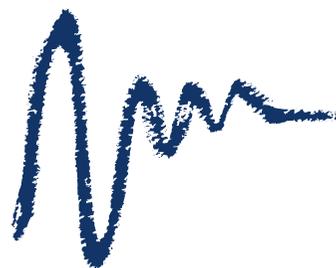

エムスリー株式会社

会社説明資料

2015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(1)

MR君

- 対前年比+16%の成長。拡大を継続

M3キャリア

- 対前年比で売上は25%増、経常利益54%増。本丸の医師向けの人材紹介事業の売上が前年比44%増で成長を牽引

エビデンス ソリューション

- 新規受注が堅調、受注残は188億円。第3Qの売上は33.5億円、利益は5.8億円、利益率は約17%に改善
- SMOのノイエスを子会社化することを決定。CROに続きSMOにおいても業界トップクラスの規模となる

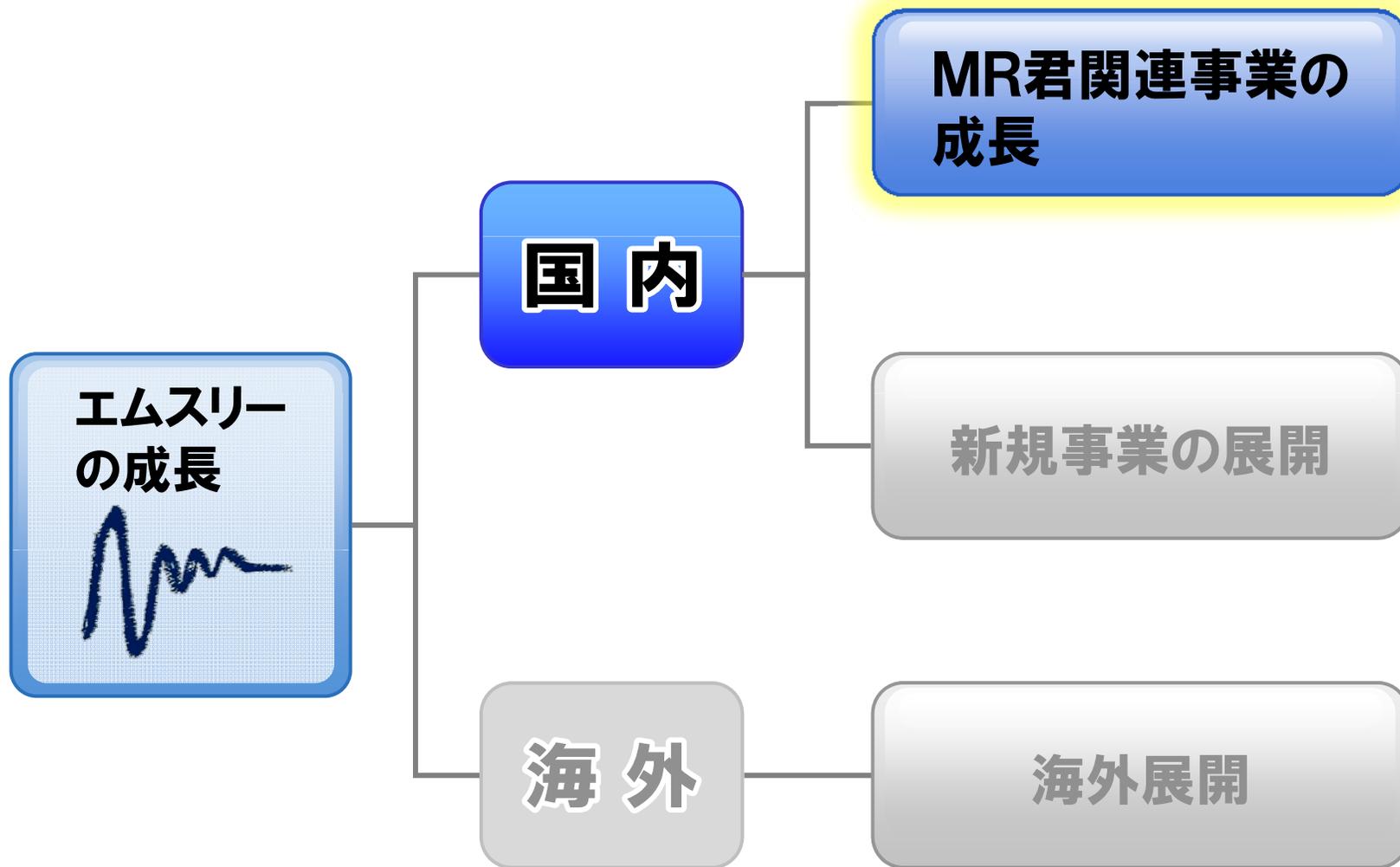
サマリー(2)

海外

- セグメント利益は13.2億円、対前年比54%増と拡大
- 米国で買収したPractice Match社の経営改善が順調に進行(海外におけるPE型ターンアラウンドの有効性を確認)
- 中国医師会員は100万人を突破、売上・利益ともに拡大。製薬2社とMR君契約を締結し年末にサービス開始

