



2026 年 2 月 13 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ギ ミ ッ ク  
代 表 者 名 代表取締役社長  
兼 社長執行役員 CEO 横嶋 大輔  
(コード番号: 475A、東証スタンダード市場)  
問 合 せ 先 ファイナンス本部 IR チーム  
( T E L . 0 3 - 6 2 7 7 - 5 9 3 9 )

### 2026 年 3 月期第 3 四半期決算説明動画の書き起こし記事公開に関するお知らせ

当社は、2026 年 3 月期第 3 四半期決算説明動画を配信にて公表いたしました。このたび、株主ならびに投資家の皆様への公平な情報開示の観点から、当該説明内容を書き起こし記事として公開することといたしましたので、お知らせいたします。

#### 記

#### 1. 2026 年 3 月期第 3 四半期決算説明資料（書き起こし）の概要

当資料は、本日公開しました 2026 年 3 月期第 3 四半期決算説明動画の内容を書き起こし資料としてまとめ、その内容を共有するものであります。なお、ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております。

#### 2. 決算説明について

決算説明動画 URL を以下に記載しておりますので、併せてご確認いただきますようお願い申し上げます。

公開日時：2026 年 2 月 13 日（金）16：00～

登壇者：代表取締役社長 兼 社長執行役員 CEO 横嶋 大輔

決算説明動画 URL：<https://irp-system.net/presenter/?conts=01kh2sdzb4g35kbxjnt5qfrm8r>

その他の IR 情報は当社 IR サイトよりご覧いただけます。

<https://www.gimic.co.jp/ir/>

以 上

## 2026年3月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社ギミック  
2026年2月13日  
証券コード 475A （東証スタンダード市場）

皆様、こんにちは。

株式会社ギミック 代表取締役の横嶋です。

はじめに、弊社は昨年末12月19日に東証スタンダード市場に上場することができました。株主様をはじめとするあらゆるステークホルダーのご支援のお陰であり、大変感謝申し上げます。今後も皆様のご期待に応えられる様、企業価値の向上に取り組んでまいります。引き続きご支援のほど、よろしくお願いいたします。

26年3月期 第3四半期 決算説明を始めさせていただきます。



## 01 2026年3月期 第3四半期 業績

業績概要 Financial Results

## 02 会社・事業概要

会社概要 Company Profile

プロダクト Products

収益構造 Business model

マーケット Market

競合優位性 Core Competence

成長戦略 Growth Strategy

## 03 その他

補足情報 Appendix

本日の説明会ですが、ご覧のような順序で進めさせていただきます。

Financial Results

# 業績概要

## 2026年3月期 第3四半期

26年3月期 第3四半期業績です。

売上  
総利益

2,299

百万円

売上総利益率  
81.9%

「ドクターズ・ファイル」を中核  
としたプラットフォーム型ビジネス  
モデルが追加的な売上拡大に対して  
限界費用が低い構造を示す

営業  
利益

363

百万円

営業利益率  
12.9%

上場関連費用や人材投資を含みながら  
も、十分な営業レバレッジを確保

第3四半期累計期間における売上総利益率は約81.9%と極めて高水準を維持しております。これは、「ドクターズ・ファイル」を中核としたプラットフォーム型ビジネスモデルにより、追加的な売上拡大に対する限界費用が低い構造を示します。

また、営業利益率は12.9%となっており、上場関連費用や人材投資を含みながらも、十分な営業レバレッジが確保されております。

「ドクターズ・ファイル」の主要KPIs①

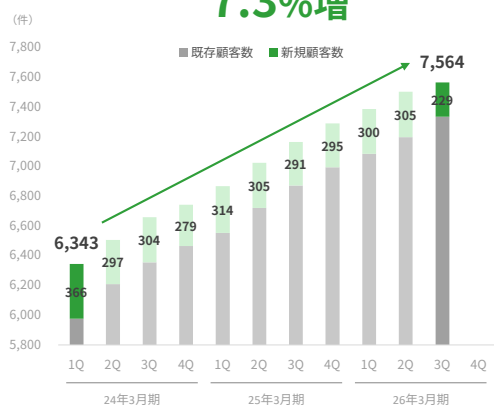
GIMIC

ドクターズ・ファイルの顧客数及びARPAは堅調に増加

Doctors File  
ドクターズ・ファイル

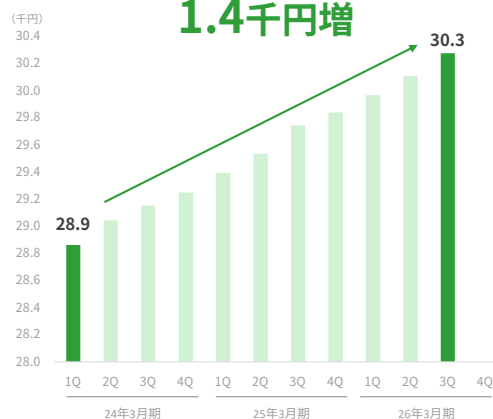
顧客数

CAGR<sup>1</sup>  
7.3%増



ARPA<sup>2</sup>

1.4千円増



※1：24年1Qから26年2Qまでの年平均成長率。  
※2：各四半期末時点のストック収入売上高を、同期末時点の顧客数で除して算出。

「ドクターズ・ファイル」の主要KPIの第3四半期までの推移です。顧客数についてはCAGRで7.3%の成長を続けております。ドクターズ・ファイル単体のARPAも24年3月期第1四半期比で1.4千円増加しております。両KPIとも堅実に成長しておりますが、この傾向は当面続くものと見込んでおります。

