

**事業計画及び成長可能性に関する事項
(中期経営計画 2026-2028)**

**Explanatory material on Business Plan and
Growth Possibilities
(Mid-Term Management Plan 2026-2028)**

**2025年8月29日
ジェイフロンティア株式会社
【証券コード：2934】**

■ 01

成長戦略・中期経営計画

■ 02

会社概要

■ 03

事業概要

- SOKUYAKU事業
- D2C事業
- B2B事業

■ 04

財務ハイライト

■ 05

ESG経営・リスク情報・その他



成長戦略・中期経営計画

JF JFRONTIER

“SOKUYAKUヘルスケア経済圏の更なる深化へ”

1 ユーザー基盤の拡大

- ✓ SOKUYAKUの認知拡大～定着化
- ✓ SOKUYAKUとD2Cのクロスユース促進

2 サービス領域の拡張

- ✓ 各種データ連携・AI実装加速
- ✓ 商品・サービスラインナップの拡充

3 グローバル展開の推進

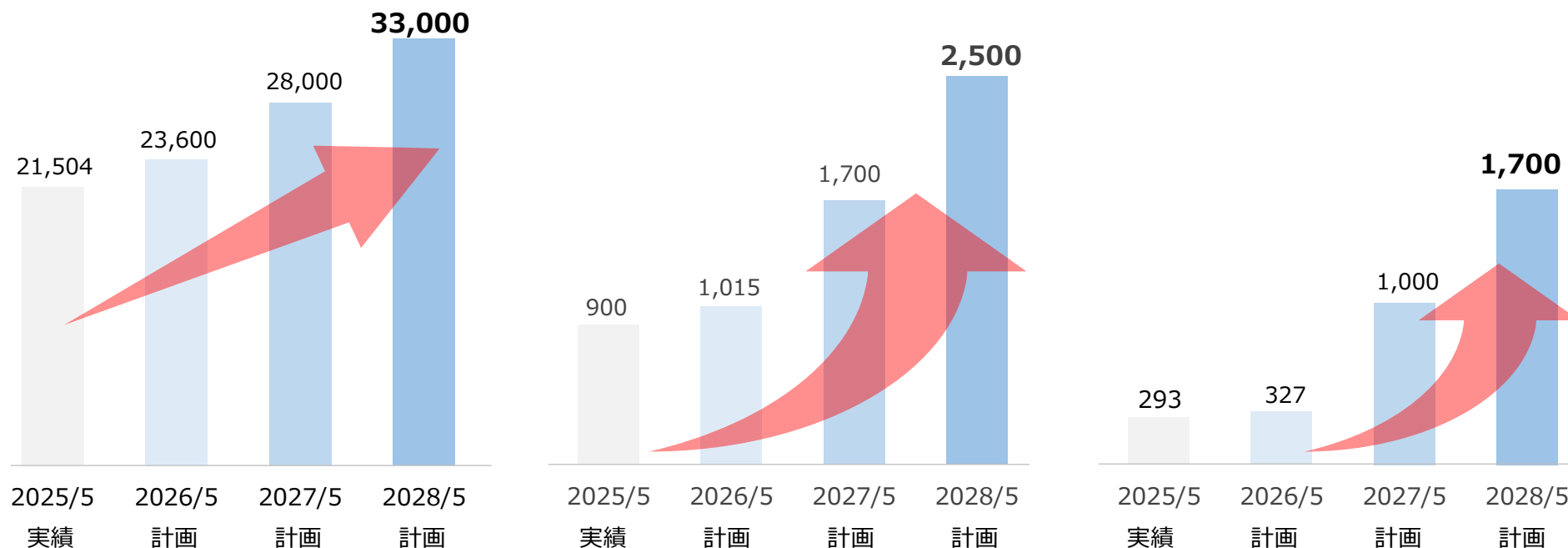
- ✓ インバウンド強化
- ✓ 東南アジア主要国への進出

単位：百万円

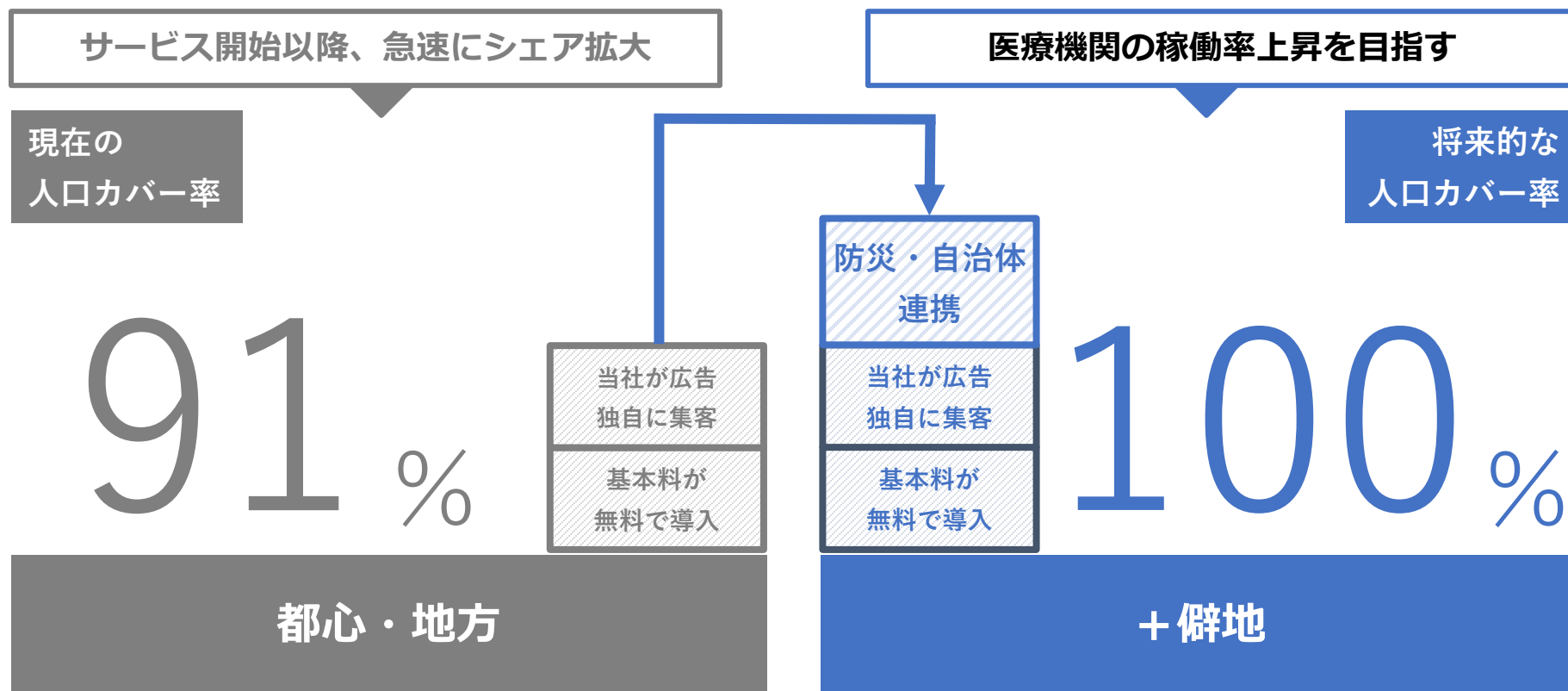
売上高

EBITDA

営業利益



- 多店舗展開の薬局・ドラッグストアを中心にSOKUYAKUの導入が進む
- 導入先に対して、医薬品・日用品・食品のデリバリーサービスをはじめとするサービスの拡販を図る
- 足元での薬局提携数は約19,000店舗、病院提携数は約4,100院を超え、人口カバー率※も約91%を達成



※人口カバー率について 市区町村単位で提携薬局が1件以上あれば当該市区町村はカバーしているとし、「令和2年国勢調査 人口等基本集計」をもとに算出

- 「SOKUYAKU」を会員登録すると、アカチャンホンポ全128店舗で使えるクーポン配布
- 全国の店舗と年間利用者約300万人に達しているアカチャンホンポ公式アプリで告知し、リアル・オンラインの両面からの顧客誘導を実施



リアル店舗

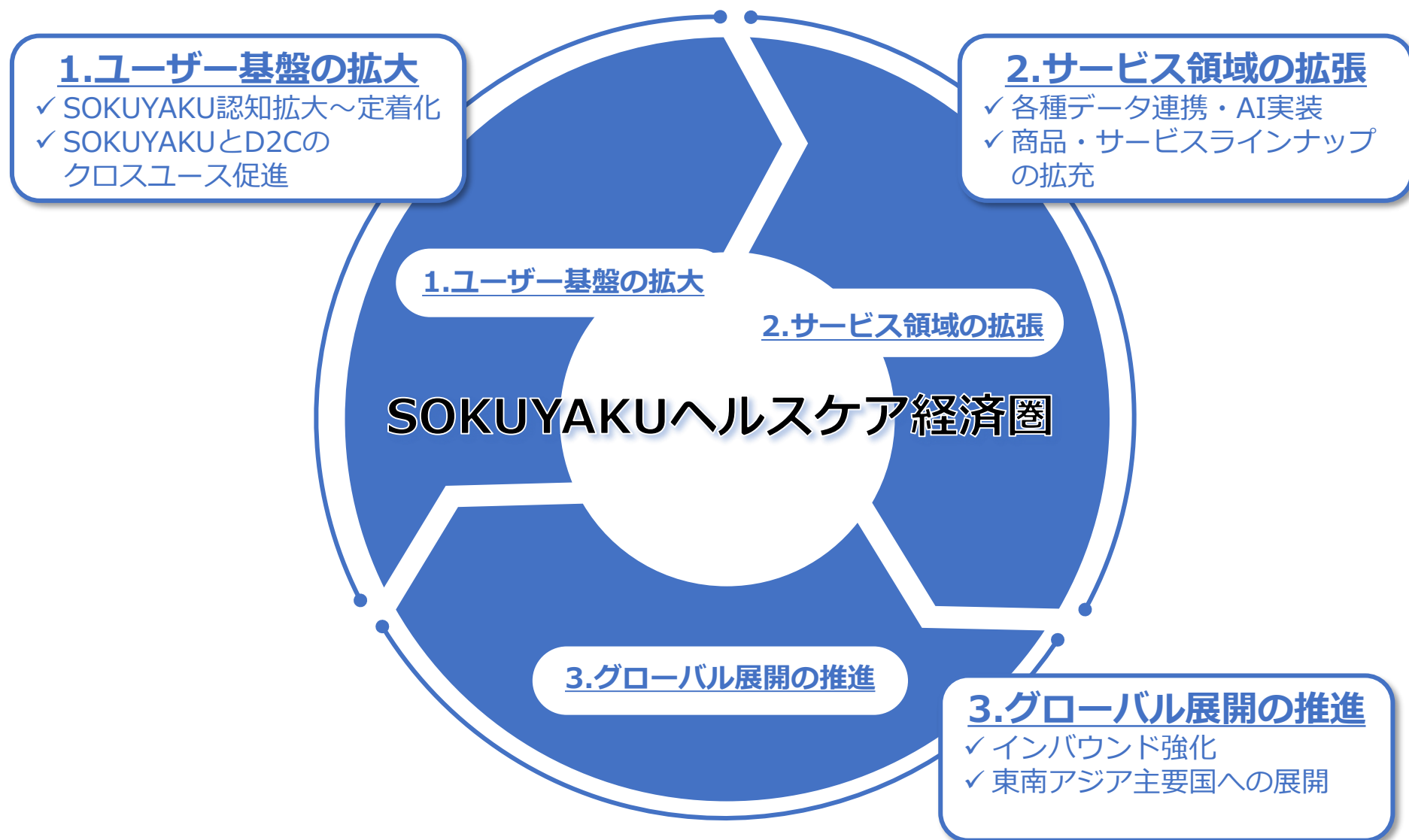
リアル・オンライン両面からの
顧客誘導を実施

オンライン診療アプリ
SOKUYAKU
かんたん
スマホで
診療
アプリダウンロードで
アカチャンホンポで使える/
アカチャンホンポ専用
500円分のプレゼント!
QUOカードPay



オンライン(アプリ)

➤ 3つのアクションを加速し、SOKUYAKUヘルスケア経済圏を拡大



戦略

施策（実績）

全社戦略

経営基盤の強化

戦略的なM&A
・アライアンス

新経営体制による海外
展開・ガバナンス強化

SOKUYAKUの
マネタイズ推進

グループシナジーの深化
(物流コスト圧縮 等)

ユーザー基盤の拡大

電子化推進

1

マイナ保険証連携

2

領収書・診療明細書の電子化

3

電子処方箋の連携

ユーザー数・利用回数増加

4

オフライン・リアルイベント

5

SOKUYAKU利用件数
前期比200%超えキャンペーン

他サービスとの連携

6

日本調剤「お薬手帳プラス」

7

ポイント・マイル連携

8

API連携

配送

9

「PUDOステーション」
受け取り時間延長

サービス領域の拡張

SOKUYAKUの拡大

10

SOKUYAKUベネフィット

11

防災・自治体連携

12

ペット向けオンライン診療

13

新広告プラン

14

AI活用

自由診療領域強化

サービスの拡充・拡大

15

SOKUYAKU米

16

新商品開発(D2C)

17

TikTok Shop開設

17

TikTok Shop運用支援事業開始

グローバル展開の推進

インバウンド

18

外国人就労者・留学生への推進

19

越境EC

20

暗号資産決済

ユーザー基盤の拡大

1 マイナ保険証の連携機能をリリース

より適切で安心安全なオンライン診療・服薬指導を実現

- マイナンバーカードを医療機関・薬局で健康保険証として利用できるように申請・登録している場合、「マイナ保険証」を使用して「SOKUYAKU」を利用にできます。
- これにより、患者さま同意のもと、過去に受診した医療機関や処方された薬や特定健診の情報を正確に把握することができます。



2 領収書・診療明細書の電子化対応をリリース

領収書・診療明細書のダウンロードが可能に

- これまでの医療機関、薬局からオンライン診療・服薬指導後に患者向けに紙の領収書・診療明細書を郵送対応が、管理画面からアップロードするだけで完結し、オンライン診療・服薬指導の業務の効率化を図ることが出来ます。



3

電子処方箋の連携機能をリリース

処方箋を電子化することで原本の郵送作業が不要に

- 医師や薬剤師が、患者様の処方・調剤情報を参照し、重複投薬や併用禁忌の確認が出来ることで、より適切で安心安全なオンライン診療・服薬指導の提供が可能になります。



4

「SOKUYAKU」 アカチャンホンポと共同で会員登録キャンペーンを開始

リアル店舗・オンラインの両面からの顧客誘導を実施

- お子様の発熱時や体調不良のご両親が通院時の感染リスク回避で使える「SOKUYAKU」を会員登録頂くと、アカチャンホンポ全128店舗で使えるクーポンの配布を実施。全国の店舗と年間利用者約300万人に達しているアカチャンホンポ公式アプリで告知しました。



5

SOKUYAKU利用件数前期比200%超え！

日頃のご愛顧の感謝を込めてQUOカードPay山分けキャンペーンを実施

- 当社が提供するオンライン診療・服薬指導アプリ「SOKUYAKU（ソクヤク）」の今年度の利用件数が2025年4月末時点で前年度実績の200%を超えました。
- これを記念し、SOKUYAKU感謝祭キャンペーンを実施いたしました。

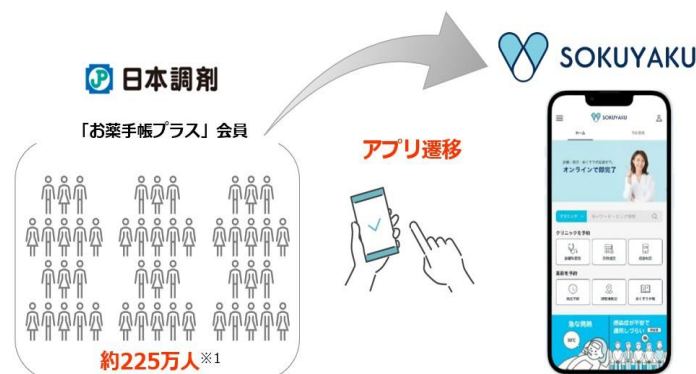


6

日本調剤「お薬手帳プラス」とサービス連携を開始

登録者225万人の「お薬手帳プラス」から「SOKUYAKU」への遷移が可能

- マイナンバーカードを医療機関・薬局で健康保険証として利用できるように申請・登録している場合、「マイナ保険証」を使用して「SOKUYAKU」を利用にできます。
- これにより、患者さま同意のもと、過去に受診した医療機関や処方された薬や特定健診の情報を正確に把握することができます。



7 「SOKUYAKU」とSOKUYAKUウェルネスが連携

SOKUYAKUウェルネストクトクポイントが貯まる

- オンライン診療アプリ「SOKUYAKU」のアカウント設定にて、SOKUYAKUウェルネス会員番号を登録することで、会員登録時やオンライン診療・服薬指導の利用時に「トクトクポイント」が貯まるようになります。



7 「SOKUYAKU」 ANAマイレージクラブと連携登録・利用でANAのマイルが貯まる

年間搭乗者数約5,300万人のANAグループ便への搭乗も可能

- 全日空が運営し、総会員数約4,400万人のANAマイレージクラブとSOKUYAKUが9月1日より連携開始。SOKUYAKUを登録・利用すると、年間搭乗者数約5,300万人のANAグループ便への搭乗はもちろん、レストランやショッピングなど日常の様々なシーンで利用可能なANAのマイルが貯まります。



8 「SOKUYAKU」外部サイトとのID連携APIをリリース

保険サービスサイト「よつば」と連携開始

- 会員登録の手間を省くため、外部サイトのID連携APIをリリースしました。
- 第一弾として、保険サービスサイト「よつば」とのAPI連携を開始しています。
- 今後も外部サイトとのAPI連携を加速させ、更なる会員数の拡大を図ってまいります。



9 「PUDOステーション」受け取りでの時間延長

オンライン服薬指導の対応時間を最大21時まで拡大

- 利用者は好きな時間に処方薬を受け取れるため、特に深夜帯での受け取りニーズが高いといった状況にあることから、オンライン服薬指導の時間を最大21時まで拡大し、夜間帯のオンライン服薬指導にも対応可能とすることと致しました。



