

事業戦略

長期ビジョンの実現に向けた、
第1フェーズの事業戦略をお伝えします。
日本調剤グループの基盤を強化する
既存事業の成長の道筋を示します。



Who we are

トップメッセージ

私たちがつくりたい未来

持続的な経営基盤の強化

事業戦略

サステナビリティ

コーポレート・ガバナンス

データ

05

事業戦略

調剤薬局事業

情報提供・コンサルティング事業

医薬品製造販売事業

医療従事者派遣・紹介事業



Who we are

トップメッセージ

私たちがつくりたい未来

持続的な経営基盤の強化

事業戦略

サステナビリティ

コーポレートガバナンス

データ

05

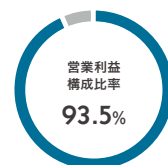
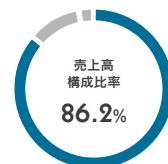
事業戦略

- 調剤薬局事業
 - 情報提供・コンサルティング事業
 - 医薬品製造販売事業
 - 医療従事者派遣・紹介事業

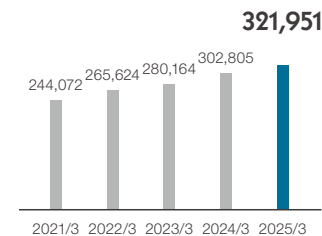
調剤薬局事業

・日本調剤株式会社 他調剤グループ会社・

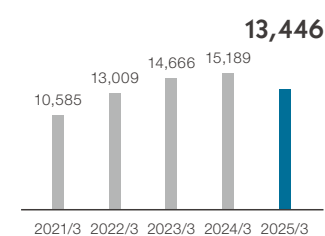
日本調剤は、1980年の創業以来、一貫して日本の医療を支える調剤薬局のあるべき機能・役割を全うするため、「医薬分業」を追求し、全国で調剤薬局を展開しています。創業時に社名として掲げた“日本調剤”には、創業の理念である『真の医薬分業の実現』を通して、日本中に良質な医療サービスを提供したいという想いが込められています。



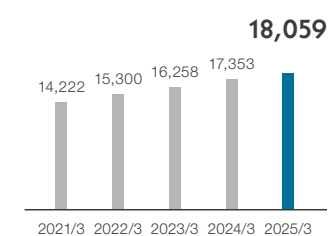
売上高
事業別売上高(百万円)



営業利益
営業利益(百万円)



処方箋枚数の推移
(千枚)



05

事業戦略

● 調剤薬局事業

情報提供・コンサルティング事業

医薬品製造販売事業

医療従事者派遣・紹介事業

事業トップメッセージ



小柳 利幸
取締役 上席執行役員

Q. 2025年3月期を振り返って：第1フェーズの概況

2024年度は調剤報酬改定を経たことで、在宅医療に関する業務やマイナンバーカードの利用促進といった取り組みの重要性が再度明確化され、患者さまにとって真に必要とされる薬局業務の深化に向けた準備の年になりました。そうした環境変化のなか、処方箋の応需実績は一部感染症の沈静化による応需減少の影響があったものの堅調に推移しました。薬局現場における事業戦略についても、在宅医療においては、緩和医療などを担う個人在宅に重きを置いた薬局を積極的に設置し、対応の強化を推進しました。マイナンバー利用促進においては、患者さまへの声掛け・啓もう活動を全店舗で推進することで、全社平均としても極めて高い水準の利用率に達することができました。

一方で、敷地内薬局における多剤投与の減算ルール策定や、全国的な賃金上昇の対応など、今後の事業戦略を策定するうえでの厳しい課題も浮き彫りとなりました。それらの課題に対しては、従来の戦略を見直しながら実行しつつ、調剤業務の機械化やAIサービスの導入によって、生産性を向上させていくことで対応していきます。

Q. 長期ビジョンを見据えた中期的な事業戦略・課題認識について

長期ビジョンを見据えた今後の成長戦略としては、大型病院前の門前型薬局でのスペシャリティ医薬品の取り扱い・地域における在宅医療・オンライン処方箋の拡大が中核になると認識しています。特に、スペシャリティ医薬品は将来的にも市場拡大が見込まれており、その対応には、専門の薬剤師や設備を必須とするため、当社の強みである「専門性のある薬局・薬剤師」が貢献できる分野であると考えています。在宅医療についても、在宅支援センターの設置拡大、緩和医療・小児医療などの分野を強化していきます。そしてオンライン処方箋については電子処方箋の普及率の低さが外的要因として課題になっているものの、リフィル処方箋の運用拡大など成長ドライバーとして期待できる点もあり、継続して、今後の事業戦略を策定するうえで重要な要素になると考えています。

Q. 出店戦略の現況と薬局機能の深化について

直近は医療モール型を含むハイブリッド薬局を中心に年間40店舗のペースで出店を続けています。今後も同規模となる見込みですが、出店に際しては、調剤室の機械化を想定した空間確保や患者さまのアメニティ向上を優先した薬局づくりをさらに重視します。そのうえで各投資の妥当性を厳格に評価できるよう管理体制を強化していきます。

長期ビジョン達成に向けた「4つの成長戦略」

1

在宅医療サービスの
提供体制強化



2

オンライン
プラットフォーム
活用による
医療アクセス向上



3

高度化する医療への
専門性発揮



4

患者さまに選ばれる
薬局サービスの質向上



長期ビジョン
達成に向けた
発展

現在注力することで
今後の発展の基礎となる
薬局DX(調剤ロボット・
店舗運営システム)

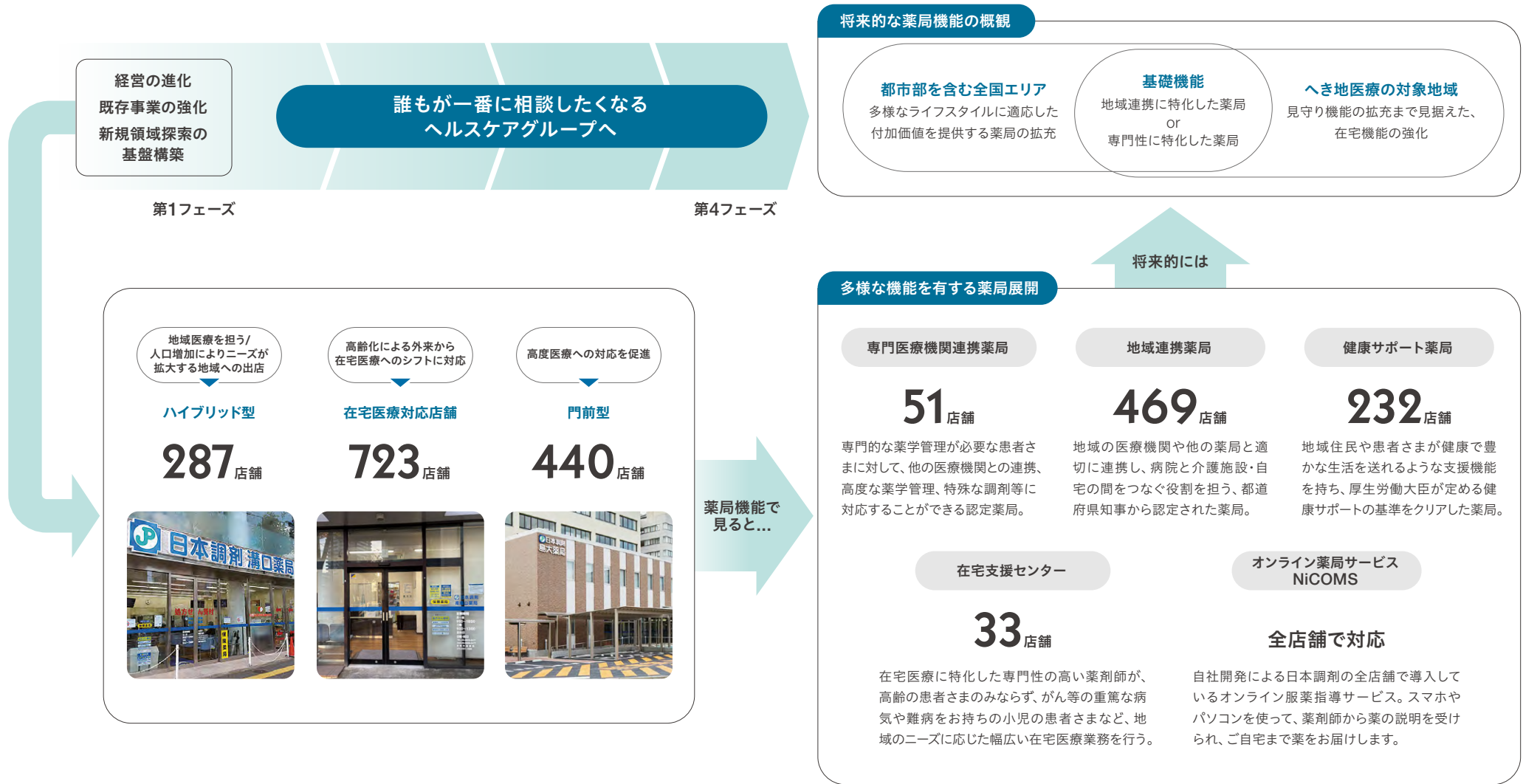


これまで培ってきた強み

- 多様化する医療ニーズへの対応力
- 質の高い医療の提供実績
- 選ばれる薬局サービスへのこだわり

出店戦略の現況と 薬局機能の深化について

現在、都市部では面薬局・医療モール型薬局や在宅専門の薬局を増加させると同時に、がん拠点病院前の薬局に専門性を有した薬剤師を配備することで機能を深化させています。こうした当社の強みを発展させていくと、必然的に、地域連携に特化した薬局と専門性に特化した薬局に二極化していくものと考えます。一方で、へき地医療の対象となる地域においては、オンライン診療～服薬指導のフローを充実させつつ、見守り機能の拡充まで見据えて、在宅機能を強化していくことで、薬局難民となる可能性のある地域をカバーしていきます。



