

# FY2022通期決算および中期経営計画

---

メドピア株式会社(6095)

## 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。**

# FY2022 財務ハイライト

## グループ全体

売上高 : 8,452百万円 **YonY : 1.1倍** / 営業利益 : 1,064百万円 **YonY : 0.6倍**

- **YonYで1.1倍の増収**となるとともに、将来の事業成長に備えた人材採用が計画通りに進捗。
- **事業の選択と集中**を踏まえ、一部サービスについてシステムの評価損を計上。
- 来期以降の成長に向けた、**M&Aや新規事業推進のための投資を積極的に実施**。

## ドクタープラットフォーム事業

売上高 : 6,428百万円 **YonY : 1.1倍** / 営業利益 : 1,609百万円 **YonY : 0.8倍**

- e-DetailやWeb講演会等の収益性が高い主力サービスの売上高が計画比でビハインド。
- プライマリケアPFはkakari加盟店の拡大により堅調に成長。
- 4DINとの提携により、500万人規模の病院電子カルテデータを活用した共同事業を開始。

## ヘルスケアソリューション事業

売上高 : 2,041百万円 **YonY : 1.2倍** / 営業利益 : 126百万円 **YonY : 0.4倍**

- first callの契約件数は、**YonYで1.3倍と堅調に増加**。
- フィッツプラスでは、特定保健指導事業の拡大に加え、新規事業である重症化予防事業の開始により、**YonYで1.2倍の成長**。

※「収益認識に関する会計基準」等を当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。

- 各事業が成長し、売上高は**過去最高を更新**。
- 将来の事業拡大に向けた人材採用を計画通りに達成した一方、売上高が期初予算からビハインドしたことで、当期は利益が一時的に低下。

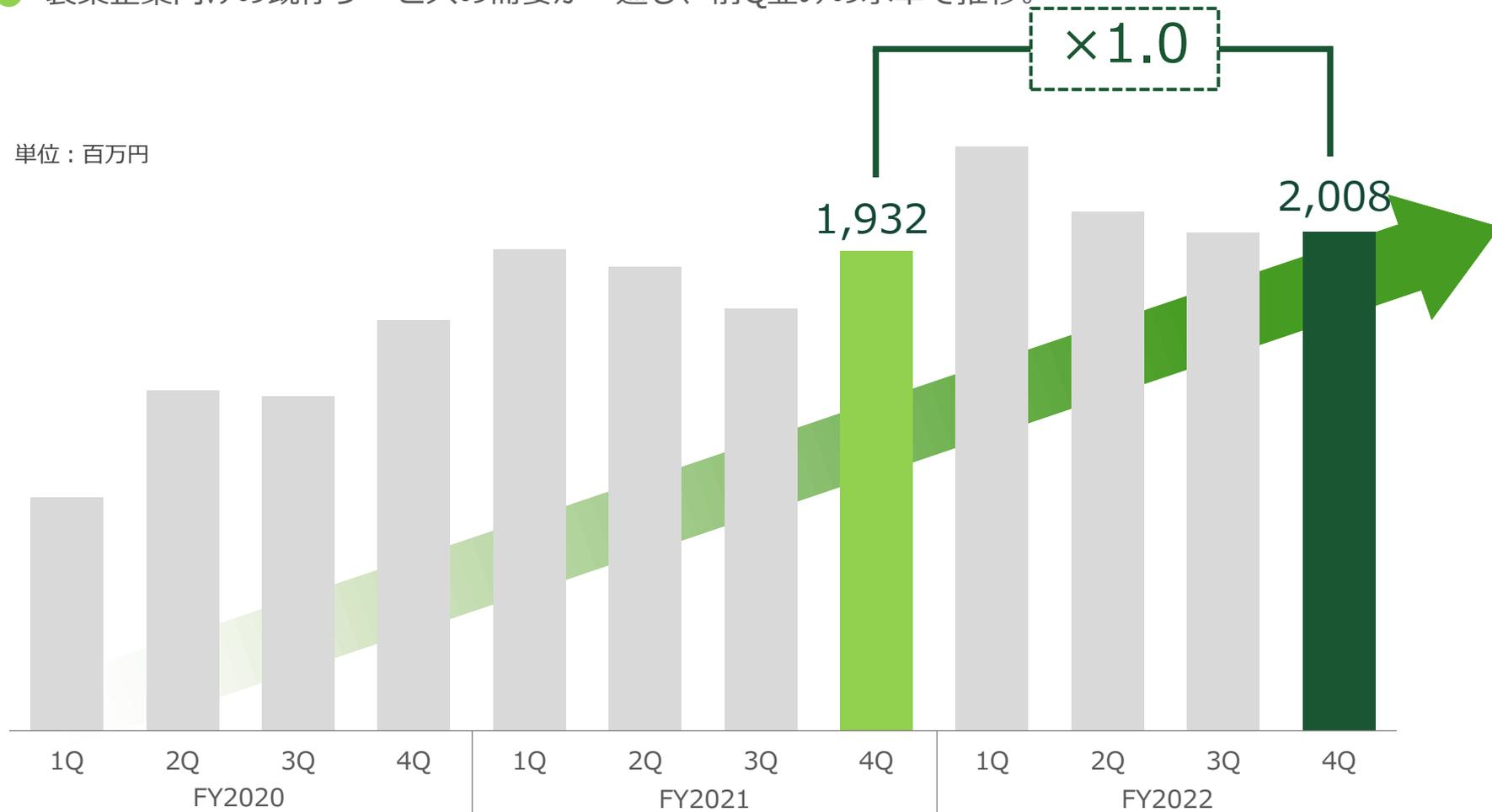
単位：百万円

	通期（12ヶ月）			
	FY2021	FY2022	増減額	前年同期比
売上高	7,435	8,452	1,017	1.1倍
営業利益	1,783	1,064	▲719	0.6倍
営業利益率	24.0%	12.5%	—	▲ 11.5pt

※「収益認識に関する会計基準」等を当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。

- 4Qとしては過去最高の売上を達成。
- 製薬企業向けの既存サービスの需要が一巡し、前Q並みの水準で推移。

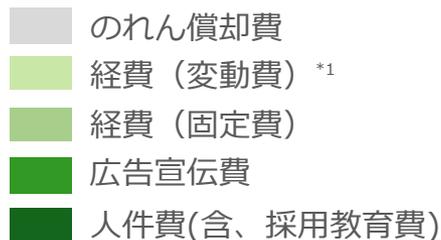
単位：百万円



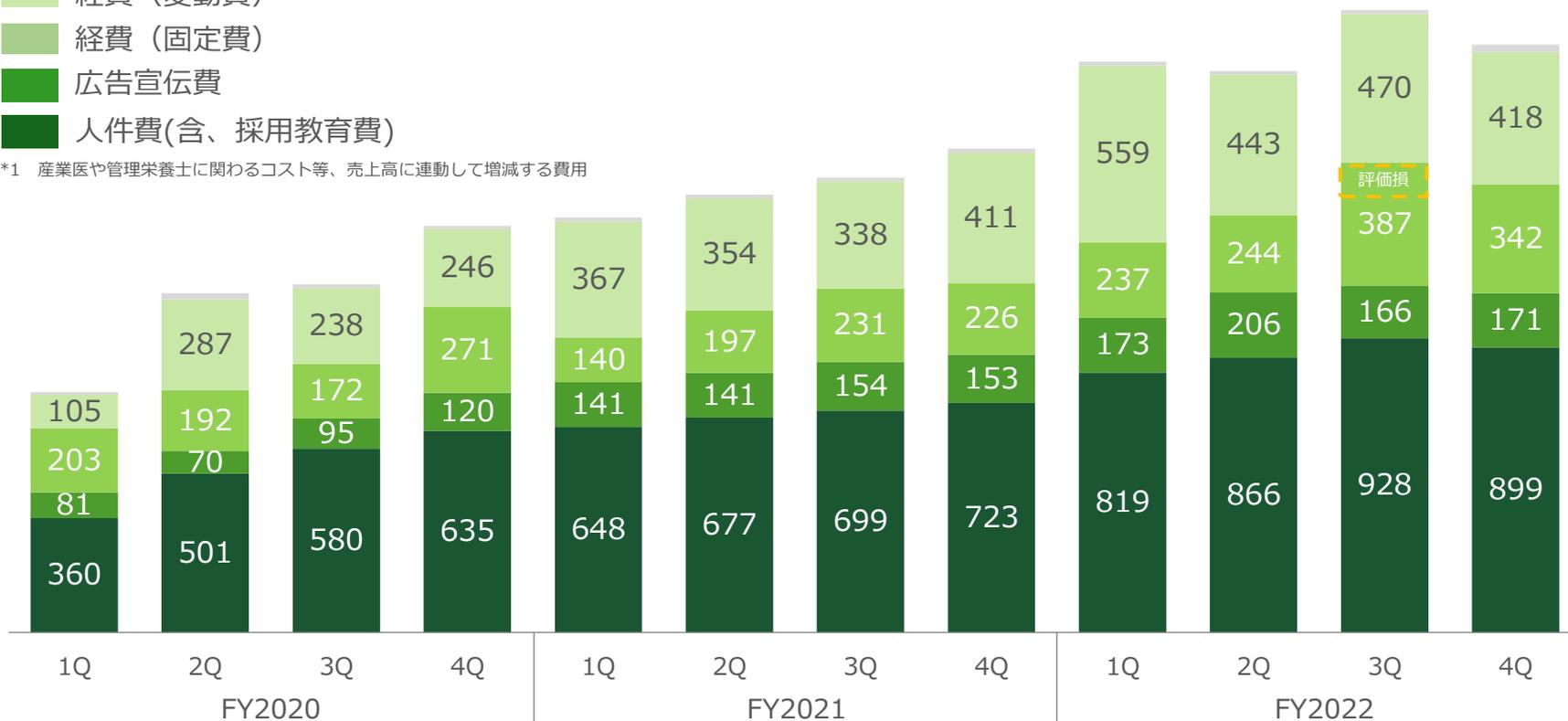
※「収益認識に関する会計基準」等を当期首より適用しておりますが、FY2021以前の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

