
エムスリー株式会社

会社説明資料

2018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

2017年度決算のまとめ

2017年度 連結業績比較

(百万円)	業績予想		実績	前年比
売上高	90,000	<	94,471	+21%
営業利益	29,000	<	29,713	+19%
税引前純利益	29,000	<	29,700	+19%
純利益	19,500	<	20,783	+23%

■ 期末配当は11円

2017年度 連結業績(累計)

(百万円)

		FY2016	FY2017	前年比
メディカル プラットフォーム	売上収益	28,223	34,306	+22%*
	利益	14,475	15,477	+7%*
エビデンス ソリューション	売上収益	22,313	22,084	-1%**
	利益	5,307	5,532	+4%
キャリア ソリューション	売上収益	8,631	10,880	+26%
	利益	2,503	2,871	+15%
海外	売上収益	16,338	22,425	+37%
	利益	1,582	2,980	+88%
その他 エマージング事業群	売上収益	4,525	6,903	+53%
	利益	1,468	1,697	+16%

オーガニックな
利益率は改善
(M&Aの影響で
低下)

ノイエスの受注、
利益共に回復。

1Qは採用等の先
行投資が発生し
ていたが、2Q以
降収益拡大中

米国・EU・中国
何れも好調

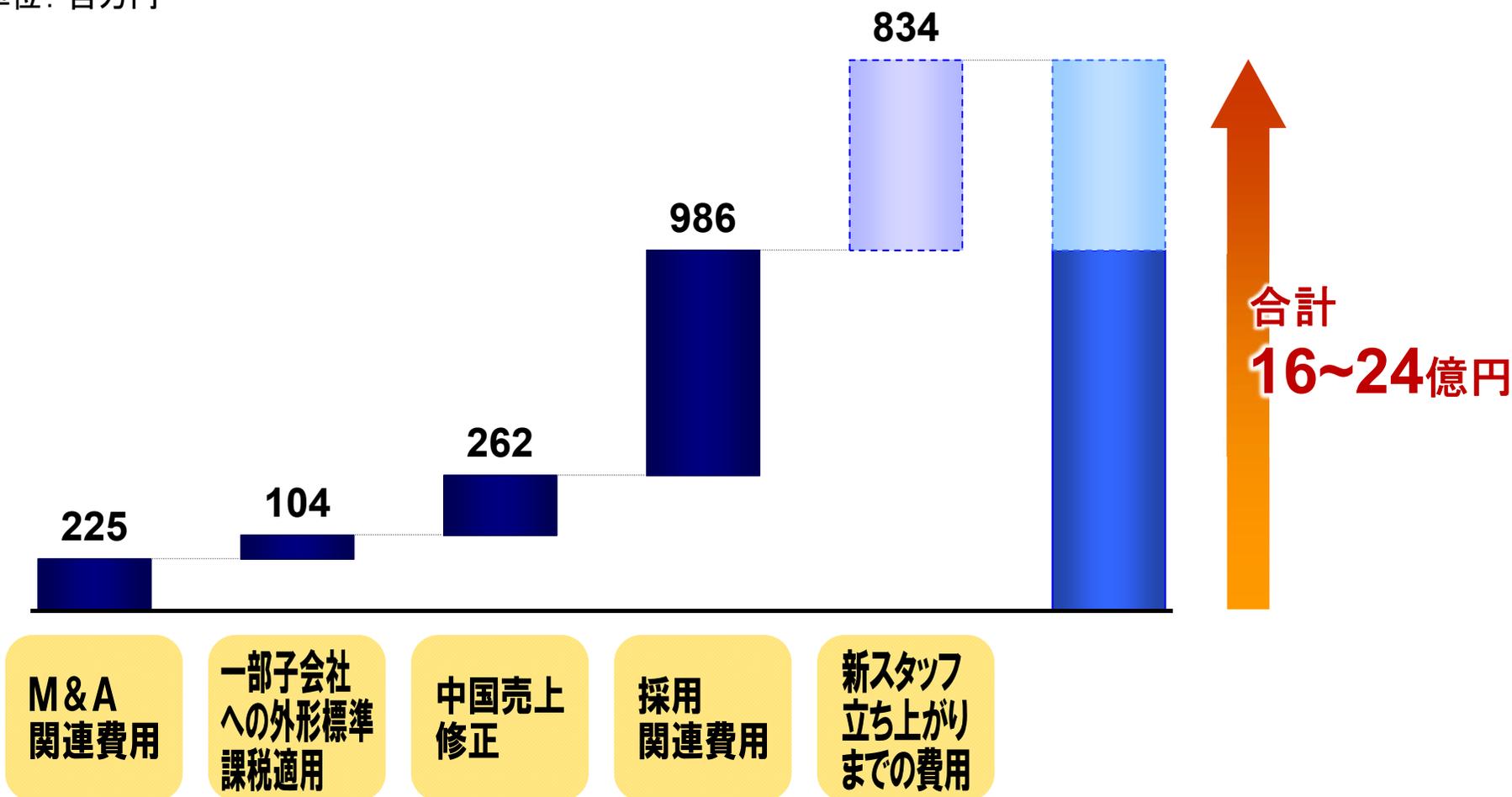
次の成長ドライ
バーも拡大中

* グループ会社の新規連結により売上が増加、成長に向けた先行投資(人員増)

** 上期にIDAの売却、ノイエスの一時的狭間

成長に向けた投資と営業利益への一時的なインパクト

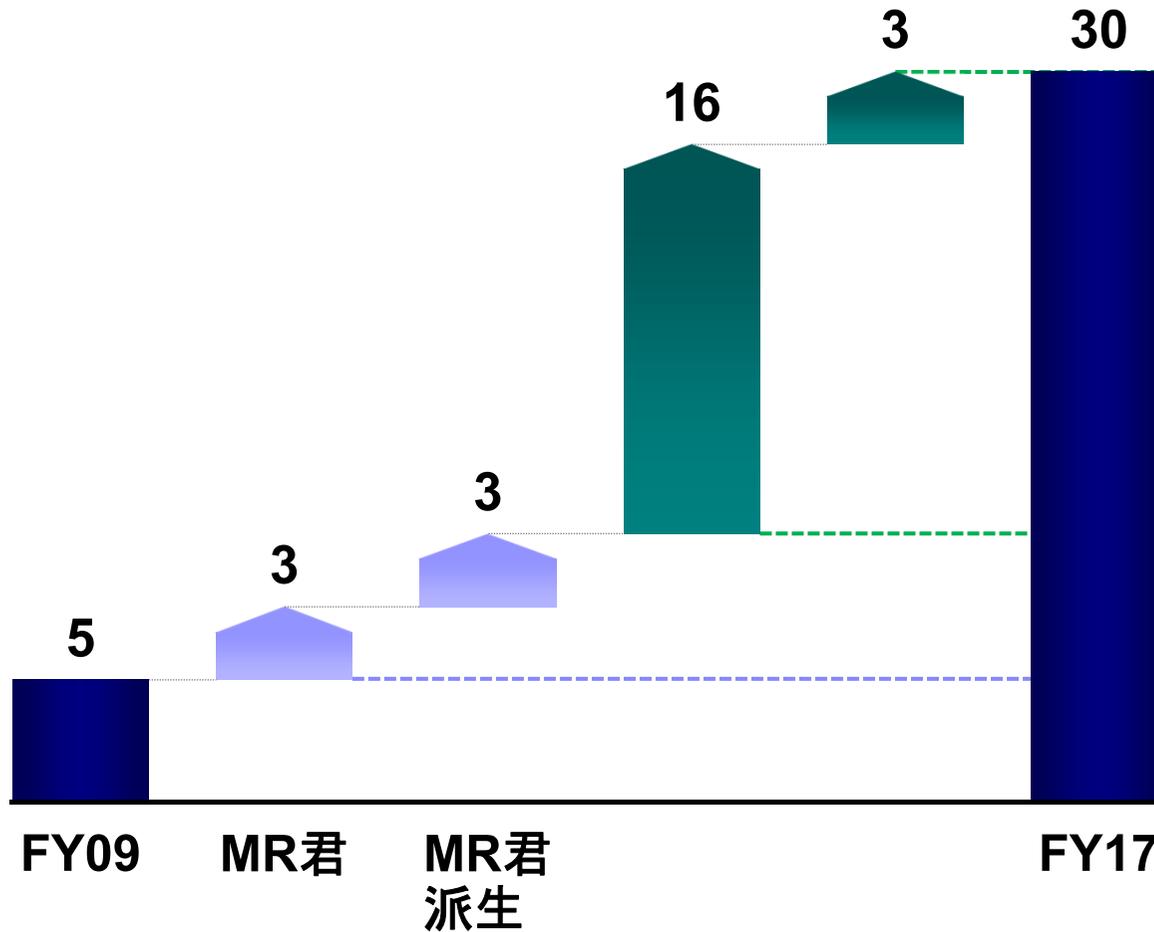
単位：百万円



👉 営業利益へのインパクトは16~24億円程度。成長に向け、積極的な先行投資を継続

利益成長ドライバー（FY2009 → FY2017）

営業利益 単位：10億円



成長の3/4以上は、MR君ファミリー以外... MR君ファミリーは今後も伸びる事業だが、利益成長は、他分野の方が大きくなる見込み

MR君ファミリー

国内
新規事業

海外

事業の現況と方針

サマリー

メディカル プラットフォーム

- 製薬、医療機器企業へのマーケティング支援ビジネスが拡大、4Qから積極的な人員増
- 売上:343億円(前年比+22%)、営業利益:155億円(前年比+7%)
- 期初時点受注残も前年同期比+15%程度

エビデンス ソリューション

- IDAの売却、SMOノイエスのプロジェクトの狭間等により売上は221億円で前年と同水準。
- 4Q 3ヶ月間のCRO事業の営業利益は前年比+23%
- 受注残は270億円と堅調に推移、営業利益率は25%で安定

キャリア ソリューション

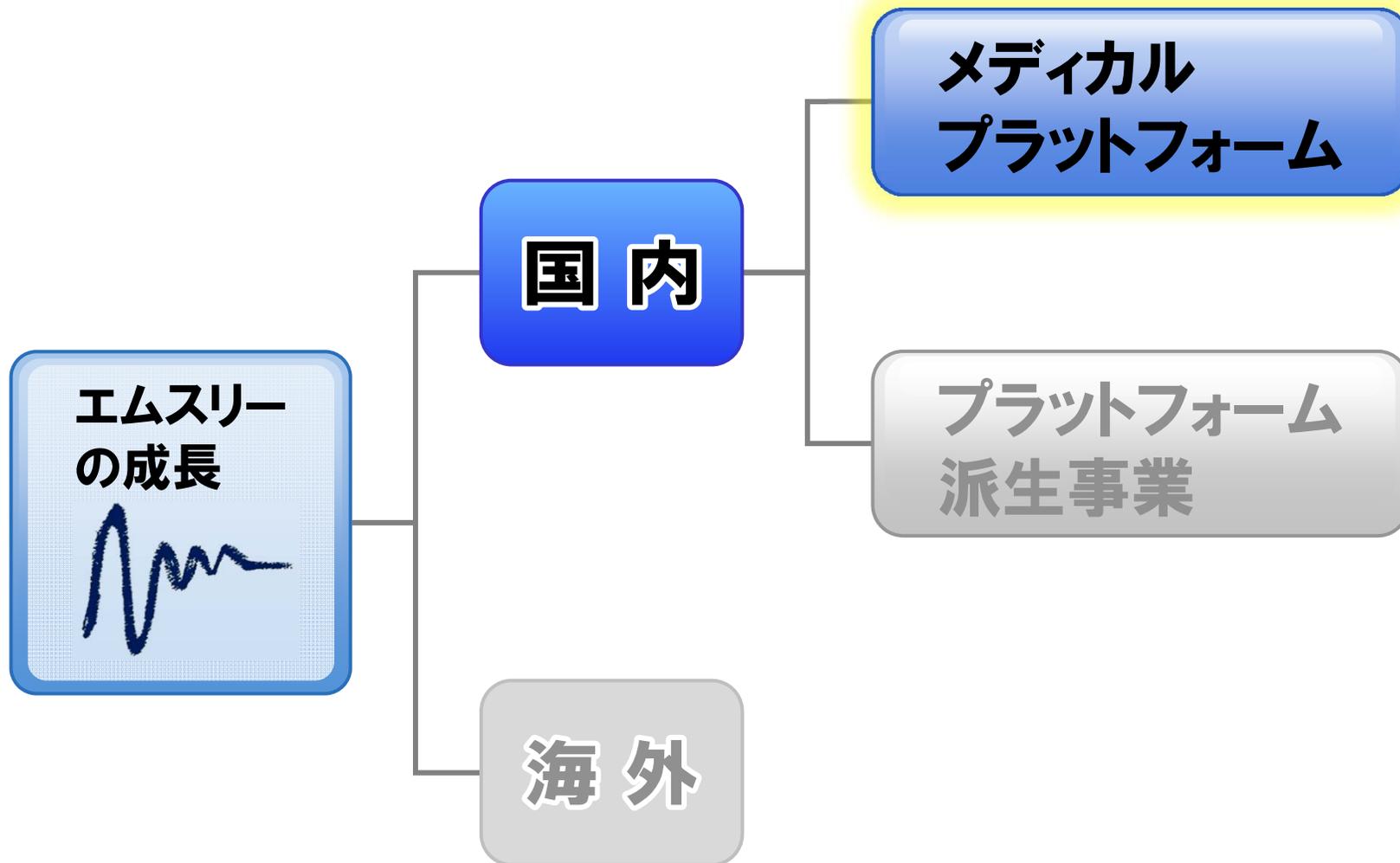
- 転職者数の増加により業容拡大、売上109億円(前年比+26%)、営業利益は29億円。
- 1Qの人員増に伴う一時的先行投資による利益減から大幅に回復、通年の営業利益は前年比+15%

