

個人投資家向けIR説明会

湘南投資勉強会主催

2023年3月24日

Recovery International株式会社

東証グロース:9214

- 企業情報
 - 経営陣プロフィール
 - 沿革
 - インベストメントハイライト
 - 会社概要
 - 企業理念
- 事業の内容
 - 訪問看護とは
 - 訪問看護の概要と注目される理由
 - 事業系統図
- 事業の特長・強み
 - 市場規模とポテンシャル
 - 競合他社 / 収益構造比較
 - 業界が抱える課題
 - 当社の特長・強み
 - 売上高 / 当期純利益の進捗と推移
 - 主要KPIの進捗と推移
 - 拠点数推移
- 2022年12月期 通期決算概要
- 2023年12月期 業績予想
- 成長戦略
 - 短期成長戦略
 - 中期成長戦略
 - 長期成長戦略
 - 将来の成長イメージ
 - 成長戦略Schedule
- リスク情報
 - 事業環境に係る主なリスクについて
- Appendix
 - SDGs
 - 本資料の取り扱いについて



大河原 峻 / 代表取締役社長

静岡県中部看護専門学校卒。看護師、防災士。AHA ACLSインストラクター資格。榛原総合病院手術室、豊見城中央病院ICU、横浜中央病院HCUなどで看護師として勤務。オーストラリアでの看護師研修、ボランティアを経験し2013年当社設立。



柴田 旬也 / 取締役経営管理部部長

学習院大学経済学部卒。有限責任 あずさ監査法人に入所後、法定監査、財務Due Diligence、IPO業務に従事。2016年9月に経営管理部部長として当社に参画し、2018年3月に取締役就任。公認会計士。



沼田 功 / 社外取締役

東京大学文学部卒。大和証券株式会社入社後、営業、人事、株式公開業務に従事。企業経営・株式市場・海外市場に関する豊富な経験と広い見識を有している。2015年6月に当社に社外取締役として参画。

年月	事項
2013年11月	訪問看護サービスの提供を主な事業の目的として、東京都新宿区にRecovery International 株式会社を設立(資本金1,000千円)
2014年1月	「訪問看護ステーション リカバリー」を東京都新宿区に開設し、保険適用の訪問看護サービスの提供を開始
2015年3月	沖縄県における拠点として子会社リカバリー沖縄株式会社を設立し、「訪問看護ステーション リカバリー 沖縄」を沖縄県那覇市に開設
2016年4月	「訪問看護ステーション リカバリー 兵庫」を兵庫県西宮市に開設
2016年9月	「訪問看護ステーション リカバリー 高知」を高知県南国市に開設
2017年2月	子会社であるリカバリー沖縄株式会社を吸収合併
2022年2月	東京証券取引所マザーズ市場(現グロース)に株式を上場



企業情報





もう一人のあたたかい家族

インベストメントハイライト

- ・ITを積極的に導入した訪問看護モデルを展開。
- ・サービスを提供するエリアを拡大し、不足する訪問看護を供給し、業界の発展に貢献することを目指す。



特長・強み

ITの活用による効率性の向上と収益力の強化



成長戦略 (中期)

継続的な新規の拠点展開と、当社のノウハウを活かしたコンサルティング事業及びフランチャイズ事業の展開



成長戦略 (長期)

継続的な新規の拠点展開と、利用者様への定期的な『訪問』を活かした新規事業開発

会社概要



会社名	Recovery International 株式会社
本社所在地	東京都新宿区西新宿 6-16-12
設立日	2013年11月1日
事業内容	訪問看護サービス事業
代表者	大河原 峻(看護師)
役員	取締役 柴田 旬也(公認会計士) 社外取締役 沼田 功 常勤監査役 伊藤 敬子(公認会計士) 社外監査役 宮崎 雅俊(公認会計士) 社外監査役 伊藤 広樹(弁護士)
従業員数	187名(2022年12月末現在のパート・アルバイトを除く人数)

もう一人のあたたかい家族

どんな時でも家族は常に傍らにいる
そんな家族のような存在になって歩いていく

在宅生活の安心を届ける

「24時間365日」対応できる体制となり、
誰が対応しても「安心」を伝えられる

地域社会へ貢献

画一的なサービスの提供をすることで在宅死、
健康寿命の延伸を図っていく





事業の内容



訪問看護とは

訪問看護: 病気や障がいを持った人が、**住み慣れた地域**でその人らしく療養生活を送れるように看護師等が医師の指示の元、生活の場へ訪問し支援するサービス

訪問看護対象者: 乳幼児からご高齢者まで病気や障害のある方で訪問看護が必要な方

保険適用サービス: 訪問看護は医療保険または介護保険が適用される保険サービス

【具体的な内容】

病状の観察: 病気や障がいの状態、バイタルチェックなど

在宅療養のお世話: 清拭・入浴・食事や排泄等の介助・指導

薬の相談・指導: 与薬・残薬管理など

医療処置: 点滴、カテーテル管理など

医療機器管理: 在宅酸素・人工呼吸器など

床ずれ予防・処置: 床ずれ防止の工夫や指導など

認知症・精神疾患のケア: 利用者様とご家族の相談・助言など

介護予防: 低栄養や運動機能低下を防ぐアドバイスなど

ご家族等への介護支援・相談: 病気や介護の相談・助言

リハビリ: 拘縮予防や機能改善、嚥下機能訓練など

ターミナルケア: がん末期や終末期の在宅支援

訪問看護が注目される理由

訪問看護の 重要性が 高まっている

93.1%

60歳以上の男女に、現在住んでいる地域に住み続ける予定があるかどうかを聞いたところ、93.1%の人が「ある」と答えた。

51%

60歳以上の人に万が一治る見込みがない病気になった場合、最期を迎えたい場所はどこか聞いたところ、51%の人が「自宅」と答えた。
なお、自宅死の割合は13.9%であり、国際的に見て日本は低い。
(オランダ:31%/フランス:24.2%)



出所:内閣府_令和元年高齢者白書_高齢期の生活に関する意識
厚生労働省_医療と介護の連携に関する意見交換_看取り

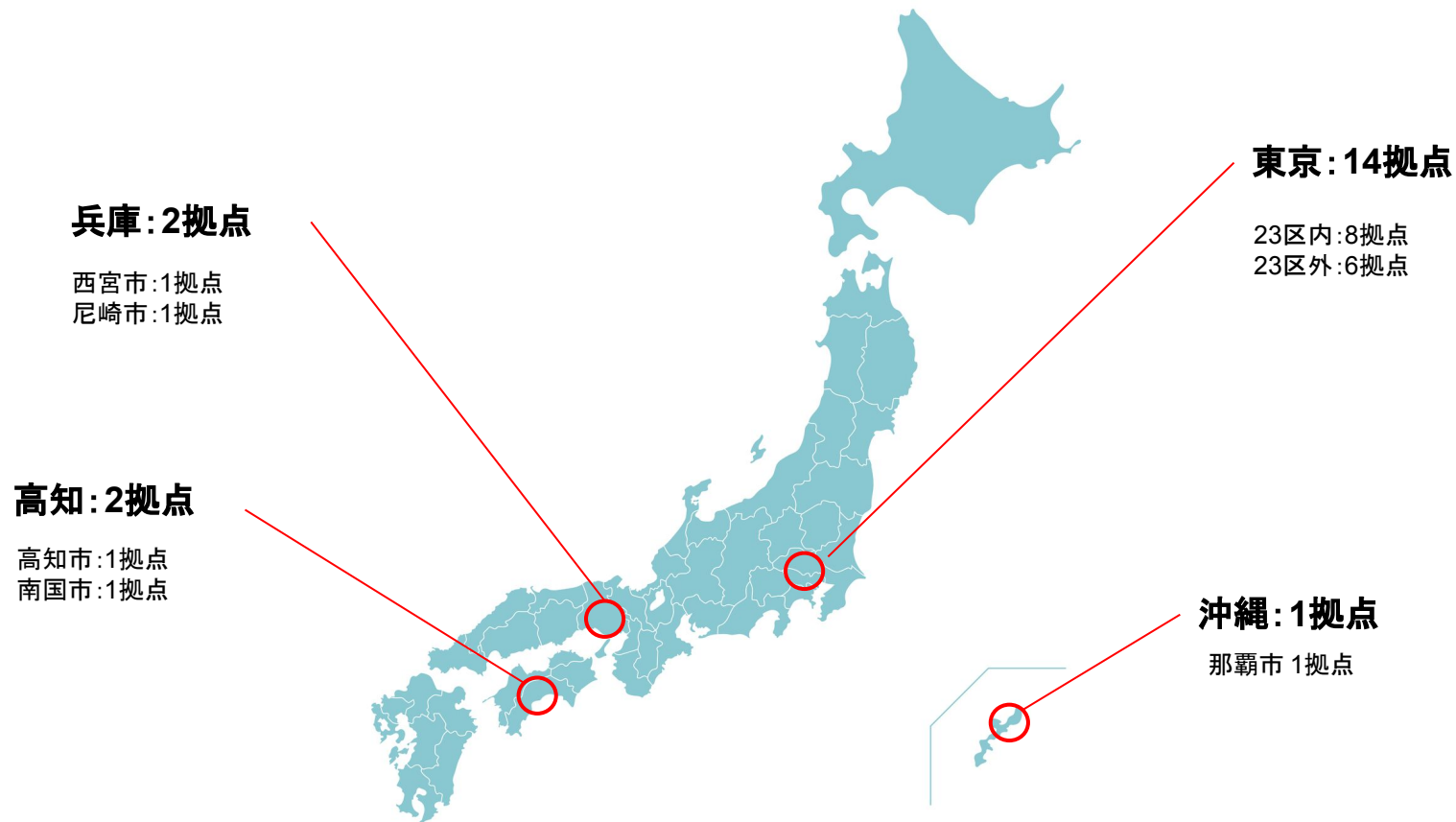
訪問看護サービス提供の流れ

医師からの「指示書」をもとに、訪問看護ステーションなどから訪問する。
指示書には利用者様の病名や薬の名称、投薬の頻度、治療方針などが記載されている。

医師からの「指示書」をもとに、看護師・理学療法士・作業療法士・言語聴覚士などが訪問し、療養上のお世話又は必要な診療の補助を行う。



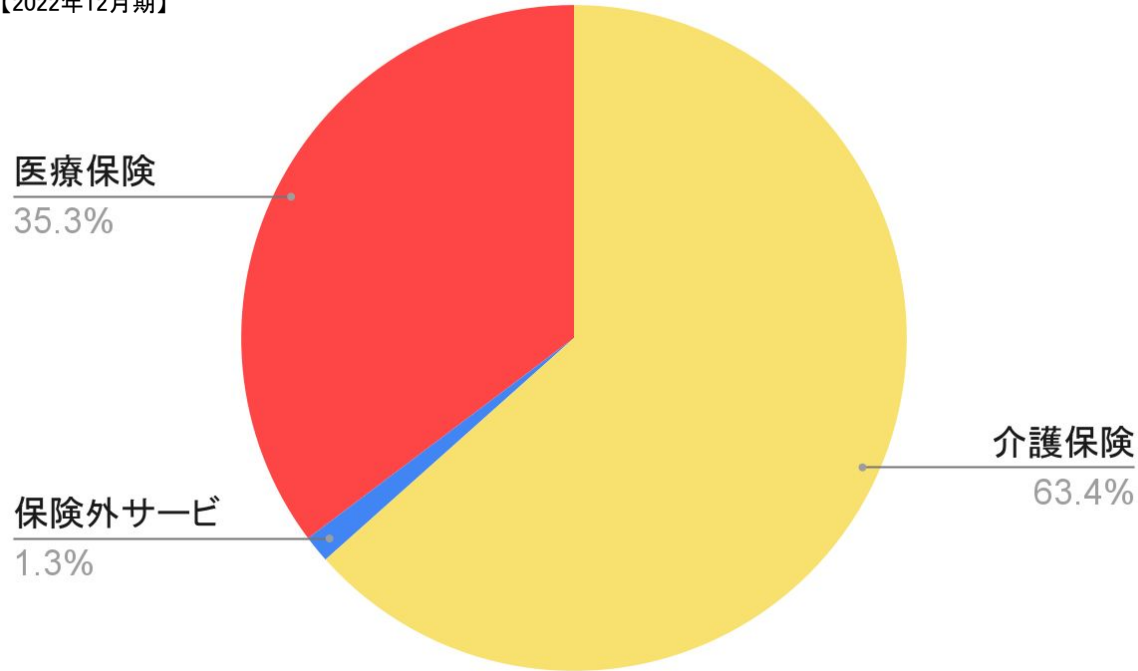
-  **介護保険**
 - ・ 40歳以上の方で介護認定があり、厚生労働大臣が定める疾病等でない場合に適用される
-  **医療保険**
 - ・ 上記の介護保険が適用される場合以外に適用される



サービス種別割合

介護保険、医療保険の当社におけるサービス種別の割合は下図の通り。

【2022年12月期】



【主な疾患】

【医療保険】

- ・末期がん
- ・筋萎縮性側索硬化症、
- ・パーキンソン病
(yahr分類Ⅲ以上)

