

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2四半期決算説明資料～

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：49名（2011年1月17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

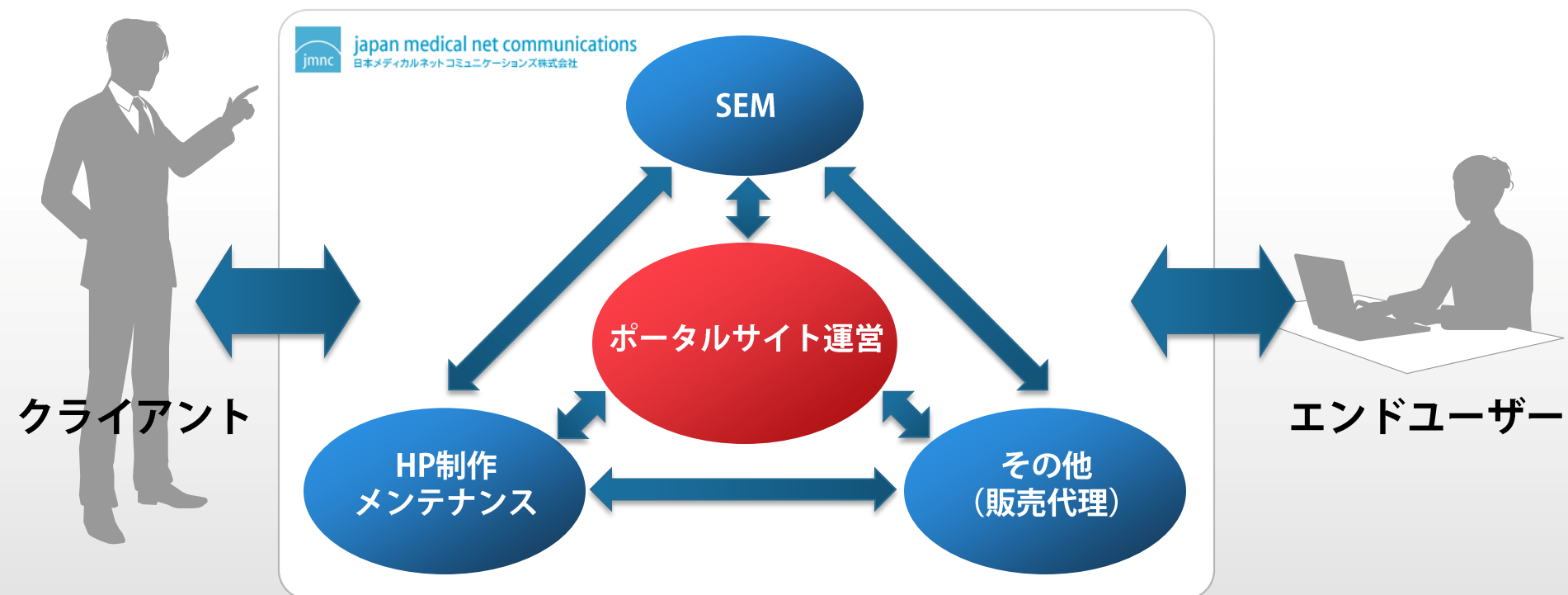
1. 「からだ」・「健康」・「美」に関する適切な情報をインターネットを通じて発信することにより事業者と消費者のコミュニケーションツールとなることで、人々の生活・文化に貢献します。
2. 「変化なくして進歩なし」を胸に秘め、未来へ挑む勇気と情熱をもって現状に満足することなく、新たな価値を創造し、社会に貢献します。

