

|| 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 >>>](#)

[紹介動画はこちら >>>](#)

2019年9月4日(水)

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月期第2四半期累計業績の概要	01
2. 2019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月期第2四半期累計業績の概要	07
2. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	11
1. 2019年12月期の業績見通し	11
2. 成長戦略	12
■ 株主還元策	15

## ■ 要約

### 専門性の高い医療情報サイトのオープンと新規事業開始により 2020年以降、成長を加速する

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。

#### 1. 2019年12月期第2四半期累計業績の概要

2019年12月期第2四半期累計(2019年1月-6月)の連結業績は、売上高で前年同期比4.1%減の1,362百万円、営業利益で同0.7%減の237百万円となった。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」が施行されたことにより、主要顧客におけるコンテンツ審査や新規案件の意思決定に若干の遅れが生じたことが主な減収要因となった。一方、サービス原価の見直しに取り組んだことで営業利益率は改善し、利益ベースでは期初計画を上回って着地した。なお、KPIとなる「CareNet.com」の登録医師会員数は前期末比5千人増の149千人と順調に拡大している。

#### 2. 2019年12月期業績見通し

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500百万円と過去最高を更新する見通し。医薬営業支援サービスでは、スペシャリティ医薬品\*のeプロモーション案件を中心に受注拡大が見込まれている。ガイドラインの影響を受けないサービスも2019年7月末より投入している。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教育動画サービス「CareNeTV」の有料会員数増加でカバーしていく計画だ。また、新規事業として医学系学会向けの情報発信支援サービスも2019年秋より本格的に開始する予定となっており、収益貢献が期待される。

※ 抗悪性腫瘍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

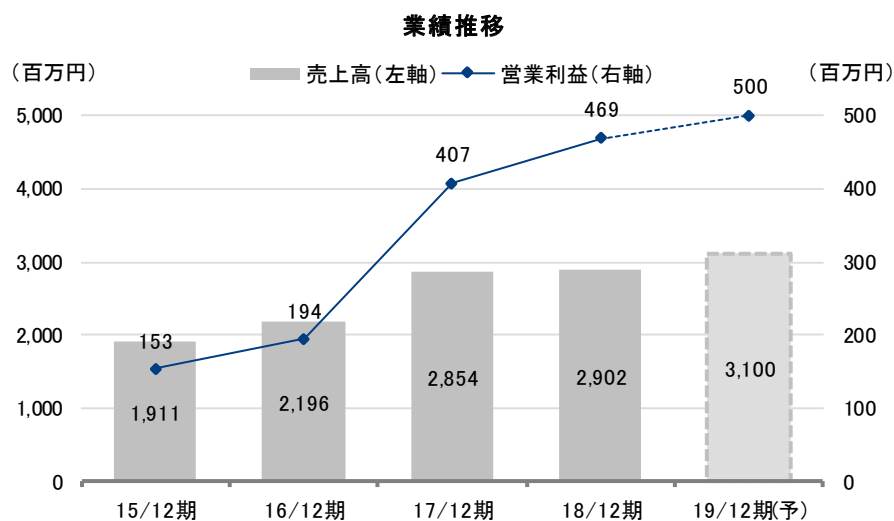
## 3. 成長戦略

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。特に、2019年秋には提携先の(株)フェーズワン※と共同で乳がんを対象とした情報サイトをオープンする予定となっている。同サイトはフェーズワンの持つ手術手技動画コンテンツに同社の学会情報や最新ニュース、医師へのインタビュー動画など専門性の高いコンテンツを加えることで、付加価値の高い医療情報メディアとなる。両社合わせて乳腺外科医師の多くをカバーすることになるため、同領域における治療薬等のeプロモーション案件の受注拡大が見込まれる。同社は乳がん以外のがん種についても、順次共同サイトをオープンしていく予定にしている。一方、医療コンテンツサービスでは5G時代の到来に向けて、VR技術を駆使した手術シミュレーションコンテンツ等の制作・配信等を展開していく予定にしている。新規事業としては、バイオベンチャ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強化していく方針で、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いる。また、医療専門メディア企業等に対するM&Aなども検討を進めている。同社はこうした取り組みも踏まえて2020年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。

※ がんの手術手技動画サイト「がん@魅せ技」を運営しており、がん専門医師の登録会員数は3万人を超える。

## 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
- ・新ガイドライン施行の影響により減収となるも、原価改善施策により営業利益率は上昇
- ・2019年12月期業績は売上高、営業利益、経常利益で過去最高を更新する見通し



