

---

# エムスリー株式会社

## 会社説明資料

2015年4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

# 2014年度決算のまとめ

# 2014年度 連結業績

IFRSベース

(百万円)	FY2013	FY2014		
	実績	業績予想	実績	対前年比
売上高	36,759	50,000	51,346	+40%
営業利益	13,738	15,000	16,061	+17%
税引前純利益	13,927	15,000	16,174	+16%
純利益	8,878	9,000	10,428	+17%

■ FY2013の利益にはMPIの子会社化に伴う一時的な利益、約10億円を含む。

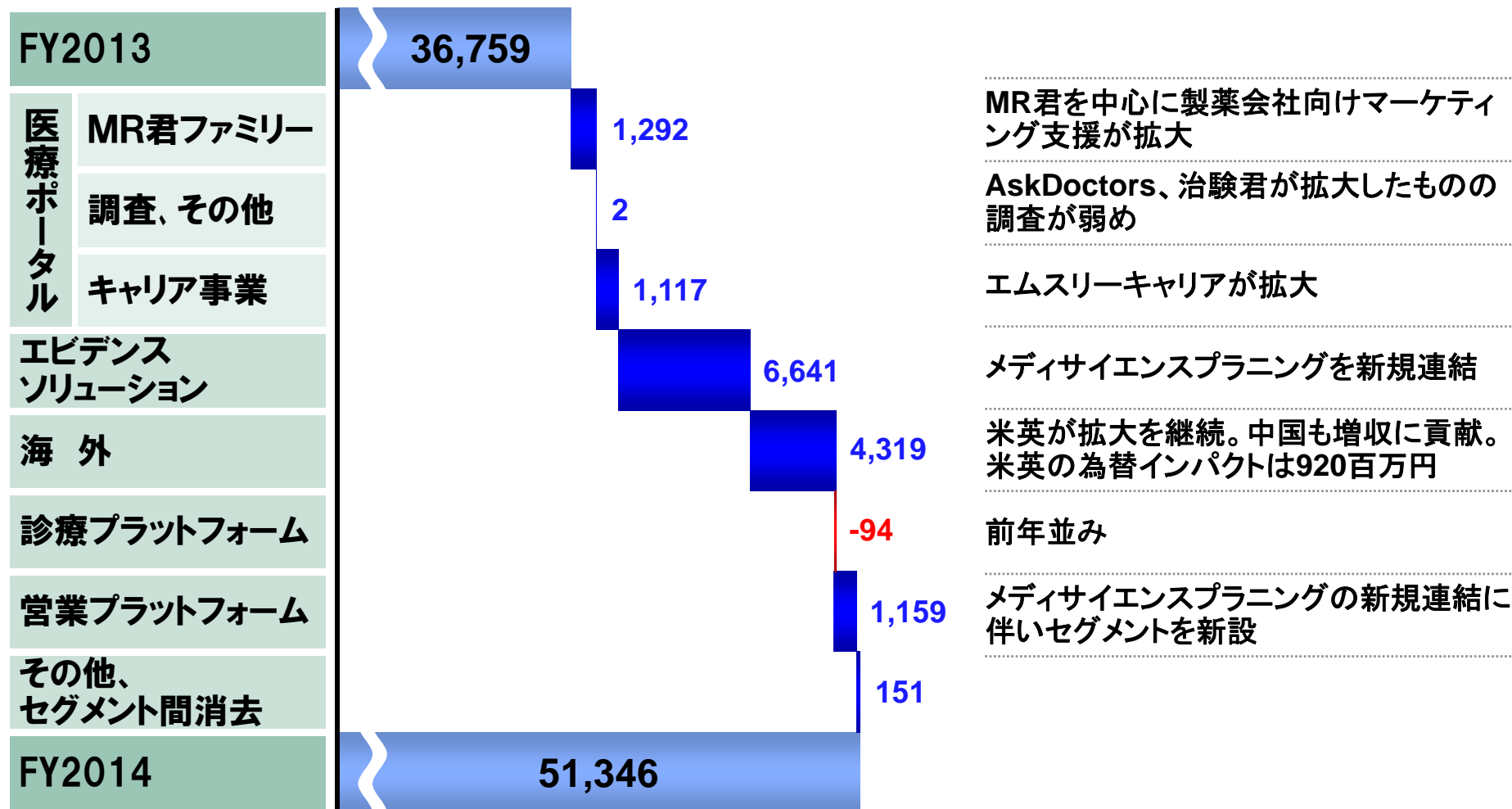
■ インパクトを控除した場合の営業利益成長率は  
**+26.4%**

■ 期末配当は8円

# 2014年度：連結売上収益変動要因分析（前年比）

（百万円）

IFRSベース



全ての事業分野が堅調に推移

# 2014年度 連結業績（セグメント別）

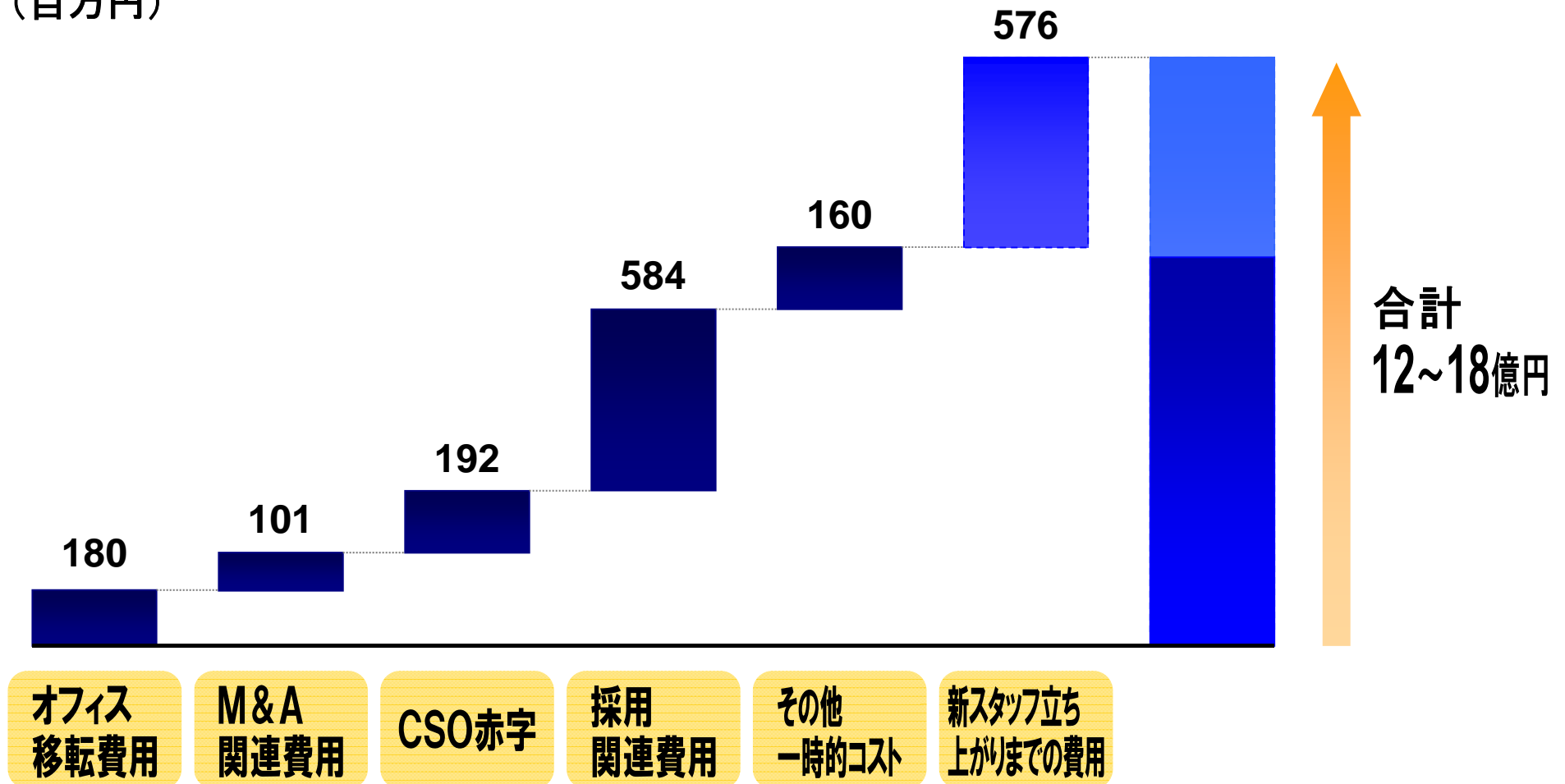
IFRSベース

(百万円)

