

|| 企業調査レポート ||

ケアネット

2150 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2020年4月17日(金)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2019年12月期の業績概要	01
2. 2020年12月期業績見通し	01
3. 成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	04
■ 業績動向	07
1. 2019年12月期の業績概要	07
2. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	11
1. 2020年12月期の業績見通し	11
2. 今後の成長戦略	12
■ 株主還元策	16

■ 要約

スペシャリティ医薬品分野でのe情報サイトとしての価値向上を図り 収益拡大を目指す

ケアネット<2150>は、インターネットを使った製薬企業向けの医薬営業支援サービスを主力事業として展開している。医師・医療従事者向けに様々な医療情報を無料で提供するWebサイト「CareNet.com」を運営し、同サイトに登録した会員の属性やニーズなどを収集し、製薬企業に対して医薬品のマーケティング活動支援を行うビジネスモデルとなる。登録医師会員数は2019年12月末時点で15.3万人と医師数全体の約5割をカバーしている。

1. 2019年12月期の業績概要

2019年12月期の業績は、売上高で前期比12.6%増の3,268百万円、営業利益で同29.1%増の605百万円となり、いずれも過去最高を更新した。主力の医薬営業支援サービス事業は、2019年4月より「医療用医薬品の販売情報提供活動に関するガイドライン」が施行された影響で上期こそ低調だったものの、販売体制の強化やサービスの継続的な見直しを行ったことで、期の後半にかけて収益が拡大、通期では売上高で前期比14.3%増、セグメント利益で同34.1%増と大きく伸張したことが要因だ。

2. 2020年12月期業績見通し

2020年12月期の業績は、売上高で前期比7.1%増の3,500百万円、営業利益で同3.1%増の624百万円と連続で過去最高を更新する見通し。医薬営業支援サービスでは、需要が拡大しているスペシャリティ医薬品*のeプロモーション案件のニーズに対応するサービス提供に注力していく。「CareNet.com」で希少疾患領域情報を拡充し、専門医向けメディアとしての媒体価値を向上していくほか、疾患啓発・教育系サービスとなる臨床医学動画メディア「MEDuLiTe(メデュライト)」についても、コンテンツの更なる拡充を図っていく予定だ。一方、医療コンテンツサービスはDVD販売の落ち込みを医療情報動画サービス「CareNetTV」の有料会員数増加でカバーしていく計画である。2018年よりPPV方式での販売にも注力しており、専門医試験に役立つコンテンツを強化することで収益回復を目指す。

※ 抗がん剤や自己免疫治療剤、ワクチン、希少疾病治療剤など、高額かつ厳格な流通管理が求められる医薬品を指す。

要約

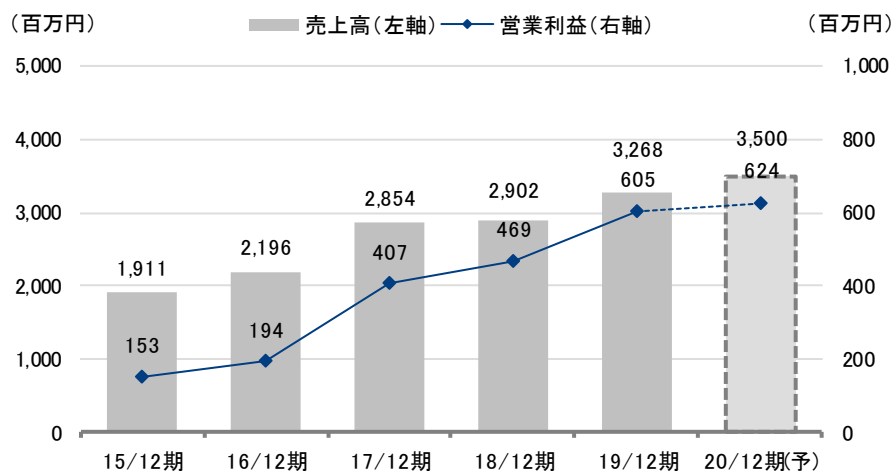
3. 成長戦略

今後の成長戦略として、医薬営業支援サービスについてはスペシャリティ医薬品領域の情報メディアを強化していくことで競合他社との差別化を図っていく。業務提携先の(株)フェーズワンから、手術手技を中心とした集学的がん治療情報サイト「がん@魅せ技」と連携し、がん領域のコンテンツをさらに拡充していく予定となっている。また、ソーシャル機能を備えた医療・医学ニュースサイト「Doctors' Picks」も医師間の情報連携サイトとして拡充していく方針だ。新規事業としては、バイオベンチャーに対して資本出資すると同時に、臨床開発から販売までをトータルソリューションとして支援するサービスに取り組んでいる。既にスタートアップ企業との協業・連携も複数案件が進んでおり、今後収益貢献してくるものと期待される。

Key Points

- ・ 2019年12月期は2ケタ増収増益となり、売上高、営業利益、経常利益で過去最高を更新する
- ・ 2020年12月期は医薬営業支援サービス、医療コンテンツサービスともに伸長し、増収増益となる見通し
- ・ スペシャリティ医薬品への展開と新規事業の育成により成長を目指す

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

インターネットを活用した製薬企業向け営業支援サービスが主力

1. 会社沿革

同社は医師向けの医療情報提供サービスを目的に、1996年7月に現代表取締役会長兼最高経営責任者（CEO）の大野元泰（おおのもとやす）氏らによって設立された。当初は衛星通信放送「スカパー！」にて「ケアネットTV・メディカルCh.®」の放送サービスを提供していたが、2000年よりインターネットを使った医師（医療従事者含む）向けの無料会員制サイト「クラブ・ケアネット」（現 CareNet.com）を開設し、同サイトの会員を基盤としてインターネットを活用した製薬企業向けサービスへと展開していった。