- 人材投資が当初想定通り進捗し、人件費がYonYで1.2倍に増加。
- 下期では、システム評価損やM&A関連費用の計上により一時的に経費が増加。

単位：百万円



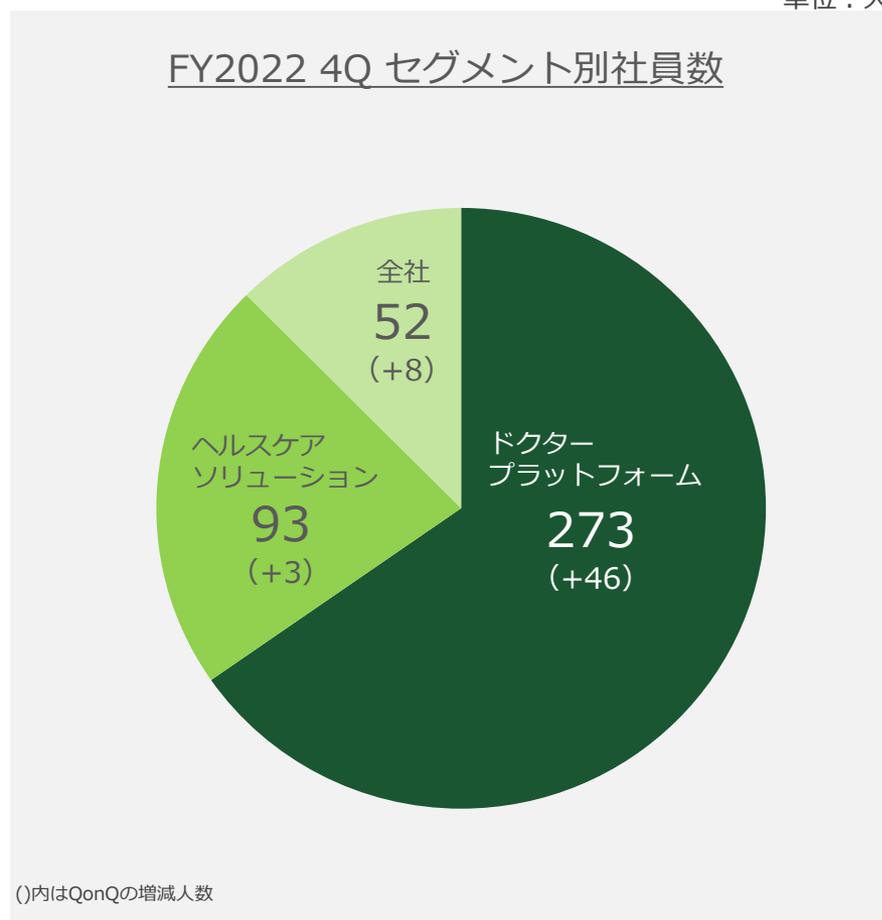
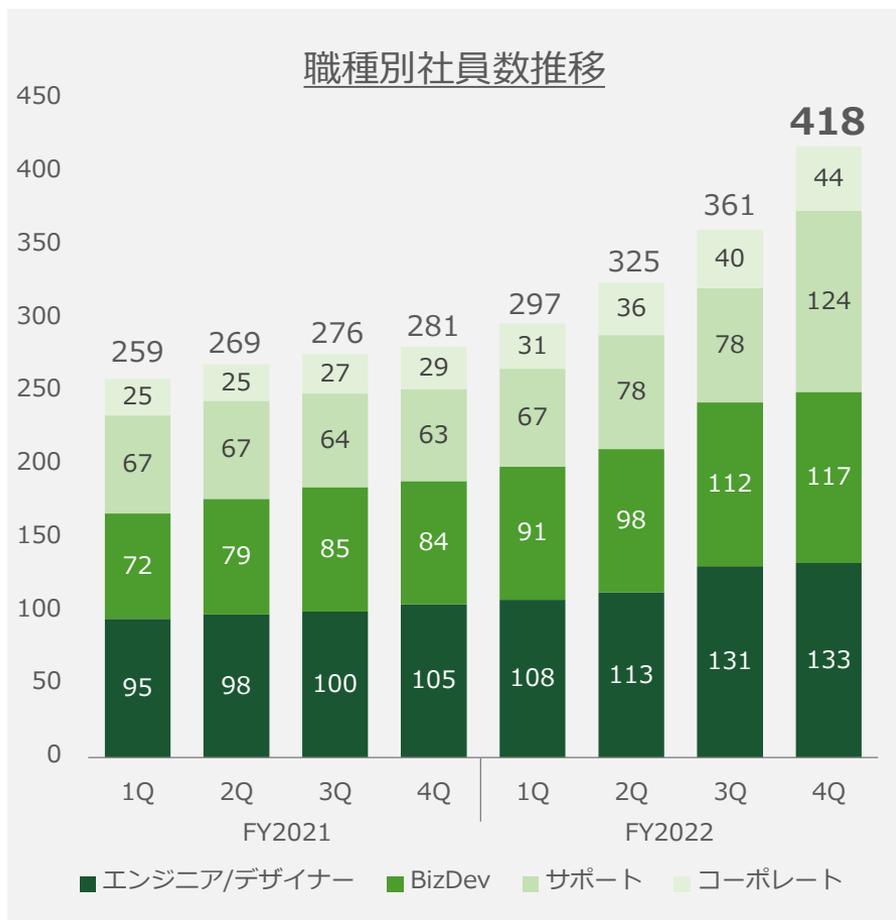
\*1 産業医や管理栄養士に関わるコスト等、売上高に連動して増減する費用



※「収益認識に関する会計基準」等を当期首より適用しておりますが、FY2021以前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。

- FY2022は将来の事業成長を見据えた積極的な採用活動を実施。4Qより連結対象となったクラウドクリニックの増員効果（45名）もあり、グループ全体で400名を突破。
- クラウドクリニックの増員を除くと、YonYで92名、QonQで12名増加。

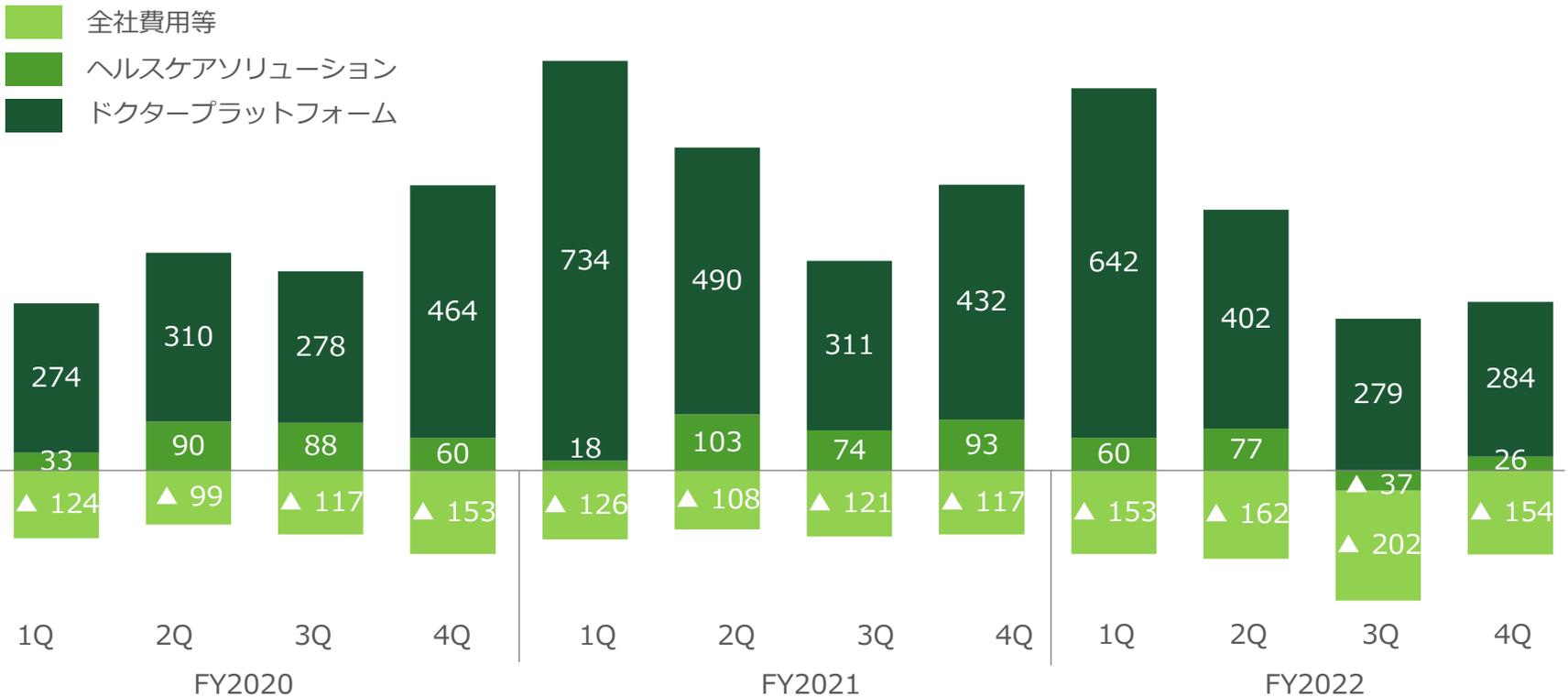
単位：人



# セグメント損益の推移

- 両セグメントともに、FY2023以降の事業拡大に備えた先行的な人材投資を積極的に実施。
- 4Qでは前Qで発生した一過性費用の発生がなく、両セグメントともに利益計上。

単位：百万円



※「収益認識に関する会計基準」等を当期首より適用しておりますが、FY2021以前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。

長期的にメドピアグループが  
創り上げる世界

- M&A・アライアンス含め、複数の事業が立ち上がったことに伴い、FY2023より3つのセグメント区分へ変更。



\*1 FY2023の計画値

- 事業環境の変化とM&Aやアライアンス等の積極的な推進により各事業のステージが大きく変化。
- 将来の成長を見据えた新たな中期経営計画を策定。

## 事業環境の変化

## 定量面の評価

## 将来の成長を見据えた打ち手

### 集合知プラットフォーム

- COVID-19により大きく市場が拡大。
- 需要の拡大は一巡し、従来型の配信サービスは成熟期へ。
- オンライン+オフラインを組合わせたオムニチャネルの需要が高まる。

- 既存サービスの値上げを実現。
- スペシャリティシフトに伴い利用拡大が想定よりも進まず。

- 医薬品マーケティングのインフラとなるべく、MIフォースを完全子会社化<sup>\*1</sup>。
- 4DINとのアライアンス等、RWDのデータ活用事業へ参入。

### 医療機関支援プラットフォーム

- 医師の働き方改革やオンライン服薬指導等、医療現場が大きく変化。
- 新たなサービス展開余地が拡大。

- kakari加盟店や処方箋送信数は堅調に増加。
- FY2022時点では本格的な収益貢献には至らず。

- クラウドクリニックの完全子会社化、やくばと事業の立ち上げ等、時代の先を見据えた事業戦略を展開。

### 予防医療プラットフォーム

- 不安定な事業環境の中、「人的資本」「健康経営」等をキーワードに注目が集まる。
- 大企業を中心に従業員の健康に対するニーズの高まりとともに、市場拡大の予兆。

- 特定保健指導、健康相談・産業医に次ぐ柱の構築ができず、集合知PFの減収をカバーするに至らず。

- 将来の事業拡大を見据え、オペレーション体制を強化。
- 重症化予防事業等、蓄積したナレッジを活用した新たなサービスの展開を開始。

\*1 EPフォースの完全子会社は2022年10月3日付。同日付でMIフォースに社名変更を実施

# メディアが挑む社会課題 ～パーソナライズドヘルスケアの実現～

- 個々人の価値観や環境、そして健康状態に応じた適時適切なヘルスケアサービスの普及が必要。
- その実現のためにテクノロジーを駆使するとともに、ヘルスケアプロフェッショナルの貴重な人的資源を最大限に活かすことが求められる。

