



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」

2022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. 中期計画と成長戦略
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. 中期計画と成長戦略
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	277名 (2022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する

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。

事業変遷

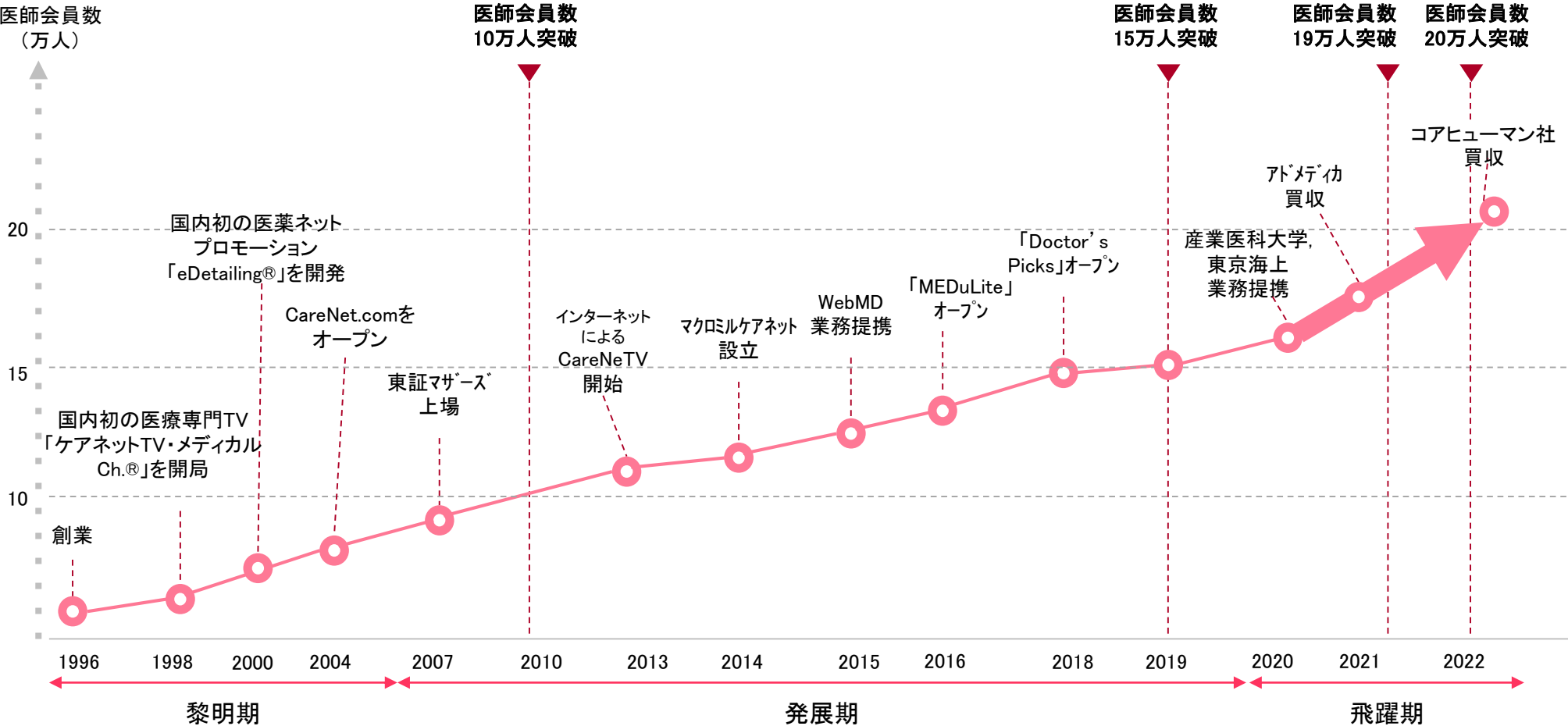
ケアネットTV・メディカルCh.(衛星TV)

医療コンテンツサービス
(インターネットモデルへ)

メディカル
プラットフォーム事業

医療営業支援サービス

医薬DX事業



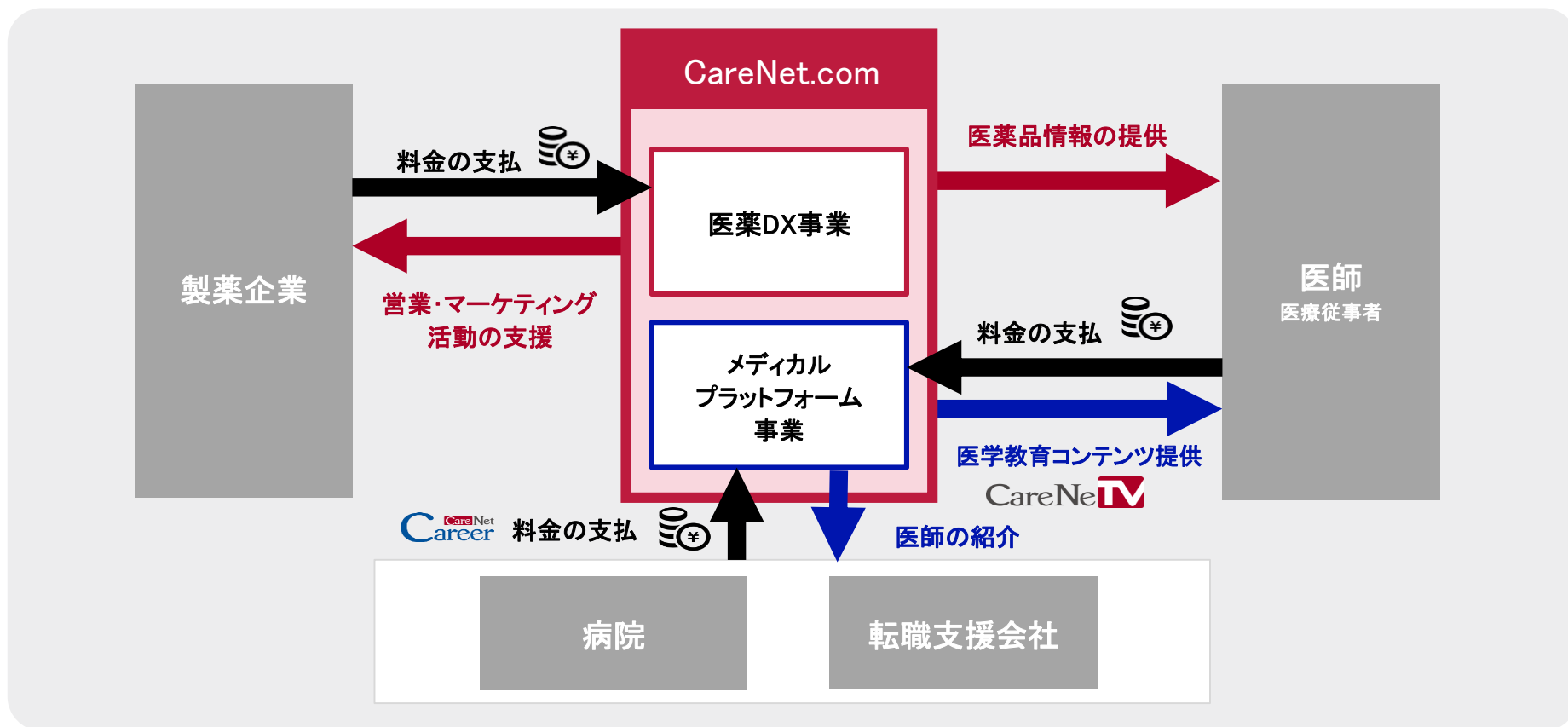
黎明期

発展期

飛躍期

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。



「医薬DX事業」は、製薬企業の委託を受け、当社の「CareNet.com」等の医師プラットフォームを活用し、医師に対し治療薬の適正使用に関する情報を提供するサービスです。本事業は、製薬企業からサービス収入を得るモデルで、当社グループの総売上上の約90%を占める主力事業となっております。

「メディカルプラットフォーム事業」は、会員である医師・医療従事者に対し、有料の医療教育動画を提供するサービスです。当社は、日本で初めて医師向け専門情報番組を提供して以来、豊富な医療教育番組制作実績があります。本事業では、会員医師のキャリアの向上、ワーク・ライフ・バランスの向上を支援するために、グループ会社を通じ、転職や開業を支援する情報サービスも行っております。

CareNet.comについて

40万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	424,085 名
医師会員	209,413 名

(2022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。

The collage at the bottom of the text block features various medical diagrams, including anatomical drawings of the heart, lungs, and brain, alongside several portraits of diverse healthcare professionals, including men and women of different ages.

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。

KOL¹⁾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、大学病院の教授、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 **6,050 名**

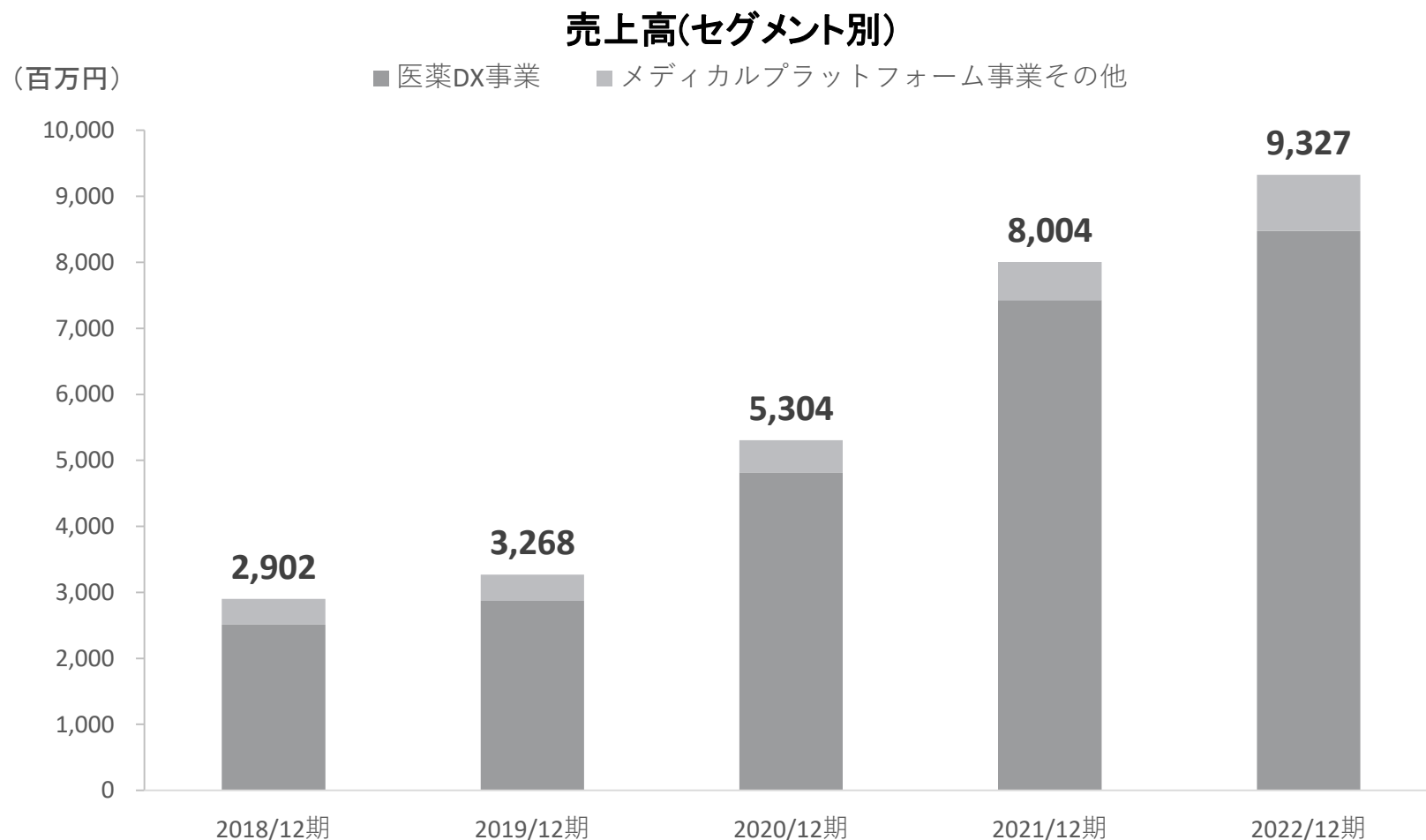
(2022年12月末時点)

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



- 2022年度で8年連続増収増益達成。
- 「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%以上を占めています。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。

2022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	連結収益
売上高	8,473	854	9,327
営業利益	4,207	228	2,851
営業利益率	49.7%	26.7%	30.6%
事業セグメント・収益構造の特徴	<ul style="list-style-type: none"> 当社の主力事業であり、収益源。 医師会員数の増加を梃に、今後も全社収益増強の為に大きく成長させていく事業。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 医療DX事業を支える医師プラットフォームCareNet.comを運営。 医師向けキャリア支援事業を展開。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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。

- 各事業セグメントの合計値と連結全体の間、セグメント利益調整額△1,584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)

	2022年12月期 連結全体	対売上高比	内容
売上高	9,327	—	<ul style="list-style-type: none"> 売上高の約90%を医薬DX事業が占めています。
売上原価	2,915	31.3%	<ul style="list-style-type: none"> 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。
売上総利益	6,412	68.7%	<ul style="list-style-type: none"> 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。
販売費及び一般管理費	3,560	38.2%	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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。 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。
営業利益	2,851	30.6%	<ul style="list-style-type: none"> 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。

