



**2023年5月期 第2四半期  
決算説明会 書き起こし**

**ジェイフロンティア株式会社  
【証券コード】 2934**

**2023年1月13日 16時～**

**司会：**

お時間になりましたので、これよりジェイフロンティア株式会社、2023年5月期第2四半期決算説明会を開催いたします。本日はご多忙の中、決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

本説明会は、決算報告の後、質疑応答の時間を設けております。なお、時間の関係上、すべてのご質問にお答えできない場合もございます。予めご了承ください。

それではこれより、2023年5月期第2四半期決算について、代表の中村からご報告をさせていただきます。

**代表 中村：**

代表の中村でございます。

2023年5月期第2四半期決算のご報告をさせていただきます。

■ 通期の計画に対して、各事業は順調に進捗



第2四半期のグループ全体の業績ですが、

連結売上高 91 億 400 万円で、年間計画 166 億 6,900 万円に対する進捗率は 55%となりました。  
 連結営業利益は通期計画マイナス 20 億 2,800 万円に対して、第2四半期累計の実績はマイナス 3 億 6,800 万円となりました。

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

売上高：4,170百万円 (進捗率 57%)

営業利益：-412百万円

SOKUYAKU・  
医薬品 D2C

- 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

6

事業毎にご説明をさせていただきます。

まずは、メディカルケアセールス事業についてです。

オンライン診療・オンライン服薬指導・薬の宅配プラットフォーム「SOKUYAKU」では、引き続き、ユーザーの獲得・利用が順調に推移しました。

一方で、第2四半期では比較的利益率の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、SOKUYAKUの周辺領域における社内リソースの最適化を行いました。下期はオンラインクリニックによる処方薬の宅配を強化してまいります。

医薬品のD2Cにおいては、漢方薬や発毛剤を中心に新規顧客の獲得が好調に推移しました。

結果、通期の計画に対して、売上は57%の進捗となっています。

続いて、ヘルスケアセールス事業についてです。

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しました。

また、下期より化粧品の販売を強化するべく、新商品の販売がスタートします。

ヘルスケアマーケティング事業においては、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した結果、売上は59%の進捗となっています。

