

日本メディカルネットコミュニケーションズ株式会社

～ 2012年5月期第2四半期決算説明資料～

本資料には、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及び当社グループ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

2012年5月期第2四半期 決算概況

2012年5月期第2四半期 業績概要

(単位：百万円)

	2011年5月期2Q	2012年5月期2Q					
	実績	計画	実績	前年同期比		計画比	
売上高	601	581	524	-77	-12.9%	-57	-9.9%
営業利益	178	93	98	-79	-44.7%	+4	+5.2%
営業利益率	29.6%	16.1%	18.8%	—	—	—	—
四半期純利益	97	54	56	-40	-42.1%	+1	+3.7%

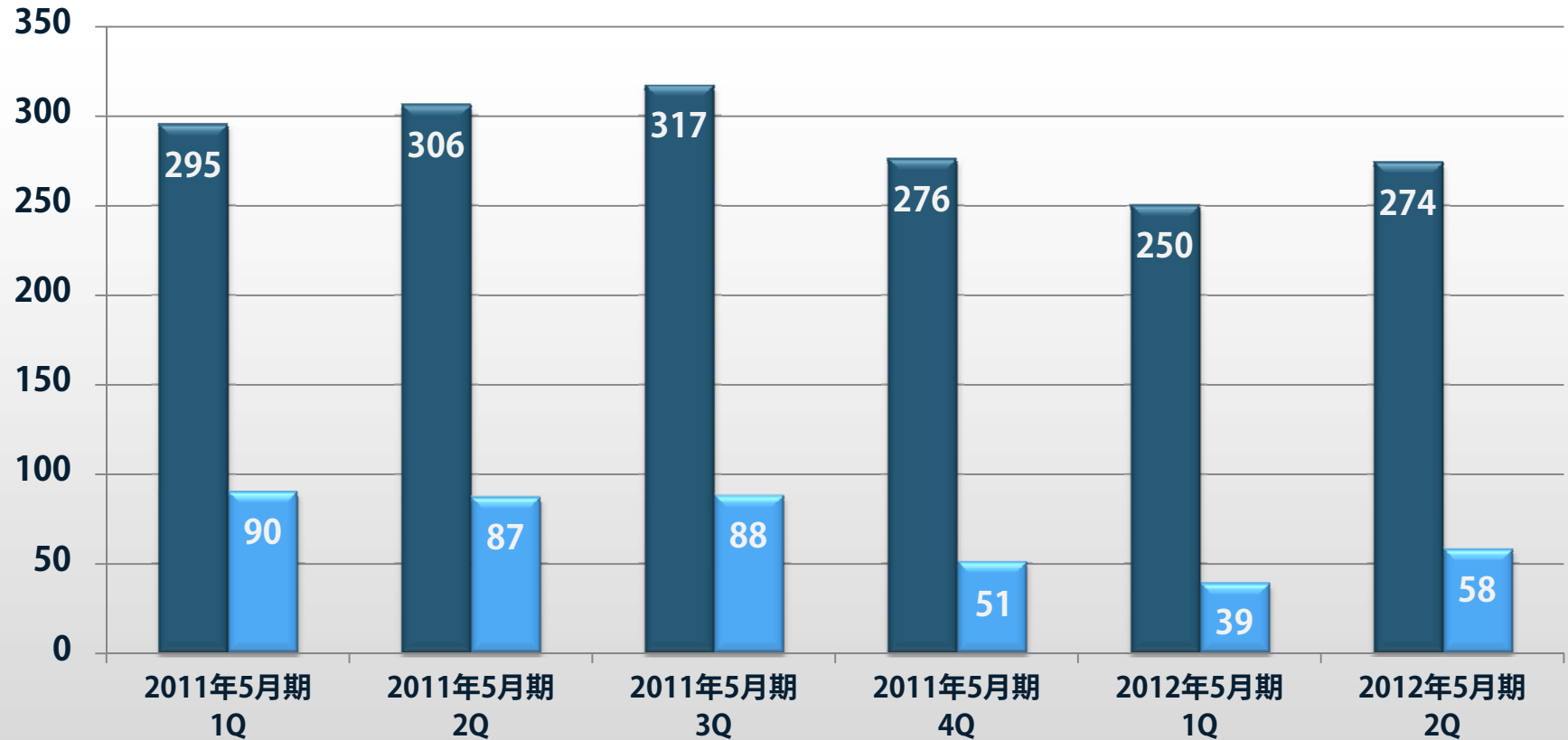
(注) 2011年5月期2Qは、四半期連結財務諸表を作成していないため単体の四半期財務諸表の数値を記載しております。

- 売上高は期初計画を下回る
- 震災後の景気低迷から特に自由診療歯科や美容・エステ分野は戻りが遅く、クライアントの広告費抑制の影響により売上高、利益ともに前年同期を下回る
- SEOの売上高の落ち込みが減収・減益の主な要因

四半期売上高・営業利益推移

■ 売上高 ■ 営業利益

単位：百万円



(注) 2012年5月期1Qまでは四半期連結財務諸表を作成していないため単体の四半期財務諸表の数値を記載しております。

2012年5月期第2四半期 売上分析

(単位：百万円)

	2011年5月期2Q	2012年5月期2Q	前年同期比	
ポータルサイト運営 (歯 科)	217	211	-6	-2.9%
ポータルサイト運営 (美 容 ・ エ ス テ)	58	59	+1	+3.0%
S E M	255	182	-72	-28.5%
H P 制 作	34	21	-12	-36.9%
そ の 他	36	48	12	+35.1%
合 計	601	524	-77	-12.9%

(注) 2011年5月期2Qは、四半期連結財務諸表を作成していないため単体の四半期財務諸表の数値を記載しております。

- ポータルサイト運営（歯科）は自由診療歯科の戻りが遅く、クライアントの広告費抑制の影響により前年同期を下回る
- SEOはYAHOO!JAPANの検索エンジン変更後の検索順位回復の遅れとクライアントの広告費抑制の影響により大幅減

