
エムスリー株式会社

会社説明資料

2016年1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 ファミリー

- ほぼ前年並みで推移。一部顧客の影響は続いているものの他で穴埋め、1-3月期は2ケタ成長に戻る見込み

キャリア

- 3Qまでの累計売上は対前年比+19%の52億円、経常利益は+34%の18億円。引き続き順調

エビデンス ソリューション

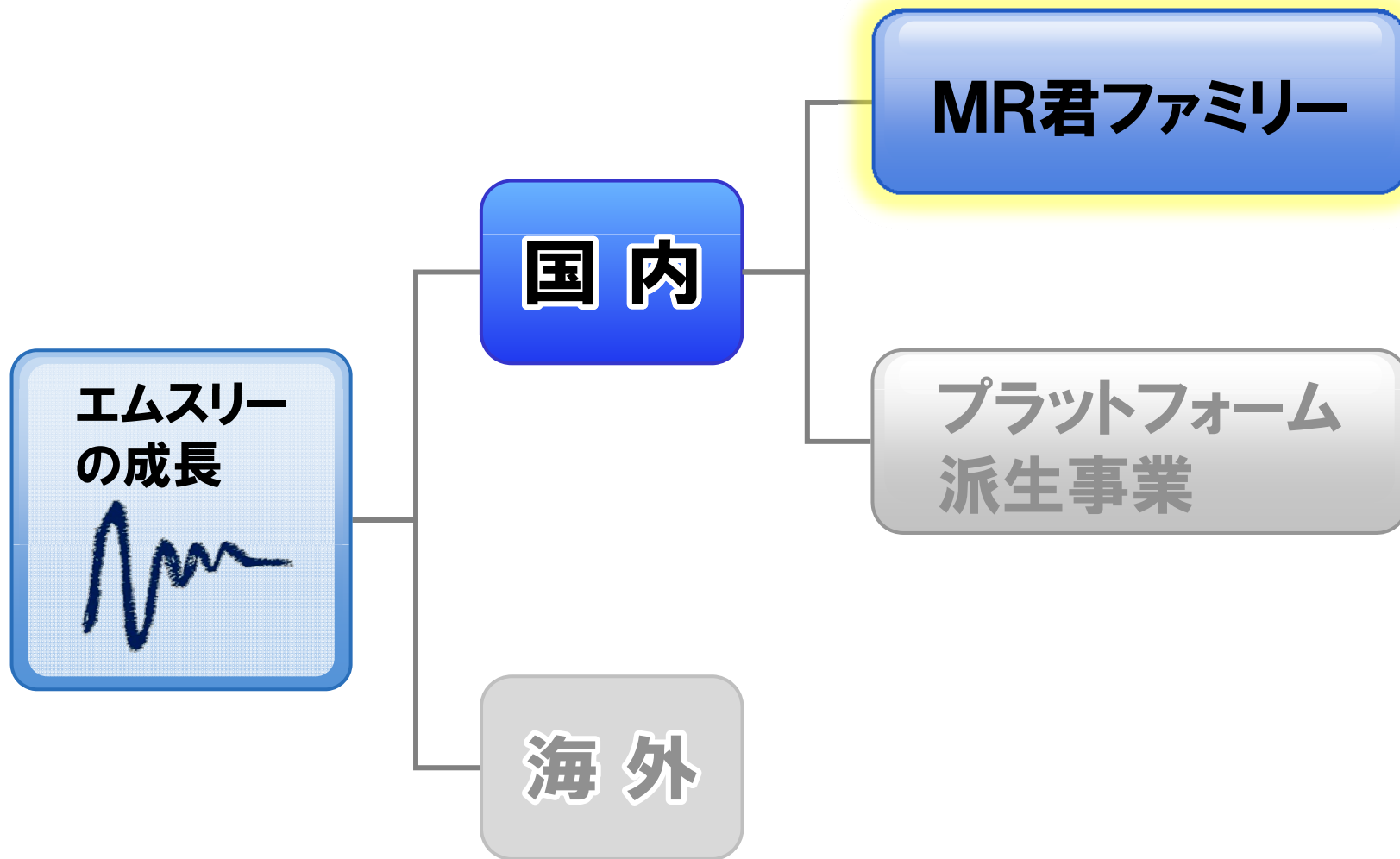
- 好調な受注とプロジェクト進捗により、3Qまでの累計利益は対前年比+128%の27億円に拡大。
- ノイエスの赤字による利益インパクト▲2億円を吸収

海外

- 米国: スパム問題は収束。4Q以降への影響はなし
- 英国: MR君が順調に立ち上がり、約10の薬剤で情報提供中
- 中国: MR君の契約数は8社18剤、想定を上回る拡大ペース

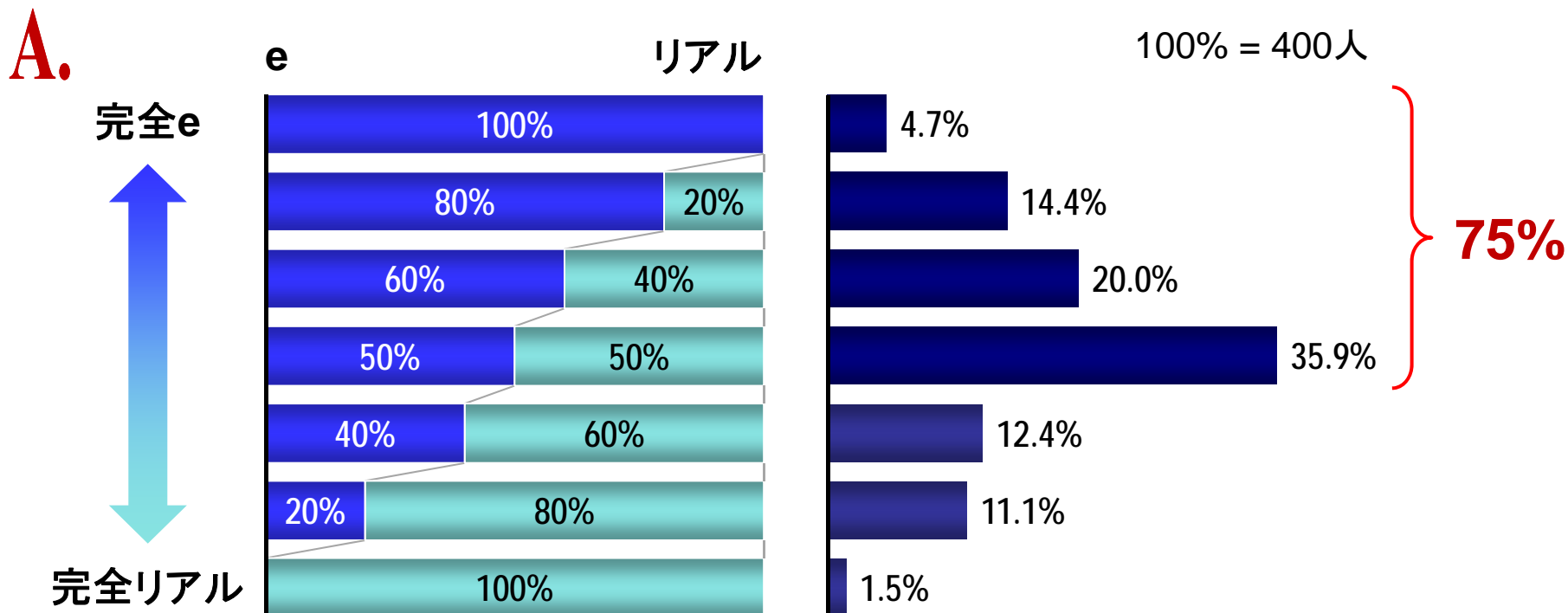
M&A/ 新規事業

- 米国で医師転職支援事業を展開するThe Medicus Firmを子会社化。米国における医師転職支援事業を加速
- 株式会社QLifeを子会社化。DTC広告サービスを強化
- 医療機器・バイオの開発シーズを事業化する事業を開始予定



