



流通価値の 人々の健康と社会の

ありた

「医療と健康、美」
健康応援

インプット

外部環境

社会の変化

- 人口減少・少子高齢化
- デジタル技術の進歩
- 環境問題の深刻化
- 科学技術の革新
- 消費行動の変化

「医療と健康、美」の 事業フィールド への影響

- 健康寿命延伸ニーズの拡大
- 予防・未病の検査領域の拡大
- 環境負荷低減の要請
- 高度物流と効率化
- 個別化サービスの創造

人的資本

- 共通の価値観
- 高度な専門性
- 多様なキャリア

物流設備資本

- 全国に展開する高機能な物流拠点

知的資本

- 長い歴史の中で培われた流通ノウハウと信用力
- 多様なニーズに応える高効率かつ高精度な物流システム
- 新規事業で創出されたビジネスモデル
- 全国の医療機関をカバーする情報提供力や収集力

社会・関係資本

- 地域の医療機関や自治体、取引先とのリレーション
- 多様なグループ会社によるシナジー発揮
- パートナーとの協働

財務資本

- 安定的な財務体質
- ワーキングキャピタルの効率性

2027 メディパル中期ビジョン

Change the **卸** Forever

～たゆまぬ変革を～

グループの持続的成長

社会価値・顧客価値の創造

戦略を展開するための手法

事業ポートフォリオの
シフト

パートナーとの協働

成長戦略

海外への進出	予防・未病、 アグロ・フーズ 領域の 事業拡大	デジタルを 活用した ビジネス基盤の 強化	持続可能な 流通の構築	地域医療 における 価値共創
--------	----------------------------------	--------------------------------	----------------	----------------------

人材戦略

財務戦略

詳細は P.18

重要課題（マテリアリティ）

詳細は P.48

持続可能な
「医療と健康、美」の流通

新たな価値創造による
収益性の向上

サステナビリティ方針

詳細は P.46

未来へつなごう

コーポレート

創造を通じて 発展に貢献します。

を広げ、支え、つなぐ オーケストラ

アウトプット

アウトカム

安全・安心な物流の提供

ALC/RDCをはじめとした
全国物流プラットフォーム

お客様業務の効率化支援

物流機能と連動した
独自のサポートシステム

適正な情報の提供

ARなどの多様な人材による
情報提供、ソリューション提案

新しい付加価値の創造

全国ネットワークと
専門性の高い人材を
活用した新規事業

▶ お得意様

- ・サプライチェーンの最適化
- ・業務の効率化
- ・質の高い医療の支援
- ・トレーサビリティの完全化

▶ 患者さん・消費者

- ・安全で安心な医療
- ・心身ともに健やかな生活
- ・豊かで快適な生活

▶ 従業員

- ・働きやすい職場環境
- ・高度な専門知識の習得
- ・やりがいの創造
- ・心身ともに健やかな生活

▶ 社会・環境

- ・健康寿命の延伸
- ・だれもが生き生きとかがやく高齢社会
- ・引きこもり高齢者の減少
- ・物流効率化を通じた環境負荷の低減

▶ 株主・投資家

- ・企業価値の最大化
- ・安定的な株主還元

▶ 仕入先・パートナー

- ・製品の普及
- ・物流の効率化
- ・新製品の開発
- ・商品やサービスのラインアップ拡充
- ・ビジネス機会の拡大
- ・イノベーションの促進
- ・顧客基盤の拡大
- ・地域における存在感増大

▶ 地域

- ・地域医療の充実
- ・地域包括ケアシステム構築支援

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



未来を担う
人材の育成

ダイバーシティ&
インクルージョンの推進

脱炭素への
取り組み

健全で透明性の
高い企業経営

「元気と、かがやき」

・ガバナンス 詳細は P.62

中期ビジョンの振り返り

持続的な成長に向け「Change the 卸」に取り組む

世界に類を見ない少子高齢化の進展、社会保障費の増大、労働人口の減少など、日本を取り巻く経営環境はますます厳しくなっています。こうした環境変化は一過性ではなく、業界やメディパルグループの各事業にも影響が出てくることを想定して、

2017メディパル中期ビジョン <2015年3月期～2016年3月期>※

2019メディパル中期ビジョン <2017年3月期～2019年3月期>



※3か年計画としていたが、1年前倒して目標を達成したため2年で終了とし、次期中期ビジョンへと移行

基本方針	お客様と社会に貢献する新しい卸の形をめざし、グループの収益安定化と持続的な成長を実現します。 革新 - 既存事業のさらなる効率化と機能の拡大 創造 - 全国のインフラと人材を活用した新規事業の育成	「医療と健康、美」の流通で社会に貢献する新しい卸の形をめざし、収益基盤の拡大と持続的な成長を実現します。
重点戦略	新規事業の創造 資産や人材、資金の有効活用、さらには外部資源の活用など 既存事業の革新 物流機能や営業機能のさらなる強化	新規事業の創造 全国のインフラと人材を活用した新規事業の拡大 グループシナジーの発揮 グループ会社の機能・資源を活かした成長分野の事業展開 既存事業の革新 既存事業のさらなる効率化と機能の拡充
経営目標	連結経営目標 売上高……………3兆1,300億円 営業利益……………410億円 経常利益……………530億円 ROE……………将来的に8.0%以上を視野に 設備投資計画……………1,260億円 配当性向……………25%を目安に安定配当	連結経営目標 売上高……………3兆2,600億円 営業利益……………500億円 経常利益……………650億円 ROE……………8.0% 新規事業営業利益……………50億円 重点成長分野の営業利益構成比……………15%以上 設備投資計画……………850億円 配当性向……………25%を目安に安定配当
主な成果	- ARの育成推進 - 超低温管理物流技術の確立 - ALCのBCP強化（自家給油設備の設置） - 専門性の高い企業を子会社化	- 異業種との業務資本提携・協業により新規事業の拡大に向けた基盤構築 - スペシャリティ医薬品の特性に合わせた特殊温度帯物流の構築 - ALC全国物流網の構築（次世代型ALC建設、(株)エパルス・(株)アトルでのALC建設） - 成長分野（医療機器やアグロ・フーズ事業等）など、グループ会社における交流を活発化 - PFM[®]投資の加速
抽出された課題	- グループ会社間の連携推進 - 新たな取組みの収益化	- 社会や医療業界で進むデジタル化への対応 - パートナー企業との連携強化 - 成長分野（アグロ・フーズ事業）でのM&Aによる事業拡大

2015年3月期から「Change the 卸」をビジョンに掲げ、従来の考え方や取組みにとらわれることなく、卸の在り方を変えていく方針を打ち出し、さまざまな取組みを展開しています。