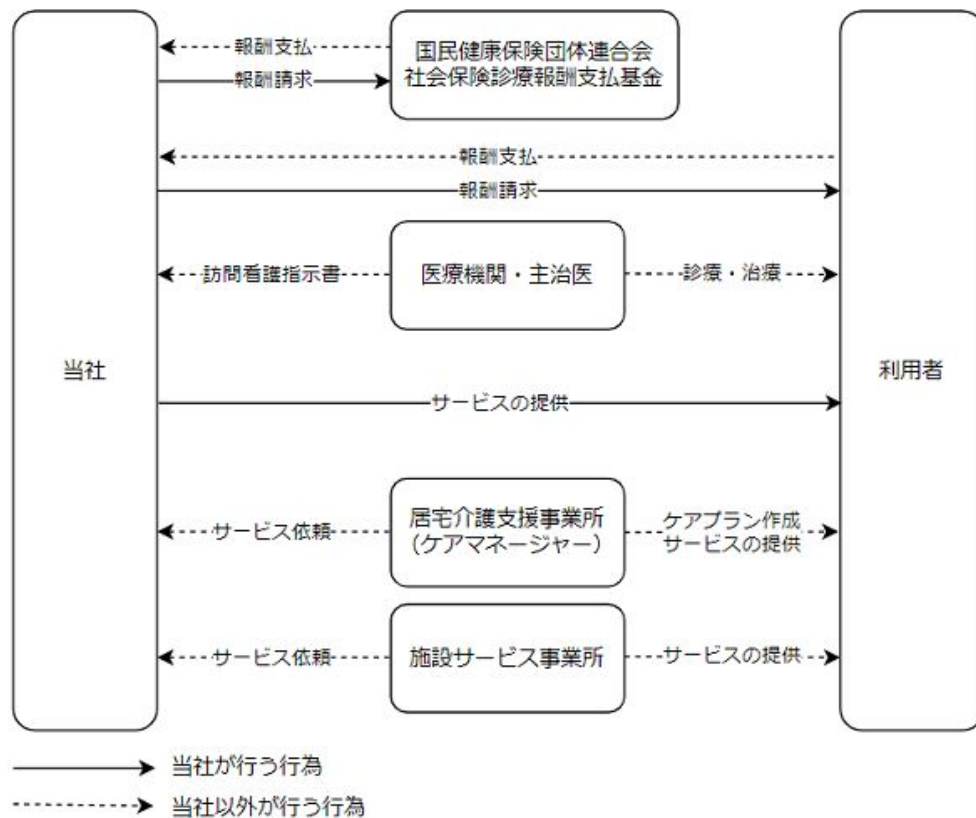
【介護保険(要介護)】

- ・がん
- ・脳血管障害
- ・肺炎

【介護保険(要支援)】

- ・糖尿病
- ・廃用症候群
- ・大腿骨頸部骨折後

事業系統図





事業の特長・強み



市場規模とポテンシャル

・75歳以上の後期高齢者が人口の2割に達すると予測される(※1)2040年に向けて市場は拡大すると予測される

・関連市場を含め **36.2兆円** 規模のポテンシャル

※1)内閣府:令和4年版高齢社会白書(全体版)
 ※2)厚生労働省:「2040年を見据えた社会保障の将来見通し(議論の素材)」在宅医療市場 28兆円、在宅介護市場8.2兆円の合計
 ※3)厚生労働省:「国民医療費」「介護サービス施設・事業所調査」の令和2年を基に集計

【2040年予測】

在宅医療市場
 在宅介護市場
36.2兆円(※2)

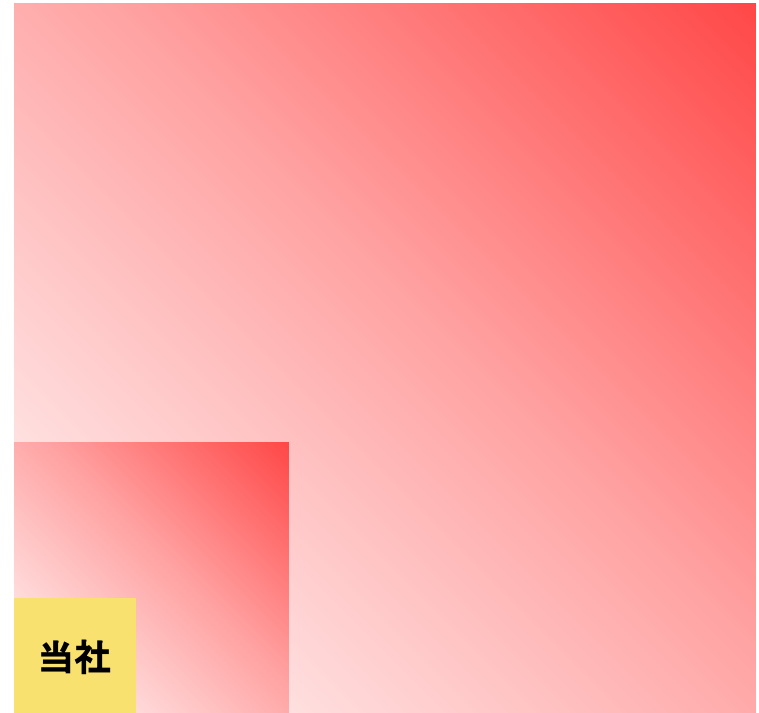
【2020年】

訪問看護市場
6,682億円(※3)

【第10期】

当社売上高 **13億円**

当社が属する市場の規模

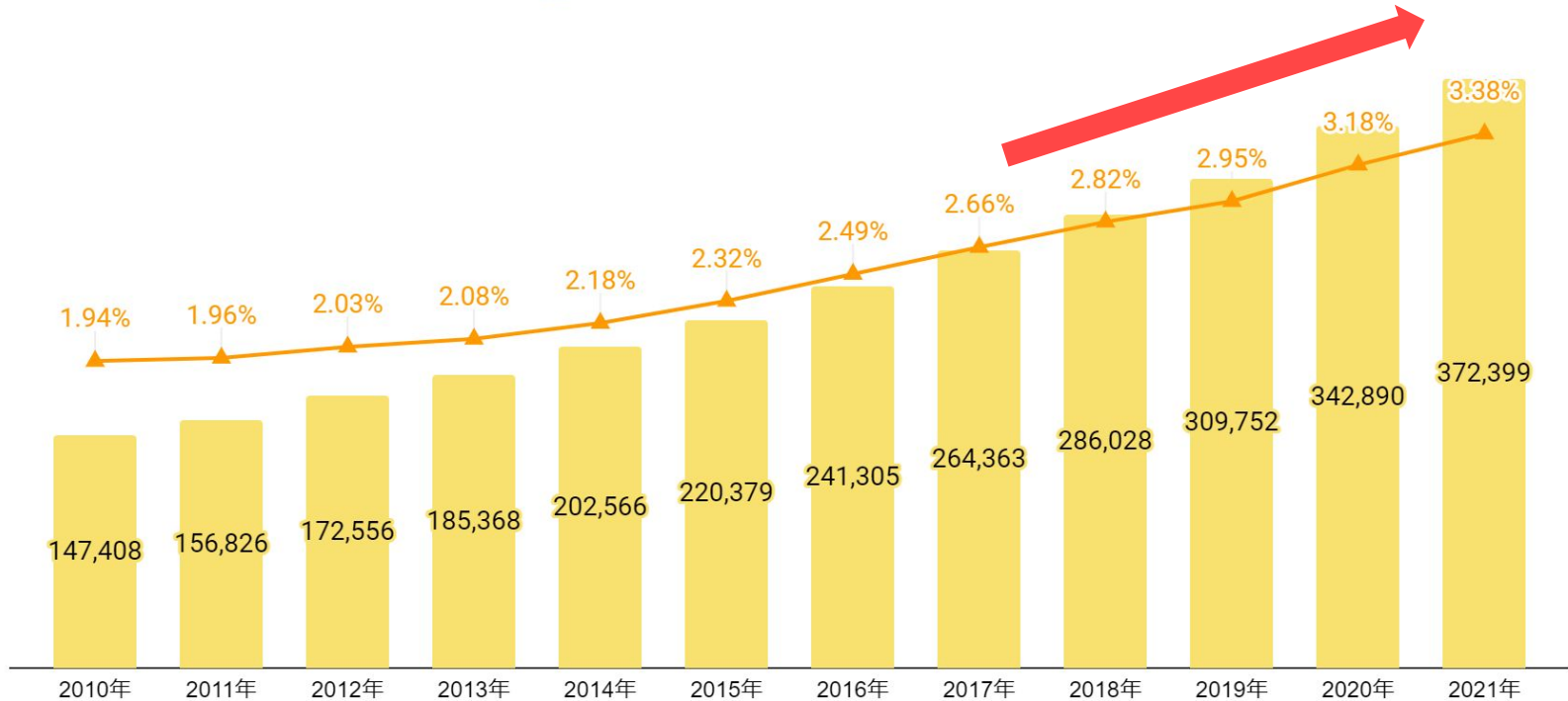


訪問看護業界の市場規模推移～介護保険～

訪問看護費の金額及び介護費全体に対する割合はいずれも上昇傾向で推移。

【単位：百万円】

■ 訪問看護費 ▲ 累計介護費に対する割合



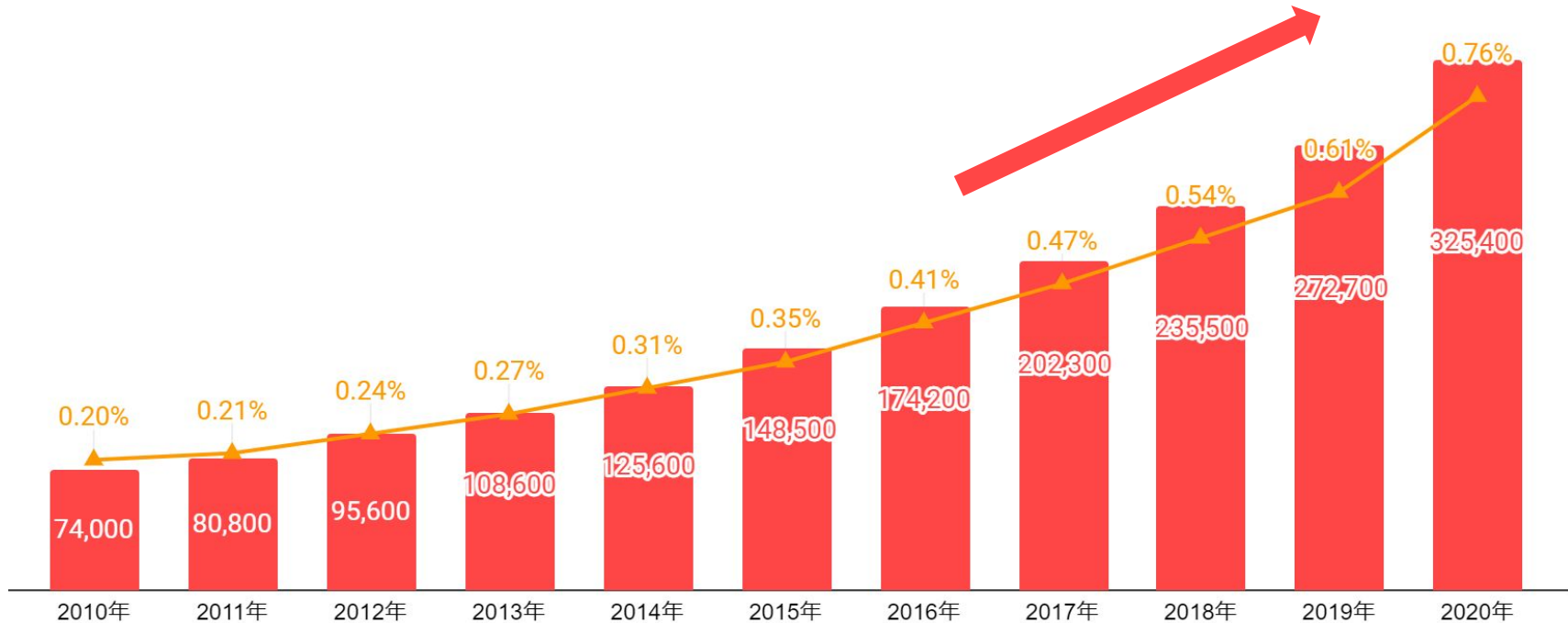
出所：厚生労働省「介護給付費等実態調査」(平成22年～令和3年)

