

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

2016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

# 2016年9月期 決算概要

## 新サービス開発などの投資効果により4Qから売上が再成長

- 医師集合知サービス
  - ▶ 顧客数の増加及び、新商品の販売開始により売上高が増加
  - ▶ 会員活性化施策に注力し、DAUが対前年比167%に成長
- 医師求人情報サービス
  - ▶ 求人件数が業界最多の5万件を突破
  - ▶ 継続的なUI/UXの改善により4Qの売上高が四半期最高を記録
- M&Aの推進による関連会社の増加
  - ▶ 2016年7月 遠隔医療相談事業を展開するMediplatを子会社化
  - ▶ 2016年10月 特定保健指導等を展開するフィッツプラスを子会社化

## 業績ハイライト (通期)

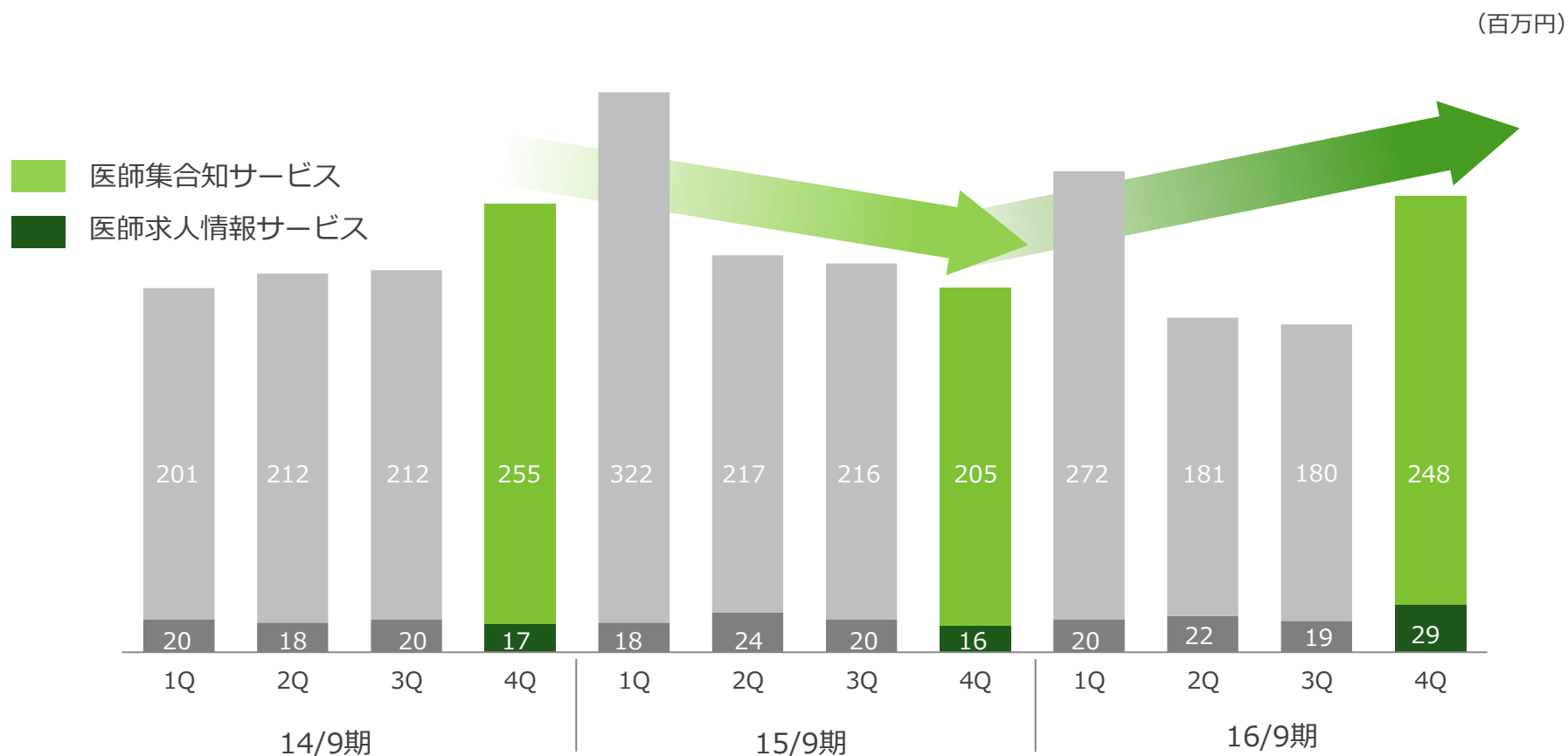
売 上	—	974百万円
営業利益	—	58百万円
純 利 益	—	24百万円

- 第4四半期の売上高（3ヶ月）は第4四半期として過去最高
- 2016年9月期の売上高及び営業利益に子会社実績は含まれていない

