LAYERED

東京証券取引所 スタンダード市場

証券コード 634A

2027年6月期 第1四半期 決算説明資料

2026年11月13日

株式会社レイヤード

上場のご挨拶

株式会社レイヤードは、2026年9月25日に東京証券取引所スタンダード市場に新規上場いたしました。

これもひとえにお客様、パートナー企業の皆様をはじめとするすべてのステークホルダーの皆様のご支援、ご高配の賜物と心より御礼申し上げます。

今回の株式上場を機に、上場企業としての社会的責任をより一層自覚し、今後もステークホルダーの皆様のご期待にお応えすべく、企業価値の向上と持続的な成長に挑んでまいります。

ここに謹んでご挨拶申し上げますとともに、ステークホルダーの皆様におかれましては、より一層のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。



株式会社レイヤード ｜ 代表取締役社長 毛塚 牧人

医療DXストック収益が過去最高を更新し、売上高は前年同期比19.0%増

利用医療機関数の増加とARPUの向上が成長を牽引。一方、広告収益の減少と、
営業・サポート体制の強化とBPaaS立ち上げに向けた人員拡充による費用増で、営業利益は前年同期比11.7%減となりました。

売上高	営業利益	医療DXストック収益	利用医療機関数
510 百万円	50 百万円	320 百万円	6,212 施設
前年同期比 +19.0%	前年同期比 −11.7%｜営業利益率 10.0%	過去最高｜前年同期比 +30.4%	前年同期比 +20.7%

業績のポイント

医療DXストック
利用医療機関数 +20.7%・ARPU +7.4%、月次解約率は 0.38% と低水準

医療DXイニシャル
平均導入単価の上昇で 154百万円に増加。導入件数は前年・計画を下回る

広告
広告収益は 35百万円に減少（前年同期 60百万円、予算達成率 68.3%）

通期業績予想
1Q予算達成率は売上高 95.7%。
新規開業シーズンの季節性を織り込んだ計画であり、通期予想は据え置き。

主なトピックス（2026年7月〜現在）

東京証券取引所スタンダード市場に新規上場
2026年9月25日に上場（証券コード 634A）

ユーザーイベント「LAYERED SUMMIT 2026」を開催
2026年11月8日開催。参加者104名、満足度 87.5%（P21）

「Capai」を順次展開
AIコール・AIチャットボットで、患者の問い合わせ対応をAIが担う（P22）

CONTENTS

2027年6月期 第1四半期 決算説明資料

01 会社・事業概要

02 業績・KPI

03 Topics

04 市場・競合環境

05 競争力の源泉

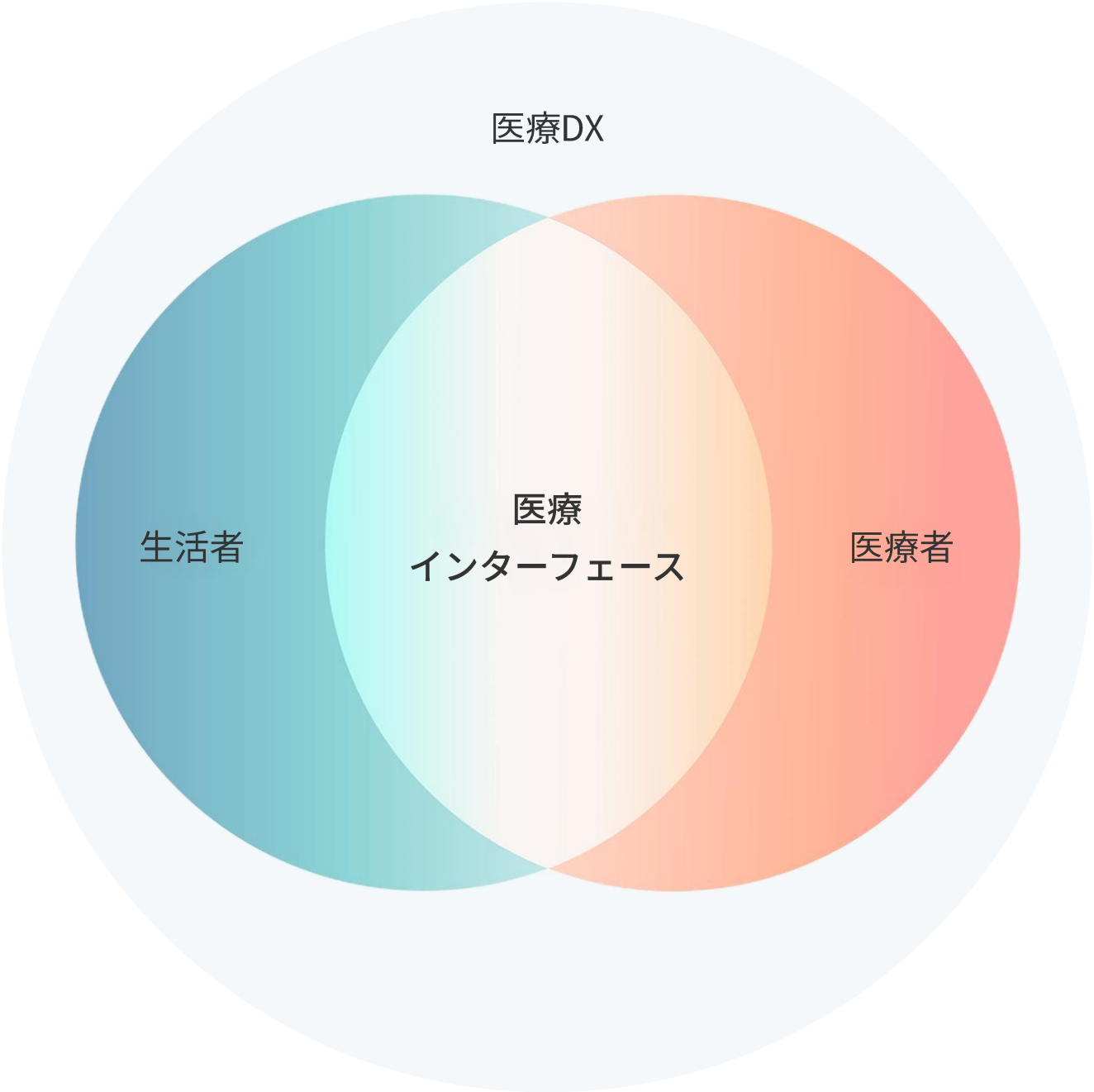
06 成長戦略

07 APPENDIX

医療をもっと、
わかりやすく。

生活者に、納得の医療を。
医療者に、持続可能性を。

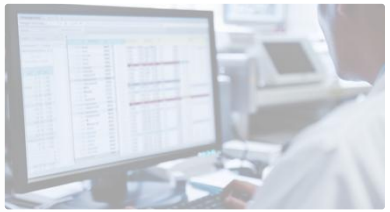
医療者と生活者の間に立ち、
医療をよりわかりやすく、利用しやすくするとともに、
医療者が効率的かつ持続可能な医療を提供できるよう、
医療DXを推進しています。
さらに、日本におけるプライマリケアの充実に向け、
かかりつけ医の普及を支援しています。



当社は「診療業務プロセスのDX」に特化した独自領域に注力



患者

	マッチングのDX （患者マーケティング）	診療業務プロセスのDX （対患者業務）	医療制度のDX （診療業務）
			
	医療DX		
	医療システム		
業務内容	● WEB広告・SEO ● 健診・自費予約サイト ● 医療記事サイト ● オンライン診療 等	● **予約・問診** ● **受付・院内管理** ● **決済システム 等**	● 電子カルテ ● レセプトコンピュータ ● 画像管理システム 等
利用者	生活者 （患者予備軍・健康な人）	**患者および医療者**	医療者



医療者

患者導線に最適化したソリューション

予約から決済、事後フォローに至る患者導線全体をカバーする強固なマルチプロダクト・エコシステムを構築。顧客ニーズに合わせた柔軟なクロスセルにより、ARPUの拡大と極めて低い解約率を両立しています。



医療DX事業は3つの事業区分で構成され、売上の6割超を継続課金のストック収益が占める

当社は医療DX事業の単一セグメントですが、サービスの提供先と収益構造の違いから、3つの事業区分に分けて管理しています。

医療DXイニシャル事業

収益の種類	フロー収益（導入時）
主な顧客	医療機関
内容	SaaS導入時のコンサルティング 設定支援、他社サービス販売
売上の構成	**導入件数 × 平均導入単価**

医療DXストック事業

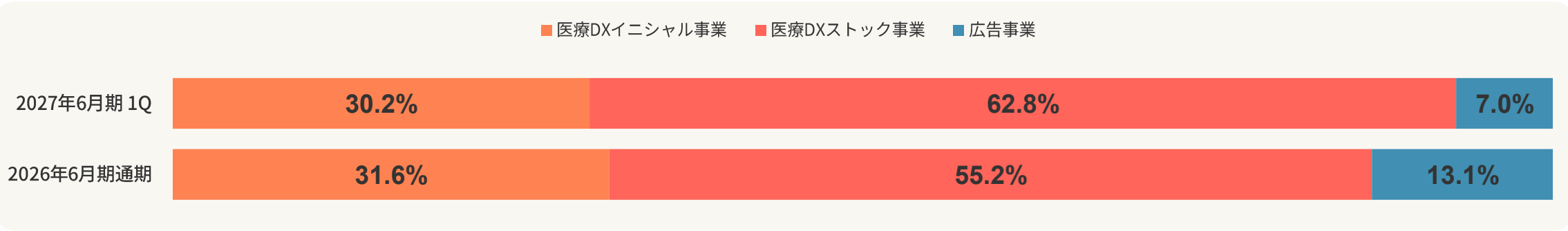
収益の種類	ストック収益（月額課金）
主な顧客	医療機関
内容	医療機関向けSaaSの月額利用料 電話・SMS等の従量課金
売上の構成	**利用医療機関数 × ARPU**

広告事業

収益の種類	フロー収益（広告収入）
主な顧客	製薬会社・公的機関などの広告主
内容	院内サイネージやWEB問診を媒体とした広告の販売、広告映像の制作
売上の構成	**案件数 × 平均案件単価**

導入（イニシャル）が月額利用（ストック）を積み上げ、利用医療機関の拡大が広告媒体の価値を高める関係にあります。

事業区分別の売上構成比



※ 2027年6月期1Qの構成比は四半期売上高（イニシャル154・ストック320・広告35百万円）、2026年6月期は通期売上高1,980百万円に対する比率（円単位で算出）。

CONTENTS

2027年6月期 第1四半期 決算説明資料

01 会社・事業概要

02 業績・KPI

03 Topics

04 市場・競合環境

05 競争力の源泉

06 成長戦略

07 APPENDIX

医療DXストック収益の拡大を主因として、売上高は前年同期比19.0%増の510百万円と堅調に成長。
一方、広告収益の減少や売上原価・販管費の増加により、営業利益は50百万円（前年同期比11.7%減）となりました。

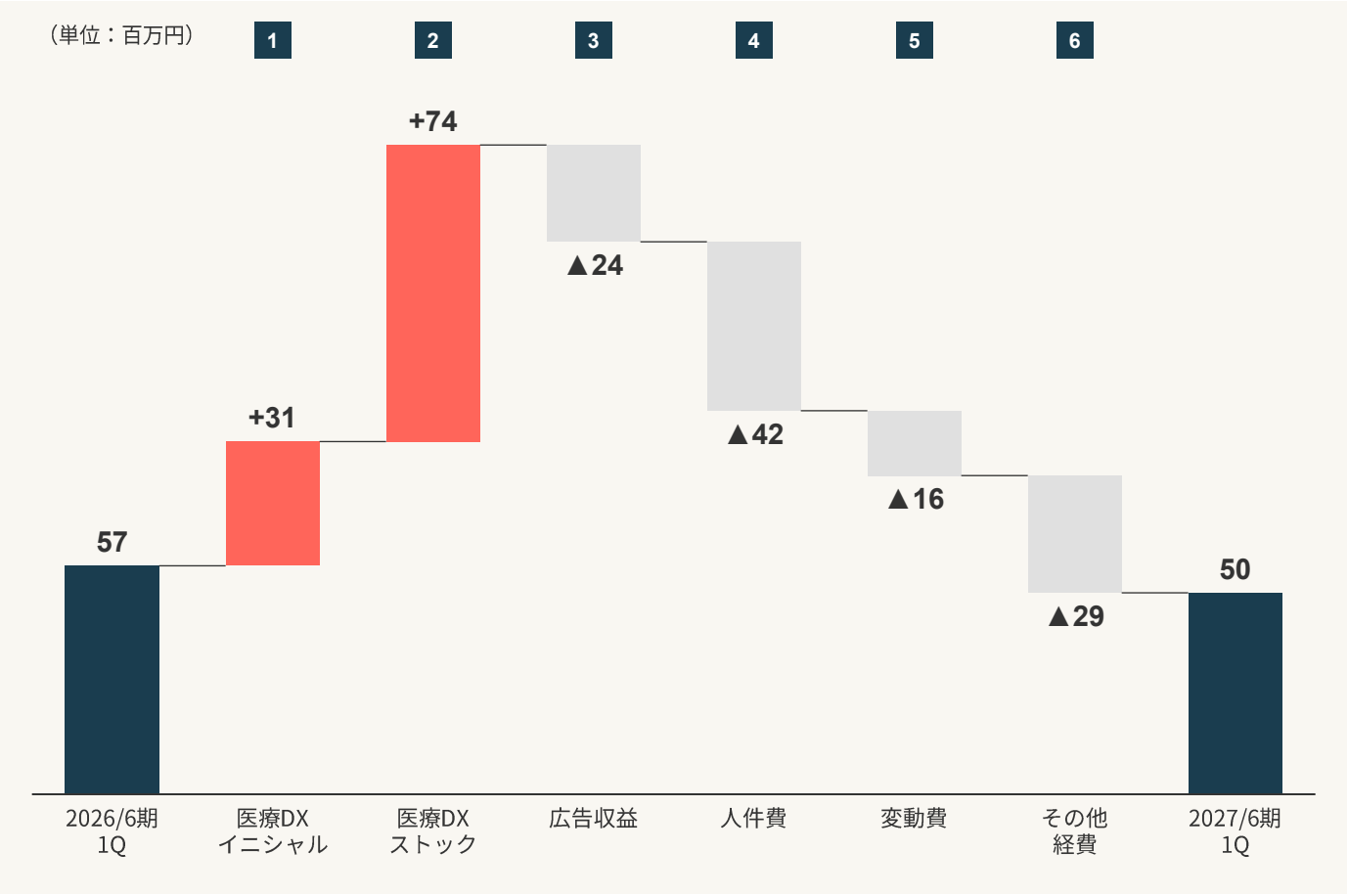
（単位：百万円）	2027/6期 予算	2027/6期 1Q予算	2027/6期 1Q実績	前期 通期実績	前期 1Q実績	前年同期比
売上高	2,474	533	510	1,980	429	+19.0%
売上総利益	1,686	355	319	1,298	283	+12.9%
販売費及び一般管理費	1,227	296	269	954	225	+19.2%
営業利益	458	58	50	344	57	-11.7%
経常利益	432	36	29	337	57	-49.0%
四半期/当期純利益	305	25	15	239	37	-58.3%

2027年6月期　計画進捗率

（単位：百万円）	2027年6月期計画値	0% 25% 50% 75% 100%	1Q予算達成率
売上高	2,474	進捗率 20.6%	95.7%
営業利益	458	進捗率 11.1%	86.5%
経常利益	432	進捗率　6.8%	79.7%
当期純利益	305	進捗率　5.1%	61.7%

増収効果81百万円に対し費用が88百万円増加し、営業利益は50百万円

人件費は、営業・サポート人員の増強とBPaaS新規事業の立ち上げに向けた人員拡充により42百万円増加しました。
増員した人員は現在育成期間中で、受注・導入への寄与はこれから本格化する段階です。



主な増減要因

1	**医療DXイニシャル収益** 新規導入に伴う初期費用収益が増加（122→154百万円）	+31
2	**医療DXストック収益** 利用医療機関数・ARPUの増加で拡大（245→320百万円）	+74
3	**広告収益の減収分** 広告主の予算縮小等により減少（60→35百万円）	▲24
4	**人件費** 営業・サポート・BPaaS人員の拡充（214→256百万円）	▲42
5	**変動費** 商品仕入10→25百万円、販売手数料19→23百万円など	▲16
6	**その他経費** 利用拡大に伴う製品原価・業務委託費・上場関連報酬等の増加	▲29

費用3区分（上記4～6）の合計 ▲88 ＝ 売上原価 ▲45 ＋ 販管費 ▲43

※ 百万円未満切り捨てのため合計は一致しない場合があります。人件費＝原価・販管費に含まれる給与・賞与・法定福利費等。変動費＝商品仕入・広告媒体仕入・販売手数料。

1Q実績は当初予算比で売上高95.7%・営業利益86.5%の達成、通期予想は据え置き

イニシャル収益は増員した人員の立ち上がりの遅れ等により受注・導入が計画に届かず、広告収益も未達となりました。
なお、開業が集中する3〜4月にイニシャル収益が増加する季節性を予算に織り込んでおり、通期業績予想は据え置きます。

