



# 2022年12月期 第2四半期決算説明資料

---

株式会社メンタルヘルステクノロジーズ  
(東証グロース市場：9218)

2022年8月12日

# ウェルビーイングのスタンダードを創る

私たちが観ている「ウェルビーイング」の世界観の核心は、こうです。

「毎日、楽しくて仕方がない」という気持ちで目が覚める。  
信頼できる職場で一日を過ごし、満ち足りた気持ちで家に帰る。  
やる気に満ち溢れ、自らだけではなくチームを奮い立たせ、  
そして、信じるビジョンを達成する。  
こんな職場創りをしたいと考えています。

会社名	株式会社メンタルヘルステクノロジーズ
本社所在地	東京都港区赤坂3-16-11 東海赤坂ビル4階
設立年月	2011年3月
代表取締役	刀禰 真之介
資本金	530,719千円 (2022年6月末時点)
関連会社	株式会社Avenir
事業内容	メンタルヘルスソリューション事業 (親会社、子会社) メディカルキャリア支援事業 (子会社) デジタルマーケティング事業 (親会社)
従業員数	69名 (連結、取締役、アルバイト等を除く。但し、役員兼務従業員は含む。2022年6月末時点)



## 刀禰 真之介

取締役社長（代表取締役）

- デロイト・トーマツ・コンサルティング（現：アビームコンサルティング）、UFJつばさ証券（現：三菱UFJモルガン・スタンレー証券）、エンジェルジャパン・アセットマネジメント、環境エネルギー投資を経て、2011年にMiew（現当社）を設立し、代表取締役社長就任（現任）。2014年にMiew system service（現Avenir）代表取締役社長就任（現任）
- 明治大学政治経済学部卒業。CMA（日本証券アナリスト協会認定アナリスト）



## 山田 真弘

取締役 管理担当

山一証券、凸版印刷、パソナソフトバンク（現：ランスタッド）、ヒューレックス、リードインベストメント、UFJキャピタルマーケット証券（現：三菱UFJモルガン・スタンレー証券）、みずほ証券、メリルリンチ日本証券を経て、2018年に当社入社

## 松本 裕介

取締役 デジタルマーケティング事業部長

ファイブドアーズ、オーエムシークリエイティブ、プロトコーポレーション、ベネッセホールディングス、マッキンゼーヘルスケアワールドワイドジャパン、アルク、ワタベウェディングを経て、2019年に当社入社

## 浅川 秀治

社外取締役

日本電信電話、マイクロソフト、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ、オウケイウェイヴを経て、ティップパートナーソリューションズに入社（現任）

## 小原 毅也

社外取締役

日本興業銀行、リーマン・ブラザーズ、ゴールドマン・サックス証券、パークレイズ証券、エッジベル・キャピタルを経て、トポロジを創業し代表取締役に就任（現任）。日本公共収納 代表取締役（現任）。オリックス 投資事業本部 非常勤顧問（現任）

プリマジェスト、エイチ・シー・ネットワークス、Apresia Systems、インフォマティクス、エナジーグリッドで社外取締役（現任）

## 中村 幸雄

常勤監査役

山一証券、エヌ・ティ・ティ移動通信網（現：NTTドコモ）、興銀証券（現：みずほ証券）を経て、2018年に当社入社。2019年より当社監査役就任（現任）

## 高橋 勝

監査役

等松・青木監査法人（現：有限責任監査法人トーマツ）、有限責任監査法人トーマツ代表社員を歴任  
CENXUS GROUP特別顧問、福井コンピュータホールディングス社外取締役、センクス監査法人統括代表社員、NISSIN FOODS COMPANY LIMITED（HK LISTED COMPANY）Independent Non-executive Director（現任）

## 森 理俊

監査役

AZX総合法律事務所、山本・森・松尾法律事務所等を経て、アクシス国際法律事務所（現 S&W国際法律事務所）を設立し、マネージングパートナー就任。AtoJを設立し代表取締役に就任（現任）。弁護士

The background of the slide is a grayscale photograph of a city park. In the foreground, there is a large, open grassy field. In the middle ground, several large, leafy trees are scattered across the scene. In the background, a city skyline with several tall skyscrapers is visible under a clear sky. A semi-transparent teal rectangle is overlaid on the left side of the image, containing the text.

# 1. 事業の状況

# 企業向けメンタルヘルスソリューション事業を柱に3事業を展開

売上高構成比率  
(2022年第2四半期末実績)

## 事業概要

### メンタルヘルス ソリューション事業

役務提供サービス（産業医業務）と労働者の心身の健康管理に関する各種クラウド型サービス<sup>1)</sup>をパッケージ化し、「産業医クラウド」の名称で提供

- 役務提供サービス（産業医業務）：従来産業医が行っていた業務を整理し、産業医のみが実施できる業務とそれ以外に切り分け、効率化。加えて、当社グループスタッフによる事務手続代行サービス等を提供
- メンタルヘルスケアサービス「ELPISシリーズ」：クラウドサービスとして、a.専門医等による「カウンセリングサービス」、b.健康経営やストレスマネジメントを従業員にオンラインで浸透させていく「マネジメントサービス」、c.法令上実行すべきストレスチェックや従業員のメンタルヘルスのリスク等を把握する「リスククラウドサービス」等を「ELPISシリーズ」として提供

60.6%

### メディカルキャリア 支援事業

主に医師向けの求人求職支援サービスを展開

- 当社グループではメンタルヘルスソリューション事業を行っているため、求職医師に対し、医療機関への転職提案のみならず、短時間勤務も選択可能な産業医としての働き方も提案可能
- 求職者のライフスタイルやライフステージに合わせた多様なキャリア支援の提供

36.9%

### デジタル マーケティング事業<sup>2)</sup>

医学会向けサービス、Webマーケティング支援サービスを提供

- 医学会向けサービス：株式会社杏林舎と提携した医学会専門電子書籍「KaLib」及び日本医師会の「日医Lib」のシステム保守運用、医学会向けのアプリケーションの提供、サイト構築
- Webマーケティング支援サービス：医師DBを活用したマーケティング支援、一般企業向けのWebマーケティング受託

2.6%

1) クラウド型サービス：当社グループでは、従来アナログ/ローカルコンピュータで利用していたサービスをネットワーク経由で提供するもの指す

2) デジタルマーケティング事業：2021年1月1日より、ITソリューション事業をデジタルマーケティング事業へと改称

# 役務提供サービス（産業医業務）と労働者の心身の健康管理に関する 各種クラウド型サービスをパッケージ化して企業向けに提供

## 産業医クラウド (月額33,000円から)

### 役務提供サービス

オンライン型・オフライン型

- ・ 産業医
- ・ 保健師/看護師
- ・ 健康管理スタッフ





メンタルヘルスケアの深刻化や規制強化に対して形式運用だけでは限界  
大企業を中心に課題解決型運用の重要性が高まる  
当社グループへの問い合わせの多くが「産業医の切り替え」に関するもの<sup>1)</sup>

## 形式運用

法令遵守に向けた必要最低限の対応

- 産業医の選任\*
- 衛生委員会の設置と産業医の参加
- 衛生管理者の選任
- 職場巡視
- ストレスチェックの結果の提出\*
- 長時間労働者との産業医面談
- 健康診断の提出\*

\*労働基準監督署への提出が義務付けられている

## 課題解決型運用

従業員のメンタルヘルスケア/  
健康問題の積極的解決

- 適切な休職者対応
- 信頼感のある産業医によるカウンセリング
- 組織的なメンタルケア体制整備と運用
- ヘルスリテラシーを向上させる衛生委員会
- 新型コロナウイルス対策
- ストレスチェックの結果分析による提案
- 就業判定と保健指導
- 健康経営対応
- その他、リスクコントロール等

1) 2021年1月から12月まで「産業医クラウド (<https://www.avenir-executive.co.jp/sangyoui/>)」の問い合わせ

# 当社グループはクラウド型サービスの活用による課題解決型運用に重点を置く

## 企業向けメンタルヘルスケアにおける当社グループのポジショニング



# “コストリーダーシップ”と“差別化戦略”で顧客便益を高めて競争優位を確立

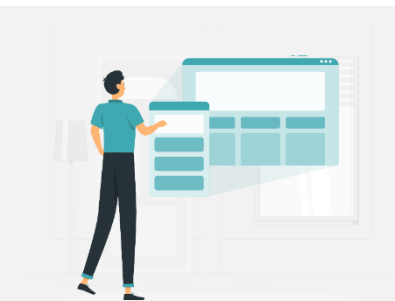
## サービスの特長（競合に対する優位性）



- 1 産業医業務のクラウド化による価格訴求力の高さ
- 2 産業医の質の高さと質を担保する仕組み
- 3 差別化商材の多様性  
(産業医業務のクラウド化を担うELPISシリーズ)

コストリーダーシップ戦略  
&  
差別化戦略

## 顧客の便益

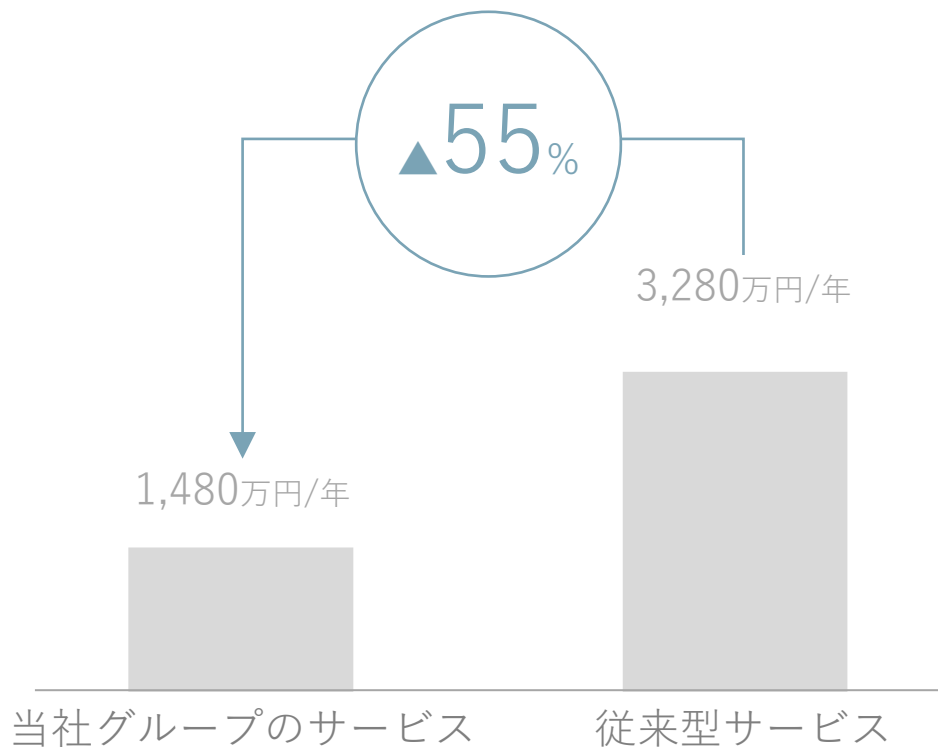


- コスト削減／固定費の変動費化
- メンタルヘルスによる休職問題の解決
- データ活用による課題の早期発見／従業員への提案力向上

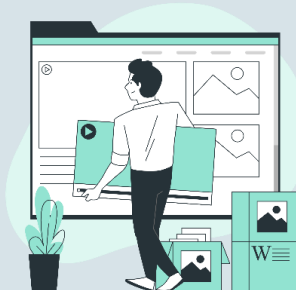
コスト最適化  
&  
メンタルヘルスを中心とした課題解決

# クラウド提供でのコスト抑制により収益力を毀損せず高い価格訴求力を実現

顧客の支払額（エンタープライズ向け）<sup>1)</sup>



競争力の源泉



## コスト抑制の仕組み

- 産業医業務のクラウド化によるコスト負担削減と課題解決に掛かる費用削減
- 産業医等を雇用から委任（役務提供）による時間単位での提供にスイッチ。固定費から変動費へ

