



2025年10月期 第3四半期決算説明資料

2025年9月12日

株式会社笑美面（エミメン） 証券コード：9237



No	用語	初出頁	説明
1	介護家族	5	介護を必要とする人を、無償でケア・介護する者（家族など）をいう。
2	老老介護	5	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。
3	ヤングケアラー	5	大人に代わって、介護を必要とする人（家族等）をケア・介護する子どもをいう。
4	シニアホーム	5	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。
5	MSW	6	メディカルソーシャルワーカーの略語であり、保険医療機関において社会福祉の立場から患者やその家族の方々が抱える経済的・心理的・社会的問題の解決、調整を援助し、社会復帰の促進を図る業務を行う人をいう。
6	紹介パートナー	6	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、シニアホームを探す人をいう。
7	スマイル数	6	シニアホーム入居に至った入居対象者数（成約数）をいう、当社独自の単語である。
8	Sales Enablement	9	営業組織を強化・改善するための取り組み。営業研修や営業ソールの開発・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。
9	ACP（アドバンス・ケア・プランニング）	13	もしものときのために、自分自身が望む医療やケアについて前もって考え、家族や医療・ケアチームと繰り返し話し合い、共有する取り組みのことをいう。
10	ALP（アドバンス・ライフ・プランニング）	13	病気や介護などの変化をきっかけに、「最期まで自分らしく生きるとは何か」を本人・家族・信頼できる人たちと繰り返し話し合いながら、医療やケアの枠を超えて、日々の暮らしや人生に対する価値観・希望を共有するプロセスとして当社が提唱する概念。
11	家族会議実施数	16	当社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である。シニアホーム介護への納得感が醸成される重要なステップである。
12	プラットフォームサイト 登録ホーム数	17	「ケアプライムコミュニティサイト」の別称である。その登録ホーム数とは、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」に登録されたシニアホームの数をいう。
13	オペレーショナル・エクセレンス	43	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。
14	インパクト・メジャメント & マネジメント	47	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）。
15	入居検討者	56	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。

01	エグゼクティブ・サマリー	P04
02	2025年10月期 第3四半期業績	P14
03	2025年10月期 通期計画と進捗状況	P20
04	インパクトを生み出す価値創造ストーリー	P29
05	業績・KPIの推移数表とFAQ	P39
06	Appendix（基本情報ほか）	P44

01

エグゼクティブ・サマリー

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である。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。**

← **社会課題** シニアホームに対する誤解や諦めなどにより、介護家族までもが共倒れ状態に →

仕事をしながら家族等を介護

ビジネスケアラー

約318万人 ※1
(2030年予測)

65歳以上が同居介護

老老介護

約200万人 ※2
(2023年想定)

子どもが大人に代わって家族等をケア・介護

ヤングケアラー

約32万人 ※3



※1：経済産業省「新しい健康社会の実現」（令和5年3月）より抜粋。



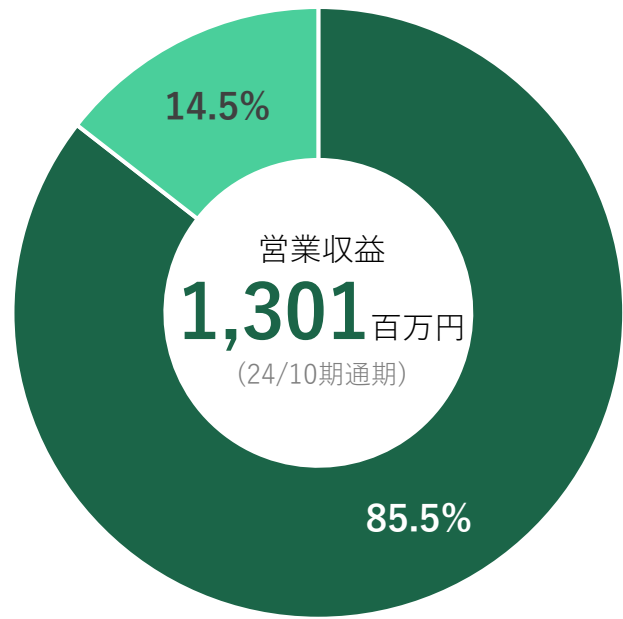
※2：65歳以上の要介護認定者数（厚生労働省「介護保険事業状況報告」（令和5年5月分））に、同居介護率および同居介護内に占める当該割合（厚生労働省「国民生活基礎調査の概況」（令和4年））を乗じ試算。



※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研究報告書」における世話をしている家族がいる率を乗じ試算。

シニアホーム紹介サービス、ケアプライムコミュニティの運営を行う「シニアライフサポートサービス」、シニアホーム開設コンサルティング、シニアホーム不動産流動化コンサルティングを行う「シニアホームコンサルティングサービス」を営んでいる。

営業収益構成比 (24/10期通期)



■ シニアライフサポート ※1
■ シニアホームコンサルティング

シニアライフサポート

①MSWなど紹介パートナーと連携したシニアホームへの入居対象者の紹介

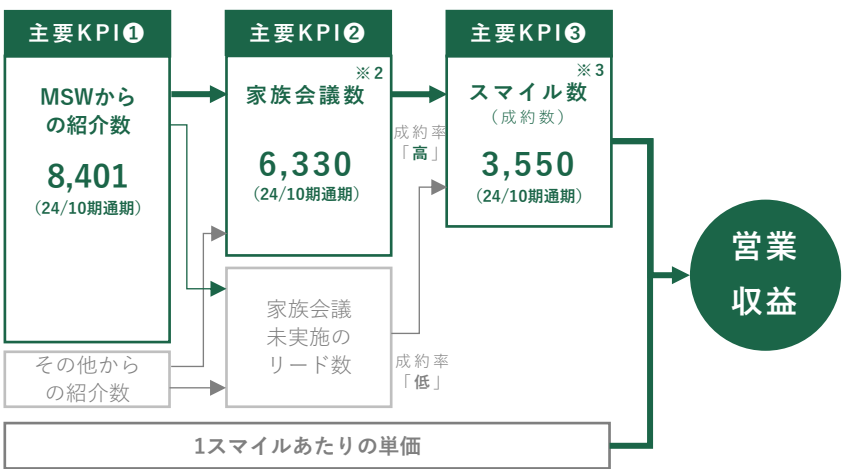
- ・ 介護/医療知識を持つ**コーディネーター**が在籍
- ・ 病院MSWなど**パートナーから入居者情報獲得**
- ・ 独自の取り組み「**家族会議**」を実施し、介護家族が納得できるホーム選びを支援
- ・ 入居の成果報酬として、**紹介先シニアホームから収益獲得**

②「ケアプライムコミュニティ」の運営

- ・ ホーム入居に関わる情報の一元管理機能やシニアホームの品質向上に資する有益情報の提供
- ・ シニアホーム向けサービス・製品販売企業に対する販促支援等

収入モデル

取引シニアホーム数 **9,914**
(2024年10月末時点)



シニアホームコンサルティング

①シニアホーム開設コンサルティング ②シニアホーム不動産流動化コンサルティング

- ・ シニアホームの運営事業者や土地オーナー、デベロッパーのマッチングや企画コンサルティング等

※1：2025年10月期より2セグメントへ開示変更に伴い記載も変更。P7参照。

※2：家族会議数には、その他からの紹介によるものを含む。

※3：スマイル数には、家族会議を実施していないものを含む。

2024年10月期までは「シニア関連サポート事業」の**単一セグメント**と整理した上で、事業別営業収益を開示していたが、
2025年10月期より、連結決算への移行および重要性の高まりを踏まえ、以下の通り読み替えた上で**2セグメントで収益を開示**する。

24/10期 以前
(単体決算)

「シニア関連サポート事業」の単一セグメント

シニアライフサポート事業

- ①MSWなど紹介パートナーと連携したシニアホームへの入居対象者の紹介

ケアプライム事業

- ①シニアホーム開設コンサルティング
- ②「ケアプライムコミュニティ」の運営

25/10期 以降
(連結決算)

セグメントは「シニアライフサポートサービス」と「シニアホームコンサルティングサービス」の2区分

シニアライフサポートサービス



- ①MSWなど紹介パートナーと連携したシニアホームへの入居対象者の紹介

- ②「ケアプライムコミュニティ」の運営

区分組替

シニアホームコンサルティングサービス ケアサンク

- ①シニアホーム開設コンサルティング

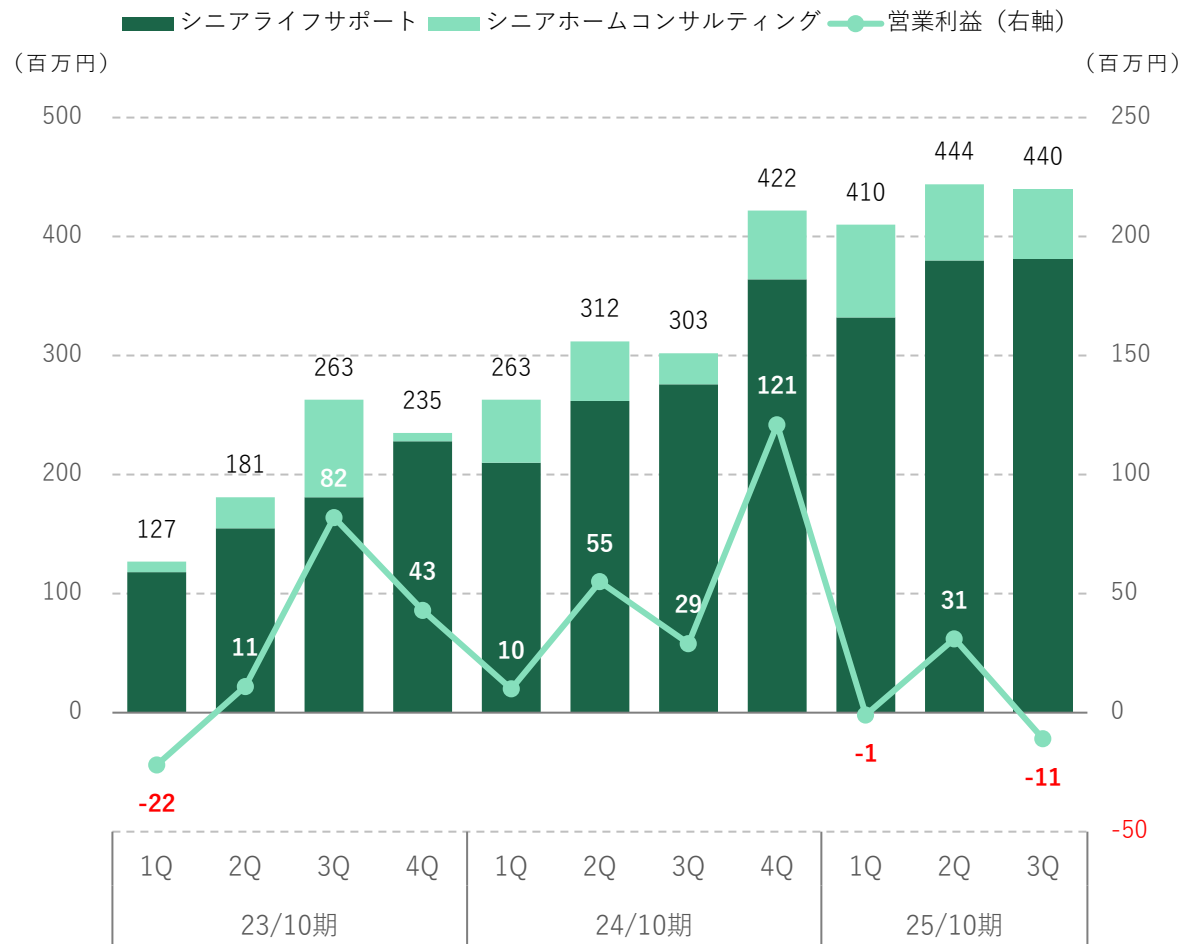
- ②シニアホーム不動産流動化コンサルティング

新設

財務ハイライト

3Qは、営業収益こそYoY **+45.5%**と高伸したものの、**計画比ではビハインド**で費用が嵩み営業損失となった。

採用タイミングの月次単位でのズレ込みや新人戦力化の遅れが原因で、**来期1Qまでの生産性改善**を目標にテコ入れ施策を進めている。



25/10期 3Q業績

営業収益

440百万円

YoY
+45.5%

営業利益

△11百万円

赤字転落

- 営業収益は**YoY +45.5%**と高成長を堅持した。一方、採用タイミングの月次単位でのズレ込みや、上期に採用した人員の戦力化が遅延し**QoQは横ばい圏**だった。

- 営業利益は、3Q単体の**スマイル数が社内計画を下回り**、収益確保が想定を下回った一方、人件費など費用は概ね予算通りに消化が進んだため、黒字が積み上がらなかった。

3Q業績の計画進捗率

営業収益

63.7%

= $\frac{1,296 \text{ 百万円}}{2,035 \text{ 百万円}}$

営業利益

7.1%

= $\frac{18 \text{ 百万円}}{261 \text{ 百万円}}$

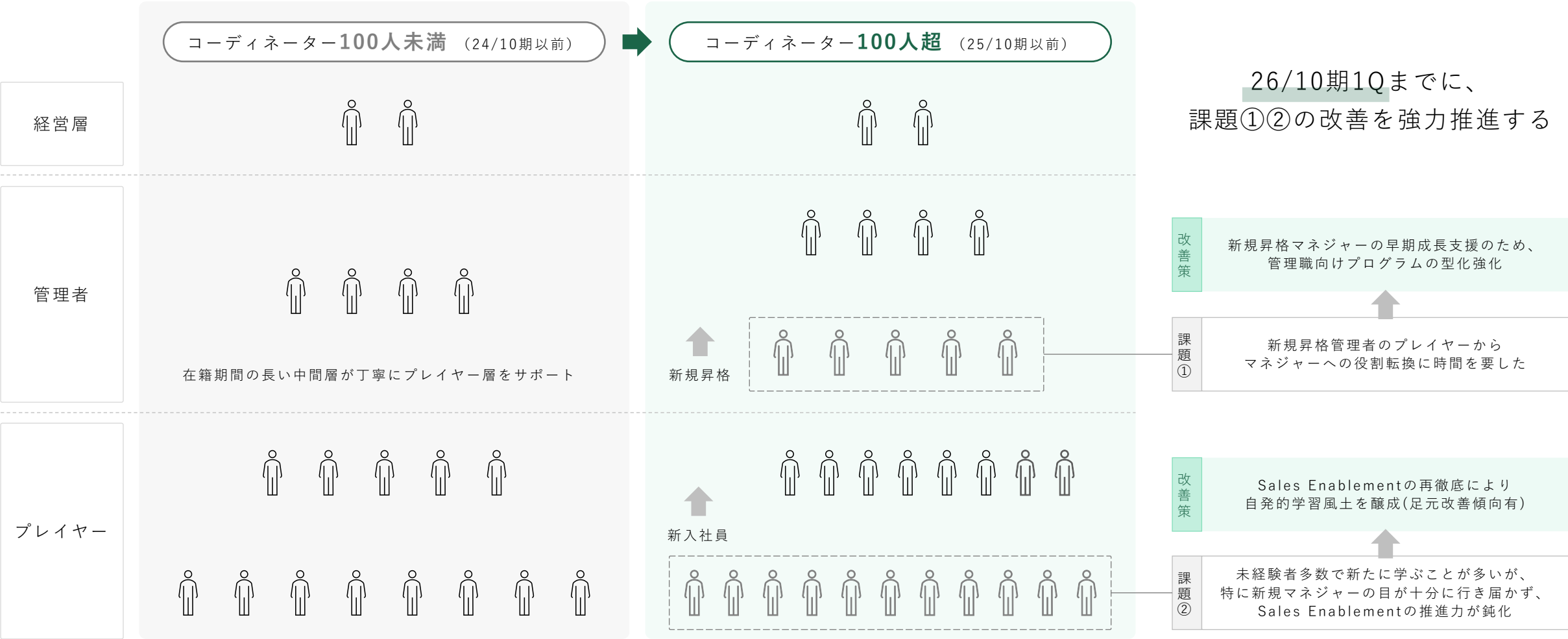
- 2Q累計業績は社内計画を上回っていたが、**3Q累計ではビハインド**となっている。

- 中途新入社員および新たに昇格した新管理職による役職に応じた組織貢献(KPI確保や教育)が想定を下回った。

- 足元改善策を講じ**一部成果が始めている上**、例年4Qは新人の戦力化で収益がジャンプアップするため、**一定の巻き返しは可能**と考えている。

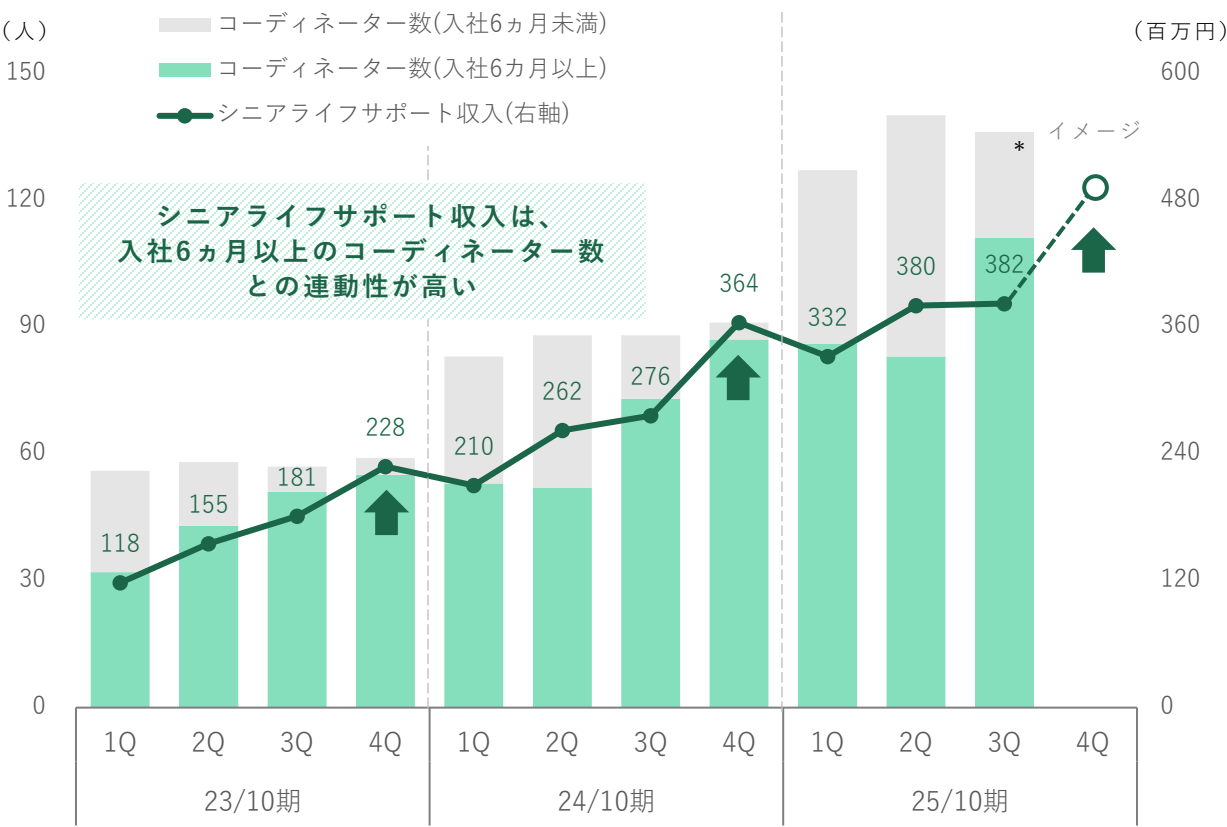
計画ビハインドの真因と改善策

採用時期のズレ込みに加え、①既存人員の昇格、②中途社員の教育が重なる3Qの**ステップアップに綻びが生じて計画未達**した。
新人育成はSales Enablementの再徹底、管理職育成は成功事例の型化強化など”**実直な組織力強化**”で改善を図る。



