

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5月16日（土）

場所：大和コンファレンスホール（東京都千代田区）

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年に設立した持株会社で、資本金13億8,000万円、従業員が3,556名、決算期は6月です。
- ・ 2009年7月、ジャスダック証券取引所に株式上場し、2016年9月に東証二部、2017年3月に東証一部、2022年4月にプライム市場へ移行しています。
- ・ 当社傘下の事業会社は、医療機器の販売会社を中心に16社で構成されています。医療機器の総合商社が7社、循環器を専門とする会社が2社、整形外科を専門とする会社が1社、介護・福祉機器等を販売する会社が1社。さらに医療機器販売以外の分野では、病院の課題解決ソリューションサービスを提供する会社が1社、医療機器の修理・メンテナンスを行う会社が1社あります。また、昨年新たに、商品を海外から輸入するミウル・ヘルスケア、メーカーの営業代行を請け負うレップス、物流を専門に扱うメディリスロジの3社を設立いたしました。
- ・ 現在の拠点数は、北海道から九州の福岡まで85拠点です。
- ・ 医療機器販売事業では、手術支援ロボットやMRIなどの高度医療機器から、日常的に使用される医療材料・消耗品まで幅広く取り扱っています。その一例としてMRIを挙げますと、ご経験された方もいらっしゃるかと思いますが、筒状の装置の中に入り、比較的大きな音がする検査機器で、磁気の力を利用して体内の臓器や組織の状態を詳細に画像化できる診断装置です。

また、内視鏡関連機器も取り扱っています。現在、多くの手術において内視鏡を用いた低侵襲手術が普及しています。以前は開腹手術が主流でしたが、現在ではお腹に小さな穴を開け、内視鏡を挿入して鉗子（かんし）を使って行う手術が主流となっています。

また、症例によっては手術支援ロボットを用いて手術を行うケースもあります。

内視鏡手術が普及している背景には、患者さんの身体的負担が軽くなり、術後の回復が早い点が挙げられます。例えば胃の手術では、従来の手術よりも入院期間が短縮される傾向があり、医療費負担の軽減にもつながるとされています。一方、診療報酬は開腹手術より内視鏡手術の方が高いのですが、より高度な技術が求められる分野でもあります。

また当社グループでは、介護・福祉事業でベッドや車椅子のレンタル等も行っています。

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。

ほかにも、救急車内に搭載される医療機器なども取り扱っています。現在の救急車には、心臓が止まった時に動かすデフィブリレーター（除細動器）や人工呼吸器などが備えられており、当社ではそのような医療機器も取り扱っています。

- ・ 当社の主な仕入れ先には海外メーカーと国内メーカーがあります。海外では、メドトロニック（アイルランド）やジョンソン&ジョンソン（米）、アボット（米）、シーメンス（独）、フィリップス（オランダ）、GE（米）など、各国の様々な主要メーカーから医療材料を仕入れています。国内の医療機器メーカーとしては、テルモや富士フィルム、オリンパスが主な仕入れ先です。各社から直接、あるいは日本法人を通じて商品を仕入れ、医療機関に提供するのが我々の仕事です。
- ・ 当社の販売先は、およそ半数が都道府県立の病院や国立病院機構、済生会、厚生連、日本赤十字病院などのいわゆる公的医療機関で、販売先の基盤は比較的安定しています。
- ・ 我々の主たる業務は、国内外のメーカーから仕入れた製品を病院や医療施設に販売することです。同じようなビジネスで医薬品の卸売業界があります。

我々の業界は約4兆円程度のマーケットですが、医薬品の卸売のマーケットはその3倍近くの規模があります。医薬品の卸売とは共通点もありますが、大きな違いの一つは、薬はどんな医師が処方しても基本的に同様の効能が期待できる点ですが、我々が取り扱う医療機器は、使用方法によって効果が変わります。したがって、場合によっては我々も手術に立ち会い、医師や医療者に使用方法の説明等の支援を行っています。このように、医薬品卸売とは異なる営業・サポート体制を特徴としています。