2000年10月にはマーケティング調査サービスを、2001年11月には現在の主力サービスとなる医薬営業支援サービスを開始し、その後の成長をけん引していくことになる。2014年以降は、更なる飛躍を目指すため国内外企業との提携も活発に進め既存サービスの強化を図るとともに、新規サービスの開発、育成にも注力し始めている。なお、マーケティング調査サービスは2014年12月にマクロミル<3978>との合併で設立した（株）マクロミルケアネット（2016年12月期に株式を一部売却し、非持分法適用関連会社となる）に事業移管している。

2017年3月には取締役で最高執行責任者（COO）であった藤井勝博（ふじいかつひろ）氏が代表取締役社長兼最高執行責任者（COO）に就任している。経営体制としては従前と大きく変わらないが、代表取締役会長となった大野氏は海外案件やM&A等の対外折衝を主に担当する。2018年5月にはメディカルインキュベータジャパンとベンチャー企業投資に関する業務提携を締結、また、両社が中心となり他4社と製薬・医療機器メーカーの臨床開発から販売までのプロセスをトータルで支援するコンソーシアム「SSI (Successful Support for Innovator)」を設立している。2019年末時点の連結子会社は4社あるが、いずれも事業規模が小さく業績に与えるインパクトは軽微となっている。

会社沿革

年月	主な沿革
1996年 7月	医療情報提供サービスを目的として（株）ケアネットを設立
1998年 7月	郵政省（現総務省）より委託放送業務の認定を受け、「スカパー！」にて「ケアネットTV・メディカルCh.®」を開局
2000年 4月	医師・医療従事者向け会員制サイト「クラブ・ケアネット」（現 CareNet.com）をインターネット上に開設
2000年10月	インターネットによるマーケティング調査「eリサーチ®」サービスを開始
2001年11月	インターネットによる医薬営業支援システム「eディテリング®」サービス開始
2004年 7月	ケアネットDVDの販売開始
2007年 4月	東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
2009年 2月	（株）葦の会との業務提携を発表。 ケアネット・イノベーション投資事業有限責任組合との資本提携を発表
2011年 4月	「ケアネットTV」閉局、インターネットによる動画配信サービス「CareNet オンデマンド」を開始。 eディテリングに双方向のコミュニケーション機能を搭載したプラットフォームサービス「MRPlus」を開始
2013年 7月	開業医向け医療情報・動画サイト「CareNetTV」サービス開始。 「CareNet CAREER（ケアネットキャリア）」がグランドオープン
2014年10月	Indegene Lifesystem Pvt.Ltd.（インド）との業務提携を発表

ケアネット | 2020年4月17日(金)
 2150 東証マザーズ | <https://www.carenet.co.jp/ir/>

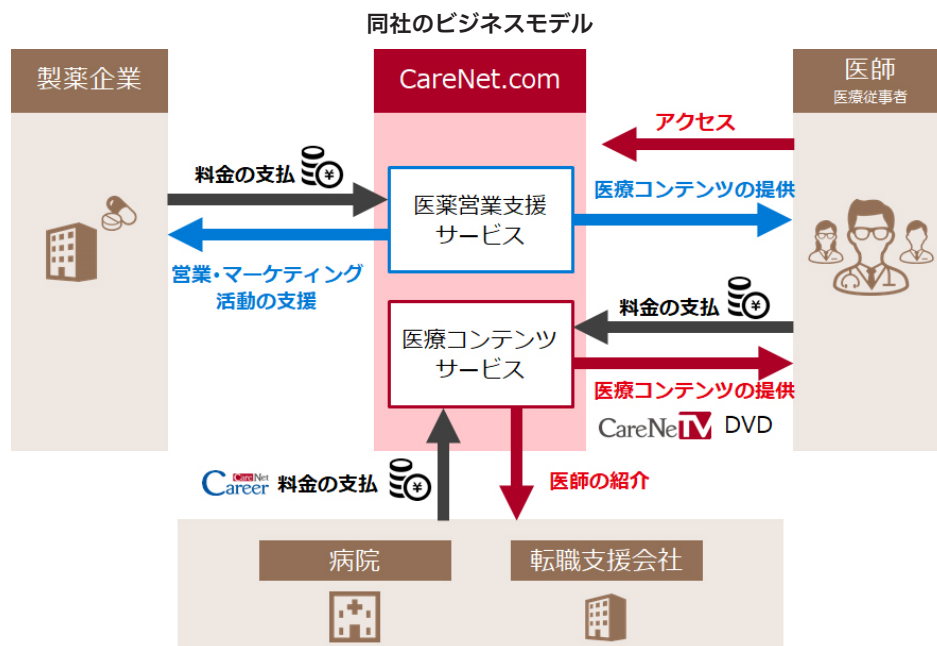
会社概要

年月	主な沿革
2014年12月	(株)マクロミルと合併会社、(株)マクロミルケアネットを設立
2015年 5月	世界最大級の医療情報サイト「Medscape」を運営する WebMD Health Corp. (米) と業務提携
2016年 7月	医師の生涯学習を支える次世代の臨床医学動画メディア「MEDuLiTe」を開始
2018年 5月	メディカルインキュベータジャパンとベンチャー企業への投資を目的に業務提携締結。 メディカルインキュベータジャパン他4社と、製薬企業、医療機器メーカーの臨床開発から販売までのプロセスを支援するコンソーシアム「SSI (Successful Support for Innovator)」を設立
2018年 9月	サンバイオ株式会社と資本業務提携
2018年11月	ソーシャル機能を備えた医療・医学ニュースサイト「Doctors' Picks」をオープン。 医薬品・医療機器に関する開発から販売までの支援業務を行う子会社、(株)ヘルスケア・イニシアチブを設立。 インターネット経由で治験に参加する施設・対象患者の発掘支援を行う治験リクルーティングサービス「治験 CLUB」を開始
2019年 3月	再生細胞医薬品の開発を行うセルジェンテック(株)と資本業務提携を締結。 VR技術によるリハビリテーション用医療機器を販売する(株)mediVRと業務協力契約を締結。 ゲノム編集のスタートアップ企業であるエディジーン(株)に出資
2019年 7月	医師向けオンラインコミュニティ事業を行う子会社として、(株)アスクレピアを設立
2020年 2月	椎間板組織の再生医療に関するスタートアップ企業である DiscGenics, Inc. (米) に出資