## ウェルネス

フィットネス・ドラッグストア・  
職域・各種ヘルスケアアプリ

## 疾病期

クリニック・病院・薬局

## 介護／終末期

居宅・介護施設・ホスピス

セルフケア

気づき・診断

治療

治療継続

介護・  
ターミナルケア

サービスが使われない・  
継続しない

受診しない・  
適切な医師に繋がらない

継続しない・  
アドヒアランス欠如

病床不足・  
適切な施設に繋がらない

## ヘルスケアの現実

テクノロジー × ヘルスケアプロフェッショナルの能力・人の温かみで乗り越える

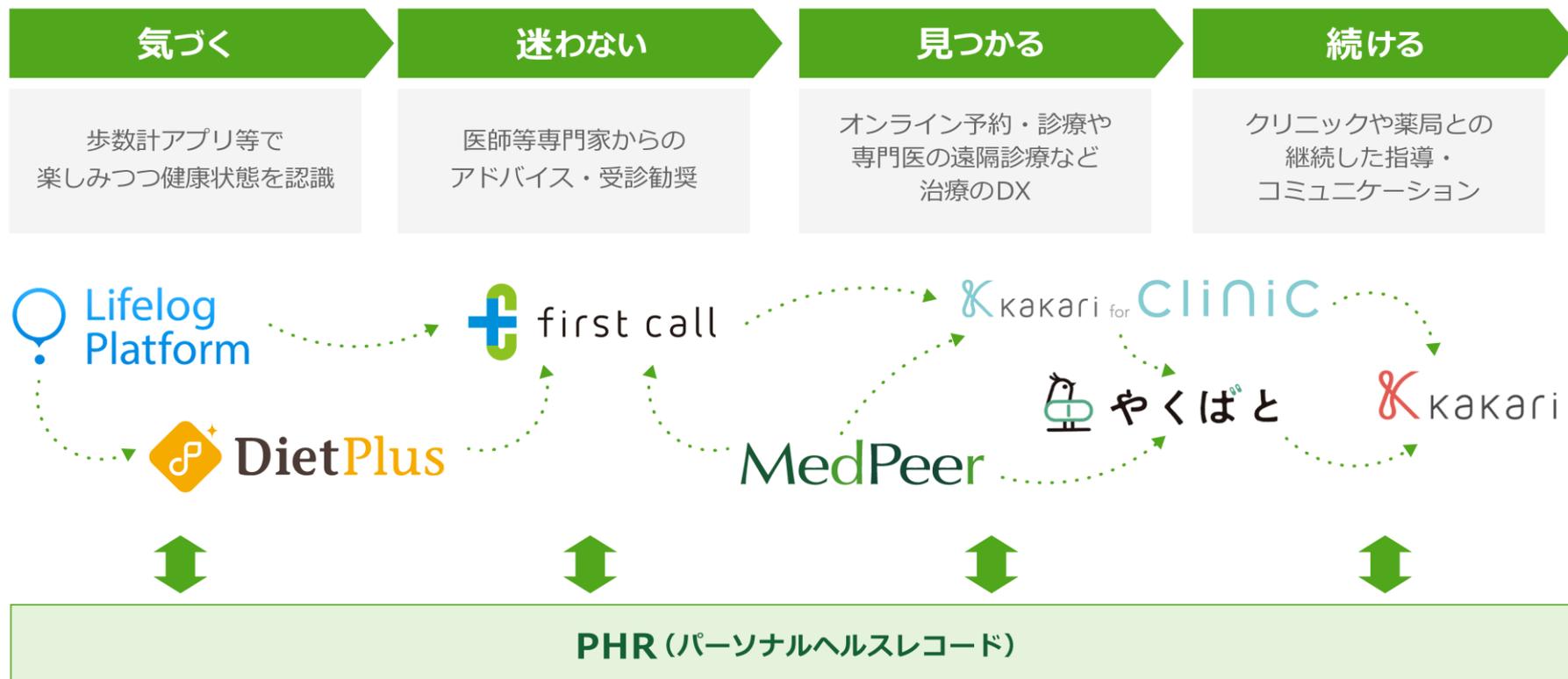
# メドピアが挑む社会課題 ～メドピアの果たす役割～

- いわゆる2040年問題などを背景に、医療従事者の限られたリソースを本質的なケアに充てられる社会の実現が急務。
- テクノロジー×ヘルスケアプロフェッショナルの能力・人の温かみで、健康無関心層も含めた全世代の健康寿命を延伸させるサービスを実現。



# メドピアが挑む社会課題 ～メドピアが繋ぐ世界～

- 中期的に各サービスの連携を図り、新たな患者体験を創造。



# 中期経営計画および FY2023の取り組み

## “医療ど真ん中”プラットフォームとしてのポジション確立

### ① ヘルスケアマーケティングのインフラに

- 集合知PFを盤石な経営基盤とするとともに、医薬品マーケティング支援にとどまらない新規サービスを量産する基盤を構築

### ② 国民の健康を支えるヘルスケアバリューチェーンの確立

- 医療機関支援PF・予防医療PFを第二・第三の柱へ

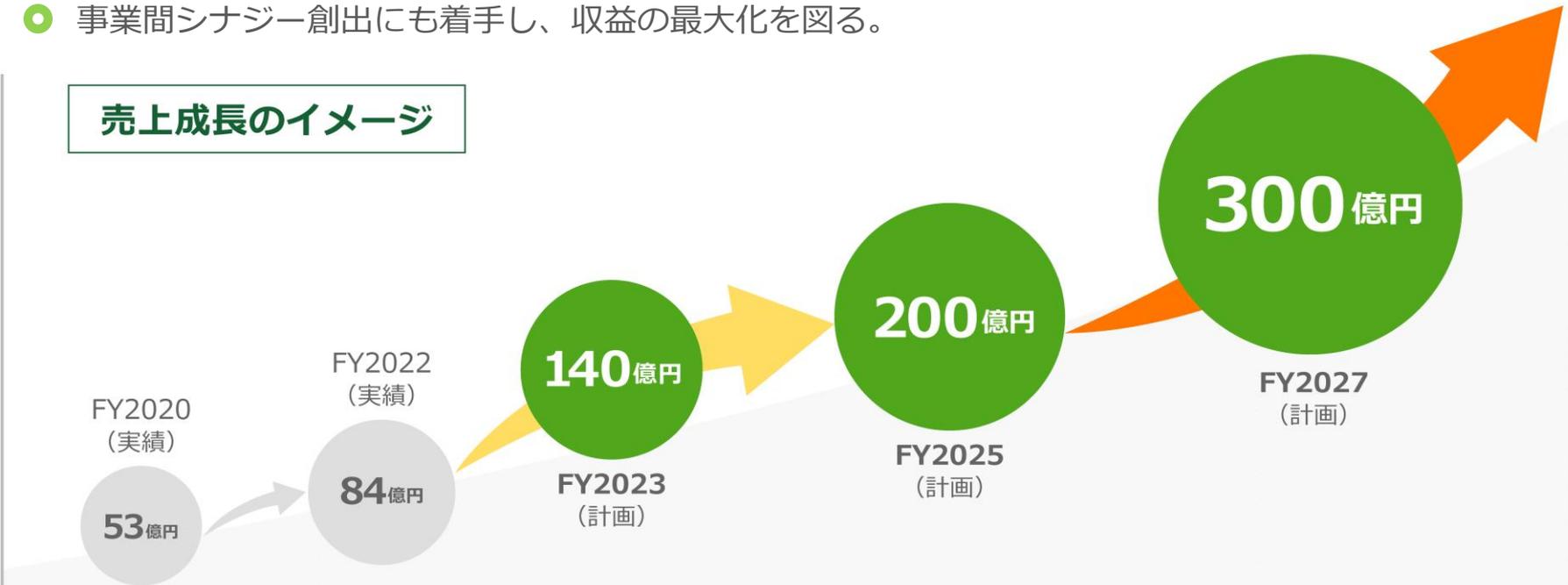
### ③ 各PFで蓄積される独自データの横断的な活用による事業創造

- データ利活用により各PFの価値を高めつつ、事業間のシナジーを追求

# 中長期の事業戦略および計画値 ～売上高の成長イメージ～

- 足元は集合知PFを最大強化しつつ、医療機関支援PF・予防医療PFを第二・第三の収益の柱に育成。
- 事業間シナジー創出にも着手し、収益の最大化を図る。

## 売上成長のイメージ



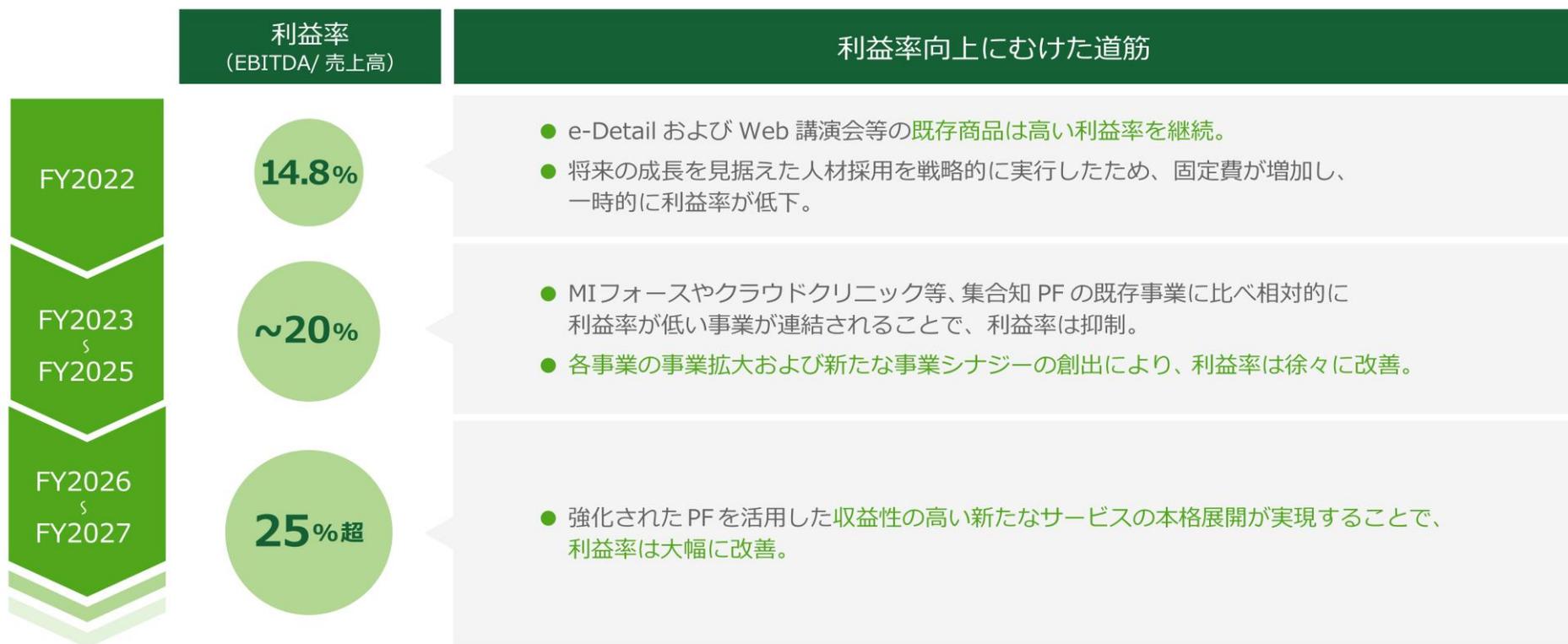
- ✓ 全PFでの収益拡大とシナジー創出
- ✓ 海外を含む新たな領域でのM&A

