

当社グループ中長期的展望と 2025年5月期の中期経営目標

Medium and Long-term JF Group
Strategy Outlook, and
Mid-term Target of FY ending May 2025

Challenge 2025

2022年1月14日

ジェイフロンティア株式会社

【証券コード：2934】

“人と社会を健康に美しく”

コロナ後の世界において、常にパラダイムシフトを起こし、より良い生活文化の創造と発信を通じて、社会全ての人々の健康で幸福な生活の実現に貢献します。

1

ヘルスケアテックカンパニーとして、デジタル技術の活用により、人々の幸福な生活に欠かせない医療・ヘルスケア領域を革新します。

2

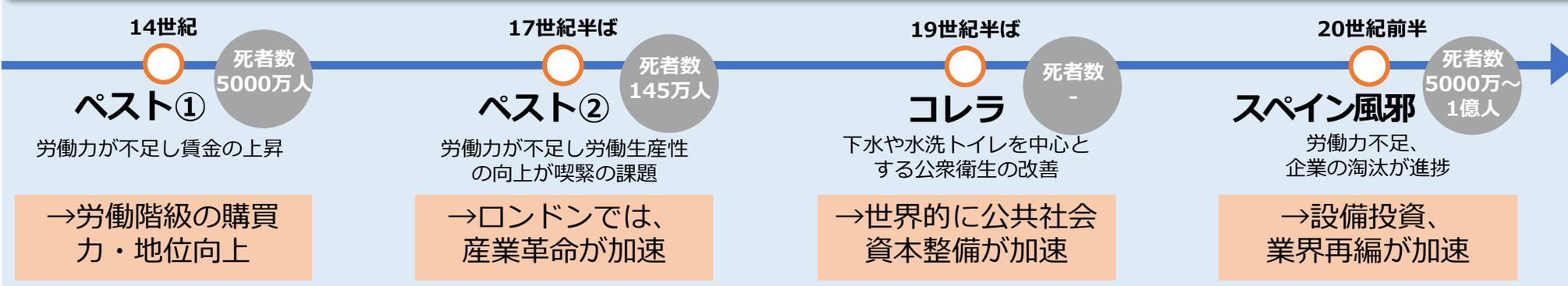
医療・医薬分野のデジタルトランスフォーメーションを推進し、医療サービスの向上と社会保障制度の負担減に貢献します。

3

ヘルスケア領域において、特に「ケンビキョウイイ」の分野における商品やサービスの開発に注力し、人々の健やかな生活を支えます。

※「ケンビキョウイイ」とは「健康・美容・教育・癒し・医薬・医療」のこと。

これまでもパンデミックが契機となり、社会経済構造の「パラダイムシフト」が発生



現在の新型コロナウイルスでは

社会全体で見られた変化

人の移動、外出の制限

集約・3密の回避

「New Normal」
(新常態)の誕生

非対面

分散化

リモート

DX (デジタル・トランスフォーメーション) 投資の加速

ヘルスケア業界では？

- ①在宅が増え消費者の健康志向が増加
- ②現在の医療体制の脆弱性が明らかに
 - 医療資源 (人手、病床、設備) の不足
 - 院内感染の拡大と感染懸念による来院者の激減
 - 医療現場の情報の不透明性

当社は、ヘルスケア領域の新商品提供に加え、これまでのノウハウを結集し、ITの活用で、**医療の「New Normal」を確立**する

以下の3事業を展開

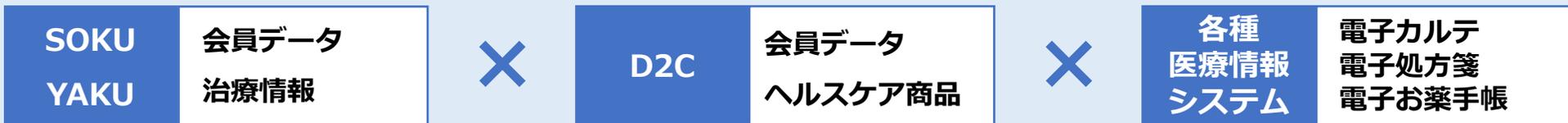
- オンライン診療・服薬指導アプリ「SOKUYAKU」と医療人材紹介等を行う**SOKUYAKU事業**
- 医薬品含むヘルスケア商品・化粧品等のEC通販事業を行う**D2C事業**
- ヘルスケア関連のEC通販事業者に対するマーケティング支援等を行う**B2B事業**

	事業セグメント	ブランド・サービス名	本資料の区分	事業内容
B to C	メディカルケア セールス	SOKUYAKU AIGATE JFD CONVENIENCE DRUG 健康日本堂 BioSafe <small>BIO For everyone's health and beauty</small>	SOKUYAKU 事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ オンライン診療・服薬指導アプリ ■ 医療人材紹介事業
	ヘルスケア セールス	酵素328選 酵素328選	D2C事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ ヘルスケア商品（医薬品・健康食品）のEC通販事業 ■ 化粧品のEC通販事業
B to B	ヘルスケア マーケティング	ALPHA RUN AIGATE (コールセンター) BooMStar VENDIN	B2B事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ ヘルスケア関連EC通販事業者に対するマーケティング支援事業 ■ コールセンター事業



