



株式会社 ケアネット

2023年12月期 通期 決算説明資料

代表取締役社長 藤井 勝博

1. 当社のビジネスモデル
2. 業績ハイライト
3. 中期経営計画(2021～2025)の振り返り
4. 新中期経営ビジョン
5. 今期業績及び2024年計画

# 当社のビジネスモデル

## 【目次】

1. 当社のビジネスモデル
2. 業績ハイライト
3. 中期経営計画(2021~2025)の振り返り
4. 新中期経営ビジョン
5. 今期業績及び2024年計画

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	345名 (2023年末時点)
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

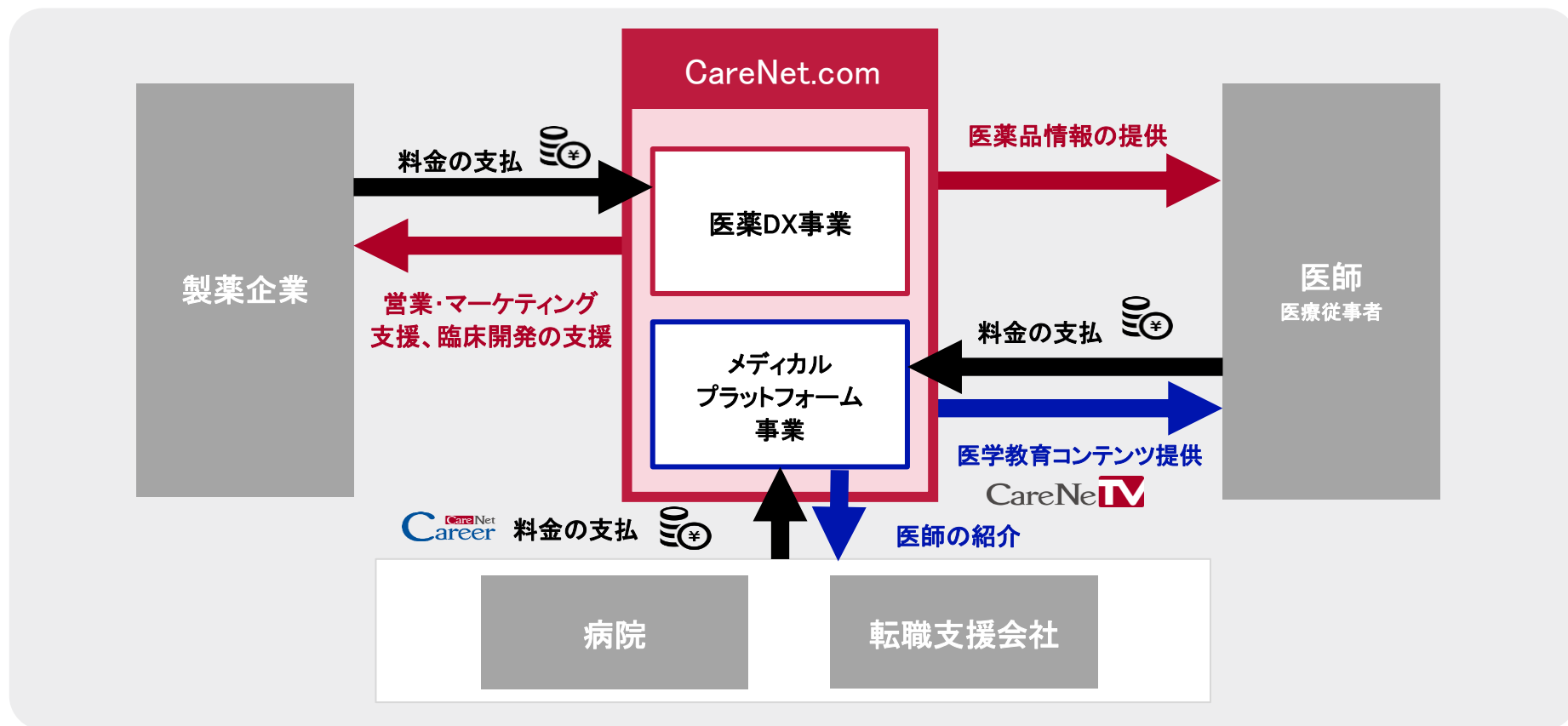
ケアネットは、インターネットを通じて、医師・医療者に日常臨床に役立つ情報をお届けするとともに、製薬企業に医薬情報提供活動を効果的に行うソリューションを提供しています。

### 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。

- 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。

### 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、製薬企業の新薬の臨床開発や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。

上記の他に、専門職を派遣するCRO,SMO、CSOのグループ会社を有し、医師プラットフォームと連携して、より質の高いサービスを提供しています。

1) KOL: Key Opinion Leader の略。医療業界で多方面に影響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

1. 当社のビジネスモデル

## 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

6,277 名

(2023年末時点)

### 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～

### 45万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



<b>会員数</b>	<b>450,219 名</b>
<b>医師会員</b>	<b>224,568 名</b>

(2023年末時点)

**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。





# 業績ハイライト

## 【目次】

1. 当社のビジネスモデル
2. **業績ハイライト**
3. 中期経営計画(2021~2025)の振り返り
4. 新中期経営ビジョン
5. 今期業績及び2024年計画

# 2023年12月期 通期決算サマリー

## 2. 業績ハイライト

- 主力事業であるeプロモーション市場が軟調に推移したことにより、計画は未達となりました。
- 一方で、サービス領域の拡大に伴い、医薬DX事業、メディカルプラットフォーム事業においても、売上は前年よりも伸ばいたしました。

(単位:百万円)

	2023年12月期 通期			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		
売上高	10,235	9,178	1,057	－	93.0%
営業利益	2,428	3,941	264	△1,776	80.9%
経常利益	2,467	－	－	－	82.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,510	－	－	－	75.5%