海外

- 米英調査事業の拡大・収益性改善により、売上・利益共に続伸、WAKE子会社化により米国治験事業に参入
- 売上224億円(前年比+37%)、営業利益30億円(前年比+88%)

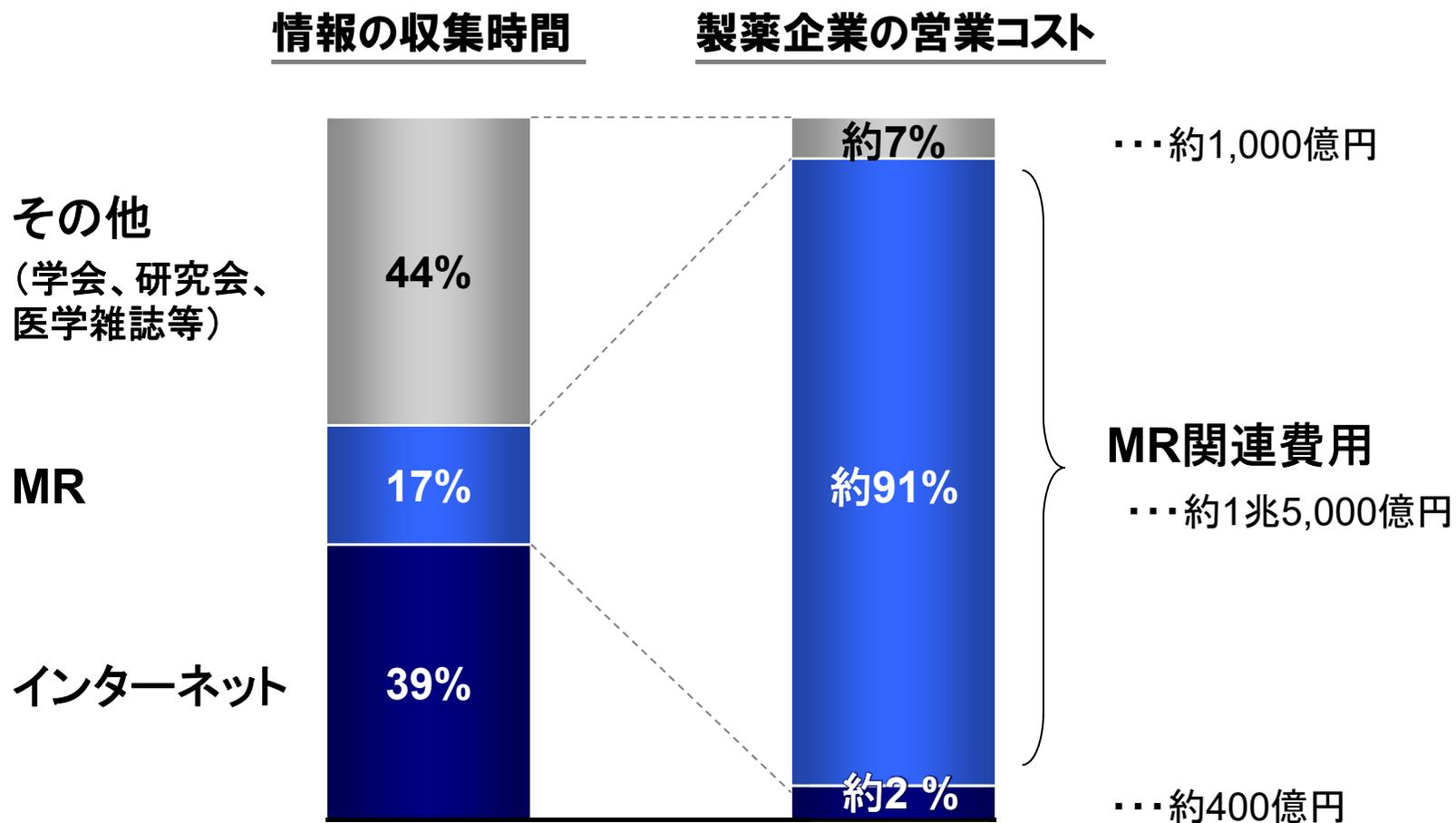
その他 トピック

- 先端医療分野での取り組みが加速。デュラビーム事業の進捗は計画通り
- 次の成長ドライバーも拡大中



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

メディカルプラットフォームの成長ポテンシャル



製薬企業に加え、医療機器企業の売上が拡大する傾向
医療機器クライアントの売上も前年比で**約2倍**

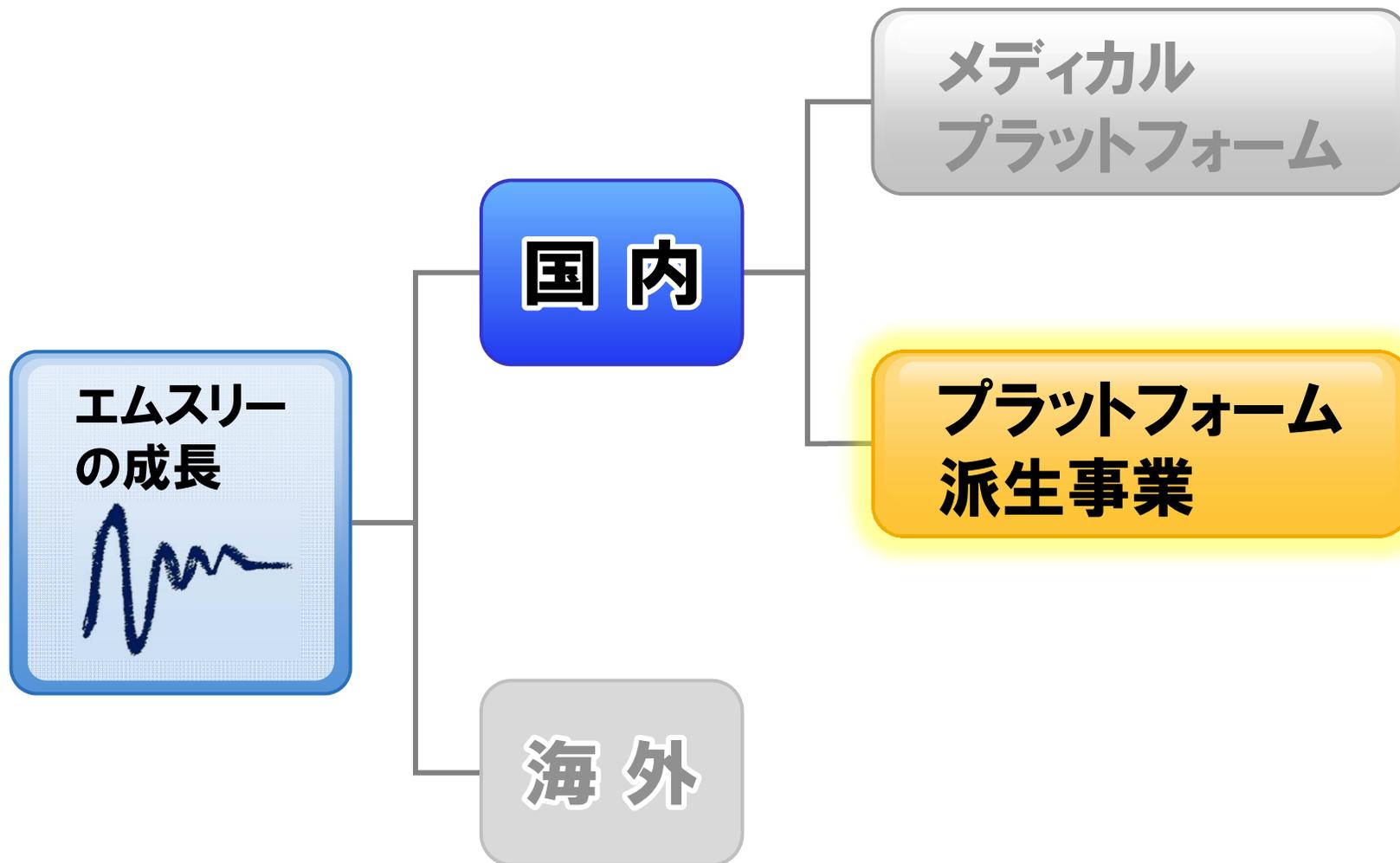
メディカルプラットフォーム サービス

- MR君
- MR君ファミリー
- 拡大サービス

医療関連企業マーケティングプロセス



 情報伝達(従来のMR君)だけではなく、より幅広いマーケティングニーズに対応するべくサービスラインアップを拡充・・・ワンストップ化



治験事業の位置づけ