サービス領域の拡張

10

SOKUYAKUベネフィットで従業員とその家族の健康を守る

多様な業界で働き方に関係なく、医療アクセスの利便性を提供

- オンライン診療・服薬指導・処方薬配送サービス「SOKUYAKU（ソクヤク）」の利用が可能になる、従業員への福利厚生サービス「SOKUYAKUベネフィット」の導入企業が続々と増加しています。
- 導入は愛知や静岡の企業など全国にも広がり、健康経営優良法人ブライト500の認定企業にも採用されています。



11

防災新視点サミットに出展

「防災に関する新しい視点が持ち帰れる場」がテーマ

- ニッショーホール（虎ノ門）で開催された、「防災新視点サミット」にて、自治体向けに災害時の医療防災パッケージ（災害時にSOKUYAKUを活用したオンライン診療で被災地以外から処方薬を届けする仕組み）を展示いたしました。



12

ペットのオンライン診療機能リリース

ペットの健康管理をより迅速かつ適切に行えるよう支援

- 飼い主様が自宅にしながら簡単に獣医師に相談でき、ペットの健康管理をより迅速かつ適切に行えるよう支援します。これにより、飼い主の皆様は自宅から安心して利用でき、愛するペットの健康を守るためのサポートを受けることが可能です。



13

「SOKUYAKU」新広告プラン開始

医師・薬剤師との診療待機画面で広告を表示

- 診療までの待機時間での広告表示ということから、視認率については100%となり、かつ、年齢、性別、受診する診療科目などのデータを取得していることからそれぞれのセグメントにあった広告の配信も可能です。



14

Sushi AI社と業務資本提携を締結

“Sushi AI社のAI領域における知見と開発力を最大限活用し、成長戦略をより強固に”



1

画像診断AIによるオンライン診療支援

画像診断AIを活用し、専門医レベルの初期診断を実現。医療アクセスが難しい地域でもオンライン診療を支援します。

2

薬効および副作用に関するAI解析

音声や問診などのデータをAIが解析し、薬の有効性や副作用リスクを評価。薬剤の適正使用を支援します。

3

コールセンターのAI化

問い合わせ対応にAIを導入し、高度な医療相談にも対応可能な効率的且つ高品質なコールシステムを構築します。

4

患者行動・疾患リスクに基づくAI予測モデルの構築

AIが診療・生活情報などを分析し、個別最適なセルフケア提案や再診促進を通じて疾患の悪化予防を支援します。

15 ジェイフロンティアと東京農業大学の上地由朗教授が共同開発した「SOKUYAKU米」 期間限定で一般販売開始！

「健康×おいしさ」 徹底的にこだわったSOKUYAKU米

- 2018年から東京農業大学の上地教授との共同研究「低糖質米開発プロジェクト」で、コシヒカリのおいしさや食感を損なわず、高アミロースな「SOKUYAKU米」を開発。温かいご支持を受け、8/18から期間限定で一般販売いたしました。



16 機能性コーヒー及び機能性コーヒーの特許取得

お腹の調子を整えるなど5つの機能性を実現

- 「カフェリーチェプレミアム」が機能性コーヒー及び製造方法の特許を取得いたしました。
- 食事と一緒に飲むことで、食事の脂肪や糖の吸収を抑える。中性脂肪、血糖値の上昇を抑制します。



16

「防己黄耆湯錠 S X」新発売

6種の生薬を配合した、胃腸の正しい機能を助ける医薬品

- 「生漢煎シリーズ」から、肥満症に効く漢方薬第二弾として「防己黄耆湯錠 S X」が販売開始しました。
- 販売進捗は非常に順調で、生産量の都合で毎月の新規契約数に上限を定めているものの、上限に達する月も続出しています。



16

むくみ・水太りに効く漢方薬「防己黄耆湯顆粒＜満量処方＞」新発売

美容業界に革新をもたらす最新ソリューションを披露

- 販売開始わずか1ヵ月で完売、追加生産後も3ヵ月で11万個を完売。3秒に1個のペースで売れた防己黄耆湯錠 SXの満量処方(顆粒)が新発売！
- は下半身などの水太り・むくみの改善に効き、配合エキスを2倍にして開発しました。



16 「F・ニードルアイ&リップリフトクリームCC」に関する研究が国際学会で2年連続選出

第34回「IFSCC（国際化粧品技術者会連盟）」で選出

- イタリアで開催されたIPCE大会(化粧品技術や研究に関する国際学会)にて、当社のアンチエイジング化粧品「F・ニードルアイ&リップリフトクリームCC」に採用されている「天然由来のマイクロニードルとナノカプセルを組み合わせた新しい経皮浸透および送達技術研究」が、参加した688社の中から選出されました。



16 薬用ジェル美容液 「W・薬用 VC クリアジェル」発売開始

キレイを目指す、すべての女性の悩みをサポート

- 累計販売個数 100 万個を超える当社のホワイピュアシリーズから、新商品として「ビタミンC&レチノールW配合」薬用ジェル美容液「W・薬用 VC クリアジェル」を発売いたしました。



16 『酵素水素328』シリーズから、9つの機能を兼ね備え、新デザインリニューアル発売

脂肪・糖・便通にアプローチする、日本初の独自の新処方

- はるな愛も10kg減量した累計販売数1,200万個の「酵素水素328選」シリーズから、9つの機能を兼ね備えた「ヘルキュット」がリニューアル。
- 脂肪・糖・便通にアプローチし、日本初「体重を減らす」機能性表示食品が独自の新処方で新発売。体脂肪率の減少やBMI改善を実現します。



9つの機能性に注目

酵素水素328選
ヘルキュット

日本初※
機能性表示
食品の独自の
新処方

購入目的No.1
**体脂肪の
減少**

328種類
生酵素エキス
配合

※・チャカサボン・ブラックジンジャー由来ポリメキシフラボン・バナバ葉由来コロンリン酸・有胞子性乳酸菌 (Weizmannia coagulans SANK70258) を関与成分とした機能性表示食品の処方日本初処方。(2025年7月31日時点当社調べ)

16 薬局監修「ヒシ茶」が人気テレビ番組で紹介

人気テレビ番組「カズレーザーと学ぶ」で紹介

- 東京ビッグサイトで開催された「ビューティーワールド ジャパン 2025」に3社合同で出展し、美容業界の課題を解決して新たな価値を創造する最新のソリューションを多数展示いたしました。



美容・健康志向の新定番

創業約30年老舗薬局監修 **薬局監修**
菱の実茶

ヒシ茶

「ヒシ茶 30包」60g (2g×30包)

16

Yahoo!ショッピング 年間ベストストアをダブル受賞

- グループ会社の株式会社シーディが運営する「インディアン・シーディ薬局」において、Yahoo!ショッピング年間ベストストア2024年医薬品部門3位、および2025年1月月間2位をダブル受賞いたしました。



16

ECスタジオの「WEEEDシリーズ」累計販売個数100万個を達成！

～選ばれ続けて4年、皆様に感謝の想いを込めて～

- シーソルトスクラブで、角質層を優しくオフし、しっかりと泡立ててボディソープとしてもご利用可能です。
- 発売以来、多くのお客様にご支持いただいたこと、心より感謝申し上げます。



16 トレーニング系ブランド「FINESPORTS」から冷感×香りを楽しむ「アイスバーム 40g」が新発売

累計販売個数8万個超の「FINESPORTS」シリーズから新発売

- 体に塗ってマッサージするだけで冷感が広がり、筋肉や関節をケアします。コールドシャワーを浴びたかのような爽快な清涼感を与え、シトラスムスクの香りでリフレッシュもできる、効能と香りを両立したマッサージバームです。



16 インナーウェアブランド「Cachéna (カシェナ)」から「Cachéna Shape Camisole (カシェナ シェイプキャミソール)」新発売

「魅せるために隠す」という新しい美意識を提案

- 女性向けインナーウェアは国内市場5,520億円(世界市場12兆円超)まで急拡大。機能性とファッション性を両立したニーズが高まる中で、内側でボディラインを美しく整え、外側で自然な魅力を演出するデザインを提供します。



16 美容と健康のサブブランド「OptimalCi」から先進の「リポソーム技術」を活用した「OptimalCi リポピュアFe+D」新発売

先進のリポソーム技術で鉄とビタミンを効率的に摂取

- 国内市場規模は1兆円超(世界市場28兆円)に到達。忙しい毎日を送る現代女性に不足しがちな鉄とビタミンDの効率的な摂取を実現し、美容と健康の両面からサポートします。



16 「北国の恵み」累計販売数400万袋突破

正座、階段でスムーズな日々を！

- グループ会社のウェルヴィーナスの商品「北国の恵み」が販売累計400万個を突破しました。
- 特許技術で北海道産のプロテオグリカンとⅡ型コラーゲンを配合し、高い実感力で膝ケアサプリとして多くのお客様が継続してご利用しています。



16

「北国の恵み」が機能性表示食品として届出受理

「ひざ関節の違和感を和らげる」機能をサポート

- 累計販売400万袋*を達成したウェルヴィーナスの「北国の恵み」が機能性表示食品として届出が受理されました。

※2025年1月31日時点 4,152,733袋出荷（2013年1月からの累計出荷数・93粒換算・シリーズ累計）

- プロテオグリカンを配合し「ひざ関節の違和感を和らげる」機能をサポートします。



16

“男性の新しいエチケット”を提案する大人のための練り香水 「Harmo-Dine（ハーモダイン）」発売開始

清潔感のある香りで体臭&加齢臭対策。香りは「大人の名刺」

- 練り香水は国内市場63億円(世界市場2兆円超)年平均成長率12%という高い成長性が見込まれる中、体臭&加齢臭対策を兼ねた清潔感あるシトラスウッドの香りを提供。外出先や商談などシーンを問わず活躍します。



17

TikTok Shop運用支援サービスの提供を開始

D2Cの知見を活かし企業のEC成長を支援

- 自社ECサイトにおいてTikTokやInstagramをはじめとした、SNSでのEコマースにおける累計で売上14億円、受注件数23万件を達成したノウハウ、インフルエンサーマーケティングやテレビショッピングにおける確かな実績と知見をクライアント企業に提供し、その事業成長を力強く支援することを目的に、TikTok Shop運用支援サービスの提供を開始いたしました。
- その一環として、自社のTikTok Shop店舗を開設し、そこで得られる実践的な知見や成功事例を運用支援サービスに還元することで、クライアント企業の事業成長をより強力にサポートしてまいります。



17

株式会社TORIHADAと業務提携を締結

“TORIHADA社のTikTok Shop領域における知見を最大限活用し、成長戦略をより強固に”



1

アカウント開設・育成、運用支援の強化

TikTok Shopのアカウント開設・初期設定を支援。
プラットフォームの特性を踏まえた効果的な運用を実現します。

2

高品質なコンテンツ制作体制の確立

動画・LIVE制作のノウハウを提供。
ブランドや商品の魅力を引き出し、ユーザーの購買意欲を高めます。

3

クリエイターネットワークの拡充と連携強化

最適なクリエイターとの連携を推進。
ターゲット層への効果的な訴求とUGC※創出を促進します。

4

LIVE配信企画・運営の専門性向上

LIVE配信を企画から効果測定まで支援。
双方向の購買体験でユーザーの行動を購買へとつなげます。

17 世界最大級のテレビ通販チャンネル「QVC」にて「ライジング・スター・アワード」を受賞

- 本賞は、過去2年以内にQVCで販売を開始した商品の中から、著しい成長を遂げた商品に贈られるものです。
- これまで当社がベンダーとして携わり、QVCに採用された商品数は100点を超え、商品取扱高は約20億円に達しており、QVCのお客様から高い支持を受け、短期間での売上拡大を実現しています。

過去2回受賞



グローバル展開の推進

18

「SOKUYAKU」リアルタイム翻訳機能搭載

ビデオ通話時のリアルタイム翻訳機能を搭載

- 訪日外国人の急な体調不良にも対応すべく、オンライン診療・服薬指導時のリアルタイム翻訳機能を搭載しました。
- 宿泊先ホテルでのオンライン診療の受診、即日での処方薬受け取りや、空港内の薬局・観光先での処方薬の受け取りも可能となりました。



18

「SOKUYAKU」医師・薬剤師とのビデオ通話時に三者間通話が可能に

日本語に不慣れな外国人も通訳同席で診察可能

- 去年は過去最多の年間3,687万人の外国人が訪れ、経済効果は8兆円超。日本語がわからなくても通訳同席でオンライン診療と、宿泊先で薬の受取が可能。
- 更に代理予約もでき、別拠点で暮らしている年配のご両親と家族参加の診療が可能になります。



18

外国人就労者や実習生、留学生向けにSOKUYAKUを推進

オセロ・フィナンシャルサービスと連携して医療アクセスの利便性を提供

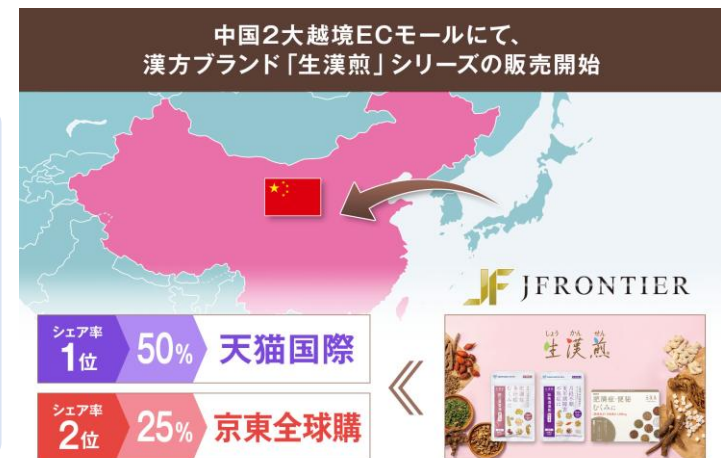
- 外国人材の日本での生活・就労をトータルに支援するオセロ・フィナンシャルサービスとSOKUYAKUが連携。230万人に達した外国人労働者の最重要課題は通院や薬局での言語の障壁。リアルタイム翻訳機能や通訳が同席できる三者間通話機能により、診察と処方薬を当日宅配で全て解決します。



19 「生漢煎シリーズ」が中国 2 大越境ECモールの「京東全球購」「天猫国際」にて販売開始

世界最大の中国市場へ本格参入

- 累計販売数量450万個の生漢煎シリーズを中国 2 大越境ECモールの京東全球購と天猫国際で販売開始。世界でEC化率が上昇し、越境EC市場も急拡大。その中でもEC化率が50%、EC市場の流通総額257兆円、越境EC市場が49兆円に達した世界最大の中国市場へ本格参入します。

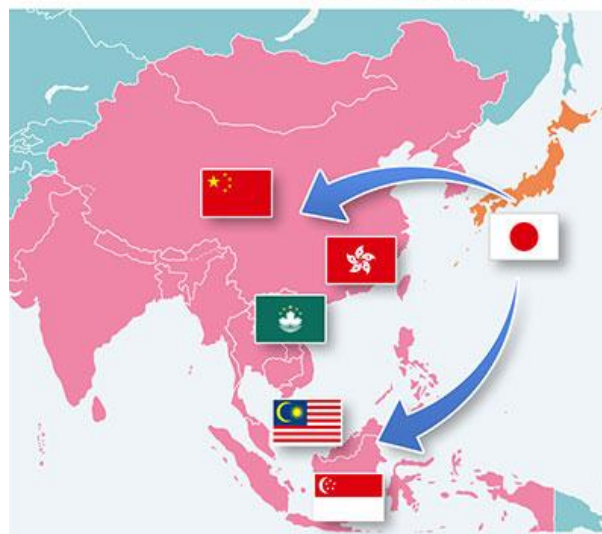


19

株式会社TYCOONと業務提携を締結

“TYCOON社のアジア市場における確固たる地位と販売ネットワークを最大限活用し、企業価値を最大化”

約46億6,400万人が暮らすアジア全域を視野に、さらなる市場拡大と価値提供を目指す



1

TYCOON JAPAN社の持つ販路への商品展開

香港・マカオ・中国・シンガポール・マレーシアを中心とした広範な販売ネットワークを活用し、当社商品の展開。海外事業展開を加速させ、新たな収益基盤の確立を目指します。

2

現地の規制・薬事・市場動向ノウハウの活用

現地の医療規制、薬事、医薬品・健康食品の流通に関する深い知見に基づき、海外展開における市場適応力を高め、特性を踏まえた製品・サービス戦略の策定に繋がります。

3

市場・顧客分析の連携とマーケティング戦略の策定

両社が保有するデータを共有し、消費者動向やニーズを分析。各市場の特性に応じた販売・マーケティング戦略を、両社で共同策定・実行してまいります。

4

OEM / プライベートブランドの共同開発

香港・マカオ・中国・シンガポール・マレーシア市場に特化したOEM製品および共同ブランド製品の企画・開発を進めてまいります。

20 海外ユーザーが簡単・安全に利用できるビットコイン決済の導入実現に向けて

～越境医療の新時代へ～

- SOKUYAKUの外国人利用者や医療ツーリズムの増加、今後の海外展開を見据え、ビットコイン決済への対応を推進します。
- 子会社で1億円のビットコインを購入し、暗号資産のマイニング事業を開始。決済機能を導入しビットコインの継続購入も視野に入れ、ブロックチェーン技術の応用による医療の透明性・効率性向上を目指します。



