

# 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

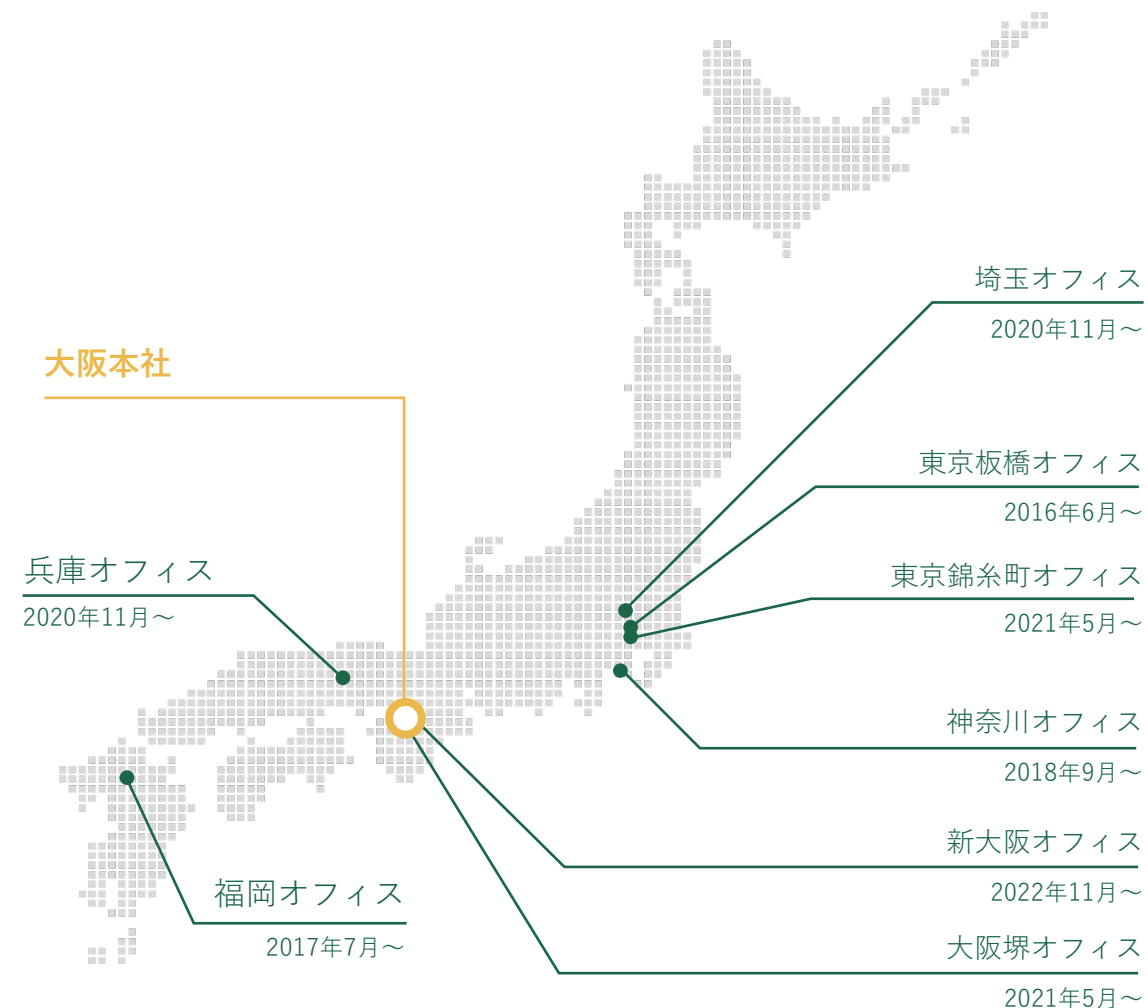
株式会社笑美面

<b>01</b>	<b>基本情報</b>	<b>P03</b>
<b>02</b>	<b>当社が解決する社会課題（市場の動向）</b>	<b>P09</b>
<b>03</b>	<b>課題に対する解決手法（ビジネスモデル）</b>	<b>P15</b>
<b>04</b>	<b>強み・優位性</b>	<b>P21</b>
<b>05</b>	<b>成長戦略</b>	<b>P27</b>
<b>06</b>	<b>リスク事項及び資金使途等</b>	<b>P32</b>

01

# 基本情報

会社名	株式会社 笑美面（えみめん）
代表者	代表取締役 榎並 将志
所在地	〒550-0003 大阪市西区京町堀一丁目8番33号 京町堀スクエア4F
設立	2010年9月
従業員数	78名（2023年8月31日現在）
資本金	69,958,800円（2023年8月31日現在）
事業内容	シニア関連サポート事業 シニアライフサポート事業（シニアホーム紹介サービス） ケアプライム事業（シニアホーム運営コンサルティング）
認可・認定	情報セキュリティマネジメントシステム （JIS Q 27001:2014 および ISO/IEC 27001:2013）



- 2012**

1月

株式会社笑美面へ社名変更  
シニアライフサポート事業開始
  - 2015**

9月

「大阪市トップランナー育成事業プロジェクト」認定
  - 2019**

5月

アクサ生命保険株式会社と介護の分野における業務提携
  - 2019**

6月

大阪信用金庫と「職員ならびにそのご家族介護支援サービス」  
において業務提携
  - 2019**

7月

住友生命保険相互会社と介護の分野における業務提携
  - 2019**

10月

住友生命保険相互会社とアクサ生命保険株式会社が  
共同開発した新サービス  
「ウェルエイジングサポートあすのえがお」参画  
  
医療者とヘルスケアベンチャーを結ぶ、日本最大規模の  
ビジネスコンテストHealthcare VentureKnot 2019  
「ヘルスケア最優秀オペレーション賞」受賞

- 2019**

10月

社会インパクトファンドを運営する  
キャピタルメディカ・ベンチャーズから出資を受け、  
インパクトメジャメント&マネジメントを開始
  - 2020**

3月

「大阪市LGBTリーディングカンパニー認定制度」に  
おいて三ツ星認証を取得
  - 2021**

7月

ケアプライム事業開始
  - 2021**

10月

大阪信用金庫と「顧客介護支援サービス」において業務提携
  - 2021**

12月

ISO 27001 認証取得(MSA IS 527)  
D&I Award 2021 中小企業部門「D&I Award賞」受賞
  - 2023**

2月

D&I Award 2022 最高位  
「ベストワークプレイス」認定&TIC賞を受賞
  - 2023**

3月

シニアホーム運営事業者向け  
プラットフォーム「ケアプライムコミュニティサイト」リリース

高齢者が笑顔で居る  
未来を堅守する

介護家族\*が心の介護に向き合い、  
高齢者が笑顔で居る社会

介護家族にとって、ホーム介護  
の利用がポジティブ／当たり前  
になっている状態

中間  
ゴール

セオリーオブ  
チェンジ  
(現事業でビジョン  
の一部が達成  
できている)

ビジョン

ミッション

社会課題の解決で  
世の中に恩返しをする

※介護家族とは、介護を必要とする人を介護する家族などのケアラー（介護を必要とする人を無償でケアする人）をいう。

## 会社概要

設立

2010年

2023年8月末時点

## 各サービス

シニアライフサポート事業  
売上構成比

89.4%

2022年10月期

ケアプライム事業  
売上構成比

10.6%

2022年10月期

## 主要KPI

取引  
シニアホーム※1数

8,864  
ホーム

2023年8月末時点

プラットフォームサイト  
登録数※2

3,860  
ホーム

2023年8月末時点

スマイル数※3  
(成約数)

1,872人

2023年8月末時点

売上高

6.1億円

2022年10月期

営業利益

0.2億円

2022年10月期

※1：シニアホームとは、当社が主に紹介する有料老人ホーム、サービス付き高齢者向け住宅およびグループホームをまとめて示す表現であり、取引シニアホームとは提携済ホームをいう。

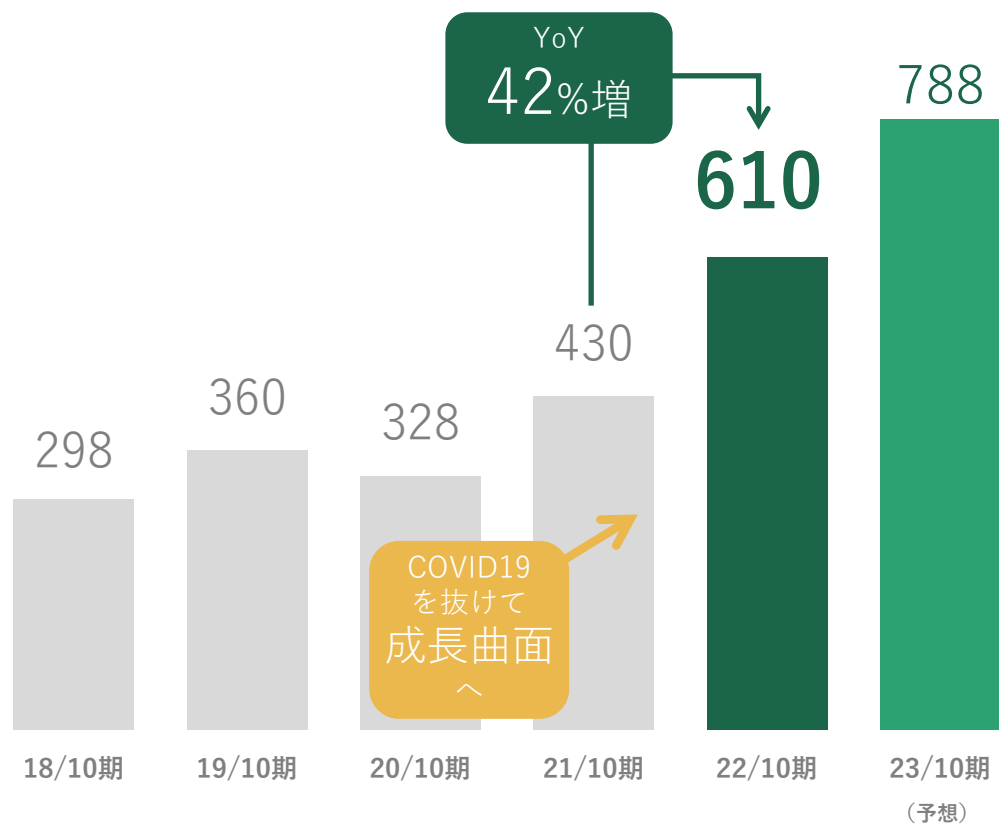
※2：プラットフォームサイトとは、プラットフォーム「ケアプライムコミュニティサイト」の略称で、登録数とは、より良いシニアホーム運営を支援するプラットフォーム「ケアプライムコミュニティサイト」の会員として登録されたシニアホームの数をいう。

