



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 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	東京都千代田区富士見1-8-19 住友不動産千代田富士見ビル
設立	1996年7月
従業員数	161名 (2021年12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。

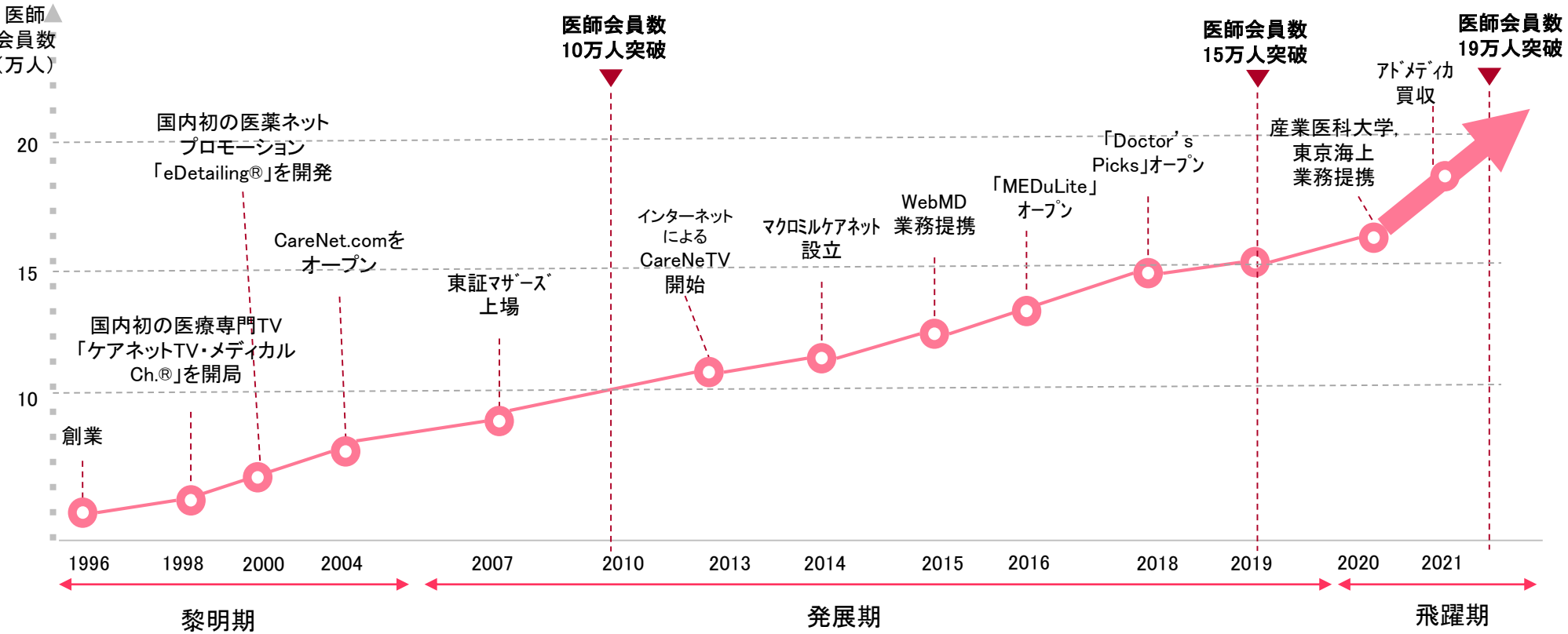
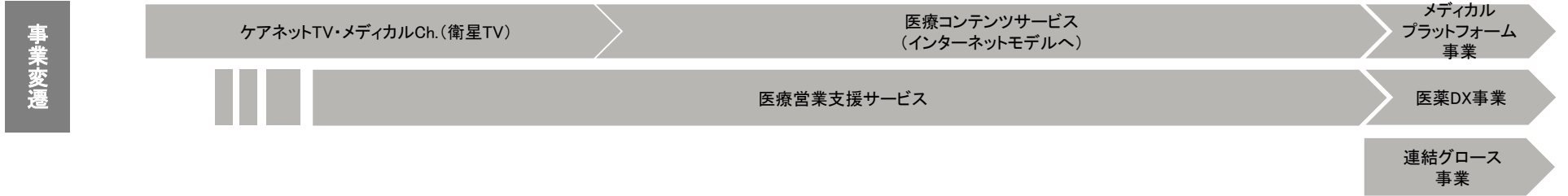
## 企業理念

### 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。

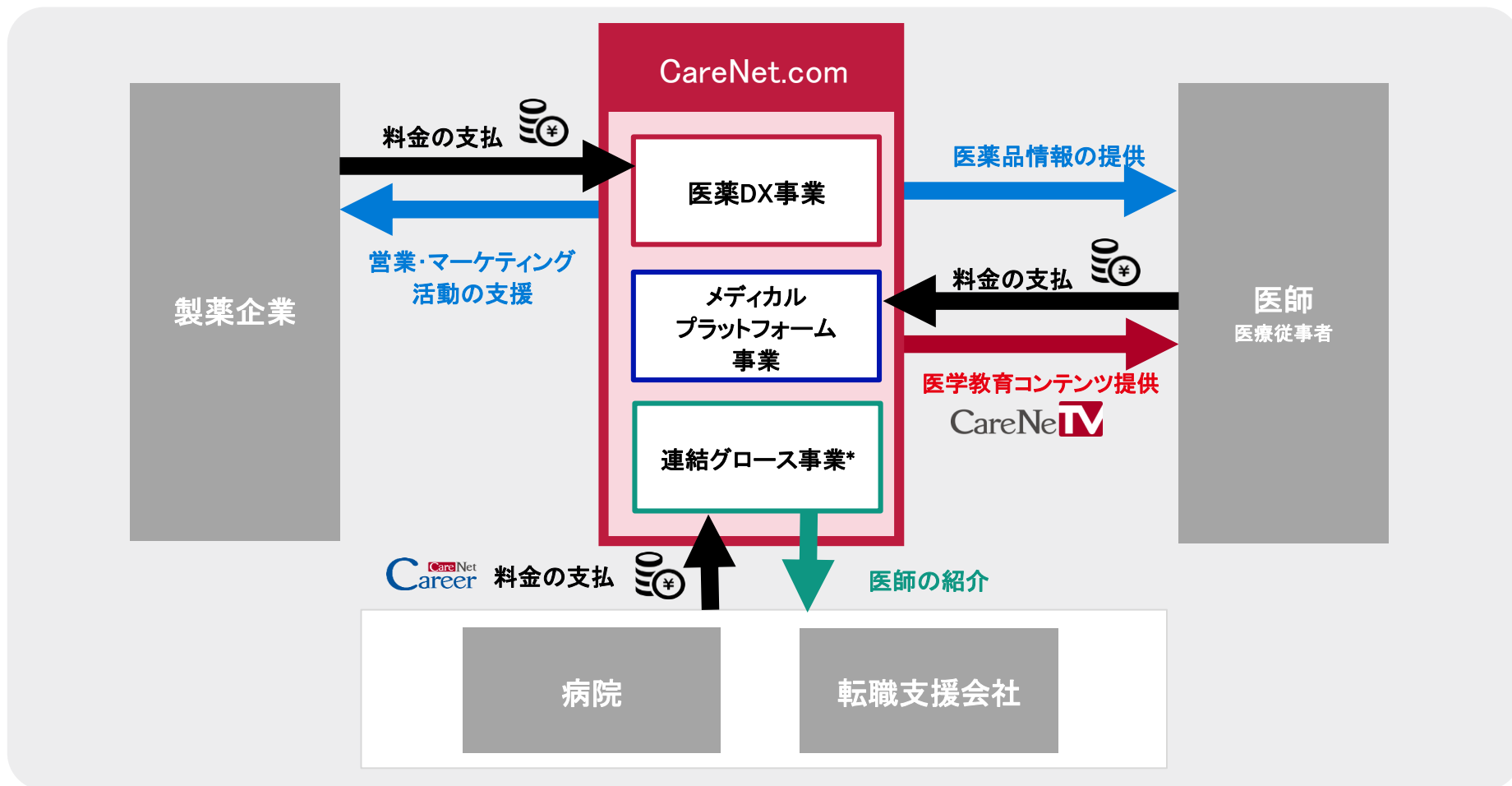
# 創業時からの歩み

■ 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。



\*「連結グロース事業」は、当社の連結子会社群の事業をまとめた総称であり、「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

## 約40万人の医療従事者に利用されている医療情報専門サイト



<h3>会員数</h3>	<h2>394,296 名</h2>
<h3>医師会員</h3>	<h2>193,946 名</h2>

(2021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。

# 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



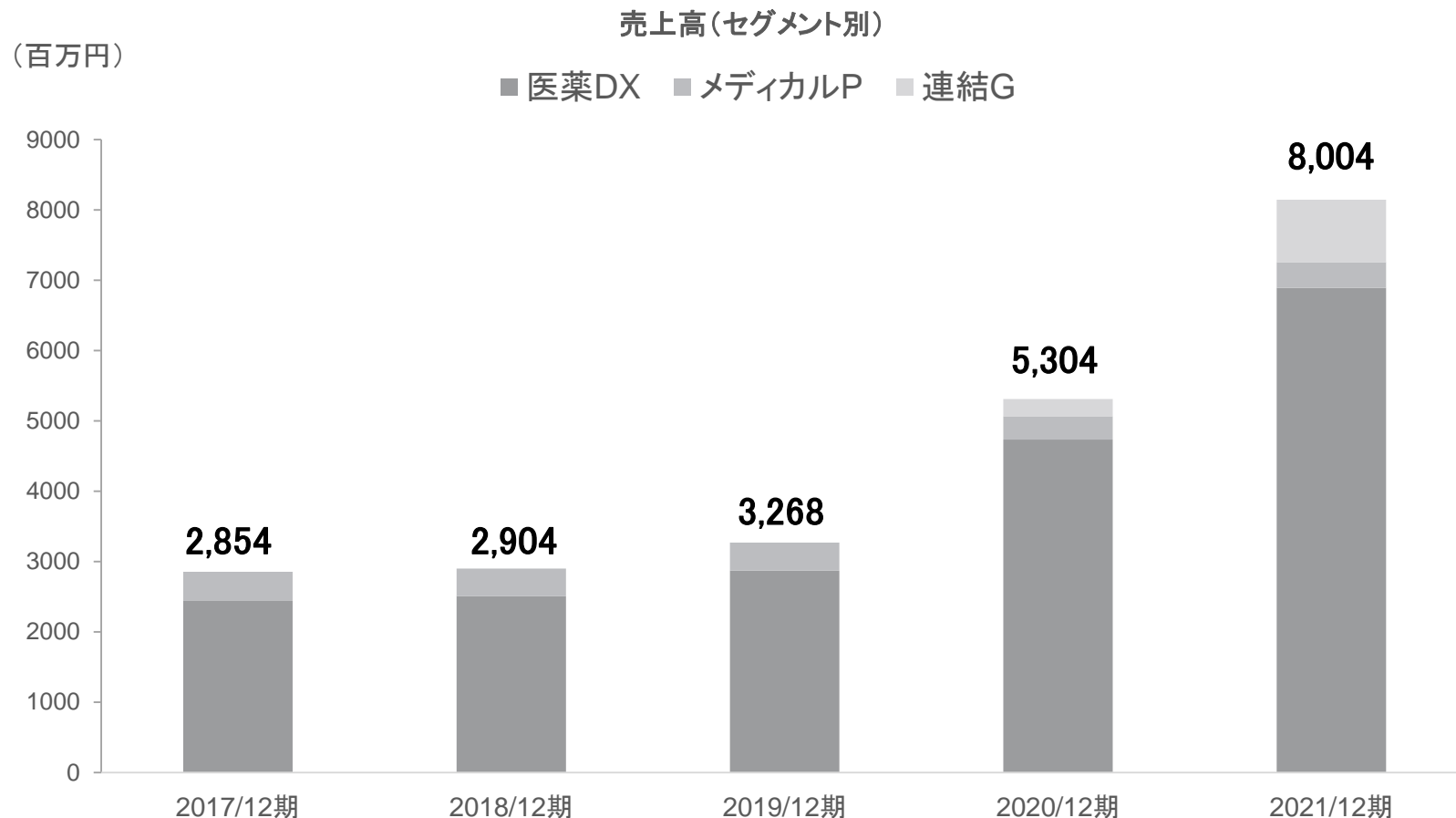
**有料会員数** **6,074 名**  
(2021年12月末時点)