「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」

～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

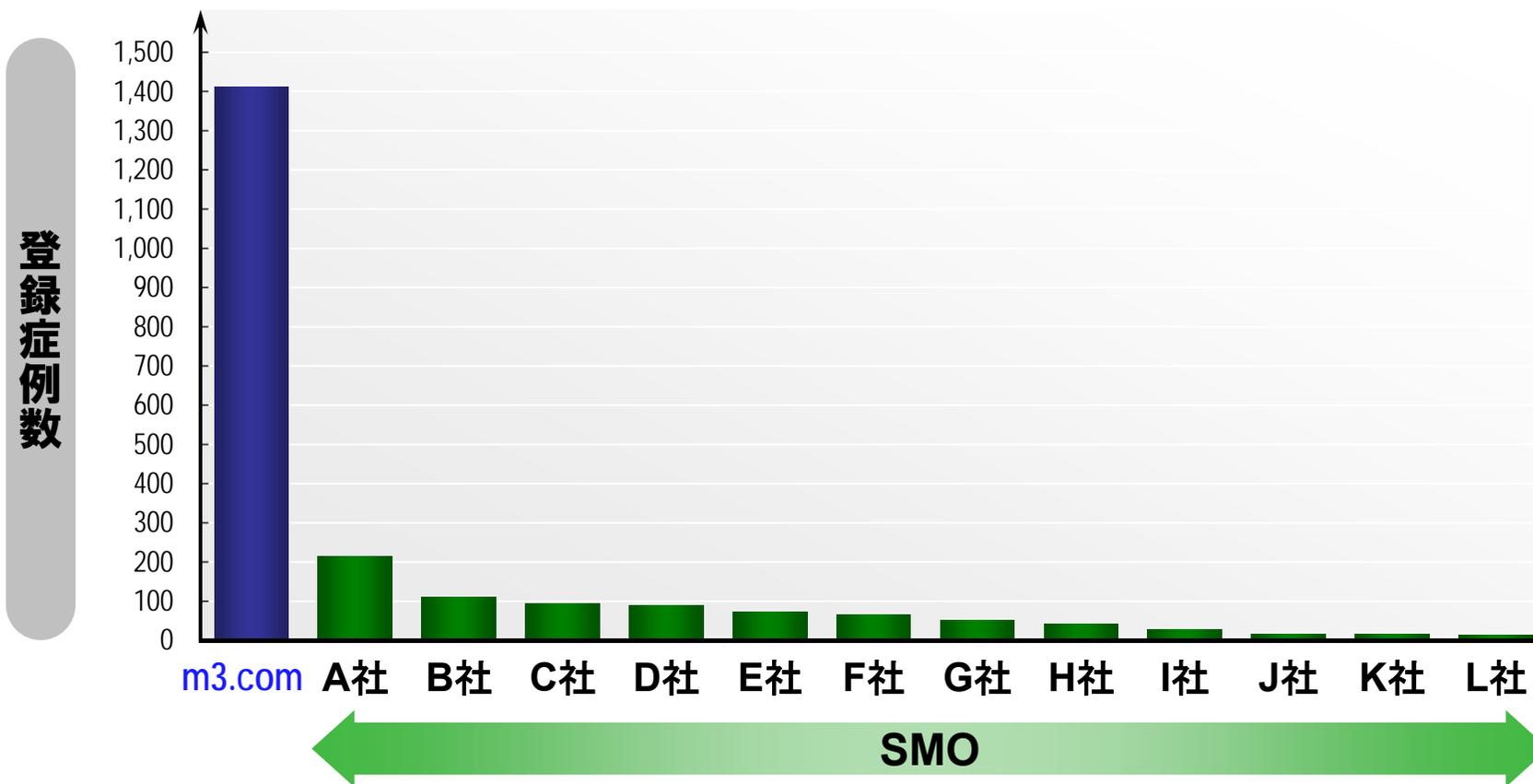
2011年～

医薬の研究開発のe化を推進。第2の
エンジンに成長

治験君：症例登録事例（大規模臨床研究）

Case study

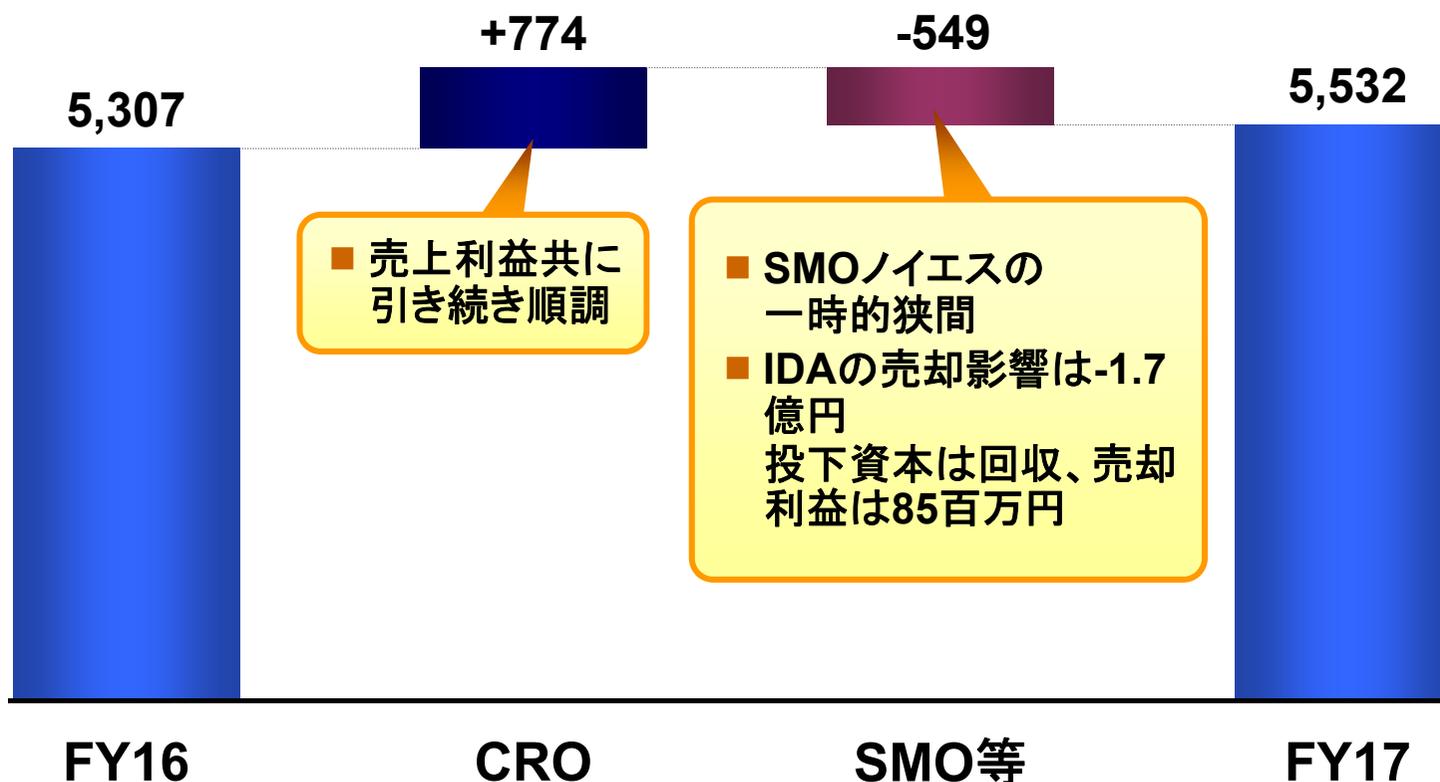
あるプロジェクトにおけるSMO別症例登録状況



 他社SMOの合計と比べても、速いスピードで症例登録中

エビデンスソリューションセグメント利益変動要素

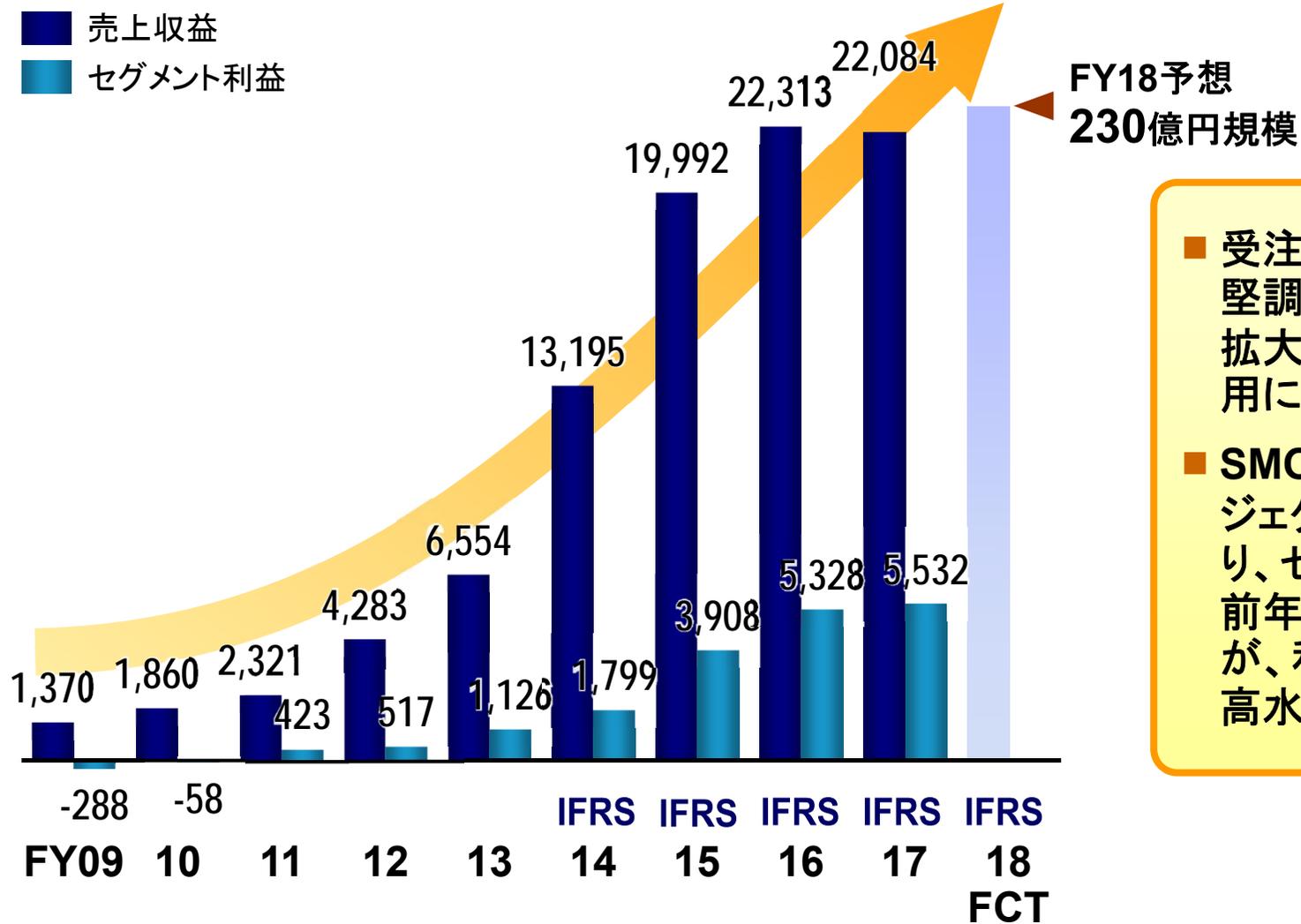
単位：百万円



👉 SMOノイエスは狭間であったが、CROは好調で通年で利益はプラス成長。

エビデンスソリューションセグメント業績推移

単位：百万円

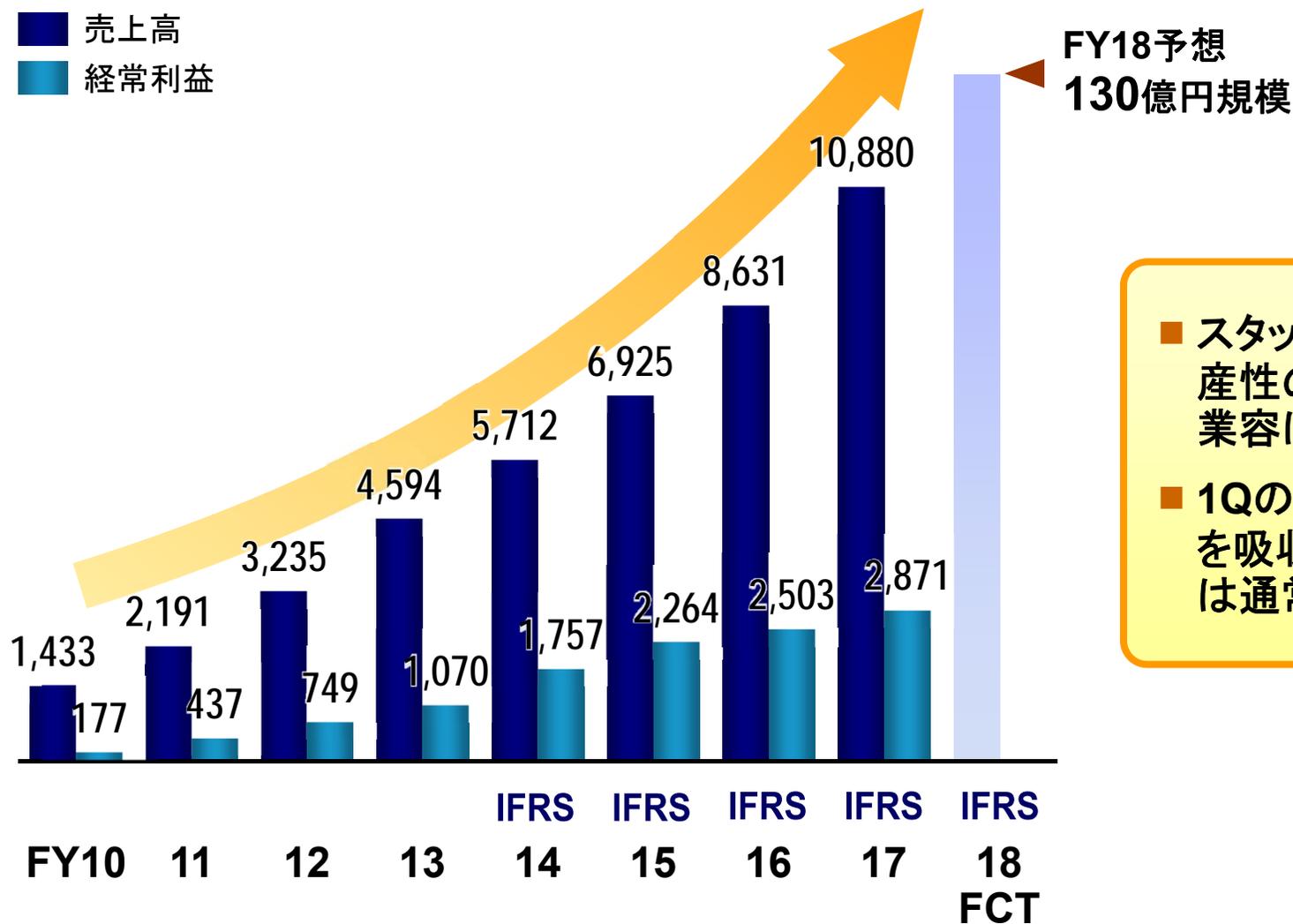


