

株式会社ケアネット

第14期株主総会 株主懇親会資料

2009年6月22日

医学に、もっと「ワクワク」を!



本日の内容

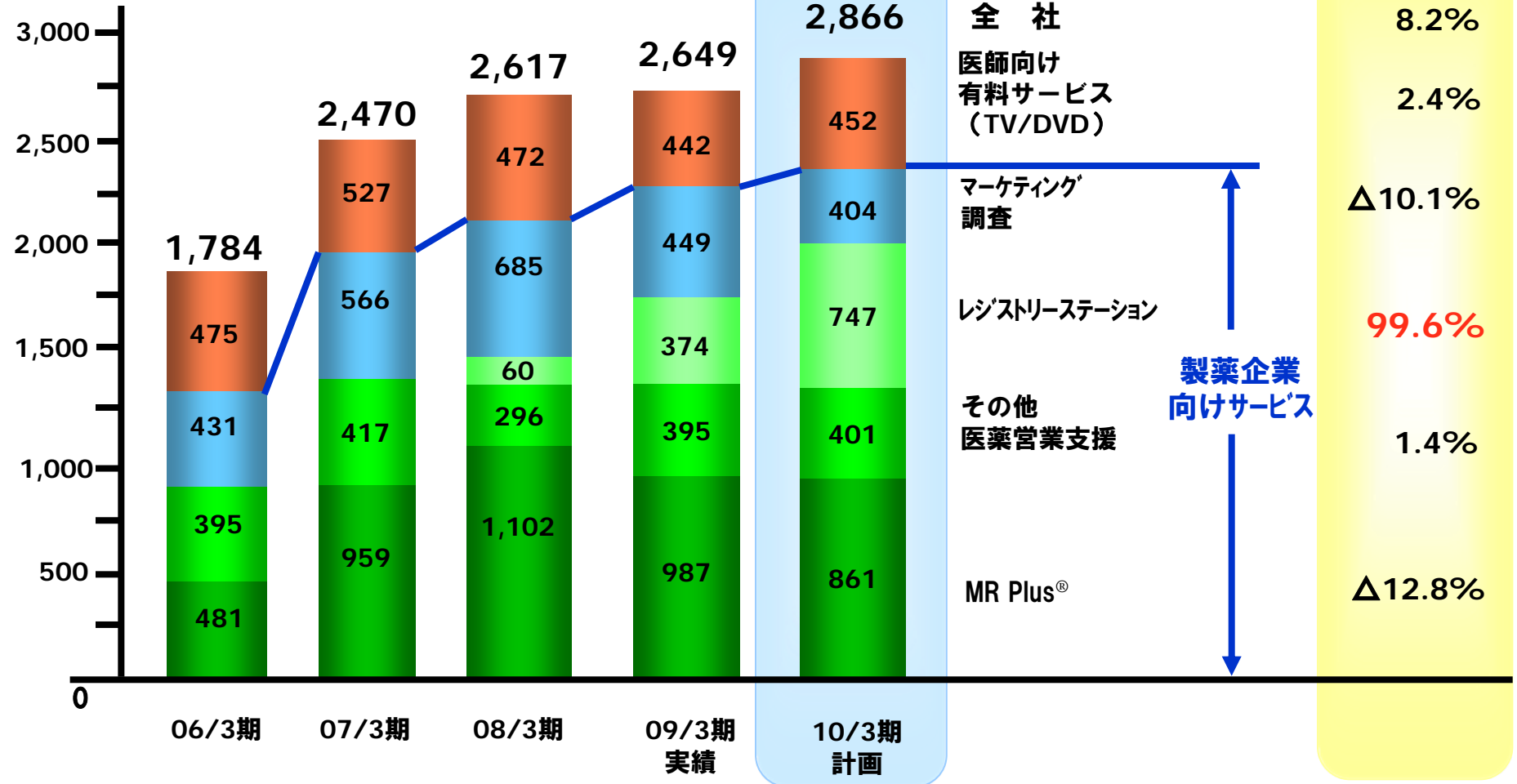
1. 10/3期計画について

2. 業務・資本提携について

10/3期も、レジストリステーションを伸ばしていく

サービス別売上高の推移

売上高（百万円）



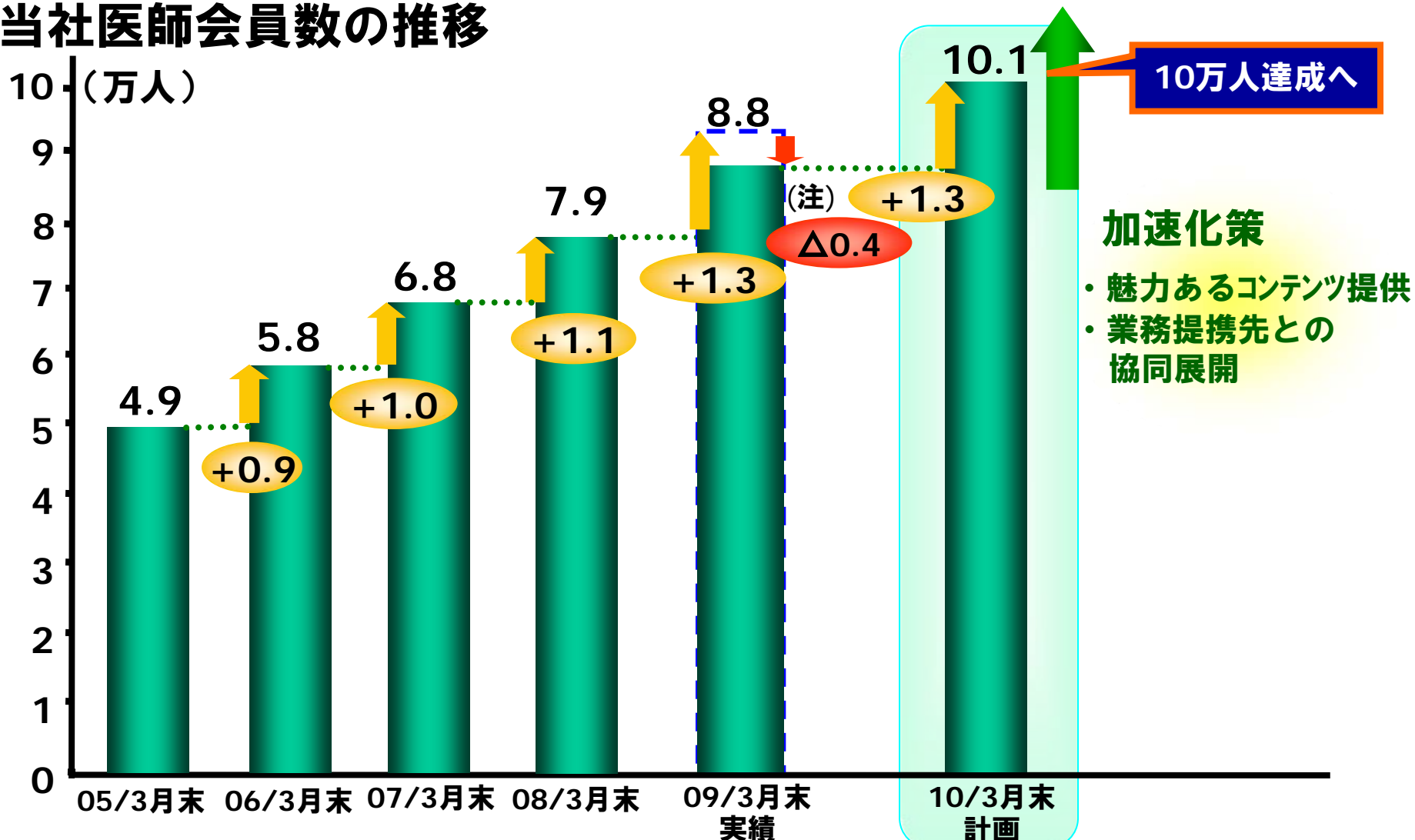
CareNet.comへの投資により、 医師会員数の獲得を加速化していく

全社の計画と前期実績との比較

| | 10/3期 | | 09/3期 | | 対前年比較 | |