- ・ 次に当社が持つ色々なソリューションツールについてです。近年医療機関の経営が非常に厳しくなっている現実があります。その中で当社は、医療機関の効率的な経営をサポートするための様々なツールを販売、あるいは無償で提供しています。
- ・ まず、「ASOURCE DATABASE（アソースデータベース）」。当社では約100万件の医療機器・材料を扱っていますが、医療機器業界には統一コードというものが存在せず、それぞれの病院やメーカーが独自のコードを付けて運用しているのが現状です。このような状況を踏まえ、コードの標準化・統一をめざし、アソースデータベースを開発しました。

先月27日には、この医療業界のデータベースの標準コードをより普及させるべく、岡山県のオルパヘルスケアホールディングスと共同で合弁会社を設立しました。

次に「SPD（Supply Processing Distribution）」。富山の薬売りという配置薬局の仕組みが有名だと思います。1~2ヵ月に一度、薬売りの人が家に訪れ、薬箱を確認して足りない分を補充して、その分の代金をいただくという販売方法です。薬売りと同じようなことを、我々は病院において行っています。

例えば、手術室や外来で必要な医療材料をあらかじめ適切に配置しておく。我々は定期的に訪問し、使用された分の補充を行い、使用された分に応じて請求する仕組みです。

現在、国内の大規模病院の多くがSPDを採用しています。これは、医療機関側の医療

材料管理の負担を軽減できることに加え、過剰在庫のリスクを抑えられるからです。

「ASOURCE STORE (アソースストア)」は、SPD の簡易版です。SPD は 350 床以上の大きな病院が導入することで大きな効果が出ますが、アソースストアは 50～100 床の中小規模の病院でも効果が出るように簡易化したものです。

「Meccul (メッカル) 分析サービス」は、病院の医療材料の購入価格を分析するツールです。実際には、多くの医療機関が他院の医療材料の購入価格を把握する機会が限られています。そのため、価格に対する認識に差が生じるケースもあります。そこで、実際、国内ではどこでどのぐらいの金額で購入しているかをデータで可視化し、病院からの信頼向上につなげています。また、病院が適正価格で製品を購入するサポートとして、このサービスを提供しています。

「SURGELANE (サージレーン)」は、手術室の“見える化”を支援しています。今、病院収入の半分ぐらいを手術室の手術から得ています。ところが手術室はお医者さんの聖域。なかなか科学的な効率化ができていません。そこでシステムを使って効率化を図るのがサージレーンです。

例えば、同じ胆嚢の摘出手術でも医師によって手術時間やコストに違いが生じる場合があります。その違いを分析・提供することで、手術の効率化やコストの適正化に役立てていただいています。

2. 業界を取り巻く環境

- ・ 日本の総人口は、減少が続いています。一方、高齢者の人口はまだ大きくは減少していない状況です。また、医療・介護費の将来見通しは、少しずつ伸びている状況です。
- ・ 医療機器のマーケットは約 4 兆円で、今後も約 2%の成長率で伸びていくとみられていますが、この成長を支えているものの一つが、新しい医療機器です。

例えば、内視鏡手術に用いられる機器や手術支援ロボットなどです。最近よく用いられているのは、心臓の冠動脈手術でのステントです。心臓の冠動脈が狭くなり閉塞すると、心筋梗塞が起きやすくなります。そこで事前に針金でできた網状の製品を血管に入れて広げる。これをステントと言います。ステントがない時代は、胸を切り心臓を止めて手術しましたが、今はカテーテルとステントを使って低侵襲で手術が可能になりました。

また白内障は、加齢に伴い目の水晶体が白濁してきますが、それを人工レンズに置き換えることで、視力回復が期待できます。場合によっては、多焦点レンズを使うと、今までの近視や老眼が治ることもあります。これも非常によく使われています。

医療機器のマーケットは、このような新しい医療機器や医療デバイスのインプラント等を中心に成長しています。

- ・ こうした市場環境の中にあるのが医療機器の販売業界です。卸売販売額は当社が国内でトップの規模を有しており、販売額 1,000 億円以上の会社はマーケットに 7 社。業界全