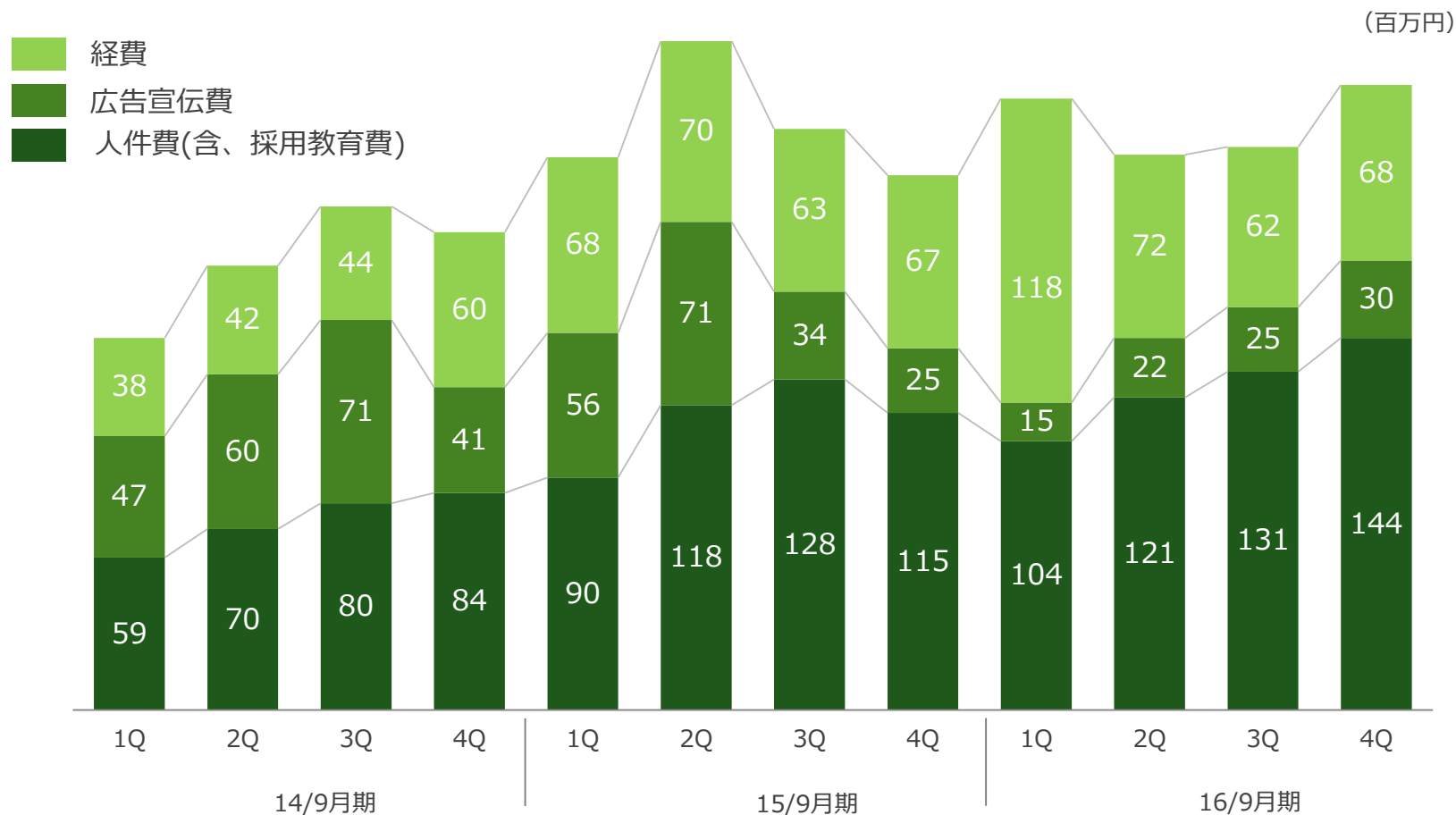
(単位：百万円)

	第4四半期（3ヶ月）				通期（12ヶ月）			
	2015年 9月期	2016年 9月期	増減	前期比	2015年 9月期	2016 9月期	増減	前期比
売上高	221	277	56	125.2%	1,039	974	△66	93.6%
営業費用	205	242	37	117.9%	903	916	12	101.4%
営業利益	16	35	19	217.9%	136	58	△79	42.3%
営業利益率	7.3%	12.6%			13.1%	5.9%		
経常利益	16	28	12	173.3%	136	51	△85	37.7%
純利益	8	12	4	144.5%	70	24	△47	33.5%
純利益率	3.6%	4.2%			6.8%	2.4%		

- 薬剤評価掲示板契約社数の回復及び新商品の拡販に伴い売上高増加
- 第4四半期の売上高としては過去最高を更新
- 2017年9月期も更なる増収を見込む



- 今後の成長を見据え、外部エンジニアリソースの活用など人材に投資



● 株式会社フィットプラスの株式取得に伴い固定資産/負債が増加

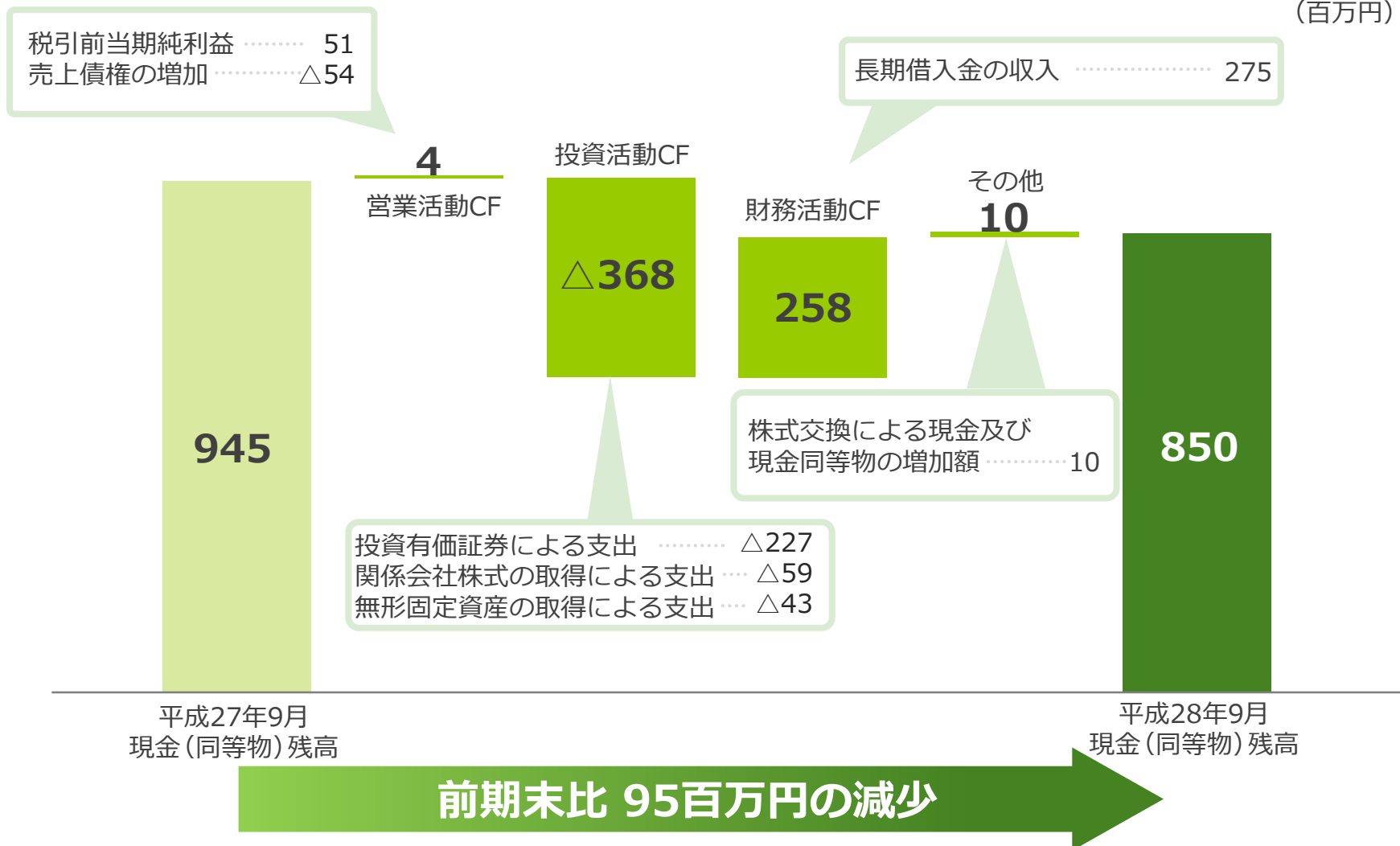
(単位：百万円)

