

|| 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 >>>](#)

2019年3月28日(木)

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. 2018年12月期の業績概要	01
2. 2019年12月期の業績見通し	01
3. 新規事業について	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	04
3. 主要株主の変動について	07
■ 業績動向	08
1. 2018年12月期の業績概要	08
2. 財務状況と経営指標	10
■ 今後の見通し	11
1. 2019年12月期の業績見通し	11
2. 今後のサービス展開について	12
■ 株主還元策	15

## ■ 要約

### 2019年12月期より新規事業・サービスを積極展開し、成長スピードを加速化していく方針

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2018年12月末時点で14.4万人と医師数全体の4割強をカバーしている。

#### 1. 2018年12月期の業績概要

2018年12月期の連結業績は、売上高で前期比1.7%増の2,902百万円、営業利益で同15.1%増の469百万円といずれも過去最高を更新する結果となった。主力の医薬営業支援サービスが順調に推移したほか、原価低減の取り組みを進めたことが利益率の改善要因となった。なお、親会社株主に帰属する当期純利益に関しては、繰越欠損金の解消による税負担の発生で、同43.3%減の263百万円となっている。

#### 2. 2019年12月期の業績見通し

2019年12月期の業績は、売上高で前期比6.8%増の3,100百万円、営業利益で同6.5%増の500百万円と増収増益が続く見通し。スペシャリティ薬のeプロモーション需要が拡大するなかで、同社は専門医師の取り込みを強化するため、2018年に新メディア「Doctor's Picks」をオープンしたほか、2019年2月にはがん治療医師向けの手術手技動画サイト「がん@魅せ技」を運営する(株)フェーズワンとの医師会員の連携を行うことを発表しており、同領域における競争力向上と受注拡大が見込まれる。また、収益が低迷していた医薬コンテンツサービスも医療情報動画サービス「CareNeTV」の料金プランを多様化することで多様化する顧客ニーズを掘り起こし、収益回復を目指している。なお、2019年12月期はいくつかの新たな取り組みを開始する予定だが、今回の業績計画には織り込んでいない。このため、これらの取り組みが順調に立ち上がれば、業績の上乗せ要因となる可能性がある。

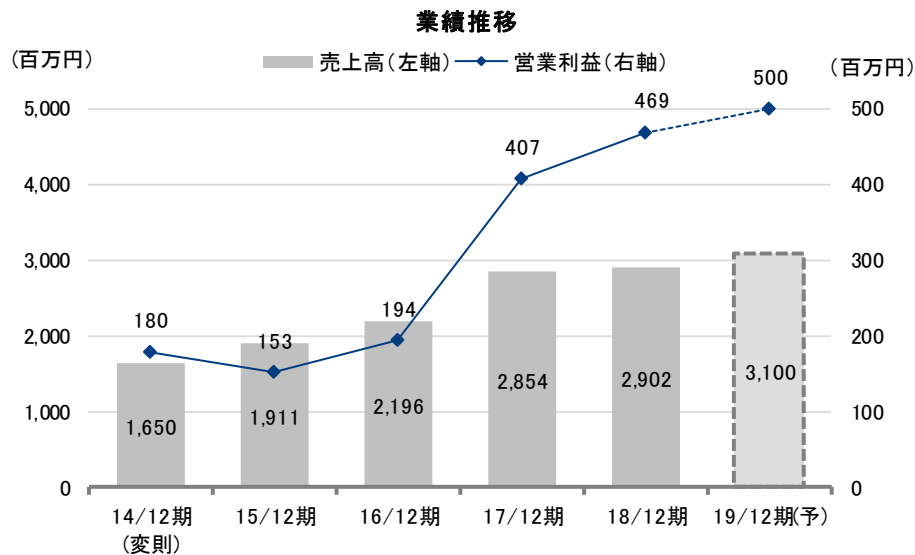
要約

### 3. 新規事業について

中長期的な視点に立った新規事業として、画期的な医薬品や医療機器等の開発を目指す製薬企業やメーカーに対して、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を展開していく。2018年5月にヘルスケア分野で異なる事業を行う6社が参加したコンソーシアム「SSI (Successful Support for Innovator)」及び、その窓口として同社が設立した(株)ヘルスケア・イニシアチブが事業を推進していく予定になっている。資本業務提携を結んだサンバイオ<4592>の外傷性脳損傷を対象とした新薬候補「SB623」の承認から販売までの支援をする予定である。その他にも複数の製薬企業やバイオベンチャーとも交渉を行っているほか、先進技術を用いたヘルステックのベンチャー企業に対しても資本業務提携などを進めていく可能性がある。そのために必要となる資金については、銀行2行と合計15億円のコミットメントライン契約を2019年2月に締結しており、柔軟に調達できる体制を整えている。なお、同社はこうした取り組みも踏まえて2019年秋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。