体では4兆円弱のマーケットに1,000社程度があり、中小零細企業が多く、業界の再編があまり進んでいない業界です。

当社としては、医療環境と共に病院の経営も徐々に厳しくなる中で、今後は業界の再編が進むと考えています。その中で我々は、リーディングカンパニーとして、今後もM&Aを含む成長投資に積極的に投資していく考え方です。

3. 今後の成長戦略

- ・ マーケットが2%程度成長する状況下において、さらに営業努力によりプラスアルファで業績を伸ばしていきたいと考えています。ただ、足元の環境としては、昨年からの医師の働き方改革等が導入され、物価高やエネルギー価格の上昇もあり、厳しい状況が続いています。今年6月に診療報酬本体が3.09%プラスに改定が施行予定ですが、足元は非常に厳しい環境にあります。
- ・ 当社グループの戦略の1つめとして、まずは「顧客価値の最大化」に取り組みます。具体的には「今まで培ったノウハウと情報ネットワークの活用」や「各種ソリューションツールの提供」。そして「急性期医療を提供する医療機関への営業強化」。これは、政府の方針で急性期を担当する病院を集約する動きがあります。これからは高齢者の増加に伴い、医療機関の役割分担の明確化が進むと考えられます。少子高齢化社会の中で、医療保険制度を維持するためにも、効率的な医療が求められ、急性期手術を行う病院の集約化が進められています。このような状況下で、今後我々の販売先は急性期の医療機関が占める割合がますます大きくなると考えています。
さらに「低侵襲手術分野への注力」として、内視鏡手術などの低侵襲手術に注力することです。また、「プライベートブランド商品の製品拡充」。海外の中国やベトナム、タイから直接商品を仕入れ、良質廉価な製品を提供していきます。
そして、最後に「各地域におけるBCP対応が可能な体制の構築」。我々は地域医療に貢献するために、色々な災害等があっても、各医療機関に医療材料を提供できるBCP（事業継続計画）対応可能な体制を構築しています。
- ・ 戦略の2つ目である「内部的な管理体制の強化」については、「委員会等の組織横断的な取り組み」として、グループ各社の横断的な取り組みや管理を行っています。また、「人事交流を通じたグループ内の連携の強化」や「IT・物流等の業務インフラの整備」も行っています。特に今後は物流コストの削減に注力し、「働き方改革に向けた業務環境の改善」にも取り組んでいます。
そして特に注力しているのは、今後の業界再編に向かうリーディングカンパニーとして「M&Aを推進」することです。

《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

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。

-
- ・ 売上高は、足元ずっと増収で増えています。
 - ・ 2025年6月期決算では、売上高は2,886億8,900万円、営業利益が18億7,500万円。経常利益が24億2,200万円、当期純利益は13億7,500万円。1株当たりの当期純利益は61円91銭でした。
 - ・ 2026年6月期の通期業績について。売上高は3,050億円、前期比105.6%。営業利益17億5,000万円で前期比93.3%。経常利益23億円で前期比94.9%、当期純利益は13億円で前期比94.5%です。

売上高と売上総利益は、ソリューションの展開とSPDの新規受託等を見込んでおり、増加を計画しています。ただし、医療機関の経営悪化による設備投資の抑制や円安・物価上昇等により売上原価が増加する見込みです。そこで、営業強化により粗利率はなんとか前期並みを維持したいと思っています。

営業利益以下の区分利益は若干の減収を予定しています。主要事業会社の事業規模拡大に伴い、人件費や採用コストが増えます。足元では人件費のアップや物流コストも増加しているので、当期は若干の減収で計画しています。

- ・ 収益の構造について。足元、第3クォーター決算を発表しました。我々は医療機関の年度末にあたる1~3月の第3クォーターに物品の販売が集中します。この期間に売上高が押し上がるので、第3クォーターは年度の営業利益計画を上回る傾向にあります。当期も第3クォーターにかなり営業利益が上がり、従来の傾向が継続しています。

