

GIMIC Co.,Ltd BUSINESS RESULTS

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)



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

Financial Results

業績概要

2026年3月期 第3四半期

売上、利益ともに前年同期比で堅調に拡大。営業利益率は4.7pt向上

項目	(単位)	25年3月期	26年3月期	増減	
		3Q	3Q	額	増減率 (%)
売上高	百万円	2,600	2,807	+207	+8.0
売上原価	百万円	500	508	+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
	% of sales	8.2	12.9		
経常利益	百万円	212	335	+123	+58.0
	% of sales	8.2	11.9		
四半期純利益	百万円	143	235	+92	+64.7
	% of sales	5.5	8.4		



「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



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

「ドクターズ・ファイル」の主要KPIs①

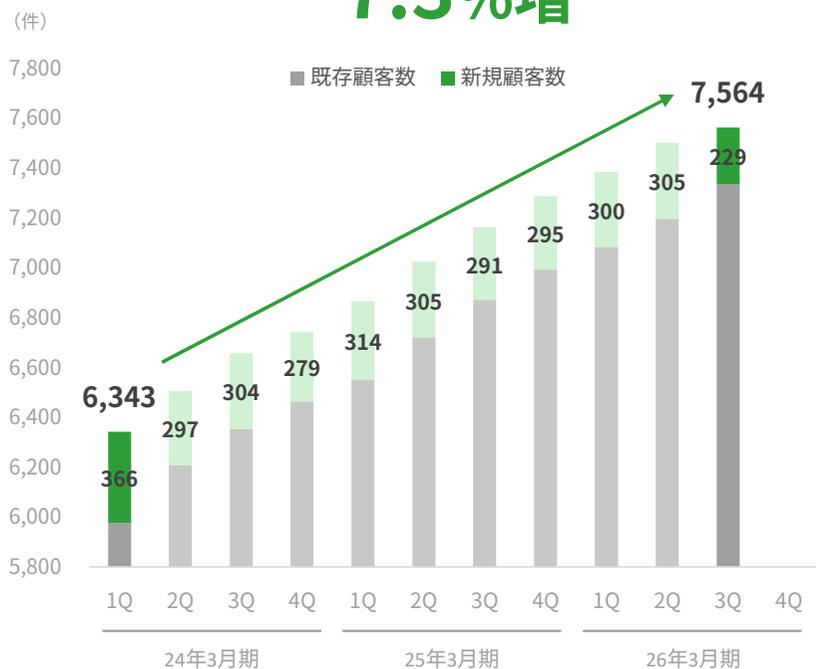
ドクターズ・ファイルの顧客数及びARPAは堅調に増加

Doctors File

ドクターズ・ファイル

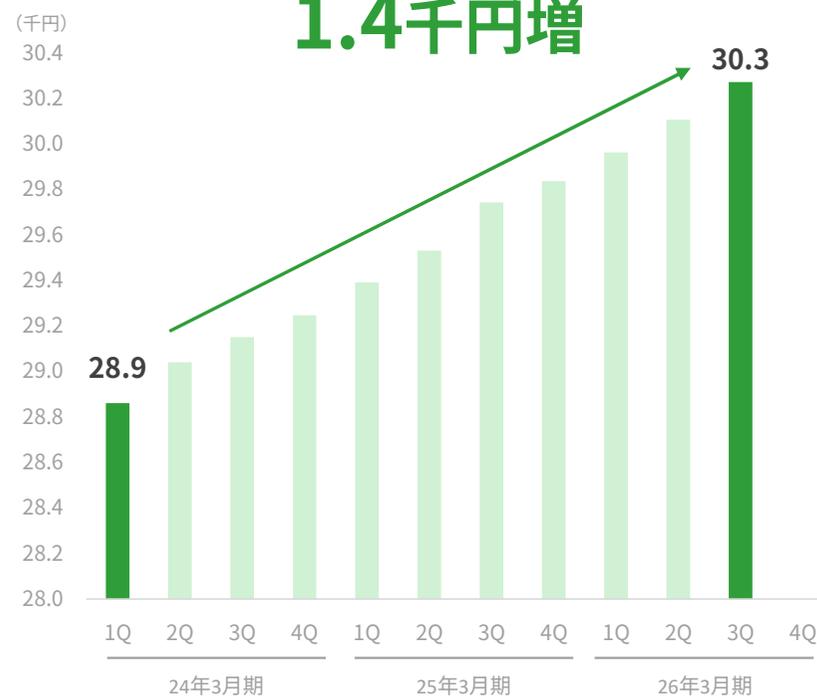
顧客数

CAGR¹
7.3%増



ARPA²

1.4千円増



※1：24年1Qから26年2Qまでの年平均成長率。

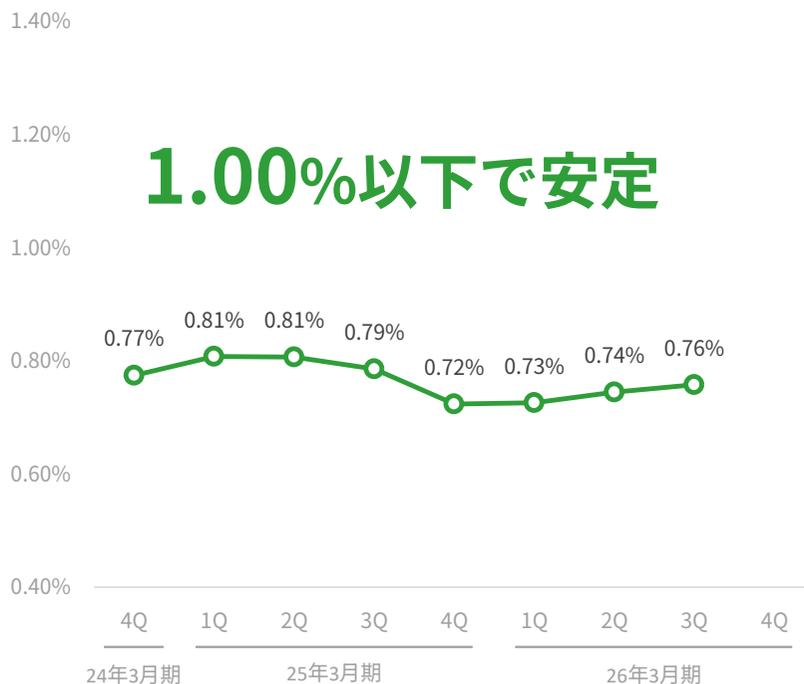
※2：各四半期末時点のストック収入売上高を、同期末時点の顧客数で除して算出。

「ドクターズ・ファイル」の主要KPIs②

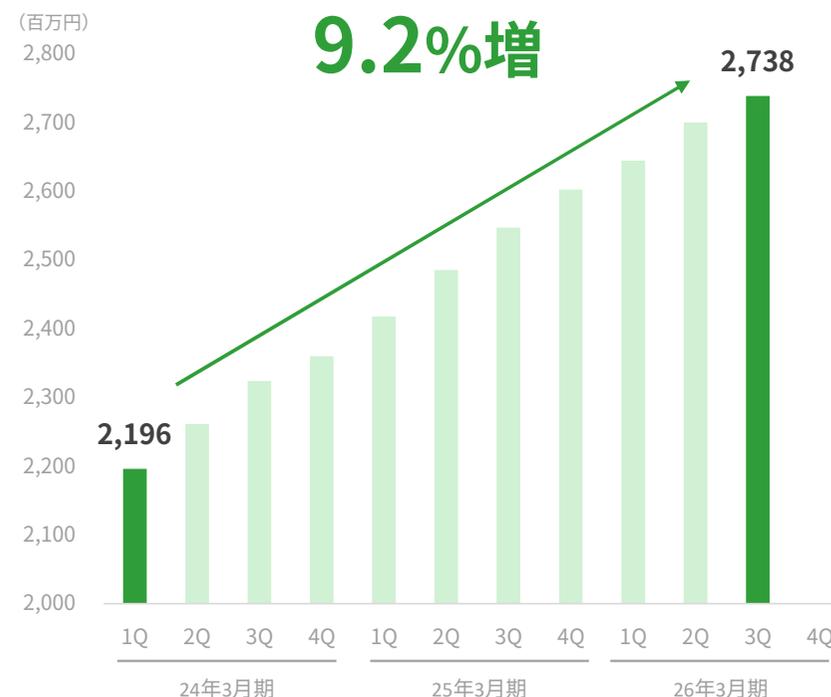
顧客基盤の増加を支える**低い解約率**
ストック型のビジネスモデルにより**安定した継続成長**を実現

Doctors File
ドクターズ・ファイル

月次解約率¹



ARR推移²



※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。

2026年3月期 通期業績見通し



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				

Company Profile

会社概要

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)



