

| | |
|--|--|
|  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 | |
|--------|-----------------|-----------|--------|----------|--------|
| 330 円 | 9,045,270 株 | 2,984 百万円 | 0.3% | 100 株 | |
| DPS(予) | 配当利回り(予) | EPS(予) | PER(予) | BPS(実) | PBR(実) |
| 3.00 円 | 0.9% | 19.95 円 | 16.5 倍 | 210.85 円 | 1.6 倍 |

* 株価は 11/7 終値。発行済株式数から自己株式を控除。各数値は 24 年 5 月期、及び 25 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 |
|---------------|-------|------|------|-------|-------|------|
| 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(実) | 5,252 | 298 | 322 | 5 | 0.66 | 3.00 |
| 2025 年 5 月(予) | 6,400 | 330 | 305 | 136 | 19.95 | 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。21/5 期の売上高は、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 2025 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. 2025 年 5 月期第 1 四半期決算概要](#)
 - [3. 2025 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

- 25/5 期 1Q は前年同期比 23.5%増収、営業損失 3 百万円(前年同期は 22 百万円の利益)。医療 BtoB 事業、医療機関経営支援事業、メディア・プラットフォーム事業がいずれも増収。新たに加わったクラウドインテグレーション事業も寄与した。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、事業を拡大した。利益面では、主に 1 月に子会社化した株式会社ミルテルが成長過程にあり収益化が遅れていることが影響し、少額の営業損失となった。
- 通期予想に修正はなく、25/5 期は売上が前期比 21.9%増の 64 億円、営業利益は同 10.6%増の 3 億 30 百万円、当期純利益は前期 5 百万円から 1 億 36 百万円への大幅増を見込む。不動産事業の推進、タイの事業、未病・予防プラットフォーム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うものの営業利益は 2 桁増を計画する。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。配当は、前期と同じ 3.00 円/株の期末配当を予定。
- 1Q は大幅増収ながら 20/5 期 4Q 以来の四半期営業損失となった。これは株式会社ミルテルを中心とする新たなセグメントである「未病・予防プラットフォーム事業」の収益化の遅れが主因。また、会社側も 1Q の利益については「概ね計画通り」としている。足元の収益基盤であるメディア・プラットフォーム事業は 2 桁増収増益を確保しており、安定成長は揺るがない。また医療 BtoB 事業が 83.9%増収と規模は小さいながら大幅増収となっておりかなり軌道に乗ってきた印象。新たな中期計画がスタートしているが、ミルテルは 26/5 期に黒字化の計画。25/5 期については、まずは売上成長に注目していきたい。株価は低調に推移しており、売上成長が本格化したここ 4 年間の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いると考える。来期を見据える下期に入れば徐々に見直されるのではないだろうか。

1. 会社概要

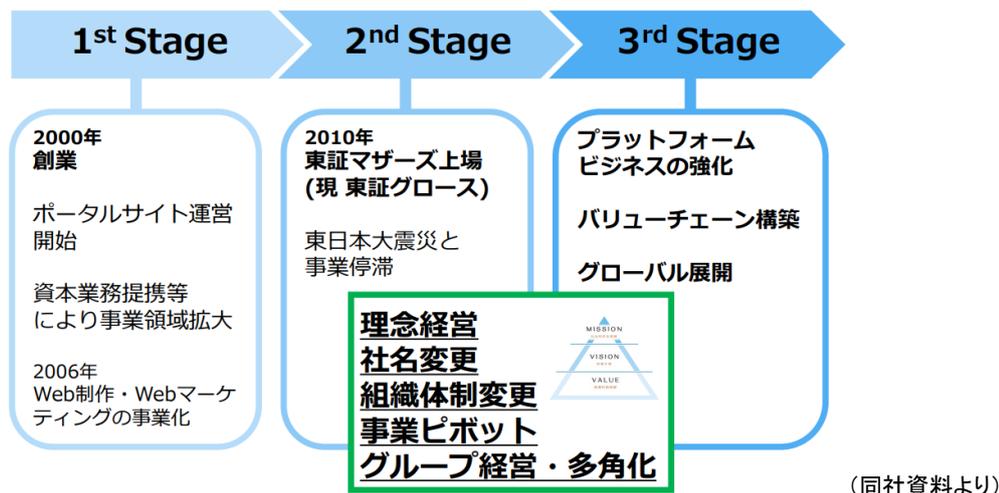
「インターネットを活用し 健康と生活の質を向上させることにより 笑顔を増やします。」を企業理念とし、歯科医院の経営をトータルで支援する「歯科医療プラットフォームビジネス」、歯科のみでなく医療、美容、ライフスタイルなど生活者にとって有益な情報を提供する「生活者向けサービス」、歯科関連企業のマーケティング支援などを行う「事業者向けサービス」を展開している。

生活者・医療機関・関連企業を結びビジネスモデルを有する唯一の企業。24 年 5 月末で 51,052 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 | 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 |

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】

「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、VALUE 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 VALUE 浸透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理念や VALUE 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 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。

| Phase1 | Phase2 | Phase3 |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・歯科医療プラットフォームの確立 ・タイの歯科領域への進出 現地にて歯科医院経営の開始 | <ul style="list-style-type: none"> ・タイでプラットフォーム戦略を推進 タイ屈指の歯科卸企業をM&A ・事業分野の拡大、シナジー創出 | <ul style="list-style-type: none"> ・未病/予防領域への本格進出 ・大きなリターンを狙う先行投資 ・タイにおける歯科医療DX化の推進 |
| | | <p>継続検討</p> |

(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。

◎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、言語化→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

【1-4 市場環境】

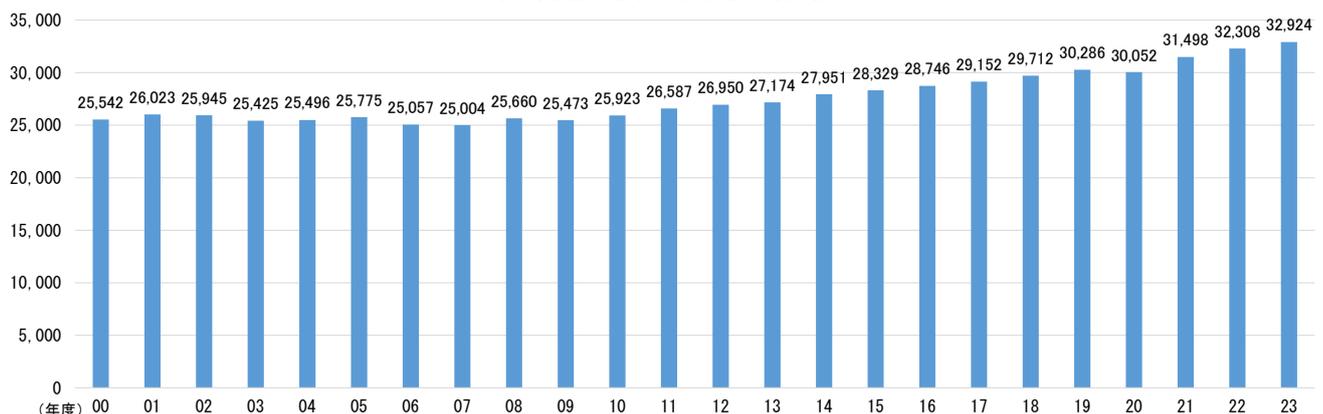
◎歯科診療市場

厚生労働省の調査によれば、2023 年度の歯科診療医療費は約 3 兆 2,924 億円で、前年比 1.9%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、22 年度に続いて堅調に伸びた。

