COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

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 >>>

2021 年 3 月 5 日（金）

執筆：客員アナリスト
石津大希
FISCO Ltd. Analyst **Daiki Ishizu**

FISCO Ltd.
https://www.fisco.co.jp

目次

■要約 01
1. 2020 年 12 月期業績の概要 01
2. 今後の見通し 01
3. 中長期の成長戦略 02
■会社概要 03
1. 会社沿革 03
2. 事業内容 04
■業績動向 07
1. 2020 年 12 月期業績の概要 07
2. 財務状況と経営指標 09
■今後の見通し 10
1. 2021 年 12 月期の業績見通し 10
2. 医薬品営業支援サービス 11
3. 医療コンテンツサービス 12
■中長期の成長戦略 13
1. 医薬営業支援サービス 13
2. 医療コンテンツサービス 13
3. 新規事業 14
■株主還元策 15

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.

要約

コロナ禍における製薬業界での販促 DX 化受け、大幅増益で着地。データドリブンの事業開発が今後の注目点

ケアネット <2150> は、インターネットを活用し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（e ディテーリング）を主力事業として展開している。

1. 2020 年 12 月期業績の概要

2020 年 12 月期通期（2020 年 1 月 -12 月）の連結業績は、売上高で前期比 62.3% 増の 5,304 百万円、営業利益で同 149.3% 増の 1,510 百万円、経常利益で同 153.9% 増の 1,506 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 82.0% 増の 815 百万円となった。医薬営業支援サービスの売上高は前期比 67.8% 増の 4,816 百万円、セグメント利益は同 80.7% 増の 2,669 百万円となった。製薬業界の販促がデジタルシフトしており、各サービスのニーズが高まった。なかでも Web 講演会の需要が急拡大した。「CareNet.com」の会員数は 2020 年 12 月末時点で 36 万人超であり、医師会員数については 18 万人超と、直近 5 年間で約 4 割近く増加する堅調な伸びを見せている。医療コンテンツサービスの売上高は前期比 22.5% 増の 487 百万円、セグメント利益は同 45.6% 減の 29 百万円となった。新型コロナウイルス関連のコンテンツ制作本数を増やすなどしたことで会員数の伸びが加速し、医師向け教育動画サービス「CareNeTV」の売上高が増加した。一方で利益については、先行投資の拡大を背景に減少した。2020 年 12 月末時点での有料会員数は 5,000 人超となった。

2. 今後の見通し

2021 年 12 月期の連結業績は、売上高で前期比 13.1% 増の 6,000 百万円、営業利益で同 12.6% 増の 1,700 百万円、経常利益で同 12.3% 増の 1,692 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 30.8% 増の 1,066 百万円を予想している。医薬品営業支援サービスにおいて、既存サービスの販売体制強化、スペシャリティ医薬品に適した高付加価値なサービスの開発・提供、製薬企業向けオウンドサイト支援の新規参画を図る。医療コンテンツサービスにおいては、「CareNeTV」の有料会員向けサービスを強化し、会員数の増加を目指す。足元では医書ジェーピー（株）と業務提携したことで、2020 年 11 月からシステムを連携させたサービスを開始した。これを背景としたサービス強化を通じて「CareNet.com」の会員増加は加速し、結果として医薬品営業支援サービスの「MRPlus」の価値も高めることが期待できると弊社は考える。そのほか、先端技術を持ったベンチャー企業や、AI・デジタルヘルスケアに関連した事業に対して、企業買収や戦略的提携、資本参加を積極的に進める計画だ。

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.