パーパス

GIMIC

不信



患者

気軽に相談できる自分にあった
クリニックが見つからない

不安



医師

誠心誠意医療に取り組んでいても、
周囲に理解されているか分からない

不便



医療スタッフ

院内DXが進まず、労働集約的な環境に
ストレスを感じている

GIMIC

クリニックとの強い接点を持つメディアを中核とする
医療特化型プラットフォーム

パーパス

健康を願う人と守る人の「不」を「希望」に

Products

プロダクト

「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

ホスピタルズ・ファイル

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 】



医療職向け転職支援サービス



クリニック専用
人事評価/人材マネジメントシステム



クリニック向け人事相談窓口



医療系求人情報サイト

【 院内業務DX領域 】



医療機関専用 情報共有アプリ



LINE連携型予約管理システム



クリニック専用
WEB予約管理システム



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 】



医療連携プラットフォーム

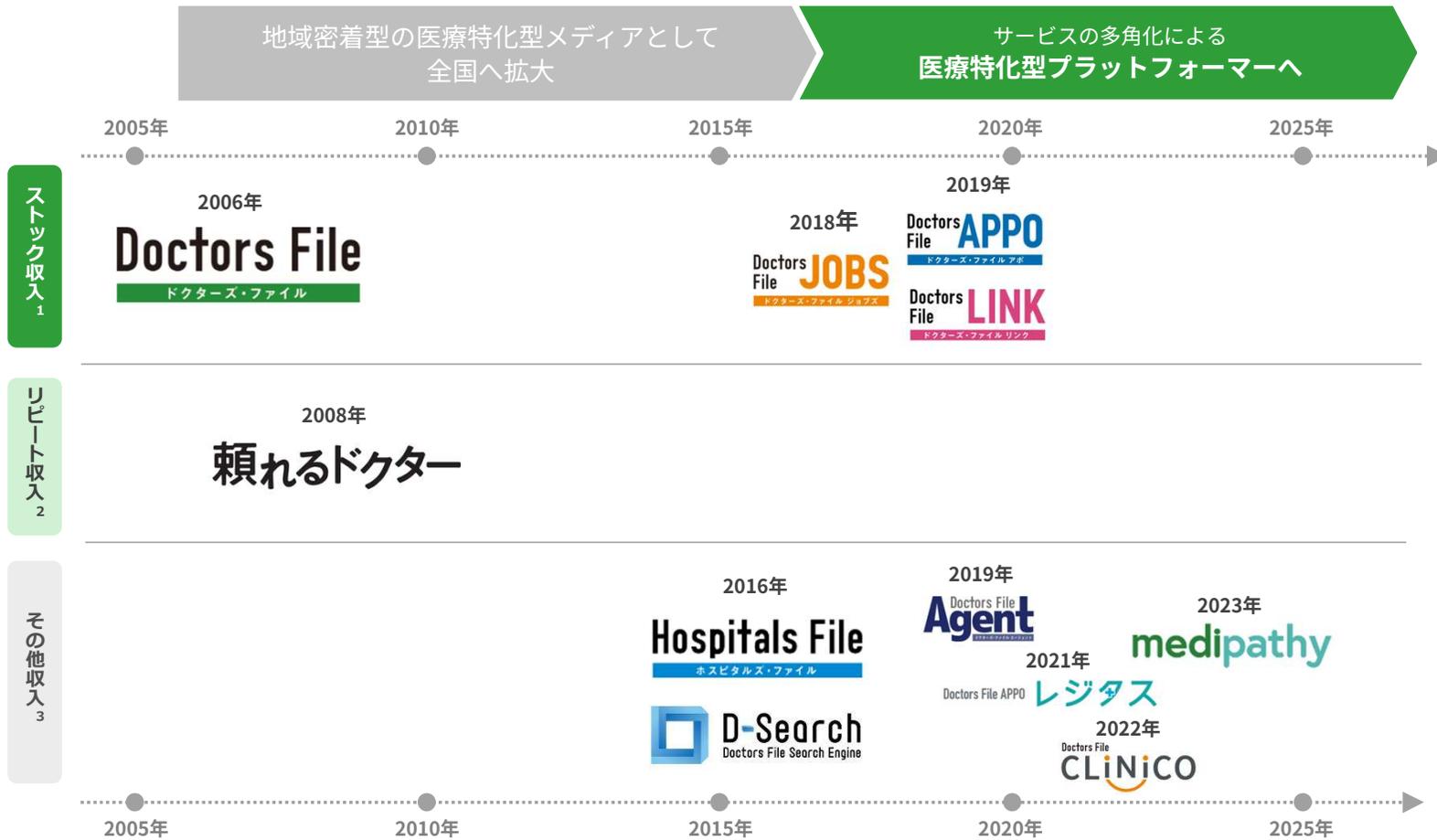


医療連携ガイドブック



地域医療連携イベント

プロダクトの沿革



※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：レポート収入は「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レポート収入を除いた収入。

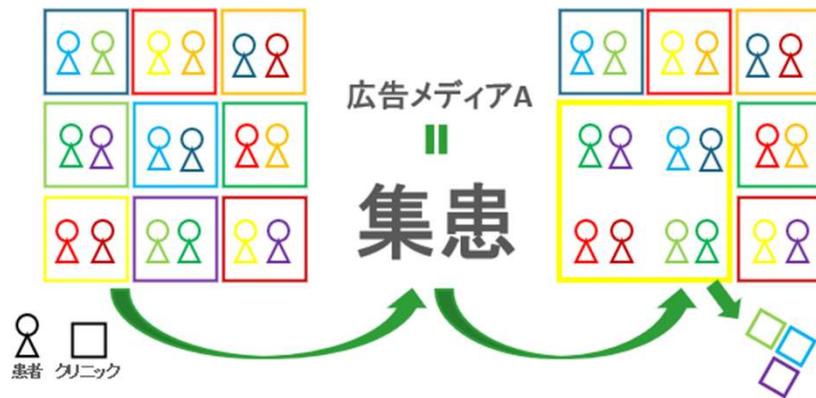
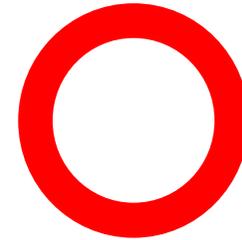
ドクターズ・ファイルの提供価値

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



主力サービスのビジネスモデル

患者の「知りたい」とドクターの「伝えたい」を適えるマッチング・メディア
マッチ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