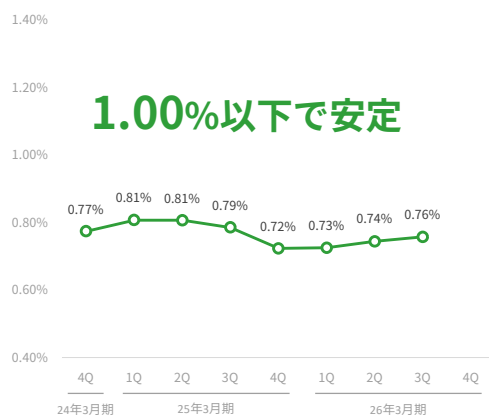
「ドクターズ・ファイル」の主要KPIs②

GIMIC

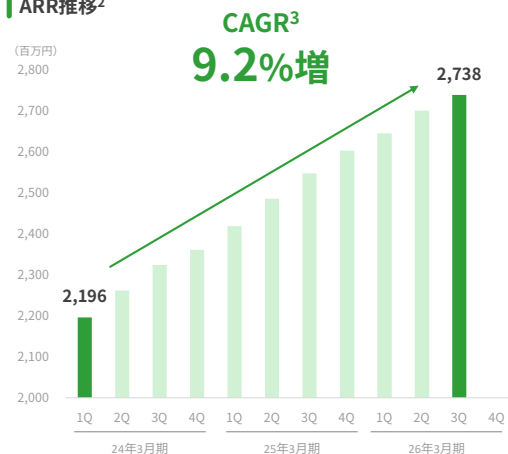
顧客基盤の増加を支える**低い解約率**  
ストック型のビジネスモデルにより**安定した継続成長**を実現

Doctors File  
ドクターズ・ファイル

月次解約率<sup>1</sup>



ARR推移<sup>2</sup>



※1：アップセルを考慮した当月末MRR÷前月末MRRで算出される割合の直近12ヵ月平均値。

※2：各四半期末時点のMRRに12ヵ月を乗じて算出したMRR実績から試算するARR ※3：24年1Qから26年3Qまでの年平均成長率。

チャーンレートについても0.7～0.8%程度と低位安定しております。ARRもCAGRで9.2%の成長を続けています。

2026年3月期 通期業績見通し

GIMIC

## 第3四半期までの進捗状況から、通期計画達成に向けて概ね順調に推移

項目	(単位)	25年3月期	26年3月期	増減		業績進捗率	
		3Q	3Q	額	増減率 (%)	通期業績予想	3Q進捗率 (%)
売上高	百万円	2,600	2,807	+207	+8.0	3,830	73.3
売上原価	百万円	500	507	+7	+1.4	—	—
	% of sales	19.3	18.1				
売上総利益	百万円	2,099	2,299	+200	+9.5	—	—
	% of sales	80.7	81.9				
販管費	百万円	1,887	1,936	+48	+2.6	—	—
	% of sales	72.6	69.0				
営業利益	百万円	212	363	+151	+71.2	435	83.6
	% of sales	8.2	12.9				
経常利益	百万円	212	335	+123	+58.0	410	81.8
	% of sales	8.2	11.9				
四半期純利益	百万円	143	235	+92	+64.7	294	80.3
	% of sales	5.5	8.4				

8

26年3月期の通期業績予想につきましては、売上高3,830百万円、営業利益435百万円、当期純利益294百万円を見込んでおり、現時点では直近の公表値からの修正は行っておりません。第3四半期までの進捗状況を踏まえると、計画達成に向けて概ね順調に推移していると認識しております。



Company Profile

# 会社概要

それでは、会社概要・事業説明に移ります。

基本情報



基本情報

会社名	株式会社ギミック / GIMIC Co.,Ltd
本社所在地	東京都渋谷区南平台町2番17号
設立日	2003年12月9日
売上高	28.0億円 (2026年3月期 第3四半期時点)
事業内容	医療特化型プラットフォーム事業
代表者	横嶋 大輔
従業員数	325名 (2025年12月31日現在)
パートナー	販売代理店13社 / 14都道府県、協業パートナー131社 (2025年12月31日現在)

営業拠点 (2025年12月31日現在)



株式会社ギミックは2003年に設立し、23年目を迎えます。ドクターズ・ファイルを中心とした「医療特化型プラットフォーム事業」を展開、全国5か所に直販拠点を構え、その他販売代理店13社、顧客紹介を担う協業パートナー131社と連携しております。



当社は「健康を願う人と守る人の『不』を希望に」というパーパスを掲げております。患者の「この医療機関で良いのか？」という『不信』、ドクターの「患者に信頼されているのか？」という『不安』、DXが進まない医療現場で医療従事者が感じている『不便』。こういった様々な『不』の解消をすべく「医療特化型プラットフォーム」として事業を展開しております。

