

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 |

— 株式情報 —

| 株価 | 発行済株式数 | | 時価総額 | ROE(実) | 売買単位 |
|--------|-------------|---------|-----------|----------|--------|
| 644 円 | 5,386,500 株 | | 3,468 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 | 40.6 倍 | 277.58 円 | 2.3 倍 |

*株価 10/6 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2018年5月期第1四半期決算概要、今後の取り組みなどをお伝えします。

—目次—

- [1. 会社概要](#)
 - [2. 2018年5月期第1四半期決算概要](#)
 - [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。

・18年5月期第1四半期の売上高は前年同期比10.3%増の4億6百万円。新報告セグメントの中心事業メディア・プラットフォーム事業は2桁の増収。医療機関経営支援事業も堅調だった。営業利益は同12.3%減の58百万円。メディア・プラットフォーム事業は増益だったが、人員増など引き続き積極的な投資を行った。

・18年5月期の業績予想に変更は無い。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ンの構築を目指す。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%。

・第1四半期売上高の対通期進捗率は22.9%となった。過去数年の実績と比較しても平均的な数値であり、18年5月期はまずは順調なスタートとなったようだ。

短期的には、引き続き成長のための投資フェーズである今期のトップラインの伸長度合いを、中期的には、投資の成果がいつごろから具体的な利益として実を結び始めるのかを注目したい。

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 | 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 |
| 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。) <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】

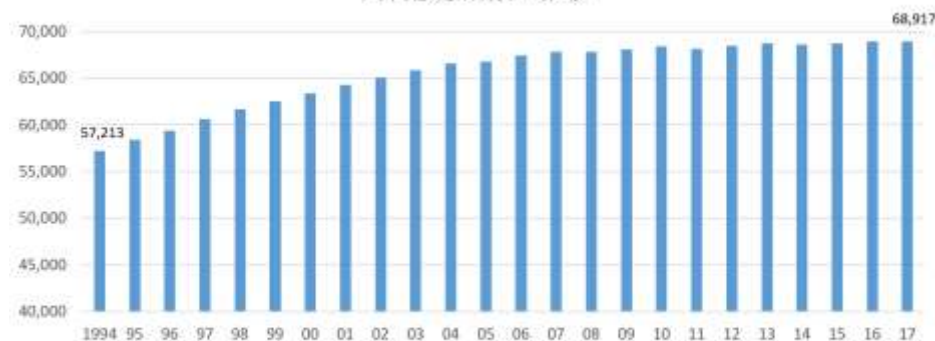
厚生労働省の調査によれば、2015年度の歯科診療医療費は約2.8兆円で、前年比1.4%増と微増にとどまった。日本の健康保険財政状況からは今後も大きな伸びは予想できない。

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。

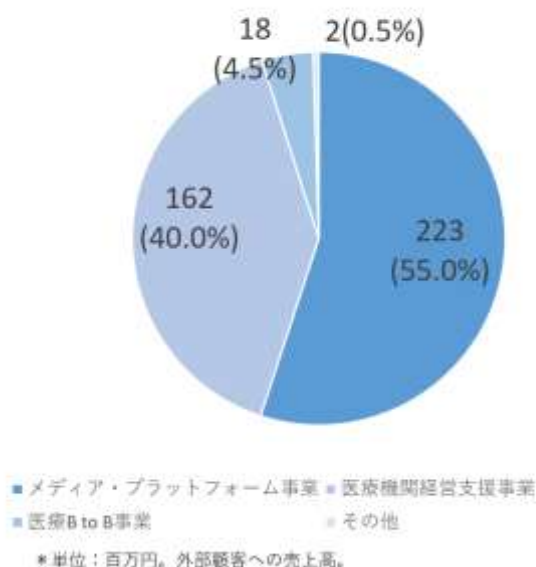
ほかにも、学会や企業の Web サイトやランディングページおよびカタログなどの制作、歯科コンベンションや歯科イベントの企画・集客・運営支援も行っている。

<報告セグメント>

開示上の報告セグメントは、「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。さらなる成長と新たな企業価値を創造し、社会の利便性の向上に寄与すべく会社組織を再編したことに伴い18年5月期第1四半期より報告セグメントを以下のように変更した。

| 旧報告セグメント | 新報告セグメント |
|------------------------|-----------------|
| ポータルサイト運営事業 | メディア・プラットフォーム事業 |
| メディア・プラットフォーム事業 | |
| SEM 事業 | 医療機関経営支援事業 |
| 事業者向けホームページ制作・メンテナンス事業 | |
| 販売代理事業 | |
| 医療 B to B 事業 | 医療 B to B 事業 |

セグメント別売上構成 (18年5月期第1四半期)



(1) メディア・プラットフォーム事業

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) |

| | | |
|---------|------------------------------------|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ● 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"> ● 審美歯科ネット(全国版) ● 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。

(2)医療機関経営支援事業

①SEM 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。

②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。

③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。

(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。

【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。

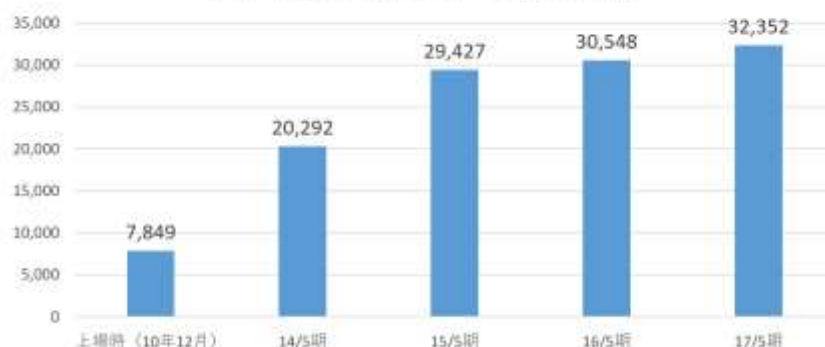
(3) 圧倒的な会員数

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. 2018年5月期決算第1四半期決算概要

(1) 業績概要

(単位:百万円)

| | 17/5 月期 1Q | 構成比 | 18/5 月期 1Q | 構成比 | 対前年同期比 |
|--------|------------|--------|------------|--------|--------|
| 売上高 | 368 | 100.0% | 406 | 100.0% | +10.3% |
| 売上総利益 | 187 | 50.8% | 195 | 48.0% | +4.3% |
| 販管費 | 121 | 32.9% | 136 | 33.5% | +12.4% |
| 営業利益 | 66 | 17.9% | 58 | 14.3% | -12.3% |
| 経常利益 | 67 | 18.2% | 59 | 14.5% | -11.5% |
| 四半期純利益 | 45 | 12.2% | 39 | 9.6% | -13.7% |

* 四半期純利益は親会社株主に帰属する四半期純利益。以下同様。

増収減益

売上高は前年同期比 10.3%増の 4 億 6 百万円。新報告セグメントの中心事業メディア・プラットフォーム事業は 2 桁の増収。医療機関経営支援事業も堅調だった。

営業利益は同 12.3%減の 58 百万円。メディア・プラットフォーム事業は増益だったが、人員増など引き続き積極的な投資を行った。

(2) セグメント別動向

(単位:百万円)

| | 17/5 月期 1Q | 構成比 | 18/5 月期 1Q | 構成比 | 対前年同期比 |
|-----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| メディア・プラットフォーム事業 | 187,093 | 50.7% | 224,126 | 55.1% | +19.8% |
| 医療機関経営支援事業 | 149,009 | 40.4% | 162,727 | 40.0% | +9.2% |
| 医療 BtoB 事業 | 31,982 | 8.7% | 31,135 | 7.7% | -2.6% |
| その他 | 1,275 | 0.3% | 2,041 | 0.5% | +60.1% |
| 調整額 | -418 | -0.1% | -13,498 | -3.3% | - |
| 売上合計 | 368,942 | 100.0% | 406,533 | 100.0% | +10.2% |
| メディア・プラットフォーム事業 | 112,757 | 60.3% | 144,371 | 64.4% | +28.0% |
| 医療機関経営支援事業 | 18,312 | 12.3% | -6,723 | - | - |
| 医療 BtoB 事業 | -5,493 | - | -6,712 | - | - |
| その他 | 784 | 61.5% | -236 | - | - |
| 調整額 | -59,620 | - | -72,141 | - | - |
| 営業利益合計 | 66,741 | 18.1% | 58,559 | 14.4% | -12.3% |

* 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。

◎メディア・プラットフォーム事業

歯科分野、美容・エステ分野、子育て支援分野に特化したポータルサイトを運営している。

歯科分野では、歯科診療医療費の伸び悩みや歯科医院の過当競争の進展により厳しい状況が続いている。

また、美容・エステ分野では、参入企業の多くは既存店舗のリニューアル、スクラップアンドビルドによる売上改善、差別化のための付加価値サービスの提供等、企業努力を講じてはいるものの、エステティックサロンの総市場規模は微増にとどまっている。

こうしたなか、同社は女性たちの「キレイになりたい!」をサポートする美容サイト「美 LAB.」等の新たなポータルサイトの収益化を目指したほか、各ポータルサイトの認知度の向上を図ると共に引き続きスマートフォン広告の拡充を進め、新たなサービスの提供を実現するための体制を整備した。

この結果、美容・エステ分野のポータルサイトへの広告出稿は厳しい状況が続いているが、歯科分野においては主力サイトの「インプラントネット」および「矯正歯科ネット」の売上高はそれぞれ前年同期比で 13.1%増、33.8%増と好調に推移した。