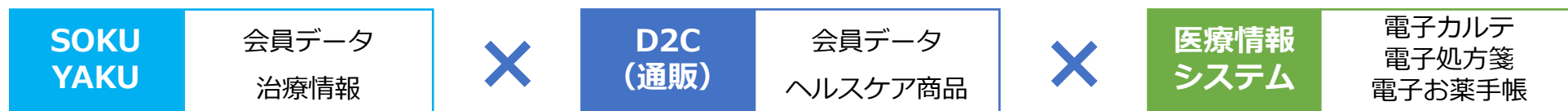
ミッション（実現したいこと）

- 1 医療費などの社会保障費の増大
- 2 医療人材の不足・医療格差の拡大

健康寿命の伸長による医療費の抑制

医療機関のDX化による効率的・効果的な体制整備

目指す事業モデル



蓄積したデータを活用し、一人一人のステータスに合った診療や商品購入などのアクションをリコmend

未病・予防期間の長期化、疾病期間の短縮化を実現する“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

To C



パーソナルヘルスケアデータ

To B

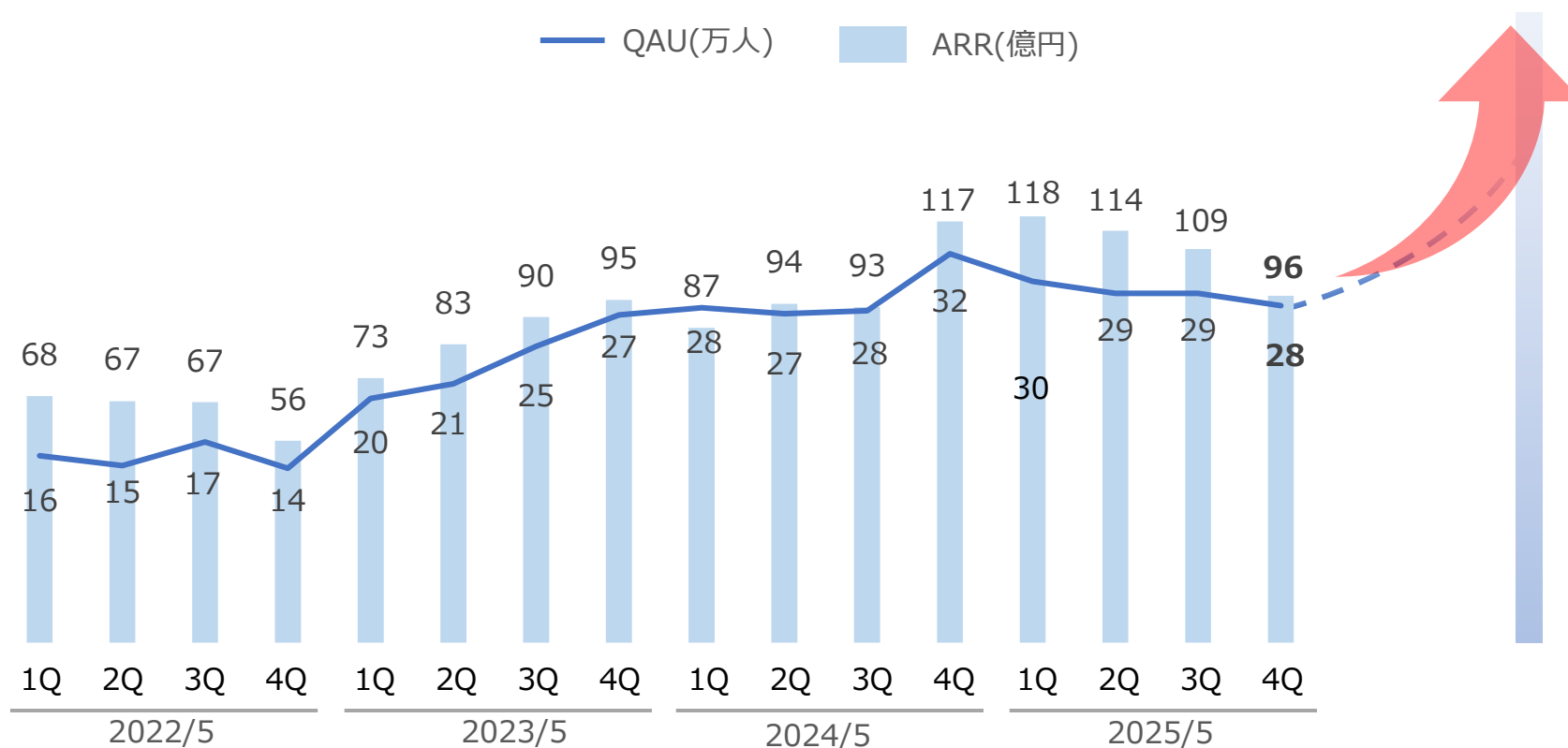


ヘルスケア商品・サービスの
拡充・革新・パーソナライズ化

“疾病”期間を効果的・効率的に短縮化 + “未病”期間を長期化

- 足場固めとした2025年5月期においては収益性を重視し、広告投資の最適化を徹底したことによりKPIは減少するも、中長期的に経済圏の成長を図るべく、当該指標の伸長を狙う

QAU^{※1}（四半期間のアクティブユーザー）・ARR^{※2}（年間経常収益）



※1. QAU：四半期間のアクティブユーザー数（メディカルケアセールスおよびヘルスケアセールスにおけるBtoC/BtoBtoCサービスのコンシューマーが対象）。

※2. ARR：年間経常収益。QAUから生じた売上高の年換算額（四半期売上高×4）。

“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”に関連するユーザー・サービスを拡充するM&A・アライアンスを加速。以下のマッピングを作成し、ターゲット領域、企業の選定を推進

ヘルスケアサイクル

未病

健康維持

医薬品・
ヘルスケア商品
・化粧品 等D2C

JF JFRONTIER

CD
CONVENIENCE DRUG

EC STUDIO

wellvenus

商品企画

製造OEM

管理システム(ECカート・受発注・在庫)

マーケティング(オンライン)

マーケティング(オフライン)

物流(倉庫・宅配網)

カスタマーサービス(コールセンター、AI)

決済

JF JFRONTIER

CD
CONVENIENCE DRUG

EC STUDIO

wellvenus

shake-hands

ALPHA RUN

GRIFFITH
Logistics Solution Company

SushiAI

EXP HOSPITA.JP
EXPARTNERS 病院検索 ホスピタ

JF JFRONTIER

GRIFFITH
Logistics Solution Company

疾病

体調変化気づき

相談診断

治療

検索

診療

薬の処方
宅配

バイタル情報

AI診断・医療ナレッジ共有・病状検索

病院・医師検索

病状やバイタルデータからリコメンド

医療人材の拡充

広告・メディア(集客・送客)

オンライン診療(SOKUYAKU)

オフライン診療(クリニック等)

調剤薬局

物流(倉庫・宅配網)

1 適切なターゲット・買収時期の検討

- 随時更新するM&Aマッピングと照らし合わせて、ターゲット領域に属し、シナジーを見込める企業・事業かを判断
- 候補企業の継続的な情報収集・交換を行い、適切なタイミングで買収

2 割安・適正価格での買収

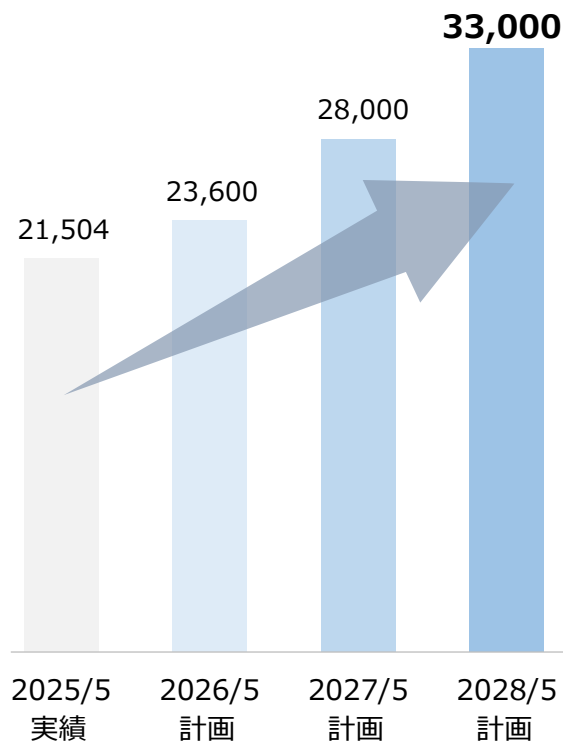
- 厳格な価格目線を持って交渉を実施
- 金融機関等からの持ち込みに対応するだけでなく、リレーションを活かし、候補企業と相対での交渉を行うことにより、割安な価格での買収を企図

3 デューディリジェンス（DD）による精査の徹底

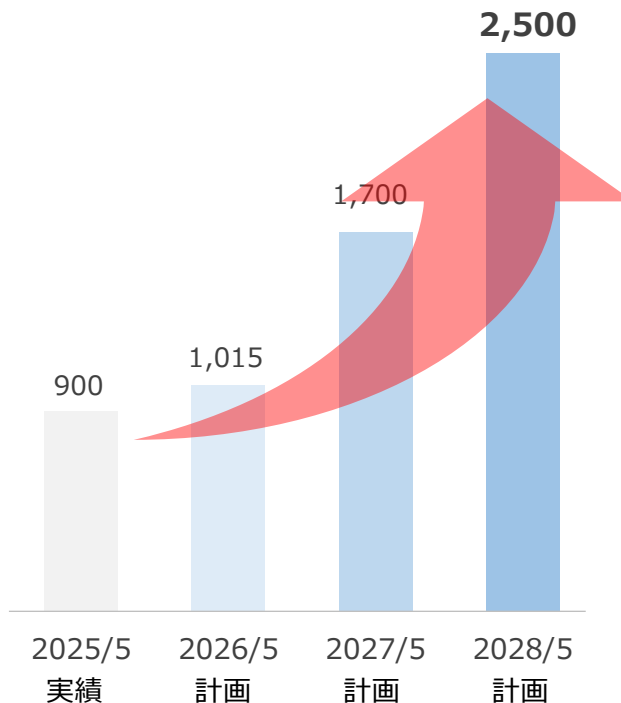
- M&Aマッピングの作成・更新により、あらかじめターゲット領域の環境調査及びナレッジの蓄積を行うことにより、限られた期間において効果的にDDを実施
- 事業、法務、財務・税務等の各項目を詳細に調査
 - ✓ 特に法務に関しては、広告をはじめ厳格なコンプライアンス管理体制を構築しており、過去・現在の内容や今後の方針等を詳細に確認

単位：百万円

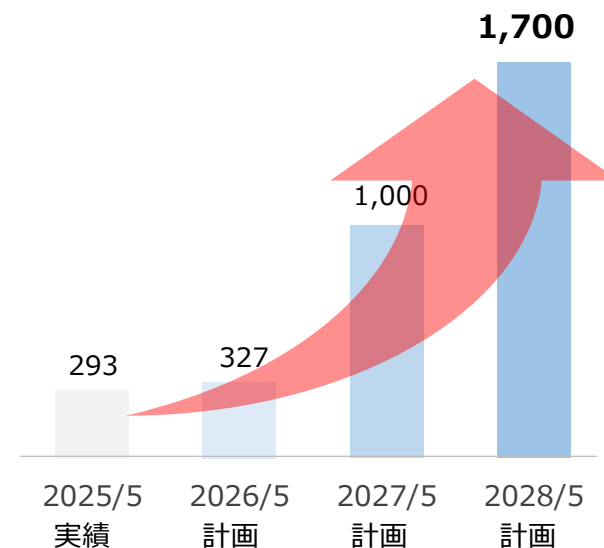
売上高



EBITDA



営業利益



- 前回中計では【加速度的な“売上”成長方針(2030年売上目標1,000億円)】を第一に掲げていたが、今回中計より財務健全性や株主還元等を重視した【加速度的な“収益”成長方針】へシフト
- 3か年に限らない長期的な収益の最大化を目指し、投資と回収の両輪追求により効率的な広告投資を継続することに加え、SOKUYAKUヘルスケア経済圏のネットワーク外部性を高めることで売上拡大を一定程度狙いつつも、グループシナジー強化による経費の圧縮等を図ることで高い収益を確保する方針

- 前期比+17%の積極的な広告投資をしつつも、EBITDAについても前期比+13%の両面拡大を狙う

	2025/5	2026/5	増減
売上高	21,504百万円	23,600百万円	+10% +2,096百万円
広告費	3,698百万円	4,328百万円	+17% +630百万円
EBITDA	900百万円	1,015百万円	+13% +115百万円
【参考】 広告費控除前EBITDA	4,598百万円	5,343百万円	+16% +745百万円

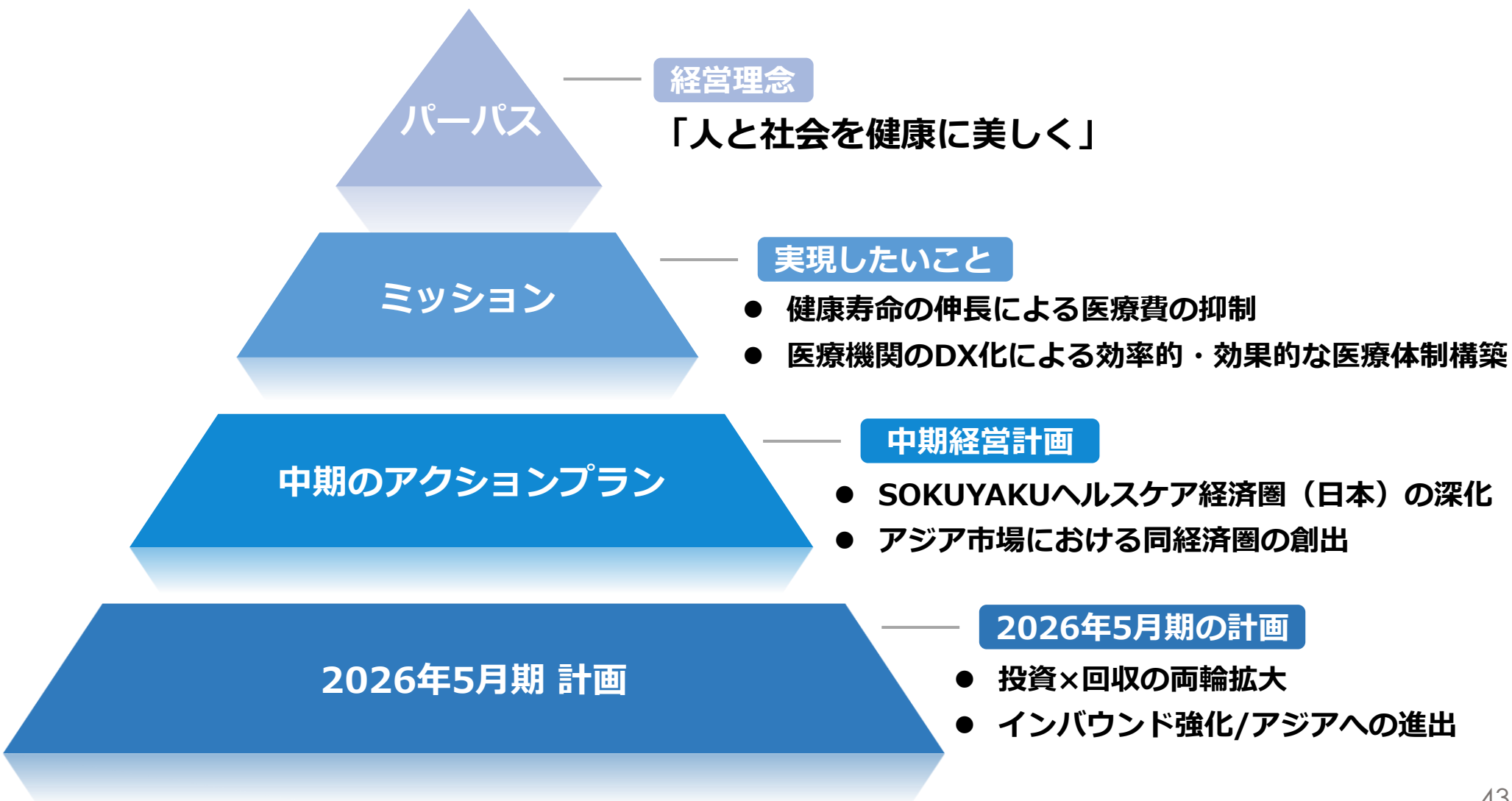
	2025/5	2026/5	増減
売上高	21,504百万円	23,600百万円	+ 2,096百万円
メディカルケアセールス事業	5,735百万円	5,850百万円	
ヘルスケアセールス事業	6,082百万円	6,850百万円	
ヘルスケアマーケティング事業	9,686百万円	10,900百万円	
売上総利益	9,573百万円	10,855百万円	+ 1,282百万円
売上総利益率	44.5%	46.0%	
販管費及び一般管理費	9,283百万円	10,527百万円	+ 1,243百万円
うち広告費	3,698百万円	4,328百万円	
EBITDA	900百万円	1,015百万円	+ 115百万円
Margin	4.2%	4.3%	
メディカルケアセールス事業	550百万円	762百万円	
ヘルスケアセールス事業	543百万円	485百万円	
ヘルスケアマーケティング事業	189百万円	439百万円	
営業利益	293百万円	327百万円	+ 34百万円
営業利益率	1.4%	1.4%	
メディカルケアセールス事業	507百万円	718百万円	
ヘルスケアセールス事業	41百万円	45百万円	
ヘルスケアマーケティング事業	127百万円	237百万円	
経常利益	231百万円	240百万円	+ 9百万円
経常利益率	1.1%	1.0%	
親会社株主に帰属する当期純利益	87百万円	100百万円	+ 13百万円
親会社株主に帰属する当期純利益率	0.4%	0.4%	



会社概要



- 経営理念に沿った一貫性のあるミッション・計画を構築・実行
- 事業を通じて、日本が直面する深刻な社会問題解決を目指す



メディカルケアセールス事業

オンライン診療・服薬指導プラットフォーム + 医薬品等のD2C

医薬品・医薬部外品のD2C事業

オンライン診療・服薬指導
プラットフォーム



SOKUYAKU



防風通聖散



八味地黄丸



加味逍遙散



防己黄耆湯



【第1類医薬品】
ミノカミングシリーズ

ヘルスケアセールス事業

健康食品・化粧品等のD2C



酵素素328選シリーズ



カフェ
リーチェ



WEEED
シリーズ



LILAY
シリーズ



ヘルスケアマーケティング事業

ブランディング・BPOサービス



キャスティング・広告



テレビショッピング



卸事業



ウェブマーケティング



物流



DMマーケティング

セグメント名	内容	詳細
メディカルケア セールス	SOKUYAKU	➤ オンライン診療・服薬指導・薬の宅配プラットフォーム ➤ 医療機関向けマーケティング支援・DX化支援
ヘルスケア セールス	D2C (EC通販)	➤ 医薬品 D2C  肥満症・便秘 びくみに 経閉・閉経期 軽い頭痛 月経不順 更年期障害 不眠症に 多汗症 びくみに 【第1類医薬品】 ミノカミングシリーズ ➤ 健康食品・化粧品等 D2C  酵素素328選 シリーズ カフェリーチェ シリーズ FINE BASE シリーズ 化粧品アイテム
ヘルスケア マーケティング	B2B	➤ ヘルスケア関連のD2C事業者に対するブランディング・BPO※サービス