患者

Doctors File **JOBS**
ドクターズ・ファイル ジョブズ

求人機能

Doctors File **APPO**
ドクターズ・ファイル アポ

予約機能

Doctors File **LINK**
ドクターズ・ファイル リンク

HP機能

稼業医と患者をつなぐ
医療情報サイト
全国の3万人以上の
開業医を紹介！

Doctors File
ドクターズ・ファイル



キャリア

患者への想い

各地域ごとに年1回出版の
医療情報マガジン
全国36エリアで発行！

頼れるドクター



専門性

連携先情報

診療方針

設備・検査



医師

書店

コンビニ

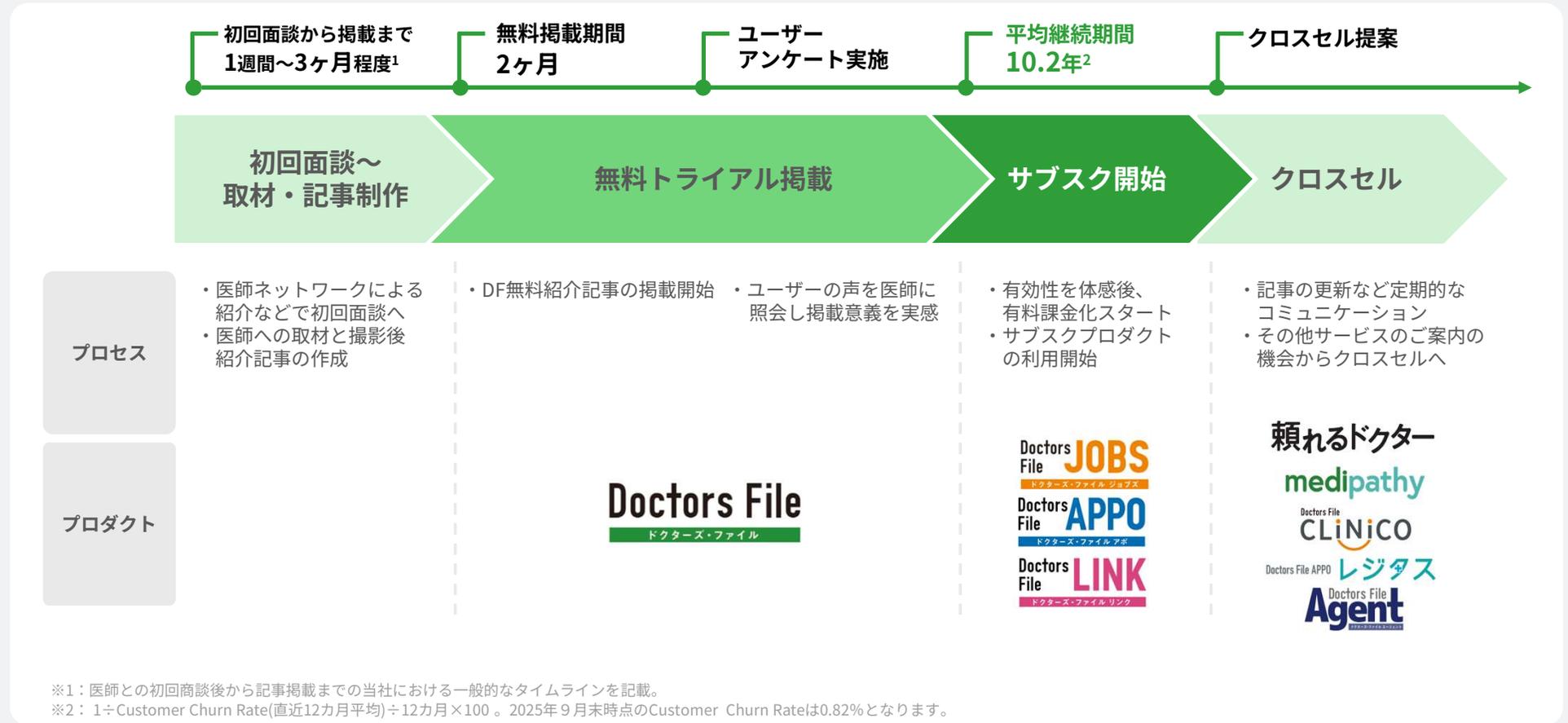
Amazon

医療機関

調剤薬局

銀行

**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**



Business Model

ビジネスモデル（収益構造）

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¹

Doctors File

ドクターズ・ファイル



売上寄与度⁴

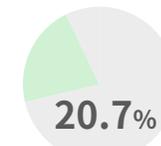


クリニックの医師と患者をつなぐ医療メディア

月額課金 3.5万円～

リピート収入²

頼れるドクター



売上寄与度⁴



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³

Hospitals File
ホスピタルズ・ファイル

Doctors File Agent

Doctors File APPO

レジダス

Doctors File CLiNiCO

medipathy



売上寄与度⁴