※3：スマイル数とは、シニアホーム入居に至った入居対象者数（成約数）をいう。

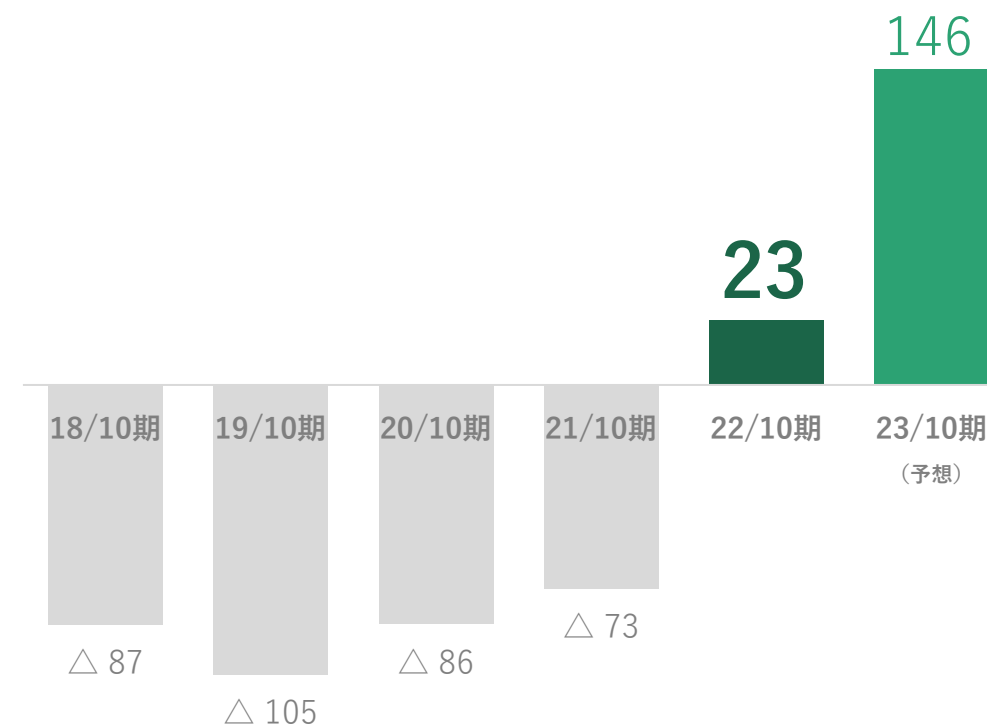
## ハイライト (2/2)

COVID19の影響で一時的に成長鈍化も、22/10期より成長加速局面へ

### 営業収益 (百万円)



### 経常利益※ (百万円)





02

# 当社が解決する社会課題

市場の動向

シニアライフサポート市場には約729億円のポテンシャルがあると想定している。

シニアライフサポート市場  
ポテンシャル（2021年時点）

約729億円

約94万人

シニアホーム在所有者数※1

×

28.4%

年間入れ替わり率※2

+

約3万人

在所有者増加数※3

×

24.5万円

1人あたり紹介手数料※4

※1：シニアホーム在所有者数：国土交通省「高齢者の住まいに関する現状と施策の動向（2022年2月22日）」における有料老人ホーム、サービス付き高齢者向け住宅、認知症グループホームの利用者数を集計。

※2：年間入れ替わり率：厚生労働省「介護サービス施設・事業所調査結果の概況（2016年）」の平均在所日数（1,284日）をもとに試算。

※3：在所有者増加数：有料老人ホームの在所有者数、サービス付き高齢者向け住宅の登録戸数、認知症グループホームの受給者数の増加をもとに試算。各参照資料は以下の通り。

・有料老人ホーム：厚生労働省「社会福祉施設等調査」における2020年から2021年への増加数。

・サービス付き高齢者向け住宅：サービス付き高齢者向け住宅情報提供システム「サービス付き高齢者向け住宅登録状況」における2021年1月から2022年1月への増加数。

・認知症グループホーム：厚生労働省「介護保険事業状況報告」における2020年11月から2021年11月への増加数。

※4：1人あたり紹介手数料：PwCコンサルティング「高齢者向け住まい等の紹介の在り方に関する調査研究報告書（2021年3月）」における有料老人ホーム及びサービス付き高齢者向け住宅の加重平均値。

介護保険法や保険外介護サービスの充実によって要介護者へのサービスは増加してきている。一方、介護を行う家族などへの支援は不十分。当社は、**介護家族による介護負担を課題として捉え、この大きな市場を解決する。**

## 介護家族の介護負担

仕事をしながら家族等を介護しており  
介護負担が経済損失を招いている

ビジネスケアラー※1

約318万人

(2030年予測)

2030年には、介護家族者のうち、約4割が  
ビジネスケアラーになることが見込まれており、  
経済損失は約9.1兆円となる見込み

65歳以上が同居介護するケースが多く  
「共倒れリスク」が増している

老老介護※2

約200万人

(2023年想定)

※2：老老介護とは、自宅で介護を受ける者と介護する者の双方が65歳以上の高齢者をいう。  
65歳以上の要介護認定者数（厚生労働省「介護保険事業状況報告」  
（令和5年5月分））に、同居介護率及び同居介護内に占める当該割合  
（厚生労働省「国民生活調査」（令和4年））を乗じ試算。

進学や就職を断念し孤立してしまう  
子ども介護が拡大

ヤングケアラー※3

約32万人

(2022年想定)

要介護状態の祖父母世代と同居している場合、  
親世代に代わり子ども世代が介護のサポートを  
する・引き受けるという状況が増えている

※3：文部科学省「令和4年学校基本調査」における中学生・高校生の生徒数に、  
三菱UFJリサーチ&コンサルティング「ヤングケアラーの実態に関する調査報告書」に  
おける世話をしている家族がいる率を乗じ試算。

## Before

適切なシニアホーム情報へアクセスする負担。初めての介護の不安により、負の介護サイクルが生まれる状態

突然の準備なき  
家族介護生活  
の開始



シニアホーム情報の取得への負担。特養との認識の混合、高級ホームとの認識の混合による誤解からの諦め

孤立死、老老介護、  
認々介護、家族崩壊、  
近隣トラブルなどの問題

介護疲れにより、  
身動き・思考が  
できない状態

高齢者が笑顔で  
居られない未来

シニアホーム評価の  
判断軸への不安

介護時間増大による  
要介護者及びその家族の  
精神と肉体の限界

過度な介護によるご家族の  
疲弊と要介護者本人の  
家族へのうしろめたさ

## after

感動できるシニアホームが見つかり、家族が心の介護に専念出来ていて、高齢者の笑顔を守れている状態

入院生活を経て、今と将来を  
見据えた適切な住環境情報の  
サポートを受け、介護生活が開始



介護ホームの情報の取得や  
判断の負担が解消、プロによる  
判断軸の提供と不安の解消

本人もご家族もそれぞれの幸せを享受出  
来ており、介護に携わるシニアホームス  
タッフは更に働き甲斐を得る

身体介護はシニアホームが  
代行することで、家族は  
心の介護に専念できる

高齢者が笑顔で  
居られる未来

より良い介護サービスを  
提供する動機が高まり、ホーム  
運営の質が向上

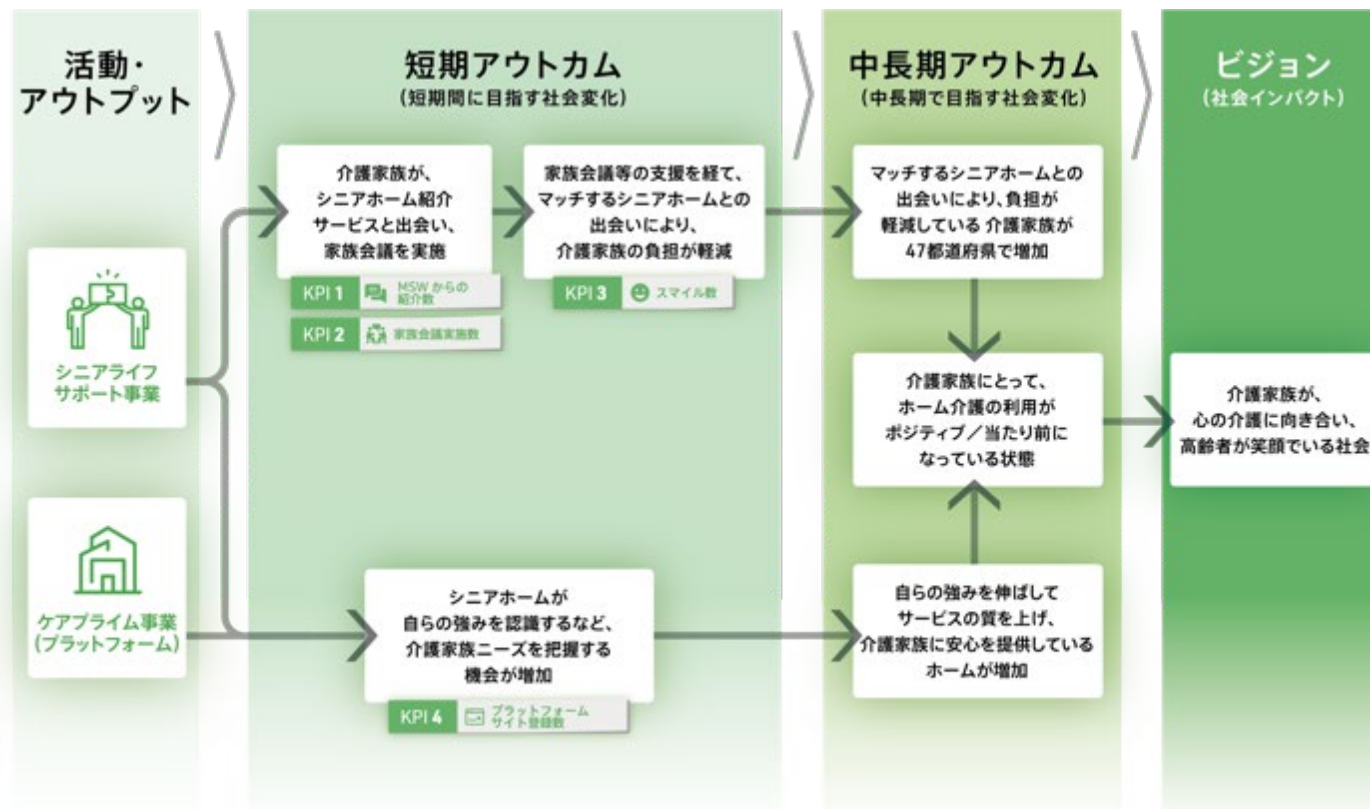
選ばれる為に、感動する  
サービスを提供する  
シニアホームが増加

本人もご家族も、それぞれの  
事情に合わせた適切な状態  
で暮らすことができる

ご家族の介護負担の軽減、  
介護者本人の家族への  
うしろめたさが無くなる

介護家族問題の解決に向けて、**介護家族の負担を軽減する、サービスの質が高いシニアホームを増加させる**、という2方向からのアウトカムを設定し、社会インパクトの達成と業績向上へ向けた社会変化を起こす。

