株式会社プラッツ

決算説明会

2019 年 9 月 3 日

イベント概要

[企業名]	株式会社プラッツ
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	会社説明会
[決算期]	2018 年度　通期
[日程]	2019 年 9 月 3 日
[ページ数]	43
[時間]	13:29 – 14:27 （合計：58 分、登壇：41 分、質疑応答：17 分）
[開催場所]	103-0026　東京都中央区日本橋兜町 3-3　兜町平和ビル 3 階 第 3 セミナールーム　（日本証券アナリスト協会主催）
[会場面積]	145 ㎡
[出席人数]	30 名
[登壇者]	1 名 代表取締役会長　　福山　明利（以下、福山）

登壇

司会：皆様、お待たせいたしました。それでは、ただ今より株式会社プラッツ様の IR ミーティングを開催いたします。

まず始めに、本日のご説明者をご紹介申し上げます。代表取締役会長、福山明利様でございます。

福山：よろしくお願いします。

司会：福山会長様からご説明をいただきました後で、皆様方のご質問をお受けすることといたしますので、ご協力よろしくお願いいたします。

それでは、福山会長様、ご説明をお願いいたします。

福山：皆さん、こんにちは。ただ今ご紹介賜りました、株式会社プラッツ、代表取締役会長の福山でございます。本日は大変皆様はお忙しいところ、私どもの会社説明会にご参集いただきまして、誠にありがとうございます。

主に三つに分けて説明をさせていただきたいと思います。まず、初めての方もいらっしゃると思いますので、私どもの事業内容を 3 分の 1。それから先期 27 期の決算が出そろいまして、8 月 8 日にリリースさせていただいていますが、その決算内容についてのご説明を 3 分の 1。それから、中計も含めた今期 28 期、および中計も含めた私どもの成長戦略に関してが、約 3 分の 1。その後、10 分程度質疑応答を受けさせていただきたいと思いますので、最後までよろしくお願いしたいと思います。

私どもの会社概要は、こちらに書いてあるとおりでございます。割愛をさせていただきたいと思います。

企業理念

創業の精神



「我々は、常に公正と創造と改革の精神を以って、
お客様の満足を目指し、自己の幸福と夢の実現、
社会に貢献できる企業に成長発展する」

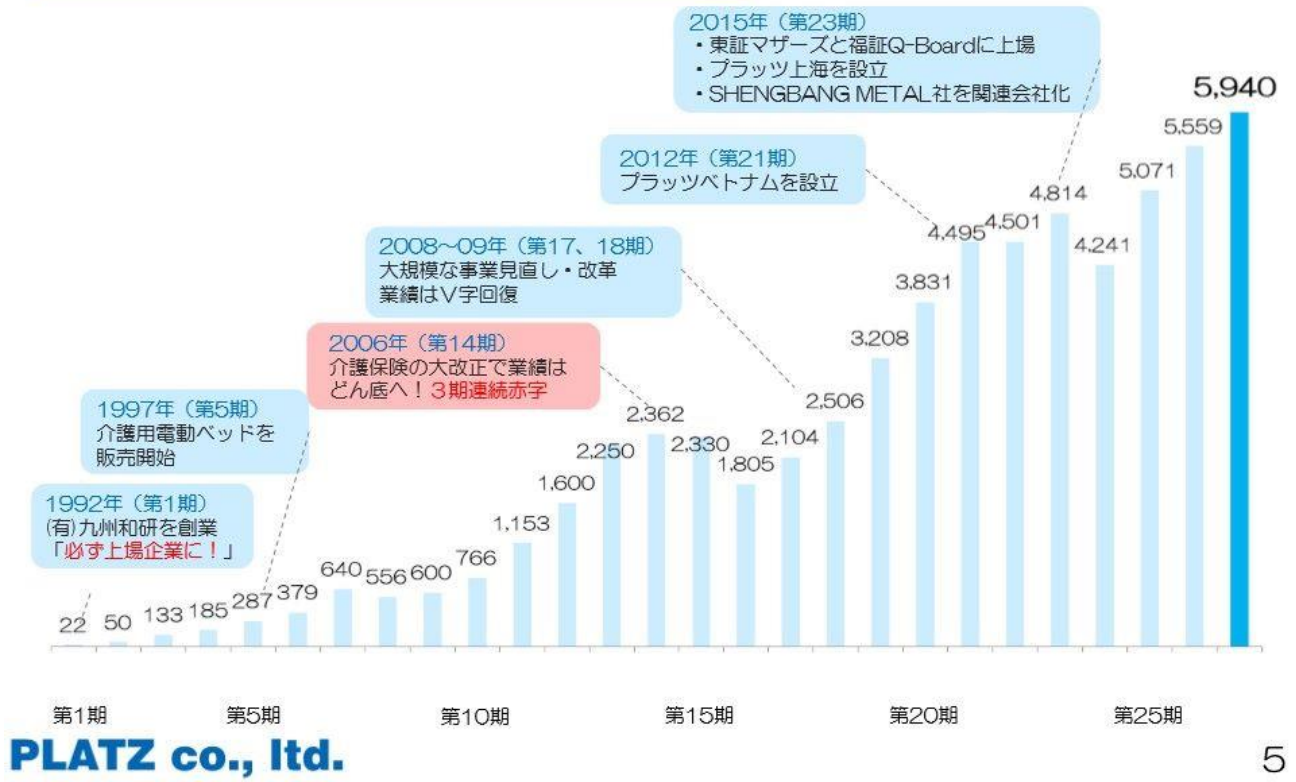
企業理念

医療介護・健康福祉・ベッド業界に対し、「高品質」「高機能」「低価格」をテーマにした製品作りに徹し、お客様に満足と喜びを感じてもらうことを最大の目標に、恒久的に社会に貢献するものである。

PLATZ co., ltd. 4

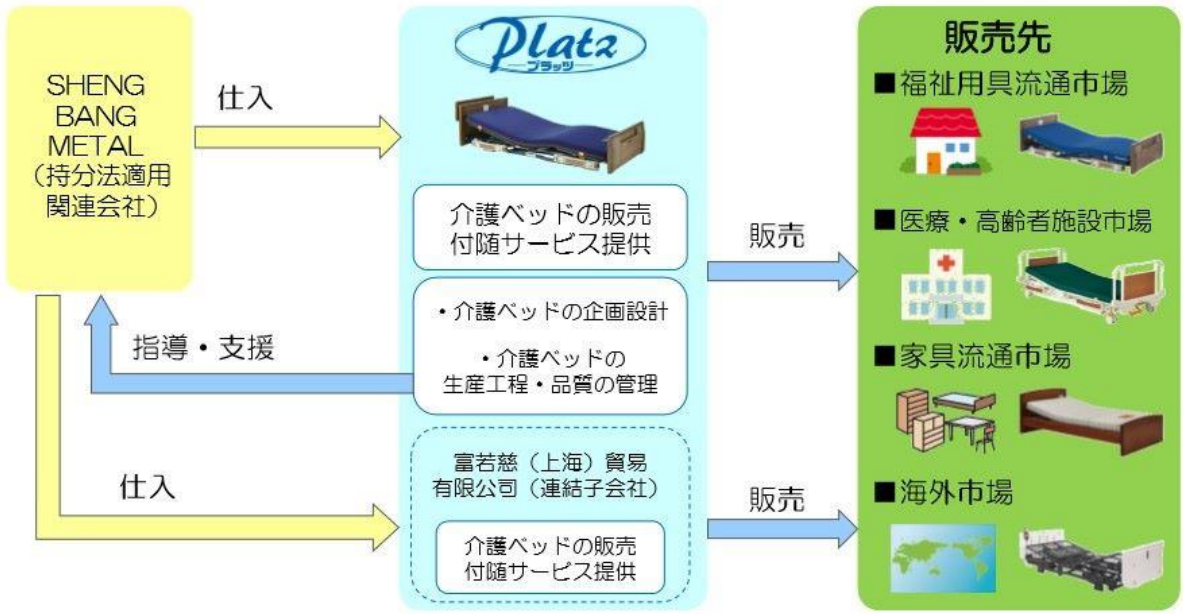
こちらが、私どもの社是でございまして、毎朝、全国、アジアも含めた全社員が朝から唱和をして、このポリシーに基づいて業務を行っておるところでございます。

ここに、私どものキーワードで、医療介護・健康福祉・ベッド業界に対して高品質であって、高機能であって、それでいて低価格を強みとして事業を営んでまいりました。後ほどその中身もご案内申し上げたいと思います。



私が 34 歳のときに、いわゆる脱サラで起業をいたしました。最初は家内と 2 人、自宅で始めたんですが、それは 34 歳のときですね。最初は有限会社九州和研という医療機器の販売をメインとしたところから始まって、第 5 期に現在主な事業となっております介護ベッドの開発をスタートさせていただきました。その後、大手 VC さんからの多額の出資もいただいて開発に一層力を入れて、このような経緯を巡って、2015 年東証マザーズに上場をさせていただいております。

事業系統図及び販売先市場の概要



PLATZ co., ltd. 6

私どもの事業系統図でございます。主に販売先のセグメントが四つございます。後ほどの実績および計画も、この四つのセグメントでお示ししたいと思います。

まず、私どもはこのような電動ベッド、介護用、医療用の電動ベッドの製造メーカーでございます。こちらを今は主に、金属加工はベトナムの南部のホーチミン近郊の工業団地で、私どものプラッツベトナムと SHENG BANG METAL、こちらのジョイントベンチャーで製造を行っております。

年間、昨期で 4 万 3,000 台程度を出荷、製造、販売をさせていただいているところでございます。

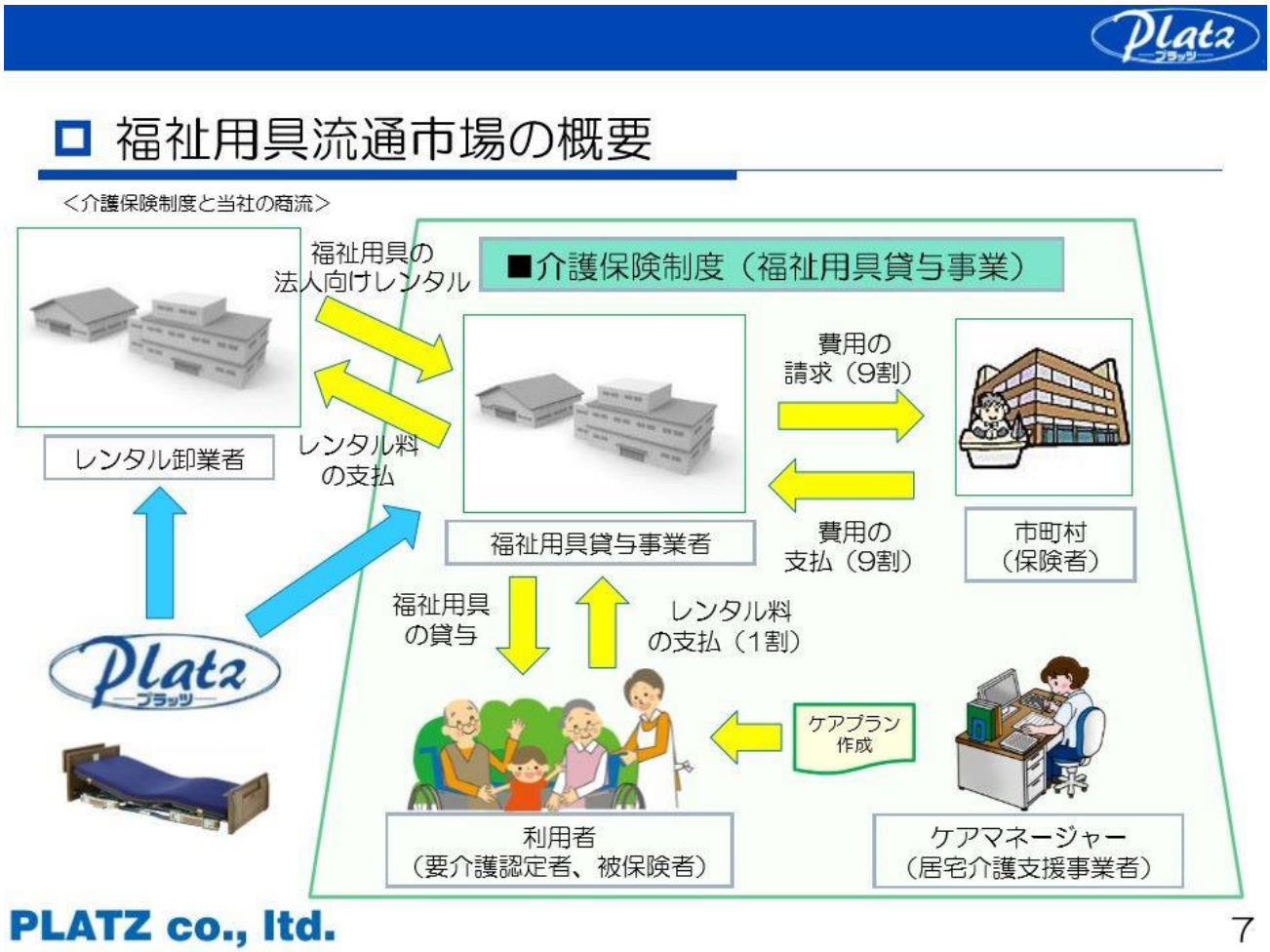
私どもがここでつくった製品をどのようなところに販売をしておるのか。まず、圧倒的に多いのが、この福祉用具流通市場という市場でございます。こちらは主に 2000 年からスタートいたしました介護保険制度を利用した福祉用具の貸与事業所。こちらが私どものお客様、得意先になります。上場会社であれば、日本ケアサプライさん。こちらは私どもの最大手のお得意先様でございますが。その他、株式会社トーカイさん。岐阜が本社のですね。こういった上場会社さんはこの二つだと思います。あとは、豊田通商さんの子会社もあります。そういったところが私どもの製品をレ

