

株式会社ケアネット

決算説明会資料

2018年2月



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

会社紹介



会社概要

会社名	株式会社ケアネット
事業内容	製薬企業向けの医薬営業支援サービス 医師・医療従事者向けの医療コンテンツサービス
所在地	東京都千代田区九段南1-5-6 りそな九段ビル
設立	1996年7月
従業員数	94名 [臨時従業員22名] (2017年12月31日時点)

ビジョン : 医学・医療のエビデンスの普及、知識・経験の共有を通じて、患者さんがより質の高い医療を効率良く受けられる社会の実現に貢献する企業

スピリッツ : **医学に、もっと「ワクワク」を!**

CareNet.com について

20万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 **274,622 名**

医師会員 **138,896 名**

(2017年12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。



CareNeTV について

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

4,179 名

(2017年12月末時点)

創業以来、約20年の医療教育番組制作の実績

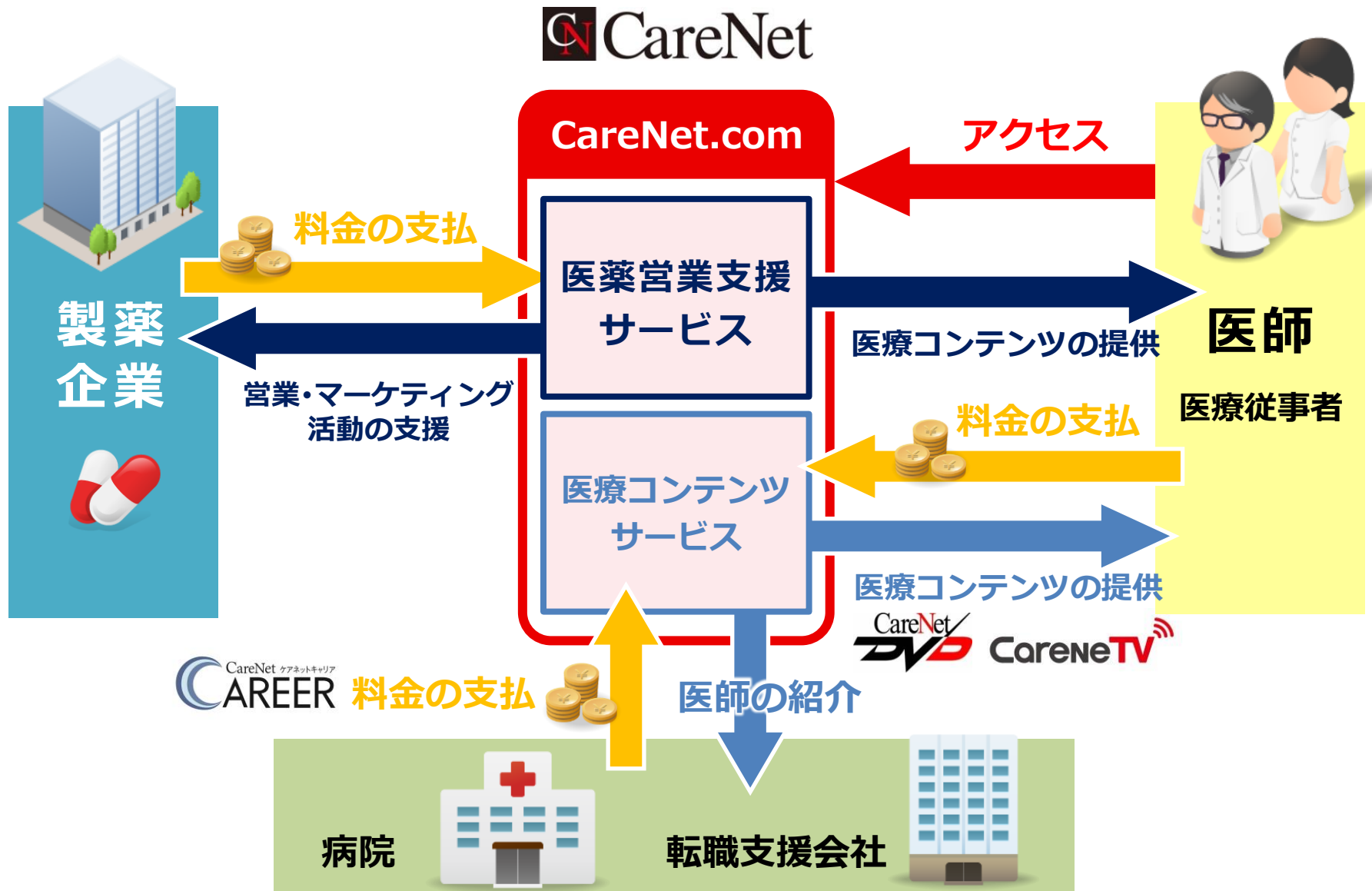
日本初の医療従事者専門TV放送局（2011.3月放送終了）を運営してきたケアネットには、豊富な医療教育番組制作実績があり、CareNeTVでは医療者の学習ニーズに合った番組を配信しています。