訪問看護業界の市場規模推移～医療保険～

訪問看護療養費の金額及び国民医療費に対する割合はいずれも上昇傾向で推移。

【単位：百万円】

■ 訪問看護療養費 ▲ 国民医療費に対する割合



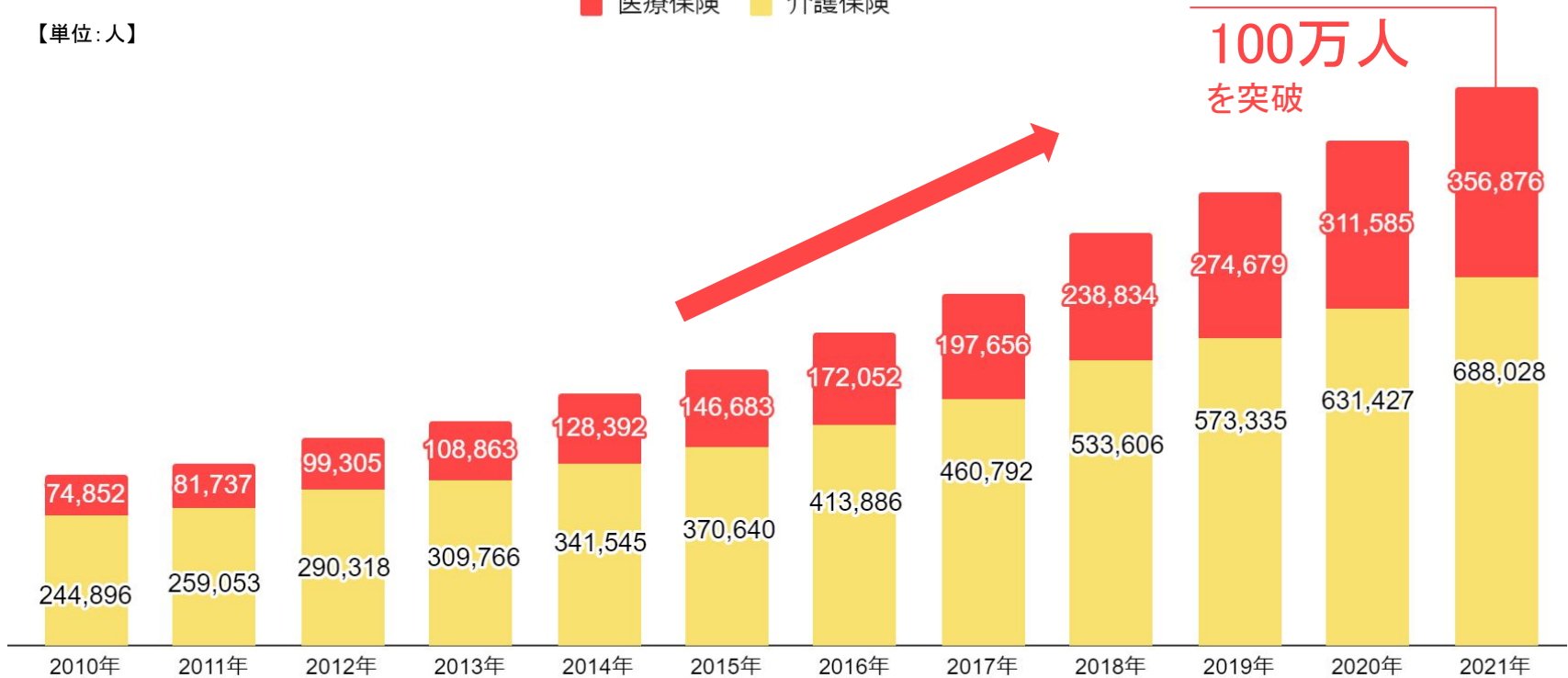
出所：厚生労働省「国民医療費」(平成 22 年～令和2年)

全国訪問看護利用者数

利用者数及び後期高齢者数に対する割合は、いずれも上昇傾向で推移。

【単位：人】

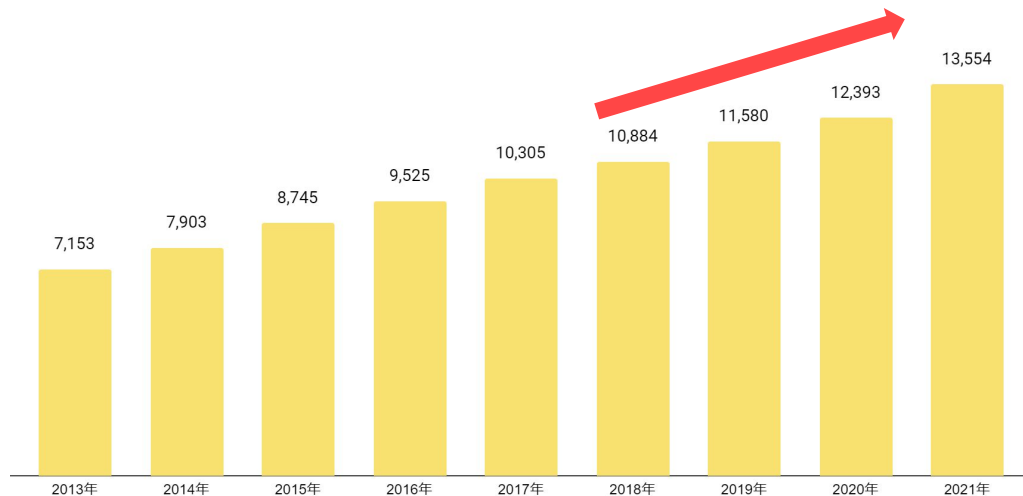
■ 医療保険 ■ 介護保険



出所：厚生労働省「介護サービス施設・事業所調査」(平成 22 年～令和 3 年の各年 9 月)

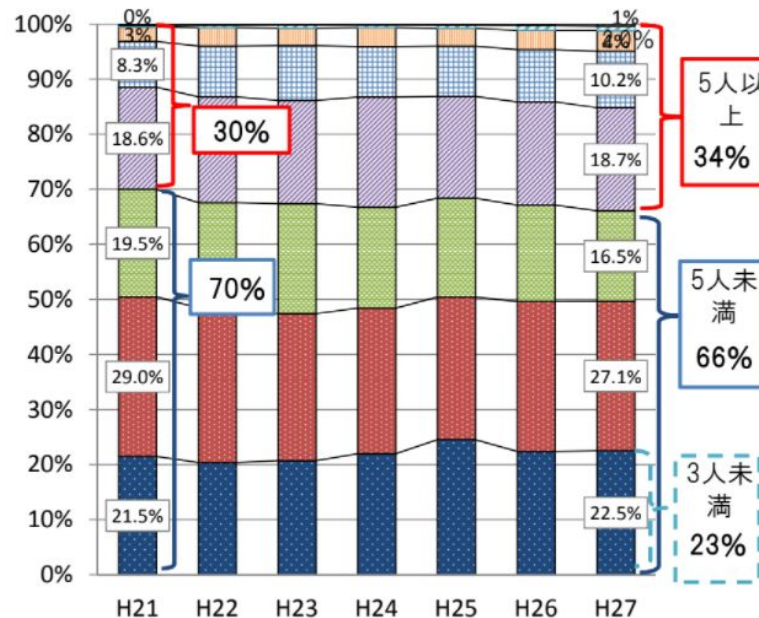
訪問看護業界の事業所数と規模別割合の推移

事業所数は上昇傾向で推移しているものの、
看護職員数(常勤換算)は5人未満の事業所が
約66%と小規模零細での運営が多い。



出所:厚生労働省「介護サービス施設・事業所調査」(平成 25年～令和3年の各年9月)

看護職員規模別の事業所割合の推移



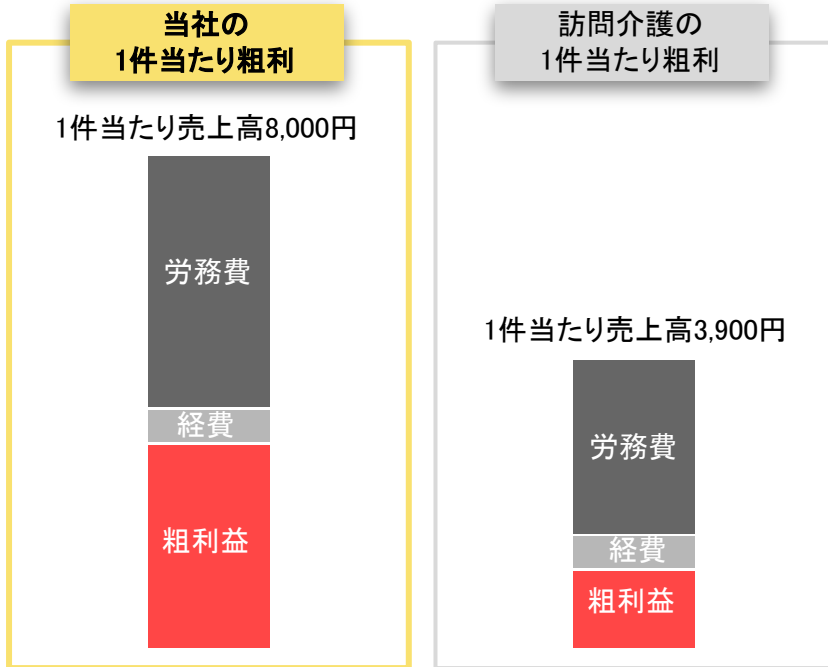
■ 2.5~3未満 ■ 3~4未満 ■ 4~5未満 ■ 5~7未満
■ 7~10未満 ■ 10~15未満 ■ 15~20未満 ■ 20人以上

※:厚生労働省「訪問看護(参考資料)」(平成29年7月5日)

訪問看護事業者と介護事業者の収益構造比較

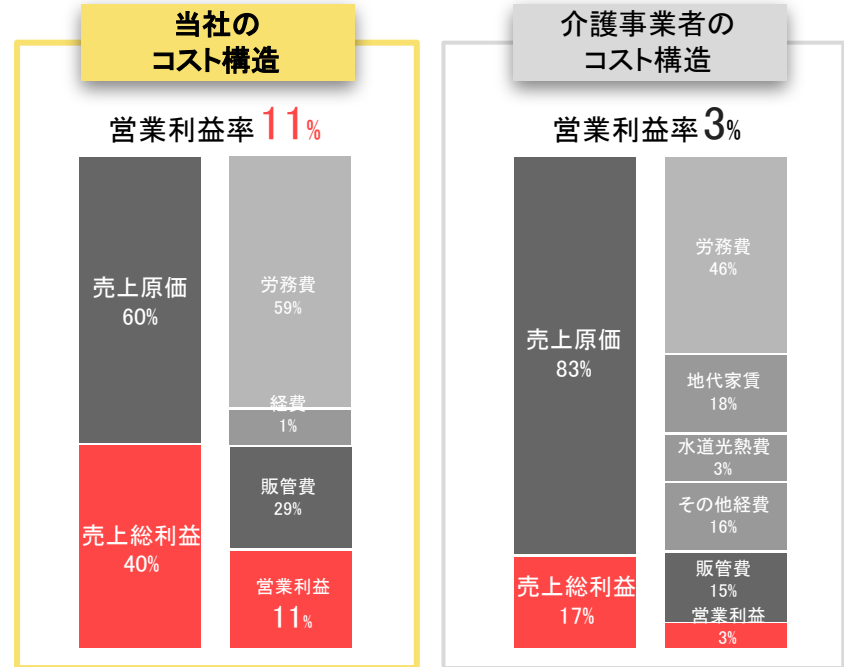
1件当たり粗利益の比較

訪問看護は訪問介護とは異なり、1件当たり粗利益が大きい。



介護事業者との収益構造比較

施設系介護事業者とも異なり、当社は売上原価に地代家賃や水道光熱費はないため、業界最高水準の売上総利益率40%。



利用者数

①

訪問看護サービスの
認知度が低い

効率性

②

紙文化中心の
非効率経営

リソース

③

訪問看護人材の
不足

- ①訪問看護サービス事業に特化した上場企業が無い。また、厚生労働省「参考資料(訪問看護)」によると、1事業所あたり看護職員は4.8人であり小規模零細である。当該要因により、新規利用者依頼元となるケアマネージャーからの認知度が低い。
- ②医療業界は紙文化が浸透しており、訪問看護業界においても病院で経験を積んだ医療職者が運営しているケースが多く、同様の運営をしているところが多い。また、許認可の手続きは紙面で行う必要がある。
- ③厚生労働省「介護サービス施設・事業所調査の概況」によると、訪問看護師の数は2020年10月時点で約8万人であり、日本看護協会「訪問看護アクションプラン2025」による在宅死の割合をオランダやフランスなどの水準に引き上げる場合に必要な人数である15万人から大きく不足している。

当社の特長・強み

利用者獲得力

看護師等(※)の
地域連携活動による
利用者獲得

営業専門部署や担当を置かずとも
看護師等と地域連携機関との
リレーションを活かして利用者様を
獲得
(詳細はP.27を参照)

効率性強化

IT化推進による
新たな
訪問看護モデル

IT化により以下を実現
・効率性を重視した訪問エリアの設定
・本社一括管理による拠点事務オペ
レーションコストの抑制
(詳細はP.28 - 29を参照)

人材開発力

未経験者を
積極採用し
早期育成

訪問看護未経験者でも3ヶ月で訪問で
できるようになる早期教育プログラム
(詳細はP.30を参照)