# 中期経営計画(2021～2025)の振り返り

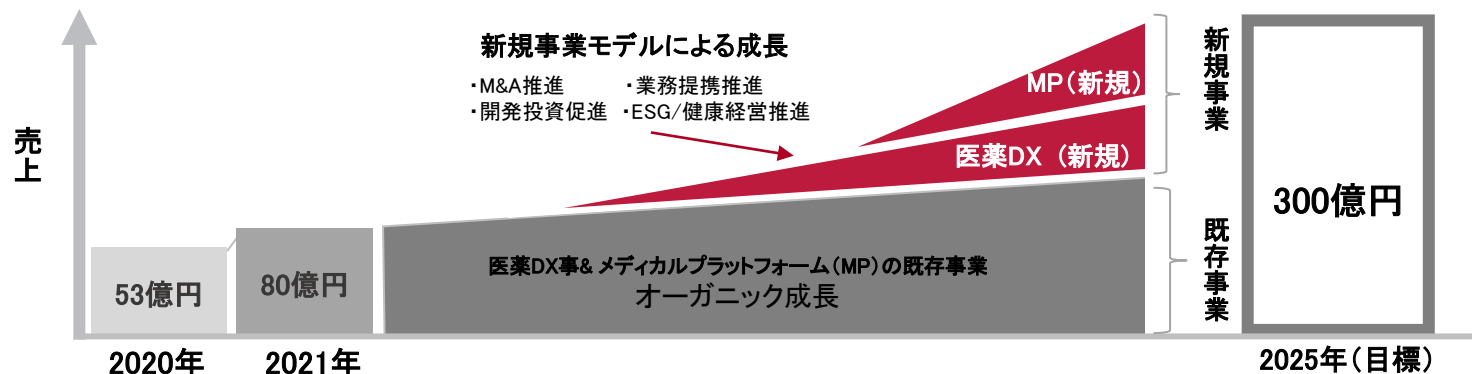
## 【目次】

1. 当社のビジネスモデル
2. 業績ハイライト
3. 中期経営計画(2021～2025)の振り返り
4. 新中期経営ビジョン
5. 今期業績及び2024年計画

# 中期計画の目標

3. 中期計画  
(2021~2025)の振り返り

- 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事業が関連するモデルを構築します。



経営目標	2020年(実績)	2025年(目標)	CAGR (本計画期間)
売上高	53億円	300億円	41%
営業利益	15億円	100億円	46%
営業利益率	28%	33%	-
上場市場	東証マザーズ	東証プライム	-
医師会員数	18万人 (医師の60%)	25万人 (同80%)	-

# “中計2025”のセグメント別成長計画

3. 中期計画  
(2021~2025)の振り返り

- 医薬DX事業を軸に2021年以降、継続して既存事業と新規事業の双方が高い成長を遂げる計画としておりました。

セグメント	新既区分	2020年度 (実績)	重要方針	2025年度 (計画)
医薬DX事業	Eプロモーション事業 (既存事業)	48億円	・医師会員数の拡大(2025年に25万人へ) ・CSOとの連携によるハイブリッドモデルの開発 ・CAGR25%を想定	151億円
	CSO/CRO/SMO/データ等 (新規事業)	0円	・新規事業分野はM&Aを軸に成長を目指す	109億円
	セグメント計	48億円		260億円
メディカルプラットフォーム(MP)事業他	教育/人材事業 (既存事業)	5億円	・教育コンテンツの拡充、キャリアサービスの拡大	23億円
	経営コンサル/ヘルスデータサイエンス事業 (新規事業)	0円	・新規事業分野はM&Aを軸に成長を目指す	17億円
	セグメント計	5億円		40億円
連結売上高		53億円		300億円

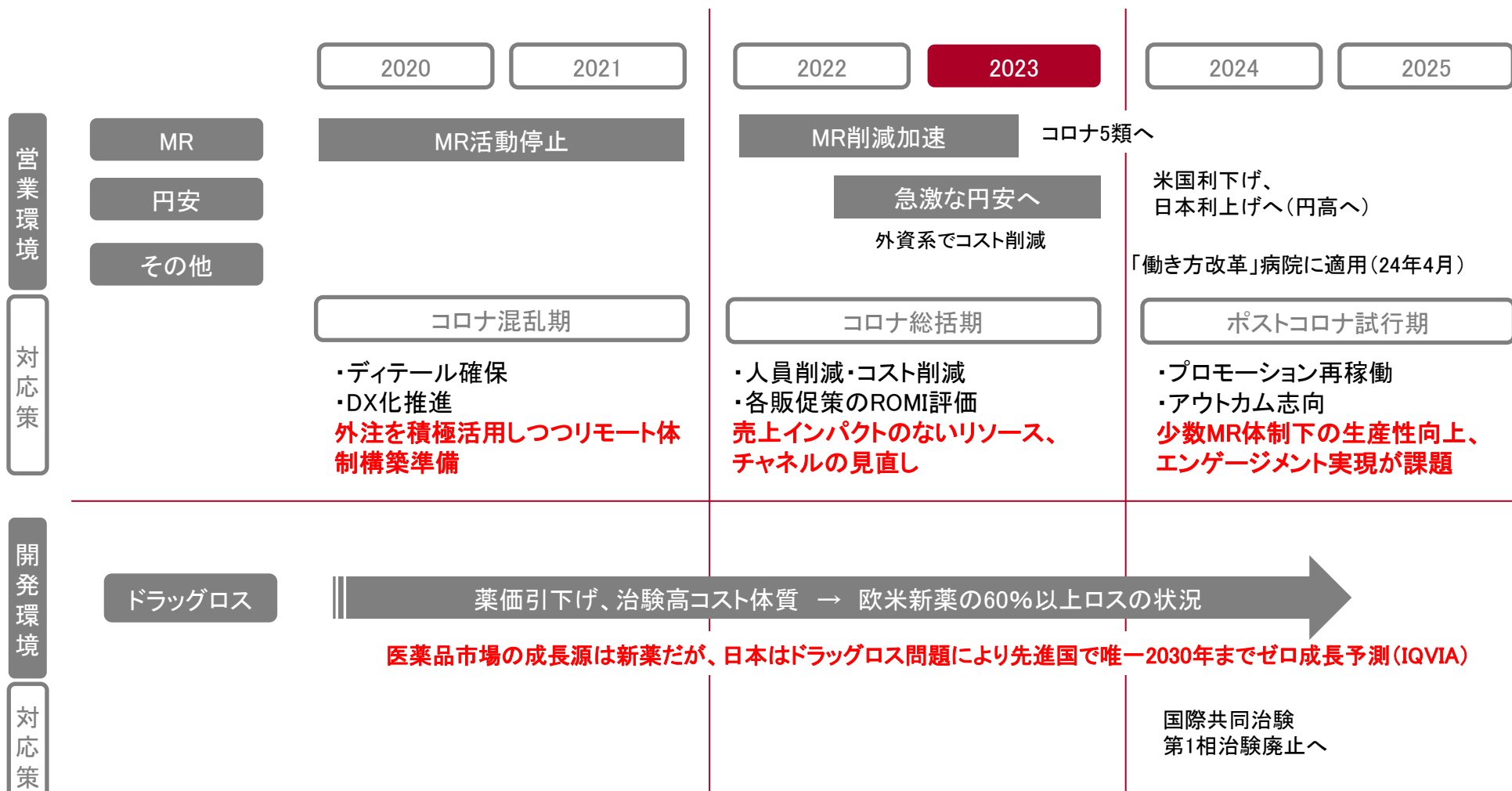
## ＜計画の重要な前提＞

- 医薬DXの既存事業(eプロモーション)はコロナを機に成長が加速し、CAGR25%で成長を継続。
- 医薬DX事業、MP事業ともに、新規事業はM&Aを軸に事業に参入、投資を続け売上を拡大する。

