

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

トーカイ

9729 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2022 年 1 月 18 日 (火)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2022年3月期第2四半期累計の業績概要	01
2. 2022年3月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画について	01
4. 株主還元策	02
■ 事業概要	02
1. 健康生活サービス	03
2. 調剤サービス	04
3. 環境サービス	04
4. その他	04
■ 業績動向	05
1. 2022年3月期第2四半期累計の業績概要	05
2. 事業セグメント別の動向	06
3. 財務状況と経営指標	11
■ 今後の見通し	12
1. 2022年3月期の業績見通し	12
2. 事業セグメント別の見通し	13
■ 中期経営計画	16
1. 中期経営計画の概要	16
2. SDGsへの取り組みについて	19
■ 株主還元策	21

■ 要約

コロナ禍で需要の高まるサービスが業績をけん引、SDGs に貢献する レンタルビジネスを中心として中長期的な安定成長が続く見通し

トーカイ <9729> は、「健康生活サービス」「調剤サービス」「環境サービス」の 3 つのセグメントを柱とする企業グループ。超高齢社会を迎えるなかで医療と介護の両分野で事業を展開している強みを生かし、「総合ヘルスケア企業」として成長を続けている。

1. 2022 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要

2022 年 3 月期第 2 四半期累計（2021 年 4 月 -9 月）の連結業績は、売上高で前年同期比 4.9% 増の 60,269 百万円、営業利益で同 31.6% 増の 3,828 百万円と増収増益に転じ、社内計画に対しても若干上回ったものと見られる。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響を受けホテルや旅館向けの寝具・リネンサプライ事業が想定をやや下回ったものの、健康生活サービスの病院関連事業やシルバー事業、調剤サービスなど主力事業が業績のけん引役となった。売上高と営業利益はコロナ禍前の水準近くまで回復し、経常利益と親会社株主に帰属する四半期純利益については、2 年ぶりに過去最高を更新した。

2. 2022 年 3 月期の業績見通し

2022 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 4.4% 増の 123,160 百万円、営業利益で同 6.0% 増の 7,732 百万円と期初計画を据え置いた。第 2 四半期までの進捗率は売上高で 48.9%、営業利益で 49.5% となっており、直近 5 期間の通期実績に対する平均進捗率（売上高 49.5%、営業利益 47.3%）と比較して利益ベースで若干上回る進捗となっている。今後、コロナ禍の感染再拡大で緊急事態宣言が再発出されるような状況にならない限り、利益については計画を上回る余地があると思われる。セグメント別で見ると、健康生活サービスは病院関連事業とシルバー事業の拡大により、調剤サービスは新規出店効果と技術料単価の上昇により、それぞれ増収増益を見込んでいる。また、環境サービスはリーススキンの償却負担増により減益を見込んでいるが、清掃事業の収益性向上の寄与により増収増益も期待できると弊社では見ている。

3. 中期経営計画について

同社は 2022 年 3 月期から 4 ヶ年の中期経営計画「Challenge for the new stage!」をスタートしている。「創業以来の基幹事業であるレンタルビジネスを通じて廃棄物の削減や循環型社会の実現に貢献する」「超高齢社会における医療介護の健全な発展に貢献する」「グループ全従業員が笑顔で、たくさんのありがとうに囲まれた会社を目指す」の 3 点を中長期的にありたい姿として掲げ、その達成に向けて「続ける」「変える」「創る」の 3 つの観点に基づいて各事業の持続的な成長に取り組んでいく。経営数値目標としては 2025 年 3 月期に売上高 1,400 億円、営業利益 95 億円を目指す。既存事業におけるシェア拡大や戦略商品の拡販等による着実な増収効果に加えて、デジタルトランスフォーメーション（以下、DX）の推進などによる業務効率化と生産性向上により、営業利益率も 2021 年 3 月期の 6.2% から 6.8% に引き上げていく。高齢化が進み地域包括ケアシステムの構築が求められるなかで、医療と介護の両分野を展開する同社にとっては事業拡大の好機と捉えられ、中長期的に安定成長が続くものと予想される。

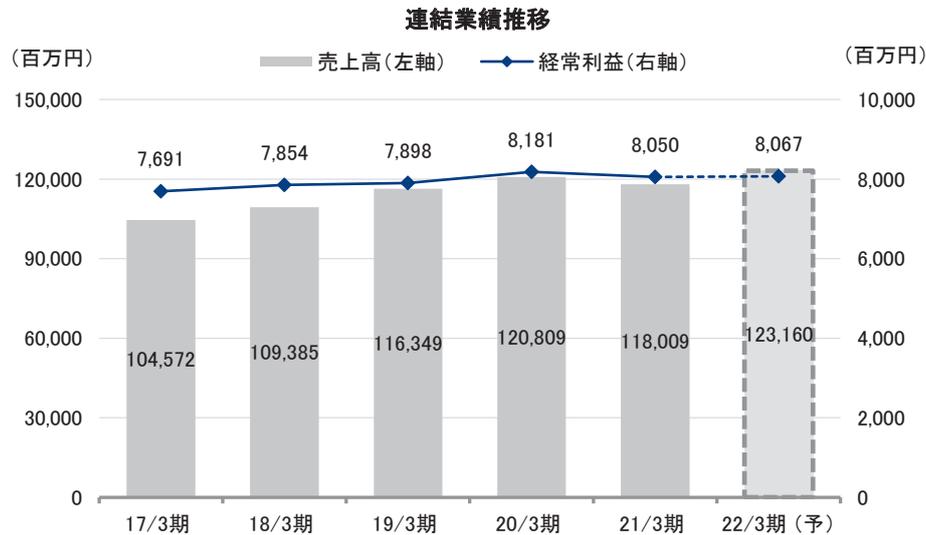
要約

4. 株主還元策

同社は株主還元方針として、2022年3月期より「配当性向25%」を目安とすることとした。2022年3月期の1株当たり配当金は前期比8.0円増配の38.0円（配当性向25.2%）を予定している。また、自己株式の取得についても状況に応じて適宜検討していくことにしている。

Key Points

- ・2022年3月期第2四半期累計業績は主力事業の回復により、2年ぶりの増収増益に転じる
- ・2025年3月期に売上高1,400億円、営業利益95億円を目指す
- ・事業モデルそのものがSDGsの考え方に沿うもので、事業成長に取り組むことがSDGsの貢献につながる



