

|| 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 >>>](#)

2017年10月12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

<b>■ 要約</b>	<b>01</b>
1. 2017年12月期第2四半期累計業績は大幅増収増益に	01
2. 2017年12月期業績は上振れの可能性	01
3. 2019年12月期に売上高3,500百万円を目指す	02
<b>■ 会社概要</b>	<b>03</b>
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	04
<b>■ 業績動向</b>	<b>07</b>
1. 2017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
<b>■ 今後の見通し</b>	<b>10</b>
1. 2017年12月期の業績見通し	10
2. 下期の取り組み方針	11
<b>■ 中期経営ビジョン</b>	<b>12</b>
1. 中期経営ビジョンの概要	12
2. 事業戦略	13
<b>■ 株主還元策</b>	<b>15</b>

## ■ 要約

### 国内 No.1 の臨床医学教育メディアとしての強みを生かし、業績は成長ステージに突入

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」を運営しており、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2017年7月末時点で13.6万人と医師数全体の約4割をカバーしている。

#### 1. 2017年12月期第2四半期累計業績は大幅増収増益に

2017年8月10日付で発表された2017年12月期第2四半期累計（2017年1月-6月）の連結業績は、売上高が前年同期比29.9%増の1,263百万円、営業利益が同476.4%増の206百万円となり、営業利益は前期実績を半期で上回るほどの好決算となった。主力の医薬営業支援サービスにおいて、既存顧客からの受注案件が増加したほか、新規顧客の獲得も順調に進んだことが増収増益要因となった。また、医療コンテンツサービスについても医師向けの医療教育動画サービス「CareNeTV」の有料会員数が2017年7月末で4,225名超と順調に拡大し、増収増益に貢献した。

#### 2. 2017年12月期業績は上振れの可能性

2017年12月期の業績は、売上高が前期比7.0%増の2,350百万円、営業利益が同21.1%増の235百万円と期初計画を据え置いている。第2四半期までで営業利益の進捗率は88.0%に達しているものの、最需要期である第4四半期の動向はまだ不透明なためだ。ただ、第3四半期も順調に推移しているもようで、市場環境に大きな変化がなければ上振れする可能性は高いと弊社では見ている。2016年よりオープンした臨床医学動画メディア「MEDuLiTe」を活用した教育動画関連サービスについても引き合いは順調のようだ。専門性の高いスペシャリティ医薬品の効果的なプロモーション施策として海外では既に普及しているサービスだが、今後は国内でも普及していくことが予想される。同サービスでは動画コンテンツの制作能力が差別化要因になると見られ、既に国内でNo.1の実績を持つ会社にとっては、収益を拡大していく好機になると見られる。同様に、「CareNeTV」についても自己学習や試験対策を目的とする医師の利用が年々増大しており、ストック型ビジネスとして同社の収益に貢献するものと予想される。

