

FY2024 2Q 決算説明資料

メドピア株式会社（6095）

MedPeer, Inc.

Mission

－存在意義－

Supporting Doctors, Helping Patients.

医師を支援すること。そして患者を救うこと

Vision

－実現したい姿－

集合知により医療を再発明する。

FY2024 2Q 財務ハイライト

グループ全体**売上高 : 7,850百万円 YonY : 1.1倍 / EBITDA : 1,143百万円 YonY : 1.1倍**

- 上半期、2Qともに売上高、利益が期初計画を超過。
- 事業の拡大と並行し、リソースアロケーションの最適化を中心に構造改革を推進。

集合知プラットフォーム事業**売上高 : 6,409百万円 YonY : 1.1倍 / EBITDA : 1,743百万円 YonY : 1.1倍**

- e-Detailを中心とした既存事業が期初計画を上回るとともに、MIフォースも引き続き堅調に推移。
- 売上の拡大及び費用の適正化により利益率は若干の改善。

医療機関支援プラットフォーム事業**売上高 : 233百万円 YonY : 1.0倍 / EBITDA : ▲107百万円 前年実績 : ▲17百万円**

- やくばとシリーズ及びkakariの売上高、利益はともに概ね計画通り進行。
- クラウドクリニックの事業進捗が計画比でマイナスとなり、のれんを減損処理。

予防医療プラットフォーム事業**売上高 : 1,207百万円 YonY : 1.0倍 / EBITDA : 163百万円 YonY : 1.6倍**

- first callの導入件数、フィッツプラスの面談数が計画対比で堅調に推移。
- オペレーション体制の見直しなどにより収益性が改善し、YonYで1.6倍の増益。

EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん等償却費

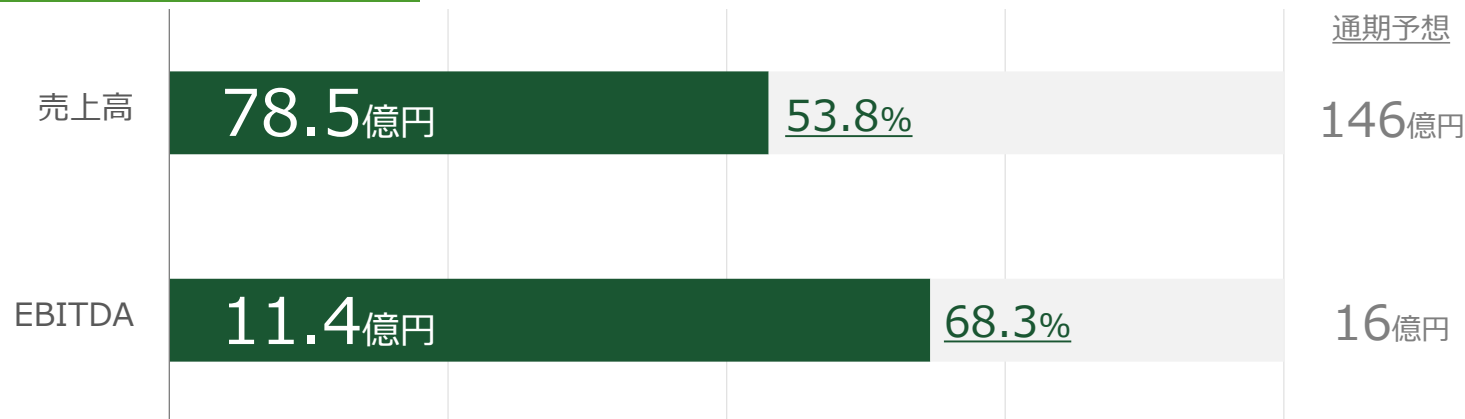
- 各事業が堅調に成長し、売上高、EBITDAともに期初計画を超過。

単位：百万円

	2Q（6ヶ月）			
	FY2023	FY2024	増減額	前年同期比
売上高	7,129	7,850	721	1.1倍
EBITDA	1,070	1,143	73	1.1倍
EBITDAマージン	15.0%	14.6%	－	▲0.4pt

- 集合知PFを中心に売上高、利益ともに計画を超過。
- 上期偏重の利益構造ならびに構造改革の影響が下期を中心に発生することを想定し、現時点で通期見通しに変更なし。

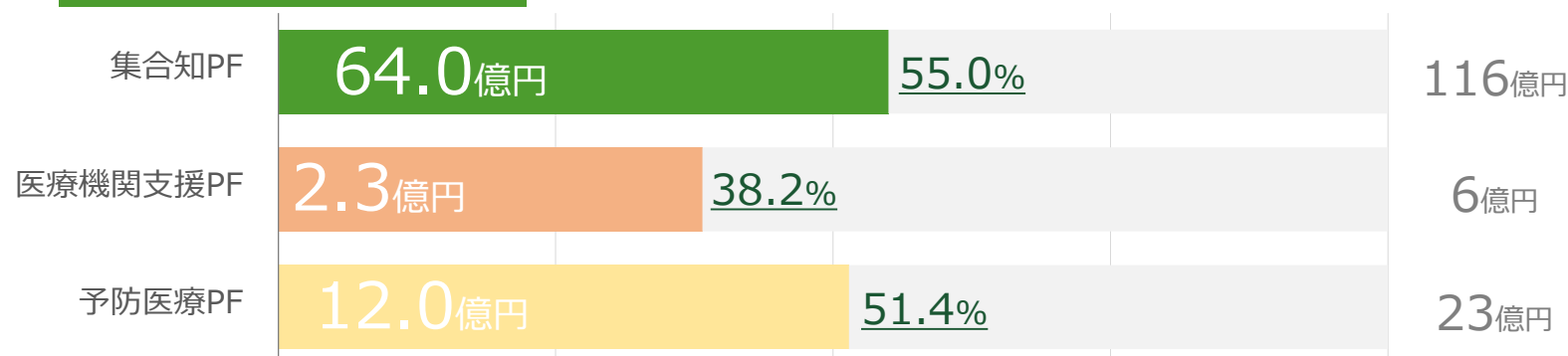
連結売上高・EBITDA



- 各セグメントが計画通り進捗
- 上期としては順調な着地

- 一部セールスマックスの影響は受けるも、売上同様に想定通り進捗

セグメント別売上高



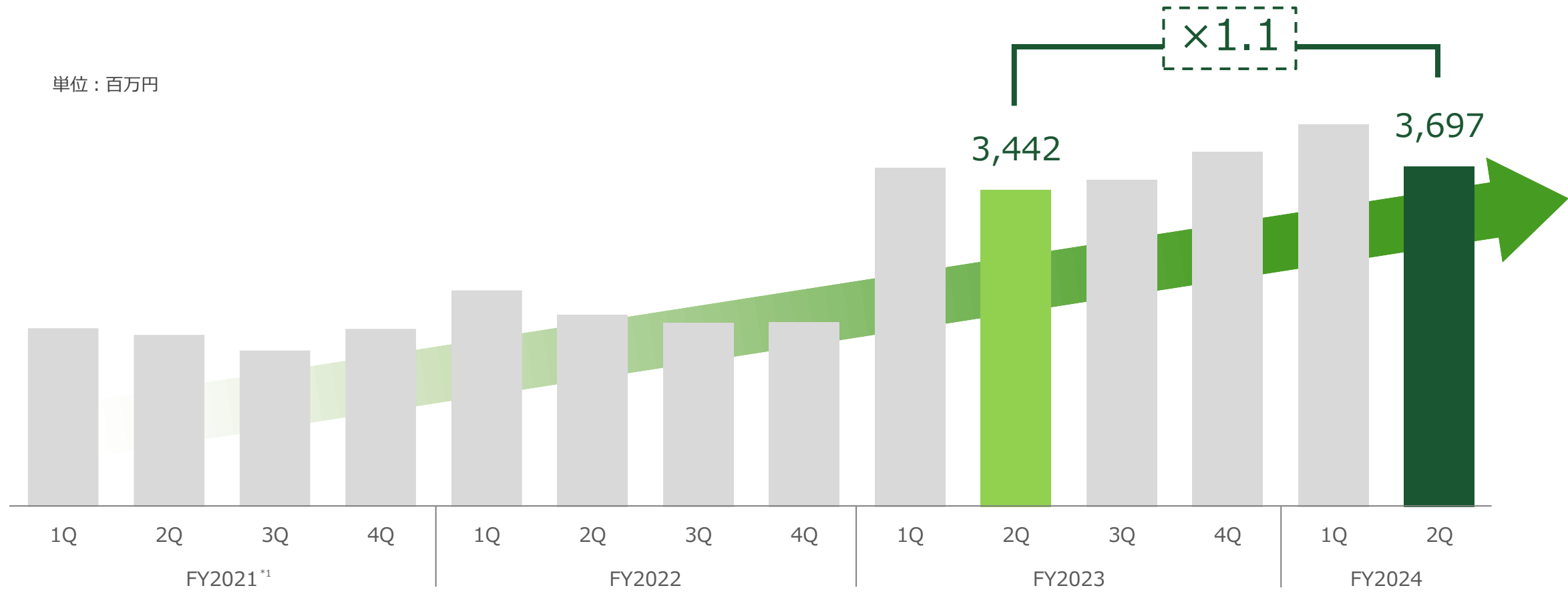
- e-Detail、MIフォースを中心に貢献

- やくばと、kakariは概ね計画通り進捗
- クラウドクリニックが計画比ビハインド

- first call、フィッツプラスともに想定通り

- YonYで1.1倍の増収。

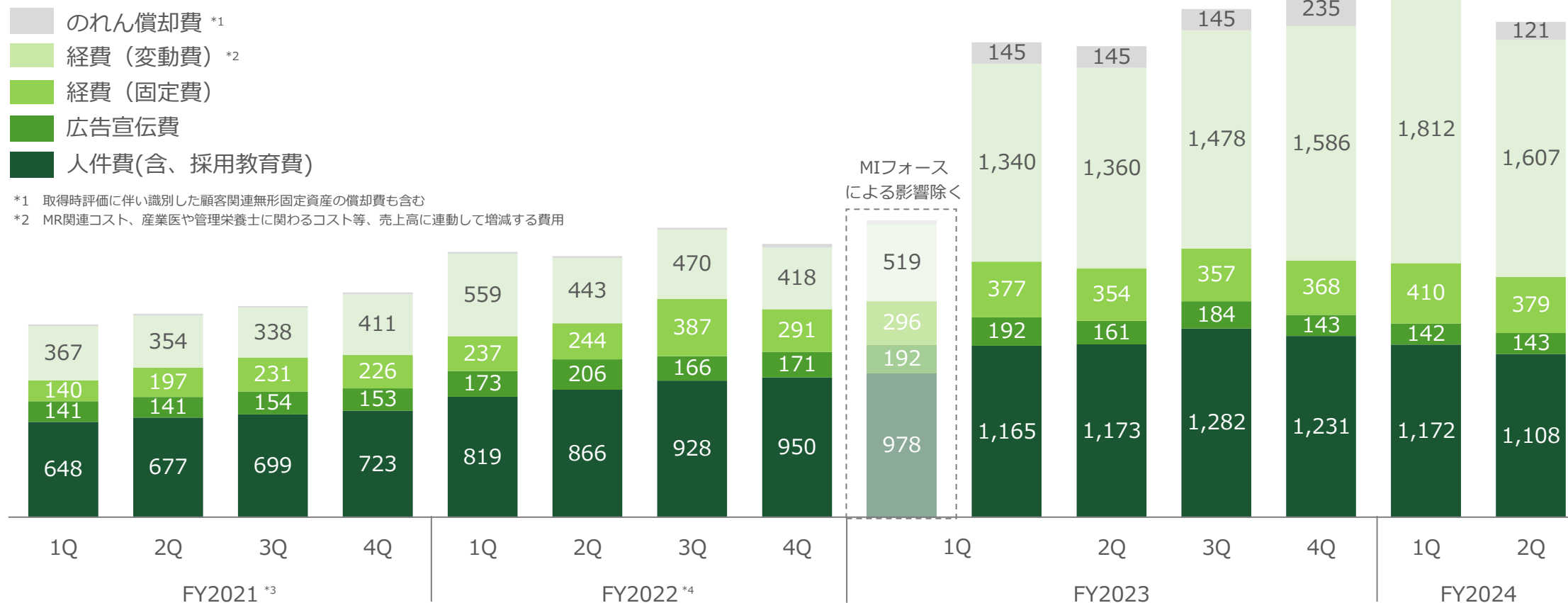
単位：百万円



*1 「収益認識に関する会計基準」等をFY2022期首より適用しておりますが、FY2021の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

