

2018年9月期 第3四半期決算説明資料

メドピア株式会社 (6095)

MedPeer, Inc.

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

グループ全体

売上高：1,604百万円 対前年同期比：1.5倍

- ▶ 累計売上高、営業利益(対前年同期比19.6倍)ともに過去最高を更新。
- ▶ 通期営業利益予想を380百万円（当初予想比1.6倍）に修正。
- ▶ 来期以降の飛躍的な成長実現のために、製薬企業向けの新商品開発に加え、スギHDとの共同事業を始めとした新たな収益獲得に向けた取り組みを着実に進行。

ドクタープラットフォーム事業

売上高：1,327百万円 対前年同期比：1.5倍

- ▶ 既存商品のみならず、前期に本格展開したWeb講演会、ソリューション等の受注が拡大し、第3四半期累計売上高として過去最高を更新。
- ▶ 医学情報共有サービス「Journal」など、優良コンテンツを着実に拡充。

ヘルスケアソリューション事業

売上高：277百万円 対前年同期比：1.4倍

- ▶ NTTドコモとの提携などにより、Mediplatは単月黒字化。
- ▶ 特定保健指導の指導実施件数は前期同期比1.5倍に成長。

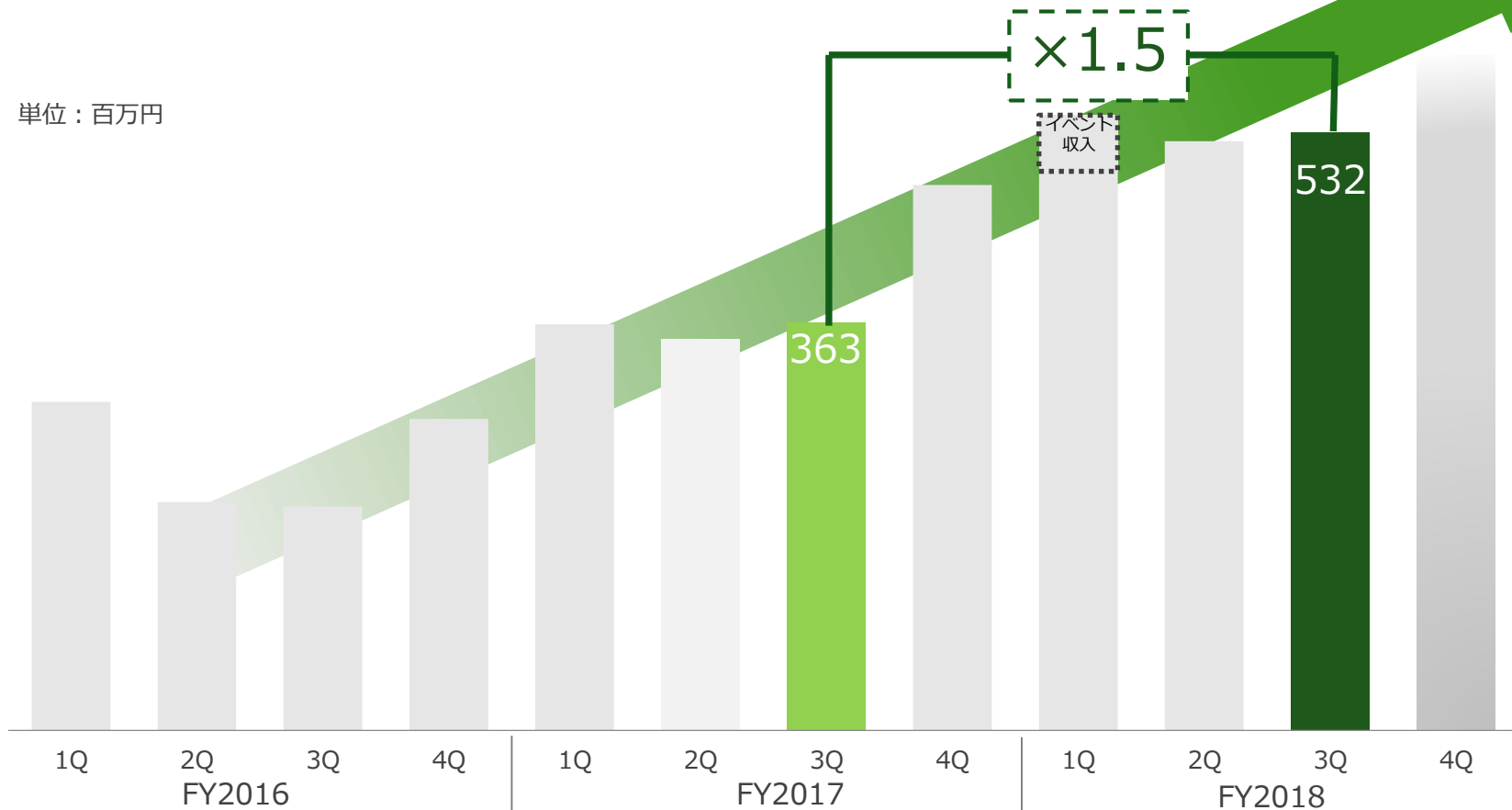
- 売上高は前年から大幅増収(1.4倍)した結果、3Q累計として過去最高の1,604百万円。
- 採用費用やオフィス移転に伴うコスト増などを売上増で吸収し、大幅な増益(19.6倍)。
- 期初予想を上回る増益となったため、通期予想を修正。

単位：百万円

	FY2017	FY2018	増減	前年 同期比	当初 通期予想	進捗率
売上高	1,073	1,604	531	×1.5	2,245	71%
営業費用	1,057	1,310	252	×1.2	2,000	66%
営業利益	15	294	278	×19.6	245	120%
営業利益率	1.4%	18.3%	—	+16.9pt	10.9%	—
経常利益	4	305	301	×76.2	225	136%
純利益	△39	167	207	—	120	140%
純利益率	—	10.4%	—	—	5.3%	—