**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。直近2期は対前年40%超で成長。
- 「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中。

# 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。

## 2021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	6,894	364	887	8,004
営業利益	3,841	49	55	2,532
営業利益率	55.7%	13.5%	6.2%	31.6%
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△141百万円(親子間取引の相殺)、セグメント利益調整額△1,413(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)

	2021年12月期 連結全体	対売上高 比	内容
売上高	8,004	—	<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	2,445	30.6%	<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	5,558	69.4%	<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	3,026	37.8%	<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	2,532	31.6%	<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強化が必要となるため、売上が営業利益率増に直結するとは限りません。</li> </ul>

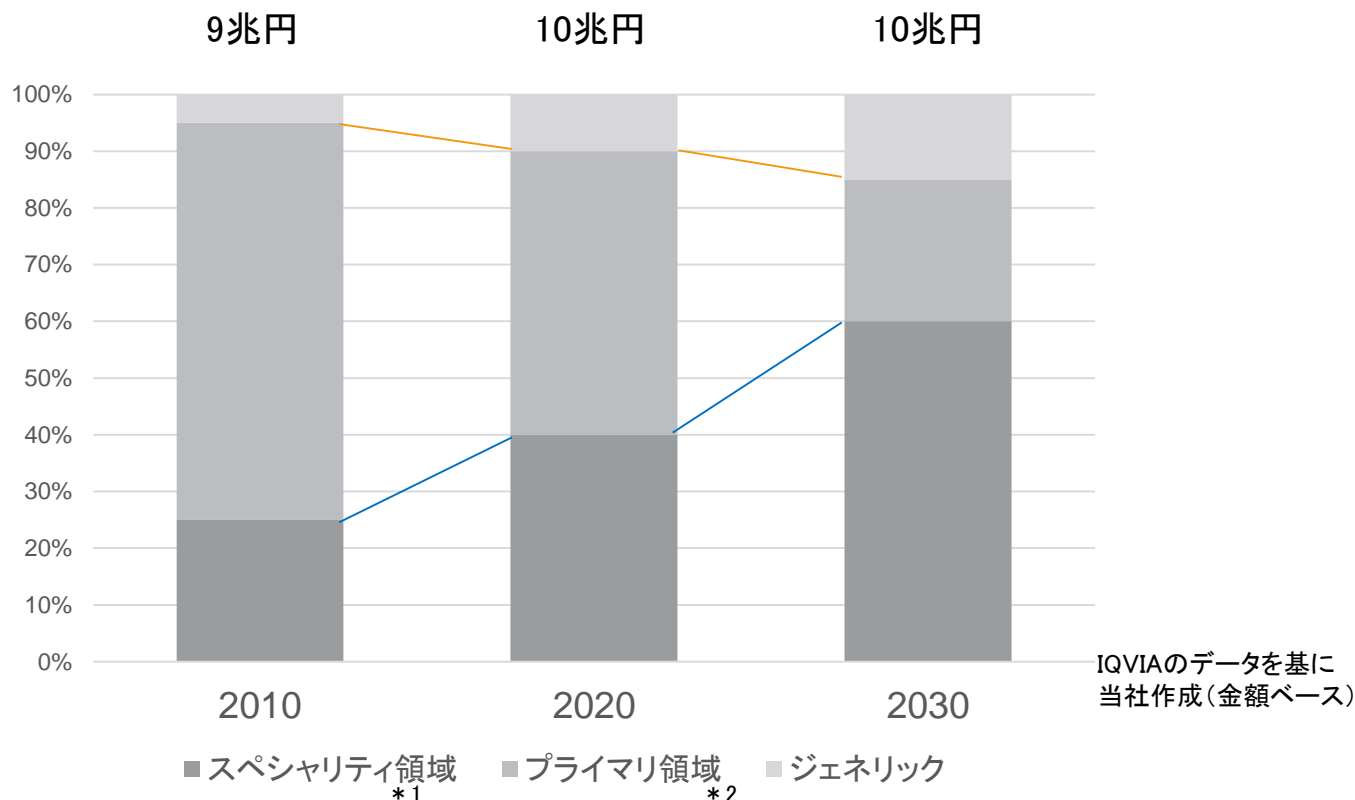
## 2. 市場環境 - 医薬DX事業

### 【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

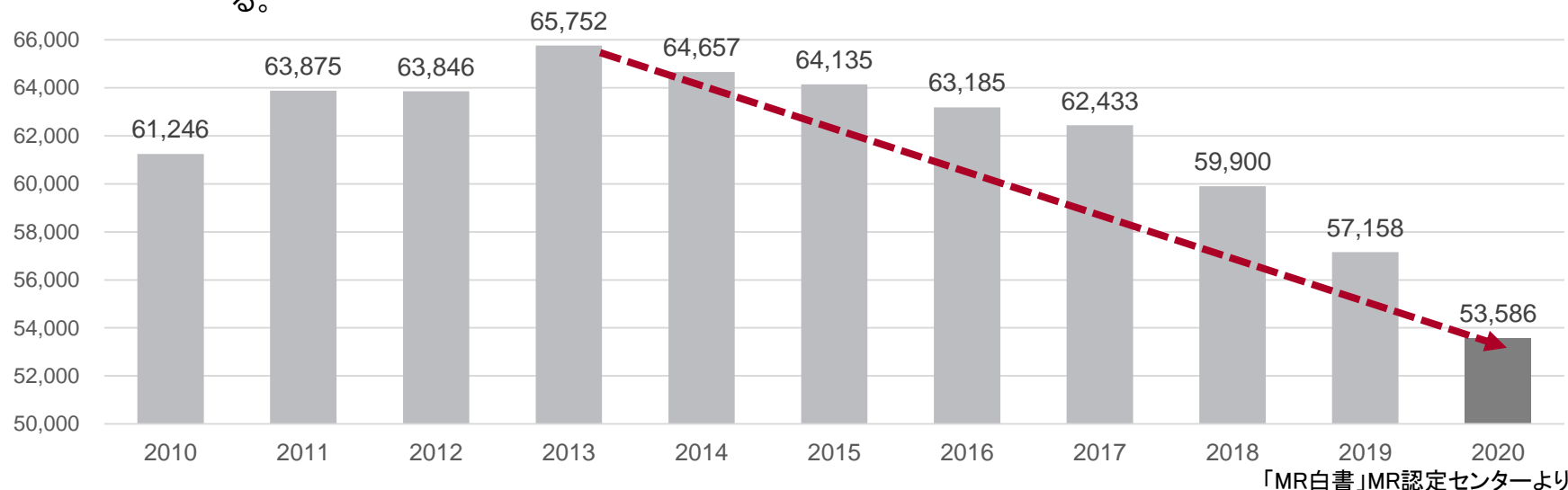
\*2 プライマリ領域の医薬品: 降圧剤等生活習慣病の治療薬などに用いられる大量生産を目的とした低分子化合物医薬品

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

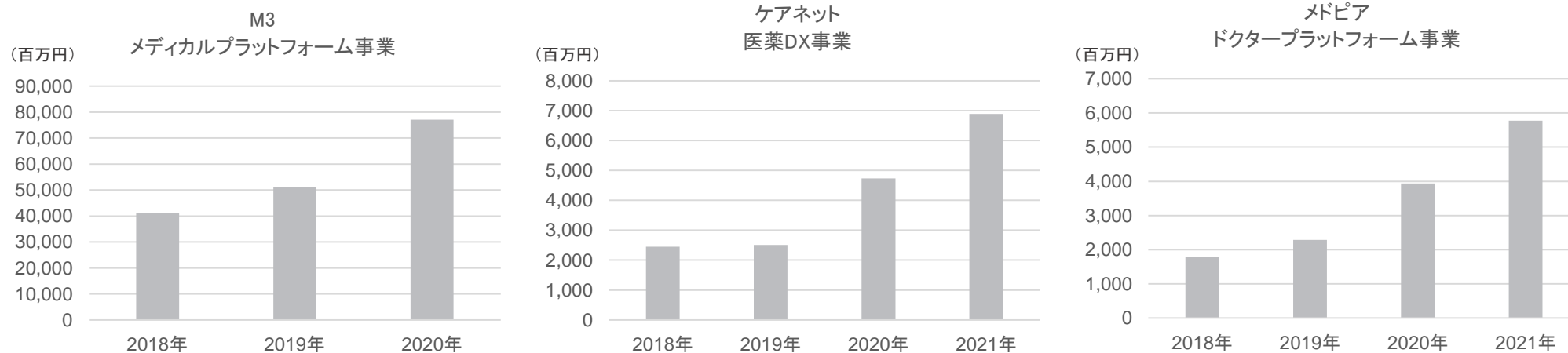
## MR数

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。



## 各社医薬DX売上

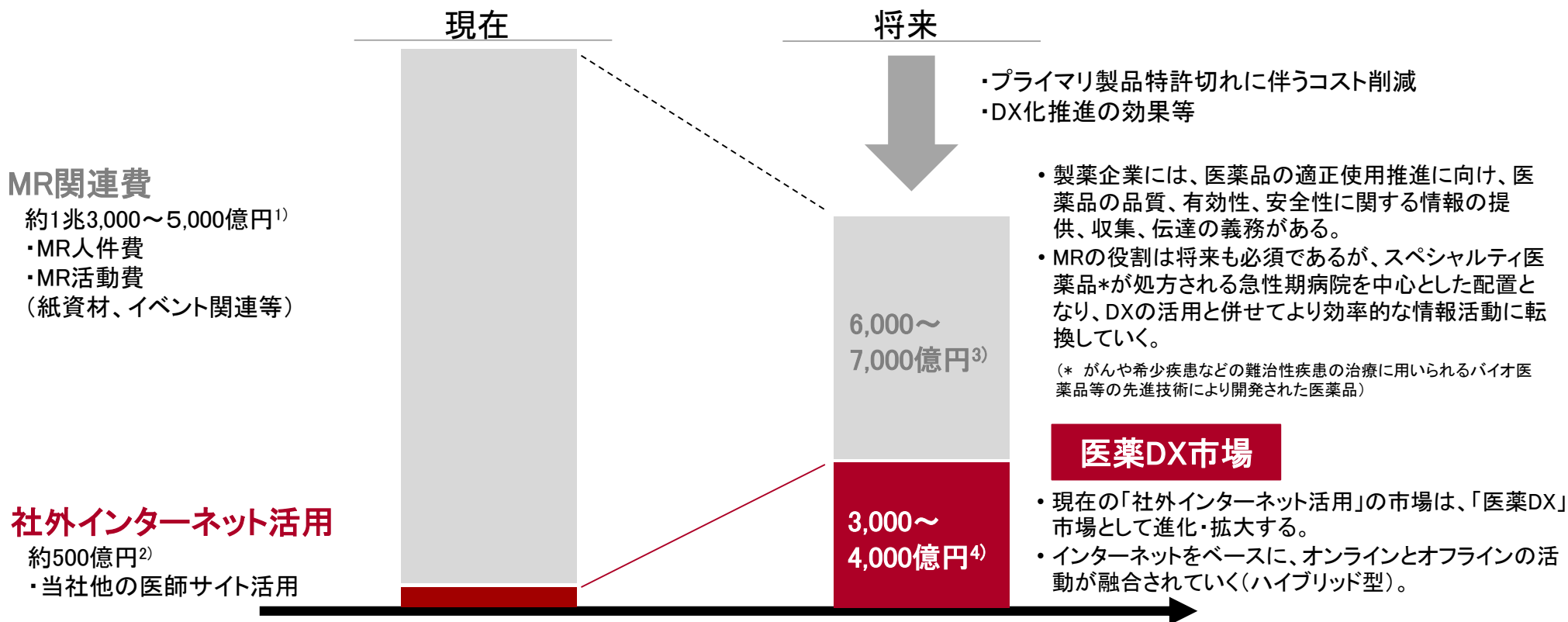
MR数の削減に合わせて、インターネットによる情報提供が進んでいる。



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2021年度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

