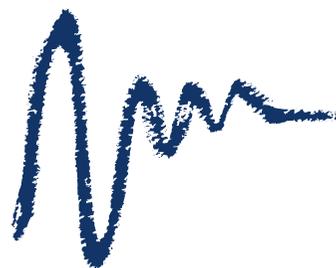

エムスリー株式会社

会社説明資料

2015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

2014年度決算のまとめ

2014年度 連結業績

IFRSベース

(百万円)	FY2013	FY2014		
	実績	業績予想	実績	対前年比
売上高	36,759	50,000	51,346	+40%
営業利益	13,738	15,000	16,061	+17%
税引前純利益	13,927	15,000	16,174	+16%
純利益	8,878	9,000	10,428	+17%

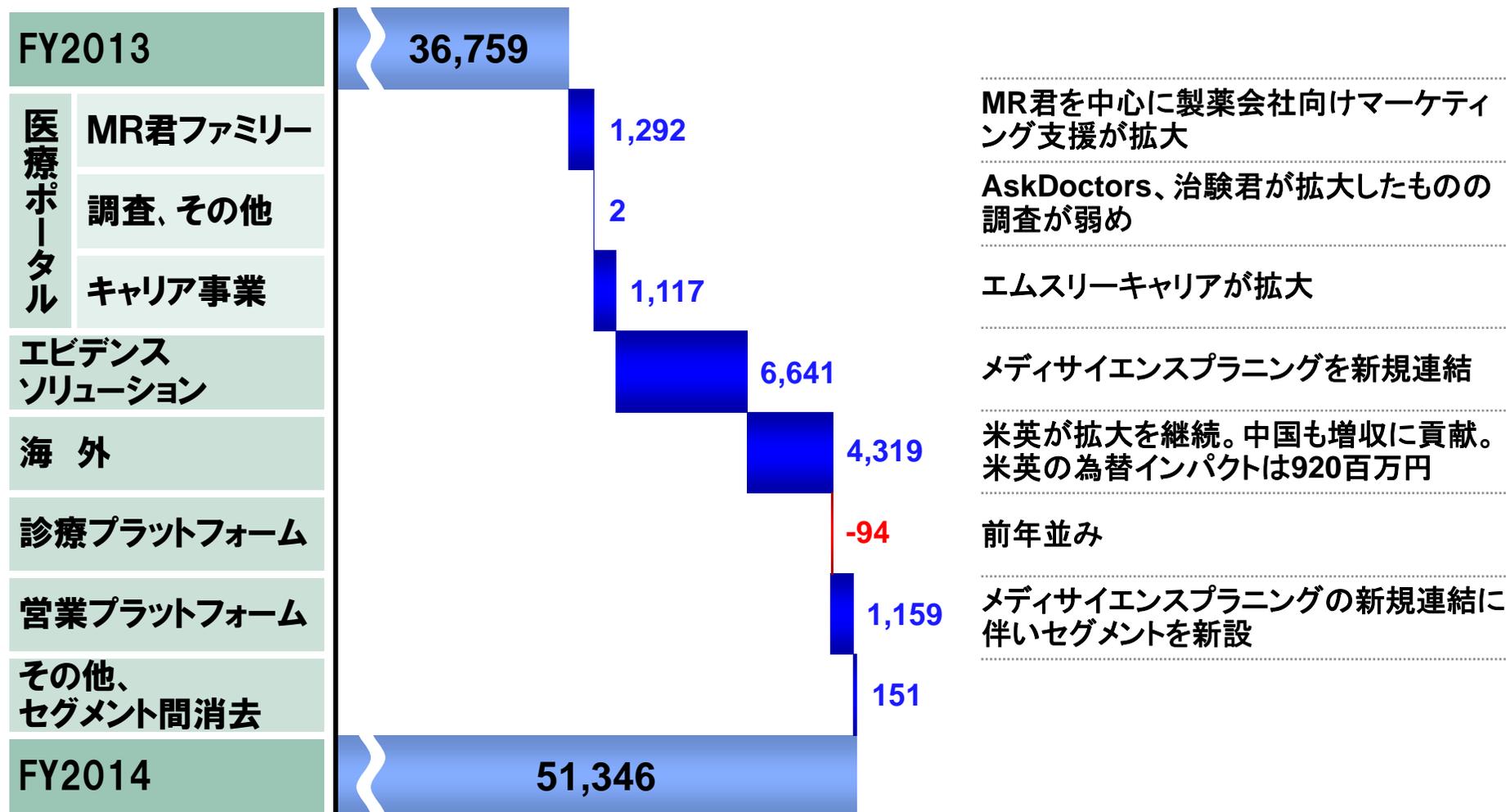
- FY2013の利益にはMPIの子会社化に伴う一時的な利益、約10億円を含む。
- インパクトを控除した場合の営業利益成長率は **+26.4%**

- 期末配当は8円

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 連結業績（セグメント別）

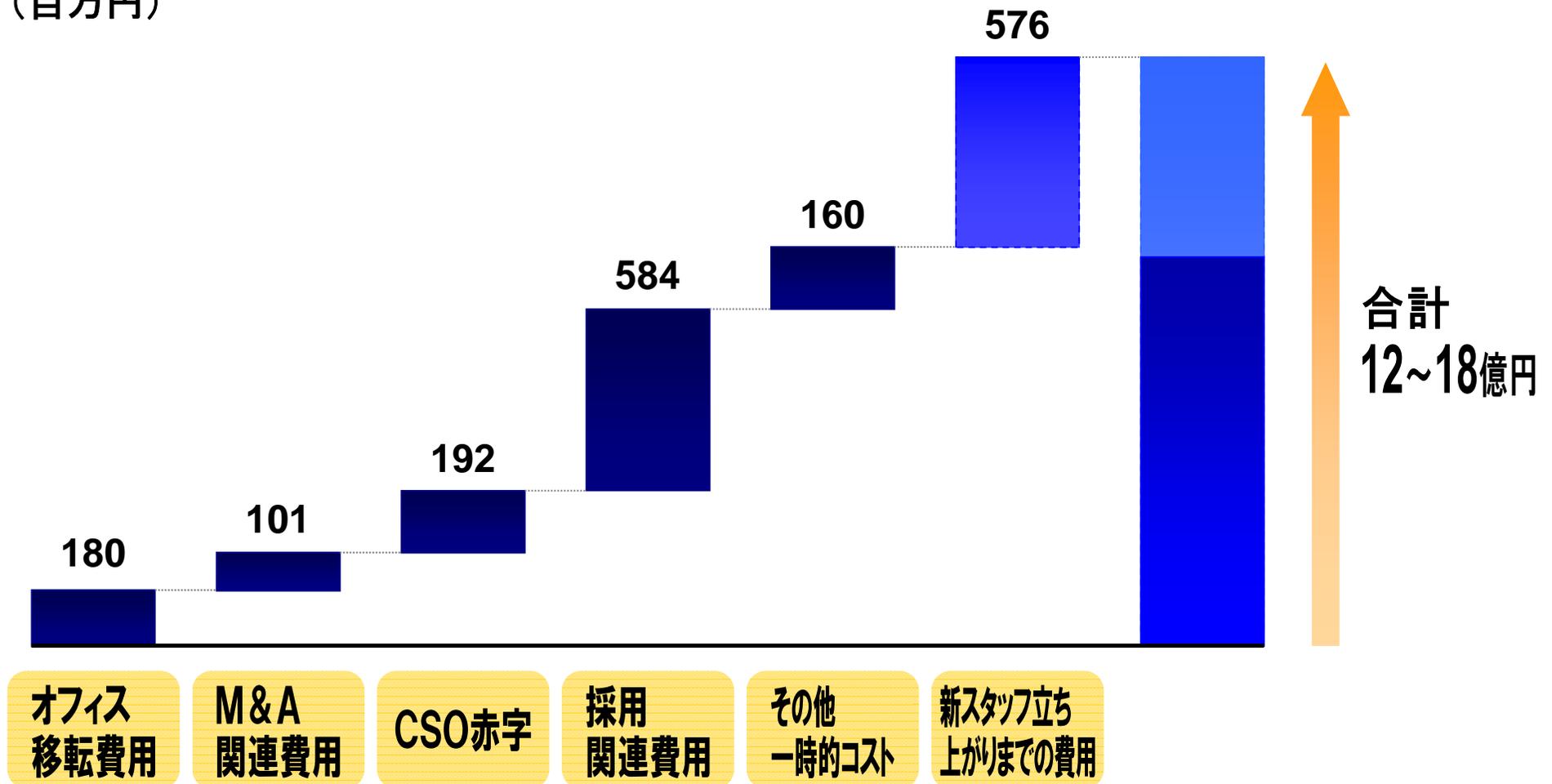
IFRSベース

(百万円)