		FY2013	FY2014	前年比
医療ポータル	売上収益	20,025	22,436	+12%
	利益	1,1035	12,890	+17%
エビデンスソリューション	売上収益	6,554	13,195	+101%
	利益	1,158	1,799	+55%
海外	売上収益	6,661	10,980	+65%
	利益	1,025	1,430	+40%
診療プラットフォーム	売上収益	2,912	2,818	▲3%
	利益	286	290	+1%
営業プラットフォーム	売上収益	96	1,255	約13倍
	利益	▲38	▲192	—
その他	売上収益	1,097	1,484	+35%
	利益	▲52	49	—

# 成長に向けた投資およびその他一時的なコスト

(百万円)



**成長に向けた一時的な費用による利益へのインパクトは12~18億円程度。翌年度以降の収益貢献を見込む**

# 事業の現況と方針



# サマリー(1)

## MR君 ファミリー

- 対前年比+12%の成長。MR君が堅調に拡大した他、ワンポイントeディテール等のスポット型サービスも好調に推移

## キャリア事業

- 対前年比で売上は24%増、経常利益61%増。本丸の医師向けの人材紹介事業の売上が前年比43%増で成長を牽引

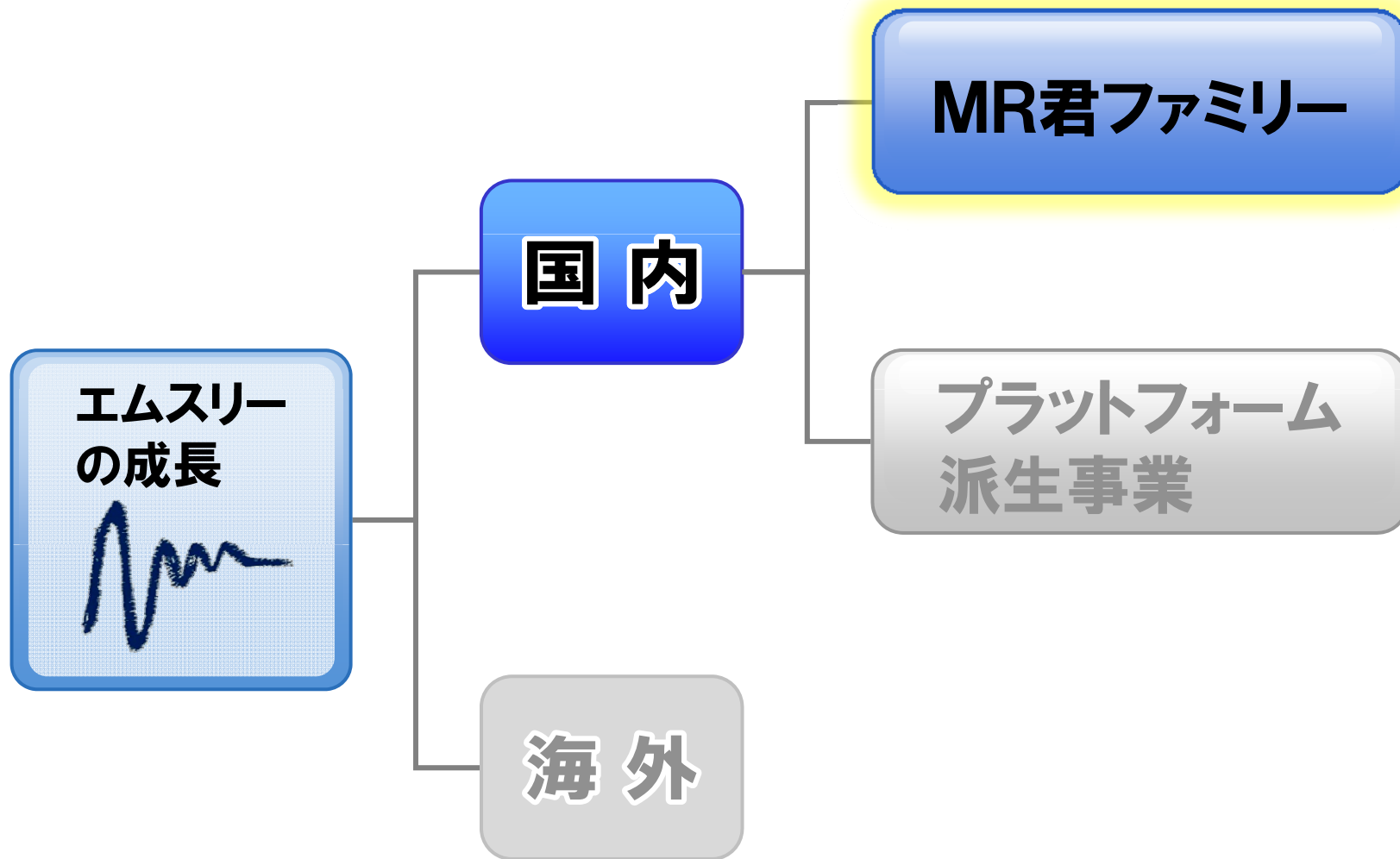
## エビデンス ソリューション

- 対前年比で売上は101%増とほぼ倍増、セグメント利益も55%増。引き続き新規受注が堅調、受注残は192億円に拡大
- SMOのノイエスを子会社化。CROに続きSMOにおいても業界トップクラスの規模に
- IDAを子会社化。海外のバイオ医薬品企業を中心に、グローバル医薬品開発における日本及びアジアでの開発を支援

## サマリー(2)

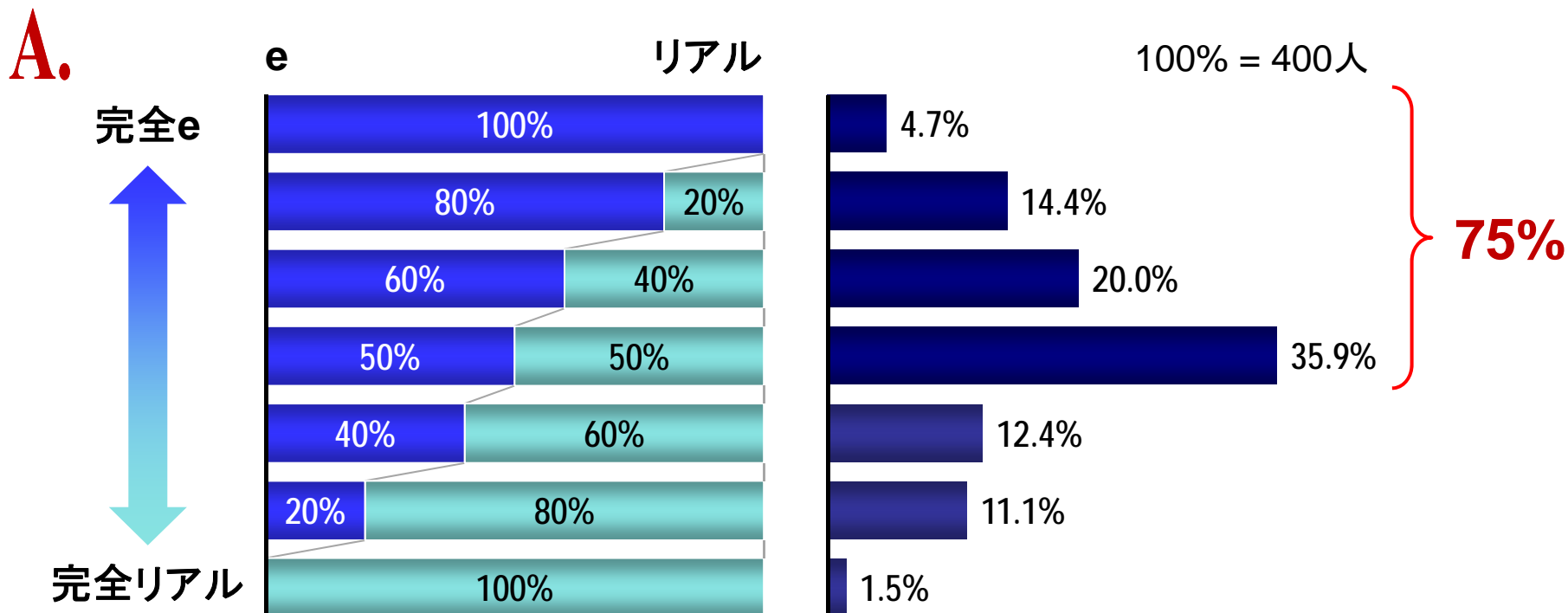
### 海外

- 対前年比で売上は65%増加し100億円を突破。セグメント利益は対前年比40%増加し約14億円。事業を行う米、英、中、韓すべての国で黒字
- 米国： Practice Match社とNEPRCの買収により医師転職事業に本格的に参入
- 中国： MR君の契約薬剤数は3剤となり順調



