

The logo for MedPeer, with "Med" in a dark green color and "Peer" in a lighter green color, both in a sans-serif font.

# MedPeer

2017年9月期  
決算説明資料

メドピア株式会社 <6095>

# 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

# 2017年9月期 通期決算概要

## 前期比から着実な成長を遂げるとともに飛躍的な成長への足掛かりを築く

- **ドクタープラットフォーム事業**
  - ▶ 四半期売上高の過去最高を更新。
  - ▶ サイト活性度の重要指標であるDAUが対前年同期比2.0倍に成長。
- **ヘルスケアソリューション事業**
  - ▶ 特定保健指導関連サービスの通期売上が前期比1.2倍に成長。
  - ▶ 大手小売など複数企業がfirst callの利用を開始。

## 業績ハイライト (通期 12ヶ月累計)

- ▶ 単体は売上高1.3倍、営業利益3.7倍と大きく成長。
- ▶ 子会社への先行投資及びのれん償却費の影響で連結営業利益は82百万円にとどまる。
- ▶ 特別損失を計上したことで最終損益は純損失。

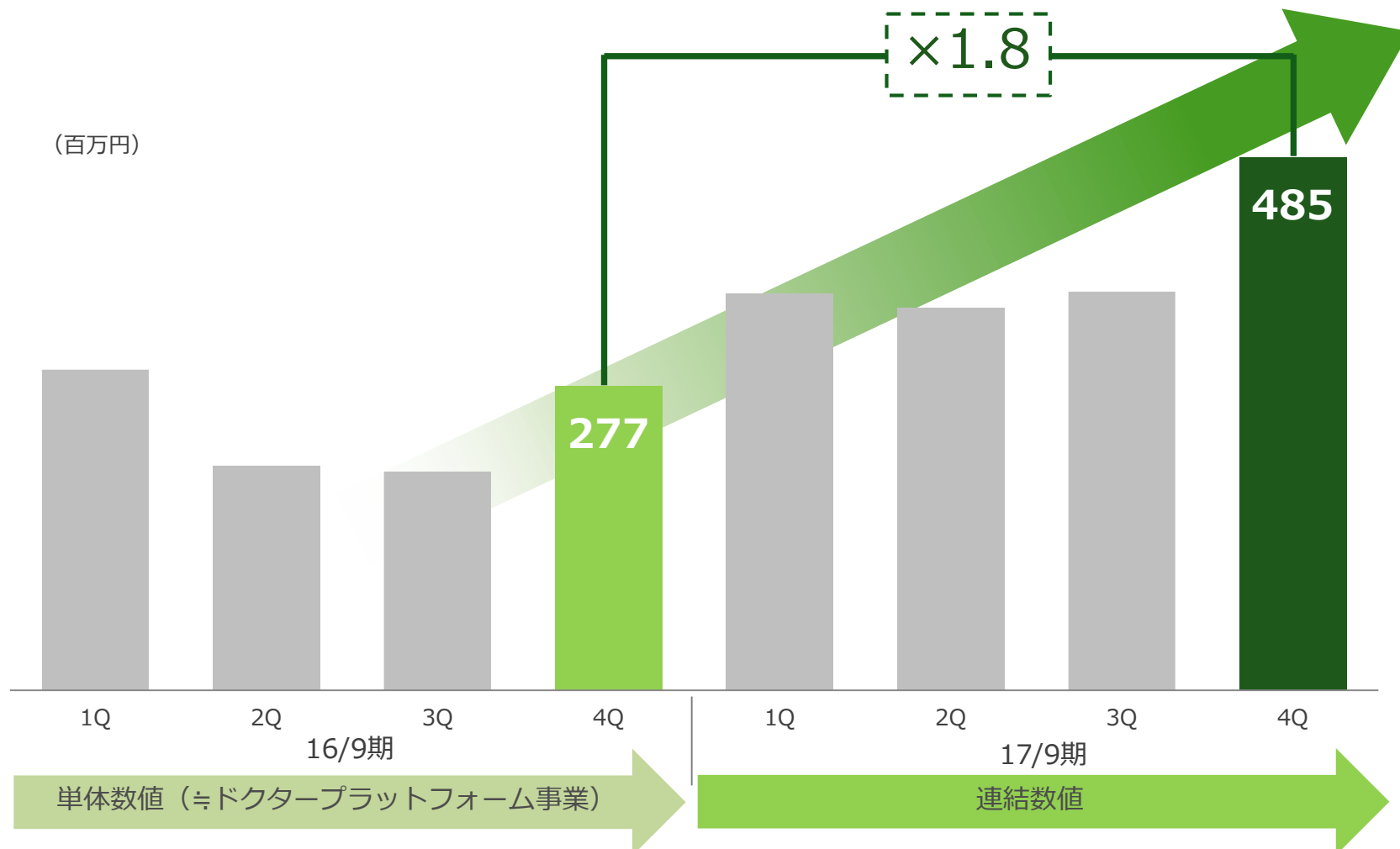
売 上	—	1,559百万円	(対前期比：+586百万円 1.6倍)
営業利益	—	82百万円	(対前期比：+25百万円 1.4倍)
純 利 益	—	△363百万円	(対前期比：△318百万円 - )

- 単体は第4四半期で四半期売上高の過去最高を更新するとともに、前期を大幅に上回る増収増益（対前期比 売上高:1.3倍、営業利益:3.7倍）。
- 期首より子会社2社を加えたことにより連結グループ売上高は1.6倍となるも、子会社で投資が先行した影響により営業利益は82Milにとどまる。

(単位：百万円)

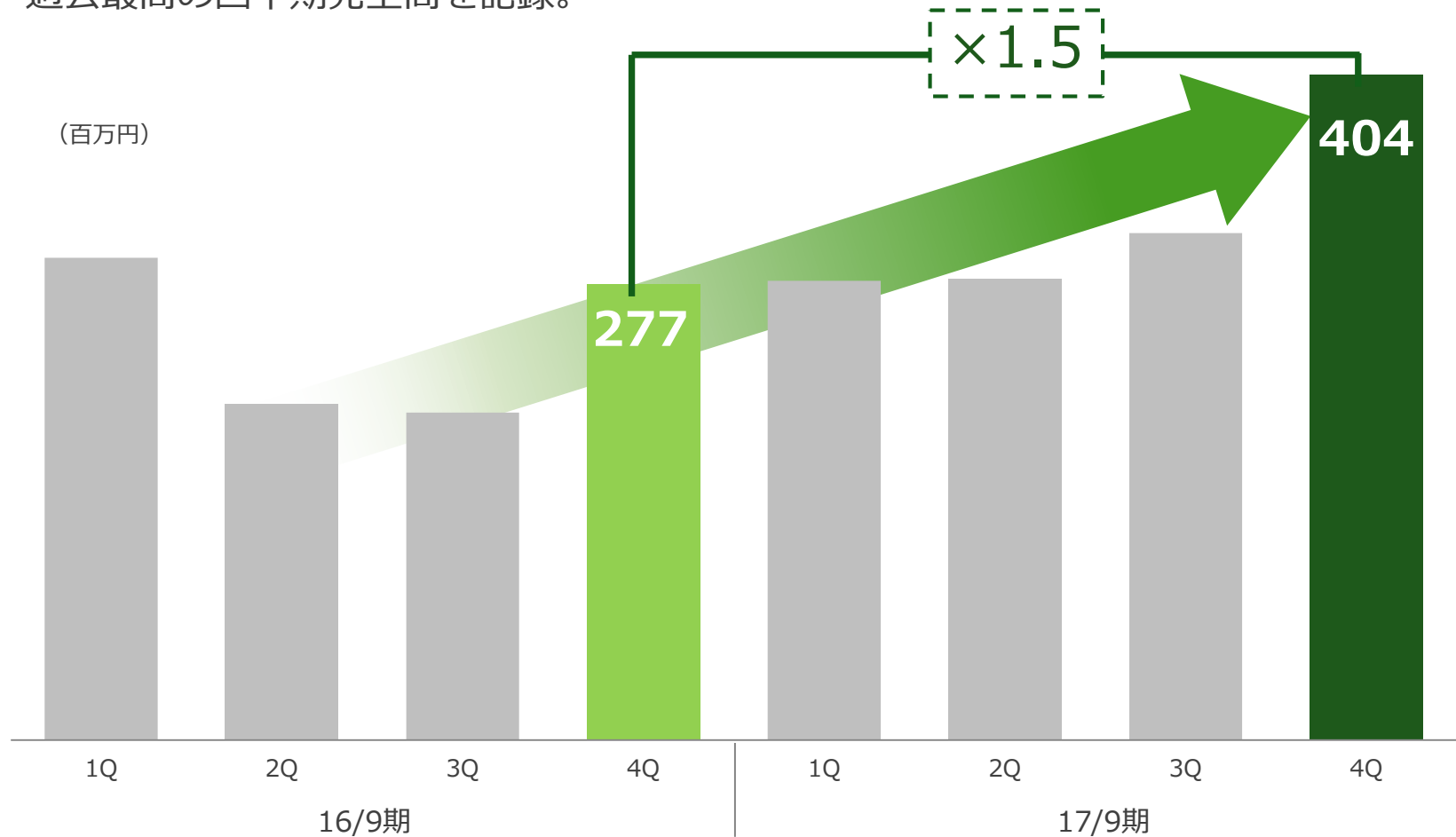
	単体 4Q (3ヶ月)			単体 累計			連結累計	
	2016年 9月期	2017年 9月期	前期比	2016年 9月期	2017年 9月期	前期比	2017年 9月期	前期比
売上高	277	404	1.5倍	973	1,273	1.3倍	1,559	1.6倍
営業費用	238	292	1.2倍	912	1,046	1.2倍	1,477	1.6倍
営業利益	38	112	2.9倍	61	227	3.7倍	82	1.4倍
営業利益率	13.9%	27.7%	—	6.3%	17.8%	—	5.3%	

