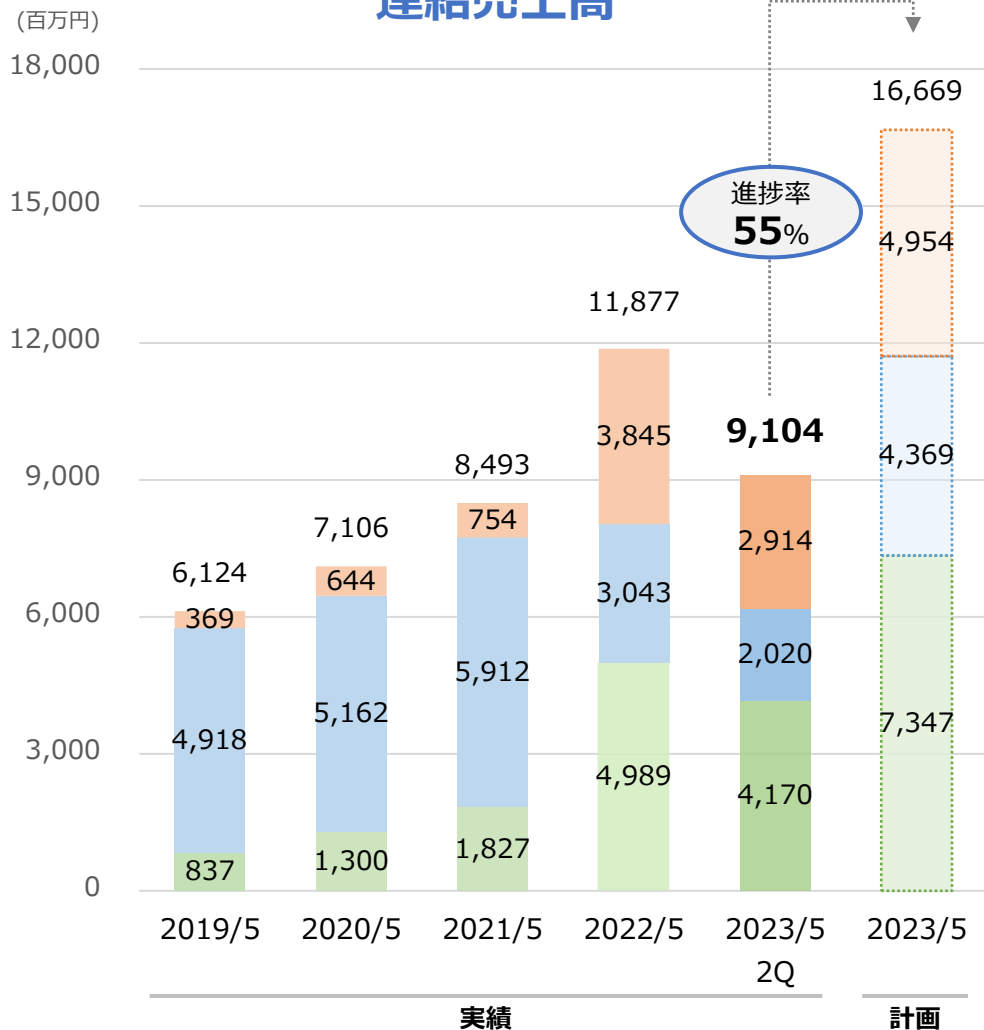
■ 01 2023年5月期 第2四半期 連結決算

| 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>酵母水素328選 シリーズ</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>生かむじ</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>カフェ リーチェ</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 |

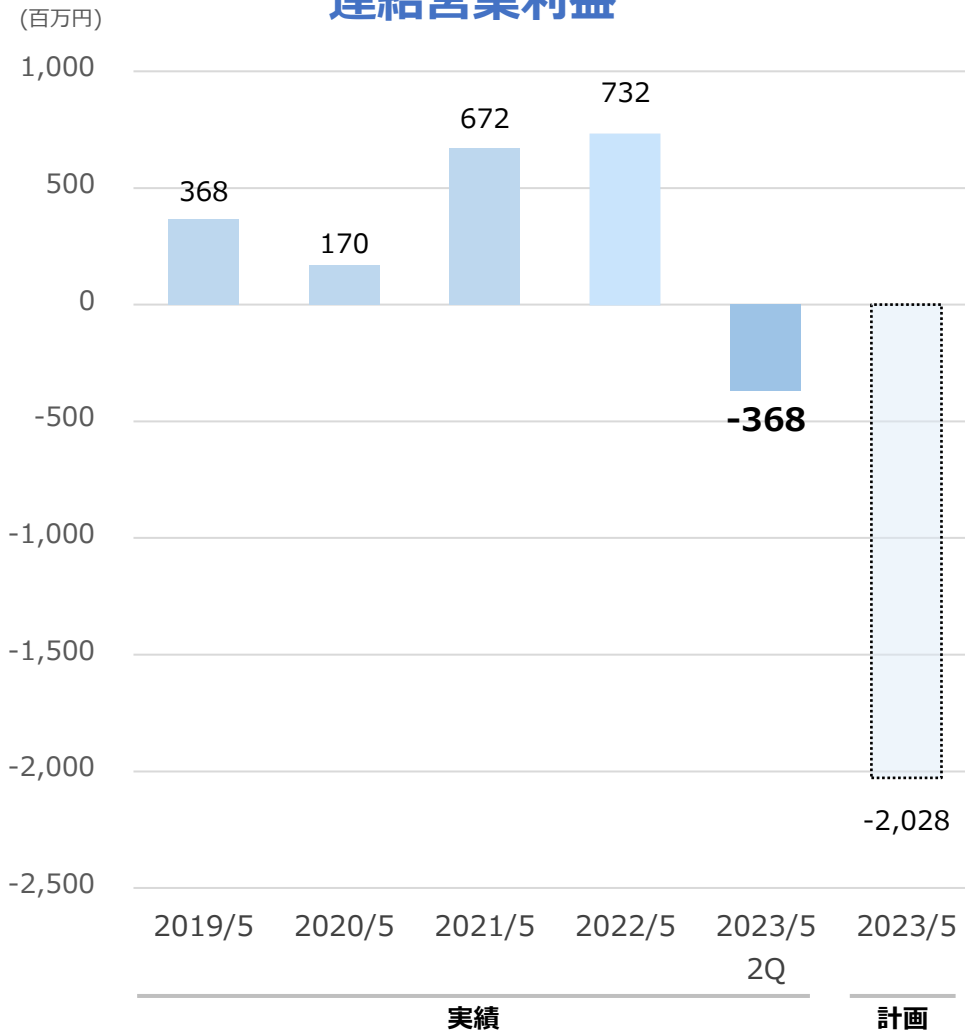
※ BPO = Business Process Outsourcingのことで、顧客企業の業務オペレーションを受託するサービス

■ 通期の計画に対して、各事業は順調に進捗

連結売上高



連結営業利益



■ メディカルケアセールス
 ■ 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 : 9,104百万円 (進捗率 55%)

営業利益 : -368百万円

セグメント別

メディカルケア セールス事業

SOKUYAKU・
医薬品 D2C

売上高 : 4,170百万円 (進捗率 57%)

営業利益 : -412百万円

- SOKUYAKU : 売上高1,859百万円
 - ✓ 引き続きユーザーの獲得・利用が好調に推移
 - ✓ 利益率が低いクリニックの広告運用案件の受注獲得を戦略的に抑制し、自由診療領域におけるオンラインクリニック運営に向けた準備・拡大に注力 (P18に概要記載)
- 医薬品 D2C : 売上高2,311百万円
 - ✓ 漢方薬や発毛剤を中心に新規顧客の獲得が好調に推移

ヘルスケア セールス事業

健康食品・化粧品等
D2C

売上高 : 2,020百万円 (進捗率 46%)

営業利益 : 266百万円

- ダイエットコーヒーやサプリメントにおける顧客獲得が伸長
- 3Q以降に販売開始予定の化粧品の新商品開発が2Qで完了

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 : 2,914百万円 (進捗率 59%)

