

2020年3月期 第2四半期決算説明会

2019年11月27日



フランスベッドホールディングス株式会社

<https://www.francebed-hd.co.jp/> 証券コード：7840

- ◆ **2020年3月期 第2四半期業績報告**
- ◆ **2020年3月期 通期業績見通し**
- ◆ **今後のグループ^o成長戦略**

2020年3月期 第2四半期 業績報告

1. 連結業績

【増収・減益】

(百万円)	2019・3期 第2Q 実績	2020・3期 第2Q 実績	前期比	
			増減額	増減率
売上高	25,296	26,329	1,033	+ 4.0%
営業利益	1,141	1,113	▲27	▲ 2.4%
経常利益	1,156	1,083	▲73	▲ 6.3%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	689	666	▲23	▲ 3.3%

■ 1株当たり四半期純利益 17.07円

2. セグメント別損益

メディカルサービス事業は増収減益、インテリア健康事業は増収・赤字幅縮小

(百万円)	売 上 高 ※				営 業 利 益			
	2019・3期 第2Q実績	2020・3期 第2Q実績	前期比		2019・3期 第2Q実績	2020・3期 第2Q実績	前期比	
			増減額	増減率			増減額	増減率
連結計	25,296	26,329	+1,033	+4.0%	1,141	1,113	▲27	▲2.4%
メディカル サービス事業	14,499	15,480	+980	+6.7%	1,216	1,141	▲75	▲6.1%
インテリア 健康事業	10,161	10,687	+525	+5.1%	▲62	▲47	+14	-
その他	634	162	▲471	▲74.3%	▲30	2	+32	-
調整額	-	-	-	-	17	17	+0	+0.9%

注1：売上高は、外部顧客に対する売上高となります。

注2：2019.3期第2Q実績は、当期より変更したセグメント情報等の開示区分に合わせて前年遡及した数値です。

3. メディカルサービス事業の概況

(百万円)	2019・3期 第2Q実績		2020・3期 第2Q実績		前期比	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率
売上高	14,499	100%	15,480	100%	+980	+6.7%
営業利益	1,216	8.3%	1,141	7.3%	▲75	▲6.1%
介護関連 レンタル売上※	7,957	54.9%	8,382	54.1%	+425	+5.3%
病院施設向け 物件取引※	1,854	12.8%	2,227	14.4%	+373	+20.1%
その他※	4,694	32.4%	4,873	31.5%	+179	+3.8%

※水色の網掛部分の実績、構成比は、事業会社のフランスベッド(株)単体の数値です。

【売上高増収要因】

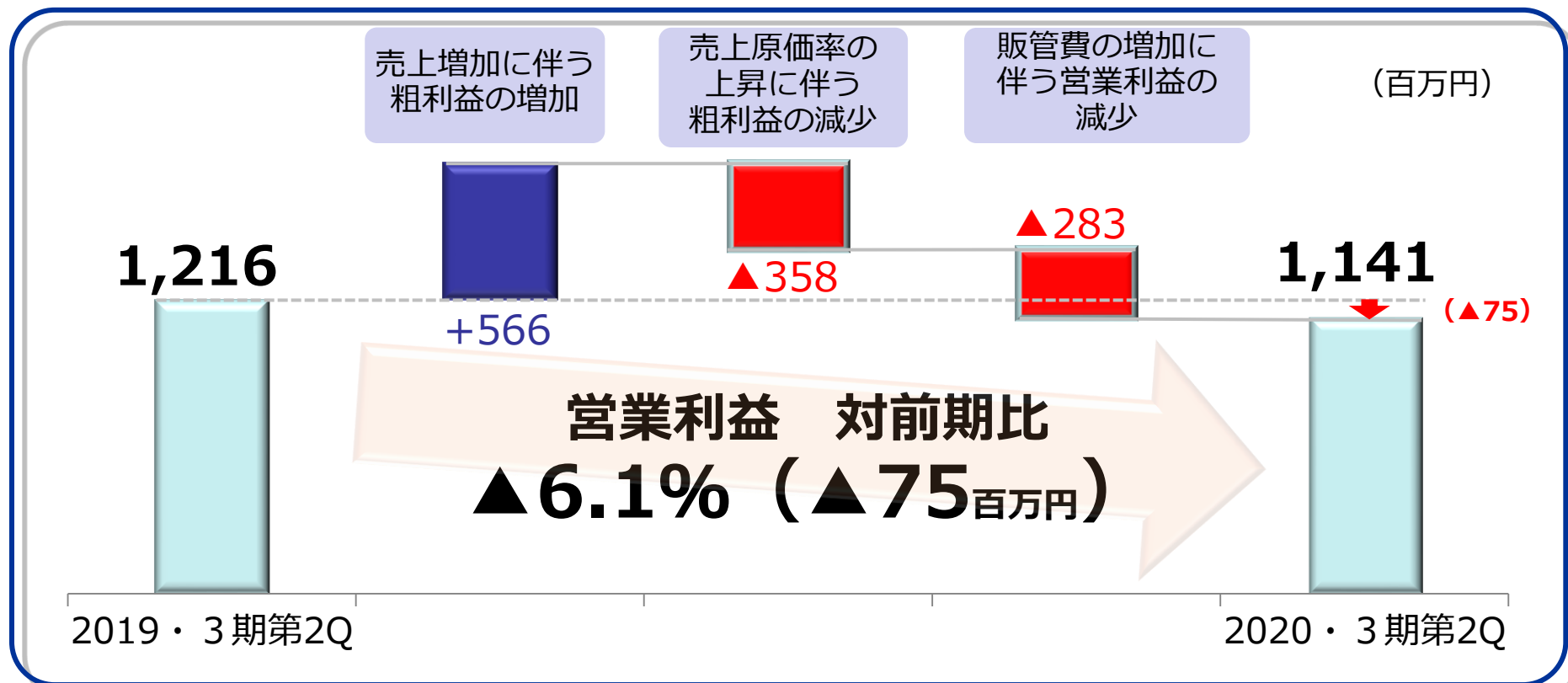
- ・主力である福祉用具貸与事業が堅調に推移
- ・病院施設部門にて消費増税前の駆け込み需要が発生

【営業利益減益要因】

- ・原価率の上昇ならびに販売費及び一般管理費が増加

4. メディカルサービス事業の営業利益増減要因

● メディカルサービス事業 営業利益減益要因



<営業利益減益の主要因は、売上原価率の上昇と販管費の増加>

- ・ 原価率が上昇した主要因
 - ①主力商品のモデルチェンジや新製品発売に伴い開発費ならびにレンタル投下額が増加
 - ②原価率が相対的に高いリフォーム・病院施設売上が伸張
- ・ 販管費が増加した主要因：
 - ①前期末に実施した退職給付信託の返還に伴う数理差異（益）減少により人件費が増加
 - ②営業拠点3箇所の新規出店に伴う人件費・賃借料、物流費等の増加

5. インテリア健康事業の概況

(百万円)	2019・3期 第2Q実績		2020・3期 第2Q実績		前期比	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率
売上高	10,161	100%	10,687	100%	+ 525	+ 5.1%
営業利益	▲62	-	▲47	-	+ 14	-
ホテル向け売上※	940	-	1,112	-	+172	+18.3%

※水色の網掛け部分の数字は、事業会社のフランスベッド(株)単体の数値です。

【売上高増収要因】

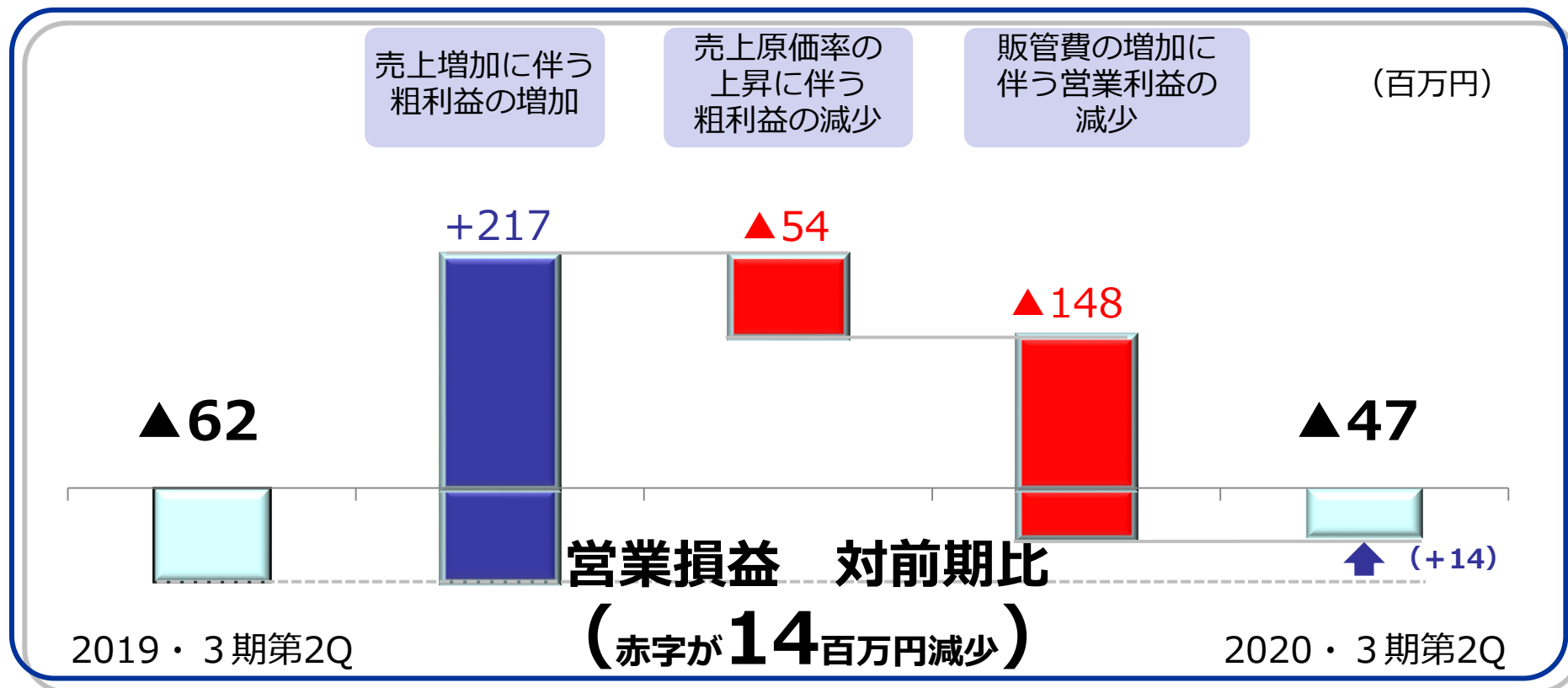
- ・消費増税前の駆け込み需要が発生
- ・シティホテル、ビジネスホテル等への法人向け販売が好調に推移

【営業損失減少要因】

- ・駆け込み需要等による売上の増加

6. インテリア健康事業の営業利益増減要因

●インテリア健康事業 営業損失減少要因



<増収により赤字幅縮小>

- ・ 原価率が上昇した主要因 ①材料費や物流費の高騰
- ・ 販管費が増加した主要因： ①前期末に実施した退職給付信託の返還に伴う数理差異（益）減少により人件費が増加
②ショールームの新規出店に伴う賃借料、物流費等の増加

7. 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2019.3.31)	当第2四半期連結会計期間 (2019.9.30)	前会計年度末との比較 増減額
流動資産	34,946	31,084	▲ 3,862
固定資産	28,235	28,346	111
繰延資産	74	61	▲ 13
資産合計	63,256	59,491	▲ 3,764
流動負債	16,915	13,972	▲ 2,943
固定負債	8,132	7,949	▲ 183
負債合計	25,048	21,921	▲ 3,126
株主資本	35,262	34,858	▲ 404
その他の包括利益累計額	2,945	2,711	▲ 233
純資産合計	38,207	37,569	▲ 637
負債純資産合計	63,256	59,491	▲ 3,764
自己資本比率	60.4%	63.1%	-

連結貸借対照表の状況 (連結総資産は前連結会計年度比3,764百万円減少し、59,491百万円)

- ①資産の部 (▲3,764百万円) ■流動資産 (▲3,862百万円) ■固定資産 (+111百万円)
- ②負債の部 (▲3,126百万円)
- ③純資産の部 (▲637百万円)
- ④自己資本比率：63.1% (+2.7pt)

8. キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

	営業活動によるCF	投資活動によるCF	財務活動によるCF	現金及び現金同等物 期首残高	現金及び現金同等物 増減額	現金及び現金同等物 期末残高
2019・3期 第2Q	2,098	▲2,247	▲1,374	13,254	▲1,529	11,724
2020・3期 第2Q	177	▲2,995	▲532	13,988	▲3,353	10,635
前年同期比較	▲1,921	▲748	+842	+734	▲1,824	▲1,089

連結キャッシュ・フローの状況

現金及び現金同等物残高は10,635百万円。対前期末比3,353百万円減少。

① 営業活動によるキャッシュ・フロー (177百万円の収入)

(収入) 税引前四半期純利益 1,065百万円、減価償却費(非資金費用) 2,162百万円、売上債権の回収423百万円など
(支出) 仕入債務の支払い217百万円、法人税等の支払い2,476百万円など

② 投資活動によるキャッシュ・フロー (2,995百万円の支出)

(支出) 有形固定資産の取得 2,760百万円、ソフトウェア等無形固定資産の取得251百万円など

③ 財務活動によるキャッシュ・フロー (532百万円の支出)

(収入) セール・アンド・リースバック 1,664百万円
(支出) 自己株式の取得494百万円、リース債務の返済 1,141百万円、配当金の支払い 608百万円など

2020年3月期 通期業績見通し

1. 連結損益計画

● 2020年3月期 連結業績予想と計画に対する進捗率

	2020・3期 計画値 (2019・4～2020・3)	2020・3期 第2Q実績 (2019・4～2019・9)	計画進捗率
(百万円)			
売上高	53,000	26,329	49.6%
営業利益	2,800	1,113	39.7%
経常利益	2,800	1,083	38.6%
親会社株主に帰属する 当期（四半期）純利益	1,800	666	37.0%
1株当たり 当期（四半期）純利益(円)	45.82	17.07	37.2%

※当初（2019年5月15日）公表した業績予想からの修正はございません。

2. セグメント別損益計画

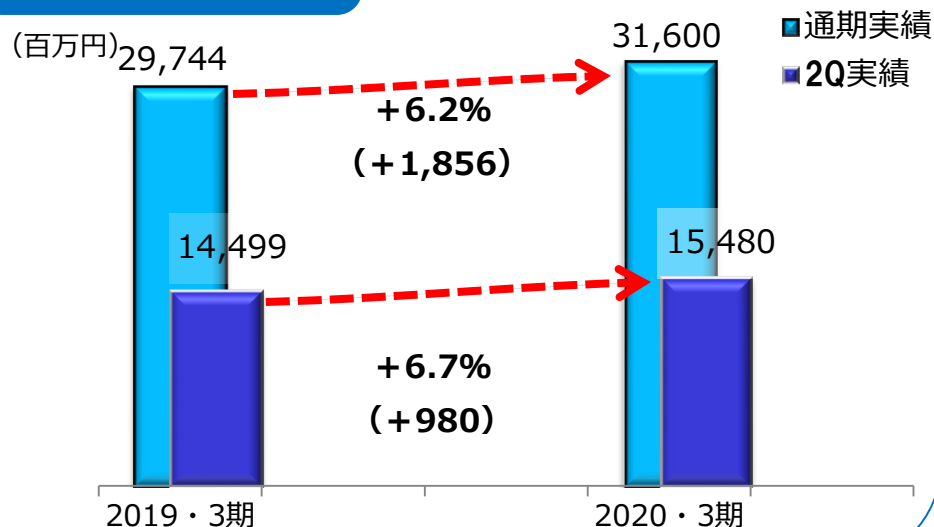
● 2020年3月期 セグメント別業績予想、計画に対する進捗率

(百万円)		2020・3期 計画値 (2019・4～2020・3)	2020・3期 第2Q実績 (2019・4～2019・9)	計画進捗率
メディカル サービス事業	売上高	31,600	15,480	48.9%
	営業利益	2,570	1,141	44.3%
インテリア 健康事業	売上高	21,000	10,687	50.8%
	営業利益	200	▲47	—
その他	売上高	400	162	40.5%
	営業利益	0	2	—
調整額	売上高	—	—	—
	営業利益	30	17	56.6%
合 計	売上高	53,000	26,329	49.6%
	営業利益	2,800	1,113	39.7%

※2019年5月30日の決算説明会で公表した業績予想からの修正はございません。

3. メディカルサービス事業の見通しと主な取り組み

売上高

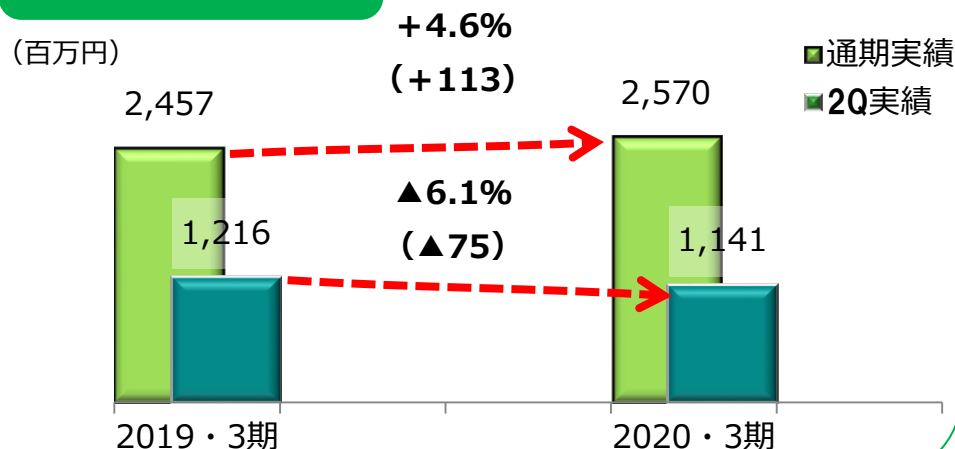


【2020年3月期 通期計画】
売上高：31,600百万円
 (前期比6.2%増)
営業利益：2,570百万円
 (前期比4.6%増)

主な施策

シルバービジネスの更なる強化
 (得意分野への経営資源の集中)

営業利益



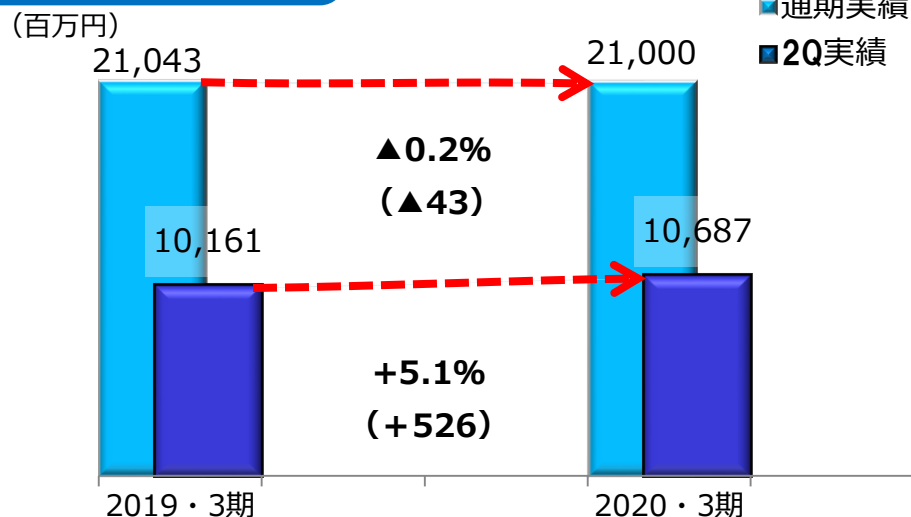
①福祉用具貸与事業の規模拡大

②省力化や労力軽減に資する新製品の開発と拡販

③医療機関向け新規商品の展開

4. インテリア健康事業の見通しと主な取り組み

売上高



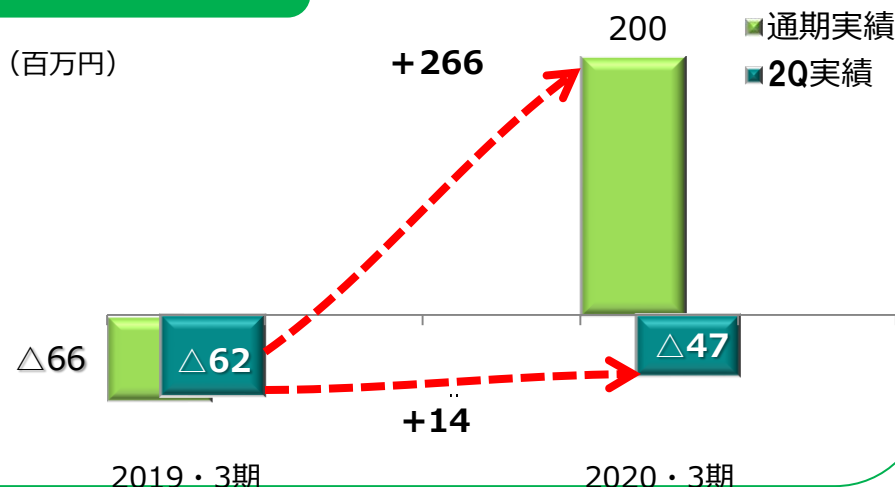
【2020年3月期 通期計画】
売上高：21,000百万円
 (前期比 0.2%減)
営業損益：200百万円
 (前期比 —)

主な施策

収益性の改善

(「量から質」への転換)

営業利益



- ① 構造改革による費用の削減
- ② 新規販売チャネルの開拓

5. 設備投資について

(単位：百万円)		2019・3期 通期実績	2020・3期 第2Q実績	2020・3期 下期計画	2020・3期 通期計画
設 備 投 資 額	レンタル資産	3,767	2,066	1,984	4,050
	工場生産・物流設備	534	184	275	459
	サービスセンター	699	8	94	102
	ソフトウェアの取得	216	233	55	288
	その他	390	111	180	291
	合 計	5,606	2,602	2,589	5,191
減価償却費		4,190	2,163	2,284	4,447

<主な設備投資実績および計画>

2020年3月期 第2四半期実績

■ レンタル資産取得：2,066百万円（メディカルサービス事業）（前期比+213百万円）

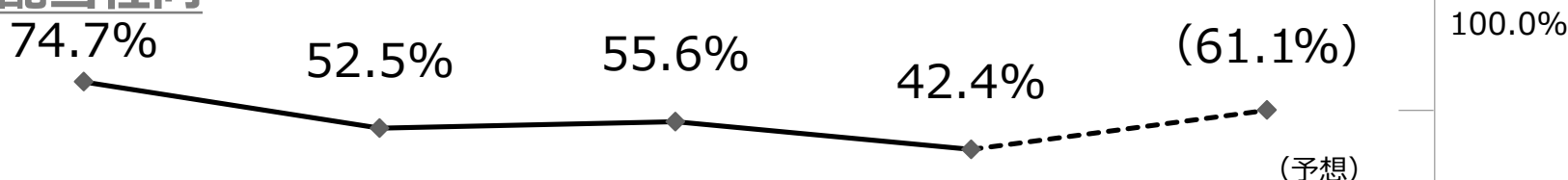
2020年3月期 通期計画

■ レンタル資産取得：4,050百万円（メディカルサービス事業）（前期比+283百万円）

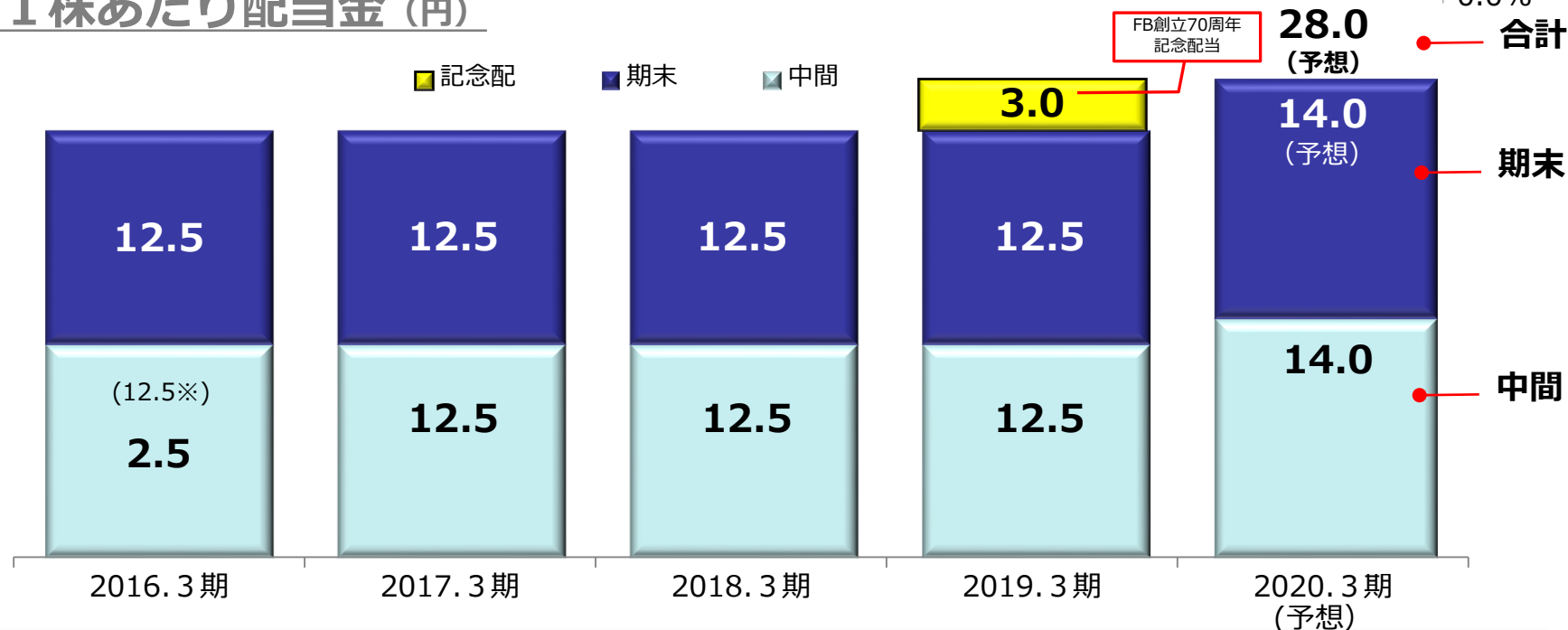
6. 配当について

● 1株あたり配当金と連結配当性向の推移

連結配当性向



1株あたり配当金 (円)



安定的な配当を継続

※2015年10月1日を効力発生日として実施した普通株式5株を1株とする株式併合を考慮した配当額を示しております。

今後のグループ成長戦略

I. シルバービジネスの更なる強化

1. 福祉用具貸与事業の規模拡大
2. 介護の「省力化」・「労力軽減」のための商品開発と拡販
3. 医療機関向け新製品の展開

1. 福祉用具貸与事業の規模拡大

(1) 営業拠点の拡充

※直近での営業所の新規出店

- ・ メディカルさいたま中央営業所 埼玉県さいたま市 (2019年4月開設)
- ・ メディカル清水営業所 静岡県静岡市 (2019年5月開設)
- ・ メディカル大阪東営業所 大阪府大阪市 (2019年8月開設)

85営業所
(2019年3月末)



90営業所
(2020年3月末計画)



95営業所
(2021年3月末計画)

(2) M&Aの推進

- ・ 後継者問題を抱える事業者などがM & Aの主なターゲット
- ・ 現状、小規模な事業譲渡程度にとどまっているが、大型案件についても検討中

2. 介護の「省力化」・「労力軽減」のための商品開発と拡販

(1) 利用者の自立を支援する「離床支援ベッド」

・世界初！介護人材不足や老々介護などの日本が抱える問題に光を照らす画期的な介護ベッド!!



3. 医療機関向け新規商品の展開

(1) 新商品 (ICUベッド) 投入による病院市場の切り崩し



■ チェアポジション機能



■ トレンデレンバーグ・リバーストレンデレンバーグ機能



Ⅱ. インテリア健康事業の収益性の改善

1. 構造改革による費用の削減
2. 新規販売チャネルの開拓

1. 構造改革による費用の削減

(1) 原価低減

対策① 値上げの実施

- ・ 2019年10月より値上げを開始、2020年1月からは全商品を対象

対策② 海外調達比率の引き上げ

- ・ 普及廉価品は国内生産から海外調達へシフト

対策③ 生産部門のスリム化

- ・ 生産部門のスリム化：製造部門より ▲28名

対策④ 機種統廃合による原価低減（現状の半減）

- ・ 約1,100種類 (2019.7実績) ⇒ 約600種類 (2020.3計画)

製造費用を年間 1.5億円程度削減

1. 構造改革による費用の削減

(2) 販売費および一般管理費削減

対策 組織・人員体制のスリム化

- ・組織のスリム化：営業部集約（6⇒5）、営業所集約（28⇒25）
- ・営業部門のスリム化：組織集約と業務見直しにより **▲33名**

販売費を年間 1 億円程度削減

(3) 人員の再配置

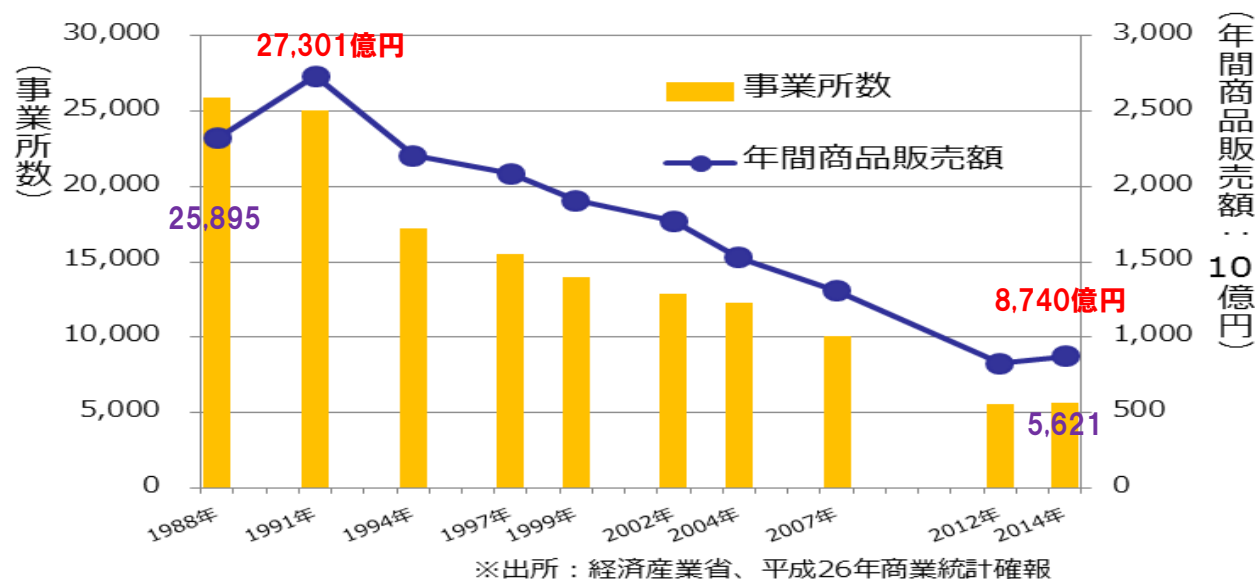
対策 成長分野であるメディカルサービス事業への配置転換

（製造部門28名+営業部門13名=41名）

2. 新規販売チャネルの開拓

●家具小売市場の現状

日本国内家具小売業事業所数と年間販売額の推移



約30年間で
事業所数 1 / 5、
販売額 1 / 3 に減少

◆今後も拡大が見込める家具販売店以外の住宅関連・ネット販売・ホームセンターなどの異業種への拡販に注力

＜インテリア健康事業における家具販売店向け以外の売上構成比率目標＞

+ 10%UP

約 40% (2019.9実績) ⇒ 約 50% (2021.3計画)

2. 新規販売チャネルの開拓

(1) 新規販売チャネル向け商品の開発

① ネット販売に適した宅配可能商品の開発と拡販



フォールドエア™
(3つ折対応マットレス)



高密度連続スプリング®
ポルテ R-zero
(ロール梱包マットレス)



コンパクトワン
(分割式ベッドフレーム)



・緑茶成分による抗菌・防臭効果や通気性、弾力性も兼ね備える



茶殻を再利用した枕
グリーンティーピロー
(伊藤園様とのコラボ)

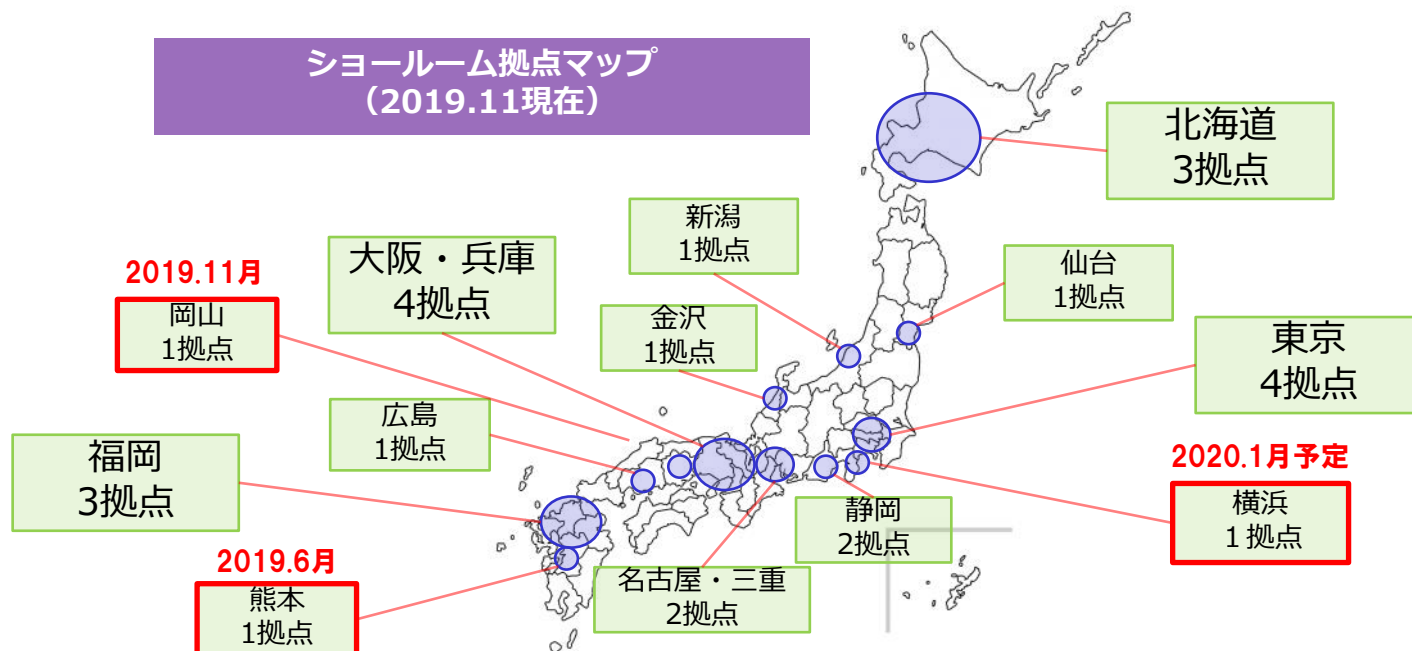
2. 新規販売チャネルの開拓

(2) 自社ショールームを活用した売上の拡大

- ・ 中高級品を実体験できる取引先の第2の売り場として活用

<自社ショールーム>

24拠点 (2019.11実績) ⇒ **27**拠点 (2021.3計画)



Ⅲ. その他

Ⅲ. その他

◆当社が保有する「レンタル」のノウハウやシステムを活用し、レンタルビジネスの範囲を拡大する

福祉用具貸与部門、リネンサービス部門、等
(既存レンタル事業)



※現在は全体の売上の
約37%

病院施設向けレンタル (B to B)

ホテル向けレンタル (B to B)



新規取組

<将来の目標>

レンタル売上を増加させ、売上構成比として、
レンタル売上50%、販売売上50%を目指していく

Ⅲ. その他

(1) 設備投資が難しい医療機関へ新規レンタル商品の投入(ICUベッド)



■チェアポジション機能



■トレンドレンバーグ・リバーストレンドレンバーグ機能



スケール付き
多目的ベッド
FB-C4DS-00

スケールコントローラー



サイドレール内蔵スイッチ



フットコントロールパネル



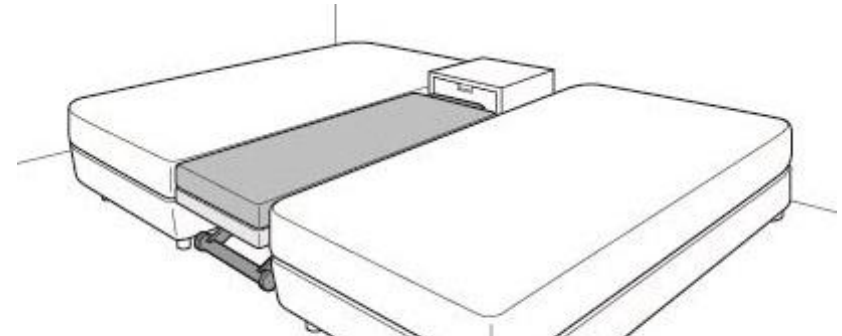
Ⅲ. その他

(2) ホテル向けレンタル事業の商品ラインナップ拡充

フランスベッド独自の高密度連続スプリングを採用
通常のホテルベッドと同素材を使用しているので
快適な寝心地をお届けします。



ニューフォールディングベッド
(エキストラベッド)
(レンタル展開中)



スペースベッド
(添い寝ベッド)
(今期レンタル開始予定)



ベビーコット
(今期レンタル開始予定)

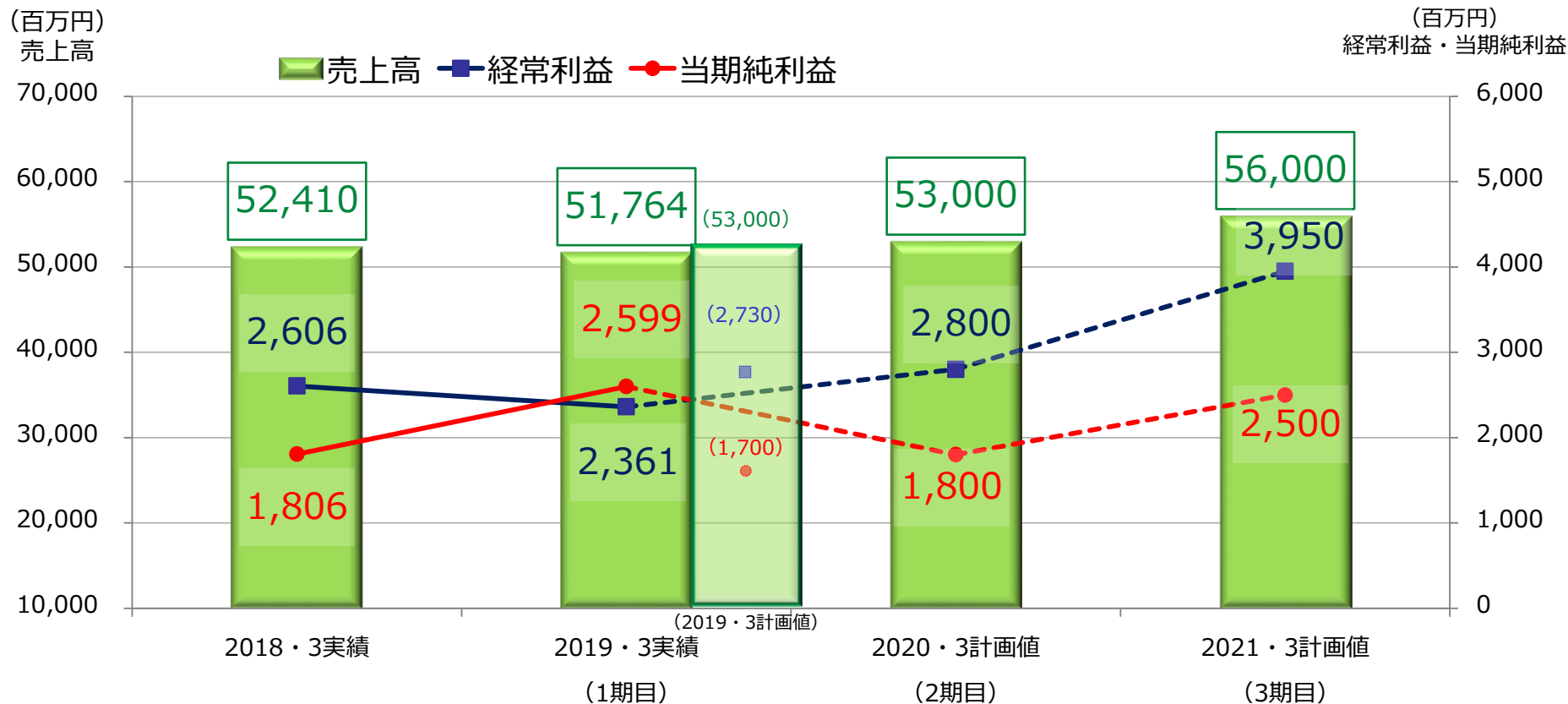




参 考 資 料

参考資料（中期経営計画進捗状況）

- ・計画1期目は、インテリア健康事業の不振により、売上・利益とも計画未達。
- ・計画2期目は、メディカルサービス事業のさらなる拡大とインテリア健康事業の事業構造改革等により、増収・経常利益ベースでの増益を目指す。
- ・計画3期目（中期経営計画最終年度）は、インテリア健康事業の収益改善と、メディカルサービス事業のさらなる成長によって計画達成を目指す。



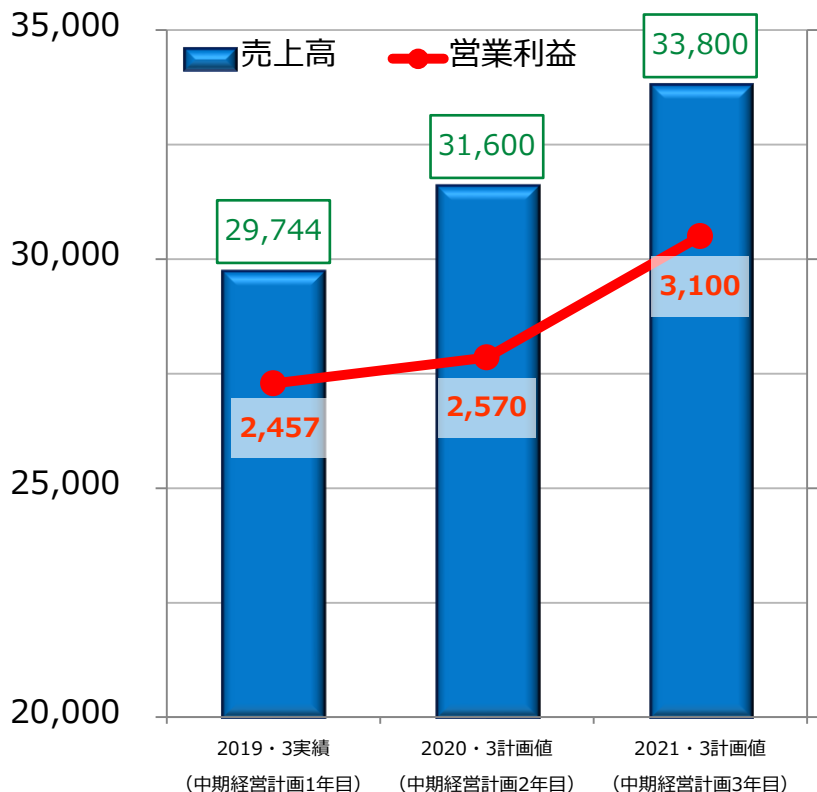
参考資料（中期経営計画進捗状況）

メディカルサービス事業

シルバービジネスの更なる強化

(百万円)

売上高



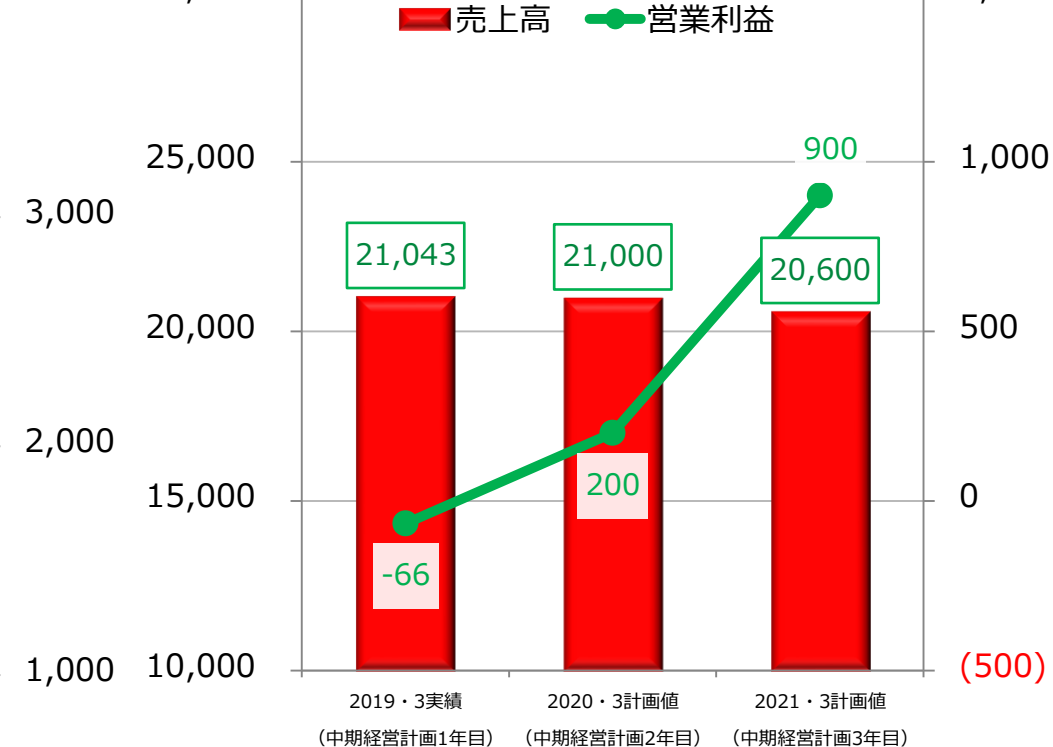
インテリア健康事業※

収益性の改善

(百万円)

営業利益

(百万円)
売上高



※当期よりセグメント情報等の開示区分の変更（前年度中に日用品雑貨販売事業から撤退したことに伴い、「その他」の一部をインテリア健康事業へ移管）を行う予定であり、それに伴い、2019年3月期実績も、メディカルサービス事業を除き、前年遡及したものになっている。



質 疑 応 答

(問合せ先)

経営企画室室長 原田正裕 Email: ir@francebed-hd.co.jp

経営企画室課長 堀越 宏 同上

(将来見通しに関する注意事項)

本日のプレゼンテーションの中には、弊社の予想、確信、期待、意向および戦略など、将来の予測に関する内容が含まれています。これらは、弊社が現在入手可能な情報による判断および仮定に基づいており、判断や仮定に内在する不確定性および今後の事業運営や内外の状況変化による変動可能性など様々な要因によって、実際に生じる結果が予測内容とは実質的に異なってしまう可能性があります。弊社は、将来予測に関するいかなる内容についても、改訂する義務を負うものではありません。

上記の不確実性および変動の要因としては、以下に挙げる内容を含んでいます。

また、要因はこれらに限定されるわけではありません。

- 主要市場における経済情勢および需要・市況の変動
- 主要市場における政治情勢や貿易規制等各種規制
- 為替相場の変動
- 競争企業の製品・サービス、価格政策、アライアンス、M & Aなどの事業展開
- 弊社の提携関係に関する提携パートナーの戦略変化
- 原価低減や設備投資を計画通り実施する弊社の能力
- 新製品を開発し市場へ投入する弊社の能力