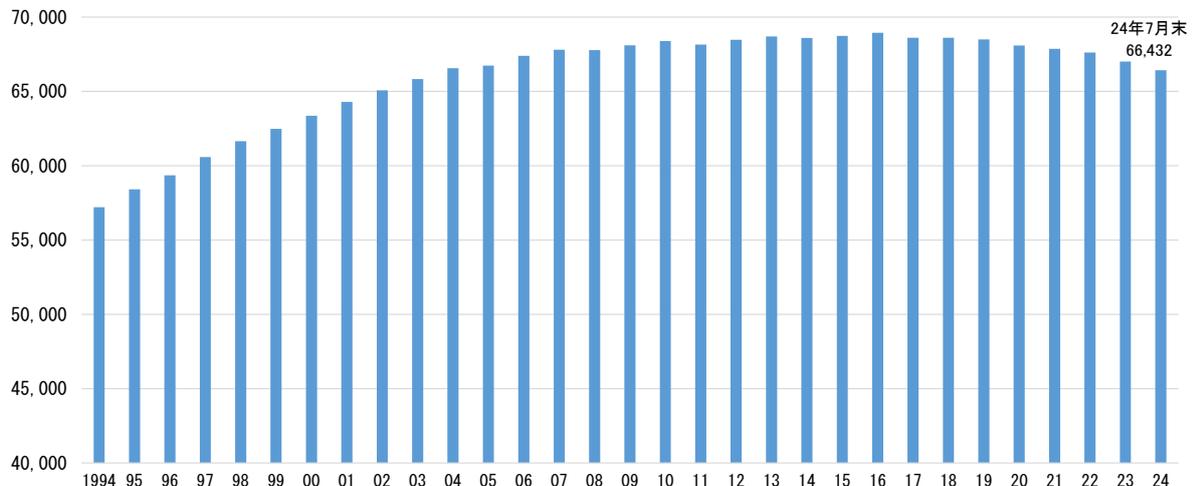
歯科診療所については、24 年 7 月末で前年同月比微減の 66,432 施設であった。

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



*厚生労働省「医療施設動態調査」より当社作成

【1-5 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、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。

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。

上記に加え、生活者向けに未病・予防プラットフォーム事業も展開しており、未病・予防にも注力している。

(医療機関向け)

競争の激しい歯科医療業界に対し、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、HP、集患及び歯科医師個人に対しての資産形成サポートサービス等を提供している。

(関連企業向け)

主に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 24 年 5 月末時点で 52,453 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。

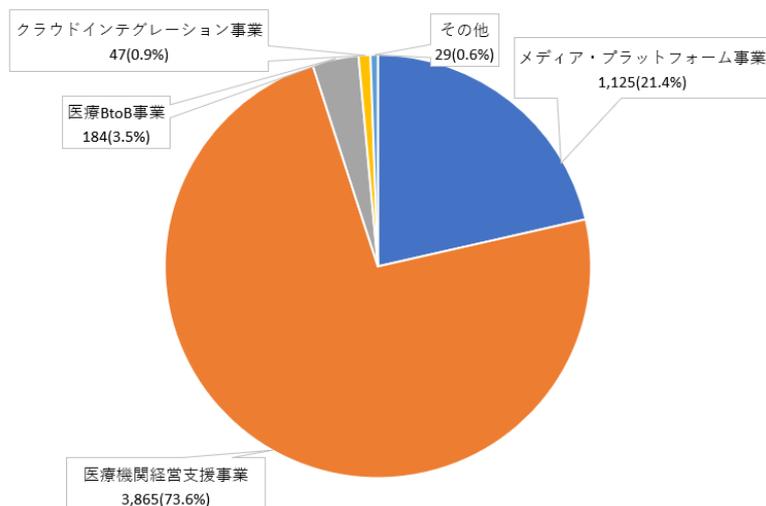
「Dentwave.com」におけるバナー広告やメールマガジンといった広告掲載に加え、登録者を対象としたネット調査「デントリサーチ」も、マーケティングのための有効なツールとして高い評価を受けている。スピーディに精度の高い調査が可能であることに加え、職種、専門、年代、エリアなど細かいスクリーニングにも柔軟に対応しており、多くの歯科関連企業が導入している。

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」、「クラウドインテグレーション事業」、および 25/5 期より加わる「未病・予防プラットフォーム事業」の 5 つ。

セグメント別売上高（単位：百万円、24年5月期）



(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) ・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 |
| | 「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。 |

このほか、メンズエステ・美容整形関連サイトやエステ・スクール関連サイトなども運営する。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。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、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)

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、エステサロン等)を中心に HP 制作・メンテナンスサービスを提供している。

これら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。また、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歯科商社事業

国内では(株)オカムラにおいて、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、業界随一の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本格開始。

(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 24 年 8 月末時点で 52,829 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

タイ国内において、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)未病・予防プラットフォーム事業

24 年 1 月に子会社となった株式会社ミルテルにおいてテロメアテストやスキャンテスト乳がんなどを行う。

(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。

【1-6 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



| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>医療機関経営支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> Webマーケティング HP制作、メンテナンスサービス 歯科医院運営 歯科商社事業 大衆医薬品、医薬部外品企画、卸販売 歯科医院総合支援 | <p>メディア・プラットフォーム事業</p> <ul style="list-style-type: none"> インプラントネット 矯正歯科ネット 審美歯科ネット 矯正歯科ネットプラス インプラントネットプラス 審美歯科ネットプラス <p>全 61サイトを運営</p> | <p>医療BtoB事業</p> <p>DentWave.com</p> <p>歯科医療従事者登録数</p> <p>52,829人</p> | <p>未病・予防プラットフォーム事業</p> <p>MiRTel</p> <ul style="list-style-type: none"> テロメアテスト スキャンテスト乳がん <p>クラウドインテグレーション事業</p> <p>AVision</p> <p>POSシステムの開発・導入</p> |
|---|---|--|---|

(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、これが強力な競合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当社では考えている。

◎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、当社が運営する 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、これが当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.com」を運営している。