#### Key Points

- ・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
- ・2019年12月期業績は新規事業の効果を織り込んでいない保守的な計画
- ・医薬品・医療機器の臨床開発から販売後のフォローアップまでを一括して支援する新サービスを2019年12月期より開始



注：14/12期は2014年4月から12月までの9ヶ月の変則決算  
 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の大野元泰(おのおのもとやす)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の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ており、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。なお、連結子会社として3社あるが、いずれの子会社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。

**ケアネット** | 2019年3月28日(木)  
 2150 東証マザーズ | <http://www.carenet.co.jp/>

会社概要

会社沿革

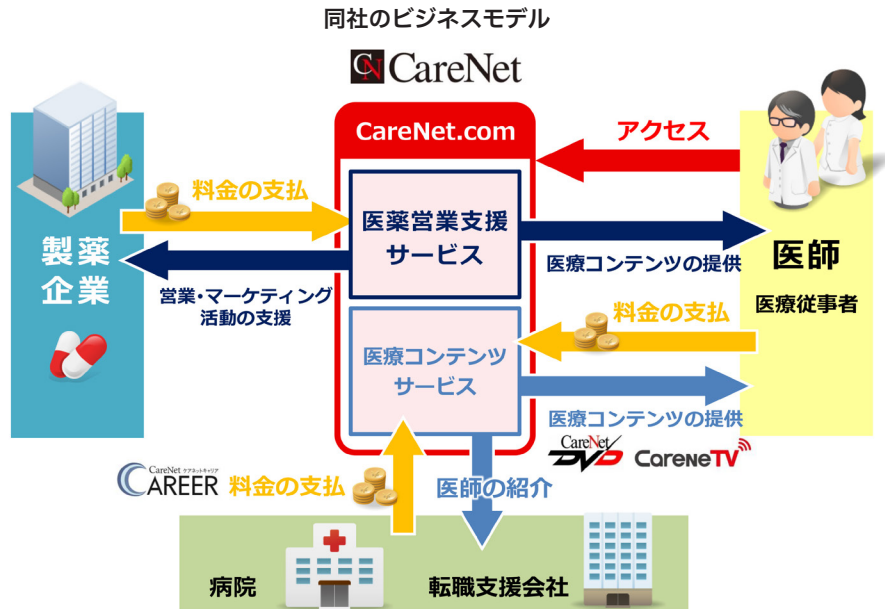
年月	主な沿革
1996年 7月	医療情報提供サービスを目的として(株)ケアネットを設立。
1998年 7月	郵政省(現総務省)より委託放送業務の認定を受け、「スカパー！」にて「ケアネットTV・メディカルCh.®」を開局
2000年 4月	医師・医療従事者向け会員制サイト「クラブ・ケアネット」(現 CareNet.com)をインターネット上に開設。
2000年10月	インターネットによるマーケティング調査「eリサーチ®」サービスを開始。
2001年11月	インターネットによる医療営業支援システム「eディテリング®」サービス開始。
2004年 7月	ケアネット DVD の販売開始。
2007年 4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。
2014年12月	(株)マクロミルと合弁会社、(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5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「Doctor's 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。