- 2017年9月期より連結決算に本格移行。
- 前4Qからの増収傾向が継続し対前年同期比1.8倍の増収。



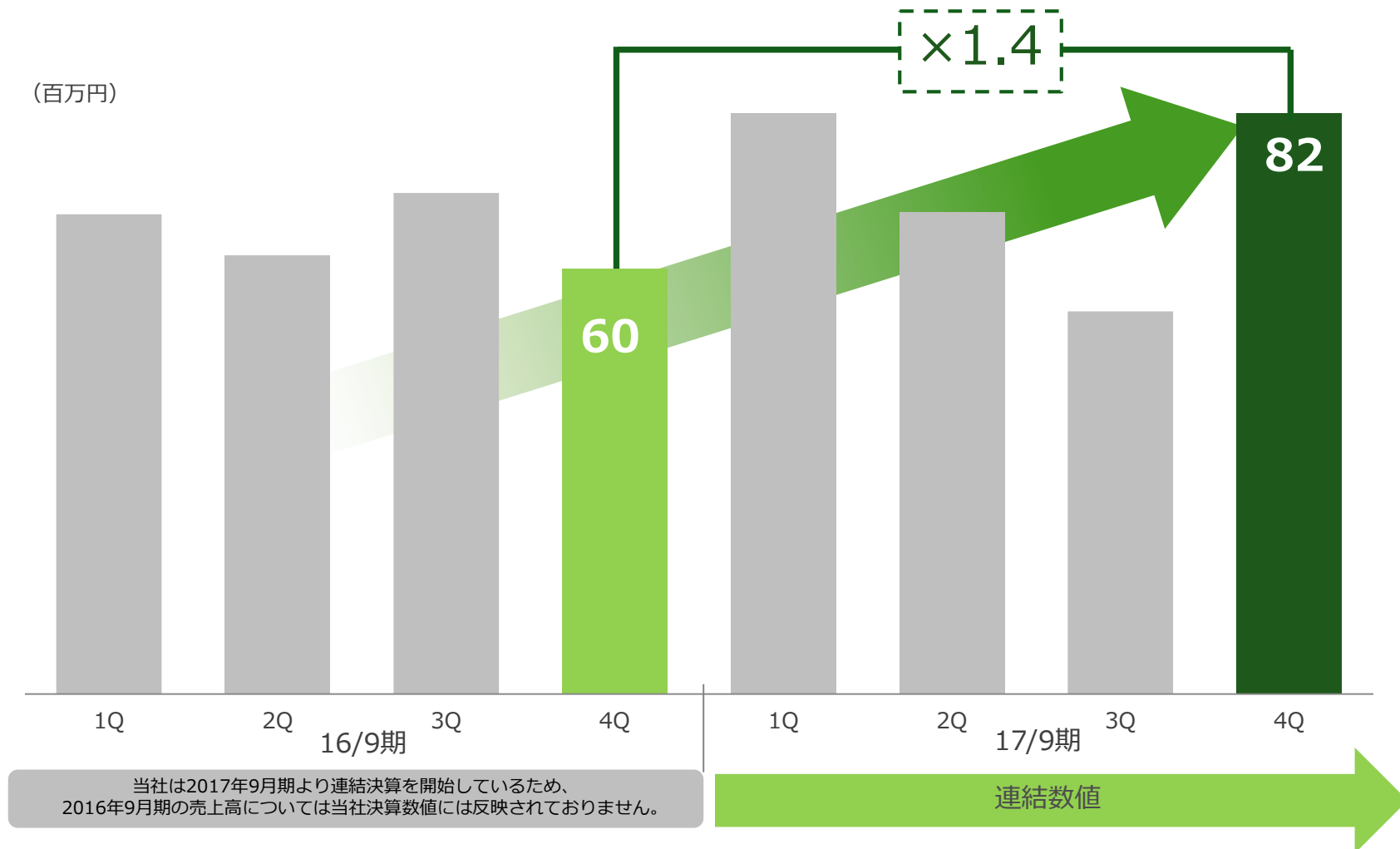
# セグメント別売上推移 ～ドクタープラットフォーム～ MedPeer

- 前期からの増収傾向が継続し、通期売上高は前年の1.5倍。
- 第4四半期においては既存商品の拡販に加え、ソリューション案件の獲得が進み過去最高の四半期売上高を記録。



# セグメント別売上推移 ～ヘルスケアソリューション～ MedPeer

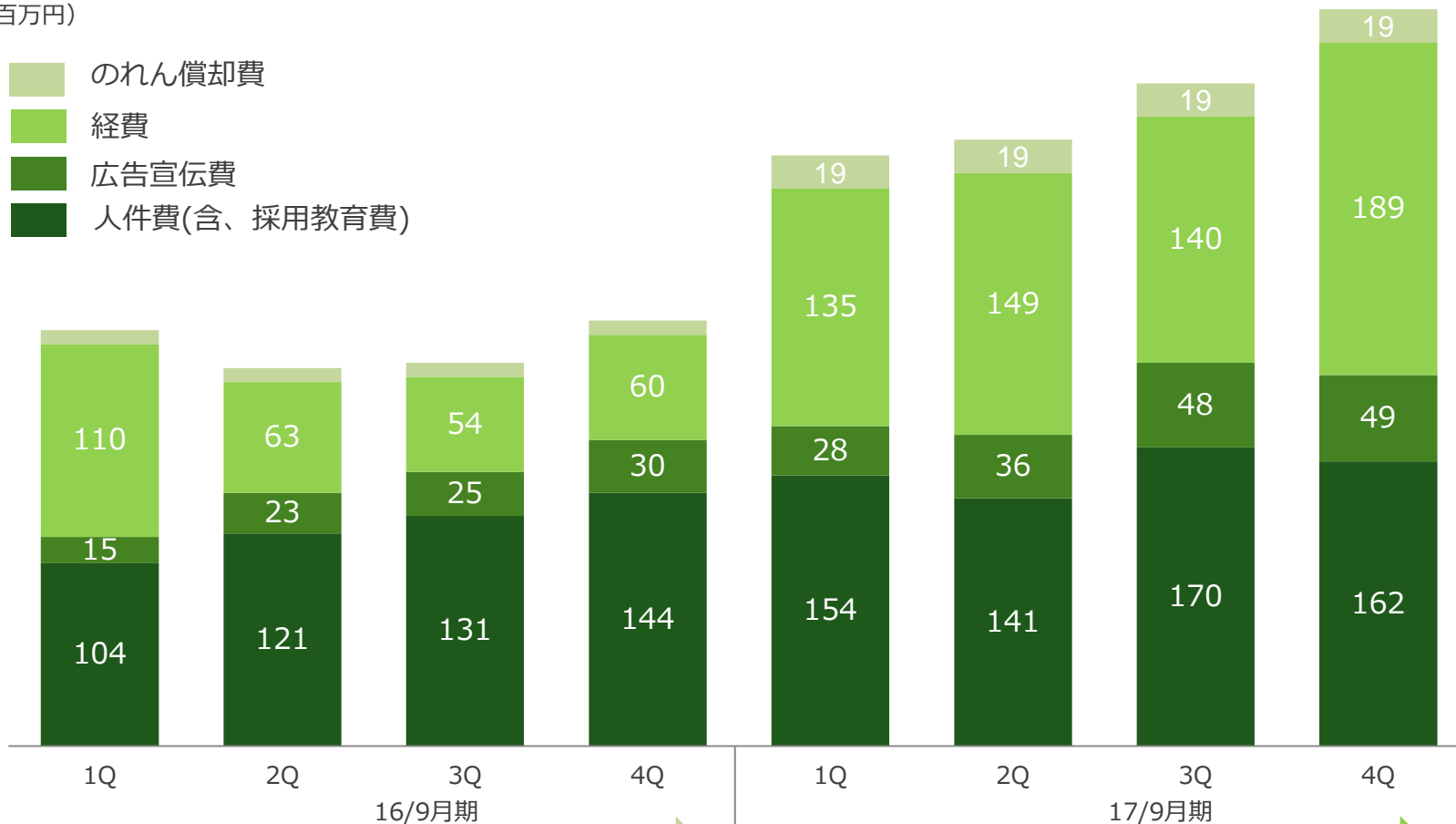
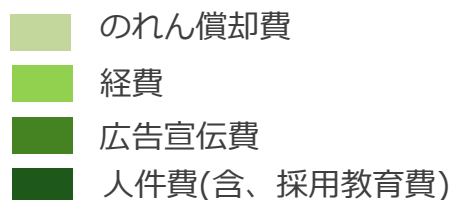
- 特定保健指導関連サービスが牽引して対前年同期比1.4倍に成長。
- 「first call」法人向け課金の本格課金開始により、来期以降は更なる増収を見込む。





- 2017年9月期より連結決算に本格移行したことにより営業費用が増加。
- 4Qは売上高増加等の影響で経費が増加。

(百万円)