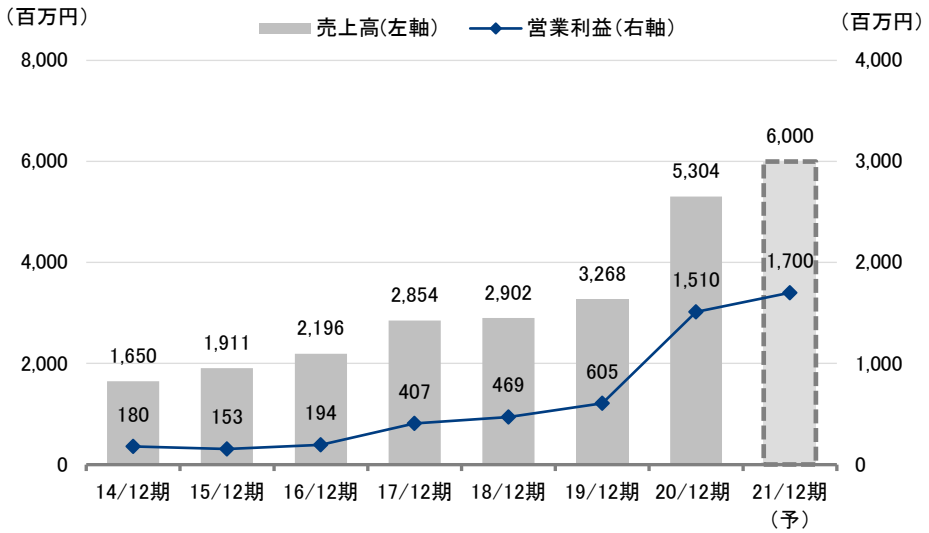
3. 中長期の成長戦略

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にシフトするなか、スペシャリティ医薬品領域でのサービスを拡充していく。新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）において MR の営業に制限がかかることも追い風となる。加えて同社はメディカル・データ・ビジョン（以下、MDV）<3902> と業務提携した。両社は診療データベースを融合・活用することで製薬企業向けの DX 事業やオンライン診療システム普及などの様々な事業開発を進める。医療コンテンツサービスでは、PPV 方式を導入して販売対象を拡大するなど販売方式を多様化させるほか、VR 技術を活用したコンテンツを様々な医療現場で活用するなどコンテンツの多様化も進める。そのほか、新規事業としてヘルスケア領域におけるスタートアップ企業との協業・連携を進める。また、東京海上ホールディングス <8766> との資本業務提携を背景にデータドリブンの事業開発も推進する。データ資産の活用を通じた新サービスの開発・成長は、今後の大きな注目点となるだろう。

Key Points

- 2020 年 12 月期業績は、製薬業界での販促 DX 化を受けて需要が膨らみ、前期比で増収増益
- 2021 年 12 月期の業績は、市場拡大が継続するなか、高付加価値なサービスの開発・提供を通じて増収増益を見込む
- データドリブンの事業開発などを進め、中長期的な成長基盤の構築を図る

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

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.

会社概要

製薬業界向けインターネット活用販促支援が主力で、高品質なコンテンツが強み

1. 会社沿革

同社は医師向けの医療情報の提供を目的に、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.®」を放送していたが、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、その後業績を拡大させていく。2014 年以降は国内外企業との提携も活発に進めて既存サービスを強化するとともに、新規サービスの開発・育成にも注力している。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> との合弁で設立した (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 など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した。また、両社が中心となり、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)」を設立した。

2020 年末時点の連結子会社は 6 社あるが、いずれも事業規模が小さく、現状では業績に与えるインパクトは軽微となっている。

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

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 ディテーリング ®」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 ディテー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「CareNeTV」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11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 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 <4592> 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
2020年 4月	（株）フェーズワンから手技動画メディア「がん@魅せ技」運営事業を取得
2020年 8月	出資先のモダリス <4883> が東証マザーズ市場に上場
2020年 9月	メディカル・データ・ビジョン <3902> と業務提携
2020年11月	東京海上ホールディングス <8766> と資本業務提携

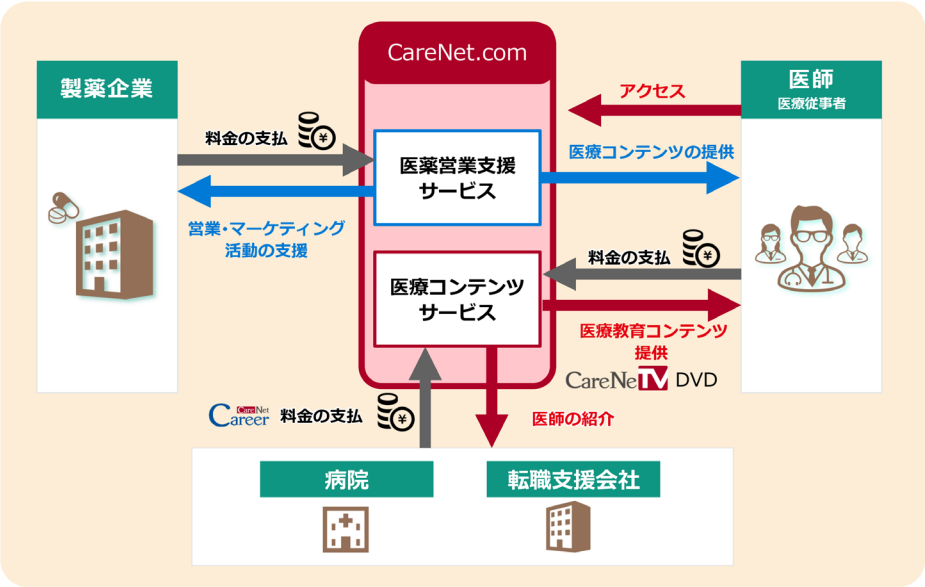
出所：決算短信、会社ホームページ、プレスリリースよりフィスコ作成

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 つで構成されている。主力事業は医薬営業支援サービスで、2020 年 12 月期通期の構成比で見ると売上高で 90.8%、セグメント利益で 98.9% を占めている。

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

同社のビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

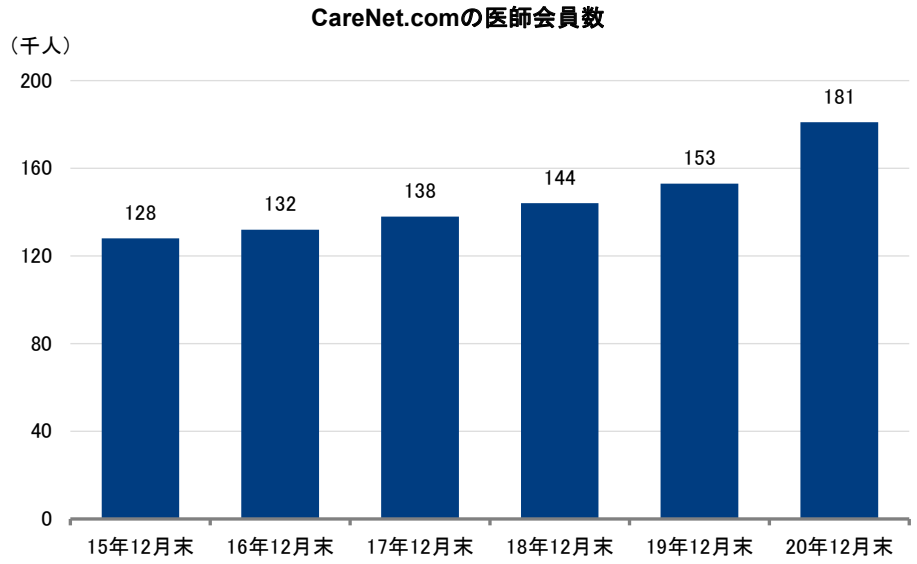
（1）医薬営業支援サービス

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化させる支援サービスである。製薬企業の営業活動は通常、MR（医薬情報担当者）が医師に面会し、様々な医薬情報を提供したうえで自社商品を販売する。そのため、医師のニーズを汲み取る必要があり、同サービスはそのための重要なツールとして機能する。同社の主力サービス「MRPlus」は、インターネットを通じて医薬品情報を動画などの形式で医師に配信するほか、視聴した医師と担当 MR が情報交換できるプラットフォームであり、MR の営業活動の生産性を向上させる。情報配信先の医師は「CareNet.com」の登録会員であるため、同会員数を増やすことが「MRPlus」の価値を高めることにつながる。会員医師数を増やすため、同社は「CareNet.com」のサービス品質を継続的に高めている。具体的には、医療関係者に役立つ医療コンテンツ（手技動画や患者指導、ガイドライン解説など）や海外論文、最新の医療ニュースなどを掲載している。

「MRPlus」のサービスは販促対象となる医薬品が抱える課題によって支援方法が異なるため、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第 4 四半期（10 月 -12 月）が最も高くなる傾向にある。

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。これら競合サイトの中における「CareNet.com」の差別化要因は、コンテンツの高い専門性・品質である。そのほか、製薬企業向けサービスには、Web 講演会やコンテンツ制作サービスなどがある。

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



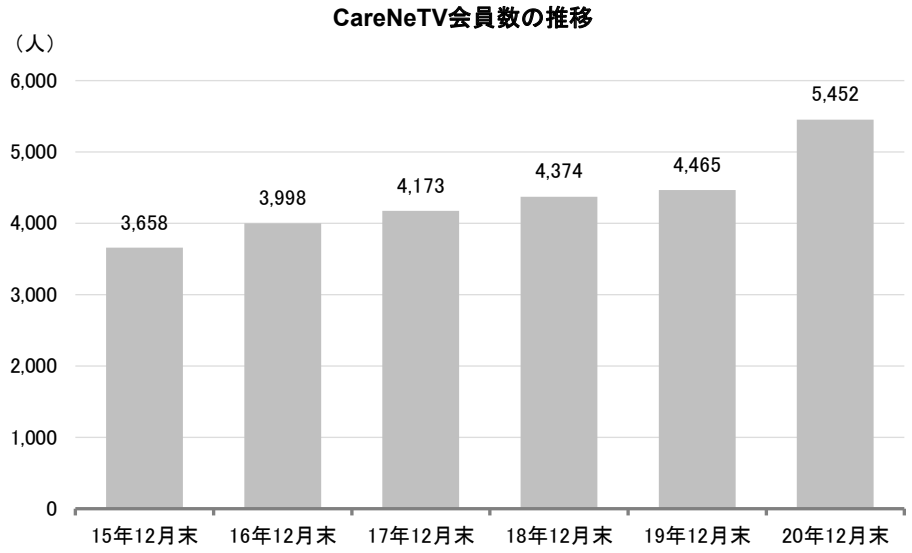
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

（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などの医療関係者に対して教育コンテンツを有償で提供する事業である。売上高の 5 割強は動画配信サービス「CareNeTV」（月額 5 千円（税抜））の利用料であり、残りは DVD 販売やその他の収入（医師転職サポートサービスなど）で占められる。配信されている番組は 2,000 番組以上で、臨床の第一線で活躍する講師が実際の臨床で役立つ情報を解説している。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で、利便性が高い。医師向けの教育用コンテンツを制作する企業は少なく、同社は市場におけるパイオニアとして圧倒的なポジションを築いている。

なお、コロナ禍によって医学生に対する臨床実習が中断されるなど教育現場で支障が出ていることを受け、同社は 2020 年 4 月より全国の医学生に対して「CareNeTV」の無料公開を開始した。同年 12 月末時点において全国に 82 ある大学医学部・医科大学のうち 58 大学 3,900 人の学生に向けて提供しており、終了時期も当初予定していた同年 9 月末から 2021 年 3 月末に延期した。無料公開と公開期限の延長を背景に知名度向上も加速すると思われ、医療系の学生という潜在顧客層に向けての効果的なアプローチともなっている。

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



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

コロナ禍で需要拡大継続、Web 講演会などが好調で医師会員数は 18 万人を超える

1. 2020 年 12 月期業績の概要

2020 年 12 月期通期（2020 年 1 月 -12 月）の連結業績は、売上高で前期比 62.3% 増の 5,304 百万円、営業利益で同 149.3% 増の 1,510 百万円、経常利益で同 153.9% 増の 1,506 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 82.0% 増の 815 百万円といずれも従来の会社計画を上回る増収増益となった。

従来進みつつあった製薬企業の DX 化がコロナ禍の影響によって急速に進んでおり、インターネットを活用したプロモーション活動などのリモートワークの拡大が続いた。これにより、各既存サービスの受注が増加した。また、販売管理費の効率化に向けた各施策も奏功し、利益も大きく伸びた。人材面では事業開発などの領域で増員しており、中・長期的に見て成長基盤を築く取り組みを進めている。また、テレワークを積極的に活用するなどして、人員を拡大させつつもオペレーションの効率化を図った。なお、営業利益と経常利益の伸びと比較して親会社株主に帰属する当期純利益の伸びがやや抑えられているのは、特別損失としての投資有価証券評価損の計上や税金費用の変動が主な要因である。

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

2020 年 12 月期連結業績

（単位：百万円）

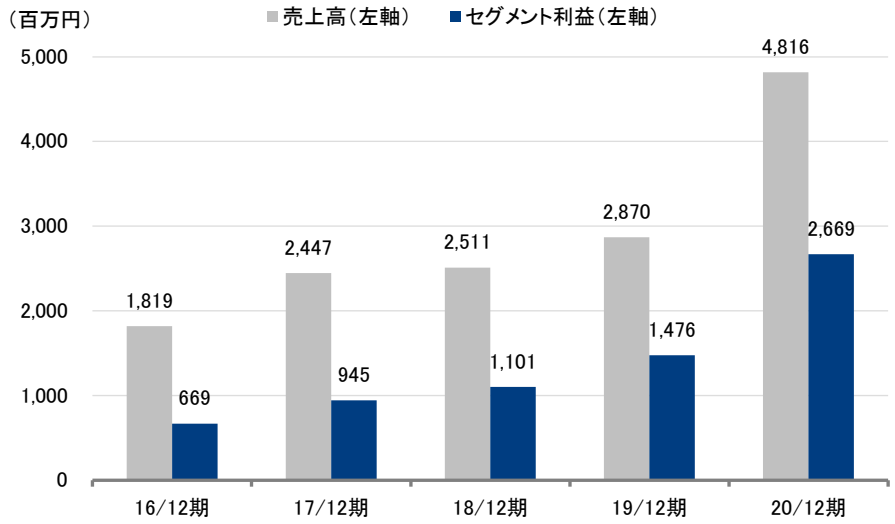
	19/12 期		20/12 期			
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	前期比
売上高	3,268	-	5,304	-	2,035	62.3%
売上総利益	2,205	67.5%	3,712	70.0%	1,506	68.3%
販管費	1,599	48.9%	2,201	41.5%	602	37.7%
営業利益	605	18.5%	1,510	28.5%	904	149.3%
経常利益	593	18.2%	1,506	28.4%	913	153.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	448	13.7%	815	15.4%	367	82.0%

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 67.8% 増の 4,816 百万円、セグメント利益は同 80.7% 増の 2,669 百万円となった。前述のとおり、製薬業界におけるプロモーション活動がアナログな人海戦術からデジタルシフトしており、顧客側における商慣習の変化を通じて各サービスのニーズが高まった。なかでも Web 講演会の需要が急拡大している。2019 年 12 月期上期においては、同社が外注している配信業者の対応人数や機材の不足により、同社が希望とする規模の配信が行えず、受注を制限された場面があった。しかし、それらが拡充されたことで、結果的に同社の受注対応力も向上した。「CareNet.com」の会員数は 2020 年 12 月末現在で 36 万人超であり、医師会員数については 18 万人超と、直近 5 年間で約 4 割近く増加する堅調な伸びを見せている。

医薬営業支援サービスの業績推移



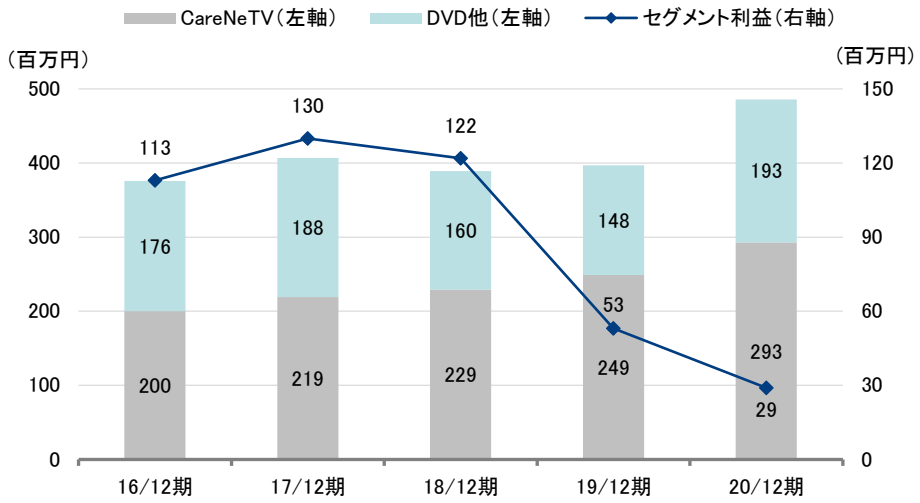
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

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.

（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 22.5% 増の 487 百万円、セグメント利益は同 45.6% 減の 29 百万円となった。新型コロナウイルス関連のライブコンテンツ制作本数を増やすなどしたことで会員数の伸びが加速し、医師向け教育動画サービス「CareNeTV」の売上高が増加した。「DVD 他」の区分では、DVD 販売の減少トレンドが継続したものの医師転職サポートのキャリア事業売上が前期比 57.6% 増となったことから、同区分でも増収となった。一方で利益については、上記のライブコンテンツ制作の拡大や、会員獲得キャンペーン、動画プラットフォームの改良、キャリア事業加速に向けた投資などを受け、減少した。2020 年 12 月末時点での有料会員数は 5,000 人超となった。

医療コンテンツサービスの業績推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

依然として財務安全性高く、成長投資支える基盤として機能

2. 財務状況と経営指標

2020 年 12 月期末の総資産は前期末比 2,239 百万円増加の 5,319 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 973 百万円、売上債権が 904 百万円ともに増加した。固定資産では投資有価証券が 202 百万円、のれんが 80 百万円、ソフトウエアが 44 百万円そろって増加した。

負債は前期末比 1,309 百万円増加の 2,234 百万円となった。増加の主な内訳は、未払法人税等 526 百万円、未払金 262 百万円、未払消費税等 171 百万円、ポイント引当金 171 百万円、役員賞与引当金 122 百万円である。

純資産は前期末比 929 百万円増加の 3,085 百万円となった。利益剰余金 753 百万円、その他有価証券評価差額金 167 百万円の増加が寄与した。

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.

経営指標を見ると、流動負債の増加を背景に流動比率が前期末比 76.3 ポイント低下の 195.8%、当座比率が同 62.8 ポイント低下の 188.5% となったものの、依然として良好な水準を維持しており、短期的な財務懸念はないと弊社は見る。また、自己資本比率は同 12.0 ポイント低下の 57.8% となったものの、固定負債が 24 百万円のみであり、上記のとおり短期的な安全性も高いため、実質的には財務内容は健全な状態にあるものと弊社は判断する。また、こうした盤石な財務基盤のもと、製薬業界における DX 化などを背景とした市場拡大のなかで活発に事業投資できており、中・長期的な成長基盤が着実に築かれつつある。

連結貸借対照表及び経営指標

（単位：百万円）

	17/12 期	18/12 期	19/12 期	20/12 期	増減額
流動資産	2,551	2,308	2,476	4,325	1,849
（現金及び預金）	1,800	1,602	1,433	2,406	973
（受取手形及び売掛金）	485	558	853	1,758	904
固定資産	226	712	603	993	389
総資産	2,778	3,020	3,079	5,319	2,239
負債合計	874	770	924	2,234	1,309
（有利子負債）	-	-	-	10	10
純資産	1,904	2,250	2,155	3,085	929
【経営指標】					
流動比率	296.9%	305.6%	272.1%	195.8%	-76.3pt
当座比率	266.0%	286.0%	251.3%	188.5%	-62.8pt
自己資本比率	68.5%	74.3%	69.8%	57.8%	-12.0pt
【収益性】					
ROA（総資産経常利益率）	17.0%	15.0%	19.5%	35.9%	16.4pt
ROE（自己資本利益率）	27.1%	12.7%	20.4%	31.2%	10.8pt
売上高営業利益率	14.3%	16.2%	18.5%	28.5%	10.0pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

医書ジェーピーとの提携でコンテンツが拡充、会員増を通じて医薬品営業支援の訴求力もアップ

1. 2021 年 12 月期の業績見通し

2021 年 12 月期通期（2021 年 1 月 -12 月）の連結業績は、売上高で前期比 13.1% 増の 6,000 百万円、営業利益で同 12.6% 増の 1,700 百万円、経常利益で同 12.3% 増の 1,692 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 30.8% 増の 1,066 百万円を予想している。足元の市場拡大とそれに伴う収益増加を踏まえるとやや保守的な水準であると弊社は見ている。ただ、コロナ禍で不透明となっている事業環境を踏まえると、保守的な予想の分、会計期間中に業績予想が下方修正される可能性は一定程度抑えられ、そのような点で弊社はポジティブに考える。

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

2021 年 12 月期の同社全体の取り組みとしては、先端技術を持ったベンチャー企業や、AI・デジタルヘルスケアに関連した事業に対して、企業買収や戦略的提携、資本参加を積極的に進める計画だ。また、事業部から法人へと格上げした、医師の働き方改革を支援するキャリア事業の拡大にも注力する。費用面においては、2020 年 12 月期に引き続き、スペシャリティ医薬品に適したサービス・新規事業の開発投資・人員強化を進めるとしている。

2021 年 12 月期 連結業績予想

（単位：百万円）

	20/12 期			21/12 期予想			前期比		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	1,845	3,459	5,304	2,595	3,405	6,000	40.7%	-1.6%	13.1%
営業利益	461	1,048	1,510	600	1,100	1,700	30.0%	4.9%	12.6%
経常利益	459	1,046	1,506	597	1,095	1,692	29.9%	4.6%	12.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	179	635	815	369	697	1,066	105.1%	9.7%	30.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 医薬品営業支援サービス

同サービスにおいては、製薬企業向けの既存サービスの販売体制強化、各製薬企業に合わせた高付加価値なサービス提供、製薬企業向けオウンドサイト支援の新規参画を図る。製薬企業向けオウンドサイト支援とは、製薬企業が自社で販促サイトを構築する際に、SEO や流入の面で技術的に支援するサービスのことである。また、コンプライアンス規制の厳格化など厳しい営業環境が続く製薬企業のニーズに応えるため、スペシャリティ医薬品に適した高品質なサービスの開発も継続する。

競合他社との差別化戦略として、同社はスペシャリティ医薬領域における疾患啓発・教育系サービスを強化している。例えば、疾患啓発では臨床医学動画メディア「MEDuLiTe」のコンテンツ拡充を進めていく。「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、専門医に対して「新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。

そのほか、同社は他社との提携も推進しており、コンテンツの拡充や品質の継続的な改善を通じて「CareNeTV」の会員は今後も増加すると弊社は考える。それは直接的に医薬品営業支援サービスの付加価値も高めることにつながり、拡大する市場のなかで顧客を取り込んでいくうえでの大きな強みになる。コロナ禍を背景とした Web 講演会の需要拡大などに応えるほか、必要なツールを投資して同社内ではテレワーク体制も迅速に整備しており、外部環境に合わせた戦略を柔軟に吟味・執行できる事業運営体制も本質的な強みであると弊社は評価する。

製薬企業の経営 DX 化に取り組む製薬企業が増えるなか、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・依頼が寄せられており、サービスの裾野は販促領域だけでなく顧客企業の経営にまで広がる見通しだ。主力の e プロモーションはもちろん、製薬企業の多様なニーズに応える新サービスの開発・提供も今後注目すべきであると弊社は考える。

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

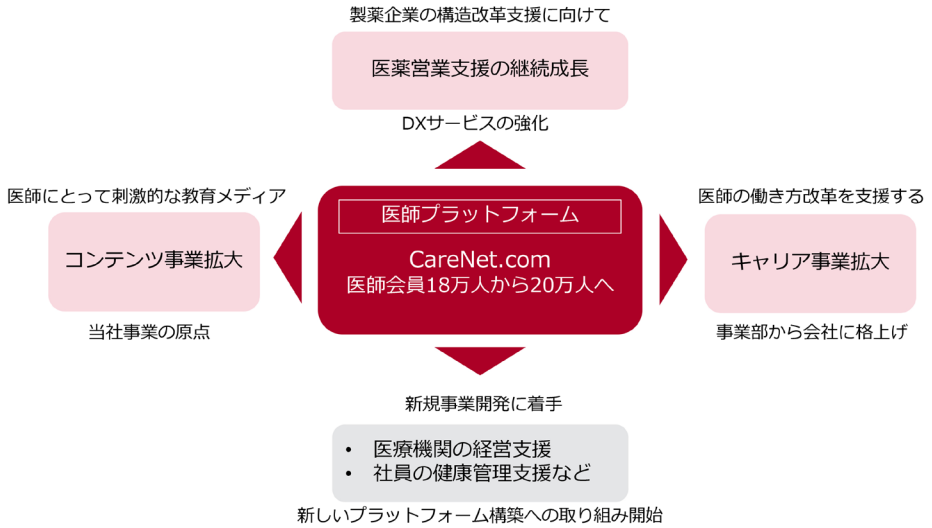
3. 医療コンテンツサービス

「CareNeTV」に関しては有料会員向けのサービスを強化し、会員数の増加を目指す。医師向けの教育コンテンツでは業界でも質・量ともにトップクラスであることを自負しており、今後医師の「生涯教育」をテーマとしたプログラムを企画・制作することで更なる差別化が可能だ。2020 年 12 月末現在、「CareNeTV」は有料会員数 5,452 人で年間約 3 億円の売上規模となっている。2020 年 12 月末までの伸びは特に大きく、2019 年 12 月末時点から約 1,000 人増加した。コンテンツ 1 本当たりの制作コストは変わらないため、有料会員数が増えれば単純な足し算による増収のほか、利益率も向上することになり、今後の動向が注目される。

足元では医書ジェーピーと業務提携したことで、2020 年 11 月からシステムを連携させたサービスを開始した。医書ジェーピーは 7,000 点以上の医学専門電子書籍を販売・配信するサービス「医書 .jp」を運営しており、アンケートなどに協力した会員にケアネットポイントを発行する。同提携により、「医書 .jp」に登録したケアネット医師会員は「CareNet.com」で貯めたポイントで「医書 .jp」が提供する医学専門出版社 40 社以上の電子書籍・雑誌を購入できる。こうした一連のサービス強化を通じて「CareNet.com」の会員増加は加速し、結果として医薬営業支援サービスの「MRPlus」の価値も高まるといった連鎖効果が期待できると弊社は考える。

また、新規サービスとして 2020 年 6 月より「医業承継支援サービス」を開始した。ここ数年、クリニックを中心に医療機関で後継者不在の問題が顕在化し始めるなか、同社は新規開業を希望する医師をマッチングさせている。

2021 年 12 月期の重点施策



出所：決算説明資料より掲載

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.

中長期の成長戦略

東京海上ホールディングスなどとの提携を通じてデータドリブンの事業開発を進め、成長基盤の構築を進める

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にシフトするなか、スペシャリティ医薬品領域でのサービスを拡充する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高品質な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の差別化を打ち出す戦略だ。

製薬企業側でも、生活習慣病領域については MR による人海戦術的な営業施策が有効だったが、スペシャリティ領域ではターゲットとなる医師が少なく、面談時間を取ることも難しいため、今まで以上の e ディテーリング活用が重要になる。加えて、コロナ禍において MR による営業制限がかかっていることで、その潮流はさらに加速すると見られる。景況悪化のなかで製薬企業のでは販促費の削減が図られるなど一時的にネガティブな材料はあるものの、従来のプロモーション慣習が変化することに伴う市場拡大が長期的に続いており、前述した差別化戦略を推進することで確実に需要を取り込む計画となっている。

加えて同社は 2020 年 9 月、「データドリブンの事業開発」というコンセプトのもと、MDV と業務提携した。MDV は実患者数 3,000 万人を超える DPC データ※を含む診療データベースを保有しており、提携を受けて両社は診療データベースなどを融合・活用することで、製薬企業向けの DX 事業やオンライン診療システム普及などの様々な事業開発を進める。具体的には、疾患別での医療機関・医師ターゲティングの精度向上、診療実態把握の精度向上などにより、治験の効率化やオンラインでの医師向けエンゲージメントを推進する。

同社は高品質な情報配信を背景とした長年にわたる医療関係者との信頼関係を構築しており、それを強みとして市場が急拡大するなかで競争優位を築いていく。

※ DPC データとは、Diagnosis Procedure Combination の略で、入院患者の性別・生年月日・身長 / 体重、傷病名・診療情報・手術情報などがまとめられたもの。

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、幅広いニーズに応えるため販売方式やコンテンツの多様化を進める。販売方式については、「CareNeTV」で 2018 年 11 月よりプレミアムプラン（月額定額プラン）に加えてコンテンツごとに課金する PPV 方式を導入し、今後販売対象を拡大する予定だ。またコンテンツの多様化では、VR 技術を活用したコンテンツを様々な医療現場で活用する考えだ。従来は手術室における医療スタッフの動きや手技動画コンテンツのみだったが、今後は救急医療や在宅医療現場における医療スタッフの動きを VR で撮影し、高付加価値な教育コンテンツとして制作していくとしている。

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

医療コンテンツサービス事業が全体業績に占める比率は低いものの、高品質なコンテンツは従来同サービスの大きな強みとして機能しており、販売対象やコンテンツを広げることで成長ポテンシャルをさらに広げられると弊社は予想する。また、現在の医師会員数は 18 万人超であり、同社は国内の医師人口の 7 割である 20 万人を目先のマイルストーンとしている。20 万人達成までは投資を進めるものの、達成後は投資を徐々に弱める見通しであり、収益性がさらに改善されていくと弊社は見ている。

3. 新規事業

同社はヘルスケア領域におけるスタートアップ企業との協業・連携も進めている。2019 年 3 月に資本提携した再生医療製品を開発するセルジェンテック（株）やゲノム編集技術を開発するモダリス <4883>（旧 エディジーン（株））、2020 年 2 月に出資した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である DiscGenics, Inc. などに対して、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としている。

ただ、新規出資については、市場環境も不透明なことから当面は手控える意向で、既存の出資企業への支援を中心に取り組んでいく方針だ。出資先のうち、モダリスについては 2020 年 8 月に東証マザーズ市場に上場した。ロックアップ期間は終了しており、株価状況次第では保有株（10 万株）の一部を売却すると弊社は見ている。

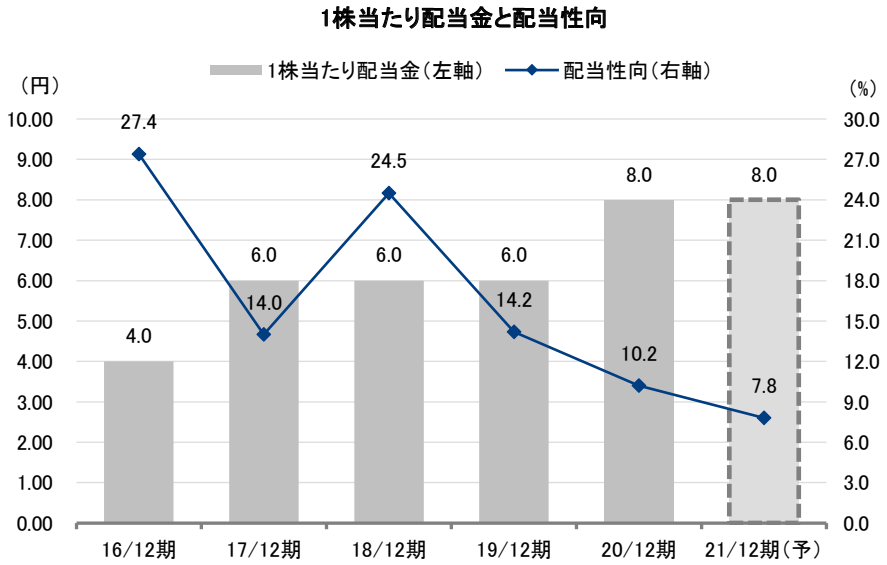
また、同社は「データドリブンの事業開発」として、2020 年 11 月、東京海上ホールディングスと資本業務提携を締結した。データとテクノロジーを活用した新たな保険商品とヘルスケアサービスの開発が主な目的である。なお、資本提携の部分については東京海上ホールディングスの子会社である東京海上日動火災保険（株）がケアネットの株式を保有する予定だ。東京海上ホールディングス系という大資本が参加したことで、業務面・財務面でも選択肢が広がり、今後の事業展開も加速すると弊社は考える。また、MDV との業務提携も含め、同社はデータ資産の活用を積極的に進めており、新たな収益柱の誕生・成長についても今後の注目点になると弊社は考える。

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

株主還元策

2020 年 12 月期は 2 円増配の 8.00 円。2021 年 12 月期は前期並みを予想

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慮しながら、安定配当を基本に決定する方針となっており、2020 年 12 月期は業績が順調に推移したことを踏まえ、前期比 2 円増の 8.00 円（配当性向 10.2%）となった。2021 年 12 月期は前期並みの 8.00 円（配当性向 7.8%）を予想している。



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

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.

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。

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・表示したものですが、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 5-13-3
株式会社フィスコ
電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）
メールアドレス：support@fisco.co.jp