※2025年8月末時点

Who we are
トップメッセージ
私たちがつくりたい未来
持続的な経営基盤の強化
事業戦略
サステナビリティ
コーポレートガバナンス
データ

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
- 情報提供・コンサルティング事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業

在宅医療サービスの提供体制強化

1 事業概要:第1フェーズの戦略

超高齢化社会への移行、社会保障費の増大、要介護認定者の増加など、日本における在宅医療の重要性は年々高まっています。このような環境下において、当社でも在宅の処方箋応需枚数は堅調に増加しており、今後も市区町村レベルで在宅医療ニーズを分析し、個人在宅・施設在宅のそれぞれに特化した薬局を戦略的に配置していきます。

直近では、こうした在宅医療に特化した薬局の展開のために、専門人材の育成を戦略的に実施しています。年3回の全職員向けの在宅研修をはじめとして、在宅支援責任者会議を通じた優良事例の共有、無菌製剤の調製訓練の展開、診察同行ガイドラインおよび服薬指導ガイドラインの拡充、在宅緩和ケアのための学会発表サポート強化など幅広い教育体制を構築しています。加えて、品質管理のさらなる向上のために、ISO取得における内部監査の拡充や、複数回の品質管理ミーティング実施など、常に質の高い在宅サービスを提供できるように努めています。

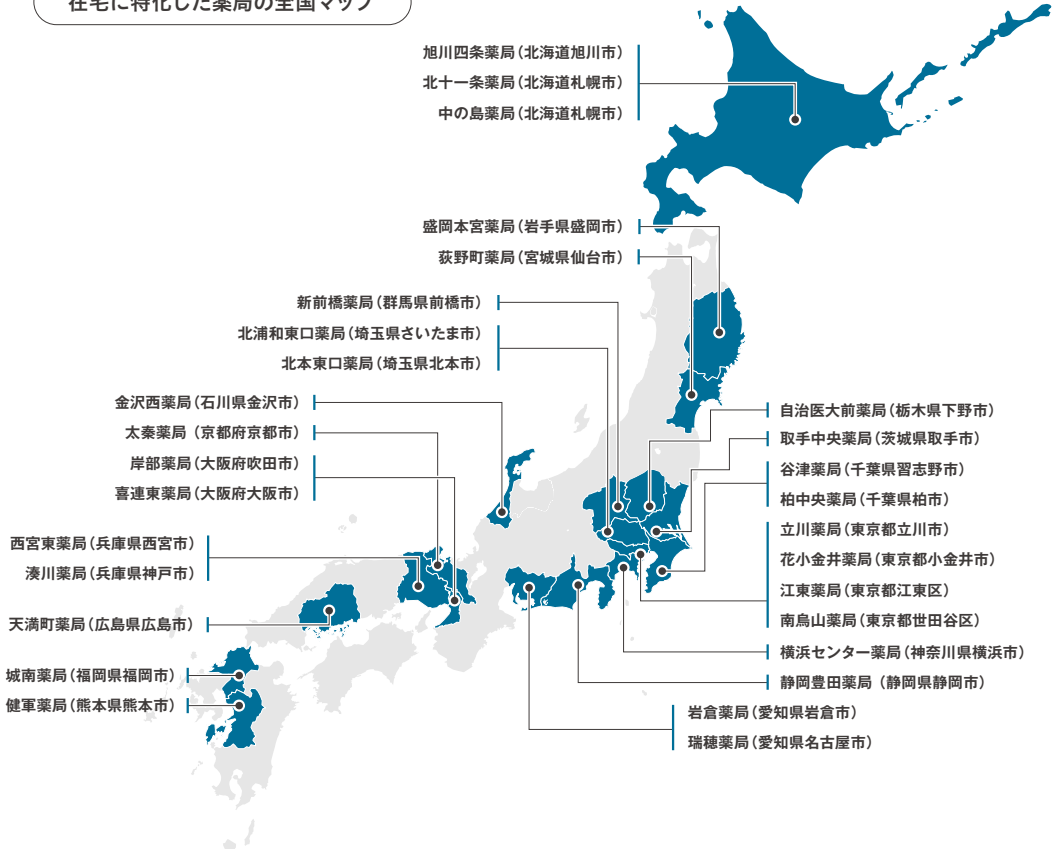
2 事業戦略:長期ビジョン達成を見据えての課題

長期ビジョンの達成を見据えると、競合他社の参入やICT化のさらなる要請など、対処すべき課題が残存しています。特に将来的な在宅医療マーケットの拡大を視野に入れながら、より一層サービスの質を高めていく必要があると考えています。当社の強みである専門人材の育成を継続するとともに、調剤業務の機械化による収益性の向上や、特にへき地で不足しがちな医療必需品への手立てなど、多角的な観点から、患者さまの生活を支えられる事業へとますます成長させていきます。現在は近隣の在宅専門クリニック・訪問看護ステーション・居宅支援事業所(ケアマネジャー)・病院の地域連携室などと連携を強化しています。そうしたなかで、ご自宅で療養される患者さまにとって最善の在宅医療・介護環境を整えるために、チーム医療を担う一員として地域全体の在宅医療のハブの役割を目指していきます。

培ってきた強み



在宅に特化した薬局の全国マップ



Who we are
トップメッセージ
私たちがつくりたい未来
持続的な経営基盤の強化
事業戦略
サステナビリティ
コーポレート・ガバナンス
データ

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
- 情報提供・コンサルティング事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業

オンラインプラットフォーム活用による医療アクセス向上

1 事業概要:第1フェーズの戦略

直近の市場動向として、オンライン分野への投資強化や積極的な認知度向上施策を同業他社が実施するなど、当該事業領域における競争状態が強まりつつあります。一方で現状のオンライン診療～服薬指導では、急性期疾患の領域や、夜間・へき地対応など限定的なニーズが先行しており、安定した収益の確保には依然として課題が残っています。そのうえで、国策としての医療DXインフラの発展段階を慎重に見据えつつ、将来的な市場拡大に備えた投資戦略が重要となります。

こうした環境下において、当社では将来のマーケットへの先行投資としての意味も込めて、戦略的にリソースを配分しています。医療機関や先進的なサービスを提供するプラットフォームと緊密な関係構築を目指す一方で、全国の薬局現場がスムーズにオンライン対応に従事できるように、間接部門のバックアップ体制を強化し、より患者さま視点に立ったオペレーションへの改善を進めるなど、現在をオンライン事業基盤を確立するための重要なフェーズであると位置付けつつ施策を推進しています。

2 事業戦略:長期ビジョン達成を見据えての課題

将来的な事業戦略を見据えつつ、現状ではオンライン対応を特定のエリアに集約するのではなく、全店舗に分散させつつ営業活動を行っており、オンライン処方箋の対応経験を全国で蓄積することで、将来的な需要急増への柔軟な対応を検討しています。同時に、BtoBマーケティングの強化、へき地医療対応、社内データ活用の推進にも注力していきます。

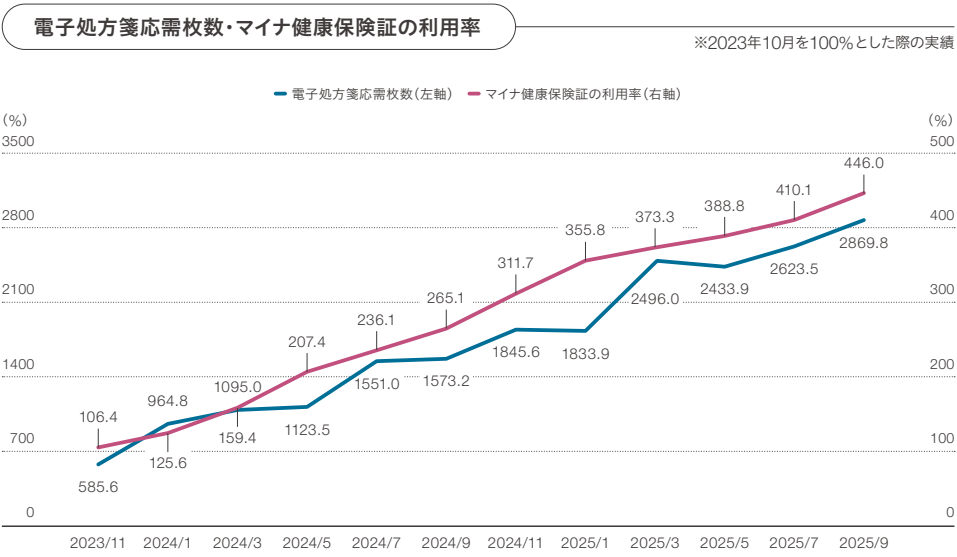
長期的には、調剤薬局の機能は「オンライン専門」「在宅専門」などへ分化・特化していく可能性があり、そのなかでは当社が発揮すべき価値として、各地域の専門薬局を裏で支える医薬品の供給・情報プラットフォームのような役割を果たすこともあり得るため、同業他社との競争優位性の観点からも、物流面としての医薬品の配送をどのように事業戦略に組み込むべきなのかも検討していきます。

培ってきた強み

自社開発のオンライン
薬局サービス(NiCOMS)

全国に幅広い出店形態を
有する日本調剤の
薬局ネットワーク

日本調剤アカウントの
会員数



Who we are
トップメッセージ
私たちがつくりたい未来
持続的な経営基盤の強化
事業戦略
サステナビリティ
コーポレート・ガバナンス
データ

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
- 情報提供・コンサルティング事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業

高度化する医療への専門性発揮

1 事業概要:第1フェーズの戦略

当社ではスペシャリティ医薬品を、がん、希少疾病などの薬を含む高額医薬品と定義しています。国内医療用医薬品市場全体に占めるスペシャリティ医薬品の売上高割合は年々成長を続けており、今後も市場規模はますます拡大していくことが見込まれています。