		FY2013	FY2014	前年比
医療ポータル	売上収益	20,025	22,436	+12%
	利益	1,1035	12,890	+17%
エビデンスソリューション	売上収益	6,554	13,195	+101%
	利益	1,158	1,799	+55%
海外	売上収益	6,661	10,980	+65%
	利益	1,025	1,430	+40%
診療プラットフォーム	売上収益	2,912	2,818	▲3%
	利益	286	290	+1%
営業プラットフォーム	売上収益	96	1,255	約13倍
	利益	▲38	▲192	—
その他	売上収益	1,097	1,484	+35%
	利益	▲52	49	—

成長に向けた投資およびその他一時的なコスト

(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12~18億円程度。翌年度以降の収益貢献を見込む

事業の現況と方針

サマリー(1)

MR君 ファミリー

- 対前年比+12%の成長。MR君が堅調に拡大した他、ワンポイントeディテール等のスポット型サービスも好調に推移

キャリア事業

- 対前年比で売上は24%増、経常利益61%増。本丸の医師向けの人材紹介事業の売上が前年比43%増で成長を牽引

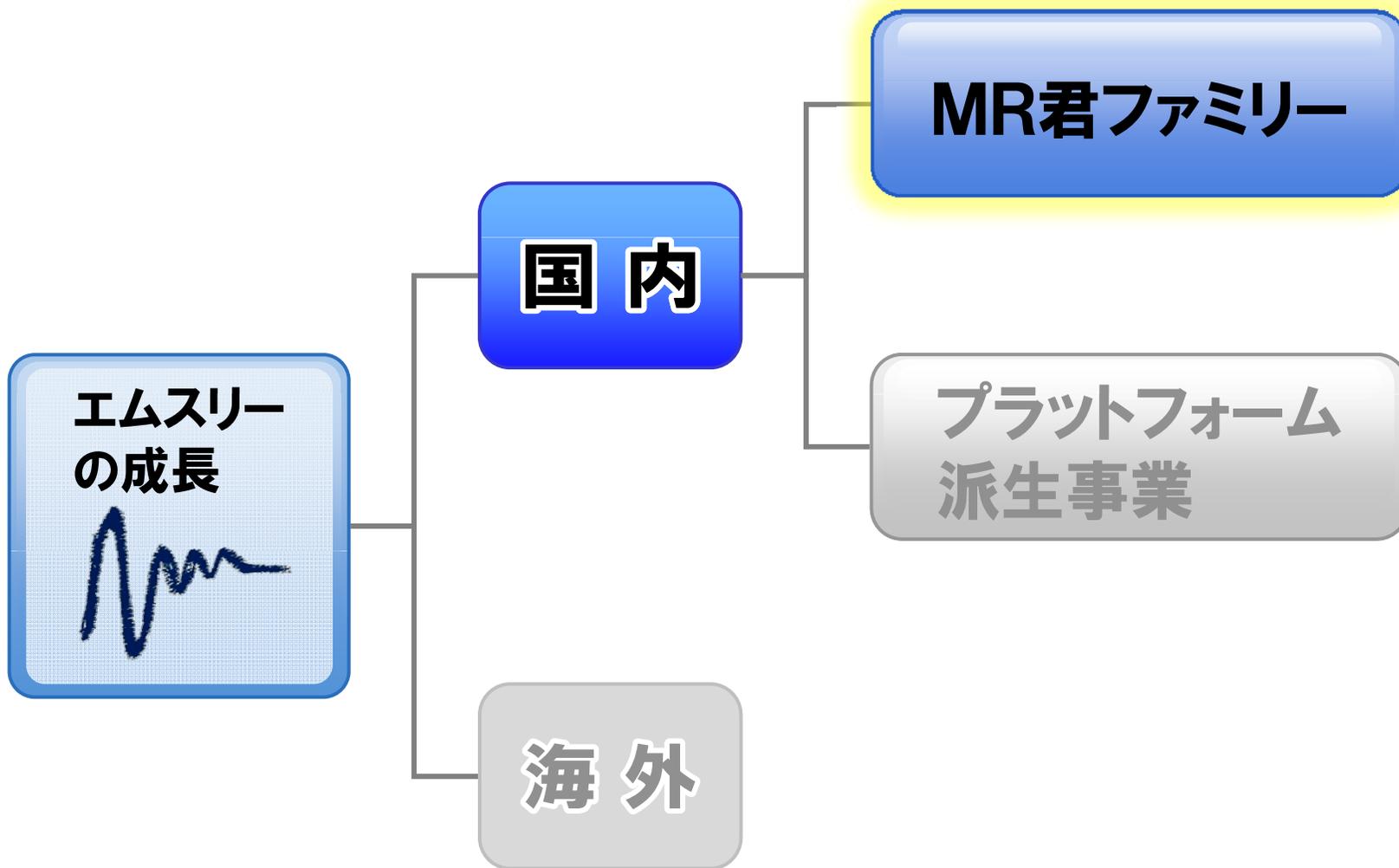
エビデンス ソリューション

- 対前年比で売上は101%増とほぼ倍増、セグメント利益も55%増。引き続き新規受注が堅調、受注残は192億円に拡大
- SMOのノイエスを子会社化。CROに続きSMOにおいても業界トップクラスの規模に
- IDAを子会社化。海外のバイオ医薬品企業を中心に、グローバル医薬品開発における日本及びアジアでの開発を支援

サマリー(2)