出所：決算短信、会社ホームページ、プレスリリースよりフィスコ作成

2. 事業内容

同社の事業セグメントは、製薬企業向けの医薬営業支援サービスと医師向けの医療コンテンツサービスの2つの事業で構成されている。主力事業は医薬営業支援サービスで、2019年12月期の構成比で見ると売上高で87.8%、セグメント利益で96.5%を占めている。



出所：決算説明会資料より掲載

会社概要

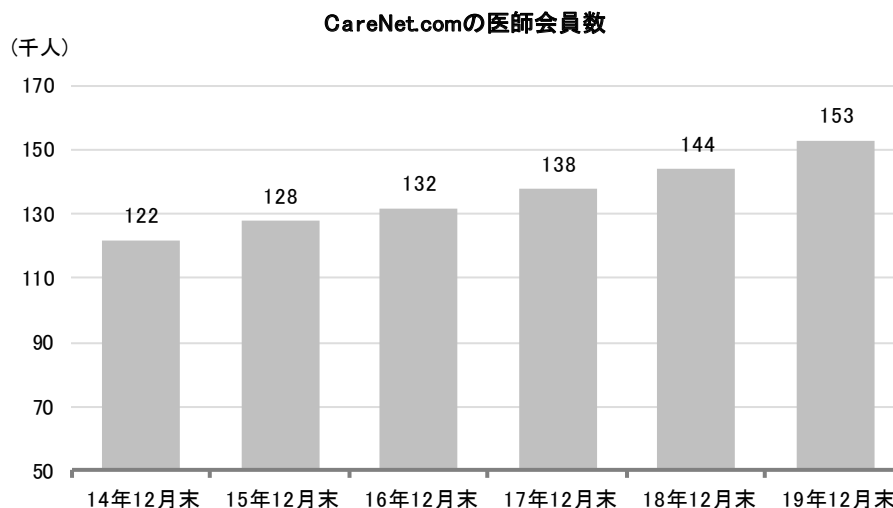
(1) 医薬営業支援サービス

医薬営業支援サービスとは、製薬企業の営業・プロモーション活動を効率的に行うことができるように支援するサービスを言う。製薬企業の営業活動は通常、MRと呼ばれる医薬情報担当者が実際に医師に面会し、様々な医薬情報を提供した上で自社商品を販売している。同社の主力サービスである「MRPlus」は、インターネットを通じて医薬品情報の動画などを医師に配信すると同時に、視聴した医師と担当MRが情報交換を行うことができるプラットフォームであり、MRの営業活動の生産性向上を支援するサービスとなる。情報配信先の医師は、「CareNet.com」の登録会員（無料）となるため、同会員数を拡大することが「MRPlus」の価値を高めることにつながる。2019年12月末時点の医師会員数は15.3万人と年々増加しており、全医師数（32万人弱）の約5割をカバーするまでになっている。

「MRPlus」のサービスは、プロモーション対象となる医薬品が抱える課題によって支援の方法が異なるため、金額や契約形態は案件ごとに異なる。また、製薬企業のプロモーション活動費用が年後半に偏重する傾向にあることから、同サービスの売上高も四半期別で見れば第4四半期（10月－12月期）が最も高くなる。2015年12月期以降5年間の平均で見ると、同事業における年間売上高の33.3%、利益の37.6%を第4四半期に稼ぎ出している。

競合企業としてはエムスリー<2413>やメドピア<6095>のほか、最近では（株）日経BP（日経メディカルOnline）とも競合するケースが増えている。登録会員数で見ると、エムスリーの「m3.com」が28万人以上、メドピアの「medpeer」が12万人超の水準となっている。3つのサイトの中で「CareNet.com」の特徴は、専門性の高いコンテンツが充実していることが挙げられる。

そのほか製薬企業向けサービスとしては、Web講演会（医師に聴かせたい講演をネットでライブ配信）やコンテンツ制作サービスなどがある。



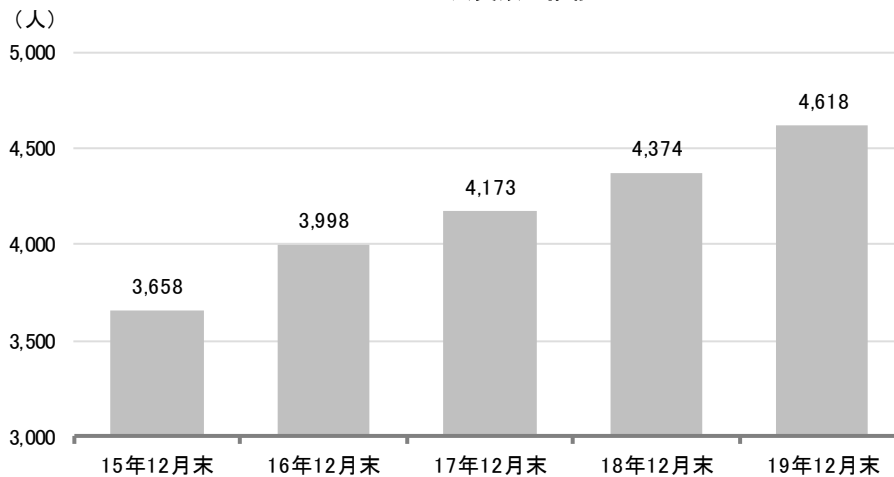
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

