



PARAMOUNT BED
HOLDINGS

2023年3月期 第2四半期 決算説明会

2022年4月1日 ~ 2022年9月30日

2022年11月8日

証券コード：7817

パラマウントベッドホールディングス株式会社

as human, for human

増収営業減益決算

医療・介護・健康の各事業が概ね予算を上回って推移。
在宅介護向け主力ベッドの販売が引き続き好調。
営業利益は増収効果により予算を上回るも原材料高騰等により減益。

年間計画は据え置き

営業利益は通期では増益へ

各事業とも市場からの引き合いは強く順調に推移することが見込まれるが
コロナ影響による操業リスク・調達リスク、為替・原油高等による
原材料価格の高止まりリスクが依然として存在。

1. 2023年3月期 第2四半期決算概要
2. 事業別概要
3. 2023年3月期 通期見通し
4. 中期経営計画 第Ⅱフェーズの目標について
5. トピックス

1. 2023年3月期 第2四半期 決算概要

1-1. 決算概要

増収営業減益決算

予算比では営業利益プラス3割増、経常利益・当期利益プラス5割増。

(単位：百万円)

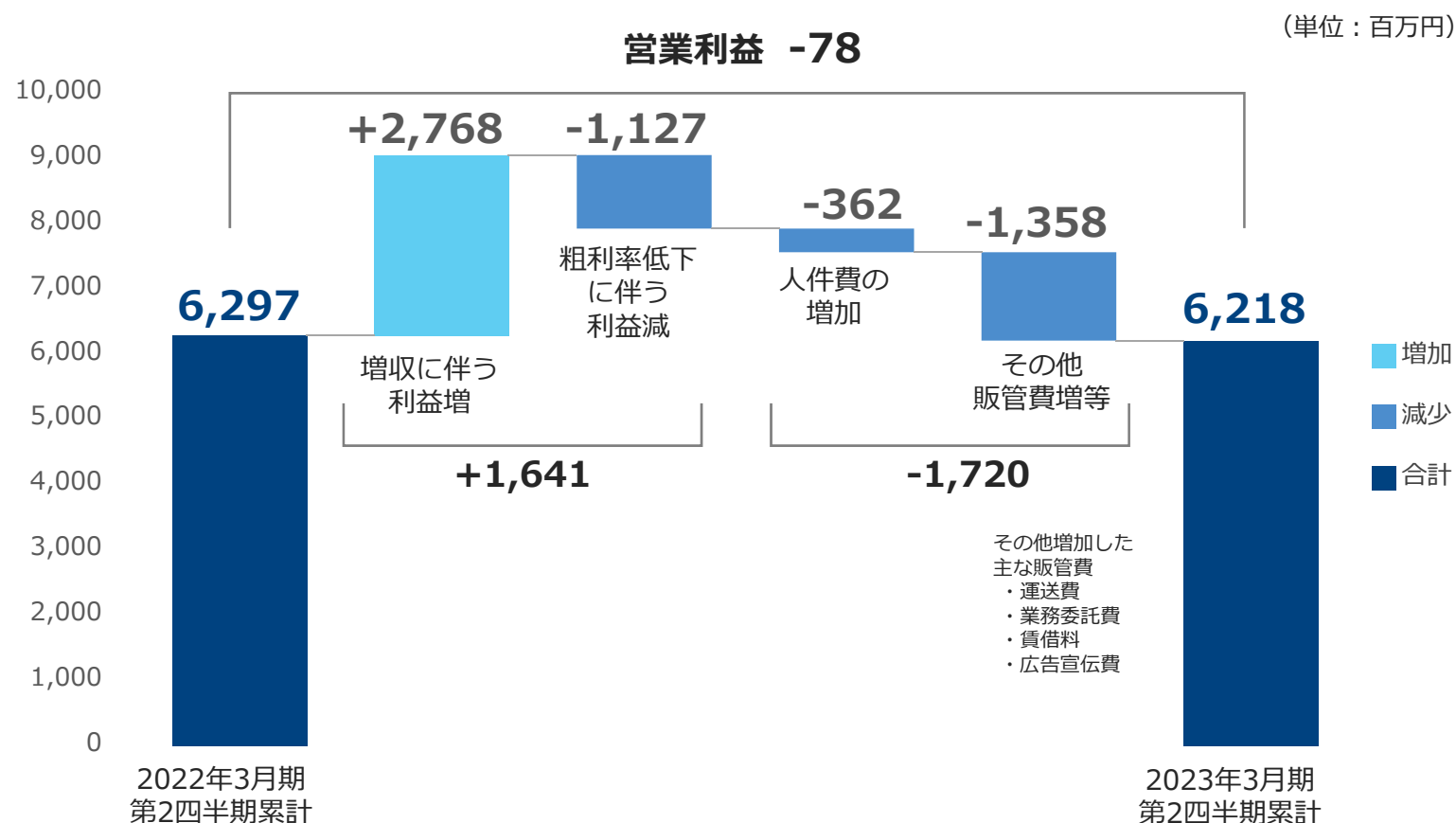
	2022年3月期 第2四半期	2023年3月期 第2四半期			
	実績	期初予算	実績	期初予算比	前期比
売上高	41,237	42,700	46,850	+ 9.7%	+13.6%
営業利益 (営業利益率)	6,297 (15.3%)	4,700 (11.0%)	6,218 (13.3%)	+ 32.3%	-1.3%
経常利益 (経常利益率)	6,827 (16.6%)	4,900 (11.5%)	7,601 (16.2%)	+ 55.1%	+11.3%
親会社株主に帰属 する当期純利益 (純利益率)	4,925 (11.9%)	3,300 (7.7%)	5,044 (10.8%)	+ 52.8%	+2.4%
年間配当金 (中間配当)	55円 (26円)	57円 (28円)	—	—	+3.6%

1-2. 営業利益増減要因

増収効果も粗利益率低下・販管費増により減益

粗利率は原材料等の高騰により2.4ポイント低下。

販管費は人件費に加え、運送費、大規模メンテナンスセンター開設に伴う費用増等。



1-3. 財務の状況

純資産34億45百万円増（前期末比）

（単位：百万円）

	2022年3月末	2022年9月末	増減額	前期末比
流動資産	94,035	93,941	-94	-0.1%
固定資産	70,246	73,785	+3,539	+5.0%
資産合計	164,281	167,726	+3,445	+2.1%
流動負債	25,387	22,879	-2,508	-9.9%
固定負債	17,218	17,262	+44	+0.3%
負債合計	42,606	40,141	-2,465	-5.8%
純資産	121,675	127,584	+5,909	+4.9%
負債・純資産合計	164,281	167,726	+3,445	+2.1%