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？

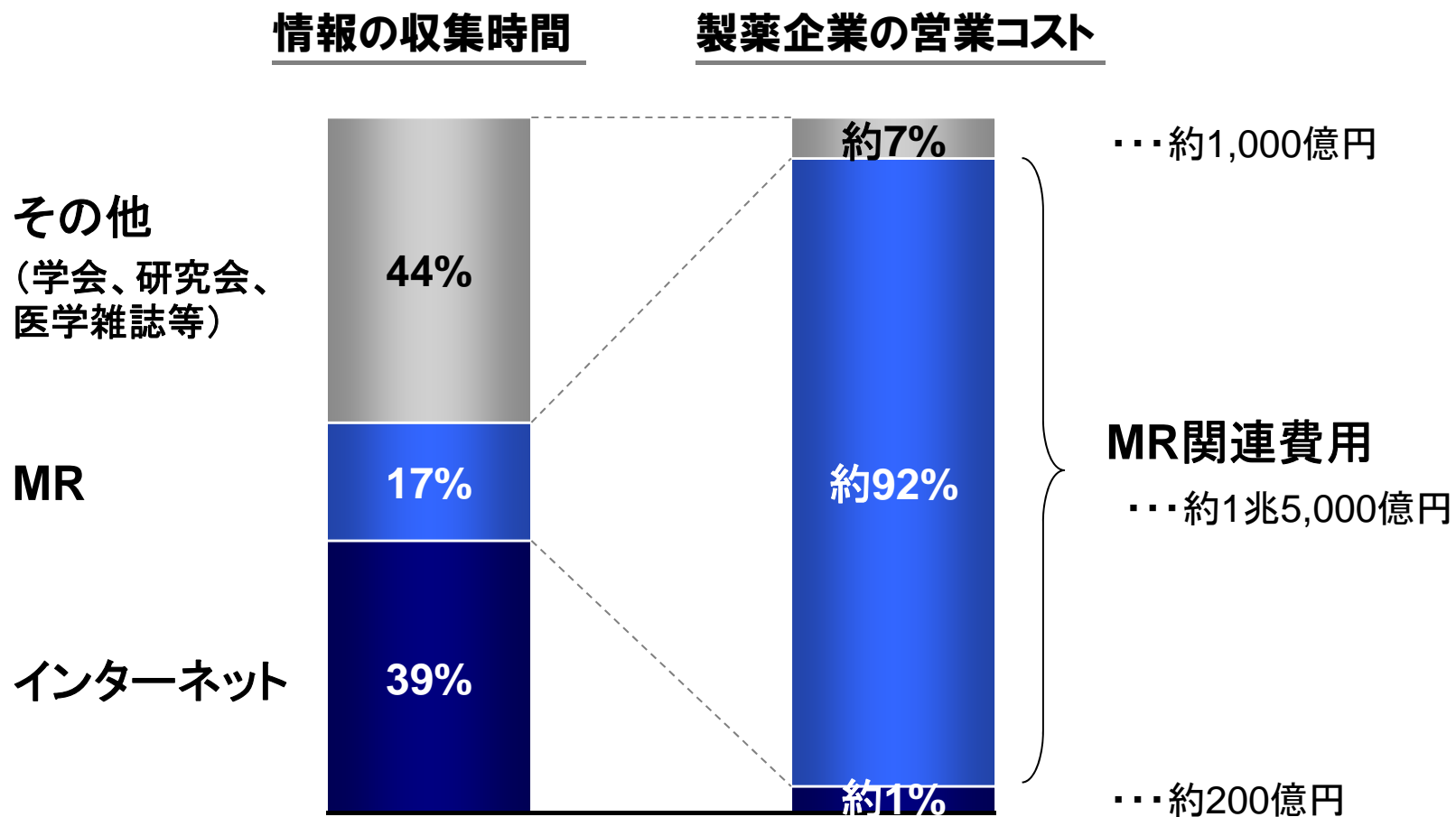


👉 多忙な医師には、都合の良い時間を選べるeディテールへのニーズは高い

* 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20のクライアントの平均売上は対前年同期比で**約9%**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