2012年5月期第2四半期 費用分析

(単位：百万円)

	2011年5月期2Q	2012年5月期2Q	前年同期比	
売上原価	246	255	+9	+3.8%
売上原価率	40.9%	48.7%	—	—
媒体費	103	132	+28	27.9%
労務費	85	78	-7	-8.8%
販管費	177	170	-6	-3.9%
販管費率	29.5%	32.5%	—	—
人件費	108	109	+1	+0.9%

(注) 2011年5月期2Qは、四半期連結財務諸表を作成していないため単体の四半期財務諸表の数値を記載しております。

- セールスマックスの悪化（リスティング運用代行、広告販売代理の売上高比率の増加）により、媒体費が増加、売上原価率が悪化
- インプラント保証事業、人材キャリア事業への先行投資により販管費率が上昇

今後の事業戦略と2012年5月期計画

既存事業

顧客数の拡大

顧客単価のアップ

新規事業

インプラント保証事業

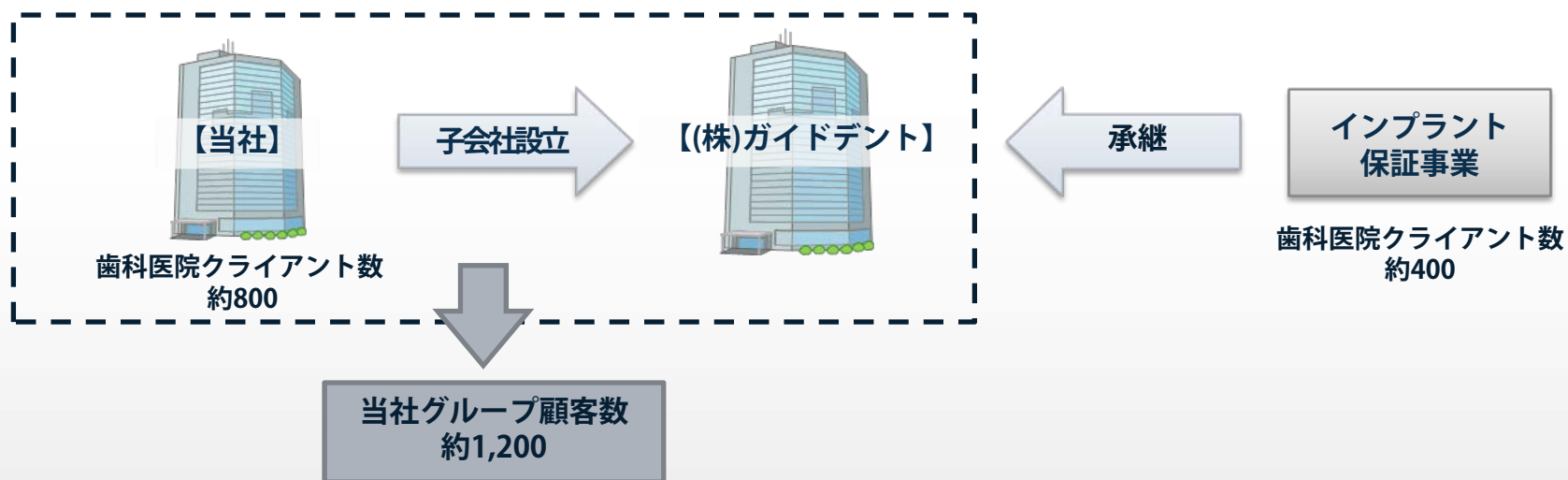
人材キャリア事業

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

インプラント保証事業（1）

子会社（株）ガイドデント）が会社分割によりインプラント保証事業を承継



事業承継の効果

- 〈短期シナジー〉 顧客基盤の拡大（GDクライアント400、当社歯科分野800）
- 〈中長期シナジー〉 サービスラインナップの拡張（クロスセル）

クライアント承継の効果（短期シナジー）

GDクライアント
約400



当社クライアント
年間平均売上高
約100万円



ポテンシャル
約4億円

インプラント保証事業（2）

子会社（株）ガイドデント）において11月よりサービス開始

インプラント保証

- インプラント治療の長期（10年）品質保証
- 治療後の脱落・破折を認定医院が保証限度額の範囲内で再治療
- 全国の認定医院(GDA)による再治療ネットワーク

Point!

- インプラント治療のトラブルが目立つ昨今、審査をクリアしGDAに登録することは、患者に“安心”を提供することができ、歯科医院にもメリット
- 歯科医院の治療が売上に結びつくため、新規営業よりもフォロー中心のストック型