- QonQでMIフォースの売上が減少したことの影響などにより経費（変動費）が減少。
- 採用費用の減少に加え、派遣社員や業務委託の適正化などにより人件費は減少。

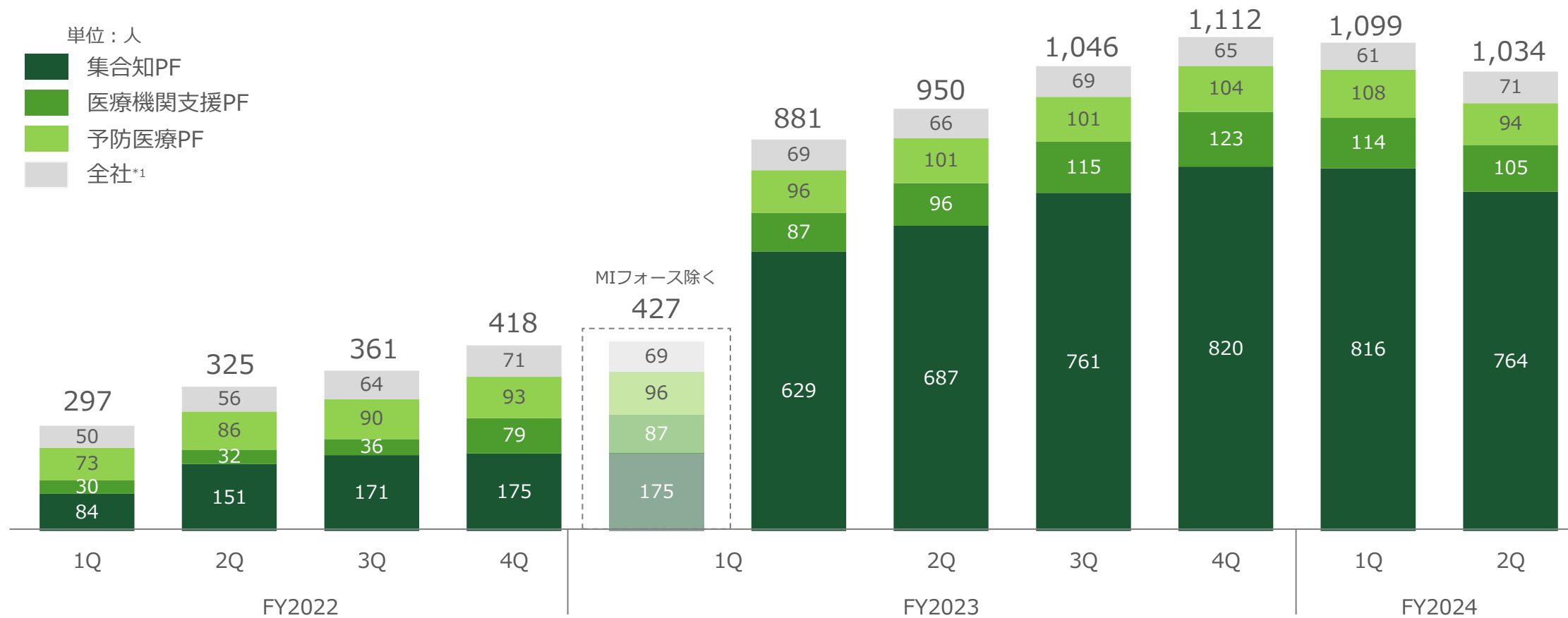
単位：百万円



*3 「収益認識に関する会計基準」等をFY2022期首より適用しておりますが、FY2021の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

*4 一部の連結子会社について、人件費の詳細な集計が可能になったことから、FY2022 1Q以前の数字を組み替えております。

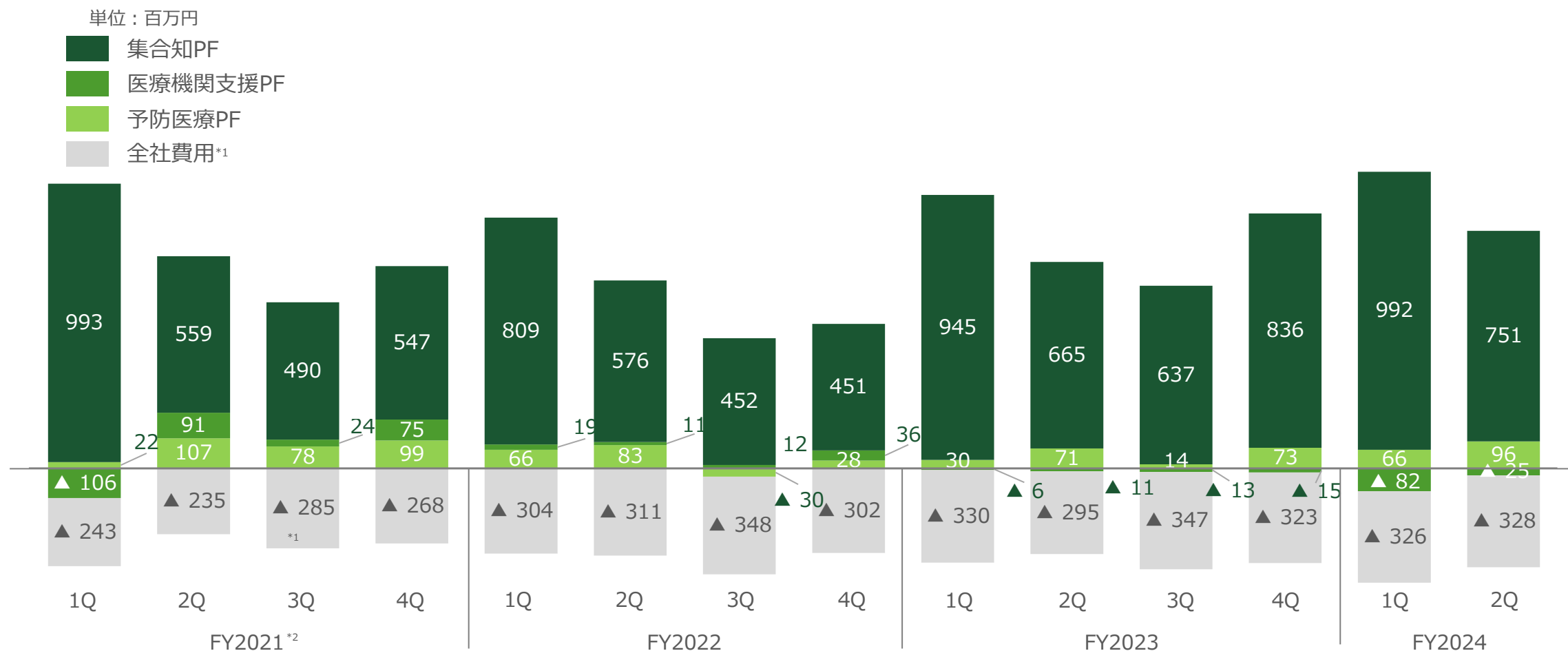
- 選択と集中に伴うリソースアロケーションを積極的に実施。



*1 FY2023 1Qより、各セグメントをより実態に即した費用負担で管理するために、従来の「ドクタープラットフォーム事業」に含まれていた人員の一部を全社人員に変更しております。

セグメント別EBITDAの推移

- 「やくばと」を中心に戦略的投資を継続。



*1 FY2023 1Qより、各セグメントをより実態に即した費用負担で管理するために、従来の「ドクタープラットフォーム事業」に含まれていた費用の一部を全社費用に変更しております。

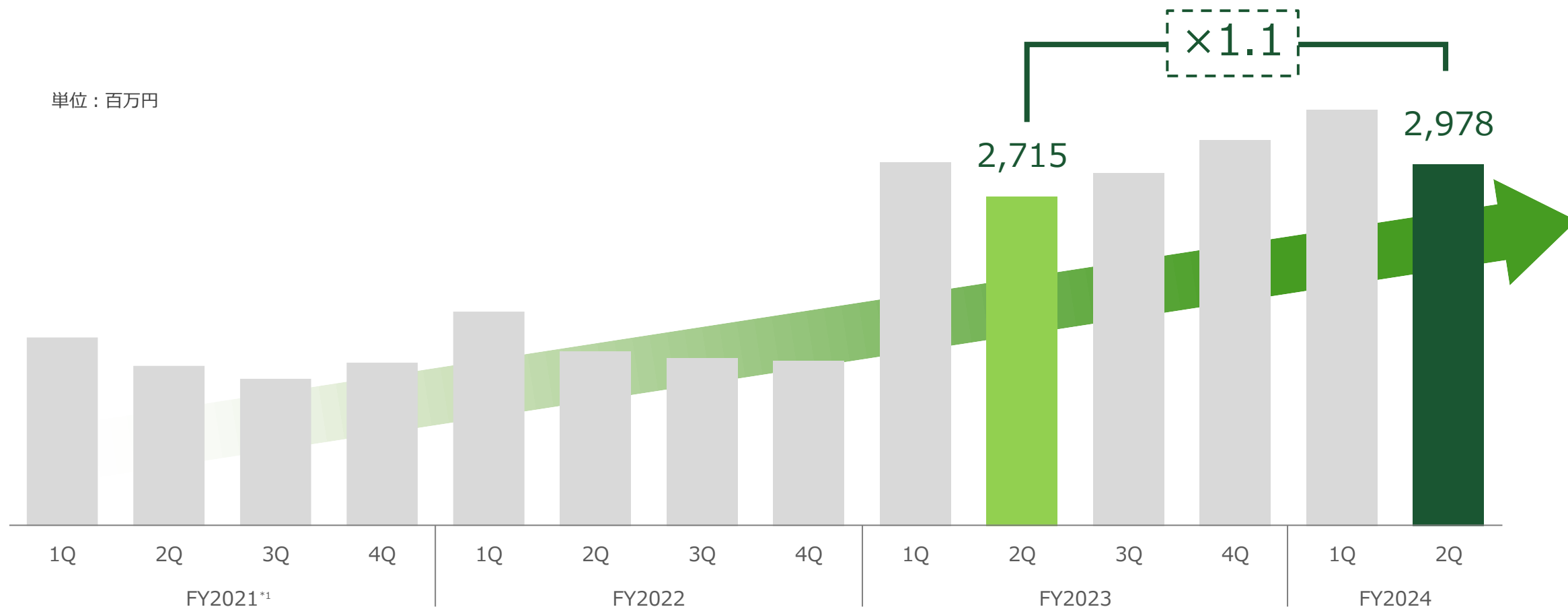
*2 「収益認識に関する会計基準」等をFY2022期首より適用しておりますが、FY2021の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