# 事業環境の変遷、2023年に噴出した製薬業界の課題

3. 中期計画  
(2021~2025)の振り返り

- コロナ前後での急激な環境変化 → プロモーションへの影響
- 2017年から拡大するドラッグロスの問題が深刻化 → 新薬開発の停滞、成長の阻害要因へ



# 事業環境の変化による影響と“中計2025”の見直し

3. 中期計画  
(2021~2025)の振り返り

	新既区分	2020年度 (実績)	2021年度 (実績)	2022年度 (実績)	2023年度 (実績)	2023年度時点での事業への影響	2025年度 (見直し) “中計2025”は 見直しが必要
医薬DX事業	eプロモーション事業 (既存事業)	48億円	74億円	84億円	75億円	2022年-23年のコスト削減で2023年度は減収(Web講演会削減が影響)。ROMI評価により、広告としてのeと営業生産性改善のためのeでは求められるアウトカムが分かれてきた。営業生産性改善にはエンゲージメント <sup>※2</sup> 実現が必要。	151億円
	CSO/CRO/SMO/データ等 (新規事業)	0円	0円	1億円	17億円	治験コストの削減モデルの開発が先決。M&Aは慎重に行う方向へ。医療データは依然規制が強く投資には時期尚早。	109億円
	セグメント計	48億円	74億円	85億円	92億円		260億円
MP <sup>※1</sup> 事業他	教育/人材事業 (既存事業)	5億円	6億円	9億円	10億円	2024年度からの働き方改革適用に向けてキャリア事業、経営コンサルティング等に成長の可能性あり。	23億円
	経営コンサル/ヘルスデータサイエンス事業 (新規事業)	0円	0円	0億円	0円	医療機関に対する事業開発は、コロナ期間は実施不可となったために失速。医療データは依然規制が強く投資には時期尚早。	17億円
	セグメント計	5億円	6億円	9億円	10億円		40億円
連結売上高		53億円	80億円	93億円	102億円		300億円

“中計2025”は、コロナ前後の事業環境の変化により、計画の前提が大幅に変わったため、見直しが必要。

※1:MPは、「メディカルプラットフォーム」を指します。

※2:エンゲージメントとは、「対話を通じた医師との信頼関係構築・維持」を指します。

# 新中期経営ビジョン

## 【目次】

1. 当社のビジネスモデル
2. 業績ハイライト
3. 中期経営計画(2021～2025)の振り返り
4. **新中期経営ビジョン**
5. 今期業績及び2024年計画



### 事業環境の大幅な変化

→ 製薬業界は2023年より本格的プロセス改革のフェーズへ

課題1

新薬営業

ROMI問題

- チャンネルを問わず売上インパクトで評価
- エンゲージメント推進に課題

課題2

新薬開発

治験高コスト問題

- 非効率で高コストな日本の臨床試験
- 患者組み入れ、データ収集に課題

既存のeやDXモデルでは解決できない問題

**[1] 開発・営業のプロセス改革のための新しいeの活用モデルが必要！**

さらに、中長期的な課題として

課題3

市場成長

ドラッグロス問題

欧米のEBP (Emerging BioPharma: 年売上5億ドル未満、R&D2億ドル以下)の新薬をいかにして日本での開発・承認・販売につなげていくかが鍵

治験の効率化だけでなく、有望新薬の海外からの調達、日本での効率的な販売、流通の仕組みの整備

**[2] EBPのための新モデルが必要！**

事業環境の変化を踏まえた当社の新たな方向性“ビジョン2026”により成長を続けます。

### ビジョン2026

#### 1 治験/医薬営業のプロセス改革支援 **医薬DX事業の進化**

既存のeプロモーションサービス（インターネット経由で情報を医師に届けるサービス：MRPlus等）は安定収益基盤として貢献しますが、今後の成長加速化のためには、当社の培ってきたケイパビリティを総動員し、KOLや専門医とのエンゲージメント（対話を通じた関係構築）を実現する新しいサービスモデルを開発し、製薬企業の治験分野、営業分野に生かすことが必要です。

#### 2 市場創出・社会課題の解決 **シードインキュベーション事業への参入**

薬価引下げ、治験の高コスト構造が原因で欧米の新薬が日本で開発されず（ドラッグロス問題）、日本の医薬品市場の成長が停滞している問題に対し、上記の治験/営業支援サービスを活用し、新薬導入の推進に貢献します。

#### 3 ポートフォリオ拡充

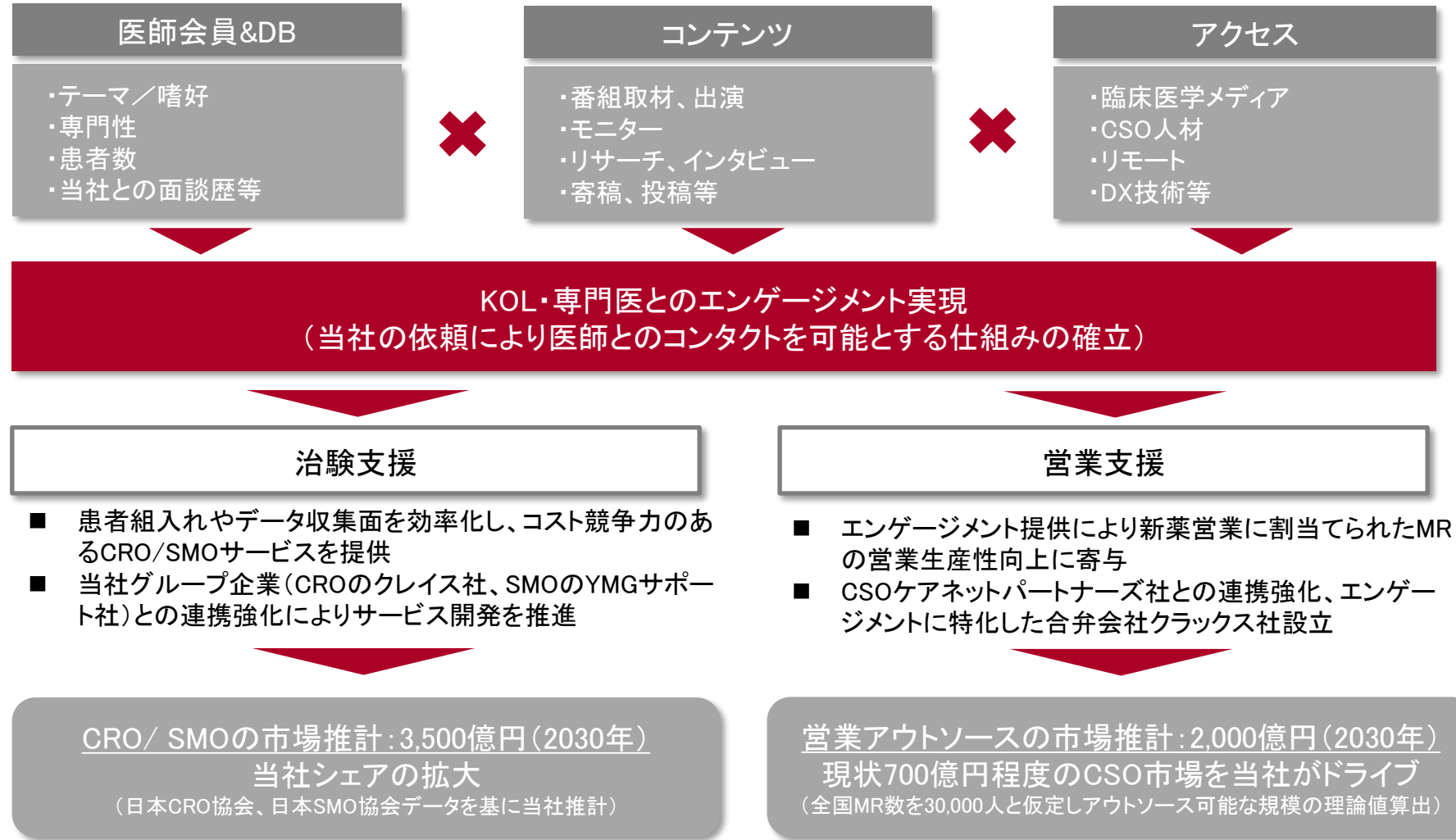
上記の重点開発事業だけでなく、医薬DX事業における既存事業の安定化、メディカルプラットフォーム事業における新サービス開発等により、事業ポートフォリオの一層の充実を図り、当社成長を重層的に支える構成を整えます。

#### 4 新たなリーダーシップ、ガバナンス

ビジョン2026を全力で推進し、2027年からの成長加速につなげるための体制を一部変更、強化します。

# 1) 治験/医薬営業のプロセス改革支援

当社が培ってきたケイパビリティを総動員し、製薬企業に対し、医師とのエンゲージメント(対話を通じた関係構築)を仲介・代行するサービスを開発・提供することにより、“医薬DX事業”は今後も当社成長の軸となります。



## 2) 市場創出・社会課題の解決

中長期目標として、ドラッグロス対策に寄与するビジネスモデルを開発します。

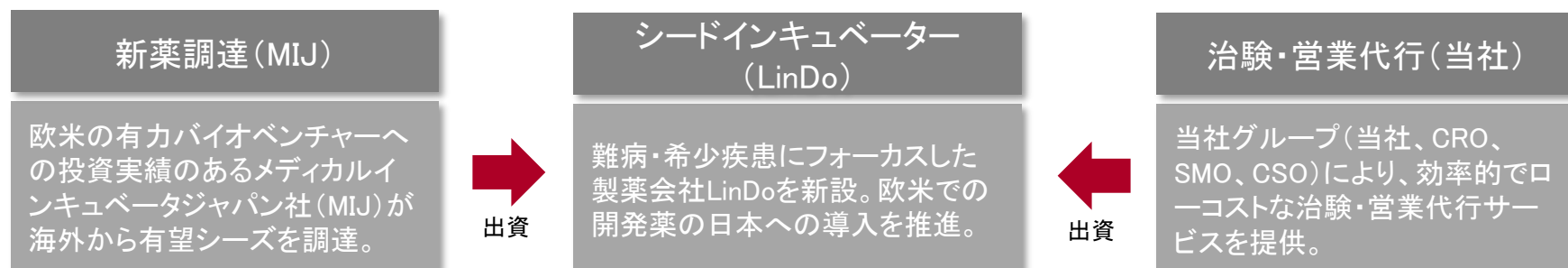
医療用医薬品市場の年平均成長率

	2017 - 2021 (実績)	2022 - 2026 (予測)
米国	+4.9%	+2.5-5.5%
欧州 5ヶ国 (独仏伊蘭英)	+4.8%	+3-6%
中国	+6.1%	+2.5-5.5%
日本	△0.5%	△2-1%

IQVIA INSTITUTE, Global Use of Medicines 2022 OUTLOOK 2026 及び2023 OUTLOOK TO 2027 を基に当社作成

日本の医療用医薬品市場のマイナス成長は、薬価引き下げと治験の高コスト構造が要因。現在世界の新薬の約70%を開発するEBPの日本導出を阻んでいる。

当社グループアライアンスにより、EBP新薬調達から効率的な治験、営業までを一貫して提供する新たな製薬事業モデル(シードインキュベーションモデル)を開発



日本の医薬品市場+1%成長は、1,000億円市場の創出効果あり。  
難病・希少疾患新薬の導入により、社会課題の解決に貢献しつつ、業界の成長にも寄与して参ります。

## 3) ポートフォリオ拡充

### 1 医薬DX事業

#### ■ 既存事業(MRPlus等のeプロモーションサービス)の安定収益化へ

医薬広告としてのeプロモーションは今後も既存薬を中心とした医薬品マーケティングの主要手段として残ります。業界の医薬品マーケティング予算規模は2,000億円~2,500億円程度(2030年)あり(公開企業の有価証券報告書から当社推計)、当社としては、引き続き、医師会員の獲得と視聴率の向上を目指し、シェアの拡大を狙います。

#### ■ アジア市場への進出を開始

成長著しい中国・東南アジアの医薬品市場に対し、当社のノウハウを提供することにより、拠点構築の準備を進める。そのために、臨床試験、新薬普及において重要な役割を果たすKOLのネットワークを日本国外にも拡大していきます。

### 2 メディカルプラットフォーム事業

#### ■ 既存事業(教育・人材事業)の安定成長へ

教育コンテンツにおいては、CareNeTVのコンテンツ多様化(スクール形式の導入他)によりブランディングを強化しつつ、看護師向けコンテンツも導入していきます。キャリア事業は順調であり、組織の拡充により成長を継続します。

#### ■ 医療機関経営支援事業への参入

病院経営コンサルティング事業を展開するメディカルクリエイト社とダリ社の買収(2023年11月)により、医療機関経営支援事業に参入しました。当社グループとの連携により成長シナジーを創出していきます。



医薬DX事業における既存事業の安定化、メディカルプラットフォーム事業における新サービス開発等により、事業ポートフォリオの一層の充実を図り、当社成長を重層的に支える構成を整えます。

“中計2025”を期中に見直すことの経営責任の明確化と、新たな方向性“ビジョン2026”を目指すための実行体制の強化を図るべく、リーダーシップとガバナンス体制を一部変更します。

### 1 CEOの交代

CEOを大野元泰(現CEO)から藤井勝博(現COO)に交代します(2024年3月の定時株主総会をもって)。あわせて、大野は代表権を返上し、当社の代表者は藤井勝博(代表取締役社長CEO)1人となります。

### 2 重点開発分野の役割の明確化

大野元泰は当社取締役として残りつつ、新設のシード・インキュベーターLinDo社の社外取締役に就任(予定)し、同社との資本業務提携を強力に推進し、当社の中長期の成長に貢献していきます。社外取締役の桂淳は、2024年2月の決算発表を以て当社社外取締役を辞任し、LinDo社の代表取締役社長として、当社との連携事業を推進していきます。

### 3 外部独立の人材の登用

桂淳の後任として、グローバル製薬企業の経営経験者を当社の社外取締役(独立役員)として招聘します。また、外部から当社CXOへの抜擢を進め、“ビジョン2026”達成に向けた経営体制の強化を図ります。

### 1 “ビジョン2026”は開発実証期間

2022年-2023年に製薬業界は治験・営業のプロセス改革期に突入。この変化にあわせて、当社グループは事業開発を進め、2024年から2026年までの3年間を「開発実証期間」と位置付けます。

### 2 開発の重点方針

- 本期間中に“エンゲージメント”サービスを確立し、少数MR体制下での営業生産性向上に寄与し、治験の効率化・コスト削減のモデルも確立します。当社ケイパビリティを総動員することで医薬DX事業は成長事業であり続けます。
- 難病・希少疾患のシードインキュベーション事業に参入します。
- 事業ポートフォリオの拡大を進めます。