(※)看護師等とは、看護師、准看護師、理学療法士、作業療法士、言語聴覚士を指す。

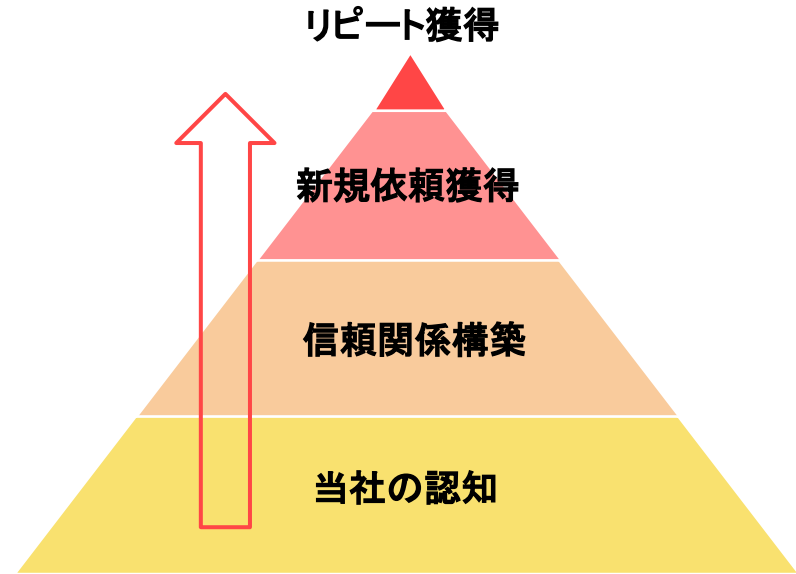
地域連携活動による利用者獲得

【地域連携活動】

訪問看護サービスに従事している看護師等が自らの専門性を活かして地域連携機関(※)とコミュニケーションをとることで、当社の認知度向上と信頼関係構築を図り、新規利用者様を獲得している。

また、新規利用者様への訪問が始まって以降も利用者様の状態報告等を通じて継続的に連携することでリピート獲得へ繋げている。

そのため、当社では新規の利用者様獲得のために営業部署の設置や専任の営業担当の配置は行っていない。

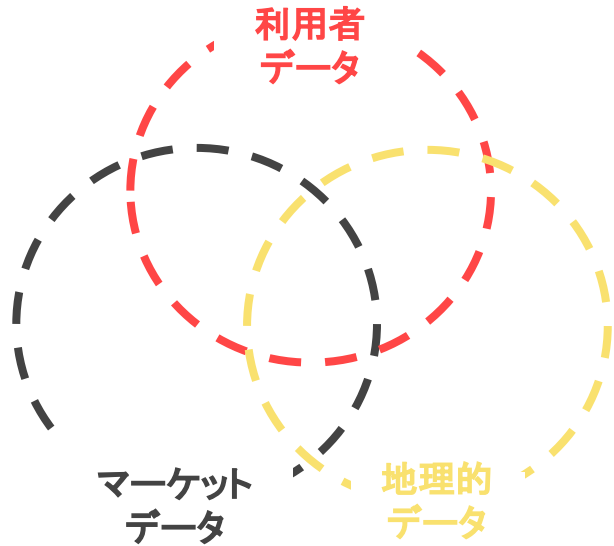


【(※) 地域連携機関】

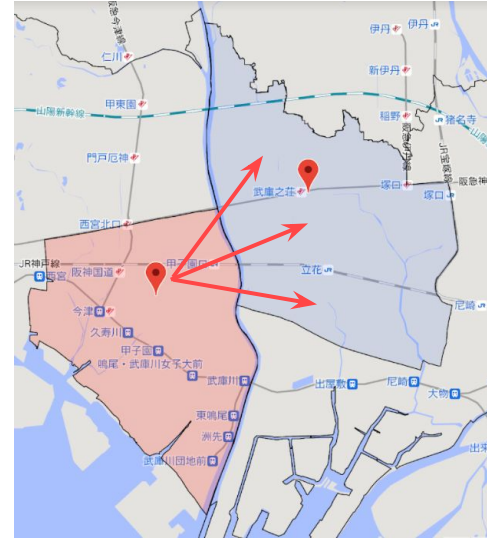
主に居宅支援事業所のケアマネージャーと医療機関の医師、看護師並びに相談員

効率性を重視した訪問エリアの設定

1人1日6件～7件回れるよう、移動時間が長くない訪問エリアを設定。



2022年新規開設した新エリア尼崎

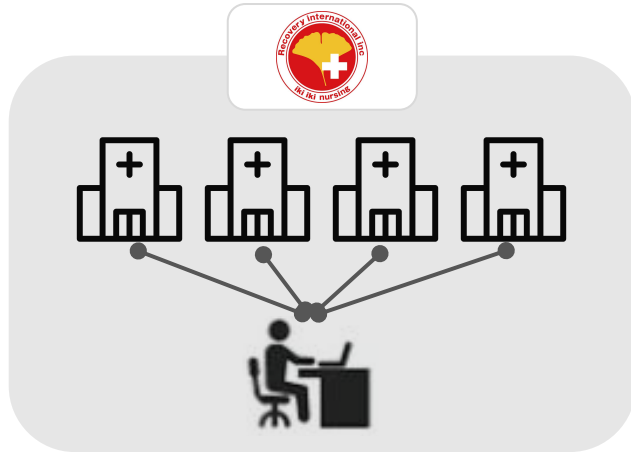


上図は2022年2月に新規開設した出店した西宮・尼崎エリア(兵庫県西宮市・尼崎市)の訪問エリアを図示したものの。

従来の左の訪問エリア(赤色)に加えて、右のエリア(青色)が新たな訪問エリアとなる。

IT化推進による事務作業の効率化

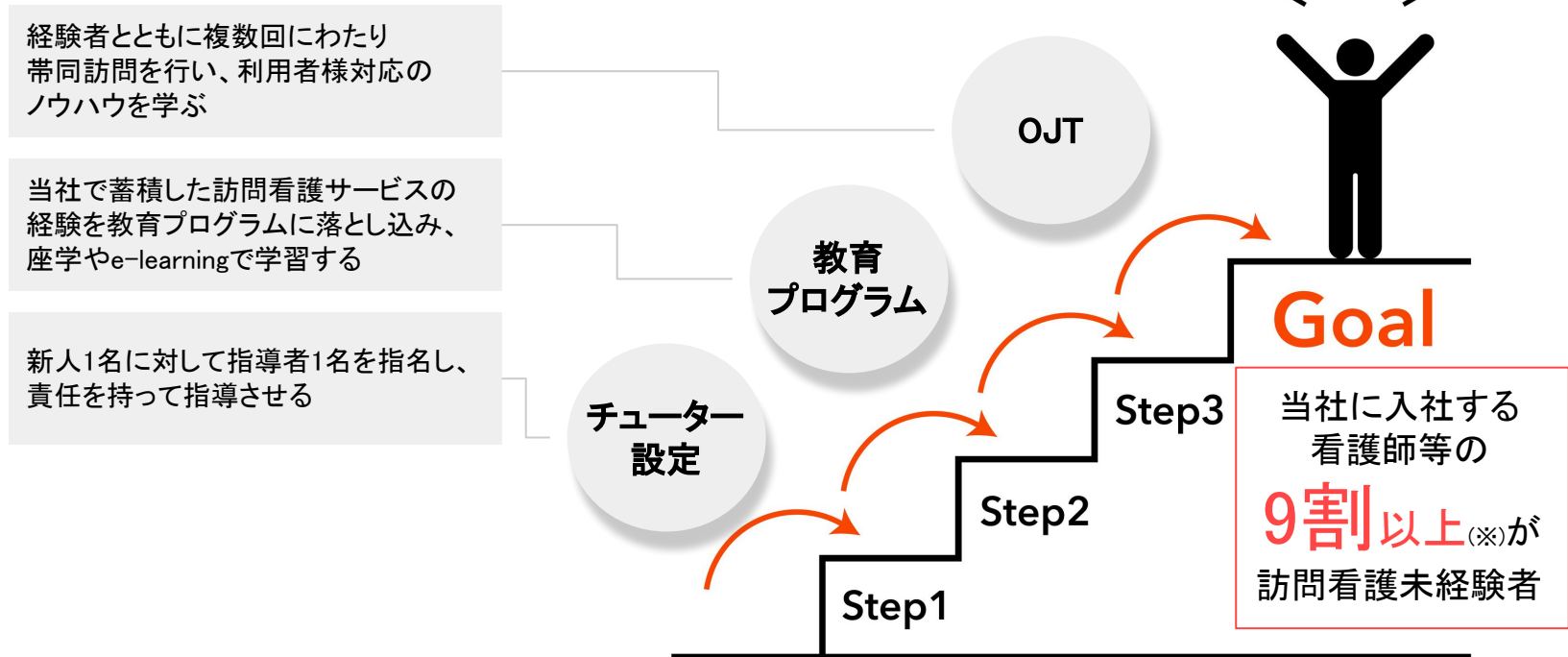
一般的には1つの拠点に1名の事務を配置してオペレーションを行うところ、
当社はIT化を推進しクラウド上で情報管理を行うことで1拠点で複数拠点のオペレーションを行う仕組みを構築している。



全拠点の保険請求業務や電話対応等について(一部外注)、
本社一括管理を行うことでオペレーションコストを抑制している。

未経験者採用と早期育成教育プログラム

訪問看護未経験者を3ヶ月で1人で訪問できるレベルまで引き上げる教育プログラムを整備。



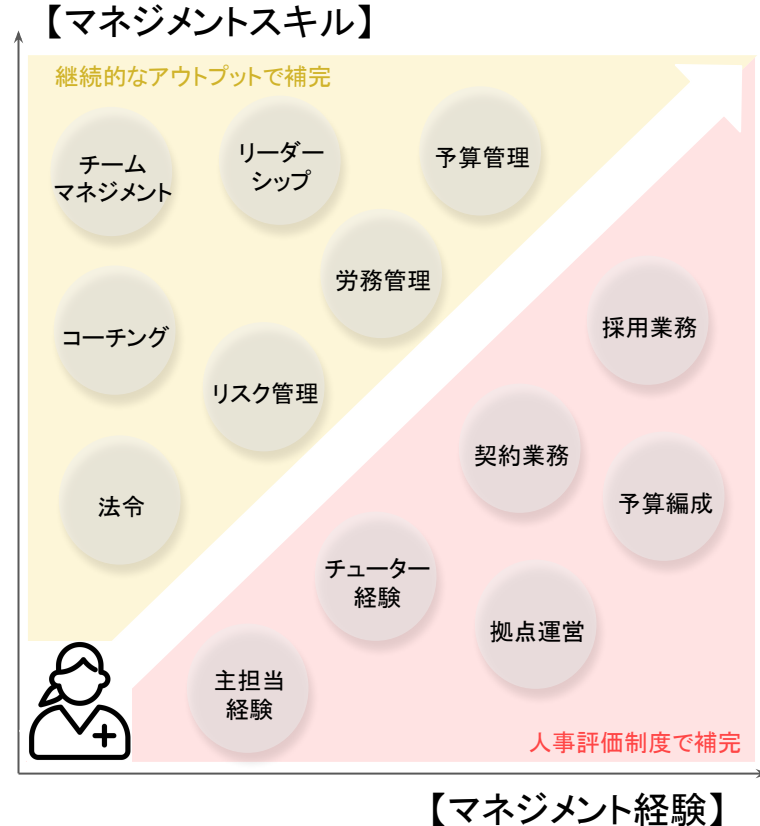
(※)2022年12月期の新規採用者に占める割合

マネージャー育成プログラム

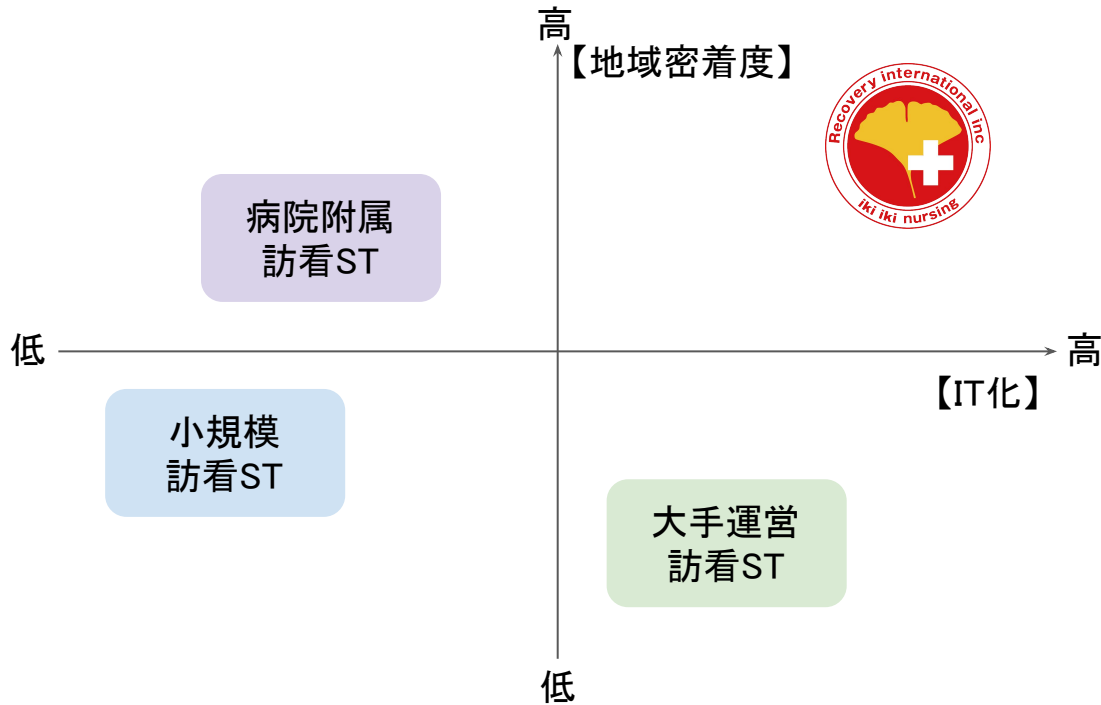
マネージャーとして必要なスキルと実務経験をバランスよく育成していく。

プログラム概要

- 年間30時間のリーダー研修
 - マネージャーに必要なスキルを網羅的に学習
 - 週次MTG内で継続的なアウトプット
- 実務に組み込まれた経験促進
 - 入社1年目からマネジメント経験が始まる(チューター経験、ルート作成等)
 - 人事評価制度が後押し