2022メディカル中期ビジョン <2020年3月期～2022年3月期>



2027

メディカル中期ビジョンへ

社会と顧客に貢献する新たな枠組みを構築し、
収益基盤の拡大と持続的な成長を実現します。

パートナーシップの構築
新たな枠組みの創造

新規事業の拡大
収益基盤の強化

既存事業の革新
顧客課題の解決と生産性の向上

人材の強化と組織の変革

連結経営目標

経常利益	720億円
新規事業利益*	100億円
配当性向	30%を目安に安定配当
成長投資計画	3年間で1,000億円規模

2022年3月期の実績

620億円
91億円
31.4%
3年間で480億円

※当社グループの持つ全国のインフラおよび人材を活用して新たに取り組んでいる事業の売上総利益。
関連商品の販売による利益を含めています。

- CVC（コーポレートベンチャーキャピタル）の設立を通じベンチャー企業との連携強化
- 高度な温度帯物流のノウハウを活かした新型コロナワクチン輸送
- 顧客との協業によるSDGs、ESG流通の取組み開始
（（株）メディセオ、（株）エバルス、（株）アトル、（株）PALTAC）
- グループ会社、パートナー企業との人材交流を活発化
- 健康経営の推進
- コンプライアンス経営の強化

- 成長投資の実績額が投資計画よりも下回る（1,000億円に対し480億円）
- 医薬品の製品特性の変化（プライマリーからスペシャリティ医薬品へ）に伴う営業体制の構築
- MSに求められる役割の変化への対応
分断されている情報をつなぐ（行政・医療機関・患者さん）
- 多様化する物流ニーズへの対応
- 多様な働き方への対応・ダイバーシティ推進

継続課題

- 投資機会の拡大
- 新規事業の創出
- 持続可能なサプライチェーンの構築
- デジタルを活用したビジネス基盤の強化
- 未来を担う人材の育成
- ダイバーシティ&インクルージョンの推進
- 脱炭素への取組み

外部環境

社会の変化

- 人口減少・少子高齢化
- デジタル技術の進歩
- 環境問題の深刻化
- 科学技術の革新
- 消費行動の変化

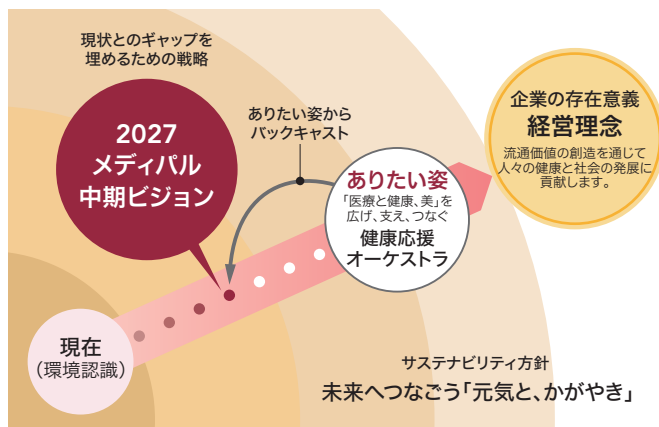
「医療と健康、美」の 事業フィールドへの影響

- 健康寿命延伸ニーズの拡大
- 予防・未病の検査領域の拡大
- 環境負荷低減の要請
- 高度物流と効率化
- 個別化サービスの創造

2027メディパル中期ビジョン

新たな中期ビジョンとして、「2027メディパル中期ビジョン **Change the 卸 Forever** ～たゆまぬ変革を～」を策定しました。

同中期ビジョンは、「医療と健康、美」の事業フィールドでさまざまな可能性を追求し、メディパルグループの「ありたい姿」を実現していくための戦略を描いたものです。



2027メディパル中期ビジョン 基本方針

Change the 卸 Forever

～たゆまぬ変革を～

事業ポートフォリオのシフトとパートナーとの協働で変革・成長する

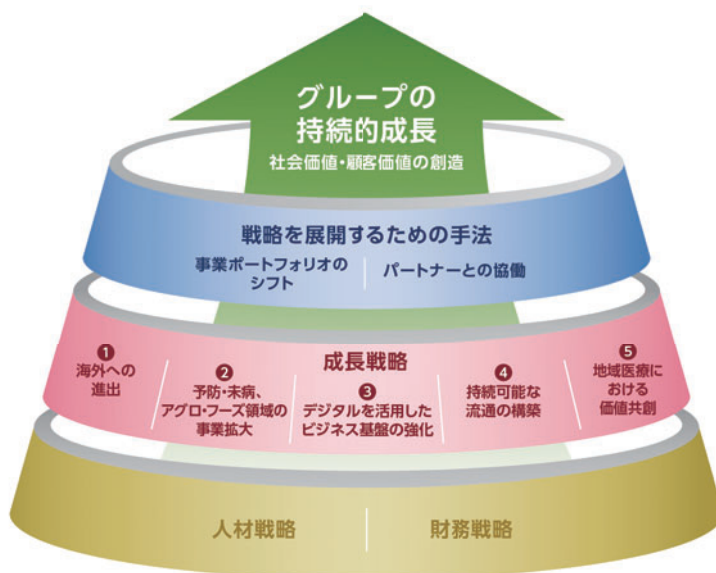
メディパルグループは、いかなる環境変化に直面しても、主体的に物事を考え、常に自己変革し、人々の健康と、社会の発展に貢献し続けていきます。

全体成長イメージ

事業ポートフォリオのシフトとパートナーとの協働によって、5つの戦略を展開していきます。

- 1 海外への進出
- 2 予防・未病、アグロ・フーズ領域の事業拡大
- 3 デジタルを活用したビジネス基盤の強化
- 4 持続可能な流通の構築
- 5 地域医療における価値共創

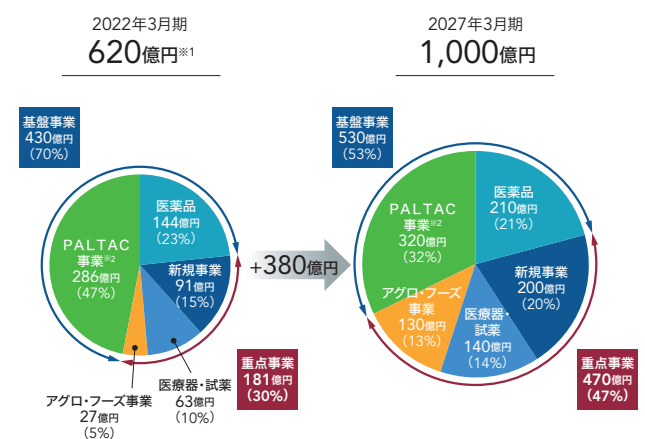
成長戦略の基盤となるのは、人材戦略と財務戦略です。各戦略の実行を通じて社会価値・顧客価値を創造し、当社グループの持続的成長をめざします。



事業ポートフォリオのシフト（経常利益）

ビジョンの実現に向けて国の制度に左右されない新規事業、医療機器・試薬事業、アグロ・フーズ事業を重点事業としました。重点事業へ経営資源を集中的に投下することで、経常利益構成比を現在の約30%から2027年3月期には50%近くまで伸ばし、経常利益1,000億円をめざします。また、グループ最大の規模であり、人々の生活に欠かすことのできない商品を安定的にお届けするという医療用医薬品等卸売事業と化粧品・日用品、一般用医薬品卸売事業は私たちの基盤事業です。基盤事業では、付加価値や生産性をさらに高めながら、成長させていきます。