(3期後) 2015年5月期
(キャッシュ・ベース)
売上計画
3億円超



(3期後) 2015年5月期
(キャッシュ・ベース)
利益計画
1億円超

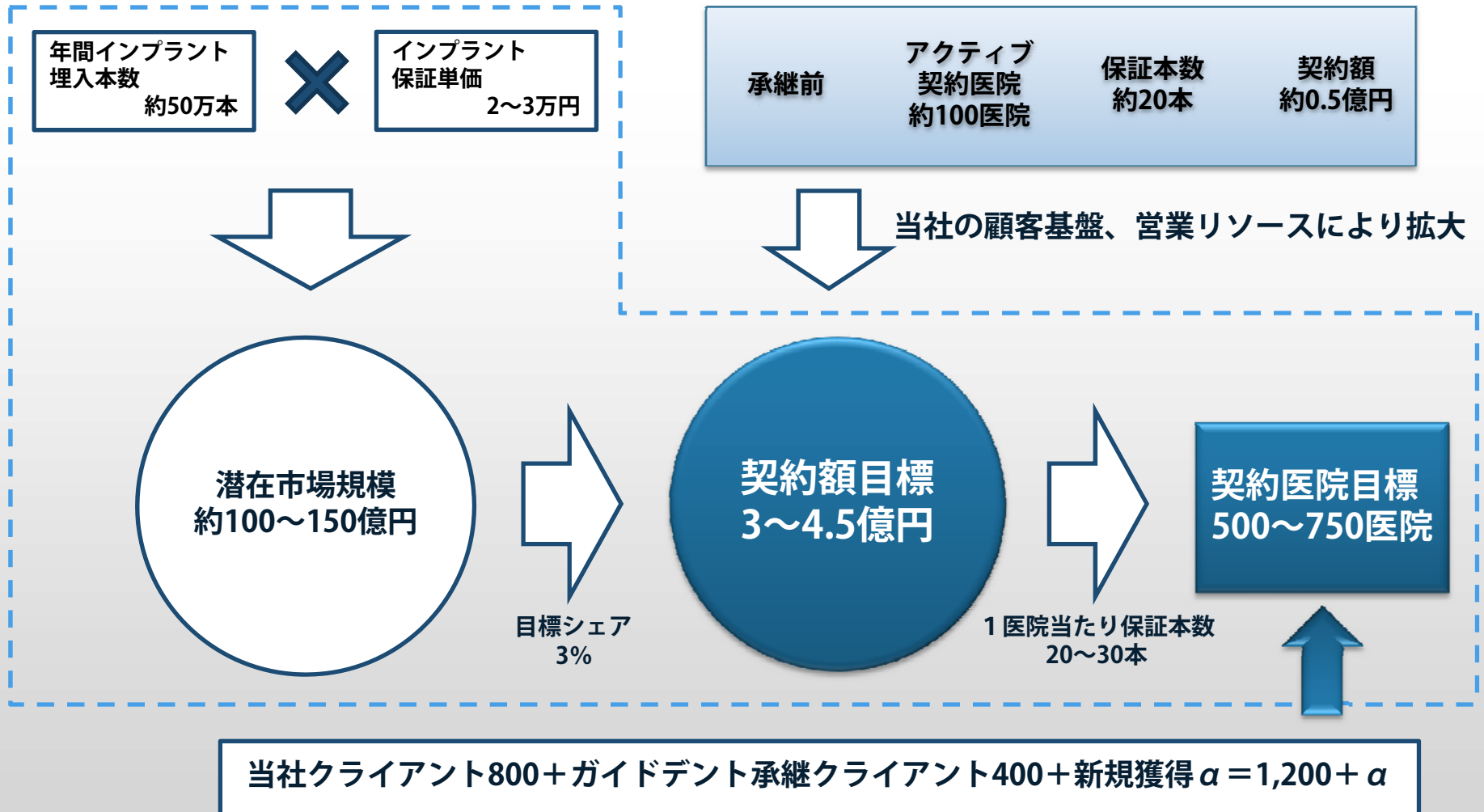
※ただし、会計上は保証期間(10年)にわたり期間按分して売上計上



会計上は、2017年5月期に黒字化の計画

インプラント保証事業 (3)

中長期ポテンシャル (契約額ベース)



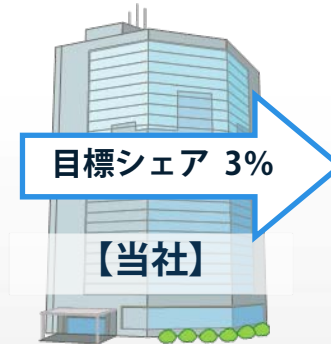
人材キャリア事業 (1)

外部環境と人材キャリア市場の状況

医科分野

歯科分野

※ 当社推計



専門性



歯科特有の事情を反映したサービス・価格体系により募集者・求職者双方の満足度極大化を目指し、未開拓の歯科人材キャリア市場でNo.1へ

サービス

メディアカ



総合

第1フェーズ 2011年12月「歯科求人サイト Denty」をリニューアル



Point!

- 歯科分野に特化した求人サイト
- 歯科ポータルサイトの運営実績
- ポータルサイトの約7,000の登録医院
- 全国の求人検索が可能

歯科の専門ポータルサイト運営の
ノウハウを活かしNo.1を目指す

第2フェーズ 有料職業紹介事業準備中

人材紹介

歯科医師・歯科衛生士専門

インプラント・矯正・審美等
当社サイトのクライアントと
ターゲットが一致

Point!

- 歯科分野に精通した専任コンサルタントによるサポート体制
- 登録手数料無料の成功報酬型
- 歯科医院が利用しやすい適正価格(手数料率)
- 転職需要が多い首都圏からスタート

アメリカでのインプラントネット運営

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年末現在、
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

今後、アメリカでの矯正歯科・審美歯科のサイトの運営や
アップセル・クロスセルが可能かどうかマーケットリサーチを開始

2012年5月期計画の概要と事業戦略

(単位：百万円)

	2011年5月期(実績)	2012年5月期(予想)	前期比	
売上高	1,195	1,036	-158	-13.2%
営業利益	318	123	-195	-61.2%
営業利益率	26.7%	11.9%	—	—
当期純利益	175	69	-106	-60.3%

