



PARAMOUNT BED
HOLDINGS

中期経営計画 (パラマウントビジョン2030第Iフェーズ) 期間変更及び業績目標の公表

2021年4月1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

2021年4月、期間変更及び業績目標の公表

1. 各フェーズの期間を変更
(第 I フェーズの期間は1年間延長し2024年3月まで)
2. 未定としていた第 I フェーズの業績目標を公表

※昨年5月に公表した2030年に向けた長期ビジョンに関連する中期計画では新型コロナウイルス感染拡大の影響を考慮し、目標値を公表せず

1-1. 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

「現行ビジネス拡大」「健康事業本格化」

「変革への基盤整備」

→第Ⅱ・第Ⅲフェーズ



1-2. 各フェーズの期間の変更

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

2020年5月25日
公表時

第Ⅰフェーズ
(2020.4-2023.3)

第Ⅱフェーズ
(2023.4-2026.3)

第Ⅲフェーズ
(2026.4-2030.3)

コロナウィルスの影響により各フェーズ期間の変更

第Ⅰフェーズ
中期経営計画
(2020.4-2024.3)

第Ⅱフェーズ
(2024.4-2027.3)

第Ⅲフェーズ
(2027.4-2030.3)

変更点
下線部

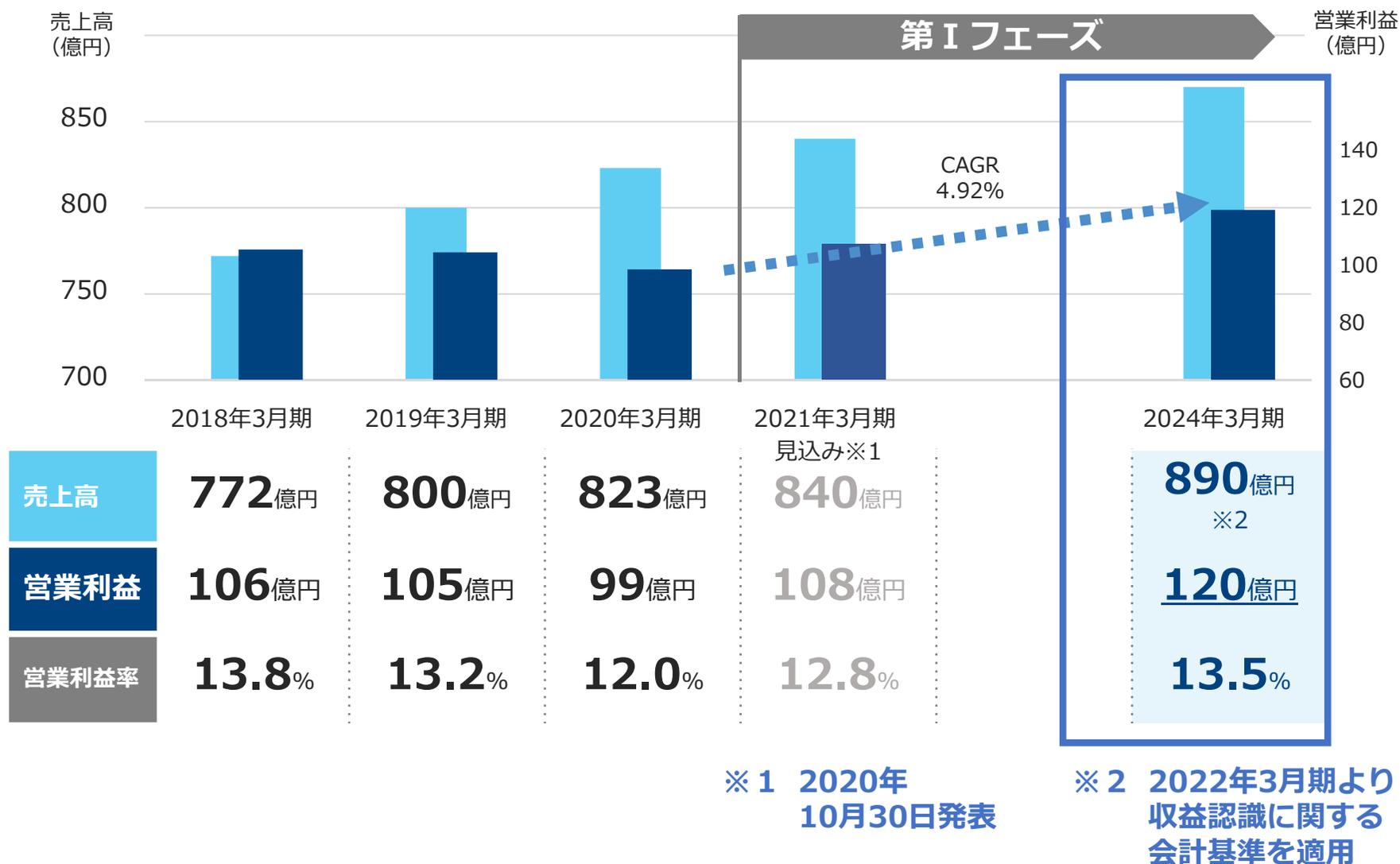
10年間の成長を
見据えた
中長期投資フェーズ

「現行ビジネス拡大」
「健康事業本格化」
「変革への基盤構築」

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

2-1. 第 I フェーズの業績目標 (2022年3月期より収益認識基準)