特長・強み～ポジショニング～



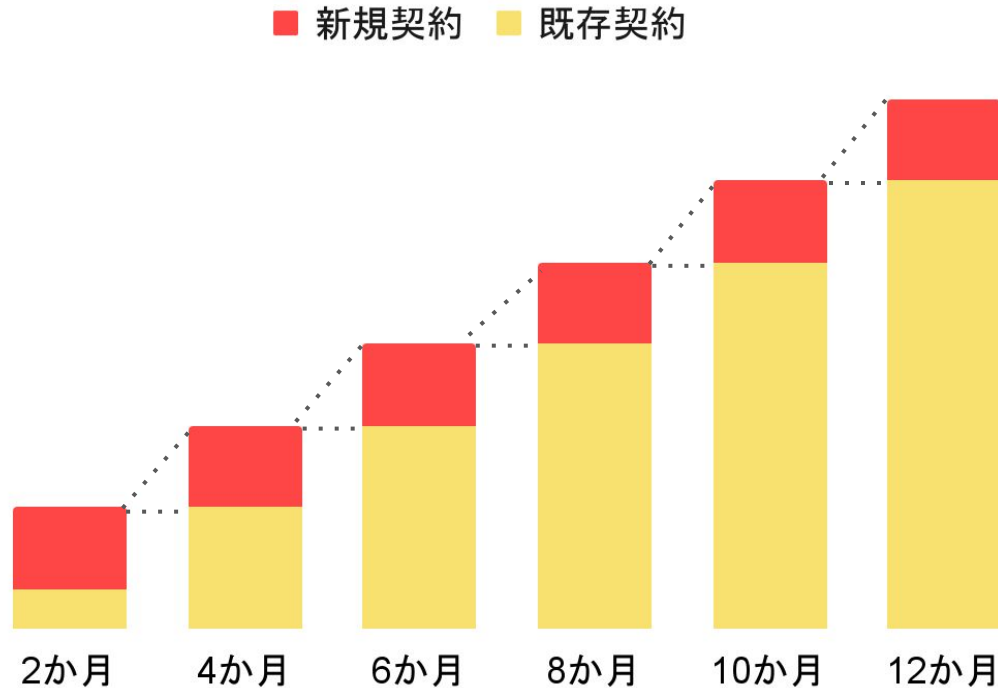
※訪問看護ST: 訪問看護ステーションの略
※ポジショニングは当社の独自調査によるものです


当社の強み

- 専門職1人1人が地域と密着
- IT化による訪問看護モデル
 - 収益性の高い商圈定義
 - オペレーションの効率化
- 人材の充足
 - 未経験者の積極採用
 - 未経験者早期育成プログラム
 - マネジャー育成プログラム


延べ訪問件数が積み上がるモデル

1利用者あたり平均 サービス継続期間は **500日** 前後と長く、新規利用者獲得によって延べ訪問件数が積みあがるモデルである。





2022年12月期 通期 決算概要



決算概況

- ❑ 売上高: 1,385百万円(前年同期比 **+23.4%**)
- ❑ 営業利益: 154百万円(前年同期比 **+6.2%**)
- ❑ 当期純利益: 108百万円(前年同期比 **+7.4%**)
- ❑ 前期に引き続き増収増益

事業概況

- ❑ 新規4拠点の開設
- ❑ 看護師等の採用・育成により、売上高は過去最高を更新
- ❑ 出店初期費用、採用費用は増加したが、営業利益は引き続き増加
- ❑ 上場関連費用を計上したが、当期純利益は前年同期比で増加

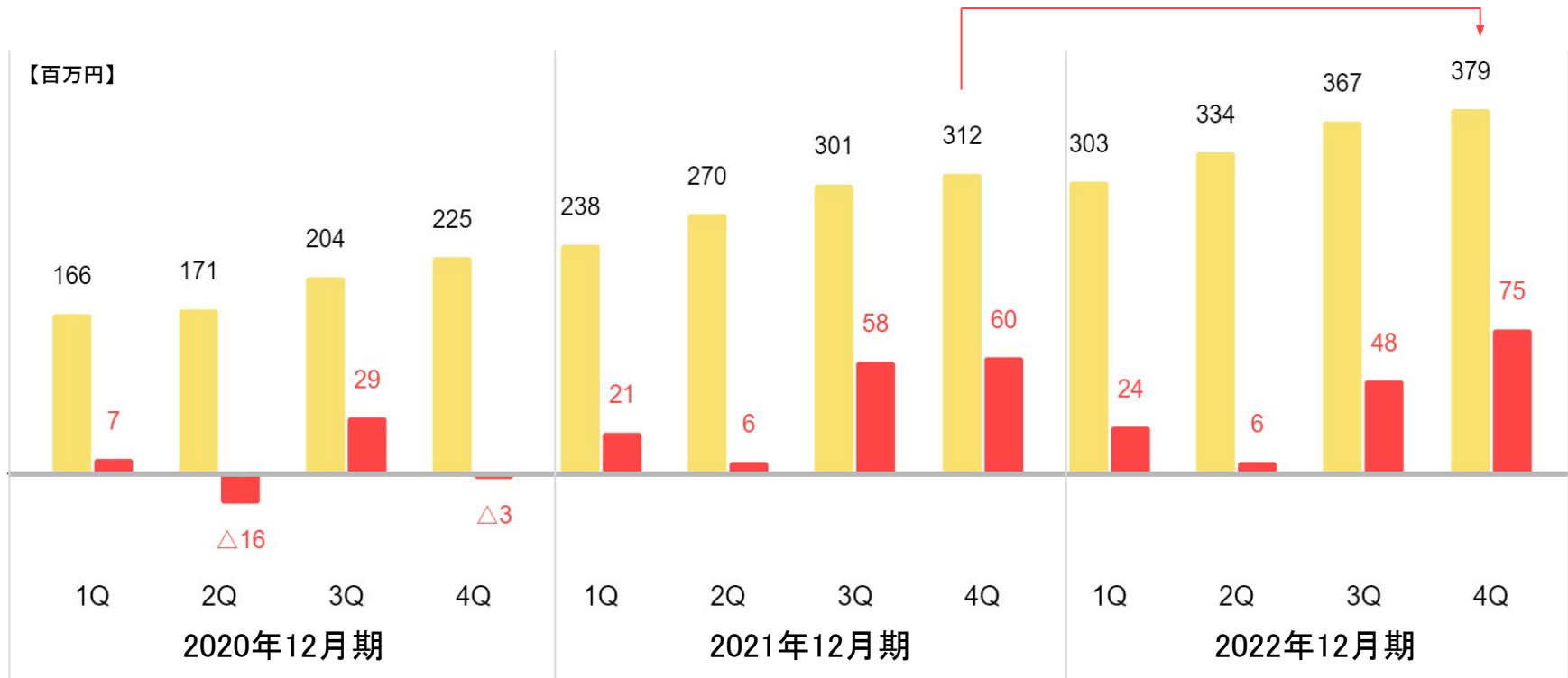
損益計算書

- 売上高: 既存拠点、新規拠点ともに当社の強みを活かした事業展開により前年同期比 **+23.4%**
- 営業利益: 2022年12月期の拠点開設関連費用及び全拠点のIT機器・訪問車両等の入れ替え、
外形標準課税適用による事業税の計上により営業利益率は前年同期比 **△1.8pp**

(単位: 百万円)	2021年12月期	2022年12月期	前年比較増減率 (%)
売上高	1,122	1,385	+23.4%
売上総利益	456	546	+19.9%
営業利益	145	154	+6.2%
営業利益率	13.0%	11.2%	△1.8pp
経常利益	148	149	+0.0%
純利益	100	108	+7.4%

