



株式会社 ケアネット

# 「事業計画及び成長可能性に関する事項」

2021年12月期 第3四半期進捗報告

代表取締役社長 藤井 勝博

1. ビジネスモデル
2. 市場環境 - 医薬DX事業
3. 当社の競争力
4. 成長戦略
5. 年次計画と進捗
6. リスク情報

# 1. ビジネスモデル

## 【目次】

1. ビジネスモデル
2. 市場環境 - 医薬DX事業
3. 当社の競争力
4. 成長戦略
5. 年次計画と進捗
6. リスク情報

# 会社概要

社名	株式会社ケアネット
所在地	東京都千代田区九段南1-5-6 リそな九段ビル
設立	1996年7月
従業員数	152名 (2021年9月末時点)
事業内容	医師・医療従事者向けの医療コンテンツサービス 製薬企業向けの医薬営業支援サービス

## 事業内容

### 情報技術と映像の力で 明日の医療をもっとよくなる

ケアネットは、インターネットを通じて、医師・医療者に日常臨床に役立つ情報をお届けするとともに、製薬企業に医薬情報提供活動を効果的に行うソリューションを提供しています。

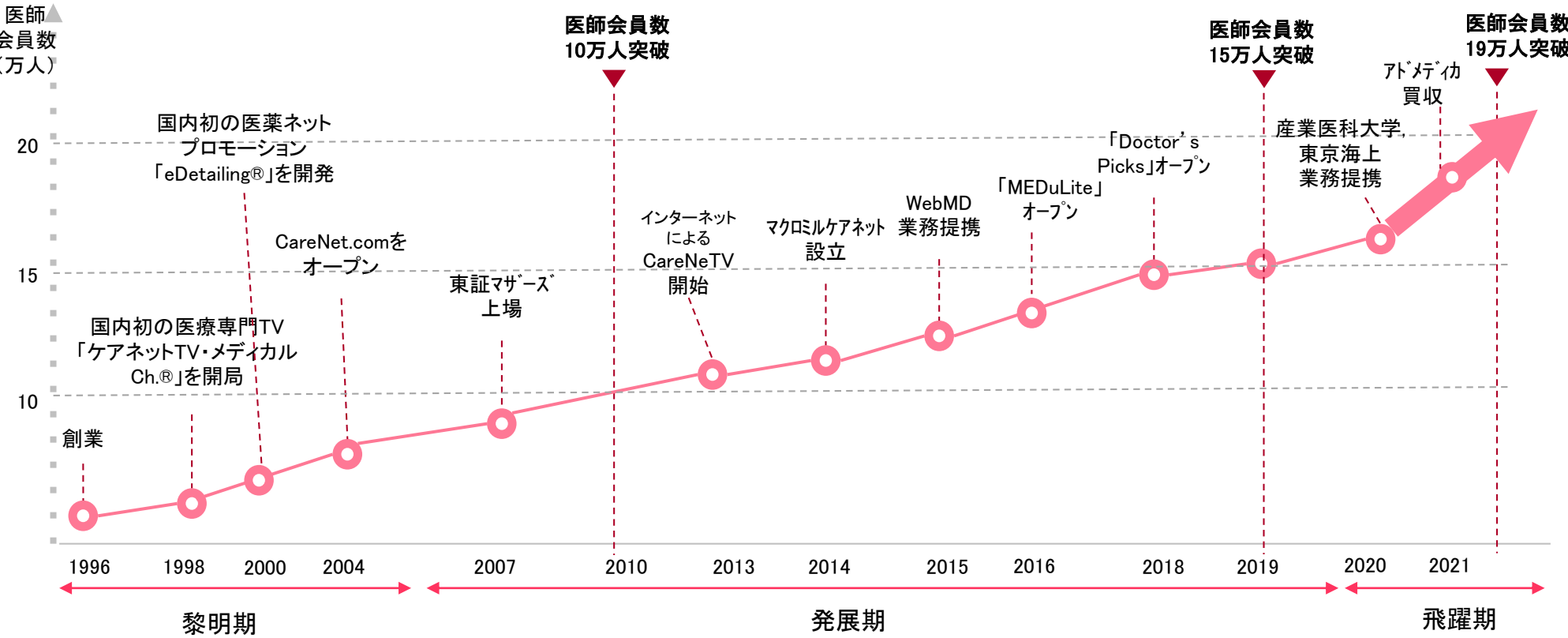
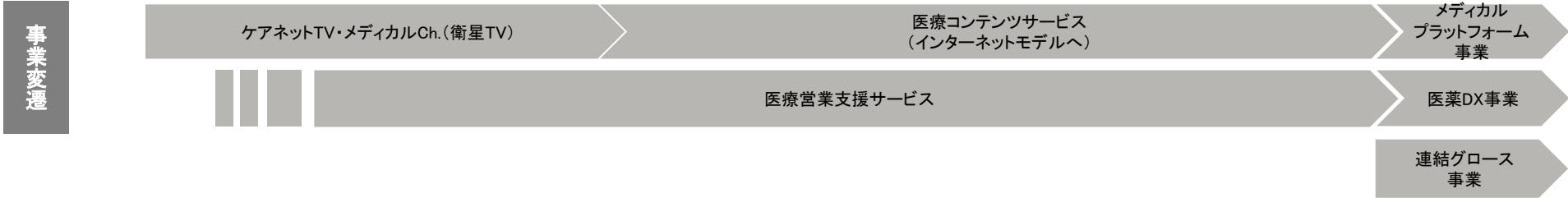
## 企業理念

### 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

ケアネットは、技術と熱意をもって常にビジネスを進化させ、医療を受ける側も医療を提供する側も、健康で働きやすい、サステナブルな社会づくりに貢献します。

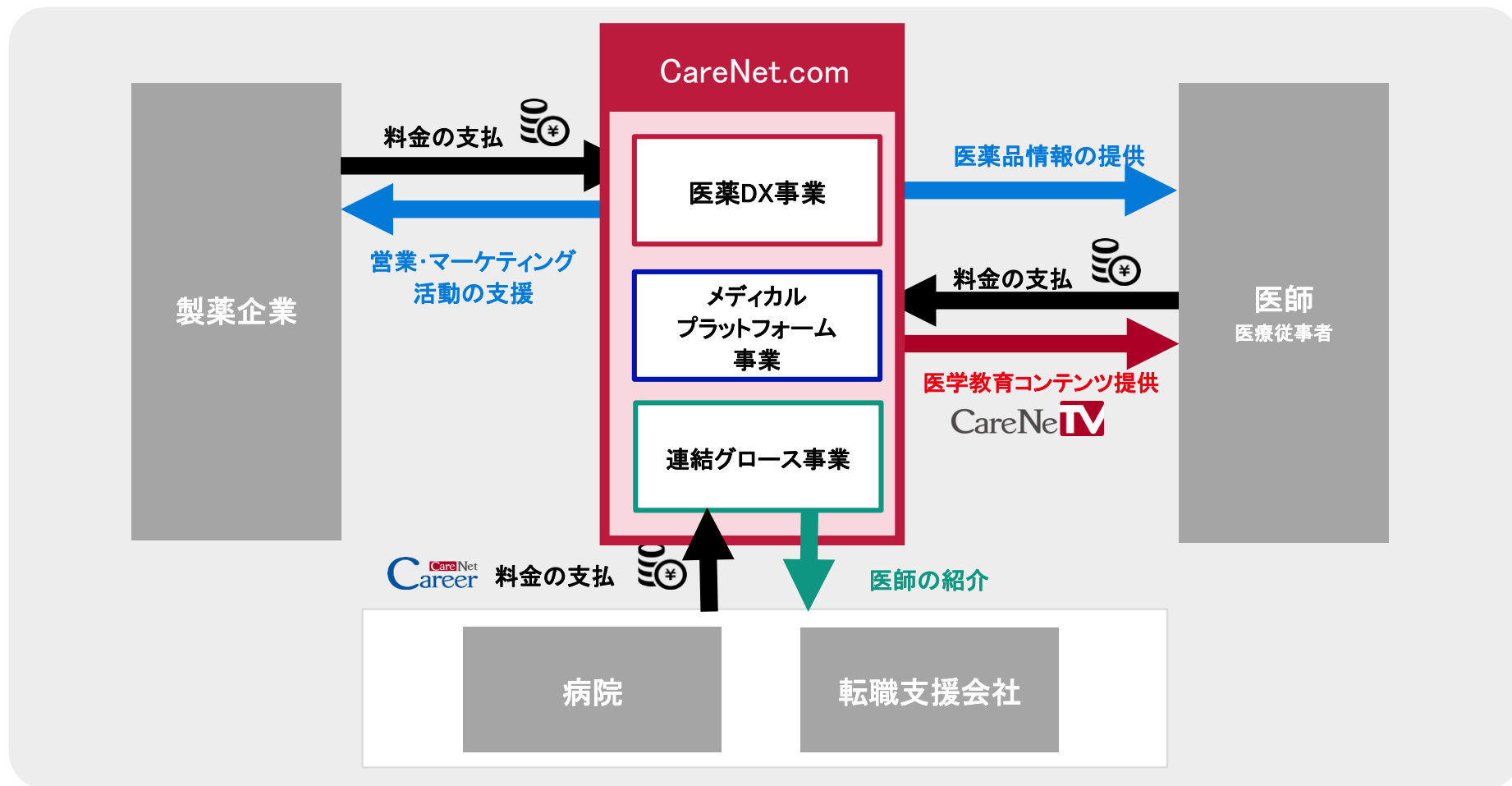
# 創業時からの歩み

■ 日本初の医学教育テレビ局として創業、ネットモデルに切替え、医師会員の増加に合わせて事業を拡大。



# 当社のビジネスモデル

- CareNet.comを中心とした“医師プラットフォーム”を活用した各種事業を展開しています。



- 従来の「医薬営業支援サービス」は「医薬DX事業」に、「医療コンテンツサービス」は「メディカルプラットフォーム事業」にそれぞれ改称しました。
- 従来「医療コンテンツサービス」に含まれていた「キャリアサービス」の子会社化に伴い、「連結グロース事業」を新設しました。同セグメントは、当社の連結子会社の事業を計上の対象としており、「キャリアサービス」を担う(株)ケアネットワークスデザインの売上の他、(株)アスクレピア、(株)SC-Labo、(株)アドメディカの売上により構成されます。

# CareNet.comについて

## 30万人を超える医療従事者に利用されている医療情報専門サイト



会員数

389,115 名

医師会員

191,542 名

(2021年9月末時点)

**いますぐ現場で使える「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、明日からの臨床現場ですぐに使えるコンテンツを豊富に取り揃えています。

**海外論文、医療ニュースを紹介**  
 海外の一流雑誌に掲載された論文を厳選し、日本語で要約。その他、最新の国内医療ニュースなど、医療のいまが手軽にわかります。

The collage features various medical diagrams, including anatomical structures like the heart and lungs, and several photographs of diverse healthcare professionals, including doctors and nurses, representing the site's focus on clinical practice and medical news.

# 医薬DX事業について

## 医薬DX事業のビジネスモデル

- 医師プラットフォームを活用し、製薬企業の新薬の適正使用普及に努めて参りました。製薬企業取引社数は70社を超え、当社の主力事業に成長しました。



## 医薬DX事業の主なサービス

### 医師と製薬企業をつなぐITソリューション MRPlus®

ターゲット医師に対し、医師が必要とする視点で作成された動画コンテンツを配信、医師の反応を分析できるとともにMRとのエンゲージメントの機会も創出する当社の主力サービスの1つです。50社を超える製薬企業が導入しています。

### KOL<sup>1)</sup>によるレクチャーを全国にライブ配信する Web講演会

多忙な医師が外出する必要なくKOLのレクチャーを視聴することができます。新規治療法に関する情報をいち早く全国に届けるためにオンラインは非常に効果的です。年間実施件数は500回以上、MRPlus®と並ぶ当社の主力サービスです。

1) KOL: Key Opinion Leader の略。医療業界で多方面に影響力を持つ医師のことを指します。製薬企業は、自社製品の販売促進活動の一環として、医学専門家であるKOLに働きかけ、他の医師への最新の製薬情報の普及・浸透を図ります。学会の権威である医師、大病院の教授、大病院の院長クラスの医師などが、KOLに当たります。



# メディカルプラットフォーム事業について

## 主なサービス: CareNeTV – 医療者の自己学習に役立つ臨床医学動画のオンデマンドサービス



### 有料会員数

6,113 名

(2021年9月末時点)

### 創業以来、約20年の医療教育番組制作の実績

日本初の医療従事者専門TV放送局(2011.3月衛星放送終了、インターネットでの配信に切替)を運営してきたケアネットには、豊富な医療教育番組制作実績があり、CareNeTVでは医療者の学習ニーズに合った番組を配信しています。

### 充実の番組ラインナップ

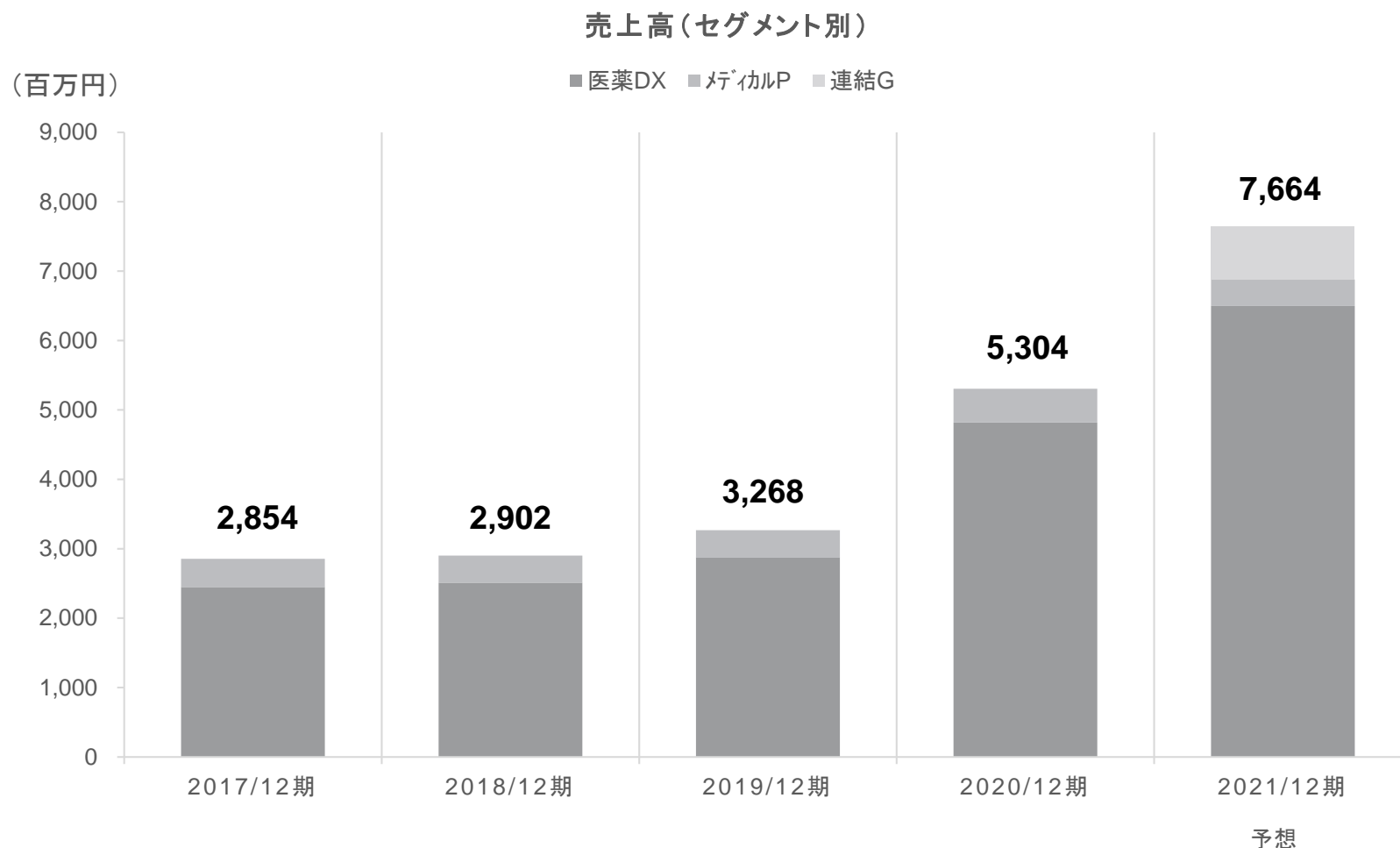
配信されている番組は2,000番組以上。毎月10本程度の新作番組を更新。臨床の第一線で活躍する一流講師陣による、楽しく役立つ情報が満載!プライマリケアから専門分野まで臨床のスキルアップのための番組を中心に、専門医試験対策、プレゼン、英語、統計などさまざまなジャンルの動画コンテンツが揃っています。