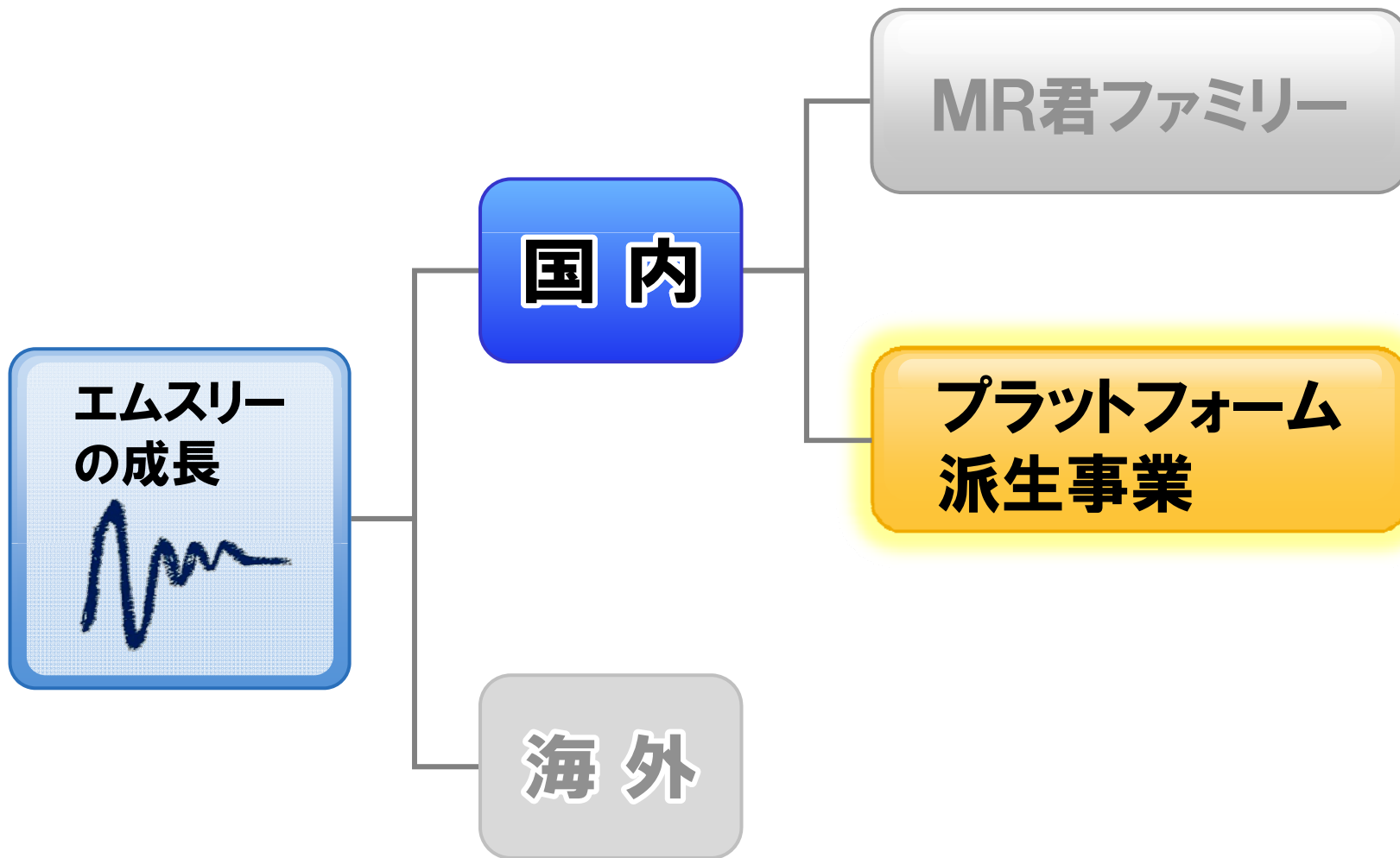
7,000万円
∩
8,000万円

44,000万円

10,000万円

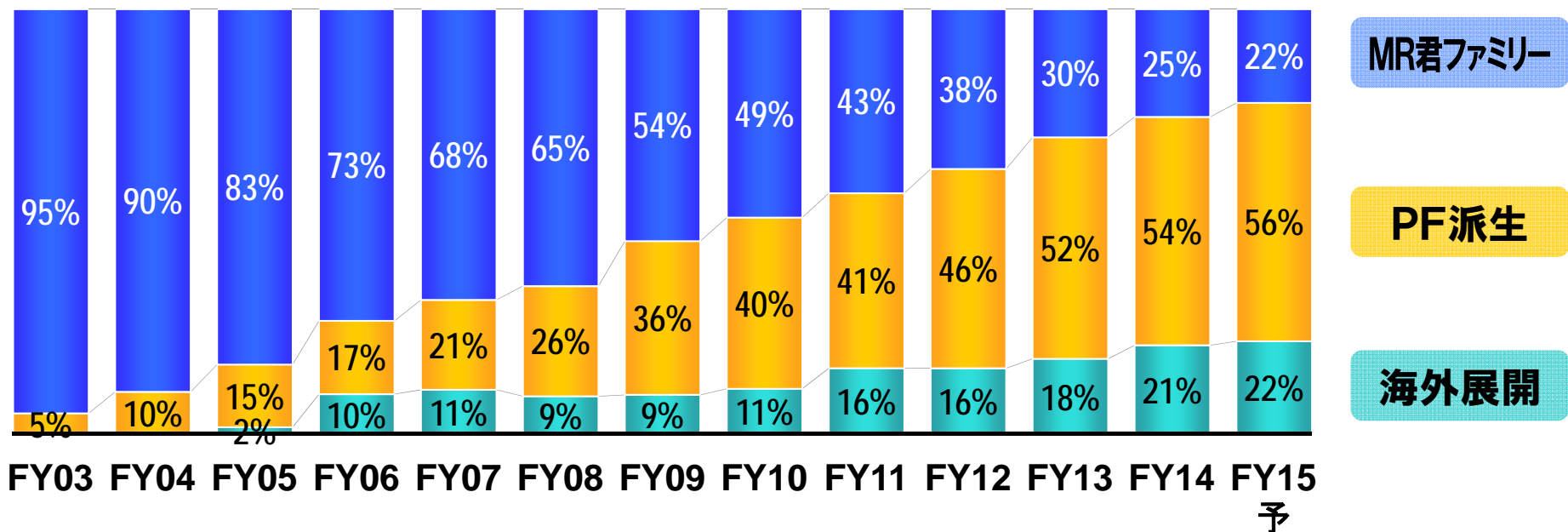
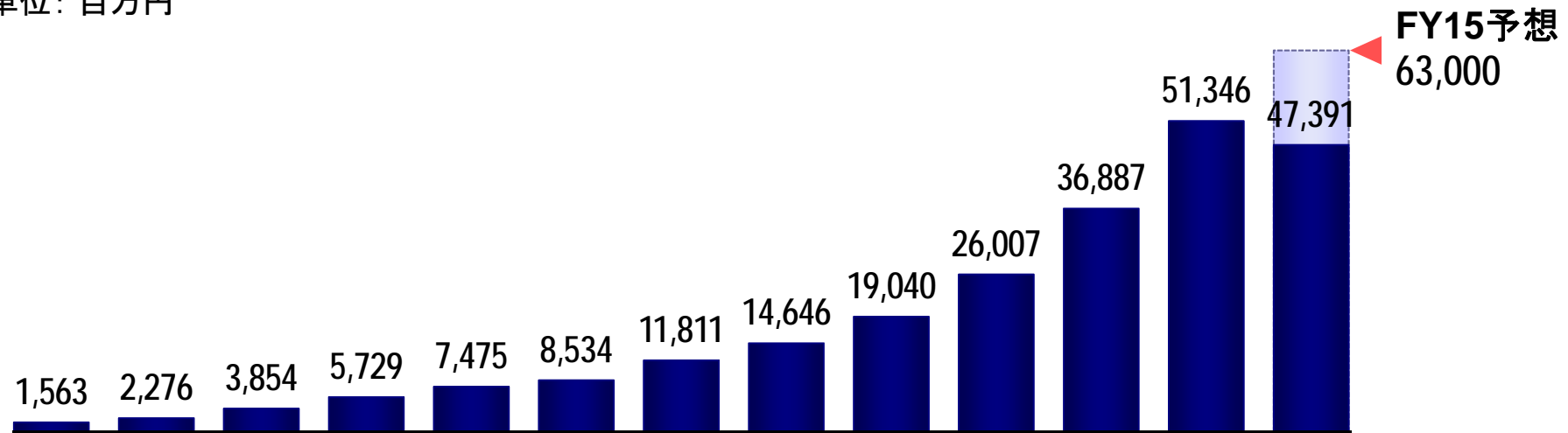
27,000万円

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

単位：百万円



セグメントと事業タイプの対応

事業セグメント	FY14 売上規模	事業タイプ
サービス		
MR君ファミリー	120億円	MR君ファミリー
医療ポータル	キャリア	PF派生
	リサーチ	
	その他（治験君、AskDoctors 等）	
エビデンスソリューション	130億円	PF派生
診療プラットフォーム	30億円	PF派生
営業プラットフォーム	10億円	PF派生
その他（iTicket、医療施設支援 等）	10億円	PF派生
海外	110億円	海外展開

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、 unnecessary 医療コストを1円でも減らすこと」

~2010年

「MR君」を中心に医薬プロモーションのe化を推進

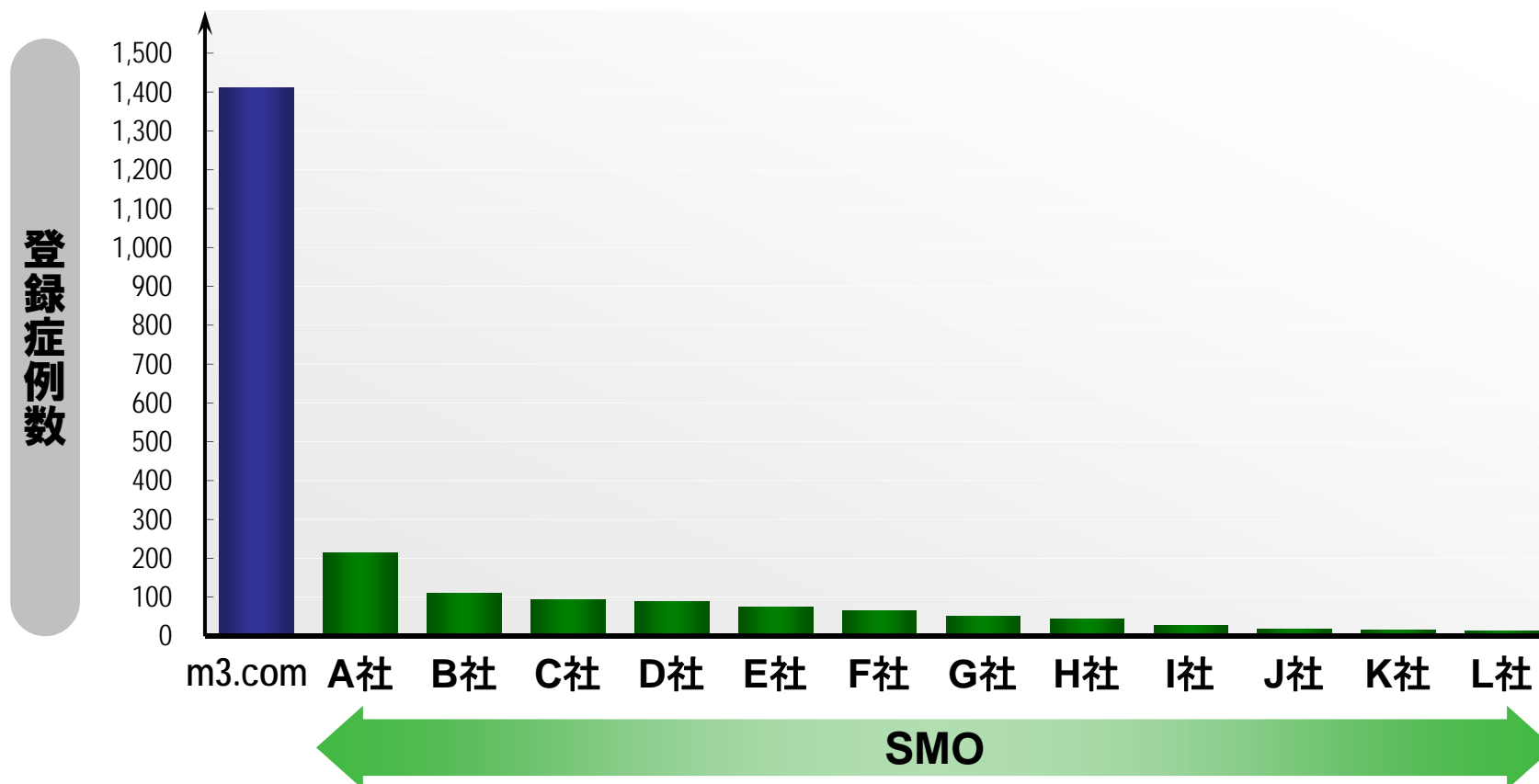
加えて

2011年~

「治験君」を中心に医薬の研究開発のe化を推進。第2のエンジンに成長

Case study

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

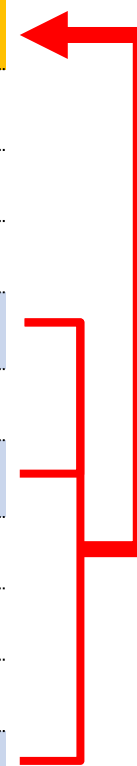


会社別CRA数(CRO)

1 治験

#	会社名	CRA数
1	イーピーエス	855
2	エムスリーグループ	841
3	シミック	780
4	クインタイルズ	600
5	パレクセル	550
6	メディサイエンスプランニング	494
7	エイツーヘルスケア	380
8	MICメディカル	282
9	リニカル	170
10	インテリム	90
11	ベル・メディカルソリューションズ	80
12	メビックス	65