### 3 成長の目当て

開発重点期間にあっても、グループ営業の強化、短期でのサービス改良、M&A等により、CAGR10%~20%の売上成長を目指します。開発投資費用の拡大、M&Aによるのれん等により、営業利益率は20%程度に低下する見通しです。

### 4 新たなリーダーシップ、ガバナンス

“ビジョン2026”を達成し、2027年からの成長加速を実現するために、経営体制の一部を変更します。

2027年からは“成長期”と位置付け、CAGR20%超の売上成長とともに営業利益率の回復を目指します。

- 成長投資を優先し、その結果としての企業価値(株価)の向上が最大の還元策であるとの方針を基本とします。

	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期
配当額(円)	8	6	6	12
配当性向(%)	10.2	15.7	14.4	35.4
配当利回り(%)	0.17	0.56	0.54	1.09
総還元性向(%)	10.2	15.7	14.4	35.4
株主総利回り(%)	588	540.3	560.8	562.3

配当につきましては、配当利回りも考慮してまいります。



# 今期業績及び2024年計画

## 【目次】

1. 当社のビジネスモデル
2. 業績ハイライト
3. 中期経営計画(2021~2025)の振り返り
4. 新中期経営ビジョン
5. 今期業績及び2024年計画

- 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、2023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2024年度は開示を見合わせております。

(単位:百万円)

	2023年12月期 実績	2024年12月期 通期予想	成長率
売上高	10,235	11,600	13.3%
営業利益	2,428	2,200	△9.4%
経常利益	2,467	2,200	△10.8%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,510	1,500	△0.7%

# 2023年12月期 通期決算サマリー

5. 今期業績及び2024年計画

- 主力事業であるeプロモーション市場が軟調に推移したことにより、計画は未達となりました。
- 一方で、サービス領域の拡大に伴い、医薬DX事業、メディカルプラットフォーム事業においても、売上は前年よりも伸ばいたしました。

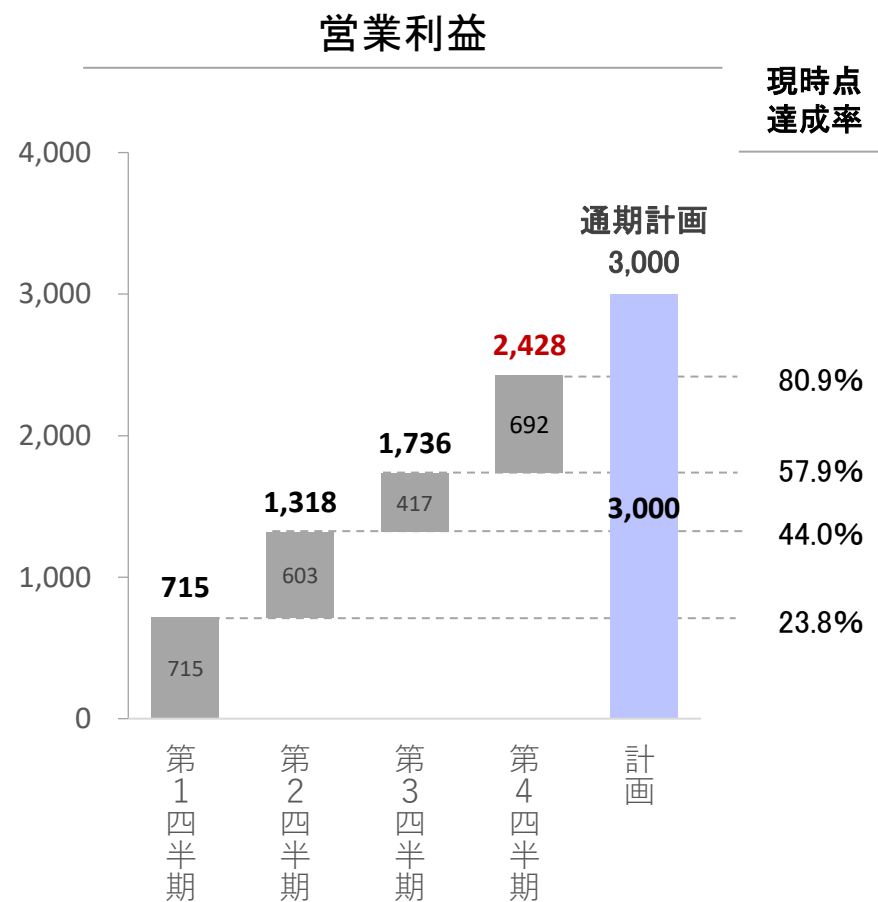
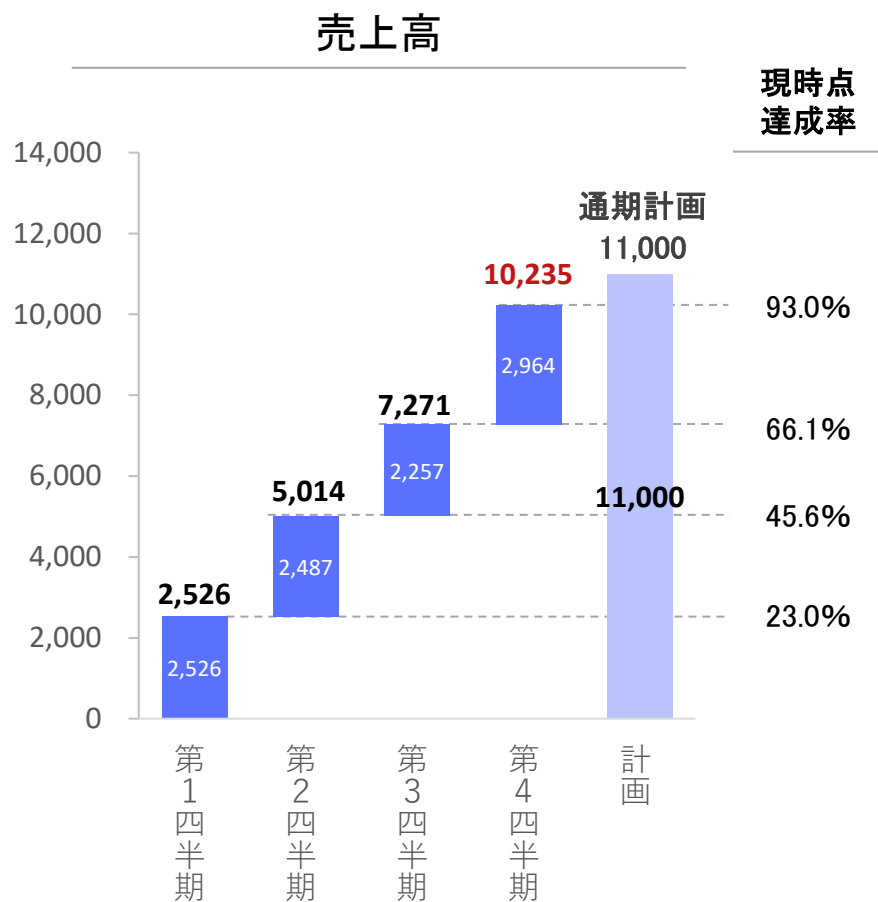
(単位:百万円)

	2023年12月期 通期			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		
売上高	10,235	9,178	1,057	－	93.0%
営業利益	2,428	3,941	264	△1,776	80.9%
経常利益	2,467	－	－	－	82.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,510	－	－	－	75.5%