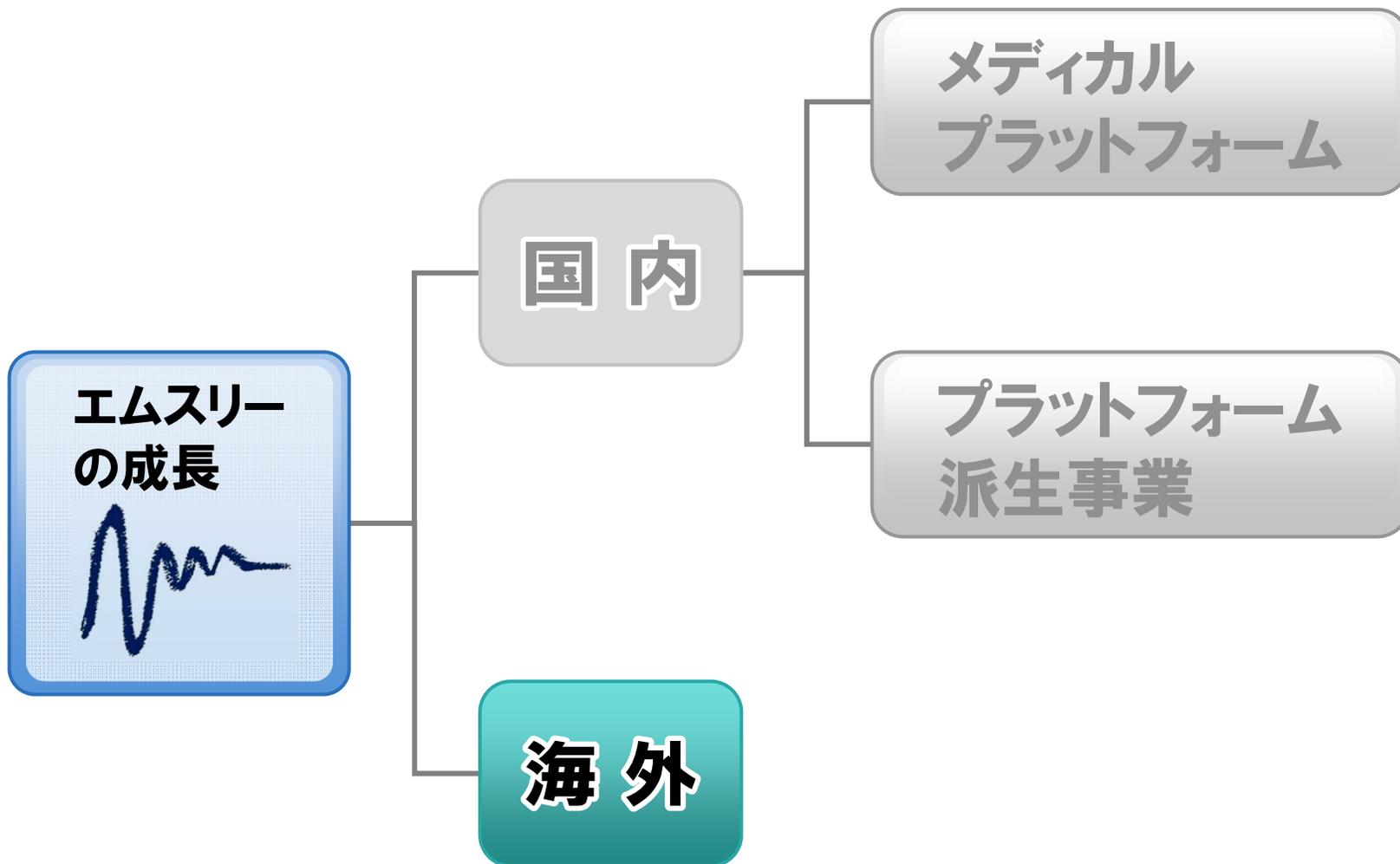
- 受注残は270億円と堅調に推移。受注の拡大に伴い、人材採用に先行投資
- SMOノイエスのプロジェクトの狭間等により、セグメント売上は前年比で横ばいだが、利益率は25%と高水準を維持

エムスリーキャリア業績推移

単位：百万円

■ 売上高
■ 経常利益

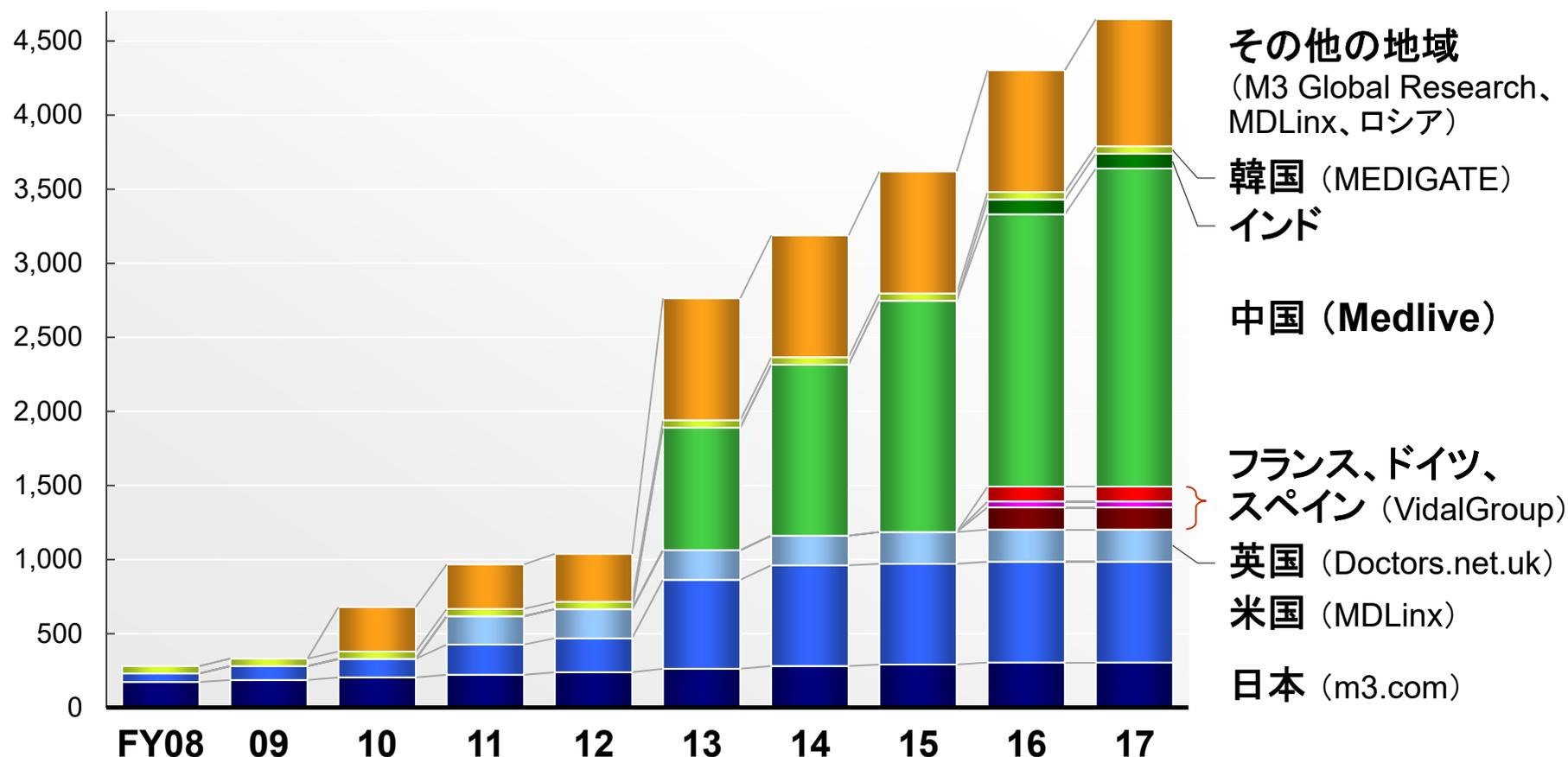




医師会員・調査パネルの推移（グローバル）

全世界で
400万人以上

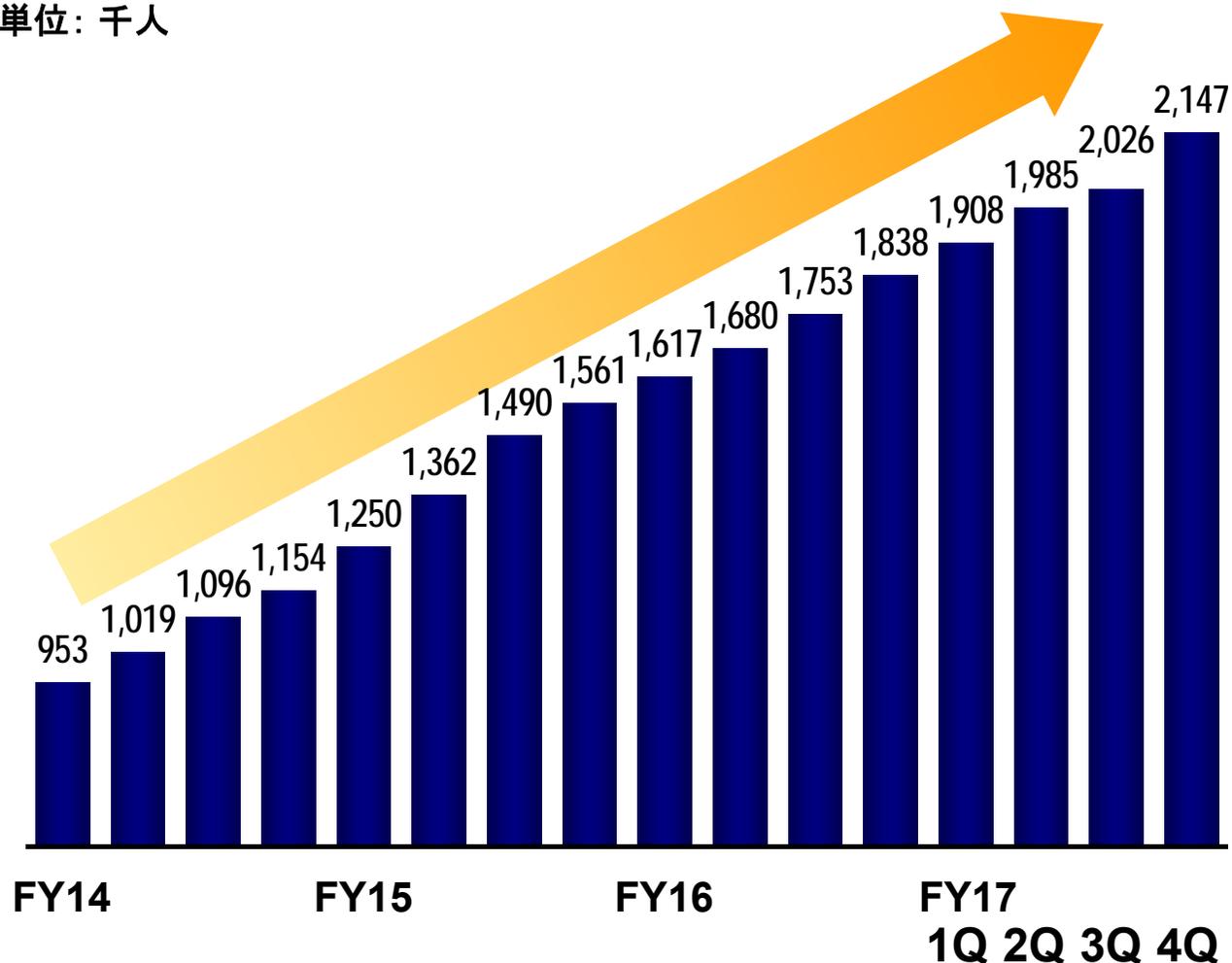
(千人)



カバーする医師会員はグローバルで400万人を超える

中国会員医師数の推移

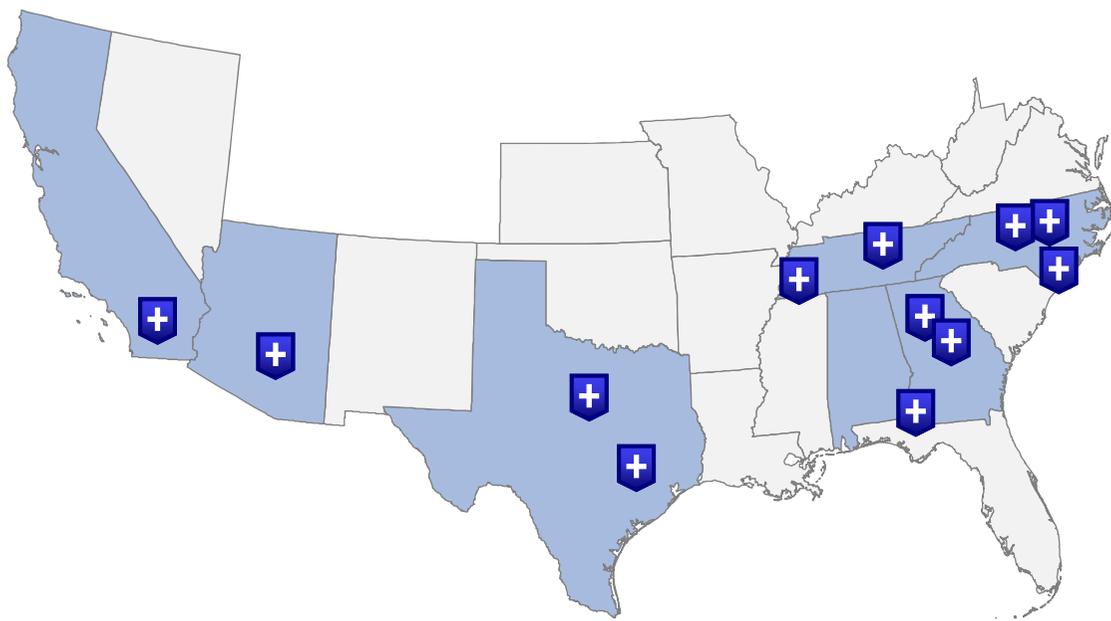
単位：千人



- 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
- 中国版MR君の薬剤数は11社35剤、
- 市場拡大をめざし、MNCのみならず、内資系へのアプローチも開始
- 医師向け転職支援事業を開始