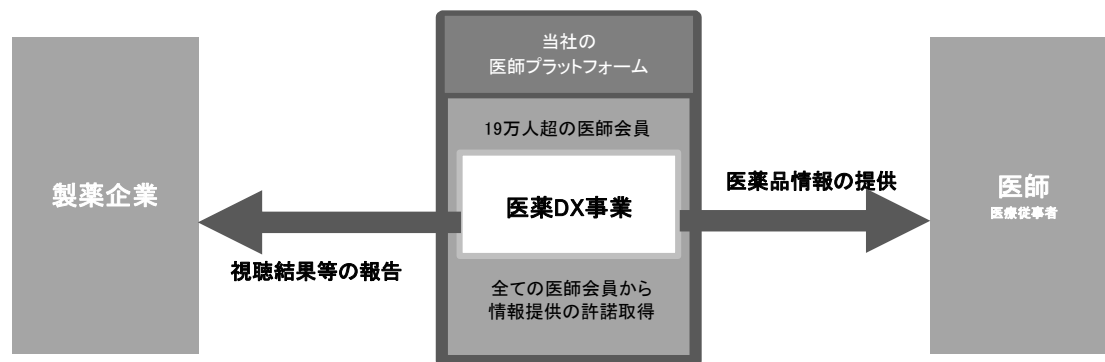
# 競争優位性

- 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

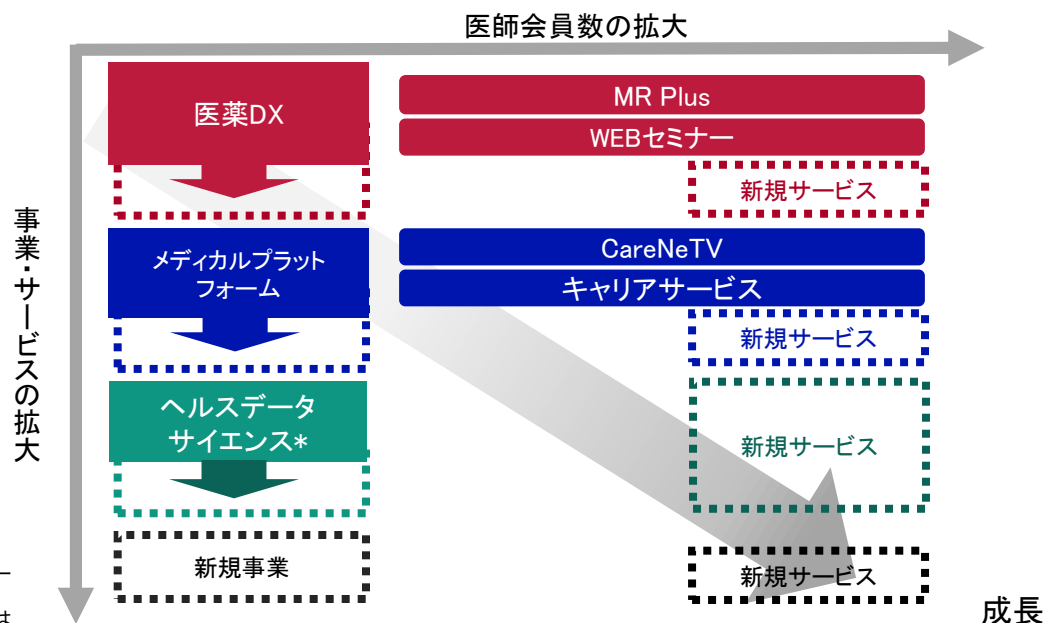
当社は医師プラットフォームを軸に事業を展開しています。事業の成長には、この医師プラットフォームが不可欠であり、この医師プラットフォームに登録する医師会員数は、当社にとって重要な「経営指標」になります。

## 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12月末現在の医師会員数は193,946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

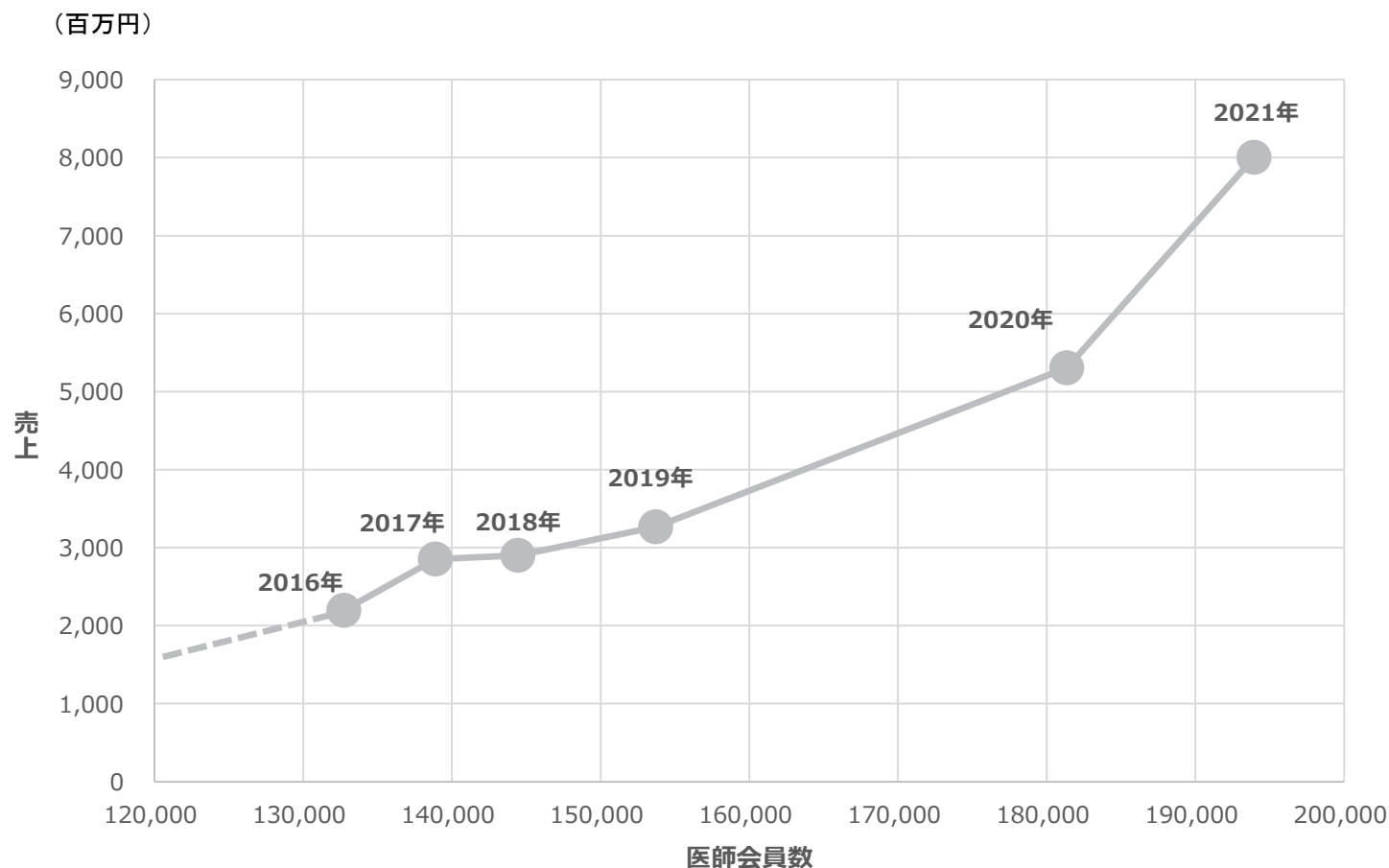
当社は現在、医師プラットフォームを活用し、3つの事業セグメントを展開しています。それぞれにおいて主要なサービスを提供し、収益を上げています。当社の成長モデルは、医師会員数の拡大を通じ、既存の事業セグメントでの事業拡大を図りつつ、新規事業セグメントを開発すること、また、各事業セグメントにおいて新規サービスを開発することです。



\* 前回の資料では、将来の事業開発において「ヘルスデータサイエンス事業」を「連結グロース事業」との呼称でも表記（または併記）しておりましたが、「連結グロース事業」とは1）当社の連結子会社群の売上の集計であり必ずしもヘルスデータサイエンス事業を指すものではなく、また、2）その事業セグメント自体がビジネスモデルの説明ではないため、今後の事業開発の説明においては、単に「ヘルスデータサイエンス事業」とのみ表記いたします。