昨今の医療用医薬品市場の動向を鑑みるに、希少疾患用の医薬品は今後も段階的に、市場を底上げする領域へと成長していくと予想されます。そうした環境下において、当該事業における直近の成長戦略として、高度な専門性を有する薬剤師の育成を加速させ、地域医療の質向上に貢献することに重点を置きます。特に患者さまの在宅中に、薬局からのテレフォンフォロー等を用いて、当社の強みを活かした専門的な介入をより一層発展させていくことは、治療の継続率向上やQOLの維持に対しても大きな価値を発揮できるものと考えています。

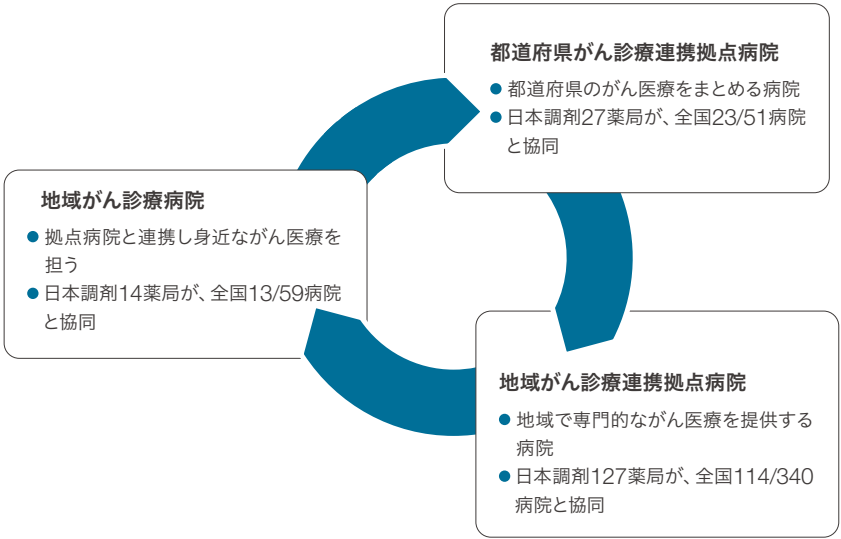
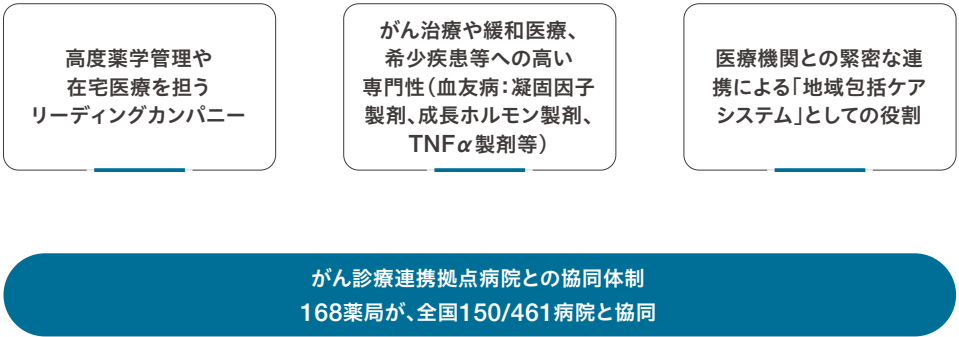
2 事業戦略:長期ビジョン達成を見据えての課題

当社は創業以来、がん治療や緩和医療、希少疾患等への高い専門性と医療人の志を有する人材の育成に注力してきた企業であり、薬剤師の質にこだわった教育体制によって蓄積された幅広い薬学的知見を有しています。それらを最大限に活用し、病院の医師や看護師、薬剤師と薬局薬剤師で情報共有を行い、患者さまを地域全体で支える「地域包括ケアシステム」としての役割を発揮していくことが将来的な企業成長にとっては重要であると考えています。

一方で長期ビジョンの達成を見据えると、高度な専門性を要する医療サービスにおいては、高額薬剤および特定保険医療材料の在庫管理や運用の観点から、現状の報酬制度だけでは十分な収益を確保しにくいという課題があります。そのため薬剤師の専門性を活かした新たな収益モデルの構築や業務効率化について検討しており、その一環として、オンライン服薬指導の戦略的導入や電子処方箋の応需拡大施策など、変化する社会情勢に柔軟に対応できる体制も現在確立しています。



培ってきた強み



Who we are
トップメッセージ
私たちがつくりたい未来
持続的な経営基盤の強化
事業戦略
サステナビリティ
コーポレートガバナンス
データ

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
- 情報提供・コンサルティング事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
- 情報提供・コンサルティング事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業

患者さまに選ばれる薬局サービスの質向上

1 事業概要:第1フェーズの戦略

長期ビジョンの第1フェーズにおいては、CSスキルの向上と薬剤師の専門性の強化を主軸としています。CSスキルにおいては、薬剤師業務の基本となる部分を常に徹底していくことを目的に、Nicho Smile Project（にこぶろ）を実施し、さらに応対研修の一環としてAIアバターを活用した顧客対応教育ソリューションを導入することで、患者さま対応の訓練において個別のフィードバックを受けられる体制を整えています。加えて、薬剤師の専門性の強化として入り口となる領域別アドバンスコースの設置や、病院実務研修の実施、外部認定取得強化チームによるサポート体制構築による外来がん治療専門薬剤師の育成など、薬学的な研修体制も積極的に拡充しています。これらの業界トップクラスのカリキュラムに基づいて行われている薬剤師教育によって質の高い薬剤師の育成に取り組んでいくことを継続していきます。

2 事業戦略:長期ビジョン達成を見据えての課題

社内の教育制度拡充だけでなく、患者さまから真に選ばれる薬局となるための指標改善にも取り組んでおり、より一層患者さまに寄り添う姿勢を身に付け、患者さまの不安を取り除き安心して薬局をご利用いただけるようなサービスの質向上を重視しています。その一環として2025年度より、従来の患者さま満足度調査に加えて、NPS のモニタリング調査施策を実施しています。これらの調査によって顧客ニーズを幅広く把握することで、患者さまのロイヤリティ向上につながる人材育成・店舗でのCS向上施策を実施していきます。



