

# エムスリー株式会社

## 会社説明資料

2024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


# 2023年度 連結業績

単位：百万円

	FY2022	FY2023	前年比
売上収益	230,818	238,883	+3%
営業利益	71,983	64,381	-11%
税引前利益	74,318	68,840	-7%
当期利益	51,983	48,549	-7%

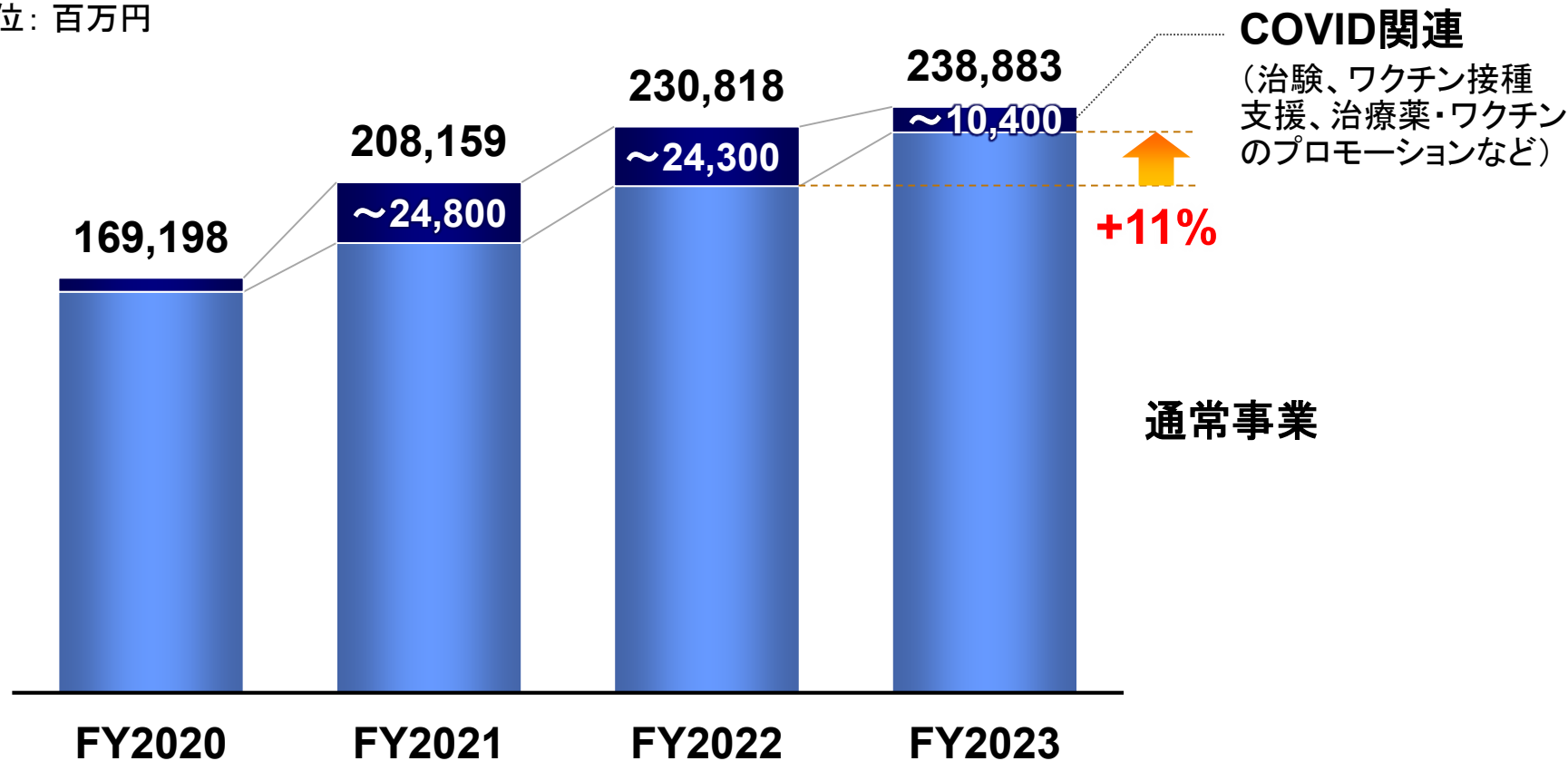
COVID関連収益を除く事業の売上成長率は前年比+11%

減損損失を除いた営業利益は前年比▲2%

 COVID関連以外の通常事業の売上は+11%の成長、一方で製薬マーケティング支援におけるCOVID期の一時的需要の剥落や一部製薬企業のコスト圧縮、海外治験事業の減速と減損損失の計上等により減益

# 連結売上の推移とCOVIDの影響

単位：百万円



**COVID関連売上はFY2023で約140億円の減少、利益へのインパクトも大きい・・・FY2024は約70億円の売上減少インパクトを想定**

\* FY22実績：Q1 ~81億円、Q2 ~64億円、Q3 ~62億円、Q4 ~35億円  
FY23実績：Q1 ~30億円、Q2 ~27億円、Q3 ~27億円、Q4 ~20億円

# 2023年度 連結業績(セグメント別)

単位: 百万円

			FY2022	FY2023	前年比
国内	メディカルプラットフォーム	売上収益	93,098	93,414	+0%
		利益	41,147	38,626	-6%
	エビデンスソリューション	売上収益	27,157	26,700	-2%
		利益	7,662	6,698	-13%
	キャリアソリューション	売上収益	14,538	16,642	+14%
		利益	4,644	4,781	+3%
	サイトソリューション	売上収益	35,295	33,025	-6%
		利益	3,745	3,735	-0%
	エマージング事業群	売上収益	3,284	2,633	-20%
		利益	945	-290	—
海外		売上収益	62,095	69,868	+13%
		利益	16,990	11,695	-31%