第 I フェーズ最終年に120億円の営業利益

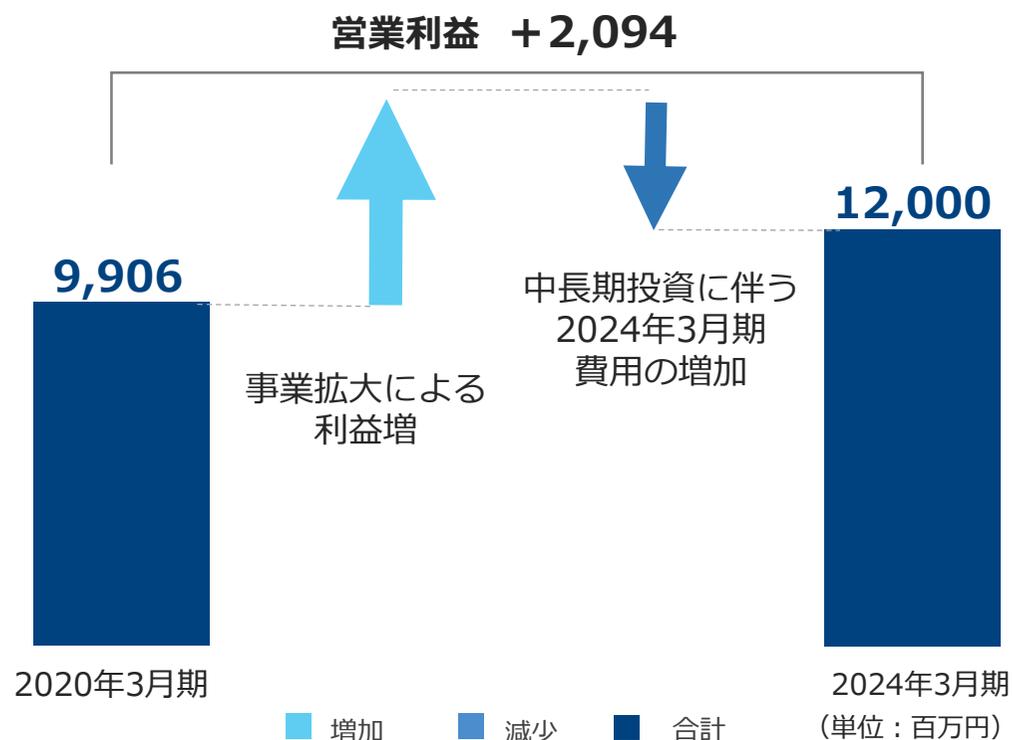


2-2. 第Iフェーズ 投資と営業利益

中長期成長に向けた戦略投資を強化

- ・ システム関連投資
- ・ リカーリング関連投資
- ・ その他設備投資 など

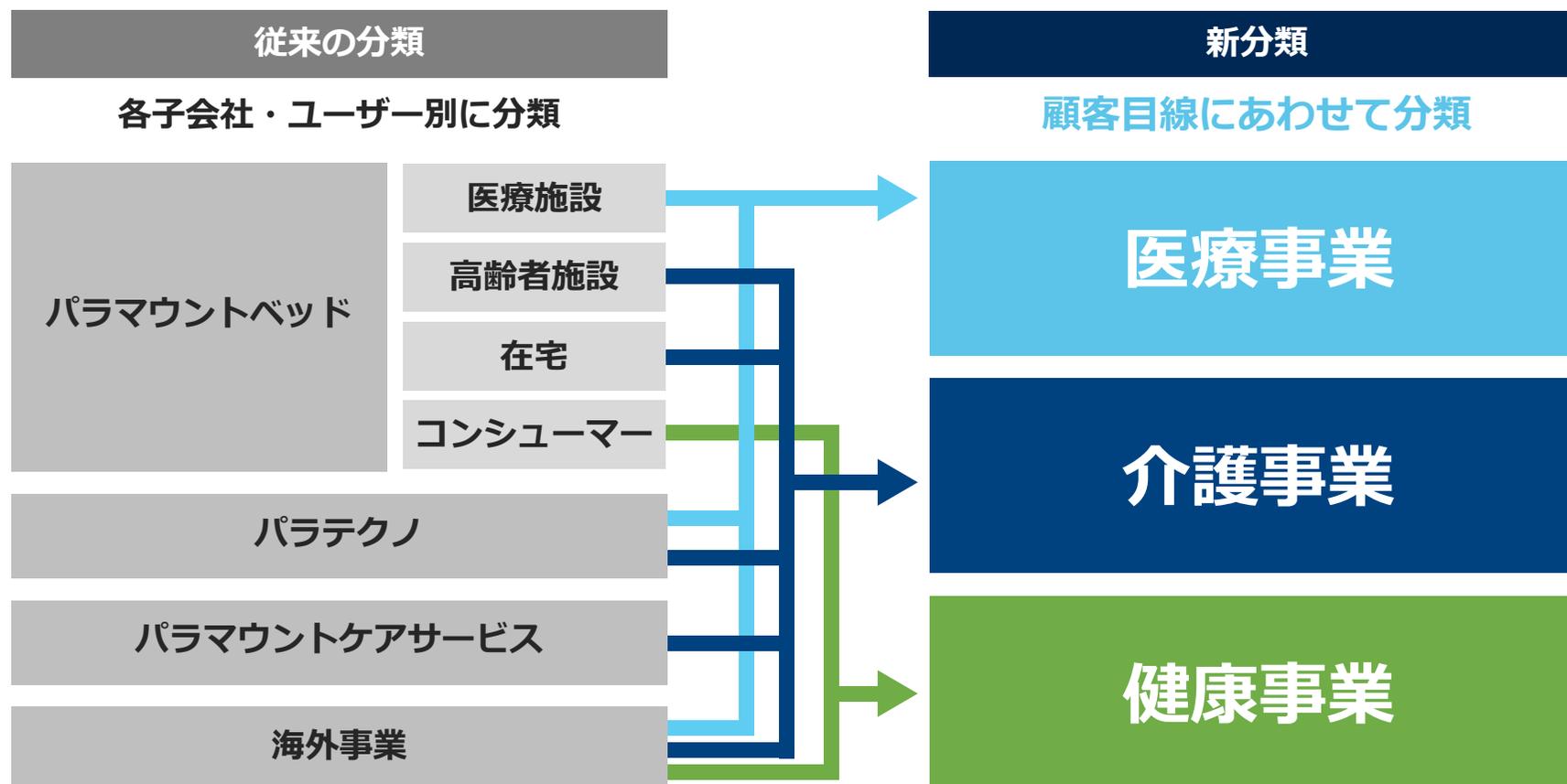
投資増による費用増をこなして 2024年3月期に営業利益120億円へ



2-3 事業別の目標