新人フォロー研修



若手薬剤師が企画した社内勉強会

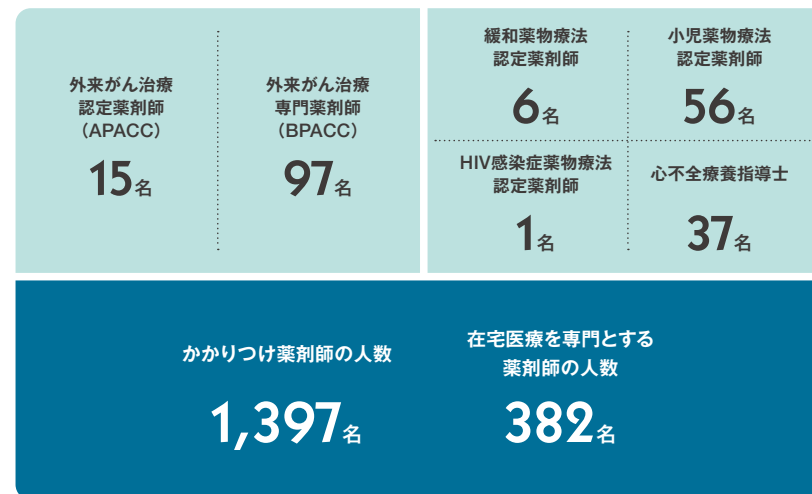
培ってきた強み

社内の研修体制の質向上

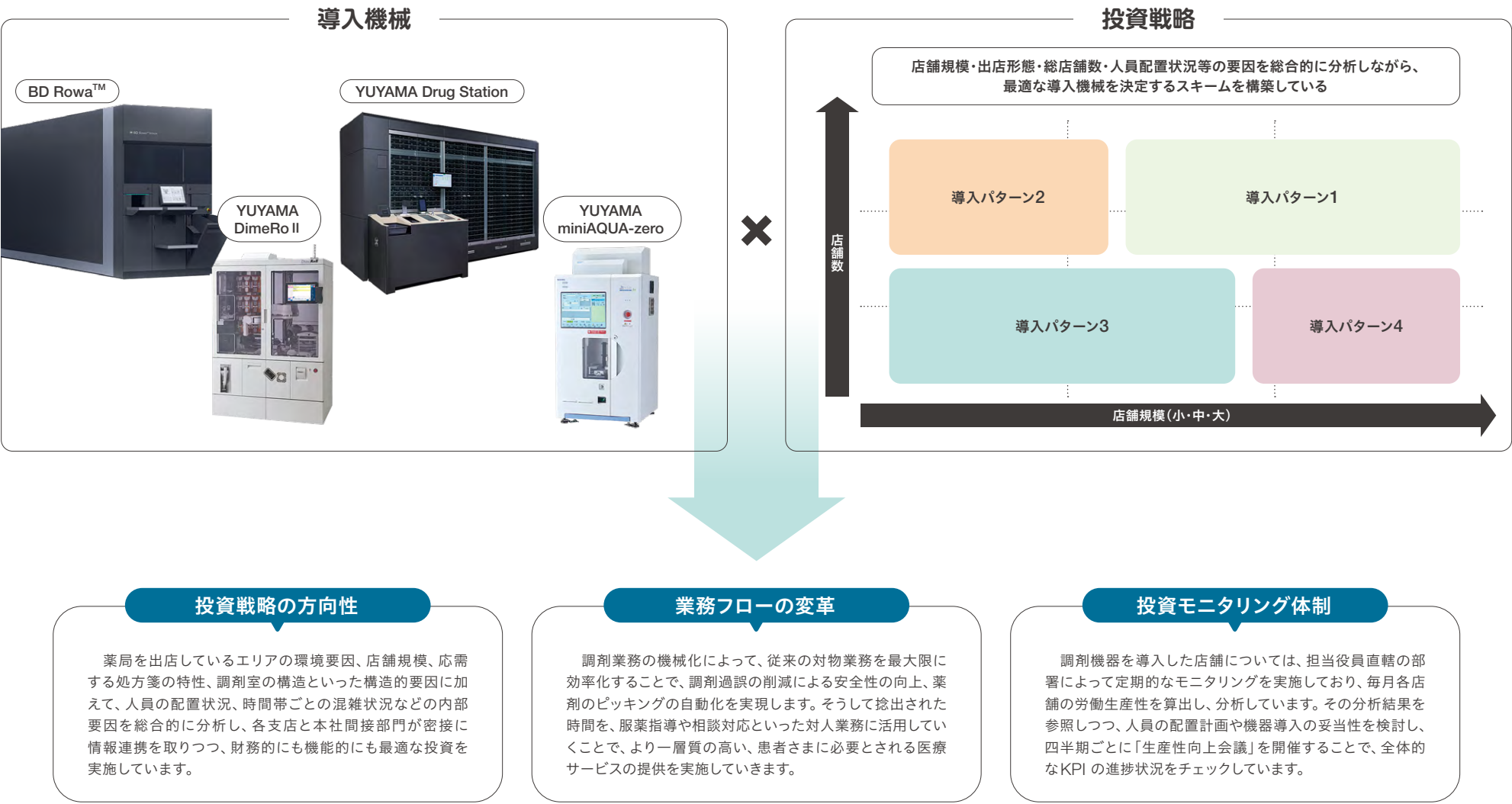
CS向上施策の拡充

機械化と研修の両面から構築した調剤過誤対策の仕組み

社内の薬剤師資格の保有図



医療DXへの取り組み:調剤業務の機械化



Who we are
トップメッセージ
私たちがつくりたい未来
持続的な経営基盤の強化
事業戦略
サステナビリティ
コーポレート・ガバナンス
データ

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
 - 情報提供・コンサルティング事業
 - 医薬品製造販売事業
 - 医療従事者派遣・紹介事業



Who we are

トップメッセージ

私たちがつくりたい未来

持続的な経営基盤の強化

事業戦略

サステナビリティ

コーポレートガバナンス

データ

05

事業戦略

調剤薬局事業

● 情報提供・コンサルティング事業

医薬品製造販売事業

医療従事者派遣・紹介事業

情報提供・コンサルティング事業

・株式会社日本医薬総合研究所・

2012年、日本調剤グループの保有する貴重な情報資源を最大限活用し、医療・医薬業界への寄与、そして社会に広く貢献する情報サービス・コンサルティング会社として、日本医薬総合研究所を設立しました。

日本調剤グループ各社を通じて培った情報資源をもとに医薬業界の健全なる発展、成長に寄与し、国民生活の向上に資する価値ある情報サービスを提供してまいります。

※ 情報提供・コンサルティング事業の業績については連結決算上、調剤薬局事業セグメントに含めております。

05

事業戦略

調剤薬局事業

● 情報提供・コンサルティング事業

医薬品製造販売事業

医療従事者派遣・紹介事業

事業トップメッセージ



橋爪 敦弘
株式会社日本医薬総合研究所
代表取締役社長

Q. 2025年3月期を振り返って：第1フェーズの概況

医療に精通したデータサイエンティストカンパニーという強みを活かし、日本調剤グループの一員として、情報鮮度、スピード、質にこだわった多角的なサービス展開に注力しています。特に昨年度は、抗がん剤や希少疾病薬の情報ニーズの高まりを受けて、売上高・当期純利益ともに好調に推移しました。

今後は中長期的な発展を見据えて、医療データ業界における当社独自のポジショニングの確立を目指します。日本調剤グループならではの情報サービスを構築するために、たとえば、

薬歴やトレーシングレポートといった定性データの分析による新たなデータサービスの事業化や、増大し続ける社会保障費の抑制への貢献を目的とした、データヘルス支援サービスやフォーミュラリ・バイオシミラー普及支援サービスを拡大していきます。

Q. 長期ビジョンを見据えた中期的な事業戦略・課題認識について

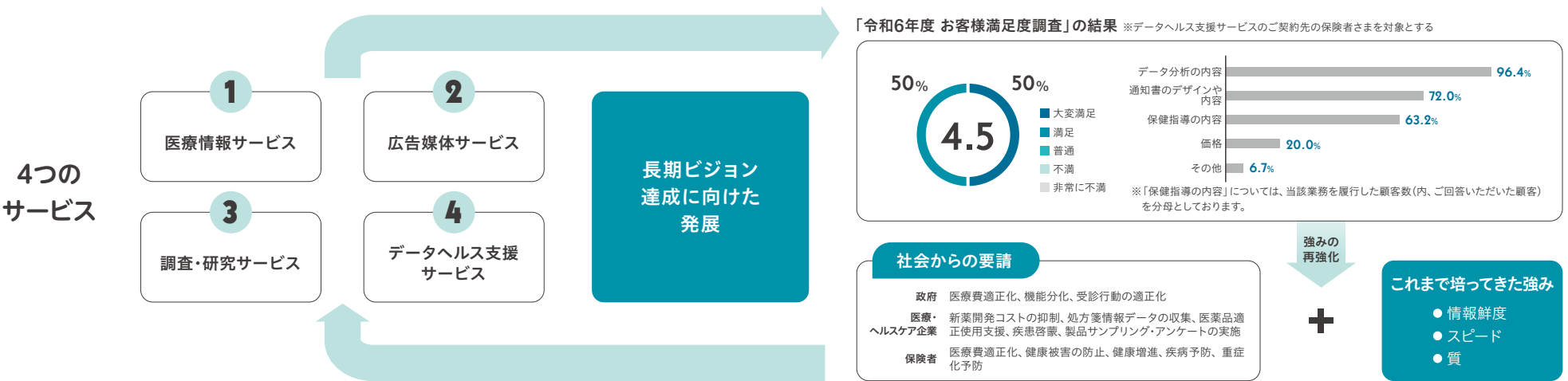
中長期的な事業戦略として、第一に、生成AI処理技術等、最新のデータ解析技術の獲得を目指します。同時に、昨今の急速な情報技術の発展に対応するために、外部パートナー企業と連携を加速させる必要があると考えています。自社で開発するサービスと、外部パートナー企業と連携するサービスを戦略的に切り分けることで情報の陳腐化を防ぎ、引き続き鮮度・質の高い情報サービスを提供していきます。

個別の事業方針において、医療情報サービスでは、データの価値向上に重きを置いた取り組みを進めていきます。薬の変化を可視化する定量情報をこれまで提供しておりましたが、今後は生成AIや自然言語処理技術を用いて、薬歴等の定性情報を分析する新たな情報サービスを開始する計画です。これにより、処方される薬剤に変化があった際の背景情報を可視化できるようになり、新たな価値を生み出していくことができます。

広告媒体サービスでは、広告媒体を提供する店舗の拡大を図っていきます。これまでは日本調剤の約700店舗を活用したインスタプロモーションを中心に行っていましたが、今後はより一層、グループ外の薬局との連携を強化し、2027年度には広告媒体提供数2,000店舗を目標として取り組んでいきます。

調査・研究サービスにおいては、医療用医薬品を用いた治療環境の昨今のめざましい進歩を鑑みるに、抗がん剤や希少疾病薬など高い効果が期待できる反面、副作用の発生で患者さまのQOLの低下が生じるなど、管理が難しい薬剤も増加していることも事実です。そこで当社では、グループ内外での調査研究やデータ分析事業を通して、患者さまのアドヒアランスやQOL向上により一層の貢献をしていきます。

そして自治体・健康保険組合向けのデータヘルス支援サービスは、今を事業拡大期と捉えており、戦略的に営業活動を発展させていきます。当社の強みである「薬の分析」と「臨床経験豊富な薬剤師・管理栄養士によるコンサルティング」を活かし、まず2027年度売上として2024年度比倍を目指しています。



05

事業戦略

調剤薬局事業

● 情報提供・コンサルティング事業

医薬品製造販売事業

医療従事者派遣・紹介事業

1 医薬情報サービス

現在、がん領域などを中心として効果の高い薬剤が次々に上市され、患者さまの生存率も向上しています。しかし同時に、副作用によるアドヒアランスやQOLの低下などの課題も生じています。それらに対してデータ解析の側面から貢献する意義も高まっています。加えて、調剤薬局のグループ会社にしか作成できないデータを、個別のニーズに合わせたオーダーメイド感覚の使いやすいUIで提供することも重要施策と位置付けています。

今後は、調剤薬局事業とさらに密接に連携することで、データに基づいたより効果的な服薬指導等の実施や、薬剤のさらなる適正利用推進、アドヒアランス向上を達成させて、取引先からのあらゆるニーズに応えていくことができる企業に成長していく必要があると考えています。

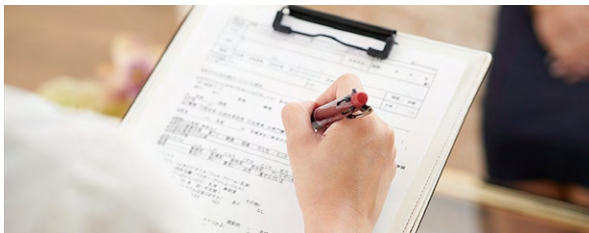


3 調査・研究サービス

年々、医療用医薬品が多種多様化していくなか、疾患啓発や病気の早期発見・治療薬のアドヒアランスの低下防止などは製薬業界だけのニーズではなくなってきています。同時に超高齢化社会の到来が迫り、医療費の増大が危惧される環境下において、当社の調査・研究サービスは大きな貢献の機会を得ています。

それらの社会的な期待に応えるためには、従来獲得してきた調剤薬局事業からの定量データだけでなく、患者さまの生の声となる薬歴やトレーシングレポートなどの定性データの解析を推進する必要があります。そうした取り組みを通して、私たちにしかできないデータの提供と提案を可能にしていきます。