※ BPO = Business Process Outsourcingのことで、顧客企業の業務オペレーションを受託するサービス

- 会社名 ジェイフロンティア株式会社
- 本社所在地 東京都渋谷区桜丘町9番8号
- 支店所在地 埼玉県越谷市流通団地四丁目1番地3（薬店：くすりの健康日本堂）
千葉県野田市関宿台町2188番地（薬店：JFD野田店）
- 設立年月日 2008年6月10日
- 事業内容
 - メディカルケアセールス事業
 - ヘルスケアセールス事業
 - ヘルスケアマーケティング事業
- 代表取締役 中村 篤弘（1980年7月9日生）
- 資本金 564,406千円（2025年5月末）
- 従業員数 連結：202名 単体：64名（2025年5月末）

代表取締役社長

中村 篤弘

東証一部上場企業クリエイトSDホールディングス（証券コード：3148）にて、ドラッグストアでの販売業務からスタートし、インターネット広告代理店の責任者を経て、2010年6月にモバイルフロンティア（現 当社）の代表取締役社長に就任。

取締役

樋口 雄也

有限責任あずさ監査法人勤務後、経営共創基盤を経て、AIGATEキャリア（現 ツナググループコンサルティング）の代表取締役に就任。2025年2月より当社取締役就任。

取締役

蓮見 智威

電通を経て、複数の事業会社の代表取締役および取締役に就任。2025年8月より当社取締役就任。

社外取締役

今村 彰利

モルガン銀行（現 JPモルガン・チェース銀行）、バンクオブアメリカ日本証券（現 BofA証券）をはじめとする金融機関に勤務後、複数の事業会社の社外取締役に就任。2023年8月より当社取締役就任。

社外取締役

古川 一輝

青木恵一税理士事務所（現 税理士法人青木会計）などを経て、グロウ・コンサルタント取締役に就任。2023年8月より当社取締役就任。

社外取締役

秋田 勉

ダイエーを経て、Oakキャピタル（現 UNIVA・Oakホールディングス）など複数の事業会社の取締役に就任。2025年2月より当社取締役就任。

常勤監査役

小山 孔司

アクセンチュアのパートナーとして、国内外でグローバル企業のコンサルティングに関与。米国本部(シカゴ市)での勤務経験も有する。また、明治大学大学院にて、若手人材の育成にも従事。2016年5月より当社監査役に就任。公認会計士。

監査役

榑原 一久

後藤・日浅法律事務所（現・司綜合法律事務所）パートナー弁護士。東京弁護士会副会長や、上場企業及び上場準備企業で社外監査役等を歴任。2021年3月より当社取締役就任。2022年8月からは監査役に就任。

社外監査役

木下 晋吾

エフアンドピー代表取締役。VC、大阪証券取引所等にてIPO業務などに従事後、フレイ・ホールディングスにて上場企業及び上場準備企業で投資先役員等を歴任。2024年7月から当社一時監査役に就任。

2008年6月	モバイルフロンティア(株) (現 当社) 設立 広告代理業におけるキャスティング広告を開始
2011年9月	本社を東京都渋谷区渋谷2丁目に移転
2012年8月	自社ブランドの健康食品の公式サイト 「酵水素328選」を開設
2013年6月	自社ブランドの健康食品「酵水素328選生サプリメント」を発売
2014年6月	ジェイフロンティア(株)に商号変更
2016年12月	くすりの健康日本堂公式通販サイト開設
2018年6月	自社ブランドの健康食品「酵水素328選もぎたて生スムージー」を発売
2019年5月	調剤薬局「健康日本堂調剤薬局 赤坂店」を開設
2019年11月	漢方薬「生漢煎®防風通聖散」等を扱うECサイトを(株)アインファーマシーズより事業譲受し、 「JFDオンラインショップ」として開設
2020年4月	電話による服薬指導及び処方箋医薬品の宅配開始
2021年2月	オンライン診療・服薬指導プラットフォームサービス 「SOKUYAKU」アプリを配信開始
2021年4月	「SOKUYAKU」による処方箋医薬品の当日宅配 エリアが東京23区及び横浜市にまで拡大
2021年8月	東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場

2021年10月	医師不足に悩むエリアを中心に、「SOKUYAKU」 端末設置サービスを提供開始
2022年1月	「SOKUYAKU」ASPサービスを提供開始 ヘアケアブランド「LILAY」事業を譲受 「SOKUYAKU」にて特許取得 (特許番号6995174号)
2022年10月	自治体が運営するオンライン診療窓口の運営受託 サービスを開始
2023年6月	薬局・ドラッグストア特化型「医薬品・日用品・食品 デリバリーサービス」を開始
2023年12月	ECサイトを統合・刷新し、新たに「SOKUYAKUウェ ルネス」をリリース
2024年4月	本社を東京都渋谷区桜丘町に移転 健康経営を推進する企業向けの新サービス 「SOKUYAKUベネフィット」提供開始
2024年9月	東京農業大学の上地由朗教授と共同開発した 「SOKUYAKU米」を収穫
2025年3月	株式会社HUMEDITとの資本業務提携
2025年6月	TikTok Shop運用支援サービスの提供を開始



事業概要

JF JFRONTIER

SOKUYAKU事業

オンライン診療、オンライン服薬指導、処方薬配送まで「一括提供のプラットフォーム」を展開



病院・薬局 検索



- 「エリア」「症状」「口コミ」等により、オンライン診療の医師を検索・診療予約
- 同時にオンライン服薬指導を受ける薬局を選択

オンライン 診療



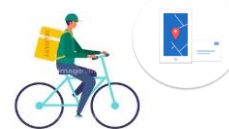
- 提携病院の医師による診察
- 診察後、薬局に処方箋を送付

オンライン 服薬指導



- 提携薬局の薬剤師による服薬指導

薬の配送



- バイク便・メール便等により、患者宅に配送

Point 01

D2C（通販）事業を通じて蓄積した消費者向けの非対面ビジネスのノウハウを投下することで、病院・薬局へのシステム導入に留まらず、「いかにユーザーに利用してもらえるか」を追求

Point 02

オンライン診療・服薬指導・処方薬の配送まで、ワンストップで提供できるサービスとして特許を取得（特許 第6995174号）

いつでも・どこでも・誰でも、医師・薬剤師と繋がり、薬が受け取れる社会を実現



- 家事・育児の隙間時間でも...
- 仕事の休憩時間でも...
- 深夜・早朝・土日でも...

いつでも

01



- 旅行先からでも...
- 子供の保育園からでも...
- 自宅からでも...
- オフィスからでも...

どこでも

02

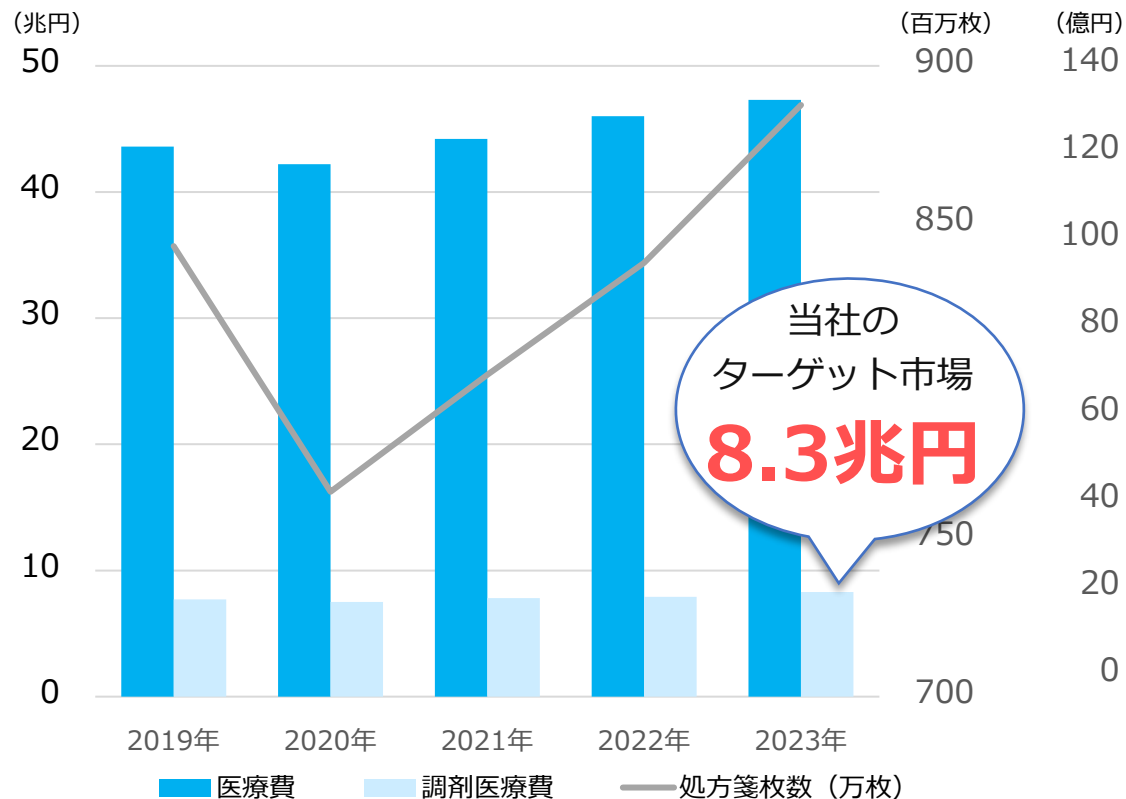


- 近くに医師・薬剤師がいない方でも...
- 外出が困難な方でも...
- 忙しい方でも...

誰でも

03

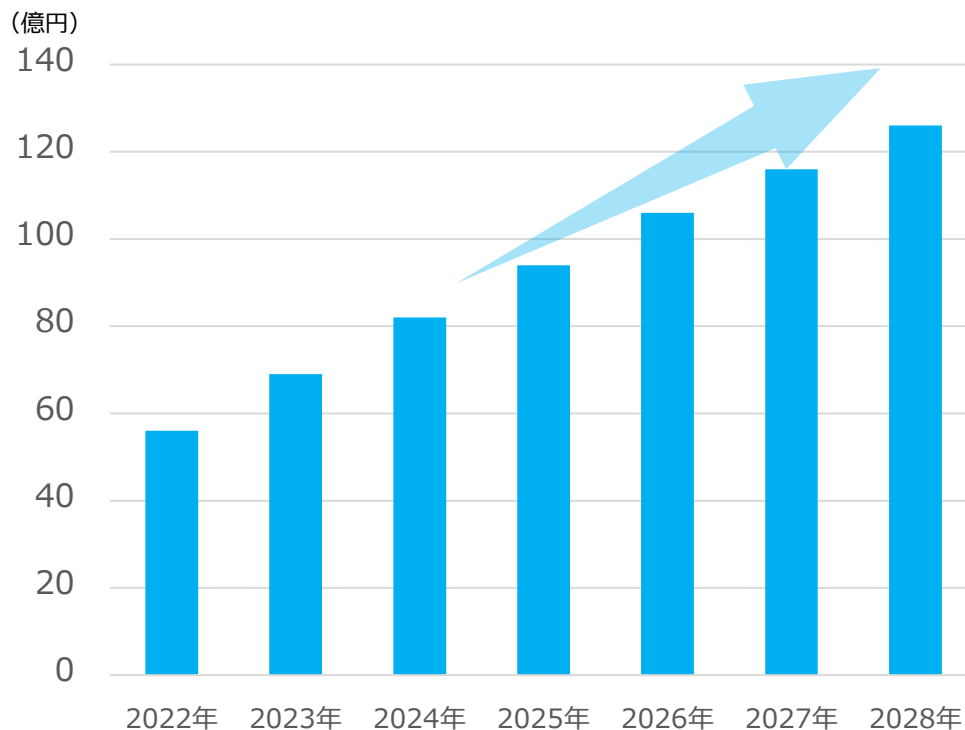
医療費に占める薬剤費の推移



出所：厚生労働省「医療費の動向調査」「調剤医療費の動向」

8.3兆円の市場のEC化を目指す

オンライン診療市場

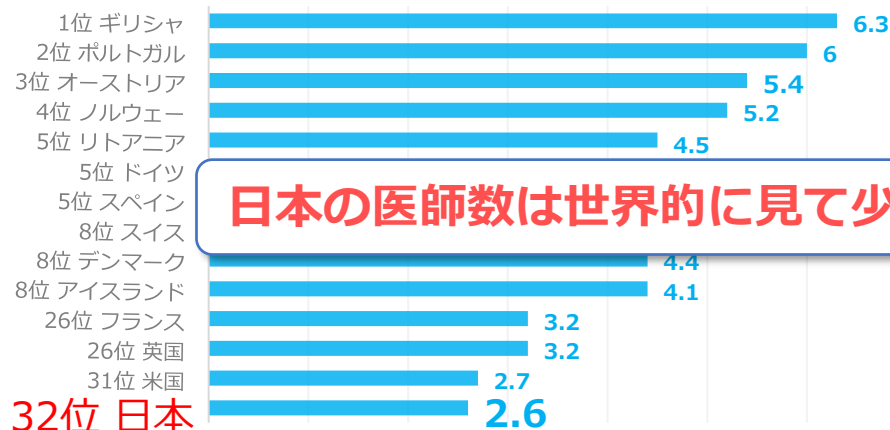


出所：富士キメラ「ウェアラブル/ヘルスケアビジネス総調査2024」

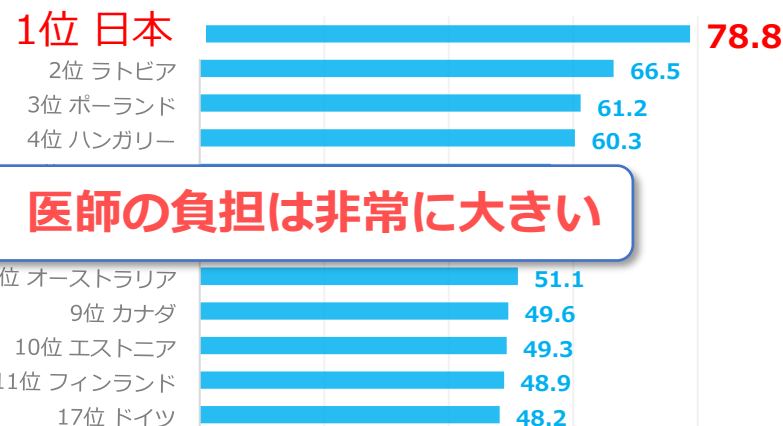
**2028年のオンライン診療市場規模は
126億円と予測**

➤ 現在も将来も「医療従事者数」は不足しており、医療現場の効率化・生産性向上が必要

人口千人当たりの医師数(人)



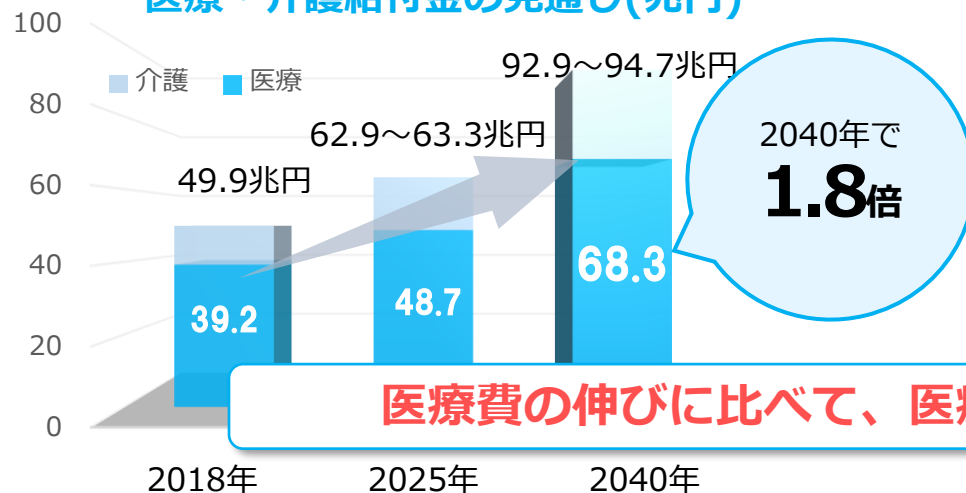
医師1人に対する65歳以上人口(人)



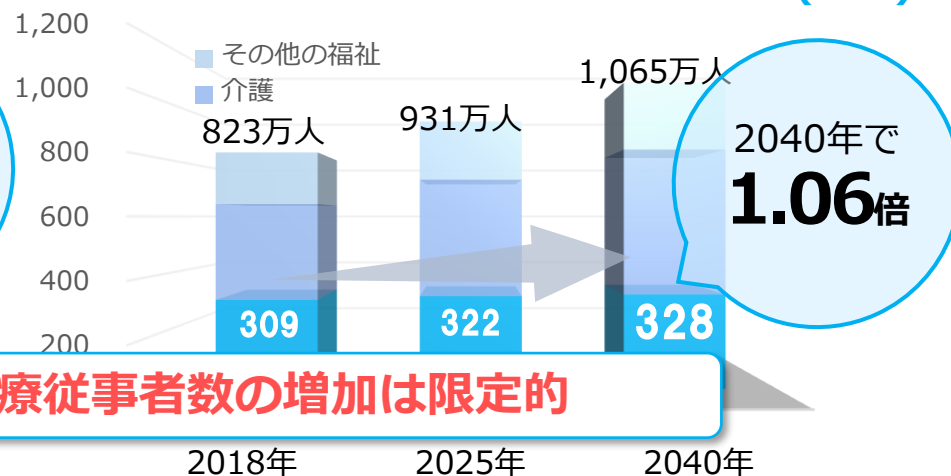
日本の医師数は世界的に見て少なく、医師の負担は非常に大きい

出所：OECD 2023年データ

医療・介護給付金の見通し(兆円)