5. 資本コストと株式に関する情報

- ・ 株主資本コストはCAPMベースで約6%。ROEは足元では6%台で推移しています。将来的には、利益成長を行い、継続的なROE8%以上をめざします。

PBRは、2022年6月以降、株価が若干下落しており、現在1倍前後で推移しています。今後は、利益の成長と対外発信強化で、市場評価の向上をめざしたいと考えています。

- ・ そのための収益性の改善として、「粗利成長」、「販売管理費の抑制」、「経営資源配分の最適化」に取り組んでまいります。

また、バランスシートの最適化として、「資本効率の向上」、「投資、M&A及びアライアンス」、「株主還元の強化」を実行。継続してROE8%以上を出せるよう推進します。

- ・ 配当性向と方針について。連結配当性向30%を目途に配当を実施する予定です。前期の配当性向は32.3%でした。当期も20円配当で配当性向34.2%を予定しています。

- ・ 株主優待は、毎年6月末に100株以上保有いただいている株主の方に、1,000円相当のQUOカードを贈呈しています。また、500株以上をお持ちの株主様には、5,000円相当を追加し、6,000円相当のQUOカードを贈呈しています。

これからも企業価値の向上に努め、株主の皆様引き続きご支援賜りますよう、株主優待制度は継続したいと考えています。

6. 社会貢献活動

- ・ 当社は医療機器の販売をビジネスとしているため、社会貢献も医療に近い分野で実施したいと考えています。具体的には、国連 WFP の「レッドカップキャンペーン」への寄付、「国境なき医師団」へのマッチングギフトを行っており、今期からは「日本補助犬情報センター」への支援を開始しております。
- ・ また、行政やスポーツチームを伴う地域連携型の活動もしています。紙コップのリサイクルや群馬県の太田市の健康促進 39 プロジェクト。静岡県では Jリーグの清水エスパルスと一緒に、福祉基金という形でエスパルスのホームゲームにおける入場者やゴール数に応じて福祉団体等に寄付をしています。
- ・ 体験型医療イベント「メディメッセージ」も行っています。これは静岡県限定ですが、地域医療人材の育成を目的としたイベントで、2007 年から継続しています。地域の方に医療の現場を知っていただくことを目的とし、手術室の再現展示や現役医師のトークライブ等を実施。子どもたちに医療の仕事に親しむ機会を提供しています。昨年は静岡県沼津市で開催し、2 日間で 5,600 名がご来場されました。今年は、9 月 12・13 日に浜松市で実施をする予定です。

7. 質疑応答

《Q1～Q7 の回答は池谷社長》

Q1. ホルムズ海峡封鎖によるナフサ高騰の影響はありますか。

A1. マスコミ等の報道で医療材料が足りないということが盛んに言われています。報道の影響もあり、医療機関に不足に対する懸念が広がり、買い込みをすることで若干の詰まりが起きている状況と認識しています。

実際には報道ほどの不足はしていないと認識しておりますが、ただ、どうしても価格は少しずつ値上がりしており、イラン紛争以前に比べると、だいたい 1.2～3 倍ぐらいに値上がりしている状況です。

我々としては、医療機関には通常通りの注文をお願いしています。そのため、例えば普段の 3 倍、5 倍の注文に関しては、なるべくご遠慮いただく形で対処しています。

Q2. 医療保険制度改革によって患者の負担が増えて医療費が抑制されると、医療機関の経営は厳しさを増します。この事業環境の変化にどんな対応で業績を確保しますか。

A2. 今後の急性期医療機関の集約化に合わせて、我々も急性期医療機関を中心に営業展開するという事です。加えて、我々の一番の成長ドライバーになるのは M&A であると考えています。厳しい環境の中で我々の業界の企業の集約化が進みます。その中で我々は、優秀な企業を M&A し、市場でのポジション強化を図ることで、今後も成長を維持していきます。