長期的な戦略としては、多様化していく製薬企業のニーズに合わせて、データ分析の観点からの病気の早期発見や、アドヒアランスやQOLの改善に貢献します。



2 広告媒体サービス

目下の問題認識として、医薬品メーカーやヘルスケア関連メーカーが解決すべき課題の複雑化や、広告媒体の提供エリアに地域的な偏りがあることが挙げられます。特に後者は、提供店舗が日本調剤の薬局に偏りすぎていることも一因であったと考えています。一方で、メーカーと来局者との接点の創出や、広告媒体を用いた情報提供等による、ご利用患者さまのQOL向上の起点づくりというニーズも高まっています。

そうした課題やニーズに対して今後は、まず他薬局との連携によって広告媒体提供店舗数を拡大し、薬局広告の媒体社としての地位を確立する必要があります。そのうえで日本調剤の店舗でのインスタプロモーションだけにとらわれないパートナー企業との協業・協力体制の強化および選定に取り組んでいきます。

最終的には、インスタプロモーションの展開をグループ内だけでなく他薬局との連携まで広げることによって、日本調剤グループ内の展開にとどまらない広範なサービス提供体制を実現します。

4 データヘルス支援サービス

医療費の増大、国民皆保険制度の維持、多様化する受診手段、複雑な制度といった社会課題・背景に対して、日本調剤グループの一員としては、医薬に関わる実態と問題を的確に捉えながら、保険者と協力して継続的な普及・啓発・改善活動に取り組んでいく必要があると考えています。

そのためには、医薬に精通した企業であるという特性を活かしつつ、社会課題の解決をリードしていかなければなりません。加えて、指導・支援した対象者の問題解決や各ステークホルダーにその存在価値を明示することで、働く従業員としてのやりがいの享受と社会的価値の向上を目指します。

最終的には、医療における普遍的な価値提供を最大限まで追求することで、ステークホルダーからの信頼を獲得し、自社の適正服薬事業の認知拡大・発展させながら、地域の包括連携協定※の締結を日本調剤グループとして率先して、社会課題の解決と医療サービスのさらなる発展に寄与していきます。

※ 包括連携協定＝民間事業者と地方自治体が地域の課題解決に向けて連携すること。



05

事業戦略

調剤薬局事業

● 情報提供・コンサルティング事業

医薬品製造販売事業

医療従事者派遣・紹介事業

1 厚生労働省PFS事業に採択(神戸機械金属健康保険組合より受託した事業)

TOPIC

政府は保健事業の活性化と質の向上を図るべく、成果運動型民間委託契約方式による保健事業(以下、PFS事業[※])の普及を促進しています。PFS事業は効果的・効率的な保健事業の実施につながる事が期待されており、事業課題ごとの方法論の確立・横展開により、今日の医療費適正化や健康増進を目指す政策の一つです。

神戸機械金属健康保険組合様とは、令和3年度より加入者の適正服薬促進を目的とした事業を契約しています。生活習慣病関連の薬剤処方が多い特性から、健康支援にも着目した事業を令和5年度に企画し、同年PFS事業として採択されました。さらに、服薬の問題に陥る前の「予防」に着目した令和7年度事業も評価され、2度目の採択となりました。

今後、個々の保険者による特性をより深く理解し、他の事業で得られた好事例も踏まえて、ヒト・時代・環境に適した保健事業のあり方追求し、事業効果の最大化、社会全体の医療費適正化に挑戦と貢献を果たしていきます。

令和7年度の主な事業内容

- ポリファーマシー等の予防、医療機関への相談を促進する個別通知(気づき、学びの機会創出)
- 薬剤師&管理栄養士による個別指導(薬、栄養の双方向から支援、リテラシー向上)
- 企業担当者に向け服薬適正化セミナー(コラボヘルス:健康課題を共有し、事業理解の深耕と推進強化)
- 「上手な薬との付き合い方」をテーマにした啓発冊子配布(普及・啓発、予防)

事業内容 ① ② は対象者限定のハイリスクアプローチ ③ は全ての加入者を対象とするポピュレーションアプローチ

① 多剤服薬通知



- 通知掲載情報(見開きA3)
- 1. 処方(薬剤)情報一覧(多剤服薬)
- 2. 啓発文の掲載(多剤服薬のリスク、お薬手帳の活用等)

② 重複服薬通知



- 通知掲載情報(見開きA3)
- 1. 重複している薬剤情報(該当薬剤を色別にて明示化)
- 2. 薬剤師コメント、申込案内(問題となる理由、副作用リスク)

効果検証実施後、
介入対象者選定

① 健康サポートプログラム(多剤服薬者)



- 同封物
- 事業の実施説明(健保より)、相談勧奨
- 指導日時調整表
- 薬剤師、管理栄養士が対応

② おくすり電話相談プログラム(重複対象者)



- 同封物
- 事業説明～相談勧奨
- 申込書
- 薬剤師が対応

③ 「服薬適正化セミナー」の実施+リーフレット送付

健保加入者全体を対象として、資材の配布や服薬適正化セミナーの開催を行い、ポリファーマシー等の周知を行う中で将来的な潜在対象者の予防(低減)を目指す。

※ PFSによる保健事業は、保険者が民間事業者へ委託等を実施させる保健事業の内、その事業により解決を目指す健康課題に対応した成果指標が設定され、民間事業者に支払う額等が当該成果指標の改善状況に連動するものです。この連動することのリスクを民間事業者が負うことで、より事業の費用対効果が高まり、効果的・効率的な保健事業の実施につながる事が期待されています。

2 地域フォーミュラリの普及・啓発支援サービスを展開

TOPIC

政府が令和7年6月に閣議決定した「経済財政運営と改革の基本方針2025」において、医療費適正化と国民負担の軽減を図る施策として地域フォーミュラリの全国展開が明記されました。そのため2026年度からの実行も視野に入れて、各地域で策定に向けた取り組みが推進されています。当社は、この国の方針に即して、医療の質と持続可能性の両立を目的に、地域フォーミュラリの普及・啓発支援サービスを展開しています。

地域フォーミュラリは、医師と薬剤師、その関係団体が連携し、科学的根拠に基づく医薬品使用の標準化と最適化を図る仕組みであり、下記の支援を通じて、その導入・活用を推進しています。

今後も、国の政策と連動しながら、全国の自治体・保険者と連携し、医療の質向上と社会保障費の最適化の両立を目指します。

主な取り組み内容

- 処方実態の可視化と地域別シミュレーション分析
- 普及啓発活動による理解促進
- 関係者間の合意形成支援

地域での実績

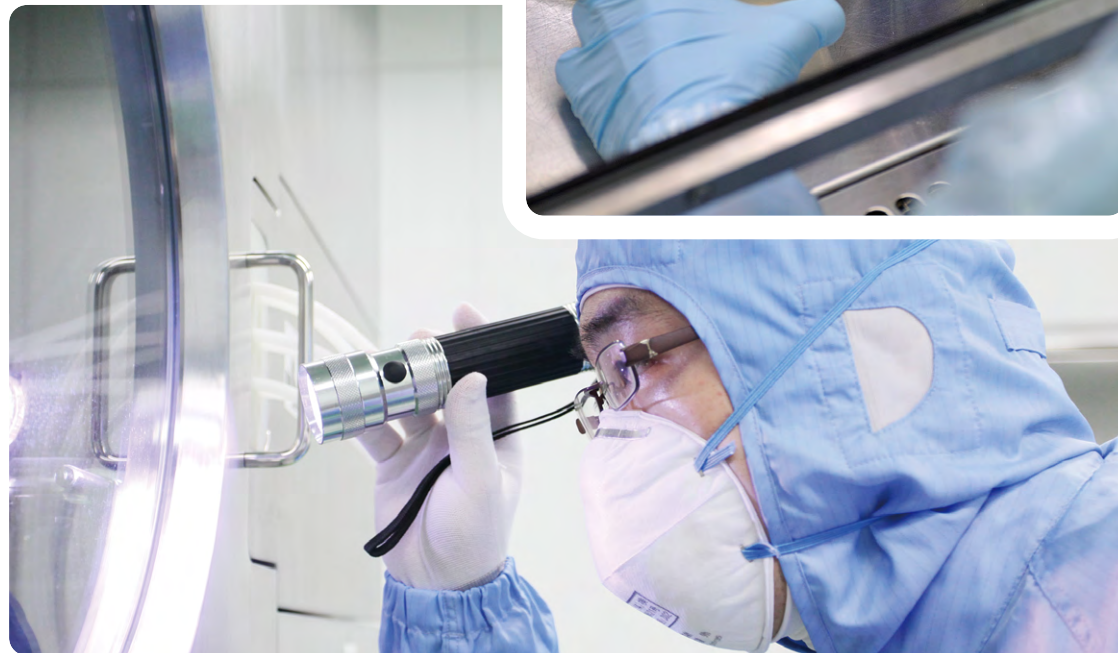
広島県

備北地区での地域フォーミュラリ導入効果の検証を通じて、薬剤使用の適正化と医療費削減を実証

茨城県

後発医薬品使用促進の基礎資料として、ARB・PPI・P-CABの薬効群における導入効果をシミュレーション分析





医薬品製造販売事業

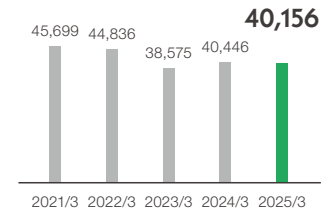
・日本ジェネリック株式会社・長生堂製薬株式会社・

日本ジェネリックは、高品質のジェネリック医薬品をお届けするために2005年に設立され、2013年には長生堂製薬株式会社もグループ入りしました。以来、全国の医療機関・薬局へジェネリック医薬品の供給を行っています。

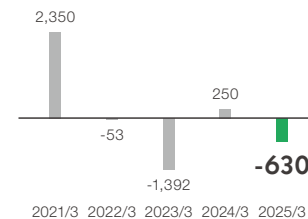
日本調剤グループとしてのシナジーを活かし、患者さまや薬局現場の声を反映した製品を企画し、製造にあたっては、患者さまに安心してお使いいただけるよう、GMP の厳格なルールのもと、教育されたスタッフが最新設備を用いて徹底した品質管理を行っています。