## ビジョン実現に向けたロジックモデル



※1: MSW(病院に在籍/メディカルソーシャルワーカーの略)とは、保険医療機関等において患者や家族の相談にのり、社会福祉士の立場から経済的・心理的・社会的問題の解決、調整、社会復帰を支援する専門職をいう

※2: 家族会議実施数とは、当社の相談員(コーディネーター)が本人や介護者と対面や電話、オンラインのいずれかでシニアホーム選定のための条件や要望確認、優先順位の整理等の話し合いを実施した案件数をいう。

## 主要KPI (23/8月末実績)

<b>KPI 1</b> MSWからの紹介数 <b>5,193人</b> ※1 病院の退院支援室で働くメディカル・ソーシャルワーカー(MSW)からの紹介数。家族会議数のリード測定指標。	<b>KPI 2</b> 家族会議実施数 <b>2,497件</b> ※2 介護家族と本人が今後の生活方向性を決める会議で、介護家族と本人の意識の変革と成約率の向上の測定指標。
<b>KPI 3</b> スマイル数 <b>1,872人</b> 介護家族と本人とシニアホームの最適なマッチングが行われた成約数の測定指標、営業収益に直結。	<b>KPI 4</b> プラットフォームサイト登録数 <b>3,860件</b> プラットフォーム「ケアプライムコミュニティサイト」へ登録されたシニアホームの数によって計測され、将来のマネタイズ余地の測定指標。

## プラットフォーム「ケアプライムコミュニティサイト」

シニアホーム運営事業者との情報連携サイト。主に運営事業者の責任者が自社の運営シニアホームへのお客様紹介に関わる情報取得、入力等ができる。

- ・ 紹介顧客の一覧表示、情報取得機能
- ・ 入居時エビデンス入力機能
- ・ 見学に繋がらなかった理由表示機能
- ・ 入居後顧客アンケート表示機能
- ・ シニアホーム情報登録機能
- ・ PDF、動画アップロード機能



登録シニアホーム数(無料)  
3,860件(2023年8月末現在)

# SDGsでも具体的に定義されている女性の無償介護からの解放

当社が当面目指す『介護家族が心の介護へ向き合い、高齢者が笑顔で居る社会』は、SDGs5.4.のターゲットに対する社会的インパクトを創出しており、成果指標としては、**介護家族の身体的介護負担からの解放によって生み出された時間とポジティブな使い方を計測する。**

## SDGs5.4.のターゲット



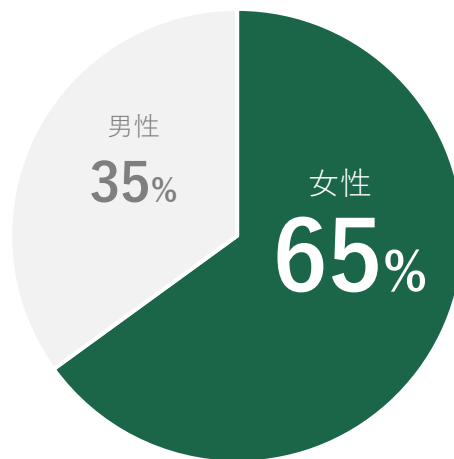
### SDGs5.4.

公共のサービス、インフラ及び社会保障政策の提供、ならびに各国の状況に応じた世帯・家族内における責任分担を通じて、**無報酬の育児・介護や家事労働を認識・評価する**

## 介護者の性別

同居家族への介護者は  
女性が男性の**1.8倍**

同居家族における介護者の性別※1

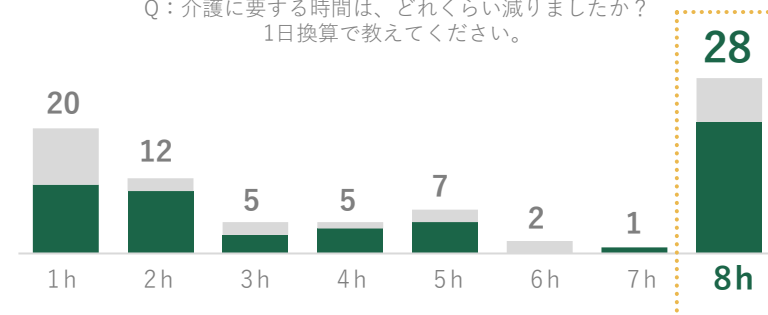


※1：内閣府「令和4年版高齢社会白書」より

## 成果指標※2

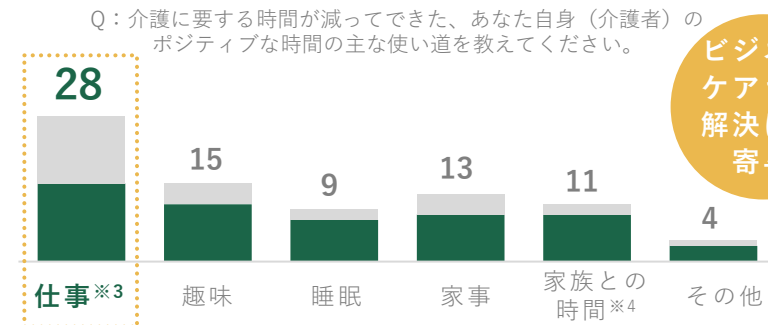
「8時間以上減った」の回答が最大に

Q：介護に要する時間は、どれくらい減りましたか？  
1日換算で教えてください。



「仕事※3」の回答が最大に

Q：介護に要する時間が減ってできた、あなた自身（介護者）のポジティブな時間の主な使い道を教えてください。



ビジネス  
ケアラー  
解決にも  
寄与

※2：当社調べ 2023年4月～8月「入居後アンケート(入居後にキーパーソンに対してアンケートを実施 N=115)」結果より、介護に要する時間が減ったと回答したN=80内訳を抜粋 ※3：アルバイト・パートを含む ※4：家事の時間を除く

03

# 課題に対する解決手法

ビジネスモデル

# 介護家族問題を解決する2つの事業

大きな課題と市場である介護家族問題に対して、**家族介護の負担を軽減する「シニアライフサポート事業」と、サービスの質が高いシニアホームを増やす「ケアプライム事業」**を運営している。



## シニアライフサポート事業

- サービス名** シニアホーム紹介サービス
- 収益モデル** シニアホームからの入居成約に対する手数料
- 特徴**
  - 介護・医療知識を持つコーディネーターが多数在籍
  - 病院MSWと連携した入居者情報の獲得
  - 対面相談で入居検討者※のニーズを把握

**売上構成比**  
(2022年10月期) **89.4%**



## ケアプライム事業

- サービス名** シニアホーム運営コンサルティング
- 収益モデル** シニアホーム新規開設コンサルティング料等
- 特徴**
  - シニアホーム新規開設情報の収集および提供
  - プラットフォーム「ケアプライムコミュニティサイト」運営
    - ・登録ホーム数 3,860 (2023年8月末現在)
    - ・シニアホーム紹介サービスで得た入居検討者の要望を提供
    - ・シニアホーム紹介サービスで得た入居者の満足度を提供

**売上構成比**  
(2022年10月期) **10.6%**



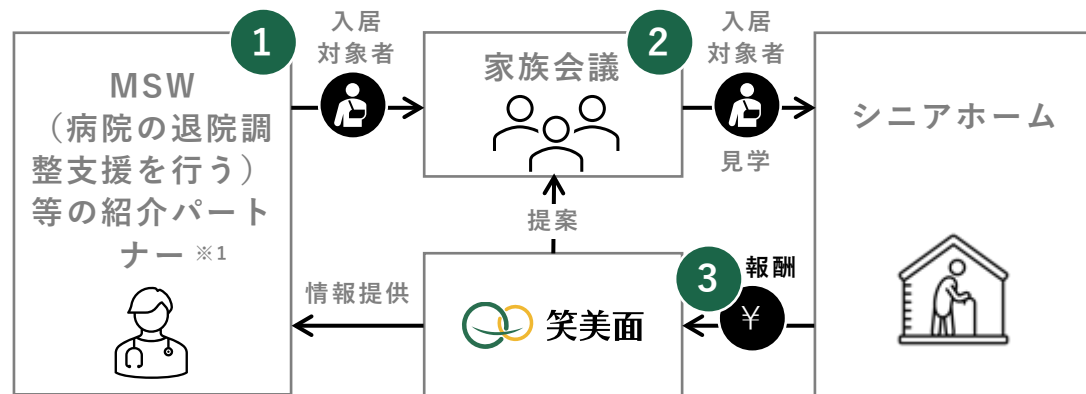
介護家族にとって、  
ホーム介護の利用が  
ポジティブ/当たり前  
になっている状態