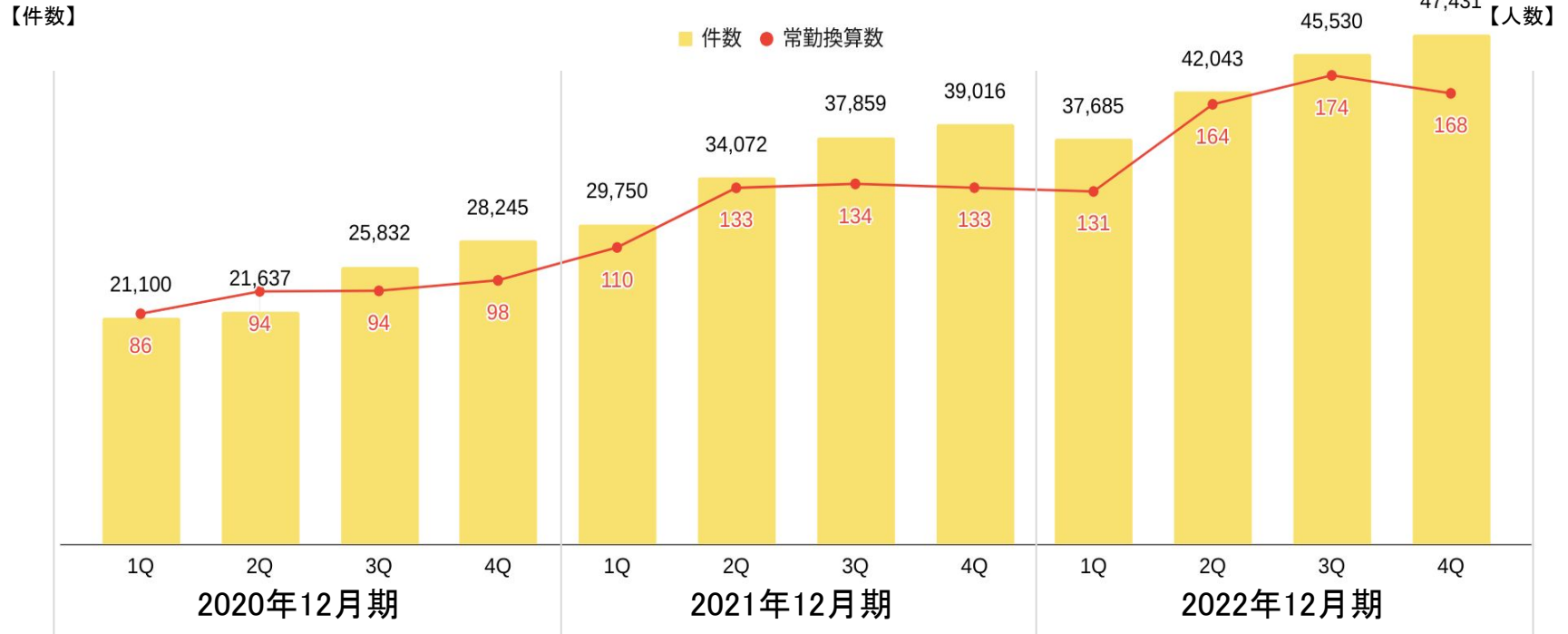
四半期単位の売上高・営業利益の推移

- 例年通り売上高・営業利益ともに下期偏重で推移
- 2022年12月期は上場コストを吸収しつつ増益を確保



訪問看護人員数および延べ訪問件数推移

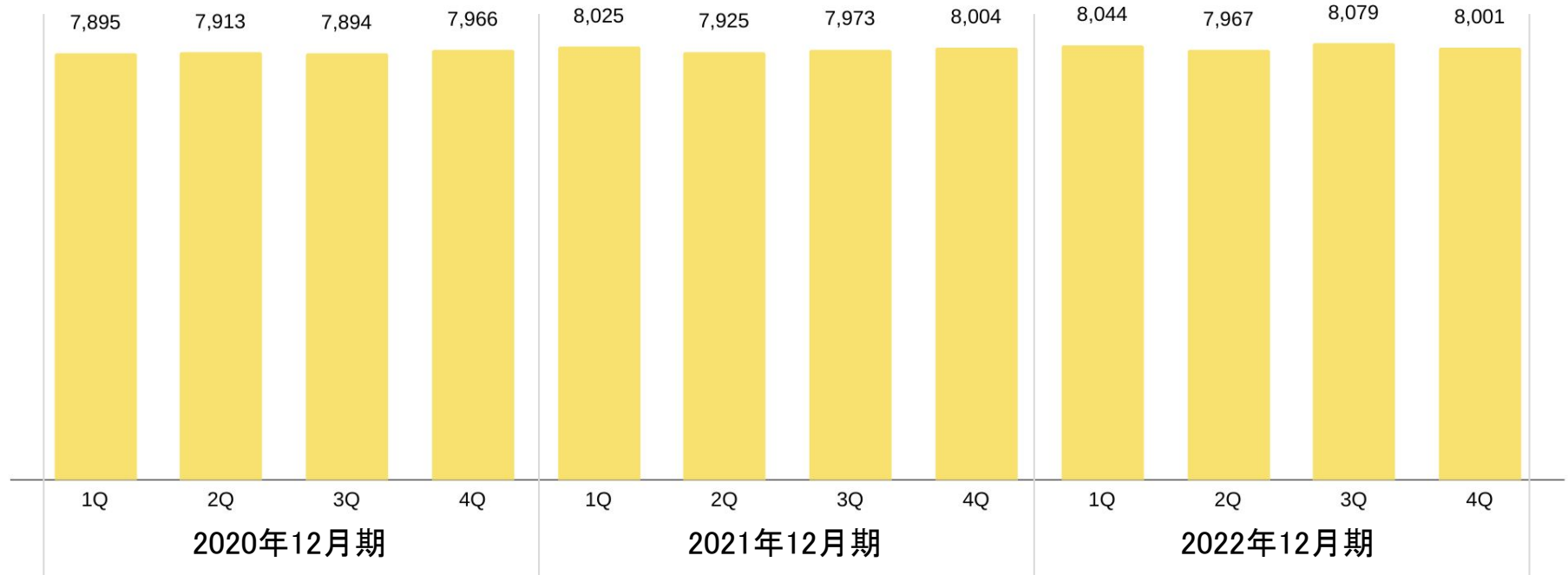
- 延べ訪問件数は順調に右肩上がりで推移
- 訪問看護人員数(常勤換算)は例年4月入社が多く、特に第2四半期に増加する傾向



訪問1件当たり単価推移

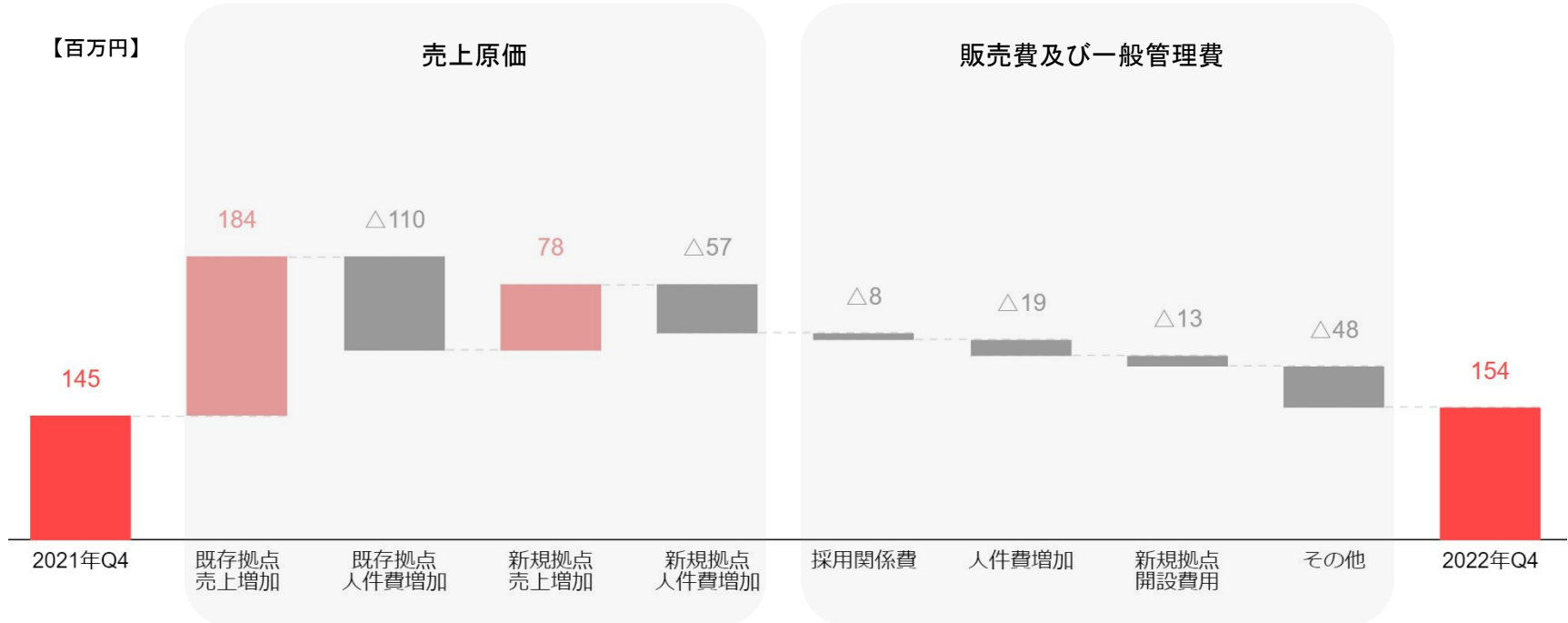
- 法改正の影響は軽微であり、訪問1件当たりの単価は通期を通して横ばいで推移

【円】



営業利益増減要因(前年同期比)

- ❑ 既存拠点は売上総利益率40%と高い利益率を確保
- ❑ 拠点運営強化のためのIT機器類の導入・入替、人員増加に伴う車両・電動自転車の購入・メンテナンスによる販売費及び一般管理費(その他)の増加
- ❑ 外形標準課税適用による事業税増加などにより販売費及び一般管理費(その他)が増加



貸借対照表

- IPOにより、流動資産及び純資産が大きく増加
- 黒字経営で継続的に成長し、自己資本比率は69.5%まで上昇

(単位:百万円)	2021年12月末	2022年12月末	前年比増減額
流動資産	450	756	+305
固定資産	24	27	+3
資産合計	474	784	+309
流動負債	182	199	+17
固定負債	61	39	△22
負債合計	244	239	△5
純資産合計	229	544	+315
負債・純資産合計	474	784	+309



2023年12月期 業績予想



決算概況

- ❑ 売上高: 1,728百万円(当期比 **+24.8%**)
- ❑ 営業利益: 176百万円(当期比 **+14.1%**)
- ❑ 当期純利益: 124百万円(当期比 **+15.3%**)
- ❑ 前期に引き続き増収増益

事業概況

- ❑ 新規 **7** 拠点の開設
- ❑ 新規拠点の一部はドミナントではなく、立ち上げの難しい飛び地での出店にチャレンジ(持続的な成長性を維持するため)
- ❑ 過去最高の看護師等の採用・育成数を計画

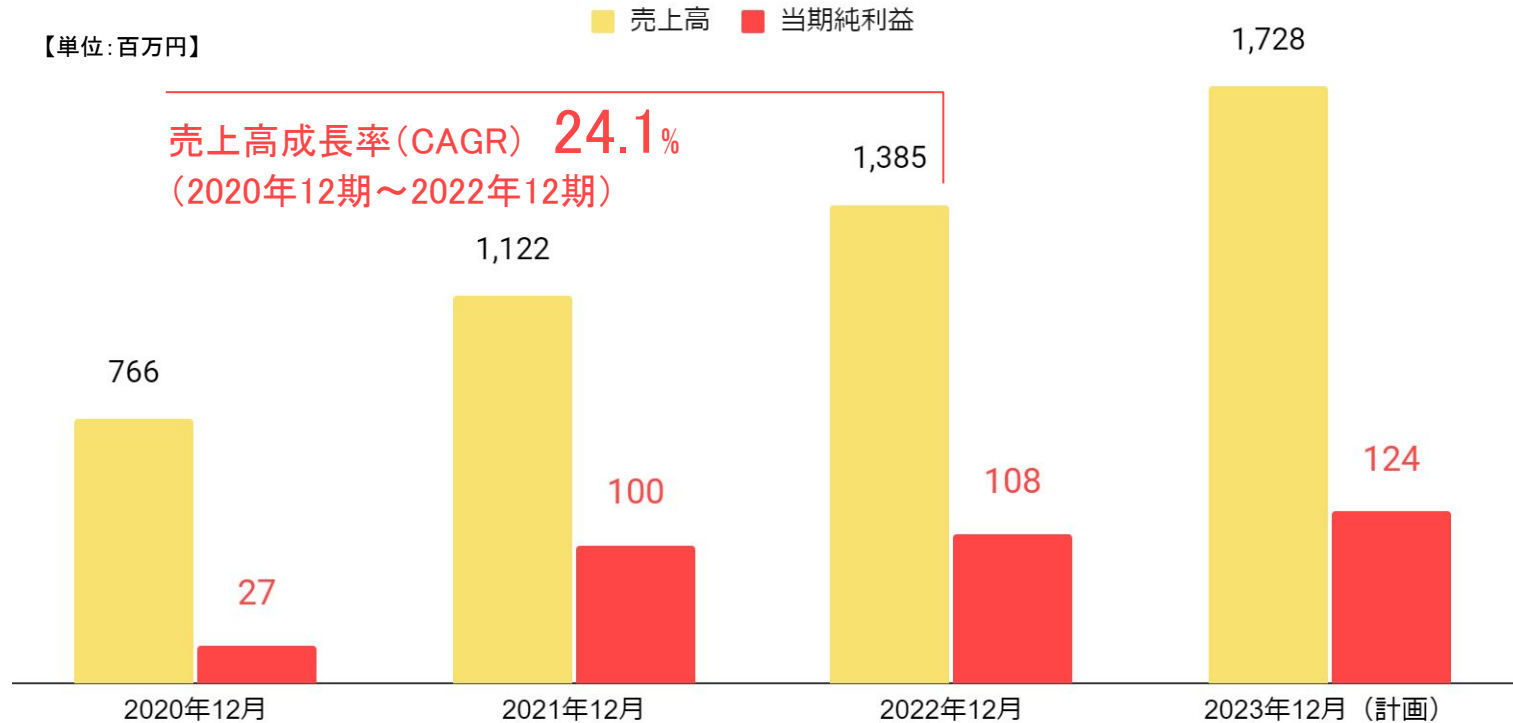
2023年12月期 業績予想

- ❑ 売上高、営業利益いずれも過去最高を更新と予想
- ❑ 売上高: 既存拠点、新規拠点ともに当社の強みを活かした事業展開により当期比 **+24.8%**
- ❑ 営業利益: 飛び地へ出店、バックオフィス体制強化のための投資により当期比 **+14.1%**

(単位: 百万円)	2022年12月期	2023年12月期	増減率 (%)
訪問件数	17万件	21万件	+24.4%
売上高	1,385	1,728	+24.8%
営業利益	154	176	+14.1%
経常利益	149	179	+20.8%
純利益	108	124	+15.3%