Medium and Long-term JF Group Strategy Outlook
当社グループ中長期的展望





パーソナルヘルスケアデータの蓄積・一元化



データを活用し、一人一人のステータスに合った商品・アクション(*)をリコメンド

(*)アクション：例えば「診断してみませんか？」等を提案

ヘルスケアサイクル



SOKUYAKU保有のヘルスケアデータで、顧客のヘルスケアサイクル全てをカバー
“SOKUYAKUヘルスケア経済圏”を創出

「SOKUYAKU」に蓄積されたパーソナルヘルスケアデータを活用

「SOKUYAKU」により、“ヘルスケアサイクル”の全てのアクションが完結・充実化

To C

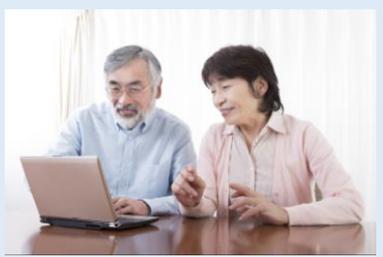
To B



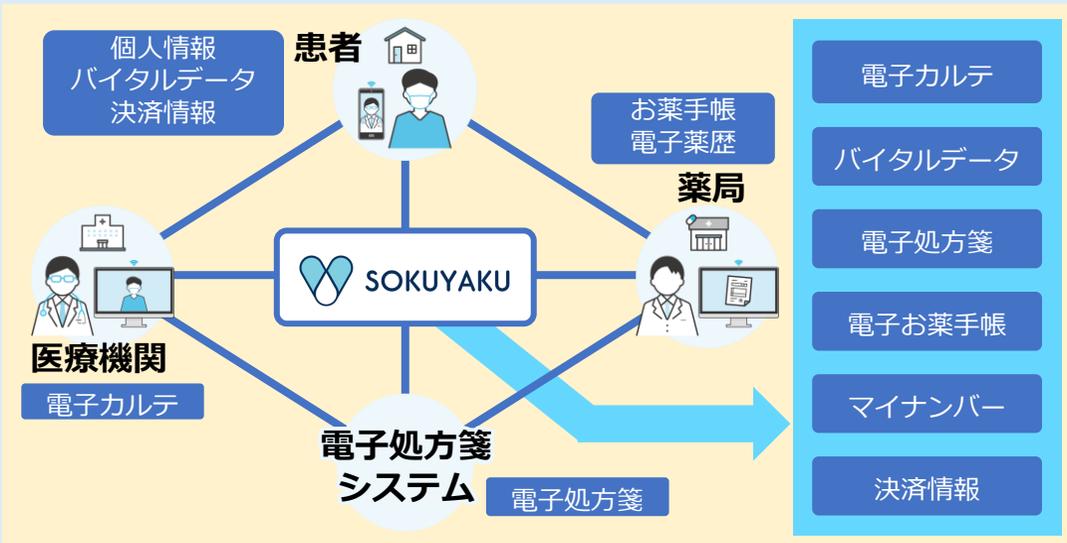
“疾病”期間を効果的・効率的に短縮化 + “未病”期間を長期化 できる社会の実現