|-------|-------------|-----------|-------------|-----------|--------------|------------|
| | 計画 (百万円) | 売上高 比率 | 実績 (百万円) | 売上高 比率 | 増減額 (百万円) | 増減率 (%) |
| 売上高 | 2,866 | 100.0 | 2,649 | 100.0 | 216 | 8.2 |
| 原価 | 1,697 | 59.2 | 1,430 | 54.0 | 267 | 18.7 |
| 売上総利益 | 1,168 | 40.8 | 1,219 | 46.0 | △50 | △4.1 |
| 販管費 | 1,010 | 35.3 | 1,005 | 38.0 | 5 | 0.5 |
| 営業利益 | 157 | 5.5 | 213 | 8.1 | △56 | △26.2 |
| 営業外損益 | — | — | 6 | 0.2 | △6 | — |
| 経常利益 | 157 | 5.5 | 219 | 8.3 | △62 | △28.3 |

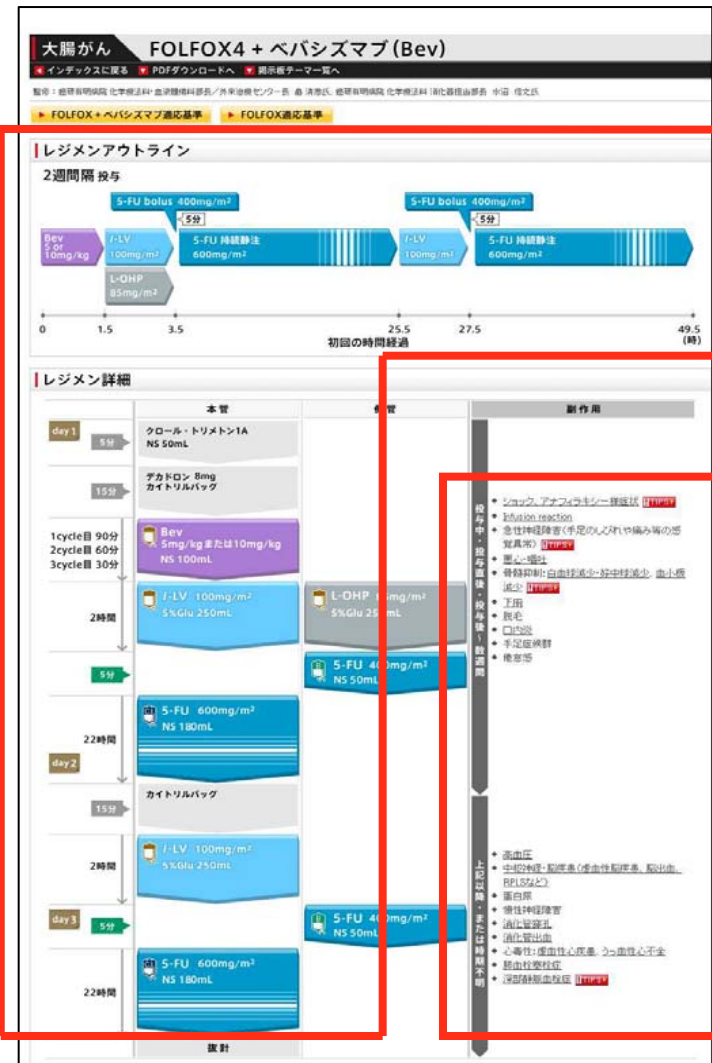
CareNet.com会員の増加は 製薬企業向けサービスの競争力強化につながる

当社医師会員数の推移



(注) 08/7月会員データベースの整備により、重複データ等3,798人分を削除

がん治療に特化した、専門家向けコンテンツ 『実践！化学療法』



・ 代表的なガンの標準薬物治療法「レジメン」の実施手順を実践的に紹介

(監修：癌研有明病院 化学療法科・血液腫瘍科部長/

外来治療センター長 畠 清彦氏

癌研有明病院 化学療法科・消化器担当部長 水沼 信之氏)