- 製薬マーケ: 期末予算消化トレンドはQ4も限定的、本質的なDX化を引き続き推進中
- 医療現場DXを中心にその他事業は堅調に推移

- 受注残: 291億円、COVID関連治験を除くと売上+3%
- 大型プロジェクト終了による短期的な影響あり

- COVID関連を除くと売上+22%

- COVID関連を除くと売上+33%

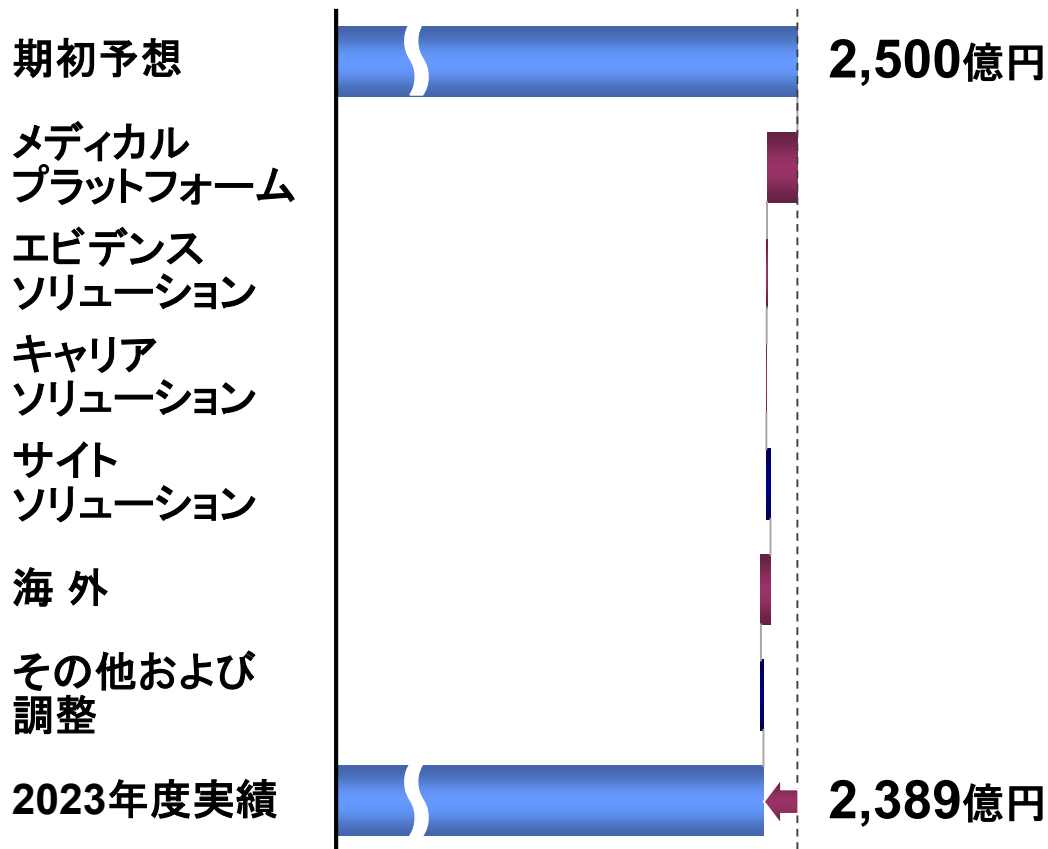
- 既卒生の歯科医師国試受験市場の縮小でQ4にM3E\*で減損損失を計上

- COVID関連を除くと売上+20%
- 米国治験事業で減損損失を計上
- 欧州・APAC地域は堅調

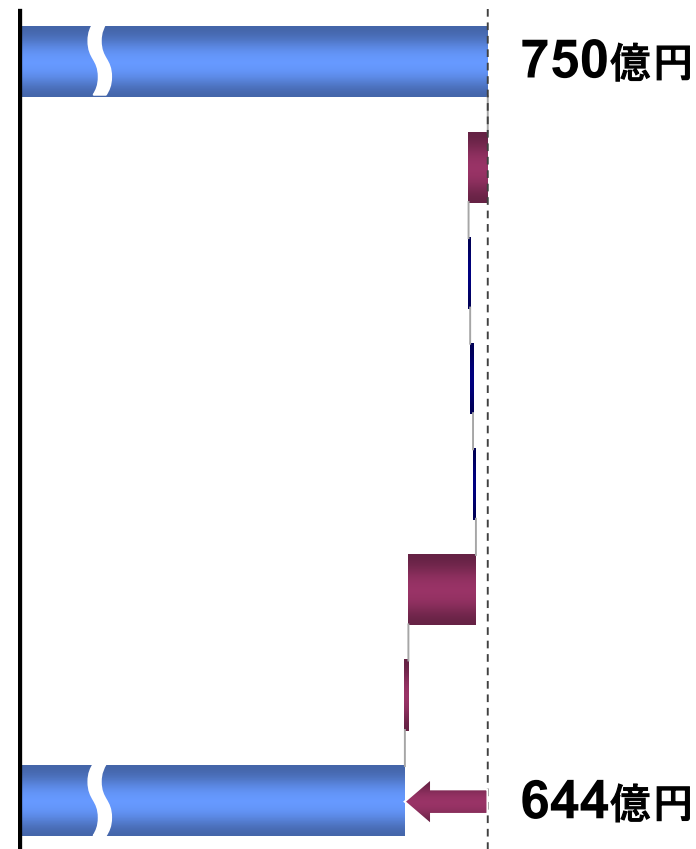
\* M3E: エムスリーエデュケーション株式会社

# 2023年度 業績予想 対 実績

## 売上収益



## 営業利益

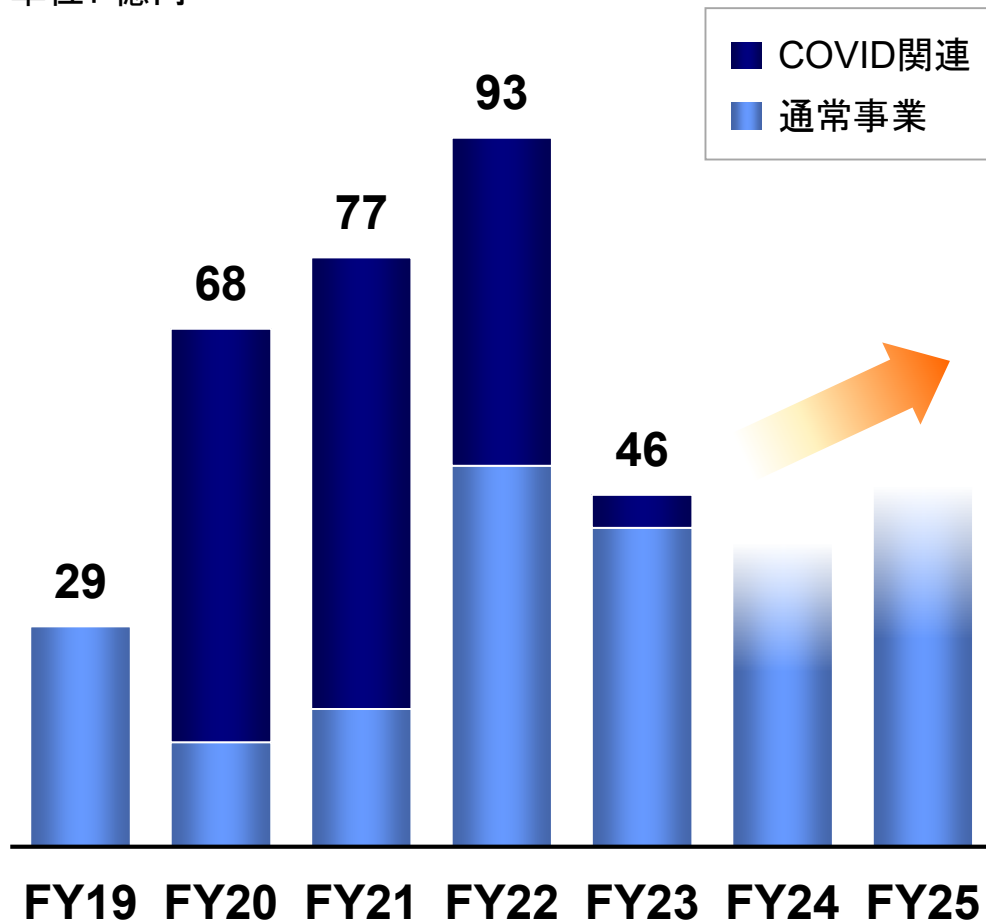


**海外とMedicalプラットフォームを主因として目標未達、特に海外は減損により利益面でのビハインドが拡大**

# 北米治験事業の減損損失と再成長に向けた取り組み

## 北米治験事業の売上推移

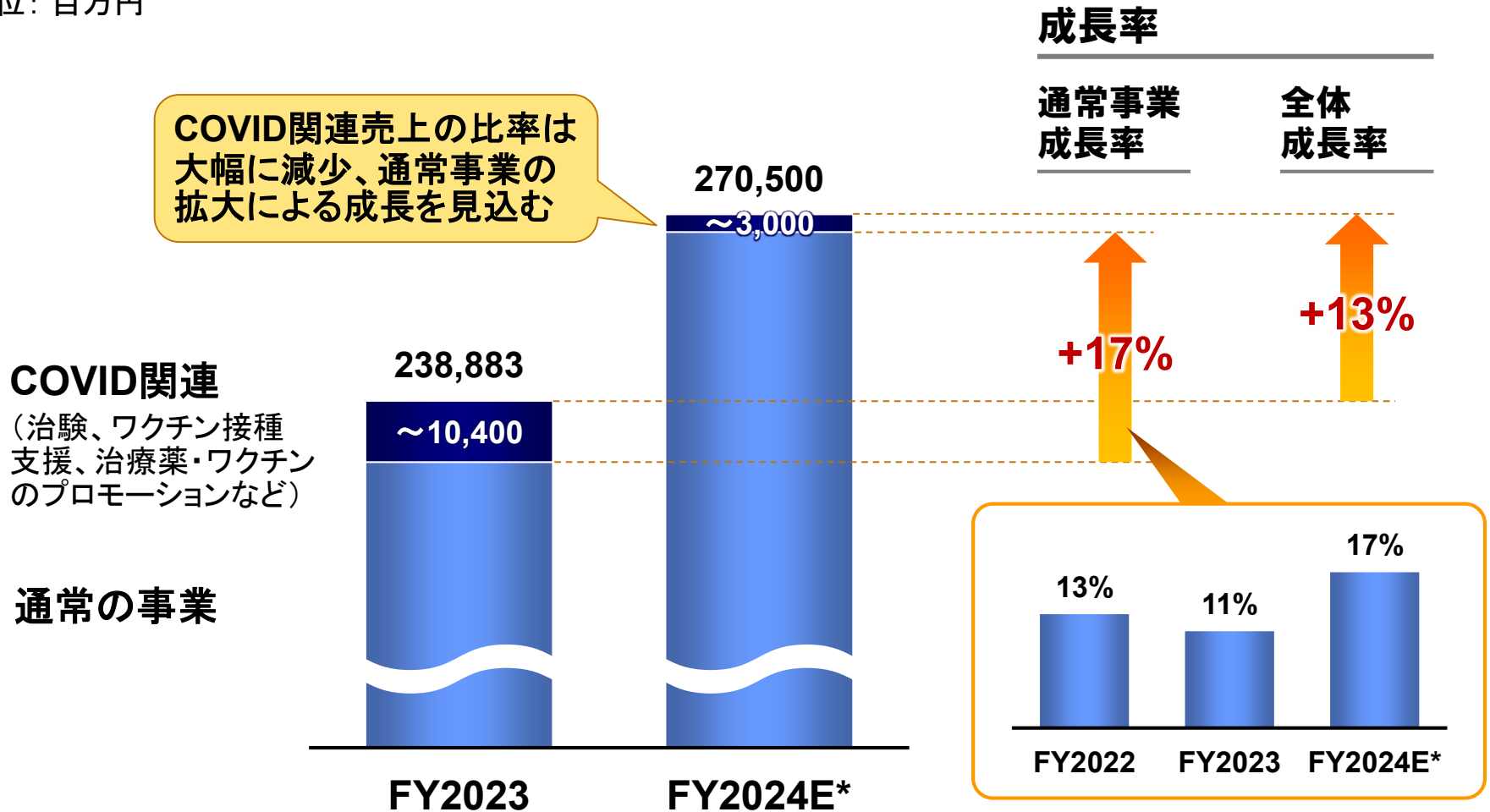
単位：億円



- **経営基盤・体制刷新：**  
COVID関連売上の剥落で減損損失を計上、ただし買収後の累積リターンで当初投資額は既にほぼ回収済み...今後の回復に向けて取り組みを加速
- **コスト構造の改善：**  
COVID期の需要急増に応じて拡大した組織を見直し、ダウンサイズし組織を筋肉質化(4月に実施済み)
- **営業・集患体制強化：**  
営業人員数は積極増強、更なる成長に向けて取り組み強化

# FY2024の売上見込み

単位：百万円



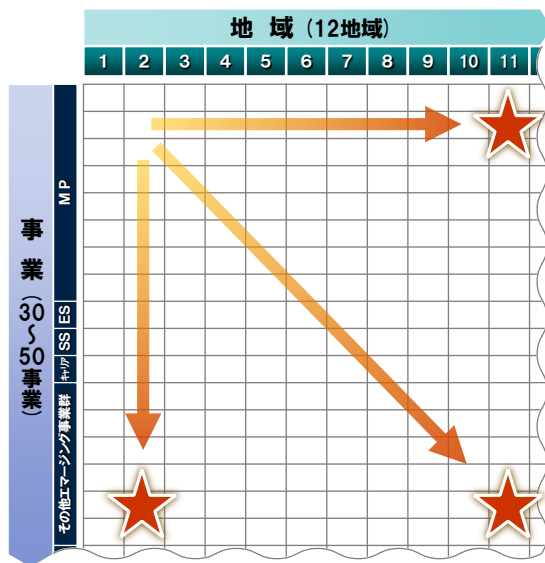
## 👉 メディカルプラットフォームと海外を中心に売上成長を牽引

\* FY2024の業績予想レンジ(268,000~273,000百万円)の中央値



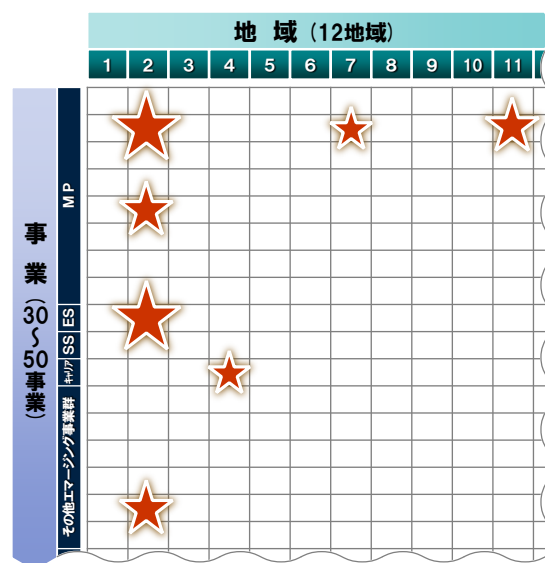
# M3のトリプル成長エンジンとCSV

## 1. 事業ドメイン (サグラダファミリア) の拡張



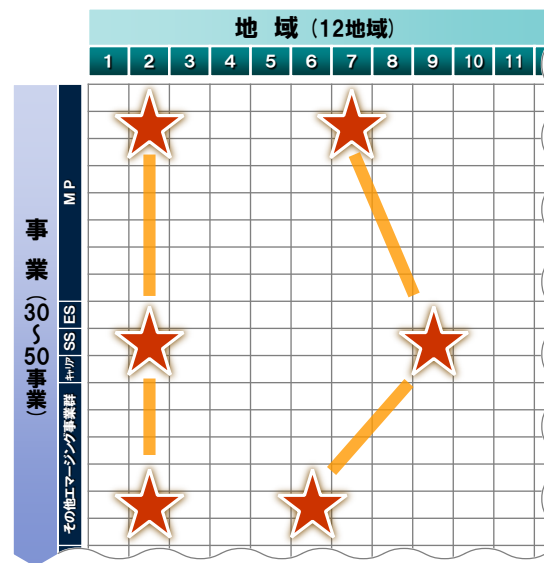
- 参入セルの継続的な拡大と成長

## 2. 既参入市場での継続事業拡大



- 製薬マールケ、医療現場DXなどの推進

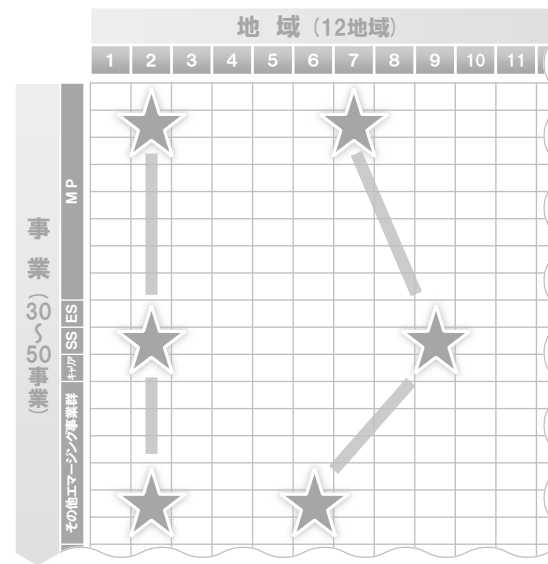
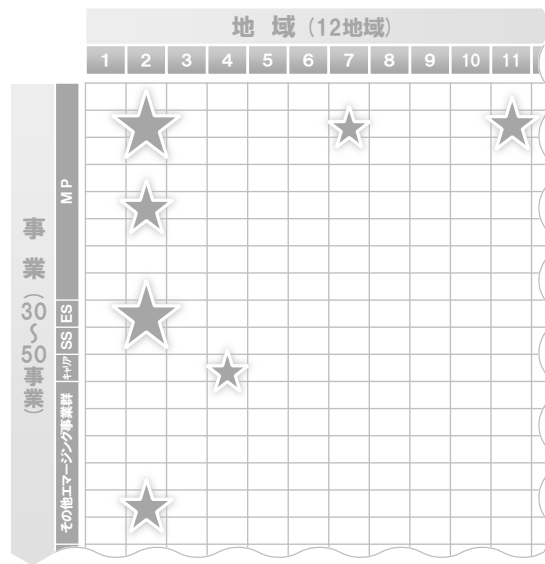
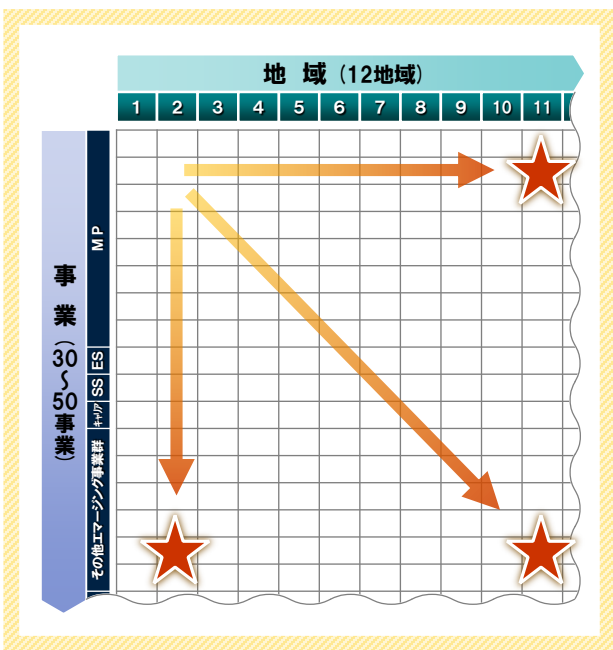
## 3. エコシステム シナジーの創出