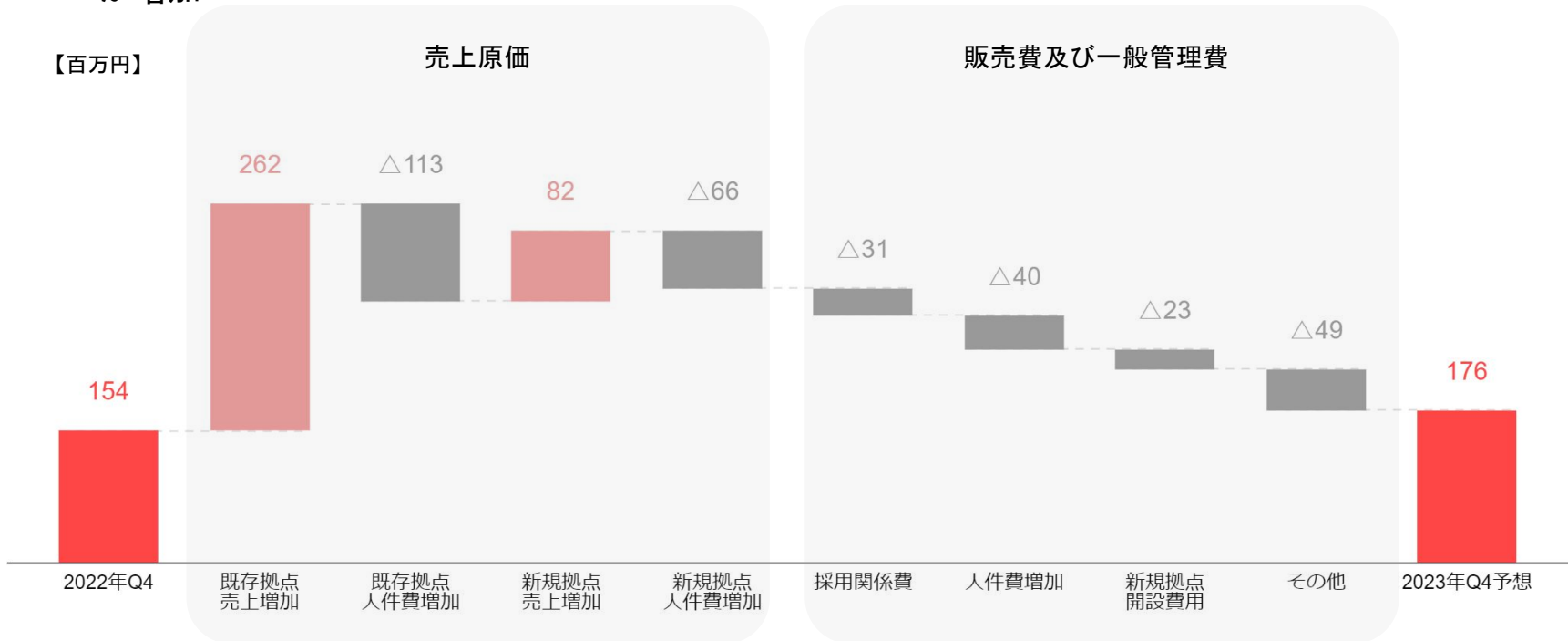
売上高 / 当期純利益推移

- ・売上高は順調に拡大を継続。
- ・税引後利益は安定した成長を継続。



営業利益予想の増減要因(当期実績 vs 業績予想)

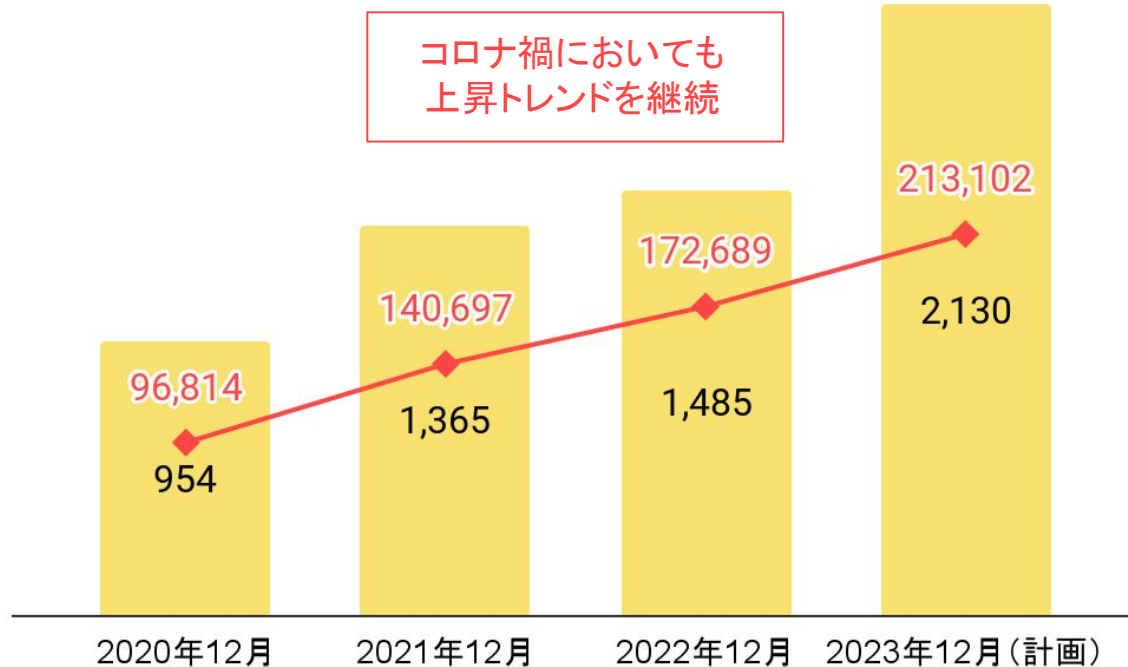
- ❑ 既存拠点の売上総利益率は40%以上と高い利益率を確保
- ❑ 人員増加に伴う訪問備品購入や経年劣化に伴う入れ替えによる、その他コストの増加
- ❑ 売上高が非課税売上であるため、販売費および一般管理費増加に伴い、その他コストとして租税公課が増加



新規利用者獲得数・延べ訪問件数推移

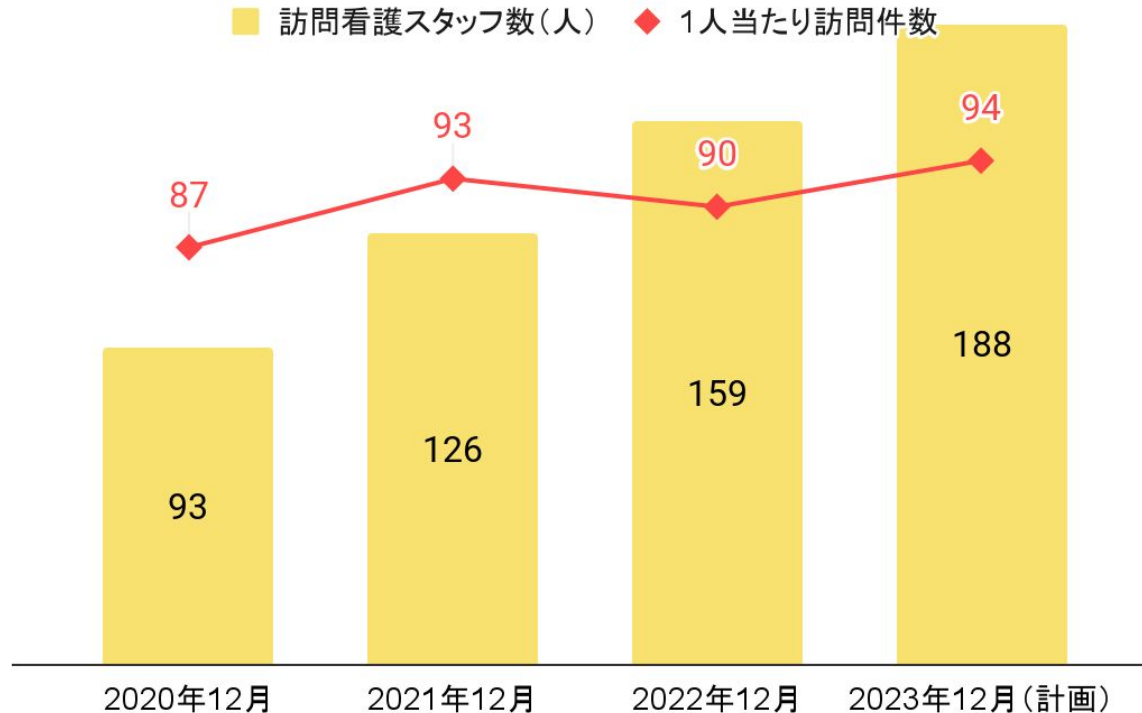
コロナ禍においても療養生活を送るうえで訪問看護は必要なサービスであり、堅調に推移。

■ 新規利用者獲得数(人) ◆ 延べ訪問件数



訪問看護スタッフ数と1人当たり訪問件数

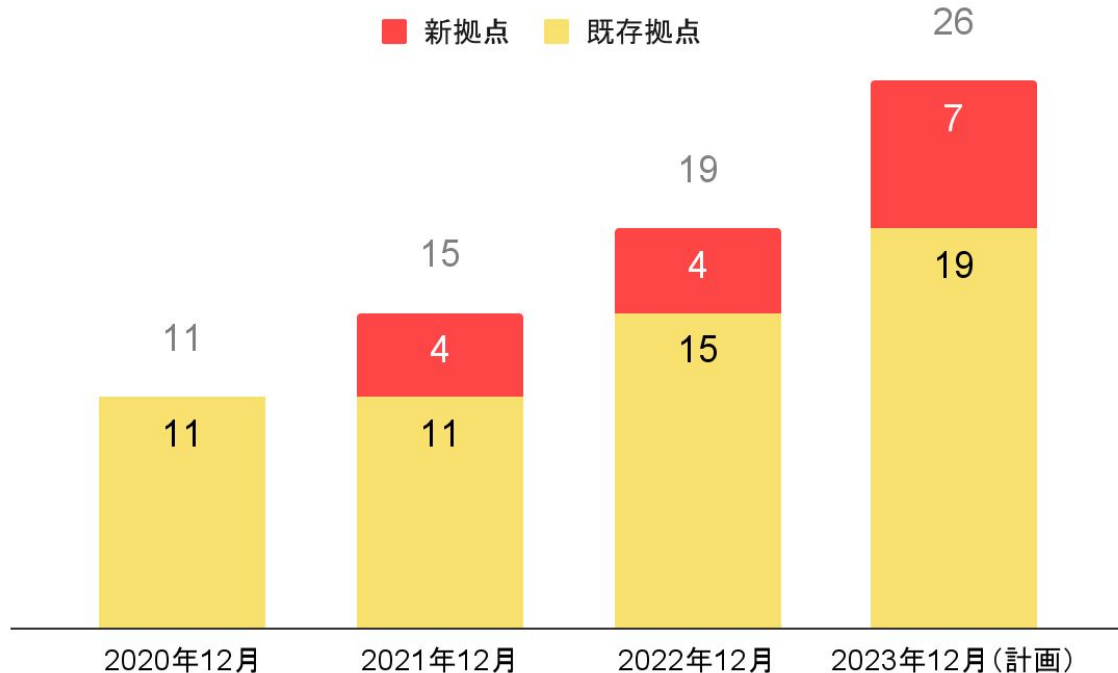
スタッフ数が増加する中でも1人当たり月間訪問件数は高止まりをキープ。



※訪問看護スタッフ数、1人当たり訪問件数ともに1月～12月の平均

拠点数推移

- ・新規拠点開設の加速化。2021年12月期以降、年間 **4拠点~7拠点** の出店を継続。
- ・2022年12月期は計画通り出店。
- ・2023年12月期についても当初の計画通り出店予定。





成長戦略





計画通り新規拠点開設を行い、成長戦略に大きな変更はない。

【当社の強み】

- ・利用者獲得力
- ・効率性強化
- ・人材開発力

【現状の事業展開】

- ・首都圏と地方都市で合計19拠点
- ・保険適用の訪問看護サービスを提供

【短期成長戦略】

- ・新規拠点展開
 - ・首都圏中心のドミナント戦略中心
 - ・年間4～7拠点の新規拠点開設
- ・既存拠点
 - ・スタッフ数及び利用者数増加による成長

【中期成長戦略】

- ・東京近郊へ新規拠点展開
- ・コンサルティング事業の展開
- ・フランチャイズ事業の展開

【長期成長戦略】

- ・全国へ新規拠点展開
- ・定期的な『訪問』を活かした新サービスの検討

【当社のアプローチするマーケット】
(2040年予測)