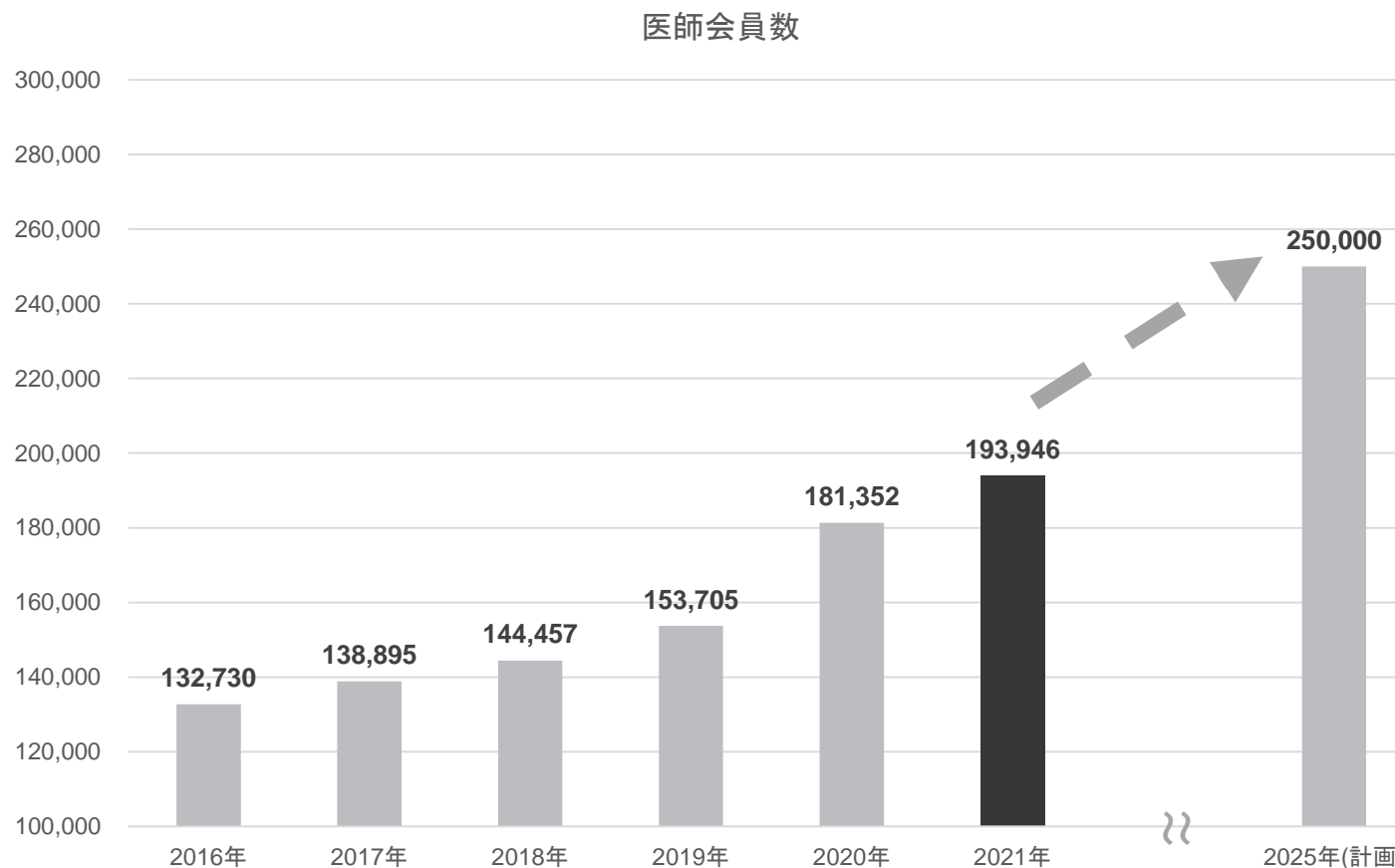
# 経営指標としての医師会員数－医師会員数と当社業績との関係

- 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12月末時点で19万人を突破しております。



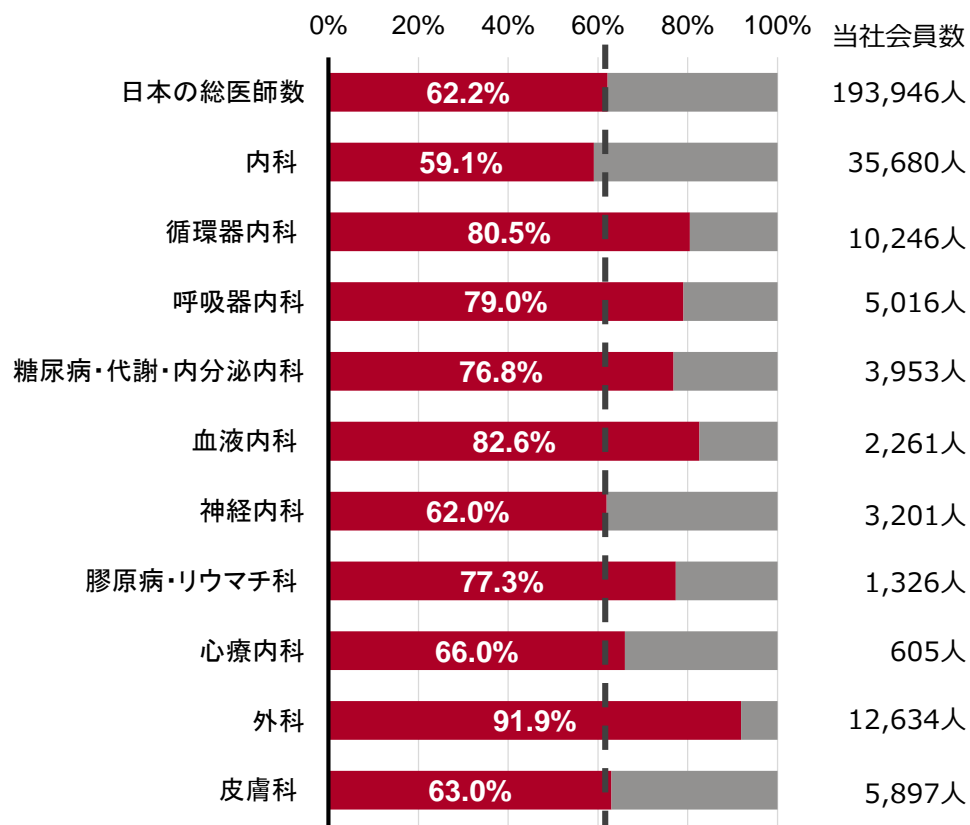


# 医師会員の属性

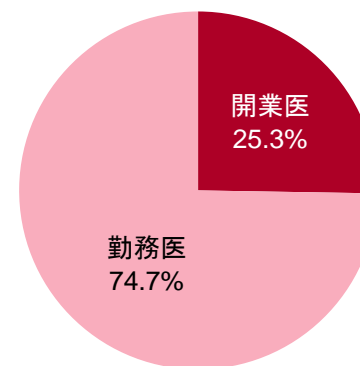
■ 専門診療科において、約7割以上の医師が当社の医師会員となっております。

## 主な診療科

厚生労働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



193,946人の医師登録のうち48,994人は開業医、  
144,952人は病院勤務医（2021年12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

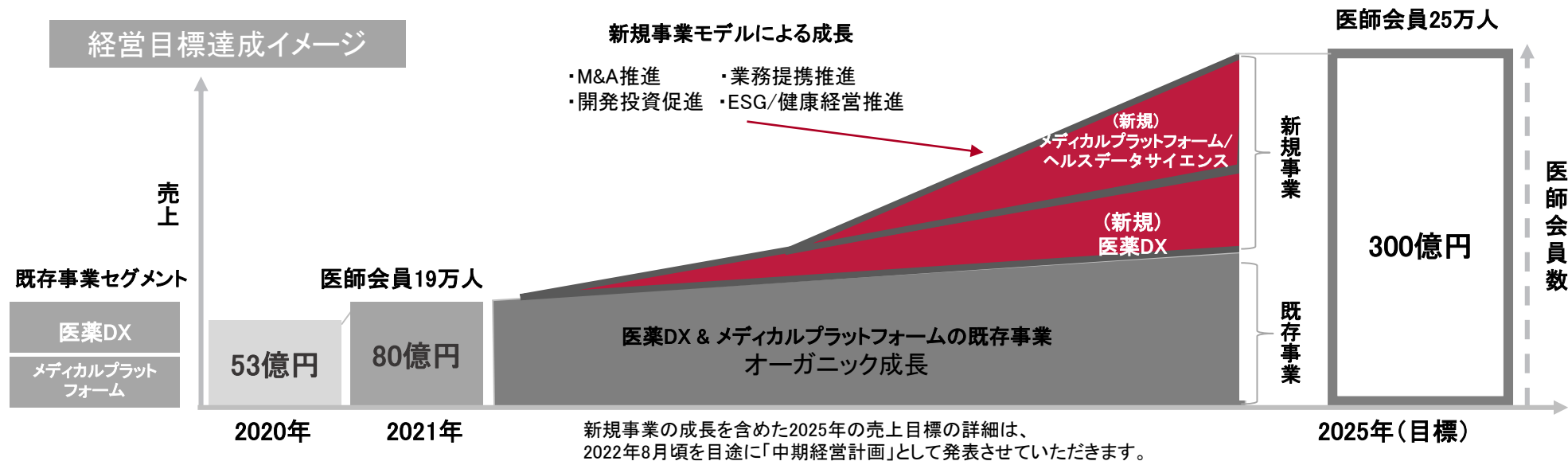
- ・医学部生や臨床研修中の若手医師に対し、CareNeTVの無料提供等の活動を通じ、早い段階から当社サービスの認知を図り、会員登録に繋げていきます。

## 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: 新規事業開発を通じた成長

- 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、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。



	既存事業	新規事業		
		市場	開発	
医薬DX	MR Plus WEB講演会	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	リモートDTLやAI等を活用し、製薬会社医薬品営業のDX化を推進する	1)本資料P.15参照
医療プラットフォーム	CareNeTV キャリアサービス	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	医師会員の診療及び経営(集患、業務効率化etc)を支援する	2)厚生労働省「医療施設(動態)調査・病院報告」より
ヘルスデータサイエンス		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.32参照

# 中期ビジョン達成に向けた課題：新しい医薬DX事業モデルの構築

- 中期ビジョン達成のためには、当社の主力事業である医薬DX事業を軸にした成長戦略が必要。
- 医薬DX事業の成長拡大のためには、既存の「eプロモーション」モデルだけでは不十分。

## 現状の事業モデル（eプロモーションモデル）



事業対象医薬品	市場の動向	eプロモーションの課題	解決の方向性
プライマリ・ケア 医薬品	MR削減に連れ、代替手段としてのeプロモーションの利用拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ MR代替として期待される伝達率の実現</li> <li>・ eプロモーション競合に対する競争優位</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 会員数の拡大</li> <li>・ eだけでなく人も活用したハイブリッドな伝達方法の確立</li> </ul>
スペシャルティ 医薬品	専門性の高いスペシャリティ薬の承認ラッシュに対応するマーケ・営業の人材不足	スペシャルティではKOLを軸とした地域の専門医の研究ネットワーク構築が鍵となるが、現在の一方向のeモデルでは貢献が難しい	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ KOLとのエンゲージメントを実現するプラットフォーム</li> <li>・ MR活動との連携で生産性向上</li> </ul>

- 上記の課題解決に向けた新しい「医薬DX事業モデル」の開発が必要。
- 体制構築、事業提携を進める上で必要となる十分な資金の確保も行き、開発の加速化を目指す。

# 事業開発の加速化に向けた調達資金の実施

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）

## 実施

### 調達方法

- 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）
- 行使期間：2年以内（2021年9月6日～2023年9月5日）

### 調達予定額

- 6,330百万円（新株予約権10,000個発行、新株予約権1個につき100株）

## 結果

### 調達の中止

- 6,700個の新株予約権が行使された（行使率67.0%）時点（2021年12月20日付け）で残存する新株予約権3,300個を取得・消却することにより以降の調達を中止。

### 調達資金額

- 3,557百万円

### 中止の理由

- 開始当初は調達は順調に進んだものの、以降、当社株価が軟調に推移し、本新株予約権の行使が進みにくい状況となり、資金調達が停滞。
- 当初より新規事業開発は段階的に取り組む計画であり、当面の開発を計画通り着手するために必要な資金は十分確保できたと判断。

## 新規事業開発への影響

- 当社の中期経営ビジョン達成のためには、開発に速やかに取り組むことが最優先。
- 開発必要資金については、本調達資金及び手許資金の投入、提携の活用等の手段で十二分に充当可能であり、当初計画の変更は不要。

# 2022年度からの医薬DX事業モデル開発計画概要

事業モデル	医薬DX事業モデル	
		ハイブリッドモデルでの情報提供受託
目標（2025年までに達成）	全国10万軒の病医院へのデリバリー（プライマリ・ケア、スペシャリティ両領域）	全国1,000軒の基幹病院へのデリバリー（スペシャリティ領域を主にターゲット）
ソリューション	リアルとネットのハイブリッドチャンネルによるターゲットへの確実なリーチ	KOLから症例経験の共有を通じた地域基幹病院専門医への新規治療法普及