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

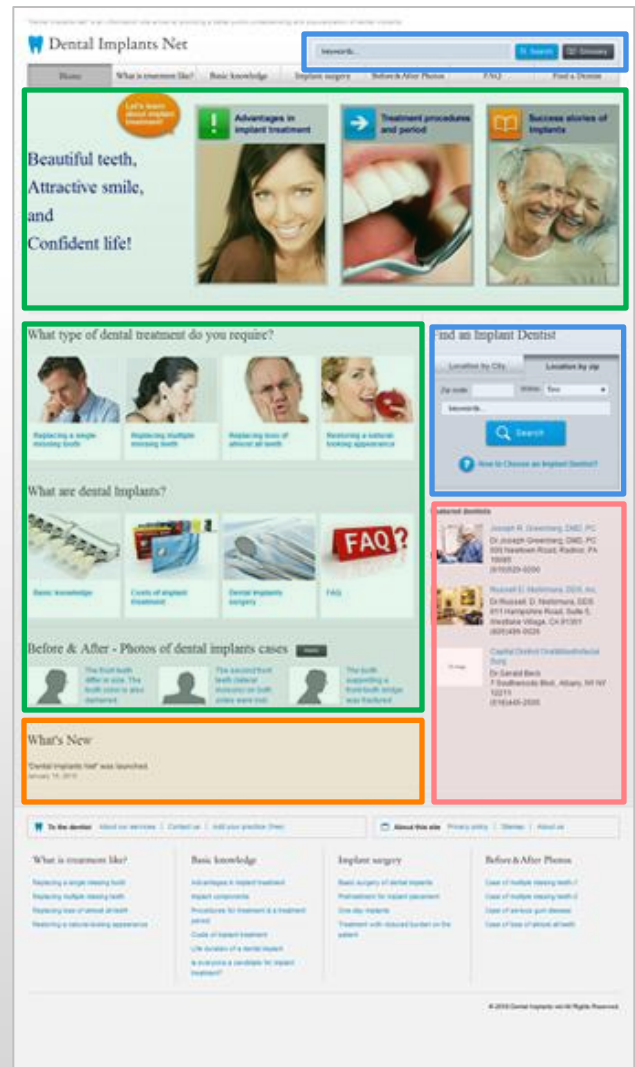
- コンテンツエリア
- ニュースエリア
- 検索エリア

- 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
(2010年12月末現在)



「インプラントネット」TOPPAGE
<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

矯正歯科・歯科矯正の検索結果

検索条件: 矯正歯科

検索結果: 10件表示

順位	医院名	所在地
1	矯正歯科 東京駅前	東京都港区
2	矯正歯科 有明	東京都江東区
3	矯正歯科 豊洲	東京都江東区
4	矯正歯科 豊洲	東京都江東区
5	矯正歯科 豊洲	東京都江東区

検索結果の表示: 10件表示

検索結果の表示: 10件表示

【検索順位】
「矯正歯科」で
検索すると…

YAHOO! 1位
Google 1位
(2010年12月末現在)

審美歯科ネット 全国医院検索

審美歯科・美容歯科の検索結果

検索条件: 審美歯科

検索結果: 10件表示

順位	医院名	所在地
1	審美歯科 豊洲	東京都江東区
2	審美歯科 豊洲	東京都江東区
3	審美歯科 豊洲	東京都江東区
4	審美歯科 豊洲	東京都江東区
5	審美歯科 豊洲	東京都江東区

検索結果の表示: 10件表示

検索結果の表示: 10件表示

【検索順位】
「審美歯科」で
検索すると…

YAHOO! 1位
Google 1位
(2010年12月末現在)

