

日本メディカルネットコミュニケーションズ株式会社

～ 2011年5月期第3四半期決算説明資料～

本資料には、日本メディカルネットコミュニケーションズ株式会社（以下、当社）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、本資料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)のもとになされています。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。

本資料に記載されている当社以外の企業等に係る情報は、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等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。

日本メディカルネットコミュニケーションズ株式会社

会社概要



- 会社名：日本メディカルネットコミュニケーションズ株式会社
- 事業内容：ポータルサイト運営、SEM、HP制作・メンテナンス、その他事業
- 所在地：（本社）東京都渋谷区幡ヶ谷1-34-14 宝ビル7階
（西日本支社）大阪府大阪市中央区南船場2-10-12 砂糖会館ビル2階
- 代表者：代表取締役社長 早川 亮
- 役員：取締役6名、監査役3名
- 従業員：47名（2011年2月28日現在）
（コンテンツ事業部25名、ソリューションセールス事業部16名、管理部6名）
- 設立：2001年6月
- 資本金：280百万円
- 主要株主：早川亮、エムスリー(株)

当社の沿革

- 2000年 4月 当社代表取締役社長早川亮が「健康」・「からだ」・「美」に関する情報のインターネットでの発信を目的として日本インターネットメディアセンター（当社前身）創業
ポータルサイト運営事業・ホームページ制作事業開始
医療系総合ポータルサイト「からだネット」リリース
- 2000年 9月 インプラント専門ポータルサイト「インプラントネット」リリース
- 2001年 6月 日本インターネットメディアセンターを法人化し、日本メディカルネットコミュニケーションズ株式会社を設立
- 2002年 2月 歯列矯正治療専門ポータルサイト「矯正歯科ネット」、審美歯科治療専門ポータルサイト「審美歯科ネット」リリース
- 2005年 4月 美容・エステ分野ポータルサイトの運営を開始し、「エステ・人気ランキング」リリース
- 2006年 1月 関西地方での顧客拡大に対応するため、大阪支社（現西日本支社）を開設
- 2006年 10月 ワンストップソリューションによる総合インターネットメディアを目指し、SEM事業開始
- 2007年 9月 歯科医師向けBtoBサイト事業化のため、ソネット・エムスリー株式会社（現エムスリー株式会社）と資本・業務提携
- 2008年 5月 「インプラントネットモバイル版」をリリースし、モバイル展開開始
- 2010年 1月 アメリカでの事業展開を目指し、インプラントネットUS版「Dental Implants Net」をリリース
- 2010年 12月 東京証券取引所マザーズ上場

経営理念

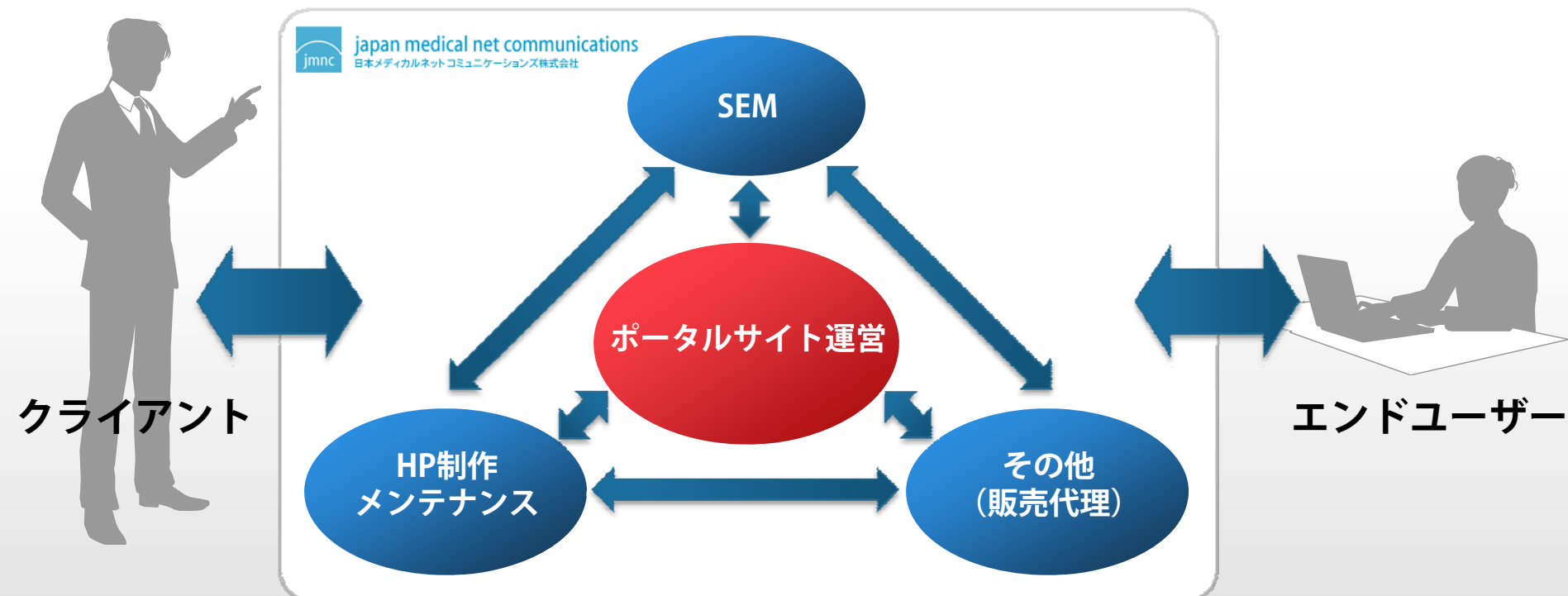
1. 「からだ」・「健康」・「美」に関する適切な情報をインターネットを通じて発信することにより事業者と消費者のコミュニケーションツールとなることで、人々の生活・文化に貢献します。
2. 「変化なくして進歩なし」を胸に秘め、未来へ挑む勇気と情熱をもって現状に満足することなく、新たな価値を創造し、社会に貢献します。

