

2024年5月13日

各位

会社名 パラマウントベッドホールディングス株式会社  
代表者名 代表取締役社長 木村 友彦  
(コード番号 : 7817 東証プライム)  
問合せ先 経営管理部長 兼 IR 部長 南口 雄一  
(TEL 03-3648-1100)

## 中期経営計画に関するお知らせ

当社は中期経営計画「パラマウントビジョン2030」第Ⅱフェーズ(2024年4月～2027年3月)の内容につきまして、公表時とは事業環境が変化したことなどを踏まえて、経営指標の追加及び変更などのアップデートを実施いたしましたので、お知らせいたします。

### 記

1. 重点施策(変更なし)
- 「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」

2. 経営指標(変更あり) (単位:百万円)

	2024年3月期 実績	2027年3月期 目標
売上高	106,016	120,000
リカーリング取扱高 ※1	34,056	45,000
営業利益	13,818	17,000
EBITDA ※2	23,569	29,000

※1 リカーリングビジネスで獲得するキャッシュの合計額。より実態を表す指標として採用。

※2 営業利益と減価償却費の合計で算出。当社グループの業態の変化を踏まえるとともに、さらなる成長投資を積極的に促進するための指標として採用。

詳細につきましては、次ページ以降をご参照ください。

(注) 上記の業績目標等将来に関する記述につきましては、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。実際の業績等は今後様々な要因によって大きく異なる可能性があります。

以上



PARAMOUNT BED  
HOLDINGS

# 中期経営計画 第IIフェーズ (2024.4～2027.3) のアップデート

2024年5月13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

1. 中計の位置付けと第Ⅰフェーズの振り返り
2. 重点施策
3. 経営指標
4. 株主還元とキャッシュアロケーション
5. 新ブランドメッセージの策定について

1. 中計の位置付けと第Ⅰフェーズの振り返り
2. 重点施策
3. 経営指標
4. 株主還元とキャッシュアロケーション
5. 新ブランドメッセージの策定について

# 企業理念・ビジョン・中計の位置付け

## 企業理念

先進の技術と優しさで、快適なヘルスケア環境を創造します

## ビジョン

### パラマウントビジョン2030

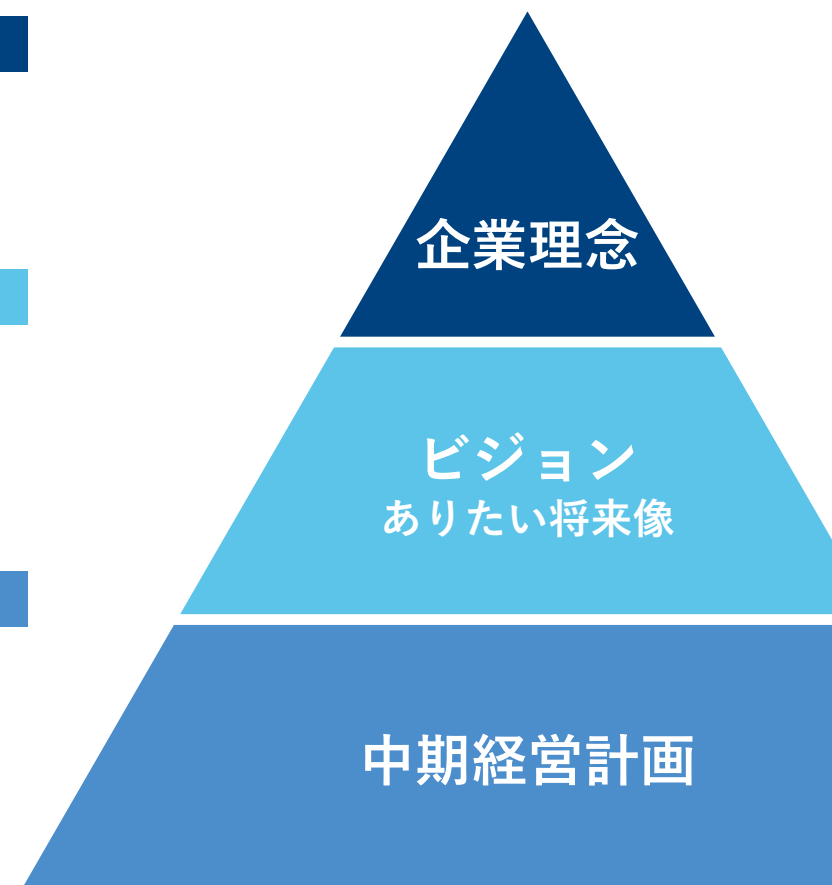
「医療」「介護」から「健康」まで、すべての人に笑顔を

## 中期経営計画

第Ⅰフェーズ (2020.4～2024.3)

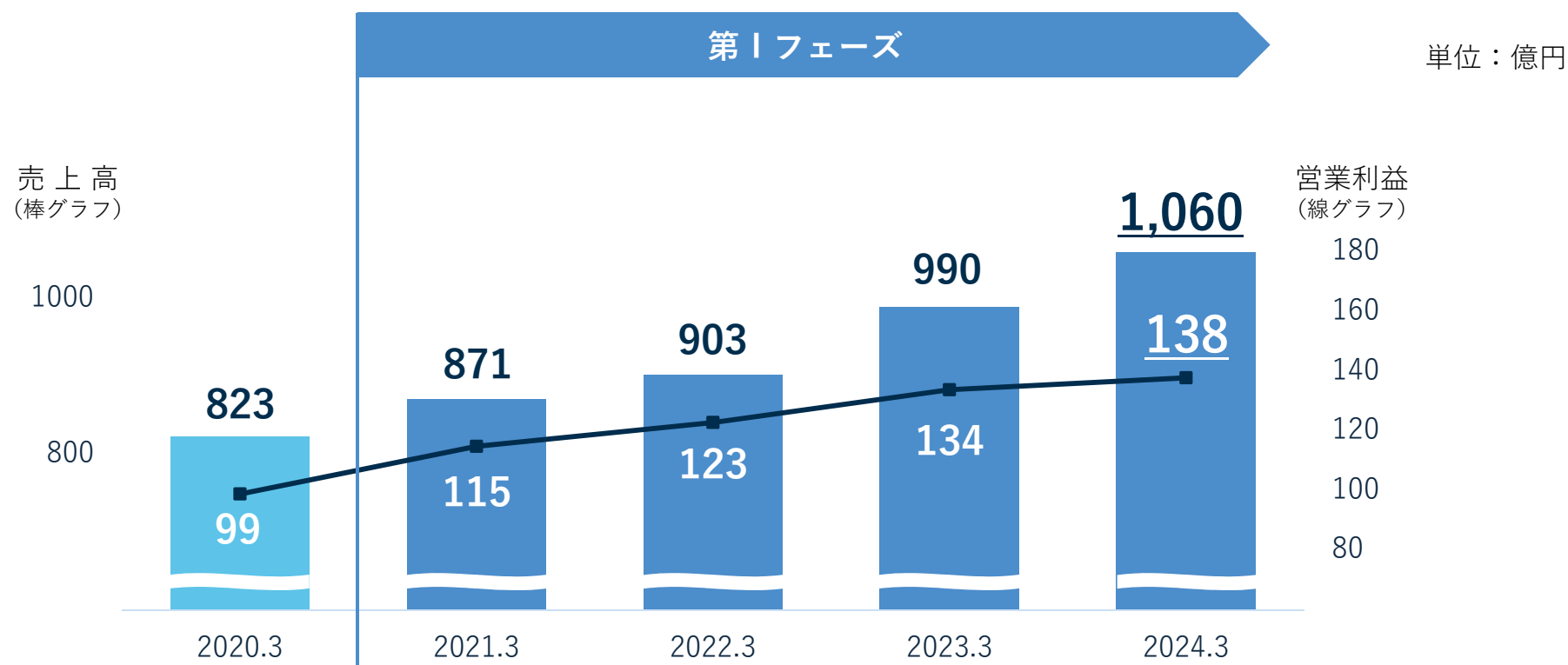
第Ⅱフェーズ (2024.4～2027.3)

第Ⅲフェーズ (2027.4～2030.3)



# 第1フェーズの振り返り①

業績目標は2年前倒しで超過。4年連続で最高売上・最高利益を更新。



# 第Ⅰフェーズの振り返り②

## 2022年から第Ⅱフェーズを見据えた取り組みを推進

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」



お客様のパートナーとして  
「なくてはならない存在」へ

SDGsや社会貢献への取組み、人材基盤強化・基幹システム刷新

WELL-BEING for all beings

## 第Iフェーズの振り返り③

### リカーリング取扱高

253億円 → 340億円  
2020.3 2024.3

34%成長

### 健康事業売上高

12億円 → 22億円  
2020.3 2024.3

79%成長

### 海外売上高

71億円 → 106億円  
2020.3 2024.3

48%成長

第IIフェーズに向けた注力分野ビジネスが着実に拡大



1. 中計の位置付けと第Ⅰフェーズの振り返り
- 2. 重点施策**
3. 経営指標
4. 株主還元とキャッシュアロケーション
5. 新ブランドメッセージの策定について

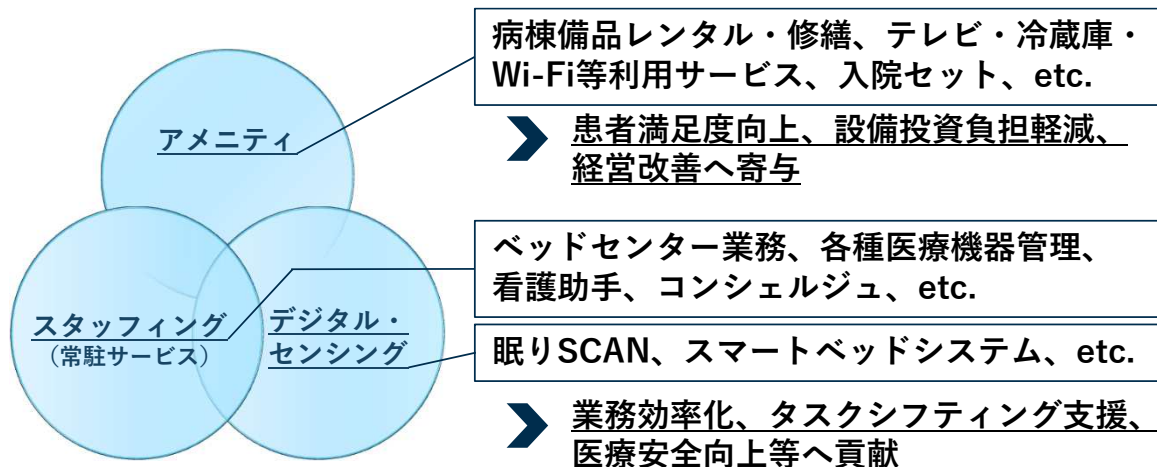
# リカーリングビジネス拡大（医療事業）

## 医療機関との継続的な関係強化で病院経営のパートナーを目指す

医療機関を  
取り巻く環境

働き方改革等に伴う労働力不足、各種費用の高騰、  
コロナ後の患者数減に伴う収入減、医療DX推進

### ●課題解決に資する様々なリカーリングメニューを開発



病院ごとに最適なサービスを  
組合せて提供

➤ 契約病院数の拡大 × 契約単価の拡大

### 主なKPI

#### 常駐サービス契約病院数

113病院 ➤ 150病院～  
2024.3 2027.3

#### スマートベッドシステム導入病院数

46病院 ➤ 150病院～  
2024.3 2027.3

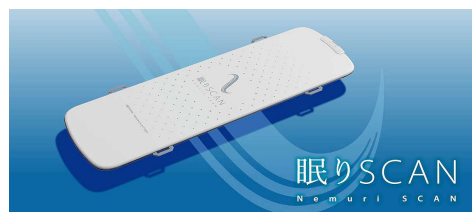
# リカーリングビジネス拡大（介護事業）

## 眠りSCAN普及の加速と売り切り型からリカーリングへの転換へ

介護分野を  
取り巻く環境

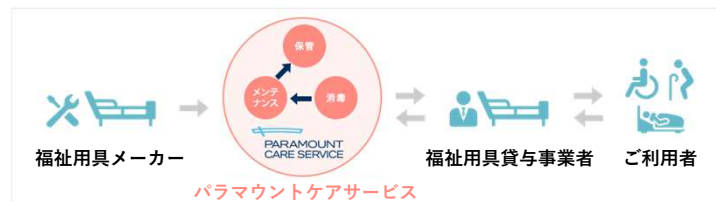
高齢者人口増加、働き手不足、光熱費の高騰、  
社会保障費用の増大、介護DX推進

### ●介護施設向け：眠りSCAN・CONNECTを軸に介護DX推進へ貢献



### ●在宅介護向け：総合力を強化してレンタル卸の利用者数を拡大

- ・レンタル卸拠点・配送網の効率化
- ・M&Aによる拡大加速
- ・オリジナル商品の拡充
- ・ベッドの進化



主なKPI

眠りSCAN累計販売数

20.2万台 → 35万台～  
2024.3 2027.3

眠りCONNECT契約施設数

177施設 → 2,500施設～  
2024.3 2027.3

レンタル卸利用者数

55.3万人 → 70万人～  
2024.3 2027.3

WELL-BEING for all beings

# 健康事業の進化

## 成長再加速に向けてラインアップ・マーケティングを強化

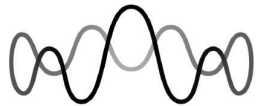
健康事業分野を  
取り巻く環境

睡眠負債大国日本、スリープテック拡大、  
健康意識の高まり、健康経営への取り組み強化

●主力2ブランドを軸に新CM放映など認知向上を目指す

# INTIME

Produced by PARAMOUNT BED



# Active Sleep

2024年4月に新モデルを発売

新CMは↓こちら



主なKPI

健康事業売上高

22億円 → 50億円  
2024.3 2027.3

健康事業向けベッド販売台数

0.8万台 → 2万台~  
2024.3 2027.3

●関連会社やCVC出資企業を軸とした健康分野の新事業を創出



SISI ... & more

CVCの詳細はこちら→



# アジア注力エリアでの飛躍

## 注力国（インドネシア・中国・インド）でのエリアマネジメントを強化

海外事業分野を  
取り巻く環境

アジアの人口増加・経済成長、医療インフラの  
拡大、自国産業の保護、競合環境の変化

### ●各国のニーズにマッチしたラインアップを拡充



ローカライズモデルからフラッグシップモデルまで  
第IIフェーズは第Iフェーズ比で2倍のベッド機種を投入



### ●生産能力強化・品質向上の取り組み



新インド工場完成予想図

- ・インドに新工場（2024年内稼働予定）  
⇒内製化率向上・生産能力倍増
- ・インドネシアに新塗装ラインを導入  
⇒ダブルコーティングによる品質向上
- ・第Iフェーズに中国工場の溶接ロボットを拡充  
⇒溶接工程の自動化率90%超で稼働

### 主なKPI

#### 海外売上高

106億円 → 150億円  
2024.3 2027.3

#### 海外向けベッド販売台数

4.5万台 → 7万台  
2024.3 2027.3

1. 中計の位置付けと第Ⅰフェーズの振り返り
2. 重点施策
- 3. 経営指標**
4. 株主還元とキャッシュアロケーション
5. 新ブランドメッセージの策定について

# 経営指標

	<u>2024.3実績</u>		<u>2027.3目標</u>	<u>増減率</u>
売上高	1,060億円	➤	1,200億円	+13%
リカーリング 取扱高 ※1	340億円	➤	450億円	+32%
営業利益	138億円	➤	170億円	+23%
EBITDA ※2	235億円	➤	290億円	+23%

※1 リカーリングビジネスで獲得するキャッシュの合計額。より実態を表す指標として採用。

※2 営業利益と減価償却費の合計で算出。業態の変化を踏まえ、さらなる成長投資を促進する指標として採用。

# 主要3事業の売上目標

	<u>2024.3実績</u>		<u>2027.3目標</u>	<u>増減率</u>
医療事業	406億円	➤	500億円	+23%
介護事業	613億円	➤	650億円	+6%
健康事業	22億円	➤	50億円	+127%



# 海外注力エリアの売上目標

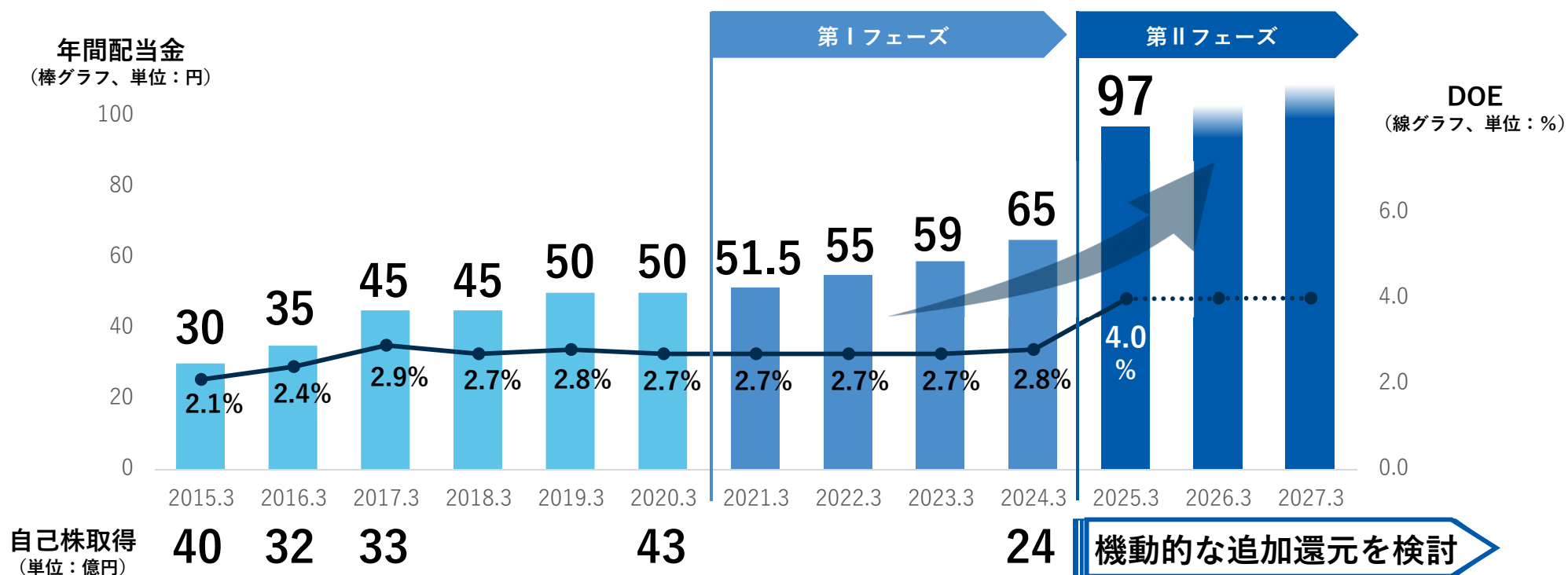
	<u>2024.3実績</u>		<u>2027.3目標</u>	<u>増減率</u>
インドネシア	28億円	➤	45億円	+ 61 %
中国	35億円	➤	45億円	+ 29 %
インド ※	17億円	➤	25億円	+ 56 %
※非連結の現地法人を含むインド国内向けの売上額を記載。連結売上高とは異なります。				
連結海外売上高	106億円	➤	150億円	+ 41 %

1. 中計の位置付けと第Ⅰフェーズの振り返り
2. 重点施策
3. 経営指標
- 4. 株主還元とキャッシュアロケーション**
5. 新ブランドメッセージの策定について

## 新配当方針

**DOE4.0%・配当性向50%を目安**

共に成長を実感いただける還元政策を推進。



※当社は2021年4月1日を効力発生日として、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。  
上記の年間配当金は、当該株式分割が2014年4月1日に実施されたものと仮定して算定しています。

# キャッシュアロケーション

## 第IIフェーズ期間累計



### 株主還元

配当は純資産配当率(DOE)4.0%と配当性向50%を目安  
市場環境等を勘案した機動的な追加還元を検討

### 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／新基幹  
システム導入促進

事業発展に向けたCVC投資などを含めた他社連携を  
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

1. 中計の位置付けと第Ⅰフェーズの振り返り
2. 重点施策
3. 経営指標
4. 株主還元とキャッシュアロケーション
5. **新ブランドメッセージの策定について**

## WELL-BEING for all beings

当社グループは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」を掲げ、従来の医療・介護用ベッドメーカーという枠組みを超えたビジネスを拡大させています。これからも、将来に向かってさらに業態が拡大・変化していく中で、当社グループが世界中のステークホルダーに対して提供していく価値を表現したブランドメッセージ「WELL-BEING for all beings」を策定しました。

このブランドメッセージに込めた思いや世界観を表現した映像をご用意しました。  
ぜひ下記リンクまたはQRコードからご覧ください。

<https://www.paramount.co.jp/brandmessage>





**WELL-BEING** for *all beings*

## 注意事項

本資料に記載した業績等に関する将来の事項につきましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づいて想定したものです。実際は今後発生する様々な要因により、異なる結果と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。