



池田 茂 会長兼社長

フランスベッドホールディングス株式会社(7840)



フランスベッド ホールディングス

企業情報

市場	東証 1 部
業種	その他製品(製造業)
代表取締役会長兼社長	池田 茂
所在地	東京都新宿区西新宿 6-22-1 新宿スクエアタワー6F
決算月	3 月
HP	https://francebed-hd.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
928 円	41,397,500 株		38,416 百万円	6.1%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
30.00 円	3.2%	62.70 円	14.8 倍	998.31 円	0.9 倍

*株価は 7/26 終値。各数値は 21 年 3 月期決算短信より。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2018 年 3 月(実)	52,410	2,606	2,606	1,806	44.88	25.00
2019 年 3 月(実)	51,764	2,363	2,361	2,599	66.02	28.00
2020 年 3 月(実)	52,430	2,492	2,436	1,520	39.07	28.00
2021 年 3 月(実)	52,430	3,246	3,451	2,295	59.87	30.00
2022 年 3 月(予)	54,000	3,700	3,650	2,350	62.70	30.00

*単位:百万円、円。予想は会社側予想。当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。以下、同様。

フランスベッドホールディングス株式会社の会社概要、業績動向、池田会長兼社長へのインタビューなどをお伝えします。

目次

今回のポイント

1. 会社概要
 2. 2021 年 3 月期決算概要
 3. 2022 年 3 月期業績予想
 4. 中期経営計画(2022 年 3 月期～2024 年 3 月期)
 5. 池田会長兼社長へのインタビュー
 6. 今後の注目点
- <参考:コーポレート・ガバナンスについて>

今回のポイント

- 福祉用具貸与事業のパイオニアとして、医療・介護用ベッド、福祉用具の製造、仕入、レンタル、小売及び卸売等の「メディカルサービス事業」や、家庭用ベッド、家具類、寝装品等の製造、仕入及び卸売等の「インテリア健康事業」などを展開。
- 21 年 3 月期の売上高は前期並みの 524 億 30 百万円。コロナ禍の影響を大きく受けたインテリア健康事業は減収も、介護関連レンタル需要が堅調だったことに加え、子会社 2 社の連結が寄与したメディカルサービス事業がカバーした。営業利益は同 30.2%増の 32 億 46 百万円。売上は横這いだったが相対的に利益率の良いメディカルサービス事業の増収により粗利額が同 4.3%増加した一方、販管費は同 1.5%増にとどまった。21 年 2 月に公表した修正予想に対して売上・利益とも上回った。
- 22 年 3 月期の売上高は前期比 2.9%増の 540 億円、営業利益は同 13.9%増の 37 億円の予想。両事業とも増収増益を見込む。配当は前期と同じく 30.00 円／株の予定。予想配当性向は 47.8%。
- 今期を初年度とする中期経営計画(22/3 期～24/3 期)を公表した。少子高齢化の進行で医療・介護の担い手不足が更に深刻化することが予想される中、介護分野の課題解決に向けてグループで保有する経営資源をシルバービジネスに集中し、新しい商品やサービスを通じて課題解決を図る考えだ。目指す姿は「社会に役立つ企業、社会に貢献する企業」。暮らしに役立つ製品・サービスを提供することで、収益を獲得し、適正な利益を計上すると同時に、経済価値を一辺倒に追及するのではなく、ESG を重視した経営に努め、社会的な価値もあわせて創造する。また、社会環境の変化に合わせ新たな価値の創造にチャレンジし続けることで、社会から 100 年を超えて存続を期待される企業であり続けたいと考えている。24/3 期 売上高 590 億円、経常利益 48 億円、ROE8%以上を目指している。
- 池田 茂会長兼社長に、企業経営で大事にしていること、自社の強み、成長戦略、課題、株主・投資家へのメッセージなどを伺った。「当社はお客様の困りごとを解決することで社会のお役に立つことを目指している会社です。企業ですから、当然、売上・利益を上げていかないとはいけません。ただ、効率ばかりを追求するのではなく、社会的な存在意義を認識し、これからも社会のお役に立つ存在であり続ける考えです。そうした想いに共感できる投資家の皆様に株主として、当社を中長期の視点で応援していただきたいと思っています」とのことだ。
- 中期経営計画では、24 年 3 月期の全社売上高経常利益率は 10%超を計画している。その達成には、メディカルサービス事業の伸長はもちろんだが、経常利益の CAGR が 20%を超す計画のインテリア健康事業の進捗が大きなカギを担っている。そのためには、新「ライフトリートメントマットレス」や環境対応マットレス「リコ・プラス」といった高付加価値製品の浸透がポイントとなろう。グループ展示場の増設という投資を吸収してどの程度のスピードで拡大していくのか注目したい。
- また長期の視点からは、効率一辺倒ではなく、自社の社会的な役割を認識しながら共感できる株主との共生を目指す同社の ESG 経営にも期待したい。

1. 会社概要

『創造と革新により、「豊かさやさしさ」のある暮らしの実現に貢献するヒューマンカンパニーを目指します。』を経営理念に掲げ、医療・介護用ベッド、福祉用具の製造、仕入、レンタル、小売及び卸売等の「メディカルサービス事業」や、家庭用ベッド、家具類、寝装品等の製造、仕入及び卸売等の「インテリア健康事業」などを展開している。福祉用具貸与事業のパイオニア。「人にやさしいモノづくり」や「幅広く迅速なサービス提供体制」などが特長・強み。

【1-1 沿革】

池田茂氏(現 フランスベッドホールディングス株式会社代表取締役会長兼社長)の父、池田実氏が 1949 年、フランスベッド株式会社の前身となる双葉製作所を設立。自動車製品のシート製造を手掛けていたが、1956 年に日本初となる分割式ベッド「フランスベッド」の製造を開始したところ、大ヒット。1961 年、商号をフランスベッド株式会社に変更。1963 年、東京証券取引所 2 部に上場、1966 年、東京証券取引所 1 部に指定替。

1958 年に主に「フランスベッド」を販売することを目的に設立された「フランスベッド販売」において、1983 年、池田茂氏が新規事業として開始した在宅介護用の療養ベッドの販売を行っていた際、販売後日を置かず利用者が亡くなられたケースで、下取りの要請があったのを機に、レンタルサービスを開始。顧客満足度が極めて高いことからレンタル事業を本格的に展開していくために、1987 年、グループ会社の日本衛生寝具株式会社がフランスベッド販売株式会社を吸収合併し、社名を「フランスベッドメディカルサービス株式会社」に変更。福祉用具貸与事業のパイオニアとなる。

当初はレンタルサービス自体の認知が低く苦戦したが、福祉用具の無償提供をレンタルに切り替えることでコスト削減を進めたい地方自治体のニーズを取り込み、業容は着実に拡大。

2000 年の介護保険制度スタートに際しては、池田会長兼社長の厚生労働省への働きかけもあり、福祉用具レンタルが介護保険制度にも組み込まれ、業績は急速に拡大していく。

2004 年 3 月、フランスベッド株式会社及びフランスベッドメディカルサービス株式会社の株式移転により、フランスベッドホールディングス株式会社を設立。同月、東京証券取引所市場第 1 部及び大阪証券取引所市場第 1 部に株式を上場。

2009 年 4 月、フランスベッドメディカルサービス株式会社をフランスベッド株式会社に吸収合併した。

【1-2 経営理念】

以下の経営理念を掲げている。

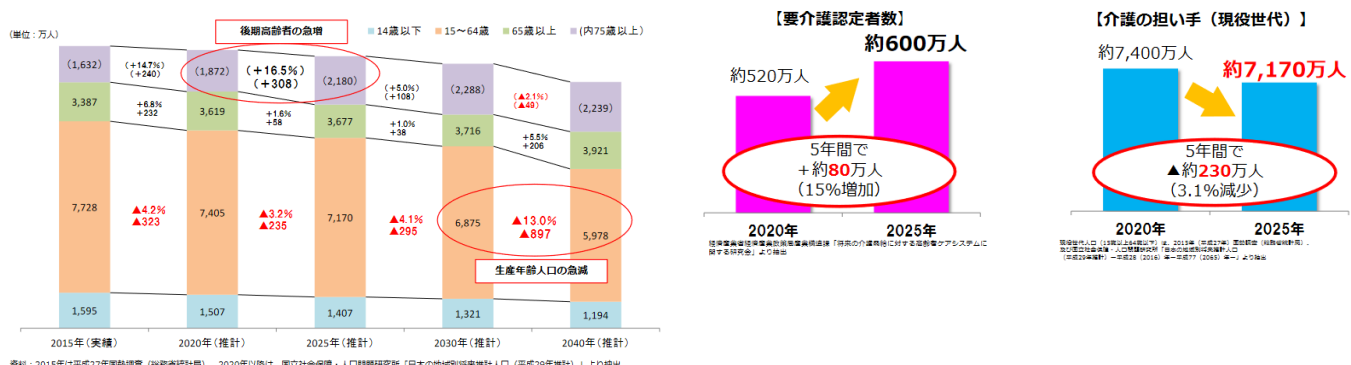
社長インタビューにあるように、製品利用者の困りごとを解決することを活動の指針としている。

- ☆ 創造と革新により、「豊かさやさしさ」のある暮らしの実現に貢献するヒューマンカンパニーを目指します。
- ☆ 株主価値最大化の追求。付加価値の高い新商品・新サービスを創造します。
- ☆ 経営資源の有効活用を図り、グループの総合力を強化します。

【1-3 同社を取り巻く環境】

(1) 少子高齢化の進行 ～介護の担い手不足と在宅での老老介護の増加～

少子高齢化の進行下、要介護認定者数が増加する一方で、15～64 歳の生産年齢人口の減少により、介護施設における介護人材の不足、在宅での老老介護の増加が更に進むことは確実で、超高齢化社会への対応が日本社会の大きな課題である。

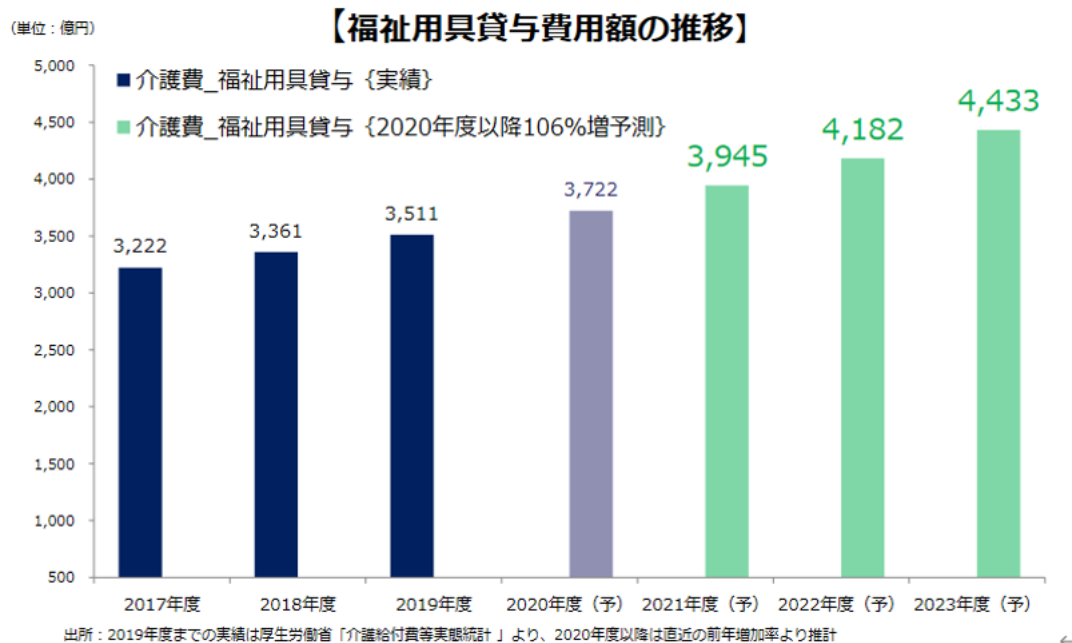


BRIDGE REPORT



(2) 堅調な福祉用具貸与市場

こうした高齢化の進行、要介護認定者数の増加に伴い、介護ベッドを中心とした福祉用具貸与費用額は今後も堅調に拡大することが見込まれ、同社では 2020 年度以降も年率 6% で増加すると予測している。



(同社資料より)

(3) 住宅着工戸数は減少も、リフォーム市場は堅調に推移

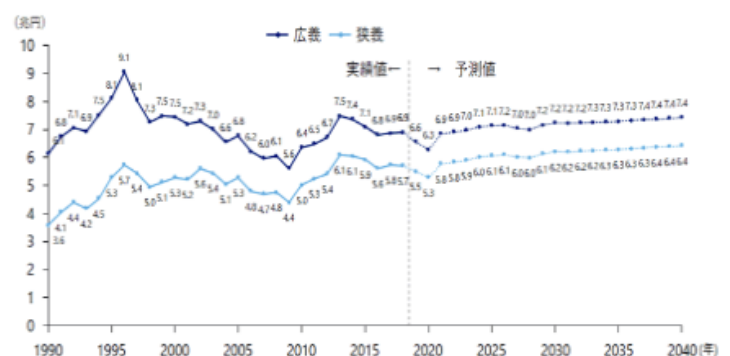
新築住宅着工件数は減少が予測されるが、リフォーム市場は緩やかながらも拡大が見込まれ、それに伴い耐久消費財の買い替え需要も同様に堅調な推移が見込まれる。

【国内新築住宅着工件数の実績推移と予測結果】



(同社資料より)

【リフォーム市場規模の実績推移と予測結果】



広義: 狭義のリフォーム市場規模に「エアコンや家具等のリフォームに関連する耐久消費財、インテリア商品等の購入費を含めた金額」を加えたもの
狭義: 「住宅着工統計上『新設住宅』に計上される増築・改装工事」及び「設備等の修繕維持費」

出所: 実績値: 住宅リフォーム・紛争処理支援センター「住宅リフォームの市場規模 (2018年版)」, 予測値: 株式会社野村総合研究所

BRIDGE REPORT

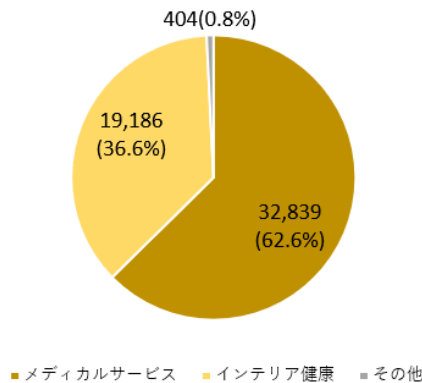


【1-4 事業内容】

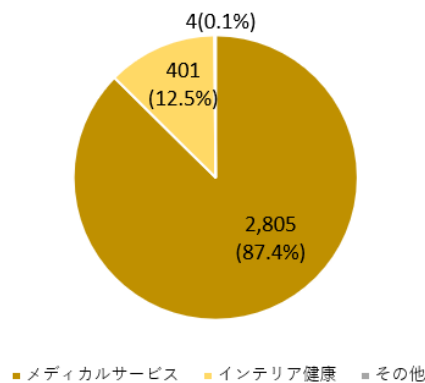
報告セグメントは「メディカルサービス」「インテリア健康」の2つ。「その他」は不動産賃貸等。

セグメント売上高構成（21/3期、単位：百万円）

セグメント利益構成（21/3期、単位：百万円）



* 外部顧客への売上高



* 調整前合計額に対する構成比

(1) メディカルサービス事業

医療・介護用ベッドや福祉用具の開発・製造・仕入・レンタル・小売及び卸売のほか、展開地域は限定的だが、医療・福祉施設・ホテル等のリネンサプライを提供している。また、医療・福祉施設のトータルプロデュースも手掛けている。

在宅、施設向けのベッドや家具、介護用品等を手がける生産・開発部門と、全国の自社店舗および提携代理店の販売網を持つ営業・販売部門とが一体となり、独創的な商品・サービスを提案している。

1983 年に日本で初めて療養ベッドのレンタルサービスをスタートさせて以来、サービスや製品を通じて、環境に配慮し、やさしさのある暮らしの実現を追求している。

(主要子会社・関連会社)

フランスベッド(株)、(株)翼、カンダス(株)、江蘇芙蘭舒床有限公司、フランスベッドメディカルサービス(株)、(株)ミストラルサービス

(事業内容)

① 医療・介護用ベッドや福祉用具の製造・仕入・レンタル・小売及び卸売

介護用品・福祉用具から健康サポート商品、アクティブシニア向けブランド「Reha tech(リハテック)」の商品などのレンタル及び販売を経験豊かな専門スタッフを介して店舗、インターネットなどで行っている。

店舗では介護相談やケアプランの作成など様々な相談を受けたり、健康に関する多彩なセミナー・イベントを開催したりしている。

② 医療・福祉施設・ホテル等のリネンサプライ

医療・福祉施設やホテル等に清潔で安全なリネンを提供している。すべてのリネンは、消毒施設を完備したクリーニング工場ですばやく丁寧に仕上げている。工場は厳しい衛生基準を満たし、「医療関連サービスマーク認定工場」に指定されている。

③ 医療・福祉施設のトータルプロデュース

顧客である医療・福祉施設からの安全に対する要望を踏まえ、製品のさらなる安全性の向上を図る設計・開発に全力をあげている。また、いち早く医療・介護ベッドに家庭的なデザインや素材を取り入れ、従来、無機質だった医療・福祉施設の空間に温かみを添えてきた。療養生活においてインテリアが与える心理的な効果にも配慮し、より質の高い医療・福祉環境の実現を支援している。

BRIDGE REPORT



(商流)

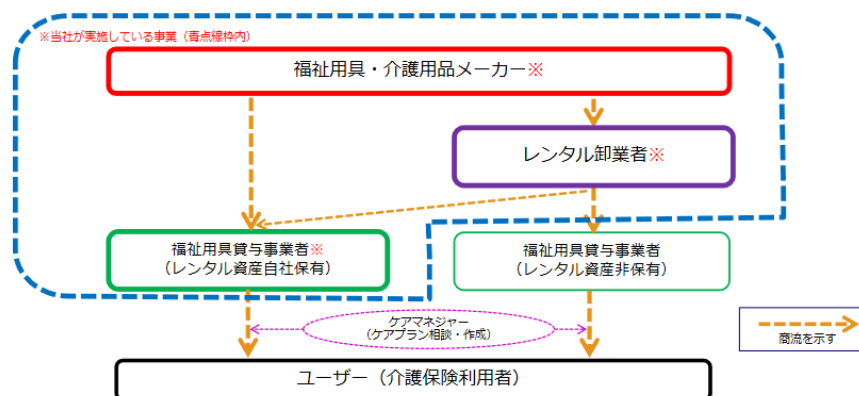
主に直レンタルとレンタル卸・卸販売の2つの商流がある。

* 直レンタル

福祉用具・介護用品メーカーであり、福祉用具貸与事業者でもある同社が、自社で保有するレンタル資産をメンテナンスしながら、ケアマネジャーを介して介護保険利用者に貸与する。

* レンタル卸・卸販売

福祉用具・介護用品メーカーである同社が、福祉用具貸与事業者へレンタル卸や卸販売を行うとともに、福祉用具貸与事業者へ商品をレンタル、または販売を行うレンタル卸業者に商品を卸販売する。



(同社資料より)

(2) インテリア健康事業

ベッド・家具類・寝装品・健康機器等の開発・製造・仕入及び販売。

生産・開発部門では、創業以来、追求してきた快適な睡眠のための研究を活かしたベッド・寝装品の開発にはじまり、家具・インテリアから健康機器まで多彩で価値ある商品づくりに取り組んでいる。

また、営業部門では全国の家具店、百貨店、インテリア専門店、宿泊施設など、幅広い販路を確立している。

両部門が構築してきた独自のノウハウを活かし、今までにない商品・サービスによって、より豊かな新しい生活文化の創造に寄与している。

(主要子会社・関連会社)

フランスベッド(株)、フランスベッド販売(株)、(株)エフビー友の会、東京ベッド(株)、フランスベッドファニチャー(株)、江蘇芙蘭舒床有限公司

(事業内容)

① 家具インテリア業界のトップメーカーとして暮らしをサポート

家具インテリア業界のトップメーカーとして、国内のみならず海外市場も視野に入れ、健康や睡眠、ライフスタイル、環境への配慮など様々な視点から高付加価値製品を消費者市場に提案し、豊かさを実感できる暮らしの実現をサポートしている。

② 付加価値の高い製品を開発

創業以来追求してきた快適な眠りを提供するベッドに加え、リビングソファ、ダイニングセットなどインテリア家具全般からマッサージ機などの健康機器まで、豊かで健康的な生活を演出する付加価値の高い多彩な製品を開発している。

③ 快適で上質なホテルのインテリアを、企画からトータルにプロデュース

長年培った快適な空間づくりのノウハウを活かし、ホテルのトータルプロデュースを行っている。ベッドやインテリアの納入を始め、客室やロビーのデザイン・設計・施工、インテリアのコーディネートまで、効果的な空間演出をホテルのコンセプトに合わせてプロデュースしている。

BRIDGE REPORT



【1-5 特徴と強み】

(1) 商品開発力: 人にやさしいモノづくりを追求

『「創造と革新により、「豊かさ」とやさしさ」のある暮らしの実現に貢献するヒューマンカンパニーを目指します』を経営理念に掲げる同社は、「お客様の困りごとを解決すること」を行動の指針としている。

この指針を基に、「自動寝返り支援ベッド」「離床支援マルチポジションベッド」といった、日常活動(ADL: Activities of Daily Living)の向上を図る上で役立ち、家庭や社会復帰に向けて取り組みやすい、「人にやさしいモノづくり」を追求している。また、環境対応商品の開発にも注力している。



日常生活での「安全な活動」をサポート

独自の機能と快適性で「気軽に外出」をサポート



車いすの「より安全、より便利」をサポート

認知症・失語症の方の「コミュニケーション」をサポート

(同社資料より)

(2) 幅広く迅速なサービス提供体制

業界のリーディングカンパニーとして、福祉用具販売・レンタル、病院・福祉施設のトータルプロデュース、医療機器の開発など、安心して暮らせる独自の「やさしいサービス」を在宅から病院・施設まで幅広く提供している。

また、介護用ベッドを始めとした福祉用具は、例えば利用者が病院から退院し自宅に戻る前には必ず自宅に設置しておく必要がある。そのため、迅速に手配することができるか否かが重要なポイントとなる。

同社は、基幹メンテナンスセンターの新築・増強に加え、メンテナンス機能を持たない物流拠点である「小型サービスデポ」を都市部に増設し、サービス提供体制の更なる強化に取り組んでいる。

(3) 豊かさやさしさのある暮らしを提供

家具インテリア業界のトップメーカーとして、70年に亘り「豊かさ」とやさしさのある暮らしの実現」を追求し、豊かな生活文化を創造している。

【1-6 ROE 分析】

	17/3 期	18/3 期	19/3 期	20/3 期	21/3 期
ROE(%)	5.1	4.5	6.5	4.0	6.1
売上高当期純利益率(%)	3.70	3.45	5.02	2.90	4.38
総資産回転率(回)	0.85	0.82	0.81	0.85	0.86
レバレッジ(倍)	1.64	1.62	1.62	1.63	1.63

中期経営計画(22/3 期～24/3 期)では、24/3 期 8%以上を目標としている。

24/3 期の売上高当期純利益率は 5.4%の計画なので、ROE8%を達成するには、総資産回転率およびレバレッジの上昇が必要となる。

BRIDGE REPORT



2. 2021 年 3 月期決算概要

【2-1 業績概要】

	20/3 期	構成比	21/3 期	構成比	前期比	予想比 1	予想比 2
売上高	52,430	100.0%	52,430	100.0%	-0.0%	+4.8%	+1.2%
売上総利益	25,917	49.4%	27,038	51.6%	+4.3%	-	-
販管費	23,425	44.7%	23,792	45.4%	+1.5%	-	-
営業利益	2,492	4.8%	3,246	6.2%	+30.2%	+29.8%	+4.7%
経常利益	2,436	4.6%	3,451	6.6%	+41.6%	+32.7%	+4.6%
当期純利益	1,520	2.9%	2,295	4.4%	+50.9%	+43.4%	+4.3%

* 単位: 百万円。予想比 1、予想比 2 はそれぞれ 20 年 7 月、21 年 2 月開示の業績予想に対する比率。

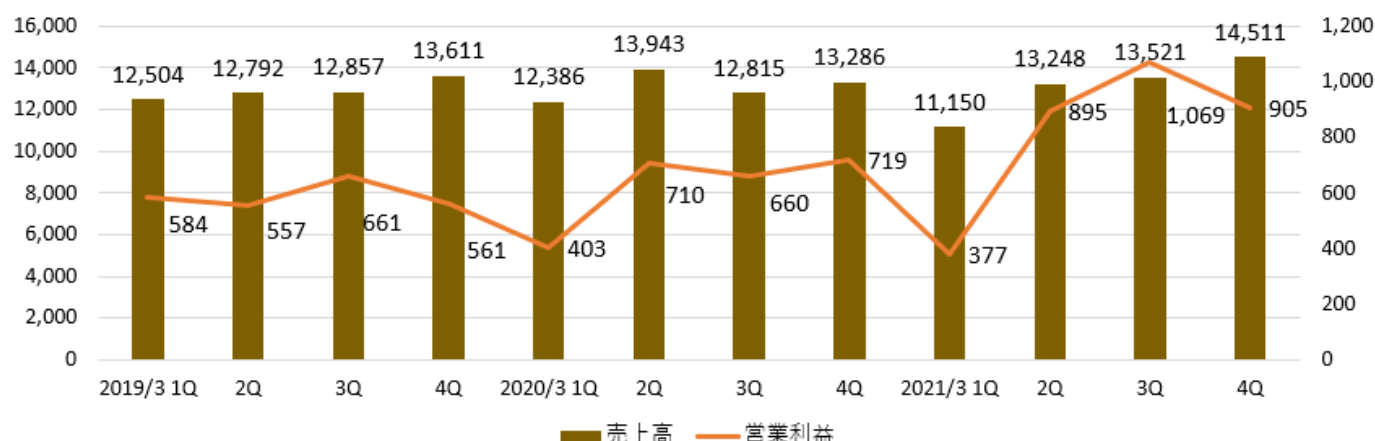
売上は前期並み、大幅増益。修正予想を上回る

売上高は前期並みの 524 億 30 百万円。コロナ禍の影響を大きく受けたインテリア健康事業は減収も、介護関連レンタル需要が堅調だったことに加え子会社 2 社の連結が寄与したメディカルサービス事業がカバーした。

営業利益は同 30.2%増の 32 億 46 百万円。売上は横這いだったが相対的に利益率の良いメディカルサービス事業の増収により粗利額が同 4.3%増加した一方、販管費は同 1.5%増にとどまった。

21 年 2 月に公表した修正予想に対して売上・利益とも上回った。

四半期売上高・営業利益の推移（単位：百万円）



四半期ベースでは第 1 四半期をボトムに回復傾向にある。

【2-2 セグメント別動向】

	20/3 期	構成比	21/3 期	構成比	前期比
メディカルサービス	31,235	59.6%	32,839	62.6%	+5.1%
インテリア健康	20,842	39.8%	19,186	36.6%	-7.9%
その他	353	0.7%	404	0.8%	+14.6%
セグメント売上高合計	52,430	100.0%	52,430	100.0%	-0.0%
メディカルサービス	2,326	7.4%	2,805	8.5%	+20.5%
インテリア健康	128	0.6%	401	2.1%	+211.5%
その他	4	1.1%	4	1.0%	-7.8%
調整額	32	-	35	-	-
セグメント利益合計	2,492	4.8%	3,246	6.2%	+30.2%

* 単位: 百万円。セグメント利益の構成比はセグメント利益率。

BRIDGE REPORT



(1) メディカルサービス事業

増収増益

売上高は前期比 5.1% 増の 328 億 39 百万円。

病院施設向け取引などがコロナ禍の中で苦戦した一方で、介護関連レンタル売上の需要が堅調に推移した。

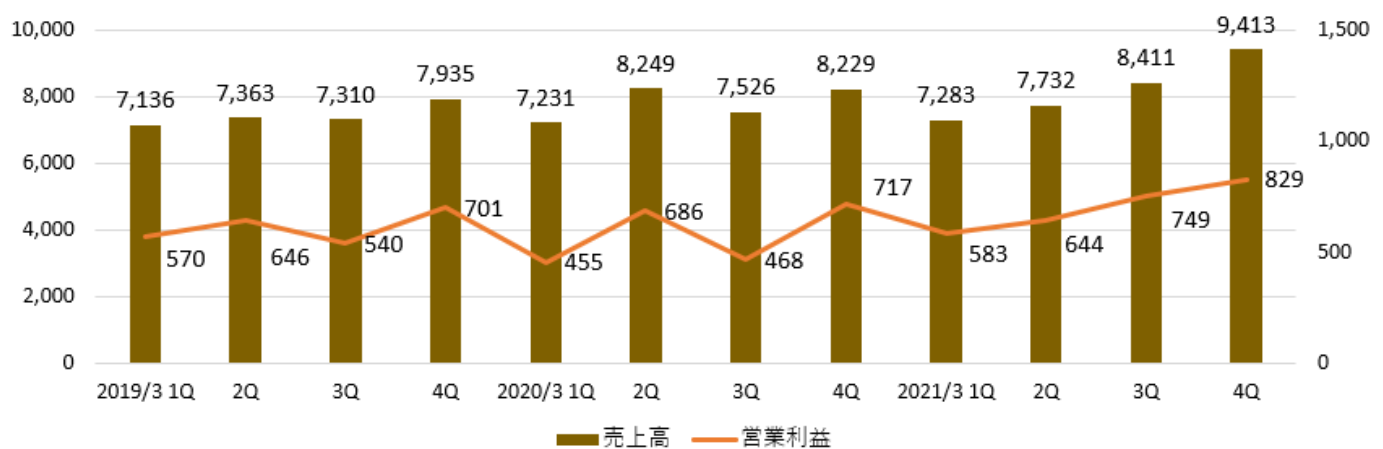
(株)翼、カンダス(株)の子会社化も寄与した。

セグメント利益は同 20.5% 増の 28 億 5 百万円。

増収に加え、介護ベッド等のレンタル売上が堅調に推移して原価率が改善した。

病院施設向け取引も感染症対策商材の販売等により利益を確保した。

メディカルサービス事業売上高・営業利益の推移（単位：百万円）



(2) インテリア健康事業

減収増益

売上高は前期比 7.9% 減の 191 億 86 百万円。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により家具店への来客数が激減。展示販売会なども中止となった。

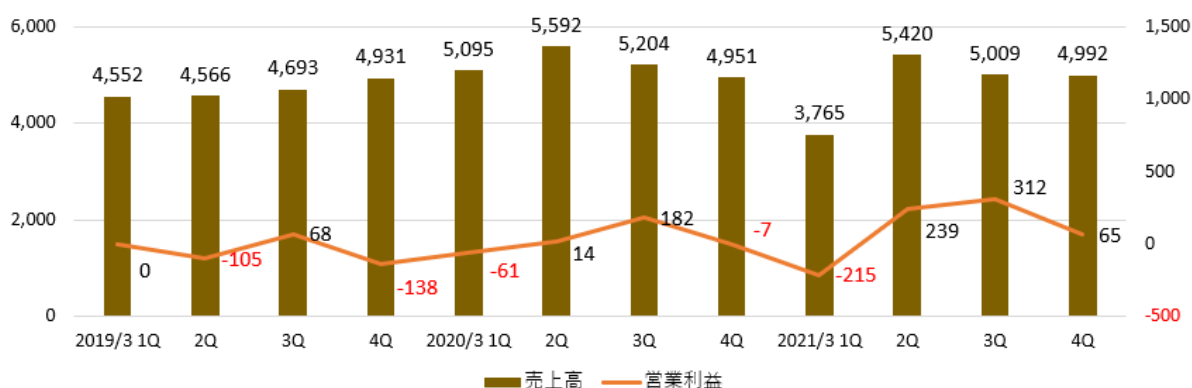
感染症の影響を受け経営が悪化したホテル向け売上が大幅に減少した。

セグメント利益は同 211.5% 増の 4 億 1 百万円。

減収ではあったが、高付加価値商品の販売に注力した結果粗利率が改善した。

構造改革の一環として継続的に行ってきた結果、固定費を年間4億円程度削減することができたほか、不要不急の活動の見直しにより費用支出の統制を図った。

インテリア健康事業売上高・営業利益の推移（単位：百万円）



BRIDGE REPORT



【2-3 財務状態とキャッシュ・フロー】

◎主要BS

	20 年 3 月末	21 年 3 月末	増減		20 年 3 月末	21 年 3 月末	増減
流動資産	31,836	32,055	+218	流動負債	14,365	17,698	+3,332
現預金	7,737	9,702	+1,965	仕入債務	4,968	5,332	+364
売上債権	9,610	10,039	+429	短期有利子負債	5,664	6,876	+1,212
たな卸資産	8,221	7,787	-434	固定負債	7,951	7,106	-845
固定資産	27,913	30,135	+2,221	長期有利子負債	6,464	5,592	-872
有形固定資産	17,618	19,633	+2,015	負債合計	22,317	24,804	+2,487
無形固定資産	1,696	1,826	+130	純資産	37,481	37,412	-68
投資その他の資産	8,597	8,674	+77	利益剰余金	34,676	35,881	+1,205
資産合計	59,798	62,217	+2,418	負債純資産合計	59,798	62,217	+2,418

* 単位: 百万円。売上債権は電子記録的債権を、仕入債務は電子記録的債務をそれぞれ含む。有利子負債はリース債務を含む。

現預金、有形固定資産の増加で資産合計は前期末比 24 億円増加し 622 億円。

短期有利子負債の増加などで負債は同 24 億円増加し 248 億円。純資産はほぼ変わらず 374 億円。

自己資本比率は前期末より 2.5 ポイント低下し 60.1%となった。

◎キャッシュ・フロー

	20/3 期	21/3 期	増減
営業 CF	1,164	10,408	+9,244
投資 CF	-3,826	-6,995	-3,169
フリーCF	-2,662	3,413	+6,075
財務 CF	-688	-1,918	-1,230
現金同等物残高	10,636	12,202	+1,566

* 単位: 百万円。

税金等調整前当期純利益の増加、たな卸資産の減少、仕入債務の増加などで営業 CF は大幅に増加し、フリーCF もプラスに転じた。

自己株式取得の増加などで財務 CF のマイナス幅は拡大。

キャッシュポジションは上昇した。

【2-4 トピックス】

◎代表取締役の異動

2021 年 6 月、経営体制の一層の強化充実を図り、持続的な成長と企業価値向上を目指すため、代表取締役専務 池田一実氏が、代表取締役副社長に異動となった。

引き続き経営企画グループを担当する。

BRIDGE REPORT



3. 2022 年 3 月期業績予想

【3-1 業績予想】

	21/3 期	構成比	22/3 期(予)	構成比	前期比
売上高	52,430	100.0%	54,000	100.0%	+2.9%
営業利益	3,246	6.2%	3,700	6.9%	+13.9%
経常利益	3,451	6.6%	3,650	6.8%	+5.7%
当期純利益	2,295	4.4%	2,350	4.4%	+2.3%

* 単位: 百万円。予想は会社側予想。

増収増益

売上高は前期比 2.9%増の 540 億円、営業利益は同 13.9%増の 37 億円の予想。

両事業とも増収増益を見込む。

配当は前期と同じく 30.00 円/株の予定。予想配当性向は 47.8%。

◎設備投資の計画

	20/3 期	21/3 期	22/3 期(計画)
レンタル資産	4,172	4,288	5,094
工場生産・物流設備	275	343	488
サービスセンター	76	1,611	1,371
ソフトウェアの取得	314	161	195
その他	544	365	95
合計	5,383	6,770	7,244
減価償却費	4,518	4,931	5,371

【3-2 セグメント別動向】

	21/3 期	構成比	22/3 期(予)	構成比	前期比
メディカルサービス	32,839	62.6%	34,200	63.3%	+4.1%
インテリア健康	19,186	36.6%	19,800	36.7%	+3.2%
セグメント売上高合計	52,430	100.0%	54,000	100.0%	+2.9%
メディカルサービス	2,954	8.9%	3,000	8.7%	+1.5%
インテリア健康	522	2.7%	650	3.2%	+24.5%
セグメント利益合計	3,451	6.5%	3,650	6.7%	+5.7%

* 単位: 百万円。22 年 3 月期から事業ポートフォリオマネージメント強化を目的として、セグメント別目標を営業利益から経常利益に変更。

(1)メディカルサービス事業

増収増益。

福祉用具貸与事業へ経営資源を集中する。

レンタル売上については、営業所を 2 か所新設するほか、専任部署を設置し、レンタル卸・医療器レンタル拡大を図る。

一方利益面に関しては、前期に取得した非連結の小規模会社を取り込むことで一時的に費用が増加するほか、人員増(50 名)、拠点増加、配送車両増加等、先行投資費用約 3 億円を計画しているため、利益率は若干低下する。

(2)インテリア健康事業

増収増益。

時代のニーズに合った商品展開により、利益率の上昇を図る。

家具小売店の動向に左右されない自社ショールームを活用した売上の拡大や、独自機能を持つ商品の拡販に注力し、付加価値商品の拡販を図る。

また粗利率改善のため、高衛生マットレスや環境対応マットレスなどの付加価値の高い商品の販売に注力する。

BRIDGE REPORT



4. 中期経営計画(2022 年 3 月期～2024 年 3 月期)

同社では、今期(22 年 3 月期)を初年度とする 3 か年の中期経営計画を発表した。

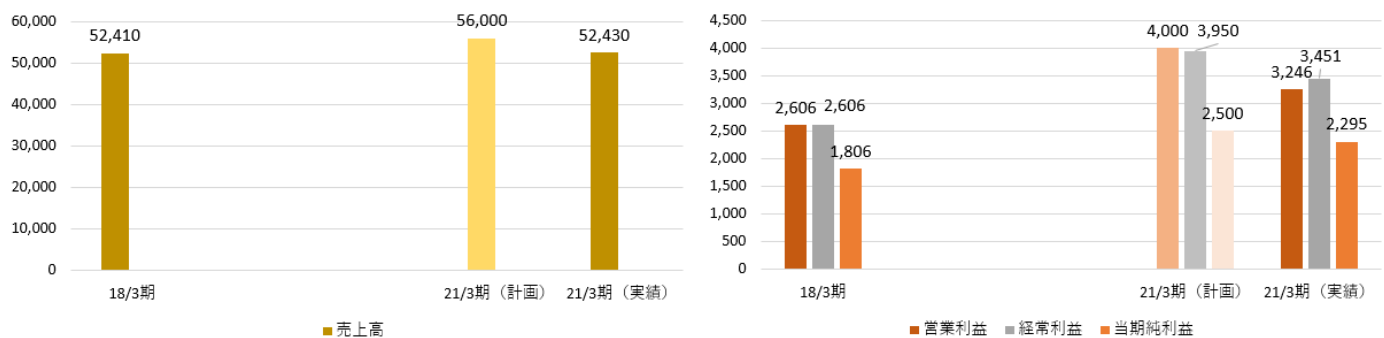
【4-1 前中計の振り返り】

(1) 全社

コロナ禍の影響もあり、売上・利益ともに計画未達となった。

ROE に関しては、6.0%の計画を 0.1 ポイント上回り、21 年 3 月期 6.1%だった。

前中期経営計画の計画と実績（単位：百万円）

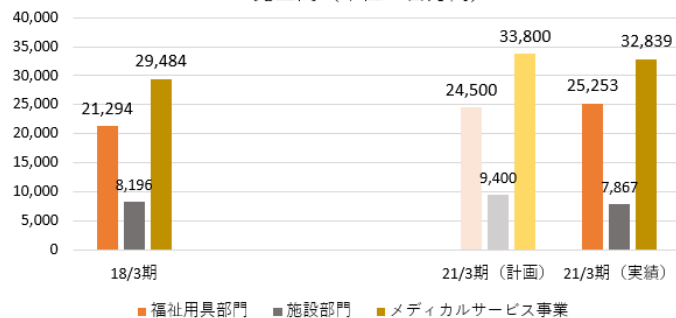


(2) セグメント別

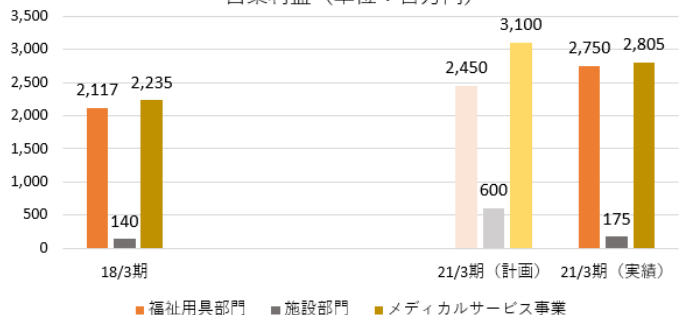
① メディカルサービス事業

福祉用具部門は堅調に推移し売上・利益とも計画を上回ったが、病院施設向け販売やリネンサプライ事業の施設部門が計画未達となり、メディカルサービス事業全体でも未達。

売上高（単位：百万円）



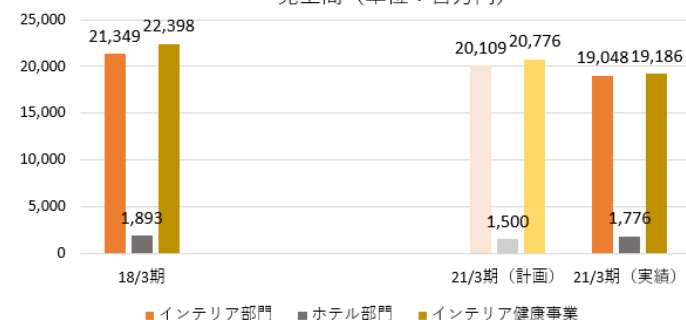
営業利益（単位：百万円）



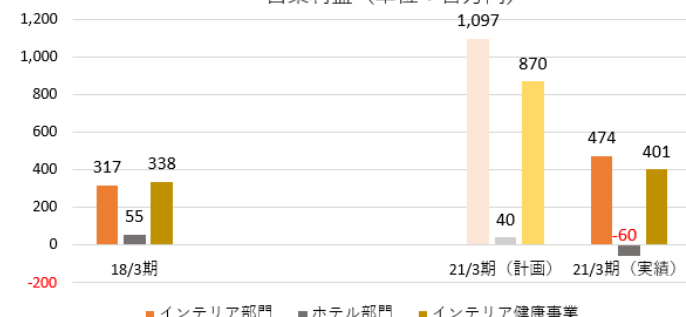
② インテリア健康事業

家庭向けベッドが中心のインテリア部門は計画未達となったが、量から質への転換を推し進めた結果、収益性は改善した

売上高（単位：百万円）



営業利益（単位：百万円）



* 2020年3月期より従来「その他」に含めていたフランスベッド販売(株)、及び(株)エフビー友の会を「インテリア健康」に含めて表示する方法に変更している。この変更にとともに、2018年3月期実績ならびに中期経営計画値も置き換えて表示している。

BRIDGE REPORT



【4-2 新中計概要】

(1) 外部環境

【1-3 同社を取り巻く環境】で触れたように、少子高齢化の進行で医療・介護の担い手不足が更に深刻化することが予想される。

(2) 目指す姿

そうした外部環境、日本の課題を解決するために、同社は、介護分野の課題解決に向けてグループで保有する経営資源をシルバービジネスに集中し、新しい商品やサービスを通じて課題解決を図る考えだ。

目指す姿は「社会に役立つ企業、社会に貢献する企業」。

暮らしに役立つ製品・サービスを提供することで、収益を獲得し、適正な利益を計上すると同時に、経済価値を一辺倒に追及するのではなく、ESG を重視した経営に努め、社会的な価値もあわせて創造する。

また、社会環境の変化に合わせ新たな価値の創造にチャレンジし続けることで、社会から 100 年を超えて存続を期待される企業であり続けたいと考えている。

(3) グループ戦略

事業ポートフォリオにおける各分野において以下のような戦略を掲げている。

分野	21 年 3 月期 売上高	戦略
福祉用具	252 億円	市場成長率・利益率とも高い中核事業。積極投資による規模拡大シェア拡大を図る。
インテリア	190 億円	市場成長率は低い、量から質への転換を進め、事業の効率性を高めることで利益率を向上させる。
施設	78 億円	事業構造見直しにより利益率を向上させる。
ホテル	17 億円	事業構造見直しにより利益率を向上させる。
海外	1 億円	将来の成長ドライバーとして育成に再チャレンジする。
新規事業	-	将来的に収益の柱となる新規事業を育成する。

(4) 継続的な企業成長を支える経営基盤の強化

以下 5 つのテーマを ESG 視点に立った「マテリアリティ」に特定した。

より安心で安全な高付加価値製品の提供
資源のリユース・リサイクルの追求
CO2 排出削減とエネルギー転換
人材の育成
ダイバーシティおよびワークライフバランスの推進

コンプライアンス・ガバナンス・健全な財務内容という強固な事業基盤の上で、豊かさとやさしさのある暮らしの実現に貢献するため、高付加価値な製品・サービスを提供し続けるほか、資源を効率的に利用するために、レンタルサービスの推進や環境対応商品等の開発、資源のリユース・リサイクルを追求する。

今期中には 5 つの重要テーマに沿った中期目標と、KPI の設定を行ない、内外に公表し、取り組みを開始する予定。

(5) 事業ごとの重点施策

① メディカルサービス事業

重点施策は「福祉用具貸与事業への経営資源集中による事業拡大」。

前述のように、福祉用具貸与市場は、2020 年度以降も前年比 6% 増で伸長すると予測している。

また、2022 年より団塊の世代の後期高齢者への移行が始まり、特に大都市部における後期高齢者の増加率が顕著となるのを受け、以下のような具体的な施策を展開する。

BRIDGE REPORT



◎拡大戦略

保有する経営資源をメディカルサービス事業に集中させ、後期高齢者の増加率が顕著な都市部は直取引を拡大。地方は卸取引のレンタルを伸ばす。

そのため、東名阪を中心に営業拠点を、21 年 3 月末の 92 営業所から 24 年 3 月末までに 103 営業所へ 11 力所増設する。営業員も、同じく東名阪中心に 80 名増員する。

また、後継者問題等を抱える福祉用具貸与事業者や事業譲渡を希望する企業を主なターゲットとした M&A を推進するほか、受注獲得に伴う業務の DX 化を進めることで、営業活動の生産性最大化を図る。

◎事業拡大を支えるインフラの整備

レンタル用具の補修・修理を行う基幹メンテナンスセンターについて、東京サービスセンターを 2022 年 5 月に新築、移転する。延床面積を 1.4 倍に拡張し、太陽光発電を導入する予定だ。

大阪、名古屋での整備も計画中である。

また、福祉用具貸与事業においては、物流配送網の拡充が競争優位の条件の 1 つとなるため、メンテナンス機能を持たない物流拠点である小型サービスデポの増設も進める。

都市部を中心に4カ所(東京都八王子市、東京都大田区、東京都練馬区、神奈川県川崎市)増設し、2024 年 3 月末には 16 拠点とする計画だ。

◎省力化・労力軽減に資する商品開発

「介護人材の不足」や「老老介護の増加」など介護業界の課題に対応し、省力化や労力軽減につながる福祉用具を開発する。

現在注力中の商品が「離床支援マルチポジションベッド」。

寝姿勢から立ち上がり姿勢まで 4 つのポジションに変形することで、利用者の自立を支援するとともに、介護者の負担を軽減する。

2020 年から在宅モデルを投入してきた。2021 年は病院・福祉施設モデルを開発し、1-2 年後には海外向けモデルを開発する。



(同社資料より)

②インテリア健康事業

重点施策は「時代のニーズに合った商品展開による利益率の向上」。

新築住宅着工件数は減少が予測されるが、リフォーム市場は緩やかながらも拡大が見込まれ、それに伴い耐久消費財の買い替え需要も同様に堅調な推移が見込まれる。

具体的な施策は以下の通り。

BRIDGE REPORT



◎時代のニーズにあった商品の開発

コロナ禍の健康・衛生意識向上や環境問題に対応し、新たな付加価値を持つ機能商品の開発・拡販を進める。

* 新「ライフトリートメントマットレス」

衛生に特化した寝具ブランド「キュリエス AG」のマットレスが高い支持を得ているため、マットレスの生地に除菌機能を標準装備した。「除菌・通気性:きれいが続くマットレス」「抗菌:きれいが続くベッドフレーム」「除菌:きれいが続く寝具」という、3 つのきれいで高衛生な眠りを実現する。

全ラインナップでエコマークを取得予定で、環境面でもアピールする。

* 環境対応マットレス「リコ・プラス」

マットレスには、資源となるスプリング(鉄)が多く使われているため、再利用のために他の素材と分ける必要がある。ただ、一般的なマットレスのスプリング部分は、一つずつ不織布の袋に包まれていたり、しっかりと留めてあったりするために、分解するには非常に手間がかかる。また、マットレスの処分方法は自治体によってさまざまで、収集・処理(分解)をする自治体がある一方、分解したマットレスのみを受け付ける自治体や、収集・処理を実施していない自治体も数多く存在する。

これに対し環境対応マットレス「リコ・プラス」のマットレスは、フランスベッド独自の連続スプリング構造で、簡単にスプリングとその他の素材に分けることができ、廃棄時の負担を軽減。詰め物・表生地等の再生材料比率を高め、リサイクル・リユースに対応したマットレスであり、「エコマーク」を取得し、グリーン購入法にも適合している。

◎ペット事業の拡大

ペット関連総市場は年率 2%増程度で堅調に拡大している。

「フランスペット」というブランドを立ち上げており、長年各インテリア製造で培った技術を生かしてペット関連商品のアイテム拡充を進める。

◎独自機能を持った自社製品のアピールする場を拡大

自社グループ展示場を増設し、取引先と協業した第 2 の売り場として活用。独自機能を持った利益率の高い中高級品を拡販する。2024 年 3 月末までに 4 カ所増設し、35 拠点とする計画。

◎拡大するEC市場への対応

コロナ禍で消費者の通販・EC の利用は、一段と拡大し、今後もそのトレンドはますます強まることが予想される。

同社の通販・EC 向け売上高もここ 2 期、2 ケタの増収となっている。

配送がしやすくインターネット販売に適した商品ラインナップを拡充し、通販・EC 需要を取り込んでいく。



フォールドエアTM
(3つ折り対応マットレス)



スノーレスピローミニ
(ごろ家用ピロクッション)



連続スプリング[®]
ボルテ R-zero
(ロール梱包マットレス)

(同社資料より)

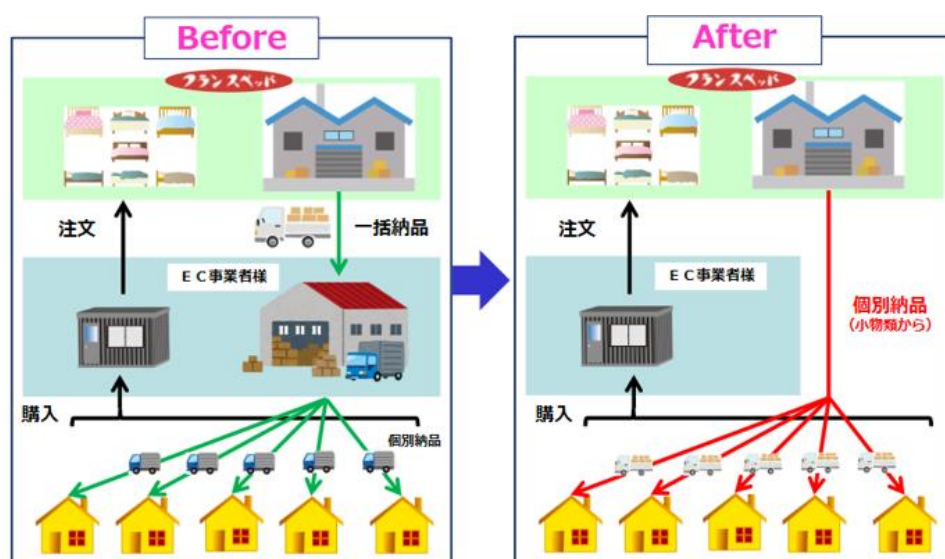
◎インターネット取引増加に向けた施策

巣ごもり需要の拡大などにより、取扱量が急増しているため、中小の EC 事業者が自前で行なってきた商品手配や商品管理、配送手配などが煩雑になっている。

こうした課題に対応して、EC 事業者に代わり、同社が商品管理から物流手配までを担う協業体制を構築する。

EC 事業者は受注関連業務に専念することができ、消費者ニーズに的確に対応することができる。

BRIDGE REPORT



(同社資料より)

(6)株主還元

安定配当を基本方針とし、利益水準に関わらず半期 15 円(年 30 円)の配当を維持しながらも、安定的に利益を積み増すことで、連結配当性向 50%程度を目安に、中長期の企業成長を図るために必要な投資額等を考慮し、総合的な判断により配当水準の向上を目指す。

継続的に自己株式取得を実施する予定である。

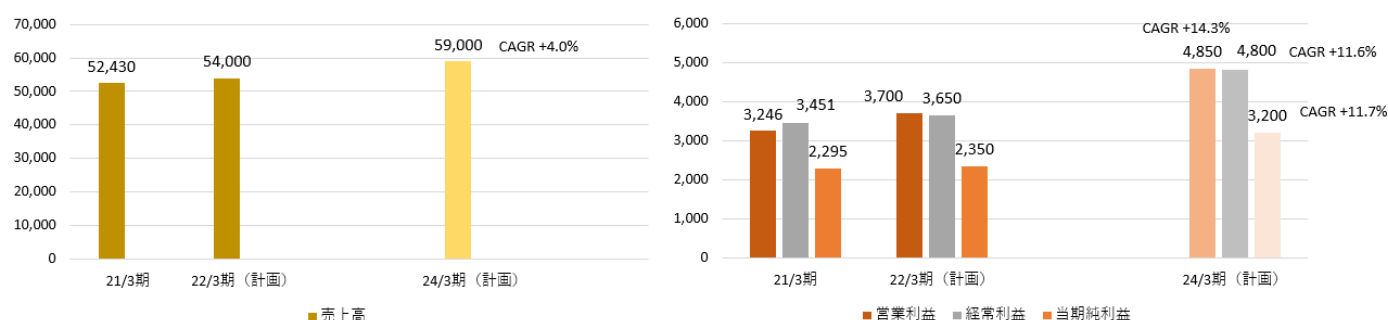
(7)数値目標

全社及び各セグメントの数値目標は以下の通り。

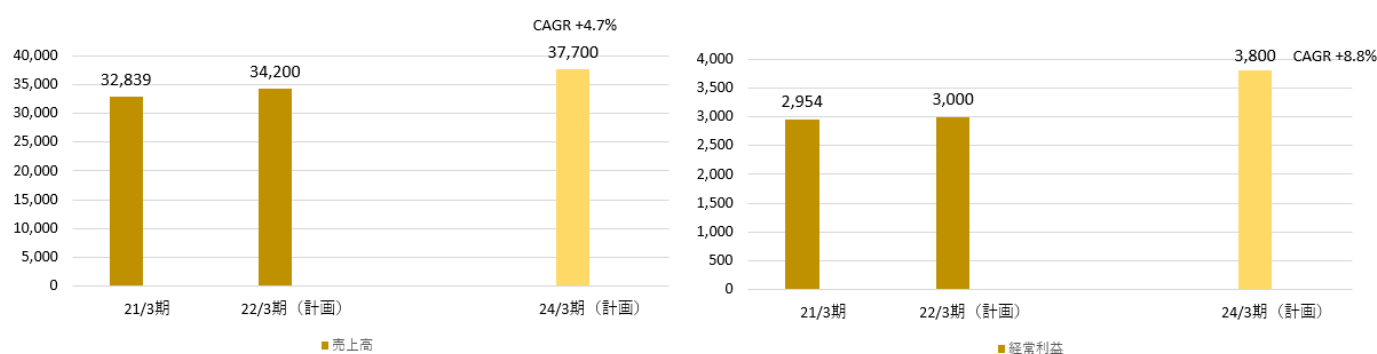
ROE は、現在の 6%台から 3 年間で 8%以上に向上させる。

* CAGR は 21 年 3 月期(実績)から 24 年 3 月期(計画)までの年平均成長率。(株)インベストメントブリッジが計算。

全社目標 (単位: 百万円)



◎メディカルサービス事業

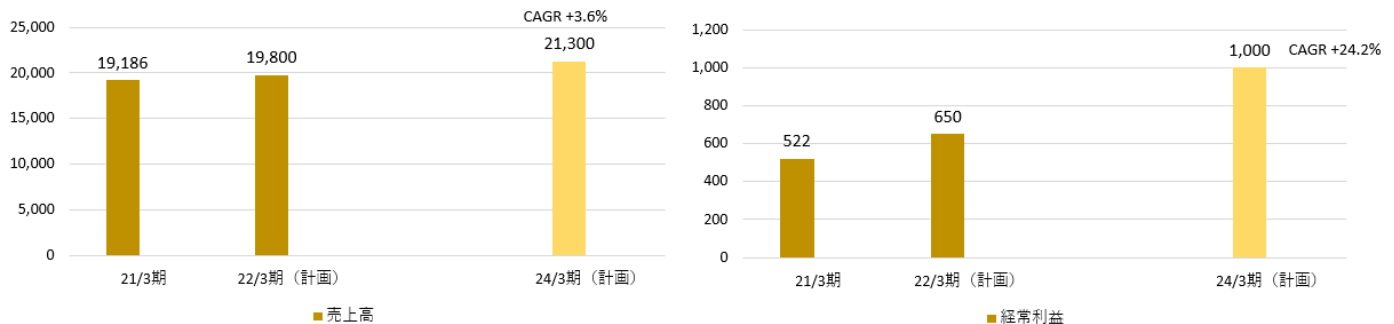


* 今回の中期経営計画より、事業ポートフォリオマネジメントの強化を目的として、セグメント別目標を営業利益から経常利益に変更している。

BRIDGE REPORT



◎インテリア健康事業



* 今回の中期経営計画より、事業ポートフォリオマネジメントの強化を目的として、セグメント別目標を営業利益から経常利益に変更している。

5. 池田会長兼社長へのインタビュー

池田 茂会長兼社長に、企業経営で大事にしていること、自社の強み、成長戦略、課題、株主・投資家へのメッセージなどを伺った。

Q:「経営理念に、『創造と革新により、「豊かさやさしさ」のある暮らしの実現に貢献するヒューマンカンパニーを目指します』を掲げておられますが、経営の上で大事にしているのはどんなことでしょうか？」

いつも社員に言っているのは、「お客様が何に困っているのかを探しなさい」ということです。よく「ニーズを聞く」という言葉を耳にしますが、それだと漠然としてよくわからない。困りごとを見つけてそれに対応すれば、必ずお客様に喜んでいただけます。当社が日本で初めて手掛けた福祉用具レンタルも、まさに「困りごと」を解決するにはどうすればいいかという発想からスタートしたサービスです。

営業においても、商品開発においてもお客様の困りごとを解決することを第一義としています。

一方で、効率性とのバランスも必要です。事業の収益性を常に第一に考えると、効率の悪い事業は継続するのではなく、中止したほうが良いという判断になってしまいがちですが、それでは困っているお客様を見捨てることになる。

ですから、足元の効率性、収益性ばかりを追求するのではなく、少し長い視点で「お客様の困りごとを解決する」という当社の社会的な存在意義を大事にして仕事に取り組んでいかなければならないと考えています。

Q:「御社の強みはどんな点にあるのでしょうか？」

1 つは迅速なサービスです。

介護用ベッドを始めとした福祉用具は、例えばお客様が病院から急遽退院しなければならなくなったら、迅速にご自宅に手配する必要があります。ここは我々の強みなのですが、それを更に強化するために、現在推進中の中期経営計画では、基幹メンテナンスセンターの新築・増強や、メンテナンス機能を持たない物流拠点である「小型サービスデポ」を都市部に増設していく計画です。

次が、独自の商品開発力です。

先程申し上げたように、「お客様の困りごとを解決すること」を重視としている当社では、現在拡販を進めている「自動寝返り支援ベッド」「離床支援マルチポジションベッド」などに見られるように、独自の発想でご本人、ご家族、介護支援者皆にやさしい「モノづくり」に取り組んでいます。

また、最近では、環境対応商品の開発にも注力しています。

リサイクル・リユースを念頭に置いた環境対応マットレス「リコ・プラス」や、除菌機能に優れ環境にも優しい新「ライフトリートメントマットレス」などです。価格は一般製品を上回りますが、環境意識の高まりから、こうした高付加価値商品が需要を取り込んでいくものと期待しています。

Q:「続いて今後の成長のための取り組みをお話ください」

日本は今後少子高齢化が一段と進行しますから、介護保険に係る福祉用具レンタルはまだまだ成長すると見ています。もちろん競争もありますから、先程申し上げたような介護にかかわる方々にやさしい商品の開発に一段と注力していきます。

また、日本以外でも高齢化が進んでいることから、最も高齢化が進んだ日本で蓄積してきた経験やノウハウを活かし、海外での事業展開にも取り組んでいきます。

ハードはもちろんですが、ソフトであるフランスベッド流のレンタルの仕組みを、普及させていきたい。

各国それぞれ制度の違いがありますが研究を進め、日本の福祉用具レンタルのパイオニアである当社ならではのサービスを提供して、海外でも困りごとを解決していきたいと思っています。

Q:「そうした取り組みを進めるにあたってどんな課題があるとお考えですか？」

1 つは海外事業を展開するにあたっての人材です。採用・育成を進めるとともに、当社のみではなく、商社と協業して進めていくことも考えています。

商品開発に関してもすべて自前でとは考えていません。例えば医療・介護機器においてセンサーの果たす役割が益々重要になってきますが、こうした技術に関してはセンサーに強い専門企業とのアライアンスによって開発を進めていきます。

企業のみでなく大学や研究機関と繋がったオープンイノベーションにも取り組んでいく必要があると考えています。

Q:「ありがとうございます。それでは最後に株主・投資家に向けたメッセージをお願いします」

当社はお客様の困りごとを解決することで社会のお役に立つことを目指している会社です。

企業ですから、当然、売上・利益を上げていかないとはいけません。ただ、効率ばかりを追求するのではなく、社会的な存在意義を認識し、これからも社会のお役に立つ存在であり続ける考えです。

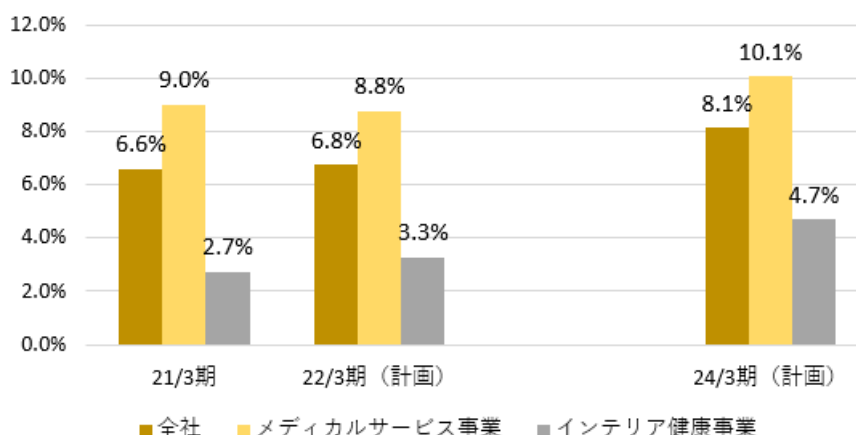
そうした想いに共感できる投資家の皆様に株主として、当社を中長期の視点で応援していただきたいと思っています。

6. 今後の注目点

中期経営計画では、全社売上経常利益率は 24 年 3 月期 10%超を計画している。その達成には、メディカルサービス事業の伸長はもちろんだが、経常利益の CAGR が 20%を超す計画のインテリア健康事業の進捗が大きなカギを担っている。そのためには、新「ライフトリートメントマットレス」や環境対応マットレス「リコ・プラス」といった高付加価値製品の浸透がポイントとなろう。グループ展示場の増設という投資を吸収してどの程度のスピードで拡大していくのか注目したい。

また長期の視点からは、効率一辺倒ではなく、自社の社会的な役割を認識しながら共感できる株主との共生を目指す同社の ESG 経営にも期待したい。

売上高経常利益率の推移



<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査等委員会設置会社
取締役	9名、うち社外3名

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2021 年 6 月 30 日

<基本的な考え方>

当社は、コーポレート・ガバナンスとは、株主、顧客、従業員、取引先、地域社会等さまざまな利害関係者との関係における企業経営の基本的枠組みのあり方であり、要素別には、「経営監督機能」「企業倫理の確立」「リスクマネジメント」「コンプライアンス」「アカウンタビリティ(説明責任の履行)」「経営効率の向上」から構成されるものと認識しております。この基本的枠組みを踏まえ、株主利益の増大に努めることが、当社の最大の責務であると考えております。

このような認識のもと、当社はコーポレート・ガバナンス体制の更なる充実を図るため、2016 年 6 月に監査等委員会設置会社に移行いたしました。また、2019 年 6 月 25 日開催の第 16 期定時株主総会の決議に基づき、監査等委員である社外取締役を1名増員し、社外取締役による監査・監督機能の強化を行うことにより、当社及び当社子会社(以下「当社グループ」という。)の持続的な成長と、より一層健全な経営倫理を尊重する企業文化・企業風土の醸成に資するものと考えております。

当社においては、コーポレート・ガバナンスの充実、強化のために、対処すべき課題として「監査機能の強化」「法令遵守の徹底」「IR機能の充実」及び「子会社事業の有機活性化」の4点を掲げております。

これらの課題への取り組みとして、当社の取締役会、監査等委員会のほか、各グループ等(監査グループ、経営企画グループ、経理・総務グループ、秘書グループ、人事部)の機能の明確化と強化を図り、経営の透明性の向上に努めてまいります。

<主なコーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由>

原則	開示内容
【補充原則3-1-2 情報開示の充実】	現在、当社の外国人株式保有比率は10%未満であり、英語での情報の開示・提供は行っておりませんが、今後保有比率の推移等に応じて検討を進めてまいります。
【補充原則4-11 取締役会・監査役会の実効性確保のための前提条件】	当社の取締役会は、現在取締役9名(監査等委員である取締役4名を含む)で、優れた人格・見識と高い経営能力を有した取締役により構成され運営しております。現在の取締役は全員男性かつ日本人であります。女性役員登用など取締役の多様性の確保についても継続して検討してまいります。

<主なコーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく開示>

原則	開示内容
【原則1-4 政策保有株式】	当社グループでは、持続的な成長と企業価値向上を目的として、政策保有株式を保有しております。 毎年定期的、継続的に個別の政策保有株式について、取引状況や受取配当金等のリターンとリスクや資本コストを比較し、中長期的な観点から合理性の検証を行います。検証により保有の合理性が認められない場合には、当該株式の縮減を進めてまいります。 政策保有株式に係る議決権行使については、株主総会の議案ごとに、当社グループと発行会社双方の中長期的な企業価値の向上の観点から判断しており、企業価値を毀損すると判断される議案については反対を、また一定期間連続で赤字決算、重大な不祥事などがあった企業については、議案の内容を慎重に精査し行使してまいります。
【原則5-1 株主との建設的な対話に関する方針】	当社は、IR担当取締役を選任するとともに、経営企画室をIR担当部署としております。株主や投資家に対しては、決算説明会を半期に1回開催し、代表取締役会長兼社長等が直接経営方針や財務状況等を説明する

BRIDGE REPORT



	とともに、その内容を、自社のホームページにて配信しております。 さらに、機関投資家を対象としたスモールミーティングや、個人投資家を 対象とした会社説明会も、年に数回開催し、可能な限り、代表取締役が 参加し、説明を行っております。
--	---

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.