「矯正歯科ネット」TOPPAGE
<http://www.kyousei-shika.net/>

「審美歯科ネット」TOPPAGE
<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

• 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

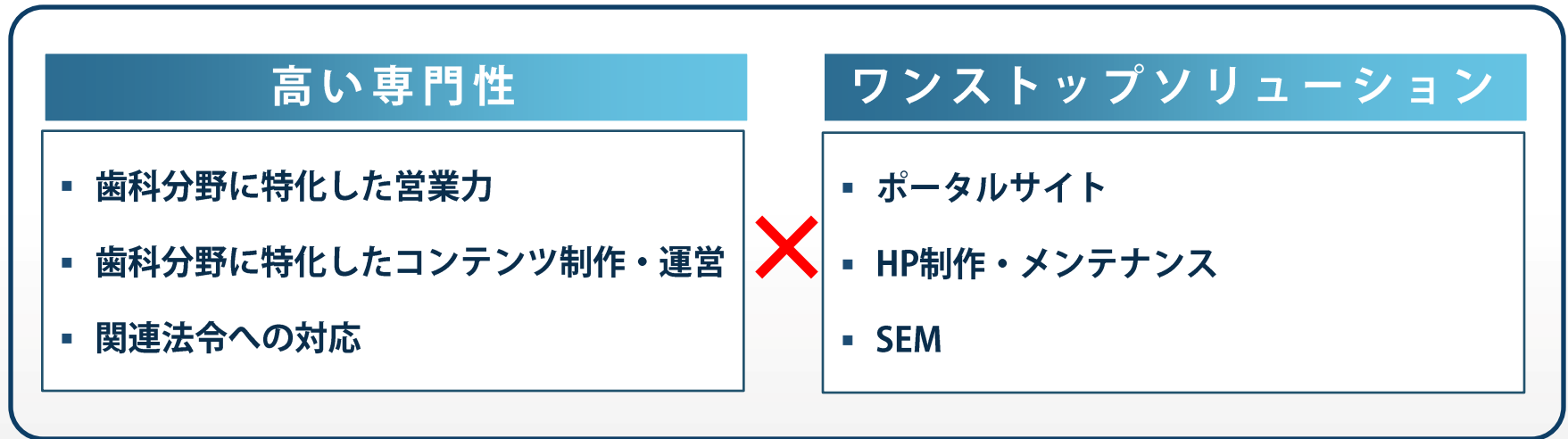
- ヤフービューティ・ヤフーヘルスケア
- 新聞折込広告

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)