重点事業を構成比で約50%、経常利益1,000億円をめざす

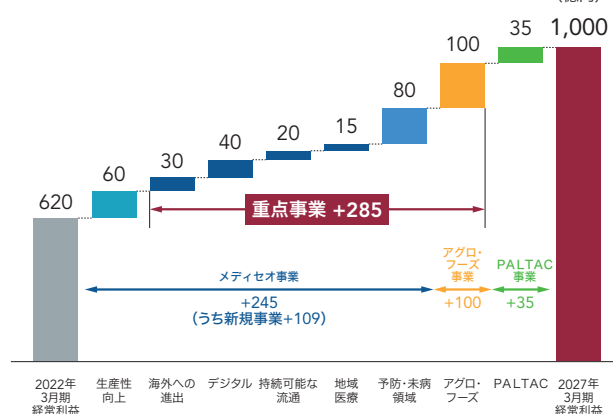


※1 各事業間の内部取引の消去等により、連結の経常利益額は、円グラフの基盤事業と重点事業の合計額と一致しません。

※2 PALTAC事業の計画数値については、(株)PALTACが現在開示している中期経営計画をもとに、過去の業績推移等を活用し、合理的に算定した数値となります。

成長戦略別の利益成長（経常利益）

重点事業を伸ばすため、成長戦略を実行する。（億円）



経営目標

主要財務指標

項目	目標
総合収益性	ROE 5年後に 9%
	経常利益額 5年後に 1,000億円
投資	成長投資 5年間で 1,000億円
株主還元	総還元性向 40%を目安に 安定配当

成長戦略を通じたESG課題解決

成長戦略の実行においてESG課題の解決を着実に遂行していくために、中長期の目標を設定。

- 脱炭素への取り組み**
 温室効果ガス排出量※削減目標
 2030年度 50%削減 (2020年度比)
 2050年度 カーボンニュートラル
 ※Scope1+Scope2
- ダイバーシティ&インクルージョンの推進**
 女性活躍推進目標
 2030年度 管理職に占める女性割合20%以上
- 健全で透明性の高い企業経営**
 - コンプライアンスに関する研修の拡充
 - グループ会社に対応したガバナンス体制の構築

詳細は P.23

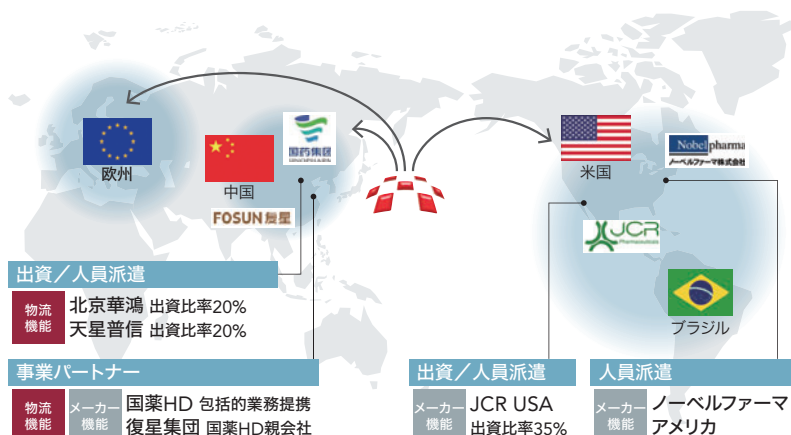
成長戦略



① 海外への進出

メディカルグループの有する高度な流通ノウハウを活かし、パートナーとの連携による新たなグローバルビジネスに挑戦します。

私たちのパートナーであるJCRファーマ(株)とともに、新たな事業を展開していきます。中国においては、これまでも協業を進めてきた国薬ホールディングスとの協力関係を強化し、より一層の成長をめざしていきます。



② 予防・未病、アグロ・フーズ領域の事業拡大

予防・未病領域の事業拡大

病気を未然に防ぐために予防・未病領域に資源を投下し、最先端の検査機器・試薬など、取扱商品の拡大を進めます。

診断と治療の技術革新により、検査・試薬の分野は市場拡大・高度化しています。最先端の検査機器・試薬などの取扱商品の拡大を進めていきます。また最近では、国民の歯科健診の義務化が検討されていますが、口腔ケアをしっかり行い自分の歯を多く残す人ほど、健康を維持しやすいといわれています。予防歯科分野への進出も人々の健康寿命延伸に役立つと考え、新たなサービスの拡大をめざしていきます。



※画像はイメージであり、事業の内容と異なる可能性があります。

アグロ・フーズ領域の事業拡大

コンパニオンアニマル[※]関連商品や食品加工原材料等に関わる事業をさらに強化・拡大します。

少子高齢化が進む中、犬や猫などの、家族の一員ともいえるコンパニオンアニマルとの暮らしが心身の健康維持につながるといわれています。また「医食同源」という言葉があるように、体によい食事を日常的にとることは病気の予防・治療につながるものと考えられています。

M&Aも視野に、アグロ・フーズ事業をさらに強化・拡大することで、人々の健やかな暮らしに貢献していきます。

※コンパニオンアニマル：伴侶動物とも表現され、日常生活の中で人より密接な関係を保つような動物。



*用語説明は、P.82の用語集をご参照ください。



③ デジタルを活用したビジネス基盤の強化

人々の健康増進や医療の効率化をめざし、ヘルスケアのデジタルプラットフォーム構築と収益化を進めます。

デジタルヘルスケア分野においては、パートナーと当社グループがそれぞれに有する経営資源を組み合わせることで、国内トップレベルの新たな事業の創出をめざします。

一例として、(株)エムティーアイとは、資本参加も含めた提携関係のもと、「母子モ(ぼしも)」「Solamichi(ソラミチ)」「ルナルナ メディコ」など、同社のデジタル技術と当社グループの持つ顧客基盤などの強みを融合させた、新しいデジタルヘルスケア事業の構築を加速していきます。



④ 持続可能な流通の構築

(株)メディスケット

詳細はP.37

H.U.グループホールディングス(株)と合併会社を設立し、診断から治療まで、環境対応型の新しい物流モデルを構築します。

医薬品：新たな流通最適化モデル構築

詳細はP.50

お客様とともにサプライチェーンのムダをなくし、温室効果ガス排出量削減や生産性向上、働き方改革を進めます。

トレーサビリティと温度帯物流

詳細はP.25

製薬企業から患者さんまで、医薬品の温度や振動などの品質情報を一元管理するトレーサビリティの完全化をめざします。

化粧品・日用品、一般用医薬品

詳細はP.40

サプライチェーンの連携・協働をさらに強化・拡大します。



⑤ 地域医療における価値共創

地域のヘルスケア課題を解決することで社会価値を創造します。

当社グループは地域医療コーディネーターを設置します。地域の顧客、医療機関、自治体などが抱えるヘルスケア課題を抽出し、その解決策を提案することで、Win-Winになる価値を共創することに取り組みます。

また、病気を未然に防ぎ、早期発見・治療につなげ、人々の心身ともに健康であり続ける生活に貢献していくとともに、地域の顧客の課題解決策と取引のある企業の課題解決策を調整し、協業提案も実施していきます。