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4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9月4日(水)  
 2150 東証マザーズ | <http://www.carenet.co.jp/>

会社概要

会社沿革

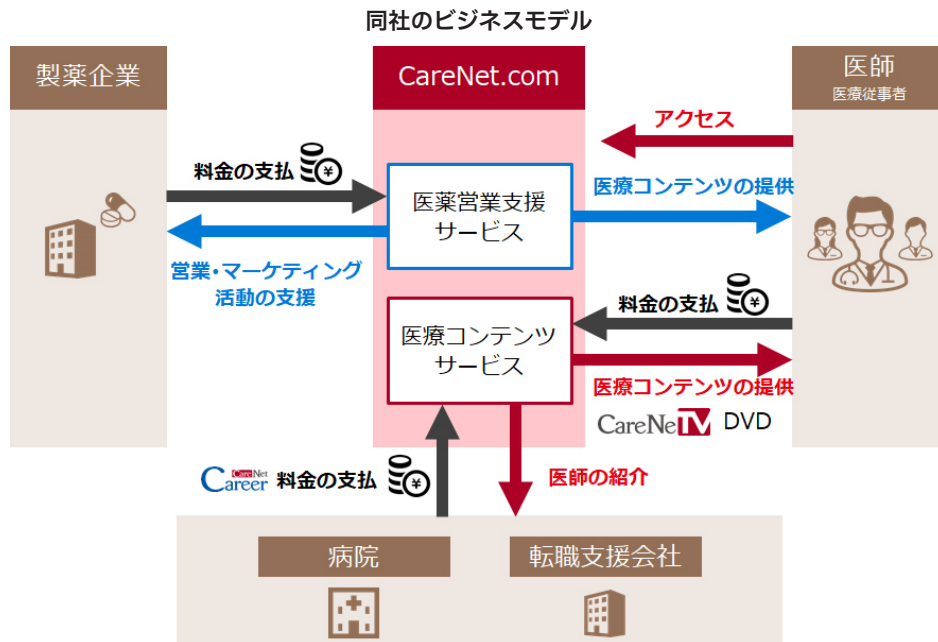
年月	主な沿革
1996年 7月	医療情報提供サービスを目的として(株)ケアネットを設立。
1998年 7月	郵政省(現総務省)より委託放送業務の認定を受け、「スカパー！」にて「ケアネットTV・メディカルCh.®」を開局
2000年 4月	医師・医療従事者向け会員制サイト「クラブ・ケアネット」(現 CareNet.com)をインターネット上に開設。
2000年10月	インターネットによるマーケティング調査「eリサーチ®」サービスを開始。
2001年11月	インターネットによる医療営業支援システム「eディテリング®」サービス開始。
2004年 7月	ケアネットDVDの販売開始。
2007年 4月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

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、2019年12月期第2四半期累計の構成比で見ると売上高で86.7%、セグメント利益で94.3%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**

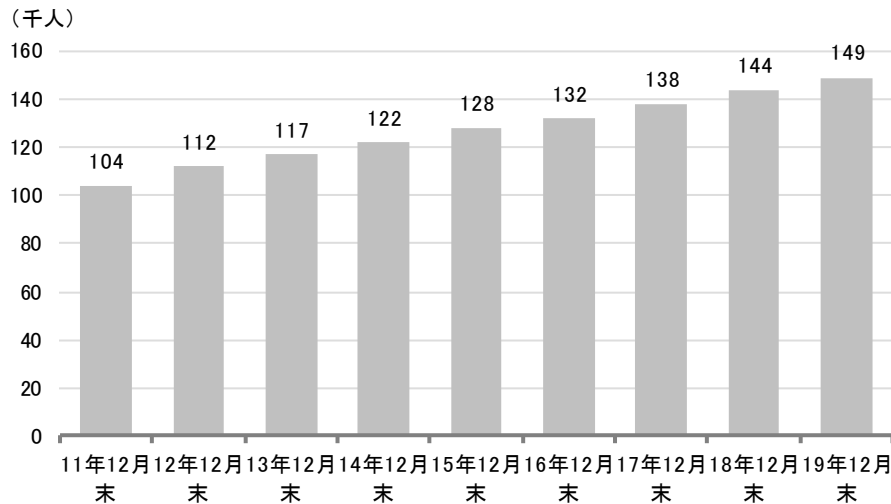
医薬営業支援サービスとは、製薬企業の営業・プロモーション活動を効率的に行うことができるように支援するサービスを言う。製薬企業の営業活動は通常、MRと呼ばれる医薬情報担当者が実際に医師に面会し、様々な医薬情報を提供した上で自社商品を販売している。同社の主力サービスである「MRPlus」は、インターネットを通じて医薬品情報の動画などを医師に配信すると同時に、視聴した医師とMRが情報交換を行うこともできるプラットフォームであり、製薬企業の営業活動の生産性向上に寄与するサービスとなる。情報配信先の医師は、「CareNet.com」の登録会員（無料）となるため、同会員数を拡大することが「MRPlus」の価値を高めることにつながる。2019年6月末時点の登録会員数は14.9万人と年々増加しており、全医師数（約32万人）の5割弱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）が高くなる傾向にある。2015年12月期以降4年間の平均で見ると、年間売上高の31.3%を第4四半期に、54.4%を下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ようだ。登録会員数で見ると、エムスリーの「m3.com」が27万人以上、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にある。

