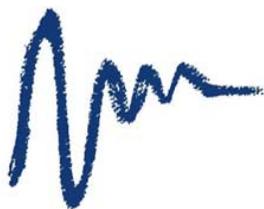


# ソネット・エムスリー株式会社 会社説明資料

2009年4月



So-net M3

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。

ソネット・エムスリー株式会社



# 2008年度決算のまとめ

# 2008年度連結業績

(百万円)

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2008	前年比
<b>売上高</b>	<b>1,966</b>	<b>2,128</b>	<b>2,204</b>	<b>2,235</b>	<b>8,534</b>	<b>+14%</b>
マーケティング支援	1,420	1,522	1,528	1,536	6,008	+4%
調査	236	268	260	287	1,052	+40%
その他	310	337	415	410	1,474	+53%
<b>営業利益</b>	<b>917</b>	<b>940</b>	<b>1,053</b>	<b>1,077</b>	<b>3,990</b>	<b>+11%</b>
<b>経常利益</b>	<b>952</b>	<b>1,017</b>	<b>1,030</b>	<b>1,169</b>	<b>4,170</b>	<b>+12%</b>
<b>当期純利益</b>	<b>525</b>	<b>537</b>	<b>604</b>	<b>695</b>	<b>2,363</b>	<b>+20%</b>

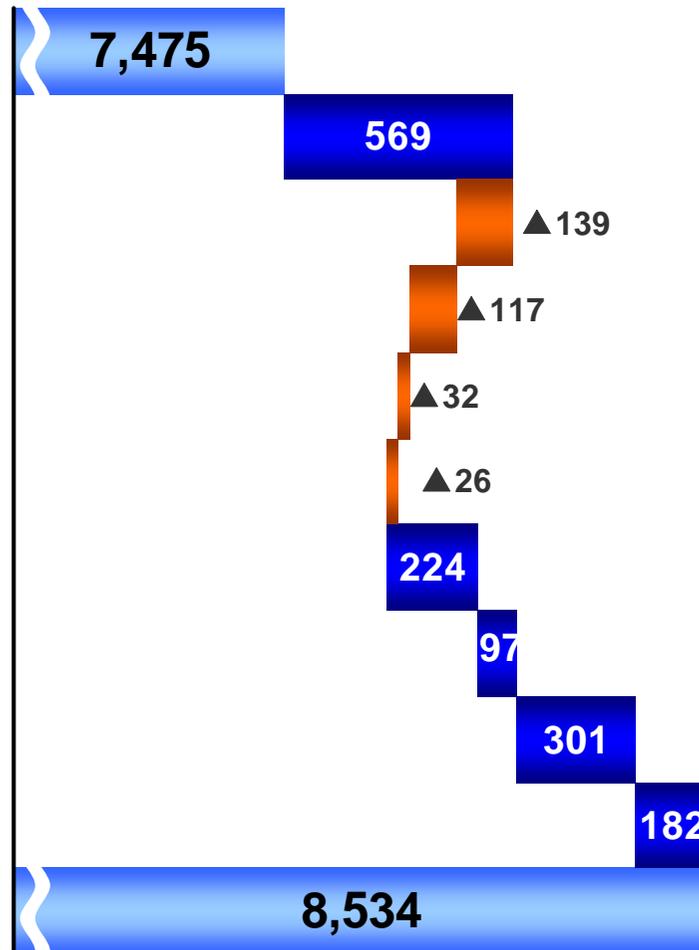
- FY2008は、当面の資金需要動向と順調に推移するキャッシュ・フローの状況とを踏まえ、期末配当3,300円を実施。(FY2009は未定)

# 2008年度 連結売上要因分析(前年比)

(百万円)

FY2007 実績

マーケティング支援	MR君
	m3MT
	海外子会社
	QOL君
	DTC他
調査	日本
	海外子会社
その他	単体:その他
	子会社等



クライアント数、品目数とも拡大

バナー広告等のスポット的なものが一時的に変動  
(為替インパクト▲89百万円含む)

広告掲載型のサービスヘシフト

国内外ともに好調を持続  
(為替インパクト▲44百万円を吸収)

主にAskDoctorsが拡大

出版事業より撤退し、収益性の向上を図る

※連結調整は全てその他に含んでいます

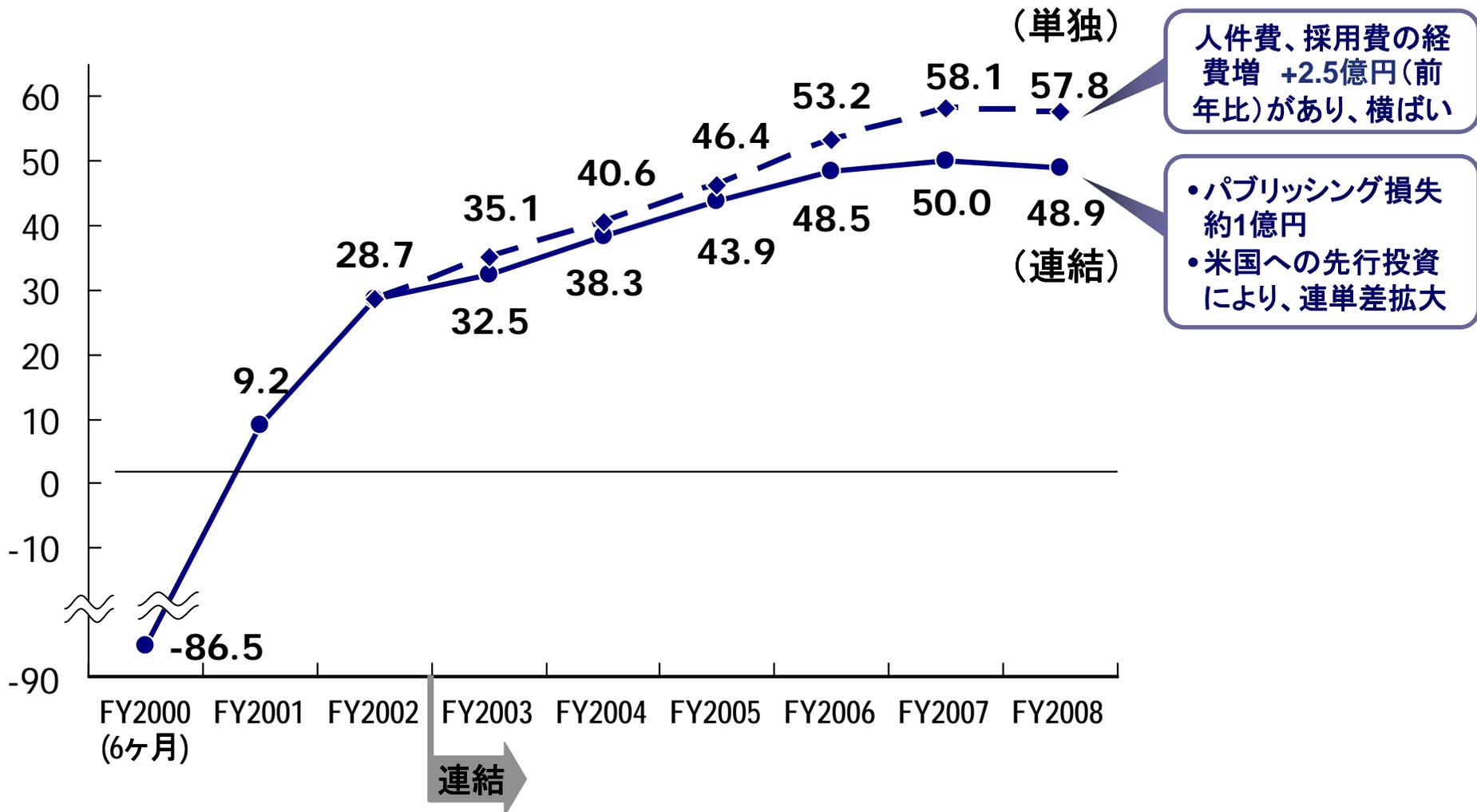


MR君をはじめとした継続型のサービスを中心に概ね堅調推移し増収

# 利益率逦増型の収益構造

## 売上高経常利益率推移

(%)





# 事業の現況と 2009年度の方針

中立エリア

医療ニュース

検索エンジン

文献検索

メディカルサイト

The screenshot shows the m3.com homepage with several key sections highlighted by colored boxes:

- Medical News (医療ニュース):** A section at the top left containing news items like 'インフルエンザ、子供の感染も深刻化' and '医療の公費化—医療再生の突破口—(上) 早稲大学'.
- Search Engine (検索エンジン):** A central search area with options for 'Web検索' and 'PubMed検索'.
- Medical Site (メディカルサイト):** A section titled 'カテゴリ別メディカルサイト' listing various medical specialties such as '一般内科', '小児科', and '産科'.
- Sponsor Area (スポンサーエリア):** A vertical sidebar on the right containing advertisements for 'MR君', 'QOL君', and '山田 太郎先生へ 提携企業からのお知らせ'.