- 四半期売上高として過去最高を更新(イベント収入などの特殊要因を除く)。
- 引き続き、4Qも過去最高の売上高を更新する見込み。

単位：百万円

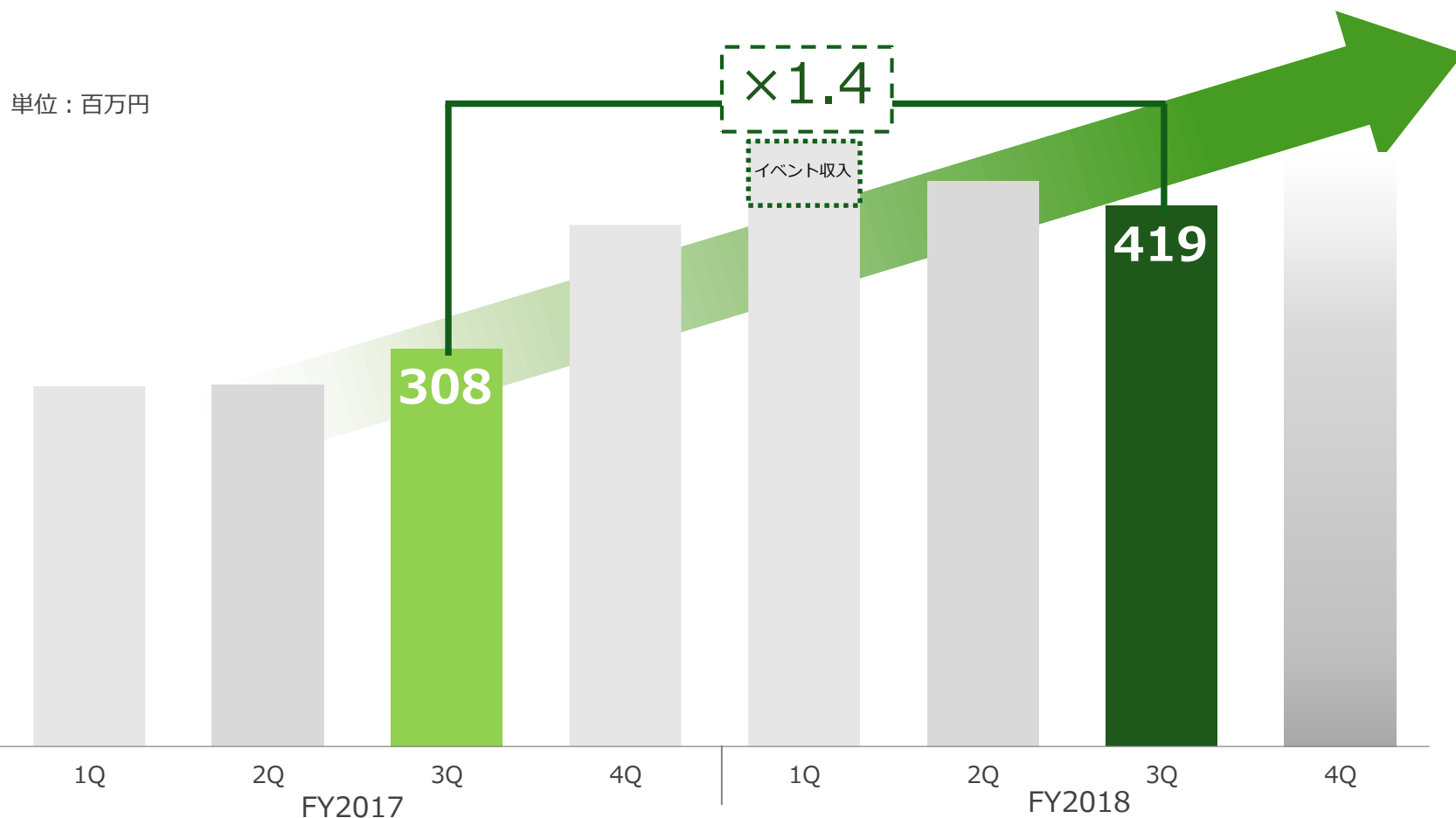


単体数値
(ドクタープラットフォーム事業)

連結数値

セグメント別売上推移 ～ドクタープラットフォーム事業～

- 対前年同期比では1.4倍と大幅に増収。
- 売上計上時期が4Qとなるソリューション案件が多く、セグメント売上高が前Qから微減となるも、受注は順調に獲得しており、4Qは過去最高の四半期売上高となる見込み。

