



事業計画及び成長可能性に関する事項



株式会社メディカルネット
(東証マザーズ 3645)
2021年12月



口腔周りから始まる

健康寿命増進プラットフォームビジネスNo.1

を目指し次元の異なる成長ステージへ

Agenda

1. 会社概要
2. 事業概要
3. 市場環境
4. 成長戦略
5. 事業等のリスクと対応策



1. 会社概要



会社概要



- 会 社 名 : 株式会社メディカルネット（東証マザーズ上場）
- 証券コード : 3645
- 事 業 内 容 : 医療情報サービスの提供と医療機関経営支援
生活者への歯科医療情報サービスの提供
歯科医療従事者への情報サービスの提供
歯科医療機関の経営支援事業
歯科関連企業のマーケティング支援事業
医薬品・医薬部外品の製造・販売
- 所 在 地 : (本社) 東京都渋谷区幡ヶ谷1-34-14宝ビル3階
(大阪支社) 大阪府大阪市西区西本町1-7-2ウエストスクエアビル4階
(福岡出張所) 福岡県福岡市中央区大手門2-1-32
フェニックス大手門ビルディング5階
- 代 表 者 : 代表取締役会長CEO 平川 大
代表取締役社長COO 平川 裕司
- 役 員 : 取締役 6名、監査役 3名
- 従 業 員 : 131名（連結：2021年11月30日 現在）
- 上 場 日 : 2010年12月21日
- 連結子会社 : 株式会社オカムラ（歯科器械材料・医薬品販売事業）
Medical Net Thailand Co., Ltd.（歯科医院経営事業）
Pacific Dental Care Co., Ltd.（歯科医院経営事業）※孫会社
ノーエチ薬品株式会社（医薬品・医薬部外品製造・販売事業）※孫会社
※ノーエチ薬品(株)は2021年6月1日に連結子会社化（孫会社化）いたしました。

兄弟が代表を務める上場会社 弟が会長CEO 兄が社長COO

大学卒業後、大手SIerにてPGやSEとして従事したのち、外資系ITベンダーにて製造業や通信・通販・メディア業界を担当するプリセールスやソリューション営業を経験。海外にも駐在しIT業界で約10年、様々なキャリアを積む。

2005年4月 当社入社。
2006年4月 当社取締役 [ソリューションセールス事業部担当]
2012年8月 当社代表取締役社長
2016年8月 当社代表取締役会長CEO (現任)

1990年代は東芝グループ会社で営業に従事したのち、レーシングドライバーを目指しレース活動を行う。その後、築地市場でマグロを取り扱う仕事をしていましたが、2000年に司法書士試験に合格。

2001年、IT×医療の無限の可能性に着目し、共同創業者の早川亮及び早川竜介とともに当社設立に参画。

2007年9月 当社常勤取締役 [管理部担当]
2012年8月 当社代表取締役副社長
2016年8月 当社代表取締役社長COO (現任)