顧客目線にあわせて事業分類を変更

医療事業・介護事業・健康事業の新分類へ



2-4 ①医療事業の第Iフェーズ目標 (2022年3月期より収益認識基準)

医療事業

- 国内はベッドシェア堅持。ベッド周辺製品・サービス・リカーリングビジネスを拡張。
- スマートベッドシステム・睡眠センサの浸透強化。

- 海外はアジア中心に、各国事情にあわせた製品拡充とサービスビジネス構築。
- 新規領域の探索。

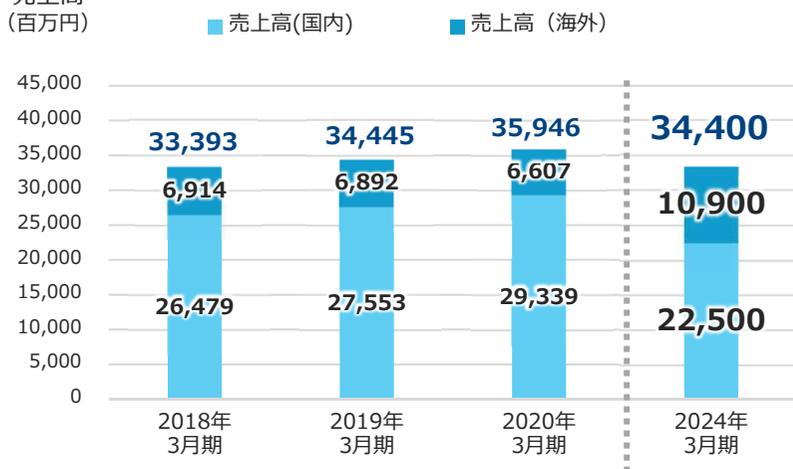
(単位：百万円)