Products

# プロダクト

続いてプロダクトです。

「ドクターズ・ファイル」「頼れるドクター」の2つのプロダクトを中心に、  
医療特化型プラットフォームとして様々なサービスを展開

GIMIC 医療特化型プラットフォームのプロダクトラインナップ

【 マッチング領域 】

Doctors File

ドクターズ・ファイル

医療情報サイト

月額 3.5 万円～



頼れるドクター

医療情報マガジン

紹介記事 1ページ 28.0万円～



Hospitals File

病院版医療情報サイト

動物病院 Doctors File

動物病院情報サイト

【 HR領域 】

Agent

医療職向け転職支援サービス

Doctors File  
CLINICO

クリニック専用  
人事評価/人材マネジメントシステム

人事の未来

クリニック向け人事相談窓口

Doctors File  
JOBS

医療系求人情報サイト

【 院内業務DX領域 】

medipathy

医療機関専用 情報共有アプリ

レジダス

LINE連携型予約管理システム

Doctors File  
APPO

クリニック専用  
WEB予約管理システム

Doctors File  
LINK

クリニック専用  
ホームページ制作サービス

【 医療連携領域 】

D-Search

医療連携プラットフォーム

Doctors File  
D-Search

医療連携ガイドブック

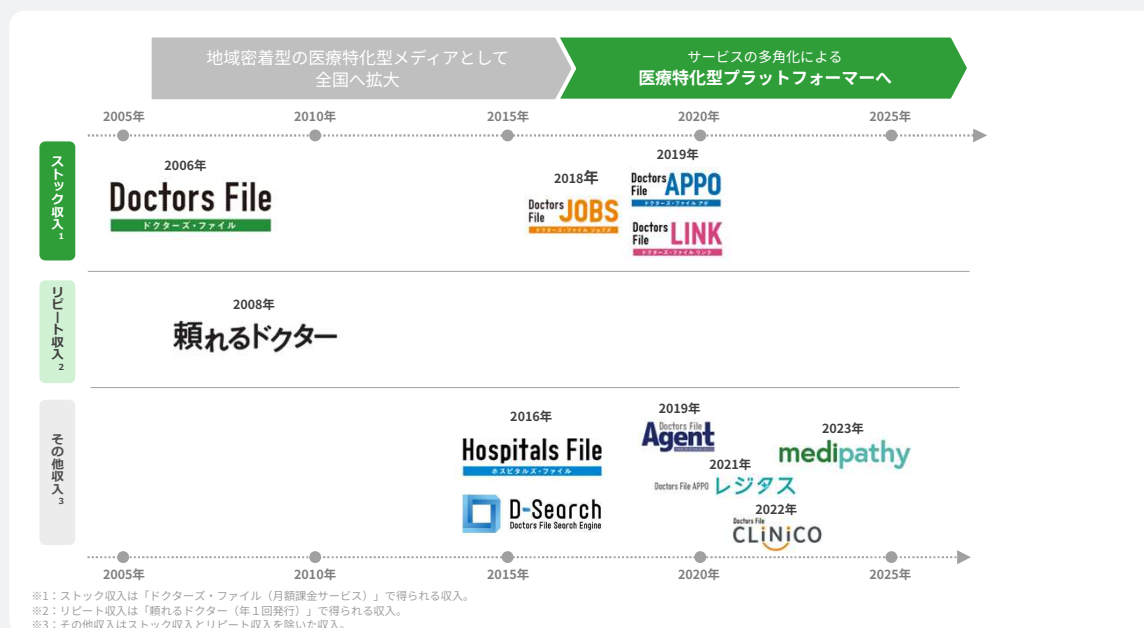
Medicalliance  
DAY 2025

地域医療連携イベント

当社の主力サービスは「ドクターズ・ファイル」と「頼れるドクター」のマッチング領域です。この主力サービスに加え「HR領域」「院内DX領域」「地域医療連携領域」に存在する『不』に対してサービスを開発して参りました。新規開発してきたサービスのうち医療機関専用情報共有アプリ「medipathy」は今後注力したいサービスです。チャット、掲示板、タスク管理など院内コミュニケーションを支えるアプリです。3省2ガイドラインに準拠し、情報の堅牢性が高く、患者の情報を扱うことも可能です。現在、既に約2,000件を超えるクリニックに導入いただいております。「medipathy」は基本無料で使えるサービスですが、医療従事者のアカウントを取得することで、医療従事者向けのマーケティングツールとして、あるいはHR領域におけるダイレクトマーケティングツールとして大きく成長させていきたいと考えています。

プロダクトの沿革

GIMIC

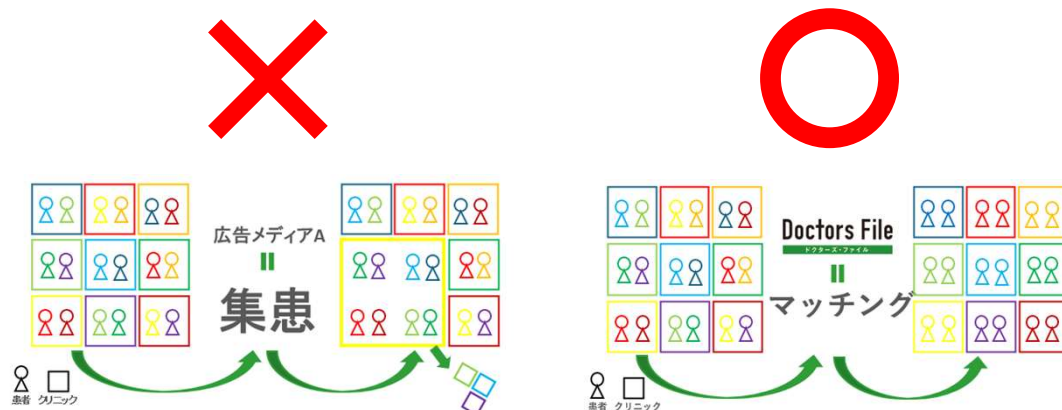


次にプロダクト開発の沿革です。ドクターズ・ファイルは2006年に地域密着型医療型メディアとしてスタート。2016年以降さまざまなサービスラインナップを拡充し医療特化型プラットフォームへ成長してまいりました。

提供価値は全ての患者と全てのクリニックの最適な「マッチング」  
「集患＝患者送客」という概念は持続可能な提供価値としてはありえない

他社広告メディアによる【集患】の概念

ドクターズ・ファイルによる【マッチング】の概念



15

ドクターズ・ファイルの提供する「価値」についてお伝えしたいと思います。

日本の医療サービスは、厚労省による行政指導や業界の自主規制により相当程度に同質化されています。保険診療においては医療費すら同額です。それにも拘らず「この医療機関で良いのか？」というミスマッチを嘆く患者の声はなくなりません。

一方で多くの開業医もミスマッチによる大きなリスクを抱えています。オンライン上のクチコミの削除を求める、医師達による集団提訴が時折ニュースになりますが、商圈の狭い開業医においてレピュテーションリスクは大きく、これを回避するためにも患者との「マッチング」は大変重要です。

我々の事業の価値について医療機関への集患つまり患者送客と考える方がいらっしゃると思いますが、それは違います。我々は、相当程度に同質化された医療サービスにおいて「集患」というのは持続可能な提供価値ではありえないと考えています。我々は、全ての患者と全てのクリニックの最適な「マッチング」という価値提供を目指しています。「マッチング」は患者と医師の深い信頼関係を構築し、最善の医療が提供される環境を作り出すだけでなく、医療費の抑制という社会的価値も生み出せると考えています。

患者の「知りたい」とドクターの「伝えたい」を適えるマッティング・メディア  
マッティングは最善の医療が提供できる環境と医療費抑制という社会的価値も生み出す



さて「ドクターズ・ファイル」ですが、自分に最適なドクターを求める患者に向けて、患者目線で取材した独自記事を提供しています。取材の内容は開業医の「キャリア・専門性」、クリニックの「設備」や「検査体制」「連携先情報」などに加え、開業医の内面的な部分である「診療方針」や「地域医療・患者への想い」まで広く及びます。患者にとって「マッティング」とは医療だけに留まらず、人間としての相性も大きく影響を与えるからです。我々は特定の開業医をレコメンドすることはせず、あくまで患者が選択することが、信頼関係の構築に不可欠だと信じています。また「ドクターズ・ファイル」は、クリニック向けホールプロダクト機能として求人機能、予約機能、ホームページ機能までオールインワンで利用できるサブスクリプションサービスになっています。