# 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？



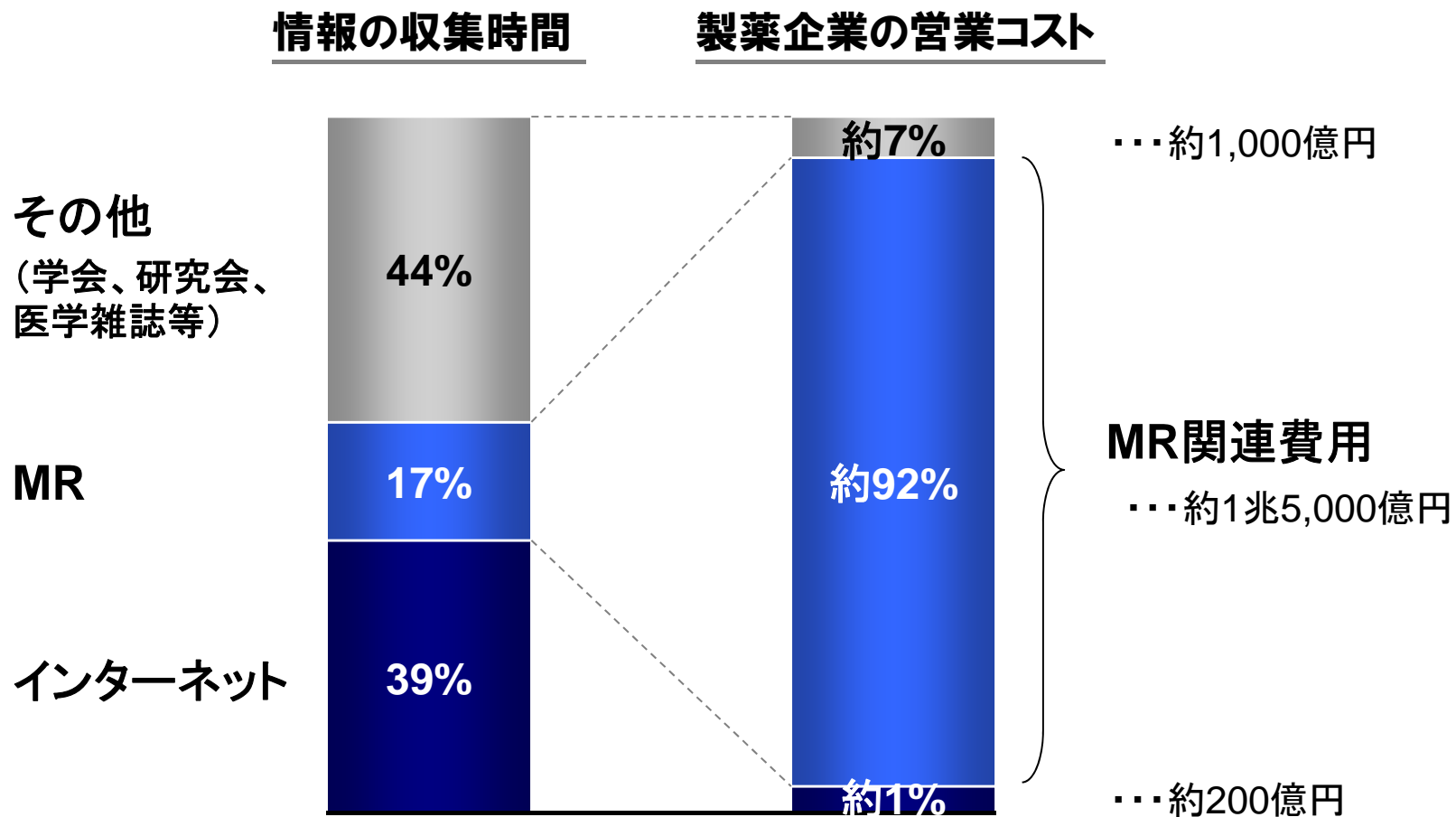
👉 多忙な医師には、都合の良い時間を選べるeディテールへのニーズは高い

\* 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。



出所: エムスリー調査・推計

# MR君ファミリーの成長へ向けて



利用の裾野が拡大する傾向

トップ10クライアントの平均売上は対前年同期比で**15%以上**増加

# MR君ファミリーの価格イメージ(年間)

MR君基本料金  
オペレーション料金

ディテール料金

コンテンツ作成  
料金

他、MR君以外

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