スポンサーエリア

m3.com Concierge MR君/QOL君

■ 2009年3月: 34社がサービスを契約中

提携企業サービス

# m3.comの現状と今後

## 【医師会員数】

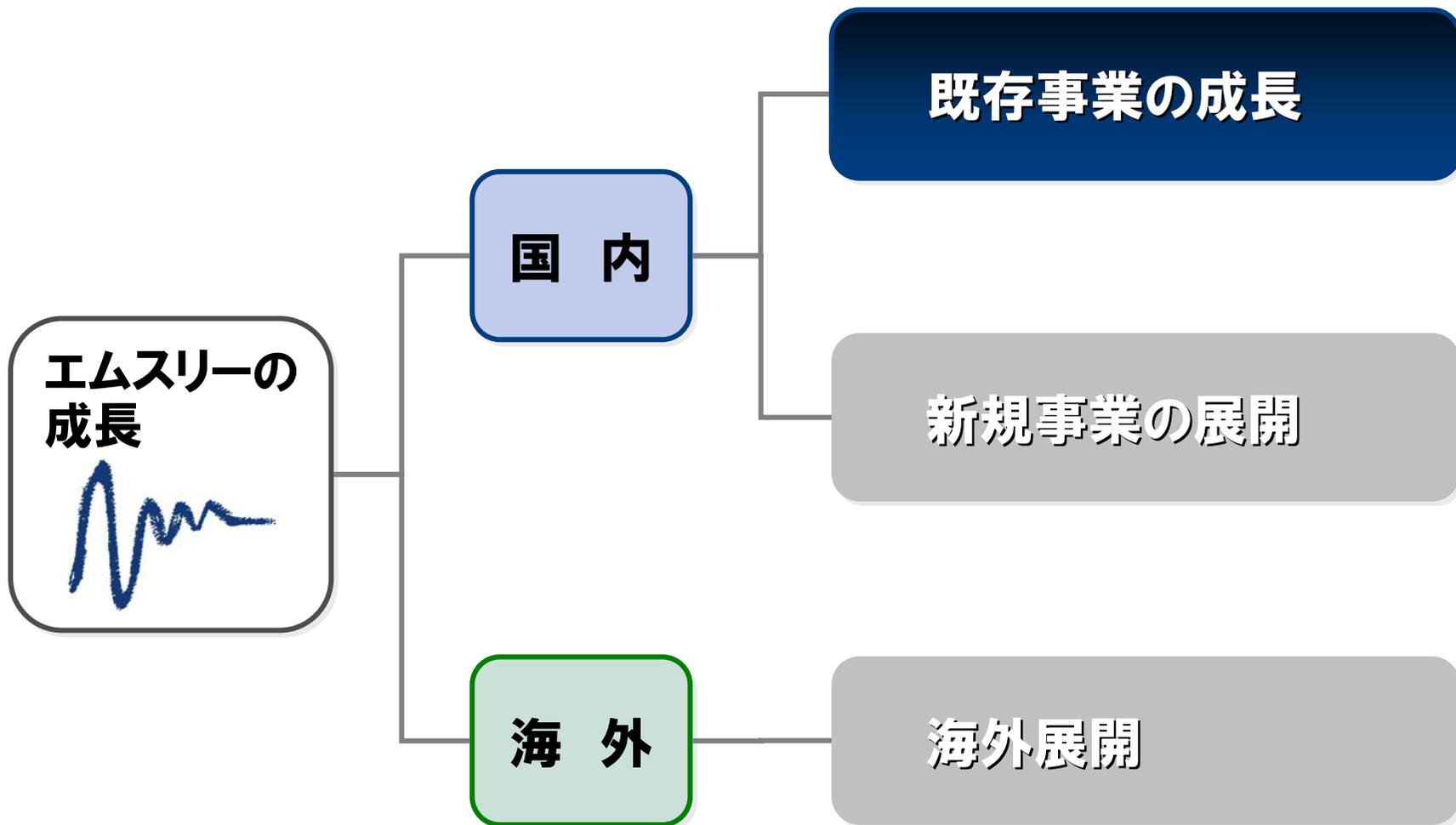
- m3.comの医師会員数は堅調に増加  
(FY2007.4Q:16.2万人 → FY2008.4Q:17.4万人)

## 【リニューアル】

- 2009年1月に「m3.com」の大幅リニューアルを実施。
  - 「m3.comアクティブ、MR君非アクティブ会員」の活性化
  - 商材(広告スペース等)の拡充

## 【新プラットフォーム】

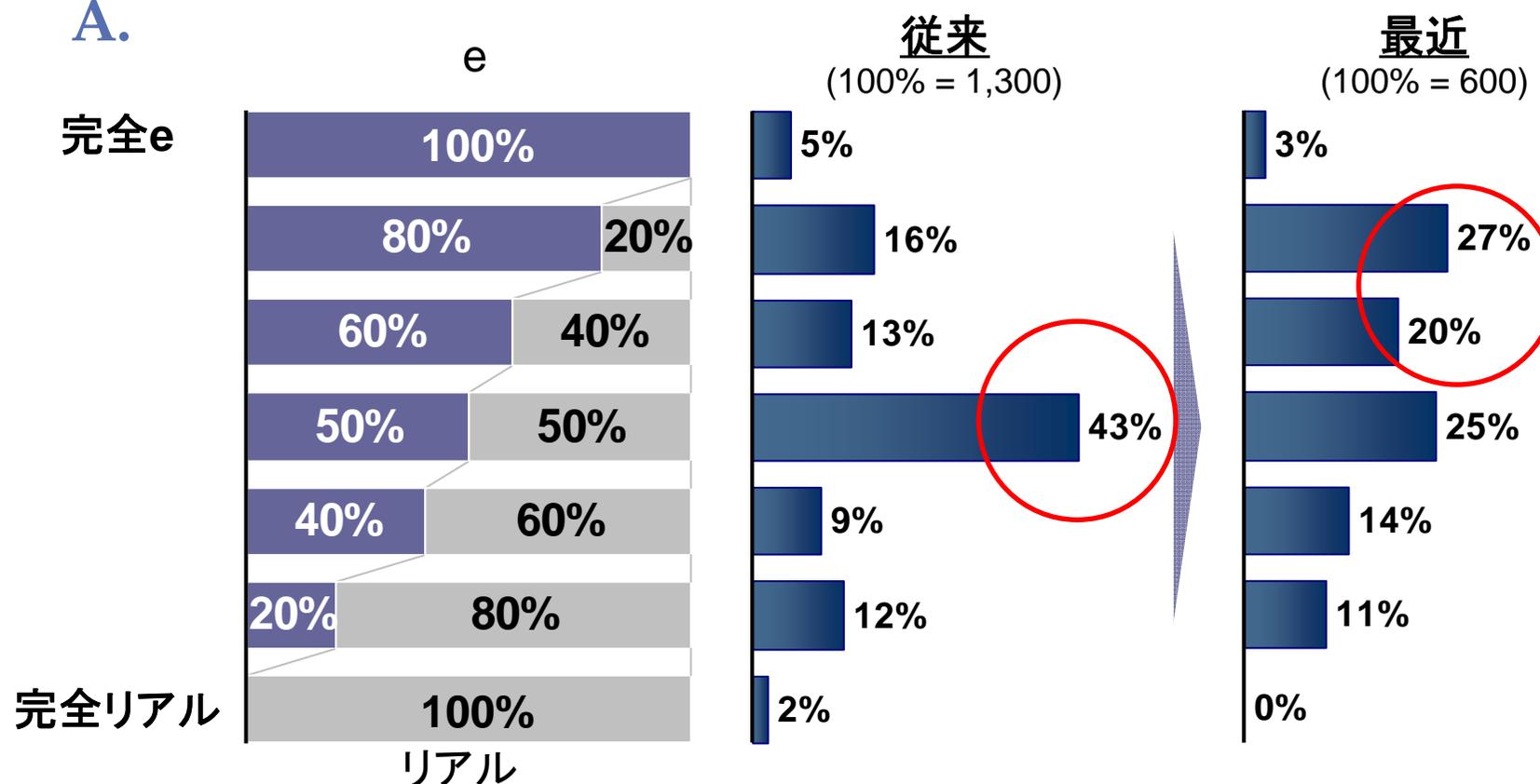
- 「m3.comモバイル」をFY2009上半期中にリリース予定・・・米国では医師の50%以上が携帯端末(Palm, iphone, Black Berryなど)を診療に活用



# 医師の情報収集におけるチャンネルニーズ

Q. 医師にとって、製薬メーカーからの各種情報入手の理想的な配分は？

A.



