

# 個人投資家向け会社説明会 ミーティングメモ

## メディアスホールディングス株式会社(3154)

開催日：2026年3月8日（日）

場所：オービックホール（大阪府大阪市中央区）

説明者：代表取締役社長 池谷 保彦 氏

取締役専務執行役員コーポレート統括本部長 芥川 浩之 氏

### 《第一部：代表取締役社長 池谷 保彦 氏》

#### 1. 企業概要

- ・ 当社は2009年7月に設立された持株会社です。ただし、グループを構成する各事業会社は、戦後の医療体制が整備・発展していく過程で設立された会社が多く、いずれも70年から80年近い歴史を有しています。持株会社としての設立は比較的新しいものの、事業基盤自体は長年にわたり地域医療を支えてきました。  
資本金は13億8,000万円、従業員数は3,556名です。決算期は6月で、本社は東京・日比谷に置いています。
- ・ 2010年7月にジャスダック証券取引所に上場。2016年9月に東証二部、2017年に東証一部に指定替えになり、2022年4月にプライム市場に移行しています。
- ・ 当社グループを構成する会社は全部16社です。このうち、医療機器販売を担う会社が10社あります。内訳は、いわゆる総合卸と呼ばれる、幅広い医療機器を取り扱う商社が7社、循環器分野に特化した専門商社が2社、整形外科分野に特化した専門商社が1社です。加えて、介護・福祉機器を専門に扱う商社が1社あります。  
そのほか、病院の業務効率化など、医療現場が抱えるさまざまな課題に対してソリューションサービスを提供するメディアスソリューション、医療機器の修理・メンテナンスを行うつむぐメディカル、主に東南アジアや中国からマスクや手袋などのPPEを輸入・調達するミウル・ヘルスケア、メーカーの営業代行を行うレップス、物流機能を担うメディリスロジがあり、これらを含めてグループ全体で16社体制となっています。
- ・ 全国25都道府県に85拠点の販売網を有しています。
- ・ 当社が取り扱う商品は、手術支援ロボットやMRIといった大型の医療機器から、手袋や注射器といった消耗品まで、非常に幅広いラインアップを有しています。  
中でも、近年特に販売が伸びているのが内視鏡手術関連の機器です。かつての内視鏡は、細く柔らかいチューブ状のもので主に診断用途に使われていましたが、現在はステンレス製の硬性内視鏡を用い、開腹せずに行う手術が主流になりつつあります。内視鏡手術は患者さんの身体的負担が小さく、回復も早いため、開腹手術では1か月程度かかっていた入院期間が、1~2週間で済むケースも多くなっています。医師側の負担は増える一方で、医療費の抑制や患者さんのQOL向上につながっており、高齢の方でも手術が可能になるなど、医療の選択肢を広げています。

大和インベスター・リレーションズ(株)（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

---

このほか、白内障治療に用いられる眼内レンズも取り扱っています。白内障は加齢とともに発症するケースが多く、手術によって眼内レンズを挿入することで視力の回復が図られますが、この分野も安定した需要があります。

また、心筋梗塞の予防・治療に用いられるステントも当社の取り扱い製品です。冠動脈が狭くなることで起こる心筋梗塞に対し、金属製の網状の器具を血管内に留置して血流を確保するもので、循環器医療において重要な役割を担っています。

さらに、膝や腰の治療に使用される人工関節も取り扱っています。1点あたりおよそ100万円と高額な製品ですが、高齢化の進展を背景に需要は非常に高く、今後も安定した市場が見込まれています。