※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。

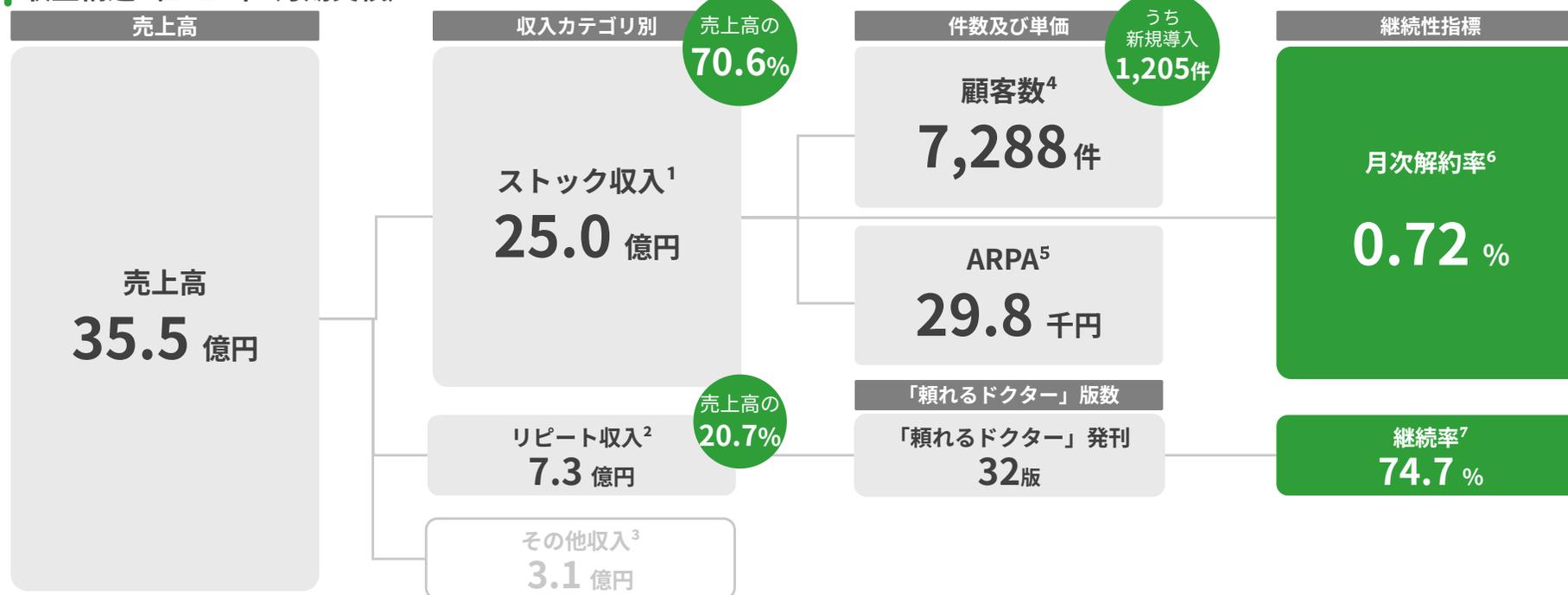
※3：その他収入はストック収入とリピート収入を除いた収入。

※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。

収益構造について

「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。
 ※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。
 ※4：2025年3月期末時点の「ドクターズ・ファイル」の顧客数。
 ※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。
 ※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。
 ※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同期数値にて算出。

Market

マーケット

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。

1948年

医療法制定

旧医療法の下では厳格な広告規制が引かれ、医療機関は表記できる内容が限定的
「開業したら看板」というカルチャーが60年近くにわたって浸透

屋外広告が主流

広告看板



クリニック名・住所・診療時間など限定した情報を掲載。限定的な情報のみ。

2006年

医療法改正による広告規制緩和¹

超高齢化社会を前に厚生労働省が方針を転換

「患者等が医療に関する情報を十分に得られ、適切な医療を選択できるよう支援する」²
「広告規制の見直しによる広告できる事項の拡大」³
※「医療法改正の概要」より転載