代表取締役社長COO
コンプライアンス担当取締役
情報開示担当取締役 (司法書士有資格者)
平川 裕司



代表取締役会長CEO
平川 大

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。

1st Stage

2000年
創業

資本業務提携等により事業領域を拡大

ポータルサイト
運営開始

2006年

Web制作・Webマーケティングの事業化

2nd Stage

2010年

東証マザーズに上場

社名変更
組織体制変更
事業のピボット・多角化

3rd Stage

プラットフォーム
ビジネスの強化と
バリューチェーン
構築

そしてグローバル
展開

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

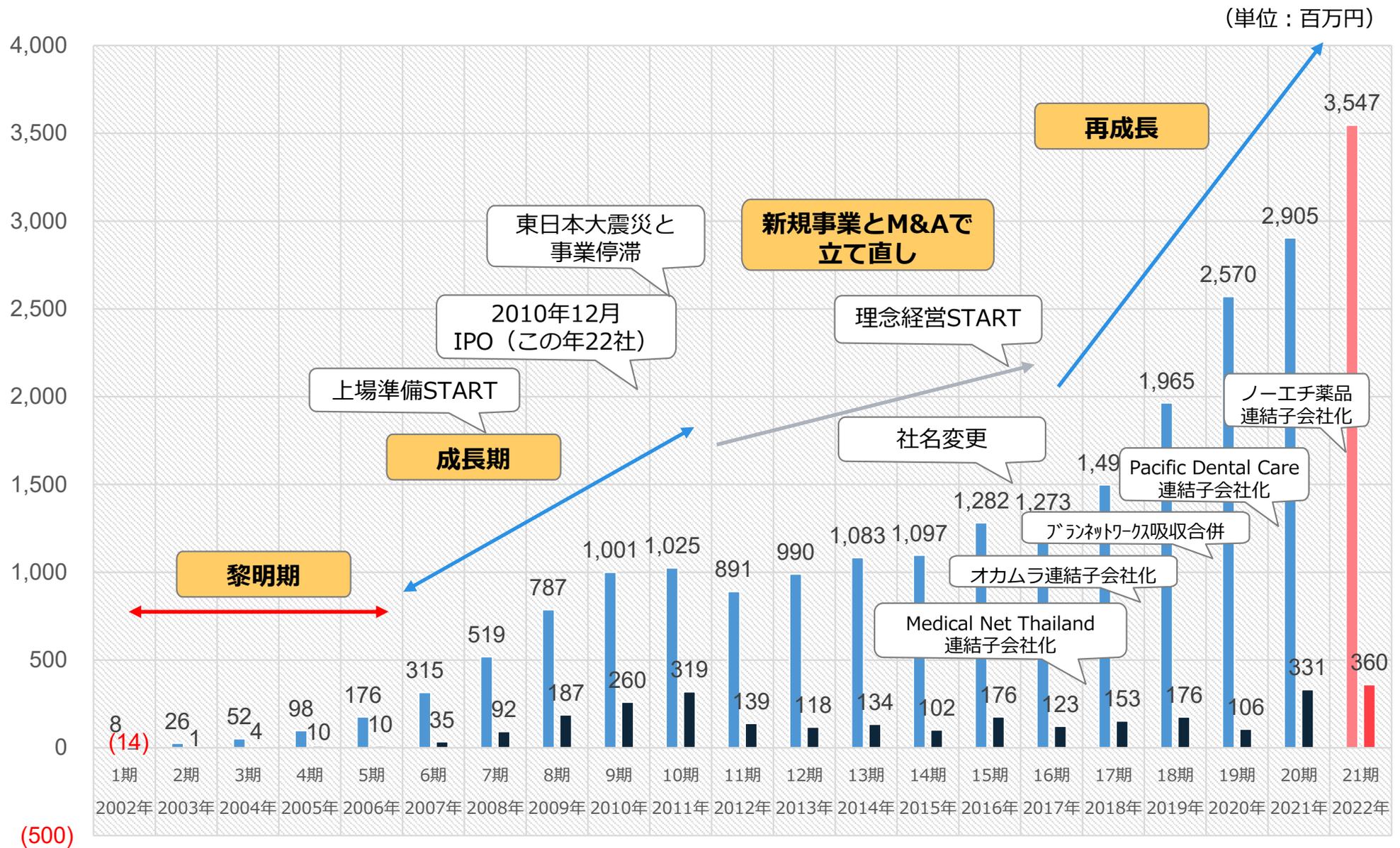
スピード
意識であり、発想であり、判断であり、言動であり、行動である

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

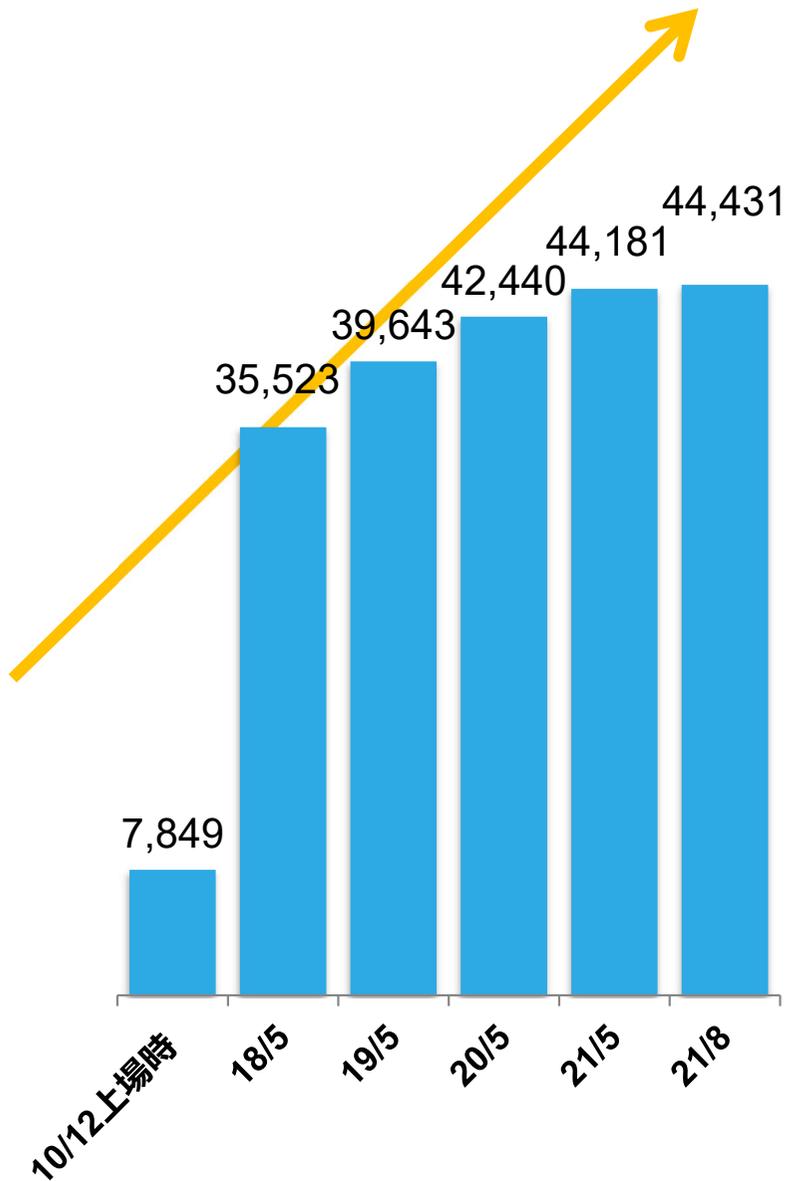


売上高・営業利益の推移と沿革



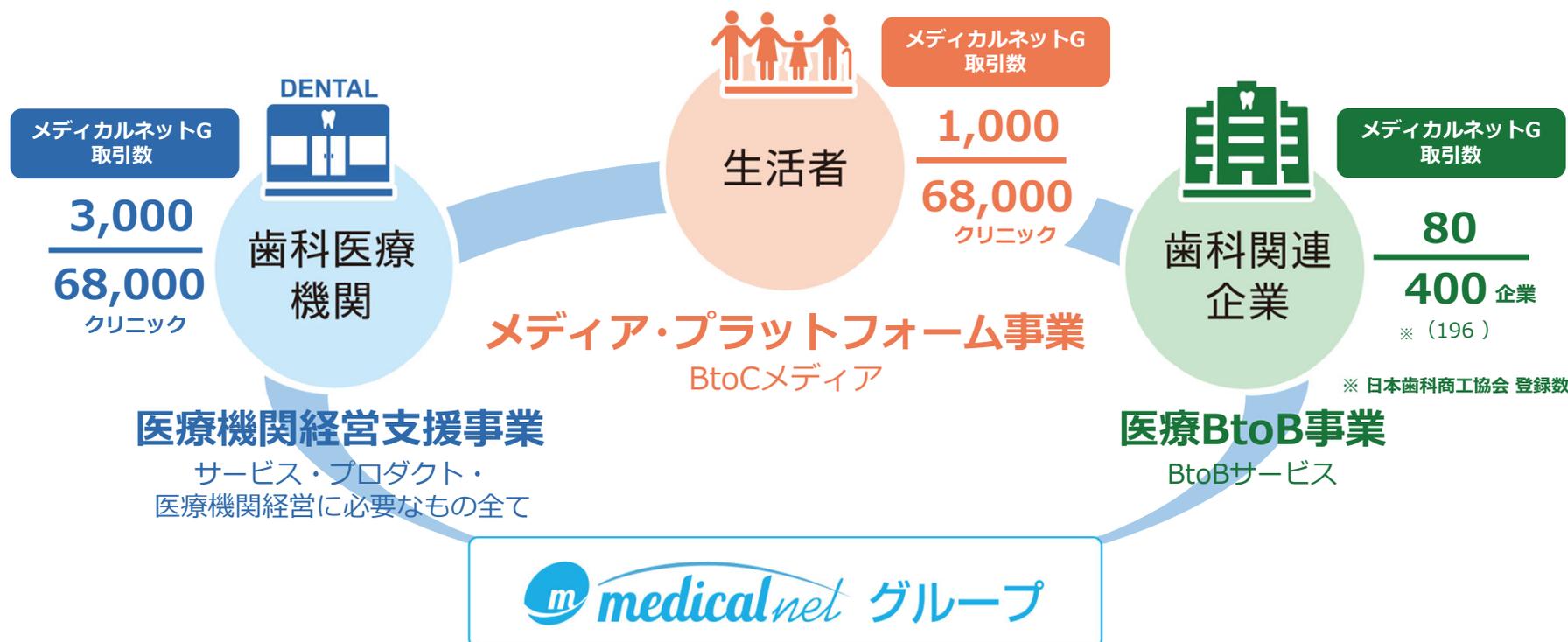
2. 事業概要





メディカルネット
グループ会員数
5.6倍

歯科業界の圧倒的な
リーディングカンパニーへ



医療機関経営支援事業

- ・不動産 内装外装 機材
- ・集患・増患ソリューション
- ・内装・外装・デザイン・施工
- ・医療機材 (歯科総合商社)
- ・経営・開業支援
- ・事業承継
- ・人材キャリア
- ・医薬品・医薬部外品製造・販売
- ・治療保証 etc...



メディア・プラットフォーム事業

- ・インプラントネット
- ・矯正歯科ネット
- ・審美歯科ネット
- ・歯医者さんネット
- ・Ask Dentist

全 58サイトを運営



医療BtoB事業

DentWave.com

歯科医療従事者登録数

34,312人

・ **Dental Tribune**

世界最大級の
歯科メディア

90カ国,65万人



メディア・プラットフォーム事業



歯科の専門ポータルサイトや歯科総合ポータルサイトなどを運営しております。歯科医院の検索のほか、歯の基礎知識からインプラントなどの専門治療などの有益な情報を提供しています。

インプラントネット



<https://www.implant.ac/>

矯正歯科ネット



<https://www.kyousei-shika.net/>

審美歯科ネット



<https://www.shinbi-shika.net/>

みんなの歯医者さんネット



<https://www.haishasan.net/>

for health care



<https://forhealthcare.jp/>

エステ人気ランキング Ask Dentist



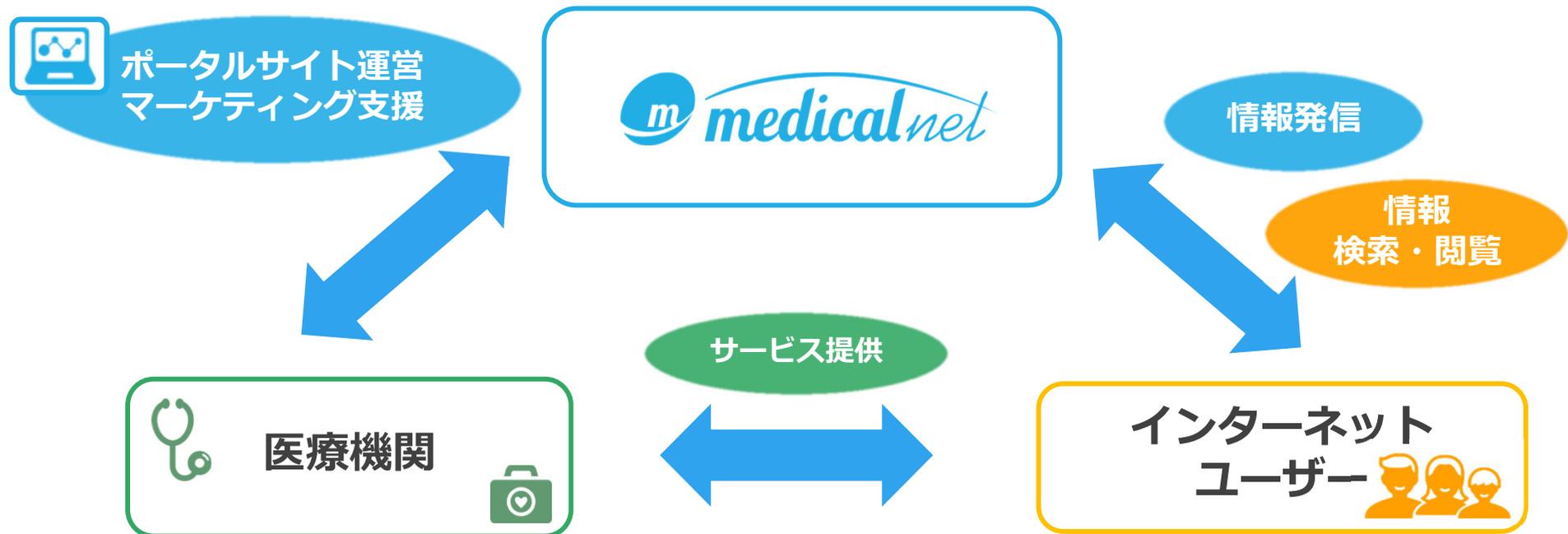
気になる!美容整形 結合ランキング PET検査ネット



～インターネットを活用した医療・生活情報サービスの提供～

各ポータルサイトは、医療機関等を
顧客として広告料収入を得て運営

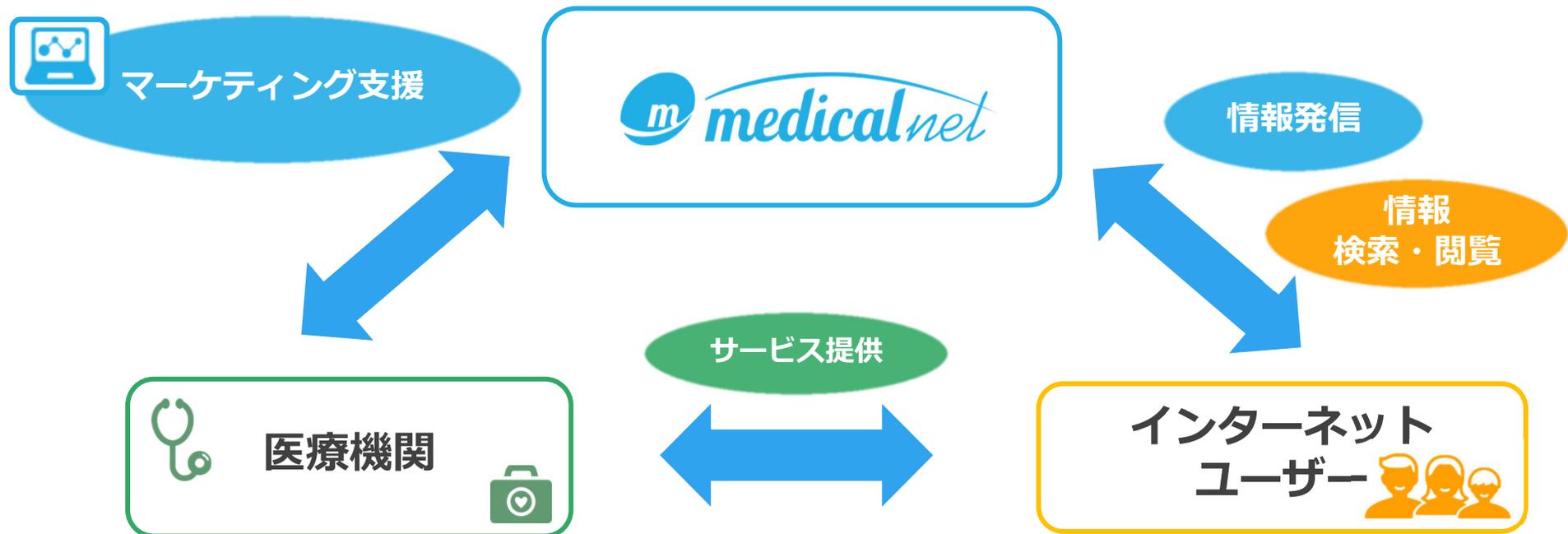
契約形態は原則12カ月の継続契約(自動更新)であるため、
収益モデルは積上げ式のストックビジネスとなっている。



～インターネットを活用した医療機関の集患・増患ソリューション～

医療機関等のホームページの制作、メンテナンスおよびSEO対策、リスティング広告運用代行によるマーケティング支援をおこなっている。

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。

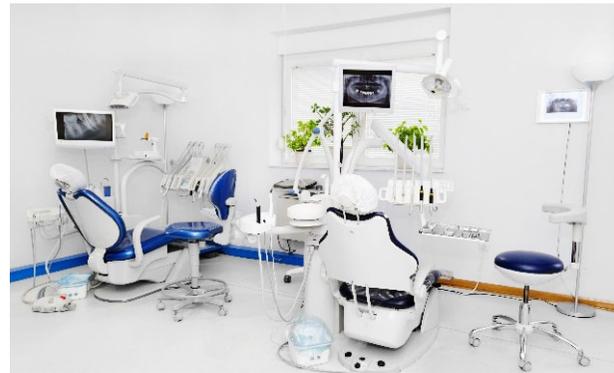


経営・開業支援



歯科医院の新規開業に伴う、物件、設備・インフラ、ホームページ、集患など多くの課題をトータルサポートしています。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ます。

医療機材



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しています。協力企業と連携し、歯科医院に質の高いサービスをご提供しています。