- ✓ 集合知PFの最大強化、他PF基盤固め
- ✓ 各PFを強化するM&A

- ✓ 将来を見据えた先行投資
- ✓ 将来基盤となる事業のM&A

# 中長期の事業戦略および計画値 ～利益率の推移イメージ～

- 急激に変化する市場に応じた人材・事業投資の実行により、FY2022の利益率は一時的に低下。
- 各事業の拡大による利益率の向上に加え、各PFを活用した新サービスや連携強化により、FY2026以降、売上のみならず利益も飛躍的な成長を実現。



- 3カ年で売上高200億円・EBITDA40億、5カ年で売上高300億円・EBITDA80億を目指す。



\*1 EBITDA : 営業利益+減価償却費+のれん償却額

# セグメント別の事業戦略 ～FY2023の取り組みと中期的に目指す姿～

## FY2023事業戦略

## 中期的に目指す姿

### 集合知PF

- 戦略的疾患領域の会員拡大
- MedPeer Talk×MIフォーラスにより製薬CRM領域での事業拡大
- 製薬企業向け新サービス拡充（RWD、患者向け疾患啓発等）

- スペシャリティ疾患PFとしてNo1に
- 製薬企業のみならず医師・薬剤師向けマーケティングを考える企業の販売パートナーとして**唯一無二の地位確立**
- 個別化医療の実現に向け、RWD×集合知で治療やマーケティングを革新

### 医療機関支援PF

- 薬局待ち時間ゼロ化を図るやくばと事業の**早期立ち上げ**とkakariシリーズの導入拡大
- 慢性期～在宅医療における**DXサービスの確立**（クラウドクリニック、YoriSoi Care）

- 流通量拡大が見込まれる**オンライン処方箋市場を創造し、No1ポジションに**
- 社会的要請に応えるべく慢性期から終末期にかけて**事業領域を拡大**

### 予防医療PF

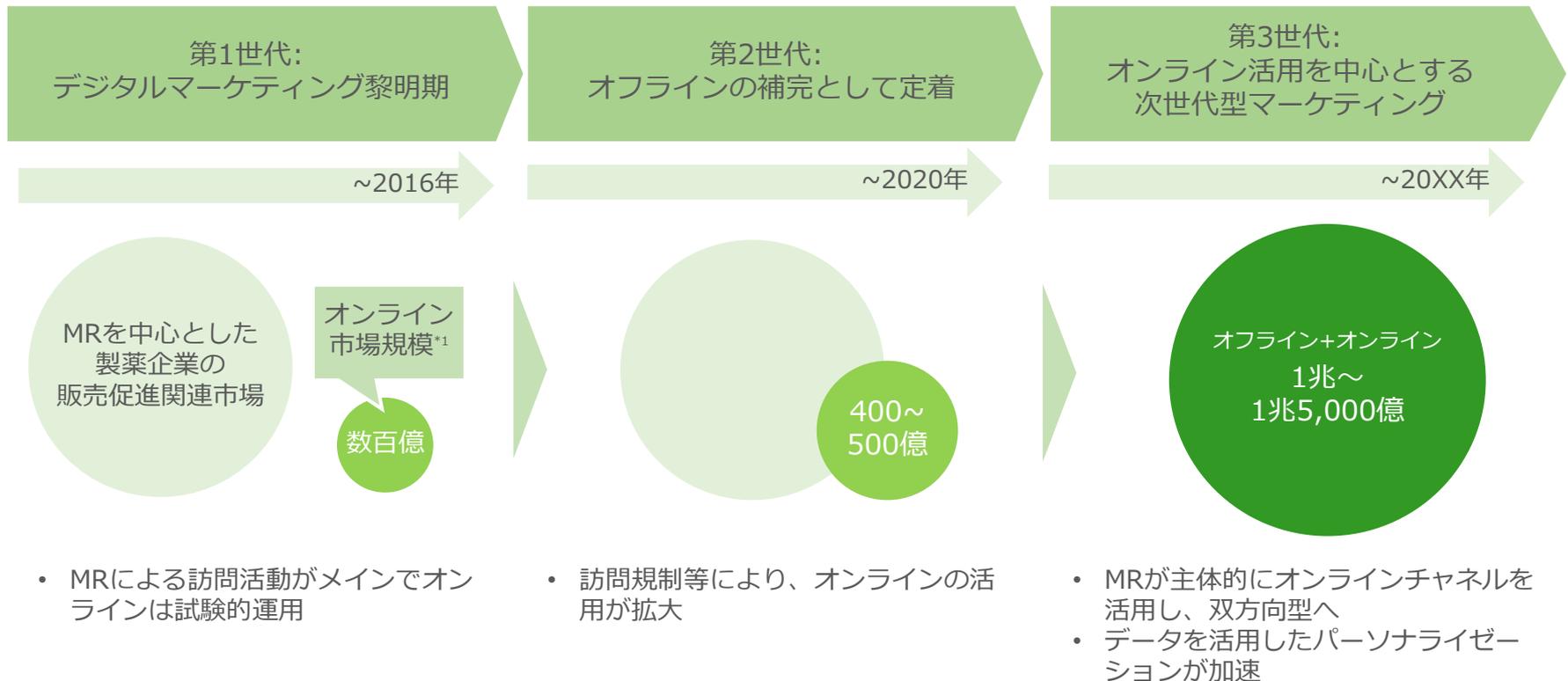
- 産業保健事業・特定保健指導事業において**アウトカム拡大と生産性向上の両立**を図るDXプロジェクトの推進
- 先進的な顧客・パートナー企業との提携により、**健康経営市場での新規サービス創造**

- 企業の人的資本最大化に向けた**アウトカムを約束するメソッドロジーの確立と、オペレーショナルエクセレンスの実現**
- **国内最大級**の相談件数を扱う医療相談サービスを核に、**予防～治療までのシームレスな患者体験を創出**

# 集合知プラットフォーム事業

## ～製薬企業向けマーケティングの広がり～

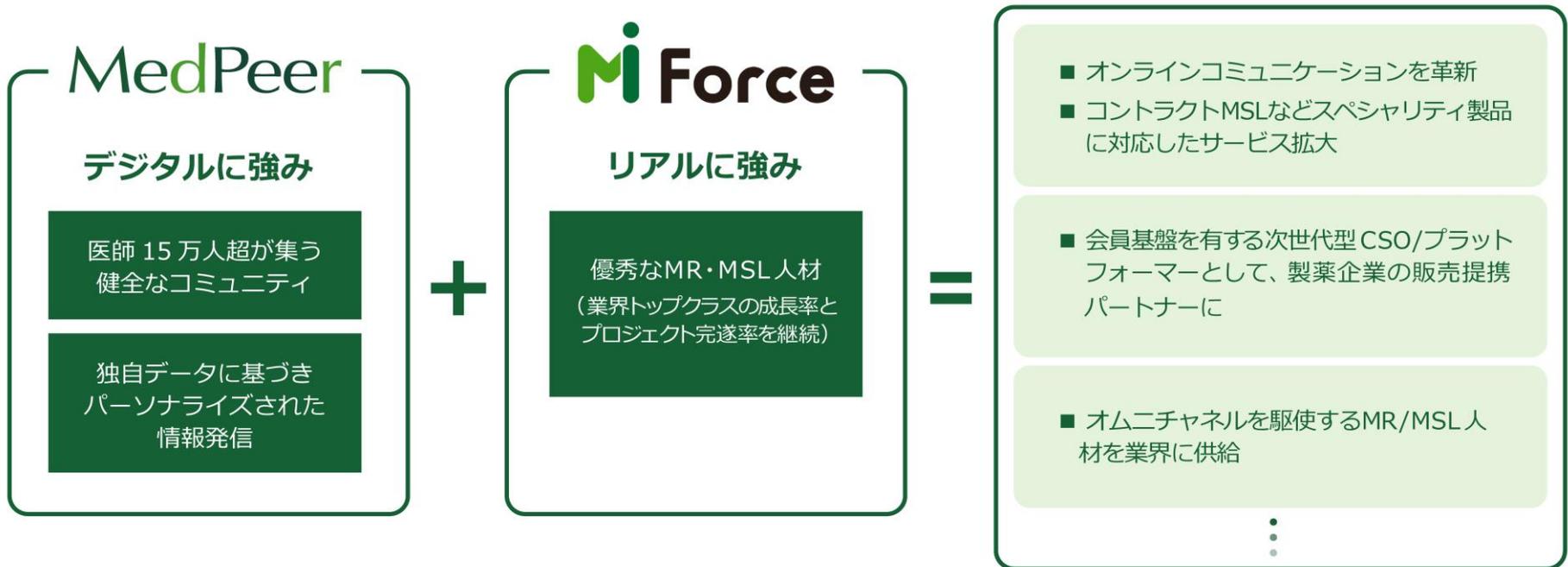
- **オンラインコンテンツの閲覧データ等を活用したパーソナライゼーションが加速し、従来の動画や画像・テキストによるPush型の情報配信にとどまらない付加価値を創出。**
- **従来MRの対面営業に加えて、医師とMRがオンライン上で対話する新しいスタイルが確立。**