売上高
事業別売上高(百万円)



営業利益
営業利益(百万円)



Who we are

トップメッセージ

私たちがつくりたい未来

持続的な経営基盤の強化

事業戦略

サステナビリティ

コーポレートガバナンス

データ

05

事業戦略

調剤薬局事業

情報提供・コンサルティング事業

● 医薬品製造販売事業

医療従事者派遣・紹介事業

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
- 情報提供・コンサルティング事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業

事業トップメッセージ



井上 祐弘
日本ジェネリック株式会社・
長生堂製薬株式会社
代表取締役社長

Q. 2025年3月期を振り返って：第1フェーズの概況

ジェネリック医薬品業界では供給問題が長期化しており、持続可能な産業構造の実現に向けて、業界再編が強く求められています。

こうした環境下において、当社では、「少量多品目」ビジネスからの軌道修正を図るべく、リソースを自社製造品目・市場シェアの高い品目に集約し、取り扱い品目の絞り込みを進めています。2025年3月期は新商品7品目の製造販売を開始したことで増収基調を維持しており、着実な事業成長を続けています。

一方、業務改善計画を進めていた長生堂製薬では、川内工場において改善の取り組みが不十分であることが確認され、2度目の行政処分を受けたことにつきましては、極めて重要かつ喫緊の課題として改めて認識しています。

川内工場の稼働は従前の3~4割程度にとどまっており、医薬品製造販売事業全体では6.3億円の営業損失を計上しました。

2025年5月からは、役員の変更等を含む新体制への移行を通じて、日本ジェネリック・長生堂製薬の一体化を一層強化することで、業務改善と通常生産体制への回帰に全力を尽くします。業界再編の機運が高まるなか、「コンソーシアム」を立ち上げることで品目統合を検討する企業も見られます。当社においては、これまでもグループ会社である日本調剤の調剤薬局を通じて、他のジェネリッ

クメーカーと良好な関係を構築しており、品目ごとに最適なパートナーを選定することで、品目統合を進めています。

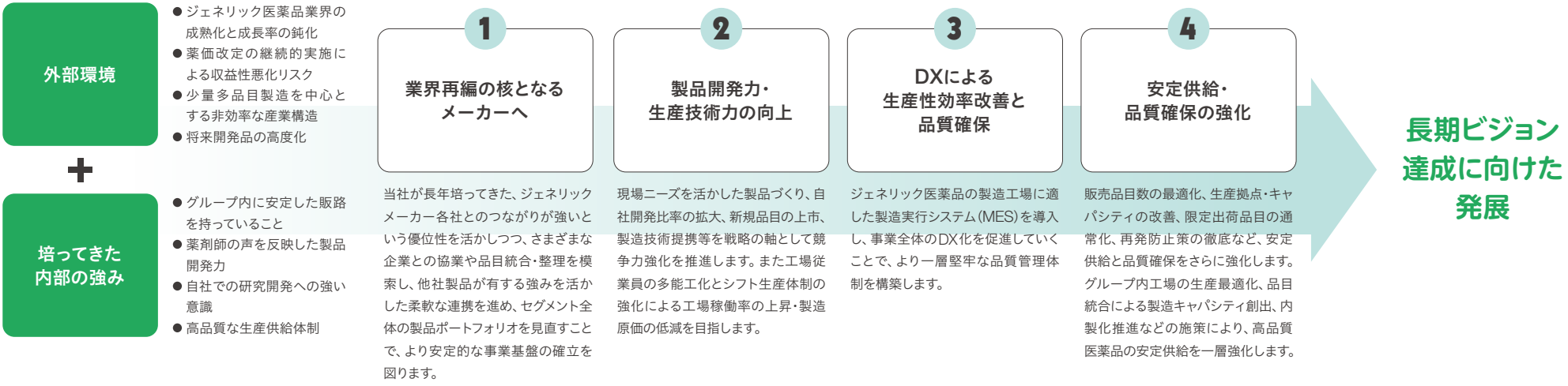
2025~2027年度においても、継続して品目統合を進めていきますが、一方で事業の縮小均衡は想定していません。

自社開発を中心とした新規薬価収載品の上市をベースとして、自社にはない特殊な技術を有する他社との共同開発等も通じて、付加価値の高い新商品を市場に投入していきます。この複合的な開発戦略によって事業規模を拡大させながら、より堅固な利益体質を確立していく方針です。

2025年度最注力を行う経営課題は、長生堂製薬における生産の正常化であると認識しており、人員体制・品質確保体制を強化し、「現場薬剤師に最も近いジェネリックメーカー」として、現場目線での「品質確保」と「安定供給」を徹底的に追求することで、患者さま・医療従事者の皆さまの想いに応える医薬品企業として邁進します。

Q. 長期ビジョンを見据えた中期的な事業戦略・課題認識について

長期ビジョン達成に向け、日本ジェネリックと長生堂製薬は、早期の信頼回復を最重要課題として位置付け、品質管理体制の強化、再発防止策の徹底、業務改善計画の着実な遂行に、最優先で取り組みます。安定供給と高品質の維持を実現し、確実に信頼を取り戻すことに注力します。また、事業成長の次の段階を見据えた取り組みとして、収益性の高い品目を製造し、販売体制を強化するとともに、生産技術力の向上や製造委託品の内製化の推進などを並行して進めます。



1 業界再編の核となるメーカーへ

培ってきた強み

幅広い製造委託・導入実績

フルラインを有するジェネリックメーカーとしての技術力

グループ内部に確保している安定した販路

日本ジェネリックが築いてきた優位性として、第一に他社との製造委託・導入実績を多く有していることが挙げられます。そのため多くのメーカーと横断的に議論を重ねることが可能であり、将来的に、品目の統合・製造を積極的に主導していくことのできる立ち位置を確立しています。そして品目統合・外販での売上増を進めることで、2030年には、日本ジェネリック単体で500億円、長生堂製薬を含めて業界上位5位に入る事業規模を目指します。この目標達成のため、早期に解決すべき課題として、長生堂製薬の安定供給体制の再構築が最重要と考えています。特に、川内工場の安定稼働を早急に実現させることで、工場稼働率の上昇と生産数量の確保を図っていきます。また他社との協働による品目統合をより一層加速させる必要性も強く認識しています。そうした生産効率・収益性の両面から当社の製品ポートフォリオを改善しつつ、外販体制をさらに強化していくことで、長期ビジョン達成に向けて、医薬品製造販売事業セグメント全体として収益性の大幅改善が実行できるものと考えています。

これらの課題解決の具体的な戦略として、現在、自社開発～営業のフルライン機能のあり方の見直しに取り組んでいます。近年、ジェネリック医薬品開発の難易度が高まっていることや、特殊な製造技術を使わなければ生産ができない開発テーマも増えていることから、すべての生産機能で自前主義にこだわるのではなく、企業間連携において各社の研究開発や製造の強みを活かした共同開発・協業を進めていくことも視野に入れ、当社の将来的な生産体制を多角的に検討します。「優れた医薬品を、もっと広く、身近に」という当社の企業理念の実現に向けて、医療現場のニーズを掴みつつ、安価で高品質な製剤を開発していくためには、従来の戦略であるフルラインを有するジェネリックメーカーであり続けることと、柔軟に他社とも協業できる体制が重要と考えます。

内販ルートについては、今後も継続して当社の売上・利益の基盤となることが予想されるため、これまで同様グループ内の薬局店舗に供給することも外販強化と同様に維持していきます。直近の業界動向として、ジェネリック医薬品開発における共同開発が厳格に運用される方向性にあるため、当社が製造販売承認を有する「JG」屋号品を導出し、他ジェネリックメーカーの販売チャネルで扱ってもらうことも見据えて、多角的な戦略を実行し、医薬品メーカーとしてさらに成長していきます。

2 製品開発力・生産技術力の向上

培ってきた強み

薬剤師のニーズを取り入れた医療現場目線の製品開発力

PMDA等との行政対応を経て高められた研究開発に対する豊富な知見

社内外で、長年製剤研究に携わってきたナレッジ豊かな人材

日本ジェネリックではこれまでも、錠剤サイズの大きな先発品の小型化や、包装サイズを少量化した製品の供給、一包化が可能なレベルへの製剤安定性強化などの付加価値向上に取り組んでまいりました。これらの施策はグループ内の調剤薬局に従事する薬剤師のニーズを取り入れたものであり、当社の最大の優位性であると認識しています。

他方で、ジェネリック医薬品開発を取り巻く業界環境として、年々研究開発の難易度が上がっており、各社において進められている研究開発が必ずしも成功に終わらない事例も散見されています。

こうした事業環境を踏まえ、当社では特に人材育成に注力しています。具体的には、毎年の研究開発を戦略的に継続していくことで、新薬メーカーやジェネリックメーカーで長年製剤研究に携わった経験豊富な従業員のノウハウを、若手従業員に継承することで研究開発力の持続的な底上げを図ります。

2024年度

リバーロキサバンOD錠「JG」／ビルダグリプチン錠「JG」／エゼロス配合錠「JG」／炭酸ランタンOD錠「FCI」

2023年度

アジルサルタン錠「JG」／シルデナフィル錠RE「JG」／エゼアト配合錠「JG」／アンプリセンタン錠「JG」



Who we are
トップメッセージ
私たちがつくりたい未来
持続的な経営基盤の強化
事業戦略
サステナビリティ
コーポレート・ガバナンス
データ

05

- 事業戦略
- 調剤薬局事業
 - 情報提供・コンサルティング事業
 - 医薬品製造販売事業
 - 医療従事者派遣・紹介事業

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
- 情報提供・コンサルティング事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業