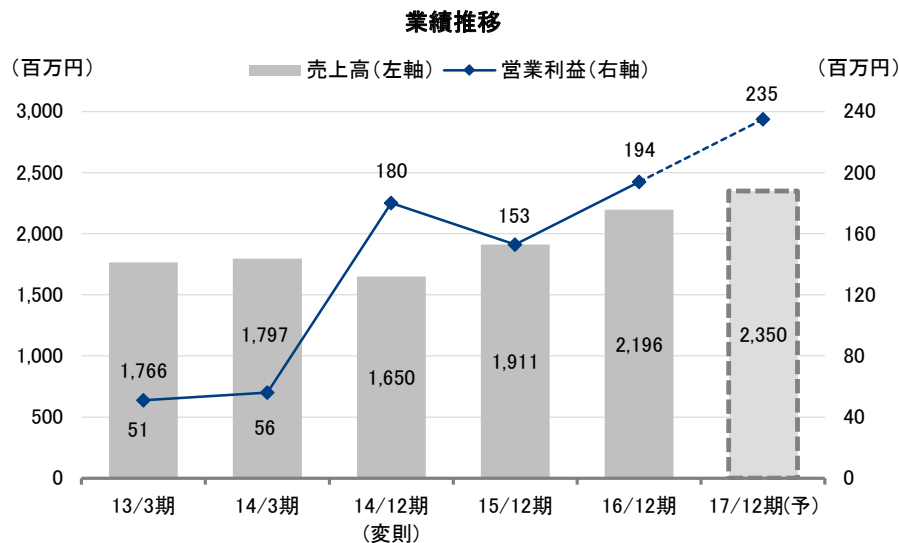
## 要約

### 3. 2019年12月期に売上高3,500百万円を目指す

2016年3月に発表した中期経営ビジョンによると、2019年12月期に売上高3,500百万円を目標とする。既存事業で年率5%成長を図り、新規事業で1,000百万円の売上高を創出していく。新規事業としては「MEDuLiTe」のほか、スペシャリティ医薬品の上市後の臨床・活動実態を調査するサービスを始め、リモートディテリング(DTL)サービスやデジタルMR代行サービス等を育成していく計画。このうち、調査サービスについては2018年にもサービスを本格的に開始する予定。一方、リモートDTLサービス、デジタルMR代行サービスについては、当初の見込みより立ち上がりが遅れる見通しだ。ただ、既存事業が年率5%を超える勢いで成長しており、新規事業の遅れをある程度挽回できるものと予想される。

#### 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
- ・医薬営業支援サービスの好調続き、2017年12月期は会社計画を上回る公算大
- ・国内No.1の臨床医学教育メディアとしての強みを生かし、年率2ケタ成長へ



注：14/3期以前は単独決算

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ビジネ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。藤井氏は医薬事業部長、医療コンテンツ事業部長も継続して兼任する格好となる。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。

ケアネット | 2017年10月12日(木)  
2150 東証マザーズ | http://www.carenet.co.jp/

会社概要

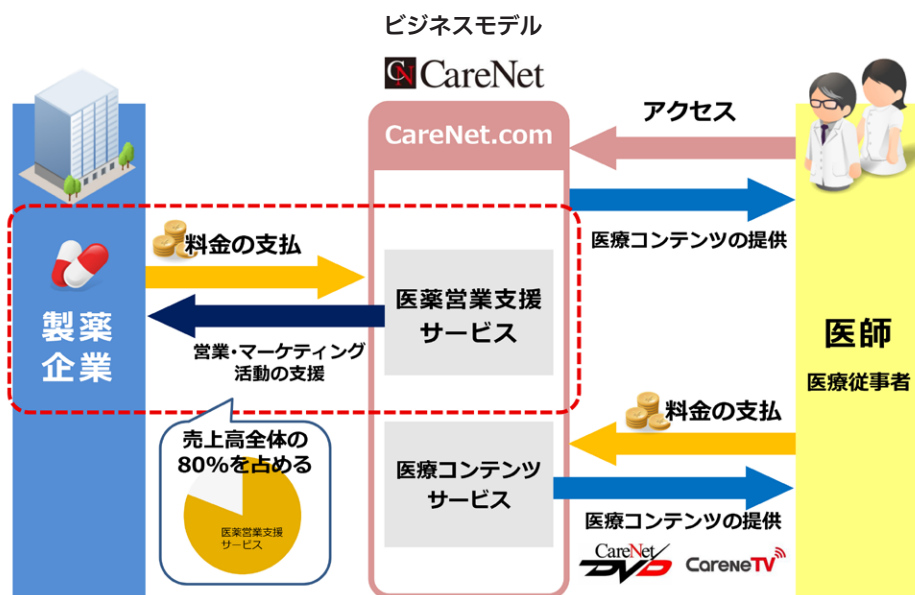
会社沿革

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。 国内最大級の医学電子書籍ストア「M2PLUS」を運営する(株)ジェイマックスシステムと業務提携。
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。

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

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。事業セグメント別構成比で見ると売上高、利益ともに8割強が医薬営業支援サービスで占められており、同社の主力事業となっている。



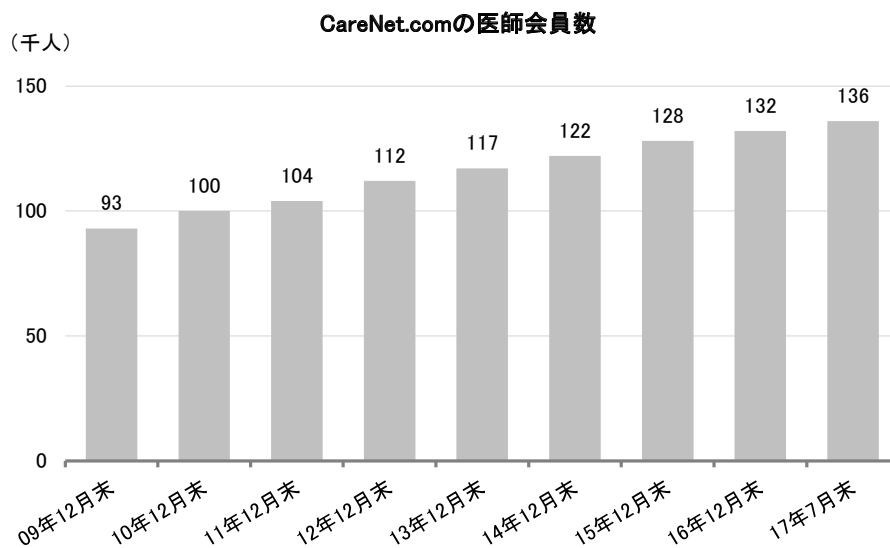
出所：会社資料より掲載

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31万人いる中で、登録会員数は2017年7月末時点で13.6万人と年々増加しており、カバー率は全体の約4割となっている。

「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>が挙げられる。



出所：決算説明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。コンテンツは医療教育動画サービス「CareNeTV（月額5千円）」を通じて行っているほか、DVDでも販売している。「CareNeTV」の有料会員数は2017年7月末時点で4,225名となっており、年間で300～400人ペースで拡大を続けている。

ケアネット | 2017年10月12日(木)  
2150 東証マザーズ | http://www.carenet.co.jp/

会社概要

現在、配信されている番組数は1,500本を超え、毎月10～20本の新作番組を更新している。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解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、自己学習や試験対策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。

医療教育動画サービス「CareNetTV」



出所：ホームページより掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。  
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.



## 業績動向

### 主力の医薬営業支援サービスの好調で 2017年12月期第2四半期累計業績は大幅増収増益に

#### 1. 2017年12月期第2四半期累計業績の概要

2017年8月10日付で発表された2017年12月期第2四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比29.9%増の1,263百万円、営業利益が同476.4%増の206百万円、経常利益が同938.5%増の202百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同848.7%増の171百万円と大幅増収増益となり、期初会社計画に対してすべての項目で上回っただけでなく、2016年12月期通期の利益を半期で上回る好決算となった。主力の医薬営業支援サービスが2ケタ増収と好調に推移したほか、医療コンテンツサービスも「CareNeTV」の有料会員数増加により増収増益となったことが要因だ。増収効果によって売上原価率、販管費率ともに大きく改善し、営業利益率は前年同期比12.7ポイント上昇の16.4%となった。

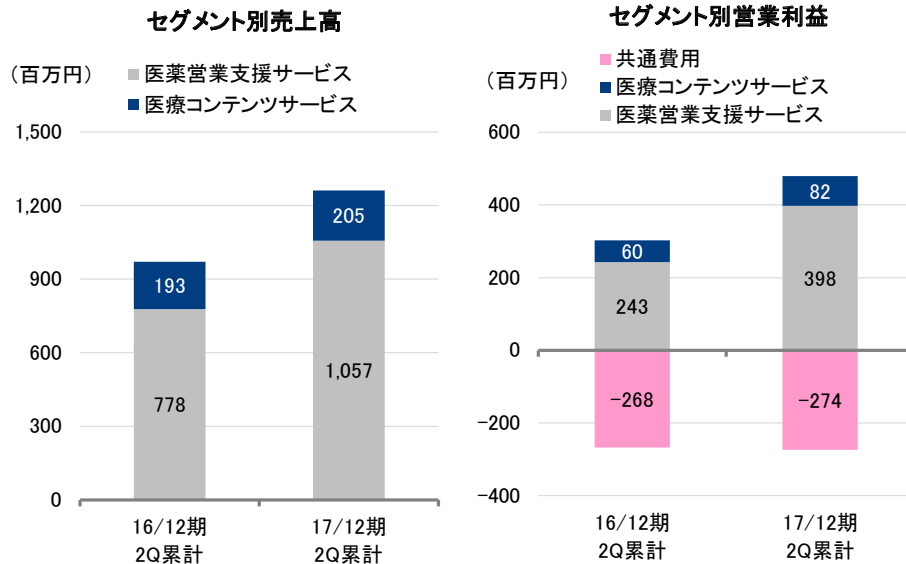
#### 2017年12月期第2四半期累計業績（連結）

(単位：百万円)

	16/12期2Q累計		期初計画	17/12期2Q累計			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前年同期比	計画比
売上高	972	-	1,038	1,263	-	29.9%	21.8%
売上原価	403	41.5%	-	496	39.3%	23.0%	-
販管費	532	54.8%	-	560	44.3%	5.1%	-
営業利益	35	3.7%	35	206	16.4%	476.4%	490.6%
経常利益	19	2.0%	33	202	16.0%	938.5%	513.7%
親会社株主に帰属する四半期純利益	18	1.9%	6	171	13.6%	848.7%	2755.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

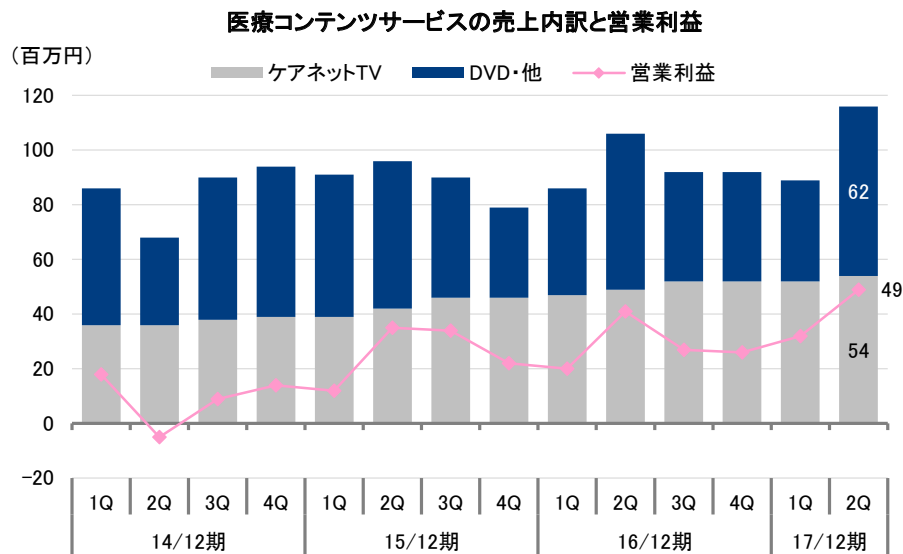
セグメント別の業績を見ると、医薬営業支援サービスは売上高が前年同期比 35.8% 増の 1,057 百万円、営業利益は同 63.7% 増の 398 百万円となった。販賣体制強化などの取り組みを進めるなか、Web 講演会<sup>※</sup>や MRPlus など e プロモーションサービスの評価が高まり、既存顧客からの受注が増加しただけでなく、新規顧客からの受注も増加したことが要因だ。

<sup>※</sup> 製薬企業が医師向けに新薬に関する情報を周知するための講演会をインターネットで配信するサービス。時間や場所の制約がないため、医師の講演会の参加率がリアル講演会よりも格段に高くなるメリットがある。

また、2016年7月よりオープンした臨床医学動画メディア「MEDuLiTe」を活用したサービスも外資系製薬企業数社から受注を獲得し収益増に貢献した。同サービスは、オンコロジー分野を中心としたスペシャリティ医薬品の販売承認前における製薬企業の活動を支援するサービスとして位置付けられる。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対して、同社が関連する教育用動画コンテンツを制作し、医師に配信することで実現していくサービスとなる。販売承認前の薬剤情報の提供は禁止されているため、新薬の販売を承認後にスムーズに進めていくためには、担当医師に対して事前に啓蒙活動を進めていくことが、専門性の高いスペシャリティ医薬品では特に重要となってくる。欧米市場では既に普及しているサービスであり、新薬の大半がスペシャリティ医薬品となる日本においても今後、普及していくことが予想されている。なお、当初はスペシャリティ医薬品の新薬が対象となると考えていたが、実際にはその他の新薬においても受注を獲得しており、需要の裾野は想定よりも広いと考えられる。売上規模はまだ小さいものの顧客企業からの評価は高く、また、日系製薬企業からの引き合いも増え始めていることから、今後の成長が期待される。とりわけ、同サービスについては動画コンテンツの制作能力が差別化要因になってくると考えられ、国内トップの制作能力・品質を持つ同社にとっては収益を拡大していく好機になると考えられる。

業績動向

一方、医療コンテンツサービスの売上高は前年同期比 6.2% 増の 205 百万円、営業利益は同 35.9% 増の 82 百万円となった。このうち、医師向け教育コンテンツ「ケアネット DVD」及び「その他」の売上高は前年同期比 2.3% 増の 99 百万円と伸び悩んだものの、医療教育動画サービス「CareNeTV」の売上高は有料会員数の増加によって同 10.2% 増の 106 百万円と好調に推移した。「CareNeTV」については月額で売上げを計上するストック型のビジネスモデルとなるため、会員数の増加に伴って売上高が安定的に拡大を続けており、同セグメント利益の増益に貢献している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

## 無借金経営で財務内容は良好

### 2. 財務状況と経営指標

2017年12月期第2四半期末の総資産は前期末比 332 百万円増加の 2,362 百万円となった。主な変動要因を見ると、流動資産では受取手形及び売掛金が 188 百万円減少したが、収益増によって現預金が 515 百万円増加した。固定資産では無形固定資産が 12 百万円減少した。

負債は前期末比 220 百万円増加の 722 百万円となった。流動負債で前受金が 276 百万円増加し、役員賞与引当金が 31 百万円減少したことによる。また、純資産は前期末比 112 百万円増加の 1,640 百万円となった。配当金の支払額 43 百万円があったが、親会社株主に帰属する四半期純利益 171 百万円を計上したことで、利益剰余金が 127 百万円増加した。

経営指標を見ると、流動負債が増加したことにより自己資本比率が前期末の 75.3% から 69.4% に、流動比率が 368.6% から 302.2% にそれぞれ低下したが、無借金経営を続けており、現預金も 17 億円を超えるなど着実に積み上がっていることから、財務内容は十分に健全な水準が保たれていると判断される。

## 業績動向

同社では中長期な成長を図るうえでの KPI として、成長性の視点からは医療支援サービスの売上高及び登録医師会員数の推移を、収益性の視点からは売上総利益率、販管費率、営業利益率を、健全性の視点からは自己資本比率、流動比率、営業キャッシュフローなどの数値をそれぞれ伸ばしていくことを目指している。

## 連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	14/12 期 (変則)	15/12 期	16/12 期	17/12 期 2Q	増減額
流動資産	1,486	1,471	1,792	2,132	340
(現預金)	930	965	1,229	1,744	515
固定資産	226	252	237	229	-8
総資産	1,713	1,723	2,029	2,362	332
負債合計	388	299	501	722	220
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産	1,325	1,424	1,528	1,640	112
経営指標					
(安全性)					
流動比率	399.2%	518.9%	368.6%	302.2%	
自己資本比率	77.1%	82.3%	75.3%	69.4%	
(収益性)					
ROA (総資産経常利益率)	12.7%	8.6%	10.5%		
ROE (自己資本当期純利益率)	13.9%	9.7%	10.8%		
売上高営業利益率	10.9%	8.0%	8.8%		

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 医薬営業支援サービスの好調続き、 2017年12月期は会社計画を上回る公算大

#### 1. 2017年12月期の業績見通し

2017年12月期の連結業績は、売上高が前期比7.0%増の2,350百万円、営業利益が同21.1%増の235百万円、経常利益が同17.4%増の232百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同14.5%増の181百万円と期初計画を据え置いている。ただ、第2四半期までの進捗率は売上高で53.8%、営業利益で88.0%と計画を上回るペースで推移している。会社側では、年間で最も繁忙期となる第4四半期の動向がまだ見えないため、通期計画を据え置いたとしている。ただ、第3四半期の売上上げは第2四半期とほぼ同程度の水準で推移しそうで、今後市場環境や顧客の動向に大きな変化がなければ、会社計画を上回る可能性は高いと弊社では見ている。同社の過去最高営業利益は2007年3月期の422百万円(単独決算)だが、順調に推移すれば射程圏内に入る勢いだ。

今後の見通し

## 2017年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	16/12期		17/12期				
	通期実績	前期比	2Q累計実績	前年同期比	通期会社計画	前期比	2Qまでの進捗率
売上高	2,196	14.9%	1,263	29.9%	2,350	7.0%	53.8%
営業利益	194	26.7%	206	476.4%	235	21.1%	88.0%
経常利益	197	34.6%	202	938.5%	232	17.4%	87.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	158	19.9%	171	848.7%	181	14.5%	94.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2. 下期の取り組み方針

## (1) 医薬営業支援サービス

医薬営業支援サービスの通期売上高は前期比7.4%増の1,955百万円を見込む。第2四半期までの進捗率は54%と計画を上回るペースとなっている。下期は引き続き、プライマリー領域の製剤向けにeプロモーションサービスの商品力強化や販売・運用体制の強化を進め、サービスの付加価値を向上していくことで導入企業、プロモーション製剤数の受注増加を実現していく方針だ。また、オンコロジー分野を中心としたスペシャリティ医薬品領域では臨床医学動画メディア「MEDuLiTe」を活用したサービスの受注獲得を進めていくほか、新たなサービスの開発、準備も進めていく。

## (2) 医療コンテンツサービス

医療コンテンツサービスの通期売上高は前期比4.8%増の395百万円を見込む。第2四半期までの進捗率は52%と計画をやや上回るペースとなっている。下期の取り組み方針としては、引き続き「CareNeTV」の番組コンテンツを充実し、有料会員数の拡大を図っていく。試験対策など医師のキャリアアップ支援につながるサービスとして育成していく考えで、営業体制の整備も進めていく。

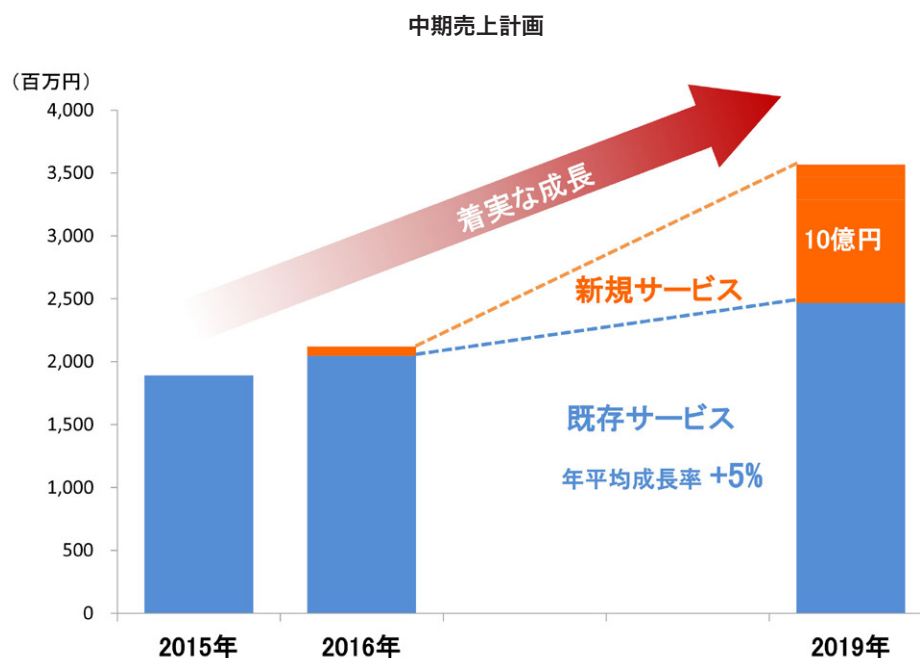
## ■ 中期経営ビジョン

### 国内 No.1 の臨床医学教育メディアとしての強みを生かし、 年率 2 ケタ成長へ

#### 1. 中期経営ビジョンの概要

同社は 2016 年 3 月に中期経営ビジョンを発表している。医師・製薬企業から求められる治療情報の交換の場とソリューションを提供していくことで、「No.1 の臨床医学教育メディア」として企業価値の向上を目指していくことを経営ビジョンとして掲げた。経営数値目標としては、2019 年 12 月期に売上高で 3,500 百万円（2016 年 12 月期比で 1.6 倍増、年率 16.8% 成長）を目指していく。既存事業については環境変化に対応しながら、サービス内容を改良していくことで年率 5% の売上成長を目指し、また、新規サービスの育成により更なる売上拡大を図る戦略だ。

当初の計画に対して、現在までの進捗状況を見ると、既存事業については想定を上回るペースで拡大している一方で、新規サービスについては「MEDuLiTe」を使った教育関連サービス以外はやや当初の計画よりも遅れ気味となっている。このため、新規サービスの売上高については当初の計画であった 1,000 百万円を下回る可能性があるが、既存事業の成長である程度カバーできるものと思われる。



出所：会社資料（2016年3月24日発表）より掲載

## 2. 事業戦略

同社では中期ビジョンにおいて育成していく製薬企業向けの新規サービスとしては、スペシャリティ医薬品における上市前の活動を支援する教育動画サービス、上市後に行う「登録支援・臨床研究支援」サービスのほか、今後、製薬業界においてMR人員が減少した場合に、その代替として需要が見込まれるリモート DTL サービスやデジタル MR 代行サービスなどがある。

### (1) 「MEDuLiTe」を活用した教育動画サービス

臨床医学動画メディア「MEDuLiTe」を活用した教育動画サービスを2016年度から開始している。前述したとおり、滑り出しは順調で顧客企業からの評価も高く、今後は制作・編集体制を強化して、更なる受注拡大を目指していく。

日本では今後5年間で200品以上のスペシャリティ医薬品が上市すると言われているが、専門性が高くなることから医師向け教育動画サービスの市場が本格的に拡大していくものと予想される。こうしたなかで、国内においてトップである医学動画コンテンツの制作能力は、競合他社と比較して今後大きな強みになってくると予想される。

### (2) 「登録支援・臨床研究支援」サービス

スペシャリティ医薬品に関しては、市販後の初期段階において、医師の治療を支援するデータが十分でないことが多い。このため、導入を検討する医師などから臨床データの収集・分析ニーズが高く、製薬企業でもこうした情報を提供していくことが販売促進につながると見ている。特にオンコロジー分野では免疫チェックポイント阻害剤や分子標的治療薬等の登場によって市場が様変わりしており、こうしたニーズが特に強くなっている。

こうした市場環境を受けて、同社では「CareNet.com」に登録するオンコロジー分野の専門医師を対象として、新薬に関する治療実態・活動実態をインターネット経由で収集・分析し、その解析結果を製薬企業に提供する「登録支援・臨床研究支援」サービスを開始する。当初は2017年中の開始を目指していたが、調査に協力可能な医師のデータベース整備に時間がかかっており、本格的な開始は2018年12月期に入ってからを予定している。

### (3) リモート DTL サービス、デジタル MR 代行サービス

製薬業界では今後、上市する新薬の多くがスペシャリティ医薬品になると言われており、販売対象となる医師数も従来の生活習慣病向け医薬品とは違って格段に少なくなる。このため、製薬企業が抱えるMRの人員規模も今後は縮小し、代わりにアウトソーシングの需要が立ち上がってくると予想されている。実際、欧米では既にこうした動きが数年前から顕在化している。同社ではこうしたアウトソーシングのニーズに対応するサービスとして、2つのサービスを立ち上げていくことを予定している。

#### 中期経営ビジョン

1つ目が「MRPlus + リモート DTL センター」となる。今後、製薬企業が MR 人員を見直しすることによって、MR 人員を十分に投入できない医薬品が増加することが予想される。こうした市場環境の変化を見据えて、同社では、MR の営業活動を支援するサービスである MRPlus を現行の MR 連動型と一部 MR 活動と切り離れた non-MR 型に分け、このうち non-MR 型には、リモートディテリングサービス※を付加することを予定している。同社では 2016 年より、「MRPlus + リモート DTL センター」のサービスを試験的に開始している。2017 年についても運用ノウハウを蓄積する 1 年と位置付けている。本格的なサービス開始時期は顧客企業において MR 人員の見直しを進める段階となるが、現時点ではまだそうした動きは出てきていないため、しばらく先になる可能性がある。

※ リモートディテリングサービスとは、専門知識を持ったスタッフが MR に代わって医師からの医薬品に関する問い合わせに対応すると同時に医師への情報提供を電話にて行うサービス。

2つ目はデジタル MR 代行サービスと呼ばれるもので、製薬メーカーが MR を配置しないプロジェクトに関して同社が受託する完全請負型のサービスとなる。同社が抱える 13.6 万人の会員医師に向けてインターネットを通じて、処方維持やブランドスイッチ防止に必要な情報の提供活動、患者発掘活動など MR ではコストと手間のかかる活動をインターネット経由で提供していく。また、必要に応じて、リモートディテリングサービスも活用する。同サービスについても需要が立ち上がるのは製薬企業の MR 人材が一定水準まで減少してからとなるため、本格的に立ち上がるにはしばらく時間が掛かる見通しだ。

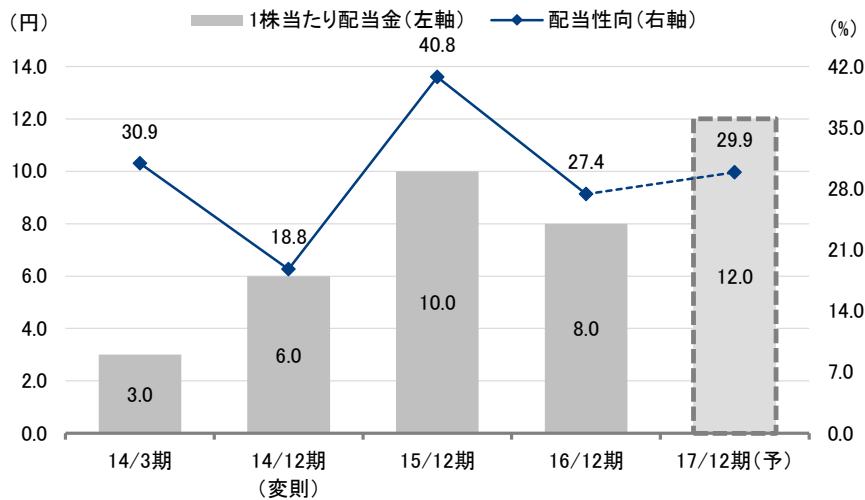


## ■ 株主還元策

### 実質 4.0 円の増配を予定

同社は株主還元策として配当を実施している。配当方針としては、事業拡大のための成長投資に備えるための内部留保の充実と経営成績とのバランスを考慮して利益還元を行うことを基本方針としている。なお、2017年12月期に関しては、9月30日を基準日として1対2株式分割を実施することを発表しており、それを踏まえての配当は6.0円を予定している。分割前で換算すると前期比で実質4.0円の増配となる。

1株当たり配当金と配当性向



注：14/12期は2014年から12月までの9ヶ月の変則決算、17/12期(予)は分割前換算  
 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