また、妊娠時～6歳児までの子供を持つ母親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」の訪問者数は2017年8月31日現在、2,131万7千人と大きく成長しているほか、前期リリースしたアプリ「Moopen」など新たなサービスの収益化を図ってきた。

ただ、ターゲット層に対するアプリ等のサービス開発に伴う投資が先行しており、新サービスの投入による本格的な収益化は来期以降の予定である。

◎医療機関経営支援事業

SEM及び、事業者向けホームページ制作・メンテナンスのサービスの提供や、他社Web商材・リアル商材の販売代理を行っている。

SEMサービスにおいては、スマートフォンやタブレットなどの普及拡大の影響を受け、リスティング広告運用代行サービスのクライアント数が増加し、それに伴い売上高も増加した。

SEOサービスにおいては、複数キーワードへの対策結果を短期的に求めることが難しい仕組みへと変化したことにより、比較的効果の現れやすい検索連動広告をSEO対策に代わる手法として求めるクライアントが増えている中、Googleなどの検索エンジンで利用されているアルゴリズムへの対応の効果が始め、売上高は増収となった。

事業者向けホームページ制作・メンテナンスサービスにおいては、ワンストップソリューションサービスの一環である事業者向けホームページ制作・メンテナンスの売上高は減収となった。

販売代理においては、独自のサービスと関連性のある他社Web商材・歯科医療機器・材料の販売及び歯科医院経営支援サービスの営業活動を積極的に行ったが、減収となった。

また、歯科業界における事業の多角化を見据え、新たな事業への先行投資として貸付を行っている。

◎医療B to B事業

連結子会社のプランネットワークス株式会社において、歯科医療従事者と歯科関連企業等をつなぐポータルサイトの運営を中心にリサーチ、コンベンションの運営受託、広告ソリューションの提供及び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する等、様々なサービスを提供している。前期に引き続き組織体制の強化や歯科関連企業への積極的なプロモーション活動を展開した。

(3)財務状態

◎主要BS

(単位:百万円)

| | 17年5月末 | 17年8月末 | | 17年5月末 | 17年8月末 |
|----------|--------|--------|---------|--------|--------|
| 流動資産 | 1,583 | 1,564 | 流動負債 | 256 | 223 |
| 現預金 | 1,248 | 1,217 | 仕入債務 | 28 | 38 |
| 売上債権 | 233 | 252 | 負債合計 | 256 | 223 |
| 固定資産 | 188 | 192 | 純資産 | 1,515 | 1,533 |
| 有形固定資産 | 11 | 11 | 利益剰余金 | 946 | 975 |
| 無形固定資産 | 60 | 59 | 負債純資産合計 | 1,771 | 1,756 |
| 投資その他の資産 | 116 | 122 | | | |
| 資産合計 | 1,771 | 1,756 | | | |

現預金の減少で流動資産は前期末比18百万円減少。資産合計は同14百万円減少の17億56百万円となった。負債合計は同32百万円減少の2億23百万円。

利益剰余金の増加で純資産は同18百万円増加の15億33百万円。

自己資本比率は前期末より2.2%上昇し86.6%となった。

(4)トピックス

◎タイの歯科医院運営会社を子会社化

2017年9月、タイ・バンコクで歯科医院を運営する、Success Sound Co.,Ltdの株式を取得し子会社化した。

取得株数は19,600株(議決権所有割合49.0%)、取得価額は30百万円。

連結業績見通しへの影響は軽微。

タイ・バンコクでの歯科医院運営を皮切りに、海外諸国において日本の先進的な歯科医療の普及、事業化を行い新たなマーケットの拡大を図るとともに、歯科医療環境の健全な発展に貢献することを目指している。

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 | 対2Q進捗率 | 対通期進捗率 |
|-------|--------|--------|-----------|--------|--------|--------|--------|
| 売上高 | 1,480 | 100.0% | 1,779 | 100.0% | +20.0% | 48.0% | 22.8% |
| 営業利益 | 123 | 8.3% | 125 | 7.0% | +0.8% | 120.8% | 46.4% |
| 経常利益 | 124 | 8.4% | 128 | 7.2% | +1.6% | 120.4% | 46.1% |
| 当期純利益 | 82 | 5.5% | 85 | 4.8% | +1.2% | 121.9% | 45.9% |

* 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。

業績予想に変更無し。増収も成長のための積極投資で利益は前期並み

業績予想に変更は無い。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"> ◇ グループシンナ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。

4. 今後の注目点

第1四半期売上高の対通期進捗率は22.9%となった。過去数年の実績と比較しても平均的な数値であり、18年5月期はまずは順調なスタートとなったようだ。

短期的には、引き続き成長のための投資フェーズである今期のトップラインの伸長度合いを、中期的には、投資の成果がいつごろから具体的な利益として実を結び始めるのかを注目したい。

第1四半期構成比(売上高)



<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 | 6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:2017年9月1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.