出所：有価証券報告書及び会社ホームページよりフィスコ作成

## 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、2018年12月期の構成比で見ると売上高で86.5%、セグメント利益で90.0%を占めている。

## 会社概要



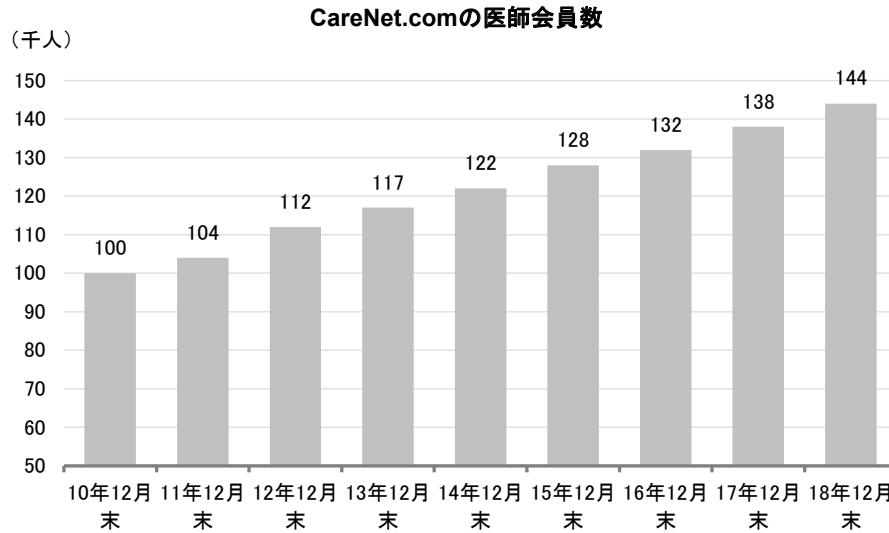
出所：決算説明会資料より掲載

## (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、製薬企業の営業活動の生産性向上に寄与するサービスとなる。情報配信先の医師は、同社の「CareNet.com」の無料会員となる。このため、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。国内の医師数が約32万人いる中で、登録会員数は2018年12月末時点で14.4万人と年々増加しており、カバー率は全体の4割強となっている。

「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は年後半に偏重する傾向にあるため、同サービスの売上高も第4四半期(10月-12月期)が最も高くなる傾向にある。なお、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ようだ。

## 会社概要



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## (2) 医療コンテンツサービス

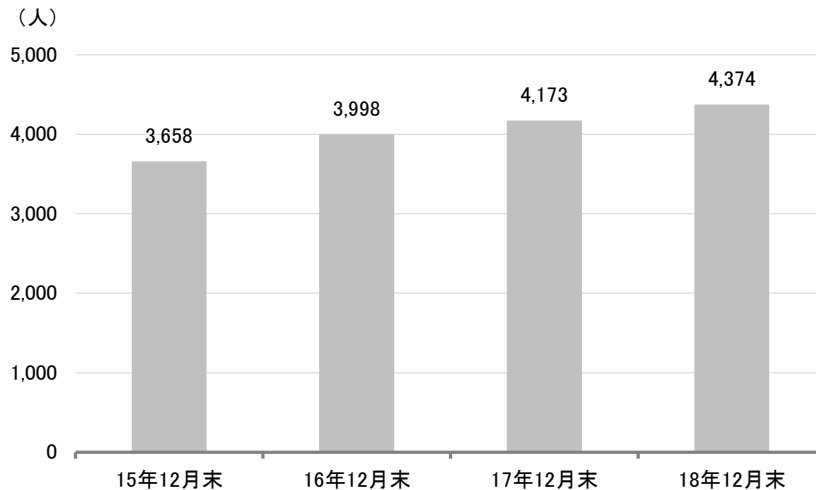
医療コンテンツサービスは医師・医療従事者に対して、教育コンテンツを有償で提供する事業となる。売上高の約6割は動画配信サービス「CareNeTV」（月額5千円（税抜））で占められ、有料会員数は2018年12月末時点で4,374人となっており、年間200人ペースで着実な成長が続いている。残りはDVD販売・他収入となる。

「CareNeTV」で配信されている番組は、毎月10本程度の自社企画の新作番組更新を行いながら、2018年12月末時点で約1,900番組まで拡充している。番組では、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、試験対策や資格講座取得などの目的も含めて利用する医師数は年々増加傾向にある。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〜）を導入している。



## 会社概要

## CareNeTV会員数の推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 3. 主要株主の変動について

同社の主要株主は直近1年間で大きく変化している。2018年6月に筆頭株主であったケアネット・イノベーション投資事業有限責任組合（以下、CNI ファンド）の運営会社が（株）ミレニアムパートナーズから、（株）メディカルインキュベータジャパン（以下 MIJ）に引き継がれた際に、CNI ファンドの出資者に対して運用部分の一部を現物株式で配分したことが主因となっている。これにより、CNI ファンドの持分比率が低下し、代わりに出資者であった（株）アステム、（株）バイタルネット、（株）ケーエスケーが2018年12月末の株主名簿上位に登場している。アステムは九州、バイタルネットは東北、ケーエスケーは近畿を主要エリアとした医薬品・医療機器卸会社で、今後も安定株主として同社株式を保有していくと見られる。