ンタル資産として購入をいただいて、その傘下の地域に密着した貸与事業所さんが、必要な介護状態の方にレンタル制度として貸し出しておられるという事業体でございます。

もう一つが、医療・高齢者施設市場です。こちらはご承知のとおり、ホスピタル、病院用。それから、さまざまな形態の高齢者施設が存在しております。そういった、いわゆる箱物の施設の備品としてご購入をいただくようなマーケットがございます。

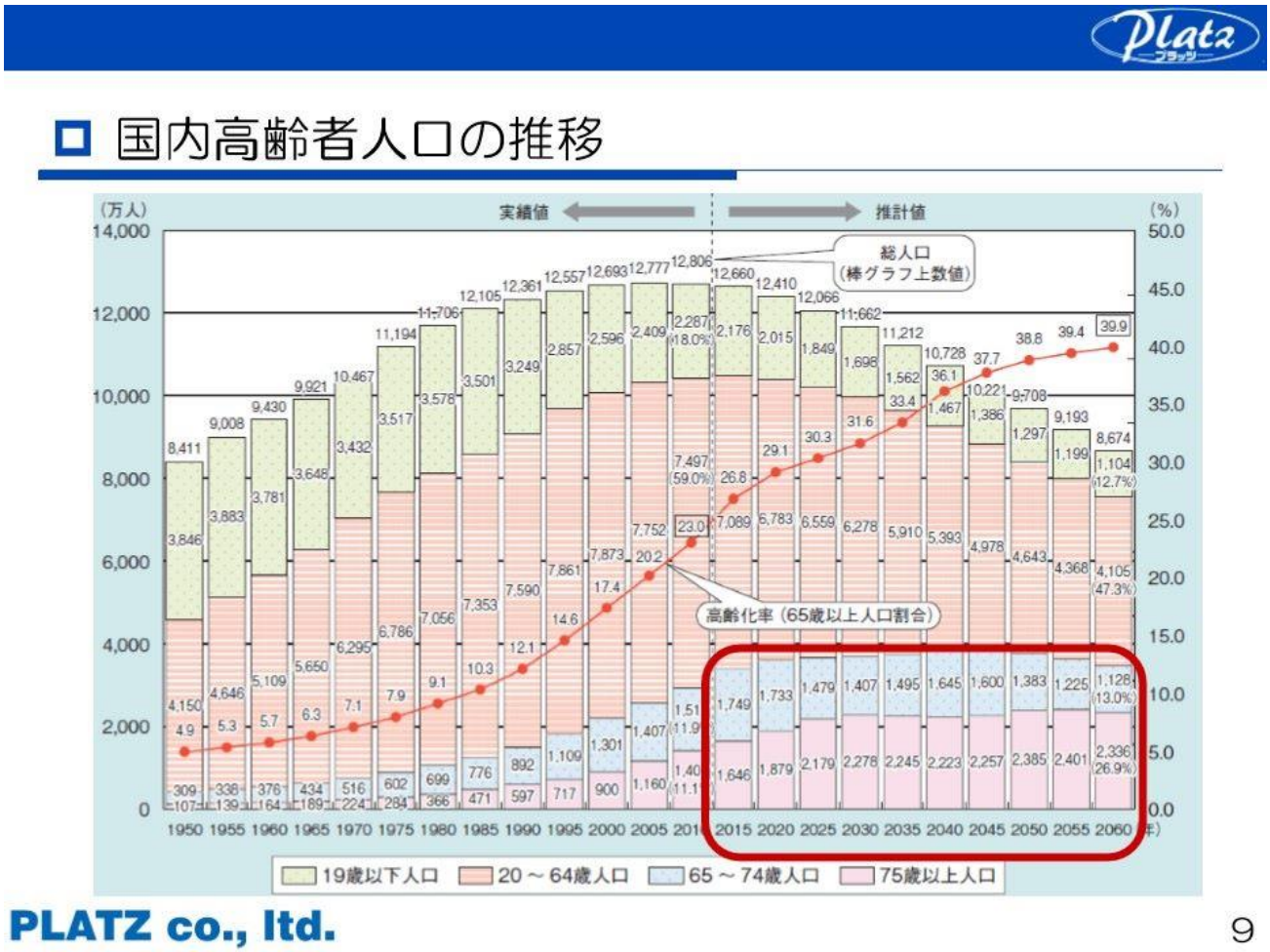
それから、家具流通市場がございます。こちらが、どちらかというと販売目的。販売です。ナフコさんとか、ニトリさんとかにもあると思うんですけれども。そういったところに、介護用ベッドもベッドと言ったらベッドですから。ああいったところに展示をしてご購入をいただくマーケットがございます。

それから、昨今力を入れているのが、今現在はアジアを中心とした海外のマーケットでございます。現状はまだまだマーケットとしては非常に小さいんですが、将来的な高齢化がアジアを中心としてかなり急速に進みますので。今後かなり期待しているマーケットでございます。



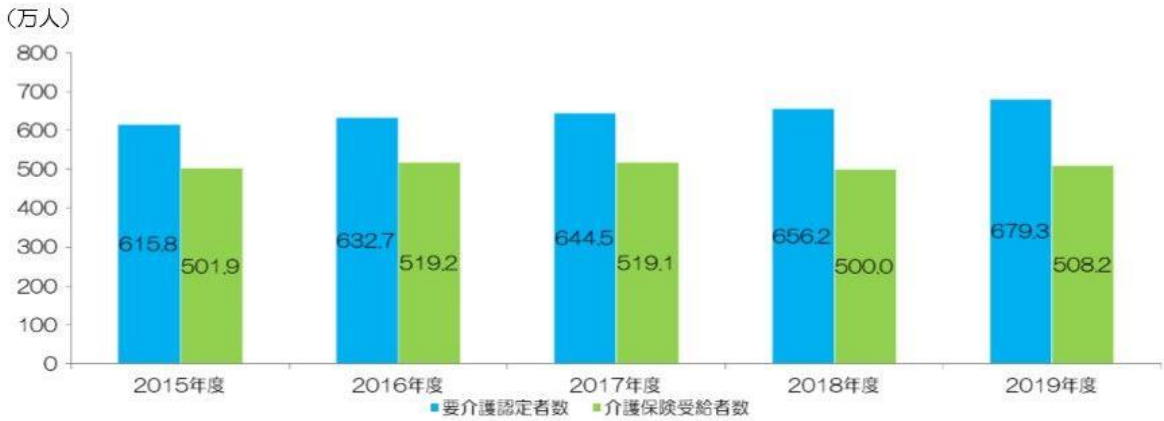
先ほど申し上げたのが、こちらの流通市場の概要でございます。私どもがあって、レンタル卸事業者さん、卸事業者さんと福祉用具貸与事業者さん。卸さんから借りられている事業者さんもいらっしゃいますし、私どもから直接仕入れをしてレンタルをされている事業者さんもいらっしゃる。

今、日本で 93 万軒ぐらい、こういった制度を利用しながらお年寄りの方が、このようなベッドを利用されておられるということです。原則 1 割負担ですから、大体 800 円とか 900 円とか、そういったところでベッドを毎月、お金を払いながら借りられておられるというところでございます。



中期的な市場環境。これはもう皆さんはご承知のとおりだと思うんですが、日本は高齢化がどんどん進んでおります。もう 1 億 2,800 万人をピークに総人口は減っておりますけれども。私どもの、いわゆる該当する利用者さんというのは、あと 30 年ほど伸び続けると。非常に希有な業界でございます。これはいわゆるヘルスケアと言われているマーケットの特徴だと思いますけれども。競争もその分激しいと思いますが、こういった日本国内のマーケットを見ても、非常に有望なマーケットではないかなと考えております。

要介護認定者数と介護保険受給者数の推移



※2019（平成31）年1月審査分　要介護認定者数と受給者数　（万人）

	合計	要支援1	要支援2	要介護1	要介護2	要介護3	要介護4	要介護5
要介護認定者数	679.3	94.3	93.8	135.7	116.8	89.8	84.3	64.6
介護保険受給者数	508.2	28.6	45.6	113.5	107.0	83.3	75.3	54.9

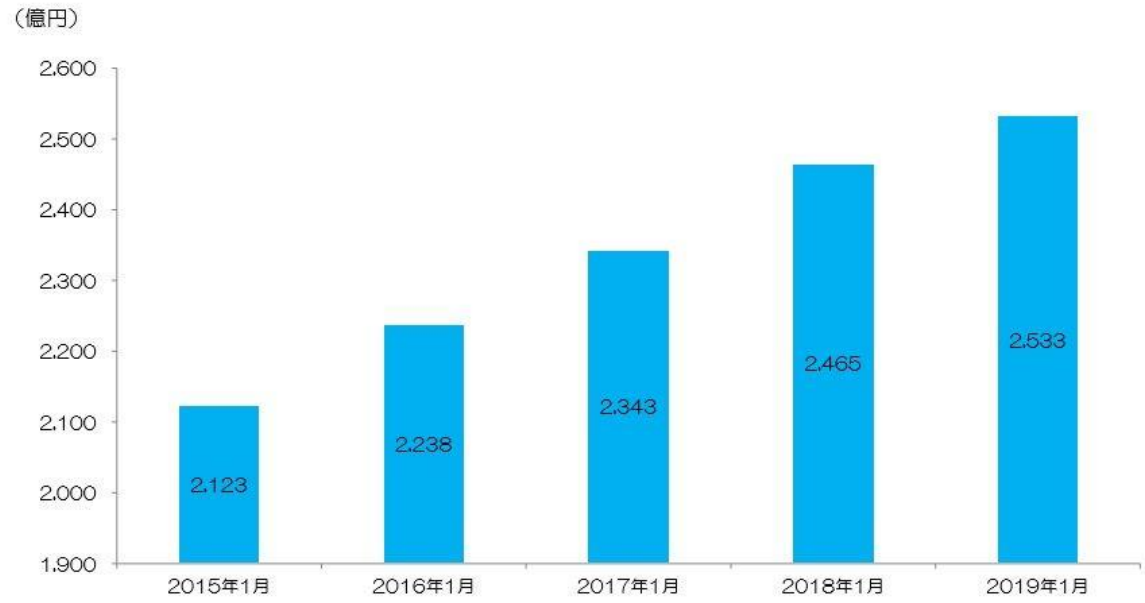
（出所）厚生労働省　「介護給付費実態調査月報　平成30年3月審査分」

PLATZ co., ltd.　10

要介護認定者数と介護保険受給者数の推移を出しております。15 年度、16 年度、17 年度、18 年度、19 年度と出ておりますけれども、ご多分に漏れず、徐々に要介護認定者数も、介護保険利用者数も増加してきております。