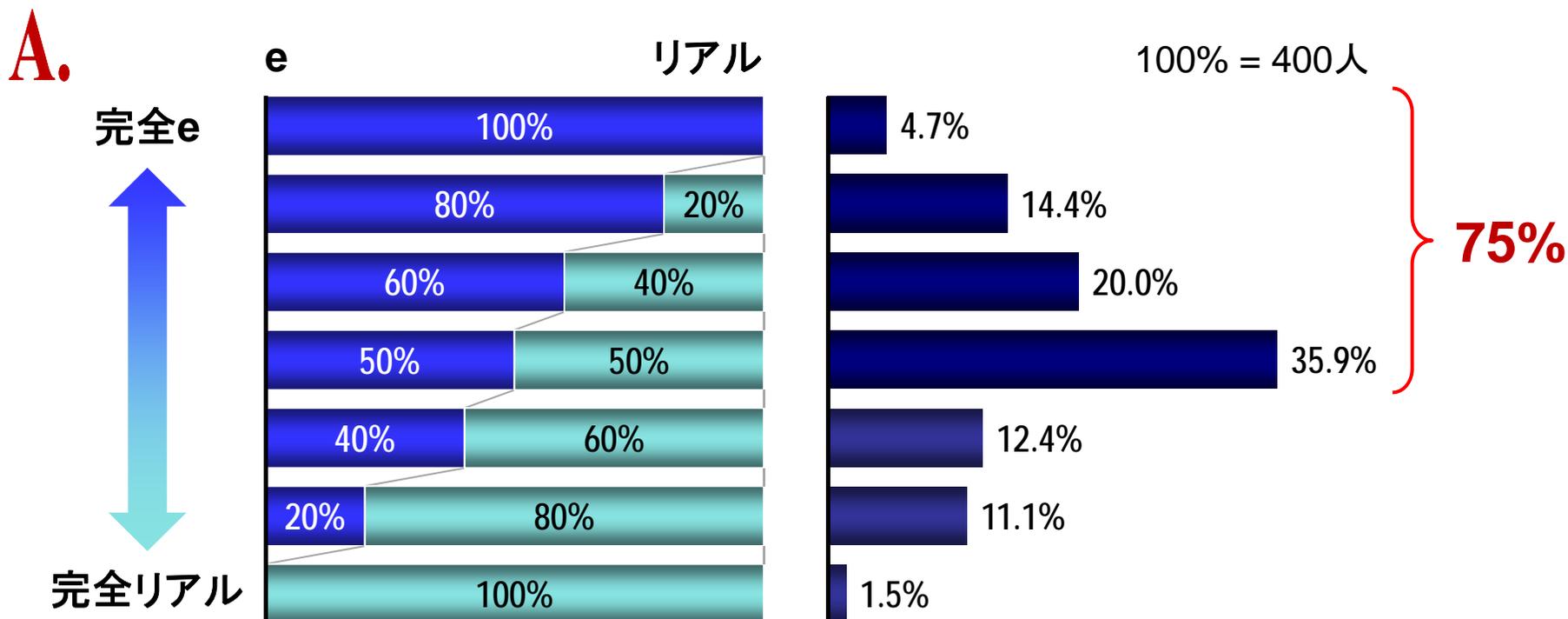
成長に向けた投資

- オフィス移転、採用費等、成長に向け、8~13億円程度の一時的な費用を投下



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？



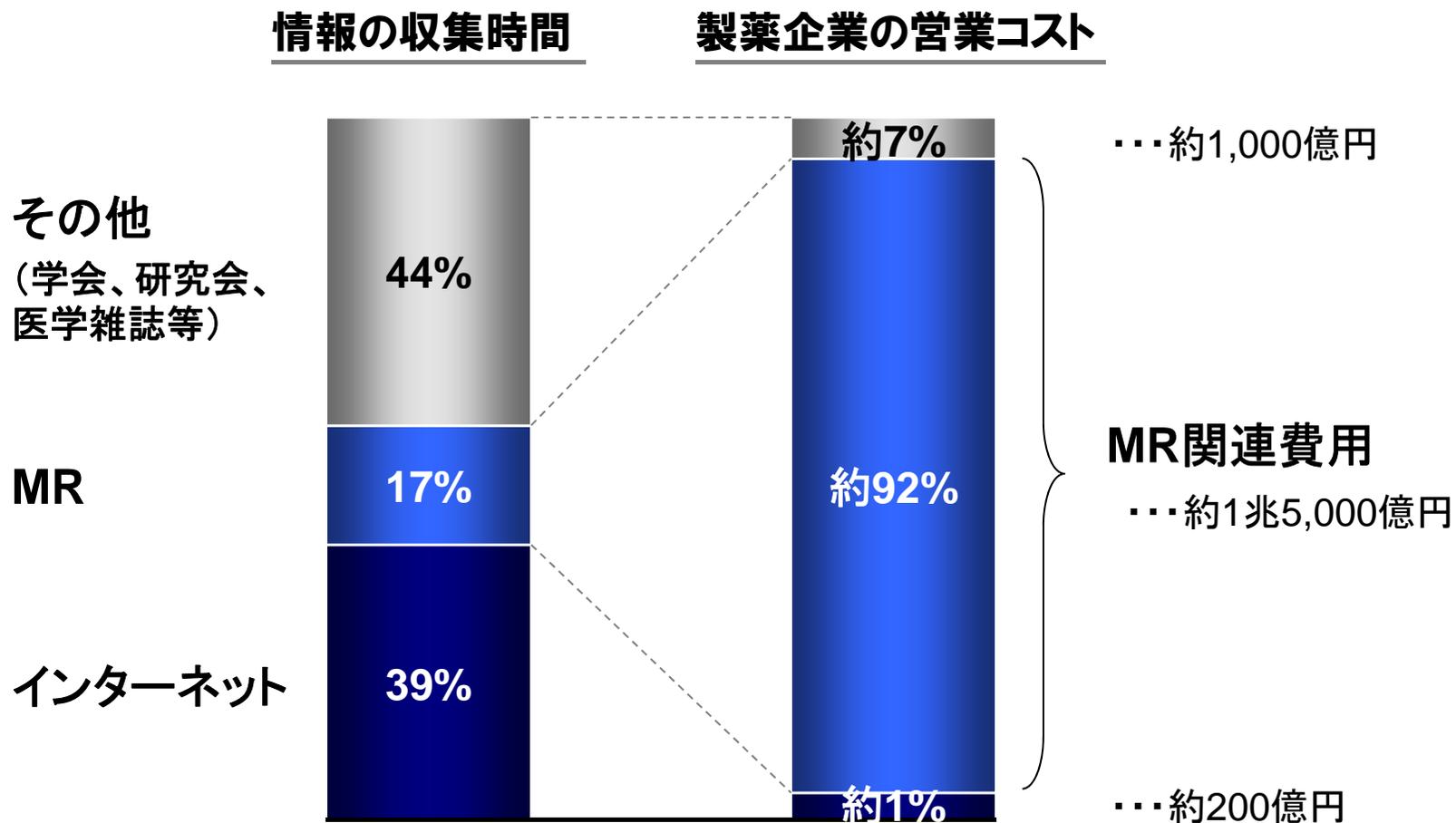
👉 多忙な医師には、都合の良い時間を選べるeディテールへのニーズは高い

* 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

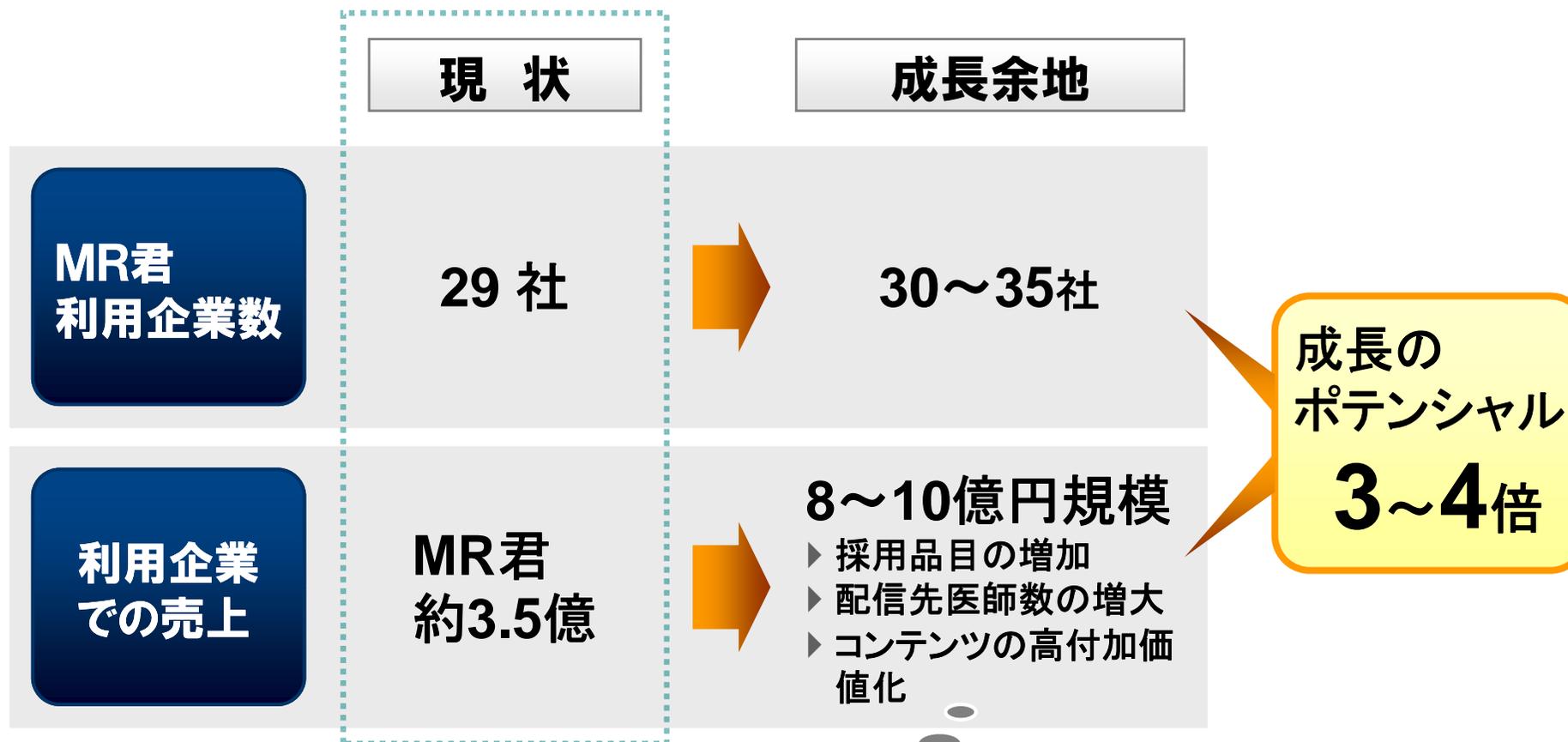
医師の医療情報時間vs営業コスト配分

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君の成長へ向けて



利用の裾野が拡大する傾向

トップ20クライアントの平均売上は対前年同期比で約**20%**増加

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

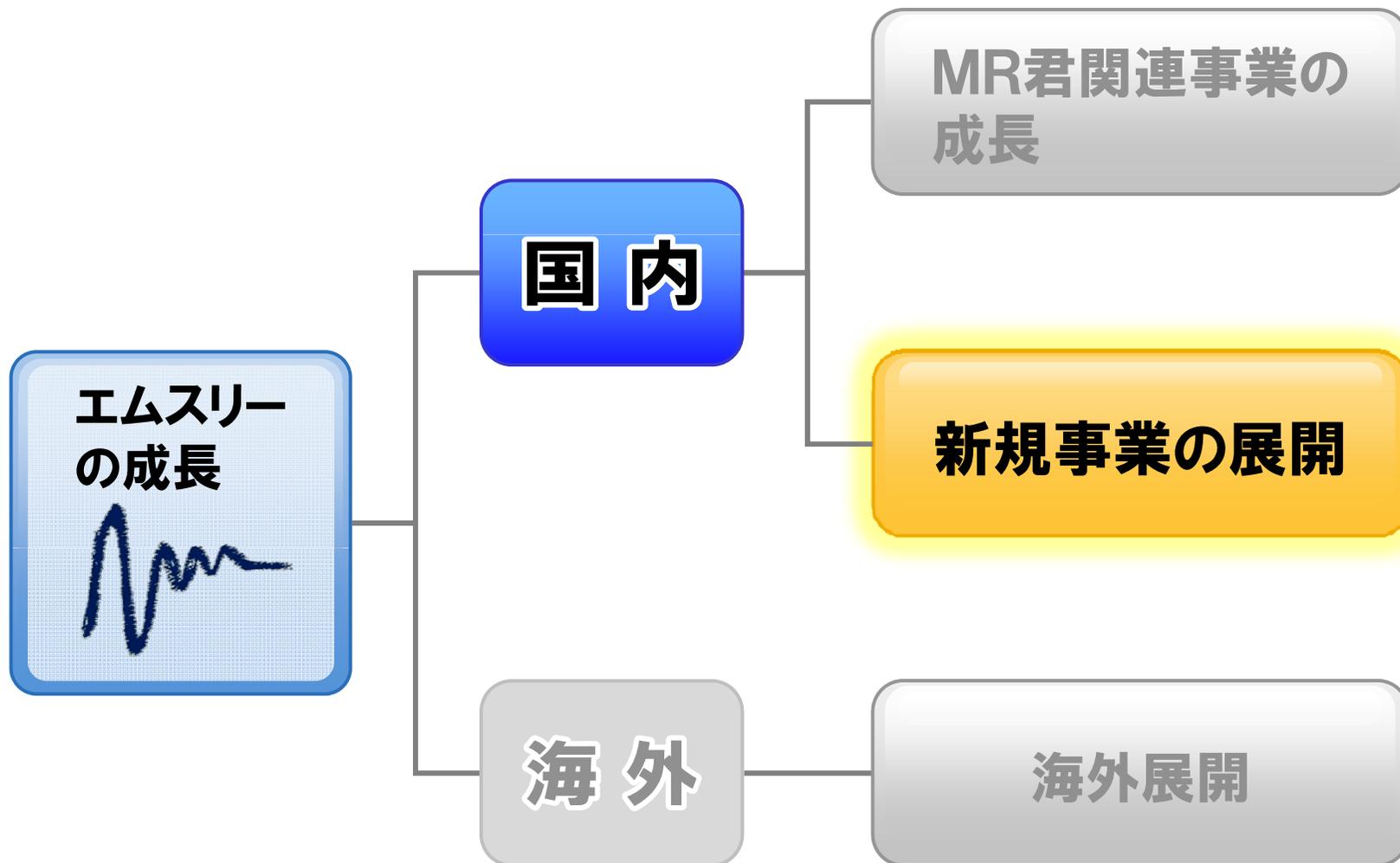
7,000万円

58,000万円

20,000万円

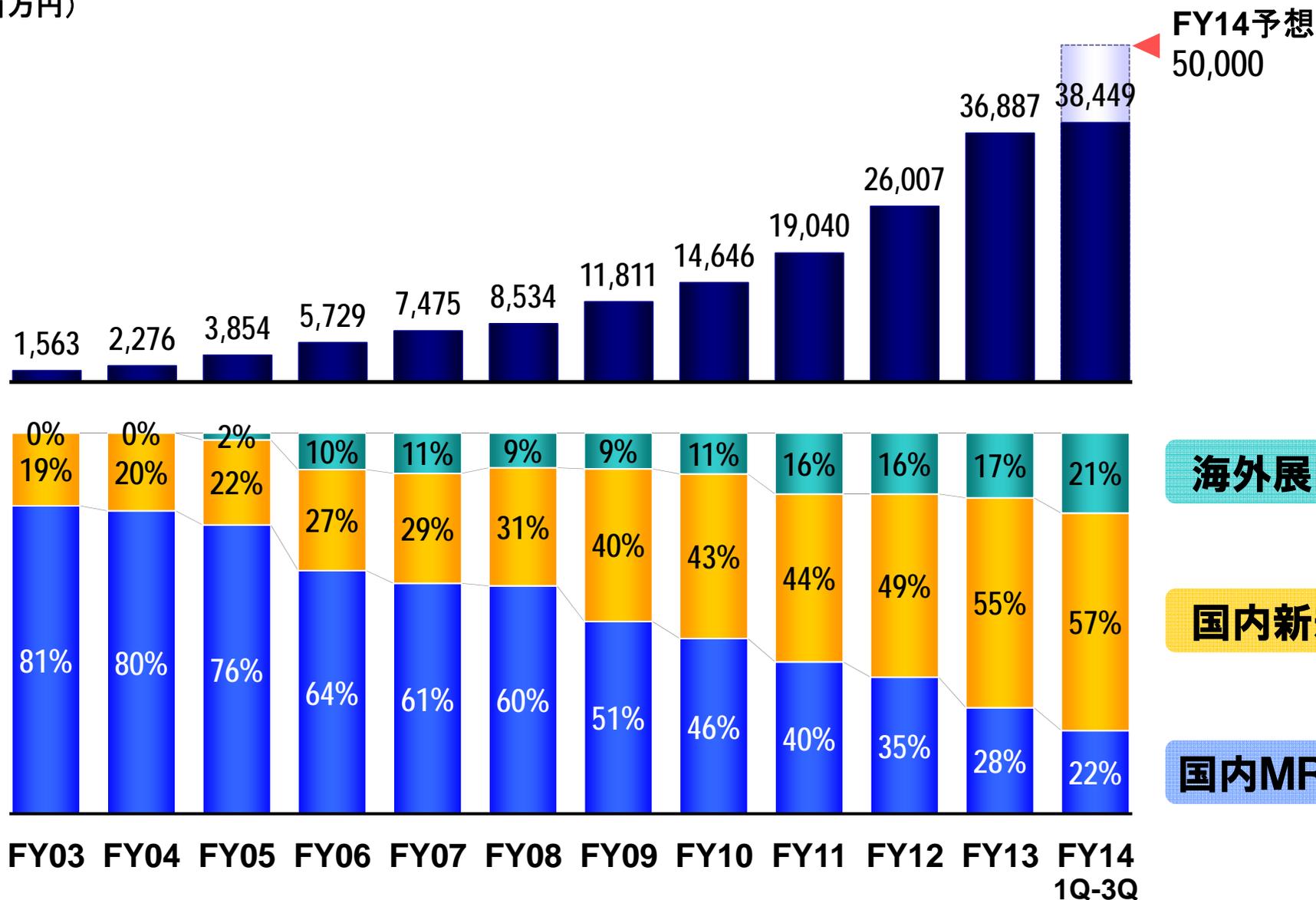
1,000万円

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」**

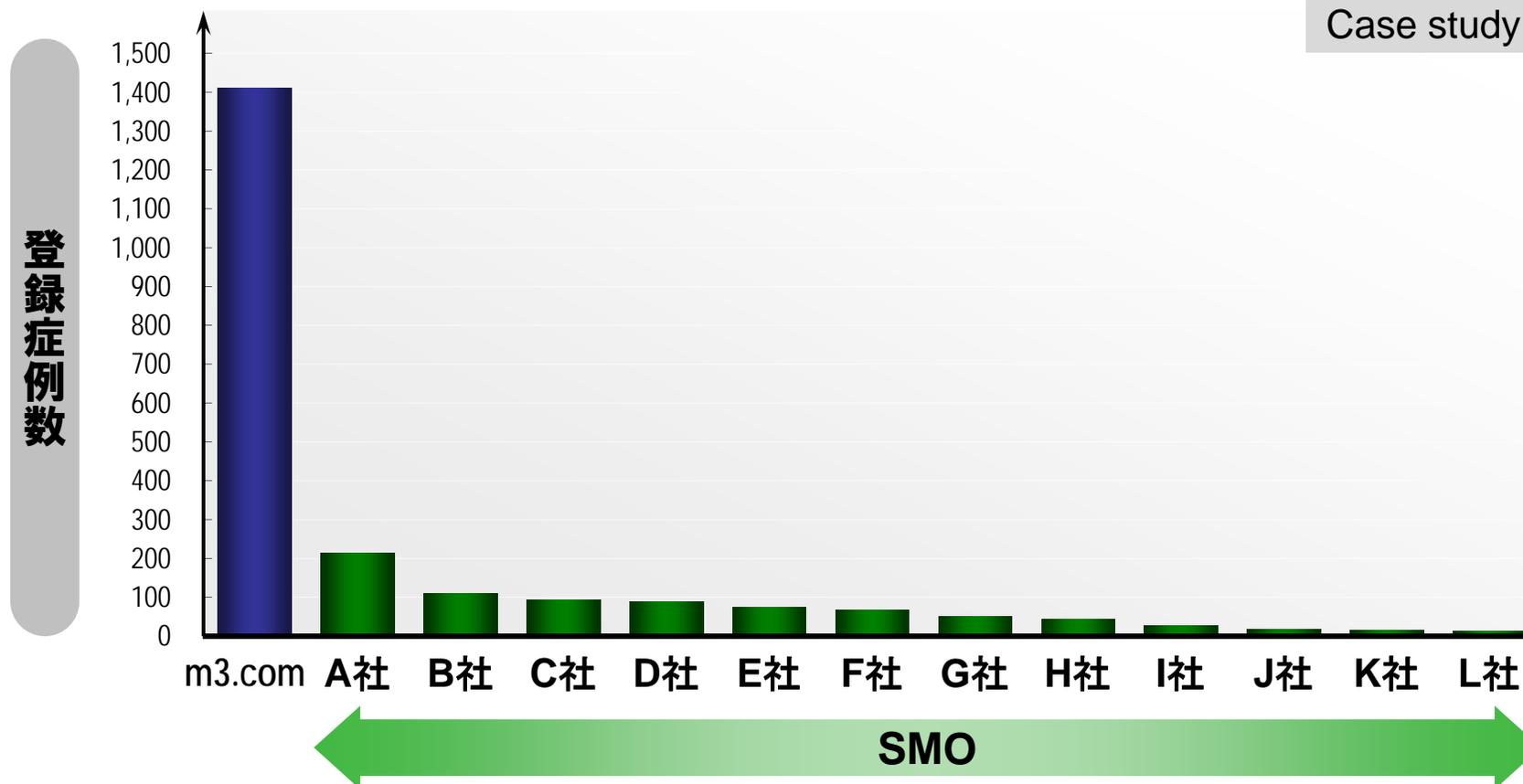
これまでの
10年間

「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。