なお、MIJ はヘルスケア領域に特化した投資ファンドの運営、及びインキュベータ事業を目的に2018年5月に設立された会社で、同社とも業務提携契約を締結している。今後はCNI ファンドとMIJ を含め3者間で戦略的なパートナーシップを築き、ヘルスケア領域のベンチャー企業に対する投資を積極的に行っていく方針となっている。同社にとっては出資先のベンチャー企業の新たなアイデアや技術等の最新情報にアクセスできるようになり、有望なベンチャー企業との協業・連携を進めることで、新規事業の創出や革新的なサービスの開発につなげ、成長を加速していく戦略となっている。その第1弾として、2018年9月にサンバイオと資本業務提携を締結し、同社がサンバイオの株式の0.12%を取得し、サンバイオが同社株式の9.74%を保有することになり、現在、第2位株主となっている。

## 会社概要

## 主要株主と所有比率

株主名	2017年12月末 所有比率	株主名	2018年12月末 所有比率
ケアネット・イノベーション 投資事業有限責任組合	43.8%	ケアネット・イノベーション 投資事業有限責任組合	19.81%
BNYM NON-TREATY DTT	7.4%	サンバイオ(株)	10.06%
(株)ミレニアムパートナーズ	3.0%	BNYM NON-TREATY DTT	8.23%
藤井 寛治	1.5%	(株)アステム	6.40%
川西 徹	1.3%	(株)バイタルネット	3.84%
松井証券	1.1%	大野 元泰	3.59%
日本トラスティ・サービス信託銀行	1.1%	(株)ケーエスケー	2.56%
		(株)ミレニアムパートナーズ	1.88%
		SSBTC CLIENT OF OMNIBUS ACCOUNT	1.59%
		藤井 寛治	1.59%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 業績動向

### 主力のeプロモーションサービスが順調に成長し、 2018年12月期は売上高、営業利益、経常利益で過去最高を更新

#### 1. 2018年12月期の業績概要

2月13日付で発表された2018年12月期の連結業績は、売上高で前期比1.7%増の2,902百万円、営業利益で同15.1%増の469百万円、経常利益で同6.9%増の436百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同43.3%減の263百万円となり、当期純利益を除き過去最高を更新した。主力の医薬営業支援サービスがスペシャリティ薬のeプロモーションを中心に順調に拡大し、また、原価低減に取り組んだことが増収増益要因となった。当期純利益については累損解消による税負担の発生が減益要因となっている。なお、会社計画比で売上高が若干未達となったが、これはeプロモーションで予定していた2件のプロジェクトが顧客事由により先送りされたことによる。

## 業績動向

## 2018年12月期連結業績

(単位：百万円)

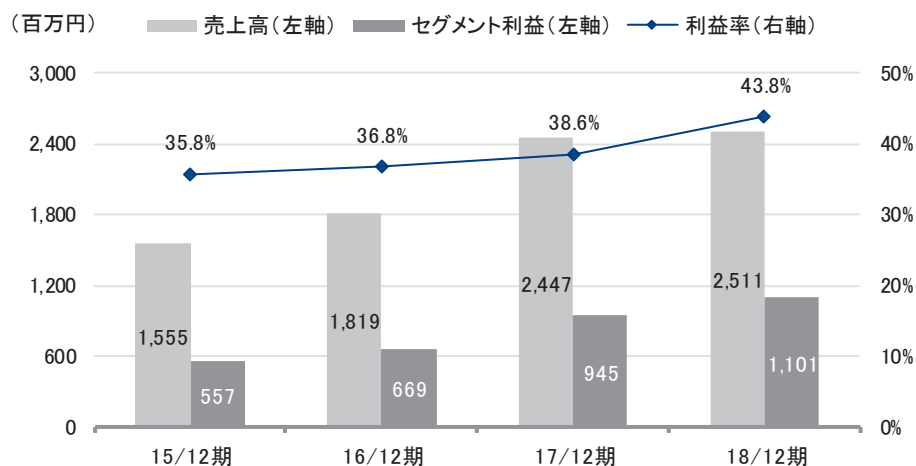
	17/12期		会社計画	18/12期			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	2,854	-	3,000	2,902	-	1.7%	-3.3%
売上総利益	1,720	60.3%	-	1,827	63.0%	6.2%	-
販管費	1,312	46.0%	-	1,358	46.8%	3.5%	-
営業利益	407	14.3%	450	469	16.2%	15.1%	4.3%
経常利益	408	14.3%	442	436	15.0%	6.9%	-1.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	464	16.3%	295	263	9.1%	-43.3%	-10.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

