
エムスリー株式会社

会社説明資料

2014年10月



本書には、当社又は当社グループに関連する見通し、計画、目標などの将来に関する記述がなされています。これらの記述は、当社が現在入手している情報に基づき、本書の作成時点における予測等を基礎としてなされたものです。また、これらの記述は、一定の前提(仮定)の下になされています。これらの記述または前提(仮定)が、客観的には不正確であったり、または将来実現しないという可能性があります。

また、本書に記載されている当社及び当社グループ以外の企業等にかかわる情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。

エムスリー株式会社

事業の現況と方針

サマリー

MR君

- 上半期は対前年比+21%の成長。拡大ペースは継続

M3キャリア

- 上半期の売上は対前年比28%増の32億円、経常利益は対前年比48%増の11億円。本丸の医師向けの人材紹介事業の売上が対前年比52%増と成長を牽引

エビデンス ソリューション

- 新規受注が堅調、受注残は167億円。受注の拡大に伴い、先行投資的に人材を積極採用
- メディサイエンスプランニング等のオフィス移転費用は1.8億円（1Q:0.4億、2Q:1.4億）

海外

- セグメント利益は6.3億円、対前年比49%増と拡大を継続
- 中国では医師会員数が100万人を突破、カバー率は50%近くに拡大。製薬会社向けマーケティング支援サービスが順調に拡大し黒字基調。製薬会社2社とMR君を開始予定

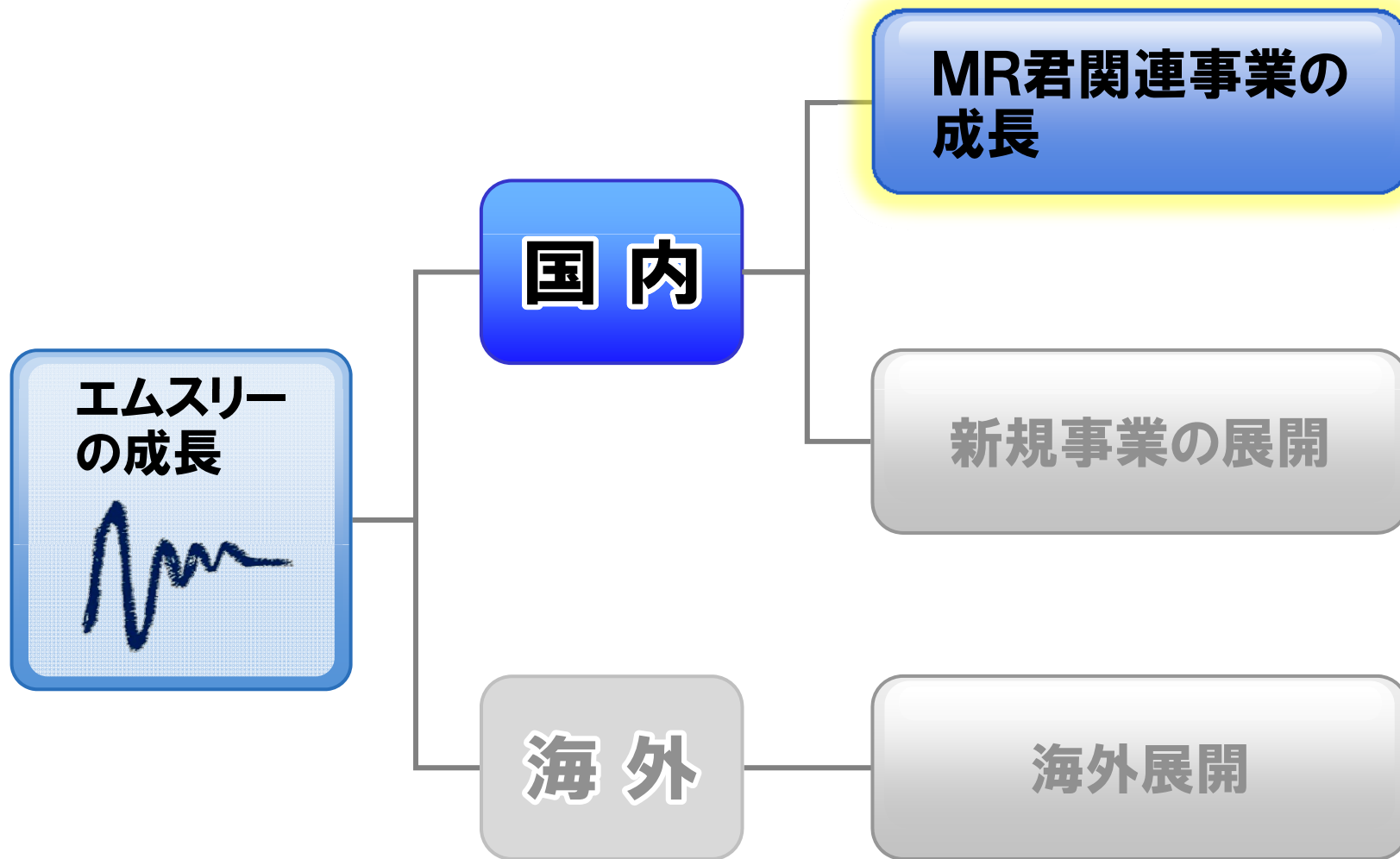
サマリー

新会社

- メディサイエンスプランニングのCSO事業を「M3マーケティング」として分社化。通常のコントラクトMRより生産性の高い「Medical Marketer」を製薬会社へ派遣

成長に向けた投資

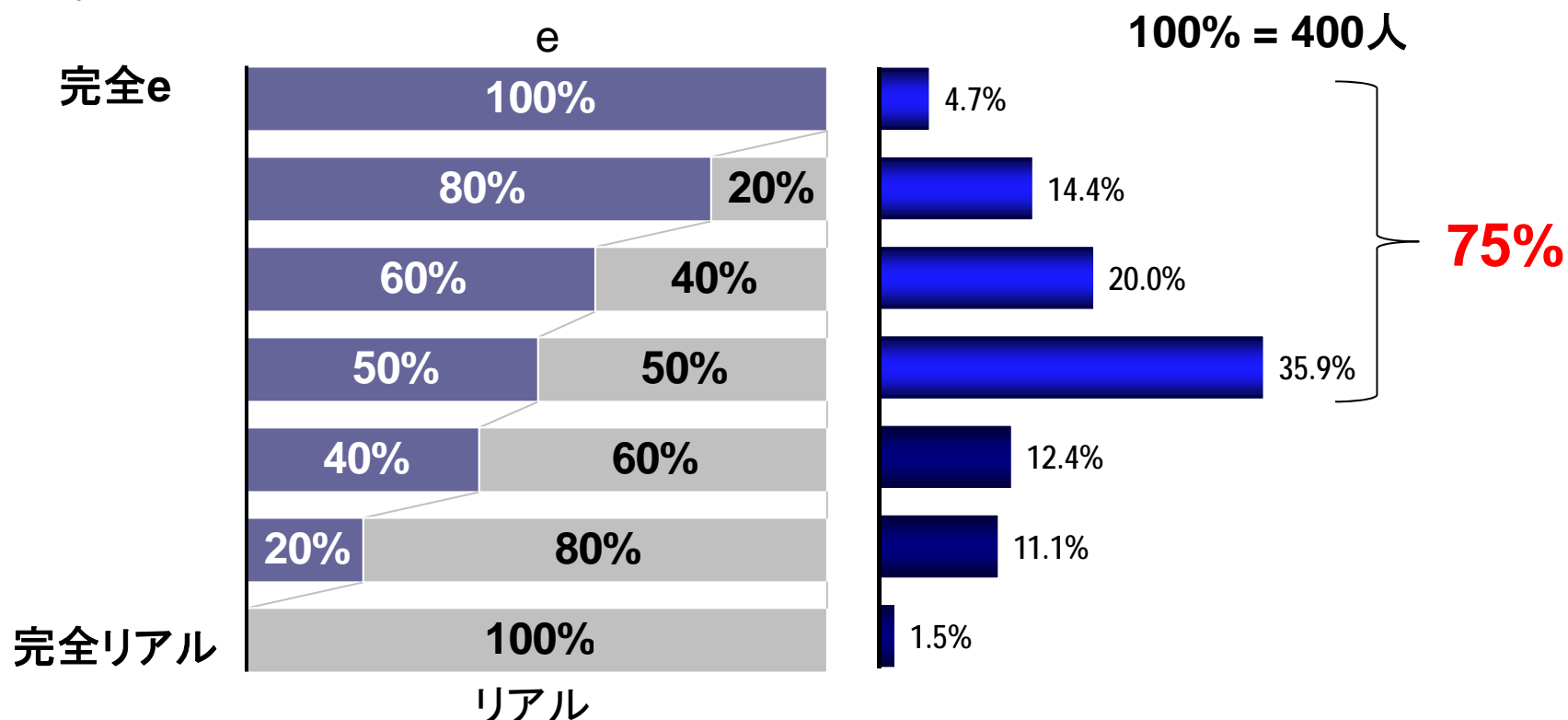
- オフィス移転、採用費等、成長に向け、7～11億円程度の一時的な費用を上半期に投下



eディテールに対する医師のニーズ

Q. 医師にとって、製薬メーカーからの各種情報入手（ディテール*）での理想的な配分は？

A.

