

米国・病理検査事業の買収について

みらかホールディングス株式会社

(2011年10月6日)

※数値は表示数値の単位未満で四捨五入しております。

1

今回の買収の意図と目的

『日本企業による、初めての米国検査サービス(CLT)会社の買収』

【1】 米国市場へのアクセス

- ・米国の受託検査/病理検査市場 → 魅力的(規模大、成長市場)
- ・MHDグループ経営知識の活用が可能 (ラボ事業への理解、FDI/米国事業)

【2】 対象会社の事業基盤への評価

- ・ビジネス・モデル: 高品質による差別化(スピード、高いレベルの病理医、サポート)
- ・現Chairman & CEO(元Advanced PCS社CEO)の手腕と実績

【3】 MHD中核事業としてのCLTの再認識

- ・CLT事業のグローバル化への一歩 : “もう一つの成長シナリオ”の可能性
→ 『IVD事業のグローバル化による成長』

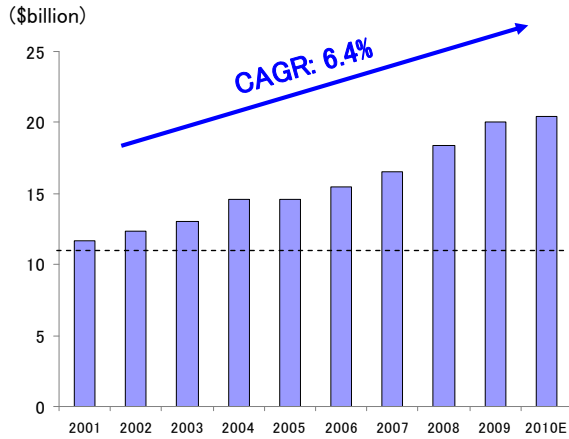
2

受託臨床検査市場：米国と日本の違い

米国では受託臨床検査事業は安定して高い成長を継続
(2010年現在で日本市場の約3倍)

米国 受託臨床検査市場(USD: bn)

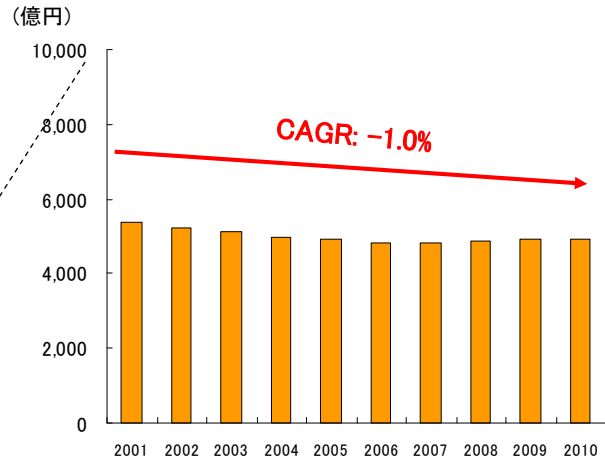
- 市場は過去10年間で高成長率を維持
- 早期診断・治療が可能となる新技術の開発
- 高度な専門性を要求される高収益事業



出典: Lab Industry Strategic Outlook 2011: Market Trends and Analysis, G2 Intelligence

国内 受託臨床検査市場(億円)

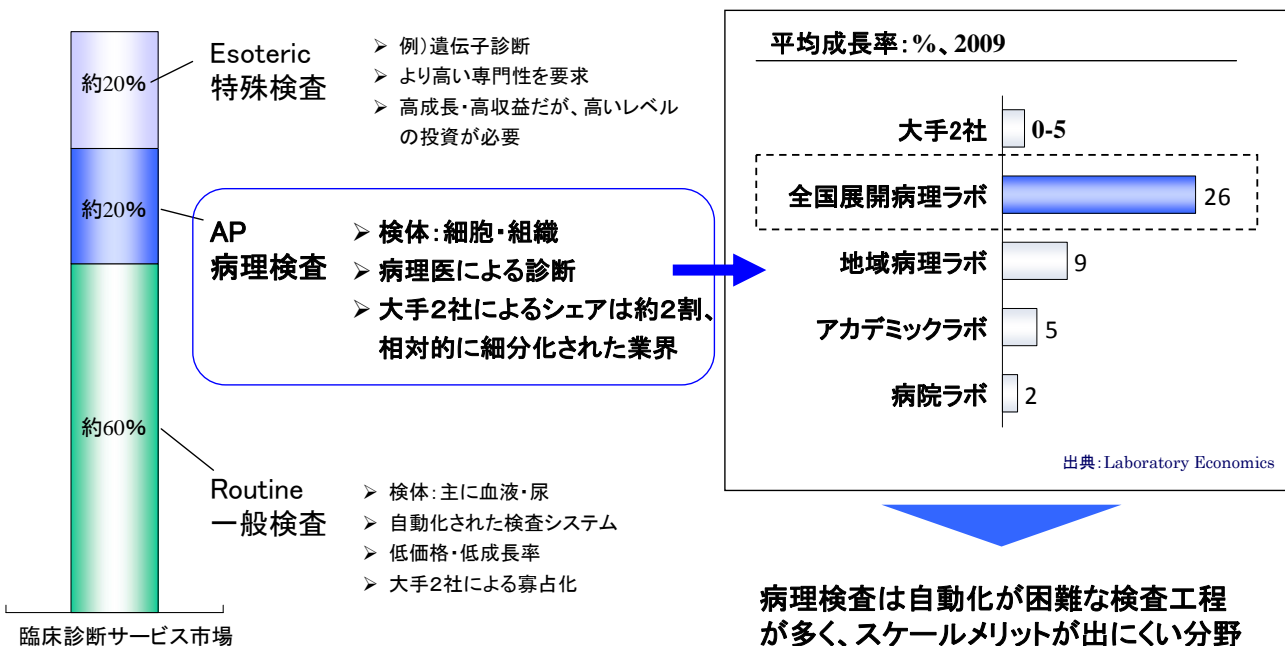
- 診療報酬の改定が市場の成長に大きく影響
- 近年は横ばいながら、市場は微減傾向