治験のe化に向けたグループ会社の体制

1 治験

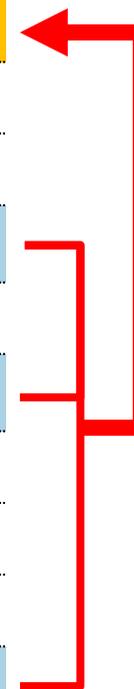


会社別CRA数(CRO)

1 治験

#	会社名	CRA数
1	イーピーエス	855
2	シミック	780
	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	エイツーヘルスケア	380
7	MICメディカル	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
	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。**

ノイエス株式会社

NEUES
MEDICAL DEVELOPMENT SERVICES

所在地 東京都中央区八重洲

設立 1982年9月

資本金 約7千万円

業績

売上: 約40億円
営業利益: 5百万円
(2013年10月期)

従業員 約470人

主な特徴

- 全国約20の拠点
- 約800の治験実施施設と提携
- 約300人のCRC
- 業界4位の大手SMO

子会社化の目的

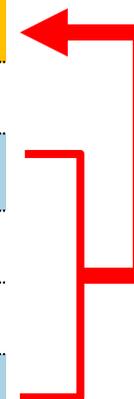
- 提携施設の獲得
- 人的リソースの獲得
- 治験君施設のフォロー範囲拡大
- 存在感の高まりによる良質な治験案件へのアクセス拡大

会社別CRC数(SMO)

1 治験

#	会社名	CRC数
1	サイトサポート・インスティテュート	615
2	イーピーメント	550
	エムスリーグループ	434
3	総合臨床グループ	346
4	ノイエス	313
5	エシック	269
6	アイロムグループ	-
7	イスモ	121
8	エクサム	116