4Q単体業績でのリカバリー可能性

当社は「**上期に採用強化、下期に戦力化**」を進めるため、例年シニアライフサポート収入は**4QにQoQでジャンプアップ**する。
 3Q累計業績はビハインドしているが、オンボーディング済みコーディネーター数の増加で**一定のリカバリーは可能**である。



注：25/10期2Q→3Qにかけ総コーディネーター数が減少しているが、これは新規採用が上期に寄り、下期は新規増員がほぼ無かった一方、既存コーディネーターの離職が平年並みに進んだことが背景である。
 25/10期は更なる離職が発生することを織り込んでなお、既に期初計画を充足する人員を確保済みである。

	24/10期 4Q	25/10期 4Q	YoY 増減率
コーディネーター数 (入社6ヵ月以上)	90 名弱	130 名前後	+ 40~50%
営業収益 (シニアライフサポート)	364 百万円	4Qには中途社員のオンボーディングが済み、入社6ヵ月以上のコーディネーター数の増加に連動した収益拡大が見込まれる	
営業利益 (全社)	121 百万円	変動費はあまり無い上に、4Qは人員増に連れた固定費拡大を計画していないため、増収相当分を利益享受しやすく、前年同期の営業利益121百万円を相応に上回る公算	

これまでは、26/10期を最終年度とした「インパクトKPIの中期目標」のみ開示し、中期収益目標等は非開示だった。
企業のフェーズが代わり中計開示の意義が高まったため、**25/10期 通期決算発表時に「新中期経営計画」を公表予定**である。

これまで

26/10期を最終年度とする「インパクトKPIの中期目標」のみ外部開示し、通期決算発表時にリバイスするに留めてきた

プラットフォームサイト登録数をはじめ、
当初計画を大きく上回るKPIが多い

人員拡充、24/11のケアサルク事業開始等、
事業・組織のネクストステップが見え始めた

対外コミットメントを表明することで、
社内的な意思統一と成長意欲を醸成したい

25/10期 通期決算発表時（2025年12月中旬頃）に**新中期経営計画**を公表予定

中期的な
収益/KPIの目標値

新事業の方向性
シニアホーム×金融ソリューション

Net Cashや厚い自己資本比率を
活かした**成長加速戦略**

トピックス：株式会社Funtocoとの資本業務提携の締結

特定技能制度を中心とした外国人人材紹介を行う株式会社Funtocoと資本業務提携を締結し、当社の持分法適用会社とする。
シニアホームに対して、当グループからは入居者および物件を、株式会社Funtocoからは人材を提供できるようになる。

会社名	株式会社Funtoco
設立年月	2016年6月
本社所在地	大阪府大阪市浪速区 日本橋西二丁目5番6号
資本金	50,166千円
代表取締役	山本 将人
事業概要	外国人人材紹介事業



「家族が心の介護に向き合い、高齢者が笑顔で居る社会」実現を目指し、**シニアホーム中小運営事業者の情報格差解消**に寄与するリアルイベントや当社**コーディネーターの質向上**に向けた取り組みを実施。教育機関と連携するなど、社会インパクトに向けて邁進。

～“心の介護”があたりまえになる、社会の共通意識を目指して～

笑美面インパクトミーティング関西'25開催

■シニアホームのサービスの質向上へ寄与



笑美面インパクトミーティング関西'25

参加無料

— WIN-WINが創る未来戦略 —

2025.7.28 [Mon] 13:00開場
14:00-20:00
サンライズビル大阪 (3Fホール)

- ▶生産性向上に向けたこれからのICT・DX活用講演
- ▶笑美面の事業報告と今後の活動報告
- ▶経営を強くする各種サービス紹介
- ▶アワード表彰式、懇親会

株式会社善光総合研究所 代表取締役社長 宮本隆史氏

株式会社笑美面 代表取締役社長 榎並将志

未来を見据えた「福祉の現場をDXで変える！」をテーマに実施。運営事業者の責任者等が多数参加し、出展ブース企業や運営事業者間の情報共有・交流が生まれた。



最期まで「自分らしく生き抜く」支援を充実

■ACP（人生会議）に準拠した取り組みを9月より強化

介護家族の希望に加えて

本人の
医療・ケアに
関する希望

ACP

&

ALP

本人の
暮らしに
関する希望

教育機関と連携し介護業界の正しい理解を促進

■ヤングケアラー解消にも寄与



ヤングケアラー等の介護家族の負担や、シニアホームに関する正しい情報、入居後の声を紹介しながら社会課題の理解と将来の仕事を考えるキャリア教育を支援。心の介護に向けて推進していきます。

02

2025年10月期 第3四半期業績

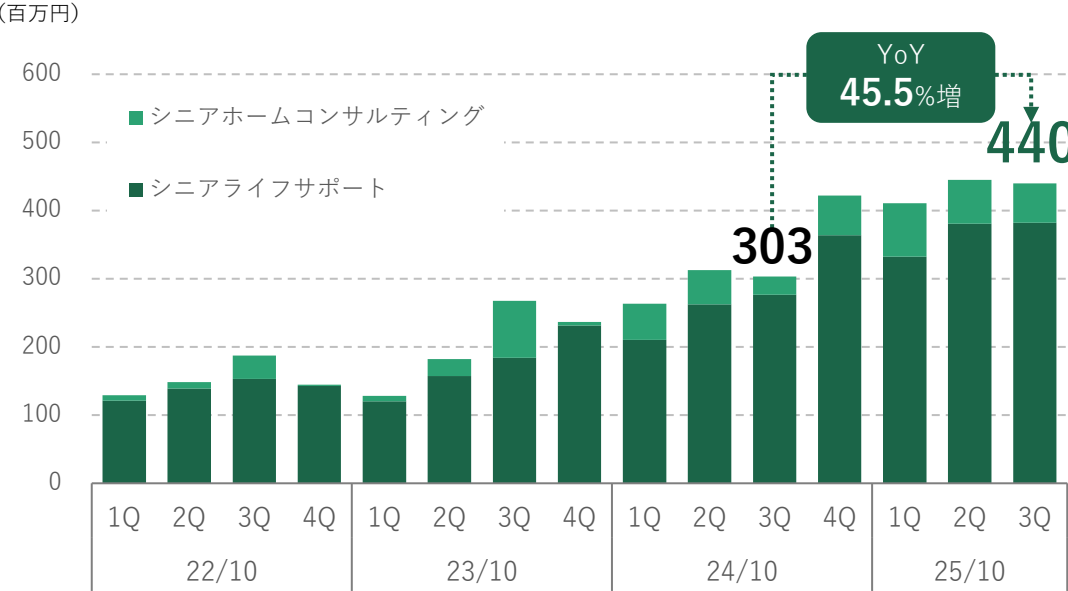
3Q累計業績は、営業収益がYoY + 47.4%増の1,296百万円、営業利益はYoYで減少し18百万円に留まった。
採用タイミングの遅れによる新人戦力化の遅れが原因で、QoQではほぼ横ばいでトップラインが推移した。

2025年10月期 第3四半期累計業績（連結）

	2024年11月～2025年7月（9ヵ月）	
（百万円）	実額	前年同期比 ※1
営業収益	1,296	+47.4%
営業利益	18	△80.6%
経常利益	17	△81.1%
四半期純利益	14 ^{※2}	△80.1%

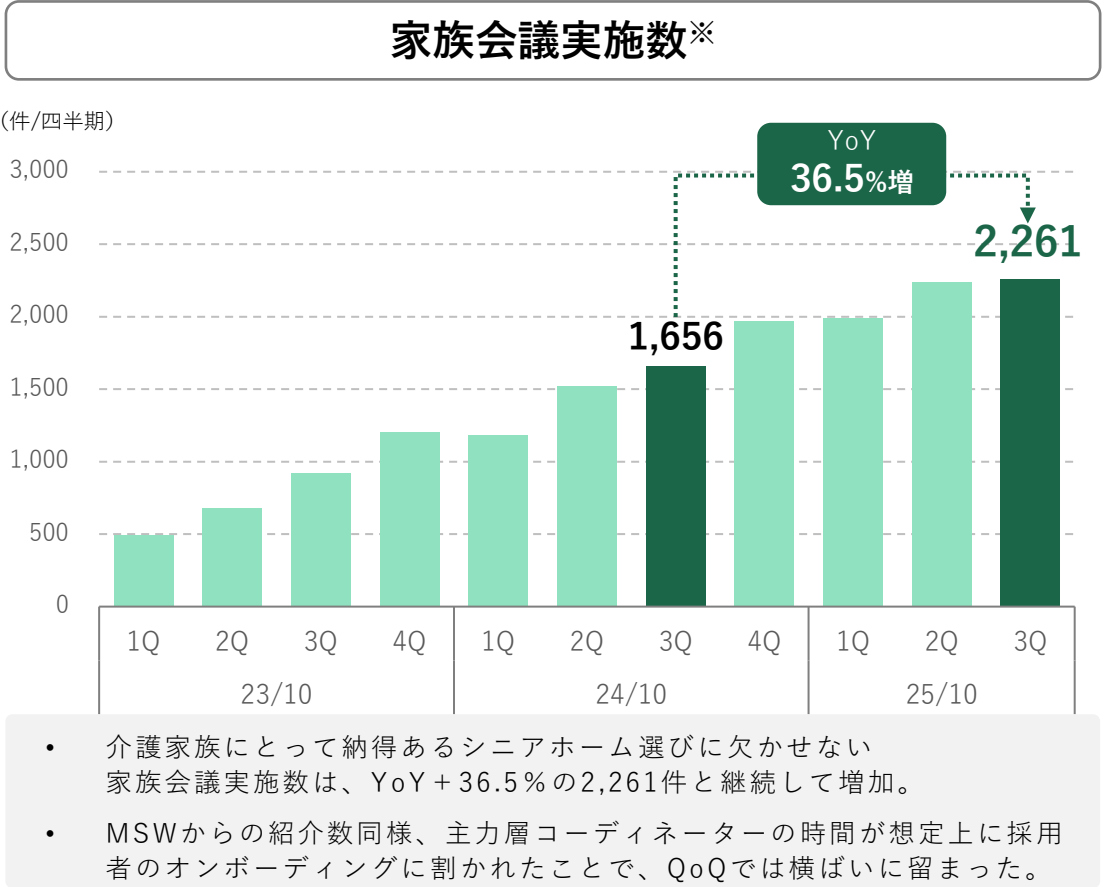
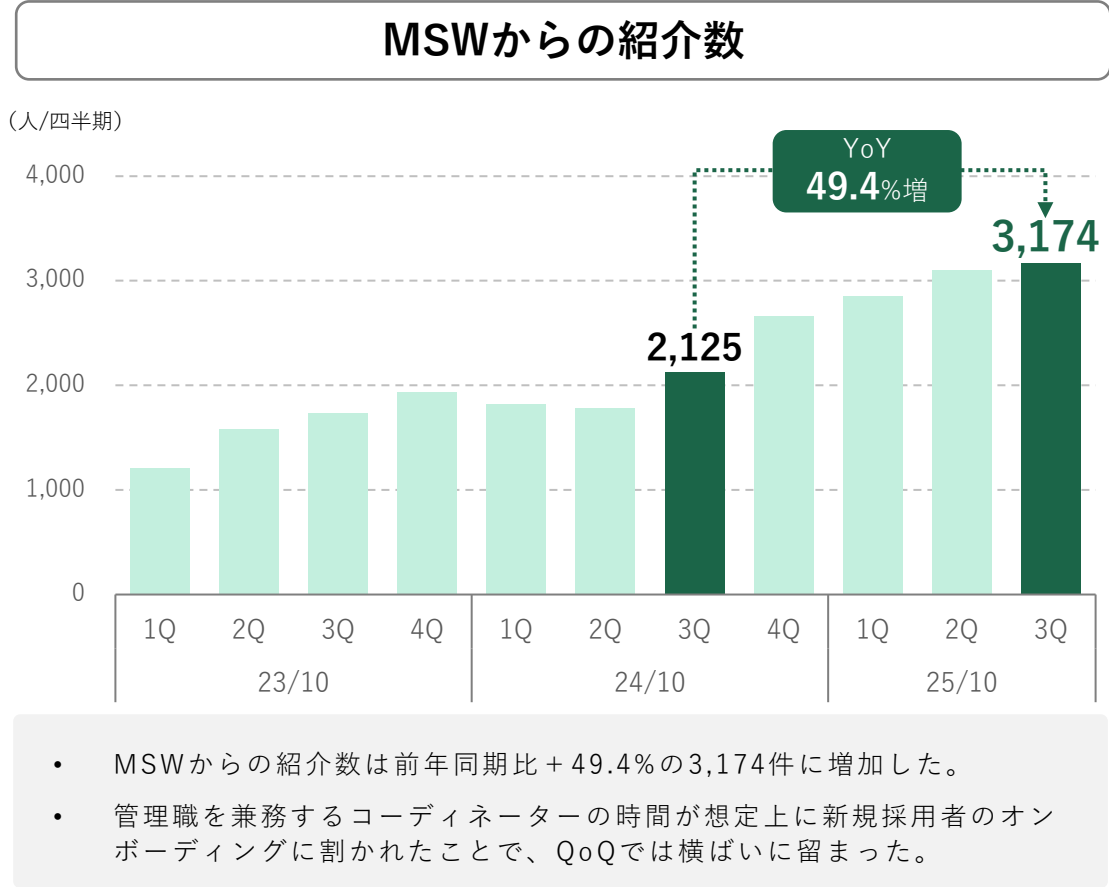
※1 前年同期比は、単体決算数値と比較し算出している。 ※2 繰延税金資産・法人税等調整額の計上をしている。

セグメント別売上高



- 全社ではYoY + 45.5%増を確保したものの、QoQではほぼ横ばい圏に留まった。中途採用した社員のオンボーディング遅延などが影響し、スマイル数がQoQで伸び悩んだ。

「MSWからの紹介数」「家族会議実施数」ともにYoYでは高成長を維持している一方、QoQでは横ばいとなった。



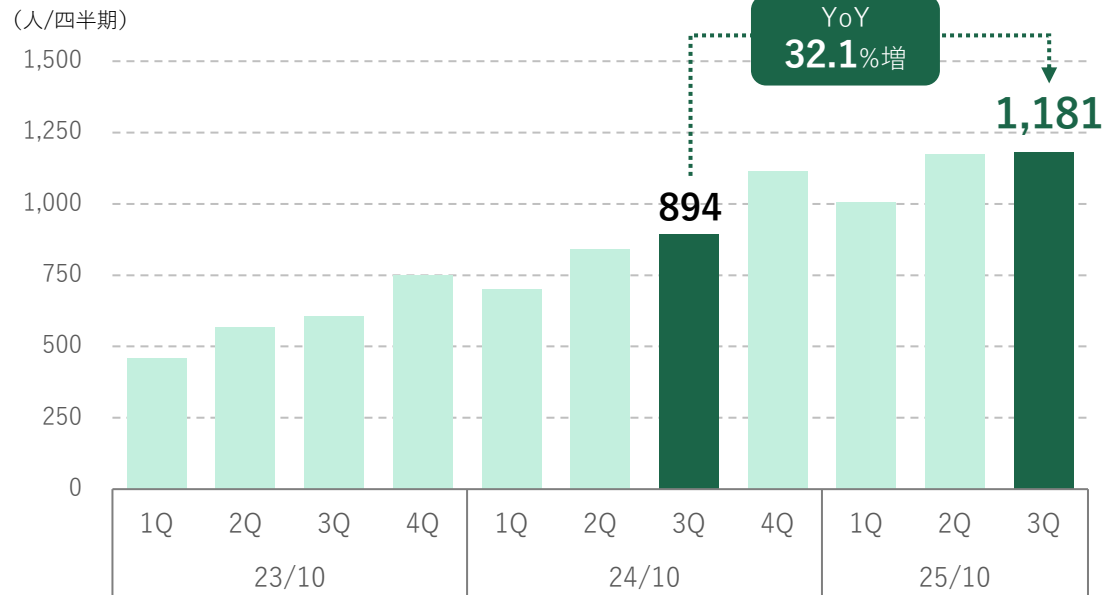
※ 当社コーディネーターが本人や介護者と対面や電話、オンラインのいずれかでシニアホーム選定のための条件や要望確認、優先順位の整理等の話し合いを実施した案件数。シニアホーム介護への納得感が醸成される重要なステップである。

四半期実績 | インパクトKPIの推移 (2/2)

「スマイル数」も他KPI同様、YoYでは高成長を維持している一方、QoQでは微増となった。

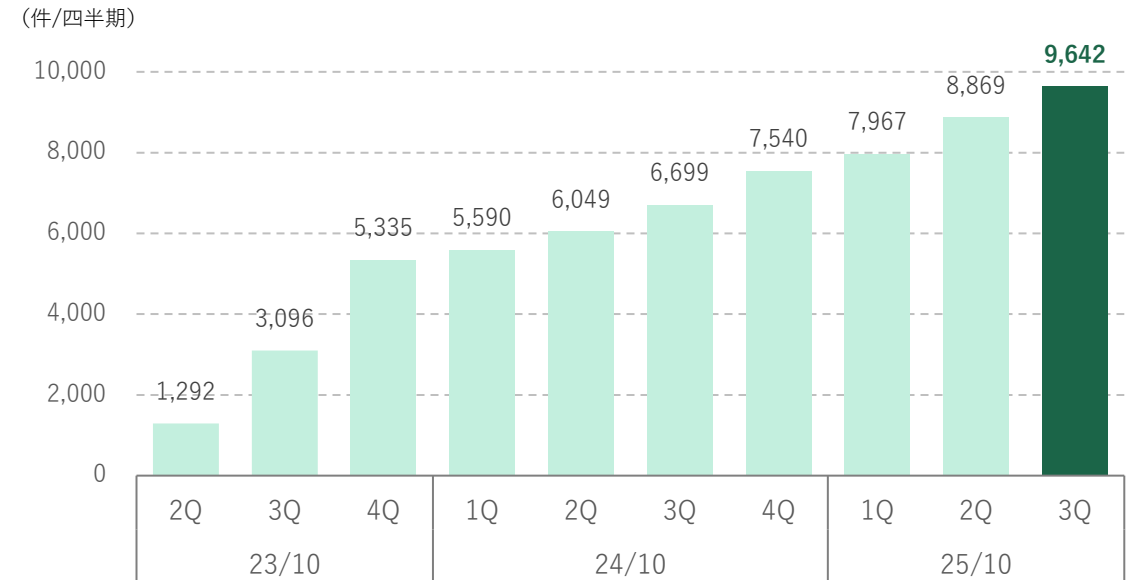
「プラットフォームサイト登録ホーム数」は今期中に10,000ホームに届く勢いである。

