



Bridge Report メディカルネット（3645）

 平川 大 会長 CEO	会社名	株式会社メディカルネット	
	証券コード	3645	
	市場	東証マザーズ	
	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	
	事業内容	インターネットを活用した医療・生活関連情報サービスの提供。 主に、歯科医療情報ポータルサイト運営・歯科クリニック経営支援・歯科関連企業マーケティング支援など歯科医療の総合ビジネス(歯科医療プラットフォームビジネス)を展開。	
	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		時価総額	ROE(実)	売買単位
578 円	5,386,500 株		3,113 百万円	5.6%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
2.00 円	0.3%	15.88 円	36.4 倍	277.58 円	2.1 倍

*株価 8/23 終値。発行済株式数は直近期決算短信より。ROE、BPS は前期実績。

— 業績推移 —

(単位:百万円、円)

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2015年5月(実)	1,258	101	102	46	8.58	1.00
2016年5月(実)	1,482	176	176	186	34.54	3.00
2017年5月(実)	1,480	123	124	82	15.30	2.00
2018年5月(予)	1,779	125	128	85	15.88	2.00

*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会社概要、今後の取り組みなどをお伝えします。

—目次—

- [1. 会社概要](#)
 - [2. 2017年5月期決算概要](#)
 - [3. 2018年5月期業績見通し](#)
 - [4. 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

・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、ライフスタイルから、子育てママのサポートまで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プラットフォームを有する唯一の企業。期末で32,352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。

・17年5月期の売上高は前期比横ばいの14億80百万円。歯科分野のポータルサイト運営事業、SEM事業、事業者向けホームページ制作・メンテナンス事業が増収で、連結対象から外れた保証事業のマイナス分をカバーした。営業利益は同30.0%減の1億23百万円。粗利率は上昇、粗利額も2桁増だったが、成長に向けた積極的な先行投資による販管費の増加を吸収できなかった。前期にあった子会社株式売却益が無くなったため当期純利益は同55.7%減の82百万円だった。

・18年5月期の売上高は前期比20.0%増の17億79百万円の予想。全セグメントで増収を見込んでいる。営業利益は同0.8%増の1億25百万円の予想。今期も成長のための投資を積極的に行う。人的投資は前期比31%増の計画。事業投資においては、新規事業として、歯科における医療機関経営支援事業をスタートさせるほか、医療BtoB事業の更なる拡大にも注力。競合の少ない同市場で圧倒的なポジショニングの構築を目指す。また、デンタルトリビューンインターナショナル社(DTI)との業務提携に基づいてデンタルトリビューンジャパンをスタートさせる。配当は前期と同じく2.00円/株を予定。予想配当性向は12.6%。

・今期の利益は前期並みであるが、会社側は今期以降の成長力向上に自信を持っているようだ。特に同社最大の特徴である「生活者・歯科医院・歯科関連企業を結ぶプラットフォーム」をベースとした極めて多岐にわたるサービス提供力は世界でも稀であり、これを更に磨き上げることでオンリーワンのポジショニングを不動のものとする考えだ。同社の重要なKPIとなるメディカルネットグループ会員数および各セグメントのトップラインの推移を注視していきたい。

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、ライフスタイルから、子育てママのサポートまで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。期末で32,352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
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	10月	SEM事業開始
2007年	9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	12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
2014年	9月	ヘルスケア情報サイト「4healthcare」リリース
	10月	美容情報サイト「美 LAB.」リリース
2015年	1月	ママ向け子育て情報サイト「まんまみーあ」リリース
2016年	12月	「株式会社メディカルネット」に商号変更

【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。) <ul style="list-style-type: none"> ◇ 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】