会社概要

(2) 医療コンテンツサービス

医療コンテンツサービスは医師・医療従事者に対して、教育コンテンツを有償で提供する事業となる。売上高の6割強は動画配信サービス「CareNeTV」(月額5千円(税抜))で、残りはDVD販売・他収入となる。「CareNeTV」の有料会員数は2019年12月末時点で4,618人と年間200人ペースで増加を続けている。

「CareNeTV」で配信されている番組は1,900番組以上で、毎月10本程度の新作番組を更新している。臨床の第一線で活躍する一流講師が実際の臨床で役立つ情報を分かりやすく解説しており、PCだけでなくスマートフォンやタブレット端末でも視聴が可能となっている。専門書等を使って独学で学ぶよりも効率的に最新の医学情報を習得できるため、試験対策や資格取得などの目的で利用する医師も多い。医師向けの教育用コンテンツを制作する企業は少なく、同社は実績及び品質において圧倒的なポジションにあると言える。なお、2018年11月より新料金プランとして、1番組ごとに視聴可能なPPV方式(300円/番組~)を導入したほか、番組と連動したリアルイベントの開催等も行うなどサービス内容を充実させている。

CareNeTV会員数の推移


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

2019年12月期は2ケタ増収増益となり、売上高、営業利益、経常利益で過去最高を更新する

1. 2019年12月期の業績概要

2019年12月期の連結業績は、売上高で前期比12.6%増の3,268百万円、営業利益で同29.1%増の605百万円、経常利益で同36.0%増の593百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同70.0%増の448百万円となり、売上高は5期連続、営業利益及び経常利益では4期連続増収増益となり、過去最高を2期連続で更新した。医薬営業支援サービス事業が販売体制の強化とサービスの継続的な見直しにより、売上高、利益ともに大きく伸長したことが主因だ。

売上総利益率は増収効果に加えて、サービス原価の見直しに取り組んだことで前期の63.0%から67.5%に上昇した。人員体制強化による人件費の増加などにより販管費率は前期の46.8%から48.9%とやや上昇したものの、営業利益率は16.2%から18.5%に上昇し、過去最高水準となっている。また、特別利益として外国株式の売却益19百万円を計上したことや実効税率の低下により、親会社株主に帰属する当期純利益の増益率が大きくなっている。

会社計画比でも医薬営業支援サービスの営業活動を強化した効果が下期に顕在化し、売上高、利益ともに上回って着地した。2019年12月期末の従業員数は前期末比13名増の105名となっている。

2019年12月期連結業績

(単位：百万円)

	18/12期		会社計画	19/12期			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	2,902	-	3,100	3,268	-	12.6%	5.4%
売上総利益	1,827	63.0%	-	2,205	67.5%	20.7%	-
販管費	1,358	46.8%	-	1,599	48.9%	17.8%	-
営業利益	469	16.2%	500	605	18.5%	29.1%	21.2%
経常利益	436	15.0%	482	593	18.2%	36.0%	23.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	263	9.1%	292	448	13.7%	70.0%	53.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

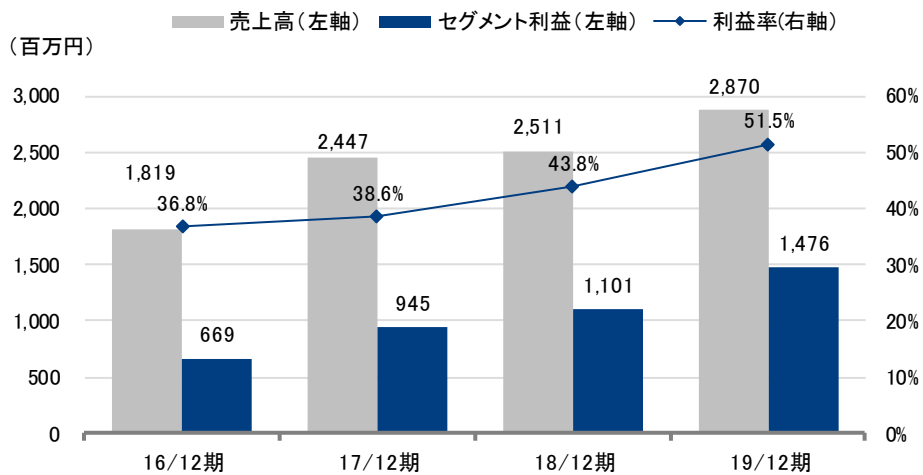
業績動向

(1) 医薬営業支援サービス

医薬営業支援サービスの売上高は前期比 14.3% 増の 2,870 百万円、セグメント利益は同 34.1% 増の 1,476 百万円となった。厚生労働省の「医療用医薬品の販売情報提供活動に関するガイドライン」が 2019 年 4 月から施行されたこともあって、2019 年 12 月期第 1 四半期の売上は低調に推移したものの、第 2 四半期（2019 年 4 月 - 6 月）以降は、既存サービスの改善や営業活動の強化による新規顧客の獲得もあって売上高は 2 ケタ増収となった。利益面でも、増収効果に加えてサービス原価（Web 講演会費用や医師に付与するポイント等）の見直しに継続的に取り組んだことが寄与して大幅増益となり、利益率では 51.5% と前期比 7.7pt の上昇となった。

なお、2018 年 11 月より「CareNet.com」内にオープンした専門医向けのソーシャル機能を備えた医療・医学ニュースサイト「Doctors' Picks」については、順調に Pick 数や訪問者数が増加している。同サイトは、主にオンコロジー領域における疾患の見分け方や学会発表論文、重要なニュース等をテーマに、KOL（キー・オピニオンリーダー）や YOL（ヤング・オピニオンリーダー）と呼ばれる医師等が、解説や意見等のコメントを付けて共有する投稿型ニュースサイトとなる。専門性の高い医療情報を KOL 等の解説・意見も含めて効率的に収集できることに加えて、医師限定かつ実名での利用に限定していることから、医師同士のネットワークも広がるなど評価も上々のようだ。2019 年 6 月には iOS 版アプリをリリースし、利便性の向上も図っている。オンコロジー領域を中心に既に 7 千人以上の専門医が利用しており、今後もコンテンツの充実を図りながら媒体価値を高め、スポンサード広告も今後、付けていきたい考えだ。