	2015年9月期 (単体)		2016年9月期(連結)		増減
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	1,169	80.8%	1,140	65.0%	△30
固定資産	277	19.2%	614	35.0%	337
流動負債	177	12.3%	217	12.4%	39
固定負債	124	8.6%	316	18.0%	191
純資産	1,144	79.1%	1,222	69.6%	77
総資産	1,447	—	1,754	—	307



● 株式会社フィットプラス株式の取得を中心に成長のための投資を積極的に展開

(百万円)



投資有価証券による支出 ..... △227  
 関係会社株式の取得による支出 ... △59  
 無形固定資産の取得による支出 ... △43

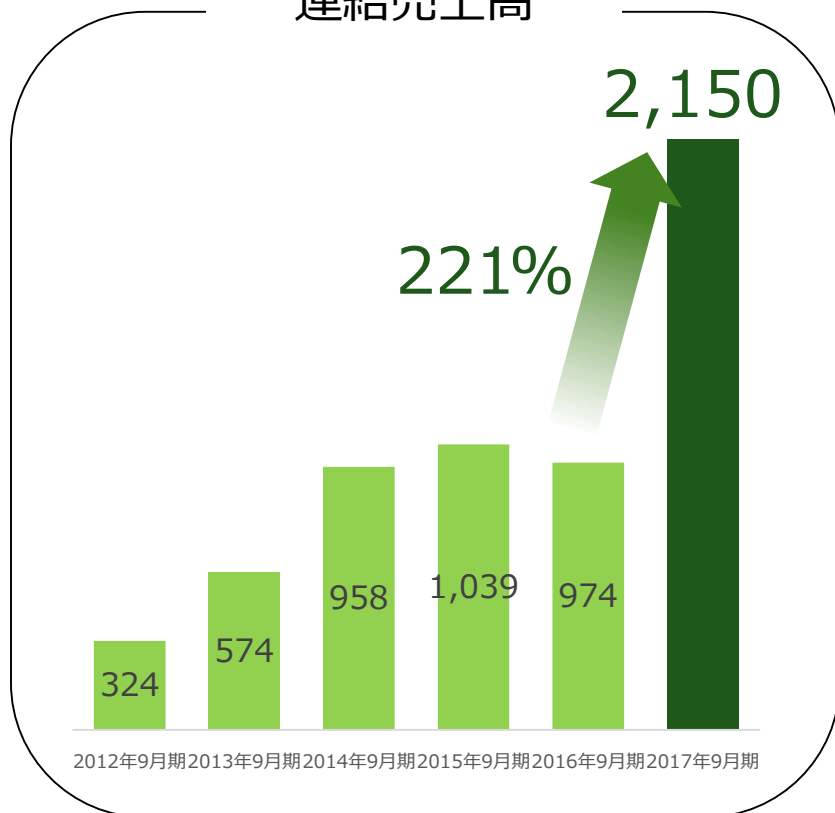
株式交換による現金及び  
 現金同等物の増加額 ..... 10

# 2017年9月期計画

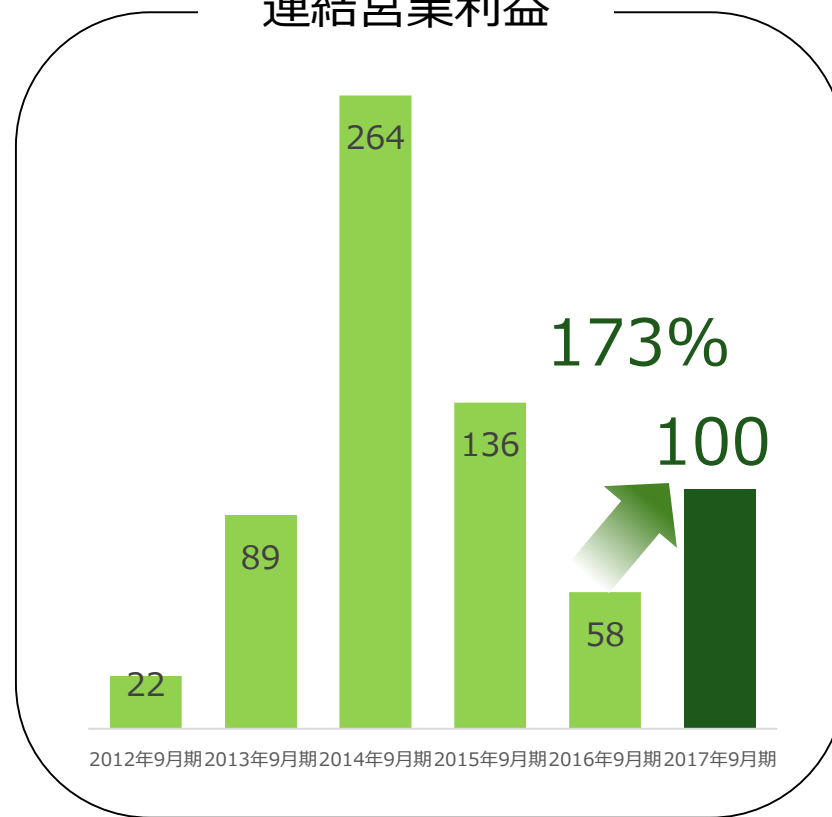
- 2017年9月期は『飛躍的な成長のための礎』を築く期と位置付ける
- 売上高はメドピアの収益基盤強化及び子会社増加により前期比221%の21.5億円
- 更なる事業拡大の基礎となる先行投資を積極展開するため営業利益の増加は限定的