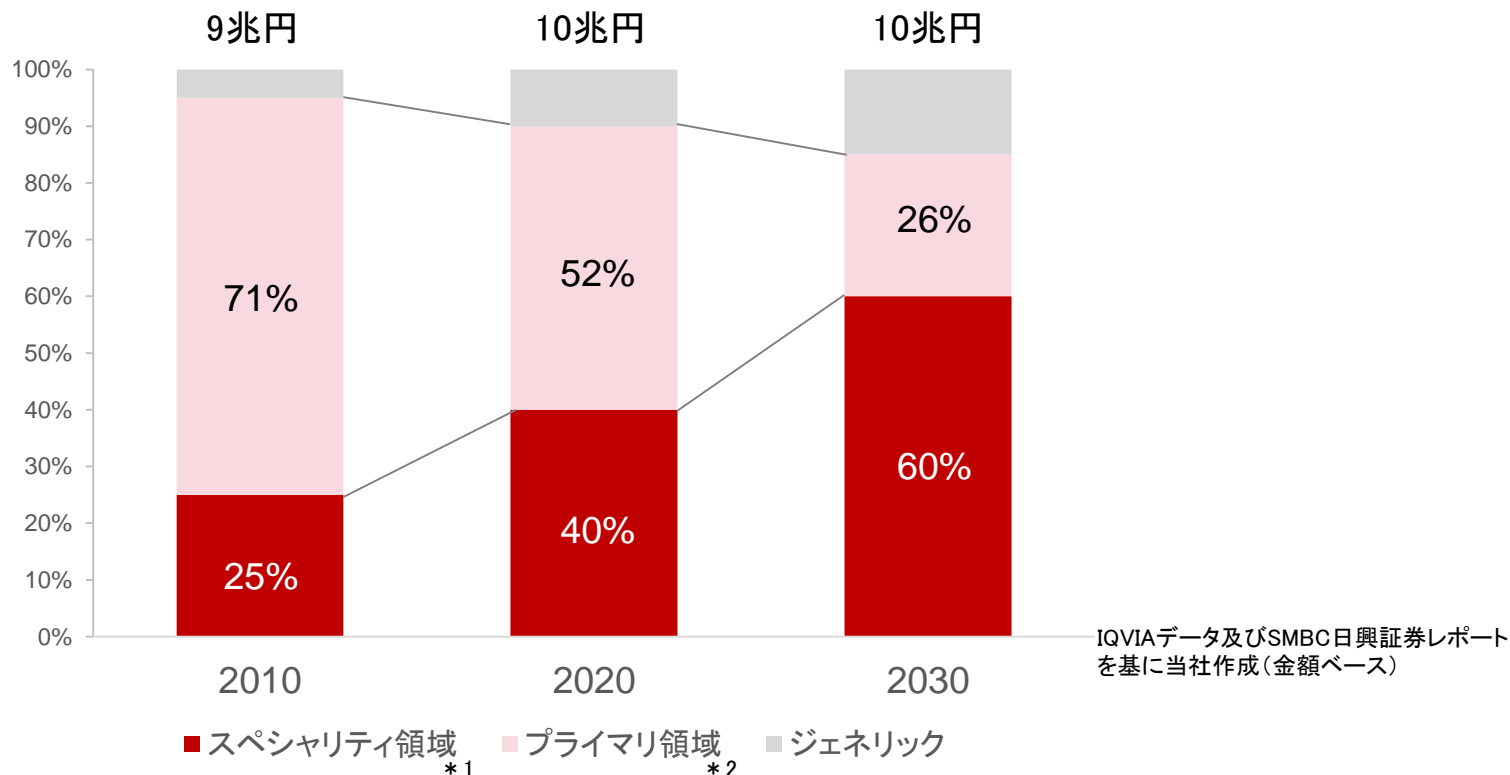
2. 市場環境 - 医薬DX事業

【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. 中期計画と成長戦略
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、スペシャリティ領域のシェアが拡大する。



*1 スペシャリティ領域の医薬品： 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

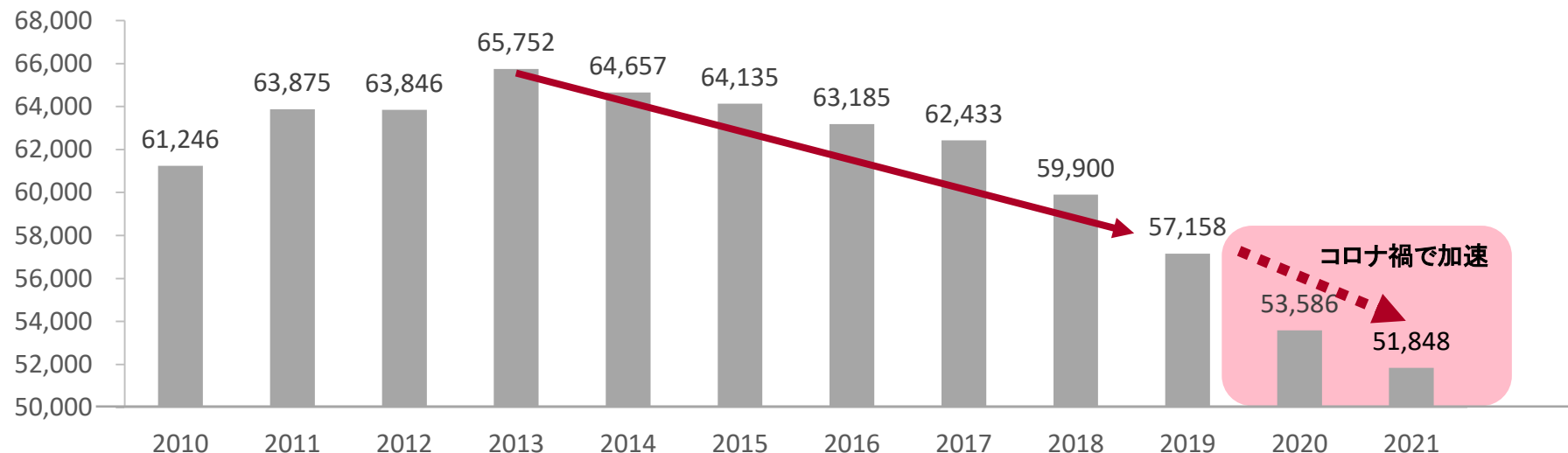
*2 プライマリ領域の医薬品： 降圧剤等生活習慣病の治療薬などに用いられる大量生産を目的とした低分子化合物医薬品

スペシャリティ医薬品はプライマリ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数の減少から見る医薬DX市場の拡大背景

MR数

プライマリ医薬品の特許が切れ、スペシャリティ医薬品の開発・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

コロナが変えた市場環境

MR削減

MR削減が加速化。営業拠点の統廃合進む。

医師の行動

インターネットでの医薬品情報収集拡大。会合もオンライン化。

eプロモーション

MR補完(ネット広告)の位置づけから、MR代替の手段へ。

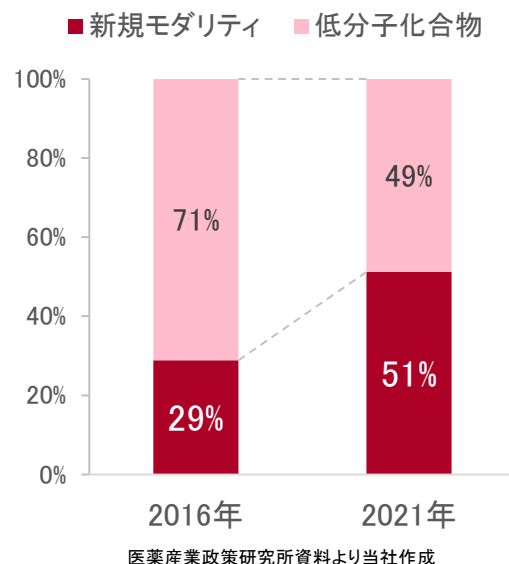
スペシャリティ医薬品開発の変化から見る医薬DX市場拡大の背景

- スペシャリティ医薬品のモダリティ*1(創薬基盤技術の種類)は多様化し、高度に専門化している。
- 開発特化型のベンチャー(EBP*2)による研究開発がスペシャリティ医薬品の拡大を牽引している。

*1) モダリティ : 医薬品の創薬基盤技術の分類をいう。従来は低分子化合物が中心であったが、近年はバイオ医薬品等の新規モダリティが増加している。
具体的には、分子標的薬で知られる抗体医薬品の他、細胞治療、遺伝子治療、ペプチド医薬品、拡散医薬品等がある。

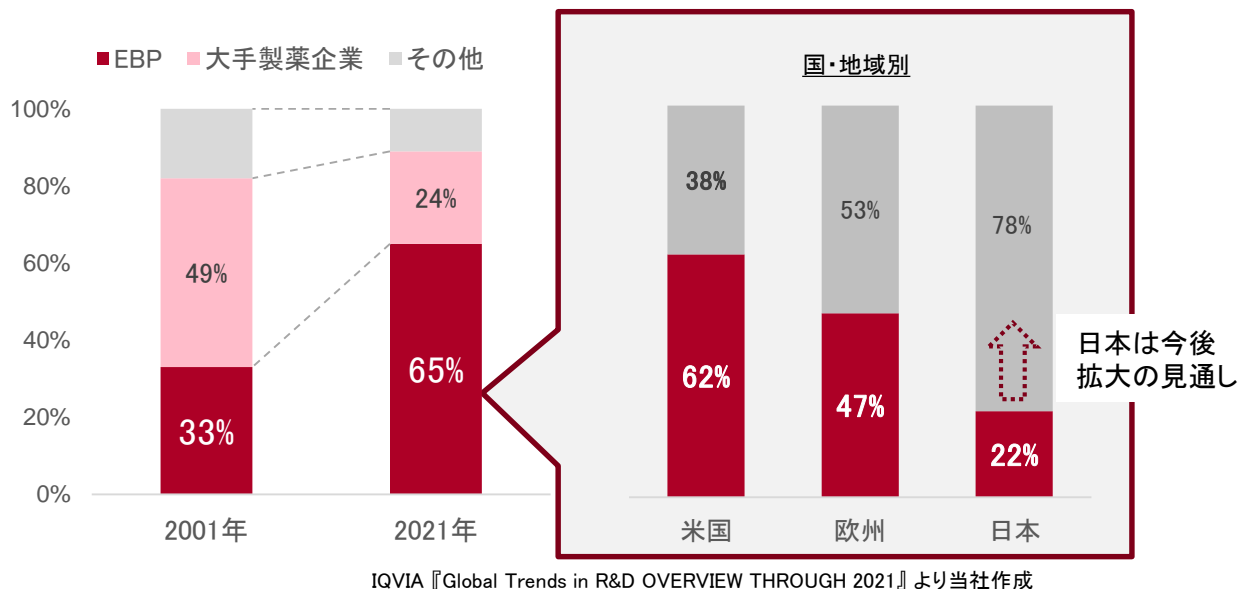
*2) EBP : Emerging Biopharmaの略。年間売上高5億ドル未満かつ年間研究開発費2億ドル以下の企業を指す。

モダリティ別の新薬承認品目数



新薬の情報提供に高度な専門性が求められる

世界の開発パイプラインに占めるEBPの割合

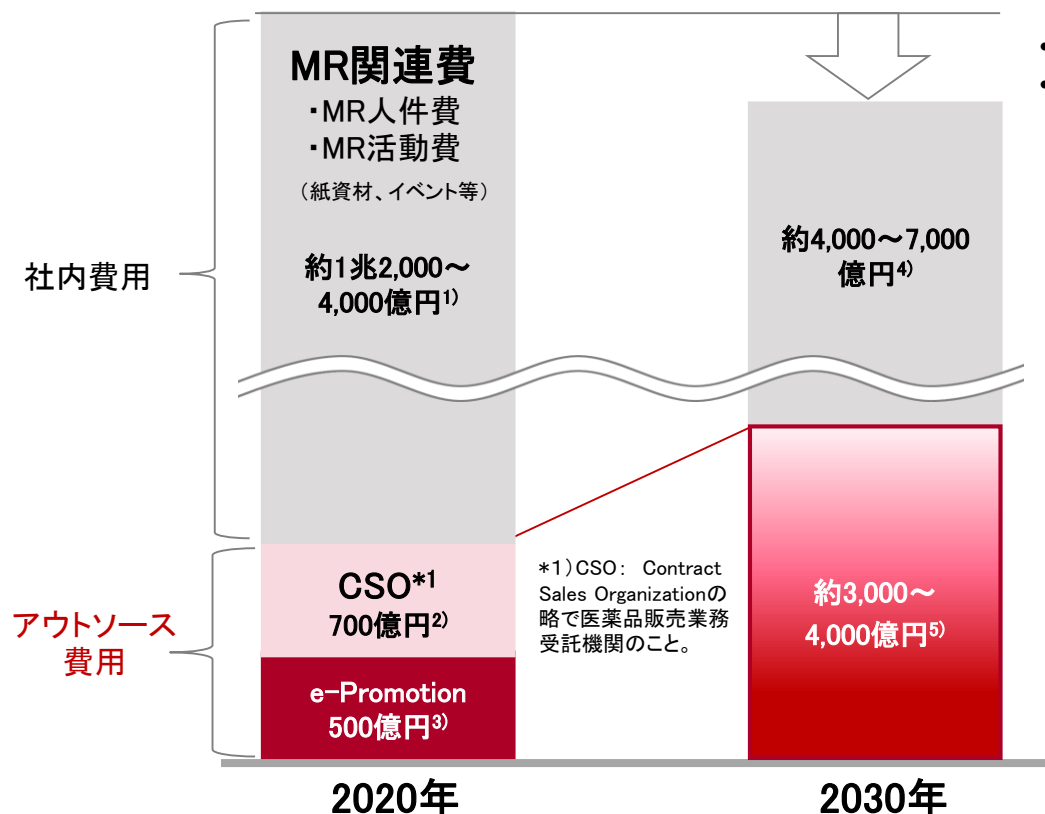


EBPの台頭により営業・マーケティングプロセスを中心にアウトソースが拡大する

医薬DX事業の市場規模の推定

- 今後、スペシャリティ領域拡大に伴い、製薬企業のプロモーション費用構造は大きく変容する。社内費用(MR関連費)が減少し、アウトソースへの切り替えが拡大する。
- 製薬企業社内、アウトソースに関わらず、医薬品情報提供方法は“人とDXの融合”を通じて進化する。

製薬企業プロモーション費用



- ・プライマリ製品特許切れに伴うコスト削減推進
- ・DX化推進の効果等

- ・製薬企業には、医薬品の適正使用推進に向け、医薬品の品質、有効性、安全性に関する情報の提供、収集、伝達の義務がある。
- ・MRの役割は将来も必須であるが、スペシャリティ医薬品が処方される急性期病院を中心とした配置となり、DXの活用と併せてより効率的な情報活動に転換していく。

医薬DX市場

- ・派遣MR(CSO)とeプロモーションの連携、融合(DX化)が進展し、アウトソースサービスの競争力が向上し、市場は拡大する。
- ・アウトソース市場のDX化が推進することから、ここではCSOとeプロモーションの市場を統合し、「医薬DX市場」と定義する。

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) ミック経済研究所のデータを基に当社推計

3) 各社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

4) スペシャリ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の人員費・活動費を当社推計

5) 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」からのスペシャリ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. 中期計画と成長戦略
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

- 当社は20万人超(2022年5月12日に20万人に到達)の医師会員を有しており、日本の全医師の約60%をカバーしています(医師数339,623人:「令和2(2020)年医師・歯科医師・薬剤師統計の概況」厚生労働省)。
- これら医師会員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イヤーしか存在しません。

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。
- 当社が制作・発信する情報の品質、信頼性の高さから、医師向け教育メディアとしてのブランドを確立しています。

3. ハイブリッドモデルにより高い情報伝達力を発揮できること

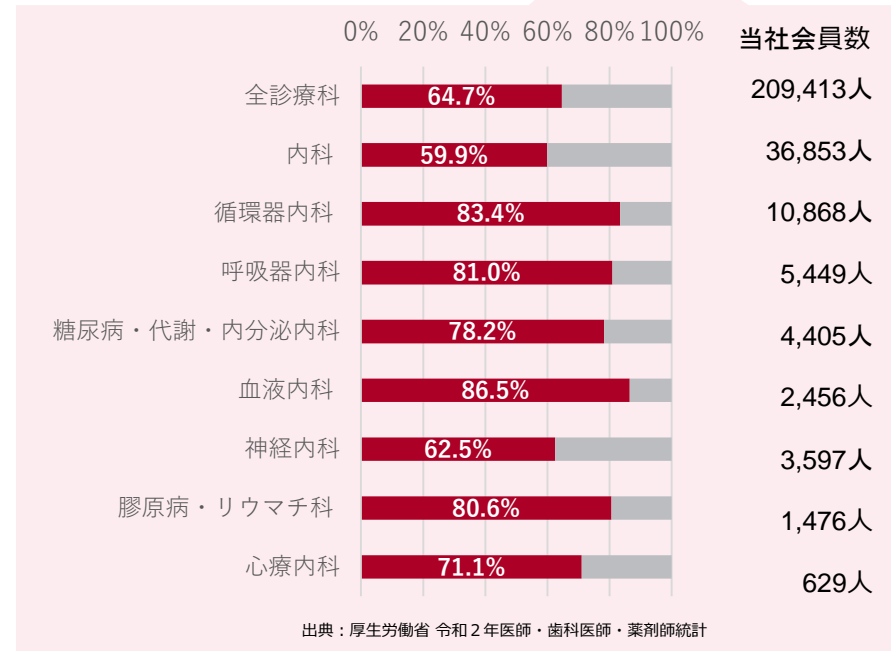
- 当社は2022年8月、労働者派遣事業許可証を取得し、さらに、CSO(派遣MR)事業を営むコアヒューマン社を買収する決定をしました。これにより、インターネットだけでなく、人を介した情報提供を事業として行うことが可能となりました。
- インターネットと人を融合した情報提供モデル(ハイブリッドモデル)の推進により、競合企業より優れた情報伝達力を獲得していきます。