事業テーマ

「からだ」・「健康」・「美」に関する情報を発信する専門ポータルサイトを、クライアント（歯科医院・エステサロン）の視点のみではなく、エンドユーザーの視点も取り入れ各専門分野の「普及」と「理解」をミッションとして、「公共性」「中立性」のある運営を目指しております。



事業の特徴



歯科医院等に対して、ポータルサイトへの広告掲載を中核にHP制作、SEMサービスまでインターネット広告のワンストップソリューションを提供

ポータルサイト運営事業 (1)

スポンサーエリア

- バナーエリア
- PRエリア

中立エリア

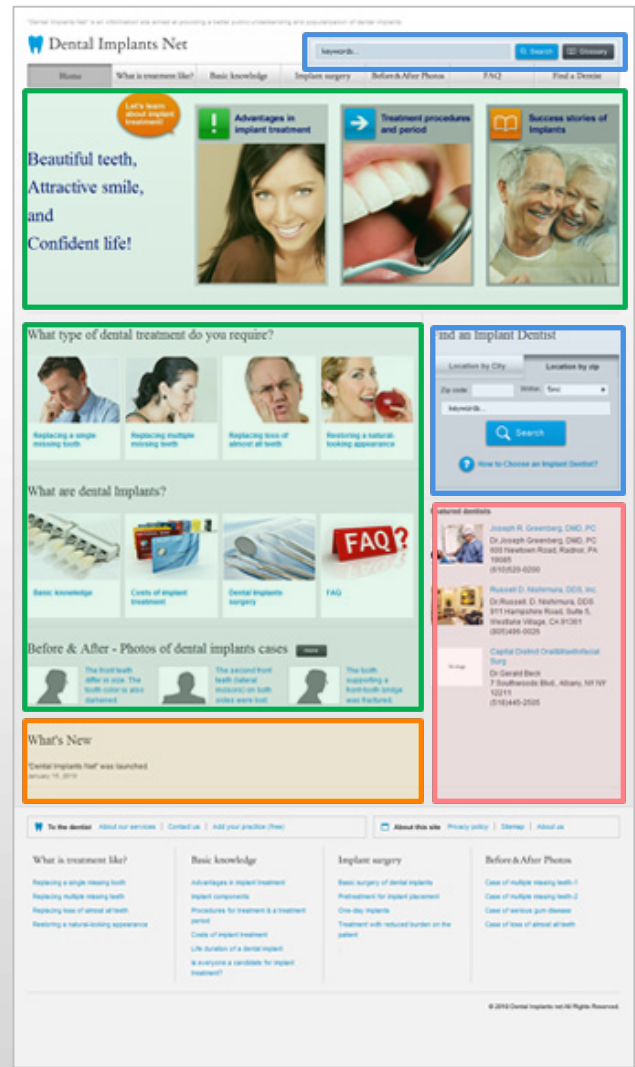
- コンテンツエリア
- ニュースエリア
- 検索エリア

- バナーエリア
- PRエリア
- ニュースエリア
- コンテンツエリア
- 検索エリア

【検索順位】
 「インプラント」で検索すると…
 YAHOO! 1位
 Google 1位
 (2011年2月末現在)



「インプラントネット」TOP PAGE
<http://www.implant.ac/>



「Dental Implants Net」TOP PAGE
<http://www.implants-dental.org/>

ポータルサイト運営事業 (2)

矯正歯科ネット 全国医院検索

目立たない矯正 従来より早い矯正

10月のおすすめランキングTOP5

サイト内検索

【検索順位】
「矯正歯科」で
検索すると…

YAHOO! 1位
Google 1位
(2011年2月末現在)

「矯正歯科ネット」TOP PAGE
http://www.kyousei-shika.net/

審美歯科ネット

審美歯科技術者カンファレンス

新会員募集

11月のおすすめランキングTOP5

【検索順位】
「審美歯科」で
検索すると…

YAHOO! 1位
Google 1位
(2011年2月末現在)

「審美歯科ネット」TOP PAGE
http://www.shinbi-shika.net/

SEOサービス

特定キーワードでの検索順位を上位表示させるサービス

- I. コンサルティング型
- II. 月次定額型
- III. 成功報酬型



リスティング運用代行サービス

検索結果ページやコンテンツページに表示されるテキスト広告の運用代行サービス

- YAHOO! JAPAN
(Yahoo!リスティング広告)
- スポンサーサーチ®
- インタレストマッチ®
- Google
(Google AdWords)
- 検索ネットワーク
- ディスプレイネットワーク

HP制作・メンテナンス事業

ホームページ制作／ホームページメンテナンス／ドメイン管理



「大阪インプラントセンター」
<http://www.osaka-ic.com/>



「OSI」(スタディグループ)
<http://www.osi-implant.com/>



「アストラテック株式会社」(世界TOP3インプラントメーカー)
<http://www.astratech.jp/>

その他事業

ワンストップの一環として、クライアントの多様なニーズに応えるため、広告出稿の販売代理店として様々な他社のサービスを販売

- ヤフービューティ・ヤフーヘルスケア
- 新聞折込広告

当社の強みと特徴

ポータルサイトの充実したコンテンツ
(エンドユーザーのニーズに対応)

高い専門性を有するワンストップソリューションサービスの提供
(クライアントニーズへの対応)

有料会員の契約継続によるストック型ビジネス
(安定的かつ高い収益力)

ポータルサイトの充実したコンテンツ

ライオンインプラントセンター

ライオンインプラントセンター
Lion Implant Center

インプラント治療のための
設備と装置を備えた
「独立型診療部」です。

院長：橋本 圭一
専攻：口腔顎顔面外科
専攻：口腔外科
専攻：歯周病治療
専攻：矯正治療
専攻：小児歯科
専攻：口腔がん科
専攻：口腔顎顔面外科
専攻：口腔外科
専攻：歯周病治療
専攻：矯正治療
専攻：小児歯科
専攻：口腔がん科