セグメント別の業績を見ると、医薬営業支援サービスの売上高は前期比 2.6% 増の 2,511 百万円、営業利益は同 16.5% 増の 1,101 百万円と増収増益が続き、過去最高業績を更新した。医薬品業界において上市される新薬の中心がプライマリー医薬品（生活習慣病向け）からスペシャリティ医薬品（がん、希少疾患向け）にシフトするなかで、スペシャリティ医薬品のプロモーションに適した e プロモーションサービスの受注拡大に取り組むべく、営業体制の強化やサービスラインナップの充実を図ったことが増収要因となっている。また、収益性に関しても原価低減に取り組んだ効果により、セグメント利益率で前期比 5.2 ポイント上昇の 43.8% と大きく上昇した。直近 3 年間で見ると、売上高は 1.6 倍、営業利益は 2.0 倍になるなど、同事業は順調に成長していると言える。

なお、2016 年 7 月よりオープンした臨床医学動画メディア「MEDuLiTe」を組み合わせた製薬企業の疾患啓発活動のサポートするサービスは、主にスペシャリティ医薬品領域でターゲットとなる医師に、「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こたえるものである。欧米では一般的に普及している施策だが、日本ではまだ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おらず、導入に慎重な顧客が多いため、主力サービスとなるのは、少し先と考えられる

## 医薬営業支援サービスの業績推移

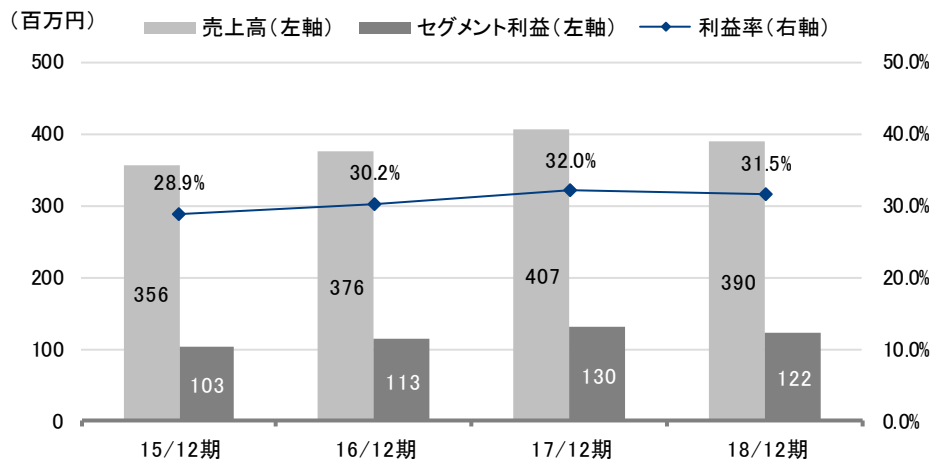


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 業績動向

一方、医療コンテンツサービスの売上高は前期比 4.1% 減の 390 百万円、営業利益は同 5.6% 減の 122 百万円と 2014 年 3 月期以来の減収減益となった。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 201 人増加の 4,374 人と順調に増加したことで、前期比 4.8% 増の 229 百万円と増収が続いたものの、医師向け教育コンテンツ「ケアネット DVD」及び「その他」の売上高が同 14.5% 減の 160 百万円と減少したことが減収減益要因となった。

## 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

2018 年 12 月期末の総資産は前期末比 324 百万円増加の 3,102 百万円となった。主な変動要因を見ると、流動資産では現預金が 198 百万円減少した一方で、売上債権が 72 百万円増加した。固定資産では主にサンバイオ株式の取得（6 万株、190 百万円）と期末株価の上昇で投資有価証券が 486 百万円増加している。