単位：百万円

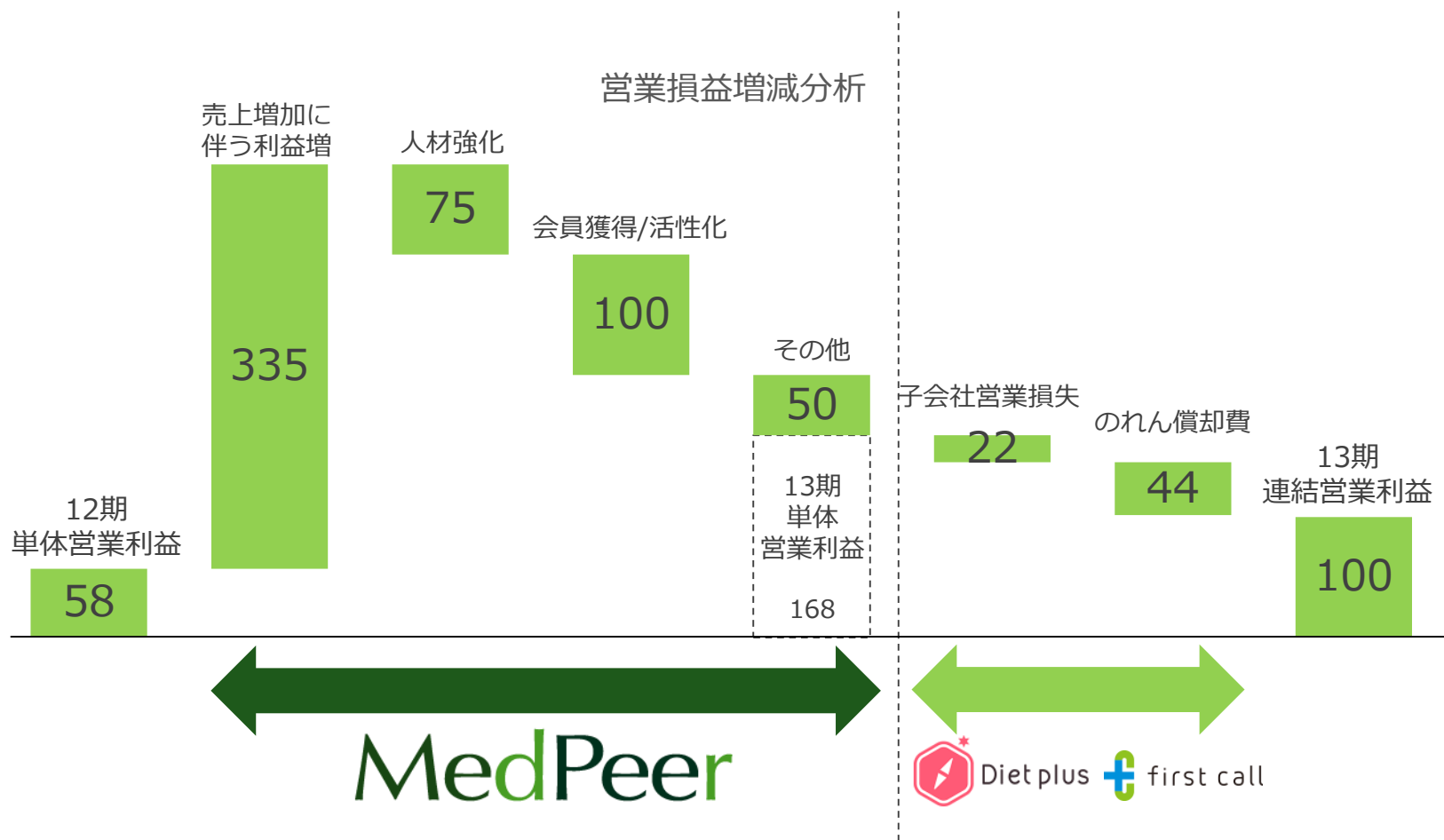
連結売上高



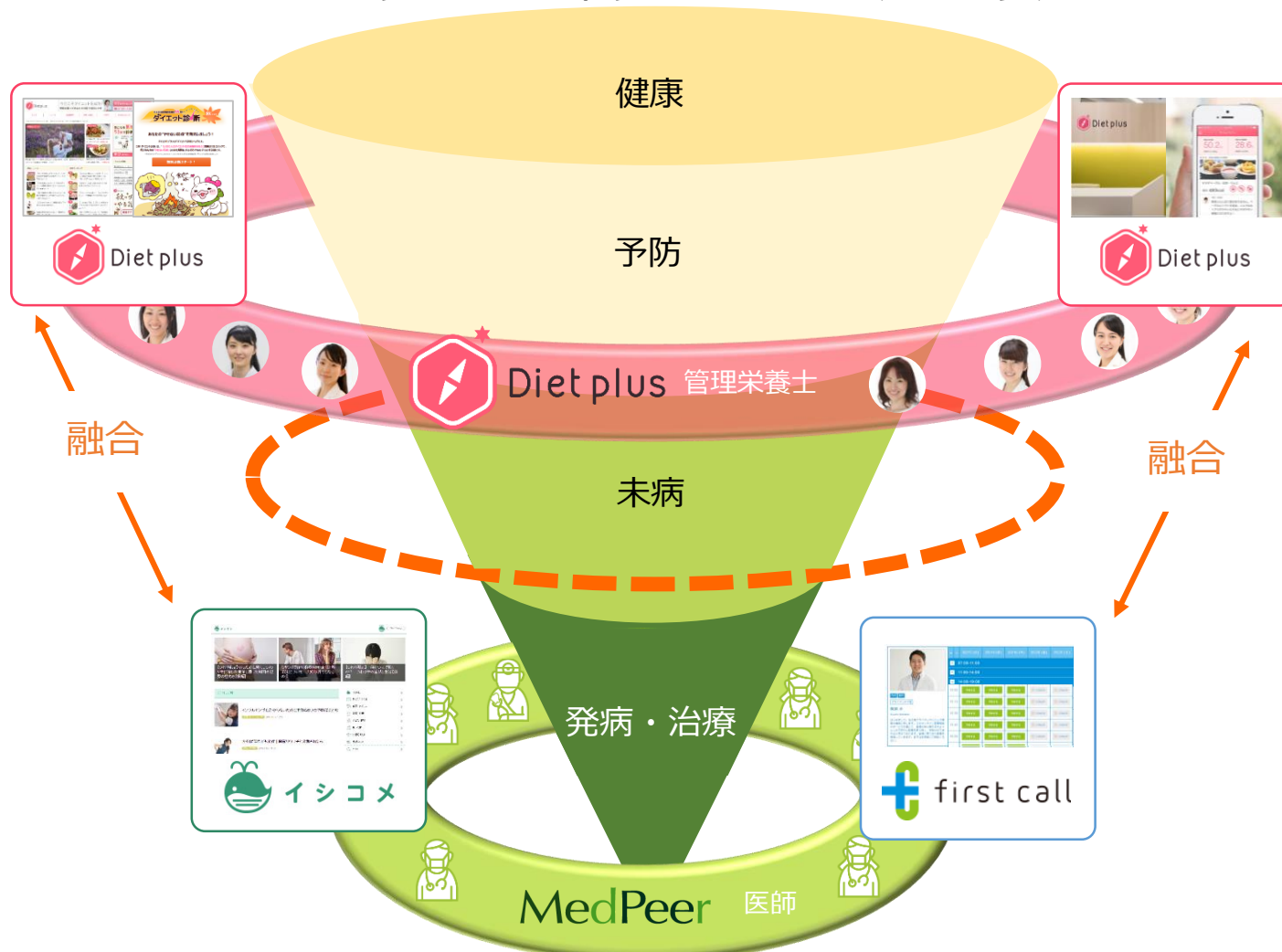
連結営業利益



- メドピアでは人材、会員獲得及び活性化施策を中心に投資
- 子会社は事業拡大フェーズであり、積極的な投資実行による来期以降の事業拡大を模索

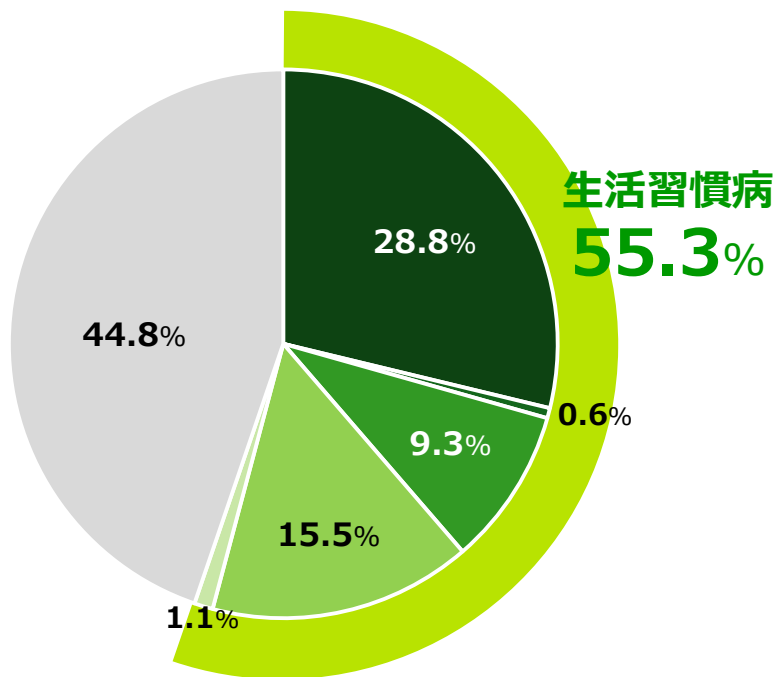


- 製薬企業向け事業の収益拡大で安定した収益を確保するとともに、ヘルスケアのプロフェッショナルネットワークを活用した多角的なサービスを提供

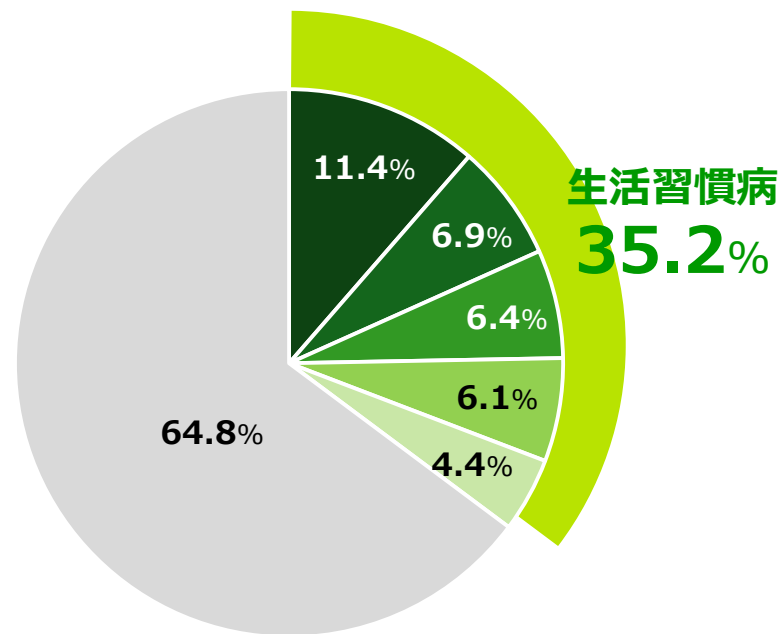