■ 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。**

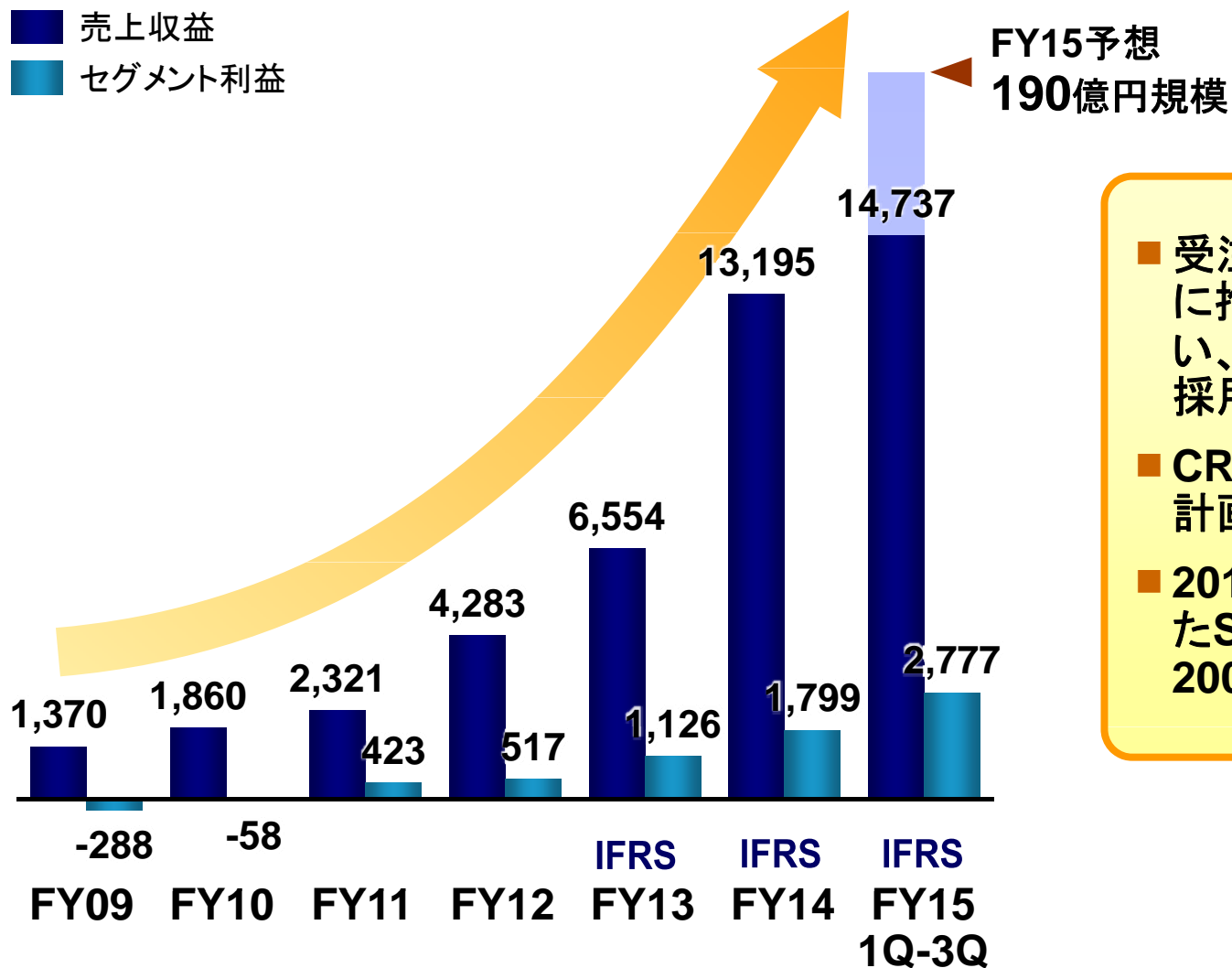
エビデンスソリューションセグメント業績推移

1 治験

単位：百万円

IFRSベース

■ 売上収益
■ セグメント利益



- 受注残は230億円と堅調に推移。受注の拡大に伴い、先行投資的に人材を採用
- CRO2社が業績を牽引し、計画以上の進捗
- 2015年4月に子会社化したSMOノイエスの赤字約200百万円を吸収