情報の信頼性、医師のカバー数、医師への伝達力の全てにおいて高い競争力を有しています

当社の医師プラットフォームと医師会員の特徴



- 当社は20万人超(2022年12月末時点、209,413人)の医師会員を有しており、日本の全医師の約60%をカバーしています(医師数339,623人:「令和2(2020)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。
- 治療薬との関連性の高い専門診療科別で見ると、多くの診療科で当社の医師会員比率は70%を超えて拡大しています。
- 医師確認を経て医師プラットフォームに登録された全ての医師会員から、製薬企業からの医薬品情報の提供の許諾、医師会員による視聴履歴の製薬企業への開示の許諾を得ています。この医師確認と医師からの許諾が製薬企業からの業務のアウトソースを受ける根拠となっています。



当社の教育メディアの特徴

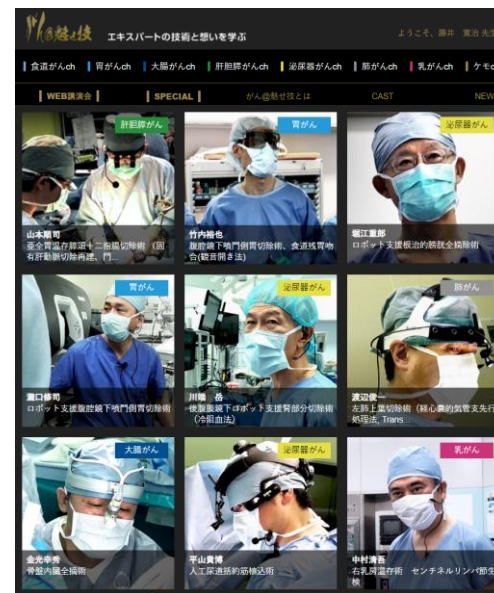
1 内科系KOLとのコラボレーション

当社は、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・配信するために、常時KOLと接触しています。



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。



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。

ハイブリッドモデルによる情報伝達力

- 当社は、2022年8月、CSO(派遣MR)企業であるコアヒューマン社をグループ会社化することを決定しました。これにより、従来のインターネットによる情報提供方法に加え、人とDXを融合した情報提供方法も可能となりました。



医師の行動分析とあわせて、最適のメッセージ、最適の情報チャネルを選択できる“ハイブリッドモデル”の提供を推進します。

4. 中期計画と成長戦略

【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. 中期計画と成長戦略
5. 年次計画と進捗
6. リスク情報

中期計画の目標

- 当社は、2025年に連結売上高300億円、連結営業利益100億円の達成を目指します。
 - 拡大する医薬DX市場で力強く成長を続けます。
- サステナブルな社会づくりに貢献するビジネスモデルの構築を目指します。
 - 成長する医薬DX事業に、MP事業・HDS事業が連関するモデルを構築します。



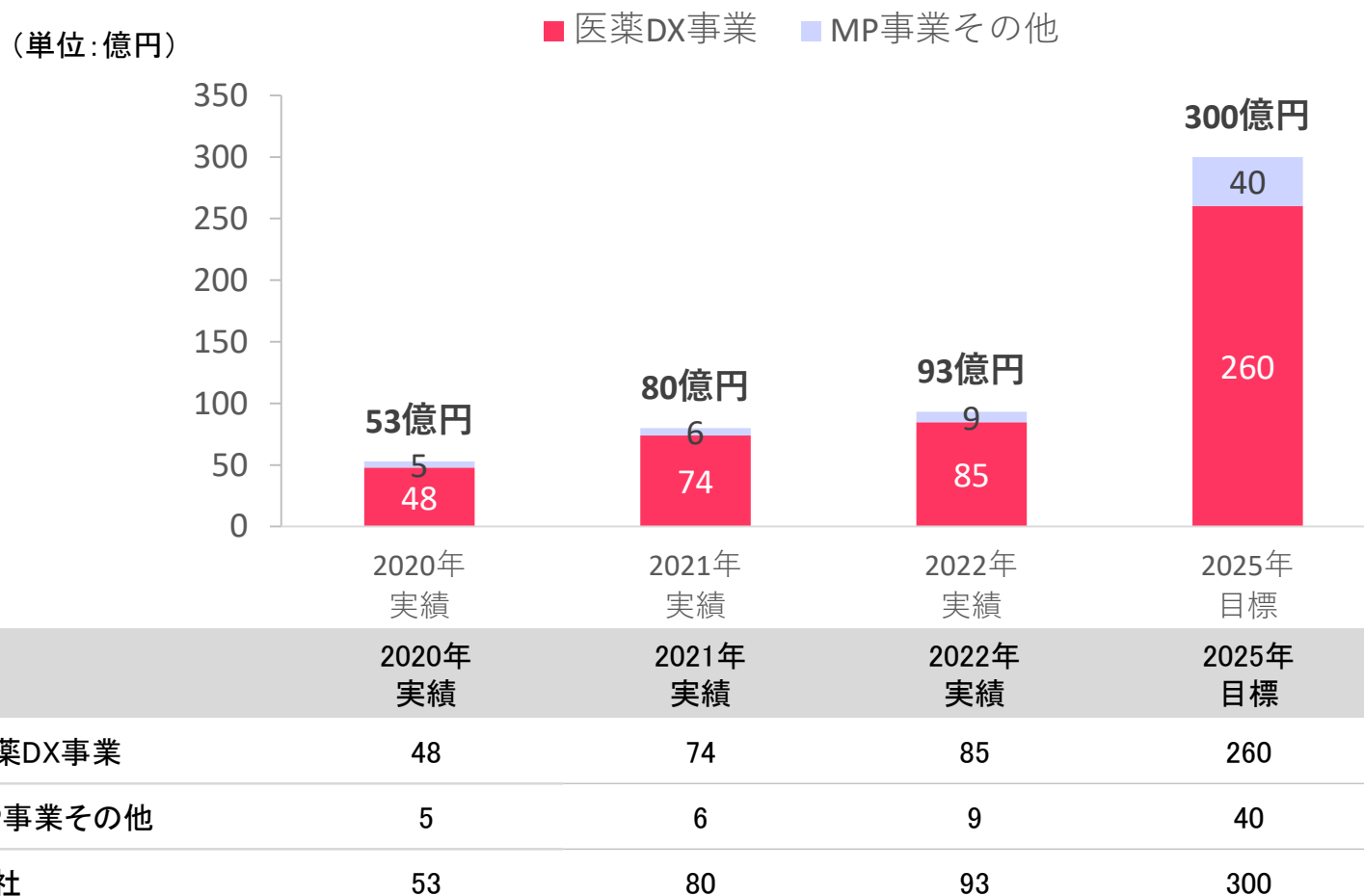
経営目標	2020年(実績)	2022年(実績)	2023年(予想)	2025年(目標)	CAGR
売上高	53億円	93億円	110億円	300億円	41%
営業利益	15億円	29億円	30億円	100億円	46%
営業利益率	28%	30%	27%	33%	-
医師会員数	18万人 (医師の60%)	21万人 (同70%)	22万人 (同74%)	25万人 (同80%)	-

※数値については、1千万単位を四捨五入しております

中期売上目標 - セグメント別

■ 連結売上高目標300億円を事業セグメント別に見ると、医薬DX事業が260億円、メディカルプラットフォーム他が40億円を目指す計画です。

- 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は、2025年からの中長期成長に貢献していきます。



※数値については、1千万単位を四捨五入しております

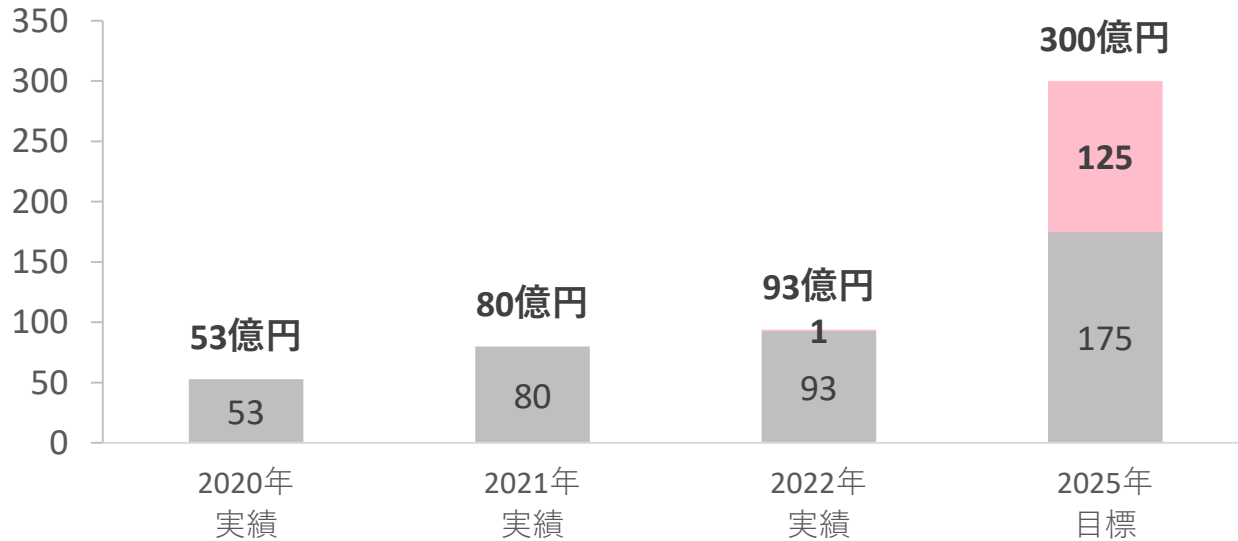
中期売上目標 - 既存事業 vs 新規事業

- 既存事業のオーガニック成長に加え、新規事業の開発を推進します。
 - 2025年に、新規事業による売上シェア40%を目指します。

医薬DXの新規事業：CSO、SMO、CRO等のアウトソース事業のDX化、医療データ分析事業等
 メディカルプラットフォームの新規事業：医療機関経営コンサル事業、自由診療メニュー開発等

(単位:億円)

■ 既存 ■ 新規

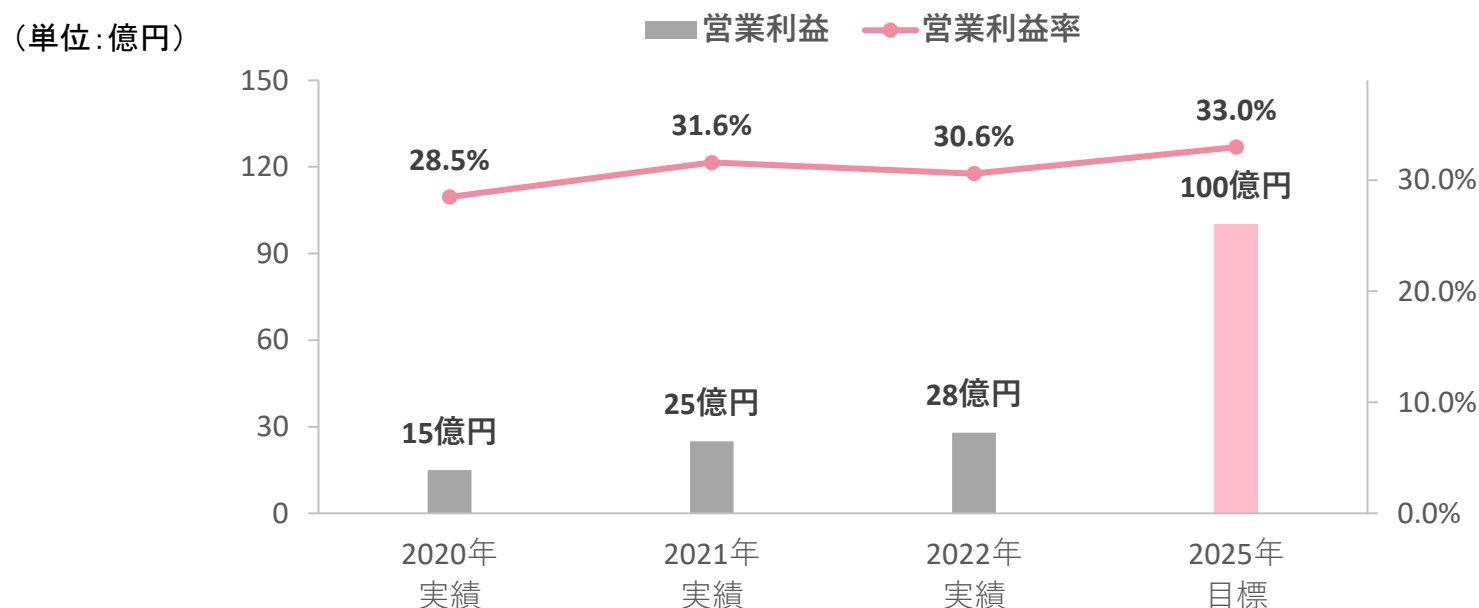


	2020年実績	2021年実績	2022年実績	2025年目標
既存	53	80	93	175
新規	0	0	1	125
全社 - 合計	53	80	93	300

※数値については、1千万単位を四捨五入しております

営業利益目標

- 当社は、2025年の連結売上目標300億円に対し、連結営業利益100億円を目指します。
 - 工数・コスト管理の徹底、生産性向上等により営業利益率30%超を目標とします。