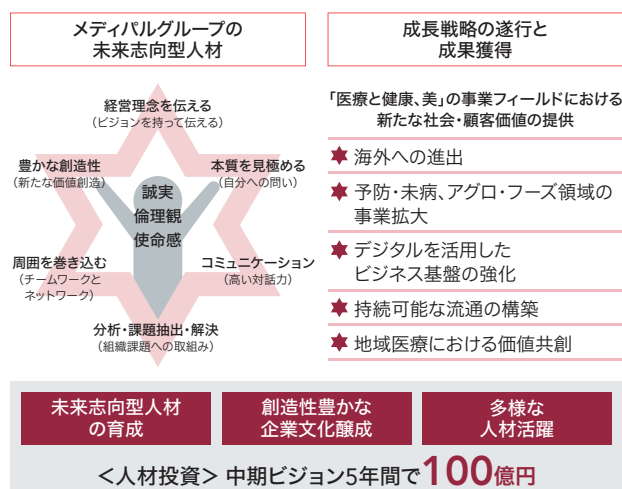


※SIB：ソーシャル・インパクト・ボンド
行政から民間へ委託する際の手法の一つ。事業の成果を評価して可視化し、それに評価結果と支払いを紐づけた、成果連動型民間委託契約の一つ。



人材戦略

当社グループの未来を担う人材像を「未来志向型人材」と定義しました。成長戦略の遂行には、「人材」が最も重要だと考えています。メディバルの人材は「誠実」「倫理観」「使命感」を共通の価値観として意思決定の基準とし、大切にしています。また、成長戦略の遂行に必要な人材像として、「経営理念を伝える」「豊かな創造性」「本質を見極める」「周囲を巻き込む」「コミュニケーション」「分析・課題抽出・解決」の6つの要件を定義しました。これらを有する「未来志向型人材」の育成を積極的に推進し、「創造性豊かな企業文化醸成」および「多様な人材活躍」を促す施策を実践していきます。なお、人材投資として、2027メディバル中期ビジョンの5年間で100億円を計画しています。



採用	- メディバルグループの未来志向型人材要件による採用 - 外部人材の積極採用
育成	- ステージ別リーダーシップ研修の実施強化 - エンゲージメントおよび職場風土調査の実施 - One on One、メンタリングの実施 - ダイバーシティ&インクルージョンの推進
制度	- グループ会社間人材交流、リスキリング - 人材データベース、ハイポテンシャルリストの作成 - ジョブリターン制度、他社交流の推進 - 多様な働き方の推進、制度化
評価・報酬	- フェアな評価と競争力のある報酬 - 年功序列から成果優先の昇進と報酬

人材戦略部の創設 ISO30414※の取得をめざす

※ISO30414

ISOが制定するマネジメントシステム規格で、「社内外に対する人的資本の情報開示のガイドライン」です。組織が自社の従業員に関する人的資本の情報を定量化し、開示するための国際的な指標として設けられました。

詳細はP.55



財務戦略

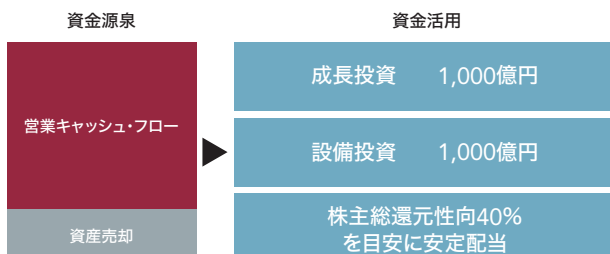
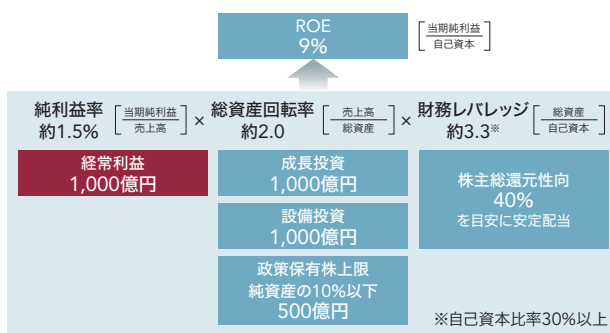
事業戦略の基盤となる財務戦略について

成長投資は、成長戦略に基づき、2027メディバル中期ビジョンの5年間で1,000億円を計画しています。従来とは異なる長期的投資を行うため、中期ビジョンの前半においては、減益となる可能性もありますが、2027年3月期には経常利益1,000億円をめざします。

また、設備投資は1,000億円、政策保有株上限を純資産の10%以下、株主総還元性向は40%を目安に安定配当を、各々実行したいと考えています。成長戦略と資産効率を踏まえた財務戦略の遂行により、ROEは9%とする計画です。

営業キャッシュ・フローと資金使途

収益性を高めることにより生み出す営業キャッシュ・フローを原資として、成長投資、設備投資そして株主還元を行います。5年間で成長投資は1,000億円、設備投資は1,000億円、株主総還元性向は40%を目安に安定配当をします。



サステナビリティ方針

未来へつなごう「元気と、かがやき」

私たちメディパルグループは、
「流通価値の創造を通じて人々の健康と社会の発展に貢献します。」の経営理念のもと、
地球環境と社会の課題をさまざまなステークホルダーとともに解決します。
この地球で、だれもが今日より元気でかがやける未来のために。
私たちは、持続可能な社会の実現と企業価値向上をめざしていきます。

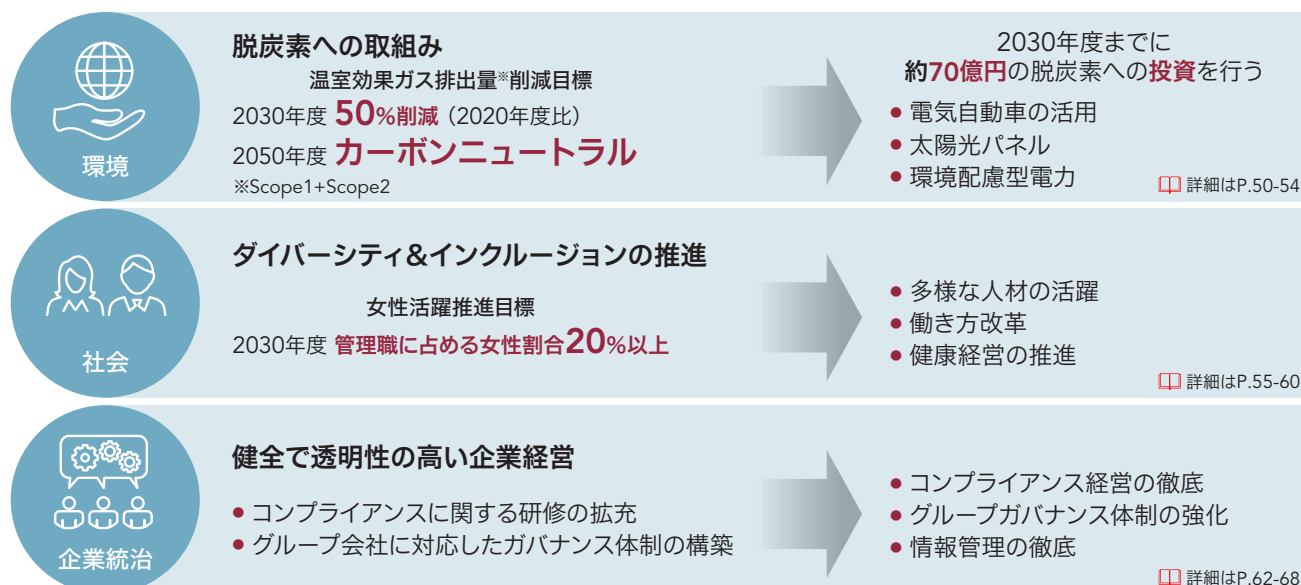
詳細はP.46

重要課題（マテリアリティ）



成長戦略を通じたESG課題解決

ESGの観点では、「環境」では温室効果ガス排出量削減、「社会」では女性活躍推進、「企業統治」ではガバナンス強化といった、それぞれの目標を掲げ、2027メディパル中期ビジョンにおける戦略実行の中で達成をめざします。これ以外の重要課題（マテリアリティ）についても、今後、目標（KPI）を設定し各取り組みの強化を図っていきます。