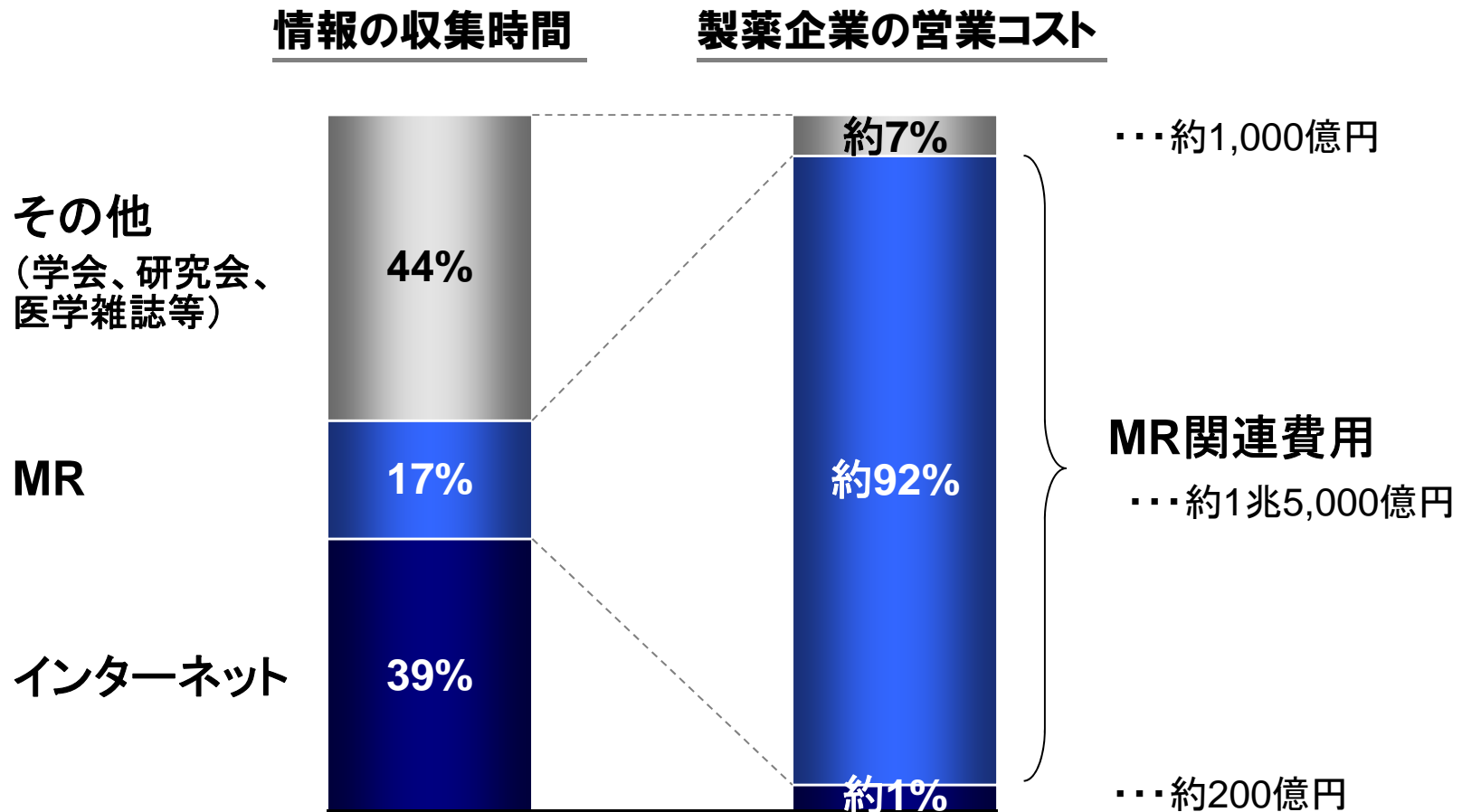


👉 多忙な医師には、都合の良い時間を選べるeディテールへのニーズは高い

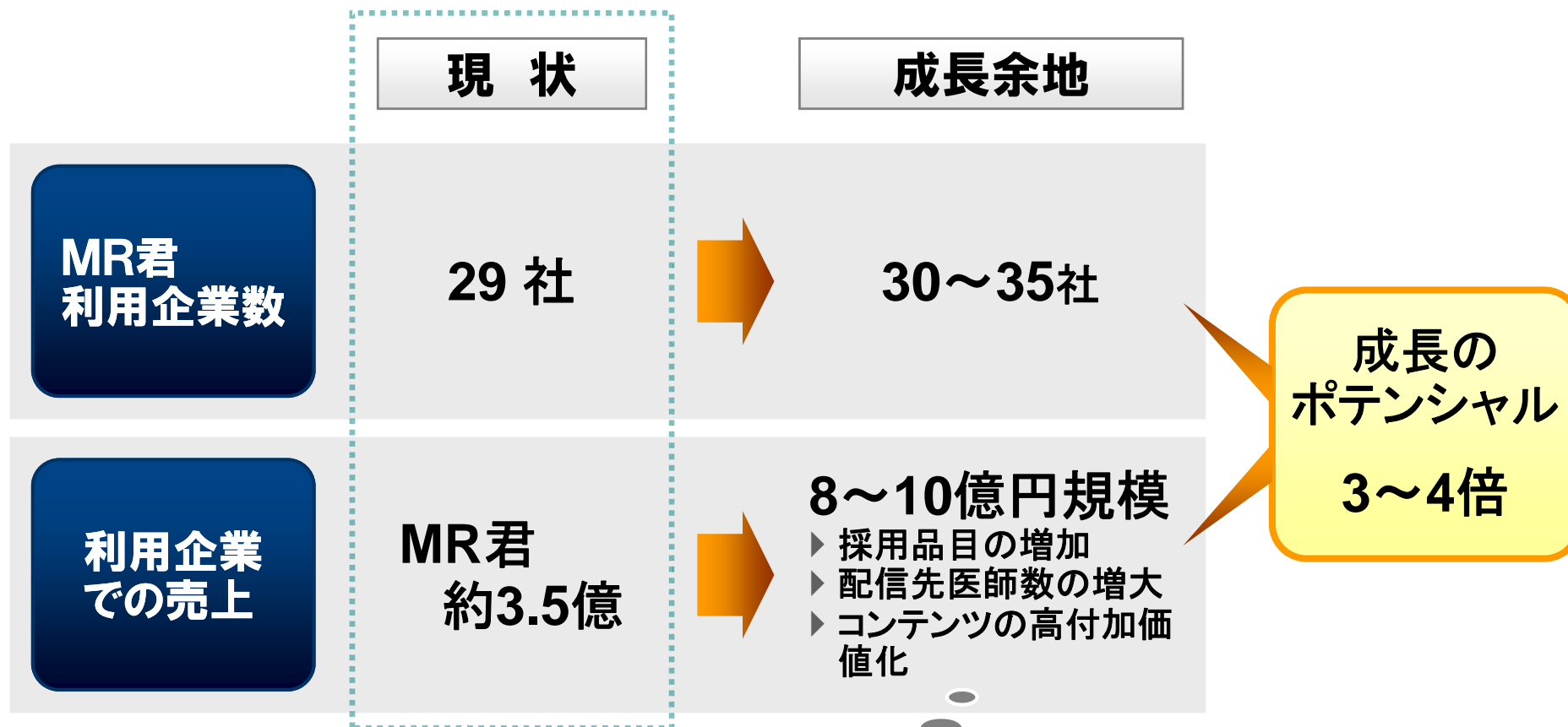
* MRによる医師への医薬品情報提供活動。主に医療施設への訪問による
出所: エムスリー調査

医師の医療情報時間vs営業コスト配分

医師が最も長く活用する医療情報源はインターネット。
一方で製薬企業の営業コストの大半はMR関連費用。



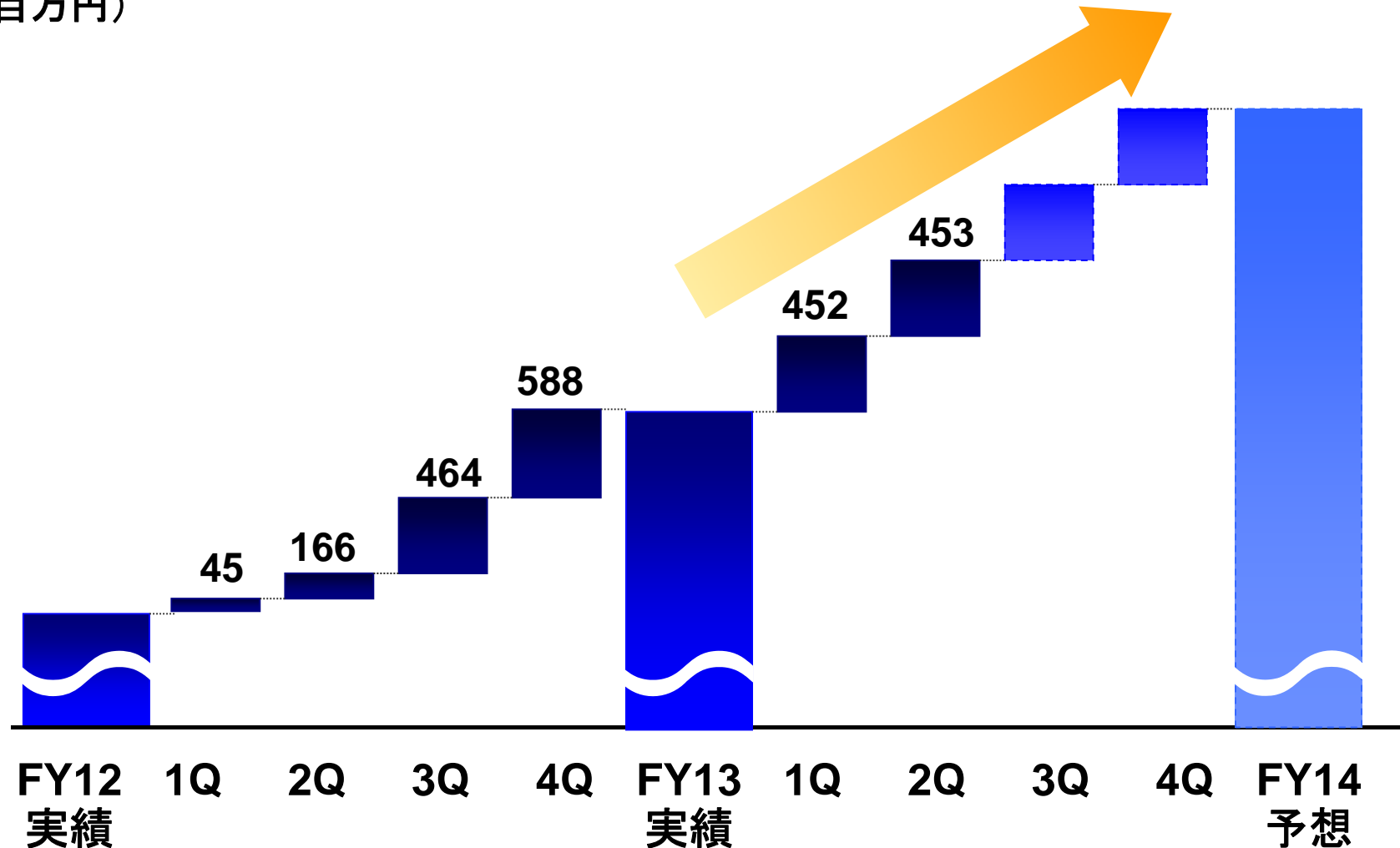
MR君の成長へ向けて



大口クライアントを中心に利用が拡大
トップ10クライアントの平均売上は対前年同期比で約30%増加

MR君：対前年同期比売上成長

(百万円)



👉 昨年度後半からの成長ペースが持続。下半期も成長が継続する見込み

MR君eCSOサービスの価格イメージ(年間)