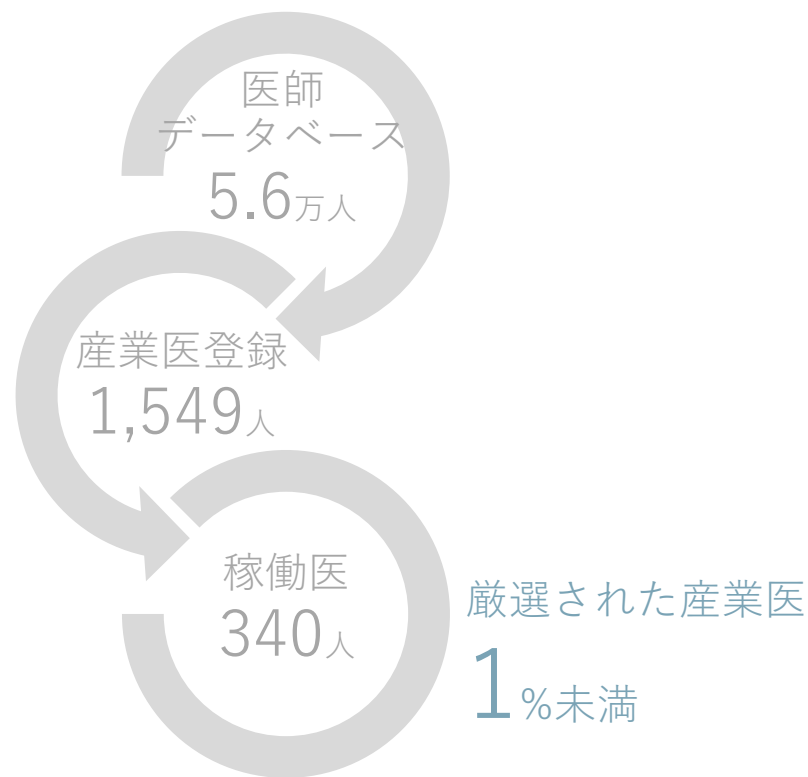
顧客予算／要望に柔軟に応じた提案により、大企業から中小企業まで幅広くカバー

（顧客要望の例：初めて産業医を選定、多店舗／多事業場／子会社対応、健康管理室<sup>2)</sup>の準備）

1) 顧客の支払額：1,000人規模の組織での導入時の一例、2) 健康管理室：社員の健康管理業務全般を担う機能

独自評価基準により厳選された良質な産業医により高品質なサービスを提供

### 産業医の選定<sup>1)</sup>



### 競争力の源泉



#### 独自評価基準による産業医の評価／品質向上

- スキル／人格評価に基づく採点
- スコアに基づき産業医のコア・コンピタンスを強化する研修
- 企業の声の定期的なフィードバック

医師の評価／稼働実績等のデータの蓄積により、課題解決力に長けた産業医の選別の精度アップや品質向上の効率化を図っていく

1) 医師データベース：2021年12月末時点、資本業務提先の杏林舎と共同運営しているKaLibと当社グループの医師求職データベースの合計人数（日医Libは除く）。なお日本医師会が認定する日医認定産業医の人数は約10万人。日医on-line 日医ニュース（2019年2月20日）参照

## 産業医の教育や繋ぎ止めを図る施策により、競争優位を持続させる

### 教育による品質の維持／向上

#### 豊富な経験を有する顧問監修による 能力定義／研修の定期開催

当社グループが定める産業医に必要な能力

1. 産業医・産業保健師としての心得
2. 「復職支援」対応
3. 「精神医学の知識と技術」の取得
4. 面談スキルの向上
5. 良質な安全衛生委員会・社内研修のかかわり方
6. 「健康経営の実践」を提案・協働の方法

### 有能な産業医の繋ぎ止め

#### 収益向上の機会提供

- 業務の標準化や、保健師による業務サポート

1件当たりの業務負荷軽減の結果としての、収益向上の機会獲得



#### リワードプログラムの展開

- 産業医個人の労務・税務関連もサポート

## 企業向けの多様なメンタルヘルスケアサービスをクラウドで提供

### 主要なサービス

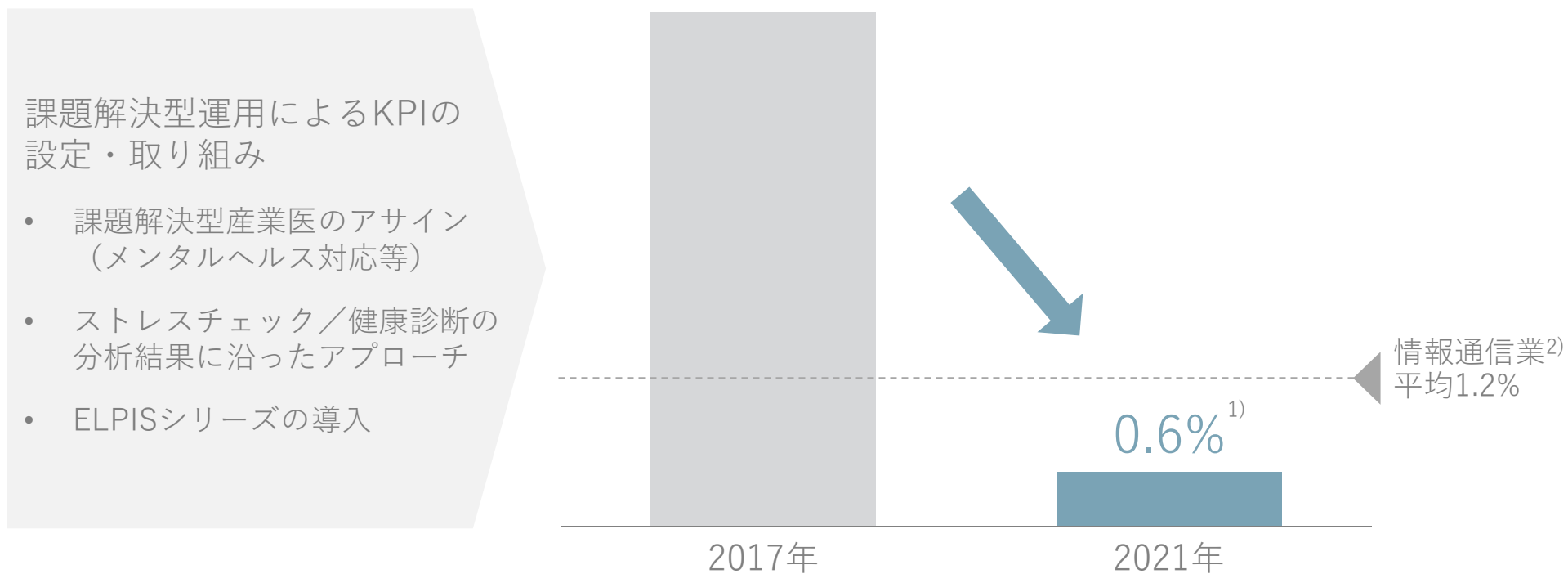


- ELPIS-ケアーズ*Lite*  
精神科医、小児科医、心療内科医によるメールカウンセリング
- ELPIS-ハラスメントホットライン  
人事労務専門の社労士へのメール相談窓口
- ELPIS-ストレスチェック  
労働安全衛生法に基づく、労働者の心理的な負担の程度を把握するための検査ツール
- ELPIS-メンタルクラウド  
精神科医師によるオンライン産業医面談
- ELPIS-健康要約チャンネル  
ヘルスリテラシー向上を目的としたアニメーション動画の配信
- ELPIS-健診クラウド  
定期健康診断のデータ管理サービス

# 当社グループのサービス導入により、顧客企業における改善効果が見られる

## (事例) 情報通信業A社における休職率<sup>3)</sup>

(従業員数約2,000人)



1) 2021年4-6月の期間においてメンタル不調が要因で休職した従業員の人数を、同期間の期初における在籍者数で除した比率

2) 過去1年間にメンタルヘルス不調により連続1か月以上休業した労働者割合。厚生労働省「平成29年「労働安全衛生調査(実態調査)」の概況(2018年8月28日)参照

3) 事例のA社の従業員数は2021年の人数



# 顧客獲得ではデジタルを駆使したインバウンドマーケティング<sup>1)</sup>を積極化

## 顧客獲得コストを抑えたインバウンドマーケティング施策

- ウェブ広告からSEO対策へのシフト
- YouTubeチャンネルやウェビナーの積極活用
- 今期はコロナ禍で中断されていた展示会への出展も再開

リード獲得件数  
(2022年12月期第2四半期平均)

約145件/月



サイト：産業医クラウド



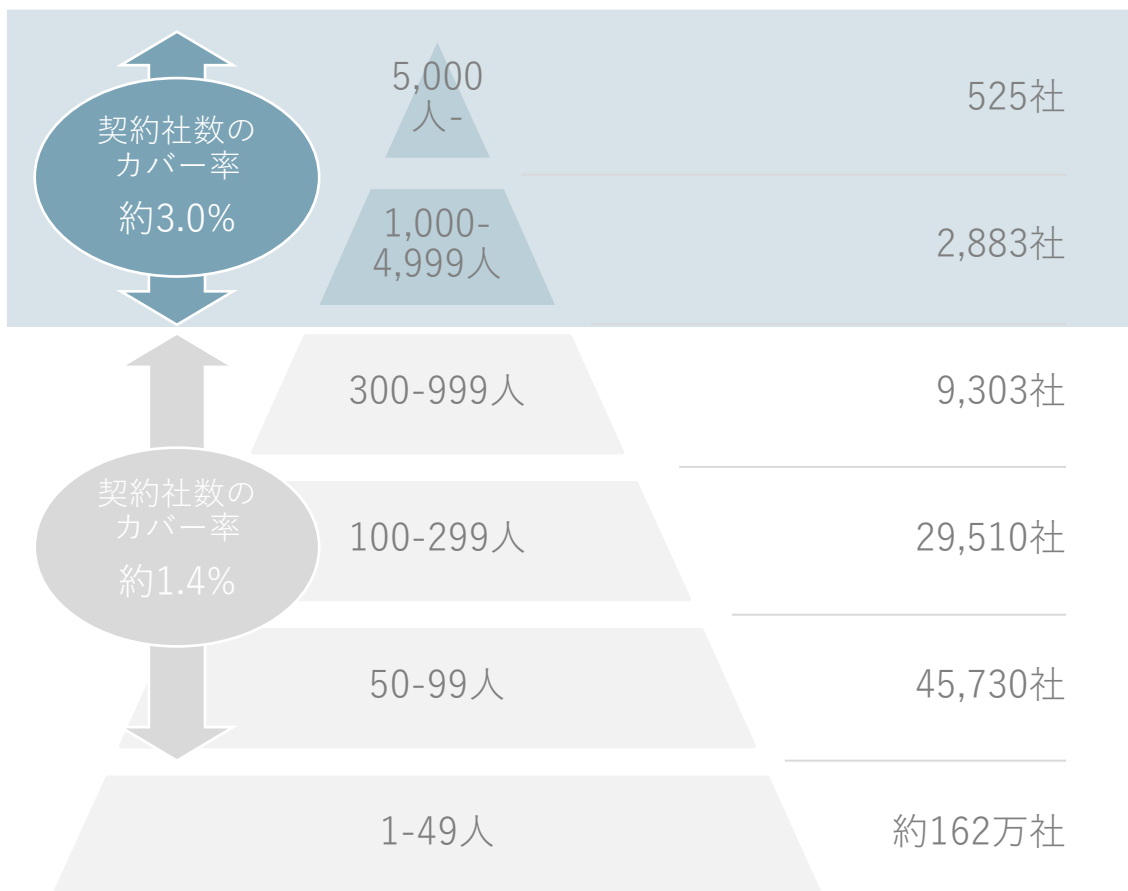
YouTubeチャンネル  
「産業医クラウドチャンネル」

1) 企業が情報発信を行って見込み顧客の目に触れ、結果として見込み顧客自身から問い合わせをしてもらう手法  
Mental Health Technologies, Co., Ltd. All rights reserved.

