
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	東証スタンダード市場
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 3 階
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）	ROA（実）
216 円	9,246,970 株		1,997 百万円	7.4%	6.2%
DPS（予）	配当利回り（予）	EPS（予）	PER（予）	BPS（実）	PBR（実）
3.00 円	1.4%	15.74 円	13.7 倍	215.61 円	1.0 倍

＊ 株価は 11/9 終値。発行済株式数から自己株式を控除。各数値は 26 年 5 月期決算短信より。

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
2023 年 5 月（実）	4,500	379	431	116	12.97	2.50
2024 年 5 月（実）	5,252	298	322	5	0.66	3.00
2025 年 5 月（実）	6,077	98	134	-68	-	3.00
2026 年 5 月（実）	6,732	191	269	137	14.96	3.00
2027 年 5 月（予）	7,000	300	277	146	15.74	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。

株式会社メディカルネットの 2026 年 5 月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. 2026 年 5 月期決算概要
3. 2027 年 5 月期業績見通し
4. 中期経営計画
5. 今後の注目点
＜参考:コーポレート・ガバナンスについて＞

今回のポイント

- 26/5 期は前期比 10.8%増収、94.0%営業増益。メディア・プラットフォーム事業は減収だが、医療機関経営支援事業が大幅な増収、医療 BtoB 事業も増収を確保した。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。また、口腔まわりから始まる健康寿命増進プラットフォームビジネスの構築に取り組み、事業を拡大させた。利益面では売上総利益率が前期 32.3%から 29.7%に低下したが、ミルテルの連結除外もあり営業利益率が前期 1.6%から 2.8%に改善した。3.00 円/株の期末配当を実施する。

- 27/5 期は売上高が前期比 4.0%増の 70 億円、営業利益は同 56.5%増の 3 億円、経常利益は同 2.5%増の 2 億 77 百万円、当期純利益は同 5.9%増の 1 億 46 百万円を見込む。引き続き人材や新規事業への投資を積極的に行う。既存事業の継続的な強化に加え、タイの事業へも注力する。業容拡大に向けて組織体制を強化、成長のための戦略的投資を継続しつつも大幅な営業増益を計画する。M&A による事業拡大、医療 BtoB 事業及び歯科ディーラー事業の拡大を重点的に強化する方針。

- 26/5 期はミルテルの連結除外に伴い大幅増益。医療 BtoB 事業についても黒字転換となった。実績数字は良かったものの、好採算で利益の構成比が高いメディア・プラットフォーム事業の減速はやや気掛かりなところではある。中期経営計画では 25/5 期実績比で倍増を狙っているだけに、同事業の今後の巻き返しに期待したい。同社では新たなメディアが軌道に乗ってきており、強化していく方針を示した。また、株式会社ヨシダと資本業務提携しており、業績への貢献には注目していきたい。株価は、売上成長が本格化したここ 5 年間の安値圏に位置している。ヨシダとの提携を成長の軸足に置いているが、海外では歯科医院から始まったタイで収益源の拡大が見られる。M&A も絡めながらの拡大が期待できそうだ。中期計画を達成すると EPS は 100 円程度が想定できる。今後目指す利益水準を考慮すると株価は割安な水準にあると考える。なお、26 年 9 月に東京証券取引所スタンダード市場へ市場区分変更している。

1. 会社概要

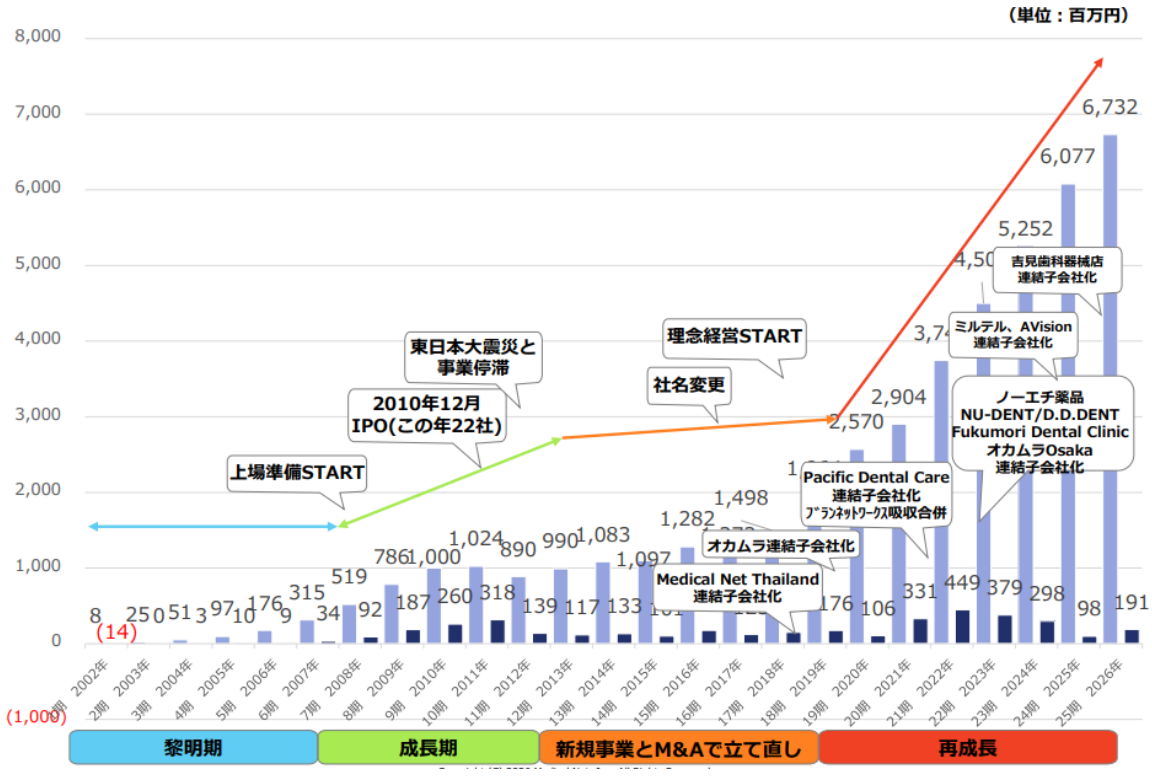
「インターネットを活用し 健康と生活の質を向上させることにより 笑顔を増やします。」を企業理念とし、歯科医院の経営をトータルで支援する「歯科医療プラットフォームビジネス」、生活者にとって有益な情報を提供する「生活者向けサービス」、歯科関連企業のマーケティング支援などを行う「事業者向けサービス」を展開している。
生活者・医療機関・関連企業を結ぶビジネスモデルを有する唯一の企業。26 年 5 月末で 57,535 名に上る歯科医療従事者登録数は大きな資産である。

【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
	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）と資本業務提携
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	ブ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を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ブ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
2023 年	9 月	「矯正歯科ネットプラス」リリース
	10 月	「インプラントネットプラス」リリース
	11 月	連結子会社の株式会社オカムラが、連結子会社(孫会社)の株式会社オカムラ Osaka を吸収合併
2024 年	1 月	株式会社ミルテルを連結子会社化し、未病・予防プラットフォーム事業を開始
	3 月	AVision Co., Ltd.を連結子会社（孫会社）化し、タイにてクラウドインテグレーション事業を開始
	5 月	「審美歯科ネットプラス」リリース
2025 年	3 月	連結子会社であった株式会社ミルテルを連結除外
	3 月	有限会社吉見歯科器械店を連結子会社(孫会社)化
	6 月	株式会社ヨシダと資本業務提携

2026 年	8 月	日本医療支援株式会社と資本業務提携
	9 月	東京証券取引所 スタンダード市場へ市場区分変更
	10 月	子会社オカムラが有限会社板倉歯科器材店を孫会社化

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に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。2010 年代に事業が停滞した時期はあったが、新規事業と M&A により立て直して 19/5 期からは再成長。足元まで売上規模が急速に拡大している。



（同社資料より）

【1-2 経営理念】

「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。

口腔まわりから全身の健康を導き、元気で笑顔が溢れる世界を創る

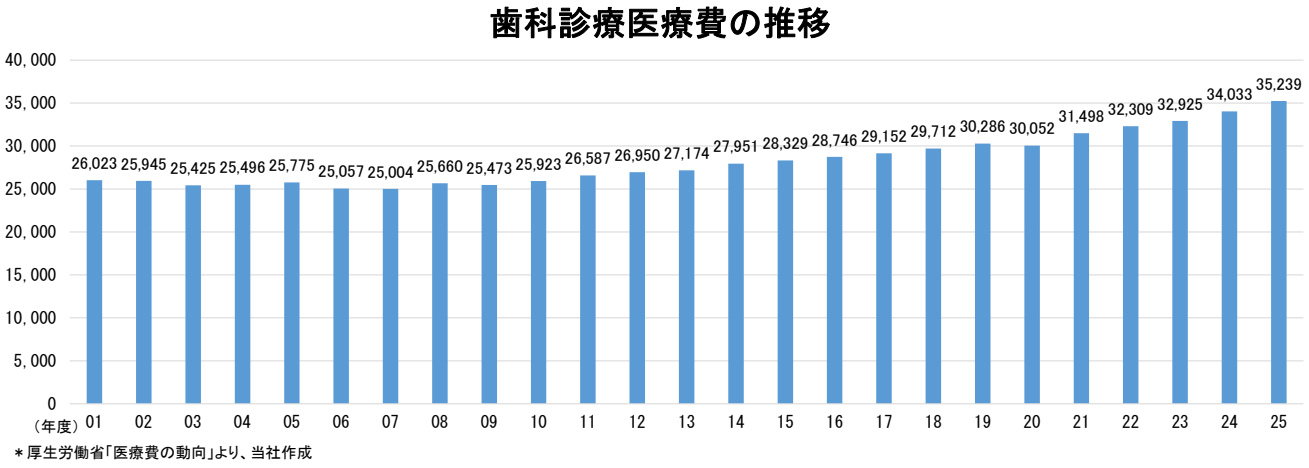
MISSION 社会的存在意義	インターネットを活用し　健康と生活の質を向上させることにより　笑顔を増やします。
VISION 目指す姿	生活者・事業者に革新的なサービスを提供し続け、歯科医療プラットフォームビジネス・領域特化型プラットフォームビジネスにおいて、国内外でトップ企業となります。
VALUE 組織的価値観	変化なくして進歩なし　あくなき挑戦である ◇情熱：向上心であり、自発性であり責任であり、マインドである ◇スピード：意識であり、発想であり、判断であり、言動であり、行動である ◇チームワーク：協調であり、協力であり、競争であり、シナジーであり、利他である ◇リスペクト：感謝であり、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