コンテンツ紹介
クリニカルレポート
クリニカルレポート
クリニカルレポート
クリニカルレポート

動画を用いた医院紹介

IMPLANT NET

インプラントとは 治療の流れや費用など、インプラントの基礎知識

インプラントとは 治療の流れや費用など、インプラントの基礎知識

インプラントとは 治療の流れや費用など、インプラントの基礎知識

インプラントとは 治療の流れや費用など、インプラントの基礎知識

インプラントとは 治療の流れや費用など、インプラントの基礎知識

インプラントとは 治療の流れや費用など、インプラントの基礎知識

家庭の医学（歯科版）

インプラントネット

インプラントネット検索

インプラントネット検索

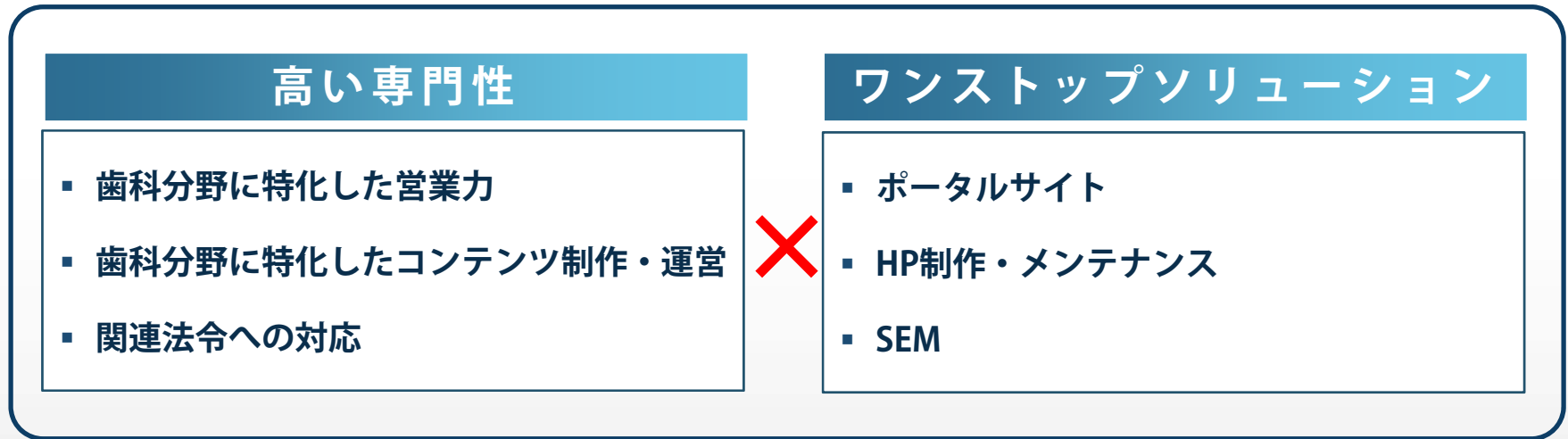
インプラントネット検索

インプラントネット検索

インプラントネット検索

インプラントネット検索

ユーザーフレンドリー
(歯科医師への無料相談)