次に「頼れるドクター」ですが、各地域で年に1回発行する医療情報マガジンです。「ドクターズ・ファイル」を利用する顧客のアップセル商品であり、全顧客の約3割が利用する媒体です。今期は全国36エリアで発行。書店・コンビニ・Amazonでの販売に加え、医療機関や調剤薬局、銀行をはじめとした待合室にも配本、設置されています。

「頼れるドクター」は紙媒体という特性から、シニア患者に向けた訴求力が強い媒体です。また銀行などへの無料配本の目的は、紙媒体の特徴でもある「偶発的なマッティング」を起こすのが狙いです。クリニックはシニア患者の比率が高いところが多く一度使って頂けるとその効果を体感して頂きやすく、結果的に、前年利用顧客の75%が継続して利用するというリピート性の高さもこのメディアの特徴です。



無料トライアルからスタートし、ユーザーアンケートによる効果体感後、  
HR・院内DX機能を含むプラットフォームの全機能が開放されサブスク課金開始



カスタマージャーニーをご説明いたします。基本戦略として先ず特定の地域を限定し、そのエリアの開業医にドミナント的に取材の依頼を進めます。承諾が頂ければ取材し、掲載開始から2か月間フリーミアムを提供します。フリーミアム終盤で患者アンケートを実施し、記事に対する患者の感想やクリニックに対する印象の変化を開業医にフィードバック、効果を体感して頂いた上で契約となります。契約後はカスタマーサクセスによるフォローの中で、クロスセルをご案内します。平均継続期間は10年を超えます。

# ビジネスモデル（収益構造）

続いて収益構造です。

ビジネスモデル（収益構造別）

GIMIC

「ドクターズ・ファイル」はサブスクによる「ストック収入」で売上の70%超を占める  
「頼れるドクター」の「リピート収入」と併せ90%以上を占める

GIMIC 医療特化型プラットフォーム

ストック収入<sup>1</sup>

Doctors File

ドクターズ・ファイル



売上寄与度<sup>4</sup>



クリニックの医師と患者をつなぐ医療メディア

月額課金 3.5万円～

リピート収入<sup>2</sup>

頼れるドクター



売上寄与度<sup>4</sup>



各地域ごとに年1回出版の医療情報マガジン

医師紹介掲載料：1ページ 28.0万円～

その他収入<sup>3</sup>

Hospitals File

Doctors File Agent

Doctors File APP

レジタス

Doctors File CLINiCO

medipathy



売上寄与度<sup>4</sup>

※1：ストック収入は「ドクターズ・ファイル（月額課金サービス）」で得られる収入。  
※2：リピート収入は「頼れるドクター（年1回発行）」で得られる収入。

※3：その他収入はストック収入とリピート収入を除いた収入。  
※4：売上寄与度は2025年3月期売上高に占める各収入ごとの割合を記載。

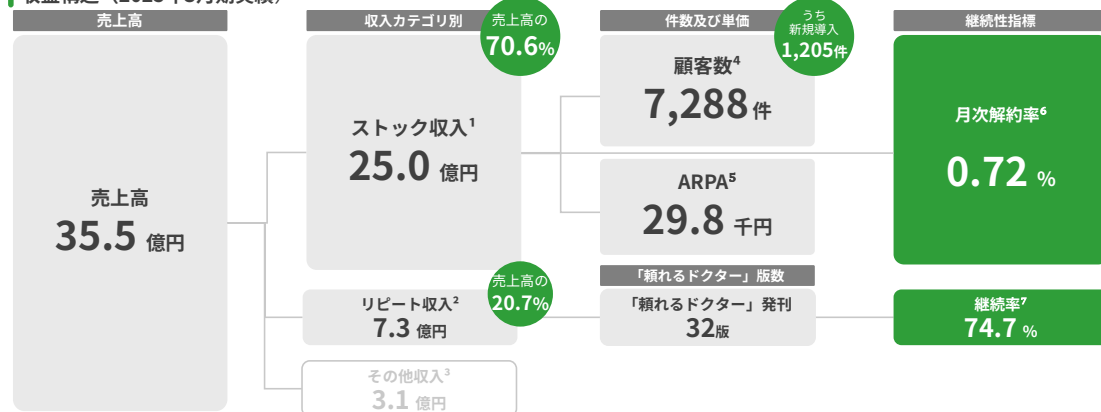
弊社の収益構造です。「ドクターズ・ファイル」は「ストック収入モデル」で全売上の70%超を占めます。また、「頼れるドクター」の「リピート収入モデル」と併せ90%以上を占める構造です。

収益構造について

GIMIC

「ドクターズ・ファイル」の低解約率 × 「頼れるドクター」の高継続率によって  
安定した収益構造を実現

収益構造（2025年3月期実績）



※1：ストック収入とは2025年3月期の「ドクターズ・ファイル（月額課金サービス）」の収入。

※2：リピート収入とは2025年3月期の「頼れるドクター（年1回発行）」の収入。※5：2025年3月期末の「ドクターズ・ファイル」の収入（MRR）を同期末時点の顧客数で除して試算。