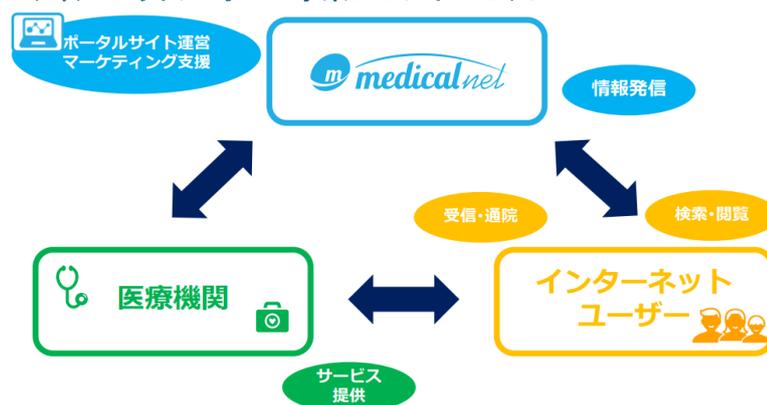
会員の多くは、経営状態が良好でかつ事業拡大にも前向きであり、医療機器メーカー・卸などメーカー・サプライヤーは、こうした優良顧客に対して広告展開や、製品・サービスの提案をすることが可能である。

(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。

当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ビジネスモデル



(同社資料より)

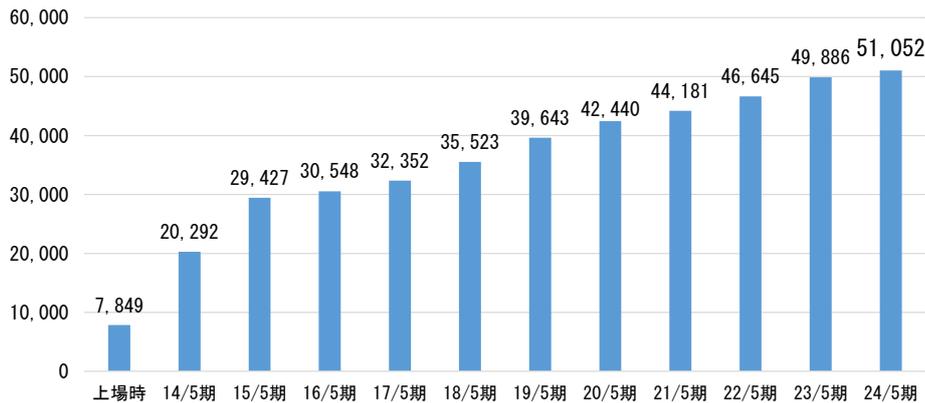
(3) 圧倒的な会員数

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24年5月末で51,052名と、上場時の6.5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

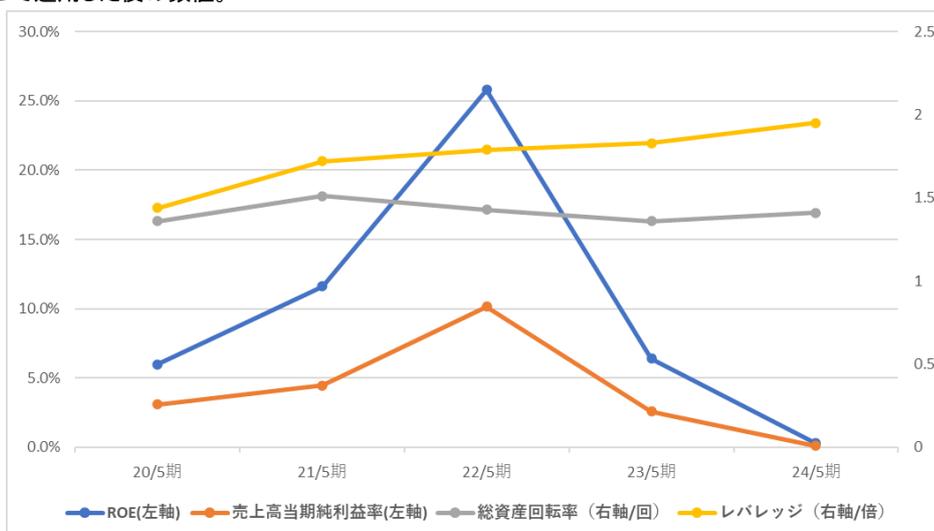


*同社資料を元に(株)インベストメントブリッジが作成。

【1-7 ROE分析】

| | 18/5期 | 19/5期 | 20/5期 | 21/5期 | 22/5期 | 23/5期 | 24/5期 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ROE (%) | 5.8 | 6.4 | 6.0 | 11.6 | 25.8 | 6.4 | 0.3 |
| 売上高当期純利益率(%) | 5.88 | 5.20 | 3.09 | 4.46 | 10.15 | 2.58 | 0.11 |
| 総資産回転率(回) | 0.82 | 1.00 | 1.36 | 1.51 | 1.43 | 1.36 | 1.41 |
| レバレッジ(倍) | 1.20 | 1.24 | 1.44 | 1.72 | 1.79 | 1.83 | 1.95 |

*22/5期より「収益認識に関する会計基準」等を適用。18/5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、24/5期については、一時的な要因(減損損失)もあり売上高当期純利益率が低下して8%を下回った。

2. 2025 年 5 月期第 1 四半期決算概要

(1) 業績概要

| | 24/5 期 1Q | 構成比 | 25/5 期 1Q | 構成比 | 前年同期比 |
|-------|-----------|--------|-----------|--------|--------|
| 売上高 | 1,099 | 100.0% | 1,358 | 100.0% | +23.5% |
| 売上総利益 | 382 | 34.8% | 457 | 33.7% | +19.6% |
| 販管費 | 359 | 32.7% | 461 | 34.0% | +28.3% |
| 営業利益 | 22 | 2.1% | -3 | - | - |
| 経常利益 | 44 | 4.1% | -3 | - | - |
| 当期純利益 | 21 | 2.0% | -35 | - | - |

* 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。

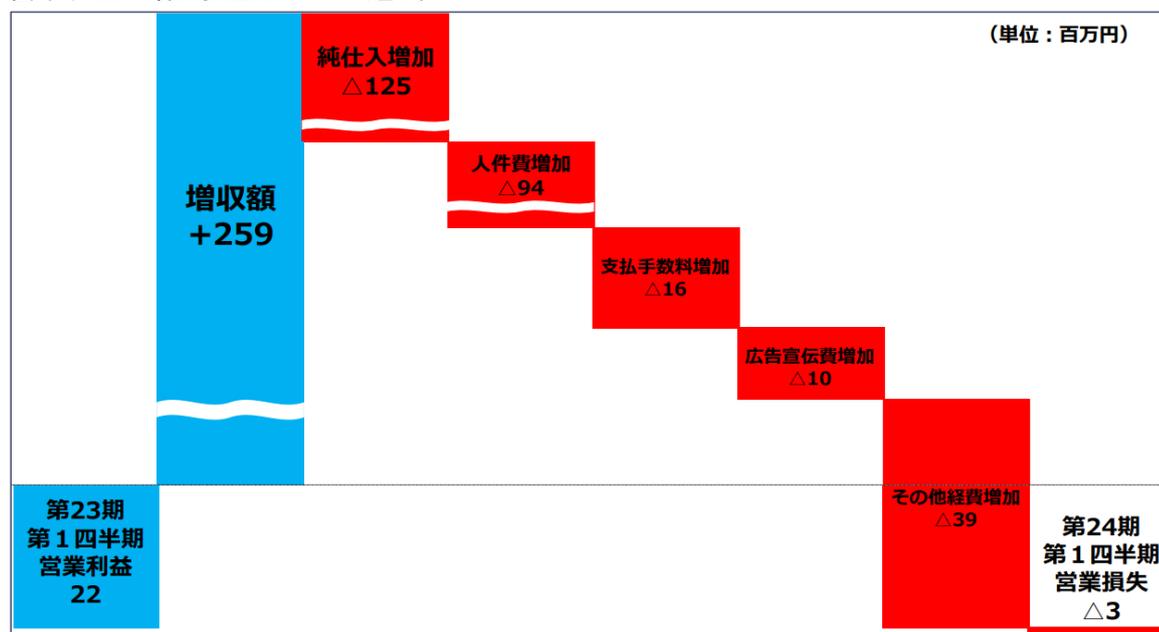
2 桁増収ながら減益

売上高は前年同期比 23.5%増の 13 億 58 百万円。医療 BtoB 事業、医療機関経営支援事業、メディア・プラットフォーム事業がいずれも増収。新たに加わったクラウドインテグレーション事業も寄与した。

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、事業を拡大した。

営業損失は 3 百万円(前年同期は 22 百万円の利益)。利益面では売上総利益率が前年同期 34.8%から 33.7%に低下。販管費は成長のための人的投資等により 28.3%増の 4 億 61 百万円となり、少額の営業損失となった。事業拡大のための投資を継続したことや 2024 年 1 月に連結子会社化した株式会社ミルテルが成長過程にあり事業の収益化が遅れていることなどが減益の主因。

営業利益の増減要因は以下の通り。



(同社資料より)

営業外では前年同期が替差益が為替差損に転じ、経常損失は 3 百万円(前年同期は 44 百万円の利益)、四半期純損失は 35 百万円(前年同期は 21 百万円の利益)となった。

(2)セグメント別動向

| | 24/5 期 1Q | 構成比 | 25/5 期 1Q | 構成比 | 前年同期比 |
|-----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| メディア・プラットフォーム事業 | 253 | 23.1% | 288 | 21.2% | +13.6% |
| 医療機関経営支援事業 | 825 | 75.0% | 947 | 69.8% | +14.9% |
| 医療 BtoB 事業 | 19 | 1.8% | 36 | 2.7% | +83.9% |
| クラウドインテグレーション事業 | - | - | 77 | 5.7% | - |
| 未病・予防プラットフォーム事業 | - | - | 6 | 0.5% | - |
| その他 | 0 | 0.1% | 0 | 0.1% | -4.7% |
| 売上合計 | 1,099 | 100.0% | 1,358 | 100.0% | +23.5% |
| メディア・プラットフォーム事業 | 133 | 52.6% | 158 | 54.9% | +18.7% |
| 医療機関経営支援事業 | 18 | 2.3% | 18 | 1.9% | -3.2% |
| 医療 BtoB 事業 | -11 | - | -8 | - | - |
| クラウドインテグレーション事業 | - | - | 3 | 4.8% | - |
| 未病・予防プラットフォーム事業 | - | - | -51 | - | - |
| その他 | 0 | 100.0% | 0 | 100.0% | -4.7% |
| 調整額 | -118 | - | -125 | - | - |
| 営業利益合計 | 22 | 2.1% | -3 | - | - |

* 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。

◎メディア・プラットフォーム事業

売上高は前年同期比 13.6%増の 2 億 88 百万円、営業利益は同 18.7%増の 1 億 58 百万円。

依然として生活者の歯科自由診療への需要が高いため、歯科医院の広告出稿意欲が高い現状の中、前期にリリースした歯科系新メディアへの広告出稿が堅調に推移したことに加え、Google コアアルゴリズムアップデートへの対応が進んだことにより、2 桁増収増益となった。

◎医療機関経営支援事業

売上高は前年同期比 14.9%増の 9 億 47 百万円、営業利益は同 3.2%減の 18 百万円。

(Web マーケティング)

売上高は前年同期比で増加した。アクセス増加と順位対策を同時に行うことができるサービスの提供が堅調に推移し、継続的な収益の獲得に繋がった。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!、Google のリスティング広告、LINE 広告に加え、TikTok 広告などの運用代行を推進するなどサービスの拡充に努めた。

(HP 制作・メンテナンスサービス)

売上高は前年同期比で増加した。情報過多かつ専門知識がなくとも手軽に情報を取得・発信することが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、販売活動に注力した結果、受注制作案件は堅調に推移した。

(歯科医院運営)

売上高は前年同期比で減少した。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。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たものの、組織体制の再構築に時間を要した。

(歯科商社事業)

売上高は前年同期比で増加した。国内においては、特に大阪での事業が好調に推移し、タイにおいても着実に実績を積み上げた。

(大衆医薬品・医薬部外品の企画・卸販売)

売上高は前年同期比で減少した。主力製品を筆頭に、各種製品堅調に売上を積み上げたが前年同期の好調な売上には及ばなかった。

(歯科医院総合支援)

売上高は前年同期比で増加した。不動産事業が着実に販売実績を積み上げた。加えて営業体制を強化、販売活動に注力したことが経営支援サービスの契約数増加につながった。

◎医療 BtoB 事業

売上高は前年同期比 83.9%増の 36 百万円、営業損失 8 百万円(前年同期は 11 百万円の損失)。

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、広告手法の多様化が見られる中で適切な広告ソリューションを提供した。加えて、歯科衛生士採用に特化した求人プラットフォーム「COE CAREER(コエキャリア)」をリリースするなどサービスを拡充し、売上高は前年同期比で大きく増加した。業容拡大のための人員増などにより費用も増加した。

◎クラウドインテグレーション事業

売上高は 77 百万円、営業利益は 3 百万円。

同事業は、前期に連結子会社(孫会社)化した AVision Co., Ltd.を中心とする事業であり、タイ国内において、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 を実施したことにより、順調に売上を創出している。なお、同事業は 24/5 期 4Q より報告セグメントとしている。

◎未病・予防プラットフォーム事業

売上高は 6 百万円、営業損失 51 百万円。

同事業は、前期に連結子会社化した株式会社ミルテルを中心とし、今期から新たに加わった事業。生活者や医療機関への受託臨床検査サービスの提供を主な事業としている。ミルテルは、来期の営業利益黒字化を計画しており、現在は先行投資フェーズにある。

◎その他

売上高は前年同期比 4.7%減の 0.8 百万円、営業利益は同 4.7%減の 0.8 百万円。

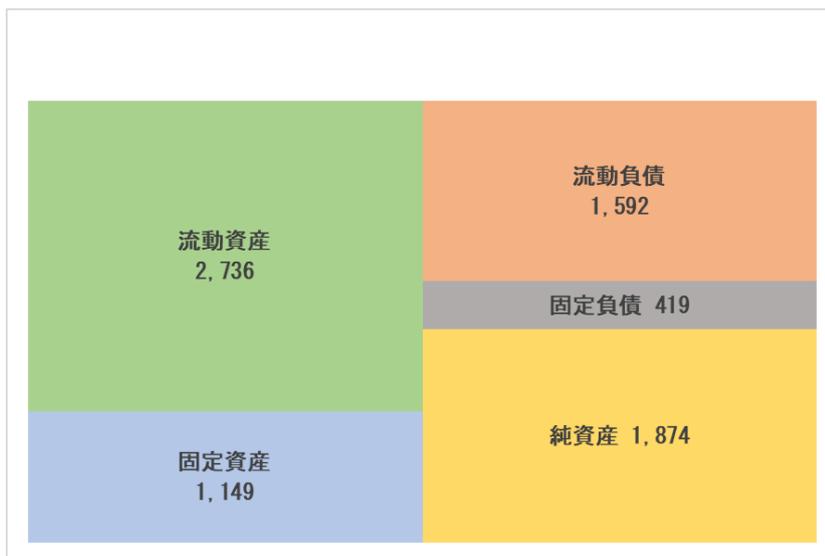
同区分には、経理・人事総務等の管理業務を受託し、サービスを提供する管理業務受託事業を含む。

(3)財務状態

◎主要BS

| | 24 年 5 月末 | 24 年 8 月末 | | 24 年 5 月末 | 24 年 8 月末 |
|----------|-----------|-----------|---------|-----------|-----------|
| 流動資産 | 2,834 | 2,736 | 流動負債 | 1,622 | 1,592 |
| 現預金 | 1,528 | 1,367 | 仕入債務 | 436 | 376 |
| 売上債権 | 842 | 858 | 固定負債 | 435 | 419 |
| 固定資産 | 1,154 | 1,149 | 長期借入金 | 387 | 370 |
| 有形固定資産 | 125 | 138 | 負債合計 | 2,057 | 2,012 |
| 無形固定資産 | 460 | 451 | 純資産 | 1,931 | 1,874 |
| 投資その他の資産 | 568 | 559 | 利益剰余金 | 1,693 | 1,631 |
| 資産合計 | 3,989 | 3,886 | 負債純資産合計 | 3,989 | 3,886 |

* 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、現預金の減少などにより前期末比(以下同)1億2百万円減の38億86百万円。

負債合計は、買掛金や未払法人税等の減少により45百万円減の20億12百万円。

純資産合計は、親会社株主に帰属する四半期純損失の計上などにより57百万円減の18億74百万円。

自己資本比率は47.4%(前期末47.8%)となった。

3. 2025年5月期業績見通し

(1) 通期業績予想

| | 24/5期 | 構成比 | 25/5期(予) | 構成比 | 前期比 |
|-------|-------|--------|----------|--------|---------|
| 売上高 | 5,252 | 100.0% | 6,400 | 100.0% | +21.9% |
| 営業利益 | 298 | 5.7% | 330 | 5.2% | +10.6% |
| 経常利益 | 322 | 6.1% | 305 | 4.8% | -5.4% |
| 当期純利益 | 5 | 0.1% | 136 | 2.1% | +2,182% |

* 単位:百万円

* 予想は会社側発表。

25/5期は21.9%増収、10.6%営業増益を見込む

通期予想は修正なし。25/5期は売上高が前期比21.9%増の64億円、営業利益は同10.6%増の3億30百万円、経常利益は同5.4%減の3億5百万円、当期純利益は前期5百万円から1億36百万円への大幅増を見込む。

不動産事業やタイにおける事業の継続的な推進、未病・予防プラットフォーム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うものの営業利益は2桁増を計画する。

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。

配当は、前期と同じ3.00円/株の期末配当を予定。

上期予想も修正なく、以下の通り

上期業績予想

| | 24/5期 上期 | 構成比 | 25/5期 上期(予) | 構成比 | 前年同期比 |
|-------|----------|--------|-------------|--------|--------|
| 売上高 | 2,342 | 100.0% | 3,088 | 100.0% | +31.8% |
| 営業利益 | 169 | 7.2% | 80 | 2.6% | -52.7% |
| 経常利益 | 194 | 8.3% | 67 | 2.2% | -65.4% |
| 当期純利益 | 115 | 4.9% | -5 | - | - |

* 単位:百万円

* 予想は会社側発表。

(2)セグメント情報

メディア・プラットフォーム事業

1Qにおける付加価値向上に向けた取り組み

| | |
|---|--|
| <p>2024年8月 中期経営計画</p> <div style="text-align: center; border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;">2025年5月期</div> <ul style="list-style-type: none"> ①主要メディアシステム刷新 ②コンテンツ（ランキング）リニューアル ③おすすめ記事コンテンツ拡充 | <p style="text-align: center;">当1Q進捗</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>① 主要システム刷新 ⇒ 開発着手</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>②  インプラントネット  審美歯科ネット  矯正歯科ネット 全国・都道府県 + 市区町村・こだわり条件絞り込み 機能拡充し9月リニューアル</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>③  みんなの歯医者さんネット 地域のおすすめ医院記事コンテンツ拡充 9月より配信開始</p> </div> <p style="text-align: right; font-size: small;">(同社資料より)</p> |
|---|--|

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)

1Qにおいて、新商材の開発や主要サービスのアップデート等を実施

| | 1Q (6月~8月) | 2Q (9月~)以降 |
|--|---|---|
| <p>Webマーケティング 広告・検索からの集患の最大化</p> | <p>8月 SEO・広告レポート機能の実装</p> <div style="display: flex; align-items: center;">   </div> | <ul style="list-style-type: none"> ・位置情報広告リリース ・プレス広告リリース ・SEO、GBPサービスのアップデート ・AI新サービスの開発 |
| <p>HP制作・メンテナンス ホームページからの集患の最大化</p> | <p>8月 既存全提供サービスの品質向上</p> <p>6月 主要サービスのアップデート</p>  | <ul style="list-style-type: none"> ・HP修正のWEBフォーム受付開始 ・WEBコンサル開始 ・ミドルレンジ商材の開発 ・オプションサービスの開発 <p style="text-align: right; font-size: small;">(同社資料より)</p> |