出所：決算短信よりフィスコ作成

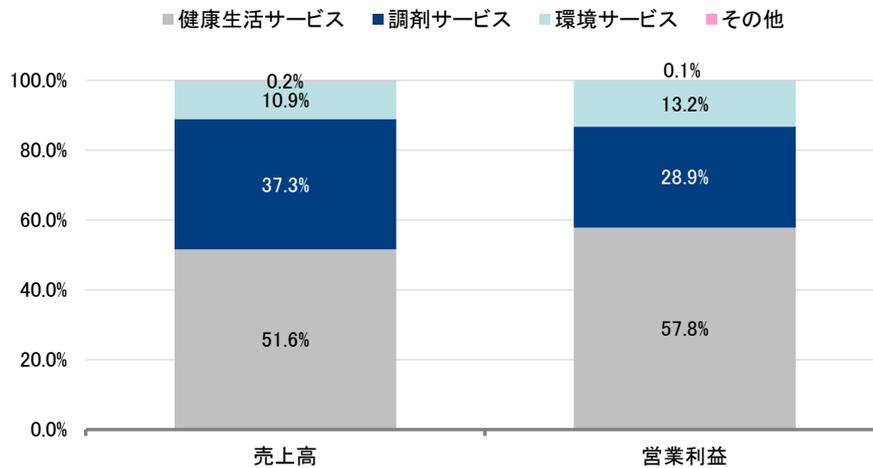
事業概要

「健康生活サービス」と「調剤サービス」を合わせたヘルスケア分野が収益の柱

同社は、「健康生活サービス」「調剤サービス」「環境サービス」の3つのセグメントを軸に展開する企業で、岐阜県に本社を置く。セグメント別の構成比は、「健康生活サービス」と「調剤サービス」を合わせたヘルスケア分野で売上高、営業利益ともに全体の9割弱を占めている。

事業概要

事業セグメント別構成比(2022年3月期第2四半期累計)



注：営業利益は内部売上消去前ベース
出所：決算短信よりフィスコ作成

1. 健康生活サービス

健康生活サービスセグメントは、病院関連事業（医療機関・介護福祉施設向けリネンサプライ、看護補助、院内物品管理などの医療周辺業務受託）、寝具・リネンサプライ事業（ホテルなど宿泊施設向けのリネンサプライや寝具類のレンタル）、シルバー事業（介護用品レンタル・販売）、給食事業（医療機関・介護福祉施設向け）、クリーニング設備製造事業、アクアクララ事業（宅配水「アクアクララ」のサブフランチャイザー）などで構成されている。

同セグメントのうち、病院関連事業及び寝具・リネンサプライ事業の売上高が5～6割を占めている。病院・介護施設・宿泊施設向けに提供するリネンサプライに関しては、東北・関東・中部・関西・中国・四国エリアで営業展開しており、このうち病院・介護施設向けでは業界トップのワタキューセイモア（株）に次いで業界第2位に位置している。また、病院向けではリネンサプライのほか看護補助、院内物品管理など、医療周辺業務をワンストップで提供できることが強みとなっている。

同セグメント売上高の3割強を占めるシルバー事業は、介護保険制度に基づき電動ベッドや車いすなどの介護用品のレンタル・販売を行っている。直販レンタル売上では、フランスベッドホールディングス<7840>やパナソニック<6752>の子会社（パナソニックエイジフリー（株））と業界トップを競っていると見られる。営業エリアは東北から九州地方まで、高齢者の増加が見込まれる都市部を中心にカバーしており、2021年9月末時点で72ヶ所の支店・営業所と7ヶ所のメンテナンスセンターを設置している。市場シェアは地域によって異なり、四国地方では3割程度の高いシェアを獲得しているが、3大都市圏では5～10%と市場シェア拡大の余地を残している。各地域におけるケアマネジャーとの密な連携により、きめ細かいサービス提供を行っていることに加えて、医療機関との関係性を活かし退院患者の紹介を受けるルートを構築して利用者数の拡大を図るなど同社ならではの戦略を推進し、市場全体を上回る成長を続けている。M&Aも活用しながら地域内シェアの拡大に取り組んでおり、「直販レンタル売上日本一」の地位を確立することを目標としている。

事業概要

2022年3月期第2四半期累計業績で見ると、病院関連事業と寝具・リネンサプライ事業、シルバー事業の3事業で売上高、利益の大半を占め、収益性に関してはシルバー事業が最も高くなっている。

2. 調剤サービス

調剤サービスセグメントは、連結子会社のたんぼぼ薬局(株)が東海・北陸・関西・四国地区で調剤薬局を展開しており、2021年9月末の店舗数は141店舗となっている。原則オーガニック成長で店舗数を拡大し、出店先を大規模病院の門前に特化することで経営効率を高める戦略を推進してきた。このため利益率は業界トップクラスの水準を維持している。近年では、国が示す「患者のための薬局ビジョン」において、調剤薬局は地域の「かかりつけ薬局」としての機能を果たすことが今まで以上に求められるようになり、同社においても出店の多角化や地域の「かかりつけ薬局」としての機能を高めるとともに、専門性の高い薬剤師の育成を通じて地域医療に貢献していく方針である。

3. 環境サービス

環境サービスセグメントは、リースキン事業と清掃事業などで構成されている。リースキン事業では、主にオフィスや店舗、個人宅などで用いるモップやマット等の環境美化用品のレンタル・販売を「リースキン」というブランド名でフランチャイズ展開している。地方本部・代理店を含めて全国に約1,000拠点の販売ネットワークを構築しており、業界シェアはダスキン<4665>に次ぐ第2位となっている。現在はトイレ周り商品に注力し他社との差別化を図っている。清掃事業では、建物の清掃・管理業務の受託サービスを展開しているが、近年は医療機関における院内感染を防止する高度な清掃サービスの提供に注力しており、すでに売上の過半は医療機関や介護福祉施設向けの清掃となっている。そのほか、太陽光発電による売電事業等も行っている。

4. その他

その他セグメントでは連結子会社の(株)日本情報マートが経営情報の提供サービス等を行っている。

業績動向

2022 年 3 月期第 2 四半期累計業績は主力事業の回復により、2 年ぶりの増収増益に転じる

1. 2022 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要

2022 年 3 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高で前年同期比 4.9% 増の 60,269 百万円、営業利益で同 31.6% 増の 3,828 百万円、経常利益で同 29.7% 増の 4,255 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同 27.7% 増の 2,799 百万円と増収増益となった。売上高と営業利益については、コロナ禍前の 2020 年 3 月期第 2 四半期累計に近い水準まで回復した。営業外収益で有価証券売却益 179 百万円を計上したこともあり、経常利益と親会社株主に帰属する四半期純利益は過去最高を更新している。

前年同期にコロナ禍の影響を受けた各事業で回復が見られるほか、需要の拡大により引き続き好調なシルバー事業や病院関連事業の「入院セット」「ネクサージ」、病院向けの清掃事業などが業績のけん引役となり、すべてのセグメントで増収増益に転じている。社内計画比では、コロナ禍の影響が続いたホテル・旅館向けの寝具・リネンサプライ事業とクリーニング設備製造事業の回復が想定を下回ったものの、そのほかの事業についてはおおむね順調に推移し、全体では若干計画を上回る進捗だったと見られる。

2022 年 3 月期第 2 四半期累計業績 (連結)

(単位：百万円)

	20/3 期 2Q 累計		21/3 期 2Q 累計		22/3 期 2Q 累計		前年同期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	実績	対売上比	
売上高	60,686	-	57,449	-	60,269	-	4.9%
売上原価	45,615	75.2%	43,601	75.9%	45,108	74.8%	3.5%
販管費	11,123	18.3%	10,938	19.0%	11,333	18.8%	3.6%
営業利益	3,947	6.5%	2,909	5.1%	3,828	6.4%	31.6%
経常利益	4,078	6.7%	3,280	5.7%	4,255	7.1%	29.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,685	4.4%	2,192	3.8%	2,799	4.6%	27.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業セグメント別業績

(単位：百万円)