営業利益 : 55百万円

- グループ全体で新規顧客の開拓営業及び既存顧客へのクロスセルに注力
- KPI (取引社数) 進捗率も64%と順調に進捗

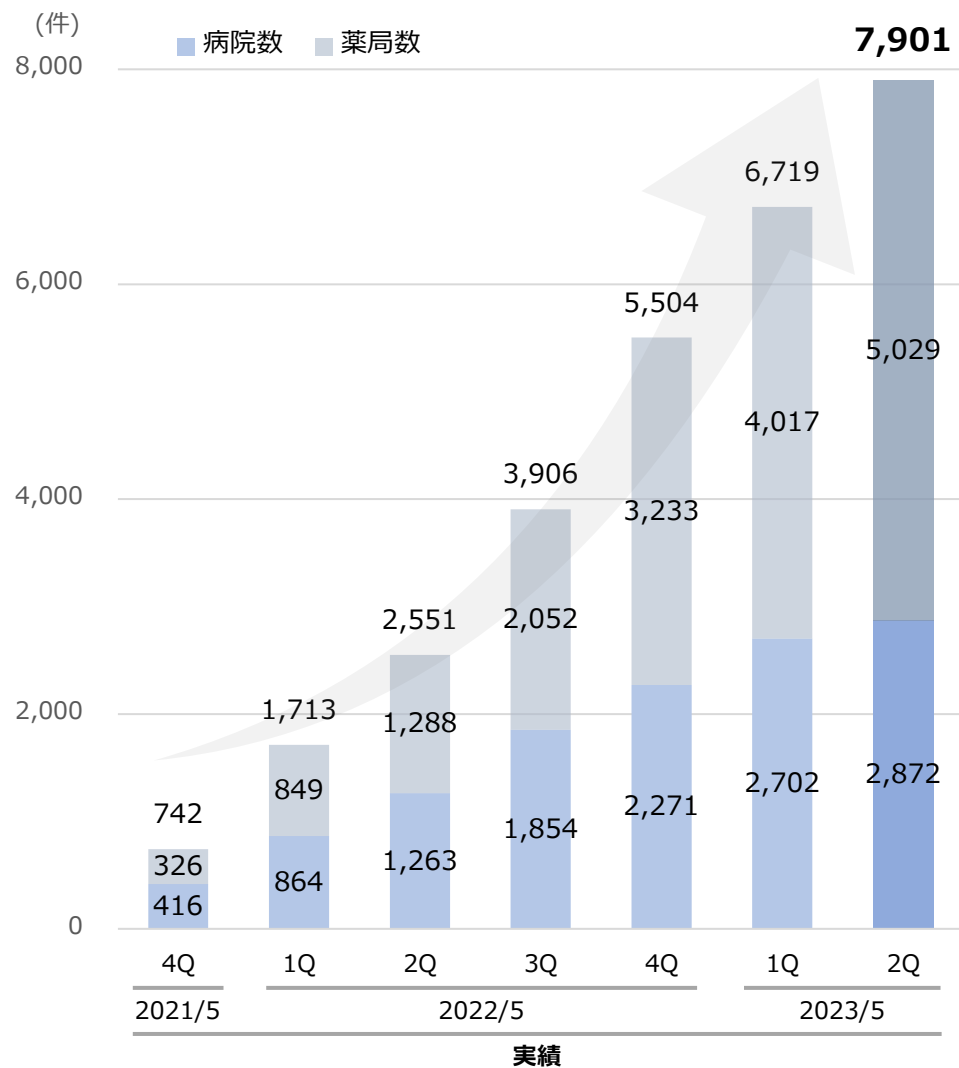
| (百万円) | 2023年5月期 第2四半期実績 | 2023年5月期 年間計画 | 年間計画 進捗率 |
|------------------------|---------------------|------------------|-------------|
| 売上高 | 9,104 | 16,669 | 55% |
| メディカルケアセールス事業 | 4,170 | 7,347 | 57% |
| ヘルスケアセールス事業 | 2,020 | 4,369 | 46% |
| ヘルスケアマーケティング事業 | 2,914 | 4,954 | 59% |
| 営業利益 | -368 | -2,028 | —% |
| 営業利益率 | -4.0% | -12.2% | |
| メディカルケアセールス事業 | -412 | -1,248 | —% |
| ヘルスケアセールス事業 | 266 | -178 | —% |
| ヘルスケアマーケティング事業 | 55 | 58 | —% |
| 経常利益 | -382 | -2,068 | —% |
| 経常利益率 | -4.2% | -12.4% | |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | -349 | -2,190 | —% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益率 | -3.8% | -13.1% | |

| (百万円) | 2023年5月期 第2四半期末 |
|----------------|--------------------|
| 資産 | |
| 流動資産 | 5,387 |
| 現金及び預金 | 2,916 |
| 売掛金等 | 1,303 |
| 棚卸資産 | 870 |
| その他の流動資産 | 298 |
| 固定資産 | 2,399 |
| 有形固定資産 | 115 |
| 無形固定資産 | 1,784 |
| のれん | 1,654 |
| その他の無形 固定資産 | 130 |
| 投資その他の資産 | 499 |
| 資産合計 | 7,786 |

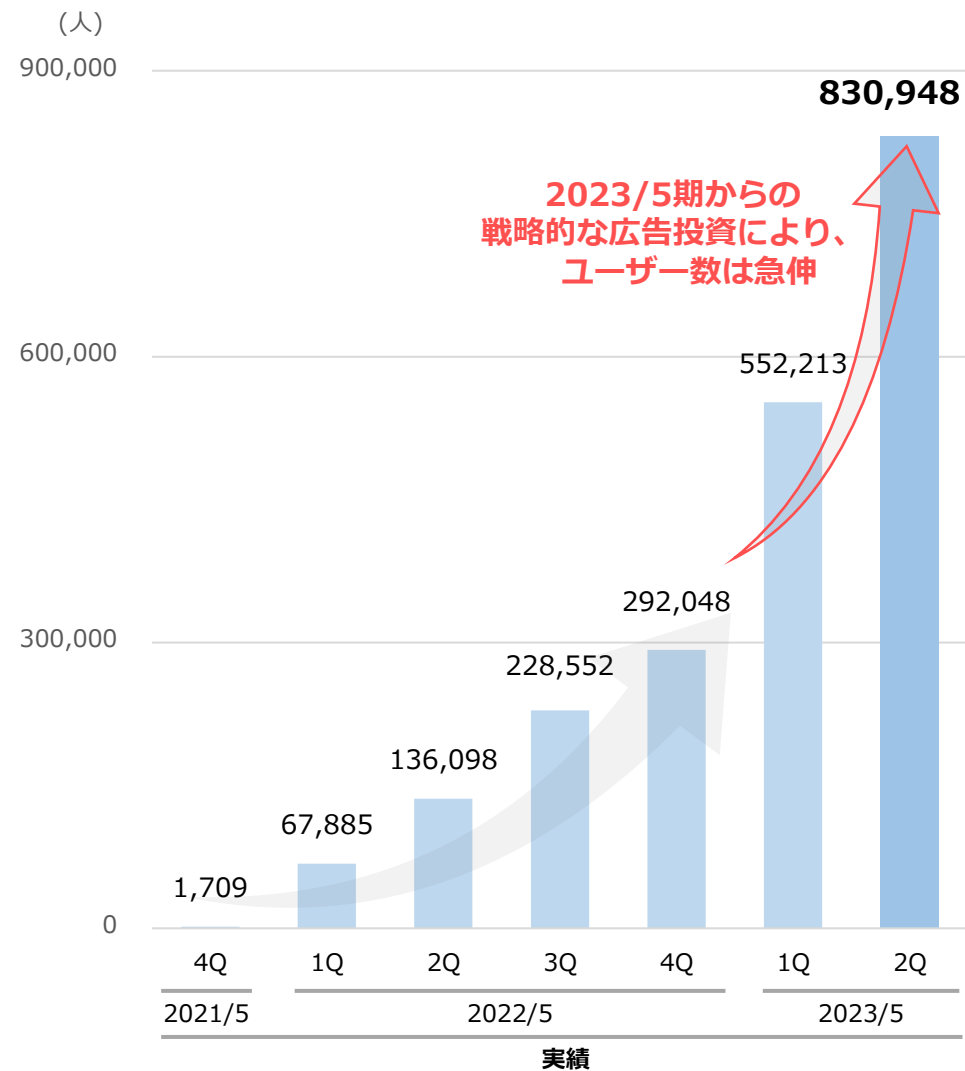
| | 2023年5月期 第2四半期末 |
|------------------|--------------------|
| 負債及び純資産 | |
| 負債合計 | 3,624 |
| 流動負債 | 2,219 |
| 買掛金 | 499 |
| 未払金 | 714 |
| 短期社債・借入金 | 625 |
| その他の流動負債 | 381 |
| 固定負債 | 1,405 |
| 長期社債・借入金 | 1,363 |
| その他の固定負債 | 42 |
| 純資産合計 | 4,162 |
| 資本金 | 138 |
| その他剰余金 | 4,277 |
| 自己株式 | △ 452 |
| 新株予約権 | 11 |
| 非支配株主持分 | 188 |
| 負債及び純資産合計 | 7,786 |
| 純資産比率 | 53.5% |