# 課題解決型運用へのニーズがより強い大企業向けに注力

## 従業員規模別企業数<sup>1)</sup>

## 基本戦略



### ニーズ

- 形式運用から課題解決型運用へ
- 産業医の質の向上、コスト最適化からスタート
- コスト最適化後は、グループ全体での集約/共有 (シェアードサービス化)

### 訴求価値

- クラウド化による差別化と合理化
- 独自評価基準に基づく評価/教育による産業医の質の高さ、差別化商材の多様性

1) 総務省・経済産業省「平成24年経済センサス-活動調査(企業等に関する集計 産業横断的集計)(2014年2月26日)参照

## 2022年第2四半期末時点において1,250社以上の導入実績

### 導入事例（一部）

導入社数

1,250以上<sup>1)</sup>

導入事業場数

10,790以上<sup>1)</sup>

YAHOO!  
JAPAN

住まいを通じて生涯のおつきあい

MISAWA

ミサワホーム



損保ジャパン



長谷エグループ

鳥貴族

TORIKIZOKU<sup>∞</sup>

DAISO ダイソー

Out-Sourcing!  
Inc.

1) 2022年第2四半期末時点

# メンタルヘルス/ヘルスケア分野等で豊富な経験を有する医師を顧問に登用



吉村 泰典 医師

産婦人科医

慶應義塾大学 名誉教授

一般社団法人 吉村やすのり生命 (いのち) の  
環境研究所 代表理事

【受賞歴】福澤賞、日本産科婦人科学会栄誉賞、  
松本賞

米国ペンシルバニア病院、米国ジョーンズホプキ  
ンス大学、慶應義塾大学医学部産婦人科教授等  
を歴任。2007年から2011年まで日本産婦人科  
学会の理事長、2010年から2014年には日本生殖  
医学会理事長を務めている。

2013年、第二次安倍内閣の内閣官房参与に就任。  
少子化対策・子育て支援について内閣総理大臣  
に情報提供・助言等。2020年9月、安倍晋三首  
相の辞任に伴い、内閣官房参与を退職。



吉村 健佑 医師

精神科医

千葉大学病院特任教授/産業医

千葉大学医学部卒。精神科医・産業医としての  
の研鑽を経て、2015年に厚生労働省に入省。医  
療ビッグデータとしてのレセプト情報等データ  
ベース (NDB) の利活用推進、遠隔・オンライン  
診療のエビデンス構築に資する研究班の立ち  
上げなど、医療情報に関連した政策立案と制度  
設計に関わる。2018年より千葉大学病院の経営  
部門特任講師、2019年より現職。公衆衛生学  
修士(東京大学)、医学博士(千葉大学)。専門は  
職場のメンタルヘルス、医療政策、社会医学。



三宅 琢 医師

産業医

東京大学 未来ビジョン研究センター 客員研究員  
新型コロナウイルス感染症神奈川県対策本部  
技術顧問


産業医科大学 訪問研究員

公益社団法人ネクストビジョン 理事

ヤフー株式会社 産業保健チーフアドバイザー/  
グッドコンディション推進室長補佐

フジ住宅株式会社、クラシコ株式会社、PR  
TIMES株式会社、株式会社コトブキ、労働組合  
電気連合 産業保健顧問

Zホールディングス株式会社、ビジョナル株式会  
社、産業医他



2. 2022年12月期  
第2四半期決算概要

2022年第2四半期は売上高・利益いずれも計画を大幅に超過して着地。  
 一方、上半期の営業利益の上振れ分を、来期以降の成長加速を企図した追加プロモーション施策に投下予定であることも勘案し通期業績予想は据え置き

	2022年12月期 第2四半期実績	2022年12月期 第2四半期予想	2022年12月期 通期業績予想	第2四半期予想 達成率	通期業績予想 進捗率
売上高	1,179百万円	959百万円 <sup>1)</sup>	2,027百万円	122.9%	58.2%
営業利益 (利益率%)	315百万円 (26.7%)	176百万円 <sup>1)</sup> (18.4%)	347百万円 (17.1%)	179.0%	90.8%
親会社株主に帰属 する四半期純利益 (利益率%)	225百万円 (19.1%)	106百万円 <sup>1)</sup> (11.1%)	256百万円 (12.6%)	212.3%	87.9%

1) 2022年8月8日に開示した修正前の業績予想の数値を記載

2022年12月期  
第2四半期業績

- 2022年12月期第2四半期も第1四半期に引き続き新型コロナウイルスのワクチン接種に関する人材紹介手数料等を計上したことによりメディカルキャリア支援事業が大きく伸長した結果、業績予想を大幅に超過して着地
- 当社グループの中核事業であるメンタルヘルスソリューション事業においても、2022年6月末時点のMRRはENT: 60百万円 (+4百万円/+7.5%)、SMB: 54百万円 (+6百万円/+13.3%)と2022年3月末時点に比して安定的に推移
- オミクロン株大流行に伴いメンタルヘルスソリューション事業、メディカルキャリア支援事業(常勤医師転職)で商談・受注の後ずれが発生した

2022年12月期  
通期業績予想

- 2022年12月期第2四半期もメディカルキャリア支援事業が全体業績の成長を牽引したが、足元オミクロン株の再度の感染拡大もあり引き続き不透明感は残る
- 年後半は経済活動の段階的な再開に伴いメンタルヘルスソリューション事業、メディカルキャリア支援事業(常勤医師転職)の商談・受注の停滞解消を見込むものの、一定数は2023年12月期に受注が後ずれするものと予想
- 上半期の営業利益の上振れ分の範囲内で、下半期に来期以降の成長加速を企図した追加プロモーション施策に資金を投下していく計画

		全社	メンタルヘルスソリューション事業
業績	売上高 2022年第2四半期実績(前年同期比増減率)	1,179百万円 (-)	714百万円 (-)
	営業利益 2022年第2四半期実績(営業利益率)	315百万円 (26.7%)	-
KPI <sup>3)</sup>	MRR <sup>4)</sup> 2022年第2四半期実績	ENT <sup>1)</sup> 60百万円	SMB <sup>2)</sup> 54百万円
	契約社数 <sup>5)</sup> 2022年第2四半期実績	103グループ	1,152社
	契約単価 <sup>6)</sup> 2022年第2四半期実績	605千円	52千円
	企業規模別売上総利益率 <sup>7)</sup> 2022年第2四半期実績	47.2%	44.9%
	月次平均解約率 <sup>8)</sup> 2022年第2四半期実績	0.2%	0.5%
	NRR <sup>9)</sup> 2021年/2022年第2四半期実績	100.9% / 107.9%	-

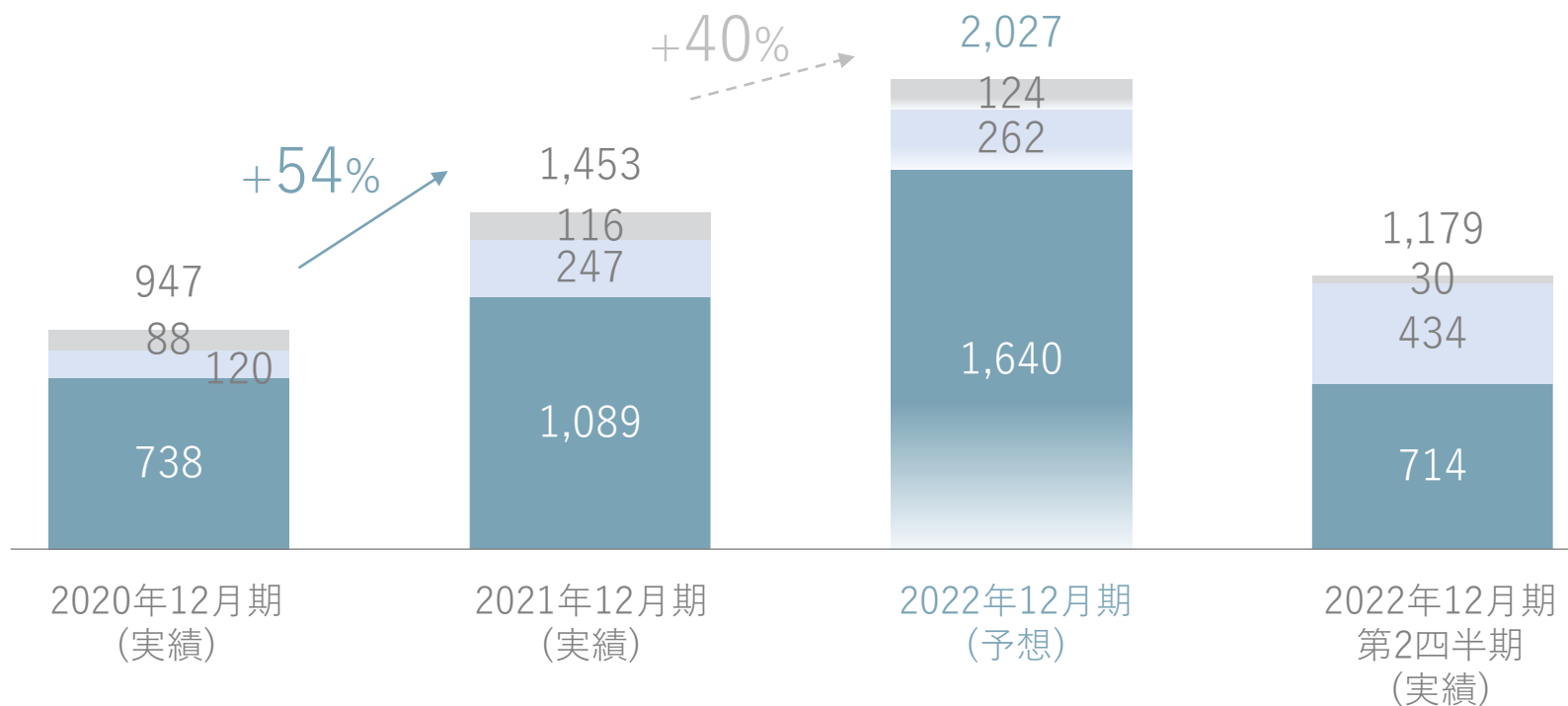
- 1) ENT：Enterpriseの略称。従業員1,000名以上かつメンタルヘルスソリューション事業の売上高が月額20万円以上（見込を含む）の顧客（グループ）
- 2) SMB：Small and Medium Businessの略称。メンタルヘルスソリューション事業の売上高が月額20万円未満の顧客
- 3) KPI：Key Performance Indicatorの略称。経営上の目標達成状況を判断するための客観的な指標
- 4) MRR：Monthly Recurring Revenueの略称。毎月発生する月額料金のみを集計しており、単発的に発生する収益は対象外。四半期毎（3月/6月/9月/12月）の各末日時点における単月集計
- 5) 契約社数：四半期毎（3月/6月/9月/12月）の各末日時点における集計
- 6) 契約単価：ENT及びSMBの売上高（スポットで発生した一過性の収益は除く）を契約件数で除して算出。四半期毎（3月/6月/9月/12月）の各末日時点における集計
- 7) 企業規模別売上総利益率：売上総利益を売上高で除して算出（3か月ごとの四半期ベースで集計）
- 8) 解約率：Customer Churn Rate。2022年1-6月の各月の解約率を単純平均して算出
- 9) NRR：Net Revenue Retentionの略称。「産業医クラウド」サービスにおける「売上継続率」を意味する。2021-2022年の第2四半期末時点において、12カ月前に契約があったグループについての第2四半期末MRRを12カ月前の第2四半期末MRRで除して算出