“疾病”領域のヘルスケアサイクル

① 病院・医師の検索



② 治療



③ 薬の宅配



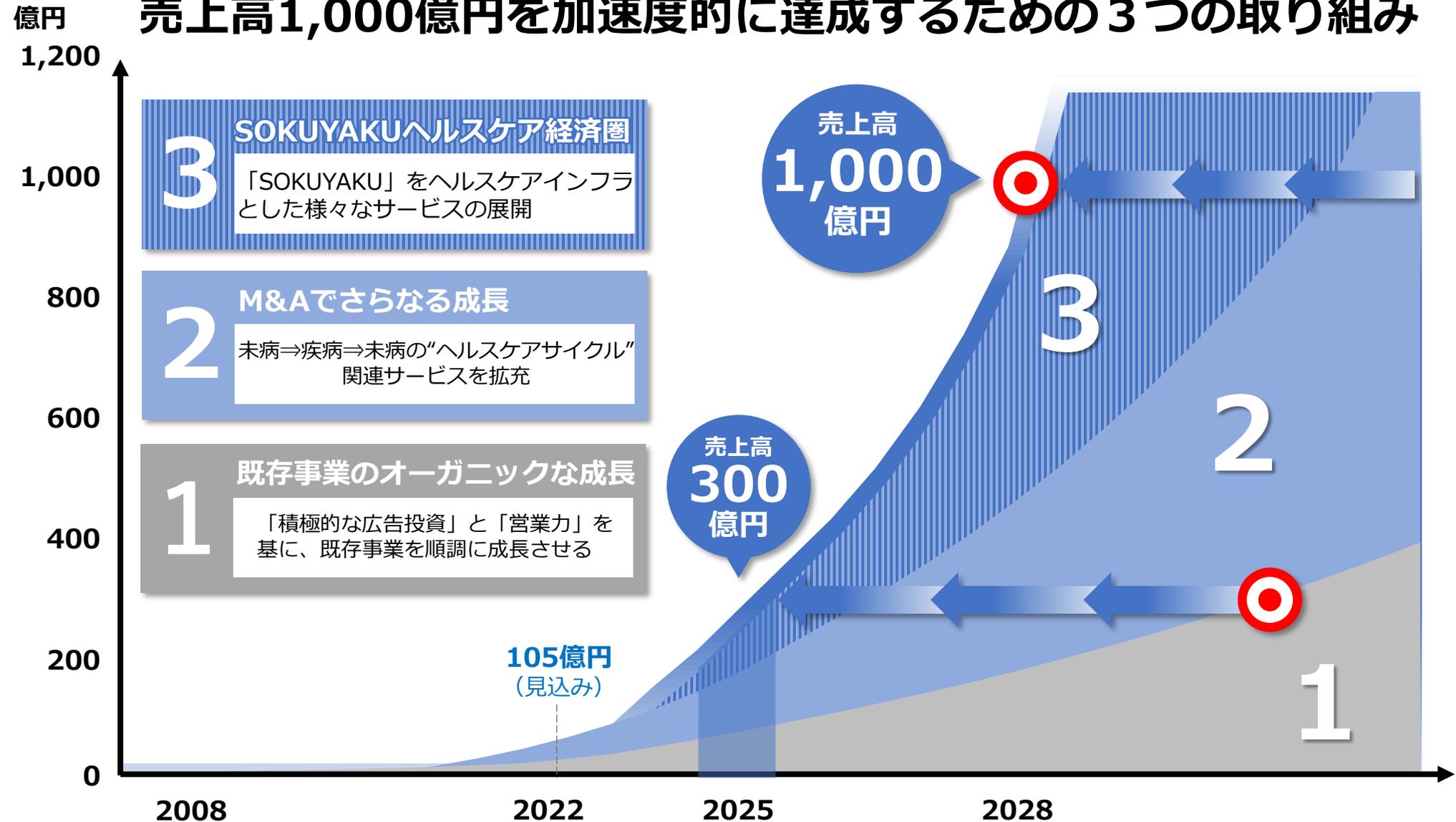
「SOKUYAKU」内に、個人情報・治療情報等の“パーソナルヘルスケアデータ”を蓄積



SOKUYAKUだけで、いつでもどこでも、あらゆる病院で診療でき、薬を受け取れる



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





Mid-term Target of FY ending May 2025

2025年5月期中期経営目標 “Challenge 2025”



- “パーソナルヘルスケアデータ”の蓄積を推進
- 国民「健康寿命」伸長に貢献するIT企業としての成長基盤の確立

① “パーソナルヘルスケアデータ”の蓄積に向けたプラットフォーム構築

- SOKUYAKU事業・D2C事業の会員データ統合
- 「SOKUYAKU」と各種医療データ（※）との連携
（※）電子カルテ、電子処方箋、保険証、マイナンバー、バイタルデータ…等