日本人の死因の約6割を占め、医療費も圧迫する生活習慣病

生活習慣病が  
死因に占める割合



生活習慣病が  
医療費に占める割合



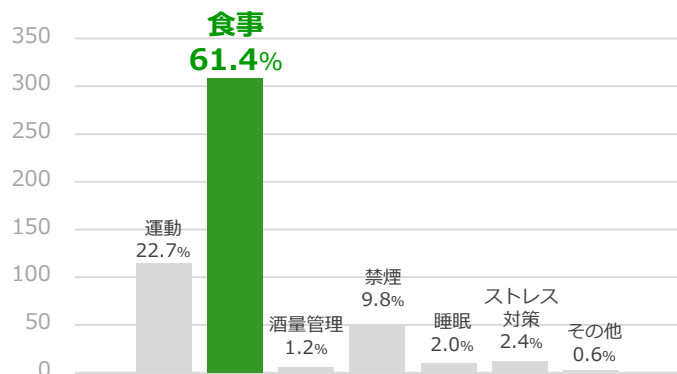
■ 悪性新生物 ■ 高血圧性疾患 ■ 脳血管疾患 ■ 心疾患 (高血圧性を除く) ■ 糖尿病 ■ その他

出所：「死因に占める割合」は厚生労働省「平成25年人口動態統計月報年計（概数）」より、「医療費に占める割合」は厚生労働省「平成23年度国民医療費」より当社作成。

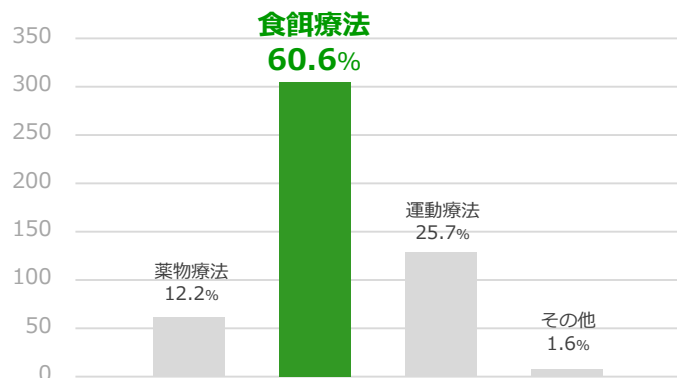