(注) 2011年5月期は、連結財務諸表を作成していないため単体の財務諸表の数値を記載しております。

□ 通期業績予想を修正

- 震災以降、歯科自由診療は手控えられる傾向から広告マインド低
- 新規事業への先行投資による費用増

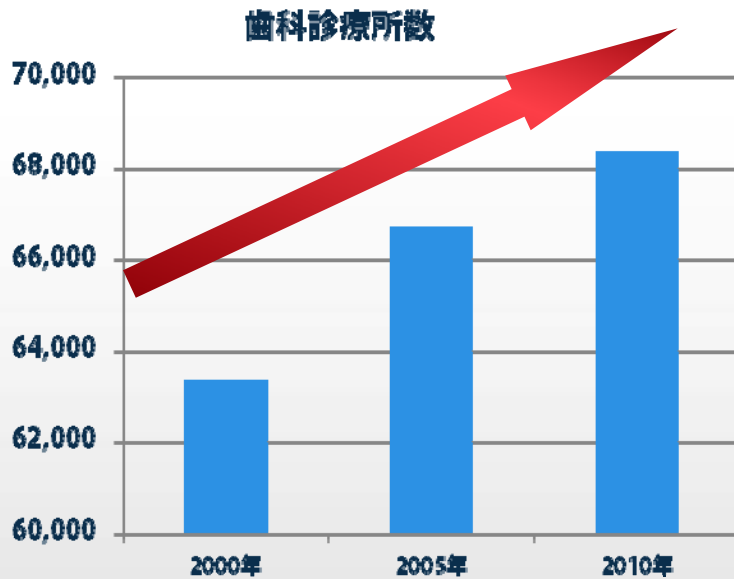
□ スマートフォン対応を含むポータルサイトの機能追加・改良

□ インプラント保証サービスの展開

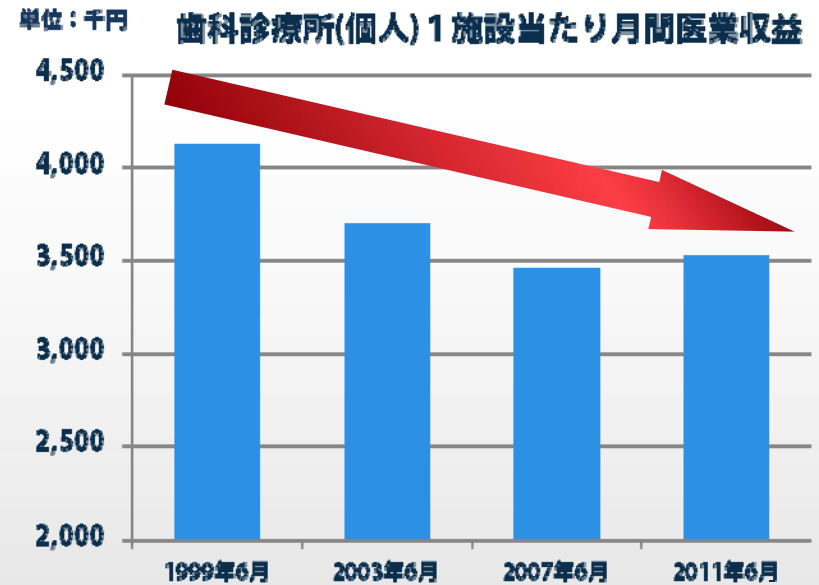
□ 人材紹介サービスの開始

外部環境と当社の強み

歯科医院は過当競争状態



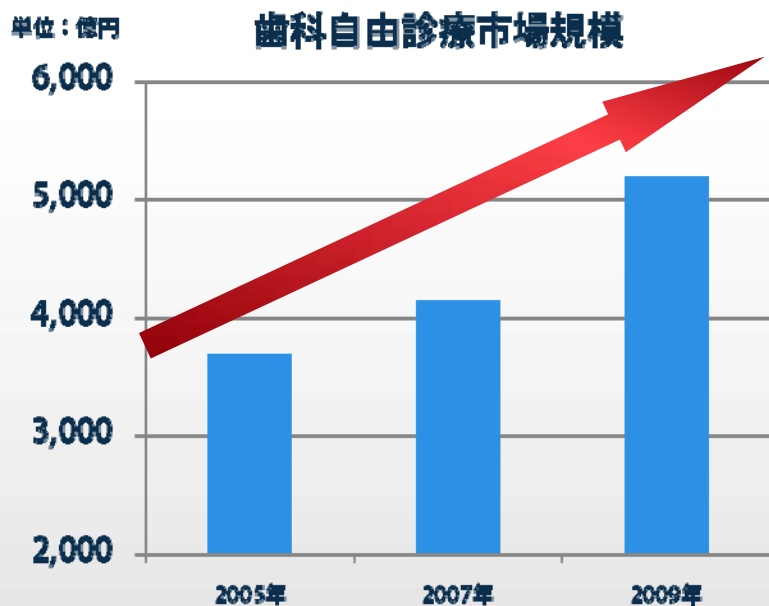
【参照：厚生労働省「医療施設調査」】



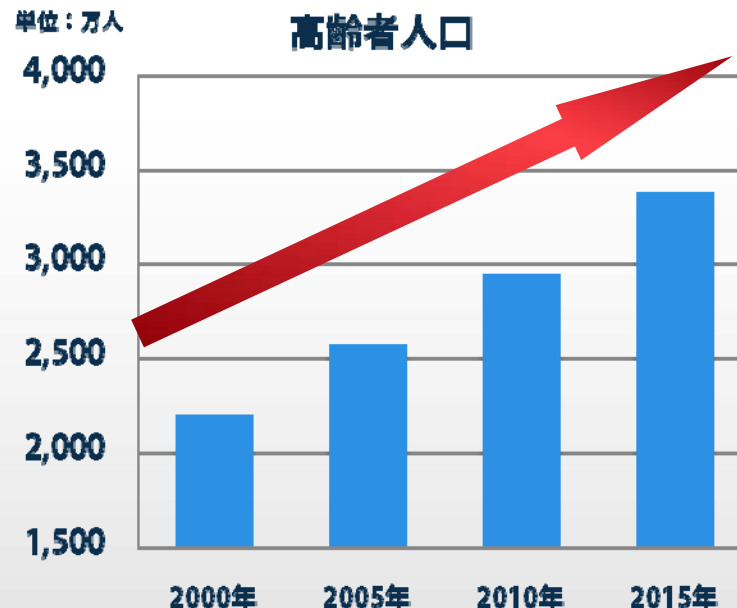