② 蓄積した“パーソナルヘルスケアデータ”のAI等による解析 「健康寿命」伸長に寄与する“ヘルスケアサイクル”とのデータ連携

- 未病→疾病→未病・・・の“ヘルスケアサイクル”と蓄積データとの紐付けを検証

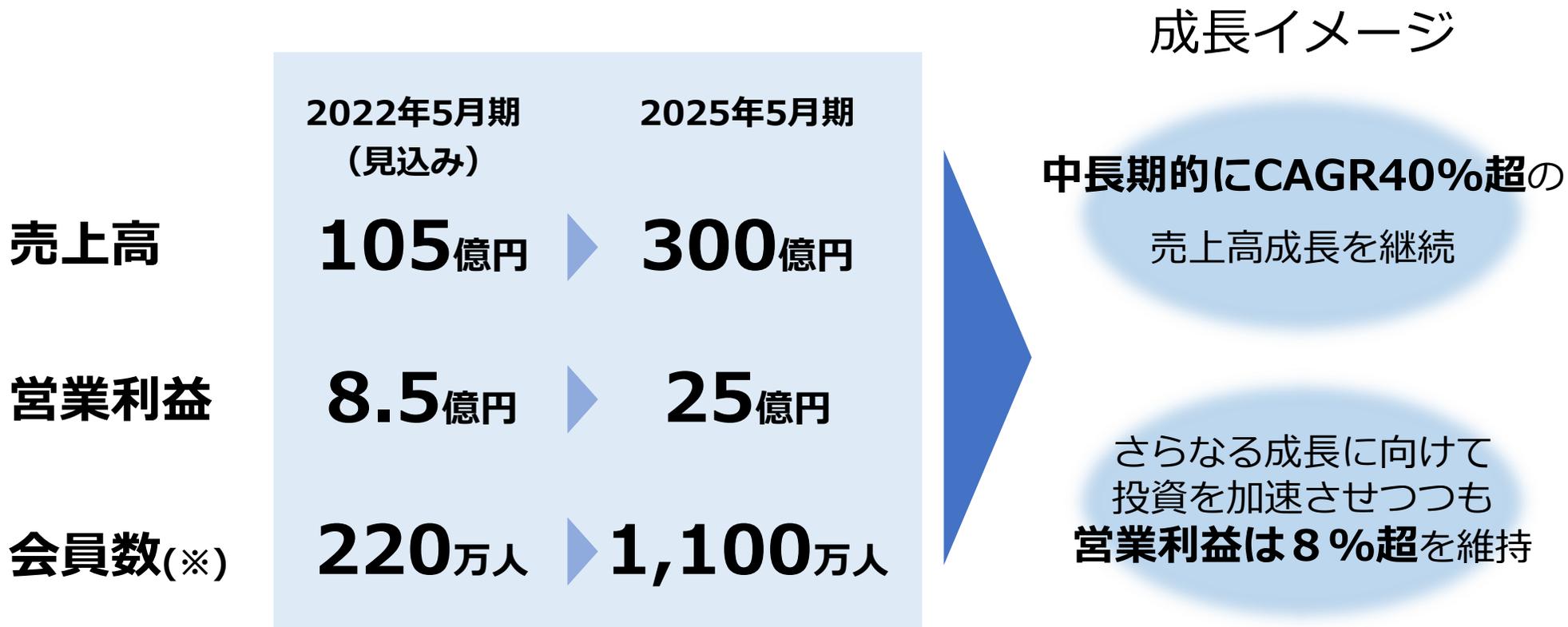
③ 蓄積された“パーソナルヘルスケアデータ”を活用(他社との連携含む) “ヘルスケアサイクル”における新たなサービス開発に着手