高ROIを実現する
集客コンサルティング

有料会員によるストック型ビジネス（1）

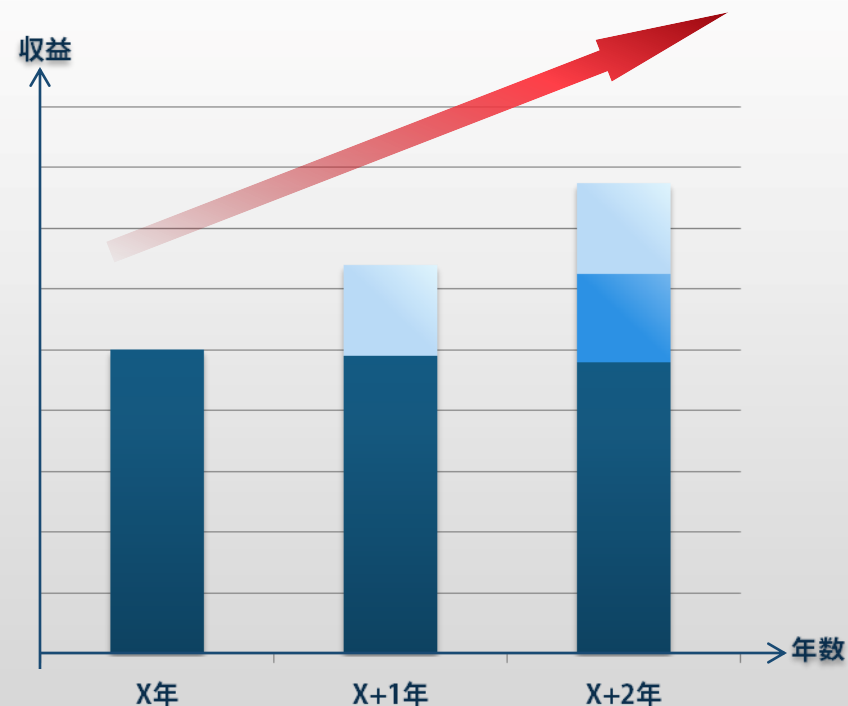
歯科医院等と原則として12カ月の継続契約（自動更新）を締結

◆ 高い契約継続率の背景

売上（集客）に直結するサービス

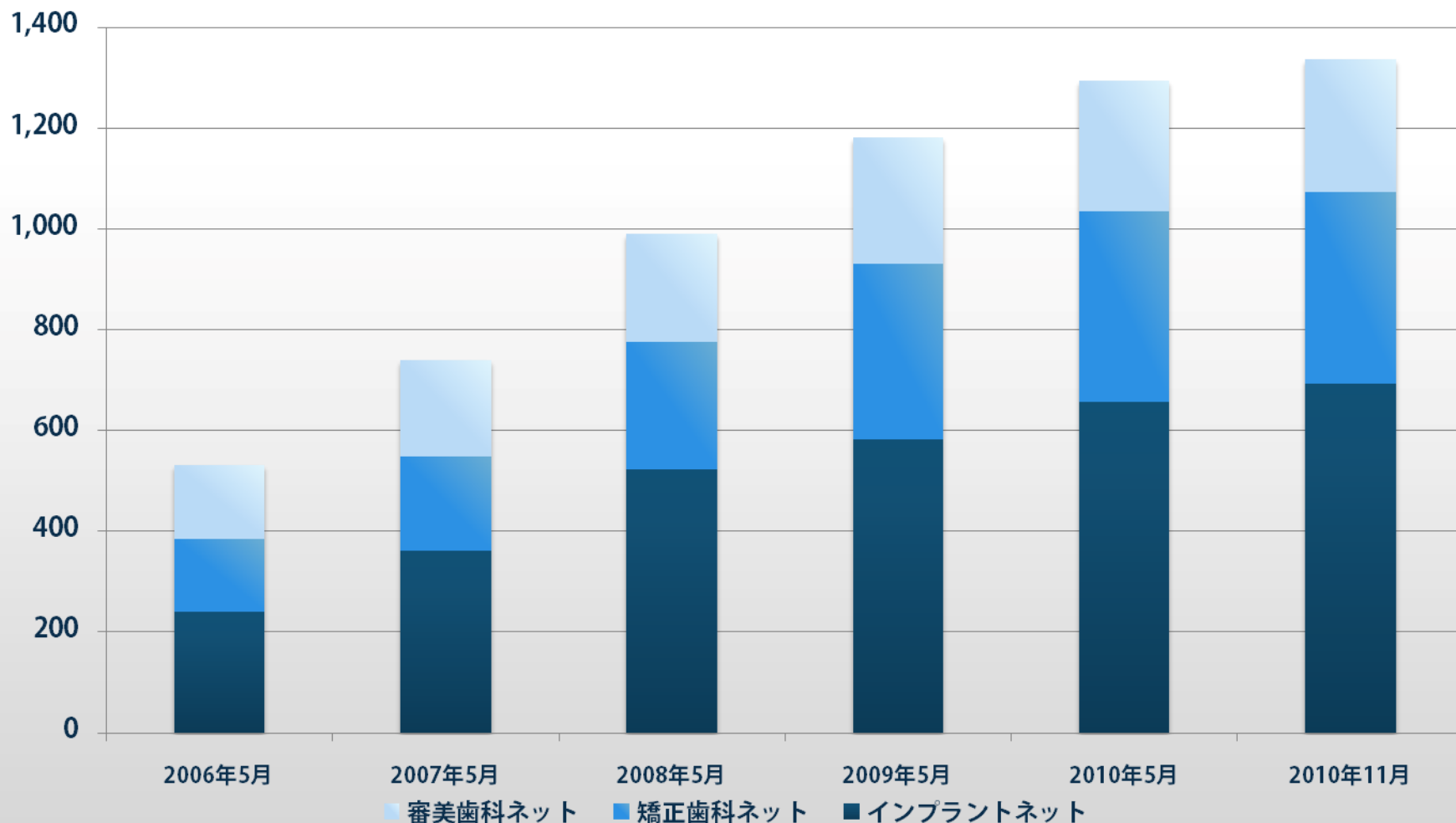
きめ細やかなコンサルティング

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）

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

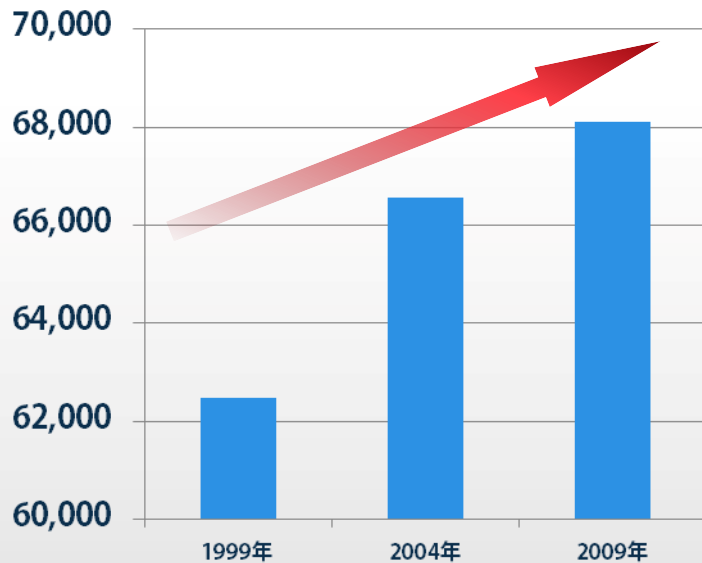


(注) 各ポータルサイトの会員数は、ひとつの歯科医院による各ポータルサイトへの会員登録が可能であるため重複している場合があります。

今後の成長戦略

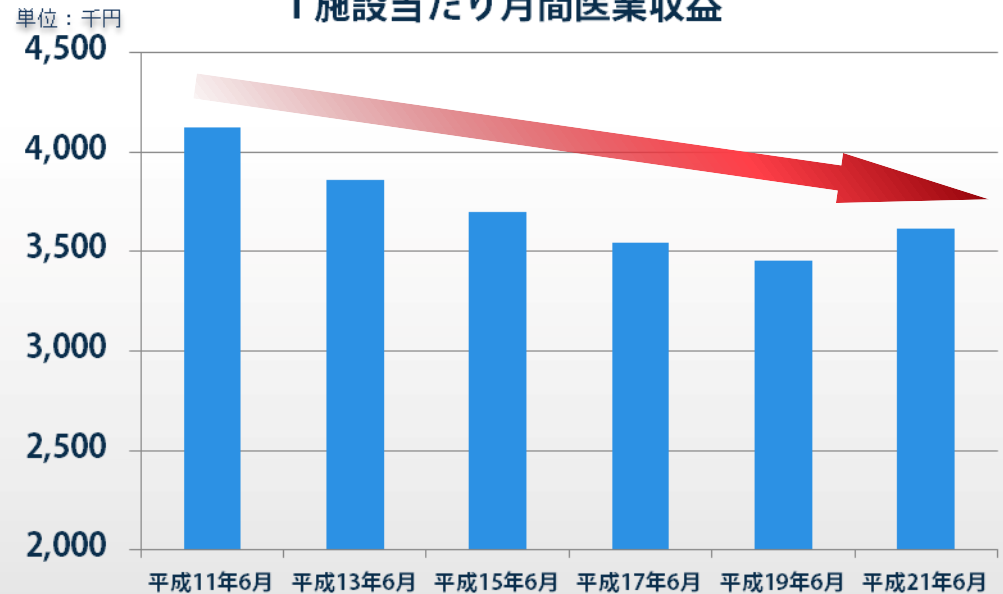
歯科医院は過当競争状態

歯科診療所数の推移



【参照：厚生労働省「医療施設調査」】

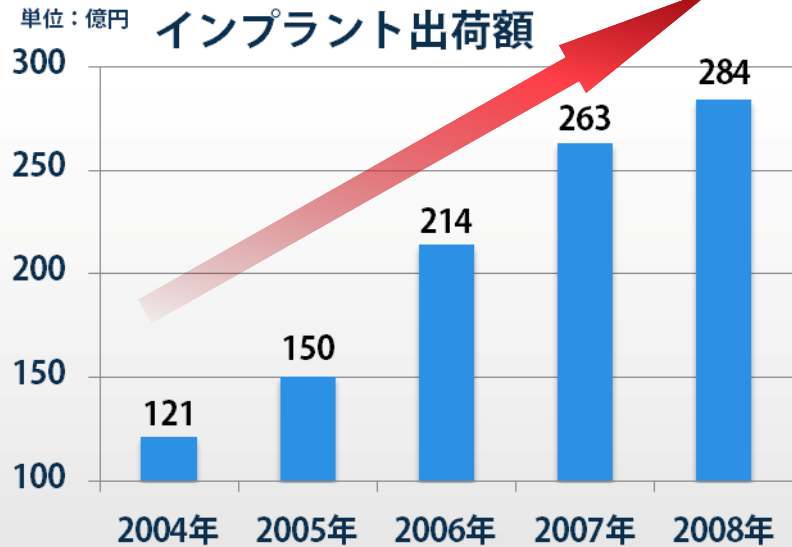
1施設当たり月間医業収益



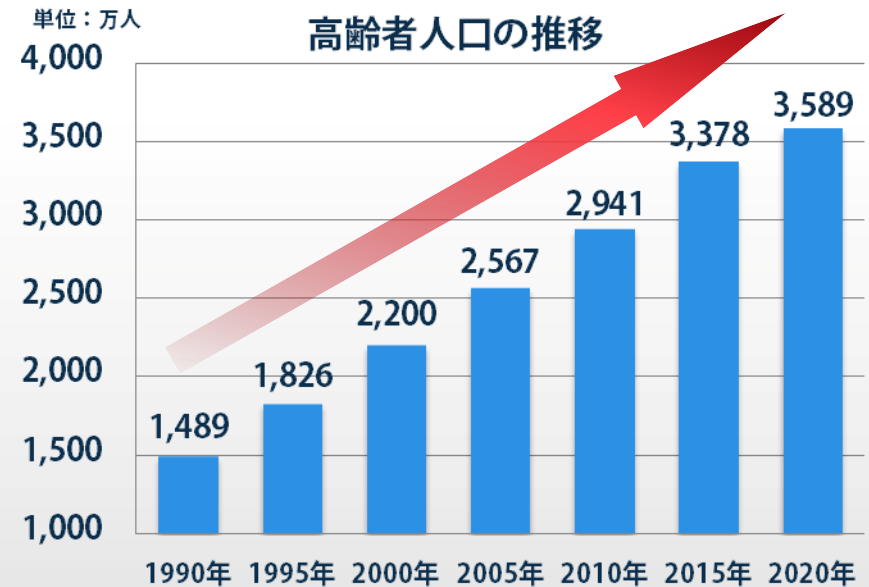
【参照：厚生労働省「医療経済実態調査」】



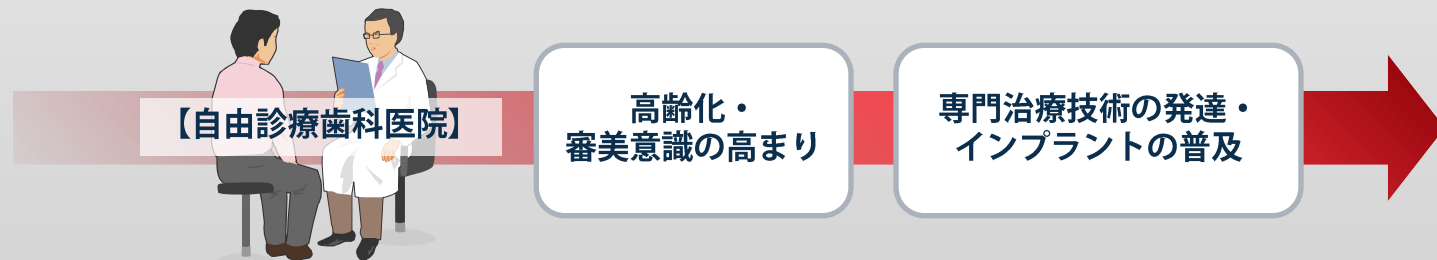