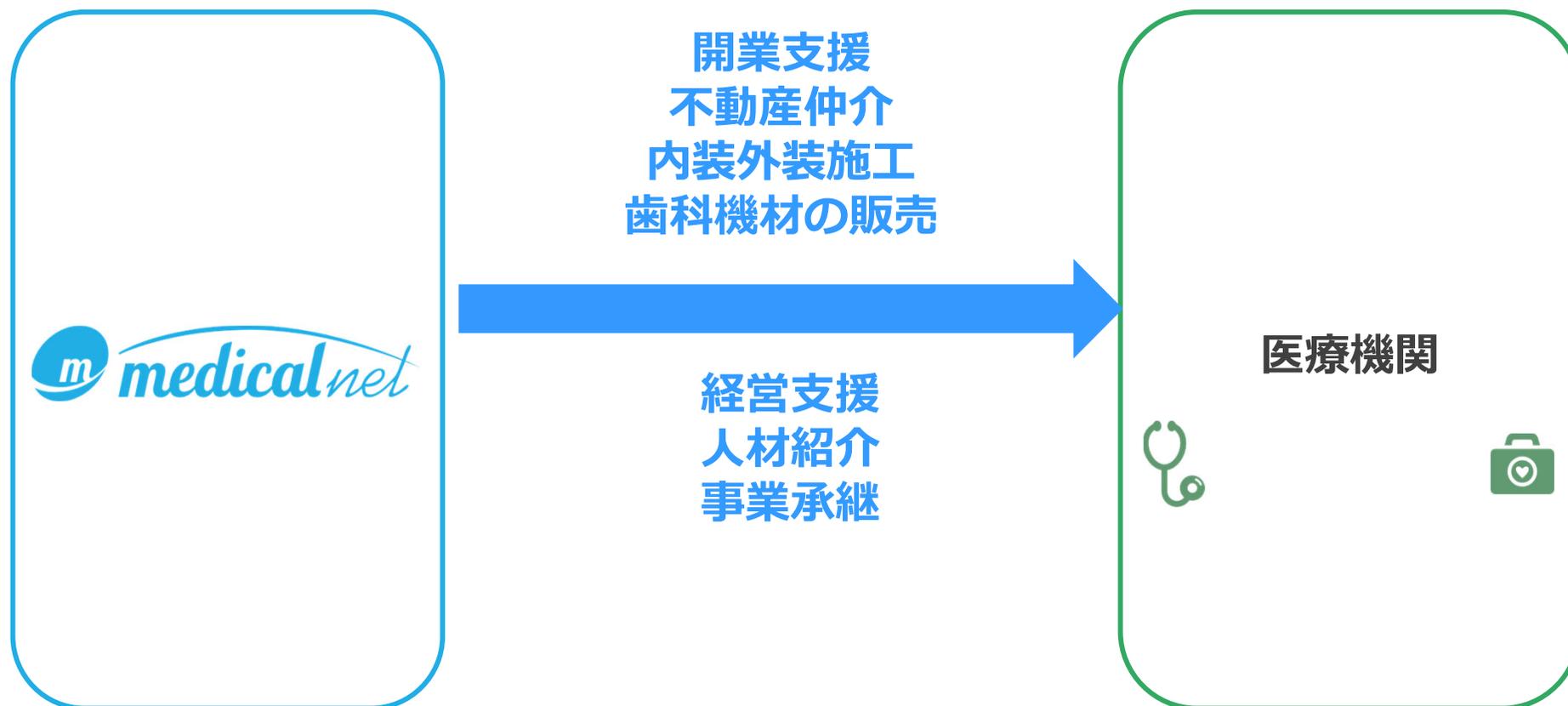
内装・外装・デザイン・施工

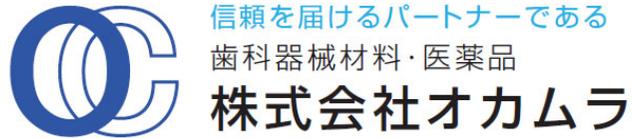


歯科医院の内装・外装及び、ロゴ・看板などのデザイン・施工まで対応しています。

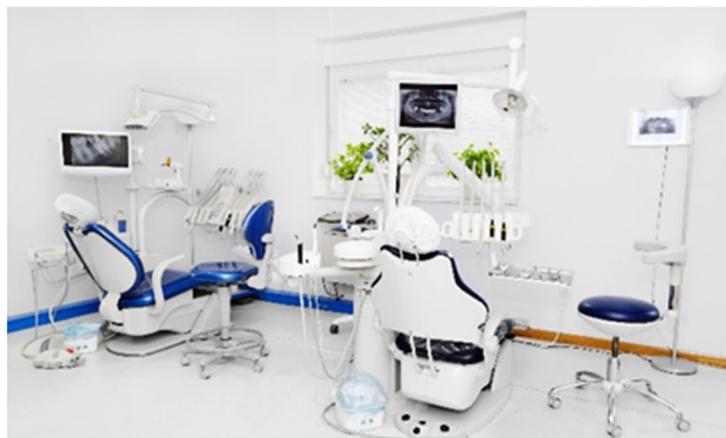
～医療機関経営支援～

医療機関の開業、経営に係るソリューション
医療機材の販売、人材紹介、事業承継をワンストップで提供





創業32年の歯科商社。歯科医院に対して
歯科機材ほか器具・薬品一式を販売して
おります。関東を中心に事業を展開。



ノイチ 薬品株式会社

創業60年の大衆医薬品のファブレスメーカー・医薬品卸として、大手ドラッグストアや調剤薬局に対して、医療用医薬品から一般医薬品に転用したスイッチOTC医薬品を中心に、ドラッグストア専売品やプライベートブランド商品を提供しております。同社は「健康をテーマとして“楽しい生活”を創ります」をミッションに掲げ、製造部門を持たず製品のアイデアを考案・企画し、連携の深いメーカーにアイデアを提案し製品化を実現しています。独自性ある医薬品を考案・企画することが使命と考え、常にお客様のニーズに沿った新しいアイデアを模索し、それを実らせ、価値ある情報を伴ったオリジナル製品として結晶することに努めております。



医療機関支援事業の収益モデル③



信頼を届けるパートナーである
歯科器械材料・医薬品
株式会社オカムラ

歯科機材・医薬品の販売



【脳恵智】

ノイチ薬品株式会社

医薬品・医薬部外品の
製造・販売



医療機関経営支援事業

歯科クリニック経営

タイ バンコクで歯科医院を経営

タイ バンコク



ゆたかデンタルクリニック

診療科

- ・ 歯科
- ・ 歯科口腔外科
- ・ 矯正歯科
- ・ 小児歯科



Pacific Dental Care

診療科

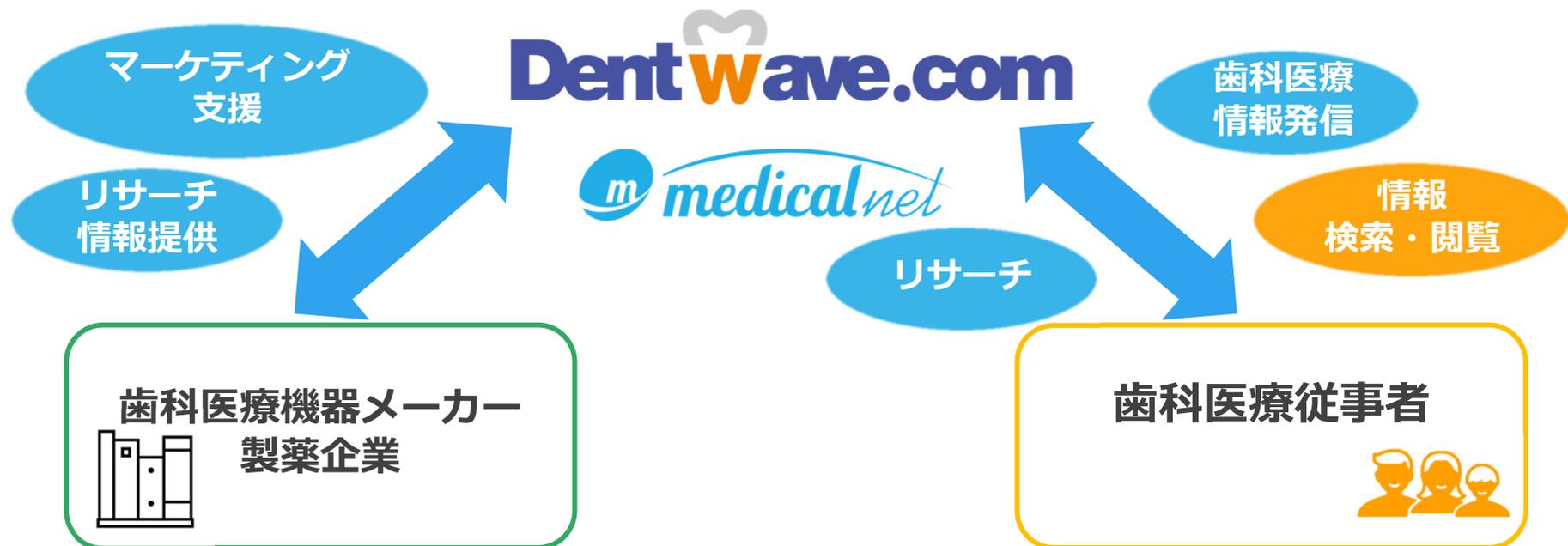
- ・ 歯科
- ・ 歯科口腔外科
- ・ 矯正歯科
- ・ 小児歯科



インターネットを活用した歯科医療に関する情報サービスの提供
歯科医療従事者会員をターゲットにする歯科医療機器メーカー、製薬会社への
マーケティング支援

国内最大級の歯科医療従事者会員数を持つDentwave.comを、
歯科医療機器メーカー、製薬企業等を顧客として広告料及び手数料収入を得て運営。

Dentwave.comの歯科医療従事者会員を活かしたリサーチの実施、
実開催のコンベンション運営、オンラインでのデンタルショーを開催するなど、
顧客のマーケティングに関するソリューションを提供。