集合知プラットフォーム事業

集合知プラットフォーム事業 ～セグメント別売上高推移～

- 対計画比ではe-Detail、Web講演会がともに期初計画比を上回る着地。
- YonYではMIフォースが引き続き堅調に推移し、1.1倍で着地。

単位：百万円



*1 「収益認識に関する会計基準」等をFY2022期首より適用しておりますが、FY2021の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

集合知プラットフォーム事業 ～計画に対する進捗状況～

- COVID-19の反動減など、一部保守的に見ていた計画を上振れて進捗。

今期計画の前提

既存Webサービス
(e-Detail、Web講演会など)

- COVID-19の反動減を織り込み

MIフォース

- 製薬企業のMR数の削減と、コントラクトMRの活用拡大に対応する営業・体制を強化
- COVID-19に伴う、一時的なワクチン案件需要の剥落を織り込み

その他

- 上記の減収分をeRep、RWDの活用を含むソリューション案件、コンテンツ制作などの売上貢献によりカバー

2Qの実績

- 一部保守的に見ていた計画に対し、e-Detailを中心に予算を上振れて着地

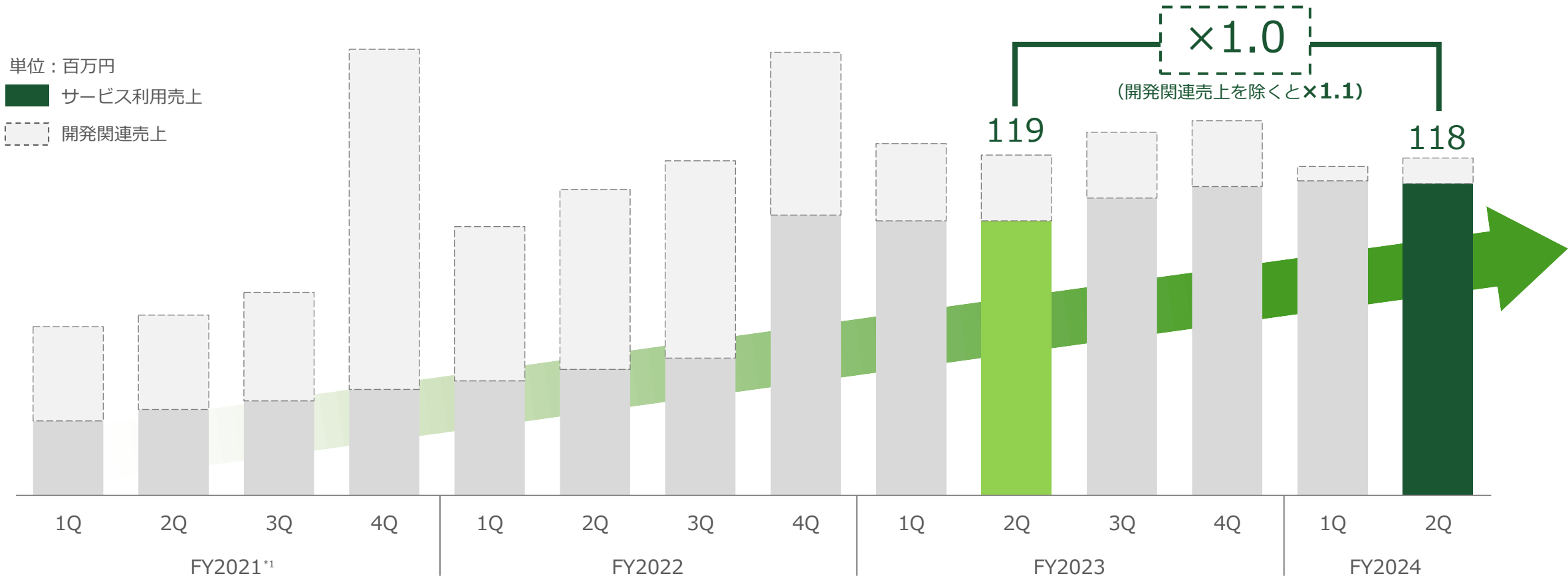
- ベースの売上は好調に推移し、上期は計画を上回る着地
- COVID-19に伴う、ワクチン案件需要の剥落分は2Q時点で想定通りに推移

- コルボを中心に売上拡大も、原価率の高い展示関連が増加し、利益への貢献は限定的

医療機関支援プラットフォーム事業

医療機関支援プラットフォーム事業 ～セグメント別売上高推移～

- 選択と集中に伴う事業の絞り込みで開発関連売上は減少するも、クライアント数拡大によりサービス利用売上は着実に成長。
- 戦略的投資領域の一つである「やくばと」は順調に拡大。

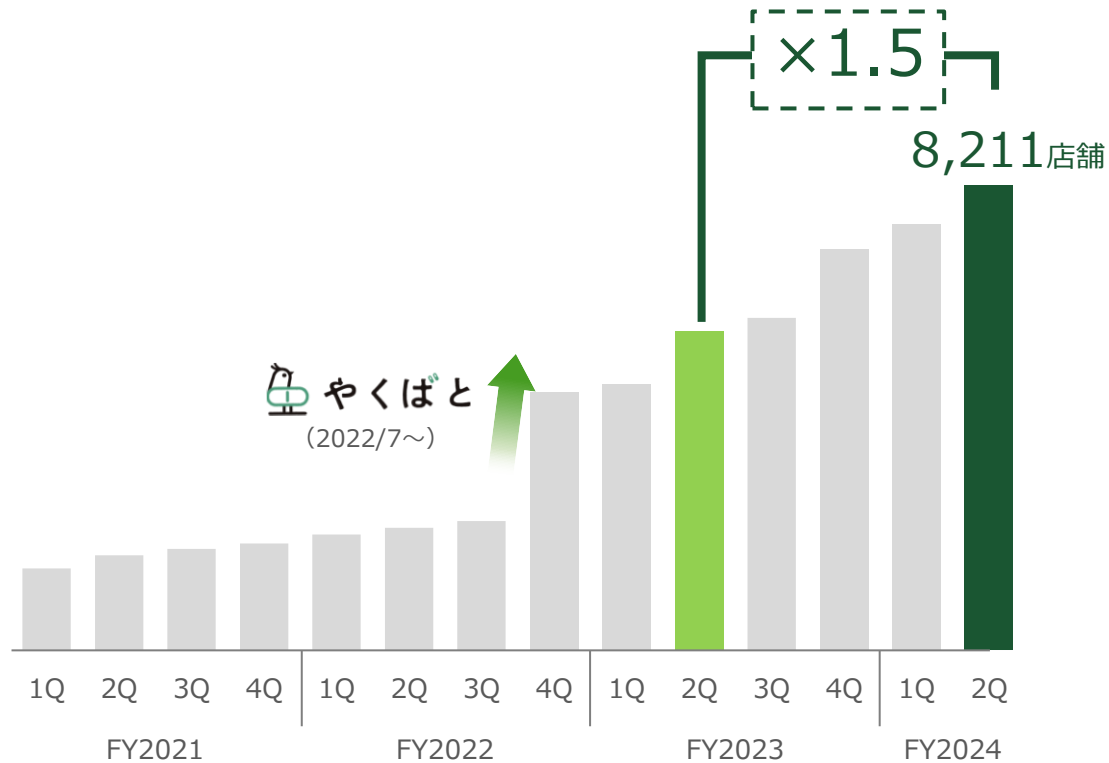


*1 「収益認識に関する会計基準」等をFY2022期首より適用しておりますが、FY2021の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