	2020年実績	2021年実績	2022年実績	2025年目標
営業利益	15	25	29	100
営業利益率	28.5%	31.6%	30.6%	33.0%

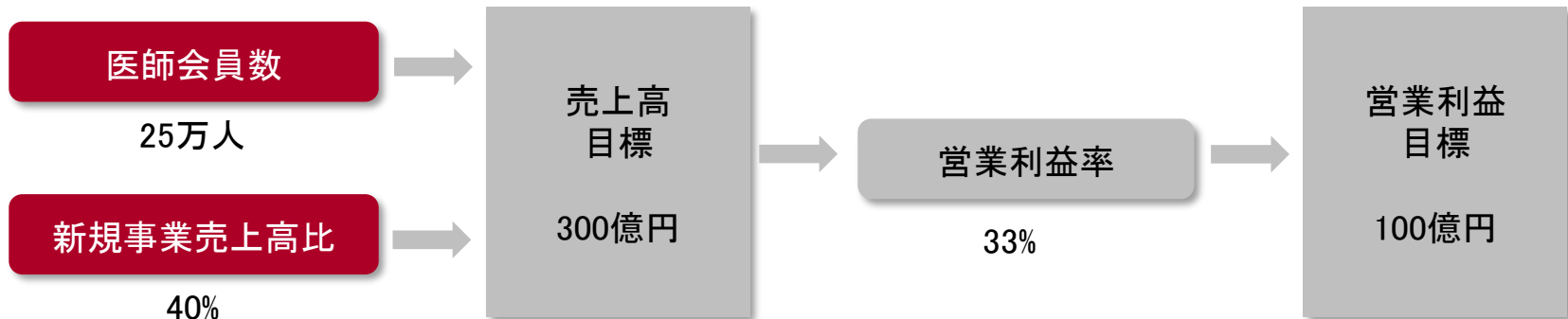
※数値については、1千万単位を四捨五入しております

重要な経営指標

■ 目標達成のカギを握る重要な指標

- 「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。
- 「新規事業売上高比」: 当社は、新規事業の開発を通じて中期売上目標の達成を掲げています。新規事業の対売上高比も重要な指標になります。

2025年の経営指標目標

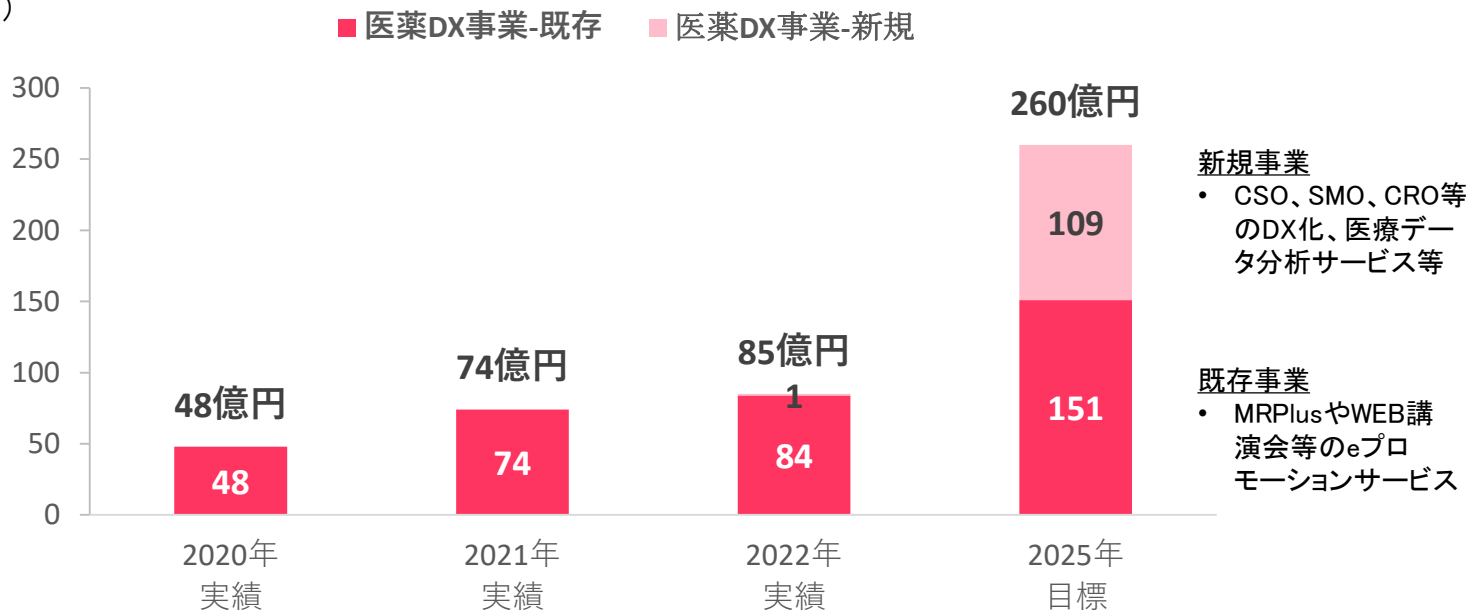


中長期で拡大を続ける医薬DX市場にあって、当社の経営は、新規事業開発を軸とした「成長」を最も重視しています。

医薬DX事業 売上目標

- 当社の主力事業である医薬DX事業は2025年に売上高260億円を目指します。
 - 新規事業の開発と推進を通じて、新規事業の売上高109億円、対売上高比40%を目標とします。

(単位: 億円)



	2020年実績	2021年実績	2022年実績	2025年目標
既存	48	74	84	151
新規	0	0	1	109
医薬DX事業 -合計	48	74	85	260

※数値については、1千万単位を四捨五入しております

医薬DXの事業戦略

- 医薬DX事業の重要方針は、新規事業の開発と推進を通じて成長を加速化させることです。
 - リソースの獲得により提供するサービスがカバーできる事業ステージを広げ、アウトソース事業の基盤を整えます。

主なDX事業戦略とそのステップ

【1】ハイブリッドモデルの構築

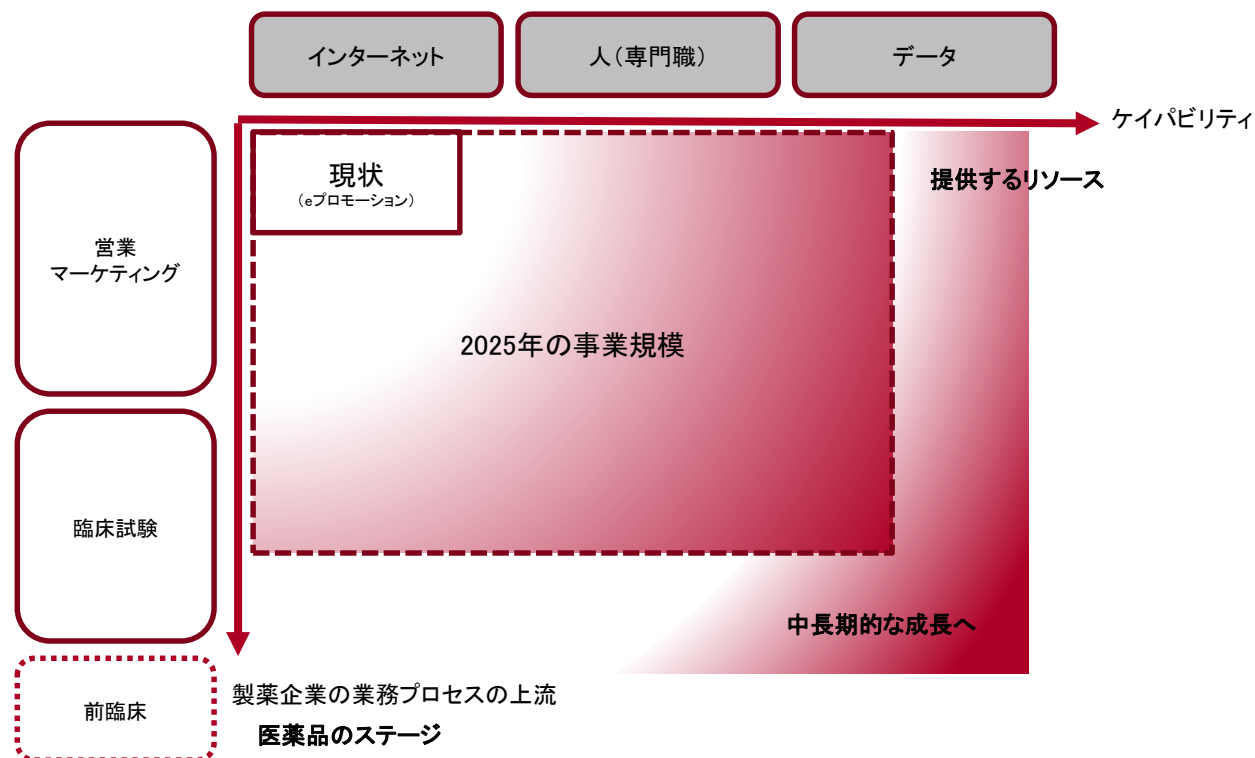
- CSOの事業に参入し、DX化を推進

【2】医薬品ステージの上流に進出

- スペシャルティ医薬品は、治験も販売も中核病院に集中
- 市販前の臨床試験から市販後の安全性調査まで支援サービスの幅を拡大

【3】医療データの活用強化

- 治験支援、販売強化、市販後調査効率化



現状のビジネスモデルの課題

- 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です。
 - 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)

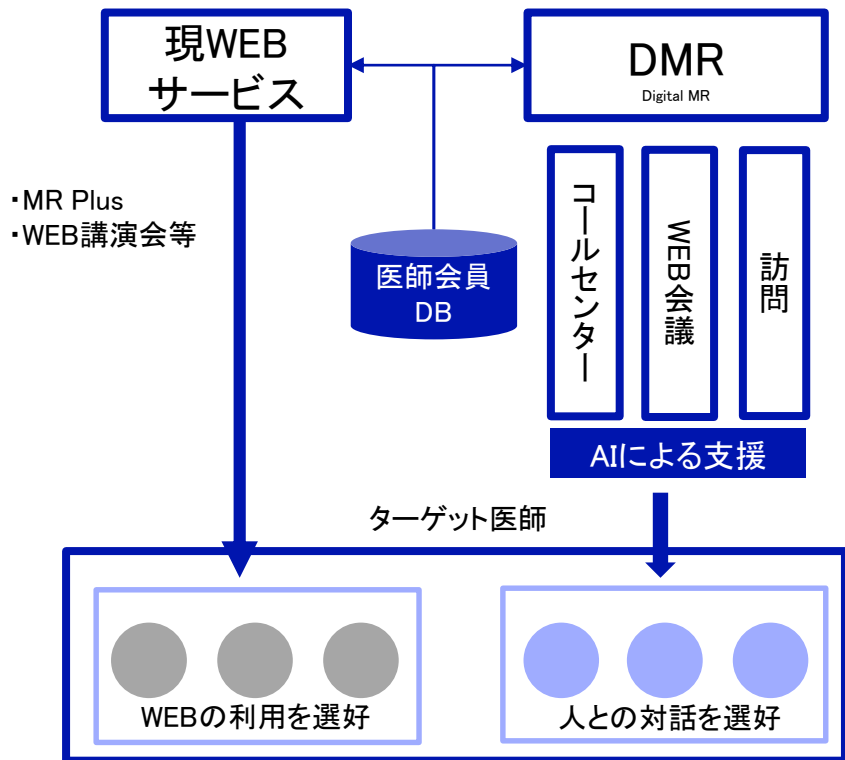


事業対象医薬品	市場の動向	eプロモーションの課題	解決の方向性
プライマリ・ケア 医薬品	MR削減に連れ、代替手段としての eプロモーションの利用拡大	<ul style="list-style-type: none"> MR代替として期待される伝達率の実現 eプロモーション競合に対する競争優位 	<ul style="list-style-type: none"> 会員数の拡大 eだけでなく人も活用したハイブリッドな伝達方法の確立
スペシャリティ 医薬品	専門性の高いスペシャリティ薬の 承認ラッシュに対応するマーケ・営業の 人材不足	スペシャリティではKOLを軸とした地域の 専門医の研究ネ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

- 上記の課題解決に向けた新しい「医薬DX事業モデル」の開発が必要です。
- 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い、開発の加速化を目指します。

【1】ハイブリッドモデルの構築

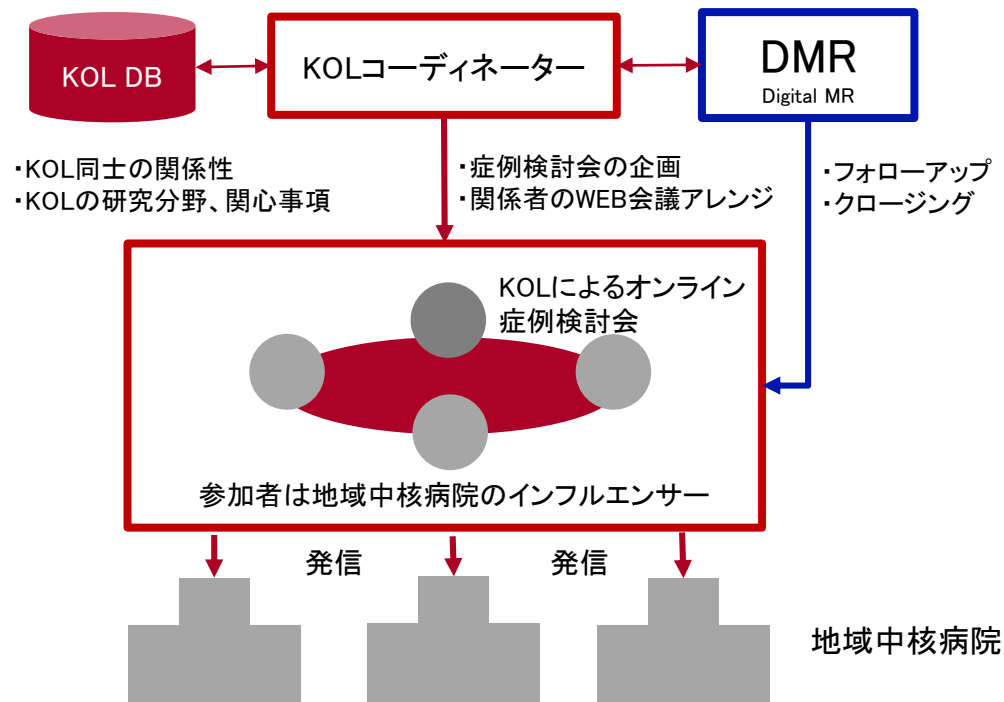
全ての医薬品を対象としたハイブリッドモデル



・ターゲット医師への確実な伝達

2022年8月、“派遣労働者事業許可”を取得し、CSO事業である“コアヒューマン社”のグループ化を決定。当社が有するネット技術で派遣MRをDX化し、ネットとデジタルMRのハイブリッドのアプローチで医師への伝達力を向上します。