医薬営業支援サービスの業績推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

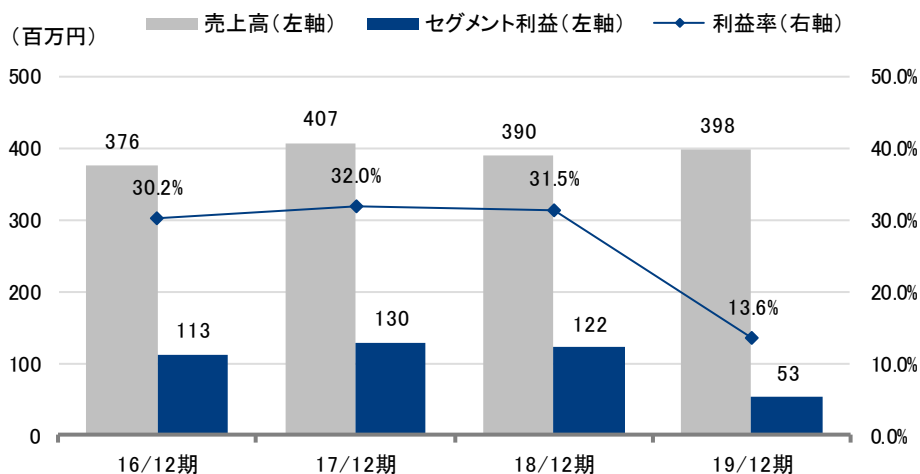
業績動向

(2) 医療コンテンツサービス

医療コンテンツサービスの売上高は前期比 2.0% 増の 398 百万円、セグメント利益は同 56.1% 減の 53 百万円となった。医師向け教育動画サービス「CareNeTV」の売上高は有料会員数が前期末比 244 人増加の 4,618 人と順調に増加したことで、前期比 8.7% 増の 249 百万円と増収基調が続いたものの、医師向け教育コンテンツ「ケアネット DVD」の販売減少が続き「DVD、その他」の売上高が同 7.5% 減の 148 百万円と低調だったことが売上の伸び悩み要因となっている。利益面では、会員獲得を目的としたコンテンツ制作機能強化のための人員体制の強化を図ったこと、並びに利便性向上を目的とした「CareNeTV」アプリの改修を実施したことなどが減益要因となっている。

同社では DVD の販売落ち込みをカバーするため、2018 年 11 月より動画配信サービスで PPV 方式を導入し、番組と連動したリアルイベントを実施するなどサービスラインナップの充実を図っている。

医療コンテンツサービスの業績推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

無借金経営で財務内容は良好

2. 財務状況と経営指標

2019 年 12 月期末の総資産は前期末比 59 百万円増加の 3,079 百万円となった。主な変動要因を見ると、流動資産では現金及び預金が 169 百万円減少した一方で、売上債権が 295 百万円増加した。固定資産では投資有価証券が保有株式の株価下落を主因として 235 百万円減少し、繰延税金資産が 88 百万円増加した。

負債は前期末比 154 百万円増加の 924 百万円となった。流動負債で未払法人税等が 73 百万円減少した一方で、未払金が 86 百万円、役員賞与引当金が 54 百万円、ポイント引当金が 41 百万円それぞれ増加したことによる。また、純資産は前期末比 94 百万円減少の 2,155 百万円となった。利益剰余金が 383 百万円増加した一方で、自己株式が 242 百万円増加（減少要因）したほか、その他有価証券評価差額金が 236 百万円減少したことによる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ケアネット | 2020年4月17日(金)
 2150 東証マザーズ | <https://www.carenet.co.jp/ir/>

業績動向

経営指標を見ると、純資産の減少により自己資本比率が前期末比 4.5 ポイント低下の 69.8% となったものの、無借金経営を継続しており、手元キャッシュも約 14 億円と潤沢にあることから、財務内容は健全な水準が保たれていると判断される。収益性については ROA、ROE、売上高営業利益率とすべての指標で前期から上昇しており、ROA と売上高営業利益率に関しては過去最高を更新するなど、ここ数年で収益性も向上してきていることがうかがえる。

キャッシュ・フローの動きを見ると、営業活動によるキャッシュ・フローは税金等調整前当期純利益の計上等により 278 百万円の収入（前期は 205 百万円の収入）となった。また、投資活動によるキャッシュ・フローは 138 百万円の支出（同 205 百万円の支出）とやや支出が縮小した。投資有価証券の取得による支出が 90 百万円と前期の 190 百万円から減少したことが主因だ。なお、投資有価証券取得の主な中身については、バイオベンチャーのセルジェンテック（株）、エディジーン（株）への出資（各 40 百万円）によるものとなっている。財務活動によるキャッシュ・フローは 307 百万円の支出（同 196 百万円の支出）となった。自己株式の取得による支出で 242 百万円（同 136 百万円）、配当金の支払額で 64 百万円（同 64 百万円）となっている。

連結貸借対照表

（単位：百万円）

	16/12 期	17/12 期	18/12 期	19/12 期	増減額
流動資産	1,792	2,551	2,308	2,476	167
（現金及び預金）	1,229	1,800	1,602	1,433	-169
固定資産	237	226	712	603	-108
総資産	2,029	2,778	3,020	3,079	59
負債合計	501	874	770	924	154
（有利子負債）	-	-	-	-	-
純資産	1,528	1,904	2,250	2,155	-94
経営指標					
自己資本比率	75.3%	68.5%	74.3%	69.8%	-4.5pt
有利子負債比率	-	-	-	-	-
（収益性）					
ROA（総資産経常利益率）	10.5%	17.0%	15.0%	19.5%	4.5pt
ROE（自己資本当期純利益率）	10.8%	27.1%	12.7%	20.4%	7.7pt
売上高営業利益率	8.8%	14.3%	16.2%	18.5%	2.3pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