Web講演会  
ワンポイントeディテール等

参  
画  
時

7,000万円  
∩  
8,000万円

2,000万円  
∩  
4,000万円

3,000万円  
∩

1,000万円  
∩

約1.5億円

ト  
ップ  
5  
ク  
ラ  
イ  
ア  
ン  
ト  
平  
均

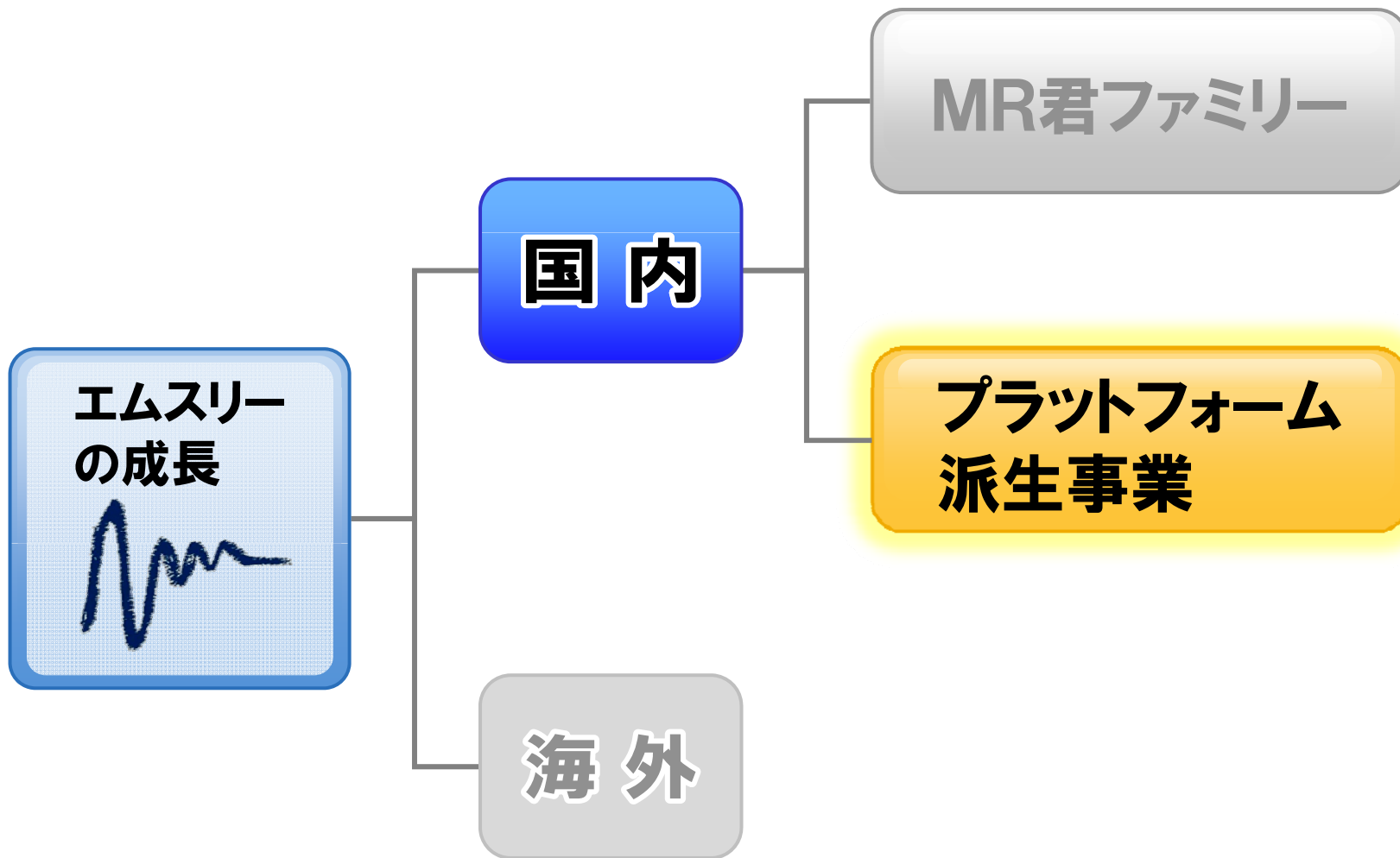
7,000万円  
∩  
8,000万円

44,000万円

10,000万円

27,000万円

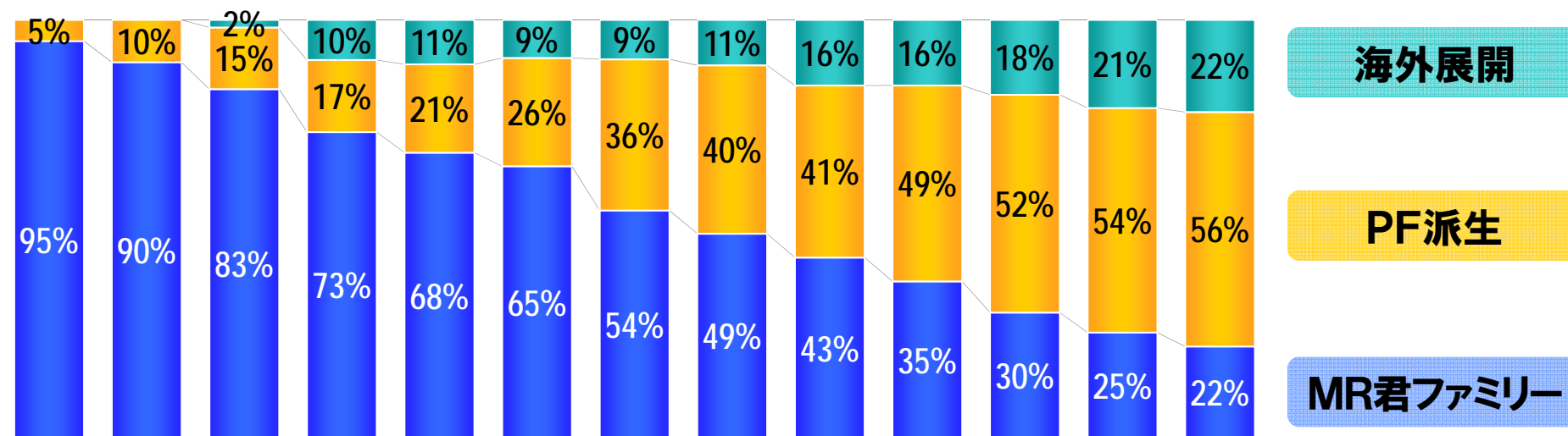
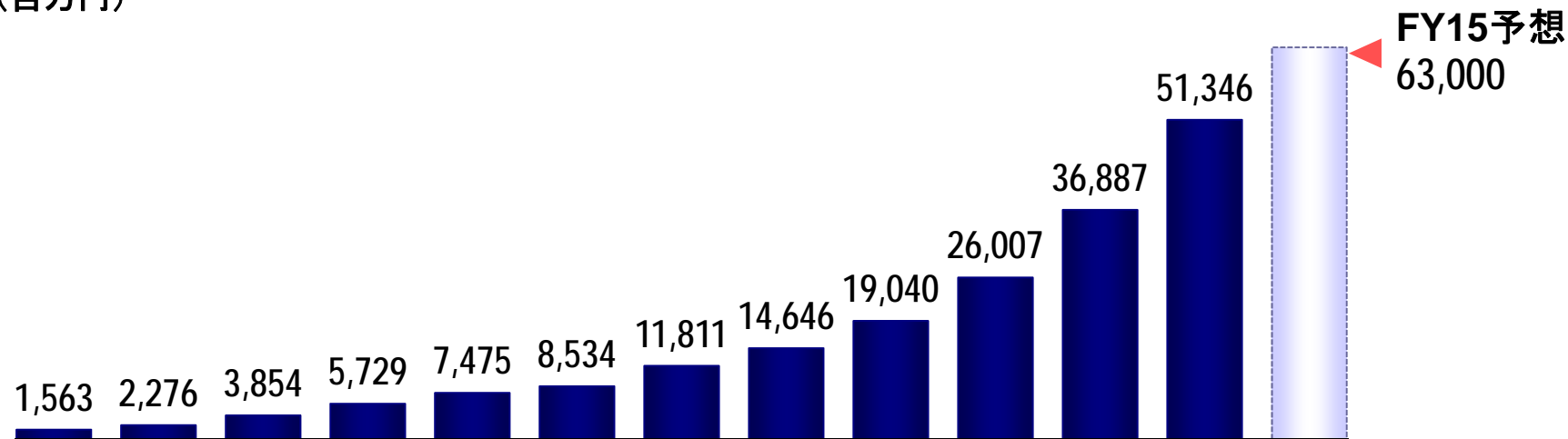
トップ5クライアントの平均: 約9億円





# 事業展開に伴う連結売上の推移

(百万円)