スマイル数



- スマイル数（成約数）は前年同期比+32.1%の1,181人と拡大した。ただし、QoQでは成長鈍化した。

プラットフォームサイト登録ホーム数※1

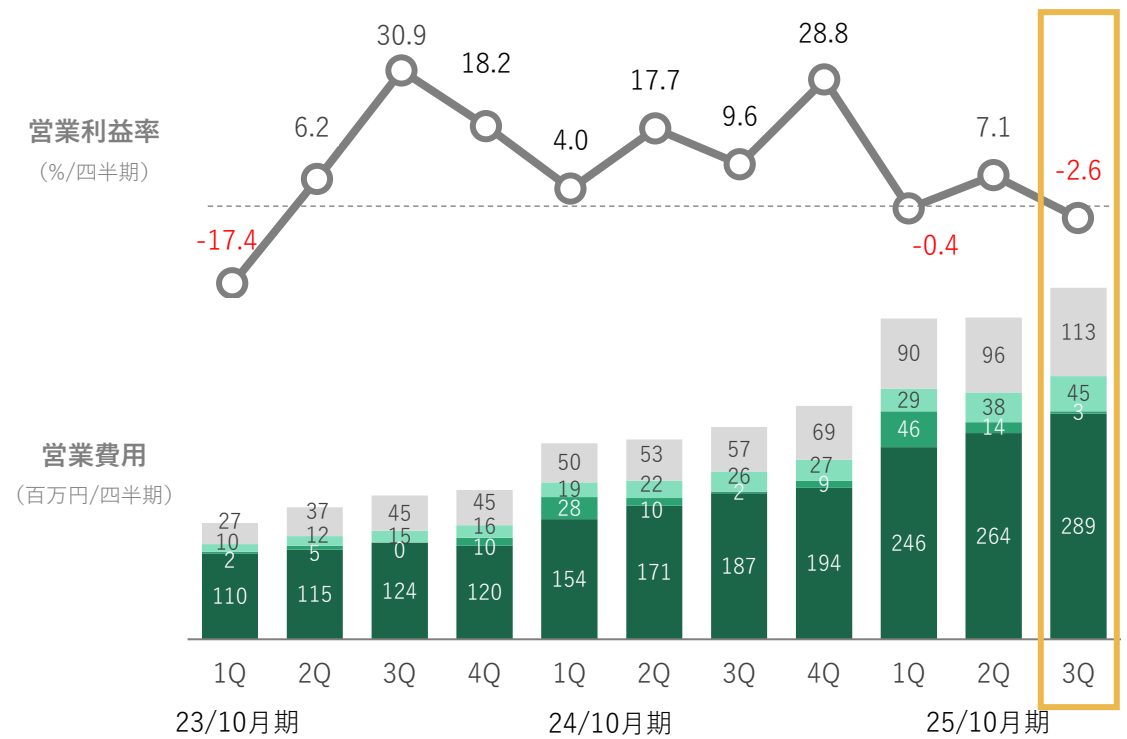


- 3Q末時点で9,642ホームまで登録が進み、今期中に10,000ホームの登録も視野に入った。
- 中長期アウトカムの実現に向けてホームの登録基盤を活かした業容拡大・他事業者の広告掲載(有償)を継続、情報の非対称性改善を図る。

※1 2023年3月にリリースした「ケアプライムコミュニティサイト」であり、主にシニアホーム運営事業者の責任者が自社の運営施設へのお客様紹介に関わる情報取得・入力等ができるホーム数をいう。25年7月末時点では、無料で事業者に開放している。

営業費用は、前年同期比65.0%増の452百万円だった。主に、組織拡充に伴い人件費、支払手数料が増加した。

営業費用と営業利益率※1 ※2



※1 2023年10月期第3四半期以前の四半期業績は監査証明を受けていない数値である。
※2 2025年10月期第1四半期より連結決算の数値である。

営業費用の詳細

人件費※3

採用費

旅費
交通費

その他
経費

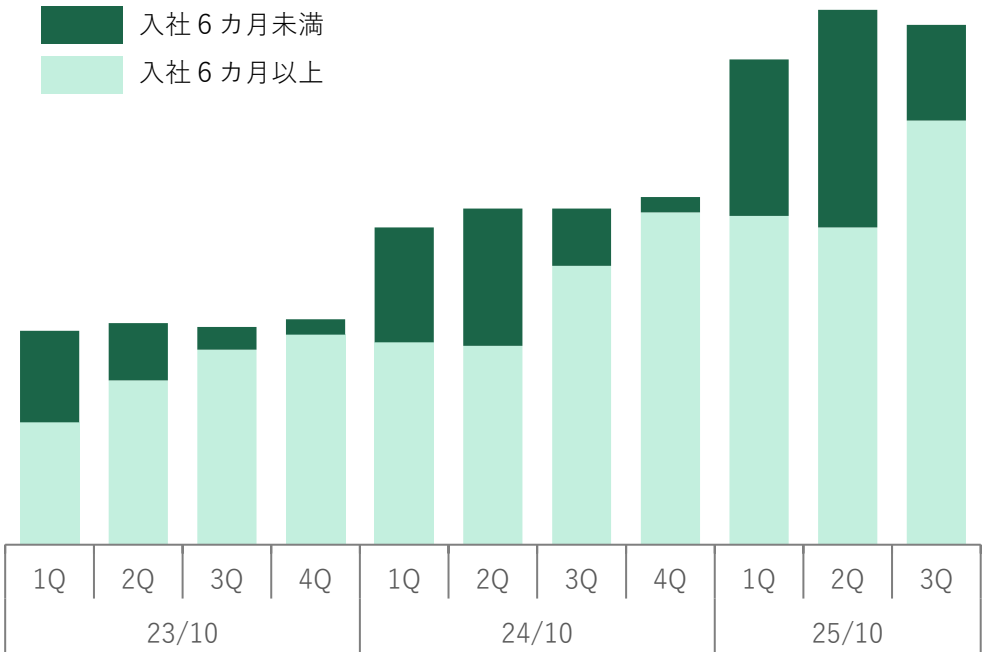
- 3Qは前年同期+102百万円の289百万円、期初からコーディネーターの採用を進め、採用タイミングの遅れは発生したものの計画通り人を拡充できたため、費用が増加した。
- 上半期で当期におけるコーディネーター採用はほぼ充足したため、3Qの採用費は3百万円に留まった。
- コーディネーター数の増加、稼働状況に連動して、旅費交通費も増加した。
- 支払手数料や地代家賃、通信費が主な科目である。
- 人員増加に伴い支払手数料をはじめとした各種費用も増加し、前年同期+56百万円の113百万円を計上した。

※3 人件費は役員報酬/給与賞与/通勤手当/法定福利費/退職給付引当金/福利厚生費を内包している。

コーディネーターの採用は順調に進んだものの、教育が遅延しKPIは総じて伸び悩んだ。
人員拡充に連れた組織体系の適正化や中間層の強化を意識して経営推進する。

コーディネーター数の推移と内訳

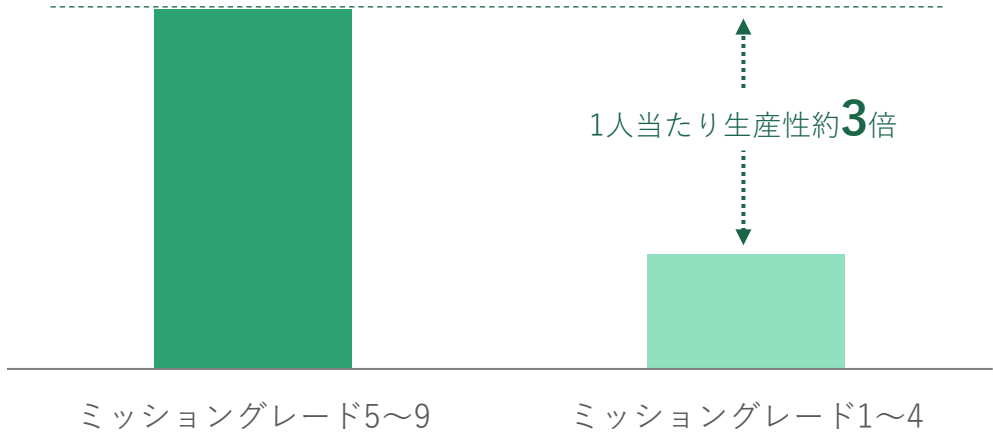
(人)



注：25/10期2Q→3Qにかけ総コーディネーター数が減少しているが、これは新規採用が上期により、
下期は新規増員がほぼ無かった一方、既存コーディネーターの離職が平年並みに進んだことが背景である。
25/10期は更なる離職が発生することを織り込んでなお、既に期初計画を充足する人員を確保済みである。

ミッショングレード別の生産性の違い

(24年5～10月（下半期）実績)



- 1 高ミッショングレードのコーディネーターは、
その他メンバー比で約3倍の生産性を確保
- 2 生産性の向上は収益性の改善に直結、
組織的営業力の強化で利益率上昇に繋げる

注：当社のコーディネーターのミッショングレード評価制度に基づき生産性を区分している。

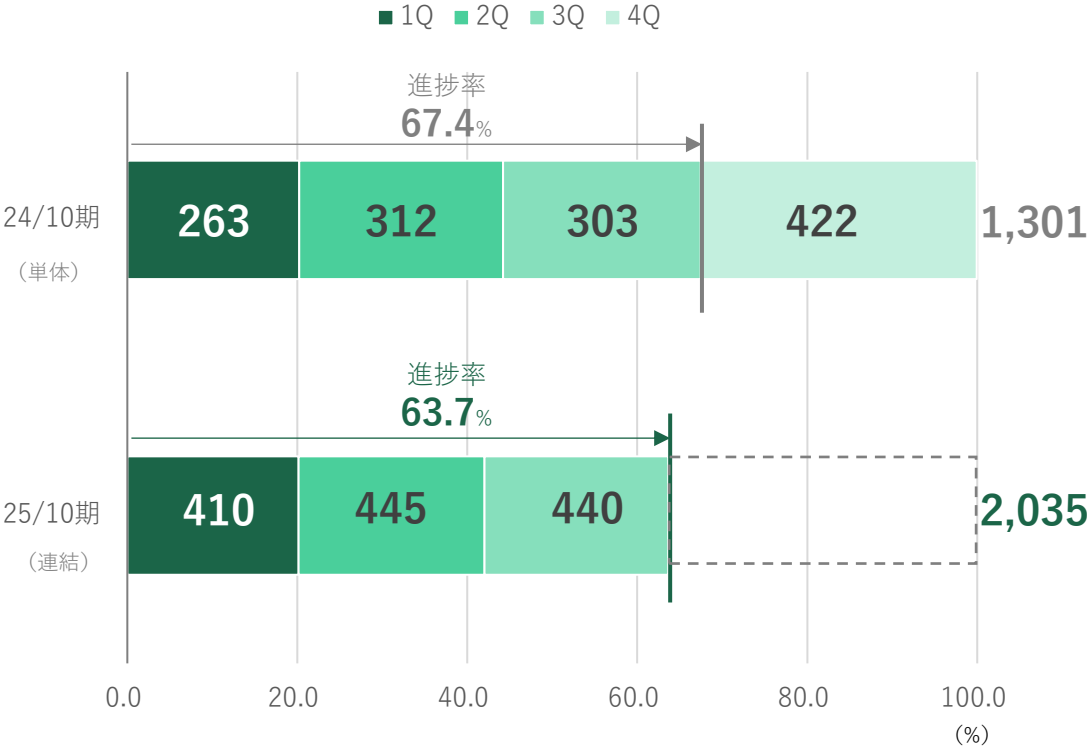
03

2025年10月期 | 通期計画と進捗状況

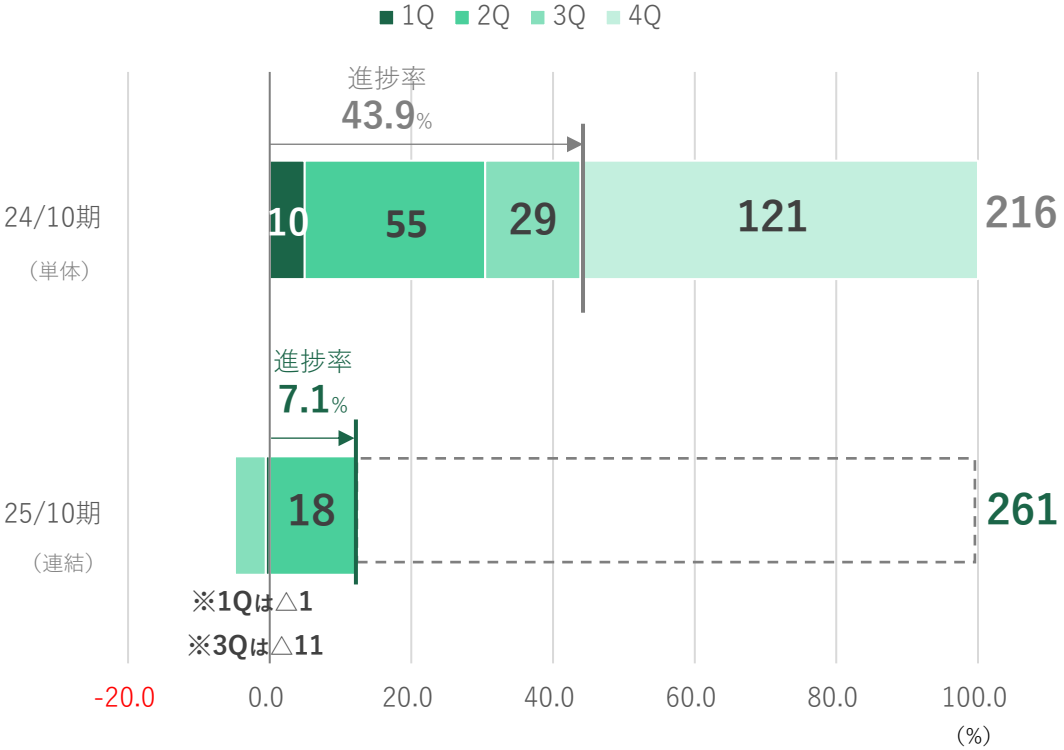
進捗状況 | 営業収益・営業利益の通期計画に対する進捗状況

営業収益の進捗率は、前期67.4%に対し当期は63.7%、営業利益は、前期43.9%に対し当期は7.1%と低水準である。
新人育成はSales Enablementの再徹底、管理職育成は成功事例の型化強化など”**実直な組織力強化**”でリカバリーを図る。

営業収益

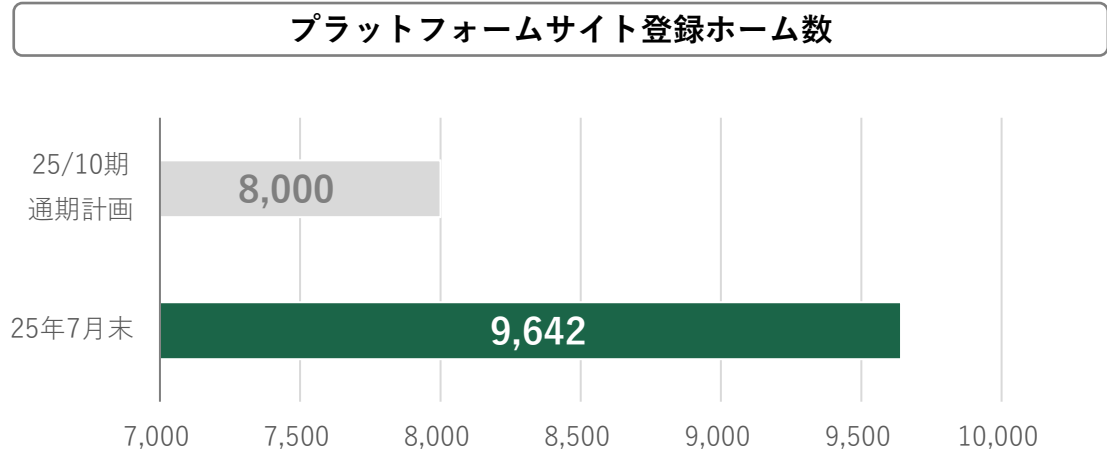
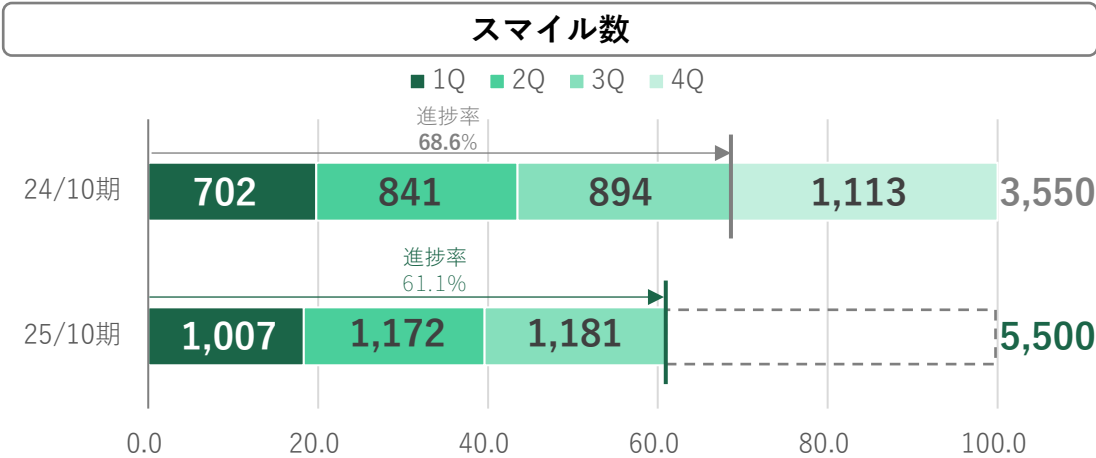
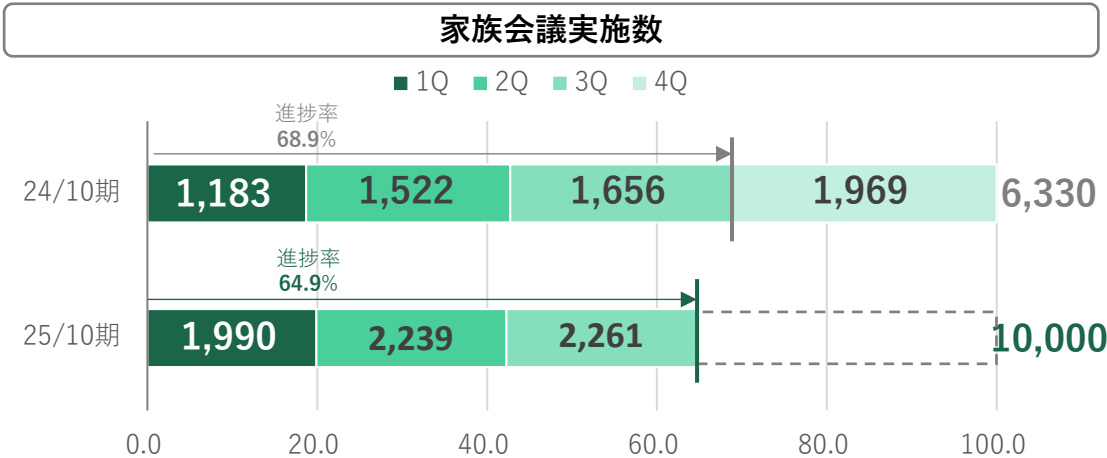
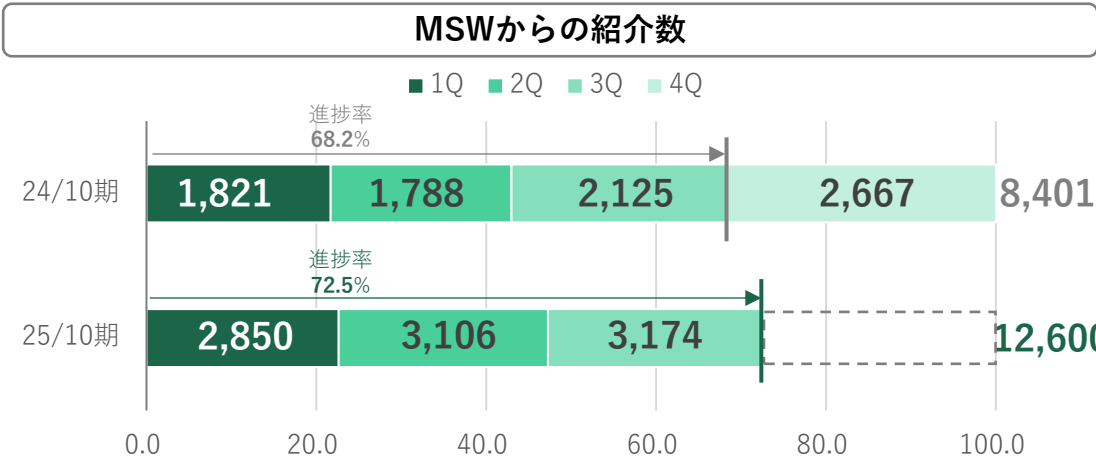