高機能物流センターである ALCおよびRDC

高機能物流センターであるALC（Area Logistics Center）およびRDC（Regional Distribution Center）は、メディパルグループが社会インフラの役割を担うための重要な物流基盤です。サプライチェーンの全体最適をめざして、欠品やミスのない確実な納品と、有事の際も止まらない盤石な流通の実現に努めています。

ALCは、医療用医薬品等卸売事業における物流拠点です。お客様に近い場所に設置したセンターで、医薬品・医療機器・臨床検査試薬など20,000品目を超える在庫を有し、お客様に直接お届けすることで、受注から納品までのリードタイム短縮を実現しています。現在、国内12か所[※]で稼働しており、今後、新たに阪神ALCを設置予定です。これにより、日本全国をカバーする医療用医薬品の物流プラットフォームが完成します。

RDCは、化粧品・日用品、一般用医薬品卸売事業における物流拠点で、国内16か所[※]で稼働しています。さまざまな小売業様の業態・売場に合わせ、約50,000品目の生活必需品を効率よくローコストでお届けしています。

※2022年9月末時点

1 サプライチェーンの 成長の源泉 全体最適を 実現する物流機能

「医療と健康、美」の事業フィールドで、メーカーと全国の医療機関や調剤薬局、小売業様などを独自開発の高機能物流センターでつなぎ、必要な商品を、必要な回数で、必要な量だけ、効率よく確実にお届けする仕組みを構築しています。また、温室効果ガス排出量削減をはじめとする環境負荷低減に取り組んでいます[※]。

※詳しくはP.50-51「環境保全」をご覧ください。



ALCの特長



検品時間の短縮
顧客の時間創出

納品箱のバーコードをスキャンすること（個口スキャン検品*）による検品時間の短縮など、納品精度の高さを活かした物流機能や、PRESUS®、McHIL®といったALCと連動した業務サポートシステムによって、お客様の業務効率化を支えています。



品揃え率
99%以上

20,000品目以上の多種多様な商品を適正に管理するために、出荷実績をベースにした需要予測システムを独自に開発し、品揃え率は99%以上と、品切れがほとんどない状況を実現しています。
※常時在庫品揃え率は99.8%



超低温物流
-150℃以下

再生医療等製品などに求められる-150℃以下の超低温を含めたさまざまな温度帯に対応した保管・配送システムを開発し、全国どこにでもお届けできる温度帯別物流プラットフォームを構築しています。

RDCの特長



出荷精度
99.999%

JANおよびITFコードによるスキャン検品、重量検品などにより、ミスが極小な出荷精度を実現し、流通EDIへの対応が可能な高精度システムを導入しています。これにより、出荷のミスをなくすることでスピーディかつムダのない物流を実現しています。



生産性
2倍

「SPAID®」導入により、従来と同じ作業人員数で2倍の作業量を処理すること（生産性2倍）が可能となるだけでなく、物流機能強化に加え、危険作業や人への負担の多い作業をロボットに任せることなどにより「人にやさしい物流センター」を実現しています。



特許件数
18件（2022年3月末時点）

高生産性とローコストを実現するための物流技術を追求しています。最先端のAIテクノロジーとロボティクスを駆使した新しい物流システムを構築するため、自社での技術開発も進め、特許を取得した機器・システムは18件に上ります。

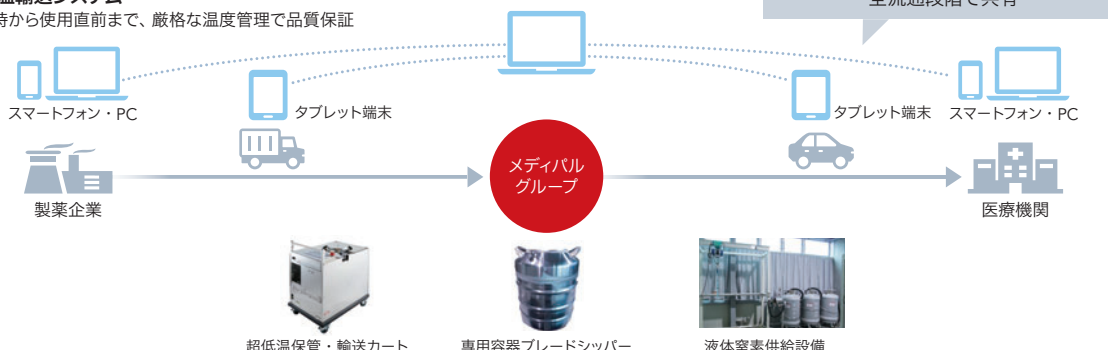
FOCUS 再生医療等製品の流通を支える超低温輸送システム ～医療用医薬品等卸売事業～

再生医療分野の医薬品の流通拡大を見据え、-150℃以下の超低温下での保管設備と配送体制を構築し、メーカー出荷時から患者さんのもとまで、安全・安心にお届けしています。

多様化する医薬品の流通に対応可能な保管設備と配送体制を構築

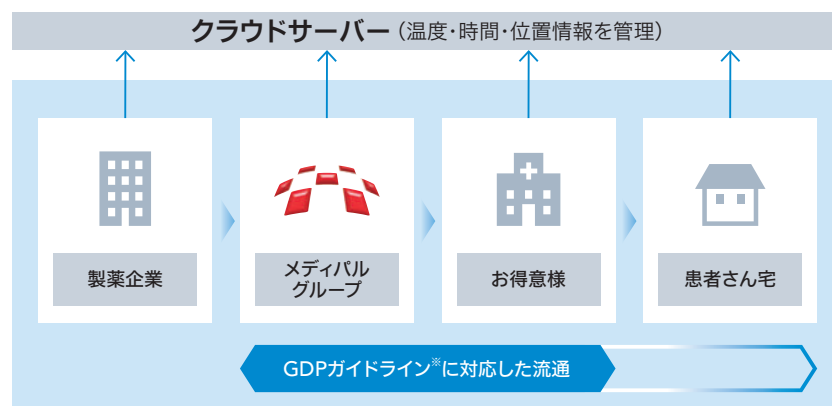
超低温輸送システム

出荷時から使用直前まで、厳格な温度管理で品質保証



TOPICS トレーサビリティと温度帯物流

当社グループは、高度な温度と振動などのモニタリング技術を有するパートナーと、医薬品の温度などの品質情報をシームレスにモニターするクラウド型システムを共同開発します。この技術を活用し、製薬企業から患者さんまでのトレーサビリティの完全化とGDPガイドラインへの対応を進めることにより、業界における強みを確立していきます。