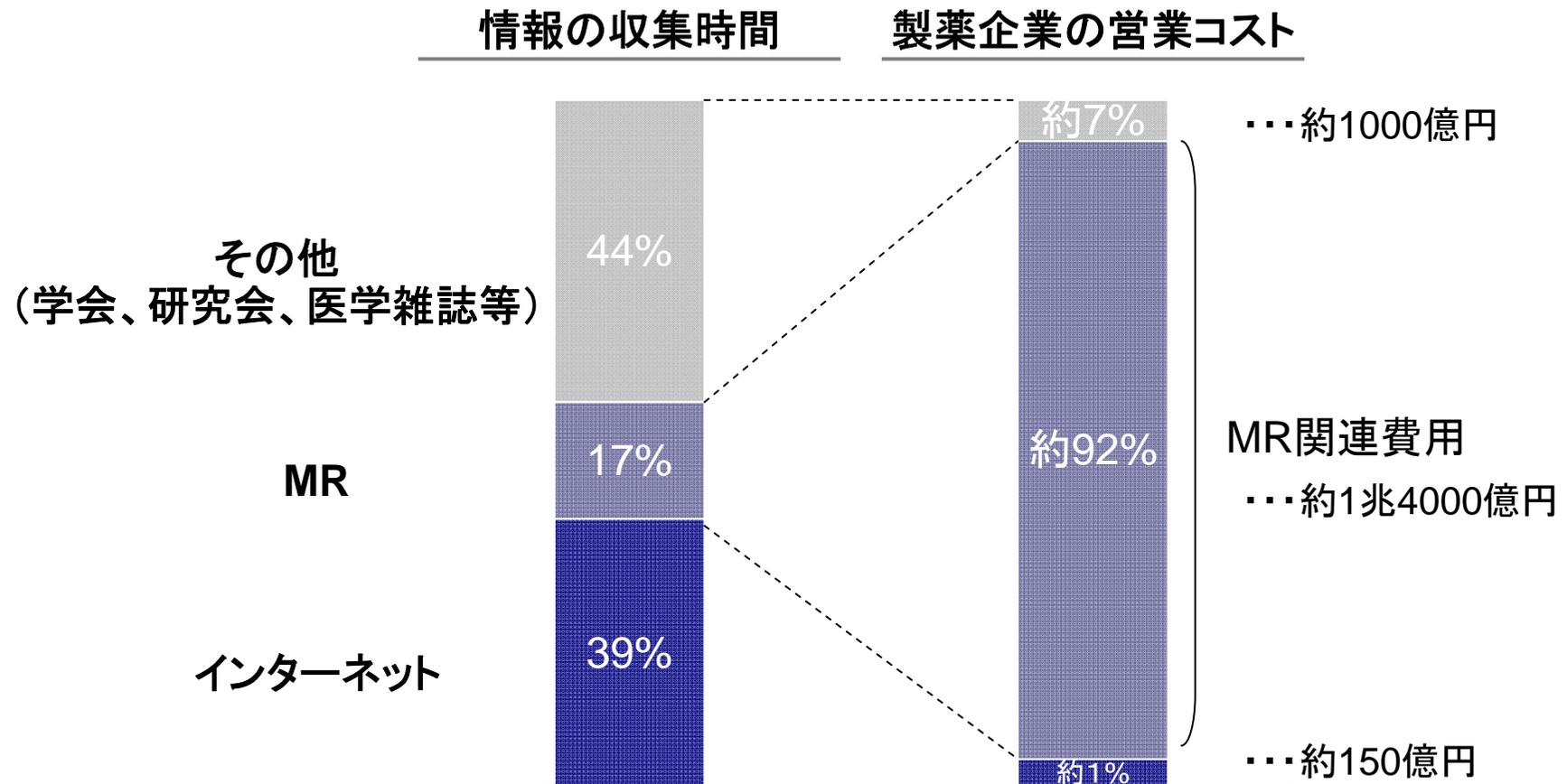
**都合の良い時間を選べるeディテールへのニーズは一層高まっている**

\* 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: ミクス、ソネット・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。

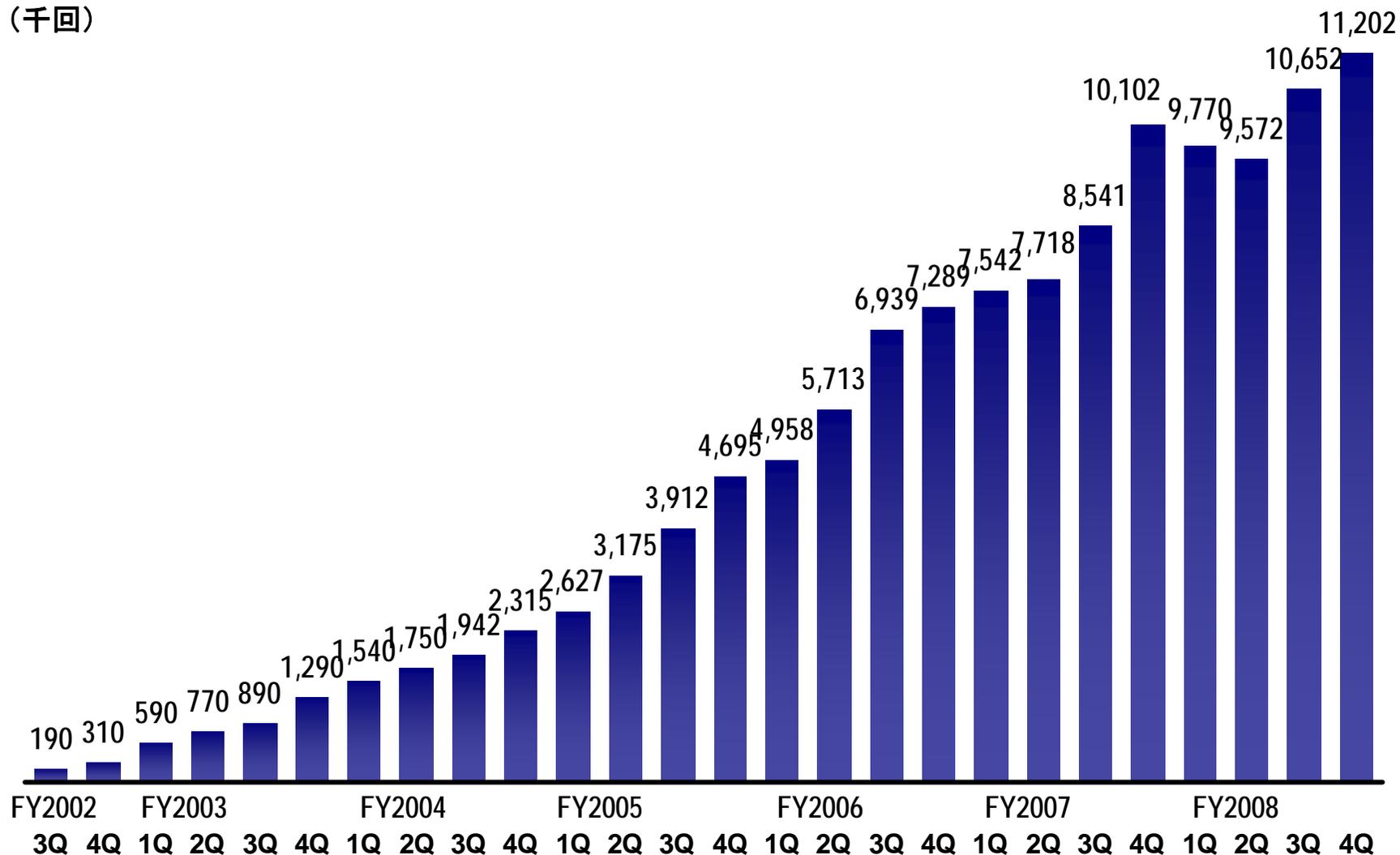


出所:ソネット・エムスリー調査・推計

# 既読メッセージ数トレンド

## FY2002.3Q～FY2008.4Q

(千回)