- セル間のシナジー最大化

## 4. 社会的インパクトの創出 → CSV

# 成長エンジン1：事業ドメインの拡大と成長



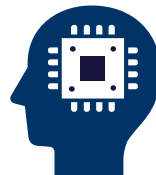
## 4. 社会的インパクトの創出 → CSV

# 3大リソースを活用した医療課題の解決



全世界650万人の医師が登録する

**圧倒的な  
プラットフォーム力**



トップクラスの技術陣

**世界最高水準の  
テクノロジー**




各分野のプロフェッショナルが集う

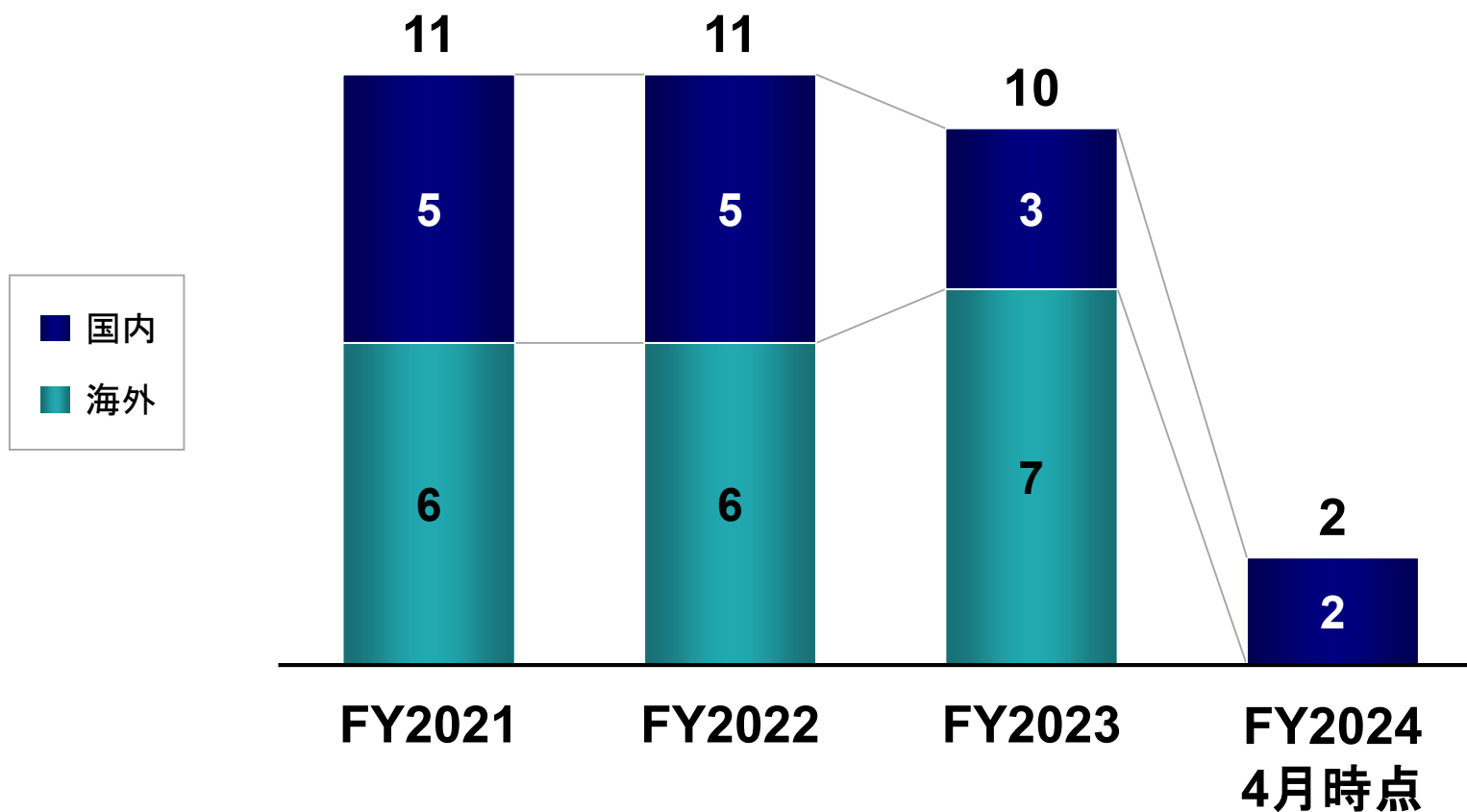
**課題解決力**

# 事業領域の拡大と成長ポテンシャル

会計年度	2010	2015	2020	2023
国	3	8 (2.5倍)	11 (3.5倍)	17 (5.5倍)
事業 タイプ数	6	15 (2.5倍)	35 (6.0倍)	38 (6.0倍)
展開事業数 (タイプ×国)	10	24 (2.5倍)	56 (5.5倍)	73 (7.0倍)
売上 (億円)	146	647 (4.5倍)	1,692 (12.0倍)	2,389 (16.5倍)

 現在の10～20倍以上ある成長ポテンシャルを実現するため、  
今後もM&Aも含め積極的な先行投資を継続していく方針

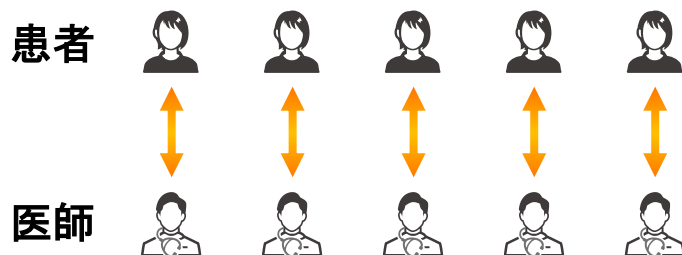
# M&Aの件数推移：プログラマチックM&A戦略



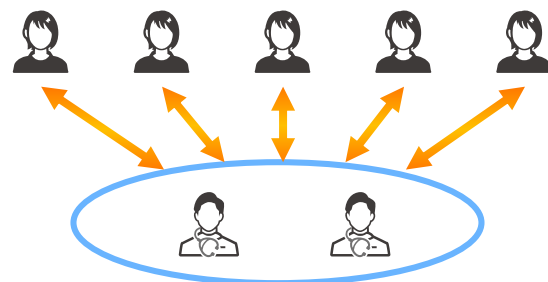
**👉 これまで毎年10件程度のM&Aを実施・・・FY23はトータルで10件、FY24も当直連携基盤とメドケアの買収をすでに完了、今後も引き続き積極的に検討予定**

# 当直連携基盤の子会社化

従来



当直連携基盤グループイン後



医師の  
労働時間



24時間365日  
往診対応が必要

夜間・連休は当直連携  
基盤による往診代行

診療



医師が1人で往診

メディカルバディが同行、  
医師は診療行為に集中

患者・家族  
対応



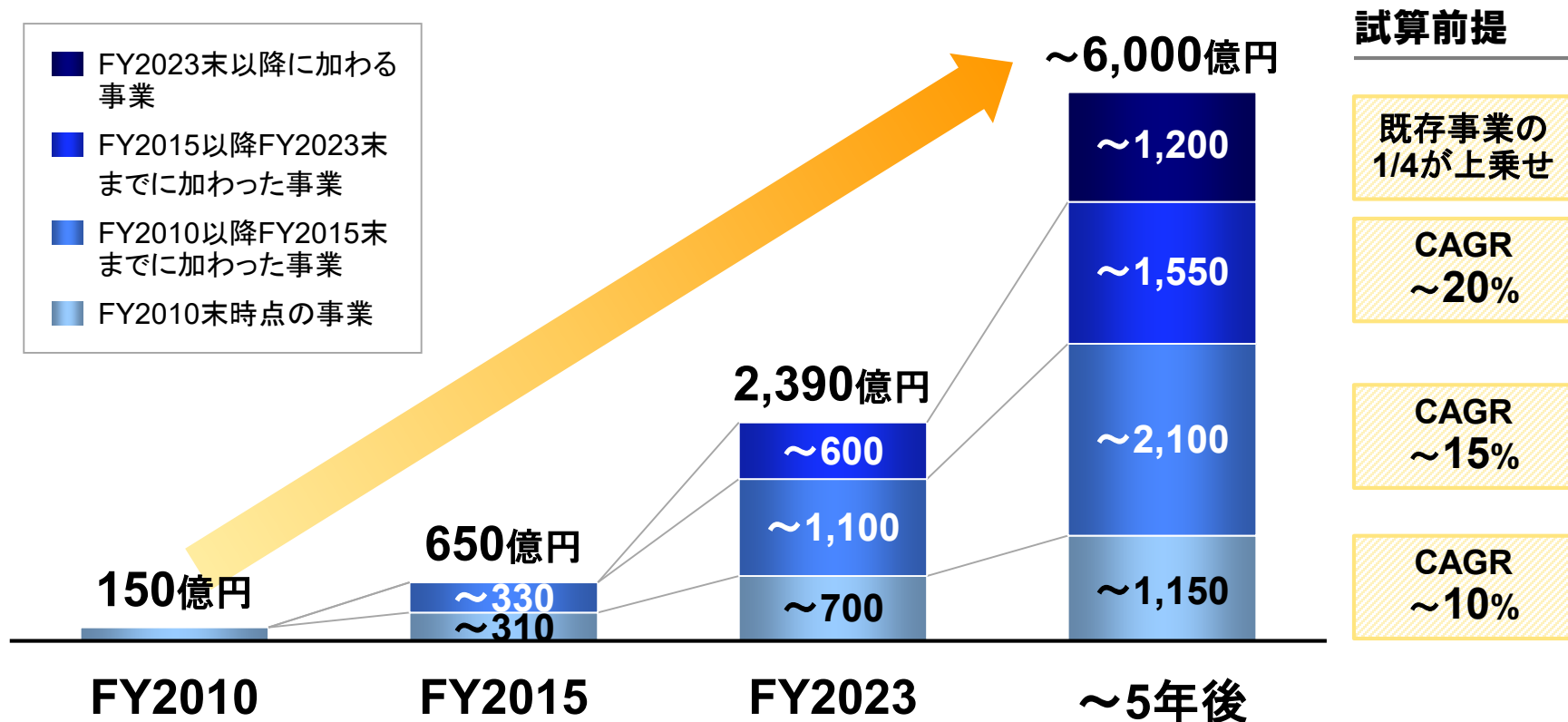
1人で往診、患者・家族へ  
の情緒的なケアが困難

患者・家族への声掛けなど  
はメディカルバディが対応

**現在約300施設と契約、往診時のメディカルバディ同行により高い患者満足度を実現・・・かかりつけ医として当直対応を行うため、診療報酬改定の影響はない**

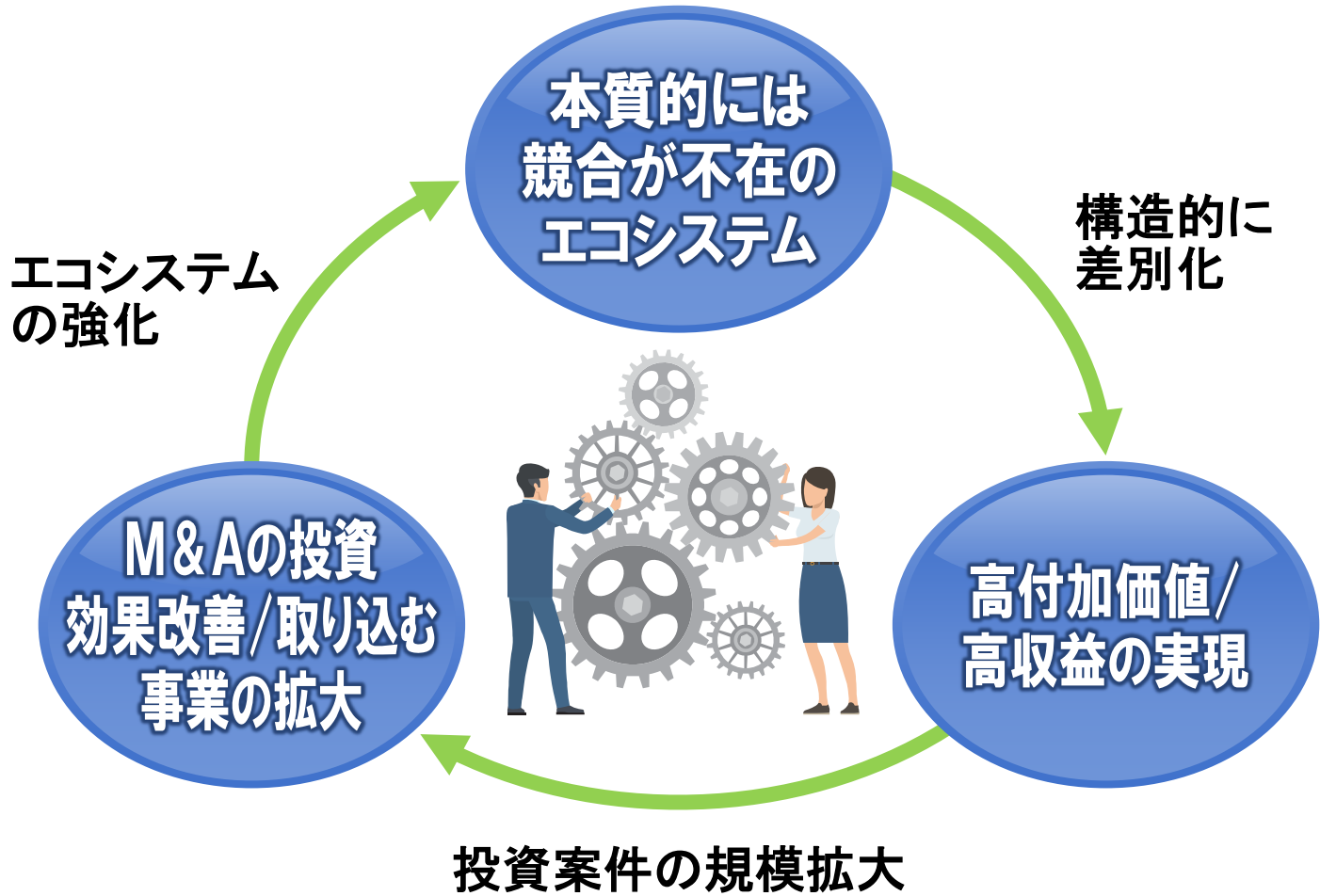
# 事業拡大フェーズごとの売上成長イメージ

## 売上の推移



- 👉 シミュレーションをFY2023実績を踏まえて更新。  
今後も新規事業展開、新規事業成長、既存事業成長により、これまで同様の事業成長を目指すことに変更なし