※GDP (Good Distribution Practice：医薬品の適正流通) ガイドライン
流通経路（仕入・保管・供給）の管理が保証され、医薬品の完全性が保持されるための手法、さらに、偽造医薬品の正規流通経路への流入を防止するための適切な手法を定めたもの。

*用語説明は、P.82の用語集をご参照ください。

成長の源泉 2 ニーズに応え 市場を創造する 新規事業

独自の物流機能であるALCやARをはじめとする専門性の高い人材を活用して、医療機関や製薬企業のニーズに応える新規事業を創出・育成しています。

新規事業の位置づけと優位性

メディバルグループの新規事業は、従来のビジネスインフラの上に成り立っています。全国規模の流通プラットフォームや専門性の高い人材といった当社グループの強みを最大限に活用し、製薬企業、医療機関、医師・医療従事者のニーズに応え、市場を創造しています。2011年に取組みを開始したPFM[®]、AR^{*}による適正な情報提供、PMS^{*}、リアル営業と融合を図るデジタル事業、海外事業を新規事業と位置づけています。

当社グループの新規事業の優位性は、ポテンシャルのある有望なプロジェクトを初期段階で発掘し、社会貢献と収益獲得の両立が可能なビジネスモデルを構築する洞察力と実行力にあります。

ARによる適正な情報提供

ARが医療機関に対し適正な情報を提供し、医薬品の適正使用に貢献しています。また、専門性の高い知識を活かし、大手製薬企業などと情報の提供や収集業務を受託する契約を結んでいます。そのほか、希少疾病用医薬品や再生医療等製品などの専門性・特殊性を伴う流通にも携わっています。

PFM[®]

プロジェクト・ファイナンス&マーケティング

PFM[®]とは、製薬企業などの新薬開発に当社が投資し、その上市が実現した後は投資に対するリターンを得る（プロジェクト・ファイナンス）とともに、医療機関への販売・流通（マーケティング）を優先的に行う事業です。

PMS

製造販売後調査

PMSとは、医薬品や医療機器が販売された後に行われる品質、有効性および安全性の確保を図るための調査です。当社グループはPMS業務をプロトコルデザインから報告書作成までフルレンジで受託しています。

デジタル事業

優れた技術を持つICT企業と強力なパートナーシップを構築しており、医療機関への情報提供や、患者さんを中心とするヘルスケアのDX（デジタルトランスフォーメーション）を推進しています。

海外事業

事業エリア拡大のため、海外進出の足場づくりを着実に進めています。2009年に中国の医薬品卸に出資を行って以降、海外でのビジネス経験を重ねており、ノウハウも蓄積され、人材も育ってきています。

*用語説明は、P.82の用語集をご参照ください。

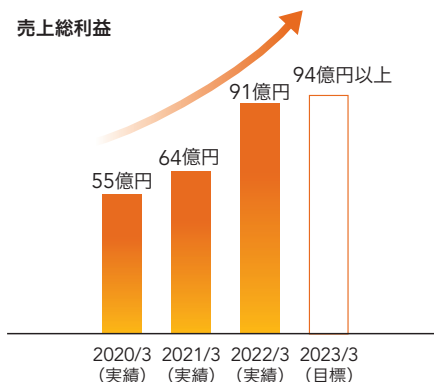
新規事業の取組みによる業績貢献

「2022メディカル中期ビジョン Change the 卸 Future ―未来への変革」において、新規事業は「創造」から「拡大」へとステップアップを図りました。その成果として、新しい収益が着実に上がってきており、業績への貢献度が年々高まっています。

2022年3月期の売上総利益は91億円でした。「2027メディカル中期ビジョン Change the 卸 Forever 〜たゆまぬ変革を〜」においても、新規事業は重要な成長ドライバーとして収益拡大に貢献していきます。

新規事業	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
AR活動	18億円	17億円	16億円
PFM®	38億円	48億円	78億円
PMS	3億円	3億円	1億円
デジタル事業 ほか	▲4億円	▲4億円	▲4億円
売上総利益 合計	55億円	64億円	91億円

(注) 関連商品の卸売販売による利益を含んでいます。



PFM® (プロジェクト・ファイナンス&マーケティング) の意義と主な商品

希少疾病用医薬品の開発支援により、患者さんとそのご家族のQOL改善に貢献

PFM®は、主に希少疾病用医薬品の開発促進と安定供給を通じて、病気で苦しんでいる患者さんやそのご家族に貢献する、当社グループの社会的使命を具現化したビジネスモデルです。

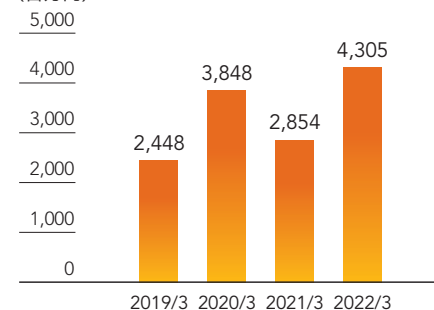
今後も、患者数の少ない希少疾病用医薬品の事業化と安定供給を支援します。



売上高

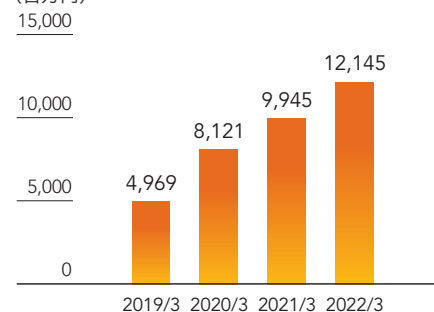
▶ テムセルHS注

(百万円)



▶ ノベルジン錠

(百万円)



メディバルグループにしか できない画期的な サービスを提供

多様化する社会ニーズに対応していくため、さまざまな分野の企業、医療機関、自治体との協業により、これまでにない新たなビジネスモデルの創造に取り組んでいます。当社グループの持つ製薬企業や医療機関とのネットワークに加え、全国をカバーする流通網や特殊温度帯下での医薬品流通技術などを活用することで、当社グループにしかできない画期的なサービスを生み出しています。

主なパートナーとの取り組み

SBIインベストメント(株)

2021年にCVC（コーポレートベンチャーキャピタル）ファンド「MEDIPAL Innovation 投資事業有限責任組合」を共同で設立。同社がこれまでに培ってきたベンチャー企業育成の知見を活かし、メディバルの事業とシナジー効果が見込まれるベンチャー企業への投資を行う。

※CVCファンドによる主な投資実績はP.29「TOPICS」をご参照ください。

H.U.グループホールディングス(株)

2020年に医療・ヘルスケア領域における戦略的業務提携。受発注システムや倉庫の共有化、シェアリングロジスティクスの実現を通じて、ESG・SDGsの観点からより環境負荷の少ない事業運営をめざす。また、医療・健康情報の活用や、再生医療分野での事業を探索。

三菱倉庫(株)