負債は前期末比 21 百万円減少の 852 百万円となった。流動負債で前受金が 102 百万円減少した一方で、固定負債で繰延税金負債が 81 百万円増加した。また、純資産は前期末比 346 百万円増加の 2,250 百万円となった。配当金の支出 64 百万円、自己株式取得で 104 百万円の減少要因となったものの、親会社株主に帰属する当期純利益の計上 263 百万円とその他の有価証券評価差額金の増加 205 百万円、資本剰余金の増加 41 百万円が増加要因となった。

## 業績動向

経営指標を見ると、自己資本比率が前期末比 3.9 ポイント上昇の 72.4% と高水準で推移、無借金経営を継続していることから、財務内容は健全な水準が保たれていると判断される。一方、収益性について見ると医薬営業支援サービスの成長に伴い、売上高営業利益率は前期比 1.9 ポイント上昇の 16.2% と上昇傾向が続いた。また、ROA や ROE については、利益の伸びよりも総資産や自己資本の伸びが大きかったことで前期比では低下したものの、それぞれ 14.8%、12.7% と 10% 以上の水準を維持しており、収益性、資本効率ともに高水準を維持していると判断される。

## 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	15/12 期	16/12 期	17/12 期	18/12 期	増減額
流動資産	1,471	1,792	2,551	2,433	-118
(現預金)	965	1,229	1,800	1,602	-198
固定資産	252	237	226	668	442
総資産	1,723	2,029	2,778	3,102	324
負債合計	299	501	874	852	-21
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産	1,424	1,528	1,904	2,250	346
経営指標					
自己資本比率	82.3%	75.3%	68.5%	72.4%	3.9pt
(収益性)					
ROA (総資産経常利益率)	8.6%	10.5%	17.0%	14.8%	-2.2pt
ROE (自己資本利益率)	9.7%	10.8%	27.1%	12.7%	-14.4pt
売上高営業利益率	8.0%	8.8%	14.3%	16.2%	1.9pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2019年12月期業績は新規事業の効果を織り込んでいない 保守的な計画

#### 1. 2019年12月期の業績見通し

2019年12月期の連結業績は、売上高で前期比 6.8% 増の 3,100 百万円、営業利益で同 6.5% 増の 500 百万円、経常利益で同 10.6% 増の 442 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 10.9% 増の 292 百万円となる見通し。引き続き医薬営業支援サービスの拡大が業績のけん引役となる。なお、上期については売上高で前年同期比 3.1% 増の 1,465 百万円、営業利益で同 8.1% 減の 220 百万円と増収減益で見込んでいるが、これはスペシャリティ医薬品に適したサービスの開発を積極的に実施する予定となっているためだ。また、2019年12月期は新規事業としていくつかの取り組みを展開していく予定にしているが、見通しが不確かなため業績計画には織り込んでおらず、既存事業のみでの計画となっている。このため、新規事業の進捗次第では業績の上積みも期待できることになる。

今後の見通し

### 2019年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	18/12期		19/12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	2,902	1.7%	1,465	3.1%	3,100	6.8%
営業利益	469	15.1%	220	-8.1%	500	6.5%
経常利益	436	6.9%	211	-1.1%	482	10.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	263	-43.3%	116	-11.3%	292	10.9%
1株当たり当期純利益(円)	24.48		10.83		27.15	

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 医薬品・医療機器の臨床開発から販売後のフォローアップまでを一括して支援する新サービスを2019年12月期より開始

### 2. 今後のサービス展開について

#### (1) 医薬営業支援サービス

医薬営業支援サービス事業の2019年12月期売上高は、前期比7.3%増の2,696百万円を計画している。引き続きスペシャリティ医薬品領域での競争力を高めるため、専門医向けのネットワーク拡充に向けた施策を進めていく。

##### a) 専門医向け新メディア「Doctor's 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、専門医の会員数を多く獲得していくことが重要となる。その施策として同社は2018年10月に専門医向けの新メディア「Doctor's Picks」を「CareNet.com」内に正式オープンした。同メディアは、ネット上に散在している医療情報の中から、各領域の専門医が目指す情報(学会発表論文等)を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)等の医師自らが選び、解説や意見等のコメントを付けて共有する投稿型サイトになる。専門性の高い医療情報が集められるため、会員医師は効率的に情報収集できるほか、他の医師のコメントに触れることで情報に対する理解を深めることが可能となる。オンコロジー領域からスタートしており、既に7千人の専門医が利用している。質の高いKOLを囲い込むことで同メディアを活性化し、専門医の会員数を増やしていく。こうした取り組みにより、質・量ともに競合との差別化を図り、スペシャリティ医薬品領域のeプロモーションで受注拡大を目指していく。