充実の番組ラインナップ

配信されている番組は1,600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。



当社のビジネスモデル



2017年12月期 連結決算概要

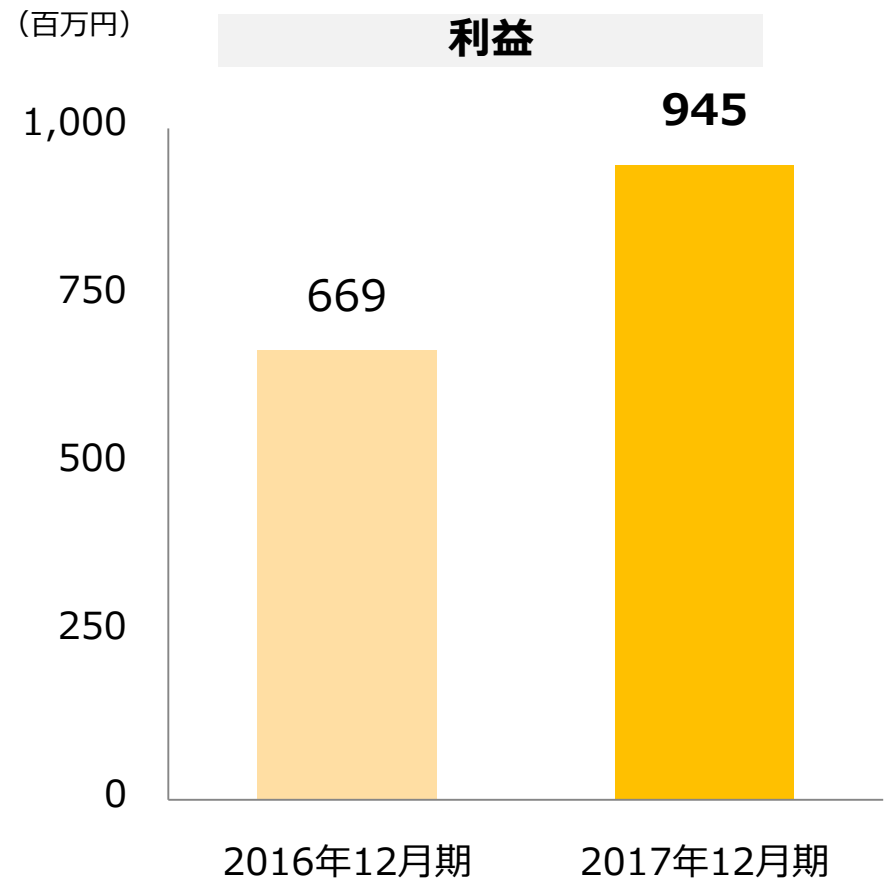
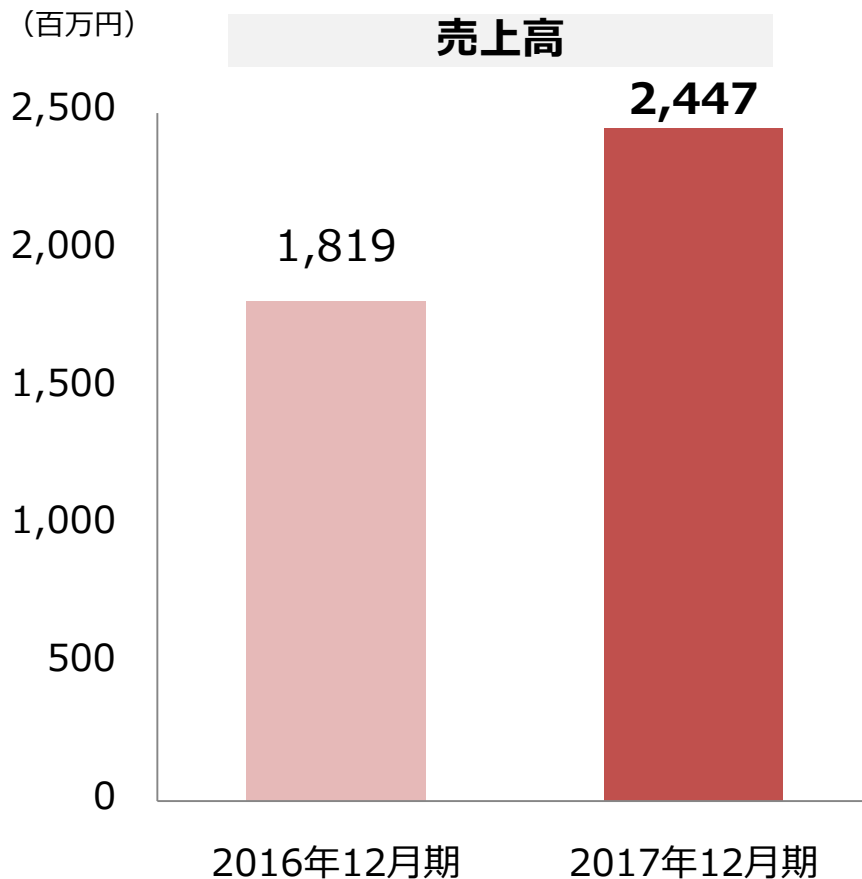
2017年12月期 決算サマリー