一方、当社は介護・福祉事業も行っています。ベッドや車椅子をレンタル提供したり、住宅改修のお手伝いもしています。

- 当社の仕入れ先は、海外メーカー品が全体のおよそ6割、国内メーカー品が約4割という構成になっています。海外の医療機器メーカーはいずれも世界的な大手企業で、例えばメドトロニックやジョンソン・エンド・ジョンソンといった企業は、医療機器分野だけでも売上規模が数兆円にのぼります。このほか、アメリカのアボット、ドイツのシーメンス・ヘルスケア、オランダのフィリップス、アメリカのGEヘルスケアなど、グローバルで高いシェアを持つメーカーの日本法人から商品を仕入れています。一方、国内メーカーでは、テルモ、富士フイルム、オリンパスといった医療機器メーカーの製品を取り扱い、全国の医療機関へ販売しています。
- 当社の得意先・お客様は、公的医療機関が全体のおよそ半数を占めています。具体的には、国立病院機構の病院をはじめ、市立病院・県立病院、済生会や厚生連の病院など、公共性の高い医療機関が中心です。このため、販売先としては比較的安定した構造となっています。このほか、民間病院に対しても幅広く販売を行っています。
- 当社は医療機器の卸売を行っており、商流としては、メーカーから医療機器を仕入れ、医療機関へ販売しています。
- 同じ医療分野の流通業として、医薬品卸がありますが、医薬品卸の市場規模は医療機器卸のおよそ3倍といわれています。

医薬品と医療機器の大きな違いは、医薬品は誰が処方しても基本的に効能が変わらないのに対し、医療機器は「道具」であり、使い方によって効果が大きく異なる点にあります。そのため、当社は単に製品を販売するだけでなく、取扱説明書に記載されていないような実務上の細かなポイントまで含めて、現場に対するサポートを行っています。例えば、体格が大きく皮下脂肪の厚い患者さんの場合、電気メスの出力を調整しないと十分な止血ができないことがあります。こうした現場での工夫やノウハウを、営業社員が医師や医療スタッフに伝えることが、当社の営業の重要な役割です。

このようなきめ細かな支援を積み重ねることで、医療現場との信頼関係を築いていま

---

す。

- ・ 当社の営業戦略の一つとして、医療機関の業務効率化に寄与する各種ソリューションツールを提供しています。病院の物流管理や手術室運営、購買業務の効率化などを支援するソフトウェアを通じて、医療現場が抱えるさまざまな課題の解決に取り組んでいます。
- ・ その一つが「ASOURCE DATABASE (アソースデータベース)」です。これは、日本でも最大級の医療材料データベースです。実は、医療機器・医療材料の業界には、全国で統一された商品コードが存在していません。そのため、病院ごとに独自のコードを作成して運用しており、情報がバラバラで非常に非効率な状況にあります。こうした課題に対し、当社が独自に構築したアソースデータベースは、網羅性が高く、情報の更新頻度も高いのが特徴です。将来的には、日本の標準規格となることをめざしています。

次に、「SPD」です。我々の業界独特の販売方法に準じた仕組みで、現在では 300 床以上の大規模病院のほとんどで採用されています。

仕組みとしては、いわゆる「富山の薬売り」と同じ考え方です。富山の薬売りは「配置薬」と呼ばれ、各家庭に薬を置いておき、使われた分を補充する際に代金を受け取ります。SPD も同様に、当社が病院の手術室や外来で使用される医療材料をあらかじめ配置し、病院が使用した分を、週 1~2 回の定期補充のタイミングで請求する仕組みです。従来は、病院側が在庫を管理しており、例えば手術室の責任者が定期的に棚卸しを行い、不足分を事務部門に発注する必要がありました。SPD を導入することで、こうした発注や在庫管理の手間が大幅に削減されています。

また、在庫の所有はすべて当社側にあるため、病院は在庫を抱える必要がありません。医療材料の多くは滅菌処理が施されており、有効期限はおおむね 1~2 年です。病院が在庫を持つ場合、どうしても 10~15%程度は期限切れによる廃棄が発生しますが、当社が一元管理することで、こうしたロスを抑えることができます。現在では、ほとんどの病院で採用されている仕組みです。

「ASOURCE STORE (アソースストア) は、大手の病院で非常に有効なこの SPD サービスを、50~100 床の中小規模の病院でも利用できるようにしたサービスです。