医療福祉分野における就業者の見通し(万人)



医療費の伸びに比べて、医療従事者数の増加は限定的

医療機関の実態

全国の病院・診療所の数

約18万施設※1

→ 内、コロナ禍2021年6月末オンライン診療（電話診療）の導入率は15.0%※2



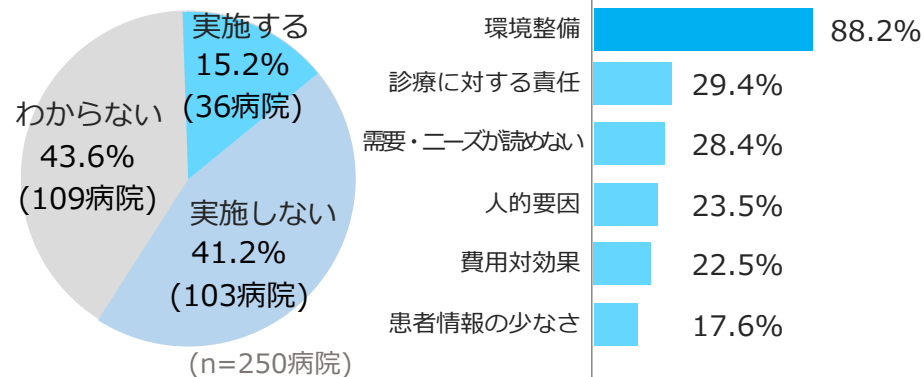
病院の経営状況

約70%が赤字経営※3

オンライン診療導入の裾野は広い
(赤字病院の収益改善の一手にも)

※1.厚生労働省「医療施設動態調査（令和6年7月末概数）」（2024年10月）
※2.総務省 令和4年版 情報通信白書（2022年7月）
※3.日本医師会・四病院団体協議会「【緊急調査】2024年度診療報酬改定後の病院経営状況調査の結果等について」（2024年3月）

オンライン診療導入への医療機関の関心度



関心度は高いが、
システムを含めた環境整備がボトルネック

出所：メディカル・データ・ビジョン社の実施したアンケート調査（2020年4月13日）

当社が基本料「無償」で病院のオンライン診療の環境整備をサポート

- 各当事者のオンライン化によるメリットは下記の通りで、社会課題に密接に関連
- 少子高齢化の加速・慢性的な医療人材不足に悩む日本において、オンライン化の意義は大きい

メリット

関連する社会課題

患者



- 距離的・時間的制約の排除
- 適切なタイミングでの受診による重症化の抑制
- 院内感染のリスク削減

- 地域の医療格差是正
- 医療費の削減
- パンデミック対策



医師・ 薬剤師



- 慢性疾患をはじめとする患者の診療の継続促進
- 患者宅への往診回数削減などの効率化

- 医療従事者不足の改善・働き方改革
- 医療の質向上

医療機関



- 他県などエリア外からの患者の集客
- 受付・会計など事務員の負担軽減

- 悪化する経営状況の改善
- 人手不足の改善



企業



- 仕事と医療機関受診の両立による病気重症化予防
- 診療のための通院に伴う遅刻・早退・欠勤の改善

- 社員の健康維持（健康経営）
- 生産性の向上



- 足元国内でもオンライン診療・服薬指導にかかる規制緩和が加速
- 社会課題への政府の対応として、今後も関連規制の更なる緩和が見込まれる

2018年4月

オンライン診療料などが新設

- 初診から6か月以上経過した患者で、3か月に1回の対面診療が必要など、厳しい制限あり

2020年4月

一時的に要件が緩和

- コロナ拡大による時限的措置として、初診でのオンライン診療・オンライン服薬指導が解禁など

2021年6月

初診からのオンライン診療の恒久化

- 時限的措置であった初診からのオンライン診療の恒久化が決定

2022年4月

①オンライン診療の診療報酬引き上げ

- オンラインの初診料が対面診療の7割から9割弱に引き上げ

②オンライン服薬指導への導線が増加

- オンライン診療後だけでなく、対面診療後もオンライン服薬指導が可能に

2022年9月

在宅の薬剤師によるオンライン服薬指導の開始

- 薬剤師と薬局が連絡可能な状態であれば、薬局外でのオンライン服薬指導が可能に

2023年7月

コロナの特例措置が終了

- 電話でのオンライン対応終了に伴い、医療機関からのオンラインシステム導入問合せが増加
- 初診での薬の処方箋は7日分に制限されていたが、日数制限が廃止

2024年1月

オンライン診療受診場所の緩和

- 学校や通所介護（デイサービス）事業所などでオンライン診療の受診が可能に

- 医療のオンライン化の普及を阻害する要因をSOKUYAKUでは解消
- その証左として、病院・薬局の提携数、ユーザー数は急拡大中

オンライン化の阻害要因

病院・薬局側

システムの費用負担大

- 病院の7割が赤字経営、薬局は薬価を国が決めるため利益率が低く、設備投資する余裕がない
- 他サービスは導入費用・月固定費を病院・薬局から徴収する模様

患者誘導の広告は法律で禁止

- 病院・薬局はシステムを導入後、独自に患者を集客する必要あり
- 但し集客ノウハウはなく、広告費の捻出も困難
- 保険診療では、患者誘導の広告が法律で禁止

システム利用のオペレーションが構築不可

- 医療現場は繁忙であり、システムの動作確認・予約確認まで手が回らない

患者側

薬の受取に時間と手間が発生

- 他サービスは、診療と服薬指導システムが別々に存在している模様
- 結果、診療から薬の受取まで3~4日経過してしまう（処方箋の有効期限は4日間）

受診料高 患者負担額にバラつき

- 病院・薬局はシステム費用回収のために、患者に対し手数料を上乗せ
- 患者は診察料のほか、各病院・薬局が個別に定めた金額(平均900円程度)を追加で支払う必要あり

SOKUYAKUの打ち手

病院・薬局は基本料が無料で導入

- 病院には基本料無料で診療数に対して従量で利用料を徴収
- 薬局には完全無償で導入
- 患者から、オンライン診療とオンライン服薬指導1回毎に250円の利用料を徴収

広告費は当社負担 独自に集客

- SOKUYAKU上で当社が患者を集客し、病院・薬局に送客
- D2C事業をはじめ、非対面ビジネスで培ったノウハウを活かし、効果的・効率的に集客

手厚いサポート

- 病院・薬局に対するオンボーディング、カスタマーサクセス機能を充実化
- 前日にリマインドの連絡まで行うなど、サポートを拡充

薬の受取も一気通貫したシステム構築

- 病院検索→オンライン診療→オンライン服薬指導→薬の宅配、一連の患者の診療体験が1つのアプリで完結（特許取得）
- オンライン診療～薬の受取まで最短1時間で完結

1回250円で明瞭な料金設定

- 患者は250円/回のオンライン診療・服薬指導の利用料のみ
- 追加手数料の支払いなく、利用が可能

オンライン化の阻害要因（病院・薬局側）

1 導入費用や月額利用料等の**システムの費用負担が重い**

背景・理由

- 他社サービスは病院・薬局への**導入費用・月額利用料**が収益源

SOKUYAKUの打ち手【差別化ポイント】

- 病院・薬局は**基本料無料で導入することが可能**
- 1診療ごとに、患者からオンライン診療・服薬指導の料金 各250円を徴収

	ターゲット	病院			薬局			
		システム	紹介・予約	オンライン診療	システム	紹介・予約	オンライン服薬指導	薬の宅配
当社	患者	初期：無料 月額：基本無料	基本料 無料 患者の紹介 まで	有料 患者から 250円/回	初期：無料 月額：基本無料	基本料 無料 患者の紹介 まで	有料 患者から 250円/回	有料 配送原価 のみ徴収
他社例	病院・薬局	有料 初期：数十万円 月額：数万円 等	- 検索・予約 のみ	有料 患者への請求は 病院に一任	有料 初期：数十万円 月額：数万円 等	- 検索・予約 のみ	有料 患者への請求は 薬局に一任	有料 患者への請求は 薬局に一任

オンライン化の阻害要因（病院・薬局側）

2 病院・薬局は、**患者誘導の広告が法律で禁止**されている

背景・理由

- 赤字経営の病院等が多く、**広告費の捻出**が不可能
- 保険診療においては、患者誘導の広告が**法律で制限**（そもそも広告ノウハウがない）

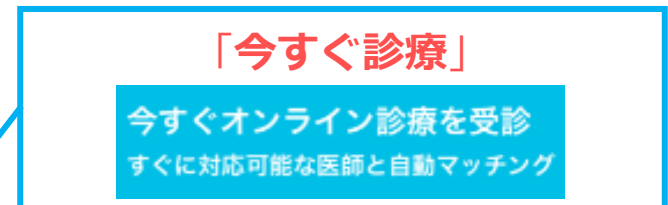
SOKUYAKUの打ち手【差別化ポイント】

- ウェブ・マスマーケティングにより、**当社が集客**を実施
- 「今すぐ診療」等により、**当社が送客**

ウェブ・マスマーケティングにより、患者を集客



患者を送客



オンライン
診療



オンライン化の阻害要因（病院・薬局側）

3 システムを利用した**オペレーション**が構築できない

背景・理由

- 日々のオペレーションで医療現場は繁忙であり、**動作確認をする時間がない**

SOKUYAKUの打ち手【差別化ポイント】

- カスタマーサクセス、オンボーディングなどの各機能を強化し、**手厚くサポート**
- **診療予約から薬の受取までの完結率が95%超**



Webミーティング
(Zoom、Teamsなど)



コールセンター
(フリーダイヤル)



メール



迅速にアドバイスやサポート



オンライン化の阻害要因（患者側）

4 薬の受取までに**時間と手間がかかる**

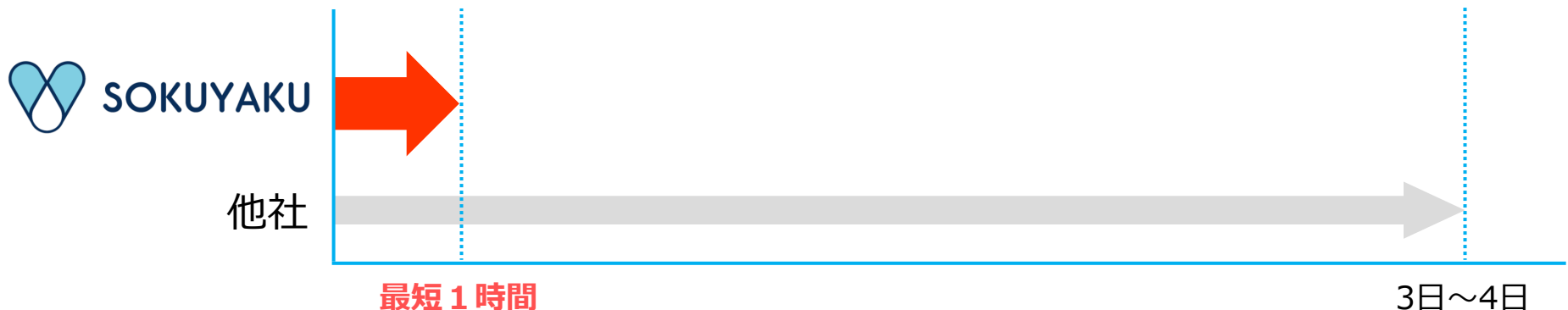
背景・理由

- 他社サービスでは、診療システムと服薬指導システムが**別々に存在**
- その結果、**診療から薬の受取まで 3～4 日**かかるケースあり

SOKUYAKUの打ち手【差別化ポイント】

- 患者バリューチェーンを**1つのアプリで完結。ユーザビリティ高いUI/UX**
- 診療から薬の受取まで、**最短 1 時間**

診療から薬の受取時間の比較



➤ SOKUYAKUでは患者のバリューチェーンがワンストップで完結



SOKUYAKU 患者バリューチェーン

病院・薬局の検索



オンライン診療



オンライン服薬指導



薬の宅配



SOKUYAKUではワンストップでカバー※

※ 特許取得：特許第6995174号

他社はシステムが独立

X社

Y社

Z社

A社プラットフォーム

B社プラットフォーム

C社プラットフォーム

A社プラットフォーム

B社プラットフォーム

D社

E社

F社

オンライン化の阻害要因（患者側）

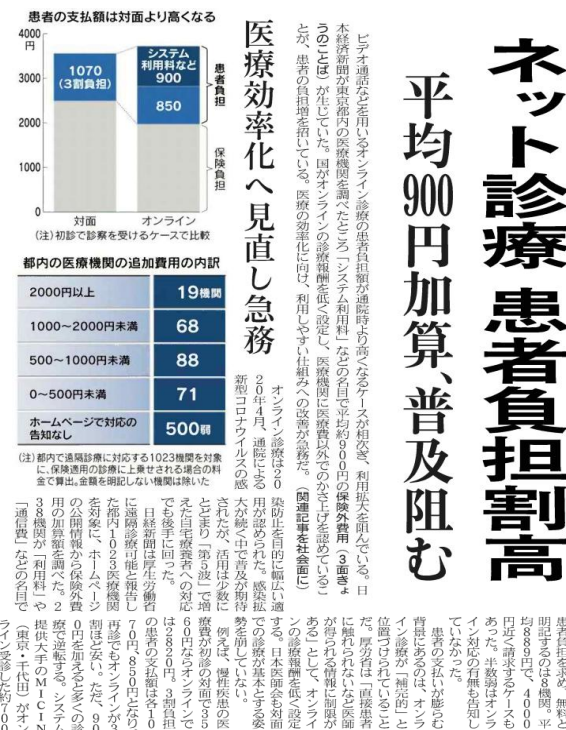
5 受診料が対面診療より高く、病院・薬局毎に患者の負担額にバラつきがある

背景・理由

- 他社サービスでは、病院・薬局の費用負担(導入費用・月額利用料)が重いという認識
- その結果、**各病院・薬局の判断で患者に対して手数料を上乗せ**請求

SOKUYAKUの打ち手【差別化ポイント】

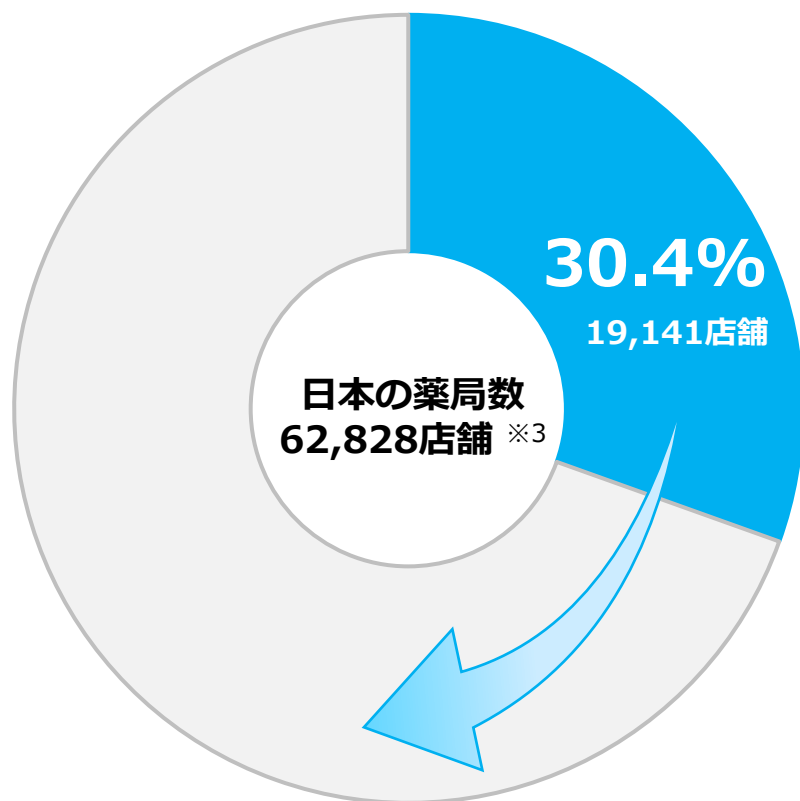
- **病院・薬局は基本料無料**で導入可能
- 対面診療との報酬差異をオンライン診療の**実施回数で補填**(当社が集客・送客)
- 病院・薬局でのオンラインオペレーションを統一
- 患者は**250円/回の利用料のみ**で、追加手数料の支払いなく、**明瞭な料金設定**



- 多店舗展開の薬局・ドラッグストアを中心にSOKUYAKUの導入が進む
- 足元での提携数は19,000店舗を超えて、人口カバー率※¹も約91%を達成

薬局への導入シェア ※²

～2021年のサービス開始以降、急速にシェアを拡大～



直近導入事例



ウエルシア薬局



日本調剤

日本調剤

既存導入事例



ツルハドラッグ

ツルハドラッググループ

(グループ会社を含むツルハグループの調剤薬局全店に導入)



I&H (阪神調剤グループ)