■ エムスリーグループ



「出典：各社HP等より当社作成」

業界トップレベルのCRC数。m3.comのネットワークも含めると症例獲得力は業界トップ最大級となる見込み

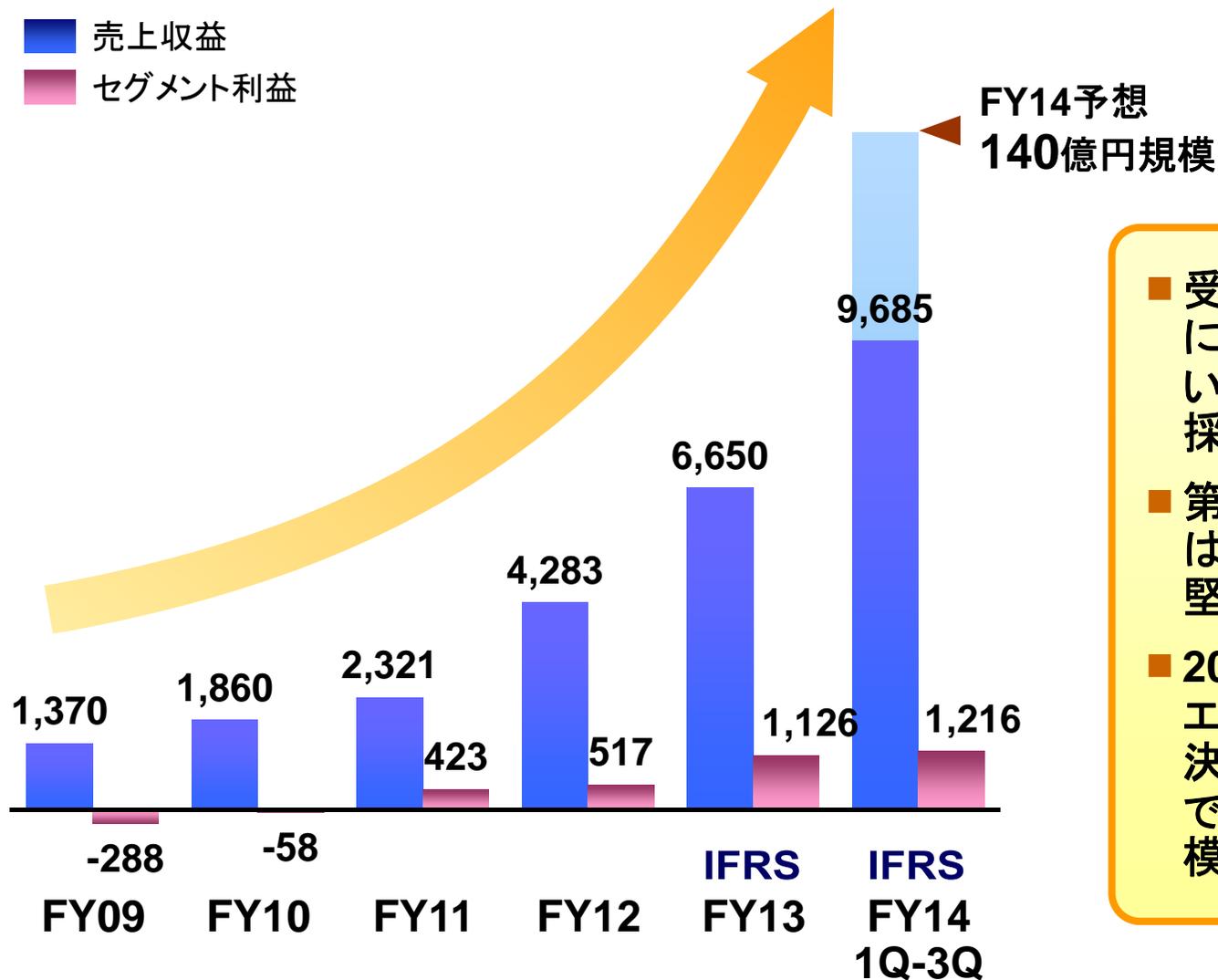
エビデンスソリューションセグメント業績推移

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188億円と堅調に拡大。受注の拡大に伴い、先行投資的に人材を採用
- 第3四半期セグメント利益は5.8億円。第4四半期も堅調な見込み
- 2015年4月にSMOのノイエスの子会社化することを決定。CROに続き、SMOでも業界トップクラスの規模となる

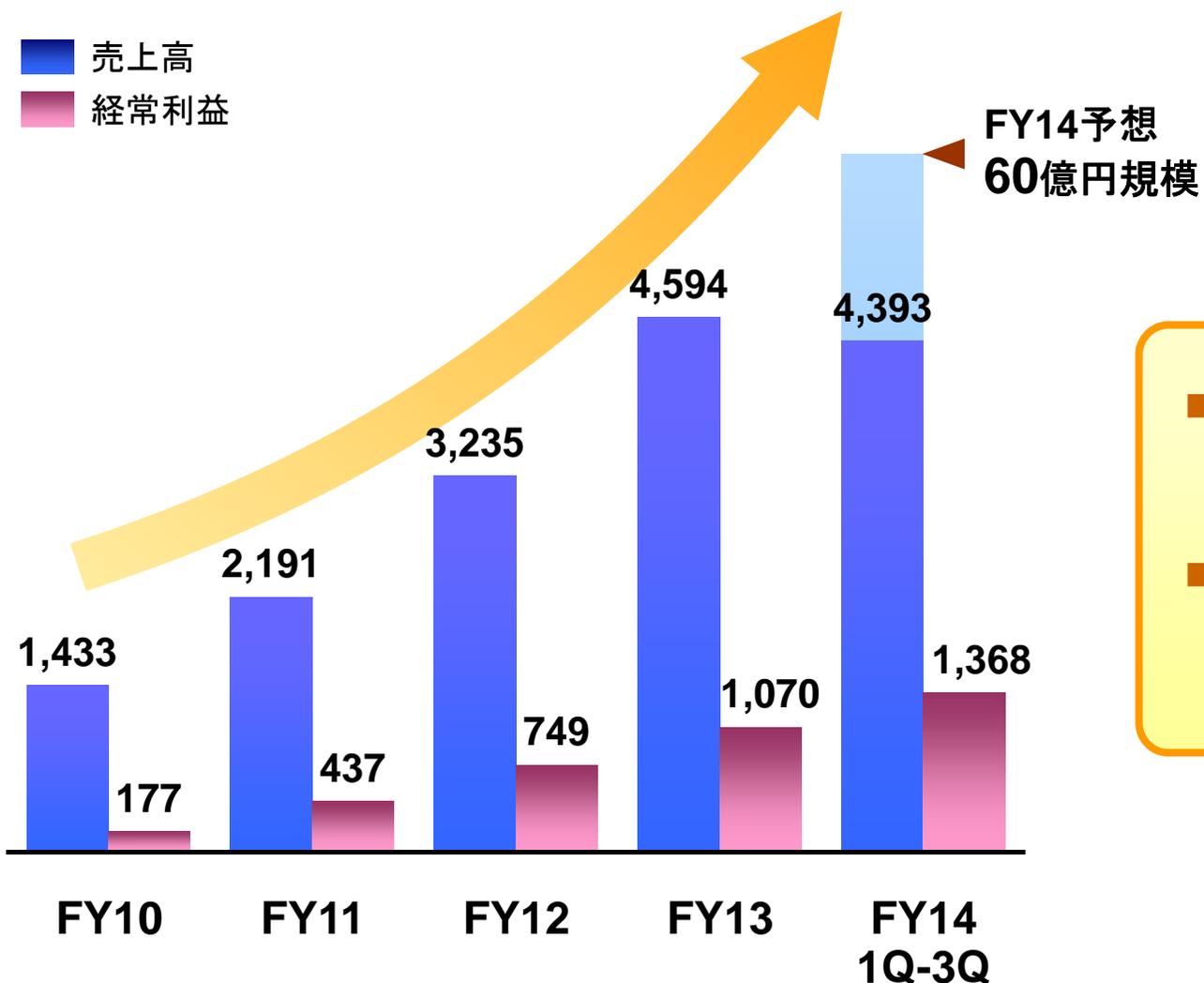
エムスリーキャリア業績推移

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
- 本丸の医師向け人材紹介事業が成長を牽引(対前年比+44%)



サービスの概要

- 企業がもつ健康によい商品に対し、医師（数百人～千人）が客観的に評価
- 一定の評価を得られた商品を認定
- コンセプト作成から試作品評価まで、健康に関する商品の開発サポートも提供