# 【参考】フィットプラス子会社化の背景 ～生活習慣病の予防・治療に関する医師アンケート～

## 生活習慣病の予防・治療において「食事」は重要である

Q.生活習慣病の「予防」において最も重要なものは？

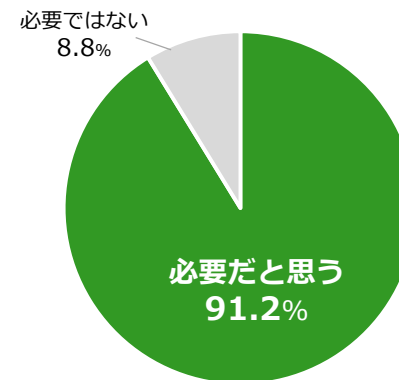


Q.生活習慣病の「治療」で最も必要性が高いものは？

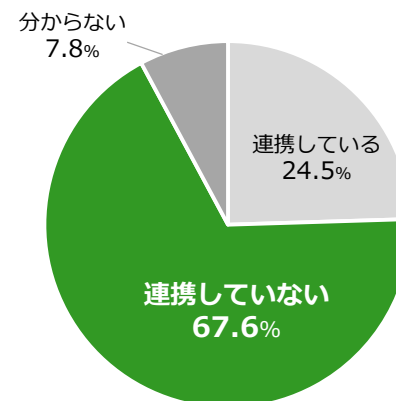


## 生活習慣病の治療において「管理栄養士との連携」は必要だが、現状十分ではない

Q.生活習慣病の治療で管理栄養士との連携は必要か？



Q.生活習慣病の治療で管理栄養士と連携しているか？



開業医  
(n=102)