インプラントの認知度向上と高齢化の進展により歯科自由診療市場規模は拡大へ



【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

当社歯科分野既存顧客（約700）

当社メインターゲット層（約2,000）^{※1}

顕在・潜在顧客層^{※2}
（約20,000～40,000）

保険診療中心の歯科医院
（約26,000～46,000）

歯科医院数（約68,000）^{※3}

※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20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「医療施設動態調査（平成22年10月末概数）」

ハイエンド

当社ターゲット

エントリー

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



医院紹介HP



広報

一般・既存患者



治療専門サイト



PR 啓発

潜在・顕在患者



ポータルサイト掲載



追加受注の
好循環を創出



SEM



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

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1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2四半期決算概況

2011年5月期第2四半期 業績概要

(単位：百万円)

	2010年5月期 2Q(累計)		2011年5月期 2Q(累計)	
	実績	予想	実績	対前年増減率
売上高	503	599	601	19.5%
営業利益	143	164	178	24.1%
営業利益率	28.6%	27.5%	29.6%	—
四半期純利益	83	88	97	17.2%

□ 売上高、利益ともに順調に成長

□ 営業利益は、予算統制による販管費の効率化の結果、期初予想を上回る

2011年5月期第2四半期 売上分析

(単位：百万円)

	2010年5月期 2Q(累計)	2011年5月期 2Q(累計)	対前年増減率
ポータルサイト運営 (歯科)	217	217	0.0%
ポータルサイト運営 (美容・エステ)	70	58	-17.5%
S E M	169	255	50.8%
H P 制作	21	34	60.8%
その他	24	36	47.3%

- 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
- ポータルサイト運営(美容・エステ)は、脱毛施術を行うエステサロンの掲載基準の厳格化に伴い有料会員数が減少したことにより売上高が減少
- 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2四半期 費用分析

(単位：百万円)