注) FY2005.2Qより、QOL君含む

# 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  
ク  
ラ  
イ  
ア  
ン  
ト

**6,000 万円**

∩

**17,000 万円**

∩

**48,000 万円**

**5,000 万円**

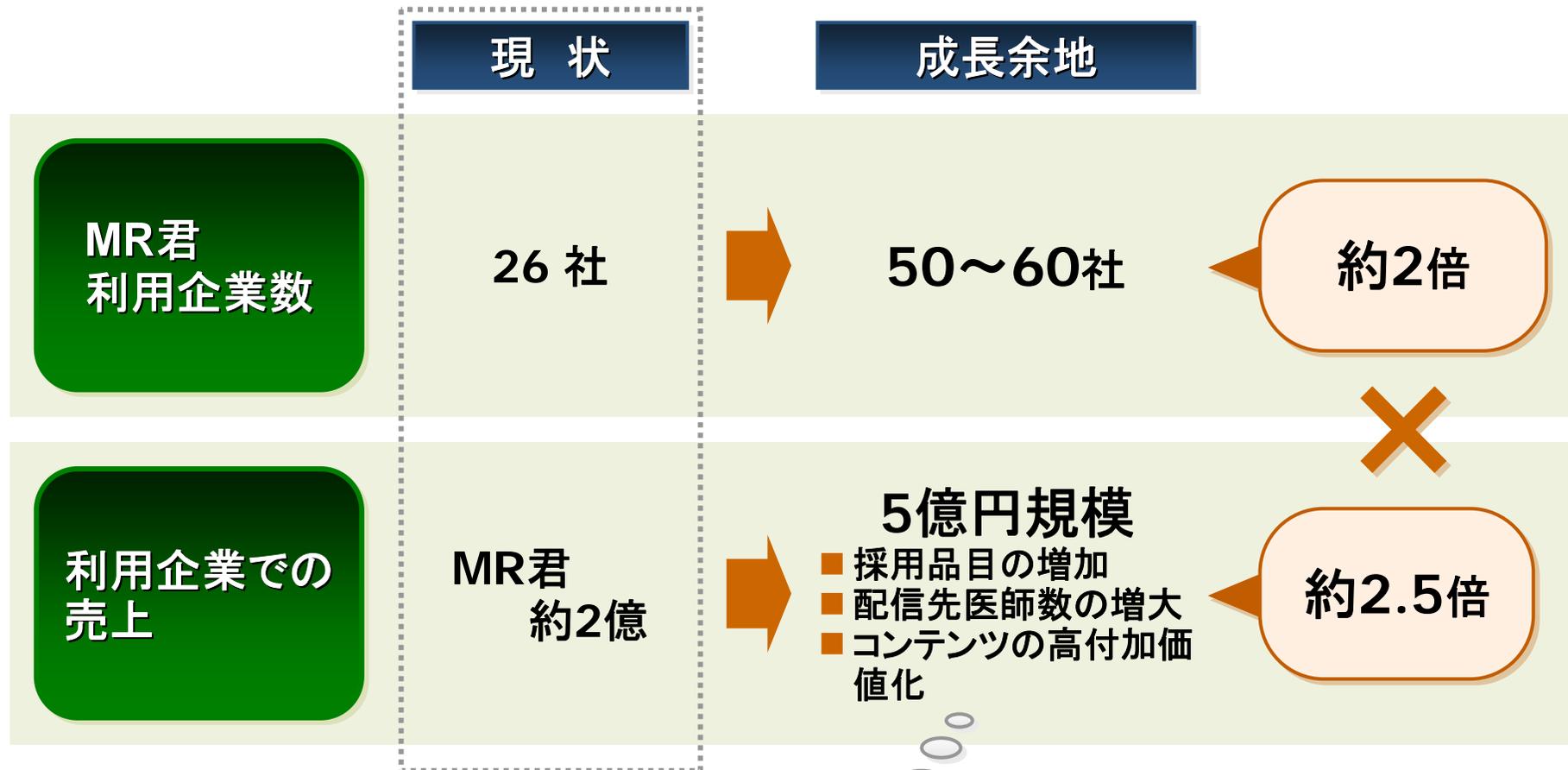
∩

**21,000 万円**

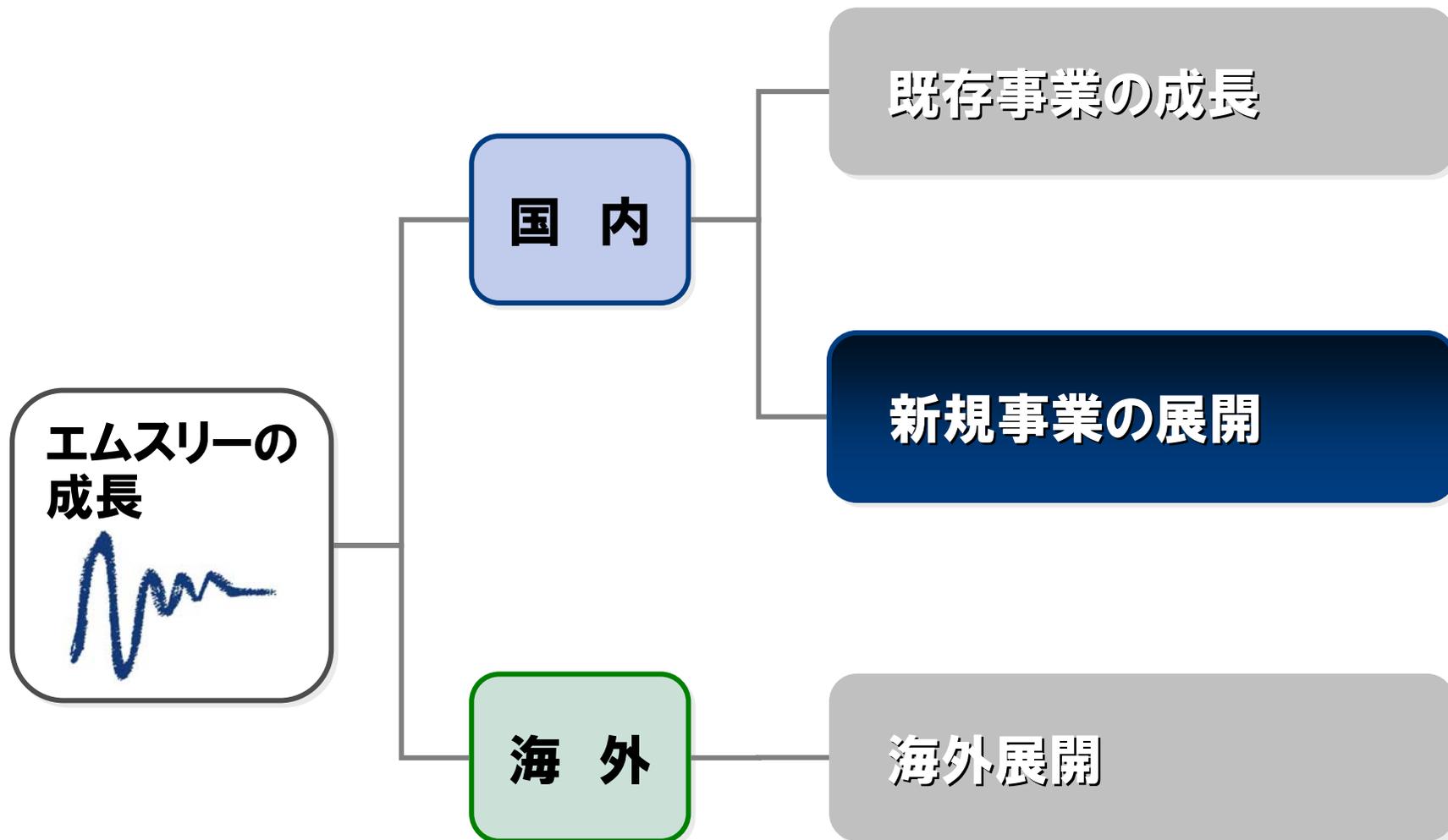
**1,000 万円**

**37,000~60,000 万円規模**

# MR君の成長へ向けて



FY08上期製薬会社トップ10クライアントの平均売上  
FY07:2.7億円→FY08:3.4億円へ  
23%伸長



# メディア力を活用した新規事業

		担当 スタッフ	FY2009 売上見込		
			5億 以上	2～ 5億	1～ 2億
メディア力の 収益への 転換	調査 (日本)	医師パネルを活用した ネット調査	3.5人	✓	
	m3MT	製薬向け、メール主体 プロモーションサービス	3.5人	✓	
	QOL君 など	非製薬向けサービス (バナー、提携企業サー ビス、開業支援など)	7人	✓	
	m3.com CAREER	医師求人サービス	2.5人		✓
	AskDoctors	一般向けサービス	2人	✓	
	その他	看護師求人サービス、 薬剤師求人サービス	0.5人		✓

- 数億円規模の新規事業が、複数立ち上がりつつある... FY09も順調に拡大し、MR君関連以外の売上が30億円規模になる見込み
- 新規事業の多くは少ない人員で立上げ可能、収益性も高いのが特徴
- 今後は、芽が出てきている事業を育てるとともに、さらに継続的に種をまく予定(インキュベーション)

# コンシューマービジネスの拡大

## AskDoctors

- PC(自社/So-net)
- 3キャリア公式サイト
- Yahoo!ヘルスケア



- 有料会員サービスは月額315円、無料お試し会員も用意
- 質問に対する医師回答率は90%以上
- 既に240万件以上のQ&Aアーカイブ

## AskDoctors Lite

コンテンツ得パック(ソフトバンク)で提供開始(2009年3月)

- AskDoctorsの全Q&Aが閲覧のみ可能

## AskMoon

女性向け携帯サイトをオープン(2009年5月中旬予定)