出典: 矢野経済研究所 『全国臨床検査センター経営総監』 2009年版、2011年度版

米国病理検査市場(AP市場)での事業機会

AP市場は大手による占有が低く、全国展開している中規模ラボが成長

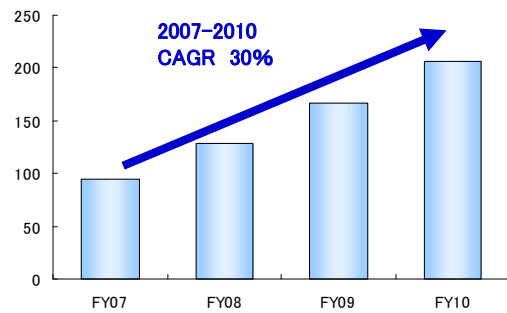


出典: Washington G-2 Report

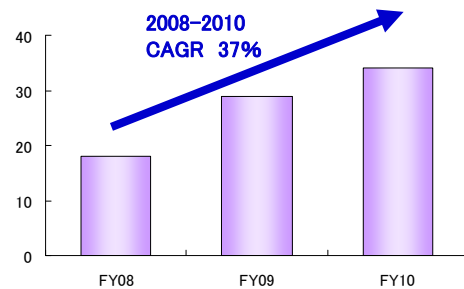
Caris Diagnostics Inc.

- 設立: 1996年 (2005年に現経営陣が買収)
- 本社: 米国テキサス州ダラス
- Lab所在地: Dallas/TX, Phenix/AZ, Boston/MA
- Chairman and CEO: David Halbert
- 従業員数: 約760名(2011年時点)
病理科 約70人、営業員100人以上
- 事業内容: Anatomic Pathology診断サービスの提供
 - ・消化器病理(Gastrointestinal Pathology)
 - ・皮膚病理(Dermatopathology)
 - ・血液病理(Hematopathology)
- 売上高: US\$207mm (2010年12月期)
- 営業利益: US\$34mm (2010年12月期)

■ 売上高の推移(\$ million)