	17/12 期	18/12 期	19/12 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	689	205	278
投資活動によるキャッシュ・フロー	-11	-205	-138
財務活動によるキャッシュ・フロー	-103	-196	-307
現金及び現金同等物の期末残高	1,700	1,502	1,333

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2020年12月期は医薬営業支援サービス、 医療コンテンツサービスともに伸長し、増収増益となる見通し

1. 2020年12月期の業績見通し

2020年12月期の連結業績は、売上高で前期比7.1%増の3,500百万円、営業利益で同3.1%増の624百万円、経常利益で同3.2%増の612百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同8.4%減の410百万円となる見通し。前期に特別利益を計上した反動で親会社株主に帰属する当期純利益のみ減益を見込むが、売上高、営業利益、経常利益はいずれも過去最高の更新を目指す。上期については増収減益の見込みとなっているが、これはスペシャリティ医薬品に適したサービスや新規事業の開発投資、並びに人材投資を積極的に行うため、これら投資の成果が下期に顕在化すると見ている。従業員数については前期末の105名から10名程度の増員を見込む。

なお、新型コロナウイルス感染拡大の影響については、Webカンファレンスのキャンセルや営業訪問活動の自粛など少なからずあるものの、デジタルシフトの傾向はより強まっているため、業績への影響は限定的と考えられる。

2020年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	19/12期		20/12期			
	通期実績	前期比	上期計画	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	3,268	12.6%	1,500	10.1%	3,500	7.1%
営業利益	605	29.1%	147	-37.8%	624	3.1%
経常利益	593	36.0%	141	-37.8%	612	3.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	448	70.0%	94	-34.0%	410	-8.4%
1株当たり当期純利益(円)	42.33		9.14		39.51	

出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) 医薬営業支援サービス

医薬営業支援サービスの売上高は前期比6.6%増の3,060百万円を見込む。既存サービスの販売拡充に加えて、臨床医学動画メディア「MEDuLiTe」のコンテンツを2019年の27本から2020年は40本と大幅に増やす予定となっている。

「MEDuLiTe」は2016年7月より開始したサービスで、主にスペシャリティ医薬品領域をターゲットにしており、専門医に対して「新たに発売する医薬品に関連する疾患領域を印象付け、期待感を醸成し、処方に向けての準備をしてほしい」という製薬企業のニーズに応えるプロモーション施策となる。欧米では一般的に普及しているが、日本では自社商品名を出さずに販売プロモーションを行うという文化が育っていなかったため、これまで需要が伸び悩んでいたが、厚生労働省の医薬品の販売プロモーションに関するガイドラインの施行が2019年4月に行われたこともあり、今後、需要が高まると見て取り組みを一段と強化していく。現在は、外資系企業が顧客の大半を占めるが、後は日系企業の顧客開拓を進めていく方針となっている。

今後の見通し

また、最先端技術を持つベンチャー企業や医療機器、ロボティクス、デジタルヘルスケアを対象にした事業に対して、M&A や戦略的提携、資本参加なども継続して進め、これら企業の臨床開発から上市に至るまでのプロセスに関わる支援サービスを行っていく。なお、2018年に資本業務提携を締結したサンパイオ <4592> とは、外傷性脳挫傷を対象とした再生医療製品に関する販売プロモーションを支援する予定となっていたが、承認申請時期が2021年1月期にずれ込んだため、本格的に売上に貢献し始めるのは、2021年以降となる。

その他、最近ではデジタル経営戦略を推進する製薬企業が増えるなかで、eプロモーションを中心としたデジタル経営に関する様々な相談・依頼が同社に寄せられている。こうした状況を踏まえ、同社はデジタル戦略支援サービスとして新たに手掛けていく予定にしている。なお、同サービスについては業績計画の中には織り込んでおらず、今後の受注状況次第では上乘せ要因となる可能性がある。

(2) 医療コンテンツサービス

医療コンテンツサービスの売上高は前期比 10.3% 増の 439 百万円を見込む。「CareNetTV」を始め「ケアネット DVD」やその他コンテンツなどの質の向上に取り組み、新規会員獲得により 2 ケタ増収を目指す。特に、PPV 方式の動画配信サービスについては、販促施策を行いながら販売拡大に取り組んでいく方針となっている。コンテンツに関しても 2019 年に実施した総合内科専門医試験対策のコンテンツが好評だったことから、2020 年は主要領域ごとの専門医による講義を夏頃に提供開始する計画となっている。また、「CareNet.com」についても必要な学術情報にすぐアクセスできるように、サイトのリニューアルを実施する予定だ。

スペシャリティ医薬品への展開と新規事業の育成により成長を目指す

2. 今後の成長戦略

(1) 医薬営業支援サービス

医薬営業支援サービス事業では、製薬業界におけるプロモーション案件の主軸が生活習慣病薬からスペシャリティ医薬品へ移行するなかで、スペシャリティ医薬品領域でのサービス拡充に注力していく方針を打ち出している。がん領域など専門性の高い分野において質の高い情報メディアを確立し、より多くの専門医を集めることで競合他社と差別化を図り、成長を加速していく戦略だ。

a) 専門医向け新メディア「Doctors' Picks」

スペシャリティ医薬品のプロモーション効果を上げるためには、専門医の会員を多く獲得していくことが重要となる。その施策の 1 つとして前述したとおり「Doctors' Picks」を「CareNet.com」内にオープンしている。同サイトを活性化して、専門医のネットワークを拡大 (= CareNet.com の会員数増加) することで、スペシャリティ医薬品領域における e プロモーションの受注件数を拡大していく。

b) 疾患啓発・教育系サービスの更なる強化

医師の生涯学習を支える次世代の臨床医学動画メディア「MEDuLiTe」のコンテンツを拡充していくことで、スペシャリティ医薬品のeプロモーション受注獲得に取り組む。前述したように、日本では自社商品名を出さずに販売プロモーションを行うという文化がまだ醸成されておらず、外資系製薬企業が顧客の中心であったが、厚生労働省による医薬品の販売プロモーションに関するガイドラインが施行されたこと、また、オンコロジー分野や再生医療分野など専門性の高い分野においては、最新治療法など質の高い情報が医師からも求められていることなどから、製薬企業にとっても高いプロモーション効果が期待できる。