ドクターズ・ファイル事業開始

Doctors File

ドクターズ・ファイル



ドクターズ・ファイル

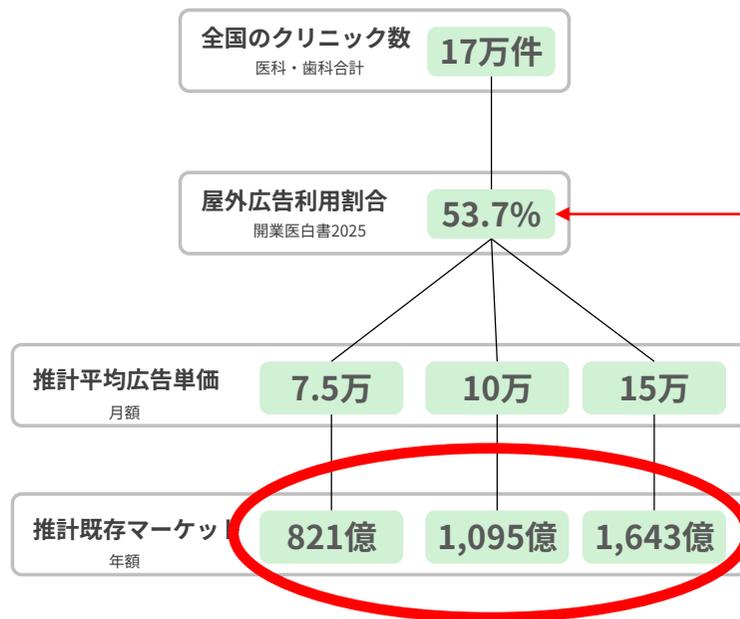
厚労省が示す広告ガイドラインの範囲で、患者が必要とする情報（診療方針、可能な検査や治療方法等のクリニックの特徴）を詳細に取材し患者に提供

※1 厚生労働省「医療法改正の概要」 <https://www.mhlw.go.jp/shingi/2007/11/dl/s1105-2b.pdf> ※2 ※1の2ページ目「1.患者等への医療に関する情報提供の促進」を抜粋
※3 ※1の2ページ目○3つ目を抜粋

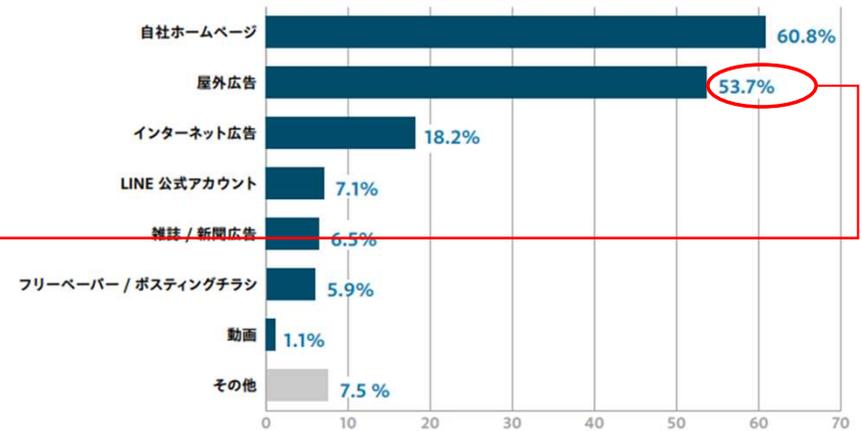
マーケットにおける既存予算の存在

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

屋外広告の推計



広告出稿メディア状況 n = 523 / 複数回答可



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

制度改正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¹

「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

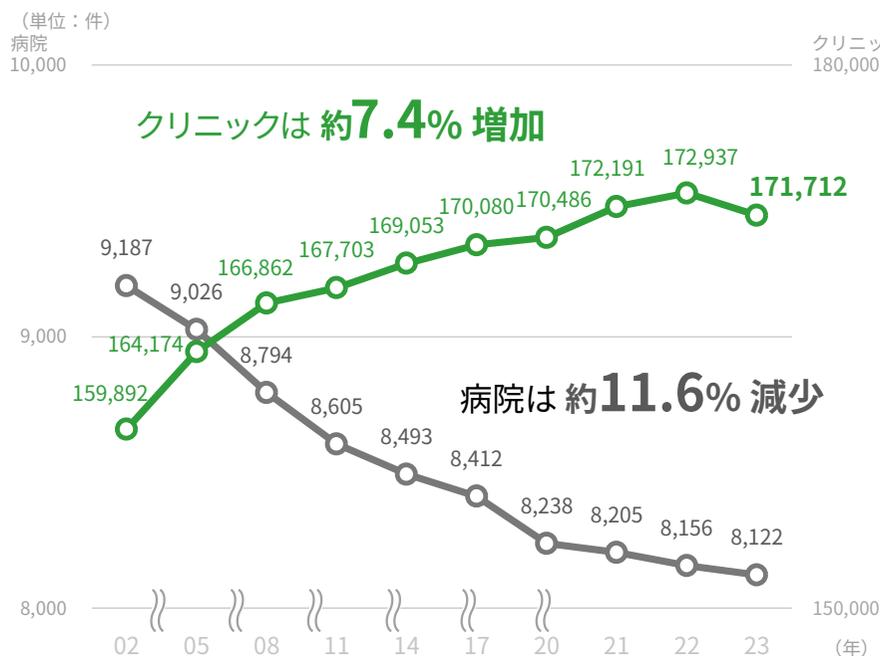
医療費適正化の流れを受け
合併、閉院が続く
生き残りをかけ
クリニックとの連携を重視