- 一人一人の健康状態に即した商品・アクション・サービスのタイムリーな提案・提供

将来の“SOKUYAKUヘルスケア経済圏”の創出を加速化

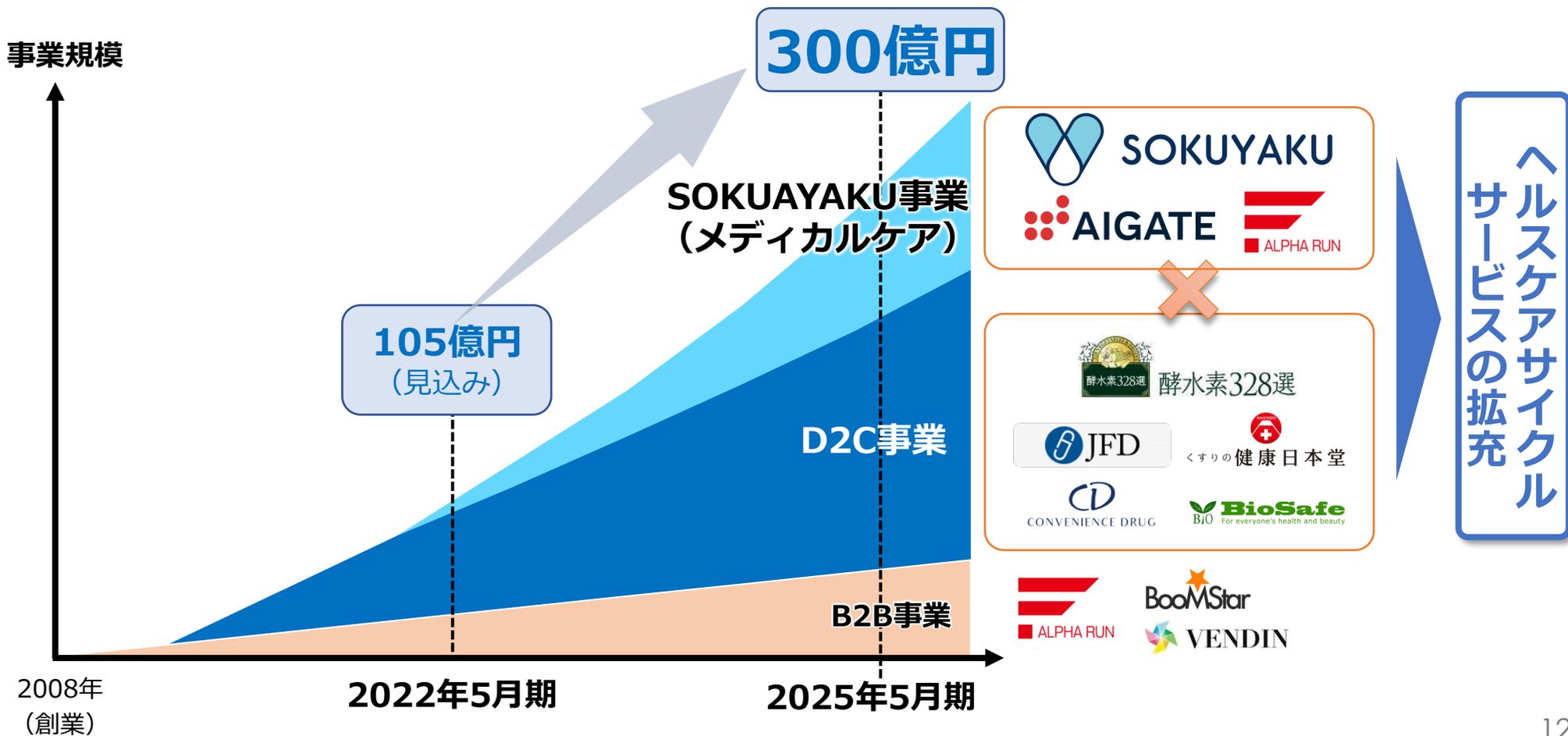


- **CAGR40%超の売上高成長を目指す**とともに、**営業利益率8%超**を実現
- 効果的かつ効率的な広告投資による新規会員獲得の継続と、新規・既存会員に対する“ヘルスケアサイクル”サービスの充実化を推進



(※)会員数：SOKUYAKU会員数 + D2C事業会員数

- 3つの事業軸のうち、特に**SOKUYAKU事業**と**D2C事業**を融合させながら、両事業を加速度的に成長させて、未病⇒疾病⇒未病の“ヘルスケアサイクル”の充実化を目指す
- “ヘルスケアサイクル” サービス拡充により、2025年以降も**売上高CAGR40%の成長**を維持



【ターゲット】 CAGR150%以上の売上高成長を達成するとともに、**営業利益率20%**を実現

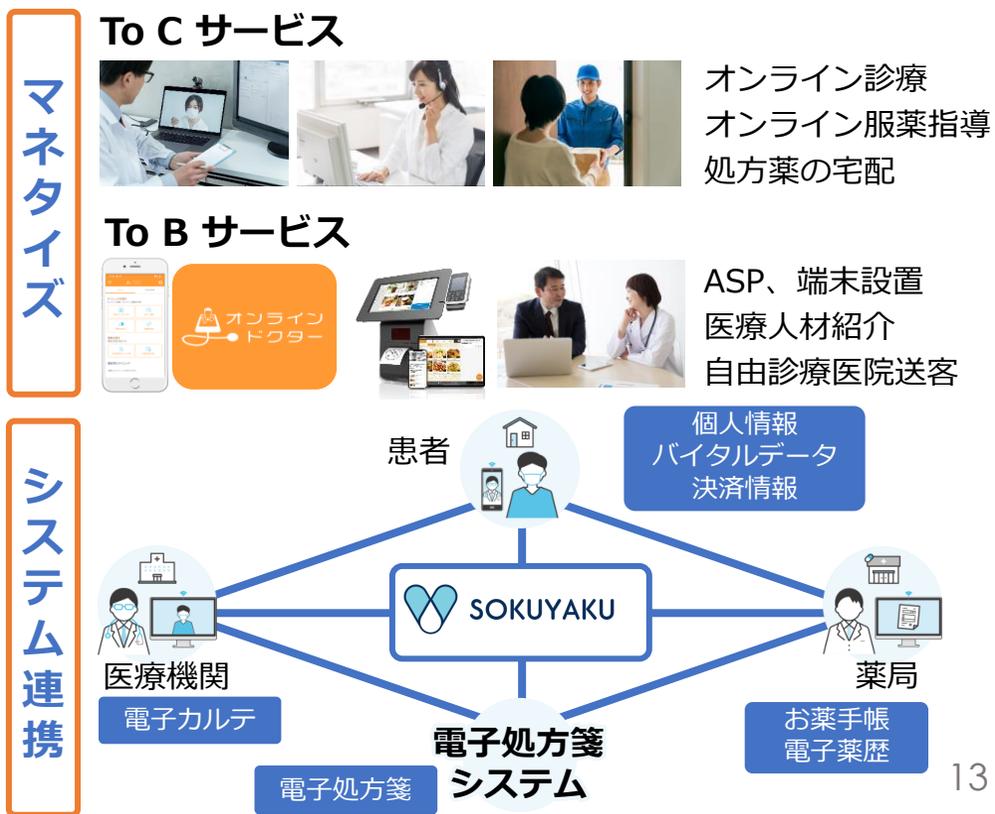
①以下の2軸でマネタイズを加速。営業体制も強化（社内ディレクション+アウトソース併用）