【1-3 市場環境】

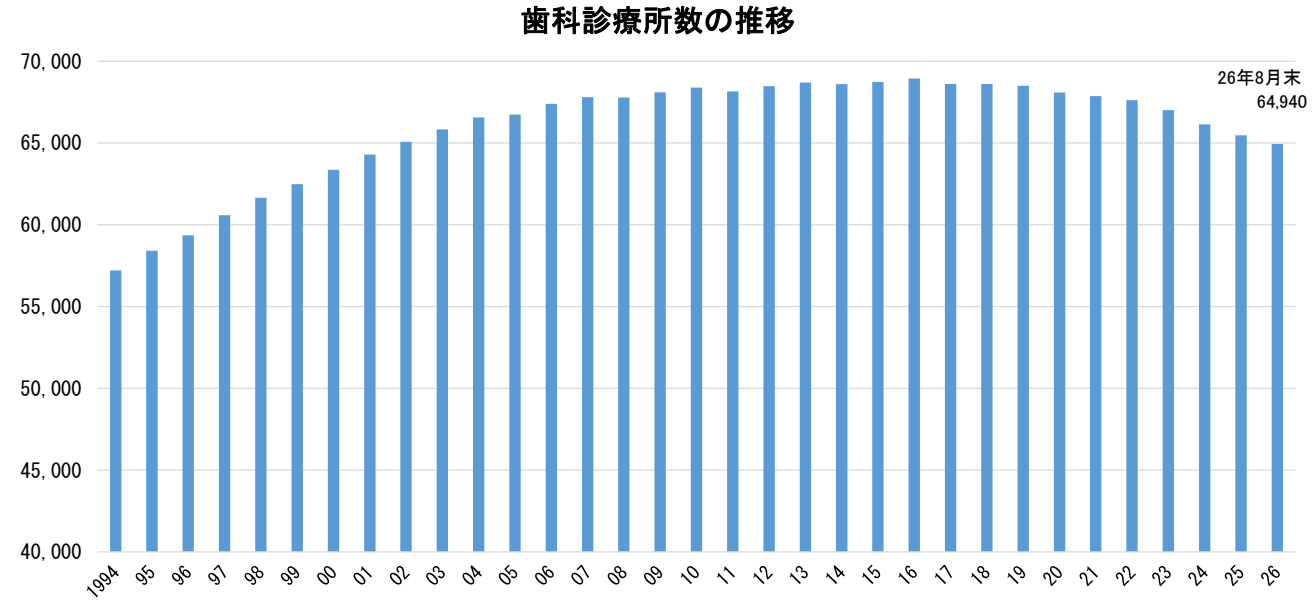
◎歯科診療市場

厚生労働省の調査によれば、2025 年度の歯科診療医療費は約 3 兆 5,239 億円で、前年比 3.5%増。新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけに、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 2020 年代に入り堅調に伸びている。
歯科診療所については、26 年 8 月末で 64,940 施設であった。20 年代に入り、徐々に減少している。

インプラントや歯列矯正、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を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。



＊厚生労働省「医療費の動向」より、当社作成



＊厚生労働省「医療施設動態調査」より当社作成

【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』という経営理念の下、生活者、医療機関、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。

（医療機関向け）

ホームページ（HP）制作においては、歯科分野に特化したポータルサイト運営で培ったノウハウや専門知識を活かし、歯科に精通したデザイナー、エンジニアが制作を担当する。ドメイン取得やサーバレンタル、運用メンテナンスまでサポートし、歯科医院にとってはもちろん、患者に価値のある、役立つ HP を制作している。多方向からマーケティングを支援する。歯科医療従事者のための求人サイトも運営している。

医療機器・機材の導入も展開している。日々の歯科治療で必要となる消耗品や歯科材料、高度管理医療機器の導入をトータルサポートする。協力企業と連携し、歯科医院に質の高いサービスを提供している。

歯科医院の新規開業・譲渡のサポートも行っている。開業に伴う、物件、設備・インフラ、ホームページ、集患など多くの課題をトータルサポートする。また、スムーズな事業承継ができるようワンストップで対応している。

（関連企業向け）

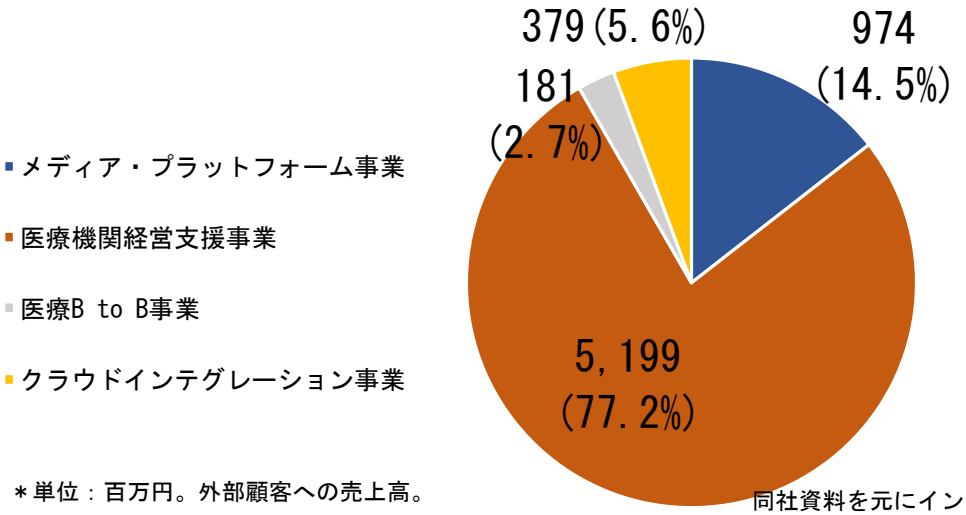
・広告・・・学会やセミナーでの集客、製品プロモーションなどでサポート
・コンベンション・・・消費財メーカーの大規模イベントや歯科医師会学術講演会など
・リサーチ・・・歯科矯正装置や歯周病検査、骨補填材などに係る調査
・ソリューション・・・企業や学会などのサイト運営や WEB サイト制作

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 26 年 5 月末時点で 57,535 名と日本最大級である歯科医療総合情報サイト「Dentwave」である。

＜報告セグメント＞

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」、「クラウドインテグレーション事業」。売上構成比は以下の通り。セグメント利益ではメディア・プラットフォーム事業の構成比が高い。

セグメント別売上構成（26/5期）



＊単位：百万円。外部顧客への売上高。

同社資料を元にインベストメントブリッジ作成

（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。
歯科分野を中心とした様々な切り口で、合わせて 11 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） ・インプラントネットプラス
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） ・矯正歯科ネットプラス
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） ・審美歯科ネットプラス
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

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。

＊ビジネスモデル

各ポータルサイトは、歯科医院を顧客として、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。解約率は低く、利益率が高い。

（2）医療機関経営支援事業

①Web マーケティング

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、LINE 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 HP への集客や HP 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、HP の状態を最適化することにより、HP 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）

LINE 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。

②HP 制作・メンテナンスサービス
「からだ」・「健康」・「美」に関連する事業者（歯科医院）を中心に HP 制作・メンテナンスサービス等を提供している。これらの歯科医院に対して、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。また、歯科分野に特化している同社ならではの医療知識を活かして、患者や医療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。患者ファーストをモットーに人材育成、組織開発を行い、日本の医療を現地で展開している。

④歯科商社事業
国内では（株）オカムラ及び 25 年 3 月に連結子会社化した（有）吉見歯科器械店において、また、タイ・バンコクでは NU-DENT Co., Ltd.、D.D.DENT Co., Ltd.において、歯科商社事業を行っている。

⑤大衆医薬品・医薬部外品の企画・卸販売
ノーエチ薬品（株）において、大衆医薬品・医薬部外品の企画・卸販売を行う。

⑥歯科医院総合支援
「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「medicalnet DOCTOR SUPPORT」を開設。歯科医師個人のライフサポートとしての不動産販売も展開している。