医薬営業支援サービスを中心に順調に推移し、増収増益を達成

(百万円)	2016年12月期 累計	2017年12月期 累計	前年同期比
売上高	2,196	2,854	+30.0%
営業利益	194	407	+110.1%
経常利益	197	408	+106.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	158	464	+192.9%

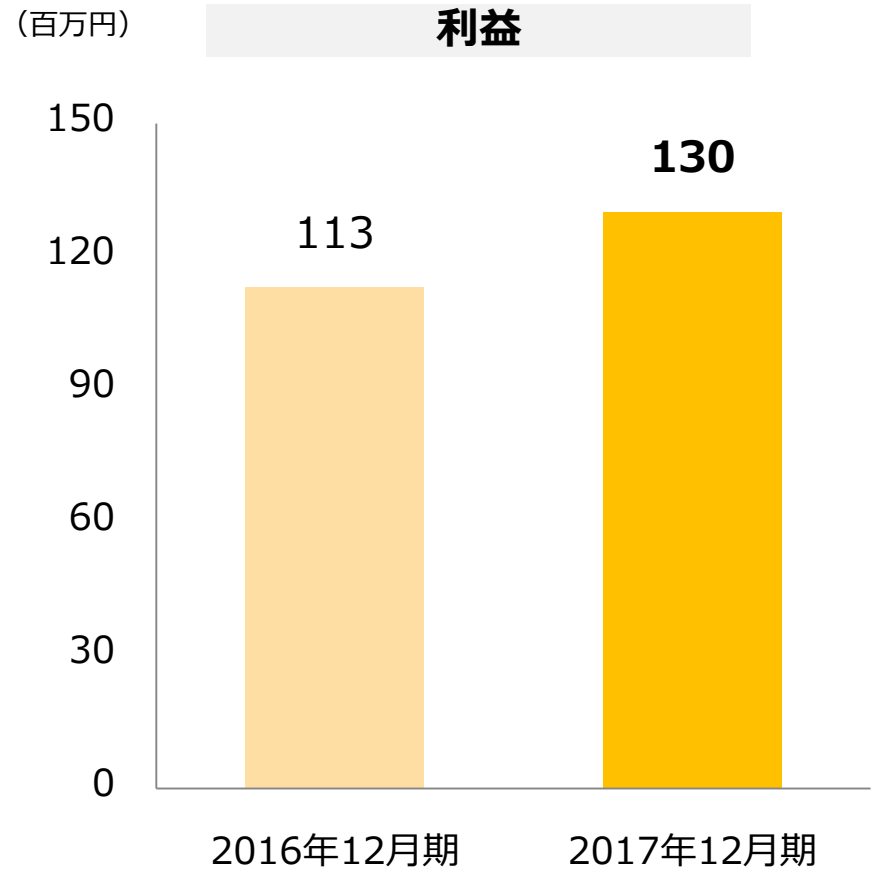
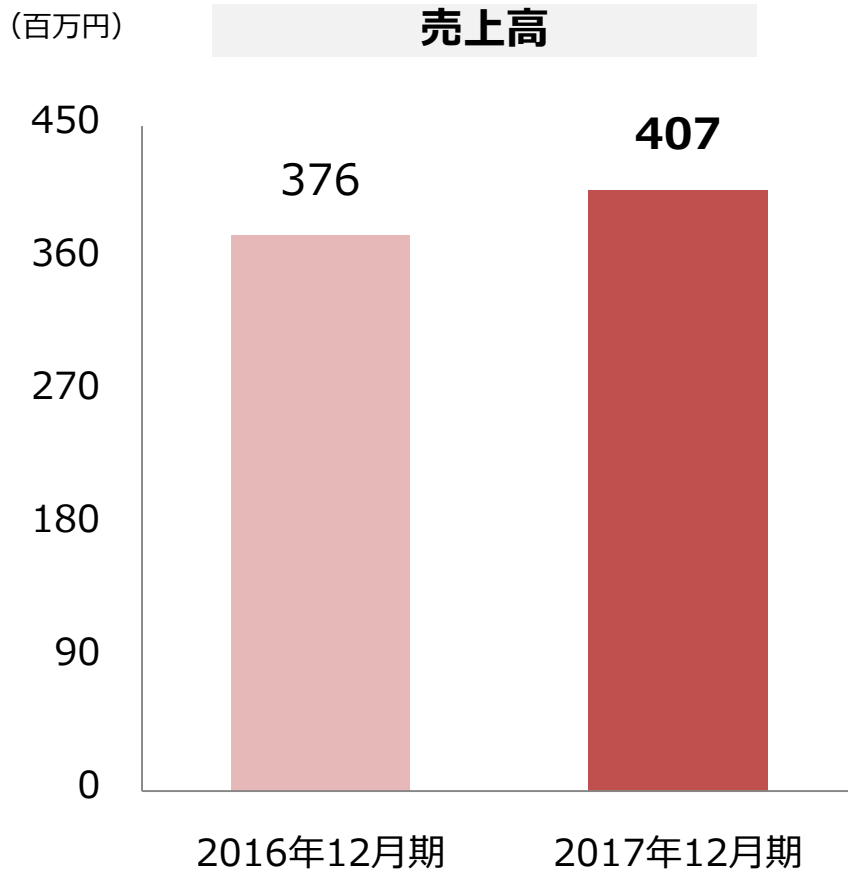
セグメント業績 — 医薬営業支援サービス —

- 売上高2,447百万円（前年同期比+34.5%）、利益945百万円（前年同期比+41.1%）と大きく成長
- Web講演会、MRPlusなど製薬企業向けeプロモーションサービスの受注が大幅に増加