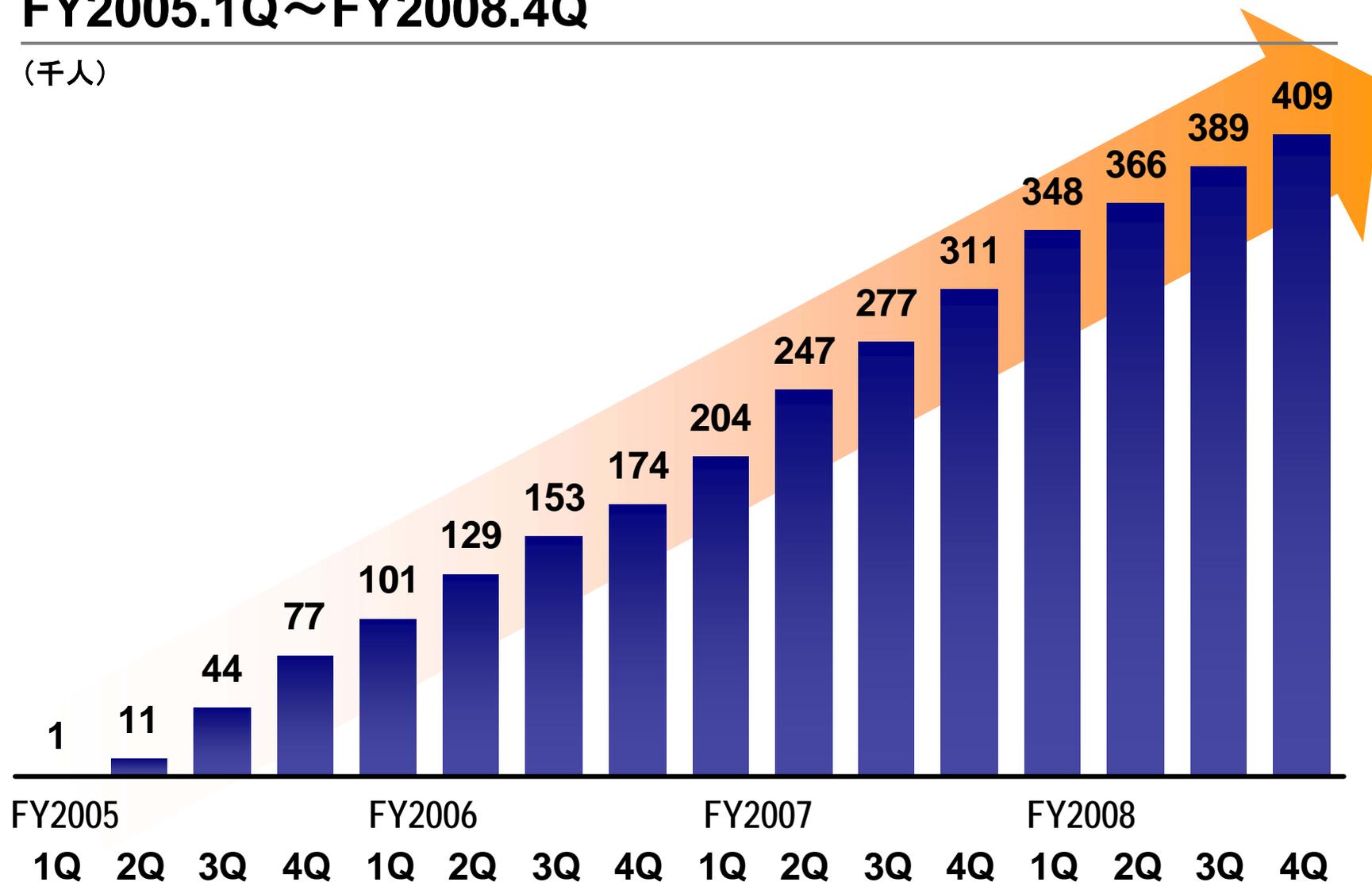


- 女性の病気の悩みについて、医師相談Q&Aを掲載
- 生理日・排卵日の予測・管理が可能

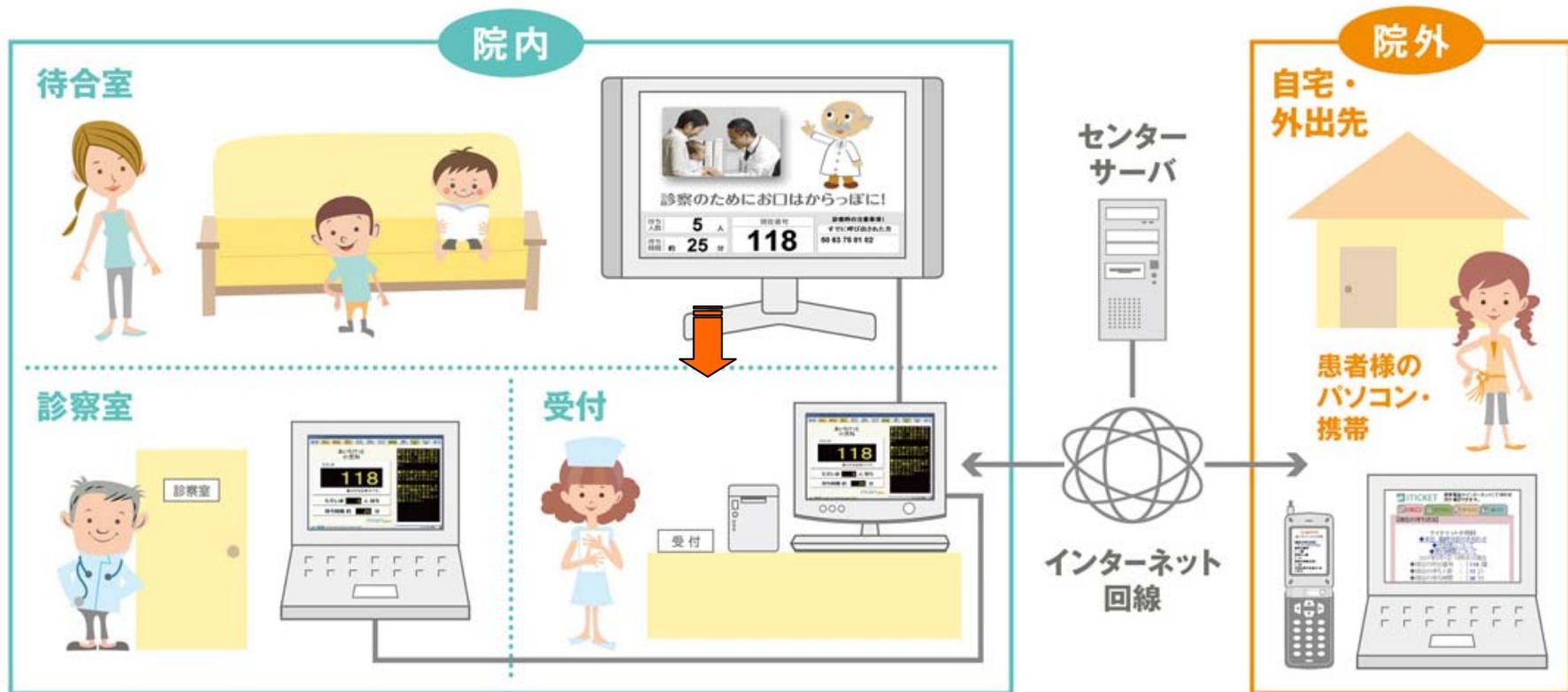
# AskDoctors 会員数推移

FY2005.1Q～FY2008.4Q

(千人)



# アイチケットの診療予約サービス



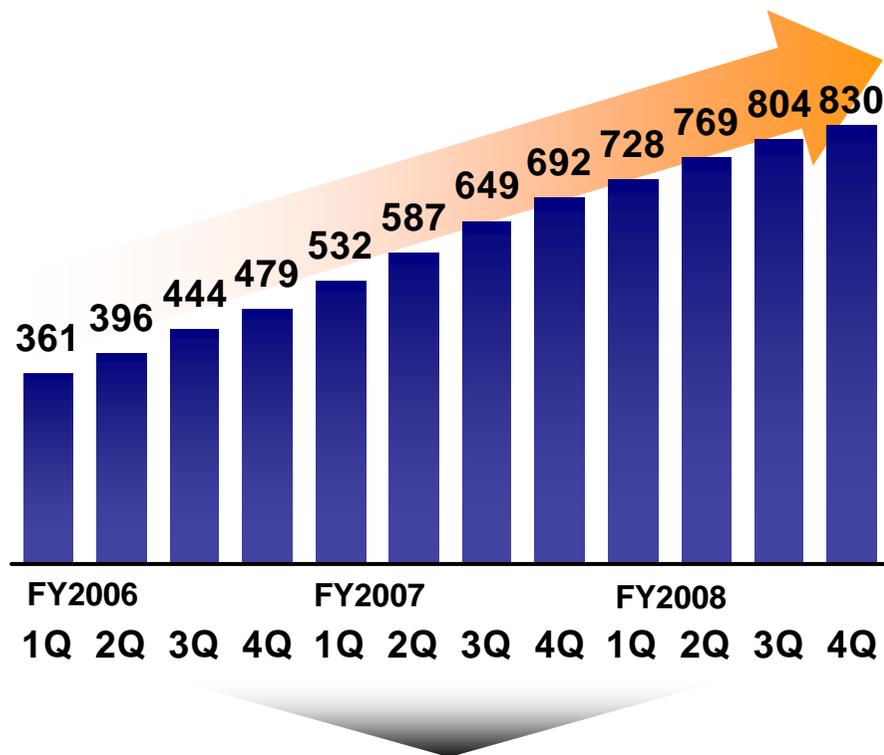
**👉 800以上の施設に導入、月間100万人以上のユニークユーザー。**

**携帯サイトでの会員化(メールアドレスも含む個人情報登録)も進めており、数ヶ月で7.5万人を会員化・・・小児持ちの主婦が大半、既に日本最大級のママ会員基盤**

# アイチケットの2つの収益モデル

## 診療予約ASP事業

### 導入施設数



### 【料金体系】

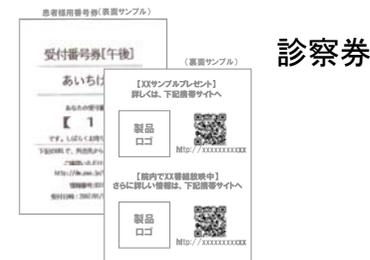
- 初期導入 : 498,000円 / 施設 ~
- ASPサービス : 11,400円 / 月 ~

## メディア事業

### クリニックメディア



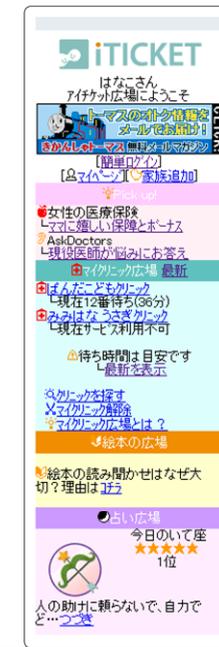
### チケットメディア

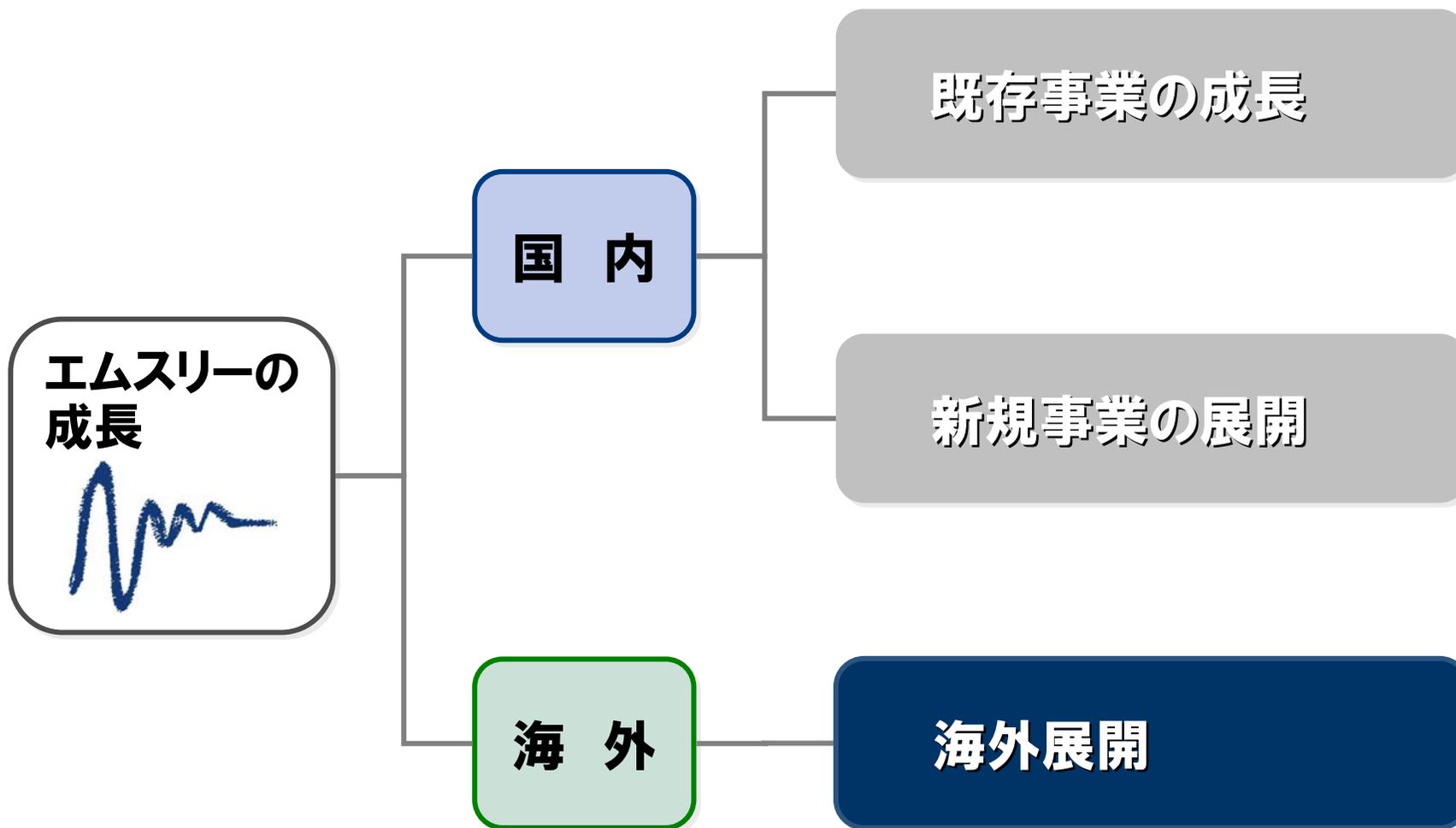


### 【料金体系】

- クリニックメディア : 1,500,000円 / 月 ~
- モバイルメディア : 130,000円 / 2週間 ~
- チケットメディア : 750,000円 / 案件 ~