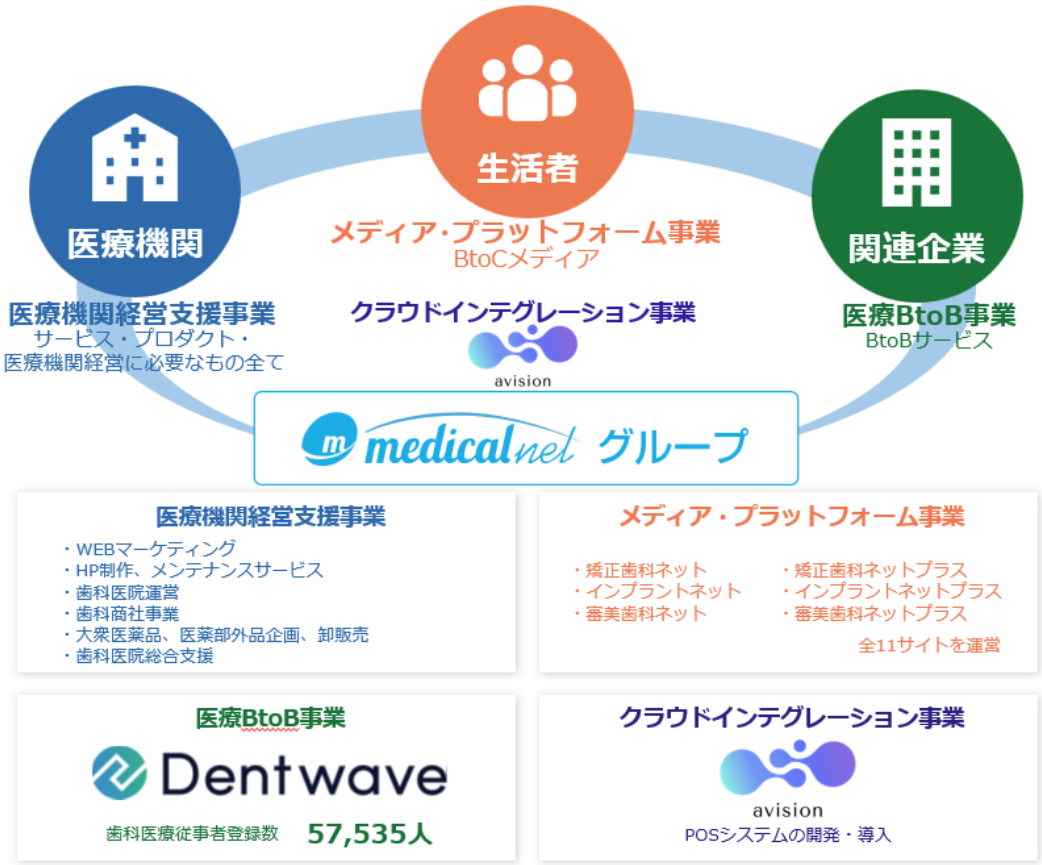
（3）医療 BtoB 事業
歯科医療従事者と歯科関連企業等をつなぐ BtoB 型の歯科医療総合情報サイト「Dentwave」での広告ソリューションの提供を中心とし、リサーチ、コンベンションの運営受託等、様々なサービスを行っている。同サイトの歯科医療従事者登録は 26 年 5 月末時点で 57,535 名と日本最大級。
この会員を基盤として、歯科関連企業等に対する広告ソリューション、リサーチ、コンベンション運営受託等のサービスを提供している。

（4）クラウドインテグレーション事業
24/5 期に連結子会社（孫会社）化した AVision Co., Ltd.において、タイ国内で小売業、製造業や病院向けに POS システムの開発・導入・メンテナンスサービスを行っている。

（5）その他
管理業務受託事業等において、経理、人事総務等の管理業務を受託している。

【1-5 特長と強み】

（1）生活者・医療機関・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・医療機関・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・医療機関・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。

◎対生活者：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求め、治療方法のデメリットなどについても言及してもらうことで、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。

◎対医療機関：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」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。

（3）圧倒的登録数
歯科医療従事者登録数は 57,535 名。
登録者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。今後も増加させていく考え。

【1-6 グループ経営】
◎M&A の沿革と将来の展望
成長戦略としての M&A を積極的に実施。現在までに実施した 14 件の M&A 及び PMI（Post Merger Integration、経営統合プロセス）の経験を活かし、今後も M&A による戦略的な企業価値最大化を推進していく。



（同社資料より）
「口腔まわりから全身の健康を導き、元気で笑顔が溢れる世界を創る」ため、M&A を重要な成長戦略と位置づけ、今後も積極的に検討・実施していく方針。

◎株式会社ヨシダと資本業務提携
25 年 6 月に、1906 年創業、日本最古の歯科メーカーである株式会社ヨシダと資本業務提携契約を締結した。ヨシダは日本全国各地に支店、営業所、SC（サービスセンター）を配置し、歯科医療機器・材料・情報機器（コンピュータなど）や歯科医院内の環境全般にわたるハードやソフトの開発・販売・修理・保守メンテナンスを実施している。また、世界各国のブランドメーカーと連携して自社ブランドの製品開発、サービス開発にも注力している。
開業から経営・運営支援、事業承継・M&A まで、ワンストップで支援する事業を両社で確立させる。
この資本業務提携を機にタイから東南アジア、世界へと事業を拡大させていく考え。

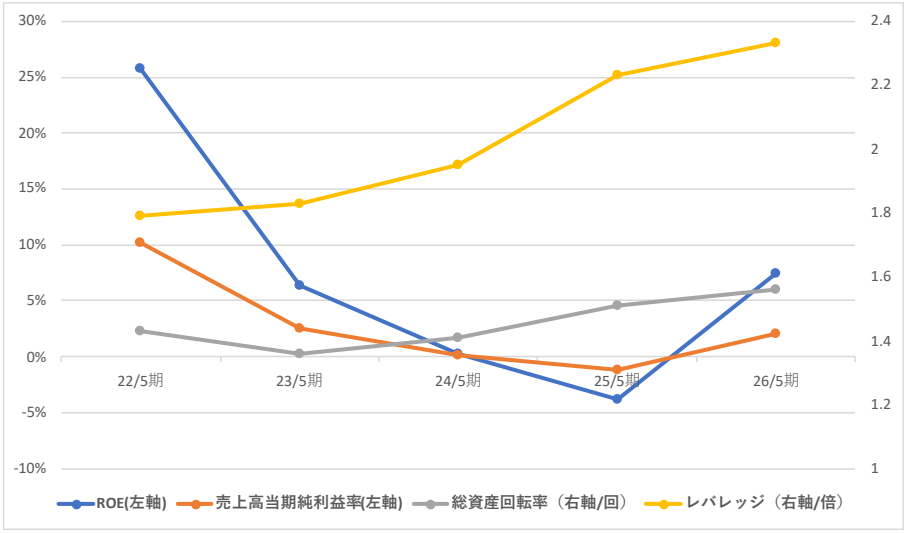
◎メディカルネットの価値提供

業界課題、社会からの要求として以下のことが挙げられる。
〇健康長寿社会の実現
〇地域包括ケアシステムの構築
〇2025 年問題（歯科技工士の減少）への対応
〇未病・予防医療の推進
〇医科歯科連携/介護との連携
〇業界の DX 化
〇国民医療費の抑制
これら、歯科業界の概況に対して、歯科医療領域において未病予防領域を中心に新たな価値を提供していく考えである。

【1-7 ROE 分析】

	20/5 期	21/5 期	22/5 期	23/5 期	24/5 期	25/5 期	26/5 期
ROE（%）	6.0	11.6	25.8	6.4	0.3	-3.8	7.4
売上高当期純利益率（%）	3.09	4.46	10.15	2.58	0.11	-1.12	2.04
総資産回転率（回）	1.36	1.51	1.43	1.36	1.41	1.51	1.56
レバレッジ（倍）	1.44	1.72	1.79	1.83	1.95	2.23	2.33

＊ 22/5 期より「収益認識に関する会計基準」等を適用。20/5 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表れて日本企業が一般的に目指すべきと言われている 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。しかし、23/5 期から 24/5 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 ROE も低下した。25/5 期は固定資産の減損に伴う当期純損失の計上によりマイナスとなったものの、26/5 期はプラスに転じた。早期に 8%超を回復したいところではある。利益率の改善に期待。

2. 2026 年 5 月期決算概要

(1)業績概要

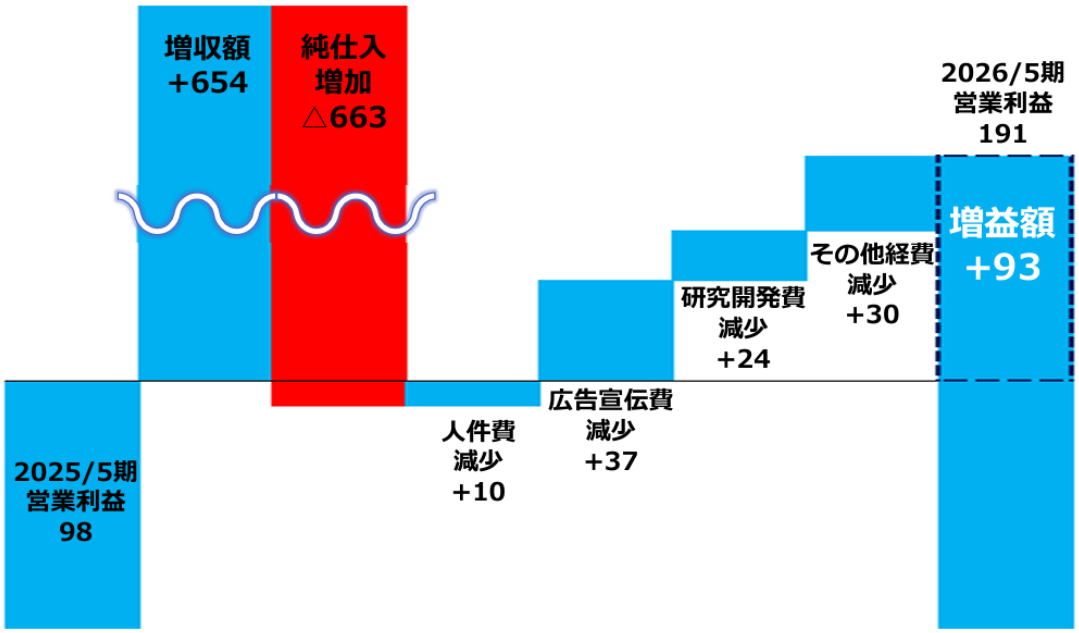
	25/5 期	構成比	26/5 期	構成比	前期比	会社予想	予想比
売上高	6,077	100.0%	6,732	100.0%	+10.8%	6,400	+5.2%
売上総利益	1,965	32.3%	1,996	29.7%	+1.6%	-	-
販管費	1,867	30.7%	1,804	26.8%	-3.3%	-	-
営業利益	98	1.6%	191	2.8%	+94.0%	270	-29.0%
経常利益	134	2.2%	269	4.0%	+99.8%	233	+15.8%
当期純利益	-68	-	137	2.0%	-	121	+13.6%