営業利益



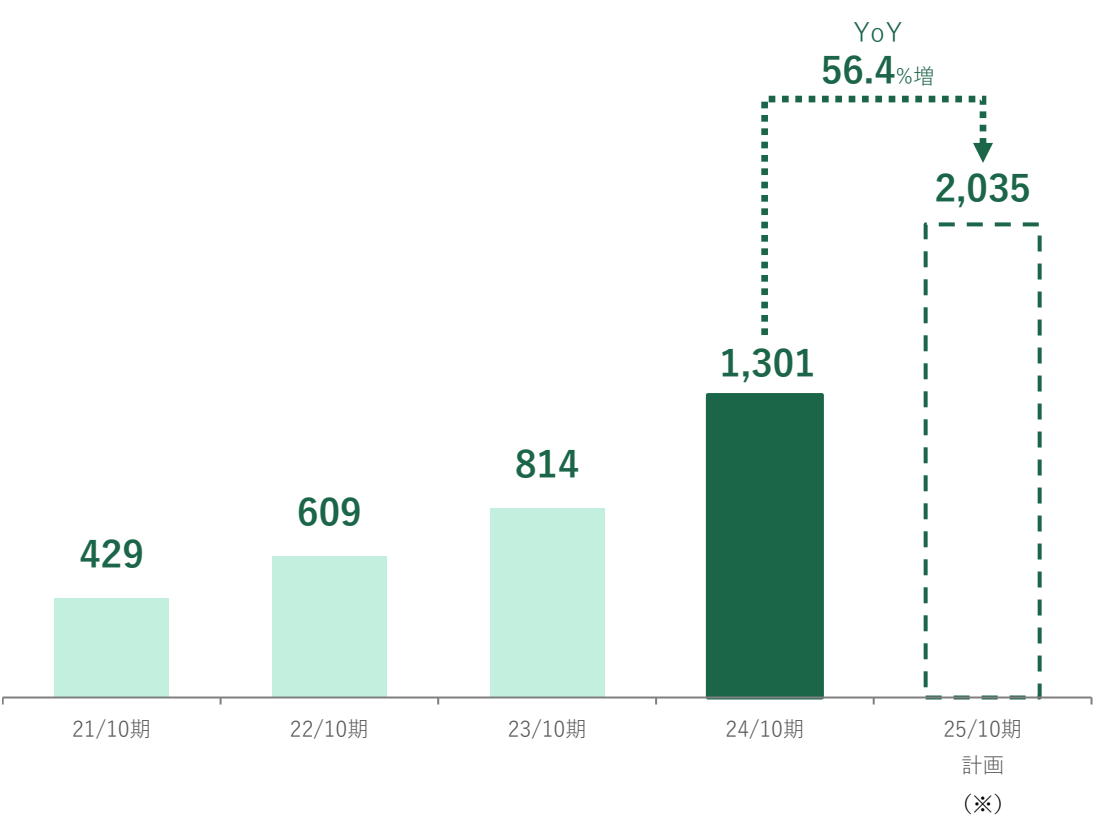
進捗状況 | インパクトKPIの通期計画に対する進捗状況

各インパクトKPIは、通期計画に対して遅延少なく進捗した。
MSWからの紹介数・家族会議実施数の増加はスマイル数に繋がる流れとなる。

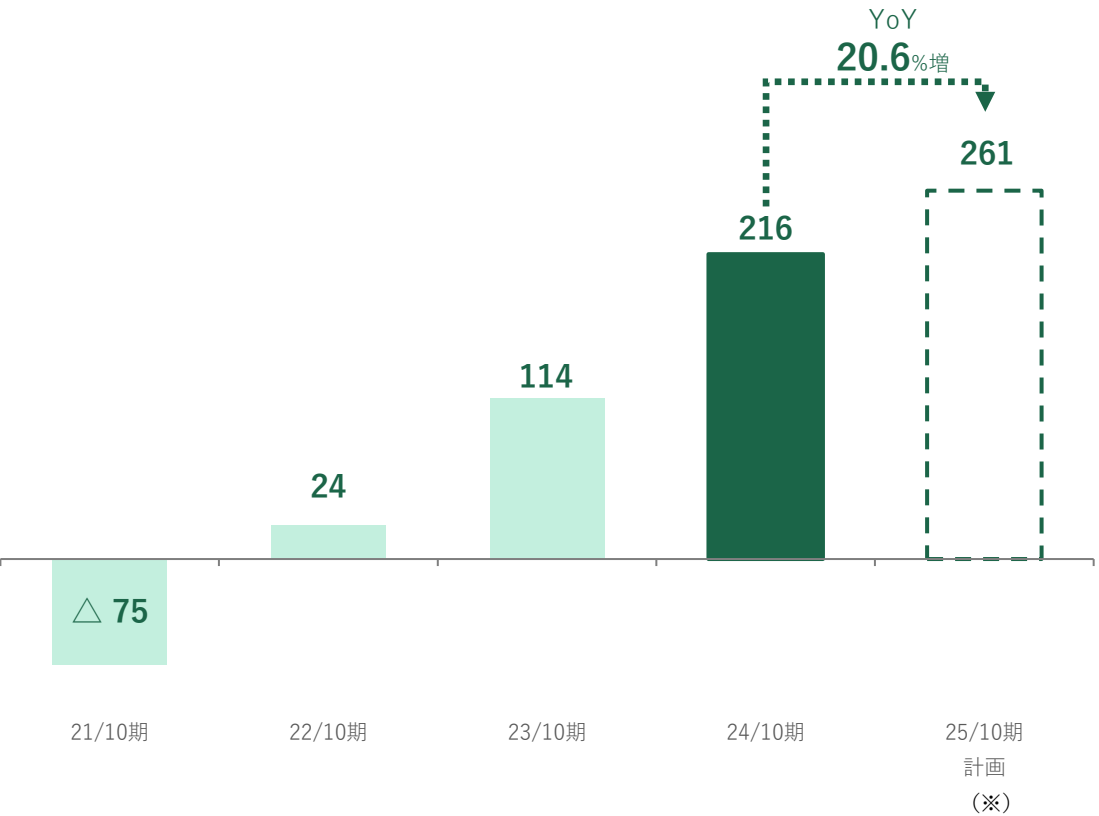


コーディネーター人員の拡充・組織的な営業力の強化に伴い着実に収益が拡大、
25/10期は、営業収益が前期比＋56.4%の2,035百万円、営業利益が同＋20.6%増の261百万円を計画する。

営業収益



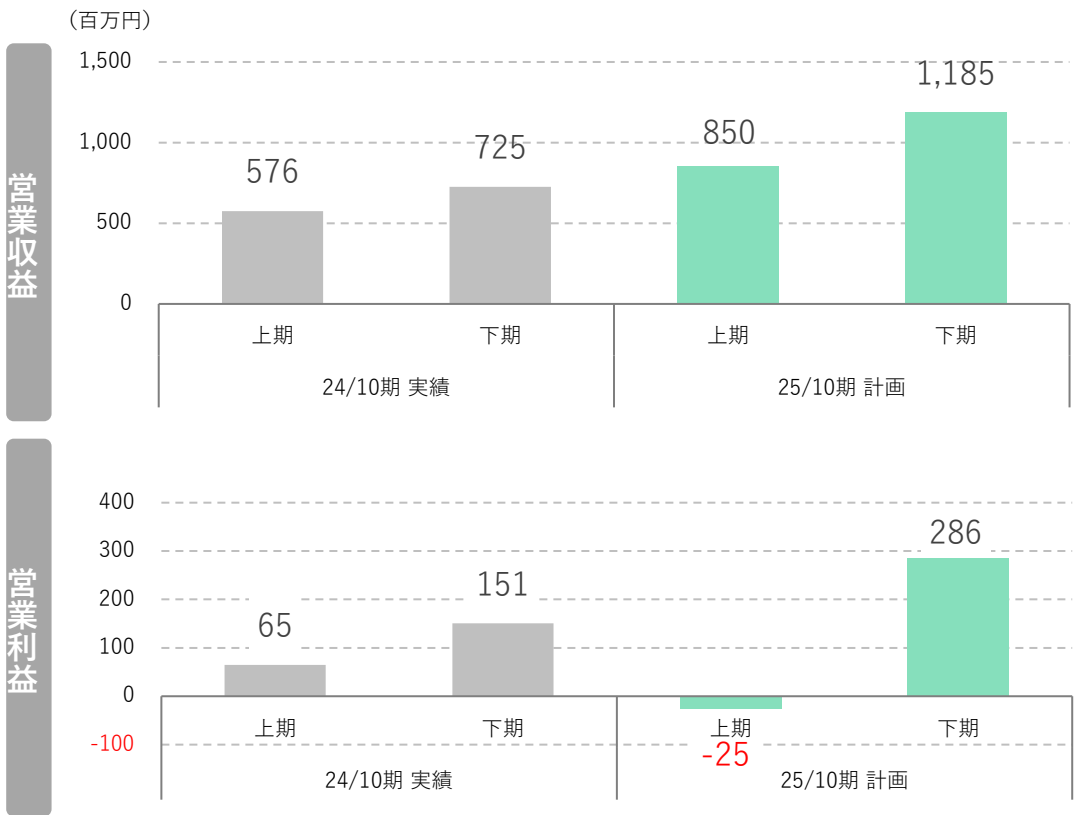
営業利益



(※) 25/10期より連結決算

下期偏重の業績計画を立てている。例年通り、上期に採用費をかけオンボーディングを進めることで尻上がりの収益拡大を見込む。
上期は人件費・採用費負担が重くなるうえ、年末年始の特殊性から1Qスマイルが伸びにくいいため、下期から利益確保が本格化する。

営業収益と営業利益の半期計画



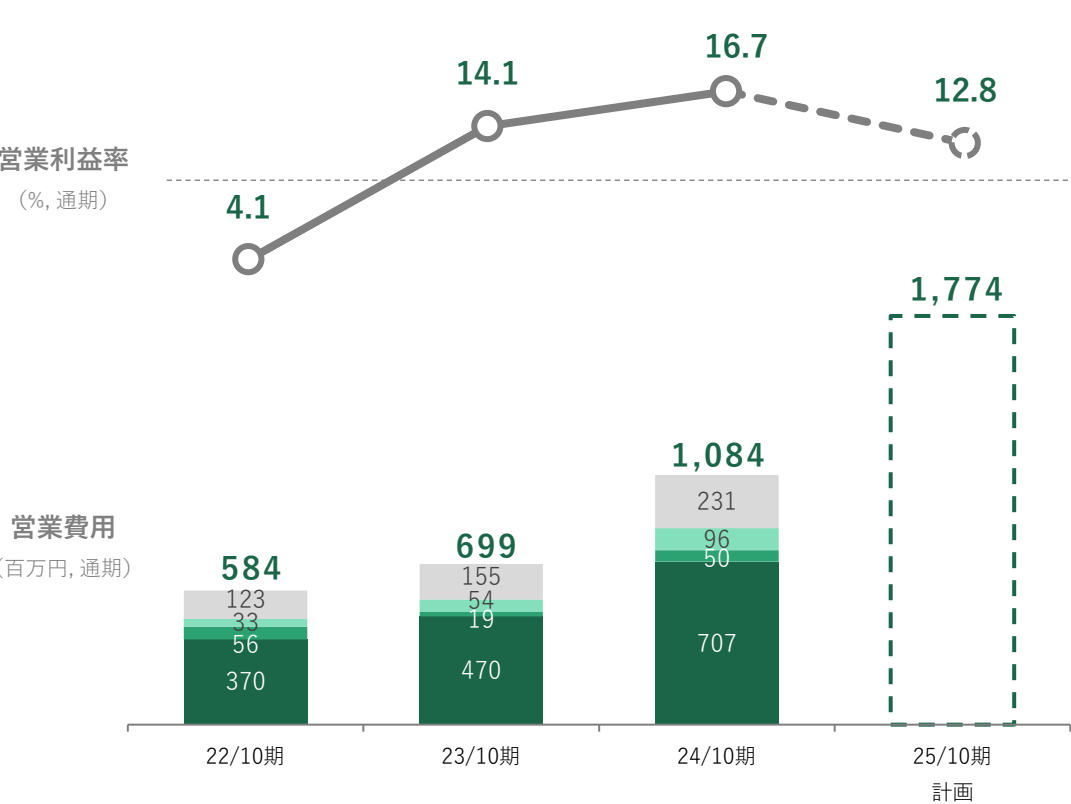
下期偏重の背景

- 1 上期にコーディネーターの新規採用と教育を実施し、下期に拡充した人員体制で活動を活発化させるため、四半期を追うごとに、尻上がりに収益が拡大する
- 2 採用費の計上タイミングが上期(特に1Q)に偏るため、上期は費用増による利益の押し下げ圧力が大きい
- 3 年末年始の特殊性※1から1Qはスマイル数が伸びにくく、限界利益に対する固定費負担が重くなる

※1年末年始の特殊性に関する詳細は、第1四半期決算説明資料p.14を参照されたい

24/10期にかけ、人件費など固定費の積み増し以上にトップラインを伸ばし、**不連続な収益性改善**を実現、生産性の維持・向上を念頭に置きつつも、中長期的な収益拡大に向け**人的資本投資を継続**する。

営業費用と営業利益率



営業費用の詳細

- 人件費※1**
 - 24/10期は**期初からコーディネーターを拡充**したため、人件費は前期比+237百万円の707百万円に増加。
 - 持続的な収益拡大を目指し、25/10期はコーディネーターの**50名強の純増**を図る。
- 採用費**
 - 24/10期はコーディネーター**30名強純増**し、前期比+31百万円の50百万円に増加。
 - 25/10期は**上期に採用費をかけ**人員拡充、下期にかけ新規コーディネーターのオンボーディングを進める。
- 旅費 交通費**
 - コーディネーター拡充および営業機会の増加から、**規模拡大に連れて旅費交通費は増加**する。
- その他 経費**
 - 24/10期は事業規模の拡大に連れて、支払手数料を中心に**その他経費が増加**。
 - 25/10期も支払手数料の増加に加え、**開設予定の新規オフィスに係る費用**を計画に織り込み。

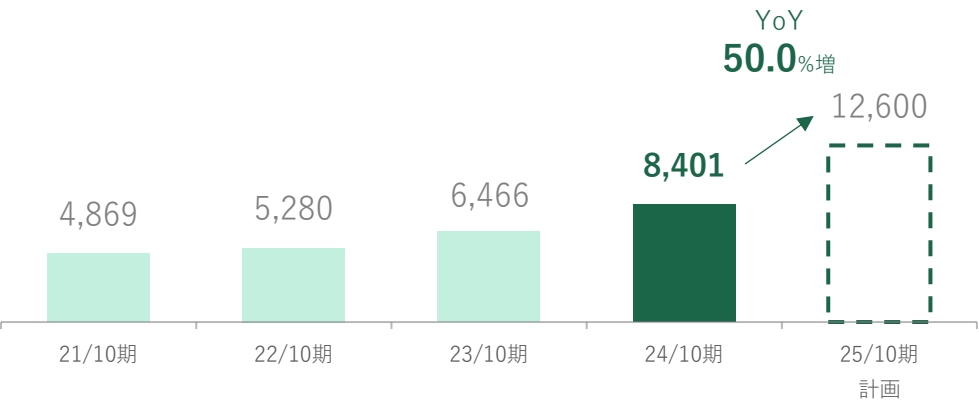
※1 人件費は役員報酬/給与賞与/通勤手当/法定福利費/退職給付引当金/福利厚生費を内包している。

25/10期は、24/10期までの業績トレンドおよび中期経営方針に沿った、着実な増収増益を想定する

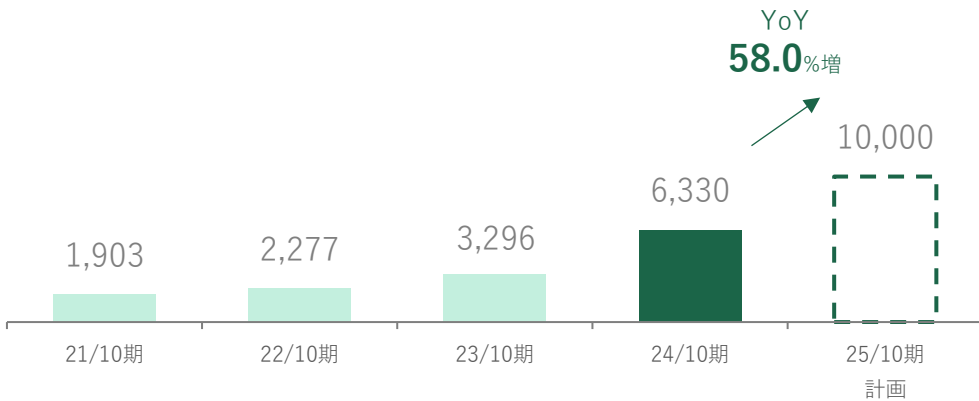
シニアライフ サポート	- 外部環境 高齢化・シニアホーム増設の潮流を受け、シニアホーム紹介事業者のニーズは順調に拡大すると想定する。 - 営業強化 <u>コーディネーターは50名超の純増を計画する</u>。24/10期の30名超に対し約1.7倍の採用規模となるが、前期に反復実施した採用→教育のステップとそのノウハウを活かすことで、着実に組織拡大できると見込んでいる。 - スマイル数 <u>前期比54.9%増の5,500件</u>を計画する。MSWとの関係性強化や家族会議の有用性への認知・理解促進を引き続き図ることで、マーケットシェア拡大を推し進める。 - 単価:業容拡大に伴うオーガニックな向上を計画に織り込む。
ケアプライム	24年9月に新設した<u>(株)ケアサルクは徐々に規模・業容拡大</u>を図る。 「ケアプライムコミュニティサイト」を通じたシニアホームとの連携は注力するものの、<u>期初計画では大幅な収益貢献は織り込まない</u>。
営業費用	24/10期同様、上期に新規採用を強化する予定で、25/10期も<u>営業利益は下期偏重の計画</u>である。 - 採用費は<u>前期比で約2倍</u>となる約1億円を計画する。この多くは上期に費用を計上予定である。 - 採用や賃上げに連れた人件費・旅費交通費の積み増しを想定する。一方、その他費用については、規模拡大につれた一定の増額はあるものの<u>大幅な費用投下は想定していない</u>。
その他	出店 2024年12月に大阪堺オフィスを大阪難波へ拡大移転。新規出店の一時的な費用増も上期計画に織り込む。

リード指標は**50%**、スマイル数はオンボーディング進行に伴う成約率向上もあり**55%**の成長を図る。
23年3月にリリースしたプラットフォームサイトは、引き続き利用ホーム増を進めるとともに、**マネタイズを進める**。