セグメント業績 — 医療コンテンツサービス —

- 売上高407百万円（前年同期比+8.0%）、利益130百万円（前年同期比+14.2%）と順調に推移
- CareNeTVの会員数が4,100名を超え、売上高は219百万円
- キャリア事業は順調に推移し、前年同期比+28%の伸長



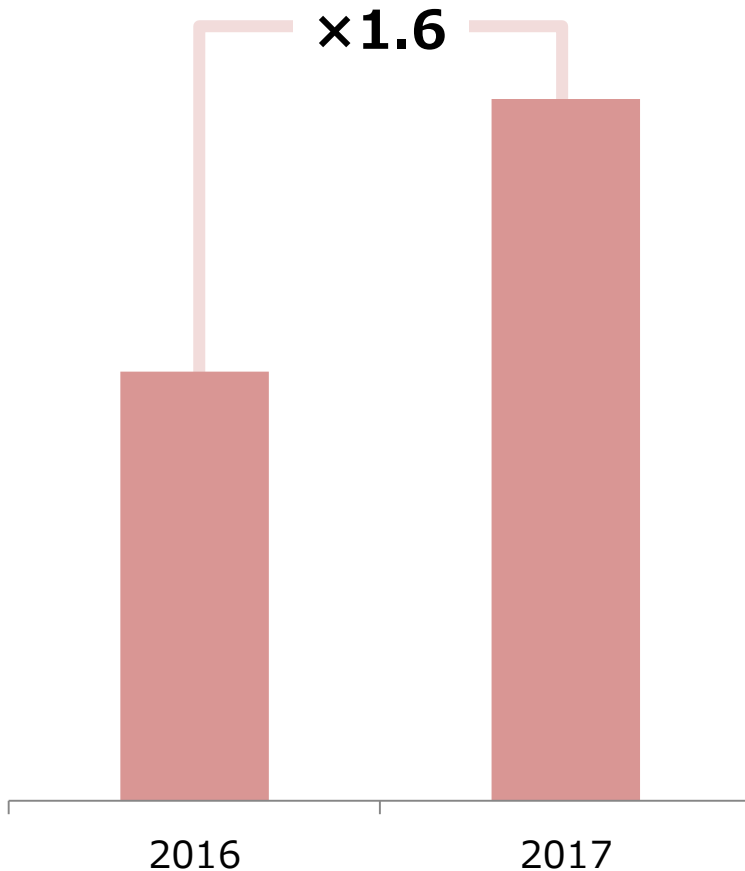
セグメント別詳細



