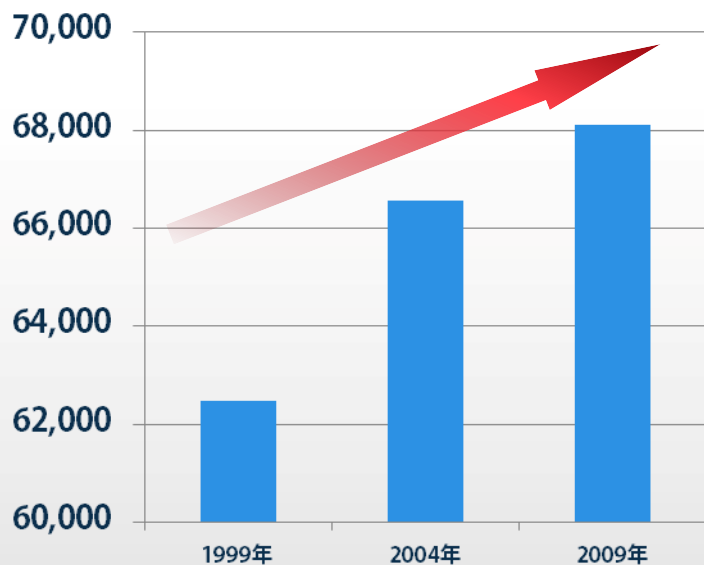


今後の成長戦略

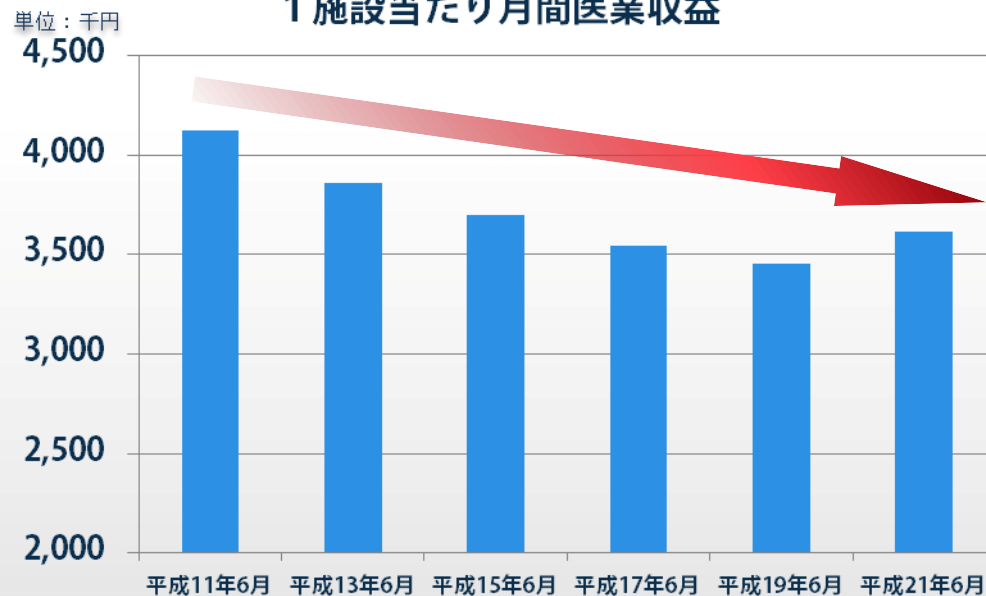
歯科医院は過当競争状態

歯科診療所数の推移

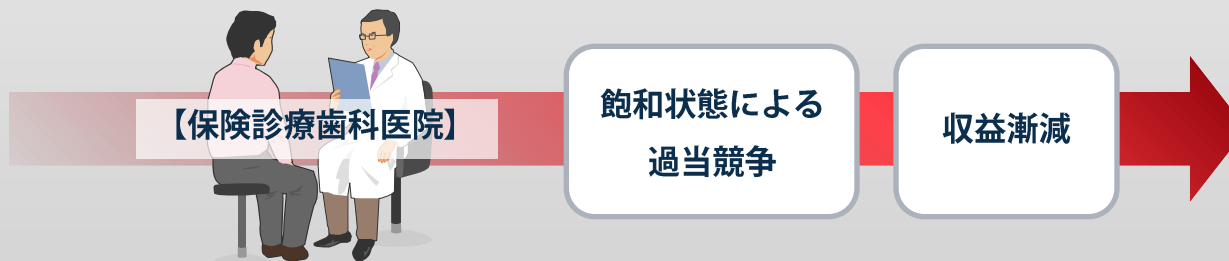


【参照：厚生労働省「医療施設調査」】

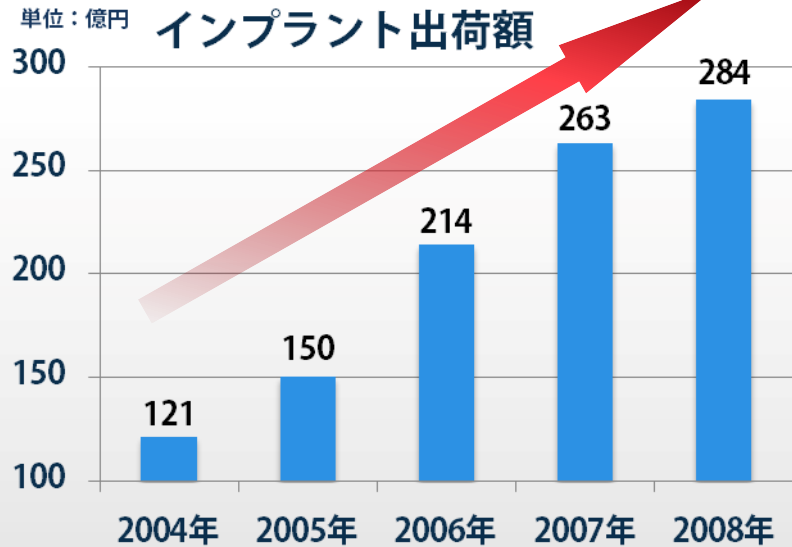
1施設当たり月間医業収益