・ 副作用情報などの文書をリンク機能で簡単に検索

医師限定コミュニティ 『 Dr's Voice 』

投票期間: 2009/04/29 22:00 - 2009/10/29 22:00 **【投票中】**
新型インフルエンザに関する情報交換のための提示板
 新型インフルエンザに関する情報交換の提示板を開設しました。アンケートをつけると開設できないため、簡単なアンケートとして新型インフルエンザを既知しているかを聞いていますが、アンケート投稿しなくても利用できます。自由な発言の動きや病院の取り組み、疑問に関する情報交換にご利用いただけます。

| | |
|------------------------|-----|
| 既知に新型インフルエンザを 知っている | 53% |
| 既知に新型インフルエンザを 知らない | 47% |

合計 2901票

コメントを書く
 コメント:(※全角2000文字まで入力できます。)
 コメント:(※全角2000文字まで入力できます。)
 注意: 利用規約のこの部分投稿をお願いします。
 コメントを投稿

コメント
 全66件を表示しています。
 2009/08/18(月)12:48 [サブリ]
 中部地方の某私鉄の駅でも「電車に乗るときはマスクを着用してください。」と書いています。
 マスクを付けていないと電車にも乗れないような嫌な雰囲気になってきています。
 今回のインフルはSARSの上には致死率もそんなに高くはない、異常な反応だと思います。
 発熱があれば無理せずに仕事や学校を休む、とさえいわずにこれは医療機関から家に自宅に帰っていただくことが重要でしょう。
 熱があれば夜間でも休日でもすぐに医療機関に行く今の状況は改善したほうがいいです。