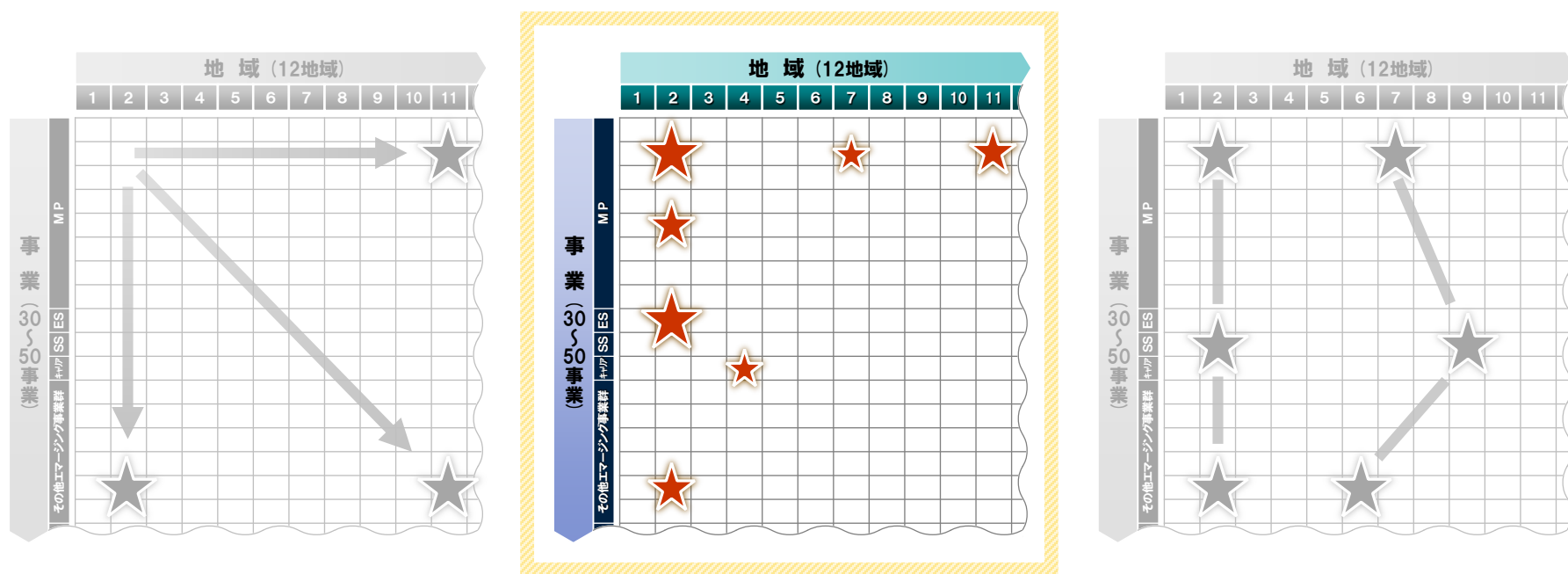
# 事業拡張の構造的良循環



👉 継続的な循環サイクルを推進する動力＝「優秀な人材層」の基盤も拡大し、継続性がさらに強化・・・「事業雪だるま」が大きくなっていく



# 成長エンジン2：既参入市場での継続事業拡大



## 4. 社会的インパクトの創出 → CSV

# 医薬品、営業 & マーケティングのDX

# 製薬企業の営業コスト配分とM3が関与する分野

10年前

現状

将来

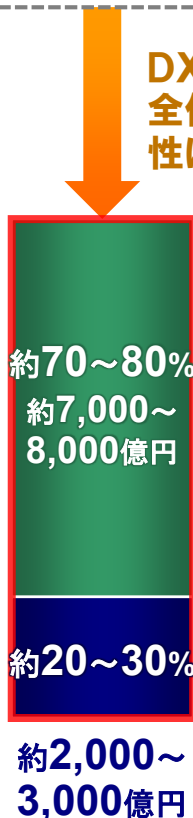
M3の関与

~3,000億円減少

□ TAM

MR関連  
費用など

インター  
ネット



DX化により業界  
全体の営業生産  
性は改善

②MR活動  
DX化支援

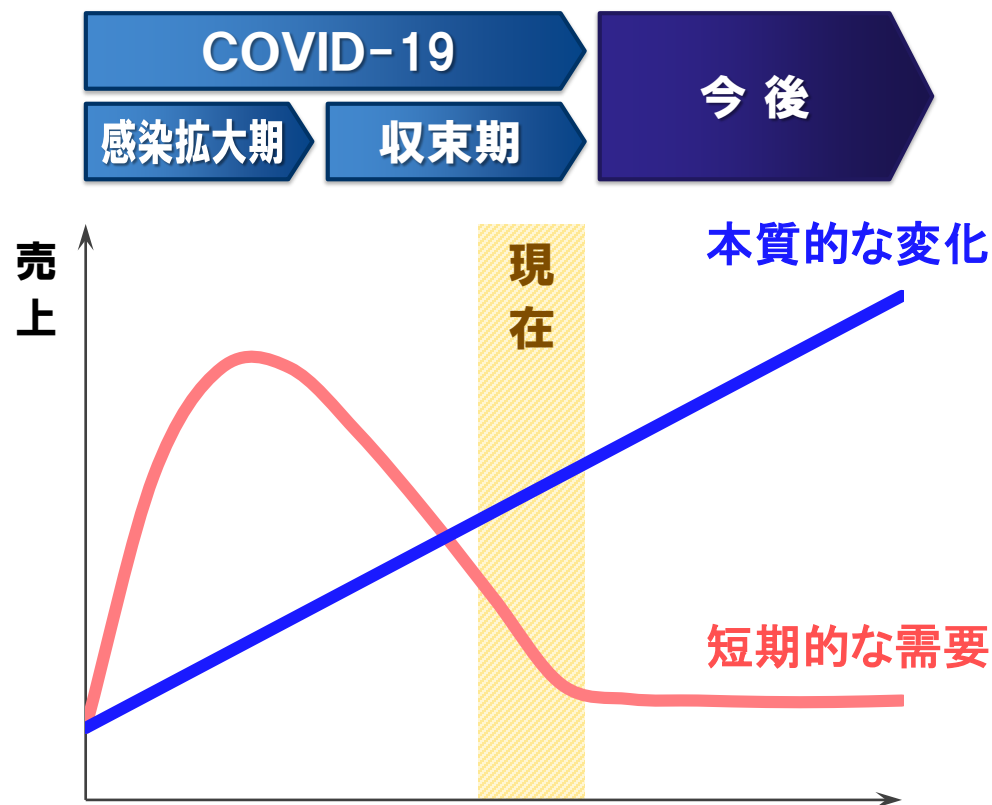
①インターネット  
マーケティング  
支援

③データドリブン  
マーケティング  
支援

**👉 M3の関与はインターネット分野にとどまらない・・・業界全体の生産性改善を実現させて行く**

# 製薬マーケティング支援事業の現状認識

## 需要と変化



### プラス要素

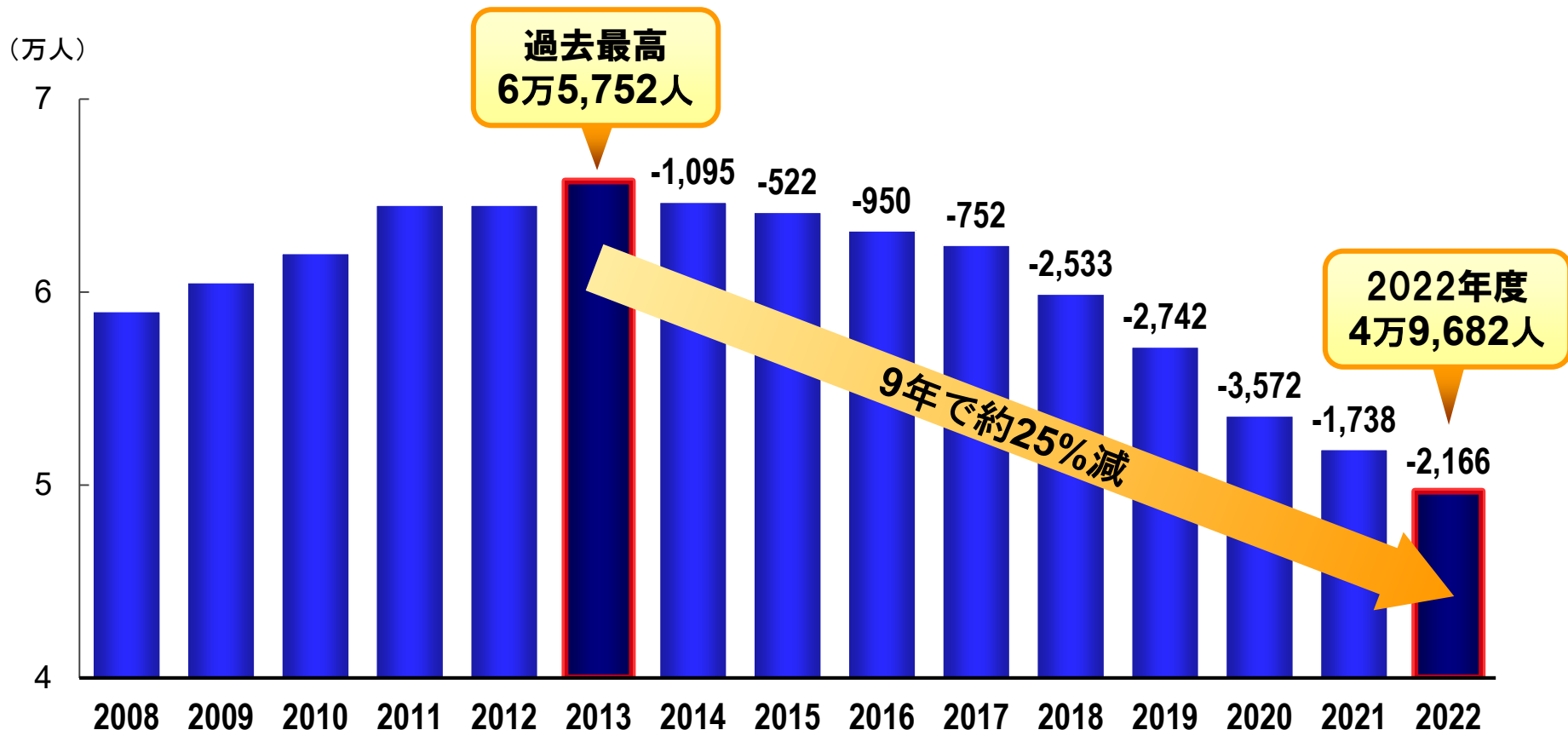
- 構造的なDX化の進展
- データドリブンマーケティングの更なる浸透
- プロジェクトの大型化

### マイナス要素

- COVID期の一時的な需要の剥落
- 一部グローバル製薬企業のコスト圧縮

**👉 プラス要因とマイナス要因が拮抗、現在は両者がバランスしている状況**

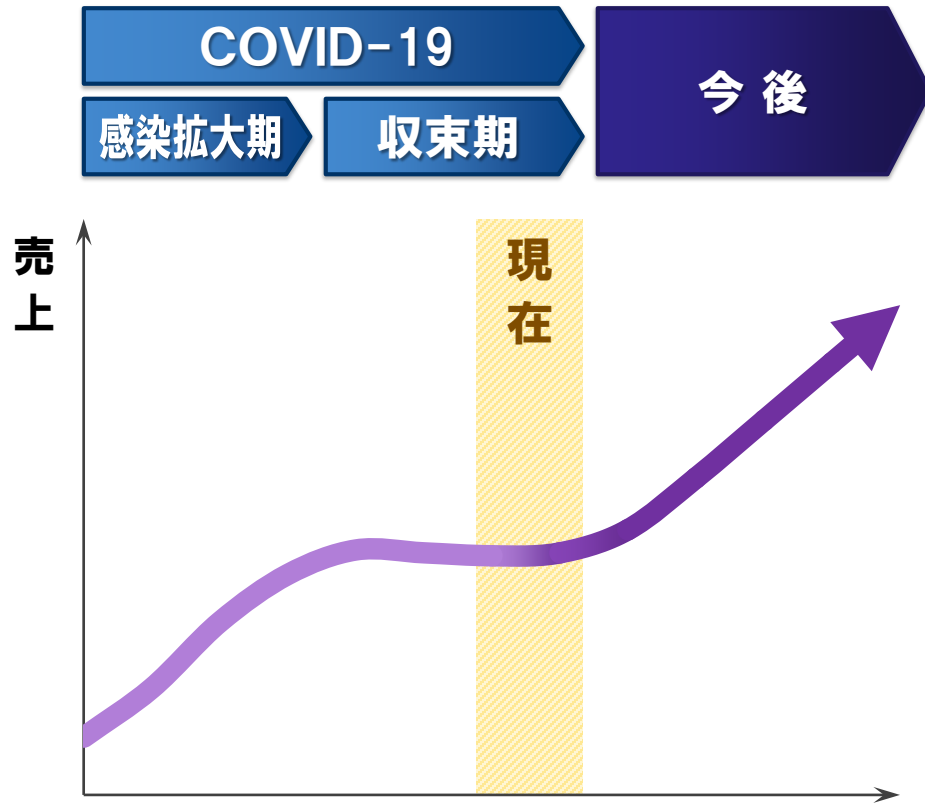
# 国内MR数の推移



👉 MR数が減少する一方、コントラクトMRやWebまたは電話のみで活動するオンラインMRが増加・・・今後も営業効率化のトレンドは続く見込み


# 本質的な構造改革のパートナーとして

## 全体的なトレンド



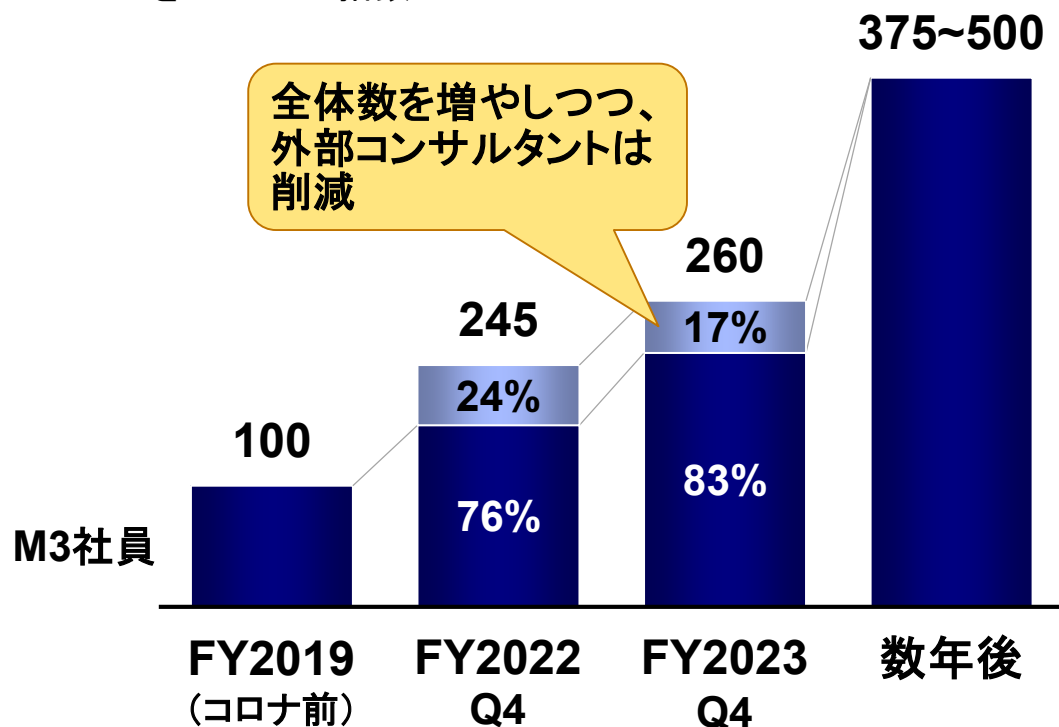
## 再成長に向けての取り組み

- リーダーシップの若返りと強化
- プロダクト：  
製薬企業営業マーケティングの生産性を圧倒的に向上させる、サービスの継続的な開発（現在レベル50%）
- プロフェッショナル人材：  
継続的にチームを毎年数十人単位で拡大（現在レベル50%）
- 1人当たり生産性：  
サービス提案などの標準化、スキル強化、DX化などを通じた、1人当たり生産性の改善（現在レベル75%）