3 DXによる生産性効率改善と品質確保

培ってきた強み

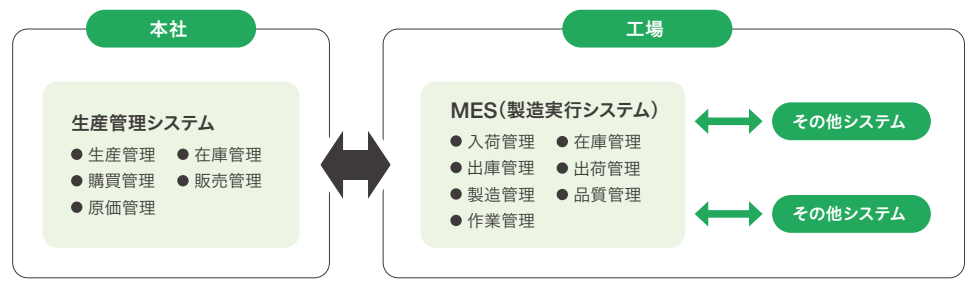
医薬品製造の現場に
精通したシステム開発・
保守機能

堅牢な
品質システム実現への
継続的な改善取り組み体制

中長期的な
視点での製造管理・
品質管理強化のための
DX投資スキーム

ジェネリック医薬品の製造においては、少量多品目の生産体制が主となっています。こうした体制では、製品の製造工程を管理する負荷が非常に大きく、製造効率を低下させる一因となっています。また現在工場に導入しているシステムは、依然として紙媒体への記録作業が発生するなど管理の煩雑さが課題になっていることが顕在化しています。また、昨今、社内外でも強く求められる製造プロセスの保証強化や、超高齢化に伴う社会構造としての人材不足も解決すべき課題です。そうしたリスクの解消に向けて、注力すべきDX戦略の一つとして、MES（製造実行システム）のリプレイスならびに業務フローの改善を進めています。パナソニック ソリューションテクノロジー株式会社とともに、当社の生産体制の特徴である「少量多品目生産」に適したMESの開発に協力して進めており、製造現場によりフィットした生産管理システムならびに業務フローの構築を目指しています。

将来的には、セグメント全体の生産性向上と品質保証の高度化および標準化を通じて、外部環境の変化に強い安定供給体制を確立します。同時に、社内に蓄積されたデータを統合し、トレーサビリティを強化していくことで、製造手順の逸脱やその他のトラブルを未然に防ぎながら、品質基準の向上を目指します。



4 安定供給・品質確保の強化

培ってきた強み

つくば・つくば第二工場での
高品質な供給体制

多能工化のための
人材育成体制・
教育ノウハウ

人的・製品ポートフォリオに
基づく品質確保支援体制

日本ジェネリックならびに長生堂製薬では5つの工場を稼働させており、グループ全体で最適な生産体制が構築できるように、それぞれの工場の特性を活かした製造体制を維持しながら、製品ごとに製造サイトの見直しを定期的実施しています。こうした従来の取り組みに加えて、将来的な企業成長を見据えたうえで、さらなる安定供給・品質確保の強化に向けて、継続的な工場投資を実施しています。生産計画から綿密に逆算することで、資金の回収可能性を慎重に検討しつつ製造ラインを追加するなど、最適な投資戦略を策定しています。

「つくば工場」ならびに「つくば第二工場」の高品質な供給体制を水平展開し、各工場横断での品質向上に努めています。上記2工場は当社事業の中核を担っているものの、依然として生産量を強化する余地を残しており、生産効率を最大化するためにも、製品ポートフォリオの改善を戦略的に進めています。

また安定供給体制の整備のために、東・西日本と札幌に物流センターを有しており、3拠点から広域配送のスムーズな実行を可能にしています。大量出荷への対応も想定して、安定供給を支える十分な在庫管理スペースも確保しています。そうした物流観点においても、積極的な投資戦略を実施しています。

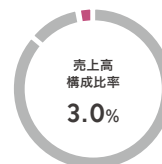
理想的な安定供給・品質確保を実現するためには人材育成の取り組みも重要な課題であると認識し、品質リスクマネジメントを実践し、品質方針に基づいた品質目標を設定することで、製造部門・品質部門をはじめとする製造所すべての従業員に教育訓練を定期的実施しています。日本ジェネリックでは、最新の工場・設備による低環境負荷と高い生産性を実現しており、長年の医薬品製造開発ノウハウに基づく適切な製造設備および試験機器を備えています。こうしたキャパシティコントロールの実績をさらに積み重ね、今後もより一層の工場間の品目配置の適正化やオートメーション化戦略を推進し、GMP省令を遵守した製造管理、品質管理体制を維持し、高品質な医薬品生産に取り組んでいきます。



医療従事者派遣・紹介事業

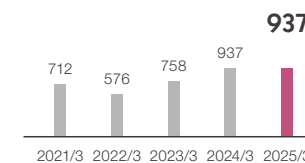
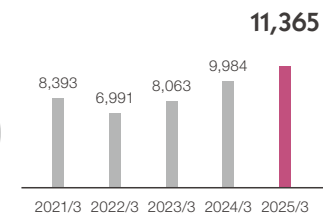
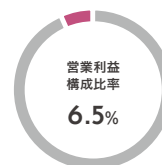
・株式会社メディカルリソース・

メディカルリソースは「何事にも誠実に。私たちは『人』に向き合います。」を基本姿勢として、求職者や求人者と「会う」ことを大切にしています。実際に会うことで、電話や書面だけでは伝わりにくい細かなニーズをくみ取り、求職者・求人者双方の要望にマッチした提案を行っています。



売上高
事業別売上高(百万円)

営業利益
営業利益(百万円)



Who we are

トップメッセージ

私たちがつくりたい未来

持続的な経営基盤の強化

事業戦略

サステナビリティ

コーポレートガバナンス

データ

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
- 情報提供・コンサルティング事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
- 情報提供・コンサルティング事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業

事業トップメッセージ



小林 信幸
株式会社メディカルリソース
代表取締役社長

Q. 2025年3月期を振り返って：第1フェーズの概況

2024年度の売上高および営業利益は、主力である薬剤師の派遣・紹介事業の業績が拡大したことにより、前年同期比で増収増益となりました。産業医事業を含むヘルスケア事業においても、需要が拡大しており、引き続き国内企業の健康経営への貢献をさらに推し進めていきます。

ここからの数年間は、医療従事者の派遣・紹介事業ならびにヘルスケア事業を展開する会社として、強固な認知度とブランド力を構築し、いずれの事業領域でもシェアにおいてトップクラスとなるための基礎固めのフェーズと考えています。そのために顧客起点の考え方を実践できる従業員の育成、マーケティング集客力のレベルアップ、システム面におけるユーザビリティ強化、AI活用による業務の効率化・生産性向上に注力していきます。

Q. 長期ビジョンを見据えた中期的な事業戦略・課題認識について

長期にわたる持続的な事業成長を実現するためには、顧客からの認知強化・CX等の向上によって、信頼され選ばれるポジションを確立していくことが不可欠です。そのためには、医療人材に特化している会社として、「人」そのものが資本であるという意識を一層強化する必要があります。そして従業員一人ひとりの専門性や知見を向上させ、より質の高いサービスを提供で

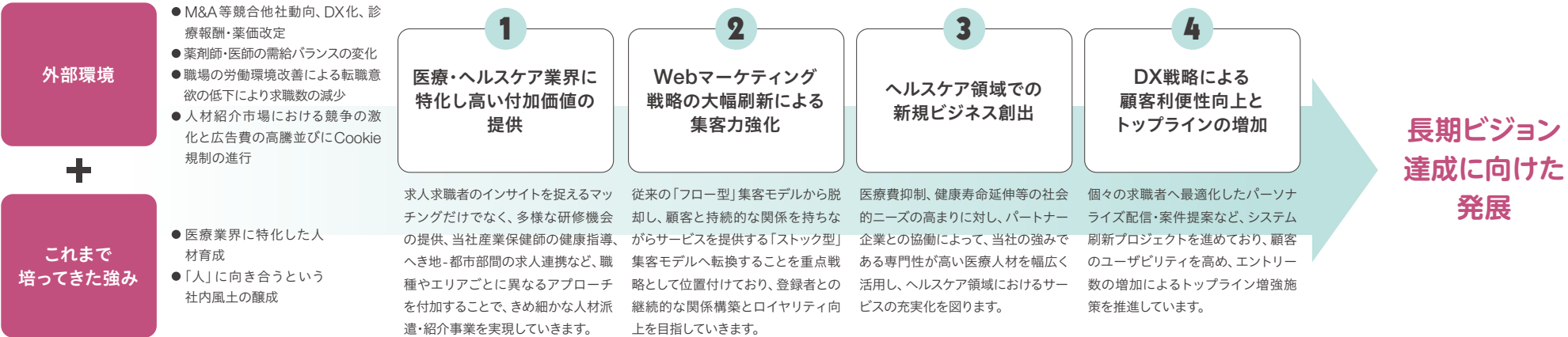
きるよう磨き上げていくことが重要な課題だと認識しています。

当社は創業当時より、医療業界・ヘルスケア業界に特化することで専門性の高い優秀な人材を育成し、「顧客起点」「介在価値」「Face to Face」を大切に、求職者・求人者に高い価値を提供してきました。今後も地域・個人特性などをきめ細かく把握しながら、顧客との信頼関係をより強め、課題解決・価値創造に貢献していくことで、第一に選ばれる企業となることを目指します。

医療従事者に関する母集団形成ならびにマーケティング戦略を駆使したエントリー転換施策にも力を入れており、これまで当社独自の顧客との接点を創り上げてきました。これからも顧客からの認知度とブランド力を徹底的に上げていくことで当社サービスの利用価値を広く周知し、低コストでの求職者の集客力を強化していきます。

さらに健康経営推進、医療費抑制、健康寿命延伸といった社会のニーズの高まりに対し、主に企業を対象としたヘルスケア事業を推進しています。ストレスチェックや健康診断後のフォローなど、産業医・産業保健師といった専門性が高い医療人材が介在することにより、心身両面から健康増進に貢献していきます。