##### b) 「がん@魅せ技」を運営するフェーズワンとの医師会員連携

2019年2月にがん治療医師向けの手術手技動画メディア「がん@魅せ技」や、がん治療医師育成を行う大学・医療機関の医局情報をまとめた「医局チャンネル」を運営するフェーズワンと医師会員の連携を行うことを発表した。今回の連携によって両社の登録会員に対して、相互のサービスを案内できるようになり、同社はフェーズワンが抱える医師会員3万人に対して、eプロモーションの配信が可能となる。現状、互いの会員はあまりかぶっていないため、合計で17万人を超える会員基盤を形成することになり、特に同社においてはがん治療分野専門医師に対するアプローチが格段に広がることになる。



また、がん領域における医師会員の獲得、活性化についても連携して取り組んでいく予定で、その第1弾として、フェーズワンが「がん@魅せ技」内で運営する「乳がんch」を共同運営していくことになっている。現在、「乳がんch」には多くの手術手技動画が掲載されており、今後さらに充実させていく予定となっている。一方、「CareNet.com」では手術手技以外の検査や薬物療法、その他関連情報等のコンテンツを充実させていく。両社で「乳がんch」を共同運営することで、乳がん領域における検診・診断から治療（手術、化学療法）に至るまですべての医療従事者の役立つ情報メディアに育成し、会員の獲得、サイトの活性化につなげていくことを目指している。なお、国内の乳癌外科領域の専門医は2,800人程度と言われており、このうち両社で2,300人の会員を抱えていることになり、乳がん向け治療薬の販売プロモーションの受注を獲得する機会が従来以上に増大することが期待される。「がん@魅せ技」にはそのほかにも大腸がんや肺がん、泌尿器がん等複数のチャンネルがあり、今後これらチャンネルについても共同運営していくことが予想される。なお、フェーズワンとの連携によるシナジー効果については、今期の業績計画に織り込んでいない。

#### c) 疾患啓発・教育系サービスの更なる強化

臨床医学動画メディア「MEDuLiTe」を活用したeプロモーションについても足元は伸び悩んでいるものの、プロモーションの企画・提案力を強化するなどして、着実に受注を増やしていく方針となっている。

#### (2) 医療コンテンツサービス

医療コンテンツサービスの2019年12月期売上高は、前期比3.5%増の404百万円を計画している。DVD販売のダウントレンドは続くなかで、「CareNeTV」の売上拡大により増収増益を目指していく。前述したように2018年11月より単独番組や特定のシリーズ番組のみを安価な料金で視聴可能なPPV販売方式を導入したことで、潜在利用者の掘り起こしを進めている。また、これまでの定額料金プラン（見放題プラン）については、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。2019年4月よりプロモーション施策を打ち、拡販を進めていく予定となっている。また、コンテンツについても自社制作のみならず、他社コンテンツを掲載することで一段と拡充を図っていく方針となっている。

#### (3) 新規事業

中長期的な視点に立った新規事業として、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や製薬企業、メーカーなどに対して、臨床開発から販売後のプロモーション、市場調査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を2019年12月期より本格展開していく。2018年5月にヘルスケア分野で異なる事業を行う6社が参加したコンソーシアム「SSI (Successful Support for Innovator)」によって、プロジェクトのプロセスごとに事業領域とする企業がサービスを提供していく格好となる。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ていくことで、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。プロジェクトを受託する窓口として同社は子会社、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

2018年9月に資本業務提携を行ったサンバイオの外傷性脳挫傷を対象とした治療薬候補、「SB623」の承認取得及び販売後のプロモーション支援を行っていく予定となっている。順調に進めば2020年春頃の承認が見込まれているが、支援サービスは承認前から始まっている。例えば、治療薬に関する説明書やリーフレット、Webサイト等の制作など販売開始前の準備作業が必要となる。このため、関連する売上高が2019年12月期に計上される可能性もあるが、業績計画には織り込んでいない。また、その他にも現在、複数の製薬企業やバイオベンチャーのほか、海外のヘルステック企業等とも交渉中であり、受注獲得を目指して行く。日本市場に進出したい海外のヘルステック企業は多く、こうしたニーズも取り込んでいく計画だ。