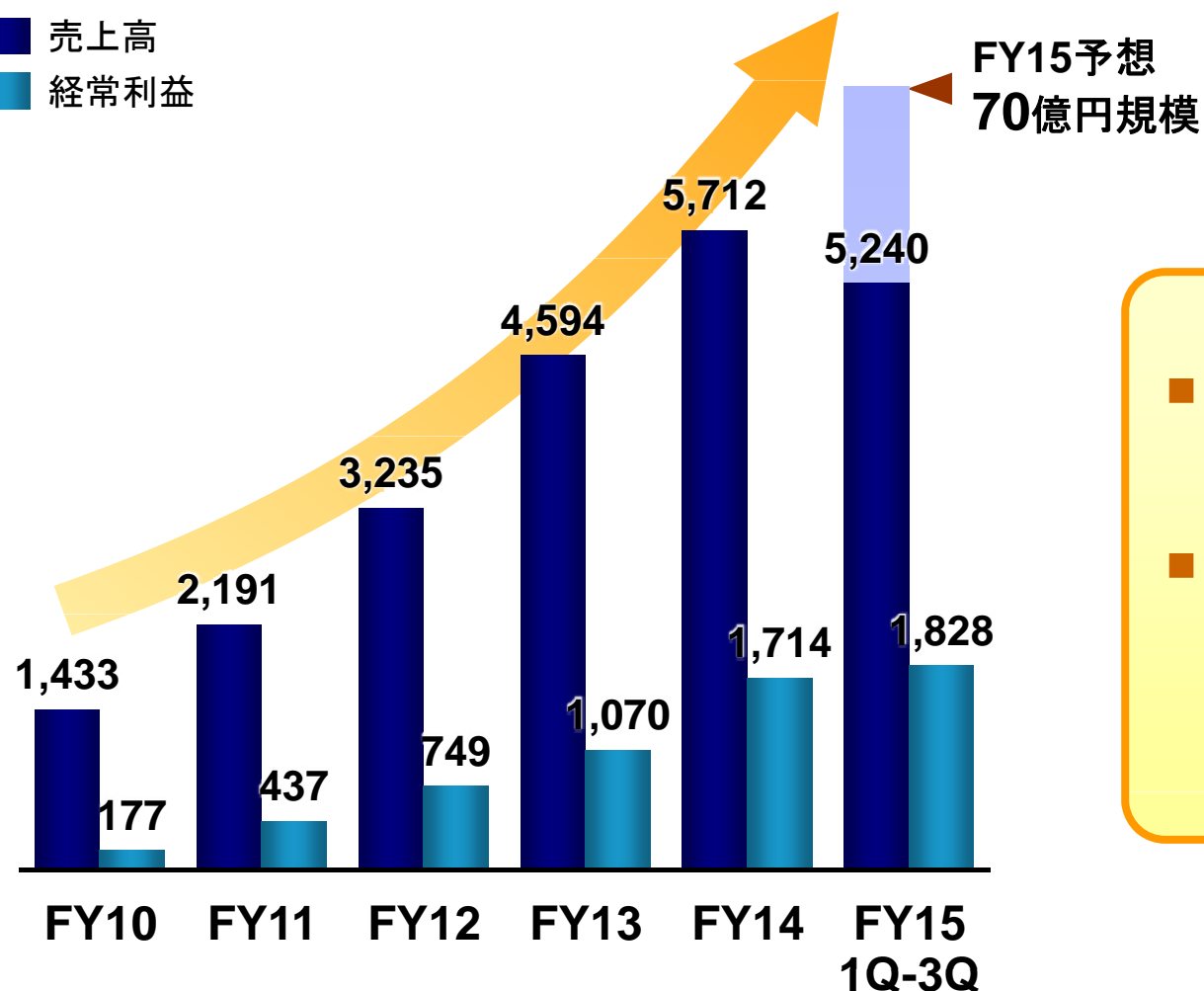
エムスリーキャリア業績推移

2 キャリア

単位：百万円

JGAAPベース

■ 売上高
■ 経常利益

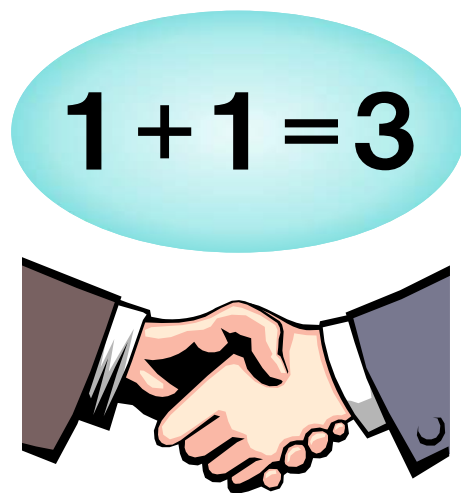


- 新規採用スタッフの立ち上がりが進み、生産性が向上
- FY2015は引き続き医師向け人材紹介事業が成長を牽引し、約30%の成長を目指す

QLifeを子会社化

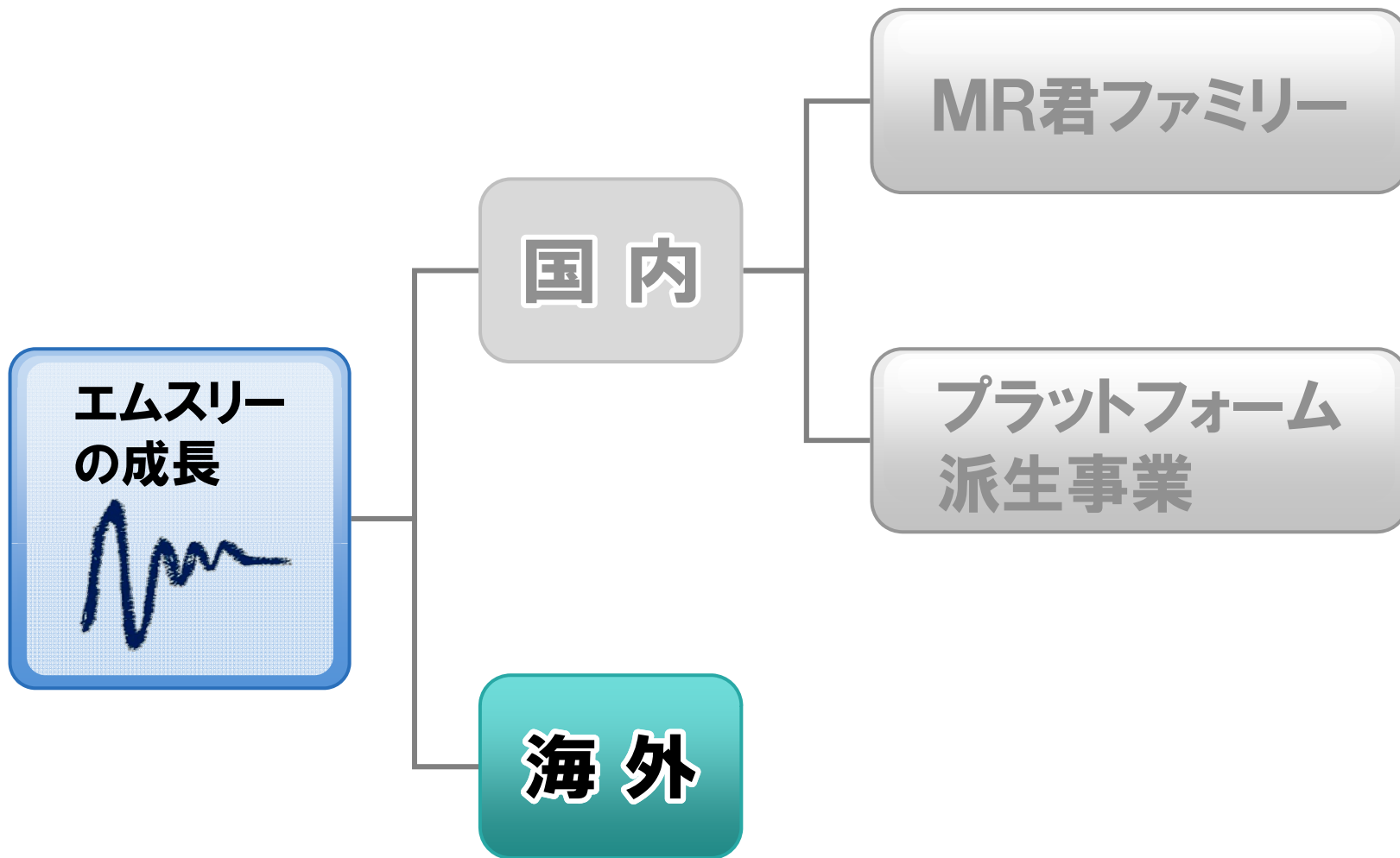


- 毎月600万人が利用する国内最大級のコンシューマー向け医療総合サイト「QLife」 (<http://www.qlife.jp/>) をはじめ多数の医療メディアを運営
- 大手ポータルサイトや製薬会社など50以上の有力サイトに病院検索などのコンテンツを供給
- 製薬会社にDTC広告やMR支援等のサービスを提供し、独立系ではトップクラスのポジション



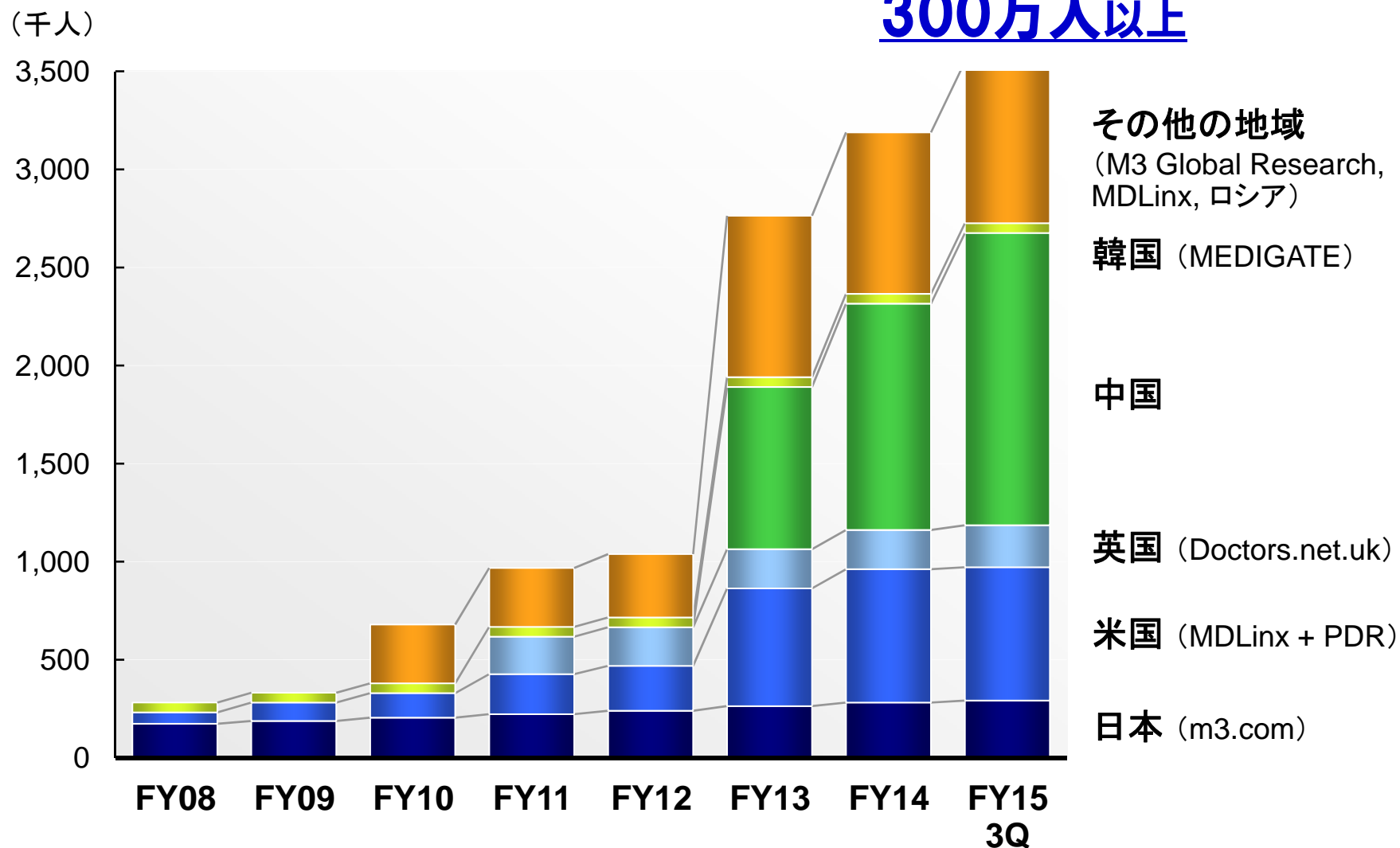
M3との想定シナジー

- DTC広告やMR支援等の製薬会社向けマーケティング支援サービスの拡充
- メディア力の更なる充実及びコンシューマ向けサービスの強化
- メディアを活用した被験者募集を始めとする治験支援サービスの拡充