## 【メディカルケアセールス事業】SOKUYAKU 経営管理指標 (KPI)



### ■ 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



次に、SOKUYAKUのKPIのご報告をさせていただきます。

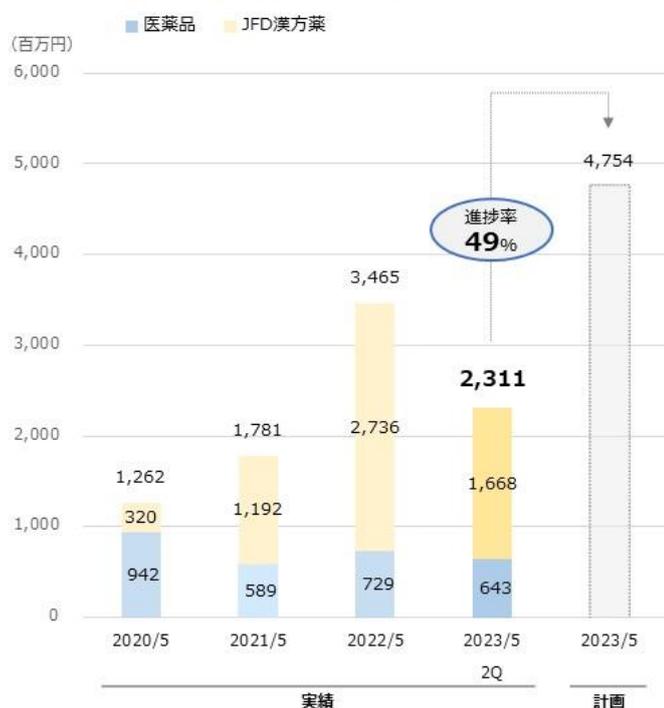
病院・薬局の提携数は合計で7,901件と、引き続き安定して増加しています。

SOKUYAKUのユーザー数については83万人と、2023年5月期からの戦略的な広告投資により急拡大しており、投資効果は早期に発現していると考えています。

引き続き病院・薬局との提携、ユーザー獲得を進めてまいります。

- 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

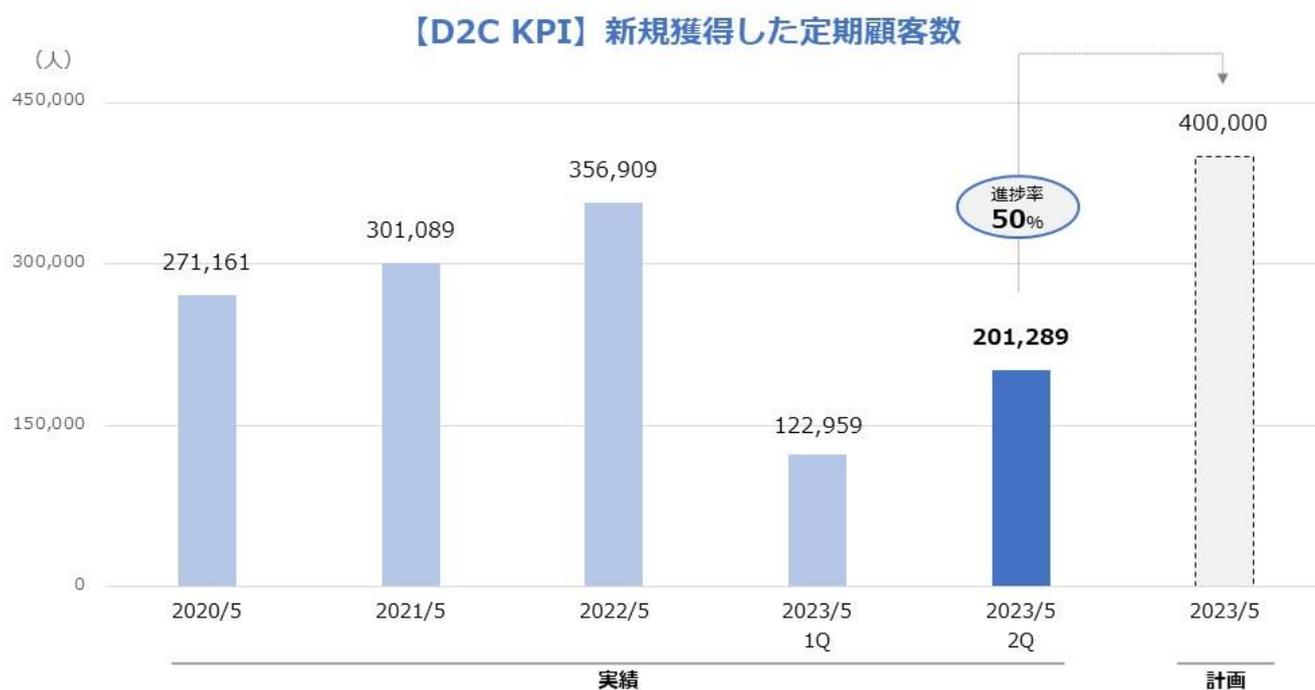


D2C についてご説明させていただきます。

売上の進捗は、医薬品が 49%、健康食品・化粧品が 46%となっています。

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、第 3 四半期以降で更なる連携効果の発現を見込んでいます。