1Q 当初予算と実績（百万円）

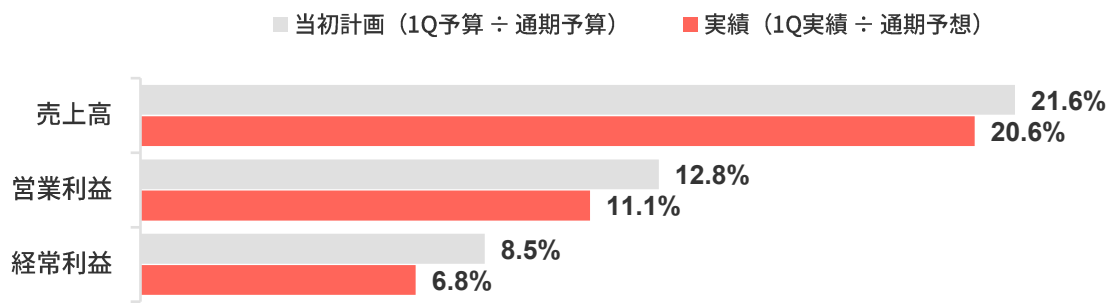
	1Q予算	1Q実績	予算差	達成率
売上高	533	**510**	▲22	**95.7%**
営業利益	58	**50**	▲7	**86.5%**
経常利益	36	**29**	▲7	**79.7%**

達成率の縦線＝予算100%

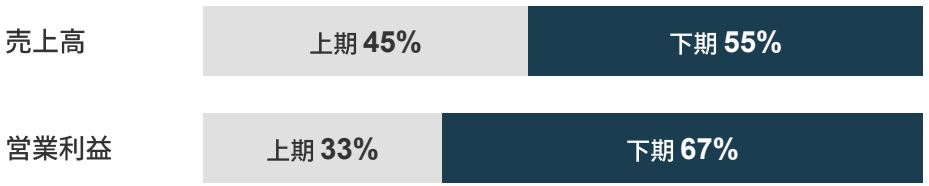
経常利益の予算差 ▲7百万円 の要因（百万円）

営業利益の予算未達 売上高が予算を22百万円下回ったことなどによる	**▲7**
上場関連費用の増加 予算21百万円に対し実績22百万円（営業外費用）	**▲0.7**
その他営業外損益 営業外収益の増加など	**+1**

通期予想に対する1Q進捗率（当初計画との比較）



季節変動を織り込んだ通期予算（上期・下期）



診療所の新規開業が集中する3〜4月（3Q〜4Q）にイニシャル収益が増加する季節性があり、過年度も同様の傾向です。予算はこの季節変動を加味して策定しています。
（参考）イニシャル収益の下期比率：2025年6月期 58%／2026年6月期 59%

※ 金額は百万円未満切り捨てのため、要因の合計と差額は一致しない場合があります。比率は円単位で算出。

2027年6月期 業績予想

	2026/6期 実績	2027/6期 予想	増減額	増減率
売上高	1,980百万円	2,474百万円	+493百万円	+24.9%
営業利益	344百万円	458百万円	+113百万円	+33.1%
経常利益	337百万円	432百万円	+95百万円	+28.2%
当期純利益	239百万円	305百万円	+65百万円	+27.5%

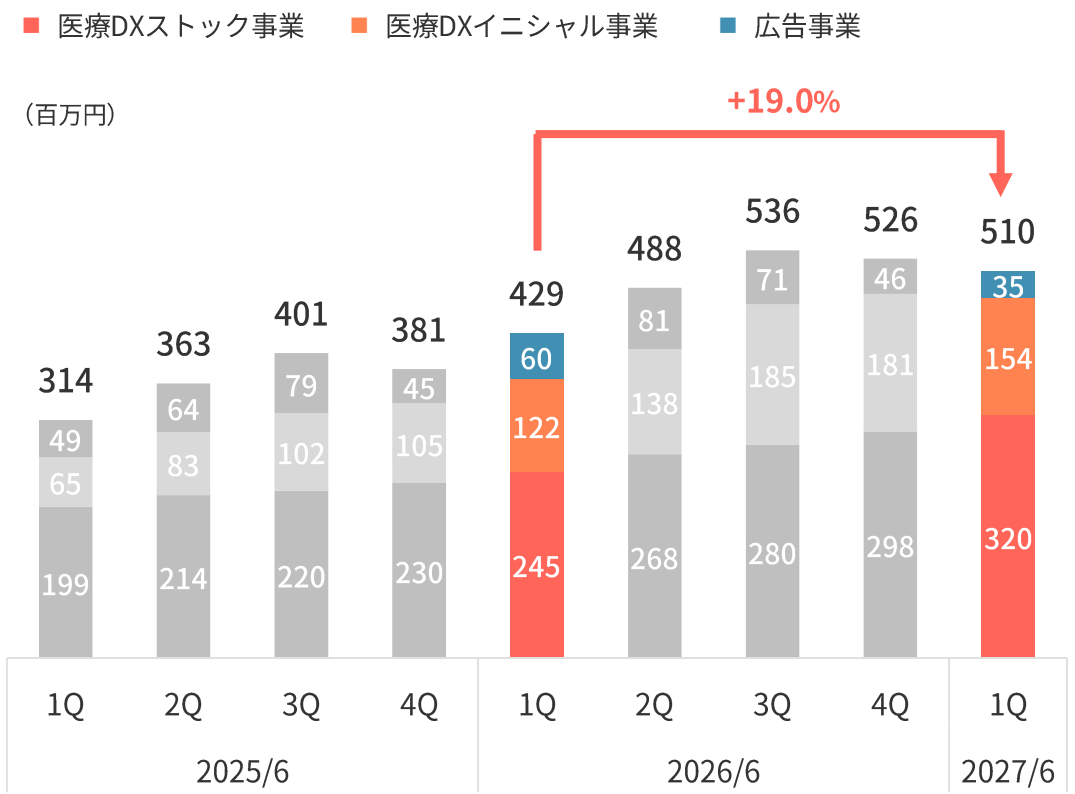
通期業績予想
2027年6月期は、医療DXストック収益の拡大を中心に、売上高2,474百万円、営業利益458百万円を見込んでいます。第1四半期の計画未達と足元の受注状況による影響を織り込んだうえで、契約済み案件の導入予定、既存顧客からの継続収益および費用見通しを再検証した結果、現時点では通期業績予想を維持しています。通期業績予想の達成には、開業シーズンに向けた2Q以降の受注獲得が重要となります。今後、業績予想の修正が必要と判断した場合には、速やかに開示いたします。

1Qの進捗と課題
第1四半期の売上高は前年同期を上回りましたが、社内計画には届いていません。主な要因は、①営業・サポート人員を拡充したものの、育成に時間を要し、受注・導入への寄与の立ち上がりが計画より遅れていること、②例年は年1つ程度の新サービスを投入して受注拡大につなげてきたところ、今期は下期以降のリリースに向けた新サービス（BPaaS等）の準備期間にあたり、新たな商材による受注の上積みが限定的であったことです。AI電話/対話型AIチャットボットの「Capai」も立ち上げ段階にあります。

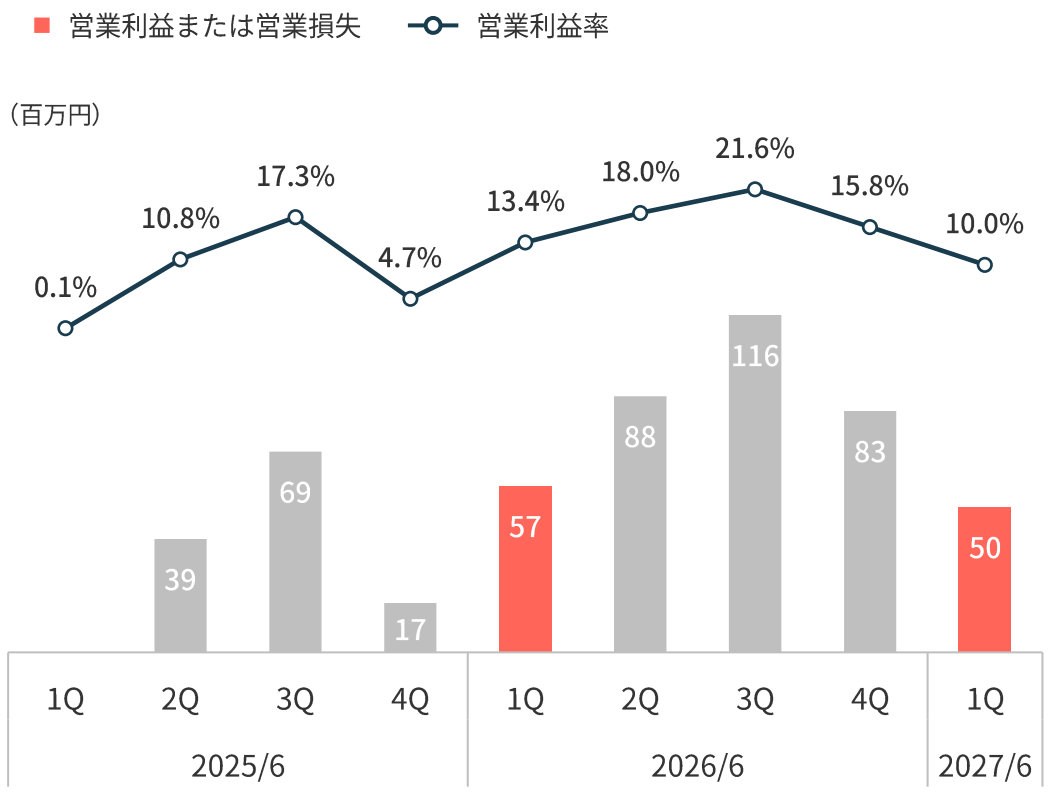
今後の対応
育成プログラムの強化による早期戦力化を図るとともに、代理店との提案活動、既存顧客への追加提案、キャンペーンを進め、契約獲得の改善に取り組みます。あわせて、新サービスの計画どおりのリリースとCapaiの販売拡大を進めます。受注から導入・利用開始までの進捗を確認し、売上高および利益への影響を継続して検証します。

医療DXストック収益は四半期ごとに積み上がり、当四半期は320百万円と過去最高を更新しました。売上高は前年同期比19.0%増となった一方、広告収益の減少や人員拡充に伴う費用増加により、営業利益率は13.4%から10.0%となりました。

売上高



利益推移



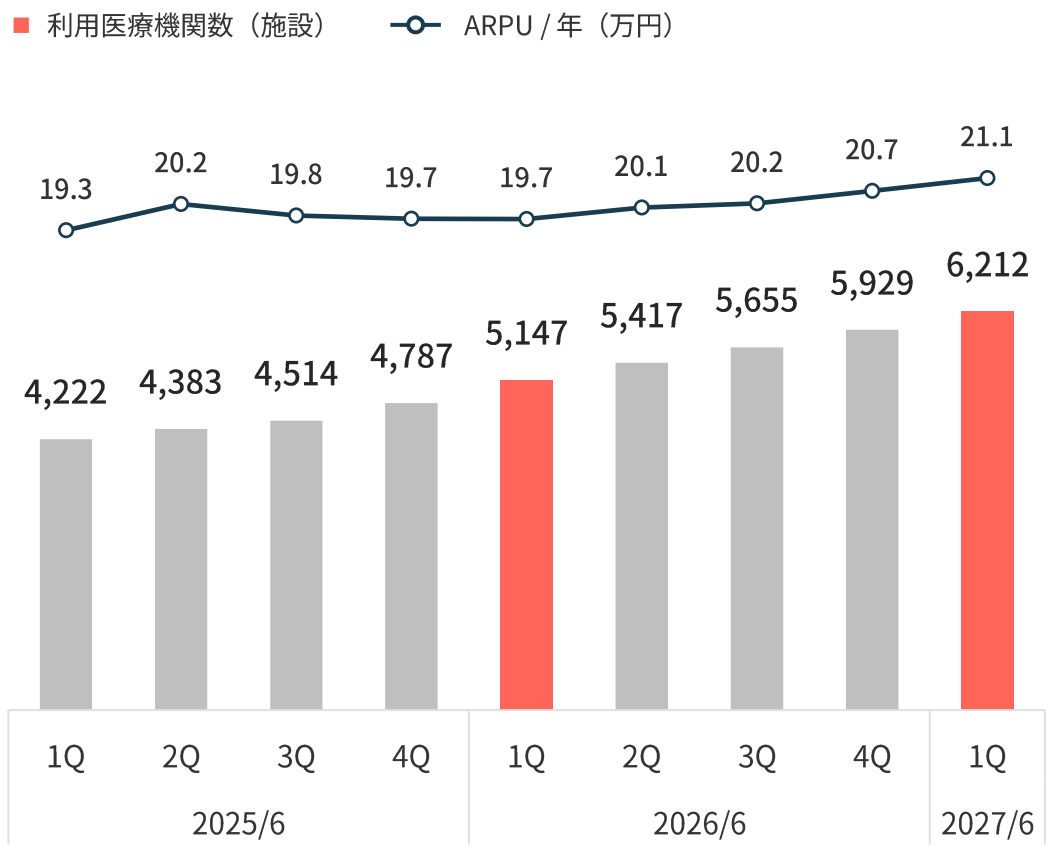
KPIツリー

2027年6月期1Q
売上比率

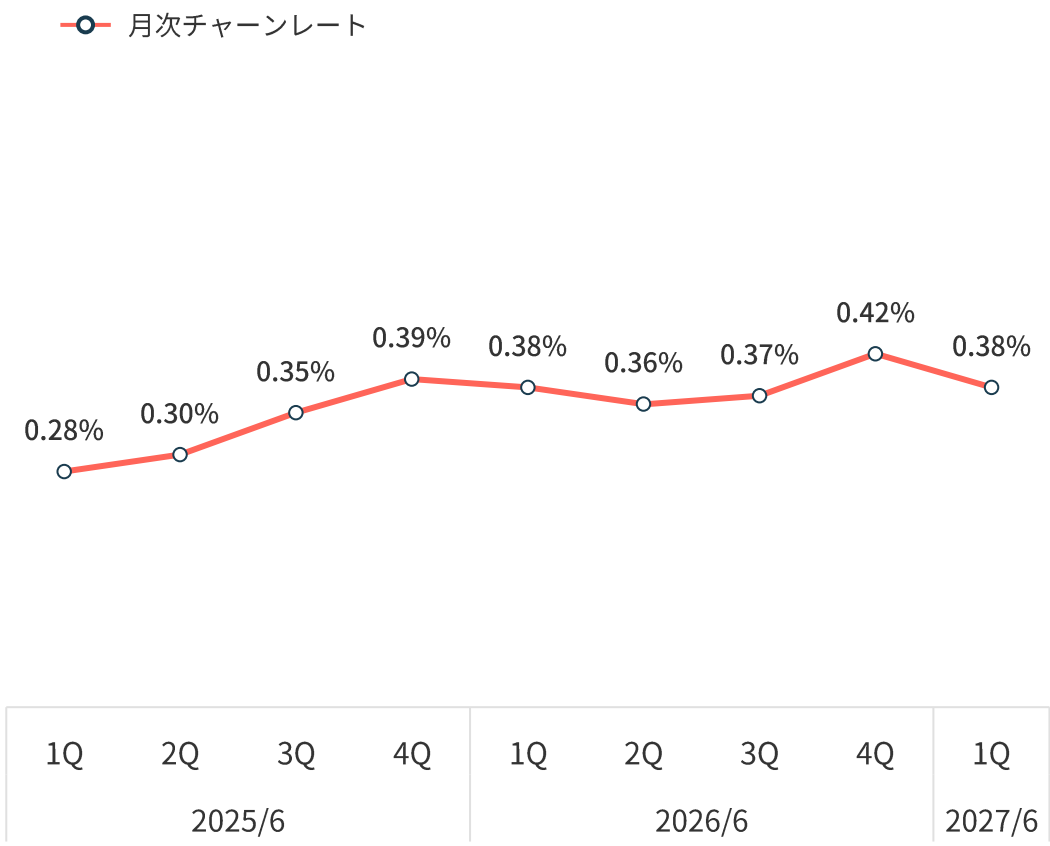


各事業のKPI	KPI向上に向けた施策
案件数	特定診療科目･患者属性別のターゲティング、WEB問診経由広告などの新規広告商品開発、疾患啓発プロジェクト
×	
平均案件単価	放映施設数の拡大、長期・年間契約の推進、他の関連媒体との共同案件
導入件数	代理店販売網の拡充、デジタルマーケティング強化、インサイドセールスチーム拡充
×	
平均導入単価	クロスセル・アップセル、ソフトウェア+ハードを含めた支援、他社商材の販売
利用医療機関数	充実したサポート体制（オンボーディング、カスタマーサクセス）、スイッチングコスト向上（API連携等による利便性の向上）
×	
ARPU	クロスセル・アップセル、オプション機能の追加