	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期	2024年3月期 目標
売上高※	33,393	34,445	35,946	33,400
国内	26,479	27,553	29,339	22,500
海外	6,914	6,892	6,607	10,900

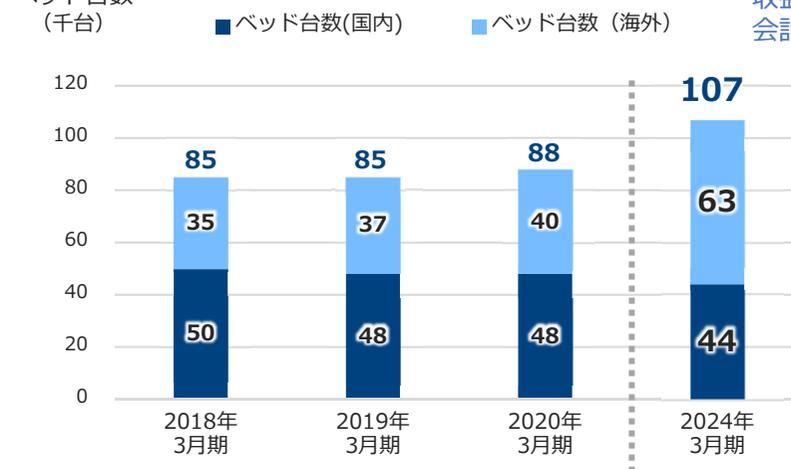
(単位：千台)

	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期	2024年3月期 目標
ベッド販売台数	85	85	88	107
国内	50	48	48	44
海外	35	37	40	63

売上高
(百万円)



ベッド台数
(千台)



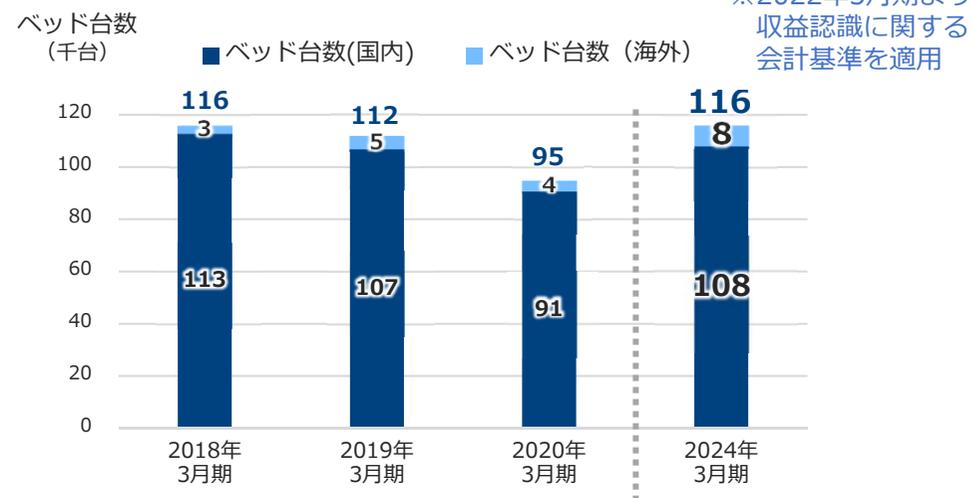
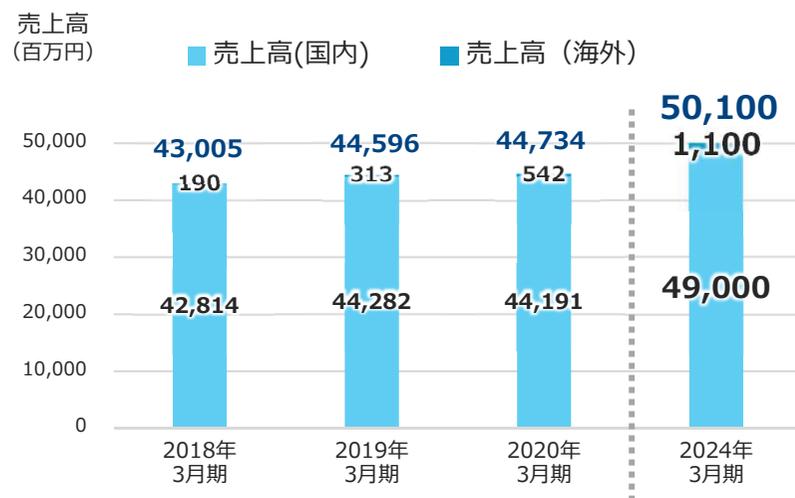
※2022年3月期より収益認識に関する会計基準を適用