M&A を中心としアライアンスも行いながら、業界の圧倒的 No.1 の地位を確保するの

が我々の成長戦略です。

- Q3. グループ経営管理体制の強化として、「働き方改革に向けた業務環境の改善」があります。具体的な改善内容を教えてください。
- A3. 当社は北海道から九州・福岡まで拠点があり、それぞれの環境が違います。一番大きいのは賃金です。賃金の違いも踏まえつつも、中長期に渡りグループ全体で継続的採用を実施し、人材への投資を行うことです。加えて事業会社への教育、特に幹部人材の教育に力を入れている状況です。
- Q4. 体験型医療イベント「メディメッセージ」を静岡県内で行われていますが、他の都道府県で行うお考えなどはありますか。
- A4. 体験型医療イベント「メディメッセージ」は非常に評判が良く、ぜひ日本中で実施したいと思っています。
- しかしながら、メディメッセージは医師の方をはじめとして多くの医療関係者、および医療機関等の協力のもとで実現しているイベントであり、実施する難易度が高いイベントでもあります。例えば東京都内でも多くの病院があり、それぞれ競合しているのです。そのため、どこを中心にイベントを開くのか、関係者の調整等をするのが非常に難しい。なかなか病院のコンセンサスが取れない状況です。
- このような難しさもあり、他の地域で小規模なトライアルは行っておりますが、今のところメディメッセージのような大規模なイベントは静岡県内だけで行っています。
- Q5. 物流コスト低減など、営業利益をV字復活させるための具体的な手段と時間軸を教えてください。
- A5. 物流コストは、昨今のコスト上昇の中でも、可能な限り増加を抑えることで対応していきたいと考えています。例えば、今までメーカーから入荷していた商品を、我々が幾つかのディーラーと共同で仕入先に商品を取りに行くことも行い、なるべくコストを下げる努力をしています。でもこれだけでV字回復は困難であると認識しています。やはり、業績向上に必要なのは売上を伸ばすことですので、内視鏡製品を中心に販売を強化し、売上を伸ばすことが一番の成長要因になると考えています。
- Q6. 海外への進出は考えていますか。日本は人口減少、また高齢者人口も2040年ごろがピークです。一方、世界の人口は増加の背景があると考えていますが、いかがですか。
- A6. 実はもう10年以上前から鴻池運輸と一緒にインドで合弁会社を設立しております。当社の医療機器の物流のノウハウを活かし海外進出し、10年以上経ちました。
- しかしながら、カンントリーリスクや、日本の医療機器の商流は、海外とは異なる部分が多いということもあり、我々が国内の物流で得たノウハウを、海外ではすぐに活かせる

いことも分かってきました。

商慣習、文化等の違いから環境的に厳しい部分もありますが、2040年以降は国内のマーケットがシュリンクする点も踏まえ、アジア圏の新興国市場におけるチャンスを意識しつつ検討を進めていく方針です。

Q7. 自己資本比率が20%を下回っていますが、時価総額に対して有利子負債が多い点も含めて、今後どのような戦略をお考えですか。

A7. 当社は卸売であり、なおかつ皆さんの健康保険で成り立っている会社なので、なかなか利益率が上がらない。加えて、病院の経営環境は今、非常に厳しく、我々はここ2〜3年はある意味、耐える時だと考えています。

その間に人材の育成やソリューションツールの開発、あるいはM&Aをしっかり行い、今後、長期に渡り大きな発展ができると考えています。今、経営としては非常に耐え時だと捉えています。

《回答は芥川専務》

Q8. 株主優待に興味を持ちました。500株保有で6,000円相当の優待というのは少し半端な額に思いますが、この額にした理由を教えてください。また、保有期間には制限がありませんが、長期保有優遇を導入するお考えなどはありますか。

A8. 100株以上の保有の方には1,000円相当のQUOカードを贈呈しており、500株以上の方にはプラス5,000円という考え方で設定しています。そのため、1,000円+5,000円で6,000円となります。

金額については、今後も検討します。また、今ご指摘いただいた長期優待も検討したいと思えます。現在の優待内容や、500株以上で6,000円相当については今後も継続する予定です。

《池谷社長》

- ・ 私どもは本当に社会貢献度の高い会社だと思っています。病院の経営が厳しくなる中、医療保険をなるべく上げず、効率的な医療提供のために日々努力しています。ぜひ、長い目で見て、皆様のご支援をいただければと考えています。

以上