\*1 製薬企業の販売促進関連市場と同オンライン市場規模は当社推計

# 集合知プラットフォーム事業 ～MIフォースのグループ化～

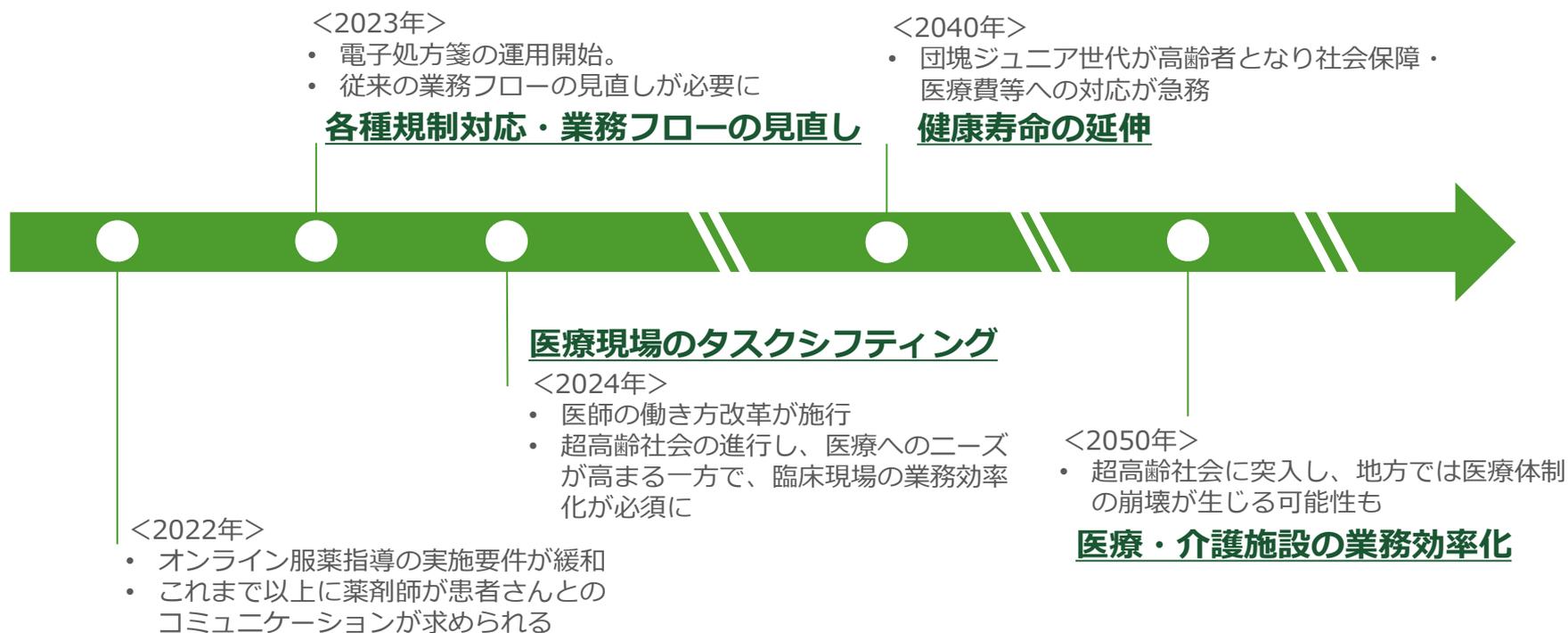
- MIフォースのグループ化は、1 + 1 = 3以上のシナジーを創出。



# 医療機関支援プラットフォーム事業

## ～医療機関・現場を取り巻く環境の変化～

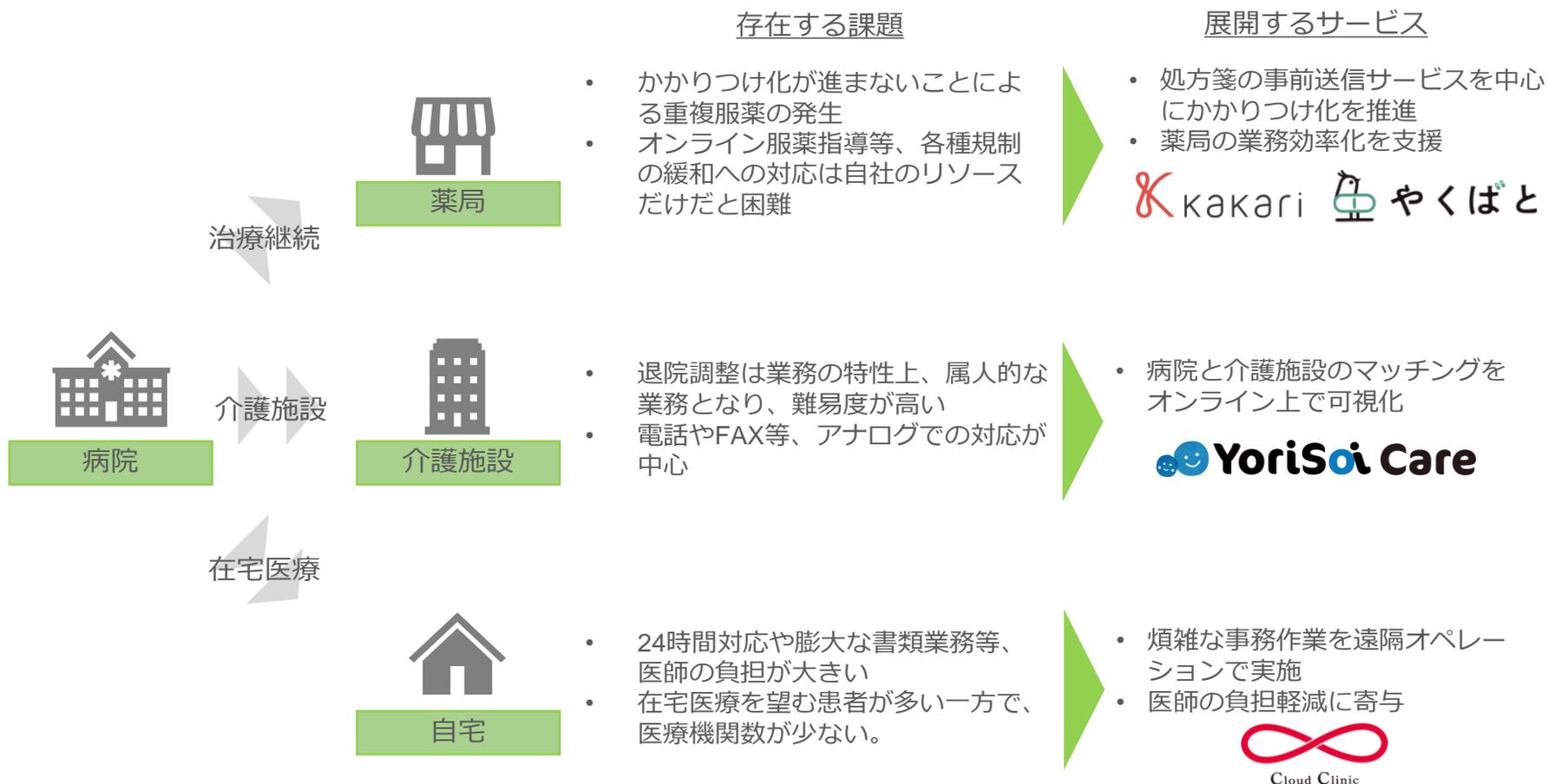
- 少子高齢社会の進行に伴い、セルフケアのニーズが高まるとともに、医療現場においても各種規制の緩和の動きが進行。
- 社会的トレンドを見据えた事業を展開し、ヘルスケア領域において必要不可欠な存在へと進化。



# 医療機関支援プラットフォーム事業

## ～顕在化している課題と当社の展開するサービス～

- プラットフォーム構築のノウハウを活用し、ITと人的サービスを最適に融合した「医療機関支援サービス」のプロバイダーとして事業を創造。
- 社会的な要請に応えるべく、慢性期から終末期にかけて事業領域を拡大。



# 予防医療プラットフォーム事業

## ～産業保健領域を取り巻く環境～

- 少子高齢社会を背景とした健康寿命の延伸、人的資本・健康経営等、企業が従業員の健康に配慮する動きが加速。
- 社会課題を解決する横断的なサービスが求められる。

### 労働人口の高齢化

- 2021年平均の15～64歳の就業者は約16万人減少の一方で、65歳以上の就業者は6万人増加\*。
- 国内の労働人口も高齢化が進み、医療費・社会保障費等の問題への対応が必要となる中、健康寿命の延伸が注目されている

\*出所：総務省統計局「労働力調査（基本集計）2021年（令和3年）平均結果」

### 人的資本への注目

- 世界的にESG投資への関心が高まり、人材が企業に価値を生み出す資産の一つであるとする「人的資本」への注目度も高まる
- 従業員に対する健康配慮への動きが加速

### 健康経営に向けた動き

- 従業員の健康を維持することで、業務の生産性が向上
- 国や政府としても、各種制度・助成金の制定や健康経営銘柄の選定等を実施し、従業員に対する取り組みを推進

# 予防医療プラットフォーム事業

## ～将来の成長を見据えた具体的な取り組み～

- 事業拡大に備えた営業・オペレーション体制を整備するとともに、新たな収益の柱となり得るサービスを並行して開発。
- 時代の潮流と現場のニーズを捉えた各種サービスを展開しシェア拡大を狙う

### first call

100万人超の  
従業員アカウント



#### 既存サービスの拡大と新たな収益の柱の創出

- 健康配慮への課題意識が高い、エンタープライズ向け営業を強化
- 産業医サービス・医療相談に次ぐ第三の柱を創出

### DietPlus

10万人超の  
特定保健指導の実績



#### 現場にとって必要不可欠な存在になることでシェア拡大へ

- 健保担当者等にとって煩雑な業務をオンライン上で効率化する支援ツール「Tonoel」の提供を開始
- クオリティの高い指導サービスと健保担当者等のサポートで、市場シェアを拡大