医療DXストック事業KPI



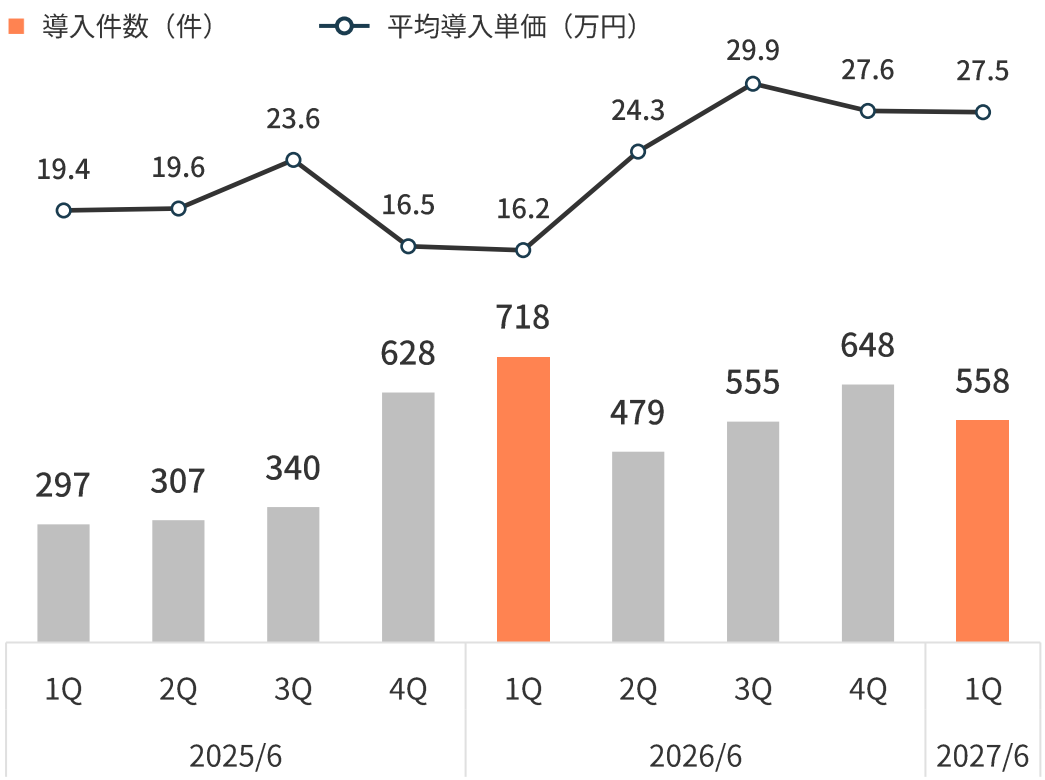
医療DXストック事業　月次チャーンレート※



医療DXストック収益は320百万円（前年同期比30.4%増）、予算達成率は101.7%となりました。利用医療機関数は前年同期比20.7%増の6,212施設、ARPUも同7.4%上昇し、収益拡大を牽引しました。月次解約率は0.38%と低水準を維持しており、今後もクロスセル・アップセルと定着支援を通じて、顧客基盤の拡大と顧客単価の向上を進めてまいります。

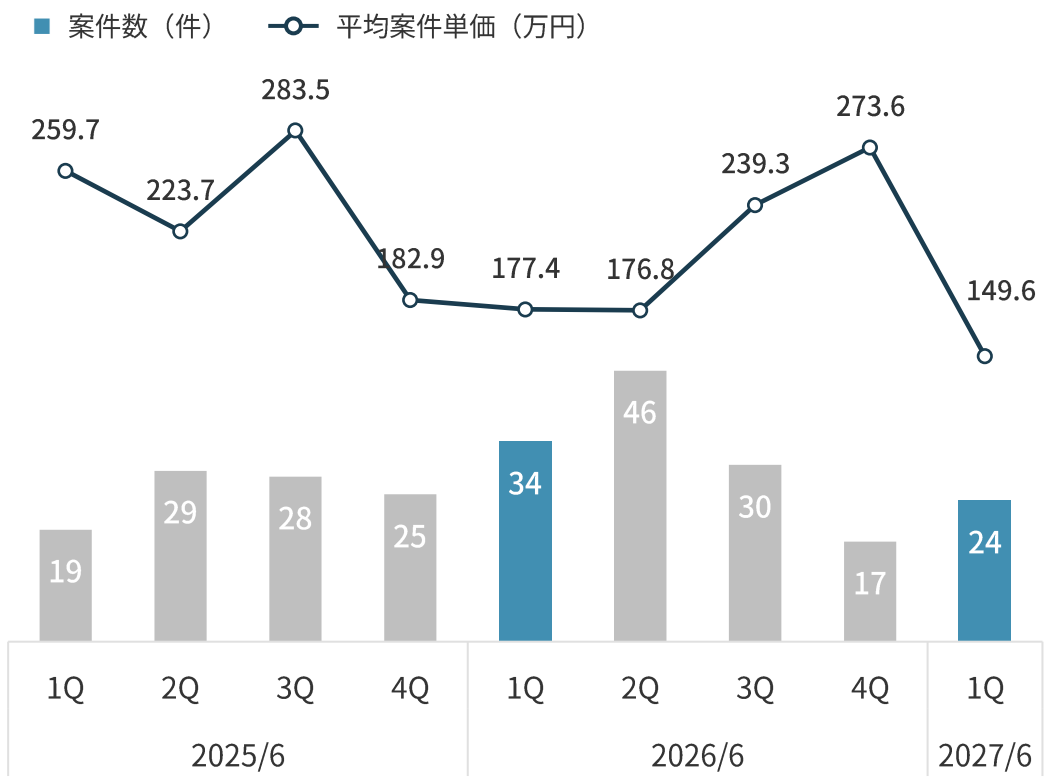
※ 該当期間月次チャーンレートの平均（アカウント数ベース）

医療DXイニシャル事業KPI



医療DXイニシャル収益は154百万円（前年同期比25.5%増）、予算達成率は93.1%となりました。平均導入単価は上昇した一方、増員した営業人員の立ち上がりの遅れ等により、導入件数は前年同期および計画を下回りました。今後は育成強化による早期戦力化と、新サービスの計画どおりのリリースを進めてまいります。

広告事業KPI



広告収益は35百万円（前年同期比40.5%減）、予算達成率は68.3%となりました。物価高などの外部環境を背景に広告主側の広告予算が縮小し、案件数・平均案件単価ともに前年同期を下回りました。今後は既存広告主との取引拡大に加え、医療DXプロダクトと連携した広告商品の提案や、新規広告主の開拓を推進してまいります。

BSサマリー

（百万円）	2026年6月期末	2027年6月期1Q末	増減額	備考
流動資産	976	1,685	+708	公募増資に伴う現金及び預金の増加等
固定資産	132	119	-13	繰延税金資産の減少等
資産合計	1,109	1,804	+694	
流動負債	379	292	-87	未払法人税等の納付による減少等
固定負債	97	91	-6	長期借入金の返済等
負債合計	477	383	-93	
純資産	632	1,420	+788	公募増資による資本増加772百万円、四半期純利益15百万円の計上
負債・純資産合計	1,109	1,804	+694	
自己資本比率	56.9%	78.7%	+21.8pt	公募増資による自己資本の充実

CONTENTS

2027年6月期 第1四半期 決算説明資料

01 会社・事業概要

02 業績・KPI

03 Topics

04 市場・競合環境

05 競争力の源泉

06 成長戦略

07 APPENDIX

ユーザーとの接点強化と、AI製品の展開を推進

当四半期から現在までに、ユーザーイベントの開催と、AI電話/対話型AIチャットボット「Capai」の展開を進めました。

区分	トピックス	概要	主なポイント	関連する成長戦略	詳細
イベント	**医療機関向けユーザーイベント「LAYERED SUMMIT 2026」を開催**	ユーザーとの交流、かかりつけ医の未来を考える機会づくり、製品へのフィードバック獲得を目的に、医療機関の経営者・医師・スタッフが集う交流イベントを開催	参加者 **104**名 満足度 **87.5**%	成長戦略① **既存SaaSの伸長** （顧客との関係強化）	P21
プロダクト	**AI電話/対話型AIチャットボット「Capai」の展開**	電話業務に特化した「AIコール」と、ホームページ・LINEに設置する「AIチャットボット」で、患者の問い合わせ対応をAIが担う	AIコール 医療機関で 有償受注を開始	成長戦略① **既存SaaSの伸長** （新サービスの投入）	P22

※ 満足度は参加者アンケートの結果。

医療機関向けユーザーイベント「LAYERED SUMMIT 2026」を開催

ユーザーとの交流、当社製品を通じてかかりつけ医の未来を考える機会づくり、当社およびプロダクトへのフィードバックの獲得を目的に、医療機関の経営者・医師・スタッフが集う交流イベントを開催しました。

開催概要

開催日	2026年11月8日（日）13:00〜17:00（懇親会含む）
会場	TODA HALL & CONFERENCE TOKYO（東京都中央区京橋）
対象	当社製品をご利用・ご検討中の医療機関の経営者・医師・スタッフ
参加者数	104名
満足度	87.5%（参加者アンケート）

当日の様子






01 ユーザーとの交流

懇親会「Future Lounge」

医療者同士・当社スタッフが直接つながる場を提供。製品体験ブースも設置し、当社の各サービスを体験いただきました。

02 次世代の医療を考える

代表講演・医師トークセッション

「レイヤードが描く医療の未来」と、
クリニック経営・医療DX・AI活用のこれからを議論

03 フィードバックの獲得

ユーザーセッション・アンケート

当社製品を活用する医師や事務長・スタッフが現場の運用を紹介。いただいた声を製品開発に反映すべく当社社員も運営に参画しました。

AI電話/対話型AIチャットボット「Capai」で、電話とWebの問い合わせ対応をAIが担う

医療機関の電話業務に特化した「Capai AIコール」と、ホームページやLINEに設置する「Capai AIチャットボット」を展開。
患者がいつでも問い合わせできる環境をつくりながら、受付スタッフの対応負担を軽減します。

Capai AIコール

医療機関の電話業務を限りなくゼロへ

医療機関の電話業務に特化したAI音声対話サービス。自然な会話で患者の用件を聞き取り、予約の変更・キャンセルや受診相談、よくある質問に対応。内容は自動で文字起こし・要約して記録します。



患者 → 電話で相談 → **AIコール**（聞き取り・回答・要約） → 要約を共有 → 医療機関

患者のメリット

話すだけ	ボタン操作なしで、人と話すように用件を伝えられる
時間外も	診療時間外・休診日もAIが一次対応
その場で	よくある質問に、待たずに回答

医療機関・スタッフのメリット

中断しない	診療中の電話は用件を預かり、後から折り返し
件数を削減	定型的な問い合わせはAIが自動で対応
加算に対応	時間外対応体制加算の体制づくりに対応

Capai AIチャットボット

24時間365日、患者対応できる

ホームページやLINEに設置する対話型AIチャットボット。ホームページの情報を学習し、質問の意図を理解して即座に回答。予約ページやWEB問診へ誘導します。AIが診断や医療アドバイスを行わない設計です。



患者 → HP・LINEで質問 → **AIチャットボット**（回答・予約へ誘導） → 履歴を共有 → 医療機関

患者のメリット

24時間365日	知りたいことを、その場で解決
すぐ分かる	受診に必要な情報がすぐに分かる
そのまま予約	回答から予約・WEB問診へそのまま進める

医療機関・スタッフのメリット

電話が減る	電話での定型的な問い合わせを削減
ニーズが見える	チャット履歴から患者ニーズを把握し、案内を改善
運用が簡単	シンプルな管理画面で更新。導入後1か月は伴走支援

進捗 AIコールは医科診療所で有償での受注を開始し、病院でも試験利用を開始。現場の要望を踏まえ、AIの会話の自然さの改善を継続しています（2026年9月時点）。

※製品の詳細は当社ウェブサイト（layered.inc/capai/）をご覧ください。

CONTENTS

2027年6月期 第1四半期 決算説明資料

01 会社・事業概要

02 業績・KPI

03 Topics

04 市場・競合環境

05 競争力の源泉

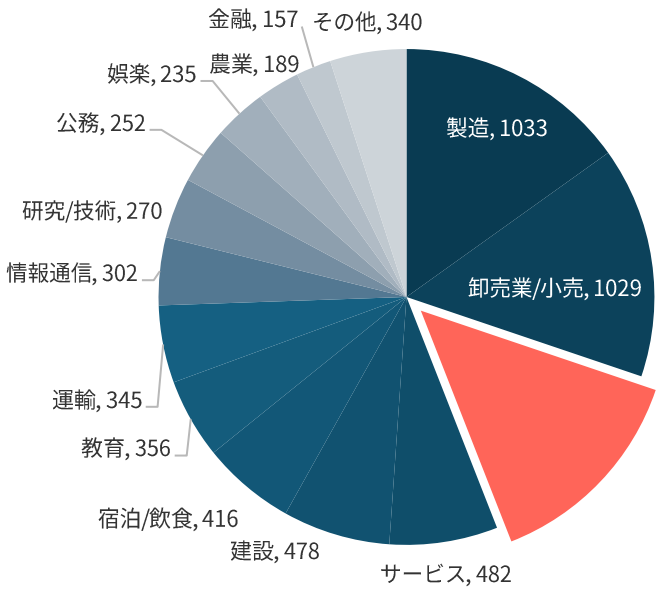
06 成長戦略

07 APPENDIX

医療・福祉分野は、多くの就業者によって支えられる労働集約型の産業構造にある一方、
現場業務オペレーションにおいて人的運営への依存度が高く、DX推進が重要な課題となっております。

産業別就業人口（万人）

国内有数の就業人口規模

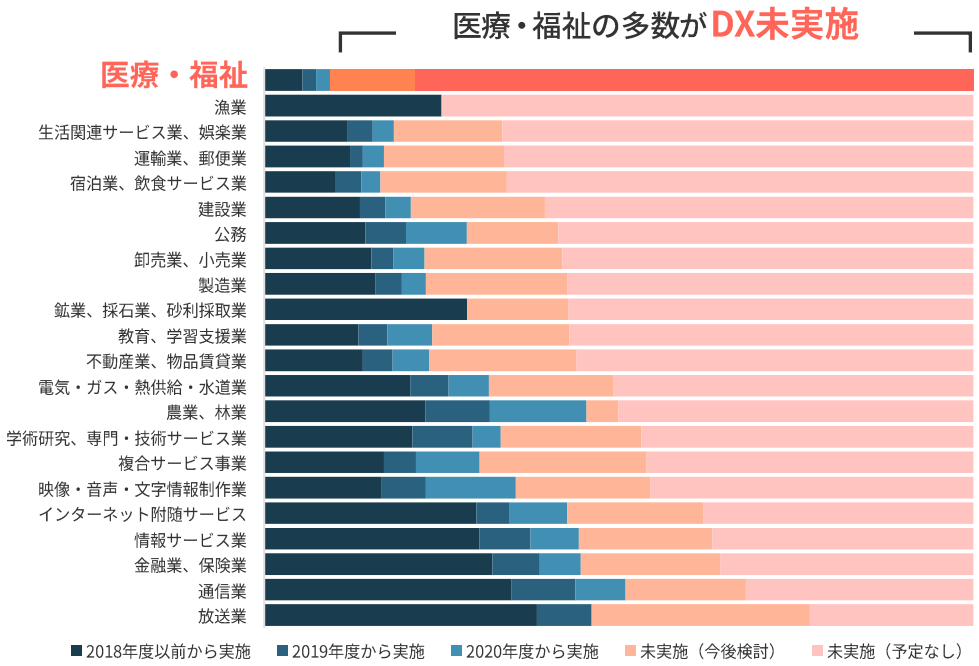


医療 / 福祉
947万人

※：独立行政法人労働政策研究・研修機構産業別就業者数2025年平均

業種別DX取り組み状況

医療・福祉は全業種の中でもDX導入が遅れている市場



※：総務省「デジタル・トランスフォーメーションによる経済へのインパクトに関する調査研究2021」より当社作成

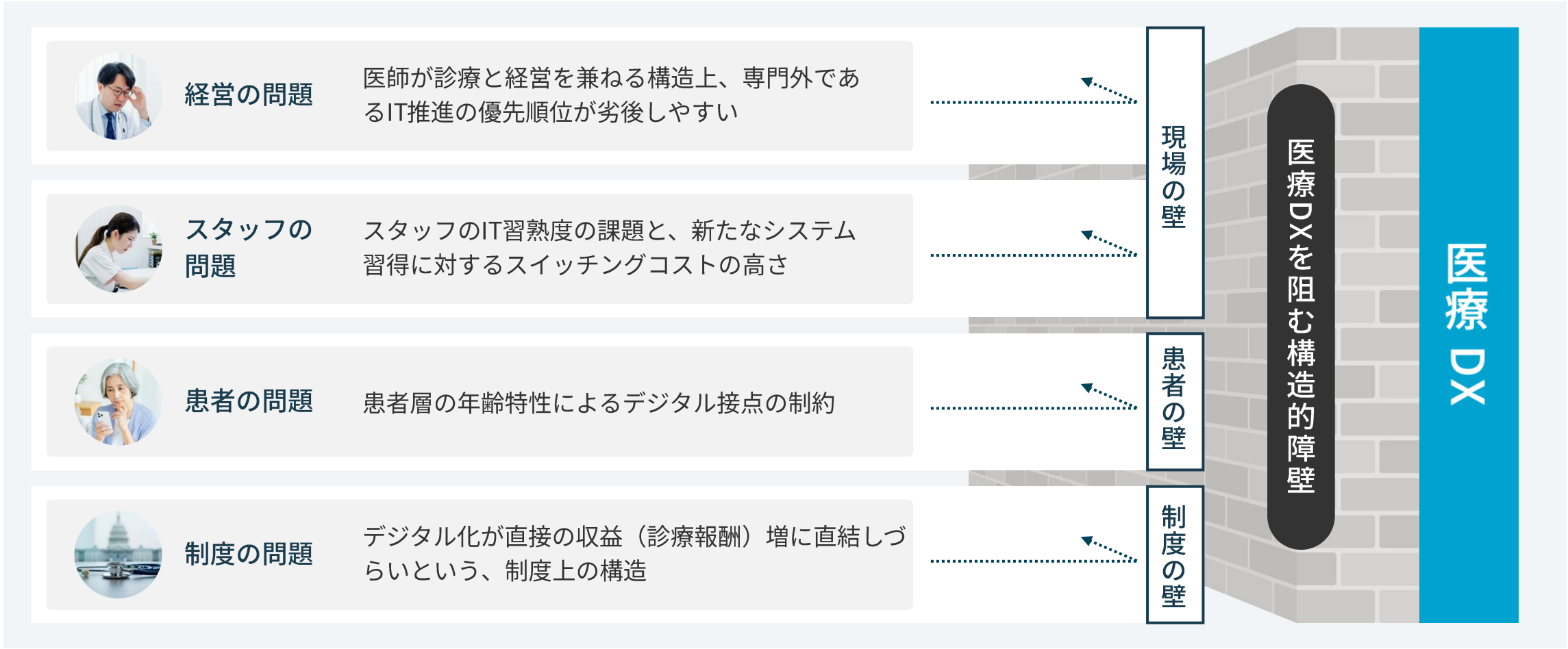
医科診療所は10.4万施設・10兆円と圧倒的な市場規模を持ち、患者数に比例して業務が増大するビジネスモデルです。
日々のオペレーション負荷が高く、業務効率化のニーズが強い構造となっています。