スペシャリティ医薬品向けKOLアプローチ



・KOLによるインフルエンサーマーケティング

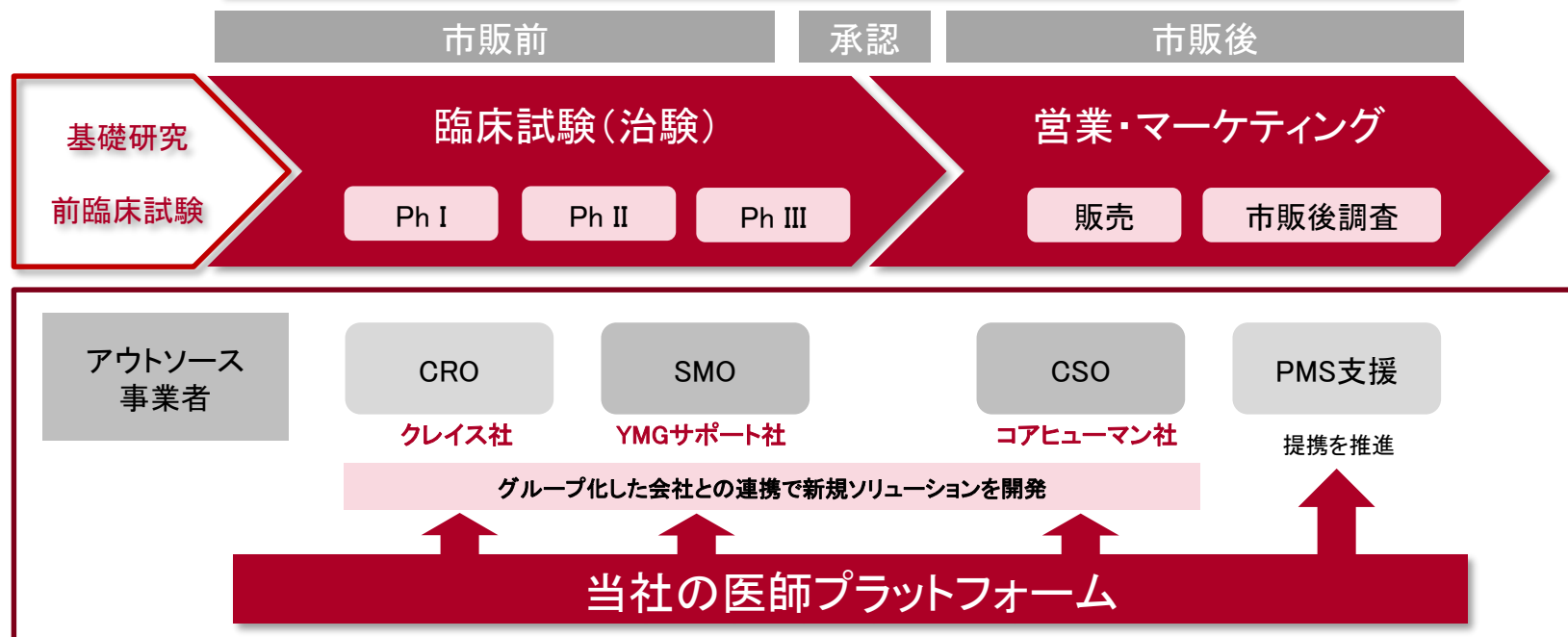
スペシャリティ医薬品の適正使用促進においては、エビデンスに基づく症例検討が最も効果的です。KOLとの関係性を生かし、ハイブリッドによるアプローチで、多忙なKOL同士の貴重な症例検討の機会を創出します。

【2】医薬品ステージの上流に進出

- スペシャルティ医薬品は、治験も販売も中核病院に集中します。
- 市販前の臨床試験から市販後の安全性調査まで支援サービスの幅を拡大します。

- ・ 早期承認医薬品の拡大により市販後の安全性調査の機会が拡大
- ・ EBPの台頭により業務のアウトソースが一層拡大
- ・ 治験段階からの製薬企業・病院との関係構築により後程のプロモーション受注拡大に寄与

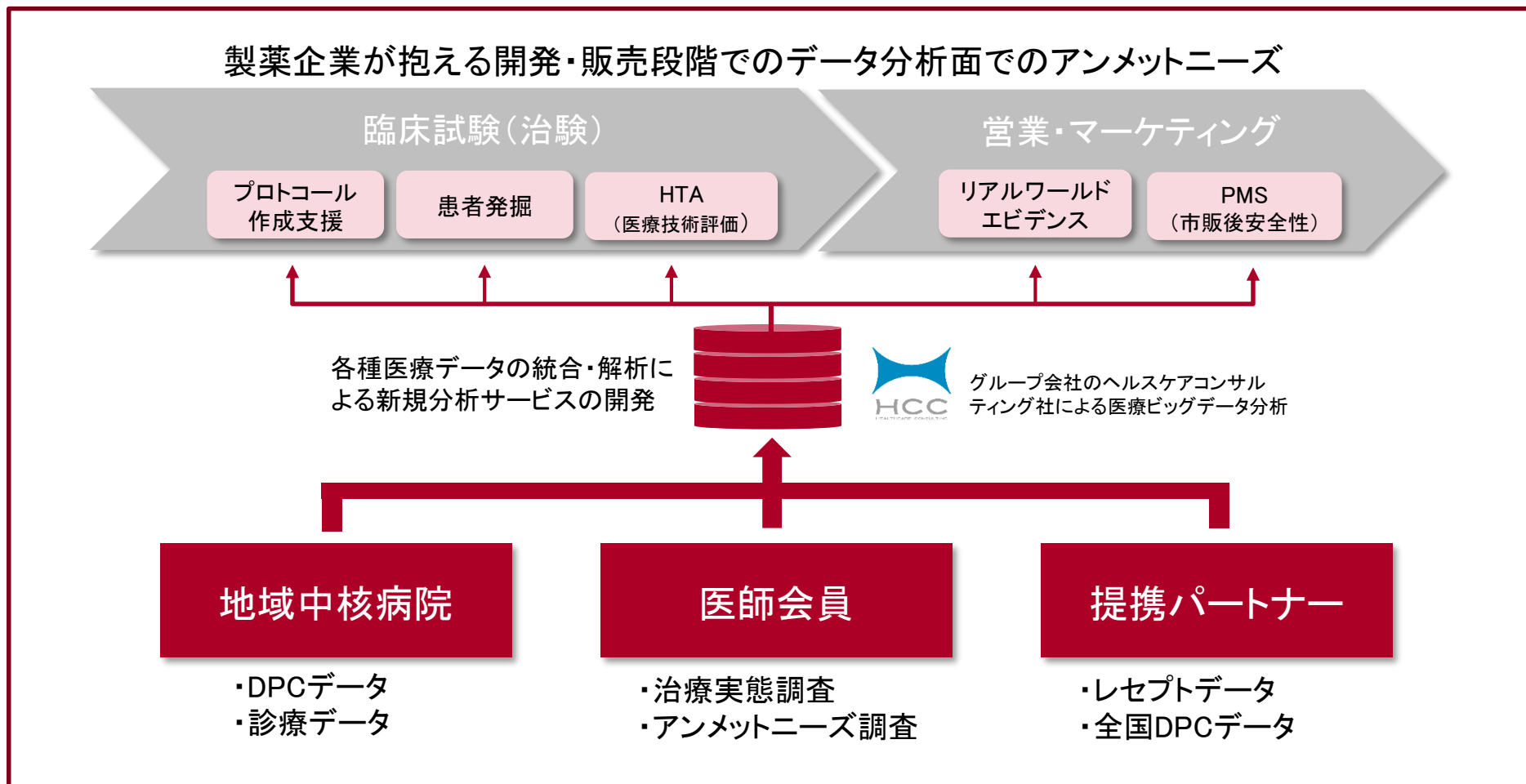
地域中核病院(DPC病院)に集中



医師プラットフォームと連携しアウトソース業務のDX化を推進、生産性の高いサービスを提供します。

【3】医療データの活用強化

- データの収集・分析能力の獲得は、今後の製薬企業とのアウトソース事業推進において必須となります。



- ・ データソースを拡大し、医薬DXの新規事業開発に活用するとともに、メディカルプラットフォーム事業やヘルスデータサイエンス事業の新規事業活用にも横展開します。

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・データ分析での提携	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
2022年の進捗		<ul style="list-style-type: none"> 派遣労働者事業免許取得 コアヒューマン社(CSO)のグループ化 	<ul style="list-style-type: none"> 医師会員20万人突破 	<ul style="list-style-type: none"> ヘルスケアコンサルティング社(医療ビッグデータ)の設立 インタラクティブソリューションズ社との業務提携 	<ul style="list-style-type: none"> YMGサポート社(SMO)、クレイス社(GRO)のグループ化

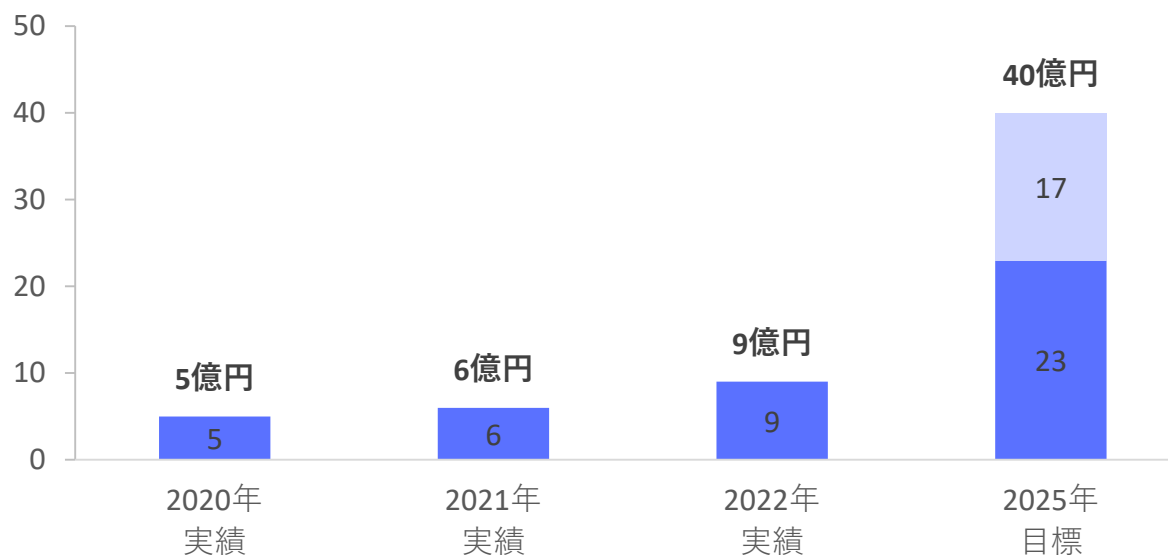
2021年度に調達した資金を開発の各モジュールに配分し、自社開発、提携、M&A等を組み合わせて開発を本格化します。

*)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。

メディカルプラットフォーム事業その他 売上目標

- メディカルプラットフォーム(MP)事業の2025年の売上目標は40億円です。
 - ヘルスデータサイエンス事業を含む新規事業を開発・展開し、新規事業の売上を17億円、全体の40%までに伸ばす計画です。

(単位:億円)

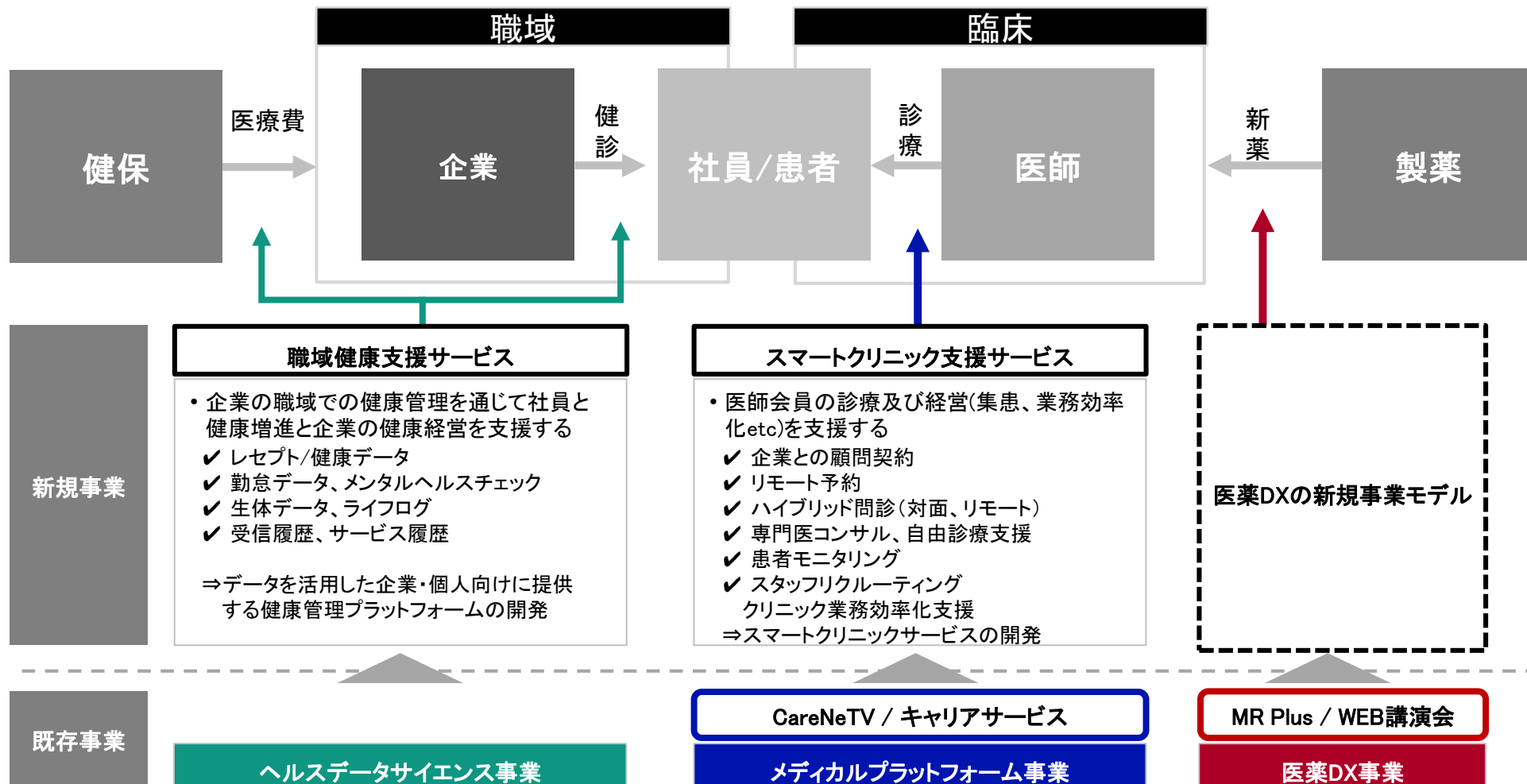
■ MP事業その他-既存 ■ MP事業その他-新規


	2020年実績	2021年実績	2022年実績	2025年目標
既存	5	6	9	23
新規	0	0	0	17
MP事業 -合計	5	6	9	40

※数値については、1千万単位を四捨五入しております

中長期で開発を目指す新規事業領域

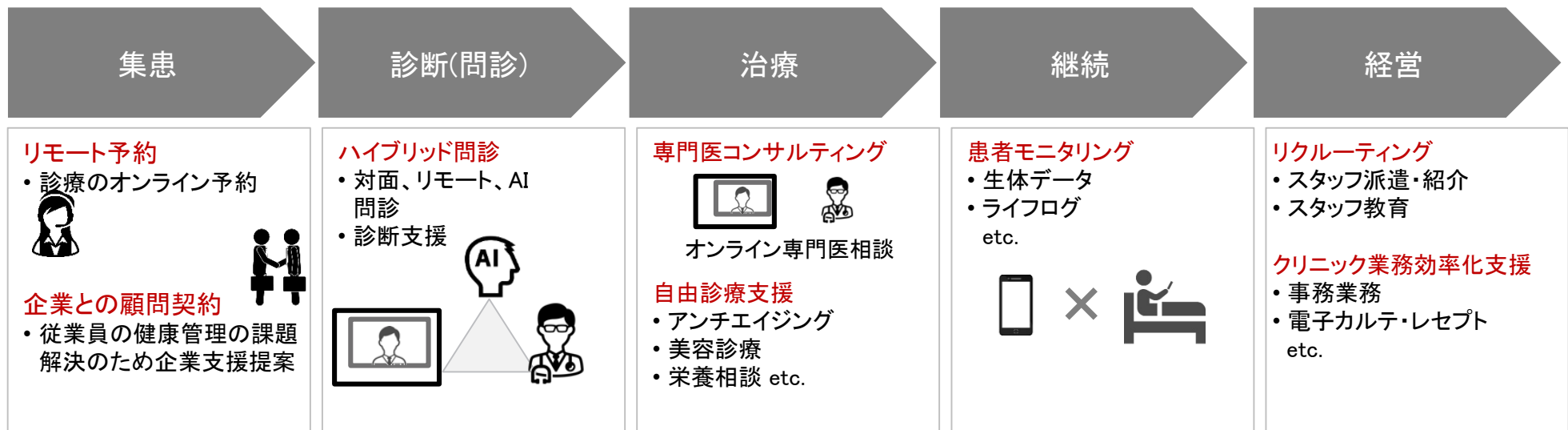
- 主力事業である医薬DX事業の更なる成長に合わせ、当社の医師プラットフォームを軸に、新規成長事業として、クリニック支援を行う「メディカルプラットフォーム事業」、職域を通じた健康管理・健康経営を支援する「ヘルスデータサイエンス事業」に取り組めます。