		20/3 期 2Q 累計	21/3 期 2Q 累計	22/3 期 2Q 累計	前年同期比
		健康生活サービス	売上高	31,284	29,290
	営業利益	2,911	2,208	2,850	29.1%
調剤サービス	売上高	22,424	21,626	22,490	4.0%
	営業利益	1,495	1,251	1,426	14.0%
環境サービス	売上高	6,871	6,429	6,571	2.2%
	営業利益	539	479	649	35.6%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

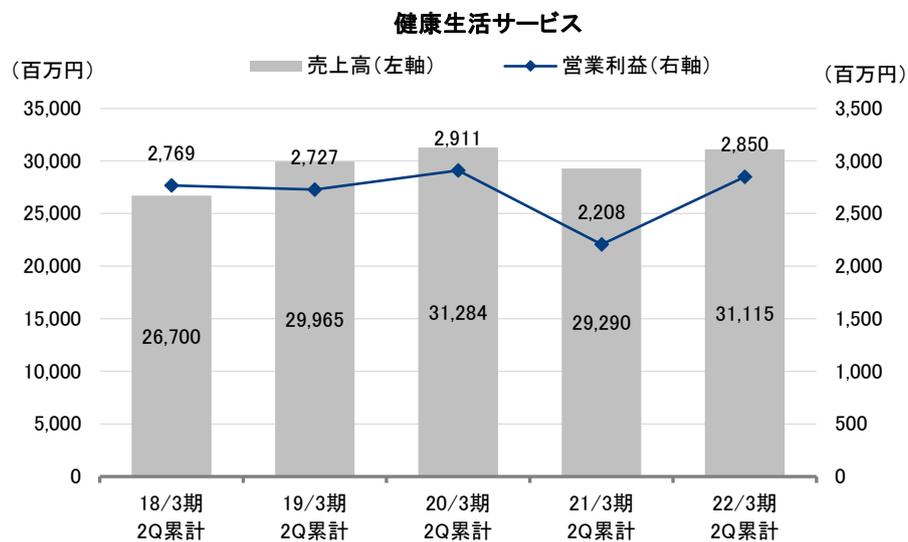
業績動向

すべての事業セグメントで増収増益となり、利益率も上昇

2. 事業セグメント別の動向

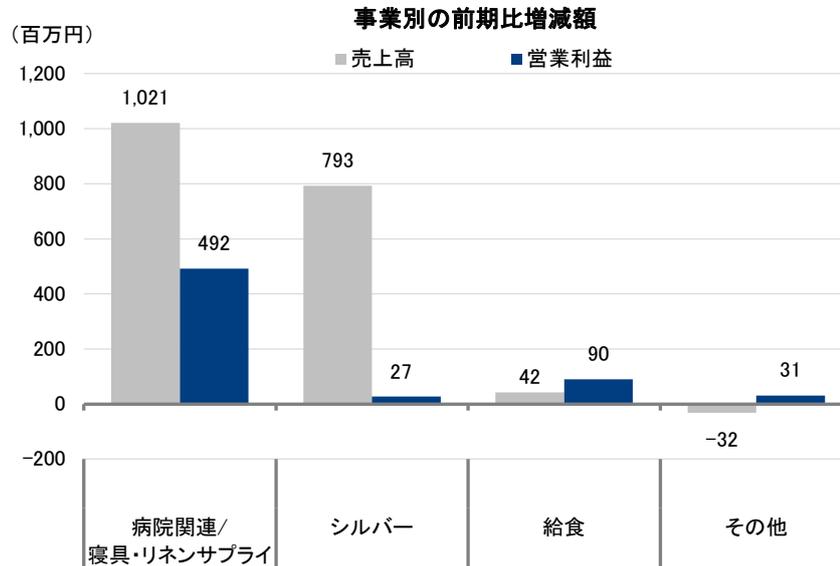
(1) 健康生活サービス

健康生活サービスの業績は、売上高で前年同期比 6.2% 増の 31,115 百万円、営業利益で同 29.1% 増の 2,850 百万円と 2 年ぶりの増収増益に転じた。コロナ禍によるホテル・旅館の稼働率低迷が続くなかで、寝具・リネンサプライ事業やクリーニング設備製造事業でその影響が残ったものの、病院関連事業やシルバー事業が伸長し業績をけん引した。



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向


a) 病院関連及び寝具・リネンサプライ事業

病院関連事業及び寝具・リネンサプライ事業は売上高で前年同期比 1,021 百万円の増収、営業利益で同 492 百万円の増益となった。増収の主な要因は、病院関連事業の戦略商品である「入院セット」※1 及び「ネクサージ」※2 が好調に推移したことによるもので、合わせて 4.6 億円の売上増となった。「入院セット」は契約施設数の増加に加えて、コロナ禍で入院患者への面会が制限されるなか利用者数が増加したことで、売上高は同 21.2% 増となった。「ネクサージ」は競合となるディスポーザブルタイプの製品が 2020 年に不織布の不足で入手困難となる時期があったなかで、リユース品を導入する動きが広がっており、売上高は同 11.4% 増となった。「ネクサージ」については、SDGs の観点でも病院からの関心が高まっていることも、新規契約獲得の要因になっているようだ。

※1 入院セット：入院に必要な日用品を日額定額制で提供するサービス。タオル類、日常着、寝巻、下着、歯ブラシ、ボディソープなどが含まれる。

※2 ネクサージ：同社が業界に先がけて事業化した手術用リネンのリユースシステム。従来の使い捨て商品と比較して、医療廃棄物コストの削減と環境負荷低減というメリットがある。

病院・介護施設向けのリネンサプライについては、病院向けの契約床数は横ばい水準にとどまったが、新規開拓が進む介護施設向けの契約床数は前年同期比 2.4% 増となり、全体でも同 1.3% 増と着実に増加した。一方、ホテル・旅館向けの寝具・リネンサプライ事業については、売上高は前年同期比 15% 増と回復したものの、コロナ禍で顧客先の稼働率低迷が続くなかで、2020 年 3 月期第 2 四半期と比較すると 65% 程度の水準にとどまっている。

利益面では、増収効果に加えて前年同期に計上した従業員向け特別支援金約 1 億円が無くなったことも増益要因となっている。

業績動向

b) シルバー事業

シルバー事業は売上高で前年同期比 793 百万円の増収、営業利益で同 27 百万円の増益となり、過去最高業績を更新した。在宅サービスの需要増加を背景に、直販レンタル売上が同 8.9% 増と好調に推移した。前年同期はコロナ禍で営業活動が十分に行えず新規利用者の獲得が伸び悩んでいたことに加え、当期は病院の退院窓口からの利用者獲得も含めて営業活動が順調に進んだことで新規利用者数は同 13.5% 増加した。利益面では介護用品の需要拡大に伴うレンタル資材費の増加や人件費増によって小幅な増益にとどまったが、先行投資による一時的な伸び悩みと見られる。

なお、2021年7月に長崎県でトップシェアを持つ(株)ニッショウの株式を取得し、グループ化した。年間売上は約4億円の規模となるが、現状は非連結対象としている。同社は九州エリアで福岡県と熊本県に営業所を展開しているが、長崎にも新たに拠点ができたことで、九州エリアでメンテナンスセンターを新設することも視野に入れている。従来は、四国のメンテナンスセンターからレンタル資材を配送していたが、同一エリア内にメンテナンスセンターを設置することで物流コストの削減や納期短縮が期待される。同社では今後もM&A戦略を推進しながら「直販レンタル日本一」を目指していく。