**高ROIを実現する
集客コンサルティング**

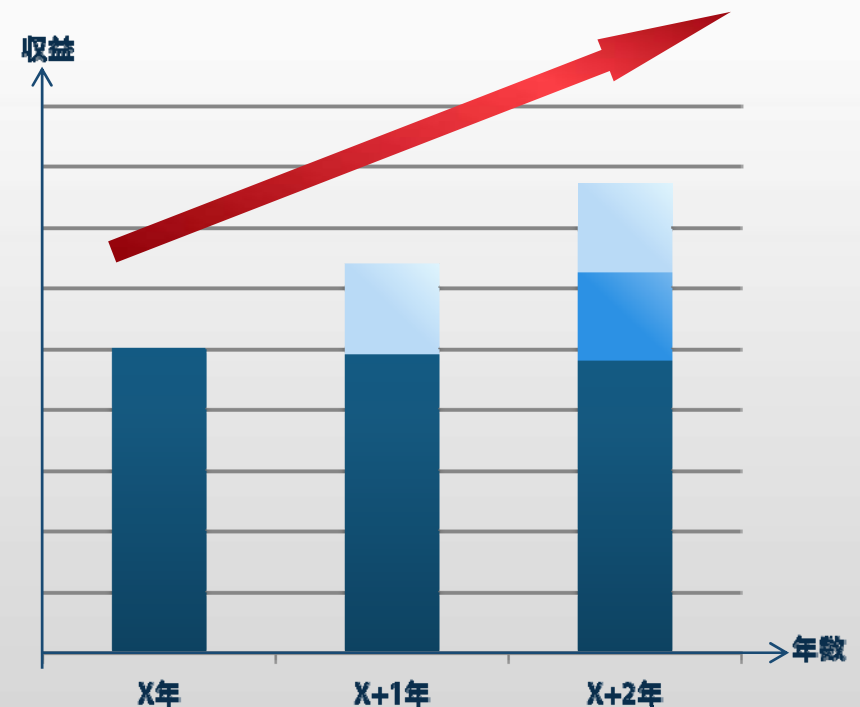
歯科医院等と原則として12カ月の継続契約（自動更新）を締結

◆ 高い契約継続率の背景

売上（集客）に直結するサービス

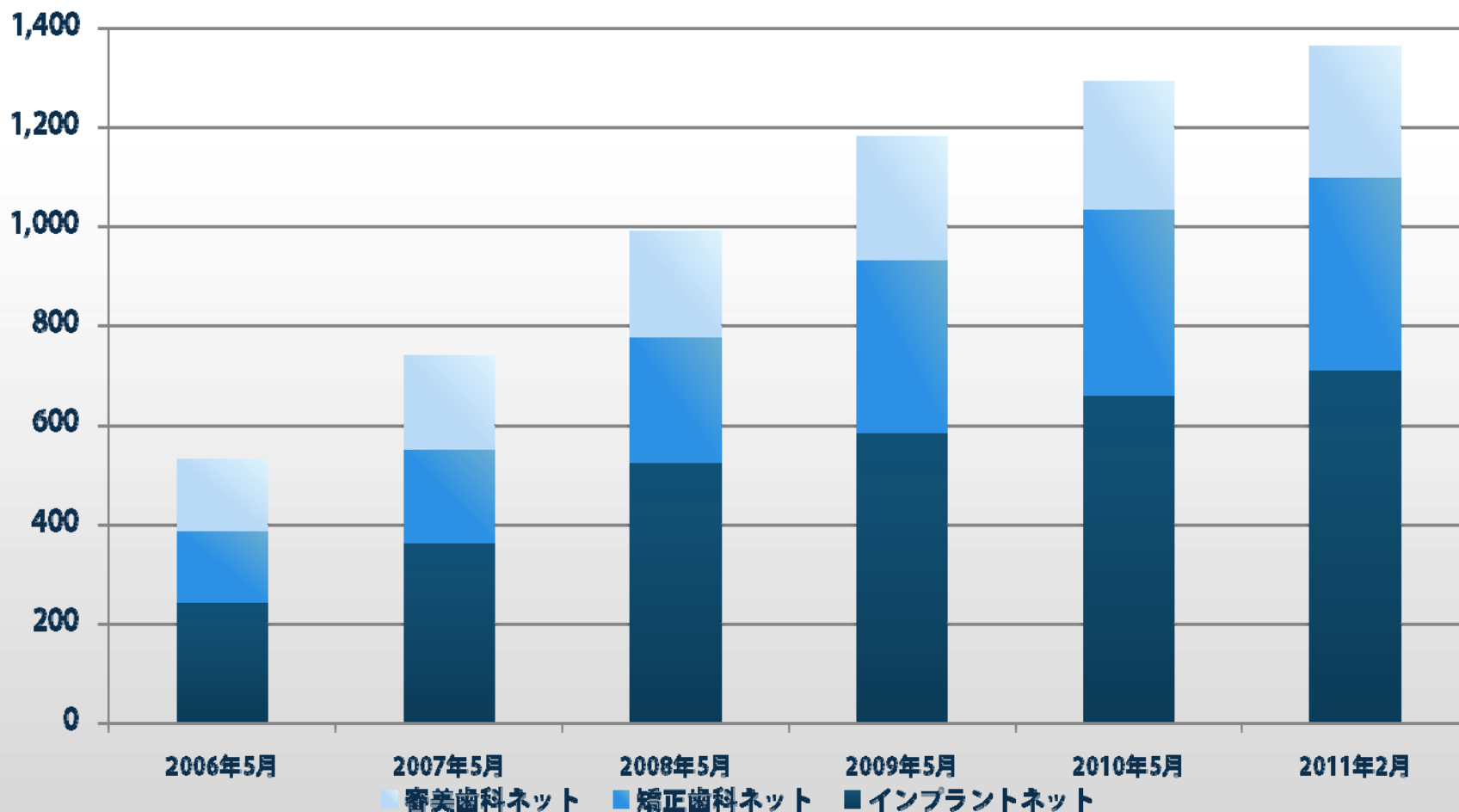
きめ細やかなコンサルティング

SEMやHP制作等までインターネット広告の
ワンストップソリューション



有料会員によるストック型ビジネス（２）

インプラントネット、矯正歯科ネット、審美歯科ネットの有料会員数の推移

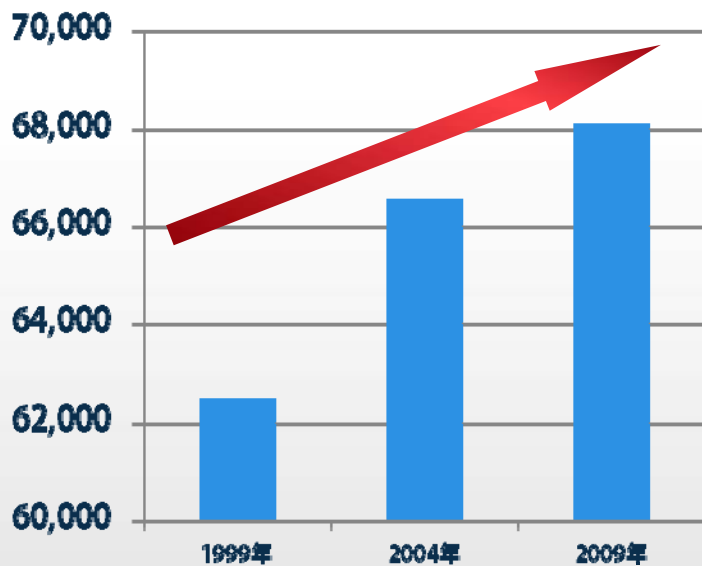


(注) 各ポータルサイトの会員数は、ひとつの歯科医院による各ポータルサイトへの会員登録が可能であるため重複している場合があります。

今後の成長戦略

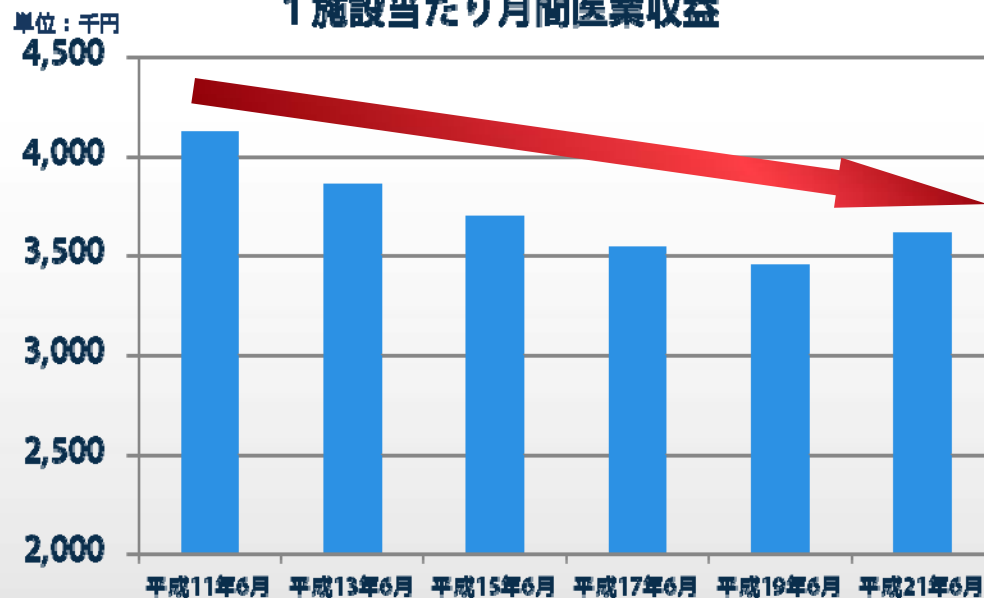
歯科医院は過当競争状態

歯科診療所数の推移



【参照：厚生労働省「医療施設調査」】