※ 入居検討者とは、入居対象者とその介護家族（介護を必要とする人を介護する家族などのケアラー（介護を必要とする人を無償でケアする人））をいう。

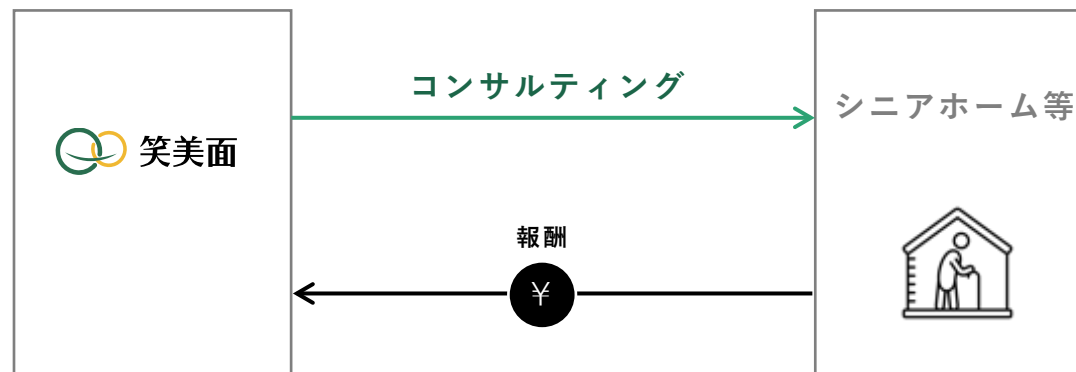


シニアライフサポート事業は紹介パートナーと連携しながらシニアホームへの入居対象者紹介を通じて収益を得る。  
 ケアプライム事業は主にシニアホーム新規開設コンサルティングによるシニアホーム等からの収益を得る。

## シニアライフサポート事業



## ケアプライム事業



- 1 MSW（病院の退院支援調整を行う）等の紹介パートナーと役割分担し協業する
- 2 入居検討者および介護家族との家族会議を実施し、今後の最適な生活を考える
- 3 入居の成果報酬としてシニアホームから収益を得る

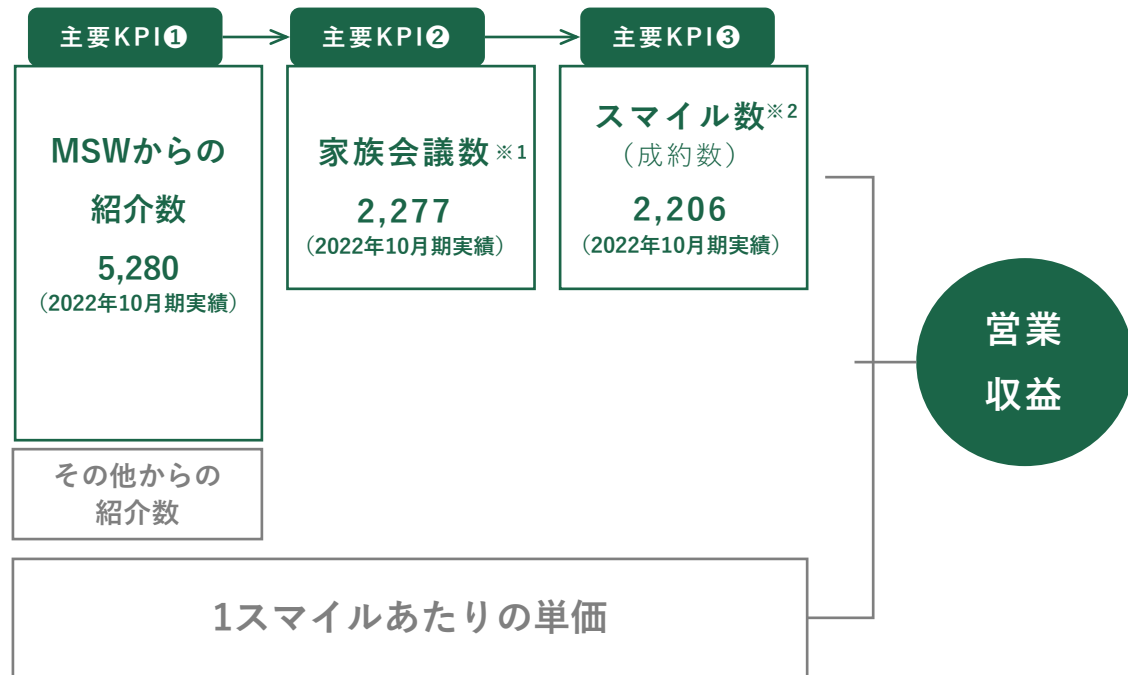
### コンサルティング内容例

- 新規シニアホーム開設に必要な情報の提供
- シニアホーム運営力向上に資する情報の提供

※1：患者の早期退院問題に取り組む病院のメディカルソーシャルワーカーと高齢者の在宅介護を支援するケアマネジャーを総称しシニアホーム探しの“紹介パートナー”という。

シニアライフサポート事業はスマイル数を基準にした**成功報酬型**であり、スマイル数に繋がる家族会議実施数を重視している。またケアプライム事業はコンサルティング内容に応じた**報酬体系**を取っている。

## シニアライフサポート事業



※1家族会議数には、その他からの紹介によるものを含まず。  
 ※2スマイル数には、家族会議を実施していないものを含まず。

## ケアプライム事業

### シニアホーム新規開設コンサルティング

シニアホーム運営を検討されている土地オーナー等と、シニアライフサポート事業の取引先であるシニアホーム運営事業者をマッチングすることでコンサルティング報酬を得る。

### シニアホーム運営効率化

有料会員（月額2,700円（税別））であるシニアホーム運営事業者へオペレーションに係る有益情報（オムツのサブスク、介護用品のネット販売など）を会員価格で提供。2023年8月末時点の有料会員数は147件。