MR君基本料金

ディテール料金

コンテンツ作成
料金

オペレーション
料金

1送信ディテール100円

製品別に、コンテンツ
をカスタムメイド

基本的な配信、定型返
信等のオペレーション

参
画
時

7,000万円

- ▶ 2005年10月以降
の新規顧客より
- ▶ 以前は6,000万円

2,000万円

∩

4,000万円

3,000万円

∩

1,000万円

13,000～15,000万円

ト
ップ
5
ク
ラ
イ
ア
ン
ト
平
均

6,000万円

∩

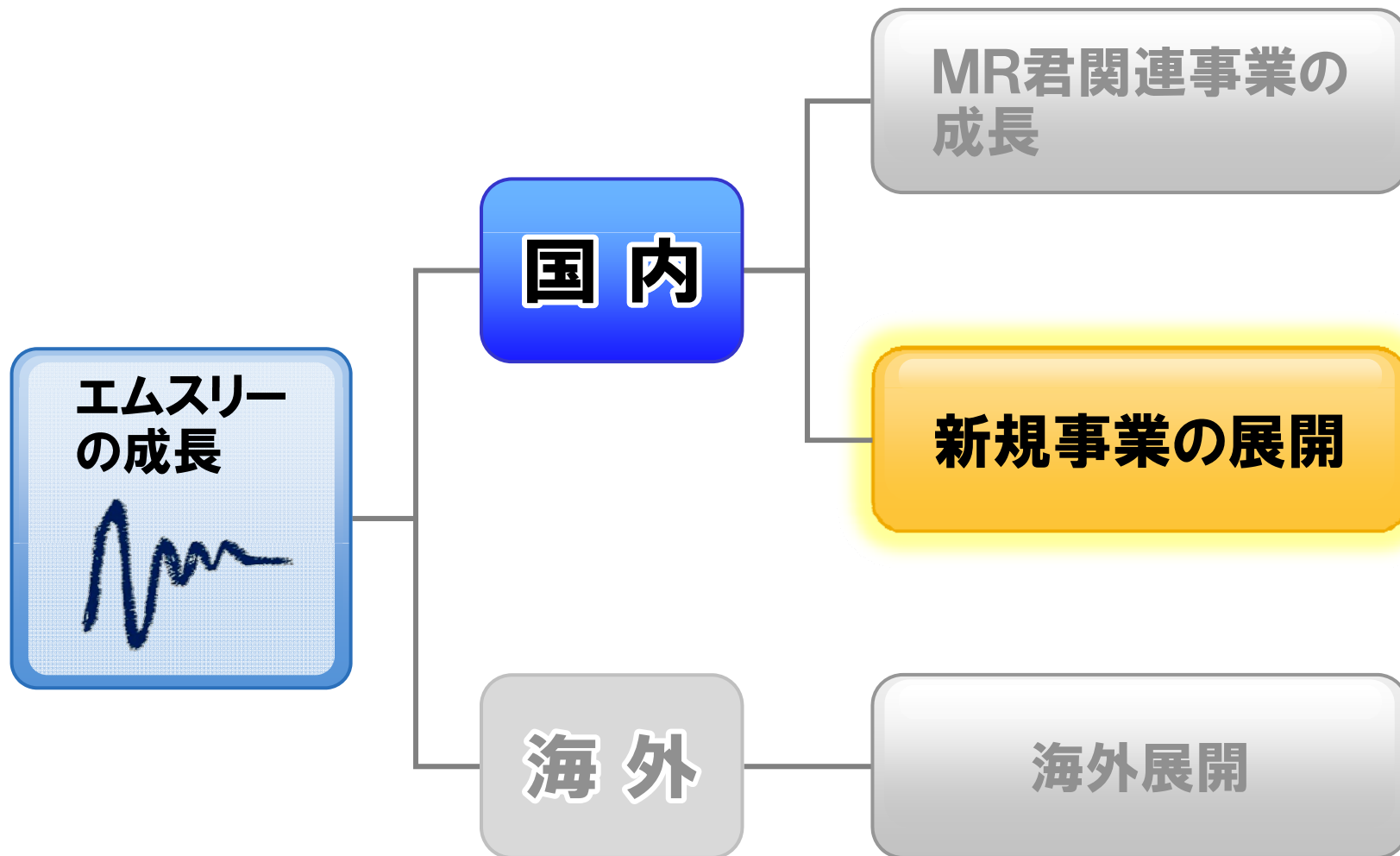
7,000万円

58,000万円

20,000万円

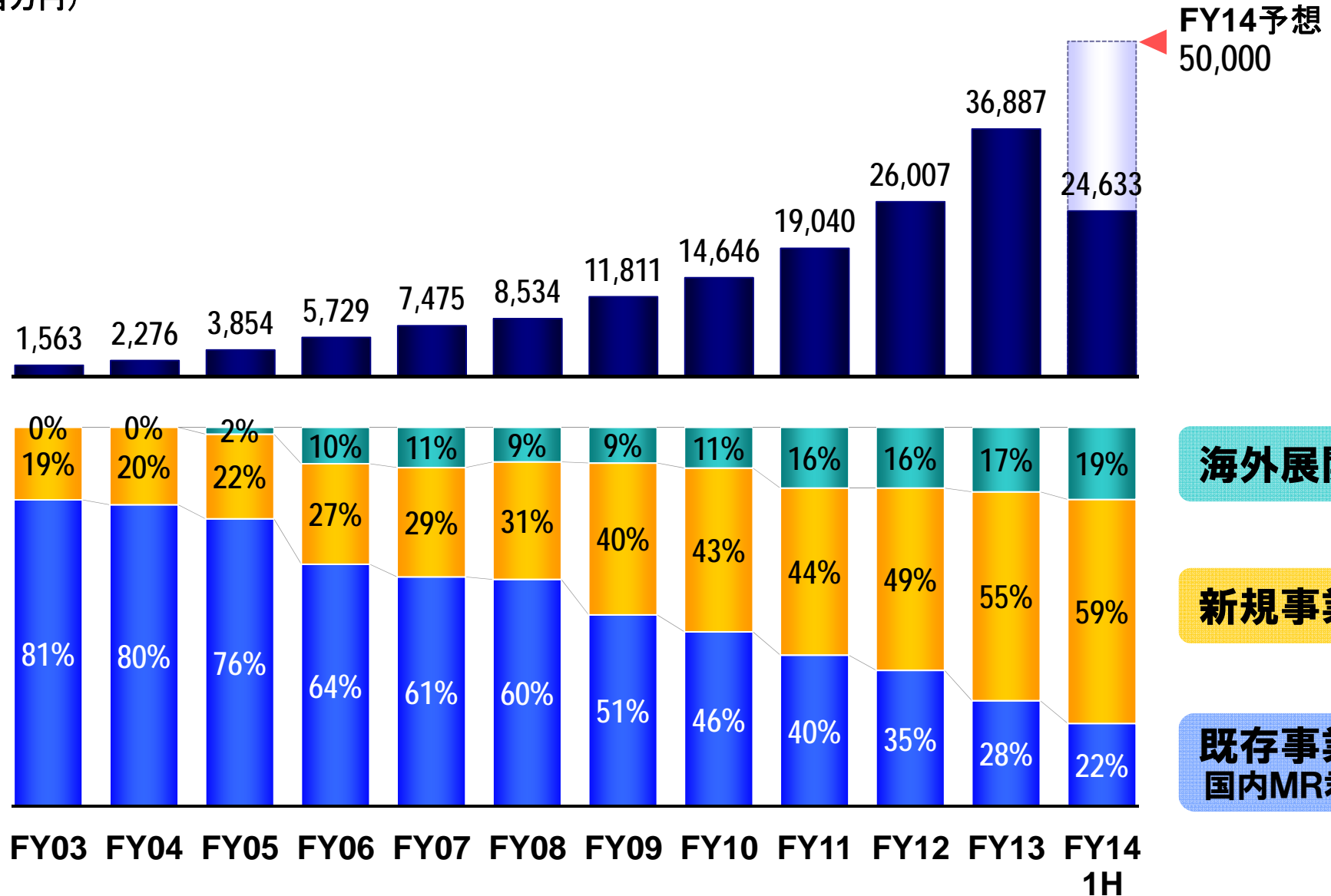
1,000万円

トップ5クライアントの平均: 86,000万円



事業展開に伴う連結売上の推移

(百万円)