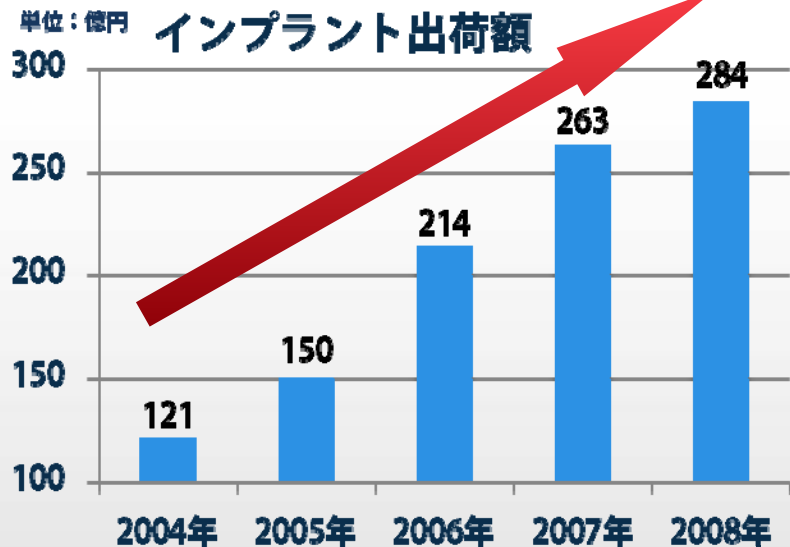
1施設当たり月間医業収益



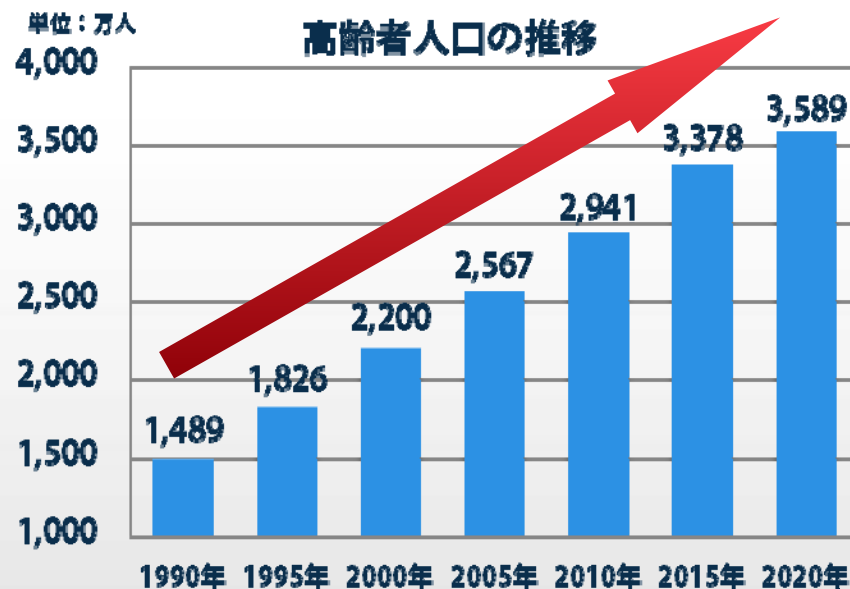
【参照：厚生労働省「医療経済実態調査」】



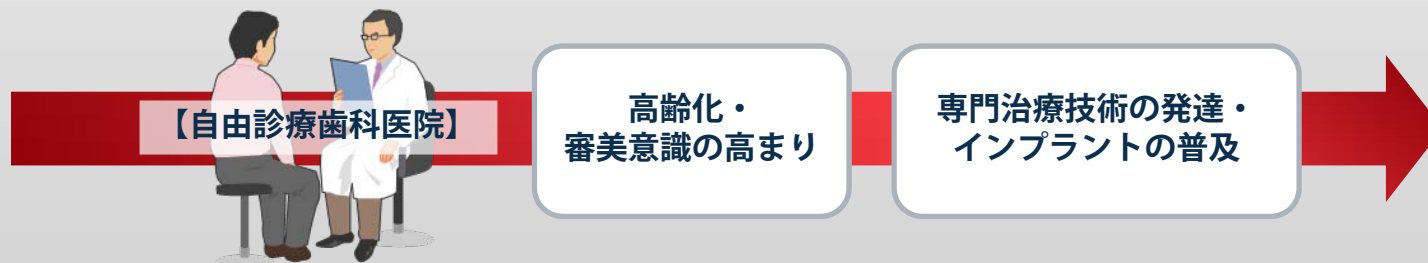
インプラントの認知度向上と高齢化の進展により歯科自由診療市場規模は拡大へ



【参照：厚生労働省「薬事工業生産動態統計年報」より算出】



【参照：内閣府「平成22年版高齢社会白書」】



歯科医院のIT化の遅れ 歯科医院のマーケティングの変化

ホームページの開設率：約25%※
インターネット接続環境：約38%※

※ (社) 東京都歯科医師会「平成20年度 歯科医業経営総合調査」を基に当社推計

IT化の遅れ

歯科医院の
マーケティング
の変化

交通広告・
タウンページ中心

ネット
マーケティング

インターネット広告の優位性

- (1) 医療広告規制適用外^(注)
- (2) 高いROI
- (3) 効果測定可能etc.