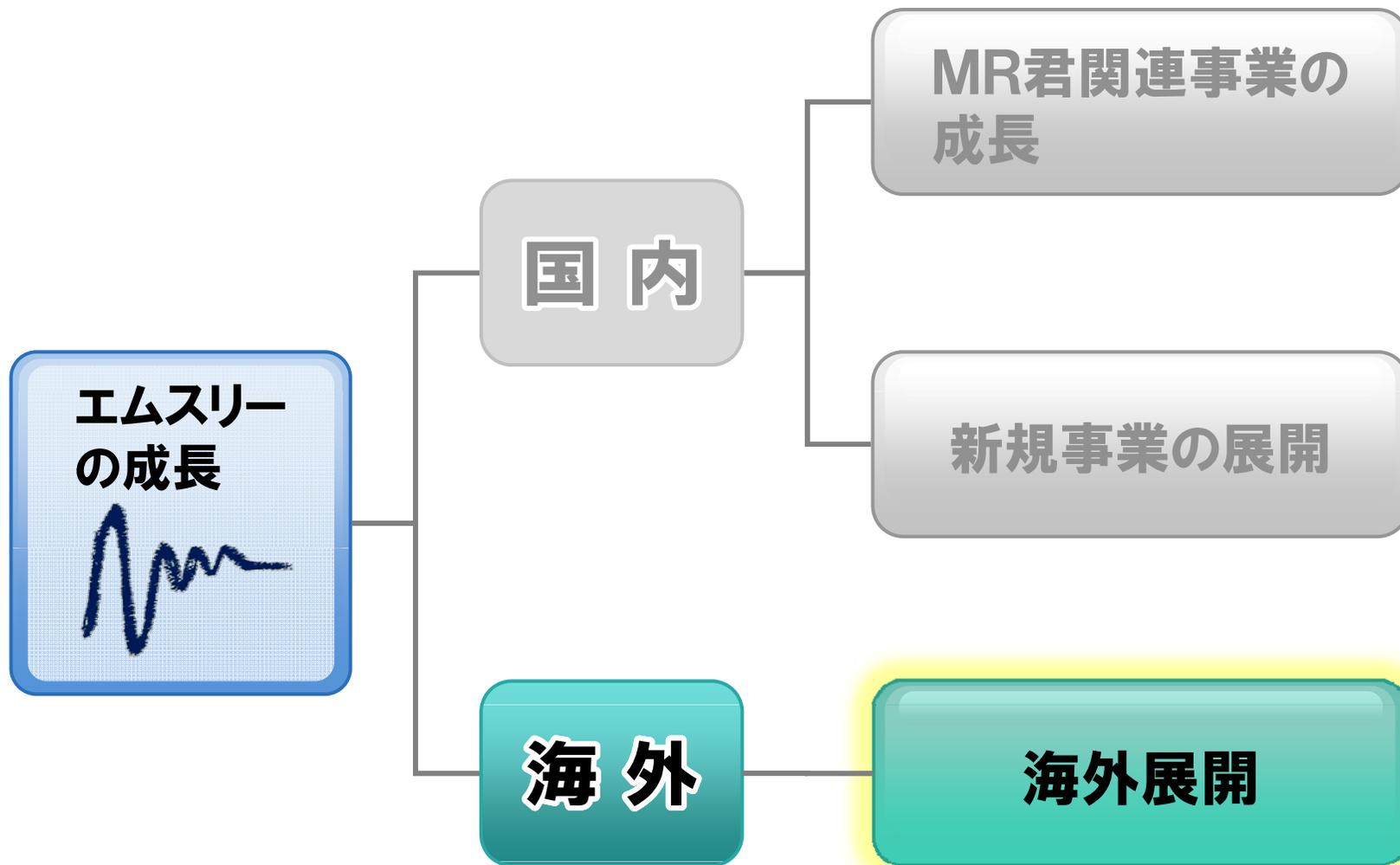
主な採用企業、商品



等、10社10品目以上

紹介サイト: AskDoctors総研 <https://www.askdoctors.jp/labs/>

 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

■ M3 USA(100%子会社)を核にMDLinxを米国で展開

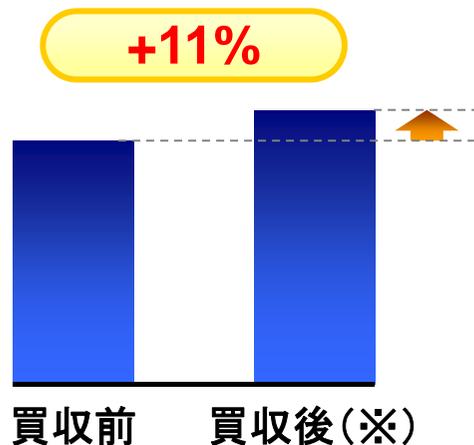
- PDR社との提携により60万人以上の米国医師へリーチ。米国におけるカバー率は80%以上
- メディア力を活かし、医師向け調査分野では米国No1プレーヤーへ成長

■ 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

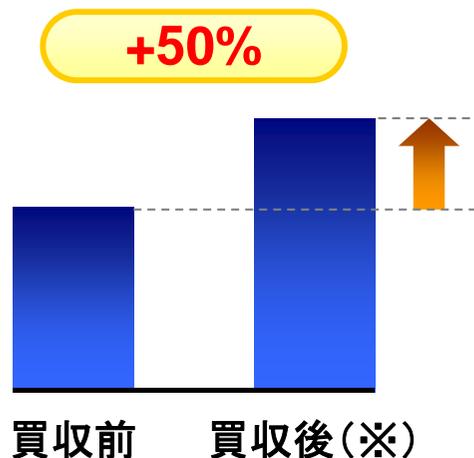
■ 着実に拡大しているMDLinxの米国以外のグローバル医師会員50万人のアセットの事業化も今後検討

Practice Match社のターンアラウンド

売上



営業利益



(※)買収後の業績を年換算して算出

- サイトを活用したトップラインの向上
 - 米国で運営する医師向けサイトMDLinxとの提携サービスを開発しラインナップを拡充
- コスト構造の改善
 - 人員数を最適化し利益の出やすいコスト構造に変革
 - 営業体制を整備し、効率化により生産性を向上

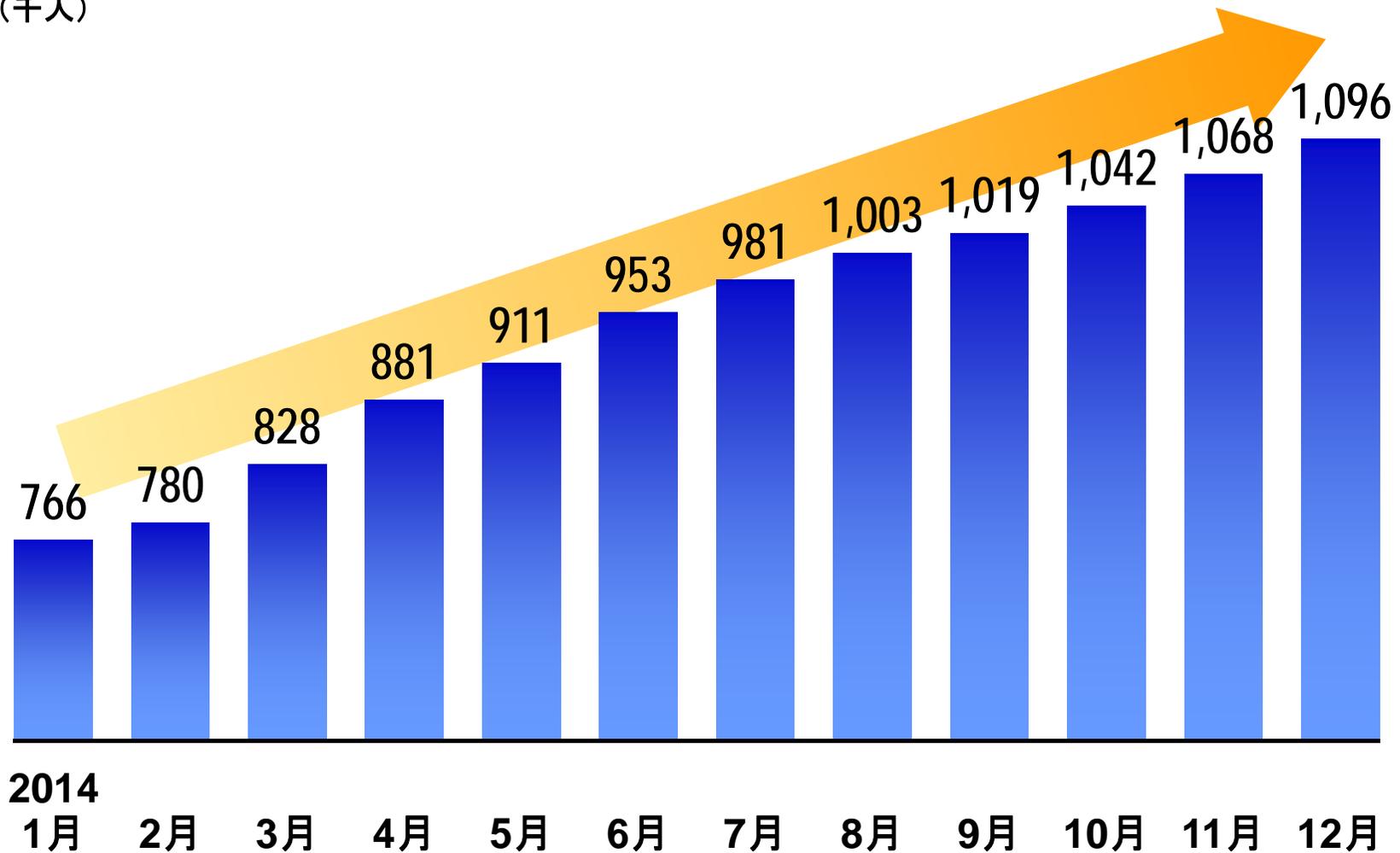
営業利益率は30%以上に改善

 海外においてもM&Aを通じた価値創造を実践

中国医師会員数推移

2014年1月～12月

(千人)

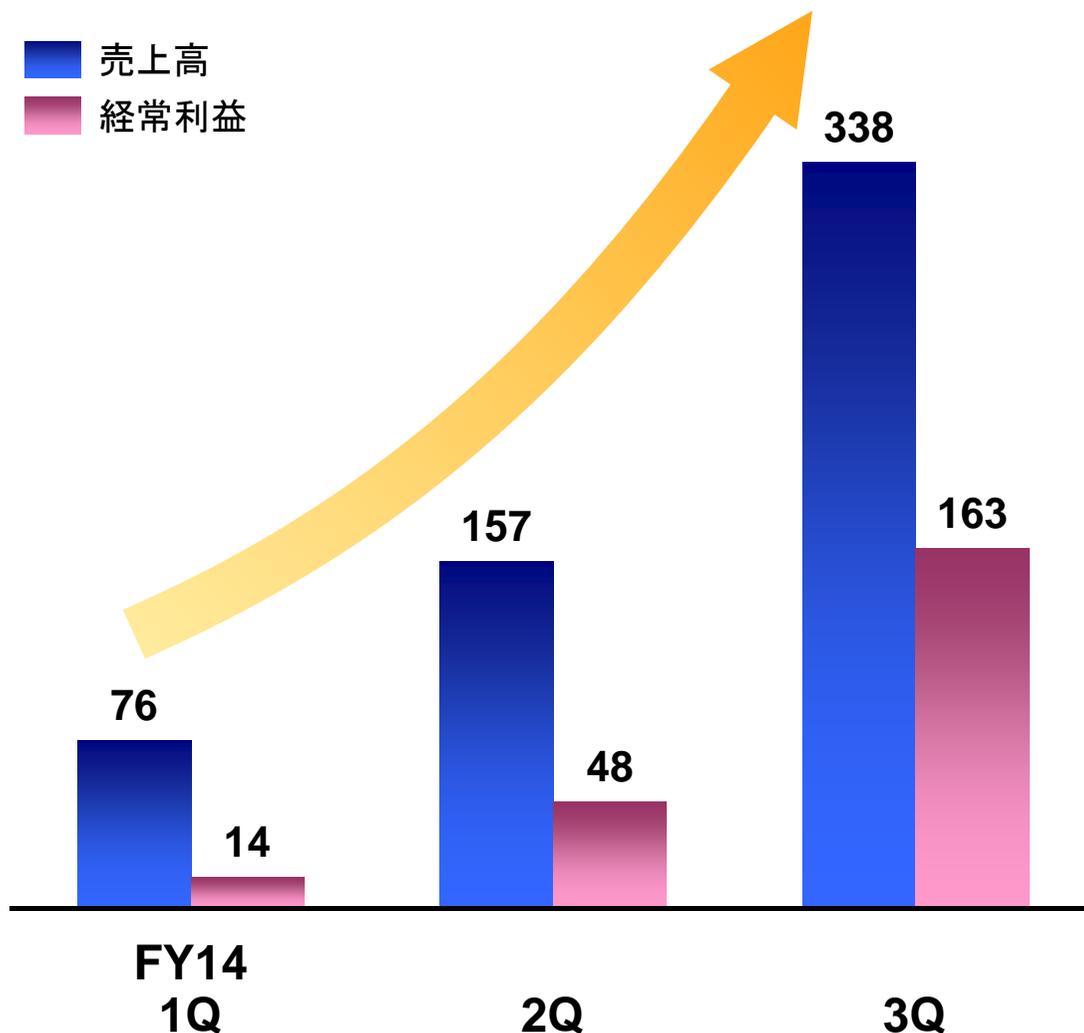


中国事業の業績推移

JGAAPベース

(百万円)

■ 売上高
■ 経常利益



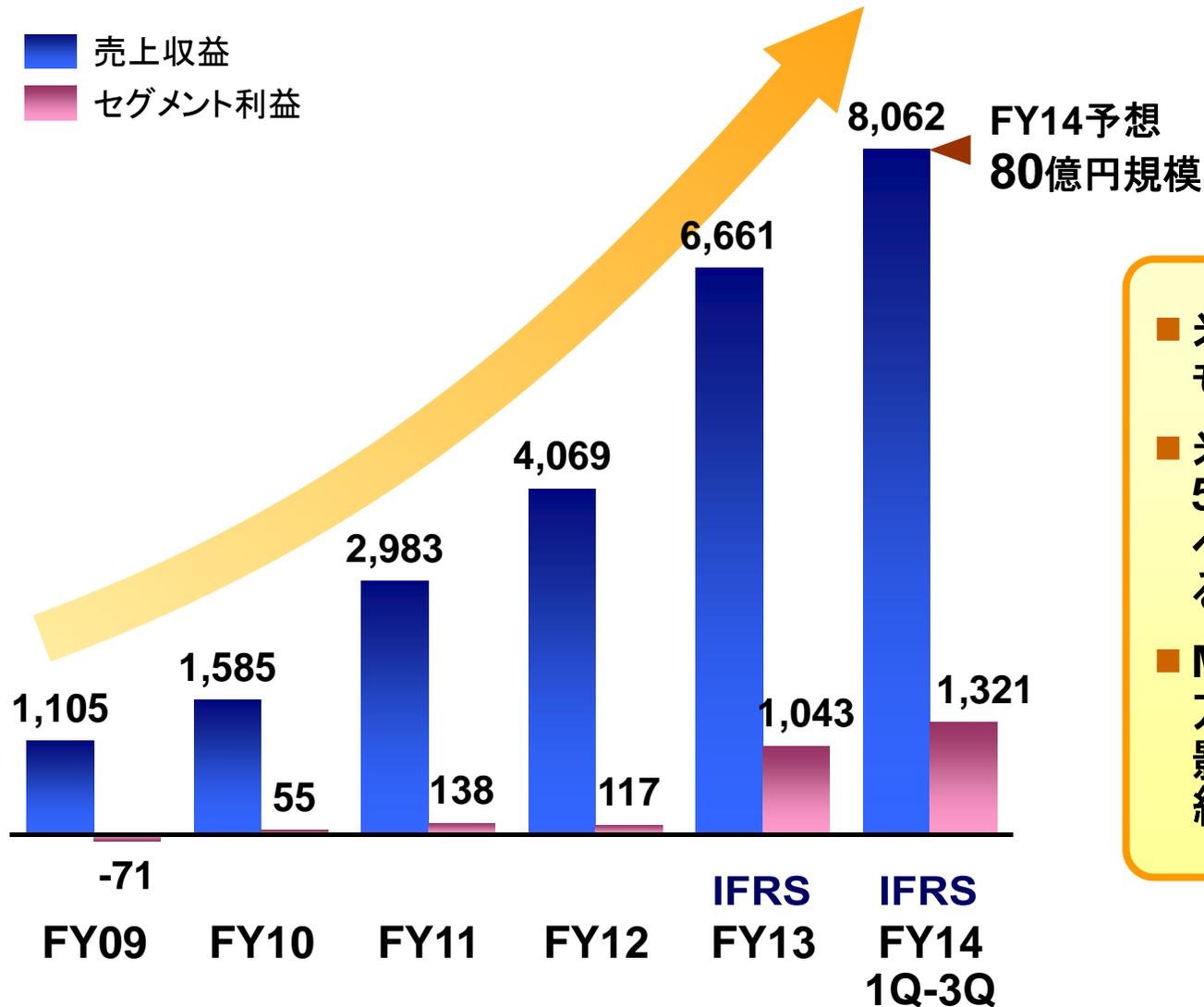
- 運営するサイトの医師会員数は100万人を超え、中国における医師のカバー率は約50%
- 製薬会社向けマーケティング支援サービス、調査サービスが順調に拡大し、黒字基調。
- グローバルファーマ2社と契約を締結し、中国版MR君を開始

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548百万円。現地通貨ベースでの成長も加速する傾向
- 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営業利益は約14億円の水準

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)