- 各事業の飛躍的な成長の礎を築くために先行投資を推進
- 各種提携を積極的に進めることで、非連続的な成長を模索

### 重点施策

---



MedPeer

- 会員獲得および活性度のさらなる向上
- 収益基盤強化



Diet plus

- 特定保健指導サービス導入健保組合の増加
- コンシューマー向けダイエット指導サービスの認知拡大



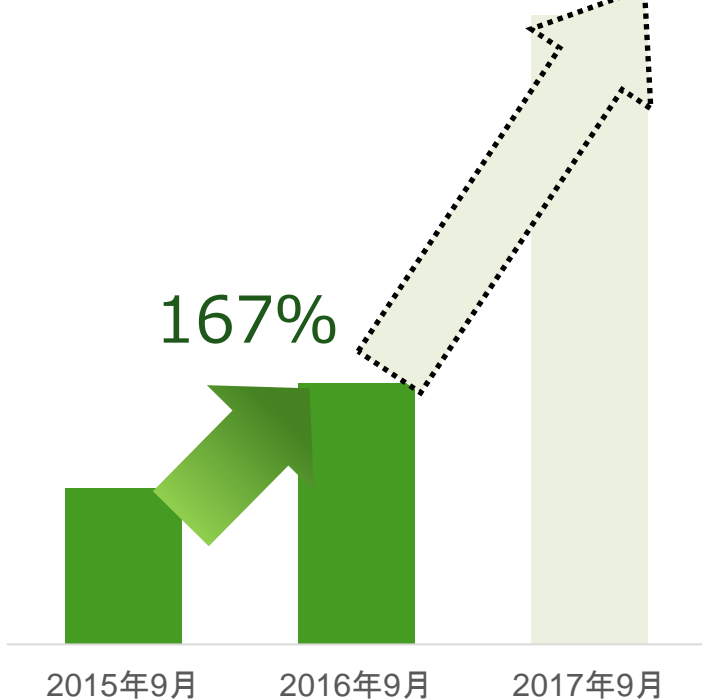
first call

- 遠隔医療に関する啓蒙を通じた参加医師の確保
- 企業や健康保険組合等に対する営業による収益化



- MedPeerの価値であるアクティブな医師会員は2016年9月期で対前期比167%
- 会員獲得の再開およびコンテンツ強化によりさらなるアクティブ化を目指す

医師会員DAU増加イメージ



### 2017年9月期の主な施策

会員獲得

medパスを活用した  
製薬企業との協業

医師向けメディアとの  
アライアンス

医師の日常に  
入り込む

Doctor Generated  
Mediaの強化

スマホを中心とした  
タッチングポイント強化

- MedPeerプラットフォームをベースに収益基盤のベースを確立
- 活性度向上施策などの運営ノウハウに基づいた取り組みでさらなる成長を目指す

MedPeer  
プラットフォームを  
ベースとしたサービス

サイト活性度向上に基づく商品価値の向上

Web講演会サービスの進化・拡販

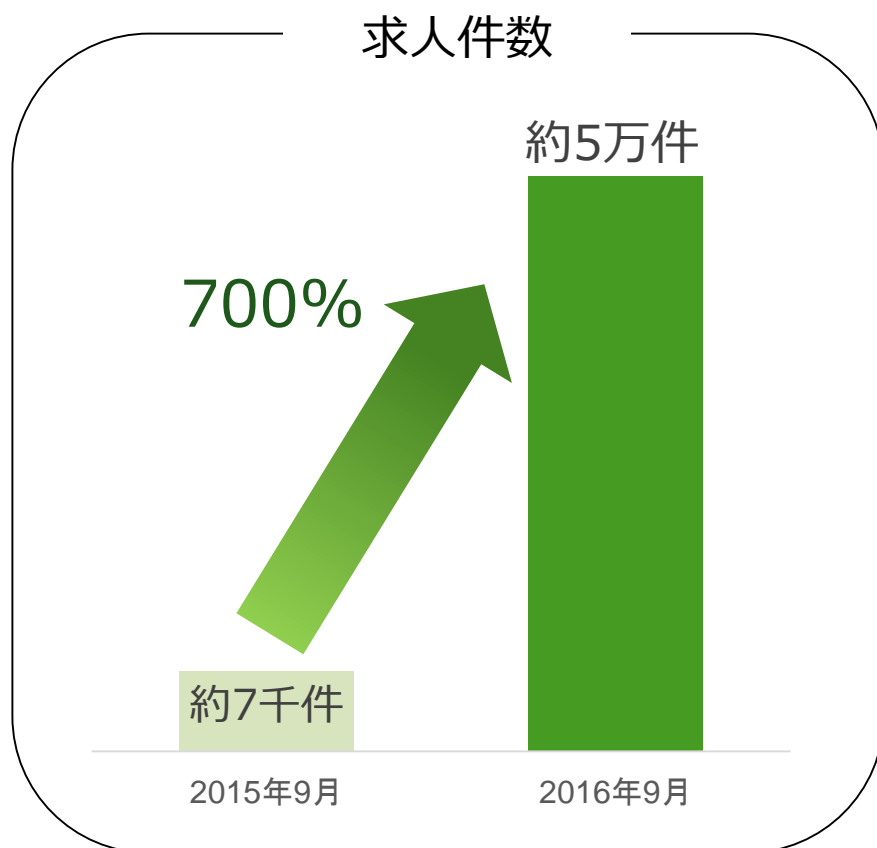
中長期を見越した新コンテンツ・サービスの開発

MedPeer運営ノウハウを  
ベースとした新しい取組

製薬企業のオウンドサイト構築・活性化支援

医師とMRのコミュニケーション支援

- 求人件数が業界最多の5万件を突破
- 継続的な改善を進めるとともに新たな取り組みで非連続な成長を目指す



2017年9月期の主な施策

継続的 改善	Webマーケティングの 活用による流入増加
	UI/UXによるCVR改善
新たな 取組	Push型アプローチ
	紹介会社とのアライアンス

- 株式会社フィッツプラス（旧株式会社クックパッド ダイエットラボ）を子会社化
- 約1,500人の管理栄養士を活用した「ダイエットプラス」を提供
- 管理栄養士とコンシューマーをつなぎ、健康増進・予防領域でのサービスを展開
- 医師と管理栄養士の連携による商品開発を推進予定

## 約1,500名の管理栄養士ネットワーク



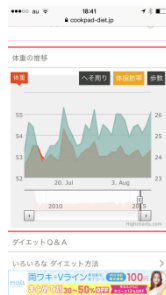
管理栄養士による「正しく食べる」サービスを提供

### 特定保健指導

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

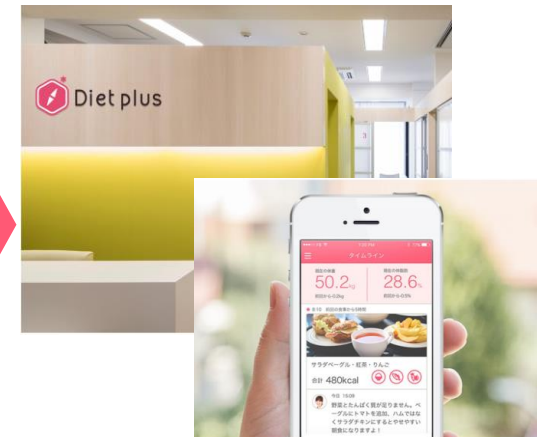
▼健康管理ツール販売



### ダイエットメディア



### カウンセリング



- 特定保健指導は生活習慣病の発症や重症化予防を目的とした制度
- 指導終了者は対象者の約17%で、実施率の向上とともに市場規模が拡大
- 健保組合及び共済組合の既存取引先はわずか48組合（健保組合・共済組合：約1,500）
- 実施率の向上と新規顧客獲得による成長を目指す