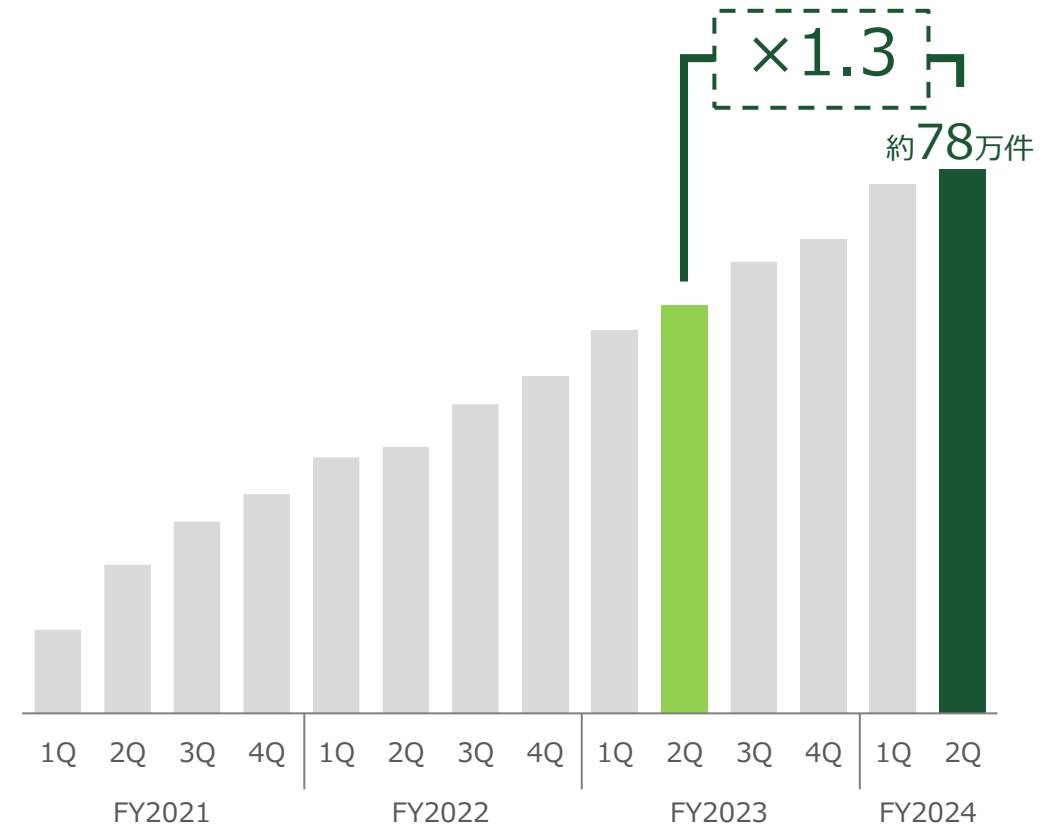
医療機関支援プラットフォーム事業 ～加盟店薬局数と処方箋送信数～

- 加盟店薬局数および処方箋送信数ともに着実に伸長。

加盟店薬局数（累計）^{*1}



処方箋送信数（四半期推移）^{*2}

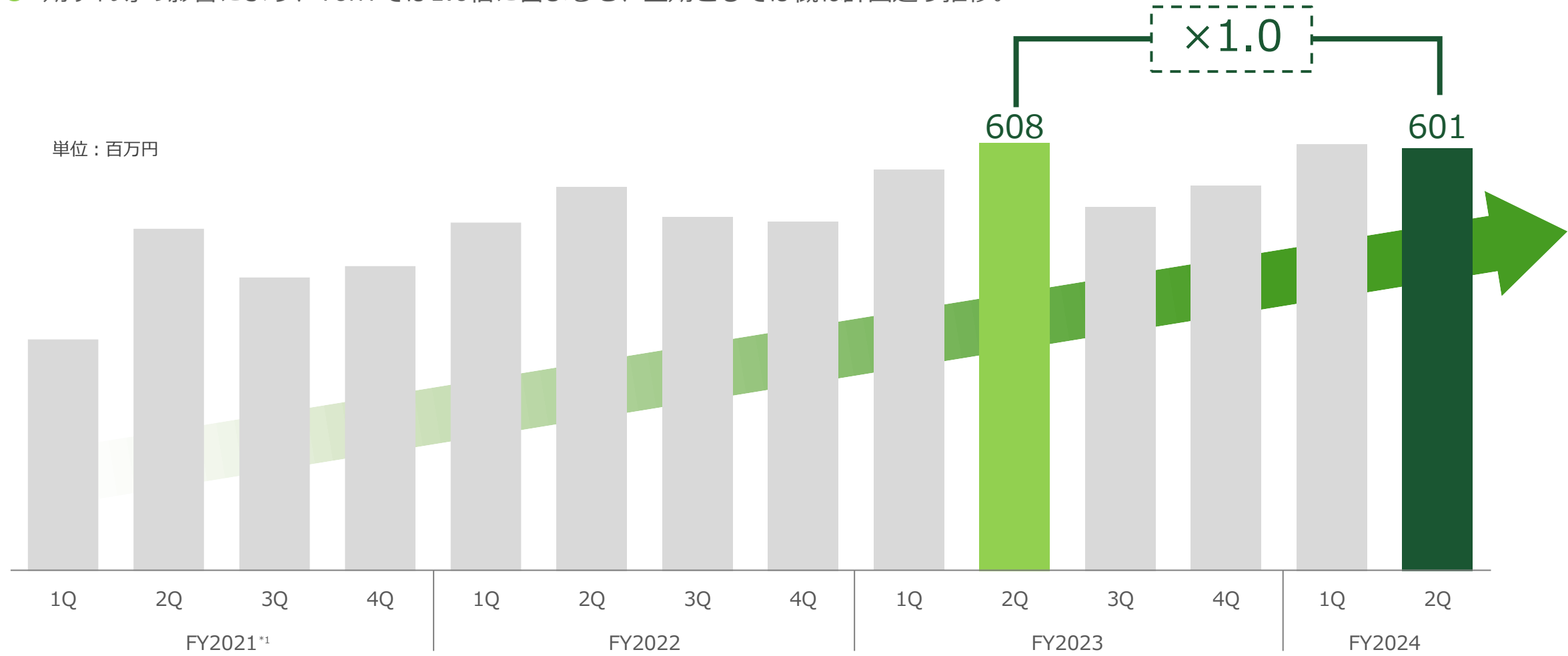


^{*1} kakari、やくばとの両サービスを導入している場合の重複は除き、利用開始日ベースで集計

^{*2} kakari関連サービスおよびやくばとを利用した送信数の合計

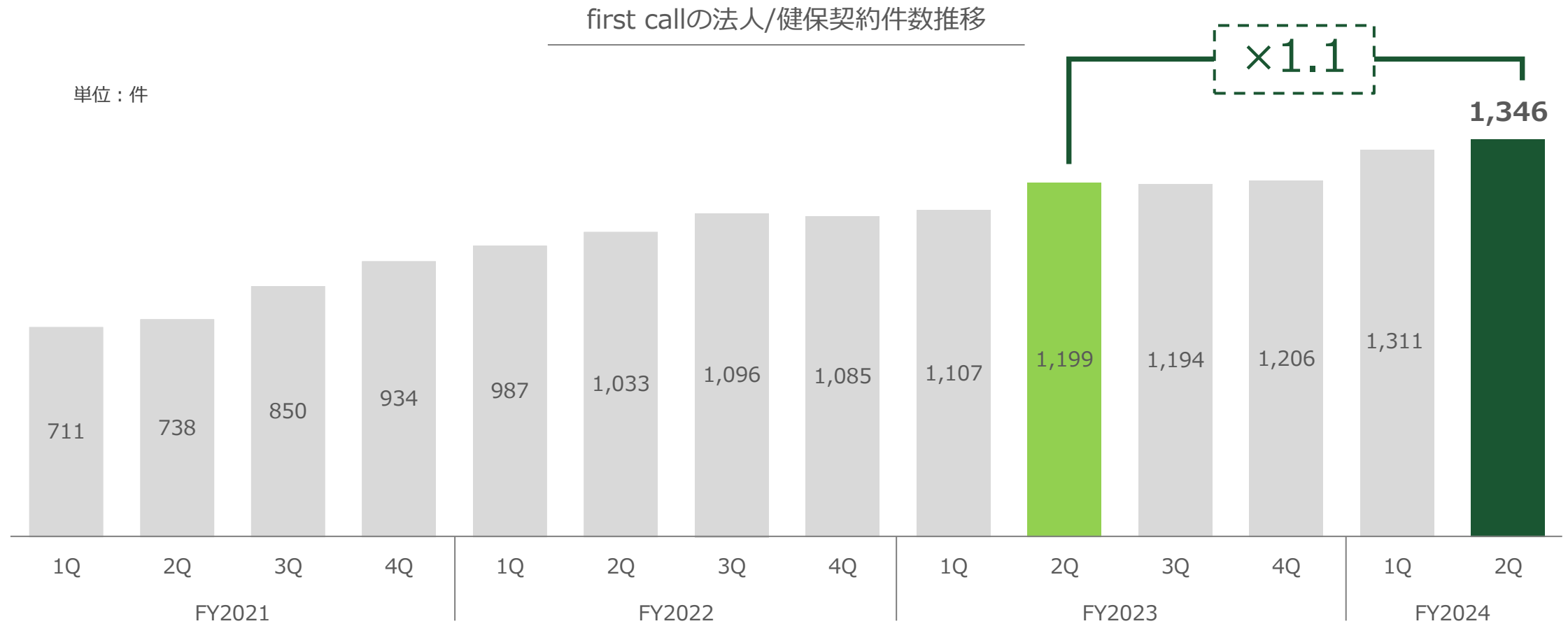
予防医療プラットフォーム事業

- 期ずれ等の影響により、YonYでは1.0倍に留まるも、上期としては概ね計画通り推移。

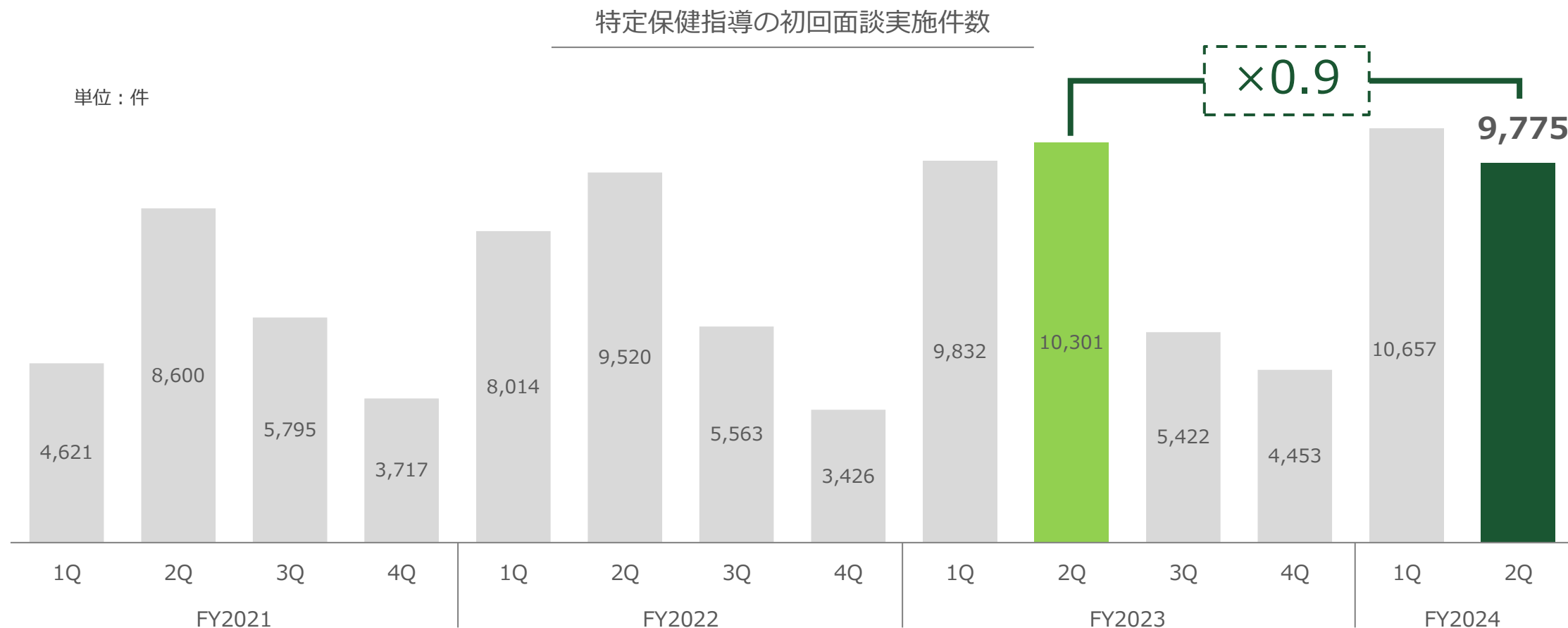


*1 「収益認識に関する会計基準」等をFY2022期首より適用しておりますが、FY2021の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

- 中小～大企業まで幅広い規模の企業への導入が進み、 契約件数はYonYで1.1倍に拡大。



- 初回面談件数の実施時期の影響で2QとしてはYonYでは0.9倍となるも、上期としては前期を上回り過去最高を更新。



新中期経営計画

- 集合知PF事業は「医師PF事業」と「マーケティング支援事業」の2つのサブセグメントに分かれる。
- サブセグメントを含めると、当社事業は4つの事業セグメントから構成される。

		主たる顧客	主な展開サービス	主な事業主体	ビジネスモデル
集合知PF事業	医師PF事業	■ 製薬企業	■ 医師会員PF「MedPeer」を活用した、製薬企業向けデジタルマーケティング支援サービス	メドピア	プラットフォーム事業
	マーケティング支援事業	■ 製薬企業 ■ 医療機器メーカー	■ 製薬企業向けのコントラクトMR/MSLサービス、医療機器・製薬企業向けのコンテンツ制作サービス	MIフォース コルボ	BPO事業
医療機関支援PF事業		■ 薬局 ■ 病院 ■ クリニック	■ 病院・クリニック・薬局向けの集患・かかりつけ化支援サービス（やくばと/kakariシリーズ）	メドピア	プラットフォーム事業／SaaS事業
予防医療PF事業		■ 民間企業 ■ 健康保険組合	■ 民間企業向けの産業保健支援サービス（first call）、健康保険組合向け特定保健指導サービス（DietPlus）	Mediplat FitsPlus	BPO事業