＊ 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。

2 桁増収、大幅な増益

売上高は前期比 10.8%増の 67 億 32 百万円。メディア・プラットフォーム事業は減収だが、医療機関経営支援事業が大幅な増収、医療 BtoB 事業も増収を確保した。
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。また、口腔まわりから始まる健康寿命増進プラットフォームビジネスの構築に取り組み、事業を拡大させた。
営業利益は前期比 94.0%増の 1 億 91 百万円。利益面では売上総利益率が前期 32.3%から 29.7%に低下。販管費は成長のための人件費増加はあったものの、ミルテルの連結除外の影響もあり 3.3%減の 18 億 4 百万円となり営業利益率が前期 1.6%から 2.8%に改善した。
ミルテルが展開していた未病・予防プラットフォーム事業の損失がなくなったことが増益の主因で、医療 BtoB 事業は黒字転換した。

営業利益の増減要因は以下の通り。



単位：百万円、人件費には労務費を含む。
（同社資料より）

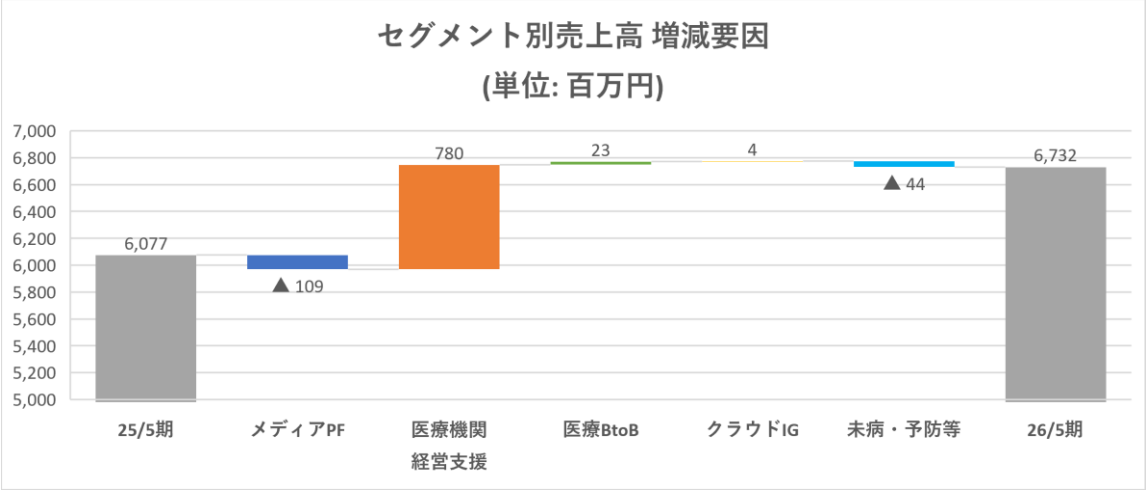
営業外では為替差益が大幅に増加しており、経常利益は前期比 99.8%増の 2 億 69 百万円、当期純利益は 1 億 37 百万円（前期は 68 百万円の損失）となった。
会社予想に対しては、営業利益は下回ったものの、売上高・経常利益・当期純利益は上回った。
3.00 円/株の期末配当を実施する。

(2)セグメント別動向

	25/5 期	構成比	26/5 期	構成比	前期比
メディア・プラットフォーム事業	1,083	17.8%	974	14.5%	−10.0%
医療機関経営支援事業	4,419	72.7%	5,199	77.2%	+17.6%
医療 BtoB 事業	158	2.6%	181	2.7%	+14.8%
クラウドインテグレーション事業	375	6.2%	379	5.6%	+1.1%
未病・予防プラットフォーム事業	41	0.7%	—	—	−
その他	0	0.0%	0	0.0%	−70.9%
内部売上（消去）	0	−	−3	−	−
売上合計	6,077	100.0%	6,732	100.0%	+10.8%
メディア・プラットフォーム事業	541	50.0%	463	47.5%	−14.5%
医療機関経営支援事業	190	4.3%	122	2.3%	−35.8%
医療 BtoB 事業	−13	−	42	23.3%	−
クラウドインテグレーション事業	34	9.1%	49	13.2%	+45.6%
未病・予防プラットフォーム事業	−154	−	—	−	−
その他	0	100.0%	0	100.0%	−70.9%
調整額	−499	−	−486	−	−
営業利益合計	98	1.6%	191	2.8%	+94.0%

＊ 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等。

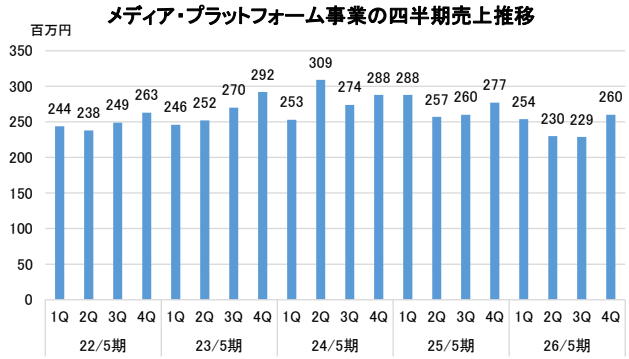


*株式会社インベストメントブリッジが開示資料を基に作成。

◎メディア・プラットフォーム事業

売上高は前期比 10.0%減の 9 億 74 百万円、営業利益は同 14.5%減の 4 億 63 百万円。

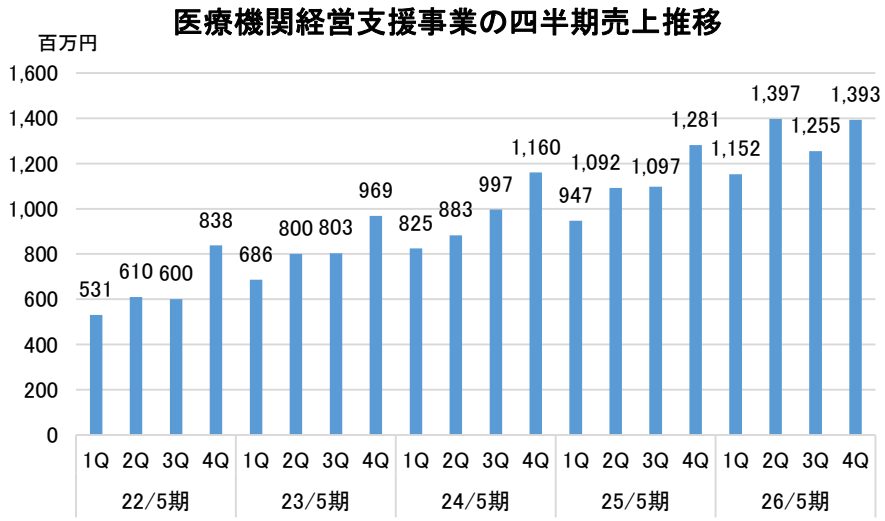
新メディアへの広告出稿は好調に推移した。一方で、既存メディアへの広告出稿が伸び悩んだことにより減収となった。利益面では、自社ポータルサイトのコンテンツ拡充や主要システムの刷新等に加えて、新たなサービスの開発に注力しており投資が先行している。また、前期末に美容系のポータルサイトを閉鎖した。



（同社資料を元にインベストメントブリッジ作成）

◎医療機関経営支援事業

売上高は前期比 17.6%増の 51 億 99 百万円、営業利益は同 35.8%減の 1 億 22 百万円。



（同社資料を元にインベストメントブリッジ作成）

（Web マーケティング）

売上高は前期並みで推移した。SEO サービスではアクセス増加と順位対策を同時に行えるサービスに加え、AIO（*）サービスをリリースするなどサービスメニューの多様化を進めた。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、Yahoo!や Google のリスティング広告、LINE 広告、TikTok 広告、Indeed 求人広告などの運用代行などサービスの拡充に努めた。

＊AIO（Artificial Intelligence Optimization：AI 最適化/AI 検索最適化）は、ChatGPT などの AI が情報を要約・回答する際に、自社コンテンツを「信頼できる情報源」として選出・引用させるための新しい Web マーケティング手法。

（HP 制作・メンテナンスサービス）

売上高は前期並みとなった。情報過多かつ専門知識がなくとも手軽に情報を取得・発信できるようになった現代において正確な情報発信を継続した。また、顧客ホームページからの集患の最大化のため、AIO 対策や効果計測レポート作成ツールを実装するなどサービス品質の向上を図り、販売活動に注力した。

（歯科医院運営）

売上高は前期比で増加した。タイ・バンコクの連結子会社及び連結子会社（孫会社）において歯科医院を 3 院運営しており、患者ファーストをモットーに人材育成、組織開発を行い、日本の医療を現地で展開している。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となっている。

（歯科商社事業）

売上高は前期比で増加した。国内において、東京と大阪の他、新たに宮崎と鹿児島が加わり 4 拠点体制となった。特に国内において受注が好調に推移した。

（大衆医薬品・医薬部外品の企画・卸販売）

売上高は前期比で減少した。前期にあった大型受注がなかったことが主因。

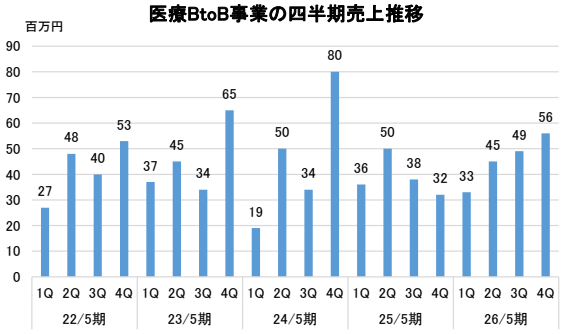
（歯科医院総合支援）

売上高は前期比で減少した。不動産事業が戦略変更により低調に推移した。

◎医療 BtoB 事業

売上高は前期比 14.8%増の 1 億 81 百万円、営業利益 42 百万円（前期は 13 百万円の損失）。

「Dentwave」の新たなサービスとして歯科医師に臨床や経営に関する最新の情報を提供する「Dentwave Prime」の医院プランをリリースした。歯科医院の在庫管理の効率化を支援する「zaico for dental」の導入支援にも注力した。
また、歯科関連企業に対しては、「Dentwave」が持つ約 5 万 7 千人の歯科医療従事者会員を活かしたリサーチやコンサルティングサービスに注力し、売上高は前期比で増加し、利益率の高いサービスの販売が増加したことで黒字転換した。