※3：その他収入とはストック収入とリピート収入を除いた収入。

※6：2025年3月期末の「ドクターズ・ファイル」の解約及び契約変更に伴い増減した当月末MRR÷前月末MRRで算出される割合の直近12ヵ月平均値。

※4：2025年3月期末時点の「ドクターズ・ファイル」の顧客数。

※7：2024年3月期の「頼れるドクター」の取引顧客のうち、2025年3月期にも同顧客から取引のあった顧客の収入ベースの割合を過期数値にて算出。

20

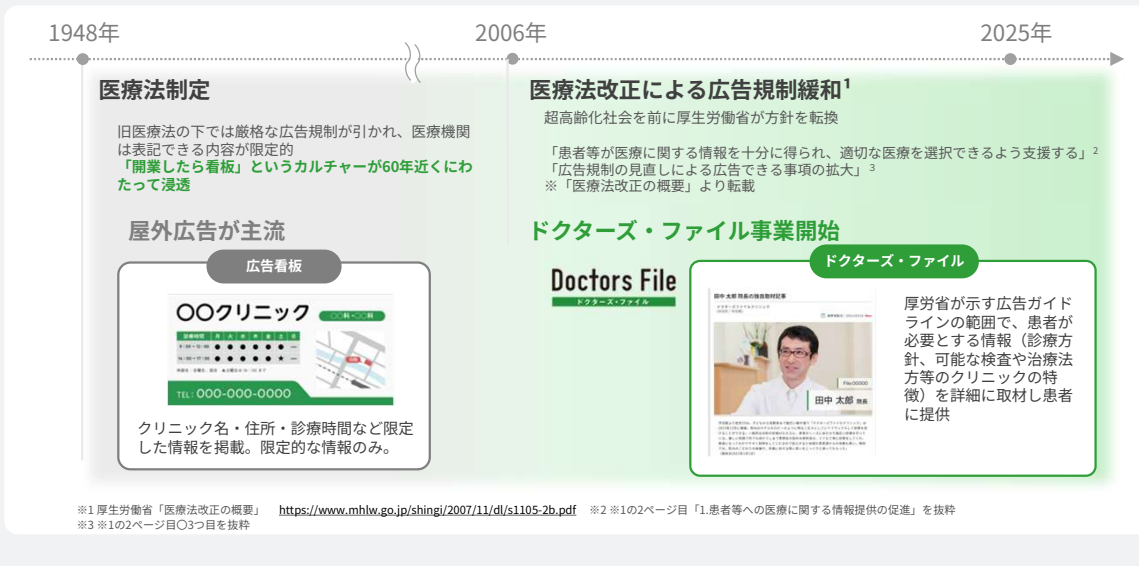
収益構造の詳細です。25年3月期において総売上35.5億円のうち「ドクターズ・ファイル」は25億円。顧客数約7,300件、ARPAは29.8千円で、月次解約率0.72%と安定した「ストック収入」となっております。「頼れるドクター」は32エリアで発刊。前年に掲載したクリニックの実に約75%が継続して利用しています。この「頼れるドクター」による「リピート収入」が7.3億円です。「ストック収入」と「リピート収入」。この安定した収益性こそが当社の最大の特徴です。

Market

# マーケット

続いてマーケットについてです。

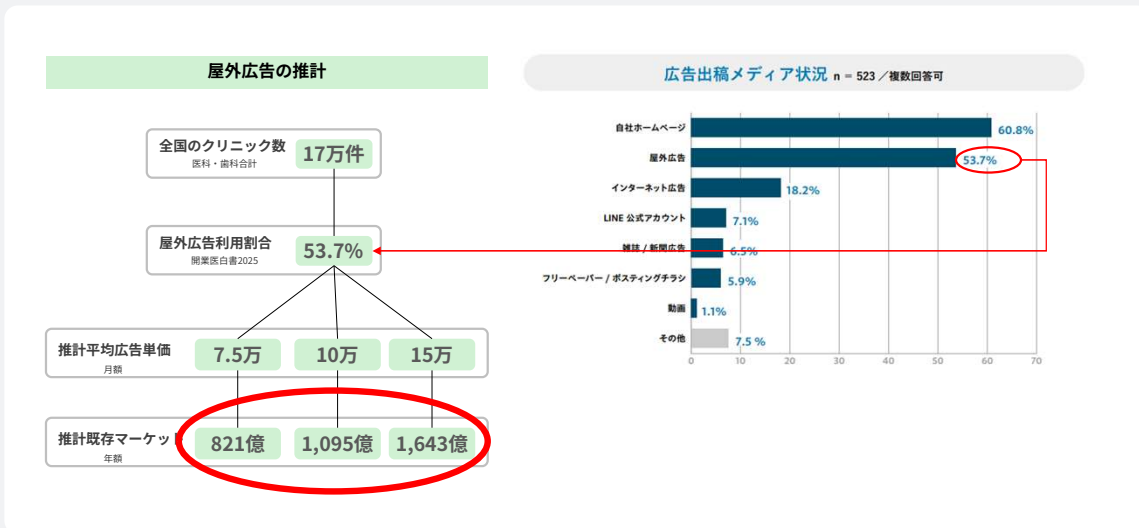
60年近く、厳しい広告規制を受けてきた医療業界。「開業したら駅看板・電柱広告」という慣習的なカルチャーがいまだに残る。リブレース余地は引き続き大きい。



日本の医療業界は1948年に制定された「医療法」によって60年近く厳しい広告規制が行われてきました。2006年に厚労省が規制緩和の方向を打ち出し「広告ガイドライン」を制定しましたが、この年が「ドクターズ・ファイル」のスタートの年です。

60年に渡る広告規制は「開業したら駅看板と電柱広告」という開業医独特のカルチャーを作り出し、弊社の調査では現在でも全国の50%以上ものクリニックが未だに看板に出費し続けています。比較検討を望む患者が求める情報は皆無に等しく、広告としての効果測定も不可能です。「ドクターズ・ファイル」は次世代、必ず「駅看板と電柱広告」の受け皿になるという信念のもとに始めました。しかし、事業開始直後は「医者がネットに広告を打つなんてありえない」と言われました。60年間で作られたカルチャーは岩盤のように固く、我々は時間をかけて「ドクターズ・ファイル」事業を進めてきましたが、ここにきてようやく岩盤が崩れ始めたと感じています。

医療機関の屋外広告へ投じている推計既存予算は「**1,000億円**」程度と考えられる  
この既存予算を「ドクターズ・ファイル」で**リプレース**していく



医療業界が看板などの屋外広告についてどの位の既存予算を持っているかを推計してみました。弊社が毎年行っている大規模調査の最新版「開業医白書2025」では53.7%の開業医が屋外広告に予算を投じていると回答しています。全国17万件のクリニックの53.7%が月額10万円程の広告予算を投じているとして試算すると、年間約1,100億円もの既存予算が存在する計算になります。この予算を「ドクターズ・ファイル」がリプレースできると我々は考えています。