- 医療の時事的な話題を中心に簡単なアンケートを実施
- 新型インフルエンザや労働問題など多彩なテーマを提示

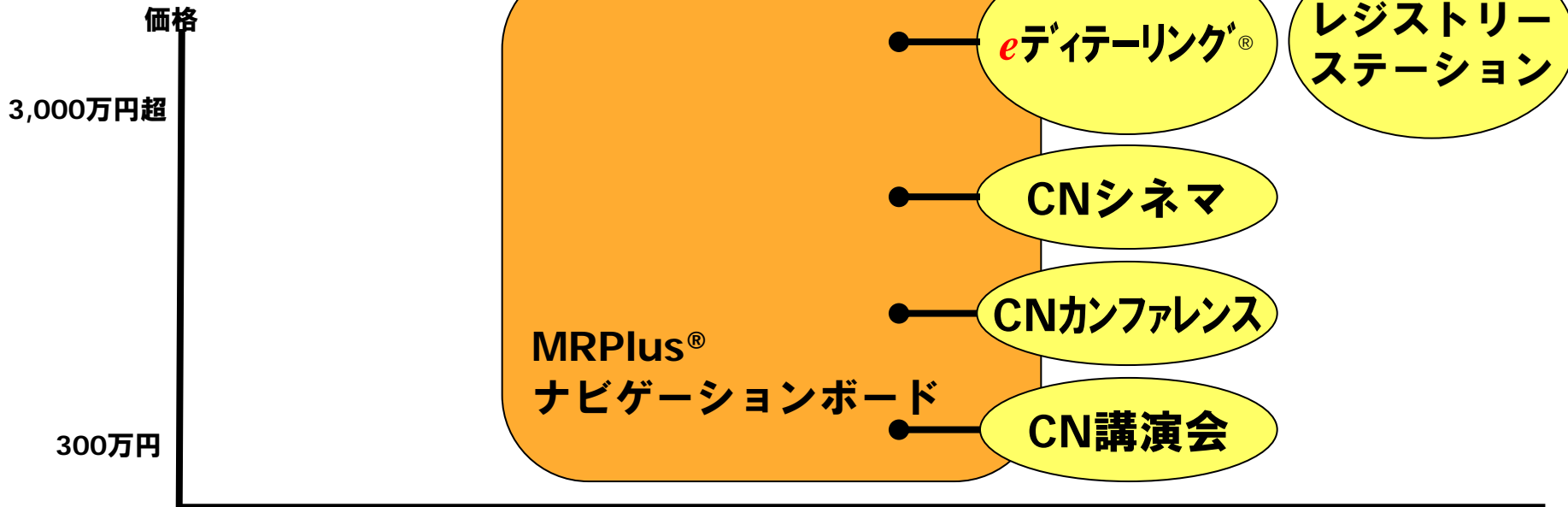
- 掲示板を開設、医師同士の意見交換や情報交換に活用

それぞれのサービス分野の課題解決を目指す

| | 09/3期から見えた 経営課題 | 今後の方向性 |
|--|--|---|
| 医薬営業支援 (eディテリング、 レジストリーステーション 等) | <ul style="list-style-type: none"> 製薬企業のニーズの変化 <ul style="list-style-type: none"> — 価格面 — プロモーション方法・効果 | <ul style="list-style-type: none"> レジストリーステーションの拡販に注力 eディテリング®の商品設計の見直し |
| マーケティング 調査 | | |
| 医療コンテンツ (TV/DVD) | | |

製薬企業の多様なニーズに対応していく

サービス分布図



それぞれのサービス分野の課題解決を目指す

| | 09/3期から見えた 経営課題 | 今後の方向性 |
|--|--|---|
| 医薬営業支援 (eディテリング、 レジストリーステーション 等) | <ul style="list-style-type: none"> 製薬企業のニーズの変化 <ul style="list-style-type: none"> — 価格面 — プロモーション方法・効果 | <ul style="list-style-type: none"> レジストリーステーションの拡販に注力 eディテリング®の商品設計の見直し |
| マーケティング 調査 | <ul style="list-style-type: none"> マルチクライアント型データ販売オペレーションと販売手法の確立 | <ul style="list-style-type: none"> マルチクライアント型データ販売の更なる成長 <ul style="list-style-type: none"> — データ蓄積による付加価値の引き上げ — 対象領域の拡大 |
| 医療コンテンツ (TV/DVD) | | |

マーケティング調査： マルチクライアント型データ販売の展開を急ぐ 医薬品マーケティング調査市場におけるケアネットの戦い方



各種調査の実施



マルチクライアント型データ販売： がん治療・がん薬物療法の実態調査 『 Oncoj 』



調査の概要

- ・がん罹患数^(注)推計（20がん種）
（公開データを基としたデスクリサーチ）
- ・がん治療・がん薬物療法の実態調査
（がん診療医を対象としたインターネット調査）

調査の特長

- ・がん診療医のべ3,256人が協力。
- ・特に全がん協専門医、大学病院専門医などのがん治療リーダー層が多く参加
リーダー層が多く参加することで高くなる調査価格をマルチクライアント型とすることで提供可能に。
多くの医師の協力により、リーダー層と現場の医師との考え方の違いなどが分かる。
- ・半年毎に定期的に調査を実施
がん薬物療法の処方（投与量、投与期間）実態や満足度評価の変化が分かる。
- ・製薬企業のニーズに合った、分析切口が今までにない形であり、多彩
施設タイプ別（全がん協等がん専門病院とそれ以外）、施設対応レベル別（専門医数、導入器等）での違いが分かる。
- ・薬剤評価が充実
抗がん剤の満足度・不満足度が分かる。
副作用マネジメントの実態が分かる。

