

2026 年 5 月 29 日
ウェルネス・コミュニケーションズ株式会社
東証グロース 366A

2026年3月期 決算説明会の書き起こしと 参加者からお寄せいただいた主な質問と回答

平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

2026 年 5 月 21 日（木）に開催した「2026 年 3 月期 通期決算説明会」の書き起こし記事、および、当日回答できなかった参加者からの主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

本開示は、投資家の皆様への情報発信強化とフェア・ディスクロージャーを目的としております。

なお、回答内容は開示時点の情報に基づいており、今後変更が生じる可能性がある点につきご了承ください。

記

■オンデマンド動画および当日の質疑応答（2026 年 5 月 22 日公開）

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS05024/222e0509/5ee1/4fe4/bab8/3c1e8079d9fa/20260522202558374s.pdf>

■書き起こし（ログミーFinance）

<https://finance.logmi.jp/articles/384563>

■2026 年 3 月期 通期決算説明資料（2026 年 5 月 14 日公開）

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS05024/ff4d50c8/8924/4775/80ce/14c2f7a01a8b/20260526101544107s.pdf>

■当日回答できなかった参加者からお寄せいただいた主な質問とその回答

Q. 健診ソリューション事業、健康管理クラウド事業、各事業の市場規模とシェア獲得状況を教えてください。

A. 2026 年 4 月（今期初）から、当社では、前期までの事業セグメント名称を改めて、「健診ソリューション事業」を「ソリューション事業」、「健康管理クラウド事業」を「クラウド事業」としております。

ソリューション事業セグメントにおける、健診・人間ドック等の市場は、労働安全衛生法で規定される従業員数 50 人以上の事業場での定期健診の実施義務の他、40～74 歳の国民に受診が義務化される特定健診等があり、大変大きな市場が存在しております。

その中で、企業や保険者（健康保険組合等）が、当社のような健診に関する事務代行企業に外注をされている規模は年間約 500～600 万人程度の規模と社内推計しており、当社シェアは 7～8%程度と見ています（弊社の健診サービスの受診者約 40 万名）。

今後は、がん検診や婦人科検診等を強化する企業等が増加する見通しの下で、社内健康管理室や、工場敷地内等で実施する巡回型健診での対応が難しくなると想定しており、このアウトソーシング市場自体も拡大していくと予想しております。

一方のクラウド事業セグメントにおける「Growbase」は、現在、従業員 1,000 人以上の大企業で導入が進んでおり、従業員規模 1,000 名超の企業で働く人が約 1,600 万人と集計されている中で、当社シェアは 10% 強と認識しております（弊社「Growbase」の ID 数約 180 万強）。

今後は、中堅中小企業市場へのチャネル拡大やソリューションメニューの拡充により、対象市場をさらに拡大できると考えております。

Q. 競争相手の企業はどこですか。

A. クラウド事業における「Growbase」の競合企業としては、健康管理システムを販売する大手 IT 企業やスタートアップ企業が複数存在する他、HR 領域の SaaS スタートアップとなります。

また、ソリューション事業においては、福利厚生代行企業や人材サービス企業、健康保険組合や人事関連の BPO サービス企業等が競合となります。

Q. 今後の経営方針を教えてください。

A. 今期より、当社は新たな中長期ビジョンの下で、健康管理クラウド「Growbase」を軸に、あらゆるウェルビーイングデータを収集・可視化・利活用するプラットフォームへと進化させ、そのプラットフォーム上で、企業・組織と人（働く人や家族など）を元気にするソリューションを展開し、国民にとってウェルビーイング実現のパートナーのような存在を目指してまいります。

Q. 足元で契約企業グループ数、健康診断サービス利用者数が伸長していますが、人口動態よりどこまで成長できると考えますか。

A. ソリューション事業における質問と理解し、回答致します。

上記質問への回答にもある通り、現在、健診・人間ドック等に関する事務業務をアウトソーシングしている規模はサービス利用者数（健診受診数）で約 500～600 万人市場として推計しております。

今後、このアウトソーシング需要が高まる事も想定をしておりますが、中期的には、この市場におけるシェアの拡大を目指してまいります。

また、並行して、健診予約を接点とした情報提供や、健診受診後の健康管理・重症化予防等の領域で、アップセル・クロスセルができるソリューションの拡充を目指し、サービス利用者数あたりの単価・もしくは契約企業グループ単位での顧客単価の向上を図ってまいります。

Q. 中期経営計画で売上～当期純利益の目標数値を開示する予定はありますか。

A. 中期経営計画における具体的な数値目標については、現時点で公表しているものではありません。

当社としては、まずは足元の業績計画の着実な達成と、その背景にある成長ドライバーや収益構造について、継続的かつ適切にご説明していくことが重要であると考えております。