単体数値

連結数値

- 減損等の影響により、固定資産が減少。

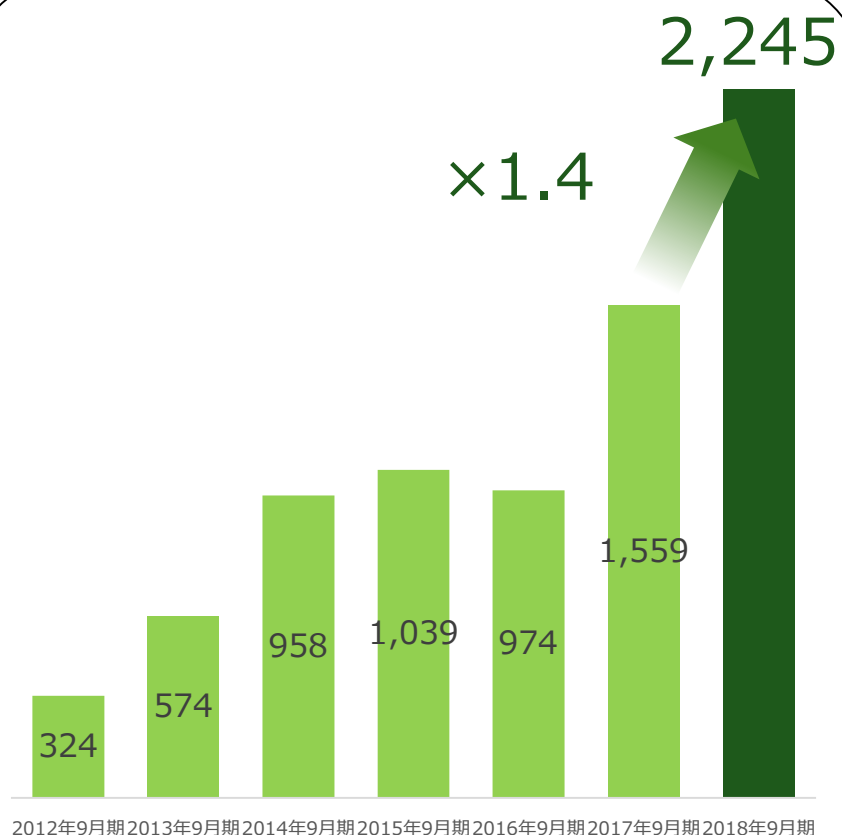
単位：百万円

	2016年9月期		2017年9月	
	金額	構成比	金額	構成比
流動資産	1,140	65.0%	1,354	84.0%
固定資産	614	35.0%	257	16.0%
流動負債	217	12.4%	534	33.2%
固定負債	315	18.0%	251	15.6%
純資産	1,221	69.6%	825	51.2%
総資産	1,754	—	1,611	—

# 2018年9月期計画

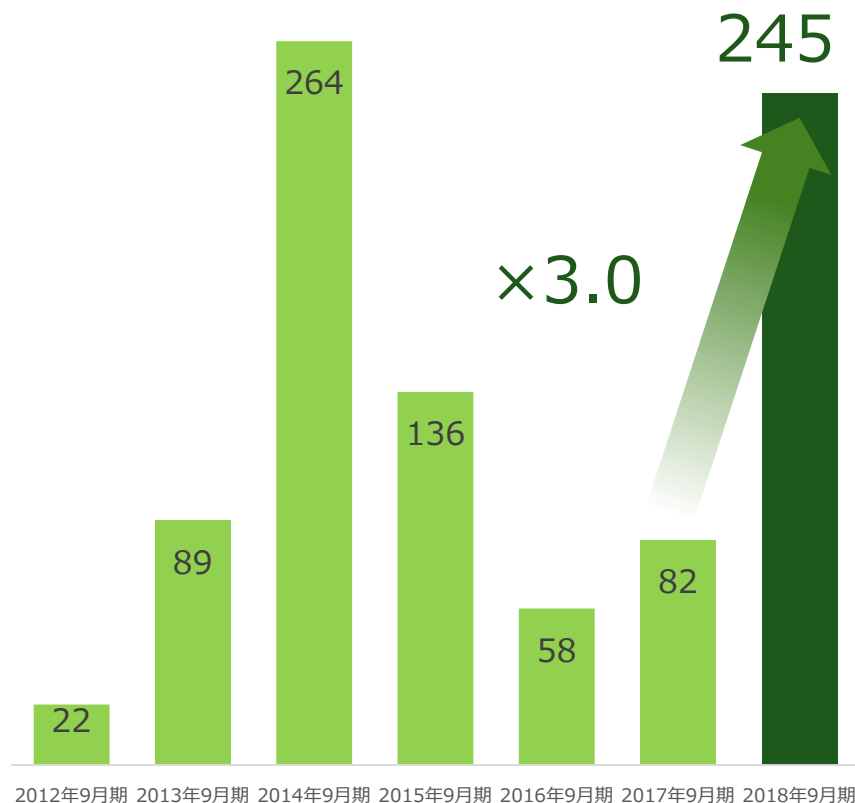
- 売上高は前期比1.4倍の22億円。
- ヘルスケアソリューション事業の収益も拡大し、グループ全社が営業利益を計上。

連結売上高



連結営業利益

単位：百万円



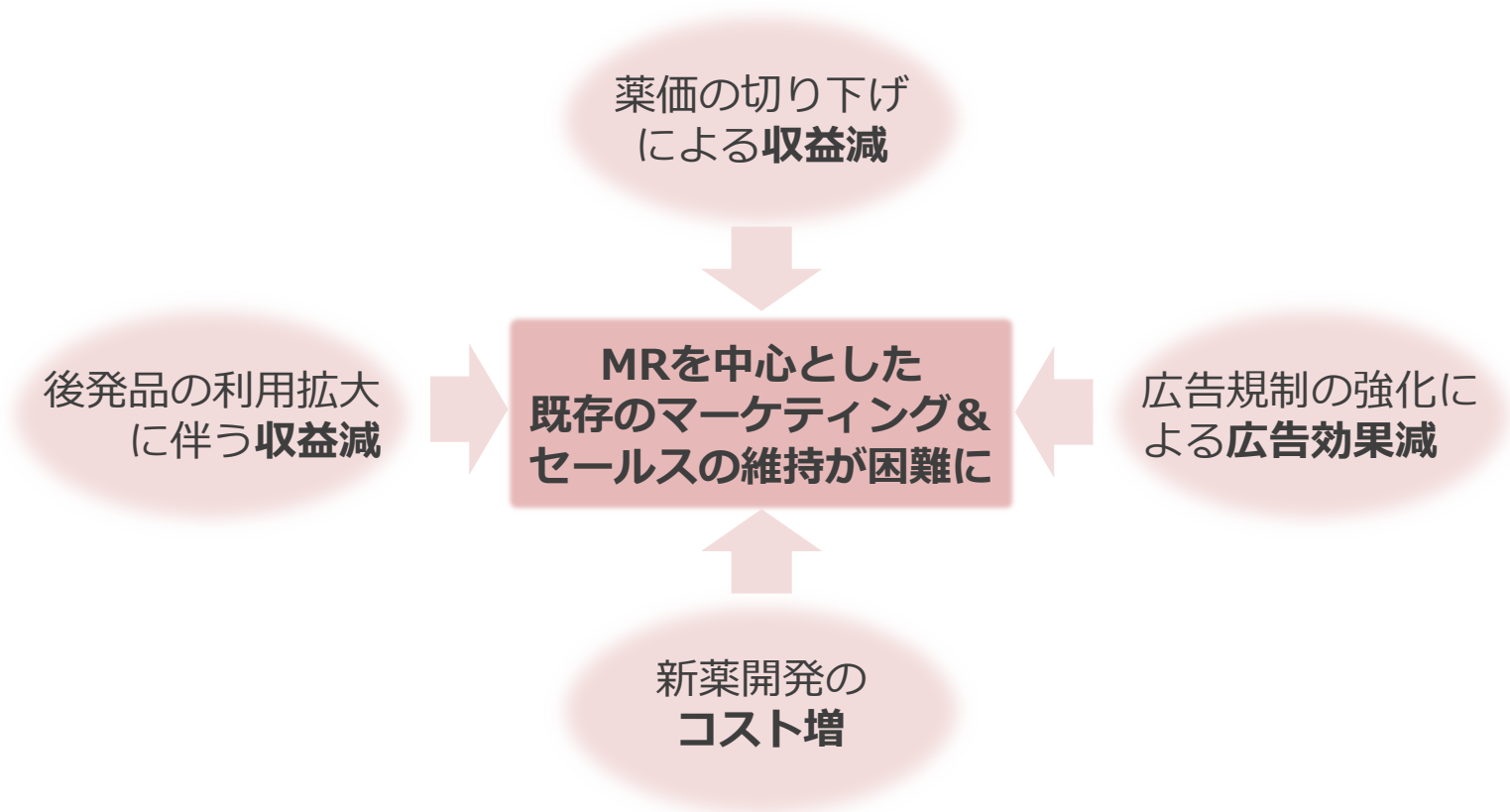
- 医師会員基盤を強化するとともに、医師会員を活用したサービスを強化。
- 医師会員基盤を基軸に、製薬企業を主要顧客とする「ドクタープラットフォーム事業」、予防医療市場を対象とする「ヘルスケアソリューション事業」に加え、医療機関向けサービス等の新たな事業を展開・成長させ、時価総額500億円超を目指す。



# ドクタープラットフォーム事業

- 既存のMRを中心としたマーケティング&セールスの見直しが迫られる中、製薬企業にとってeマーケティングは、かつてのMRの「補完」としての利用から、「主軸」としての活用を期待されるポジションへと変化しつつある。

## 製薬企業が直面する課題



- MedPeerは、「医師による」「医師のため」のUGCメディア。
- 医師同士で助け合う世界観を、医師会員数10万人超の規模で実現するUGCメディアとして、唯一無二の存在であり続けている。