メディアカを活用した新規事業



👉 FY2014は新規事業全体で300億円を超える規模となる計画。未実現の事業アイデアは10~20程度あり、海外への展開も視野

「インターネットを活用して、健康で楽しく
長生きする人を一人でも増やし、不必要
な医療コストを1円でも減らすこと」

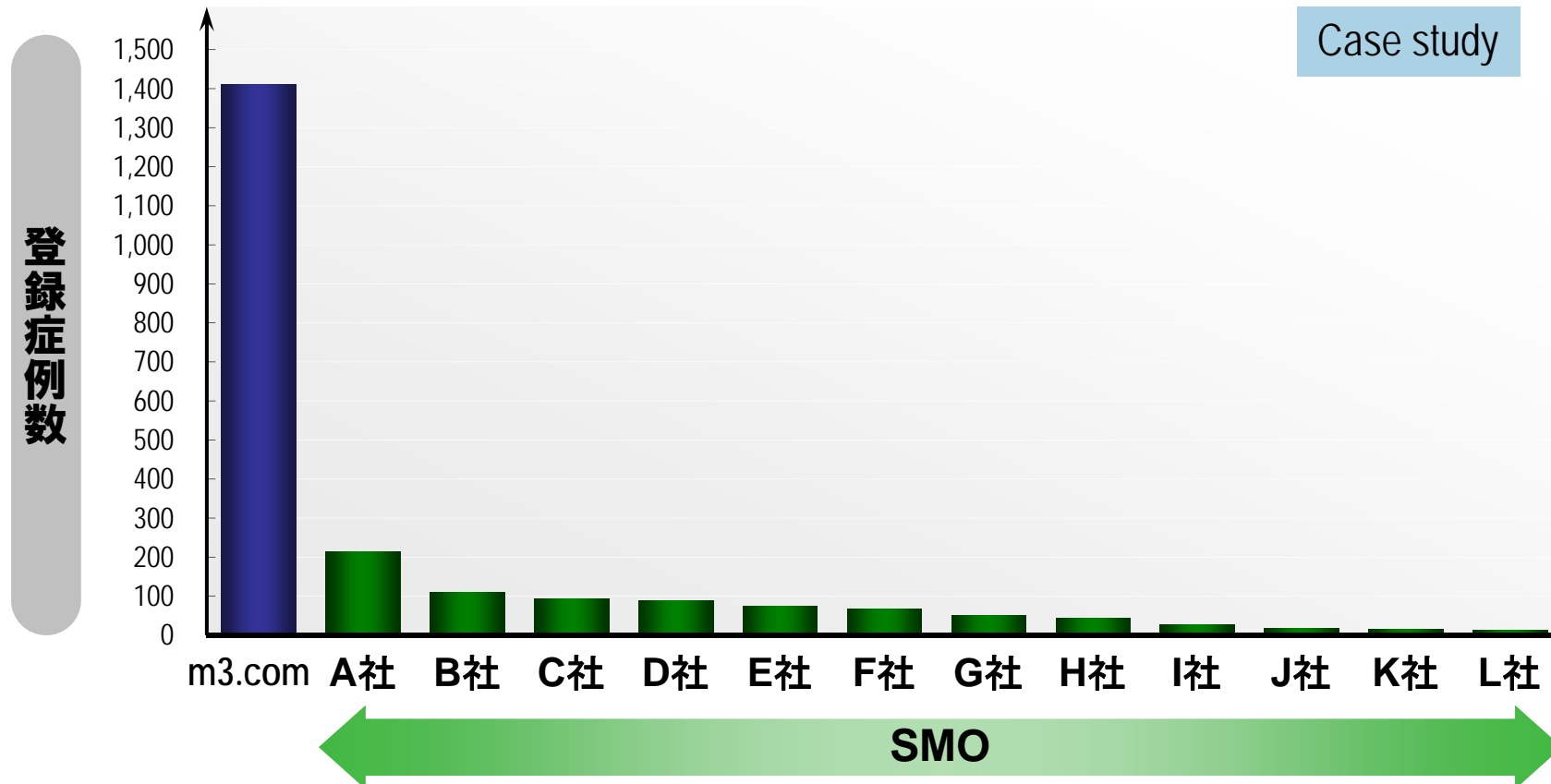
これまでの
10年間

「MR君」を中心に医薬プロモーションの
e化を推進

これから

「治験君」を中心に医薬の研究開発の
e化にチャレンジ

あるプロジェクトにおけるSMO別症例登録状況



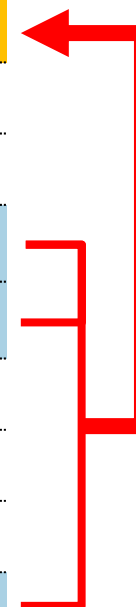
 他社SMOの合計と比べても、速いスピードで症例登録中。

会社別CRA数

1 治験

#	会社名	CRA数
1	イーピーエス	855
2	シミック	780
	エムスリーグループ	780
3	クインタイルズ	600
4	パレクセル	550
5	メディサイエンスプランニング	478
6	MICメディカル	260
7	ACRONET	200
8	アスクレップ	180
9	リニカル	170
	メビックス	42

■ エムスリーグループ



「出典:ミック経済研究所資料より当社作成」

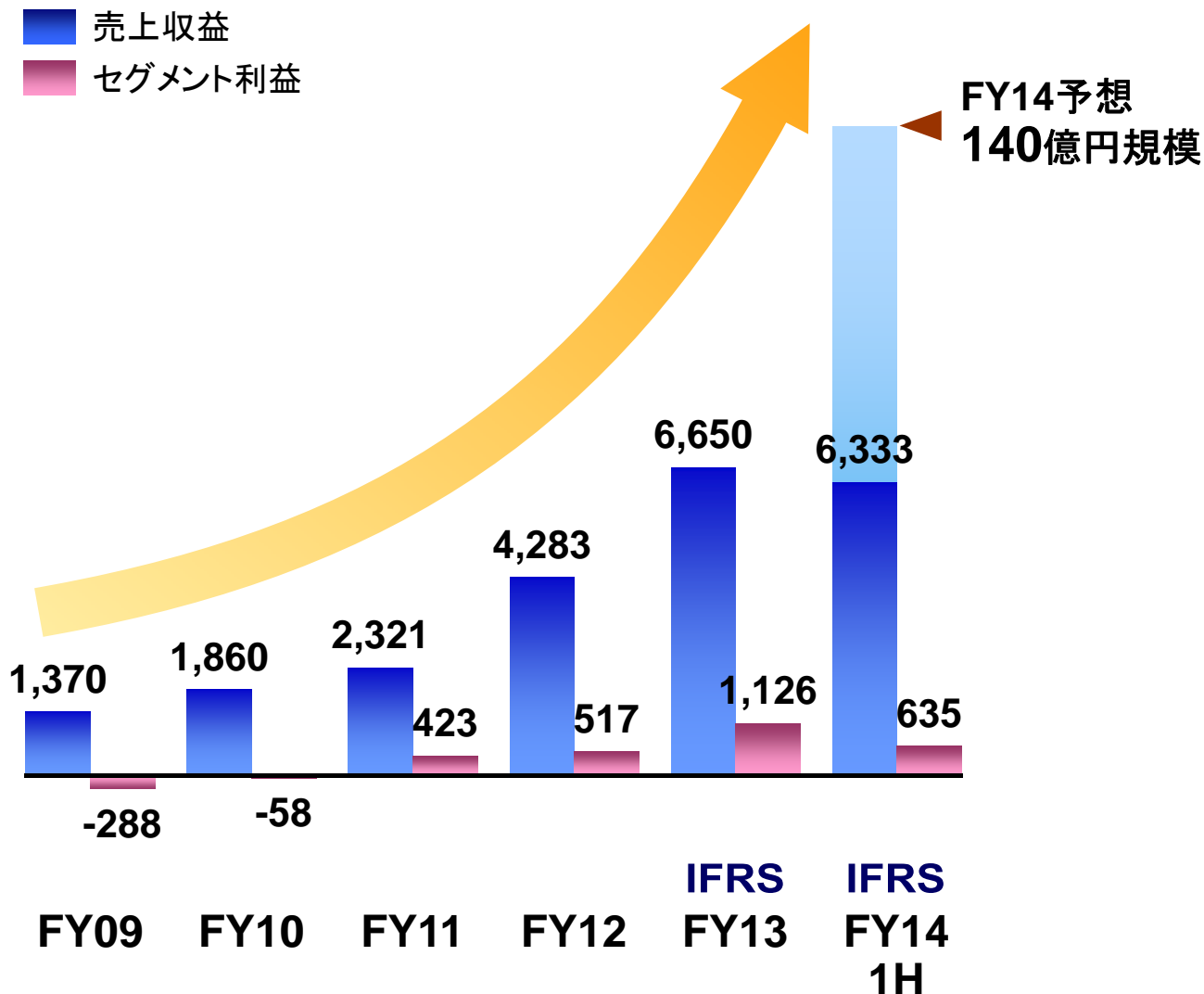
 CROでトップレベルのCRA数となり、治験のe化をさらに加速。

エビデンスソリューションセグメント業績推移

1 治験

(百万円)

IFRSベース

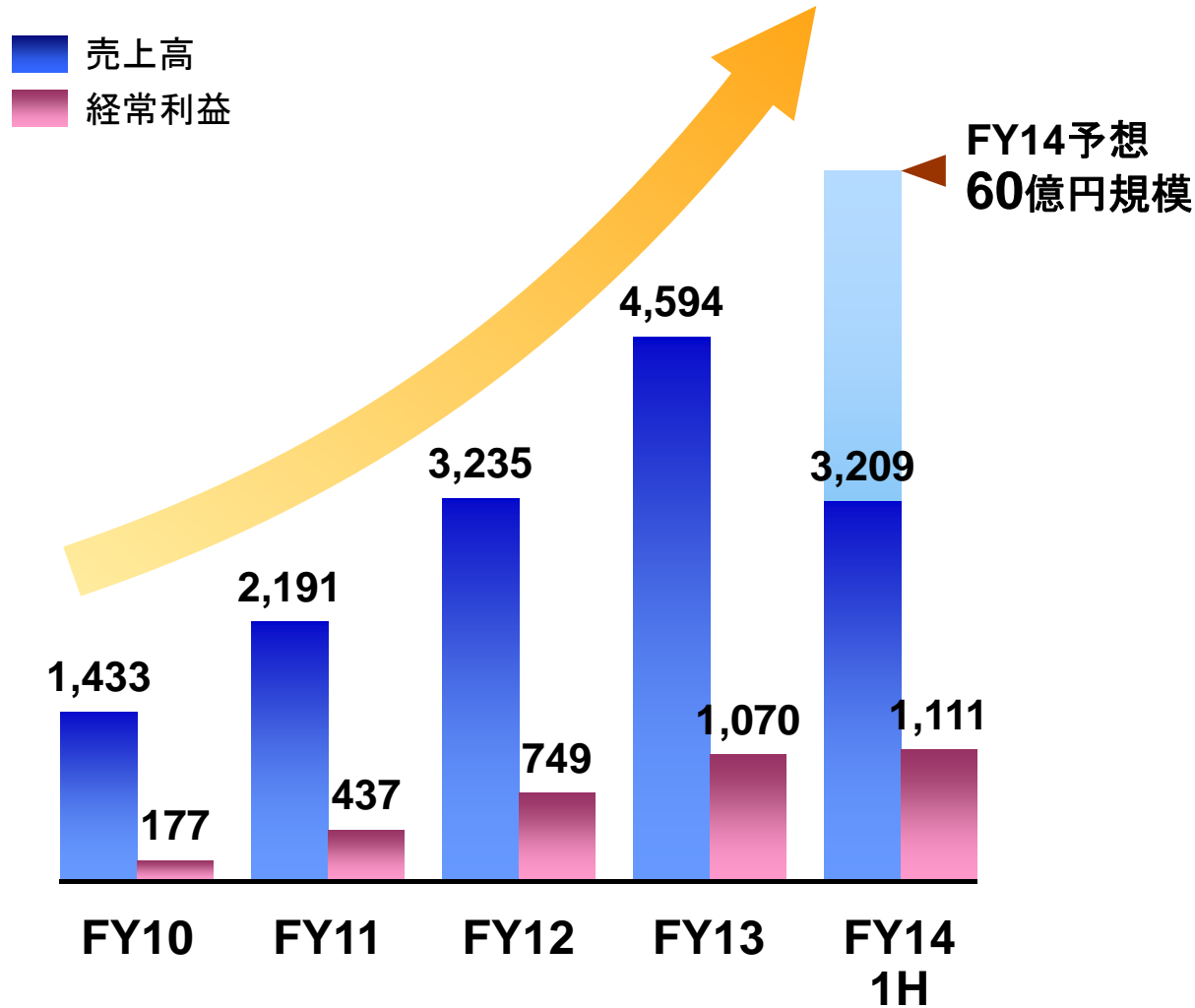


- 受注残は167億円。受注の拡大に伴い、先行投資的に人材を採用。
- メディサイエンスプランニング等のオフィス移転費用は1.8億円
 - 1Q:0.4億
 - 2Q:1.4億