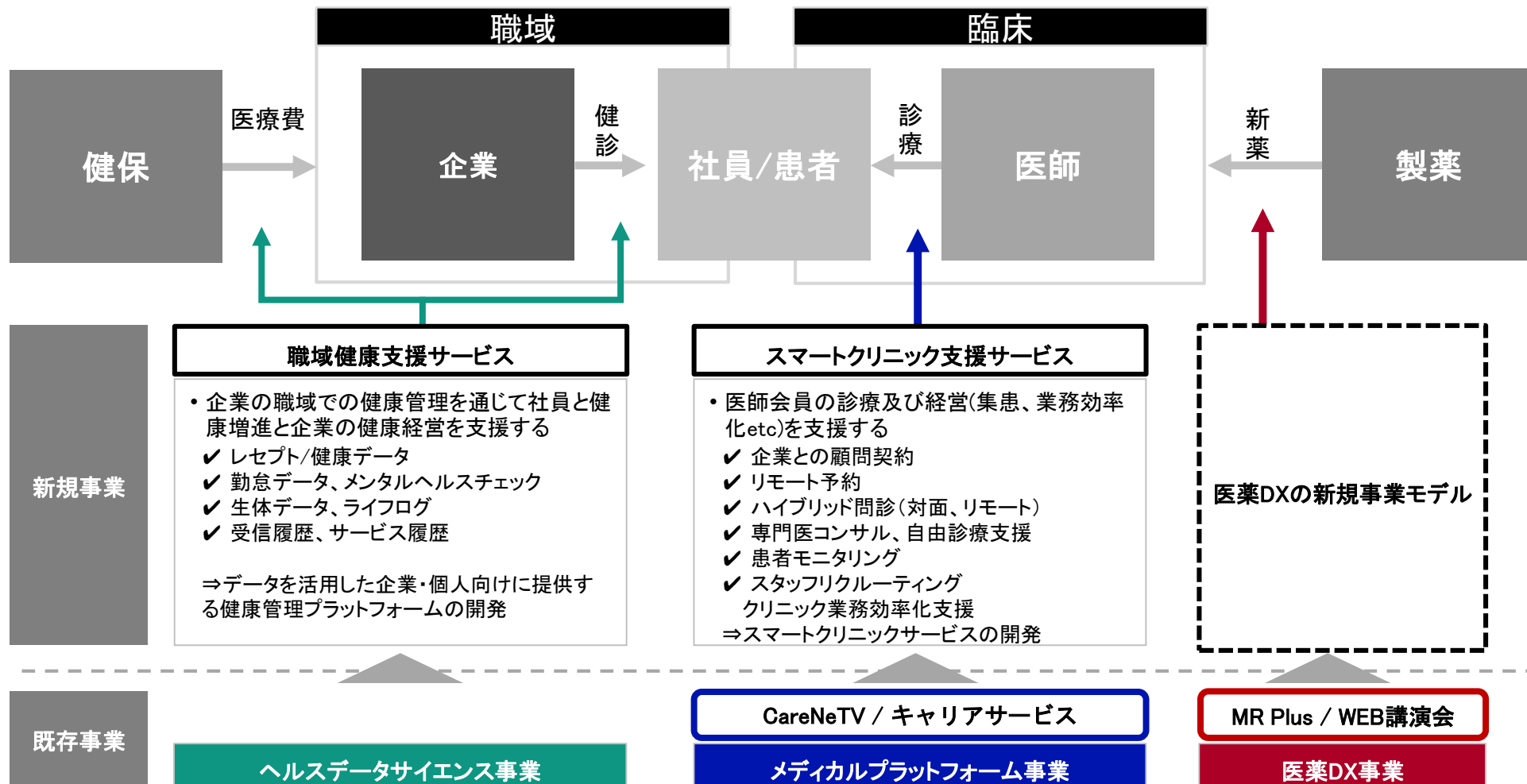
開発目標 (2022-2023)	プラットフォーム拡張	リアルとeDTLが連携したプラットフォーム		KOLとの双方向のエンゲージメント	
	AI投入	デリバリーメッセージの最適化		ターゲティング(医師、患者)の最適化 専門医へのAI応答	
	リソース拡充	DMR*投入	医師会員拡大	医療データ分析	KOL囲い込み
開発アプローチ（含む提携、M&A）		DMR自社採用・育成	当社メディカルプラットフォーム事業との連携 ・教育(動画/書籍) ・キャリアサービス等のコンテンツ拡大	AI企業との提携	メディカルコーディネーター採用・育成
		CSOとの提携		当社ヘルスデータサイエンス事業開発との連携	当社メディカルプラットフォーム事業(教育)との連携

2021年度に調達した資金を開発の各モジュールに配分し、自社開発、提携、M&A等を組み合わせて開発を本格化。

\* ) DMR : Digital Medical Representativeの略。製薬企業に派遣される、デジタルで武装された(デジタルのトレーニングを受け、プラットフォームと活動を連携できる)MRを指す。

# 中長期で開発を目指す新規事業領域

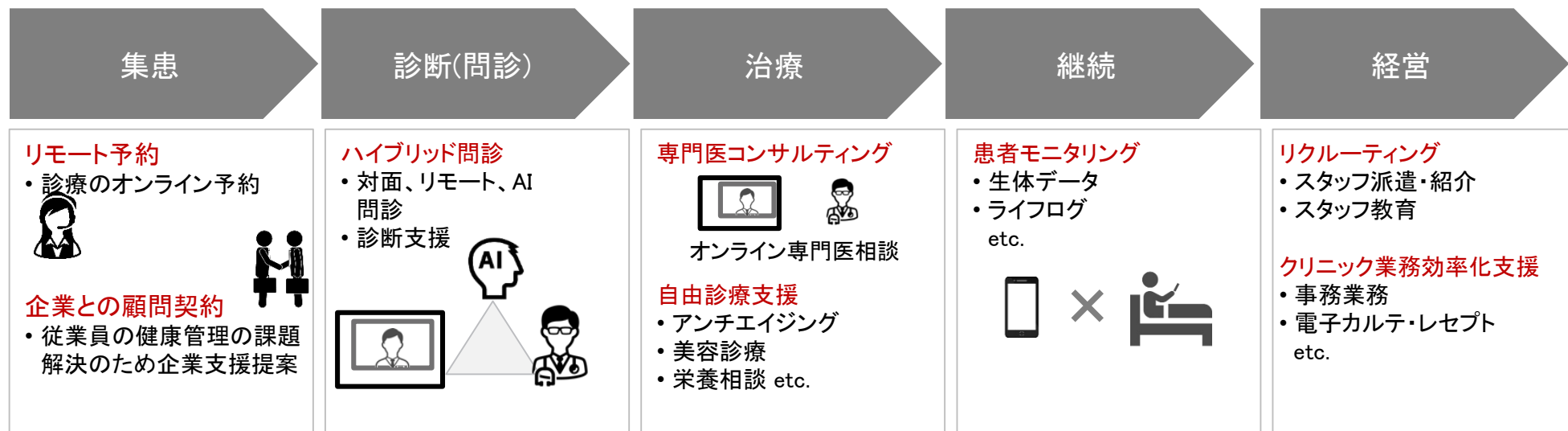
- 主力事業である医薬DX事業の更なる成長に合わせ、当社の医師プラットフォームを軸に、新規成長事業として、クリニック支援を行う「メディカルプラットフォーム事業」、職域を通じた健康管理・健康経営を支援する「ヘルスデータサイエンス事業」に取り組めます。



# 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

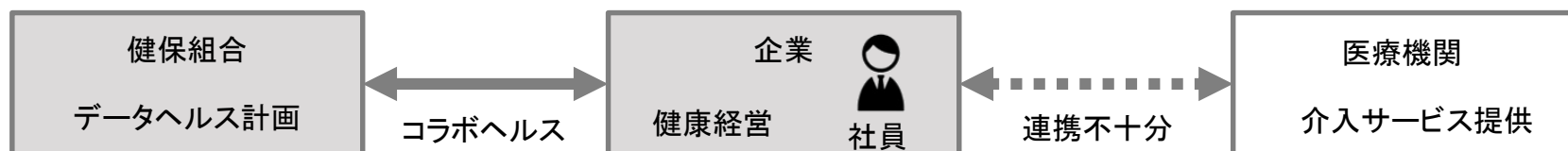
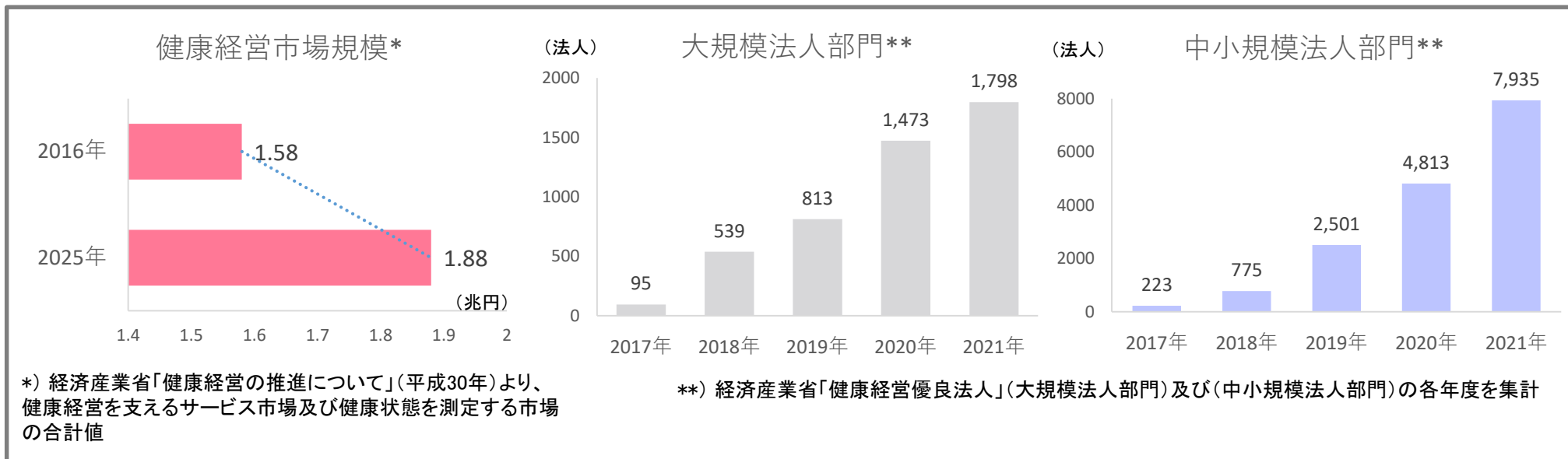
専門医が選ぶ医学ニュース