■ 地上波TVCMをはじめとする広告の投資効果を主因に、引き続き急伸

病院・薬局提携数 (累計)



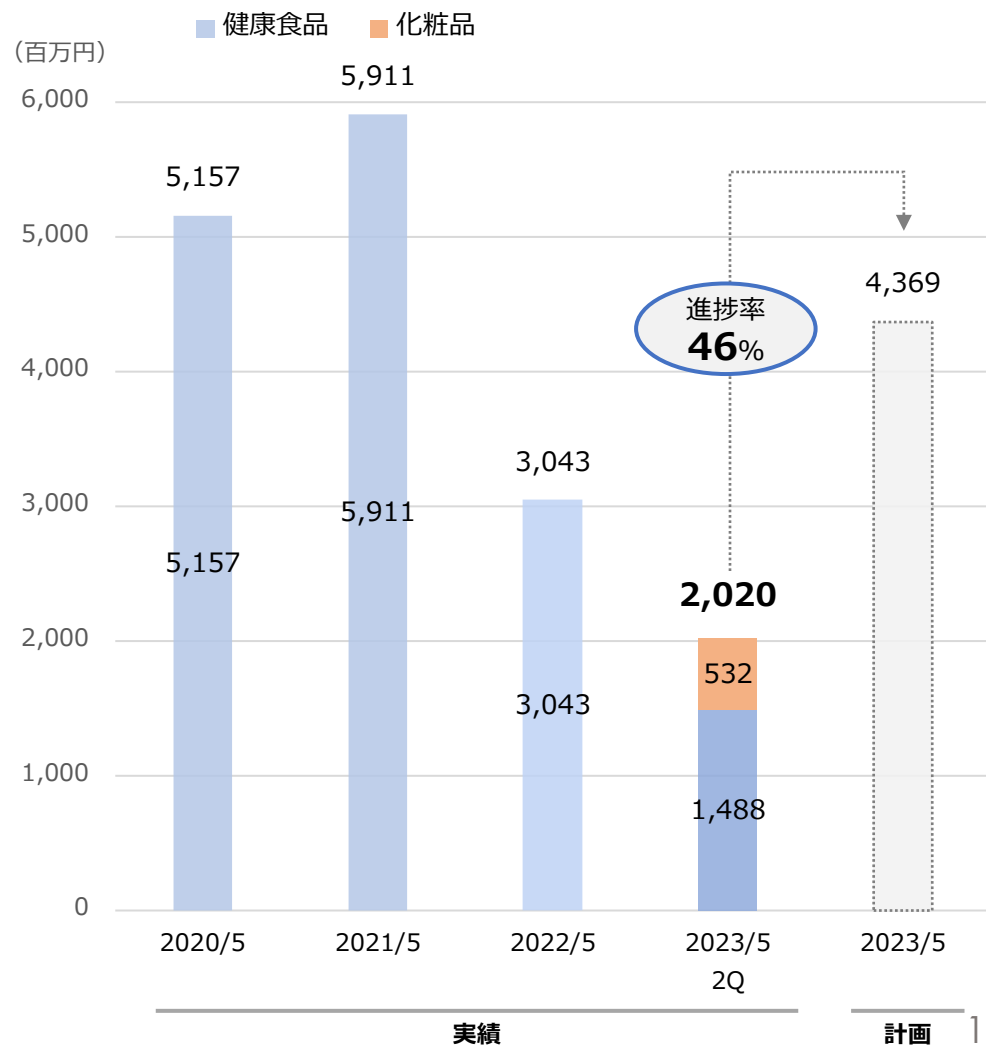
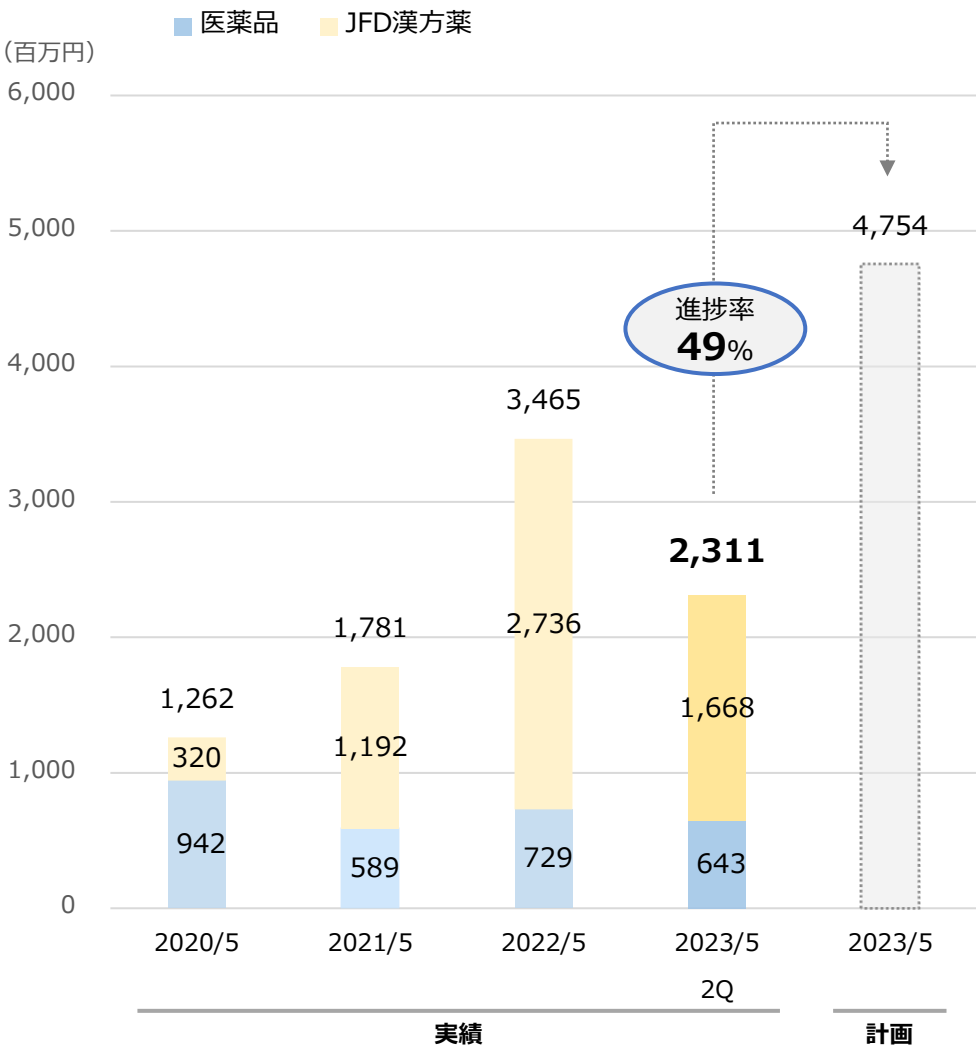
ユーザー数 (会員数)



