

 平川 大 会長 CEO	株式会社メディカルネット(3645)
	

企業情報

市場	東証グロース市場
業種	情報・通信
会長 CEO	平川 大
所在地	東京都渋谷区幡ヶ谷 1-34-14 宝ビル
決算月	5 月末日
HP	https://www.medical-net.com

株式情報

株価	発行済株式数(自己株式を控除)	時価総額	ROE(実)	売買単位	
346 円	9,045,270 株	3,129 百万円	6.4%	100 株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
3.00 円	0.9%	23.71 円	14.6 倍	211.94 円	1.6 倍

* 株価は 10/27 終値。発行済株式数から自己株式を控除。各数値は 23 年 5 月期及び 24 年 5 月期第 1 四半期決算短信より。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2019 年 5 月(実)	1,964	176	182	102	9.49	1.00
2020 年 5 月(実)	2,570	106	103	79	9.26	0.75
2021 年 5 月(実)	2,904	331	336	129	15.36	4.00
2022 年 5 月(実)	3,745	445	449	380	43.44	4.00
2023 年 5 月(実)	4,500	379	431	116	12.97	2.50
2024 年 5 月(予)	5,000	380	360	214	23.71	3.00

* 予想は会社側予想。当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。以下同様。

* 2021 年 6 月、普通株式 1 株を普通株式 2 株に分割。EPS、DPS は株式分割を反映。

* 22/5 期より「収益認識に関する会計基準」等を適用。19/5 期以降の売上高は、当該会計基準等を遡って適用した後の数値。

株式会社メディカルネットの 2024 年 5 月期第 1 四半期決算概要などをお伝えします。

目次

[今回のポイント](#)

[1. 会社概要](#)

[2. 2024 年 5 月期第 1 四半期決算概要](#)

[3. 2024 年 5 月期業績見通し](#)

[4. 今後の注目点](#)

[＜参考 1: 今後の成長戦略 ～予防医療・未病医療へ注力～＞](#)

[＜参考 2: コーポレート・ガバナンスについて＞](#)

今回のポイント

- 24/5 期 1Q は前年同期比 13.2%増収、73.1%営業減益。医療機関経営支援事業が引き続き大幅な増収。既存事業のさらなる効率化を進めるとともに歯科業界でのメディカルネット経済圏を構築し、歯科医療業界のデジタル化の中核を担うプラットフォームの確立を進めている。さらに、口腔周りから始まる健康寿命増進プラットフォームビジネスという新たなサービスの構築に取り組み、事業を拡大した。利益面では売上総利益率が低下、販管費は 15.3%増となり、営業利益率が前年同期 8.8%から 2.1%に低下した。販管費の増加は、成長のための積極的な人材投資による人件費の増加による。事業拡大のための投資が先行したことが減益の主因となった。
- 通期予想に修正はなく、24/5 期は売上高が前期比 11.1%増の 50 億円、営業利益は同 0.3%増の 3 億 80 百万円、経常利益は同 16.7%減の 3 億 60 百万円、当期純利益は同 84.6%増の 2 億 14 百万円を見込む。不動産事業の本格開始、タイの歯科商社事業など事業領域を拡大し増収を見込む。利益面では、引き続き人材への投資、新規事業への投資を積極的に行い、営業利益は微増を計画する。業容拡大に向けた組織体制の強化、成長のための戦略的投資を継続する。事業拡大はするものの、投資が先行する。配当についても修正なく、前期比 0.50 円増配となる 3.00 円/株の期末配当を予定。
- 1Q は引き続き 2 桁増収を継続も、事業拡大投資が先行したことにより 73.1%減益にとどまった。ただし、会社側は「計画通りに推移」としている。尚、医療 BtoB 事業が 2 桁減収だが、大型案件の受注が 2Q にずれ込んだこともあった模様。こうしたことから、2Q からは 2 桁増収の持続とともに利益面でも巻き返しが期待できそうだ。前回レポートでは「売上成長が軌道に乗ってきた」としたが、不動産事業の本格開始などその流れはしっかり持続し、高い成長性が継続しているといえる。売上成長をいかに利益に結びつけるかが課題としたが、2Q 以降に宿題を残した形となった。利益率の高いメディア・プラットフォーム事業の売上成長持続が鍵を握るだろう。株価は低調に推移、売上成長が本格化したここ 2 年において安値圏に位置している。PER は成長性に対して低位にとどまっており、利益動向次第では大幅に見直される水準にあると引き続き見ている。

1. 会社概要

「インターネットを活用し 健康と生活の質を向上させることにより 笑顔を増やします。」を企業理念とし、歯科医院の経営をトータルで支援する「歯科医療プラットフォームビジネス」、歯科のみでなく医療、美容、ライフスタイルなど生活者にとって有益な情報を提供する「生活者向けサービス」、歯科関連企業のマーケティング支援などを行う「事業者向けサービス」を展開している。

生活者・歯科医院・歯科関連企業を結ぶビジネスモデルを有する唯一の企業。23年8月末で50,149名に上るメディカルネットグループ会員数が大きな資産。

【1-1 沿革】

2000年	4月	前身である日本インターネットメディアセンター創業。ポータルサイト運営事業・ホームページ制作事業を開始
	9月	ポータルサイト「インプラントネット」リリース
2001年	6月	日本メディカルネットコミュニケーションズ株式会社（現 株式会社メディカルネット）設立
2002年	2月	ポータルサイト「矯正歯科ネット」・「審美歯科ネット」リリース
2005年	4月	ポータルサイト「エステ・人気ランキング」リリース
2006年	1月	西日本支社開設
2006年	10月	Webマーケティング・医療機関経営支援開始
2007年	8月	東証一部上場ソネット・エムスリー株式会社（現エムスリー株式会社）と業務資本提携
2009年	3月	「モバイル！歯医者さんネット」リリース
2010年	12月	東京証券取引所 マザーズへ上場
2012年	11月	プランネットワークス株式会社を連結子会社化、医療 BtoB 事業を展開
2016年	12月	「株式会社メディカルネット」に商号変更
2017年	9月	Success Sound Co., Ltd.（現 Medical Net Thailand Co., Ltd.）を連結子会社化。タイ国バンコクにおいて、歯科医院運営を開始
	12月	Medical Net Thailand Co., Ltd. 「ゆたかデンタルクリニック」をリニューアルオープン
2018年	2月	福岡支社開設
	6月	株式会社ミルテルと資本及び業務提携
	12月	株式会社オカムラの株式取得し完全子会社化（歯科ディーラー事業を開始）
2020年	2月	連結子会社であったプランネットワークス株式会社を吸収合併
	9月	岡山大学との共同研究により開発した「歯科医院での新しい口臭センサーシステム」について特許を取得
	10月	Pacific Dental Care Co., Ltd. を連結子会社（孫会社）化
2021年	6月	ノーエチ薬品株式会社を連結子会社（孫会社）化、医薬品・医薬部外品の製造・販売事業を開始
2022年	3月	NU-DENT Co., Ltd.、D.D.DENT Co., Ltd.、Fukumori Dental Clinic Co., Ltd. をそれぞれ連結子会社（孫会社）化
	4月	東京証券取引所の市場区分の見直しに伴い、東京証券取引所マザーズ市場から東京証券取引所のグロース市場に移行
	5月	連結子会社（孫会社）株式会社オカムラ Osaka 設立
	7月	株式会社ライトアップと資本・業務提携

歯科医院にターゲットを絞り、インターネット広告を中心としたビジネスを展開しようとした企業は多数あったが、個人事業主が多数を占める歯科医院に対し継続的な営業を展開することが出来ず、ほとんどの企業が撤退していった。これに対し同社は、歯科医院の中でも自由診療を対象を絞り込んだうえ、ビジネスの成功のみでなく、創業時のビジョンを重視し、歯科医院に対しては「新しい治療の理解と普及」や「地域医療の改善や治療に専念できる環境の提供」を、患者に対しては「より良い治療方法の情報提供」を目指し地道な努力を継続した結果、多くの歯科医師から圧倒的な共感を勝ち取り、生活者・歯科医院・歯科関連企業を結ぶビジネスモデルを有するオンリーワン企業となった。