### 薬剤評価掲示板

口コミ件数50万件以上。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

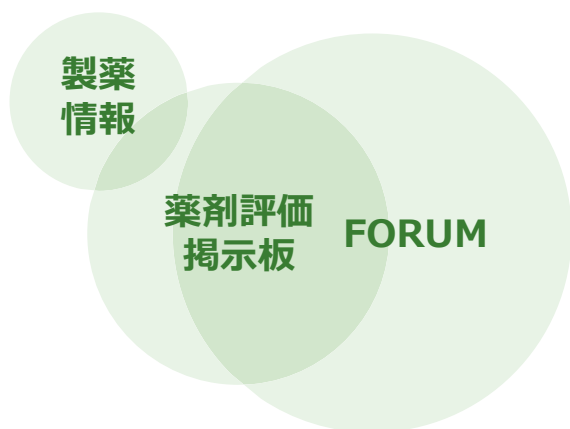
朝日新聞による全国の医療関連ニュースを医師向けに配信





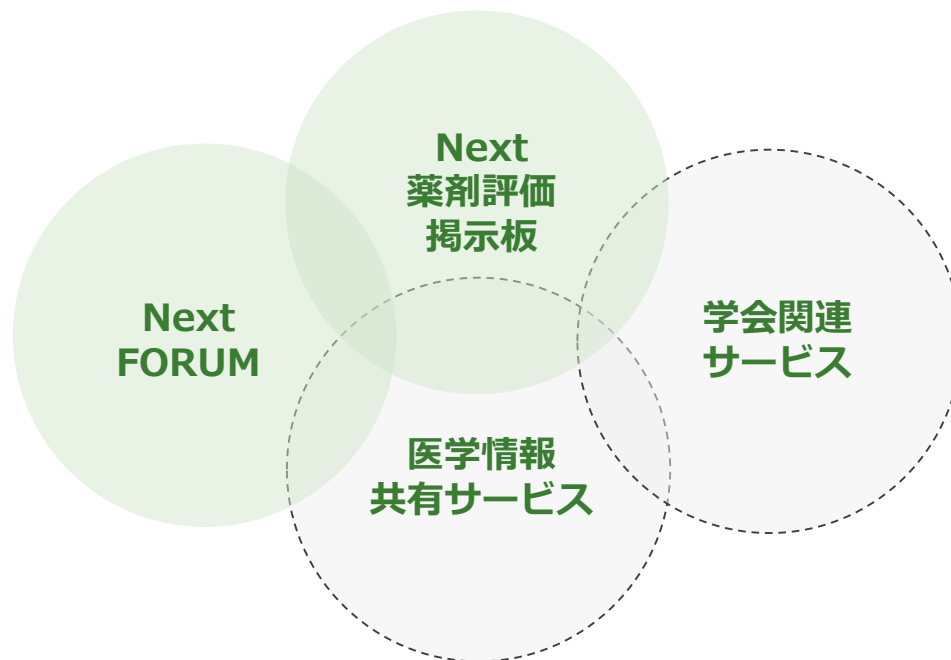
- 「薬剤評価掲示板」「FORUM(掲示板)」に続き、「医学情報共有サービス」「学会関連サービス」を新サービスとして立ち上げ・展開。
- 医師の臨床・研究において、「役に立つ」から「欠かせない」サービスへと進化する。

～2017



医師の臨床で「役立つ」  
サービスから

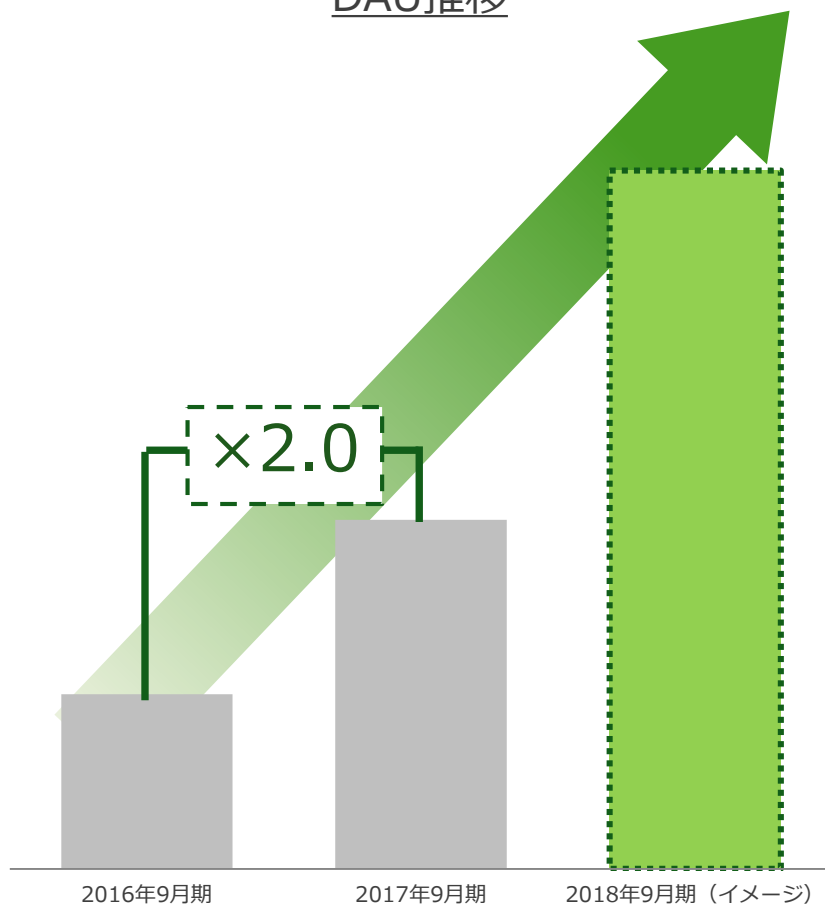
～2020



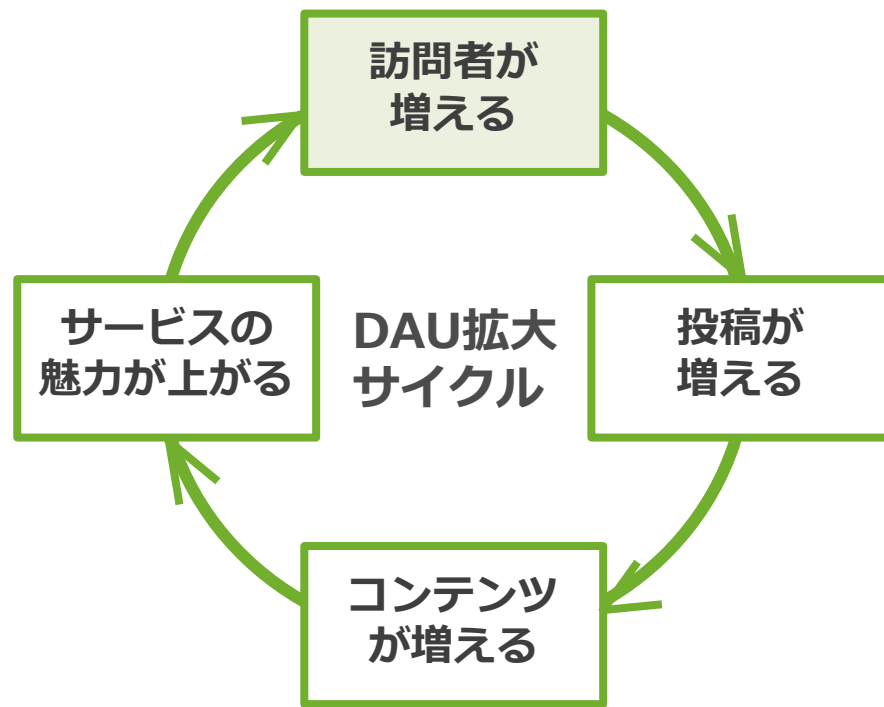
医師の臨床・研究で「欠かせない」  
サービスに

- 2017年9月期でDAUが2倍に成長、UGCサービスのグッドサイクルが回り始めた。

DAU推移



UGCサービスのグッドサイクル



- DAUを構成する各要素に対し、隙間なく力強い打ち手を展開していく。

### DAU増加の具体的施策

#### 会員規模 の拡大

×

#### 1. パートナー企業との会員獲得施策の展開

- Webに限定しないリアルチャネルも活かした会員獲得
- UGCの特性を活用したマーケティングも実施

#### 会員の 来訪頻度 の向上

×

#### 2. 新UGCサービスのリリース

- 学会・医学情報共有領域での新サービスのリリース
- 場の更なる活性化に向けた既存サービスのリフォーム

#### SPへの 積極展開

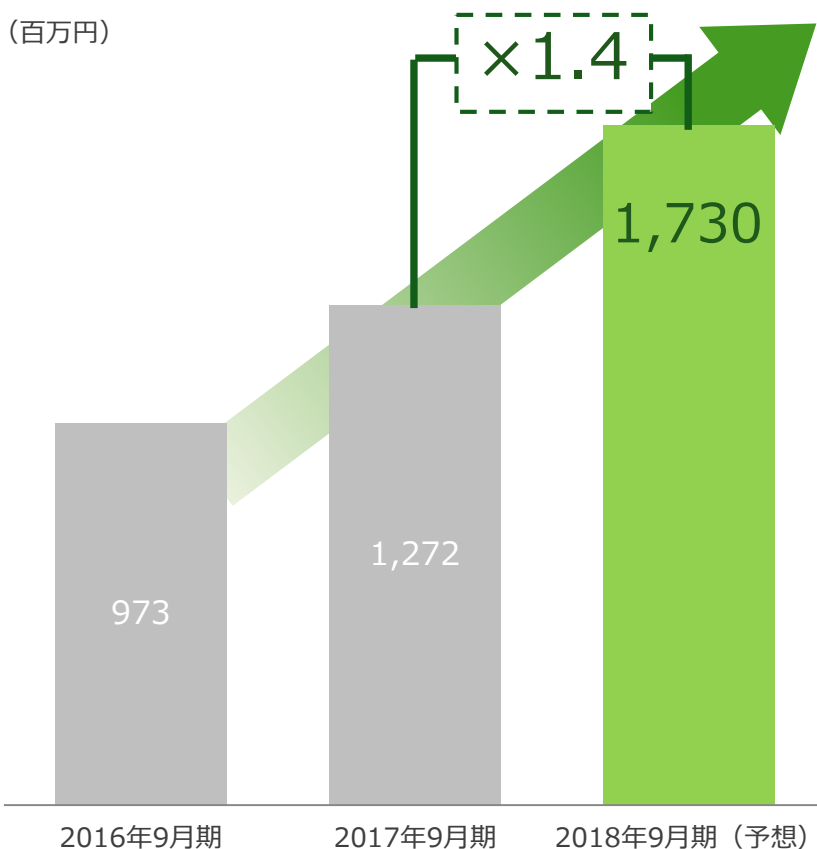
#### 3. MedPeerアプリのリリース

- アプリの特性を活かしたサービス体験の実現
- 「隙間時間」 & 「休日」でのサービス利用の拡大

- 独自の技術力を持つ異業種との積極的な連携で、戦略商品を早期に開発・展開していく。
- プラットフォームの成長を収益に繋げる仕組み作りで、安定的な収益成長の基盤を創り上げる。

## 売上高推移

(百万円)



## 主な事業戦略

### 1. AIソリューションの展開

- 製薬企業のマーケティングや業務効率化を支援する、AIソリューションを構築・展開

### 2. 新しいコンセプトの広告商品展開

- UGCの特性である「医師のアウトプット」を生かした新広告商品機能の実装
- 独自の技術力を持つ異業種との連携の強化

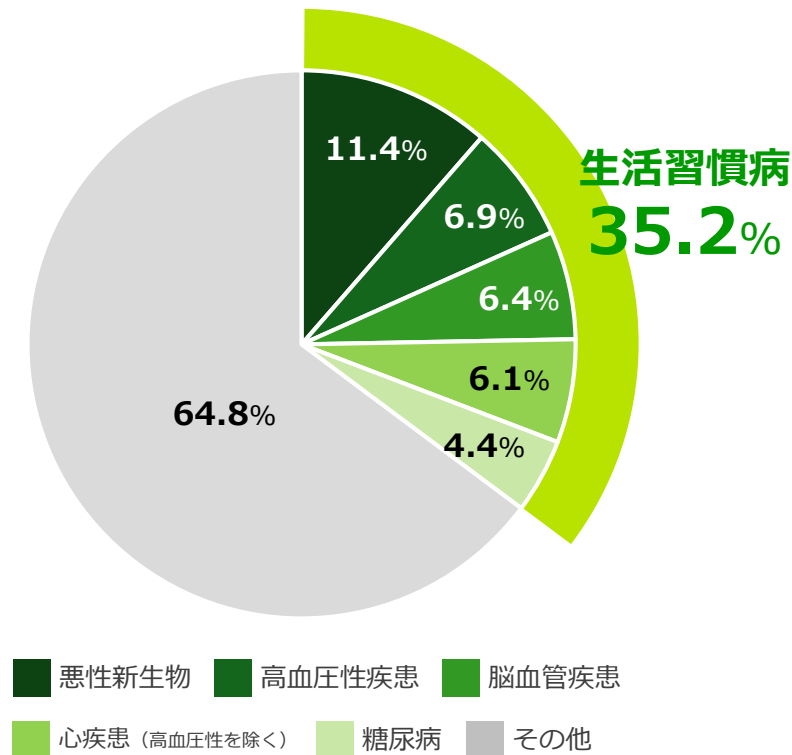
### 3. DAUの広告転換率向上

- UGCコンテンツに集まったDAUを、効果的に広告トラフィックに繋げる仕組みの構築

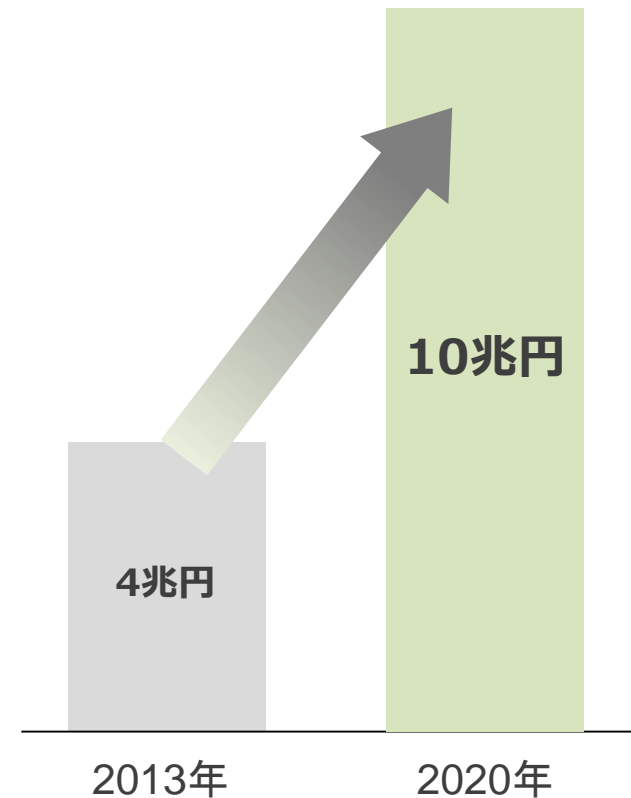
# ヘルスケアソリューション事業

- 40兆を超える医療費の内、3分の1を生活習慣病関連疾患が占める。
- 予防医療は、高齢化に伴う医療費抑制の上で最重点領域の一つに。

生活習慣病が  
医療費に占める割合



健康予防、生活支援関連産業の拡大  
(日本再興戦略)

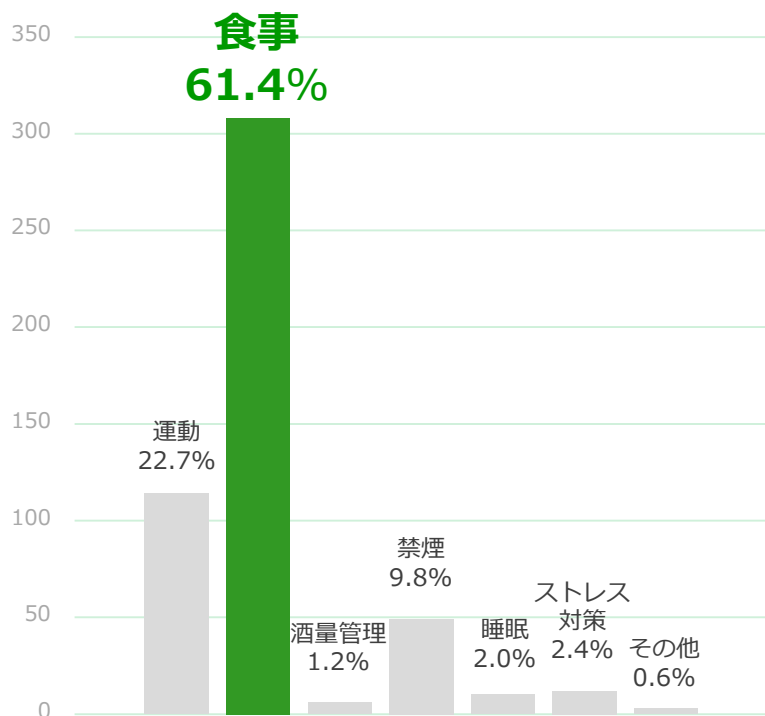


出所：厚生労働省「平成23年度国民医療費」より当社作成。

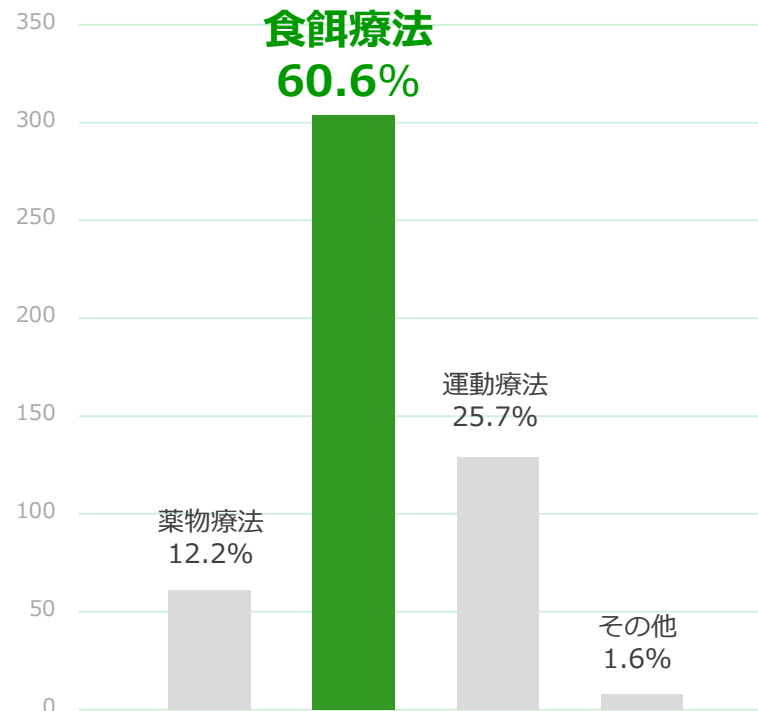
出所：首相官邸「日本再興戦略」(2013/6/14)より当社作成。

- 生活習慣病の「予防」と「治療」の双方において、「食事指導」は最も重要な要素。

Q.生活習慣病の「**予防**」  
において最も重要なものは？

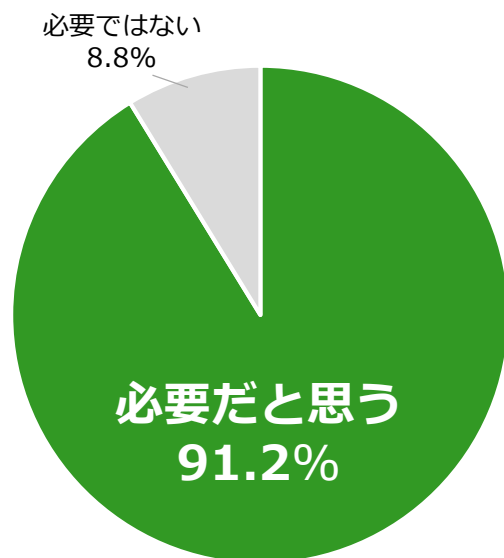


Q.生活習慣病の「**治療**」  
において最も必要性が高いものは？

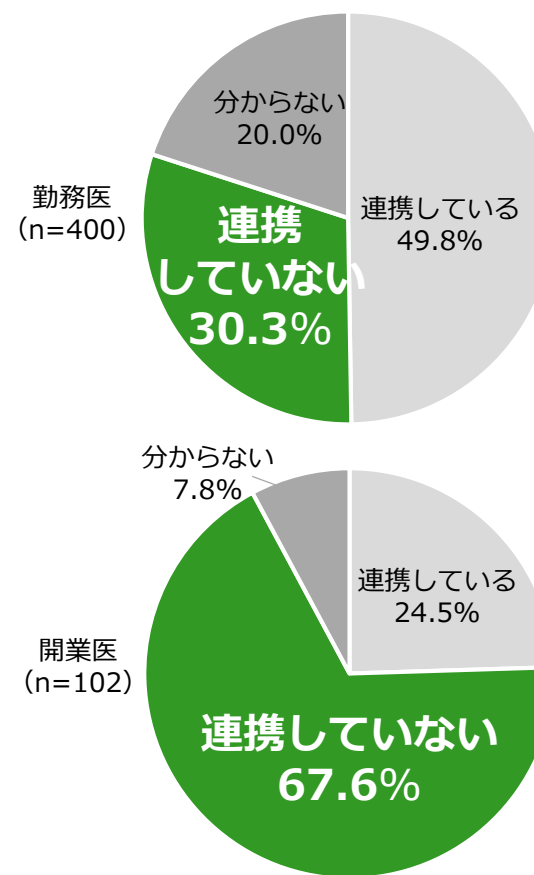


- 生活習慣病の治療現場では、医師と管理栄養士の連携が重要になるものの、現状、その連携は十分には実現されていない。

Q.生活習慣病の治療で  
「管理栄養士との連携」は必要だと思うか？



Q.生活習慣病の治療で  
「管理栄養士と連携」していますか？





- メドピアグループは、「医」と「食」の両輪で予防医療領域サービスを展開。
- 「医師」と「管理栄養士」を抱え、ネット・リアル双方の強みを活かしたサービスに。

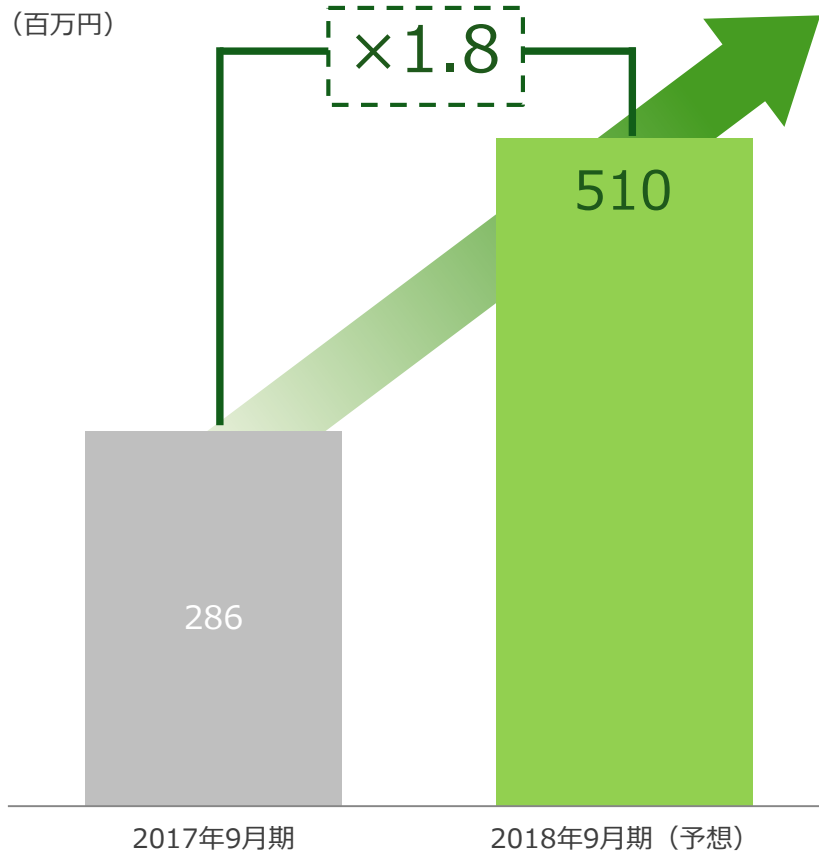
メドピアグループの予防領域サービス



\*北里大学東洋医学総合研究所の漢方外来で「first call」の遠隔診療システムを導入

- Diet Plusは「管理栄養士」の活用を主軸にサービスと管理栄養士ネットワークの強化を、first callは「法人利用」をターゲットにサービス・営業強化を進めて行く。

### 売上高推移



### 主な事業戦略

#### Diet Plus

#### 管理栄養士ネットワークとサービスの強化

- 特定保健指導の制度変更に対応した新サービスの開発/拡販
- 悩み/健康状態毎に最適化した栄養指導プログラムの作成・展開

#### first call

#### 法人利用拡大にフォーカス

- 従業員の休職・退職抑止、健康増進といった法人ニーズにフォーカス
- 医療相談とAIを組み合わせる新サービスに
- 健保・大企業・中小企業の3つのチャネルで、営業・マーケティングを推進

- 2017年9月期の増収トレンドを継続し、売上高は前期比1.4倍。
- 子会社も営業黒字化し営業利益は3.0倍と大幅な増収。

(単位：百万円)

	2017年9月期	2018年9月期	増減	前期比
売上高	1,559	2,245	+686	1.4倍
営業利益	82	245	+163	3.0倍
経常利益	65	225	+160	3.5倍
親会社株主に 帰属する 当期純利益	△363	120	+483	-

# 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  
キャリア

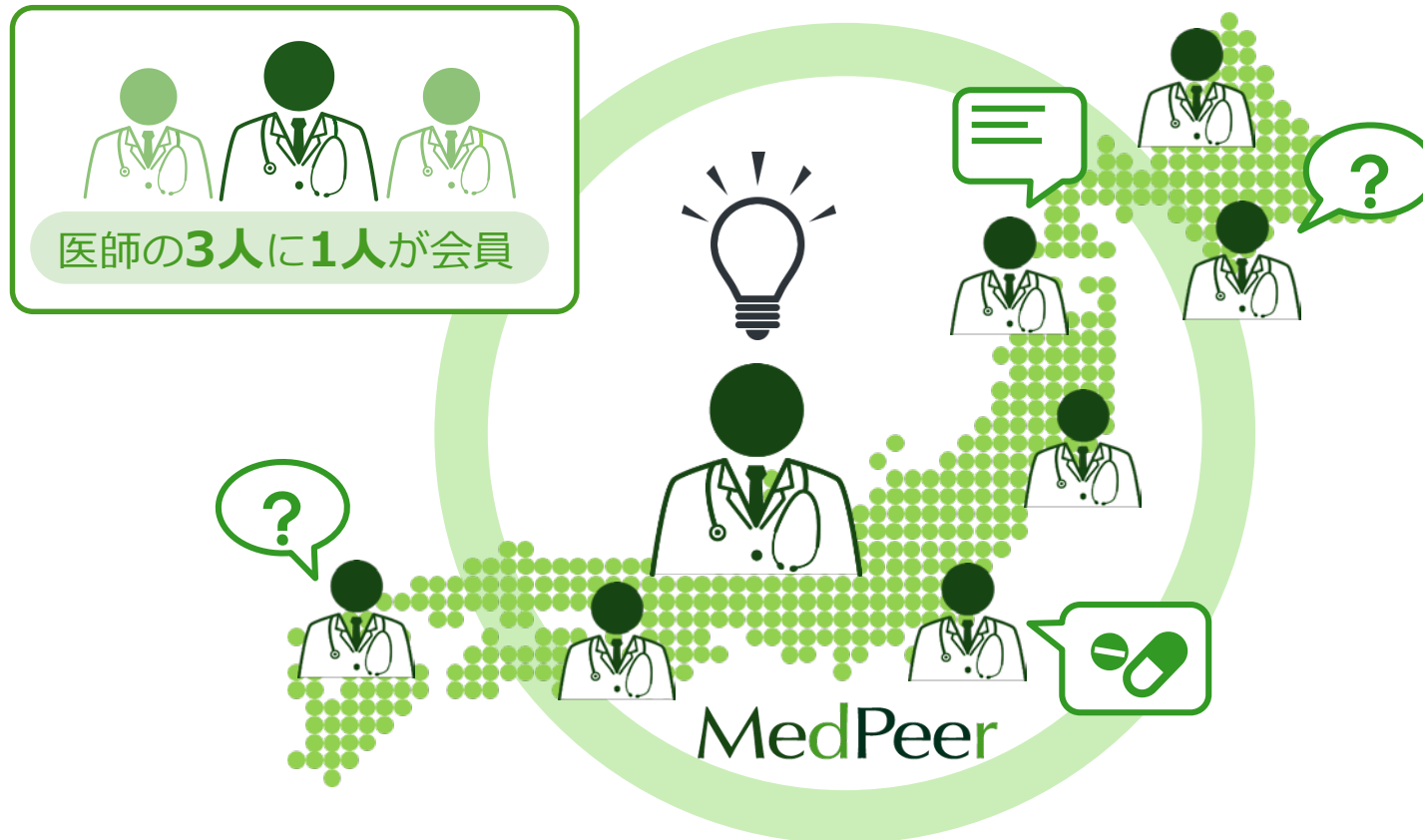
株式会社  
medパス

 first call

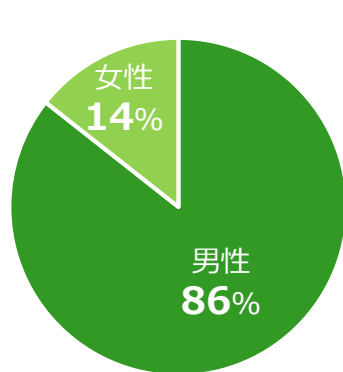
 Diet Plus

10万人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プラットフォーム

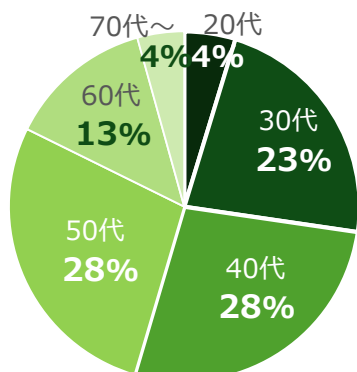
1人の医師が目の前の患者の治療に迷ったとき、MedPeerが全国の医師の「集合知」を提供することで、最適な治療法を見つけることをサポート



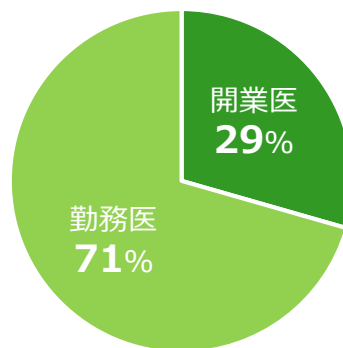
- ✓ 10万人の医師会員の属性（年代や地域等）分布は、日本の医師全体のほぼ縮図
- ✓ 入会時の厳格な医師資格認証で、サイト内のコミュニティおよび情報の質を維持



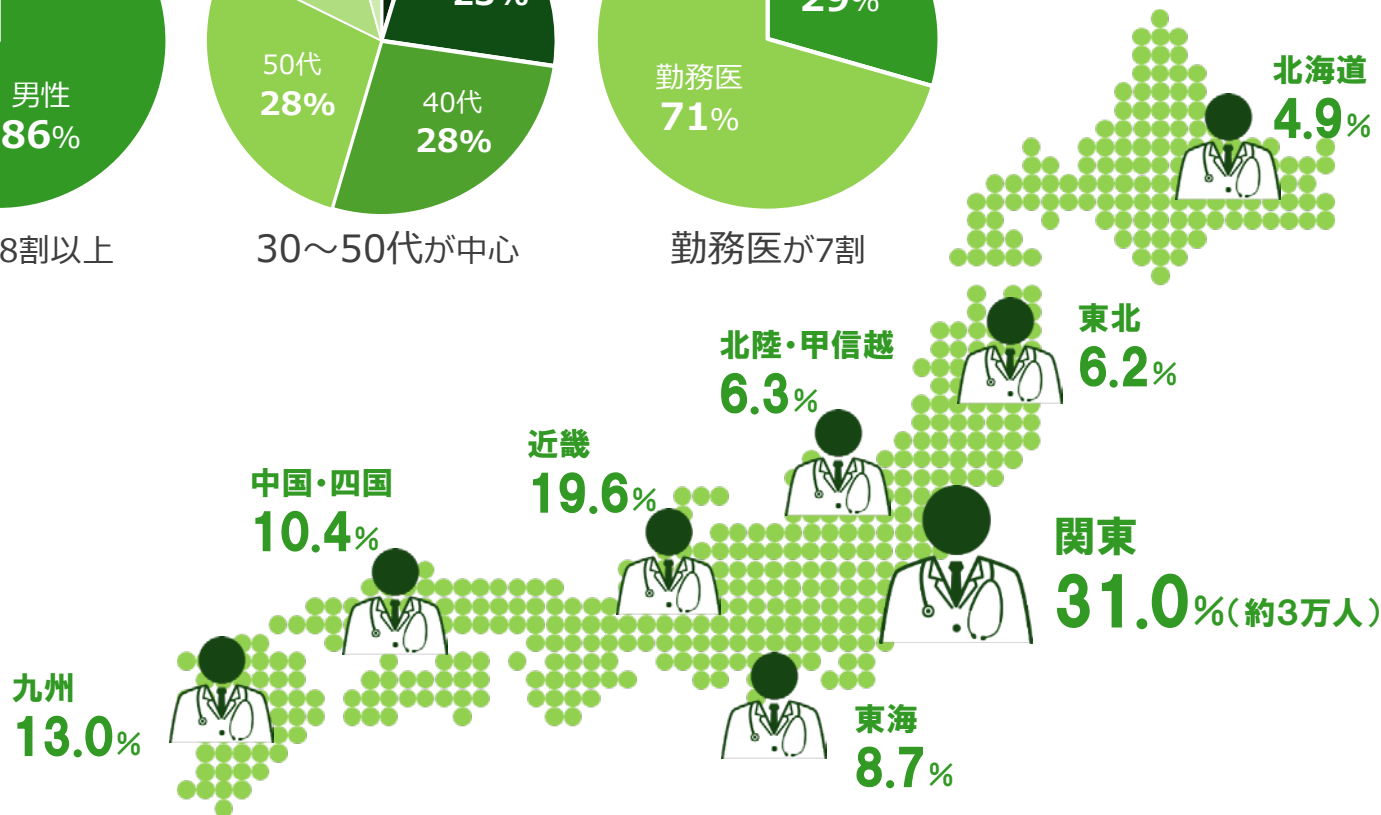
男性が8割以上



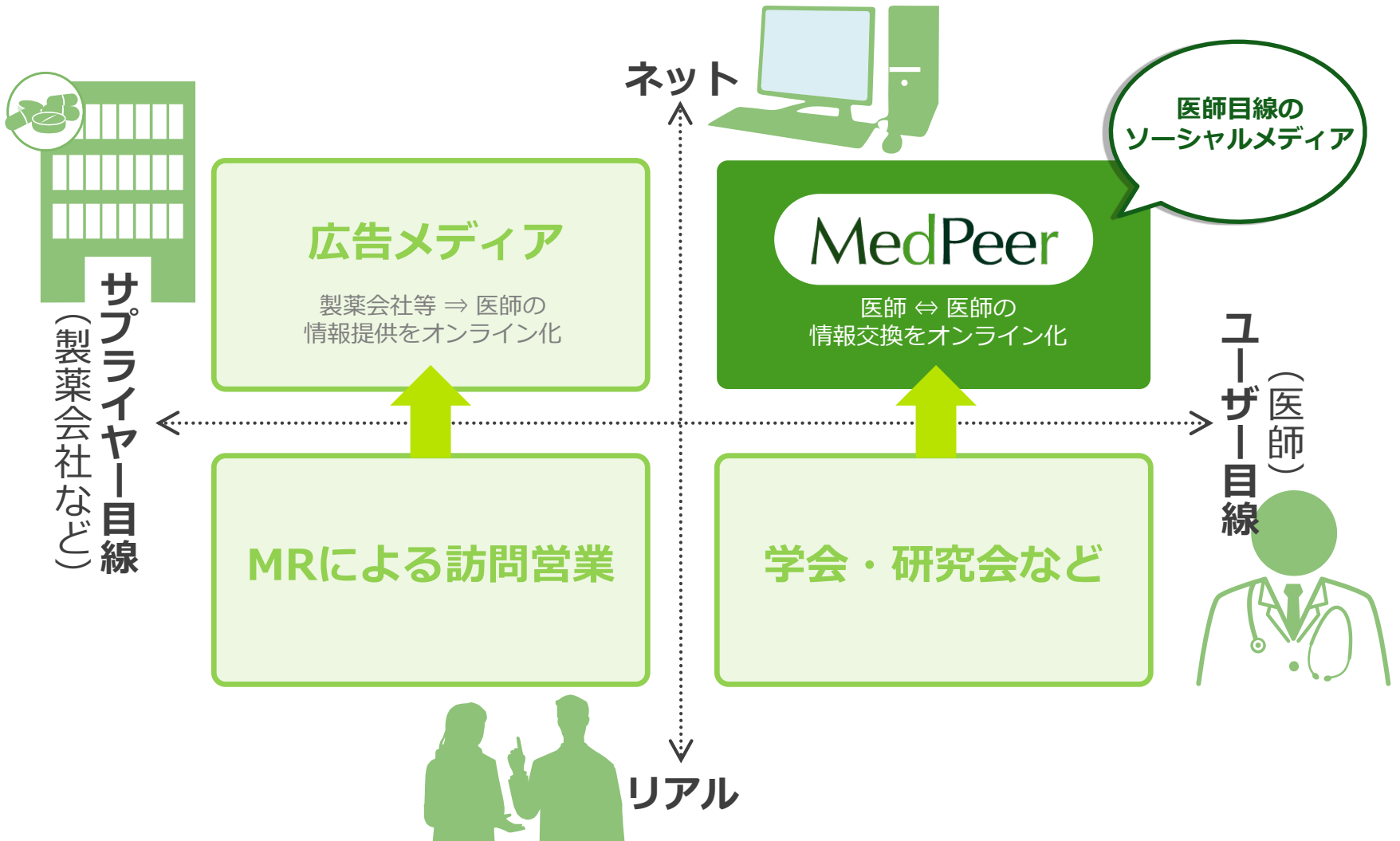
30～50代が中心



勤務医が7割



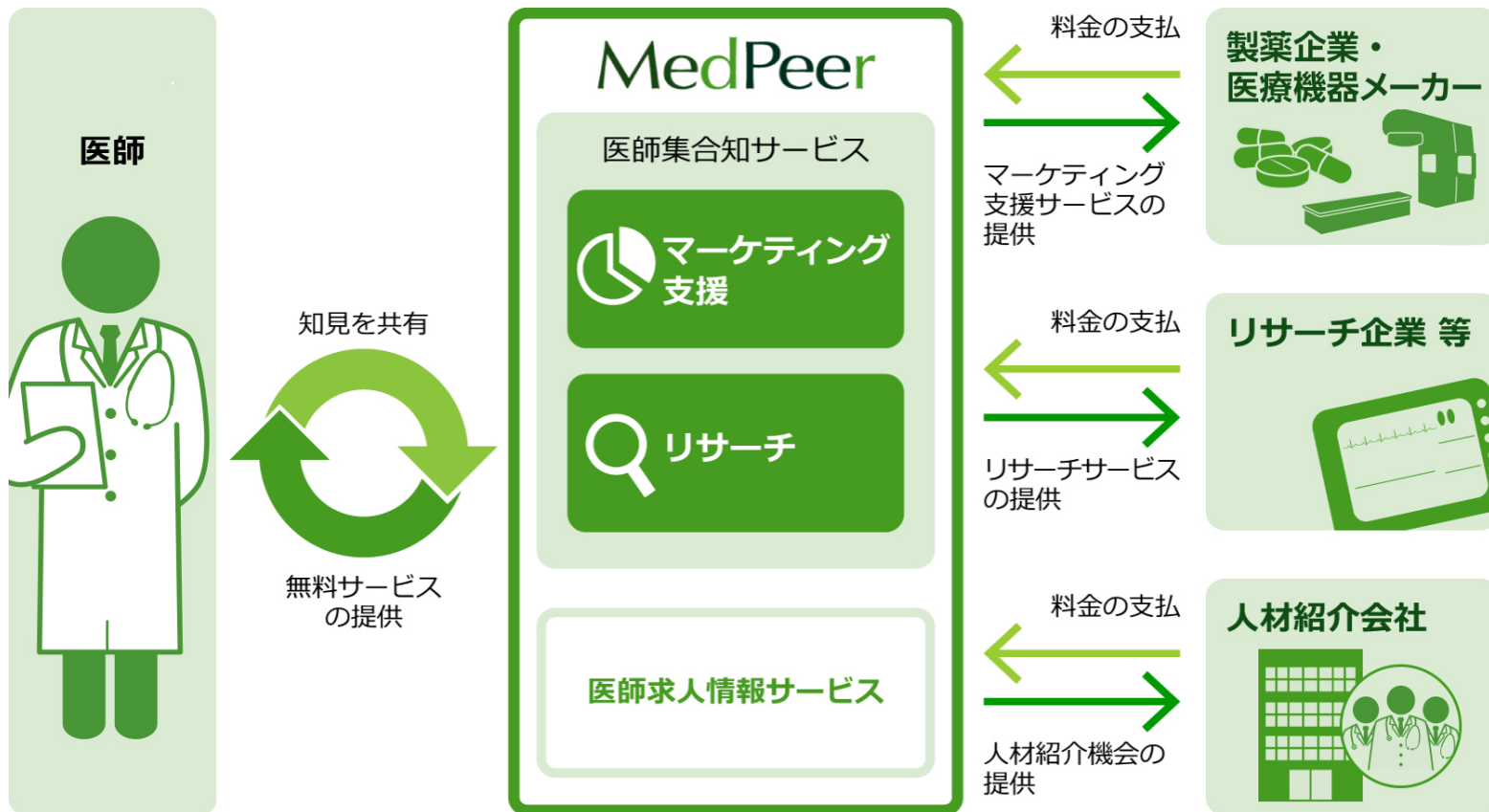
MedPeerは、「医師目線」の臨床支援に特化したソーシャルメディア





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50万件以上。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。



### 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。



### 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。



### 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



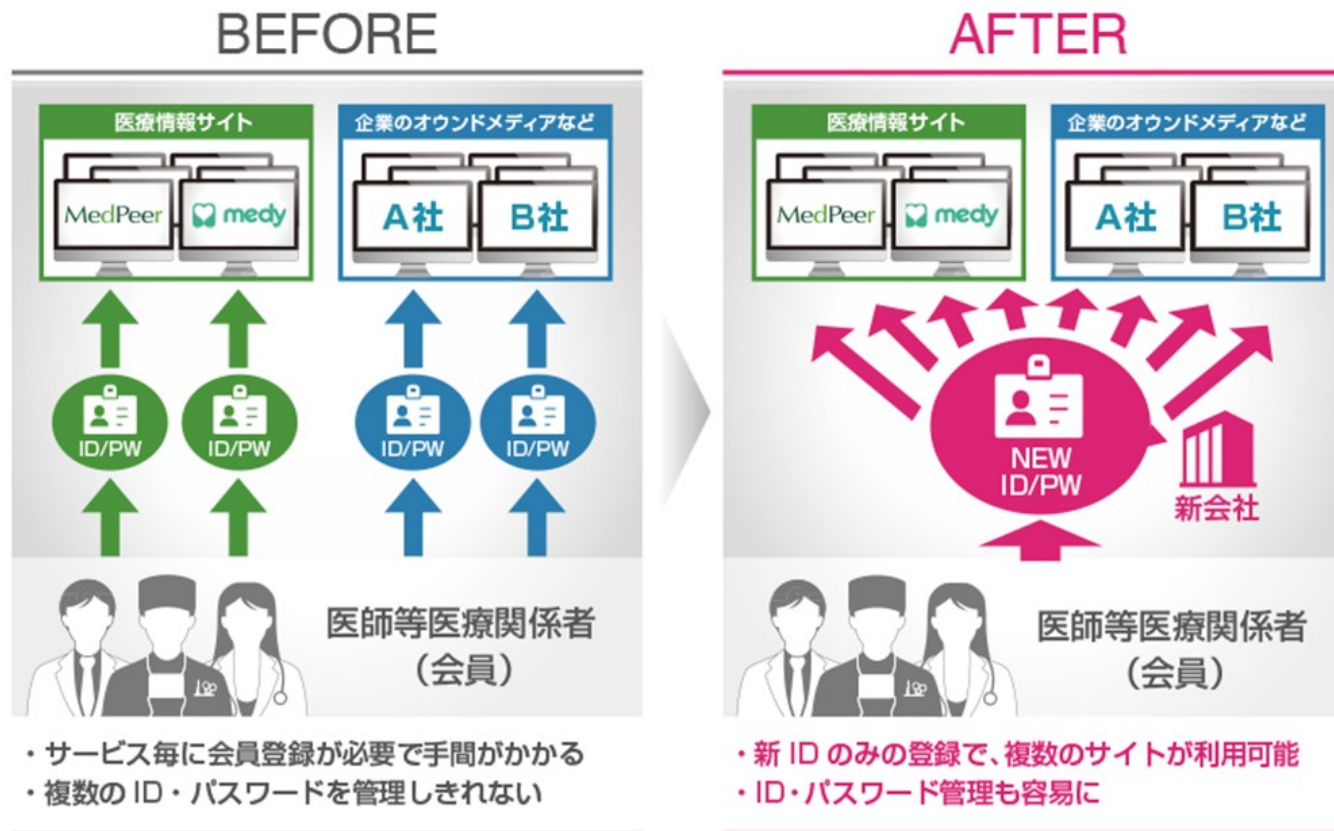
## 医師のキャリアを支援する医師専門の求人情報ポータルサイト

- ✓ 提携する医師転職支援会社の求人情報をまとめて掲載
- ✓ リクルートメディカルキャリア、メディウェル等の業界大手の医師人材紹介会社との求人データベース連携により、求人掲載数は業界トップに



## 医療業界におけるオープンID

- ✓ NTTドコモグループの日本アルトマークと、2016年6月に株式会社medパスを設立
- ✓ 医師等医療関係者は、共通ID「medパス」のみで提携する複数の会員制医療情報サイトにアクセス可能に。



## 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健康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トレーニングサービス

- ✓ 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、「正しく食べる」ダイエットを実現
- ✓ ラボ（店舗）では、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提供。



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

オンライン健康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

(健康相談)

- ✓ 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

(健康相談)

- ✓ 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・健康相談)

- ✓ 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。



管理栄養士ネットワークを活用したサービスを展開

 Diet Plus 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  
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。