Dentwave.com



Dentwave.comの求人情報は、歯科医師（常勤・非常勤）、歯科衛生士などの歯科医療従事者専門の就職・転職コンテンツです。

就職相談センター



求職者が安心して就職・転職できるようにサポートする「就職エージェントサービス」です。

歯科衛生士 転職お悩み相談室

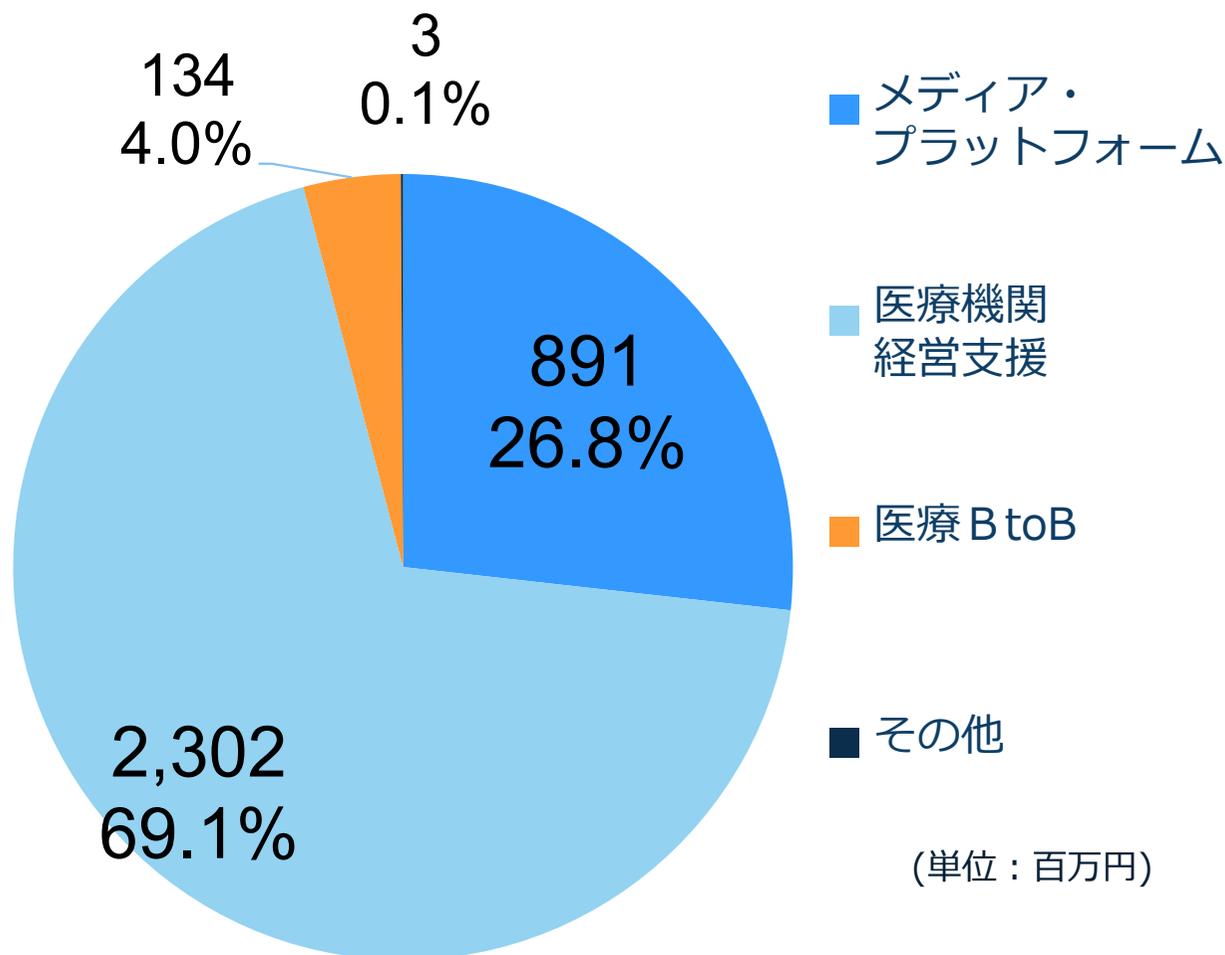


“転職したいけれど、誰に相談したらいいのかわからない…”など、転職に関するお悩みはなんでもご相談ください。

・求人情報

Dentwave.comの求人情報は、歯科専門の求人情報が掲載されており、全国の求人検索が可能です。また、就職・転職活動をサポートする就職相談センターや歯科衛生士の転職お悩み相談室があります。

2021年5月期のセグメント別売上高は以下のとおり



(単位：百万円)

メディア・プラットフォーム事業

- ・インプラントネット
- ・矯正歯科ネット
- ・審美歯科ネット
- ・歯医者さんネット
- ・Ask Dentist

etc...



医療機関経営支援事業

- ・不動産 内装外装 機材
- ・集患・増患ソリューション
- ・内装・外装・デザイン・施工
- ・医療機材 (歯科総合商社)
- ・経営・開業支援
- ・事業承継
- ・人材キャリア
- ・医薬品・医薬部外品製造・販売
- ・治療保証

etc...



医療BtoB事業

- ・Dentwave.com
歯科医療従事者登録数

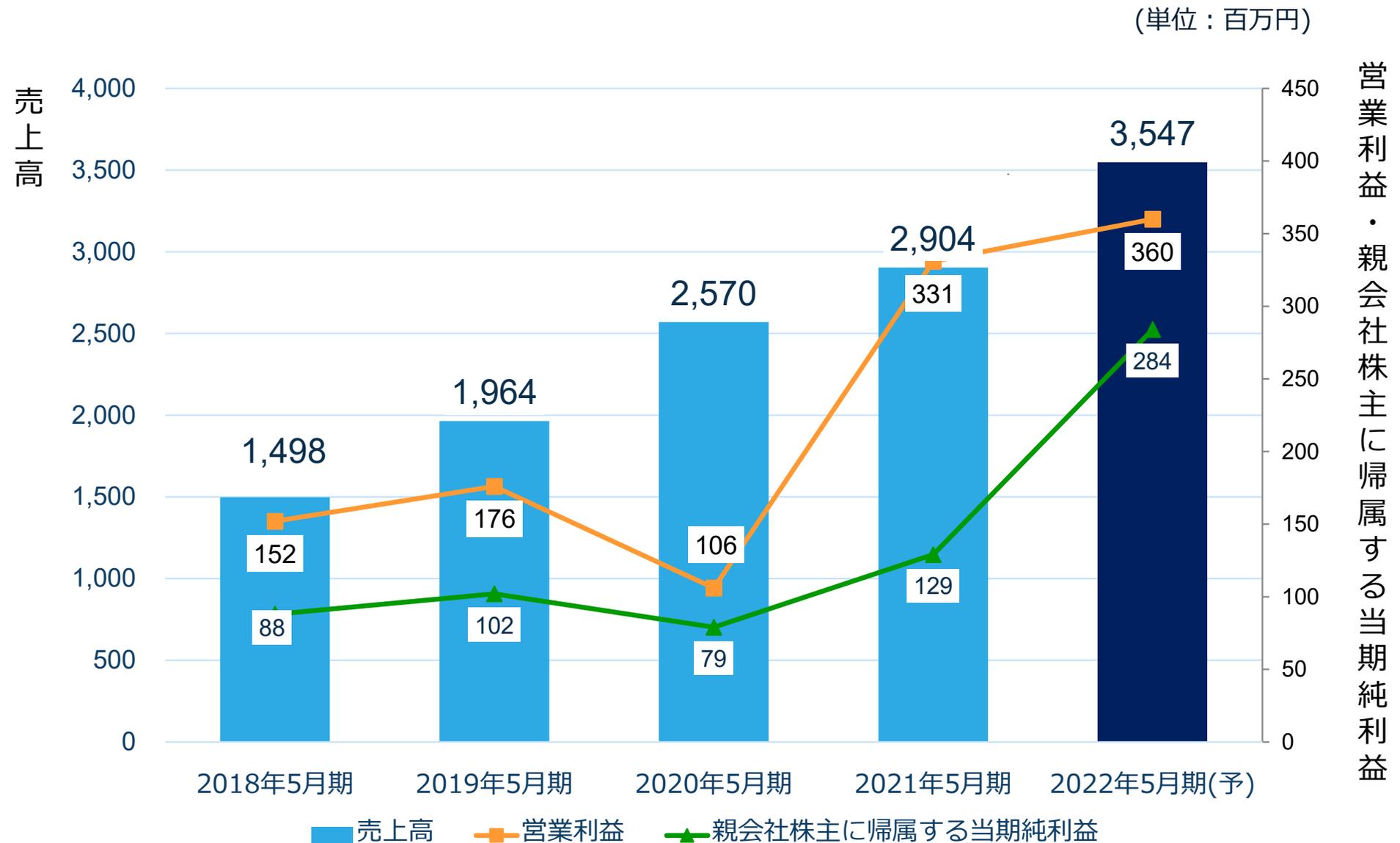
34,212人

- ・Dental Tribune
世界最大級の
歯科メディア

90カ国,65万人



売上高、各段階利益ともに順調に拡大

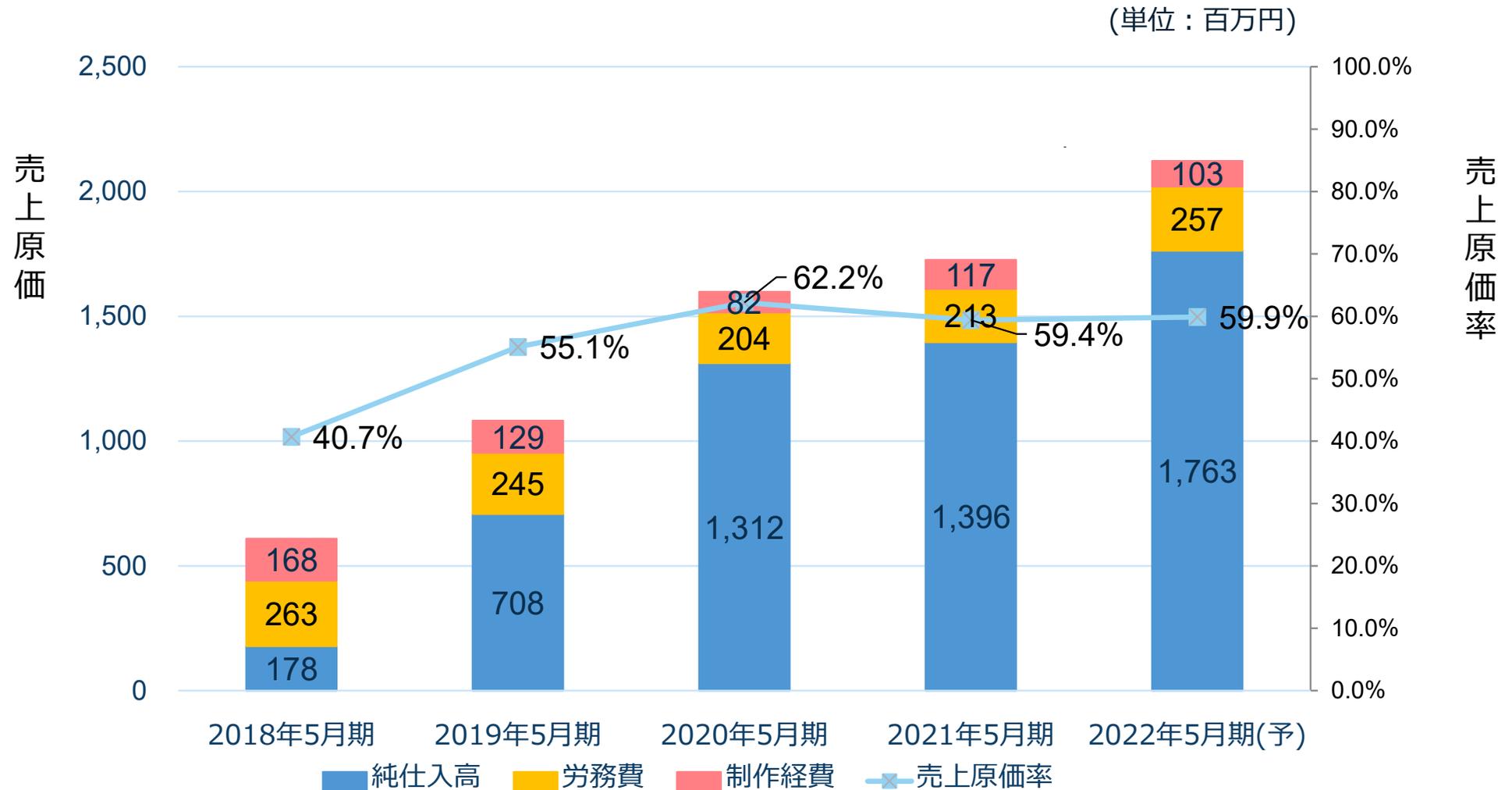


営業利益・親会社株主に帰属する当期純利益

※2022年5月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しており、前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おります。各段階利益に変更はありません。