第1四半期に引き続き新型コロナウイルスのワクチン接種に関する人材紹介手数料等の計上により、メディカルキャリア支援事業が全体の業績を牽引

### セグメント別連結売上高推移 (百万円)

- デジタルマーケティング事業
- メディカルキャリア支援事業
- メンタルヘルスソリューション事業



通期予想  
進捗率%

58.2%  
(全体平均)

24.3%

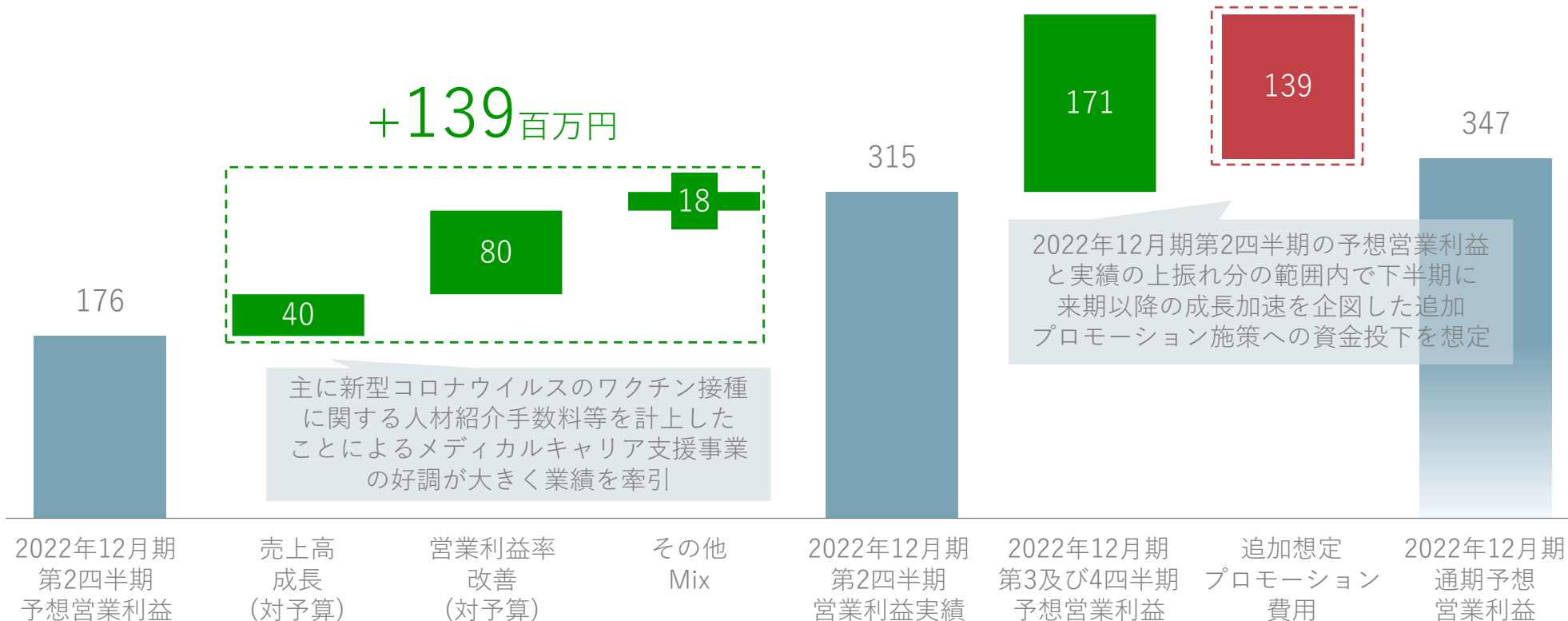
165.8%

43.6%

新型コロナウイルスのワクチン接種に関する人材紹介手数料等の計上により、上半期のグループ連結業績は好調に推移。来期以降の更なる成長に向けて営業利益の上振れ分の範囲内で、追加プロモーション施策に資金投下を計画

### 営業利益の増減要因分解 (百万円)

追加プロモーション施策への重点的な資金投下により、2023年12月末時点のMRRを2022年12月末時点の想定MRRに対して大幅な成長を目指す



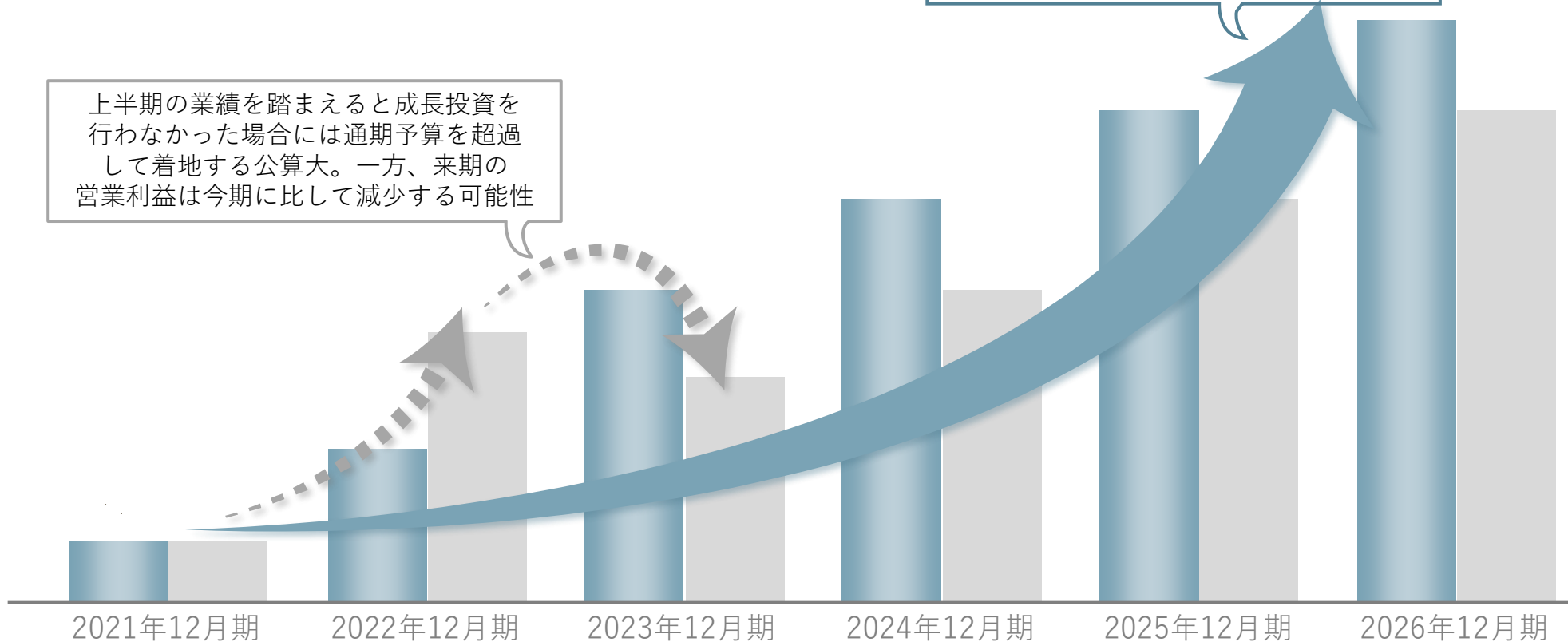
当社グループは一時的な利益の上振れを良しとせず、成長投資を効果的に  
行っていくことで、中期的に持続可能な利益成長を目指す

当社グループが目指す中期的な営業利益の創出イメージ

- 成長投資を行った場合の中期的な営業利益の創出イメージ
- 成長投資を行わなかった場合の中期的な営業利益の創出イメージ

当社グループの中期的な利益創出に係る基本方針は当初計画に比して上振れた利益分を成長投資に充当することで安定的に右肩上がりの成長曲線を描く

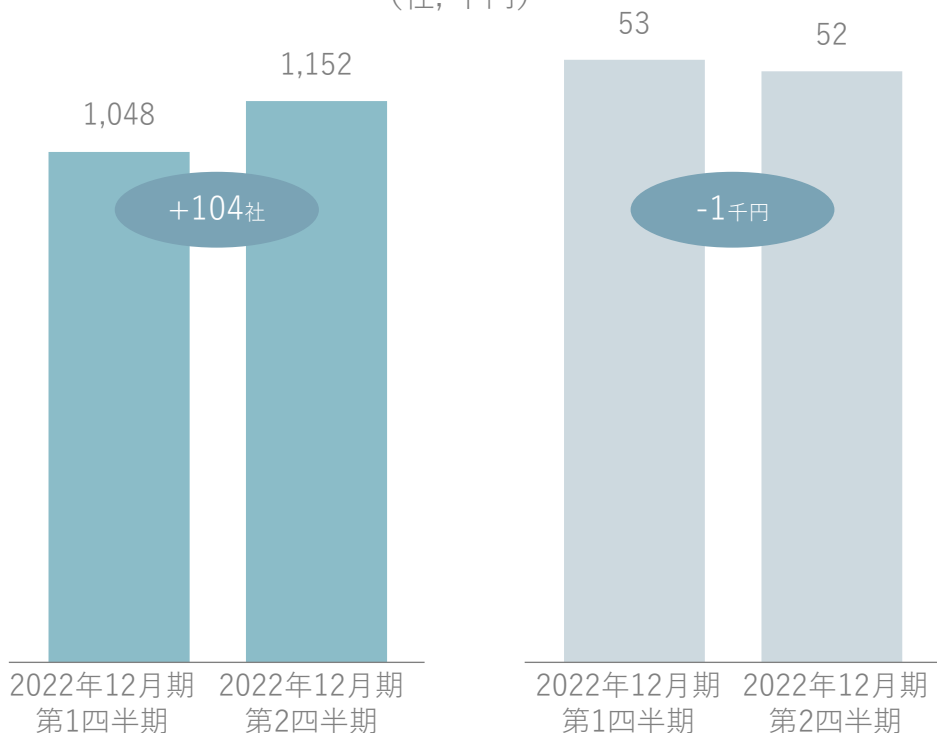
上半期の業績を踏まえると成長投資を行わなかった場合には通期予算を超過して着地する公算大。一方、来期の営業利益は今期に比して減少する可能性



2022年1-3月のオミクロン株の大流行に伴う商談・受注速度の減速の影響を受けながらもSMB<sup>1)</sup>・ENT<sup>2)</sup>共にKPIは順調な推移。引き続きSMB<sup>1)</sup>は契約社数、ENT<sup>2)</sup>は契約単価にフォーカスし営業・提案活動を実施

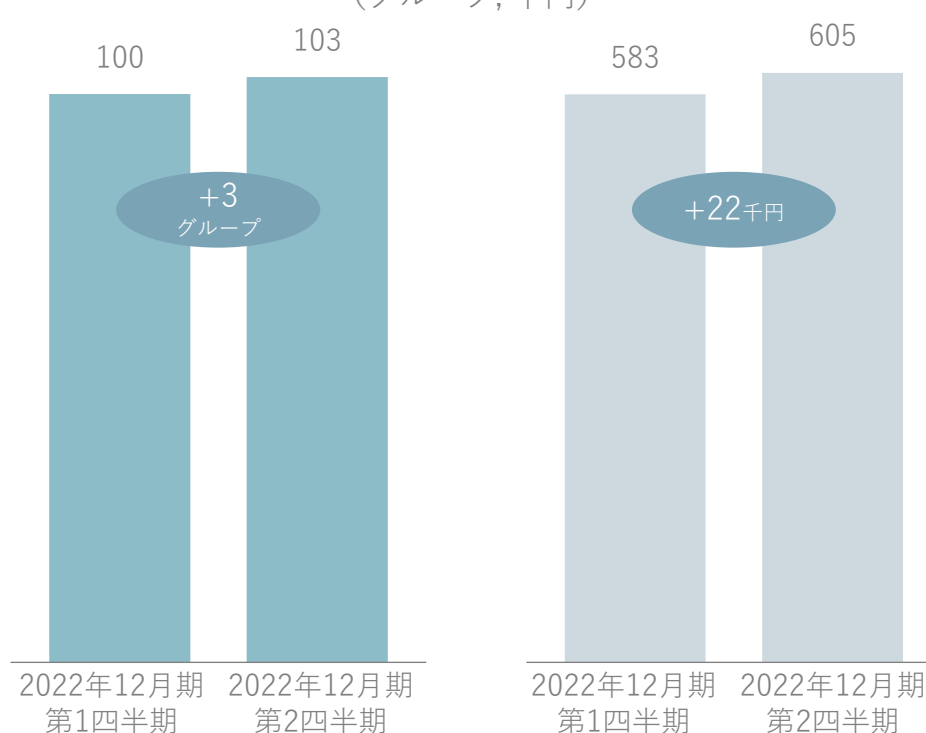
SMB<sup>1)</sup> – 契約社数/契約単価

(社, 千円)



ENT<sup>2)</sup> – 契約社数/契約単価

(グループ, 千円)



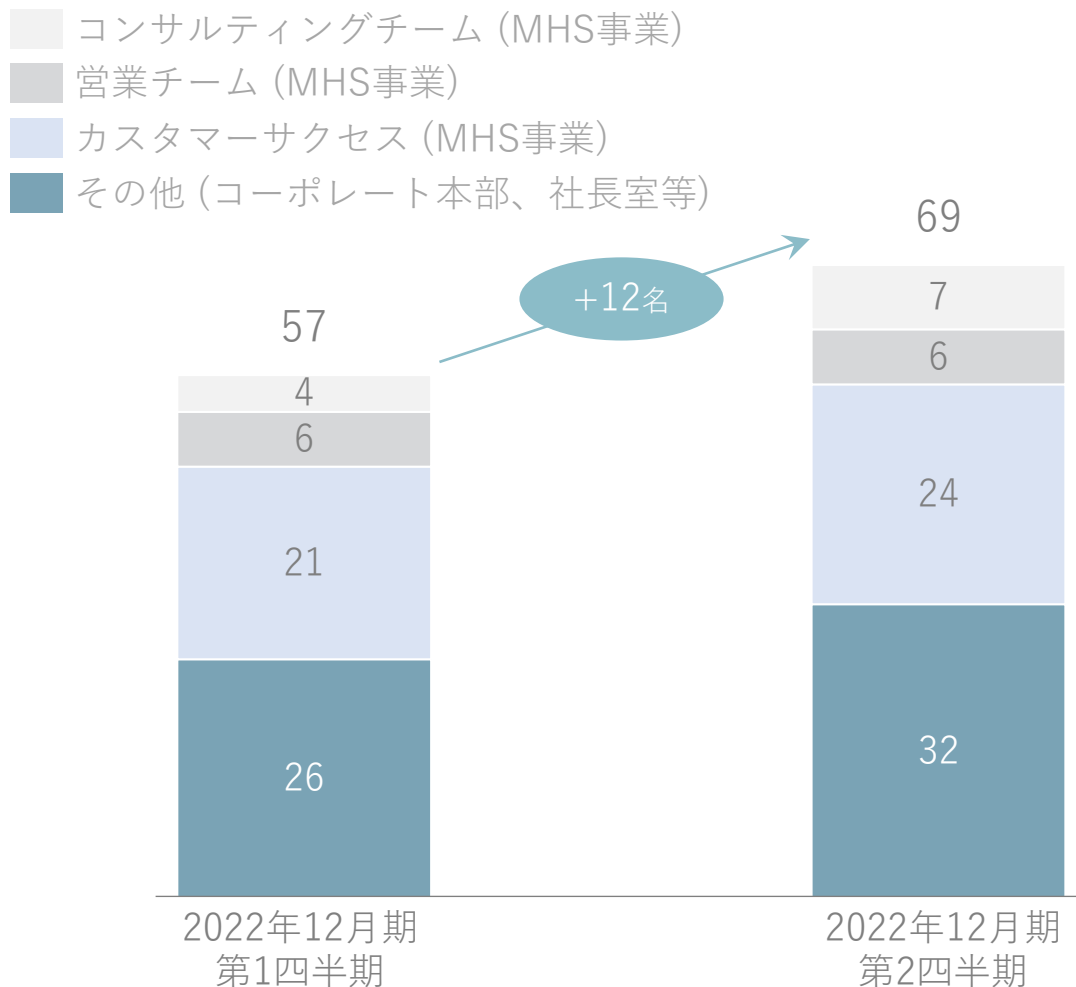
SMB<sup>1)</sup>はアップセル<sup>3)</sup>の余地が限定的であり  
契約単価は横ばいでの推移を見込む。  
契約社数を増加させることに引き続き注力

ENT<sup>2)</sup>はSMB<sup>1)</sup>に比してアップセル<sup>3)</sup>の余地大。  
体制強化 (P29参照) により契約単価の拡大に  
注力しつつ、契約社数の安定拡大も狙う

- 1) SMB : Small and Medium Businessの略称。メンタルヘルスソリューション事業の売上高が月額20万円未満の顧客
- 2) ENT : Enterpriseの略称。従業員1,000名以上かつメンタルヘルスソリューション事業の売上高が月額20万円以上 (見込を含む) の顧客 (グループ)
- 3) アップセル : 既存の顧客に対して新規のサービスの提案や、既存のサービスの中でより単価の高いプランのご提案などを行うこと

# ENT<sup>1)</sup>向けのアップセル<sup>2)</sup>を手掛けるカスタマーサクセス及びコンサルティングチームの陣容を拡大。商談・受注を手掛ける営業チームは6名体制を継続

連結ベースでの従業員数の推移 (取締役、アルバイト等を除く。但し、役員兼務従業員は含む。)

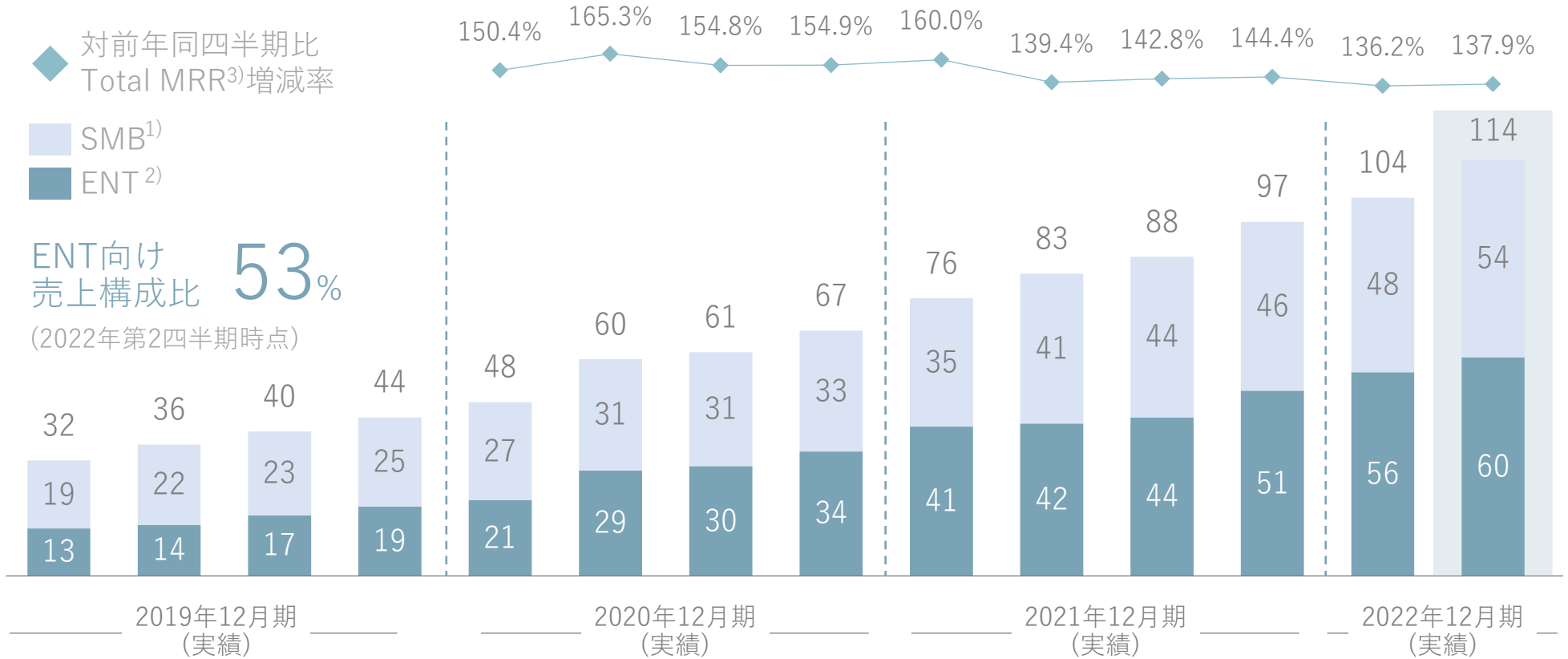


- 2022年第1四半期末時点から第2四半期末にかけて、12名の従業員が増加
- 商談・受注を手掛ける営業チームは増減なし (引き続き月間平均100件近いリードを問い合わせベースで獲得できていることから効率的な営業体制を確立)
- 一方で、主にENT<sup>1)</sup>向けのアップセル<sup>2)</sup>を手掛けるカスタマーサクセス及びコンサルティングチームの陣容を拡大 (合計で+6名)
- その他の人員では、M&A・資本政策・新規事業開発等の担当部署を新設し、プロ人材を採用

1) ENT: Enterpriseの略称。従業員1,000名以上かつメンタルヘルスソリューション事業の売上高が月額20万円以上 (見込を含む) の顧客 (グループ)  
 2) アップセル: 既存の顧客に対して新規のサービスの提案や、既存のサービスの中でより単価の高いプランのご提案などを行うこと

SMB<sup>1)</sup>・ENT<sup>2)</sup>共に四半期別MRR<sup>3)</sup>は安定的に推移。SMB<sup>1)</sup>は契約社数の増加、ENT<sup>2)</sup>は契約単価の増加に引き続き注力する方針