※¹.人口カバー率について 市区町村単位で提携薬局が1件以上あれば当該市区町村はカバーしているとし、「令和2年国勢調査 人口等基本集計」をもとに算出

※².2024年11月末時点のSOKUYAKU導入数 ÷ 日本の薬局数

※³. (出所) 厚生労働省「衛生行政報告例」令和5年度 薬局数より

ユーザーのニーズに応じた受け取り方法を整備

処方薬の受け取り方法一覧

1 当日配送

展開地域 : 日本全国（離島・僻地を除く）

内容 : オンライン診療から薬の受取まで最短1時間で

配送料金 : 600円（税抜）～

2 翌日配送

展開地域 : 日本全国（離島・僻地を除く）

内容 : 16時までに服薬指導を実施すれば、翌日中に薬を受け取ることが可能

配送料金 : 500円（税抜）～

3 セブンイレブン店舗での受け取り

展開地域 : 東京都、神奈川県、埼玉県の一部の

セブンイレブン1,062店舗

内容 : 16時までに服薬指導を実施すれば、翌日中に薬を受け取ることが可能

配送料金 : 無料

4 薬局店頭での受け取り

展開地域 : 日本全国

内容 : 薬局で処方薬を受領

配送料金 : 無料



オンライン診療プラットフォーム

➤ 会員数・利用回数増加などによる収益最大化を図る

【保険診療】

オンライン診療 利用料

➤ 1回250円

【保険診療】

オンライン服薬指導 利用料

➤ 1回250円

【保険診療】

「SOKUYAKUプレミアム」

➤ 月額500円

【自由診療】

オンラインクリニック
(オンライン診療・薬の定期配送)
➤ 診療メニューに応じて設定

福利厚生サービス
「SOKUYAKUベネフィット」
➤ 企業に応じて月額利用料を設定

医薬品・日用品・食品
デリバリーサービス
➤ 商品購入額の定率利用料

自治体向けサービス
(オンライン診療センター等)
➤ 自治体との契約内容に応じて設定

SOKUYAKU端末
設置サービス
(病院・公民館等)
➤ システム利用料

病院・薬局向けサービス

➤ プラットフォームを活かした提携先への拡販により、サービスの急拡大を図る

医療機関のホームページ制作

➤ 制作料（保守管理は月額料金）



医療機関の広告運用料

➤ 契約内容に応じて設定



※顧客との契約内容などに応じての変更があるため、一例を記載

- サブスクリプションプランとして「SOKUYAKUプレミアム」でストック型の収益モデル拡大を図る

「SOKUYAKUプレミアム」の概要

内容

:

オンライン診療・服薬指導にかかる各250円（税抜）の手数料が無料
（回数制限なし、家族アカウントも無料）

月額
利用料

:

500円（税抜）
※年間契約5,000円（税抜）で月間契約をするよりも、1年で1,000円お得に



- SOKUYAKU事業の収益性改善を図るため、2024年6月に利用料・送料を改訂
- 一部のクリニックからはシステム利用料の徴収開始

利用料・送料の改定

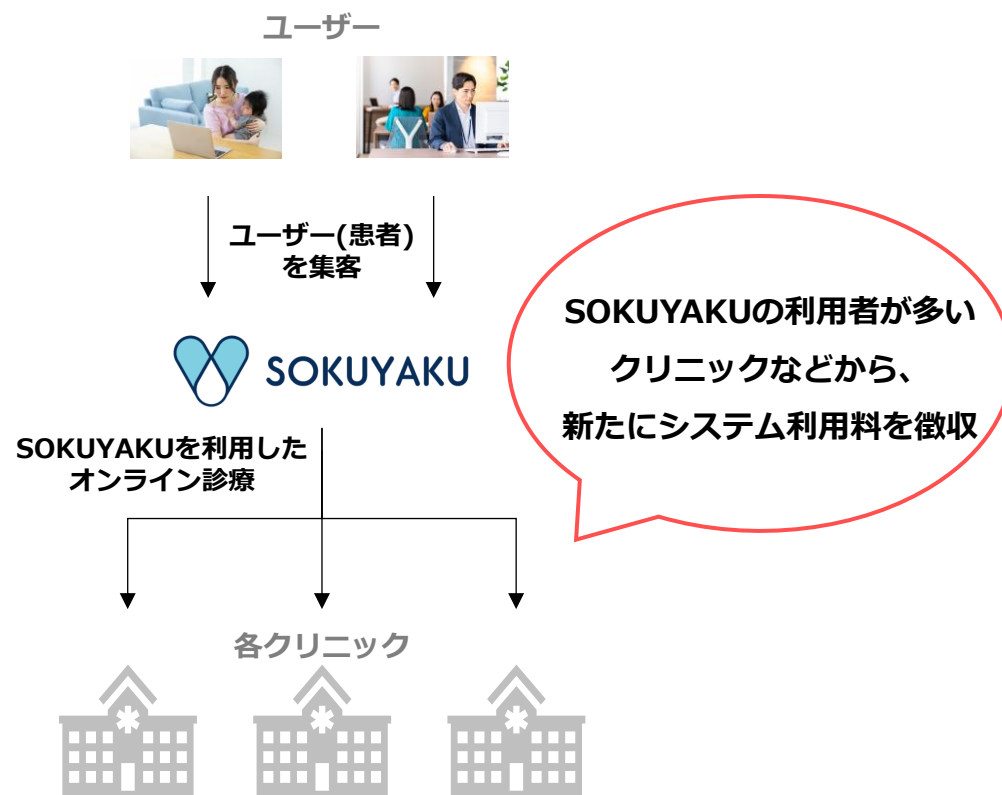
■ 診療・服薬指導1回ごとの利用料金

	改定前	改定後
診療	150円(税抜)～	250円(税抜)～
服薬指導	150円(税抜)～	250円(税抜)～

■ 当日配送・翌日配送の送料 ※1

	改定前	改定後
当日配送	500円(税抜)～	600円(税抜)～
翌日配送	400円(税抜)～	500円(税抜)～

システム利用料の徴収開始



※1.薬局店頭での受け取り及び対象のセブンイレブン店舗での受け取りに関しては引き続き無料

- 保険診療も自由診療も対応可能
- 日本の法規制に即して、異なる方針でサービスを展開

	保険診療	自由診療
サービスの展開方針	➤ SOKUYAKUのプラットフォーム上に患者様を集客し、提携している病院・薬局に送客 ➤ 患者様からオンライン診療の利用料を徴収 【上記差異が生じる背景】 ➤ 保険診療においては、国が診療費の7割を負担することから、広告宣伝を行って特定の病院・薬局へ送客することが法律で規制 ➤ 一方で、自由診療においては、10割自己負担であるため、特定の病院への送客が可能なため、当社と提携するオーロラクリニックへ送客	➤ 集客した全ての患者様を、当社と提携するオーロラクリニックに送客 ➤ 患者様から医薬品の料金などを受領（定期販売）
診療科・メニューなど	➤ 内科・小児科・耳鼻科・眼科・消化器科など、SOKUYAKUとの提携病院の様々な診療科目に対応 【利用が多い患者様の一例】 急に発熱された方 (時間がないけど、薬は処方してもらいたい)  慢性的な疾患をお持ちの方 (毎月の決まった薬を効率的にもらいたい) 	➤ ピル・美肌・AGAなど (取り扱う診療科目・医薬品は、随時拡大を予定)  

- 法人向けサービスとして施設や企業向けの日用品宅配サービス「SOKUYAKUデリバリープラス」を提供
- 各施設や企業は、SOKUYAKUの法人アカウントを開設することで、SOKUYAKUのWEBブラウザからドラッグストア・薬局の商品の発注が可能

SOKUYAKU デリバリープラス

施設様や企業様にて入居者や従業員の欲しいものをまとめて注文可能。
面倒な明細書作成や会計処理も
SOKUYAKUが代行します。



- 企業の健康経営を支援するサービスとして、SOKUYAKUベネフィット(法人プラン)を提供
- 企業は社員向けの福利厚生としてSOKUYAKUの利用が可能になり、導入企業に勤める社員はより簡単に医療機関への受診が可能
- 業種業態やエリア問わず、健康経営優良法人にも続々と導入が進展

SOKUYAKUベネフィット サービス概要

- オンライン診療、オンライン服薬指導、処方薬の配送(最短1時間)
- お薬メモ(お薬手帳)
- 薬剤師への健康相談(チャット)
- 日用品・医薬品のついで買いサービス



ご利用イメージ

対面診療

Before



午前中休で病院へ



クスの受け取りで
近くの薬局へ



準備して出社



業務開始

SOKUYAKU
ベネフィット

After



午前中から通常業務



休憩中にオンライン診療！
服薬指導を受診



業務再開



会社もしくは自宅で
クスの受け取り

※あくまでも利用イメージとなりますので、診療内容によって異なります。

➤ SOKUYAKU端末を設置することで、高齢者を含む地方の医療難民をサポート

SOKUYAKU 端末設置サービス

～ 医師不足に悩む地域の医療難民・医療機関を支援 ～

ユーザーの課題 : 通院に片道数時間かかる

医療機関の課題 : 医師不足、採用も困難

当社のソリューション

病院・介護施設・公民館などに、操作が容易なSOKUYAKU端末を設置することで
専門医による遠隔医療を受けることが可能に

(アプリの利用が困難な高齢者が、ヘルパー・看護師のサポートを受けながら、SOKUYAKUの利用が可能)



収益モデル 初期導入費用・月額システム利用料を病院・介護施設などから受領

内容

収益
モデル

D2C事業

- オリジナルの医薬品、健康食品、化粧品等のD2C事業を展開
- また、商品ブランドを保有する企業のM&Aにより商品ラインナップの多角化を推進

メディカルケアセールス

医薬品・医薬部外品



ホワイピュア

しみ、そばかすに効く商品



W・薬用美白
パーフェクトクリーム



【第一類医薬品】
ミノカミング

発毛剤



防風通聖散

肥満・むくみ等改善



防己黄耆湯

月経不順・更年期障害等改善



加味逍遙散

ヘルスケアセールス

酵素素328選 ヘルキュット



脂肪を消費しやすくする
機能性表示食品

酵素素328選もぎたて 生スムージー



置き換えダイエット食品

酵素素328選生サプリメント



ダイエット時の栄養補給サプリメント

カフェリーチェ



2021年6月
より発売



2023年12月
より発売

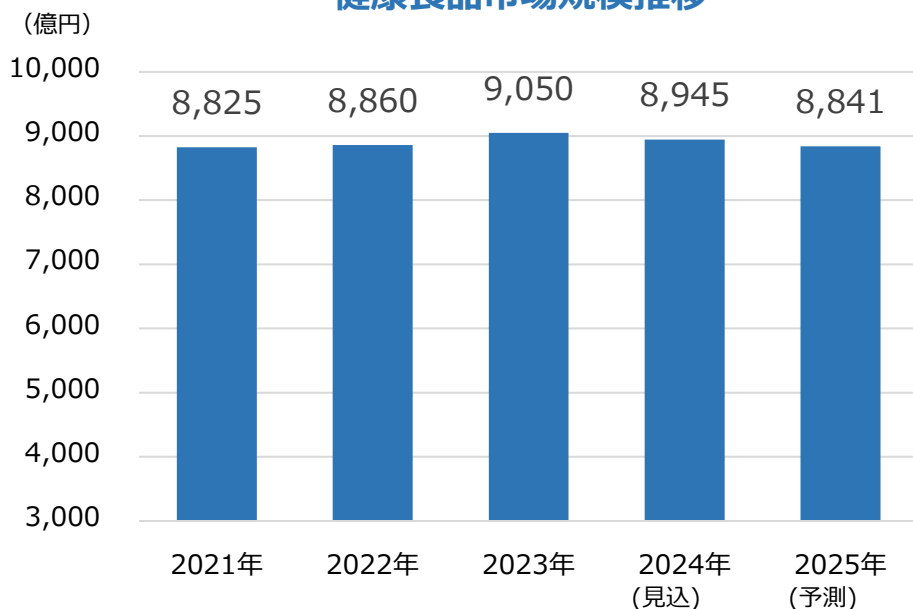
化粧品



スキンケア商品

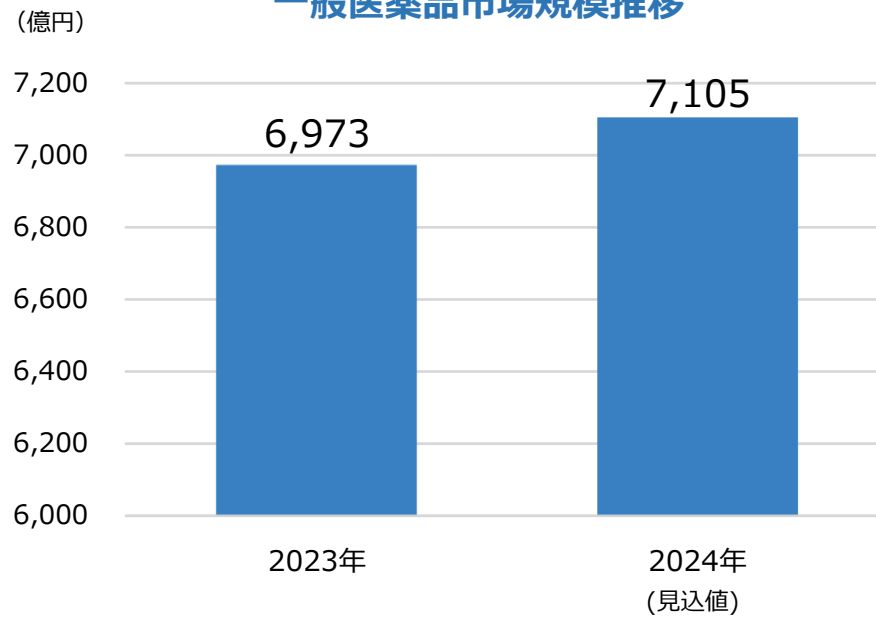
- 堅調に拡大する市場である健康食品・一般医薬品市場にポジショニング
- 強みである新商品開発体制、多様な広告媒体活用による販売力で更なる成長を目指す

健康食品市場規模推移



出所：株式会社矢野経済研究所「2024年版 健康食品の市場実態と展望 ～市場調査編～」

一般医薬品市場規模推移



出所：株式会社富士経済「一般用医薬品データブック 2024-2025」

市場環境

- 少子高齢化に伴う健康志向の高まりから、一般医薬品の市場規模は今後も伸長が維持される見込み
- 健康食品・飲料などのジャンルではECでの購入が一般的な選択肢になりつつあり、通販健康食品市場は堅調に拡大すると予測される（※）

※出所：財務省広報誌「ファイナンス」令和6年2月号 「日本における健康食品の成長性」

当社競争優位性

成長市場において、当社の競争優位性をレバレッジに、更なる成長をめざす

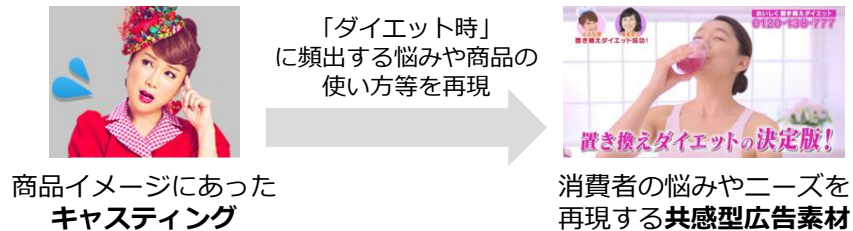
- 大学や製薬会社等との連携による新商品開発体制
- オンライン広告・オフライン広告等多様な広告媒体を利用した販売力

- WEBマーケティングによる「オンライン」、テレビ・新聞・雑誌等を活用した「オフライン」それぞれのチャンネルで展開



- ヘルスケアマーケティングで培った「キャスティング」＋「消費者に共感を持って頂く」広告制作
- オンライン広告・オフライン広告を駆使した「クロスメディア活用」による幅広い年齢層へのリーチ
- 広告施策の高速PDCAにより、効率的な顧客獲得単価を実現

マーケティングノウハウ



クロスメディアの活用



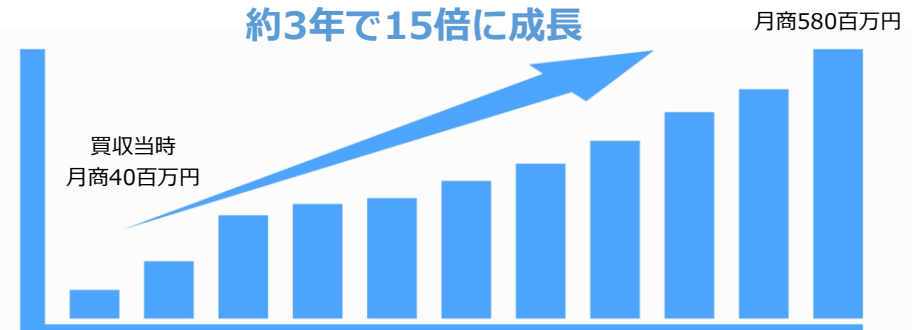
他社にはない「売る力」により

業界平均CAC※15,000～20,000円よりも**安価に新規顧客を獲得**

※「CAC」：Customer Acquisition Cost 定期顧客一人当たり獲得コスト

実績

- 2019年11月、(株)アインファーマシーズより
買収した漢方EC通販事業において、約3年で
月商40百万円から580百万円に成長



強み②：製薬会社や大学との連携による新商品開発

- 当社の強みと製薬会社・大学の強みを掛け合わせるにより、流行を予測した良質なサプリメントや一般医薬品の開発が可能

当社の強み

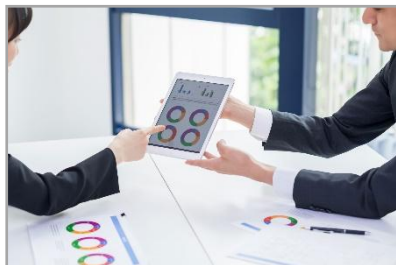
- オンライン・オフライン双方の広告、著名人のキャスティング、商品利用の実体験プロモーションを通じて培った流行や商品の話題性等を鑑みたマーケティング戦略、商品のプロモーション