営業収益

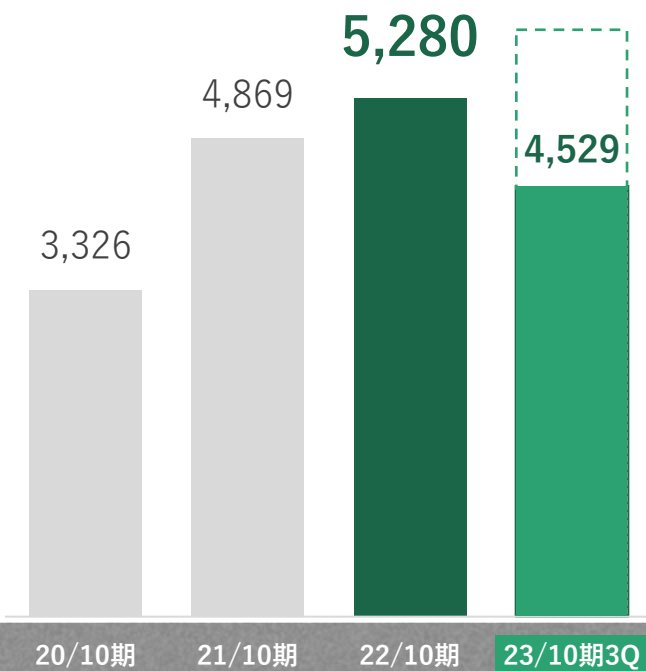
営業収益

主要なKPIは、**いずれも高い成長を継続**している。

## 主要KPI①

### MSWからの紹介数

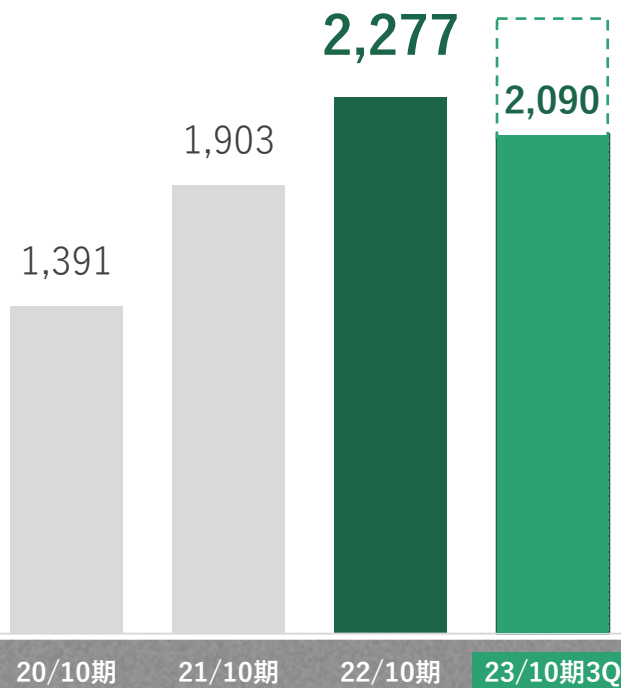
病院MSWからシニアホーム探しの相談を受けた患者の人数



## 主要KPI②

### 家族会議実施数

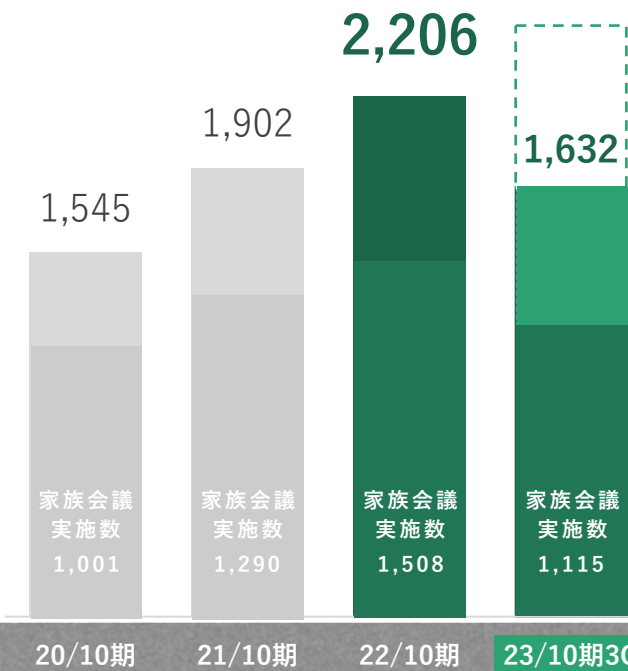
入居対象者およびその家族と家族会議を実施した数



## 主要KPI③

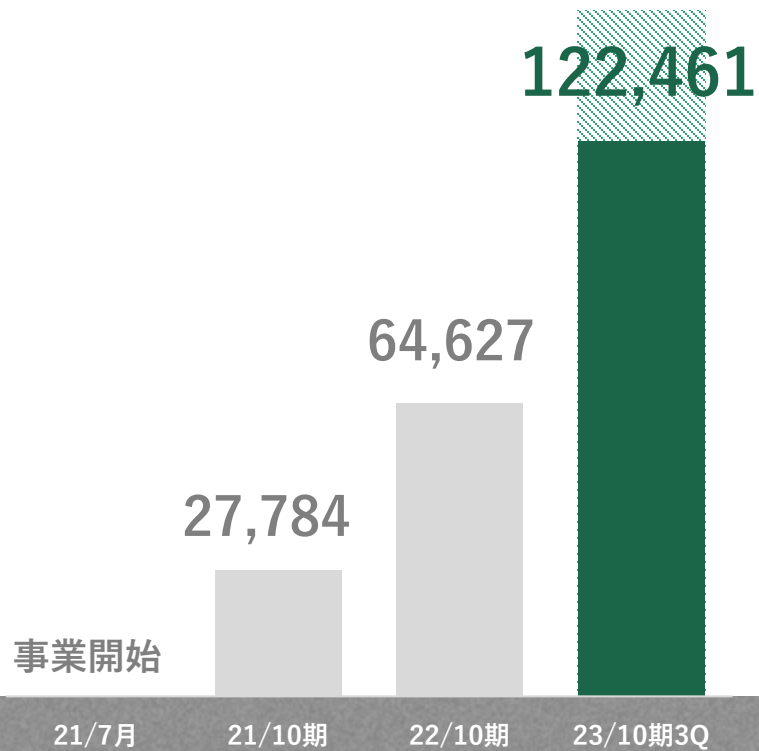
### スマイル数

実際にシニアホーム入居に至った入居対象者数（成約数）



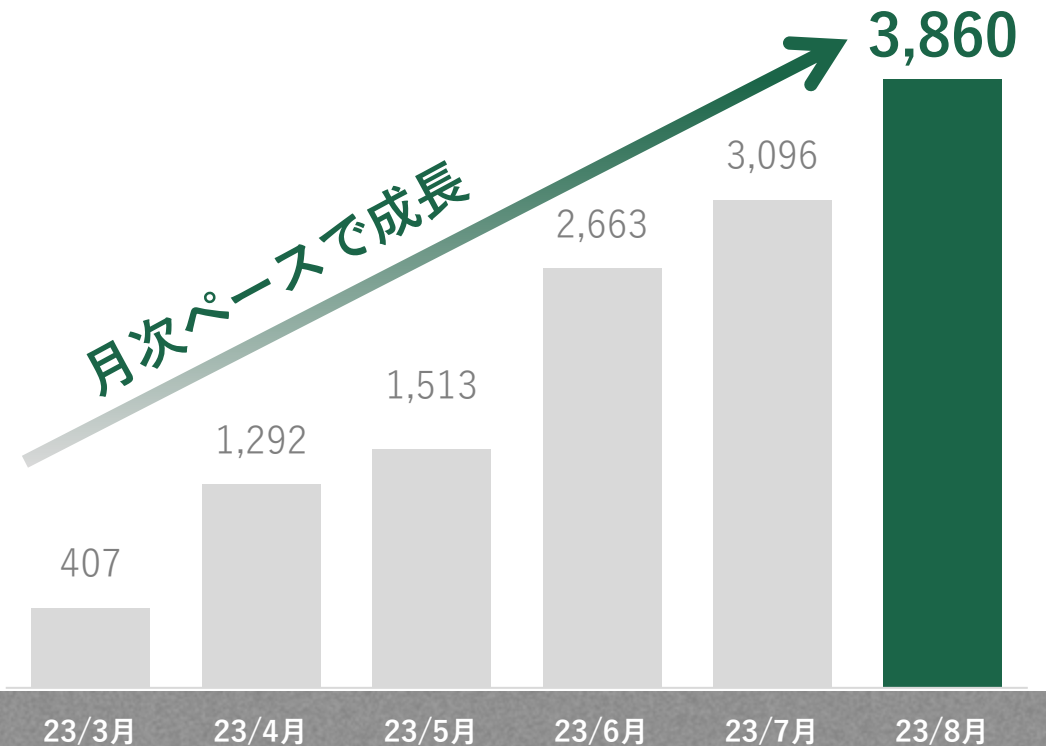
KPIは、**いずれも高い成長を継続**している。

### シニアホーム運営効率化・ 新規開設支援に係る営業収益 (千円)



### 主要KPI④

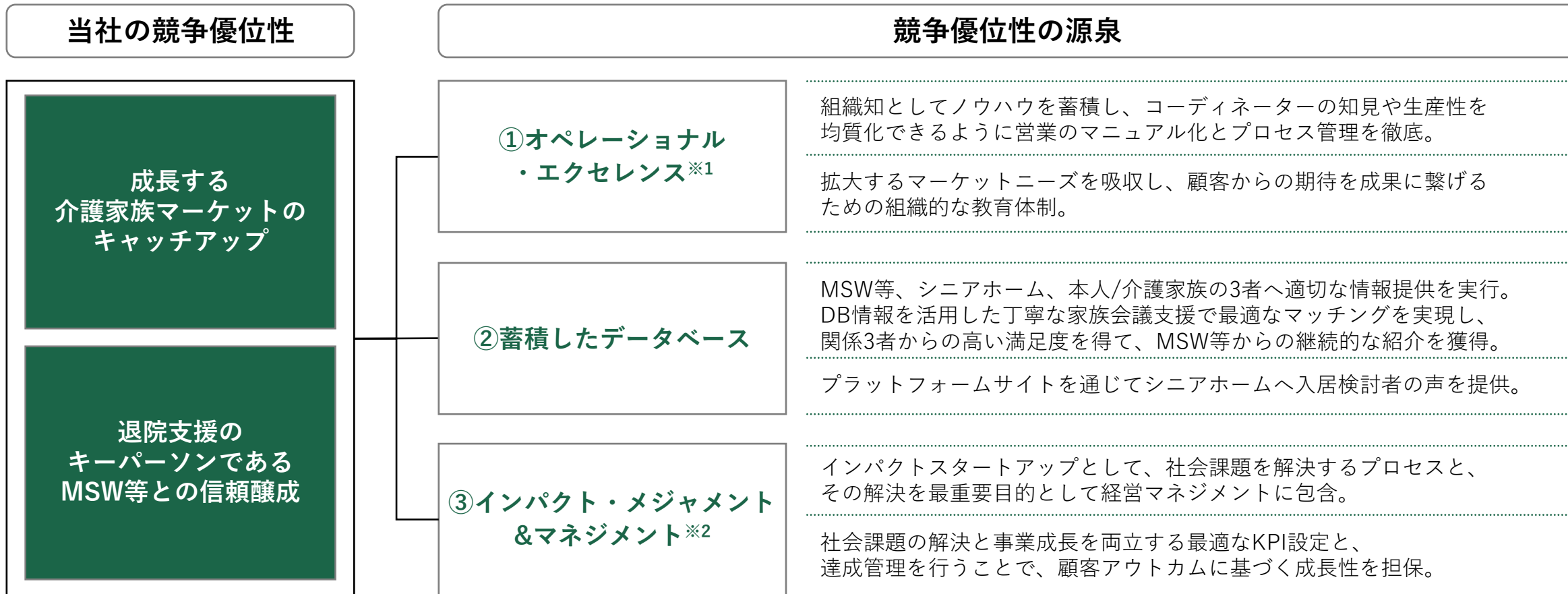
### プラットフォームサイト 登録ホーム数 (無料)



04

## 強み・優位性

サービス展開エリアにおける競合他社と比較した当社の強みは、下記①～③による、社会インパクト実現に向けた一貫した仕組化を行い、どの拠点においても社会インパクトを達成するための、コーディネーターによるサービスの均質化にある。

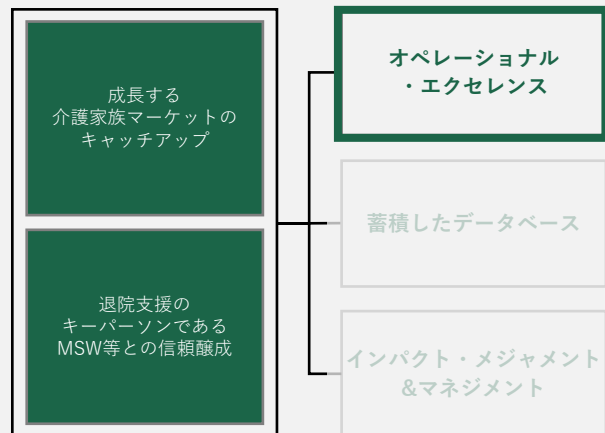


※1 現場で徹底的にオペレーション(業務の管理や実行過程)を改革することで、競争優位性の獲得を目指す考え方をいう。

※2 企業や非営利組織の活動やサービスが、社会や環境に与えた変化や効果を可視化するのが「インパクト・メジャメント」、社会的な効果に関する情報にもとづいて事業改善や意思決定を行い、インパクトの向上を志向することを「インパクトマネジメント」という(社会変革推進財団HPより抜粋)

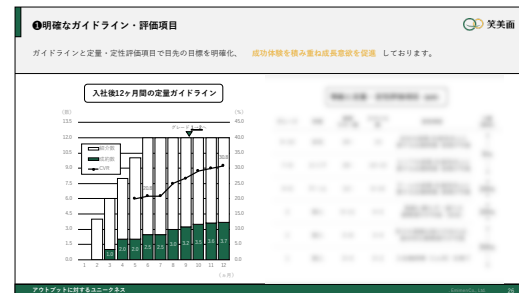
# オペレーショナル・エクセレンスを浸透

「Sales Enablement※」を導入、深度あるPDCAサイクルを回すことでオペレーショナル・エクセレンスの浸透を図り、**コーディネーターの早期立ち上がりを実現。**



# Sales EnablementのPDCAサイクル

急増する社員の早期立上げを実現するためのPDCAサイクル



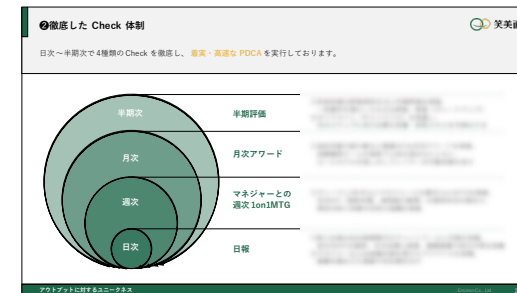
## 立ち上がりの道筋

成長ステップおよび成長スピードを設定



## 時間と場所を選ばないラーニングツール

成功事例をマニュアル化。営業学習コンテンツでのラーニングと実践



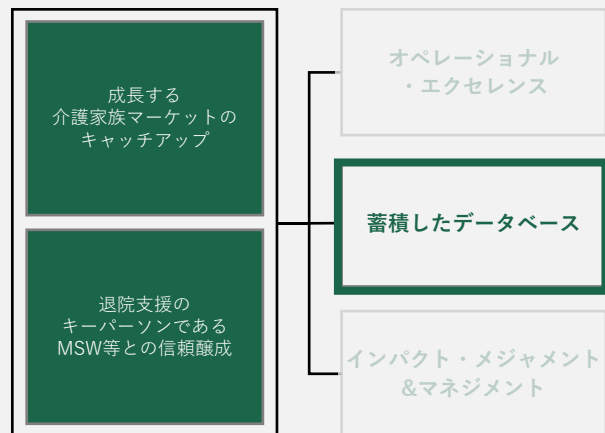
## 基礎知識を応用力へ

マネジャーとの1on1を通じたモニタリング及び改善活動

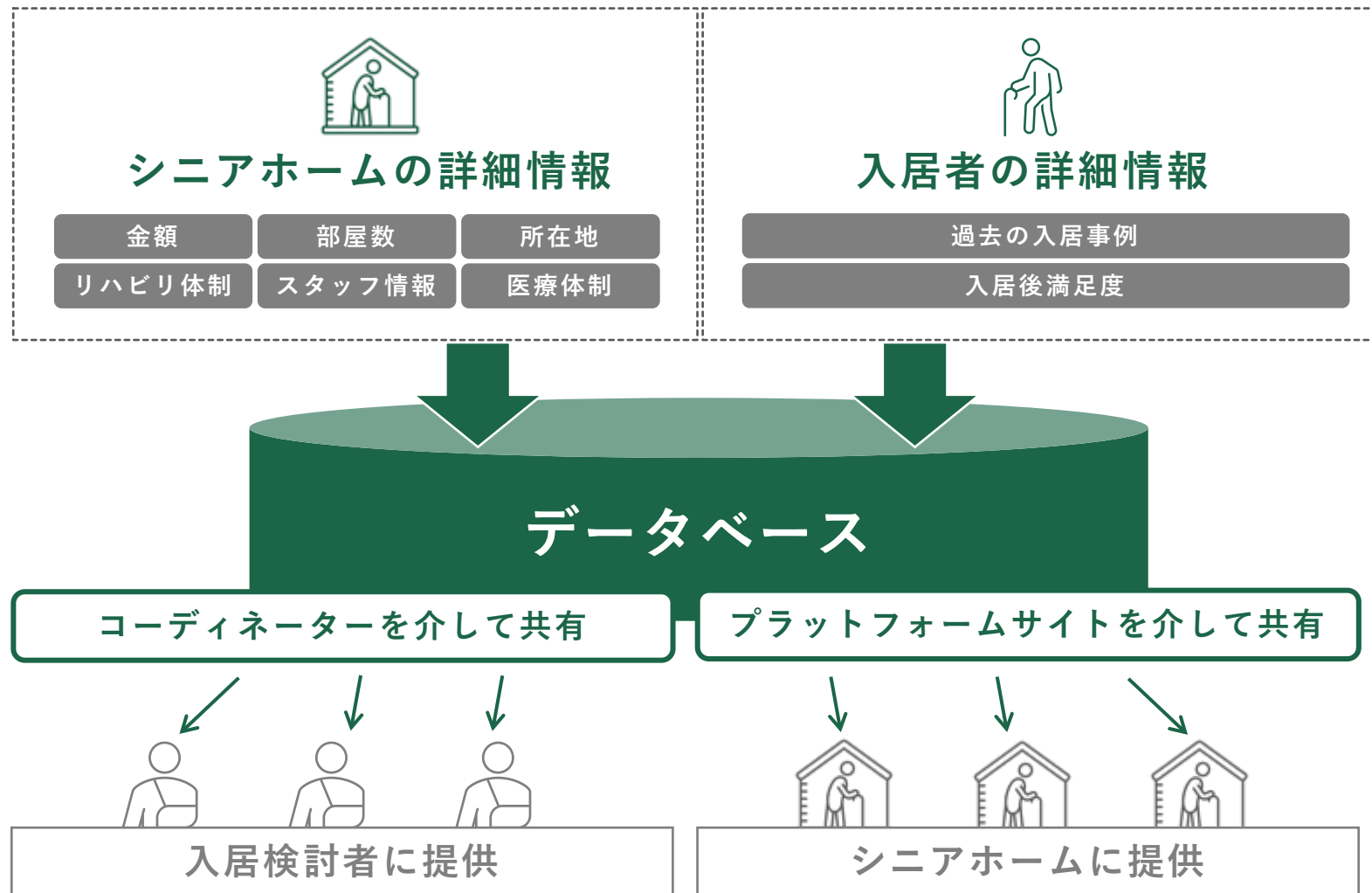
※ 営業組織を強化・改善するための取り組み。営業研修や営業ツールの開発・導入、営業プロセスの管理・分析といったあらゆる改善施策をトータルに設計し、目標の達成状況や各施策の貢献度などを数値化し、数値分析により、営業活動の最適化と効率化を目指す取り組みをいう。

## 蓄積したデータベース

シニアライフサポート事業を通して得られた情報をデータベースに蓄積していくことで、**シニアホーム情報**を入居検討者に提供し、**プラットフォームサイト**を介して入居検討者の声を共有している。



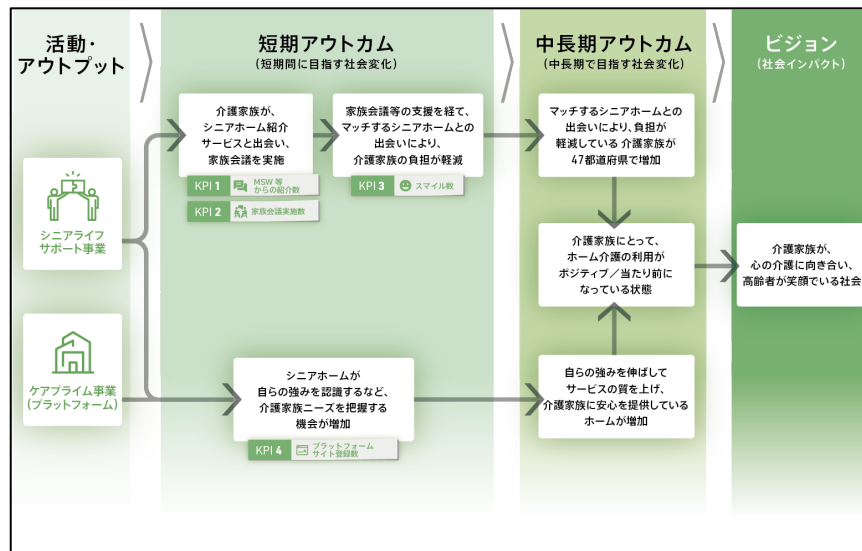
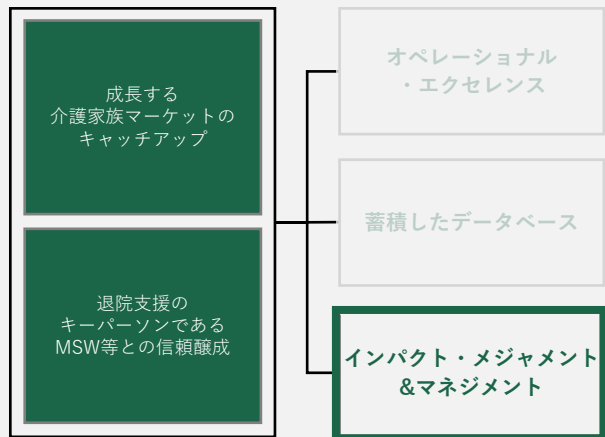
## シニアライフサポート事業を通して得られる情報





# インパクトメジャメント & マネジメント

インパクトメジャメント&マネジメントを経営マネジメントシステムとして導入することで、**経営理念の浸透**を行っている。売上高成長と社会インパクトを測定する共通KPI設定や、目標までのプロセスが明確になり、**メンバーが一丸となって進むべき方向性を理解し、高い倫理観を持って事業推進が**できている。