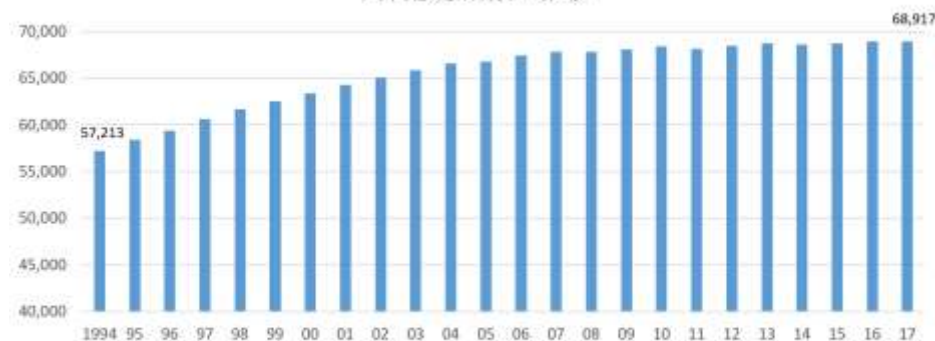
厚生労働省の調査によれば、2015年度の歯科診療医療費は約2.8兆円で、前年比1.4%増と微増にとどまった。日本の健康保険財政状況からは今後も大きな伸びは予想できない。

一方、歯科診療所は2017年5月末で68,917か所であった。増加ペースは低下したものの、高水準・横這いが続いている。

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、歯科医院は過当競争状態にあると言われており、取り巻く経営環境は引き続き厳しい。集客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

【1-4 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、ライフスタイルから、子育てママのサポートと幅広い。

(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。創客集客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、集客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2017年5月末時点で約25,092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。

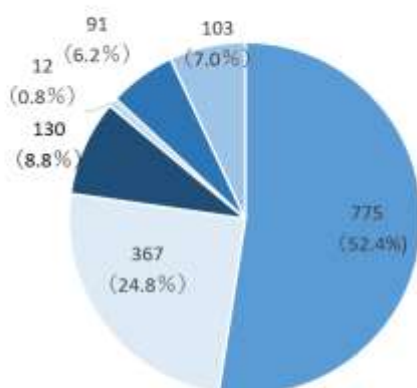
「Dentwave」におけるバナー広告やメールマガジンといった広告掲載に加え、登録者を対象としたネット調査「デントリサーチ」も、マーケティングのための有効なツールとして高い評価を受けている。スピーディに精度の高い調査が可能であることに加え、職種、専門、年代、エリアなど細かいスクリーニングにも柔軟に対応しており、多くの歯科関連企業が導入している。

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、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、「ポータルサイト運営事業」、「SEM 事業」、「医療 BtoB 事業」、「メディアプラットフォーム事業」、「販売代理事業」、「事業者向けホームページ制作・メンテナンス事業」の6つ。

セグメント別売上構成 (2017年5月期)



- ポータルサイト運営事業
- 医療BtoB事業
- 販売代理事業
- SEM事業
- メディアプラットフォーム事業
- 事業者向けHP制作・メンテナンス事業

*単位：百万円。外部顧客への売上高。

(1) ポータルサイト運営事業

「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、その他分野合わせて、126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	<ul style="list-style-type: none"> ● インプラントネット(全国版) ● 東京版・インプラントネット ● 東京地域版・インプラントネット(10地域) ● 大阪版・インプラントネット ● 大阪地域版・インプラントネット(3地域) ● 福岡版・インプラントネット ● Dental Implants Net(US全国版・US地域版2地域) ● インプラントネット(モバイル版) ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 矯正歯科ネット(全国版) ● 東京版・矯正歯科ネット ● 東京地域版・矯正歯科ネット(10地域) ● 大阪版・矯正歯科ネット ● 大阪地域版・矯正歯科ネット(3地域) ● 福岡版・矯正歯科ネット ● 矯正歯科ネット(モバイル版) ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 審美歯科ネット(全国版)

	<p>関する情報発信に特化したポータルサイト</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 東京版・審美歯科ネット ● 東京地域版・審美歯科ネット(10地域) ● 大阪版・審美歯科ネット ● 大阪地域版・審美歯科ネット(3地域) ● 福岡版・審美歯科ネット ● 千葉版・審美歯科ネット ● 埼玉版・審美歯科ネット ● 神奈川版・審美歯科ネット ● 名古屋版・審美歯科ネット ● 審美歯科ネット(モバイル版) ● 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」
	歯科求人サイト「Denty」	歯科医療業界に特化した求人サイト。歯科ポータルサイトの運営実績を活かして、求職者の目線を意識した求人情報の発信に努めている。

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9サイトを運営している。
メンズエステ関連サイト	男性をターゲットに、エステに関する情報を提供するポータルサイト「メンズエステ・ネット」、「メンズエステ・ネット(スマートフォン版)」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。
メンズ美容整形関連サイト	男性をターゲットに、美容整形等に関する情報を提供するポータルサイト「気になる！メンズ美容整形総合ランキング」をはじめ6サイトを運営している。
エステ・スクールその他美容・エステ関連サイト	主にエステティシャンを目指す方をターゲットに、エステ・スクールに関する情報を提供するポータルサイト「エステ・スクール総合ランキング」、「エステ・スクール総合ランキング(スマートフォン版)」及び「エステ・スクール総合ランキング携帯サイト」等を運営している。

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。

加えて、その他分野として「PET 検査ネット」等を運営している。

*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)SEM 事業

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 Inc.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。

① 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。

② リスティング広告(検索連動広告)

ヤフー株式会社及び Google Inc.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。

(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」の運営を行っている。

同サイトの歯科医療従事者登録は 2017 年 5 月末時点で約 25,092 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。

また、MR(製薬会社の医薬情報担当者)向けの高級弁当販売のプラットフォームを弁当製造販売業者へ提供している。

(4)メディアプラットフォーム事業

「妊娠時から6歳児までの子供を持つママ」をターゲットとしたママ向け子育て情報サイト「まんまみーあ」を運営している。

(5)販売代理事業

クライアントを中心に、新聞折込広告をはじめとする広告出稿、他社商材等の販売代理業務を行っている。

(6) 事業者向けホームページ制作・メンテナンス事業

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・メンテナンス事業を行っている。

インターネットユーザーが、その歯科医院やエステサロン等に対して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。

【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、これが強力な競合優位性となっている。

◎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。

◎対歯科医: 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、人材紹介、保険、専門機材、オフィスサプライなど、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、歯科医師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創客・集客や、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師向けサイト「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tockビジネスによる安定した収益構造

同社売上の過半を占める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。

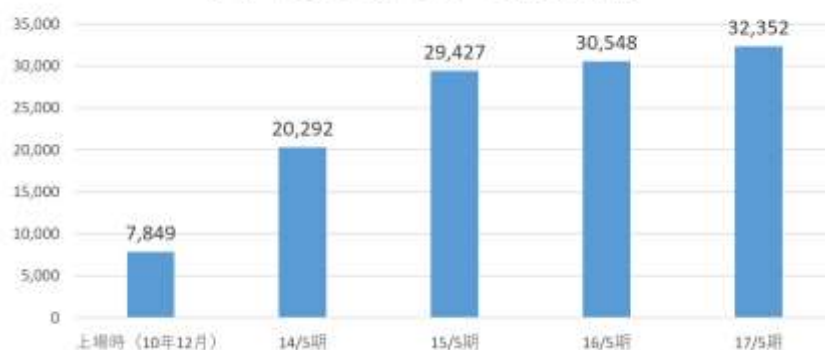
(3) 圧倒的な会員数

歯科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前期末で32,352名と、上場時の4.1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8割、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



【1-6 ROE 分析】

	12/5期	13/5期	14/5期	15/5期	16/5期	17/5期
ROE(%)	6.6	5.7	5.7	3.8	14.0	5.6
売上高当期純利益率(%)	6.59	5.44	5.22	3.67	12.55	5.56
総資産回転率(回)	0.81	0.79	0.80	0.74	0.87	0.86
レバレッジ(倍)	1.24	1.34	1.37	1.40	1.29	1.18

ROEは16/5期を除けば、日本企業が一般的に目指すべきと言われている8%を下回っている。売上高当期純利益率の改善が期待される。

2. 2017年5月期決算概要

(1) 業績概要

(単位:百万円)

	16/5月期	構成比	17/5月期	構成比	対前期比	対計画比
売上高	1,482	100.0%	1,480	100.0%	-0.1%	-5.3%
売上総利益	677	45.7%	757	51.1%	+11.8%	-
販管費	501	33.8%	634	42.8%	+26.5%	-
営業利益	176	11.9%	123	8.3%	-30.0%	+12.0%
経常利益	176	11.9%	124	8.4%	-29.4%	+13.4%
当期純利益	186	12.6%	82	5.5%	-55.7%	+17.7%

* 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。

減収減益

売上高は前期比横ばいの 14 億 80 百万円。歯科分野のポータルサイト運営事業、SEM 事業、事業者向けホームページ制作・メンテナンス事業が増収で、連結対象から外れた保証事業のマイナス分をカバーした。

営業利益は同 30.0%減の 1 億 23 百万円。粗利率は上昇、粗利額も 2 桁増だったが、成長に向けた積極的な先行投資で優秀な人材獲得・育成のための人件費増、サイトプロモーション強化による広告宣伝費増、アプリ開発やコンサル導入による費用増などによる販管費の増加を吸収できなかった。前期にあった子会社株式売却益が無くなったため当期純利益は同 55.7%減の 82 百万円だった。

(2)セグメント別動向

(単位:百万円)

	16/5 月期	構成比	17/5 月期	構成比	対前期比
ポータルサイト運営事業(合計)	667	45.0%	777	52.5%	+16.5%
歯科分野	543	36.6%	657	44.3%	+20.9%
美容・エステ分野	123	8.3%	119	8.0%	-3.0%
SEM 事業	353	23.9%	367	24.8%	+3.8%
保証事業	68	4.6%	-	-	-
医療 BtoB 事業	143	9.7%	130	8.8%	-9.0%
メディアプラットフォーム事業	8	0.5%	12	0.8%	+51.8%
販売代理事業	144	9.8%	91	6.2%	-37.0%
事業者向け HP 制作・メンテナンス事業	99	6.7%	104	7.1%	+5.7%
調整額	-3	-	-2	-	-
売上合計	1,482	100.0%	1,480	100.0%	-0.1%
ポータルサイト運営事業	430	64.6%	474	61.1%	+10.2%
歯科分野	388	71.5%	450	68.5%	+16.0%
美容・エステ分野	41	33.3%	24	20.2%	-41.5%
SEM 事業	37	10.6%	24	6.6%	-35.3%
保証事業	-43	-63.5%	-	-	-
医療 BtoB 事業	5	4.0%	-6	-	-
メディアプラットフォーム事業	-53	-659.3%	-32	-	-
販売代理事業	9	6.6%	-15	-	-
事業者向け HP 制作・メンテナンス事業	1	1.3%	5	4.8%	+284.4%
調整額	-212	-	-325	-	-
営業利益合計	176	11.9%	123	8.3%	-30.0%

* 営業利益の構成比は売上高営業利益率。

ポータルサイト運営事業: 歯科分野	増収・増益。 新商材投入効果などにより受注は好調に推移。計画も上回る。
ポータルサイト運営事業: 美容・エステ分野	減収・減益。 計画は超過したが、受注が伸び悩んだ。
SEM 事業	増収・減益。 SEO 対策サービスは計画通りだったが前年を下回る。リスティング広告運用代行は計画、前年実績ともに上回った。
医療 BtoB 事業	減収・減益。 コンベンション事業は計画を上回ったが、ソリューション事業、VIP 弁当事業は計画を下回った。テコ入れ策として、世界 No.1 の歯科メディアと提携した。またクラウドの活用で業務効率化を進める。

メディアプラットフォーム事業	増収・損失幅縮小。 「まんまみーあ」からの収益は前年実績を下回ったが、計画は超過した。
販売代理事業	減収・減益。 前期のような好調な商材がなく、低調に推移した。
事業者向け HP 制作・メンテナンス事業	増収・増益。 計画は下回ったが、前年実績は上回った。顧客基盤拡大が要と考えている。

(3)財務状態とキャッシュ・フロー

◎主要BS

(単位:百万円)

	16年5月末	17年5月末		16年5月末	17年5月末
流動資産	1,530	1,579	流動負債	217	256
現預金	1,259	1,248	仕入債務	15	28
売上債権	180	233	負債合計	217	256
固定資産	138	191	純資産	1,450	1,515
有形固定資産	14	11	利益剰余金	880	946
無形固定資産	69	60	負債純資産合計	1,668	1,771
投資その他の資産	54	119			
資産合計	1,668	1,771			

売上債権の増加で流動資産は前年同期比 49 百万円増加。長期貸付金の増加により固定資産が 53 百万円増加し、資産合計は同 1 億 3 百万円増加した。仕入債務の増加などで負債合計は 38 百万円増加。

利益剰余金の増加で純資産は 64 百万円増加。

自己資本比率は前期末より 1.2%低下し 84.4%となった。

◎キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

	16年5月期	17年5月期	増減
営業 CF	311	73	-238
投資 CF	-95	-68	+26
フリーCF	216	4	-211
財務 CF	-5	-16	-10
現金同等物残高	1,159	1,147	-11

売上債権の増加などで営業 CF のプラス幅は縮小。投資有価証券の取得による支出が無くなったことなどから投資 CF のマイナス幅は縮小。フリーCF のプラス幅も縮小した。

配当金支払額の増加で財務 CF のマイナス幅は拡大。

キャッシュポジションは低下した。

(4)トピックス

◎世界最大規模の歯科メディアであるデンタルトリビューンインターナショナル社(DTI)と業務提携契約締結で合意

2017年5月26日、世界最大規模の歯科メディアであるデンタルトリビューンインターナショナル社(本社:ドイツ)との間で、業務提携を行うことについて合意し、DTI 本社のあるドイツ・ライプツィヒで調印を行った。

(デンタルトリビューンインターナショナル社の概要)

DTI グループは、世界をリードする歯科業界向けの複数のメディアで構成されており、印刷物とデジタル・教育媒体を中心に、現在 130 以上の印刷出版物と複数のデジタルメディアを、90 か国で 25 以上の言語により、65 万人以上の歯科医師に提供している。

また、DTI は生涯研修プログラムをはじめ学術大会および展示会の運営も行っているほか、主要国の歯科組織のオフィシャル・メディア・パートナーとしてグローバルな歯科ネットワークの拡大を推進しサポートしている。

歯科専門家の結束を図り、その知識と構想を世界に広めることによって、歯科医学界の進歩と研究を積極的に推進することを目指している。

(業務提携の内容)

両社はこの提携を通じて、双方のノウハウを有効活用し、それぞれの事業を拡充させ企業価値の更なる向上に努めていく。

具体的には、メディカルネットはデンタルトリビューンインターナショナルがその世界戦略のなかで重要視している日本の総代理店としてデンタルトリビューンジャパンを運営し、デンタルトリビューンインターナショナルのグローバルネットワークを活用し、日本のみならず世界に対して情報を発信していく。

運用部分においては、メディカルネットグループにおいて歯科 BtoB 事業の役割を担う子会社ブランネットワークスが展開している歯科医療従事者向けプラットフォーム「Dentwave.com」におけるコンテンツ強化や会員連携を図り、より一層充実した情報提供や新たなサービス展開を図る。

また、海外の著名な人物を講師とした e ラーニング事業やデンタルトリビューンブランドを活用したシンポジウム事業も行っていく予定である。

3. 2018年5月期業績予想

◎通期業績予想

(単位: 百万円)

	17/5 月期	構成比	18/5 月期(予)	構成比	前期比
売上高	1,480	100.0%	1,779	100.0%	+20.0%
営業利益	123	8.3%	125	7.0%	+0.8%
経常利益	124	8.4%	128	7.2%	+1.6%
当期純利益	82	5.5%	85	4.8%	+1.2%

* 予想は会社側発表。

(上期・下期動向)

(単位: 百万円)

	18/5 月期 上期(予)	前年同期比 増減額	18/5 月期 下期(予)	前年同期比 増減額
売上高	845	+105	934	+194
営業利益	48	-80	77	+82
経常利益	49	-81	79	+84
半期純利益	32	-54	53	+59

* 予想は会社側発表。下期予想は(株)インベストメントブリッジが通期予想から上期予想を控除し前年同期比を計算。

増収も成長のための積極投資で利益は前期並み

売上高は前期比 20.0%増の 17 億 79 百万円の予想。全セグメントで増収を見込んでいる。営業利益は同 0.8%増の 1 億 25 百万円の予想。今期も成長のための投資を積極的に行う。

人的投資は前期比 31%増の計画。既存事業で 14 名の採用、経営支援、新規事業で 8 名の採用を予定しているほか、前期に続き今期も次の成長ステージを見据え新卒採用を実施し、6 名の採用を予定している。

事業投資においては、新規事業として、歯科における医療機関経営支援事業をスタートさせる。医療機器などにとどまらず、事務局員の派遣など、開業にあたっての全てのリソースを提供できる体制が整った。

医療 BtoB 事業の更なる拡大にも注力する。競合の少ない同市場で圧倒的なポジショニングの構築を目指す。また、デンタルトリビューンインターナショナル社(DTI)と業務提携に基づいてデンタルトリビューンジャパンをスタートさせる。

下期からの本格的な回復軌道入りを計画している。
配当は前期と同じく2.00円/株を予定。予想配当性向は12.6%。

(3) 事業別の取り組み

事業	取り組み
ポータルサイト運営	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 人材強化 ◇ サービス拡充、新規マネタイズポイントの創出 ◇ プロモーション強化
SEM	◇ 新規チャネル開拓と収益モデル構築
医療 BtoB	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 会員数増加に向けた施策強化 ◇ デンタルトリビューン事業とのシナジー効果追求
メディアプラットフォーム	◇ 新サービスのユーザー獲得とコミュニティプラットフォーム強化
販売代理	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 既存顧客へのクロスセル並びに新規顧客開拓の強化 ◇ 歯科材料販売の強化によりターゲット層の拡大
HP	<ul style="list-style-type: none"> ◇ グループシナジーを活用した汎用展開 ◇ 新商品(AI搭載およびユーザーコミュニケーション型)web 開発
医療機関経営支援事業	◇ 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。事業承継にも取り組み。

会社側は、前期をもってV字回復の地固め、基盤構築は出来上がり、2018年5月期の全事業における増収を見込んでいる。

また、中期的にはコンテンツ強化によるメディカルネットグループ会員数増を梃とした収益力向上、売上・利益の大幅な拡大を見込んでいる。

5. 今後の注目点

今期の利益は前期並みであるが、会社側は以降の成長力向上に自信を持っているようだ。

特に同社最大の特徴である「生活者・歯科医院・歯科関連企業を結ぶプラットフォーム」をベースとした極めて多岐にわたるサービス提供力は世界でも稀であり、これを更に磨き上げることでオンリーワンのポジショニングを不動のものとする考えだ。

同社の重要な KPI となるメディカルネットグループ会員数および各セグメントのトップラインの推移を注視していきたい。

<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	監査役会設置会社
取締役	7名、うち社外1名
監査役	3名、うち社外2名

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2016年12月2日

<基本的な考え方>

当社は、株主・クライアント・消費者・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いきます。

<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、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。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。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また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(株)インベストメントブリッジにあり、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) 2017 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.