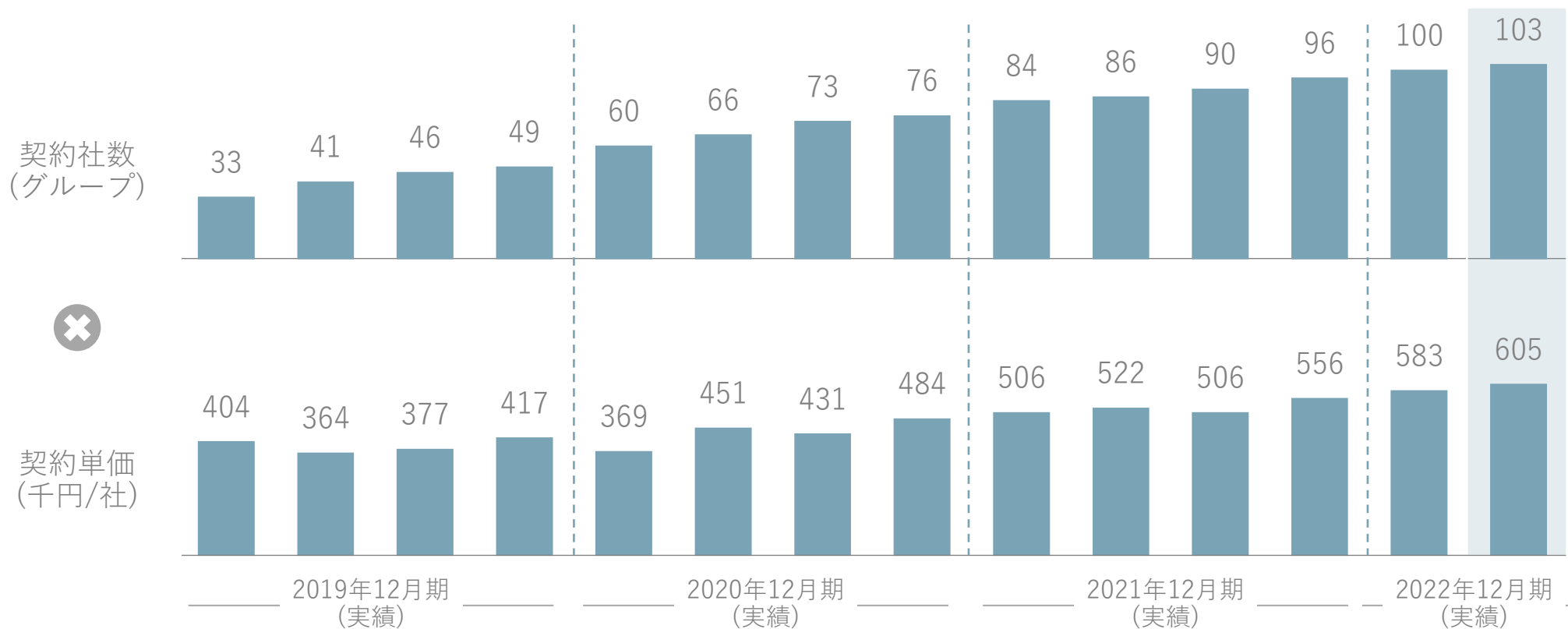
メンタルヘルスソリューション事業 四半期別 MRR<sup>3)</sup>推移 (百万円)



1) SMB：Small and Medium Businessの略称。メンタルヘルスソリューション事業の売上高が月額20万円未満の顧客  
 2) ENT：Enterpriseの略称。従業員1,000名以上かつメンタルヘルスソリューション事業の売上高が月額20万円以上（見込を含む）の顧客（グループ）  
 3) MRR：Monthly Recurring Revenueの略称。毎月発生する月額料金のみを集計しており、単発的に発生する収益は対象外。  
 四半期毎（3月/6月/9月/12月）の各末日時点における単月集計

2022年1-3月のオミクロン株の大流行の影響で新規商談・受注活動が減速。契約単価引き上げに注力し契約社数の後ずれ影響を一定程度相殺。年後半は段階的な商談機会の回復を見込むものの一定程度の受注は後ずれする可能性

メンタルヘルスソリューション事業 ENT<sup>1)</sup>向け契約社数/契約単価推移 (月当たり)

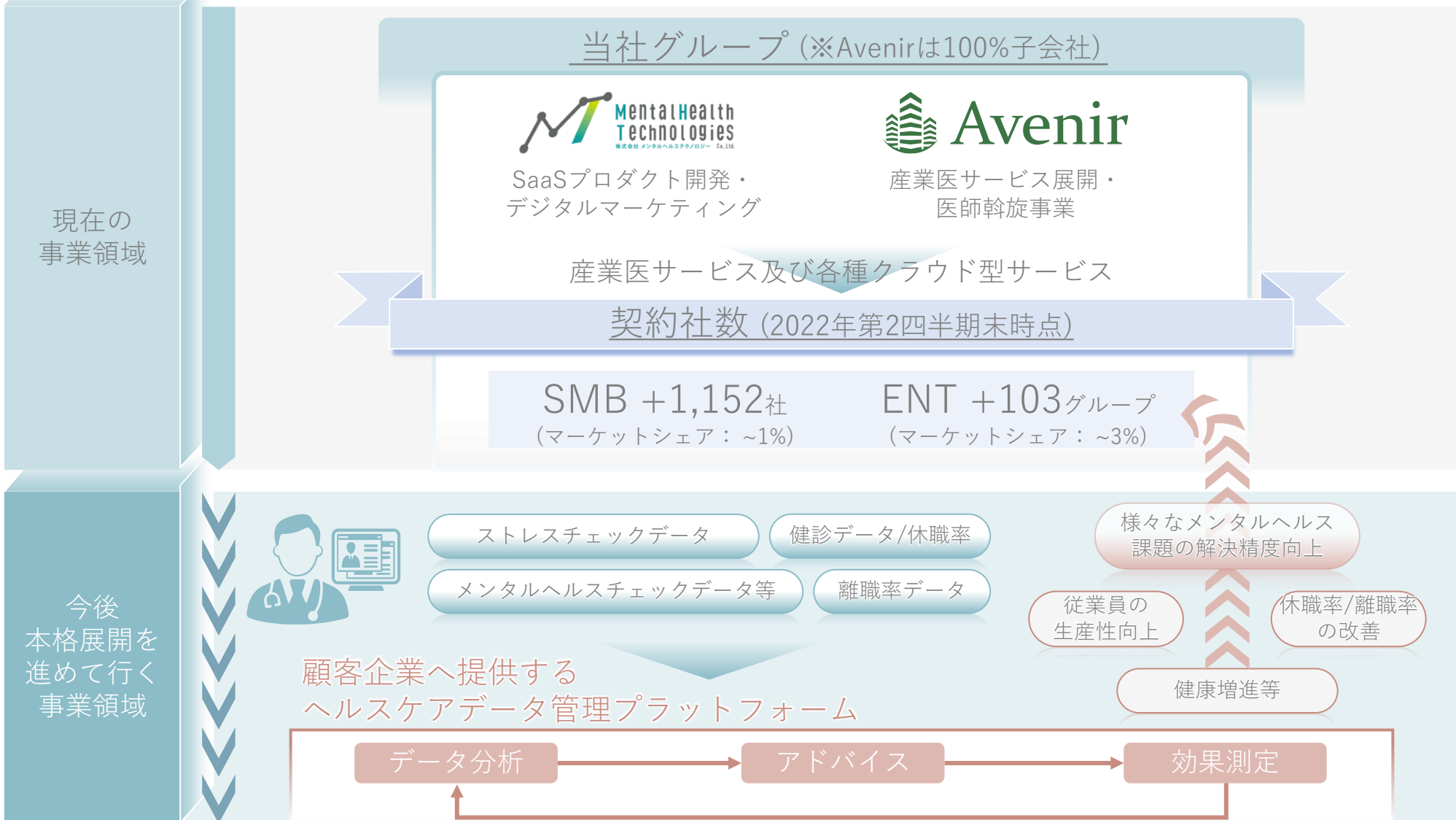


1) ENT：Enterpriseの略称。従業員1,000名以上かつメンタルヘルスソリューション事業の売上高が月額20万円以上（見込を含む）の顧客（グループ）  
 2) 契約社数：四半期毎（3月/6月/9月/12月）の各末日時点における集計  
 3) 契約単価：ENTの売上高（スポットで発生した一過性の収益は除く）を契約件数で除して算出。四半期毎（3月/6月/9月/12月）の各末日時点における集計

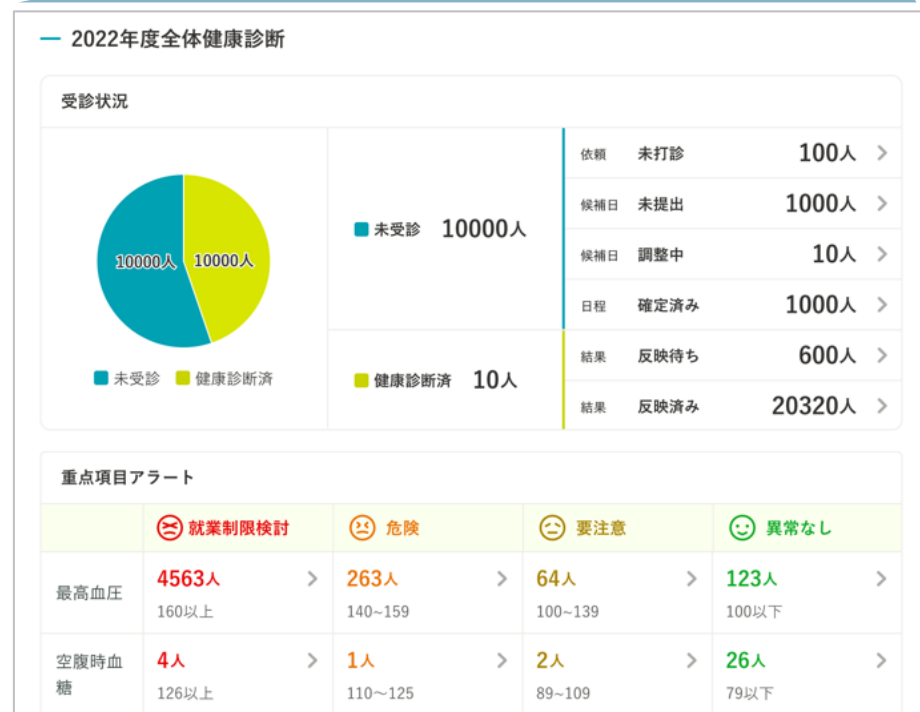
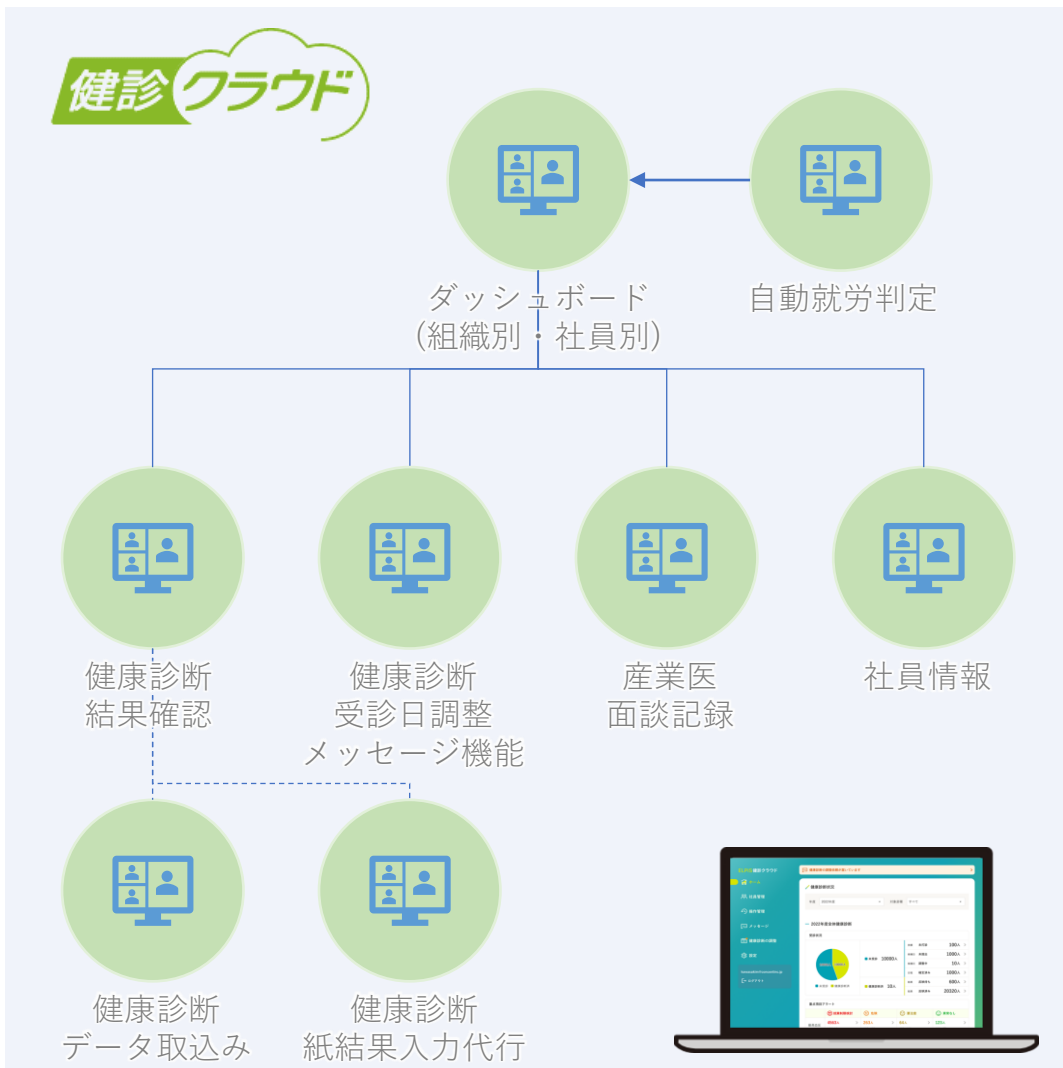
### 3. 今後の方向性