 製薬企業の戦略的パートナーとして、本質的なDX化の推進をさらに加速

# プロフェッショナル人材の増員イメージ

単位: FY2019を100とした指数



全体数を増やしつつ、  
外部コンサルタントは  
削減

## 人員増のための施策

- 人事機能強化
- エージェント対策 (フィーアアップなど)
- 新卒採用の強化
- 人員増を図りながらコストも改善中

1人当たり  
コスト

1 → 1.6 → 1.4 → 1

業務委託に  
より一時的  
に増大

自社採用で  
平準化

自社採用で  
平準化

**プロフェッショナル人材はトータルで約5%増 (インハウスは+15%、業務委託は-25%)、採用決定数はFY2023通期で前年度比約1.2倍**







# 医療現場のDX



# クリニックDX: 新たな患者体験の実現

## 従来

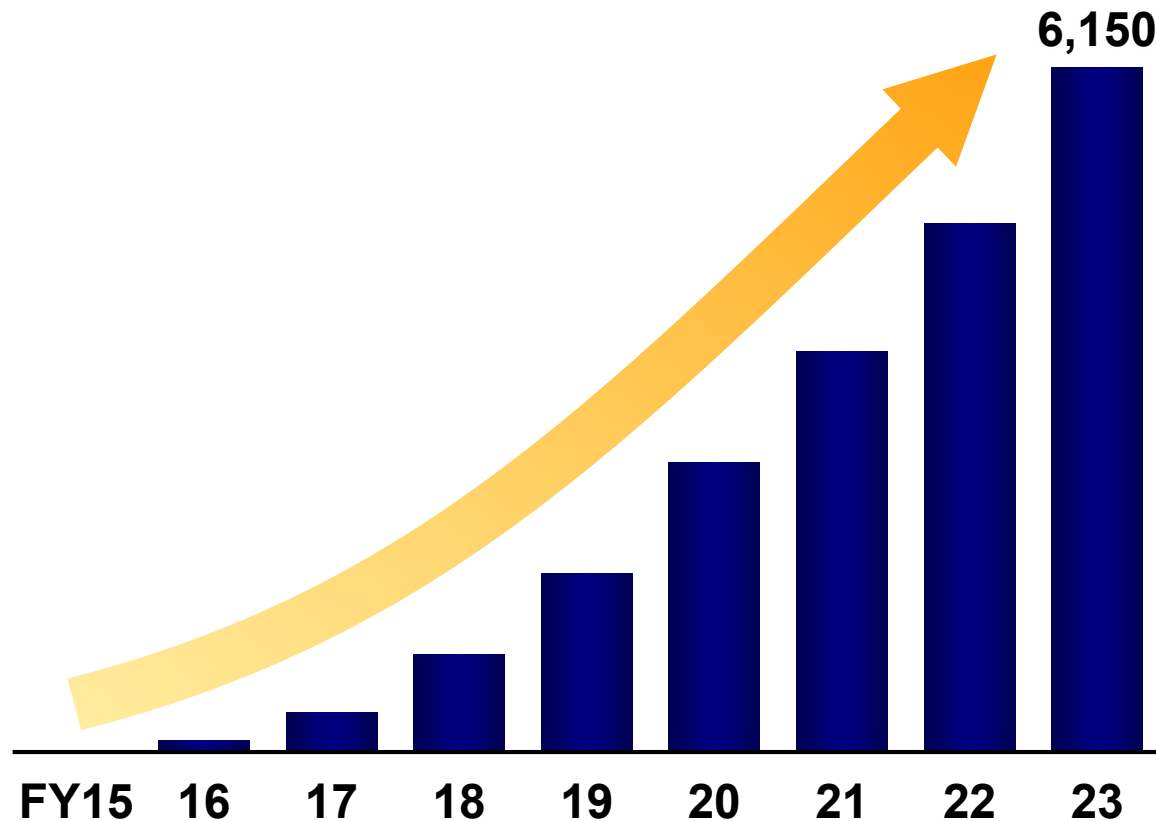
## DX化(新たな患者体験)

アクセス		待合室で長時間待つ	➔	オンラインで予約
診療		オフライン	➔	オフライン+オンラインのハイブリッド
支払い		窓口で支払い	➔	診療後そのまま帰宅(電子決済)
薬		近隣の薬局で受け取り	➔	自宅または職場にデリバリー
カルテ		アクセスが困難	➔	自分のカルテはWeb上で閲覧可能
夜間緊急対応		翌日まで待つ	➔	オンラインで24時間対応

 「デジスマ診療」を通じ、全く異なった患者体験を創出

# 電子カルテ、M3デジタルの伸長

## M3デジタル導入施設数

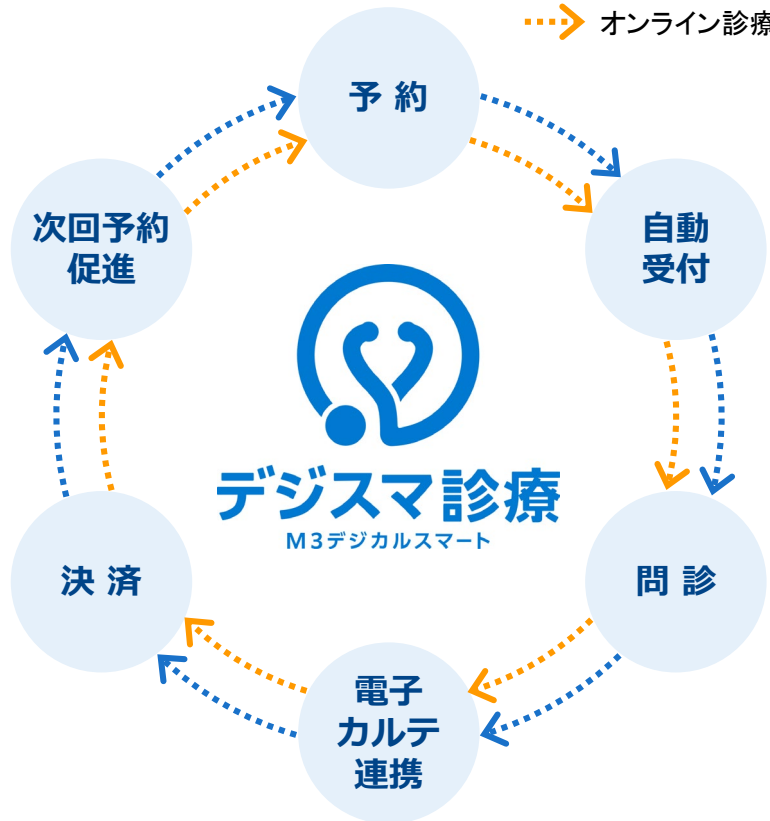


- 累計導入件数は約6,150件。順調に進捗
- デジスマとの併売により、デジタルの付加価値がさらに向上

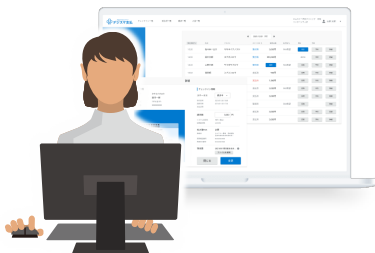
 クラウド電子カルテ市場シェア圧倒的No.1、管理するカルテ数は約2億3,000万枚

# クリニックDX: デジスマ診療

---> リアル診療  
---> オンライン診療



## 医療機関: 管理システム



## 患者: スマホアプリ



M3 デジカルスマート診察券  
DigiKar, Inc

開く

2.5万件の評価 年齢 12+ 年齢 12+ 歳 ランキング #4 医療 カテゴリ

4.6 ★★★★★

評価とレビュー すべて表示

4.6 ★★★★★

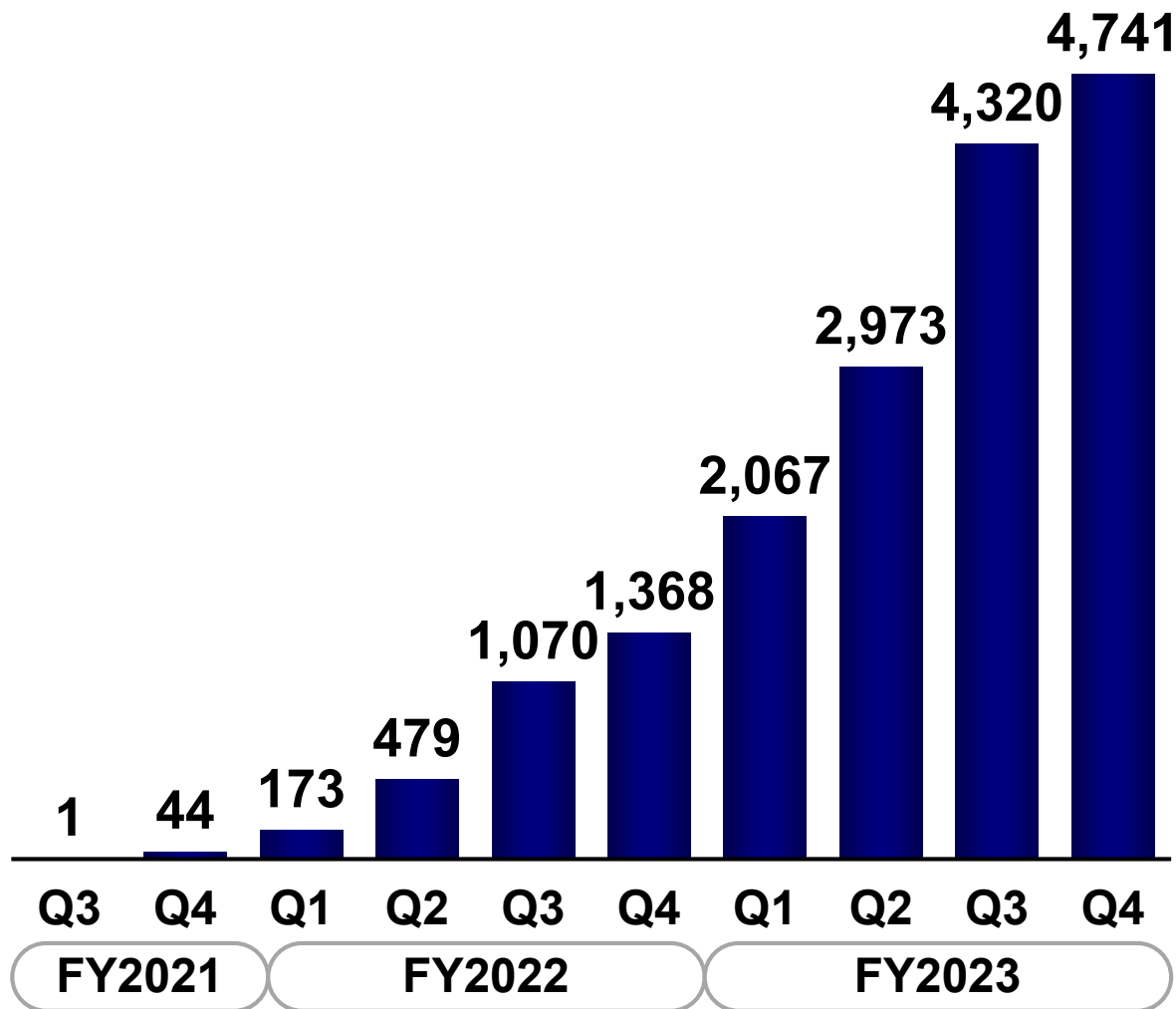
5段階評価中 2.5万件の評価

**👉 利用したユーザーからも2.5万件の評価でレビュー4.6、  
新たな患者体験を実現しカテゴリ内上位の高評価を獲得**

出所: 下記URLから引用、2024年4月10日参照  
<https://apps.apple.com/jp/app/m3%E3%83%87%E3%82%B8%E3%82%AB%E3%83%AB%E3%82%B9%E3%83%9E%E3%83%BC%E3%83%88%E8%A8%BA%E5%AF%9F%E5%88%B8/id1563102530>

# デジスマ診療の利用ユーザー数

単位：FY2021Q3を1としたときの指数



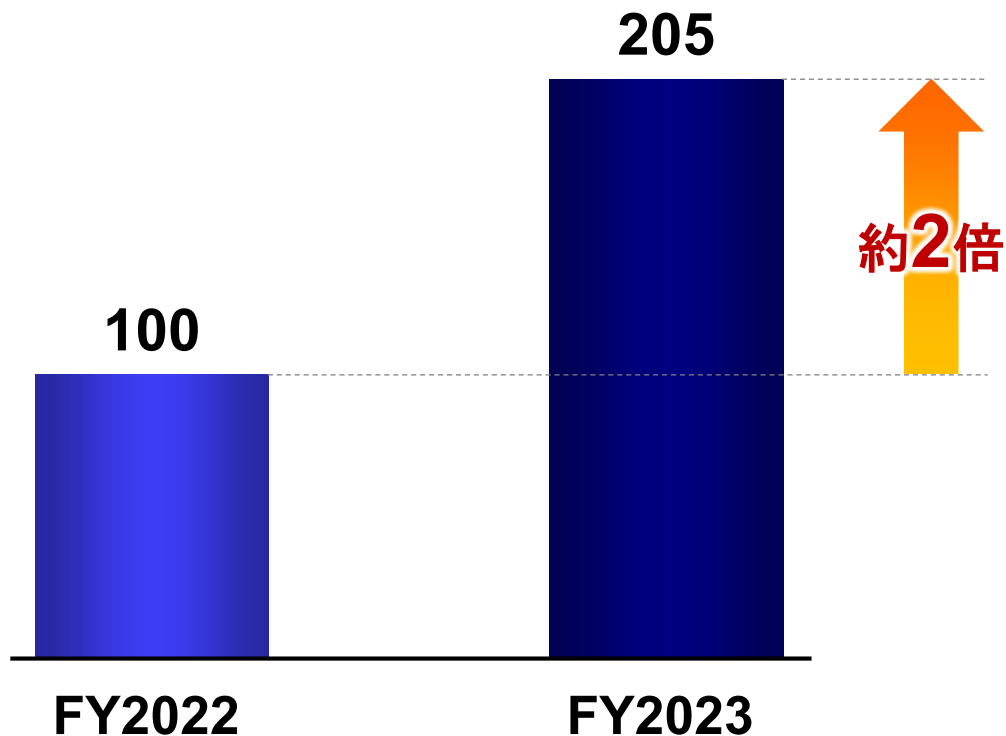
- クリニックのインフラとして利用者が急速に浸透中  
・・・前年度の約3.5倍
- ビデオ通話機能も付加、オンライン診療のインフラとしても拡大中