## 会社概要

CareNet.comの医師会員数



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6割強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2019年6月末時点で4,465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、2019年6月末時点で約1,900番組をラインナップしている。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。



## 業績動向

### 新ガイドライン施行の影響により減収となるも、 原価改善施策により営業利益率は上昇

#### 1. 2019年12月期第2四半期累計業績の概要

2019年12月期第2四半期累計の連結業績は、売上高で前年同期比4.1%減の1,362百万円、営業利益で同0.7%減の237百万円、経常利益で同6.4%増の227百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同9.4%増の143百万円となった。売上高は医薬営業支援サービスが同3.6%減、医療コンテンツサービスが同7.2%減といずれも減収となった。特に医薬営業支援サービスでは、厚生労働省が策定した「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月に施行されたことに伴い、主要な取引先において審査及び新規案件の意思決定に若干の遅れが生じたことが影響した。

一方で、サービス原価の継続的な見直しに取り組んだことで売上原価率が低下し、営業利益率は前年同期比で0.6ポイント上昇の17.4%となった。販管費の増加により営業利益は若干の減益となったものの、営業外の貸倒引当金繰入額が前年同期比17百万円減少したことにより、経常利益は増益を維持した。

また、期初会社計画比では新ガイドライン施行の影響や医療コンテンツサービスのうちDVD販売の落ち込みが大きかったことにより売上高は未達となったが、利益面では原価低減効果によりすべての項目で上回った。また、同社は第1四半期決算発表時に、新ガイドラインの影響を勘案して業績修正を行ったが、その後に営業活動を強化した効果により、売上高、利益ともに上回って着地している。事業セグメント別の動向は以下のとおり。

#### 2019年12月期第2四半期累計業績（連結）

(単位：百万円)

	18/12期2Q累計		19/12期2Q累計					
	実績	対売上比	期初計画	修正計画※	実績	対売上比	前年同期比	修正計画比
売上高	1,420	-	1,465	1,330	1,362	-	-4.1%	2.5%
売上原価	552	38.9%	-	-	451	33.1%	-18.3%	-
販管費	628	44.2%	-	-	673	49.4%	7.1%	-
営業利益	239	16.8%	220	200	237	17.4%	-0.7%	18.9%
経常利益	213	15.1%	211	191	227	16.7%	6.4%	19.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	131	9.3%	116	94	143	10.6%	9.4%	53.0%