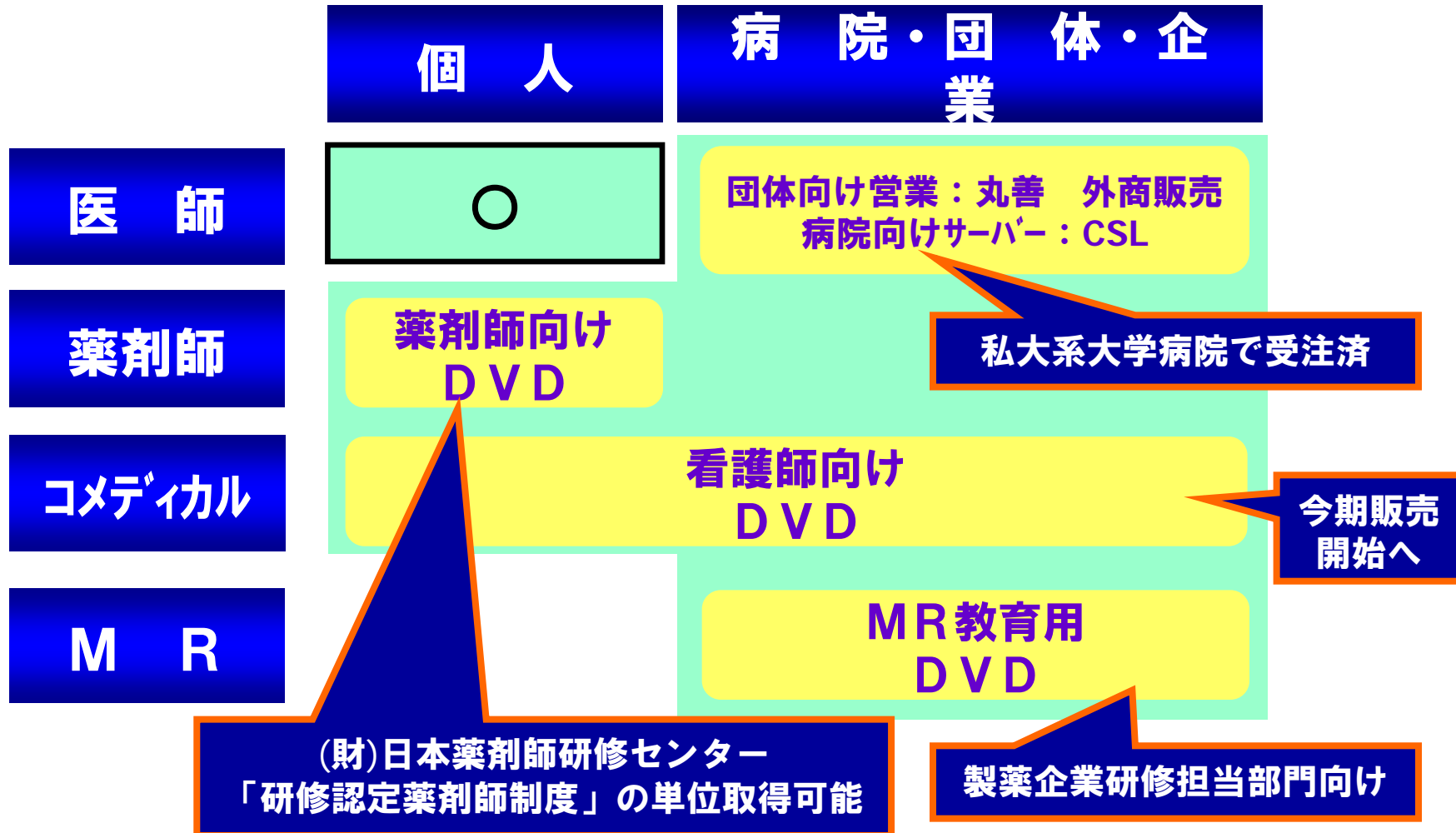
（注）「罹患数」とは、対象とする人口集団から、調査期間（年単位）に新たに、がんと診断された数。

それぞれのサービス分野の課題解決を目指す

| | 09/3期から見えた 経営課題 | 今後の方向性 |
|--|--|---|
| 医薬営業支援 (eディテリング、 レジストリーステーション 等) | <ul style="list-style-type: none"> 製薬企業のニーズの変化 <ul style="list-style-type: none"> — 価格面 — プロモーション方法・効果 | <ul style="list-style-type: none"> レジストリーステーションの拡販に注力 eディテリング®の商品設計の見直し |
| マーケティング 調査 | <ul style="list-style-type: none"> マルチクライアント型データ販売オペレーションと販売手法の確立 | <ul style="list-style-type: none"> マルチクライアント型データ販売の更なる成長 <ul style="list-style-type: none"> — データ蓄積による付加価値の引き上げ — 対象領域の拡大 |
| 医療コンテンツ (TV/DVD) | <ul style="list-style-type: none"> 視聴顧客の拡大 タイトルの増加 | <ul style="list-style-type: none"> 看護師向けDVDの投入 制作体制の見直し |