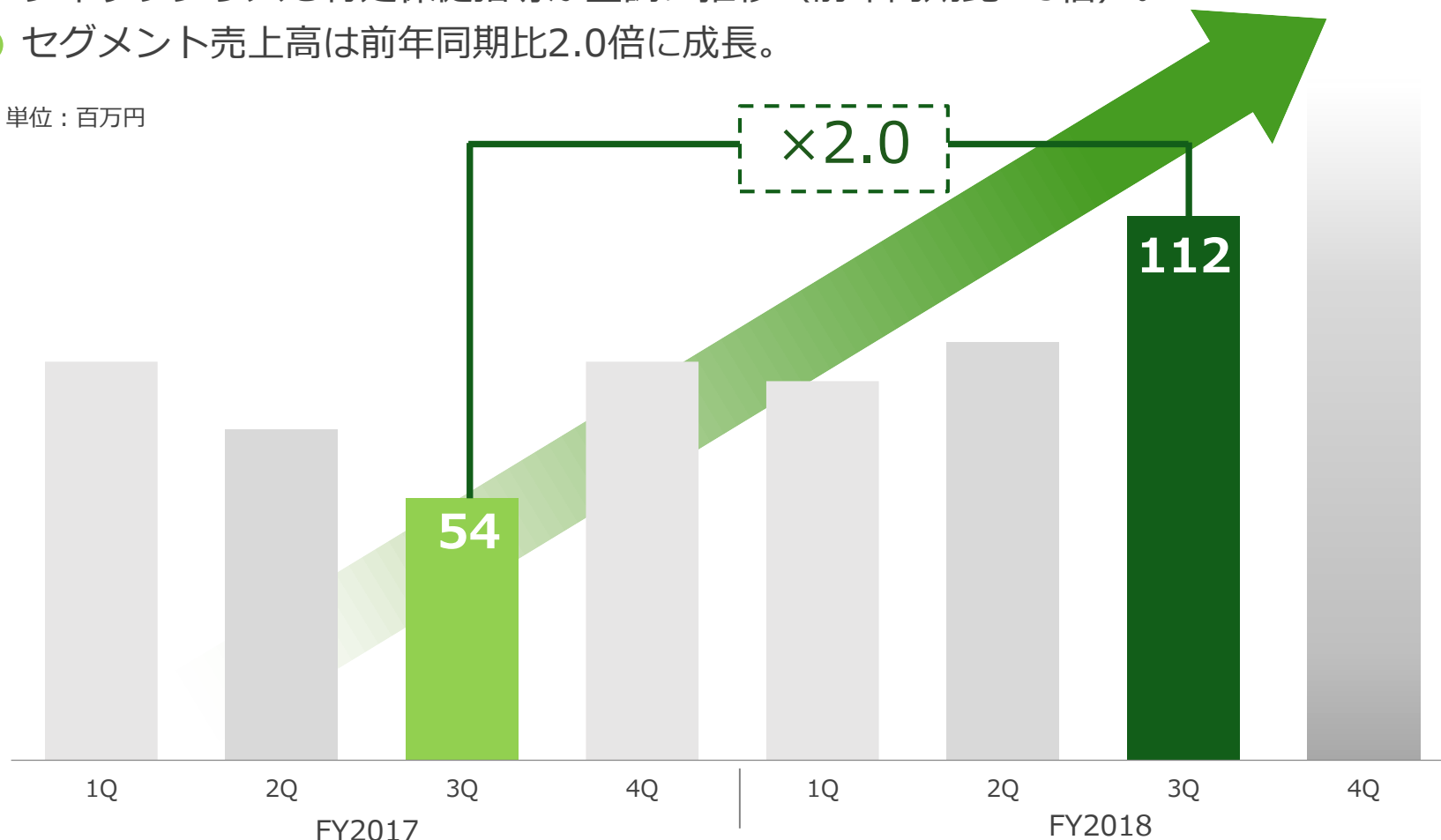


セグメント別売上推移

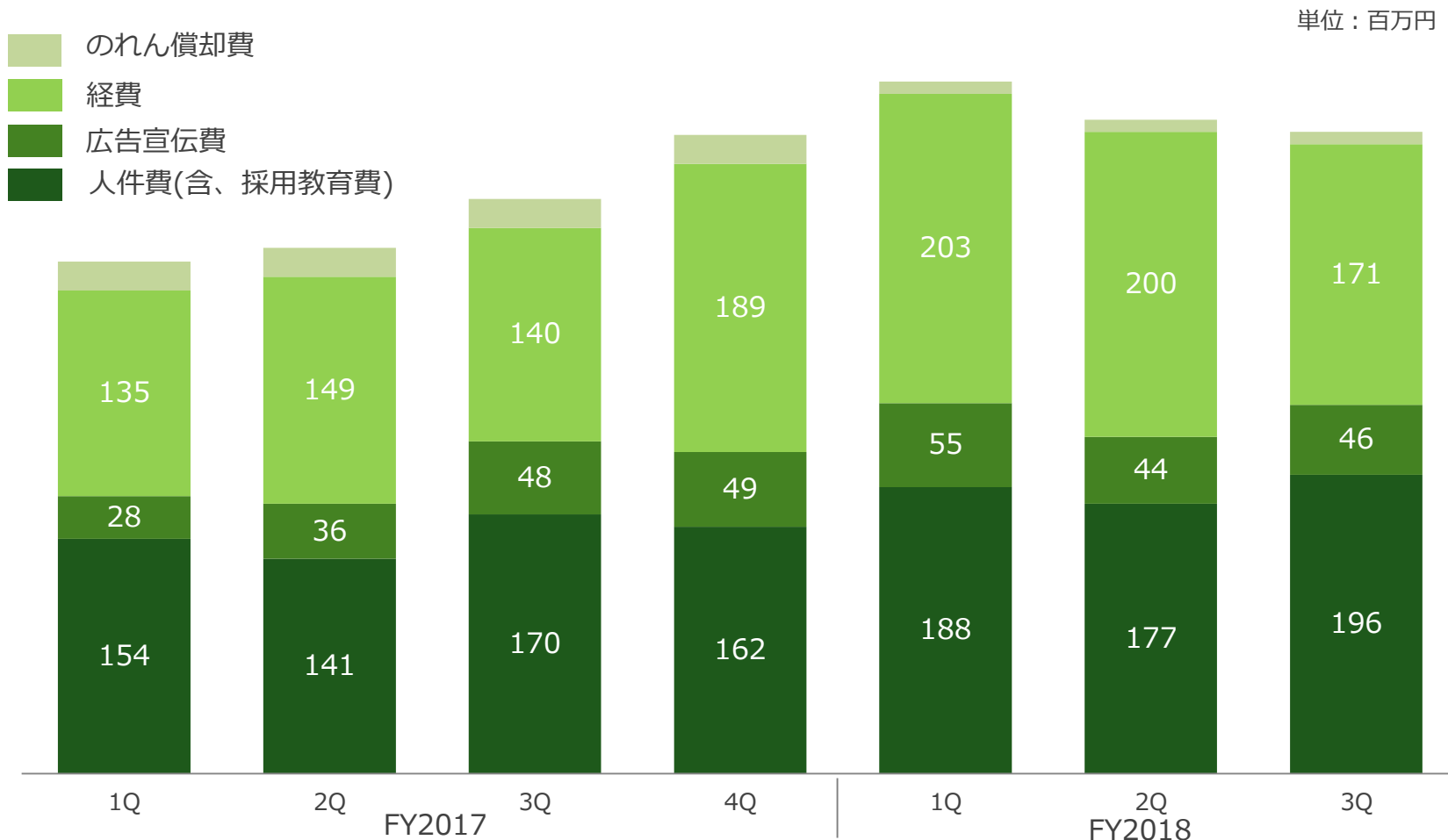
～ヘルスケアソリューション事業～

- NTTドコモとのパートナーシップ等により、first callの売上が拡大し、Mediplatは単月黒字に転換。
- フィットプラスも特定保健指導が堅調に推移（前年同期比1.5倍）。
- セグメント売上高は前年同期比2.0倍に成長。

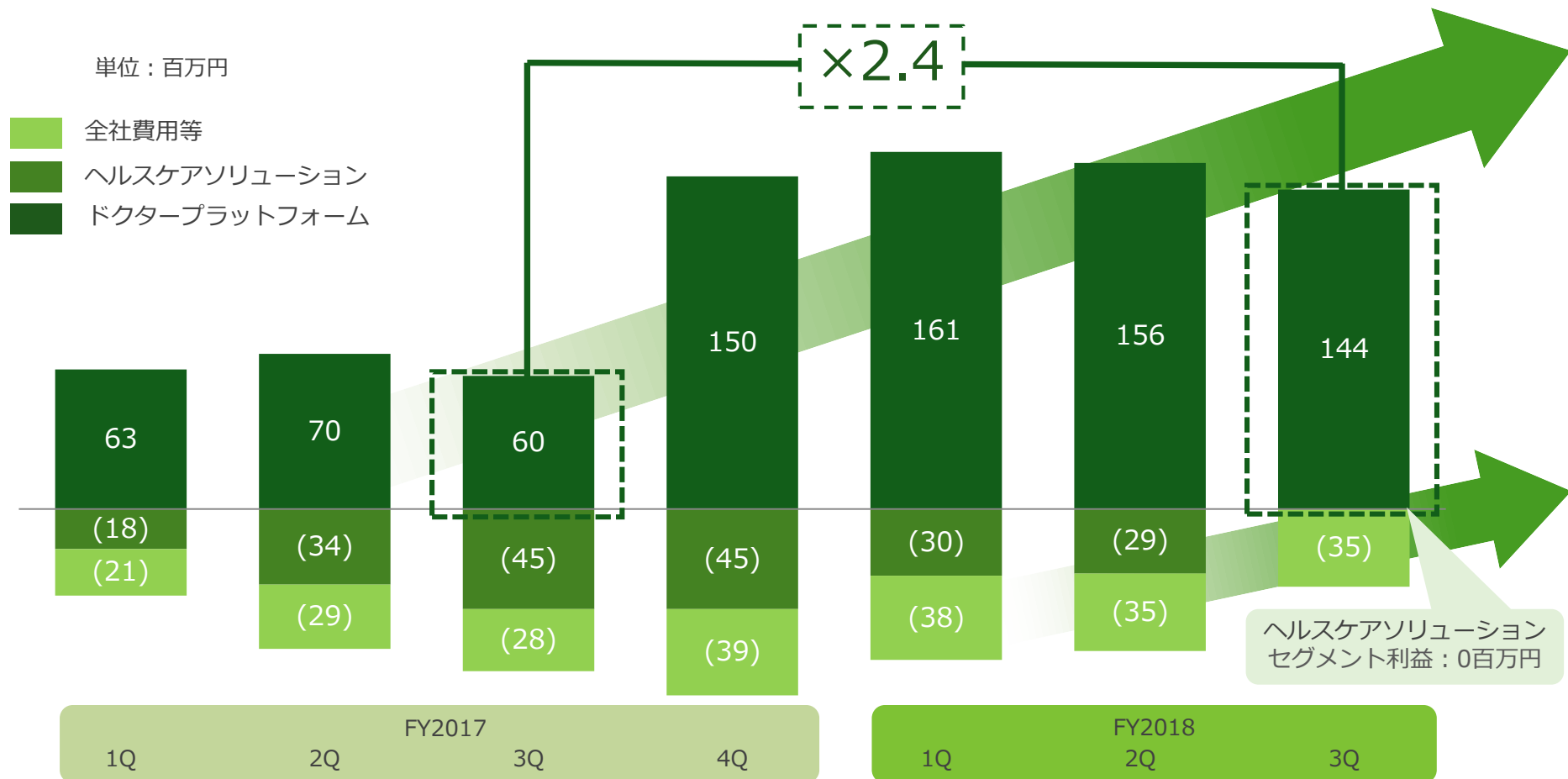
単位：百万円



- 新規採用に伴う採用教育費及びエンジニア外注費の増加により人件費が増加。
- 特殊要因であるオフィス移転関連費用の発生が2Qで完了したため、3Qの経費は減少。



- 売上増加を背景に、ドクタープラットフォームは前年同期比2.4倍の利益を計上。
- first callの収益拡大等により、ヘルスケアソリューション事業の損益も黒字に転換。