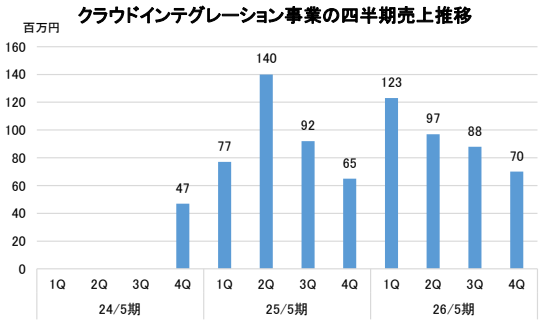


（同社資料を元にインベストメントブリッジ作成）

◎クラウドインテグレーション事業

売上高は前期比 1.1%増の 3 億 79 百万円、営業利益は同 45.6%増の 49 百万円。

同事業では、連結子会社（孫会社）の AVision Co., Ltd. において、タイ国内で小売業、製造業や病院向けに POS システムの開発・導入・メンテナンスサービスを行っている。
タイ国内における歯科クリニックの IT 化を促進し、タイ国内での歯科プラットフォームの構築を目指している。連結子会社化後、経営環境の見直しや適切な PMI を実施した効果により、システム開発・導入案件の受注が好調に推移して増収増益となった。



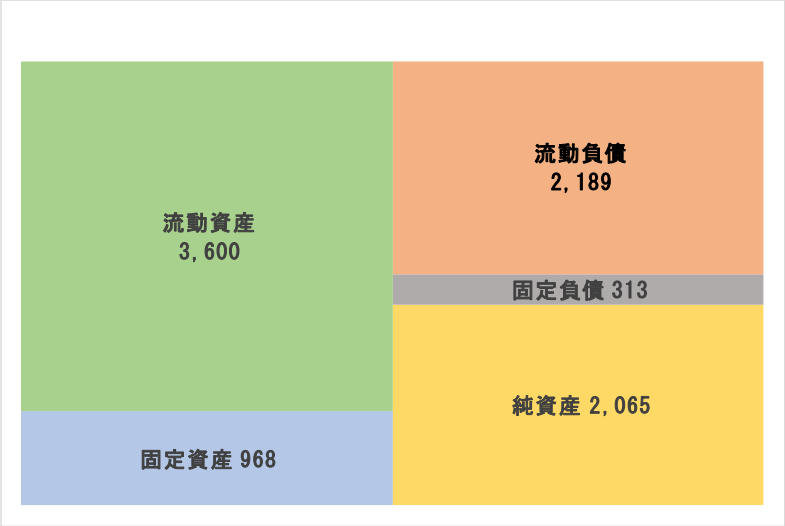
（同社資料を元にインベストメントブリッジ作成）

（3）財務状態及びキャッシュ・フロー

◎主要BS

	25 年 5 月末	26 年 5 月末		25 年 5 月末	26 年 5 月末
流動資産	2,958	3,600	流動負債	1,931	2,189
現預金	1,456	1,956	仕入債務	408	397
売上債権	944	1,052	固定負債	380	313
固定資産	1,122	968	長期借入金	336	267
有形固定資産	133	114	負債合計	2,311	2,503
無形固定資産	428	417	純資産	1,768	2,065
投資その他の資産	561	435	利益剰余金	1,598	1,709
資産合計	4,080	4,568	負債純資産合計	4,080	4,568

＊ 単位：百万円

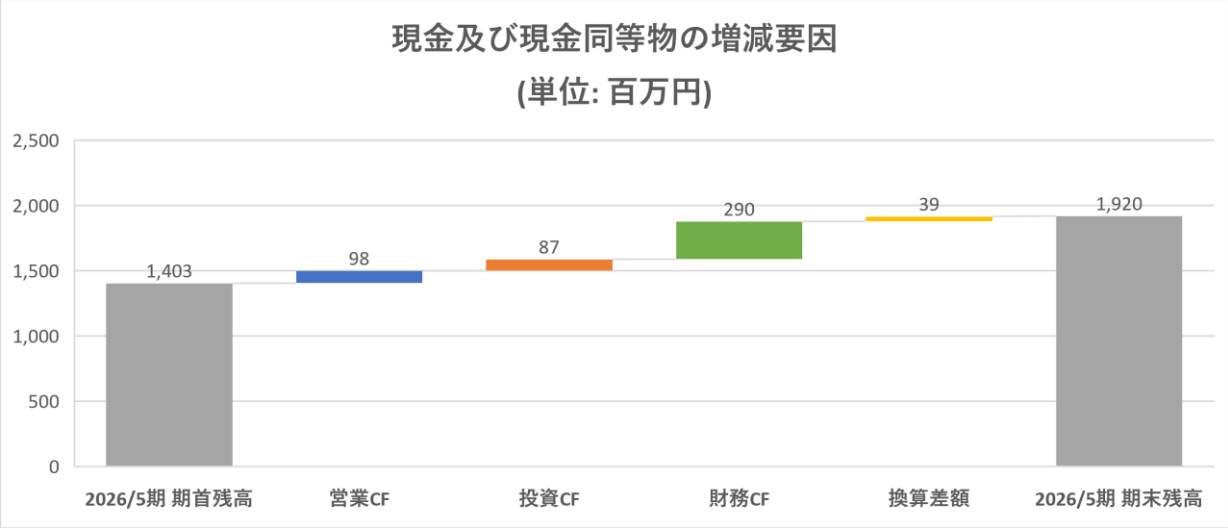


*同社資料を元に(株)インベストメントブリッジが作成。
資産合計は、現預金の増加などにより前期末比 4 億 88 百万円増の 45 億 68 百万円。
負債合計は、短期借入金の増加などにより前期末比 1 億 91 百万円増の 25 億 3 百万円。
純資産合計は、当期純利益の計上などにより前期末比 2 億 96 百万円増の 20 億 65 百万円。
自己資本比率は 43.6%（前期末 42.1%）となった。

◎キャッシュ・フロー（CF）

	25/5 期	26/5 期	増減	前期比
営業 CF	-80	98	+179	-
投資 CF	-259	87	+347	-
FCF	-340	186	+526	-
財務 CF	219	290	+71	+32.6%
現金及び現金同等物の期末残高	1,403	1,920	+516	+36.8%

＊ 単位：百万円



*株式会社インベストメントブリッジが開示資料を基に作成。
営業 CF、投資 CF ともプラスに転じた。
財務 CF のプラス幅も拡大し、キャッシュポジションは大きく増加した。

3. 2027 年 5 月期業績見通し

(1)通期業績予想

	26/5 期	構成比	27/5 期(予)	構成比	前期比
売上高	6,732	100.0%	7,000	100.0%	+4.0%
営業利益	191	2.8%	300	4.3%	+56.5%
経常利益	269	4.0%	277	4.0%	+2.5%
当期純利益	137	2.0%	146	2.1%	+5.9%

＊ 単位:百万円

＊ 予想は会社側発表。

27/5 期は 4.0%増収、56.5%営業増益を見込む

27/5 期は売上高が前期比 4.0%増の 70 億円、営業利益は同 56.5%増の 3 億円、経常利益は同 2.5%増の 2 億 77 百万円、当期純利益は同 5.9%増の 1 億 46 百万円を見込む。
引き続き人材や新規事業への投資を積極的に行う。既存事業の継続的な強化に加え、タイの事業へも注力する。業容拡大に向けて組織体制を強化、成長のための戦略的投資を継続しつつも大幅な営業増益を計画する。

以下、各セグメントの見通し。
①メディア・プラットフォーム事業
主力である従来のポータルサイトのサービスを改善・拡充させる。新メディアの PLUS については、引き続き積極的な販売を推進する。また、ポータルサイトの主要システム及びサイトデザインの刷新を行うとともに、AI コンテンツの導入を進め、よりユーザビリティの高いサイトの構築を進める。

②医療機関経営支援事業
子会社オカムラを中心に、歯科医療向け納品プラットフォーム事業を確立し、事業規模の拡大を図る。歯科ディーラーと歯科クリニック間におけるアナログ中心の取引をデジタル化していく。歯科ディーラーと歯科クリニックの双方に取引の効率化を提供して、歯科業界にとって価値のある DX 化を推進する。
また、昨年資本業務提携したヨシダとの連携を強め、歯科医療プラットフォームを活用した Web マーケティング支援、開業・経営支援サービスを強化するとともに、タイにおいても高品質な治療を提供する歯科医院の展開を図る。
タイの歯科商社事業においては、日本人医師のタイでの歯科医院の開業支援、デンタルツーリズムプログラムなど、新たなサービスの拡大も進める。

③医療 BtoB 事業
リニューアルした「Dentwave」のサービス拡充、及び「Dentwave Prime」や在庫管理システムや BI ツール（Business Intelligence ツールの略、企業のデータを収集・分析して経営戦略を支援するツール）などの新サービスの提供を推進し付加価値を高めていく。有料会員数の拡大による安定的な収益獲得を図り、アクティブ会員を増やすことで歯科関連企業のマーケティングにとって、より価値のあるポータルサイトを構築していく。