また、動画配信だけでなく、Webカンファレンスで海外から著名な医師を複数人招いて、最適な治療法についてのパネルディスカッションを行うなどの取り組みも進めている。Webカンファレンス自体は従来も開催していたが、新たに双方向機能も取り入れ、参加医師にとってより質の高いサービスを提供する。スポンサーとなる製薬企業は1社または複数社とテーマによって異なる。

c) 手術手技動画メディア「がん@魅せ技」サイトをフェーズワンから譲受

2019年2月に医師会員連携したフェーズワンから、がん領域における手術手技を中心とした集学的情報メディア「がん@魅せ技」を2020年4月1日に譲受した。2019年秋に、フェーズワンと共同で乳がん領域における手術手技動画コンテンツと、同社が保有する関連情報（検査や薬物療法、再建術やその他関連情報等）及び医師へのインタビュー動画等のコンテンツを融合した共同サイト「乳がん診療 Front line」をオープンしたが、そのほかのがん種領域（食道がん、胃がん、大腸がん、肝胆膵がん、泌尿器がん、肺がん等）の手技動画チャンネルも含めて同社で運営していくことになる。

「がん@魅せ技」の登録医師会員数は3万人となっており、同社ではこれら会員に対してeプロモーションの配信が可能となる。今後、がん領域で新薬等のeプロモーション受注拡大につながるものと期待される。

d) デジタル戦略支援サービスを開始

製薬企業においてもデジタル経営に取り組む動きが活発化していることを背景に、オウンドメディアの構築などデジタル戦略における支援サービスを開始している。同社では長年、eプロモーションを手掛けてきた実績とノウハウを生かして、同サービスを計画していくことになる。オウンドメディアの構築だけでなく、同社の運営サイトから顧客オウンドメディアへの送客など、様々な支援サービスが考えられる。

(2) 医療コンテンツサービス

医療コンテンツサービスでは、より多くのニーズに応えるため、販売方式やコンテンツの多様化に取り組んでいく。

a) CareNeTVのPPV方式での販売を開始

「CareNeTV」では2018年11月より、プレミアムプラン（月額定額プラン）に加えて単品販売やシリーズ販売等、コンテンツごとに課金するPPV方式を導入し、潜在利用者の掘り起こしを進めている。また、プレミアムプランは、各種イベントへの招待やコンテンツのダウンロード利用など、付加価値を高めたサービス内容になっており、PPV利用者からの入会を促進していく戦略となっている。コンテンツについても前述したように、専門医試験対策などに役立つコンテンツなども充実させ、会員数を増やしていく方針だ。

今後の見通し

b) VR コンテンツなど新たなコンテンツへの取り組み

2020年以降、超高速大容量通信が可能となる5G時代に移行することに伴い、新たなコンテンツ手法としてVR（仮想現実）技術を活用したコンテンツの制作・配信にも取り組んでいく予定となっている。具体的には、医師向けの教育用コンテンツとして、4K/8K等の高精細映像とVR技術を組み合わせた手術シミュレーション動画の提供を想定している。

そのほか、「CareNet.com」を2019年にリニューアルし、必要な学術情報にすぐにアクセス可能なPubMedCLOUDの日本語版サービスを開始している。「PubMed」は世界最大級の医学・生物文献データベース「MEDLINE」の検索エンジンで、日本語への自動翻訳だけでなく検索も可能とした。こうしたサービスの拡充により「CareNet.com」の会員数拡大に取り組んでいく。

(3) 新規事業

中長期的な視点に立った事業展開として、複数の新規事業の育成に注力している。

a) ヘルスケア領域のスタートアップ企業との協業・連携

2019年3月に「脂肪細胞※」を用いた再生医療製品の開発を進めるセルジェンテックと資本業務提携を締結したほか、ゲノム編集技術を開発するエディジーンに出資した。また、VR技術を用いたリハビリテーション用医療機器の開発販売を行う(株)mediVRと、VRソリューションの全国展開に関する協業を柱とした業務提携契約を締結している。2020年2月には椎間板組織の再生医療に関する米国のスタートアップ企業、DiscGenicsに出資したことを発表している。DiscGenicsが現在日本で実施している「椎間板細胞治療用注入剤IDCT (Injectable Disc Cell Therapy) の臨床第1/2相試験」の治験患者組み入れに関する支援業務の契約を併せて締結している。

※ 患者自身の脂肪細胞を抽出して治療タンパク質を分泌する遺伝子を導入・加工した細胞のことで、同細胞を患者に投与して治療を行う。対象疾患としては、酵素欠乏症等による難病（LCAT欠損症、ライソゾーム病）や血友病等の希少疾患となり、遺伝的欠損遺伝子を補う治療法として期待されている。

同社では今後も画期的な医薬品や医療機器等の開発を目指すベンチャー企業などに対して、資本参加するだけでなく臨床開発から上市後のプロモーションに至るまで、様々な支援サービスを行っていく予定で、これらの取り組みは2018年5月に設立したコンソーシアム「SSI (Successful Support for Innovator)」をベースに、プロジェクトのプロセスごとに参加企業がサービスを提供していく格好となる。同社は臨床開発における治験施設や患者を紹介するリクルーティングサービス、販売前及び販売後のマーケティング支援サービスを提供していく。臨床開発から販売までのプロセスを「SSI」の参加企業で連携して進めることで、従来よりもスピーディかつ効率的なプロジェクトの推進が可能となる。なお、プロジェクトを受託する窓口として同社は子会社(株)ヘルスケア・イニシアチブ(出資比率51%)を2018年11月に新設している。