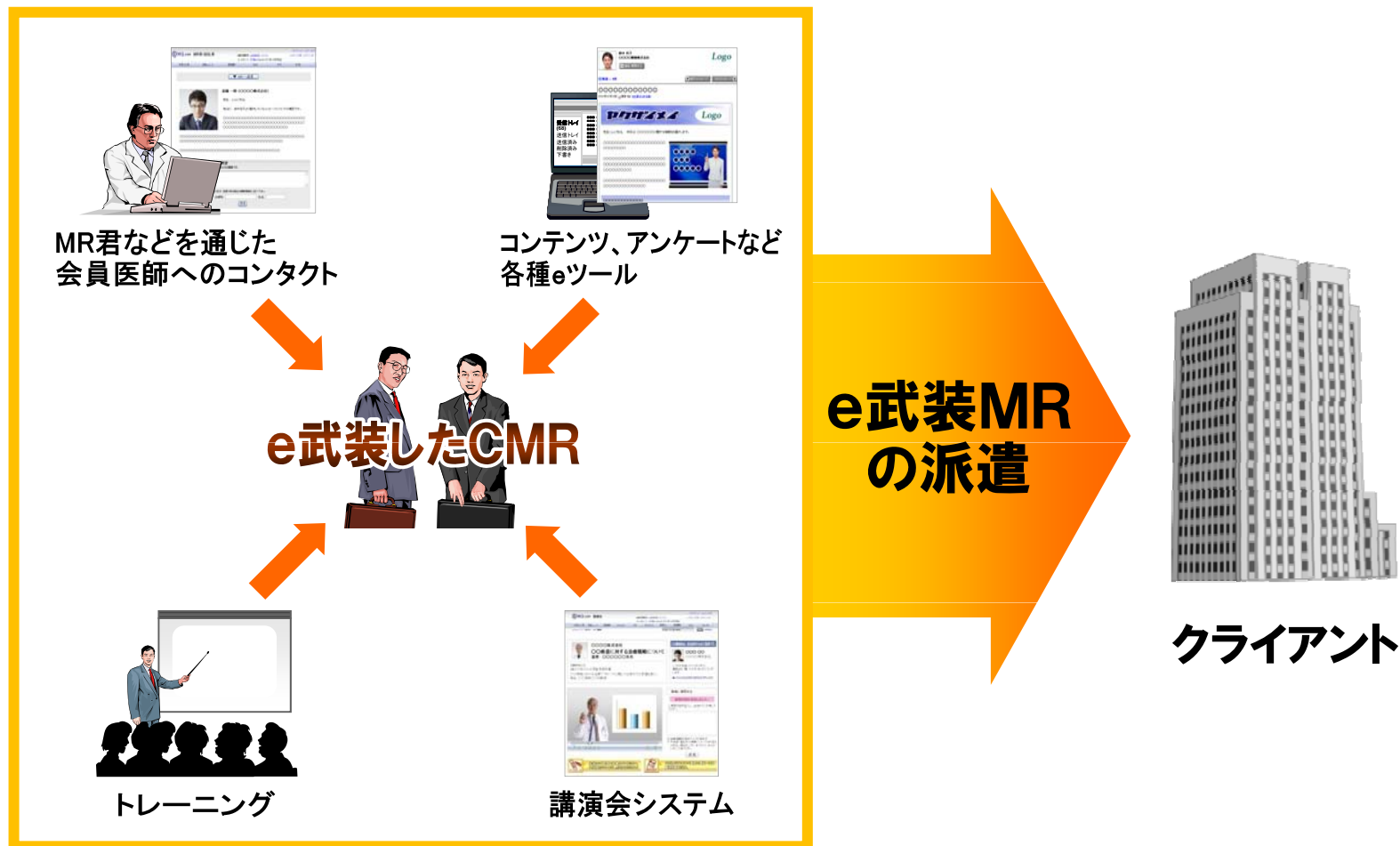
エムスリーキャリア業績推移

(百万円)

JGAAPベース



- 新規採用スタッフの立ち上がりが進み、生産性が向上
- 本丸の医師向け人材紹介事業が成長を牽引(対前年比+52%)
- 今期も約40%の売上成長を見込む。利益面ではそれ以上の増益を見込む



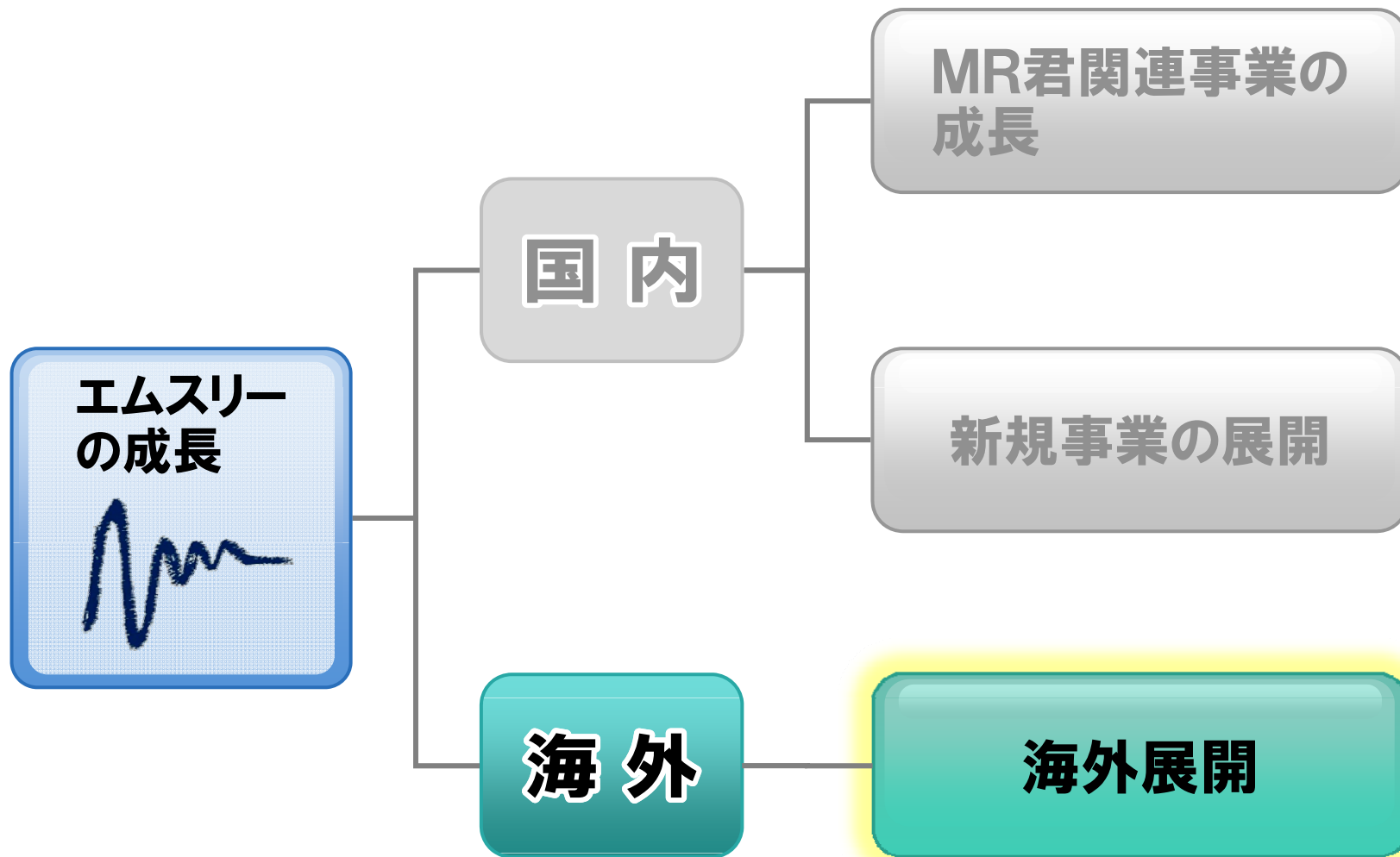
MRの生産性向上により、従来より高い単価でありながら低コストの提案が可能。将来的には数百億円規模の事業への成長ポテンシャル

通常のMR vs Medical Marketer

3 CSO

	通常のコントラクトMR	Medical Marketerの 目指す姿
ディテール回数	月平均200~300回	月平均400~600回 ※ ネットを含む
訪問規制施設	面会が困難	m3.com上で 面会、情報提供
担当医師数	平均80~150名弱	平均150~500名
情報提供時間 (1日あたり)	正味1~2時間	正味3~4時間
移動・待ち時間 (1日あたり)	平均6~7時間	平均4~5時間
面会時の 情報提供活動	製品基本情報の伝達を 含めた情報全般	ニーズに基づくコンサルテー ション、対話型クローズ ※ 事前にネットで製品情報や疾患知識は 伝達済み。また医師ニーズも調査済み

 積極的に採用を行い、5年後に1,000人の体制を目指す



医師会員・調査パネルの推移(グローバル)



米国での展開

■ M3 USA(100%子会社)を核にMDLinxを米国で展開

- PDR社との提携により60万人以上の米国医師へリーチ。米国におけるカバー率は80%以上
- メディア力を活かし、医師向け調査分野では米国No1プレーヤーへ成長

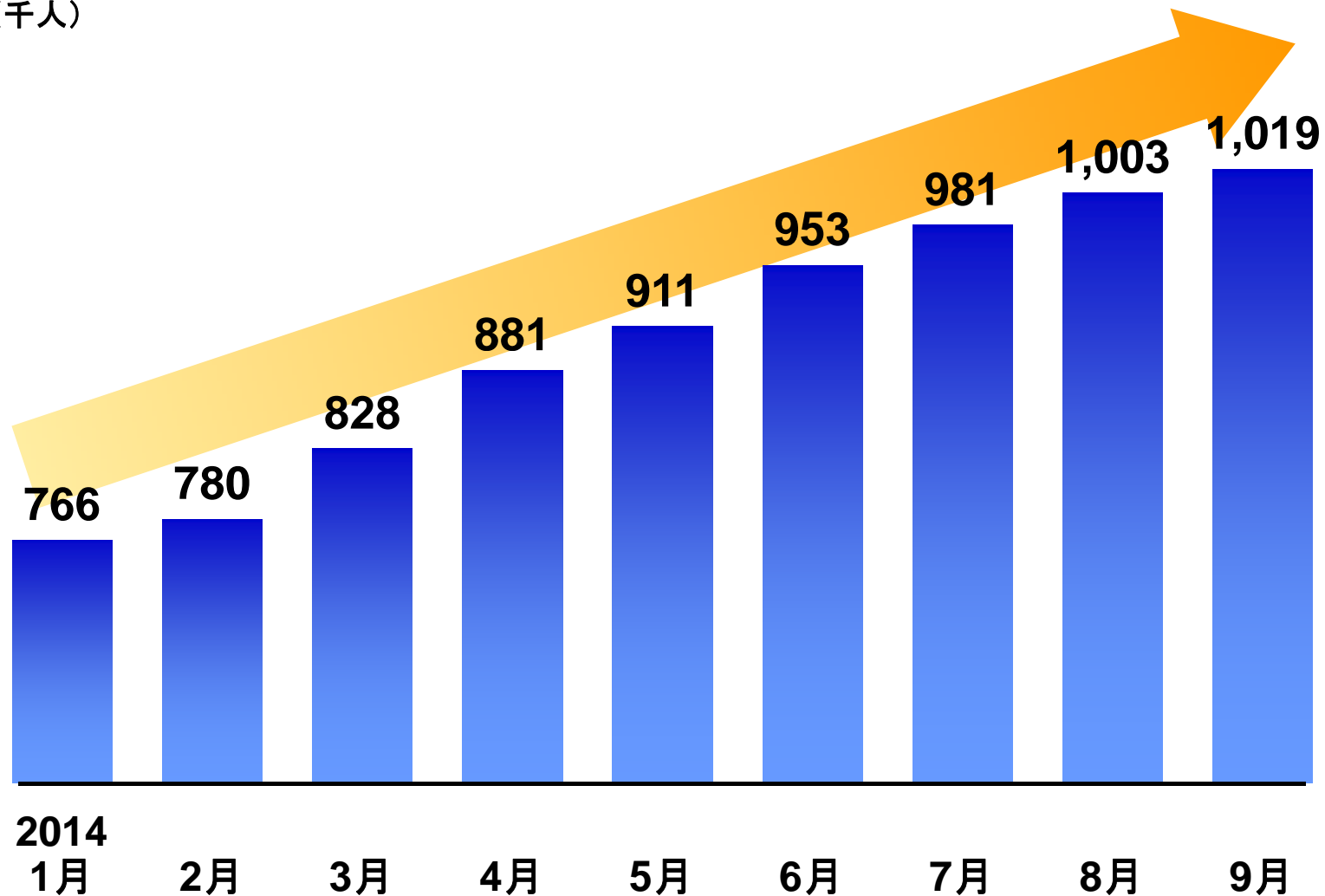
■ Practice Match社の事業を譲り受け、米国でのキャリア事業の本格展開を準備。事業統合後の構造改革により利益率は大幅改善