中期的な数値目標の開示につきましては、投資家の皆さまのご関心も踏まえ、今後の開示方針の中で適切な在り方も含め検討してまいります。

Q. 2027 年 3 月期 2Q 新プランの導入予定とありますが、こちら順調に導入できそうでしょうか。導入できた場合は、クロスセル効果が期待できるという解釈でありますでしょうか。

A. 2027 年 3 月期第 2 四半期にリリースを予定している新プランについては、計画に基づき準備を進めております。

本プランは、既存の Growbase 顧客へのアップセルを中心に展開を想定しており、当社の顧客基盤を活用したクロスセルの機会創出につながるものと考えております。

今後は、リリース後の導入状況や顧客ニーズを踏まえながら、着実に展開を進めてまいります。

Q. 人材確保についての対策はどのようにしているのか教えてください。

A. 事業ステージの変化に伴い、高度人材の採用を中心に採用を強化しております。

足元では、コーポレート機能や事業開発機能の強化を図るための採用を加速させている他、

- ・営業や顧客接点を持つ部門では、コンサル型・課題解決型営業人材の登用
- ・オペレーション部門では、人員数（量）を補う採用は行わず、AI 知見等を持つ専門性の高い人材の確保と育成

に注力しております。それにより生産性と品質向上を両立させるための採用強化を図っております。

Q. 健康管理クラウド事業の価格改定について、2026 年 4 月時点で直販顧客の 70%と合意済とのことですが、この価格改定に伴うチャーンレート（解約率）への影響を来期予想にどのように織り込んでいますか。足元で顧客の離反や競合他社への乗り換えの動きは見られないでしょうか。エンタープライズ・大企業市場での拡大余地はどの程度あるのでしょうか。

A. 価格改定に伴う解約影響については、限定的な水準に留まる前提で業績計画に織り込んでいます。

実際の運用においては、契約更新タイミングに応じた段階的な適用や個別顧客への丁寧な説明を行っており、顧客への負担を抑えながら移行を進めています。

現時点では解約や乗り換えといった離反は見られておらず、価格適正化と顧客維持の両立を図っていく方針です。

Q. 2027 年 3 月期の業績計画は、売上総利益率が+6.4pt 改善するご計画ですが内訳を教えてください。Growbase の価格改定(26 年 4 月以降)、Growbase Mentally(2Q リリース)など機能拡張プランによる顧客単価の上昇、AI 活用により健診結果データ化プロセスの AI 化による外注費削減(3 年で 50%)だと思ったのですが、正しい理解でしょうか。

A. 売上総利益率の改善は単一要因ではなく複数施策の積み上げによるものです。

まず、Growbase の価格改定による単価上昇がベースとなり、継続課金モデルにおいて安定的な粗利押し上げ要因となります。

次に、クラウド事業比率の上昇および新プラン（Growbase Mentally 等）によるアップセルにより、相対的

に利益率の高いサービスの構成比が上がる点が挙げられます。

さらに、AI 活用によるオペレーション効率化も大きなポイントです。特に健診結果データ化プロセスにおいては、外注費の削減を進めております。

全体としては、収益性の高いクラウド比率の上昇による営業レバレッジと構造的なコスト改善の両面から、売上成長率を上回る利益成長を計画しております。

Q. 売上総利益率の大幅な改善を見込まれていますが、1Q の改善は限定的で、下期に行くほど改善効果が出てくると考えてよいのでしょうか。価格改定は契約時のタイミング次第ですし、Growbase Mentally のリリースは 2Q ですし、外注費削減も時間をかけて順次効果がでると感じたのですが、いかがでしょうか。

A. 改善は期初から一律に出るものではなく、期の後半にかけて段階的に顕在化していく構造です。

- ・価格改定は契約更新タイミングに応じて順次適用されるため、年度後半ほど寄与が拡大
- ・Growbase Mentally やおまかせ健康管理など新プラン・新サービスは 2Q 以降の投入となるため、本格寄与は後半
- ・AI による外注費削減も一括ではなく、プロセスごとに段階的

そのため、後半での寄与が大きくなるような構造となっております。

Q. 2027 年 3 月期の計画は、販管費率が 5.3%増加する見込みですが、要因を教えてください。現状では収益性の低いあしたのチームの子会社化によるもの、Growbase 拡大に向けた営業・CS 強化、AI・プロダクト開発投資、中堅・中小企業市場開拓のための販売投資などだと考えてよいのでしょうか。