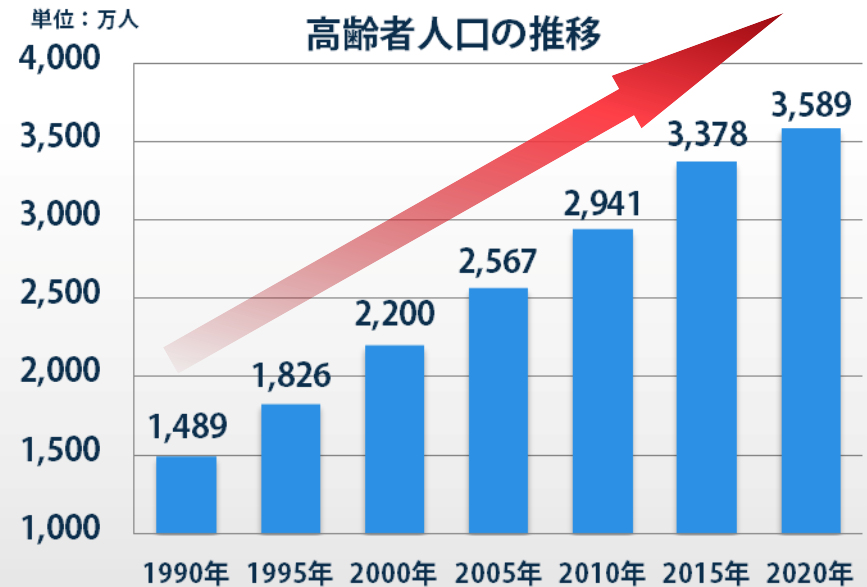
【参照：厚生労働省「医療経済実態調査」】



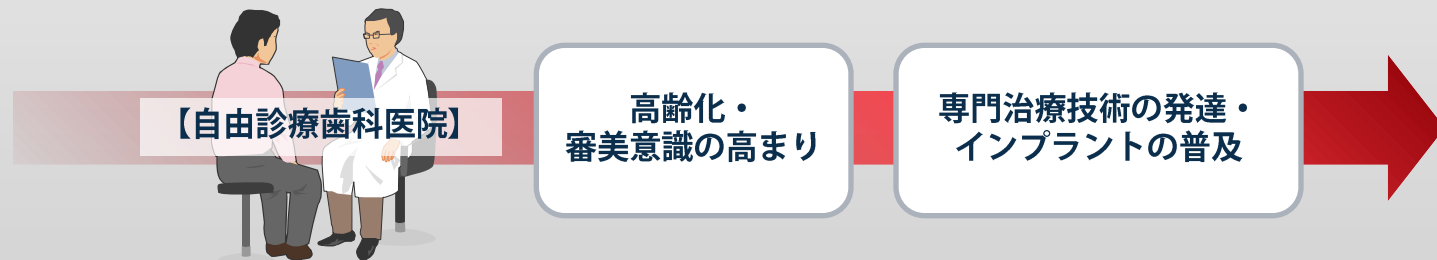
インプラントの認知度向上と高齢化の進展により歯科自由診療市場規模は拡大へ



【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



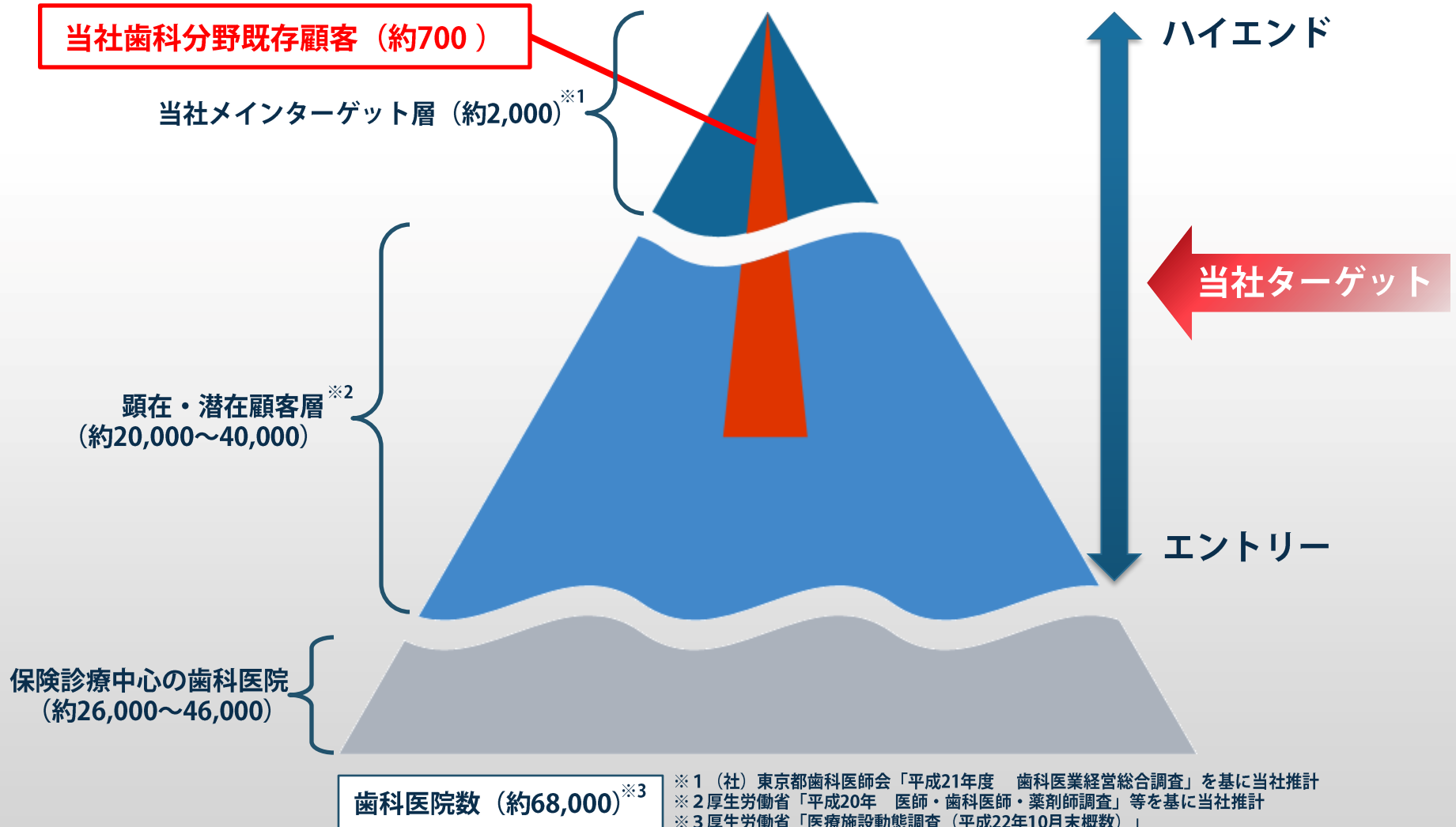
地方中核都市への展開



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



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



SEM



追加受注の
好循環を創出

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%
販管费率	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%

