

|| 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 >>>](#)

2022年3月30日(水)

執筆：客員アナリスト

欠田耀介

FISCO Ltd. Analyst **Yosuke Kaketa**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2021年12月期の業績概要	01
2. 2022年12月期の業績見通し	01
3. 中期経営ビジョンについて	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	05
■ 業績動向	08
1. 2021年12月期の業績概要	08
2. 財務状況と経営指標	12
3. 2022年12月期の業績見通し	13
■ 中期経営ビジョン	14
1. 中期経営ビジョンの概要	14
2. 成長戦略	16
3. 資金調達について	18
■ 株主還元策	19

■ 要約

製薬・医療業界の DX を追い風に 2025 年 12 月期に営業利益 100 億円を目指す

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マーケティング支援サービスとなる医薬 DX 事業を主力事業として展開している。具体的には、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て、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サービス「MRPlus」を展開している。

1. 2021 年 12 月期の業績概要

2021 年 12 月期（2021 年 1 月～12 月）の連結業績は、売上高で前期比 50.9% 増の 8,004 百万円、営業利益で同 67.7% 増の 2,532 百万円と大幅な増収増益となった。新型コロナウイルス感染拡大（以下、コロナ禍）を契機として、2020 年後半以降、製薬企業のプロモーション活動において一気にデジタルシフトが進み、「MRPlus」の顧客企業数は 70 社を超え、既存顧客においても Web 講演会などを含めて利用頻度が増加したことが高成長の要因となった。「CareNet.com」の登録医師会員数についても、2021 年 12 月末で 193 千人と順調に増加した。なお、2021 年 2 月に事業領域の拡大を目的に、医師・健康の専門家による総合ヘルスケア専門メディア「Doctors Me」を運営する（株）アドメディカ的全株式を取得し子会社化している。

2. 2022 年 12 月期の業績見通し

2022 年 12 月期の連結業績は、売上高で前期比 12.4% 増の 9,000 百万円、営業利益で同 2.2% 増の 2,589 百万円を見込んでいる。医薬 DX 事業においては、既存サービスの販売拡充、高付加価値サービス提供、製薬企業向けオウンドサイト支援の新規参画に注力し増収見込みとなっている。メディカルプラットフォーム事業においては、「CarNeTV」「ケアネット DVD」をはじめとする医療コンテンツの質の向上、生涯学習コンテンツの拡充を図り、新規会員を獲得することにより増収見込みとしている。連結グロース事業においても、グループ各社の売上が伸長することにより、引き続き増収見込みとしている。売上原価項目を含む費用面においては、前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及び人員強化を積極的に行っていく。さらに、最先端の技術を持ったベンチャー企業、医療機器、データサイエンス、デジタルヘルスケアを対象に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、事業規模の拡大に繋げていく方針となっている。足元の受注状況は引き続き好調なことから、計画の実現可能性は高いと弊社では見ている。

要約

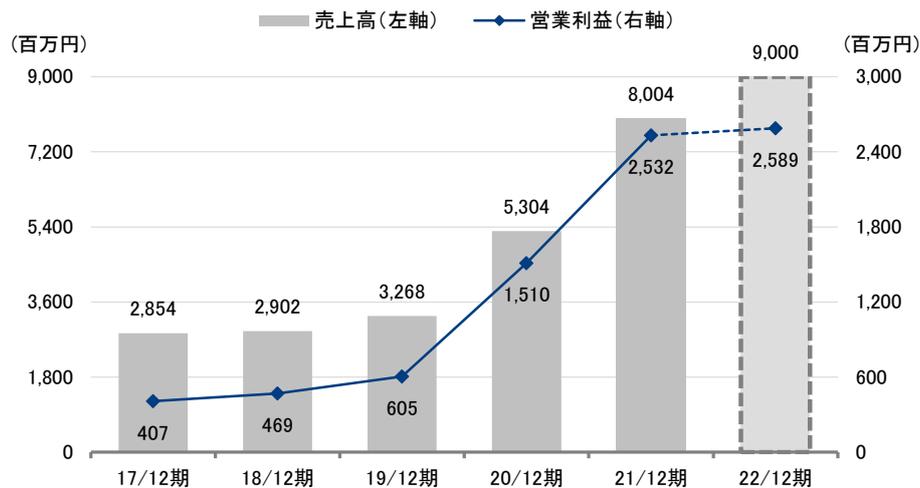
3. 中期経営ビジョンについて

同社は2021年5月に、今後5年間の中期経営ビジョンを発表した。主力の医薬DX事業のさらなる成長に加えて、新規成長事業としてメディカルプラットフォーム事業、ヘルスデータサイエンス事業を育成していくことで、2025年12月期に売上高300億円、営業利益100億円を目指す。2020年12月期を基準年とした5年間の年平均成長率は売上高で41%、営業利益で46%となる。医療・製薬業界においてDXが進行するなか、飛躍的な成長を実現する好機と見て、M&Aも含めて積極的な投資を実行していく方針だ。医薬DX事業については、製薬業界のプロモーション施策においてインターネット活用が一段と進むこと、そのなかでも需要増加が見込まれるスペシャリティ医薬品領域に注力していくことで高成長を継続していく。また、メディカルプラットフォーム事業では、診療所向けにIT活用による診療・業務の効率化を支援するサービスを開発・育成していく。ヘルスデータサイエンス事業では、産業医科大学ヘルスマネジメントシステム(責)や東京海上ホールディングス<8766>との戦略的提携を通じて、職域を軸に健康管理のプログラムを開発し、メディカルプラットフォーム事業と連携することにより競争力のある健康プラットフォームサービスを提供していく。経営目標達成に必要な資金調達として、2021年9月に第三者割当による新株予約権を発行し約35.5億円の資金を調達しており、スペシャリティ医薬品向けDXモデルの開発やデータサイエンス分野の強化に向けた開発投資、人材投資、M&A資金などに充当していく予定だ。

Key Points

- ・ 医薬DX事業の高成長が続き、2021年12月期業績は大幅増収増益を達成
- ・ 2025年12月期に売上高300億円、営業利益100億円を目指す
- ・ eプロモーション市場は現在の約500億円から将来的に3,000～4,000億円に拡大する見通し

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 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（株）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、両社が中心となって製薬・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年以降は、成長戦略として新規事業開発のための子会社を相次いで設立したほか、戦略的提携やM&Aを積極化している。M&Aでは2020年4月に（株）フェーズワンから手技動画メディア「がん@魅せ技」運営事業を取得したほか、2021年2月に病気・健康に関する相談ができる総合ヘルスケア専門メディア「Doctors Me」を運営するアドメディカを子会社化した。また、ヘルスデータサイエンス事業の開発に向けて、産業医科大学ヘルスマネジメントシステムや東京海上ホールディングス、メディカル・データ・ビジョン<3902>と戦略的提携を2020年に締結している。2021年11月には、二松学舎大学国際政治経済学部の准教授である小久保欣哉氏との共同出資により、（株）ヘルスケアコンサルティングを設立した。ヘルスケア・ライフサイエンス領域のRWDやQOL・PRO、PHRデータなどのあらゆる医療ビッグデータを分析、戦略的なエビデンスを創出することを目的として、新たに事業を開始する。

ケアネット | 2022年3月30日(水)
 2150 東証マザーズ | <https://www.carenet.co.jp/ir/>

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	(株)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。 (株)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10月	医療・ヘルスケア関連の調査・研究業務を行う子会社として、(株)ケアネットインテリジェンスを設立
2020年11月	東京海上ホールディングス<8766>と資本業務提携 子会社として(株)ヘルスデータサイエンスを設立
2021年 2月	総合ヘルスケア専門メディア「Doctors Me」を運営する(株)アドメディカを子会社化
2021年11月	医療ビッグデータ分析子会社として、(株)ヘルスケアコンサルティングを設立

出所：有価証券報告書、ホームページ、ニュースリリースよりフィスコ作成

会社概要

2. 事業内容

同社は企業理念として「デジタル時代のサステナブルな健康社会づくりに邁進します」を掲げている。事業セグメントは同社が運営する医療情報サイト「CareNet.com」等の医師プラットフォームを核に、今後成長が見込まれる連結子会社の経営成績等を明確にすることを目的に会社組織の変更を実施したことに伴い、2021年12月期より報告セグメントを従来の医薬営業支援サービス事業、医療コンテンツサービス事業の2区分から、医薬DX事業、メディカルプラットフォーム事業、連結グロース事業の3区分に変更している。2021年12月期の売上比で見ると、医薬DX事業が売上高、営業利益ともに90%前後を占める主力事業となっている。

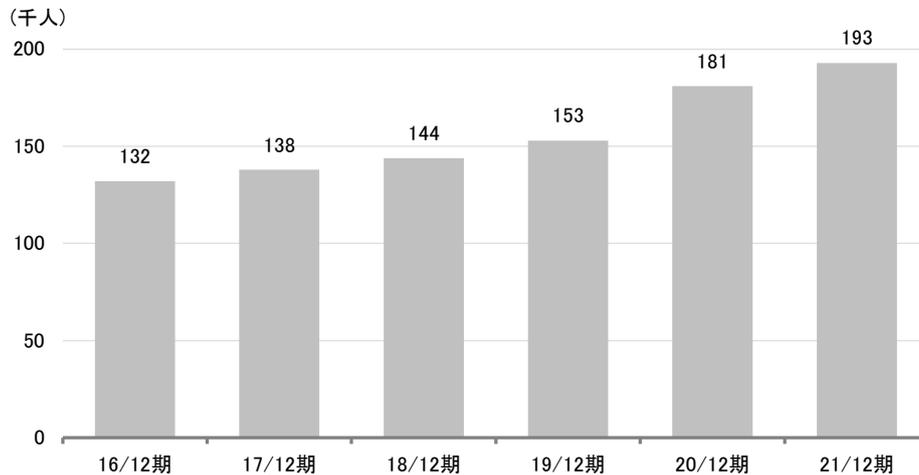
(1) 医薬DX事業

医薬DX事業は、製薬企業の営業・プロモーション活動をインターネットを活用して支援するサービス「MRPlus」、Web講演会のほか、2020年4月に事業取得したがん専門医向けに特化した情報発信プラットフォーム「がん@魅せ技」などが含まれる。

「MRPlus」は、ターゲット医師に対して、医師が必要とする視点で作成した動画コンテンツを「CareNet.com」を通じて配信し、医師の反応を分析（コンテンツ視聴後にアンケートを実施・回収）するとともに、MR（医薬情報担当者）とのエンゲージメントの機会を創出するサービスで、クライアントは製薬企業となる。製薬企業の営業活動は通常、MR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。「MRPlus」は動画コンテンツを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、営業活動の生産性を向上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質の高いコンテンツを掲載している。2021年12月末の登録医師会員数は193千人と年々増加しており、国内における医師数の6割超をカバーする水準となっている。

会社概要

CareNet.comの医師会員数



出所：決算説明動画、「事業計画及び成長可能性に関する事項」よりフィスコ作成

「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。これら競合サイトのなかにおける「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、Web講演会も「MRPlus」と並ぶ主力サービスとなっている。多忙な医師が外出する必要なく、KOL（キー・オピニオンリーダー）のレクチャーを視聴することができるため、新規治療法などに関する情報を全国に迅速にとどけるソリューションとして、コロナ禍を契機として需要が急速に拡大している。19万人を超える医師会員基盤を持つ「CareNet.com」を通じて集客告知することで1医師あたりの集客コストを抑えることが可能であるほか、配信ベンダーとのサービスパッケージ化によって、集客から配信、視聴/アンケートログ報告までをワンストップで提供できることが強みとなっており、コストパフォーマンスの高いプロモーション施策として製薬企業からの需要が増加している。

「がん@魅せ技」は、臓器別がん治療において国内トップクラスの実績を持つKOLが自らの治療法を動画で公開しており、登録医師会員が視聴できるようになっている。ビジネスモデルは「MRPlus」とほぼ同様で、製薬会社を中心に、手術に使用する医療機器メーカー等もクライアントとなる。

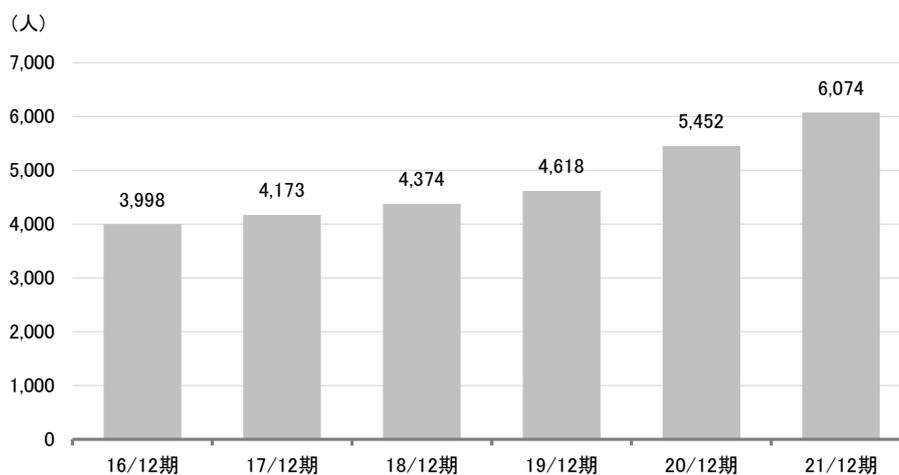
会社概要

(2) メディカルプラットフォーム事業

メディカルプラットフォーム事業では、医師や医療従事者に対する医療教育動画サービス「CareNeTV」が主力サービスとなっており、売上高の9割を占めている。医療教育分野のプログラム数としては2,000を超えており、日本最大級のコンテンツを有していること、また、コンテンツの品質も高く、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も高く、医療教育分野のコンテンツ配信サービスとしては圧倒的なポジションを築いている。

料金プランは月額課金方式（月額5,500円（税込））とPPV方式の2通りとなるが、大半は月額課金方式による収入となっている。2021年12月末の有料会員数は6,074人と年々増加しており、特に2020年以降は新型コロナウイルス感染症関連の最新情報コンテンツを充実させたこともあり、増加ペースが加速している。そのほか、教育コンテンツのDVD販売なども手掛けている。

CareNeTV会員数の推移



出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」よりフィスコ作成

(3) 連結グロース事業

連結グロース事業には、子会社で展開する事業が含まれている。現在は、(株)ケアネットワークデザインで展開している医師・医療従事者向けのキャリア支援サービスや、病院・医療機関等の事業承継・開業支援サービス、2021年2月に子会社化したアドメディカが運営する総合ヘルスケア専門メディア「Doctors Me」から得られる広告収入が売上高の大半を占めている。

そのほか、医薬専門の広告代理店となる(株)SC-Laboではサイエンス専門ライターを抱えており、スペシャリティ医薬品に特化した広告を取扱い、実際のプロモーションは同社が「CareNet.com」等を通じて行っていく。また、(株)アスクレピアについてもスペシャリティ医薬領域に注力すべく、同領域のKOL等を多く集めて組織化し、専門医同士が活用するコミュニケーションツールを開発中で、テスト運用や有料化も一部でスタートしている。

会社概要

連結グロース事業に含まれる子会社

会社名	出資比率	主な事業内容
(株)ケアネットワークスデザイン	100.0%	医師・医療従事者等のキャリア支援、病院・医療機関等の医療承継支援サービス
(株)アドメディカ	100.0%	総合ヘルスケア専門メディア「Doctors Me」の運営事業等
(株)SC-Labo	51.0%	学術支援業務、メディアコンサルタント業務等
(株)アスクレピア	100.0%	スペシャリティ医薬を対象とした医療従事者向けコミュニケーションサービス、製薬企業向け医薬マーケティング支援サービスの開発

出所：有価証券報告書、中期経営ビジョン資料よりフィスコ作成

業績動向

医薬 DX 事業の高成長が続き、 2021年12月期業績は大幅増収増益を達成

1. 2021年12月期の業績概要

2021年12月期の連結業績は、売上高で前期比50.9%増の8,004百万円、営業利益で同67.7%増の2,532百万円、経常利益で同69.7%増の2,556百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同97.3%増の1,609百万円と大幅増収増益、第1四半期時点で発表された修正計画を上回る着地となった。コロナ禍の影響により製薬企業の医療機関への訪問営業活動の自粛が続くなか、引き続き「MRPlus」やWeb講演会等のeプロモーション案件の受注が好調に推移した。利益面では、人員体制の強化やアドメディカの子会社化によって人件費を中心に販管費が増加したものの、売上高の伸長を主要因として前期を大きく上回る着地となった。

2021年12月期業績（連結）

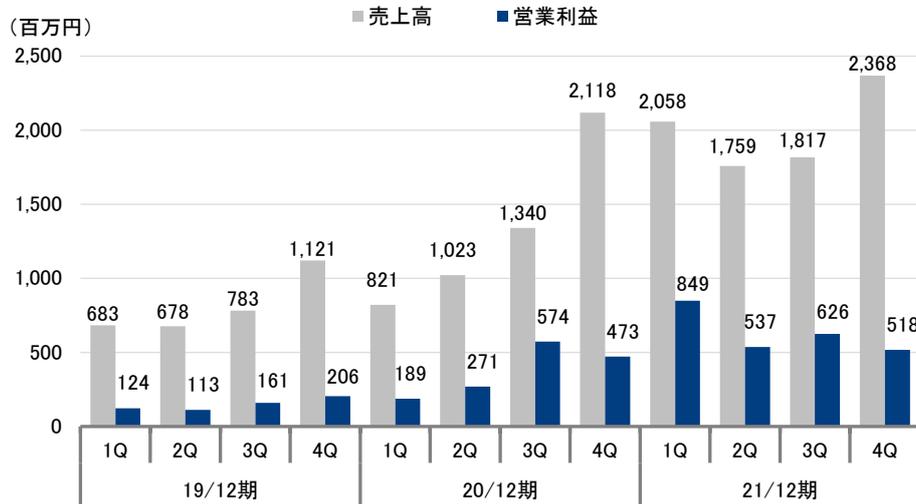
(単位：百万円)

	20/12期			21/12期			
	実績	売上比	修正計画	実績	売上比	前期比	計画比
売上高	5,304	-	7,664	8,004	-	50.9%	4.4%
売上原価	1,592	30.0%	-	2,445	30.6%	53.6%	-
販管費	2,201	41.5%	-	3,026	37.8%	37.4%	-
営業利益	1,510	28.5%	2,211	2,532	31.6%	67.7%	14.5%
経常利益	1,506	28.4%	2,222	2,556	31.9%	69.7%	15.1%
特別損益	-120	-	-	-107	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	815	15.4%	1,400	1,609	20.1%	97.3%	14.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

四半期業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

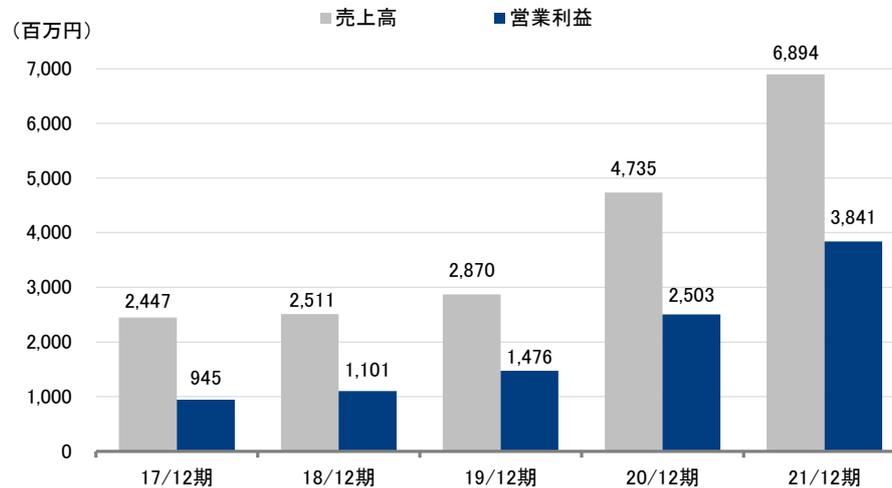
四半期ベースの業績推移によると、2020年12月期第4四半期をピークに2四半期連続で売上高が前四半期比で減少しているが、これは季節変動の影響によるもので、足元の受注状況からするとピークアウト感はない。同社の過去のトレンドでも、売上高は第2四半期が年間を通じて最も低くなり、第4四半期にピークを迎える季節性がある。2020年12月期はコロナ禍で「MRPlus」やWeb講演会のニーズが一気に高まり新規顧客の獲得が進んだことも売上高の急成長につながった。2021年12月期も新規顧客の獲得による増収効果があったが、例年同様の季節変動の範囲であり、第4四半期にピークを迎える動きとなった。

(1) 医薬DX事業

医薬DX事業の売上高は前期比45.6%増の6,894百万円、営業利益は同53.4%増の3,841百万円となった。前述のとおりコロナ禍を背景に製薬企業からの「MRPlus」、Web講演会等のeプロモーション案件の受注が拡大したことが要因だ。「MRPlus」、Web講演会ともに増収率は同程度となっている。顧客企業数についてはコロナ禍以前の50社台から70社を超えるまでに成長している。また、eプロモーションサービスの基盤となる「CareNet.com」の登録医師会員数についても、2021年12月末現在で193千人、前期比で7.2%増と順調に拡大しており、製薬・医療業界においてDXが進んでいることがうかがえる。

業績動向

医薬DX事業の業績推移



注：19/12期以前は旧セグメント（医療営業支援サービス）の数値
 出所：決算説明動画、「事業計画及び成長可能性に関する事項」よりフィスコ作成

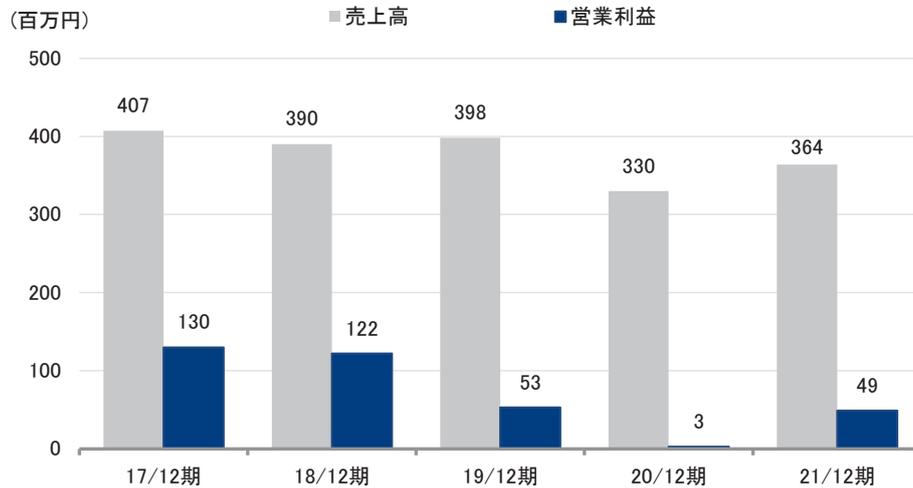
(2) メディカルプラットフォーム事業

メディカルプラットフォーム事業の売上高は前期比 10.3% 増の 364 百万円、営業利益は 49 百万円（前期は 3 百万円の利益）となった。2021 年 12 月末の「CareNeTV」有料会員数が 6,074 人、前期比で 11.4% 増となったことにより、「CareNeTV」の売上高が前期比 16.2% 増の 341 百万円と好調に推移した。新型コロナウイルス感染症関連の最新情報のコンテンツを充実させたことや専門医試験対策等の人気シリーズの拡張を図ったことなどが会員数の増加につながっているものと見られる。一方で、「ケアネット DVD」を含むその他の売上高は同 37.7% 減の 22 百万円と減少傾向が続いた。

利益面では、新型コロナウイルス感染症関連のライブコンテンツ制作本数を増やしたことに伴う売上原価の増加が減益要因となった。なお、「CareNeTV」のみの売上高について見ると、有料会員数の増加に伴って右肩上がりに増加している。なお 2021 年 12 月期より、医師キャリア事業を「メディカルプラットフォーム事業」から「連結グロース事業」へ移行した。

業績動向

メディカルプラットフォーム事業の業績推移

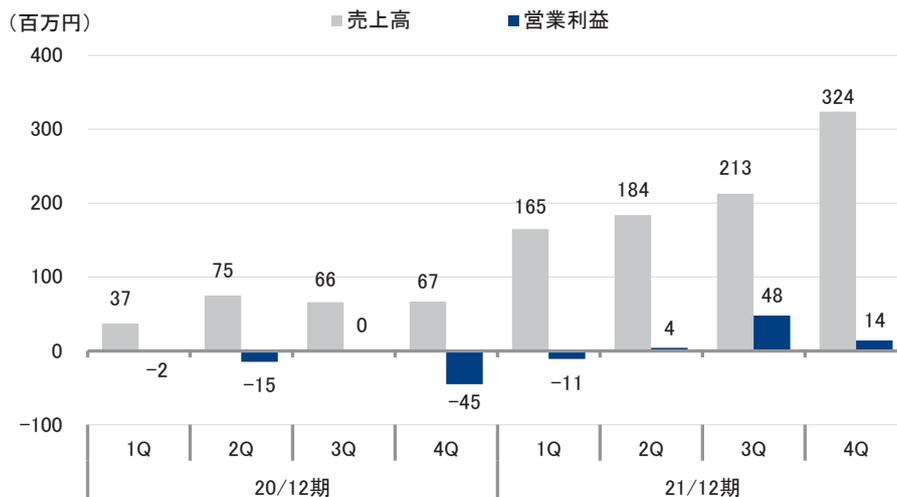


注：19/12期以前は旧セグメント（医療コンテンツサービス）の数値で医師キャリア事業も含まれる
 出所：決算説明動画、「事業計画及び成長可能性に関する事項」よりフィスコ作成

(3) 連結グロース事業

連結グロース事業の売上高は前期比260.7%増の887百万円、営業利益は55百万円(前期は62百万円の損失)となった。増収要因の大半は第1四半期より子会社化したアドメディカの寄与と、ケアネットワークステーションによるキャリア事業の成長によるものとなっている。利益面では、第2四半期から継続して利益を計上しており、通期においても黒字転換となっている。

連結グロース事業の業績推移



出所：決算説明動画、「事業計画及び成長可能性に関する事項」よりフィスコ作成

収益拡大により財務基盤の強化が進む

2. 財務状況と経営指標

2021年12月期末の総資産は前期末比5,423百万円増加の10,742百万円となった。主な変動要因を見ると、流動資産では現金及び預金が4,959百万円、売上債権が236百万円増加した。また、固定資産では建物が130百万円、繰延税金資産が102百万円、差入保証金が90百万円増加し、投資有価証券が186百万円減少した。

負債合計は前期末比369百万円増加の2,604百万円となった。主な変動要因を見ると、流動負債ではポイント引当金が147百万円、未払金が68百万円、買掛金が57百万円増加した。また、固定負債では資産除去債務が33百万円増加した。純資産は前期末比5,053百万円増加の8,138百万円となった。主に変動要因に、資本剰余金が2,230百万円、資本金が1,778百万円、利益剰余金が1,526百万円の増加と、自己株式が355百万円増加したことによる株主資本の減少がある。

経営指標を見ると、収益拡大に伴う純資産の増加によって自己資本比率が前期末の57.8%から75.6%に上昇したほか、現金及び預金も70億円を超える水準にまで積み上がるなど、収益拡大に伴って財務基盤も強化されたことがうかがえる。また、実質無借金経営と言え、財務の健全性も高いと判断される。なお、後述するが同社は中期経営ビジョンを達成するための成長投資資金を調達するため、2021年9月に第三者割当による新株予約権を発行しており、資本増強を通じた財務基盤の強化が進んでいる。

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	18/12 期末	19/12 期末	20/12 期末	21/12 期末	増減
流動資産	2,308	2,476	4,325	9,607	5,281
(現金及び預金)	1,602	1,433	2,406	7,365	4,959
(売上債権)	558	853	1,758	1,994	236
固定資産	712	603	993	1,135	141
総資産	3,020	3,079	5,319	10,742	5,423
負債合計	770	924	2,234	2,604	369
(有利子負債)	-	-	10	10	-
純資産	2,250	2,155	3,085	8,138	5,053
【経営指標】					
流動比率	305.6%	272.1%	195.8%	381.4%	185.6pt
自己資本比率	74.3%	69.8%	57.8%	75.6%	17.8pt
有利子負債比率	-	-	0.3%	0.1%	-0.2pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

医薬 DX 事業の好調持続により、 2022 年 12 月期の通期業績も増収増益を見込む

3. 2022 年 12 月期の業績見通し

2022 年 12 月期の連結業績は、売上高で前期比 12.4% 増の 9,000 百万円、営業利益で同 2.2% 増の 2,589 百万円、経常利益で同 2.2% 増の 2,614 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 13.0% 増の 1,818 百万円を見込んでいる。コロナ禍の終息が見えず業績の見通しが立ちにくいことから、2021 年 12 月期末時点で確度の高い数値のみを予想として開示している。なお、既に着手している新規事業開発からの増収期待等は予想値に織り込んでいない。足元の受注状況は引き続き好調なことから、計画の実現可能性は高いと弊社では見ている。

2022 年 12 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	20/12 期	21/12 期	22/12 期	
			予想	増減率
売上高	5,304	8,004	9,000	12.4%
営業利益	1,510	2,532	2,589	2.2%
経常利益	1,506	2,556	2,614	2.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	815	1,609	1,818	13.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

主力事業である医薬 DX 事業については、引き続き「MRPlus」、Web 講演会等の e プロモーションサービスに対する需要が旺盛である。既存サービスの販売拡充、高付加価値サービス提供、製薬企業向けオウンドサイト支援の新規参画に注力し増収を見込む。

スペシャルティ医薬領域における差別化戦略として、同社は疾患啓発・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る。「MEDuLiTe」は 2016 年 7 月より開始したサービスで、主にスペシャル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。

メディカルプラットフォーム事業では、「CarNeTV」「ケアネット DVD」をはじめとする医療コンテンツの質の向上、生涯学習コンテンツの拡充を図り、新規会員を獲得することにより売上の拡大を図っていく。連結グロース事業については、グループ各社の売上が伸長することにより、引き続き増収見込みとしている。キャリア支援事業に加えて、病院の事業承継支援サービスのニーズも増えつつあり、ケアネットワークデザインの収益増を見込んでいる。また、ここ数年診療所を中心に医療機関で後継者不在の問題が顕在化しはじめており、こうした医療機関と新規開業を希望する医師をマッチングさせるサービスで、引き続き成長が期待される。

売上原価項目を含む費用面においては、前期に引き続きスペシャルティ医薬品に適したサービス・新規事業の開発投資及び人員強化を積極的に行う。また、最先端の技術を持ったベンチャー企業、医療機器、データサイエンス、デジタルヘルスケアを対象にした事業に対して、企業買収や戦略的提携、資本参加を積極的に進め、事業規模の拡大に繋げていくとしている。

■ 中期経営ビジョン

2025年12月期に売上高300億円、営業利益100億円を目指す

1. 中期経営ビジョンの概要

コロナ禍によって医療・製薬業界におけるDXが加速するなか、同社は創業25年目となる2021年を「第二創業」と位置付け、今後の飛躍的な成長を目指すための中期経営ビジョンを2021年5月に発表した。経営理念として「デジタル時代のサステナブルな健康社会づくりに邁進する」ことを掲げ、現在の主力事業である医薬DX事業の成長に加えて、新規成長事業としてメディカルプラットフォーム事業、ヘルスデータサイエンス事業を育成していくことで高成長を目指す。

医療・製薬業界におけるDXを取り巻く競争環境としては、今後もエムスリーやメドピアなどが競合となることが予測されるが、医療系広告事業としての寡占的な競争環境とは異なると予測される。急激なMRの減少により、製薬業界が求めるものは広告から営業ソリューションにシフトしている。営業ソリューションは広告と異なり住み分けが必然となるため、スピーディーで効率的なソリューションの提供により十分なシェアの獲得が期待できる。また新たな事業環境では、従前のスケールや機能的なAI・データマネジメントのようなテクニカル面は競争優位性の核とはなり得ず、根源的な強みとなるのは医師の囲い込みであると同社は見ている。そのため、スピーディーかつ効率的な営業ソリューション、大学病院の教授クラスから専門医のトップクラスが魅力を感じ、付加価値の提供へ注力することが最重要課題としている。

経営数値目標としては、2025年12月期に売上高300億円、営業利益100億円を掲げた。2020年12月期を基準年とした5年間の年平均成長率は売上高で41%、営業利益で46%となる。収益成長を実現していくために必要となる「CareNet.com」の登録医師会員数は25万人に増やしていく計画だ。また、企業価値の継続的拡大に向けて、東証プライム市場への上場も目指していく。

経営目標

安定収益+進化事業	新規成長事業	
医薬DX事業	メディカルプラットフォーム事業	ヘルスデータサイエンス事業
Web講演会、e-ディテリング、リモートディテリング等を活用し、製薬会社医薬品営業のDXを推進する	医師会員の診療及び経営（集患、業務効率化等）を支援する	企業の職域での健康管理を通じて社員の健康増進と企業の健康経営を支援する
製薬DX市場は長期的に3,000～4,000億円市場へ成長する可能性あり	全国約10万施設の医療機関のうち、約1万施設がターゲット	職域健康管理の1.8兆円市場を狙う

出所：中期経営ビジョンよりフィスコ作成

ケアネット | 2022年3月30日(水)
2150 東証マザーズ | <https://www.carenet.co.jp/ir/>

中期経営ビジョン

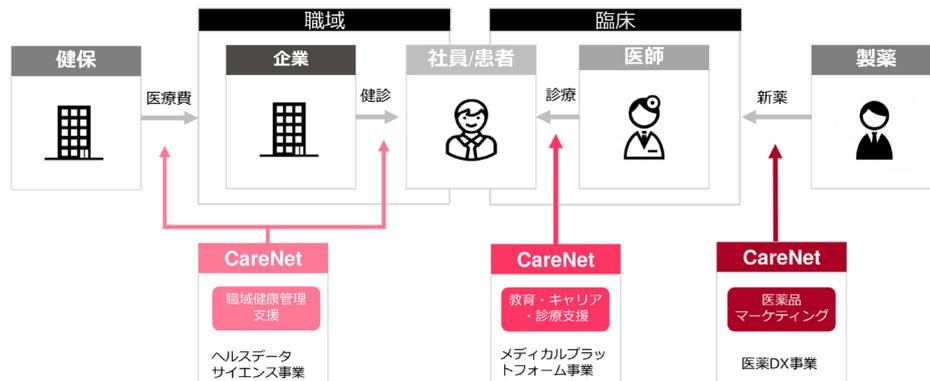
経営数値目標

20/12期		25/12期	CAGR
売上高	53億円	300億円	41.0%
営業利益	15億円	100億円	46.0%
営業利益率	28.0%	33.0%	
医師会員数	18万人(医師の60%)	25万人(同80%)	
市場区分	マザーズ市場	プライム市場	

出所：中期経営ビジョンよりフィスコ作成

同社では従来、製薬企業、医療機関をサービス対象としてきたが、経営理念に基づき今後はサービス対象領域を個人や企業 / 保険者まで広げていく。医薬 DX 事業に関しては、スペシャリティ医薬など最新の医薬品・医療技術の普及に向けて、製薬企業と医療機関をつなぐサービスをより強化していく。また、メディカルプラットフォーム事業では、医療機関（医師）と患者をつなぐオンライン診断等のサービス開発を進め、医療機関の DX を支援していく。ヘルスデータサイエンス事業では、一人ひとりの国民が最良の健康管理を行えるようなデータ分析に基づく疾病予防サービスのプラットフォームを東京海上グループなど戦略提携先と共同で開発し、健康経営に取り組む企業 / 保険者向けに提供していくことになる。

ビジネス領域全体像

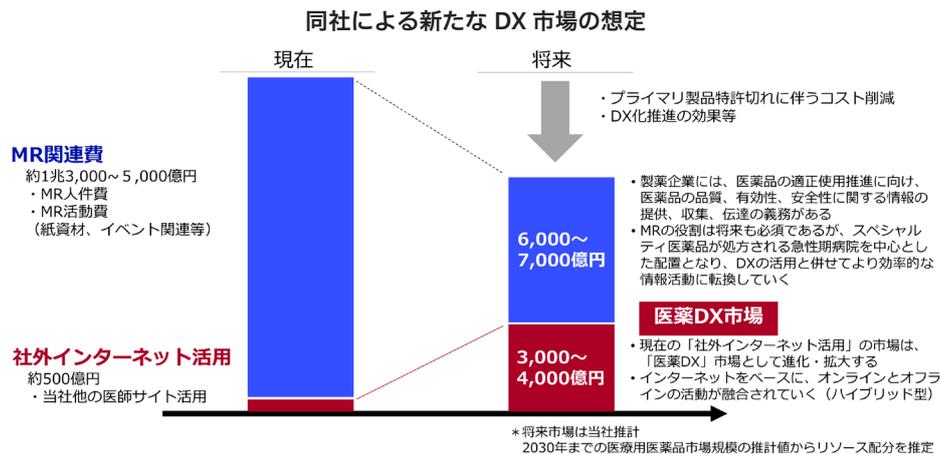


e プロモーション市場は現在の約 500 億円から 将来的に 3,000 ~ 4,000 億円に拡大する見通し

2. 成長戦略

(1) 医薬 DX 事業

医薬 DX 事業を取り巻く市場環境については、今後も製薬企業がプロモーション施策を MR による人海戦術から e プロモーションを組み合わせたハイブリッド型にシフトしていく流れが続く見通しであり、市場の構造転換によって e プロモーション市場は高成長が続くものと予想される。国内 MR 数は 2013 年をピークに 7 年連続で減少しており、製薬企業各社を取り巻く事業環境が根本的に変わろうとしている。同社は e プロモーションの市場規模について、現在の約 500 億円規模（製薬業界全体では 1 兆 3,000 ~ 5,000 億円）から、将来的には 3,000 ~ 4,000 億円と全体の 3 ~ 4 割を占めるまでに成長すると見ている。なかでも今後新薬の開発が相次ぐスペシャリティ医薬品領域を中心にデジタルエンゲージメントを推進するサービスの提供を通じて、医薬 DX 市場の拡大をけん引するメインプレーヤーに成長していくことを目指している。



出所：中期経営ビジョンより掲載

スペシャリティ医薬品に関しては、プライマリー医薬品（生活習慣病治療薬）とは異なり、より精度の高い医療機関・医師のターゲティングが求められ、効果・安全面の理解のために専門医の研究・処方例に基づく知見と経験の共有が重視される傾向にある。このため、データサイエンスを強化するとともに質の高いオンラインカンファレンスや「MRPlus」、Web 講演会などを行うためのプラットフォームを新たに構築していく計画となっている。また、カンファレンスや Web 講演会などではスムーズな運営を行うための専門知識を有するコーディネーターも必要になると考えており、これらを遠隔で行うコールセンター機能の開発も進めていく。子会社のアスクレピアでこうしたプラットフォームを開発しており、一部テスト運用も開始している。同社では、基本的にこれらのプラットフォームは自前で開発していく方針だが、条件に見合う企業が見つければ M&A で取得することも選択肢の 1 つとなっている。

中期経営ビジョン

なお医薬 DX 事業の競争環境としては、前述のとおり、今後もエムスリーやメドピアなどが競合となることが予測されるが、従来の寡占的な競争環境は医療系広告事業としてのものである。急激な MR の減少により、製薬業界が求めるものは広告から営業ソリューションにシフトしている。営業ソリューションは広告と異なり住み分けが必然となるため、スピーディーで効率的なソリューションの提供により十分なシェアの獲得が期待できる。競合に対する同社の優位性としては、登録医師会員数で 19 万人を超える業界屈指の基盤を確立していることや、創業来、医学教育コンテンツサービスを展開してきた成果として医師等から高い信頼を得ておりブランド力を確立していること、また同社が有する医師との信頼関係を軸にインターネットと人が融合するハイブリッド型の DX 支援サービスを展開できることなどが挙げられる。

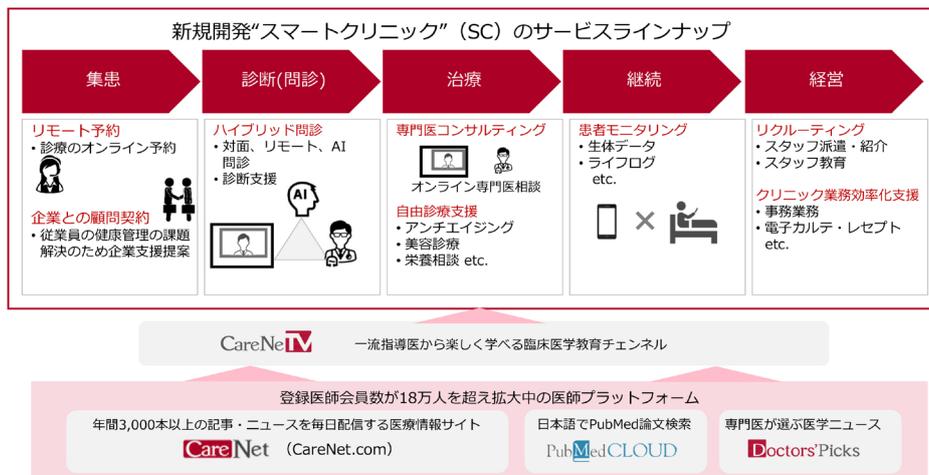
(2) メディカルプラットフォーム事業

コロナ禍の影響により診療所の経営支援ニーズが一層高まるなかで、同社は医師・医療機関に対してこれまで蓄積してきたノウハウを活用して、教育コンテンツサービスやキャリア支援サービスに加えて診療・経営の効率化につながるサービスを開発し、展開していく予定だ。医療機関、特に診療所の DX は遅れており、DX サービスの潜在需要は大きいと見られる。

今後の開発の方向性を診療所のケースで見ると、診療のオンライン予約やオンライン診断のほか、専門医によるオンライン相談、患者のモニタリングサービス、経営に関わる業務効率化支援サービスなどスマートクリニックの実現に向けたサービスラインナップを拡充していく予定となっている。なお、新たに子会社化したアドメディカが運営する総合ヘルスケア専門メディア「Doctors Me」も同カテゴリーに入る。同メディアでは有料で専門医等に病気や症状についてオンラインで相談できるサービスを提供している。

同社の優位性としては、5 万人を超える診療所開業医の医師会員を有していることに加えて、診療所開業を目指す 40 代を中心とした病院勤務医の多くが同社の医療教育コンテンツを見て育ったため認知度とブランド力が高く、新規サービスを立ち上げる場合には効率的にプロモーションなども行える点が挙げられる。

メディカルプラットフォーム事業 - 今後の開発の方向性 (診療所の例)



出所：中期経営ビジョンより掲載

中期経営ビジョン

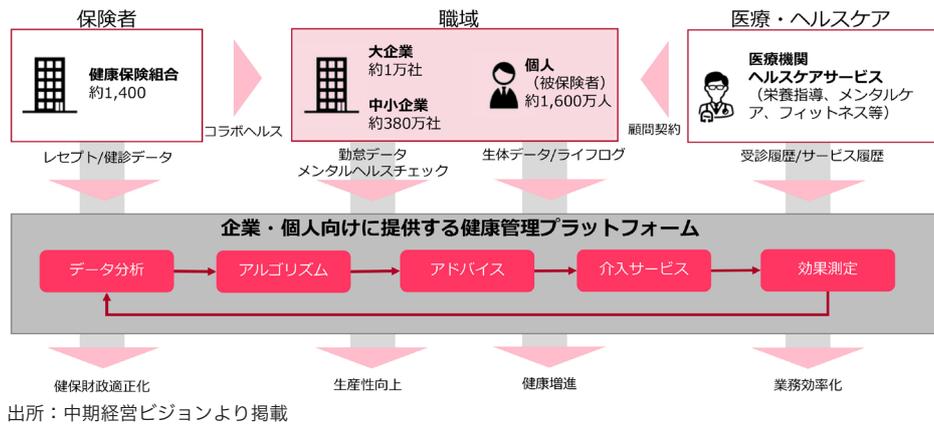
(3) ヘルスデータサイエンス事業

ヘルスデータサイエンス事業では、産業医科大学ヘルスマネジメントシステムや東京海上ホールディングスとの戦略的提携を通じて職域を軸に健康管理のプログラムを開発し、同社のメディカルプラットフォーム事業と連携することで競争力のある健康プラットフォームサービスを展開していく計画となっている。

企業の定年延長に伴い企業及び健康保険組合の支出がさらに増加することが予想されるなかで、健康経営に取り組む企業はここ数年増加傾向にあり、健康経営に関する市場規模※も2016年の約25兆円から2025年には約33兆円に拡大していくことが予想されている。こうしたなか、健康保険組合向けの医療費適正化支援サービスを行う企業はシステム、コンサルティングの両分野で増えているが、医療やヘルスケアの介入サービスと健康保険組合及び企業との連携はまだまだ不十分と当社では考えている。そこで、同社は戦略的提携を通じて健康データや診療データのビッグデータ分析・アルゴリズム開発を行い、同社が開発するメディカルプラットフォームと各社のサービスプログラムを連携することで、より効果的な健康管理のプラットフォームを開発・提供していくことを目指している。

※ 経済産業省「健康経営の推進について」（令和3年10月）より、健康経営を支えるサービス市場及び健康状態を測定する市場の合計値。

ヘルスデータサイエンス事業 - 事業開発の方向性



新株予約権の発行により成長のための投資資金を調達

3. 資金調達について

同社は中期経営ビジョンの目標を達成するために必要となる投資資金について、第三者割当による新株予約権の発行とその行使によって調達していく方針を明らかにした。2021年9月に1万個（2021年10月1日付で1株につき4株の割合で行った株式分割後の株式数で400万株相当、希薄化率9.6%）の新株予約権をみずほ証券（株）に対して割り当てた。当初行使価額をベースに資金調達総額は約63億円を想定していたが、全体の3分の2に相当する6,700個（株式数で2,680千株相当）の新株予約権が行使された時点で、残存する新株予約権を取得・消却することにより以降の調達を中止し、総額35.5億円の資金を調達した。

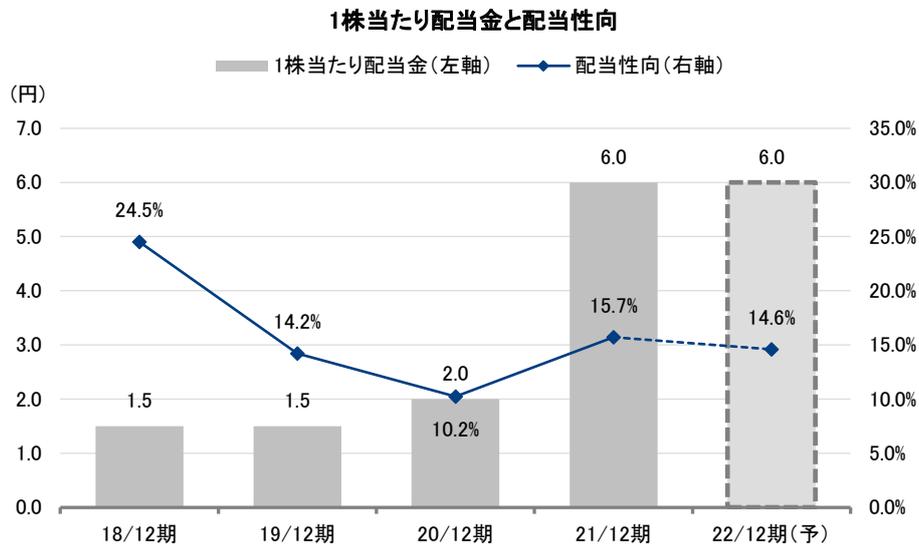
中期経営ビジョン

調達資金の使途としては、主力事業である医薬 DX 事業の開発投資、人材投資に充当する予定で、これら投資に関連する M&A 資産も含まれる。具体的には、今後の需要拡大が見込まれるスペシャリティ医薬品向け DX モデルの開発に約 48.3 億円、同事業に関連したデータサイエンス強化のための資金として約 15 億円を計画していた（スペシャリティ医薬品をターゲットとした専門医のオンライン上でのエンゲージメントを実現するためのプラットフォームを開発していく）が、医薬 DX 事業の開発投資、人材投資は段階的に取り組む計画であり、調達した 35.5 億円で当面の投資について計画どおり着手できると社は判断している。以降の投資分についても手元資金や銀行借入等の手段により、当初計画に変更は生じないとしている。

株主還元策

株主への還元は企業価値向上により報いていく方針

同社は株主への利益還元を重要政策の 1 つと認識しており、適時配当を実施している。配当については各期の経営成績と事業への投資に備えるための内部留保の充実とのバランスを勘案しながら、安定配当を基本に決定する方針となっており、2021 年 12 月期は 1 株当たり 6.0 円（配当性向 15.7%）の配当を実施する。2022 年 12 月期の配当についても 6.0 円（配当性向 14.6%）の配当を予定しており、収益成長による企業価値の向上と配当金の増額により株主に報いていく方針を明確に示している。



注：2021 年 10 月 1 日に 1：4 の株式分割を実施、配当金は過去遡及して修正
 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