2019年に業務提携。市場出荷後から最終需要者までのすべての過程における全体最適な医薬品流通体制の構築をめざす。また、GDP（医薬品の適正流通）ガイドラインに準拠した医薬品保冷配送サービス「DP-Cool」を活用し、厳格な温度管理下での流通プラットフォームを構築。

(株)エムティーアイ

2016年に資本業務提携。同社の運営する女性と医師をつなぐサービス「ルナルナ メディコ」や母子手帳アプリ「母子モ」の普及・促進、同社の子会社である(株)カラダメディカの運営する「CARADA オンライン診療」「CARADA 電子薬歴 Solamichi」の普及・促進など。

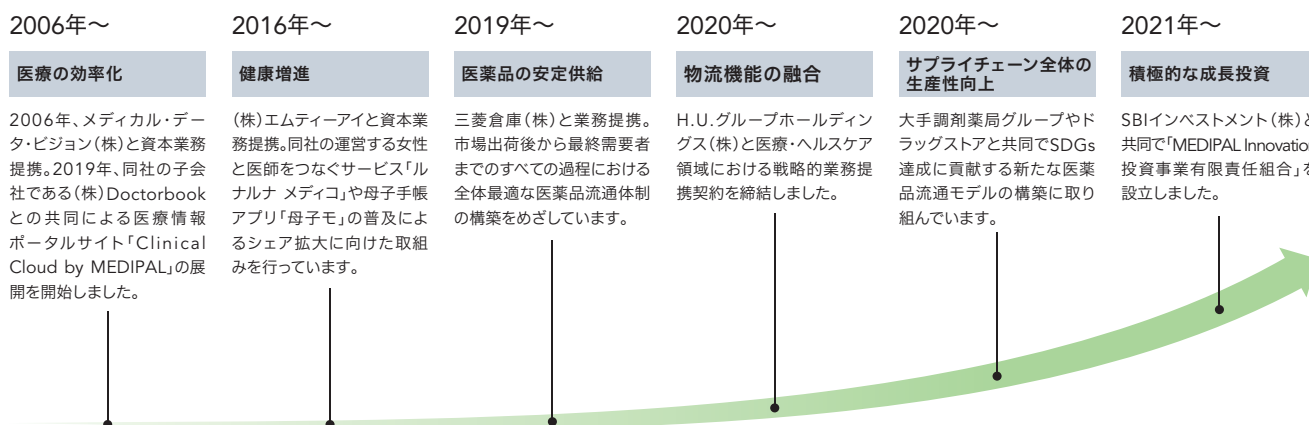
メディカル・データ・ビジョン(株)

2006年に資本業務提携。同社の子会社である(株)Doctorbookとの共同による医療情報ポータルサイト「Clinical Cloud by MEDIPAL」の運営・制作など。

3 さまざまな分野の 成長の源泉 パートナーとの 価値共創

さまざまな分野の企業や医療機関・自治体との協業により、既存の枠組みにとらわれないビジネスモデルを構築しています。

パートナーシップ構築における主な取組み

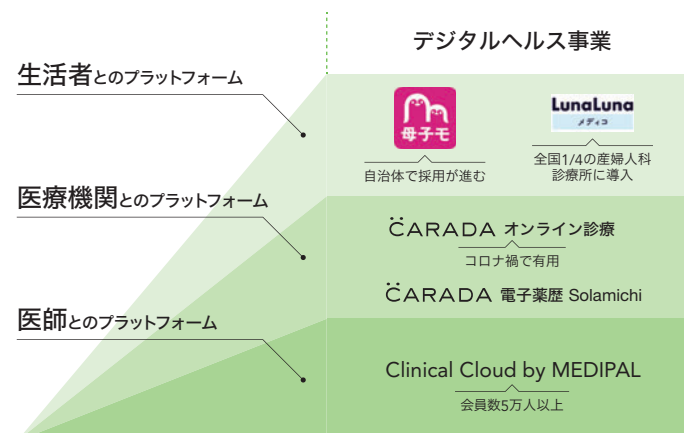


デジタル・ヘルスケア・プラットフォーム

医療・ヘルスケア領域におけるデジタル・ヘルスケア分野では、「リアル」の人によるコミュニケーションと、「デジタル」を介したコミュニケーションを融合することで、医療機関のみならず患者さんや生活者の健康の役に立つサービスを数多く提供しています。

今後、医療や個人の健康管理にデジタルを活用していく流れが加速していくと予想しています。当社グループがそのプレイヤーとして存在感を発揮するため、デジタルヘルスケアのプラットフォームづくりに注力しています。

デジタル・ヘルスケア・プラットフォームを構築中～リアル営業とデジタルの融合～



TOPICS CVCファンドによる主な投資実績

「MEDIPAL Innovation 投資事業有限責任組合」

設立日	： 2021年3月9日
運用期間	： 10年
投資対象	： 主にメディパルの既存事業分野と新規事業分野において事業シナジー効果が見込まれる国内外のベンチャー企業
ファンド規模	： 100億円

2021年8月：
リバーフィールド(株)
独自の空気圧制御技術による手術支援ロボットの開発

2021年11月：
Holoeyes(株)
画像情報をコンピュータ処理し、診療のために提供するプログラムや、三次元空間上において複数人で同時に没入体験をしながら遠隔カンファレンスができる医療支援サービスを開発

2021年12月：
イノバセル(株)
便失禁・尿失禁領域を中心としたアンメットメディカルニーズの高い疾患に対する再生医療等製品を開発

2022年5月：
Chordia Therapeutics(株)
特定の異常を有するがんに効果が期待される複数のFirst-in-Classの抗がん薬の研究開発

2022年9月：
(株)イーベック
ヒト末梢血細胞から作製したさまざまな完全ヒト抗体を医薬品用抗体として開発

「2022メディopal中期ビジョン」 の成果を力に、 新規事業の拡大を加速

株式会社メディopalホールディングス
専務取締役
事業開発本部長

依田 俊英

「2022メディopal中期ビジョン」の総括

「2022メディopal中期ビジョン」において、新規事業は2022年3月期の売上総利益106億円という目標を掲げて取り組んできました。これは、事業機会を細かく積み上げた数値目標ではなく、新規事業を最大限に拡大させ、当社グループの優位性を最大化するという思いを込めたチャレンジングな目標でした。

結果として、2022年3月期の売上総利益は91億円となりました。このように実績をあげながら、同時に5年後、10年後を見据えた種まきも積極的に行うことができ、持続的な成長を見据えた着地点としては合格点の結果であったと捉えています。

各事業の取組み状況

PFM® ▶ 再生医療分野の実績と展望

PFM®は、JCRファーマ(株)の「テムセルHS注」やノーベルファーマ(株)の「ノベルジン錠」「メラトベル顆粒小児用0.2%」などが成長ドライバーとなり、収益に貢献しました。

PFM®の取組みによって、再生医療分野は、当社グループの強みの一つとなりました。開発投資を行うだけでなく、特別な温度管理などの流通ノウハウと組み合わせることで、独自のビジネスモデルを構築しています。PFM®は、当社グループとパートナー企業の双方にとって、非常に大きなメリットを享受できます。製薬企業にとっては、新株発行による資金調達とは異なり株式が希薄化することがなく、プロジェクトに的を絞って必要なタイミングで資金を獲得できます。