【1-2 企業理念など】

「インターネットを活用し 健康と生活の質を向上させることにより 笑顔を増やします。」を企業理念とし、以下のMISSION、VISION、VALUE からなるミッションステートメントを掲げている。

MISSION 社会的存在意義	インターネットを活用し 健康と生活の質を向上させることにより 笑顔を増やします。
VISION 目指す姿	生活者・事業者革新サービスを提供し続け、歯科医療プラットフォームビジネス・領域特化型プラットフォームビジネスにおいて、国内外でトップ企業となります。
VALUE 組織的価値観	変化なくして進歩なし あくなき挑戦である ◇情熱: 向上心であり、自発性であり、責任であり、マインドである ◇スピード: 意識であり、発想であり、判断であり、言動であり、行動である ◇チームワーク: 協調であり、協力であり、競争であり、シナジーであり、利他である ◇リスペクト: 感謝であり、思慮であり、尊敬であり、真摯さである

同社では、全社員に理念、VISION を浸透させることを重視して、様々な取り組みを行っている。

2016年12月の社名変更も、理念経営をこれまで以上に徹底して行っていくという経営者からの社内外へのメッセージである。

中堅層育成のための2か月に1回の集合研修を行い、中途採用時には平川大会長・平川裕司社長自らが同社の価値観を繰り返し語りかけている。

また、各事業ユニットおよび社員各人の VISION 実現に向けた取り組みや実績を定量的・定性的に評価する仕組みもスタートさせた。

この評価制度を通じてビジョンや理念の更なる浸透を図り、より強固な組織づくりを目指している。

また、近年は子会社への浸透を進め、グループの成長にもつなげている。

【1-3 グループ経営】

◎M&Aについて

「採用・仲間創り」の一環として、M&A を積極的に推進していく方針。口腔周りに全身の健康を導き、笑顔溢れる世界を創るためプラットフォーム戦略を推し進め、歯科医療バリューチェーンを構築する。



(同社資料より)

◎企業価値の向上について

グループ入り後、PMI (Post Merger Integration、経営統合プロセス)を進め、子会社でもメディカルネットのパーパス・ミッション・ビジョン・バリューの、認識→理解→共感→具象化→実践→習慣化を実現し、またメディカルネットの経営管理方式を導入。

子会社の利益率の向上を図るとともに、各子会社はメディカルネットグループの一事業を担う存在として、シナジーを創出。

経営管理方式の導入 感覚による経営⇒数値を重視した経営管理体制
子会社利益率の向上 シナジーの創出

【1-3 市場環境】

◎歯科診療市場

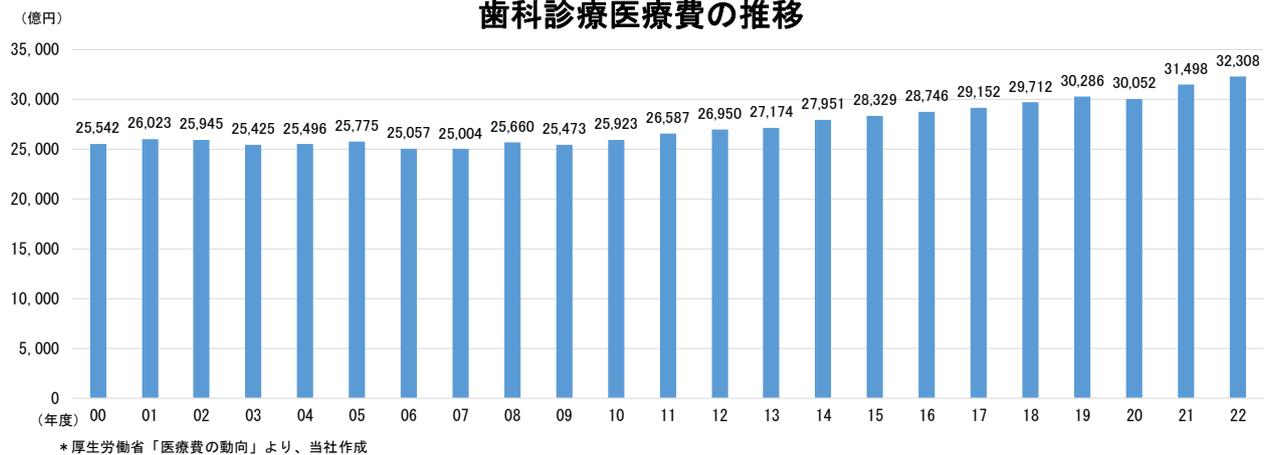
厚生労働省の調査によれば、2022年度の歯科診療医療費は約3.2兆円で、前年比2.6%増。新型コロナウイルス感染症拡大により、口腔衛生意識の高まりからインプラントや矯正治療等の自費診療への需要が増大し21年度に続いて堅調に伸びた。

歯科診療所については、23年7月末で前年同月比微減の67,231施設であった。

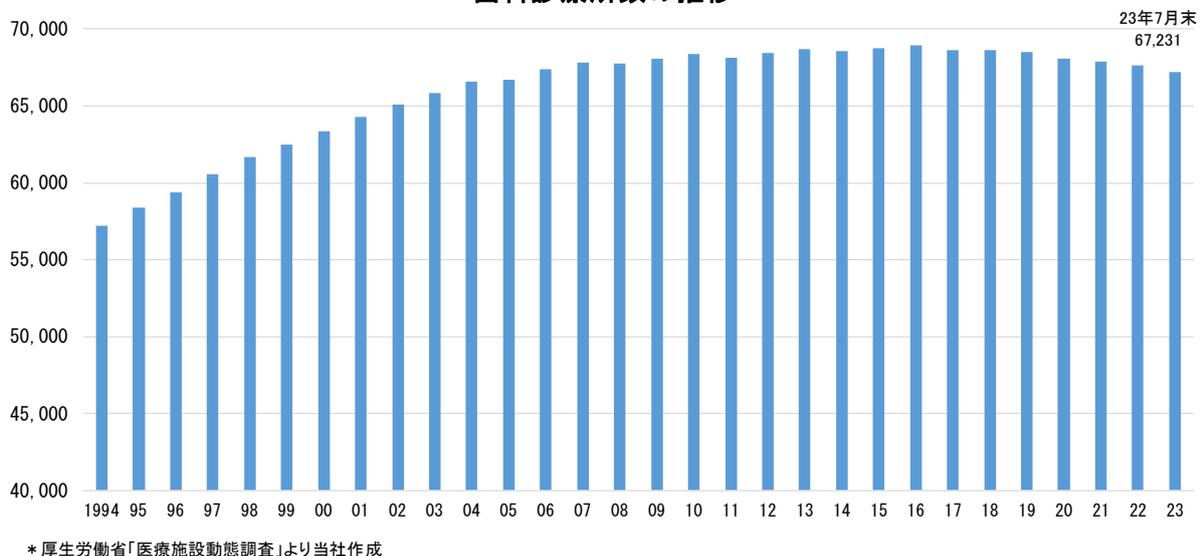
インプラントやホワイトニングなどの自費診療の普及や口腔衛生意識の高まりはあるものの、医療費抑制政策が続く中、過当競争状態にあると言われている歯科医院の取り巻く経営環境は引き続き厳しい。

集患増を中心とした有効な施策に対する歯科医院のニーズは極めて大きいと思われる。

歯科診療医療費の推移



歯科診療所数の推移



◎インターネット広告市場

医療機関経営支援事業における歯科医院の集客のための重要なソリューションである「インターネット広告」は高成長が続いている。

電通が発表している「2022 年日本の広告費」によれば、日本の総広告費は、20 年は新型コロナの影響もあり 11.2% 減となったが 21 年は 10.4% 増と巻き返し、22 年には 4.4% 増となり過去最高を更新した。