### モバイルメディア





# 米国での展開

- MDLinx(100%子会社)を核に米国版「MR君」を展開

- 所在地 Washington D.C.
- 医療従事者22万人が会員、うち米国医師は5.8万人

- 2007年5月より「M3 Messages」プロトタイプサービス開始。まず、がん領域において、集中展開。2008年3月からはリウマチ領域でも展開開始

- 世界ランクトップ15に含まれる大手製薬会社9社にて計13薬剤に拡大

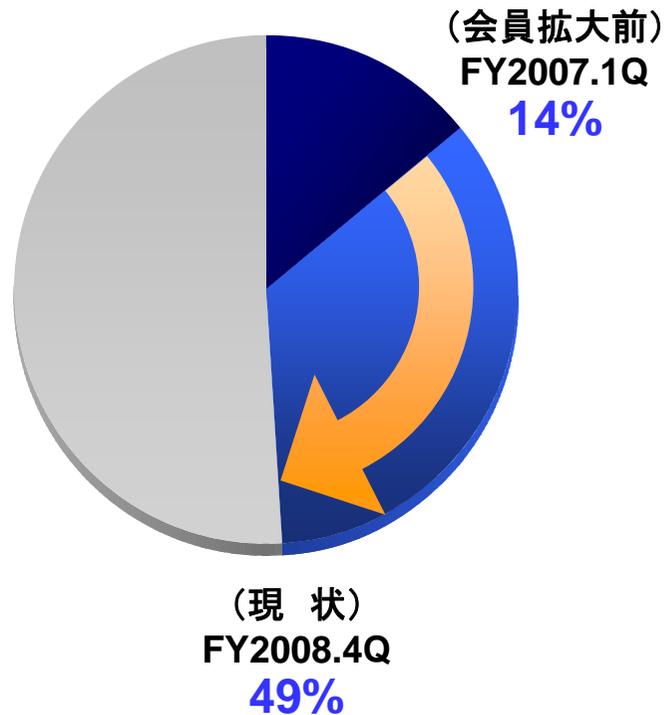
- 7社9薬剤は契約済み
- 2社4薬剤は契約プロセス進行中
- 疾患領域は「がん」「リウマチ」「精神科」「神経科」

- 2008年6月より開始していたパイロットサービスのメッセージ既読数は当初計画の約2倍に達し、本契約へ移行

# 米国MDLinx: 領域別専門医の会員化比率

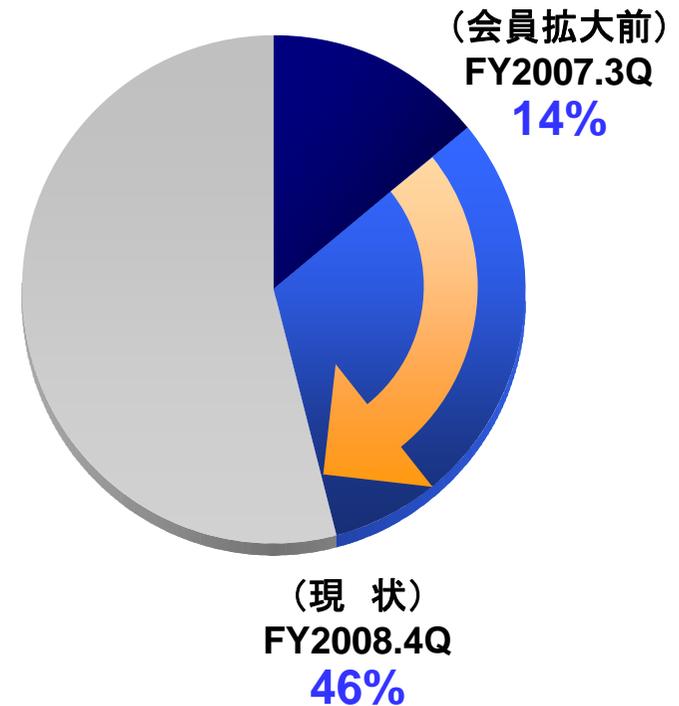
## がん専門医の会員化比率

(100%=10,000)



## リウマチ専門医の会員化比率

(100%=4,200)



がん領域では米国専門医の約半分を会員化し当初の目標を達成。会員拡大のノウハウをFY2007.4Qよりリウマチ領域に適用し、会員拡大に着手。今後は他の疾患領域への展開を予定。

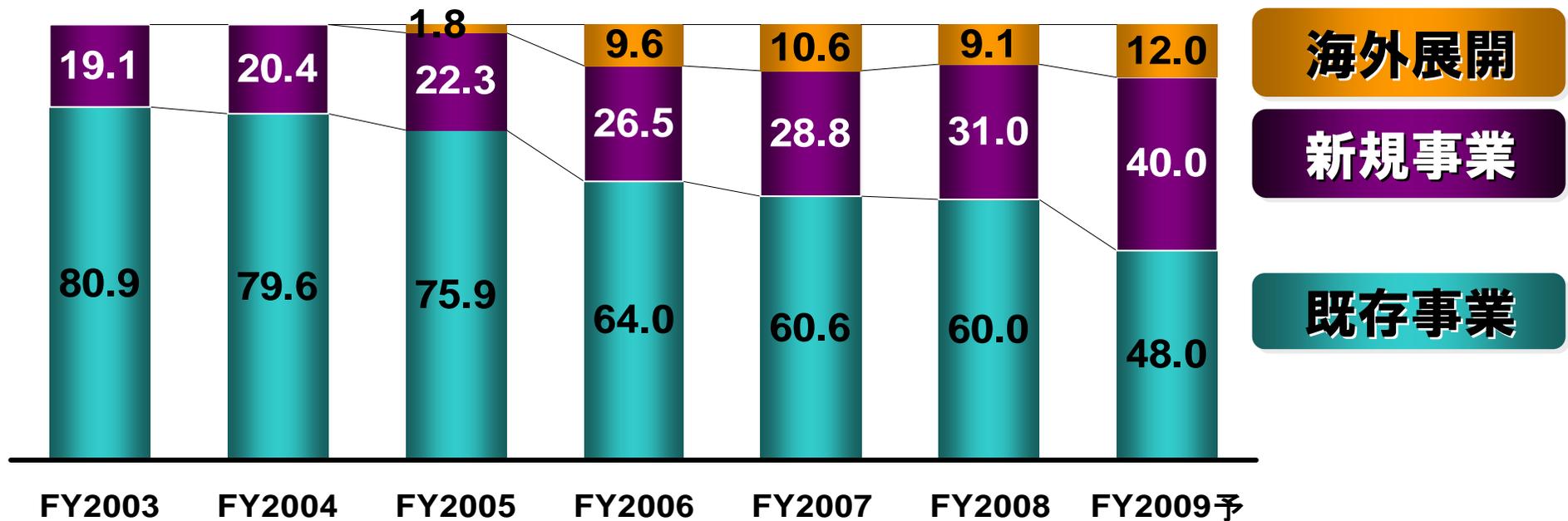
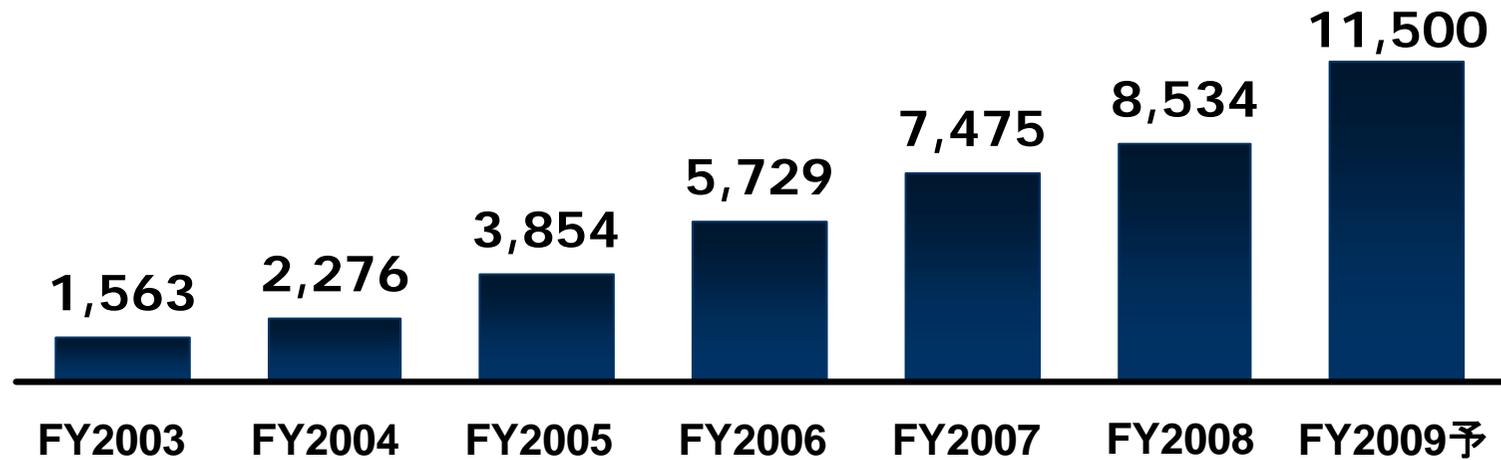
# 欧州の現状と今後