④クラウドインテグレーション事業
タイ国内において AVision Co., Ltd.の持つ POS システム特化型ビジネスのノウハウを活用し、タイにおける歯科クリニックの IT 化を促進し、タイにおける歯科プラットフォームの構築及び連結子会社（孫会社）の NU-DENT Co., Ltd.が掲げる「タイ歯科商社事業の DX 化」を推進する。

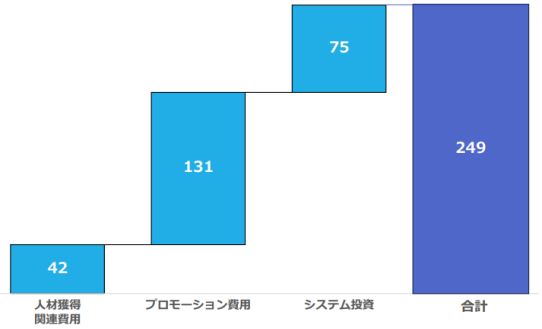
配当は、前期と同じ 3.00 円/株の期末配当を予定。安定的な利益還元を実施する。
内部留保を M&A や人材投資に対して活用し、中長期的な企業価値向上を目指す方針。

成長のために引き続き、積極的な投資を実施する。

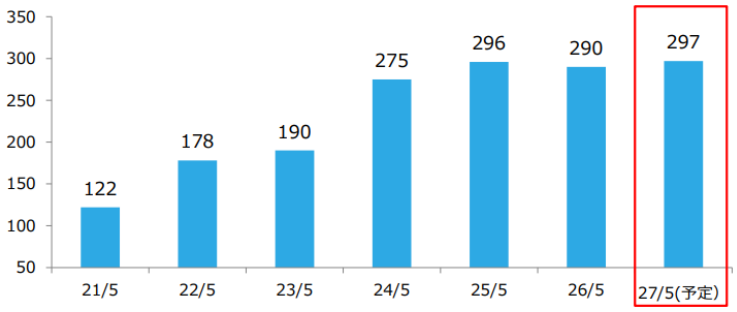
人的投資	・ 中途 3 名採用 ・ 27 年 5 月新卒 7 名採用予定
事業投資	・ ポータルサイトシステム刷新 ・ M&A による事業拡大 ・ 医療 BtoB 事業の更なる拡大 ・ 歯科事業の海外展開拡大 ・ 歯科ディーラー事業を拡大 ・ 医薬品・医薬部外品販売事業のシナジー ・ 大学との共同研究 ・ クラウドインテグレーション事業の推進 ・ 社内インフラ整備

成長に向けた今後の投資と人員推移

成長に向けた 27/5 期の投資（百万円）



人的投資（名）



（同社資料より）

27/5 期も成長のために引き続き積極的な投資を実施する。
一方で組織体制を再構築する。新卒採用 7 名を計画している。

(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	・人材・システム開発強化 ・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 ・口腔まわりから全身の健康へつながる橋渡し
医療機関経営支援	・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・事業承継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・測定機器の販売 ・タイでの歯科事業の拡大 ・M&A による事業拡大
医療 BtoB	・会員数増加に向けた施策強化 ・有料会員向けサービスの強化・拡大 ・新サービスの開発、販売強化
クラウドインテグレーション	・タイにおける POS システムの開発、導入、メンテナンスサービス
その他	メディア・プラットフォーム、医療機関経営支援、医療 BtoB において株式会社ヨシダと連携し、事業拡大

（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	・歯科分野は PLUS 媒体受注が好調に推移する見込み ・サービスの販促強化で収益拡大を目指す
医療機関 経営支援	・体制を強化し新事業、新商材の取扱いに加え、既存事業も収益力を強化し収益拡大 ・医薬品・測定機器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 ・タイにおいて、歯科ディーラー事業、歯科医院経営事業および新規サービスの歯科開業コンサルで、サービスを一気通貫サポートし、収益拡大を目指す ・M&A による事業拡大
医療 BtoB	・Dentwave のサービス拡充及び Dentwave Prime や在庫管理システムなどの新サービスの投入で売上増を図る
クラウド インテグレーション	・タイにおける POS システムの開発と導入、メンテナンスサービス事業の推進

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）	・歯科ディーラー事業の売上増加 ・AI システム導入及び既存サイトの拡充、新サイト開発等サービスの多様化に伴う業務拡大により労務費が増加
販管費（人件費）	組織体制強化のための人件費、新サービス投入等に係るコストが増加する見込み

（4）セグメント情報

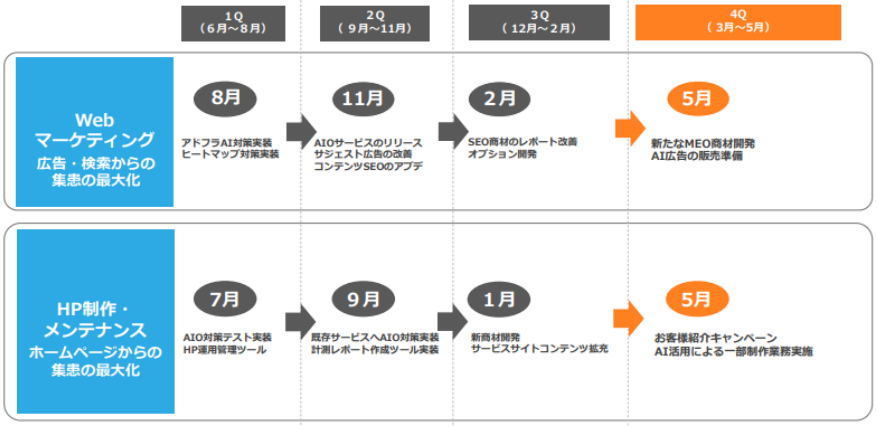
メディア・プラットフォーム事業

4Q における付加価値向上に向けた取り組みと中期経営計画に対する進捗は以下の通り。

中期経営計画	4Q の進捗
①主要メディアシステム刷新	開発進行中
②主要メディアリニューアル	「インプラントネット」、「審美歯科ネット」、「矯正歯科ネット」 サイトデザイン刷新 一部リニューアル実施（ユーザー体験向上を目的としたリニューアル展開）
③AI コンテンツ導入 ④各種記事コンテンツ強化・拡大	「インプラントネット」、「審美歯科ネット」、「矯正歯科ネット」 AI コンテンツ生成基盤を構築し、運用開始に向けた検証を推進

医療機関経営支援事業（Web マーケティング、HP 制作・メンテナンス）

新商材をリリース、既存サービス品質の向上等を実施した。



（同社資料より）

医療機関経営支援事業（歯科商社事業）

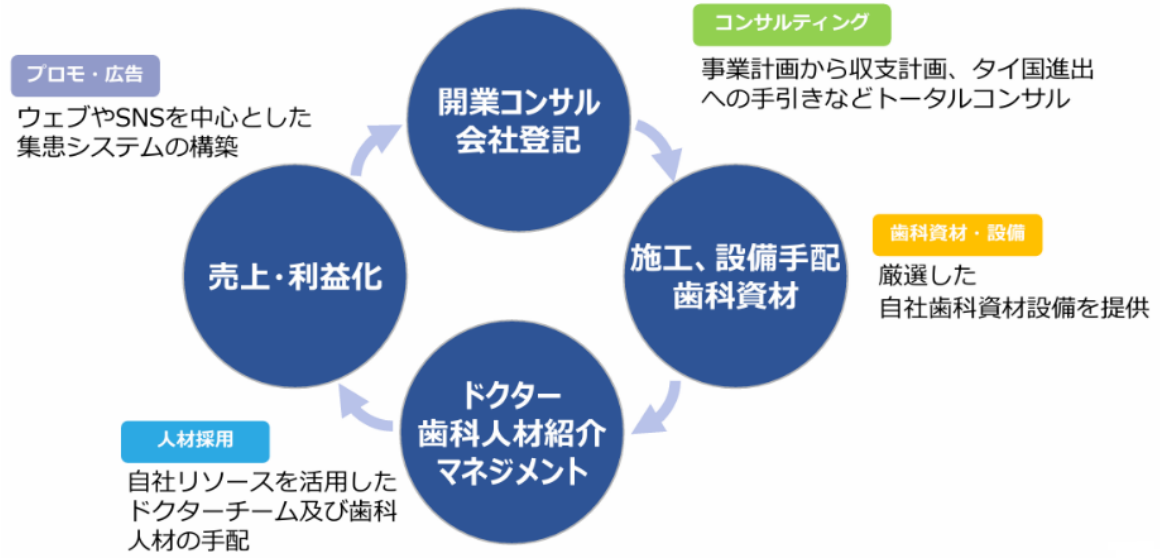
4Q において、主に以下 3 項目を実施した。

1. 拠点シナジーの最大化	・東京、大阪、宮崎、鹿児島の 4 拠点体制を構築 ・仕入価格の改善を促進
2. 商品力の強化	・歯科一般流通商品に加え、独自仕入商品を強化 ・ラインナップ拡充による差別化と収益性の向上
3. 経営基盤の DX 化	・システムの DX および BI ツールの整備・統合

医療機関経営支援事業（タイ歯科商社事業）

デンタルツアー（日本人歯科医師向け）ローンチ後初の実施。今後は年 4 回実施予定。
開業支援案件の見込案件増加
株式会社ヨシダとの協業（高単価診療室）運用準備完了

～外資（日系メイン）の開業支援が増加、タイ国内クリニックの開業案件にも注力～



（同社資料より）

EC アプリの売上割合は約 20%で横這い推移。目標とする 50%に向けて再構築。
タイ国内の歯科業界 DX 化と販売リソース拡大を推進する。

医療機関経営支援事業（歯科医院経営事業）

4Q は組織体制の変更からゆたかデンタルクリニックの売上利益が好調。3 クリニック全体で売上拡大。

日本の先進歯科医療技術を普及させ、タイの人々の口腔内環境向上に寄与し、健康な社会の構築に貢献

Yutaka Dental Clinic ゆたかデンタルクリニック　Pacific Dental Care パシフィック・デンタルクリニック　Fukumori Dental Clinic フクモリデンタルクリニック