売上原価の推移

2018年12月に歯科機材・医薬品販売事業を行う株式会社オカムラを、2021年6月にノーエチ薬品株式会社を連結子会社化（孫会社化）したことにより、純仕入高が増加、売上原価率が上昇している。当社グループ加入後、グループシナジーにより改善されている（40.7%→62.2%→59.9%）。

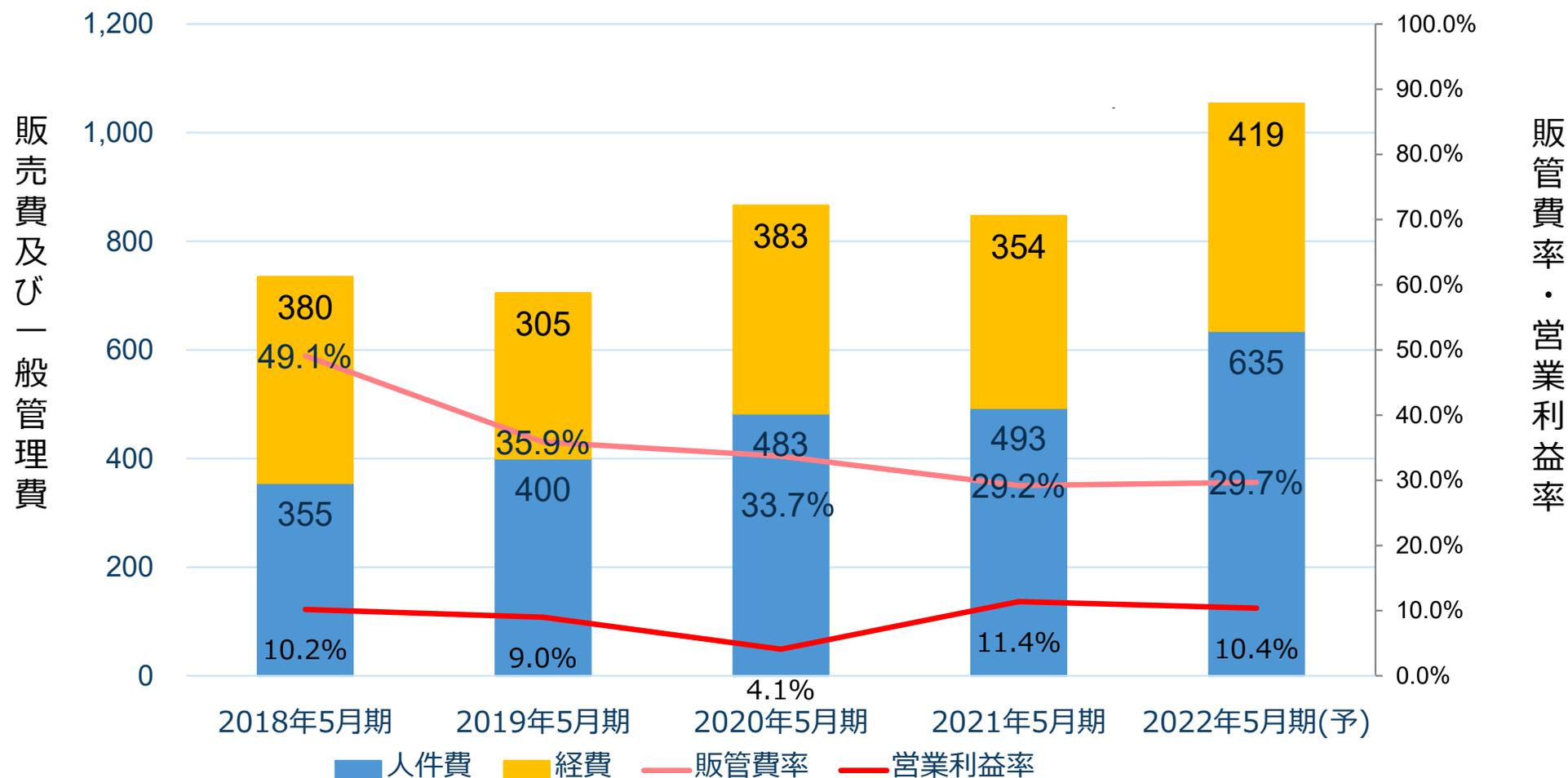


販売費及び一般管理費、営業利益率の推移

2018年12月に歯科機材・医薬品販売事業を行う株式会社オカムラを、2021年6月にノーエチ薬品株式会社を連結子会社化したことなど、事業拡大を図るため人件費は増加しているが、売上高の順調な成長、効率的なプロモーション活動及び固定費を中心とする構造等により販管比率は堅調に改善（49.1%→29.7%）。

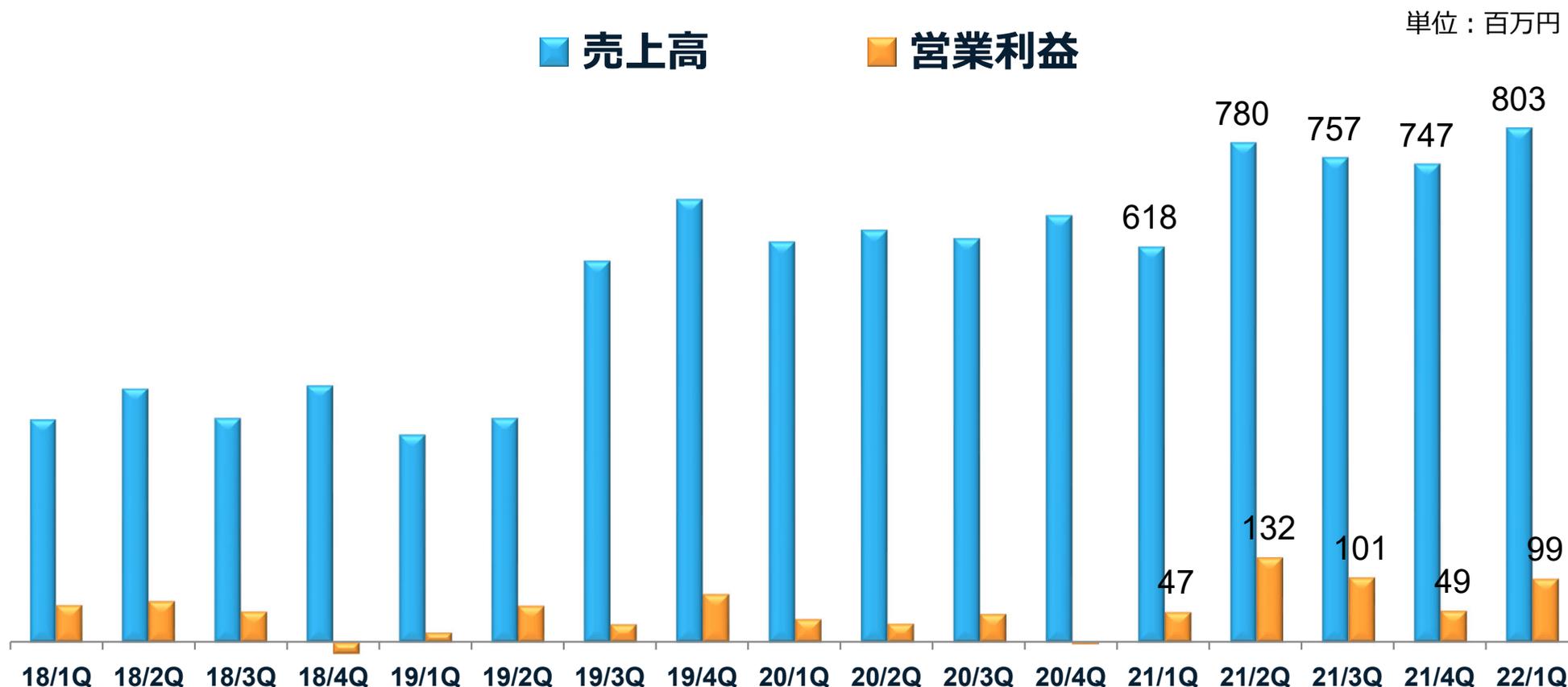
営業利益率は2020年5月期までは投資が先行し、利益率が低下傾向にあったが、2021年5月期より先行投資の効果が出始め、利益率は改善。

(単位：百万円)



四半期売上高・営業利益推移

※2022年5月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しており、前四半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おります。



**各事業において、売上高、営業利益ともに好調に推移。
2022年5月期第1四半期連結累計期間では過去最高を達成。
グループ全体で事業規模拡大。**

3. 市場環境



メディア・プラットフォーム事業/医療機関経営支援事業（集患・増患ソリューション）では、以下の領域を主な対象としております。

インターネット広告市場 広告費（2020年） 2兆2,290億円

インターネット広告市場（2020年） 広告費 2兆2,290億円（前年比 5.9%増）
過去5年で1.9倍となっており、今後もインターネット広告市場は拡大していくと見込んでいる。

（株式会社電通「2020年日本の広告費」より）

歯科診療医療費（2020年） 3兆52億円

2015年は2兆8,329億円であった歯科診療医療費は徐々に増加しており、
今後も歯科医療の重要性の高まりから、さらに増加していくと見込んでいる。

厚生労働省「令和2年度 医療費の動向」より

歯科診療所（2021年9月） 68,041施設（前年同月比0.1%減）

歯科診療所の数は2011年以降68,000施設前後で推移。
当社の取引先数は約1,000クリニックであることから、拡大の余地は大きい。

（厚生労働省「医療施設動態調査」より）

医療機関経営支援事業（開業支援・経営支援・歯科器材販売）では、以下の領域を対象としております。歯科診療所は約68,000件で推移しているものの、毎年1,400～1,700件が開業しています。開業、経営支援、歯科機器・用品の販売それぞれにおいては、不動産事業者、歯科機材の二次卸、税理士事務所、コンサルティング会社等が存在いたしますが、すべてをワンストップで行える当社グループはその強みを活かし、開業から事業承継までサポートすることで事業の拡大を目指します。また、DX化が遅れている当市場において、いち早くDX化を推し進めることにより先行者利益の獲得を目指します。

歯科診療所（2021年9月）68,041施設（前年同月比0.1%減）

（厚生労働省「医療施設動態調査」より）

歯科診療所の数は2011年以降68,000施設前後で推移。
当社の取引先数は約3,000クリニックであることから、拡大の余地は大きい。

歯科診療所開設数の推移

（厚生労働省「医療施設調査」より）

2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
1,604	1,702	1,720	1,485	1,451