(注) インターネット以外の広告は、医院名、住所、電話番号等の基本情報しか記載できないが、インターネット広告は、広報という位置づけであるため、記載できる情報の質と量が圧倒的に多い。

既存事業

顧客数の拡大

顧客単価のアップ

新規事業

BtoBサービスの新ポータルサイト

アメリカでのインプラントネット運営

顧客数の拡大（エリア）



営業体制・人員の強化



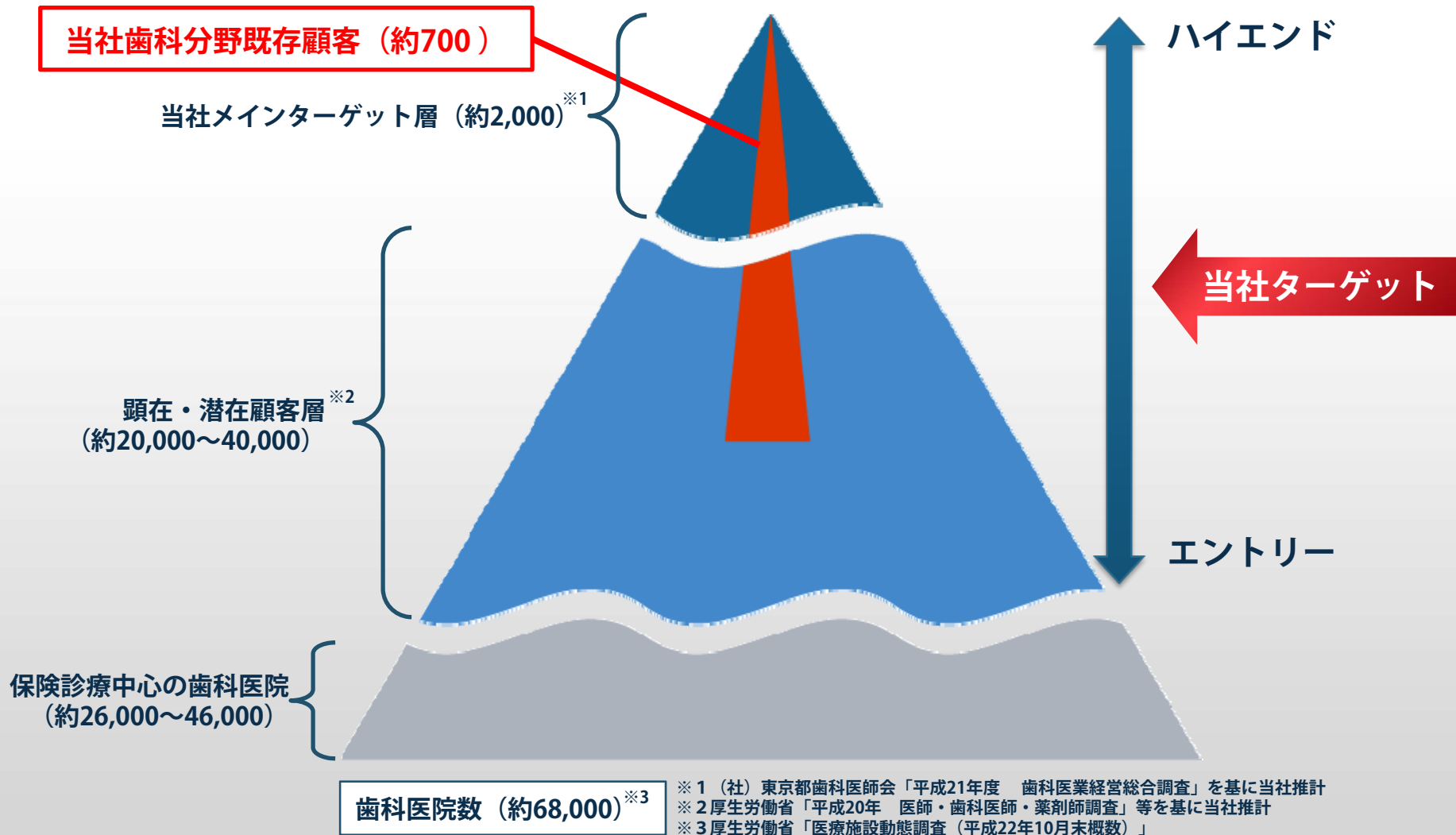
地方中核都市への展開



顧客拡大

顧客数の拡大（サービス）

エントリーからハイエンドまで、幅広いサービスラインナップにより顧客拡大



クロスセルによる顧客単価アップ



医院紹介HPと治療専門サイト



BtoBサービスの新ポータルサイト

歯科医院と歯科関連企業をつなぐBtoBポータルサイトの開発

◆エムスリー(株)との提携によるBtoBポータルサイト



◆自社BtoBポータルサイト



既存事業での運営ノウハウ及び顧客基盤を活かし、早期に収益化

歯科治療の先進国アメリカ市場をターゲット

2010年1月US版
インプラントネット

「Dental Implants Net」リリース

2011年2月現在、
コンテンツ追加、
SEO対策実施中

2013年本格的
営業展開開始

◆日本とアメリカの歯科マーケットの比較

	人口	歯科医師数	歯科医療費	定期受診率
日米の比較	約2.4倍	約1.5倍	約2倍	約3.4倍

◆アメリカに歯科医院検索ポータルサイトがない理由

民間保険制度

歯科医院指定

集客・広告の
認識希薄

日本での実績・ノウハウをもとに
アメリカでも歯科ポータルサイトのONLY ONEを目指す

収益基盤の確立と今後の方針

安定的な収益基盤の構築

IPOによる成長原資の獲得

顧客基盤の拡大と新規事業の確立

“強み”の確立

ポータルサイトの充実したコンテンツ
(エンドユーザーのニーズに対応)