一方、インターネット広告は、20 年についても 5.9% 増となった。21 年には 21.4% 増となり、マスコミ四媒体広告費(新聞、雑誌、ラジオ、テレビメディア広告費の合算)を初めて上回った。22 年は 14.3% 増と高い成長を継続。

インターネット広告が日本の広告市場を牽引する構図は今後も続くと思われ、歯科医にとってのマーケティングツールとしてインターネット広告はますます重要なものとなるだろう。

【1-4 事業内容】

<サービス概要>

『インターネットを活用し健康と生活の質を向上させることにより笑顔を増やします』という企業理念の下、生活者、歯科医院、歯科関連企業に対しそれぞれ以下のようなサービスを提供している。

(生活者向け)

歯科治療の「理解」と「普及」をテーマに、自分に最適な歯科医院についての情報や、歯の基礎知識、インプラントなどの専門治療の説明など、生活者にとって有益な情報を、各種ポータルサイトを通じて提供している。

また、対象は歯科のみでなく医療、美容、ライフスタイルなど幅広い。

(歯科医院向け)

競争の激しい歯科医院業界に対し、様々な角度から経営支援サービスを提供している。

集患に結び付くホームページ制作や Web マーケティング、歯科従事者のための求職サイト運営による人材・キャリアサポート、日々の歯科治療で必要となる消耗品や歯科材料および高度管理医療機器導入のトータルサポートに加え、歯科医院の新規開業に伴う、物件、設備・インフラ、ホームページ、集患などのトータルサポートも提供している。

(歯科関連企業向け)

歯科医院向けビジネスを拡大させたい歯科関連企業のサポートを行っている。

ここで重要な役割を担っているのが、同社が運営する、歯科医療従事者登録数が 23 年 8 月末時点で 49,818 名と日本最大級である歯科医療総合情報サイト「Dentwave.com」である。

「Dentwave.com」におけるバナー広告やメールマガジンといった広告掲載に加え、登録者を対象としたネット調査「デントリサーチ」も、マーケティングのための有効なツールとして高い評価を受けている。スピーディに精度の高い調査が可能であることに加え、職種、専門、年代、エリアなど細かいスクリーニングにも柔軟に対応しており、多くの歯科関連企業が導入している。

ほかにも、学会や企業の Web サイトやランディングページおよびカタログなどの制作、来場者数 1 万人規模のオンラインデンタルショー等の歯科コンベンションや歯科イベントの企画・集客・運営支援も行っている。

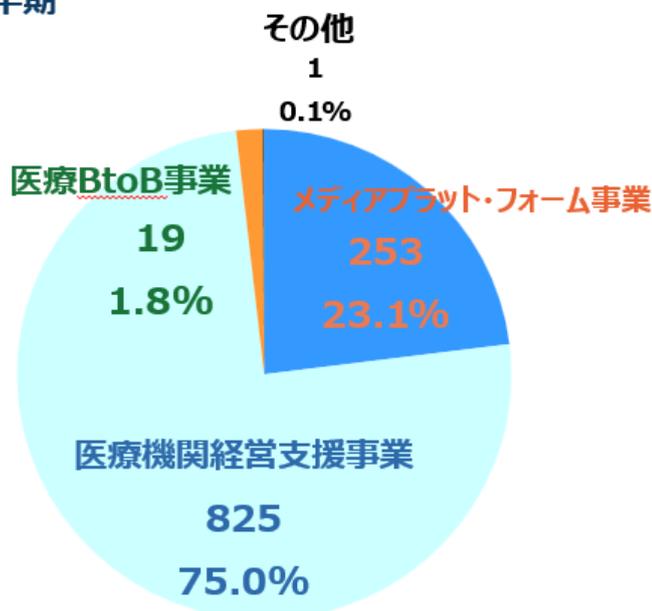
<報告セグメント>

開示上の報告セグメントは、「メディア・プラットフォーム事業」、「医療機関経営支援事業」、「医療 BtoB 事業」の3つ。

2024年5月期

(単位：百万円)

第1四半期



(同社資料より)

(1) メディア・プラットフォーム事業

「からだ」・「健康」・「美」に特化した情報を提供するサイトの開発・運営を行っている。

様々な切り口で、歯科分野、美容・エステ分野、合わせて、61のサイトを運営している。

(歯科分野)

インプラントネット	歯科インプラント治療という特定の自由診療に関する情報発信に特化したポータルサイト	・インプラントネット(全国版) ・インプラントネット(スマートフォン版)
矯正歯科ネット	矯正歯科治療という特定の自由診療に関する情報発信に特化したポータルサイト	・矯正歯科ネット(全国版) ・矯正歯科ネット(スマートフォン版)
審美歯科ネット	審美治療という特定の自由診療に関する情報発信に特化したポータルサイト	・審美歯科ネット(全国版) ・審美歯科ネット(スマートフォン版)
その他歯科関連	「歯医者さんネット」	主に虫歯治療、歯周病治療などの保険診療を行う歯科医院を紹介し、幅広い顧客層をターゲットにしたポータルサイト
	「Ask Dentist」	インターネットユーザーからの歯や口腔に関する質問・相談に歯科医師が回答する歯科 Q&A サイト

主なポータルサイトは歯科医院検索、歯科医院紹介、歯科医師の紹介に加え、患者に対する情報提供として、治療説明、よくある質問と回答の Q&A といったコンテンツも掲載している。

(美容・エステ分野)

エステ関連サイト	美意識の高い女性をターゲットに、エステに関する情報を提供するポータルサイト「エステ・人気ランキング」をはじめ 8 サイトを運営している。
美容整形関連サイト	美意識の高い女性をターゲットに、美容整形に関する情報を提供するポータルサイト「気になる！美容整形・総合ランキング」をはじめ 3 サイトを運営している。

主なコンテンツは、エステサロン検索、エステサロン紹介、総合人気ランキング、キャンペーン人気ランキング、コース人気ランキング、実際にエステサロンで受けた施術の感想等を掲載した体験レポートなど。

*ビジネスモデル

各ポータルサイトは、歯科医院やエステサロン等を顧客として、広告料収入を得て運営している。

インターネットユーザーは、各ポータルサイトにおいて、無料で歯科医院、エステサロン等の情報を検索・閲覧することができる。

広告料収入の具体的内容は、主に①クライアント紹介ページの初期制作料及び月額掲載料、②クライアントのホームページへのリンクを貼ったバナー広告の月額掲載料となっている。

契約形態は原則 12 カ月の継続契約(自動更新)であるため、収益モデルは積上げ式のストックビジネスとなっている。

(2)医療機関経営支援事業

①SEM サービス

検索エンジンの検索結果において検索順位を上位表示させることを目的とした SEO(検索エンジン最適化)サービスや、ヤフー株式会社及び Google LLC が運営するポータルサイトにおけるリスティング広告(検索連動広告)の運用代行サービスを提供している。

(A)SEO

検索エンジンを活用してホームページへの集客やホームページから情報配信を行うクライアントに対して、検索エンジンの表示順位判定基準(アルゴリズム)を分析し、ホームページの状態を最適化することにより、ホームページの検索エンジンからのキーワードに対する評価を高め、検索エンジンの検索結果において検索順位を上位表示させることを目的とした SEO サービスを提供している。

定額料金により複数のキーワードで Yahoo! JAPAN 又は Google の検索結果を上位表示させる月次定額型サービスと、特定のキーワードで Yahoo! JAPAN 又は Google の検索結果の順位に応じた料金が発生する成功報酬型サービスがある。

(B)リスティング広告(検索連動広告)