## ロジックモデル

進め方の指針を示し  
**毎月の経営会議で  
主要KPIを確認**

## インパクトレポート

事業活動を社会に公開し  
向き合っている社会課題に  
メンバーの意識を向かわせる

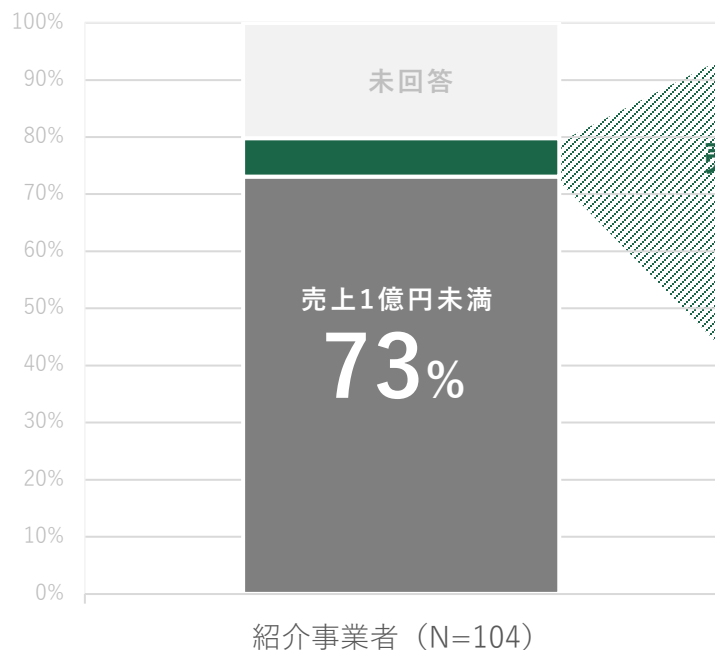
# 紹介事業者数およびポジショニング

紹介事業者数は378社\*<sup>1</sup>のうちほとんどが売上1億円未満\*<sup>2</sup>の小規模事業者である。

売上1億円以上の事業者の一社である当社は、**業界未経験者の早期育成による発展性による拡大可能性が高い。**

## 紹介事業者の売上規模別

当社は売上1億円以上の事業者に属します



## 売上1億円以上の紹介事業者における当社のポジショニング

業界未経験者の**早期育成**による発展性

スピード対応による関係者の満足度向上



**笑美面**

- ・セールスイネーブルメントを活用した業界未経験者の早期育成
- ・チーム体制によるスピード対応

### A社群

- ・同業社間のヘッドハンティング採用
- ・個人裁量による対応

### B社群

- ・同業社間のヘッドハンティング採用
- ・チーム体制によるスピード対応

※ 1 高齢者向け住まい紹介事業者届出公表制度（2023年10月1日現在）

※ 2 出典元：PwCコンサルティング「高齢者向け住まい等の紹介の在り方に関する調査研究報告書（令和3年3月）」より抜粋

05

## 成長戦略

## 事業成長の広がりによって生み出す社会像（Theory of Change）

当社は、最適なシニアホームマッチングとシニアホームの運営の質向上のアウトカムを生み出す事によって、**介護家族にとってホーム介護の利用がポジティブ/当たり前になっている状態**を目指す。



シニアライフサポート事業

マッチするシニアホームとの出会いにより、負担が軽減している介護家族が47都道府県で増加

主要マーケット  
エリアの深耕

介護家族にとって、  
ホーム介護の利用が  
ポジティブ/当たり前  
になっている状態

プラットフォーム  
サイト登録数の  
拡大



ケアプライム事業

自らの強みを伸ばしてサービスの質を上げ、介護家族に安心を提供しているシニアホームの増加

主力の大阪・東京に位置する病院へのリーチ（病院カバー数）自体は高い状況であると認識していますが、すべての紹介パートナーにアクセスできていない病院も多く、更なるシェア拡大余地は大きいため、**まずは既存エリアの深耕を優先的に実施する。**

		大阪	東京	その他展開地域
市場	MSWが在籍する病院のカバー率	80% (276病院/348病院)	76% (283病院/374病院)	27% (264病院/966病院)
	紹介事業者利用率 <sup>※1</sup>	46%	46%	25%
	病院からの想定シェア率 <sup>※2</sup>	16% (634人/4,024人)	16% (584人/3,650人)	7% (496人/7,314人)

シェア率が低いため、**人員採用**を進めシェア拡大

都市圏で確たる地位を築いた後に展開

※1：紹介事業者利用率：PwCコンサルティング「高齢者向け住まい等の紹介の在り方に関する調査研究報告書（2021年3月）」をもとに記載。

- ・大阪：近畿圏の介護付・住宅型・サ付（非特）の加重平均値
- ・東京：首都圏の介護付・住宅型・サ付（非特）の加重平均値
- ・その他展開地域：その他の介護付・住宅型・サ付（非特）の加重平均値

※2：病院からの想定シェア率

「当社病院からのスマイル数÷紹介事業者を利用した病院からの新規入居者想定数（有料老人ホーム・サ高住・グループホーム）」にて算出。新規入居者想定数は右にて算出。

・有料老人ホーム = (在所数の増加人数 + 想定入れ替わり数) × 紹介事業者利用率 × 医療機関からの入居率

- ・在所数の増加人数：社会福祉施設等調査における在所数の2020年から2021年の増加人数
- ・想定入れ替わり数：社会福祉施設等調査の2020年在所数に入れ替わり率を乗じ算出
- ・入れ替わり率：厚生労働省「介護サービス施設・事業所調査結果の概況（2016年）」の平均在所日数（1,284日÷3.5年）から試算した回転率（1÷3.5年）を使用

・サ高住 = (戸数の増加数 + 想定入れ替わり数) × 紹介事業者利用率 × 医療機関からの入居率

- ・戸数の増加数：サービス付き高齢者向け住宅情報提供システム「都道府県別登録状況」における戸数の2020年から2021年の増加数
- ・想定入れ替わり数：サービス付き高齢者向け住宅情報提供システム「都道府県別登録状況」の2020年戸数に入れ替わり率（上記有料老人ホーム参照）を乗じ算出

・グループホーム = 想定新規入居者数 × 紹介事業者利用率 × 医療機関からの入居率

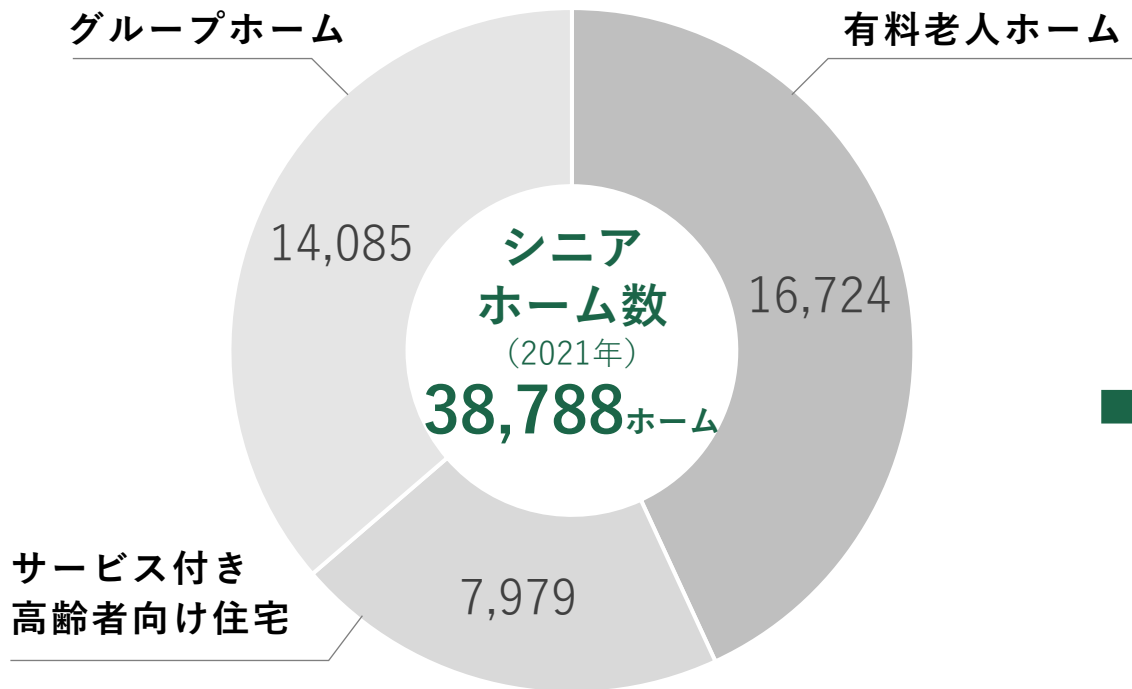
- ・想定新規入居者数：令和3年度 国グループホーム実態調査における各地区ごとの新規入居者数 × 各都道府県の割合 ÷ 調査サンプル率（19% = 27,527人 ÷ 144,570人）
- ・各都道府県の割合：介護サービス施設・事業所調査における都道府県別総数 ÷ 各地区の総数
- ・なお、グループホームは他2施設と異なり、新規入居者数を直接求めていることから入れ替わり数の計算は行っていない。

参照 医療機関からの入居率は令和3年度老人保健事業推進費等補助金（老人保健健康増進等事業分）高齢者向け住まいにおける運営形態の多様化に関する実態調査研究報告書より

# ケアプライム事業 | プラットフォームサイト登録ホーム数（無料）の拡大

2023年2月から案内をはじめ、現在のプラットフォームサイト登録ホーム数は8月末時点で3,860件まで伸びており、**2023年10月末までの目標である2,000件は超過達成。**