2020年以降は再生医療や遺伝子治療による新薬の開発、上市がさらに活発化していくものと予想され、従来よりも臨床開発における被験者のリクルーティング活動、あるいは販売後のプロモーション活動などが難しくなると予想されるだけに、開発から販売後のフォローアップまでトータルで支援するサービスの需要は増えていくものと予想される。また、先進技術を活用して革新的な診断技術等を開発するヘルステック企業など有望なベンチャー企業があれば資本業務提携なども検討していく考えだ。資本業務提携やM&Aの際に必要な資金を確保するため、銀行2行と合計15億円のコミットメントライン契約も2019年2月に締結しており、柔軟に資金調達できる体制を整えている（コミットメント期間：2019年2月25日－2020年2月25日）。

**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
MIJ	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
アスクレップ	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
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
ゴールデン・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：会社発表資料よりフィスコ作成

もう1つ、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ことになる。

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現状となっている。



#### 今後の見通し

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、状況の悪化を回避することが可能となる。「遠隔集中治療」の普及で先行している米国では既に全体の20%が「遠隔集中治療」の体制を整備していると言われており、国内でも今後普及する可能性は高い。

同社は「遠隔集中治療支援システム」の導入支援を行っていくほか、導入した医療施設に対して集中治療専門医を紹介するサービスも提供していく予定にしている。同社の登録会員のうち集中治療専門医は700～800人在籍しているため、供給面での不安はないと思われる。また、導入支援に関しては同社の主要株主にもなっている地域の医療機器卸会社が販売代理店となって営業する可能性も考えられる。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と言える。

既に、千葉県の病院で導入実績があるほか、複数の施設で試験導入されている。また、引き合いは国内だけでなく、タイやカンボジアなど東南アジアからも来ているようだ。システムの導入価格やサービス料金など価格体系をどのようにするかを検討し、2019年4月以降に正式にサービスを開始する見通しとなっている。なお、T-ICUは次世代のヘルスケア産業の担い手を発掘・育成するため、新たなビジネス創造にチャレンジする企業を表彰する経済産業省主催の「ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト2019」において、ビジネスコンテスト部門優秀賞を受賞するなど、「遠隔治療医療支援システム」をテーマに数々の賞を受賞しており、業界でも注目度の高い事業となっている。

同社はこれらの取り組みを踏まえて、2019年秋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

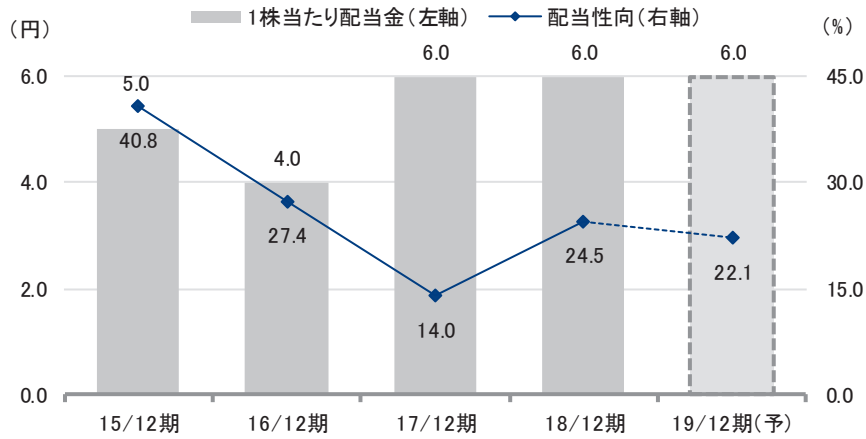
### 配当は業績状況と事業拡大のための投資需要を勘案しながら決定、自己株式取得を予定

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決定していく方針で、2019年12月期は前期比横ばいの6.0円（配当性向22.1%）を予定している。前述したように当面は新規事業などへ積極投資を行っていく方針のため、配当については安定配当を継続していくものと予想される。

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。現在は2019年2月から2019年12月を取得期間として、上限取得株数で310,237株（発行済み株式数の2.9%）、取得総額で300百万円の自己株式取得を実施中となっている。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



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

#### 重要事項（ディスクレーマー）

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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