■ 着実に拡大しているMDLinxの米国以外のグローバル医師会員50万人のアーセットの事業化も今後検討

中国医師会員数推移

2014年1月～9月

(千人)

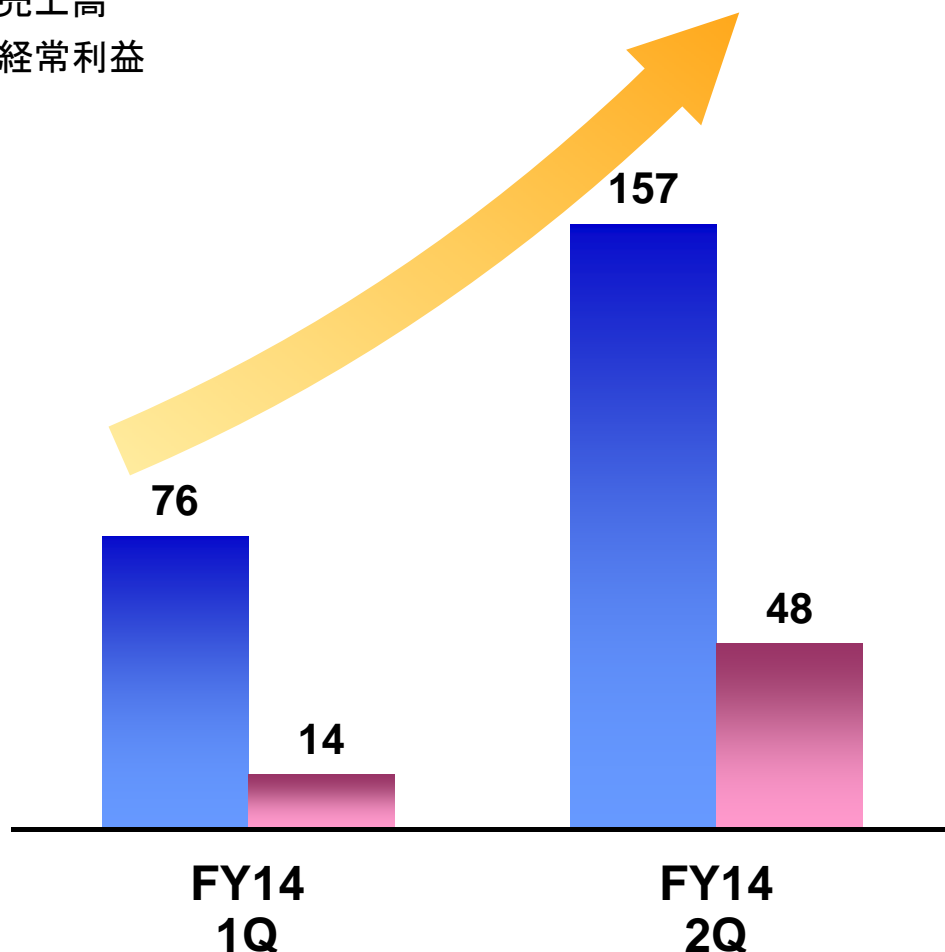


中国事業の業績推移

JGAAPベース

(百万円)

■ 売上高
■ 経常利益

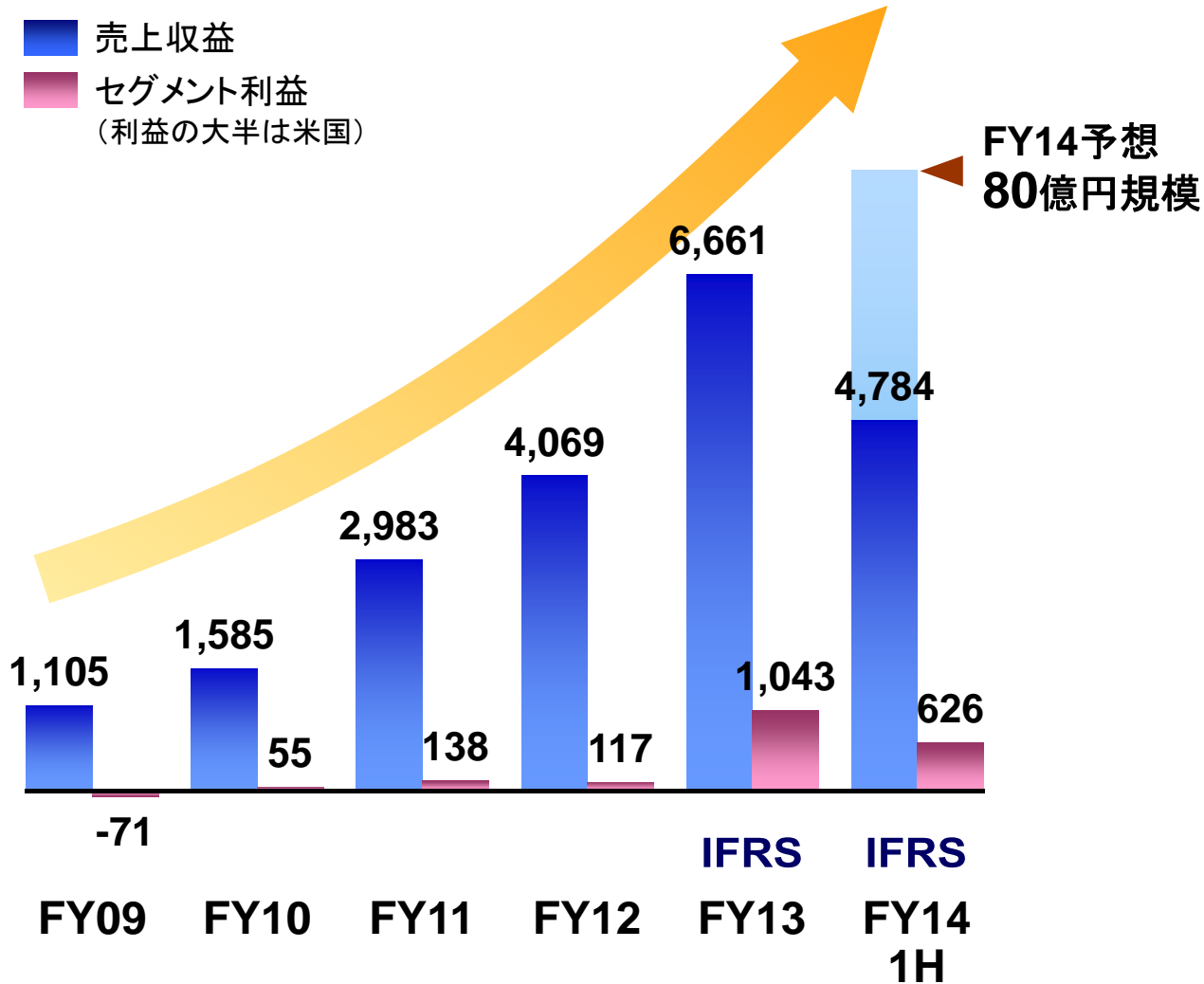


- 運営するサイトの医師会員数は100万人を超え、中国における医師のカバー率は50%近くに拡大
- 製薬会社向けマーケティング支援サービス、調査サービスが順調に拡大し、黒字基調。
- 製薬会社2社とMR君を開始予定

海外セグメント業績推移

(百万円)

IFRSベース



- メディア力の向上に伴い、業績拡大
- 製薬会社におけるeプロモーションへの取り組みも本格化傾向
- 現地通貨ベースでの成長は加速する傾向
- 1HはM&Aで一時的な費用72百万円が発生。この費用の影響を除いた1H営業利益は約7億円の水準

M3の全体戦略方針

事業開発の戦略転換

メディカルインターネット分野
での新事業開発
(2000~2010)



ネットを活用した業界特化型
プライベート・エクイティ
(2011~)



アプローチ

e中心

e+リアルオペレーション

サービス範囲

Webサービス
eツール

End-to-Endの
サービス構築

ポテンシャル
事業ドメイン数

~10

20~30
(海外も含めると~100)

収益性

高収益率(中収益額)

高収益額(中収益率)