また、介護保険制度は 3 年に 1 回、制度改正、見直しがございます。こちらがあって、大きく中身が変わる可能性があると。これは私どものリスク表示も開示しておりますけれども、その介護保険制度の改正に伴う事業内容の変更が起こり得るマーケットでもあります。

福祉用具レンタル市場の推移

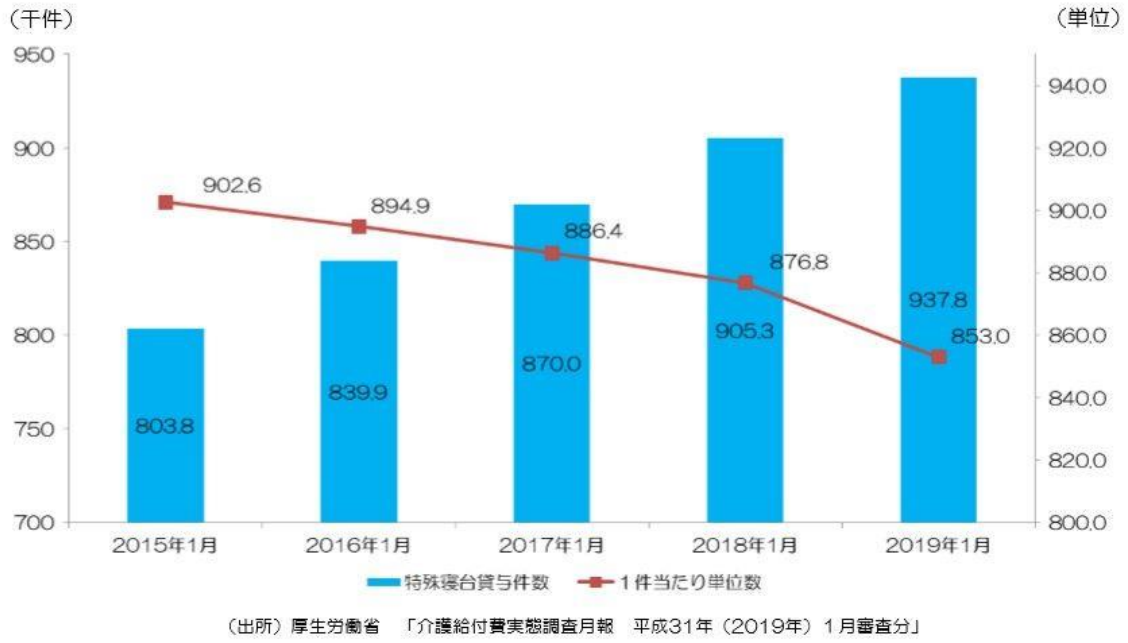


（出所）厚生労働省　「介護給付費実態調査月報　平成30年3月審査分」

PLATZ co., ltd.　11

福祉用具レンタル市場の推移でございます。これは億円、金額で出しております。ご多分に漏れず、こちらも利用者数の増加に伴い右肩上がりで福祉用具のレンタル市場、これはベッドだけではございません。他の 13 品目があるんですけれども。こういったところが伸びてきております。

特殊寝台貸与件数と1件当たり単位数の推移



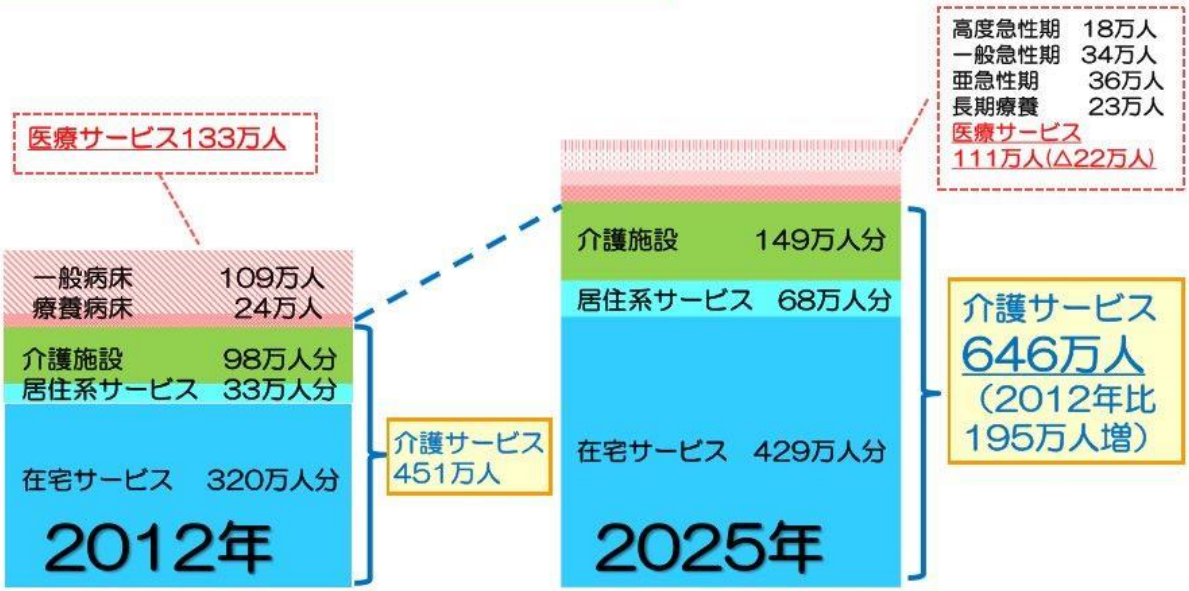
（出所）厚生労働省　「介護給付費実態調査月報　平成31年（2019年）1月審査分」

PLATZ co., ltd.　12

逆に、特殊寝台。これは狭義のベッド、私どものメイン製品に関しての単位数は、いわゆる事業所さんが利用者さんに貸し出されておられる価格です。これは公定価格ではなくて自由価格なんです。ここの福祉用具貸与事業だけは自由価格になっております。

今、昨年の改正で上限設定が出てまいりました。国としても、できるだけ安い価格で国の拠出を減らしたいこともあって、私どものＡという商品であれば、幾らから幾らの間じゃないとレンタルはできませんということが昨年から義務付けられました。こういったこともあって、１台当たりの特殊寝台、いわゆるベッドのレンタル価格は右肩下がりで下落傾向にある。そういったことがありまして。マーケット間の競争が激化をしてきている。また、メーカー間の競争が激化してきておるということが申し上げられると思います。

医療・介護機能の再編



（出所）：社会保障制度改革国民会議の資料「医療・介護機能の再編（将来像）」、「医療介護費用のシミュレーション」

PLATZ co., ltd. 13

医療・介護機能の再編。国がかなり前に出されたイメージです。どうしても病院での介護、施設での介護から、コストが約 3 分の 1 で済む在宅にシフトをしようという流れは止まっておりません。できるだけ病院から、いわゆる在宅、それから介護施設、こういったところに移管をしていこうということで。約 200 万人ほど、2025 年には 2012 年と比べて、こちらのサービスが増えていくと言えるマーケットではないかと思います。



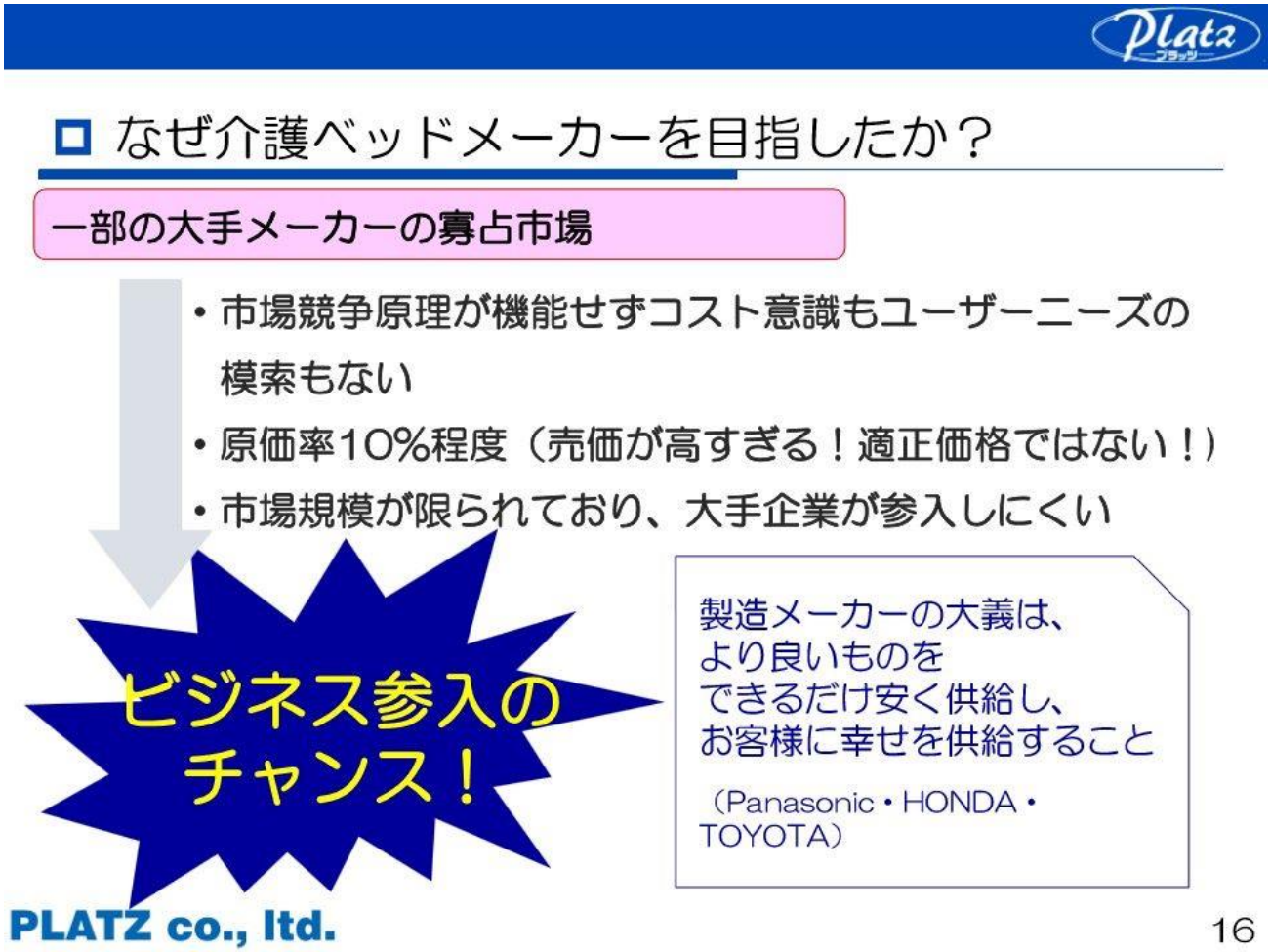
海外市場の拡大。こちらも、特にブルーでお示ししておる、いわゆる中国ですね。こちらがちょうど 2020 年ぐらい、今年か来年ぐらいから一挙に 65 歳以上の高齢化率が極端に進むということで。中国政府もかなり国を挙げて介護施設を 7～8 年ぐらい前からつくりつつあるわけですけれども。こういったマーケットも非常にわれわれとしてもチャンスであるとにらんでおります。

私どものマーケットの特徴でございますけれども、来月から、ご承知のとおり消費税が 8%から 10%になります。私どもが扱っている介護ベッドは非課税でございます。消費税はいただいていません。これは国がそういった格好で認めている商品なんですけれども、非課税なので全く影響がない。

景気がいいから物が売れる、景気が悪いから物が売れないという一般的な消費財の傾向がありますけれども。私どもの製品は必要に迫られて使う製品でございますので、景気の波はほとんどございません。そういったところが市場のメリットではないかと。

反面、先ほど申し上げましたように、制度リスクが介在をしております。2006 年でしたか、先ほど私どもの業績が一挙に下がったときがございました。あれは全ての要介護認定者、要支援者が介

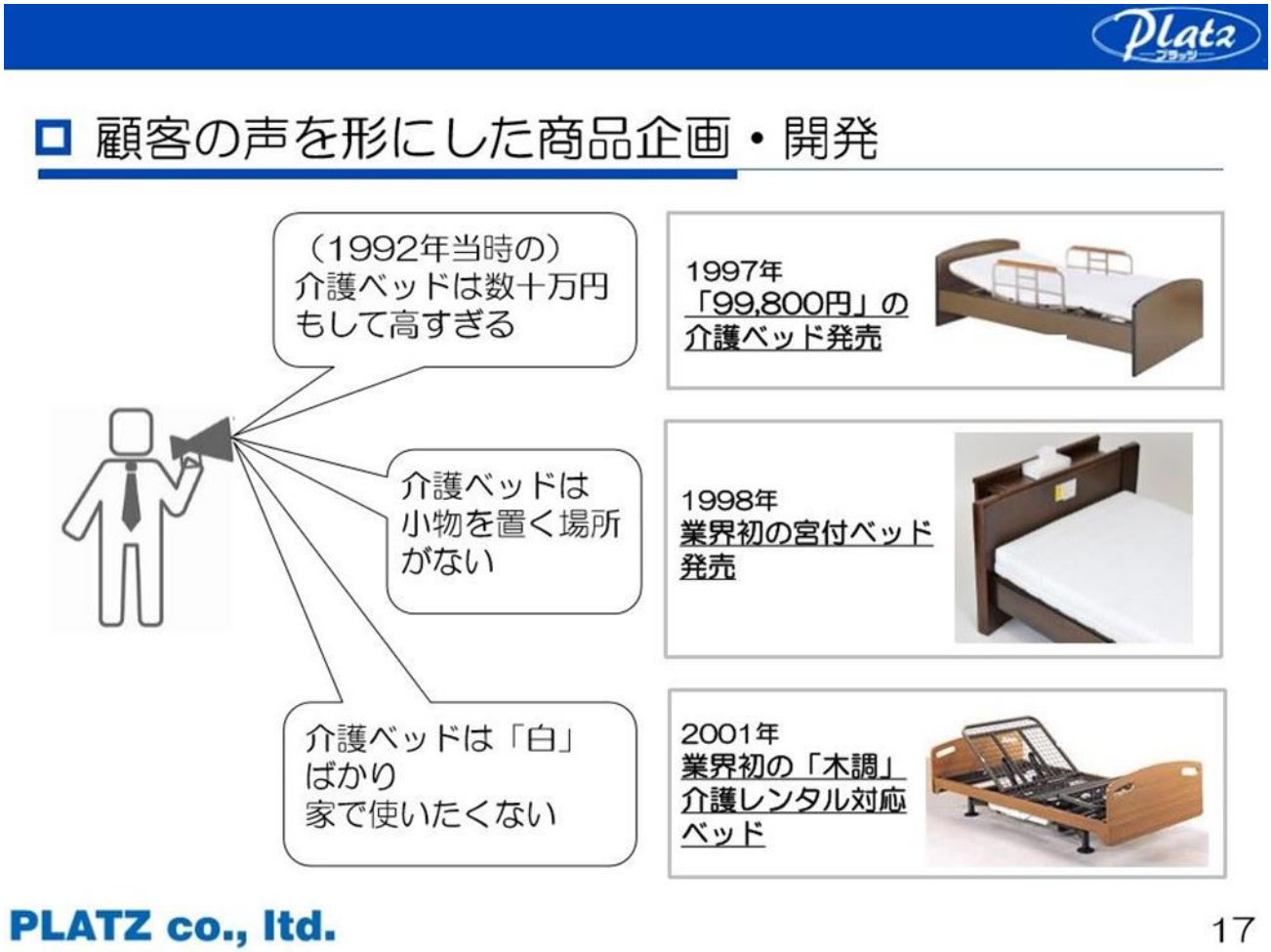
護ベッドを 1 割負担で借りていたんですけれども、あのときに要支援と要介護度 1 は全額自己負担になったんですね。それで一挙に市場が収縮したこともあります。そういったリスクが存在していることが申し上げられると思います。



私どもが、なぜ介護ベッドメーカーを目指したか。先ほど高機能、高品質、低価格。2000 年に介護保険制度がスタートする前は、措置制度がございまして、各自治体が必要な方にベッドを支給していた。福祉政策の一環としてです。ですから、メーカー間の競争の原理は全く働いていなかった。

また、ユーザーのニーズを取り込んでいく、メーカーとして当然の機能もなかった。ここに目を付けまして、できるだけいいものを安く供給する。非常におかしかったんですけど、このベッドは 35 万ですよと聞くと、どこのメーカーもみんな 35 万だったんですね。私どもだけがそこを打ち破ってチャレンジをしてきた歴史がございます。

日本の製造メーカーは、できるだけ良いものをできるだけ安く供給して、お客様に幸せを供給することが大義ではないかなと思います。当たり前のことを当たり前のように、この業界で、この製品でやってきた自負はございます。



私どもは、実は初めて高機能というところでございますけれども、初めて、1997 年に介護ベッドで 10 万円を切ったベッドを発売いたしました。それと、このベッドの枕元にこういったものがある電動ベッドも初めて出しました。

従来、昔はおじいちゃん、おばあちゃんの部屋にこういうような介護ベッドが、真っ白な病院くさいパイプでできていたものが入っていたんです。こういったものの色を、全部私どもはおしゃれな色にして、木製のあれを付けて、いわゆる普通のベッドと変わらないようなデザインに基づいたものを世の中に提案をさせていただいております。その他、さまざまな介護ベッドに関しての新しい取り組みをやってまいりました。



高品質への取り組みでございます。先ほど、お話し申し上げたとおり、私どもの基幹工場がベトナムにございます。実は 2009 年に介護用ベッドに関しましては度重なる死亡重傷事故が多発をしたことがございまして、経産省が JIS 規格を選定いたしました。これは私どものメーカーも相まって JIS 規格を制定したわけですけれども、2009 年に JIS の工場認定と製品認定がある製品にしか JIS マークを貼れないことになりました。

今、日本で JIS 規格を全てのベッドに対して添付して出荷をされているところが、私どもも含め、パラマウントベッドさん、フランスベッドさん、シーホネンスさん、ランダルコーポレーションさん、モルテンさん、アイシン精機さん。これだけが JIS 規格をきちっと取って、工場認定、製品認定の外部の機関からの認証を取った上で出荷をさせていただいています。

非常に安全で安心な製品を、こういった公的規格に基づいたものを出荷させていただいていますので、ほとんど今は死亡重傷事故がなくなりつつあります。こういったことも、私どもも、低価格ですけれども品質はきちんと担保していますよということが申し上げられるんじゃないかなと思います。

高機能への取り組み 顧客の声を形にした商品企画・開発



共同開発者
元佐賀大学 医学部准教授
合同会社 KT福祉環境研究所 代表
松尾 清美氏



ご自身が車いす利用者であり、福祉用具開発者
⇒医学的見地と実体験に基づいた商品開発

＜主な共同開発商品＞

自動ロック式ベッド用グリップ
『ニーパロ』（2010年発売）



背圧を軽減する機能を搭載した
『ラフィオ』（2017年発売）



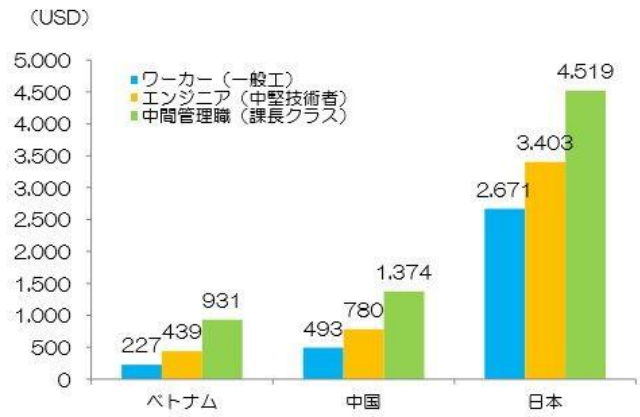
PLATZ co., ltd. 19

実は私どもの共同開発者で、この松尾先生は佐賀大学の医学部の先生なんですけれども。こちらは車いすに乗られている、脊髄損傷を大学時代にされた先生なんです。私ども健常者が寝たきりの方、自分で歩くことができない方の製品を開発するのは非常に難しい部分があります。健常者ですから。こういった方々のニーズとか、それから、科学的、またいろんな発案を共同で私どもに提案をいただきながら、さまざまな製品の開発をしてまいりました。

低価格への取り組み　低コストでの開発・生産ノウハウ

①生産拠点	人件費が安価な海外（ベトナム）が主要拠点
②生産体制	アッセンブリ・品質検査に特化した自社工場と海外の優良な協力工場・仕入先との協力関係によるファブレス体制
③商品企画	顧客・利用者が求める機能に的を絞った商品バリエーション

＜アジアの主要都市の賃金水準比較（ドルベース）＞



ベトナムとの賃金水準比較
■日本との比較
およそ5分の１から10分の1
■中国との比較
およそ半分

（出所）：ジェトロ　「2018年度アジア・オセアニア進出日系企業実態調査」

PLATZ co., ltd.　20

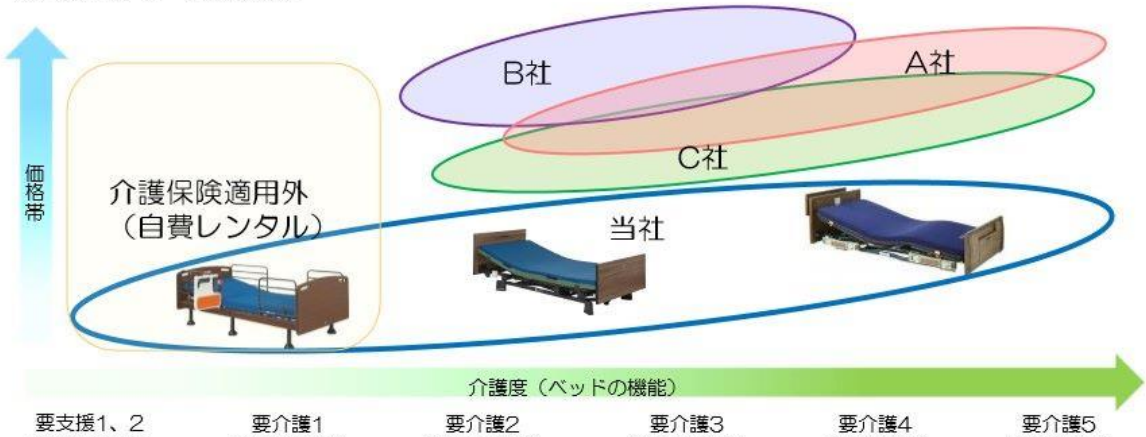
低価格の部分でございます。低価格の部分に関しましては、先ほど言いましたようにベトナムは賃金水準が上がってきつつあるとはいえ、まだ中国の半分以下ですし、非常に優良な労働環境がございます。こういったところでコストを絞っています。