高い専門性を有する
ワンストップソリューション
サービスの提供
(クライアントニーズへの対応)

有料会員の契約継続による
ストック型ビジネス
(安定的かつ高い収益力)

IPOの目的

当社ポータルサイトの
ブランド力の向上

ユーザー、クライアントからの
信頼度向上

優秀な人材の獲得

新規事業のための資金調達

既存事業

顧客数の拡大

顧客単価のアップ

成長の加速化

新規事業

BtoBサービスの新ポータルサイト

アメリカでの
インプラントネット運営

2010年12月
IPO

1st Stage

2nd Stage 現時点

3rd Stage

2011年5月期 第3四半期決算概況

2011年5月期第3四半期 業績概要

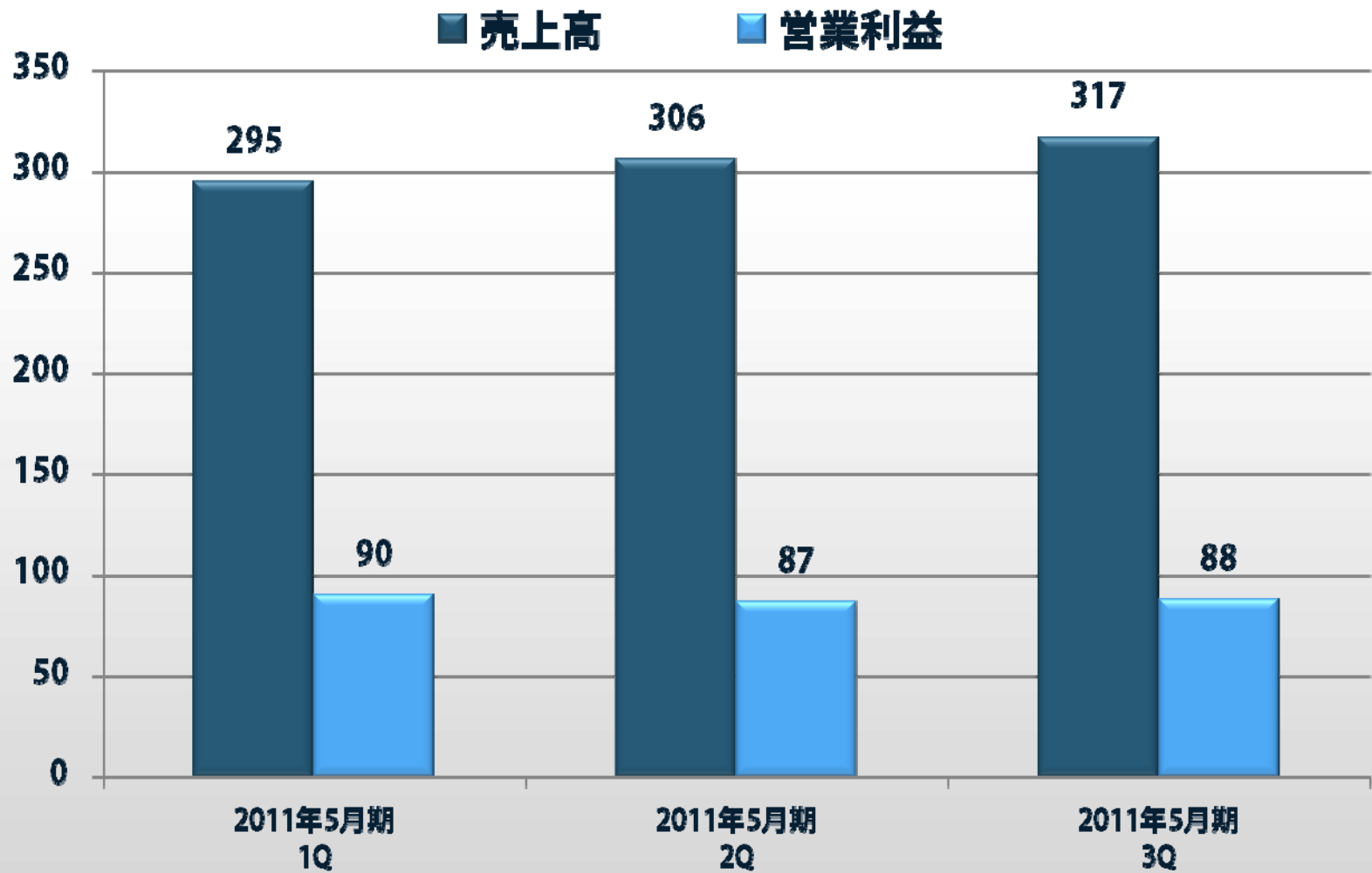
(単位：百万円)

	2010年5月期 3Q(累計)	2011年5月期 3Q(累計)	
	実績	実績	対前年増減率
売上高	760	919	20.9%
営業利益	215	266	23.5%
営業利益率	28.4%	29.0%	—
四半期純利益	123	145	18.1%

□ 売上高、利益ともに堅調に推移

□ 営業利益は、予算統制による販管費の効率化の結果、計画をやや上回る

2011年5月期 四半期売上高・営業利益推移



2011年5月期第3四半期 売上分析

(単位：百万円)

	2010年5月期 3Q(累計)	2011年5月期 3Q(累計)	対前年増減率
ポータルサイト運営 (歯科)	325	327	0.8%
ポータルサイト運営 (美容・エステ)	103	88	-14.4%
S E M	272	394	44.6%
H P制作	28	47	68.9%
その他	30	60	99.0%

- ポータルサイト運営(歯科)は、政策的にバナー広告枠を削減したことによる減少があったものの、有料会員数の増加により売上高は前年並み
- S E Mは堅調に推移
- ワンストップソリューションの提供、ポータルサイト運営事業とのシナジーにより各事業が成長