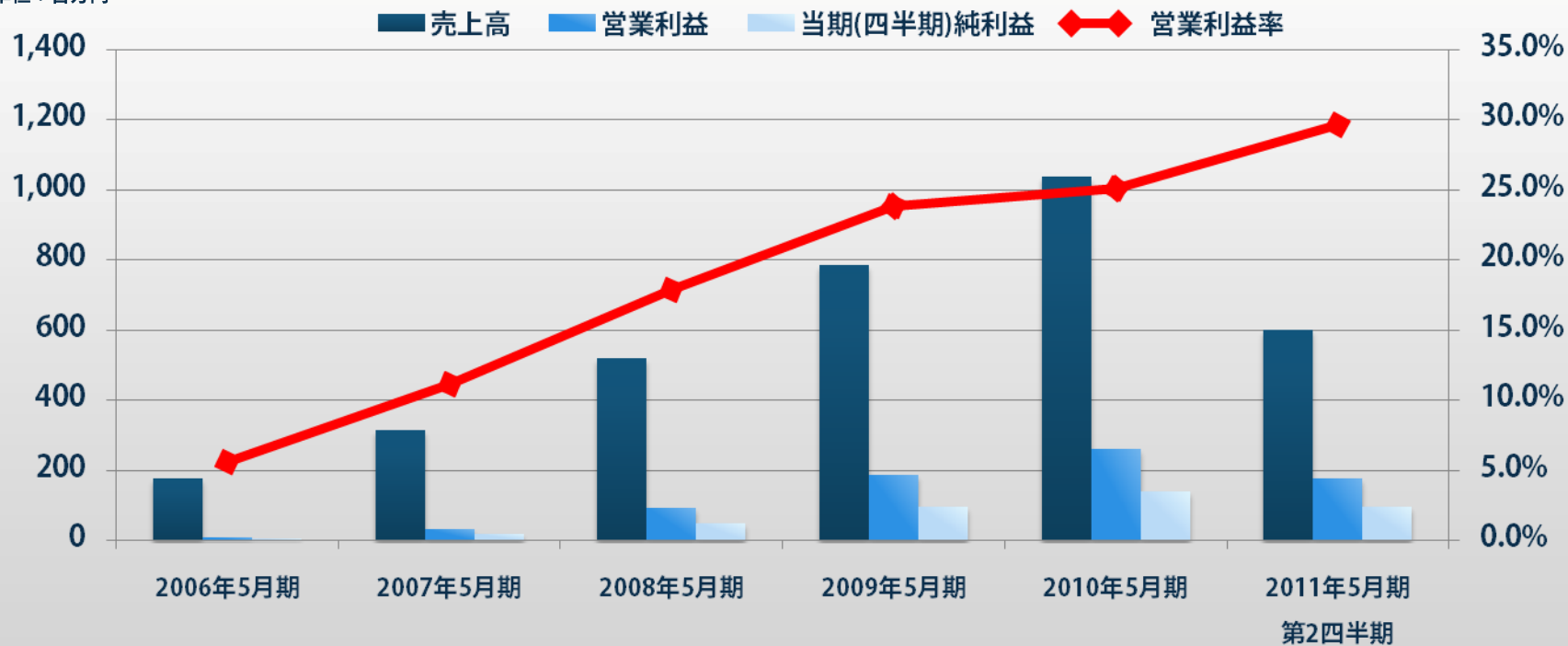
- 営業体制の強化による顧客数の拡大
- 「歯医者さんネットPC・モバイルセットプラン」等のエントリーサービスのラインナップ充実による顧客数の拡大
- 「医院HPサービストリプルプラン」の販売による顧客数の拡大
- 「特集ページ」等の単価の高い記事広告を積極的に掲載
- 治療専門サイト等セカンドサイトの受注による顧客単価アップ

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