# 産業医サービスを起点に拡大してきた顧客基盤を活用し、今後は企業向けヘルスケアデータ管理プラットフォームの本格展開も進めて行く方針



今後健康診断データ・産業医面談記録等の一元管理・課題分析などが可能なヘルスケアデータ管理プラットフォーム”健診クラウド”を本格展開する予定



上半期の業績好調を受け、獲得したキャッシュ・フローを活用し来期以降の成長加速の実現に向けて追加のプロモーション施策への資金投下を計画

### 主な追加プロモーション施策



HR関連  
展示会出展

人事担当者向け  
メディア出稿

ビジネスメディア  
オンラインセミナー

カンファレンス  
登壇

#### 認知度向上に伴う問合せの増加

- 上場後認知度向上に伴い口コミ等による問合せ増加。更なる認知度の向上を狙い、これまでのインバウンドマーケティングに加えて下半期は追加プロモーション施策の一環として出展する展示会数の増加などを予定



認知度向上がもたらすインバウンドの好循環

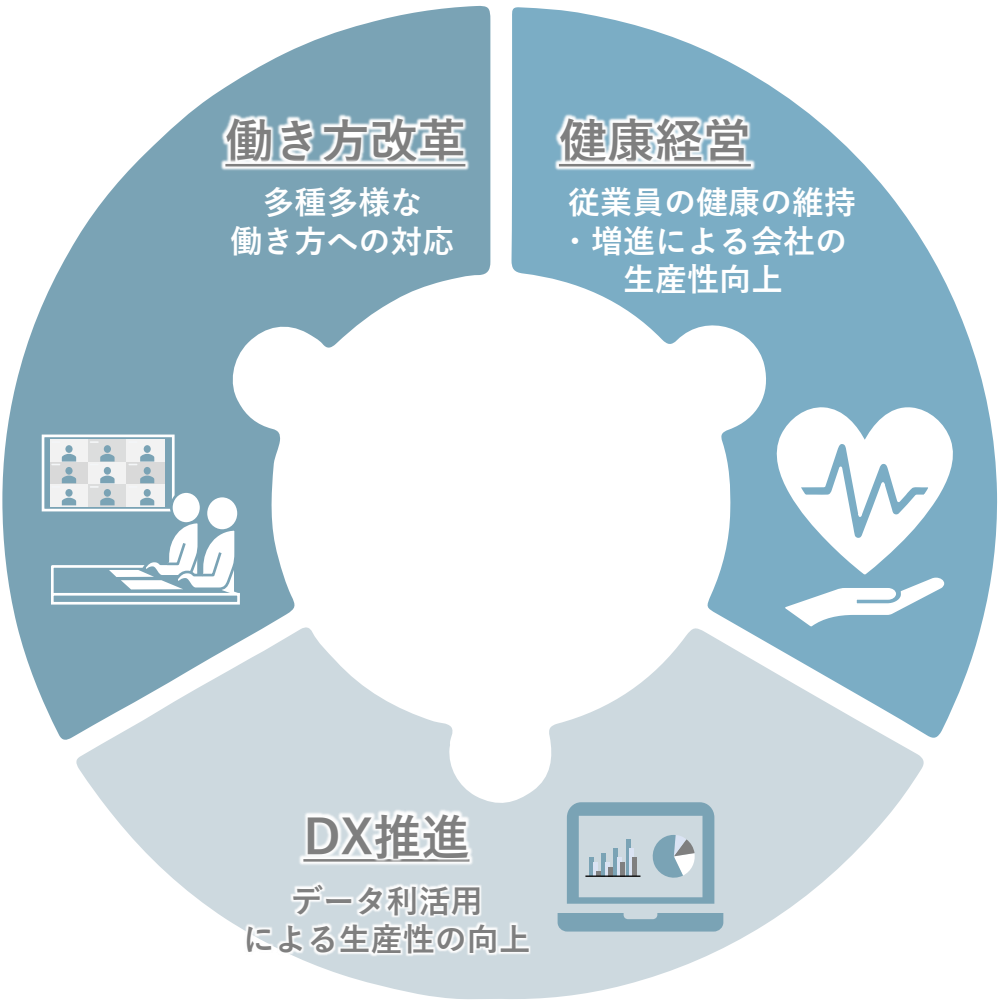
#### 事業ブランド向上に伴うENTへの導入加速

- 事業ブランドの向上によるENT顧客の拡大を狙い追加プロモーション施策として人事向け専門メディアへの出稿、カンファレンスでの講演などを予定



事業ブランド向上によるENT顧客の拡大

直近の「働き方改革」「健康経営/人的資本経営」「DX化」等のトレンドは当社グループの中核事業であるメンタルヘルスソリューション事業に追い風



コロナ禍による社会変革の加速

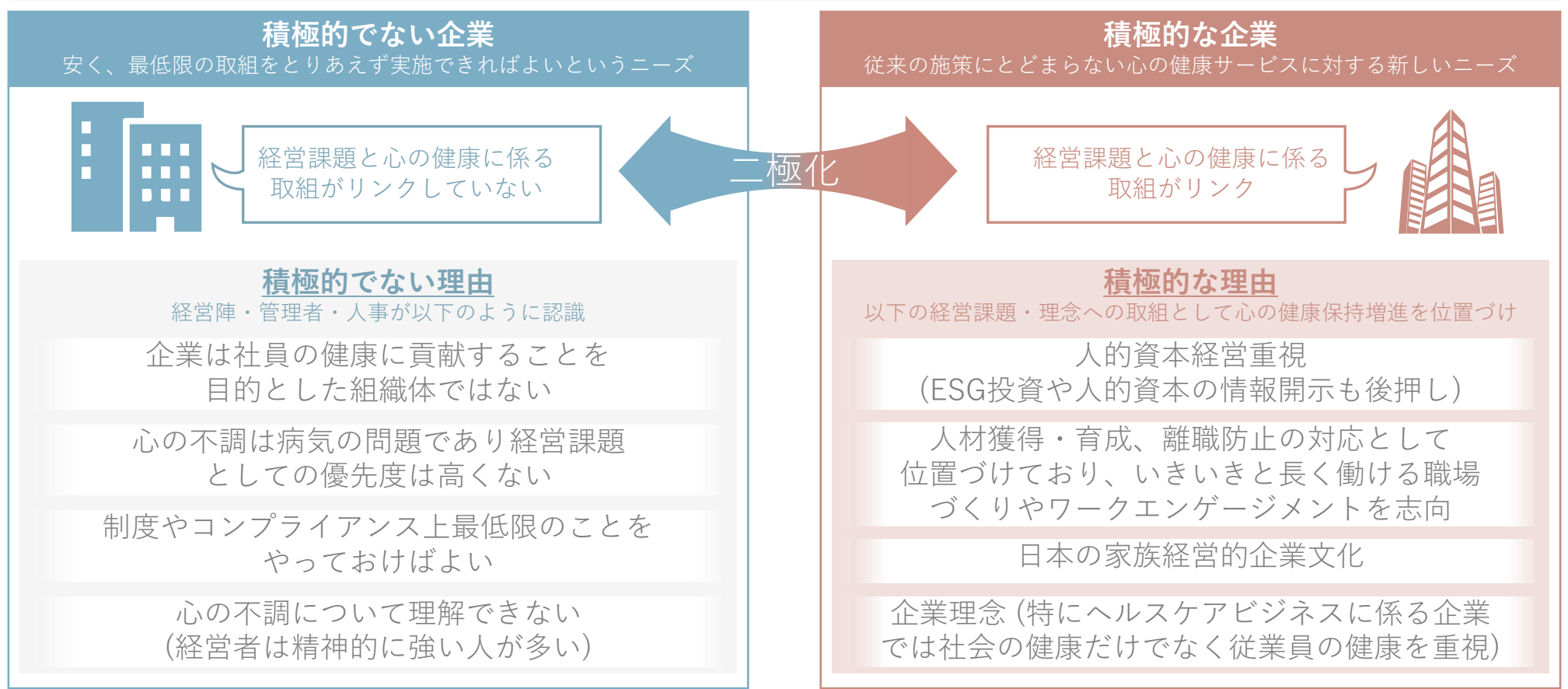
ESG的な観点から対応が急がれる人的資本

企業における人事の課題が顕在化しより明確に

人的資本への積極的な投資や関連情報の開示

クラウドサービスを活用した“コストリーダーシップ”と「課題解決型運用」での”差別化戦略”を取る当社グループは従業員への心の健康への取組に積極的な企業・積極的でない企業のいずれのニーズにも対応可能なビジネスモデル