※1：2015年6月9日付の厚生労働省の保険医療2035提言書の内容を当社にて要約。

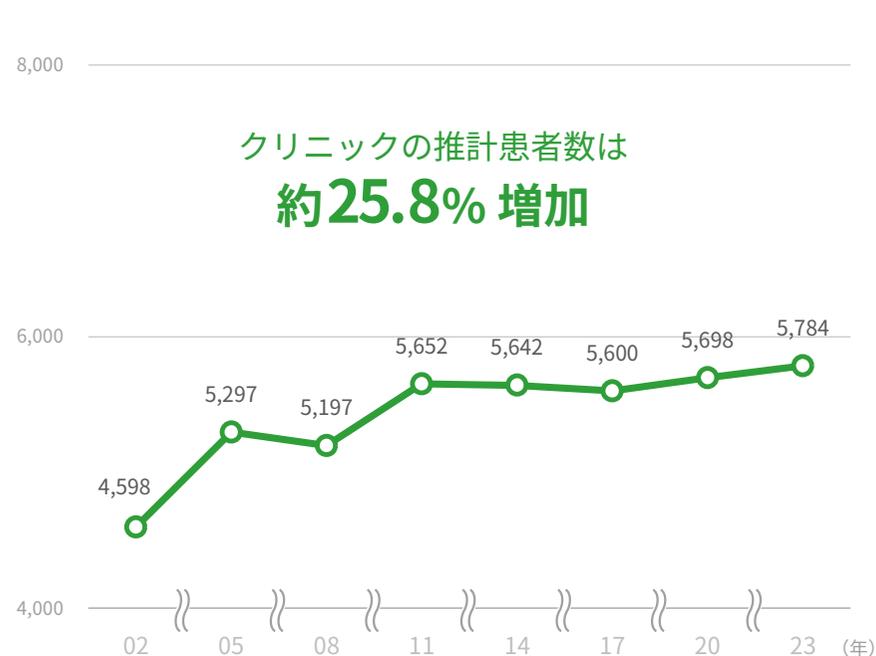
クリニックの相対的重要性の高まり

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¹とクリニック²の推移



クリニックの推計患者数³



※出所：厚生労働省「令和5（2023）年医療施設（静態・動態）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。

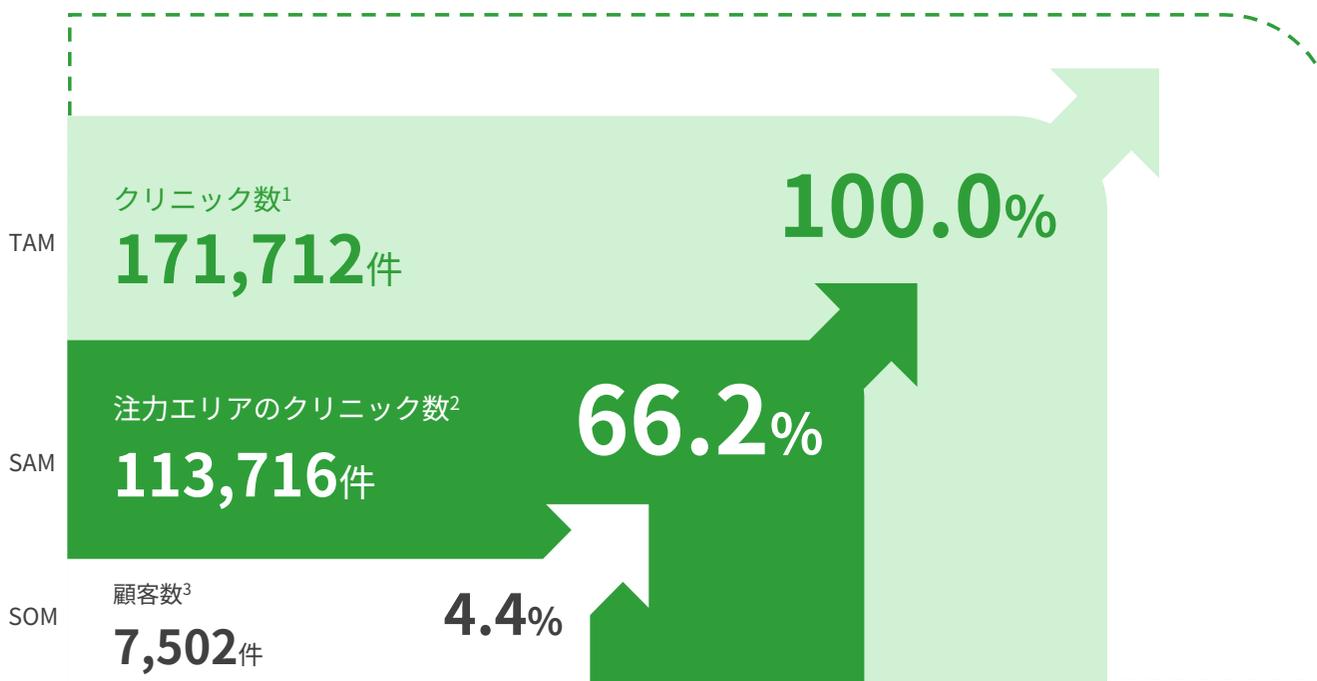
※3：患者総数は※1資料より「総数（病院・一般診療所・歯科診療所の合計した患者）」の推移。 ※4：2002年クリニック数・病院数と2023年の数値を比較し増減割合を記載。

TAM・SAM・SOM

GIMIC

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



エリア別シェア

ドミナントエリア⁴では
20%超のマーケットシェア

横浜市都筑区 **23.5%**

75件³
319件¹

横浜市青葉区 **21.3%**

110件³
516件¹

※出所：厚生労働省「令和5（2023）年医療施設（静態・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、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、鹿児島県の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