 サイトの会員数は210万人強。中国全土の医師の大半をカバー

Wakeの買収による米国治験事業参入



- 治験支援事業市場規模：
140億ドル
- 運営施設数： 12施設
売上：約20億円
- フェーズⅠ~Ⅳを扱い、神経科、
消化器科、皮膚科、婦人科な
どの領域を強みとする
- 強力なマネジメントチームとプ
ログラマティックM&Aでの豊
富な経験
- 想定されるシナジー
 - 治験参加患者獲得の効率化
 - 大規模かつ効率的な治験施
設サービスの構築の第一歩

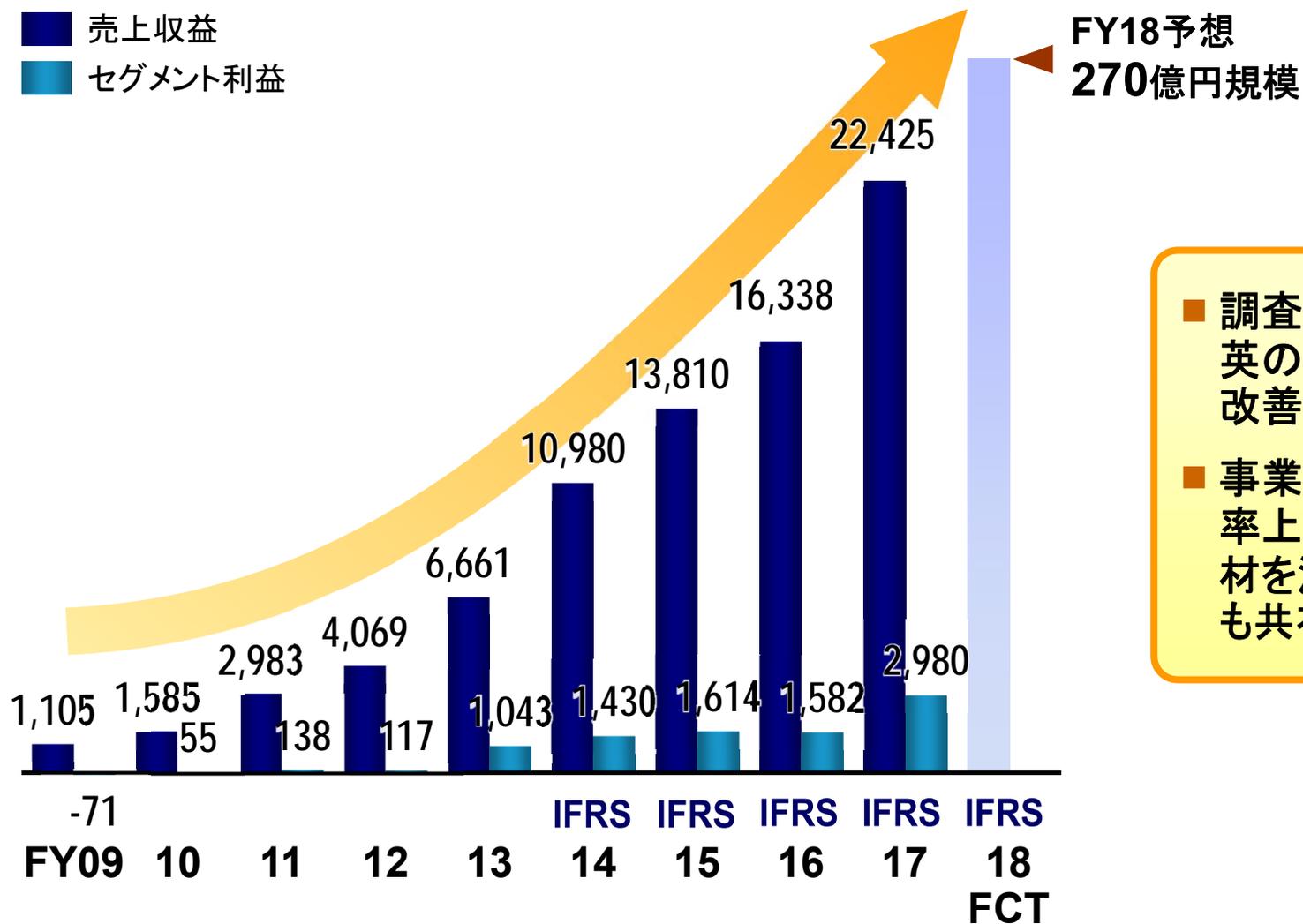


**WakeはM3のM&Aエンジンになる見込み、1、2年後には
施設数を倍にする目標**

海外セグメント業績推移

単位：百万円

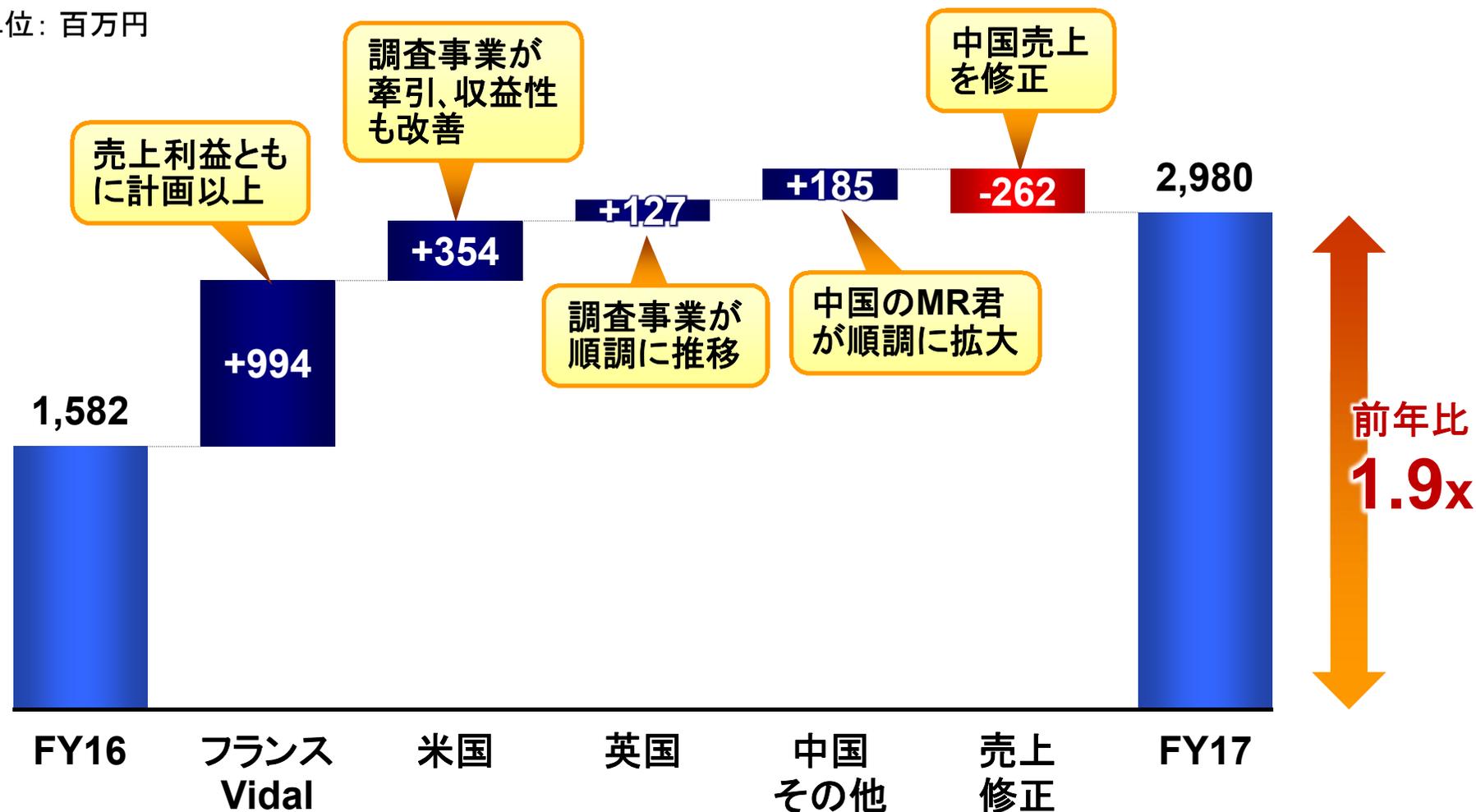
■ 売上収益
■ セグメント利益



- 調査事業を中心に米英の収益性が大幅に改善
- 事業改善により利益率上昇。日本から人材を派遣しノウハウも共有化を推進

海外セグメント利益変動要素

単位：百万円



👉 Vidalの業績貢献に加え、米・英・中の各地域も順調に推移。中国で計上した売上の回収可能性を見直し修正

M3の全体戦略方針

e+リアルオペレーションへのシフト要因

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

30~50
(海外も含めると~200)

収益性

高収益率(中収益額)

高収益額(中収益率)