\* 月別UUの四半期別総和

# エコシステムシナジー：医療データ事業の展開

単位：FY2022を100とした指数

## 医療データ事業の売上\*



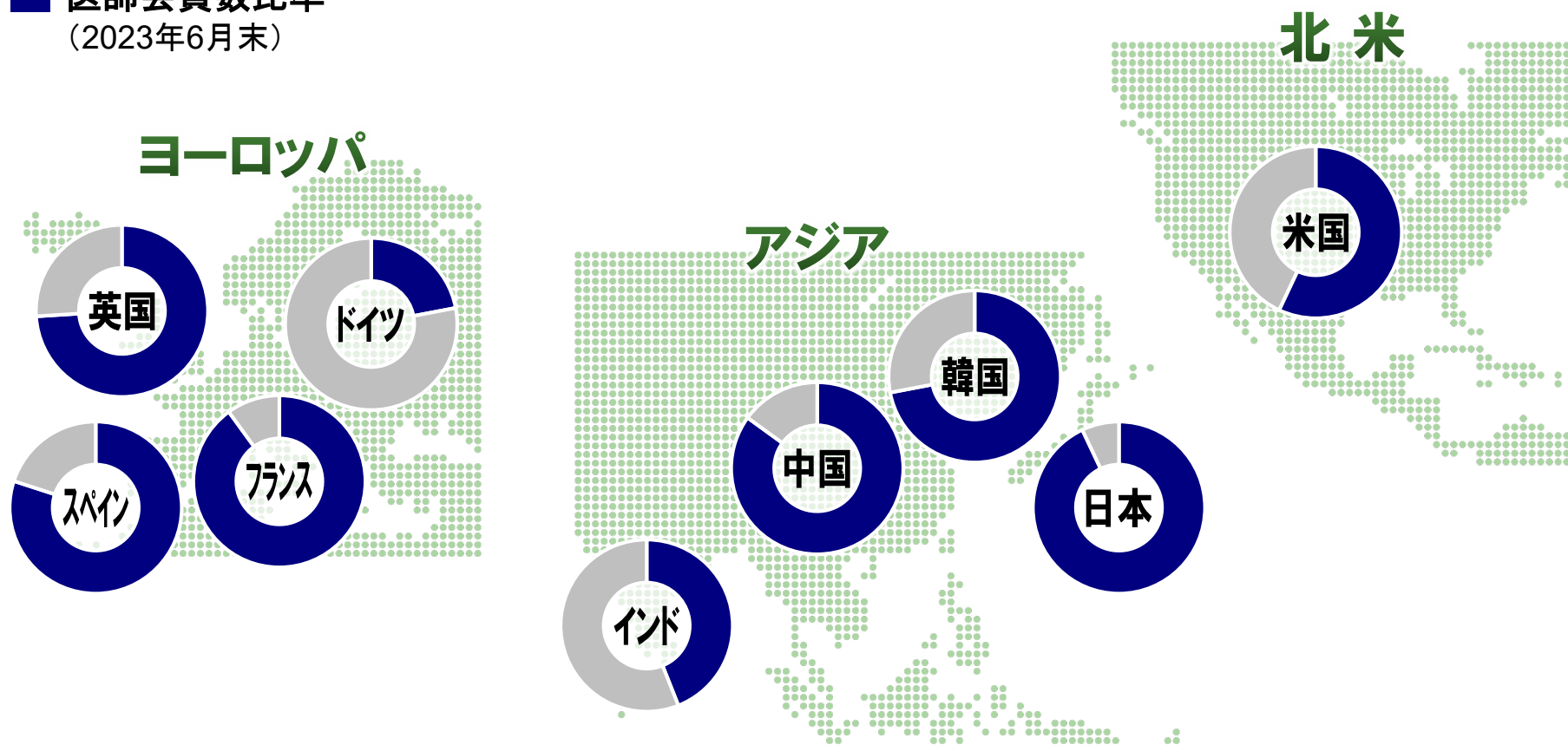
**データの蓄積量増加に伴い医療データ事業（診療実態、医師の診療基準など）も大きく伸長。エコシステムシナジーの創出も順調**

\* 対象：Real World Data、推計関連サービス（製薬マーケティングの事業のうち一部）

# 海外

# 各国医師数に占める会員数比率(グローバル)

■ 医師会員数比率  
(2023年6月末)

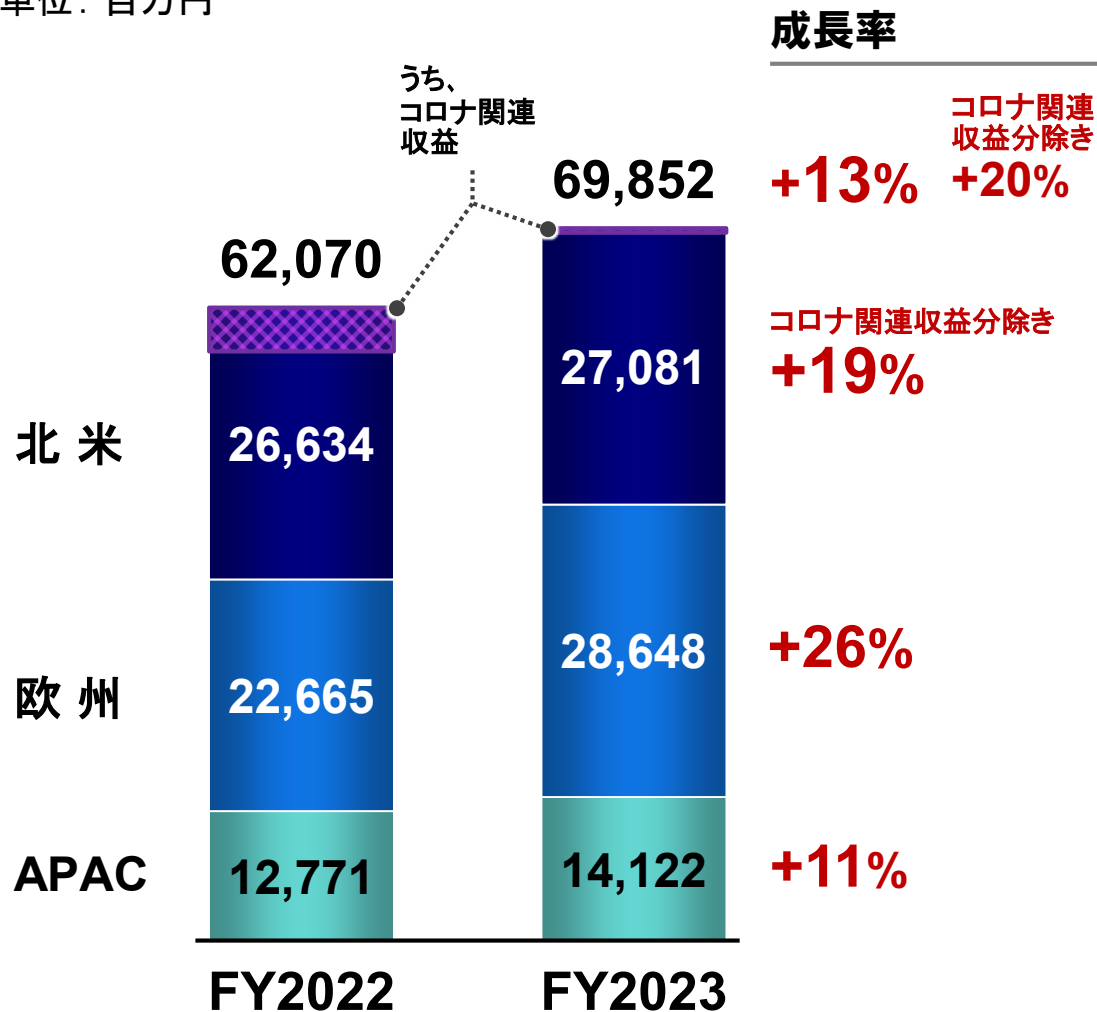


👉 上記以外の地域含め、医師会員650万人以上、全世界の医師の50%以上をカバー

※ 日本の医師数は厚労省データ(2022)に基づく。その他国別医師数はWHO各国最新データ等による

# 海外セグメント：地域別売上収益の推移

単位：百万円



## 北米

- キャリア事業は引き続き堅調な推移
- 治験事業：再成長に向けた経営基盤強化・筋肉質化を進行中

## 欧州

- フランス・UKで引き続き堅調
- M&Aによる貢献も発現

## APAC

- コロナ禍後の急成長が一服
- DBMCIの貢献も発現開始

**👉 M&Aや体制刷新など将来に向けた新たな取り組みを加速**

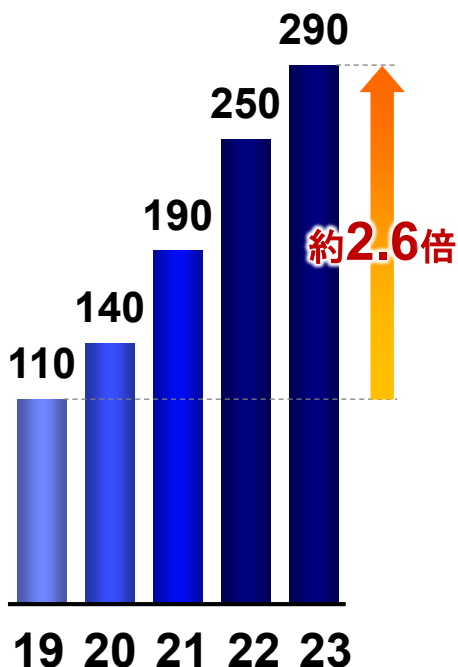


# 海外における事業別の成長トレンド(通期)

単位: 億円

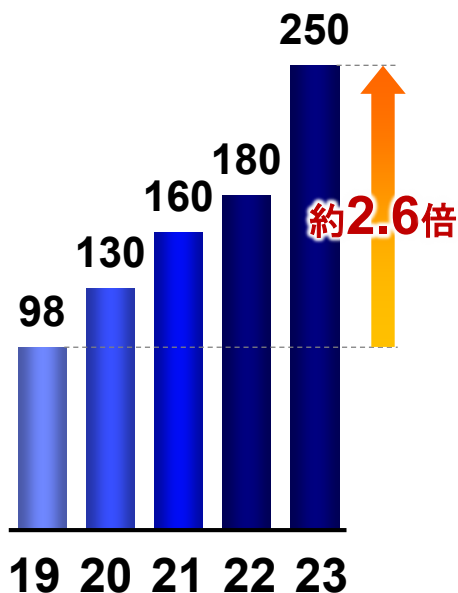
## 医師向けサービス

(北米、欧州、APACの医師向けサイトと電子カルテ)



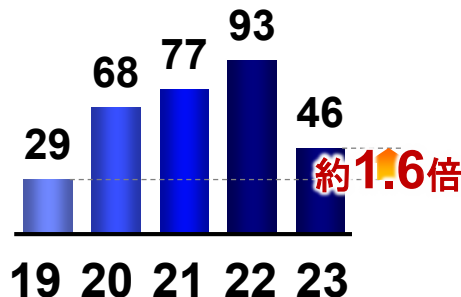
## ビジネス・インテリジェンス

(M3グローバルリサーチ: 北米、欧州、APACで展開)



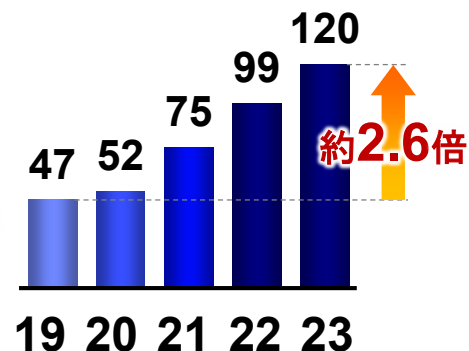
## 治験

(北米の治験施設運営事業)