- 当社のビジネスモデルは大別すると3つに分かれ、ビジネスモデルによって事業の成長性を測る指標が変わる。
- 特にプラットフォーム事業は、構築期においては売上・利益ではなく、会員数・加盟基盤数といった先行指標を追う必要がある。

	ビジネスモデルの概要	事業経済性	事業成長を測る指標	主な該当の 当社事業セグメント
プラットフォーム事業	■ 医師会員制サービスなどto Cのプラットフォームを、広告商品等の商品を媒介にto Bに事業化していくビジネスモデル ■ プラットフォームが如何に支持を得られるかが、事業成長を左右する	■ プラットフォーム構築期では、会員基盤やコンテンツに大きな先行投資が必要となり赤字先行となる ■ プラットフォーム構築後も、持続的な会員基盤投資、コンテンツ投資が必要となる。軌道に乗ると高利益率の事業となる	(プラットフォーム構築期) ■ 会員数・加盟基盤数、DAU/MAU等のアクティビティ指標 (プラットフォーム維持・成長期) ■ 売上高/売上高成長率 (営業利益は投資規模により変動)	■ 医師PF事業 ■ やくばとサービス (医療機関支援PF事業)
SaaS事業	■ 月額定額費用体系を主体としてソフトウェアをサービスとして提供するビジネスモデル ■ プロダクトとカスタマーサクセスが優れていないと解約率が高くなり、一定の売上でキャップを迎える構造にある	■ 継続的なシステム運用・開発が固定的に発生するが、コストに占める固定比率が高い ■ そのため売上が一定水準を超えると収益性が継続的に向上していく ■ 顧客獲得が先行する時期は、赤字先行となる	■ MRR, ARR, 解約率 ■ CAC, LTV	■ kakariサービス (医療機関支援PF事業)
BPO事業	■ 顧客が自社で担っていたビジネスプロセスをより効率的/効果的に請け負うサービス ■ 一般的な意味でのBPOより広い意味で用いており、派遣事業から請負事業、コンサルティング事業まで収益モデルは多様な事業からなる	■ 売上に対する人件費率が高く、売上増加に対して人件費が変動費的に増加する ■ 他の2事業よりは上限となる収益性は低いが、オペレーション最適化やシステム化、適切な規模化で効率性を増すことが収益性向上に繋がる	■ 営業利益/営業利益成長率	■ マーケティング支援事業 ■ 予防医療PF事業

- MedPeerによって医師会員プラットフォームを、やくばと・kakariシリーズによって医療機関・薬局・患者プラットフォームを構築している。両サービス共に、すでに国内有数のプラットフォームを築いている。

【医師PF事業／医療機関支援PF事業におけるプラットフォーム基盤】

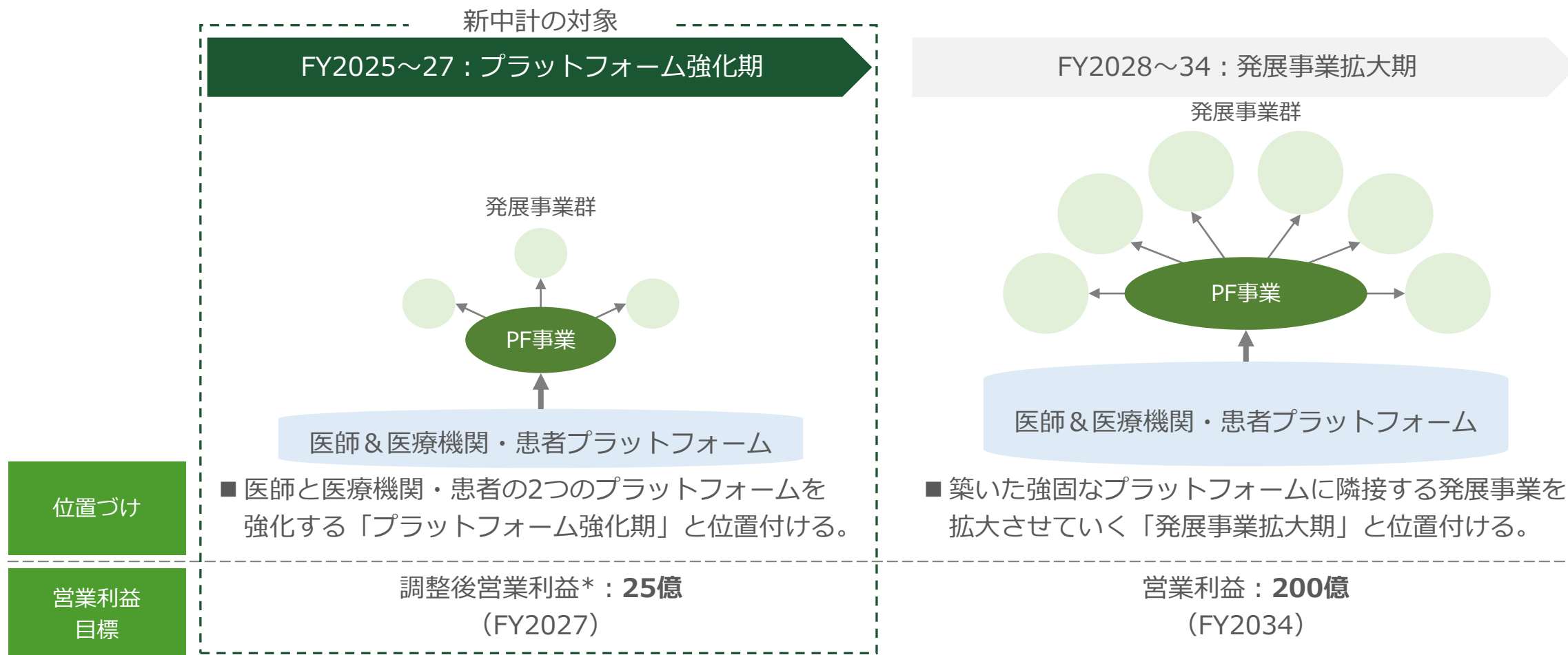
	医師会員PF	医療機関支援PF			
	MedPeer	やくばと	kakari		
	医師	病院 内、大学病院 (本院)	薬局	患者	
会員・加盟施設・ 利用者基盤*	17.1万人	122施設	20施設	8,211店舗	94万人
母数**	34万人	8,156施設	81施設	62,375店舗	12,500万人
シェア・浸透率	50%	1.4%	25%	13%	0.8%

*すべて2024年3月末時点の数値。病院の加盟施設は、やくばと病院予約／薬局予約のいずれかのサービスを導入している施設数。薬局の加盟店数は、やくばと薬局予約／kakariのいずれかを導入している薬局数。患者利用者数は、kakariアプリとやくばとアプリのインストール数の合計

** 厚生労働省「令和4(2022)年医師・歯科医師・薬剤師統計の概況」、「令和4(2022)年医療施設(動態)調査・病院報告の概況」、「令和4年度衛生行政報告例の概況」より当社算出

Copyright(C) ALL RIGHTS RESERVED, MedPeer, Inc.

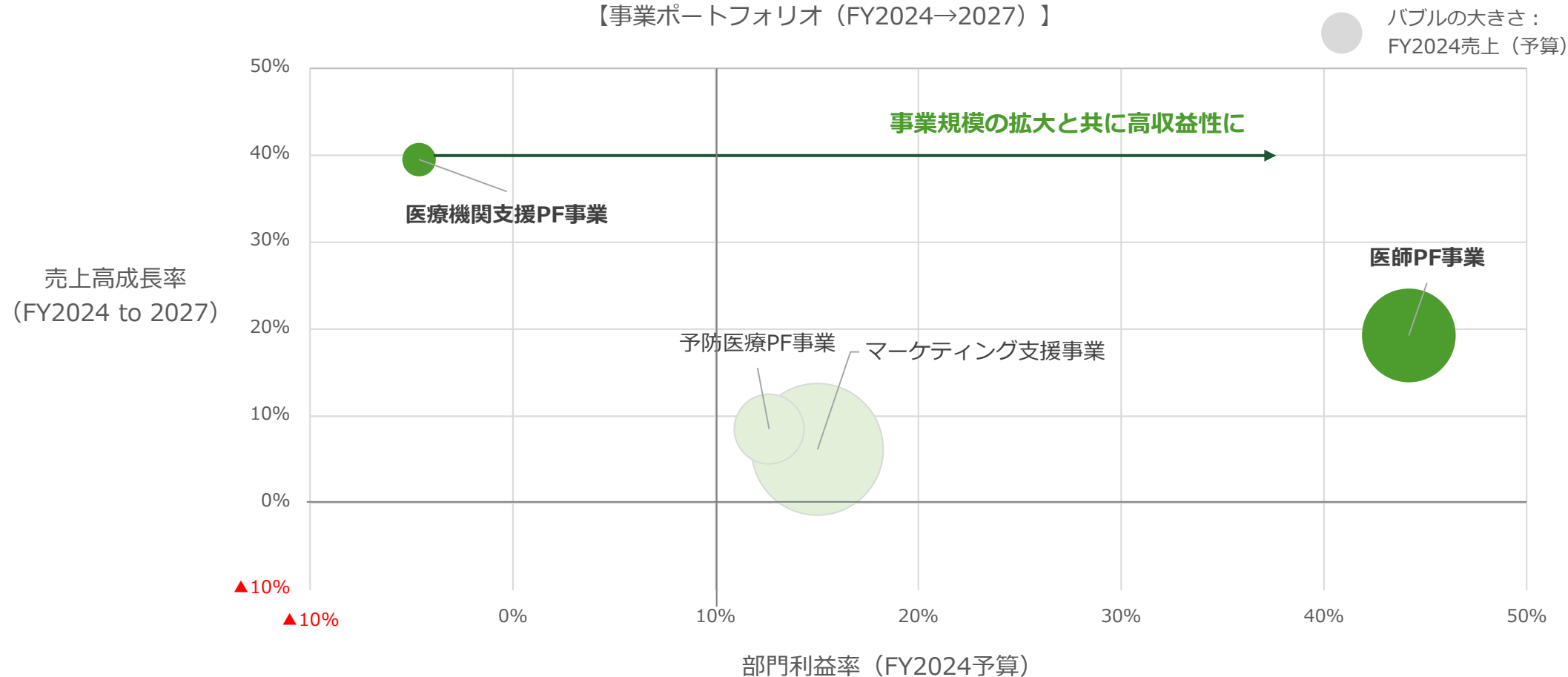
- グループの長期事業目標として営業利益200億をターゲットにおく。達成時期は FY2034とするが、前倒しの達成を目指す。
- 新中期経営計画の対象期間（FY2027までの3年間）は、本長期事業目線を達成するために、医師会員と医療機関・患者基盤からなるプラットフォームを利用者から最も支持されるものとするための「プラットフォーム強化期」と位置付ける。



- FY2027までの3ケ年は、成長性と（中長期的な）収益性の高さを見込める「医師PF事業」と「医療機関支援PF事業」の両プラットフォーム事業に投資を集中する。

✓ 医師・医療機関・患者基盤を盤石にすることで、「発展事業拡大期」における発展事業創出も容易となる

【事業ポートフォリオ（FY2024→2027）】



- 事業の面拡大を意図した過去の投資を見直し、複数事業の撤退および減損処理を実行。
- 今後も新中期経営計画の方針に沿い、ポートフォリオの見直しを継続的に実施する。