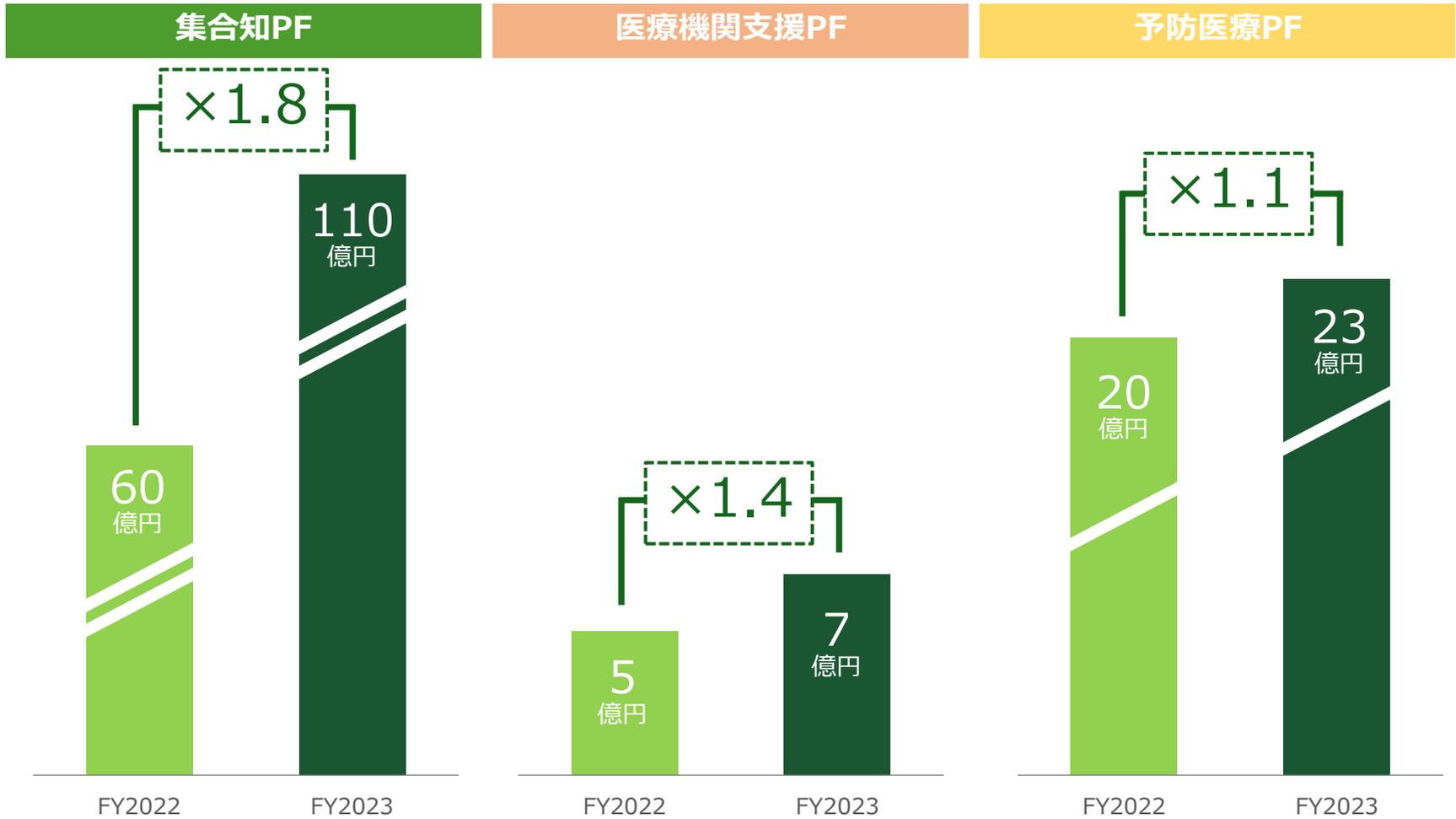
### Lifelog Platform

300万人超の  
生活者基盤



#### 独自のアセットを活用した新たなプラットフォームへ

- 300万人超の生活者基盤とライフログデータを保有
- 製薬企業にとって、ユーザーの状態に応じた情報提供が可能となる「疾患啓発プラットフォーム」へ進化



\*連結相殺前

- 既存サービスの成長に加え、MIフォースの連結子会社化により売上高は1.7倍、EBITDAは1.8倍に成長。
- 一方で、営業利益はMIフォース買収によるのれん償却の影響により1.4倍の成長にとどまる。

単位：百万円

	FY2022 実績	FY2023 通期予想	増減額	成長率
売上高	8,452	14,000	5,548	×1.7
営業利益	1,063	1,500	437	×1.4
EBITDA	1,249	2,215	966	×1.8

# その他方針

## フリーキャッシュフローの使途

### ■ 事業への投資

- 事業の拡大を図ることで、企業価値を高めることを優先。
- 引き続きM&Aについては適正な基準を設けながらマイノリティ出資も含め積極的に検討。

### ■ 財務健全性の改善

- 金利情勢等、調達に関する市場も不安定であることを加味すると、これまで以上に内部留保の重要性が高まっている状況。
- 一定の内部留保を確保しつつ、事業への投資を積極的に実行。

### ■ 株主還元

- 現時点では上記を優先も、将来的には事業・資金等の状況を見ながら逐次検討。

## M&A・出資のターゲット選定基準

### ■ シナジー

- 目先の事業拡大のみを追わず、メドピアグループの資産/ナレッジを活用することで、大きなシナジーを創出可能であること。

### ■ スピード・希少性

- 既存事業の領域と重複するが、統合することにより両社の成長スピードが加速すること。
- 自社で新規創出することが難しいまたは時間がかかる事業または領域。

### ■ 価格の妥当性

- ヘルスケアセクターのバリュエーションが高まっている一方で、たとえ大きなシナジーが見込める場合でも、割高水準でのM&Aは実行しない。

- 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

持続的な  
企業の成長を  
支える基盤の確立

健全な  
サービス運営のための  
社内体制の構築

### 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職場環境の整備
- ✓ 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

- 経営および企業の組織開発・人材育成に対する豊富や経験と知識のある瀬戸氏を新たに社外取締役役に選任<sup>\*1</sup>し役員体制を強化。

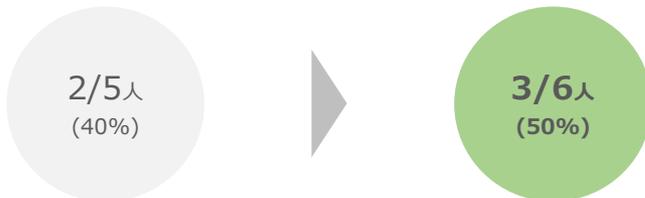
## 社外取締役候補

瀬戸 まゆ子	
＜略歴＞	
2000年	日本イーライリリー株式会社入社
2008年	GEジャパン株式会社入社
2012年	メットライフアリコ生命保険株式会社 (現メットライフ生命保険株式会社) 執行役員
2016年	武田薬品工業株式会社入社
2020年	株式会社リコー コーポレート上級執行役員 (現任)

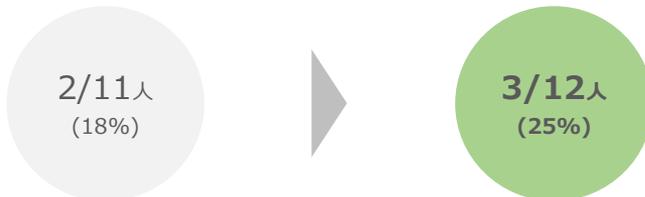
## スキルマトリクス

	石見	平林	天坊	川名	志村	瀬戸
企業経営	○	○	○	○	○	○
業界知見	○		○	○		○
人事・組織開発	○	○				○
事業開発・マーケティング			○			
IT・システム			○		○	
ファイナンス・M&A		○			○	
法務・リスクマネジメント	○	○				
ESG	○	○		○		

## 社外取締役の比率



## 女性役員\*の比率



\*1 本年12月の定時株主総会にて承認されることを前提

\*2 執行役員を含む

# 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	<a href="https://medpeer.co.jp/">https://medpeer.co.jp/</a>
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 銀座松竹スクエア9階
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、メドピアキャリアエージェント(株)、 メドクロス(株)、(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	418名（連結、2022年9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している。現在も医療の最前線に立つ、現役医師兼経営者。



# 主要サービスのビジネスモデル



運営会社	子会社化 /設立年	サービス概要
 東証プライム市場上場	2004年	<ul style="list-style-type: none"> <li>医師専用コミュニティサイト「MedPeer」の運営</li> <li>製薬企業向け マーケティングサービス</li> <li>人材紹介会社向け 人材紹介機会の提供</li> <li>「kakari」を中心とした医療機関支援事業</li> </ul>
 ※ 株式会社スギ薬局とのJV	2016年	<ul style="list-style-type: none"> <li>クラウド型健康管理サービス「first call」</li> <li>ライフログプラットフォームサービス</li> </ul>
	2016年	<ul style="list-style-type: none"> <li>管理栄養士による健康保険組合向け特定保健指導サービス</li> </ul>
 Think about Healthcare	2020年	<ul style="list-style-type: none"> <li>医薬品・医療機器メーカー等に対する学術的エビデンスに基づいた各種制作事業</li> </ul>
 ※ 株式会社PKSHA TechnologyとのJV	2020年	<ul style="list-style-type: none"> <li>アルゴリズム技術を活用した、製薬企業等に対するプロダクト開発やコンサルティングサービス</li> </ul>
 Cloud Clinic	2022年	<ul style="list-style-type: none"> <li>在宅医療事務のアウトソーシングサービス</li> </ul>
株式会社やくばと	2022年	<ul style="list-style-type: none"> <li>処方箋画像事前送信サービス</li> </ul>
	2022年	<ul style="list-style-type: none"> <li>CSO（MRアウトソーシング）事業、MA/MSLアウトソーシング事業、コンプライアンス・ガイドライン対応BPOサービス</li> </ul>

- 現役医師に加え、ITやコンサル等多様な業界出身者で構成されたメンバーにより、医療業界に潜む真の課題に挑む。



**石見 陽**

代表取締役社長 CEO (医師)

東京女子医大循環器内科で勤務後、メドピア創業。  
医師・医学博士。



**天坊 吉彦**

取締役 COO

PwC (現日本IBM) 等にて、15年にわたり経営戦略コンサルティングに従事。



**平林 利夫**

取締役 CFO (公認会計士)