- 売上高は期初予想と同水準で推移するも、利益率が高い商品の受注割合が拡大し、収益性が向上。
- 人材採用などの先行投資を行う一方で、効率的なオペレーションを実現させた結果、営業利益は期初予想を1.6倍上回る増益（前期比4.6倍）となる見込み。

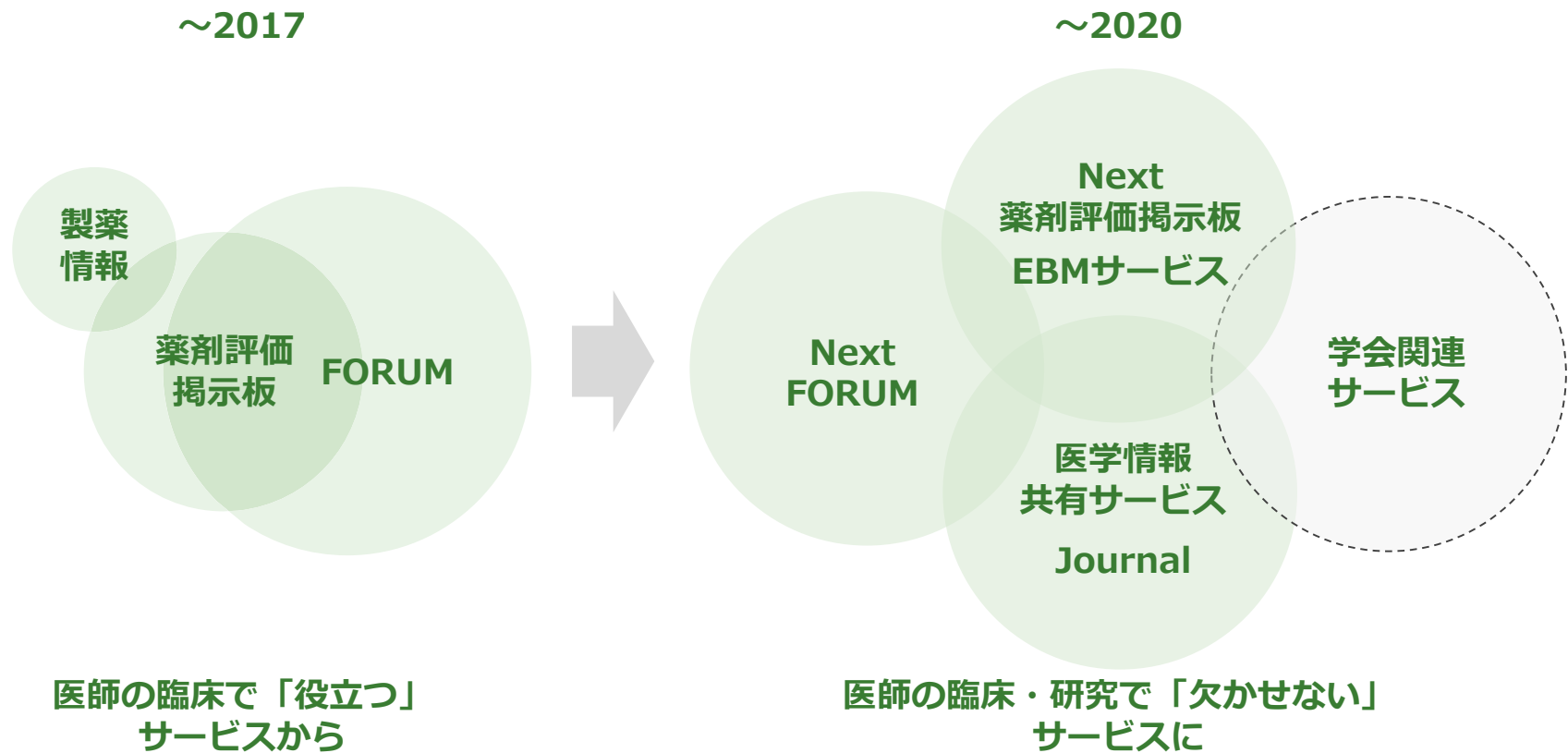
単位：百万円

	期初予想	修正予想	増減額	増減率	参考 前期実績	成長率
売上高	2,245	2,245	-	-	1,559	×1.4
営業利益	245	380	135	×1.6	82	×4.6
営業利益率	10.9%	16.9%	-	6.0pt	5.3%	-
経常利益	225	380	155	×1.7	65	×5.8
純利益	120	220	100	×1.8	△363	-
純利益率	5.3%	9.8%	-	4.5pt	-	-

サービスの状況

ドクタープラットフォーム事業

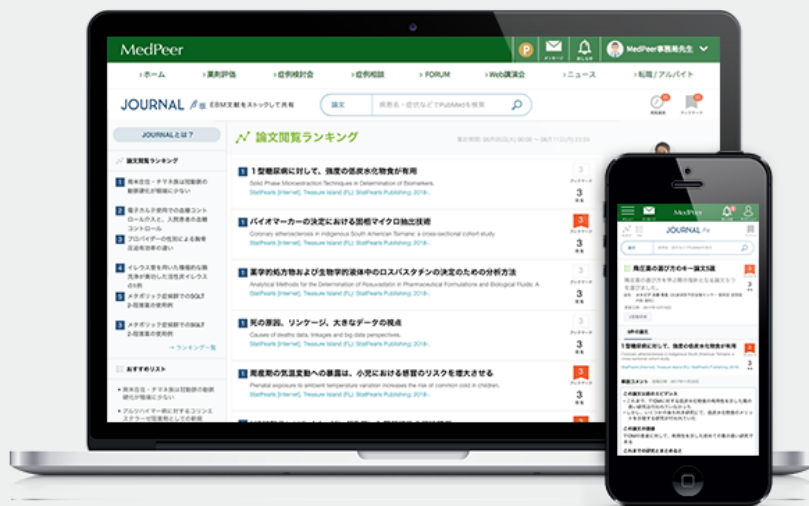
- 臨床・研究で「欠かせないサービス」に進化するために必要なコンテンツ強化施策として7月に医学情報共有サービス「Journal」をリリース。



- 海外論文の「検索」や「要旨確認」を日本語で行えるサービスを開始。
- MedPeerが認定する専門医の解説や他の医師のコメントを参照できるなど、UGCの特徴を活かしたサービスで医師の論文選定が容易に。