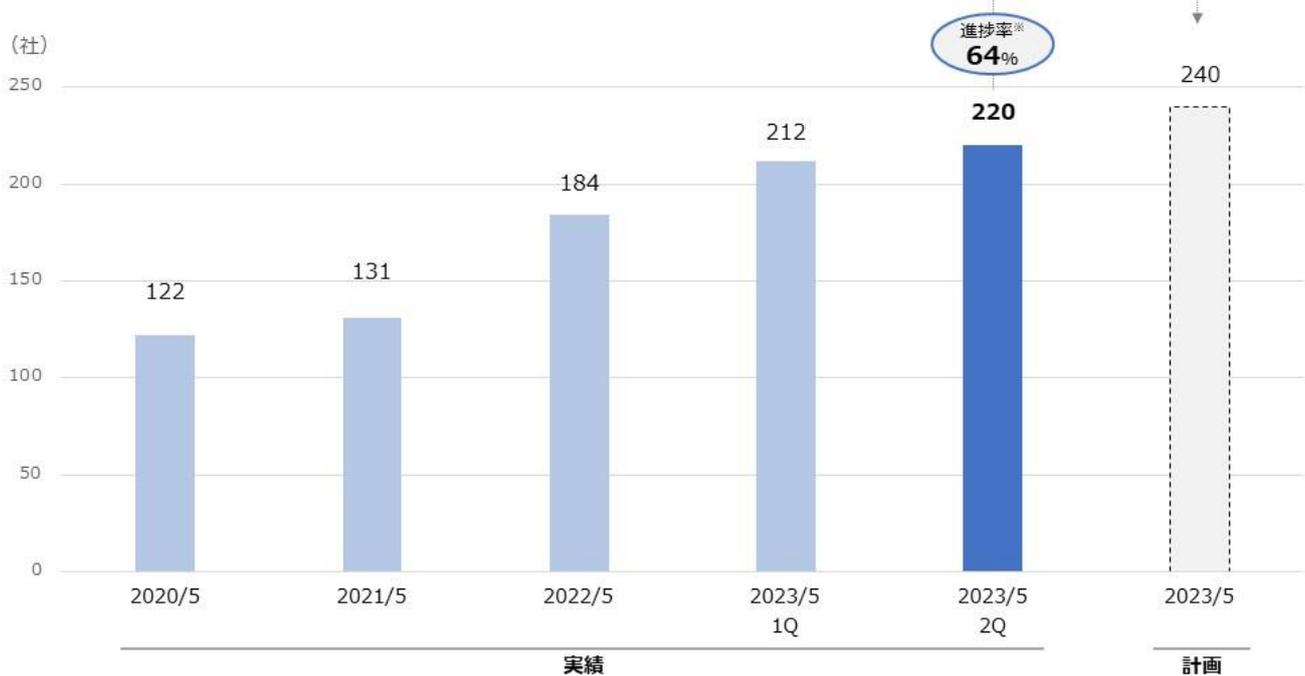
- Webなどのオンライン、TVショッピングなどのオフラインの両チャンネルで安定的に顧客を獲得できており、計画値は達成見込み



D2C の新規で獲得した定期顧客数については、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予算よりも低単価で安定的に新規顧客を獲得できました。結果、通期の40万人の目標に対して50%を超える進捗となっています。

■ グループ一体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)

12

次にヘルスケアマーケティング事業の KPI についてご説明します。

取引先数の進捗は 240 社の目標に対し、220 社と進捗率は 64%となっております。

順調に伸長しており、グループ一体での営業活動が進んでおります。

■ 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 <sup>※1</sup>	リリース日
 <b>オール薬局</b>	マイライフ株式会社	43店舗	2022/9/1
 <b>ツルハドラッグ</b>	株式会社ツルハ	163店舗 <sup>※2</sup>	2022/9/5
 Marine Group	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
 <b>B&amp;D</b> 株式会社 ビー・アンド・ディー	株式会社 ビー・アンド・ディー	32店舗	2022/12/1
 <b>Wants</b> ドラッグストア ウェルネス	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
 <b>オレフジ薬局</b> genkiorange.com	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