2-5 ②介護事業の第Iフェーズ目標 (2022年3月期より収益認識基準)

介護事業

- 国内施設は、睡眠センサを中心に介護ロボットの導入と、関連メニュー開発に注力。
- 国内在宅は、レンタル向新製品・見守りなど関連サービス強化。レンタル卸シェアアップ。
- 海外は中国・タイなど高齢化が進む地域で事業拡大。

(単位：百万円)	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期	2024年3月期 目標
	売上高※	43,005	44,596	44,734
国内	42,814	44,282	44,191	49,000
海外	190	313	542	1,100
(単位：千台)				
ベッド販売台数	116	112	95	116
国内	113	107	91	108
海外	3	5	4	8



2-6 ③健康事業の第Iフェーズ目標 (2022年3月期より収益認識基準)

健康事業

国内中心にプロモーション・ブランディング投資強化。

【INTIMEブランド】
アクティブシニア向け製品強化。
サービスメニュー拡充。

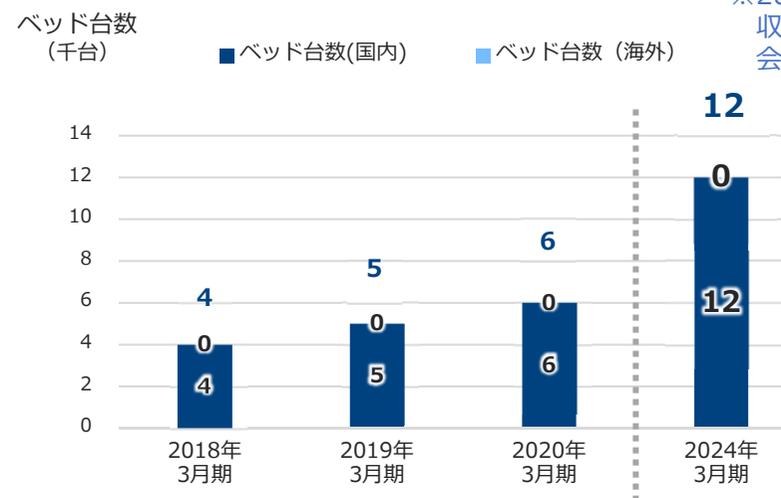
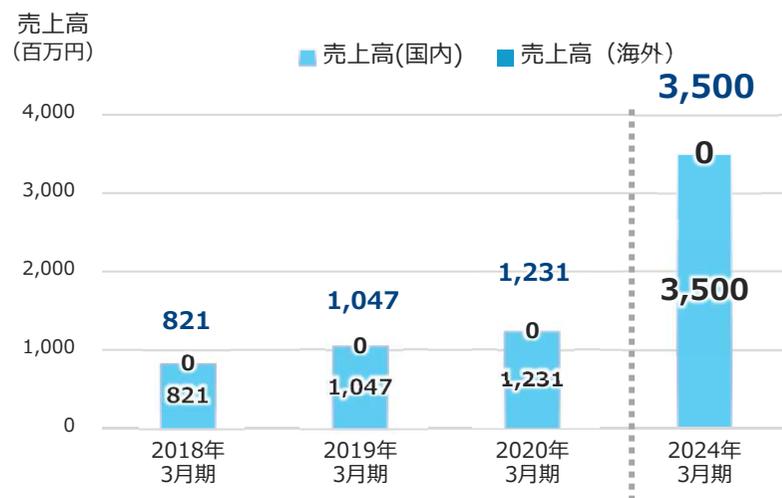
【Active Sleepブランド】
IoTベッド中心に寝室環境最適化へ、
周辺商品と連携サービス探索・拡充。

(単位：百万円)

	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期	2024年3月期 目標
売上高※	821	1,047	1,231	3,500
国内	821	1,047	1,231	3,500
海外	0	0	0	0

(単位：千台)

	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期	2024年3月期 目標
ベッド販売台数	4	5	6	12
国内	4	5	6	12
海外	0	0	0	0



※2022年3月期より
収益認識に関する
会計基準を適用

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。

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。