【関連市場】
在宅医療・介護市場

36.2兆円

【顕在市場】
訪問看護市場

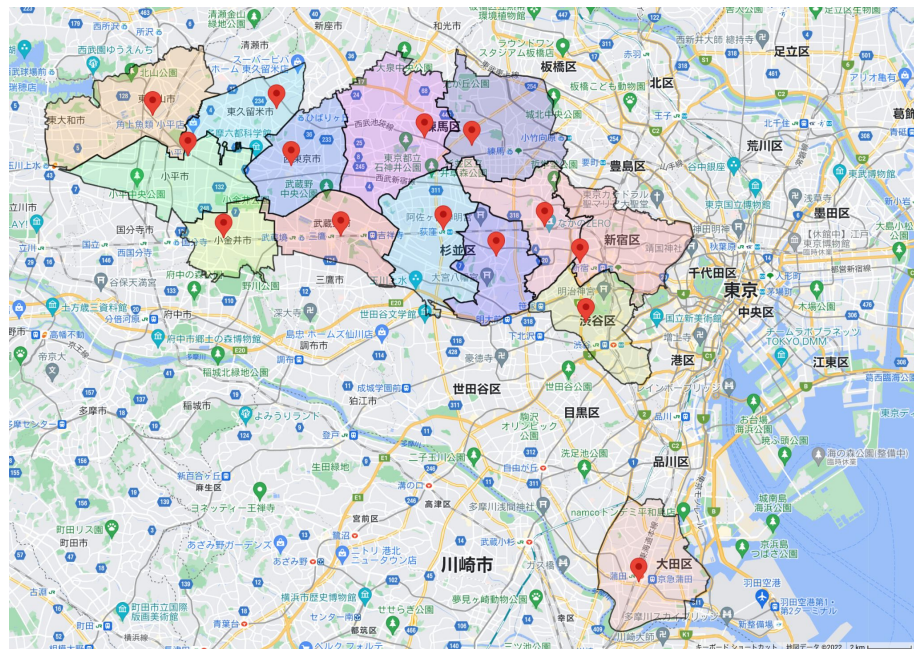
6,682億円

短期成長戦略

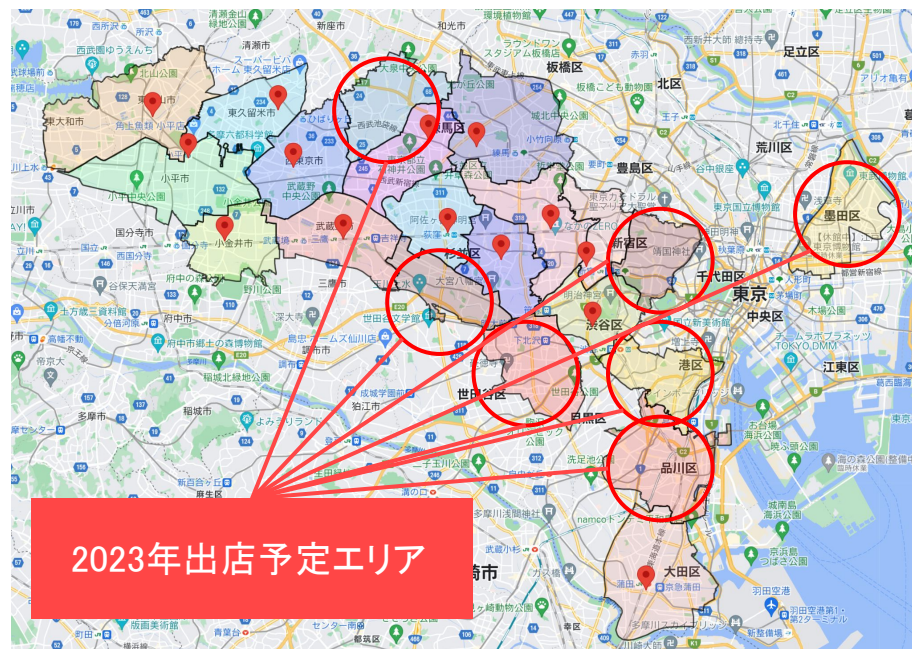


- ・2022年12月期は当初掲げた成長戦略に沿って新規拠点開設を実施。
- ・拠点間の相互フォローによる効率性向上のため、同一沿線上でドミナント展開を中心に事業エリアを拡大。

2022年12月期全体像

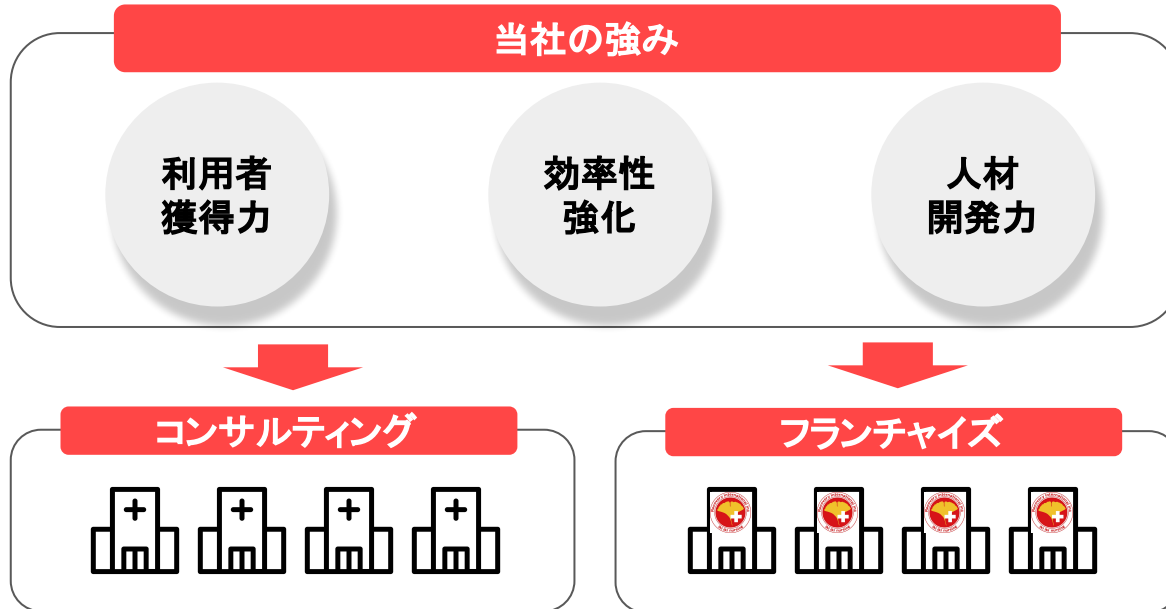


2023年12月期全体像



中期成長戦略

- ①東京近郊への新規拠点展開(年間7拠点～10拠点)
- ②当社の強みを活かしたコンサルティング事業、フランチャイズ事業の展開を検討し、2022年12月期は複数のコンサルティングを開始



【主な想定】

【対象】

- ・コンサルティング
⇒小規模訪問看護ステーション
運営事業者等
- ・フランチャイズ
⇒新規訪問看護ステーション
開設検討先

【コンサルティング概要】

- ・適切なレセプト管理
- ・マネジメント層育成
- ・新規利用者獲得支援

【フランチャイズ概要】

- ・当社の訪問看護モデル提供

長期成長戦略

- ①全国へ新規拠点展開(年間7拠点～10拠点)
- ②全国へのフランチャイズ展開
- ③訪問看護サービス事業のみならず、利用者様の自宅へ定期的な訪問をするというタッチポイントを活かした新規事業創出を検討

【長期】

①直営新規拠点展開



訪問看護
サービス事業

②コンサルティング
フランチャイズ

③新規事業創出

訪問に親和性の高い
新サービス・商材の
アップセル/クロスセル
を検討

※長期成長戦略に前回開示内容からの変更はありません。

新規事業の検討

アップセル: 保険外の訪問看護サービスの提供等、利用者様のニーズに合わせた付加価値の高いサービス

クロスセル: 訪問看護サービスに加えて高齢者ニーズに適した関連サービスの提供

【アップセル】

訪問看護サービスの認知度向上に伴い、以下のような付加価値の高いサービスの提供を検討。

- ・保険外の訪問看護サービス
- ・保険外のリハビリサービス
- ・高齢者住宅施設への紹介
- ・独居の見守りサービス

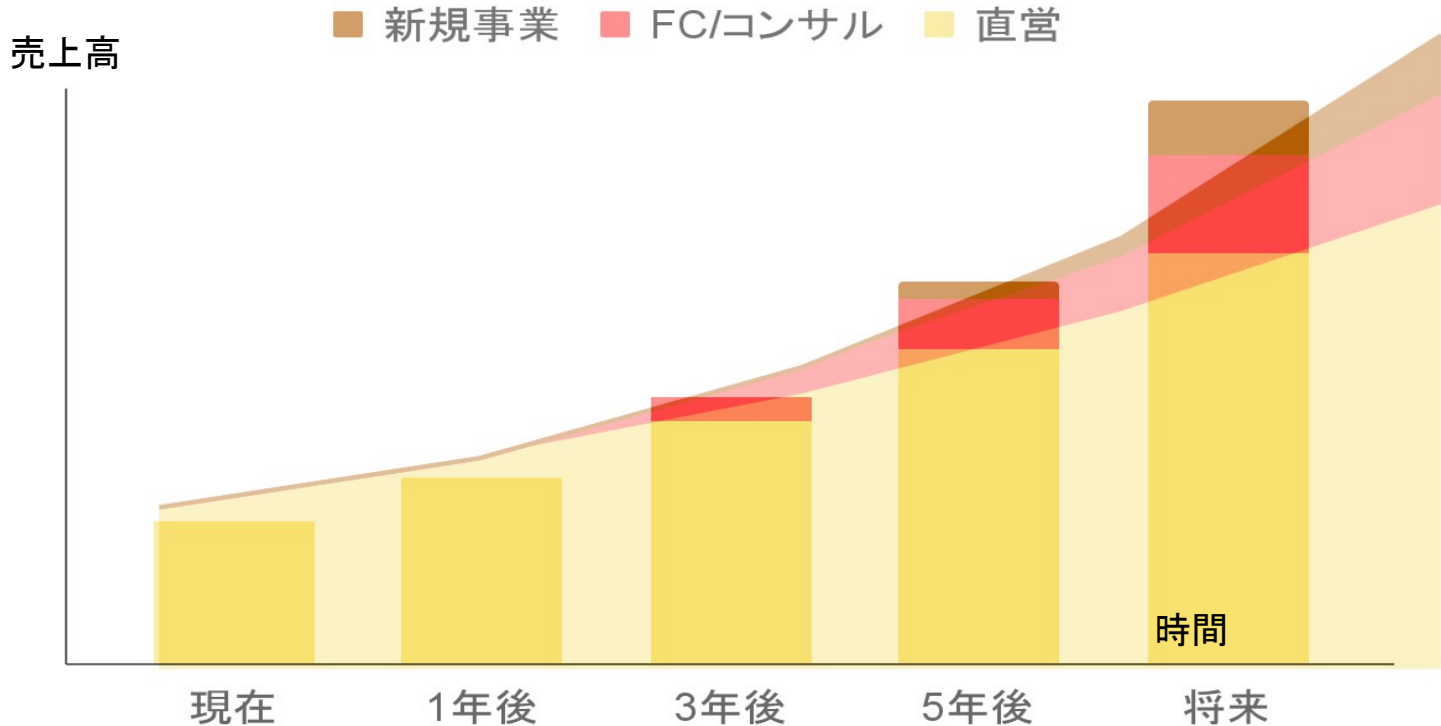
【クロスセル】

以下のようなサービスについて自社での取り組み又は代理・仲介による提供を検討。

- ・保険商品の販売
- ・自宅にある物品(骨董品等)の買取サービス
- ・宅配食事サービス
- ・相続相談

将来の成長イメージ

- ・中期的には直営の収益にFC/コンサルの収益化を進める。
- ・長期的にはさらに新規事業の立ち上げ、収益化を進める。



成長戦略Schedule

成長戦略Scheduleは概ね順調に進捗。

	2023	2025	2027	2029
	短期成長戦略		中期成長戦略	長期成長戦略
直営	<ul style="list-style-type: none"> ・新拠点計画 現在の拠点を中心に ドミナント戦略で 年間4拠点～7拠点 	<ul style="list-style-type: none"> ・新拠点計画 東京近郊と現在拠点を置く県の近郊に 年間7拠点～10拠点 	<ul style="list-style-type: none"> ・新拠点計画 全国展開により 年間7～10拠点 	
FC等	<ul style="list-style-type: none"> ・コンサル/FC事業 モデル確立 	<ul style="list-style-type: none"> ・コンサル/FC事業開始 直営店からサポートするため直営拠点近郊で開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・新規FC拠点 全国展開 	
新規事業		<ul style="list-style-type: none"> ・アップセル/クロスセル 事業の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・アップセル/クロスセル 事業開始 	



リスク情報



事業環境に係る主なリスクについて

有価証券報告書の『事業等のリスク』に記載した内容のうち、主なリスクは以下の通り。

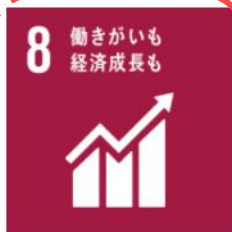
ビジネス リスク	リスク概要	発生 可能性	影響度	当社の対応方針
人材の確保	需要の増加に伴う訪問看護スタッフ不足により、市場のニーズに対応できないリスク	中	大	<ul style="list-style-type: none"> 適切な人員配置と独自の育成プログラム等の労働環境の整備により人材の定着を図る オウンドメディアによる採用等、紹介会社以外の採用ルート拡充を継続して行う
法的規制	診療報酬改定及び介護報酬改定に伴う業績へ悪影響となるリスク 訪問看護ステーションの指定要件を満たせず行政から指定を受けられないリスク	小	大	<ul style="list-style-type: none"> 報酬改定の影響を低く抑えるため、FC事業等の中期戦略及び長期戦略を進める 指定要件充足確認を業務フローに組み込む
情報漏洩	利用者数増加に伴い、管理する個人情報が增加する。仮に個人情報が漏洩した場合の社会的信用の低下リスク	中	中	<ul style="list-style-type: none"> 拠点端末として安全性の高いPCを配備する 貸与デバイスを遠隔管理し紛失した際には、即時に端末から情報を削除する
新規参入	参入障壁が低く、高齢化社会の進展に伴い今後注目される業界。競合との競争激化により業績へ悪影響となるリスク	大	小	<ul style="list-style-type: none"> 当社の強みを継続的に改善していくことで、高い収益性を維持する



Appendix



当社は持続可能で多様性と包摂性のある社会実現のため、SDGsの掲げる下記目標に準拠している。



本資料の取り扱いについて

- ・本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。
- ・これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくははまだ知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。
- ・また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性などについて当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。