Core Competence

競合優位性

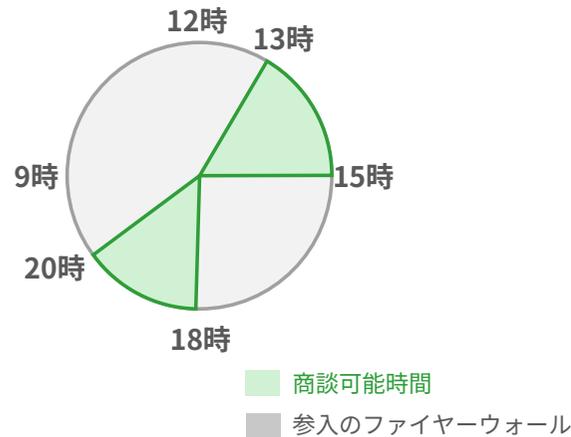
クリニックとの商談接点のネットワーク

開業医への商談アクセス時間は限定的。新規事業者には高い参入障壁。20年で作り上げてきた、3万を超える医療機関、医師会とのネットワークは他社にないユニークアセット

開業医＝経営者＝プレーヤーという
構図が産み出す参入障壁

限られた商談時間は
わずか1日最大4時間程度

一般的なクリニック医師の1日



既存ネットワークが圧倒的アドバンテージ



ファイヤーウォールを超えて作り上げてきたネットワーク
が産み出すネットワーク効果によって更に顧客数が増加

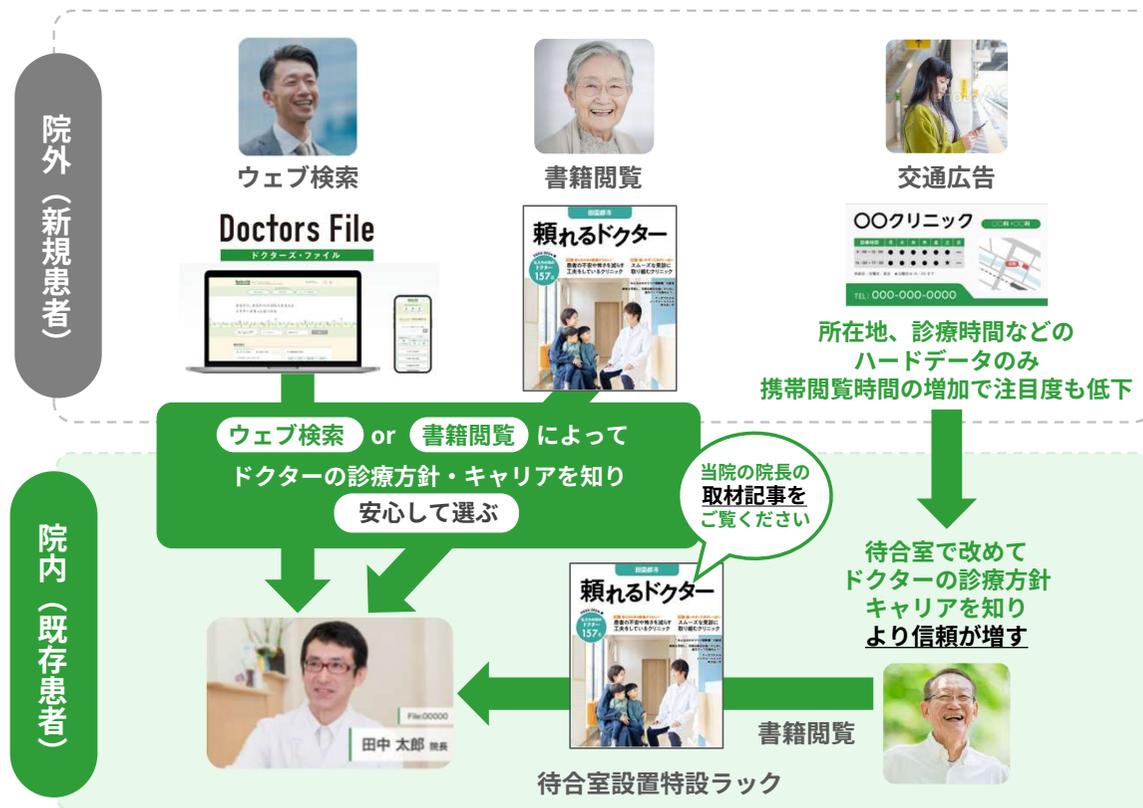
当社の強み

直接競合が存在しない事業の独自性

オンラインだけではない付加価値

「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へリーチ
新規患者に加えて既存患者との信頼関係を醸成

- Point①**
「頼れるドクター」はクリニック顧客の待合室に専用ラックに設置される
- Point②**
「頼れるドクター」を来院した患者が発見
- Point③**
院長の「診療方針」「キャリア」「想い」を知る機会を提供
- Point④**
「頼れるドクター」の紙面を介して、シニア層との信頼関係を醸成
- Point⑤**
「オンライン×リアル」のメディアミックスは、新規患者と既存患者の双方に効果的