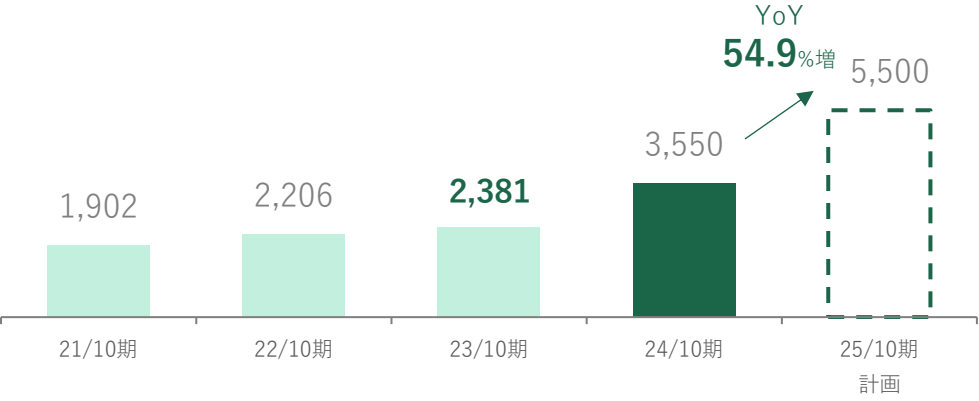
MSWからの紹介数



家族会議実施数



スマイル数



プラットフォームサイト登録ホーム数（累計）



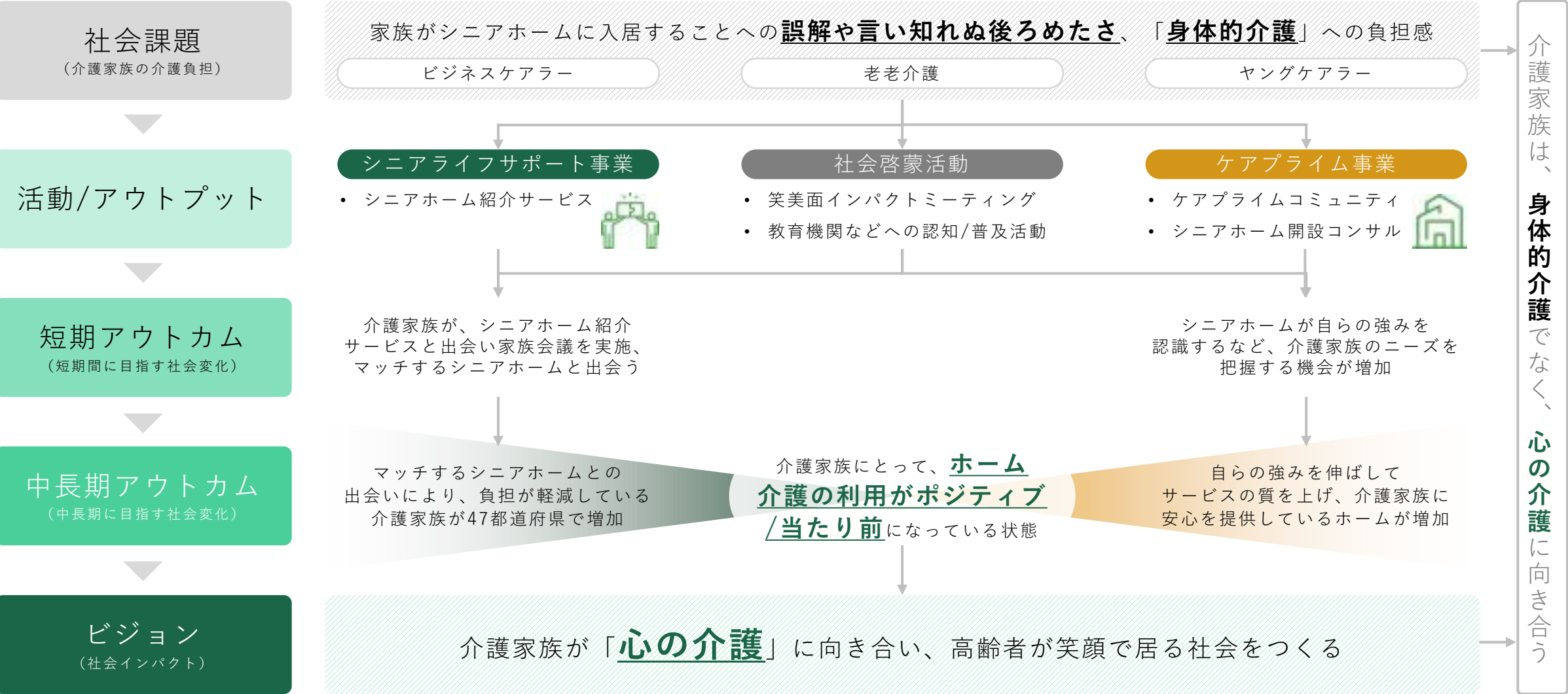
26/10期までのインパクトKPI目標値をアップデート、全ての指標・期間において目標値を上方修正した。
引き続き、社会インパクト創出に向けた短期アウトカム指標として注力し、その進捗を測っていく。

KPI 策定時期		2020年 10月期	2021年 10月期	2022年 10月期	2023年 10月期	2024年 10月期	2025年 10月期計画	2026年 10月期計画
MSWからの紹介（人）	23年11月	-	-	-	-	-	12,600	18,700
	24年11月	3,326	4,869	5,280	6,466	8,401	12,600	18,900
家族会議実施数（件）	23年11月	-	-	-	-	-	6,300	9,300
	24年11月	1,391	1,903	2,277	3,296	6,330	10,000	15,000
スマイル数（人）	23年11月	-	-	-	-	-	5,400	8,000
	24年11月	1,545	1,902	2,206	2,381	3,550	5,500	8,200
プラットフォームサイト 登録数（件）※1	23年11月	-	-	-	-	-	7,000	8,000
	24年11月	-	-	-	5,335	7,540	8,000	9,000

※1 2023年3月にプラットフォーム「ケアプライムコミュニティサイト」をリリースしている。

04

インパクトを生み出す価値創造ストーリー



被介護者・介護家族とコーディネーターで、シニアホームへの理解を深める独自の取り組み「**家族会議**」を強力に推進。
 家族がシニアホームに入居することへの**誤解・言い知れぬ後ろめたさを解消**し、ビジョン達成に向け一歩前進した。

家族会議

シニアホーム入居への納得感が
ご家族間で醸成される取り組み

MSW等より
紹介を受ける



入居先を
具体化する

被介護者・介護家族×コーディネーター

会議内容

要望や条件だけでなく、ニーズの引き出しや家族間で意見がまとまらない、親が入居を拒んでいる等の数々の悩みや不安に寄り添い、満足度の高いシニアホーム提案に加え、入居に伴う必要とされる煩雑な手続きについても、的確な支援を行うための話し合い。

身体状況

予算

その方らしい

本人の想い
家族の願い

こだわり
性格

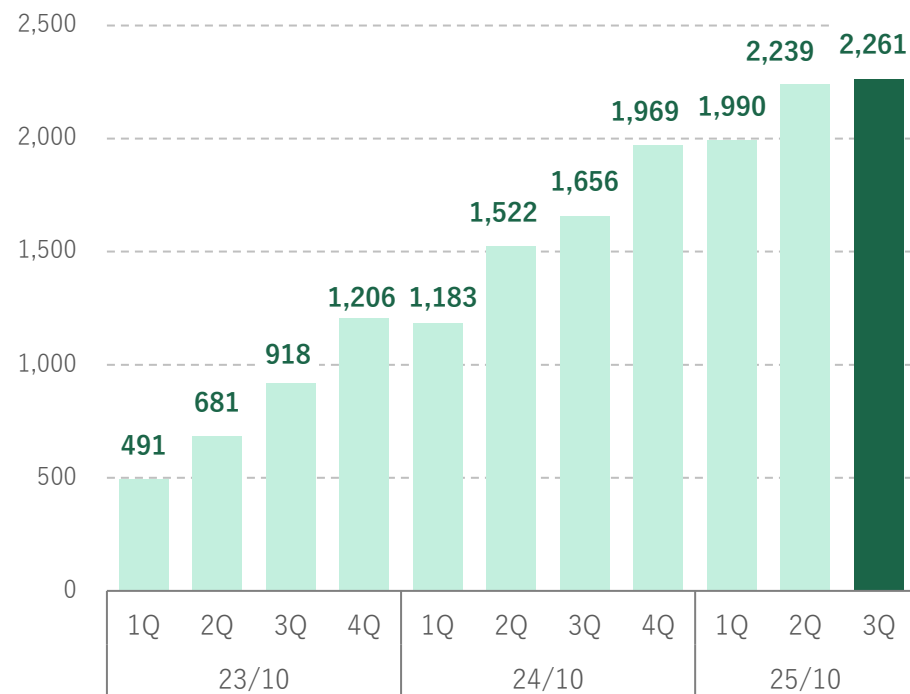
エリア

趣味
嗜好

リハビリ

最重要KPI「家族会議実施数」の推移

(件/四半期)



当社サービス利用者の多くが**介護時間の減少を実感**し、仕事をはじめポジティブな時間の使い道が増えた。

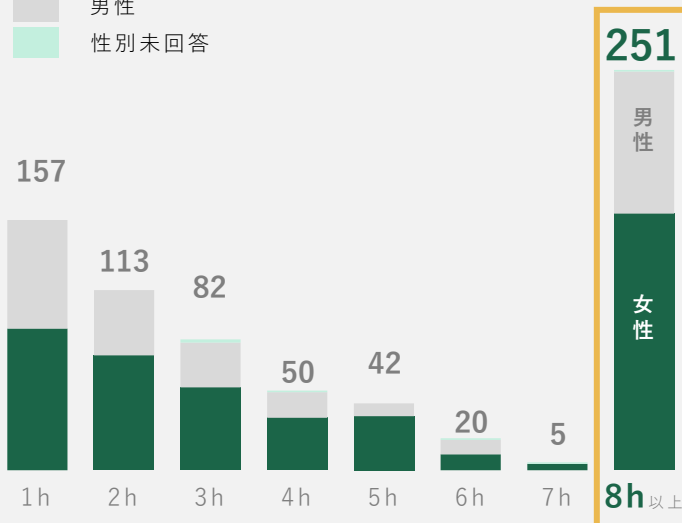
引き続き、SDGs5.4に係るインパクト創出に向け、**事業の推進と成果指標としての社会インパクトの計測を継続**する。

当社サービス利用前と後の 介護時間の減少幅※1

「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。

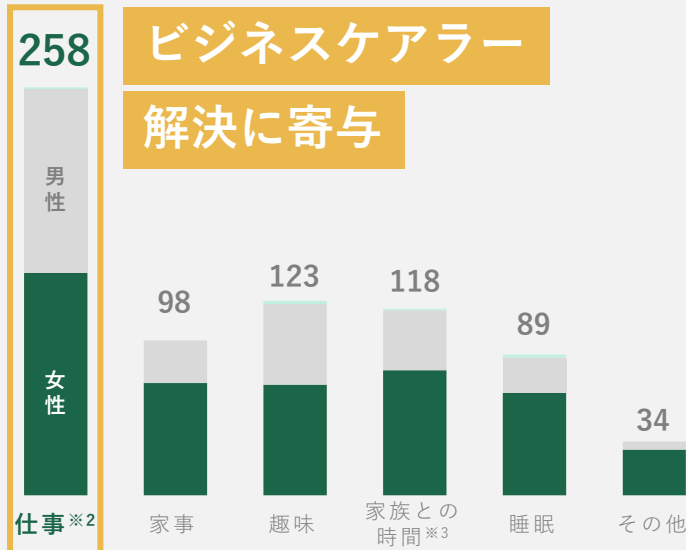
■ 女性
■ 男性
■ 性別未回答



当社サービス利用後に 減少した介護時間の使い道※1

「仕事※2」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。



SDGs5.4のターゲット



公共のサービス、インフラ
およ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、

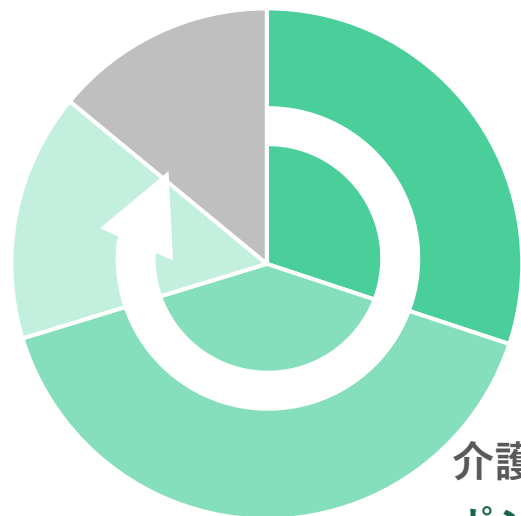
**無報酬の育児・介護や
家事労働を認識・評価
する**

※1：当社調べ 2023年4月～2025年8月「入居後「心の介護」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=1077)」結果より、
介護に要する時間が減ったと回答したN= 720の内訳を抜粋 ※2：アルバイト・パートを含む ※3：家事の時間を除く

家族会議の実施を強力に推進することで、家族がシニアホームに入居することへの”**言い知れぬ後ろめたさ**”や、シニアホームに対する”**悪いイメージの払拭**”に貢献し、ホーム介護の利用がポジティブ/当たり前な状況に向け一歩前進した。

笑美面のコーディネーターのサポートによって...

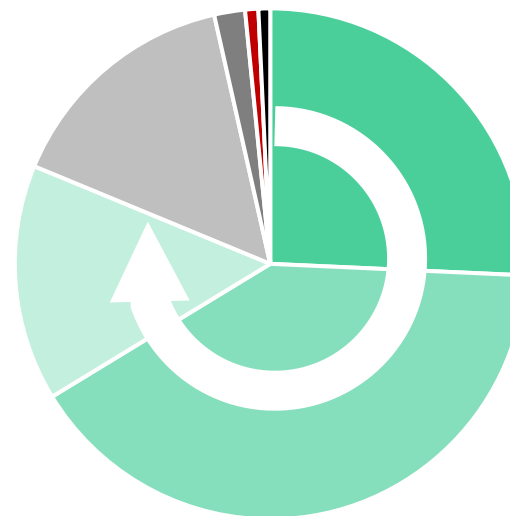
シニアホームへの入居に関しポジティブな気持ちの変化がありましたか？



介護家族の**86%**が
ポジティブな気持ちになった

■大変よくなった ■良くなった ■やや良くなった ■変わらない

シニアホームに対するイメージに変化がありましたか？



介護家族の**81%**が
イメージが良くなった

■大変よくなった ■良くなった ■やや良くなった ■変わらない
■やや悪くなった ■悪くなった ■大変悪くなった

日々介護家族に向き合う相談員が大きな役割を果たしていることがわかる

集計対象/条件は前掲のアンケートと同様である。

スマイル（成約）への移行率は家族会議を実施したケースの方が明確に高く、生産性改善を通じた財務インパクトは大きい。

社会と財務のベクトルが一致しているからこそ、インパクト創出に向けたインセンティブが高まりやすい構造を形成できている。

財務インパクト

家族会議を実施した際の成約率は、未実施の場合と比較して明確に高い

→ 家族会議の実施は、生産性（収益性）を改善させる

→ 財務インパクトが大きいからこそ、現場はKPIとして注力しやすい

成約率・生産性が高まり
収益の拡大につながる

社会インパクト

家族会議の実施は、介護家族の納得あるシニアホーム選びに直結する

→ 老老介護や、ビジネス・ヤングケアラーの減少につながる

→ 被介護者・介護家族に寄り添う取り組みでMSWからの紹介を得やすい

MSWの信頼を得て、
初動で家族会議の実施を
依頼されるケースが増える

介護家族は入居対象者のシニアホーム入居をきっかけに、**身体的介護負担からの解放によって本来の自分らしい時間を取り戻すことができる**。同時に心の介護に専念できる状態になり、親子関係が改善するなど精神面が安定するケースも散見される。

直接的な介護の時間より、いつ何があるか、呼ばれるか…という常に気が休まらない状況だったので、**気持ちがとても楽になりました**。
毎日のことだったので、こうも違うのかと精神的な負担が大きかったことに後になって気付きました。

ホームに入れる事が**親を見捨てたわけではないと思えたり**、
実際介護負担が減る事により**優しい気持ちだけになりました**。

ホームの職員さんがとても親切であることを知った。母に対する**負の感情が無くなり優しく接することができる**ようになり**心に余裕**ができた

シニアホームでの生活が、**あんなに明るく楽しい感じ**だとは思っていませんでした。家族一同心配ばかりしていましたが**今は安心して心に余裕もでてイライラする事もなくなりました**。

呼び出されたり、病院に連れて行ったり、薬を用意することがなくなり、仕事、生活が、なりたってきた。

仕事探しも出来る様になり良かったです。
母と離れたのは、淋しいですがその分**睡眠時間も十分に取れています**。
今まで以上に**自分の時間が持てる**ようになった分、
母にも優しく接する事が出来る様になりました。

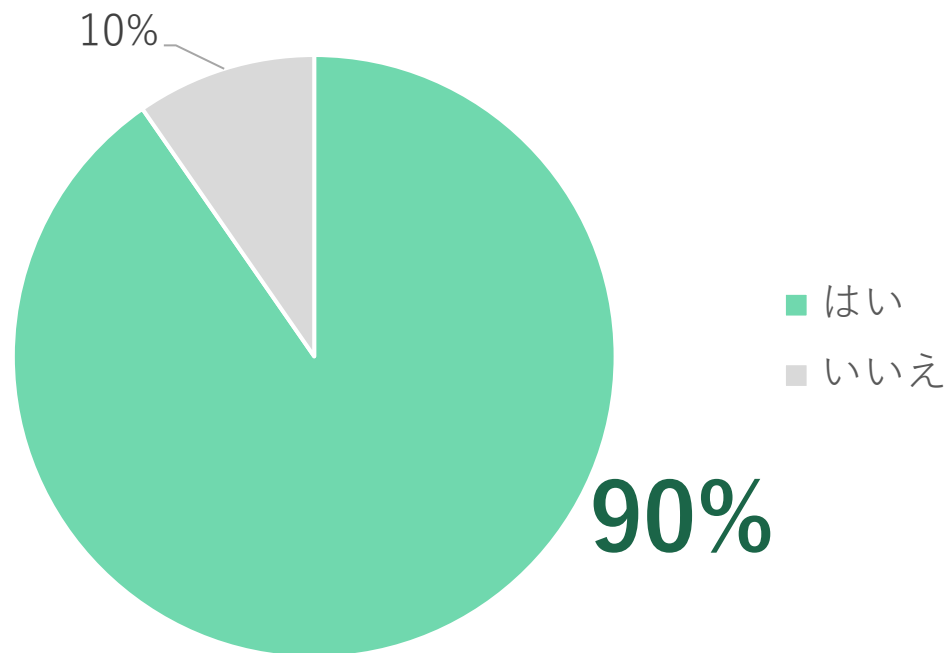
毎週、行かなくて良くなったので、**体も楽になり、精神的にも落ち着けてますし、家族の時間も長く取れる**ようになりました。

父の世話などの負担がなくリハビリに専念できていること。
何より父の喫煙飲酒で**いつも喧嘩が絶えなかった**ので、
そのストレスがなくなったことが一番の変化。

入居する母に寂しい思いをさせるのでは、と思っていたが、
母は友人も出来、毎日おしゃべりして楽しいと言っている
私も**食事や薬の服用も管理してもらっている**ので
安心して仕事など自分の事が出来る

シニアホームは「**身体的介護**」を、**介護家族は「心の介護」**を担うことで、被介護者の毎日の快適さを実現する。
当社サービス利用者の約9割は「心の介護」に向き合えており、ビジョン実現に向け着実に歩を進められている。

※1
身体的介護負担が軽減され、**心の介護**に向き合えていますか？



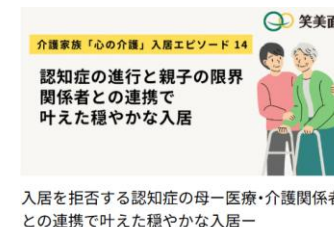
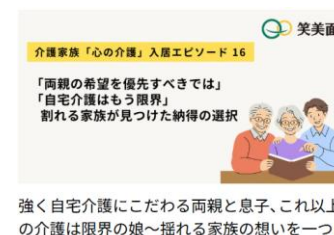
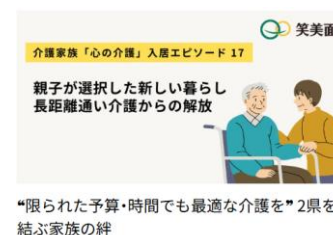
心の介護とは？

「心の介護」とは、介護が必要な方に対する**心理的な側面でのケア**のことを指しており、**当社が大切にしている考え方**です。

目指す状態は？

シニアホームが身体的な介護を担い、介護家族が心の介護を担うという役割分担を意識していただくことで、被介護者も快適で、介護家族も過剰な負担のない状態をつくることができます。

オウンドメディアで「心の介護」広がり配信開始中



note

「心の介護」入居エピソードなどを配信中。ぜひご覧ください。
<https://emimen.co.jp/media/>



※1 集計対象/条件は前掲のアンケートと同様である。

関西では2回目となる「笑美面インパクトミーティング関西'25」を開催。未来を見据えた「福祉の現場をDXで変える！」をテーマとするイベントは、笑美面インパクトの理解とともに中小運営事業者の情報格差解消に寄与。**社会インパクト実現に向け邁進**した。

笑美面インパクトミーティング関西'25開催 シニアホームのサービスの質向上へ寄与



笑美面インパクトミーティング関西'25

参加無料

— WIN-WINが創る未来戦略 —

2025.7.28 [Mon] 13:00開場
14:00-20:00
サンライズビル大阪 (3Fホール)