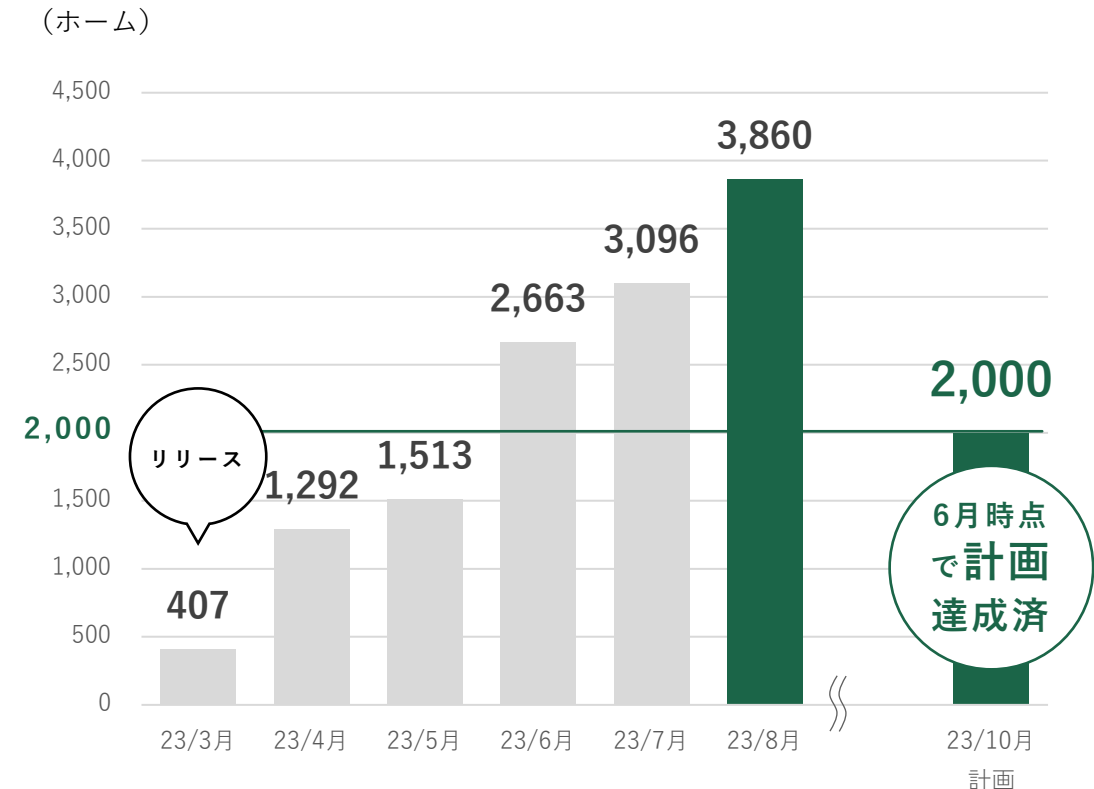
## 全国における当社の紹介対象となりうる主なシニアホーム数



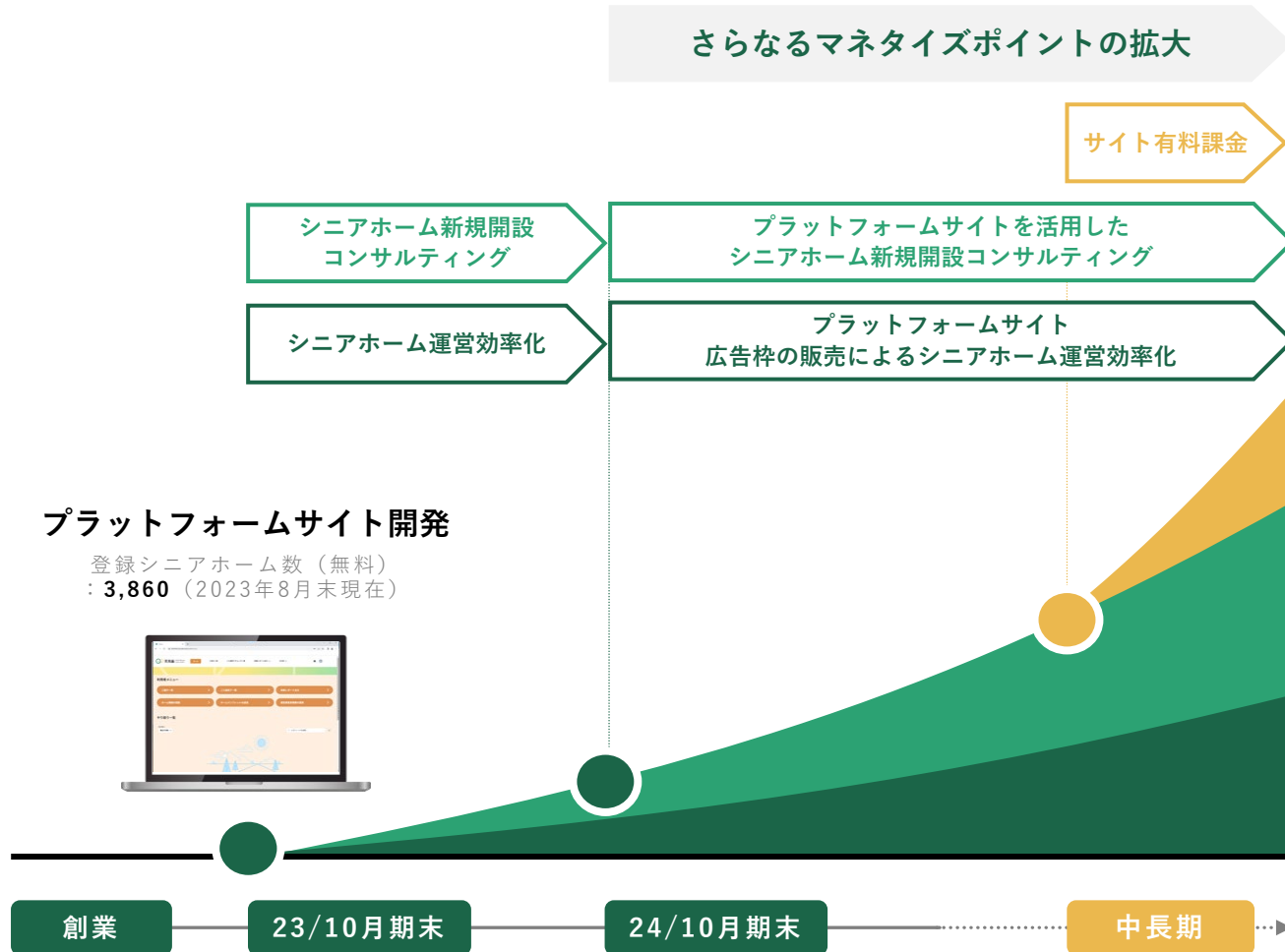
(参照) 有料老人ホーム：社会福祉施設等調査より（2021年）  
サービス付き高齢者向け住宅：サービス付き高齢者向け住宅情報提供システムより（2021年）  
グループホーム：介護サービス施設事業所調査の概況より（2021年）

連携強化  
→

## プラットフォームサイト登録ホーム数（無料）



プラットフォームサイト登録ホーム数（無料）を活かして広告枠の販売など  
マネタイズポイントのさらなる拡大にむけて進む。



## シニアホーム新規開設コンサルティング

プラットフォームサイト「ケアプライムコミュニティサイト」によるシニアホームの新規開設情報発信の拡大。

## シニアホーム運営効率化

マネタイズ対象を、シニアホーム有料会員から、シニアホームに介護プロダクトを販売したいメーカー等へ変更し、コンサルティングフィーから広告費へシフト。

## サイト有料課金

プラットフォームサイトの情報充実による、シニアホーム運営事業者からの有料課金化。

06

## リスク事項及び資金使途等



項目	主要なリスク	対応策	発生可能性	発生可能性のある時期	影響度
業界動向について	当社が提供するシニアホーム紹介サービスは、投資や許認可が不要なサービスであるため比較的参入障壁が低い事業ではありますが、事業の拡大や継続するためには、人材コストおよび拡大への一定の時間が必要となるため、競合他社が突発的に成長する可能性が低い現状となっています。しかしながら、多数の企業が参入し競争が激しくなった場合は、当社の経営成績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。	当社はコーディネーターが家族会議（入居対象者や介護家族と対面や電話、オンラインのいずれかでシニアホーム選定のための条件や要望確認、優先順位の整理等の話し合いを実施し、介護家族の状況を正しく把握することで、満足度の高いシニアホームの提案に加え、入居に伴い必要とされる煩雑な手続きについても的確な支援が行えるよう取り組んでおります。また、約8,800のシニアホームと連携し、コーディネーターが紹介できるようにしております。	低	特定時期なし	中
人材の確保について	当社が展開するシニアライフサポート事業は労働サービスの提供事業であるため、人材の確保が事業継続の要となります。採用がうまく進まない場合には、当社の経営成績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	現状では、採用エージェント経由での人材確保がメインとなりますが、当社の事業が社会的課題解決に繋がる点、ダイバーシティ&インクルージョンの取組み、SDGsの取組みなどを踏まえ、エージェントから安定した求職者紹介をいただいております。また、取引先である病院のメディカルソーシャルワーカーや介護関連会社の従業員の転職率が高いため、医療介護業界からの転職も今後増加していくものと予測しております。	中	特定時期なし	中
人材育成および退職予防について	案件をご紹介いただく医療機関のメディカルソーシャルワーカーやケアマネジャー等の信頼を継続的に得るため、また、入居対象者や介護家族に適切なシニアホーム提案をするためには、コーディネーターの課題対応能力の効率的な育成が重要です。当社の経営計画を達成するためにも、新入社員の事業に関する知識の定着の早期化が課題となっております。人材の育成に時間を要した場合や多くの退職を防げなかった場合には、当社の経営成績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	CRMシステムを利用した顧客関係管理の質の向上や、動画コンテンツを活用した教育体制の強化の取り組みを行うとともに、一人一人が価値ある存在として自立することにより退職予防に努めてまいります。また、退職予防としてリテンション施策を行っており、具体的にはパルスサーベイ※を活用した対象者フォロー面談を実施し、リスクマネジメント推進委員会でフォロー面談実施内容の確認・報告を行い退職予防に努めております。しかしながら、人材の育成に時間を要した場合や多くの退職を防げなかった場合には、当社の経営成績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	特定時期なし	大

※パルスサーベイとは、企業が従業員の満足度や心の健康状態を把握するために簡単な質問を短期間・高頻度で実施する調査のことをいう。その他のリスクは有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

調達資金は営業拡大及びシステム開発費用に充当します

<p>新規拠点開設費用</p>	<p><b>新たな拠点開設</b>のため、2024年10月期に5百万円を充当いたします</p>
<p>人材の採用費 及び人件費</p>	<p>当社の<b>事業成長に必要な人材拡充</b>のため、160百万円（2024年10月期に80百万円、2025年10月期に80百万円）を充当いたします</p>
<p>システム開発費用</p>	<p><b>プラットフォーム「ケアプライムコミュニティサイト」の拡充</b>のため、2024年10月期に100百万円を充当いたします</p>
<p>広告宣伝費用</p>	<p><b>広告宣伝活動</b>のため、2025年10月期に60百万円を充当いたします</p>

※残額につきましては、事業拡大のための運転資金に充当する方針であります。  
具体的な充当時期までは安全性の高い金融商品等で運用する予定であります。

### 免責事項

本資料には、将来の見通しに関する情報が含まれています。これらの記述は、現在、一般的に認識されている経済・社会などの醸成及び当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されたものであり、リスクや不確実性を含むものであります。当社として将来の結果や業績を保証するものではないことにご留意ください。

当該見通しに関する記述と実際の業績の間には、経済状況の変化がお客様のニーズ及び嗜好の変化、他社との競争、法規制の変更など、今後の様々な要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

なお、本資料のアップデートは、本決算後毎年1月末頃を予定しております。