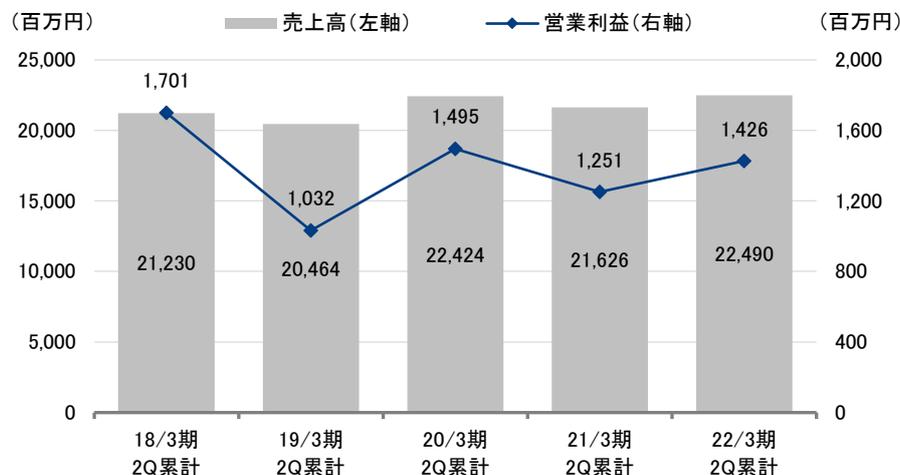
c) 給食事業・その他

給食事業については契約病院や介護施設での利用者数増加により増収となり、利益面でも業務効率の向上に取り組み、労務費が減少したことで増益となった。クリーニング設備製造事業については顧客先となるリネンサプライ業界の投資冷え込みにより減収となったが、受注残高は積み上がってきており、来期にかけて徐々に売上高も回復する見通しとなっている。

(2) 調剤サービス

調剤サービスの業績は、売上高で前年同期比 4.0% 増の 22,490 百万円、営業利益で同 14.0% 増の 1,426 百万円と増益に転じ、売上高については過去最高を更新した。処方箋単価が前年同期比 3.4% 減と低下したものの、受診控えの緩和や新規出店効果により処方箋応需枚数が同 7.6% 増となったことが増収要因となった。

調剤サービス



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

処方箋単価の内訳としては、コロナ禍で処方長期化の傾向にあった前期と比較して処方期間が短くなっていることや薬価引き下げの影響で薬剤料単価は低下したものの、利益に直結する技術料単価は在宅調剤など地域に密着したかかりつけ機能の強化に取り組んだことで上昇した。在宅調剤売上については前年同期比 7.4% 増と好調に推移し、在宅対応店舗の割合も前年同期の 91.2% から 94.3% に上昇した。また、面処方[※]の応需枚数も同 11.7% 増と伸長し、全処方箋応需枚数に占める面処方[※]の比率は 14.6% に上昇した。また、後発医薬品の使用割合は前年同期の 82.1% から 82.2% と若干上昇し、厚労省が目標とする 80% の水準を上回って推移している。

※ 各店舗における主たる応需先となる医療機関以外から発行される処方箋。

営業利益の増減要因を見ると、労務費や店舗経費等の増加で 275 百万円の減益要因となったが、技術料売上の増加で 378 百万円、薬剤料売上の増加等により 71 百万円の増益要因となった。なお、2021 年 9 月末の店舗数は前期末比 3 店舗増の 141 店舗となり（新規出店 5 店舗、退店 2 店舗）、うち医療機関の敷地内店舗は 4 店舗増の 9 店舗となった。

(3) 環境サービス

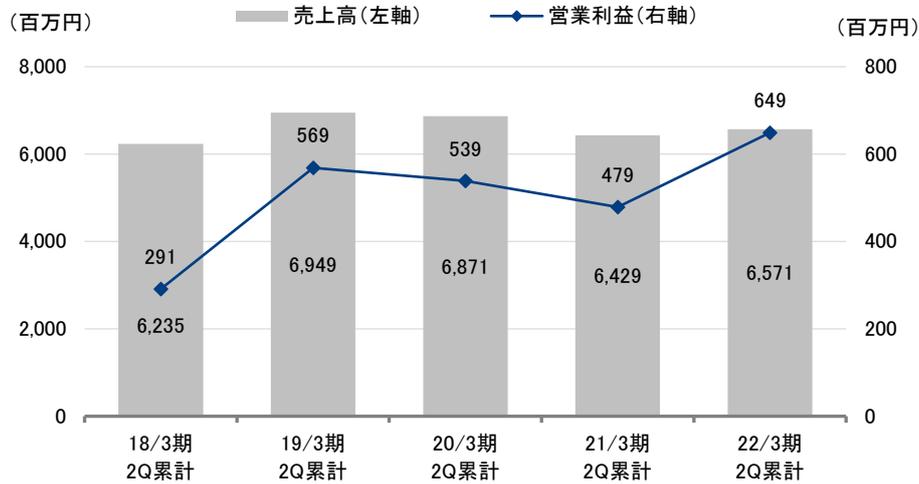
環境サービスの業績は、売上高で前年同期比 2.2% 増の 6,571 百万円、営業利益で同 35.6% 増の 649 百万円となり、営業利益は過去最高を更新した。リースキン事業はコロナ禍で飲食店等取引先の業況悪化が続いたものの、トイレ周り商品が同 5.3% 増と順調に拡大したほか、消毒関連商品や非接触型商品など、コロナ禍での社会ニーズに対応した商品開発にも注力したことで増収増益となった。

また、清掃事業は付加価値の高い病院清掃が感染症対策ニーズの高まりもあって前年同期比 16.1% 増収と好調に推移し、増収要因となった。利益面でも増収効果に加えて、作業のマニュアル化に取り組んだことで生産性が向上した効果により大幅増益となった。なお、環境表面殺菌システムの専用装置「Halofogger[®]」[※]は、新型コロナウイルス感染防止対策として病院向けに導入が進み、レンタル台数で前年同期比 1.5 倍増と順調に増加している。

※ 殺菌効果の高い薬剤を自動噴霧し、人の手で行き届かない部屋の隅々まで効果的に消毒することができる。院内感染でクラスターの発生が確認された医療機関において、院内全エリアの消毒を実施し、外来診療の早期再開に貢献した。