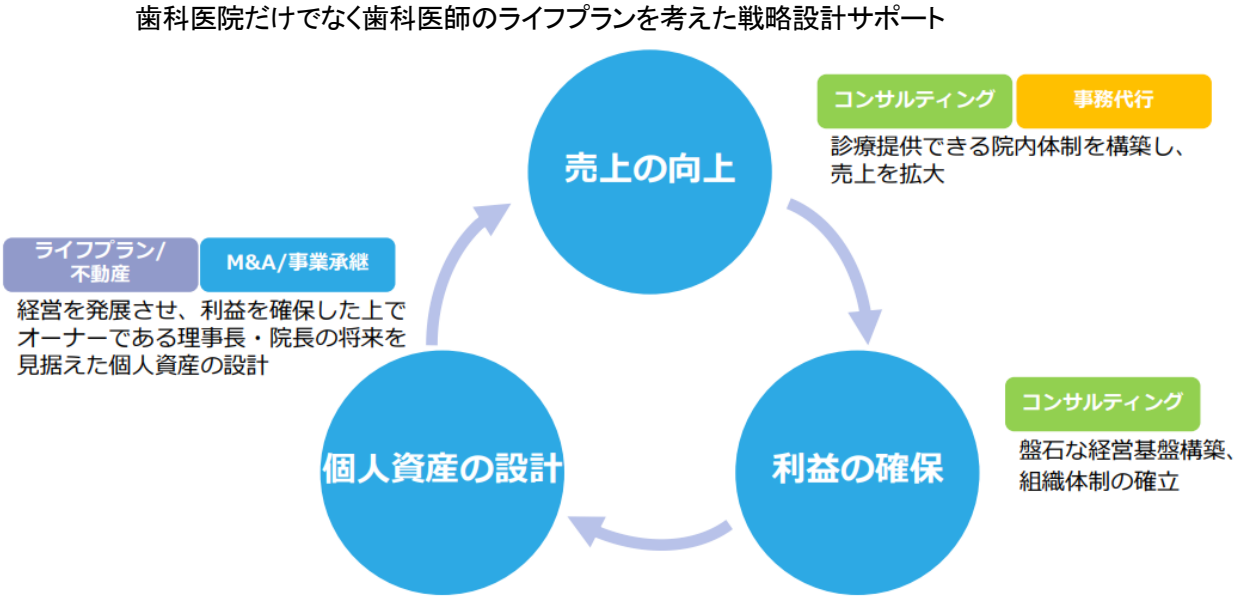
（同社資料より）

医療機関経営支援事業（大衆医薬品・医薬部外品の企画・卸販売）

4Q にオーラバリア®（＊）配合で唾液のバリア機能を高め、複合成分で健全な口内環境を保つ新商品「オーラクト MN」を薬局・薬店での販売と並行して歯科販路へプロモーション展開を開始。26 年 2 月に新発売。
（＊）オーラバリア®は森永乳業株式会社の登録商標
詳しくはこちら ☞ https://www.noechi.co.jp/product/product-17.html#01

医療機関経営支援事業（歯科医院総合支援）

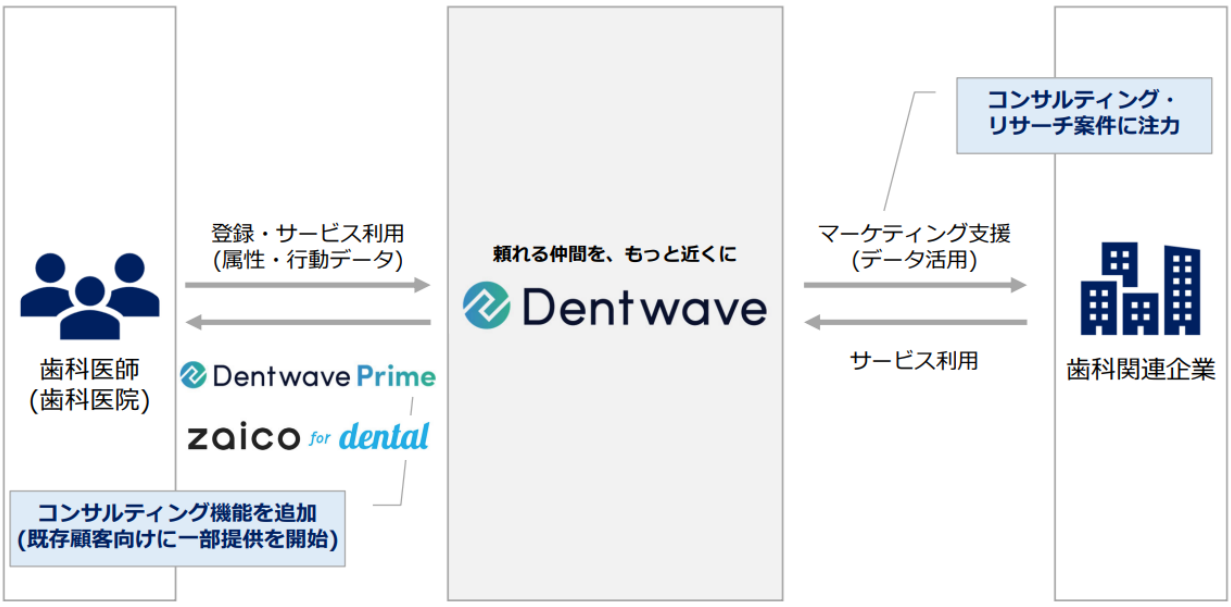
4Q においても、基盤となるコンサルティング・事務代行サービスを提供。



（同社資料より）

医療 BtoB 事業

4Q は「Dentwave Prime」に歯科医院向けコンサルティング機能を追加し、既存顧客向けに一部提供を開始。
対歯科関連企業では、引き続きコンサルティング・リサーチ案件獲得に注力した。



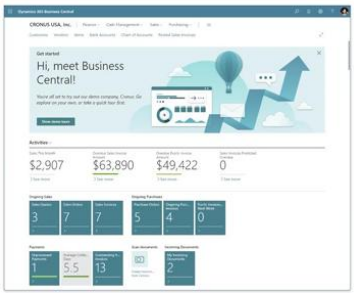
（同社資料より）

クラウドインテグレーション事業

メディカルネットグループ化し売上利益ともに成長している。外資をターゲットとしたコンベンションに積極的に参加し大型案件への営業を強化している。
メディカルネットグループのタイにおける事業推進の重要なファクターとなる。

4Q は来期に向けて代理店販売の拡大準備を進行。歯科医院向けシステム販売開始に向けて、ローカル歯科へのヒアリングやドクターのコミュニティーで需要を調査。

システムからプラットフォーム化し歯科業界を網羅





（同社資料より）

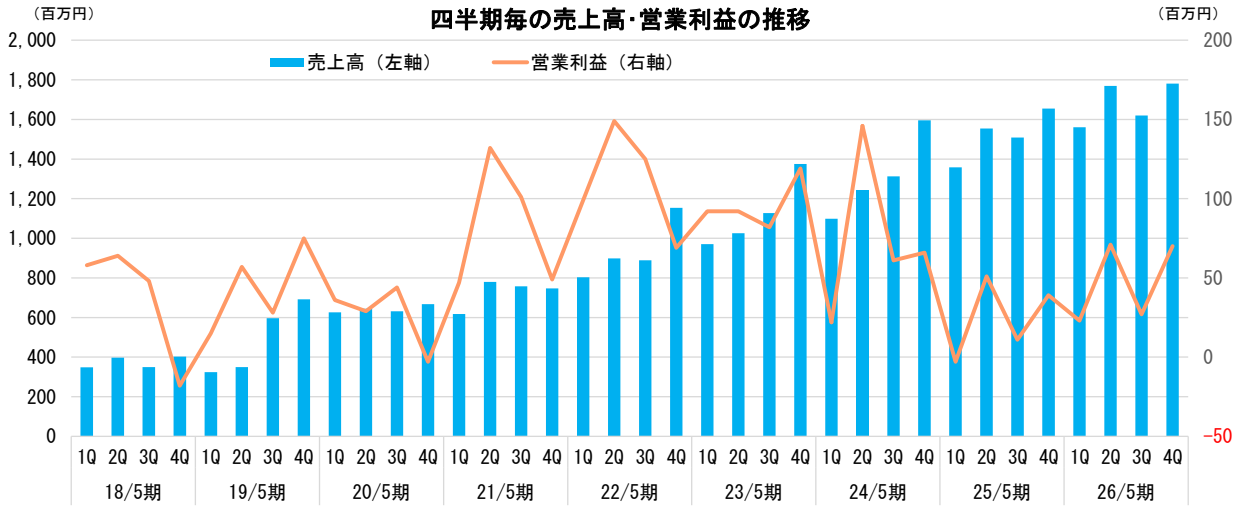
歯科医院の「カルテ管理」「治療案内」「患者予約」「金銭管理」などトータルサポートが可能になり、タイ国内 6,000 件のクリニックを対象にサブスク販売する。

4. 中期経営計画

28/5 期～29/5 期に売上高 120 億円、営業利益 15 億円を目指す。

5. 今後の注目点

26/5 期はミルテルの連結除外に伴い大幅増益。医療 BtoB 事業についても黒字転換となった。実績数字は良かったものの、好採算で利益の構成比が高いメディア・プラットフォーム事業の減速はやや気掛かりなところではある。中期経営計画では 25/5 期実績比で倍増を狙っているだけに、同事業の今後の巻き返しに期待したい。同社では新たなメディアが軌道に乗ってきており、強化していく方針を示した。
また、株式会社ヨシダと資本業務提携しており、今後のシナジー効果と業績への貢献には注目していきたい。M&A には積極的な考えであり、引き続きこれらの動向にも注目したい。
株価は監理銘柄（審査中）指定解除に伴い大幅に上昇した局面はあったが、おしなべて低調に推移し、売上成長が本格化したここ 5 年間の安値圏に位置している。ヨシダとの提携を成長の軸足に置いているが、海外では歯科医院から始まったタイで収益源の拡大が見られる。M&A も絡めながらの拡大が期待できそうだ。中期計画を達成すると EPS は 100 円程度が想定できる。今後目指す利益水準を考慮すると株価は割安な水準にあると考える。