**D**octors' Picks



## ヘルスデータサイエンス事業(開発段階)-事業機会

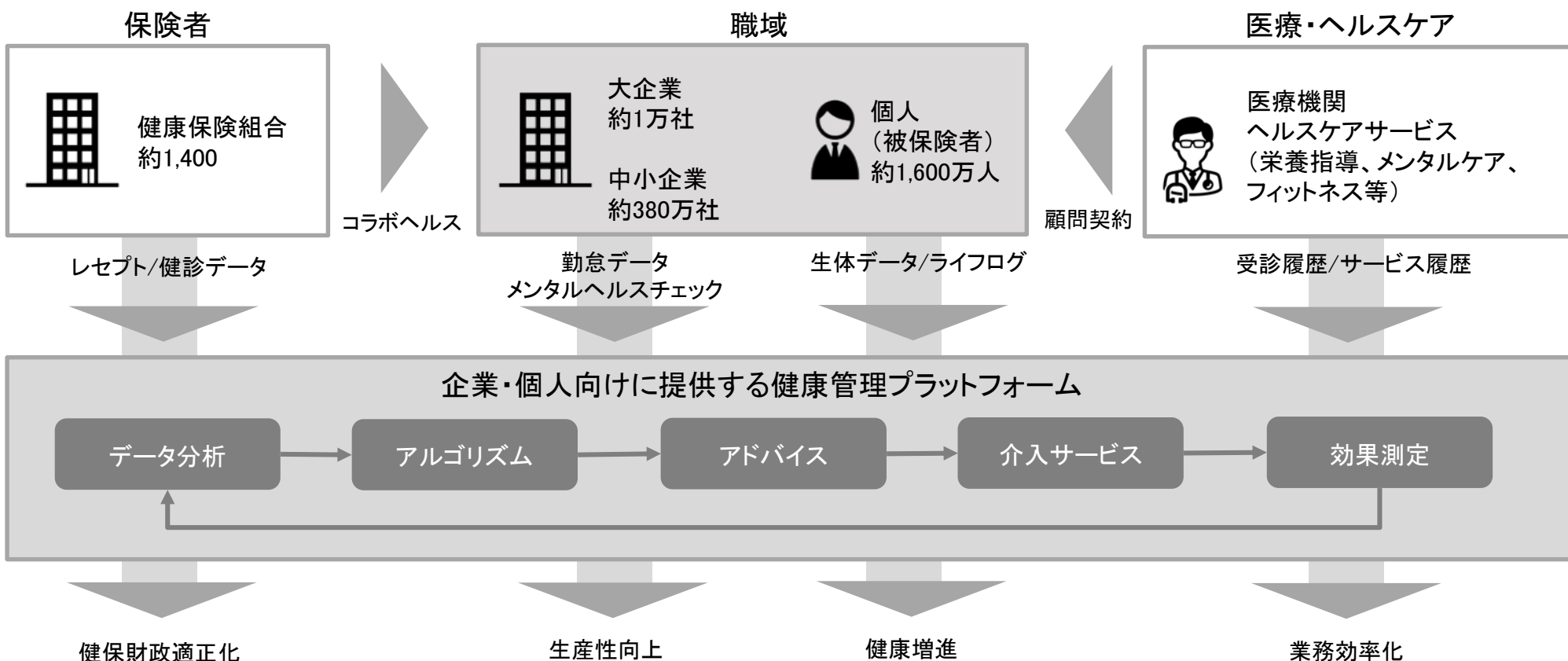
- 企業の健康投資額(定期健診、ストレスチェック、産業医費用等の義務的な費用、健康保険組合との連携によるサービス、その他法定外福利活動としての健康増進サービス)は年々拡大しています。働き方改革の推進にともない、“健康経営優良法人”に認定される企業数も拡大を続けています。



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(開発段階)-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。

# 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

## 2022年度計画

- コロナの終息が見えず業績の見通しが立ちにくい中で、2021年度末時点で確度の高い数値のみを予想として開示しています。既に着手している新規事業開発からの増収期待等も予想値には織り込んでおりません。
- なお、上期予想につきましては、上記の理由に加え、新収益認識基準の適用による見込売上の計上の期ずれが発生する可能性があり、2022年度につきましては開示を見合わせております。

(単位:百万円)

	2021年12月期 実績	2022年12月期 通期予想	成長率
売上高	8,004	9,000	12.4%
営業利益	2,532	2,589	2.2%
経常利益	2,556	2,614	2.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,609	1,818	13.0%

## 2021年12月期 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。
- 医薬DX事業以外のメディカルプラットフォーム事業と連結グロース事業も成長を達成し、連結の売上、営業利益とも創業以来の最高益を計上しました。

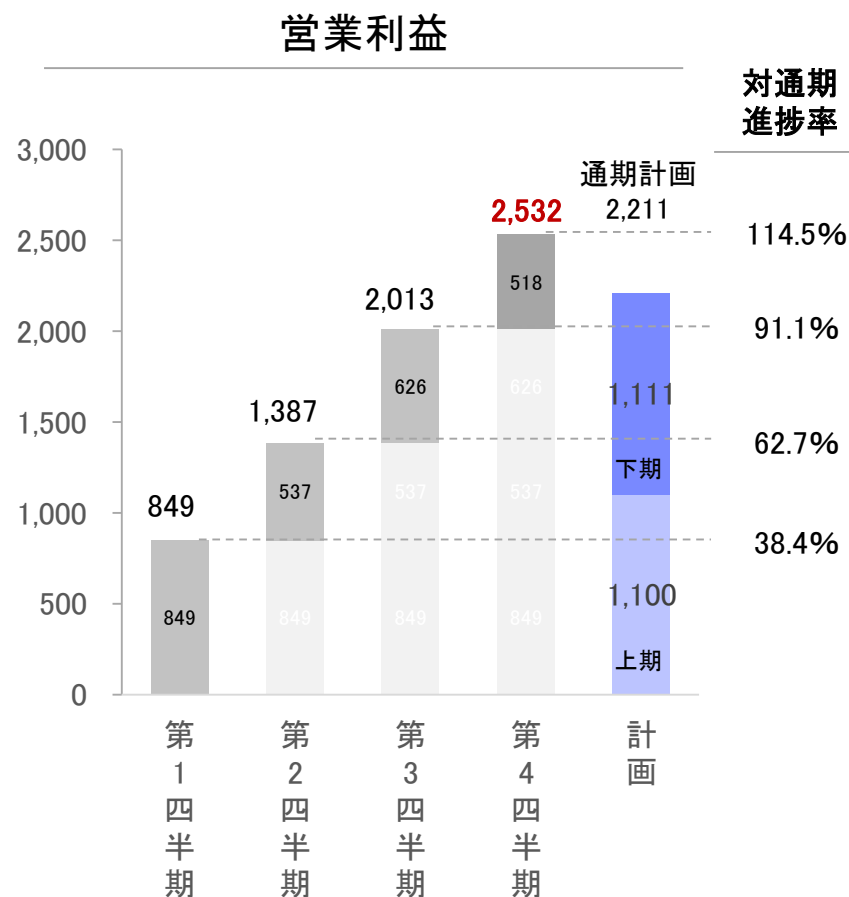
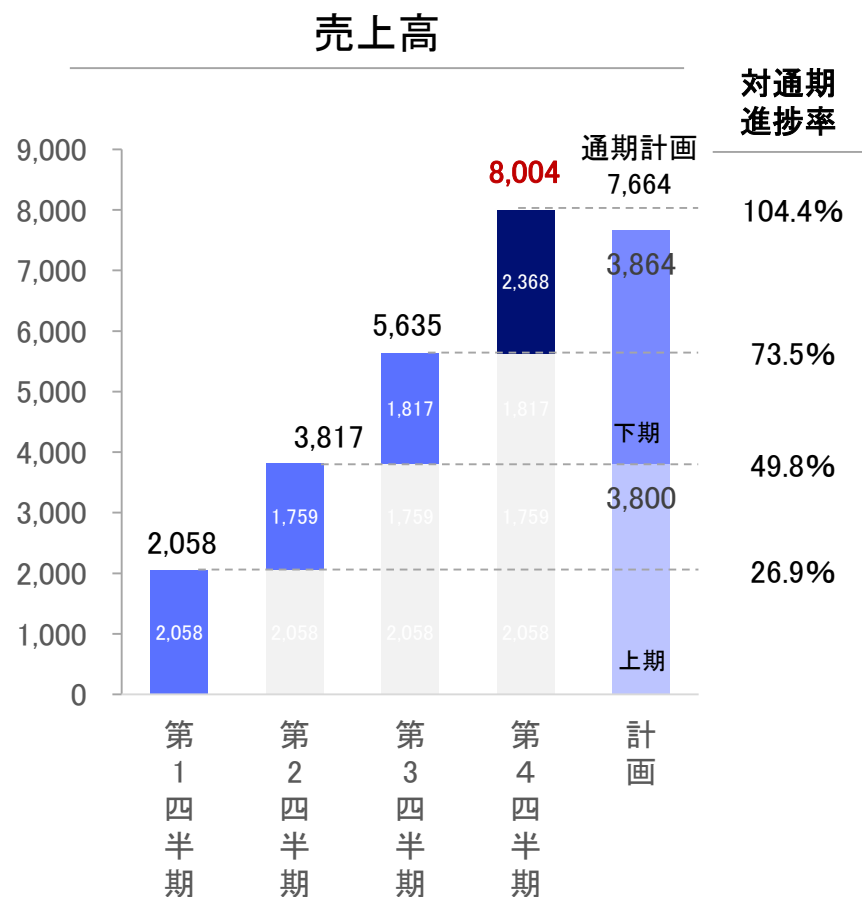
(単位:百万円)

	2021年12月期				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	8,004	6,894	364	887	△141	104.4%
営業利益	2,532	3,841	49	55	△1,413	114.5%
経常利益	2,556	-	-	-	-	115.1%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,609	-	-	-	-	114.9%

## 2021年12月期 計画と進捗

■ 2021年度は、売上、営業利益とも、通期計画を超える成績を収めました。

(単位:百万円)

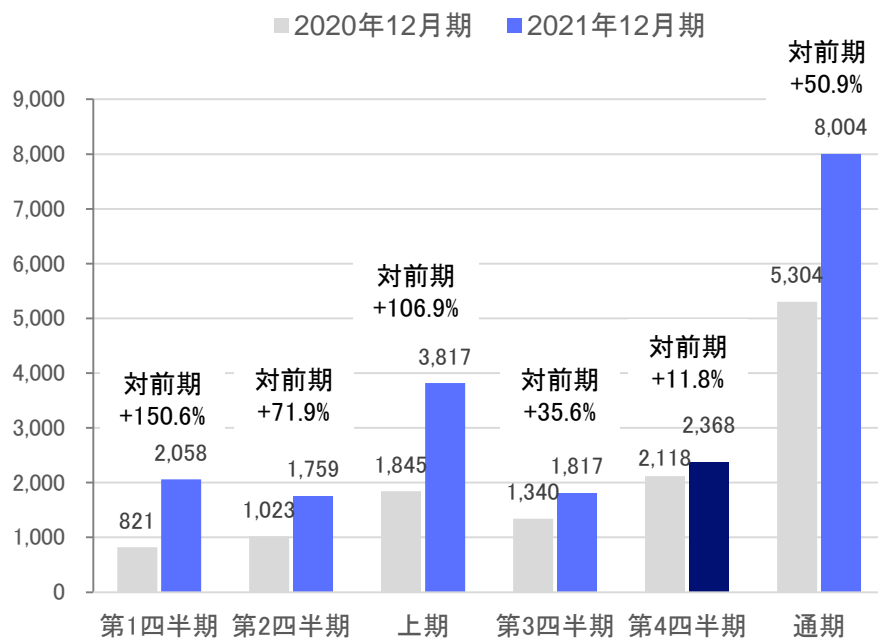


## 2021年12月期 対前年比実績

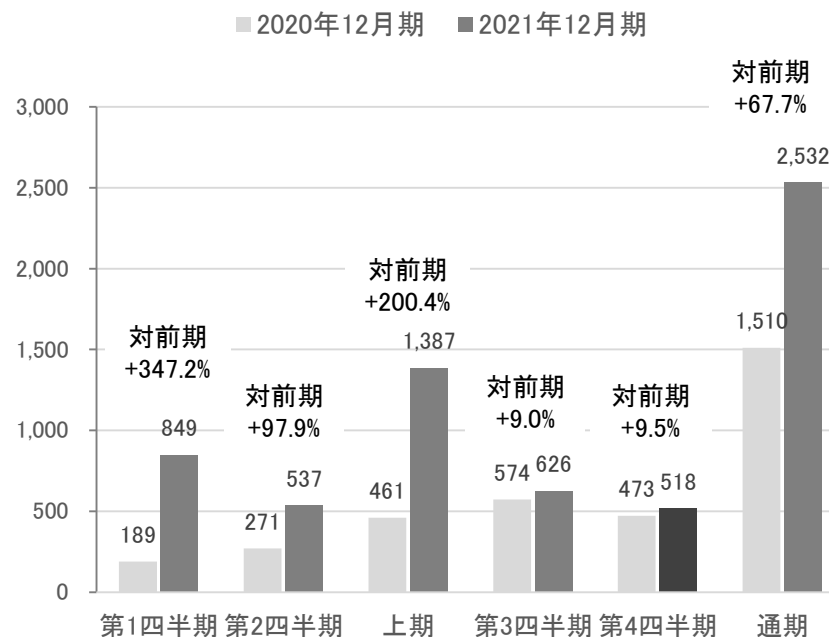
■ 著しい伸びを見せた前期から、売上、営業利益ともに更なる成長を実現しました。

(単位:百万円)