2011年5月期第3四半期 費用分析

(単位：百万円)

	2010年5月期 3Q(累計)	2011年5月期 3Q(累計)	対前年増減率
売上原価	301	384	27.5%
売上原価率	39.7%	41.8%	—
媒体費	130	171	30.8%
労務費	106	129	21.5%
販管費	242	267	10.4%
販管费率	31.9%	29.1%	—
人件費	146	161	9.9%

- 売上高の増加に伴い、媒体費が増加
- 事業拡大に伴う人員増強により、労務費、人件費が増加
- 予算統制の結果、販管費は計画を下回る

2011年5月期通期業績の概要と4Qの事業戦略

(単位：百万円)

	2010年5月期 (実績)	2011年5月期 (予想)	対前年増減率
売上高	1,037	1,263	21.7%
営業利益	260	359	38.0%
営業利益率	25.1%	28.4%	—
当期純利益	139	202	44.7%

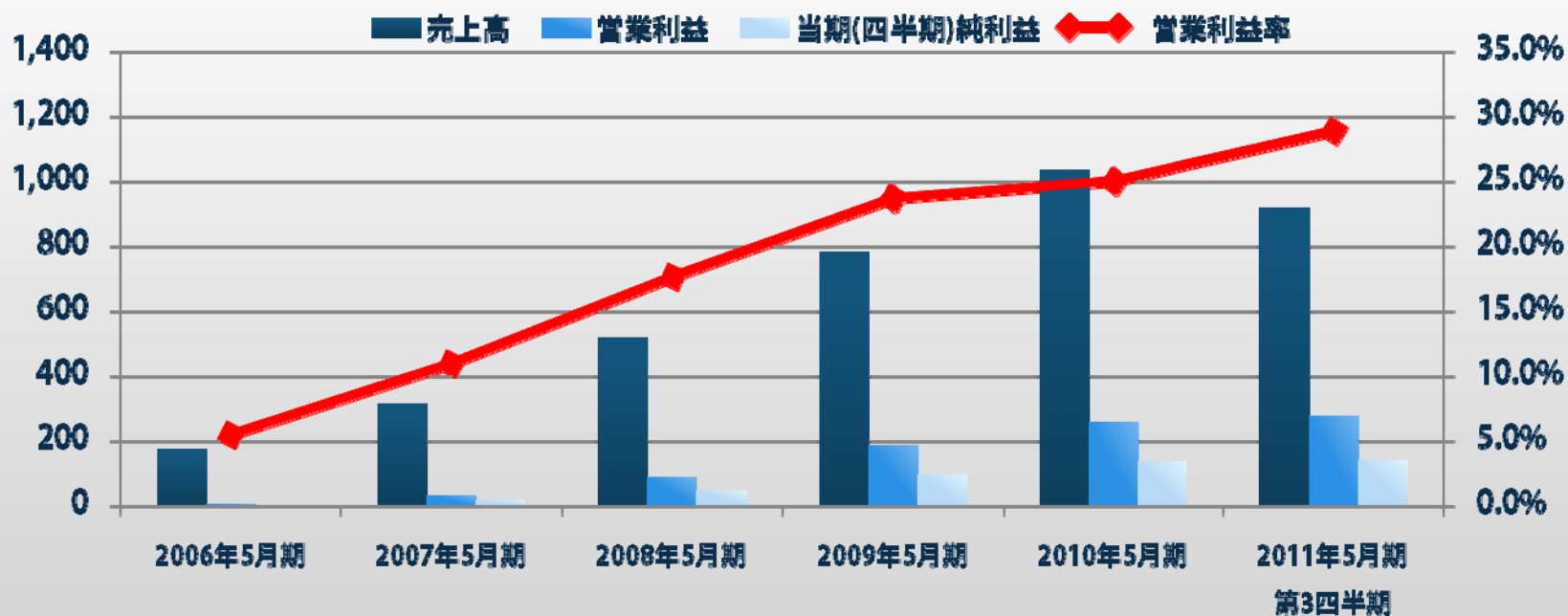
- 営業体制の強化による顧客数の拡大
- 「歯医者さんネットPC・モバイルセットプラン」、「医院HPサービストリプルプラン」等のエントリーサービスのラインナップ充実による顧客数の拡大
- 「特集レポート」等の単価の高い記事広告を積極的に掲載
- 治療専門サイト等セカンドサイトの受注による顧客単価アップ

参考

業績推移

単位：百万円	2006年5月期		2007年5月期		2008年5月期		2009年5月期		2010年5月期		2011年5月期 第3四半期
			前期比		前期比		前期比		前期比		
売上高	176	315	179.0%	519	164.5%	786	151.6%	1,037	131.9%	919	
営業利益	9	34	350.7%	92	264.5%	187	203.2%	260	138.9%	266	
営業利益率	5.6%	11.0%	—	17.8%	—	23.8%	—	25.1%	—	29.0%	
当期純利益	5	20	403.7%	50	245.8%	98	197.1%	139	141.3%	145	

単位：百万円



インプラント治療とは？

医療技術の発達や高齢化によりインプラントの普及

インプラントとは、失った歯の代わりとなる人工の歯、第二の永久歯です。

歯を失った部分のあごの骨に、歯根の代わりとなる、チタン製のインプラントを埋め込み、その上に人工の歯を取りつける治療です。

従来の治療法である、ブリッジや入れ歯に比べて、周囲の健康な歯へ負担をかけることなく治療ができ見た目に優れているだけでなく、自分の歯と同じようにしっかりと噛むことができます。

◆保険と治療費について

インプラント治療は、健康保険が適用されない「自由（自費）診療」です。そのため、治療費は治療を行う歯科医院の設備環境や歯科医師の技術、使用するインプラントなどによって決まります。

一般的なインプラント 1本あたり治療費はおおよそ 30万円～40万円で、
一回の治療費は、おおよそ 100万円～200万円（3本～5本）です。

インプラントの構造