「meccul (メッカル) 分析サービス」は、国内の約 2,000 病院の購買データを集約した分析サービスです。病院で特定の品物を購入する時にこのデータを見れば、市場の価格水準を即座に把握できます。

「SURGELANE (サージレーン)」はオペ室を効率化するソフトウェアです。病院の収益の半分ほどが、オペ室から生まれると言われていますが、オペ室は、コスト管理が難しい領域でもあります。例えば、胃潰瘍の手術一つ取ってみても、手術する先生によって、手術時間や材料が異なり、コストに差が生まれます。サージレーンを使う、A 先生が 100 万円かかったものが B 先生なら 80 万円で済んだという形で、コストが可視化できます。また、看護師の適切な配置人数も把握でき、手術室全体の効率化とコスト削減を支

---

援します。

## 2. 業界を取り巻く環境

- ・ 日本の人口動態を見ると、総人口はすでに減少局面に入っています。一方で、高齢者人口は増加を続けており、2040年頃まで増える見通しです。医療・介護費については、高齢者人口と同様に、2040年にかけて増加が続くと見込まれています。
  - ・ 医療機器の市場規模は現在4兆円弱とされており、2040年には5兆円を超えると見込まれています。この市場成長を牽引しているのが、新たな医療機器の開発です。心筋梗塞予防に用いられる心臓ステントや、白内障治療に使用される眼内レンズなど、かつては存在しなかった医療機器が次々と実用化されてきました。こうした技術革新の積み重ねにより、医療機器市場は今後も緩やかな成長を続けていくと考えられています。
  - ・ 医療機器市場には、現在およそ1,000社が参入していると言われています。そのうち、売上高が1,000億円を超える企業は7社にとどまり、マーケット全体は中小規模の企業を中心に構成されています。今後、市場規模自体は緩やかな拡大が見込まれる一方で、医療保険財政は極めて厳しい状況にあります。このため厚生労働省では、病院数の適正化に向けた政策を進めており、特に高度急性期を担う病院については数を絞り込み、慢性期の病院は一定程度維持する方向で制度設計が検討されています。
- こうした環境変化を背景に、医療機器業界においても、今後はこれまで以上に競争が激化していくと見られています。

## 3. 今後の成長戦略

- ・ 中期経営計画では、2028年に売上高3,300億円、経常利益27億8,000万円の達成を目標としています。前中期経営計画と比べると、成長ペースは緩やかな設定ですが、現在、病院を取り巻く経営環境は非常に厳しい状況にあります。2024年4月から医師の働き方改革が本格的に施行されたことに加え、物価高の影響、とりわけエネルギー価格の上昇により、電気代などの負担が大きく増加しています。
- こうした厳しい環境下においても、医療現場を支える企業としての役割を果たしながら、着実な成長をめざしていきたくと考えています。
- ・ 成長戦略としては、これまでに培ってきた情報ネットワークを活用した営業活動を強化するとともに、新しい医療機器の販売に取り組んでいきます。なかでも、今後の需要拡大が見込まれる低侵襲手術分野に注力することで、持続的な成長をめざしていく考えです。
- ・ 中長期的には、M&Aを継続的に実行していく方針です。売上規模約4兆円の市場におよそ1,000社が参入している現在の業界構造は、企業数としては非常に多く、今後は業

---

界再編が進むと見られています。その中で当社はリーディングカンパニーの一社として、M&A を軸に、アライアンスも組み合わせながら事業基盤を強化し、マーケットシェアの拡大を通じて成長を図っていきます。

- ・ 当社グループの競争優位性は、大きく三つあります。第一に、病院の規模や機能に応じて幅広い提案ができるソリューションを有している点です。加えて、グループ内に物流を担う専門会社を持ち、安定した供給体制を構築しています。

第二に、独自の仕入れ・調達力です。輸入についても一部を自社で手がけており、コロナ禍では中国や東南アジアからマスクなどを調達・供給することで、医療現場から高い評価をいただきました。こうした柔軟な対応力も当社グループの強みです。