(1) **To C サービス** (KPI: アクティブ会員数) : オンライン診療・服薬指導・処方薬の宅配

(2) **To B サービス** (KPI: 提携数・導入件数) : ASP、端末設置、医療人材紹介、自由診療医院送客、等

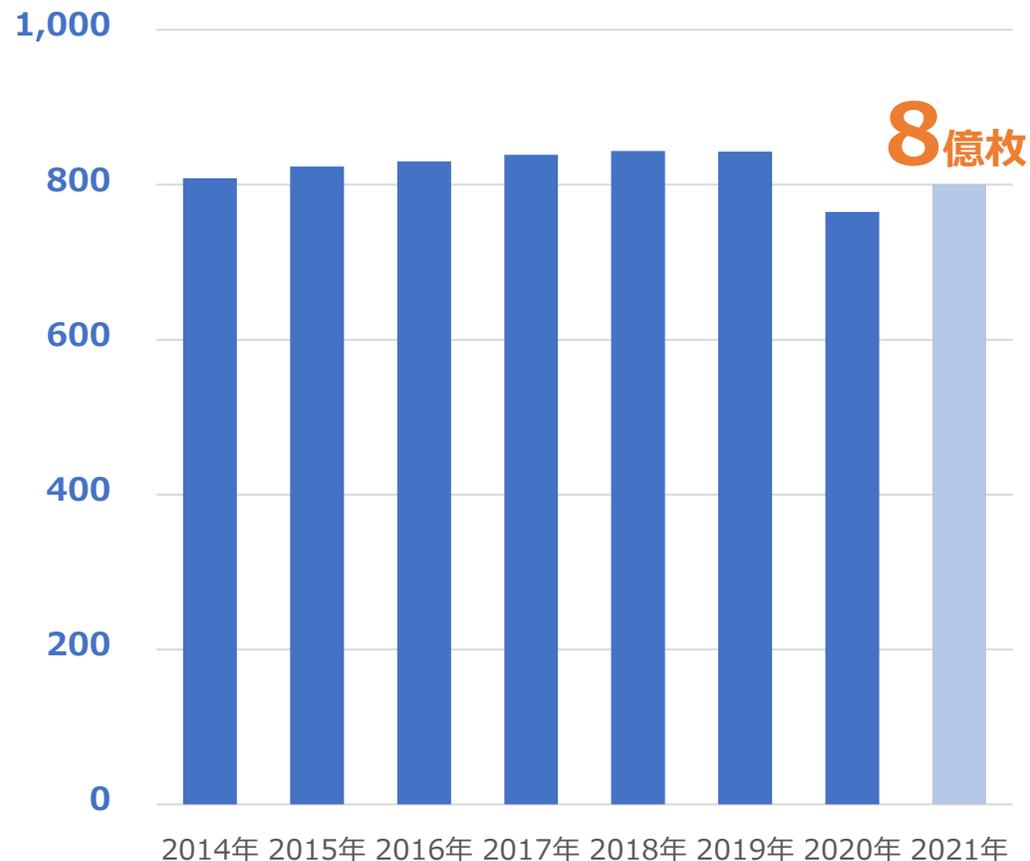
②「パーソナルヘルスケアデータ」蓄積に向けた各種システム連携の促進 + 戦略的M&Aの実施

	2022/5 (見通し)	2025/5
売上高	3億円 ▶	50億円
営業利益	▲0.3億円 ▶	10億円
提携医療機関数	2,000件 ▶	10,000件
提携薬局数	2,000件 ▶	10,000件
会員数	24万人 ▶	650万人



処方箋枚数の推移

(百万枚)



※出所：厚生労働省「医療費の動向調査」「調剤医療費の動向」
2021年は当社予想（コロナ影響が沈静化し、従前水準に回復していくと予想）

年間の処方箋枚数：8億枚

その1% = **800万枚**がターゲット

オンライン診療

$800万枚 \times 150円 = 12億円$

オンライン服薬指導

$800万枚 \times 85\% \times 150円 = 10億円$

※約15%程度の会員は、自分でリアルに調剤薬局店舗に行く想定

To Cサービス合計

22億円の売上高 = 粗利益

現在

2023年5月期
～2024年5月期

2025年5月期

インフラ基盤
の確保

ユーザー層
の開拓

利益の
刈り取り

医療機関・薬局
との提携を急進

積極的な広告投下により
会員獲得を加速

国内随一の
オンライン診療
・服薬指導

面を取る

需要サイドを充実

プラットフォーム
ポジションを確立



	現在	2023年5月期	2024年5月期	2025年5月期
方針	事業 立ち上げ	各種医療情報システムと連携 ⇒パーソナルヘルスケア データ蓄積開始	パーソナルヘルスケアデータと “ヘルスケアサイクル”との連携	パーソナルヘルスケアデータ活用 ⇒新たな“ヘルスケアサイクル” サービスの開発・拡充
会員数	24万	200万人 マス広告による獲得加速	400万人	650万人
病院・薬局 提携数	それぞれ 2,000件	病院：4,000件 薬局：4,000件	病院：6,500件 薬局：6,500件	病院：10,000件 薬局：10,000件
会員獲得	WEB広告 中心	<ul style="list-style-type: none"> ➢ マス広告本格展開開始 ➢ 医療メディアによる集客 ➢ 自由診療医院への集客/送客 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ マス広告出稿拡充・全国配信により集客加速 ➢ 医療メディア複数運用 ➢ 自由診療医院向けマーケティングプラットフォーム確立 	
医療機関 獲得	インサイド セールス 立ち上げ	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 全国主要医学会に出展 ➢ 他社との共同セミナー開催 ➢ 営業オペレーションは外注 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 全国主要医学会に出展推進 ➢ 他社・各専門家・各種業界団体等との共同セミナー開催 ➢ 医療従事者向けメディアの立ち上げ 	
エリア・ システム	当日宅配 東京23区 大阪、福岡 名古屋等	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 主要政令指定都市当日宅配 ➢ 電子カルテ/電子薬歴連携 ➢ 電子処方箋対応 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 全国主要都市の当日宅配 ➢ D2Cシステムとの統合 ➢ 各種データ連携 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ パーソナルヘルスケア データを活用した新たな プラットフォームの構築