そして業務システムの全面刷新や、AI活用による顧客マッチングの精度向上施策、顧客のユーザビリティを高めていく取り組みを推進し、当社の従業員が「人」だからこそできる業務に集中することで、業務の改善・改革を実現していきます。そうしたDX戦略の発展によって提供サービスに一層の磨きをかけ、顧客の利便性向上とともに、トップラインの増加を目指していきます。



1 医療・ヘルスケア業界に特化し高い付加価値の提供

培ってきた強み

医療・ヘルスケア業界に
特化したコンサルタントの
育成

「顧客起点」の重視によって
醸成してきた顧客との
信頼関係

求人・求職者の特性等を
きめ細かく把握する
ノウハウ

当社を取り巻く社会情勢やニーズの変化を鑑みると、薬剤師事業においては、中小薬局の人的資本経営の課題解決・薬剤師求職者への最適なマッチングの実現を現状の課題として強く認識しています。医師事業については、医師の長期就業対策・早期離職防止・人材の観点から医療機関の経営支援をどう実現するかに重きを置いています。そしてヘルスケア事業では、産業保健師によるクライアント企業の従業員の健康維持・増進に資する取り組み実施強化を優先課題と位置付けています。

それらの課題解決に向けて、今後数年間、事業別の成長戦略の実施や戦略的なリソース配分に注力していきます。薬剤師事業では、中小薬局の経営に対する課題解決能力や求職者のインサイト把握スキルの向上、薬剤師のための教育研修支援への投資を実施します。医師事業については、医師と医療機関の双方の自己実現に寄与するために、営業職一人ひとりのコンサルティング能力を深化させます。ヘルスケア事業に関しても、産業保健師数の増加による受注力向上・クライアント従業員のメンタルヘルス対策強化を図ります。

長期ビジョン達成に向けて、当社の強みである「顧客起点、寄り添う姿勢」をさらに発展させ、求職・求人に関わるあらゆるステークホルダーから、第一に選ばれる企業になることを目指していきます。そのためには、医療人と強固な信頼関係を構築し、単なる求人紹介を超えて、多様なキャリアパス設計やAIなどの新技術のスキル向上サポート、働きがいや心身の健康（ウェルビーイング）まで包括的に支援できる生涯のキャリアパートナーとなるように企業活動の主軸をシフトさせていきます。同時に医療機関の人材不足の解決にとどまらない、データ駆動型の採用コンサルティングを実現することによって、人事評価制度の見直しといった組織開発にも寄与できる経営課題解決パートナーとなることも並行して目指していきます。

2 Webマーケティング戦略の大幅刷新による集客力強化

培ってきた強み

医療人材に関する
母集団の形成実績

面談や商談の質強化の
ための人材育成への
教育体制

長年蓄積してきた求人・
求職者個々人の行動情報

Webマーケティング戦略は技術革新や社会変化に伴って、事業モデルの見直しを絶えず必要としています。特に従来「フロー型」であった集客モデルを、登録者のロイヤリティ醸成を促す「ストック型」へと転換することは、当社にとって急務であると考えています。顕在層（転職意向が明確な層）への対応を優先としていた業務フローも、準顕在層を掘り起こす「クリーニング」を優先するように捉え直す必要があります。事業モデルだけでなく、顧客データの統合や分析を促進し、最適な人材マッチングを可能にする仕組みづくりや、集客から成約を一気通貫の顧客体験（CX）に組み込む施策にリソースを配分します。そうして当社サービスのブランドを創出し、新たな顧客を生み出すサイクルを構築していくことが重要課題であると認識しています。

また当社では、2030年時点での中期登録者目標として登録者「薬剤師15万人、医師10万人」を掲げています。2027年度までは、この目標達成に向けた中間フェーズとして、広告依存から脱却し、顧客起点のコミュニケーションを実現する「ストック型」集客モデルへの移行を本格化させるフェーズだと認識しています。

将来的には、顕在層の獲得に加えて、転職意向が顕在化していない層へのマーケティングを強化する必要があると考えています。薬剤師においては若年層や薬学生に焦点を当て、医師においては若年層に加えて中堅医師をターゲットとしていきます。そのために現在、薬剤師向けメディアの「ファルマラボ」や、医師向けの「ドクタービジョン+」を開設しつつ、動画配信やウェビナーを実施するなど、ユーザーの閲覧履歴に基づいた情報収集を戦略的に実施しています。個人のWeb行動に加えて、ホワイトペーパーのダウンロード記録、アンケート、メルマガを通じてあらゆる接点情報を個々に蓄積し、CDP（カスタマーデータプラットフォーム）で統合・分析していくことも重点施策に位置付けています。これら従来施策の転換によって、今後登録者一人ひとりとの接点を一層強化していきます。そうしたデータ活用戦略・投資を通じて、集客のためのコミュニケーションだけでなく、一人ひとりのライフステージに合わせた当社独自の“寄り添う”サービスを確立してまいります。

Who we are
トップメッセージ
私たちがつくりたい未来
持続的な経営基盤の強化
事業戦略
サステナビリティ
コーポレートガバナンス
データ

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
- 情報提供・コンサルティング事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業

3 ヘルスケア領域での新規ビジネス創出

培ってきた強み

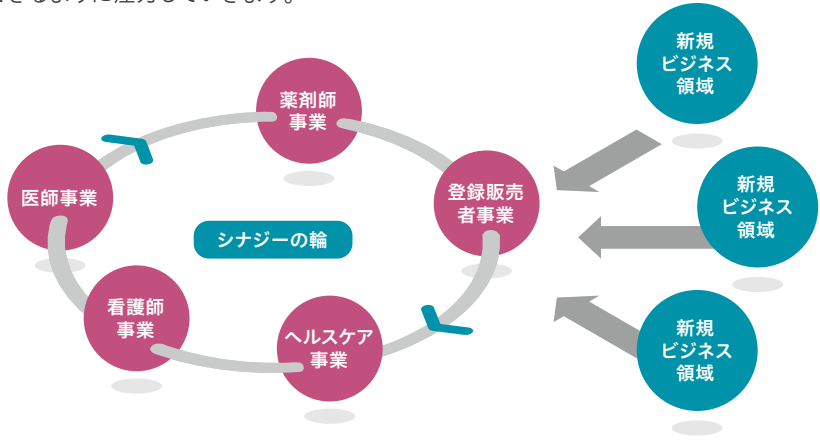
医療業界内の複数領域で
事業展開してきた実績

パートナー企業との協働や
M&Aを見据えた積極的な
投資体制

日本調剤とのグループ
連携を通じた一気通貫の
ヘルスケアサービスの構築

昨今、未病・予防の取り組みに関して社会的なニーズが非常に高まっていると認識しており、併せて、増加傾向にある労働者のメンタル不調の件数についても、企業の組織的な対応が重視されつつあります。そうした変化の激しいマーケットのニーズに対して、当社としても、従来培ってきた既存の事業領域をさらに拡充し、価値創造を実現していきます。特に、産業医や産業保健師の紹介等から、ストレスチェックや特定保健指導の実施といったサービスの提供までを幅広く一括して請け負うことのできるよう、リソースと能力の増強ならびに組織体制の強化を推進していく必要があると考えています。

また既存の事業領域だけでなく、顧客である企業のヘルスケアに関わる課題やニーズを総合的にくみ取ることができるよう、新規の事業領域においても、パートナー企業との協働やM&Aを通じた、積極的な投資を行います。特に当社が注目している領域であるメンタルヘルスや、未病・予防については、これまで培ってきた強みである産業医や産業保健師といった専門的な医療人材を活用しつつ、取引先企業の従業員に対して、ウェルビーイングの実現という新たな価値提供ができるように注力していきます。



4 DX戦略による顧客利便性向上とトップラインの増加

培ってきた強み

「顧客接点」のなかで
蓄積されてきた豊富な
顧客データベース

求人・求職者や登録者からの
フィードバックで得た
システム面でのニーズ

ハイパフォーマーな社員から
導出した理想的な
データベースへの知見

既存ならびに新規事業のトップラインを拡大していくうえで、現在、社内システムの抜本的な見直しが重要な課題であると認識しています。現行システムの老朽化に伴い、フロントおよびバックシステムとその運用フローが陳腐化するリスクが高まりつつあります。当社の持続的な成長を担保するためにも、基盤システムの刷新を全社的なプロジェクトとして推進していきます。特に社内データベースの整理ならびに活用を促進し、人材紹介におけるマッチングの精度とスピードを向上できるような仕組みづくりを第一に進めていく必要があります。一方で当社内部のシステムだけでなく、顧客ユーザー側のシステムについても、検索しやすさなどのユーザビリティやUIに優れ、求職・求人者が満足するUXを意識したフロントエンドの構築を実施します。

具体的なプロセスとして、まず営業職の従業員へのヒアリングを重点的に実施することで、マッチング精度を高めることができ、顧客ならびに従業員の便益に資するデータベースのあり方を、培われてきたノウハウから構造化していきます。それらに加えて、昨今目まぐるしく進歩している生成AI技術の動向も加味しつつ、当社にとってあるべきデータベースの姿を検証します。そのためにも社内外のリソースを最大限活用し、商談開始から求職者アフターフォローまで一気通貫で管理できるシステム設計を、機能面・財務面の両方から適切に検討することのできる組織体制を構築し、積極的なDX投資を実行していきます。

Who we are
ト
ッ
プ
メ
ッ
セ
ー
ジ
私
た
ち
が
つ
く
り
た
い
未
来
持
続
的
な
経
営
基
盤
の
強
化
事
業
戦
略
サ
ス
テ
ナ
ビ
リ
テ
ィ
コ
ー
ポ
レ
ー
ト
ガ
バ
ナ
ン
ス
デ
ー
タ

05

事業戦略

- 調剤薬局事業
- 情報提供・コンサルティング事業
- 医薬品製造販売事業
- 医療従事者派遣・紹介事業