少子高齢化社会に向き合うべく、行政主導のビジョンが示された**患者や病院**にとって、**クリニックの重要性**はより高まってきている



## 少子高齢化社会

### 厚生労働省による保険医療2035

制度改革を超える抜本的な改革が必要となり行政主導のビジョンが示された<sup>1</sup>

#### 「かかりつけ医」の確立

身近なクリニックで総合的な医療サービスを受けて  
必要に応じて適切な医療機関の紹介を受けられる体制へ

#### 「キュアからケアへ」

クリニックでの予防医療（健診・検査）や  
重症化させない医療が重要とされる時代へ

#### 患者

高まる健康志向  
信頼できる「かかりつけ医」を  
持つ重要性が高まる

#### クリニック

患者の「かかりつけ医」に  
選ばれるべく、他院と差別化が必要  
またその差を患者に認知させたい

#### 病院

医療費適正化の流れを受け  
合併、閉院が続く  
生き残りをかけ  
クリニックとの連携を重視

ではこのマーケットの未来についてご説明します。

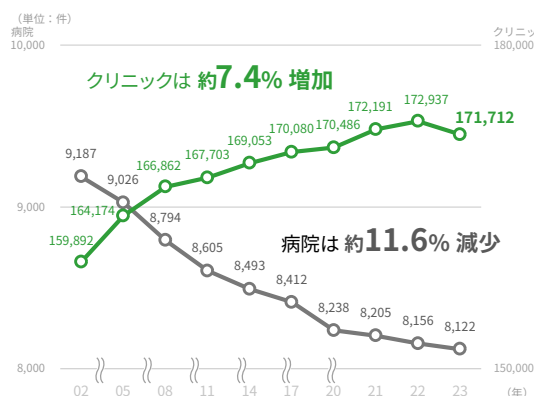
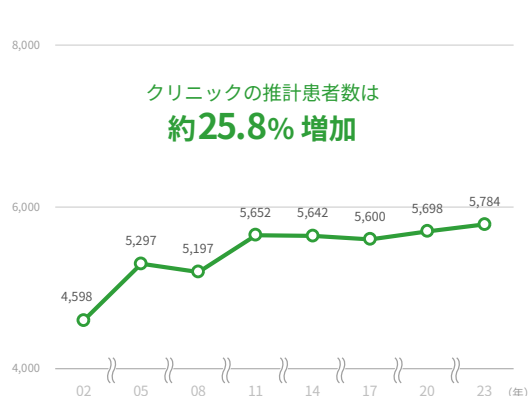
少子高齢化が進み、医療費の増大が懸念されて久しいですが、2015年に厚労省は2035年までの日本の医療あり方を描いた「保健医療2035」を取りまとめました。その中の重要な指針として「キュアからケアへ」、「かかりつけ医の確立」という指針があります。重症化してから総合病院で治療するのではなく、クリニックでのケアによって未病を保つこと、或いは重症化を未然に防ぐこと、そのためには患者が「かかりつけ医」持つことが大切だと示されております。患者に選ばれるためにクリニックは差別化を図ることが求められ、それを伝えていく役割を「ドクターズ・ファイル」は担っています。



クリニックの相対的重要性の高まり

GIMIC

足元20年間で、病院数は**減少**しクリニック数は**増加**するものの、  
クリニックの**患者数はそれを上回る増加率**となっている

| 病院<sup>1</sup>とクリニック<sup>2</sup>の推移| クリニックの推計患者数<sup>3</sup>

※出所: 厚生労働省「令和5(2023)年医療施設(診療・看護)調査・病院報告」資料より作成。

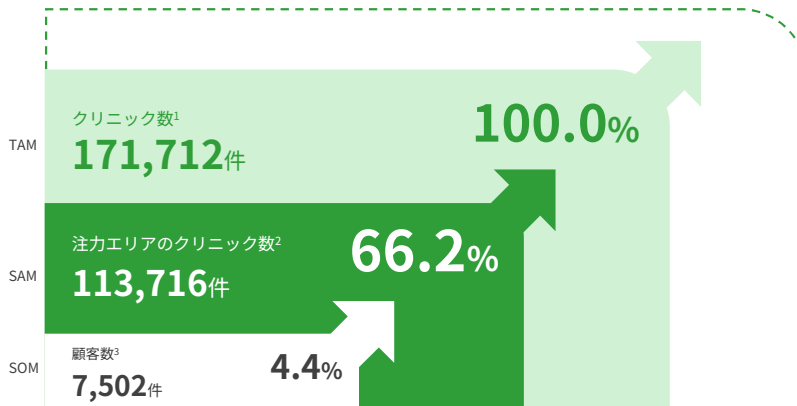
※1: 上記資料 図1病院数の年次推移より「病院」の機関数推移。※2: 上記資料 図2診療所数の年次推移より「一般診療所」と「歯科診療所」の合計した件数の推移。

※3: 患者総数は※1資料より「総数(病院・一般診療所・歯科診療所の合計した患者)」の推移。 ※4: 2002年クリニック数・病院数と2023年の数値を比較し増減割合を記載。

マクロデータもそれを示す結果が出ています。国内の病院の総数は減り続けているのに反し、クリニックは増加傾向。またクリニックを受診する推計患者数は増加しており、クリニックの相対的な重要性は今後も増していくでしょう。

足元のマーケットシェアは **4.4%** で広大なアップサイドポテンシャル  
「駅看板・電柱広告」の受け皿として、**注力エリアから着実に獲得していく**

マーケットシェア



※出所：厚生労働省「令和5（2023）年度医療施設（診療・動態）調査・病院報告」資料より作成。

※1：上記資料の「一般診療所」と「歯科診療所」の施設数合計値をクリニック数として作成。

※2：注力エリアである東京、神奈川県、千葉、埼玉、愛知、岐阜、三重、大阪、京都、兵庫、奈良、鳥取、島根、

広島、香川、愛媛、福岡、鹿児島、18都府県のクリニック数。

※3：2026年3月期2Q末時点の「ドクターズ・ファイル」取引社数

※4：チャネル整備の終わったエリア

エリア別シェア

ドミナントエリア<sup>4</sup>では  
20%超のマーケットシェア

横浜市都筑区 **23.5%**

75件<sup>3</sup>

319件<sup>1</sup>

横浜市青葉区 **21.3%**

110件<sup>3</sup>

516件<sup>1</sup>

クリニックは全国で約17万件存在し増加の傾向が続きます。現在の「ドクターズ・ファイル」の顧客数はまだ約7,500件、シェアにしてわずか約4%であり、広大なアップサイドポテンシャルが存在します。我々が既に営業網を網羅できた「注力エリア」には全国のクリニックの約70%が偏在しており、この注力エリアでのドミナント戦略を進めます。