2. 事業別概要

2-1. 医療事業実績

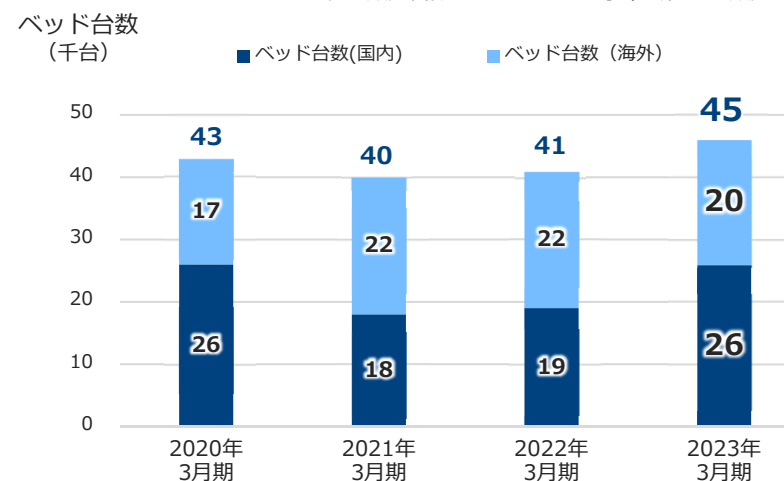
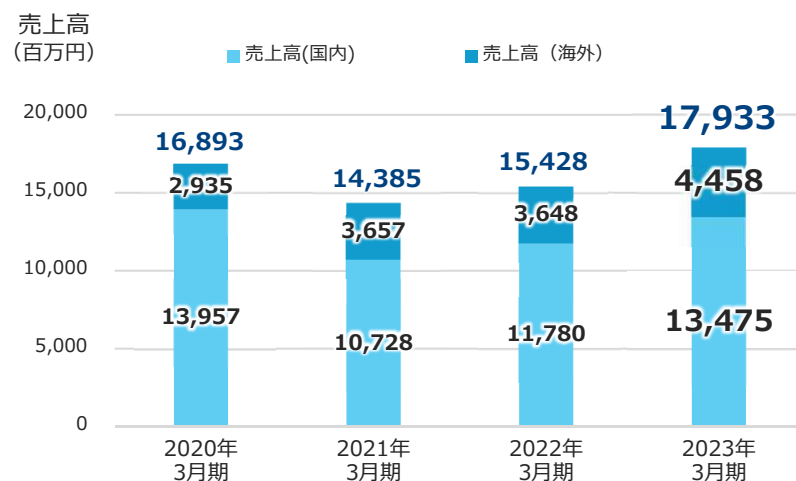
予算比プラス15%

国内医療機関はコロナ対応の診療報酬増や各種補助金による効果に加え、値上げ前の駆け込み需要が発生。海外は前期・予算並みも円安効果により増収。

(単位：百万円)		2020.3 2Q	2021.3 2Q	2022.3 2Q	2023.3/2Q	
					実績	前期比
売上高		16,893	14,385	15,428	17,933	+16%
	国内	13,957	10,728	11,780	13,475	+14%
	海外	2,935	3,657	3,648	4,458	+22%

(単位：千台、千台未満四捨五入、前期比は実数をもとに計算)						
ベッド販売台数		43	40	41	45	+10%
国内		26	18	19	26	+35%
海外		17	22	22	20	-12%

※ベッド販売台数にはグループ内事業会社への販売も含まれています。



2-2. 介護事業実績

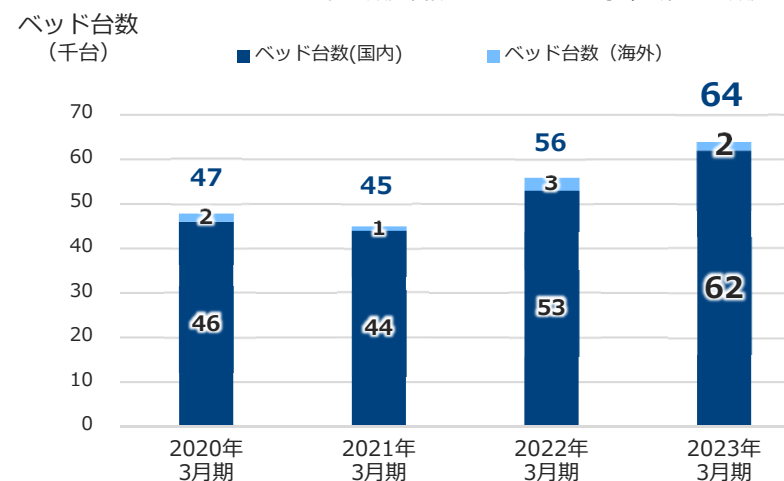
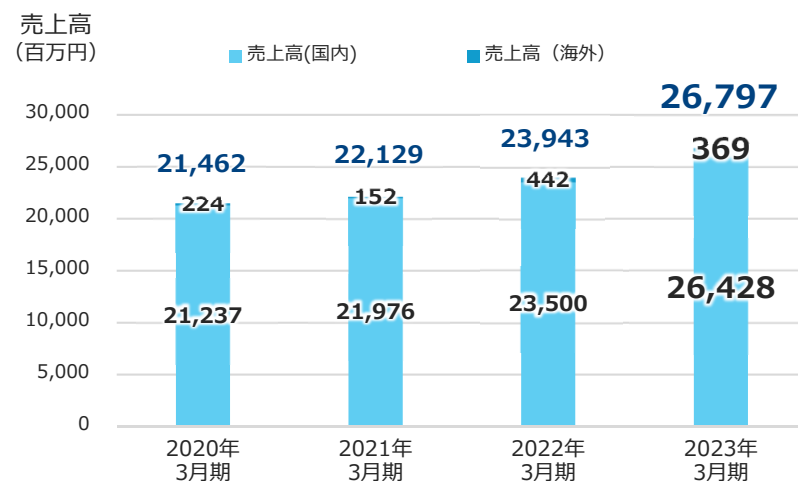
施設向け・在宅向け ともに堅調

見守りセンサーは前期並の約1.1万台。
在宅向けは主力モデルの「クオラONE」も寄与。
レンタル卸約7%増収。

(単位：百万円)	2020.3 2Q	2021.3 2Q	2022.3 2Q	2023.3/2Q	
				実績	前期比
売上高	21,462	22,129	23,943	26,797	+12%
国内	21,237	21,976	23,500	26,428	+12%
海外	224	152	442	369	-17%

(単位：千台、千台未満四捨五入、前期比は実数をもとに計算)					
ベッド販売台数	47	45	56	64	+15%
国内	46	44	53	62	+17%
海外	2	1	3	2	-29%

※ベッド販売台数にはグループ内事業会社への販売も含まれています。



2-3. 健康事業実績

売上高約25%増加

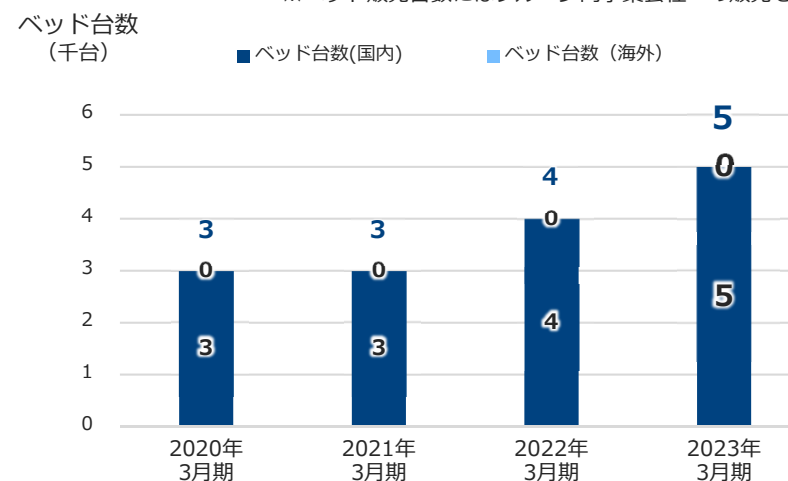
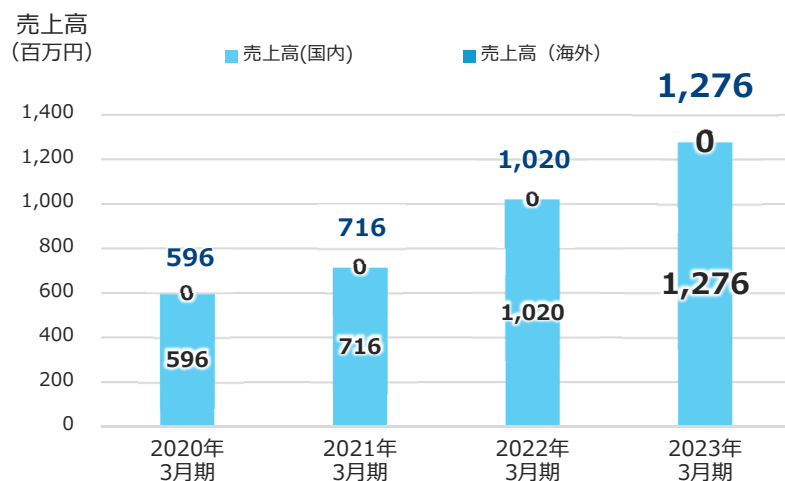
昨年9月発売の「INTIME 3000」が寄与。
引き続きブランド認知
向上施策を強化。

(単位：百万円)	2020.3 2Q	2021.3 2Q	2022.3 2Q	2023.3/2Q	
				実績	前期比
売上高	596	716	1,020	1,276	+25%
国内	596	716	1,020	1,276	+25%
海外	0	0	0	0	0%

(単位：千台、千台未満四捨五入、前期比は実数をもとに計算)

ベッド販売台数	2020.3 2Q	2021.3 2Q	2022.3 2Q	2023.3/2Q 実績	前期比
	3	3	4	5	+27%
国内	3	3	4	5	+27%
海外	0	0	0	0	0%

※ベッド販売台数にはグループ内事業会社への販売も含まれています。



2-4. 事業別実績一覧

ベッド販売台数は約13%増の11万5千台

「その他」の数字は2019年10月に子会社化したサダシゲ特殊合板株式会社。

売上高

(単位：百万円)

		2022年 3月期	2023年 3月期	
		第2四半期実績	第2四半期実績	前期比
医療事業		15,428	17,933	+16%
	国内	11,780	13,475	+14%
	海外	3,648	4,458	+22%
介護事業		23,943	26,797	+12%
	国内	23,500	26,428	+12%
	海外	442	369	-17%
健康事業		1,020	1,276	+25%
	国内	1,020	1,276	+25%
	海外	0	0	0%
その他		844	842	-0%
合計		41,237	46,850	+14%

ベッド販売台数

(単位：千台、千台未満四捨五入)

2022年 3月期	2023年 3月期	
第2四半期実績	第2四半期実績	前期比
41	45	+10%
19	26	+35%
22	20	-12%
56	64	+15%
53	62	+17%
3	2	-29%
4	5	+27%
4	5	+27%
0	0	0%
—	—	—
102	115	+13%

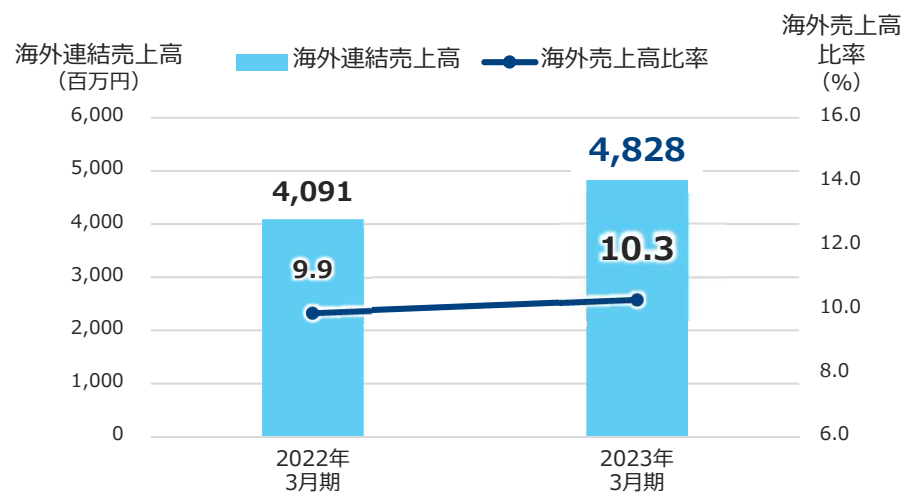
※ベッド販売台数にはグループ内事業会社への販売も含まれています。

2-5. 海外地域別売上高

前期比プラス18%

中国は前期ロックダウンの反動増。
一部非連結あるもインドが順調に増加。

(単位：百万円)	2022.3 2Q	2023.3 2Q	前期比
海外連結売上高	4,091	4,828	+18%
海外売上高比率	9.9%	10.3%	—



地域別海外連結売上高

(単位：百万円)	2022.3 2Q	2023.3 2Q	前期比
アジア	3,889	4,241	+9%
インドネシア	1,528	1,552	+2%
中国	1,173	1,499	+28%
その他アジア	1,187	1,188	+0%
中東	19	144	+658%
中南米	77	214	+178%
その他	106	228	+115%

3. 2023年3月期 通期見通し

3-1. 通期見通し

通期で営業増益へ

期初予算は据え置き。

(単位：百万円)

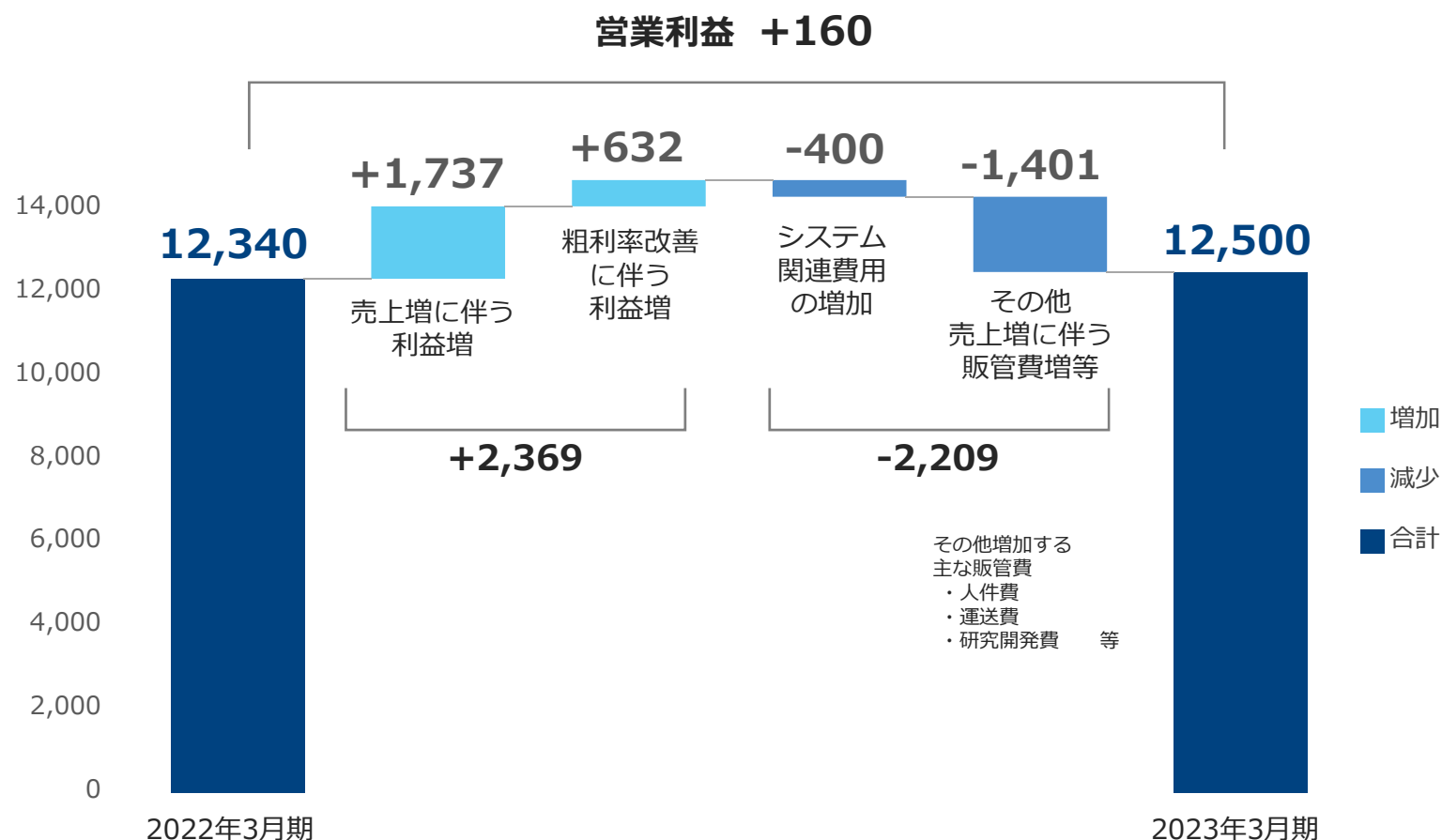
	2022年3月期	2023年3月期			
	実績	上期実績	下期見込み	通期見通し	前期比
売上高	90,352	46,850	47,150	94,000	+4.0%
営業利益 (営業利益率)	12,340 (13.7%)	6,218 (13.3%)	6,282 (13.3%)	12,500 (13.3%)	+1.3%
経常利益 (経常利益率)	13,543 (15.0%)	7,601 (16.2%)	5,299 (11.2%)	12,900 (13.7%)	-4.8%
親会社株主に帰属 する当期純利益 (純利益率)	9,092 (10.1%)	5,044 (10.8%)	3,756 (8.0%)	8,800 (9.4%)	-3.2%
年間配当金	55円	28円	29円	57円	+3.6%

3-2. 営業利益増減要因

将来の成長に向けた活動を積極的に展開

粗利率は改善を見込む。

(単位：百万円)



3-3. 医療事業見通し

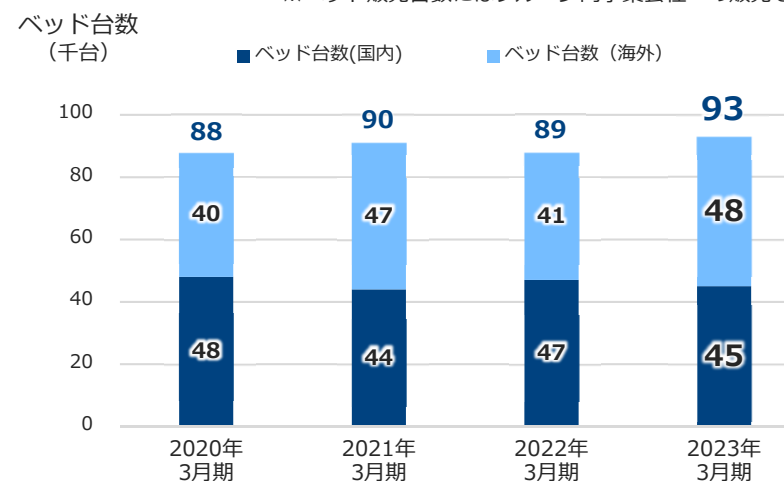
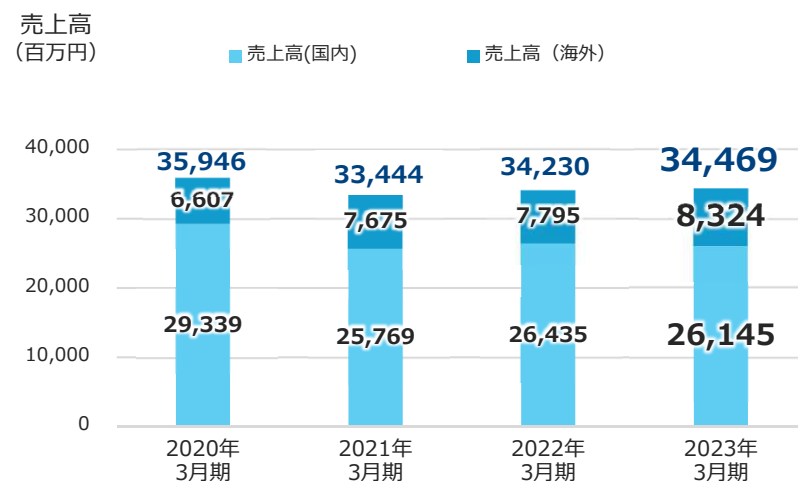
国内は強い引き合いが継続

メンテナンス・リカーリングも順調。
海外向けは高付加価値製品を拡販。

(単位：百万円)	2020.3	2021.3	2022.3	2022.3	前期比
				見通し	
売上高	35,946	33,444	34,230	34,469	+1%
国内	29,339	25,769	26,435	26,145	-0%
海外	6,607	7,675	7,795	8,324	+7%

(単位：千台、千台未満四捨五入、前期比は実数をもとに計算)					
ベッド販売台数	88	90	89	93	+4%
国内	48	44	47	45	-5%
海外	40	47	41	48	+15%

※ベッド販売台数にはグループ内事業会社への販売も含まれています。



3-4. 介護事業見通し

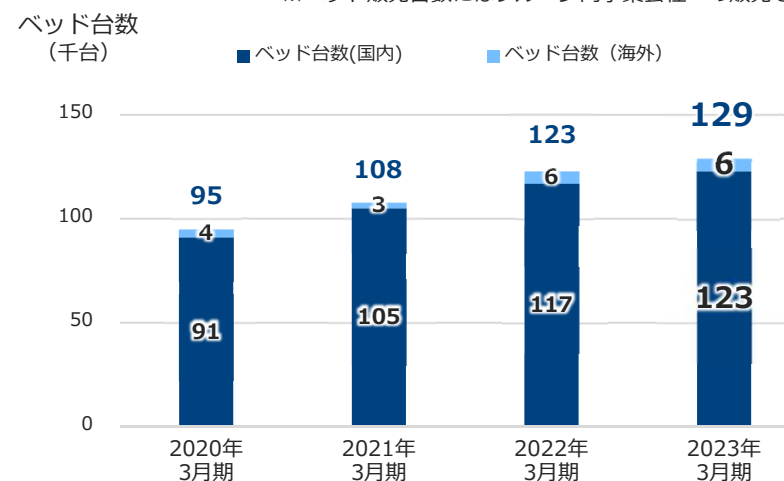
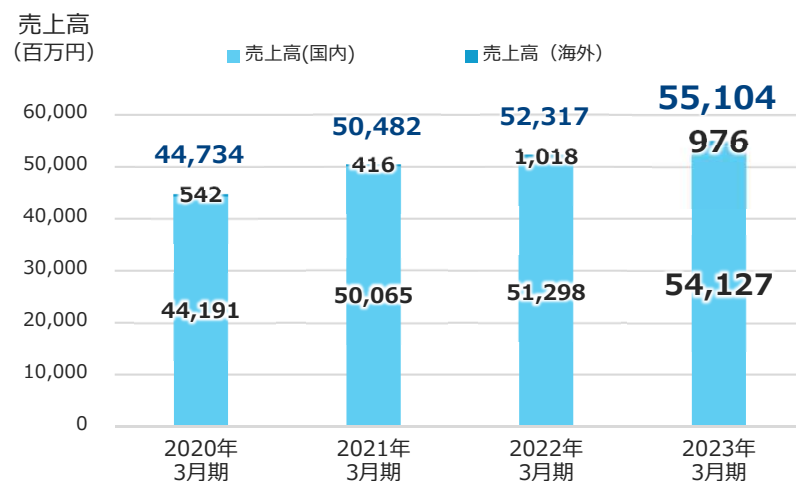
上期の好調を持続

施設向けは見守りセンサーを柱に需要を喚起。
在宅向けは「楽匠プラス」「クオラONE」の好調を持続。
レンタル卸引き続き拡大。

(単位：百万円)	2020.3	2021.3	2022.3	2023.3	
				見通し	前期比
売上高	44,734	50,482	52,317	55,104	+5%
国内	44,191	50,065	51,298	54,127	+6%
海外	542	416	1,018	976	-4%

(単位：千台、千台未満四捨五入、前期比は実数をもとに計算)					
ベッド販売台数	95	108	123	129	+5%
国内	91	105	117	123	+5%
海外	4	3	6	6	+10%

※ベッド販売台数にはグループ内事業会社への販売も含まれています。



3-5. 健康事業見通し

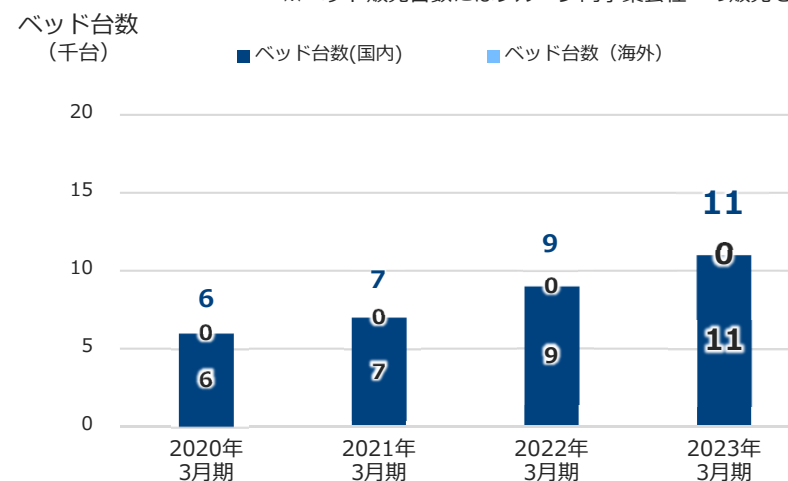
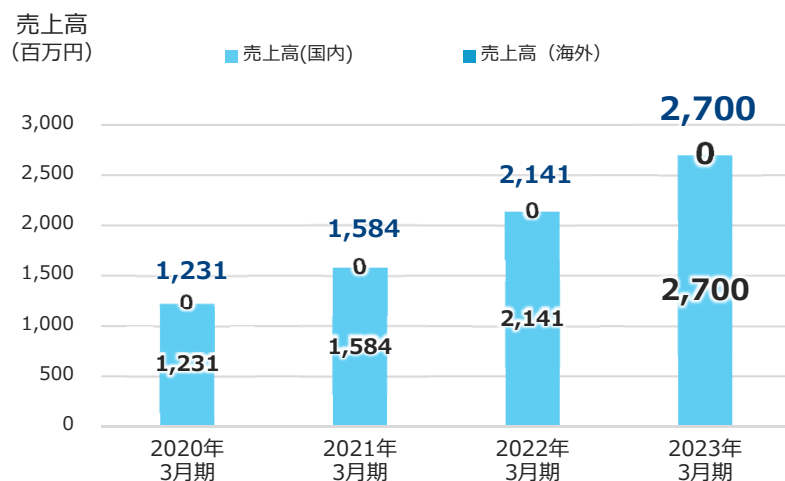
引き続き拡大 を見込む

「マイスター制度」による
販売力強化・関係性向上。
アプリの強化等により利便
性向上を推進。
引き続きファン獲得と認知
向上を目指す。

(単位：百万円)	2020.3	2021.3	2022.3	2022.3	前期比
				見通し	
売上高	1,231	1,584	2,141	2,700	+26%
国内	1,231	1,584	2,141	2,700	+26%
海外	0	0	0	0	-

(単位：千台、千台未満四捨五入、前期比は実数をもとに計算)					
ベッド販売台数	6	7	9	11	+23%
国内	6	7	9	11	+23%
海外	0	0	0	0	0%

※ベッド販売台数にはグループ内事業会社への販売も含まれています。



3-6. 事業別一覧

ベッド台数はトータルで6%増の23.3万台

売上高

(単位：百万円)

		2022年 3月期	2023年 3月期	
		実績	見通し	前期比
医療事業		34,230	34,469	+1%
	国内	26,435	26,145	-0%
	海外	7,795	8,324	+7%
介護事業		52,317	55,104	+5%
	国内	51,298	54,127	+6%
	海外	1,018	976	-4%
健康事業		2,141	2,700	+26%
	国内	2,141	2,700	+26%
	海外	0	0	0%
その他		1,662	1,726	+4%
合計		90,352	94,000	+4%

ベッド販売台数

(単位：千台、千台未満四捨五入)

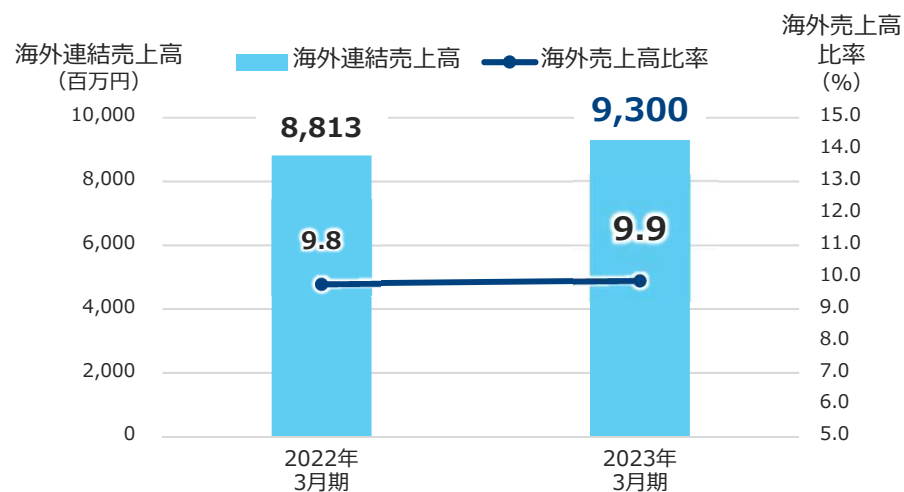
		2022年 3月期	2023年 3月期	
		実績	見通し	前期比
医療事業		89	93	+4%
	国内	47	45	-5%
	海外	41	48	+15%
介護事業		123	129	+5%
	国内	117	123	+5%
	海外	6	6	+10%
健康事業		9	11	+23%
	国内	9	11	+23%
	海外	0	0	0%
その他		—	—	—
合計		220	233	+6%

※ベッド販売台数にはグループ内事業会社への販売も含まれています。

3-7. 海外地域別売上高

インドネシア・中国・インド等の大型市場を拡大

(単位：百万円)	2022.3	2023.3 見通し	前期比
海外連結売上高	8,813	9,300	+6%
海外売上高比率	9.8%	9.9%	-



地域別海外連結売上高

(単位：百万円)	2022.3	2023.3 見通し	前期比
アジア	7,923	8,564	+8%
インドネシア	2,772	3,220	+16%
中国	2,803	2,952	+5%
その他アジア	2,346	2,391	+2%
中東	68	172	+153%
中南米	227	360	+59%
その他	595	204	-66%

※期初予算を据え置いています。

3-8. 設備投資等

減価償却は在宅介護向けや病院向けのレンタル資産が増加
設備投資はPCS大規模拠点の開設やインドネシア工場の塗装設備刷新等。

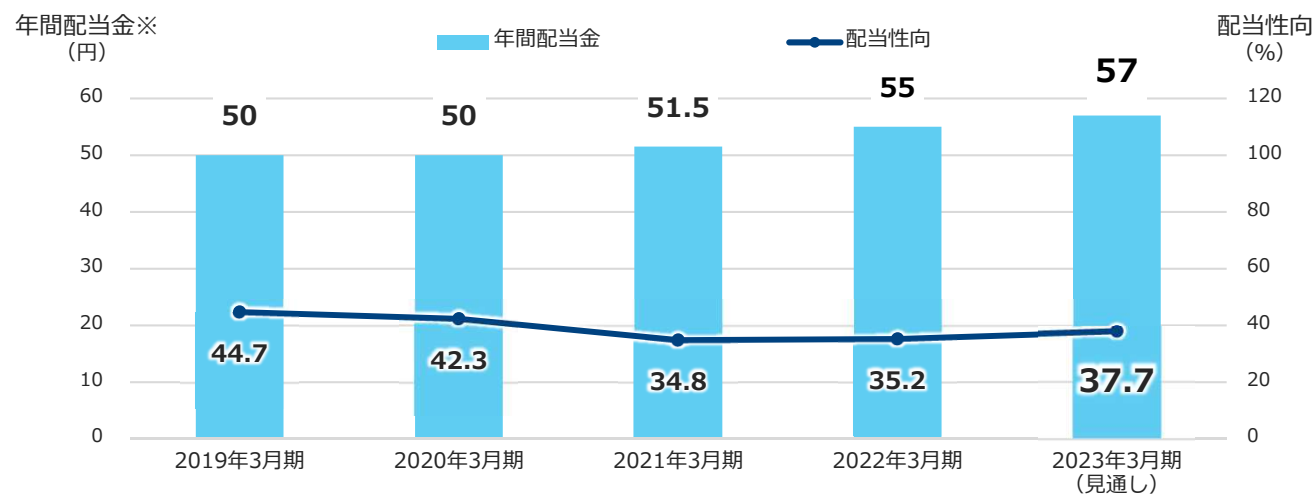
(単位：百万円)	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期 予算
設備投資費	3,984	2,976	1,822	3,600
減価償却費	6,895	7,540	7,898	8,463
研究開発費	1,677	1,782	1,697	1,774
従業員数	3,494	3,614	3,682	-

3-9. 株主還元（配当・自己株取得）

**基本方針：純資産配当率 2.7%、配当性向 30%を目安に
安定増へ**

2023年3月期は年間57円を予定。3期連続の増配を見込む。

	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期 見通し
年間配当金※	50円	50円	51.5円	55円	57円
純資産配当率（DOE）	2.8%	2.7%	2.7%	2.7%	-
配当性向	44.7%	42.3%	34.8%	35.2%	37.7%
自己株取得額	0円	4,382百万円	0円	0円	-



※当社は2021年4月1日を効力日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行いました。
上記は、2018年4月1日に当該分割が行われたと仮定した1株当たりの年間配当金を算定しています。

4. 中期経営計画 第IIフェーズの目標

4-1. 経営理念・長期ビジョン・中期経営計画の位置づけ

企業理念

企業理念

先進の技術とやさしさで
快適なヘルスケア環境を創造します

ステートメント

as human, for human

ビジョン

パラマウントビジョン2030

「医療」「介護」から「健康」まで
すべての人に笑顔を

中期経営計画

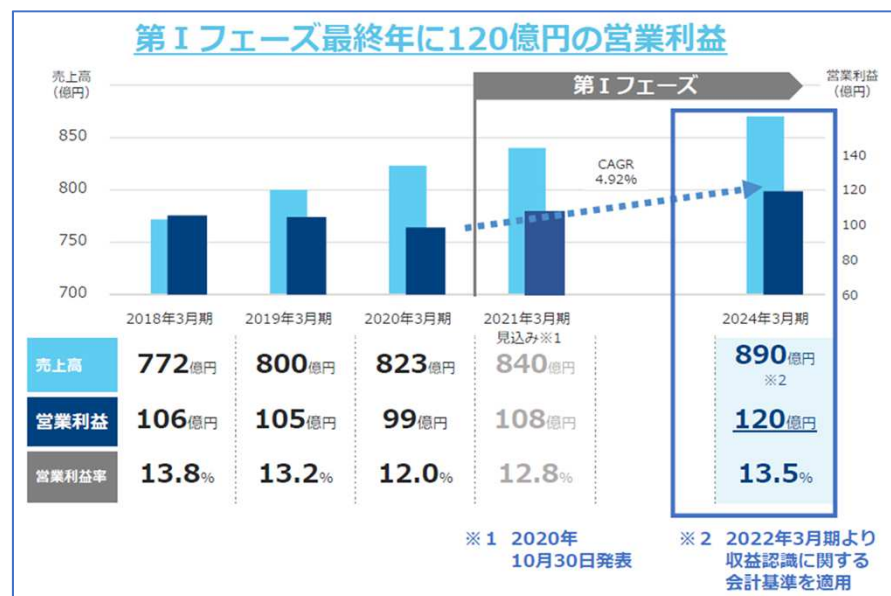
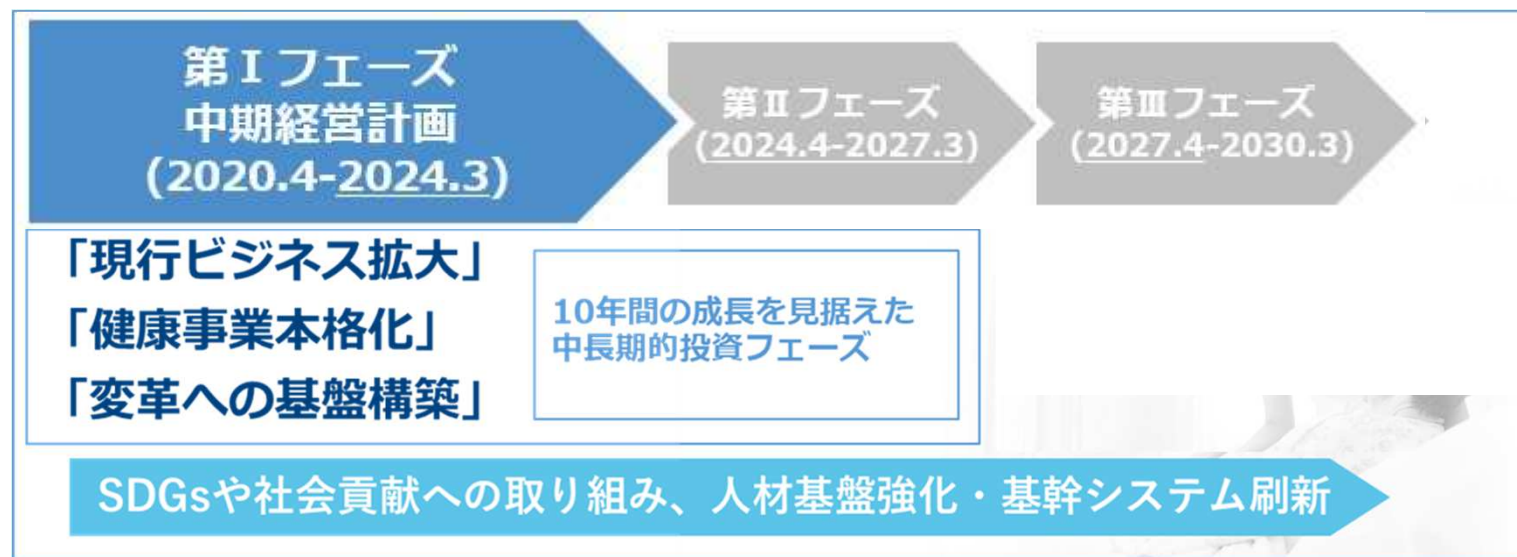
第Ⅰフェーズ (2020.4～2024.3)

第Ⅱフェーズ (2024.4～2027.3)

第Ⅲフェーズ (2027.4～2030.3)



4-2. 第Ⅰフェーズの状況



2021年4月発表資料

【現況】

・第Ⅰフェーズの業績目標
**2024年3月期 営業利益120億 売上890億円を
2022年3月期に超過**

第Ⅰフェーズの重点施策を確実に実行するとともに
第Ⅱフェーズの方向性を見据えた活動を

4-3. 第Ⅱフェーズの方向性・注力ポイント

パラマウントビジョン2030

「医療」「介護」から「健康」まで すべての人に笑顔を

2024.3

2027.3

2030.3

第Ⅰフェーズ重点施策

「現行ビジネス拡大」
「健康事業本格化」
「変革へ基盤構築」

第Ⅱフェーズの方向性・注力ポイント

「リカーリングビジネス拡大」

「健康事業の進化」

「アジア注力エリアでの飛躍」

上記実現のため「他社連携による事業拡大・創造」を

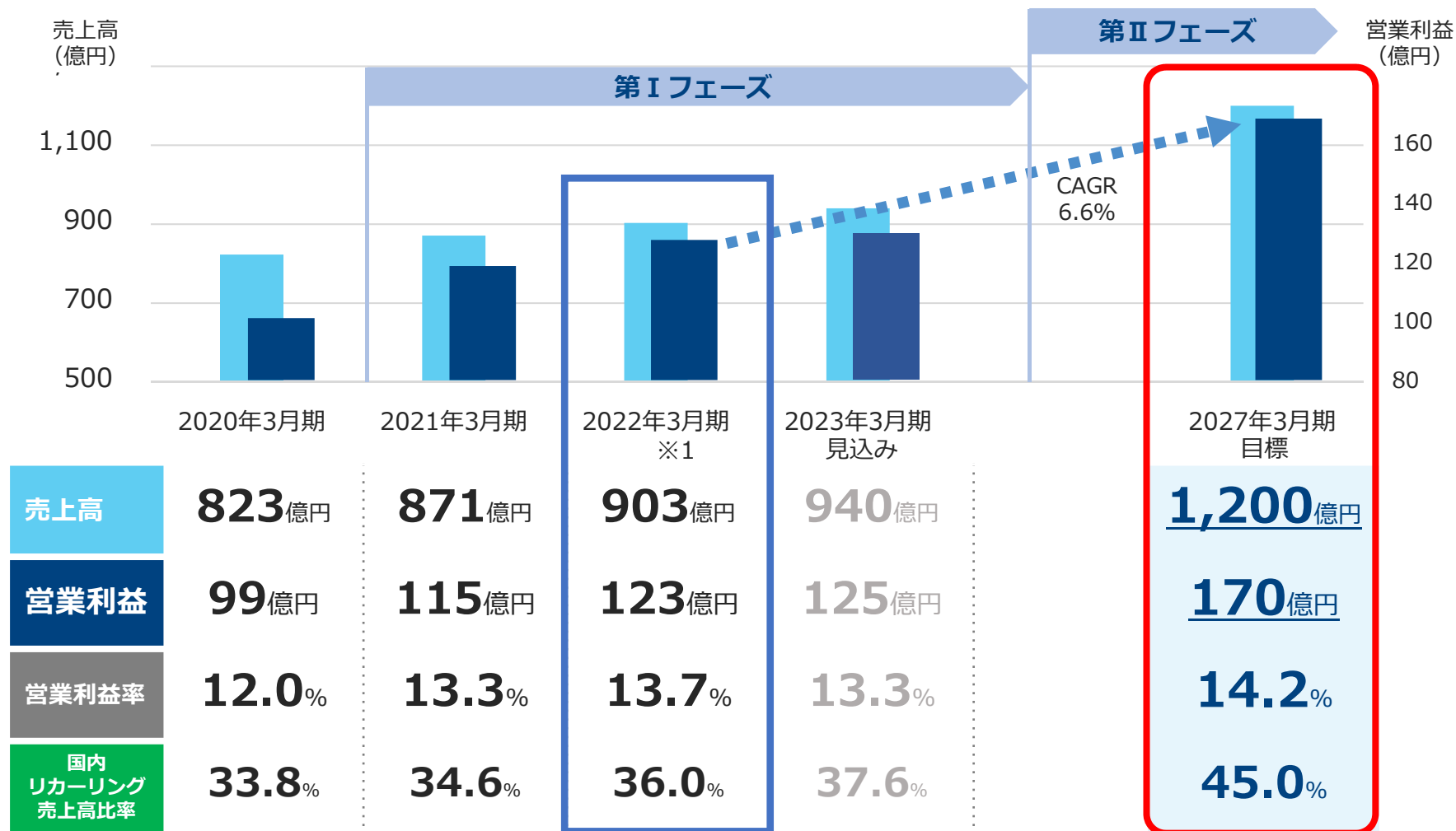


お客様のパートナーとして「なくてはならない存在」へ

SDGsや社会貢献への取り組み、人材基盤強化・基幹システム刷新

4-4. 第Ⅱフェーズ（2025年3月期～2027年3月期）の業績目標

第Ⅱフェーズ最終年に売上高1,200億円・営業利益170億円



※1 2022年3月期より収益認識に関する会計基準を適用

4-5. 第Ⅱフェーズの方向性・注力ポイント

「リカーリングビジネス拡大」

- 現在のリカーリングビジネス拡大を加速
福祉用具レンタル卸事業（介護事業）
病院向け常駐サービス（医療事業）
病院向けパッケージレンタル（医療事業）
- センシング技術・AI・IoTなどを活用した
新たなリカーリングビジネスメニューを開発



国内における
リカーリング売上高比率
現在の36%から
45%へ拡大

「健康事業の進化」

- 睡眠改善製品の拡充
- 健康寿命延伸に資する製品・サービス
- 他社とも連携し利用者を拡大



健康事業売上高
50億円超へ拡大

「アジア注力エリアでの飛躍」

- 拠点国における医療ベッドシェアNo.1
- 販売台数増加を支える生産拠点整備
- 年平均売上高成長率10%を目指す

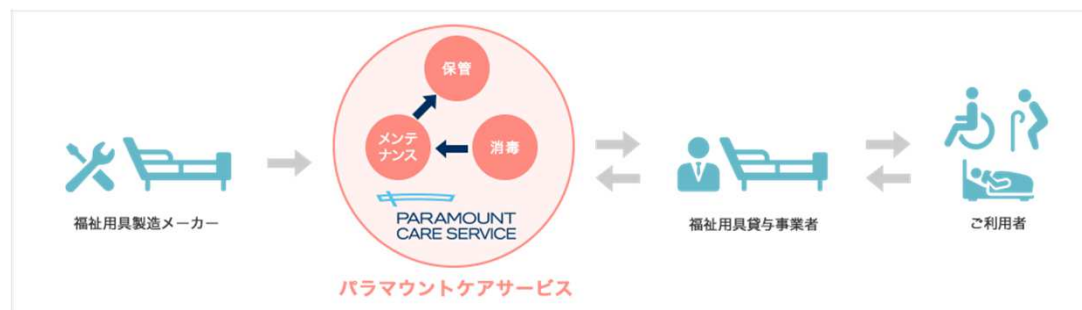


海外売上高
150億円へ拡大

各注力ポイントとも他社連携やCVCを活用して拡大スピードを加速

4-6. リカーリングビジネス（レンタル卸）

福祉用具レンタル卸（パラマウントケアサービス）の業務の流れ



大規模メンテナンスセンターの設置により 効率化の推進と拡大する需要へ対応

北大阪メンテナンスセンター（5月開設）



所在地：大阪府高槻市
延床面積：10,433㎡

※当社最大規模のメンテナンス・保管能力

厚木メンテナンスセンター（11月開設）



所在地：神奈川県厚木市
延床面積：9,712㎡

※千葉大平メンテナンスセンターとの
関東2大規模拠点体制へ

4-7. リカーリングビジネス（病院向け・新規メニュー）

病院向け常駐サービスの一例



備品の管理・修理業務



看護助手業務



コンシェルジュ業務

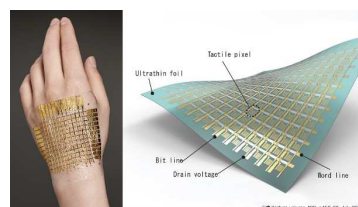
新たなリカーリングビジネスメニューの開発へ

眠りSCANの活用



売り切りでない新しい仕組みへ

スキンエレクトロニクス技術



新しいセンサー技術の活用

CVCによる他社との連携



10月1日にCVCを設立
外部の技術やノウハウ、人脈などを組み合わせ、
新たなシナジーの発揮へ

通称	PARAMOUNT BED Healthcare Fund
ファンド規模	50億円
運用期間	7.5年間
投資領域	医療・介護・健康
運営会社	SBIインベストメント株式会社

現在のリカーリング拡大を加速
新規リカーリングメニューを開発

国内リカーリング売上高比率
36%から45%へ拡大

4-8. 健康事業の進化

医療・介護で培ったノウハウやテクノロジーによる2つのブランド

インタイム

介護ベッドに“変身”できる電動ベッド



INTIME1000シリーズ
（ハリウッドスタイル・ラウンドボードタイプ）



INTIME2000iシリーズイメージ
（ボルドーレッド・睡眠計測センサー搭載）



INTIME3000シリーズイメージ
（キューブタイプ・クラッシーダーク）

アクティブスリープ

“眠りの自動運転”・眠りを採点



睡眠センサーとスマホ専用アプリを連携

- ・リラックス姿勢
- ・100万通りの硬さ調節
- ・眠りの自動運転
- ・日々の睡眠状態を採点
- ・いびき計測

etc.

寝室の中心となるベッドを軸として、
睡眠をより快適にする機能を有した
製品・サービスを展開

健康事業売上高50億円へ拡大

4-9. アジア注力エリアでの飛躍

中国・インド・インドネシアを注力エリアに

各国の状況（2022年3月期、当社推計）

〔中国〕

人口：約14億人 病院ベッド数：約700万床
年間市場規模：約37万台（電動比率約9%）

当社電動ベッドシェア約16%



〔インド〕

人口：約14億人 病院ベッド数：約124万床
年間市場規模：約13万台（電動比率約20%）

当社電動ベッドシェア約20%



〔インドネシア〕

人口：約2.7億人 病院ベッド数：約33万床
年間市場規模：約2.3万台（電動比率約30%）

当社電動ベッドシェア約70%



- インド、中国、インドネシアを注力エリアに
拠点国における医療ベッドシェアNo.1を
- 販売台数増加を支える生産拠点整備
- 年平均売上高成長率10%を目指す



海外売上高150億円へ拡大

4-10. 第Ⅱフェーズの業績目標（海外）

連結海外売上高

（単位：百万円）

	2022年3月期 実績	2027年3月期 目標	2022年3月期 実績比
アジア	7,923	13,500	+70%
インドネシア	2,772	4,900	+77%
中国	2,803	4,600	+64%
その他アジア	2,346	4,000	+71%
アジア以外	890	1,500	+69%
合 計	8,813	15,000	+70%
海外売上高比率	9.8%	12.5%	-

4-11. 第Ⅱフェーズの業績目標（事業別）

事業別売上高

（単位：百万円）

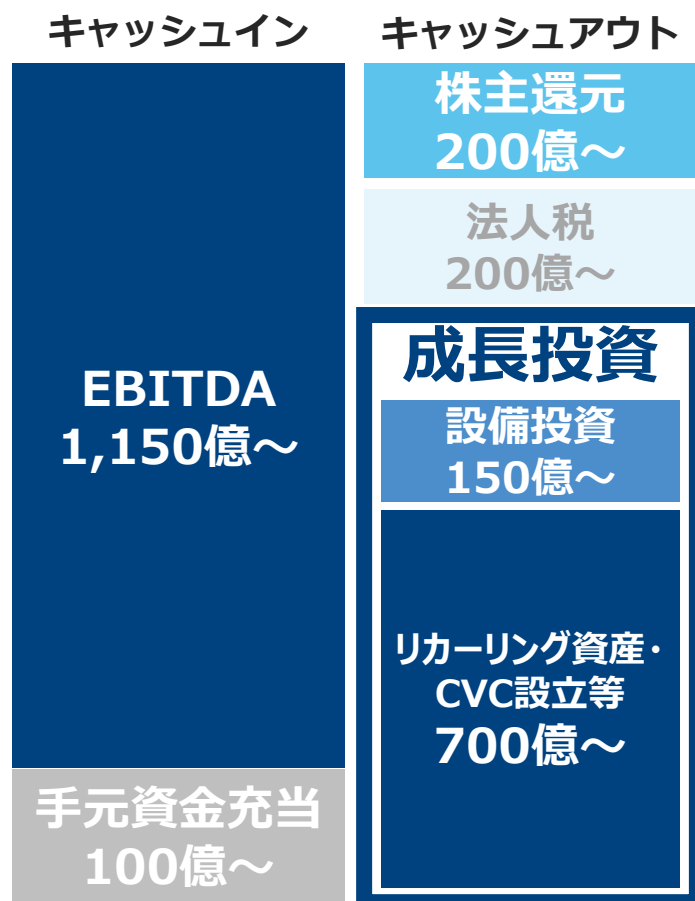
	2022年3月期 実績	2027年3月期 目標	2022年3月期 実績比
医療事業	34,230	49,600	+45%
介護事業	52,317	62,900	+20%
健康事業	2,141	5,500	+157%
その他	1,662	2,000	+20%
合 計	90,352	120,000	+33%
営業利益	12,340	17,000	+38%

4-12. キャッシュ配分計画

リカーリング資産投資/ベンチャー投資等に重点配分

顧客とのつながりの強化とストック型ビジネスへの転換を目指す

2022～2026年度累計



株主還元

純資産配当率(DOE)2.7%と配当性向30%を目安
市場環境等を勘案した機動的な追加還元

成長投資

顧客との継続的な関係を強化するリカーリング資産
生産設備や福祉用具メンテナンス設備増強／基幹システム刷新
事業発展に向けたCVC設立など他社連携を積極的に展開

<手元資金水準の考え方>

月商約3か月分の運転資金

＋ 災害等発生時においても医療・介護に貢献する
製品やサービスを継続的に提供できる体制の維持

5-1. トピックス

SDGs貢献活動を加速

6つのマテリアリティ（重点課題）を策定し取り組みを推進

1. 持続的な医療・介護体制整備の支援



2. すべての人が健康でいきいきと暮らせる環境づくり



3. 製品安全の追求



4. 従業員の健康・ダイバーシティ・働き方改革の推進



5. 環境に配慮した事業活動



6. コンプライアンスの徹底



中学生向け「睡眠」教育プログラムを無償提供（6月）

- ・ 目的：睡眠について理解を深めその重要性について学んでもらう
- ・ 提供先：全国4万人以上の教員が登録中のプラットフォーム「SENSEIよのなか学」（株式会社ARROWS提供）
- ・ 実績：約5ヵ月間で全国約2万5千人の中学生に対しての授業が実施される
今年度、さらに1万人の中学生に実施予定



中学生向け睡眠教育プログラムイメージ

5-2. トピックス

SDGs貢献活動を加速

「パラマウントベッドホールディングス統合報告書2022」を発行

公開URL: <https://www.paramountbed-hd.co.jp/ir/reference/integration>

- 主な内容：
- ・ イントロ
 - ・ 社長メッセージ
 - ・ 価値創造ストーリー
 - ・ 中期経営計画
 - ・ CFOメッセージ
 - ・ 事業別戦略
 - ・ 価値創造の源泉
 - ・ サステナビリティの取り組み
 - ・ 業績・企業情報



統合報告書の表紙

注意事項

本資料に記載した業績等に関する予想数値につきましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものです。

従いまして、実際の業績は今後様々な要因により、記載した予想数値と異なる可能性があります。

また、本資料に記載の製品・サービス（開発中のものを含む）に関する情報は、宣伝広告を目的としているものではありません。

本資料の金額表示は切り捨て表示しています。

予算比・前期比における％表示は、増減について±記号を用い、四捨五入表示しています。