※修正計画は2019年5月発表値  
出所：決算短信よりフィスコ作成

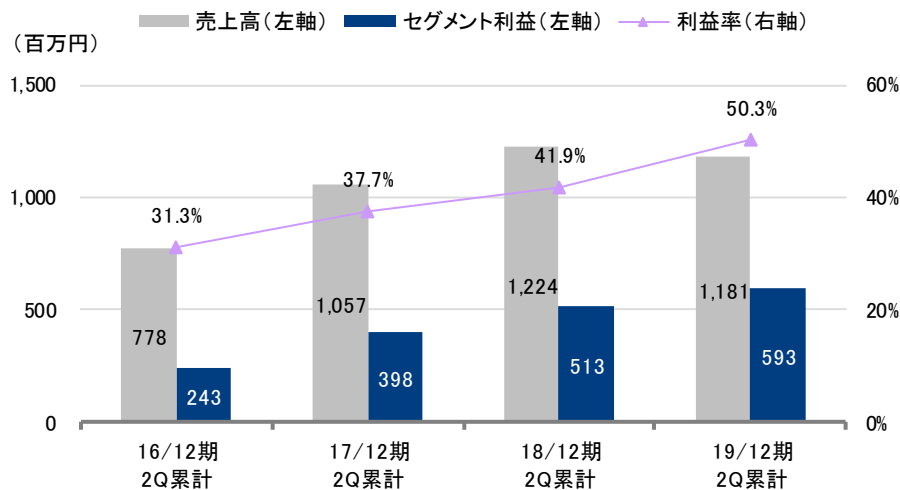
業績動向

**(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年同期比 3.6% 減の 1,181 百万円、営業利益は同 15.6% 増の 593 百万円となった。新ガイドラインの施行により、e プロモーション案件の内容に関する顧客側の審査手続きが従来よりも厳格化されたことにより、プロモーション開始時期や新規案件の受注時期の遅れが生じたことが減収要因となったが、第 2 四半期（2019 年 4 月 -6 月）だけで見れば前年同期比 11.5% 増と回復に転じており、落ち込みは一時的なものとして弊社では見ている。実際、スペシャリティ医薬品に関するプロモーション案件の需要は旺盛で、新規顧客の獲得も進んでいる。売上高は減少したものの、営業利益率は前年同期の 41.9% から 50.3% と大きく上昇した。サービス原価の見直しを継続的に取り組んできた効果が出ている。

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 数が増加している。同サイトは、主にオンコロジー領域、疾患の見分け方、学会発表論文や重要なニュース等をテーマに、各領域の 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、医師同士のコミュニケーションが生まれ、ネットワークが広がりやすく、サイトオープン以降の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多くの専門医が利用しており、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とで競合他社との差別化を図っていく戦略となっている。

**医薬営業支援サービスの業績推移**



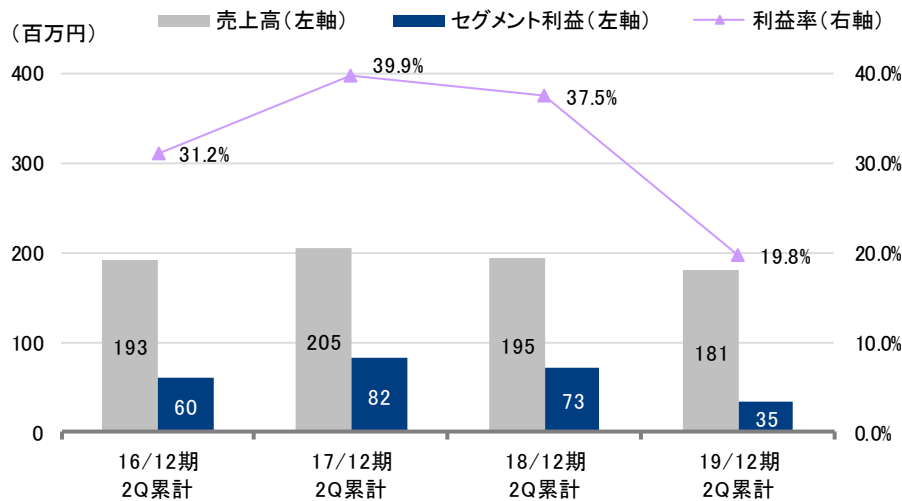
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 業績動向

## (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年同期比 7.2% 減の 181 百万円、営業利益は同 51.0% 減の 35 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年同期末比 125 人増加の 4,465 人と順調に増加したことで、前年同期比 6.9% 増の 118 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」及び「その他」の売上高が同 25.4% 減の 63 百万円と大きく落ち込んだことが減収要因となった。また、利益面では減収要因に加えて、体制強化のための人員増や利便性向上を目的とした「CareNeTV」アプリの改修費用増も減益要因となった。

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

2019年12月期第2四半期末の総資産は前期末比 354 百万円減少の 2,666 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 120 百万円、受取手形及び売掛金が 133 百万円減少し、固定資産では主に投資その他の資産が 76 百万円減少した。

負債合計は前期末比 167 百万円減少の 602 百万円となった。流動負債で未払法人税等が 71 百万円、役員賞与引当金が 42 百万円減少したことによる。また、純資産合計は前期末比 186 百万円減少の 2,064 百万円となった。主にサンパリオ<4592>の株価下落を主因として、その他有価証券評価差額金が 193 百万円減少したことによる。