ヤフー株式会社及び Google LLC が運営するポータルサイトにおいてリスティング広告(検索連動広告)の運用代行サービスを行っている。

「リスティング広告」とは、検索エンジンの検索結果ページに設定された広告枠に表示される広告のことで、インターネットユーザーが広告をクリックした場合にのみ広告主に広告料が発生する。

クライアントにとって費用対効果の高い広告運用を実現するため、キーワードや広告原稿の提案から、運用面における入札価格の調整や予算管理までの総合的なサービスを提供している。

②ホームページ制作・メンテナンスサービス

主に「からだ」「健康」「美」に関連する事業者(歯科医院、エステサロン等)をクライアントとしてホームページ制作・メンテナンスサービスを提供している。

その歯科医院やエステサロン等に対して、インターネットユーザーから安心感を持ってもらえるように「清潔感・高級感」を重視したウェブデザインを手掛けるほか、歯科分野及び美容・エステ分野に特化している同社ならではの医療・美容知識を活かして、患者や医療・美容に対するクライアントの考え方など、インターネットユーザーに情報を分かりやすく伝えることができるホームページを制作している。

③ 歯科医院運営

タイ・バンコクで歯科医院の経営を展開する。連結子会社の Medical Net Thailand Co., Ltd.と連結子会社(孫会社)の Pacific Dental Care Co., Ltd.、及び Fukumori Dental Clinic Co., Ltd.において歯科医院を運営している。タイでの歯科医院経営を皮切りに、海外諸国において日本の先進歯科医療の普及を図る。

④ 歯科器材・医薬品販売

(株)オカムラと(株)オカムラ Osaka では歯科器械材料・医薬品販売事業を展開しており、更なる事業規模の拡大を図る。また、タイ・バンコクにおいて、NU-DENT Co., Ltd.、D.D.DENT Co., Ltd.において、歯科総合商社事業を行っている。

⑤ 医薬品・医薬部外品の製造・販売

ノーエチ薬品(株)では、医薬品製造・販売を行う。

⑥ 歯科医院の事務代行・開業支援・経営支援・不動産販売

「歯科医師が、歯科医療に専念できる環境を創る。」というミッションを掲げ、歯科医院の開業から経営支援までをワンストップで支援する業界随一のサービスを提供している。経営支援のサービスメニューの拡充や専門ポータルサイト「メディサポ」を開設。また、今期から不動産事業を本格稼働した。

(3) 医療 BtoB 事業

歯科医療従事者と歯科関連企業等をつなぐ BtoB 型の歯科医療総合情報サイト「Dentwave.com」の運営を行っている。同サイトの歯科医療従事者登録は 23 年 8 月末時点で 49,818 名と日本最大級。

この会員を基盤として、歯科関連企業等に対する広告ソリューション、リサーチ、コンベンション運営受託等のサービスを提供している。20 年 2 月には運営するブランネットワークスを吸収合併した。

【1-5 特長と強み】

(1) 生活者・歯科医院・歯科関連企業を結ぶプラットフォームを構築している唯一の企業



(同社資料より)

同社は、歯科医療を中心に生活者・歯科医院・歯科関連企業を結んだプラットフォームを構築しているが、こうしたプラットフォームを構築している企業は他には無く、同社の大きな特徴となっている。

この強固でユニークなプラットフォームを活かし、生活者・歯科医院・歯科関連企業、それぞれに向けて様々なサービスを提供しており、これが強力な競争優位性となっている。

創業から 20 年超をかけて構築してきたポジショニングは強固であり、新規参入は極めて難しいと同社では考えている。

◎对生活者:自社メディアで信頼性の高い公平・中立な情報を提供

歯科医師など専門家と直接やりとりしながら、多くのメディアを構築・運営してきた同社は、歯科医療における豊富な専門知識を有している。

そのため、生活者に対し信頼性が高くかつ分かりやすい情報を提供することが可能であり、そのクオリティの高さは、医師が患者に説明する際に、同社が運営する Web サイトのコンテンツを利用することもあるほどである。

より専門性の高いテーマについては、長年築き上げた信頼関係に基づき、歯科医師に執筆を依頼している。

様々な見解があるテーマについては、複数の歯科医師に意見を述べてもらったり、治療方法のデメリットなどについても言及してもらったりしており、生活者に公平・中立な情報を提供している。

同社の売上高の多くは歯科医院向けサービスによるものではあるが、ビジョンや理念の下、常に「生活者・利用者の視点」を重視したアドバイスを歯科医院に提供しており、これが同社に対する一層の信頼性向上に結び付いている。

◎対歯科医院:ワンストップ Web サービス×多彩なリアルサービス×コンサルティング

さまざまな自社メディア、および事業者向け Web サイトを構築してきた同社は、Web サイト構築から SEM 施策の立案・実施までをワンストップで提供することが可能であり、これに加え、開業時の不動産紹介、開業後の事務長代行サービス、人材紹介、専門機材、オフィスサプライ、助成金申請サポートなど、リアルな領域においても全方位的なサービスを提案している。

さらに、歯科医院の専門領域や課題を理解した上で、経営実態を把握・分析し、インターネットを活用した効果的な送患・集患や、リアルビジネスを組み合わせた人員・設備・事業計画の提案など、歯科医院に対する経営支援コンサルティングを幅広く提供することができる。

◎対歯科関連企業:優良歯科医院へのアプローチやマーケットリサーチが可能

前述のように、同社は、会員数トップクラスの歯科医療従事者向けサイト「Dentwave.com」を運営している。

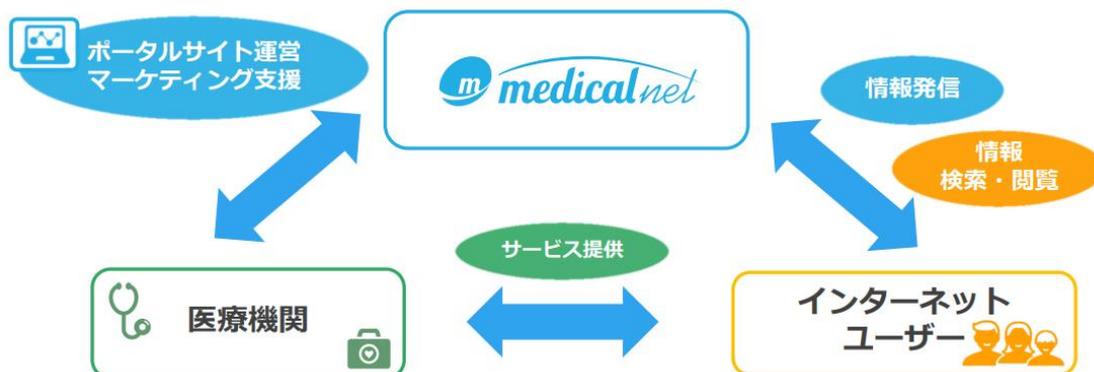
会員の多くは、経営状態が良好でかつ事業拡大にも前向きであり、医療機器メーカー・卸などメーカー・サプライヤーは、こうした優良顧客に対して広告展開や、製品・サービスの提案をすることが可能である。

(2)ストックビジネスによる安定した収益構造

ポータルサイト運営事業における広告出稿は、原則として 12 カ月の継続契約(自動更新)であるため、収益モデルは積上げ式のストックビジネスであり、同社の収益基盤に安定性をもたらしている。

同社では新規顧客開拓を進めて事業基盤の更なる強化を図る考えだ。

メディア・プラットフォーム事業の収益モデル



(同社資料より)