そして最大の強みが、M&A です。これまでも M&A を通じて成長してきましたが、今後も積極的に取り組み、事業基盤の強化とさらなる成長を図っていきたくと考えています。

## 《第二部：取締役専務執行役員コーポレート統括本部長 芥川 浩之氏》

### 4. 業績の状況

- ・ 売上高はこれまで一貫して成長基調を維持し、着実に拡大してきました。2025年6月期には売上高 2,886 億円を計上し、当期は 3,000 億円規模の達成を見込んでいます。
- ・ 2025年6月期の決算の状況について。売上高は 2,886 億円、営業利益 18 億 7,500 万円、経常利益は 24 億 2,200 万円、当期純利益は 13 億 7,500 万円でした。
- ・ 先月、発表した中間決算の状況です。売上高は 1,492 億 1,100 万円、営業利益 5 億 8,500 万円、経常利益 8 億 1,700 万円、中間純利益は 3 億 8,700 万円でした。
- ・ 通期の見通しは、当期は売上高 3,050 億円、前期比で 105.6%、営業利益は 17 億 5,000 万円、前期比 93.3%、経常利益 23 億円で前期比 94.9%、当期純利益が 13 億円で前期比 94.5%を計画しています。

売上高については、SPD をはじめとする各種ソリューションの活用により、今後も拡大していく見通しです。一方で、円安や物価高の影響を受け、仕入れ原価は上昇しており、粗利率の大幅な改善は見込みにくい状況です。

また、販売管理費については、事業規模の拡大に伴う人材採用の継続やベースアップの実施により、人件費を中心に増加が見込まれています。これらの影響を踏まえ、当期は利益面では一時的な減収の計画としています。

- ・ 当社の収益構造には、一定の季節性があります。1～3月 は第3 四半期にあたり、医療機関の年度末に重なることから、設備系備品の購入が集中します。その結果、この期間には売上高が大きく伸びる傾向があります。一方で、第4 四半期および第1 四半期にあたる4～9月 は、設備投資が比較的少なく、加えて気候が温暖で患者数も減少しやすい時期です。このため、売上高および区分利益はやや落ち込む傾向があります。

---

---

## 5. 資本コストと株式に関する情報

- ・ 当社の株主資本コストは、CAPM ベースで約 6%と認識しています。ROE は、コロナ禍の影響が大きかった 2021 年 6 月期に 13.9%まで上昇しました。当時は医療現場が大きく混乱する中で、幅広い製品供給を通じて医療機関のニーズに応えたことが業績に寄与しました。

その後、コロナ禍の収束に伴い、ROE は足元では 6%台で推移していますが、引き続き株主資本コストを上回る水準は維持しています。今後は、着実な利益成長を通じて、ROE8%以上の達成をめざしていきます。

また、PBR は足元では 1 倍をやや下回る水準にあります。今後は、利益成長の実現に加え、対外発信の強化にも取り組むことで、市場からの評価向上につなげていきたいと考えています。

- ・ 資本コストや株価を意識した経営について。収益性の改善とバランスシートの最適化を目論み、8%以上の ROE を安定的に出せる体制をめざしてまいります。
- ・ 配当性向および配当方針については、連結配当性向 30%以上を目途に配当を実施することを基本方針としています。2021 年および 2022 年は一時的に 30%を下回りましたが、近年は 30%以上の水準での配当を継続しており、今後もこの方針を維持していく考えです。
- ・ 株主優待は、100 株の方について毎年 6 月末の基準日を目途に 1,000 円の QUO カードを贈答。500 株以上の方については、プラス 5,000 円となり、合計で 6,000 円の QUO カードを贈答しています。

今後も、企業価値向上に務め、株主の皆様には引き続きご支援を賜りますように、この制度を継続したいと考えています。

## 6. 社会貢献活動

- ・ 当社グループでは、社会貢献活動の一環として、国連 WFP が主催する「レッドカップキャンペーン」に参画しています。本取り組みは、学校給食支援を通じて、世界の子どもたちの栄養改善と就学機会の拡大を目指すもので、医療機関と連携して進めています。当社のプライベートブランド「ASOURCE SELECT (アソースセレクト)」では、本キャンペーンに賛同し、対象商品の売上の一部を寄付しています。