FY03 FY04 FY05 FY06 FY07 FY08 FY09 FY10 FY11 FY12 FY13 FY14 FY15 予

# メディアカを活用したプラットフォーム派生事業



**👉 FY2015は事業全体で400億円を近い規模となる計画。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」**

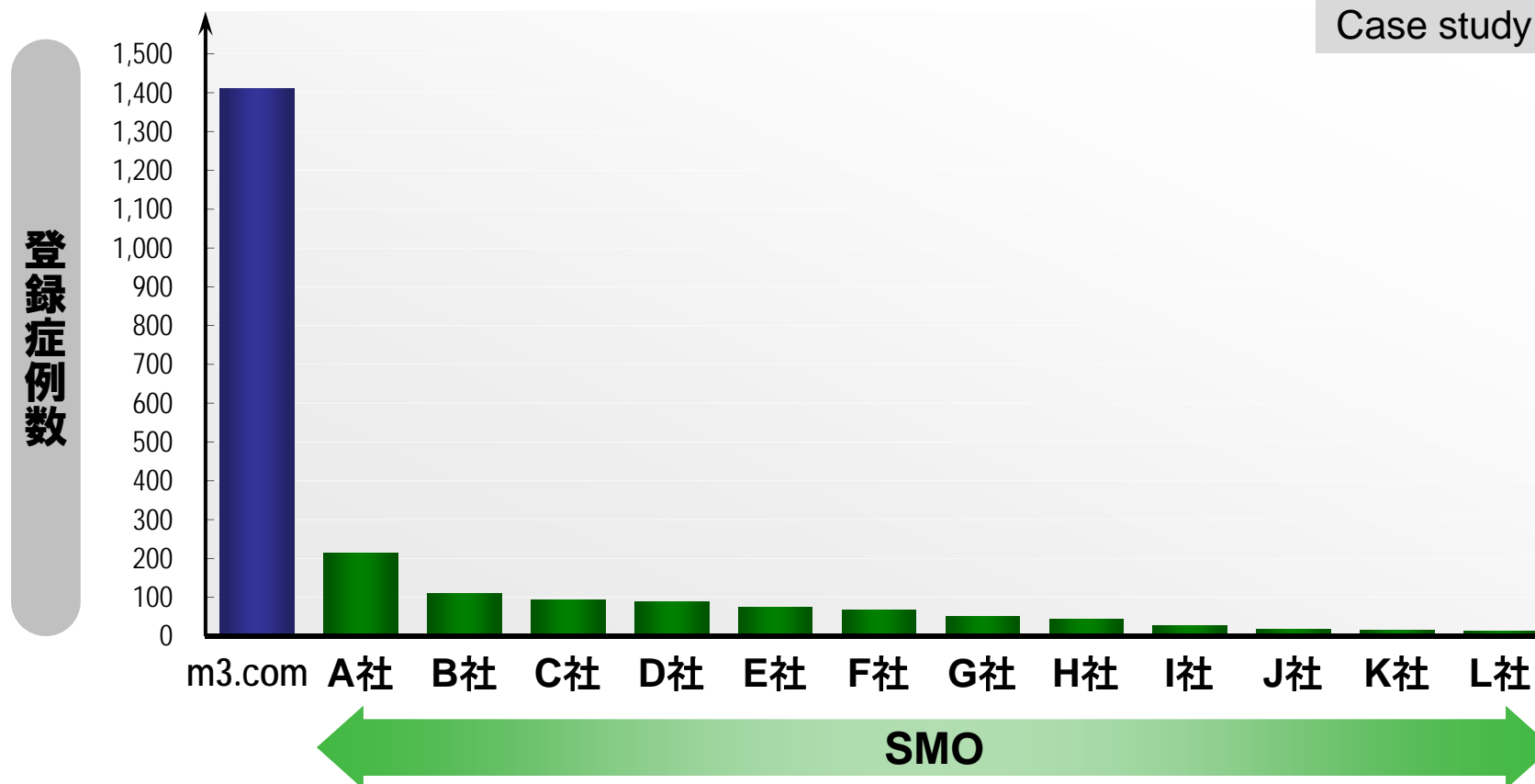
これまでの  
10年間

「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。**

# 治験のe化に向けたグループ会社の体制

1 治験



# 会社別CRA数(CRO)

1 治験

#	会社名	CRA数
1	イーピーエス	855
2	シミック	780
	<b>エムスリーグループ</b>	<b>780</b>
3	クインタイルズ	600
4	パレクセル	550
5	<b>メディサイエンスプランニング</b>	478
6	エイツーヘルスケア	380
7	<b>MICメディカル</b>	260
8	リニカル	170
9	インテリム	90
10	ベル・メディカルソリューションズ	80
	<b>メビックス</b>	<b>42</b>

■ 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。

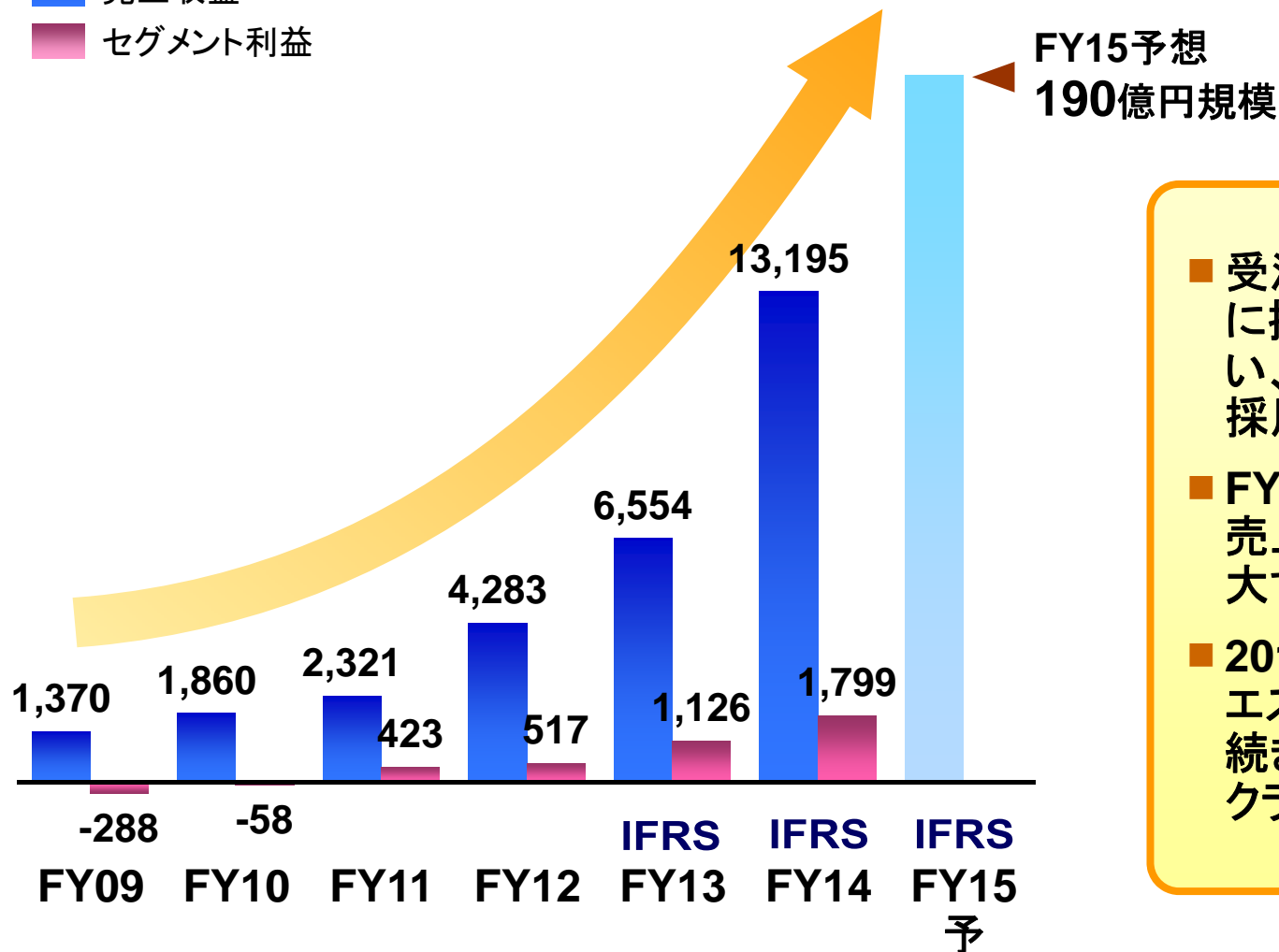
# エビデンスソリューションセグメント業績推移

1 治験

(百万円)

IFRSベース

■ 売上収益  
■ セグメント利益



- 受注残は192億円と堅調に拡大。受注の拡大に伴い、先行投資的に人材を採用
- FY2015も成長を持続し、売上は190億円規模に拡大する見込み
- 2015年4月にSMOのノイエスを子会社化。CROに続き、SMOでも業界トップクラスの規模

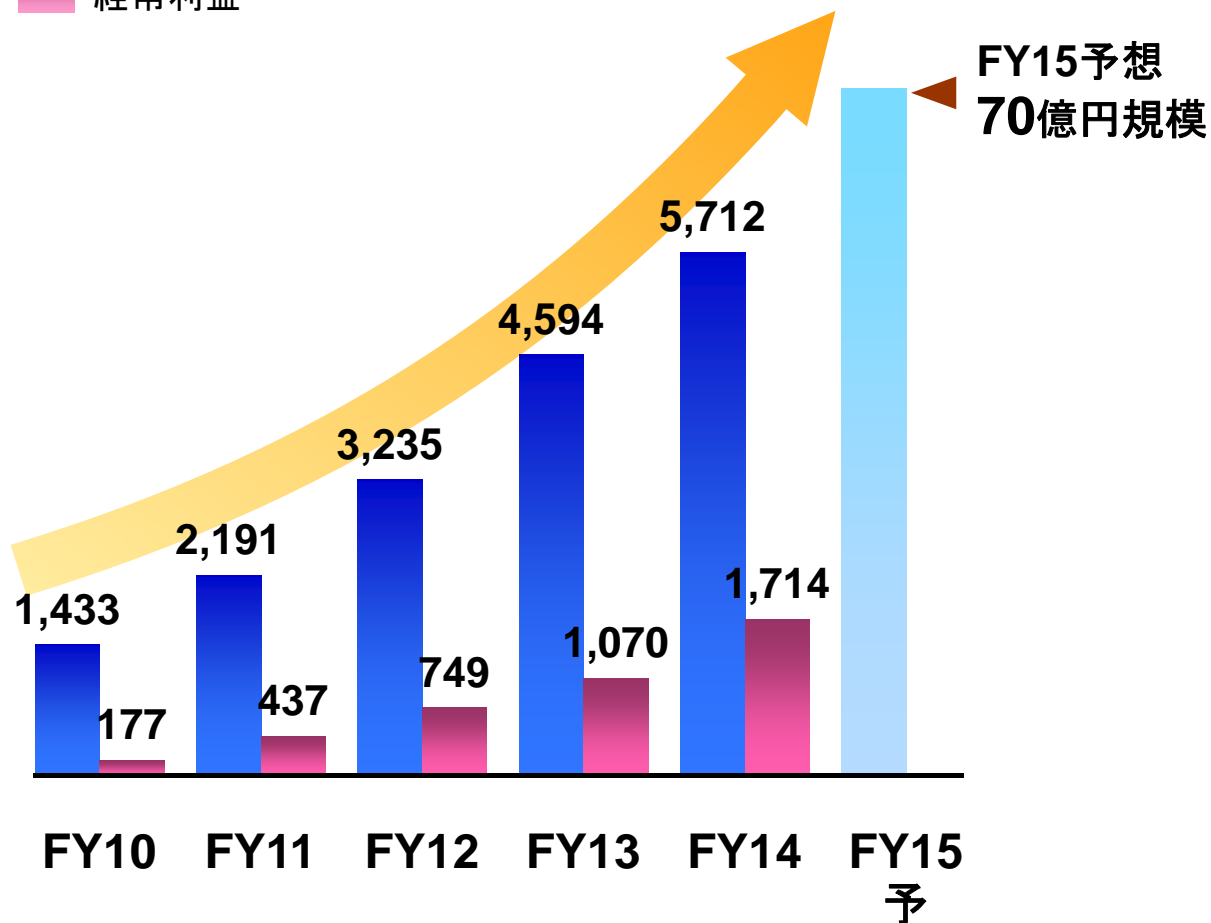
# エムスリーキャリア業績推移

2 キャリア

(百万円)