「いま、読むべき論文」が日本語でわかる。

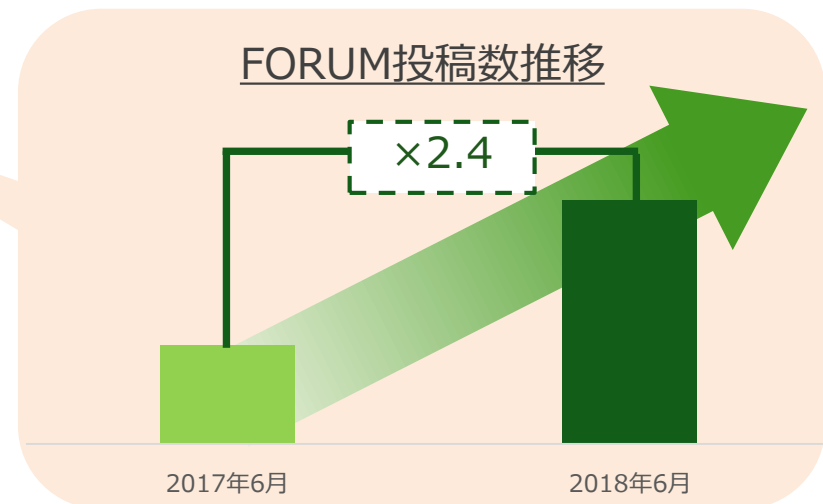
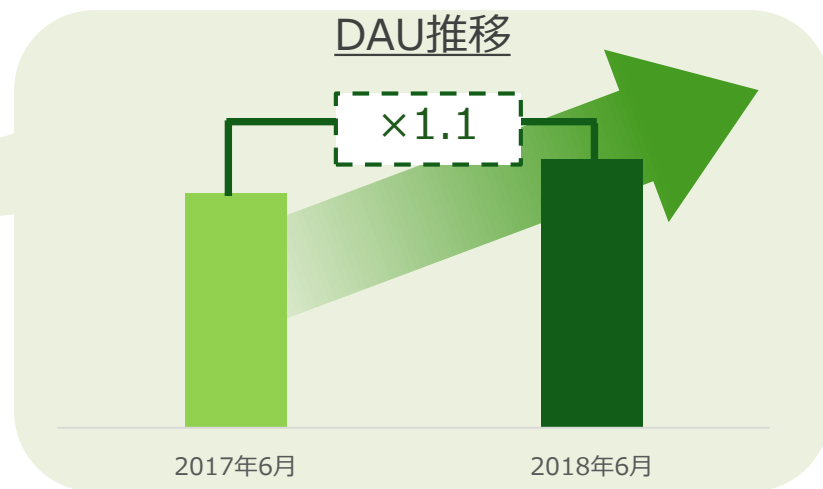
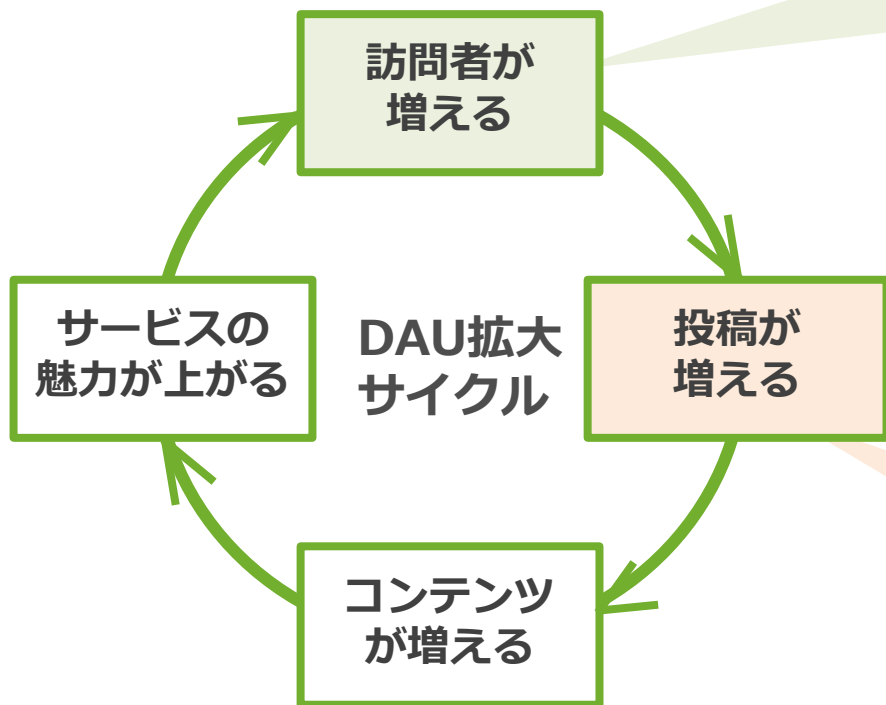
JOURNAL by MedPeer



- ✓ 海外論文を日本語で検索
- ✓ お気に入りの論文をブックマーク
- ✓ 読んだ論文のコメントを医師同士で共有
- ✓ エキスパート医師のおすすめ論文をリスト化

- サイト活性度は前期から継続して成長。
- UGCの特性を活かした新規コンテンツのリリース等により、更なる成長を目指す。

UGCサービスのグッドサイクル

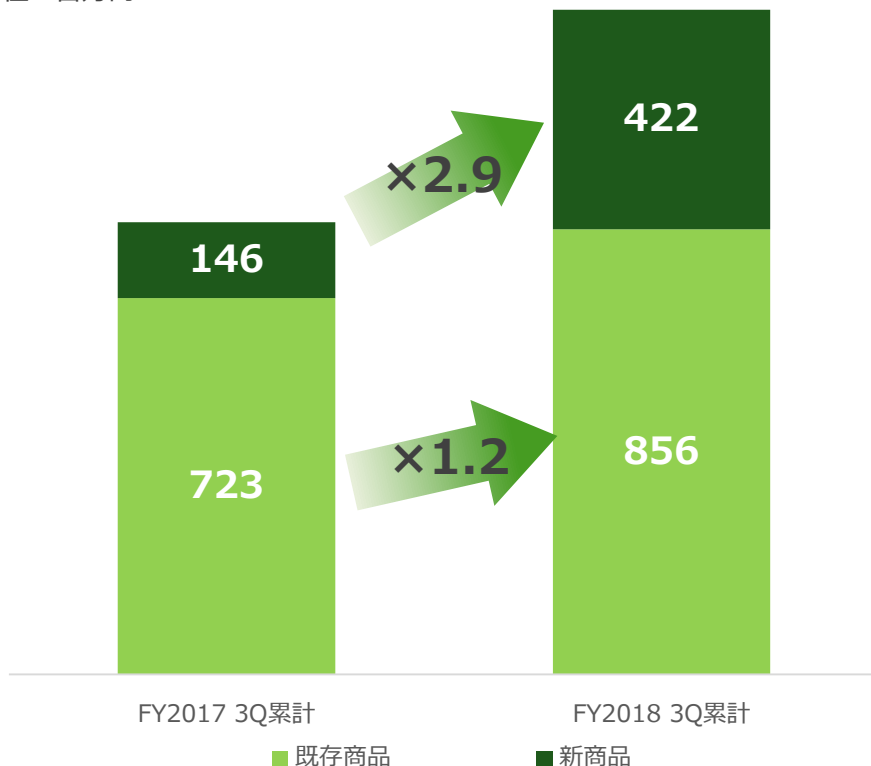


～収益拡大に向けた取り組み～

- サイト活性化等を背景に既存商品は継続的に売上拡大。
- 既存商品に加え、前期に本格展開した新商品（Web講演会、ソリューション等）の売上が順調に拡大。
- 新商品開発を通じて更なる収益拡大を図る。