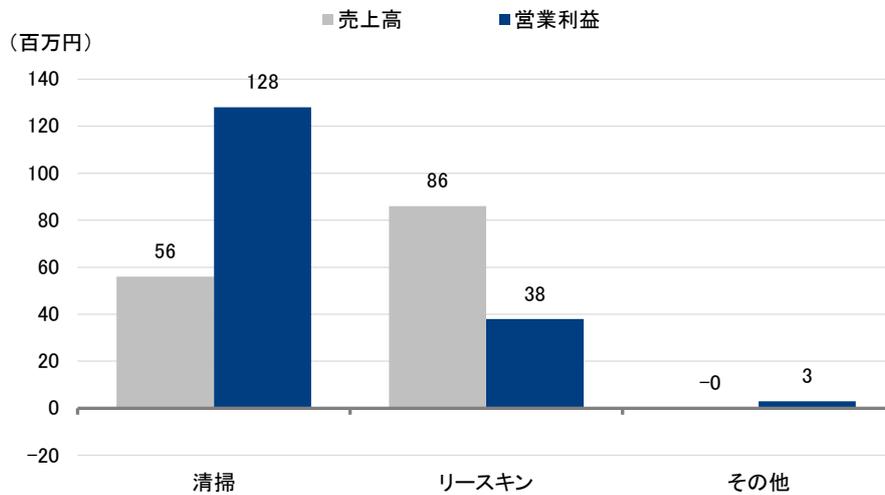
業績動向

環境サービス



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業別の前期比増減額



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

財務の健全性は引き続き高い

3. 財務状況と経営指標

2022 年 3 月期第 2 四半期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比 356 百万円増加の 102,537 百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が 871 百万円減少し、有価証券が 207 百万円増加した。固定資産では有形固定資産が 430 百万円減少した一方で、投資有価証券が 623 百万円増加した。

負債合計は前期末比 1,193 百万円減少の 27,108 百万円となった。主に支払手形及び買掛金が 385 百万円、長期借入金が 211 百万円、未払金が 171 百万円、未払法人税等が 118 百万円それぞれ減少したことによる。また、純資産合計は同 1,550 百万円増加の 75,428 百万円となった。配当金の支払いで 533 百万円、自己株式の取得で 624 百万円の減少要因となったものの、親会社株主に帰属する四半期純利益 2,799 百万円の計上为主要な増加要因となった。

経営指標を見ると、自己資本比率が前期末の 71.8% から 73.1% と 1.3 ポイント上昇し、有利子負債比率は逆に 0.4 ポイント低下した。また、ネットキャッシュ（現金及び預金 + 有価証券 - 有利子負債）については同 425 百万円減少の 32,201 百万円となったものの、引き続き財務の健全性は高いと判断される。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	19/3 期末	20/3 期末	21/3 期末	22/3 期 2Q 末	増減
流動資産	53,309	55,657	58,769	58,332	-437
（現金及び預金）	30,429	32,202	35,148	34,276	-871
固定資産	42,322	41,374	43,411	44,205	793
（有形固定資産）	31,121	30,730	30,209	29,779	-430
（無形固定資産）	1,082	1,303	1,517	1,446	-71
（投資その他の資産）	10,118	9,340	11,684	12,979	1,295
資産合計	95,631	97,031	102,180	102,537	356
負債合計	29,555	28,210	28,302	27,108	-1,193
（有利子負債）	4,763	4,176	3,876	3,635	-241
純資産合計	66,076	68,821	73,878	75,428	1,550
(安全性)					
自己資本比率	68.7%	70.5%	71.8%	73.1%	1.3pt
有利子負債比率	7.3%	6.1%	5.3%	4.9%	-0.4pt
ネットキャッシュ	25,730	28,411	31,365	30,940	-425

出所：決算短信、有価証券報告書よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2022 年 3 月期は期初計画を据え置くも上振れ余地あり

1. 2022 年 3 月期の業績見通し

2022 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 4.4% 増の 123,160 百万円、営業利益が同 6.0% 増の 7,732 百万円、経常利益が同 0.2% 増の 8,067 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 3.0% 減の 5,315 百万円と期初計画を据え置いた。第 2 四半期までの進捗率を見ると、売上高で 48.9%、営業利益で 49.5% となっており、直近 5 期間の通期実績に対する平均進捗率（売上高 49.5%、営業利益 47.3%）と比較すると利益ベースではやや上回っているため、緊急事態宣言の再発出などにより、経済活動に深刻な影響が出るようなことが無ければ、利益については上振れする可能性があると思っております。なお、会社計画では営業外収支の縮小（助成金収入の減少）により、経常利益は前期比微増にとどまり、親会社株主に帰属する当期純利益は、税金費用の増加により微減益を見込んでいる。

2022 年 3 月期連結業績見通し

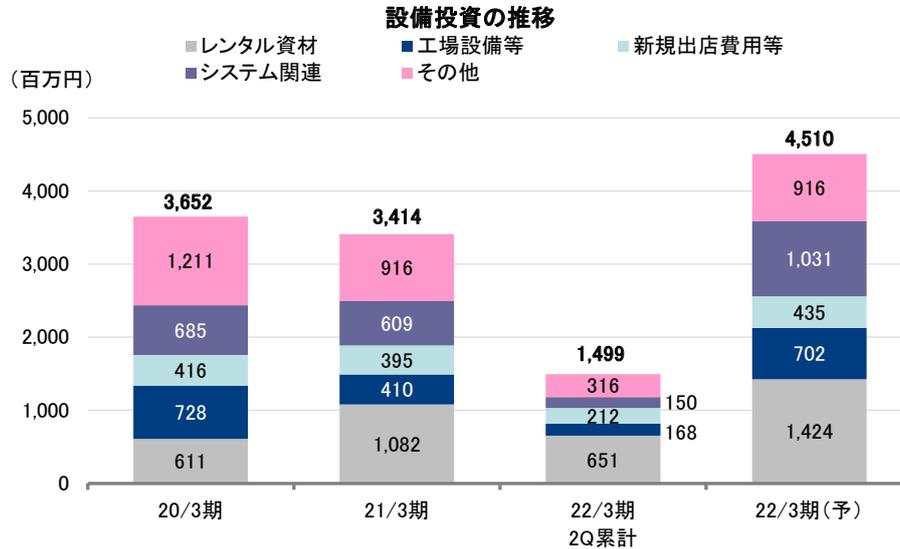
(単位：百万円)

	21/3 期		会社計画	22/3 期		直近 5 年間の 平均進捗率
	実績	前期比		前期比	2Q 進捗率	
売上高	118,009	-2.3%	123,160	4.4%	48.9%	49.5%
営業利益	7,294	-7.8%	7,732	6.0%	49.5%	47.3%
経常利益	8,050	-1.6%	8,067	0.2%	52.7%	47.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,481	4.3%	5,315	-3.0%	52.7%	45.9%
1 株当たり当期純利益 (円)	153.96		150.97			

出所：決算短信よりフィスコ作成

2022 年 3 月期の設備投資は、介護用品レンタルの資材投下やシステム関連投資を中心に前期比 1,096 百万円増加の 4,510 百万円を計画しているが、工場設備等やシステム関連の投資がやや後ろ倒しとなっており、計画から若干下回る可能性があると思っております。当期に予定しているシステム関連投資としては、リモートワーク対応（端末の入れ替え、セキュリティ強化等）のほか、シルバー事業における業務フローのデジタル化投資、リース事業におけるシステム更新投資などがある。設備投資の拡大に伴って、減価償却費も前期比 585 百万円増加の 4,139 百万円（2022 年 3 月期第 2 四半期累計実績は前年同期比 146 百万円増加の 1,870 百万円）を見込んでいるが、投資の後ろ倒しによりこちらも計画比で若干減少する可能性がある。