### 価格

・月額/5,500円

・PPV/330円～

# 当社の収益構造(1)－売上高推移



- 2021年度で7年連続増収増益達成の見込み。直近2期は対前年40%超で成長中。
- 「医薬DX事業」が売上の大半を占めており、医薬DX事業の拡大に合わせて成長。

# 当社の収益構造(1)－売上高推移 事業セグメント別

- 当社連結全体の収益においては、「医薬DX事業」が売上高、営業利益ともに、90%前後を占めています。当社の収益は、「医薬DX事業」の業績により大きく影響されます。

## 2020年12月期の当社事業セグメント別と全社連結の収益構造

(単位:百万円)

	事業セグメント別			連結全体
	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	連結収益
売上高	4,735	330	246	5,304
営業利益	2,503	3	△62	1,510
営業利益率	52.9%	1.2%	－	28.5%
事業セグメント・収益構造の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社の主力事業であり、収益源。</li> <li>医師会員数の増加を挺に、今後も全社収益増強の為に大きく成長させていく事業。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社の祖業であり、CareNeTVを核に充実した医療教育コンテンツを展開。</li> <li>医療DX事業を支える医師プラットフォームCareNet.comを運営。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>医師向けキャリア支援事業を中心に、将来の当社の成長に貢献する事業を育成する事業基盤。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高、営業収益共に医薬DX事業が全体の約90%以上を占める。</li> <li>今後も医薬DX事業が当社の収益を牽引する収益ドライバーとなる。</li> </ul>

- ・ 各事業セグメントの合計値と全体連結の間に、売上高調整額△7百万円(親子間取引の相殺)、セグメント利益調整額△935(セグメントに帰属しない販売費及び一般管理費)が存在します。

## 当社の収益構造(2)－主なコスト

- 当社のビジネスモデルの主な費用の構成要素は、「医師会員」、「プラットフォーム」、「コンテンツ」、「販売・管理」で、各事業セグメントに共通しています。コンテンツ制作は原価に計上され、それ以外は販管費に計上されています。

(単位:百万円)

	2020年12月期 連結全体	対売上高 比	内容
売上高	5,304	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高の約90%を医薬DX事業が占めています。</li> </ul>
売上原価	1,592	30.0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社の原価の大半は、事業セグメントを問わず、コンテンツ制作に関わるコストです。事業セグメント別のプラットフォーム上にコンテンツを制作・配置することにより、医師会員への医薬品情報提供、有料コンテンツ販売、キャリア案件の紹介等のサービスを実行できます。原価は、コンテンツ制作に関わるスタッフの人件費、外注費が主な費目になります。</li> </ul>
売上総利益	3,712	70.0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上予測、受注管理に基づいて原価管理(売上総利益確保)を厳密に行っています。</li> </ul>
販売費及び 一般管理費	2,201	41.5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社の販売管理費構造は大きく2つあります。一つは、プラットフォームの開発・運営管理に関する費用、もう一つは販売・管理にかかわる人件費他です。</li> <li>プラットフォームの開発・運用管理に関する費用には、開発・運用管理に関わる社内人件費、外注費。プラットフォームを利用する医師会員の獲得、アクティブ化に関わる費用、医師会員や医療機関等のデータベースの構築・運用管理に関する費用等が含まれます。</li> <li>販売・管理にかかわる人件費他には、事業セグメント毎の企画、営業、プロジェクト推進に関わる人件費、活動費、及び新規事業開発費、さらに全社管理業務に関わる人件費、家賃、光熱費等が含まれます。</li> </ul>
営業利益	1,510	28.5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>医薬DX事業の売上の大半はプロジェクト受注です。売上(受注)増に応じて販売管理体制の増強が必要となるため、売上増が営業利益率増に直結するとは限りません。</li> </ul>

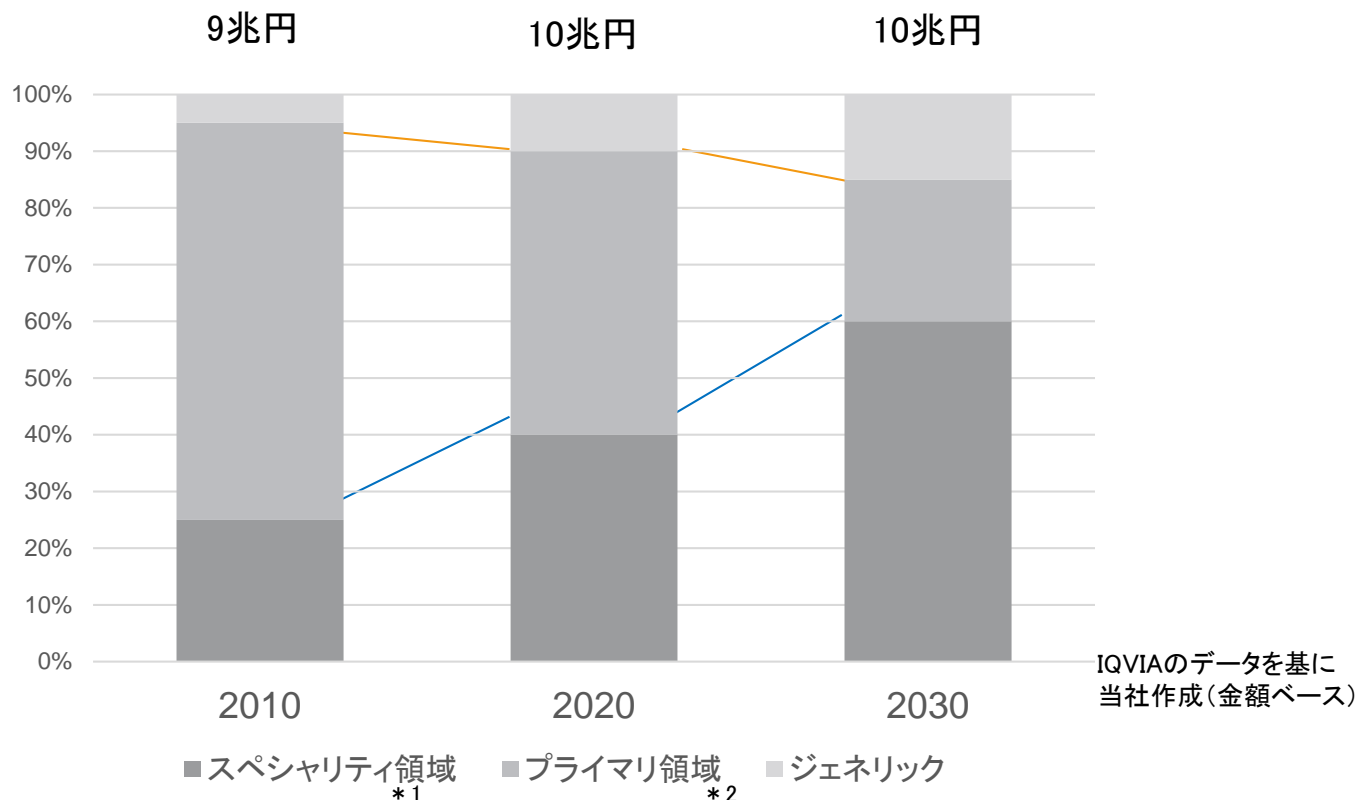
## 2. 市場環境 - 医薬DX事業

### 【目次】

1. ビジネスモデル
2. 市場環境 - 医薬DX事業
3. 当社の競争力
4. 成長戦略
5. 年次計画と進捗
6. リスク情報

# 日本の医療用医薬品市場構成の変化

- 医療用医薬品市場規模は将来にわたって横ばいの予想。
- プライマリ領域のシェアが低下し、スペシャルティ領域のシェアが拡大する。



\*1 スペシャルティ領域の医薬品: がんや希少疾患などの難治性疾患の治療に用いられるバイオ医薬品等の先進技術により開発された医薬品

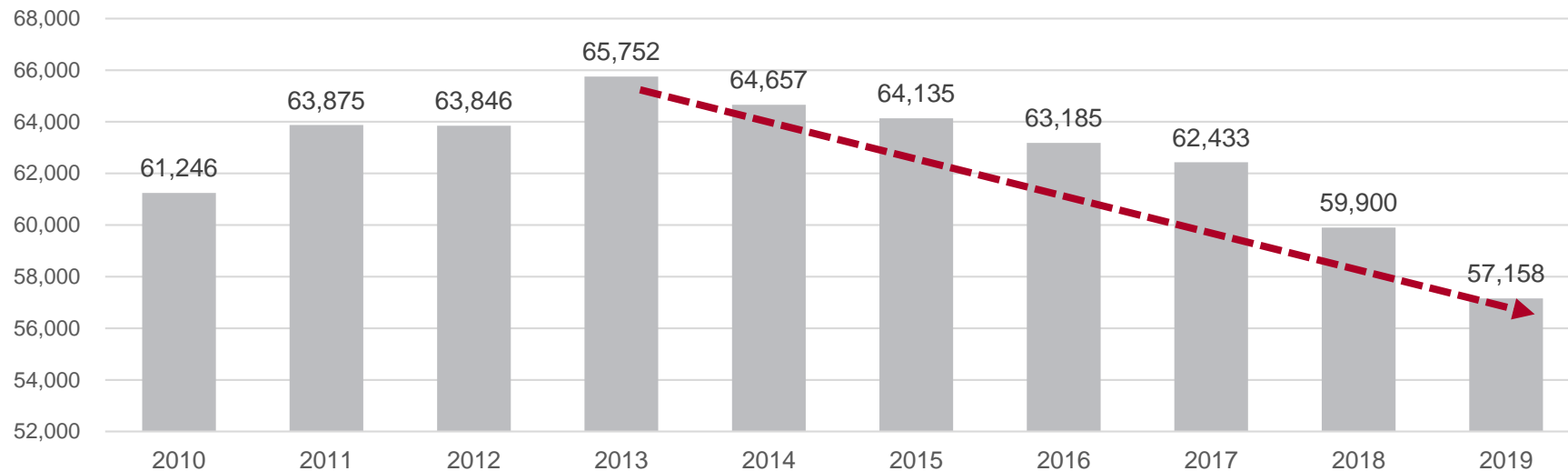
\*2 プライマリ領域の医薬品: 降圧剤等生活習慣病の治療薬などに用いられる大量生産を目的とした低分子化合物医薬品

スペシャルティ医薬品はプライマリー医薬品と比べ薬剤別の患者数が少なく、処方できる医療機関が限られる一方、提供すべき医薬品情報の専門性は高くなる為、プライマリ医薬品が主流の時代とは異なるプロモーションが必要となる。

# MR数の減少と医薬DX市場の拡大

## MR数

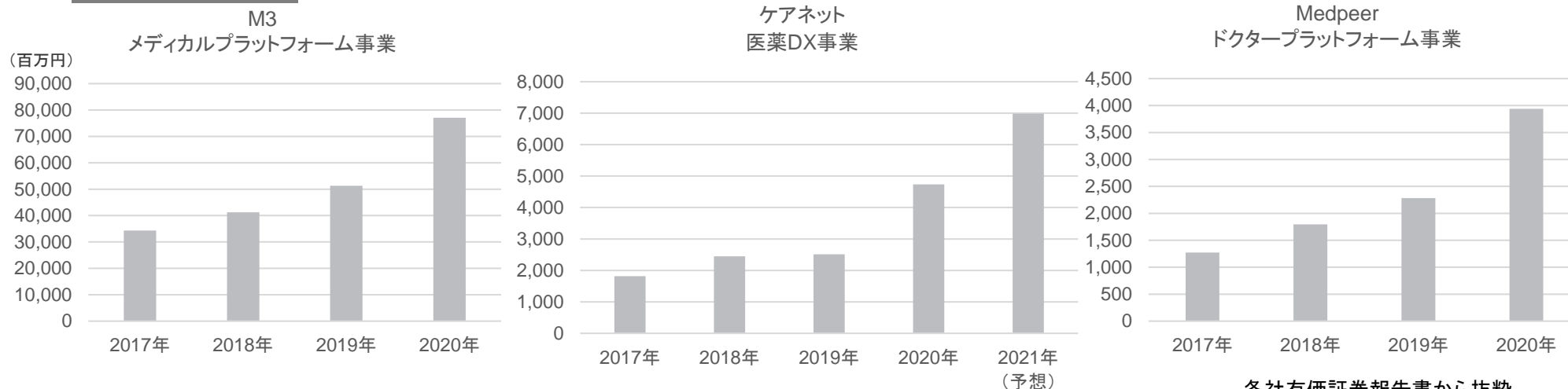
プライマリ医薬品の特許が切れ、スペシャルティ医薬品の開発・上市が進むにつれ、MR数が削減されている



「MR白書」MR認定センターより

## 各社医薬DX売上

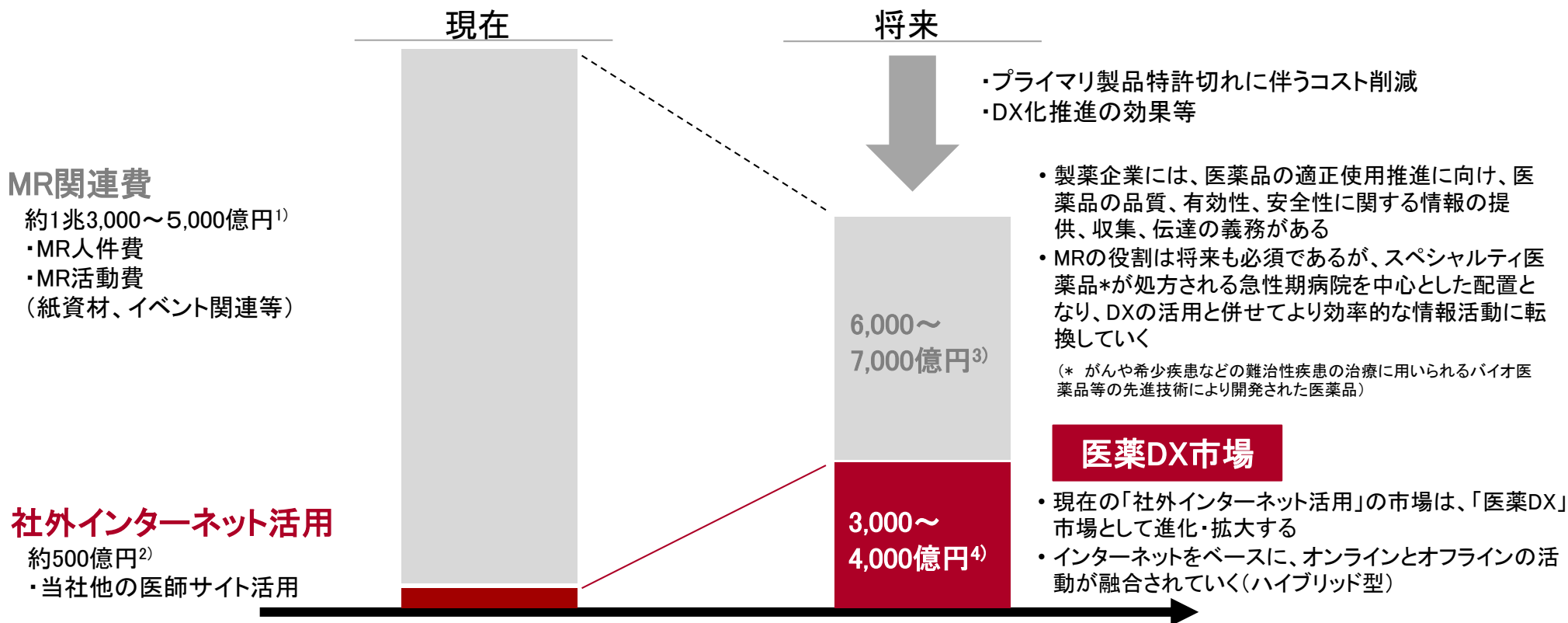
MR数の削減に合わせて、インターネットによる情報提供が進んでいる



各社有価証券報告書から抜粋

# 医薬DX事業の市場規模の推定

- 製薬業界のプロモーション費用の構造は、“人(MR)”から、今後は、“人とDXの融合”の構造へと変容。
- 現在のインターネットの活用は広告目的が主となっているが、“人とDXの融合”の進展に伴い、医薬プロモーションにおけるインターネットの活用の幅が広がり、「医薬DX」として大きく成長すると予想。