【参照：厚生労働省「医療経済実態調査」】



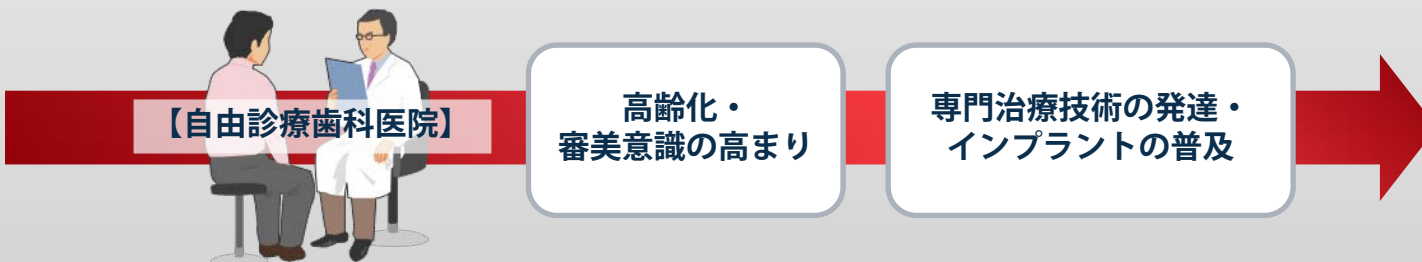
インプラントの認知度向上と高齢化の進展により歯科自由診療市場規模は拡大へ



【厚生労働省「国民医療費」「医業経済実態調査」より当社推計】



【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

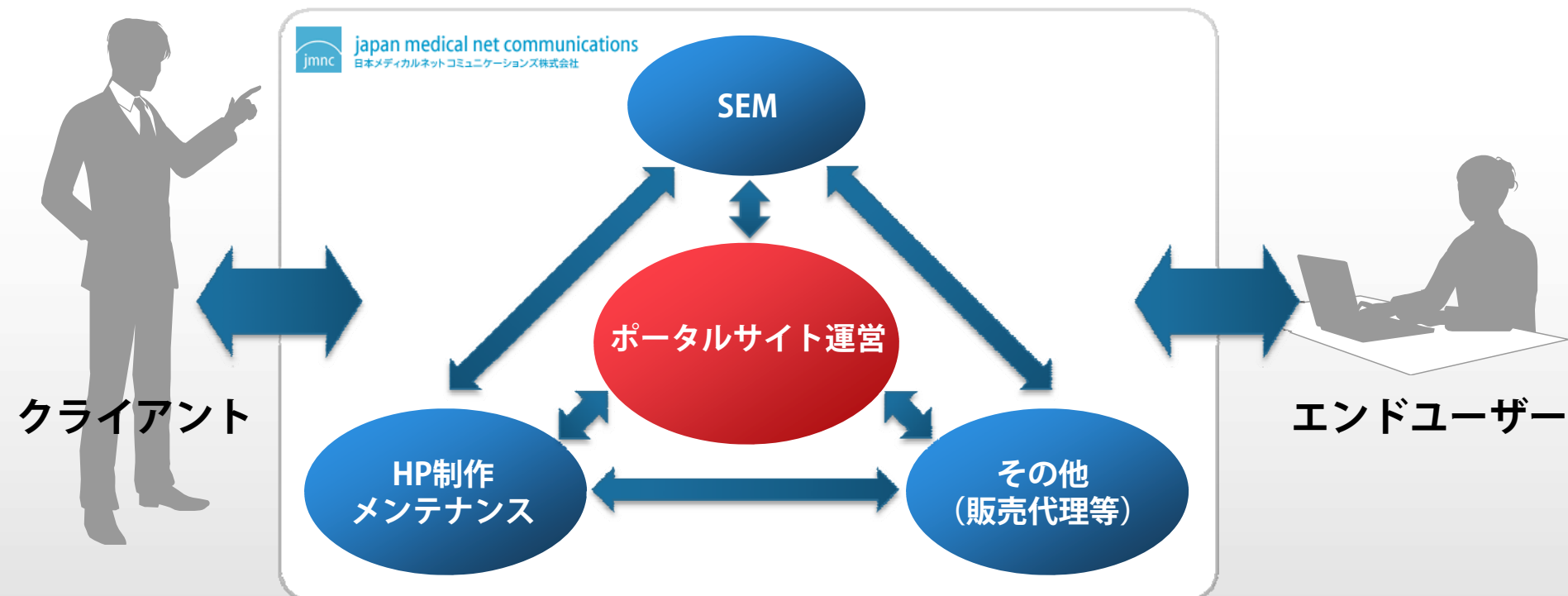
ネット
マーケティング

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。

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心に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