歯科診療所の開設費用は約5,000万円（※当社調べ）必要とされており、2019年の市場規模は約725億円と推計される。
ワンストップで開業を支援できる当社グループの強みを活かし、事業の拡大を目指す。

歯科機器・用品の市場規模（二次卸販売額）【単位：億円】

（株式会社アールアンドディ「歯科機器・用品年鑑2020年版」より）

2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
3,440	3,470	3,529	3,574	3,667

歯科診療医療費の伸びとともに、歯科機器・用品の市場規模も拡大しており、今後口腔の健康が重視されることにより、更なる拡大が見込まれる。
当社グループは販売のDX化、M&Aを積極的に進め事業拡大を目指す。

医療BtoB事業では以下の領域を対象としております。

当事業では歯科医療従事者を会員とし、会員向けに歯科医療情報を提供しております。

2021年8月現在の会員数は34,212名と順調に増加を続けております。2025年には歯科医師の8割の約8万人の会員獲得を目指し、歯科医療従事者にとってより有益な情報の提供、より閲覧しやすくなるサイトの構築を図ってまいります。と同時にこの日本最大級の会員数を活かし、歯科機器・用品メーカーや製薬会社のマーケティング、リサーチを担うことで事業の拡大を目指します。これまで歯科医療業界では紙媒体でのマーケティングがメインでしたが、近年歯科機器・用品メーカー、製薬会社の歯科向けマーケティングはデジタルにシフトし始めており、当社グループがその受け皿となることで事業規模拡大に追い風となっております。

歯科医師数（2018年）104,908名※1

歯科衛生士（2018年）132,635名※2

2021年8月現在で、Dentwave会員数は34,212名であり、会員数拡大の余地は大きい。また、2021年11月に業務提携を行った日本最大級の歯科医療者向けメディア『1D』を運営するワンディー株式会社との連携を強化し、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る。

※1（厚生労働省「平成30年（2018年）医師・歯科医師・薬剤師統計の概況」より）

※2（厚生労働省「平成30年衛生行政報告例（就業医療関係者）の概況」より）

歯科機器・用品の市場規模（メーカー・輸入商社出荷額）【単位：億円】

2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
3,310	3,360	3,450	3,535	3,620

（株式会社アールアンドディ「歯科機器・用品年鑑2020年版」より）

歯科機器・用品の市場規模（国内末端市場規模）【単位：億円】

2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
3,880	3,920	4,000	4,050	4,125

（株式会社アールアンドディ「歯科機器・用品年鑑2020年版」より）

4. 成長戦略





① 競争力維持の源泉：参入障壁となる歯科クリニックの特質

当社グループの最大の顧客である、歯科クリニックはほとんどが個人事業主であり、事務局や医局に決裁権者がいる病院と異なり、決裁権者は歯科医師の先生となります。先生がクリニックにいる時間は診療中であり、先生との商談の機会は、治療前・昼休み・治療後の時間に限られるため、飛び込み営業の機会が大きく制限されています。また、歯科医院経営者が主に富裕層であることから、大量に来る営業を一括して断っている場合もあります。

歯科業界での知名度と実績を持つ当社グループは、このように営業が困難な歯科クリニックへのアプローチが可能です。

現在は既存顧客に対するきめ細やかな対応でのフォローを重視しています。今後の新規事業において事業領域を拡大させた際にも、この参入障壁は有効に発揮され、当社グループは歯科クリニックを中心とした事業展開における模倣困難性を享受することができます。

② 競争力維持の源泉：歯科に特化したデジタルトランスフォーメーション力

すでに詳細に説明してきたように、創業以来インターネット領域での事業を展開してきた当社グループは、歯科クリニックの医療行為、業務、歯科取引慣行に精通したホームページ作成やWebマーケティングの部分で強みがあり、歯科に特化したデジタルトランスフォーメーション力において、創業以来現場で積み重ねてきた情報集積やノウハウがあります。これらの強みは、大手IT企業や、一般医療に強いIT企業でも容易に模倣することはできません。以上の2つの競争力維持の源泉は、長期的にも模倣することは困難であると考えております。今後も、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する唯一無二の企業であり続けることを目指します。

メディカルネットグループの強み～歯科医療において圧倒的ナンバーワン



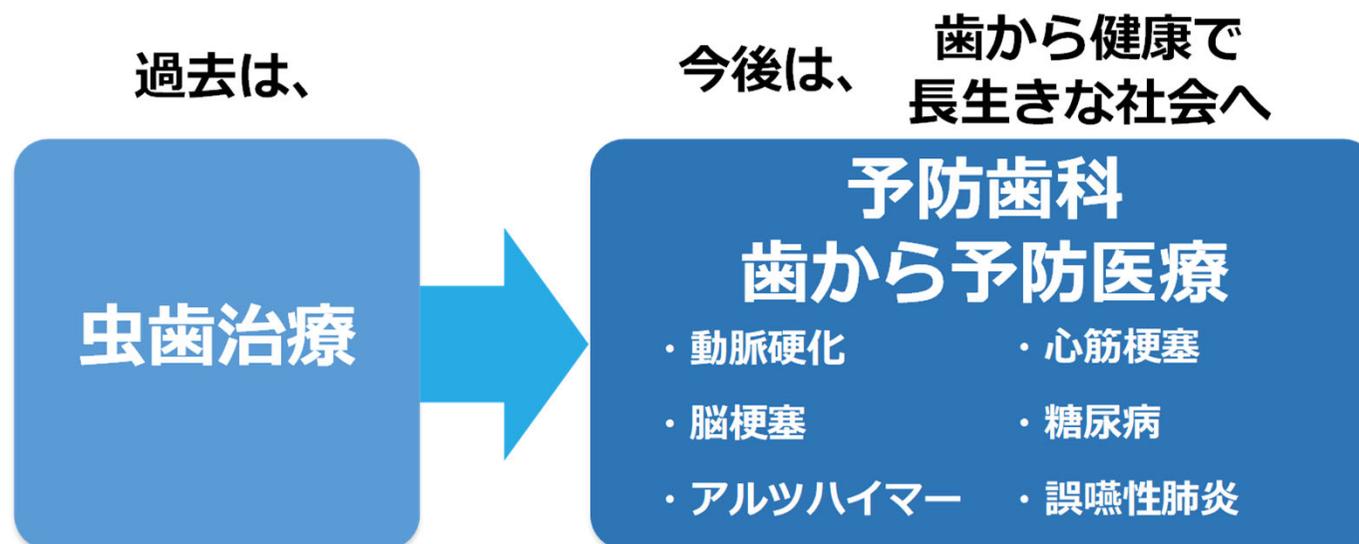
③ 外部環境：歯科業界の変化

歯科業界では、歯科医療の、「虫歯治療中心から、予防歯科・歯から予防医療」への変化が起きると予想され、安倍政権誕生の2013年以来まとめられている経済財政運営と改革の基本方針の中で2017年において初めて、疾病予防・重症化予防の中で、歯科検診の役割が言及され、下記に示したように、2019年においては更に踏み込んだ内容が盛り込まれました。この変化が今後5年で本格化することが、目指す姿を実現するための外部環境の要因として最も重要なものになります。

■ 成長シナリオの根幹となる歯科業界の変化

経済財政運営と改革の基本方針2019からの抜粋

「口腔の健康は全身の健康にもつながることからエビデンスの信頼性を向上させつつ、国民への適切な情報提供、生涯を通じた歯科健診、フレイル対策にもつながる歯科医師、歯科衛生士による口腔健康管理など歯科口腔保健の充実、入院患者等への口腔機能管理などの医科歯科連携に加え、介護、障害福祉関係機関との連携を含む歯科保健医療提供体制の構築に取り組む。」



当社グループは、2025年5月期において、①歯科医療プラットフォームビジネスのNo.1の地位の強化、②新領域のプラットフォームの育成、③歯科医療事業の海外での上場を軸にしたアジア展開、という三つの施策を推進するために、三つのケイパビリティの対象領域を拡大します。三つのケイパビリティの対象領域の拡大と三つの施策の関連性は以下の図を御覧ください。

これらの施策により、新領域として、「予防・未病プラットフォーム事業」を産業化し、また、領域拡大として「東南アジアでの歯科事業」を推進することを目指します。これにより、医療機関は、自由診療中心の歯科クリニックが中心でしたが、より幅広い歯科クリニックを対象に事業拡大を推進することが可能となり、当社が持つ無料も含めると4万件を超える歯科医療関係者の会員基盤をベースにこれまでとは次元の異なる売上成長を追求していきたいと考えます。

	三つのケイパビリティ	これまでの対象	これから拡大していく対象
I.	インターネットにおいて産業未成立の領域を探求する能力	自由診療をおこなう歯科クリニックのインターネットマーケティングを産業化	「予防・未病プラットフォーム事業」
II.	専門性を追求する能力	主に、口腔周りの健康について、歯科クリニックと生活者の両者が利用可能な情報サイトを拡充	口腔周りから始まる健康寿命増進に関する情報サイトを拡充
III.	産業化した領域を拡大する能力	情報メディアを軸に歯科クリニックと歯科関連企業をつなぎ、広告ソリューションで歯科関連企業を支援	「東南アジアでの歯科クリニック経営事業拡大および歯科医療バリューチェーンの構築」
	三つのケイパビリティによる売上の源泉となる顧客・地域	自由診療中心の歯科クリニック 歯科関連企業 日本	自由診療以外の歯科クリニック 一般医療機関・医療関連企業 東南アジア

口腔周りから始まる健康寿命増進プラットフォームビジネスNo.1

①歯科医療プラットフォームビジネスのNo.1の地位の強化②新領域のプラットフォームの育成

③歯科医療事業の上場を軸にしたアジア展開

2025年5月期 売上高10,000百万円・営業利益率10%

新領域①：「予防・未病プラットフォーム」

唾液によるDNA、マイクロRNA検査による未病検知&疾病の早期発見

ミルテルの概要とメディカルネットグループにとっての意義

メディア・プラットフォーム事業においてより幅広い健康増進のための情報提供を行うサイトを展開していますが、更に「口腔周りから始まる健康寿命増進プラットフォームビジネスNo.1」の地位を目指すために、歯科クリニックにおける、唾液を利用したDNA検査やデンタルセンサーを利用した予防・未病プラットフォーム事業の立ち上げを5年以内を目指します。

事業の核となるのが、2015年に資本業務提携した、染色体の最末端部分のテロメア1本鎖DNA配列（Gテール）の長さを測定する世界オンリーワンの技術を用いた未病検知検査「テロメアテスト」を事業として行う広島大学発のベンチャー企業、株式会社ミルテル（以下、「ミルテル」）との連携です。

同社は、血液に含まれるテロメア、マイクロRNAなどから、未病検知検査や疾患の早期発見の検査する方法をすでに上市し、事業展開しています。

ミルテルは現在、より検体の取得が極めて容易な唾液に含まれるテロメア、マイクロRNAにより歯科医師で検査できる体制の構築を目指しています。

当社グループとミルテルは口腔領域における唾液や口腔粘膜などの臨床検体等を利用した未病・疾患早期発見を目的とした検査等の歯科領域における事業を企画・開発し、当社が独占的に販売する予定です。