監査法人トーマツの後、エニグモで管理部門の立ち上げ、M&Aアドバイザーに従事。



**平川 弘通**

執行役員 VPoE

オープンドアにてSNSの開発、ドリコムにてソーシャルゲームの開発に従事。当社ではサービス開発責任者として開発をリード。



**冬木 裕人**

執行役員/集合知PF  
事業部 事業部長

オムロンヘルスケア、SMSにて、一貫して医療ヘルスケアでの事業企画、マーケティングに従事。



**七久保 卓郎**

執行役員/  
メディカルサービス部 部長

リクルートにて新規事業の立ち上げ、海外での起業を経て、事業企画、セールス、マーケティングに従事。



**森 優子**

執行役員/  
オペレーション企画部 部長

アクセンチュアにて公共機関に対する業務改善、コンサルティング業務に従事。



**縄田 愛美**

執行役員/グループ戦略室 室長  
予防医療PF事業部 事業部長

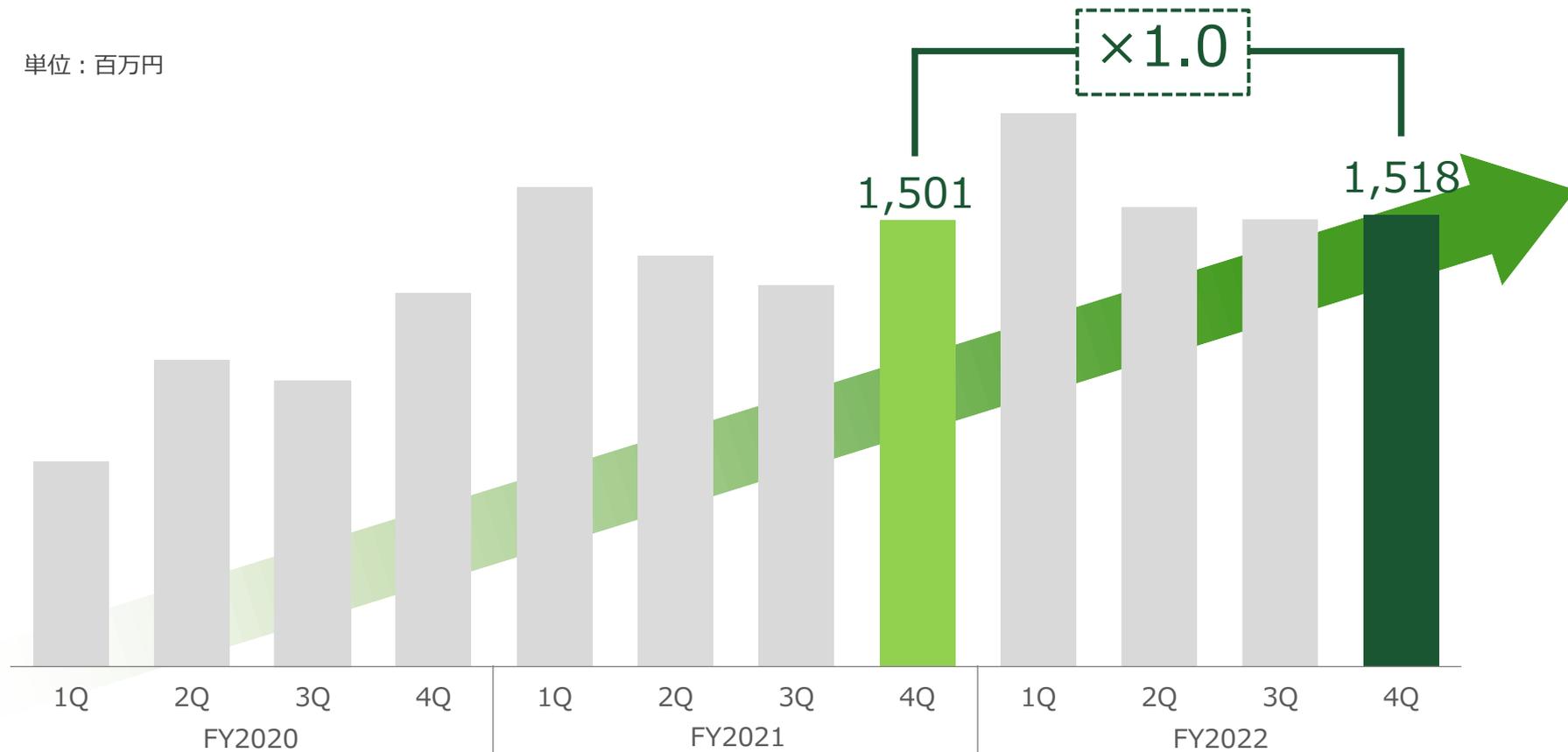
じげんにて複数のサービスの事業開発や営業、マーケティング、ディレクションに従事。

# ドクタープラットフォーム事業

# ドクタープラットフォーム事業 ～セグメント別売上推移～

- 主力のe-Detail、Web講演会サービスの需要の急拡大が一巡しYonYでは前期と同水準で着地。
- 一方で、プライマリケアプラットフォームが、加盟店の増加に伴いYonYで**1.3倍**と伸長、クラウドクリニックが連結開始されるなど、その他の事業が着実に成長。

単位：百万円



※「収益認識に関する会計基準」等を当期首より適用しておりますが、FY2021以前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。

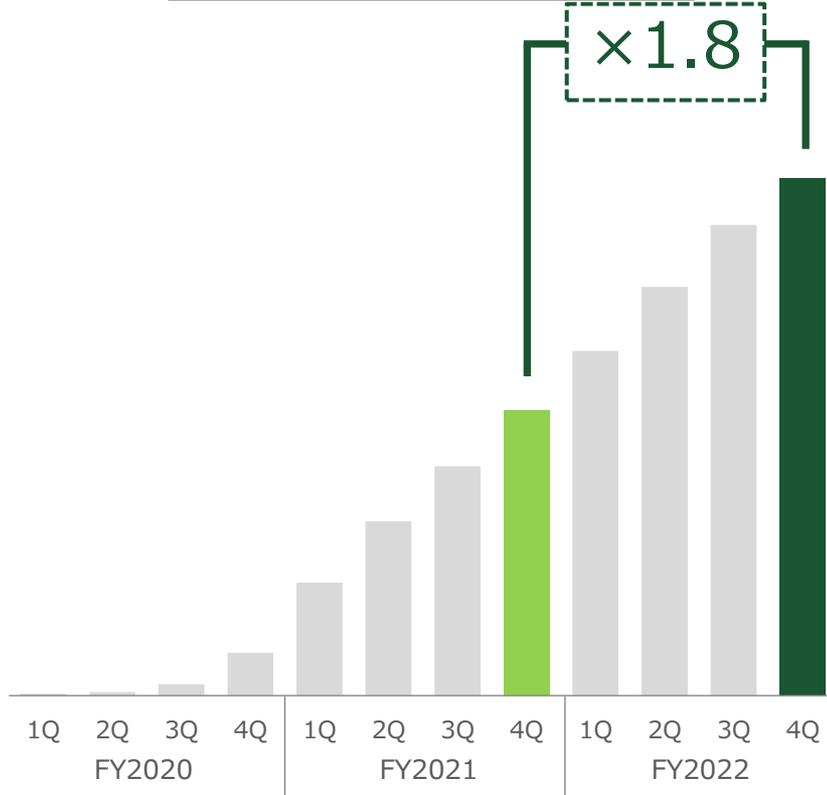
## プライマリケアプラットフォーム事業

～ kakari「攻め」の課題解決を支えるアクティビティ～

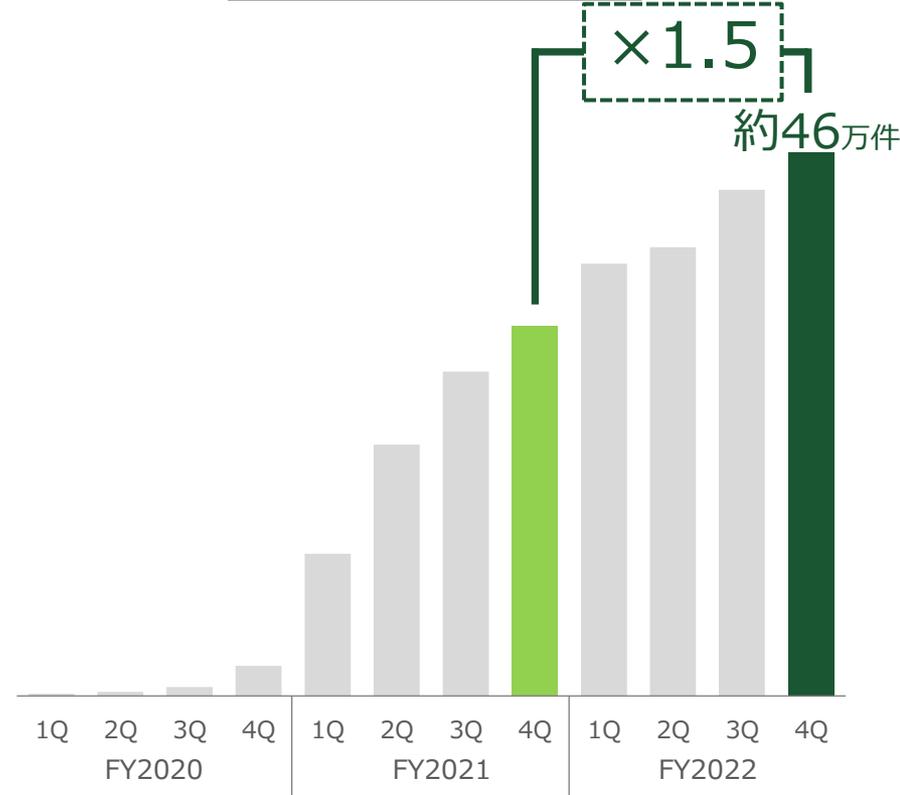
- kakari加盟店薬局数は**2,400件**とYonYで**1.3倍**に成長。
- アプリ累計ダウンロード数は2022年9月末時点で**70万件**を突破するとともに、処方箋送信数もYonYで**1.5倍/約46万件**と引き続き成長。
- アクティビティ向上により、**kakariアプリ経由の処方箋受信枚数/店**がYonYで**1.2倍**に増加(※)。

※ 処方箋送信枚数÷加盟店店舗数

アプリダウンロード数 (累計)