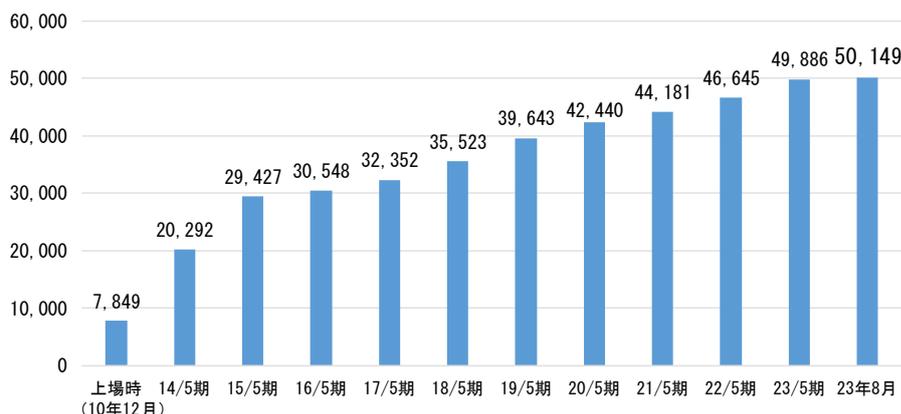
(3) 圧倒的な会員数

歯科医療従事者会員からなるメディカルネットグループ会員数は23年8月末で50,149名と、上場時の6.4倍にまで拡大している。

この会員は、対歯科医院向けビジネスの顧客であると同時に、対歯科関連企業向けビジネスにおいても重要な資産として同社の事業基盤を支えている。

日本全国には約10万人の歯科医師がいると同社では想定しており、今後は全体の8割にあたる8万人の会員化を目指している。

メディカルネットグループ会員数推移

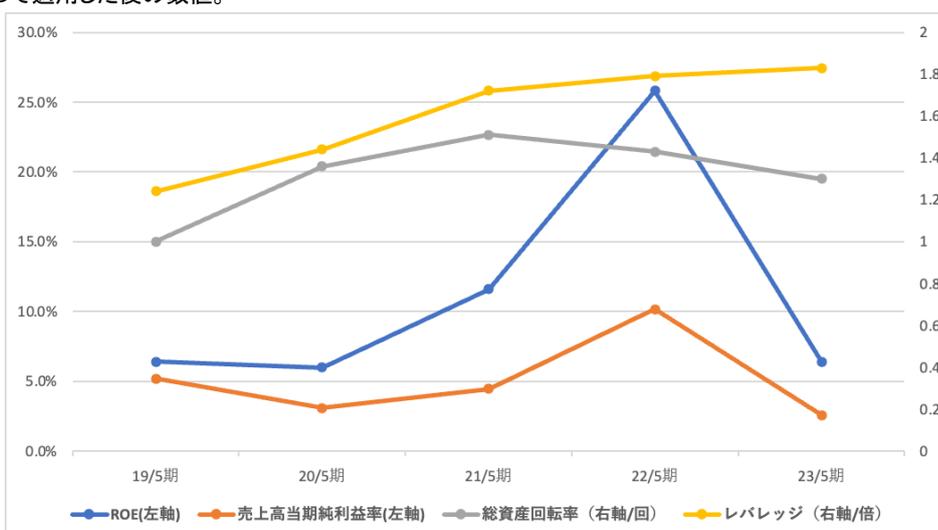


*同社資料を元に(株)インベストメントブリッジが作成。

【1-6 ROE分析】

	17/5期	18/5期	19/5期	20/5期	21/5期	22/5期	23/5期
ROE (%)	5.6	5.8	6.4	6.0	11.6	25.8	6.4
売上高当期純利益率(%)	6.47	5.88	5.20	3.09	4.46	10.15	2.58
総資産回転率(回)	0.74	0.82	1.00	1.36	1.51	1.43	1.36
レバレッジ(倍)	1.18	1.20	1.24	1.44	1.72	1.79	1.83

*22/5期より「収益認識に関する会計基準」等を適用。17/5期以降の売上高当期純利益率及び総資産回転率は、当該会計基準等を遡って適用した後の数値。



*同社資料を元に(株)インベストメントブリッジが作成。

ROEは21/5期に、総資産回転率とレバレッジの改善が顕著に現れて日本企業が一般的に目指すべきと言われていた8%を大きく上回った。22/5期は売上高当期純利益率が大幅に上昇したことで更に向上した。23/5期については、一時的な要因もあり売上高当期純利益率が低下して8%を下回った。

2. 2024年5月期第1四半期決算概要

(1) 業績概要

	23/5期 1Q	構成比	24/5期 1Q	構成比	前年同期比
売上高	971	100.0%	1,099	100.0%	+13.2%
売上総利益	397	40.9%	382	34.8%	-3.7%
販管費	312	32.1%	359	32.7%	+15.3%
営業利益	85	8.8%	22	2.1%	-73.1%
経常利益	95	9.9%	44	4.1%	-53.3%
当期純利益	50	5.2%	21	2.0%	-56.6%

* 単位: 百万円、当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。以下同様。

* 22/5期より「収益認識に関する会計基準」等を適用。

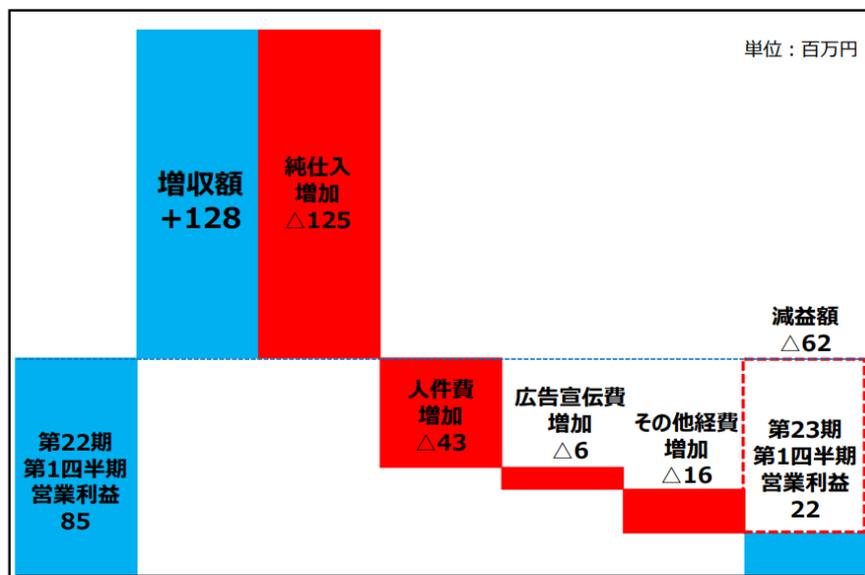
大幅増収、販管費の増加により営業減益

売上高は前年同期比 13.2%増の 10 億 99 百万円。医療 BtoB 事業が減収となったものの、医療機関経営支援事業が引き続き大幅な増収、メディア・プラットフォーム事業も堅調に推移した。

既存事業のさらなる効率化を進めるとともに歯科業界でのメディカルネット経済圏を構築し、歯科医療業界のデジタル化の中核を担うプラットフォームの確立を進めている。さらに、口腔周りから始まる健康寿命増進プラットフォームビジネスという新たなサービスの構築に取り組み、事業を拡大した。

営業利益は前年同期比 73.1%減の 22 百万円。利益面では売上総利益率が前年同期 40.9%から 34.8%に低下、一方で販管費は 15.3%増の 3 億 59 百万円となり、営業利益率が前年同期 8.8%から 2.1%に低下した。販管費の増加は、成長のための積極的な人材投資による人件費の増加によるもの。事業拡大のための投資が先行したことが減益の主因となった。

営業利益の増減要因は以下の通り。



(同社資料より)

営業外で為替差益が 8 百万円から 21 百万円へ増加したことにより、経常利益は前年同期比 53.3%減の 44 百万円、四半期純利益は同 56.6%減の 21 百万円となった。