■ グループ会社のシーディ、ECスタジオとの商品開発・商品販売面での連携が進んでおり、3Q以降で更なる連携効果の発現が期待

医薬品 D2C 売上高

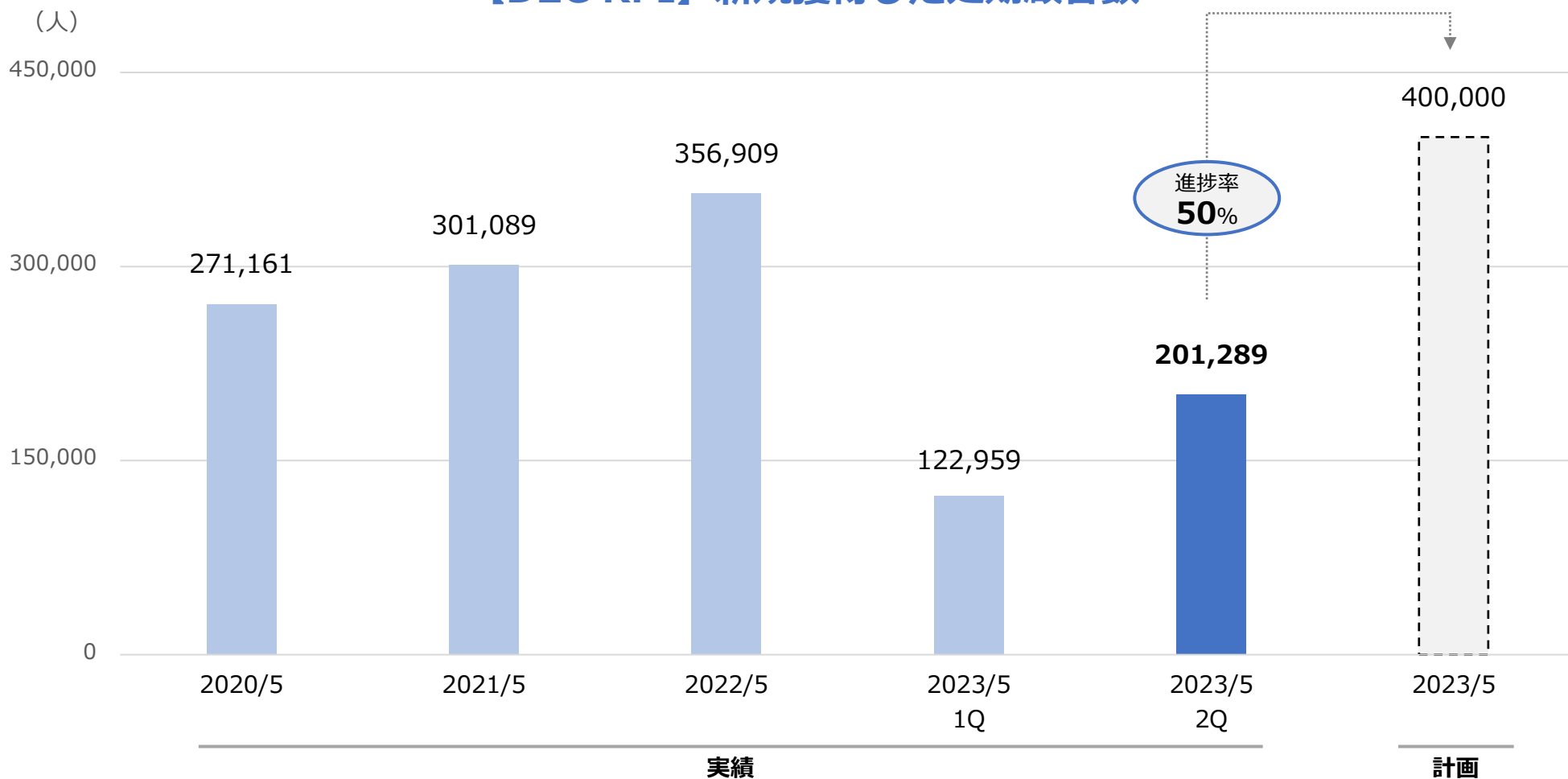
健康食品等 D2C 売上高



経営管理指標（KPI）

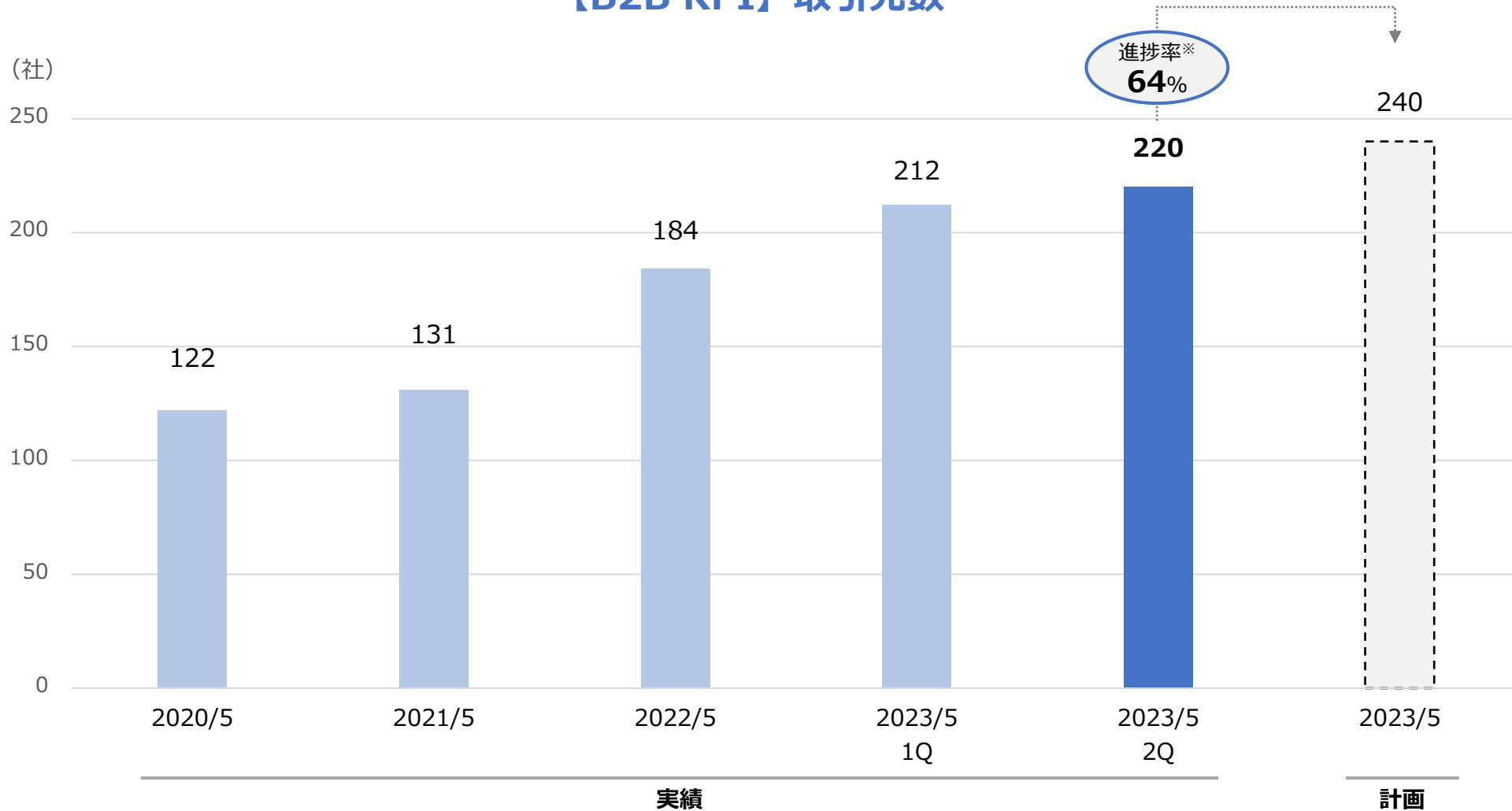
- Webなどのオンライン、TVショッピングなどのオフラインの両チャンネルで安定的に顧客を獲得できており、計画値は達成見込み