まだ、時期は未定ですが、当社としては、2025年3月期までには事業化を目指したいと考えています。

会社概要	
社名 株式会社ミルテル 代表取締役社長 田原栄治	設立 2012年9月 資本金 367.5百万円(2020年7月現在)
主要サービスと今後の展望	
わずかな血液から疾患の早期発見や未病状態を測定する2つの検査を展開	
テロメアテスト	ミアテスト
<ul style="list-style-type: none"> ● 染色体の最末端部分のテロメア1本鎖DNA配列（Gテール）の長さを測定する世界オンリーワンの技術を用いた未病検知検査 ● 「老化が原因の疾患にかかりやすい体質なのか？」「健康な状態なのか？疾患発症の状態なのか？」という未病状態を知るための検査 ● テロメアテストを受ければ、「遺伝子疲労度」をモニターしながら医師がアドバイスをを行うことで、疾患にかかりにくい状態を維持でき、適切な予防や対策により健康長寿が目指せる 	<ul style="list-style-type: none"> ● 各臓器から出る疾患特異的な因子（マイクロRNAなど）を検出し、疾患の早期発見を行う検査 ● 採血のみの検査のため、既存の検査に比べて患者の負担が少ない ● 画像検査等では確認できないケースでも疾患の可能性を発見することが可能 ● 「がん」や「アルツハイマー型認知症」などの疾患を早期に発見 ● 乳がん、膵臓がんにおいて特に効果 ● 疾患のリスクが高い場合でも、免疫力増強や食事改善などにより、予防をすることが可能に

メディカルネットグループとミルテルは口腔領域における唾液や口腔粘膜などの臨床検体等を利用した未病・疾患早期発見を目的とした検査等の歯科領域における事業を企画・開発し、当社が独占的に販売

口臭センサーによる疾患リスクの検査技術の開発

当社グループは、口臭の臭気と特定の疾患の因果関係の特定する検査技術を岡山大学と共同で研究し、岡山大学と共同（持ち分割合は岡山大学とメディカルネットで50：50）で特許を取得いたしました。当社グループの戦略としては、さらに唾液や臭気と特定の病気の関連性等の研究を進め、将来的にはデンタルセンサー（常時、歯にセットするタイプ）により予防・未病まで結び付けてからの商業化を考えています。口臭の原因については、う蝕、歯周疾患、唾液分泌量の低下、口腔内細菌叢の変化など様々な原因が知られていますが、現状普及している口臭検知装置等では、臭気発生の原因を特定することもまた不可能であり、こうした現況下では、口臭に対する治療のほとんどが、口腔全体に対する清掃処置となり、局所的な臭気発生源に対する原因除去処置が行われない状態にあります。岡山大学と共同で開発している技術は、局所的な臭気を取得し、臭気発生部位を特定し疾患との因果関係を特定し、予防・未病に貢献するものと考えています。

以上のような技術を含め、幅広く、口腔周りの医療技術に関連した検査技術及び歯科の予防・未病の医療サービスの向上に貢献する技術を中心に、総合的に予防・未病に関連する医療技術を支援するプラットフォームを立ち上げていきたいと考えています。

従来の歯科医院の仕事は、自由診療であっても、インプラントや矯正など、あくまで歯科領域に限られていました。しかし、唾液での検査が可能になると、保険診療を主とする歯科医院であっても、新たな領域での仕事が可能となります。現在、DNA検査の需要が高まり様々な検査キットが販売されていますが、医療機関での検査であるため信用面での差別化が見込まれます。また、血液を利用した検査と比較して安価であることから、DNA検査の更なる普及が期待されます。これらの理由から、唾液センサーを利用したDNA検査には飛躍的なトレンドを見込むことが出来ます。同時に、歯科医院における自由診療の幅が広がるので、クリニック間の差別化を図ることも可能となります。こうした流れは、「口腔周りから身体全体の健康へ」、つまり人々の健康を支えていくことに、歯科医院が大きな役割を担っていくことを意味しています

業界初の口腔内カメラを活用した歯科向けオンライン診療サービス提供に向けた株式会社アイリッジとの提携

スマートフォンを活用し、企業のO2O(OnlinetoOffline)/(OnlineMergeswithOffline)を支援している株式会社アイリッジとの業務提携により、歯科向けの口腔内カメラを活用したオンライン診療サービスの共同開発と展開を進めます。日本歯科医師会の調査委によると歯科疾患と体の病気との関連への意識は高まっているものの、矯正治療において費用面以外に器具の見た目や痛み、通院の負担が障壁となりやすいと分かってきました。口腔内カメラを活用したオンライン診療サービスでは、事前に歯科医院から患者に提供される歯科用口腔内カメラとスマートフォンによるビデオチャットを活用しリアルタイムに診察を行える業界初のサービスです。今後は非リアルタイムで医師に相談出来るサービスも予定しており、診察の必要性や患者の健康状態について医師が一般的な回答・アドバイスを行い、来院頻度の低下や感染症の拡大防止に効果あると考えております。

新領域②：歯科医療向け納品プラットフォーム事業

連結子会社である株式会社オカムラで取り組んでいる、歯科ディーラーと歯科クリニックのアナログ中心の取引をデジタル化するクラウドベースの歯科医療向け納品プラットフォーム事業を立ち上げて、取引の効率化を歯科ディーラーと歯科クリニックに提供し、双方にとって価値のあるデジタルトランスフォーメーションを事業化していきます。株式会社オカムラにおいて歯科医療に利用される20万点もの各種機材、材料についてデジタル化を視野に入れ、これらを対外的に開放することで、幅広く歯科ディーラーと歯科クリニックとの間の取引の効率化をはかります。取引額では潜在的に約2,000億円程度存在し、一定程度のシェアで、5%程度のマージンが取れば、大きな成長力が潜在的にあると考えています。

既存領域で特に拡大していく取り組み：医療BtoB事業/タイでの歯科医療事業

さらなる成長を当社グループが追求するには、歯科医師に対して、消費と事業の双方で、サービス・商品を提供しているBtoB分野を拡大することが重要です。歯科医師をターゲットにした消費サービスや、歯科クリニックが利用する数十万点にわたる医療機器・器具・医薬品・技工材料を収める卸業者を支援するプラットフォームを立ち上げることや、海外進出がカギになると考えます。

現在、80社がBtoBの取引先ですが、これをいかに広げるのが重要な視点となります。

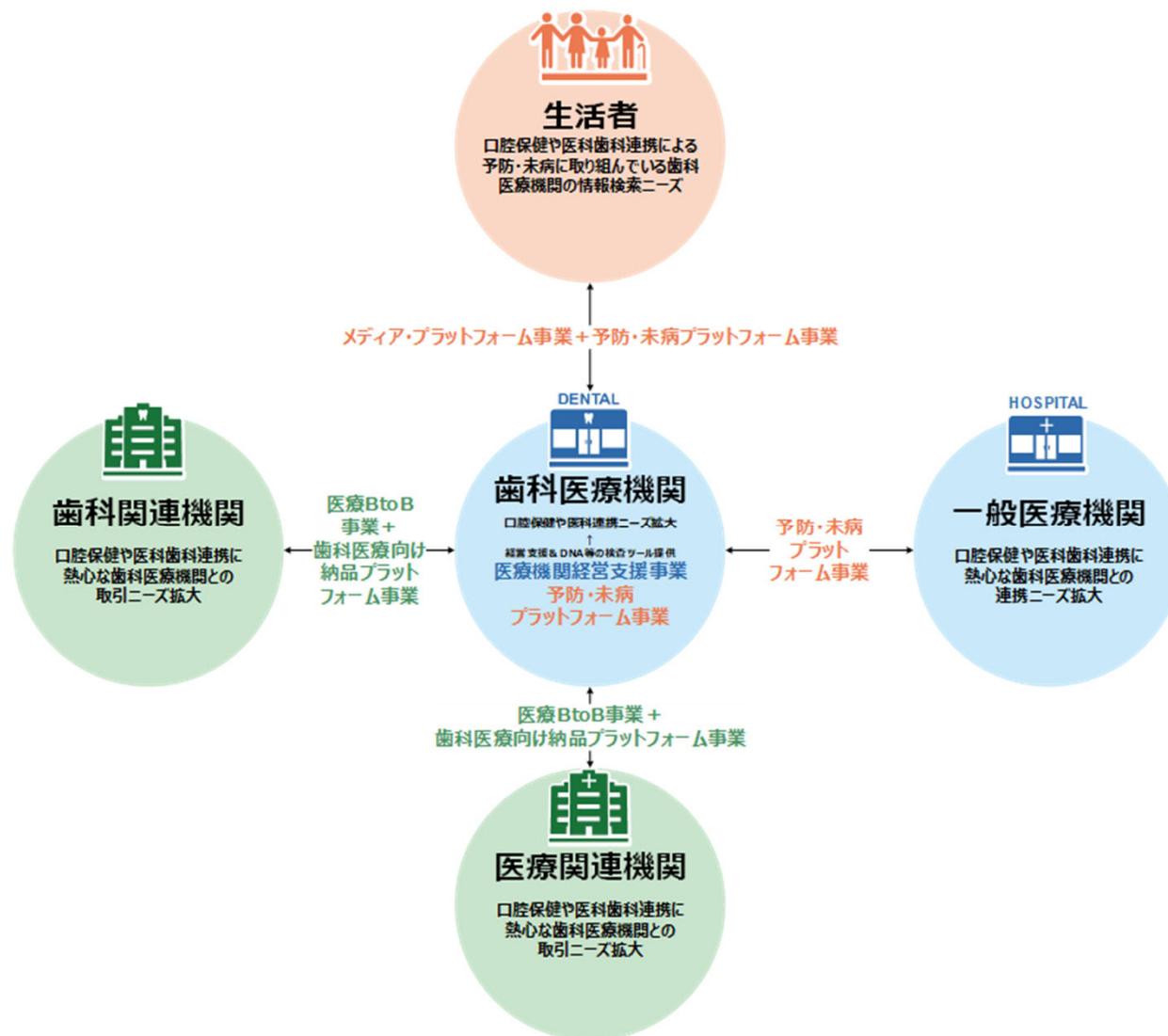
また、日本の高度な歯科医療技術と、タイでの歯科医院経営をベースに海外においても歯科医療プラットフォームの構築することも領域拡大において重要な視点となります。

これまでの事業と新たに取り組む領域をあわせて、情報領域だけでなくリアルチャネルにも進出し、「口腔周から身体全体の健康へ」を実現する口腔周から始まる健康寿命増進プラットフォームの構築にも励んでいます。それを総合的に俯瞰した表が右の表です。