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20万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

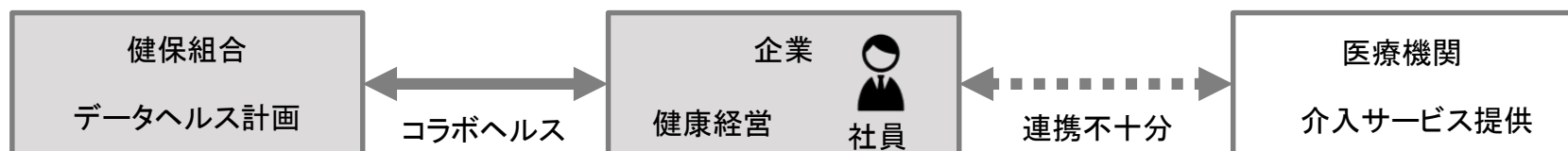
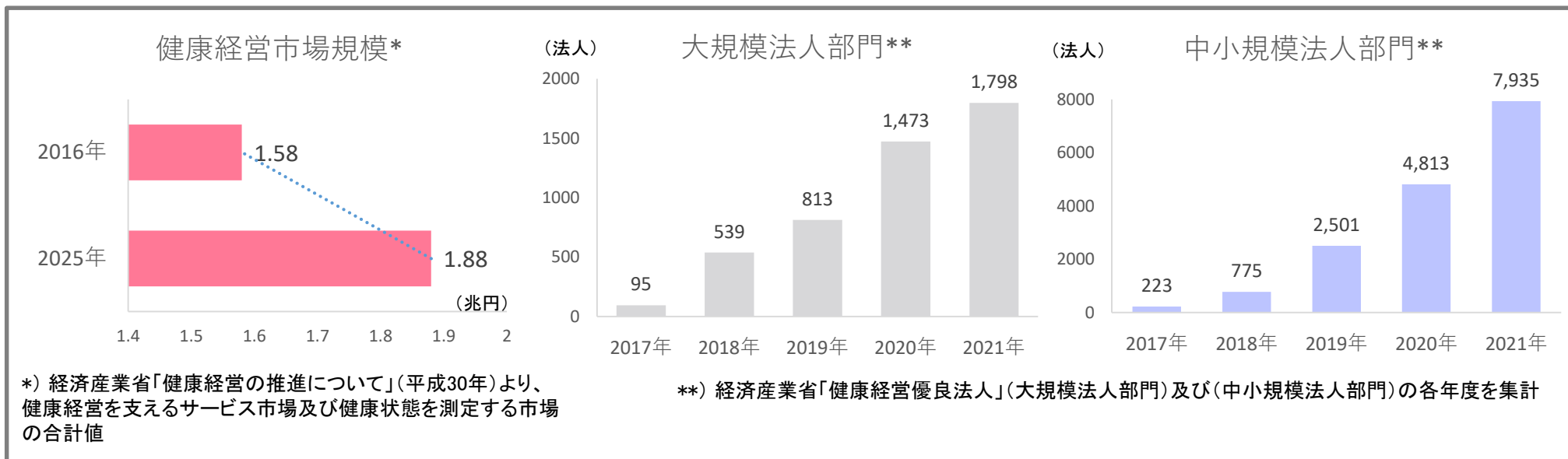
Pub**M**ed**C**LOUD

専門医が選ぶ医学ニュース

Doctors' Picks

ヘルスデータサイエンス事業(開発段階)-事業機会

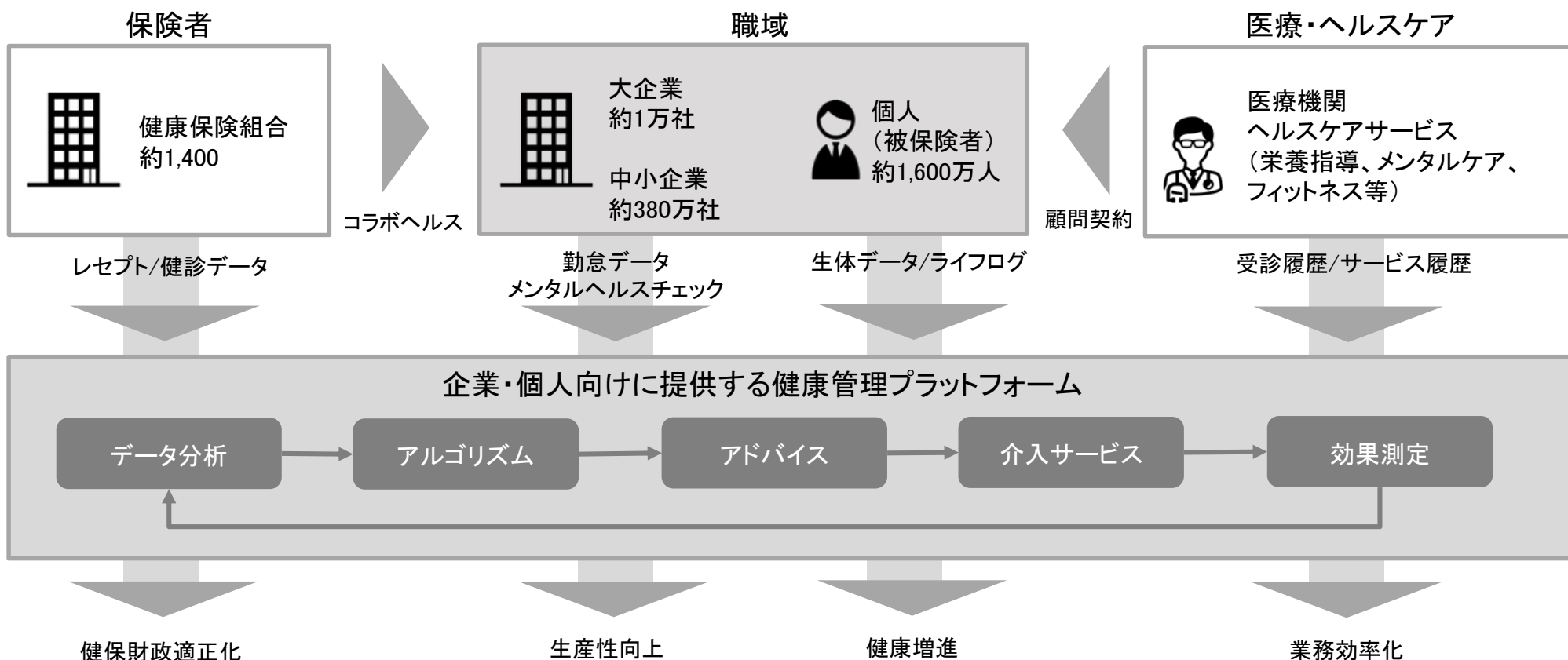
- 企業の健康投資額(定期健診、ストレスチェック、産業医費用等の義務的な費用、健康保険組合との連携によるサービス、その他法定外福利活動としての健康増進サービス)は年々拡大しています。働き方改革の推進にともない、“健康経営優良法人”に認定される企業数も拡大を続けています。



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

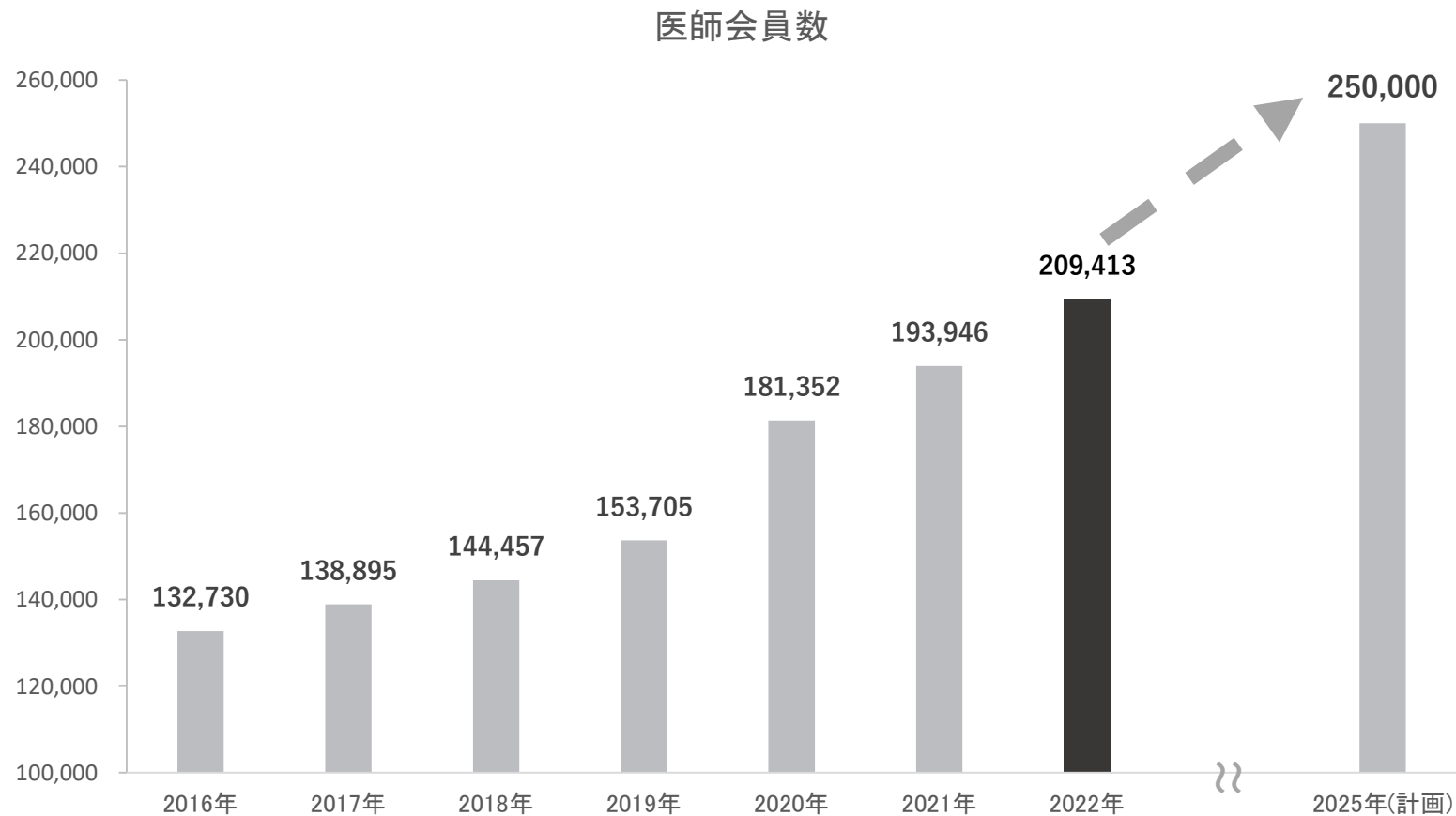
職域を軸に、個人の健康管理を通じて、企業の健康経営の推進を支援するサービス
データ分析から必要となる医療・ヘルスケアサービス、効果検証までの各機能をワンストップで提供する健康プラットフォームの開発



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。

医師会員数の推移と目標

- 2025年までに医師会員数を25万人到達を目指します。



医師会員数拡大に向けた重要施策

■ コンテンツの質と量の向上

- 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。



■ 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。

■ モバイル仕様の強化

- モバイルから当社コンテンツやサービスに、より便利にアクセスできるようコンテンツ企画、システム仕様の改良を続けます。利便性の改善は、多忙な医師の利用頻度の維持・向上にとって重要です。仲間との情報共有を通じ医師会員の紹介にもつながります。



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. 中期計画と成長戦略
5. 年次計画と進捗
6. リスク情報

2023年度計画

- 当社の主要顧客である製薬企業のMR人員の大幅な削減や、足元の円安の影響等で業績の見通しが立ちにくいいため、2022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。
- なお、上期予想につきましては、上記の理由により2023年度は開示を見合わせております。

(単位:百万円)

	2022年12月期 実績	2023年12月期 通期予想	成長率
売上高	9,327	11,000	17.9%
営業利益	2,851	3,000	5.2%
経常利益	2,894	3,000	3.7%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,847	2,000	8.3%

2022年12月期 決算サマリー

- 当社の売上高の約90%を占める医薬DX事業が、引き続き製薬企業からの受注に支えられ、当期も売上が伸長いたしました。
- メディカルプラットフォーム事業は、連結グロース事業より組入れたキャリア事業の成長に支えられ、売上、利益とも大幅に伸長いたしました。