また、医療に携わる企業グループとして、「国境なき医師団」への支援にも取り組んでいます。従業員からの任意の寄付に対し、会社が同額を上乗せするマッチングギフト制度を通じて寄付を行っており、これまでの寄付総額は約 600 万円となっています。

さらに、当期からは「日本補助犬情報センター」への支援を新たに開始し、障がいのある方の社会参加を支える活動にも取り組んでいます。

- ・ この他、行政やスポーツチームと共に地域連携型の CSR も実施しています。紙コップ

---

のリサイクルや、群馬県太田市における「おおた健康促進 39 プロジェクト」で地は、域のごみ拾いを通じ、地域貢献活動を行っています。

また、昨日ちょうど大阪で試合がありましたが、Jリーグの清水エスパルスを通じて、「エスパルス福祉基金」や「エスパルスパドドリーム教室」など、スポーツを通じた福祉・共生社会の実現にも取り組んでいます。

- ・ 体験型医療イベントとして、「メディメッセージ」を開催しています。本イベントは、地域医療人材の育成を目的とした医療体験イベントで、2007年から継続して実施しています。

去年は静岡県沼津市で開催し、約5,600名の方にご来場いただきました。子どもたちを中心に、医療に携わるさまざまな職種や病院で行われている手術について、模擬手術の見学や体験を通じて学んでいただくなど、医療の仕事に親しむ機会を提供しています。本年は、静岡県浜松市での開催を予定しています。

※質疑応答の回答はすべて池谷社長です。

## 7 質疑応答

Q1. 人件費や物流コストの上昇による影響は大きいと思います。対策を教えてください。

A1. 人件費については、将来にわたり必要な人材を安定的に確保していくため、一定の上昇は避けられないと考えています。その一方で、業務の効率化や省人化を進めるため、DXの導入を積極的に推進しています。

また、販管費の中でも増加傾向にある物流費については、物流機能に特化したグループ会社であるメディリスロジを設立し、グループ内で活用しています。同業者と連携した共同配送なども実施することで、物流の効率化とコスト抑制に取り組んでいます。

Q2. 病院の経営が厳しいという現状が新聞などで報じられています。メディアグループの経営へ与える影響について教えてください。

A2. 現在、医療機関を取り巻く経営環境は非常に厳しく、病院の約半数が赤字経営といわれる状況にあります。こうした環境を踏まえ、当社としても今期は増収ながら減益となる計画を策定せざるを得ませんでした。

一方で、政権交代を受け、約30年ぶりに診療報酬が3.09%引き上げられる見込みとなっています。診療報酬の引き上げが病院経営にどの程度寄与するかについては、現時点では不透明な部分もありますが、一定の改善効果が期待されます。ただし、その影響が当社のような医療機器販売にどの程度波及するかについては、引き続き慎重に見極める必要があると考えています。

また、診療報酬改定と同時に、医療機器の償還価格も改定されます。医療機器のうち約3割は政府によって価格が定められており、医薬品では薬価として100%が公定価格となっています。医療機器についても、償還価格の動向は当社の収益に影響を与える重要

---

な要素です。過去約 16 年間、償還価格は継続的に引き下げられてきましたが、物価上昇や円安が進む中で、今回の改定がどのような水準になるかによって、当社への影響も大きくなると認識しています。