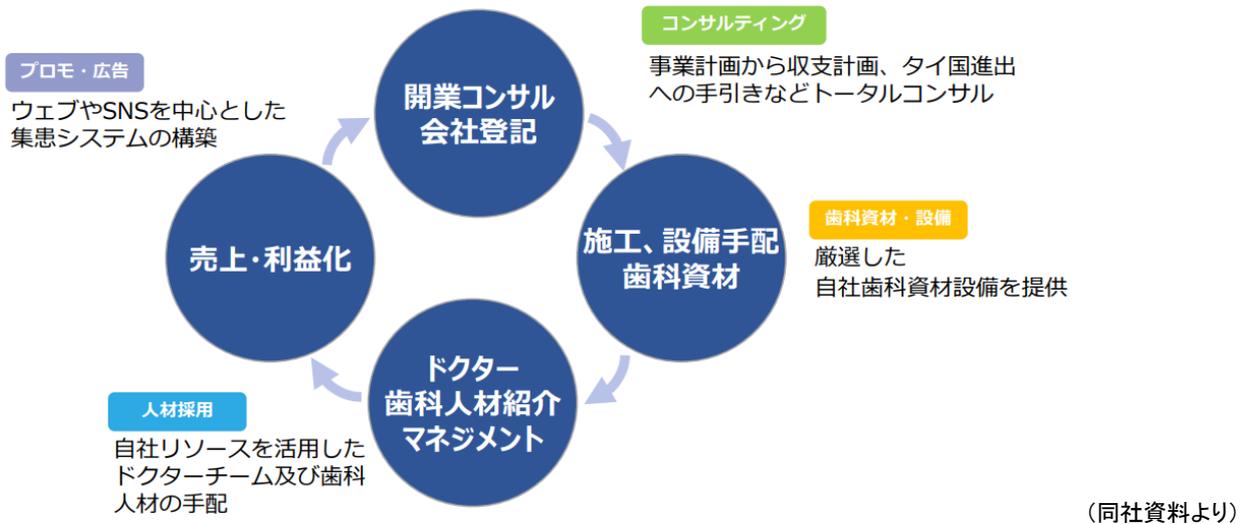
医療機関経営支援事業(歯科商社事業)

1Qにおいて、「歯科ディーラー向け販管システムのDX化」「支店間連携・共通商品マスタの整備」に注力

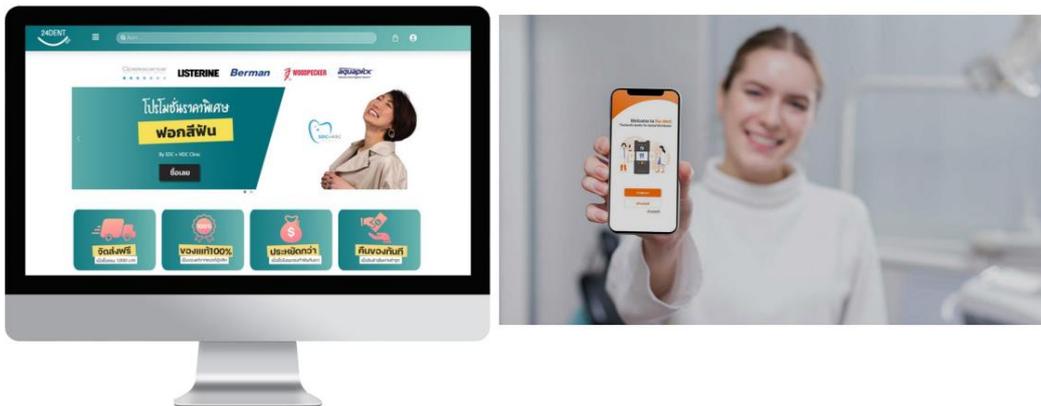
医療機関経営支援事業(タイ歯科商社事業)

1Q から、「開業コンサル」「施工」「資材調達」「歯科人材紹介」「マネジメント」等のワンストップサービス提供でタイ国内歯科医院のトータルサポートを実施

タイ国内開業案件のみならず、外資(日系メイン)の開業支援をトータルサポート



1Qにおいて、EC アプリ及びプラットフォームの活用を開始
タイ国内の歯科業界 DX 化と販売リソース拡大を促進



医療機関経営支援事業(歯科医院経営事業)

1Q から、患者受け入れ体制の構築を推進、バンコクにおけるインターナショナルクリニックとしての立ち位置を強化
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



(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)

1月施行の「認知症基本法」を追い風に 1Q では、ヘルスケア産業及び歯科クリニックへ脳健康ステーションのプロモーションを推進

※東北大学+日立ハイテクによる脳科学カンパニー、株式会社 NeU が開発した人体に悪影響のない近赤外光を使った画期的なポータブルセンサーで、前頭前野の脳血流を計測するもの

日々のストレスや脳疲労などは私たちの生活や
 仕事のパフォーマンスに大きく影響します。
 また、高齢化が進むなか脳の健康は益々重要なテーマになっています。
 脳健康ステーションは、最新の脳活動センサーを使い、
 脳と心の健康を3つの指標で見える化します。

新発売



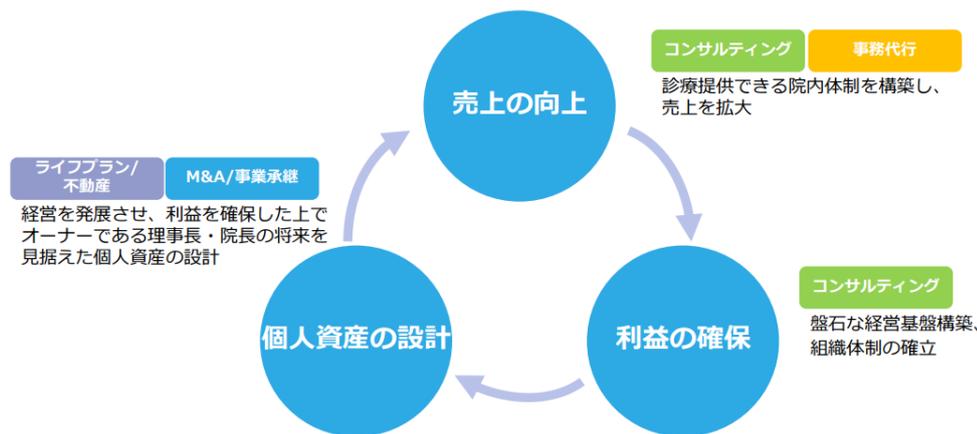
(同社資料より)

詳しくはこちら <https://www.noechi.co.jp/product/product-13.html>

医療機関経営支援事業(歯科医院総合支援)