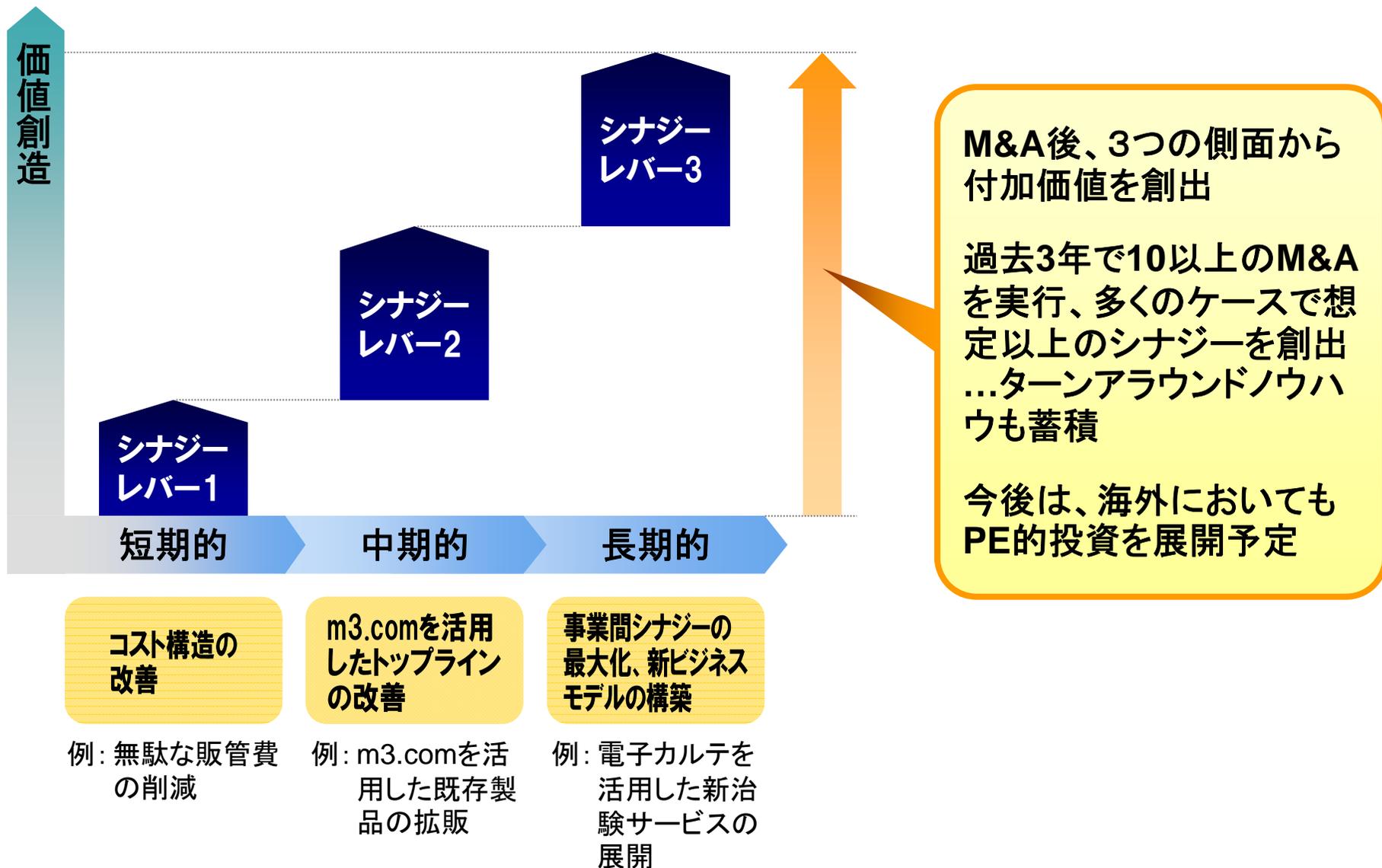
M&A

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

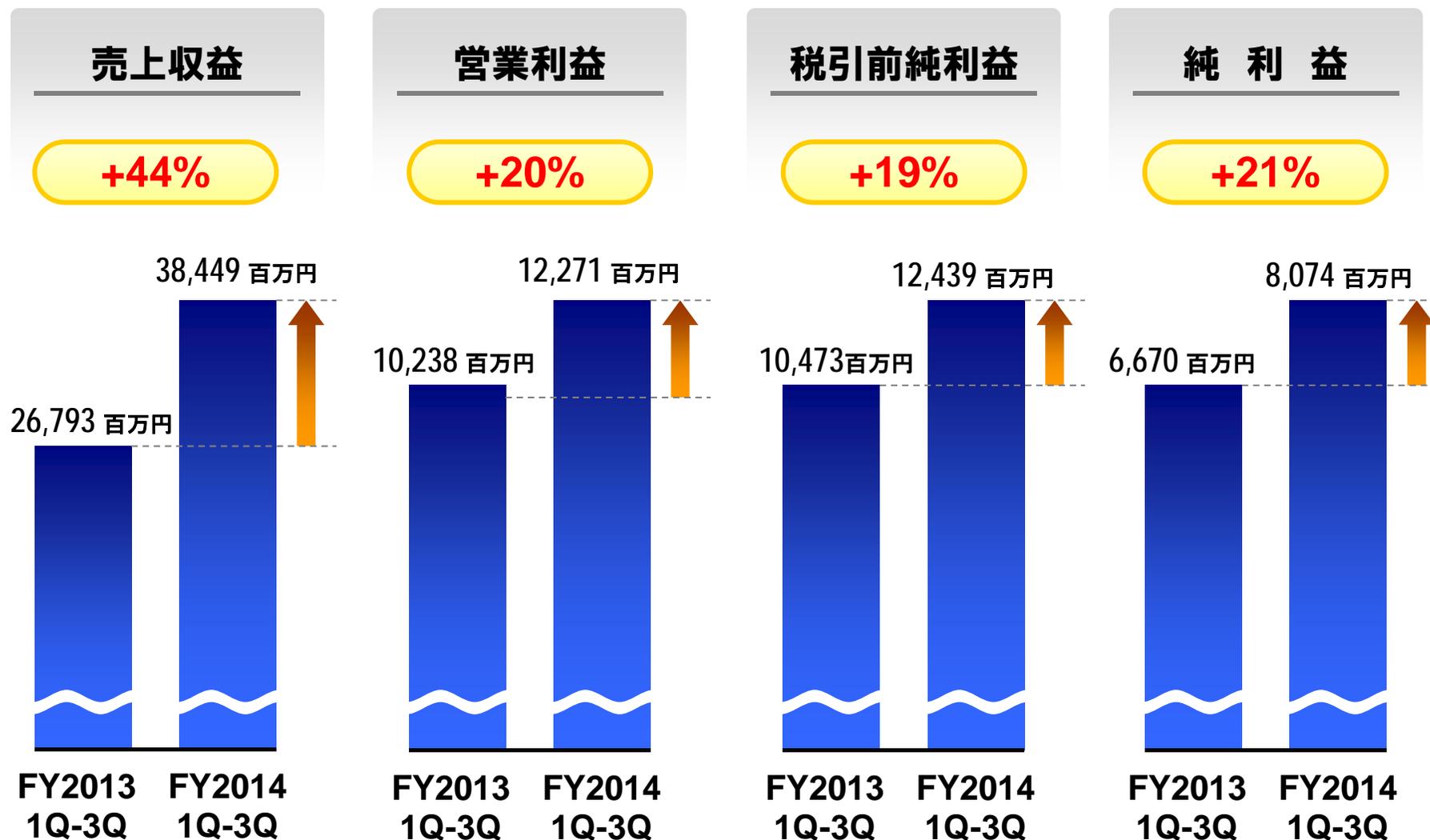
M&Aを通じた価値創造



2014年度第3四半期 業績

2014年度第3四半期(2014年4~12月) 連結業績比較

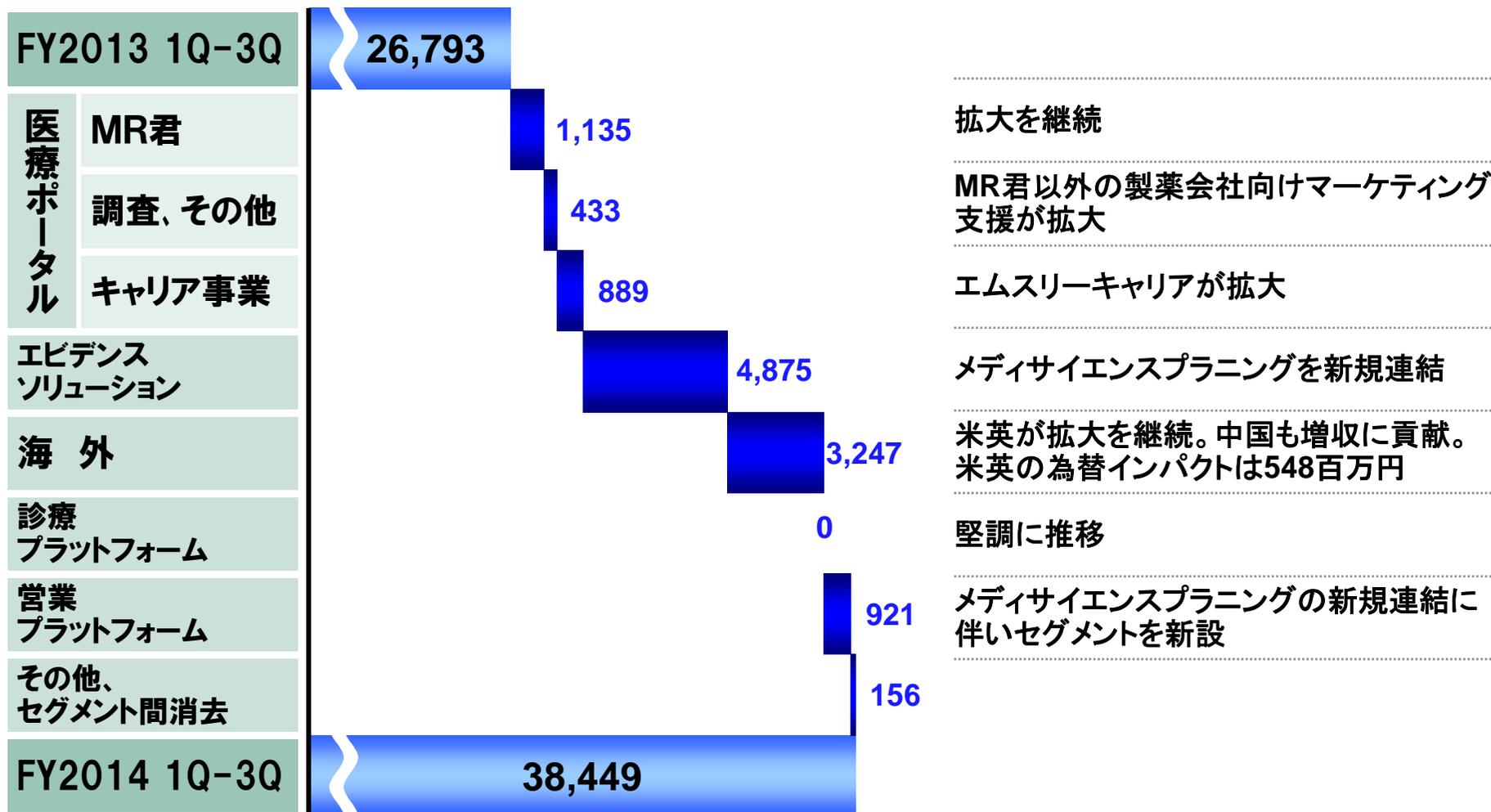
IFRSベース



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年度第3四半期 連結業績（セグメント別）

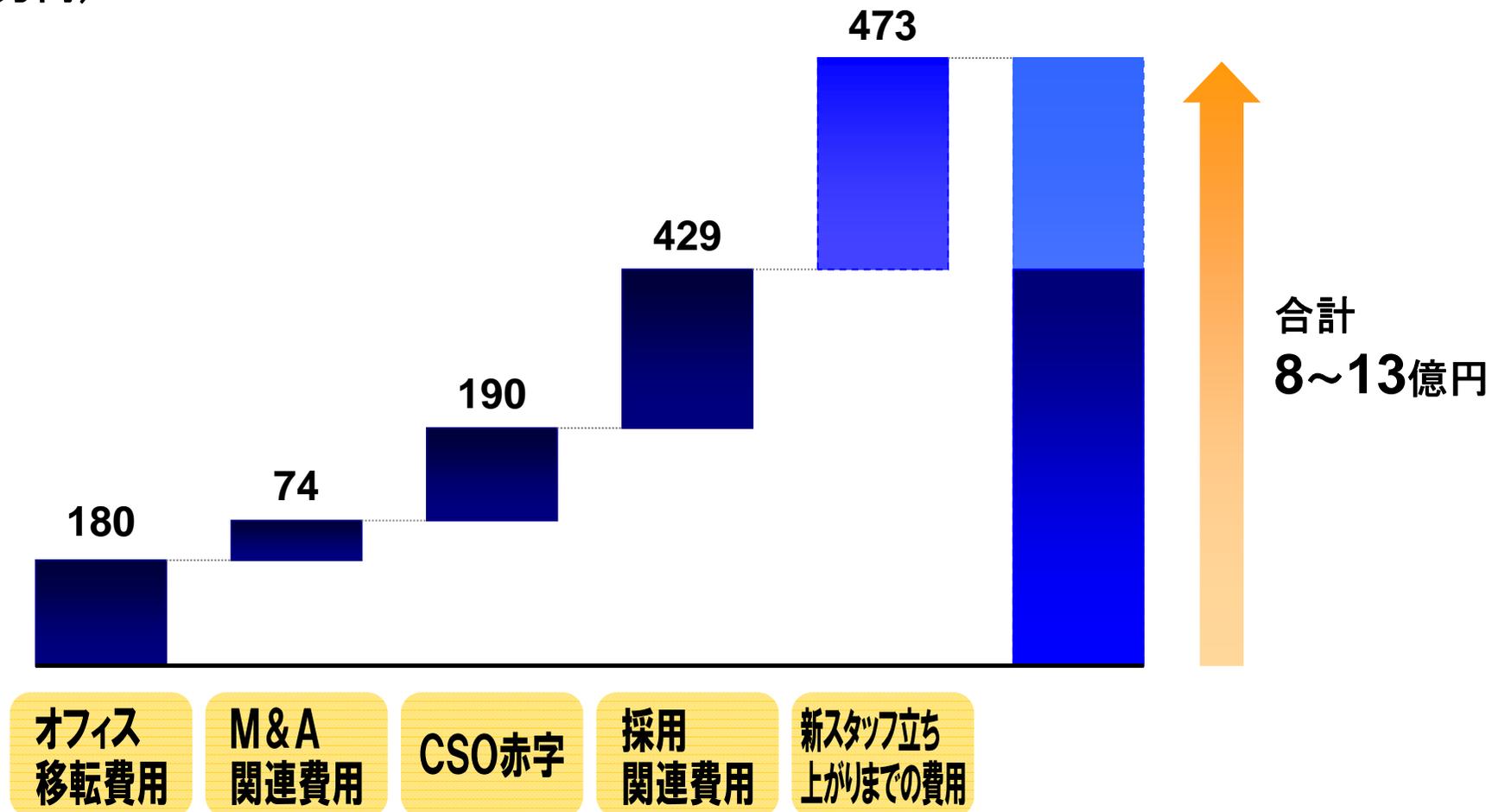
IFRSベース

(百万円)

		FY2013 1Q-3Q	FY2014 1Q-3Q	前年比
医療ポータル	売上収益	14,733	17,190	+17%
	利益	8,241	10,089	+22%
エビデンス ソリューション	売上収益	4,809	9,685	+101%
	利益	1,156	1,216	+5%
海外	売上収益	4,815	8,062	+67%