A. 販管費率が増加するようになっているのは、売上高が大きいソリューション事業よりもクラウド事業が成長するため、売上高比での販管費率が増加しているようになっております。

販管費の増加は、主にあしたのチーム子会社化によるのれん償却費による影響や、将来成長に向けた AI・プロダクト開発投資拡大、人的資本投資拡大によるものです。

Q. 中長期的な営業利益率をどのように考えたらよいのでしょうか。当面は成長投資が続くと思いますので、営業利益率の改善は年間で 1~2pt 程度だと思います。ただ、中期的には営業利益率 15%前後、長期的には 20%超となっても不思議ではないと感じているのですが、楽観的でしょうか。

A. 現時点で具体的な営業利益率目標は公表していません。

- ・クラウド事業比率の上昇（高収益）
- ・ソリューション拡充による単価向上
- ・AI 活用によるオペレーション効率化

により、利益率向上余地は十分にあると認識しております。

一方で、成長のバランスを重視し、段階的に改善していきます。

Q. 終身雇用時代からの変化に対する事業の対応について詳しく教えてください。

- A. 終身雇用モデルを前提とした従来型の人事管理から、退職や早期離職、兼業等の人材流動化が進む現在において、事業主側の視点で見れば、離職防止や予兆検知、退職後の健康管理支援（健保保険組合における前期・後期高齢者医療負担金の抑止）、従業員の視点では、個人単位での健康管理の必要性が高まっていると考えております。

当社はこの変化に対して、

- ・個人単位での健康データ管理モデルの構築
- ・ストレスチェックや勤怠データ等も活用した組織課題（インサイト）の把握
- ・AI等を活用したセルフマネジメントの促進及び退職予兆検知等

を通じて、人的資本マネジメントを支援するプラットフォームへと機能拡張を進めています。

また、今後は人材流動化の進展を踏まえ、転職や退職時にも個人が自身のウェルネスデータを継続的に活用できる（ポータビリティ）仕組みについても検討を進めています。

これにより、企業にとっては人材の入れ替わりがある中でも継続的な健康管理・組織改善が可能となり、個人にとっても長期的な健康データの活用価値が高まると考えています。

さらに、メンタルヘルス領域の新サービスなども含め、単なる管理から意思決定支援へと進化させることで、変化する雇用環境に対応した価値提供を向上していきます。

Q. Growbase、ネットワーク健康診断サービスなどのオーガニックな売上の成長は値上げを除くと年間 5%程度の成長ペースをイメージしておけばよろしいでしょうか。

- A. 当社のオーガニック成長は、新規顧客獲得、既存顧客内での利用拡大やクロスセル・アップセル等を含む NRR 向上によって構成されており、値上げ等を除いたこれらのベース成長としては、ソリューション事業で 5% 超、クラウド事業で 10% 超の成長を計画しております。

Q. 自社の健康経営はどのようなことをしているのですか。

- A. 当社における健康経営は当社不変の最重要戦略の一つとして位置づけ、従業員はもとより、その家族の健康と組織パフォーマンスの向上を両立する取り組みを推進することとしています。

具体的には、以下のようなものに取り組んでおります。

- ・Growbase や i-Wellness を活用した健康データ管理・健診の実施
- ・婦人科健診の受診対象条件の拡大や中高年従業員に対する脳ドックの提供を含む定期健康診断の受診率 100%、および二次健診の受診勧奨の強化
- ・有給取得奨励等、メリハリのある働き方の推進 ※有給取得率 92%（2026 年 3 月期実績）
- ・希望者に対する保健師面談体制の提供
- ・仕事と治療の両立支援制度
- ・運動促進（習慣化）を目的とした 16:30 退社制度や、ウェアラブル端末の貸与
- ・社内コミュニケーションの活性化やチームビルディング、ヘルスリテラシー向上等を目的とした研修

Q. 現時点での配当金は期末一括配当の予定となっていますが、ゆくゆくは中間配当を出していく予定はあるのでしょうか。

- A. 現時点では期末一括配当を基本としていますが、将来的な中間配当の実施については、選択肢の一つとして認識しています。

配当政策としては、まずは

- ・ 安定的な累進配当
- ・ 成長投資とのバランス

を重視しており、資本効率やキャッシュフローの状況を踏まえながら、最適な株主還元の在り方を検討していく方針です。

そのため、中間配当についても、今後の業績・投資計画・株主還元方針を総合的に勘案しながら、実施の可否を含めて検討してまいります。

Q. 健康管理のデータを医療の会社に販売をしないのですか。

- A. 現時点では、健康データを第三者（医療機関や企業等）に販売することを想定はしておりません。

当社が取り扱う健康データは非常に秘匿性の高い個人情報であるため、

- ・ 個人情報保護
- ・ 利用目的の明確化
- ・ 顧客企業および従業員の同意取得

といった事を重視し、各サービスの提供・事業の運営を行っております。

そのため、データの利活用については、「スモールデータ戦略」と称し、あくまで顧客企業の健康経営や人的資本マネジメントの高度化、サービスのエンドユーザーにあたる従業員や家族個人の健康づくりやウェルビーイングの実現に資する範囲で活用することを基本方針としています。