医師会員・調査パネルの推移（グローバル）

全世界で
300万人以上



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No.1プレーヤーへ成長

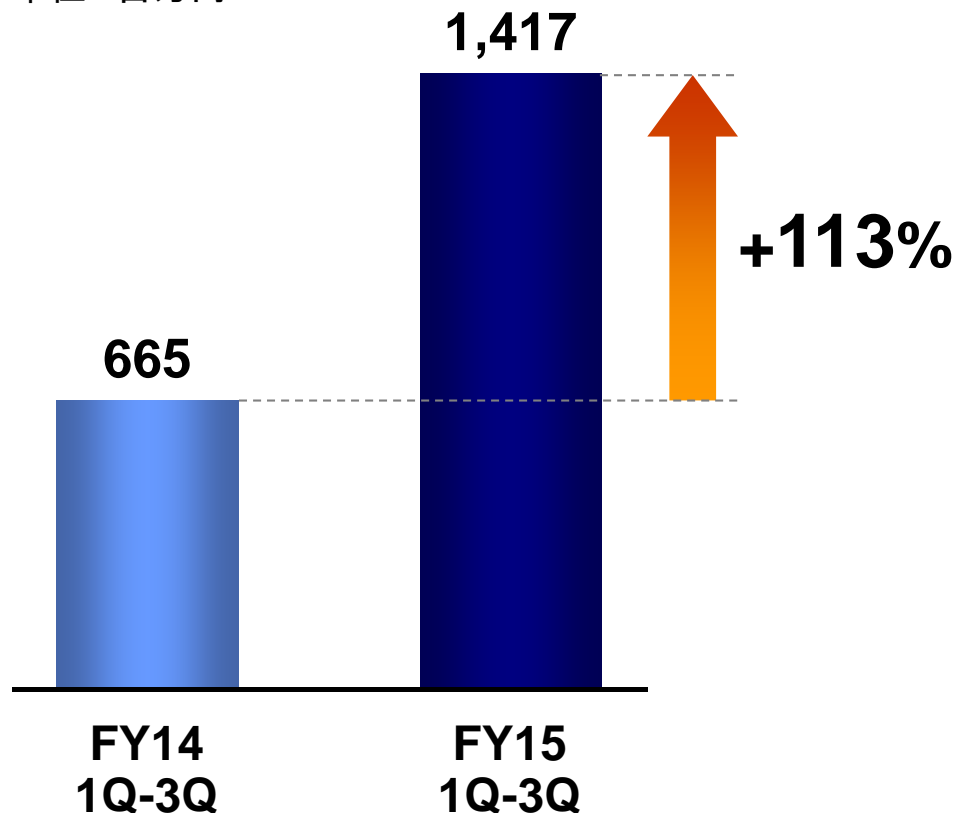
■ Profiles社を子会社化。医師向け転職支援事業の加速に加え、PracticeMatchとのオペレーション統合によるコスト削減も推進。

■ 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

米国医師転職支援サービスの拡大

売上推移

単位：百万円

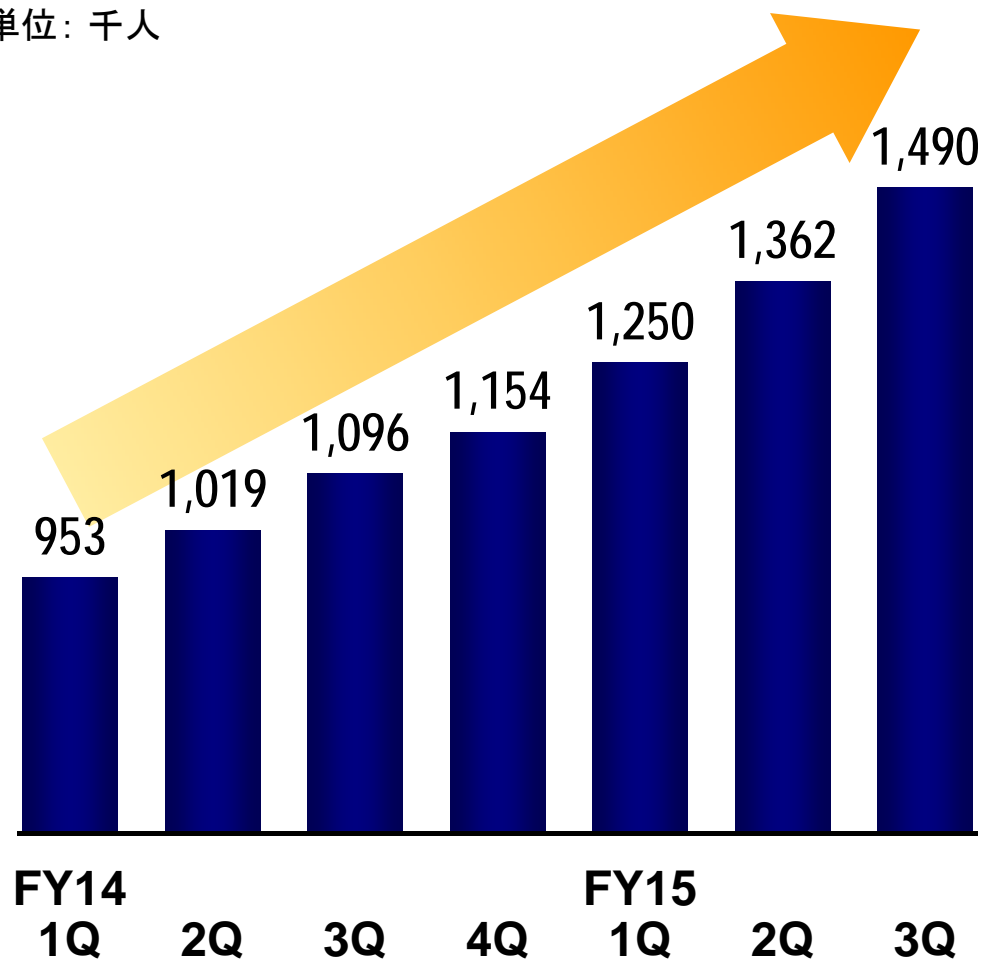


- 2015年12月末にThe Medicus Firmを子会社化。この2年間で4社目のM&A
- 既存事業の拡大にM&A効果が加わり、事業規模は前年の約2倍に拡大
- 米国で運営する医師向けサイトMDLinxとのシナジー創出の進展に伴い、売上の拡大と収益性の改善が進む見込み
- エグゼクティブ医師、看護師等への事業拡大も検討中

 エムスリーキャリア設立時よりも高い成長率。市場規模は日本より大きく、新たな成長のけん引役に

中国会員医師数の推移

単位：千人



- MR君をはじめとした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、黒字拡大
- 中国版MR君の契約数は8社18薬剤に拡大。順調に拡大
- 製薬会社からのMR君の評価は上々。リピートでの受注も獲得