M&A

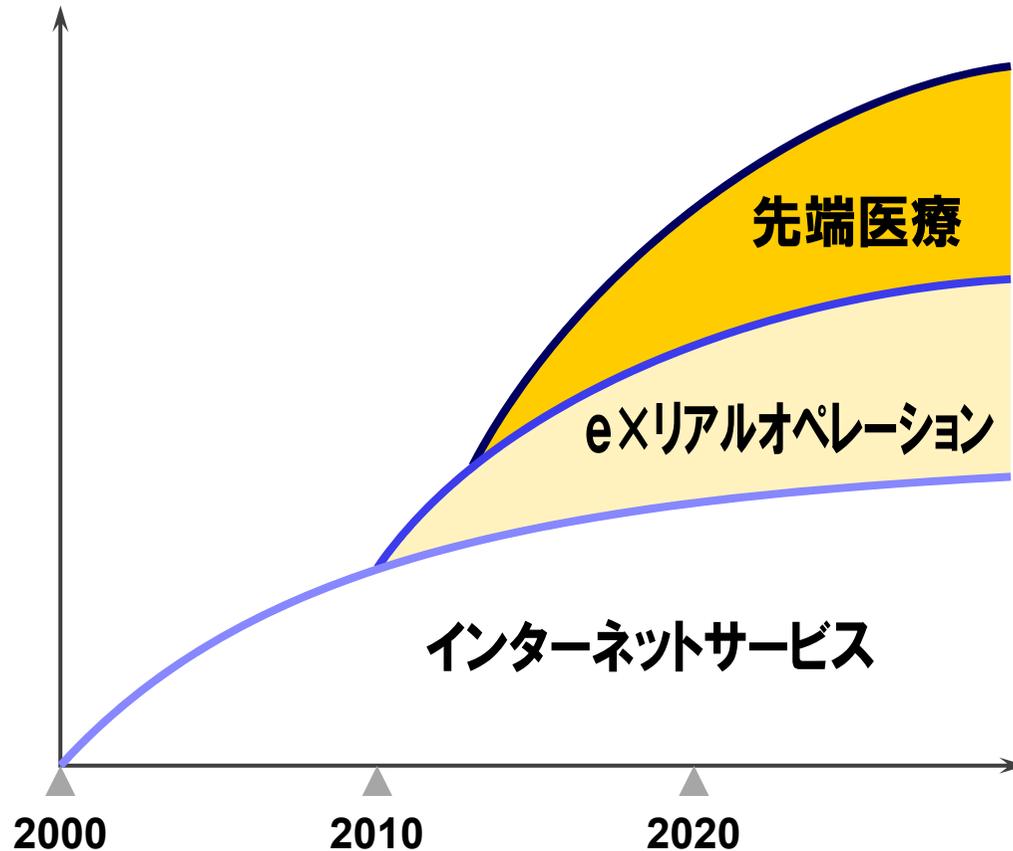
小規模中心

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

M3の成長レバーの進化

創造する
付加価値



具体的な主な取り組み

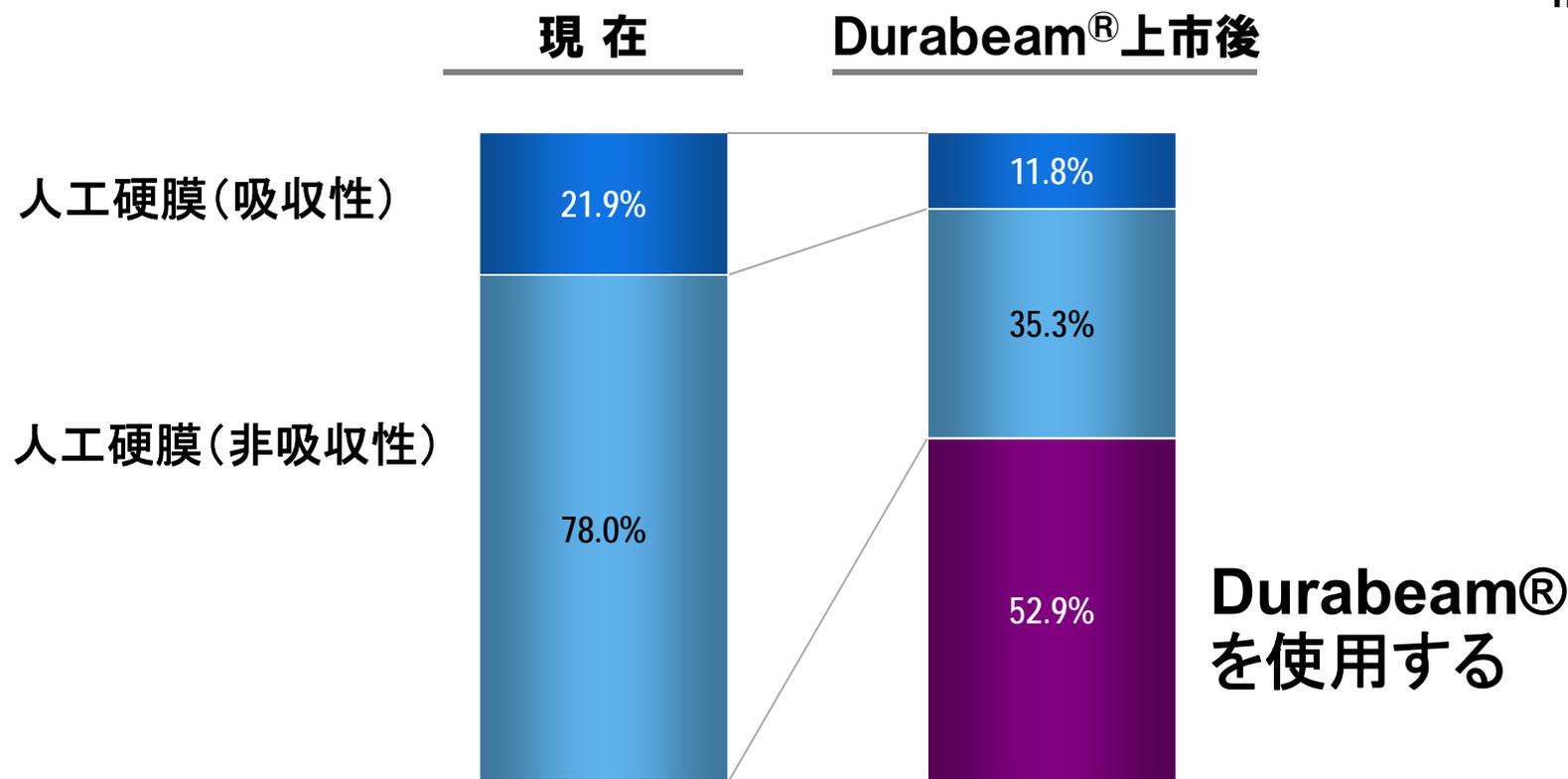
- シーズロケット/M3i
- がん分野の各種ソリューション
- M3 AI ラボ
- ゲノム診断/G-TAC
- 治験のe化
- M3キャリア(医師転職支援)
- MR君ファミリー
- Web調査