高 ↑ オペレーション負荷 ↓ 低

事業	主要KPI	施設数※	1施設あたり人件費※	1日あたり訪問・来院※	事業特性
 訪問看護	訪問回数 volume	1.9万	2,744万円	18件	施設数が増加傾向にあり、人件費依存度が非常に高い市場。IT導入の主目的は院内オペレーションではなく、訪問スケジュールの最適化や出先でのモバイル記録が中心。
当社領域  **医科診療所**（一般診療所）	患者数 volume	10.4万	7,965万円	42人	**最大の規模を保持するマーケット。受付・問診・電話対応などの日々のオペレーション効率化ニーズが極めて高い。**
 調剤薬局	処方箋枚数 volume	6.3万	3,196万円	56人	処方箋枚数ベースのビジネスであり業務量は多い。レセコンや在庫管理を中心にIT導入が進む一方、大手チェーン化による業界再編とシステムの集約化が進行。
 歯科診療所	患者単価 price	6.6万	3,265万円	19人	自費診療など単価重視のビジネスモデルであり、施設あたりのスタッフ数や日々の業務量は比較的少ない。IT導入は効率化よりも予約やCRMなどマーケティング目的が中心。

※出典：一般社団法人全国訪問看護事業協会「令和7年度訪問看護ステーション数調査結果」、厚生労働省「令和5年医療施設（動態）調査・病院報告の概況」「令和６(2024)年度衛生行政報告例の概況」「令和５年介護事業経営実態調査結果」「第25回医療経済実態調査（医療機関等調査）報告 ー 令和7年 実施 ー」「患者調査 令和５年患者調査 全国編」「令和６年度 調剤医療費（電算処理分）の動向」より当社作成

医療現場のフロント業務は、保険証や紙の問診票などアナログ情報を『人』がシステムに入力する作業が中心であり、
労働集約的なオペレーション構造が残存しています。



歯科・調剤薬局・訪問看護は施設間の業務差が小さく、標準化されたシステムでDX化が進みやすい。一方、医科診療所は診療科目・疾患特性によって業務フローが異なり、汎用パッケージでは対応が難しい。当社はこの領域に約30年向き合ってプロダクトを開発し続けています。

診療科・疾患タイプ別の患者対応と業務フローの違い

医科診療所

	急性疾患	慢性疾患	特殊外来
 一般内科	発熱・感冒など短期完結型。感染症の来院前症状確認と混雑時への対応が必須	高血圧・糖尿病など定期受診が前提。処方管理と来院リマインドが離脱防止の鍵	生活習慣病・禁煙外来など専用問診フローと保険要件確認の個別対応が発生
 小児科	来院前の感染症リスク確認が最重要。待合での感染拡大防止オペレーションも必要	発達支援・アレルギーなど保護者を含む継続フォローと書類発行が発生	アレルギー外来など専用問診と段階的な治療計画管理。保護者への定期情報提供も必要
 整形外科	外傷・骨折など緊急処置が多く画像確認とリハビリ連携が必須	腰痛・関節痛など長期リハビリ通院が中心。治療進捗の可視化が離脱防止に直結	スポーツ・術前外来など専門問診と術前同意書など文書管理が複雑
 皮膚科	視覚診断が中心。患部画像の事前収集と感染症の待合分離対応が求められる	アトピー・乾癬など長期投薬と副作用確認、生活指導フォローが継続受診の鍵	美容・レーザー外来など自費比率が高くカウンセリングと決済フローが保険診療と大きく異なる

クリニック

科目・疾患特性で業務フローが異なる

↓

それぞれに合ったプロダクトが必要

診療科目や疾患特性により業務フローが異なりそれぞれに合ったプロダクトが必要

その他医療機関



歯科	予約・診療・会計の流れが定型的で診療科差が小さい。定期検診の来院サイクル管理と予約・CRMがDXの主要ニーズ
調剤薬局	処方箋の受付・調剤・投薬指導という画一的フローで完結。レセコン・在庫管理が中心でチェーン展開により標準化が進む
訪問看護	訪問スケジュール・記録管理が業務の中心。モバイル記録とシフト調整が主なDXニーズで施設間の業務差は小さい

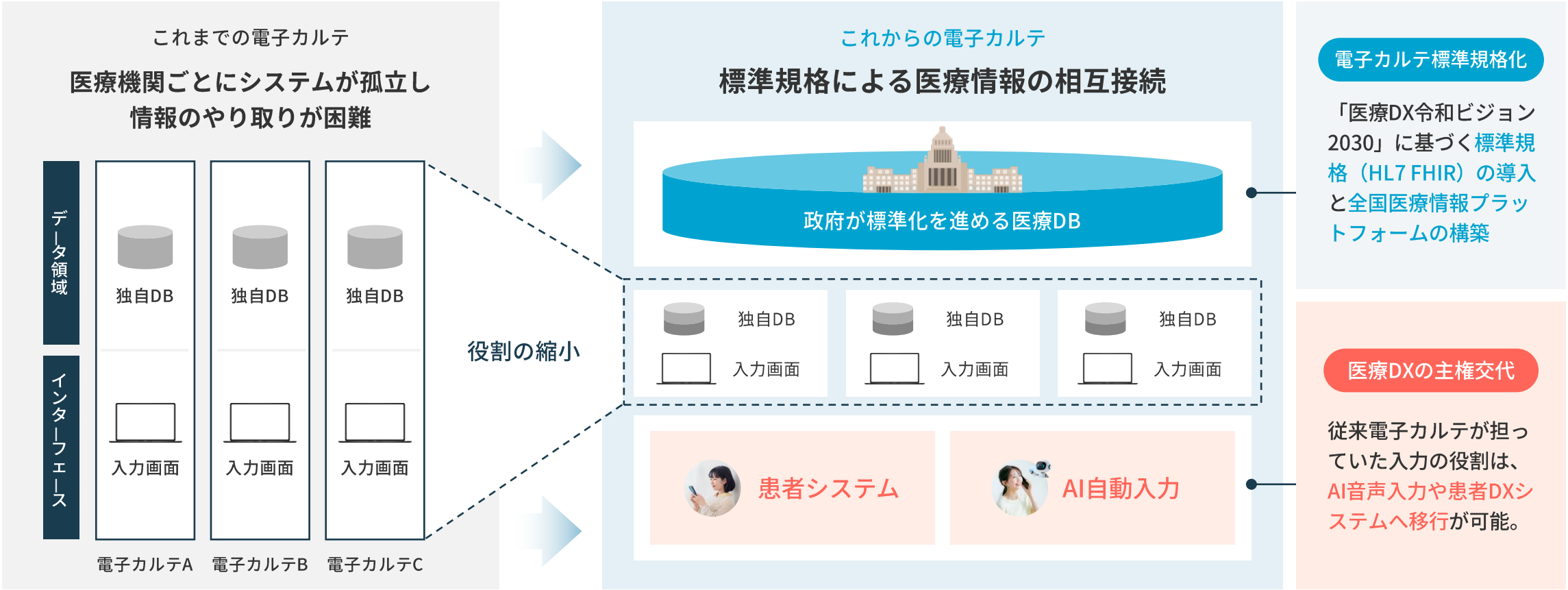
その他医療機関

業態で標準化

施設間での業務フローの差異が小さく標準化されたオペレーションでDX化が容易

基幹システムの「汎用化」がもたらす、医療DXの主権交代

政府主導の「電子カルテ標準規格化」により医療機関間のシステム孤立は解消され、相互接続を前提とした共通インフラへ移行します。
従来カルテに集約されていた「入力・操作」の役割はAIや外部システムへと分離・代替されるパラダイムシフトが起こると考えられます。



CONTENTS

2027年6月期 第1四半期 決算説明資料

01 会社・事業概要

02 業績・KPI

03 Topics

04 市場・競合環境

05 競争力の源泉

06 成長戦略

07 APPENDIX

マルチプロダクト戦略

予約・問診・患者管理などの機能を独立したプロダクト（ユニット）として開発し、それらを緩やかに連携させています。
医療機関は必要な機能だけを選んで組み合わせることができ、診療科や患者層に合わせた最適なフローを柔軟に構築できます。

当社のマルチプロダクト戦略		電子カルテを中心とした統合システム
各機能がベスト・オブ・ブリード（専門特化）で開発・改修。診療プロセスの全体最適化	業務プロセス	コアプロダクトを中心に機能を追加していく統合型システム
製品・機能を組合せ最適に構築		単線的
低い 必要な機能から導入可能	導入障壁	高い 全面入れ替えが必要
都度可能	導入タイミング	数年に一度
短い	商談リードタイム	長い
製品単位でスピーディーな機能開発が可能	拡張性	影響範囲が大きく開発・保守工数が大きい
１機能だけの解約でもアカウントは維持されやすい	切替リスク	１つの不満で全解約の可能性





医療機関ごとに必要な機能を選び組み合わせることが可能



統合型CRM
基幹システム

決済 | 問診
電子カルテ
レセコン | 予約



全システムの刷新が必要なため導入タイミングが限られる

複雑な診療オペレーションに対応する、現場理解と運用設計力

単なるツール提供に留まらず、患者導線の全域をカバーする製品群と他社カルテ連携、そして定着を支える手厚い運用支援を実施。現場を知り尽くした「業務設計」を通じて、診療科目や患者の特性に最適化された運用モデルを構築しています。

患者診療フロー特化のプロダクト設計

患者ジャーニーに対して
広く展開可能なプロダクトを提供



オンボーディング・運用支援の手厚さ

オンボーディングや運用支援により
プロダクトの定着を促進



専任スタッフの徹底サポート

現場環境の構築や現地での端末設置、
操作説明などスムーズな運用を支援

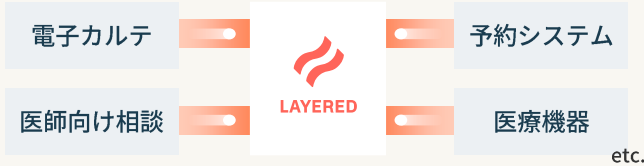


不具合発生時のサポート

運用中に発生する予約メニューの変更
やトラブルなど、導入後の相談に対応

他社システムとの連携力

現場業務の設計力により
他社システムとの組み合わせが可能



提携サービス一例

Weverly! / Voice Chart / PayCAS POS for clinic
LunaLuna ルナルナメディコ / nodoca / Medii Eコンサル

深い現場理解により、診療科目・患者特性に応じたベストプラクティスの提供を実現

代理店網を活用した「レバレッジ・セールス」

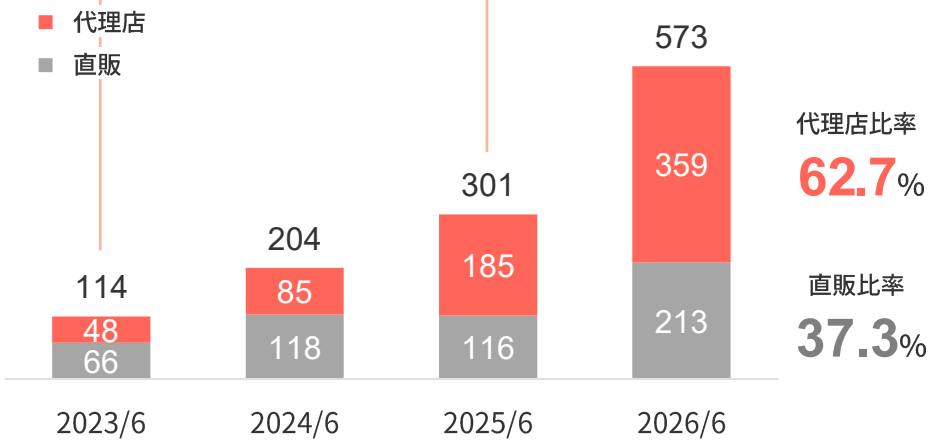
株式会社メディパルホールディングスとの資本業務提携により、パートナーが有する医療機関ネットワークを活用し、
販売効率を向上させ、顧客獲得コストを抑制しながら、さらなるシェア拡大を進めていきます。

イニシャル事業 医療機関向け導入初期費用 販路別売上高※1

1 **2022年12月**
資本提携
MEDIPAL Innovation 投資事業有限責任組合を通じた出資

2 **2024年7月**
業務提携
株式会社メディパルホールディングスと業務提携

チャレンジ 4,000
4,000施設に向けレイヤード製品を導入する施策



代理店比率 **62.7%**

直販比率 **37.3%**

主要販売パートナー

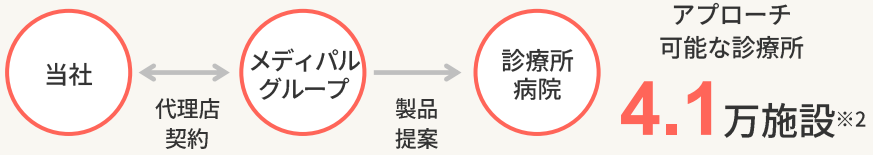
メディパルホールディングス

2024年7月業務提携 国内医療用医薬品卸売最大手

1 MEDIPAL Innovation 投資事業有限責任組合

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を対象に投資
当社株式を3.51%保有 (2026年9月末)

2 チャレンジ 4,000スタート



3 親引けによる株式取得

上場時に公募株式のうち142,800株（約2億円）を親引けにより取得。
業務提携先として、関係性の維持・さらなる発展を図る
当社株式を5.01%保有 (2026年9月末)

※1：各数字は2022/6の初期費用売上高を100としたときの数値

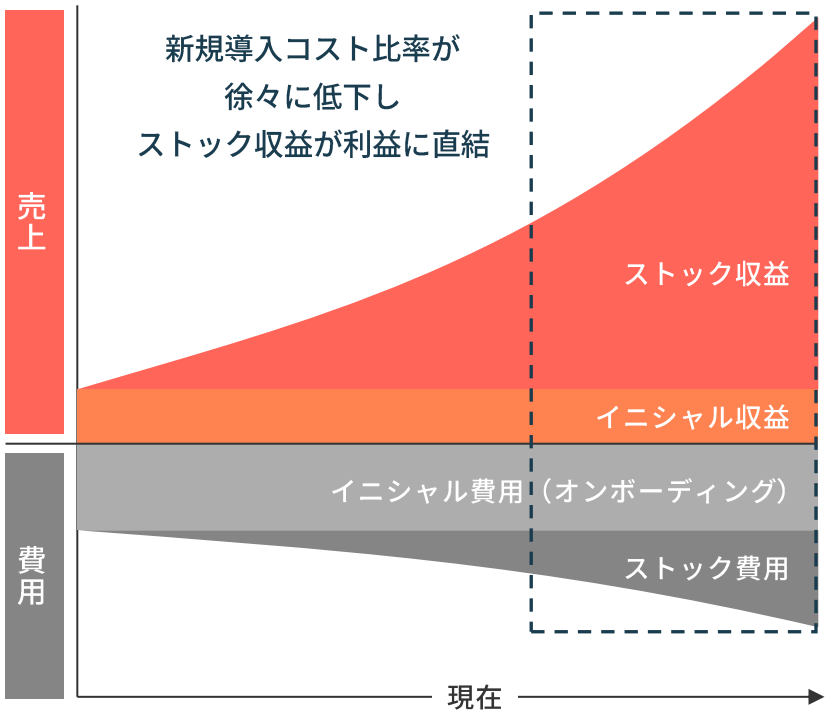
※2：メディパルHDの子会社、株式会社メディセオHPに記載「お得意様数約10万軒」のうち診療所・病院を合わせた41%から推定（2026年3月31日現在）

顧客増加で収益効率が向上する「スケーラブル運営」

オンボーディングへの戦略的投資を行うことで定着・クロスセルの最大化を図り、顧客基盤の拡大とともに利益率が向上する収益構造を実現しています。各プロダクトが着実に損益分岐点を突破し、安定して利益を創出する強固な事業基盤を確立しています。