【FY2024で実行済みの事業撤退等】

①事業撤退

- 新中期経営計画で示している成長戦略ならびに選択と集中の方針と整合する形で、現時点で複数事業の撤退を決定済
- 人材を投資領域の事業に集中させることで戦略実行の蓋然性を向上
- 今後も新中期経営計画の方針に沿い、ポートフォリオの見直しは継続的に実施

MedPeer
CAREER AGENT



2023年12月会社清算

medcross



2024年4月会社清算

YoriSoi Care



2024年6月事業終了

②減損処理

- クラウドクリニックの直近実績を踏まえ、のれんを減損処理

- 注力するプラットフォーム2事業について、向こう3ヶ年における投資性費用枠を各年10億円設定し、予算として確保する。
- 特に、医師会員PF「MedPeer」については、プラットフォームの「再構築期」と位置づけ投資を強化する。

投資性費用枠の確保

- 医師会員PF事業／医療機関支援PFの事業において、プラットフォーム強化のために用いる投資性費用について、FY2025～2027の3ヶ年で累計30億のバジェットを設ける。

1. コンテンツへの投資
 - ✓ アクティビティ向上のためのコンテンツ作成に要するコンテンツ作成費用・業務委託費用
2. 医師会員・患者基盤への投資
 - ✓ 医師会員基盤・患者基盤構築に要する広告宣伝費・販促費

投資性費用枠の定義

- プラットフォーム強化に資する費用であり、費用発生するが中長期的に事業貢献が継続する性質を持った領域に対する費用
- すべて変動費とし、投資の実行・停止を機動的に行えない人件費等の固定費は投資性費用には含まれない

- FY2027の利益計画は実質的な収益力を表す**調整後営業利益で25億（調整後EBITDA30億）**を計画。
- FY2027の売上高は200億超と計画するが、ポートフォリオ再編によって変動する可能性。

【中期経営計画（FY2027）】

		売上高			営業利益	
		FY2024（予算）	FY2027（計画）	CAGR (2024→27)	FY2024（予算）	FY2027（計画）
集合知PF 事業	医師PF事業	37億円	64億円	19%	17億円	
	マーケティング 支援事業	78億円	93億円	6%	12億円	
医療機関支援PF事業		6億円	20億円	40%	▲0.9億円	
予防医療PF事業		23億円	30億円	9%	3億円	
全社共通費 (含、のれん)		－	－	－	▲21億円	
投資性費用枠		－	－	－	－	▲10億円
合計		146億円	207億円	12%	10億円	15億円
					調整後営業利益	25億円

新中期経営計画 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて

- 最大の株主還元は株価の向上であるとの認識のもと、中長期的な成長性・収益性の高い事業に投資を集中する。
- ポートフォリオの見直しとともに投資性費用の積極的活用により、長期的な収益成長を実現できる体制構築を推進。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて

キャッシュ・アロケーションの考え方

現状認識

- FY2023のROEは7.8%であり、エクイティスプレッドはプラス水準を維持
- 一方で、対面する市場環境を踏まえると、より高い資本収益性と企業価値の実現が可能

取り組み

- “稼ぐ力”の向上
企業価値向上には、短期的な利益創出ではなく、継続的に高い利益率を獲得できる事業の創出であるとの認識のもと、以下を実行
 - 手許資金を将来の事業成長を支える投資性費用に振り向け
 - 事業環境の変化等を見越した事業の組み替えなどを積極推進
- 適切なキャッシュ・アロケーションによる資本効率の向上
- 財務開示の拡充
 - IRを通じて事業環境の変化や中期経営計画の進捗を共有
 - 投資家の予見可能性を高めることでβ値の安定化を図る

営業
CF

成長投資

- ・ 長期事業成長に最も貢献する「プラットフォーム事業」への集中投資（投資性費用枠の確保）
- ・ 事業を支える優秀な人材への投資

財務健全性の維持

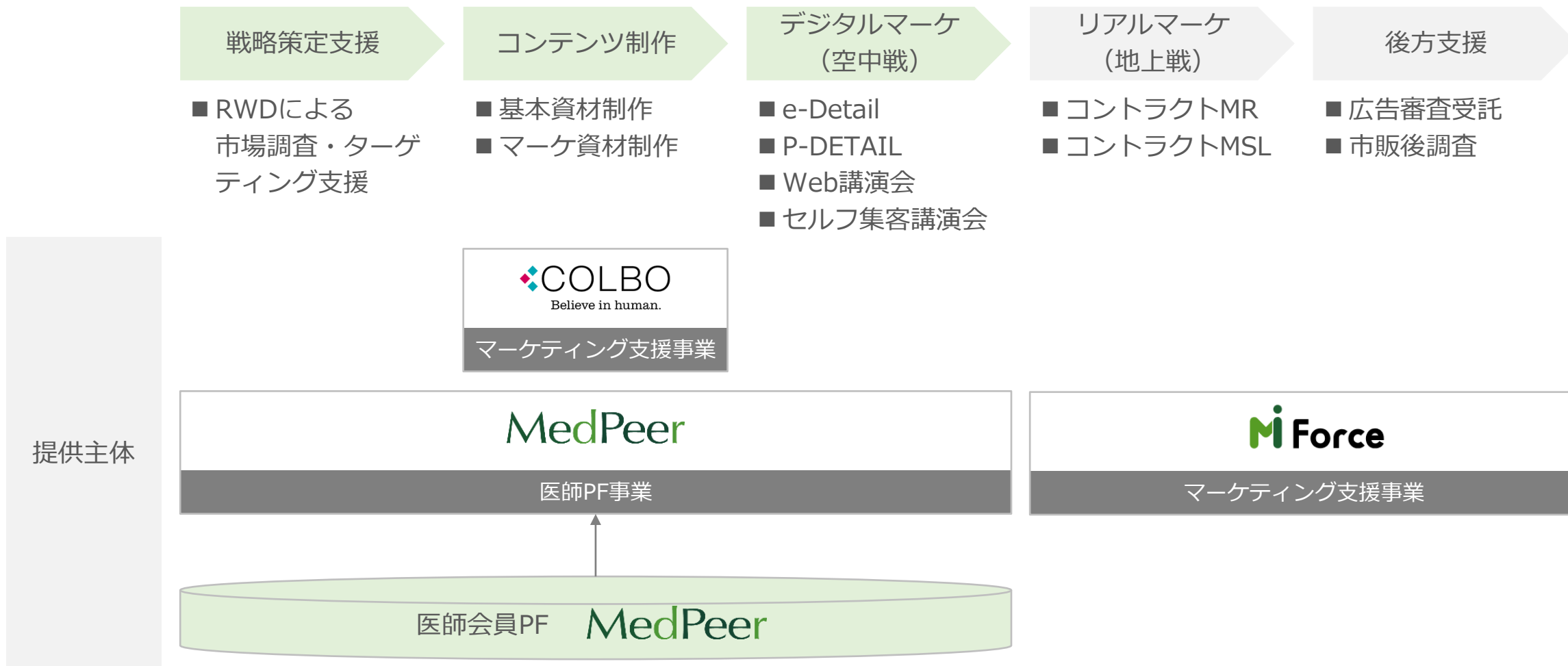
- ・ 有利子負債の削減による財務健全性の改善
- ・ M&Aなど、将来の大型投資に備えた内部留保

資本効率の向上

- ・ 株価が割安水準にある際に自己株式取得を行うことで、希薄化を抑えながら以下のアクションを実行
 - ① 将来の資金調達余力を確保
 - ② 自己株式を活用したM&Aの推進

- 医師PF事業において展開する中核のサービスは、製薬企業向けデジタルマーケティング支援サービスである。

【医師PF事業／マーケティング支援事業の展開サービス】

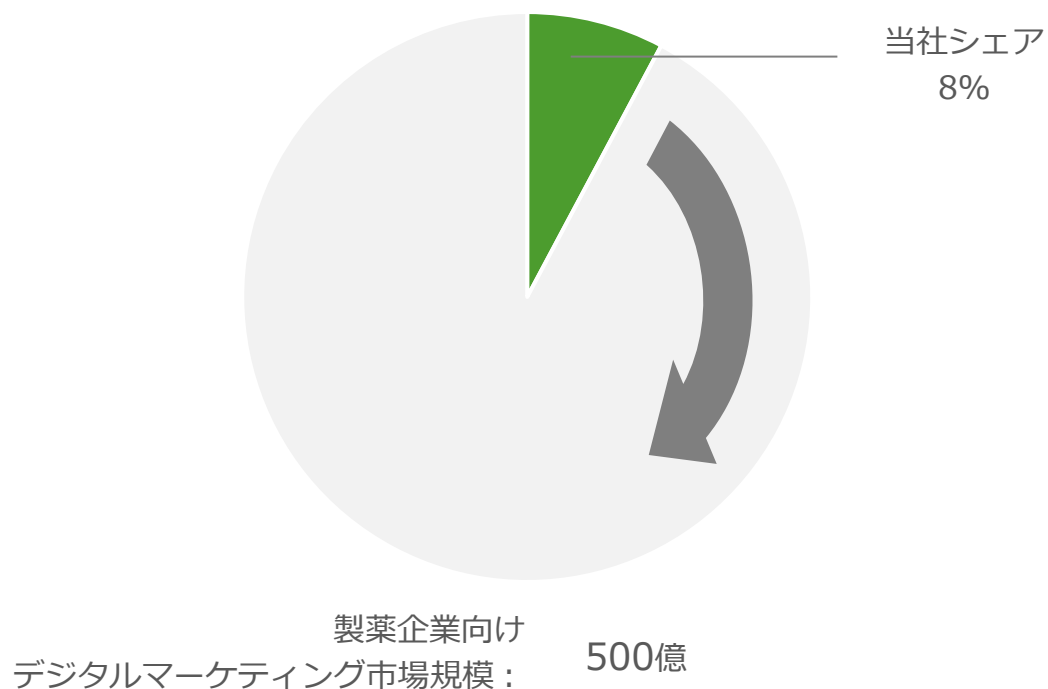


- 既存市場は約500億（当社推計）とされ当社シェアは10%に満たない。TAMは、製薬企業のマーケティング費用全体となり巨大。医師PF事業の成長余地は、シェア拡大と市場成長性の両面から極めて大きい。

【医師PF事業の市場規模・TAM】

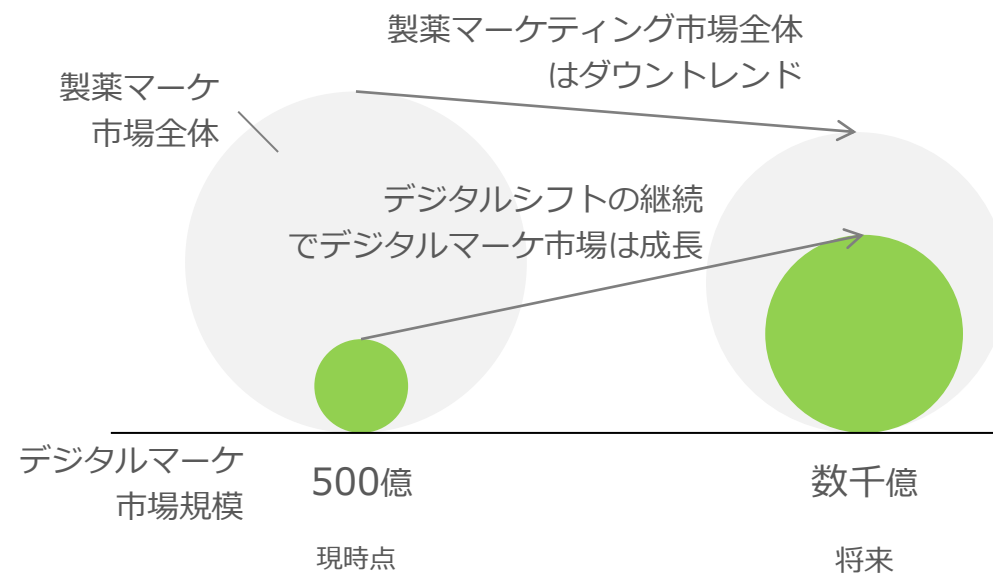
市場規模・当社シェア

- 当社シェアは1割未満。シェア拡大による成長余地は大きい。



TAM

- 製薬企業のマーケティング予算は1~1.5兆と推計され、デジタルマーケティング予算シェアは、全体の数%に過ぎない。
- 産業横断では、全体の広告費に占めるインターネット広告費が約半分を占めることを考えれば、製薬企業向けデジタルマーケティング市場の中長期的な成長性は高い。