- ドイツに合併会社 MedQuarter AGを設立し、今後ドイツの医療従事者向けに会員制医療情報ポータル「MedQuarter.de」をオープン
- ドイツの医師3万人が登録する、最大手医師コミュニティサイトの Facharzt.deとの戦略提携も実現
- ドイツ製薬企業1社と欧州版「MR君」である「Medizin Berater」サービスの契約を締結し、2009年1月よりメッセージ送信を開始。
- 今年度からロイヤリティ収入も発生
- 2社目とも契約を締結し、メッセージ送信を準備中。



# 2009年度の業績予想

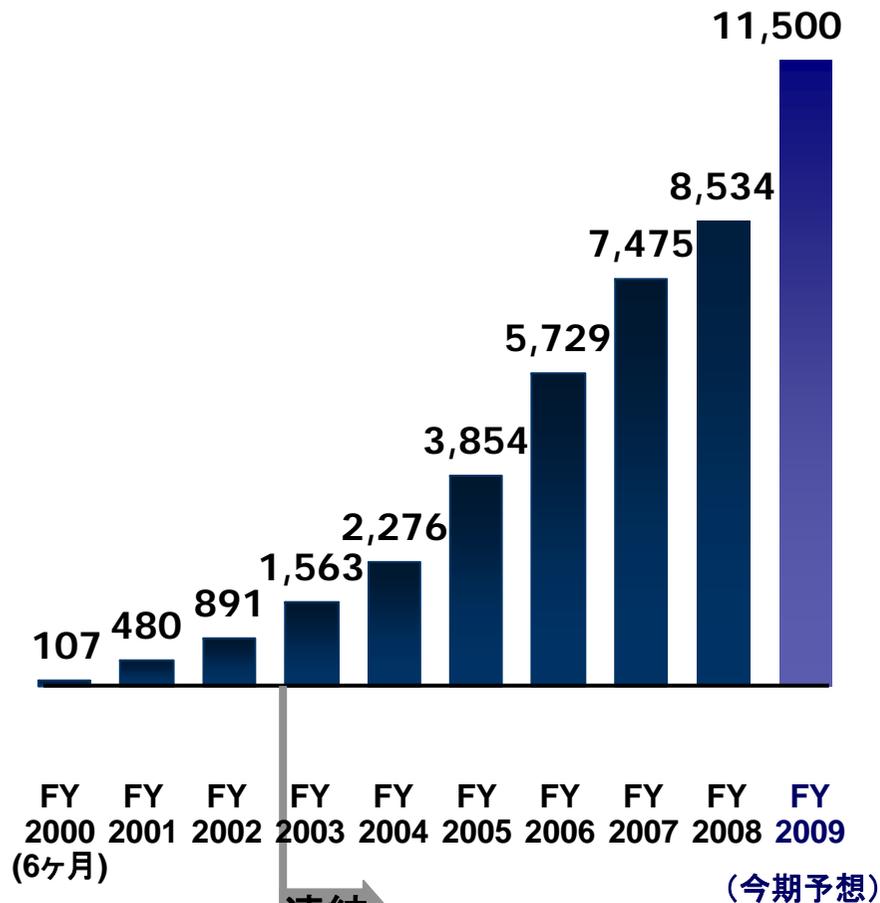
# 事業展開に伴う連結売上の推移



# エムスリーの業績推移

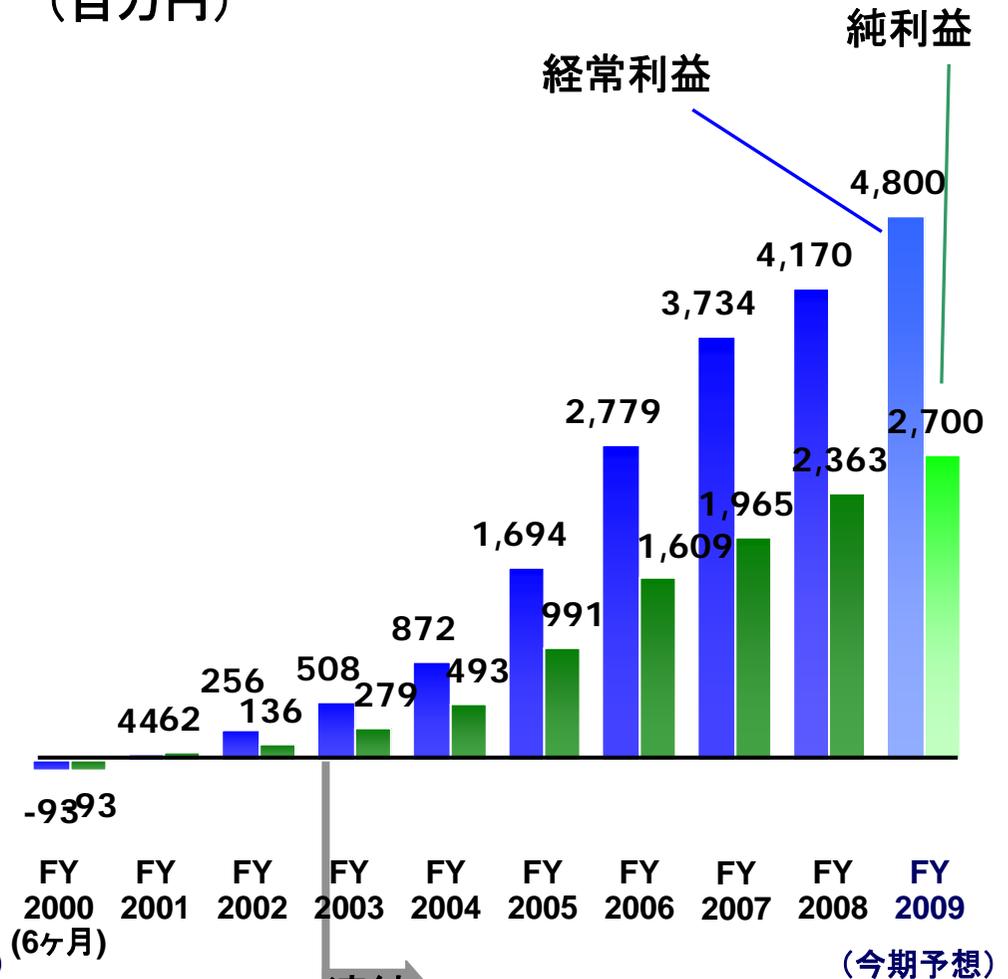
## 売上

(百万円)



## 経常利益・純利益

(百万円)



# 2009年度の主な施策

## 【ソネット・エムスリー(株)のスタッフ増強】

- 更なる成長に向けて、積極的な人員採用を継続
- 1年間で約35%増加を計画(2009年3月末社員数:83名)
  - 増加人員の2/3は製薬会社向けビジネス

## 【海外事業】

- 米国での「M3 Messages」サービスの本格的な展開を進め、新たな収益の柱に育てていく

## 【国内子会社による事業展開】

- 医療分野における事業領域の拡大
  - メビックス:臨床試験関連。完全子会社化し、シナジー(後述)を実現
  - アイチケット:患者およびクリニック関連



# メビックス株式会社

# メビックスを連結子会社化

**メビックス(株)**  
(東証マザーズ:3780)

所在地

東京都文京区小石川

設立

2001年5月

資本金

792百万円  
(2008年10月末)

連結  
業績

売上: 2,547 (百万円)  
営業利益: 143  
経常利益: 144  
当期利益: 57  
(2008年4月期)

従業員

連結: 91人、単独: 84人  
(2008年10月末)

連結  
子会社

クリニカルポーター(株)  
クリノグラフィ(株)  
ケルコム(株)



Mebix  
Medical Bio Informatics

**いのちの大切さを尊  
重し、臨床試験の新しい  
仕組みの提供を通  
じて、医療と国民の健  
康に貢献する**

# 製薬業界を取り巻く環境とエビデンスに対するニーズ

- 新薬認証のハードルの高まり  
... 既存品のポテンシャルを最大化するニーズ
- 多くの薬剤は、生活習慣病向け（高血圧、高脂血症、糖尿病）...  
飲んだ時には効いているかどうか不明
- 経験に基づく医療から、データに基づく医療（EBM）への転換
- 日本独自の用法用量、人種、生活習慣...日本のエビデンスに対するニーズ