【D2C KPI】新規獲得した定期顧客数



■ グループ一での営業活動を展開し、取引先数は順調に伸長

【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)

■ 02 直近の主な取り組み

■ 多店舗展開の薬局・ドラッグストアにSOKUYAKU導入が進む

| | 企業名 | 店舗数 ^{※1} | リリース日 |
|---|-------------------------------|---------------------|------------|
|  | マイライフ株式会社 | 43店舗 | 2022/9/1 |
|  | 株式会社ツルハ | 163店舗 ^{※2} | 2022/9/5 |
|  | 株式会社マリーングループ ホールディングス | 285店舗 | 2022/9/7 |
|  | I&H株式会社 (阪神調剤) | 514店舗 | 2022/9/12 |
|  | 株式会社 ビー・アンド・ディー | 32店舗 | 2022/12/1 |
|  | 株式会社ツルハグループ ドラッグ&ファーマシー西日本 | 123店舗 | 2022/12/16 |
|  | 株式会社 オレンジホールディングス | 127店舗 | 2023/1/10 |

※

1 プレスリリース記載の全店舗数を記載

2 北海道、東京都、神奈川県、兵庫県の調剤併設型ドラッグストアの店舗数

- 日本全国の提携薬局で、オンライン服薬指導後の処方薬の店頭受け取りが可能に
- 送料不要・薬局での待ち時間なし・代理受け取り可能など、ユーザーの利便性が向上

処方薬の受け取り方法一覧

1 当日配送

展開地域 : 東京都、横浜市、札幌市、名古屋市、
大阪市、広島市、福岡市

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

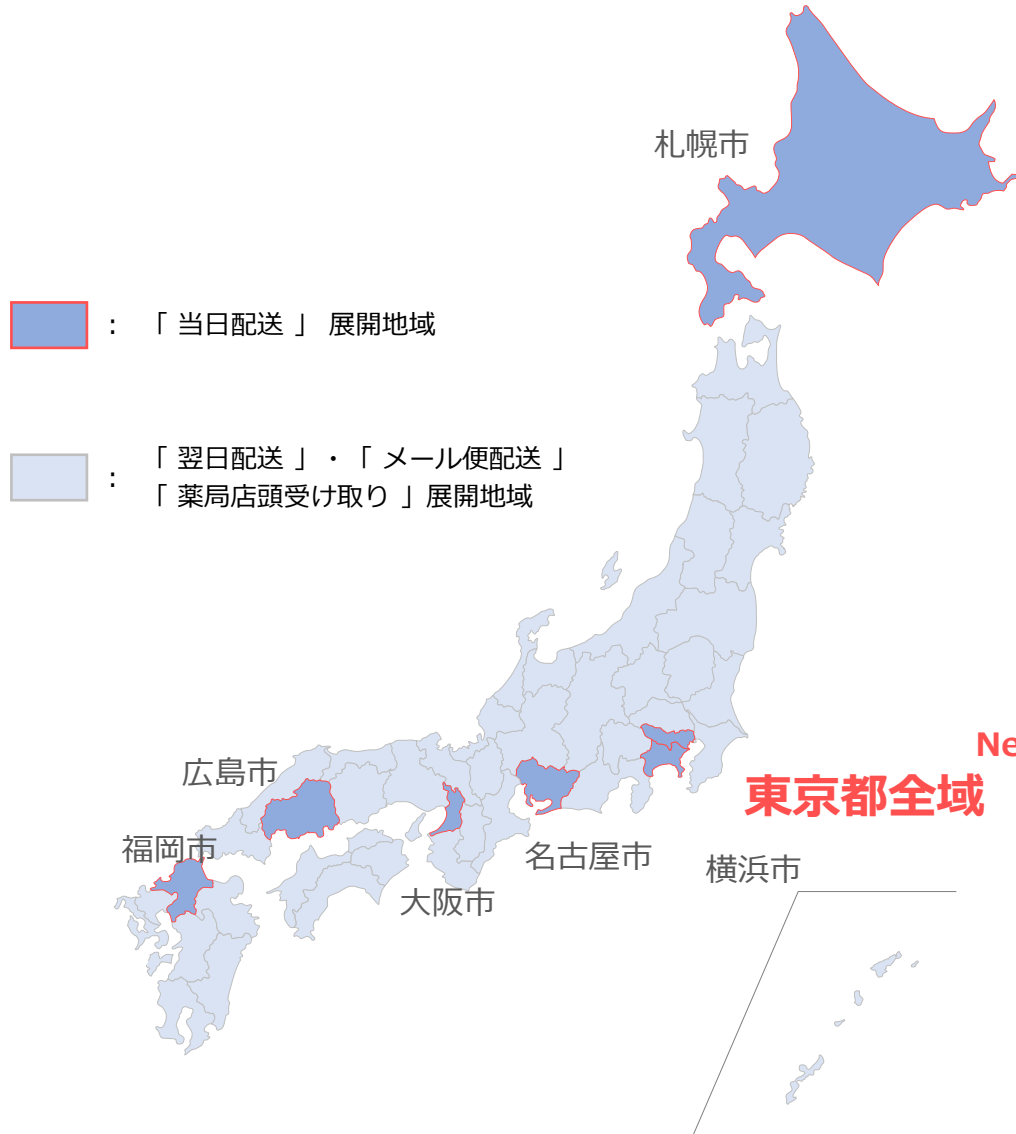
内容 : 薬局で処方薬を受領

配送料金 : 無料



当日配送エリアの拡大

- 東京23区外にも当日配送エリアを拡大し、東京都全域で当日配送を開始
- 利便性向上のため、今後も政令指定都市を中心に拡大を予定



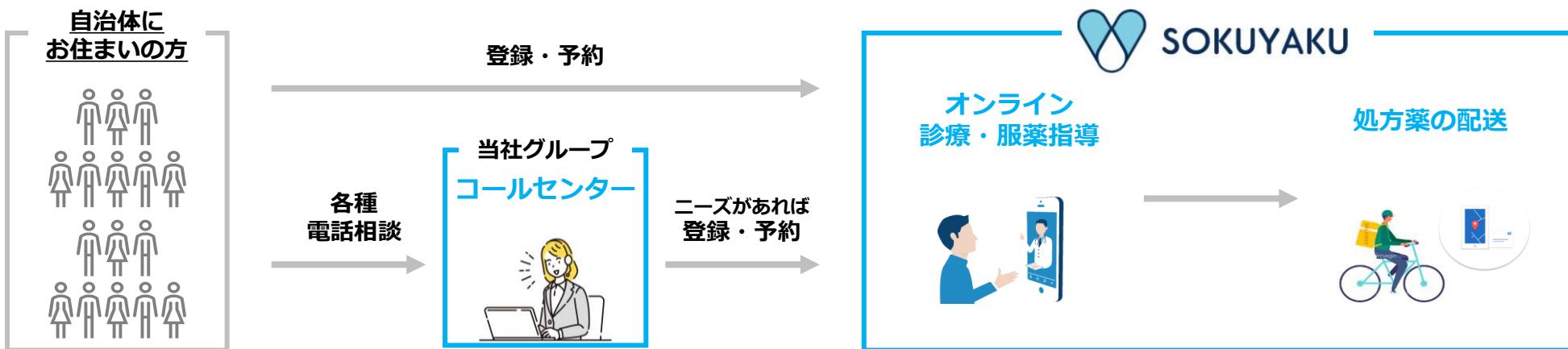
自治体向けサービスの開始

- 新たに自治体が運営するオンライン診療窓口の運営受託サービスを開始
- 大阪府「大阪コロナオンライン診療・往診センター」をはじめ、複数の自治体から受託

サービス概要

- ・ 目的 : **医療格差是正**、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行による**地域の医療逼迫回避**
- ・ 内容 : SOKUYAKUの**オンライン診療から処方薬の宅配機能**と、当社グループの**コールセンター機能**を**組み合わせたサービスなどの提供**（24時間体制など、柔軟に体制を構築）
- ・ 収益モデル : スキームや稼働時間などに応じて、**各自治体から受領**