今後の見通し

SSI コンソーシアムの参加企業と事業領域

会社名	主な事業内容
ケアネット	製薬企業のマーケティング支援、臨床開発における患者リクルーティング支援
メディカルインキュベータジャパン	ヘルスケア領域のベンチャー企業に対する投資業及びインキュベーション事業
インタージヘルスケア	製造販売後調査、患者支援サービス
医薬情報ネット	医療用医薬品の広告代理店事業、学会データベース事業
ゴールドデン・チャイルド	製薬企業の講演会、研究会等の企画・運営
マクロミルケアネット	医師・患者などを対象とした医療専門の市場調査事業

出所：ニュースリリースよりフィスコ作成

b) 「遠隔集中治療」分野での協業を本格的に開始

新規分野への展開として「遠隔集中治療」分野に進出すべく、(株)T-ICU、ブイキューブ<3681>との業務提携を2018年7月に発表している。T-ICUは専門医による遠隔集中治療支援の普及に取り組んでいるベンチャー企業であり、インフラ部分を提供するブイキューブと合わせて3社共同で、全国に遠隔集中治療ソリューションを展開していく計画となっている。

集中治療とは、救急搬送後の応急処置が行われ容態が一旦安定した患者や、大手術を受けた後の患者など重症患者に対して、呼吸・循環管理、感染症管理等の全身管理を集中治療室で行い、問題が発生した場合に適切な処置を行うことを言う。幅広い医療知識が必要となるため集中治療専門医が必要となるが、現在、国内では圧倒的に専門医の数が不足している状況にある。集中治療室は全国で約1,100室あり、このうち約300室には5～10人の集中治療専門医が在籍しているが、残りの800室には専門医が在籍しておらず専門医ではない医師でまかっているのが実情となっている。

こうしたアンバランスな需給を解消するためのソリューションとして、「遠隔集中治療支援システム」の導入を進めていく。患者の容態が急変した際に集中治療専門医が不在でも遠隔地からビデオ通信システム等を介して現場の看護師に適切な処置を指示し、患者の容態悪化を回避することが可能となる。「遠隔集中治療」の普及で先行する米国では既に全体の20%が「遠隔集中治療」の体制を整備しており、医療費の削減、重症患者のICU死亡率低下(11.7%低下)、ICUの平均滞在日数短縮(0.63日減少)といった導入効果が出ている。国内でも医師不足が続くなかで普及する可能性は高いと見られる。

同システムは2019年に完成し、導入施設数は2020年2月時点で14施設と徐々に広がってきている。また、2020年2月にはスカイマーク(株)と協同で飛行機への搭乗前後に体調不良となった旅客のケアを遠隔でサポートする実証実験も開始するなど、遠隔医療システムとして今後普及拡大していく可能性が高い。顧客開拓についてはT-ICUが中心となり、同社はそのサポートと集中治療専門医の紹介サービスを提供していく予定だ。売上高としては、導入施設から得られるシステム利用料(月額基本料+従量課金)と専門医の送客ごとに発生する紹介料となるが、システム利用料に関しては3社の貢献度によって按分していくことになっている。当面の目標としては、地方の中規模から大規模病院を中心に30施設への導入を目指している。医療の地域格差を解消し、また、多くの重症患者の生命を救うことにもつながるソリューションとして、今後の成長期待は大きい。

今後の見通し

c) 学術支援サービス充実のため、SC-Labo を設立

学術支援サービスの充実を図るため、各種資材や IT ツールの販売を行う子会社、SC-Labo を設立している。

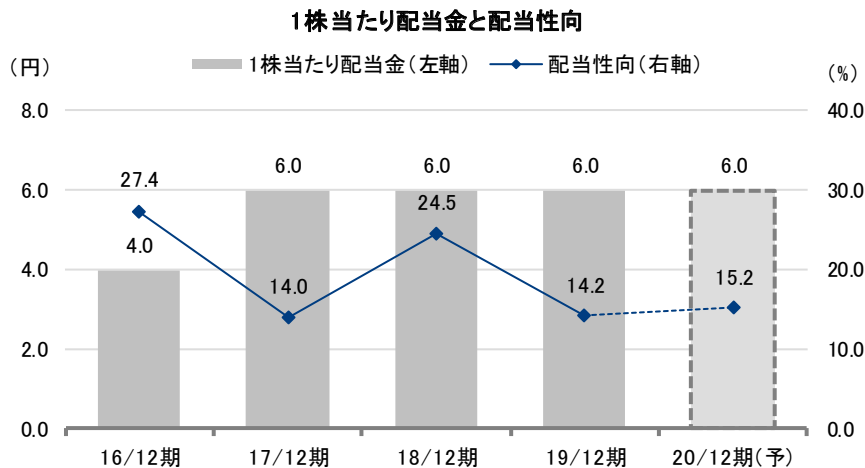
なお、同社はこれらの取り組みを踏まえて、2020年6月頃を目途に中期経営計画を発表する予定にしており、その内容が注目される。

株主還元策

安定配当と機動的な自己株取得による株主還元を実施

同社は株主還元策として配当を実施している。配当については各期の業績動向と事業拡大のための投資に備えるための内部留保とのバランスを考えながら、安定配当を基本に決定する方針となっており、2020年12月期は前期比横ばいの6.0円（配当性向15.2%）を予定している。

また、資本効率の向上と機動的な資本政策の実行を目的とした自己株式取得についても適時実施している。2019年12月期は、305,100株（発行済み株式数の2.8%、取得額242百万円）の自己株取得を実施しており、自己株取得も含めた総還元性向は68.3%となっている。



注：2017年10月に1:2の株式分割を実施、配当金は過去に遡及して修正
 出所：決算短信よりフィスコ作成

免責事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp