



2024年6月5日

各位

会社名 株式会社歯愛メディカル
(コード番号 3540、東証スタンダード)
代表者名 代表取締役社長 清水 清人
問合せ先 取締役経営管理部長 三好 誠治
TEL 076-278-8802
URL <https://ci-medical.co.jp/>

2024年12月期 第1四半期決算説明会 質疑応答書き起こし公開のお知らせ

2024年5月27日に開催しました下記の投資家様向け決算説明会につきまして、当日の質疑応答の内容をまとめましたので、お知らせいたします。

記

1. 決算説明会概要

日時：2024年5月27日（月）

形式：WEB配信

内容：決算説明、質疑応答

2. 参考資料

決算説明動画 URL：<https://webcast.net-ir.ne.jp/35402405/index.html>

(動画配信期間は公開後6か月間となります)

3. 質疑応答書き起こし

※書き起こしに関する注意事項

本資料で記述している内容は、決算説明会の質疑をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性、完全性を保証するものではなく、今後変更される可能性があります。また、将来の見通しに関する記述が含まれておりますが、決算説明会開催日時点の情報に基づいて作成されたものであり、将来の結果や業績を保証するものではありません。そのため、様々な要因の変化により、将来の実際の業績や財務状況は、本資料に記述している予測とは大きく異なる可能性があります。

なお、ご理解いただきやすいよう、説明会での実際の質問内容、回答内容とは一部異なる記載をしております。

業績について

- 減価償却費が前年同月の0.8億円に対し、今期は5.2億円と大きく上回っておりますが、要因は何でしょうか。

新ロジスティクスセンター竣工にかかる投資の減価償却が始まっているため、大幅に減価償却費が上がっております。

しかし、こちらは経済産業省の「サプライチェーン対策のための国内投資促進事業費補助金」の対象になっており、今期中に補助金が下りる見込みです。

補助金の決定通知をもって圧縮記帳を行い、減価償却費を再計算し減額したうえで期初に戻り計上しなおす予定です。

- 1Qの新旧センター並行稼働による一過性の費用はいくらでしょうか？また、新センターへの完全移転後は、旧センターと比べ、倉庫内人件費など変動費は売上比何%改善する想定でしょうか？

新ロジスティクスセンターについては、年初の能登半島地震による自動倉庫の破損などの影響もあり、予定より本格稼働が遅れました。

そのため旧センターから新センターへ荷物を移したものの、稼働が十分でなかったため、移動した荷物をかなりの費用をかけて旧センターへ戻したりもしておりました。

また、本来は完全に旧センターをクローズできる予定でしたが、実際は稼働していたため、人員配置や光熱費などの費用が重複していました。

さらには新旧センターの並行稼働により、一人のお客様に対して別々の倉庫から発送されるということも発生し、二重に送料・梱包材料が発生するということが大きく影響しました。

これらの費用の実額と率については、回答は控えさせていただきますが、新センターへの完全移転が完了したことにより、第二四半期以降の変動費比率は改善されていく見通しです。

- 為替の影響にどのように対応しておりますでしょうか。

為替に対しては、当社は半分以上が輸入品なので非常に影響を受けております。

ただこれについては競合各社も同じ状況だと思えますし、なるべく価格に反映させないためにコスト削減に努めてまいります。

特に新ロジスティクスセンターに変わりましたので、これから様々な無駄を無くし効率化することを目指してまいります。

また残念ながら、価格改定等も行う必要が出てくるかもしれないと考えております。

➤ 為替が1ドル155円を超えて推移していますが、2Q以降の粗利益率悪化の影響は？

為替については我々の想定を超えており、影響が出てくると思います。

ただ先ほど申し上げたコスト削減や合理化、新しい商品の販売を拡販していくこと、また場合によっては価格改定を行う形で対応していきたいと考えております。

➤ カタログ製作費が高騰していると聞きますが、利益率への影響は？

確かに印刷代等は高騰しております。

ここに関しては、いかにして売上が上がるカタログを作るかが第一だと考えております。

また、今期からはSNS配信等、カタログを補うようなコマーシャルも始めております。業界ではネット比率も上がってきていますので、ネットを活用したネットチラシ等も始め、非常に受けが良いと実感しておりますので、これらの点を考慮した上で対応していく所存です。

➤ 個人向けECは競争が激しいですが、広告投下などで利益率が悪化する恐れはないでしょうか？

現在以上に広告を増やすということは想定しておりません。

ここに関しては、それぞれの会社の魅力や強みを持ち寄って強化して売上を上げていくことで対応していきたいと考えております。

また、当社においては一回DMを打つと約半数以上のお客様からご注文をいただいておりますので、そのようなインフラに各社のサービスを載せていくことも考えております。

そのような中で、なるべく利益率を落とさないことでやっていく所存です。

さらに踏み込んで申し上げますと、現段階で目標売上高1000億円の目途は立ったと考えており、今後は売上よりも利益率向上や組織強化、それぞれが持つ分野の深掘りに注力していく方針です。