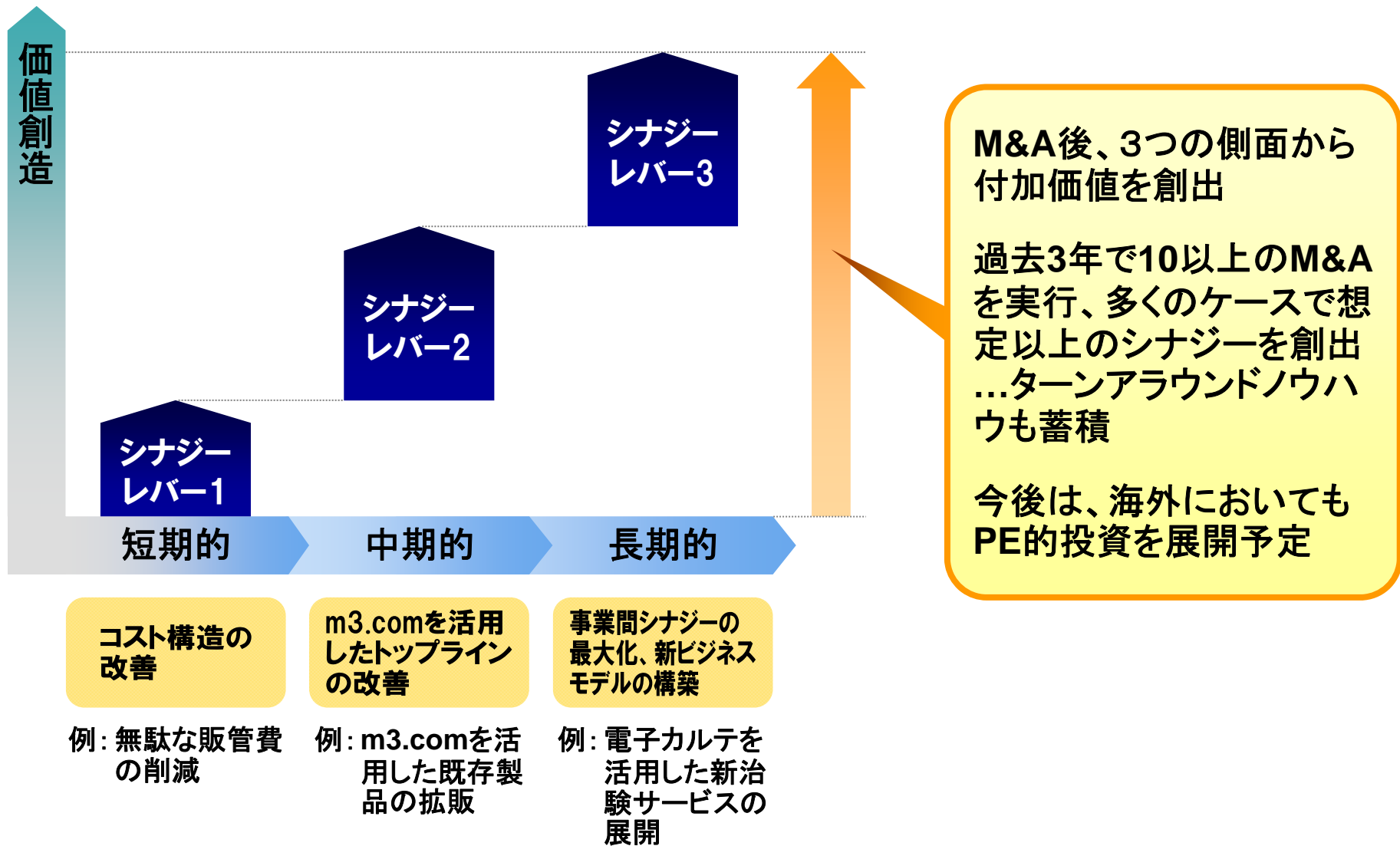
M&A

小規模中心

中~大規模

👉 ①プラットフォーム、②業界知見、③人材(経営、IT)を持ち変革を進められるユニークなポジショニング

M&Aを通じた価値創造



2014年度第2四半期 業績

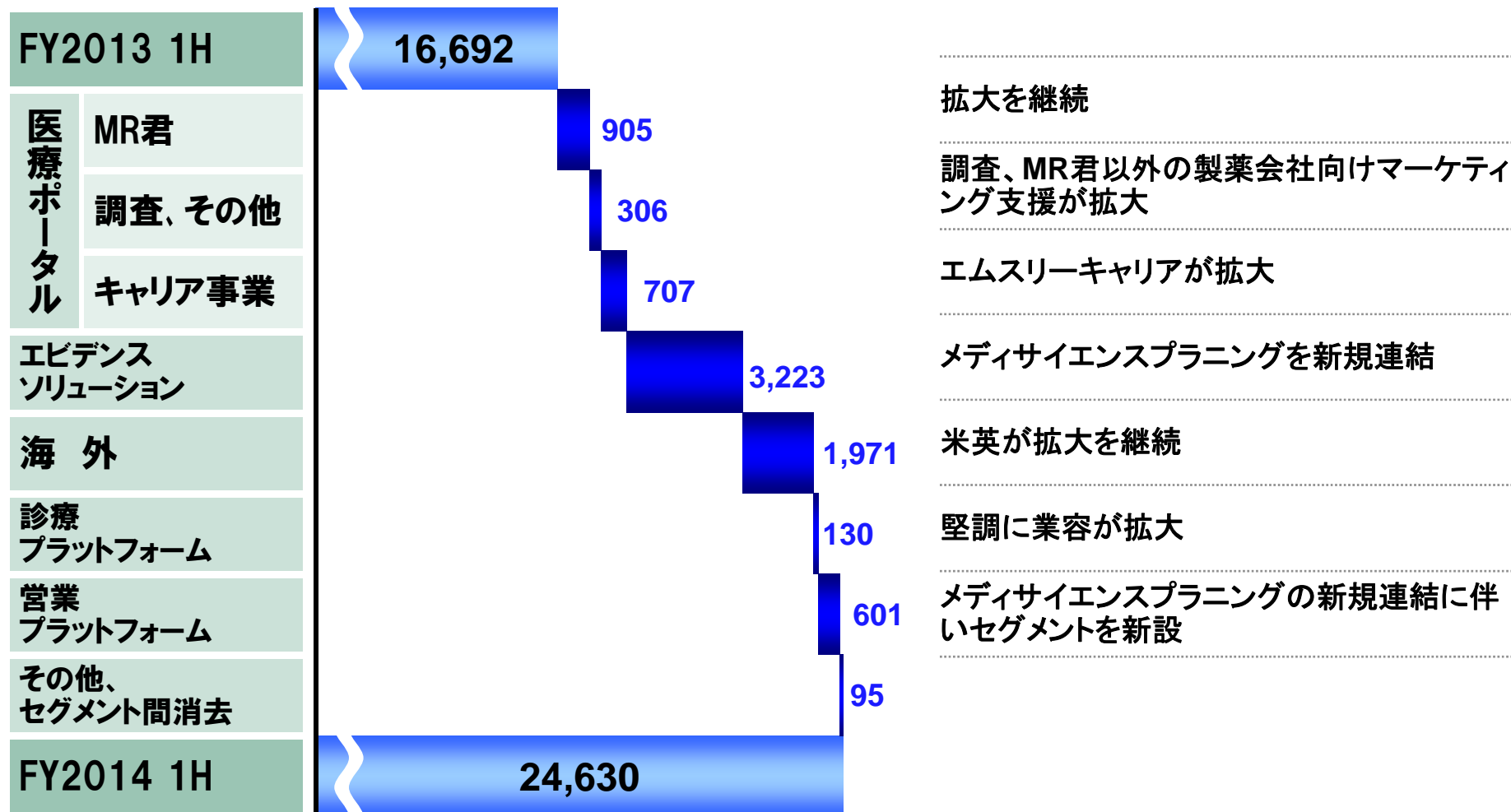
2014年度第2四半期(2014年4~9月) 連結業績

(百万円)	FY2013.1H	FY2014.1H		
	実績	業績予想	実績	対前年比
売上高	16,692	23,000	24,630	+48%
営業利益	6,105	6,800	7,518	+23%
税引前利益	6,304	6,800	7,559	+20%
純利益	3,979	4,000	4,817	+21%

2014年度：連結売上収益変動要因分析（前年比）

IFRSベース

（百万円）



全ての事業分野が堅調に推移

2014年度第2四半期 連結業績（セグメント別）

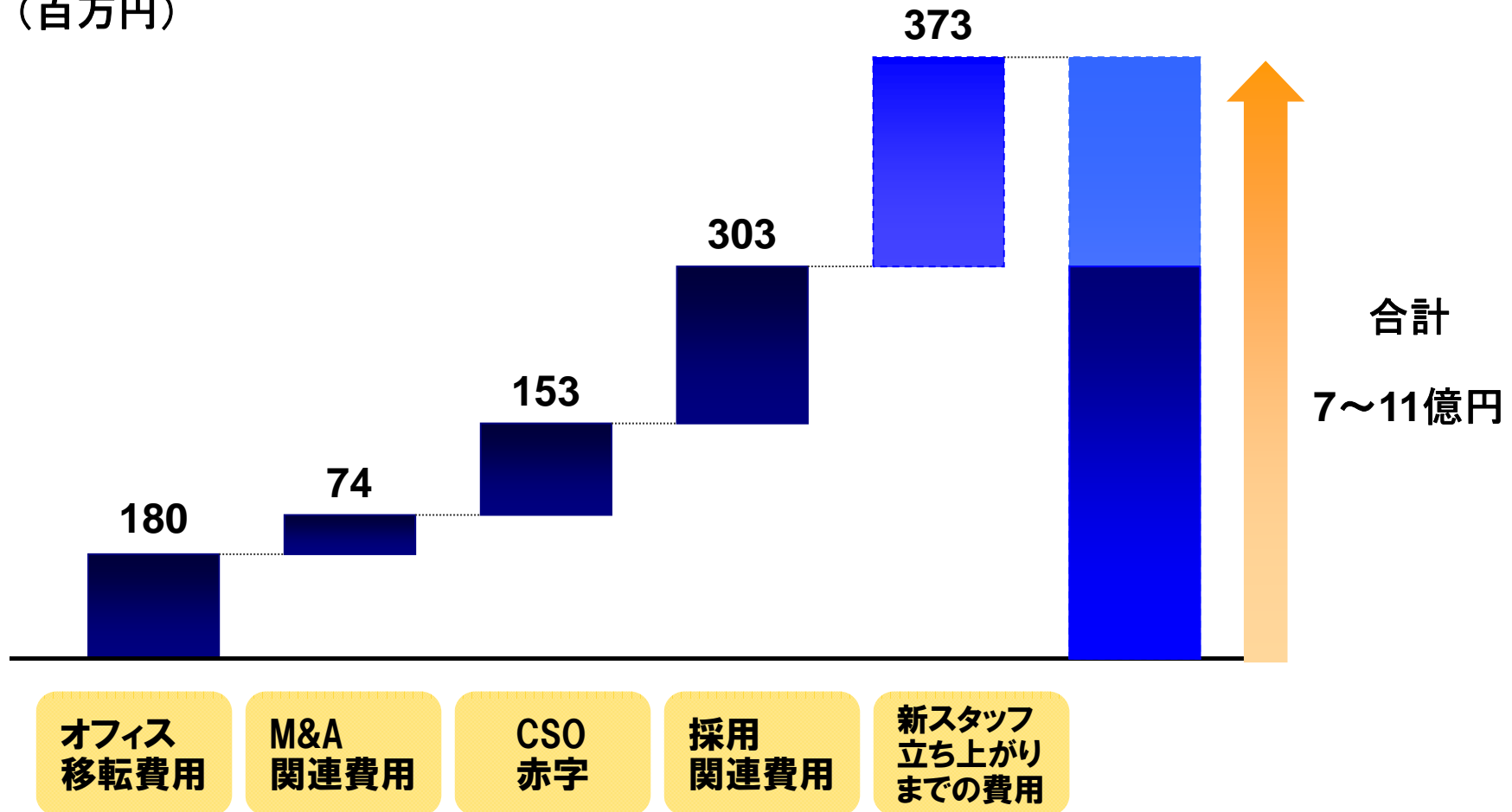
IFRSベース

(百万円)