(2)セグメント別動向

	23/5 期 1Q	構成比	24/5 期 1Q	構成比	前年同期比
メディア・プラットフォーム事業	246	25.4%	253	23.1%	+2.9%
医療機関経営支援事業	686	70.7%	825	75.0%	+20.1%
医療 BtoB 事業	37	3.8%	19	1.8%	-46.5%
その他	0	0.1%	0	0.1%	0.0%
調整額	0	-	0	-	-
売上合計	971	100.0%	1,099	100.0%	+13.2%
メディア・プラットフォーム事業	150	61.2%	133	52.6%	-11.6%
医療機関経営支援事業	30	4.4%	18	2.3%	-37.9%
医療 BtoB 事業	12	32.7%	-11	-	-
その他	0	100.0%	0	100.0%	0.0%
調整額	-109	-	-118	-	-
営業利益合計	85	8.8%	22	2.1%	-73.1%

* 単位:百万円

* 営業利益の構成比は売上高営業利益率。その他は報告セグメントに含まれない事業セグメントで管理業務受託事業。



*同社資料を元に(株)インベストメントブリッジが作成。

◎メディア・プラットフォーム事業

売上高は前年同期比 2.9%増の 2 億 53 百万円、営業利益は同 11.6%減の 1 億 33 百万円。

Google のアルゴリズムの変動への対応が進んだことや、歯科自由診療への需要が高まったことで、歯科クリニックの広告出稿意欲が高まり売上高は増加した。

◎医療機関経営支援事業

売上高は前年同期比 20.1%増の 8 億 25 百万円、営業利益は同 37.9%減の 18 百万円。

(SEM サービス)

アクセス増加と順位対策を同時に行える新サービスの提供を開始し、継続的な収益の獲得に努めた。また、リスティング広告においては、多様化・細分化するユーザーニーズに応えるべく、従来の Yahoo!や Google のリスティング広告、LINEに加え、TikTok 広告などの運用代行を開始するなどサービスの拡充に努めた結果、売上高は増加した。

(HP 制作・メンテナンスサービス)

主に「からだ」「健康」「美」に関連する事業者(歯科医院、エステサロン等)をクライアントとして HP 制作・メンテナンスサービスを提供している。近年、SNS の利用者が増え、専門知識がなくとも手軽に情報を発信できるようになった背景もある中で、受注制作案件を確実に積み上げ、売上高は増加した。

(歯科医院運営)

前期に連結子会社(孫会社)化した Fukumori Dental Clinic Co.,Ltd.を中心に人材育成、組織改革を行った。その結果、3 院ともバンコクの頼れるインターナショナルクリニックへの成長を遂げ、売上高は増加した。

(歯科商社)

国内の連結子会社と連結子会社(孫会社)の 2 社、及びタイ・バンコクの連結子会社(孫会社)2 社において、歯科商社事業を行っている。特に、東京と大阪の 2 拠点体制を取っている国内において、大阪での事業が好調に推移したことにより、売上高は増加した。

(医薬品・医薬部外品の製造・販売)

主力製品の販売強化により、売上高は増加した。

(歯科医院の事務代行・開業支援・経営支援・不動産販売)

歯科医院の開業支援、経営支援サービスの営業活動を強化するために、積極的に人材を採用している。また、不動産事業の本格稼働により、売上高は増加した。

◎医療 B to B 事業

売上高は前年同期比 46.5%減の 19 百万円、営業損失 11 百万円(前年同期は 12 百万円の利益)。

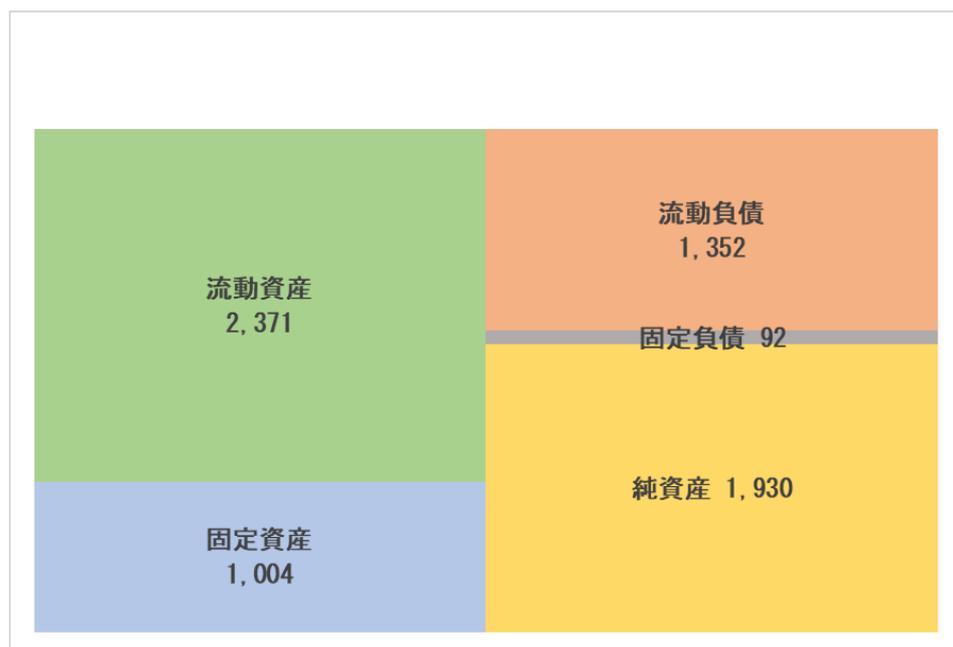
歯科関連企業の広告出稿動向は、従来は学会や展示会等リアルな場での活用が主だった。しかし、コロナ禍において WEB 広告の需要が高まり、普及した。現在は学会や展示会の機会も復活し、広告手法の選択肢が増えたことにより、歯科関連企業の WEB 広告への投資比率が低下し、売上高は減少した。

(3)財務状態

◎主要BS

	23 年 5 月末	23 年 8 月末		23 年 5 月末	23 年 8 月末
流動資産	2,459	2,371	流動負債	1,437	1,352
現預金	1,518	1,453	仕入債務	322	308
売上債権	693	604	固定負債	100	92
固定資産	1,007	1,004	長期借入金	82	75
有形固定資産	111	115	負債合計	1,538	1,445
無形固定資産	305	304	純資産	1,929	1,930
投資その他の資産	590	584	利益剰余金	1,710	1,709
資産合計	3,467	3,375	負債純資産合計	3,467	3,375

* 単位:百万円



*同社資料を元に(株)インベストメントブリッジが作成。

資産合計は、前期末比(以下同)91 百万円減の 33 億 75 百万円となった。これは主に、商品が 16 百万円増加したものの、現預金が 64 百万円、売上債権が 89 百万円減少したため。

負債合計は、93 百万円減の 14 億 45 百万円となった。これは主に、短期借入金が増加したが、仕入債務が 14 百万円、未払金が 31 百万円、未払費用が 40 百万円、未払い法人税等が 67 百万円減少したため。

純資産合計は、1 百万円増の 19 億 30 百万円となった。これは主に、親会社株主に帰属する四半期純利益 21 百万円の計上と、剰余金配当 22 百万円を行ったため。

自己資本比率は 56.8%(前期末 55.3%)となった。

3. 2024 年 5 月期業績見通し

(1) 通期業績予想

	23/5 期	構成比	24/5 期(予)	構成比	前期比
売上高	4,500	100.0%	5,000	100.0%	+11.1%
営業利益	379	8.4%	380	7.6%	+0.3%
経常利益	431	9.6%	360	7.2%	-16.7%
当期純利益	116	2.6%	214	4.3%	+84.6%

* 単位:百万円

* 予想は会社側発表。

24/5 期は 11.1%増収、0.3%営業増益を見込む

通期予想に修正はなく、24/5 期は売上高が前期比 11.1%増の 50 億円、営業利益は同 0.3%増の 3 億 80 百万円、経常利益は同 16.7%減の 3 億 60 百万円、当期純利益は同 84.6%増の 2 億 14 百万円を見込む。