	利益	857	1,321	+54%
診療 プラットフォーム	売上収益	2,031	2,030	-
	利益	227	203	▲11%
営業 プラットフォーム	売上収益	-	921	-
	利益	-	▲190	-
その他	売上収益	819	1,154	+41%
	利益	158	80	▲49%

成長に向けた一時的コスト(4月～12月)

(百万円)

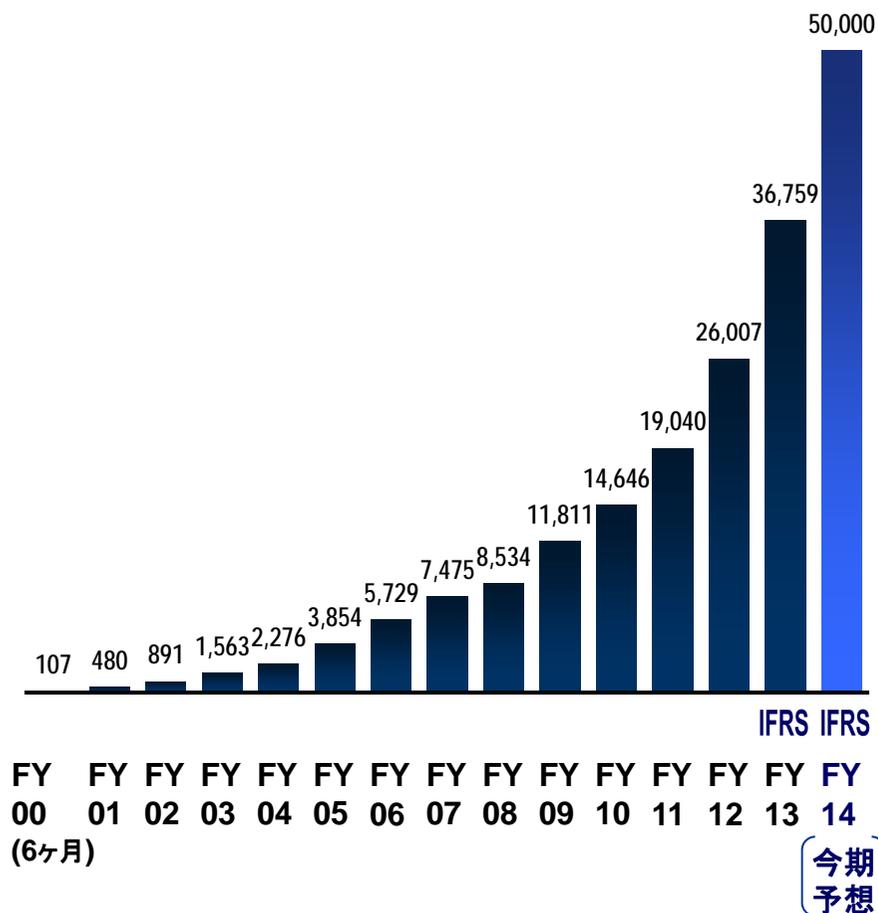


成長に向けた一時的な費用による利益へのインパクトは8～13億円程度。翌年度以降の収益貢献を見込む

エムスリーの業績推移

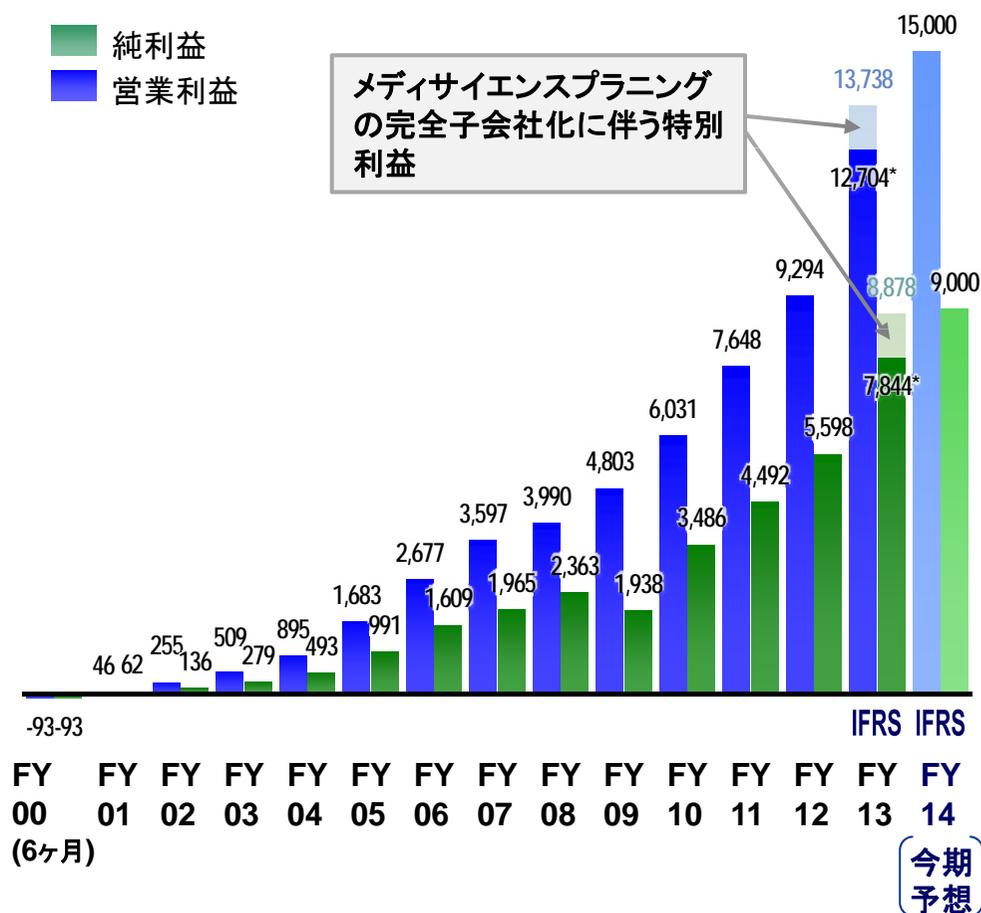
売上収益

(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(メディス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

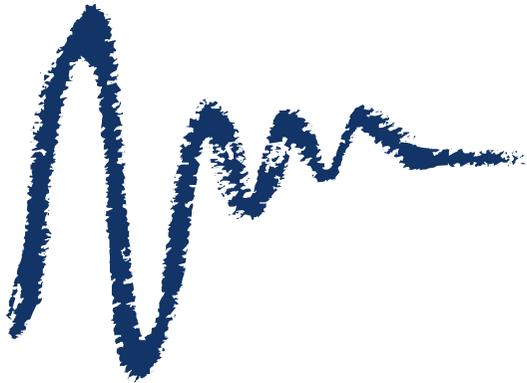
目指すは医療界の変革と新付加価値の創造

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