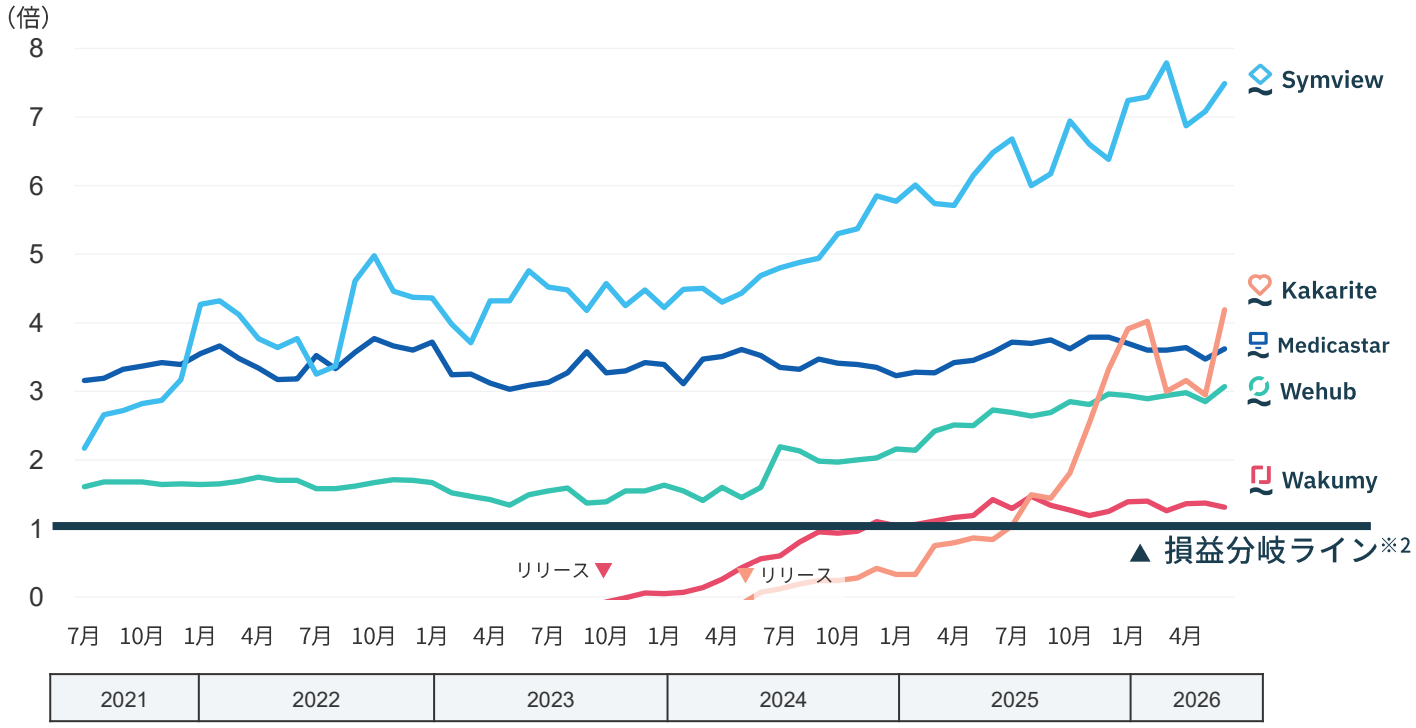
医療DX事業の売上高と費用イメージ

オンボーディングコストをストックの利益がカバー



各製品ストック粗利 サポート人件費倍率※1

ストック収益は利用医療機関数が増えるほど収益効率が高くなる



※1：サービス別月額粗利（収益-サーバー費）÷サポート人件費 ｜ ※2：月額直接粗利÷ サポート人件費＝1＝営業利益ベースの損益分岐点

CONTENTS

2027年6月期 第1四半期 決算説明資料

01 会社・事業概要

02 業績・KPI

03 Topics

04 市場・競合環境

05 競争力の源泉

06 成長戦略

07 APPENDIX

既存顧客基盤は着実に拡大。新規契約の獲得を最優先の課題として取り組む

既存SaaSは利用医療機関数・ARPUともに伸長し、AIリモート医事サービスもテスト導入で成果を確認しました。
一方、新規契約は社内計画を下回っており、代理店との提案強化やキャンペーンにより改善を図ります。

成長戦略	当四半期の主な取り組み	結果・KPI	評価	次の打ち手
既存SaaSの伸長 成長戦略①	・クロスセル・アップセル ・オプション機能の追加 ・オンボーディング・CSの強化	利用医療機関数 **6,212施設** 前年同期比 **+20.7%** ARPU 前年同期比 **+7.4%** 月次解約率 **0.38%**	順調	・既存顧客への追加提案を継続 ・API連携による利便性の向上
新規契約の獲得 代理店・直販	・プロモーションの強化 ・代理店販売網の拡充 ・インサイドセールス体制の強化	契約数は当初の社内計画を下回る イニシャル収益 予算達成率 **93.1%**	課題	・代理店との提案活動の強化 ・既存顧客への追加提案 ・キャンペーンの実施
AIリモート医事サービス 成長戦略②	・受付自動化ツール開発（開発完了） ・3施設へのテスト導入展開（受付自動化） ・自社向けリモート算定システム開発（開発中）	テスト導入施設で 受付業務の約**80%**自動化※	順調	・対象電子カルテの拡充 ・受付自動化サービスを正式販売開始予定 ・自社向けリモート算定の開発完了

※ 評価：順調＝計画どおり進捗／課題＝計画を下回り対策を実施中。※ 自動化の実績は当社調べであり、効果を保証するものではありません。

レイヤードが目指すのは、医療機関の現場から医療事務作業をゼロにすることです。

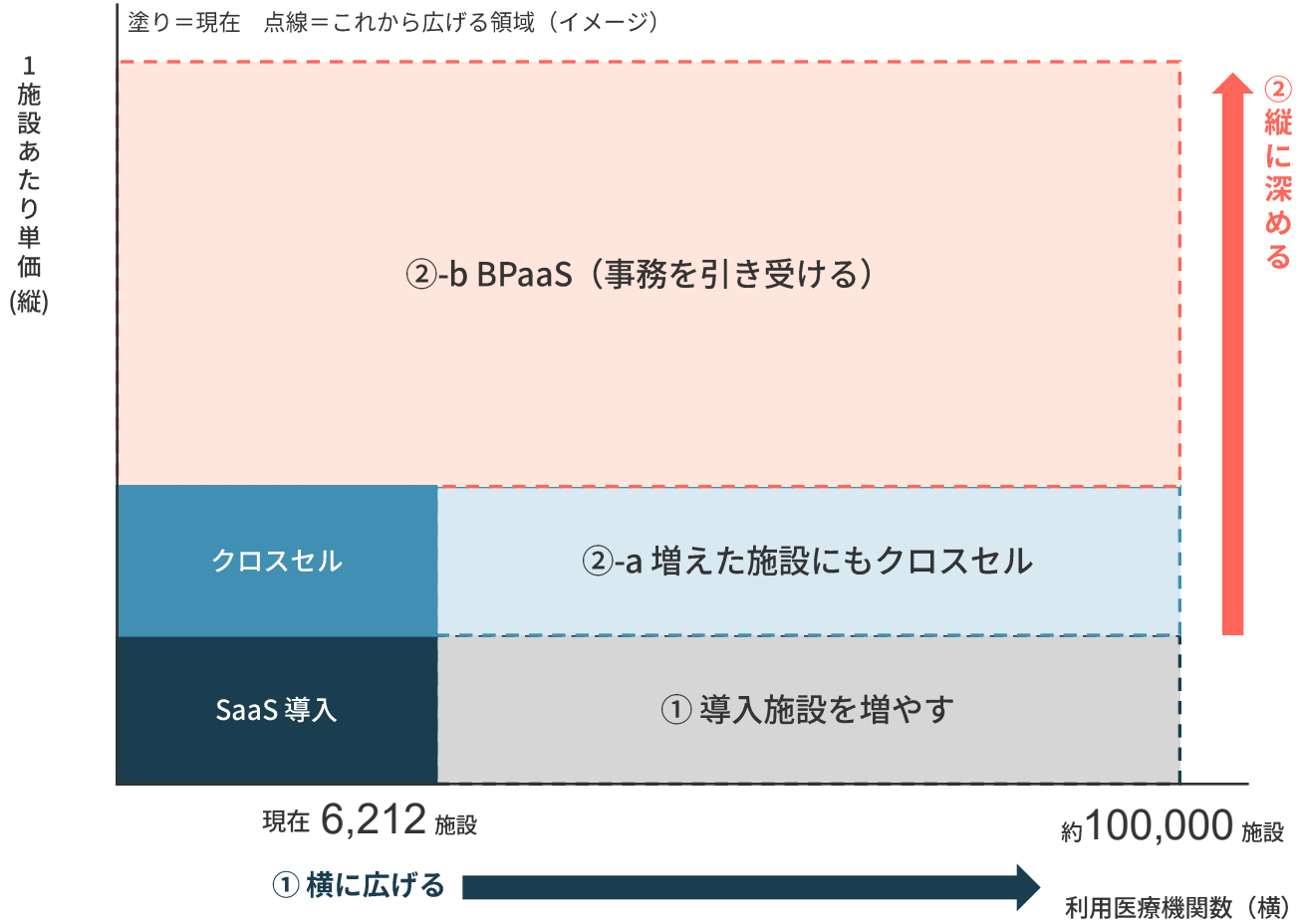
事務作業を「SaaS導入によるBPR」「AIによる自動化」「リモートセンターでの監視」に置き換える。
現場に残るのは、患者に向き合うコンシェルジュだけ。事務そのものを現場に置かなくてよい状態を目指します。

医療事務業務		従来・現在の医療機関の現場	レイヤードが目指す医療機関の現場
			
受付事務	受付処理 / カルテ登録	人手で受付対応し、患者登録・資格情報登録も人手で入力	無人受付機で患者自身が受付。以降の登録処理はAIが自動化
	電話業務	すべて人が対応	AI電話エージェントが受電の一次対応
	予約・問診等	人手での操作を多く介する	SaaSにより患者自身が入力（WEB予約・WEB問診）＋AIがカルテを自動入力
会計	会計算定	レセプト知識が必須。経験により人が判断し、人力で登録	AIにより半自動化。難しい判断だけベテラン人材が対応
	締め・月次チェック等	日々の締め作業や月次の算定チェックも人力中心	AIにより自動化

※削減実績は当社調べであり、効果を保証するものではありません。※「ゼロ」は当社が目指す方向性を示す表現であり、完全な無人化を約束するものではありません。

売上高は「横に広げる × 縦に深める」の掛け算で成長する

医療機関の現場から医療事務作業をゼロにするため、① 事務をゼロにする施設を横に広げ、② 1施設あたりの事務を縦に深くゼロへ近づけます。売上高は「施設数 × 1施設あたり単価」の面積として拡大します。



① 横に広げる

利用医療機関数を増やす

- 新プロダクトの連続投入
- 代理店網の拡充
- 病院外来DX・自治体連携

②-a SaaSで事務を減らす

1施設あたりの導入製品を増やす

- 基幹業務（問診・予約）の導入を起点に
- 複数製品へのクロスセルで単価が上がる

②-b BPaaSで事務を引き受ける

事務そのものを当社が担う

- 標準化（BPR）した事務をSaaS×AIで代替
- 既存顧客へのアップセルとして展開

既存SaaSビジネスの伸長

既存プロダクトの継続的な機能強化に加え、戦略的な新サービスを連続的に投入。
既存顧客への追加提案を推進することで、顧客単価の向上と中長期的な顧客価値の向上を図ってまいります。

主要プロダクト	種類	提供内容	2017	2021	2023	2025	今後の機能拡張予定	
Symview	SaaS	WEB問診 / 電子同意書 / オンライン診療	開始				母子手帳との連携、各種PHR機器との連携	AI機能搭載予定
Iver	SaaS	電話自動応答システム		開始				
Wakumy	SaaS	予約システム			開始		ワクチン接種管理機能、チャット・音声での予約機能	
Kakarite	SaaS	患者管理システム（PRM）			開始		検査計画管理機能、患者マイページ機能	
無人受付	SaaS	無人受付ソリューション				開始	マイナリーダー複数台連携機能、院内誘導機能	
NEW Capai	SaaS	AI電話エージェント				開始	2026年6月リリース 初期段階では診療所/病院の予約コールセンター向けにリリース	



AI電話エージェント

Capai

医療機関の受電をAIが要件別のシナリオに沿って対応し
対応内容を記録する医療機関向けAI電話エージェント

主な機能

AIによる自然対話	複数シナリオ分岐
聴取内容データ格納	電話転送機能
対話内容要約・書き起こし	QA対応機能

※：リリース時期は決算期年度

SaaS×BPR※1×AIによるAIリモート医事サービス※2

ツールの提供にとどまらず、医療機関のノンコア業務を標準化（BPR）し、SaaSとAIによりプロダクトとして提供。
人的依存から脱却し、再現性の高いスケーラブルな収益モデルを目指します。

	予約・問診	受付業務	診療・検査	会計業務	月次業務
SaaS事業	予約・問診・電話	無人受付	オンライン診療	スマート決済	
BPR×AI		受付業務		日次レセプト処理	月次レセ算定処理

AIリモート医事サービス※2

SaaS × BPR × AI

- マルチプロダクト
- 標準化された業務プロセス
- AIによる自動処理最適化

医療機関A　医療機関B　医療機関C　医療機関D　…

患者受付業務を標準化（BPR）し SaaS×AIにより自動処理

業務フローの再構築（BPR）　SaaS｜AI



患者　無人受付　SaaS×AI機能

業務内容			
	資格確認	新患登録	高齢者等入力支援
	受付登録	カルテ準備	医療証等画像保管

レセプト作成プロセスをAIにより 自動処理・精度向上を継続

業務フローの再構築（BPR）　SaaS｜AI



患者情報　レセプト作成　SaaS×AI機能

業務内容			
	レセ計算・登録	明細書/領収書発行	スマート決済処理
	月次レセプトチェック		月次帳票作成

※1：BPRはBusiness Process Re-engineeringの略称　※2：「AIリモート医事サービス（BPaaS）」はサービス開始に向けてBPaaS準備室を2026年4月に設立。

なぜ当社がAIリモート医事サービスを提供できるのか

BPaaSは「人を送り込む」労働集約型のアウトソーシングではなく、業務がデジタル化・標準化されていることを前提とする装置型のビジネスです。当社はSaaSの導入を入口に、その前提条件そのものを約6,000施設の医療現場に実装してきました。

予約・問診・無人受付で診療の入口を押さえているから業務が最初からデジタル空間で完結。そのため現場に人を置く必要がない

	①	②	③	④
当社	**SaaSを入口にした「全体最適」のBPR** 診療業務全体のスループットに対する知見とプロダクトを持つため、業務プロセス全体を再設計(BPR)し標準化できる。	**診療の入口からの正規データ化** 予約／問診／無人受付の3つで入口の情報を完全に取得。人の再入力を挟まず、最初からデジタル空間で業務が回る。	**AIの判断に使える自社データ** 基幹業務・レセプト領域で豊富なデータを蓄積。SaaS利用を通じて継続的に蓄積されるデータを、AIの学習・高度化に活用できる。	**提供先獲得のS&Mコストが不要** SaaSの営業と同時に提案でき、既存顧客へのアップセルとして立ち上がる。追加の顧客獲得コストが要らない。
他社	電子カルテは「カルテ入力業務」単体の視点でしか効率化できない。	電子カルテ起点では「人が入力する」ことが業務の起点になり、結局現場に人が必要になる。	データが顧客資産に留まるBPO、院内に閉じる電子カルテには蓄積されない。	新規開拓を都度必要とする事業者とは、立ち上げの原価構造が異なる。

原価構造

人員増に依存せず、施設が増えるほど1施設あたりのコストが低下

入力データが構造化されているため、施設数が増えても必要な追加人員を抑制可。
P.33で示したSaaS事業のスケーラビリティを、BPaaSにも活かすことができる。

参入障壁

「診療科ごとに業務フローが違う」構造（P.27）がそのまま障壁

施設ごとの業務フローを理解していない事業者は、業務を代行できません。
当社の参入障壁は、BPaaSではさらに厚くなります。

※学習利用にあたっては契約上の利用範囲および個人情報保護法上の取扱いを別途整理しています。

AIリモート医事サービス｜最もペインの大きい「算定・レセプト業務」を引き受ける

会計業務（＝診療報酬の算定とレセプト作成）は、診療科目・地域・医療機関・医師の方針によって判断が異なる、複雑性の極めて高い業務です。算定の精度が医療機関の収入に直結するため、ベテラン医事スタッフの確保がそのまま経営課題であり続けてきました。