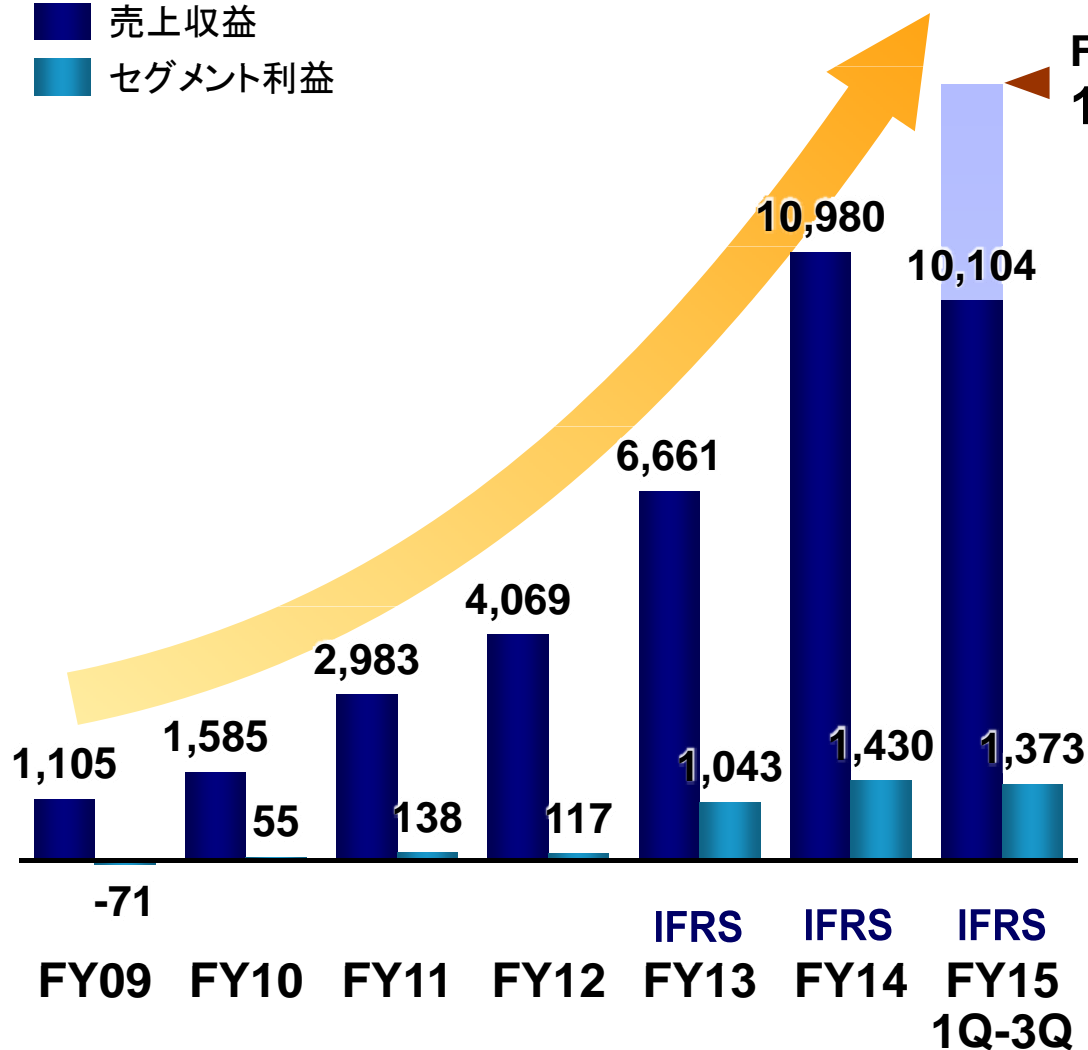
 サイトの会員数は150万人目前。中国全土の医師の過半数をカバー

海外セグメント業績推移

単位：百万円

IFRSベース

■ 売上収益
■ セグメント利益



FY15予想
140億円規模

- 米英に加え中国においても業容が拡大
- 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
- 米国において、当社eメールサーバーがスパム送信に使われていると誤って認識されてしまう事象が発生し、広告事業が減収。1Hに▲4億円の損益インパクトがあったが問題は収束し、3Qの影響は軽微

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

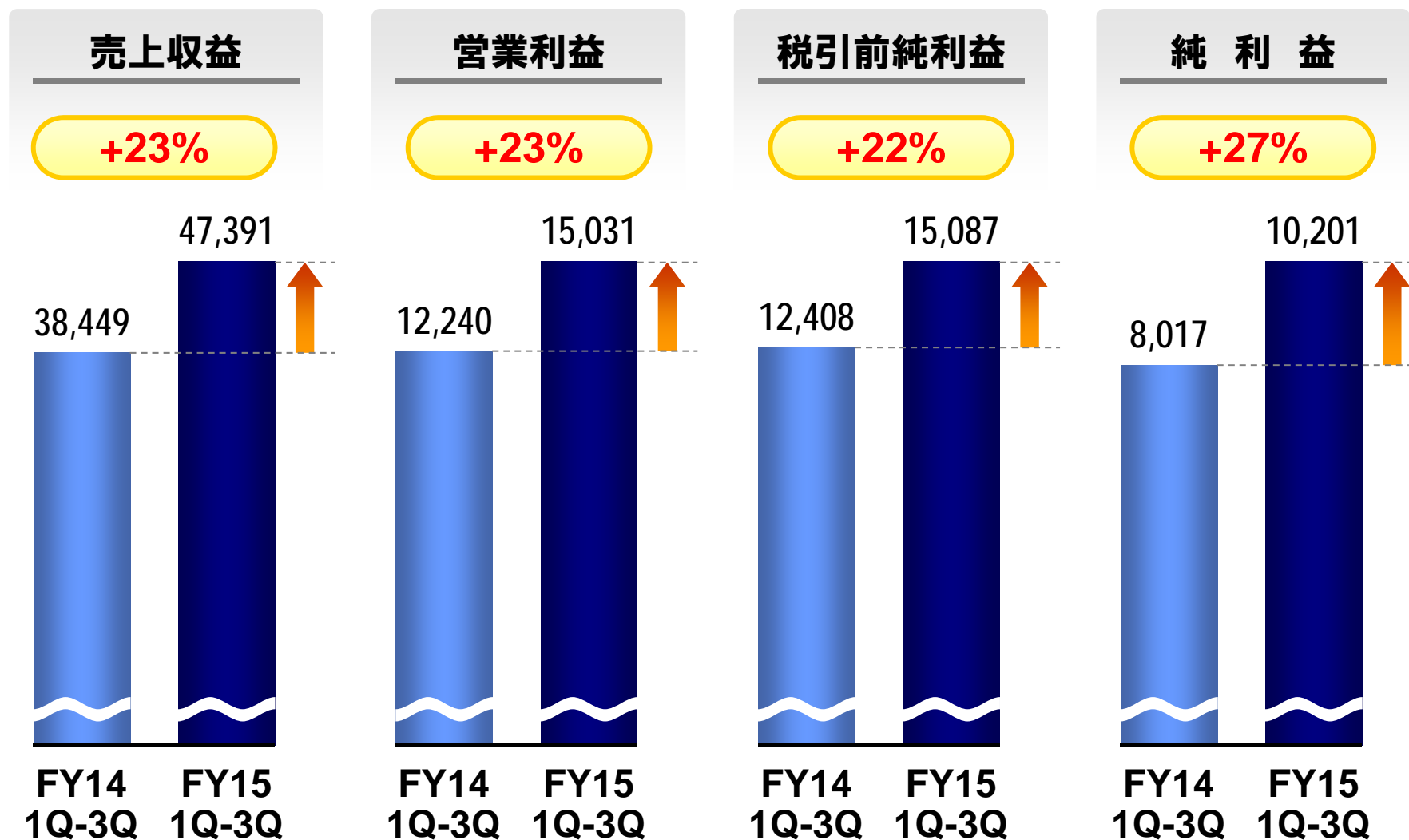
👉 ①プラットフォーム、②業界知見、③人材(経営、IT)を持ち変革を進められるユニークなポジショニング