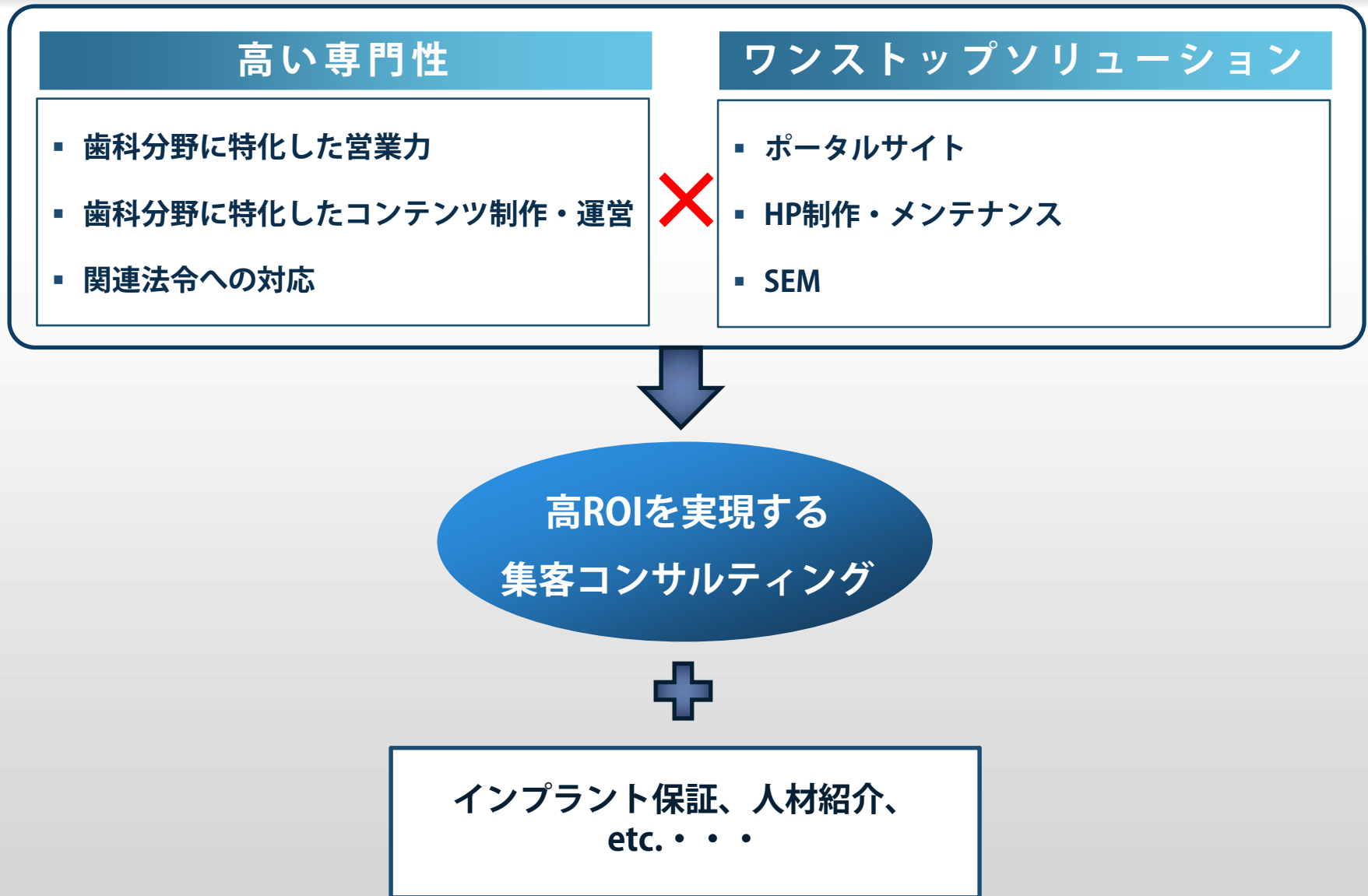


動画を用了医院紹介

家庭の医学 (歯科版)

ユーザーフレンドリー (歯科医師への無料相談)