なぜ「算定・レセプト業務」が本丸なのか

複雑性
診療科目・地域・医療機関・医師の方針で、算定の判断が異なる

収入直結
算定の精度がそのまま医療機関の収入を左右する

人依存
ベテラン医事スタッフの確保が経営課題であり続けてきた

上記の理由により、これまで自動化されてこなかった

当社の仕組み ― AI × ベテランの二層チェック

蓄積
当社保有の豊富なレセプト情報からどう算定すべきかのノウハウを蓄積

AIが処理
複数医療機関の算定・レセプト業務を中央集中で高速に処理

人が確認
リスク度合いに応じてベテラン医事スタッフが人の目を通す

人を送り込むBPOではない。AIが処理し人はリスクの高い部分だけを見る

医療機関のコストメリット

事務 2〜3人分の業務がコンシェルジュ1人＋当社への支払いで賄える

従来・現在



医療事務・受付 2〜3人
受付・電話・予約・算定・レセプトをすべて院内で処理

COST
人件費
2〜3人分

導入後

当社
AI＋ベテラン

＋



コンシェルジュ 1人
患者対応に専念。事務作業は当社が中央集中で引き受け

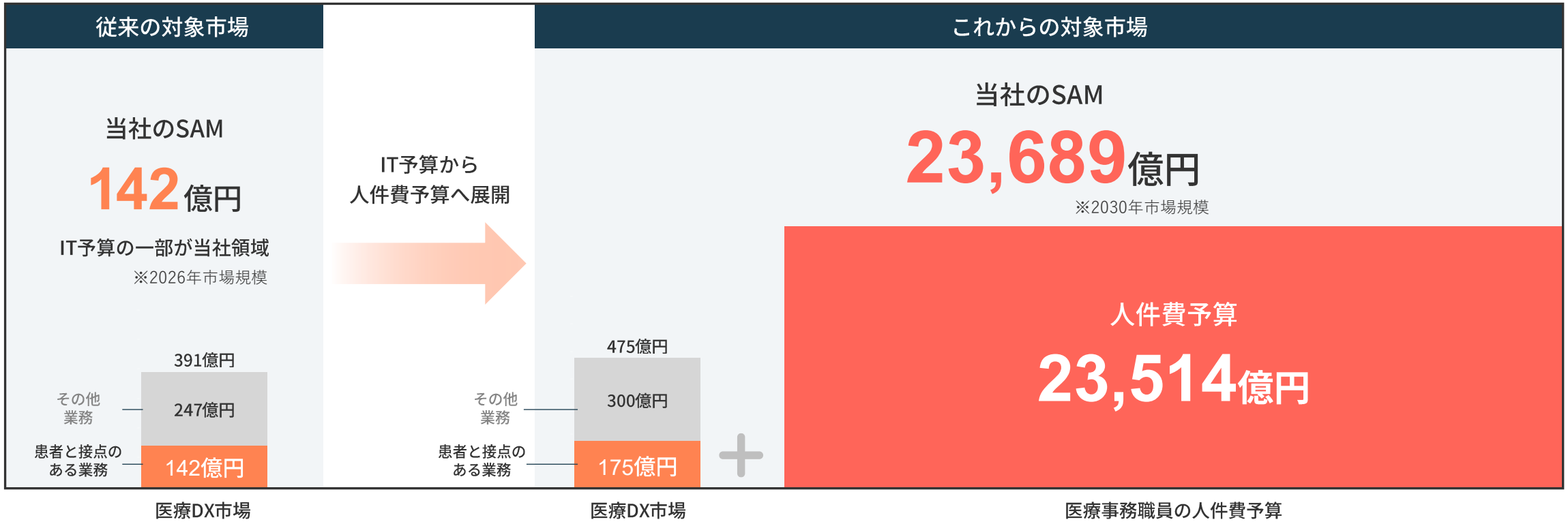
COST
人件費 1人分＋
当社への支払い

差し引き約1人分のコストで受付から算定・レセプトまですべて賄える

※人員数は当社が想定する標準的な無床診療所のケースであり、医療機関の規模・診療科目により異なります。学習利用にあたっては契約上の利用範囲および個人情報保護法上の取扱いを別途整理しています。

対象市場の拡張｜「IT予算」から「人件費予算」へ

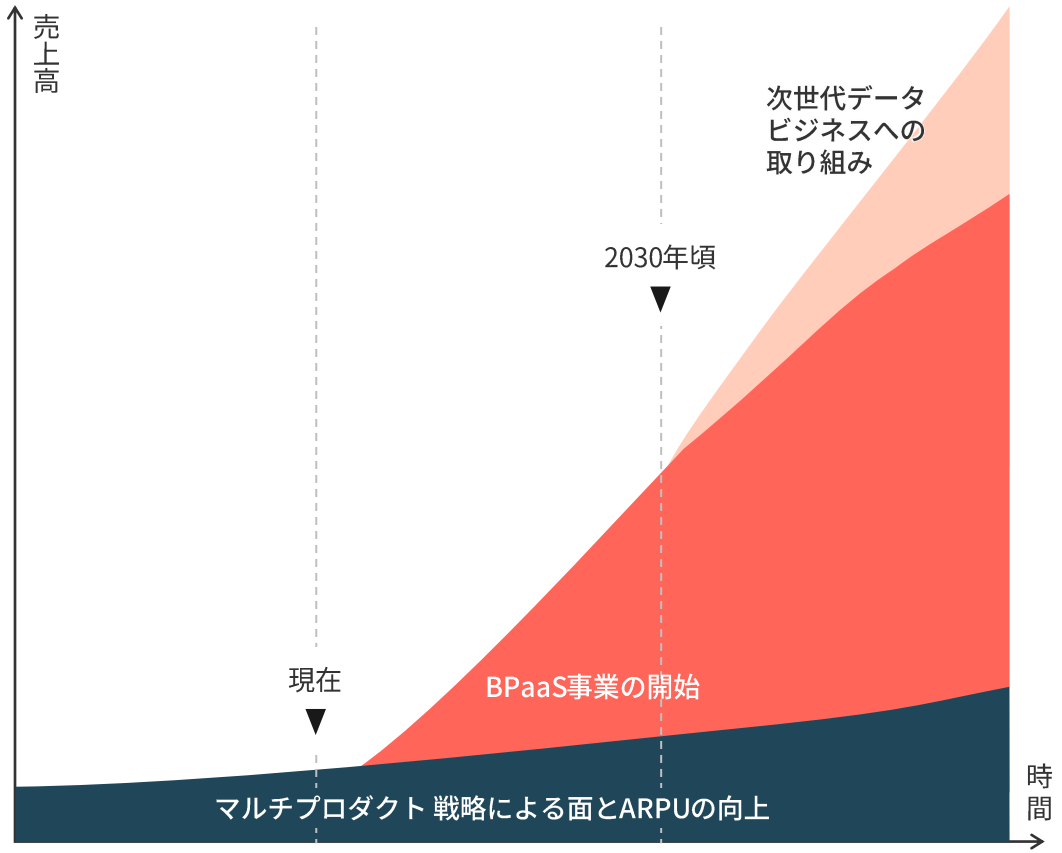
医療事務の業務負荷と人件費の大部分は、患者対応に伴う膨大な業務に集中しています。当社はフロントエンドSaaSを足掛かりに、ソフトウェア市場から巨大な労働・人件費市場へと拡大します。



※1：矢野経済研究所「2025年版医療ICT市場の現状と展望～クリニック・薬局市場編～」図表1.2-2：クリニック・薬局医療ICT市場規模推移（表）　クリニック合計2026・2030年度予想
※2：全国の一般診療所と一般病院に従事する事務職員数に平均報酬および法定福利費（15%）を乗じて算出。算出にあたっては、令和5年「医療施設(静態・動態)調査・病院報告の概況」P22、令和7年実施「第２５回医療経済実態調査（医療機関等調査）報告」P314.331を参照。将来推計については、厚労省「令和5年国民医療費の概況（48.0兆円）」から「医療費の将来見通し」における2030年度予測（61.7兆円）への伸長率（+28.5%）を反映し当社にて推計。

事業の多層化による収益構造の変化

今後SaaS事業に加え、BPaaS事業、データ事業を構築していくことで、各事業のシナジーを活かしながら強固で高収益な事業構造を目指していきます。



データ事業	● SaaSの基盤による仕組み・データを活用するため、大きな開発コストは必要なし ● 売上の大半が営業利益に直結する極めて限界利益率が高いビジネスモデル
BPaaS事業	● BPOではなくAI活用による業務のプロダクト化によるコストリーダーシップ ● SaaS事業からのアップセルによりS&M費用はほぼかからない
SaaS事業	● パートナー網活用によりCACを極小化 ● クロスセルでのARPU向上および利用医療機関数増大により利益率は増大 ● CSおよびS&Mに継続的に投資

CONTENTS

2027年6月期 第1四半期 決算説明資料

01 会社・事業概要

02 業績・KPI

03 Topics

04 市場・競合環境

05 競争力の源泉

06 成長戦略

07 APPENDIX

LAYERED

会社名	株式会社レイヤード LAYERED Inc.（旧社名：メディアコンテンツファクトリー）
本社所在地	福岡市博多区博多駅中央街8-27第16岡部ビル5階
支店	東京・名古屋・大阪
事業内容	医療DX事業
設立	1998年7月
資本金	100百万円（2026年6月末現在）
従業員数	171名（2026年6月末現在）
決算期	6月末



代表取締役社長

毛塚 牧人 Kezuka Makito

大阪大学人間科学部卒業後、PwCコンサルティングおよび医療ITベンチャーでの役員経験を経て2008年に当社の代表取締役に就任し、2011年に創業者より株式を取得。主力事業をデジタルサイネージからSaaS型医療DX事業へと転換させるピボットを成功させ、マルチプロダクト戦略による成長を牽引。

厚生労働省・デジタル庁病院情報システム等の刷新に向けた協議会・2025年度構成員



代表取締役社長

毛塚牧人 Kezuka Makito

大阪大学卒業後、PwCコンサルティングおよび医療ITベンチャーでの役員経験を経て2008年に当社の代表取締役に就任し、2011年に創業者より株式を取得。主力事業をデジタルサイネージからSaaS型医療DX事業へと転換させるピボットを行う。



専務取締役 メディア本部長

田澤悟郎 Tazawa Goro

NTTおよびPwCコンサルティングを経て、医療ITベンチャーにてメディア事業を統括。2008年に当社経営に参画し、当社の安定的な収益基盤の構築と維持を担う。



取締役 管理本部長

三角健二郎 Misumi Kenjiro

2003年の入社以来、事業の要となる現場責任者を歴任。深い業務理解を活かし、現在は管理本部長としてバックオフィス全般を統括し管理体制を構築。



取締役CTO エンジニアリング/サポート本部長

二階義元 Nikai Yoshimoto

ソフトウェア開発会社での開発責任者を経て2017年に当社へ入社。新規事業開発室長として主力製品「Symview」の立ち上げを主導するとともに、現在はCTOとして技術戦略の立案・実行を担う。



取締役CMO マーケティング本部長

伊藤 愛 Itoh Megumi

2010年の入社以来、クリエイティブ領域の責任者としてブランド構築に貢献し、現在はCMOとして市場認知の拡大と効率的なリード獲得モデルの構築を推進。



取締役

吉澤 尚 Yoshizawa Nao

弁護士・弁理士としてIT・ヘルスケア分野の法務やスタートアップ支援に精通し、行政のイノベーション政策にも有識者として関与。2023年の就任以来、専門的知見から経営への助言・監督を行う。



取締役 監査等委員・常勤

坪谷敏郎 Tsuboya Toshio

公認会計士・税理士として監査法人および複数の上場企業での監査役経験を有し、2022年社外監査役就任（2024年より常勤監査等委員）、当社の監査体制強化を牽引。



取締役 監査等委員

佐藤孝幸 Satoh Takayuki

弁護士の資格を持ち、数多くのIPO企業での社外役員経験に基づく会計・法務の知見を活かして、2023年社外監査役就任（2024年より監査等委員）、当社のガバナンス強化に寄与。



取締役 監査等委員

田村 茂 Tamura Shigeru

金融機関を経て、上場企業のCFOや医療系企業の代表取締役、VCの常勤監査等委員などを歴任。医療・投資分野への深い知見に基づき、2024年の就任以来当社の監督機能を担う。

創業事業である医療サイネージで培った「患者とのコミュニケーション」ノウハウを基盤に、事業領域を拡張。 現在は、予約から問診、決済、患者管理まで、診療プロセスを一気通貫で支援する医療DXプラットフォーマーへと進化を遂げています。

年度	事業領域	医療DXストック事業 利用医療機関数（施設）	プロダクト	沿革	業務提携
1998	サイネージ＋コンテンツ		Medicastar	1998年7月福岡市に㈱メディアコンテンツファクトリー設立（代表：三明 良） 日経BP販売㈱と共同で医療機関向けデジタルサイネージ「メディウィンドウ」を提供開始	
2007	広告事業			代表取締役に毛塚牧人が就任。デジタルサイネージ広告配信サービス(メディア事業)開始	
2009			Wehub	医療機関向けホームページ制作サービス開始	
2010				創業者より毛塚牧人・田澤悟郎が株式を取得	
2017	医療DX	1,795	Symview	WEB問診Symviewリリース	2022年12月 ㈱メディパルHDと資本提携 / メディカル・データ・ビジョン㈱ と資本業務提携
2018		1,887			
2019		2,160			
2020		2,577			
2021		2,971	Iver 電子同意書	電話自動応答システム Iverリリース ・Symview電子同意書リリース	
2022		3,502		㈱レイヤードに社名変更	
2023		4,092	Wakumy Kakarite	予約システム Wakumyリリース・患者管理システム Kakariteリリース	
2024		4,787			2024年7月 ㈱メディパルHD(子会社を含む)と業務提携
2025		5,929	無人受付 Capai	Wakumy 無人受付ソリューションリリース・AI電話エージェントCapaiリリース	

※年度は決算期ベース

主要KPI　サービスの流れ ⟶　お金の流れ ⇢

外部パートナー

クラウド
サーバー

端末

他社
サービス

提供　支払い　提供　支払い

LAYERED

医療DX｜ストック・イニシャル事業

広告事業

媒体提供　支払い

他広告媒体

外部パートナー

医療DX
ストック事業

医療機関数
×
ARPU

医療DX
イニシャル事業

導入件数
×
平均導入単価

販売代理店・直販

システム提供

支払い

広告代理店

広告枠の提供

支払い

広告事業

案件数 × 平均案件単価

顧客



医療機関



広告主

サービス
提供

サービス
利用

広告視聴

利用者



患者

患者導線の各段階をカバーする製品群で、医療機関の業務を支援

医療機関を探す段階から、問い合わせ・予約・問診、来院後の受付、受診後のフォローまで、患者導線全体を当社製品で支援しています。

区分	患者行動	プロダクト	提供サービス	プロダクト概要
院外	医療機関を探す	Wehub	WEBサポート	受診につながる患者動線の整備と、患者コミュニケーションを支援
	問合せ	Iver	電話自動応答システム	複数回線の同時接続で電話の取りこぼしを防ぎ、問い合わせ内容から患者ニーズを可視化
	問合せ	Capai	AI電話エージェント	医療機関の受電をAIがシナリオに沿って対応し、対応内容を記録
	予約	Wakumy	予約システム	時間帯予約と順番受付の併用で、待ち時間の短縮と診療件数の最大化を両立
	問診	Symview	WEB問診／電子同意書／オンライン診療	来院前の詳細な情報収集で診察の質を高め、感染疑い患者の事前トリアージを実現
院内	来院・受付	Wakumy 無人受付	無人受付ソリューション	マイナンバーカードや保険証による受付登録を無人化し、フロント業務を省力化
	待合	Medicastar	デジタルサイネージ	医療機関向けデジタルサイネージ・動画コンテンツの制作と配信（広告媒体としても活用）
院外	受診後	Kakarite	患者管理システム	受診データから離脱予備群を抽出し、個別メッセージで治療からの離脱を防止

※無人受付ソリューションは予約システム「Wakumy」のオプション機能として提供しております。



Webサポートシステム

Wehub

受診につながる患者動線の整備と、患者コミュニケーションを支援するサポート

ホームページを「見て終わり」にせず、予約動線などを考え受診につながる設計を提供

機能の概要



運用開始時の
セットアップ



無制限の
運用更新サポート



医療動画コンテンツ
提供

提供する価値



医療者が享受できる価値

サイト改善に必要なデータを
集約・閲覧可能

問い合わせ工数の削減



患者が享受できる価値

LINEでかかりつけ病院の
情報受信や予約が可能

ホームページからの動線が
わかりやすく、予約が容易に

初期費用
207,900円～（税込）
月額費用
13,200円（税込）

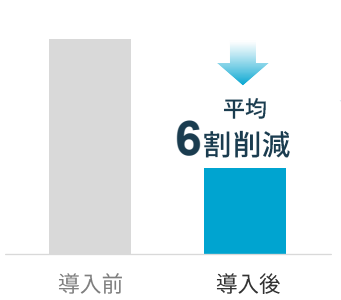


電話自動応答システム

Iver

医療機関専用に開発された クラウド型電話自動応答システム

受付電話を平均6割削減。医療人材を「人にしかできない業務へ」



導入施設の受付電話対応

機能の概要



自動音声案内と
SMSによるWEB誘導



通話録音・
AI文字起こし・要約機能



時間帯・曜日別の
スケジュール調整

提供する価値

医療者が享受できる価値

- 業務中断の解消
- スタッフの負担軽減
- 人手不足の解消

患者が享受できる価値

- 24時間365日つながる
- SMSで正確な情報を残せる

月額費用

2,200円（税込）

従量課金

通話料・SMS送信料

※初期導入ハードルが極めて低い価格設定



WEB問診・電子同意書・オンライン診療

Symview

独自のアルゴリズムで熟練した医療者のような聴取を実現するWEB問診システム

来院前に患者情報を把握し、診療の「質」と「効率」を劇的に向上

機能の概要



診断推論ロジックで
質問の自動出し分け



電子カルテへの
ワンタッチ転記・連携



電子同意書・オンライン
診療・決済機能の統合

提供する価値

医療者が享受できる価値

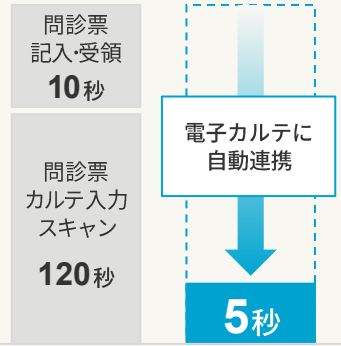
カルテ入力業務の大幅削減、
感染症の事前トリアージ、
診察時間の短縮により、医師が
「患者と向き合う時間」を創出