製薬会社・大学の強み

- 医薬品から健康食品まで、幅広い分野での研究開発を通じて蓄積した良質成分の開発技術

流行を予測した良質なサプリメントや一般用医薬品の開発が可能

製薬会社・大学



マーケティング
ノウハウ
活かし新商品を企画

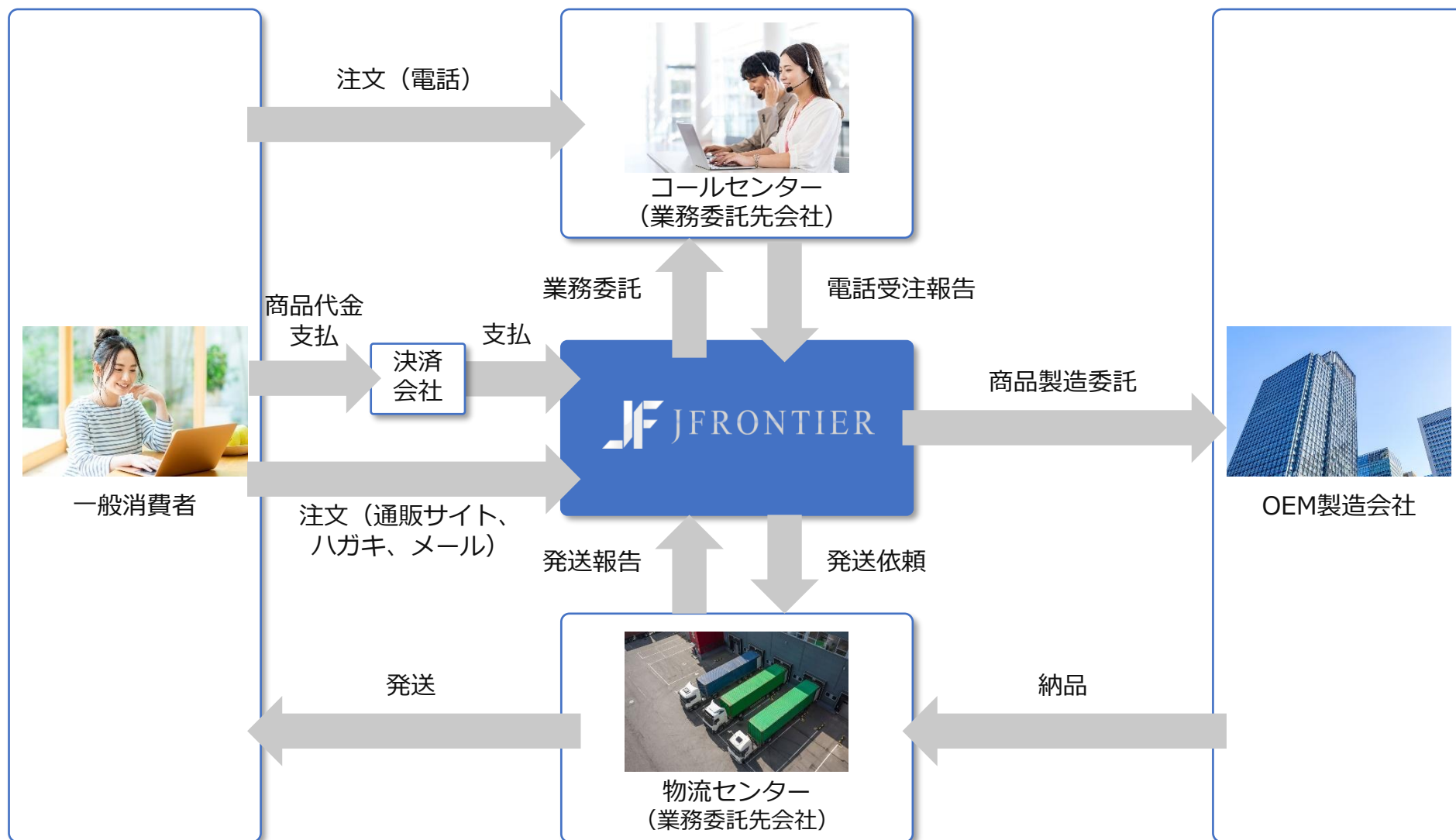


大学及び製薬会社などの研究開発技術
(事例) 岡山県立大学・中島教授との連携にて
酵素活性の研究 × 当社オリジナル植物発酵エキス原料
開発

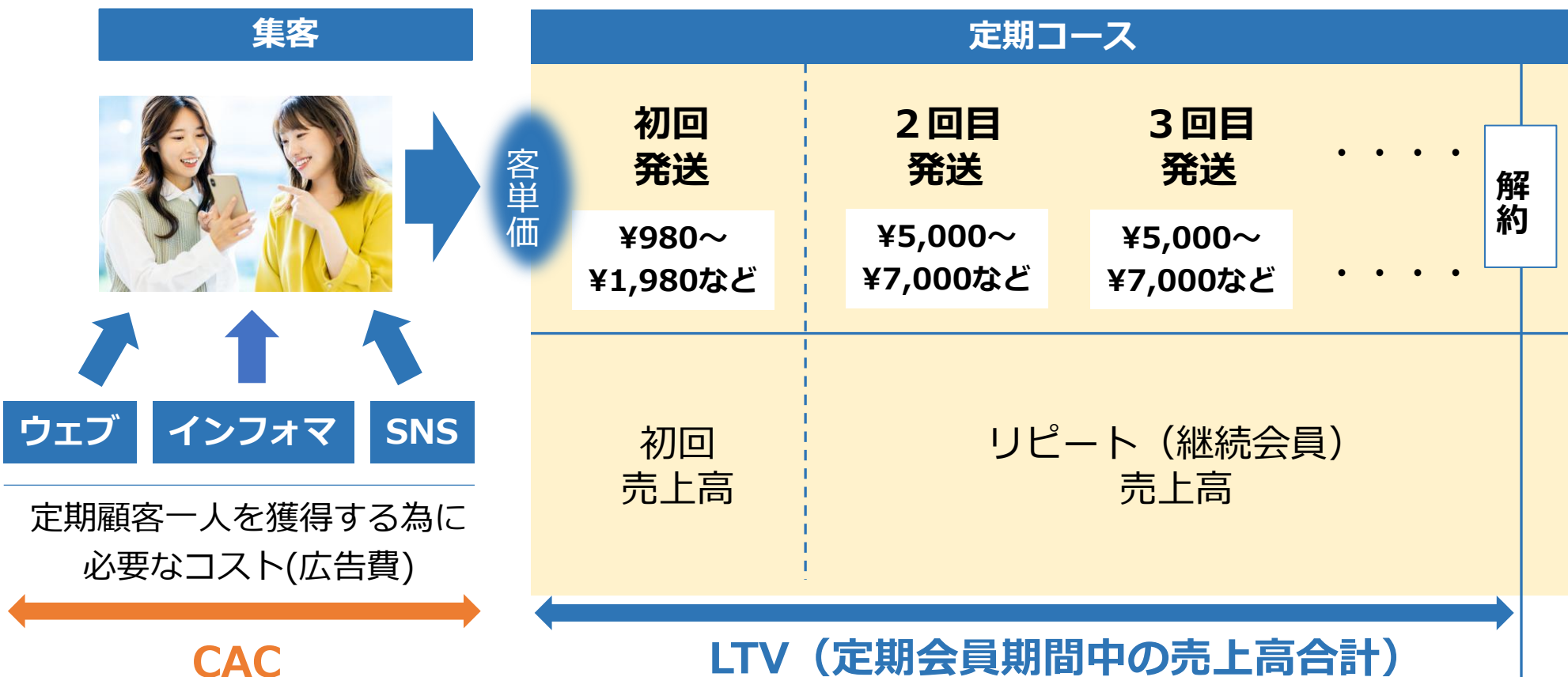


新商品の開発

- 当事業においては、OEM製造委託先からの仕入原価、コールセンター・物流センターへの業務委託費に加え、テレビ局や広告代理店等への広告費支払（広告制作・広告運用）等が発生



- 定期顧客の獲得コストを初回売上及び2回目以降の定期売上により回収
- 収益構造に関して、一例を記載



$$CAC < LTV \text{ (▲商品原価等変動費)}$$

利益計上
初回申し込みから
3～5カ月で達成

商品企画・開発・販売ノウハウの強化と、商品カテゴリ・顧客層を開拓

ウェルヴィーナス

ECスタジオ

～新規商品カテゴリ獲得・顧客層開拓～

企業概要

設立 : 2010年
事業内容 : 化粧品・サプリメントの企画開発 など

wellvenus

設立 : 2014年
事業内容 : ECサイト運営
商品企画
ECサイト制作 など

EC STUDIO

強み

1 長年安定して定期顧客を獲得・維持

累計顧客数は42万人以上

2 独自性の高い商品の企画・製造力

主力商品の「北国の恵み」は、軟骨の水を除く構成成分の約90%を占めるⅡ型コラーゲンとプロテオグリカンを抽出したサプリメントとして高い商品力とブランド力を誇る

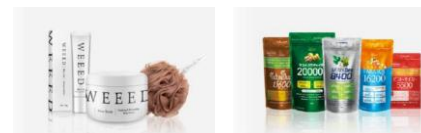


1 美容分野における強固なブランド構築

周辺領域の商品拡充による更なる成長期待

2 Web広告ノウハウ・安定した運営体制

インフルエンサーの活用により、安定して定期通販顧客を獲得



今後の戦略

1 50代以上のシニア層の顧客層開拓

シニア層において、継続率の非常に高い優良定期会員を数多く保有

2 ノウハウの共有による拡大

定期通販獲得などのノウハウをグループで共有することにより、拡大を企図

1 新たな商品カテゴリ拡充と顧客層開拓

「化粧品」の商品カテゴリを拡充
20代という若年層の顧客層開拓

2 Web広告に長けたノウハウ・運営体制獲得

安定して定期顧客を獲得するノウハウ・組織・人財を獲得

- セルフケアにお役立ていただける健康食品や漢方薬、OTC医薬品などを取り揃えた通販サイト『SOKUYAKUウェルネス』（<https://wellness.sokuyaku.jp/>）を運営

SOKUYAKUウェルネス

ホーム 商品一覧 ログイン カート メニュー

気になるお腹の脂肪を分解・燃焼・排出促進！
本気でお腹の脂肪を落とすなら！

お徳な定期コースも！

ぼう ふう つう しょう さん
防風通聖散
第2類医薬品

嬉しい多彩な特典「トクトクプログラム」

SOKUYAKUウェルネスとは

人気ランキング

ビューティー
商品一覧

1. Hoiyobu W-Whitening Clear Pack
2. Hoiyobu W-VC Booster Essence
3. Hoiyobu Nano Bubbles Whitening Lotion



B2B事業

- 顧客に対するブランディング・BPOサービスの提供を通じて、業界トレンドのアップデートとノウハウの蓄積を加速することで、当社の他事業との相乗効果発揮

ブランディング



キャスティング・広告



ライブコマース



商品開発

BPOサービス



ウェブマーケティング



DMマーケティング



物流



自社の他事業を側面支援

SOKUYAKU事業



D2C（通販）事業



顧客へのサービス提供

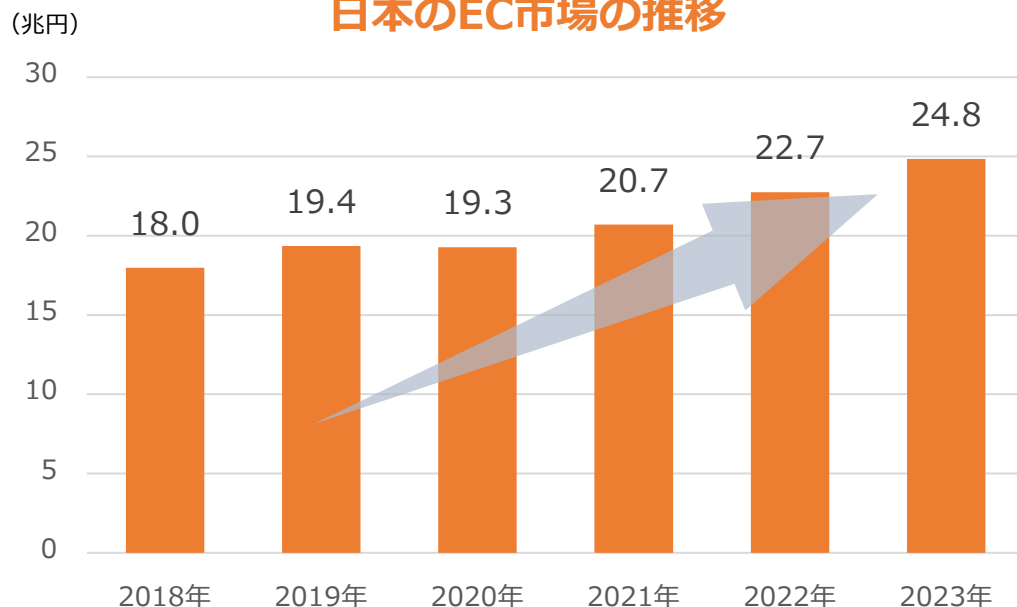
通販事業者



etc.

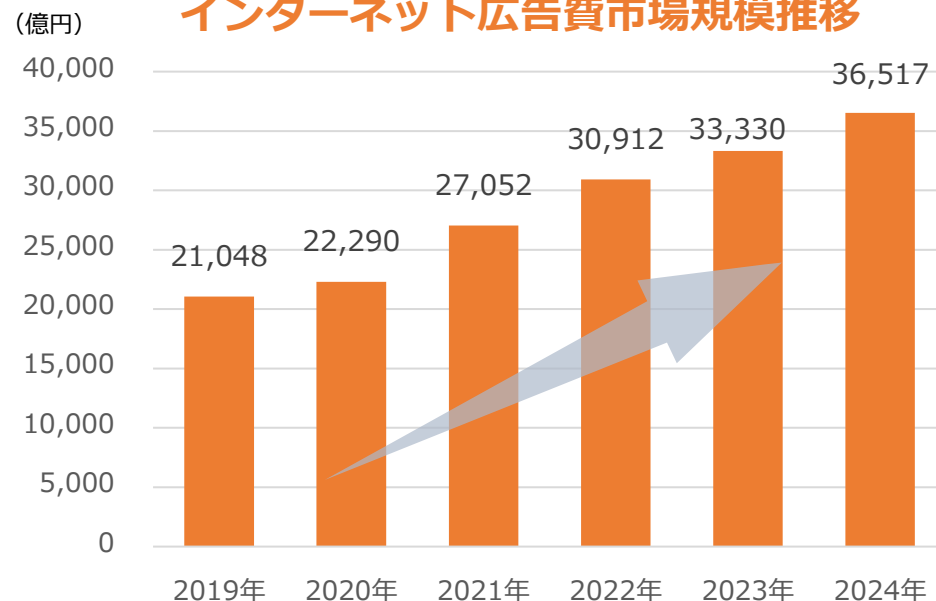
- EC市場及びインターネット広告市場は急成長しており、今後も拡大見込み
- 得意とするヘルスケア商品領域への特化、キャストイング等の付加サービス展開により、更なる成長を目指す

日本のEC市場の推移



出所：経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査」

インターネット広告費市場規模推移



出所：株式会社電通「2024年 日本の広告費」

市場環境

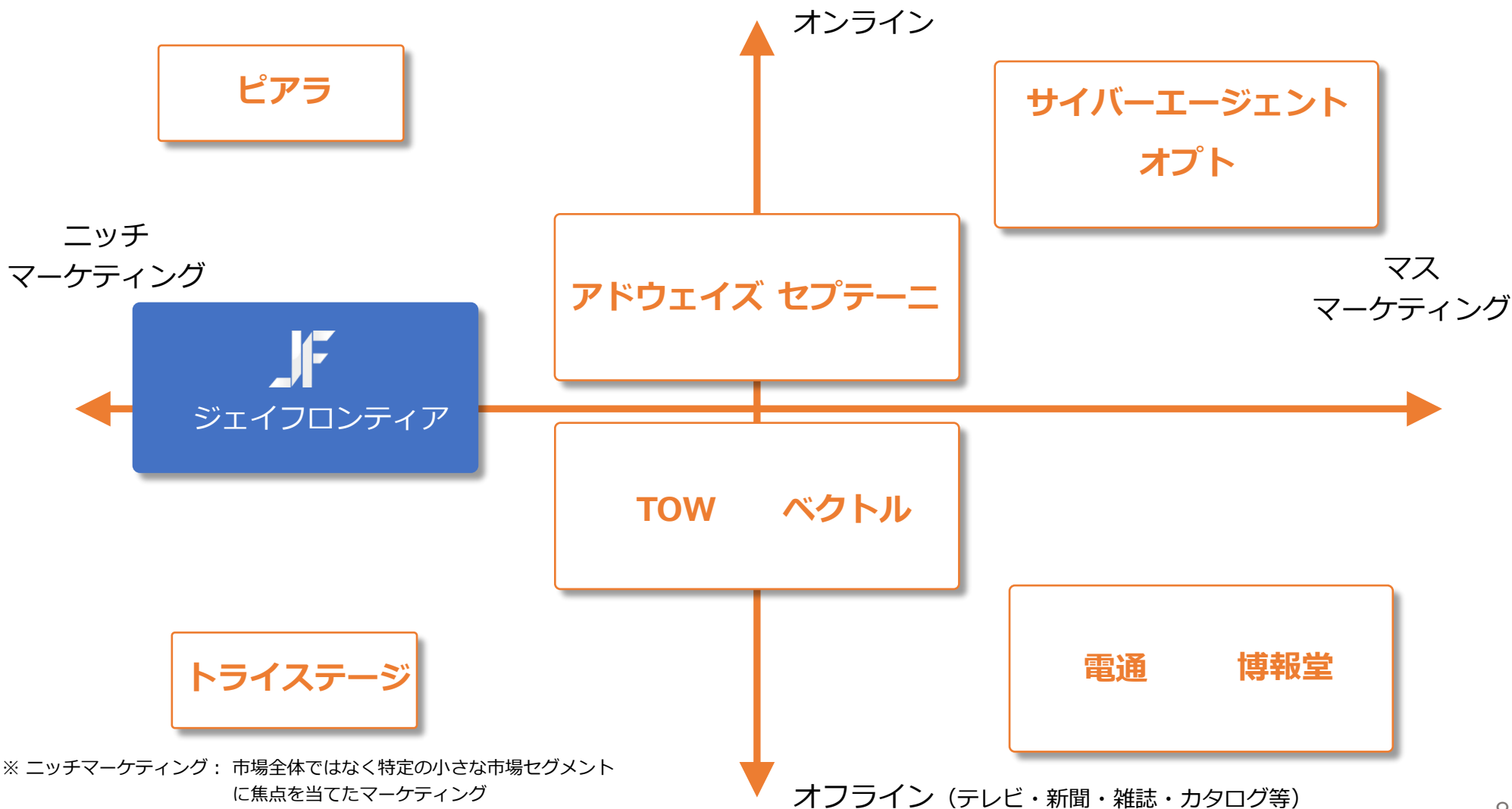
- 急成長を遂げるEC市場、インターネット広告市場は今後も拡大する見込み
- 但し、同市場には同市場には大手から中小まで競合企業は多数