- 上市する新薬がプライマリからスペシャリティに大きくシフトし続けていることが、本市場において最も抑えるべき変化である。

【上市する新薬のカテゴリ変化】

	プライマリ	スペシャリティ
概要	■ 高血圧症・糖尿病・脂質異常症等の生活習慣病を典型とした、広く患者がいる疾患の治療薬（低分子化合物）	■ がん、希少疾患等の生活習慣病等と比較すると患者数が少ない難治性疾患に対する治療薬（バイオ医薬品）
処方医師	■ 広い ✓ 開業医／勤務医を問わず広く処方される	■ 狭い ✓ 当該疾患の専門医に限られる
競争環境	■ 同種・同効薬が多く製品間の競争が激しい	■ （相対的に）ポジショニングが明確な治療薬が多く競争は限定的
マーケティングの要諦	■ （処方医における）認知の向上 ✓ 処方医における同種・同効薬間でのSOV（Share of Voice）の最大化	■ （処方医における）情報非対称性の解消 ✓ 当該治療薬の処方医における「正確な理解」自体が処方拡大に繋がる

- 医療機関・薬局向け集患・業務支援サービスの「やくばとシリーズ」と、薬局向けかかりつけ薬局化支援サービスの「kakari」の2つのサービスからなる。

【医療機関支援PF事業の主要展開サービス】

やくばとシリーズ

kakari



展開サービス

- やくばと薬局予約 : 医療機関向け薬局予約システム
- やくばと病院予約 : 高度急性期病院向け予約システム
- やくばと for Clinic : クリニック向け予約・オンライン診療システム

- kakari : 薬局向けかかりつけ薬局化支援サービス

収益モデル

- やくばと薬局予約
- 加盟薬局からの処方せん受信数あたりの従量費用
- やくばと病院予約／やくばと for Clinic
- 加盟医療機関からの初期費用／月額利用料

- kakari
- 加盟薬局からの初期費用／月額利用料

ビジネスモデル

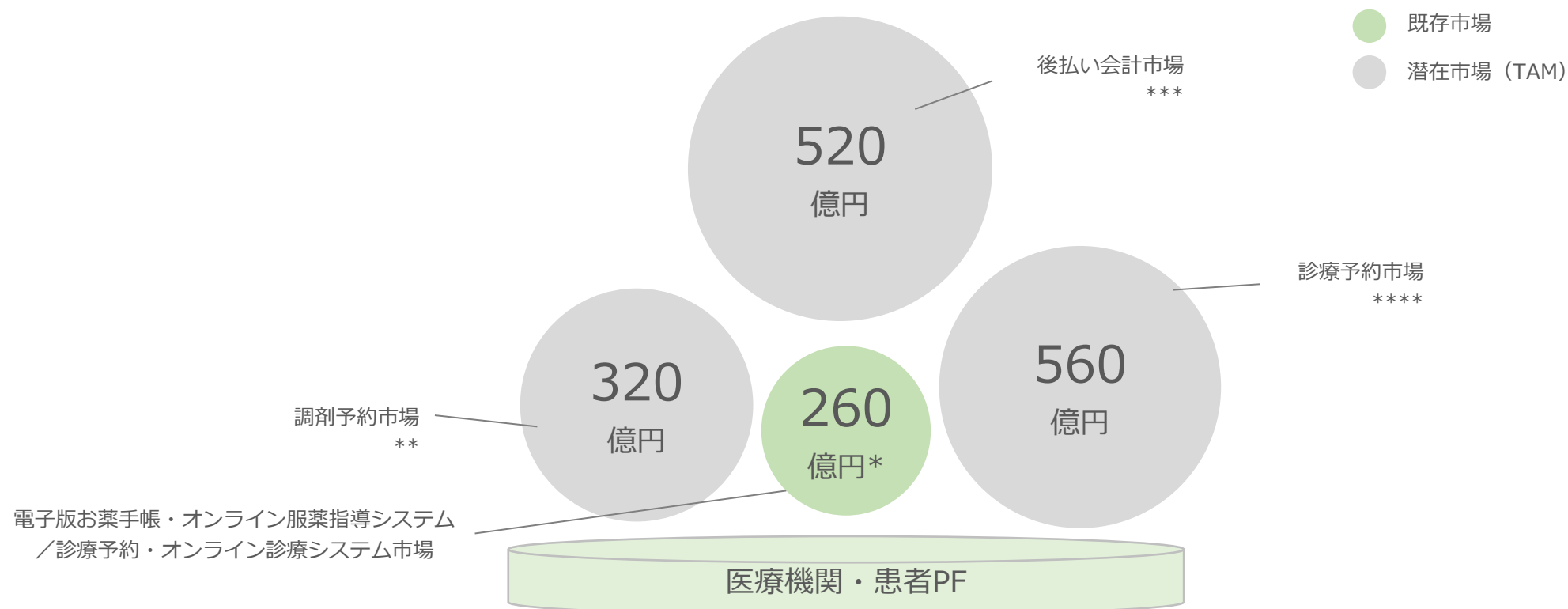
- プラットフォーム事業／SaaS事業
- SaaS事業

個別事業について

医療機関支援PF事業：市場規模・TAM

- kakari/やくばとシリーズは、現時点で主に対象とする市場は「電子版お薬手帳・オンライン服薬指導システム」「診療予約・オンライン診療システム」市場であり、市場規模は合わせて260億程度*と小さい。
- 一方で、「医療機関・患者基盤」から生まれる市場と考えたときに、潜在市場含め市場は多数あり、TAMは極めて大きい。

【医療機関支援PF事業の市場規模・TAM】



*kakari/yakubato for Clinicの月額利用料（9,800円/14,800円）から、薬局数・クリニック数を掛け合わせて算出

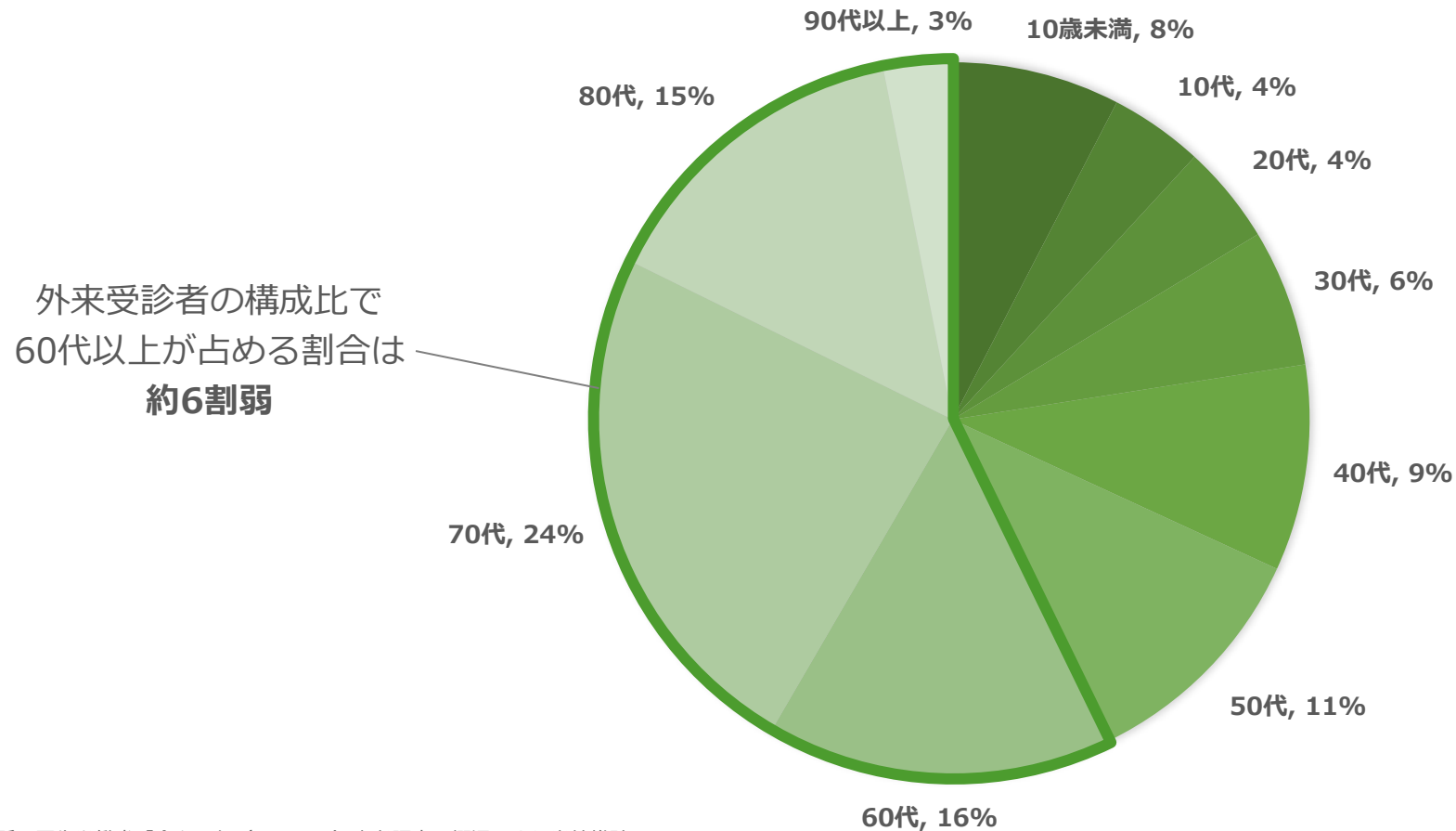
**処方箋枚数8億枚×予約率20%×200円で算出

*** 診療所外来医療費8.7兆円×後払い率20%×3%で算出

**** 外来受診数700万/日×200日×予約率20%×200円で算出

- 医療機関を受診する患者のボリュームゾーンは60代以上である。医療のデジタルシフトは、他領域より「遅れてやってくる」のであり、医療機関受診におけるデジタルサービスの「デファクトスタンダード」はまさにこれから決まっていく。

【年齢構成別 外来受診者数シェア】



出所：厚生労働省「令和2年（2020）患者調査の概況」より当社推計

財務サマリー

- 売上高はCOVID-19の反動減を織り込み。
- 構造改革費用など一時的なコストの発生を想定。

単位：百万円

	FY2023 実績	FY2024 通期予想	増減額	成長率
売上高	14,540	14,600	59	×1.0
営業利益	1,119	1,000	▲119	×0.9
EBITDA	1,931	1,675	▲256	×0.9