## 売上高



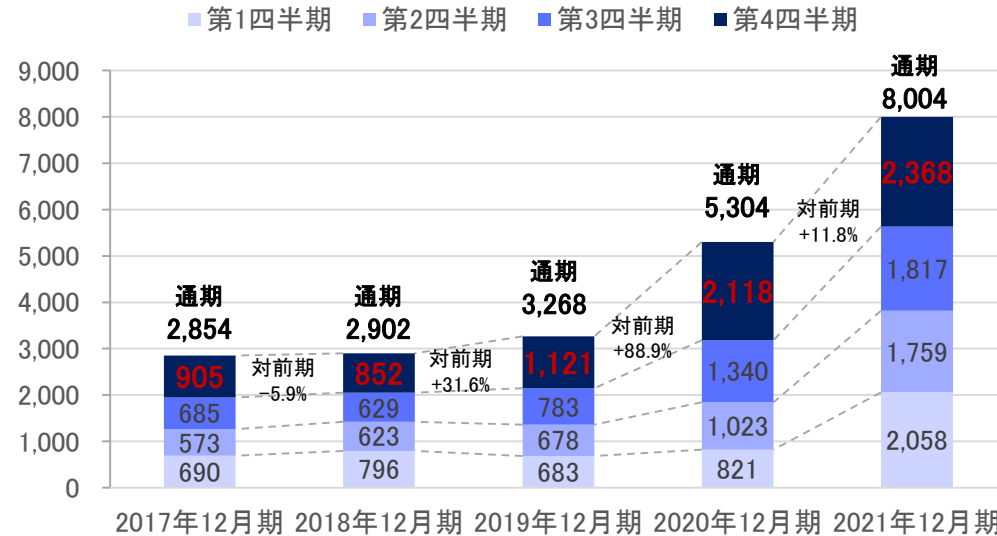
## 営業利益



# 全社業績推移①

## 売上高の推移

(単位:百万円)



当社の第4四半期の期間は、売上は対前年同期比+11.8%の2,368百万円となりました。各事業セグメントで売上が伸びた中で、特に連結グロース事業の伸長が貢献しました。通期で見ると、売上は対前年同期比は、+50.9%の8,004百万円となりました。

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。

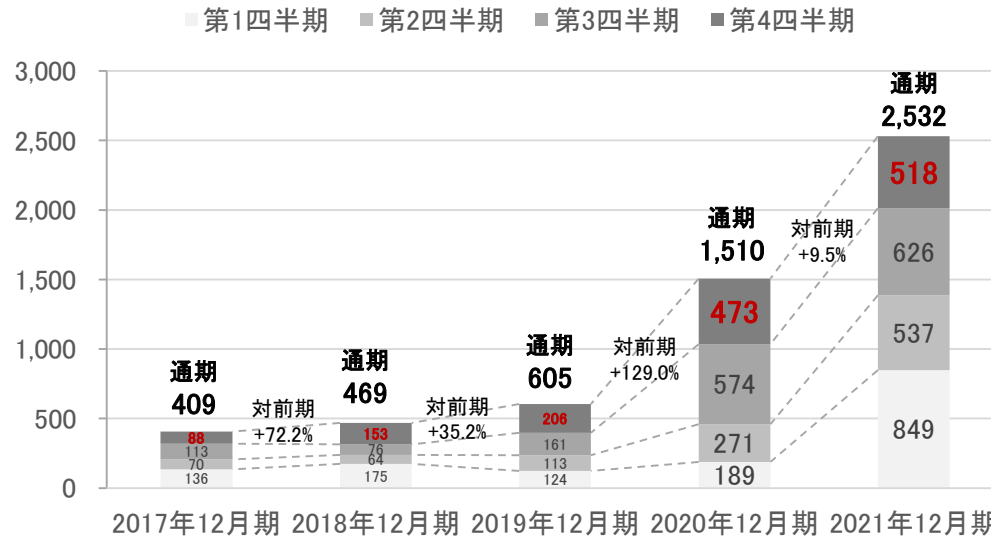
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2017年12月期	690	573	685	905	2,854
2018年12月期	796	623	629	852	2,902
2019年12月期	683	678	783	1,121	3,268
2020年12月期	821	1,023	1,340	2,118	5,304
2021年12月期	2,058	1,759	1,817	2,368	8,004



# 全社業績推移②

## 営業利益の推移

(単位:百万円)



当社の第4四半期の期間は、増収に伴い、営業利益は対前年同期比+9.5%の518百万円となりました。通期で見ると、営業利益は対前年同期比は、+67.7%の2,532百万円となりました。

第4四半期は、売上が拡大するものの営業利益率が低下する場合があります。今期も前期同様、第3四半期と比べ、営業利益額が低減しておりますが、これは年度末の業績達成による業績俸の支払いや、次年度の販促または開発のための政策的な出費を行うためであり、経常的な費用構造の変化ではありません。

	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	518	2,532

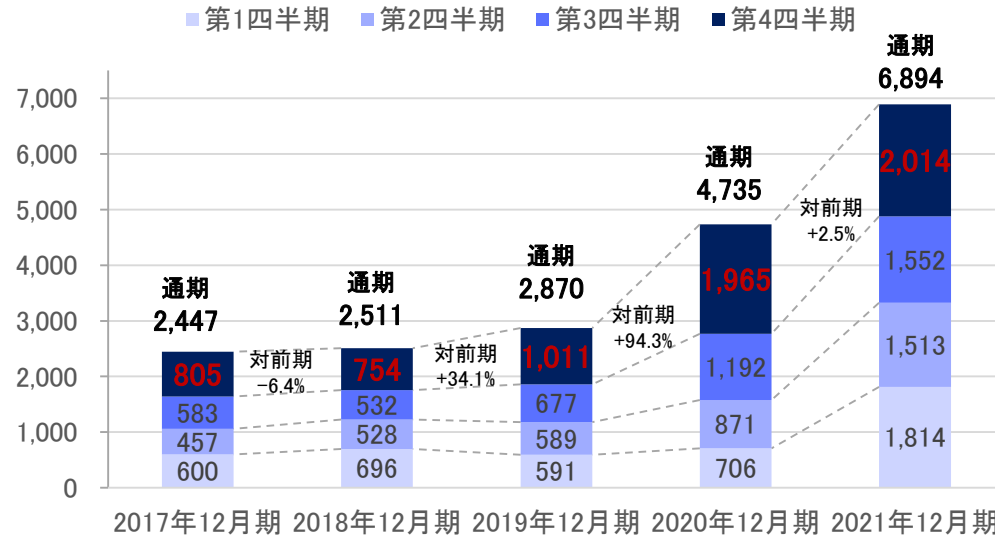


# 開示セグメント別の進捗

## 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4四半期の期間は、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+2.5%の2,014百万円となりました。通期で比較すると、+45.6%の6,894百万円となりました。

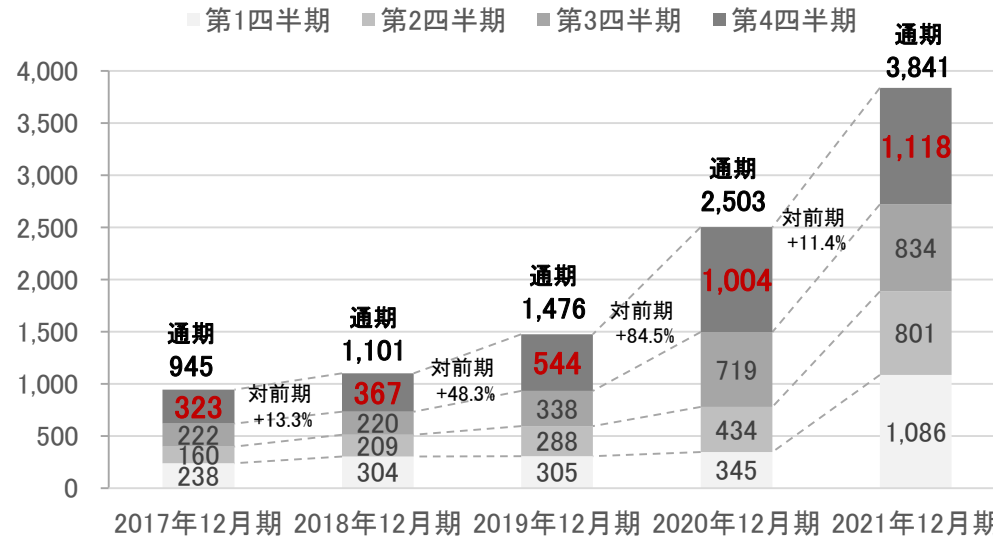
過去5年間(昨年度を除く)、第2四半期と第4四半期に、製薬企業の予算消化の動きに合わせ、売上の伸びが変わるという季節性が見られます。この季節性を繰り返しながら、増収を続けております。