今後は、バイオベンチャー企業に対するPFM®の拡大も進めていきます。細胞医薬品を手がけたことで、その保存と物流のノウハウを駆使したビジネス展開は、世界的に見ても唯一無二のものであると自負しています。

AR ▶ 希少疾病分野に特化した人材も育成

ARの存在は当社グループの競争力強化につながっています。他社にはない、MR資格を持ったARがいるからこそ、新規事業のあらゆるプロセスをつなぐことができ、医薬品流通や情報活動、さらには使用成績調査(PMS)の受託へと一連の流れをつくり出し、収益向上に貢献しています。

また、ARの専門性を高めるための組織や教育体制の整備を進めています。希少疾病用医薬品の情報活動に特化した人材として、RD-MR（Rare Disease MR）を編成しました。希少疾病の患者さんが早期に診断を受け、治療を開始できるように貢献するなど、RD-MRは社会的意義の高い取組みの中で重要な役割を果たしています。

使用成績調査（PMS）▶ 専門性のブラッシュアップに注力

PMSの事業環境は大きく変化しており、オンラインでの医療機関へのリマインドとデータ収集が主流になっています。また、単なる使用成績や副作用のデータ集積ではなく、将来的にはレトロスペクティブスタディ（後ろ向き研究）といったデータ解析に軸足が移るなど、市場のニーズが変わっていく可能性があります。

そのような場合に備え、大学や研究機関とともに臨床研究分野のPMSにも取り組んでおり、専門性のブラッシュアップに力を入れています。

コーポレートベンチャーキャピタル（CVC）▶ 本業とのシナジーを生み出す投資案件を選定

2021年3月に、SBIホールディングス（株）の完全子会社であるSBIインベストメント（株）とCVCファンドを共同で設立しました。これまで、有望な案件に対する数件の投資を行っています。CVCの当初の目的は、デジタルヘルス分野をカバーしていくためでしたが、始動してみると、それ以外の分野の案件が想定以上に多くあがってきました。投資案件と本業とのシナジーを見極めたうえで、投資案件を精査しています。CVCは投資先の株式を売却することで一過性の利益を獲得しようとするのではなく、投資した案件が製品化し、それらを当社グループの流通を通じて販売することで、毎年利益を得ることのできるビジネス形態、すなわち本業である卸売業の収益になっていくことをめざしています。

デジタルヘルス ▶ エムティーアイグループとの業務提携の深化

ヘルスケア分野におけるデジタルサービスは、多くの企業が参入して、活発な開発競争が行われていますので、近い将来、今とは異なる形のヘルスケアの在り方が実現すると想定しています。その時に、当社グループは中心的なプレイヤーとして存在しなければならないと考えています。

2016年に資本業務提携を開始した（株）エムティーアイと緊密に連携しており、当社グループが培ってきた製薬企業や医療機関とのリアルな信頼関係を活かしながら、人々の健康に貢献する新しいデジタルプラットフォームの開発をめざしています。

新規事業の成長シナリオ

新規事業の成長シナリオを描く際には、収益性だけではなく、本業とのシナジー、事業の持続可能性、そして社会貢献も考慮しながら入念な戦略立案をしています。優良な投資先が簡単に見つかるわけではありませんので、積極的に案件を探索し、慎重に吟味したうえで投資を行っています。新規事業では単年度の利益額が目玉されがちですが、良い投資がどれだけできたのかということが重要であり、このことが将来的な利益につながっていくものだと考えています。

5年後には年間1,000億円規模の投資を行えるような、ビジネスの広がりやキャパシティのある会社をめざしています。引き続き戦略性をもって投資先を選定し、人的資本をはじめ、あらゆる経営資源を活用しながら新たな価値創造に取り組んでいきます。

4 成長の源泉 「誠実」で 「倫理観」と「使命感」 を持つ人材

超高齢社会を背景として社会的ニーズが大きく変化する中で、高い倫理観だけではなく、高度な専門知識を備えた人材を育成し、持続的な成長を支えています。

共通の価値観

日常業務での意思決定の拠り所として、「経営理念の実現」に加え、共通の価値観として、「誠実」「倫理観」「使命感」の3つを定めています。

「誠実」

常に真心を持って、
公正・正直に行動している。

「倫理観」

法律、業界ルールはもちろんのこと、
世間一般の常識に沿っている。

「使命感」

組織や自らのあるべき姿に
向かって、責任を持って
行動している。



高度な専門性を有する人材

お客様やメーカーの皆様、そして患者さんをつなぐ「医療のコーディネーター」として、課題解決の提案ができるよう、高い倫理観と高度な専門知識を備えた人材を育成し、持続的な成長を支えています。

専門知識を有する人材の一例

(単位：名)

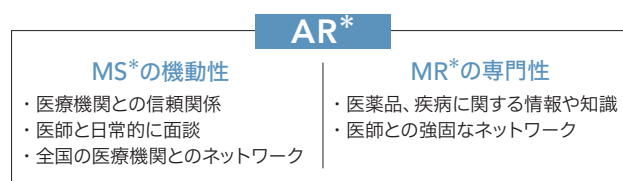
資格名	2022年3月期
MR認定資格 ^{※1}	2,531
DMR [*] 認定資格 ^{※1}	435
薬剤師 (管理薬剤師を含む) ^{※2}	495
獣医師 ^{※2}	7
危険物保安監督者 ^{※2}	52

※1 累計合格者数

※2 期末時点での推移

ARの位置づけ

医療用医薬品等卸売事業では、2009年からMR（医薬情報担当者）認定試験への挑戦を支援する、独自の教育プログラムを実施。ARの特長は、MSとしての機動性とMRとしての専門性を兼ね備えていることです。



TOPICS 地域医療コーディネーター

ARの専門性を活かし、流通価値を提供する

専門知識とスキルを有するARは、質の高い営業活動を広く行うとともに、新たな価値を創造するビジネスの推進役としての役割も担っています。

希少疾病に特化して活動するARを、RD-MR（Rare Disease MR）として任命し、主に病院市場において希少疾病用医薬品の情報提供・収集活動を行っています。製薬企業でのMR業務の経験や、疾病・病態に関するより高度な知識の習得とともに、販売情報提供活動ガイドラインを遵守した活動を行います。

女性診療科領域の専門知識を有するARの女性営業担当者を、ウィメンズコーディネーターとして任命しています。受託製品に応じたトレーニングを十分に積み、情報提供活動ガイドラインを遵守しながら、情報提供・収集活動を行います。

いずれも、地域医療コーディネーターとして、地域の顧客、医療機関、自治体が抱えるヘルスケア課題を抽出し、その解決策を提案することで社会価値を創造していきます。

地域医療コーディネーターとは？

「地域連携調査」などによる定性的情報の収集から「病診連携講演会」「Doctor to Doctor 勉強会」などの実施をはじめ、疾患啓発や患者発掘、基幹病院への患者紹介など、リアルとデジタルで医療の関係者をつなぎ、地域医療構想の実現に貢献する新しい営業です。

MS = 地域医療コーディネーター

AR

RD-MR

**専門領域
コーディネーター**
(ウィメンズコーディネーター)


RD-MRの営業活動



ウィメンズコーディネーターのメンバー

*用語説明は、P.82の用語集をご参照ください。