		FY2013.1H	FY2014.1H	前年比
医療ポータル	売上収益	9,179	11,098	+21%
	利益	5,028	6,426	+28%
エビデンスソリューション	売上収益	3,110	6,333	+104%
	利益	695	635	▲9%
海外	売上収益	2,813	4,784	+70%
	利益	419	626	+49%
診療プラットフォーム	売上収益	1,336	1,466	+10%
	利益	138	175	+27%
営業プラットフォーム	売上収益	-	601	-
	利益	-	▲153	-
その他	売上収益	508	675	+33%
	利益	92	17	▲81%

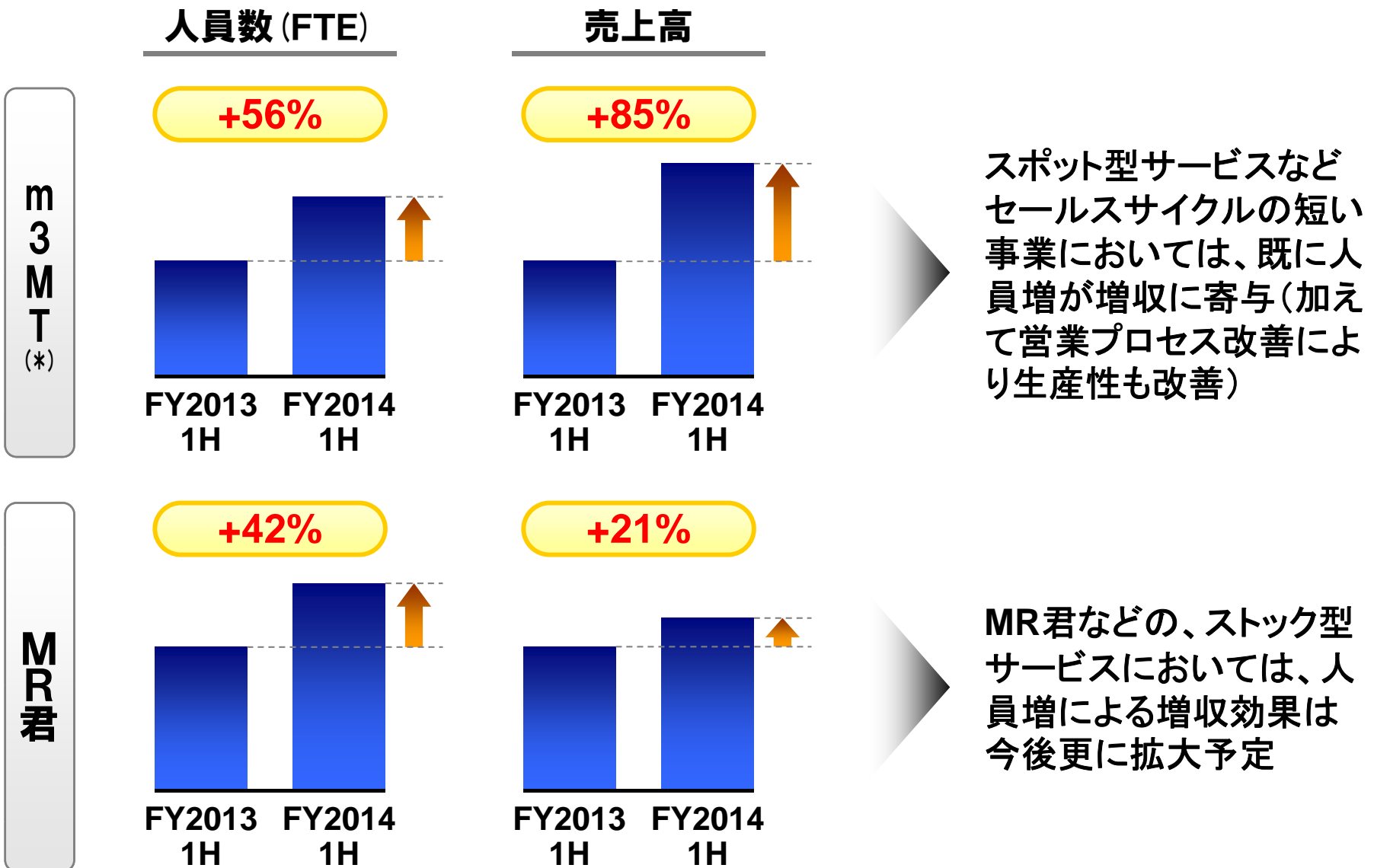
成長に向けた一時的コスト(上半期)

(百万円)



成長に向けた一時的な費用による上半期利益へのインパクトは7~11億円程度。翌年度以降の収益貢献を見込む

人員拡大に伴う成長イメージ

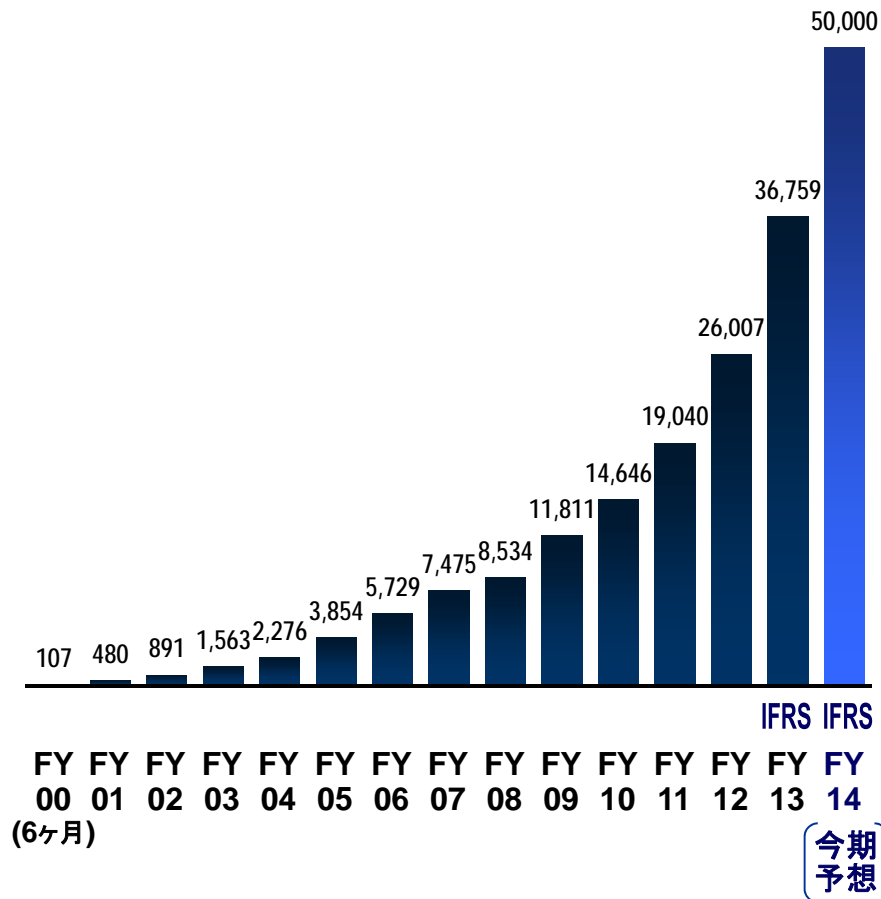


(*) バナー広告等、MR君以外のスポット型製薬会社向けマーケティング支援サービス

エムスリーの業績推移

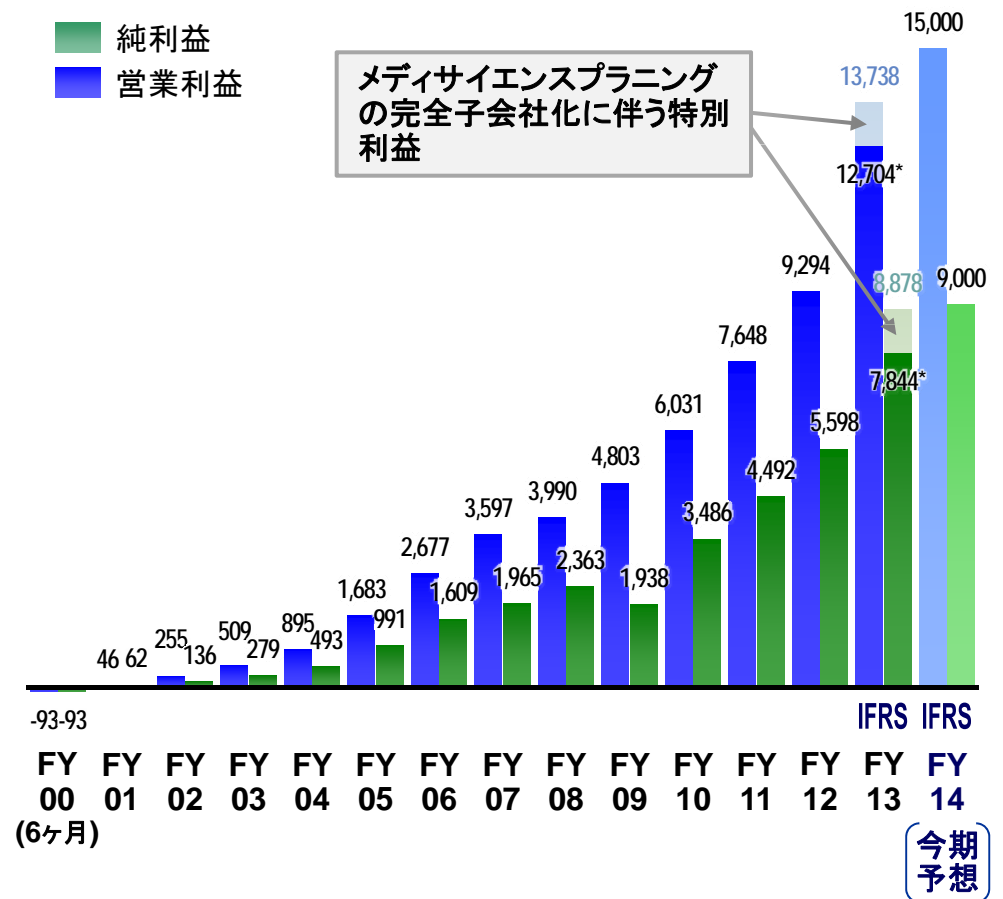
売上収益

(百万円)



営業利益・純利益

(百万円)



* 営業利益、純利益より一時的な要因(メディサイエンスプランニングの完全子会社化に伴う特別利益: 1,034百万円)を控除した金額

目指すは医療界の変革と新付加価値の創造

M 3

Medicine : 医療

Media : メディア

Metamorphosis : 変容



医療界は巨大な産業セクター

- 国民医療費33兆、周辺まで含めると50兆
- GDPの10%
- コントロールしているのは29万人
(国民の0.2%の医師)

新しい価値を医療界に提供し続ける

- 医療界の課題や問題点を解決
- 人真似でない、ユニークなモデルを提供
- 高い付加価値を創出できる(高利益)分野に特化、骨太の企業価値向上を目指す