Core Competence

# 競合優位性

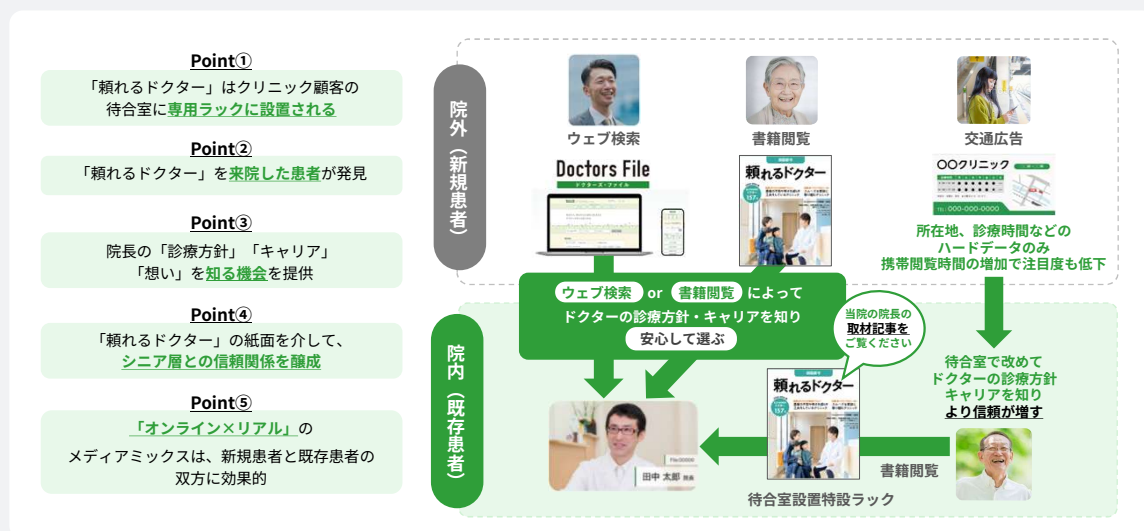
競合優位性について説明します。



オンラインだけではない付加価値

GIMIC

「頼れるドクター」の情報誌で、シニア層を含めた幅広い患者ヘリーチ  
新規患者に加えて既存患者との信頼関係を醸成



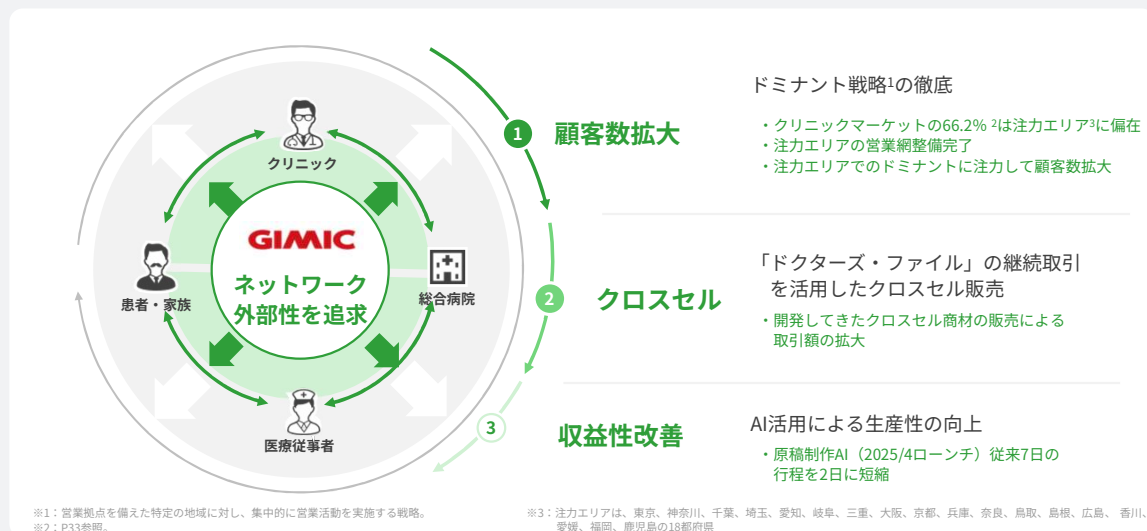
また、「ドクターズ・ファイル」は、全国の書店、コンビニで販売される「頼れるドクター」とメディアMIX戦略を提案できる点も弊社の優位性です。患者にシニア層を抱える医療機関は多く、ウェブと書籍で患者ターゲットを分け、異なる訴求ポイントを提案することが可能です。

Growth Strategy

# 成長戦略

続いて成長戦略です。

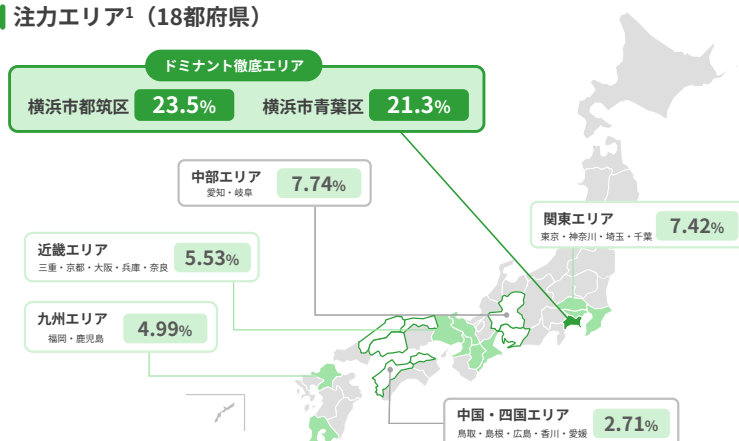
ネットワーク外部性を追求するため、**ドミナント戦略<sup>1</sup>**を駆使し顧客数を拡大、  
開発してきたクロスセル商品で**ARPAの向上**・AIの導入で**生産性の向上**を目指す



ネットワーク外部性を追求するビジネスモデル故、まずは数を取りに行きます。その上で開発してきたプロダクトでクロスセルを販売しARPAを挙げます。そしてAI等の導入により生産性を向上させていく成長戦略を描いています。

既に営業チャネルが整備された注力エリアは、**国内クリニックマーケットの66.2%**を占め  
ドミナント戦略を徹底し、より**顧客数拡大**を狙う

注力エリア<sup>1</sup>（18都府県）



	クリニック数 <sup>2</sup> (件数)	顧客数 <sup>3</sup> (件数)	シェア (%)
東京	25,502	2,130	8.35%
神奈川	12,049	1,131	9.39%
千葉	7,144	300	4.20%
埼玉	8,040	351	4.37%
岐阜	2,536	187	7.37%
愛知	9,378	735	7.84%
三重	2,287	79	3.45%
大阪	14,288	947	6.63%
京都	3,738	188	5.03%
兵庫	8,113	399	4.92%
奈良	1,890	63	3.33%
鳥取	730	18	2.47%
島根	940	26	2.77%
広島	3,997	62	1.55%
香川	1,283	34	2.65%
愛媛	1,811	97	5.36%
福岡	7,848	424	5.40%
鹿児島	2,142	75	3.50%
注力エリア	113,716	7,246	6.37%
全国	171,712	7,385	4.30%