JGAAPベース

■ 売上高  
■ 経常利益



- 新規採用スタッフの立ち上がりが進み、生産性が向上
- FY2014は医師向けの人材紹介事業が成長し、利益率も上昇
- FY2015は引き続き医師向け人材紹介事業が成長を牽引し、約30%の成長を目指す





## サービスの概要

- 企業がもつ健康によい商品に対し、医師が客観的に評価
- 一定の評価を得られた商品を認定

紹介サイト: AskDoctors総研

<https://www.askdoctors.jp/labs/>

## 主な採用企業、商品（15商品以上に認定済み）

SUNTORY



Otsuka 大塚製薬



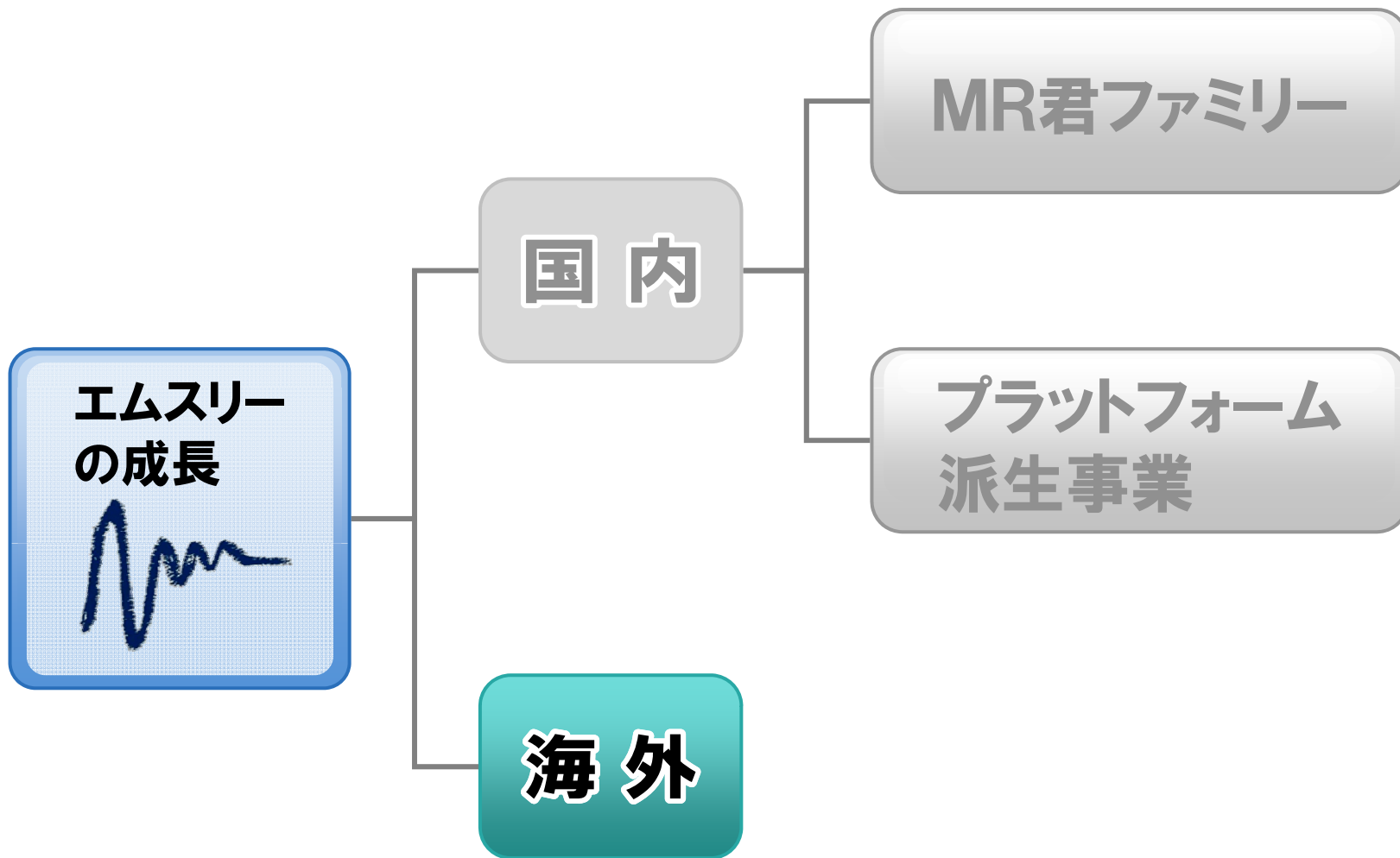
kao



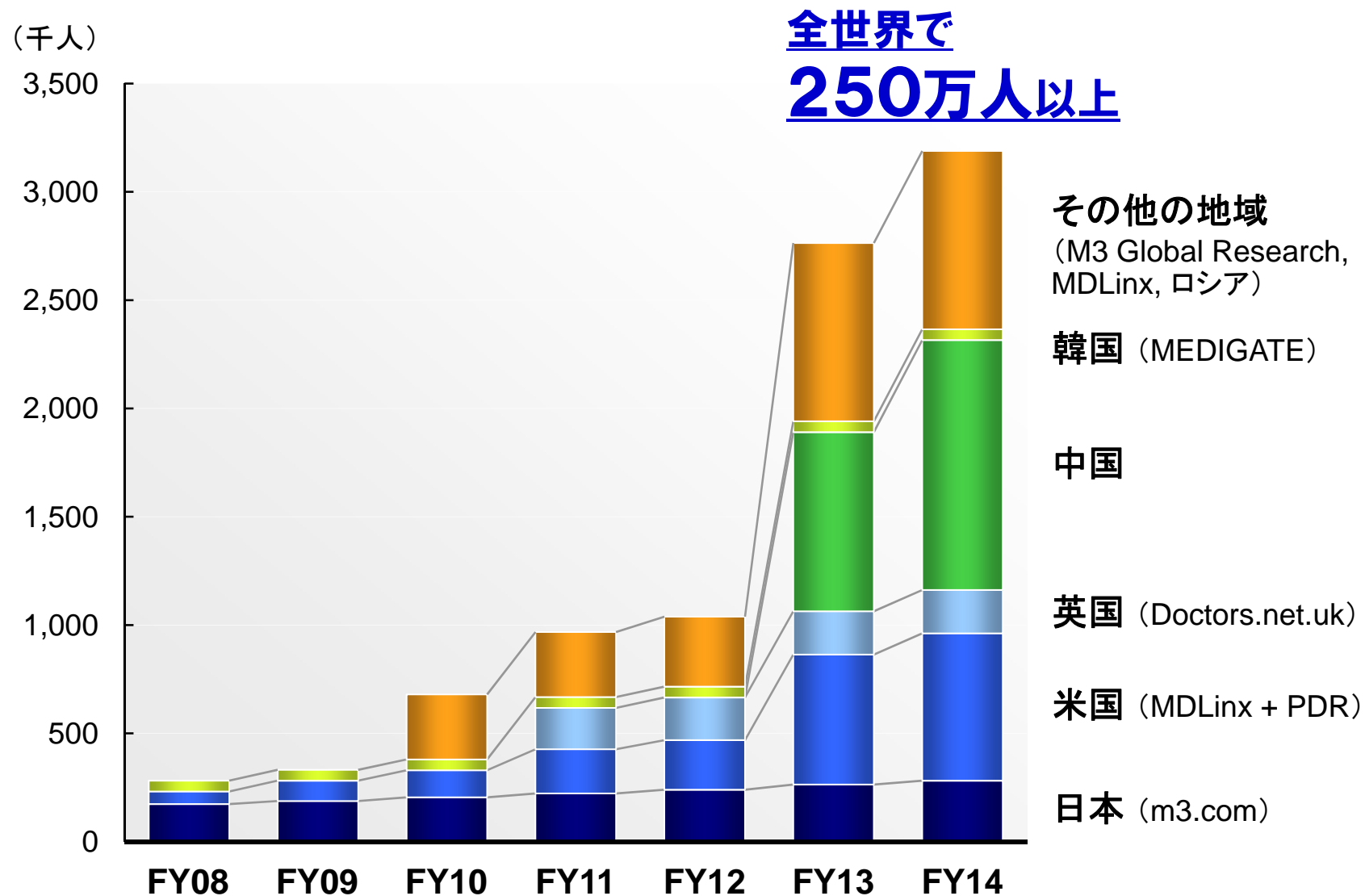
森永乳業



👉 食品表示法の改正の影響もあり、テレビ等でのメディア露出が増加。今後、大手ナショナルブランドでの採用が加速する見込み



# 医師会員・調査パネルの推移(グローバル)



# 米国での展開

The screenshot displays the MDLinx website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Home', 'Your Messages (23)', 'Smartest Doc', 'Physician Jobs (365)', 'Clinical Trials', 'More', 'Other Specialty', and 'Article Search'. Below this, the 'Oncology News & Articles' section features a welcome message for 'Dr. James Frank' and a 'NEW Market Research Dashboard' showing a '6% Profile Completion' status. A 'Your Unread Messages in Oncology' section lists several articles, including 