## 医師キャリア

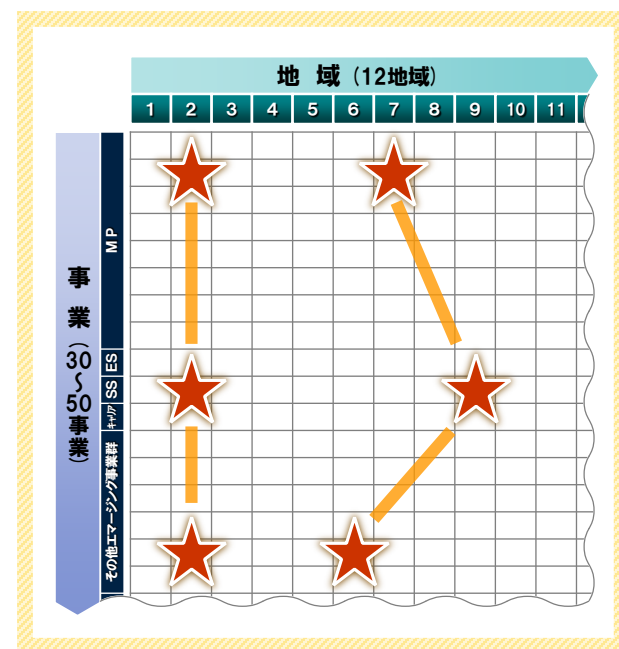
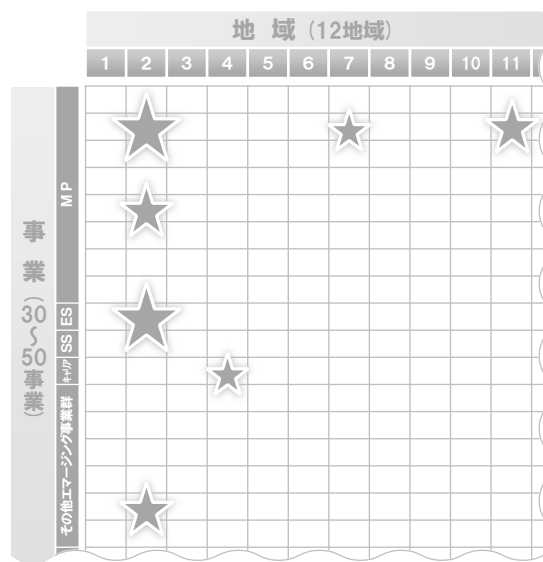
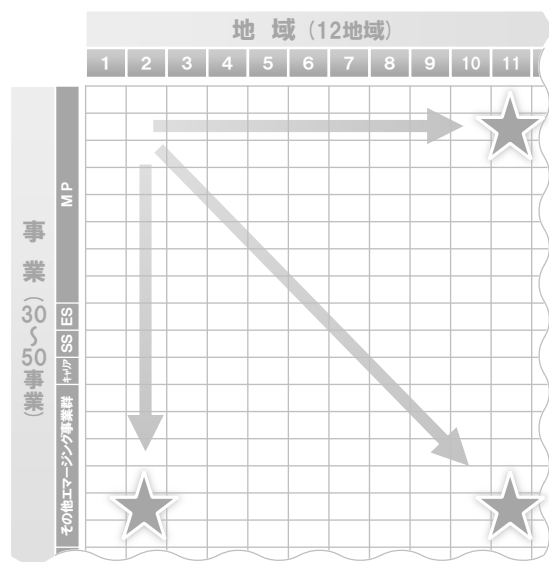
(北米、欧州の医師を中心とした人材事業)



 様々な事業タイプにおいて、成長トレンドを実現

\* 各子会社の主たる事業をもとに事業年度で集計

# 成長エンジン3：エコシステムシナジーの創出

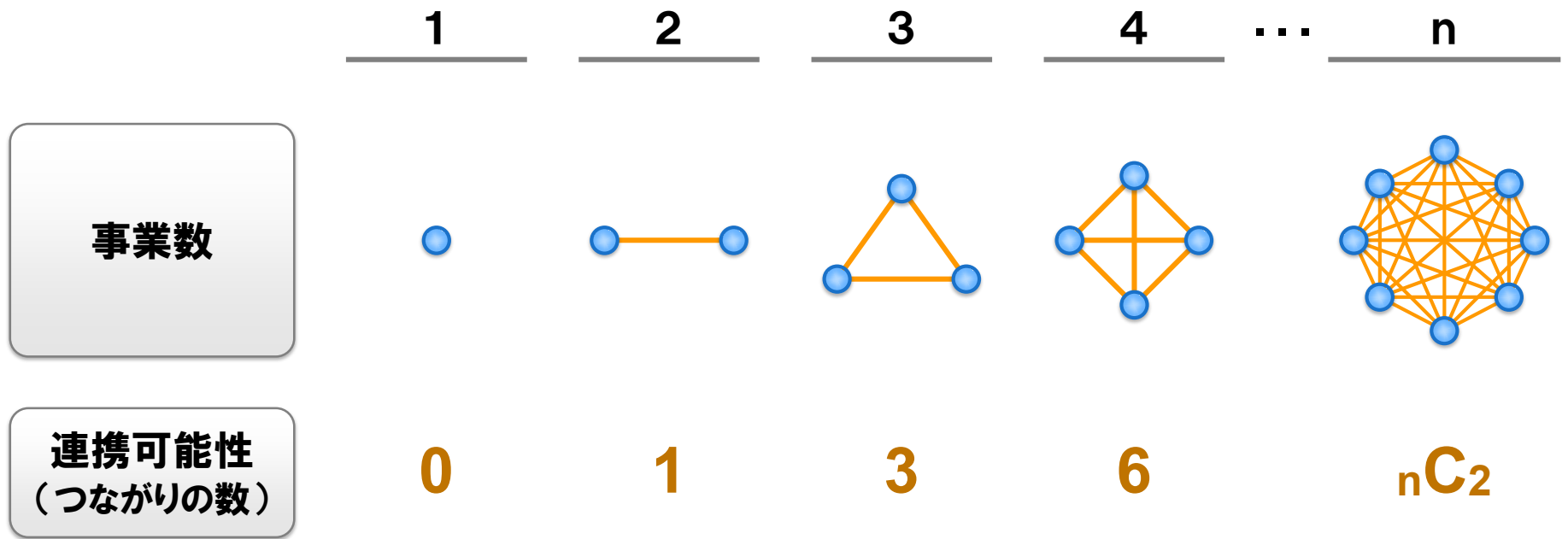


## 4. 社会的インパクトの創出 → CSV

# 事業領域の拡大と成長ポテンシャル

会計年度	2010	2015	2020	2023
国	3 →	8 (2.5倍) →	11 (3.5倍) →	17 (5.5倍)
事業 タイプ数	6 →	15 (2.5倍) →	35 (6.0倍) →	38 (6.0倍)
展開事業数 (タイプ×国)	10 →	24 (2.5倍) →	56 (5.5倍) →	73 (7.0倍)
売上 (億円)	146 →	647 (4.5倍) →	1,692 (12.0倍) →	2,389 (16.5倍)