商品別 3Q累計売上高推移

単位：百万円



収益拡大に向けた取り組み

既存商品

- ✓ 「会員規模の拡大」と「来訪頻度の向上」により、広告価値が増加
- ✓ 医師の閲覧や書込履歴を分析し、医師が必要とするタイミングで情報提供を行うことで、広告訴求力が向上

新たな商品開発

- ✓ 「医師のアウトプット」を活かした商品を通じて、製薬企業のMR活動も含めたマーケティング支援の強化
- ✓ 医師向けコンテンツの制作ノウハウを活用したコンテンツ制作

■ 既存商品

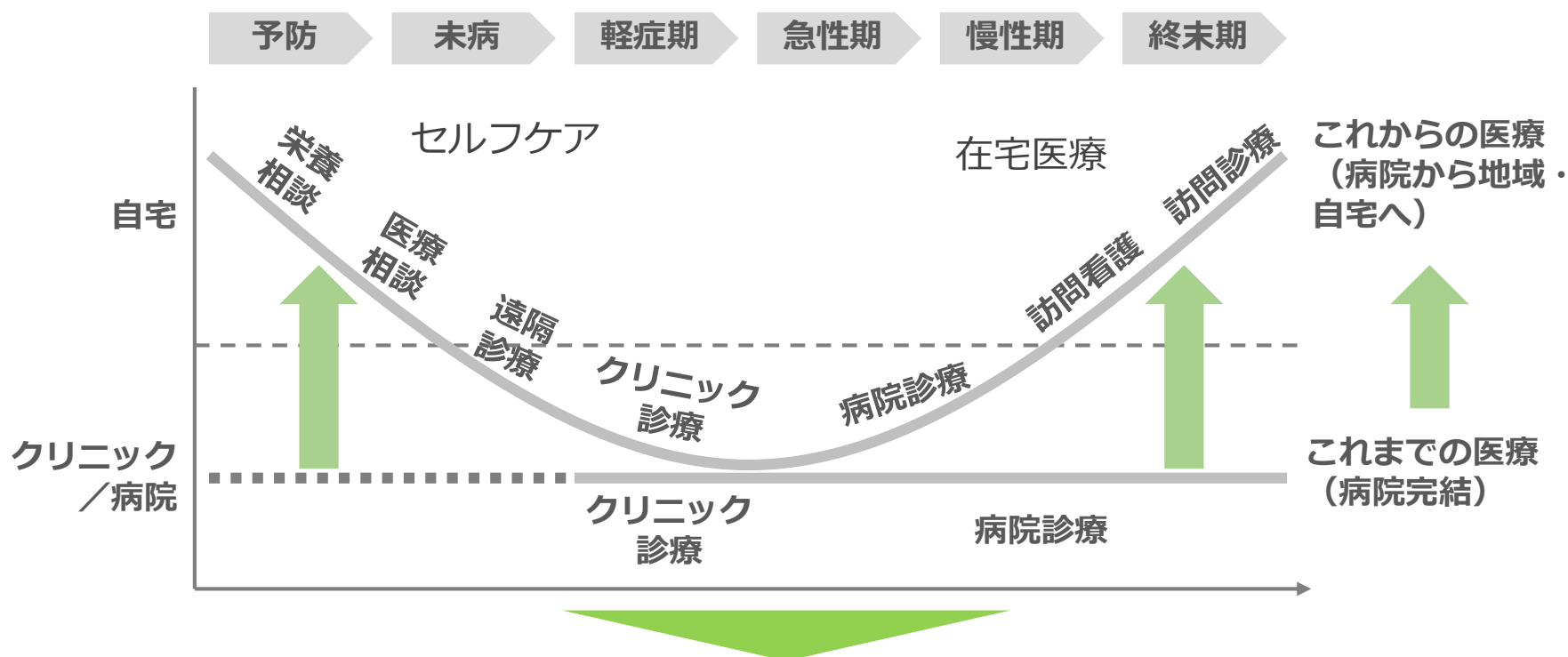
■ 新商品

※FY2018 3Q累計からは1Qに計上したイベント収益は除外しております。

ヘルスケアソリューション事業

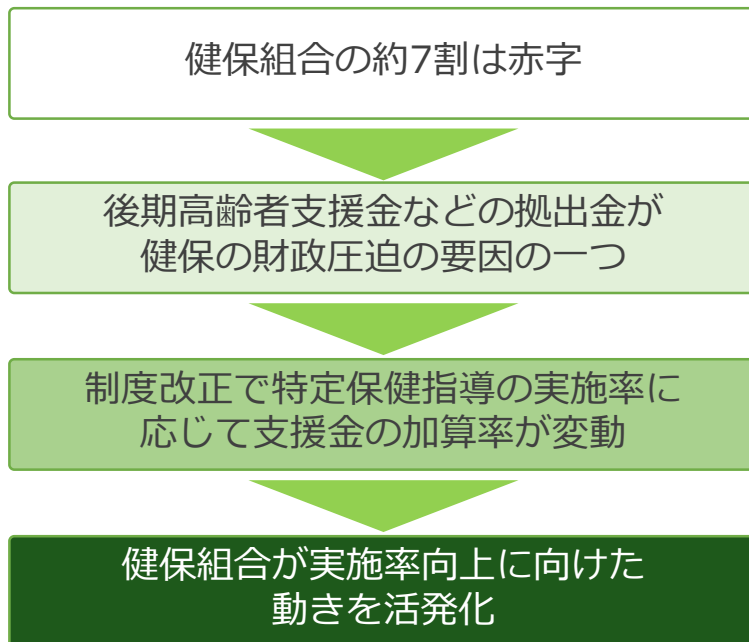
- 軽症期から終末期まで全てを病院で担う「病院完結型医療」が限界を迎え、「地域完結型医療」へと移り代わりつつある。

日本の医療体制の大きな変化



- 特定保健指導実施者は対象者の約18%。
- 厚労省は実施率向上施策の一つとして、特定保健指導の実施率に応じて後期高齢者支援金の加算率の見直しを実施。
- 実施率向上によって、特定保健指導の顕在市場が拡大すると想定。