'Smartest Doc Challenge MDLinx' and 'Top Read MDLinx'. A 'New Service From The MDLinx Career Center!' banner promotes 'Post your CV and let employers find you!'. The 'UPCOMING Clinical Trials' section lists several trials, such as 'Circulating Tumor Cells (CTCs): A Potential Screening Test for Clinically Undetectable Breast Carcinoma'. At the bottom, there's a 'Search the latest Oncology Jobs' button and social media links for Newsletter, RSS, Follow Us, and Facebook.

## ■ 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No.1プレーヤーへ成長

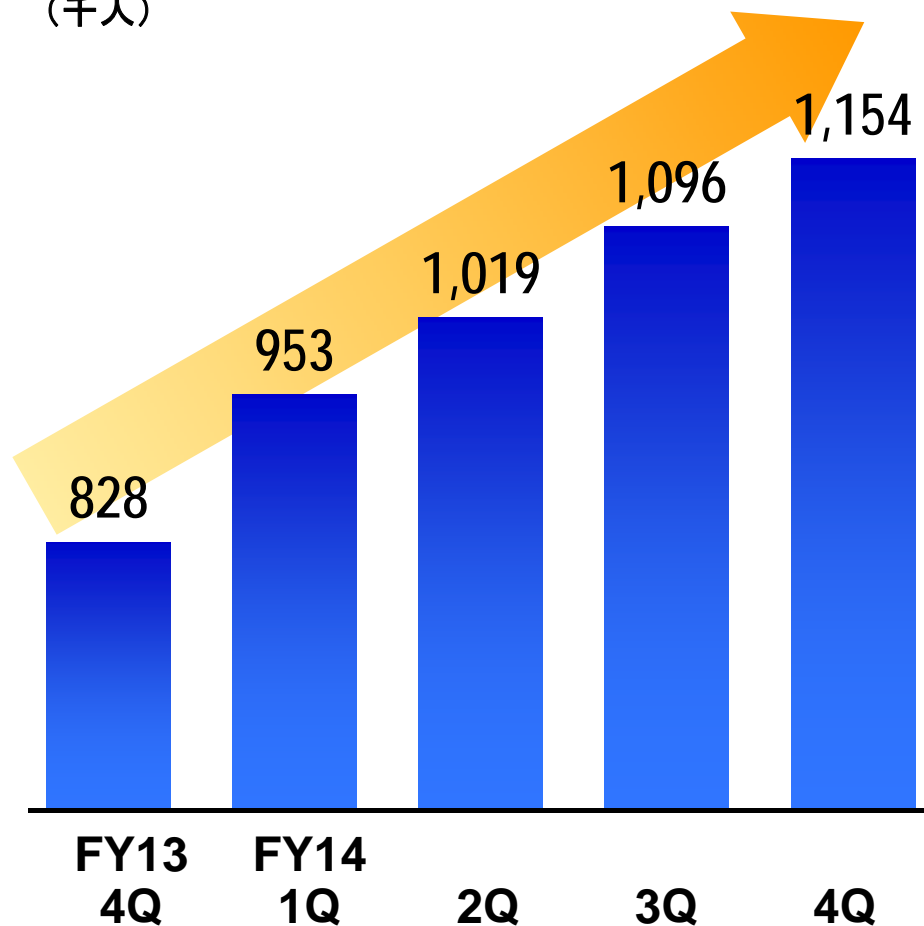
## ■ Practice Match社、NEPRCと相次いでM&Aを行い、米国でのキャリア事業に本格参入。日本におけるエムスリーキャリアのノウハウを活用し、事業展開を加速

## ■ 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50万人のアセットの事業化も今後検討

# 中国での展開

## 医師会員数の推移

(千人)



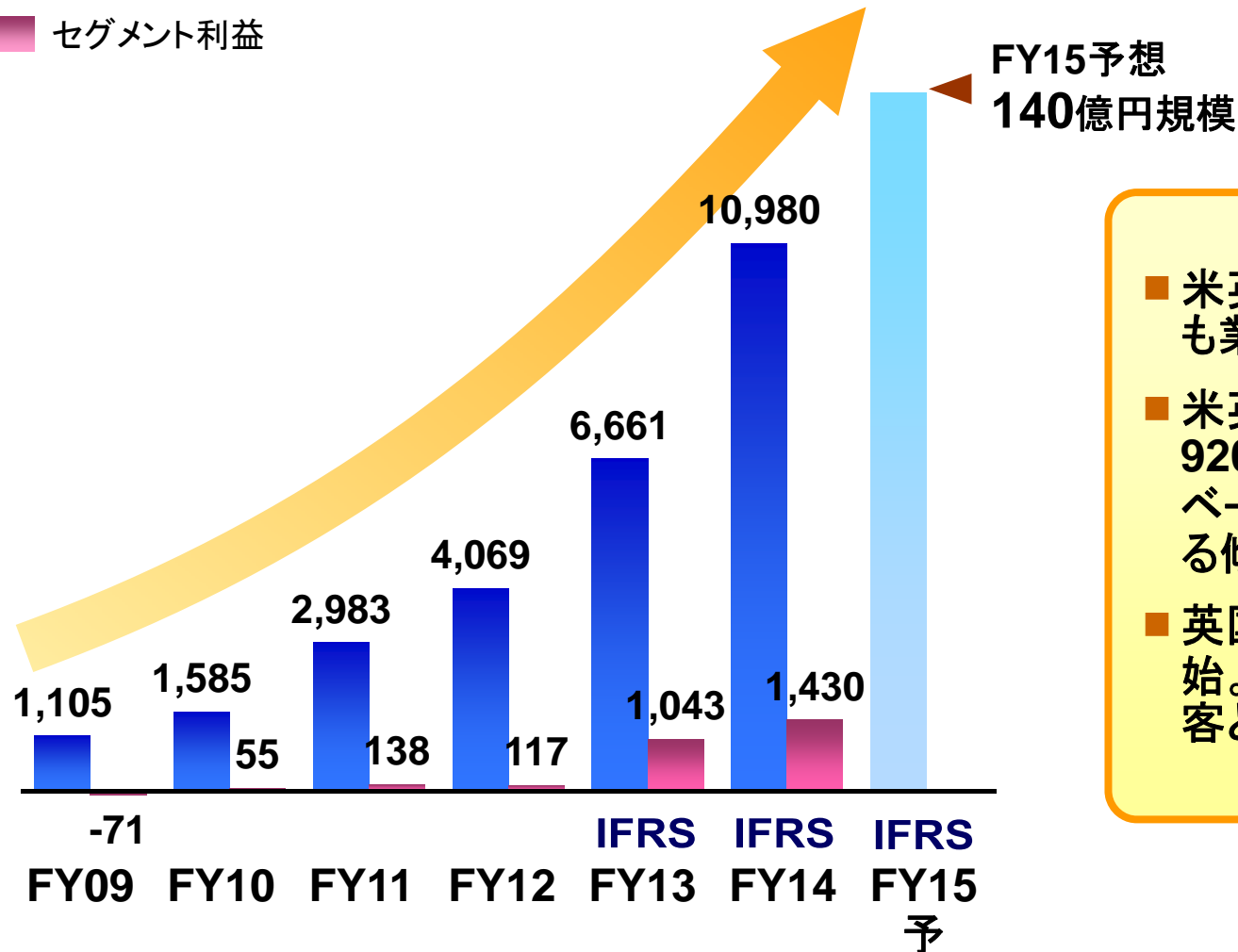
- 運営するサイトの医師会員数は100万人を超え、中国における医師のカバー率は約50%
- 医師プラットフォームの拡大に合わせて製薬会社向けマーケティング支援サービスや調査サービスが拡大
- 4Qは季節性に加えて仕掛品の評価を見直したため赤字
- 中国版MR君は3薬剤を受注済。さらに4薬剤で採用予定で順調