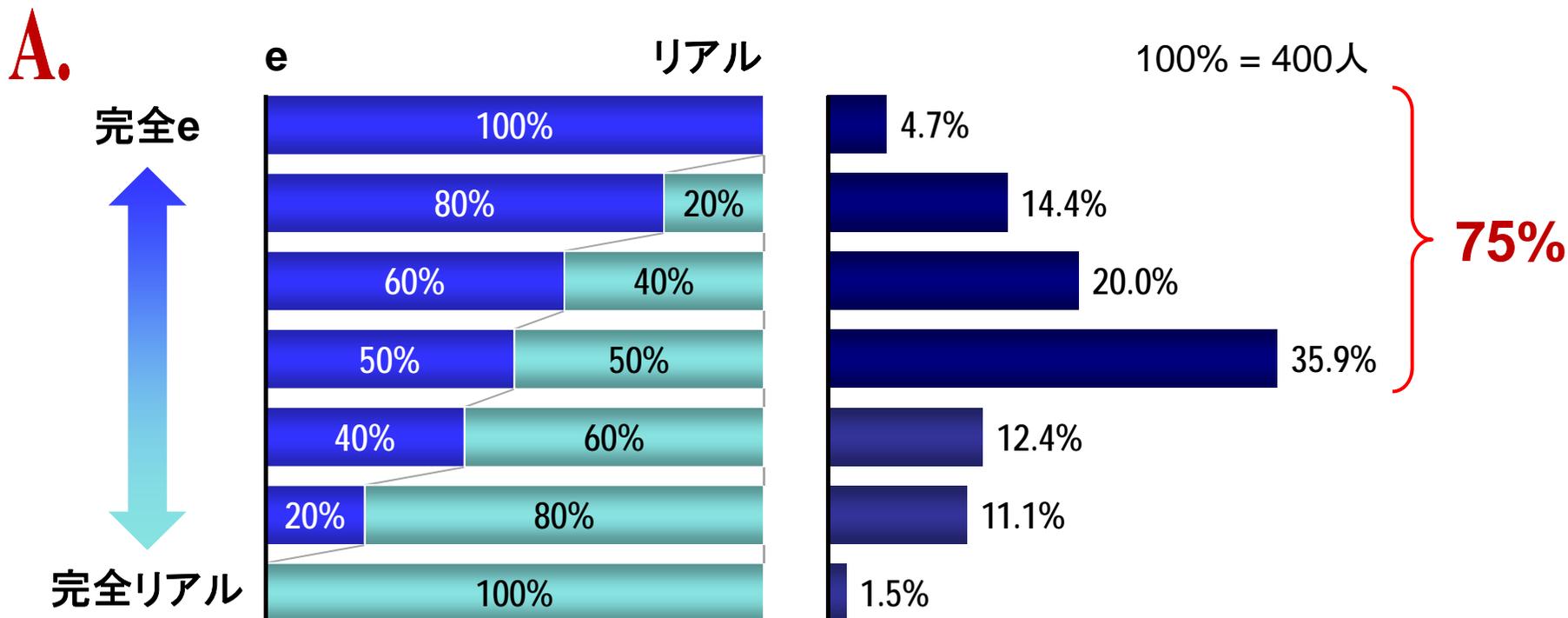
海外

- 対前年比で売上は65%増加し100億円を突破。セグメント利益は対前年比40%増加し約14億円。事業を行う米、英、中、韓すべての国で黒字
- 米国： Practice Match社とNEPRCの買収により医師転職事業に本格的に参入
- 中国： MR君の契約薬剤数は3剤となり順調



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？

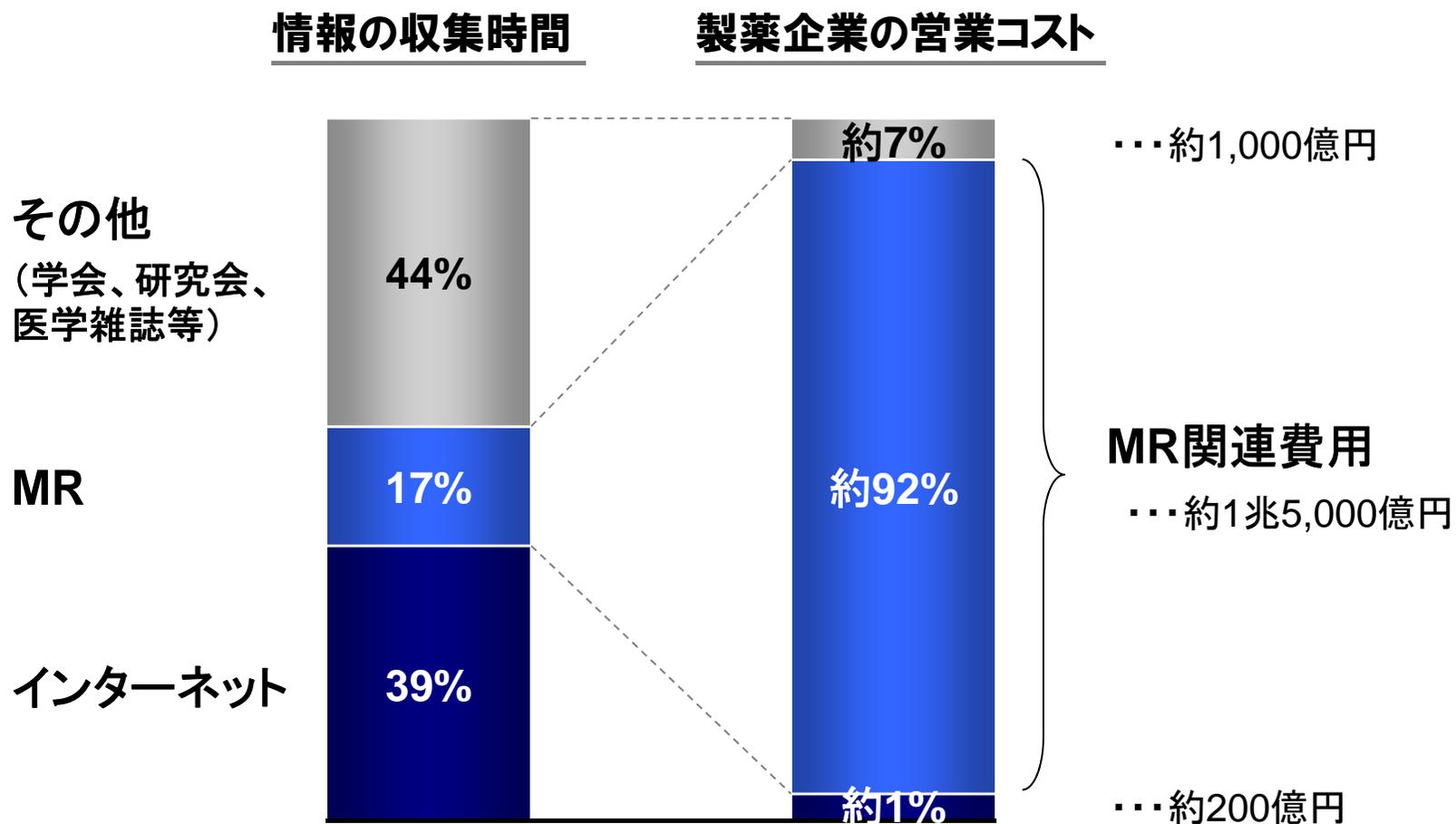


👉 多忙な医師には、都合の良い時間を選べるeディテールへのニーズは高い

* 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10クライアントの平均売上は対前年同期比で**15%以上**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