成長市場において、当社の競争優位性をレバレッジに、更なる成長をめざす

当社競争優位性

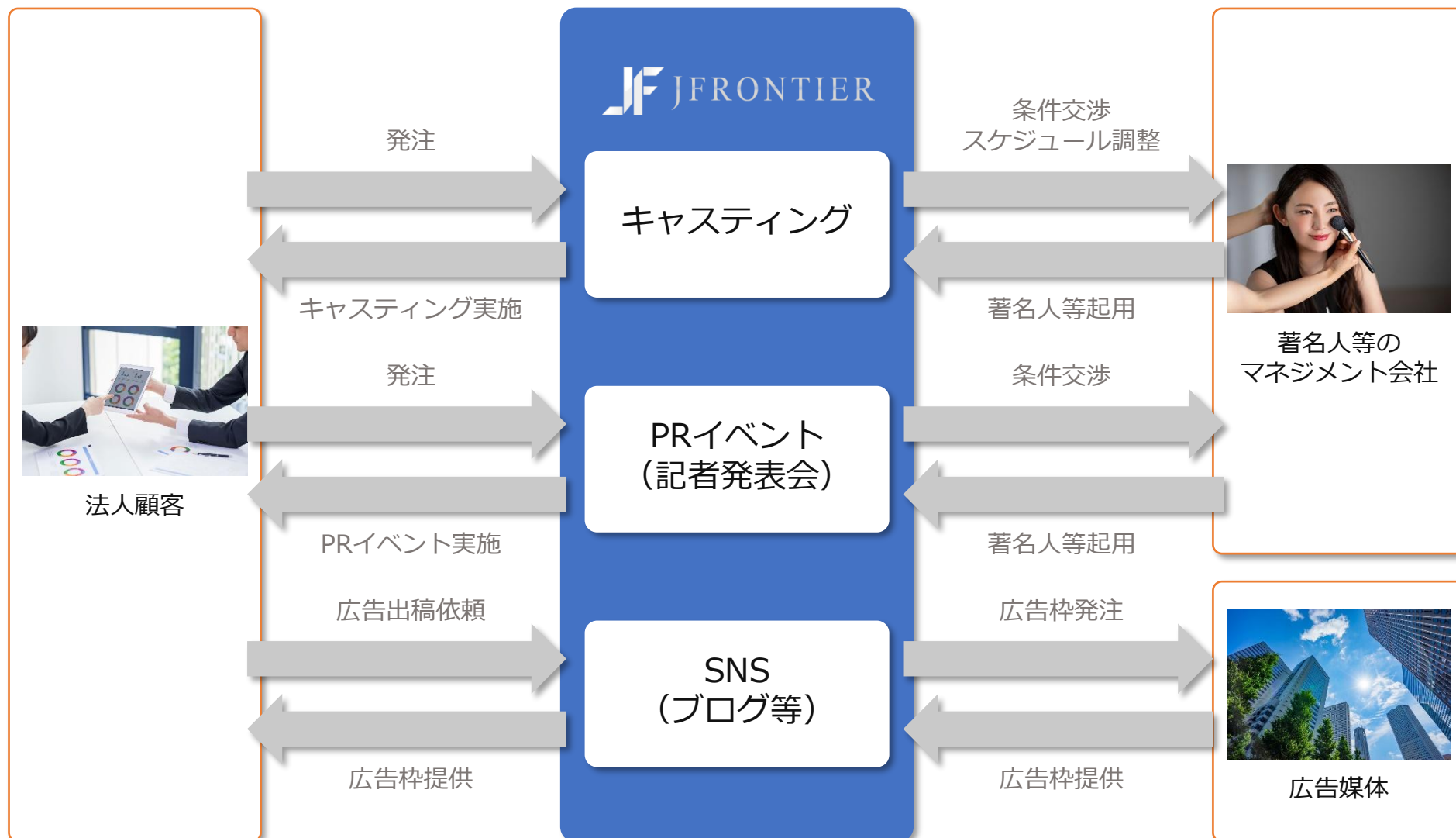
- 当社が得意とするヘルスケア商品領域に特化
- オンライン広告を中心にしつつ、キャストイング、PRイベントといった付加サービスも展開

- ヘルスケア商品を取り扱う法人顧客をターゲットにしたニッチマーケティング
- ウェブマーケティングによる「オンライン」広告をメインに展開



※ ニッチマーケティング：市場全体ではなく特定の小さな市場セグメントに焦点を当てたマーケティング

- 当事業においては、広告制作費・広告運用費の支払が発生（広告媒体への広告出稿費用、著名人等のマネジメント会社への出演料、撮影費等）





財務ハイライト

JF JFRONTIER

売上高

21,504百万円

修正計画 **21,000**百万円
(当初計画から変更なし)

計画比 **102%**

- SOKUYAKU・D2C事業の安定推移に加え、ライブコマース事業を始めとしたヘルスケアマーケティングサービスの伸長により計画比プラスで着地

EBITDA[※]



大幅超過

900百万円

修正計画 **780**百万円
(当初計画 500百万円)

計画比 **115%**

- ROIを重視した広告投資戦略により、売上を維持しつつ計画以上の利益を確保
- ヘルスケアマーケティングにおける高収益案件も大きく寄与

営業利益



上方修正

(2 四半期連続)

293百万円

修正計画 **210**百万円
(当初計画 ▲200~0百万円)

計画比 **140%**

経常利益



上方修正

(2 四半期連続)

231百万円

修正計画 **140**百万円
(当初計画 ▲260~▲60百万円)

計画比 **165%**

親会社に帰属する 当期純利益



上方修正

(2 四半期連続)

87百万円

修正計画 **40**百万円
(当初計画 ▲490~▲290百万円)

計画比 **218%**

- ウェルヴィーナス社のPPA確定により無形資産償却額は膨らむも、EBITDA改善により営業利益以下全ての段階損益が2四半期連続で上方修正となり、最終利益も計画の2倍以上を確保

グループ連結業績

【セグメント別】

メディカルケア
セールス事業SOKUYAKU・
医薬品 D2C

売上高	21,504百万円	修正計画	21,000百万円	計画比	103%
EBITDA	900百万円	修正計画	780百万円	計画比	115%

- SOKUYAKU利用者が前期比で200%超を達成、SOKUYAKUベネフィットの導入企業も順調に増加
- 医薬品D2Cは広告効率を重視しつつも、防風通聖散・防己黄耆湯錠SX等の生漢煎[®]シリーズの漢方の売上が好調に推移
→ メディカルケアセールス事業が最もEBITDAを創出

ヘルスケア
セールス事業健康食品・化粧品等
D2C

売上高	6,082百万円	修正計画	6,400百万円	計画比	95%
EBITDA	543百万円	修正計画	510百万円	計画比	107%

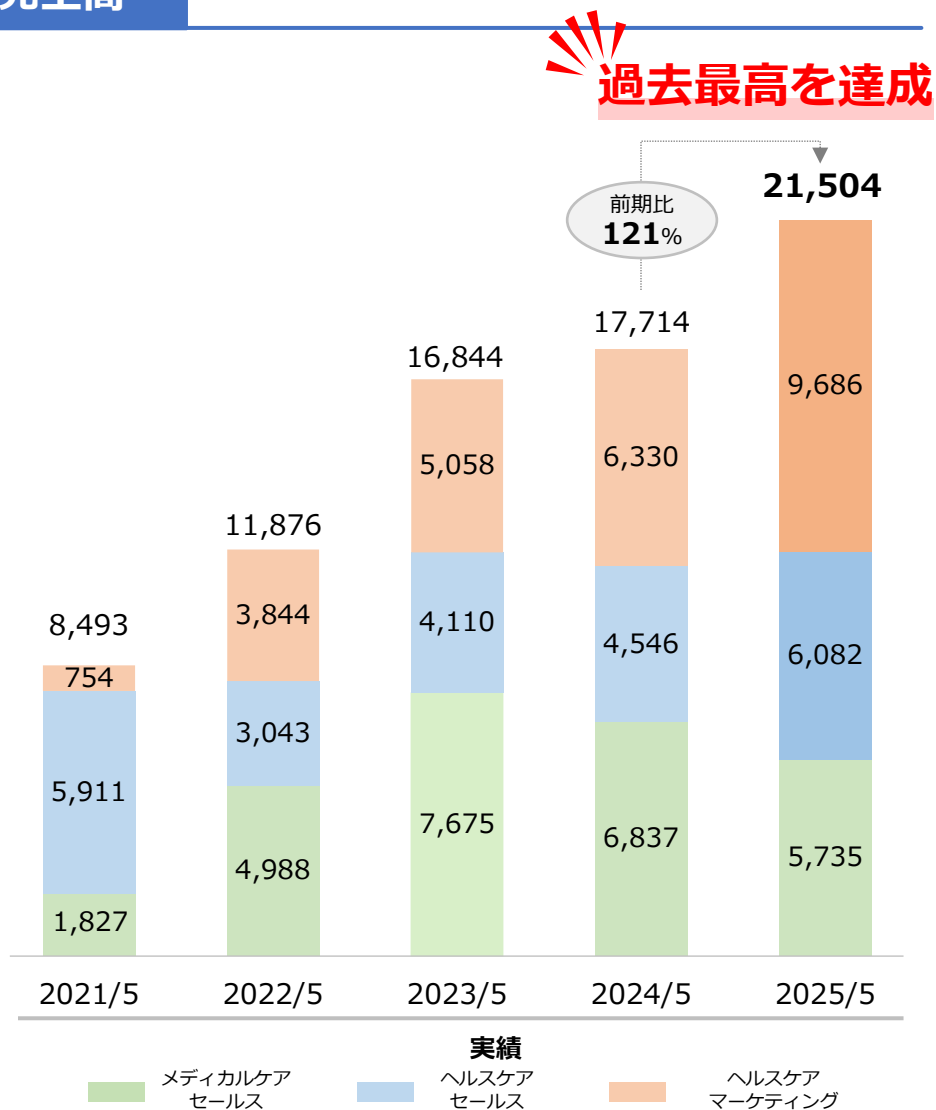
- グループ全体での健康食品・化粧品分野の商品ラインナップ拡充・販売が進捗
- 定期顧客の積み重ねにより、来期以降も売上・EBITDAともに伸長させていく

ヘルスケア
マーケティング事業ブランディング・
BPOサービス

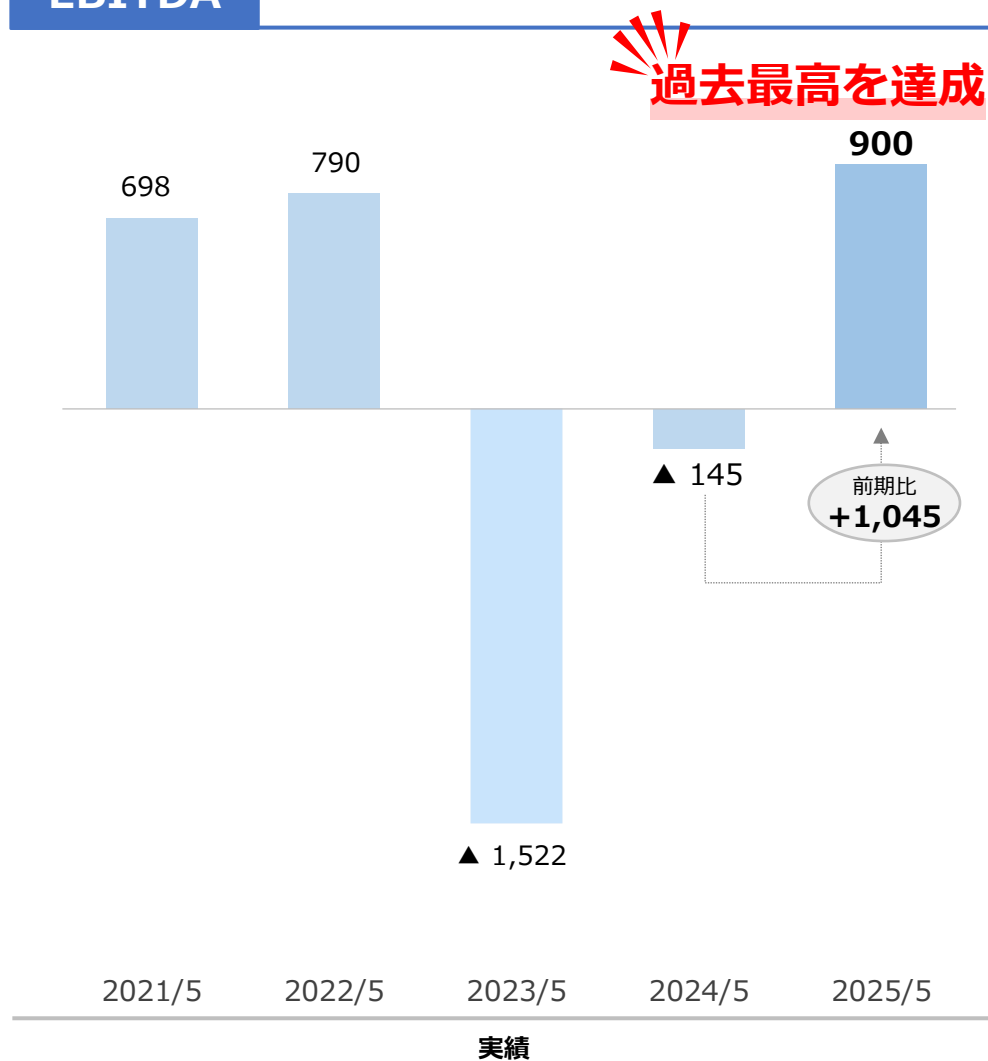
売上高	9,686百万円	修正計画	9,000百万円	計画比	108%
EBITDA	189百万円	修正計画	200百万円	計画比	95%

- ライブコマース事業が計画以上に伸長
- DMマーケティング、物流業務などのBPOサービスも売上に寄与

売上高



EBITDA





ESG経営・リスク情報・その他

JF JFRONTIER

- 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



「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。

- 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回の在庫管理や不動態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

➤ 今後の事業成長実現に重要な影響を与える主なリスクとその対応方針は以下の通り

	リスク項目	リスクの内容	対応方針	リスクの顕在化	リスクの影響度
1	商品の製造委託及び品質管理について	商品の製造委託先において、商品の品質・安全性に関する問題が発生するリスク	- 引き続き、定期的な製造委託先への品質監査を実施し、品質管理問題の未然防止を徹底 - 製造委託先の分散化の促進	低	中
2	法的規制について (景品表示法・薬機法等の広告表示規制法規)	- 当社商品の広告表示が、景品表示法に抵触（優良誤認表示や有利誤認表示）した場合、行政機関による措置命令・課徴金の対象となるリスク - 当社健康食品の広告表示が、医薬品的な効能効果を謳っているとされた場合、薬機法違反として刑事罰の対象となるリスク	- 引き続き、 - 社内の広告表示審査体制（アフィリエイト広告含む）の厳格な運用 - 外部機関や弁護士等への逐次相談・確認等を徹底	中	大
3	情報流出によるリスク	当社が保有するお客様の機密情報や個人情報等が流出した場合、社会的信用の失墜等による売上高の減少や、クレーム等に対する対応費用や損害賠償の負担等が発生するリスク	- 引き続き、社内の情報管理に関する各種規程の厳格な運用を徹底 - 個人情報を保有する全システムのセキュリティの更なる強化及び継続的な改修・更新	中	大
4	オンライン診療の医療上の信頼性について	- 医師の不適切なオンライン診療により医療上の問題が発生しオンライン診療への信頼性が低下 - 今後の政府の政策など取り巻く環境が変化 - これらの事象により、オンライン診療の普及が減速するリスク	- 医師・弁護士と相談しながら、安全かつ効果的効率的なオンライン診療が実施できるようプラットフォームを適宜改修 - 政府の動向を注視し、オンライン診療の普及速度に応じた適切な打ち手を実行	中	大
5	内部統制について	内部管理体制の重要な不備により、信用失墜や株価への悪影響が生じるリスク	24/5期末の財務報告に係る内部統制の開示すべき重要な不備を是正するために、特別調査委員会の指摘・提言を踏まえ、2024年12月11日付で公表した再発防止策を実行し、内部統制の改善を図った。 - 再発防止策の実行を通じて、25/5期末において、開示すべき重要な不備は是正され、当社グループの財務報告に係る内部統制は有効と評価され、当該評価に対する監査法人からの「無限定適正意見」を拝受	低	大

- 2025年8月に株主優待変更。2025年11月末日を基準日とする株主優待制度の株主様より変更。
- 最高利回り5.6%以上、従前同様に当社商品に加えて5,000種類以上の商品から選べ、さらに2万点のふるさと納税商品も選択可能な「ジェイフロンティア・プレミアム優待倶楽部」を新設。
- また、他のプレミアム優待倶楽部導入企業の優待ポイントと合算可能な共有株主優待コイン『WILLsCoin』にも交換できます。



最高利回り5.6%以上

※画像はイメージです。



株主優待ポイントに応じて5,000種類以上の優待商品、2万点のふるさと納税商品と交換できます

ジェイフロンティア・プレミアム優待倶楽部

贈呈時期:1月中旬 保有株式数	株主優待ポイント	
	6ヵ月未満	6ヵ月以上継続保有
400～499株	5,000ポイント	
500～599株	10,000ポイント	
600～699株	25,000ポイント	
700～799株	50,000ポイント	55,000ポイント
800～899株	50,000ポイント	57,500ポイント
900～999株	50,000ポイント	60,000ポイント
1,000～1,499株	50,000ポイント	65,000ポイント
1,500株以上	120,000ポイント	140,000ポイント

株主優待ポイント



1ポイント÷1円

- ・ 20,000 点のふるさと納税商品
- ・ 5,000 種類以上の豪華な優待品選択

※4単元（400株）未満の株主様におかれましては、株主優待の贈呈が廃止となりますので、ご留意ください。

※継続保有期間年数が6か月以上とは、毎年5月末日および11月末日の株主名簿にて、同一株主番号で連続して2回以上記載または記録され、かつ4単元（400株）以上継続保有されている場合を指します。

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。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の進捗状況を含む最新の状況につきましては、毎年、本決算発表後の8月頃に開示を行う予定です。次回は2026年8月頃を予定しております。

“人と社会を健康に美しく”