2015年度第3四半期 業績

2015年度第3四半期(2015年4~12月) 連結業績比較

単位: 百万円

IFRSベース



2015年度 連結業績（セグメント別）

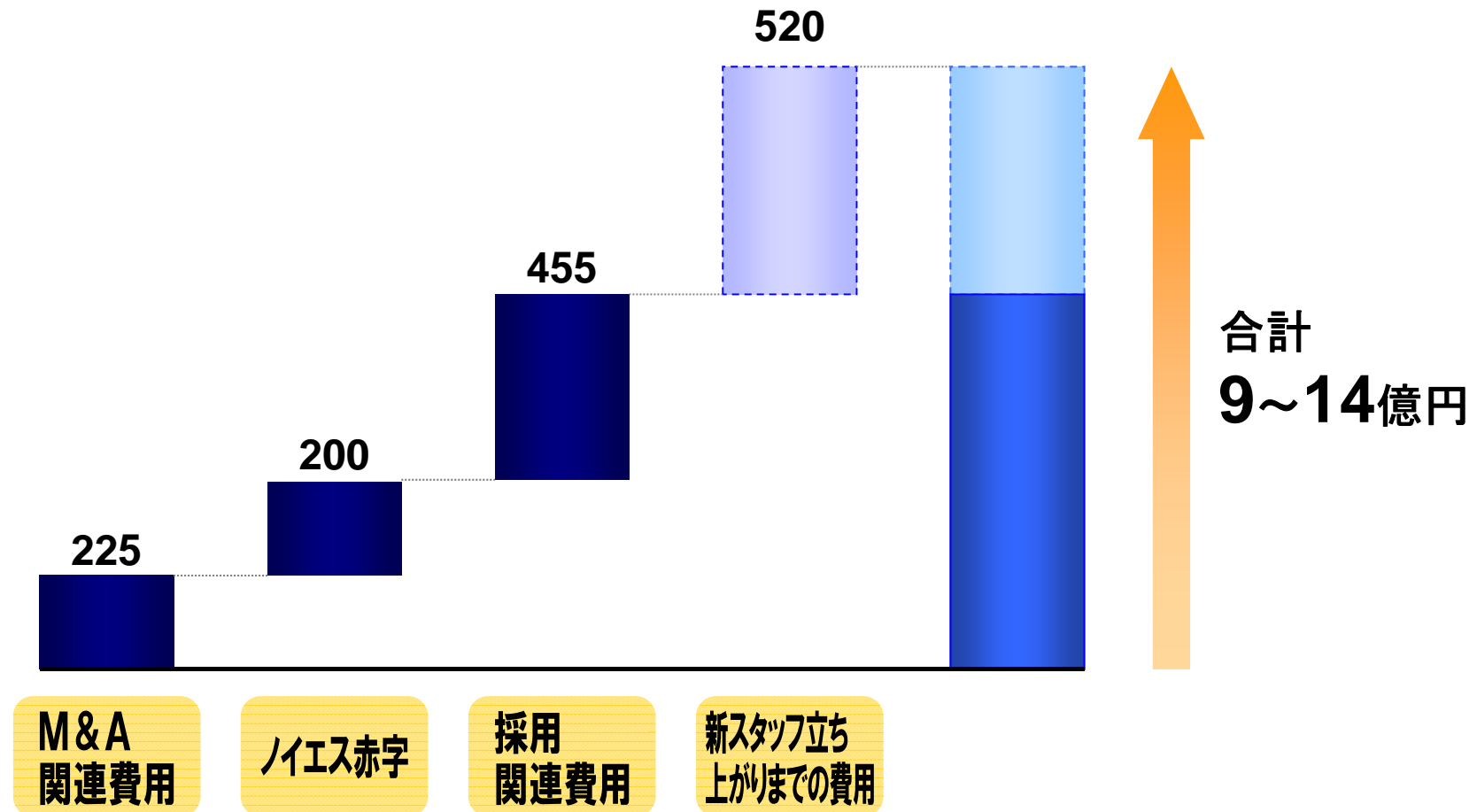
IFRSベース

単位：百万円

		FY2014 1Q-3Q	FY2015 1Q-3Q	前年比
医療ポータル	売上収益	17,190	18,660	+9%
	利益	10,089	11,179	+11%
エビデンス ソリューション	売上収益	9,685	14,737	+52%
	利益	1,216	2,777	+128%
海外	売上収益	8,062	10,104	+25%
	利益	1,290	1,373	+6%
診療 プラットフォーム	売上収益	2,030	1,989	▲2%
	利益	203	119	▲41%
営業 プラットフォーム	売上収益	921	978	+6%
	利益	▲190	12	—
その他	売上収益	1,154	1,731	+50%
	利益	80	377	4.7倍

成長に向けた投資およびその他一時的なコスト

単位：百万円

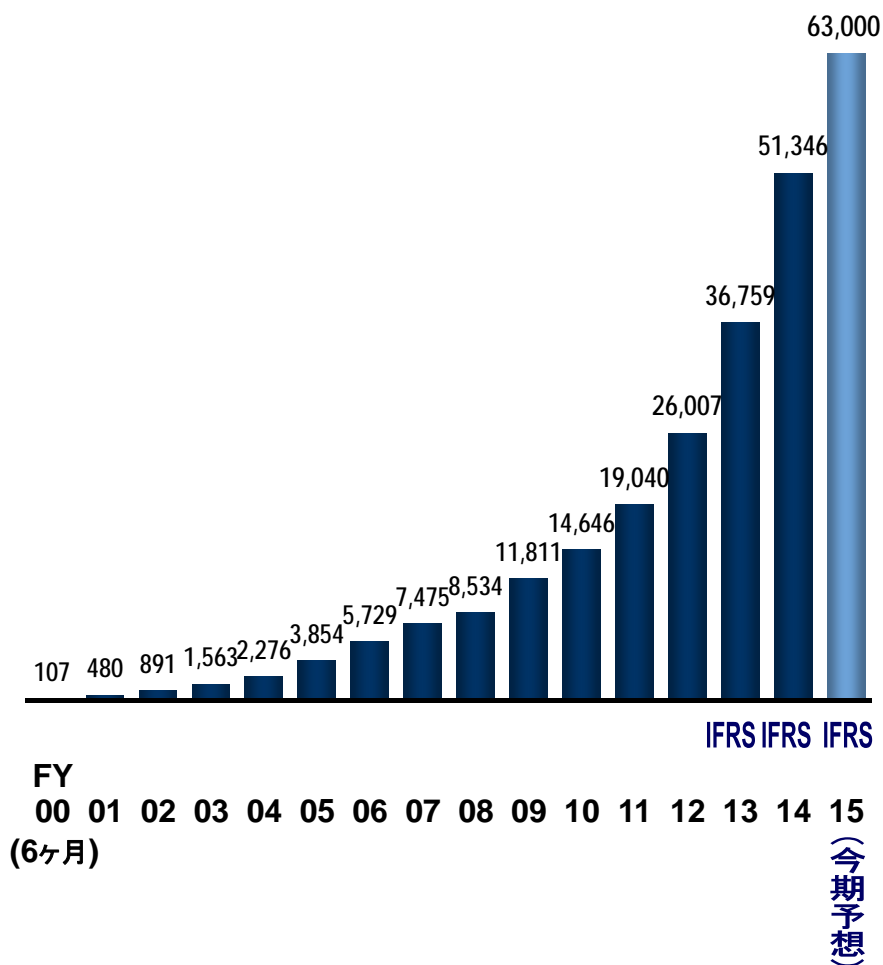


成長に向けた一時的な費用による利益へのインパクトは9~14億円程度。積極的な先行投資を継続

エムスリーの業績推移

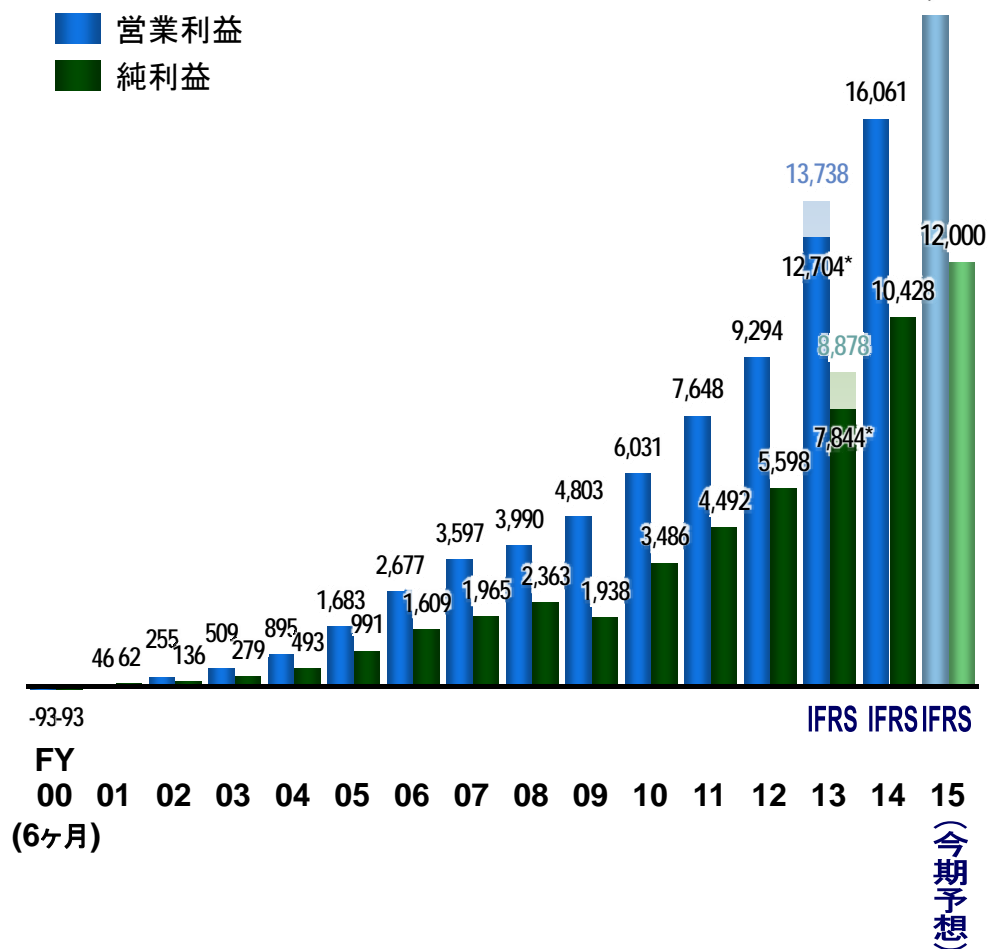
売上収益

単位: 百万円



営業利益・純利益

単位: 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