健保組合の実施率向上インセンティブ



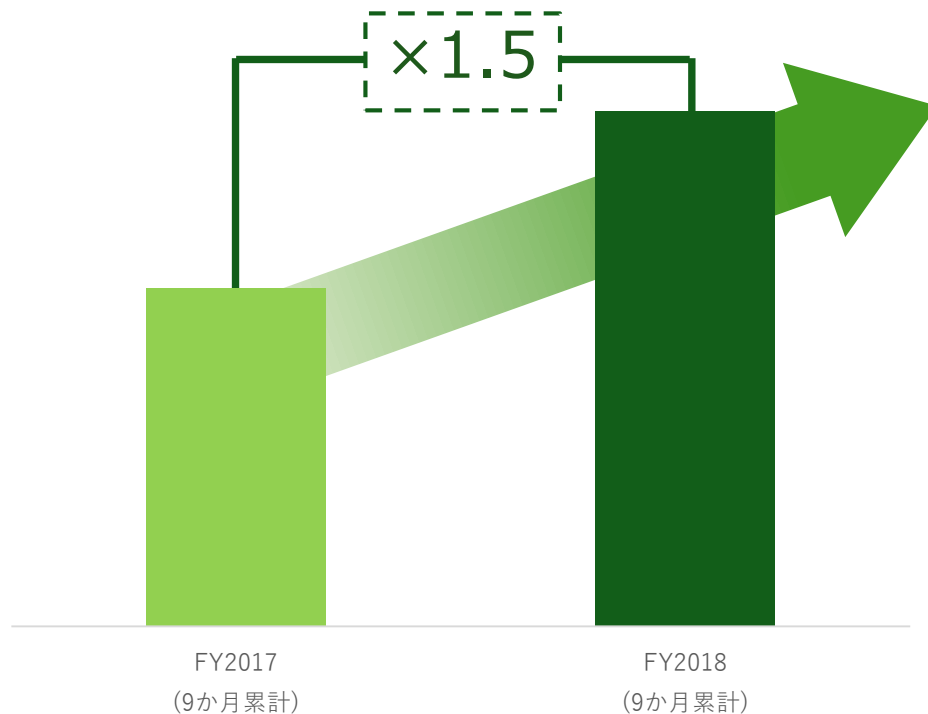
特定保健指導の市場規模



出所:厚生労働省「特定健康診査・特定保健指導の実施状況に関するデータ」より当社試算

- ラボとアプリで展開しているO2O型食生活指導を活用することで質の高いサービスを展開。
- 制度の改定により、当社の特徴であるICTを活用したサービスの導入が容易となり、受注が拡大したことにより実施者数が前年同期比1.5倍に成長。

FitsPlus特定保健指導実施者数推移



Diet Plusが選ばれる理由

ICTを活用したプログラムで効率的に実施率の向上が図れる

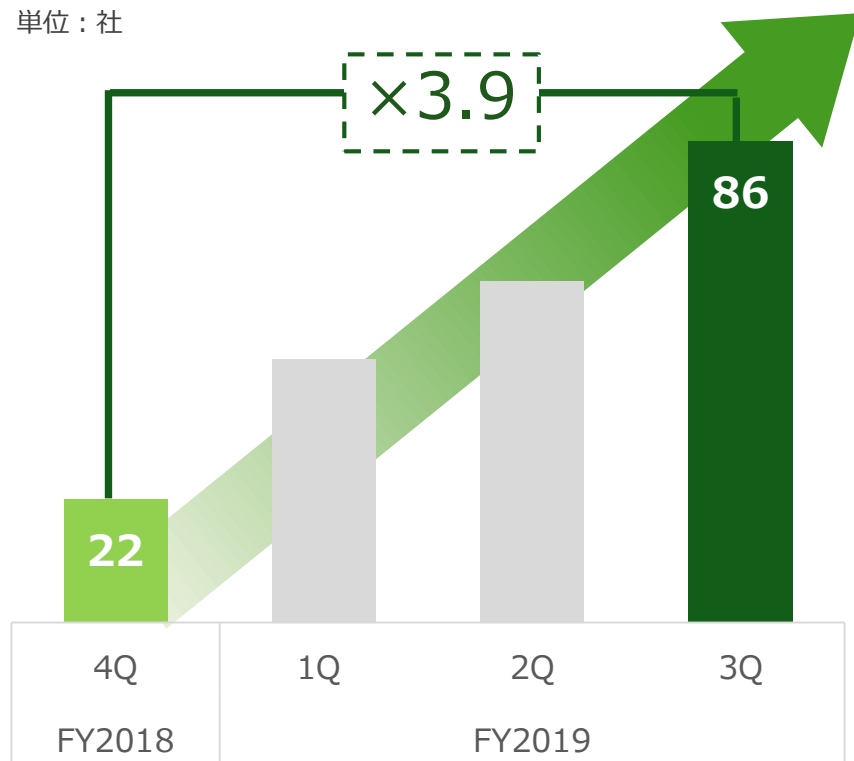
コンシューマー向けサービスで培った質の高いサービスを提供

「正しく食べる」習慣が身につくことで継続的な生活習慣改善が可能

- 人事部門を介した法人利用も堅調に拡大する中、NTTドコモが提供する「dヘルスケア」との連携など、パートナー企業との連携を積極的に展開することで事業を拡大。
- 「オンライン産業医」や「管理栄養士によるチャット相談サービス」等、契約企業のニーズに即したサービスを開発することで利用社数の増加を図る。

契約社数推移

単位：社



3Qの取組

パートナー企業の獲得

- 人事関連サービスや消費者向けサービスを展開している企業との連携による法人/個人顧客の開拓
- パートナー企業との共同サービスの開発等による事業機会の拡大を模索

顧客ニーズに即したサービス開発

- 産業医面談をオンラインで可能とする新サービス「オンライン産業医」を開始
- 管理栄養士によるチャット相談サービスを開始し、医と食の両側面から健康増進・予防に向けたアドバイスを行うことが可能

- 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。
- スギHDとの提携を通じた新たな事業展開を今秋から順次開始。
- 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、新たな事業領域への進出すること等により、時価総額500億円超を目指す。