不動産事業の本格開始、タイの歯科商社事業など事業領域を拡大し増収を見込む。利益面では、引き続き人材への投資、新規事業への投資を積極的に行い、営業利益は微増を計画する。業容拡大に向けた組織体制の強化、成長のための戦略的投資を継続する。事業拡大するものの、投資が先行する。

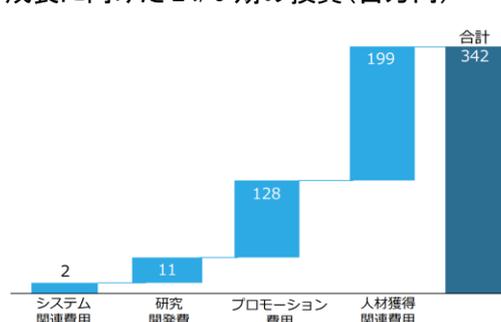
配当についても修正なく、前期比 0.50 円増配となる 3.00 円/株の期末配当を予定。

24/5 期も引き続き、成長のために積極的に投資を行う方針。

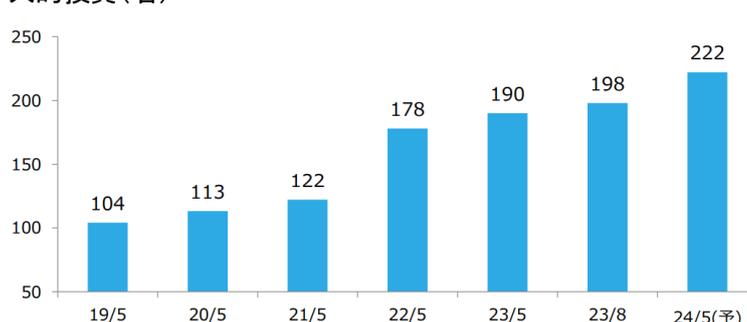
人的投資	<ul style="list-style-type: none"> 人件費は対前年 22.1%増計画 中途 29 名採用 24/4 新卒 10 名採用予定
事業投資	<ul style="list-style-type: none"> 新規事業 医療 BtoB 事業の V 字回復から更なる拡大 歯科事業の海外展開拡大 歯科ディーラー事業を拡大 医薬品・医薬部外品販売事業のシナジー 大学との共同研究

成長に向けた 24/5 期の投資と人員推移

成長に向けた 24/5 期の投資(百万円)



人的投資(名)



(同社資料より)

上期予想も修正なく、以下の通り。

上期業績予想

	23/5期 上期	構成比	24/5期 上期(予)	構成比	前年同期比
売上高	1,997	100.0%	2,448	100.0%	+22.6%
営業利益	192	9.6%	125	5.1%	-35.1%
経常利益	219	11.0%	114	4.7%	-48.0%
当期純利益	130	6.5%	62	2.5%	-52.4%

* 単位:百万円

* 予想は会社側発表。

(2) 事業別の主な取り組み

事業	取り組み
メディア・プラットフォーム 歯科・美容	<ul style="list-style-type: none"> ● 人材強化 ● サービスの改善・拡充、セールスとのサービス販売強化 ● 専門コンテンツ強化 ● 口腔周りから全身の健康へつながる橋渡し
医療機関経営支援事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規チャネル開拓と収益モデル構築 ● 歯科医院の開業・経営に対する多チャンネルでの支援から歯科医師個人のライフサポートまで総合的に支援 ● セミナー、大学及びスタディグループの開業支援及び経営支援案件の掘り起こし ● 歯科ディーラー事業を拡大 ● 医薬品・医薬部外品の販売 ● タイでの歯科事業の拡大 ● 不動産事業の本格開始
医療 B to B	<ul style="list-style-type: none"> ● 会員数増加に向けた施策強化 ● 新サービスの開発、販売強化 ● デジタル及びリアルデンタルショー開催
ビジネスディベロップメント・経営企画	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規事業 ● 岡山大学との共同研究を継続

(3) 計画の前提

各事業で増収を見込む。

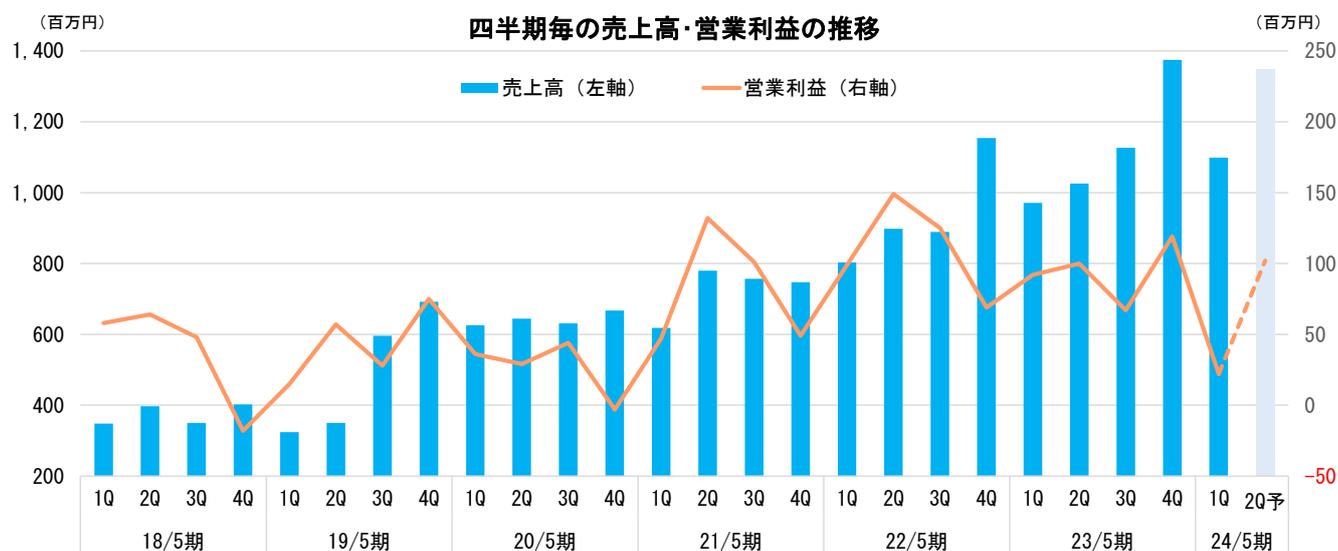
事業	売上状況
メディア・プラットフォーム	<p>歯科分野は前年に続き受注が好調に推移する見込み。また、新サービス投入で収益拡大を目指す。</p> <p>美容分野は送客をテコ入れし収益回復を目指す。</p>
医療機関経営支援事業	<p>体制を強化し新事業、新商材取扱いに加え、既存事業も収益力を強化し収益拡大。医薬品販売事業と歯科ディーラー事業とのシナジーを生み、両事業の拡大を見込む。</p> <p>タイにおいて歯科医院経営支援に歯科ディーラー事業を加え、収益拡大を目指す。不動産事業を本格開始。</p>
医療 B to B	Dentwave.com のサービス拡充及び人材サービスなど新サービスの投入で売上増を図る。

費用についても仕入原価、人件費とも増加する見通し。

費用	見通し
売上原価(仕入高)	<p>歯科ディーラー事業の売上増加及び不動産事業本格開始に伴い商品仕入高が増加。既存サイトの拡充、新サイト開発等サービスの多様化を図り、業務拡大により労務費増加。</p>
販管費(人件費)	組織体制強化のための人件費、新サービス投入に係るコストが増加する見込み。