1Qも引き続き、

「売上の向上」→「利益の確保」→「個人資産の設計」の好循環を創出し、歯科医師の出口戦略を明確に設計
 歯科医院だけでなく歯科医師のライフプランを考えた戦略設計サポート



(同社資料より)

1Q では、昨年リニューアルしたサイト「メディカルネット ドクターサポート」を活用、歯科医師へのアプローチを強化



(同社資料より)

医療 BtoB 事業

1Q はリアルマーケティング商材が堅調に推移、歯科衛生士採用に特化した「COE CAREER」リリース、受発注プラットフォームのフィジビリティスタディ(実現可能性調査)開始



クラウドインテグレーション事業

1Q からタイ国内多業種への販売実績と知見をもとに、新規で日系企業を中心とする外資へアプローチ開始
 タイ国内 POS/ERP システム取り扱い 20 年の実績を基に MN グループのタイにおける事業推進の重要なファクターに、タイ国内 POS/ERP ビジネス No.1 へ
 また、1Q からタイ国内歯科医院向けに、システムからプラットフォーム化し歯科業界を網羅した総合管理デンタルシステム開発および販売に注力、タイにおける歯科 IT プラットフォーム化を目指す
 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
 ⇒タイ国内 6,000 件のクリニックを対象にサブスク販売

未病・予防プラットフォーム事業

1Q において、BtoC 向け新サービスのリリース及び「官民連携実証事業」の実施決定(広島県呉市)未病・予防ソリューションを推進

| | 1Q (6月~8月) | 2Q (9月~) 以降 |
|---|---|--|
| スキャンテスト 乳がん 唾液を採取するだけで乳がんリスクを検査 | 8月 スキャンテスト乳がんハイリスクサポート+リリース 乳がんリスク有の場合にその後の診療費用を負担 6月 広島県呉市と実証事業の実施採択 (実施は10月~) | 保険付帯サービス、企業の福利厚生への組み込みなど販路の拡大 実証事業効果検証、他自治体への展開 |
| 腸活サポート 腸内フローラの可視化 | 6月 私の腸活サポートチェックリリース BtoC向けサービス | ヨガ教室やヘルスケアインフルエンサーとのコラボによる拡販 |
| テロメア 世界オンリーワンのGテール長の測定検査 | 医院連携によるスタンダードメニュー化推進 | 受託研究販路拡大、再生医療・動物領域への展開 |

(同社資料より)

4. 中期経営計画

24/5 期の売上高は 20 年 10 月に発表した計画を下回った。25/5 期は売上高 64 億円を計画しているが、当初計画していた 100 億円を下回る見通し。

また、前回中期計画の策定時と比較すると、連結子会社も増え、新たな分野にも進出したことから、現在の体制と 5 年前に策定した中期経営計画に基づく戦略、戦術に齟齬ができた。

このため、中期経営計画を新たに策定した。

新たな中期経営計画では 27/5 期～28/5 期に売上高 120 億円、営業利益 15 億円を目指す。

セグメント別売上及び売上成長率は以下のとおり。

(単位：百万円)

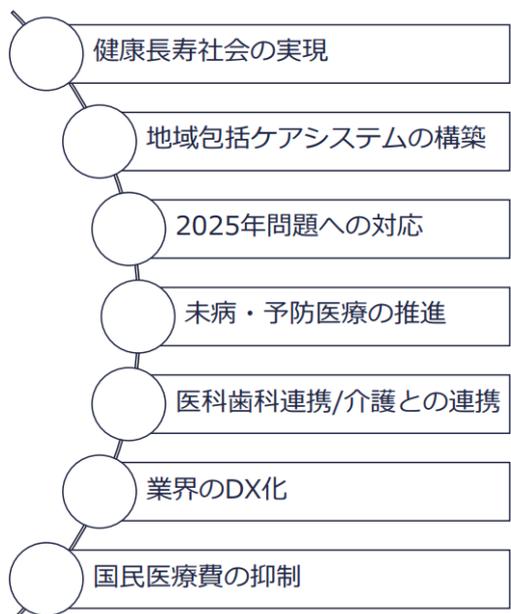
| | 2024年5月期 (実績) | 2027年5月期 ～2028年5月期 (計画) | 成長率 |
|---------------|------------------|-------------------------------|--------|
| メディア・プラットフォーム | 1,125 | 22億円 | 202% |
| 医療機関経営支援 | 3,865 | 73億円 | 191% |
| 医療 B t o B | 184 | 6億円 | 327% |
| クラウドインテグレーション | 47 | 4億円 | 851% |
| その他 | 29 | 14億円 | 4,865% |
| 合計 | 5,252 | 120億円 | 230% |

※2024年5月期実績のミルテル(その他)及びAVision(クラウドインテグレーション)は連結子会社化後の数値を計上。(ミルテル5ヶ月分、AVision2ヶ月分)

(同社資料より)

業界概況とメディカルネットの価値提供

▼業界課題、社会からの要求



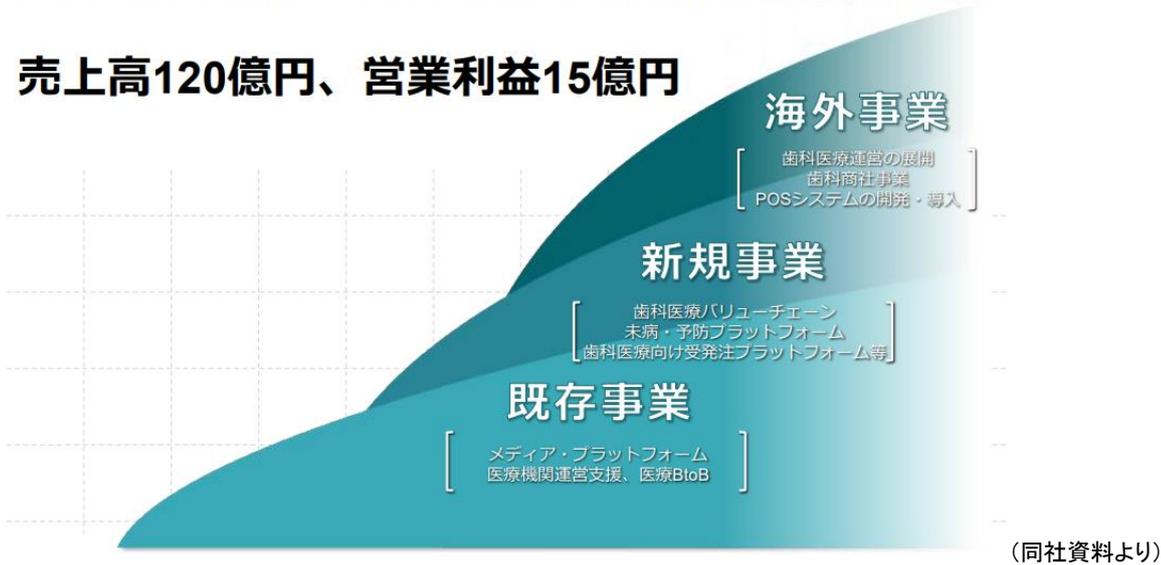
歯科医療領域
未病予防領域を中心に
新しい価値を提供します

(同社資料より)