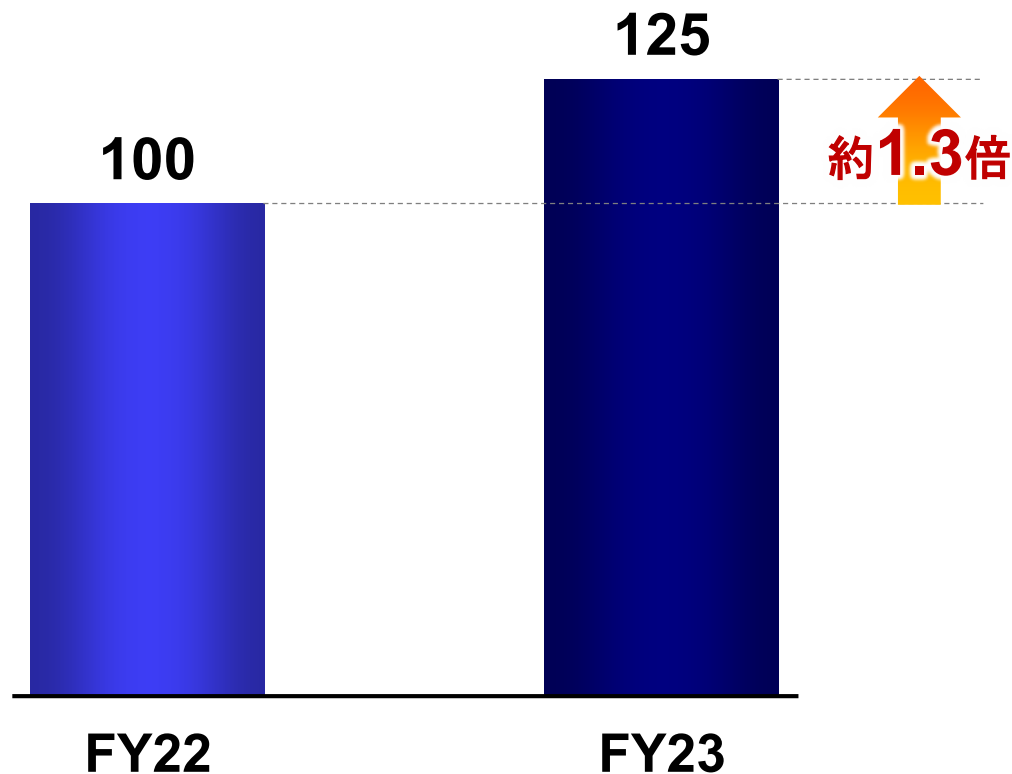
# 事業間の連携可能性



 事業間のシナジーポテンシャル:  $73C_2 = 2,628$ の連携可能性

# エコシステムシナジーによる利益貢献

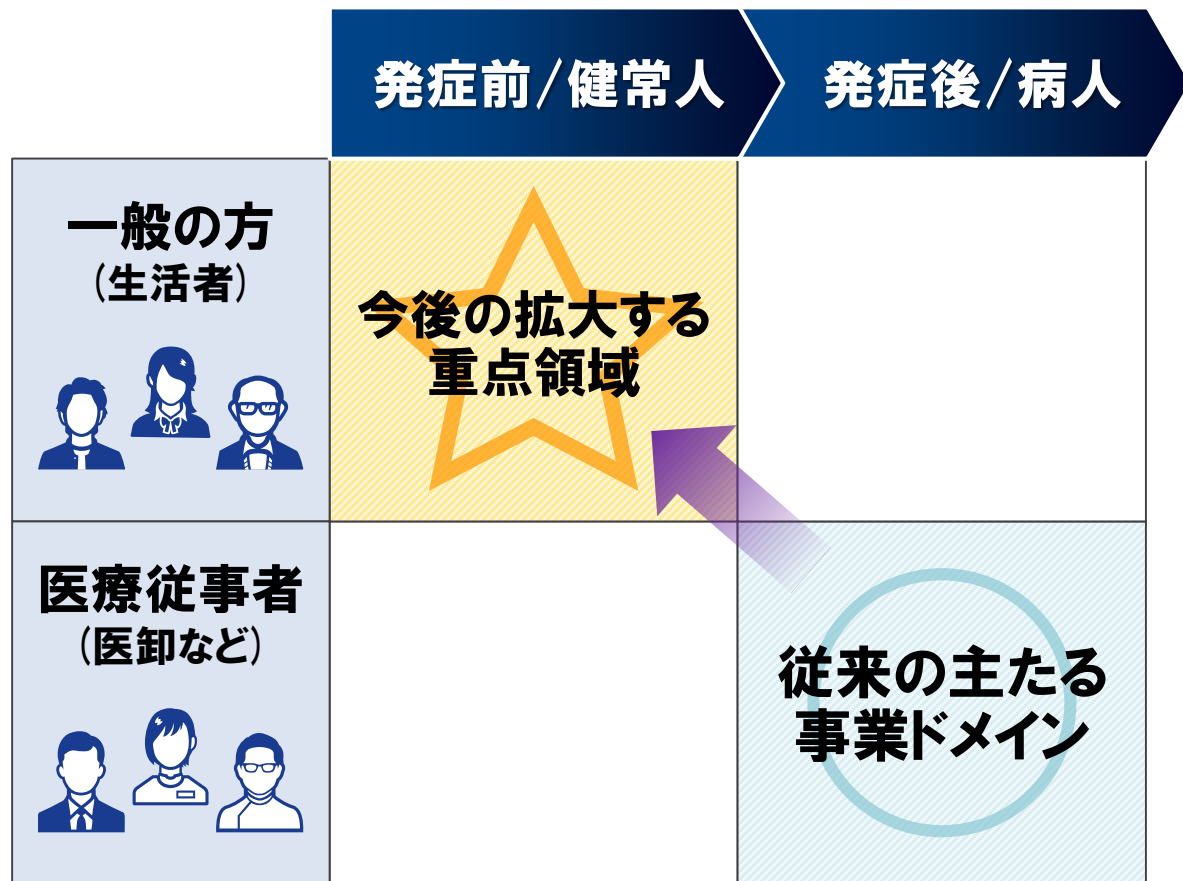
単位：FY2022を100とした指数



**👉 次の10年は社内外の協業も含めたエコシステムシナジーにより医療課題解決/社会インパクト創出と事業拡大を更に促進**

\* 複数のセルでの事業連携やデータ相互活用により創出された付加価値額。定義についても今回含め適宜見直しを実施

# 事例：ホワイト・ジャック・プロジェクト



第1弾 ハピネスアイ

第2弾 臨海メディカル

第3弾 がん防災

第4弾 EBHS

第5弾 M3ヘルスデザイン

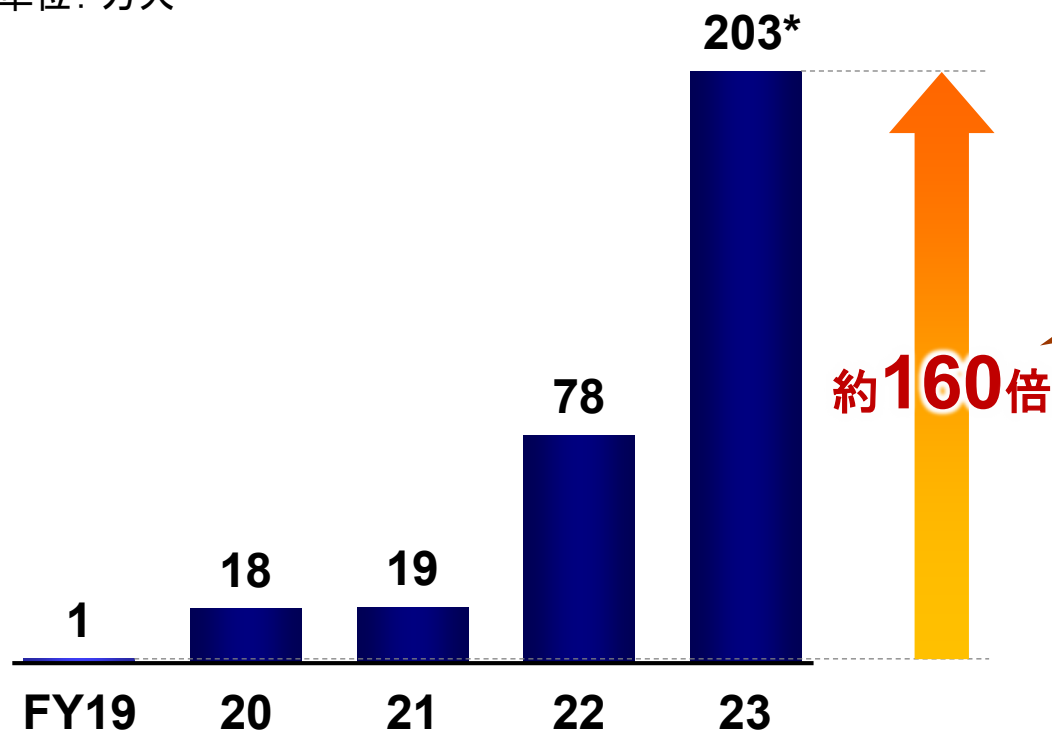
第6弾 メドケア

 M3のミッションをより川上から実現する  
ホワイト・ジャック・プロジェクトも着実に進展

# 企業向けサービスのカバレッジ拡大

## 企業向けサービスでカバーしている従業員数

単位: 万人



FY23Q4で約200万人の従業員をカバー、以下のサービスを展開中

- EBHS Life
- がん防災、PSP
- Ask Doctors
- 健診予約&実施
- 従業員健康データ管理など

ハピネスパートナーズに加え、EBHS Lifeの導入も徐々に拡大。産業医派遣やストレスチェックなども対応

**👉 エコシステムシナジーの創出に向けた事業基盤も着実に拡大**  
・・・メドケアが加わることで、FY24から健保向けサービスにもカバレッジを拡大

\* 2023年度より産業医派遣やストレスチェックサービス対象約80万人を追加

# メドケアの子会社化



顧客となっている健康保険組合は

**300**以上



顧客となっている健保でカバーしている被保険者は

**500万人**以上



特定保健指導の完了率

**90%**以上

健保連の調査\*約30%と比べ高い実績

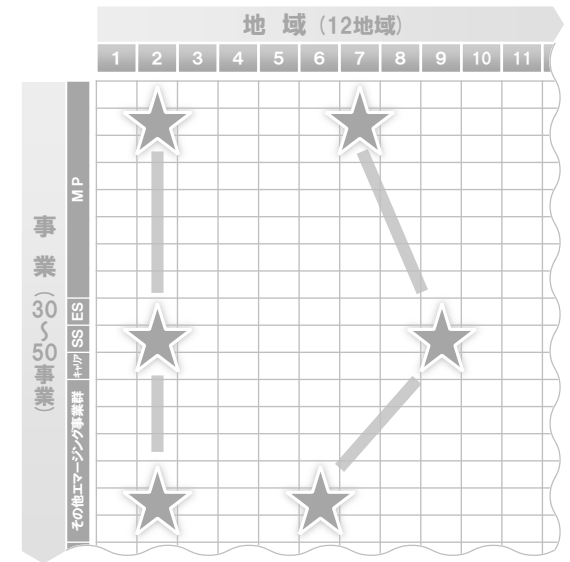
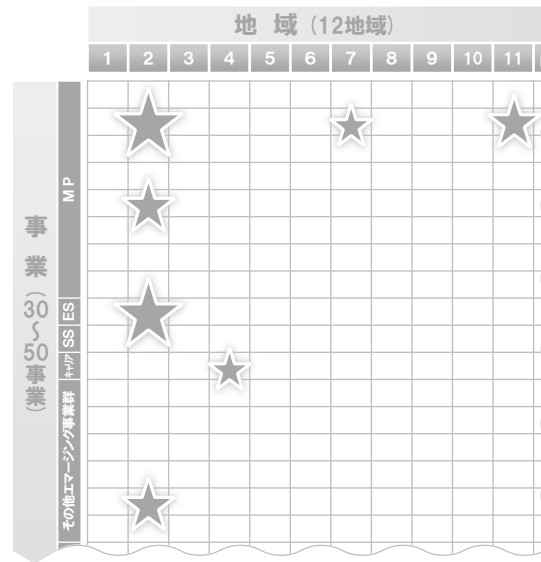
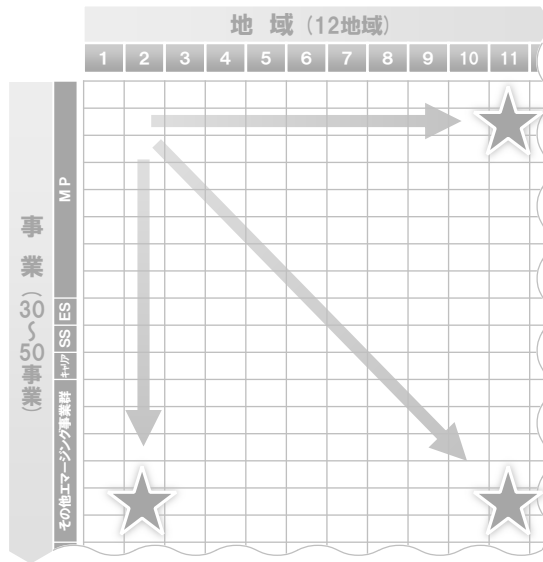
- 2015年の創業以来、特定保健指導や禁煙外来サービスを提供
- グループイン後は、EBHSと連携し、健康課題の可視化・改善の具体的な施策提案まで対応
- 法人・健康保険組合向けのサービスラインナップ拡充とクロスセルも期待

**👉 ホワイト・ジャック・プロジェクトの他サービスとあわせ、ワンストップソリューションを提供可能に。従業員の生活習慣の改善と健保が負担する医療費低減の両立を目指す**

\* 出典 [https://www.kenporen.com/toukei\\_data/pdf/chosa\\_r04\\_01\\_03.pdf](https://www.kenporen.com/toukei_data/pdf/chosa_r04_01_03.pdf) (2024年4月22日参照)



# 社会的インパクトの創出



## 4. 社会的インパクトの創出 → CSV

# SDGsとCSV: エムスリーのCSVの位置付け

## SDGs

**Sustainable Development Goals**  
(持続可能な開発目標)

### 内容

すべての国の政府や企業、個人などが、人権や環境、開発などに関して、達成を目指す国際的な目標

### 企業にとっての位置付け

国際的な目標に向け、各企業が責任を果たす

### 企業ミッションとの関連

企業のミッションとは必ずしもリンクしない

## CSV

**Creating Shared Value**  
(共有価値の創造)

企業が本業を通じて社会問題を解決する取り組み

企業の成長と社会課題の解決を両立していく

企業のミッション/パーパスと完全に一致する

「インターネットを活用し、健康で楽しく長生きをする人を1人でも増やし、不必要な医療コストを1円でも減らす」というエムスリーのミッションの下、CSVの活動を通じSDGsにも対応

# M3の社会的CSV\*インパクト(1/2)对患者・一般ユーザー



## シームレスな診療体験の提供

デジスマ診療を利用した診療件数は年間約560万件(前年度の5倍超)、院内滞在時間も168万時間削減

上記も含め、グループ全体で患者さんの待合室での待ち時間を3,540万時間削減・・・約4,000年、約50人分の人生に相当\*\*

FY2023、グループ全体の総受付数約3,400万件より

## 健康不安への専門的なアドバイス提供

日常的な健康不安に対し医師がウェブ回答、質問の投稿数は年間約32万件、閲覧数は年間7,900万UU超を達成

FY2023



## 重い疾病の患者さんが「やりたいこと」を実現

『CaNoW』で実現したプロジェクトは44件、願い実現の様子を紹介した動画や記事は150万PV以上

2019年のプロジェクト開始から2024年4月現在

## 企業の健康経営・従業員の健康増進サポート

未病・予防医療の取り組みを加速し、カバーされている従業員数は200万人超

FY2023



\* CSV = Creating Shared Value

\*\* 下記URLから引用した2023年時点の日本人の男女の平均寿命をもとに換算

厚生労働省「令和4年簡易生命表の概況」(<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/life/life22/index.html>、2024年4月18日参照)

# M3の社会的CSV\*インパクト(2/2) 対医療者

## 医療従事者全会員への最新医療情報の提供

Web講演会などで延べ約1,100万人の視聴者

FY2023



## 診療の支援

国内外で、延べ約3億件の電子カルテの情報を管理、診療現場を日々支援


FY2023現在

## 製薬企業の営業生産性の改善

1.1億回のeディテール実施：MR5.5万人分以上  
(日本全MR数と同等以上)

FY2023



 当社のミッションである「インターネットを活用し健康で長生きする人を1人でも増やし、 unnecessaryな医療コストを1円でも減らすこと」を様々な分野で実現し続ける

\* CSV = Creating Shared Value

# FY2024業績見通し

# 2024年度 前提 & 見通し

見通し

## 成長エンジン① サグラダファミリアの拡張

- 2023年度の新規買収企業は通年で寄与
- 2024年度の新規事業、M&Aは織り込まず(実際はM&A検討数・案件規模も拡大傾向)

+

## 成長エンジン② 既参入市場 での継続事業 拡大

メディカル  
プラットフォーム

- 製薬マーケティング支援は、構造的なDX化のプラスと、コロナ関連売上の剥落に伴う一時的なマイナスが均衡する可能性あり
- 医療現場DX等は成長継続

±

エビデンス  
ソリューション

- コロナ関連売上の剥落、大型案件終了の短期的な影響はあるが、営業活動の強化でオフセットを目指す

±

キャリア  
ソリューション

- 既存事業が引き続き成長見込み。加えて医師の働き方改革に関連した新規プロジェクトも貢献

+

サイト  
ソリューション

- コロナ関連の特殊要因がなくなり、高い成長率を見込む

+

海外

- 各地域ともに堅調に成長見込み
- 米国治験事業の減速は一巡、前期比での影響は限定的

++

## 成長エンジン③ エコシステムシナジーの実現

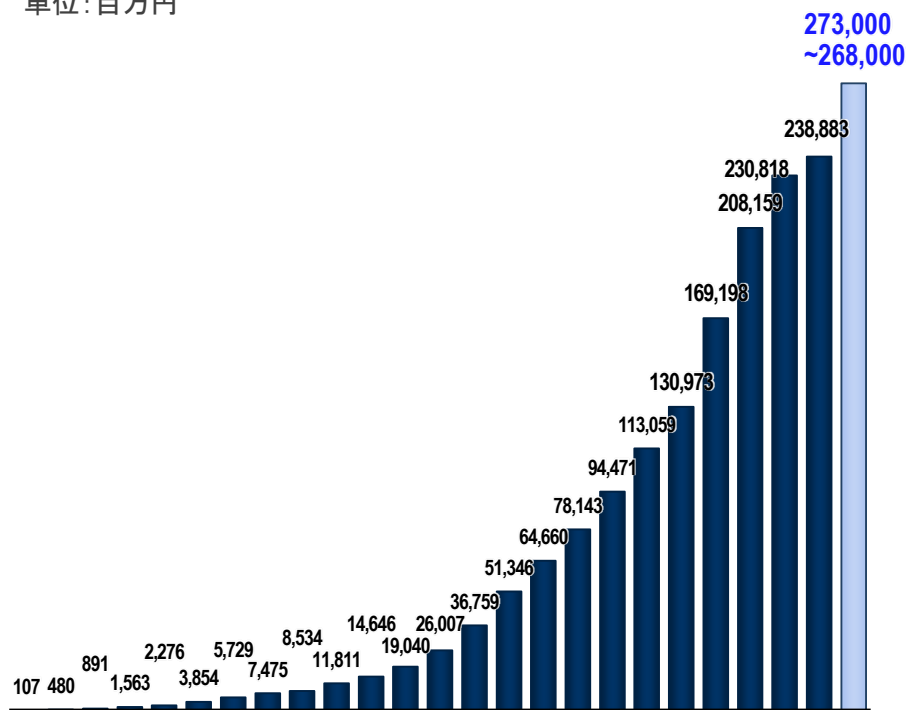
- 従来の拡大トレンドを継続

+

# M3の業績推移

## 売上収益

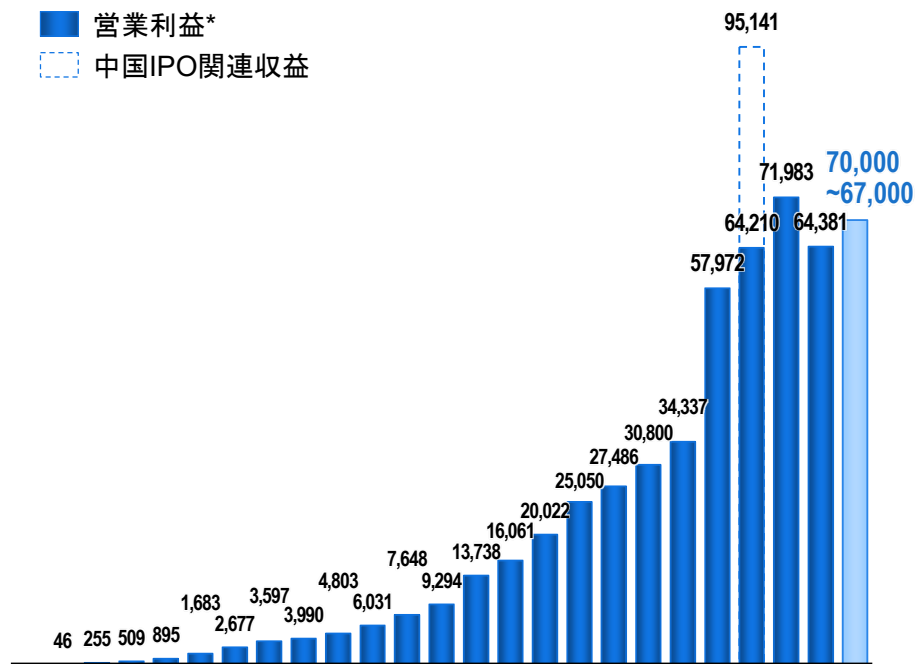
単位: 百万円



FY 00 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24  
(6ヶ月) E

## 営業利益

単位: 百万円



-93  
FY 00 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24  
(6ヶ月) E

**👉 従来通り、中長期的目線で事業基盤拡大と成長実現を目指す**

\* 2021年度は中国IPO関連の利益を除く