# 2023年12月期 通期 計画と進捗

- 2023年期末時点で、売上、営業利益とも、通期計画を下回る着地となりました。

(単位: 百万円)

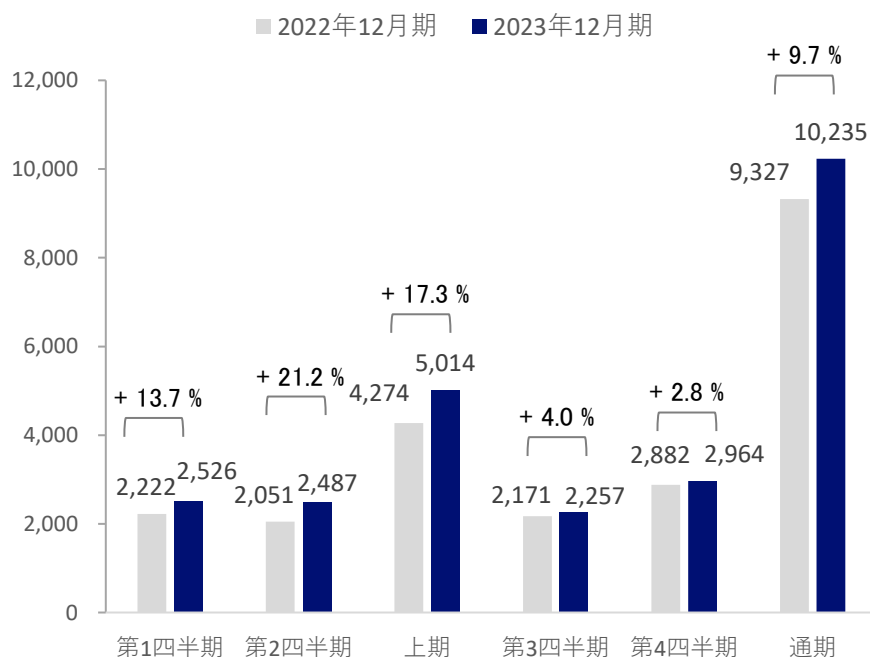


# 2023年12月期 通期 対前年比実績

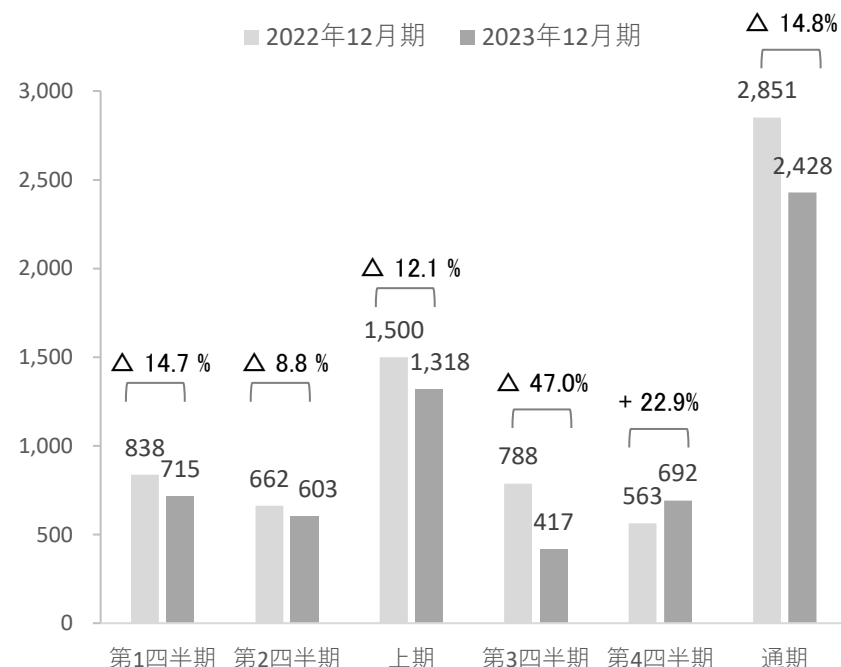
- 売上は、前期から更なる成長を実現しました。
- 営業利益は、第1四半期から引き続き、中長期の成長のための新規事業開発投資、及び人材補強のため販管費増となり、前年に比べ減少しました。

(単位:百万円)

## 売上高

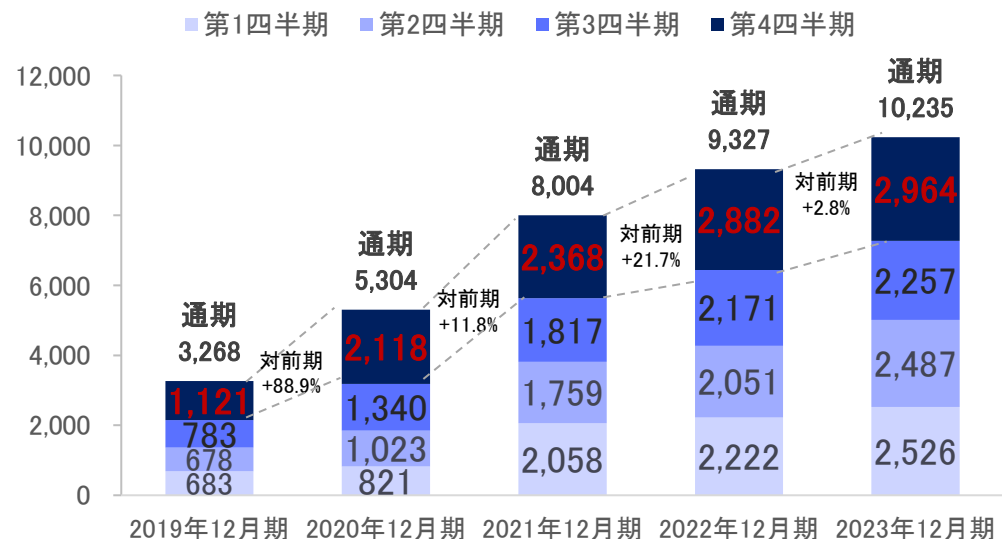


## 営業利益



## 売上高の推移

(単位:百万円)