患者が享受できる価値

自宅で落ち着いて症状を入力
できるため「伝え漏れ」を防止

待ち時間短縮によるストレス軽減

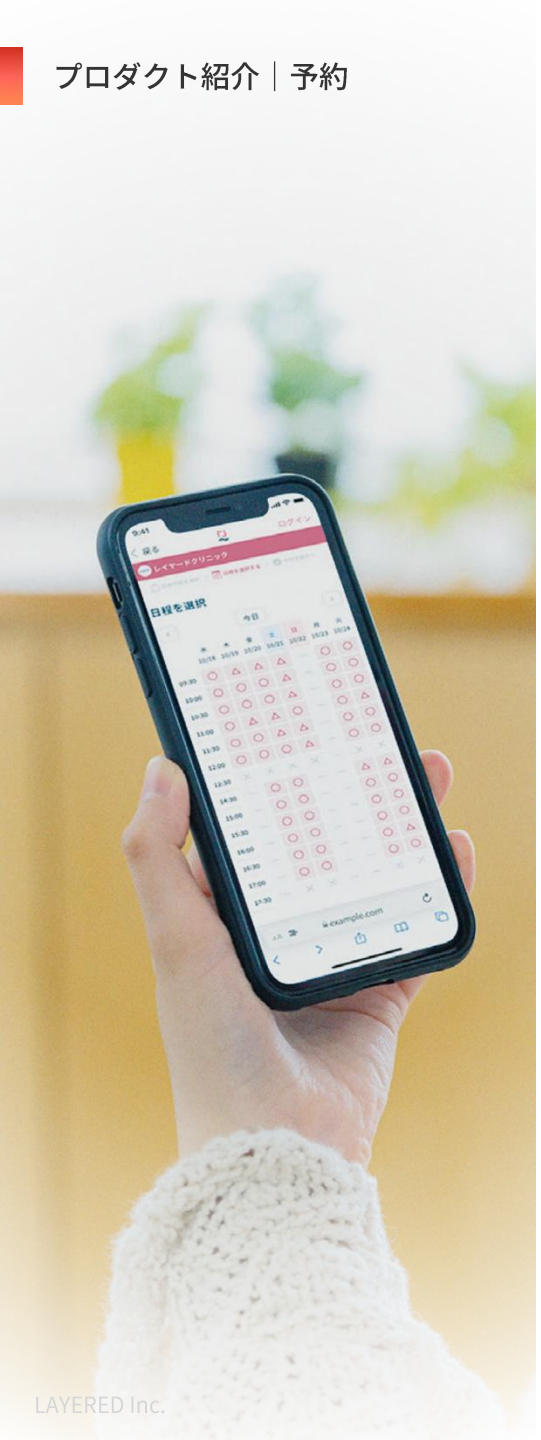
受付スタッフの負担削減イメージ



初期費用
165,000円（税込）

月額費用
16,500円（税込）

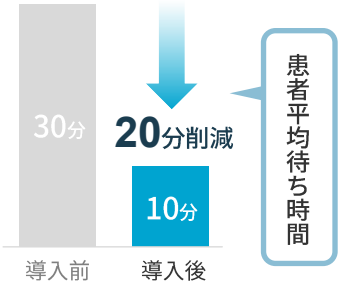
※オプション：電子同意書、スマート決済等は別費用



予約システム

Wakumy

クリニックに最適な予約・受付運用を実現し、患者数を最大化する医院経営支援システム



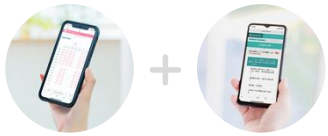
機能の概要



時間帯予約と
当日順番受付の併用運用



患者・医療者
どちらにも使いやすいUI



WEB問診Symviewとの
完全連携（予約時に問診必須化）

提供する価値

医療者が享受できる価値

- 予約枠の空き状況を可視化し集患機会の損失を防ぐ
- 電話予約対応の工数を削減
- 院内の患者導線最適化

患者が享受できる価値

- 24時間スマホから予約可能
- 院内待ち時間が予測でき通院のハードルが下がる

初期費用
440,000円（税込）
月額費用
16,500円（税込）

※Symviewとのセット導入割引あり



無人受付ソリューション

Wakumy 無人受付

保険診療に必要な情報を不足なく取得しながら受付業務を削減し、無人化を実現。

資格確認書や医療証等の書類確認、患者の取り違え防止等の医療機関の受付課題を解決

機能の概要



マイナカード顔認証端末との連携



資格確認書・医療証の撮影



スマート決済・自動精算機と連携

提供する価値



医療者が享受できる価値

- 診察券の廃止
- ヒューマンエラーの削減
- 繁忙期の受付処理の分散

従来受付業務 495秒 → 無人受付 270秒

受付業務の省力化

患者1人あたりの受付対応時間 45% 削減

初期費用
495,000円（税込）

月額費用
5,500円（税込）



デジタルサイネージ・動画制作

Medicastar

医療機関向けデジタルサイネージ・動画コンテンツ制作配信サービス

待合室を「医療教育」の場へ。正しい知識で患者の治療参加を促す

機能の概要



オリジナル動画制作と1,000本以上のstockコンテンツで運用



院内のデジタルサイネージやHPで動画活用



企業協賛番組を放映することで費用を抑えた運用が可能

提供する価値

医療者が享受できる価値

- 同じ説明を繰り返す負担軽減
- 自費診療や検診の啓発による増患と単価向上

患者が享受できる価値

- 待ち時間の体感時間を短縮
- 自身の疾患や治療法の深い理解

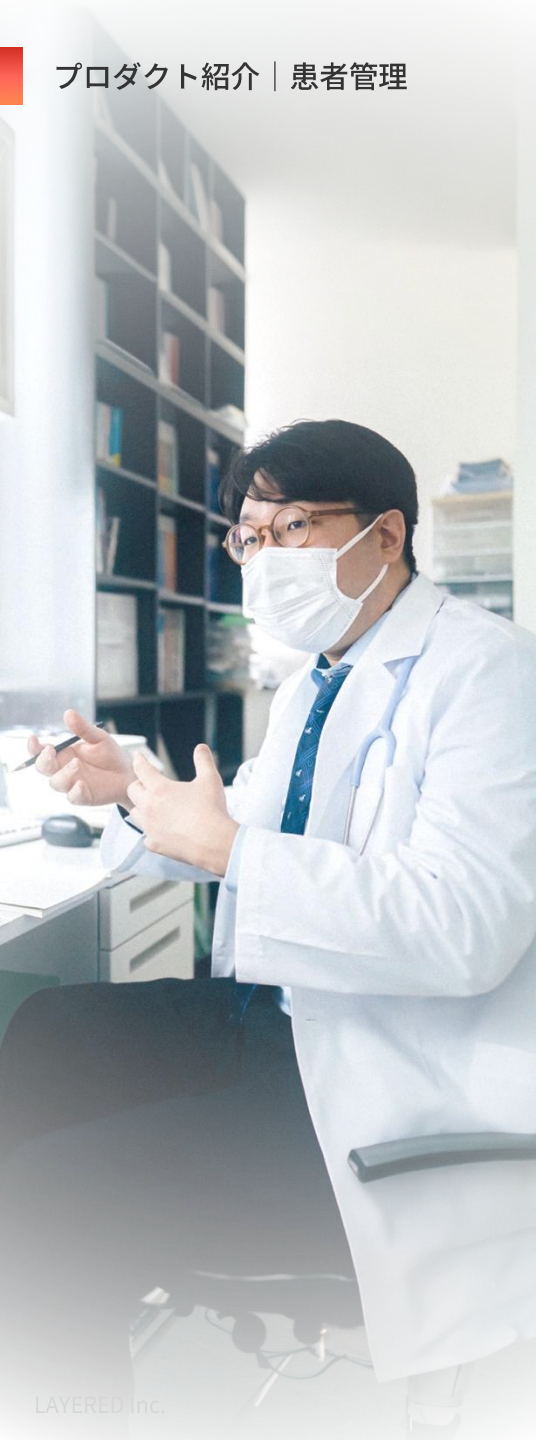
国内最大級の医療サイネージネットワーク

3,700面以上

初期費用※1
330,000円（税込）

月額費用※2
16,500円（税込）

※1 機器1台・動画制作含む ※2 クリニック向け



患者管理システム・PRM

Kakarite

電子カルテやレセプト、問診データを統合し患者との関係性を管理するPRMツール

離脱患者フォローで

40% 再受診

機能の概要



患者DBの自動構築
（離脱予備軍の可視化）



疾患・受診間隔に応じた
メッセージ自動配信



月次経営レポートの
自動生成

提供する価値



医療者が享受できる価値

- 治療中断防止による経営安定化
- 外来データ提出加算等の算定支援



患者が享受できる価値

適切なタイミングで
受診案内が届くため
治療忘れや重症化を防げる

初期費用
165,000円～（税込）
月額費用
2,200円～（税込）

面数拡大に伴い飛躍する「メディア・広告事業」のポテンシャル

利用医療機関の増加がメディア価値の向上に直結する独自の収益構造を構築しています。
大手製薬会社や公的機関など質の高いクライアントに選ばれ続ける、信頼性の高いメディアへと成長しています。

広告料金の単価設定

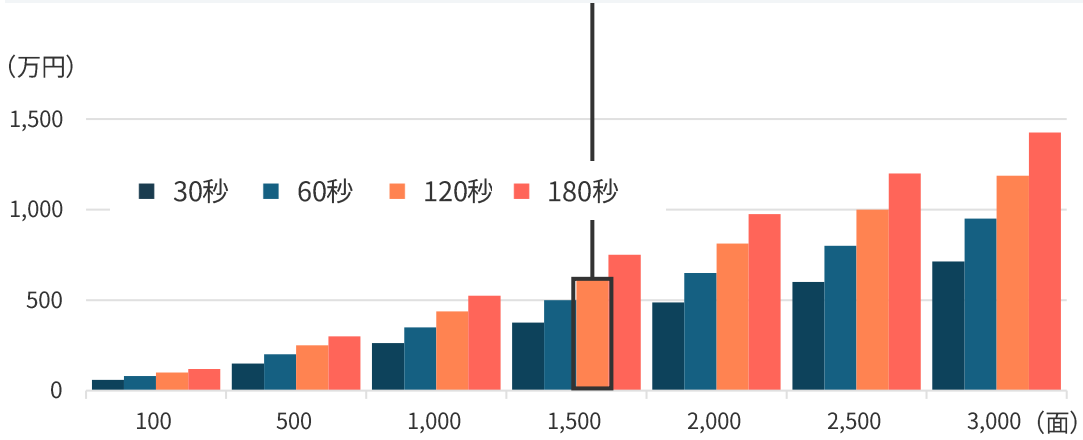
面数拡大に連動する広告の単価設定

SaaSの利用医療機関が増えれば広告も連動して増える仕組み

広告単価の事例
625万円
（1日8回放映 / 1ヶ月）

放映時間　30秒　60秒　120秒　180秒

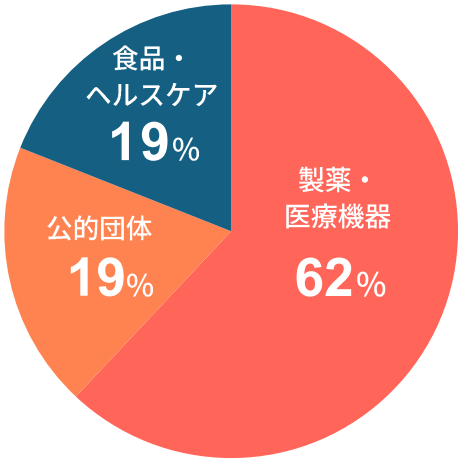
面数　0　1,500　3,000



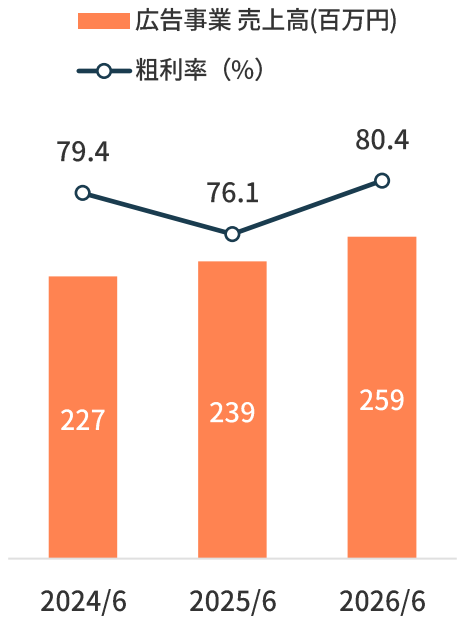
クライアント種別

優良なクライアント構成

大手製薬会社や公的機関など
質の高いスポンサーで構成



広告事業
（2026年6月期）
粗利率 **80.4**%



レイヤード×武田薬品 ｜ 希少疾患の早期発見に向けた啓発プロジェクト

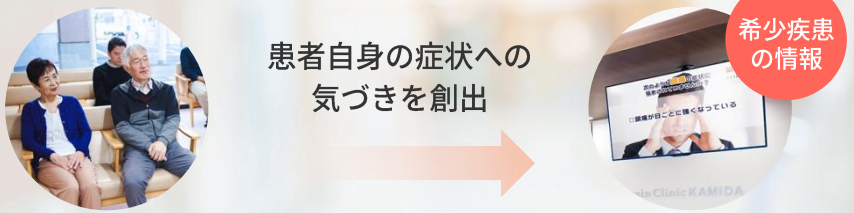
当社と武田薬品工業が連携し、希少疾患の「早期発見・早期診断」を支援する取り組みを開始。WEB問診「Symview」を通じたアンケート調査と、待合室のデジタルサイネージでの情報発信を組み合わせ、見逃されがちな疾患への気づきを促します。

武田薬品と連携したWEB問診「Symview」でのアンケート



患者が受診前に入力する問診導線の中で、希少疾患のリスクを抽出するアンケートを実施

デジタルサイネージによる希少疾患の情報発信



医療機関の待合室で動画等のコンテンツを放映し
患者自身の症状への気づきを創出

啓発対象となる3つの希少疾患

遺伝性血管性浮腫（HAE）

症状	腹部、顔面、喉などに繰り返し起こる浮腫
リスク	咽頭浮腫は窒息の恐れがあり生命を脅かす

原発性免疫不全症（PID）

症状	免疫系欠損により感染症にかかりやすい
リスク	感染症の重症化や、回復に時間を要する

ファブリー病

症状	四肢末端の痛み、発汗障害、不要物質の蓄積
リスク	初期症状が見逃されやすく診断に課題

クリニックDXの成功モデルを巨大な「病院市場」へ展開

院内IT化が進んだ病院でも、患者コミュニケーション業務の多くはアナログのまま残っています。当社は「外来診察・問診」「患者説明・同意」「電話対応」「患者広報」の4領域に特化した病院向けソリューションを提供し、医師が診療に集中できる環境を実現します。

現在の対象市場



一般診療所（クリニック）

一次診療（プライマリ・ケア）
予防・初期診断・慢性期ケア

国内施設数
104,894 院

1施設あたり人件費
79 百万円

展開する対象市場



病院

二次診療
急性期治療・入院

国内施設数
8,122 院

1施設あたり人件費
1,824 百万円

病院外来を支える当社のDXソリューション



外来診察・問診業務DX
診療科目別の詳細なWEB問診で診療前の情報収集とカルテ記載を効率化



患者同意・説明DX
インフォームド・コンセントのデジタル化により説明の質を保ちつつ業務を効率化



電話業務DX
自動応答の導入により、電話応対業務を効率化



患者広報DX
動画により最新の情報を届け、待合室の環境を最大限に活用

STEP 1	STEP 2	STEP 3
院内業務のIT化 ペーパーレス化	部門システムの 整備とデータ連携	対患者業務・ 患者コミュニケーションのDX化

クリニックDXの成功体験に基づく病院外来市場への本格進出

レイヤード×ティーペック｜医療機関向けSaaSの枠を超え、自治体と連携した「地域医療インフラ」へ展開

子育て世代や妊婦が抱える急な体調変化時の「受診の迷い」に対し、当社のWEB問診（Symview）による客観的な受診目安の提示と、ティーペックによる24時間電話相談をシームレスに連携し、新たな市場である自治体向けに展開しています。