処方箋送信数四半期推移

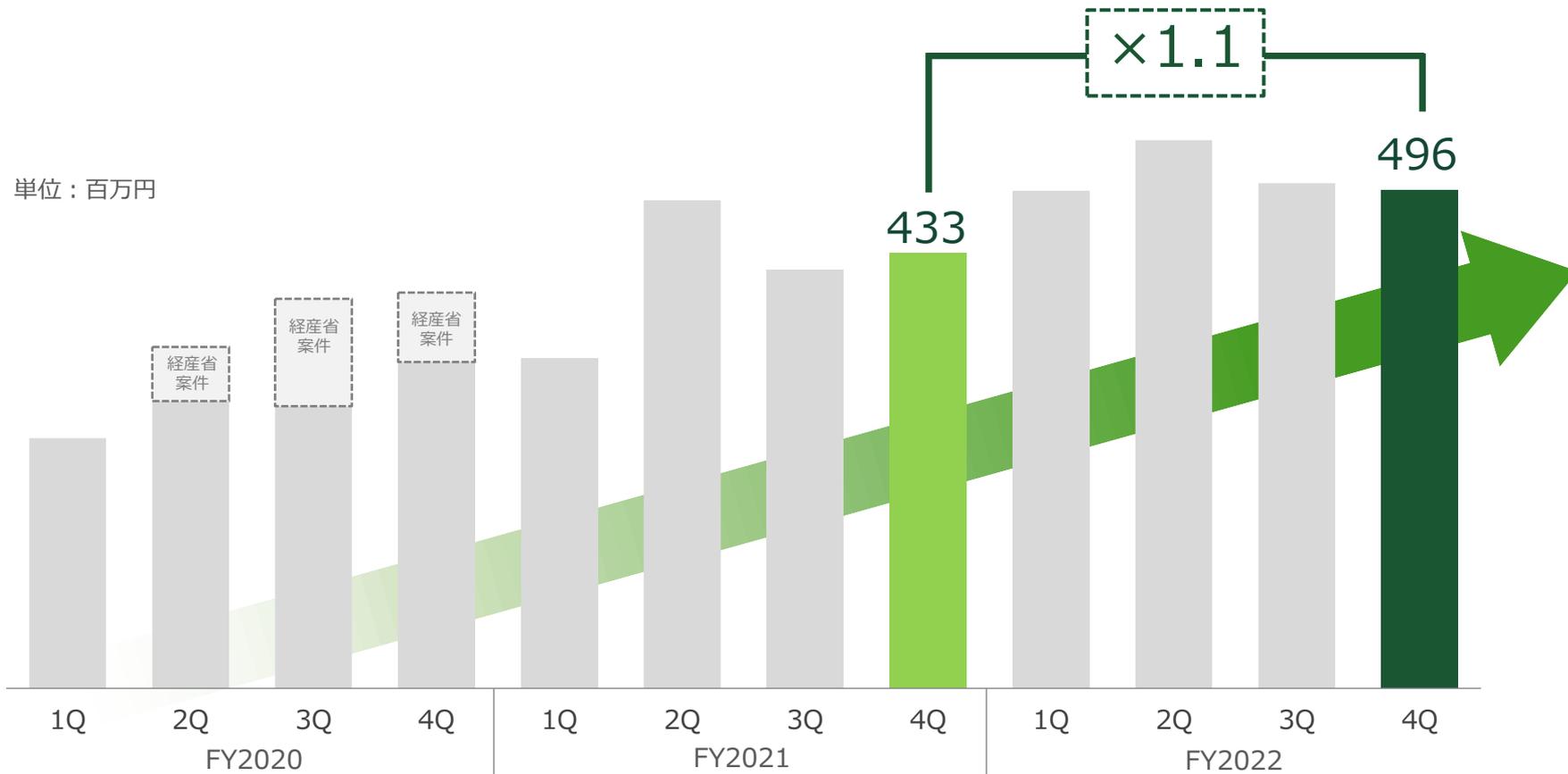


# ヘルスケアソリューション事業

# セグメント別売上推移

## ～ヘルスケアソリューション事業～

- first callの契約件数は堅調に伸長、フィットプラスでは重症化予防事業の売上計上開始により **YoYで1.1倍**の成長。

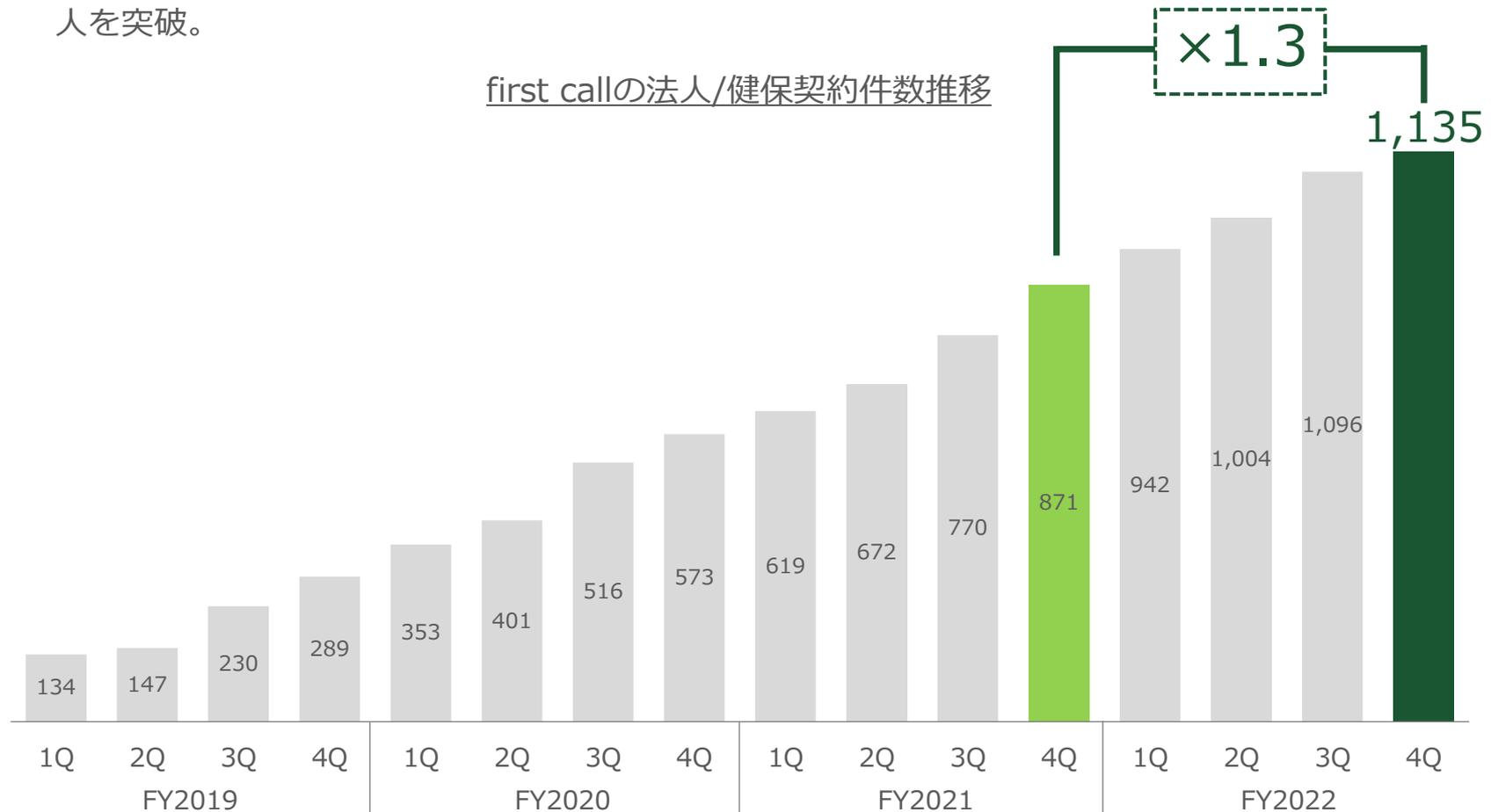


※「収益認識に関する会計基準」等を当期首より適用しておりますが、FY2021以前の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

# 予防医療プラットフォーム事業

～ MEDIPLAT  first call の法人契約数推移～

- 法改正や社会的ニーズの高まりに伴う需要拡大をとらえたサービスラインナップの拡充により、契約数は着実に増加し、2022年9月末時点の契約件数は**YoYで1.3倍の1,135件**に増加。
- 健康経営や人的資本開示対応等、産業保健に対するニーズが拡大。従業員アカウント数は100万人を突破。

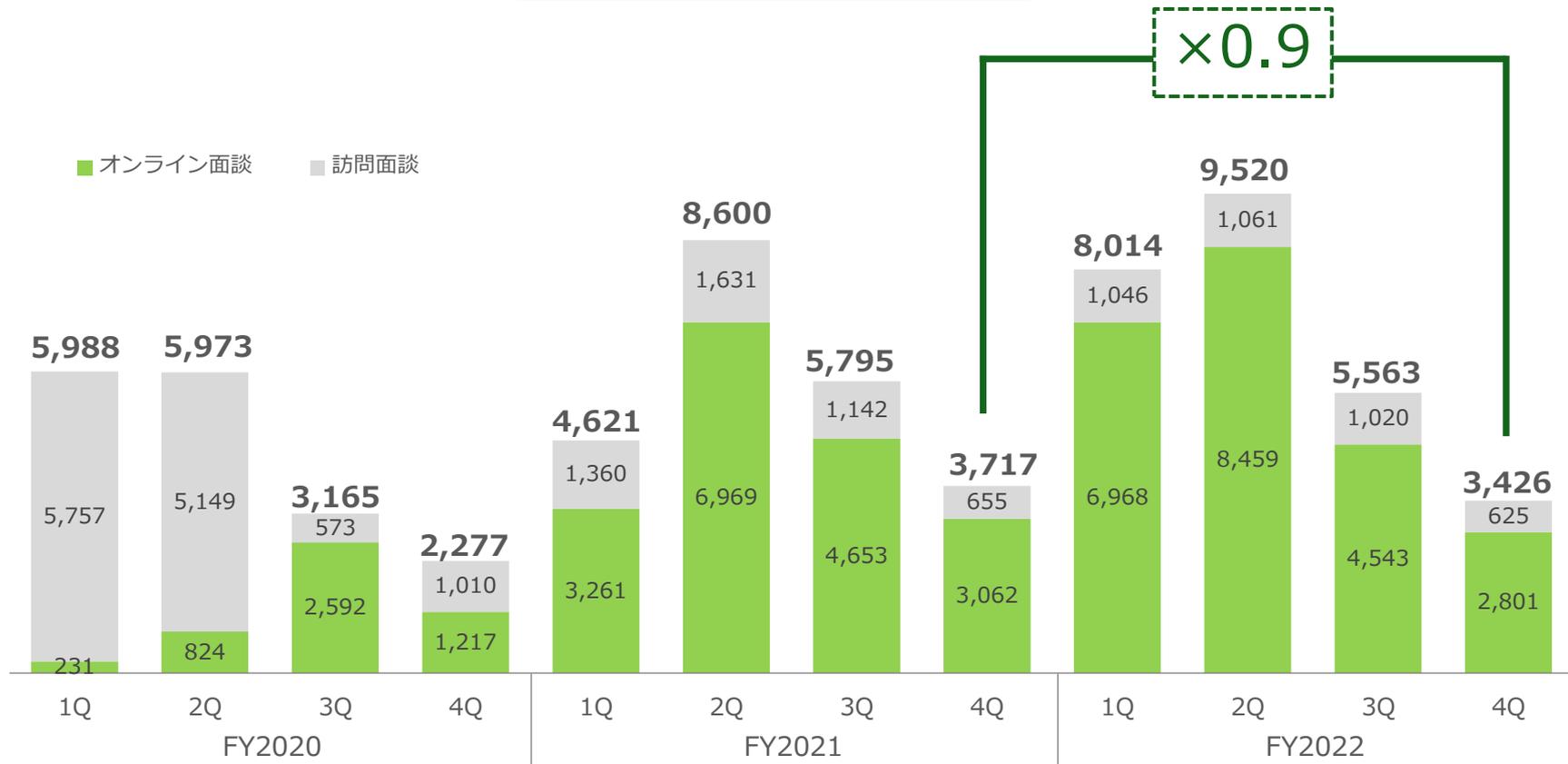


# 予防医療プラットフォーム事業

## ～ FitsPlus 特定保健指導サービスの強化～

- 健保組合の統廃合の影響等により初回面談件数はYonYでは微減。
- Tonoelの利用浸透を図るとともに、指導件数の増加およびシェア拡大を目指す。

### 特定保健指導の初回面談実施件数



### <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。