1) 日本政策投資銀行「産業別財務データハンドブック2017」、MR認定センター「2020年版MR白書」等のデータを基に当社推計  
2) 当社を含む同業他社の有価証券報告書を基に類似サービスの売上規模を当社推計し合算

3) スペシャルティ医薬品の主な販売先が各地域の中核病院に限定されていることから、全国の二次医療圏数(約350)を基に、配置が必須となるMRの人件費・活動費を当社推計  
4) 将来のIQVIA社「医薬品市場統計」、「世界医薬品市場予測」、及び厚生労働省「新医薬品一覧表」からのスペシャルティ医薬品の予想売上高等のデータを基に当社推計



# 3. 当社の競争力

## 【目次】

1. ビジネスモデル
2. 市場環境 - 医薬DX事業
- 3. 当社の競争力**
4. 成長戦略
5. 年次計画と進捗
6. リスク情報

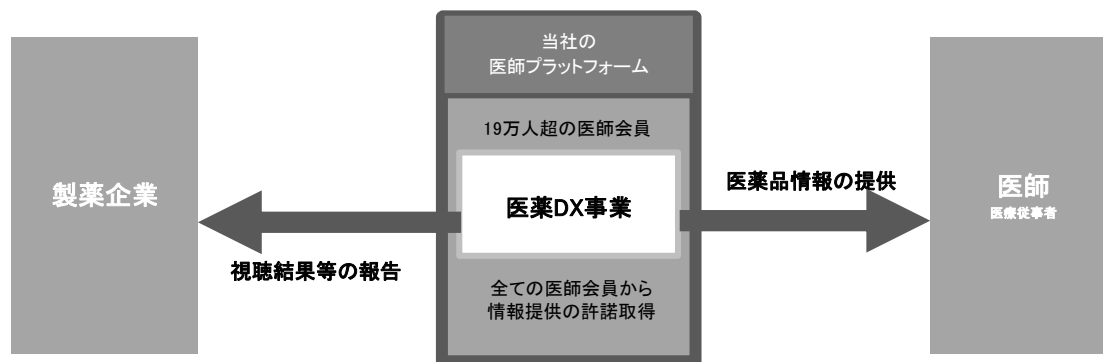
# 競争優位性

- 医薬品プロモーション支援の事業を営む業種としては、当社のように医師会員を有するプラットフォーム事業者、医師会員を持たないインターネットサービス事業者、CSO事業者（Contract Sales Organization）、広告代理店・イベント事業者等があります。

## 当社の競争優位性

### 1. 医師プラットフォームを有していること

- 医師から情報提供の許諾（医師に医薬品等の情報を提供すること、医師の視聴行動を製薬企業に報告することへの許諾）を受けて事業を行うのが医師プラットフォーム事業者の特徴であり、国内には、M3、Medpeer、当社等限られた数のプレーヤーしか存在しません。
- 当社は19万人超（2021年7月26日に19万人に到達）の医師会員を有しており、日本の全医師の60%をカバーしています（医師数327,210人：「平成30年（2018年）医師・歯科医師・薬剤師統計の概況」厚生労働省）。当社は、医師プラットフォーム事業者の中で、2番目に大きな医師会員数を有しています。



### 2. 医師教育メディアを運営していること

- 当社は1996年の創業以来、医師向けの医学教育動画コンテンツを作成しており、現在、常時2,000以上のプログラムが視聴できる国内最大級の医学教育メディア“CareNeTV”を運営しています。
- 当社の医師プラットフォームの中核であるCareNet.comにおいては、年間3,000を超える医学記事等を作成・配信しています。
- 上記の活動は、数多くの指導的立場の専門医の協力を得て行われており、当社が作成・発信する情報の品質、信頼性の高さを担保するものになっています。



# CareNetの教育メディアの特徴(1)

## 1 内科系KOLとのコラボレーション



当社は1996年の創業以来、KOL医師と協力し、医師向けの医学教育動画コンテンツを作成してきました。現在、常時2,000以上のプログラムが視聴できる国内最大級の医学教育メディア“CareNetTV”を運営しています。当社の医師プラットフォームの中核であるCareNet.comにおいては、年間3,000を超える医学記事等を作成・配信するために、常時KOLと接触しています。



# CareNetの教育メディアの特徴(2)

## 2 外内科系KOLとのコラボレーション



内科系に限らず外科系のKOLとの関係も構築しています。当社が企画・運営する「がん@魅せ技」では臓器別がん治療の日本の第一人者による治療戦略と手技を解説した動画コンテンツを若手医師向けに発信しています。



# 4. 成長戦略

## 【目次】

1. ビジネスモデル
2. 市場環境 - 医薬DX事業
3. 当社の競争力
4. 成長戦略
5. 年次計画と進捗
6. リスク情報



# 成長戦略

## 1. 経営指標としての医師会員数

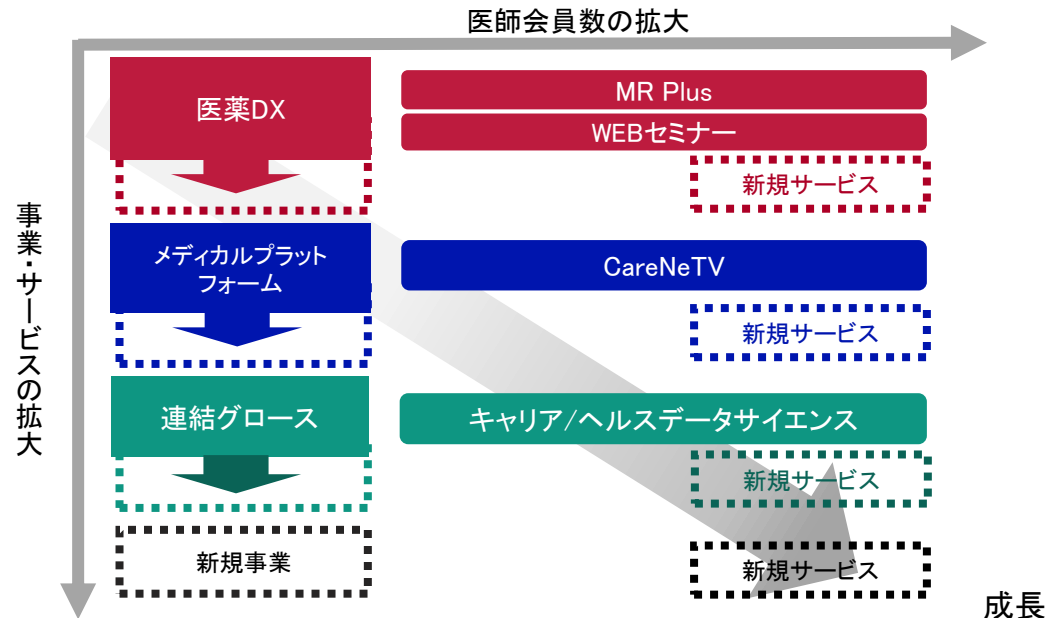
当社は医師プラットフォームを軸に事業を展開しています。事業の成長には、この医師プラットフォームが不可欠であり、この医師プラットフォームに登録する医師会員数は、当社にとって重要な「経営指標」になります。

## 2. 医師会員数の目標値

当社の医師会員数は年々順調に拡大を続けています。2021年9月末現在の医師会員数は191,542人ですが、医師の領域別に役立つコンテンツを提供することにより、2025年末までに25万人に到達することを目標としています。

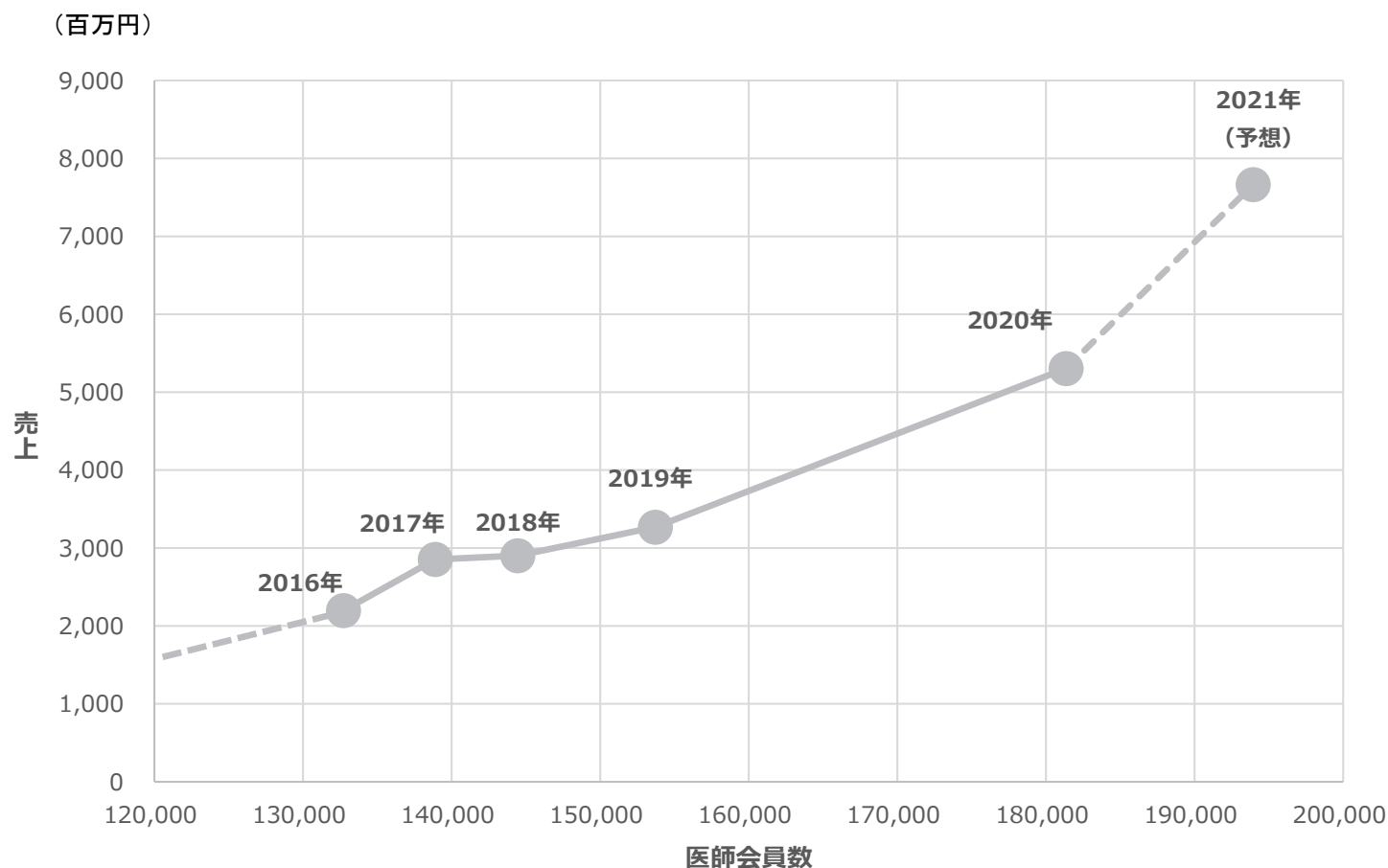
## 3. 成長モデル

当社は現在、医師プラットフォームを活用し、3つの事業セグメントを展開しています。それぞれにおいて主要なサービスを提供し、収益を上げています。当社の成長モデルは、医師会員数の拡大を通じ、既存の事業セグメントでの事業拡大を図りつつ、新規事業セグメントを開発すること、また、各事業セグメントにおいて新規サービスを開発することです。



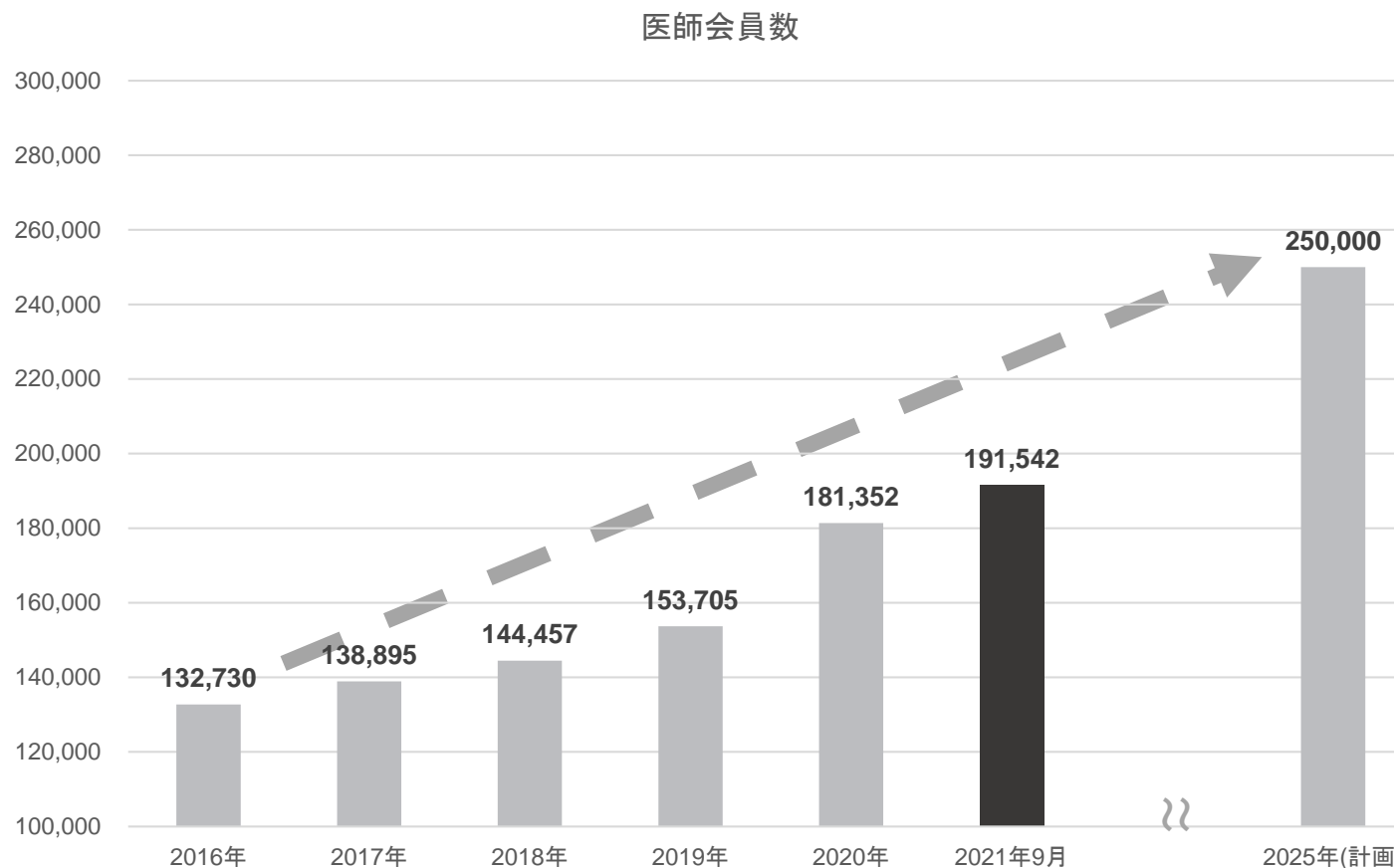
## 経営指標としての医師会員数－医師会員数と当社業績との関係

- 当社は、医師会員数を増加しつつ、医薬DX事業を拡大し、主力事業に育てて来ました。今後も医師会員の拡大に合わせて新規事業を開発し、継続的な成長を実現していきます。