経営指標を見ると、自己資本比率が前期末比 2.9 ポイント上昇の 77.2% 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。

**ケアネット** | 2019年9月4日(水)  
 2150 東証マザーズ | <http://www.carenet.co.jp/>

業績動向

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173百万円の収入（前年同期は164百万円の収入）となった。また、投資活動によるキャッシュ・フローは154百万円の支出（同4百万円の支出）とやや支出が拡大した。これは、2019年3月にバイオベンチャーのセルジェンテック（株）、エディジェン（株）に各40百万円を出資するなど投資有価証券の取得で合計90百万円を支出したことが主因となっている。財務活動によるキャッシュ・フローは137百万円の支出（同99百万円の支出）となった。自己株式取得で73百万円（同34百万円）、配当金の支払額で63百万円（同64百万円）となっている。

連結貸借対照表及び経営指標

（単位：百万円）

	16/12期	17/12期	18/12期	19/12期2Q	増減額
流動資産	1,792	2,551	2,308	2,032	-276
（現金及び預金）	1,229	1,800	1,602	1,481	-120
固定資産	237	226	712	634	-78
総資産	2,029	2,778	3,020	2,666	-354
負債合計	501	874	770	602	-167
（有利子負債）	-	-	-	-	-
純資産	1,528	1,904	2,250	2,064	-186
経営指標					
自己資本比率	75.3%	68.5%	74.3%	77.2%	2.9pt

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）

	18/12期2Q累計	19/12期2Q累計
営業活動によるキャッシュ・フロー	164	173
投資活動によるキャッシュ・フロー	-4	-154
財務活動によるキャッシュ・フロー	-99	-137
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,758	1,381

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2019年12月期業績は売上高、営業利益、経常利益で過去最高を更新する見通し

#### 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292百万円となり、売上高、営業利益、経常利益は過去最高を連続更新する見通しだ。下期には医薬営業支援サービスの受注回復が見込まれるほか、医療コンテンツサービスも「CareNeTV」の有料会員数増加や新サービス開始により挽回を目指す。第2四半期までの進捗率は売上高で44.0%、営業利益で47.5%となっており、直近3期間の平均進捗率(売上高45.8%、営業利益40.0%)と比較すると、売上高はやや下回っているものの営業利益に関しては上回るペースとなっており、計画の達成は十分可能と見られる。

下期に売上貢献が見込まれる新規サービスとして、医療営業支援サービスでは新ガイドラインの影響を受けない新サービスを開発、2019年7月末にリリースしており既に受注を獲得している。なお、「CareNet.com」の会員数について、2019年8月1日付で15万人を突破したことを発表している。また、新規事業として医学系学会向けの情報配信支援サービスを、2019年より開始する。主にSNSや自社メディアを通じて学会情報(日程や講演の紹介等)を拡散し、学会への参加者並びに会員数を増やすことを目的としたサービスとなる。国内での医学系学会は領域ごとに数多く開催されており、受注件数を積み重ねていくことで収益貢献していくものと見込まれる。

#### 2019年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	18/12期		19/12期		2Q進捗率	3年間平均 2Q進捗率
	通期実績	前期比	通期計画	前期比		
売上高	2,902	1.7%	3,100	6.8%	44.0%	45.8%
営業利益	469	15.1%	500	6.5%	47.5%	40.0%
経常利益	436	6.9%	482	10.6%	47.3%	36.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	263	-43.3%	292	10.9%	49.2%	32.7%
1株当たり当期純利益(円)	24.48		27.15			

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 専門性の高い情報メディアの確立と新規事業の開始により、 2020年以降は成長スピードが加速する可能性

### 2. 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では、引き続きスペシャリティ医薬品領域での競争力を強化するため、質の高い情報メディアを構築し、より多くの専門医を集めることで競合他社との差別化を図り、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、専門医の会員数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することができれば（＝CareNet.comの会員数増加）、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もさらに増加していくものと予想される

##### b) 「がん@魅せ技」を運営するフェーズワンと共同サイトをオープン

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。その取り組みの第一弾として、フェーズワンの保有する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）のコンテンツを融合した共同サイトを2019年に正式オープンする予定である。乳がん領域における検診・診断から治療（手術、化学療法）、再建術に至るまですべての医療従事者の役立つ最高品質の情報メディアを構築することになる。