👉 M3として先端医療分野に本格展開を開始・・・第3の成長レバーとして立ち上げ中

Durabeam[®] の市場性

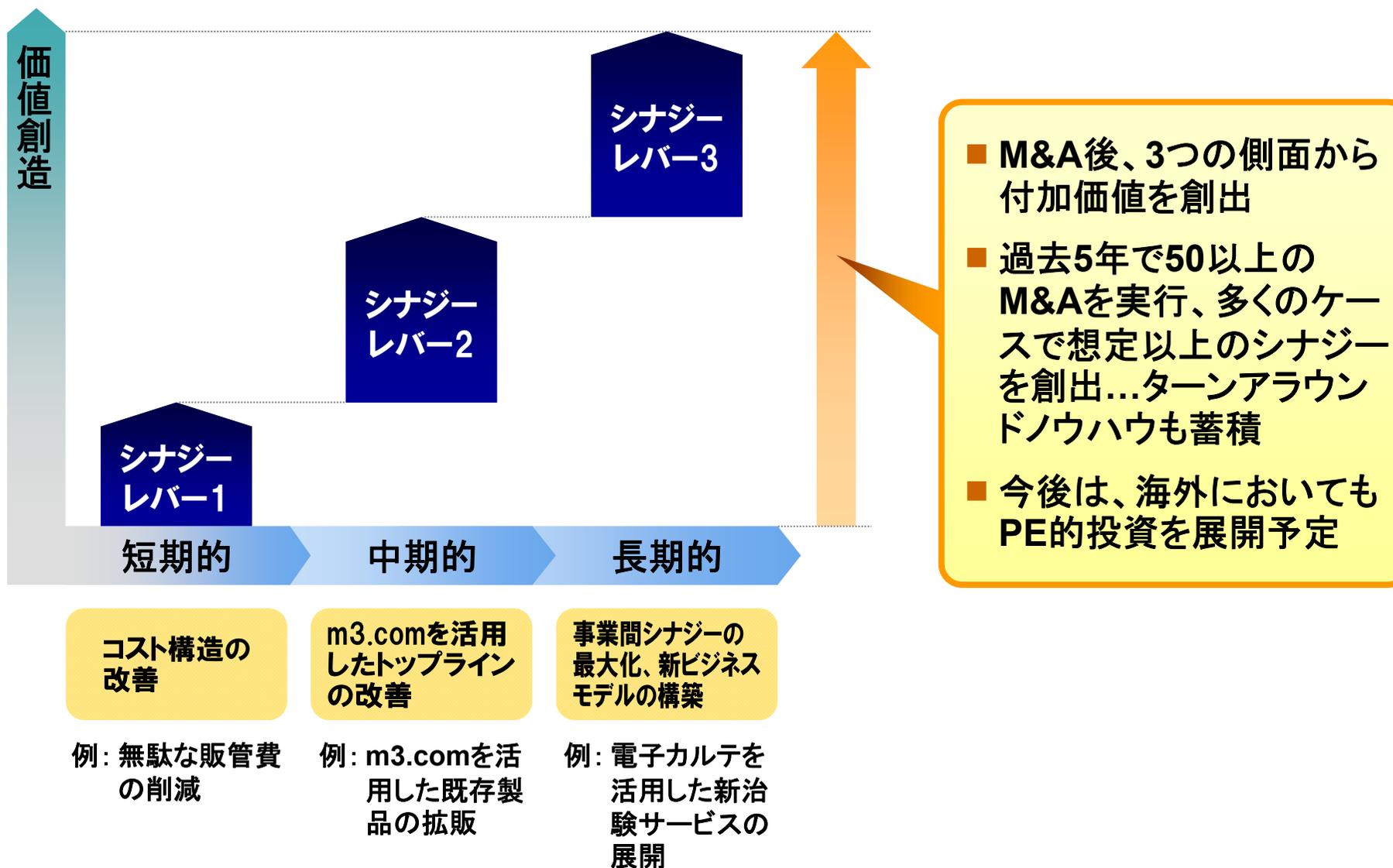
Durabeam[®] が販売された時の医師の使用意向調査結果

n=158



👉 Durabeam[®] の販売後、人工硬膜が必要な手術のうち半分以上のポテンシャルが存在

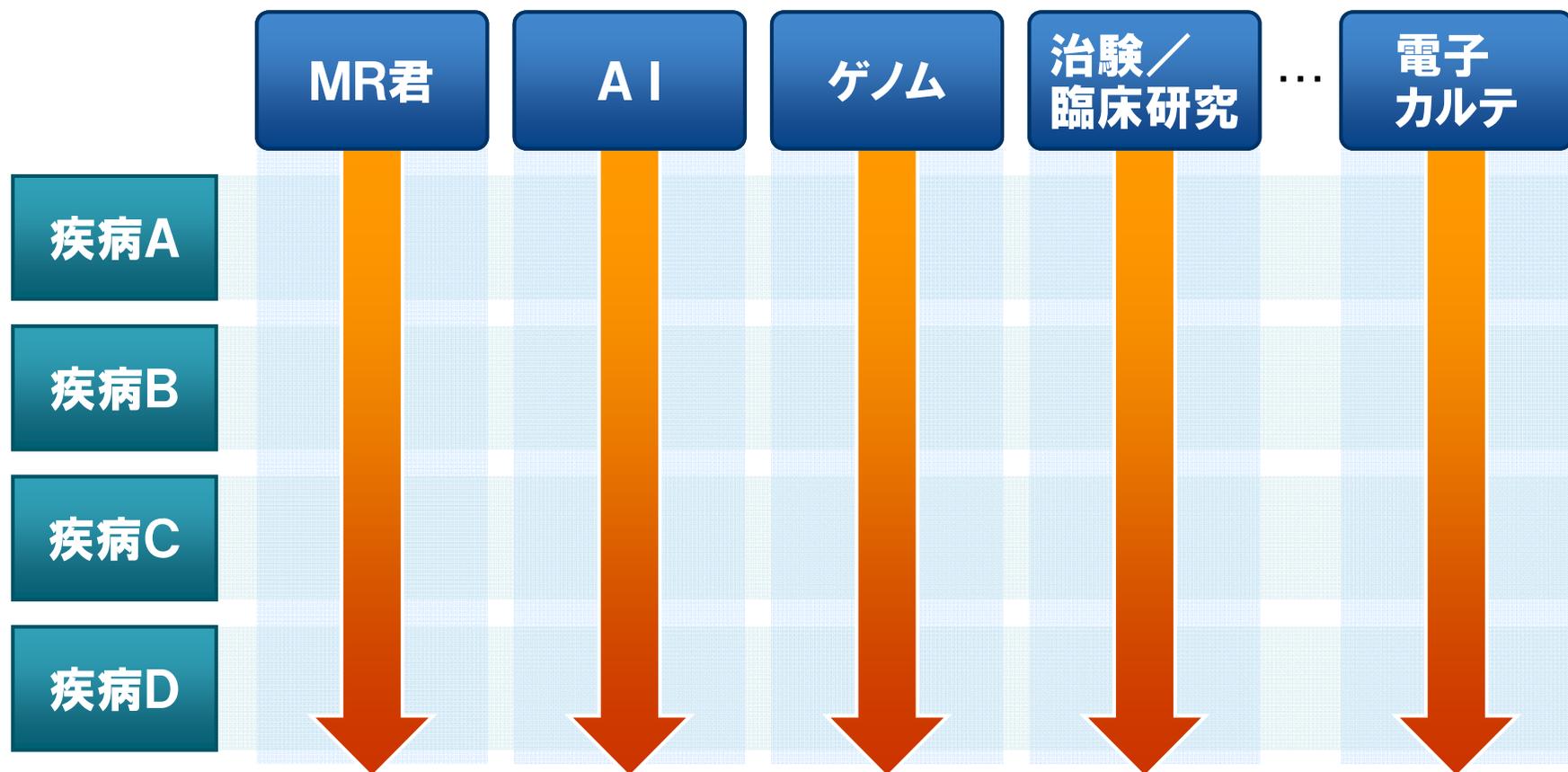
M&Aを通じた価値創造



7P Projects : M3の新戦略アプローチ

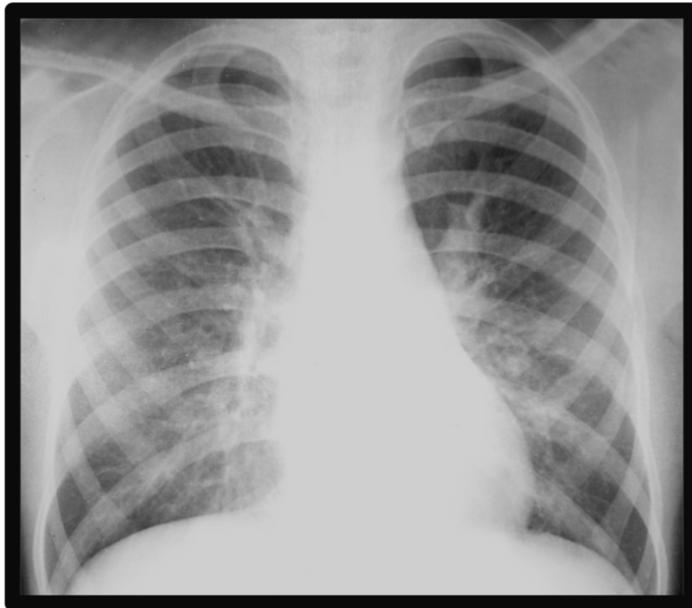
価値創出の方向性：これまで

<サービス・機能群>



- 個々サービス、機能の強化、立ち上げ・・・順調に推移

M3 A.I. 診断エンジンの精度

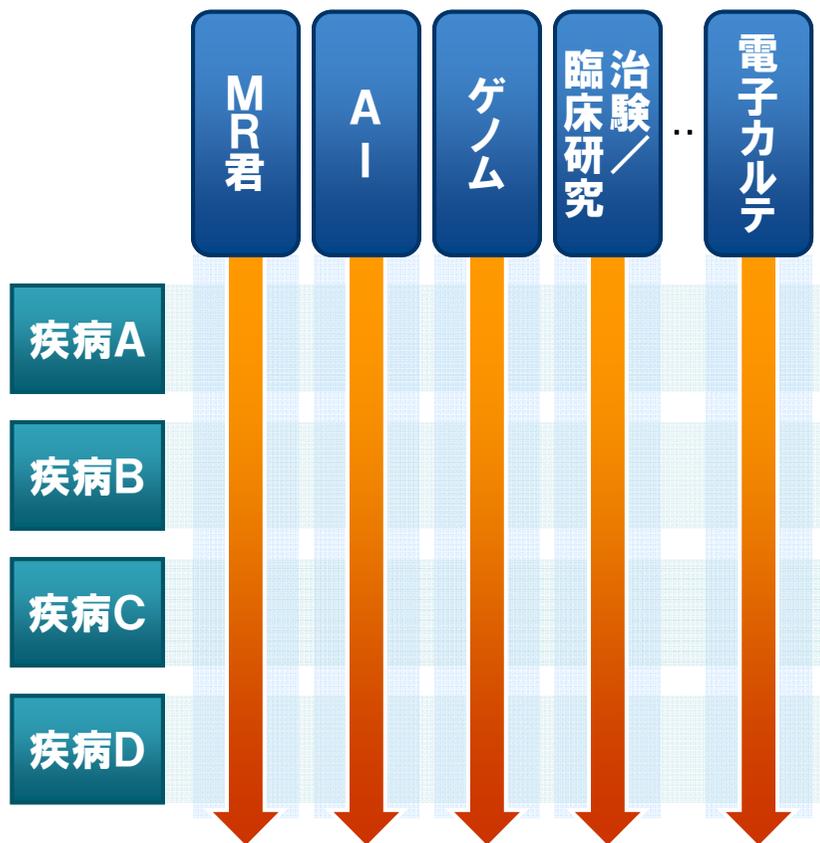


- M3独自A.I.診断エンジンは既に世界最高基準に達している
- A.I.診断の精度はデータ量で勝負が付くので、M3はどのプレイヤーよりも有利な立場にある

👉 AIエンジンは現在の世界最高基準と既に同等レベル。AIの精度はデータ量で大きく左右され、データ収集力で圧倒的な利点を持つM3は今後は益々有利

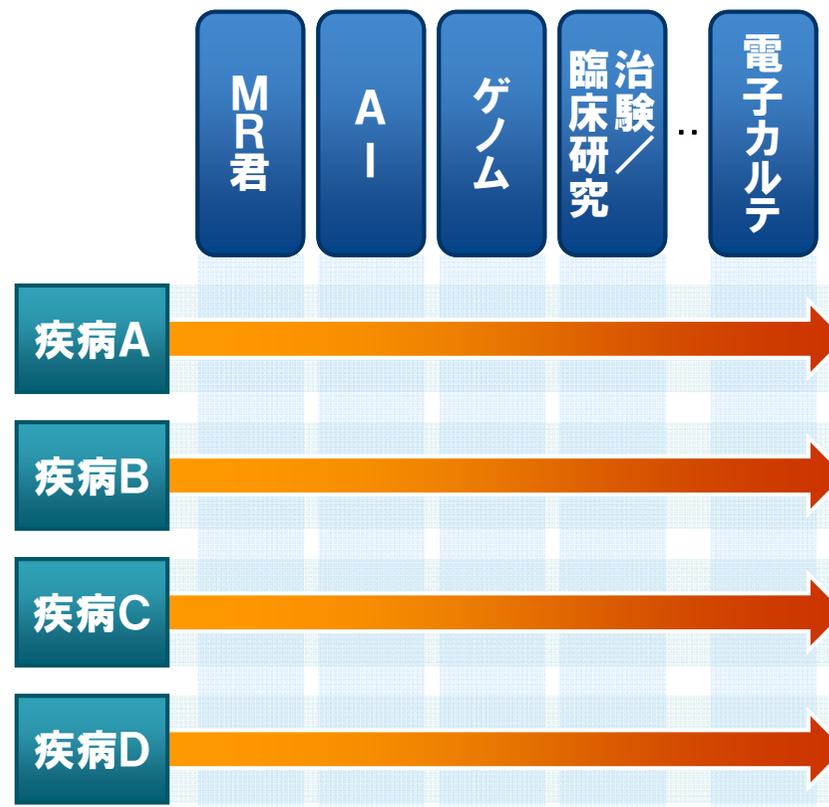
新たな付加価値創出の方向性

従来のアプローチ



- 個々サービス、機能の強化、立ち上げ... 点

今後強化するアプローチ

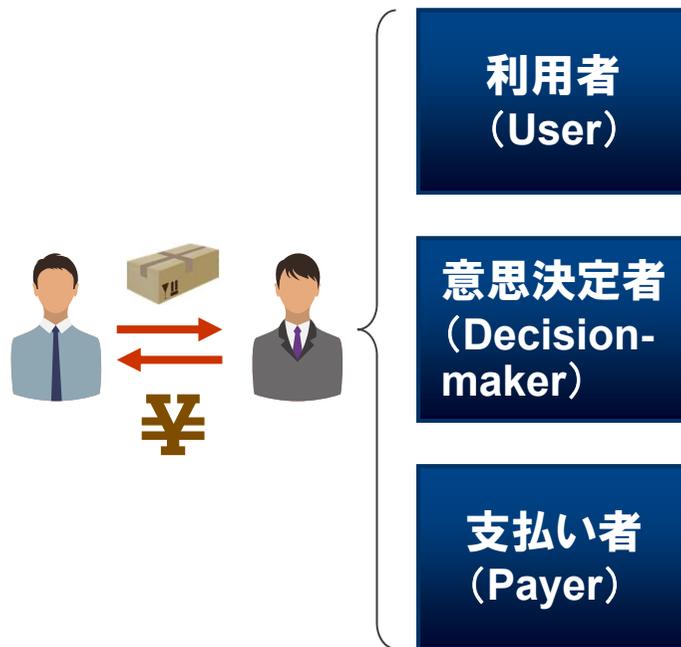


- 疾病、医療課題の解決を強化... 線

一般的なビジネスとヘルスケア・ビジネスの比較

一般的なビジネス

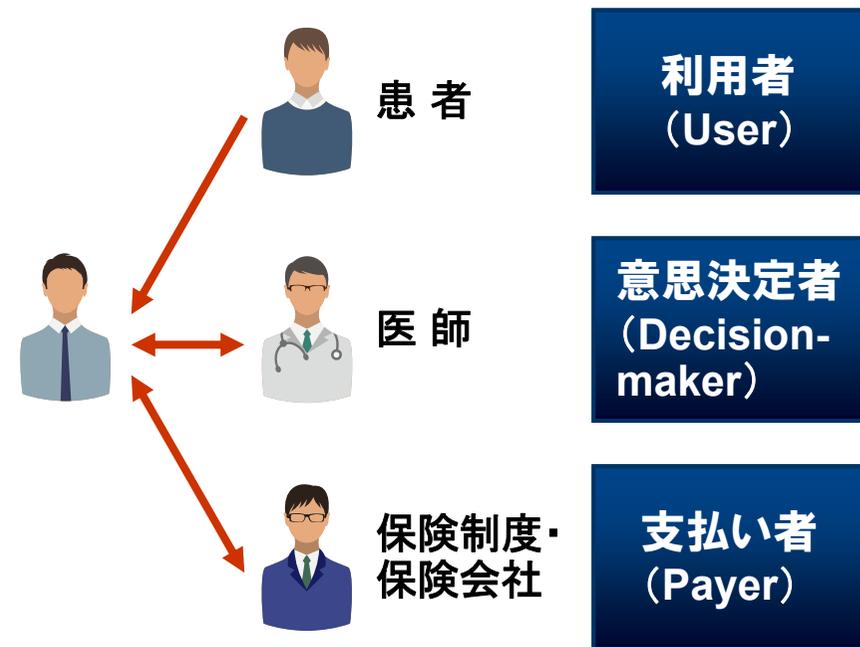
製品提供者 顧客



単純な「Make & Sell」の世界

ヘルスケア・ビジネス

製品提供者 顧客



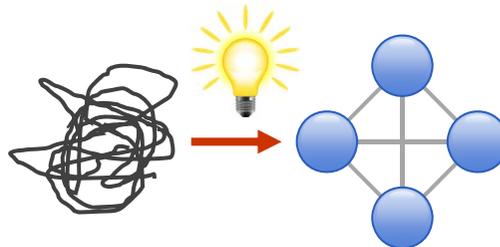
複数の顧客のすべてにとって「win-win」のソリューションの
が求められる世界

事業価値の創造

製品、および技術の開発
(コンポーネント)



システム、事業スキーム
の開発・構築



事業価値の合計



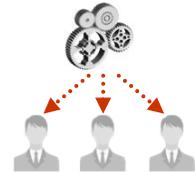
事業価値は、新しい
ビジネススキームの
開発から生み出され
る方が大きい

新しい事業機会開拓の方向性

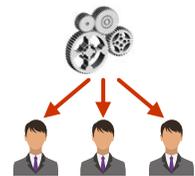
コンポーネント型アプローチ



「われわれには優れた技術がある」



「誰が顧客になるか？」



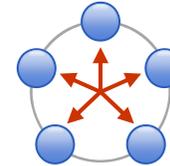
「障害要因をなくしてビジネスを立ち上げよう」

- いまある製品・技術の枠組みでの発想に限られてしまう
- 通常個々の製品だけではニーズは満たせないものも多い

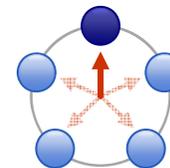
課題解決型アプローチ



「新しいヘルスケアシステムのあるべき姿はこれだ」



「あるべき姿の実現には何が必要か？」



「われわれの製品・技術の貢献分野はここだ」

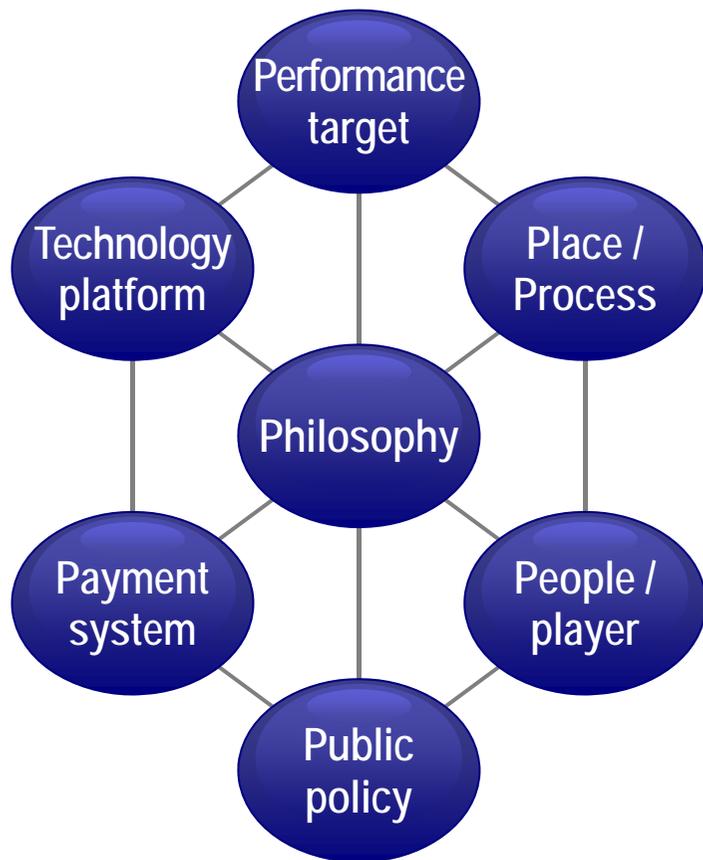
- 解決策の選択肢が広がり、インパクトも増大する
- 同じビジョンを持つ多様なプレーヤーとの協業が可能

マーケティングの4P



👉 医療課題に対しては、4Pの発想では限界がある...