セグメント業績 — 医薬営業支援サービス —

MRPlus、Web講演会などの製薬企業向けeプロモーションサービスの受注が増加し、売上が前年比+34.5%の伸長

web講演会 売上高

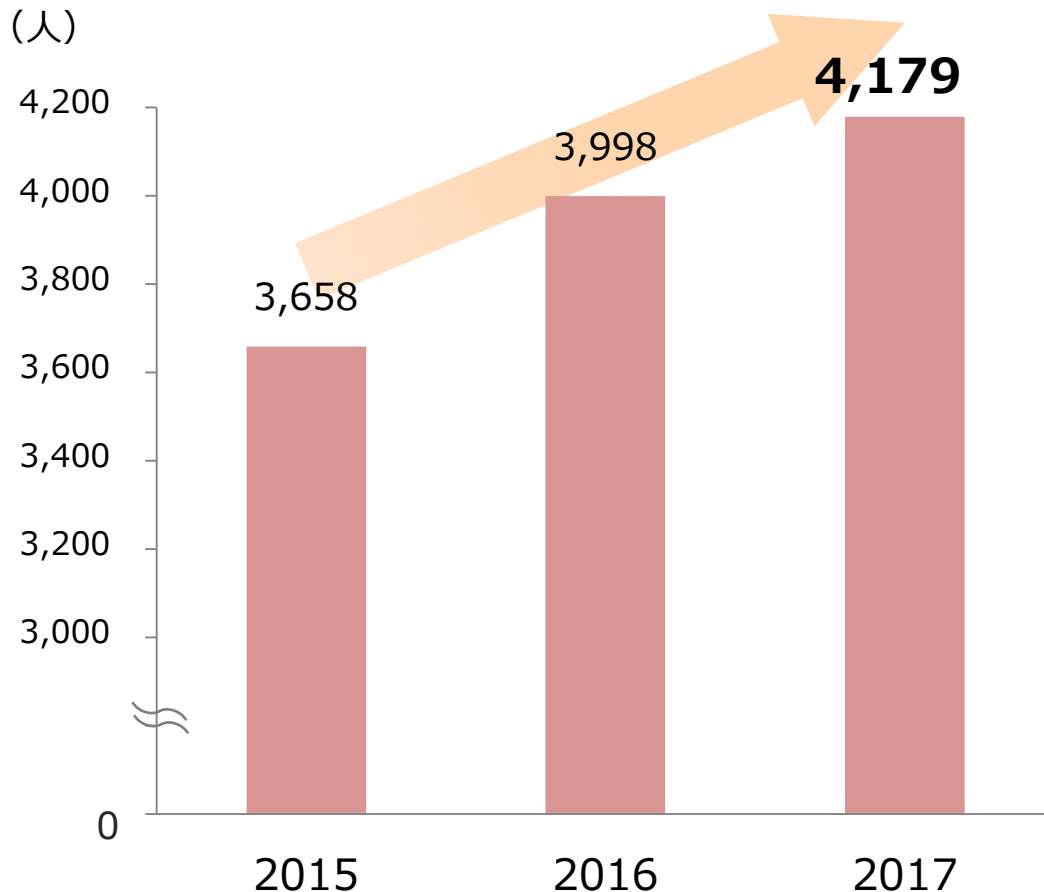


- 主力のeプロモーションサービス(MRPlus、Web講演会)の評価が高まり、売上が大きく伸長
- 特にWeb講演会においては、前年の1.6倍と売上が大幅に増加