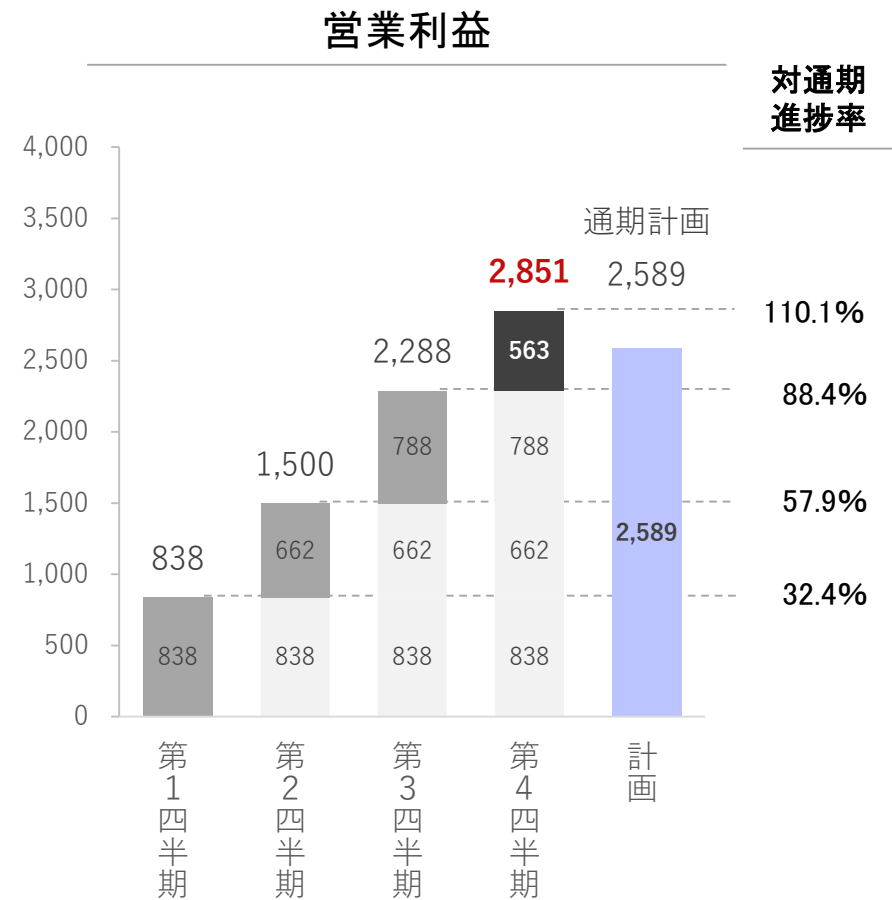
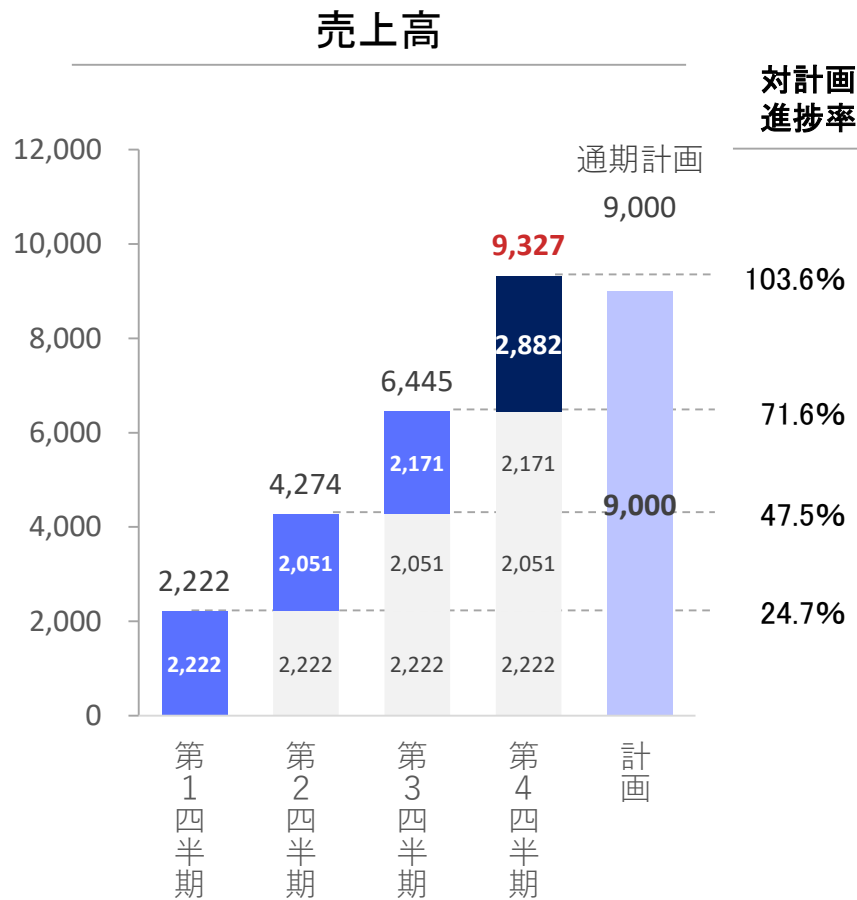
(単位:百万円)

	2022年12月期 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		
売上高	9,327	8,473	854	-	103.6%
営業利益	2,851	4,207	228	△1,584	110.1%
経常利益	2,894	-	-	-	110.7%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,847	-	-	-	101.6%

2022年12月期 計画と進捗

■ 2022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)

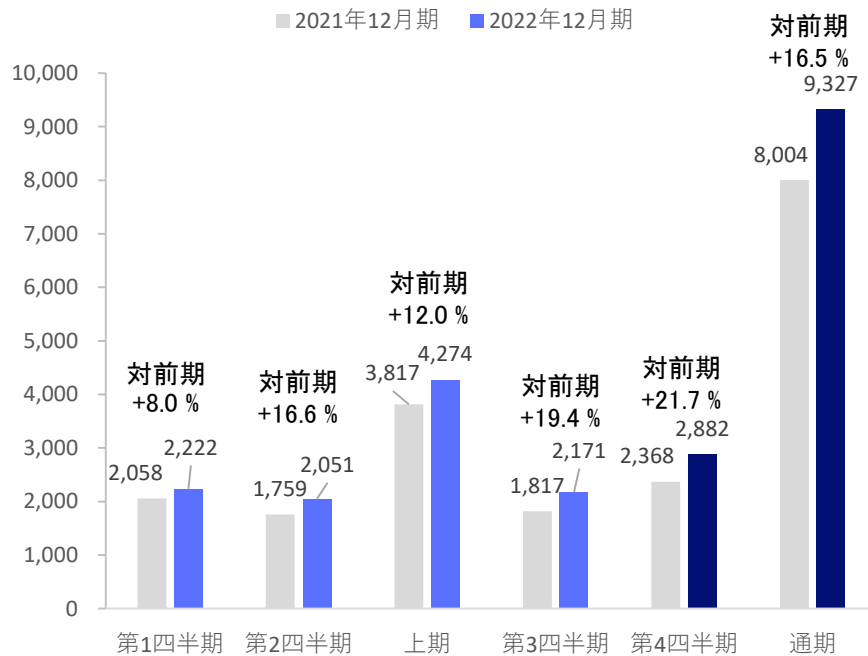


2022年12月期 対前年比実績

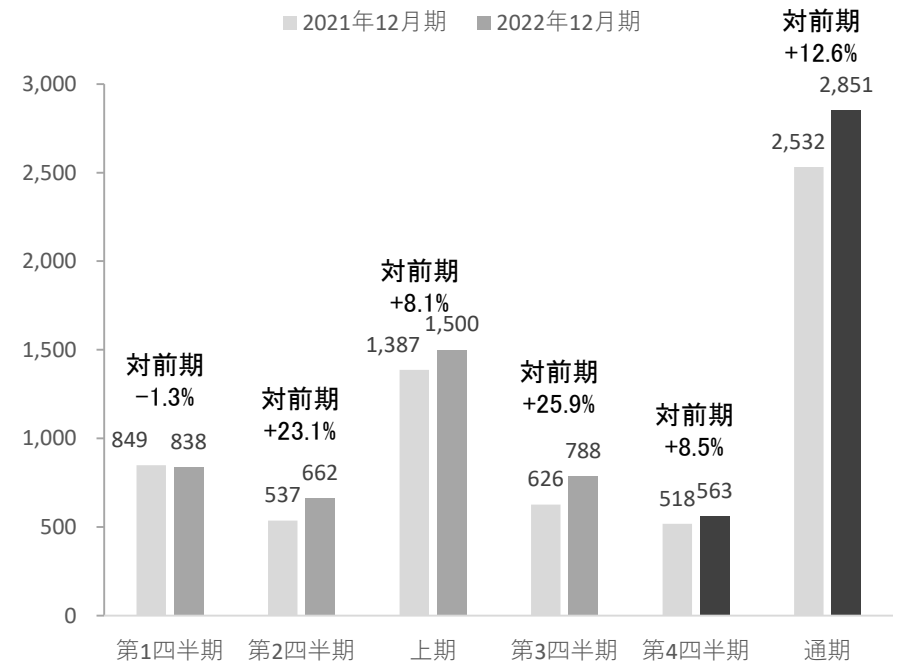
■ 著しい伸びを見せた前期から、売上、営業利益とも更なる成長を実現しています。

(単位:百万円)

売上高



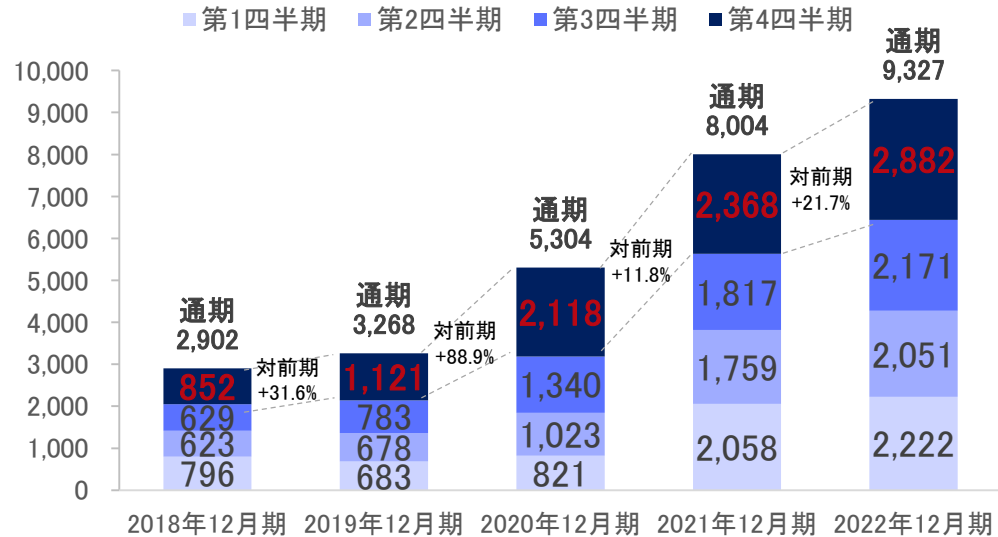
営業利益



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+21.7%の2,882百万円となりました。通期で比較すると、+16.5%の9,327百万円となりました。医薬DX事業及びメディカルプラットフォーム事業の双方で売上が伸長しました。

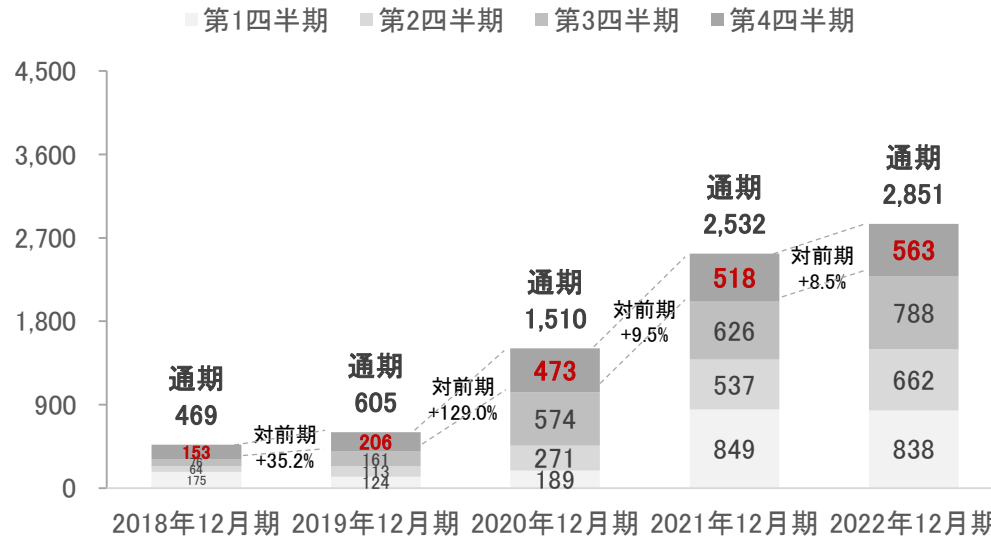
過去5年間、2020年12月期を除き、第3四半期と第4四半期に売上の伸びが変わるという季節性が見られます。この季節性を繰り返しながら、通期での増収を続けております。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
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
2022年12月期	2,222	2,051	2,171	2,882	9,327

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、大幅な増収を達成した昨年度より、前年同期比で+8.5%の563百万円となりました。通期で比較すると、+12.6%の2,851百万円となりました。医薬DX事業及びメディカルプラットフォーム事業の双方で営業利益が伸長しました。

営業利益も売上の季節性に影響を受け、第3四半期と第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
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
2022年12月期	838	662	788	563	2,851

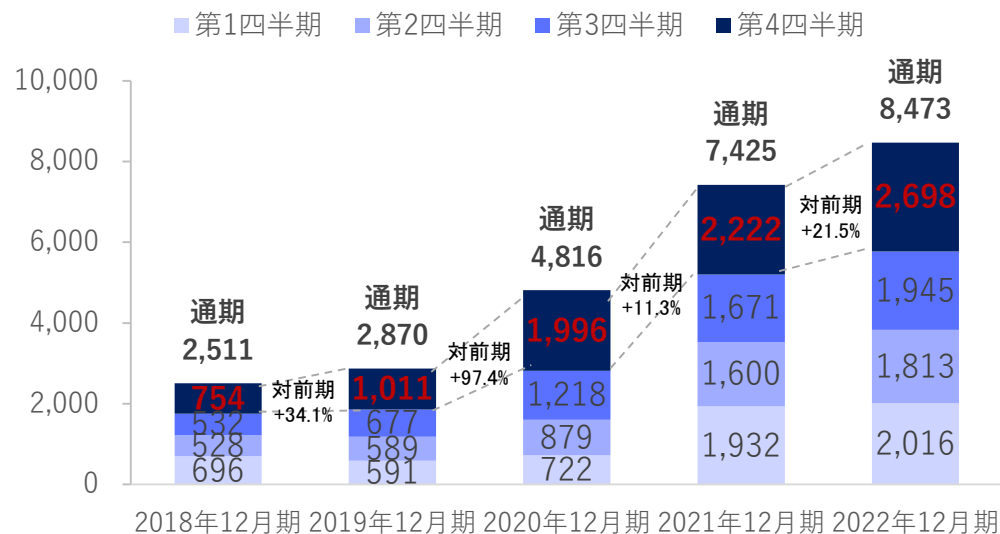


開示セグメント別の進捗

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、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。主力サービスであるMRPlusの受注増加、Web講演会の堅調な推移等により、売上は前年同期比+21.5%の2,698百万円となりました。通期で比較すると、+14.1%の8,473百万円となりました。

過去5年間、2020年12月期を除き、第3四半期と第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。

今年度から、連結グロース事業の廃止に伴い、連結子会社の一部¹⁾を「医薬DX事業」に組み入れています。これに伴い、本年度との対比のために、2021年12月期以前の実績も修正しております。