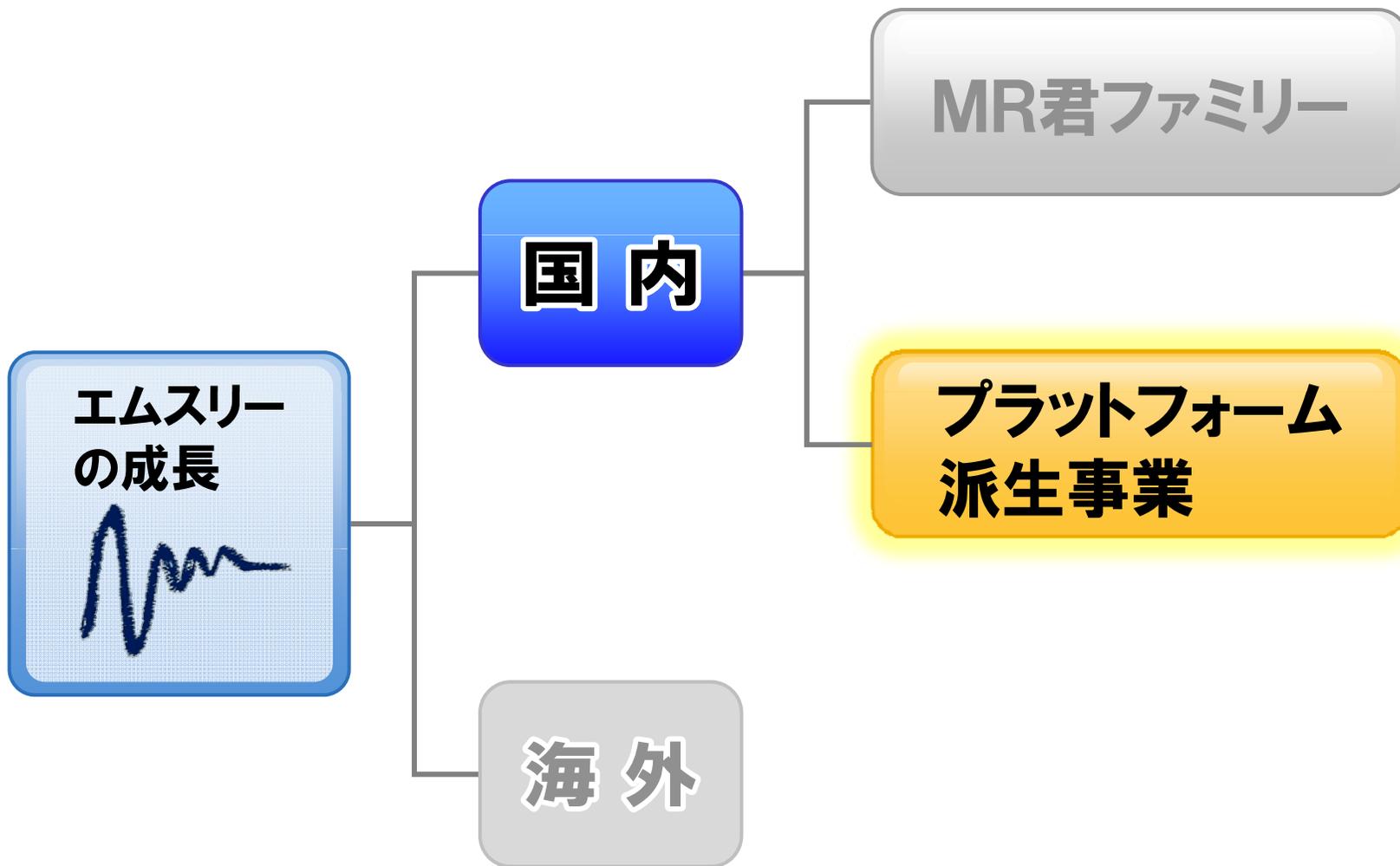
7,000万円
∩
8,000万円

44,000万円

10,000万円

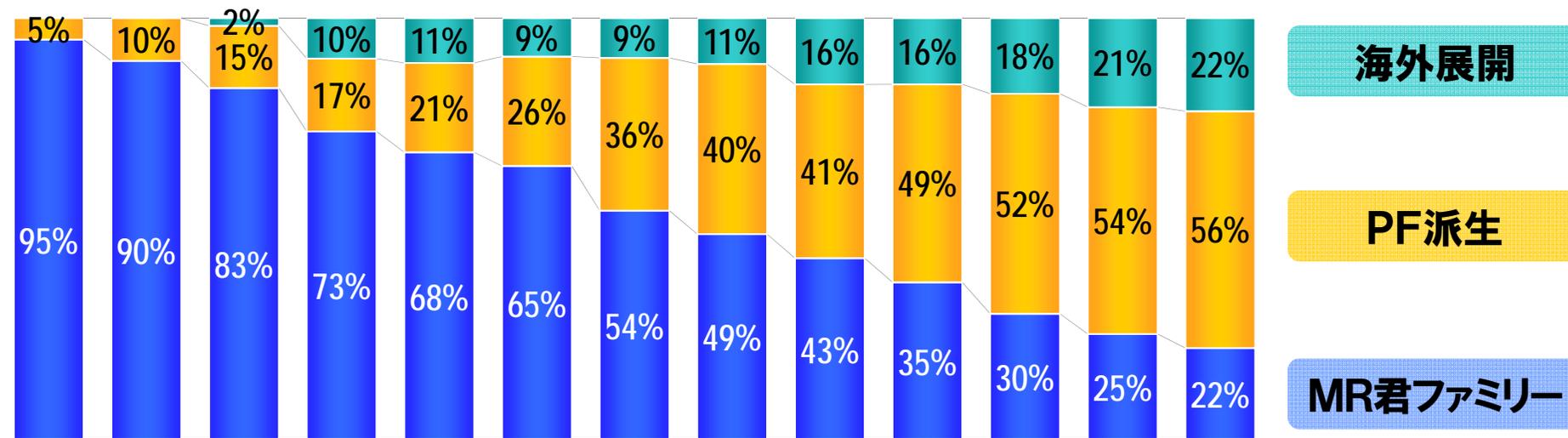
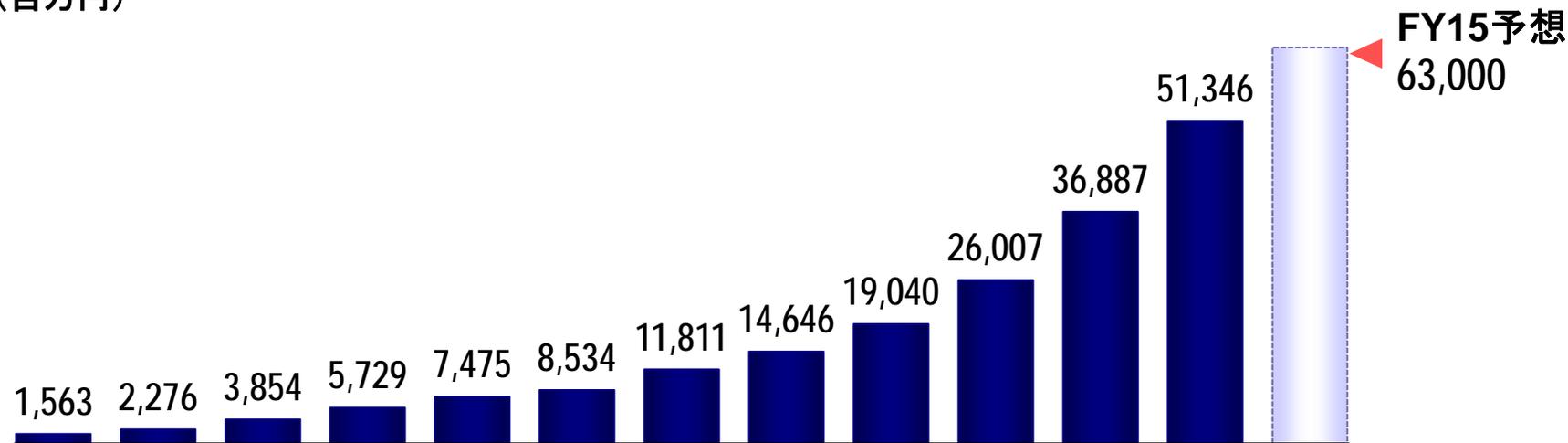
27,000万円

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

(百万円)



FY03 FY04 FY05 FY06 FY07 FY08 FY09 FY10 FY11 FY12 FY13 FY14 FY15 予

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400億円を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、不必要
な医療コストを1円でも減らすこと」**