私どもとしてはアッセンブリ・品質検査、それから開発設計、こういったところに特化をしております。先ほど言いました持分法適用会社の SHENG BANG METAL が製造を担当しております。そういったことで、大きな設備投資が要らない。いわゆる協業関係によるファブレス体制を確立しておりますので、コスト的にも安い。

また、顧客・利用者が求める機能に的を絞った商品バリエーション。これは設計段階での金型の共有化とか、設計パーツの共有化ももちろんなんですけれども。メーカーは品ぞろえを持てば持つほどコスト訴求力は当然下がります。私どもは本当に必要な製品に的を絞って展開をさせていただいていることで、約 2 割から 3 割、同機能の製品で他メーカーさんよりもローコストで提案ができておるところでございます。

戦略的な商品ポジショニング

<各ベッドメーカーの位置づけ>



[参考]ベッドメーカー各社「最頻／平均レンタル価格（月額、2モーター）」の比較

商品名	最頻価格	平均価格
MioletⅢ	6,000円	6,600円

（出所）テクノエイド協会「福祉用具情報システム」2019年4月時点

社名	最頻価格	平均価格
A社	8,000円	8,040円
B社	9,000円	8,330円
C社	8,000円	8,270円

PLATZ co., ltd. 21

こちらが他メーカーさんとの比較です。介護保険適用外の、いわゆる自費レンタルと言われているんですけれども、軽度者の方々に対しての単機能のベッドも非常に私どもの強みの一つでございます。こういったところも力を入れています。

ここがベッドメーカーの製品の平均レンタル価格なんですけれども、A 社、B 社、C 社さん、8,000 円～9,000 円ぐらいなんです。私どもの製品としては、先ほど 2 割～3 割コストを安くして供給できていますと申し上げたとおり、6,000 円とか、6,600 円です。利用者さんが安くレンタルをすることができることで、利用者さんにとっても、国家財政にとっても有意義ではないのかなと思っているところでございます。

社会貢献活動

■被災地支援

2011/3
日本赤十字社へ100万円を寄付
2011/5-12
東北3県へ介護ベッド110台を提供
2012/3
国連UNHCR協会へ100万円を寄付
2012/7
日本赤十字社へ500万円を寄付
2016/5
熊本地震の被災地へマットレス35枚、ベッド5台を提供
2017/8
九州北部豪雨被災地へ300万円を寄付



■福岡県障がい者スポーツ協会への協賛

障がい者スポーツの環境整備、指導員の育成、パラアスリートによる講演会や各種大会の開催など、障がい者スポーツの普及活動をサポートしています。



■「世界の子どもにワクチンを」支援プロジェクト

在宅介護用ベッド「ミオレットⅢ」の売上の一部を、認定NPO法人 世界の子どもにワクチンを 日本委員会（JCV）を通じ、開発途上国の子どもへワクチンを届ける活動を支援いたします。



PLATZ co., ltd.

22

私どもは福祉用具メーカーなので、いろんな障害を持ったお子さんたちのスポーツ支援とかを継続的にやっております。

第27期 連結業績

	第26期		第27期		
	金額（百万円）	売上高比（%）	金額（百万円）	売上高比（%）	前年同期増減率（%）
売上高	5,559	100.0%	5,940	100.0%	6.9%
売上原価	3,589	64.6%	3,706	62.4%	3.3%
売上総利益	1,970	35.4%	2,234	37.6%	13.4%
販売管理費	1,838	33.1%	1,998	33.4%	8.7%
営業利益	132	2.4%	236	4.0%	78.9%
経常利益	325	5.9%	405	6.8%	24.5%
当期純利益	241	4.3%	292	4.9%	21.2%

PLATZ co., ltd. 24

今までが大体事業内容の説明でございます。これから、足元の先期決算の業績に関してご説明申し上げたいと思います。

6 月 30 日で、私どもでいう 27 期が終了いたしました。先期との比較の部分でございます。売上高が 59 億 4,000 万。昨対比 6.9%の増収。売上総利益で 22 億 3,400 万。こちらが 13.4%の増収。販管費が 19 億 9,800 万で、8.7%の増加。営業利益で 2 億 3,600 万。こちらは 78.9%の増益。経常利益で 4 億 500 万。こちらで 24.5%の増益です。当期純利益が 2 億 9, 2 00 万で、こちらが 21.2%の増加で終了をいたしました。

第27期 販売市場別実績

	第26期		第27期		
	金額（百万円）	売上高比（%）	金額（百万円）	売上高比（%）	前年同期増減率（%）
福祉用具流通市場	4,281	77.0%	4,681	78.8%	9.3%
医療・高齢者施設市場	930	16.8%	947	15.6%	1.8%
家具流通市場	166	3.0%	150	2.5%	△9.8%
海外市場	180	3.2%	160	2.7%	△11.1%
合計	5,559	100.0%	5,939	100.0%	6.8%

PLATZ co., ltd. 25

この中身に関してご説明を申し上げます。先ほど来ご説明を申し上げておりました福祉用具流通市場。これが在宅介護ベッドを中心とした、いわゆるレンタル事業者に対しての介護保険制度を利用した資産としてのご購入の分です。こちらが非常に伸びまして、42 億 8,100 万、こちらは先期です。46 億 8,100 万で、9.3%の増加。売上構成比で 78.8%となっています。

医療・高齢者施設市場。こちらが 9 億 4,700 万、15.6%の構成比で 1.8%の増加です。

家具流通は、もうずっとこのレンタル制度が浸透されていまして、なかなか家具屋さんで販売をするのが難しくなってきています。こういったことがございまして、1 億 5,000 万、これは 9.8%のマイナスでございます。

海外市場が 1 億 6,000 万、11.1%のマイナスでございます。トータル 59 億 3,900 万で 6.8%の増加なんですけれども。

私どもの計画から大きく狂ったのが 2 点あります。まず、高齢者施設市場。医療分野、医療ホスピタルユースの製品に参入して、ちょうど 3 年になるんですけれども、こちらは、おかげさまで、分

母は低いですが堅調に推移をしています。かなりの増加率でアップしておるんですけれども。高齢者施設のほうが非常に伸び悩みました。

これは市場背景も、皆さん方はお詳しい方もいらっしゃると思いますけれども、一時の勢いが高齢者施設の増加に陰りが見えてきております。一部飽和状況になってきているとか、それから、それに伴って価格競争が非常に激化をしてきております。こういったところで非常に苦戦をいたしました。去年から少しはアップしましたけれども、このような計画からかなり乖離をしている。

それから、海外市場です。これはほとんど中国市場なんですけれども。予定しておりました、特に私ども先期の下期、3 月、4 月、5 月、6 月ぐらいの施設案件が、引き合い物件をかなり持っておったんですけれども、ご多分に漏れず、今は中国経済が非常に不透明になってきております。

中国の施設運営会社は結構大掛かりなといいますか、特にファンドがバックに付いてお金を拠出しておってですね。運営会社がその資金を基に展開するケースが多いんですけれども、そちらに非常に陰りが見えてきています。ですから、建物の建設の遅延とか、納期のずれ、こういったものが今年に入って顕在化してきていまして、残念ながら 6 月までに納入ができなかった案件がかなりございました。こういったものがあって、実績的には非常に厳しい市場になっております。

第27期 連結業績サマリー

①売上高
福祉用具流通市場、医療高齢者施設市場が前期比で増加。特に福祉用具流通市場において、新商品の「MioletⅢ」の投入による影響が大きかった。

②営業利益
前期と比較して円安傾向となったものの、粗利率の高い福祉用具流通市場の売上構成比が増加したため、売上高総利益率が前期比で改善。

③経常利益、当期純利益
持分法による投資利益及び為替差益が前期比で減少したものの、上記②の営業利益の増加により前期比増。

その反面、福祉用具流通市場で昨年 11 月から MioletIII という新製品を投入させていただきました。こちらが非常に好評に推移をしておりまして、利益率も非常にいい製品で、こちらが全体を引っ張ってくれたということでございます。こちらが、今ざっくり書いておりますことでございます。MioletIII の投入による影響です。

営業利益は前期と比較して、私どもはドル円によってかなりの収益性が変わってくる宿命を持っておりまして、26 期、先々期です。こちらは 110 円 30 銭ぐらいだったのが、先期は 111 円台になりました。円安に触れることは私どもの収益性を毀損することなんですけれども、その分新製品の利益率が高い製品が投入できたことで、利益率はアップしているということでございます。

また、27 期に関しては 112 円で計画を、為替、ドル円でスタートしましたけれども、平均仕入為替レートも 111 円 14 銭で先期に関しては終了をいたしております。こういったところで利益的には先期よりもかなりの改善が見込まれたということではないかなと思います。

株価動向

［株価推移］



※過去の株価について、2018年4月1日付の株式分割（4分割）を反映しております。

出所：Yahoo!ファイナンス

［参考指標:2019年8月23日時点］

項目	数値
時価総額	4,176百万円
発行済株式数	3,726,000株
配当利回り	2.85%
1株配当(弊社予想)	32円00銭
PER［株価収益率］	（連）10.44倍
PBR［株価純資産倍率］	（連）1.72倍
EPS［一株当たり利益］	（連）107.37
BPS［一株当たり純資産］	（連）652.22
単元株数	100株

現在の株価動向に関してなんですけれども、8 月 8 日に決算短信をリリースさせていただいて、あれよあれよという間に株価が上昇してしまいました。ありがたいことなんですけれども、大体リリースする前が 800 円前後だったのが、現在、さっき見たら 1,250 円ぐらいに。こっちは 23 日現在なんですけれども、1,250 円ぐらいに上がってきております。

現状でいきますと、時価総額で 45 億、配当利回りで 2.6 ぐらい。PER で 11.4、年初来安値では 624 円、年初来高値で 1,296 円となっております。