※出所：厚生労働省「令和5（2023）年医療施設（診療・動態）調査・病院報告」資料より作成。

※1：注力エリアは東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、岐阜、三重、大阪、京都、兵庫、奈良、鳥取、島根、広島、香川、愛媛、福岡、鹿児島、の18都府県。

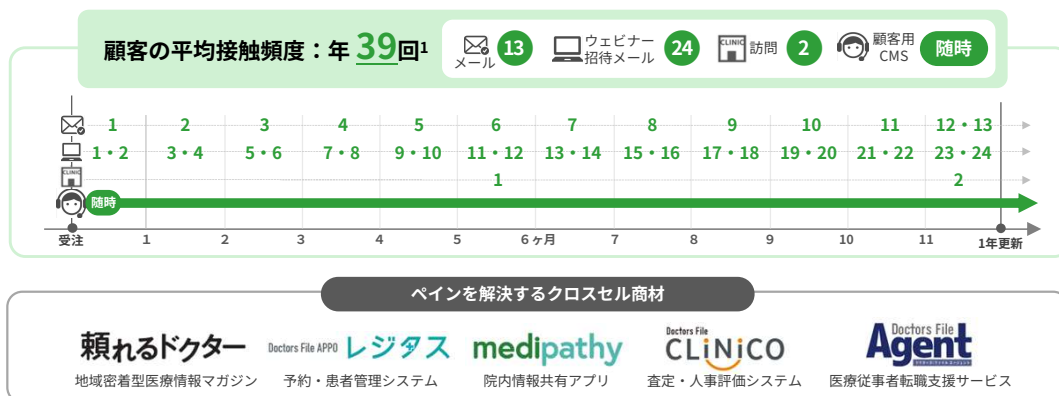
※2：上記資料の「一般診療所」と「歯科診療所」の施設数合計値をクリニック数として作成。※3：2026年3月期1Q末時点の「ドクターズ・ファイル」取引社数。

まずはチャネル整備が完了した注力エリアで20%以上のシェアの獲得を進めます。岩盤が崩れてきたこの期を逃さず、更にIPOによる信用力の拡大、調達した資金の投資でドミナントスピードを早めます。「看板が当たり前」の時代から「ドクターズ・ファイル」が当たり前の時代を作り上げていきます。



## ストック型サービスである「ドクターズ・ファイル」は継続的な取引のため、 クロスセルのニーズを発見しやすい構造

ドクターズ・ファイル有料受注後、カスタマーサクセス部も含め複数の営業部が  
継続的に顧客へ接触し、クロスセル商材を提案



※1：ドクターズ・ファイルの有料課金スタートから1年間。

「ドクターズ・ファイル」はストック型ビジネスであるため、カスタマーサクセスが継続的にフォローします。フォローの中で深い関係性を構築し、ニーズの変化を敏感に読み取り、クロスセルを積極的に拡大していきます。

20年で3万件以上のクリニックの医療情報をライティングしてきた編集制作チームに  
独自AIを導入したことで、生産性を300%以上向上

生産性向上の仕組み

20年間の積み重ね

これまで3万院もの医師を取材してきた、  
経験から得られた暗黙知の集積であり、  
その経験値はナレッジ化されている。



約3万院の医療情報

編集制作チーム<sup>※1</sup>が入念な取材のもと  
ライティング

生産性向上を可能にする 専用AI

取材音源データを、AIにインプット後、「**ドクターズ・ファイル**」専用AIが起動し、従来の制作工程から  
校閲までの4行程を担う。



文字起こしAI	患者像分析AI	編集長AI
テーマ抽出AI	ドクター分析AI	校閲AI
セリフ抽出AI	真意汲み取りAI	校閲反映AI
構成整理AI	ライターAI	Etc...

医師の言葉の奥に含まれる気持ちを、  
精度高く表現することを可能に。

最後に生産性の向上についてですが、昨年度、原稿制作AIを開発いたしました。一口にAIと言いますが、「コピーライティングAI」「編集長AI」など機能別に18のAIで構成されます。20年培ってきたライティング・校閲ノウハウの集積です。医療広告ガイドラインのチェックも網羅的に実施でき、生産性の向上と品質の担保を実現することができます。今後ドミナントが進んで、記事の制作を大量に行うことになっても、人件費は比例して増大しない体制を構築しております。

Big Picture

# 目指す世界（Big Picture）

最後に目指す世界です。

今後の事業展開方針

GIMIC

「ドクターズ・ファイル」「頼れるドクター」の2つのプロダクトに加え、  
開発してきた「HR領域」「院内業務DX領域」「医療連携領域」のプロダクトも加速

今後加速させたいサービス・ラインナップ



36

「ドクターズ・ファイル」「頼れるドクター」には大きなオーガニックグロースの余地が残されています。今後一段と「ドクターズ・ファイル」「頼れるドクター」にアクセルを踏んでいくことはもちろん、上場前に用意してきた「HR領域」「院内DX領域」「地域医療連携領域」のプロジェクト群の成長戦略を描き、「医療特化型プラットフォーマー」から「医療・健康のインフラ」的存在を目指したいと考えています。

以上をもちまして、2026年3月期 第3四半期の決算説明と会社説明を終了いたします。

ご清聴ありがとうございました。

本資料に記載された将来予測、見通し、事業計画等（総称して「将来情報」）は、現時点で入手可能な情報及び合理的であると判断した一定の前提に基づいて作成したものです。その性質上、経済動向、業界環境の変化、競争状況の変動、法規制の改正、その他当社の経営に影響を及ぼし得る不確実な要因が含まれており、実際の業績はこれらの影響により将来情報とは大きく異なる可能性があります。

また、本資料に記載された事業計画及びファンダメンタルズに関する内容は、当社の事業理解を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。本資料は、今後通期決算発表の時期を目途として更新する予定です。投資判断に際しては、有価証券届出書等の法定開示資料をご確認の上、皆様ご自身の判断にて行っていただきますようお願い申し上げます。