イメージ図



導入事例

- 大阪府
- 茨城県
- ほか、複数の自治体

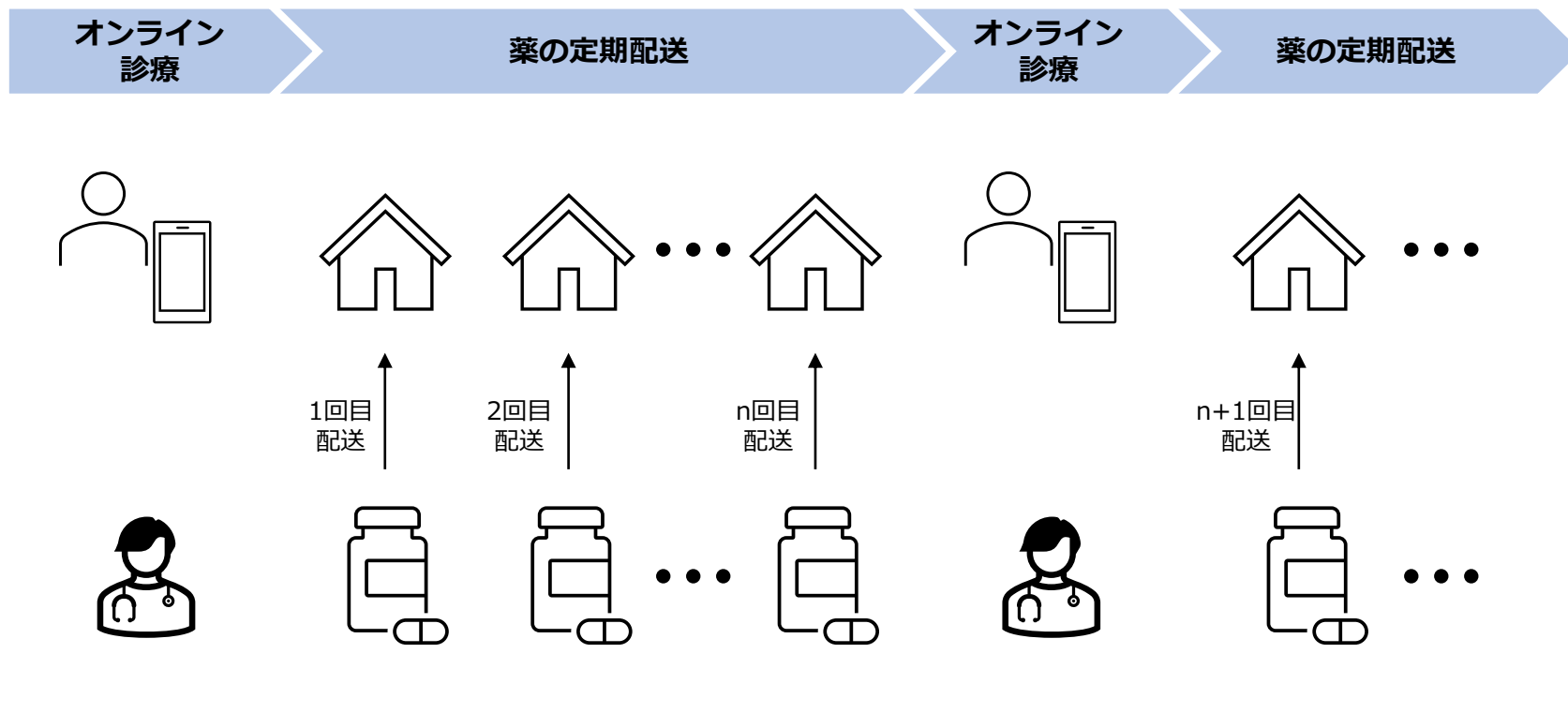
(ご参考) 自治体HPでのSOKUYAKU紹介事例

- ① 神奈川県
- ② 愛知県

- 業務提携先である一般社団法人技美会との、自由診療領域におけるオンラインクリニックの共同運営に向けた準備が完了。今後事業を拡大予定

オンラインクリニックのイメージ

- 診療科目 : 美容皮膚、点眼薬など様々な診療科目を想定 (自由診療)