医療コンテンツ：看護師向けをリリース予定

DVDの販売候補先



本日の内容

1. 10/3期計画について

2. 業務・資本提携について

業務・資本提携の概略図

新たな企業価値の創出！

業務提携をより強力に推進

資本提携

株式の取得

ケアネット・イノベーション
投資事業有限責任組合

出資

葦の会グループ卸
うち3社



株式会社
葦の会

- アステム
- ケーエスケー
- バイタルネット
- 岩淵薬品
- オムエル
- 東邦薬品
- 中北薬品
- 鍋林
- ほくやく

株式会社葦の会概要

葦の会グループ卸9社

アステム
 岩淵薬品
 オムエル
 ケーエスケー
 東邦薬品
 中北薬品
 鍋林
 バイタルネット
 ほくやく

日本最大規模

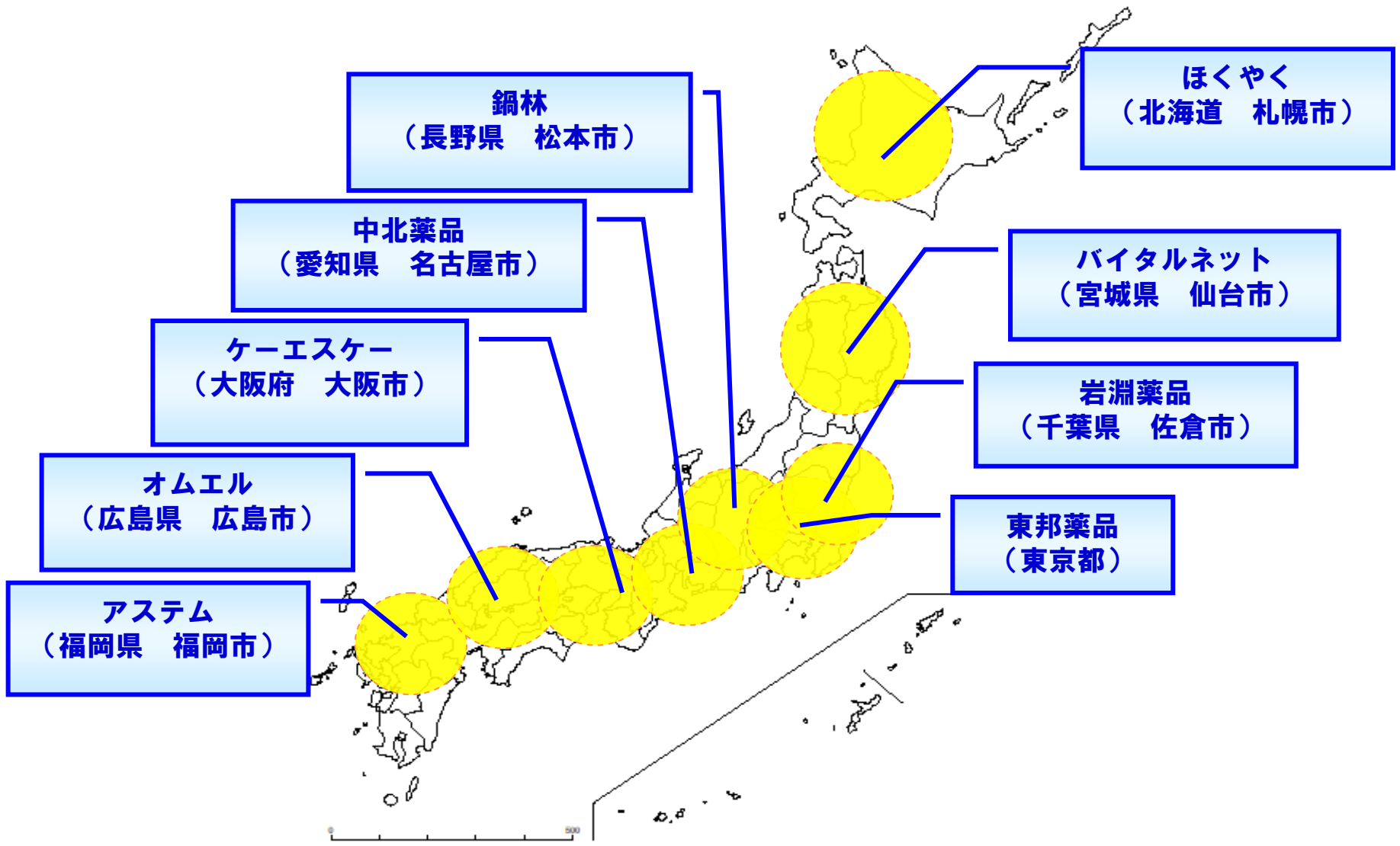
売上高 約2.2兆円

(*) MS数 約4,500人

日本全国の
 診療所開業医
 約10万人と
 強固な取引関係

(*) MS：医薬品卸会社の営業担当者

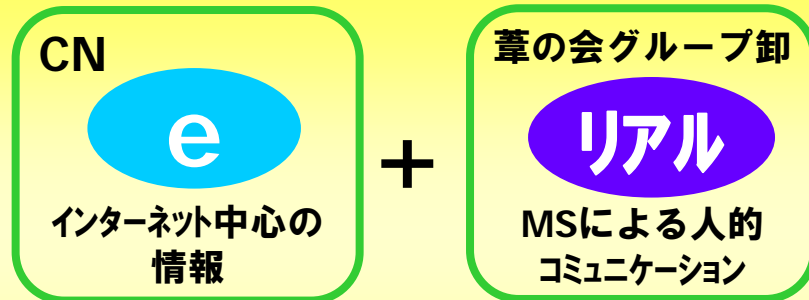
葦の会グループ卸は全国をカバー



業務提携の強みと提携内容

強み

● 日本最大規模の医薬品卸グループ
⇒国内の多くの地域の診療所
開業医と強固な関係あり。



⇒診療所開業医や薬剤師とのネット