## 特定保健指導の市場規模



顕在市場 190億円  
指導終了者78万人（実施率17%）

## 2017年9月期の主な施策

営業体制強化による  
未接触健保組合へのアプローチ

コンシューマー事業をベースとした  
サービスクオリティの更なる強化

遠隔医療相談との組合せなど  
新商品開発

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

- 管理栄養士によるマンツーマンカウンセリングによる「正しいダイエットの情報提供」
- 正しいダイエット情報を提供するメディアを通じてカウンセリング利用者を獲得
- 今後はアプリで完結するサービスの強化することで店舗に来られない潜在顧客を開拓



「ダイエット 診断」 検索1位



- 実店舗（銀座、代々木）で管理栄養士による1対1対面カウンセリング
- 生活リズムや食習慣を徹底的にヒアリング。

## 2017年9月期重点施策

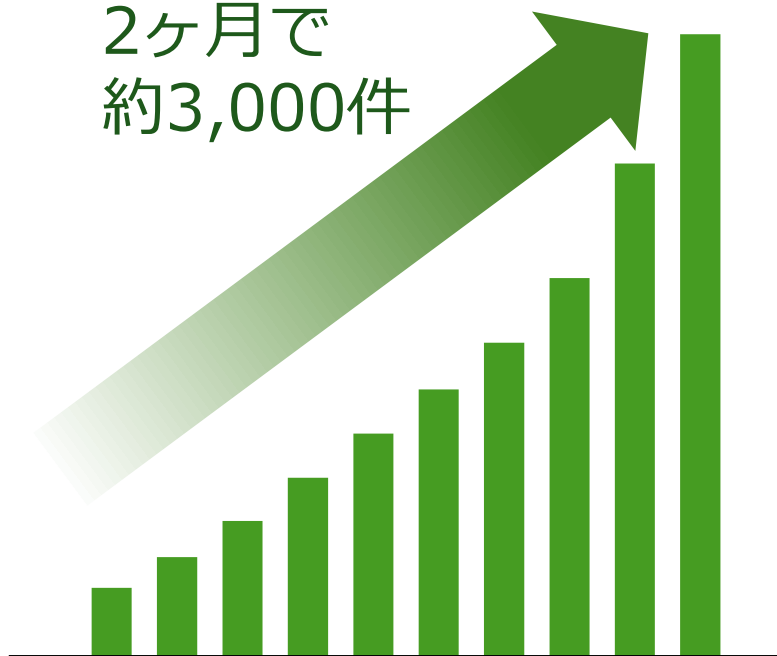


- 来店できない顧客向けにアプリ上で管理栄養士からカウンセリング
- 1～8週間で「やせる食習慣」を身につけられる

- 30名以上の医師がテレビ電話やテキストでユーザーの疑問を解消
- 直近2ヶ月で約3,000人が医療相談の利便性を実感

週次相談件数推移（累計）

2ヶ月で  
約3,000件



利用者の声

説明も長すぎず、短すぎず明快でした。自宅にしながら相談を受けられるのが一番のメリットです。

なかなか普段は、仕事でクリニックに行けず、仕事が休みの日は、クリニックが混んでいます。とても便利なサービスだと感じました。

50代に入って、細かなところで健康的な不安はやはりあります。とはいえ個人的に病院に行くことが苦手なので、非常に助かります

私の居住地に近い場所で、いわゆる名医と呼ばれる眼科医についても教えていただけました

- MedPeerを活用した情報提供や啓発活動を中心に参加医師を確保
- 遠隔医療相談ニーズを顕在化させる商品開発により遠隔医療関連市場を開拓

参加医師の増加

MedPeer会員へのアプローチを通じた参加医師の増加

海外在住医師の潜在ニーズへの対応

遠隔医療相談ニーズの  
顕在化

血液検査や健康診断結果のフィードバックなどを  
組み合わせた商品を健保組合等に販売

大手企業等に海外駐在員向けサービスを展開



- 既存事業の成長及び子会社の増加に伴い、売上高は前期比221%
- グループ全体で人材採用等の先行投資を実施予定するため営業利益は前期比173%

(単位：百万円)

	2016年9月期	2017年9月期	増減	前期比
売上高	973	2,150	+1,177	221%
営業費用	914	2,050	+1,136	224%
営業利益	57	100	+43	173%
経常利益	51	80	+29	156%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	23	25	+2	106%



## 石見 陽 / いわみ よう (医師・医学博士)

- 1999年 信州大学医学部 卒業  
東京女子医科大学病院循環器内科学 入局
- 2004年 株式会社メディカル・オブリージュ (現メドピア株式会社) 設立  
※現在も週に1回の診療を続けながら臨床現場に立つ



## 林 光洋 / はやし みつひろ (Mediplat 代表取締役 CEO)

- 1996年 藤田観光株式会社に入社
- 2003年 株式会社ディー・エヌ・エーに入社  
子会社の社長を経て、2009年に執行役員 EC事業本部長に就任
- 2015年 株式会社Mediplatの代表取締役 CEOに就任
- 2016年 メドピア株式会社執行役員就任



## 宮田 俊男 / みやた としお (医師・外科専門医)

- 2003年 大阪大学医学部医学科卒業  
市中病院等を経て大阪大学医学部附属病院等で心臓外科医
- 2009年 厚生労働省に入省。薬機法、再生医療新法、税・社会保障の一体改革等数々の改革を企画
- 2013年 日本医療政策機構に参画し、エグゼクティブディレクターおよび医療政策ユニット長に就任
- 2015年 メドピア株式会社取締役就任