初値が、これは分割を 2 年ほど前にさせていただきましたので、それの計算を変えたあれになっていますけれども。このような株価推移でございます。

配当金・配当性向の推移



※2016年6月期は当期純損失を計上しただため、配当性向を記載しておりません。

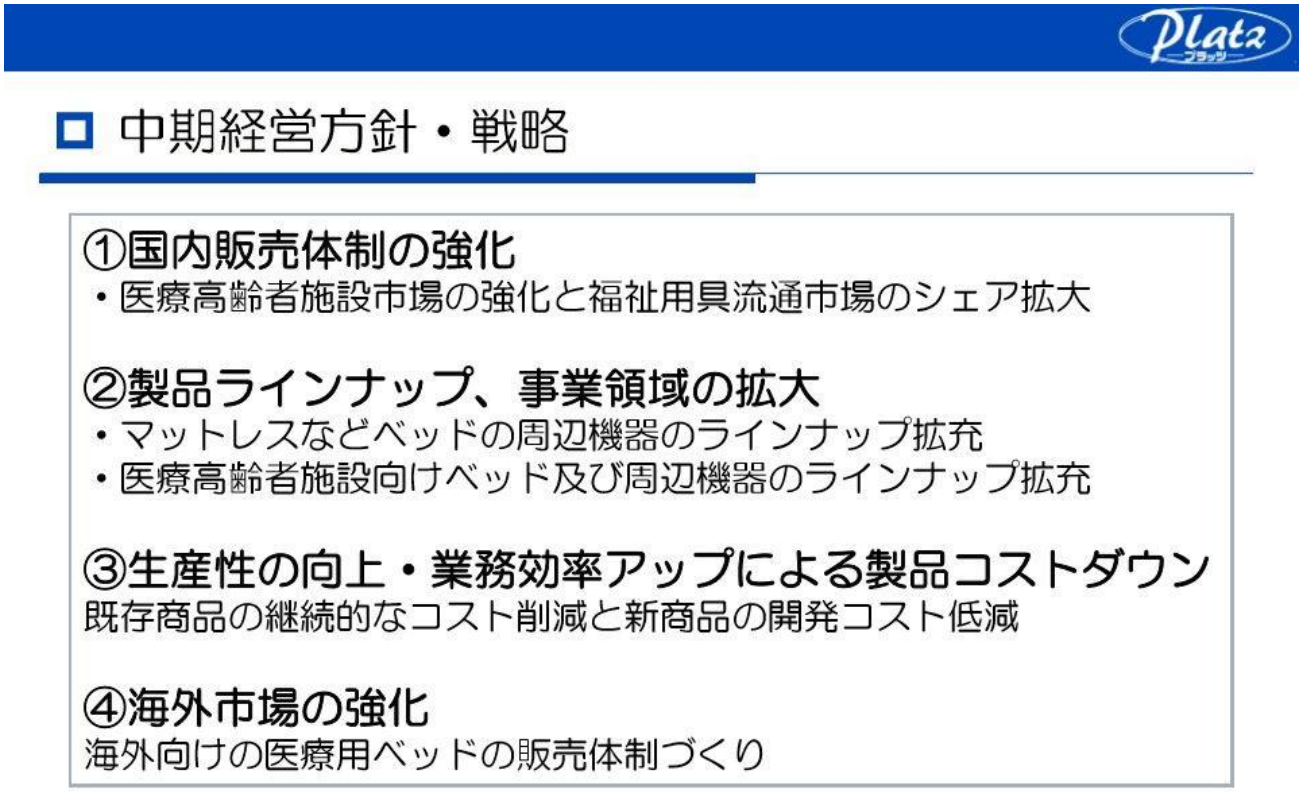
「配当性向30%」を基本方針として株主還元を実施

PLATZ co., ltd. 28

配当金の状況でございます。先期の決算に基づいて 9 月の株主総会で 1 株 24 円の配当の計画をしております。ここに、2018 年 4 月 1 日に株式分割を、1 株から 4 株に分割しておりますので、表はいびつになっておりますけれども、今期は 24 円の配当の計画をしております。

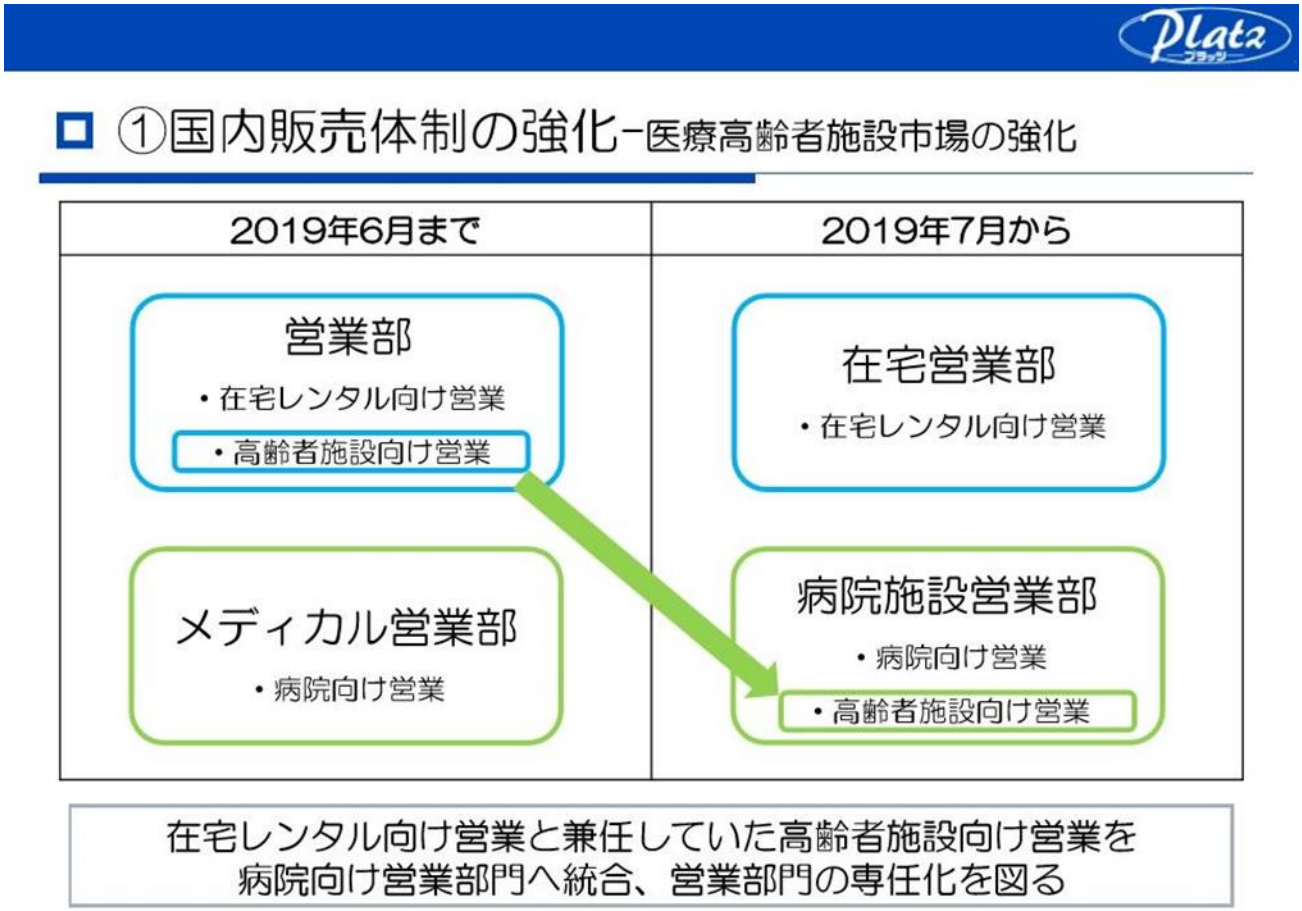
私どもの、これは当期純利益の 30%を配当性向として配当に回すという基本的な考え方の中で実行を、過去もさせていただきましたし、今後も基本的な考え方としては、配当性向は 30%ぐらいをめどに実行させていただきたいと思います。

先期に関しましての決算の説明は以上でございます。



8 月 8 日に、同時に中期経営計画を発表しております。もちろん 28 期の具体的な経営計画と、向こう 3 年間における中期経営計画を発表させていただいております。

主に大きな骨子としては四つございます。



まず、国内販売体制の強化。医療・高齢者施設市場の強化と福祉用具流通市場のシェア拡大。医療・高齢者施設市場が私どもはまだまだ非常にマーケットとしては占有率が低い現実がございます。

◘ 中期経営計画　参考：主要市場の想定シェア率

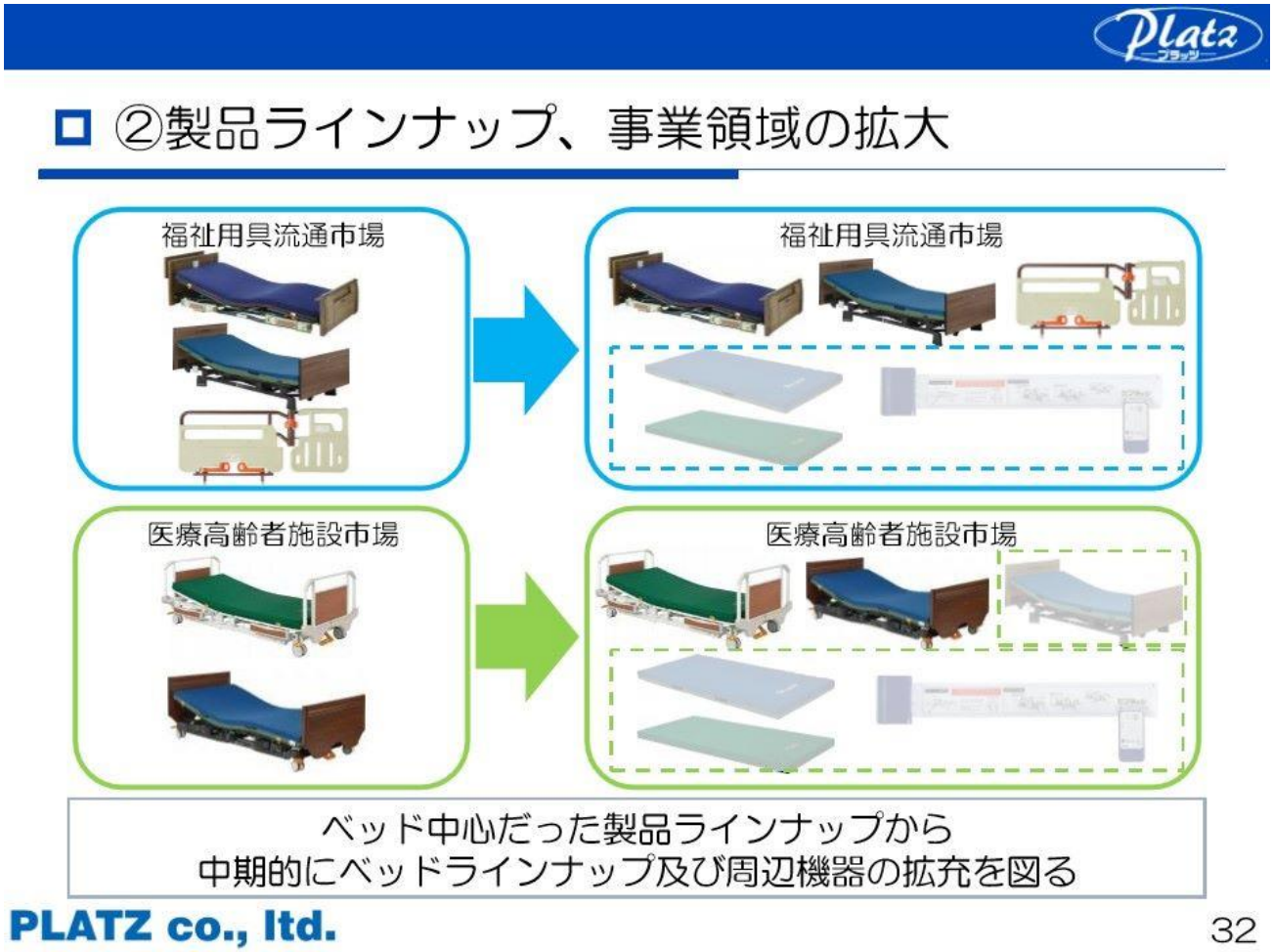
	第27期　実績（2019年7月—2020年6月）	第28期　見通し（2019年7月—2020年6月）		第28期 市場全体の年間出荷台数【当社想定】	
	台数(台)	台数(台)	前期比（%）	想定台数（台）	想定当社シェア（%）
福祉用具流通市場	36,000	38,000	105.6	120,000	31.7
医療・高齢者施設市場	8,000	10,000	125.0	140,000	7.1

国内販売体制の強化により、福祉用具流通市場及び医療・高齢者施設市場のシェア拡大を図る。

PLATZ co., ltd.　37

お手元の資料の 37 ページをご覧いただければ分かるんですけれども。大体福祉用具流通市場、在宅介護ベッドに関して占有率は年間の出荷台数ベースで見ますと、市場規模としては 12 万台の中で、私どもが 3 万 6,000 台～8,000 台なので、3 割を超えているんです。医療・高齢者施設市場は先期で 8,000 台、今期で 1 万台なので、まだ市場で 14 万台を想定しておるんですけれども、7.1%しかまだ占有率がない。

この分野は圧倒的に、特に医療に関しましてはパラマウントベッドさんの独壇場、牙城でございます。3 年前に医療用の特徴のある製品を投入してきましたけれども、その分野が逆に言うと伸びしろがあると考えております。こういったところに経営資源のさらなる投入をしていきたいと思っております。



製品ラインナップ、事業領域の拡大でございます。今まで、私どもはそんなに大きな企業じゃありませんので、経営資源をベッドを中心に置いてきました。他メーカーさんの決算状況とかを拝見しますと、やはりベッド以外の、例えば家具であったり、マットレスであったり、ベッド以外の製品の強化によって経営成績を上げられていることも存じ上げています。そういったことも含めて、ベッド以外の製品領域の拡大をしていこうと。この 3 年間で整備をしていこうと思っております。

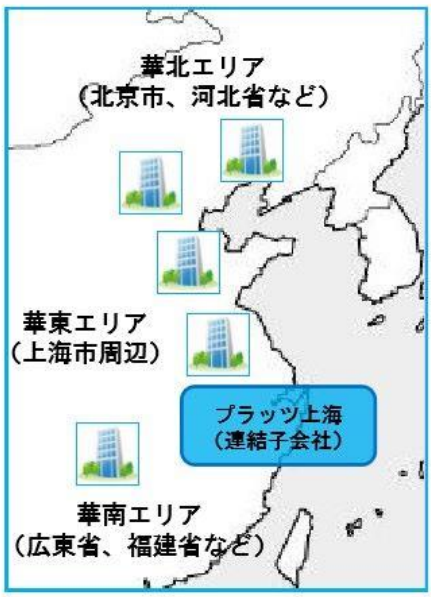
当然ながら、医療高齢者施設向けの製品の種類もまだまだ少のうございます。こういったものに関しても開発を進めて強化していきたいということでございます。

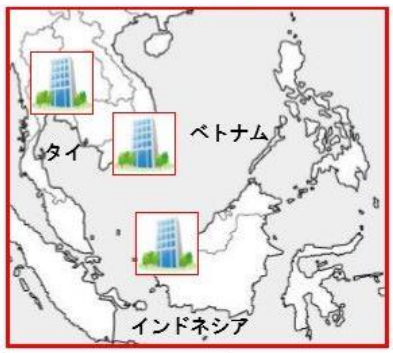


3 番目の生産性の向上・業務効率アップによる製品コストダウンです。既存製品の継続的なコスト削減と新製品の開発コスト低減と書いております。これも 8 月 8 日にリリースをさせていただいておりました。従来、PLATZ VIETNAM という、私どもの 100%の現地子会社が品質検査と組み立て、アッセンブリを担当しておりました。こちらを SHENG BANG METAL と事業統合することを発表いたしました。これは 3 年前にも一応この計画があってリリースをさせていただいたんですけれども。そのときにはさまざまな問題点がまだ多くありまして、延期をさせていただいた経緯がございます。

今回、いろんな条件が整いまして、PLATZ VIETNAM の事業譲渡に伴う SHENG BANG METAL、こちらは従来どおり 48%の、われわれが出資をしている持分法適用会社には当然まだなるんですけれども。こういった動きに関して、いわゆる会社が 2 社存在して私どもの製品をつくっておるところを 1 社にしたほうが、当然間接部門とか、さまざまなケースでコストが減っていきます。こういったことで非常に時期が整ったことがありまして、9 月中旬、今月中旬をめどに事業統合をしていこうと思います。これによって、製造原価を 2%から 3%下げて、今の市場間の非常に激烈な価格競争に対抗していきたいと考えているところでございます。

④海外市場の強化−病院市場の強化





■病床数比較
①中国と日本
日本のおよそ7倍
②東南アジア3国と日本
日本のおよそ6割

	病院施設数（施設）	病床数（万床）
中国	25,239	700
ベトナム	1,257	19
タイ	1,562	16
インドネシア	2,488	31
日本	8,355	108

出所：経済産業省「医療技術・サービス拠点化促進事業　医療国際展開カントリーレポート」

介護用ベッドに加え、中期的に中国及び東南アジアを中心に
病院用ベッドの販売体制（医療機器認証の取得など）を構築する

PLATZ co., ltd. 33

最後に海外市場の強化。先ほど来、現在中国経済が非常に微妙になって、引き合い案件がネガティブな要因が非常に多いんですけれども、当然中国を中心とした高齢化は歯止めが掛からないと思っております。日本人の体型と製品規格を全く同じくして、メード・イン・ジャパンのいわゆる日本規格の製品を供給していくことに関しては、電動ベッドにさまざまな、今はまだほとんどマニュアル式がメインの中国に関して、ビジネスチャンスは大いにあると考えております。こういったところで継続的に、まだまだ難しいこと、数字的にも低いですけれども、海外にも販売体制の強化を掲げております。

向こう 3 年間、この四つのことを特に重点的に実行していきたいと思っております。まず、それの具体策なんですけれども。国内販売体制の強化。従来、この営業部でメディカル営業部が病院ベッドを売るだけの部隊を 3 年前に九州、福岡に 2 名の専属を置きました。2 年前に大阪に 2 名の専属を置きました。東京に 1 年前に 2 名を置きました。

これは病院しか販売をしない部隊だったんですけれども。これを、国内の営業を 2 分割して、在宅レンタル向け営業と、高齢者施設向け営業にセグメントを分けました。だから、国内で 30 名ぐら

い、各 7 拠点におるんですけれども、その人間を病院施設部隊と、在宅部隊に完全に分けました。これによって、かなりの人間が在宅から施設に担当が変わっております。こういった営業力の強化をしていくことで、病院施設営業部を新設いたしております。

こういったことで、当然営業、売り子が多くなるわけですから、まだまだ伸びしろがある、シェア的にまだまだ低いところの底上げを図っていきたいと考えているところでございます。

製品ラインナップ、事業領域の拡大でございます。福祉用具流通市場に関しては、先ほど来申し上げているように、ベッド周りだけではなくて、こういった付属品の強化をもって強化していきたいということでもございます。

医療・高齢者施設市場に関しては、さらなるベッドの種類も増やしていきたいと考えております。

海外市場の強化でございます。現在、私どものプラッツ上海、これは販売会社でございますけれども。こちらを中心として中国エリアを担当しておるんですけれども。現在までに実績があるところがベトナムとインドネシア、タイ、韓国。こちらには実績がございます。こちらに今、各国の大体病院の施設と病床数が書いておりますが、圧倒的に中国が抜きんでて、マーケットとしては非常に大きいわけです。こういったところに引き続き販売強化をしていきたいと考えております。

こちらが、先ほどご説明申し上げました SHENG BANG METAL と PLATZ VIETNAM。PLATZ VIETNAM を事業譲渡して 1 本にしますということでございます。

中期経営計画　定量目標　経営計画

科目	第28期（2019年7月―2020年6月）			第29期（2020年7月―2021年6月）			第30期（2021年7月―2022年6月）		
	金額（百万円）	売上高比（%）	前期比（%）	金額（百万円）	売上高比（%）	前期比（%）	金額（百万円）	売上高比（%）	前期比（%）
売上高	6,330	100.0	106.6	6,810	100.0	107.6	7,500	100.0	110.1
営業利益	500	7.9	211.6	635	9.3	127.0	750	10.0	118.1
経常利益	550	8.7	135.7	665	9.8	120.9	780	10.4	117.3
当期純利益	400	6.3	137.0	450	6.6	112.5	500	6.7	111.1

※上記数値の為替前提は「1ドル＝110円」となります。

PLATZ co., ltd. 35

中期経営計画の定量の計画でございます。先ほど来ご説明申し上げている施策を打ちながら、今期28期は既にスタートしております。売上高としては63億3,000万、営業利益で5億、経常で5億5,000、当期純利益で4億を想定しております。

29期から30期に関しては、お示ししてあるとおりの数値を計画としております。また、この3カ年の計画のいわゆるドル円に関してのレートに関しましては、1ドル110円で計画をしております。現状106円程度で推移をしておりますけれども。今期、28期に関しましては、ほぼ106円、107円程度で予約も終わっておりますので。まず、この為替のリスクは今期に関してはあまり考える必要もないのかなと。いわゆる増収の可能性のほうが高いんじゃないのかなと思っております。

中期経営計画　定量目標　市場別売上高

	第28期（2019年7月―2020年6月）			第29期（2020年7月―2021年6月）			第30期（2021年7月―2022年6月）		
	金額（百万円）	売上高比（%）	前期比（%）	金額（百万円）	売上高比（%）	前期比（%）	金額（百万円）	売上高比（%）	前期比（%）
福祉用具流通市場	4,850	76.6	103.6	5,000	73.4	103.1	5,210	69.5	104.2
医療・高齢者施設市場	1,120	17.7	118.2	1,345	19.8	120.1	1,525	20.3	113.4
家具流通市場	160	2.5	106.6	165	2.4	103.1	165	2.2	100.0
海外市場	200	3.2	124.7	300	4.4	150.1	600	8.0	200.0
合計	6,330	100.0	106.6	6,810	100.0	107.6	7,500	100.0	110.1

中期的に医療・高齢者施設市場と海外市場の売上構成比を向上させ、
収益の拡大と経営の安定化を図る。

PLATZ co., ltd. 36

この中身ですけれども。各セグメントごとに説明を申し上げます。28 期に関しましては福祉用具流通市場です。こちらが 48 億 5,000 万、昨対比で 3.6%のアップです。売上構成比で 76.6%。

医療・高齢者施設市場、先ほど来申し上げました事業部も営業部も分けましたので、11 億 2,000 万で、昨対で 18.2%の増加を見込んでおります。

家具流通がトントン。海外市場で 2 億。これが 63 億 3,000 万の中身でございます。

向こう 3 年間の伸び率を見ても、もう 3 割以上シェアを持っている福祉用具流通市場に関しては 3%～4%の新製品の投入効果によるシェアの拡大の数字なので、非常に伸び率は鈍化をすると見込んでいます。その部分はまだ占有率が非常に低いです。高齢者施設、医療、この分野で約 2 桁、20%前後の伸び率を期待した計画を立てております。

あとは海外です。海外も数字はまだ小さいですけれども、努力をしてこういった計画に落とし込んでいきたいと考えております。

こちらが先ほど来申し上げていますとおり、これは初めて出すんですけれども、27 期の実績です。ざっくり言いますと、福祉用具流通市場で 3 万 6,000 台の出荷実績がございます。医療・高齢者施設で約 8,000 台出しております。これを、今期は 3 万 8,000 台と 1 万台に増やしていこうということです。これで行きますと、想定のシェアが 31.7 と 7.1 になるんじゃないかと思っております。

◘ 中期経営計画　定量目標　株価指標

指標	第28期 （2019年7月―2020年6月）	第29期 （2020年7月―2021年6月）	第30期 （2021年7月―2022年6月）
1株当たり利益 ※1	107円	120円	134円
1株当たり配当 ※1.2	32円	36円	40円
株主資本利益率(ROE)	17.7%	17.2%	17.8%
総資産利益率(ROA)	9.7%	9.4%	10.3%

※1．第27期末の発行済株式総数3,726,000株に基づき。1円未満を切り捨てて算出しております。
※2．弊社の配当基本方針である「配当性向30%」に基づき、1円未満を切り捨てて算出しております。

PLATZ co., ltd. 38

株価指標でございます。今期は 1 株当たり 107 円を見込んでおります。1 株当たりの配当、32 円で、昨年より 8 円増配を計画しております。これは先ほど来申し上げておりますとおり、配当性向 30%に基づくと当然当期純利益が上がりますので、その分の配当がアップするということです。

株主資本利益率、ROE で 17.7%、ROA で 9.7%になっております。先ほど来ご説明している数字の計画に落とし込んだ株価指標はご覧のとおりとなっておると思います。

以下、参考資料を付けておりますので、ご一読いただければと思います。非常に駆け足で大変分かりにくい点もあったと思いますけれども。皆さんからご質問があれば、今からお受けしたいと思いますので、ご遠慮なくおっしゃっていただければと思います。

質疑応答

司会：福山会長様、ご説明ありがとうございました。それでは、これから皆様のご質問をお受けすることといたします。

今回の IR ミーティングにつきましては、質疑応答も含めまして書き起こし、公開する予定でございますので。ご質問に当たりまして匿名をご希望の方はご所属、お名前なしでご質問をいただければと思います。

ご質問はいかがでございましょうか。

質問者：ご説明ありがとうございました。まず、今期の業績予想が前期と比べて営業利益がほぼ 2 倍超になっているんですけれども。この内訳で。先ほど、売上を上げていく部分と、海外のベトナムの工場で売上原価は数%に下げていくところと。ファクターを分けて、どれぐらい営業利益の伸びの内訳を教えていただけないでしょうか。

福山：まず一番大きいのが、昨年 11 月ぐらいからの MioletⅢという製品の投入。こちらが今期は間違いなくピークを向かえると検討していまして、その利益率が従来の製品よりかなり高いわけです。これはいろんな開発等でコストダウンをしております関係で、先期に関しましては、それがちょうど半期分反映したような格好になるんです。今期はそっちの部分で前期から比べると、最低でも 1～2%はその分でアップするんじゃないかなと思います。

それから、SHENG BANG METAL と PLATZ VIETNAM の統合によるコストダウン。こちらも先ほど申し上げましたように製造原価。これはあくまでも製造原価。日本のプラッツが購入する価格ですけれども。こちらも 1～2%はコストダウンができるんじゃないかなと考えております。

一番大きなものとしたら、この二つでございます。

質問者：そうすると、前期の営業利益率が 4%ぐらいで、今期が 8%ぐらいですか。

福山：はい。

質問者：MioletⅢで 1～2%と、売上原価、製造原価で 1～2%ということですね。

福山：はい。

質問者：分かりました。その先の中計なんですけれども。その先の営業利益が今期予想から来期予想で 27%伸びて、さらにその先は 18%伸びているというところなんですが。ここはどういう内訳になるんでしょうか。

福山：内訳といいますと、セグメントの内訳でございますか。

質問者：いいえ。コスト削減がさらにあるのかということと、その売上です。海外市場も含めたところになると思うんですけれども。

福山：利益率に関しましては、福祉用具流通市場に関しては、大体安定をしてきていると思います。医療・高齢者施設市場の、いわゆるローコスト、利益率が確保できる製品の開発。従来よりも利益率の高い製品開発を主に力を入れていきたいということが、この利益率アップのメインのところでございます。

家具に関してはほとんどやっておりませんし、海外に関しましても、1 年前に発表いたしました施設運営会社の OEM 等々で受注の拡大をすると同時に、利益率の向上、製造コストの見直しも含めた利益率の向上に努めていきたいと思っております。ですから、今期の経営計画にリンクしてくると思います。

質問者：そうすると、今期でなくて来期のところは、さらに新しい、利益率の高い製品を開発して投入していくという、そういうことですか。

福山：そうです。

質問者：それは、また MioletⅢとは違うものが出てくるということですか。

福山：はい。29 期以降は私どもの基幹の製品である、介護保険制度に基づいた在宅介護ベッドのハイスペックバージョンの投入時期でもあります。ですから、29 期は新製品の投入効果が見込めるんじゃないかということです。

質問者：なるほど。分かりました。

福山：為替も先期が 112 円で計画しておりましたけれども、110 円。これは 2 円ほど違ってきておりますので。今期に関しましては、その 110 円で見たのは、これは来期も再来期も一緒なんです。以前から比べるとプラス効果ということが言えると思います。

質問者：分かりました。ちなみに、その新製品は他社さんと明らかに優位性があるところは、どういったところがあるんでしょうか。

福山：私どものポリシーとしているのが、他メーカーさんにない機能を一つの製品で二つ以上付けろということをモットーにしております。それと、他メーカーさんよりもコストを、今は非常に接近してきておるんですけれども、10%以上同機能の製品でリーズナブルな製品を出せということをモットーにしております。

質問者：もうちょっと教えてほしいんですが。一つ、二つ、他社に付いていない新しい機能は具体的にどういうところなんでしょうか。

福山：以前もそうなんですけれども、例えばMioletⅢに関しましては、1モーター、2モーター、3モーターと、ベッドは大体三つの商品カテゴリーがあるんです。それを利用者さんの状況に応じて選定をするわけです。当然重篤になれば3モーターの一番高付加価値製品が出るんですけれども。

レンタル事業者さんは、それを購入するわけです。でも、レンタルですから貸し出して戻ってきます。われわれは、その1モーター、2モーター、3モーターのベッドを、部材を3分の1は共有化しているので。いわゆるたくさん買わなくていいわけです。得意先に関して。部品を変換するときの共有化ができて、こういったものはあまり他メーカーさんにないんです。ですから、非常に収益性が高いことが評価もされていますし。

もう一つは、これはラフィオという機種なんですけれども、背ボトムにもう一つモーターを付けました。背ボトムが2分割、モーターで移動することによって、大変重篤な寝たきりの方はご飯を食べるときに、こう起きて食べるわけですけれども。ここで、ここのお尻に非常に圧がかかる。上体だけを上げることができるので、ここの褥瘡がかなり軽減できることと。誤嚥とかがかなり軽減できる。これは病院用にも搭載しているんですけれども、これも初めて私どもが商品の機能として出しているところでございます。

その他、細かいところはたくさんあるんですけれども。われわれはあくまでも後発メーカーということを自負しておりますし。先発メーカーさんの後追いをやっていたって絶対に勝てないと思います。そういったことも含めて、画期的な新しい機能と、それからリーズナブルなコストに関しては今後も突き詰めていきたいと思っております。

もう一つ付け加えて申し上げますと。私どもの市場の優位性であるのか、それからネガティブな側面か、これは分かりませんけれども。大きな他メーカーさんとの違いが流通戦略にあります。

流通戦略は、パラマウントベッドホールディングスさんは、パラマウントケアサービスさんという、いわゆる100%のレンタル卸会社をお持ちでございます。フランスベッドメディカルサービス

さんも自社で作って、レンタルまで自社でやられている。その自社流通をお持ちなんですね。パラマウントベッドさんに関しましては、そこがすごく収益に貢献されているとお聞きしておりますけれども。

ということはどういうことかと言うと、先ほど私どものメインのお取引先である日本ケアサプライさん辺りとは競合関係になるわけです。そういったことで、われわれは自社流通を持っていないので、そういう他の会社さんのご支持を大いにえられることも言えると思います。ですから、そういった流通戦略の差別化も今後は徹底をしていきたいと思っています。

質問者：ありがとうございました。最後に 1 点だけ質問なんですけれども。御社の営業人員は何名いらっしゃるんでしょうか。全体の中で。

福山：国内に、ざっくり今は 100 名ぐらいおりまして、そのうちの 40%弱が営業部隊でございます。拠点は札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、広島、福岡に 7 拠点で展開をしていますけれども。そこに約 40 名弱を振り分けています。

質問者：ありがとうございました。

司会：続きまして、ご質問はいかがでしょうか。

質問者：中期計画、3 年間なんですけれども。この 3 年の間に介護報酬の改定がまたあるんですけれども、計画上ではどういうふうに見ておられますか。分からないから、取りあえず現行でいくということなんでしょうか。

福山：中期経営計画の、昨年、私どもでいう 27 期に改正が行われました。これは 3 年に 1 回ですから、今度は 30 期になります。先期は正直言いまして、先ほどちょっと説明を申し上げましたけれども、福祉用具のレンタル価格は自由価格なんですけれども。その上限設定が施行されたことが大体大きなネガティブ要因でした。

ただ、これは分かりませんけれども、30 期、2 年後の制度改正に向けて、いわゆる増え続ける社会保障費用の拠出を削減するためには、場合によっては、今検討されているのが要介護度 2 の方が全額自己負担になるんじゃないか。全額自己負担になるか、各地域の事業に移管される可能性も検討されています。

福祉用具のマーケット自体の、要介護度 2 の方が占められるのは品目によっても若干違いますけれども、約 3 割近い占有率が要介護度 2 の方があります。こういったことで、もしそういうことになると、かなり一時的にはマーケットの影響力がネガティブなほうに振れる可能性があると思います。

司会：続きまして、ご質問はいかがでしょうか。

質問者：ご説明ありがとうございます。4 年前にお伺いしたときに、競合は 3 社さんぐらいいらっしゃると思うんですけれども。大体価格が月当たりの価格に換算すると、他社さんは 9,000 円から 1 万円ぐらいのところで、御社は 6,000 円ぐらいとおっしゃっていて。先ほど、価格が競争で下落してきているというお話がありましたけれども。そういった 4 年前の価格が価格競争の結果、どれぐらいまで下がってきているような感覚なんでしょうか。

福山：手前みそで恐縮ですけれども、われわれはここ 4～5 年で、かなり占有率を在宅で取ってきました。私どもに対してのマークも非常にきつくなってまいりまして。トップ企業のパラマウントベッドさんも価格的に、カタログにはあまり掲載されていない機種で、ローコストの機種を開発されているケースもあります。

他メーカーさんも、われわれと同じ原価までは行かないですけれども、同じ原価から 1 割ぐらい高いスパンまで価格が落ちてきているのは実態でございます。そういったことを含めて、微妙なレンタル価格の下落につながってきていると思うんですけれども。さらに、われわれとしたらこの価格の優位性を担保するために、先ほど来のコストの削減ですね、こういったものに最大限に努力をしていかなければいけないと思っています。

質問者：シェアのお話なんですけれども。37 ページで 31.7%と示されていて。これは前回、4 年前にお伺いしたときに、シェア 35%とおっしゃっていて。ただ、台数を合わせて 3 万 5,000 台とおっしゃっていたので。そのときよりも台数は増えているんだけれども、表面上のシェアは落ちているように見えるんですが。これはどういうふうに考えたらいいでしょうか。

福山：これはあくまでも推計なんですけれども。特にレンタル対応のベッドの、どうやってマーケットの規模を出しているかということは、あくまでも介護保険制度を利用したベッドの利用者数の増加。プラス、今得意先が持っておられるレンタルベッドの廃棄の状況です。これによってマーケットが決まるんです。こういったものを出して、約 12 万台じゃないかなと思っているんですけれども。4 年前が、多少その部分が多かったかもしれません。

それと、その当時はまだ家具屋さんとかで販売している単機能のベッドの販売が、すごくわれわれは多かったですけれども。ここに来て、家具屋さんの実績、いわゆる 10 万円前後のベッドの販売から、他メーカーさんと同じ 15 万前後の高付加価値商品のほうの製品シフトになったので、台数はそんなに伸びていないように見えていると思うんですけれども。売上的には伸びているんじゃないかなと思います。

質問者：シェアは拡大させていくことは現実的に可能なんでしょうか。

福山：どちらのですか。

質問者：他社さんも価格を下げてきている中で、御社は上場前は低価格ということもあって、非常に急速にシェアを伸ばされたところがあって。上場後もその方針でやってきたとは思うんですけれども。なかなか難しいところも現実としてあったのかもしれなくて。

ここから先を考えていった場合、国内でさらにシェアを伸ばしていく。他社さんは利益を取り過ぎみたいなところがあるので、そこを攻めているという戦略だったと思うんですが。そういう戦略は続けていくのは現実的なのか、どうなのかなと思っているんですけれども。

福山：われわれは先ほど来、3 割超の占有率を持っていると思います。ただ、これは市場のマーケットが大体 4～5%上がってきているんですね。いわゆる大幅な制度改正、先ほど来のご質問じゃないですが、それがない限り、大体自然増で 3%から 4%上がっていくんじゃないかなと思っています。

先ほど、中計のセグメントでもお示ししたとおり、大体今の在宅介護ベッドに関しての想定シェアはそれに連動した格好での計画になっていると思います。それよりも、まだまだ非常に低い、医療、それから高齢者施設、こちらに経営資源を投入することで成長を担保してきたいと思っています。

質問者：分かりました。ありがとうございます。

司会：最後にこれだけ聞いておきたいご質問がありましたら受けますが、よろしいですか。

それでは、これをもちまして株式会社プラッツ様の IR ミーティングを終了させていただきます。皆様、お疲れさまでございました。

福山：ありがとうございました。

司会：また、会社の皆様、ありがとうございました。

［了］

脚注

音声が不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。