「受診の目安ナビ」を共同開発

こどもの症状 受診の目安ナビ

デジタルツールによる客観的な判断軸と専門職による電話相談をシームレスに連携するサービス

LAYERED　T-PEC

① 症状入力　② 受診目安表示　③ 専門職が対応

Symview



救急車
要受診
様子見

電話相談



T-PEC
ティーペック株式会社

24時間健康相談事業サービスのパイオニアとして、企業・自治体・保険会社向けに健康・医療相談サービスを提供。

本社所在地：東京都台東区
設立：1989年6月
代表者：代表取締役社長 兼 CEO 鼠家 和彦

自治体向けに順次リリース

地域住民の安心を支える
新たな「医療アクセス基盤」の構築



受診の目安ナビ

運営・システム提供



自治体

サービス提供



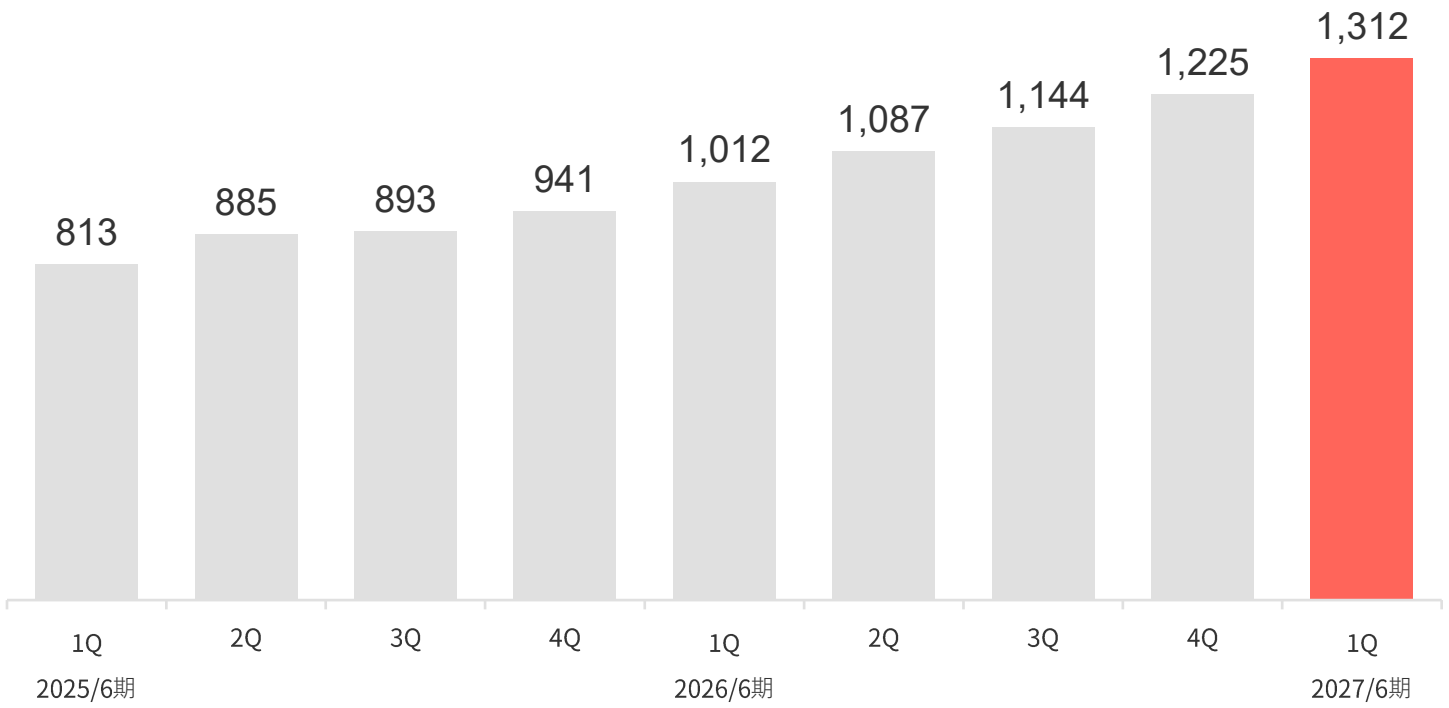
小児・妊婦向けサービス展開

リリース	フェーズ	提供先	サービス
2025年5月	実証実験	福岡市	こどもの症状 受診の目安ナビ
2025年8月	実証実験	札幌市	こどもの症状 受診の目安ナビ
2026年1月	本提供	東京都中央区	こどもの症状 受診の目安ナビ
2026年3月	本提供	自治体	妊婦の症状 受診の目安ナビ

年換算ストック売上高は1,312百万円。既存顧客の売上継続率（NRR）は103%

医療DXストック収益は四半期ごとに積み上がり、既存顧客の継続利用とクロスセルにより、新規顧客を除いても売上が拡大しています。

年換算ストック売上高（ARR）の推移（百万円）



ARR（2027/6期1Q）

1,312 百万円

前年同期比 +29.6%

NRR（売上継続率）

103 %

2025年12月MRR ÷ 2024年12月MRR

月次解約率

0.38 %

2027/6期1Q

利用医療機関数

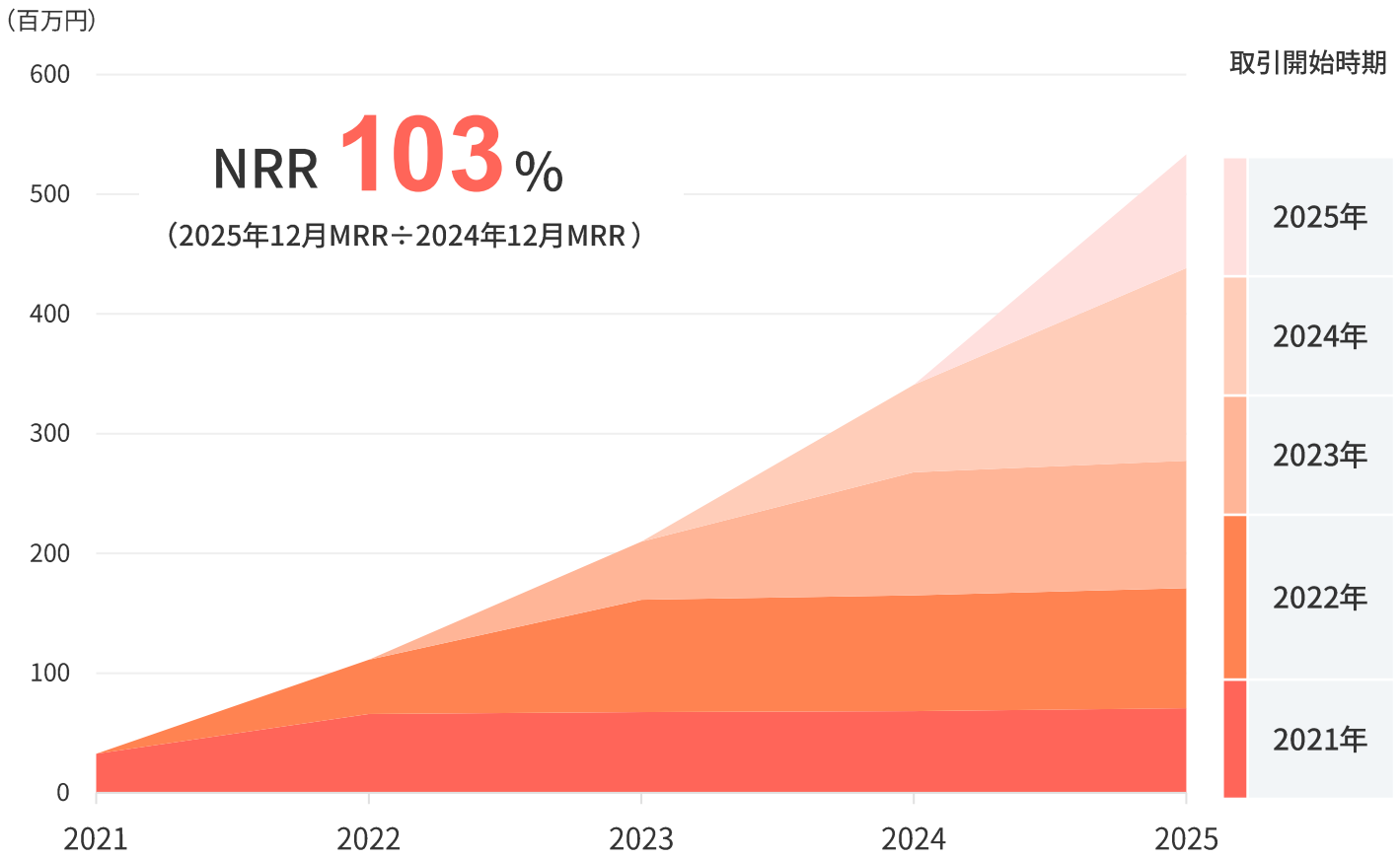
6,212 施設

2027/6期1Q

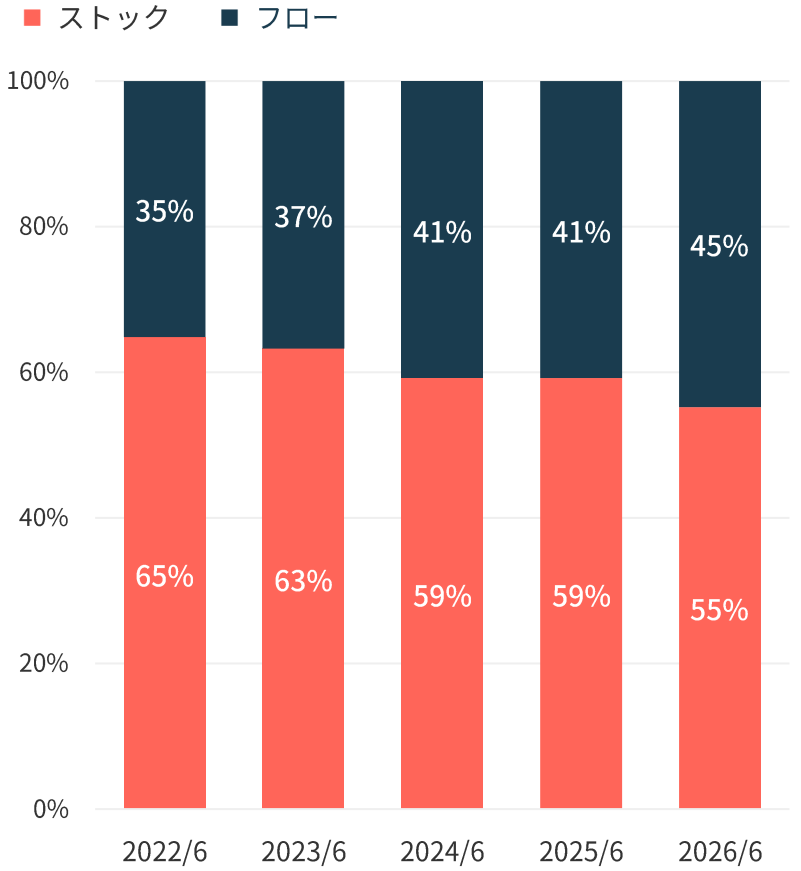
※ ARR＝各四半期末月の医療DXストック事業の売上高×12。NRR＝2025年12月末時点のMRRを2024年12月末時点のMRRで除して算出（新規顧客からの収益を含まない）。

医療DXストック事業において顧客が継続的に利用を続けており、既存顧客による積み上げがストック売上高を支えています。

顧客の取引開始時期別 売上高（医療DXストック事業）



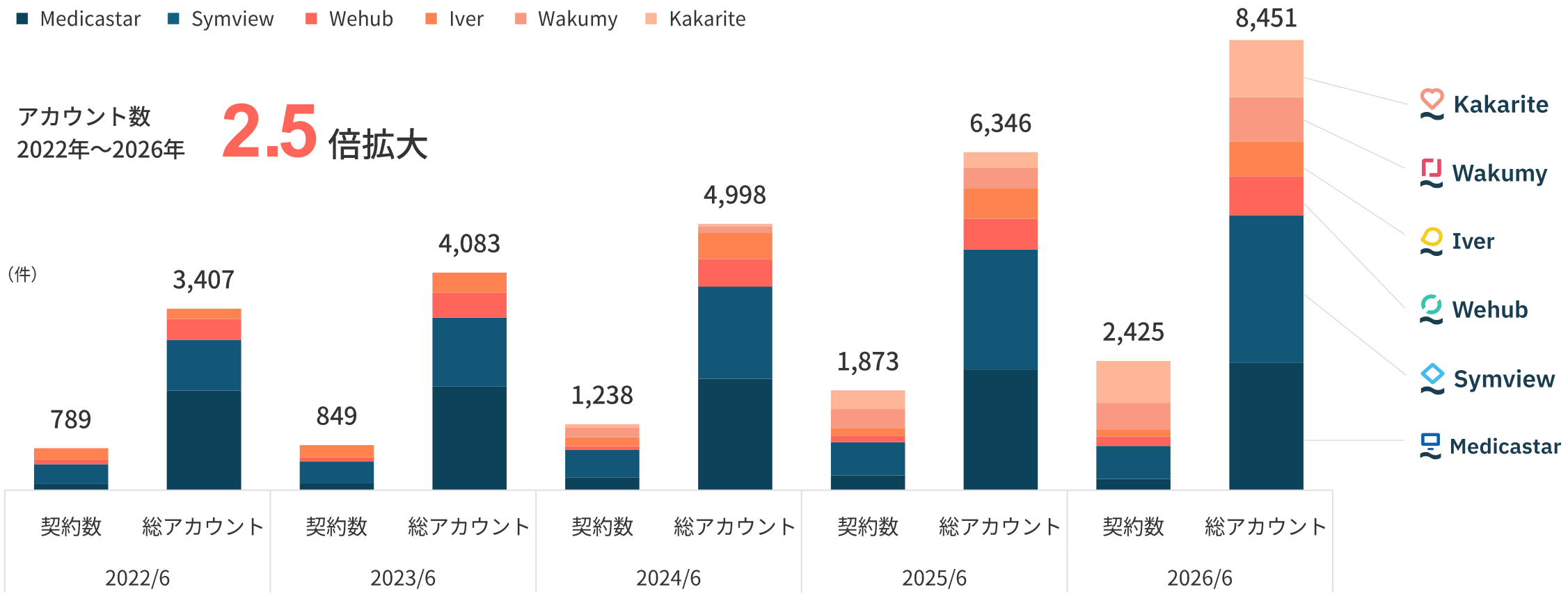
全社ストック売上高比率



※医療DXストック事業における医療機関ごとの月額契約料金を集計しています。2020年12月以前のデータは除外しているため事業売上高の合計とは異なります。1月から12月を1年として算出しています。
※NRRは2025年12月末時点のMRRを2024年12月末時点のMRRで除して算出。新規顧客からの収益は含まない。

契約数・総アカウント数ともに右肩上がりで推移しており、2022年から2026年にかけて総アカウント数は約2.5倍に拡大。
新製品の追加により製品層が厚みを増し、マルチプロダクト戦略による積み上げ型の成長が続いています。

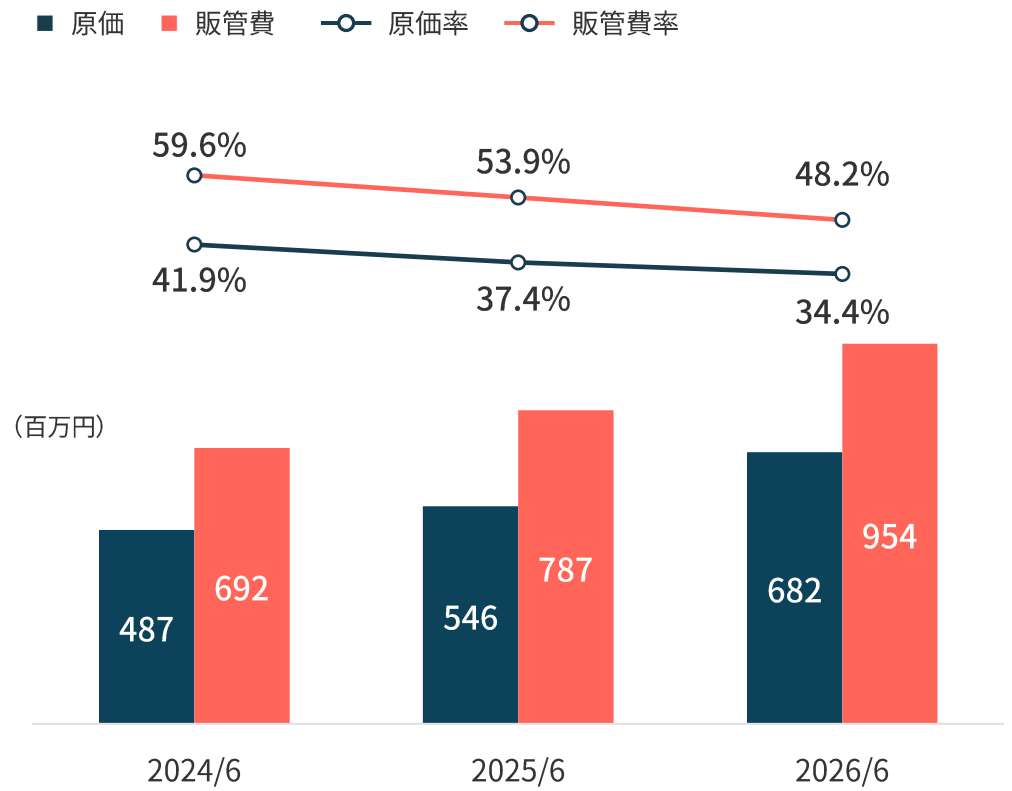
契約数・総アカウント



売上拡大に伴い、原価率・販管費率は低下傾向

サポートの効率化により、原価率・販管費率ともに改善が続いています。
1Qは成長に向けた人材への先行投資と商品仕入の増加により、費用比率は90.0%（前年同期86.6%）となりました。

原価・販管費と対売上高比率の推移（通期）



費用の性質別内訳（1Q比較）

費目（百万円｜対売上高比率）	2026/6期 1Q	2027/6期 1Q
人件費（原価・販管費計）	214｜49.9%	256｜50.3%
変動費（仕入・販売手数料）	43｜10.0%	59｜11.6%
その他経費	114｜26.6%	143｜28.1%
費用合計	**371｜86.6%**	**459｜90.0%**

従業員数

2026年6月末	2026年9月末
171名	175名

※ 原価・販管費は各期の通期実績。従業員数は各時点の在籍人数。
※ 人件費＝原価・販管費に含まれる給与・賞与・法定福利費等。変動費＝商品仕入・広告媒体仕入・販売手数料。その他経費＝上記以外。百万円未満切り捨て。



将来見通しに関する注意事項

本資料には、当社の業績、事業戦略、市場環境等に関する将来の見通しが含まれています。これらは、本資料の発表日現在において入手可能な情報および合理的と判断する一定の前提に基づき当社が判断したものであり、その実現を約束するものではありません。

実際の業績等は、市場環境、競合状況、法規制の変更、金利や為替の変動など、さまざまな要因により、これらの見通しと大きく異なる可能性があります。

当社は、本資料の発表日以降に生じた事象等により、本資料に含まれる将来の見通しを更新・修正する義務を負うものではありません。

本資料に記載されている当社以外の企業等に関する情報および市場データは、公開情報等から引用したものであり、当社はその正確性・適切性について検証を行っておらず、これを保証するものではありません。

本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は、ご自身の判断でなされますようお願いいたします。