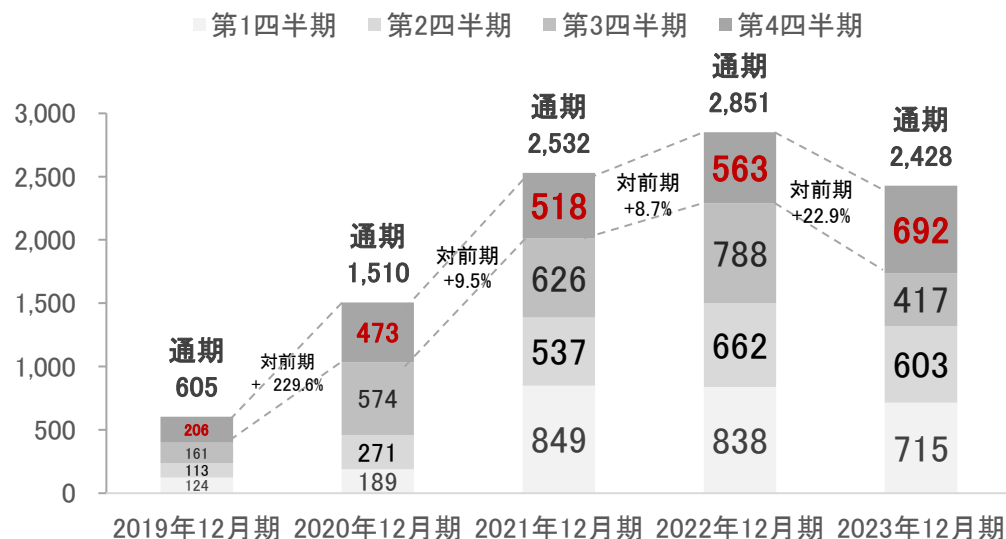
当社の第4四半期の期間は、メディカルプラットフォーム事業の成長に支えられ、売上は対前年同期比+2.8%の2,964百万円となりました。

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
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
2023年12月期	2,526	2,487	2,257	2,964	10,235

## 営業利益の推移

(単位:百万円)



当社の第4四半期の期間は、キャリア事業の好調に支えられ、営業利益は昨年比+22.9%の692百万円となりました。

一方で、通期の営業利益は新規事業開発や人材投資等による販管費増に伴い、前年を下回りました。

営業利益も売上の季節性の影響を受け、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
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
2023年12月期	715	603	417	692	2,428

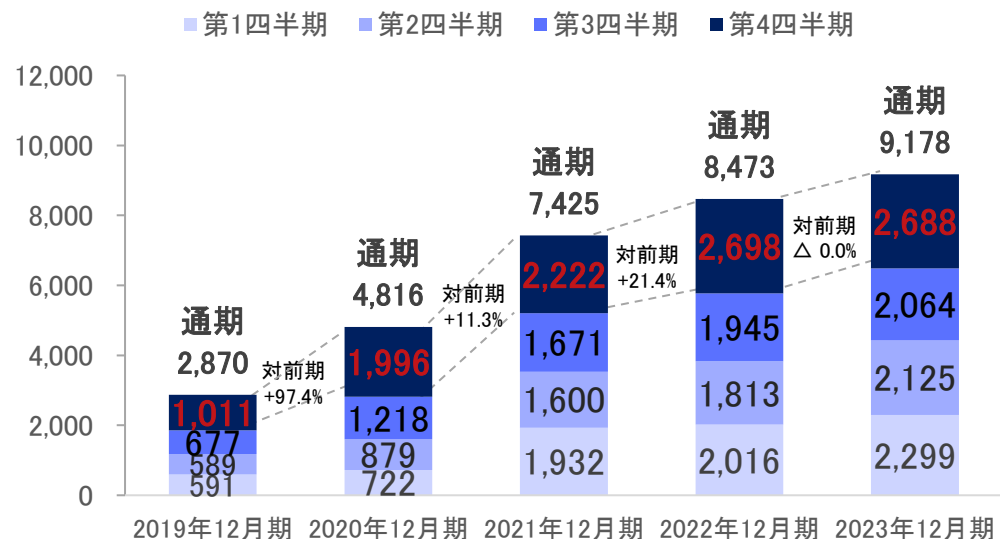


# 開示セグメント別業績



## 売上高の推移

(単位:百万円)



当社の第4四半期の期間は、主力サービスであるeプロモーション市場が軟調に推移する中で、MRPlusは健闘したもののWeb講演会が伸び悩み、前年同期比で微減の2,688百万円となりました。

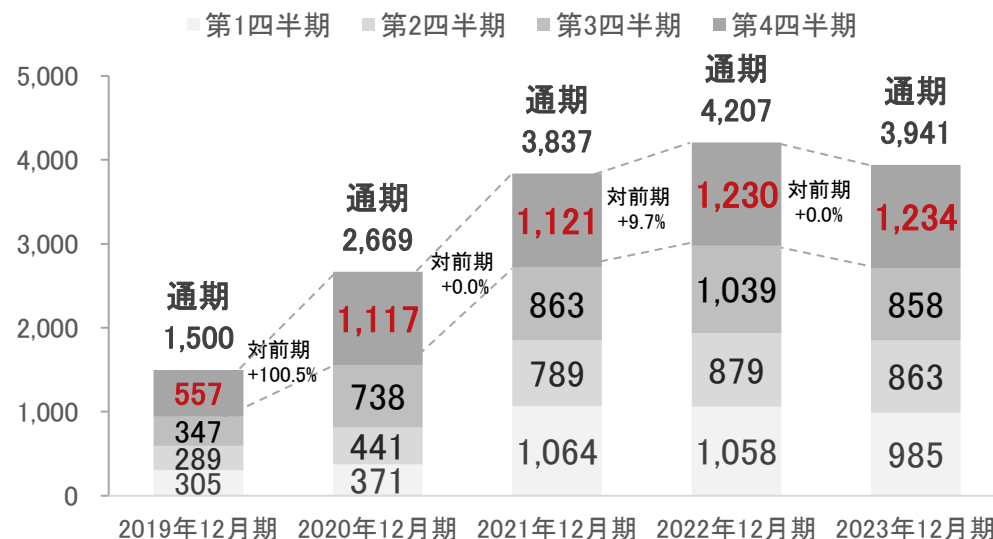
過去5年間、2020年12月期を除き、第2四半期と第4四半期に、製薬企業の予算消化の動きに合わせ、売上の伸びが変わるという季節性が見られます。この季節性を繰り返しながら、増収を続けております。

当期首から、昨年子会社化したコアヒューマン(株)、クレイス(株)を「医薬DX事業」に組み入れています。また、(株)アドメディカは、6月1日付で子会社から持分法適用会社と移行しております。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
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
2023年12月期	2,299	2,125	2,064	2,688	9,178

## セグメント利益の推移

(単位:百万円)