➤ 補助金は150億円満額受領できるのでしょうか？また、金額確定は24年度下期とありますが、3Qと4Qどちらになりそうでしょうか？

補助金については、現在経済産業省の審査が進行中のため、具体的な時期や金額についてはこちらからはっきり申し上げることができません。

また金額規模が相当ですので、それ相応の審査期間が必要になると考えております。

当社としては、2024年12月期中に金額決定いただき圧縮記帳の処理ができるよう、引き続き対応を進めていく所存です。

- 補助金の受領タイミングが、日本の会計年度（25年3月）末に近いところになると、24/12期ではなく25/12期になりますが、御社への業績影響をどのように理解すればよいでしょうか。

補助金受領のタイミングが2025年3月末に近いところになると、ご指摘の通り2024年12月期ではなく2025年12月期の方で圧縮記帳されることとなります。

弊社としては手続き的に2024年12月期中にということを進めておりますが、仮に金額確定が2025年12月期中となると、今期の通年の減価償却費は圧縮前の償却費で計上されて決算が終わることとなります。

ただ圧縮記帳という考え方は、複数年を通算で見ると計上される利益は変わらないので、2024年と2025年の2年通算で見ると最終的な利益は変わりません。

しかしながら、仮に2025年12月期に圧縮記帳されるとすると、2024年12月期の利益が少なく出て、逆に2025年12月期の利益が大きく出るという決算への影響はございます。

- 目標売上高1000億円を掲げられておりますが、どれくらいの期間で達成される想定でしょうか。

目標1000億円というのは数年前から社内外にアピールしてまいりました。

おそらく来期中には達成できる目途が立ってきたと考えております。

2025年12月期での達成に向けて、今から全力で邁進していこうと考えております。

- 来期中に売上高1000億円を達成する見込みとのことですが、利益率はどの程度を目標としておりますでしょうか？

現在各社とも利益が低い状況ですので、今からコスト削減等に努めていく所存です。

利益率の目標値としては、できれば10%に持っていきたいと考えておりますが、ここについては現時点では「鋭意努力します」としか申し上げられません。

現在よりも少しでも利益率を改善する努力をしていきたいと考えております。

- 来期売上高1000億円はどのように達成するのでしょうか。詳細な計画や内訳を説明して欲しい。

ひとつはCiの事業を深掘して伸ばしていくこと、またニッセンの事業等もさらに足されることとなります。

さらに、それぞれのグループ会社の売上を増やしていくことによって達成していく見込みです。

詳細については、現時点では申し上げられないことも多々ありますのでご了承ください。

ロジスティクスセンターについて

➤ 新物流センターの稼働状況と、出荷能力を教えてください。

新物流センターは旧センターの3倍の売上を目標として設計しました。

残念ながら震災の影響等もありましたが、現在は旧センターと同等の能力を発揮できるようになり、さらにこれから上がっていくという見込みが立ってまいりました。

今後は当初の目標の出荷能力3倍に向かって進んでいこうと考えております。

➤ 地震の影響も収束しつつあり、新センターにリソースを集約されているとのことでしたが、旧センターは今後どのように活用していくのでしょうか。

旧センターについては選択肢をいくつか考えており、例えば 3PL 事業を行うベースにすることや、それぞれの会社の売上や販売量を増やすことで当社の第二センターとして活用するといった案がございます。

これらに時間がかかるようであれば、他社にお貸しすることも考えております。

➤ 北陸に物流拠点があることで配送費が削減されるという説明がありましたが、理由を説明して欲しい。

当社が成長できたのも、石川県にあったというのが一因だったと考えております。

例えば 2024 年問題で配送費が値上がりすると同時に、配送エリアが狭められました。

しかし日本列島は弓の字型になっているので、日本海側を通るというのは非常にショートコースになります。

例えば大手運送会社の例を申し上げますと、関東から発送する荷物の翌日配送エリアは以前まで福岡県あたりだったかと思いますが、2024 年問題により兵庫県で打ち止めになったと伺っております。

当社はその影響を受けていないため、相変わらず本日発送したら翌日に福岡県に届きますし、日本の 90%以上は翌日配送圏となります。

また翌日配送締時間も遅いと認識しております。

道路状況に関しても東海道は非常に混んでおりますが、北陸道は非常にスムーズに流れていますので、物流コストの上昇率も少ないのではと考えております。

白鳩およびニッセンホールディングスについて

➤ 白鳩への出資や、ニッセンホールディングス買収の狙いと想定シナジーを教えてください。

新ロジスティクスセンターは、旧センターの配送能力の3倍を目標値として設計したため、それに先立ち白鳩やニッセンホールディングスの配送を請け負いたいという目

論見がありました。

また白鳩はネット通販に長けており、ニッセンは多種多様な商品をお持ちで様々な歴史やノウハウもあります。

各社の強みまたは弱みをそれぞれ持ち寄って、通販としての基盤を強化していきたいと考えております。

加えて、それぞれが持っているマーケットに各社のマーケットを足すことで、販売機会が増えるとも考えております。

- 個人向けカタログ通販市場が縮小する中でニッセンの勝ち筋は？売上高を成長させるのか収益性重視か、営業利益率を何%まで改善できそうか、など目線感を教えてください。

ニッセンに関しては株式譲渡実行日が7月1日の予定ということで、現在お話できないこともあります。まずは弊社が持つマーケットに対してニッセンの商品を販売していき、また当社の商品も販売していただけたら良いなと思っております。

利益率の改善については、通販各社が重複して払っているような経費等もあるかと思うので、経費削減についてそれぞれが勉強し、効率の良い通販を目指していこうと考えております。

特にロジスティクスセンターにかかる経費削減を重点的に考えていく所存です。

- 取得前にニッセンの有利子負債が全て返済されるとしても、のれん償却費の負担はそれなりに大きくなるのではないのでしょうか？

ニッセンホールディングスの件に関しては、リリースのとおり現在精査中です。

リリースすべき内容が出たら発表させていただきますが、ニッセンの買収価格については投資回収性やPLのインパクトも十分考慮し、第三者の評価も得て決定した金額となります。

そのため、のれん負担等があっても資金面やPL面で十分問題ないと判断した上での買収決議となります。

- ニッセンとのシナジーとして、顧客ターゲットが共通していることでクロスセルが期待できること、物流センターの共通化、カタログ製作の共通化が想定されますが、その他に期待するシナジーはありますか？

これから様々な新しいテクノロジーや仕組みができてくるかと思われませんが、それを一社だけではなく各社共同で勉強すること、また各社で進んでいる分野についてそれぞれ採用したり、困っている分野やウイークポイントを各社の専門知識によって改善したりしていくことで、通販としての強化ができると考えております。

また各社が共同することで、バイイングパワーが上がっていくことにも期待しております。

一社では売れない商品であっても、違う会社のマーケットに持っていくと売れるとい

うこともあるかと思うので、そういうこともできると考えております。

➤ ニッセンの物流請負は7月1日の取得後にすぐ実行されるのでしょうか？

株式譲渡実行日が7月1日の予定となりますので、詳しい内容は申し上げることができません。

物流請負に関しても協議が必要になるので、この場では回答を差し控させていただきます。

事業について

➤ 今後特に注力していきたい領域は何でしょうか。

一つは新ロジスティクスセンターをベースにした通販事業の拡大で、もう一つは歯科分野の深掘・DX事業をしたいと考えております。

IOS（口腔内スキャナー）が今年6月に保険適用になる予定で、今まで印象材という粘土のようなもので口の中の型を取っていたものが、患者さんも楽になる口腔内用の小型のデジタルカメラ（IOS）に変わってきます。

そうするとデジタルデータを技工所に送って、技工所がデータ画面上で技工物をデザインすることになります。

当社は、韓国のAIによる技工物のデザインソフトウェアの専売販売権を取得しました。それをベースにして、デジタル化移行に伴い直面する課題を当社のインフラとデジタル技術を使って解決し、また6月発売の日本初の焼成する必要のない材料と合わせ、時間や回数のかかる歯科治療が、初診日に技工物が入って終了というワンデートリートメントの実現を後押ししていきます。

歯科医院が技工所に外注する技工物の年間総取引額は約3000億円の規模があり、この市場が徐々にデジタル化に進んでいく見込みです。

歯科医院と技工所間で技工物の受発注及びコミュニケーションがオンラインで円滑に行える仕組みとプラットフォームが必要になってくると考え、現在その運営準備にも着手しております。

➤ 社長のビジョンを教えてください。歯科を中心とした通販事業を拡大させることでしょうか。通販の軸は歯科など医療に加えて、女性が軸になるのでしょうか。

当初から目標にしてきた売上高1000億円は、おおよそ達成できるのではないかと考えております。

今からは利益率の向上を目標にすることによって平均給与の高い会社を目指していきたいと思っておりますし、それぞれの会社が融合することによってそれぞれのマーケットに商品を持ち寄って、新しい商品展開等もしていきたいと考えております。

また、直近では当社として初めて韓国から化粧品を直輸入して販売しました。
当社の販売先様のスタッフ構成は男性より女性が圧倒的に多いので化粧品などの販売も好調で、今まで気づかなかった女性の領域にも深掘をしていきます。
もちろん祖業である歯科分野についてもさらに深掘をしていき、競合とは差別化した会社を目指していきたいと考えております。

➤ **歯科業界以外で期待できる領域は？**

今の日本は高齢化社会に向かっており、介護における歯科のウエイトも高まってくるかと思えます。

またニッセンのお客様は高齢の方が多く感じておりますので、デザイン性の良い高齢者向けのファッションや下着等も作れるのではと考えております。

さらに、今当社で伸びているのは医科向け通販で、マーケット的には歯科よりも医科の方が多く状況となっております。

通販の売上第二位は介護で、動物病院に関しても約12000軒のマーケットにおいて80%くらいとお取引できるようになりました。

これらの分野は歯科以上に伸びているため、歯科以外の分野でも伸びる分野があり、また高齢化に向かっても伸びる商品やサービスがあるのではと考えております。

その他

➤ **中期経営計画を策定する予定は？**

今期初めて中期経営計画を策定することを発表いたしました。

現在それに向かって準備を進めております。

以上