ヘルスケアビジネスの7P



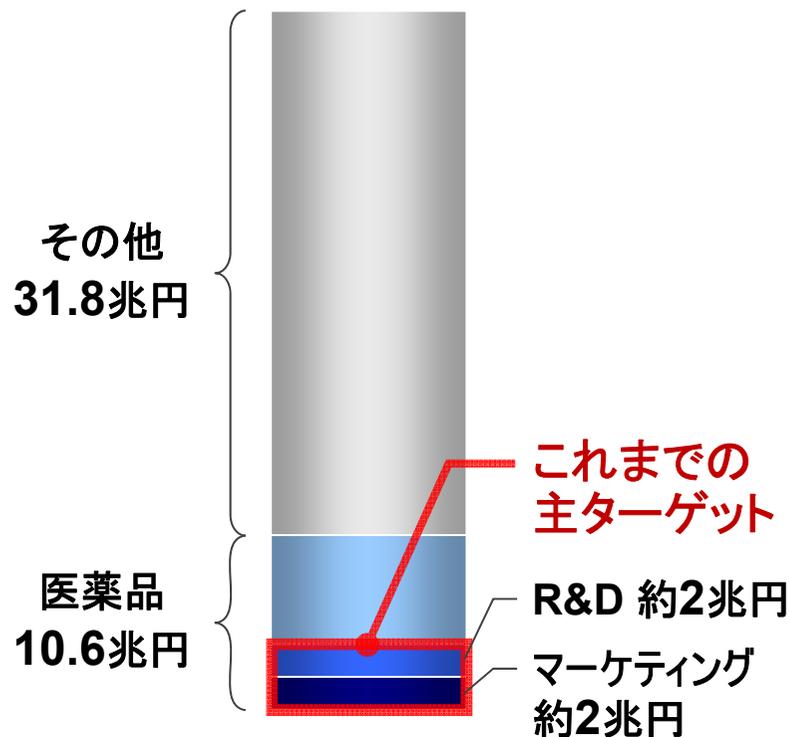
7P:医療課題を解くための フレームワーク

7Ps	内容	具体例
 <ul style="list-style-type: none"> ■ Performance target (改善目標) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 具体的な解決の方向性 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 患者数の削減 ■ 医療費の削減
 <ul style="list-style-type: none"> ■ Philosophy (理念・思想) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 基本的な思想・信条 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 局所最適ではなく、全体最適
 <ul style="list-style-type: none"> ■ Technology platform (技術) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 製品・技術とその活用法 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 診断・治療技術 ■ AI・ゲノム
 <ul style="list-style-type: none"> ■ Place / Process (場所) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 医療が行われる場所 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 病院 ■ 在宅、病診連携
 <ul style="list-style-type: none"> ■ Payment system (支払・金の流れ) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 支払制度 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 医療保険・介護保険・自費
 <ul style="list-style-type: none"> ■ People / Player (人・プレイヤー) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ヘルスケアサービスの提供者 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 医師、医療機関 ■ クラウドワーカー
 <ul style="list-style-type: none"> ■ Public policy (規則・法律) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 法的・政治的な枠組み 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 保険制度、医事規制など

ターゲットとする市場の拡大

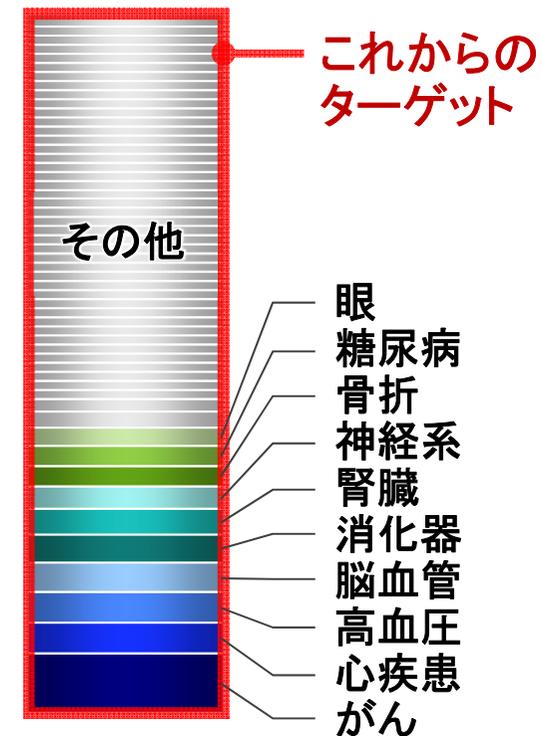
従来

国民医療費(日本): 42.4兆



7Pプロジェクト

国民医療費(日本): 42.4兆



👉 医薬品のマーケティング、R&Dにとどまらず、医療全般の課題を解決(7P project)。対象市場は4兆円から40兆円へ拡大。海外も含めると500兆円規模

業績予想に関して

2018年度業績予想の前提(事業別)

メディカルプラットフォーム

- 顧客企業の利用が伸び、成長維持
- 営業力の強化に加えプラットフォームの拡充の為、積極的に人員を採用

キャリア

- 医師向け・薬剤師向け共に転職支援サービスが順調

エビデンスソリューション

- 堅調な受注とプロジェクト進捗により、成長を継続

海外

- 米国:各事業が順調に成長、新たに開始した治験事業も寄与
- 欧州:英仏共に順調に拡大
- 中国:MR君が牽引し、順調に拡大

その他 エマージング

- その他セグメントの事業も各々業容を拡大する見込み

2018年度業績予想に関して(全体)

トプライン

- 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450人を採用
 - 医療プラットフォーム: 150人
 - エビデンスソリューション: 100人
 - キャリア: 100人
 - その他: 100人
- アドバイザリーフィー等、M&A関連費用を4億円計上

FY2018計画

(百万円)	FY2017実績 (旧基準)	FY2017実績 (新基準)	FY2018計画 (新基準)	前年比
売上高	94,471	94,471	113,350	+20%
営業利益	29,713	27,587	31,720	+15%
税引前 純利益	29,700	27,574	31,700	+15%
純利益	20,783	19,327	22,220	+15%

今期よりIFRS 9号(金融商品)を適用
FY2017実績も新基準ベースで表示

IFRS9号適用：投資事業の整理

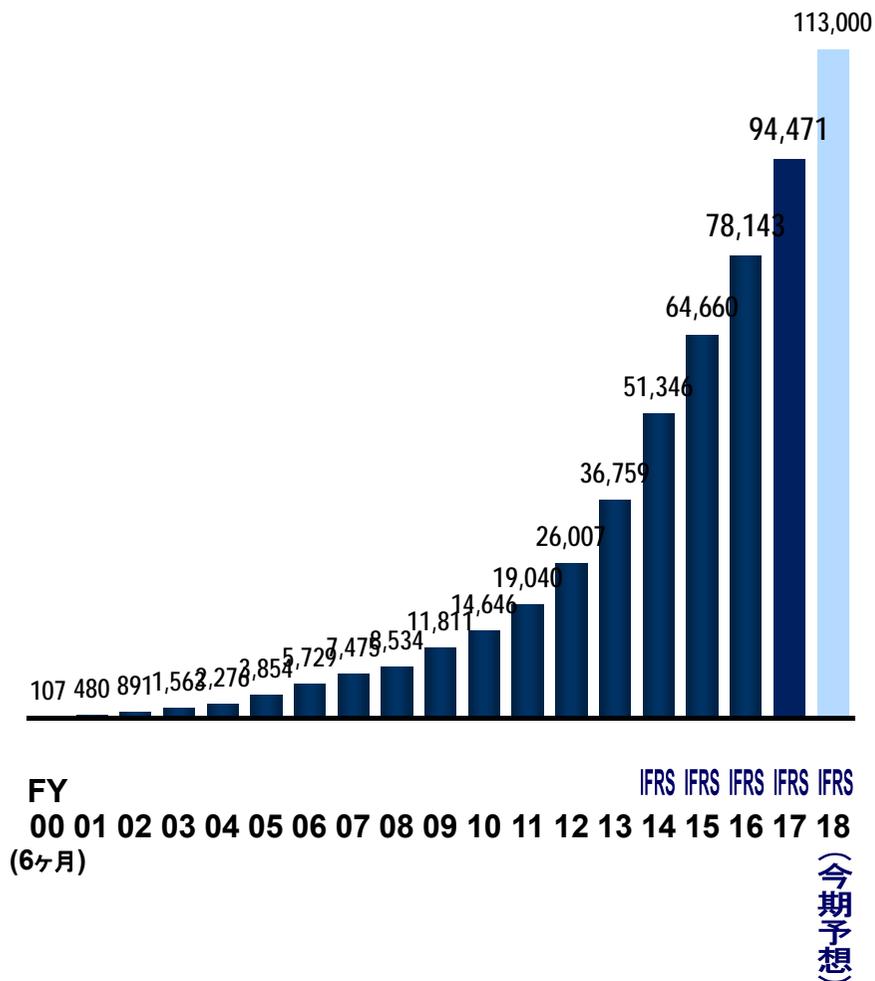


👉 業績のボラティリティを低減するため、上場株式は包括利益に計上。未上場株式は営業利益に計上

エムスリーの業績推移

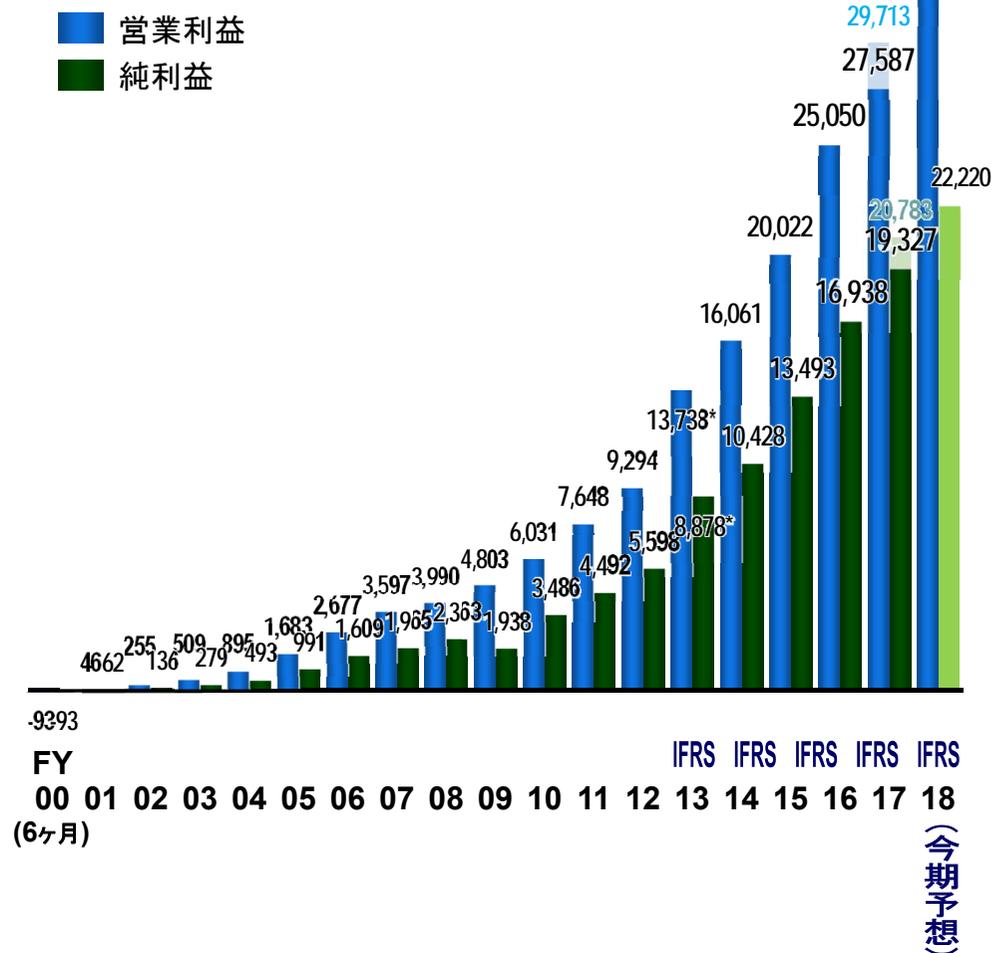
売上収益

単位: 百万円



営業利益・純利益

単位: 百万円



* IFRS9号(金融商品)の適用にあわせ、FY17実績をリステート

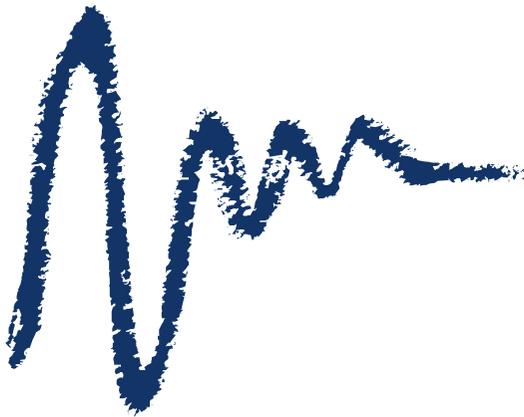
目指すは医療界の変革と新付加価値の創造

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