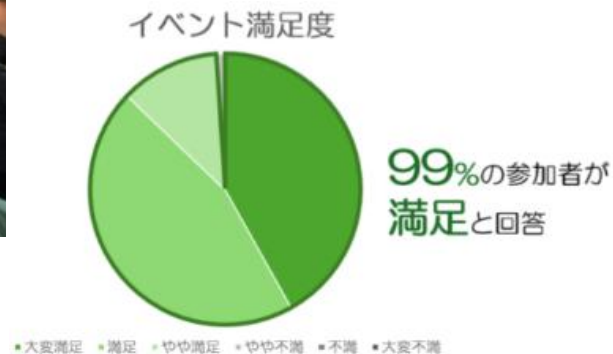
株式会社善光総合研究所
代表取締役社長
宮本隆史氏

株式会社笑美面
代表取締役社長
榎並将志

- ▶ 生産性向上に向けたこれからのICT・DX活用講演
- ▶ 笑美面の事業報告と今後の活動報告
- ▶ 経営を強くする各種サービス紹介
- ▶ アワード表彰式、懇親会



▲シニアホーム運営事業者の責任者等が多数参加。懇親会では、出展ブース企業や運営事業者間の情報共有・交流が生まれた。



■参加者の声 ※アンケート回答から一部抜粋

- ・ 講演は今後やらなければならないことがわかり、理解力が深まりました
- ・ 新しい勉強だけではなく、笑美面の想いなども聞くことが出来て良かったです
- ・ 同業者、関連企業、相談員さんへの接点機会がとても有難いです

▼詳しくは
以下ご参照
ください



「家族が心の介護に向き合い、高齢者が笑顔で居る社会」の実現を目指し、シニアホームの利用を「ポジティブで当たり前の選択肢」として受け入れられる社会づくりに向けて、**ACPに準拠した取り組み**や教育機関と連携し**若い世代に向けた正しい情報発信**を実施。

～“心の介護”があたりまえになる、社会の共通意識を目指して～

最期まで「自分らしく生き抜く」支援を充実
ACP（人生会議）に準拠した取り組みを9月より強化

病院とシニアホームの懸け橋に。情報連携を強化
暮らしの希望（ALP）に加え、医療・ケアの希望（ACP）
も大切にしながら、病院からシニアホームへの情報共有の
質を高めていきます。ACPとALPの両輪で、最期までその
人らしい人生を支え、シニアホーム事業者におけるACPの
推進にも貢献していきます。

介護家族の希望に加えて

ACP & ALP

本人の医療・ケアに
関する希望

本人の暮らしに
関する希望

▼詳しくは
以下ご参照
ください



教育機関と連携し介護業界の正しい理解を促進
ヤングケアラー解消にも寄与

介護のリアルを伝え、未来のキャリアを支える学びへ
住友生命保険相互会社「仮想職業体験プロジェクト」に協
業企業として参加。ヤングケアラー等の介護家族の負担や、
シニアホームに関する正しい情報、入居後の声を紹介しな
がら社会課題の理解と将来の仕事を考えるキャリア教育支
援を実施。心の介護に向けて推進していきます。



「（仮想）入社式」では、介
護家族が「ホーム介護の利用
がポジティブ/当たり前にな
る」ためのアイデアを依頼。
12月の発表に向けて、探究力
や対外的に伝える能力も支援
していきます。

05

業績・KPIの推移数表とFAQ

損益計算書（セグメント開示の開始に伴い、営業収益の内訳を過去分も含め遡及修正して表示している）



	22/10 通期	23/10 通期	24/10 通期	25/10 ^{※1} 通期計画	24/10				25/10 ^{※1}		
					1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q
営業収益	609	814	1,301	2,035	263	312	303	422	410	445	440
(YoY)	+41.8%	+33.6%	+59.9%	+56.4%	+105.7%	+71.8%	+13.3%	+78.5%	+55.8%	+42.3%	+45.5%
シニアライフサポート ^{※1}	555	693	1,113	1,733	210	262	276	364	332	380	382
(YoY) ^{※1}	+31.5%	+24.8%	+60.5%	+55.7%	+74.7%	+66.7%	+50.1%	+57.2%	+58.0%	+45.1%	+38.5%
スマイル数	2,206	2,381	3,550	5,500	702	841	894	1,113	1,007	1,172	1,181
(YoY)	+16.0%	+7.9%	+49.1%	+54.9%	+52.6%	+48.1%	+48.0%	48.6%	+43.4%	+39.4%	32.1%
シニアホームコンサルティング ^{※1}	54	120	188	302	53	50	26	58	78	64	58
(YoY) ^{※1}	+623.3%	+123.0%	+56.1%	+60.4%	+583.9%	+104.4%	△67.9%	+1,099.1%	+47.1%	+27.7%	+124.9%
営業費用	584	699	1,084	1,774	252	257	274	300	412	413	452
人材関連費 ^{※2}	427	489	757	1,251	183	181	189	203	292	279	293
営業活動関連費 ^{※3}	66	91	152	243	30	38	42	41	54	61	70
その他経費 ^{※4}	90	119	174	279	39	38	41	55	65	72	88
営業利益	24	114	216	261	10	55	29	121	△1	31	△11
(営業利益率)	4.1%	14.1%	16.6%	12.8%	4.0%	17.7%	9.6%	28.8%	△0.4%	7.1%	△2.6%
(YoY)	—	+361.6%	+88.9%	+20.6%	—	+388.8%	△64.6%	+182.1%	—	△43.3%	—
経常利益	23	97	213	259	9	54	27	121	△2	31	△11

※1 25/10期より連結決算。また、セグメント開示の開始に伴い、営業収益の内訳を過去分も含め遡及修正して表示している。
※2 人材関連費は、人件費（役員報酬/給与賞与/通勤手当/法定福利費/退職給付引当金/福利厚生費）および採用費を内包している。

※3 営業活動関連費は、主に旅費交通費、通信費を内包している。
※4 その他経費は、主に地代家賃、支払手数料を内包している。

	22/10通期	23/10通期	24/10通期	25/10 3Q※1
資産合計	312	788	1,128	1,157
流動資産	269	716	1,013	852
現預金	192	590	761	559
売掛金	63	104	226	216
その他	13	21	25	76
固定資産	42	69	113	303
繰延資産	0	3	2	1
負債合計	273	324	407	419
流動負債	137	202	303	322
買掛金	2	2	2	—
短期有利子負債	17	22	25	23
その他	117	178	275	299
固定負債	135	121	104	96
長期有利子負債	129	113	90	74
その他	6	8	13	22
純資産合計	39	464	720	737
自己資本	39	464	720	737
その他	—	—	—	—

※1 25/10期1Qより連結決算。

	22/10通期	23/10通期	24/10通期	25/10 2Q※1
営業CF	38	104	158	24
投資CF	△6	△9	△44	△14
FCF	31	95	113	9
財務CF	△30	303	56	△11
現金同等物の増減額	1	398	170	△2
新規連結に伴う現金同等物の増加額	—	—	—	7
現金同等物の期末残高	191	590	761	766

カテゴリ	質問	回答
事業環境 (シニアライフサポート)	シニアホーム紹介事業を手掛ける同業他社はどの程度いるのか？	高齢者住まい事業者団体連合会が開示する「高齢者向け住まい紹介事業者届出公表制度」の集計によれば2025年7月1日時点において700社を超える事業者が登録されております。ただし、その多くは小規模事業者で、業界未経験者の育成体制を整え組織的に事業展開できているプレイヤーは僅かであり、一定の競争優位性を確保しているものと考えております。
ビジネスモデル (シニアライフサポート)	入居者または介護家族との家族会議はどのように実施しているのか？	当社コーディネーター（相談員）が本人や介護者と対面・電話・オンラインのいずれかの形態で実施しております。原則1名が対応しておりますが、状況により2名等で対応するケースもございます。
ビジネスモデル (シニアライフサポート)	家族会議の実施如何でその後の成約率は変わるのか？	具体的な定量数値の開示は控えさせていただきますが、家族会議の実施により成約率が向上することが確認できております。本人・介護家族にとって納得あるシニアホーム選びに欠かせないステップであるため、インパクトKPIに設定しております。
ビジネスモデル (シニアライフサポート)	MSW（メディカルソーシャルワーカー）からの紹介数は、全体のリード数の何割か？	MSWからの紹介が全体のおおよそ7割を占めます（24/10期）。コーディネーター自身がMSWの方にアプローチし、継続的な紹介案件の獲得に務めております。

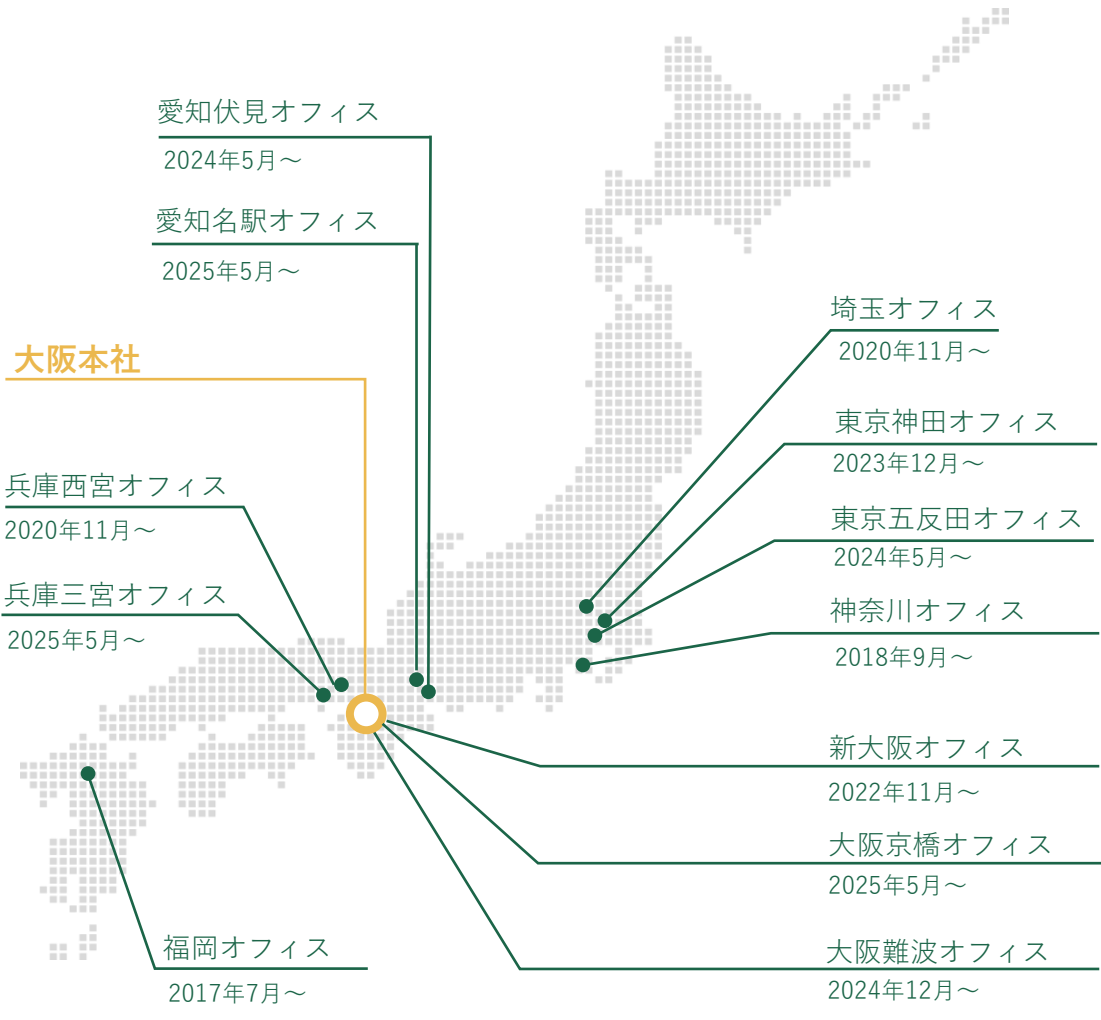
カテゴリ	質問	回答
ビジネスモデル (シニアライフサポート)	生産性の高いコーディネーターグレード（5～9）になるまでの期間は？	2024年10月期までの実績ベースでおおよそ2年間です。また、グレード1～4の間でも明確に生産性の改善が確認が出来ており、オンボーディング進行で段階的に生産性が向上できているとご理解下さい。今後は、オペレーショナル・エクセレンスの浸透で、更なる早期化や定着率向上を図ります。
業績動向 (2025年10月期 通期計画)	25/10期は上期に新規採用を強化とあるが、採用計画は順調に進んだのか？	上場に伴う認知向上や社会課題解決に繋がる事業への共感などにより、通期計画50名超の純増に向けた採用は順調に進みました。2025年7月末時点でほぼ計画どおりの採用に至っております。 当期も上期に採用したコーディネーターのオンボーディング進行に伴い、下期にかけて収益拡大が進むものと考えております。
業績動向 (2025年10月期 通期計画)	シニアライフサポート事業において、入居者とホームのマッチングの有効性を確保するために工夫している点はあるか？	当社は、マッチングサービスにおける中立性を創業時より最重要視しております。評価制度・チーム編成・事業目的の浸透等を通じて、コーディネーターが中立性を確保しながらマッチングを行える仕組みを整備しております。 また、シニアライフサポート事業は事業の特性上、利用顧客を選ぶことはなく、ご依頼頂いた全ての方にサービスを提供することで公平性を確保しております。入居後には、入居後アンケートを実施しマッチングの有効性を確認しております。

06

Appendix

06-1 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（連結）	185名（2025年9月1日現在）
資本金	270,276,580円（2025年7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 27001:2023 および ISO/IEC 27001:2022）
グループ会社	株式会社 ケアサンク（100%子会社） 株式会社 Funtoco（20%出資・持分法適用会社）

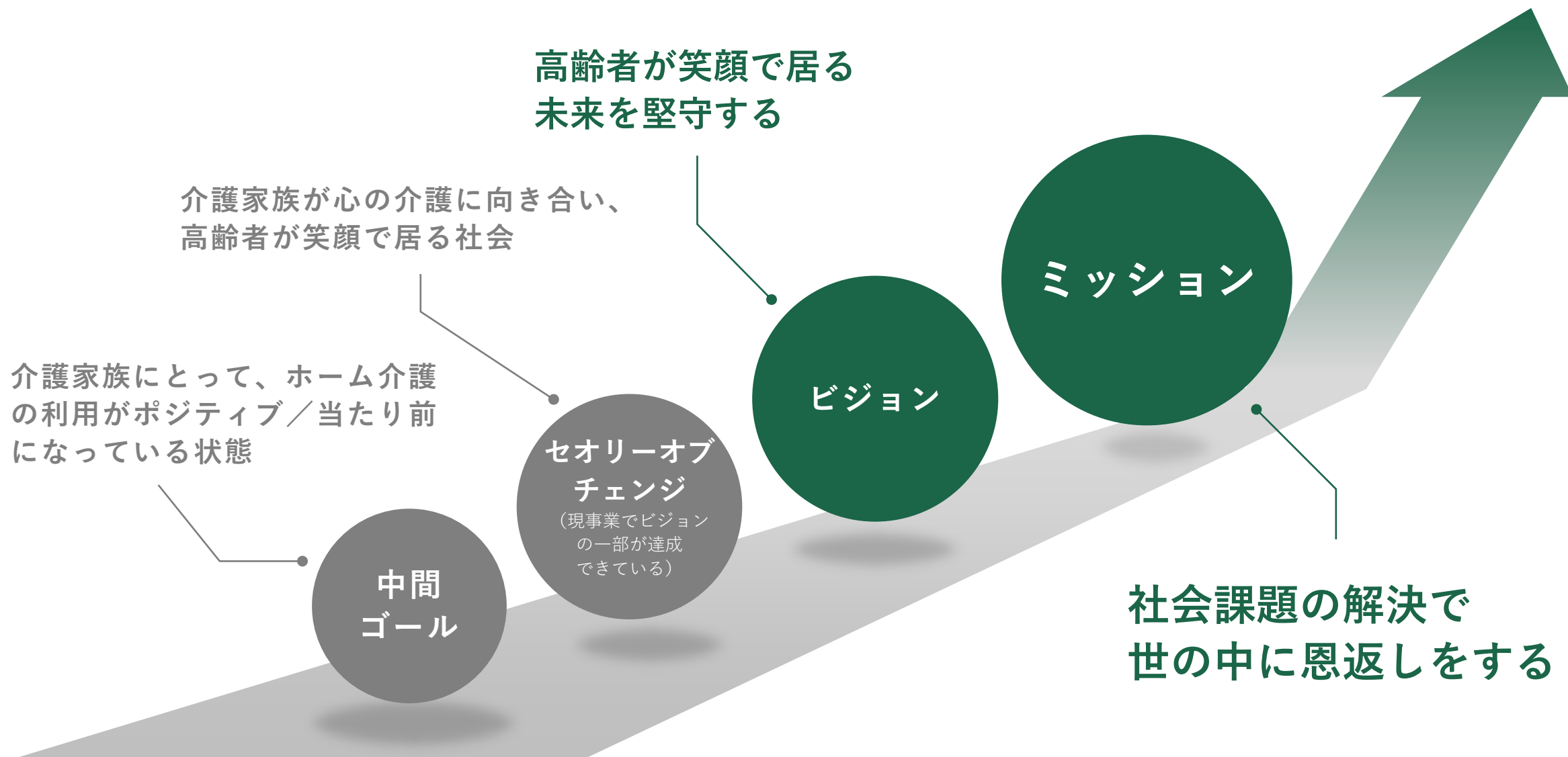


- 2012 1月 株式会社笑美面へ社名変更
シニアライフサポート事業開始
- 2015 9月 「大阪市トップランナー育成事業プロジェクト」認定
- 2019 5月 アクサ生命保険株式会社と介護の分野における業務提携
- 6月 大阪信用金庫と「職員ならびにそのご家族介護支援サービス」
において業務提携
- 7月 住友生命保険相互会社と介護の分野における業務提携
- 10月 住友生命保険相互会社とアクサ生命保険株式会社が
共同開発した新サービス
「ウェルエイジングサポートあすのえがお」参画

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

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
- 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
- 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
- 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
- 10月 東京証券取引所グロース市場に株式を上場
- 2024 3月 「健康経営優良法人2024（中小規模法人部門）」認定
- 9月 シニアホーム新規開設コンサルティング等を手掛ける
「株式会社ケアサック」設立（100%子会社）
- 2025 7月 株式会社 Funtoco との資本業務提携および株式の取得
（持分法適用会社化）



06-2

当社が解決する社会課題（市場環境）

市場の動向

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である。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。**

← **社会課題** シニアホームに対する誤解や諦めなどにより、介護家族までもが共倒れ状態に →

仕事をしながら家族等を介護

ビジネスケアラー

約318万人 ※1

(2030年予測)



経済損失

2030年には約9.1兆円になる見込み

※1：経済産業省「新しい健康社会の実現」（令和5年3月）より抜粋。

65歳以上が同居介護

老老介護

約200万人 ※2

(2023年想定)



共倒れリスク

介護者の体力的・精神的負担が大きい

※2：65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、同居介護率および同居介護内に占める当該割合（厚生労働省「国民生活基礎調査の概況」（令和4年））を乗じ試算。

子どもが大人に代わって家族等をケア・介護

ヤングケアラー

約32万人 ※3



進学や就職の断念

親世代に代わり子ども世代が介護を引き受ける

※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研究報告書」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
要介護者およびその家族の
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

シニアライフサポート市場には**1,000億円強のマーケットポテンシャルがある**と想定している。

足元の事業規模はマーケットポテンシャルに対して僅かで、事業・組織拡大により更なる収益拡大を推し進める。

2023年10月推計

項目	単位	シニアホーム ^{*1}				「*」マークのある数値は推計値である。算出定義は注釈を参照されたい。
		(対象計)	有料老人ホーム	サ高住	グループホーム	
マーケットポテンシャル ^{*8}	百万円	111,000 [*]	62,676 [*]	33,004 [*]	15,320 [*]	
数量：新規入居者数 ^{*6}	千人	492 [*]	231 [*]	178 [*]	83 [*]	
在所者数の入れ替わり数 ^{*4}	千人	469 [*]	216 [*]	172 [*]	81 [*]	
在所者数 ^{*2}	千人	1,038 [*]	568	256 [*]	214	
入れ替わり率 ^{*3}	%	45.2 [*]	38.0	67.0	38.0 [*]	
在所者数の純増数 ^{*5}	千人	23.5	15.5	6.6	1.4	
単価：1人あたり紹介手数料 ^{*7}	千円	225 [*]	271	185	185 [*]	