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



有料会員によるストック型ビジネス（1）

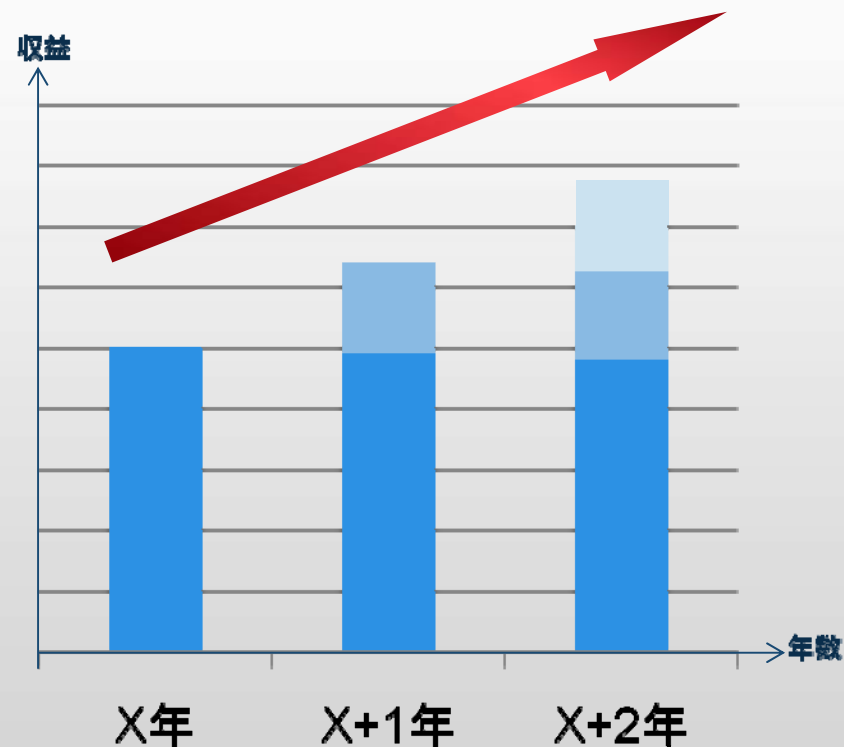
歯科医院等と原則として12カ月の継続契約（自動更新）を締結

◆ 高い契約継続率の背景

売上（集客）に直結するサービス

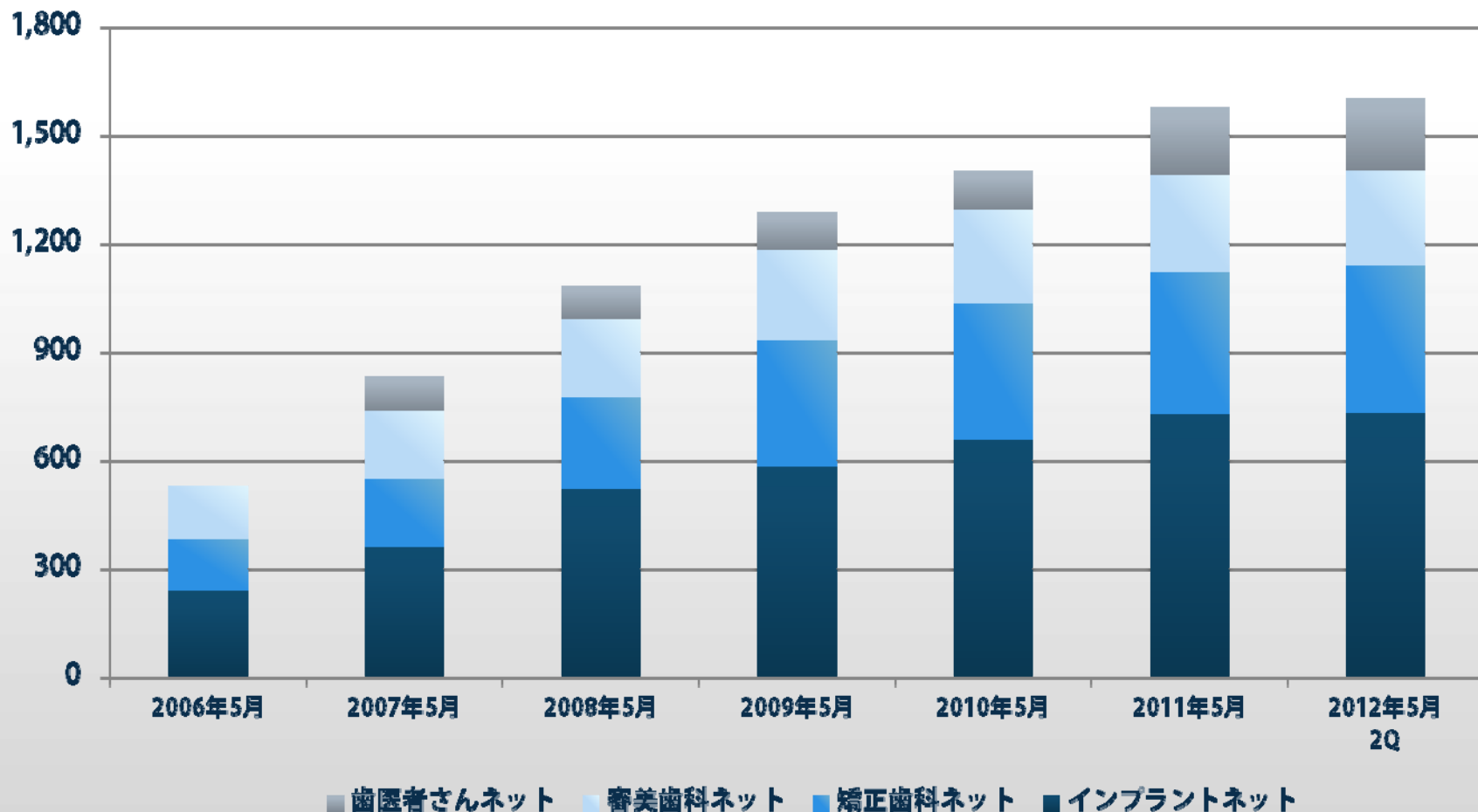
きめ細やかなコンサルティング

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）

歯科分野ポータルサイ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。

参考資料



- 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11月30日現在）
（コンテンツ事業部27名、ソリューションセールス事業部13名、管理部7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)
- グループ会社：株式会社ガイドデント（100%子会社）

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・エステサロン等）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「理解」と「普及」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。



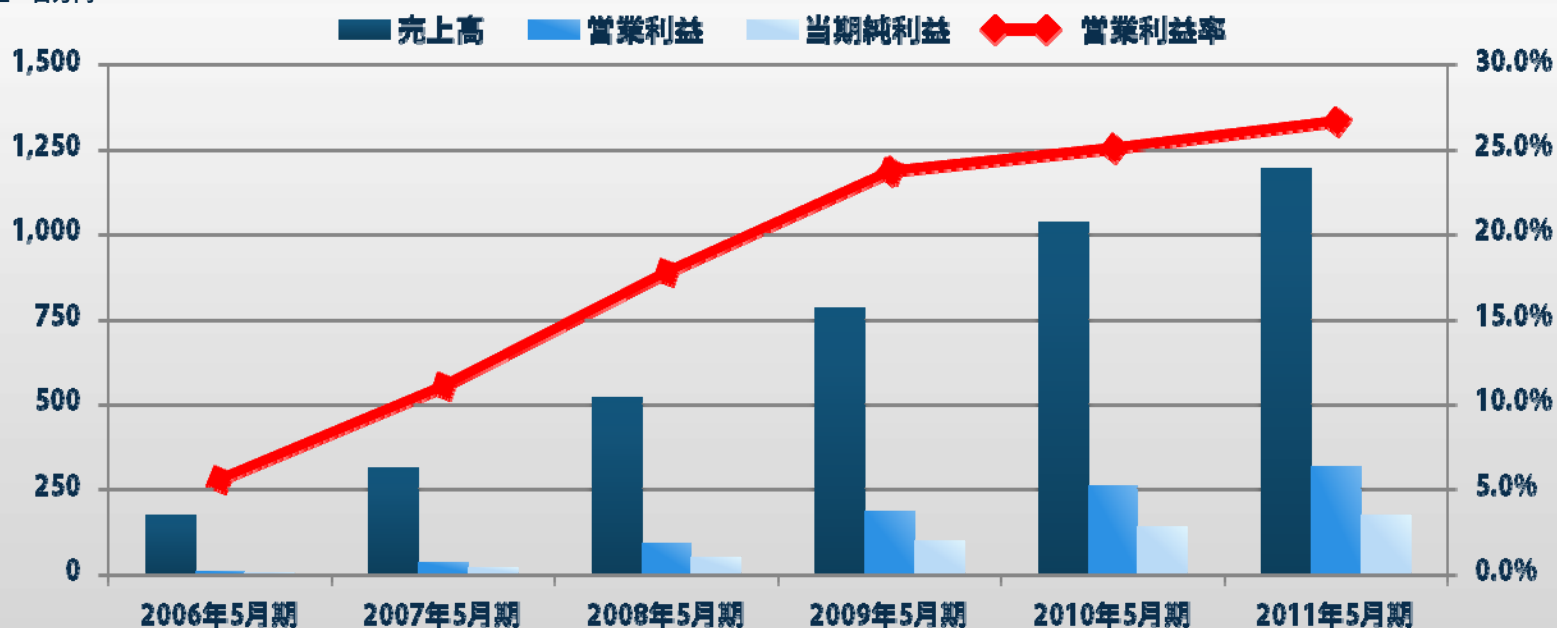
当社の沿革

- 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
- 2011年 8月 株式会社ガイドドント設立
- 2011年 11月 インプラント保証サービス開始