今後の見通し



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

健康生活サービス、調剤サービスで増収増益を見込み、 環境サービスは利益で計画を上回る可能性

2. 事業セグメント別の見通し

事業セグメント別業績見通し

(単位：百万円)

セグメント別売上高	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期予想	前期比	2Q進捗率
健康生活サービス	60,529	61,953	60,631	63,571	4.8%	48.9%
調剤サービス	41,817	45,053	44,098	46,183	4.7%	48.7%
環境サービス	13,791	13,596	13,072	13,219	1.1%	49.7%
その他	211	206	206	186	-9.7%	49.5%
合計	116,349	120,809	118,009	123,160	4.4%	48.9%

セグメント別営業利益	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期予想	前期比	2Q進捗率
健康生活サービス	5,744	6,074	5,403	6,042	11.8%	47.2%
調剤サービス	2,493	2,917	3,006	3,116	3.7%	45.8%
環境サービス	955	967	944	896	-5.0%	72.4%
その他	35	29	31	-5	-	-
内部消去	-1,916	-2,081	-2,091	-2,318	-	-
合計	7,311	7,908	7,294	7,732	6.0%	49.5%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

(1) 健康生活サービス

健康生活サービスの業績は、売上高で前期比 4.8% 増の 63,571 百万円、営業利益で同 11.8% 増の 6,042 百万円を見込む。寝具・リネンサプライ事業については、2020 年 3 月期と比較すると 8 割程度の水準までしか戻らないと見込むものの、前期比では 2 割程度の増収となる見通し。ただ、下期もホテル・旅館の稼働率が回復しなければ下振れするリスクはある。病院関連事業については「入院セット」や「ネクサージ」の拡大が続くほか、リネンサプライ契約床数についても介護施設の新規獲得により堅調な伸びが維持できるものと予想される。

シルバー事業については、要介護者の増加を背景に引き続き介護用品のレンタル需要が拡大する見通しで、業務フローのデジタル化等による生産性向上にも取り組みながら増収増益を目指す。給食事業については下期も基調は変わらず収益回復傾向が続き、クリーニング設備製造事業についても上向きに転じる見通しだ。

第 2 四半期までの通期計画に対する進捗率は、売上高で 48.9%、営業利益で 47.2% となっており、直近 5 期間の平均進捗率（売上高 49.5%、営業利益 46.9%）とほぼ同様のペースとなっており、市場環境に大きな変化がなければ会社計画は達成可能と弊社では見ている。

なお、新規事業で医療診療用デバイスとして開発を進めているリストバンド型のウェアラブルデバイス「iAide2」については、コロナ禍の影響でやや開発に遅れが生じているようだ。当初は 2021 年夏から無症候性心房細動を検知する臨床研究を東京医科歯科大学病院や静岡市清水区と共同で開始する予定であったが、コロナ禍の影響で開始時期が同年 12 月にずれ込んだ。有効性が認められれば、薬事承認を目指していくことにしている。

無症候性心房細動は自覚症状がなく、放置しておく心原性脳梗塞を発症するリスクが高まると言われており、推定潜在患者数は国内で約 100 万人と見られている。「iAide2」による脈波データ収集と AI を活用したプログラムを使って無症候性心房細動を早期発見することで、脳梗塞の発症予防につながる事が期待されている。また、その他のアカデミアとも他の疾患の診断用途として活用するための研究が始まっており、今後の動向が注目される。

(2) 調剤サービス

調剤サービスの業績は、売上高で前期比 4.7% 増の 46,183 百万円、営業利益で同 3.7% 増の 3,116 百万円を見込んでいる。第 2 四半期までの進捗率は売上高で 48.7%、営業利益で 45.8% となっており、直近 5 期間の平均進捗率（売上高 49.3%、営業利益 45.8%）とほぼ同様のペースとなっている。

下期の新規出店としては 6 店舗（うち、1 店舗は移転リニューアル）を計画しており、このうち 5 店舗が敷地内薬局となる。なかでも 2022 年 1 月にオープン予定の中部国際医療センターの敷地内店舗は、同社にとっては最大規模の店舗となっており、増収に貢献するものと期待される。

今後の見通し

売上高については、こうした新規出店による増収効果のほか、既存店舗での処方箋応需枚数の回復、並びに地域支援体制加算の適用店舗数の拡大に伴う技術料収入の増加を見込んでいる。利益面では、新規出店費用や労務費の増加があるものの、増収効果や技術料単価の上昇による利益増で吸収できる見通しだ。また、2021年4月よりグループ内子会社で薬剤師紹介事業をスタートしており、従来、外部に支払っていた派遣薬剤師の紹介手数料が無くなることも増益に寄与すると見られる。

(3) 環境サービス

環境サービスの業績は、売上高で前期比 1.1% 増の 13,219 百万円、営業利益で同 5.0% 減の 896 百万円を見込んでいる。第 2 四半期までの進捗率は売上高で 49.7%、営業利益で 72.4% となっており、直近 5 期間の平均進捗率（売上高 50.0%、営業利益 61.3%）に対して、利益ベースで高い進捗率となっている。

売上高は病院向け清掃事業が下期も好調を持続するほか、リースキン事業もコロナ禍で営業自粛していた飲食店の事業再開等により下期はさらに上向くものと予想される。一方、利益面ではリースキン事業においてシステム投資を実施しており、減価償却費の増加が見込まれることから、下期はやや水準が落ちる可能性はあるものの、清掃事業の好調持続により会社計画を上回る可能性が高いと弊社では見ている。

なお、同社は 2020 年 10 月にダストコントロール事業において白洋舎 <9731> と業務提携を発表していたが、同分野の合理化とさらなる成長を目的に、2021 年 7 月に白洋舎が事業分割して設立した（株）レンテックスの株式の 90% を 2021 年 10 月に取得し、子会社化した。売上規模は約 17 億円で、現状は非連結対象としている。今後はレンテックスの顧客に対して、同社が注力しているトイレ周り商品を横展開していくほか、配送の効率化を進めながら収益力を強化していく方針だ。レンテックスの顧客には大手ホテルや工場など大口顧客も多いため、シナジー効果によるリースキン事業の拡大が期待される。

■ 中期経営計画

2025 年 3 月期に売上高 1,400 億円、営業利益 95 億円を目指す

1. 中期経営計画の概要

同社は2022年3月期から2025年3月期までの4ヶ年の中期経営計画「Challenge for the new stage!」をスタートしている。コロナ禍により大きく生活様式が変わるなかでも、引き続き「医療」「介護」「環境」の事業領域における社会課題の解決、並びに持続的な社会の実現に貢献する企業グループとして、成長を目指していく考えだ。

なお、同社は中期経営計画の前提となる中長期的にありたい姿として、以下の3つを掲げている。

- ・ 創業以来の基幹事業であるレンタルビジネスを通じて、廃棄物の削減、循環型社会の実現に貢献する
- ・ 超高齢社会における医療介護の健全な発展に貢献する
- ・ グループ全従業員が笑顔で、たくさんのありがとうに囲まれた会社を目指す

また、今回の中期経営計画のコンセプトとして「持続的な成長の実現に向けて、『続ける』『変える』『創る』で新たなステージへ」を設定し、「続ける」「変える」「創る」の3つの観点に基づき、持続的な成長につながる施策を実行していくことを基本方針とした。その内容は以下のとおりとなる。

(1) 基本方針

a) 社会の要請や顧客のニーズに応えるために「続ける」

- ・ 循環型社会に資する「レンタル事業モデル」
- ・ 医療及び介護の社会インフラを支えるサービスの安定供給（病院関連事業、給食事業、シルバー事業、調剤薬局事業、清掃事業）
- ・ 既存のコア事業の強化及び地域シェアの向上（病院関連事業、シルバー事業、調剤薬局事業、リースキン事業）
- ・ 顧客本位のサービス提供とさらなる専門性の追求
- ・ 差別化の要となる「人的資本」の強化

b) 経営環境の変化に対応し、さらなる成長につなげるために「変える」

- ・ ニューノーマル時代における個人、組織の新しい働き方の整備
- ・ DXの推進による業務効率化及び生産性向上
- ・ プライム市場にふさわしいコーポレートガバナンスの整備
- ・ 経営人材育成と若い世代の積極登用
- ・ 多様性を重視した経営

c) 次世代につながる新たな価値を生み出すために「創る」

- ・ヘルスケア分野における新たな事業やサービスの開発（需要拡大が見込まれる在宅市場領域など）
- ・DXの推進による新たなビジネスモデルの創出（シルバー事業や調剤薬局事業で蓄積されるデータを基盤としてサービス化するなど）
- ・グループの経営資源の有機的な結合による新たな事業価値の創出（売上増につながる事業間連携の実行）
- ・成長に資する投資分野の発掘と機動的な投資実行
- ・働きがいや誇りを持って働き続けることができる企業風土

(2) 事業戦略

基本方針を踏まえ、各事業セグメントにおいて以下の事業戦略を推進していくことで持続的な成長の実現を図っていく。

a) 健康生活サービス

健康生活サービスでは、事業基盤の根幹である医療機関や介護福祉施設との信頼関係をより一層深耕すべく、病院関連事業については、リネンサプライを中心とした既存サービスを安定的かつ高品質に提供できる体制の強化を推進するほか、戦略商品である「入院セット」「ネクサージ」では高付加価値化や新規アイテムの追加等によって他社との差別化を図っていく。また、医療機関向けの新たな基幹アイテムの創出、デジタル化による業務効率の向上等にも取り組んでいく。

シルバー事業については、「直販レンタル売上日本一」を目指すべく、引き続き経営資源を積極的に投下していく方針だ。物流改革やデジタル化推進を通じたサービス提供スピードの向上を図るとともに、要介護者にとって必要な介護用品を、必要なタイミングで提案できるスキルを持った専門性の高い人材を育成していくことで地域シェアの拡大を推進していく。また、今後高齢者の人口増加が見込まれる都市部においてシェアアップを目指すべく、M&Aにも積極的に取り組んでいく方針だ。

そのほか、ヘルスケア分野における社会課題の解決につながる新たな在宅サービスの開発、事業化（「iAide2」等）にも取り組んでいく。

b) 調剤サービス

調剤サービスでは、高い専門性をもって地域医療に貢献する「地域で一番のかかりつけ薬局」を目指す。具体的には、多職種連携をはじめとする在宅医療の現場で求められる役割と機能の追求に取り組んでいくほか、敷地内薬局や医療モール内薬局、在宅特化型薬局など、バランスの取れた薬局形態の確立を目指していく。また、基幹病院の処方箋対応を通じてこれまで蓄積してきた高度薬学管理のノウハウを生かして、高い専門性を持って地域住民の健康維持・増進を支援していく。そのほか、DXを通じた業務改革や患者の利便性向上に寄与するサービスの開発なども推進していく予定だ。

中期経営計画

c) 環境サービス

環境サービスでは、「衛生管理のプロ」としての強みをさらに強化し、成長を持続できる事業構造への変革に取り組んでいく。リースキン事業では、トイレ周りを中心とした衛生管理ニーズに応える商品の拡販・開発に注力し、その売上構成比を引き上げていく。

清掃事業については、新たな環境表面殺菌システムの提案など、医療機関のニーズに応える独自サービスの展開により他社との差別化を図り、売上構成比に占める病院向けの比率（現在は約 7 割）を高めることで収益性の向上を図っていく。

(3) 経営数値目標

経営数値目標として、最終年度となる 2025 年 3 月期に売上高 1,400 億円、営業利益 95 億円を掲げた。2021 年 3 月期を起点とした 4 年間の年平均成長率は売上高で 4.4%、営業利益で 6.8% となっている。なお、目標数値は基本的にオーガニックな成長によるものであり、M&A による影響は織り込まれていない。

経営数値目標

(単位：百万円)

	21/3 期	22/3 期予想	25/3 期目標	CAGR ※
売上高	118,009	123,160	140,000	4.4%
健康生活サービス	60,631	63,571	71,000	4.0%
調剤サービス	44,098	46,183	54,000	5.2%
環境サービス	13,072	13,219	14,800	3.2%
その他	206	186	200	-
営業利益	7,294	7,732	9,500	6.8%
利益率	6.2%	6.3%	6.8%	-

※ 2021/3 期を起点とした 4 年間の年平均成長率

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

セグメント別売上高の年平均成長率を見ると、調剤サービスが 5.2% と最も高く、次いで健康生活サービス、環境サービスとなる。調剤サービスについては、病院敷地内の大規模店舗が 2022 年 3 月期に複数オープンすることが高い伸び率の要因となっている。ただし、敷地内薬局については門前薬局に比べて収益性が低くなっていること、今後の調剤報酬改定の動向が読みにくいこともあって、利益率は 2021 年 3 月期と比較して低下する前提となっている。一方で、健康生活サービスや環境サービスについては利益率の上昇を見込んでおり、全体の営業利益率は前期の 6.2% から 2025 年 3 月期には 6.8% に上昇する見通しだ。

まだスタートして半年間しか経っていないものの、滑り出しとしてはおおむね順調に進んでいると弊社では評価している。健康生活サービスでは、「入院セット」「ネクサーJ」などの戦略商品が順調に伸びているほか、シルバー事業においても新規利用者数の獲得、並びに M&A によるシェア拡大が着実に進んでいる。調剤サービスについては敷地内店舗の複数店舗出店により、2023 年 3 月期以降の売上拡大が期待できる状況となっている。また、環境サービスでは病院清掃事業が好調で収益性も向上しているほか、リースキン事業では M&A によるシナジーによって、今後の収益増が期待できる状況となっている。今後もコロナ禍の状況がリスク要因とはなるものの、市場環境に大きな変化が出ない限りは、中期経営計画の経営数値目標は十分達成可能な水準にあると弊社では見ている。

中期経営計画

(4) 投資計画と株主還元について

同社は今後 4 年間で 250 億円の投資を計画している。このうち、220 億円程度を新工場建設やレンタル資材の購入、新規出店などの設備投資に、残りを DX や M&A、新規事業開発などの成長投資に充当していく考えだ。新工場は、病院リネンの洗濯工場を毛呂山町（埼玉県）に建設する計画で、介護用品レンタルのメンテナンスセンターも併設し、2023 年 4 月の稼働を目指している。5 年ほど前に土地は購入していたが、オリンピック需要で建設コストが高騰していたこともあり着工時期を遅らせた経緯がある。最新設備を導入することで、エネルギー効率や排水リサイクル率の向上を実現した環境に配慮した工場になるものと見られる。関東エリアの洗濯拠点であった横浜工場の機能の大部分を移管し、横浜工場は既存の「ネクサージ」の生産機能および物流拠点として活用していく予定だ。新工場の建設費用を除けば、年間設備投資額は 35 ～ 40 億円程度となり、従来のペースとほぼ変わらない水準となる。