# 医師会員数の推移

- 医師会員は年々順調に増加しており、2021年9月末時点で19万人を突破しております。



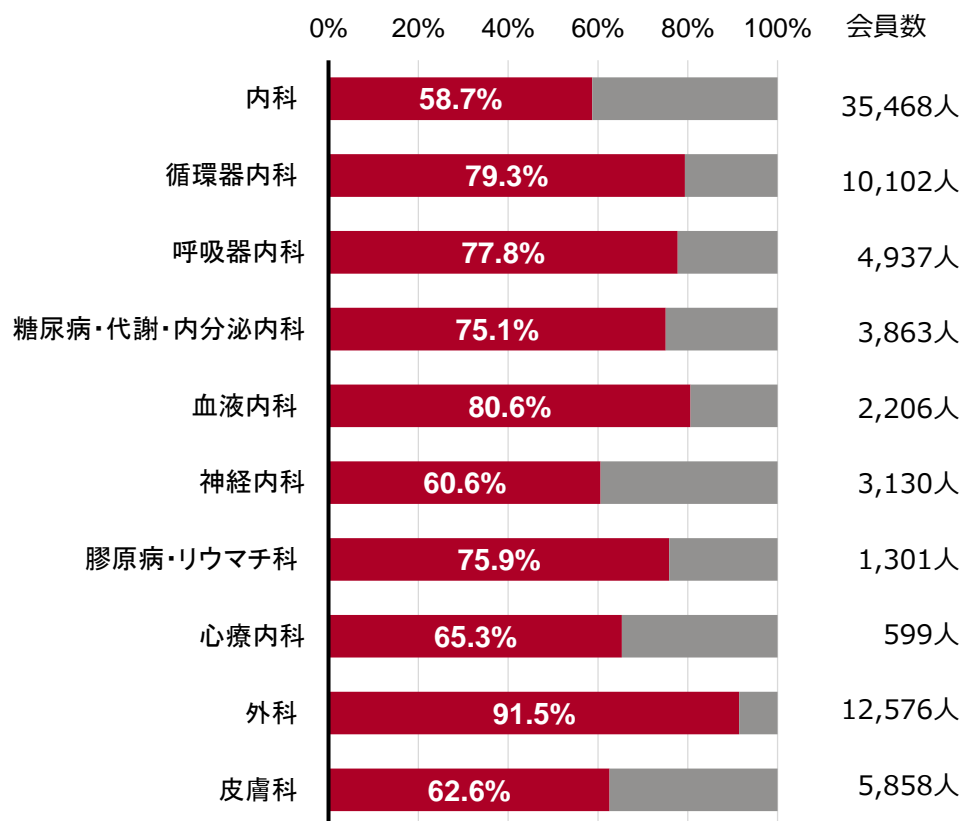


# 医師会員の属性

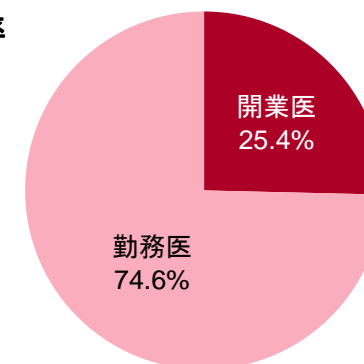
■ 専門診療科において、約7割以上の医師が当社の医師会員となっております。

## 主な診療科

厚労省に届出している第一標榜診療科を100%とした場合のケアネット登録時の第一標榜診療科の割合



## 開業・勤務比率



191,542人の医師登録のうち48,599人は開業医、  
142,943人は病院勤務医（2021年9月末時点）

出典：厚生労働省平成30年医師・歯科医師・薬剤師調査

# 医師会員数拡大に向けた重要施策

## 1. コンテンツの質と量

- ・当社は、事業理念に基づき、医師・医療者の日々の臨床に役立つ情報を提供します。
- ・注目される疾患領域に向けて、新規コンテンツを質・量ともに充実させ、一人でも多くの医師の注目と支持を集めます。



## 2. 大学との関係強化

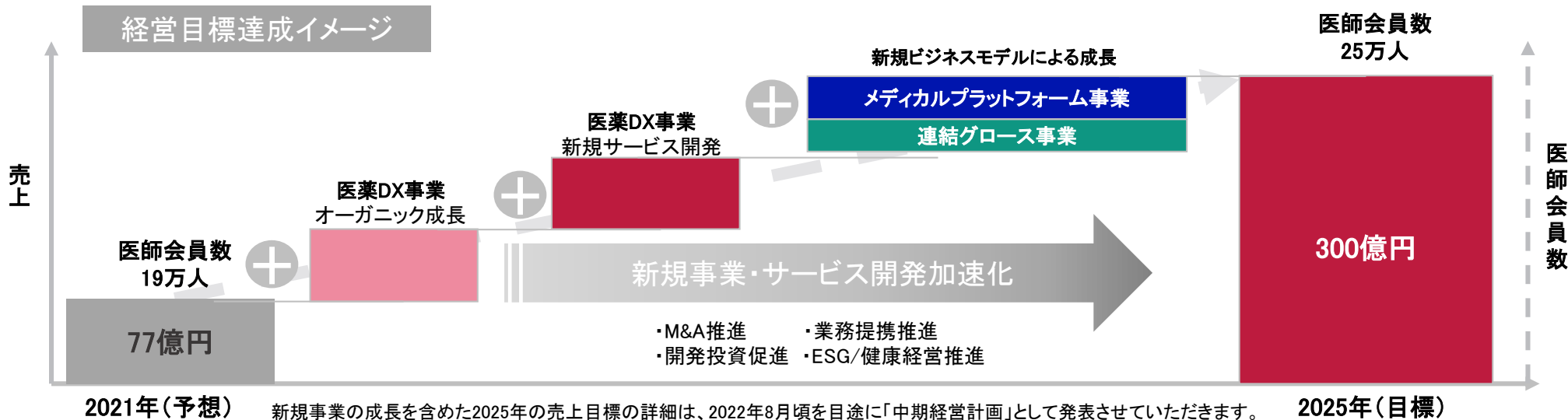
- ・医学部生や臨床研修中の若手医師に対し、CareNeTVの無料提供等の活動を通じ、早い段階から当社サービスの認知を図り、会員登録に繋げていきます。

## 3. キャンペーン及び他サイトとの協力

- ・既に会員になられた医師に対し友人である医師の紹介を促す等のキャンペーンを展開しています。
- ・また、「医書ジェーピー」等との他サイトとの協力を通じた相互利用の促進も進めています。

# 中期ビジョン

- 現状全社売上高の約90%を占める医薬DX事業の力強い成長貢献により、今後の全社売上高の継続的拡大をドライブしながら、中長期で成長が期待される新規事業領域の医療プラットフォーム事業、連結グロース(ヘルスデータサイエンス)事業による貢献を順次加えていくことで、2025年に、売上高300億円、営業利益100億円、医師会員数25万人を目指します。



## 安定収益+進化事業

### 医薬DX事業

- ・Web講演会、e-DTL、リモートDTL等を活用し、製薬会社医薬品営業のDX化を推進する

製薬DX市場は長期的には3~4,000億円<sup>1)</sup>市場へ成長する可能性有り

1)本資料P.14参照

## 新規成長事業

### 医療プラットフォーム事業

- ・医師会員の診療及び経営(集患、業務効率化etc)を支援する

全国約10万<sup>2)</sup>施設の医療機関の内、約1万施設がターゲットとなる

2)厚生労働省「医療施設(動態)調査・病院報告」より

### 連結グロース事業

- ・企業の職域での健康管理を通じて社員と健康増進と企業の健康経営を支援する

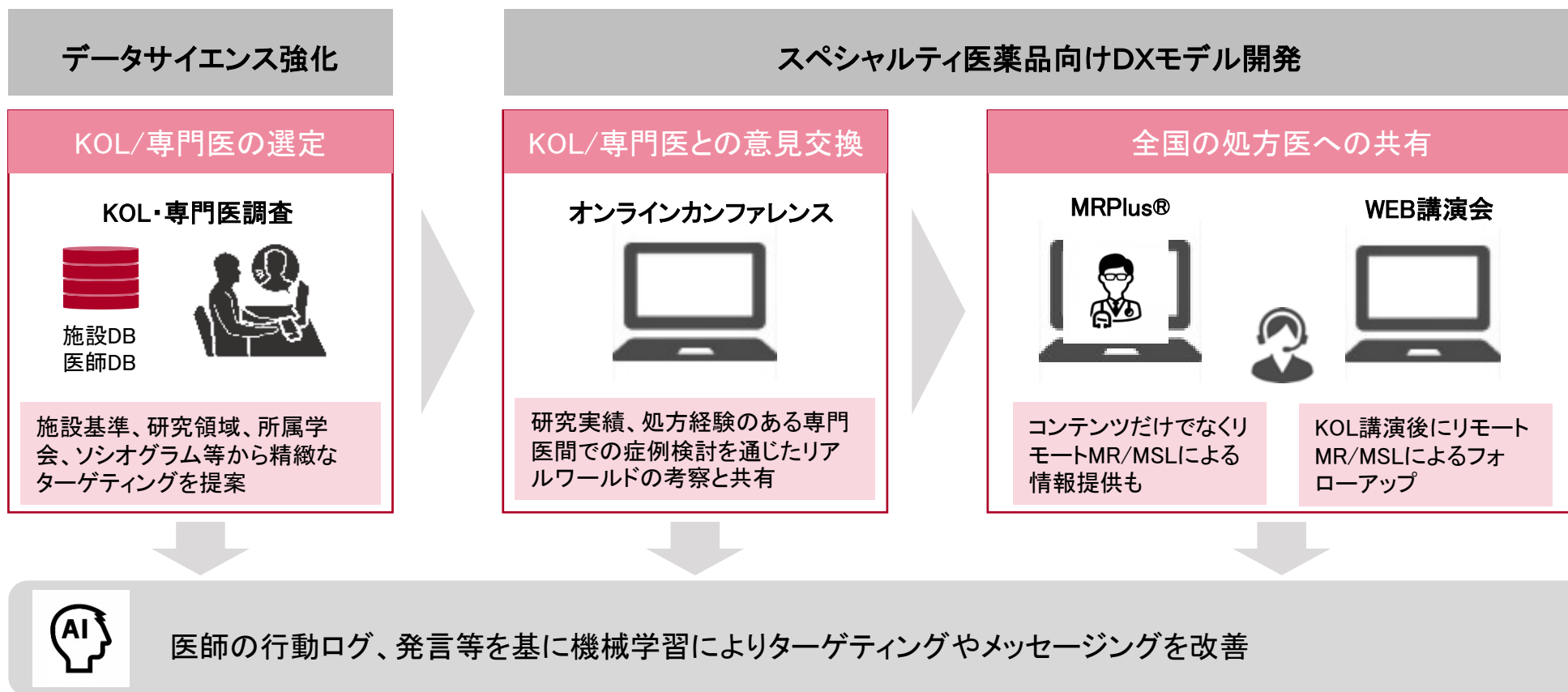
職域健康管理の1.8兆円<sup>3)</sup>市場を狙う

3)本資料P.29参照

# 成長戦略を支える「医薬DX事業」の事業開発の方向性

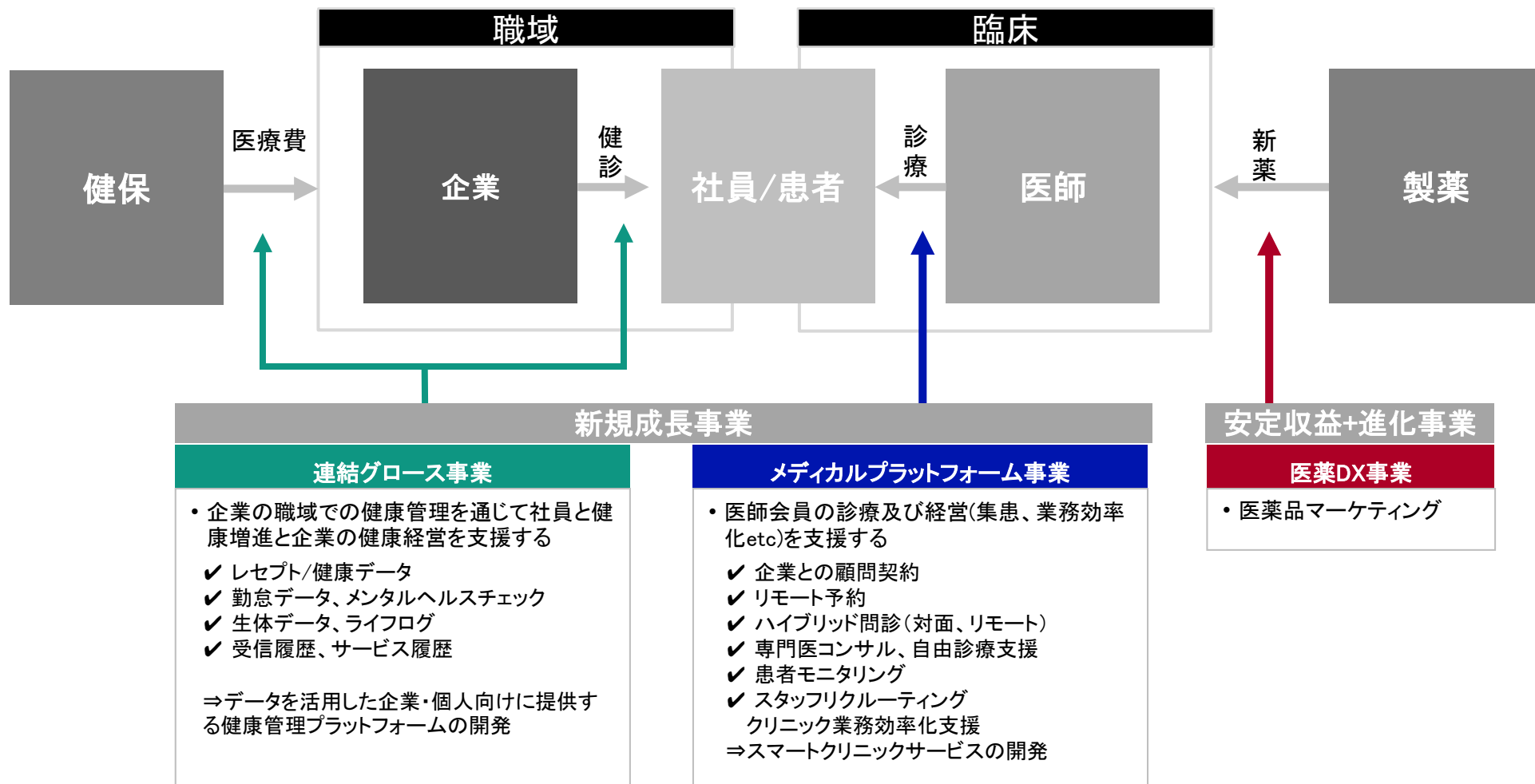
## 医薬DX事業-DXソリューション開発の取組み

スペシャルティ医薬品の時代は、プライマリー医薬品時代と異なり、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ます。そして、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ます。多忙な医師に対し、新たなDXソリューションの提供が求められています。当社は、データサイエンスアプローチへの開発投資によりターゲティングを強化し、DXモデルへの開発投資により専門医とのエンゲージメントを強化していきます。



# 新規事業領域の事業開発の方向性

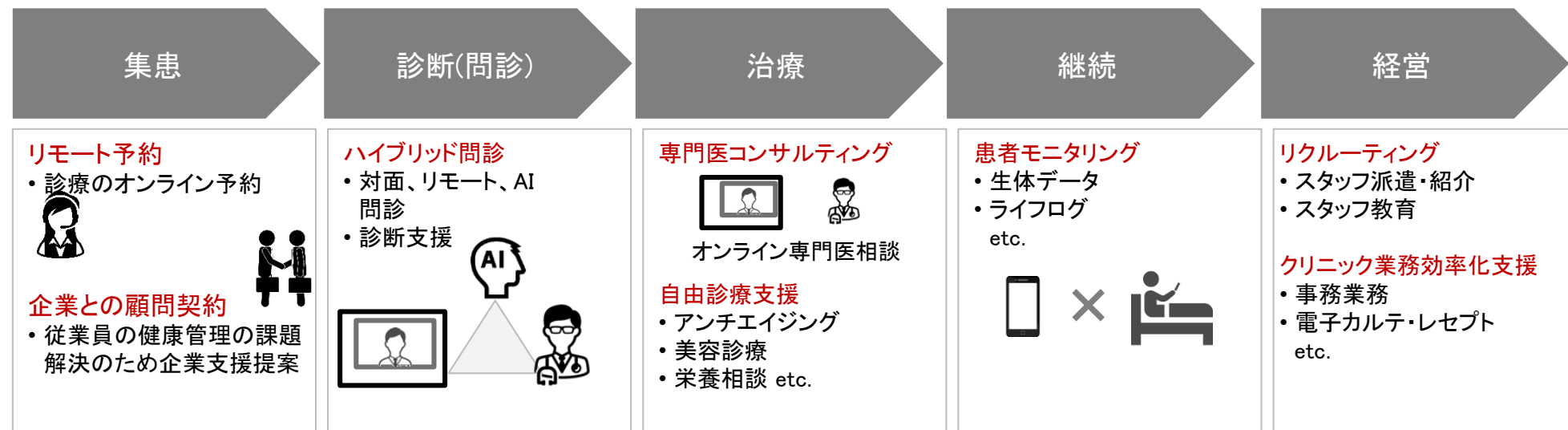
- 主力事業である医薬DX事業の更なる成長に合わせ、当社の医師プラットフォームを軸に、新規成長事業として、クリニック支援を行う「メディカルプラットフォーム事業」、職域を通じた健康管理・健康経営を支援する「連結グロス(ヘルスデータサイエンス)事業」に取り組めます。



# 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)

- ケアネットは、理念である「デジタル時代のサステナブルな健康社会づくり」に向け、デジタル化による診療・業務の効率化の余地が大きいクリニックのスマート化に取り組めます。

## 新規開発“スマートクリニック”(SC)のサービスラインナップ



CareNetTV

一流指導医から楽しく学べる臨床医学教育チャンネル

登録医師会員数が19万人を超え拡大中の医師プラットフォーム

年間3,000本以上の記事・ニュースを毎日配信する医療情報サイト

**CareNet** (CareNet.com)

日本語でPubMed論文検索

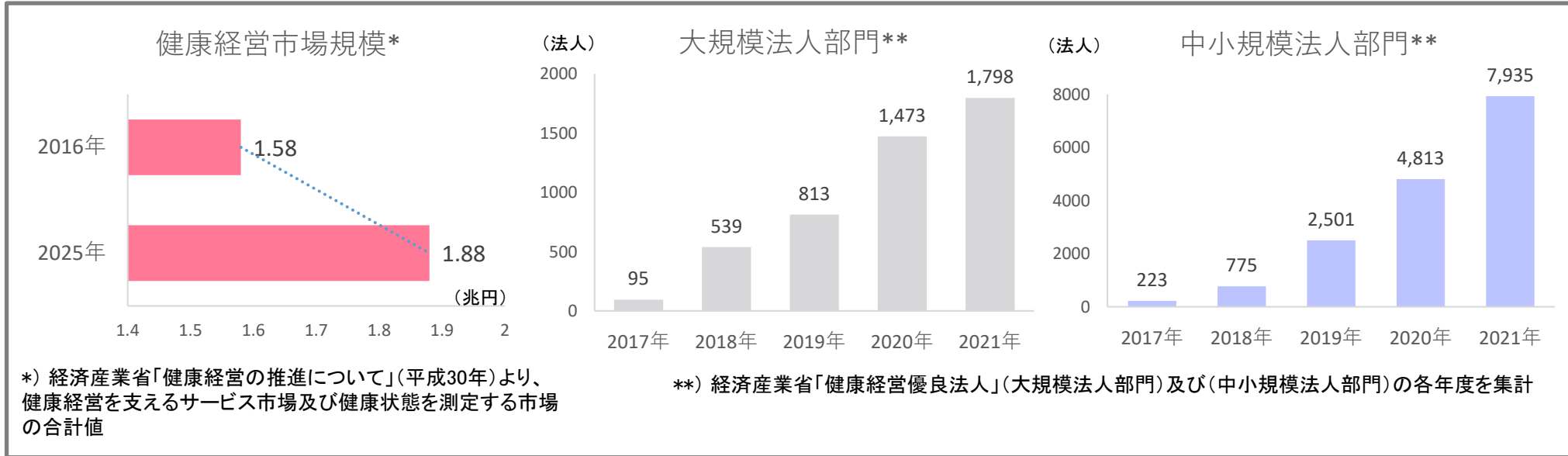
Pub**M**ed**C**LOUD

専門医が選ぶ医学ニュース

**D**octors' Picks

# ヘルスデータサイエンス事業(連結グロース事業)-事業機会

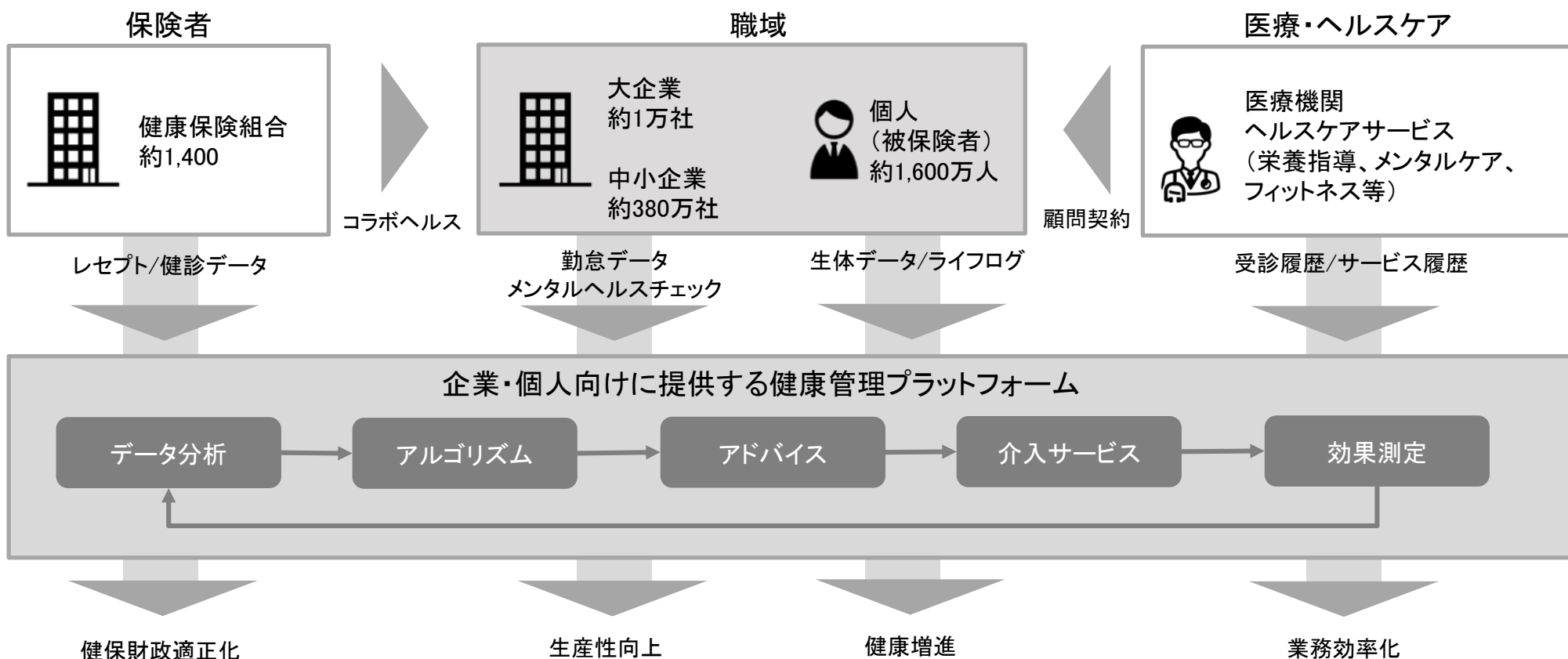
- 企業の健康投資額(定期健診、ストレスチェック、産業医費用等の義務的な費用、健康保険組合との連携によるサービス、その他法定外福利活動としての健康増進サービス)は年々拡大しています。働き方改革の推進にともない、“健康経営優良法人”に認定される企業数も拡大を続けています。



企業の健康投資の拡大に伴い、企業と健保組合はデータやサービスの連携を推進しています。一方、疾患予備群への保健指導のためや罹患社員の重症化防止のために行う社外の介入サービスとの連携についてはまだ十分な取組みがなされておらず、健康投資に対する効果測定や改善につながっていません。

# ヘルスデータサイエンス事業(連結グロース事業)-事業開発の方向性

職域を軸に、個人の健康管理を通じて、企業の健康経営の推進を支援するサービス  
データ分析から必要となる医療・ヘルスケアサービス、効果検証までの各機能をワンストップで提供する健康プラットフォームの開発



2020年度に締結した産業医科大学ヘルスマネジメントシステムと東京海上グループとの提携によりデータ分析・アルゴリズム開発を進めます。ケアネットが開発するメディカルプラットフォームと各社との取組みによるサービス・プログラムを連携し、企業も個人も共に健康にするプラットフォームを開発・提供します。



# 事業開発の加速化に向けた調達資金の実施

## 調達手段

- ・第三者割当による行使価格修正条項付2021年第1回新株予約権発行(2021年9月3日付)
- ・資金調達予定額 6,330百万円 ※
- ・行使期間 2年以内(2021年9月6日～2023年9月5日)

## 目的

- ・スペシャルティ医薬品向け事業モデルの早期開発・展開

新たなサービス  
領域の拡充



優秀な人材  
の確保

## 資金使途

### データサイエンス強化

金額:1,500百万円 ※

継続的な仕組作りのために使用

- ・スペシャルティ医薬品新薬の対象患者数の推計
- ・ターゲットとなる医療機関や医師の特定
- ・ターゲット施設や医師による治療実態の把握

### スペシャルティ医薬品向けDXモデル開発

金額:4,830百万円 ※

スペシャルティ医薬品のターゲットとなる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仕組開発のために使用

※金額は当初行使価額換算

複数の項目からなる本開発は、中期経営ビジョンの最終年度である2025年度までには完了する予定ですが、各開発は着手可能なところから速やかに実施し、順次サービス導入につなげ、段階的な収益化を図りながら中期経営ビジョンの目標の達成を目指します。

# 5. 年次計画と進捗

## 【目次】

1. ビジネスモデル
2. 市場環境 - 医薬DX事業
3. 当社の競争力
4. 成長戦略
5. 年次計画と進捗
6. リスク情報

## 2021年度計画

- コロナを機に、進みつつあった製薬企業のプロモーション活動のDX化が加速化することにより、当社のサービスへの需要が高まることを予想して、本年度も大幅な増収、増益を見込んでおります。

(単位:百万円)

	2020年12月期 通期	2021年12月期計画		
		上期計画	下期計画	通期計画
売上高	5,304	3,800	3,864	7,664
営業利益	1,510	1,100	1,111	2,211
経常利益	1,506	1,100	1,122	2,222
親会社株主に 帰属する 当期純利益	815	673	727	1,400

## 2021年12月期 第3四半期(累計) 決算サマリー

- 当社の売上高の90%近くを占める医薬DX事業が、引き続き製薬企業からの受注増に支えられたため、当期は、売上及び利益ともに大幅に伸長いたしました。
- メディカルプラットフォーム事業は、CareNeTVの伸長により売上高は僅かながらも増加しました。医師転職サポートのキャリア事業の子会社化により新設された「連結グロース事業」は、キャリア事業の伸長に加え本年2月に買収したアドメディカ社の貢献により売上を伸ばしています。

(単位:百万円)

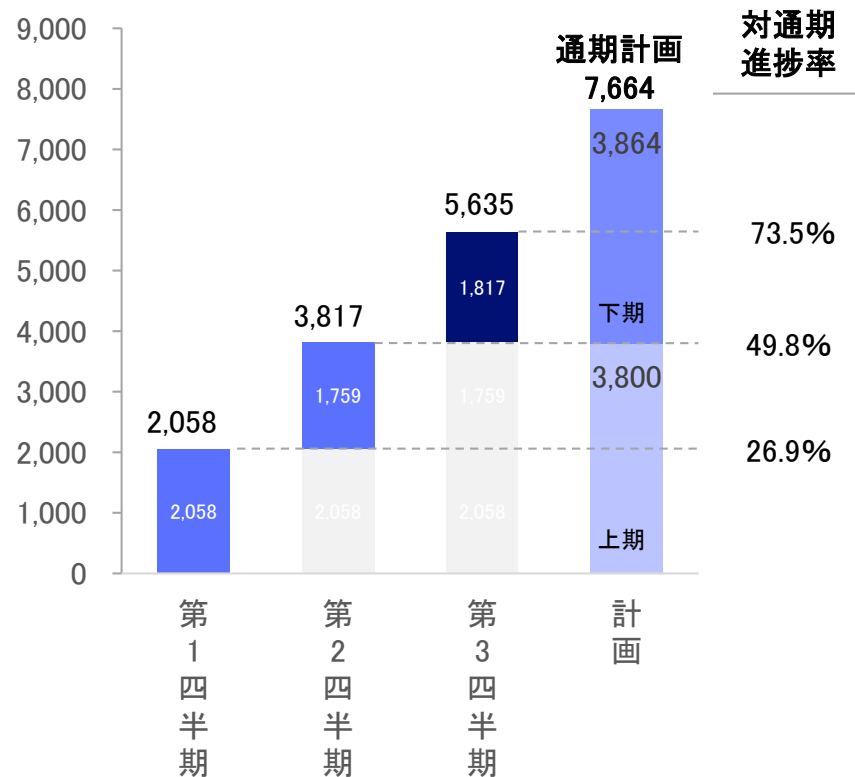
	2021年12月期 第3四半期(累計)				調整額	計画 進捗率
	全社	開示セグメント別				
		医薬DX事業	メディカル プラットフォーム 事業	連結グロース 事業		
売上高	5,635	4,879	272	563	△79	73.5%
営業利益	2,013	2,723	44	41	△795	91.1%
経常利益	2,031	-	-	-	-	91.4%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,388	-	-	-	-	99.2%

## 2021年12月期 第3四半期(累計) 計画と進捗

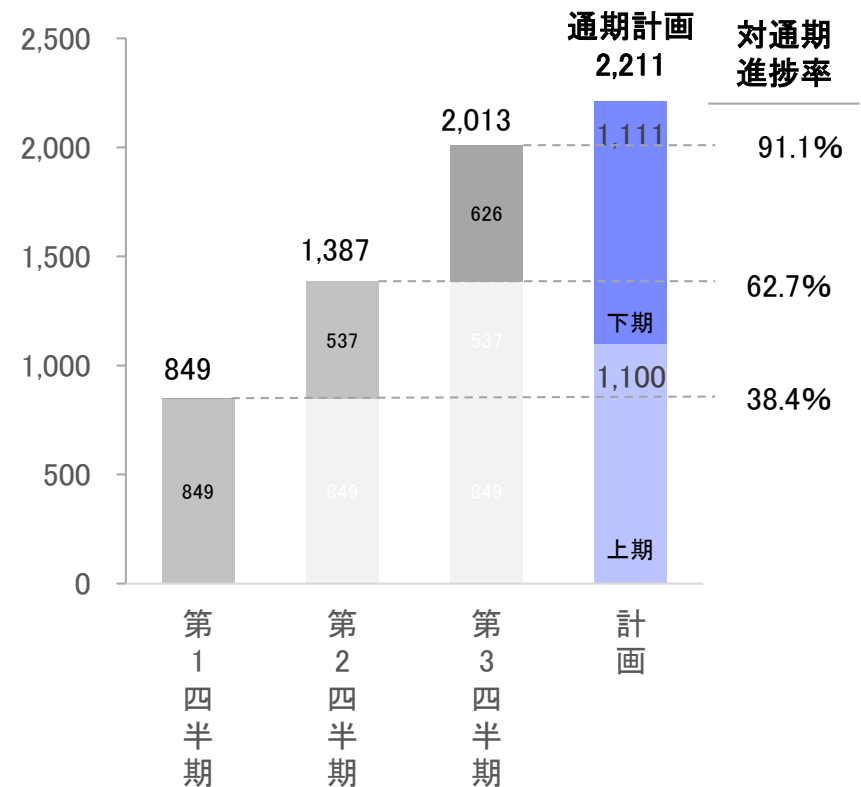
■ 2021年度第3四半期終了時点で、売上、営業利益とも、通期計画に対し順調に推移しています。

(単位:百万円)

売上高



営業利益

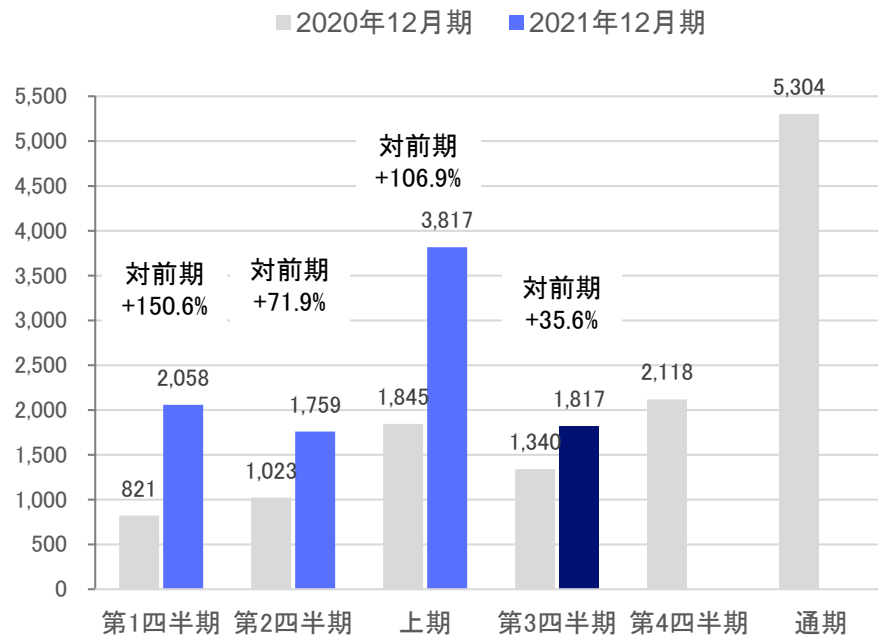


# 2021年12月期 第3四半期 対前年比実績

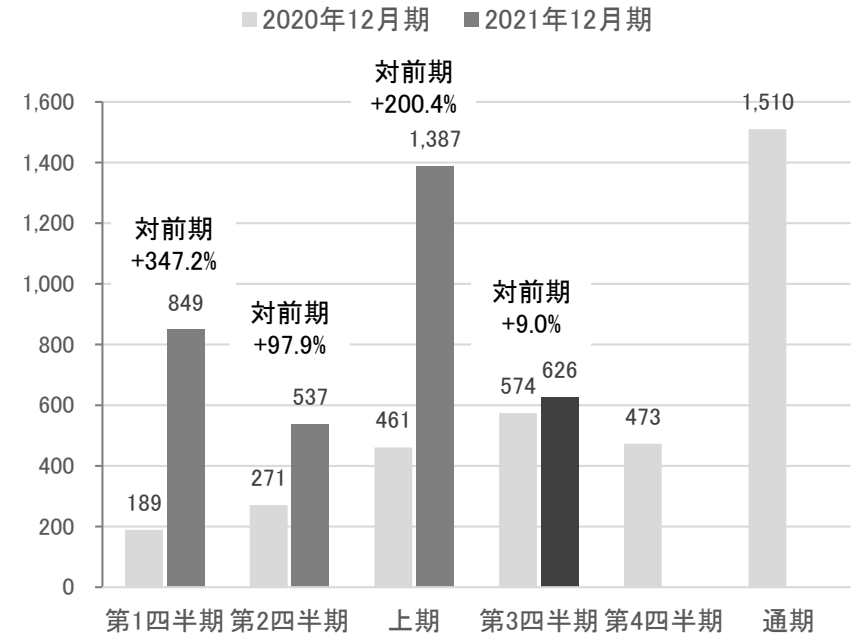
■ 著しい伸びを見せた前期から、売上、営業利益ともに更なる成長を実現しました。

(単位:百万円)

## 売上高



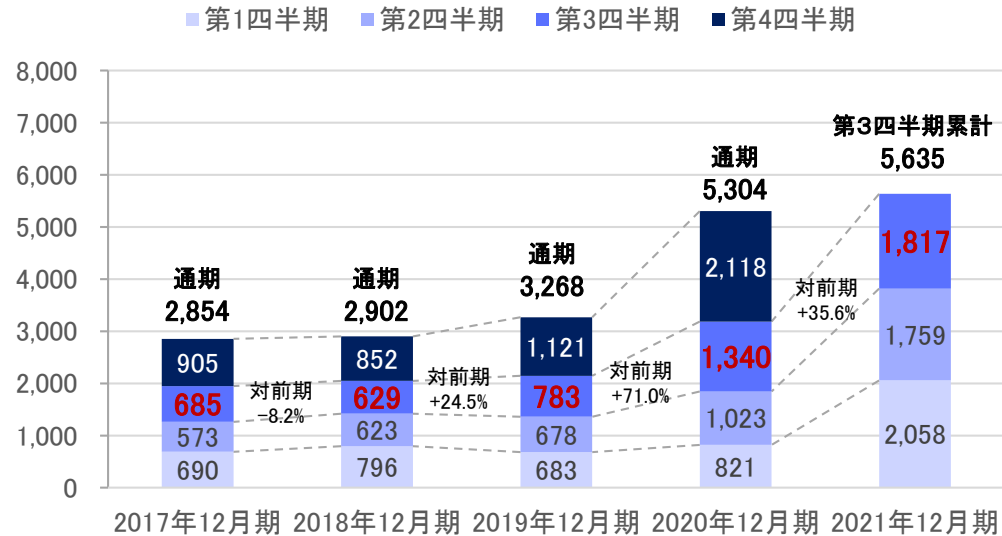
## 営業利益



# 全社業績推移①

## 売上高の推移

(単位:百万円)



当社の第3四半期の期間は、医薬DX事業の好調の継続により、売上は対前年同期比+35.6%の1,817百万円となりました。  
第3四半期累計で見ると、売上は対前年同期比は、+76.9%の5,635百万円となりました。

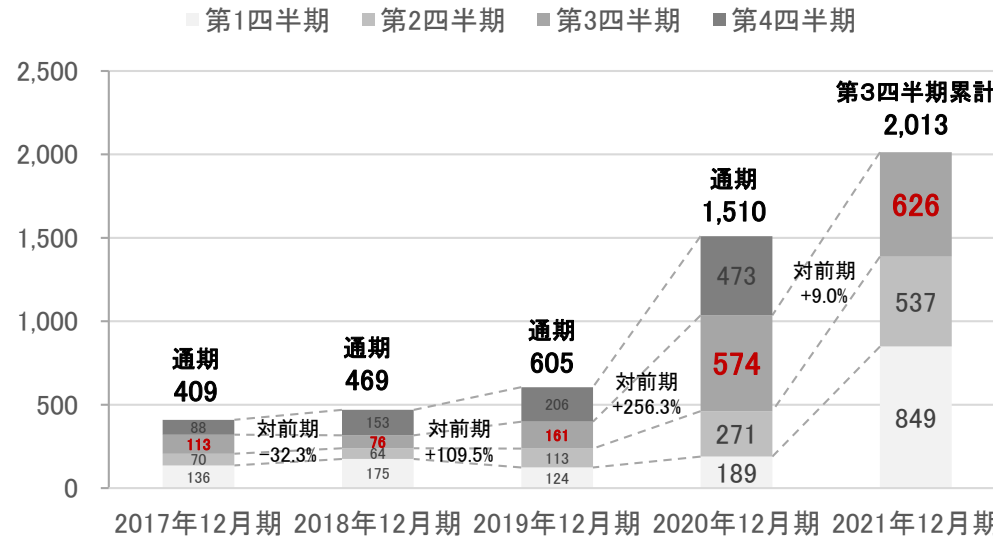
過去5年間、昨年度を除き、第2四半期と第4四半期に売上の伸びが変わるという季節性が見られます。この季節性を繰り返しながら、通期での増収を続けております。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2017年12月期	690	573	685	905	2,854
2018年12月期	796	623	629	852	2,902
2019年12月期	683	678	783	1,121	3,268
2020年12月期	821	1,023	1,340	2,118	5,304
2021年12月期	2,058	1,759	1,817	-	-

# 全社業績推移②

## 営業利益の推移

(単位:百万円)



当社の第3四半期の期間は、増収に伴い、営業利益は対前年同期比+9.0%の626百万円となりました。第3四半期の累計で見ると、営業利益は対前年同期比は、+94.3%の2,013百万円となりました。

営業利益も売上の季節性に影響を受け、第2四半期と第4四半期に伸びが変わる場合があります。この季節性を繰り返しながら、通期での増益を続けております。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2017年12月期	136	70	113	88	409
2018年12月期	175	64	76	153	469
2019年12月期	124	113	161	206	605
2020年12月期	189	271	574	473	1,510
2021年12月期	849	537	626	-	-



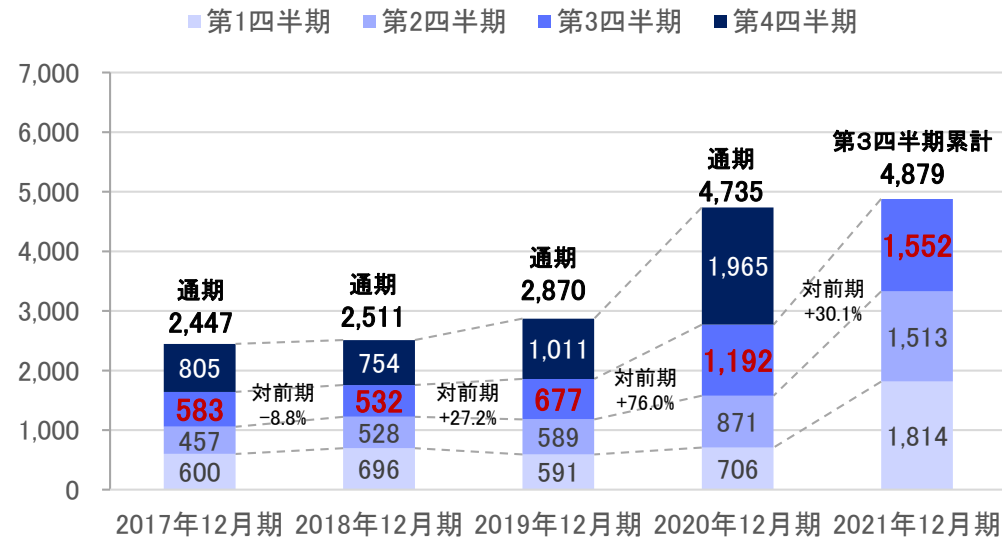


# 開示セグメント別の進捗

## セグメント業績 — 医薬DX事業① —

## 売上高の推移

(単位:百万円)



当社の第3四半期の期間は、東京五輪による影響を一部受けつつも、コロナ禍で売上を拡大した前年同期から、さらに売上を伸ばしました。主力サービス(MRPlus、Web講演会等)の受注が堅調に推移し、売上は前年同期比+30.1%の1,552百万円となりました。第3四半期の累計と比較すると、+76.1%の4,879百万円となりました。

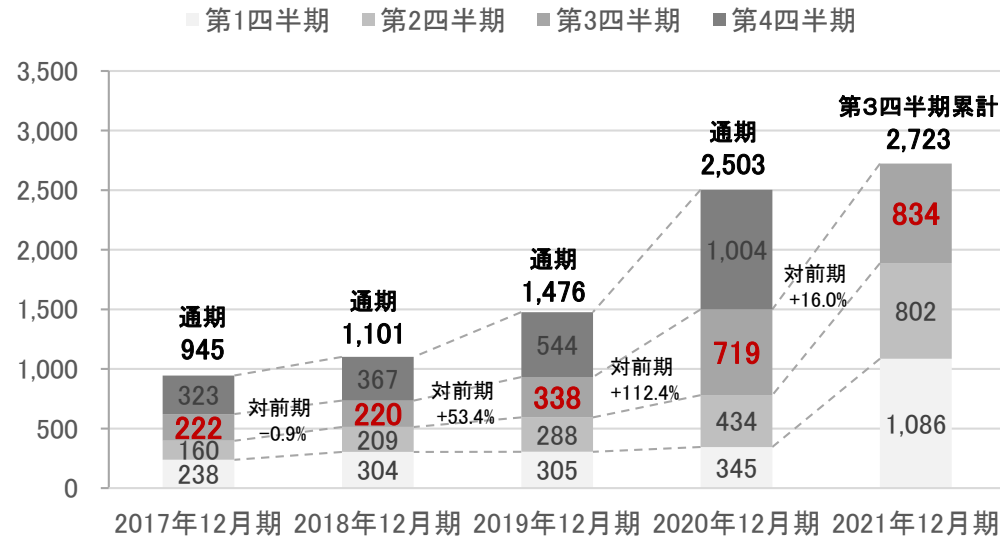
過去5年間(昨年度を除く)、第2四半期と第4四半期に、製薬企業の予算消化の動きに合わせ、売上の伸びが変わるという季節性が見られます。この季節性を繰り返しながら、増収を続けております。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2017年12月期	600	457	583	805	2,447
2018年12月期	696	528	532	754	2,511
2019年12月期	591	589	677	1,011	2,870
2020年12月期	706	871	1,192	1,965	4,735
2021年12月期	1,814	1,513	1,552	-	-

## セグメント業績 — 医薬DX事業② —

## セグメント利益の推移

(単位:百万円)



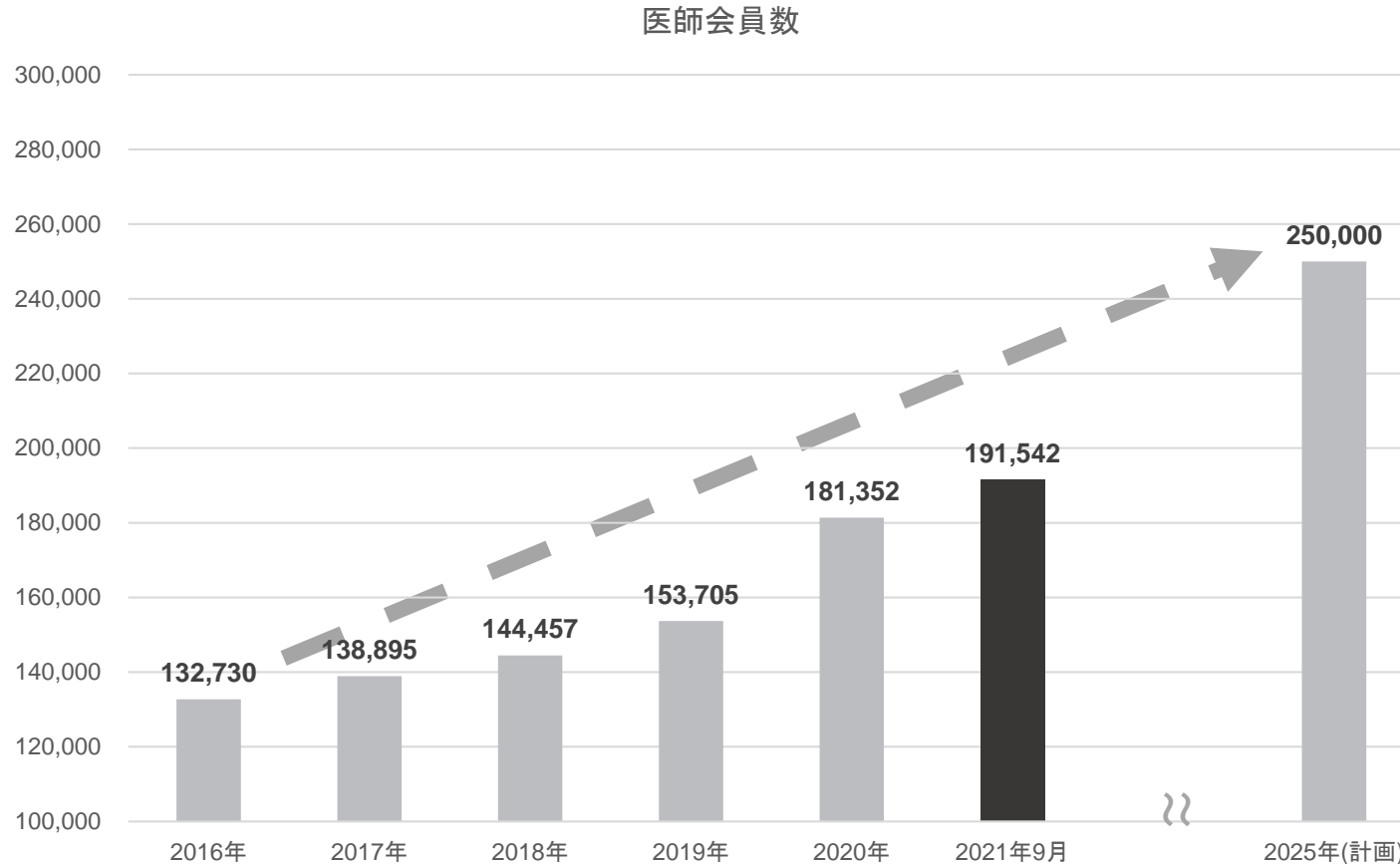
当社の第3四半期の期間は、売上の拡大に伴い、セグメント利益は前年同期比+16.0%の834百万円となりました。第3四半期の累計で比較すると、+81.6%の2,723百万円となりました。セグメント利益率は、50%超を維持しており、この事業の利益が当社の利益に大きく貢献しています。

セグメント利益も売上の季節性に影響を受け、第2四半期と第4四半期に伸びが変わる場合があります。この季節性を繰り返しながら、増益を続けております。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2017年12月期	238	160	222	323	945
2018年12月期	304	209	220	367	1,101
2019年12月期	305	288	338	544	1,476
2020年12月期	345	434	719	1,004	2,503
2021年12月期	1,086	802	834	-	-

# 医師会員数の推移

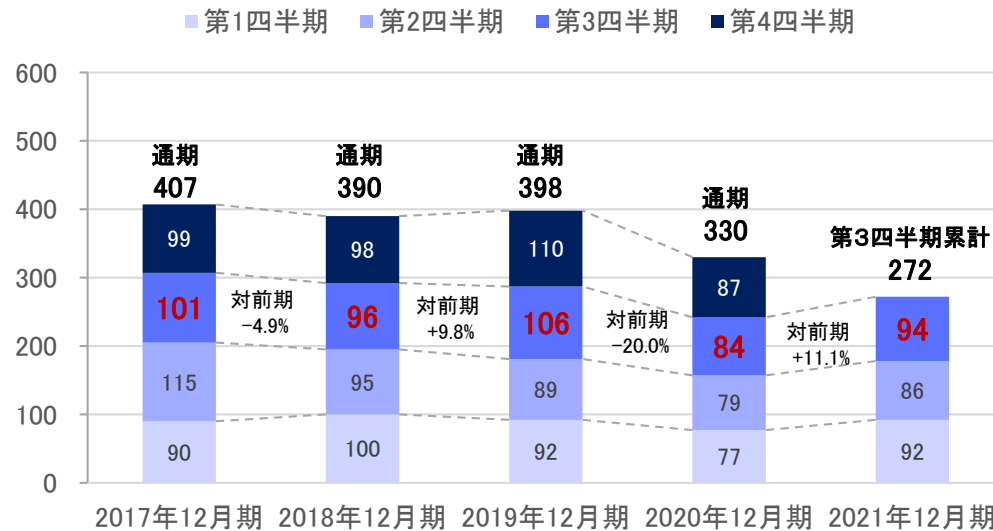
- 昨年より引き続き、医師会員は順調に増加しており、2021年9月末時点で19万人を突破しております。



## セグメント業績 — メディカルプラットフォーム事業① —

## 売上高の推移

(単位:百万円)



当社の第3四半期の期間は、CareNeTVの有料会員が6,100名を超え「CareNeTV」の売上が増えたことにより、セグメントの売上は、前年同期比+11.1%の94百万円となりました。第3四半期の累計と比較すると、+12.6%の272百万円となりました。

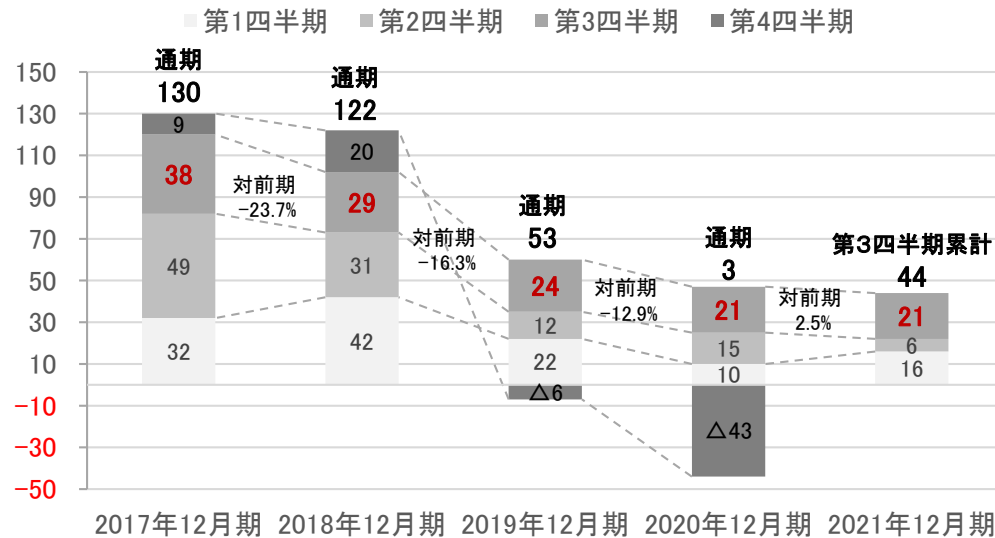
本年度より、メディカルプラットフォーム事業の中から、医師キャリア事業を「連結グロース事業」に移転しています。これに伴い、本年度との対比のために、2020年12月期の実績からキャリア事業の売上、利益を控除しています。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2017年12月期	90	115	101	99	407
2018年12月期	100	95	96	98	390
2019年12月期	92	89	106	110	398
2020年12月期	77	79	84	87	330
2021年12月期	92	86	94	-	-

# セグメント業績 — メディカルプラットフォーム事業② —

## セグメント利益の推移

(単位:百万円)



メディカルプラットフォーム事業の第3四半期のセグメント利益は、21百万円となり、前期と同程度の結果となりました。第3四半期の累計と比較すると、△5.3%の44百万円となりました。

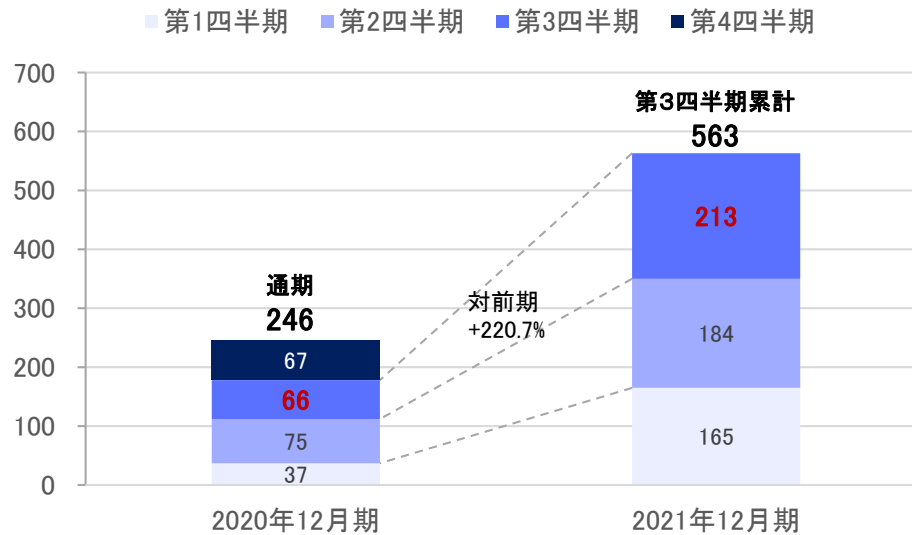
前年の第4四半期は、新型コロナウイルス関連のライブコンテンツ制作本数の増加や、プラットフォーム改修の費用計上等により、セグメント利益はマイナスとなっております。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2017年12月期	32	49	38	9	130
2018年12月期	42	31	29	20	122
2019年12月期	22	12	24	△6	53
2020年12月期	10	15	21	△43	3
2021年12月期	16	6	21	-	-

# セグメント業績 — 連結グロース事業① —

## 売上高の推移

(単位:百万円)



キャリア事業の子会社化に伴い、本年度より連結子会社の収益を合計した「連結グロース事業」を新しいセグメントとして開示します。

本セグメントは、キャリア事業を担う(株)ケアネットワークスデザインの売上の他、(株)アスクレピア、(株)SC-Labo、(株)アドメディカの売上により構成されます。

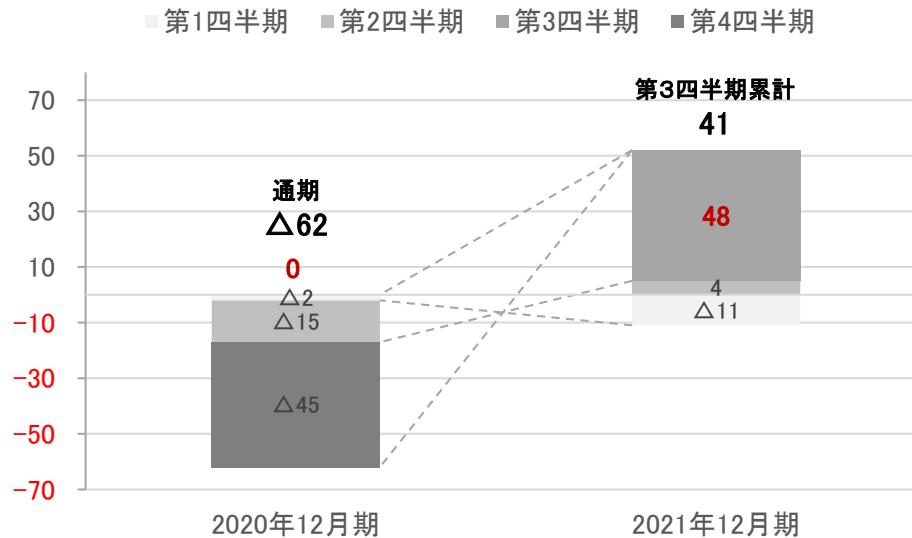
キャリア事業の成長に加え、2021年2月に買収し100%の連結子会社とした(株)アドメディカの売上の追加により、本セグメントの売上高は前年同期比+220.7%の213百万円となりました。第3四半期の累計で比較すると、+215.4%の563百万円となりました。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2020年12月期	37	75	66	67	246
2021年12月期	165	184	213	-	-

# セグメント業績 — 連結グロース事業② —

## セグメント利益の推移

(単位:百万円)



キャリア事業の増収及びアドメディカ社の売上貢献により、今期は48百万円のセグメント利益となりました。第3四半期の累計と比較すると、前期△17百万円から改善し、41百万円となりました。今期第2四半期から続いて黒字化しております。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2020年12月期	△2	△15	0	△45	△62
2021年12月期	△11	4	48	-	-



## 6. リスク情報

### 【目次】

1. ビジネスモデル
2. 市場環境 - 医薬DX事業
3. 当社の競争力
4. 成長戦略
5. 年次計画と進捗
6. **リスク情報**

# 認識するリスク及び対応策(1)

- 当社が認識している主要なリスクは、以下のとおりであります。なお、将来に関する事項については、別段の記載がない限り、当連結会計年度末現在において入手し得る情報に基づいて当社が判断したものであります。

分類	リスク	対応策
医療業界・製薬業界への依存に関するリスク	<p>当社グループの売上高は、大部分が製薬企業、医師及び医療従事者からの収入となっております。今後、医療費・薬価引き下げ、ジェネリック医薬品の普及、医療制度の変更などにより医療・ヘルスケア市場の停滞、縮小や新たな市場動向に当社グループが対応できない場合には、それらの事象が当社グループの経営成績等に影響を及ぼす可能性があります。また、製薬業界においては、グローバルな企業間競争が展開され、業界再編の動きが加速しております。企業間競争は当社が提供する各種サービスの採用を加速する可能性がある一方、再編された既存顧客による取引見直しの可能性もあり、その場合には当社グループの経営成績等に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、製薬企業等のニーズに合わせたサービス提供及び新商品の開発を進めることで、取引先等を特定の国・地域・企業に集中させず、様々な企業へ対応できる仕組みを構築することにより、リスクの分散化を図ります。また、取引先に対して定期的な与信管理を適切に実行することにより、取引先の喪失リスクの低減に努めております。</p>
競合参入・医師の獲得及び確保に関するリスク	<p>当社グループは、多くの医師の協力を得る必要があり、当社グループは既に19万人(2021年9月末時点)の医師会員を有していることから本サービスにおける当社グループの優位性は高いものと認識しております。しかしながら、サービス実現には多くの医師の協力を得る必要があり、今後新規の参入や、医師会員を保有する他の企業又は製薬企業自らにより類似のサービスが提供される等で競争が激化し、当社グループの優位性が保てなくなった場合には、当社グループの経営成績等に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、医師・医療従事者向け会員制サイト「ケアネット・ドットコム (CareNet.com)」等を通じて、医師会員へ満足度の高い医療情報を提供することで、医師会員の新規獲得を実現しております。これに加え、当社グループでは医師会員の協力を得ることにより、より一層の専門性の高いサイト構築に努めております。このような医師会員の増加により、インターネットを利用した製薬企業の営業・適正普及活動の支援に繋げていくことで、優位性の確保に努めてまいります。</p>

## 認識するリスク及び対応策(2)

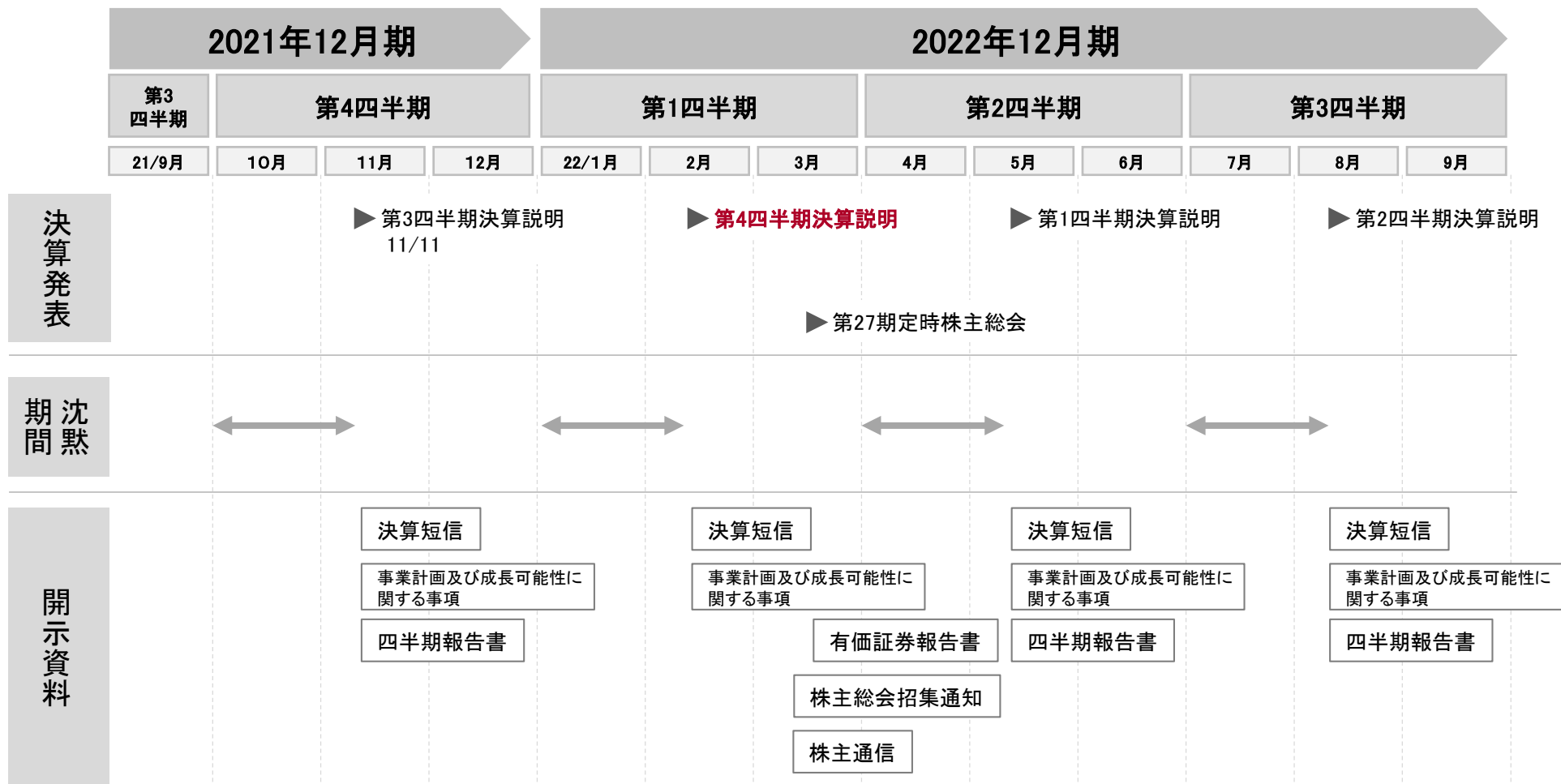
分類	リスク	対応策
<p>個人情報の取り扱いに関するリスク</p>	<p>当社グループの事業は、医師の協力を得ることで成り立っており、事業遂行上、多くの医師等の個人情報を保有しております。そのため、当社グループは2005年3月に、JIS Q15001(個人情報保護に関するコンプライアンス・プログラムの要求事項)規格に準拠したプライバシーマークの付与認定を受けており、個人情報保護に関する社内規程の整備及び運用状況の監査を行うなど、個人情報管理の徹底を図っております。これらの対策により医師等の個人情報が漏洩する可能性は極めて低いと考えておりますが、万一医師等の個人情報の漏洩が発生した場合には、医師等からの信用を失うこととなり、医師会員の協力により支えられている当社グループのほぼ全てのサービスに支障が生じる等、その後の当社グループの経営成績等に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>これらの個人情報の管理に関しては、研修等により継続的に啓蒙活動を行い役職員の個人情報保護に対する意識を高めるとともに、個人情報保護の具体的な業務手続きを定めた個人情報保護規程に則って業務を遂行しております。また、コンピュータシステム・サーバー等のセキュリティ・アクセス権限は対象者に限定するなど、システム部門との連携を構築し、情報漏洩の防止対策を実施しております。</p>
<p>医薬品医療機器等法に関するリスク</p>	<p>当社グループは、医療従事者向けにインターネットや紙媒体などにより医療・医薬情報の提供を行っており、また製薬企業へは広告宣伝に係わる制作請負を行っております。このため、これら媒体等に記載される表示・表現には、医薬品医療機器等法、医療用医薬品プロモーションコード、医療用医薬品製品情報概要記載要領、医療用医薬品専門誌(紙)広告作成要領、及び医薬品等適正広告基準の規制を受けます。これら法規制は、ウェブサイト等に掲載される医療・医薬に係わる名称の使い方、効能・性能・安全性、及び他社製品の取り扱い等の表現や必要記載事項を制限しております。このような法規制に仮に当社グループが違反した場合には、当社グループの経営成績等に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>これらの法的規制に関するリスクに対して、当社グループでは、関係法令の制定、改廃に関する情報収集やモニタリングを専門分野ごとに確実に行い、事前の対策を図るとともに、法令等の定められた専門家や役職員への関係法令の周知徹底に努めるとともに法的規制のリスクの低減に努めております。</p>

ここに記載した以外のリスク及びその対応策につきましては、当社有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

# 今後の開示スケジュール

次回進捗報告

※スケジュールは予定であり、今後変更の可能性があります



次回は3か月後の2021年12月期決算説明(2022年2月中予定)にて進捗を報告します

本資料には、当社に関連する見通し、計画、目標などの将来に関する記述がなされています。

これらの記述は一定の前提(当社が現在入手している情報や予測)を基に作成されており、その前提が不正確なものであったり、将来実現しないという可能性もございます。

また、当社以外の企業等に関わる情報については、公開情報等から引用したものであり、その情報の内容の正確性を当社が保証するものではありません。

**株式会社ケアネット**

IRに関するお問合せ : [ir@carenet.co.jp](mailto:ir@carenet.co.jp)



# Appendix

# 主なサービスラインナップ

医療者向け、製薬企業向けに様々なサービスを展開しています。

医療者向け

## メディカルプラットフォーム事業

CareNet

- 日常臨床に役立つ医学・医療情報サイト

PubMedCLOUD

- 日本語でPubMedの論文検索と管理が行える

Doctors' Picks

- 医師が医師に読ませたい専門ニュースが集まる場所

CareNet TV

- 一流指導医から楽しく学べる！臨床医学チャンネル

CareNet Career

- 医師専門の転職・アルバイト求人情報サイト

満足度の高い  
医療情報



↑ 会員増加

医師・医療従事者



製薬企業向け

## 医薬DX事業

MRPlus®

- 医師と製薬企業をつなぐITソリューション

Web講演会

- 多くの医師に聴かせたい講演をネットでライブ配信

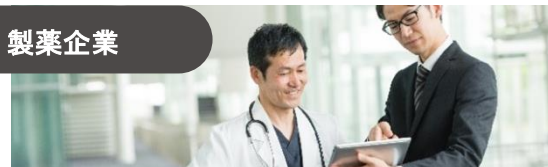
コンテンツ制作

- 医学教育メディアの特性を活かしたコンテンツをご提案

営業活動の  
生産性向上支援



製薬企業



# 医療者向けサービス紹介①-CareNet.com

CareNet.comは多忙な臨床医の今知りたい情報に答えます



論文検索



日本語で分かる注目の海外記事



専門外の領域を分かりやすく解説



講演・セミナー



症例検討会



希少疾病ライブラリ





# 医療者向けサービス紹介②-Doctors' Picks

日々発信される膨大な医療・医学ニュースの中から、自分に役立つものを見つけるのは至難の業。その課題を解決するのが、Doctors' Picksです。



医師が医師に  
読ませたいニュースが  
集まる場所

## Collect Information

今注目の医療ニュースが  
一目でわかる！



目利きの医師たちがピックアップした各分野における最新かつ重要な医療・医学ニュースが集結！効率よくあなたの欲しい情報が収集できます

## Pick Articles

自分が薦めたい記事を  
Pickしてコメント！



みんなに共有したい記事を見つけたらコメントを添えてPickしてみんなに共有！さらにエキスパート医師のコメントから最新ニュースに対するさまざまな見方を学ぶことができます

## Follow Peers

お気に入りの先生を  
フォローしてチェック！



自分と同じ専門や関心分野に近い先生をフォローしておくことで、その先生がPickした記事やコメントを一覧表示！ネット上に散在しているニュースの中から自分にとって有益なものだけが次々と集まってきます

# 医療者向けサービス紹介③-CareNeTV

## 臨床医学ワンダーランド

### 充実プログラムで多忙な医師・医療者の効率的な「学び」を応援

プライマリケアから専門分野まで臨床のスキルアップのための番組を中心に専門医試験対策、プレゼン、英語など実用的なプログラムが2,000番組以上

臨床の第一線で活躍するオールスター講師陣 500名以上

CareNeTVのために構成された良質な講義



あの先生の  
名ティーチングを  
ほかでは見られない  
ハイクオリティ番組で

#### 選べる料金プラン

- 対象の2,000番組がストリーミングで見放題の定額制プラン「プレミアム」
- 「シリーズ」「番組」単位での期間限定の視聴権購入などご自身の都合にあわせた料金プランの選択が可能

#### プレミアムプランには 番組視聴以外の特典が満載

- 専用アプリでスマホ、タブレットへダウンロード可能
- 各種セミナー（ライブ、ハンズオンなど）、カンファレンスへご招待
- 有名講師の生講義が受けられる番組収録現場へご招待  
など

# 医療者向けサービス紹介④-ケアネットキャリア

## 豊富な会員パネルから最適人材をサーチしてマッチ

ケアネットキャリアは、ケアネット会員の転職、求職ニーズに応じて、勤務先の候補をご案内するサービスです。

- 株式会社ケアネットが運営する医師専門の求人情報サイトがあり、先生の希望する条件で常勤・非常勤・スポットの求人情報を簡単に検索できます。
  - ケアネットキャリアでは、提携先企業と協力し、先生のキャリアアップに関するご相談をお受けしたり、より良い求人を紹介するコンサルティングサービスを提供しています。
- 
- 医療機関からご依頼いただいたスカウトやヘッドハンティング等の非公開求人も多数保有しておりますので、医療者と医療機関双方にとって最適なマッチングをお手伝いします。



# 製薬企業向けサービス紹介①-MRPlus

MRPlusはCareNet.com上で会員医師に対して行うコンテンツ配信サービスです。

## 医師に対して 薬や疾患の興味喚起

- 練りにこまれたコンテンツで視聴医師を魅了する
- 視聴完了率が9割以上

## 医師のインサイトを把握

- コンテンツ視聴後にアンケート実施
- インサイトを把握するノウハウがある

## リアルタイムで 情報フィードバック

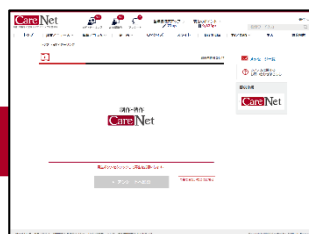
- ダッシュボードでリアルタイムに結果を提供

## コンテンツの案内から視聴、アンケート回答まで全てワンストップ

### 誘導・告知



### 視聴



### アンケート



コンテンツ  
視聴完了

# 製薬企業向けサービス紹介②-Web講演会

## 教育メディアとしてのケアネットから集客告知ができることによる高いエンゲージメント

- 圧倒的な開催実績、安定した開催・運用、幅広い集客を実現
  - 過去最高視聴数：約5,500名の医師
  - 実施回数：800回以上（2014年～）
  - アンケート回収数：視聴者の約90%

## 配信ベンダーとのサービスパッケージ化により、集客・配信・視聴／アンケートログ報告までを安価かつワンストップで提供可能

- 1医師あたりの集客単価をおさえ、効率的に実施
- ワンストップのため労力をかけず準備でき、企画の練り込みを通して演者医師とのリレーション構築が可能

### Web講演会の概要



# 製薬企業向けサービス紹介③-コンテンツ制作

医学教育メディアの特性を活かし、『医師にウケる』コンテンツをご提案します。

## 医師にウケる

ツボを知っている



- サイト運営を通じ医療コンテンツに精通している
- 長年の教育コンテンツ制作で培った制作ノウハウ・蓄積データから医師に響くストーリーが作れる

## 医師の目線で

内容を提案できる



- 医師の該当製品への印象やメッセージ浸透度を把握でき、「いま伝えるべき内容」を提案できる

## 医師も安心

して任せられる



- 医療コンテンツの制作を専門とし、サイトを通じた医師からの信頼度は高く、KOLの出演実績も多数
- 医療ニュース制作に携わり、KOLとの対応実績があるスタッフが、企画・執筆・動画制作までをワンストップで担当

## スポンサードコンテンツ制作実績

総プロジェクト数

**500**プロジェクト以上

総取引企業数

約**70**社

[領域] 糖尿病、高血圧、脂質異常症、循環器、消化器、呼吸器、感染症、泌尿器、精神・神経疾患、皮膚、免疫疾患、癌関連、血液疾患等





社名:株式会社アスクレピア

代表者:藤井 勝博

所在地:東京都千代田区九段南1-5-6 リそな九段ビル

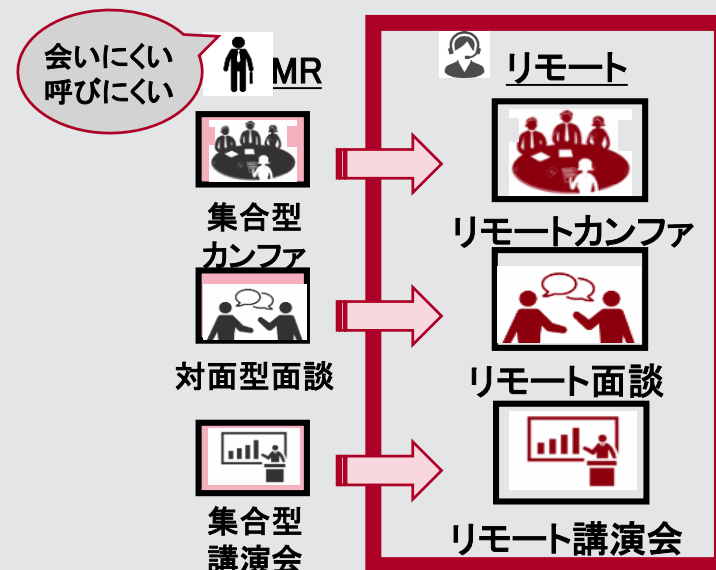
URL: <https://www.asclepia.co.jp/>

## 医療従事者向けのコミュニケーションサービス



- 医師の意見を基にケアネットグループで独自開発した医学・医療専用カンファレンスシステム(FORA)を活用。
- 専門医目線の独自のWebカンファレンスなどを開催し、専門医から信頼される関係を構築。

## 製薬企業向けの医薬マーケティング支援サービス



- 関係が強くなった専門医にリーチ。
- リモートでのDoctor to Doctorの情報交換により、従来の集合型・対面型のコミュニケーションに比べ、高速、効果的に医薬品適正情報を浸透。

「臨床に熱心な医師会員基盤」と「熟練のコンサルタント」を有し、他社が踏み込めない難易度高いマッチング領域へ注力しています。

社名：株式会社ケアネットワークスデザイン

所在地：東京都千代田区神田錦町2-2-1 We Work KANDA SQUARE

代表者：山田 真也

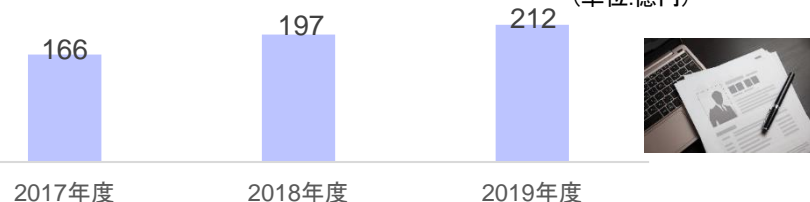
URL：<https://works-design.carenet.co.jp/>

### 転職

特徴

希少なハイポジション求人・非公開求人に特化し、スカウト型手法でのマッチングを実現

医師向け職業紹介事業のマーケット規模 (単位:億円)



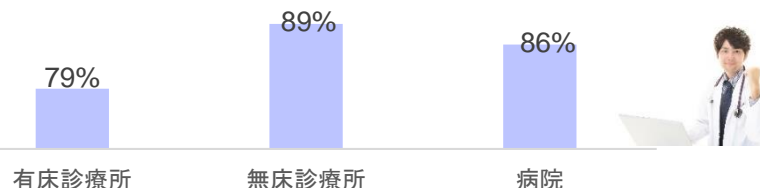
マーケット規模は拡大

出典：【平成29年度、平成30年度、令和1年度】職業紹介事業報告書の最集計結果

### 開業

医業承継という「拡大傾向」で且つ「手垢の付いていない」領域に特化し、開業をサポート

2017年 後継者不在率 (単位:%)



深刻な後継者不足

出典：「日医総研ワーキングペーパー」2019年1月8日

### ビジネス全体像





社名：株式会社SC-Labo

所在地：東京都文京区湯島3-14-7 高村ビル5階

代表者：原 雄太郎

URL：<http://www.sc-labo.co.jp/>

### 医薬・医学 学術支援業務 (メディカル・エージェンシー)



- 医療用医薬品/医療機器の適正使用推進活動をサポート
- 活動を支援する各種資材の作成（製品情報概要、IF、適正使用ガイドなどの基本資材、スピーカー・スライド、社内研修テキスト、患者向け指導箋）を行う。

### メディアコンサルタント業務 (メディア+PR)



- デジタルメディアの活用に関するコンサルテーション業務、デジタルチャネルを介した患者向け疾患啓発活動支援等、幅広く対応
- ケアネット社との緊密な関係に依拠した新しい提案活動も実施。

### 新サイエンティフィックコミュニケーション メソッド開発業務



- デジタルトランスフォーメーション（DX）時代に即した効果的なツールの開発や、学術情報提供の新規メソッドの開発を行う
- 2021年4月より動画配信スタジオの運用も開始し、Web講演会やアドバイザリーボード会議など各種イベントのLive配信や動画コンテンツ制作に活用。

社名：株式会社アドメディカ

代表者：川村 和裕

所在地：東京都中央区銀座8-18-4THE FORME GINZA6階

URL：https://ad-medi.com/

### 患者向けメディア事業 「DoctorsMe」



- 医療・健康の専門家が、ユーザーの身体にまつわるお悩みにお答えする総合ヘルスケアメディア
- 情報の閲覧では解決できない悩みは、各分野の専門家に相談することが可能。

### デジタル広告代理店事業



- インターネット広告代理店事業
- 大手デジタルマーケティング会社出身が中心のチームで、メディアバイイング、制作、運用、レポートなどデジタルマーケティングにおけるすべての実務を社内に対応可能

### 非製薬企業向け広告事業



- 2020年7月にリリースしたCareNet.comの会員特典ページを活用した、非製薬企業向け広告事業
- 大手代理店との取引実績を活用して、豊富なアカウントを保有。大手顧客からプロモーション施策を受注。