※1：以下注釈に特記のない統計データは、全て2023年10月末時点を参照している。サ高住は、サービス付き高齢者向け住宅の略称である。シニアホームの各推計値は各施設タイプ別統計または推計値の総和、または加重平均値である。

※2：在所者数の内、有料老人ホームは厚生労働省「社会福祉施設等調査－表3－有料老人ホーム（サービス付き高齢者向け住宅以外）」を、サ高住は国土交通省「サービス付き高齢者向け住宅登録状況」に掲載されている「登録戸数」に国土交通省「サービス付き高齢者向け住宅について－高齢者の住まいについて－（資料1）」に掲載されている各年度の「サ高住の入居率」を掛け合わせた推計値を、グループホームは厚生労働省「介護保険事業状況報告（月報）7-2-1サービス別受給者数 認知症対応型共同生活介護 総数」を参照した。

※3：入れ替わり率は、野村総合研究所「高齢者向け住まいおよび住まい事業者の運営実態に関する調査研究（2016/9/8～同10/31を有効票としたアンケート調査結果）p.107 シニアホームタイプ別入居期間(日)」を参照した。具体的には、有料老人ホームの平均入居期間960日を年間入れ替わり率38.0%（＝1÷（960日÷365日））に、サ高住の545日を同67.0%（＝1÷（545日÷365日））に変換した。なお、グループホームの平均入居期間データは確認できる限り存在しなかったため、保守的に有料老人ホームと同値と見做した。

※4：在所者数の入れ替わり数は、上述した手法により取得または推計した「在所者数」に「入れ替わり率」を乗算して算出している。

※5：在所者数の純増数は、本市場規模の推計時点（2023年10月）を起点に、過去3ヵ年の年間平均の在所者数の純増減数を参照している。ヒストリカルデータの取得方法は、上述の在所者数の取得または推計方法に準拠している。

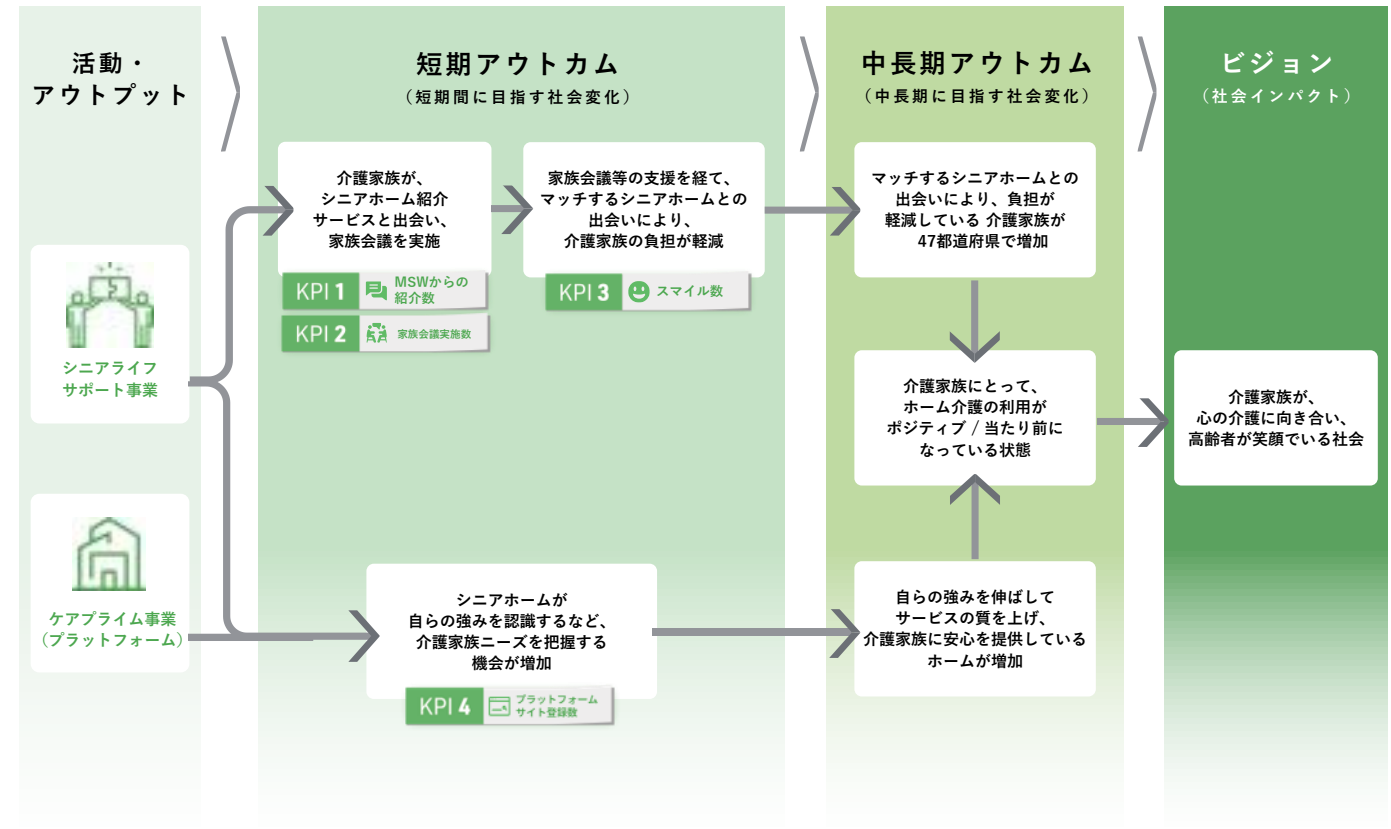
※6：新規入居者数は、上記方法により推計した在所者数の入れ替わり数と純増減数を足し合わせた総和を参照している。

※7：1人あたり紹介手数料は、PwC コンサルティング合同会社「高齢者向け住まい等の紹介の在り方に関する調査研究（2020/8/31～同11/4を有効票としたアンケート調査結果）p.97 新規入居者1人あたりの紹介手数料」を参照した。有料老人ホームおよびサ高住は、シニアホームタイプ別単価の調査結果がある一方、グループホームの単価調査は存在しないため、保守的にサ高住と同単価と見做して算出した。

※8：上述に手法により導出した新規入居者数（数量）と1人あたり紹介手数料（単価）を掛け合わせて、マーケットポテンシャルを算出している。本市場規模推計値は、シニアホーム紹介事業者利用率100%を前提とした値である点に留意されたい。

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



主要KPI (25/10末計画)

KPI 1 MSWからの紹介数 **12,630人**

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。

KPI 2 家族会議実施数 **10,000件**

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。

KPI 3 スマイル数 **5,500人**

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。

KPI 4 プラットフォームサイト登録数 **8,000件**

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



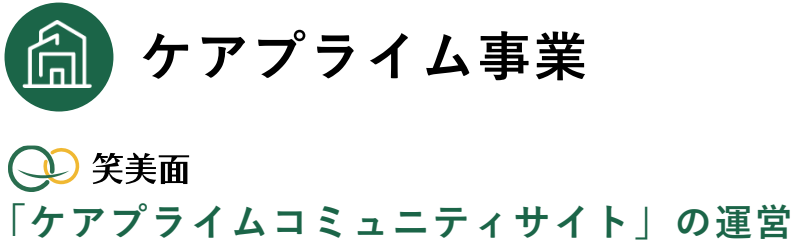
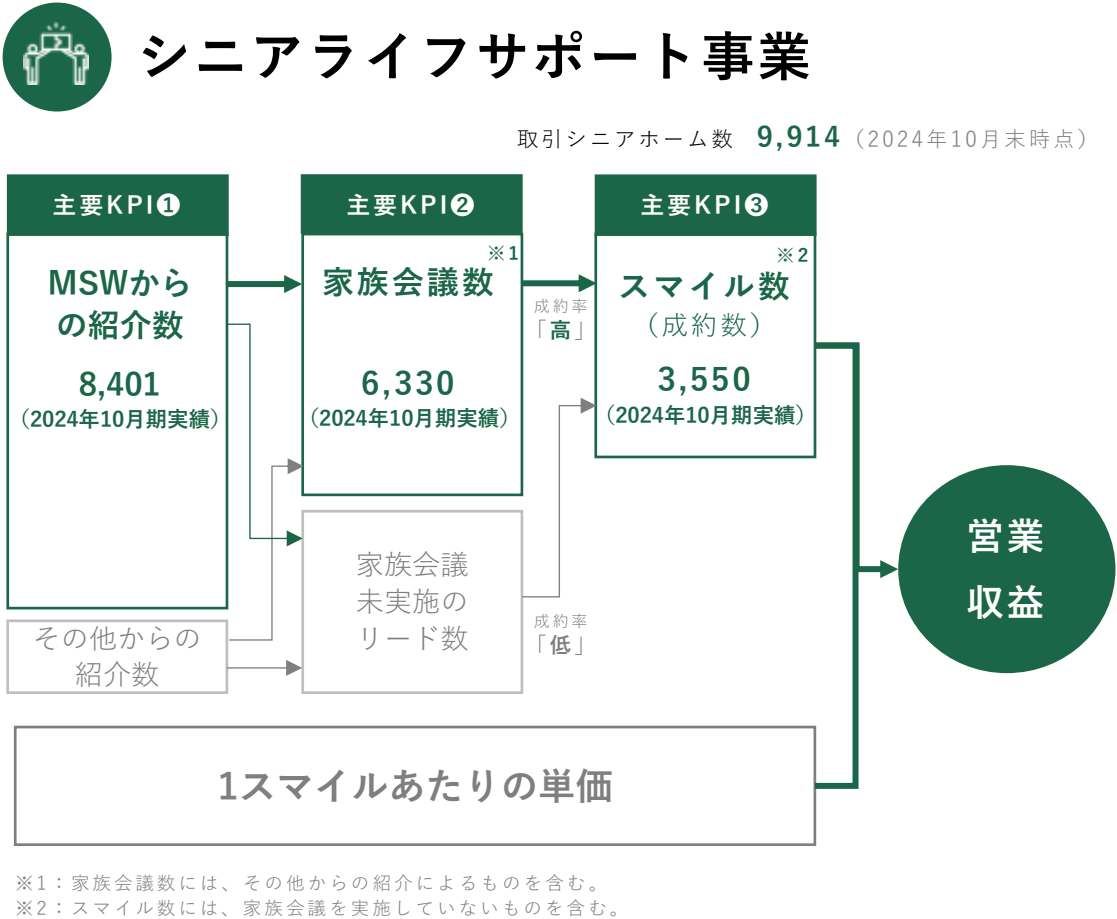
登録シニアホーム数 (無料)
9,642件 (2025年7月末現在)

06-3

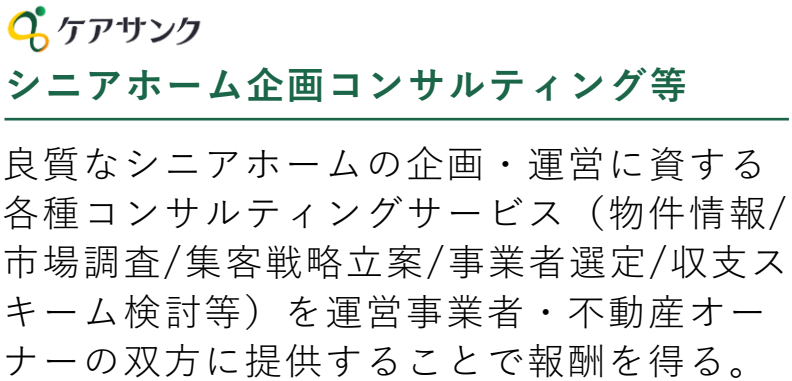
課題に対する解決手段（ビジネスモデル）

ビジネスモデル

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**コンサルティングや販促支援内容に応じた報酬体系**を採用している。



シニアホームに対しては、ホーム入居に関わる情報の一元管理機能やシニアホームの品質向上に資する有益情報を無償で提供。シニアホーム向けサービス・製品販売企業に対しては販促支援サービスを有償で提供。

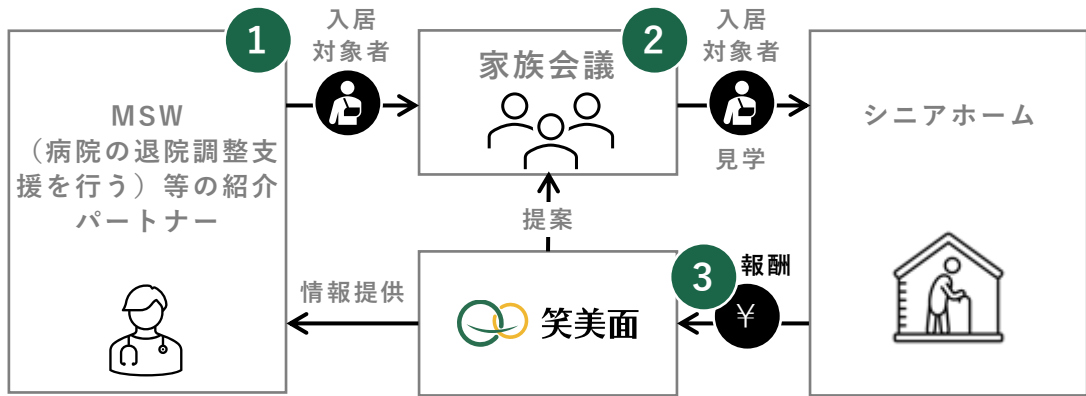


営業
収益

営業
収益

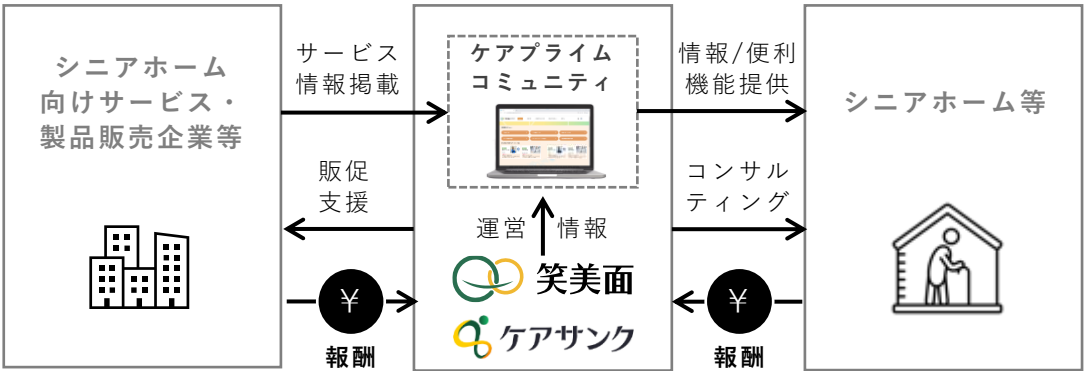
シニアライフサポート事業は紹介パートナーと連携しながらシニアホームへの入居対象者紹介を通じて収益を得る。
ケアプライム事業はケアプライムコミュニティの運営やシニアホーム新規開設コンサルティングで収益を得る。

シニアライフサポート事業



- 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

ケアプライム事業

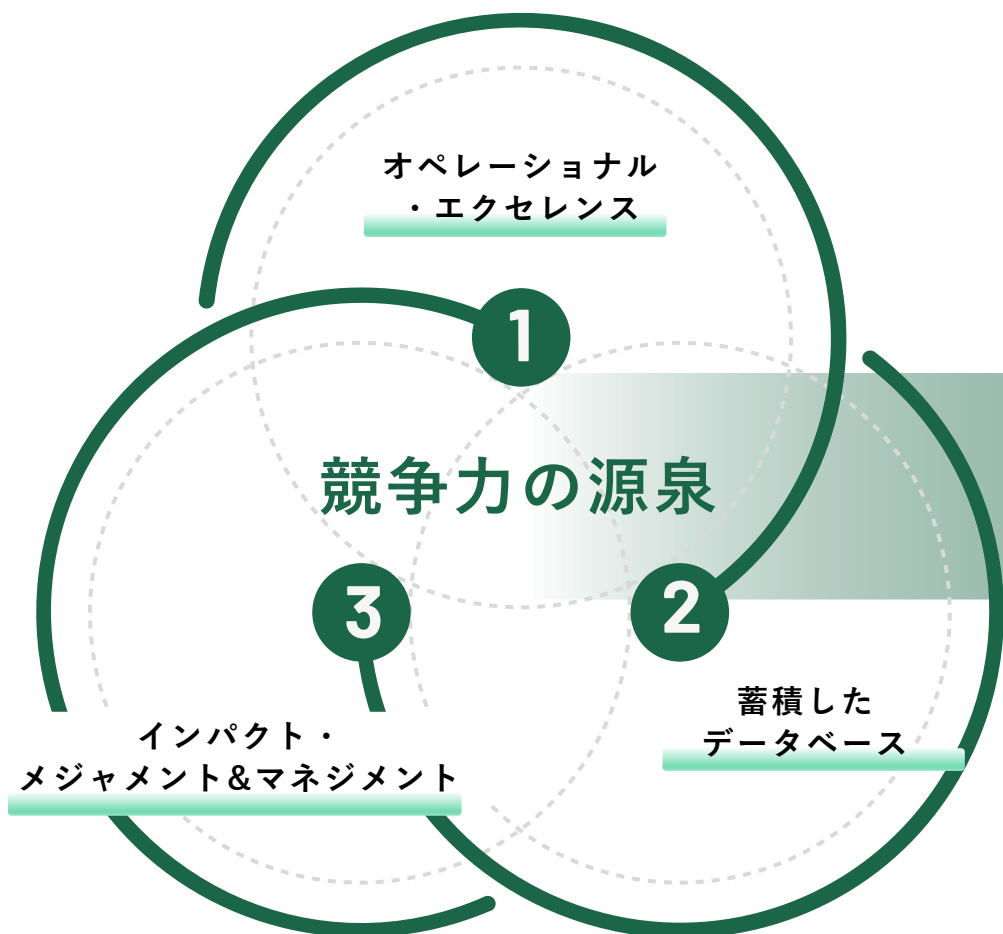


コンサルティング内容例

- シニアホーム運営力向上に資する情報の提供等
- ホーム運営者・オーナー双方への企画コンサルティング

06-4 インパクト創出に資する強み・優位性

①オペレーショナル・エクセレンス、②蓄積したデータベース、③インパクト・メジャメント&マネジメントを競争力の源泉に、
退院支援のキーパーソンであるMSWや入居先のホーム運営者との広範な繋がり、介護家族に寄り添うノウハウといった競争優位性を確立した。