14

ここからは、直近の主な取り組みについてご説明させていただきます。

まずは、SOKUYAKUの薬局・ドラッグストアとの提携についてです。

ツルハグループや阪神調剤を持つI&Hなど、多店舗を展開するチェーンの薬局・ドラッグストアに導入頂きました。

引き続き薬の配送の起点となる薬局との提携を進めてまいります。

## 処方薬の受け取り方法の追加（薬局店頭）

- 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

**New !**

#### 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



15

さらに、ユーザーの利便性向上に向けた取り組みを進めております。

まずは、処方薬の受け取り方法についてです。

従来の当日配送、翌日配送、メール便による配送に加えて、薬局店頭での受け取りを開始しました。

送料不要、かつ、薬局での待ち時間がないことに加え、代理の方の受け取りも可能になっております。

- 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



続いて、当日配送エリアの拡大についてです。

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が可能になりました。

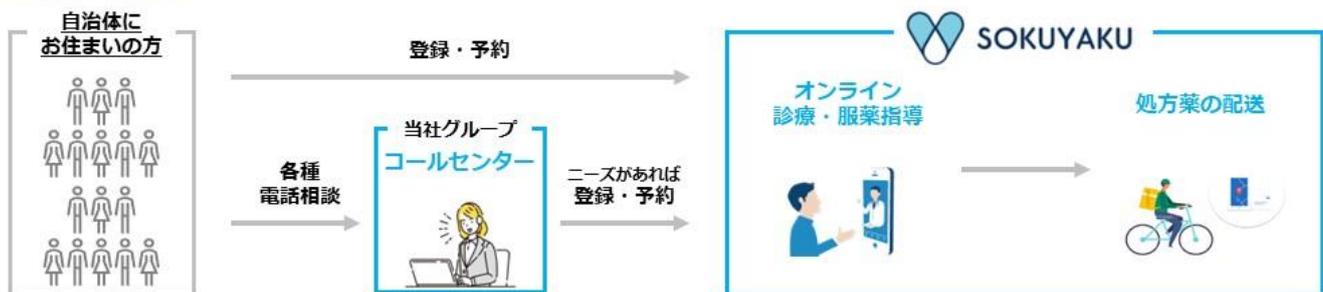
## 自治体向けサービスの開始

- 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**

17

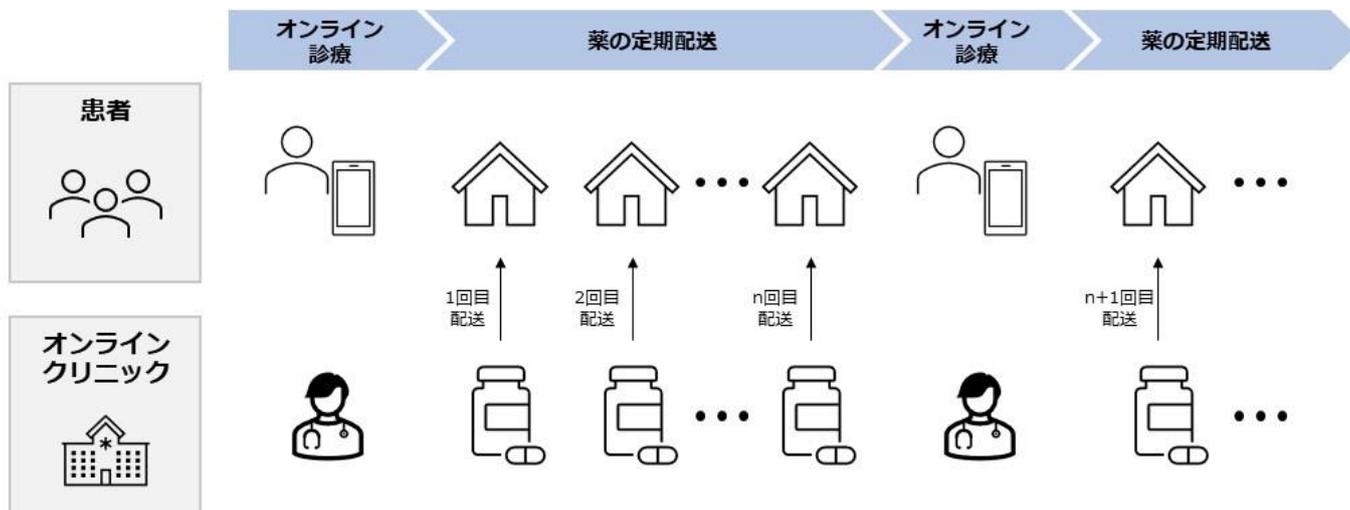
新規のサービスについてご紹介をさせていただきます。

2022年10月から、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しました。新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行などによる地域の医療逼迫回避に向けた取り組みの一環で、大阪府・茨城県のほか、複数の自治体からの受託が決まっております。

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

18

続いて、2022年5月30日に業務提携契約を締結しました、一般社団法人技美会との協業について、進捗をご報告いたします。

第2四半期では、自由診療領域のオンラインクリニックの共同運営に向けた準備が完了し、美容皮膚や点眼薬など様々な診療科目において、オンライン診療により、薬が定期的に宅配されるサービスの展開がスタートしました。第3四半期以降、事業スピードを加速してまいります。

■ 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



	I&H	ウェルビーグループ
企業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 阪神調剤薬局をはじめとする薬局を全国に店舗展開</li> <li>・ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul>
提携の目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul>
今後の取り組み予定	<p>(へき地・離島等に住む患者に対する)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>オンライン診療・服薬指導の利用促進</u>に向けた取り組み</li> <li>・ <u>最適な処方薬配送網の構築</u>に向けた実証事業の展開</li> <li>・ <u>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</u>に向けたデジタル技術の開発・検証</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>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</u></li> <li>・ <u>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</u></li> </ul>

また、他社との協業により、SOKUYAKU の拡大スピードの更なる加速を図っています。

第1四半期では、フィナンシャル・エージェンシー、JAL と取り組みを進めましたが、

直近では、阪神調剤薬局を展開する I&H や、ウェルビーグループと業務提携契約を締結し、協業を推進しております。

以上で、当社からのご報告を終了させていただきます。

**司会 :**

それではこれより、質疑応答に移らせていただきます。

ご質問は Q&A 機能より投稿をお願いいたします。

**代表 中村 :**

それでは、ご質問をいただいておりますので、私から回答させていただきます。

**質疑応答 1 :**

「営業利益が通期計画に比して、大幅に上振れている理由は？」というご質問です。

大幅に上振れた理由については、売上の伸長と、SOKUYAKU・D2Cにおける効率的な広告投資ができたことによる費用の抑制になります。

**質疑応答 2 :**

「上期の利益上振れ分は、下期に全て広告投資されるイメージか？」というご質問です。

こちらについては、獲得効率をみて判断していく予定です。D2Cの定期顧客の獲得、SOKUYAKUのユーザー獲得のための広告に加えて、先ほどご説明した自由診療のオンラインクリニック拡大のための広告投下なども検討してまいります。

**質疑応答 3 :**

「SOKUYAKUの広告投下は順調か？」というご質問です。

非常に効率的に広告投下ができており、想定よりも広告費を抑制したうえで計画通りの会員獲得ができております。

#### **質疑応答 4 :**

「海外の企業が処方薬のネット販売への参入を検討しているという報道について、どのように考えているか？」というご質問です。

企業自身が発表した正式な情報ではないので、なんとも言えないが、日本の法規制に対応していけるかが、重要なポイントだと思っています。

SOKUYAKU では、既存の法規制に準拠していることはもちろん、規制緩和などにも即時対応していきます。あとは、全国において、利便性高く薬の配送まで利用をいただけるような環境を整備しており、今後も当日宅配エリアの拡大など進めていく予定です。

#### **質疑応答 5 :**

「SOKUYAKU のユーザー数、病院・薬局の提携数が伸びている理由は？」というご質問です。

ユーザー数の伸長については、地上波の TVCM をはじめとする広告投資の効果が主要因と認識しています。また、コロナの流行によるオンライン診療に対する世間の関心度の高まりも、拡大要因の一つと考えています。

病院・薬局提携数の伸長については、特に大手ドラッグストアとの提携により、提携薬局数が伸びていることが大きいと認識しています。薬局から近隣の病院を紹介いただくことも多く、提携病院数の増加に繋がっております。

#### **質疑応答 6 :**

「広告費の内訳を教えてください」というご質問です。

第 2 四半期累計の広告費約 18 億円の内訳は、SOKUYAKU 約 5 億円、D2C 約 13 億円になります。現状、概ね計画通り進捗しており、下期ではオンラインクリニック拡大に向けた広告投下も含めて、準備を進めております。

**質疑応答 7 :**

「SOKUYAKU は電子処方箋やマイナンバー保険証にも対応するのか？」というご質問です。  
もちろん、対応していく予定です。それに伴い、システムの一部改修を予定していますが、大きなコストがかかるものではないと認識しています。

**質疑応答 8 :**

「オンライン診療に対する医師会の抵抗感は大きいと感じるか？」というご質問です。  
自治体への営業などを通じて、地域によって温度感が異なる印象はあるが、以前より薄れてきていると感じています。  
社会的な要請や、高い利便性を享受できるユーザー側の需要があれば、供給側である医師や薬剤師も変化していかれると思っています。

**質疑応答 9 :**

「オンラインで初診から受診できる病院は増えているか？」というご質問です。  
増えてきており、初診からのオンライン診療を含めて、以前よりも協力的にご対応いただけるようになったと感じています。  
対面診療は行わず、オンライン診療のみで対応しているようなクリニックや、自治体から受託しているオンライン診療窓口では、土日祝日含めて 24 時間体制で診療枠を空けていただけるようなクリニックもございます。

**質疑応答 10 :**

「エクイティ・ファイナンスの行使の進捗はどうか？今後の資金調達の必要性はないか？」というご質問です。  
第 4 回新株予約権の行使価額を上回って株価が推移した期間もございましたので、一部行使は行われております。今後の資金調達については、2023 年 5 月期に必要な資金は銀行借入で順調に調達が進んでおり、2024 年 5 月期以降の必要資金はエクイティ・ファイナンスの行使状況を見ながら、適切な手法を検討していきます。

### 質疑応答 11 :

「第 1 四半期と比較して第 2 四半期では粗利率が上昇しているが、その要因はなにか？」というご質問です。

SOKUYAKU において、第 2 四半期から、利益率の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、SOKUYAKU の周辺領域における社内リソースの最適化を行い、自由診療のオンラインクリニックに向けて注力したためです。

### 質疑応答 12 :

「コロナの流行により、御社にどのような影響があるか？」というご質問です。

影響としては、発熱外来における SOKUYAKU の利用増加や、自治体からのオンライン診療センターの受託などがございます。

一度利用したユーザーは、高い利便性を感じてもらった結果、発熱外来に限らず、継続的に利用をいただくケースが多いと認識しています。

### 質疑応答 13 :

「D2C における新商品について、ローンチの予定があれば教えてください」というご質問です。

第 3 四半期以降、化粧品カテゴリにおいて、ホワイトパック洗顔、化粧水、ビタミン C 美容液など発売予定です。

### 質疑応答 14 :

「第 1 四半期と第 2 四半期とで、それぞれの顧客の獲得効率に変化はありますでしょうか？また下期にはどのような広告戦略がありますか？」というご質問です。

SOKUYAKU と D2C とともに、第 1 四半期と第 2 四半期で、獲得効率に大きな変化はございません。概ね同じ金額になっています。

下期の広告戦略としては、様々なクリエイティブを試しながら、獲得単価の引き下げを図っていきます。また、自由診療のオンラインクリニックにおいて、早期拡大を目指すうえでも、広告投下を行っていく予定です。

### 質疑応答 15 :

「他社がオンラインクリニックで CM を流しているが、SOKUYAKU の優位性はどこにあるのか？」というご質問です。

他の CM を流しているオンラインクリニックでは、自由診療のみを扱っているケースが多いと認識しています。

SOKUYAKU では、自由診療に加えて保険診療にも対応できる点が特徴です。

また、処方薬の当日配送エリアの広さや、全国翌日配送といった高い利便性や、配送コストの低さも強みの一つと認識しています。

### 質疑応答 16 :

「SOKUYAKU で、1 回 150 円の料金を変更する可能性はあるか？ マネタイズ手段の拡大で、何か検討していることはあるか？」というご質問です。

SOKUYAKU の拡大状況や競争環境を勘案して、ユーザーや医療機関の声を聴きながら、料金変更も検討していきますが、まずは利用をさせていただいてプラットフォームの拡大を図っていくというのが、現状の方針です。

### 質疑応答 17 :

「コロナが 5 類に引き下げられた場合、業績への影響はあるか？」というご質問です。

大きな影響はないと考えています。仮にコロナが 5 類に引き下げられても、感染者は減るわけではなく、医療機関が感染者を受け入れる体制を整備する必要性は変わらないと認識しています。

また、地域医療逼迫回避のための、自治体に対するオンライン診療のインフラ提供のニーズは、しばらく続くものと考えています。

### 質疑応答 18 :

「ヘルスケアセールスの売上高の進捗が 50%を下回っている理由と今後の見通しは？」というご質問です。

売上高の進捗率は 46%ではありますが、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ネルを活用した顧客獲得が順調に推移しています。KPI である新規に獲得した定期顧客数の進捗は 50%であり、リピート売上の計上が下期以降に見込まれるため、業績達成できる見通しとなっています。

### 質疑応答 19 :

「子会社が増えているが、PMI は順調に進んでいるか？」というご質問です。

順調に進んでいると認識しています。

COO 神戸が中心になってグループ会社のトップとコミュニケーションをとっており、月 1 回以上の定期的な会議を行っています。

また、子会社に当社の幹部メンバーを派遣し、事業の進捗をお互いに共有しながら、商品開発や営業協力などのプロジェクト推進をしています。

### 質疑応答 20 :

「オンライン診療の利用件数はどれくらいか？また、利用の多い診療科目はなにか？」というご質問です。

月間の利用件数では、先月（2022 年 12 月）で過去最高を記録しました。また、今月（2023 年 1 月）は先月以上の件数で進捗しています。

診療科目については、内科、皮膚科・小児科などの利用が多くなっています。また、歯科など今まではあまり見られなかった診療科目での利用も増えてきており、幅の広がりを感じています。

**質疑応答 21 :**

「オンラインクリニックの拡大が今後の業績に与えるインパクトを教えてください」というご質問です。

今期（2023年5月期）は下期にかけてマーケティングを行っていくが、業績貢献は限定的と思っており、本格的に拡大するのは来期以降（2024年5月期以降）を想定しています。

**質疑応答 22 :**

「SOKUYAKUのテレビCMはどのエリアで配信しているか？」というご質問です。

月によって異なりますが、関東・関西・北海道などのエリアで配信しています。

では、これ以上のご質問がないようですので、質疑応答についてはここで終了させていただきます。

これにて、ジェイフロンティア株式会社、2023年5月期 第2四半期決算説明会を終了させていただきます。本日はお忙しい中ご参加いただきまして、誠にありがとうございました。

## 免責事項

本資料で提供される内容の信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本資料に関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し如何なる保証も行わないものではありません。

本資料は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料は、ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っています。