# 海外セグメント業績推移

(百万円)

IFRSベース

■ 売上収益  
■ セグメント利益



- 米英に加え中国においても業容が拡大
- 米英の為替インパクトは920百万円。現地通貨ベースでの成長も加速する傾向
- 英国においてもMR君を開始。複数の製薬会社を顧客として獲得済み

# 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



---

# 2015年度の業績予想

# 2015年度：主要事業の展望（1）

## MR君 ファミリー

- 幅、深さとも次のレベルに進化
  - － 幅： MR君に加え、周辺サービスも順調に拡大、幅広い医薬品の多様なマーケティングニーズに対応
  - － 深さ： 医薬品単位ではなく、製薬企業全社の営業・マーケティングを包括的にサポートする戦略提携の拡大

## キャリア事業

- 医師、薬剤師向けの転職支援事業の双方において、国内圧倒的No.1のポジションを確立

## エビデンス ソリューション

- ノイエスの子会社化によりSMOにおいても国内トップクラスのプレーヤーとなり、CRO＋SMO＋M3の差別化されたサービスにより受注がさらに拡大見込み
- 190億円を超える受注残と好調な引き合いを背景に成長を継続

## 2015年度：主要事業の展望（2）

### 海外

- 全ての地域で各サービスが順調に拡大
  - － 米国：
    - 調査サービス、製薬会社向けマーケティング支援サービスに加え、医師向け転職支援サービスが3本目の柱に
  - － 英国、中国：
    - 新たに開始したMR君サービスの利用が拡大し、サービスとして定着

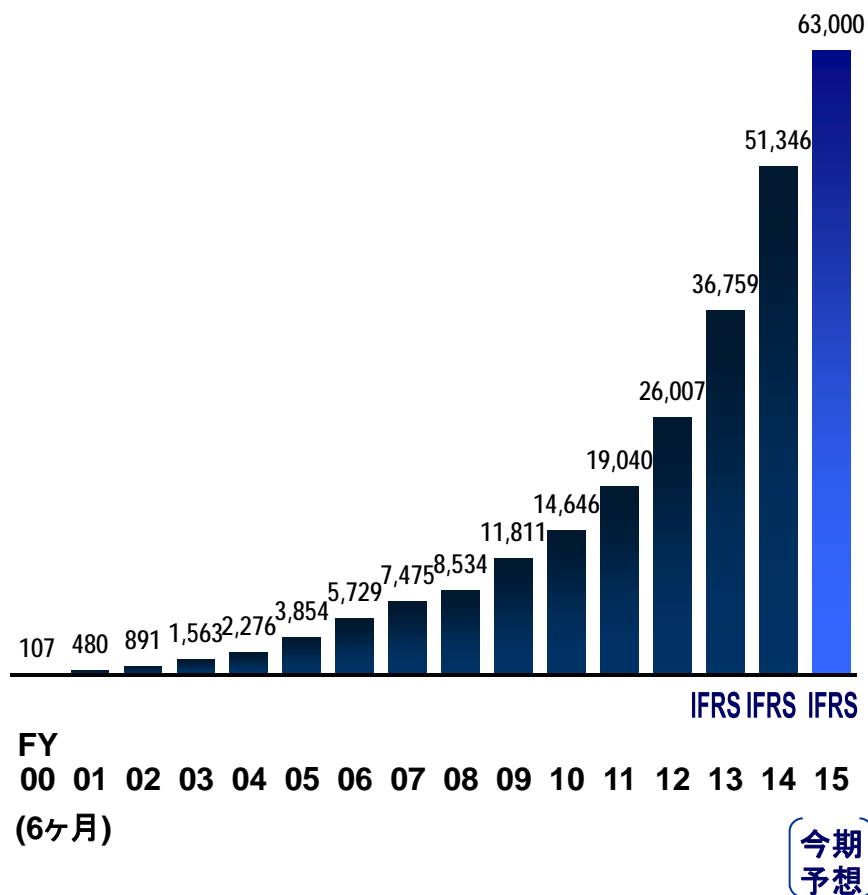
### 新規

- ゲノムサービスを開始予定

# エムスリーの業績推移

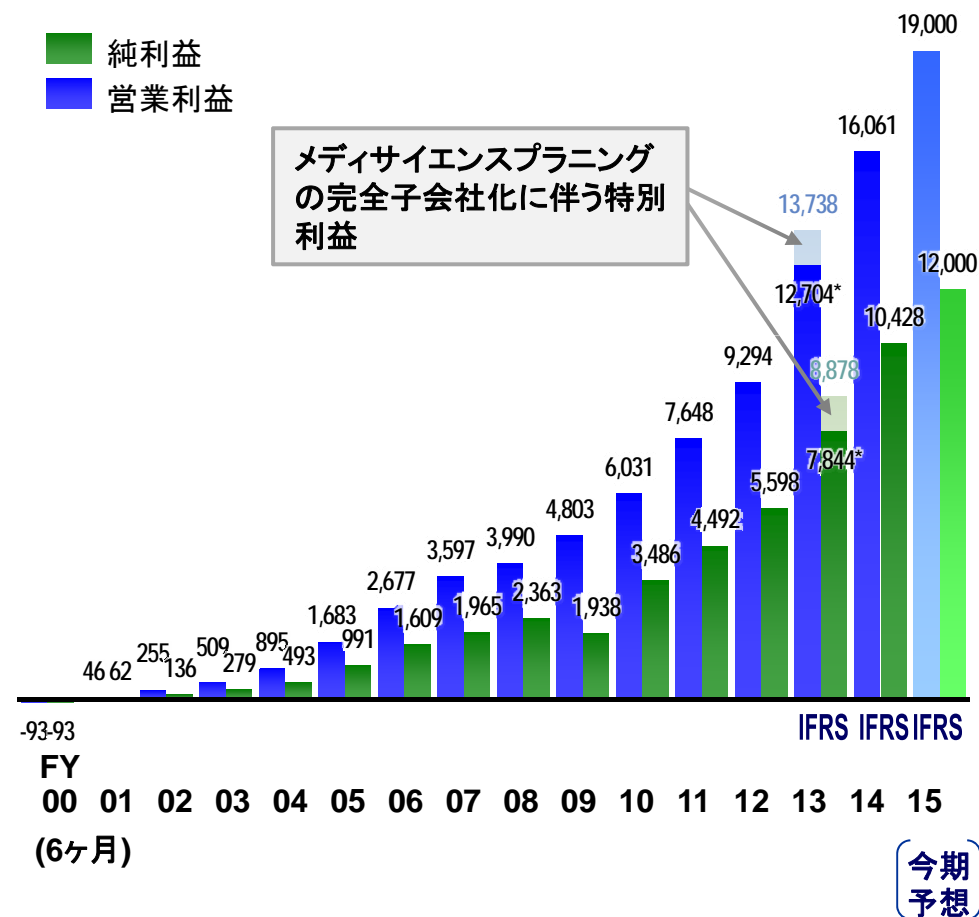
## 売上収益

(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

# 2015年度予算の考え方

## トップライン

- オポチュニティは保守的に部分的に反映
- 未確定な新規事業、M&Aは織り込んでいない

## コスト

- 成長に向けた積極採用を継続。年間を通じて約500人を採用
  - エムスリー： 80人
  - キャリア： 100人
  - CRO： 150人
  - E武装MR： 120人  
(メディカルマーケター) など
- M3マーケティングは2億円の先行投資赤字見込み
- アドバイザリーフィー等、M&A関連費用を3億円計上
- オフィス移転、拡張費用として50百万円の費用を計上

# 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