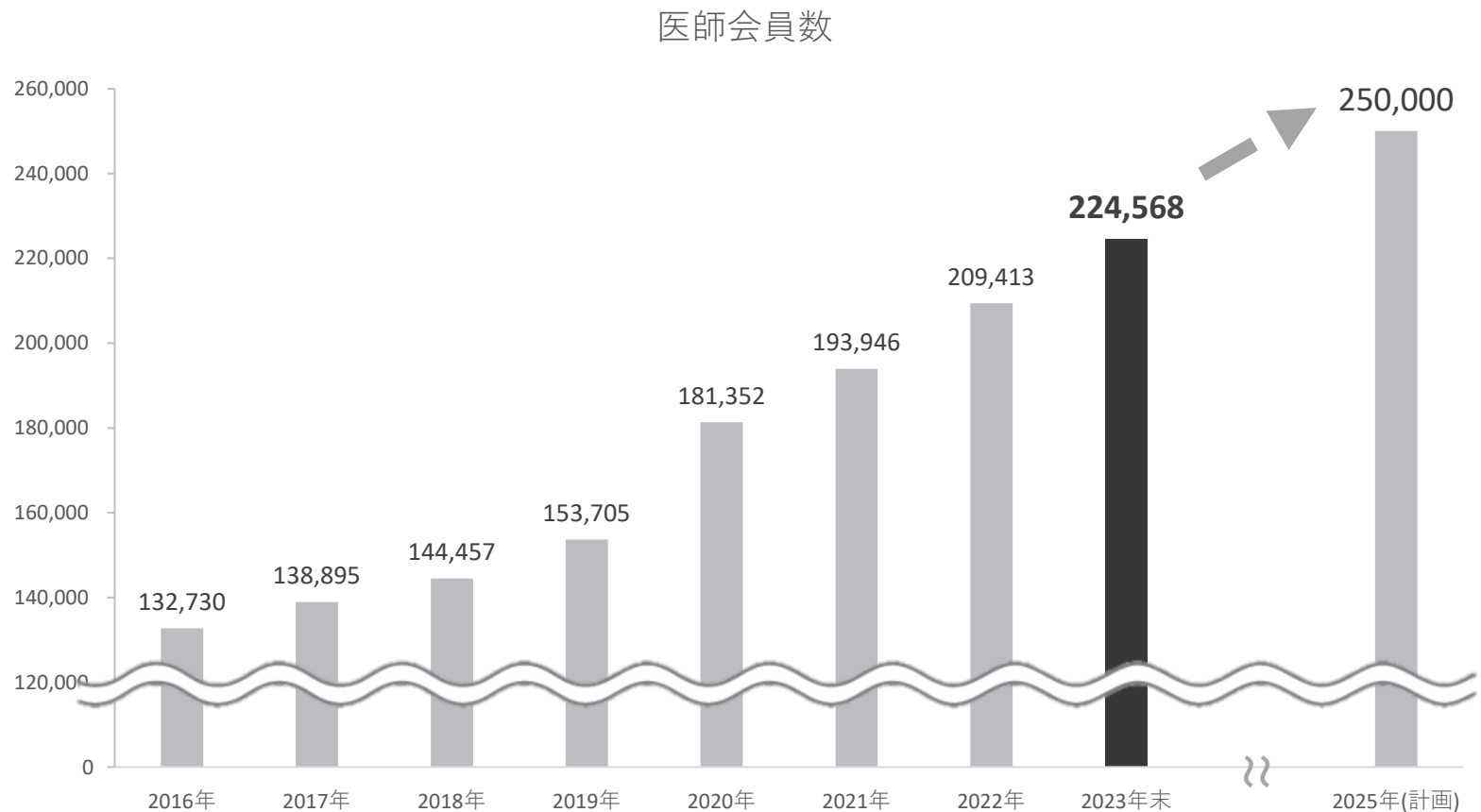


当社の第4四半期の期間において、セグメント利益は前年同期比微増の1,234百万円となりました。セグメント利益率については、新規事業開発投資による費用は増加したものの、売上原価低減策が奏功した結果、昨年並の45.9%となっております。

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。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
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
2023年12月期	985	863	858	1,234	3,941

- 医師会員は、引き続き順調に増加しており、2023年末時点で22万人に到達しております。

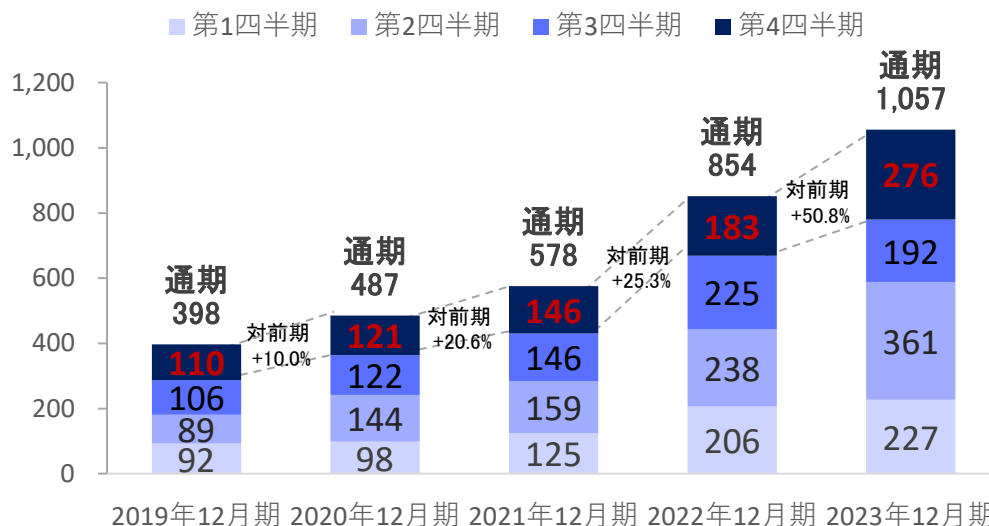


# セグメント業績 — メディカルプラットフォーム事業① —

5. 今期業績及び2024年計画

## 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好調に支えられ、セグメント売上は、前年同期比+50.8%の854百万円となりました。

通期においても、キャリア事業の好調に支えられ、前年同期比+19.2%の1,057百万円となりました。

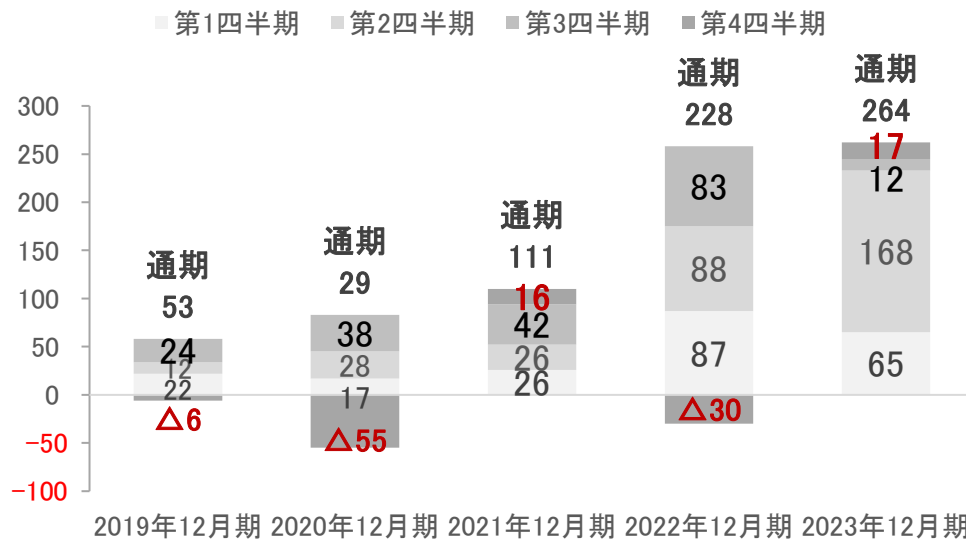
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
2019年12月期	92	89	106	110	398
2020年12月期	98	144	122	121	487
2021年12月期	125	159	146	146	578
2022年12月期	206	238	225	183	854
2023年12月期	227	361	192	276	1,057

# セグメント業績 — メディカルプラットフォーム事業② —

5. 今期業績及び2024年計画

## 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、キャリア事業の好調に支えられ、増益となりました。通期においても、前年比+13.6%の264百万円となりました。

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
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
2023年12月期	65	168	12	17	264

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)