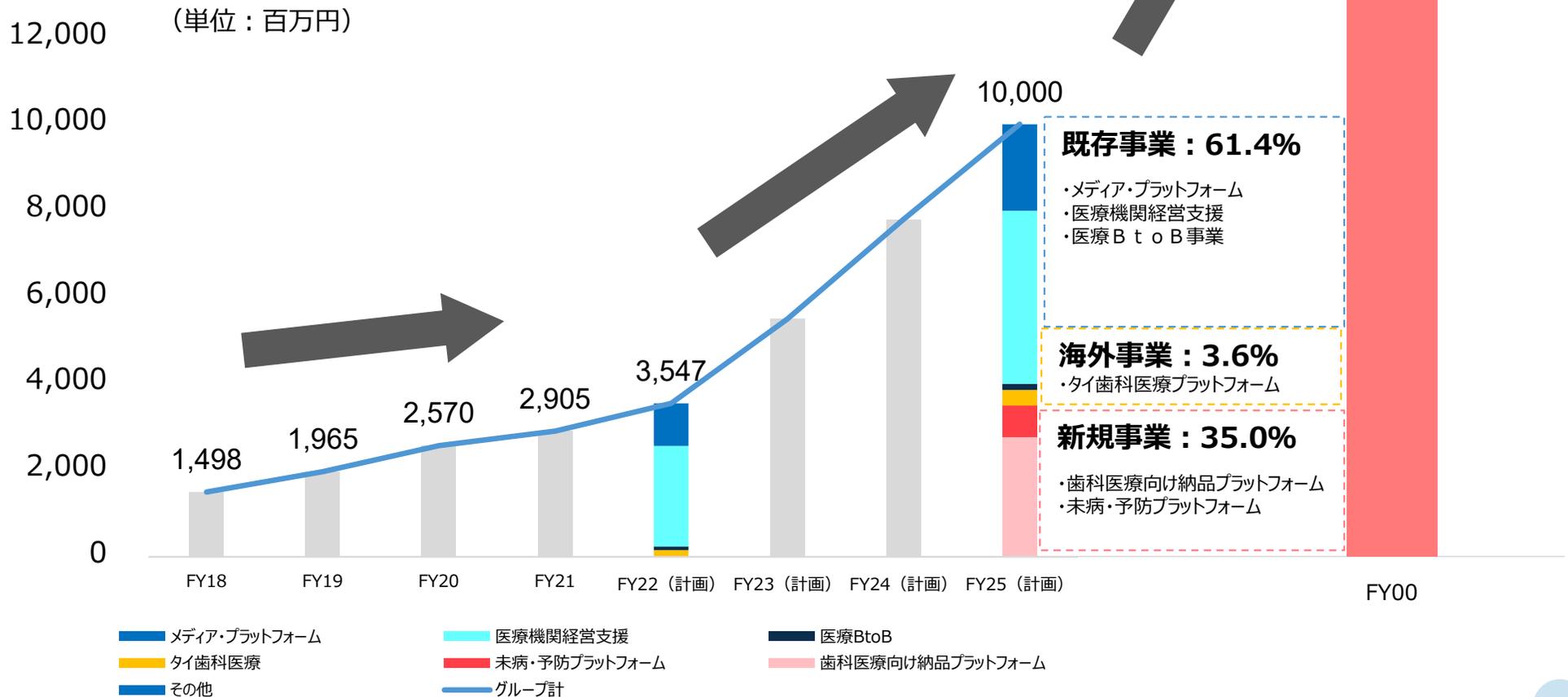
目指す姿のイメージ

これらにより、歯科医療関連以外にも事業が拡大し、取引、経済圏がひろがるものと考えます。





成長を加速させるブランディング創り



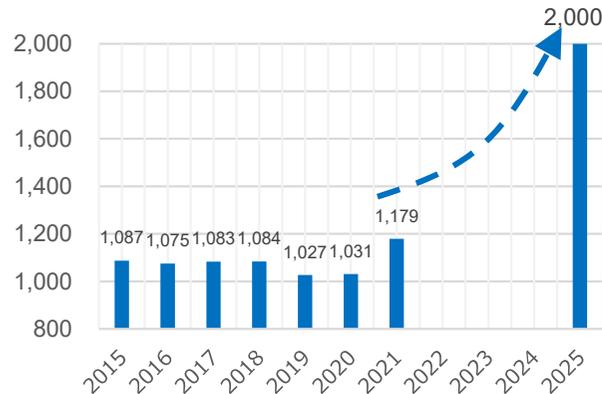
創業当時の成長期において、当社グループは、「インターネットにおいて産業未成立の領域を探索する能力」「専門性を追求する能力」により、主に歯科医療において専門的な情報を提供する自社メディアを中心にポータルサイトを展開する「メディア・プラットフォーム事業」を創り上げました。その後「産業化した領域を拡大する能力」により、2006年以降、歯科クリニックを支援する医療機関経営支援事業、歯科関連企業と歯科医療従事者をつなぐ医療BtoB事業を拡大してまいりました。

その結果、2021年5月末現在で、歯科医療機関との取引数が約3,000クリニック、ポータルサイトの有料会員10,000クリニック、歯科関連企業との取引数80社、歯科メディアにおいて歯科医療従事者約4万人の会員を有し、「歯科医療プラットフォームビジネス国内No.1」を築いてまいりました。

当社グループの既存領域においては、下のグラフに示したように顧客数、歯科医療従事者会員数の獲得を目指します。

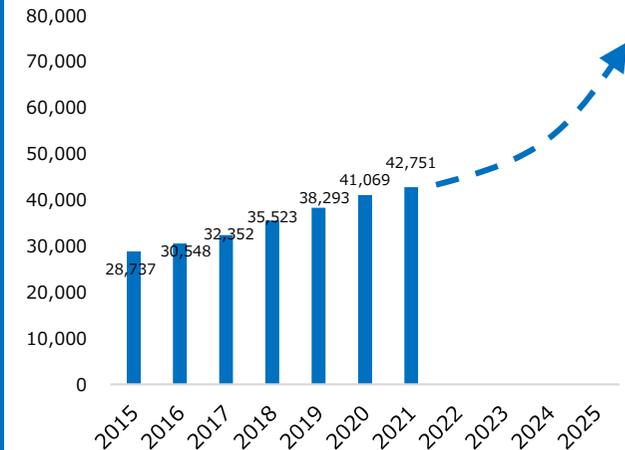
また、新領域である「予防・未病プラットフォーム事業」では、2025年5月期までに1,800顧客の獲得、「歯科医療向け納品プラットフォーム事業」では60顧客の獲得を目指します。

メディアプラットフォーム事業 顧客数推移



メディア・プラットフォーム事業においては、歯科医師が多忙なことから歯科医療業界の参入障壁が高く、新規参入が厳しいものとなっております。また、インターネット広告市場は年々拡大し、今後も継続して拡大することが見込まれます。当社グループではすでに当社が運営するサイトに登録されている約1万の無料会員クリニックをはじめ、全国の歯科医院に対してこれまで培ってきた歯科医療業界との関係性、ノウハウを活かし、サイトの価値の向上及び営業力の強化により顧客数増加ペースを加速させ今後も更なる成長を目指します。

歯科医療従事者会員数

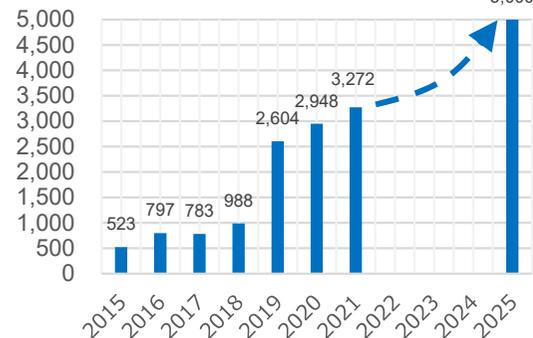


何らかの形で当社グループのサービスを無料も含めて提供しているケースを会員として、会員数の推移を見たのが上のグラフです。4万人を超える歯科医療従事者が当社グループの会員となっています。

ただし、その中で売上を上げている有料会員の数は、メディア・プラットフォーム事業で1,000件、医療機関経営支援事業で3,000件となっており、会員数と比較すると、まだ多くの有料化の拡大余地があります。

また、M&Aを積極的に行い新たな会員、クライアントを獲得していくことで事業の成長を目指します。

医療機関経営支援事業 顧客数推移



歯科診療所は約68,000件で推移しているものの、毎年1,400~1,700件が開業しています。開業、経営支援、歯科機器・用品の販売及びマーケティング支援のすべてをワンストップで行える当社グループはその強みを活かし、開業から事業承継までサポートすることで事業の拡大を目指します。また、DX化が遅れている当市場において、いち早くDX化を推し進めることにより先行者利益の獲得を目指します。

また、積極的にM&Aを推進し事業領域の拡大及び顧客数の拡大を目指します。

5. 事業等のリスクと 対応策



事業等のリスクと対応策

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

認識するリスク	顕在化する可能性	時期	リスクの内容	リスクへの対応
M&A等を含む投融資について	中	中～長期	当社グループは、事業規模の拡大を目指すため、既存事業の強化・経営ノウハウを活かせる事業など新規事業領域への参入とその強化を通じた企業価値の最大化を経営上重要視しており、そのための手法の一つとして、今後、M&A等を含む投融資活動を強化していきます。買収後に未認識債務の判明や偶発債務の発生等事前の調査で把握できなかった問題が生じること、買収後の事業の展開等が計画通りに進まないこと、買収後の事業維持につき想定以上のコストが生じることや事業提携先の企業が後に競合相手となり当社グループとの提携中に獲得したノウハウ等を利用されること等が生じた場合には、当社グループの業績に影響を与える可能性があります。	対象企業について事前に可能な限り詳細な審査を行い、十分にリスクを検討した上で、M&A等を進めてまいります。
情報セキュリティについて	中	中～長期	当社グループは、事業活動を通して、お客様や取引先の個人情報及び機密情報を入手することがあり、また、営業上の機密情報を保有しています。サイバー攻撃、不正アクセス、コンピューターウイルスの侵入、情報セキュリティの欠陥等により、万一これらの情報が流出した場合や重要データの破壊、改ざん、システム停止等が生じた場合には、当社グループの信用低下や業績に影響を及ぼす可能性があります。	お客様や取引先の個人情報及び機密情報について厳格な管理体制を構築し、情報の取扱い等に関する規程類の整備・充実や従業員等への周知・徹底を図るなど、情報セキュリティを強化しております。
人材の確保・育成について	中	中～長期	当社グループは、事業運営にあたり、各事業領域や職能において専門性を有する人材が必要であり、今後とも事業拡大に応じて継続的な人材採用・育成を行うことが欠かせません。将来的に、優秀な人材の獲得が困難となる、人材の育成が計画通りに進まなくなる、在職する人材が社外流出する等の事態が生じる場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。	人材の採用のため多様な採用手法を用いて優秀な人材の獲得に努めております。また、OJTや教育研修、マネージメント研修を実施し、人材育成にも力を入れております。

本資料には、当社又は当社グループに関連する見通し、計画、目標などの将来に関する記述がなされています。これらの記述は、当社が現在入手している情報に基づき、本資料の作成時点における予測等を基礎としてなされたものです。また、これらの記述は、一定の前提（仮定）のもとになされています。これらの記述または前提（仮定）が、客観的には不正確であったり、または将来実現しないという可能性があります。

本資料に記載されている当社及び当社グループ以外の企業等に係る情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について当社は何等の検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。

当資料のアップデートは、今後、本決算発表後8月を目処として開示を行う予定です。

株式会社メディカルネット