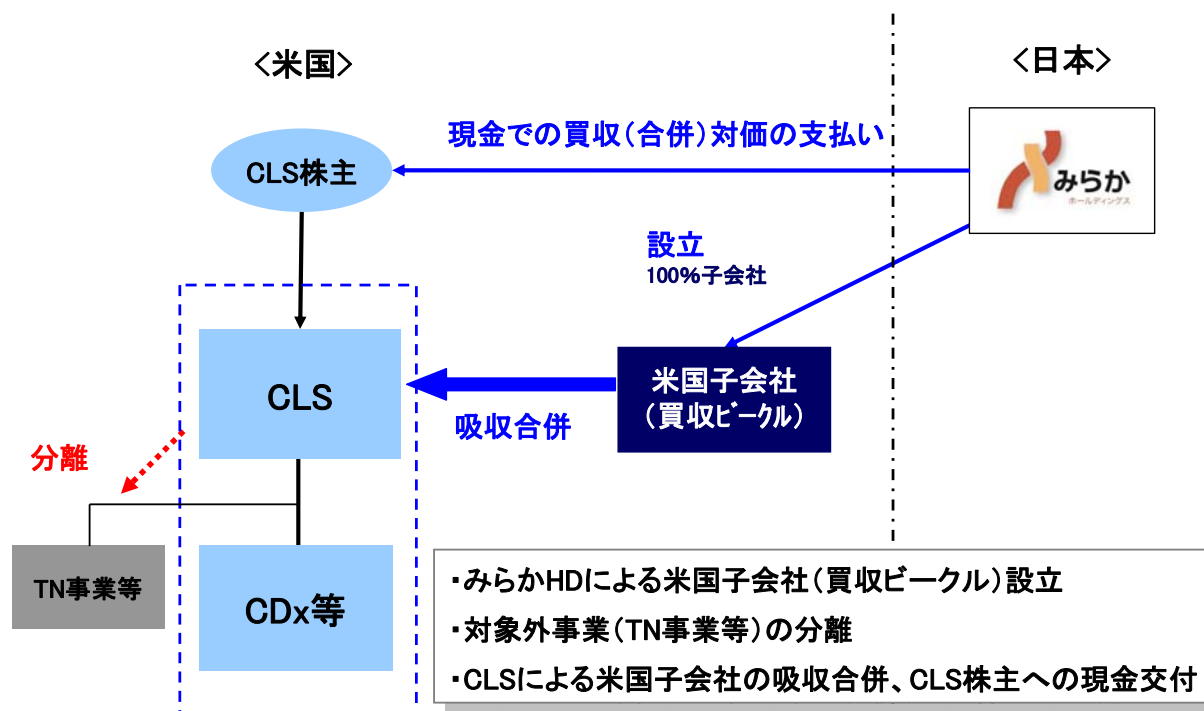


■ 営業利益の推移(\$ million)



今回の買収スキームについて

CLSによる買収ビークルの吸収合併を通じてCLSを完全子会社化



買収の概要とMHD業績への影響見通し

■ 買収価格

買収総額: \$725M (約580億円:為替換算レート:1米ドルあたり80円)

- ・CLS株主への対価と対象事業の純有利子負債の返済を含む
- ・買収資金の調達: 約500億円を上限とした銀行借入+残額は手元資金の予定

■ のれん

買収に伴うのれんは、年間25~30億円程度になる見込み(20年間で均等償却)

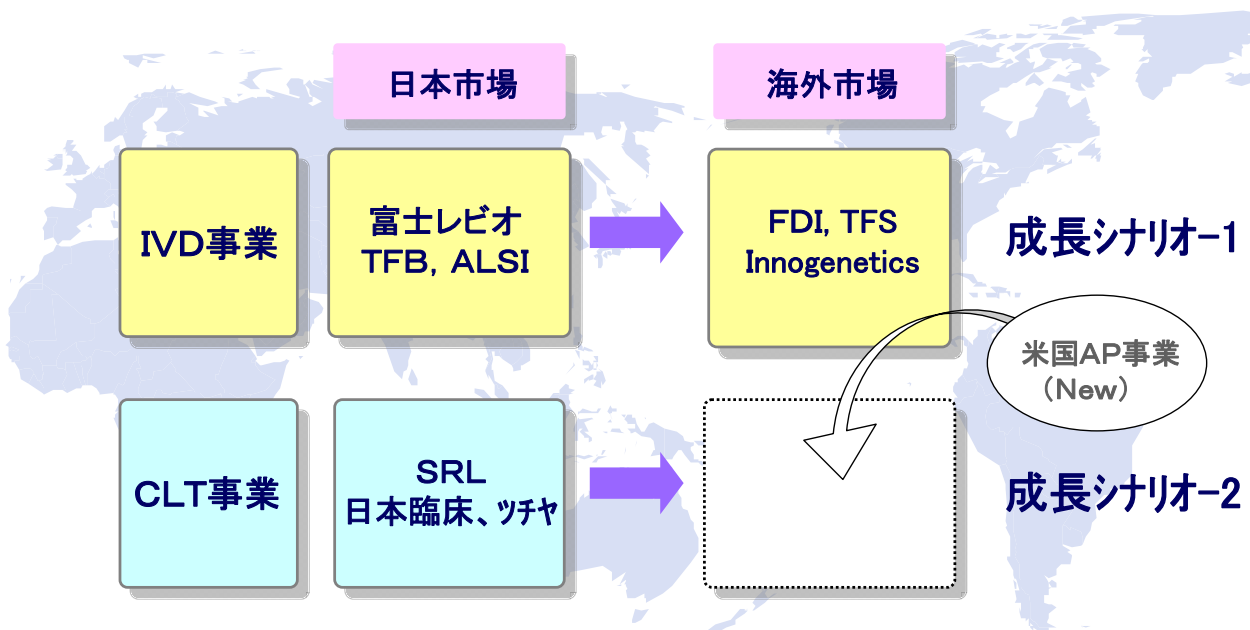
■ みらかHD連結業績への影響

当年度 売上増加に寄与、営業利益の水準は本件買収による大きな変動はない見通し
(※詳細については、買収後かつ企業結合の会計処理が確定した時点で公表予定)

■ クロージング時期

年内を予定

CLT事業のグローバル化の可能性



MHDグループのグローバル化は、新たなステップに



連絡先：

みらかホールディングス株式会社

IR広報グループ TEL:03-5909-3337

将来見通しに関する注意事項：

資料中の見通しは、現時点において入手可能な情報から得られた当社経営陣による判断に基づくものですが、重大なリスクや不確実性を含んでいる情報から得られた多くの仮定および考えに基づき作成されたものです。実際の業績は、さまざまな要素によりこれら業績見通しとは異なる結果となり得る事をご承知おきください。

実際の業績に影響を与える要素には、経済情勢の悪化、為替レートの変動、法律・行政制度の変化、新製品上市の遅延、競合会社の製品戦略による圧力、当社既存製品の販売力の低下、販売中止、等がありますが、これらに限定されるものではありません。