従業員への心の健康への取組





Appendix A

# 全てが「ホワイト化」していく

企業が対応を求められる“ホワイト化”の例



SDGs



メンタルヘルスケア



ESG



育児・介護



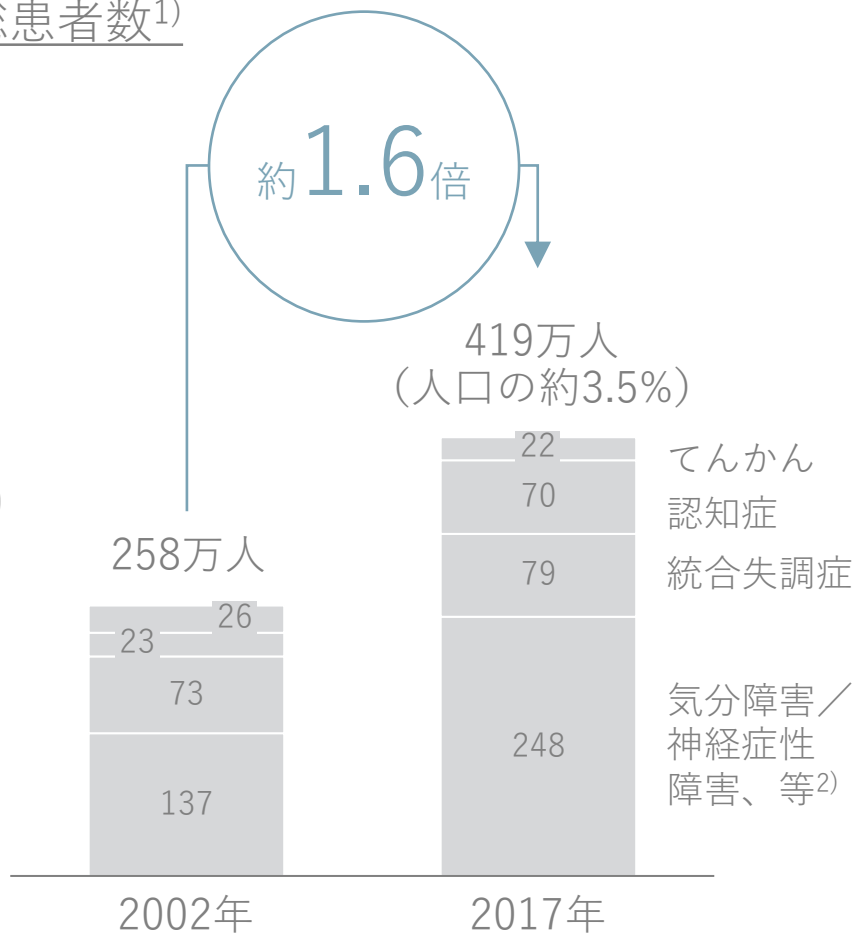
男女格差是正



LGBTQ

# 国内での精神疾患の患者数は直近15年間で約1.6倍に増加

国内の精神疾患 総患者数<sup>1)</sup>



1) 厚生労働省「平成29年 患者調査(傷病分類編)」(2019年3月1日) 参照

2) 気分(感情)障害(躁うつ病を含む)、神経症性障害、ストレス関連障害及び身体表現性障害、その他の精神及び行動の障害



# 行政は、企業に対して産業医・産業保健機能の強化など規制強化を図る

## 働き方改革／健康経営に関する規制

2011年

精神疾患が5大疾病に

2015年

ストレスチェック  
制度を義務化

健康経営銘柄を発表

2019年

大企業における  
働き方改革関連法施行による  
産業医・産業保健機能の強化

2024年

医師／建設／運輸業における  
働き方改革関連法施行の適用

医師：約33万人<sup>1)</sup>

建設業：約492万人<sup>2)</sup>

運輸業・郵便業：約347万人<sup>2)</sup>

2017年

健康経営優良法人認定  
制度の認定開始

2020年

パワハラ相談窓口設置の義務化  
(中小企業は2022年より)

中小企業における  
働き方改革関連法施行による  
産業医・産業保健機能の強化

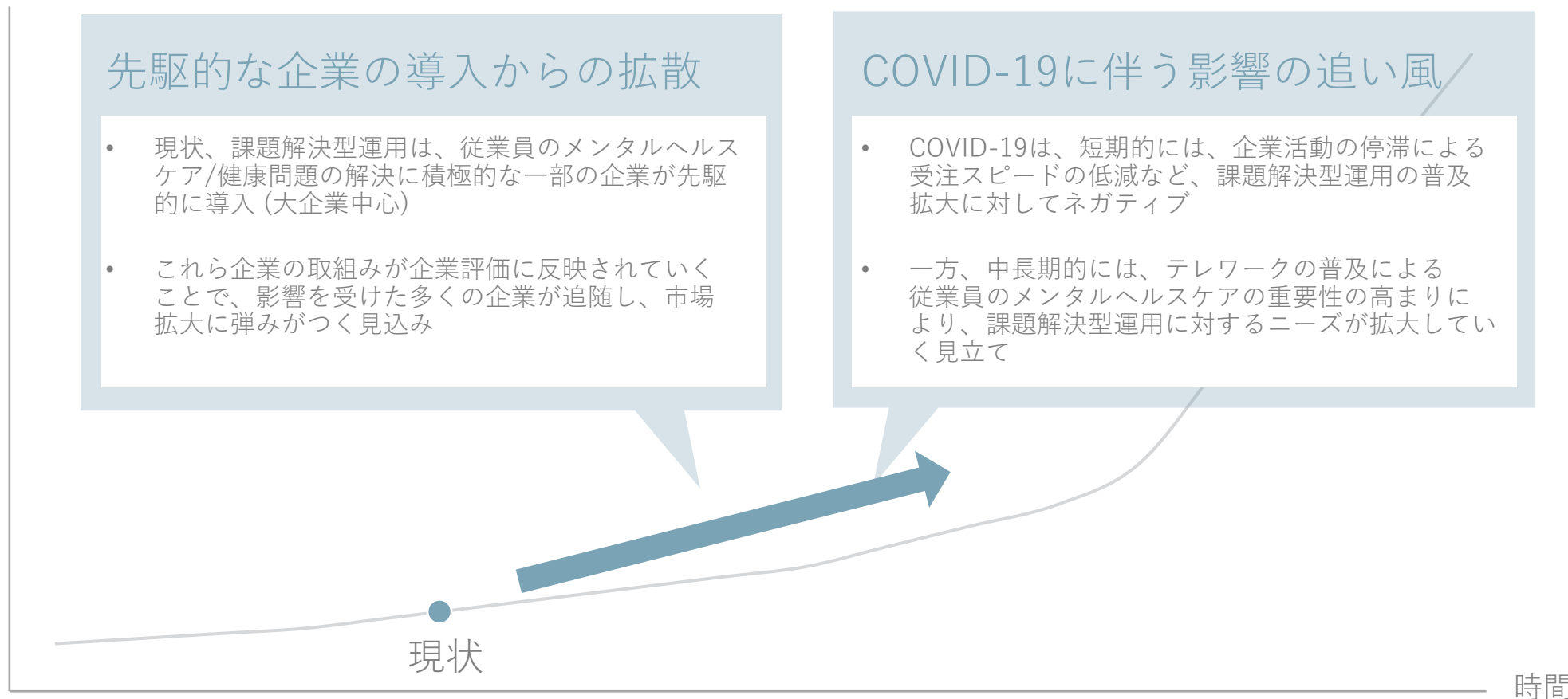
1) 厚生労働省「平成30年(2018年)医師・歯科医師・薬剤師統計の概況」(2021年12月19日)参照

2) 総務省統計局「労働力調査(基本集計)2020年(令和2年)平均結果の要約」(2021年1月29日)参照

# 課題解決型運用は市場黎明期にあるが、COVID-19に伴う影響も追い風 今後の更なる課題解決型運用の普及が期待される

## 企業向けメンタルヘルスケアの普及フェーズ (イメージ)

導入企業数



ただし、既存のサービスでは時代の要請にこたえ切ることが困難  
当社グループは厳選された産業医+クラウドサービスの提供でニーズを充足

既存の企業向けメンタルヘルスカケアサービスが抱える課題<sup>1)</sup>

これまで

現状

需要側

費用対効果の分かりにくさ  
必要最低限の形式運用

- 産業医による役務提供は費用対効果が分かりにくく、企業向けメンタルヘルスカケアは必要最低限の形式運用に留まってきた

課題解決型運用への  
ニーズが顕在化

供給側

産業医の能力不足

- 中小企業を軸に働く嘱託の産業医を中心に、普段は臨床医として働く開業医や勤務医が多い
- 従い、課題解決型運用において求められるメンタルヘルスカケアを提供できる能力を有していない

引き続き  
「名ばかり産業医」が  
はびこる  
(表面的な法令順守に留まる)

1) ダイヤモンドオンライン「「名ばかり産業医」1万人超！“企業の健康”を蝕む職場の医師の実態を大解剖」（2022年1月24日）参照



# Appendix B

# 厚生労働省は、メンタルヘルスケア の手法として通称「4つのケア」を推奨

セルフケア



ラインによるケア



事業場内 産業保健  
スタッフ等によるケア



事業場外資源  
によるケア



計画導入/PDCAが推奨されているものの、実現できている企業は限られる

# ケアーズLite: 専門医への健康ホットライン

## ケアーズ*Lite*

相談よりも専門的な情報の提供



- 専門医に直接相談ができる
- 相談内容が残るので、後から見返すことができる
- 従業員様だけでなく、その家族様も利用することができる
- 会社に相談内容が漏れる事無く、相談できる
- 医師によるカウンセリングが「場所・時間」を選ばず相談できる



# ハラスメントホットライン: 社労士への直接相談

## ハラスメント ホットライン

社内のハラスメントに関して、直接社労士に相談

- 場所と時間を選ばない
- 24時間以内に社労士からメール返信
- 情報の公開範囲を自身で設定できる
- 自身で名前、会社の公開・非公開を選択して相談できる
- 会社には“まだ”伝えたくないような相談レベルのことも気軽に相談できる
- ハラスメント問題を専門分野とする社労士に相談できる
- 多様化するハラスメントに知見があるプロが回答
- 契約完了後、利用者数をカウントするための企業IDを即日発行。  
企業は従業員にそのIDを配布するだけ



# ストレスチェック: 何人でも無料でストレスチェックを実施

## スト~~レス~~チェック



利用者が1人でも1万人でも無料でチェックツールを提供。  
人数の増減申請も必要なく好きなだけ利用可能

- web版のみ
- 厚生労働省57問に準拠
- 部署毎のストレス度合いを表示
- 採用タイミングでストレス耐性を知りたい/既存社員のストレス耐性を知りたい企業には、有償のメンタルチェックを提供



# メンタルクラウド: いつでも、どこでも気軽に精神科兼産業医に相談



一般企業で就労経験のある産業医かつ専門領域が精神科の医師が、オンラインで従業員の都合に合わせて面談

こんな時におススメ

- 精神科医の先生に相談したいけど、信頼できる精神科医が近くに見つからない
- 女性社員が多く、女性医師に面談を希望されている
- 日中ではなく、平日夜や土日対応の希望者がいる
- 自社に選任済みの産業医はいるものの、拠点が遠く相談できない
- 産業医の選任義務はないが、何かあった時のために産業医の先生に相談できる体制を整えたい



## 健康要約チャンネル: 予防医学に関する動画配信

10分程度のアニメーションでコンパクトにまとまった最新の予防医学に関するコンテンツを定期配信



- 当社グループの従業員の産業医が監修。  
制作はYouTuber「本要約チャンネル」のタケミ氏&リョウ氏が担当
- 従業員の関心を喚起/維持させながらヘルスリテラシーの向上を図る
- 月1本の頻度で配信



本資料は、情報提供のみを目的とし当社が作成したものであり、記載されたいかなる情報も、当社株式の購入や売却を勧誘するものではありません。

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当社グループが現時点で入手可能な情報を基にした予想値です。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、市場環境や事業の進展などの不確実な要因の影響を受けます。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があります。

本資料に含まれる当社グループ以外に関する情報は、公開情報等から引用しております。これらの情報の正確性、適切性等について当社は独自の検証を行っておらず、これに関し何ら表明も保証もいたしません。