Growth Strategy

成長戦略

ネットワーク外部性を追求するため、ドミナント戦略¹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



1 顧客数拡大

ドミナント戦略¹の徹底

- ・クリニックマーケットの66.2%²は注力エリア³に偏在
- ・注力エリアの営業網整備完了
- ・注力エリアでのドミナントに注力して顧客数拡大

2 クロスセル

「ドクターズ・ファイル」の継続取引
を活用したクロスセル販売

- ・開発してきたクロスセル商材の販売による取引額の拡大

3 収益性改善

AI活用による生産性の向上

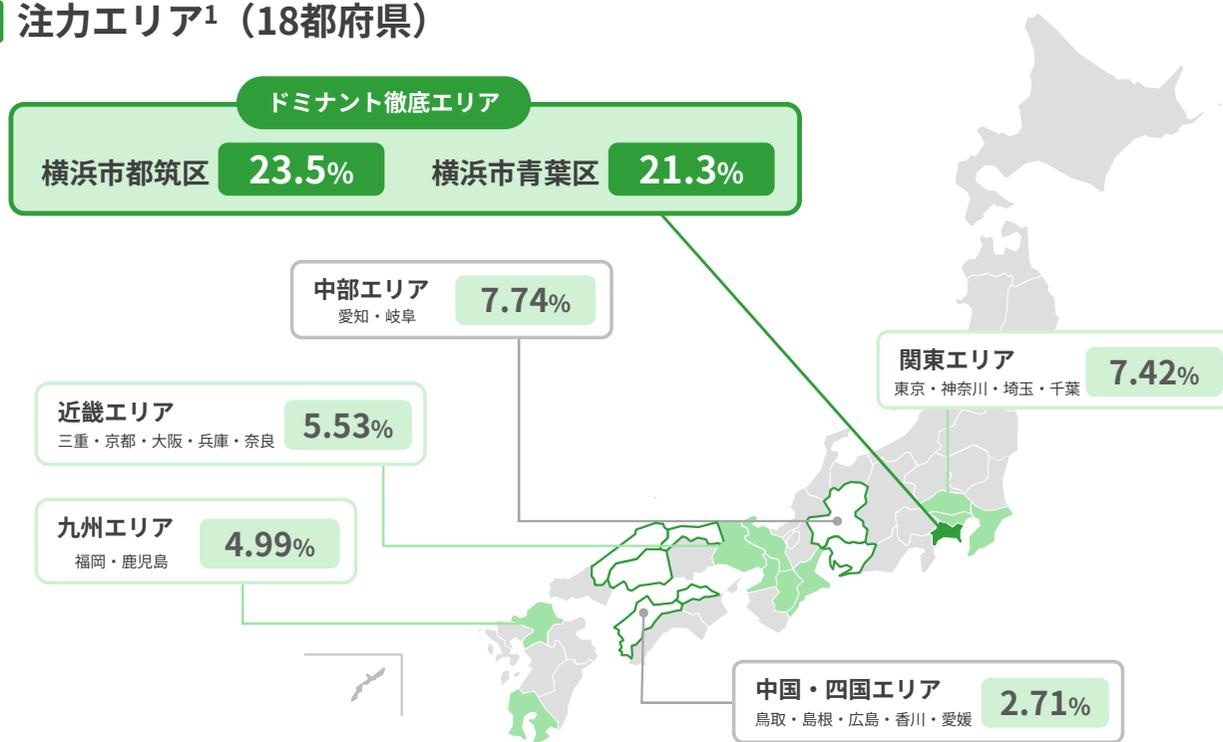
- ・原稿制作AI（2025/4ローンチ）従来7日の行程を2日に短縮

※1：営業拠点を備えた特定の地域に対し、集中的に営業活動を実施する戦略。
※2：P33参照。

※3：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、鹿児島県の18都府県

既に営業チャン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¹ (18都府県)



	クリニック数 ² (件数)	顧客数 ³ (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（静態・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。

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



ペインを解決するクロスセル商材

頼れるドクター

地域密着型医療情報マガジン

Doctors File APPO

レジダス

予約・患者管理システム

medipathy

院内情報共有アプリ

Doctors File

CLiNiCO

査定・人事評価システム

Doctors File Agent

医療従事者転職支援サービス

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¹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。

※1：2025年3月期末時点。編集部人員は73名、全従業員数は332名となります。

Big Picture

目指す世界 (Big Picture)

今後の事業展開方針

「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

【 マッチング領域 】

Doctors File

ドクターズ・ファイル



頼れるドクター



Hospitals File

ホスピタリス・ファイル

動物病院 Doctors File

【 HR領域 】

Doctors File
Agent

人事の外来

Doctors File
CLINiCO

Doctors File
JOBS

【 院内業務DX領域 】

medipathy

レジダス

Doctors File
APPO

Doctors File
LINK

【 医療連携領域 】

D-Search
Doctors File Search Engine

医療連携を
大切にしている病院
2024-2025

病院×クリニック×介護 地域医療連携交流会
Medicalliance
DAY 2025

Appendix

補足情報

取締役



横嶋 大輔

代表取締役
兼 社長執行役員
CEO

1989年 (株)リクルートフロンティア入社
2003年 12月当社設立
2004年 3月社内独立制度を利用し同社退職
2004年 4月当社創業



牧 綾子

取締役
専務執行役員
COO

1998年 (株)リクルートフロンティア入社
2010年 当社入社
2020年 当社取締役



松永 恵倫

取締役
専務執行役員
CRO,CHRO

1998年 (株)リクルートフロンティア入社
2007年 当社入社
2020年 当社取締役



佐川 恵一

社外取締役

1988年 (株)リクルート入社
2011年 同社取締役兼執行役員
2022年 当社取締役



清水 真紀子

社外取締役

2000年 最高裁判所司法研究所入所
2001年 第一東京弁護士会登録
TMI総合法律事務所入所
2025年 当社取締役

監査役



川瀬 昭男

常勤社外監査役

1977年 東京リコー販売(株)入社
1980年 リクルート入社
2010年 (株)シニアスマイル設立 代表取締役
2021年 当社監査役



松本 高一

社外監査役 (非常勤)

2003年 (株)AGS コンサルティング入社
2014年 SMBC日興証券株式会社入社
2021年 当社監査役



大山 陽希

社外監査役 (非常勤)

2001年 株式会社ヤナセ入社
2005年 有限責任監査法人トーマツ入社
2014年 大山総合会計事務所設立 代表
2025年 当社監査役

公平で多様性を重んじるカルチャーが、**高い女性比率**と**高い育児休業取得率**を実現

ダイバーシティの推進



正社員比率



女性管理職比率¹



女性役員比率



ウェルビーイングの向上



育児休業取得率²



育児休業後の復職率



正社員比率、女性管理職比率、女性役員比率は2025年3月末時点の数値、育児休業取得率、育児休業後の復職率は2025年3月期の数値を記載。

※1：管理職(管理監督者)は37名、うち女性管理職は17名。管理職の人数は「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(平成27年法律第64号)に基づき算出。

※2：育児休業取得対象者総数14名、うち12名が取得。「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律施行規則」(平成3年労働省令第25号)に基づき算出。