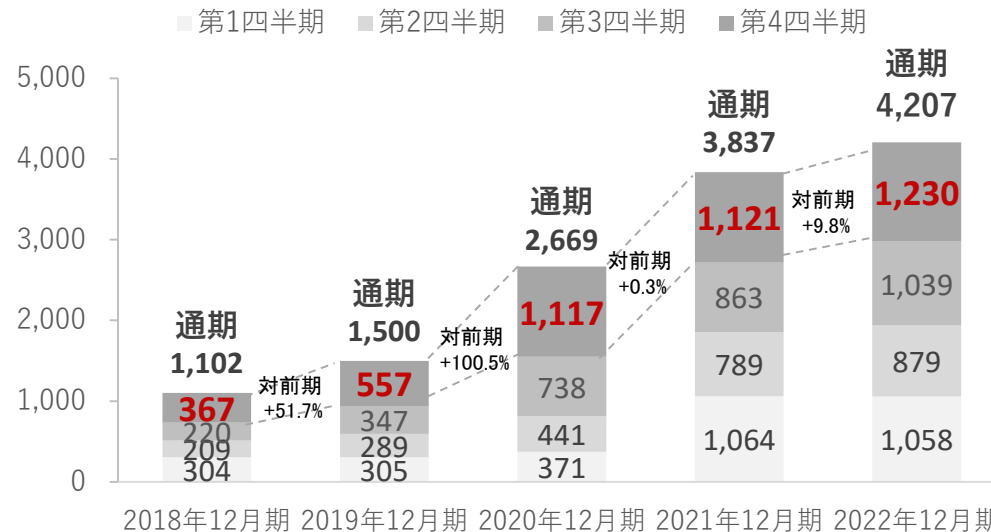
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2018年12月期	696	528	532	754	2,511
2019年12月期	591	589	677	1,011	2,870
2020年12月期	722	879	1,218	1,996	4,816
2021年12月期	1,932	1,600	1,671	2,222	7,425
2022年12月期	2,016	1,813	1,945	2,698	8,473

1) 医薬DX事業セグメントに組み入れたのは、(株)SC-Labo、(株)アドメディカ、(株)ヘルスケアコンサルティング、(株)YMGサポート、(株)アスクレピアの5社です。

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)



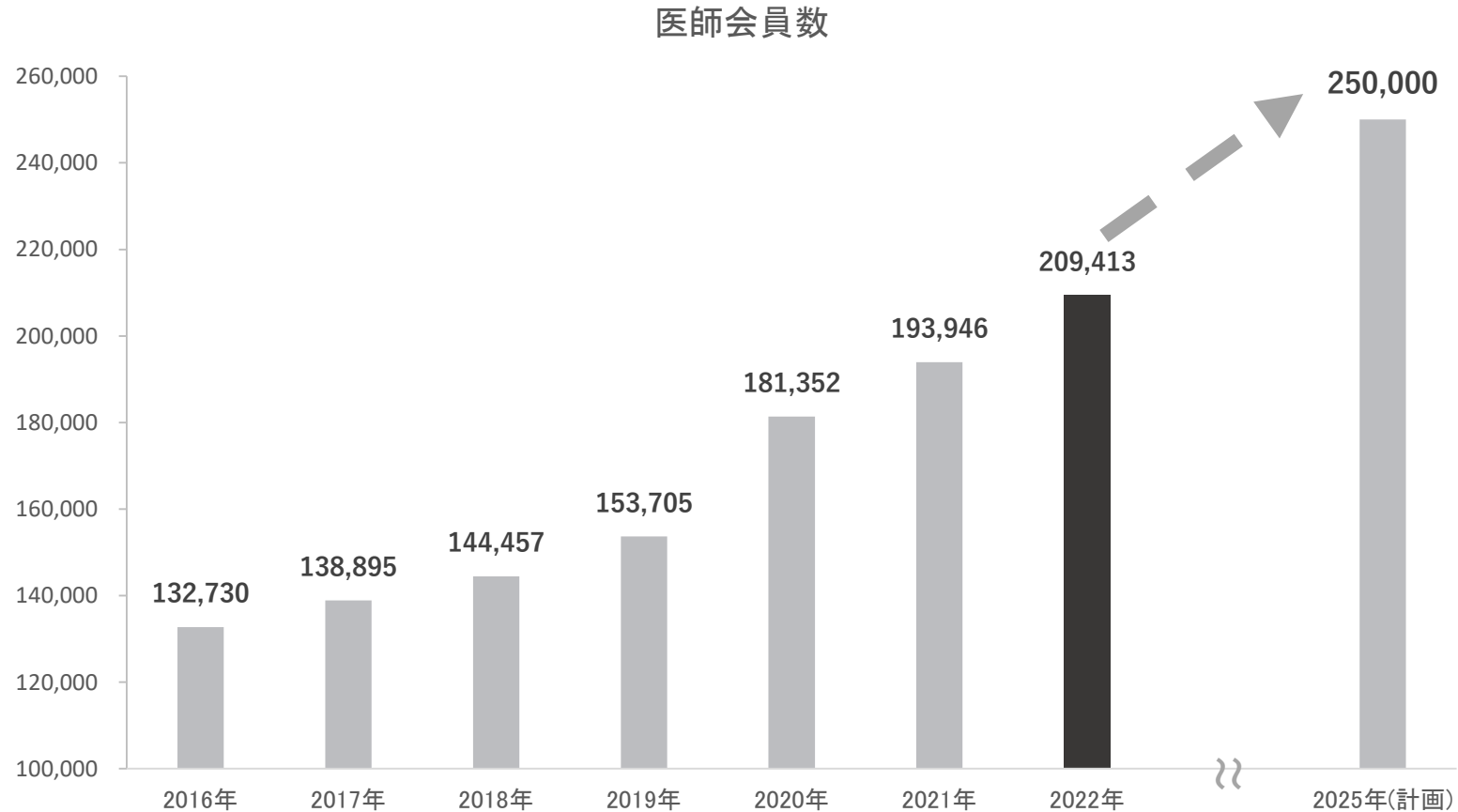
当社の第4四半期の期間は、セグメント利益は前年同期比+9.8%の1,230百万円となりました。通期で比較すると、+9.6%の4,207百万円となりました。セグメント利益率は、50%程度を維持しており、この事業の利益が当社の利益に大きく貢献しています。

セグメント利益も売上の季節性に影響を受け、第3四半期と第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
2018年12月期	304	209	220	367	1,102
2019年12月期	305	289	347	557	1,500
2020年12月期	371	441	738	1,117	2,669
2021年12月期	1,064	789	863	1,121	3,837
2022年12月期	1,058	879	1,039	1,230	4,207

医師会員数の推移

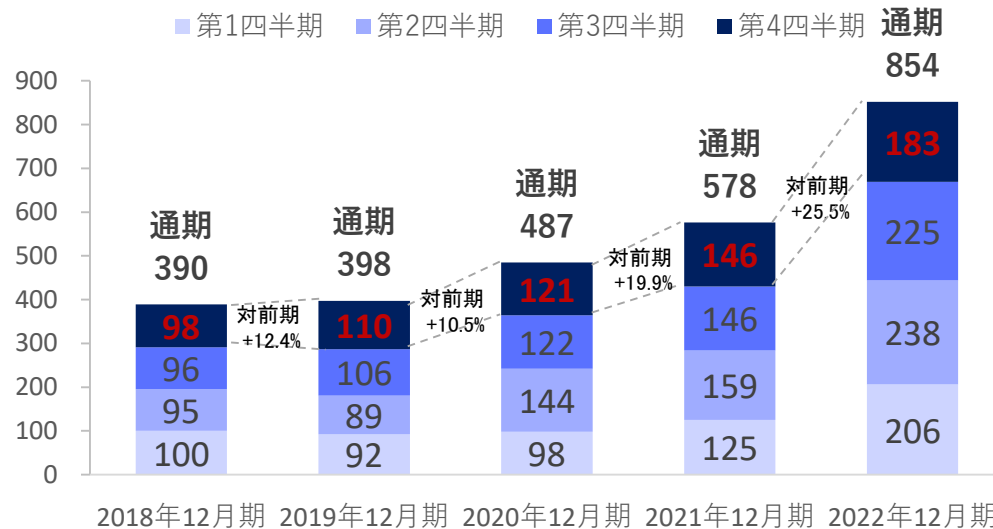
- 昨年より引き続き、医師会員は順調に増加しており、2022年末時点で約21万人に到達しております。



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、医師キャリア事業の医業承継サービス等が順調に推移したことにより、セグメントの売上は、前年同期比+25.5%の183百万円となりました。通期で比較すると、+47.8%の854百万円となりました。

本年度より、医師キャリア事業¹⁾を「連結グロース事業」から、「メディカルプラットフォーム事業」に組み入れています。これに伴い、本年度との対比のために、2020年12月期、2021年12月期の実績に医師キャリア事業の売上、利益を計上しています。

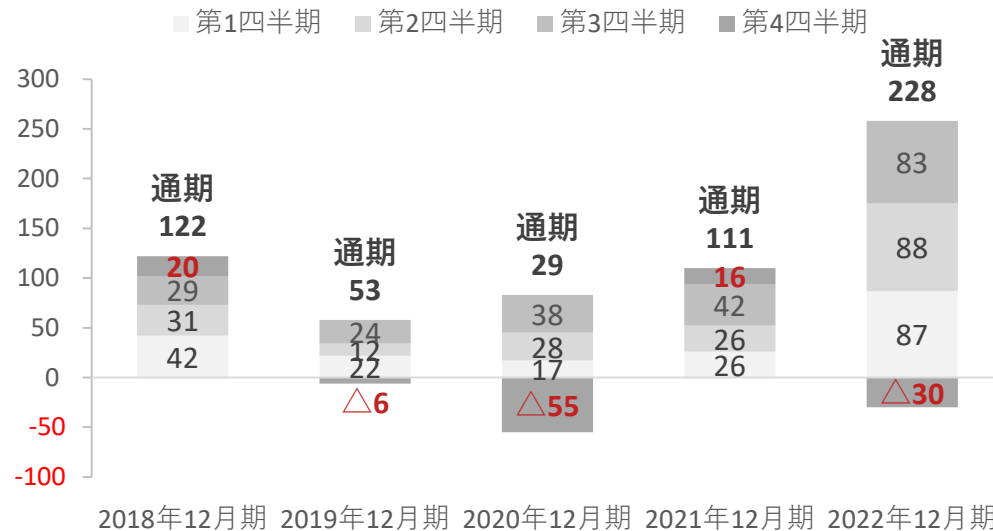
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2018年12月期	100	95	96	98	390
2019年12月期	92	89	106	110	398
2020年12月期	98	144	122	121	487
2021年12月期	125	159	146	146	578
2022年12月期	206	238	225	183	854

1) (株)ケアネットワークスデザインを組入れています。

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、来期以降の成長のための開発等の政策的出費により、△30百万円となりました。通期と比較すると、+103.8%の228百万円となりました。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
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	17	28	38	△55	29
2021年12月期	26	26	42	16	111
2022年12月期	87	88	83	△30	228

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. 中期計画と成長戦略
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、2022年12月期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>
競争参入・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ます。当社グループは既に20万人(2022年末時点、209,413人)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ます。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に関する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等に関するリスク</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。仮に、このような法規制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を行い、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>

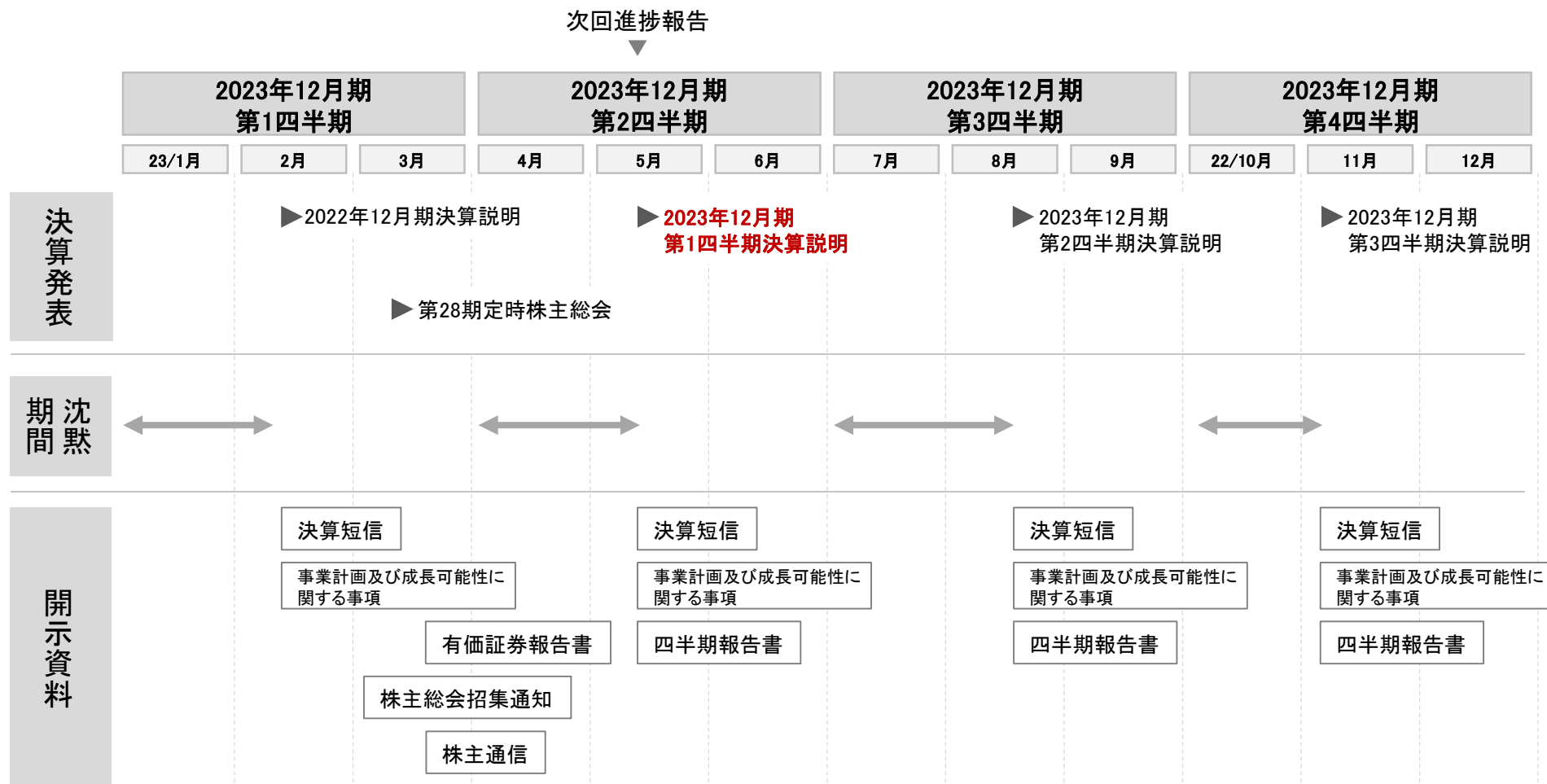
認識するリスク及び対応策(3)

分類	リスク	対応策
企業買収と戦略的提携に関するリスク	<p>当社グループは、事業拡大の手段の一つとして戦略的提携、M&A及び投融資等を行う可能性があります。戦略的提携、M&A等の投融資の実施に際しては十分な検討のもとに実行に移してまいりますが、実施した戦略的提携、M&A及び投融資等が、当初期待した成果をあげられない場合や、投融資先の業績が悪化した場合には、損失が発生することにより、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、戦略的提携、M&A及び投融資等を行う際は、その目的や意義を明確にした上でリスクを把握し、投下資本に対する回収実績の定量的な評価を行い、取締役会で審議を行っております。M&A及び投融資後は投資回収に努めますが、経済情勢の変化に伴い中長期的に損失が見込まれる場合は、一定の仮定のもとで将来の回収可能見込み額を見積もり、必要に応じた会計処理を決算に反映させております。</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

※スケジュールは予定であり、今後変更の可能性あります。



次回は3か月後の2023年12月期第一四半期決算説明(2023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