両社の連携では、それぞれの登録会員（ケアネット15万人、フェーズワン3万人）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に対して、eプロモーションの配信が可能となる。乳腺外科領域においては国内の専門医の多くをカバーできるため、乳がん領域で新薬等のプロモーションを行いたい製薬企業にとって魅力的なメディアになることは間違いない。また、同社では乳がん領域に続いて、肺がんや泌尿器がんなど他のがん種についても共同サイトをオープンしていく予定で、オンコロジー領域での更なる受注拡大につなげていく方針だ。

##### c) 競合企業対策の新サービスを開発

競合企業対策の一環として、2019年7月末に新サービスを開発・リリースしている。前述したとおり、新ガイドライン運用の影響をうけないサービスとなるため、製薬企業にとっても手軽に活用できるメリットがある。



## (2) 医療コンテンツサービス

医療コンテンツサービスでは、より多くのニーズにこたえるため、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、月額見放題プランに加えて、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、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。

### b) VR コンテンツなど新たなコンテンツ手法への進出

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、VR技術を用いた手術シミュレーション動画の提供を想定している。

## (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も締結している。今後も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やバイオベンチャーに対しては、出資や業務提携等を積極的に進めていく方針としている。また、既存事業の強化につながるM&Aも検討している。対象は、インターネット関連技術を持つ企業や医療分野におけるコンテンツや顧客基盤を持つメディア企業等を想定している。こうした資本業務提携やM&Aで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）。

※ 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。

### b) 新たな領域への展開を見据えたサービス開発と協業

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開始している。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）」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。

今後の見通し

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、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。

※ 2018 年 11 月より治験リクルーティングサービス「治験 CLUB」を開始している。

**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

具体的な取り組みとして、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損傷を対象とした治療薬候補「SB623」について、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。また、その他にも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。

2020 年以降は再生医療製品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。

**c) 「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。



## 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、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)といった導入効果で出ている。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。

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。

**d) 学会向けプロモーション支援サービス**

前述したとおり、2019年秋より医学系の学会に対し情報配信支援サービスを開始する。早期に実績を積み重ね、シェアを拡大していく戦略だ。

なお、同社はこれらの取り組みを踏まえて、2020年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

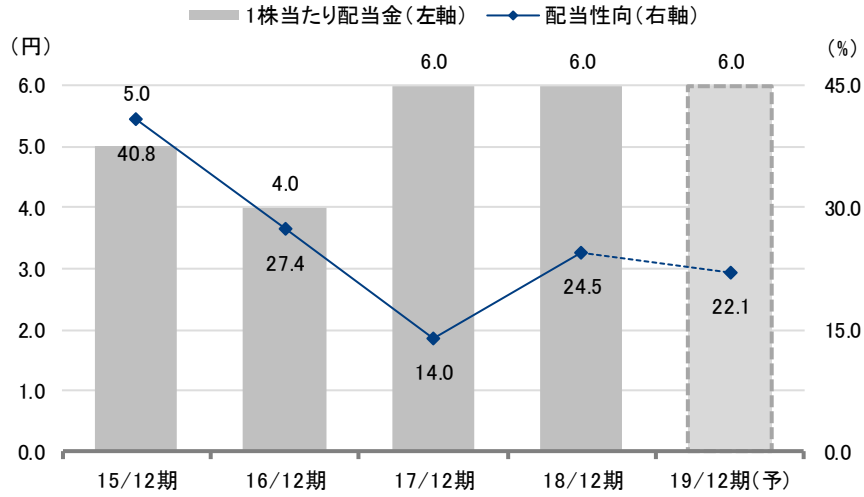
### 配当は業績動向と投資資金需要を勘案しながら決定、自己株式取得も進める

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。2019年2月からは、取得上限株数31万株(発行済み株式数の2.9%)、取得上限額300百万円とする自己株式取得を行うことを発表している(取得期間は2019年12月末まで)。7月末時点での取得株数は8.1万株、取得額は66百万円だが、2019年4月以降は自己株式取得が止まっている。インサイダー条項に抵触する場合は、自己株式取得ができないためだが、同社ではM&Aの検討を継続的に行っていることもあり、ここ数ヶ月は実施するタイミングがなかったようだ。ただ、ルール上の問題がなければ自己株式取得を行っていく方針に変わりない。

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

#### 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