業績推移

単位：百万円	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	
		前期比		前期比		前期比		前期比		前期比
売上高	315	+79.0%	519	+64.5%	786	+51.6%	1,037	+31.9%	1,195	+15.2%
営業利益	34	+250.7%	92	+164.5%	187	+103.2%	260	+38.9%	318	+22.5%
営業利益率	11.0%	—	17.8%	—	23.8%	—	25.1%	—	26.7%	—
当期純利益	20	+303.7%	50	+145.8%	98	+97.1%	139	+41.3%	175	+26.0%

単位：百万円



ポータルサイト運営事業

スポンサーエリア

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

「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/>

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

- ヤフーロコ
- 新聞折込広告



営業体制・人員の強化



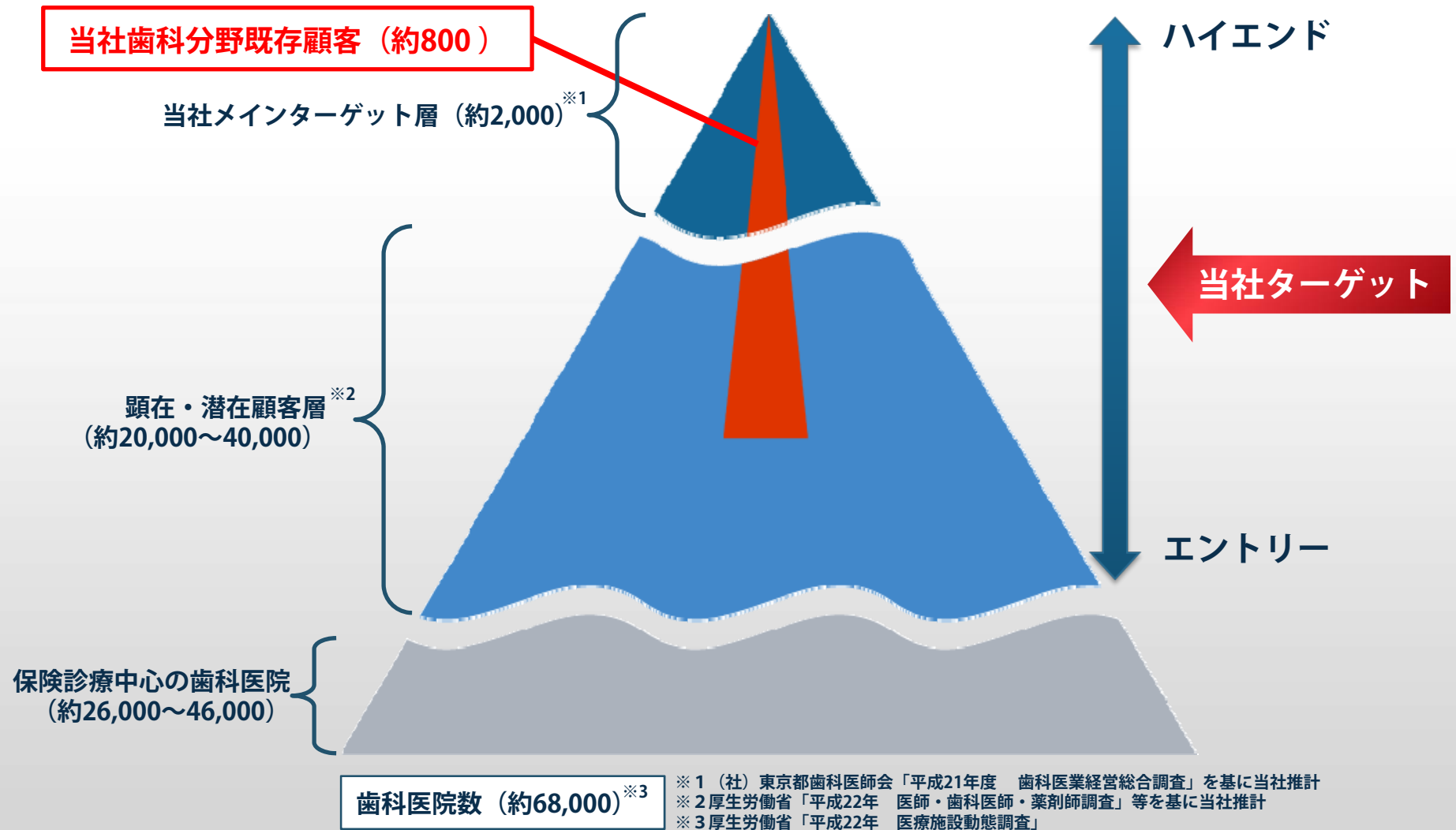
地方中核都市への展開



顧客拡大

事業戦略 / 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



※1 (社) 東京都歯科医師会「平成21年度 歯科医業経営総合調査」を基に当社推計
※2 厚生労働省「平成22年 医師・歯科医師・薬剤師調査」等を基に当社推計
※3 厚生労働省「平成22年 医療施設動態調査」

クロスセルによる顧客単価アップ



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

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