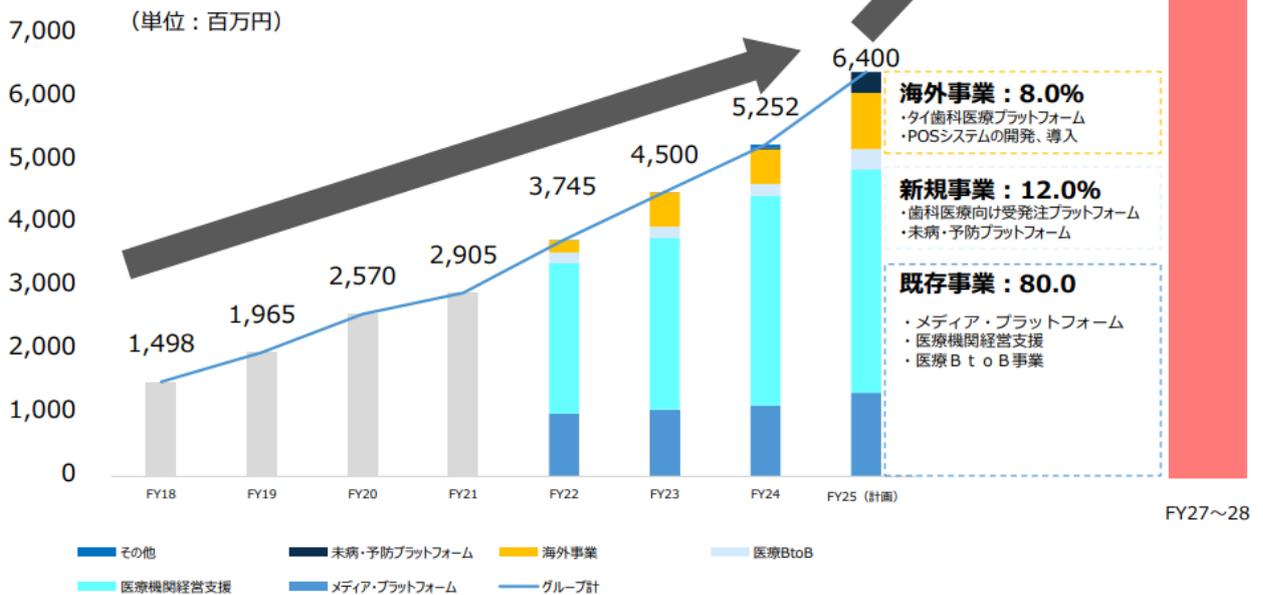
今後の成長戦略・成長ドライバー

2027年5月期～2028年5月期目標

売上高120億円、営業利益15億円



成長を加速させるブランディング創り

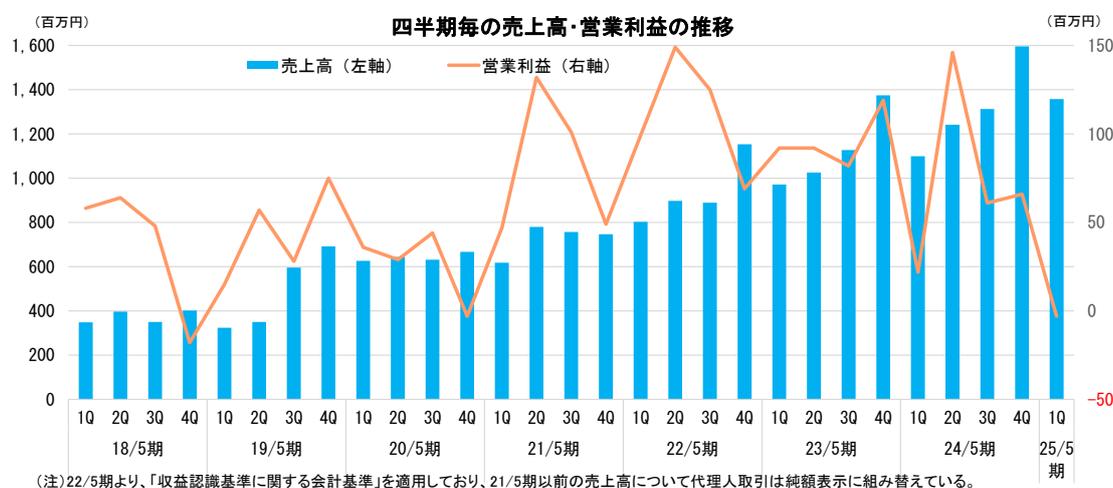


(同社資料より)

5. 今後の注目点

1Qは大幅増収ながら20/5期4Q以来の四半期営業損失となった。これは1月に連結子会社化した株式会社ミルテルを中心とする新たなセグメントである「未病・予防プラットフォーム事業」の収益化の遅れによる損失計上が主因。また、当初から特に利益では下期偏重の計画となっており、会社側も1Qの利益については「概ね計画通り」としている。足元の収益基盤であるメディア・プラットフォーム事業は2桁増収増益を確保しており、安定成長は揺るがない。また医療BtoB事業が83.9%増収と規模は小さいながら大幅増収となっておりかなり軌道に乗ってきた印象。新たな中期計画がスタートしているが、ミルテルは26/5期に黒字化の計画。25/5期については、まずは売上成長に注目していきたい。

株価は低調に推移しており、売上成長が本格化したここ4年間の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いると考える。来期を見据える下期に入れば徐々に見直されるのではないだろうか。



*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

同社株式の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24年5月31日とする株主優待制度より、株主優待として引き渡すクオカードの金額を引き上げた。(太字が変更後の金額)

5月末で

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3年未満保有 1,500円 3年以上保有 1,500→**2,000**円

1,000株以上かつ1年以上3年未満保有 1,500→**2,000**円 3年以上保有 2,000→**5,000**円



(同社資料より)

<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 | 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:2024年9月2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。

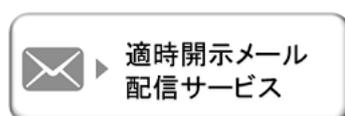
<実施しない主な原則とその理由>

「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。

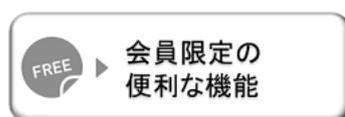
Copyright(C) Investment Bridge Co., Ltd. All Rights Reserved.

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。



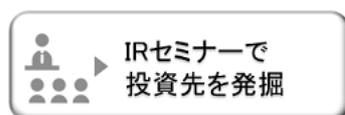
同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

[>> ご登録はこちらから](#)



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](#)



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](#)