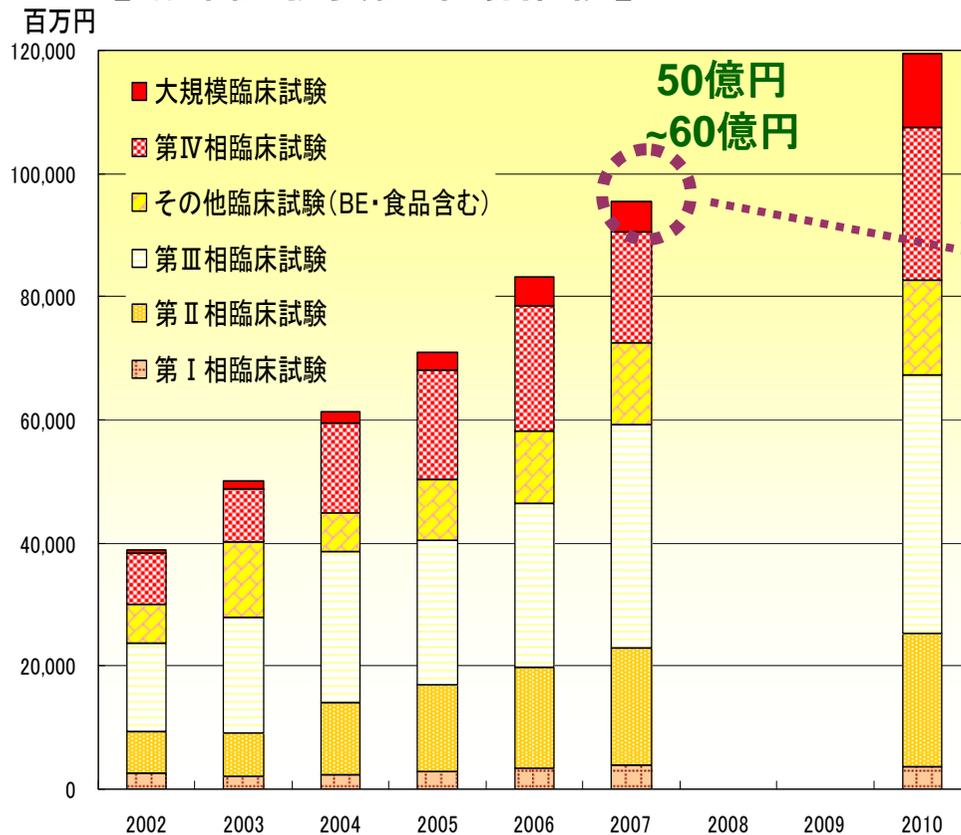


薬剤だけではなく、その薬剤が患者にとり意味があるというエビデンスデータが、マーケティング的にも極めて重要

# 臨床試験市場動向とメビックスのシェア

大規模臨床研究 (EBM)市場 と製造販売後調査 (PMS)市場 は、  
 今後も着実に成長

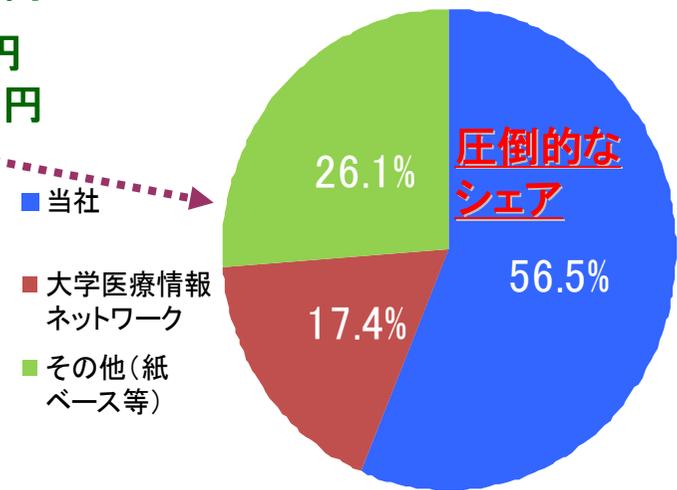
【臨床試験委託市場推移】



(注) 市場規模にはSMO、食品等も含む

(日本CRO協会資料をもとに当社推計)

生活習慣病関連  
 大規模臨床研究システム導入シェア  
 (2000年～2008年2月累積)



(試験数ベース、当社調べ、癌領域を除く)

民間企業として大規模臨床試験支援を  
 専業で実施しているのはメビックス1社のみ

# 事業シナジー1:新しい付加価値の創造

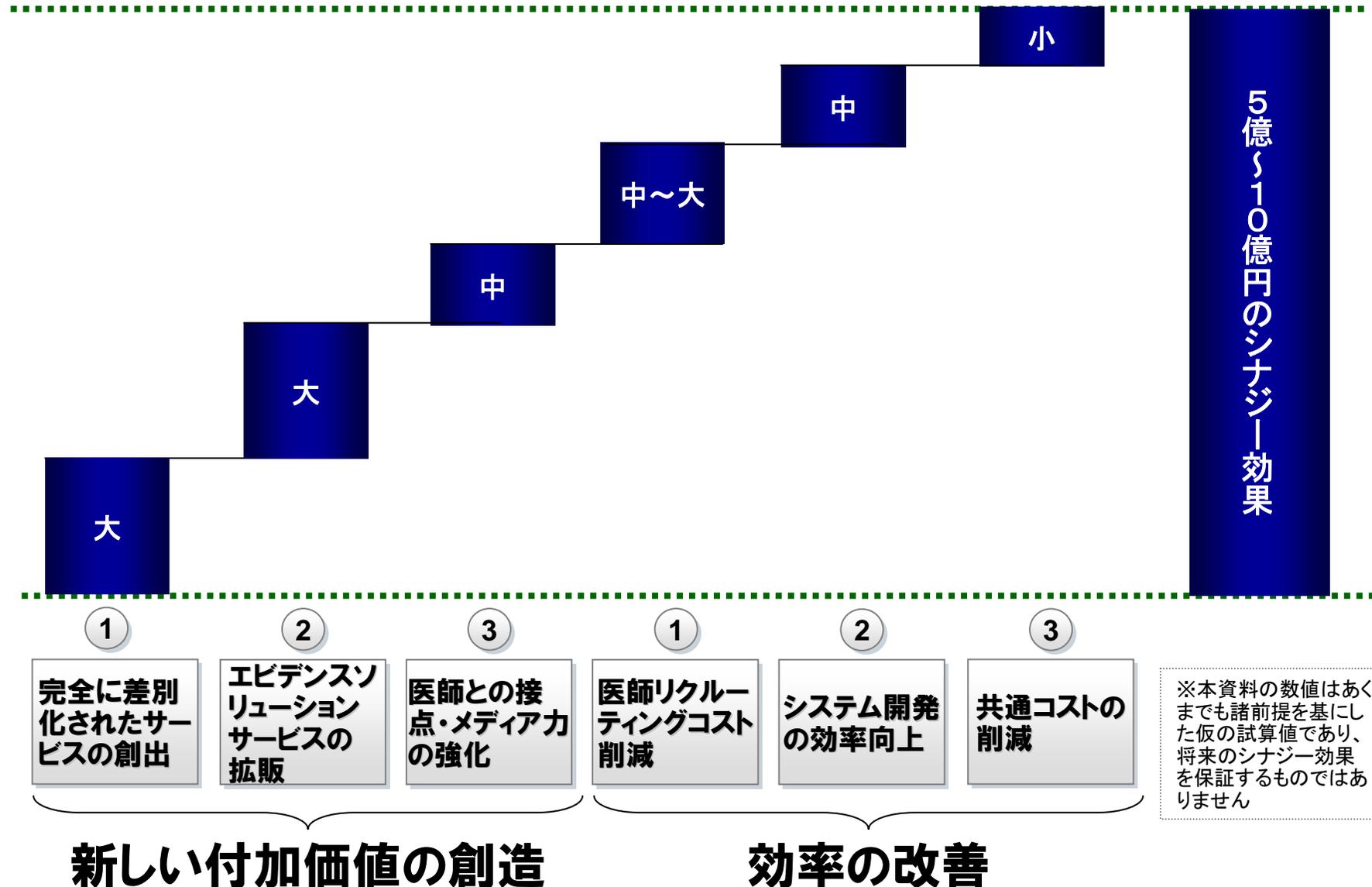
分類	内容	シナジーの大きさ
① 完全に差別化されたサービスの創出	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 「良質なEBMを創出し、ネットを活用し広く医療界に浸透させる」事ができる唯一の存在</li><li>■ 従来無い新サービスも開発予定(例:「EBM君」)</li></ul>	大
② エビデンスソリューションサービスの拡販	<ul style="list-style-type: none"><li>■ エムスリーの顧客である製薬企業のマーケティング部門にエビデンスソリューションサービスを提案</li><li>■ エムスリーの調査プラットフォームを活用した、より確度の高いテーマの選択と製薬企業への提案</li></ul>	大
③ 医師との接点・メディア力の強化	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 医師が日常的にアクセスするCap Toolとm3.comのサイト連携・融合(1+1=3の効果)</li><li>■ メビックスがリアルで接点を持っているオピニオンリーダー医師の協力によるm3.comのコンテンツ強化</li></ul>	中

# 事業シナジー2: 効率の改善

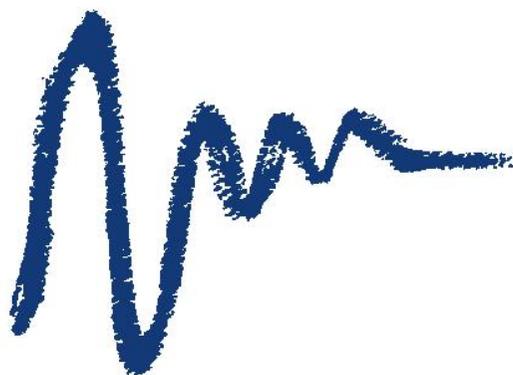
分類	内容	シナジーの大きさ
① 医師リクルーティングコストの低減	■ 大規模臨床試験に参加する医師をm3上で募集し、SMOへの外注費を削減	中～大
② システム開発の効率アップ	■ エムスリー(システム完全内部開発)のエンジニアリングでCapToolの開発を支援し、システム外注コストを低減	中
③ オーバーラップするコストの削減	■ グループとしてリーンな体制を実現	小

# 短期的シナジー創出

試算



# 目指すは医療界の変革と新付加価値の創造



So-net M3

## → M3

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27万人  
(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