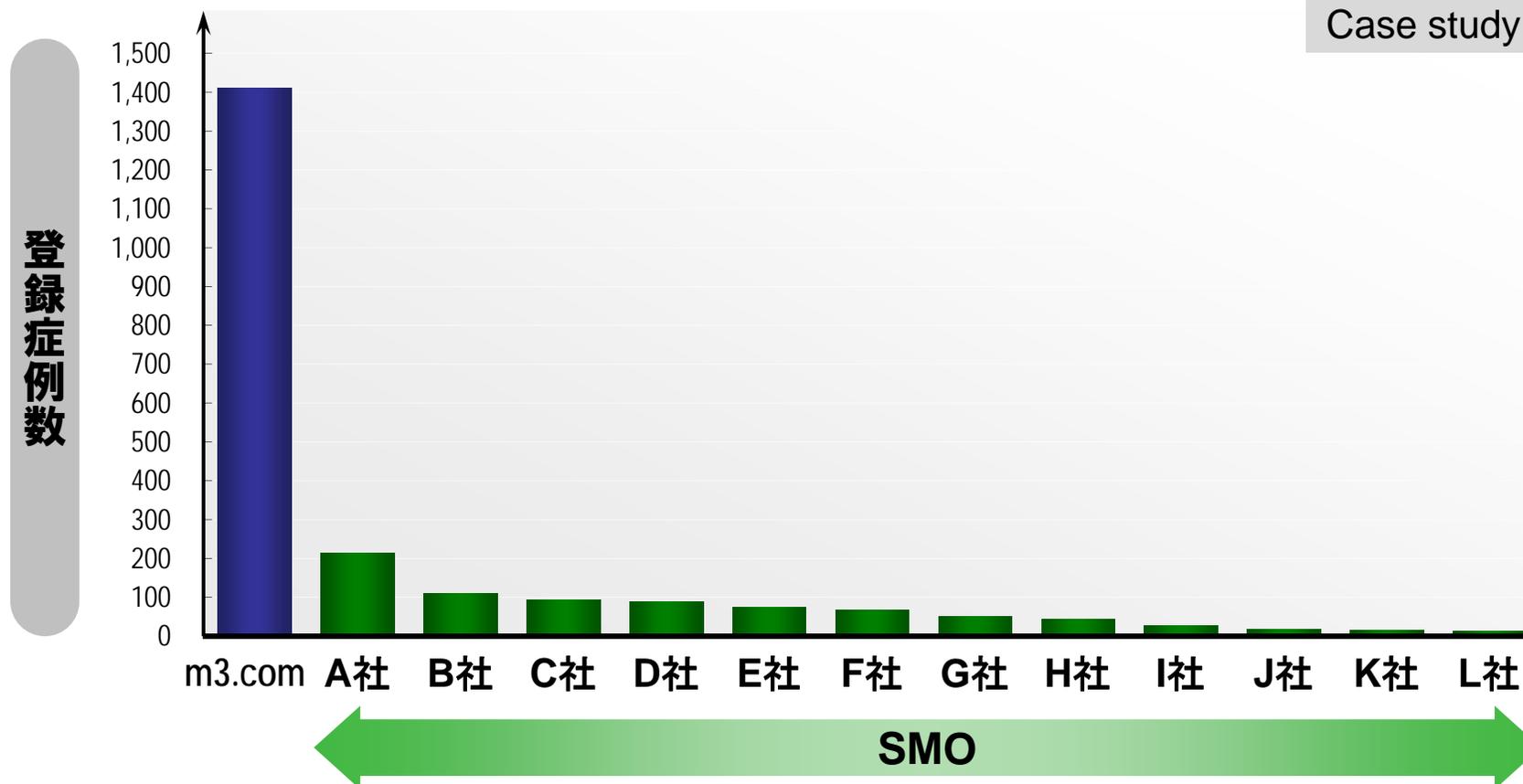
これまでの
10年間

「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。

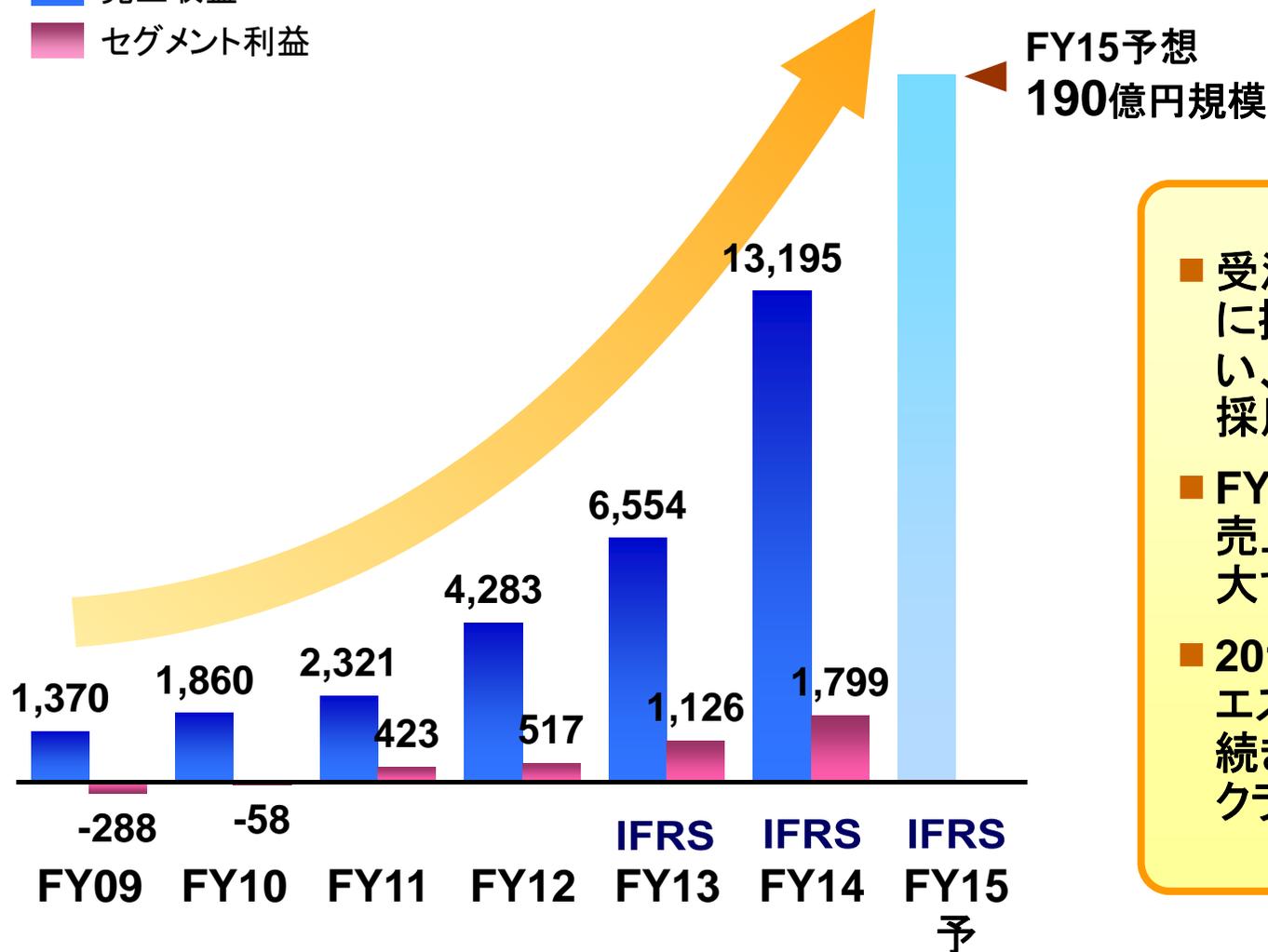
エビデンスソリューションセグメント業績推移

1 治験

(百万円)

IFRSベース

■ 売上収益
■ セグメント利益



FY15予想
190億円規模

- 受注残は192億円と堅調に拡大。受注の拡大に伴い、先行投資的に人材を採用
- FY2015も成長を持続し、売上は190億円規模に拡大する見込み
- 2015年4月にSMOのノイエスを子会社化。CROに続き、SMOでも業界トップクラスの規模