セグメント業績 — 医療コンテンツサービス —

CareNeTVは、会員数が4,100名を超え、売上高は219百万円

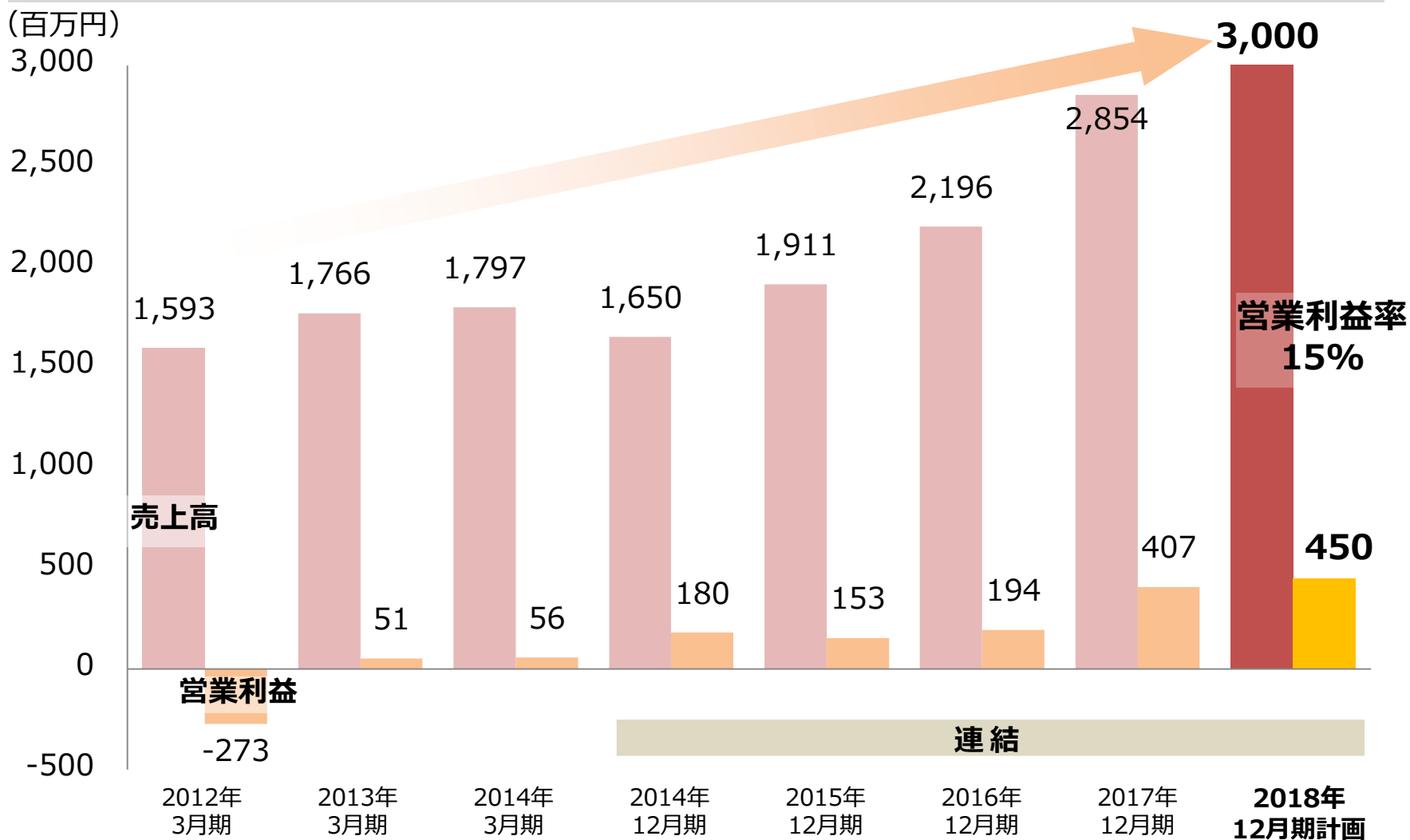
CareNeTV会員数の推移



- CareNeTV会員数は、前年より200人近く増加し、本セグメントの増収に貢献
- 番組も毎月10本程度の自社企画の新作番組更新を重ね、2017年12月末時点で約1,600番組のラインナップ

2018年12月期 業績計画

売上高3,000百万円、営業利益450百万円で継続的な成長を目指す



※2014年12月期は9カ月の変則決算です

既存ビジネスのイノベーション

2020年の主な医薬品ライフサイクルマップ

発売年	導入期	成長期	成熟期
	2019~2020年	2016~2018年	2008~2015年
I 内科 中心 型	<ul style="list-style-type: none"> ・ BACE阻害薬 (認知症) ・ 脂質異常症 <p>8</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ DPP-4阻害薬配合剤 ・ 抗アレルギー薬 ・ 脂質異常症 <p>9</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ DPP-4阻害薬 ・ SGLT-2阻害薬 ・ GERD/消化性潰瘍 ・ 認知症 <p>CareNetのメイン顧客 30</p>
II 混 在 型	<ul style="list-style-type: none"> ・ 慢性疼痛 ・ 慢性心不全 ・ 抗アミロイドβ抗体 (認知症) <p>16</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ PCSK-9抗体 (脂質異常症) ・ 抗IL-5抗体 (喘息) <p>14</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ DOAC ・ 骨粗鬆症 <p>23</p>
III 専 門 科 偏 在	<ul style="list-style-type: none"> ・ 肺がん ・ 前立腺がん ・ リウマチ ・ HIF-PH阻害薬 (透析) <p>25</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 免疫CP阻害薬 ・ 多発性骨髄腫 ・ リウマチ ・ 統合失調症 ・ 乾癬 <p>30</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大腸がん ・ 前立腺がん ・ リウマチ <p>22</p>

● ピークセールス100億円以上の薬剤数 (2020年)

疾患を分類すると3つのカテゴリに分類できる

内科と
専門科の差 疾患タイプ

糖尿病

51%

一般内科

20%

糖尿病内科

+31%

I 内科中心型

骨粗鬆症

37%

一般内科

35%

整形外科

-2%

II 混在型

前立腺癌

94%

泌尿器科

-93%

III 専門科偏在型

市場の動向から伺える課題

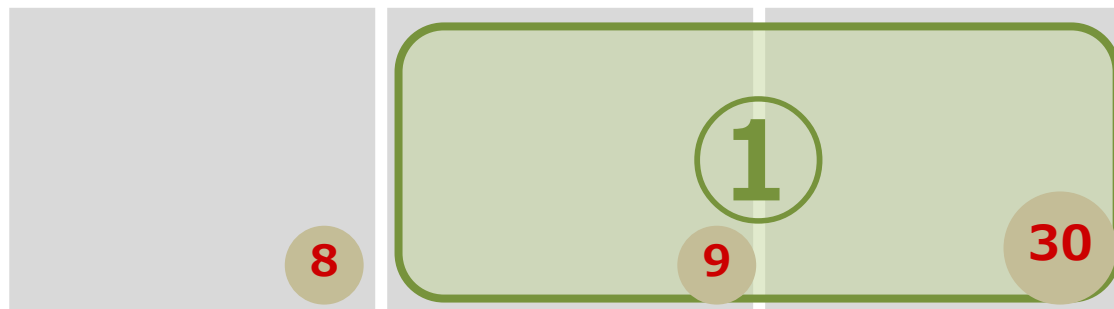
1. 「**I 内科中心型**」は、糖尿病治療薬などが成熟期に突入
2. 新薬の小粒化が進展
(ほとんどが100-200億円)
3. 新薬の半分以上は、病院専門医が処方する
「**Ⅲ 専門科偏在型**」

当社が自律的に進化し続けるための課題に対応して行く

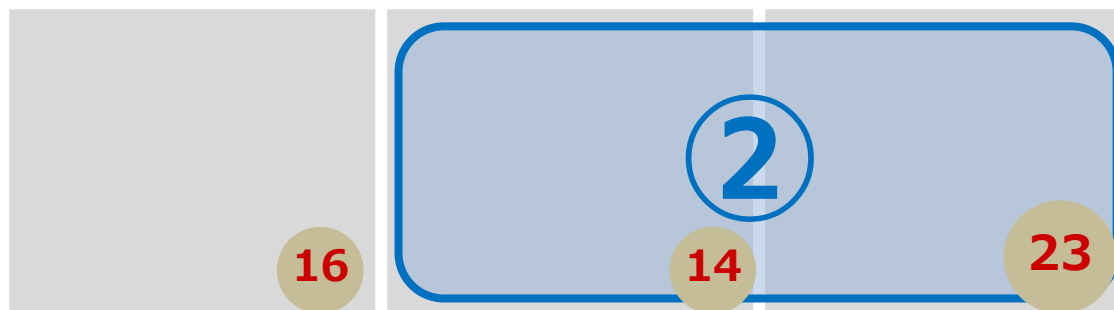
セグメント別のニーズ合わせてソリューションを進化させる

● ピークセールス100億円以上の薬剤数（2020年）

I 内科中心型



II 混在型



III 専門科偏在型



導入期

成長期

成熟期

ライフサイクル

セグメント別マーケティングニーズ

I 内科中心型

① MR訪問低減下での
ブランド処方維持

II 混在型

② 患者発掘

III 専門科偏在型

③ 専門MRに限られた
ターゲット病院にアクセス

導入期

成長期

成熟期

ライフサイクル

新規投入するセグメント別ソリューションの方向性

I 内科中心型

① 発展型MRPlus
(MR減少をeで効率化)

II 混在型

② 開業医向け疾患啓発
患者発掘支援

III 専門科偏在型

③ ケアネット主導型
医師教育サービス

導入期

成長期

成熟期

ライフサイクル

END