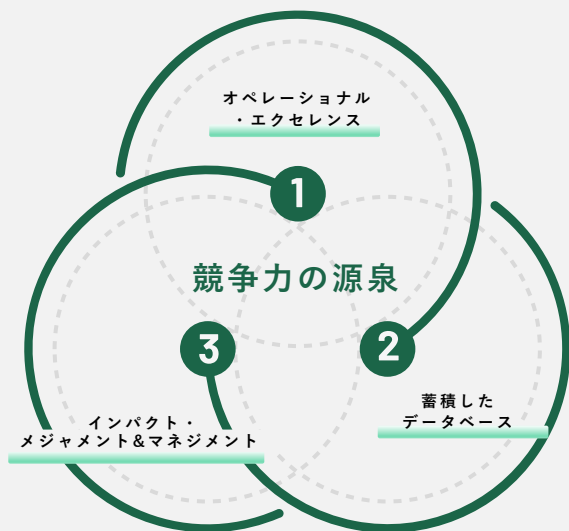
競争優位性

トップランナーとして築いた

- ・ MSWとの信頼醸成
- ・ 広範なホーム運営者との繋がり
- ・ 介護家族に寄り添うノウハウ

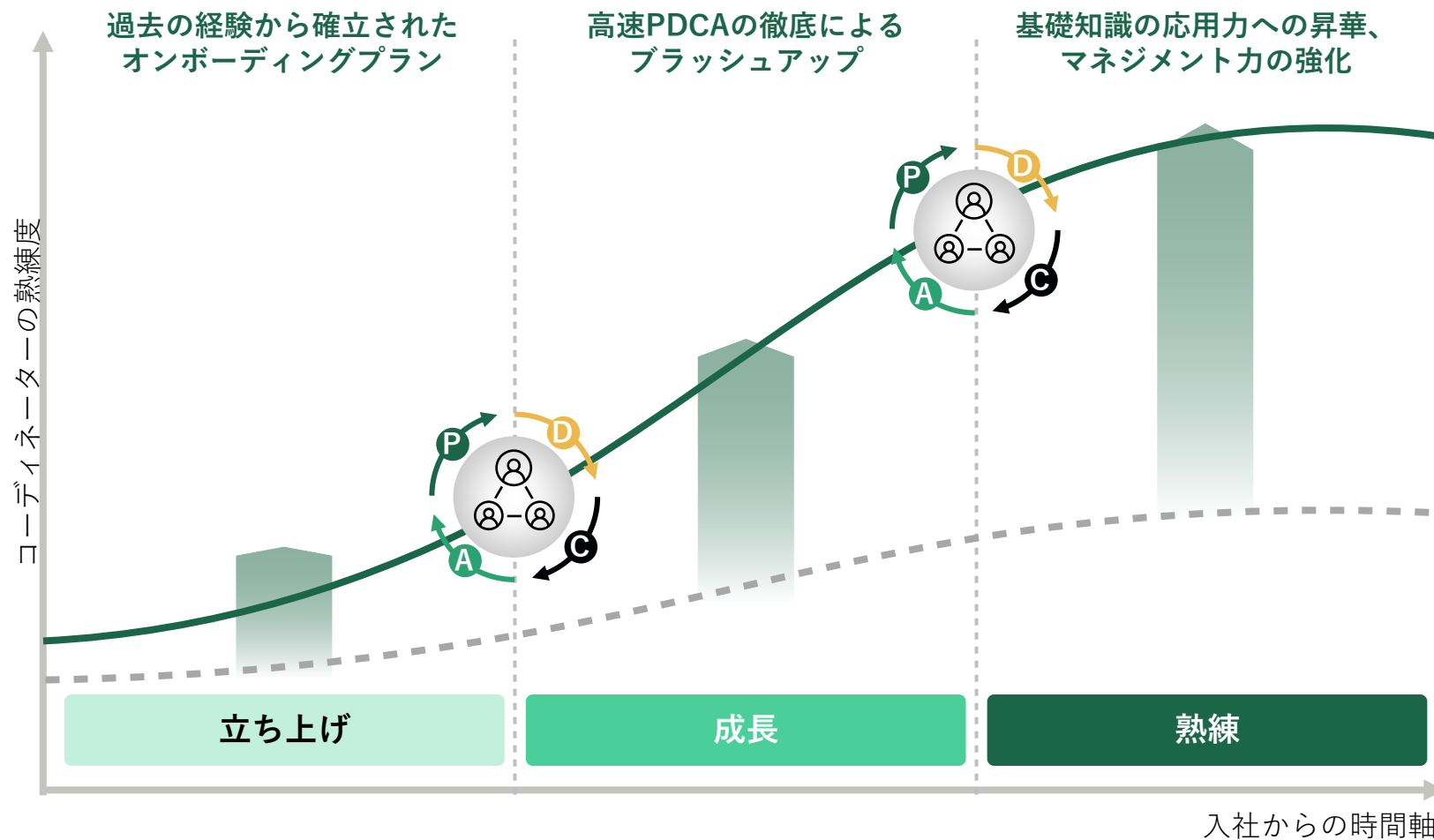
オペレーショナル・エクセレンスを浸透

「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。**



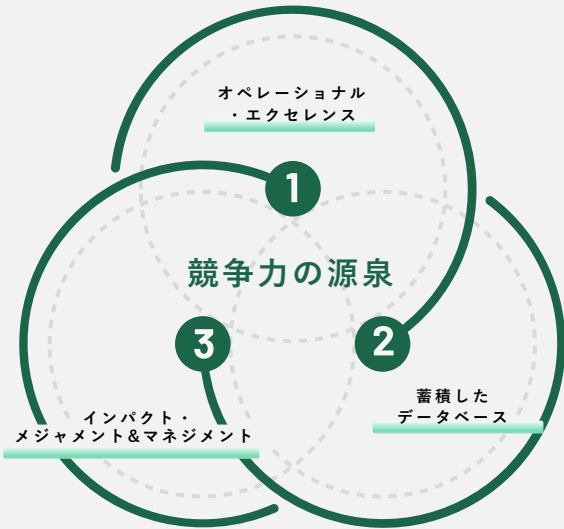
Sales EnablementのPDCAサイクル

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

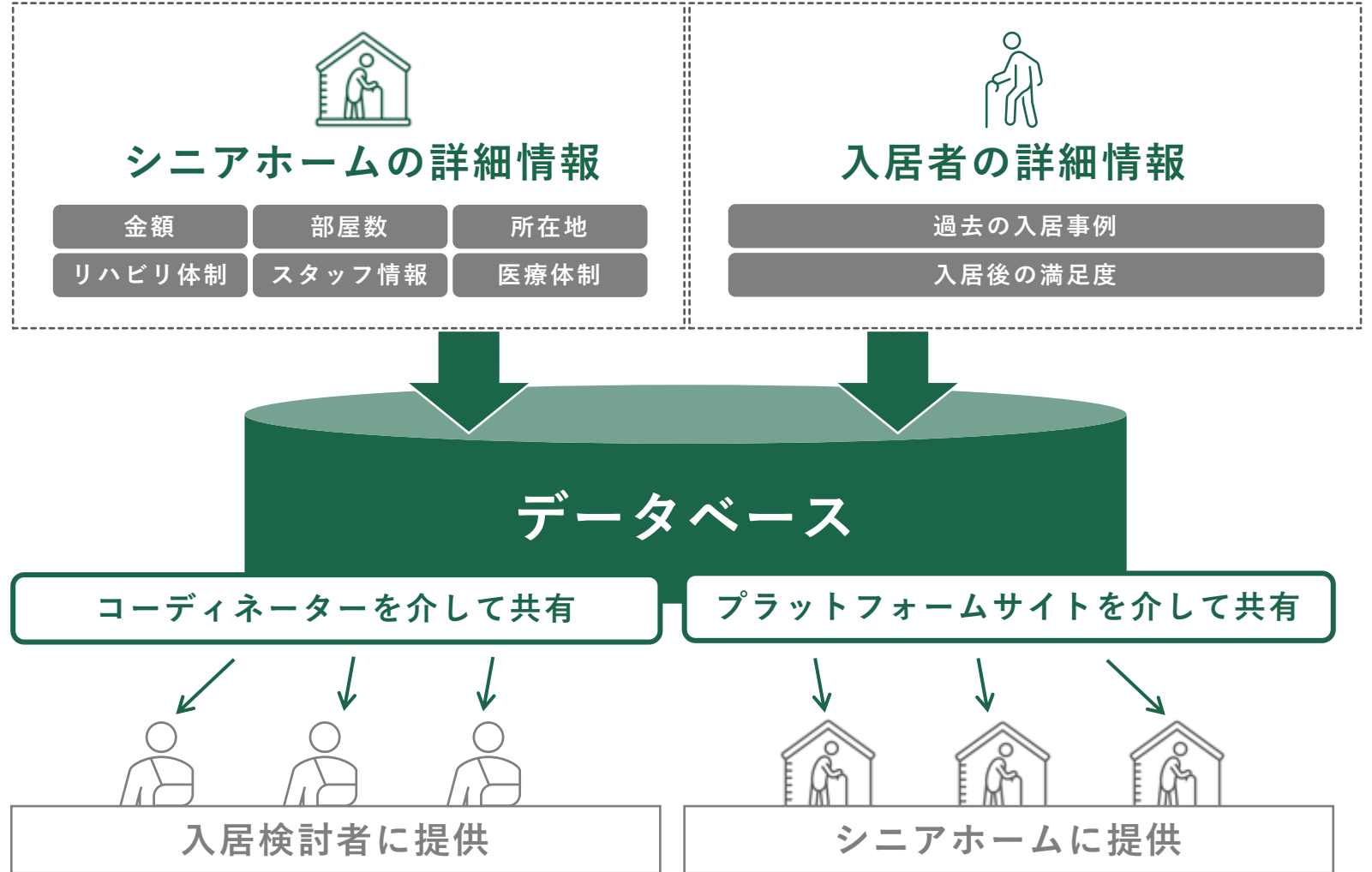


蓄積したデータベース

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。

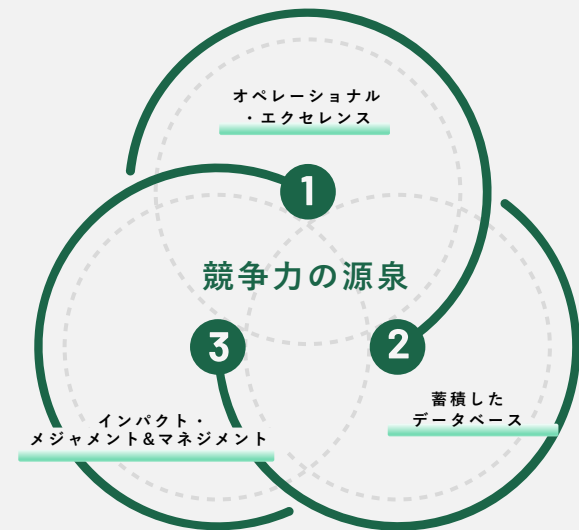


シニアライフサポート事業を通して得られる情報



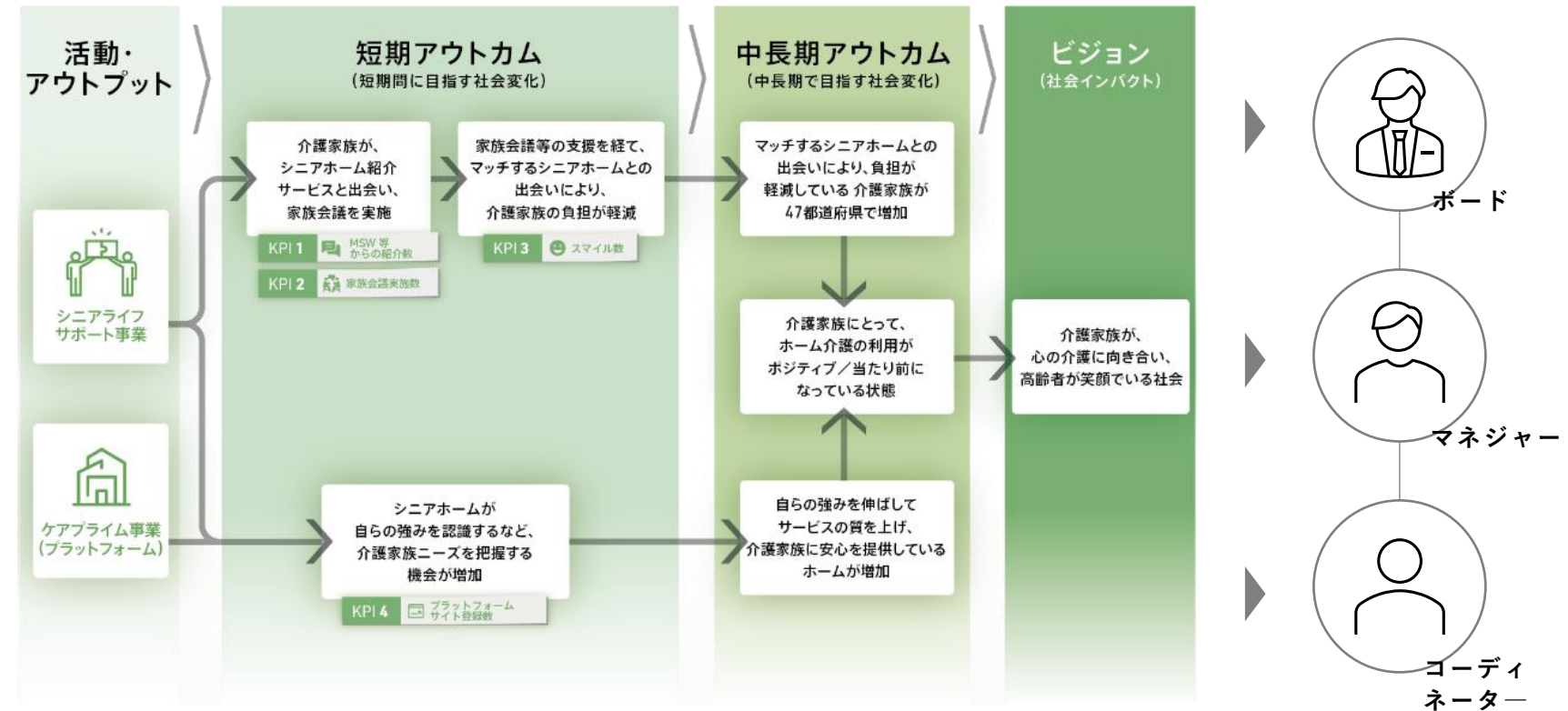
インパクトメジャメント & マネジメント

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。営業収益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ます。**



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**、
ボードメンバーから1コーディネーターまで、理念が浸透した状況を形作っている



06-5 成長戦略 | 経済価値と社会価値の共創

介護家族に寄り添った個別提案が出来るプレイヤーとして、病院・MSW等との更なる広範・親密な関係構築を図るとともに、紹介・登録シニアホームの拡大、ソリューションの拡充を進め、**経済価値と社会価値の共創を実現**していく。

介護家族に寄り添った個別提案が期待できるからこそ、直接的にシニアホーム入居ニーズを連携する

多くのホーム情報とノウハウを持つからこそ、入居ニーズの紹介に加え、各々のホームに最適な開設・改善コンサルティングや、拡張性あるプラットフォームビジネスが展開できる



病院・MSW等との
広範・親密な関係構築



信頼/実績



データ/ノウハウ

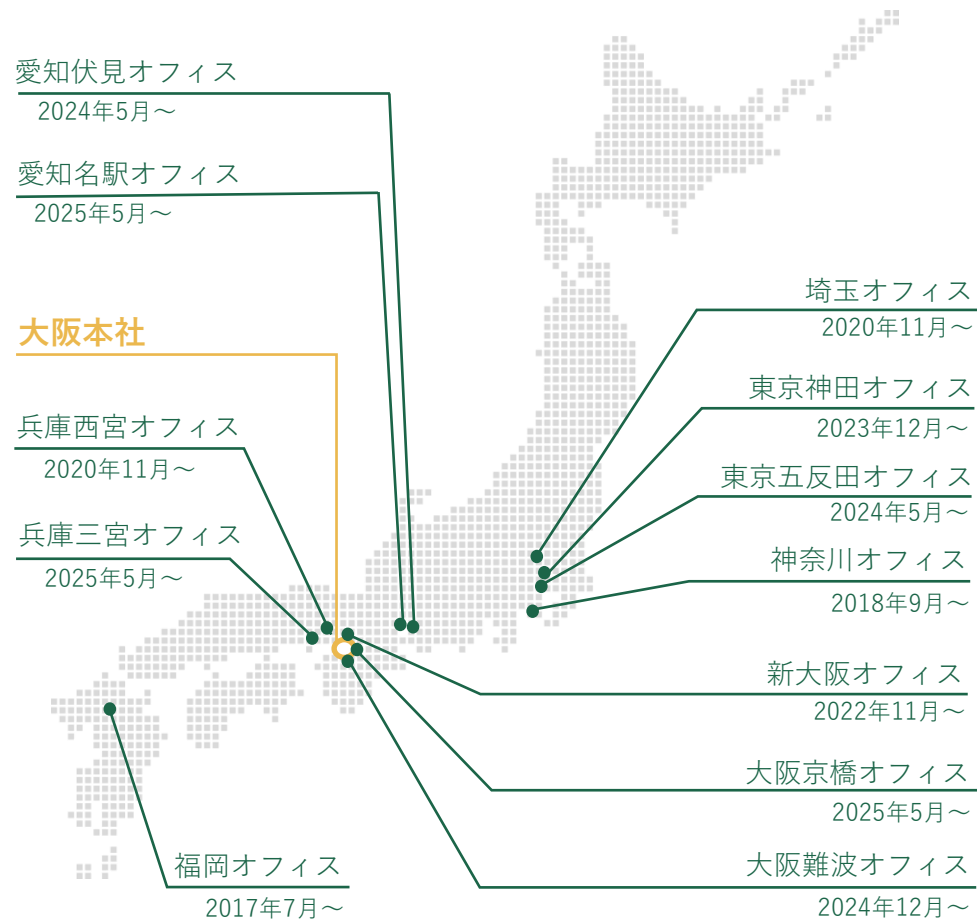
紹介・登録
シニアホームの拡大



要介護者や介護家族の現況を良く知るプレイヤーに、家族会議の有効性や当社の事業スタンスに関する説明を尽くす

当社は病院・MSW等と広範な関係を築き送客力が高い上、多様なシニアホームの成功事例を蓄積しているため、様々なホームが接点を持ち、適切なマッチングのために詳細情報を提供する

都市圏中心に病院カバー率は高水準を確保も、**MSWへのリーチは限定的**に留まる。
全国の拠点網を活かした継続的なアプローチにより、更なるシェアアップを推し進める。



笑美面のリーチ状況

都市圏中心に高いカバー率を実現済み



病院

(全国約8千施設)

カバー率は高くなくアップサイドは大きい



MSW

(全国約4万名)

全国の拠点網を活かし、更なるシェアアップを図る

100%子会社の（株）ケアサルクにおいて「シニアホーム開設コンサルティング」事業を拡張、

運営事業者・不動産オーナー双方への複層的なコンサルティング提供で、良質なシニアホームの拡充をサポートする。

良質なシニアホームの開発・運営に資する

様々な企画・運営コンサルティングサービスを、
運営事業者・不動産オーナーの双方に提供する。



パートナー企業の拡充・強化および自社開発の推進で**ケアプライムコミュニティサイト**の付加価値を向上、
ネットワーク構築が困難な中小を含むシニアホームへの提供サービスを拡充し、**収益拡大とホームの良質化**を推し進める。

シニアホーム向け商材を取り扱う
パートナー企業
の拡充、および連携の強化



**自社プロダクト
の開発**

集客力
向上機能

人材採用
・教育機能

運営力
向上機能

**ケアプライム
コミュニティサイト**



登録済み**9,642**ホームへのサービス提供と、
更なる**登録シニアホームの拡充**



インパクトKPIの中期目標

26/10期までのインパクトKPI目標値をアップデート、全ての指標・期間において目標値を上方修正した。
引き続き、社会インパクト創出に向けた短期アウトカム指標として注力し、その進捗を測っていく。

KPI 策定時期		2020年 10月期	2021年 10月期	2022年 10月期	2023年 10月期	2024年 10月期	2025年 10月期計画	2026年 10月期計画
MSWからの紹介（人）	23年11月	-	-	-	-	-	12,600	18,700
	24年11月	3,326	4,869	5,280	6,466	8,401	12,600	18,900
家族会議実施数（件）	23年11月	-	-	-	-	-	6,300	9,300
	24年11月	1,391	1,903	2,277	3,296	6,330	10,000	15,000
スマイル数（人）	23年11月	-	-	-	-	-	5,400	8,000
	24年11月	1,545	1,902	2,206	2,381	3,550	5,500	8,200
プラットフォームサイト 登録数（件）※1	23年11月	-	-	-	-	-	7,000	8,000
	24年11月	-	-	-	5,335	7,540	8,000	9,000

※1 2023年3月にプラットフォーム「ケアプライムコミュニティサイト」をリリースしている。

06-6 リスク事項

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、9,914のシニアホームと提携(2024年10月末時点)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り組み、SDGsの取り組みなどを踏まえ、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。

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・社会などの情勢およ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および嗜好の変化、他社との競合、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。



証券コード：9237