一方で、個人・企業の同意を前提とした形でのデータ活用や医療機関との連携による価値創出の検討余地はあると考えております。

Q. 簡単に事業内容を言い換えると、「各個人が健康データを管理する時代が来る」はず、御社はそのプラットフォームを目指しているということでしょうか。

- A. 当社は現状、企業単位で従業員の健康データを管理・活用するサービスを提供していますが、中長期的には、個人単位で健康データを蓄積・活用し、それを企業や医療と連携していくプラットフォームへと発展させていくことを志向しています。

特に、人的資本経営の進展や人材の流動化を背景に、

- ・ 企業をまたいだデータの継続活用
- ・ 個人に紐づいた健康状態の長期管理

といったニーズは高まっていくと考えています。

そのため当社としては、現行の企業向けサービスを基盤としながら、将来的には個人中心のウェルネスデータ活用基盤へと進化させていく構想を持っています。

一方で、個人情報の取り扱いは非常に重要であるため、顧客同意や情報セキュリティを前提とした形で、段階的に実現していく方針です。

Q. スタンダード市場やプライム市場への市場変更は目指すのですか。

- A. 現時点で市場変更に関する具体的な計画や時期については公表していませんが、中長期的な選択肢の一つとして認識しています。

当社としては、まずは持続的な成長と収益力の向上を通じて企業価値を高めていくことが最も重要と考えており、その結果として市場変更に必要な条件が整うのであれば、検討してまいります。

したがって、現段階では市場変更ありきではなく、

事業成長・ガバナンス・流動性などの観点を踏まえ、総合的に判断していく方針です。

Q. あしたのチームやSUZAKU等直近のM&Aを見ると、人事やHRの領域が続いているように見えますが、そちらに拡大する方針ということでしょうか。

- A. 結果としてHR領域の案件が続いていますが、特定領域に限定して拡大しているというよりも、「健康データプラットフォームの価値向上につながる領域」を軸に選定しているというのが基本的な考え方です。

当社のM&A方針は、

- ・顧客基盤の拡大
- ・プラットフォーム構想の高度化
- ・データやサービスの拡張

を対象としています。

Q. 過去のM&A事例はありますか。あれば、PMIで収益改善までにかかった時間はどの程度でしょうか。また、事例がない場合、どのような点に強みがあり、子会社化した会社をPMIで黒字化できると考えているのでしょうか。

- A. 当社におけるM&Aは、「あしたのチーム」「SUZAKU」が初の試みです。

「あしたのチーム」については、PMI開始直後から、

- ・広告宣伝費や外注費の見直しといったコスト適正化
- ・新規顧客獲得ペースの維持
- ・既存顧客のチャーン改善

といった施策を実行しており、比較的短期間で収益改善が進み、足元では月次で数千万円規模の利益を創出できる体質へ改善しています。

Q. 会社で Growbase を活用しているのですが、以前のものと良さが感じられず、今後どのように取り組まれていますか。

A. ご利用いただきありがとうございます。ご指摘の点は真摯に受け止め、サービス・機能の改善に努めてまいります。

まず前提として、これまでの Growbase は、企業人事部の健康管理担当者様や産業医・保健師等の専門職の皆様が日常の業務を遂行する上で必要とされる機能を充実させ、その UI や UX 向上を図る事、カスタマーサクセスのレベルを高めることで新規顧客の獲得や低いチャーンレートの維持に努めてまいりました。

一方、今後は、組織や従業員個人単位での健康課題も多様化している中で、単なる健康管理システムとしての機能強化に留まらず、組織における健康課題への対応を行う上でのデータ活用基盤（プラットフォーム）として進化させていく方針を掲げております。

より分かりやすく、その価値を実感いただける形として、

- ・ AI を活用した分析・可視化機能の強化
- ・ 組織課題の抽出や意思決定支援（メンタル領域含む）
- ・ 組織や個人単位のニーズや課題に対するウェルビーイング支援サービスへの連携

などを進め、「管理するツール」から「意思決定に使えるツール」「セルフマネジメントを促進するプラットフォーム」への進化を加速させていきます。

また、カスタマーサクセス体制の強化を通じて、導入後の活用支援も引き続き強化し、実際の業務改善や価値実感につながる形で使っていただける状態を目指して取り組んでまいります。

本件に関するお問い合わせ

ウェルネス・コミュニケーションズ株式会社 IR 担当

E-mail : ir@wellcoms.jp