(ご参考) 2022年5月30日 一般社団法人技美会との業務提携に関する適時開示

<https://global-assets.irdirect.jp/pdf/tdnet/batch/140120220527561385.pdf>

■ 他社との協業を推進することで、医療のDX化に関する取り組みを加速



ウェルビーグループ

企業概要

- ・ 阪神調剤薬局をはじめとする薬局を全国に店舗展開
- ・ 2020年12月から、「へき地・離島等の無薬局地区への薬局開設事業」を開始

- ・ グローバルに事業展開をしている日系企業に向けた、人的資本に対するリスクマネジメントを中心とした会員制サポートサービスを提供

提携の目的

- ・ 医療のDX化による、へき地や離島等における強固な医療体制の構築推進

- ・ オンライン診療の活用により、日本の医療サービスの提供促進

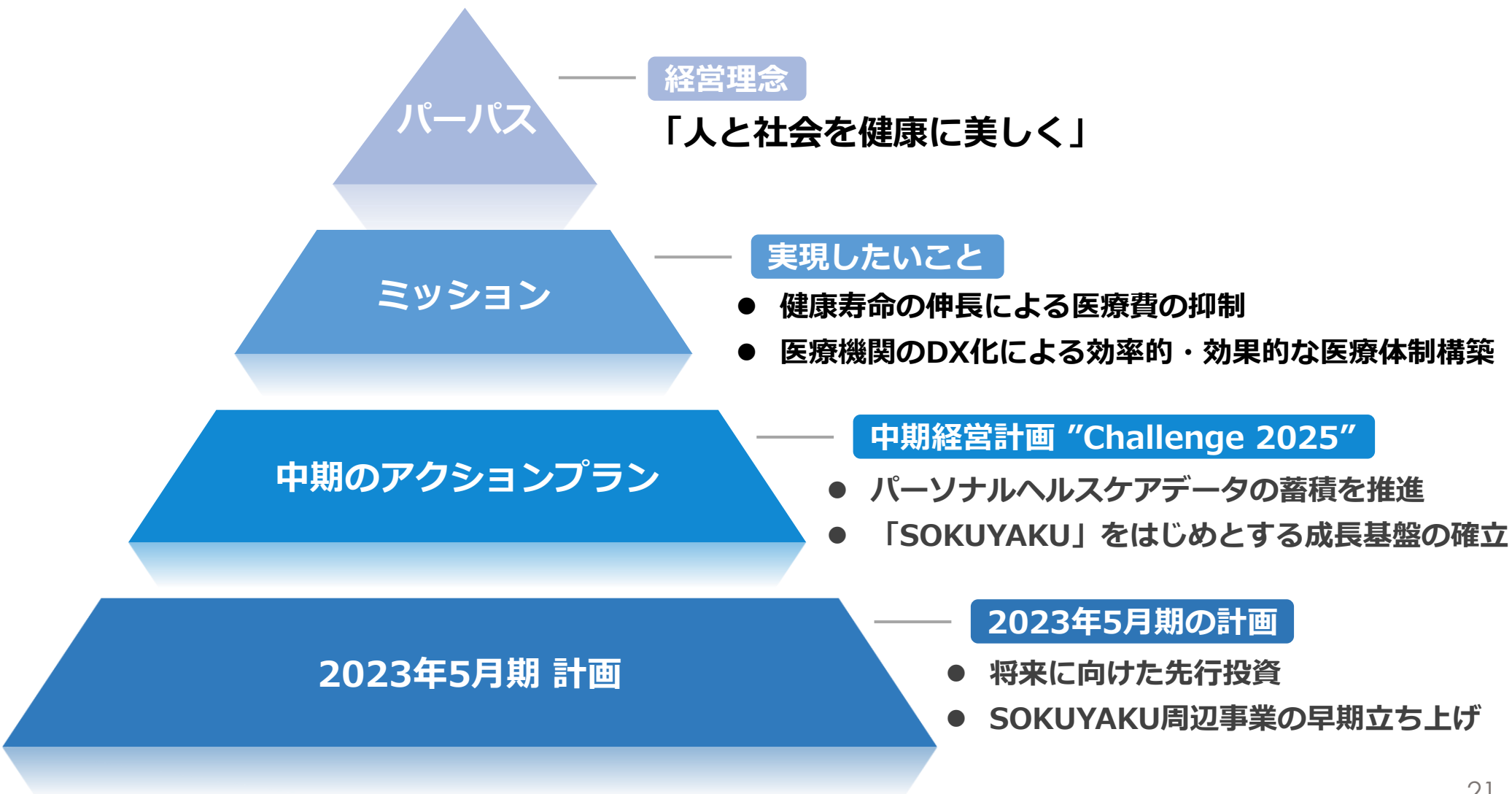
今後の
取り組み予定

- (へき地・離島等に住む患者に対する)
- ・ オンライン診療・服薬指導の利用促進に向けた取り組み
 - ・ 最適な処方薬配送網の構築に向けた実証事業の展開
 - ・ 効率的な運営・円滑な医療サービスの提供が可能な医療プラットフォーム構築に向けたデジタル技術の開発・検証

- ・ 海外駐在員に対する、SOKUYAKUアプリを活用したオンライン診療サービスの提供
- ・ 訪日外国人に対する、日本の病院・クリニックでのオンライン診療サービスの提供

■ 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”

■ 事業モデル構築に向けて、SOKUYAKUを中心としたヘルスケアテック領域への投資を実施。今後3ヶ年で、事業ポートフォリオの大幅な変化を図る

売上構成比の推移

■ SOKUYAKU ■ D2C ■ B2B

2021年5月期 (実績)



2022年5月期 (実績)



2025年5月期 (計画)



SOKUYAKU立ち上げ期

- ビジネスモデル・システム構築
- 医療機関開拓
- 当日宅配網、一部地区で整備

SOKUYAKU拡大期

- 会員の大幅な獲得
- 医療機関開拓の継続
- 当日宅配エリア増加・翌日配送網全国展開

メディカルケアセールス事業

22/5期
売上高構成
42%

オンライン診療・服薬指導プラットフォーム + 医薬品等のD2C

医薬品・医薬部外品のD2C事業

オンライン診療・服薬指導
プラットフォーム



SOKUYAKU

■ 漢方薬



防風通聖散



八味地黄丸

■ 医薬品



【第1類医薬品】
ミノカミングシリーズ



ホワイピユア

■ 医薬部外品



ホワイピユア
薬用美白クリーム

ヘルスケアセールス事業

22/5期
売上高構成
26%

健康食品・化粧品等のD2C



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



カフェ
リーチェ



WEED
シリーズ



LILY
シリーズ

ヘルスケアマーケティング事業

22/5期
売上高構成
32%

ブランディング・BPOサービス



キャストイング・広告



テレビショッピング



卸事業











ウェブマーケティング



コールセンター



DMマーケティング

| 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 <ul style="list-style-type: none">  防風通聖散  八味地黄丸  【第1類医薬品】 ミカミングシリーズ ■ 健康食品・化粧品等 D2C <ul style="list-style-type: none">  酵素水328選 シリーズ  生かむじ  カフェ リーチェ  FINE BASE シリーズ |
| <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

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...



- 各当事者のオンライン化によるメリットは下記の通りで、社会課題に密接に関連
- 特に、少子高齢化の加速・慢性的な医療人材不足に悩む日本においては、オンライン化の意義は大きい