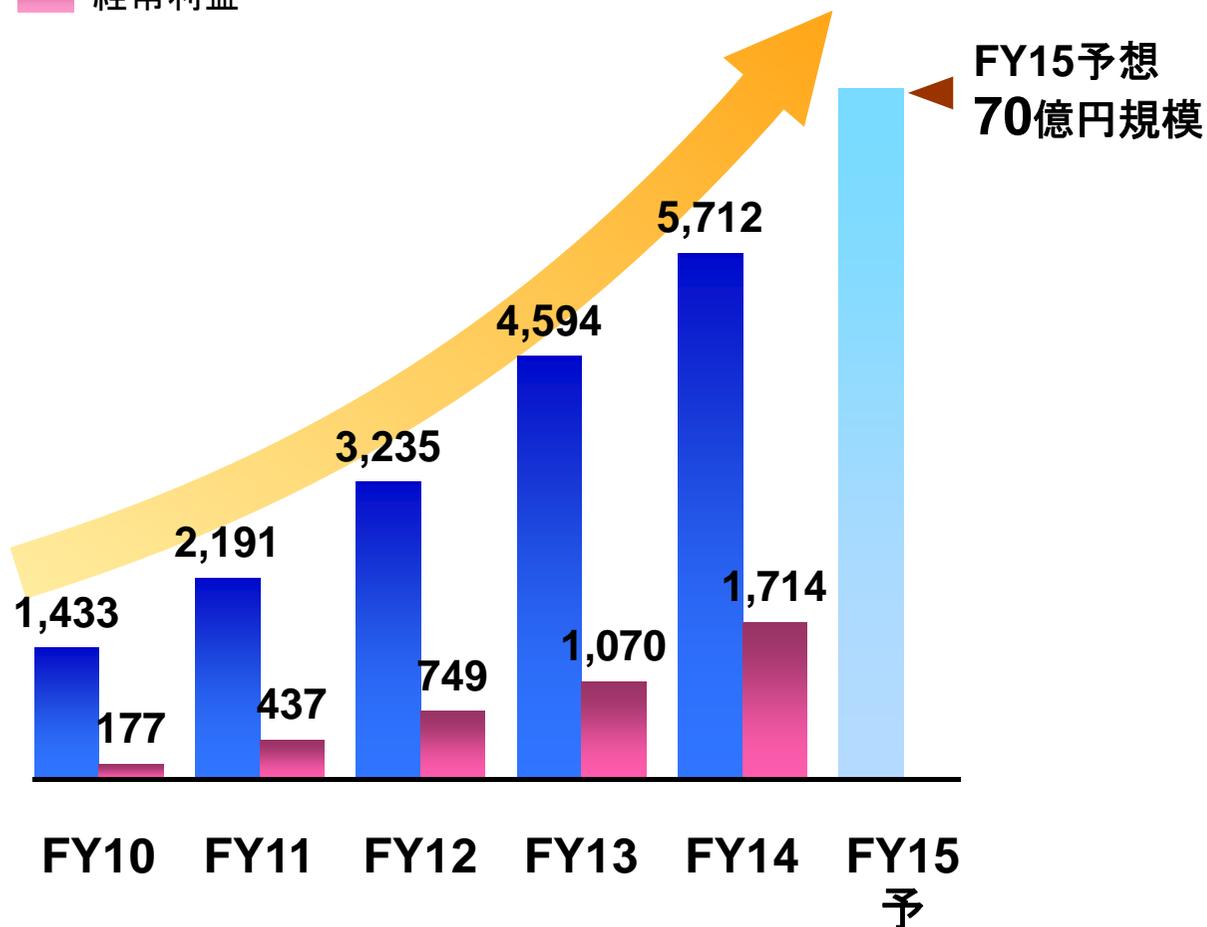
エムスリーキャリア業績推移

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
- FY2014は医師向けの人材紹介事業が成長し、利益率も上昇
- 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



サービスの概要

- 企業がもつ健康によい商品に対し、医師が客観的に評価
- 一定の評価を得られた商品を認定

紹介サイト: AskDoctors総研

<https://www.askdoctors.jp/labs/>

主な採用企業、商品（15商品以上に認定済み）

SUNTORY



胡麻麦茶

Otsuka 大塚製薬



POCARI SWEAT

kao

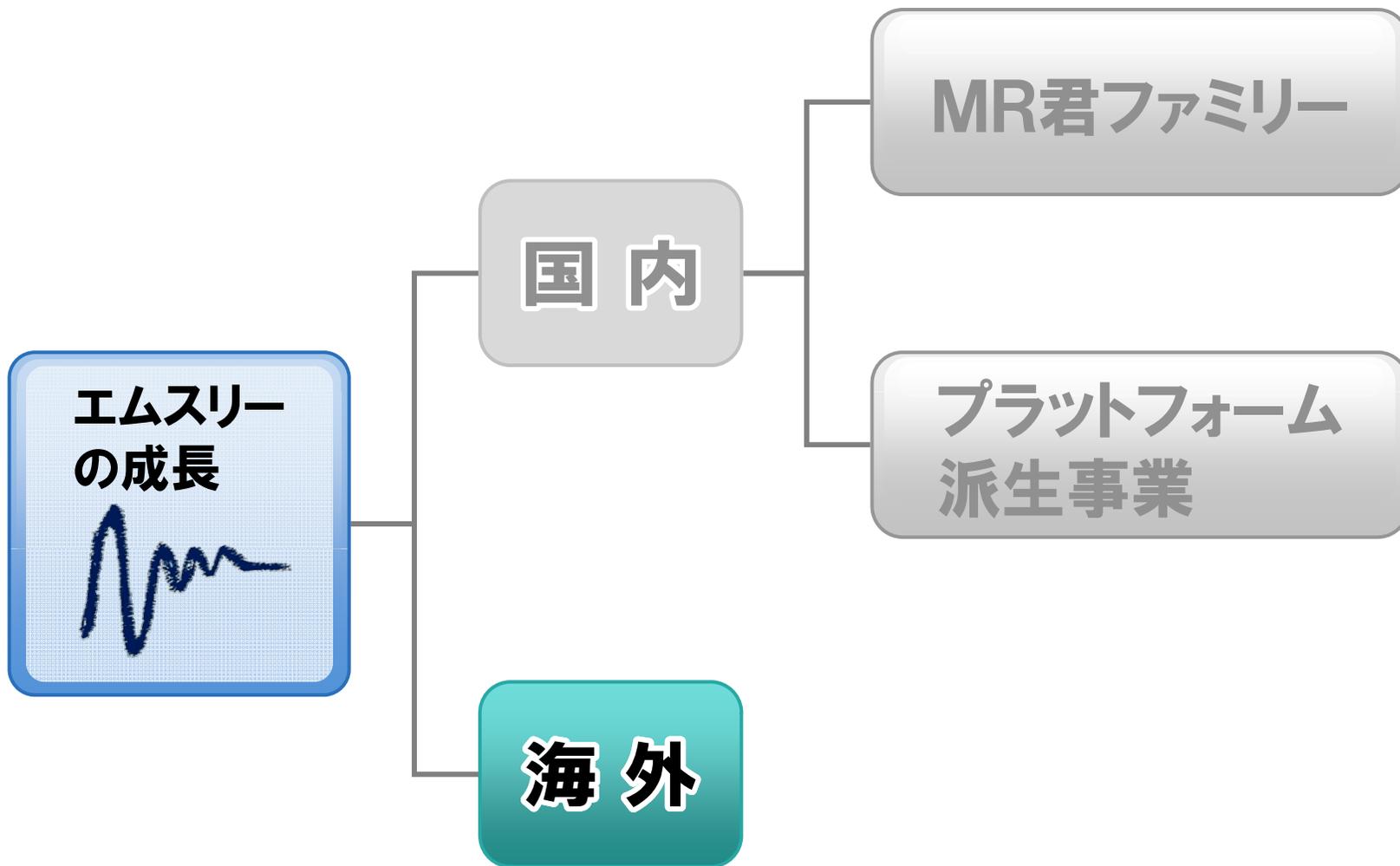


リセッシュ 除菌EX Plus

森永乳業

DUSKIN®
喜びのタネをまこう
Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO®
JINS PC®
セキスイハイム®

👉 食品表示法の改正の影響もあり、テレビ等でのメディア露出が増加。
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

The screenshot displays the MDLinx website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Home', 'Your Messages (23)', 'Smartest Doc', 'Physician Jobs (365)', 'Clinical Trials', 'More', 'Other Specialty', and 'Article Search'. The main content area is divided into several sections:

- Oncology News & Articles:** A section for the latest in oncology clinical literature, mentioning peer-reviewed journals and topics like breast, hematologic, thoracic, gastrointestinal, and genitourinary cancers.
- Your Unread Messages in Oncology:** A section for industry-sponsored communications and special communications from MDLinx, featuring 'Smartest Doc Challenge' and 'Top Read' articles.
- Market Research Dashboard:** A section for users to track their profile completion (6% in the image) and earn honoraria for participating in market research studies.
- Upcoming Clinical Trials:** A section listing various clinical trials, such as 'Circulating Tumor Cells (CTCs): A Potential Screening Test for Clinically Undetectable Breast Carcinoma' and 'International Cooperation for Post-Chernobyl NIS Thyroid Tissue and Data Banks'.
- Clinical Pearls in Oncology:** A section for clinical pearls, including a note about the ZORO study and the impact of ER-positive, node-negative breast cancers.
- Highlights in Oncology:** A section highlighting 'VEGFR-1 is a prognostic marker for HCC'.

■ 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

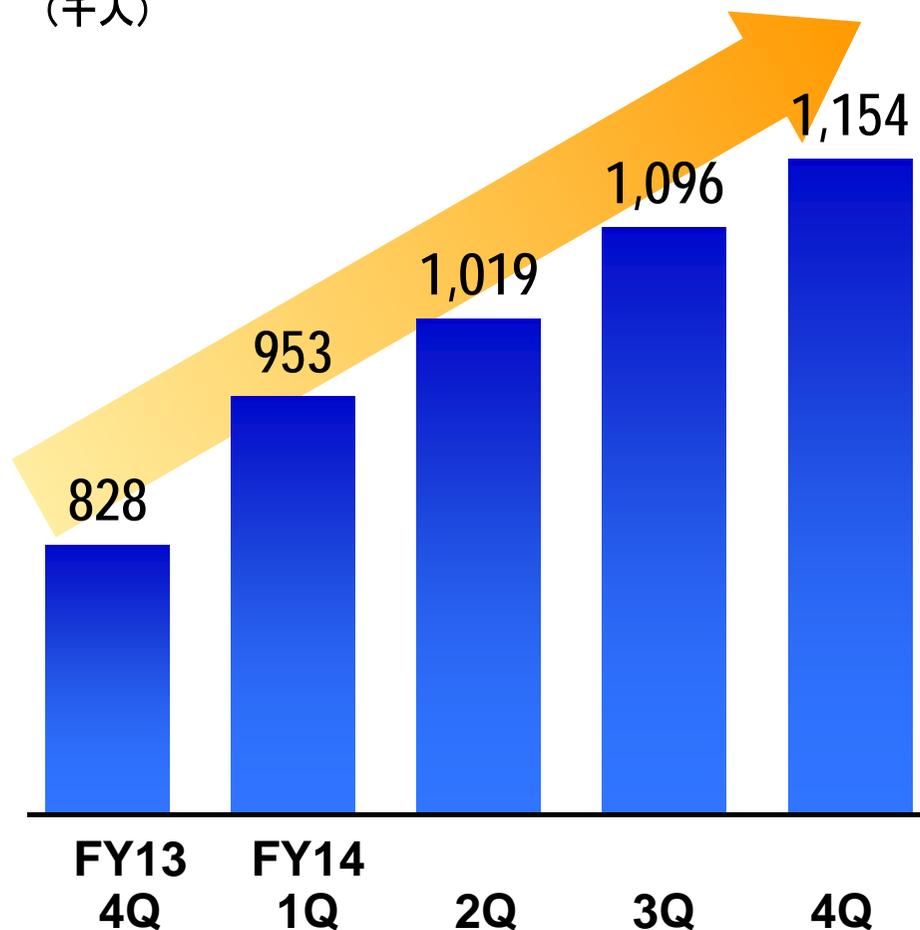
■ Practice Match社、NEPRCと相次いでM&Aを行い、米国でのキャリア事業に本格参入。日本におけるエムスリーキャリアのノウハウを活用し、事業展開を加速

■ 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50万人のアーセットの事業化も今後検討

中国での展開

医師会員数の推移

(千人)



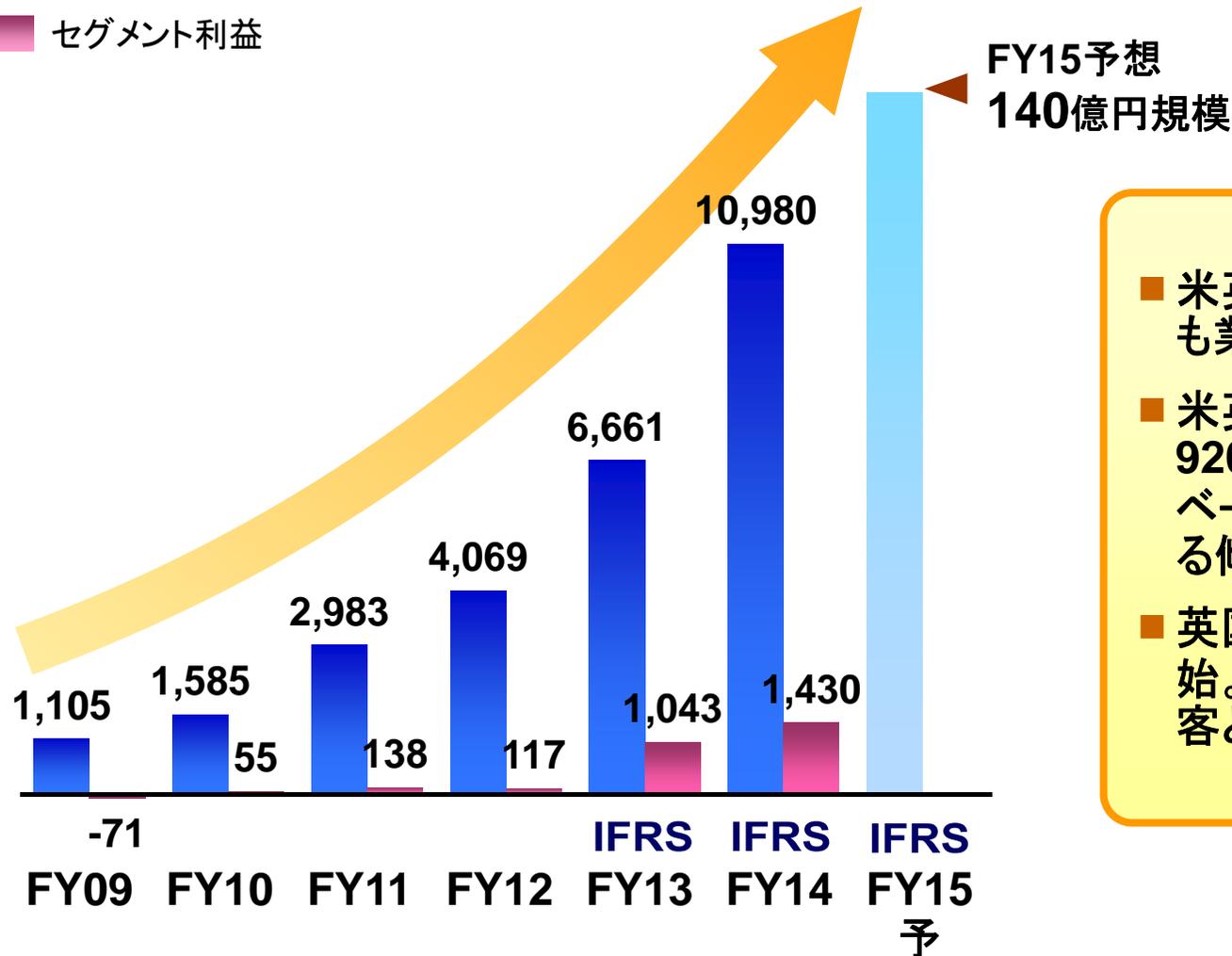
- 運営するサイトの医師会員数は100万人を超え、中国における医師のカバー率は約50%
- 医師プラットフォームの拡大に合わせて製薬会社向けマーケティング支援サービスや調査サービスが拡大
- 4Qは季節性に加えて仕掛品の評価を見直したため赤字
- 中国版MR君は3薬剤を受注済。さらに4薬剤で採用予定で順調

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920百万円。現地通貨ベースでの成長も加速する傾向
- 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

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年度の業績予想

2015年度：主要事業の展望（1）

MR君 ファミリー

- 幅、深さとも次のレベルに進化
 - － 幅： MR君に加え、周辺サービスも順調に拡大、幅広い医薬品の多様なマーケティングニーズに対応
 - － 深さ： 医薬品単位ではなく、製薬企業全社の営業・マーケティングを包括的にサポートする戦略提携の拡大

キャリア事業

- 医師、薬剤師向けの転職支援事業の双方において、国内圧倒的No.1のポジションを確立

エビデンス ソリューション

- ノイエスの子会社化によりSMOにおいても国内トップクラスのプレーヤーとなり、CRO＋SMO＋M3の差別化されたサービスにより受注がさらに拡大見込み
- 190億円を超える受注残と好調な引き合いを背景に成長を継続

2015年度：主要事業の展望（2）

海外

- 全ての地域で各サービスが順調に拡大
 - － 米国：
 - 調査サービス、製薬会社向けマーケティング支援サービスに加え、医師向け転職支援サービスが3本目の柱に
 - － 英国、中国：
 - 新たに開始したMR君サービスの利用が拡大し、サービスとして定着

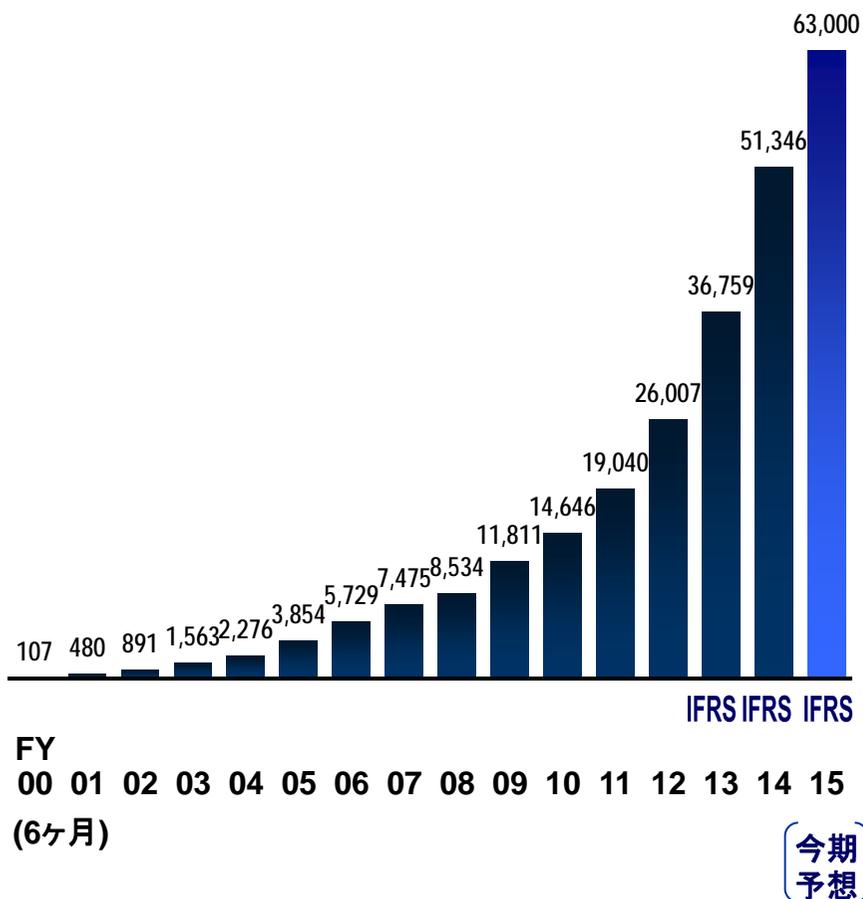
新規

- ゲノムサービスを開始予定

エムスリーの業績推移

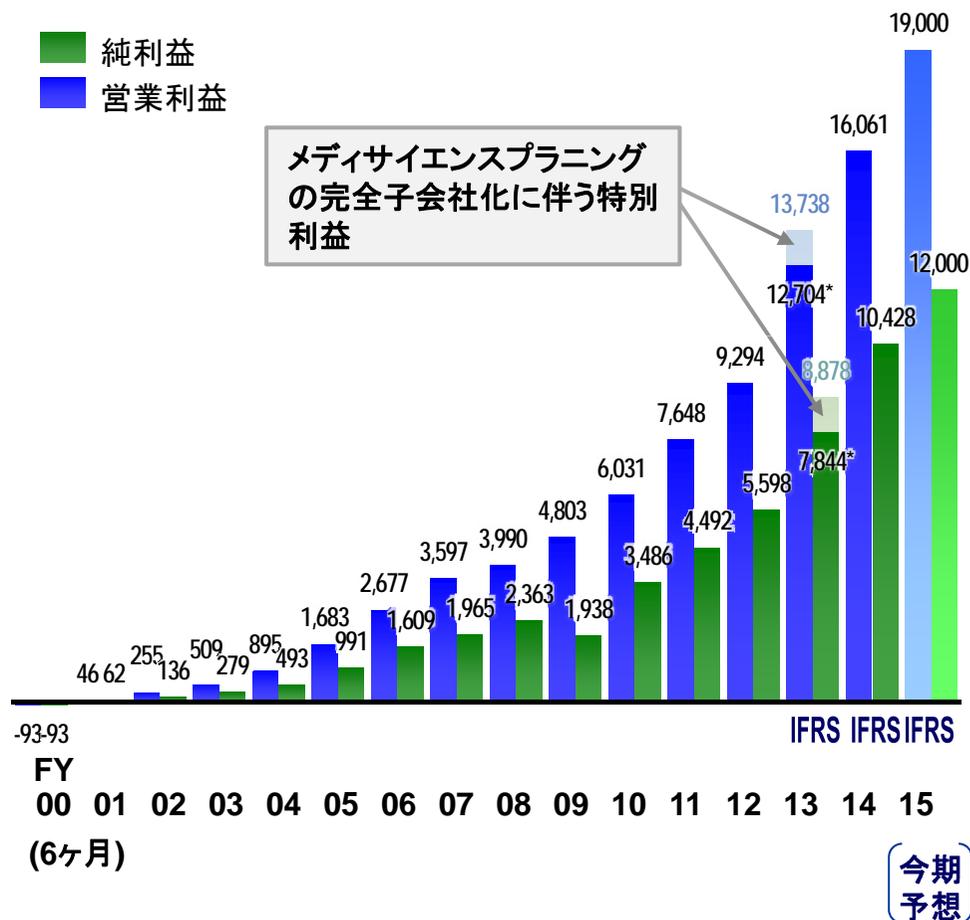
売上収益

(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

2015年度予算の考え方

トップライン

- 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500人を採用
 - エムスリー： 80人
 - キャリア： 100人
 - CRO： 150人
 - E武装MR： 120人
(メディカルマーケター) など
- M3マーケティングは2億円の先行投資赤字見込み
- アドバイザリーフィー等、M&A関連費用を3億円計上
- オフィス移転、拡張費用として50百万円の費用を計上

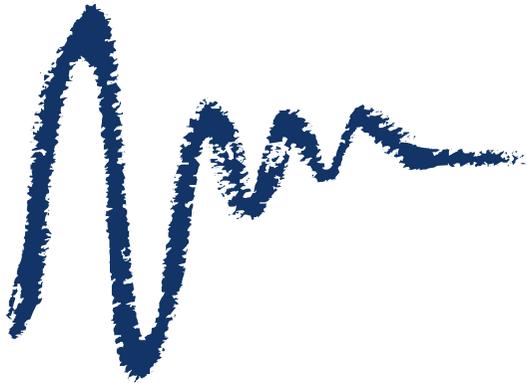
目指すは医療界の変革と新付加価値の創造

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