（注）22/5期より、「収益認識基準に関する会計基準」を適用しており、21/5期以前の売上高について代理人取引は純額表示に組み替えている。

*決算短信より（株）インベストメントブリッジが作成。

◎株主優待
同社株式を中長期的に保有する株主との関係を、より一層大切にしていくことを目的として株主優待制度を継続していく。基準日を 5 月 31 日、株主優待としてデジタルギフトを贈呈する。
5 月末で
100 株以上
1 年以上保有 1,000 円
600 株以上
1 年以上 3 年未満保有 1,500 円
3 年以上保有 2,000 円
1,000 株以上
1 年以上 3 年未満保有 2,000 円
3 年以上保有 5,000 円

27/5 期第 1 四半期実績
27/5 期 1Q の決算を発表。
実績は以下の通り。

業績概要

	26/5 期 1Q	構成比	27/5 期 1Q	構成比	前年同期比
売上高	1,561	100.0%	1,554	100.0%	-0.4%
売上総利益	506	32.5%	431	27.7%	-14.9%
販管費	482	30.9%	452	29.1%	-6.1%
営業利益	24	1.5%	-21	-	-
経常利益	53	3.4%	-36	-	-
四半期純利益	21	1.4%	-42	-	-

* 単位:百万円、四半期純利益は親会社株主に帰属する四半期純利益。

減収減益
売上高は前年同期比 0.4%減の 15 億 54 百万円。メディア・プラットフォーム事業、クラウドインテグレーション事業は減収だが、医療機関経営支援事業、医療 BtoB 事業は増収。
営業損失は 21 百万円(前年同期は 24 百万円の利益)。売上総利益率が前年同期 32.5%から 27.7%に低下した。メディア・プラットフォーム事業や医療機関経営支援事業、クラウドインテグレーション事業は減益、医療 BtoB 事業が黒字に転じた。

＜参考：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	4 名、うち社外 1 名
監査役	3 名、うち社外 3 名

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日：2026 年 9 月 10 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。

＜コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由＞（抜粋）

【補充原則 2-3① サステナビリティを巡る課題についてリスク減少・収益機会につながる重要な経営課題としての認識、積極的・能動的な対応の検討】

当社は、気候変動をはじめとする地球環境問題への配慮、人権の尊重、従業員の健康・労働環境への配慮および公正・適切な処遇、取引先との公正・適正な取引、自然災害等への危機管理といったサステナビリティを巡る課題への対応が、リスクの低減にとどまらず、収益機会の創出を通じた中長期的な企業価値の向上につながる重要な経営課題であると認識しております。

しかしながら、現時点においては、サステナビリティを巡る課題について、重要課題の体系的な特定や、それらに伴うリスクおよび収益機会の評価、並びに当該課題への対応状況を継続的にモニタリングする体制の構築といった観点から、取締役会で定期的かつ能動的に検討するプロセスは整備されておりません。取締役会における議論は、主として個別の経営課題や事業運営上の論点にとどまっております。

今後につきましては、当社の事業特性や経営環境を踏まえつつ、サステナビリティに関する重要課題の整理、関連するリスクおよび収益機会の把握、ならびにそれらに対する対応状況を取締役会が継続的に確認・監督する枠組みの整備について検討を深め、中長期的な企業価値の向上に資する取り組みを進めてまいります。

【補充原則 3-1② 海外投資家等の比率等を踏まえた英語での情報の開示・提供の推進】

英語での情報の開示・提供については、株主における機関投資家や海外投資家の比率等を踏まえ、必要に応じて検討してまいります。

【補充原則 4-1③ 最高経営責任者等の後継者計画の策定・運用への主体的な関与、後継者候補の計画的な育成のための適切な監督】

代表取締役会長 CEO である平川大は年齢的にも問題なく継続して CEO の職務を果たせると考えていることから、現状は後継者計画（プランニング）についての取締役会の具体的な関与はございません。一方で、当社は最高経営責任者（CEO）、取締役などの経営陣幹部及びこれを支える管理職の育成は、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を実現するための重要な経営課題であると認識しているため、後継者計画の策定・運用等については今後検討してまいります。

【原則 5-2 自社の資本コストの把握、収益計画や資本政策の基本的な方針、収益力・資本効率等に関する目標の提示、事業ポートフォリオの見直し、設備投資等に関する方針・計画の株主に対する明確な説明】

当社は中期経営計画を策定しております。ただ資本コストにつきましては、今後外部ステークホルダーの意見も参考にしつつ、分析及び把握をしていく方針です。

【補充原則 5-2① 事業ポートフォリオの基本方針や見直しの状況についての説明】
当社は中期経営計画を策定しており、これを達成するために適時に事業計画を見直すことによって、都度目標の実現に向け要因分析などを行い、各種対策を講じております。また個々の投資案件につきましても、定性情報及び事業計画などの定量情報などに基づき、各種検討を行ったうえで方針決定をしております。

＜コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく開示＞（抜粋）
【原則 1-3 資本政策の基本的な方針についての説明】
当社は、資本効率の向上や株主に対する適切な利益還元は、重要な経営課題のひとつであると考えておりますが、具体的な方針を定めるには至っておりません。当面は、収益力の向上・改善が最重要課題であると認識しており、収益力を強化し、企業価値の向上に努めてまいります。

【原則 1-4 いわゆる政策保有株式】
当社は、投資先との協働や情報共有等により当社、投資先及び双方のステークホルダーの中長期的な利益に繋がると考えられる場合には、取締役会にて当該株式の取得を決定し保有いたします。
保有目的が純投資目的以外の目的である投資株式として保有する上場株式については、現在保有しておりません。今後保有する場合は取得経緯、取引実績、協力・協業関係の状況、配当実績など、当社グループの事業活動の円滑な推進に有用か否かといった観点から、保有の合理性の検証を行い、その内容などについて、検討審議を実施する枠組みを検討しております。
議決権行使に当たっては、個々の議案を精査した上で、株主利益を軽視していない限り当該相手先の会社提案を尊重いたします。ただし、当該取引先に不祥事または反社会的行為が発生した場合には、コーポレート・ガバナンスの改善に資するよう議決権を行使いたします。

【原則 3-1 情報開示の充実】
(1)当社の経営戦略等に関しましては、会社ホームページ、有価証券報告書の事業の状況や株主総会招集通知の事業報告、中期経営計画等で適宜開示しております。
(2)コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方と基本方針につきましては、本報告書及び有価証券報告書で開示しております。
(3)取締役会が取締役の報酬を決定するに当たっての方針と手続につきましては、本報告書及び有価証券報告書及び株主総会招集通知で開示しております。
(4)当社は、経営幹部の選解任と取締役候補の選任を行うにあたっては、役割に応じた必要な能力、経験、人柄等を検討し、取締役会において決定しております。また監査役候補の選任を行うにあたっては、役割に応じた必要な能力、経験、人柄等を検討し、監査役会の同意を得て、取締役会において決定し、株主総会にて選任することとしております。
(5)当社は、取締役および監査役の選任・指名につきましては、株主総会招集通知および有価証券報告書に個人別の経歴を記載しており、社外取締役および社外監査役の選任・指名理由につきましては、株主総会招集通知、有価証券報告書およびコーポレート・ガバナンス報告書にて開示しております。

【補充原則 3-1③ サステナビリティについての取り組み等】
当社は、経営理念、環境方針、行動規範に基づき、株主・投資家、従業員、地域社会などの全てのステークホルダーとの対話を尊重し、持続可能な社会の構築に積極的に役割を果たすとともに、企業価値向上に努めます。当社は持続可能性の観点から社会問題の解決及び企業価値向上を達成するため、サステナビリティを巡る諸問題について重要な経営課題と認識しております。人的資本や知的財産への投資等は、当社の持続的な成長に必要不可欠なものであると認識しております。しかしながら株主様をはじめとしたステークホルダーへの情報提供は十分ではなく、提供内容の拡充を含め、今後の課題として検討してまいります。

【補充原則 4-11① 取締役会全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性及び規模】
当社は、取締役会が経営戦略の遂行および持続的な企業価値向上に向けた意思決定・監督機能を適切に果たすためには、取締役会全体として必要な知識・経験・能力がバランス良く備わっていることが重要であると認識しております。現時点において当社は、いわゆるスキル・マトリックスの形式による取締役の知識・経験・能力の一覧化・開示は行っておりませんが、取締役の選任にあたっては、経営、財務・会計、法務・コンプライアンス、業界知見等を含め、当社の事業特性や経営環境を踏まえた資質を有することを重視しており、取締役会全体として必要な機能が発揮されるよう考慮しております。また、独立社外取締役については、経営やガバナンスに関する知見や経験を有する者を選任することにより、客観的かつ専門的な立場からの助言・監督が行われる体制の確保に努めております。
今後につきましては、取締役会事務局が中心となり、当社の中長期的な経営戦略や事業環境の変化を踏まえ、取締役会として備えるべきスキル等をより明確化した上で、スキル・マトリックスの整備・開示を含め、取締役の選任方針および開示のあり方について検討を進めてまいります。

【資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応】
資本コストにつきましては、今後外部ステークホルダーの意見も参考にしつつ、分析及び把握をしていく方針ですが、現時点においては経営指標との連動性などの点を含めて各種検討段階となっております。ただし、社内では事業ポートフォリオの観点から適正な経営資源配分のあり方を協議しており、今後適切な資本コストを踏まえたうえでの経営計画の策定や投資判断に向けて、さらに検討を深めてまいります。

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が、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

FREE 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