メリット

関連する社会課題

患者



- 距離的・時間的制約の排除
- 適切なタイミングでの受診による重症化の抑制
- 院内感染のリスク削減

- ✓ 地域の医療格差是正
- ✓ 医療費の削減
- ✓ パンデミック対策



医師・ 薬剤師



- 慢性疾患をはじめとする患者の診療の継続促進
- 患者宅への往診回数削減などの効率化

- ✓ 医療従事者不足の改善・働き方改革
- ✓ 医療の質向上

医療機関



- 他県などエリア外からの患者の集客
- 受付・会計など事務員の負担軽減

- ✓ 悪化する経営状況の改善
- ✓ 人手不足の改善



企業

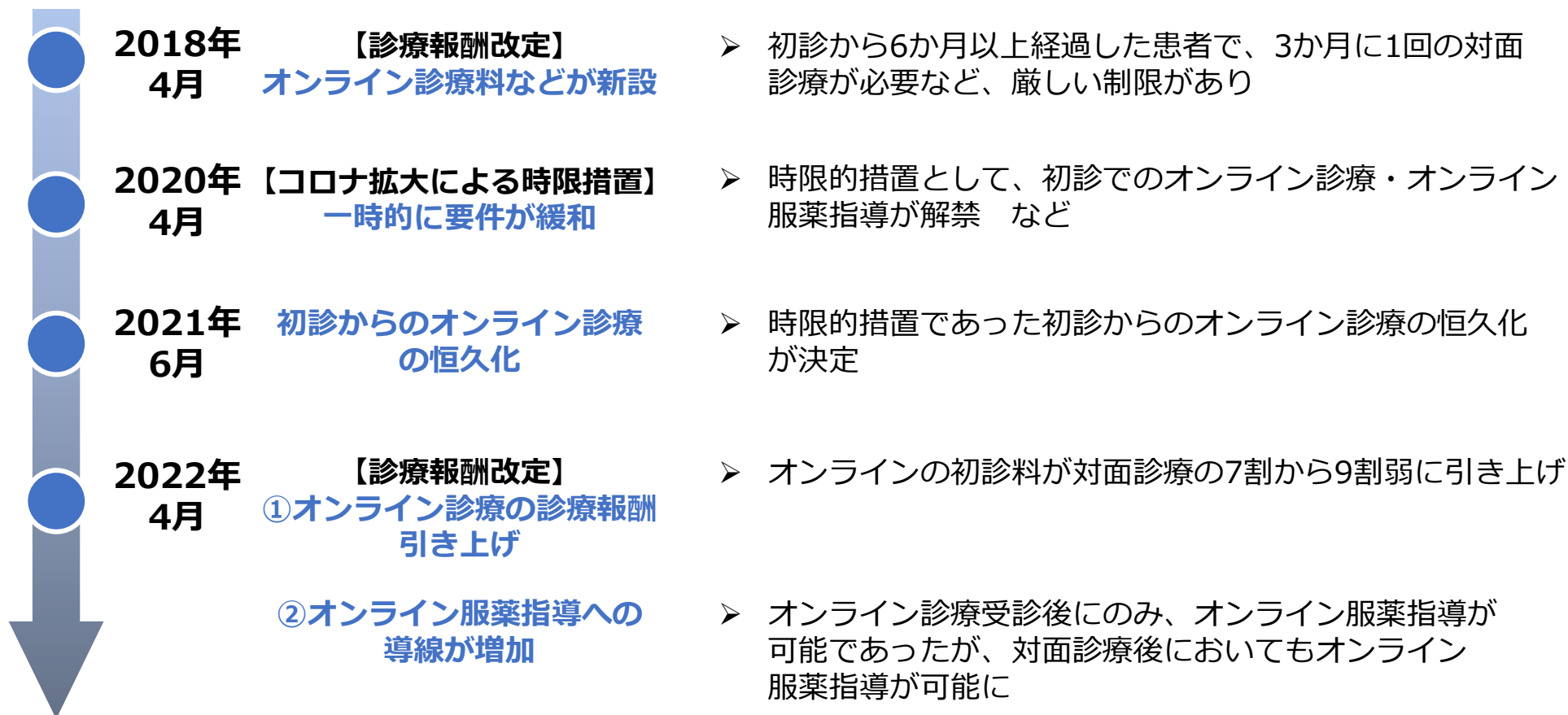


- 仕事と医療機関受診の両立による病気重症化予防
- 診療のための通院に伴う遅刻・早退・欠勤の改善

- ✓ 社員の健康維持（健康経営）
- ✓ 生産性の向上

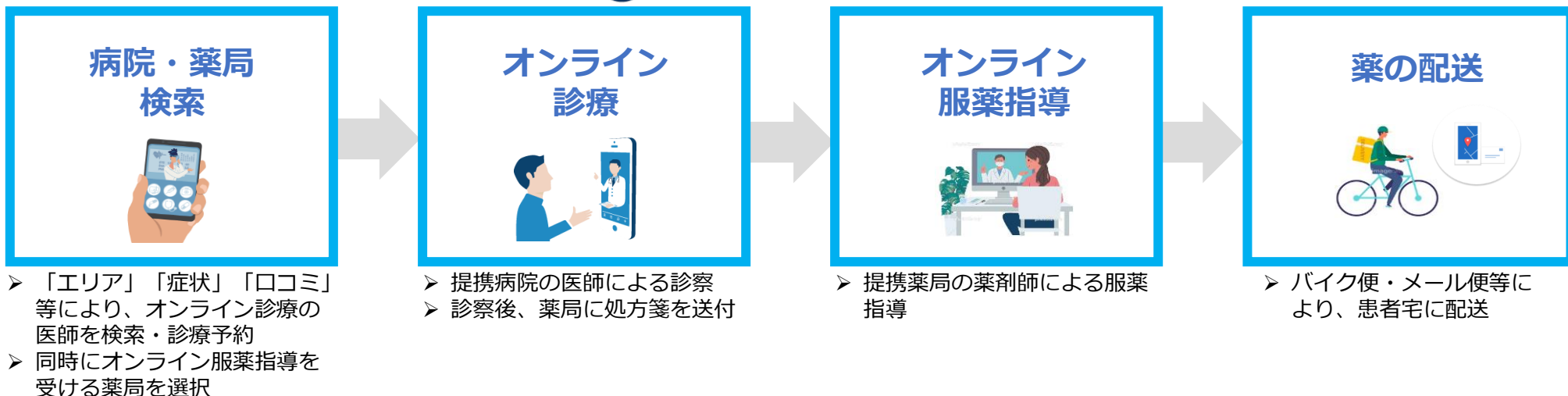


- 足元国内でもオンライン診療・服薬指導にかかる規制緩和が加速
- 社会課題への政府の対応として、今後も関連規制の更なる緩和が見込まれる



地域の医療格差の是正、医療従事者の働き方改革など、日本が直面する医療課題の解決に向けて、今後も規制緩和の進行が期待

- 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

病院・薬局側

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

患者側

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

1年間で病院・薬局の提携数は7倍、ユーザー数は171倍に増加※

※ 2022年5月末時点

サービス

料金形態※

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
- 自由診療のオンラインクリニック
(オンライン診療・薬の定期配送)
 - 商品・サービスに応じて設定



To B (病院・薬局・企業・自治体向け)

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
- 医療人財紹介サービス
 - 人財紹介料
- 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
- 自治体向けサービス
 - 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

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

ヘルスケアセールス

酵素素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

WEED



2022年7月ECスタジオ
子会社化により化粧品
に本格参入

メディカルケアセールス

医薬品・医薬部外品



ホイピュア

しみ、そばかすに効く商品

ホイピュア
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 (JFD)



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

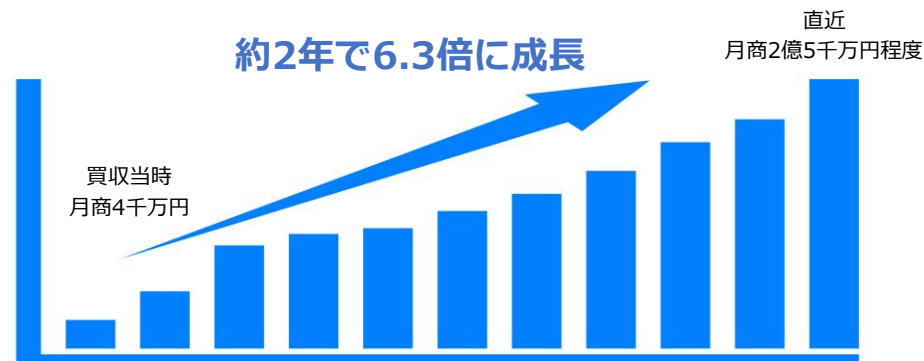
他社にはない「売る力」により

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2年で月商40百万円から250百万円に成長



- 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**

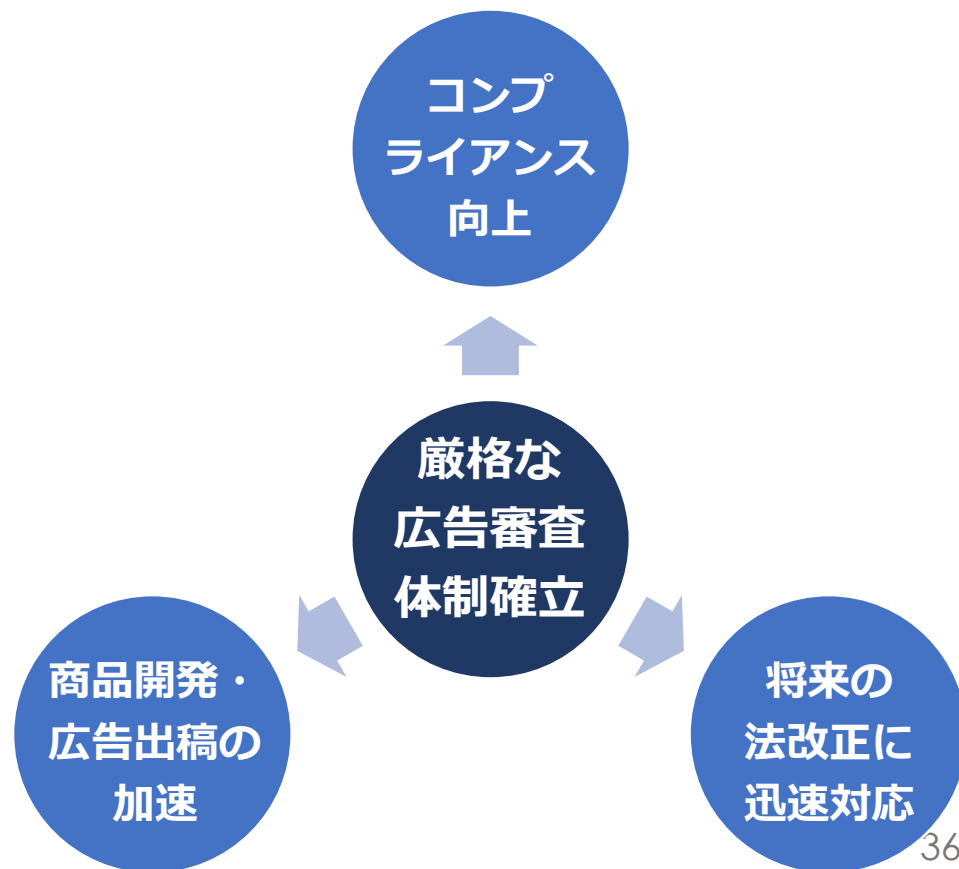
外部環境（広告関連法令の厳格化）

- 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**



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.

■ 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”