	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	2,014	6,894

## 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)



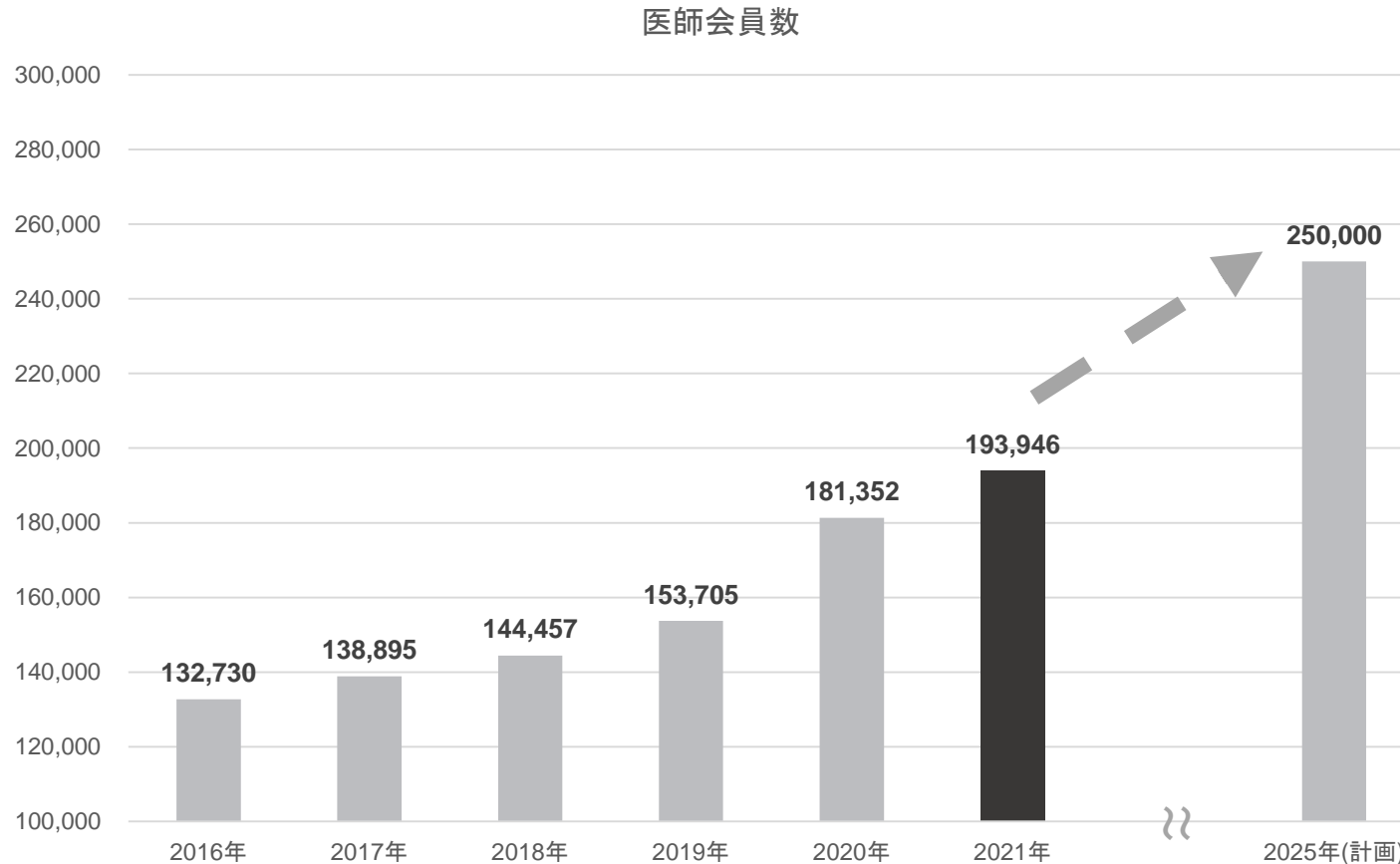
当社の第4四半期の期間は、売上の拡大に伴い、セグメント利益は前年同期比+11.4%の1,118百万円となりました。通期で比較すると、+53.4%の3,841百万円となりました。セグメント利益率は、50%超を維持しており、この事業の利益が当社の利益に大きく貢献しています。

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	1,118	3,841

# 医師会員数の推移

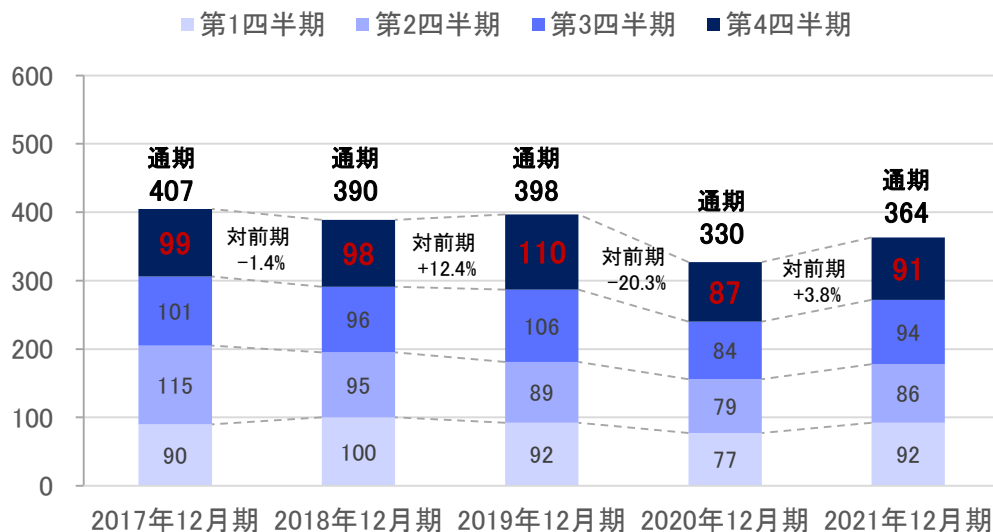
- 昨年より引き続き、医師会員は順調に増加しており、2021年12月末時点で19万人を突破しております。



## 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4四半期の期間は、「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+3.8%の91百万円となりました。通期で比較すると、+10.3%の364百万円となりました。

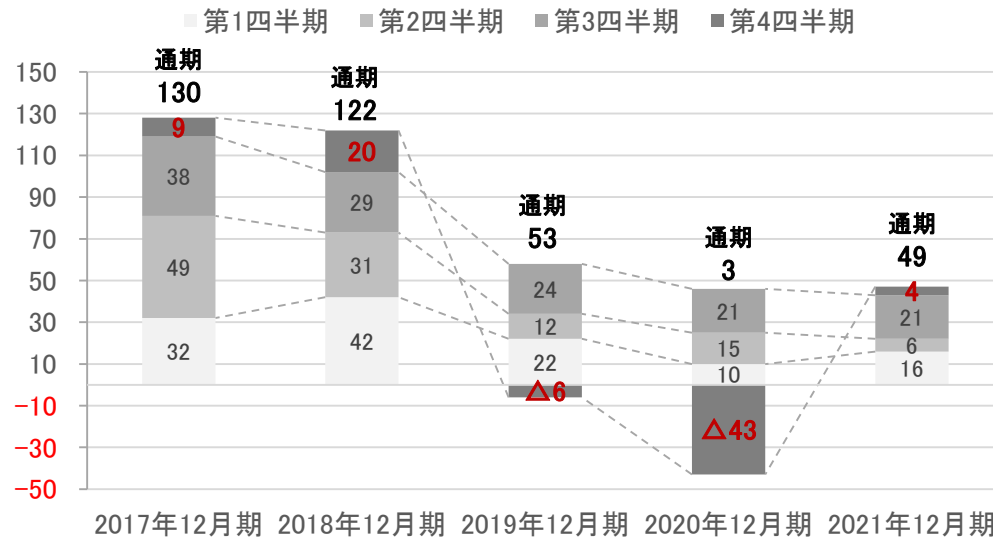
本年度より、メディカルプラットフォーム事業の中から、医師キャリア事業を「連結グロース事業」に移転しています。これに伴い、本年度との対比のために、2020年12月期の実績からキャリア事業の売上、利益を控除しています。

	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	91	364

## 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4四半期のセグメント利益は、4百万円となり、前期のマイナスからプラスに転じました。通期と比較すると、+1,153.7%の49百万円となりました。

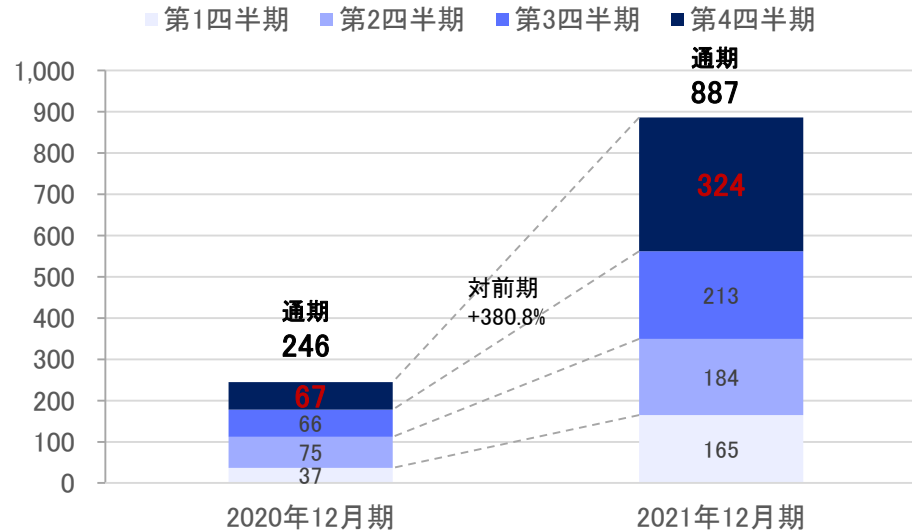
前年の第4四半期は、新型コロナウイルス関連のライブコンテンツ制作本数の増加や、プラットフォーム改修の費用計上等により、セグメント利益はマイナスとなっております。

	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	4	49

# 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+380.8%の324百万円となりました。通期で比較すると、+260.7%の887百万円となりました。

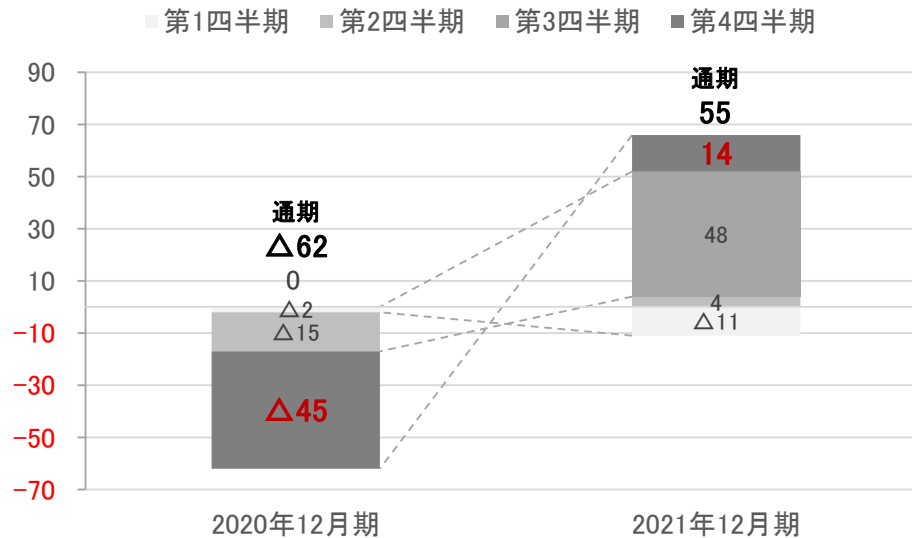
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2020年12月期	37	75	66	67	246
2021年12月期	165	184	213	324	887



# 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14百万円のセグメント利益となりました。通期と比較すると、前期△62百万円から改善し、55百万円となりました。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	14	55

## 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	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。	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。
競合参入・医師の獲得及び確保に関するリスク	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12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。	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。

## 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。

2022年12月期

第1四半期

第2四半期

第3四半期

第4四半期

22/1月

2月

3月

4月

5月

6月

7月

8月

9月

10月

11月

12月

決算発表

▶ 2021年12月期決算説明  
2/10

▶ 第27期定時株主総会  
3/25

▶ **2022年12月期  
第1四半期決算説明**

▶ 2022年12月期  
第2四半期決算説明

▶ 2022年12月期  
第3四半期決算説明

期沈黙

開示資料

決算短信

事業計画及び成長可能性に関する事項

有価証券報告書

株主総会招集通知

株主通信

決算短信

事業計画及び成長可能性に関する事項

四半期報告書

決算短信

事業計画及び成長可能性に関する事項

四半期報告書

中期経営計画

決算短信

事業計画及び成長可能性に関する事項

四半期報告書

次回は3か月後の2022年12月期第一四半期決算説明(2022年5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)**