パーソナルヘルスケアデータ蓄積

【ターゲット】 CAGR35%以上の売上高成長を達成するとともに、営業利益率10%は最低限維持

- ① “未病”会員の「パーソナルヘルスケアデータ」を蓄積し、SOKUYAKUデータと連携、AIによる解析
- ② 新商品立ち上げ（M&A含む）促進、「ヘルスケアサイクル」における“未病”を支える商品群を拡充
- ③ オンライン・オフライン双方の広告媒体を活用した広告投資を継続、幅広く潜在顧客にアプローチ
- ④ 医薬品を含むヘルスケア商品・化粧品等のD2C事業領域での戦略的M&Aの実施

	2022/5 (見通し)	2025/5
売上高	85億円 ▶	210億円
営業利益	12億円 ▶	23億円
新規獲得会員数	34万人 ▶	120万人
累計会員数	200万人 ▶	450万人
JFグループ オリジナル商品数	100種類 ▶	200種類

“未病”を支える商品群



提供

健康維持 = “未病” に貢献

基本的な
個人情報

決済情報

etc.



購買履歴

嗜好性

etc.

“未病”領域のパーソナルヘルスケアデータを蓄積

【ターゲット】 CAGR30%以上の売上高成長を達成するとともに、営業利益率5%を確保

①当社グループの“To Cサービス事業”（SOKUYAKU、D2C）を側面支援

⇒ “ヘルスケアサイクル”サービスの拡充に貢献 = “To C事業展開”

②他のD2C事業者を支援するBPO(※)事業者としてのポジションを確立

⇒ 広告、物流、コールセンター等のBPOサービス拡充 = “To B事業展開”

(※)BPO : Business Process Outsourcing

BPOサービス例

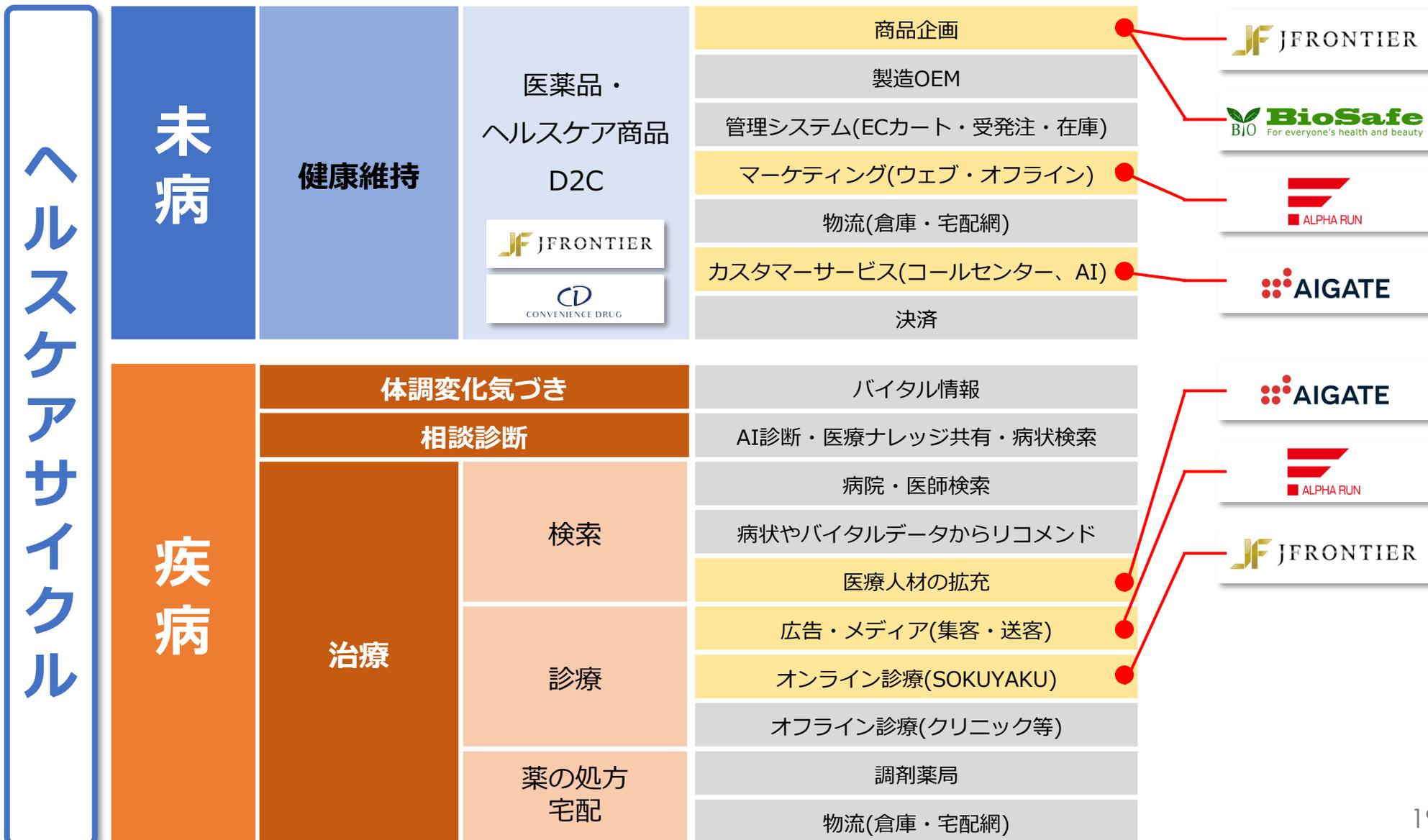
	2022/5 (見通し)	2025/5
売上高	17億円	40億円
営業利益	0.6億円	2億円
取引先社数	180社	300社