	2010年5月期 2Q(累計)	2011年5月期 2Q(累計)	対前年増減率
売上原価	201	246	22.1%
売上原価率	40.0%	40.9%	—
媒体費	87	103	18.0%
労務費	70	85	22.2%
販管費	158	177	12.0%
販管費率	31.5%	29.5%	—
人件費	95	108	13.5%

- 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下期の事業戦略

(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%

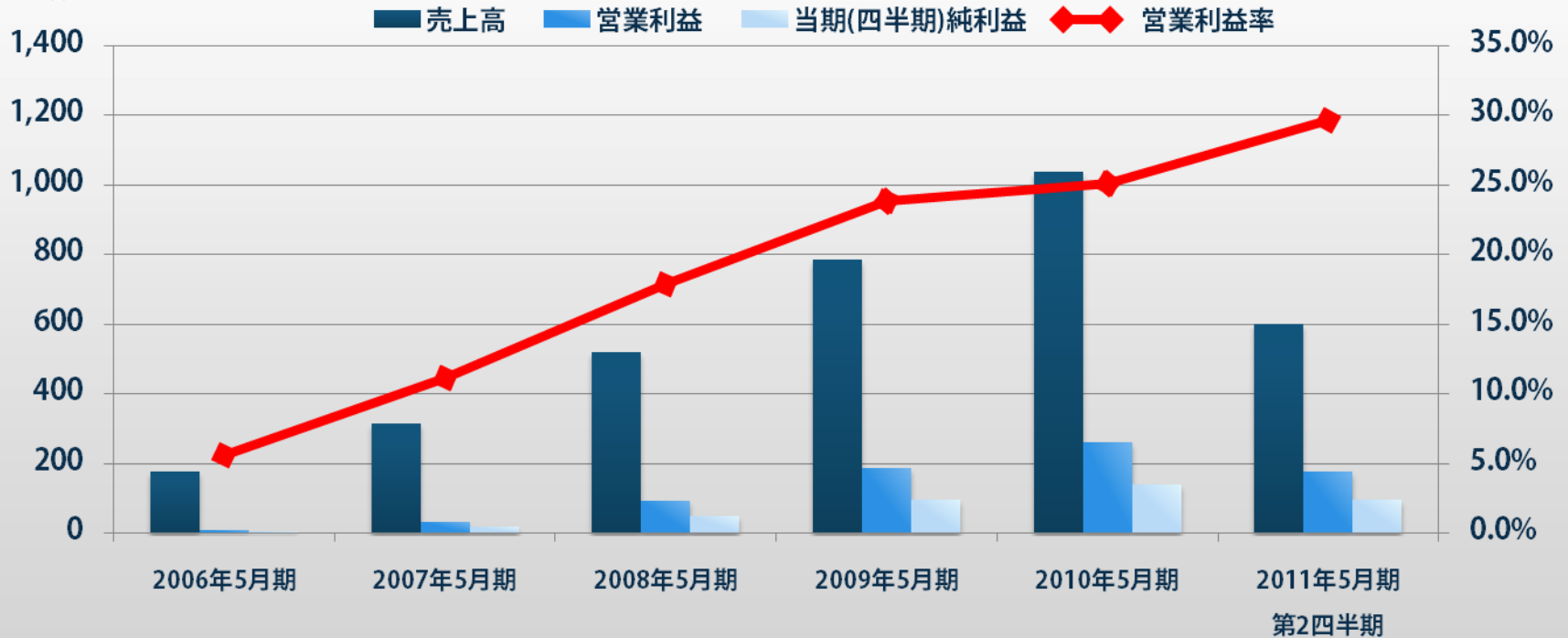
- 営業体制の強化による顧客数の拡大
- 「歯医者さんネットPC・モバイルセットプラン」等のエントリーサービスのラインナップ充実による顧客数の拡大
- 「医院HPサービストリプルプラン」の販売による顧客数の拡大
- 「特集ページ」等の単価の高い記事広告を積極的に掲載
- 治療専門サイト等セカンドサイトの受注による顧客単価アップ

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2四半期
			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%	601	
営業利益	9	34	350.7%	92	264.5%	187	203.2%	260	138.9%	178	
営業利益率	5.6%	11.1%	—	17.8%	—	23.8%	—	25.1%	—	29.6%	
当期純利益	5	20	403.7%	50	245.8%	98	197.1%	139	141.3%	97	

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