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

MedPeer

MedPeer
キャリア

株式会社
medパス

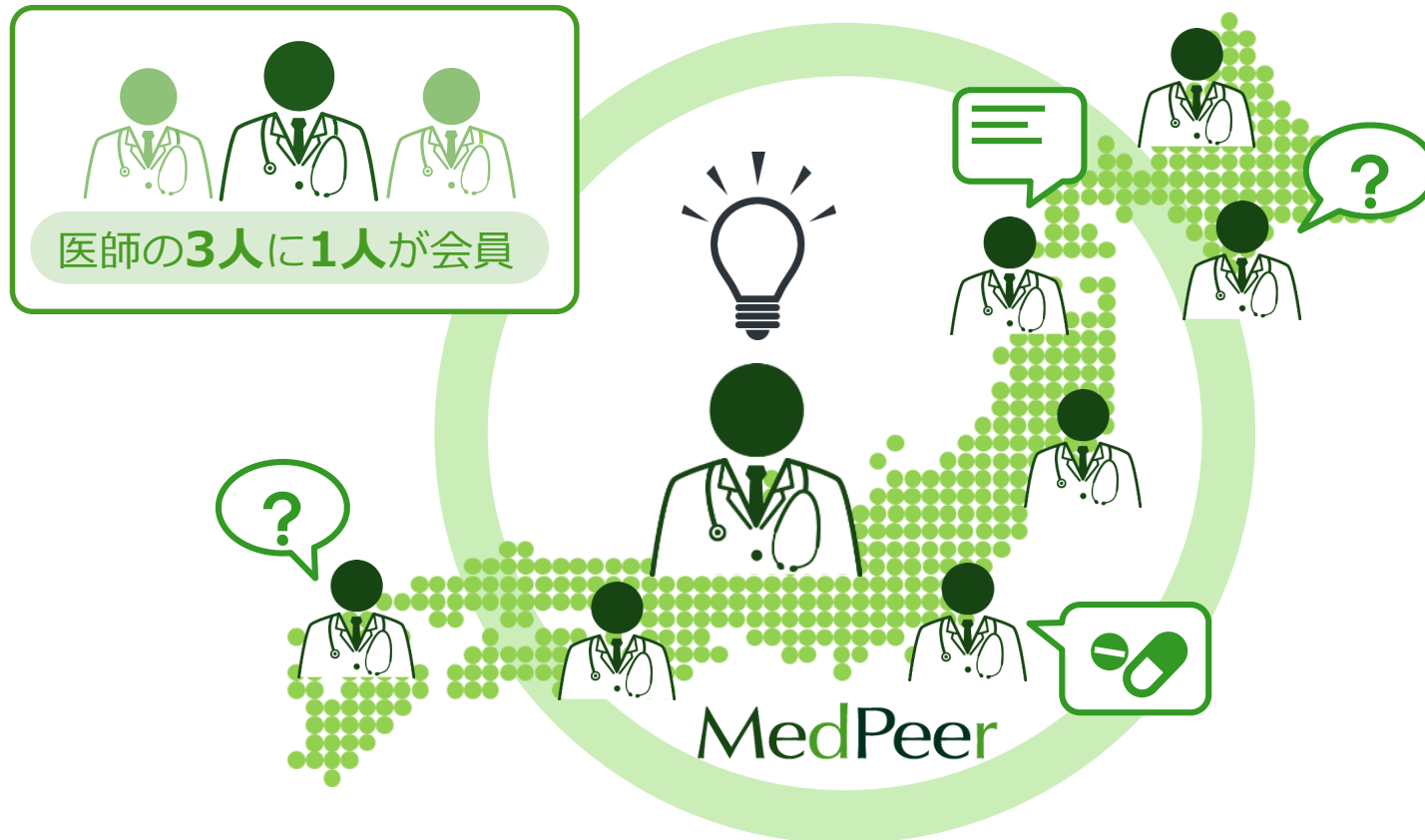
ヘルスケアソリューション事業

 first call

 Diet Plus

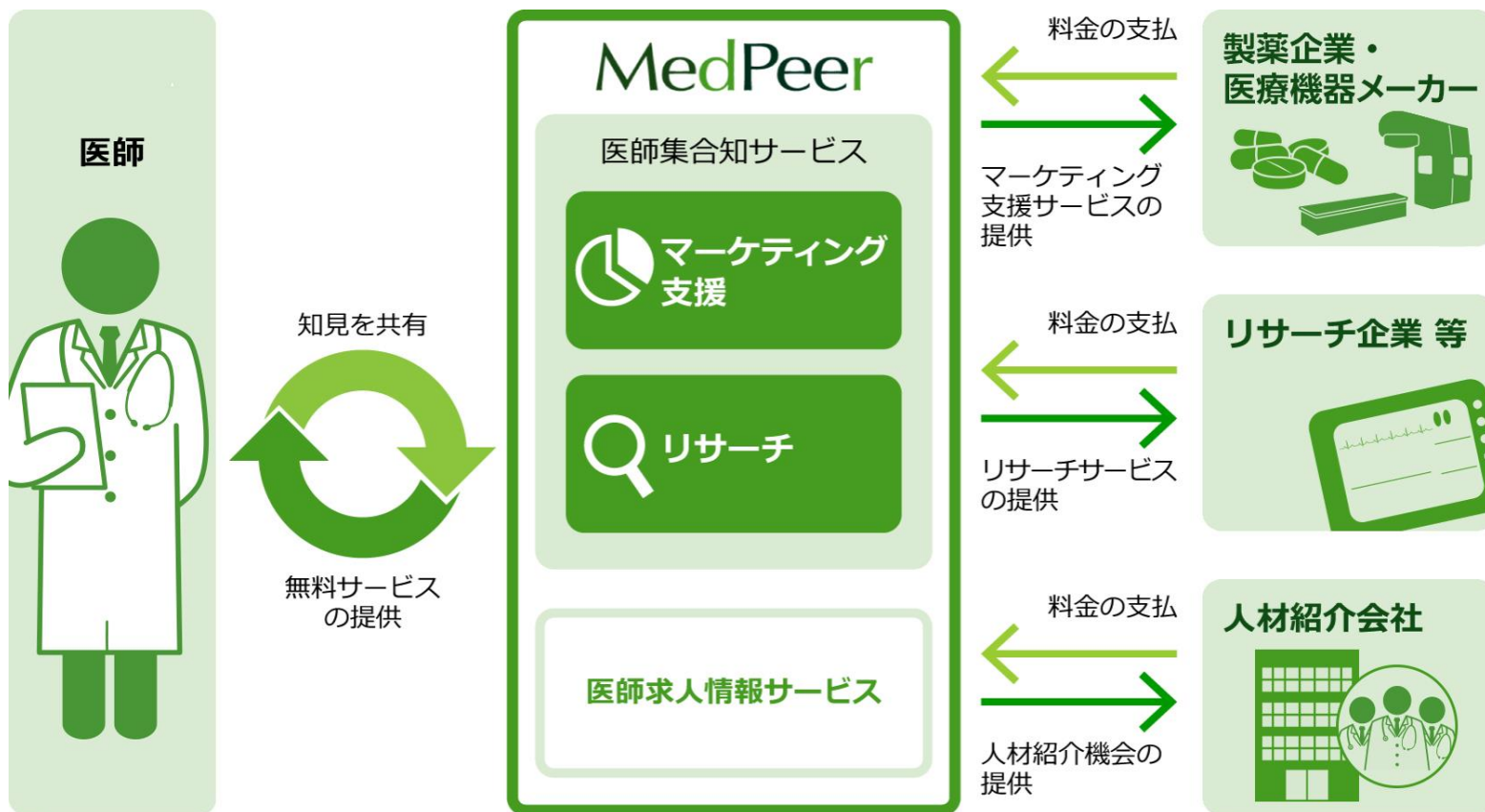
10万人の医師が地域や専門を越えて、臨床経験を共有するオンラインプラットフォーム

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。



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コーディネートサービス

- ✓ 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、独自の特定保健指導を展開。
- ✓ コンシューマー向けには、ラボ（店舗）にて、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受けられる。



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



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
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



- メドピア及びMediplatは4月2日付で第三者割当を行い、スギホールディングス、スギ薬局からそれぞれ3.5億円（合計7億円）の出資を受け入れ。
- スギ薬局がもつリアルな顧客基盤を活用することで、両社で展開するアプリやWebサービスの利用者を獲得し、従来の購買履歴・処方データのみならずライフログ・PHR等のデータを蓄積。
- AIを活用したデータ解析等、蓄積したデータを活用した複数の予防医療サービスを今秋以降、順次展開予定。

健康・医療・介護領域におけるソリューション

MedPeer

医師会員10万人、医師集合知、
健康相談、食生活コーディネート

 スギ薬局

1,100店舗、
ポイント会員680万人、アプリ会員400万人

セルフケア
プラットフォーム

製薬企業向け
マーケティング支援

医師開業支援
プラットフォーム

在宅医療
プラットフォーム

<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。