単位：百万円

	FY2023				FY2024				
	1Q (10-12月)	2Q (1-3月)	3Q (4-6月)	4Q (7-9月)	1Q	2Q	増減率 (YonY)	構成比	通期予想
売上高	3,686	3,442	3,553	3,857	4,152	3,697	7.4%	100.0%	14,600
営業利益	467	249	107	295	496	339	36.2%	9.2%	1,000
EBITDA	639	430	289	571	649	494	14.8%	13.4%	1,675
経常利益	474	261	118	310	485	345	32.5%	9.3%	1,030
当期純利益	270	120	28	209	289	▲ 90	—	—	551

百万円未満切捨て

連結PLサマリー ～セグメント別実績～

単位：百万円

	FY2023			
	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	3,686	3,442	3,553	3,857
集合知PF	2,996	2,715	2,910	3,180
医療機関支援PF	123	119	127	131
予防医療PF	570	608	517	547
営業利益	467	249	107	295
集合知PF	803	517	483	599
医療機関支援PF	▲17	▲22	▲24	▲26
予防医療PF	27	66	9	68
EBITDA	639	430	289	571
集合知PF	945	665	629	836
医療機関支援PF	▲6	▲11	▲13	▲15
予防医療PF	30	71	14	73

FY2024		
1Q	2Q	増減率 (YonY)
4,152	3,697	7.4%
3,430	2,978	9.7%
115	118	▲1.0%
606	601	▲1.3%
496	339	36.2%
869	629	21.6%
▲94	▲36	-
61	91	38.5%
649	494	14.8%
992	751	12.8%
▲82	▲25	-
66	96	35.7%

百万円未満切捨て

単位：百万円

	FY2024 1Q	FY2024 2Q
現金及び預金	4,976	5,774
売掛金等	3,869	3,411
仕掛品	23	22
その他	332	292
流動資産	9,202	9,500
有形固定資産	191	201
無形固定資産	4,687	4,276
(うちのれん)	2,321	1,962
投資その他資産	896	922
固定資産	5,775	5,400
資産合計	14,977	14,900

	FY2024 1Q	FY2024 2Q
買掛金	117	87
借入金	613	607
その他	1,495	1,683
流動負債	2,225	2,379
借入金	3,054	2,921
その他	915	874
固定負債	3,969	3,795
負債合計	6,195	6,174
資本金	2,244	2,256
自己株式	▲300	▲300
純資産	8,782	8,726
負債・純資産合計	14,977	14,900

百万円未満切捨て

Appendix

- メドピアは、医師である代表の石見がITで医療の課題を解決するために創業。
- 石見は現在も医療の最前線に立ち、現場のニーズを汲みながら経営。

会社概要

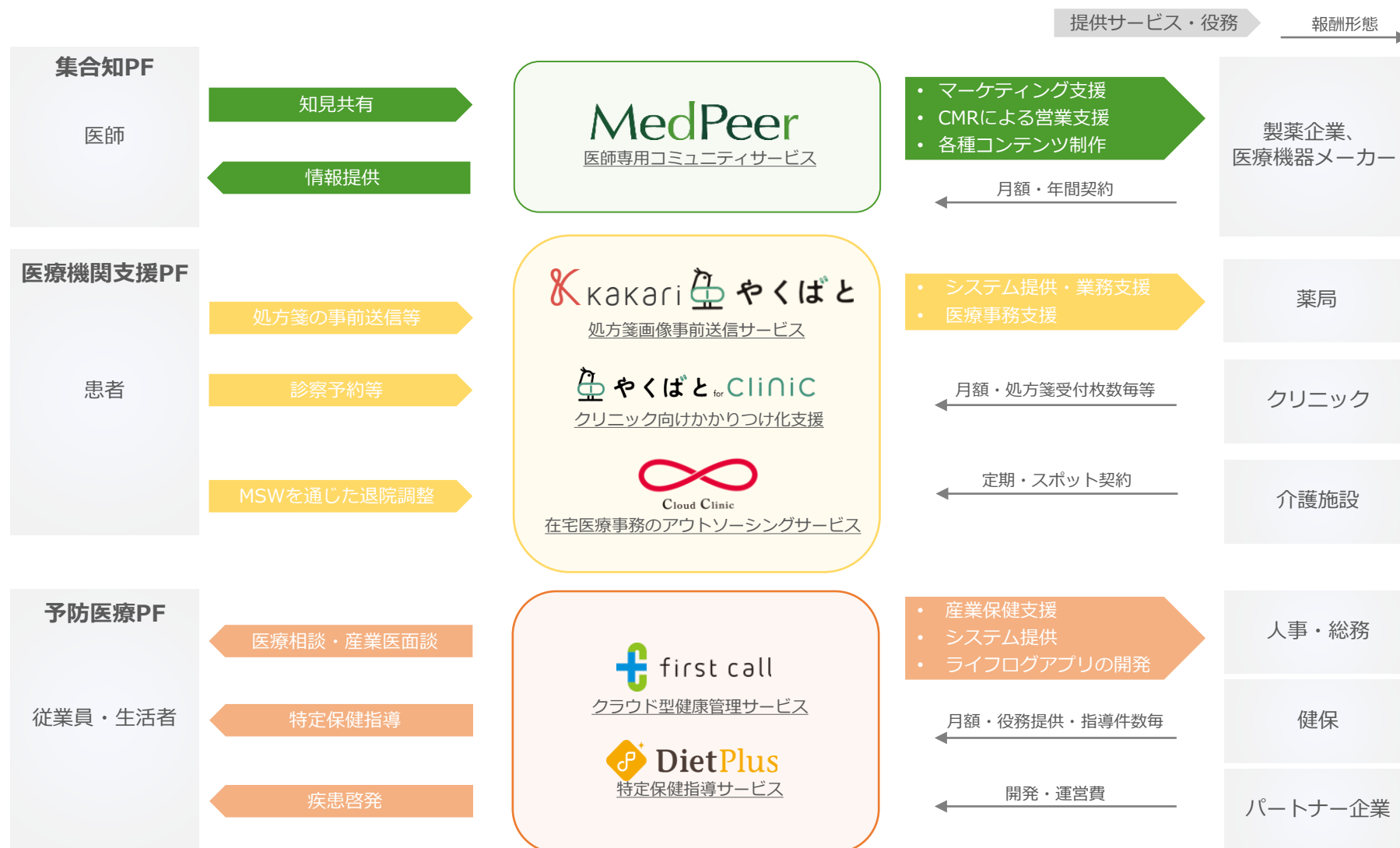
会社名	メドピア株式会社
URL	https://medpeer.co.jp/
設立	2004年12月
代表者	代表取締役社長 石見 陽（医師・医学博士）
上場市場	東証プライム市場（6095）
所在地	東京都中央区築地1-13-1
事業内容	医師専用コミュニティサイト「MedPeer」の運営 その他関連事業
子会社	(株)Mediplat、(株)フィッツプラス、 (株)コルボ、(株)クラウドクリニック (株)やくばと、MIフォース(株)
関連会社	(株)medパス
従業員数	1,034名（連結 / 2024年3月末時点）

代表プロフィール



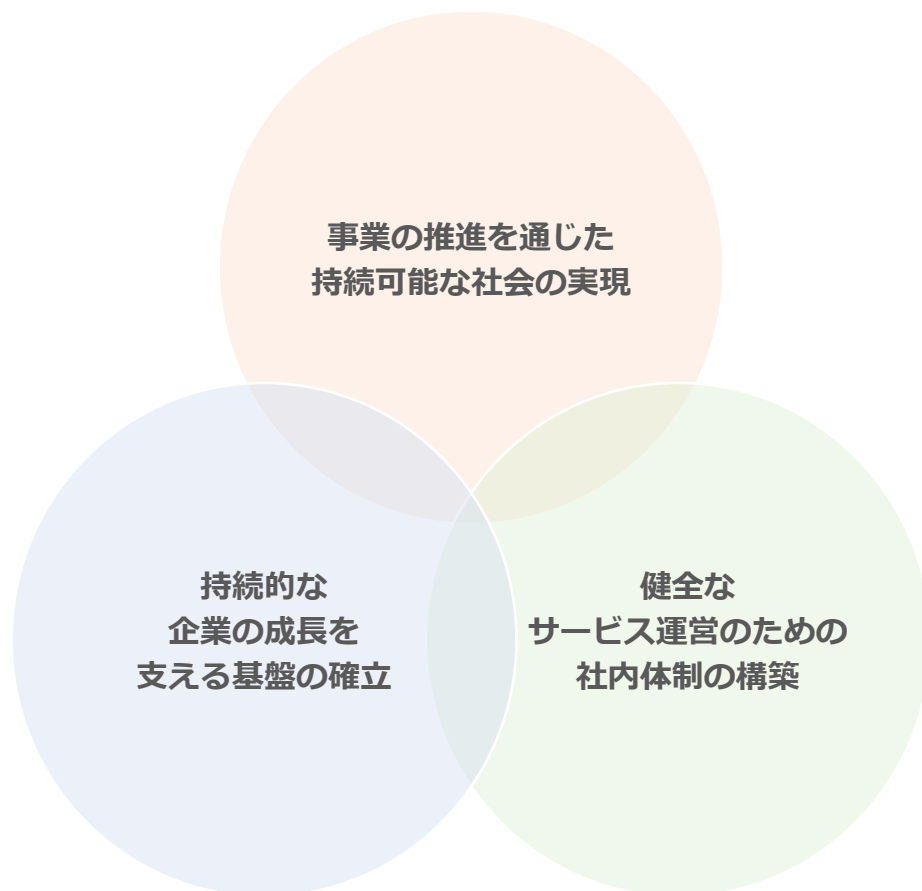
石見 陽 / Yo Iwami
代表取締役社長 CEO（医師・医学博士）

- 1999年に信州大学医学部を卒業し、東京女子医科大学病院循環器内科学に入局。
- 医師として勤務する傍ら、2004年12月に株式会社メディカル・オブリージュ（現メドピア株式会社）を設立。
- 2014年に東証マザーズに上場し2020年9月に東証一部に市場変更。
- 「世界一受けたい授業」など多数メディアに出演し、現場の医師の声を発信。
- 現在も医療の最前線に立つ、現役医師兼経営者。



- メドピアグループのマテリアリティを特定するとともに、サステナビリティサイトを開設。
- 事業を推進することで、持続可能な社会の実現を目指す。

メドピアグループのマテリアリティ



事業の推進を通じた持続可能な社会の実現

- ✓ 医療従事者の生産性向上・業務効率化
- ✓ 国民の健康に関連する社会課題への対応
- ✓ ヘルスケアデータの利活用

持続的な企業の成長を支える基盤の確立

- ✓ ダイバーシティを尊重した人材の採用と働きやすい環境の整備
- ✓ 新たな事業を創出する人材の育成と活躍機会の提供
- ✓ 従業員の健康と安全の確保によるエンゲージメントの醸成

健全なサービス運営のための社内体制の構築

- ✓ プライバシー保護とデータセキュリティへの対応
- ✓ コンプライアンスの遵守をはじめとしたコーポレート・ガバナンスの強化
- ✓ 知的財産の適切な管理

＜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。