- Q3. 社名の由来を教えてください。また、御社のロゴにはどんな意味がありますか。
- A3. 「メディアス」です。社員から募集して作った名前です。「メディカル」と「明日」を組み合わせた造語ですが、「メディア」と間違えられることがあります。「医療の明日」ということで、我々がメディカルに貢献していこうという意味合いを込めています。
- Q4. 業界シェア 1 位だそうですが、特に注目している他社はどこですか。御社の他社より優れている点はどんなところですか。
- A4. 当社が属する医療機器卸売業界はニッチな分野であり、上場企業の数も限られています。上場企業の一社としては、大阪に本社を構えるシップヘルスケアホールディングスがありますが、同社は医療機器卸売よりも、医療施設の設計・運営支援などを含む医療コンサルティング色の強い事業構成となっています。
- 一方、純粋な医療機器卸売を主力とする上場企業としては、岡山に本社を置くオルバヘルスケアホールディングス、福岡のヤマシタヘルスケアホールディングスが主な競合にあたります。また、循環器分野においては、当社グループの循環器専門会社と競合する企業として、東京に本社を置くウイン・パートナーズおよび DVx（ディーブイエックタス）が挙げられます。どちらも本社は東京ですが、この辺が主なコンペティターです。当社の特長は、医療用消耗品から高度医療機器まで、非常に幅広い医療材料を取り扱っている点に加え、病院の経営効率化や業務改善に資する多様なソリューションを提供している点です。これだけの製品ラインアップとソリューションを一社で備えている企業は他になく、ここが当社の最大の競争優位性であると考えています。
- Q5. MRI など高額機器の売り上げの回収方法はどのようになっていますか。
- A5. 当社のお取引先の約半数は公立病院であり、与信面において安定した顧客基盤を有しています。MRI や放射線治療装置などの高額医療機器は、1 台あたり 2~3 億円程度、機種によっては 5 億円に達するものもありますが、こうした高額機器については、ほとんどが一括で回収しています。代金の回収期間は、販売後おおよそ 2~3 か月程度であり、高額案件であっても比較的短期間で回収が可能な状況です。
- Q6. 国の医療費抑制策と償還価格の下落で、今後も貴社の利益を圧迫し続けると思います。中期計画通りの利益率は本当に確保できるのでしょうか。
- A6. 足元の事業環境が非常に厳しいことは事実であり、4 月の診療報酬改定に伴う償還価格の動向によっては、当社も一定の影響を受ける可能性があります。その一方で、医療機関に対する価格交渉や値上げ交渉には継続的に取り組んでおり、あわせて当社が提

---

---

供する各種ソリューションサービスについても、その価値を評価いただいた上で、適正な価格でご採用いただけるよう努めています。現在の厳しい環境は当社だけでなく、業界全体に共通する状況です。

こうした中で、当社の成長をけん引する最大のドライバーは、これまで培ってきた事業規模（スケール）に加え、ソリューションツールや人材といった強みを生かした M&A 戦略であると考えています。これらを着実に推進することで、業界内における圧倒的な No.1 の地位を確立することが、当社の最も重要な成長戦略です。

Q7. 今後の成長を図るには M&A が大きなドライバーであると感じました。社内には M&A を企画するセクションがあるのですか。

A7. 当社には、M&A の企画・推進を担う専任セクションに加え、M&A 後の統合・定着いわゆる PMI を通じて成果につなげるための体制も整えています。これまでに複数の M&A を実行しており、その過程でノウハウは着実に蓄積されてきました。また、M&A をより戦略的に進めるため、社外から専門人材の採用も行っております。

Q8. 現在の株価についてどうお考えですか。

A8. 日経平均など株価が上がる中で、当社の株はあまり上がらない。非常に苦慮しています。医療機関の経営が厳しいこともあり、ある程度仕方がない面もあるかと思いますが、しっかり業績を伸ばして株価を上げたいと思います。

積極的に M&A を行い、業界の圧倒的 No.1 の地位を確保すること。その上で今は耐える時です。業界の再編が進めば、その後は安定的な成長ができると考えています。

Q9. 関東方面が地盤の企業と拝察しますが、関西での関連事業会社はどこですか。営業拠点はどこにありますか。

A9. 関西エリアでは、神戸に本社を置く株式会社アルセントが、心臓循環器分野を中心とした医療機器を取り扱っています。また、京都に本社を構える佐野器械株式会社は、低侵襲手術に用いられる内視鏡関連機器を専門に扱う会社です。

以上