To C
事業展開



To B
事業展開

“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





Actions to ESG Management
ESG経営への取り組み

JF JFRONTIER

- “SDGs”を設定し、社会・環境に配慮しながら“持続的な成長”を実現する取り組みを継続
- 適切なガバナンス体制を継続し、全てのステークホルダーにとって最適解となる経営を推進



私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を定めています

Social



「オンライン診療アプリ」開発プロジェクトの推進によるオンラインでの「診療」及び「服薬指導」を高齢化による診療困難者、遠隔地(離島を含む)住民、外国籍の方々に対する利便性向上、またコロナによる在宅治療を可能とする

- オンライン診療、オンライン服薬指導、処方箋医薬品の宅配までワンストップで提供可能な医療プラットフォーム「SOKUYAKU」(2021年2月プレスリリース)を促進・普及する。
- 翻訳機の設置、通訳スタッフを配置し、社内外でのグローバル化対応策の実施を促進する。特に薬局に来局される患者の方々の利便性を高めるための配慮(問診票の複数言語化)を行う。



健康促進は基より美味しさも兼ね備えた「低糖質米」の開発・研究、普及により「米」が重要な主食である日本の食文化をより豊かに発展させることに貢献する

- 2018年：東京農業大学との協働開発により、コメ自体のアミロース含有率を高める開発・研究に着手。2020年：コシヒカリを含む複数の品種で、開発に成功。
- 6領域にわたる研究テーマ毎の試験結果の分析から、良食味品種の食味は高く保持したまま、アミロース含有をアップさせる技術の確立、製品化を目指す。



ジェンダー平等を目指し、女性の能力強化及びライフステージの変化に対応した働き方を促進し、性別、年齢、障がい、人種、民族、その他の状況に関わりなく、健康的で働きがいのある職場環境の創出、社員が幸せに生きる明るい未来を創造する

- 女性管理職15%→20%を目標とする。
- 育児休暇取得後、元ポジションでの職場完全復帰を果たすなど「休み方改革」(時短勤務、リフレッシュ休暇等)により、女性が活躍できる職場環境を促進する。
- 「身体健康対策」として毎年の健康診断結果にフォローを行い、社員の健康維持に努める。
- 薬局での対応、通販、処方箋アプリ等を通じて、お客様の「健康と美容」に寄与する健康応援活動を行う。

- “SDGs”を設定し、社会・環境に配慮しながら“持続的な成長”を実現する取り組みを継続
- 適切なガバナンス体制を継続し、全てのステークホルダーにとって最適解となる経営を推進



Environment



環境に配慮した取り組みで、CO2の削減と廃棄ロスゼロを実現する

- 廃棄ロスゼロの取り組み
 - ・ 医療用医薬品、一般医薬品の毎月1回の在庫管理や不働在庫の把握及び返品対応の徹底により、廃棄医薬品ゼロを目指す
- 環境に配慮したさまざまな取り組み
 - ・ バイオマスプラスチック配合のレジ袋使用へ完全切り替えを完了
 - ・ 梱包資材の紙素材への移行を検討
 - ・ さまざまな用途のプラスチックを削減
 - ・ 100%再生紙の段ボールに全面的変更を達成
 - ・ 制服のクールビズを推進し、空調使用時によるエネルギー削減

Governance

- 事業を継続的かつ適切に推進するためには、適切なガバナンス体制が確立され、かつ運用されていることが必要であるとの理解
- 社会の公器である上場企業として、「コーポレートガバナンスコード」やその他のガイドライン・指標を参考にしつつ、ガバナンス体制の強化・充実を積極的かつ継続的に取り組んでいく

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、その他社内・社外の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