ワーク化構築において強力な補完関係。

● 今まで互いに単独でできなかった
製薬企業向けの営業支援・代行
サービスの開発

提携内容

◆ 診療所開業医データ
ベースの構築・整備

◆ 「ケアネット・ドットコム」
会員の獲得

◆ 新しい医薬品営業支援
サービスの開発

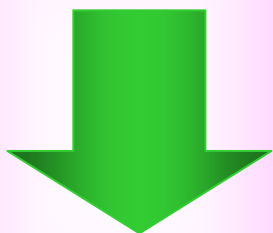
◆ 診療所開業医向け
新規事業開発

製薬会社の営業生産性向上のニーズは高い

製薬企業へのアプローチ

製薬企業への収益圧力

- 薬価の改定・下落
- 後発品使用促進
- 新薬開発コスト上昇



新しい製薬企業向け
営業支援・代行
サービスの開発

製薬企業の営業生産性の向上

- MR人員体制の見直し
- MR営業活動の見直し



+

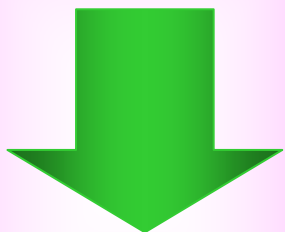


今まで以上に大きな役割を期待される診療所開業医

診療所開業医へのアプローチ

医療制度の変化

- ・ 高齢化社会の到来
- ・ 医療制度改革関連法案



診療所開業医の役割の変化

従来 外来診療

+

今後

予防医療
在宅診療

開業医向け新規
優良サービスの
開発



+



本書には、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。

医学に、もっと「ワクワク」を！