4. 今後の注目点

1Q は引き続き 2 桁増収を継続したものの、事業拡大投資が先行したことにより 73.1%営業減益にとどまった。静かなスタートとなったが、会社側は「計画通りに推移」としている。尚、医療 BtoB 事業が 2 桁減収だが、大型案件の受注が 2Q にずれ込んだこともあった模様。こうしたことから、2Q からは 2 桁増収の持続とともに利益面でも巻き返しが期待できそうだ。前回レポートでは「売上成長が軌道に乗ってきた」としたが、不動産事業の本格開始などその流れはしっかり持続し、高い成長性が継続しているといえる。売上成長をいかに利益に結びつけるかが課題としたが、2Q 以降に宿題を残した形となった。利益率の高いメディア・プラットフォーム事業の売上成長持続が鍵を握るだろう。株価は低調に推移、売上成長が本格化したここ 2 年において安値圏に位置している。PER は売上成長に対しては低位にとどまっており、利益動向次第では大幅に見直される水準にあると引き続き見ている。



(決算短信より(株)インベストメントブリッジ作成)

◎株主優待(オリジナル QUO カード)

100 株以上かつ 1 年以上保有 1,000 円

600 株以上かつ 1 年以上保有 1,500 円

1,000 株以上かつ 1 年以上 3 年未満保有 1,500 円

1,000 株以上かつ 3 年以上保有 2,000 円

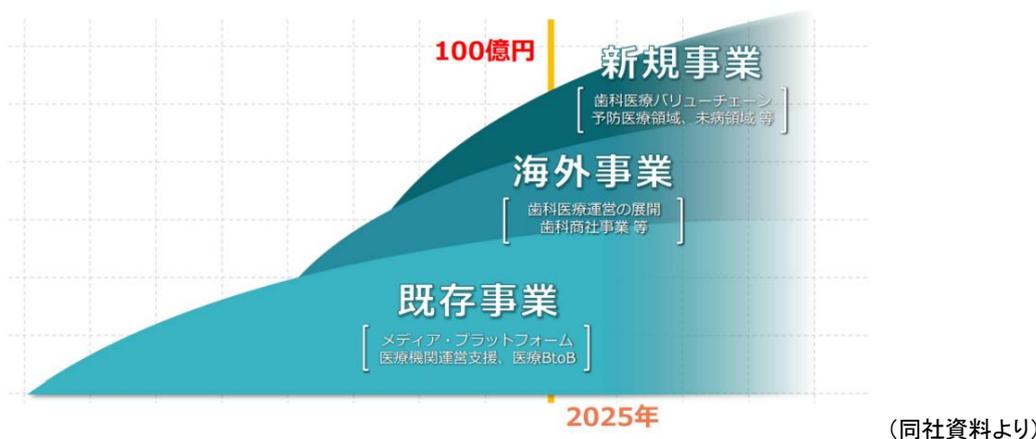
<参考1:今後の成長戦略 ~予防医療・未病医療へ注力~>

今後の更なる成長を目指す同社では「予防医療・未病医療」が重要なキーワードであると考えている。同社がオンリーワン企業としてポジショニングを構築している歯科業界において大きな環境変化が起きている。日本では歯科治療というとこれまでは虫歯治療が中心であった。

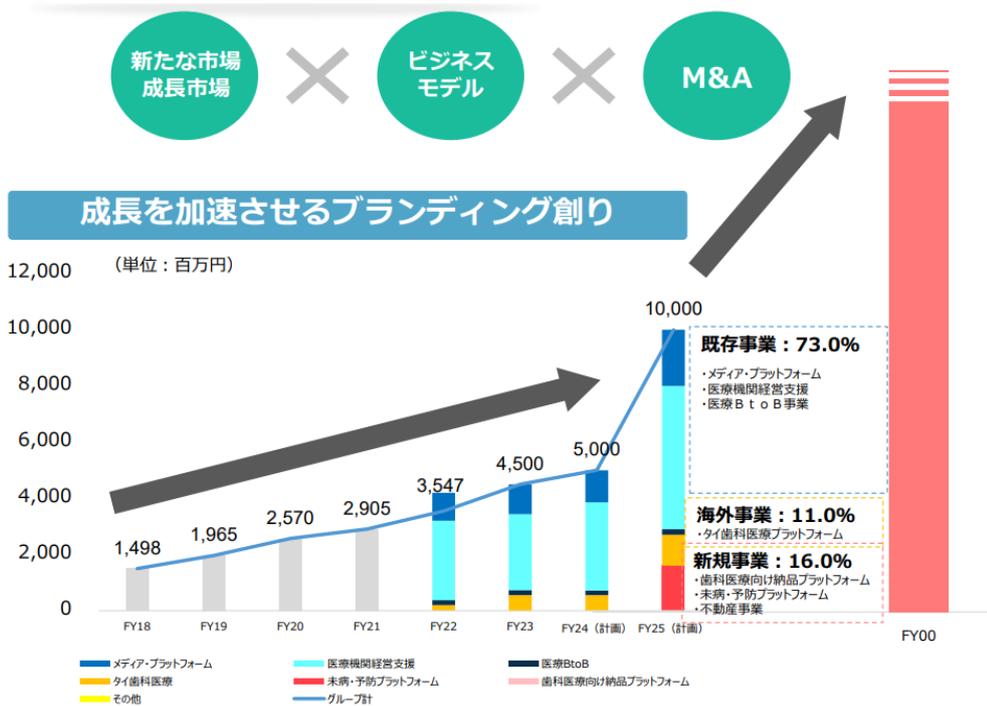
一方欧米では虫歯治療だけではなく、歯周病が動脈硬化、心筋梗塞、脳梗塞、糖尿病、アルツハイマーなど様々な疾病の原因の一つであり、歯の健康を保つことがこれらの疾病予防につながるという考え方が中心となっている。このような、全身の健康・長寿につながる「予防歯科・未病歯科」という考え方が今後日本でも重視されるといわれている。

既存のストックビジネスに歯科医院運営や DENTAL TRIBUNE の活用などの「海外事業」と予防医療・未病医療など「新規事業」を積み上げるとともに、成長を加速させるブランディング創りにも取り組み、2025年5月期売上高100億円を目指している。

~2025年5月期売上高100億円に向けて~



今後の成長戦略・成長ドライバー



<参考 2:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査役設置会社
取締役	6名、うち社外2名
監査役	4名、うち社外4名

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2023年8月31日

<基本的な考え方>

当社は、株主の利益の最大化を図りつつ、株主・クライアント・エンドユーザー・従業員・地域の方々等すべてのステークホルダーに対して、経営の健全性・効率性・透明性を通じて企業社会の一員としての社会的責任を果たしていくことをコーポレート・ガバナンスの基本方針としております。

その実現のために、現状に満足することなく経営環境の変化に応じてコーポレート・ガバナンス体制を強化し、企業価値の最大化を図ってまいります。

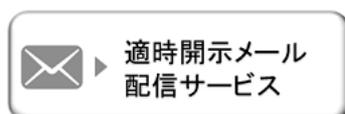
<実施しない主な原則とその理由>

「当社は、コーポレートガバナンス・コードの基本原則を全て実施しております。」と記述している。

本レポートは、情報提供を目的としたものであり、投資活動を勧誘又は誘引を意図するものではなく、投資等についてのいかなる助言をも提供するものではありません。また、本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。当社は、本レポートに掲載されている情報又は見解の正確性、完全性又は妥当性について保証するものではなく、また、本レポート及び本レポートから得た情報を利用したことにより発生するいかなる費用又は損害等の一切についても責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は、当社に帰属します。なお、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co., Ltd. All Rights Reserved.

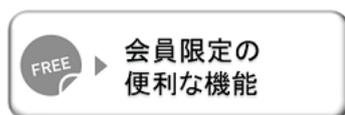
ブリッジレポート(メディカルネット:3645)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



適時開示メール
配信サービス

同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

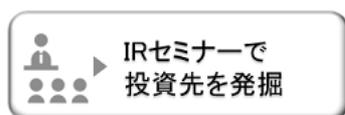
[>> ご登録はこちらから](#)



会員限定の
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)



IRセミナーで
投資先を発掘

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)