配当方針については安定的かつ業績に応じた配当を継続していくことを基本方針としながら、還元の基準となる指標を従来の「総還元性向 20%」から「配当性向 25%」に変更している。2022 年 3 月期の配当予想を基準にすると、今後 4 年間で 60 億円程度が株主還元で充当されることになるが、株価の水準によっては自己株式の取得も適宜検討していく意向のようだ。

事業モデルそのものが SDGs の考え方に沿うもので、 事業成長に取り組むことが SDGs の貢献につながる

2. SDGs への取り組みについて

寝具のレンタルを祖業とする同社は、創業から現在まで、廃棄物の削減と循環型社会の実現に貢献するレンタルビジネスを事業の中心に据えている。このため、現在、展開している主力事業の多くが SDGs の考え方に沿うものとなっており、事業を拡大していくことが SDGs の貢献につながっているといえる。

特に、環境負荷の低減に寄与する取り組みについては、2025 年 3 月期に向けた定量目標を設定している。廃棄物の削減というテーマに関しては、使い捨てタイプの製品から同社のリユース品に切り替えることでの廃棄物削減効果を算出しており、2025 年 3 月期にはその効果量で 2021 年 3 月期比 23% 増を目指している。2021 年 3 月期の実績をもとにした同社の試算によれば、リースキンフランチャイズチェーン全体で提供しているレンタルモップは、使い捨てタイプのモップ約 6,900 万枚の廃棄物削減に貢献していることになる（リースキンの顧客が使い捨てタイプに切り替えた場合に想定されるモップの廃棄量）。同様に「ネクサージ」のガウンを利用することによる不織布の使い捨てガウンの廃棄物削減効果は約 100 万枚、介護用の電動ベッドをレンタルで利用することによる廃棄物削減効果は約 4 万台になると試算している。

また、CO₂ の排出量削減に関しては、洗濯工場におけるエネルギー効率の向上や自社グループ内に設置する太陽光発電を増やすことで貢献する。さらに、水資源の有効利用を目的に、洗濯工場における排水リサイクル率を 2021 年 3 月期の 10.2% から 2025 年 3 月期には 20% へ、さらに 2030 年には 40% まで引き上げていく目標を立てている。

中期経営計画

そのほか、健康寿命の延伸というテーマに対して、シルバー事業や調剤薬局事業を中心にサービスの拡大を図ることで貢献し、子育て支援の充実や女性管理職比率の向上などを中心にダイバーシティ経営の推進にも取り組んでいく方針を掲げている。

SDGs の取り組みと 2025 年 3 月期に向けた目標

	取り組み内容	定量目標
廃棄物削減	レンタル商品の拡販を通じて、廃棄物の削減につなげる	廃棄物削減効果 ^{※1} 7,500 トン (2020 年度比 +23.0%)
CO ₂ 排出削減	洗濯工場のエネルギー原単位改善による CO ₂ 排出量削減、太陽光発電によるクリーンエネルギーの創出	燃料原単位 ^{※2} 137.5 リットル/トン (2013 年度比 -12.1%) 太陽光発電量 ^{※3} 11,125 千 kWh (2020 年度比 +5.7%)
水資源の有効活用	洗濯工場において、洗濯排水のリサイクルにより水資源の消費量を削減	排水リサイクル率 ^{※4} 20% (2020 年度比 +9.8pt) →約 239 千トンの水消費量削減
健康寿命の延伸	介護用品のレンタルを通じて高齢者の自立を支援し、健康寿命の延伸につなげる 在宅患者や施設入居者に対する薬の提供や服薬指導、オンライン服薬指導等により、様々な状況に応じた医療の提供に努める	
ダイバーシティ経営の推進	子育て支援を中心に多様な働き方への対応を進めることで誰もが輝ける職場づくりに努める 管理職に占める女性の割合を高めていくことで、多様性を生かした組織づくりにつなげる 障がい者が働きやすい職場づくりと就業機会の確保	

※1 ディスポーザブルが主流となっている商品について、同社リユース商品の拡販により廃棄物の削減に貢献したと考えられる量を推計して算出

※2 洗濯物 1 トンを生産するのに必要な燃料 (ガス・重油等) の量を原油換算したもの

※3 工場等の屋根上発電設備及びグループ会社の発電所による発電量の合計

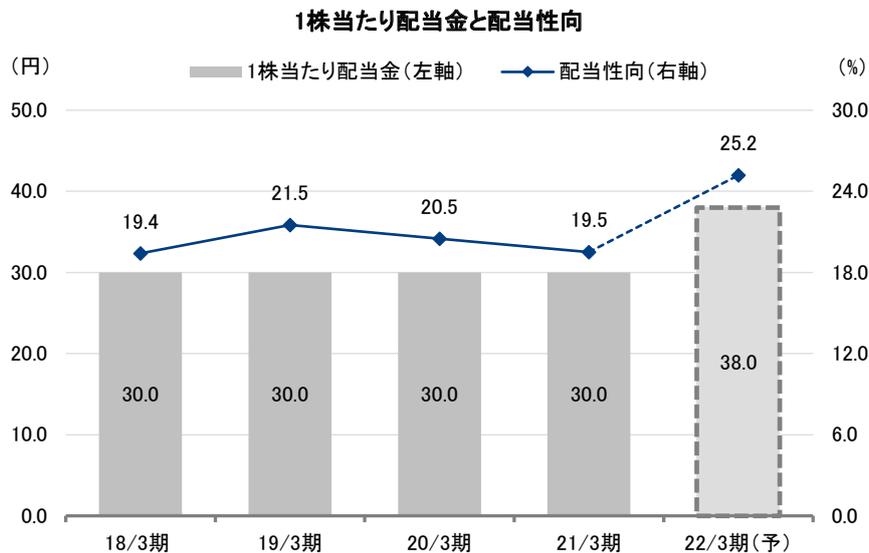
※4 排水リサイクル率 = 排水リサイクル量 ÷ 総排水量 × 100

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

株主還元策

配当性向 25% を目安に安定的かつ継続的な配当を実施

同社は株主還元方針として、2022 年 3 月期より基準とする指標を変更し、「配当性向 25%」を目安に安定的かつ業績に応じた配当を継続することを掲げている。この方針に沿って、2022 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期比 8.0 円増配の 38.0 円（配当性向 25.2%）と 4 期ぶりに増配となる予定だ。今後、利益成長により配当性向が 25% を下回る水準となれば増配が期待できることになる。また、株主還元の基準とする指標を従来の「総還元性向」から「配当性向」に変更しているが、自己株式の取得についても株価の水準によっては適宜検討していくこととしている。



注：18/3 期の配当金は 2018 年 1 月 1 日付の 1：2 の株式分割考慮後の数値で換算
 出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp