



# 2026年10月期 第2四半期 決算説明資料

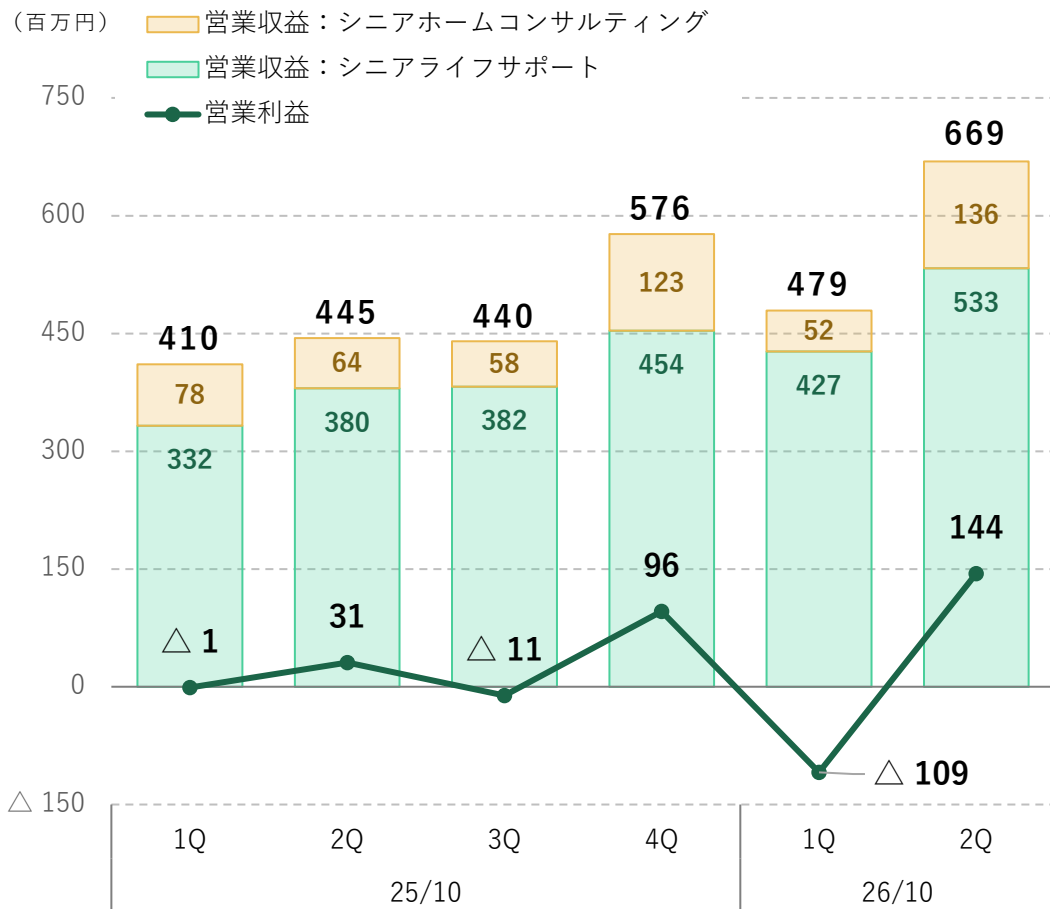
2026年6月12日

株式会社笑美面（エミメン） 証券コード：9237



# 決算ハイライト

2026年2～4月期は、四半期単位で**過去最高**となる144百万円の営業利益を確保、上期営業利益は**計画を+50百万円上振れた**。  
 シニアライフサポートの**生産性改善**、シニアホームコンサルの**案件積み上げ**共に進捗した結果、各事業で強力に利益創出が進んだ。



## 2Q 営業利益

**144**百万円

- 四半期単位で**過去最高**の営業利益を確保した
- シニアライフサポートが75百万円、シニアホームコンサルが68百万円と、それぞれの事業で着実に利益創出できた

## 2Q 営業利益率

**21.5%**

- コーディネーターの急増と組織的なピラミッド構造の歪化で収益性が低下していたシニアライフサポートは、2Qのセグメント利益率が**14.2%**となり、**大きく収益性が改善**した
- 新規開設支援に加え、既存ホームの取引支援フィーも計上でき、利益が積み上がった

## 上期 営業利益

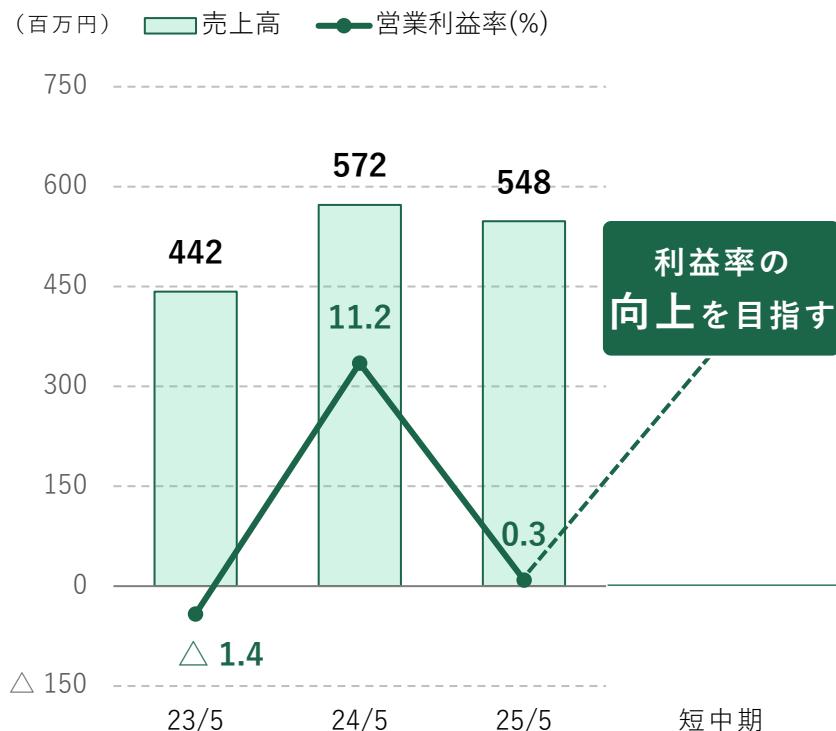
計画比 **+50**百万円

- 上期営業利益は△16百万円を計画していたが、実績は34百万円となり、**上振れて着地**した
- 通期営業利益は218百万円を据え置くものの、必要額は残り184百万円であり、2Q実績に鑑みれば、**計画達成は十二分に射程圏**にある

同業のケアミックス(株)を完全子会社化(6月1日付)した。①笑美面ノウハウの共有による収益拡大の推進や  
②業務リソースの集中化及び共通機能の統廃合によるコスト適正化を図り、**笑美面グループの利益貢献を目指す**。

## 関東中心に同業を手掛けるケアミックス(株)を完全子会社化

ケアミックス(株)の売上高と営業利益



### <これまで>

- 当社シニアライフサポート事業の**3割強にあたる収入規模**と、コーディネーターをはじめ**業界知見を蓄積した68人**の従業員を抱える。
- 25/5期は、**更なる収益拡大に向けた組織体制の強化を優先**していたため、一時的に収益力が低下していた。

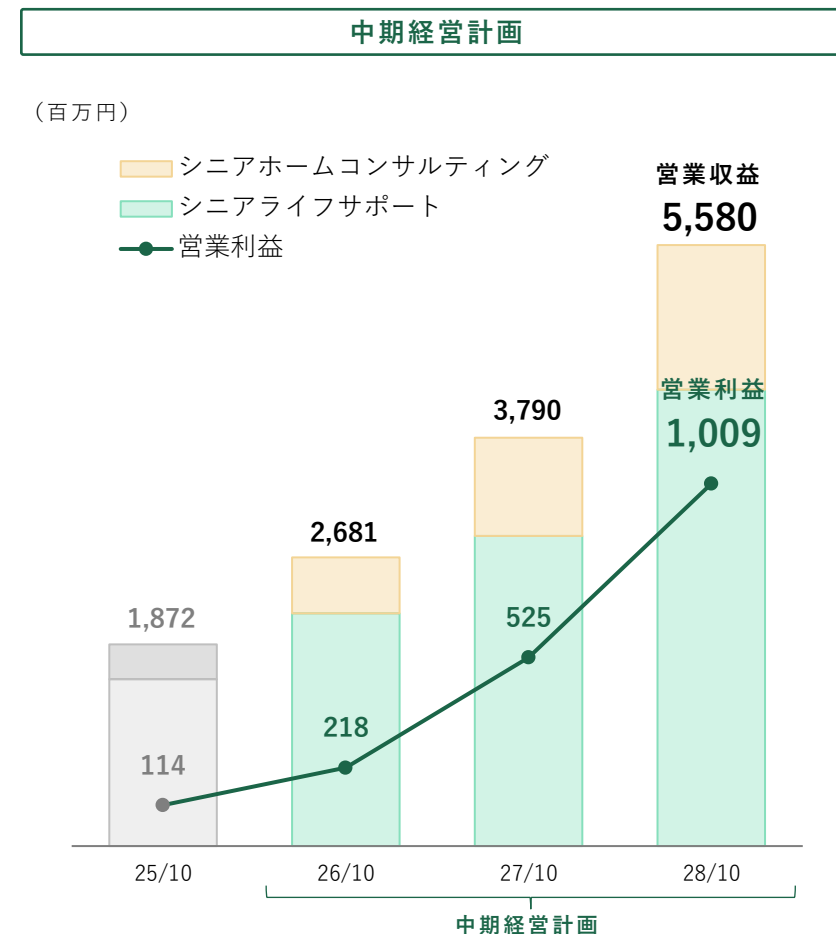
### <これから>

- グループ全体での**コーディネーターは180名体制**となり、**業界最大級の規模**で展開強化、社会課題解決推進を図る。
- 笑美面オペレーションの導入による生産性の向上を行うと共に収益性の拡大を目指し、コスト適正化により**収益性の改善**を図る。
- 24/5期に営業利益率11.2%の実績を持つ。上記の短中期施策を順次進めることで、笑美面グループの**利益貢献を推進**する。

名称	ケアミックス(株)
設立	2014年6月16日
所在地	東京都町田市中町一丁目4番2号
代表者	柴田 彰
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>ソーシャルワーク事業：シニアホーム入居検討者向けマッチングサービス</li> <li>ワークシェアリング事業：看護師等の多様な働き方や副業等を活用した保険外サービスの提供及び医療的ケア児への支援サービス</li> </ul>
取得価額	ケアミックスの普通株式： <b>345百万円 (100%取得)</b>
取得方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>現金対価の他、自己株式の処分として笑美面株式の割り当てを実施した。同社経営陣には引き続き経営及び社会インパクト創出にコミット頂く</li> <li>現金対価相当分は<b>自己資金および銀行借入で充当</b>する。26年4月末時点で自己資本比率51.6%であり、財務は健全である</li> </ul>
財務影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>BSは笑美面の3Q末から、<b>PLは4Qから連結取込</b>を開始する</li> <li>のれん発生額および償却期間は現時点で未定であるが、収益性の改善により、連結ベースでの利益貢献を開始すると見ている</li> </ul>

# 株価ハイライト

当社株価は足元、IPO時の公開価格(分割考慮後=620円)を下回る水準にあり、**早急な株価回復が急務**と強く認識している。  
 上期利益計画を上振れるほど業績はV字回復しはじめたが、当社への**中長期的な投資妙味を伝えるべく、IR活動も強化**する。



No	用語	初出頁	説明
1	シニアホーム	2	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	入居検討者	3	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。
3	医療的ケア児	3	医学の進歩を背景として、NICU（新生児特定集中治療室）等に長期入院した後、引き続き人工呼吸器や胃ろうなどを使用し、たんの吸引や経管栄養などの医療的ケアが日常的に必要な児童をいう（厚生労働省HPより抜粋）。
4	家族会議実施数	8	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。
5	スマイル数	8	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。
6	新規開設居室数	8	笑美面の知見やノウハウを活かし、介護家族に安心を提供できるシニアホームの新規開設を支援した室数
7	介護家族	9	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。
8	MSW	14	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。
9	オペレーショナル・エクセレンス	16	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。
10	ビジネスケアラー	21	仕事をしながら家族などを介護する人をいう。
11	老老介護	24	自宅で介護を受ける者と、介護する者の双方が、65歳以上の高齢者である状態をいう。
12	ヤングケアラー	24	大人に代わって、介護を必要とする人（家族等）をケア・介護する子供をいう。
13	インパクト・メジャメント & マネジメント	49	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）。
14	紹介パートナー	56	患者の早期退院問題に取り組む病院のMSWと高齢者の在宅介護を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。
15	Sales Enablement	62	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。

<b>01</b>	<b>2026年10月期 第2四半期業績報告</b>	<b>P07</b>
<b>02</b>	<b>2026年10月期 通期計画と進捗状況</b>	<b>P17</b>
<b>03</b>	<b>中期経営計画（26/10～28/10期）</b>	<b>P22</b>
<b>04</b>	<b>インパクトを生み出す価値創造ストーリー</b>	<b>P35</b>
<b>05</b>	<b>Appendix（基本情報ほか）</b>	<b>P46</b>

# 01 2026年10月期 第2四半期業績報告

# 四半期業績 | サマリー

営業収益は前年同期比 **+50.5%** の669百万円、営業利益は同 **4.6倍** の144百万円と、いずれも **四半期単位で過去最高** だった。

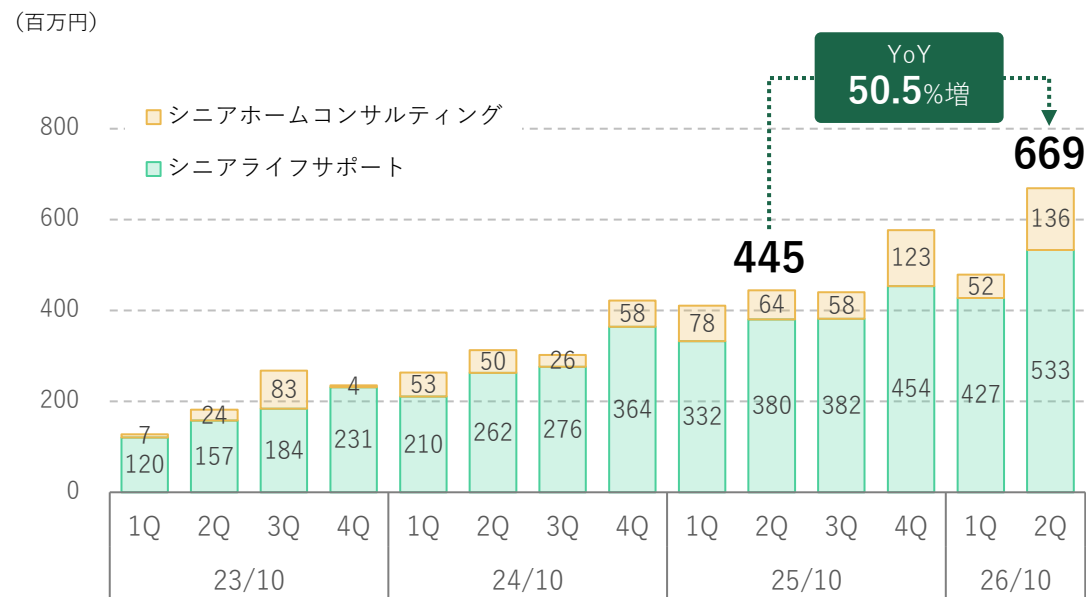
シニアライフサポートで同 **+39.5%** とスマイル数が伸びたほか、シニアホームコンサルで新規開設・既存ホーム取引支援が計上できた。

## 26/10期 2Q業績 (26年2~4月期)

		2026年2月~2026年4月 (3カ月)		
		前年同期	今四半期	前年同期比
営業収益	百万円	445	669	+50.5%
└ シニアライフサポート	百万円	380	533	+40.1%
・ 家族会議実施数	件	2,239	2,760	+23.3%
・ スマイル数	人	1,172	1,635	+39.5%
└ シニアホームコンサルティング	百万円	64	136	2.1倍
・ 新規開設居室数	室	396	342	△13.6%
営業利益	百万円	31	144	4.6倍
経常利益	百万円	31	143	4.6倍

※1 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。

## セグメント別売上高

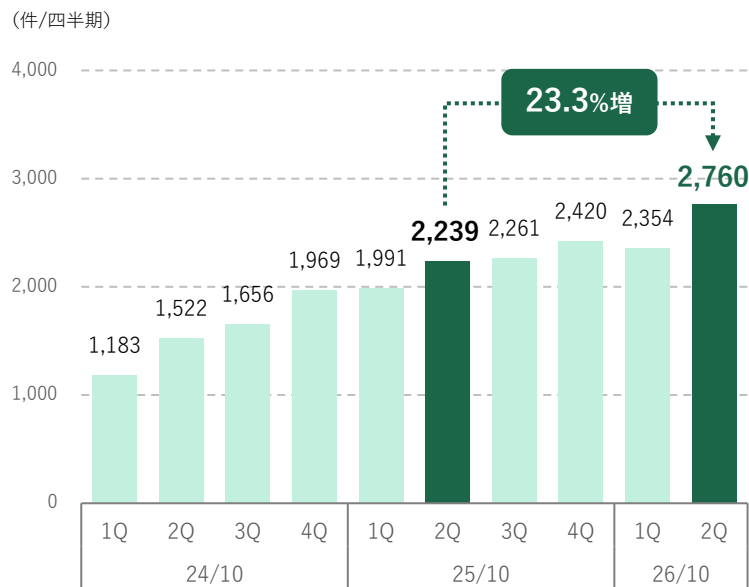


- シニアライフサポートの組織課題は一定改善が進み、前期採用者や新規管理職が本格的に戦力化、スマイル数の伸びは高く収益拡大を牽引した。
- シニアホームコンサルは、新規開設支援を堅調に収益計上した他、既存ホームの取引支援に係る収益も積み上がり、まとまった収益を確保できた。

# 四半期業績 | インパクトKPIの推移

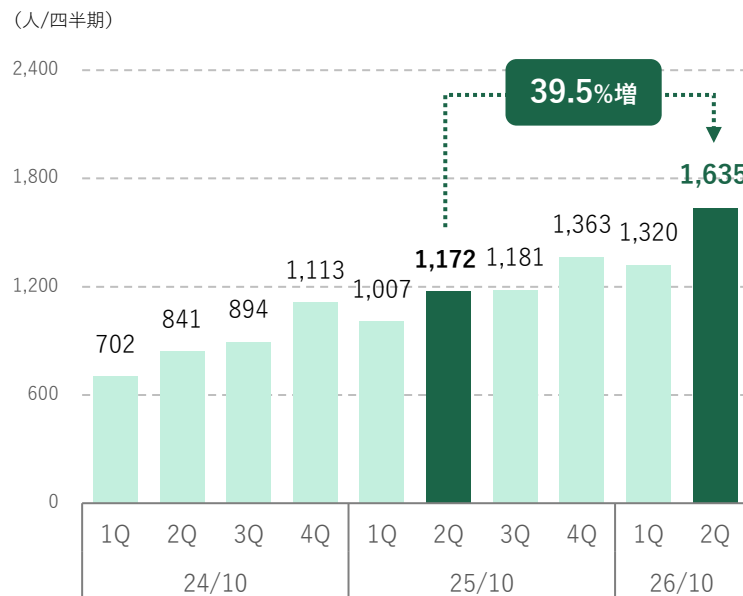
組織課題の改善から前期以前に入社した**コーディネーターの生産性が改善**し、家族会議数・スマイル数ともに成長加速した。  
 新規開設居室数は、2Q実績の積み上げの他、パートナーリース中心に**来期～再来期に向けた仕込み**が水面下で着実に進んでいる。

## 家族会議実施数※



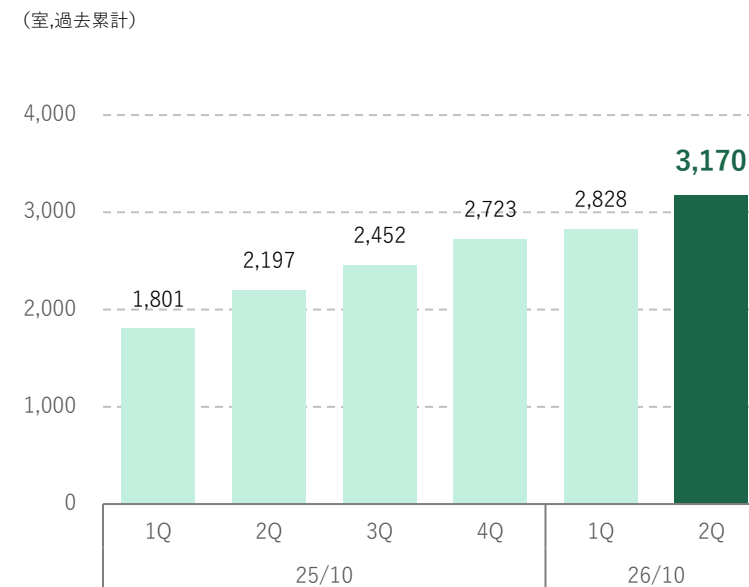
- 介護家族に納得あるシニアホーム選びに欠かせない家族会議実施数は、前年同期比23.3%増の2,760件と着実に増加した。

## スマイル数



- スマイル数（成約数）は前年同期比39.5%の1,635人と拡大した。1Qに新規開設した拠点でも、順調に成約を積み上げはじめた。

## 新規開設居室数（過去累計）



- 新規開設居室数は、今四半期342室を積み上げ、過去累計で3,170室となった。水面下でパイプラインも着実に積み上がってきている。

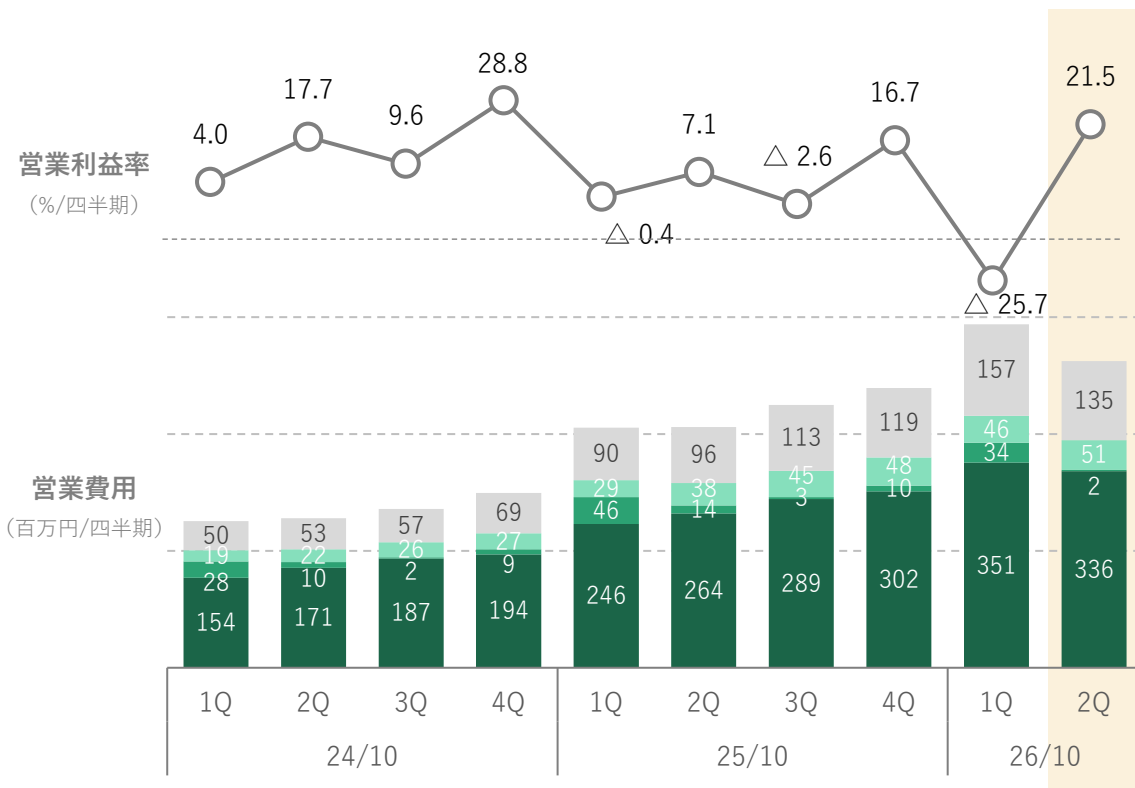
※ 当社コーディネーターが本人や介護者と対面や電話、オンラインのいずれかでシニアホーム選定のための条件や要望確認、優先順位の整理等の話し合いを実施した案件数。シニアホーム介護への納得感が醸成される重要なステップである。  
 なお、25/10期1Q数値に集計誤差があったため、旧開示「1,990件」→現開示「1,991件」に修正している。

# 四半期業績 | 営業費用の推移

営業費用は前四半期比△10.7%の525百万円だった。

1Qは採用費／5拠点の新設費など一過性費用が多額だったが、今四半期は小康化し、**費用は概ね定常状態へ回帰**した。

## 営業費用と営業利益率 ※1



※1 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 ※2

- 1Qに採用を進めた一方、2Qはやや退職者が出たため、人件費はQoQ△15百万円の336百万円と微減だった。
- 昇給や若干名の採用による人件費増はあるものの、大きな増額は想定しておらず、3Q/4Qも利益は出やすい。

### 採用費

- コーディネーターの採用は例年通り1Qに集中したため、今四半期では2百万円の採用費計上に留まった。
- 通期営業利益の進捗次第では、来期分の新規採用を4Qに前倒しして実施する可能性がある。

### 旅費 交通費

- おおむね人員数やコーディネーター活動量に沿って費用が増加した。

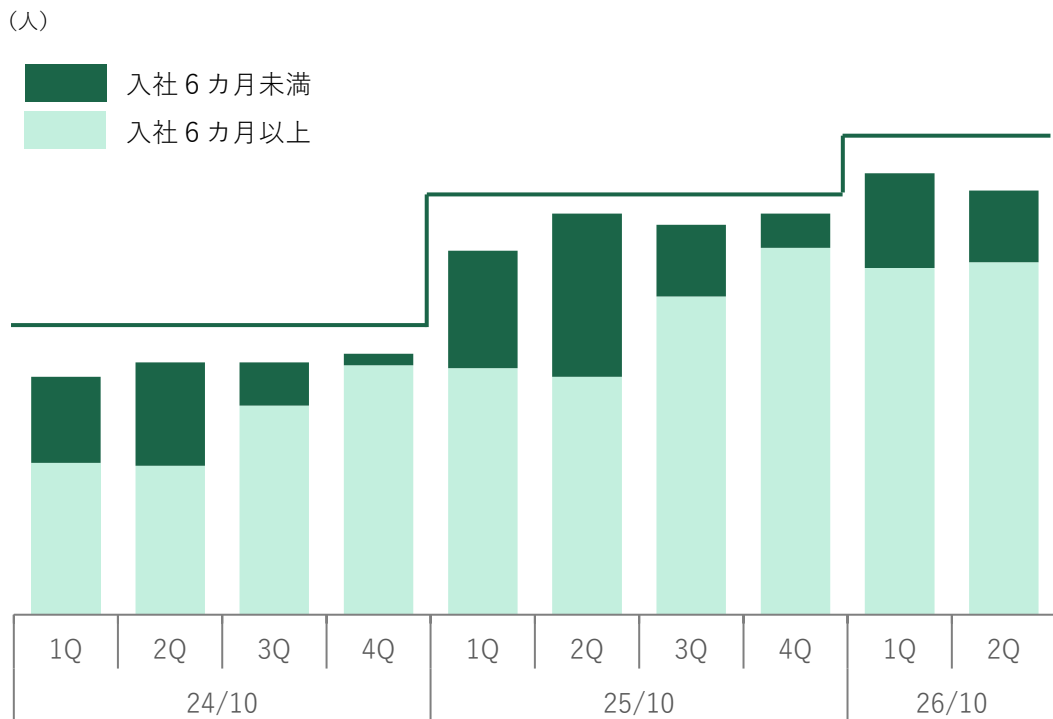
### その他 経費

- 支払手数料や地代家賃、通信費が主な科目である。
- 1Qは5拠点の新規開設費用やその他固定費が発生しその他販管費が膨らんだが、2Qは小康化した。

※2 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期は急拡大に伴い組織ピラミッドの歪化を招いたため、26/10期は1Qに新規採用を進めたものの前年より採用者は抑えた。組織構築に注力した結果、前期採用者や新規管理者の習熟度が上がってきており、**今後の更なる収益性改善が期待できる。**

## コーディネーター数の推移と内訳



注：26/10期2Qのコーディネーター数減少の要因は、1Qで増員分の採用を完了させたうえで、一定の退職者が発生したことによるものである。なお他の要因として、コーディネーターが上級管理者に昇格することで現場から離れ、カウント対象外になるケースもあるが、2Qでは発生していない。

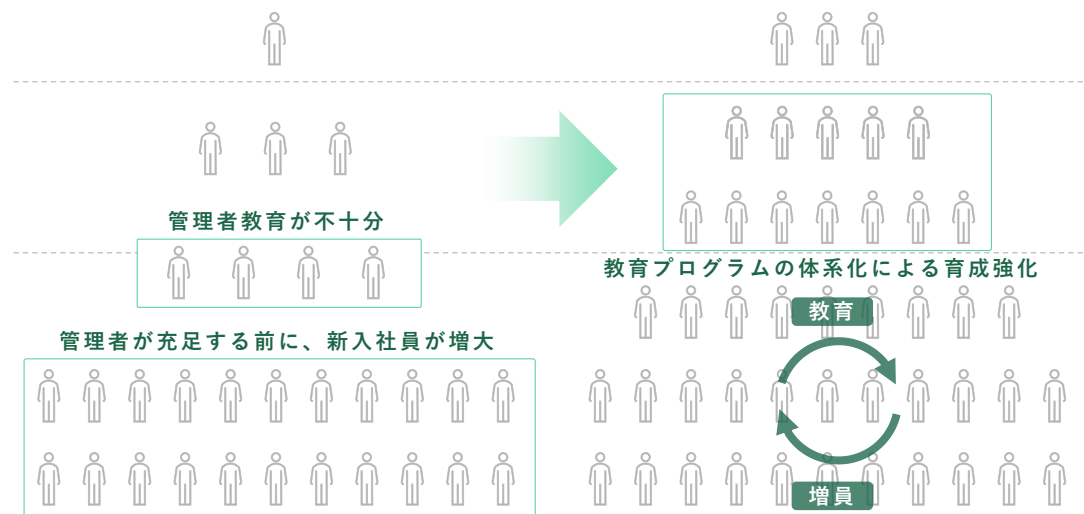
## 組織構築の現状と目標

### 25/10期 下期ごろ

- 管理者教育が体系化されておらずメンバークラスから昇格した**管理者の組織貢献が限定的**。
- 管理者が不足しメンバークラスに目が行き届かず**戦力化までの期間にムラ**が発生した。

### 26/10期以降（目標）

- メンバークラス、管理者それぞれの**教育プログラムやノウハウが標準化/体系化**されている。
- 組織のピラミッド構造が確立されており、上下左右の関係の中で**持続成長する基盤**がある。



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。

(百万円)	23/10期	24/10期	25/10期	26/10期	25/10期				26/10期	
	実績	実績	実績	計画	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q
<b>営業収益</b>	<b>814</b>	<b>1,301</b>	<b>1,872</b>	<b>2,681</b>	<b>410</b>	<b>445</b>	<b>440</b>	<b>576</b>	<b>479</b>	<b>669</b>
(前年同期比)	+33.6%	+59.9%	+43.9%	+43.1%	+55.8%	+42.3%	+45.5%	+36.6%	+16.7%	+50.5%
シニアライフサポート※1	693	1,113	1,549	2,161	332	380	382	453	427	533
(前年同期比)※1	+24.8%	+60.5%	+39.2%	+40.6%	+58.0%	+45.1%	+38.5%	+24.4%	+28.5%	+40.1%
スマイル数	2,381	3,550	4,723	6,744	1,007	1,172	1,181	1,363	1,320	1,635
(前年同期比)	+7.9%	+49.1%	+33.0%	+42.8%	+43.4%	+39.4%	+32.1%	+22.5%	+31.1%	+39.5%
シニアホームコンサルティング※1	120	188	323	519	78	64	58	122	52	136
(前年同期比)※1	+123.0%	+56.1%	+71.8%	+54.9%	+47.1%	+27.7%	+124.9%	+110.3%	△33.5%	+112.0%
<b>営業費用</b>	<b>699</b>	<b>1,084</b>	<b>1,758</b>	<b>2,462</b>	<b>412</b>	<b>413</b>	<b>452</b>	<b>480</b>	<b>588</b>	<b>525</b>
人材関連費※2	489	757	1,102	—	292	279	293	312	385	338
営業活動関連費※3	91	152	267	—	54	61	70	81	86	95
その他経費※4	119	174	389	—	65	72	88	87	116	90
<b>営業利益</b>	<b>114</b>	<b>216</b>	<b>114</b>	<b>218</b>	<b>△1</b>	<b>31</b>	<b>△11</b>	<b>96</b>	<b>△109</b>	<b>144</b>
(営業利益率)	14.1%	16.6%	6.1%	8.1%	△0.4%	7.1%	△2.6%	16.7%	△25.7%	21.5%
(前年同期比)	+361.6%	+88.9%	△47.1%	+90.3%	—	△43.3%	—	△20.5%	—	4.6倍
<b>経常利益</b>	<b>97</b>	<b>213</b>	<b>117</b>	<b>209</b>	<b>△2</b>	<b>31</b>	<b>△11</b>	<b>99</b>	<b>△108</b>	<b>143</b>
<b>当期利益</b>	<b>105</b>	<b>179</b>	<b>89</b>	<b>169</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>△23</b>	<b>75</b>	<b>△84</b>	<b>110</b>

※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。

(百万円)	23/10期	24/10期	25/10期 <sup>※1</sup>	26/10期 2Q
	実績	実績	実績	実績
<b>資産合計</b>	<b>788</b>	<b>1,128</b>	<b>1,377</b>	<b>1,516</b>
流動資産	716	1,013	1,006	1,141
現預金	590	761	657	687
売掛金	104	226	289	295
その他	21	25	59	158
固定資産	69	113	370	374
繰延資産	3	2	1	0
<b>負債合計</b>	<b>324</b>	<b>407</b>	<b>564</b>	<b>728</b>
流動負債	202	303	429	594
買掛金	2	2	-	-
短期有利子負債	22	25	28	236
その他	178	275	401	358
固定負債	121	104	134	133
長期有利子負債	113	90	97	103
その他	8	13	37	30
<b>純資産合計</b>	<b>464</b>	<b>720</b>	<b>813</b>	<b>788</b>
自己資本	464	720	813	782
その他	-	-	-	5

※1 25/10期1Qより連結決算。

(百万円)	24/10期	25/10期 <sup>※1</sup>	26/10期2Q
	実績	実績	実績
<b>営業CF</b>	<b>158</b>	<b>76</b>	<b>△13</b>
<b>投資CF</b>	<b>△44</b>	<b>△201</b>	<b>△26</b>
<b>FCF</b>	<b>113</b>	<b>△124</b>	<b>△40</b>
<b>財務CF</b>	<b>56</b>	<b>13</b>	<b>70</b>
現金同等物の増減額	170	△110	29
新規連結に伴う現金同等物の増加額	-	7	-
<b>現金同等物の期末残高</b>	<b>761</b>	<b>657</b>	<b>687</b>

# インパクトKPI (社会インパクト創出に向けた第2段階の開始に伴い、26/10期から一部指標を入れ替え)



	単位	20/10期	21/10期	22/10期	23/10期	24/10期	25/10期	26/10期	27/10期	28/10期
		実績	実績	実績	実績	実績	実績	計画	中計	中計
MSWからの紹介数	人	3,326	4,869	5,280	6,466	8,401	12,501	—	—	—
(前期比)	%	—	+46.4%	+8.4%	+22.5%	+29.9%	+48.8%	—	—	—
家族会議実施数	件	1,391	1,903	2,277	3,296	6,330	8,911	12,780	17,410	25,710
(前期比)	%	—	+36.8%	+19.7%	+44.8%	+92.1%	+40.8%	+43.4%	+36.2%	+47.7%
スマイル数	人	1,545	1,902	2,206	2,381	3,550	4,723	6,744	8,747	12,741
(前期比)	%	—	+23.1%	+16.0%	+7.9%	+49.1%	+33.0%	+42.8%	+29.7%	+45.7%
プラットフォームサイト登録数	件	—	—	—	5,335	7,540	10,212	—	—	—
(前期比)	%	—	—	—	—	+41.3%	+35.4%	—	—	—
新規開設居室数	室	—	—	—	—	—	1,083	1,350	1,650	2,000
(前期比)	%	—	—	—	—	—	—	+24.7%	+22.2%	+21.2%

※1 MSWからの紹介数、並びにプラットフォームサイト登録数については、より適切な指標への差し替えを検討している段階である。  
詳細についてはP.15を参照されたい。

カテゴリ	質問	回答
事業環境 <small>(シニアライフサポート)</small>	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2026年5月31日時点において800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 <small>(シニアライフサポート)</small>	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 <small>(シニアライフサポート)</small>	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 <small>(シニアライフサポート)</small>	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（25/10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。なお、26/10期を初年度とする中期経営計画において、家族会議数やスマイル数に紐づくより適切な先行指標を検討することとしたため、MSWからの紹介数は、インパクトKPIから除外しております。

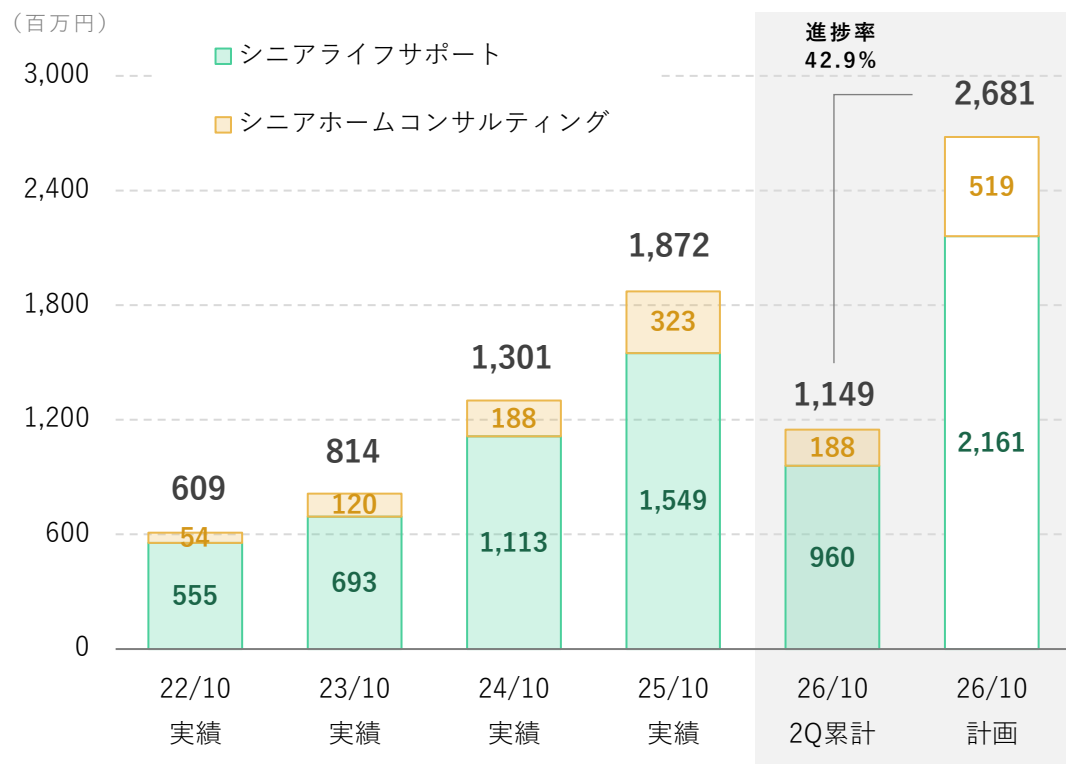
カテゴリ	質問	回答
ビジネスモデル (シニアライフサポート)	コーディネーターが生産性の高いミッショングレード (5~9) になるまでの期間は？	2025年10月期までの実績ベースでおおよそ2年間です。また、ミッショングレード1~4の間でも明確に生産性の改善が確認が出来ており、戦力化の進行で段階的に生産性が向上できているとご理解下さい。今後は、オペレーショナル・エクセレンスの浸透で、更なる早期化や定着率向上を図ります。
ビジネスモデル (シニアライフサポート)	シニアライフサポート事業において、入居者とホームのマッチングの有効性を確保するために工夫している点はあるか？	当社は、マッチングサー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。
業績動向 (インパクトKPI)	26/10期からはじめる中期経営計画において、インパクトKPIを従前の指標から一部変更した理由は？	25/10期までは、①MSWからの紹介数、②家族会議実施数、③スマイル数、④プラットフォームサイト登録数の4指標をインパクトKPIと定めていました。一方、26/10期以降は、①④をインパクトKPIから一度除外し、一方で⑤新規開設居室数を新たに加えました。26/10期を初年度とする中期経営計画は、社会インパクト創出のための第2段階と位置付けており、需要側・供給側双方でより広範に事業推進します。各経営施策に沿ったインパクトKPIを追求するため、指標の見直しを実施致しました。なお、詳細な変更理由は「中期経営計画」章・スライドをご参照下さい。

## 02 2026年10月期 通期計画と進捗状況

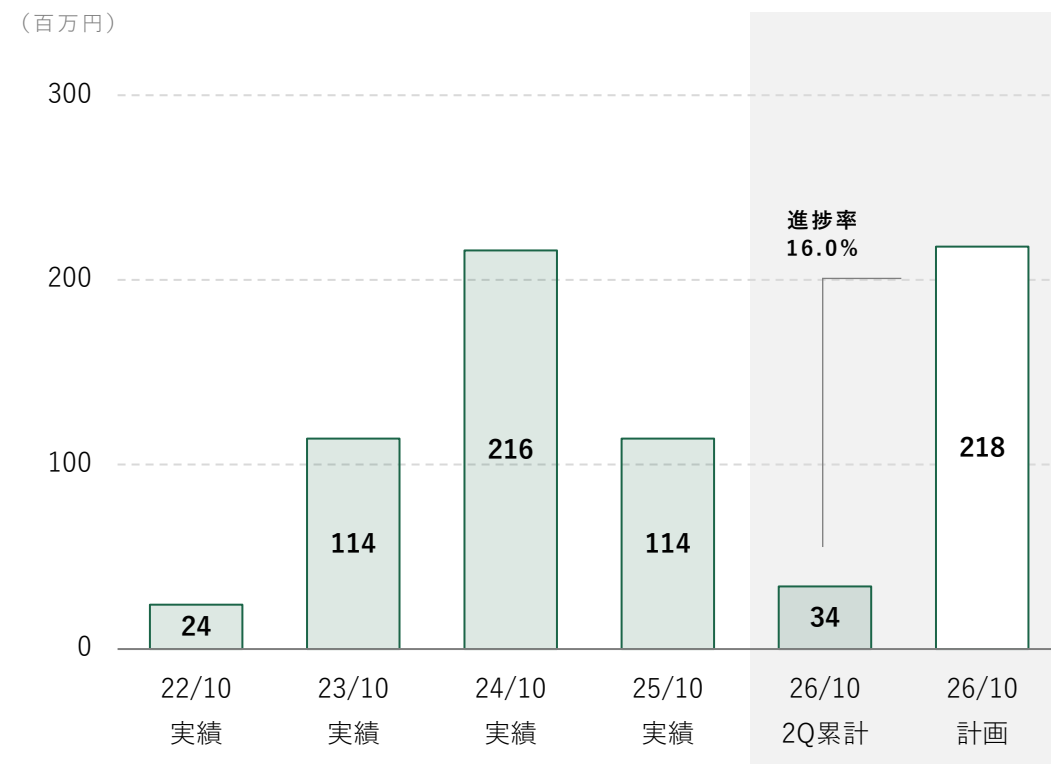
# 進捗状況 | 営業収益・営業利益の通期計画に対する進捗状況

一見、営業収益及び営業利益の進捗率は芳しくないが、下期偏重型の当社季節性や1Qは採用費・5拠点の新設費が嵩んでいたことに鑑みれば、順調な進捗と考えている。実際に、上期の営業利益は当初計画を+50百万円上振れて着地している。

## 営業収益

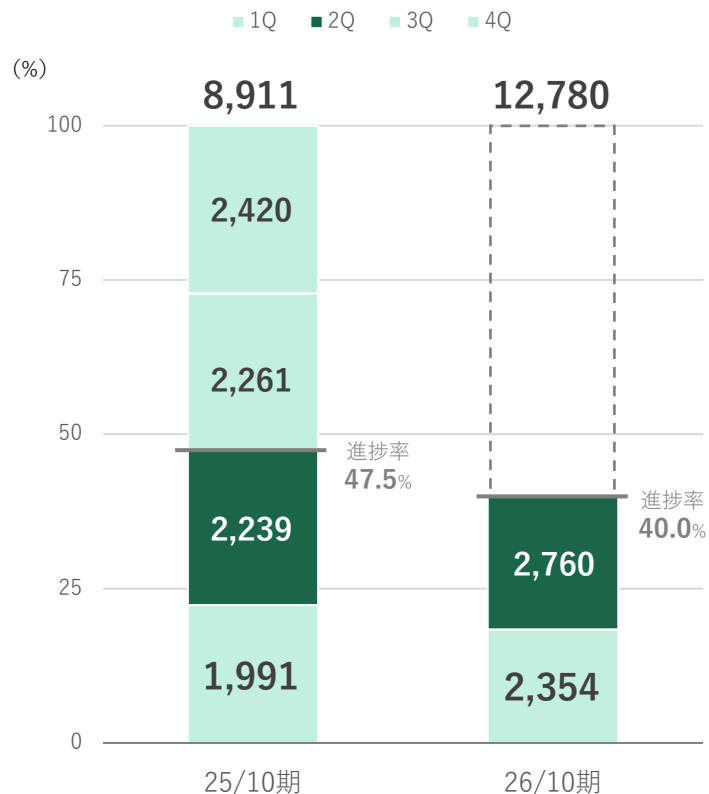
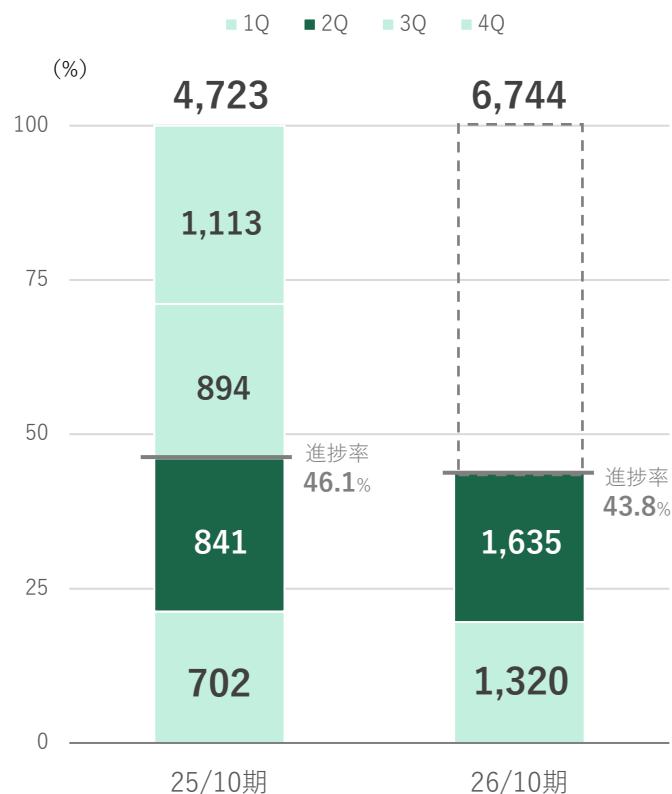
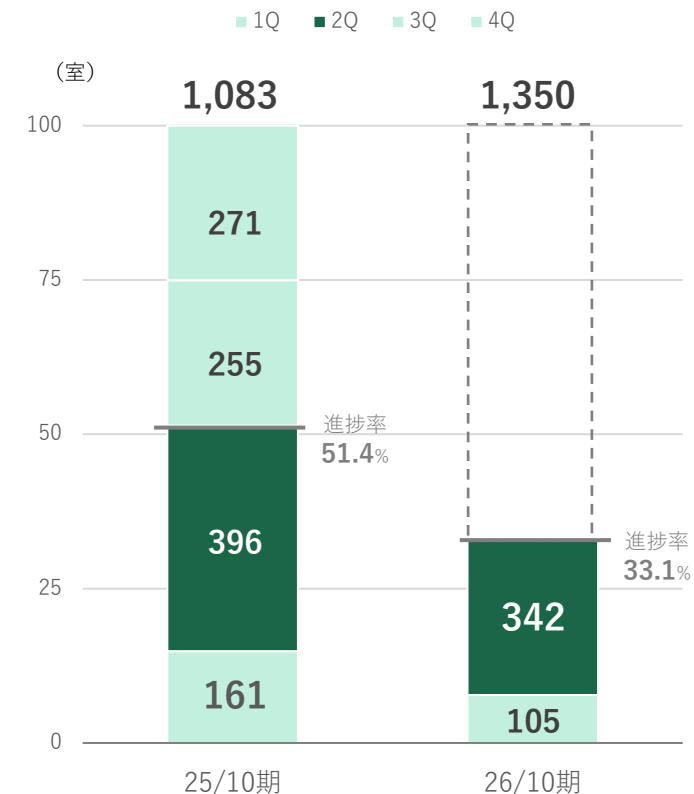


## 営業利益



# 進捗状況 | インパクトKPIの通期計画に対する進捗状況

スマイル数の進捗率は50%を下回るが、例年並みで、3Q以降の積み上げでキャッチアップできる。一方、新規開設居室数は、2Qに一定挽回したもののビハインドしている。今期は既存ホームの取引支援等で収益をカバーし、来期以降の積み上げに注力する。

**家族会議実施数**

**スマイル数**

**新規開設居室数**


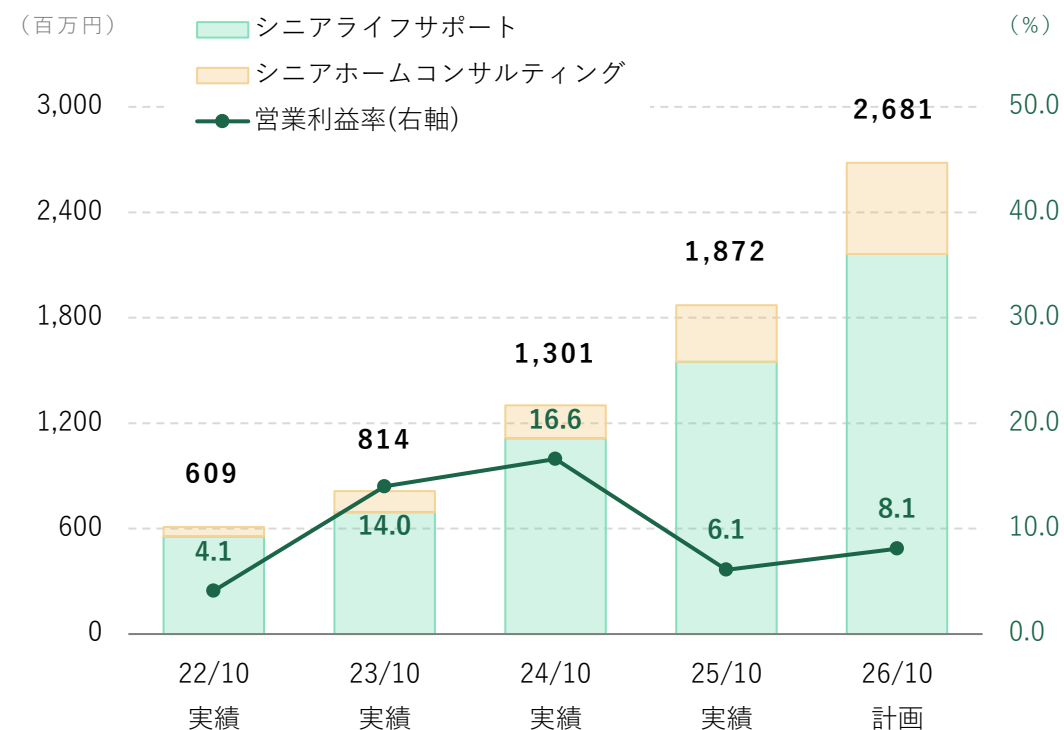
26/10期の営業収益は前期比**43.1%増**の2,681百万円、営業利益は同**90.3%増**の218百万円を計画する。

事業・組織的拡大と体制整備を優先するため、営業利益率は**8.1%**と、期初時点では前期からの大きな改善は見込まない。

### 全社業績の計画値と成長率

	25/10期	26/10期	
	実績	計画	前期比,%
営業収益	1,872	<b>2,681</b>	+43.1
営業利益	114	<b>218</b>	+90.3
経常利益	117	<b>209</b>	+79.0
当期利益	89	<b>169</b>	+88.9
EPS(円)	22.12	<b>41.73</b>	+88.7

### サービス別収入と営業利益率



<p>シニアライフ サポート</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>営業強化   <b>コーディネーターは約30名の純増を計画する</b>。組織のピラミッド構造の正常化を図ると共に、25/10期の新入社員をはじめ、既存コーディネーターの教育にも注力するため、25/10期と比較して採用数はやや絞る。</li> <li>スマイル数   <b>前期比42.8%増の6,744件</b>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と共に、新設オフィスを軸に対応エリアを拡張し、マーケットシェア拡大を推し進める。また、計画数値には織り込んでいないが、ビジネスケアラの介護離職防止を起点とした新たなビジネスモデルの構築も推進する。</li> </ul>
<p>シニアホーム コンサルティング</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規開設居室数   26/10期は、通期で<b>1,350室</b>の新規開設の支援を業績予想に織り込んでいる。</li> <li>従前から手掛けていたシニアホーム新設コンサルティングに加え、運営力ある中小シニアホーム運営者の新設を支援する「<b>パートナーリース</b>」でもポジティブ・ホームの拡大を後押しする。ただし、パートナーリースは契約時でなく建設・引渡後に初年度収入を認識するため、26/10期は前工程のコンサルティングフィーのみ享受する。契約→初年度収益認識までの時間軸は概ね1.5年を見込んでおり、収益確保が本格化するのは、27/10期以降となる。</li> </ul>
<p>営業費用</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>25/10期同様、上期(特に1Q)に採用費をかけ人材確保を進める。加えて、2025年11月に5オフィスを新設し初期費用が発生している。このため、26/10期も<b>営業利益は下期偏重の計画</b>である。</li> <li>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、その他の<b>大幅な費用投下は想定していない</b>。</li> </ul>
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>出店   2025年11月に札幌／東京新宿／東京町田／千葉／広島の5オフィスを開設、対応する形で一過性費用が1Qに計上される。基本的には、1年内の営業黒字化を実現すべく取り組む。</li> </ul>

03

## 中期経営計画 (26/10~28/10期)

シニアホーム紹介サービスの全国展開化と、シニアホーム運営事業者の新規開設支援強化を軸とした3ヵ年の中期経営計画を策定、**両輪で社会インパクトを創出**できる事業体へと進化し、28/10期は営業収益**5,580百万円**、営業利益**1,009百万円**を確保する。

～25/10期

26/10～28/10期

29/10期～

1st シニアホーム紹介サービス基盤を強化

2nd シニアホーム紹介サービスの全国展開化と、ポジティブ・ホームの共創

3rd 更なるインパクト創出

### 中計実行施策

### アウトカム

### 利益計画 (百万円)

需要側

シニアライフ  
サポート

## 全国展開化

- 1 営業拠点を**10→28都道府県**へ拡充
- 2 **ビジネスケアラ**向け支援を強化
- 3 コーディネーターを**2.4倍**へ増員
- 4 組織/育成体制強化で**生産性改善**

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

25/10期 1,549 **2.7倍** → 28/10期 4,237

供給側

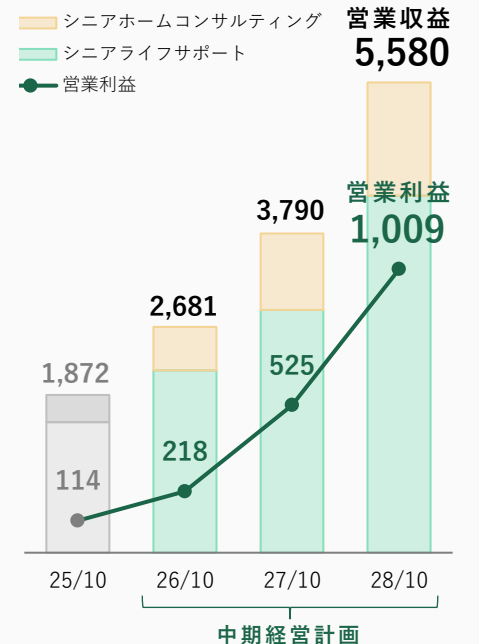
シニアホーム  
コンサルティング

## 新規開設支援強化

- 1 中小事業者の新規開設支援を強化
  - └ 中計期間中に**5,000室**の新設を支援
  - └ 新事業 **パートナーリースを拡大**
- 2 シニアホーム向けサービスを拡充
  - └ **M&A/アライアンスを推進**

自ら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**しているホームが増加する

25/10期 323 **4.1倍** → 28/10期 1,342



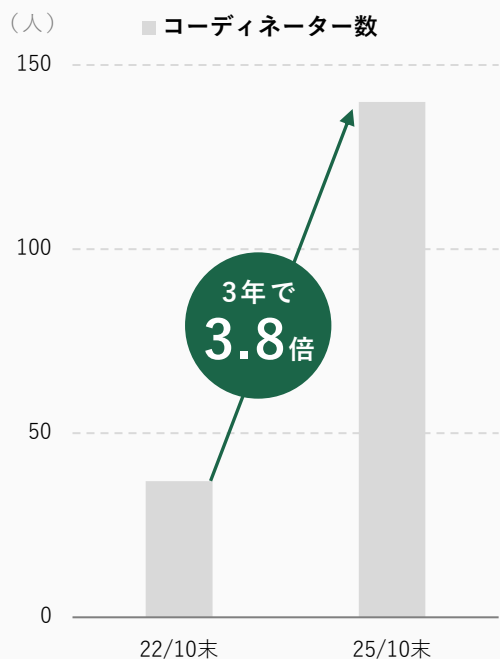
上場や剰余金積み上げによる社会的/財務的信任性の向上、基盤事業の組織力向上を受け、**経営を次の段階に移行すべき**と考えた。  
 改正 育児・介護休業法の施行(25/4)による**ビジネスケアラーへの支援強化**など、社会的にも当社事業を取り巻く環境が好転している。

**内部環境** 経営として、次の段階に移行するための準備が整う

① 社会的/財務的信任性の向上



② 基盤事業の組織力向上



**外部環境** 当社事業を取り巻く環境は、一層の追い風を受け始めた

③ 改正 育児・介護休業法の施行 (2025年4月)

1. 介護休業・介護両立支援制度等を利用しやすい雇用環境の整備
2. 介護に直面した旨の申出をした労働者に対する個別の周知・意向確認の措置
3. 介護に直面する前の早い段階(40歳)での情報提供
4. 介護休暇を取得できる労働者の要件緩和
5. 介護のためのテレワーク等の導入の努力義務化

④ 社会課題(介護家族の介護負担)の深刻化



注：各数値の定義・出所はAppendixを参照

# インパクトKPIと計数計画

インパクトKPIの項目について、「MSWからの紹介数」と「PFサイト登録数」を除外、逆に「新規開設居室数」を追加する。  
 新事業「パートナーリース」で中小事業者のシニアホーム新設を後押しする **シニアホームコンサルティングが全社成長を加速**させる。

## インパクトKPIの変更



- 「MSWからの紹介数」をインパクトKPIから除外する。当社ビジョン”高齢者が笑顔で居る未来を堅守する”を体現する「スマイル数」、およびシニアホーム介護への納得感の醸成に不可欠な「家族会議実施数」に対し、同指標はその先行指標となるが、より適切な指標について検討を行うため、一度除外した。
- 同じく「PFサイト登録数」をインパクトKPIから除外する。登録数が1万ホームを超え、**一定のネットワーク構築が進み**、単に数を追う段階は終えた。今後は、介護家族の実態ニーズを把握し、ホームの質を高めるためのサービス拡張に重きを置く。検討が進み、**包括的に測定可能な指標が定められ次第、新KPIとして再設定**する。
- 供給側（シニアホーム支援）のインパクトKPIとして、新たに「新規開設居室数」を設定する。当社が蓄積した知見を活かすことで、**入居者および介護家族のQOL(=Quality of Life)を高めるポジティブ・ホームの絶対数を増やす**ことが、当社にとって実現すべき、新たな社会インパクトであると見定めた。

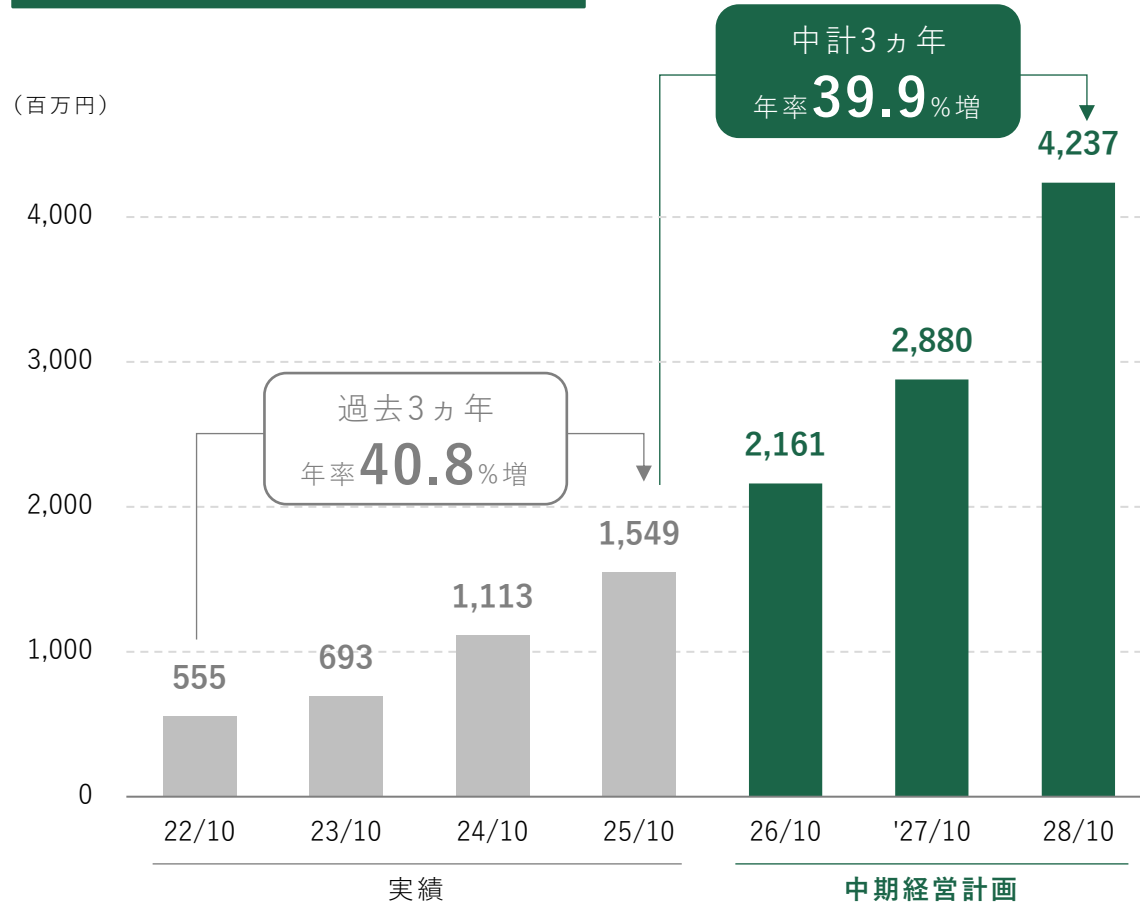
## 計数計画の一覧

		25/10	26/10	27/10	28/10	
		実績	計画	中計	中計	
営業収益	百万円	1,872	2,681	3,790	5,580	
	前期比	%	+43.9	+43.1	+41.4	+47.2
↳ シニアライフサポート	百万円	1,549	2,161	2,880	4,237	
	前期比	%	+39.2	+39.6	+33.3	+47.1
・ 家族会議実施数	件	8,911	12,780	17,410	25,710	
・ スマイル数	人	4,723	6,744	8,747	12,741	
↳ シニアホームコンサルティング	百万円	323	519	909	1,342	
	前期比	%	+71.8	+60.3	+75.3	+47.6
・ 新規開設居室数	室	1,083	1,350	1,650	2,000	
営業利益	百万円	114	218	525	1,009	
	営業利益率	%	6.1	8.1	13.9	18.1

シニアライフサポート収入は、過去3ヵ年と同様に年率40%の営業収益成長を続け、中計最終年度には4,237百万円を確保する。

①拠点増設、②顧客獲得手段の拡充、③コーディネーター増員、④組織力および生産性改善、の4点が主な中計の実行施策である。

## シニアライフサポート収入の実績と計画



## 実行施策

1

営業拠点を **10→28都道府県**へ拡充、  
全国の介護家族を支援できる体制へ

2

**ビジネスケアラー向け**支援を強化、  
MSW経由以外でも介護家族を支援

3

コーディネーターを **2.4倍**へ増員、  
中長期アウトカム実現に向け歩を進める

4

組織/育成体制強化で **生産性改善**、  
基盤事業としての持続性・頑健性を高める

# シニアライフサポート（2/4） | 営業戦略の方向性

現在は、**10都道府県18オフィス**を拠点に、**MSWを起点とした営業手段**でスマイル(成約)を確保している。

中計期間中に**28都道府県**カバー体制に向け拠点増設すると共に、**ビジネスケアラーの離職を防ぐ**提案活動も強化する。

### 営業拠点の増設

No.	名称	開設時期	以前	24/10	25/10	26/10
1.	大阪本社	2010/9初設	●	●	●	●
2.	東京神田	2016/6初設	●	●	●	●
3.	福岡	2017/7	●	●	●	●
4.	神奈川	2018/9	●	●	●	●
5.	兵庫西宮	2020/11初設	●	●	●	●
6.	埼玉	2020/11	●	●	●	●
7.	大阪難波	2021/5初設	●	●	●	●
8.	新大阪	2022/11	●	●	●	●
9.	東京五反田	2024/5	新規開設	●	●	●
10.	愛知伏見	2024/5	新規開設	●	●	●
11.	愛知名駅	2025/5			●	●
12.	兵庫三宮	2025/5		新規開設	●	●
13.	大阪京橋	2025/5		新規開設	●	●
14.	札幌	2025/11				●
15.	東京新宿	2025/11				●
16.	東京町田	2025/11			新規開設	●
17.	千葉	2025/11				●
18.	広島	2025/11				●

26/10期：**10**都道府県**18**オフィス

28/10期：**28**都道府県へ拡大

注：移転ある拠点は初設時期を記載している

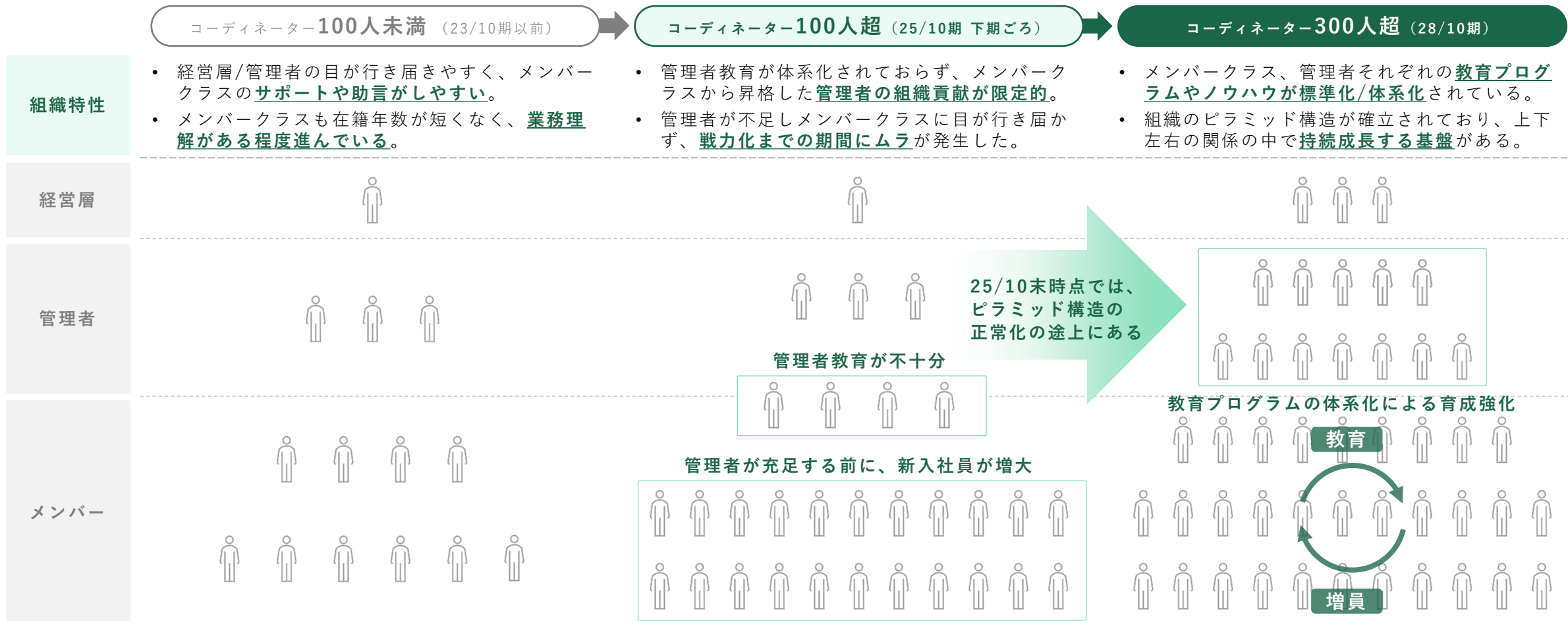
### 顧客獲得手段の拡充

育児・介護休業法の施行を受け、**法人の人事部**への提案も強化

	緊急性：大	緊急性：中	緊急性：小
件数：少	これまで MSW経由		
件数：中		これから ビジネスケアラーの離職を防ぎ、法人の人的資本戦略を支援する	
件数：多			Web広告など

# シニアライフサポート (3/4) | 組織戦略の方向性

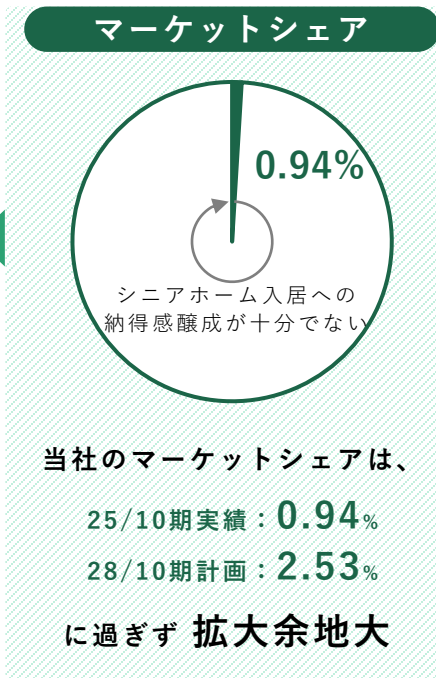
コーディネーター数を**3年連続で5割増**した結果、組織階層が複雑化し、25/10期は**管理者/新入社員の教育不足**が業績に影響した。今回の反省を活かし型化を強力推進することで、**組織のピラミッド構造を正常化**しながら、教育⇔増員サイクルを回していく。



シニアホームへの新規入居者は2024/10推計で50.3万人いる一方、当社の25/10期スマイル数は4,723件であり、リアル接点を持つ紹介事業者としては最大級である当社であっても、マーケットシェアは**0.94%**に過ぎず、依然として収益拡大の余地は大きい。

## 2024年10月推計マーケットシェア

項目	単位	シニアホーム*1			
		(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	<b>113,940</b> *	<b>65,531</b> *	<b>33,149</b> *	<b>15,260</b> *
数量：新規入居者数*6	千人	<b>503</b> *	<b>242</b> *	<b>179</b> *	<b>82</b> *
在居者数の入れ替わり数*4	千人	480*	225*	174*	82*
在居者数*2	千人	1,065*	591	260*	214
入れ替わり率*3	%	45.1*	38.0	67.0	38.0*
在居者数の純増数*5	千人	23.2	17.0	5.2	0.9
単価：1人あたり紹介手数料*7	千円	226*	271	185	185*



※1：以下注釈に特記のない統計データは、全て2024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：在居者数の内、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：在居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「在居者数」に「入れ替わり率」を乗算して算出している。

※5：在居者数の純増数は、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居者数の純増減数を参照している。過去データの取得方法は、上述の在居者数の取得または推計方法に準拠している。

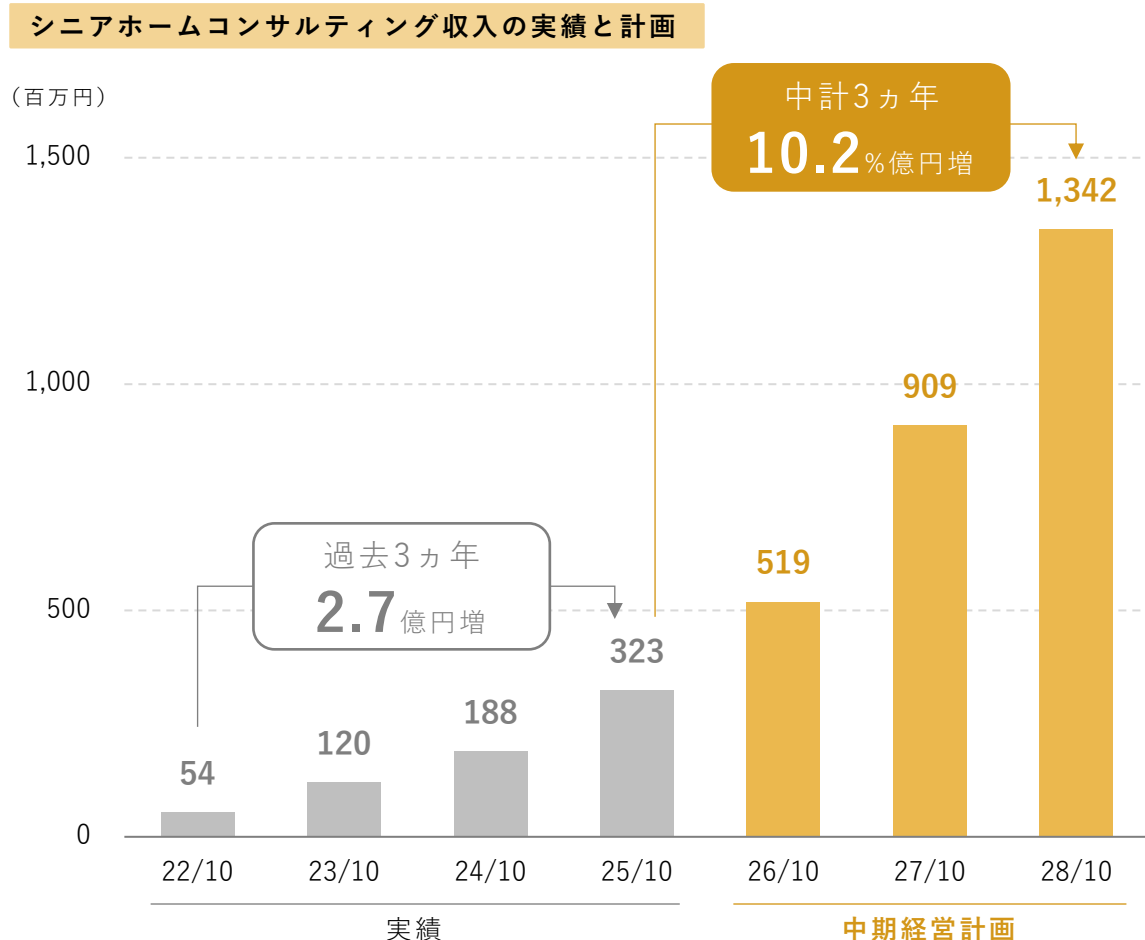
※6：新規入居者数は、上記方法により推計した在居者数の入れ替わり数と純増減数を足し合わせた総和を参照している。

※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。

シニアホームコンサルティング収入は過去3ヵ年で2.7億円増加したが、新中計では更に**10.2億円の積み上げ**を計画する。

中小のシニアホーム運営者の新規開設を支援する新たな仕組み「**パートナーリース**」を軸に、供給側のビジネス拡張を押し進める。



### 実行施策

これまでは与信力が高い中～大企業の新設コンサルティングを手掛けることが多かった。今後は、更に支援先を拡げるため、運営力はあるが経営力/資金力が不足し事業拡大が容易でないシニアホーム運営者の新規開設支援についても強化する

**1** **新規開設居室数 5,000室 (3ヵ年累計)を計画**

- └ 新事業 **パートナーリース**を拡大
- └ 新設コンサルティングも引き続き拡大

**シニアホーム向けサービスを拡充**

**2** **M&A/アライアンスを推進**

特に介護系プロダクトを持つ企業を優先 ※新たに専任者を採用済

- └ 当社が持つ土地情報や入居者紹介、スケールメリットの提供等

100%子会社ケアサンクを設立しシニアホーム運営者にヒアリングしたところ、**約200社**から強い事業拡大意向(=新規開設)を受けた。一方、経営力/資金力が限定的で踏み切れない運営者も散見されたため、**パートナーリースを始めとした支援事業の拡充**を決定した。

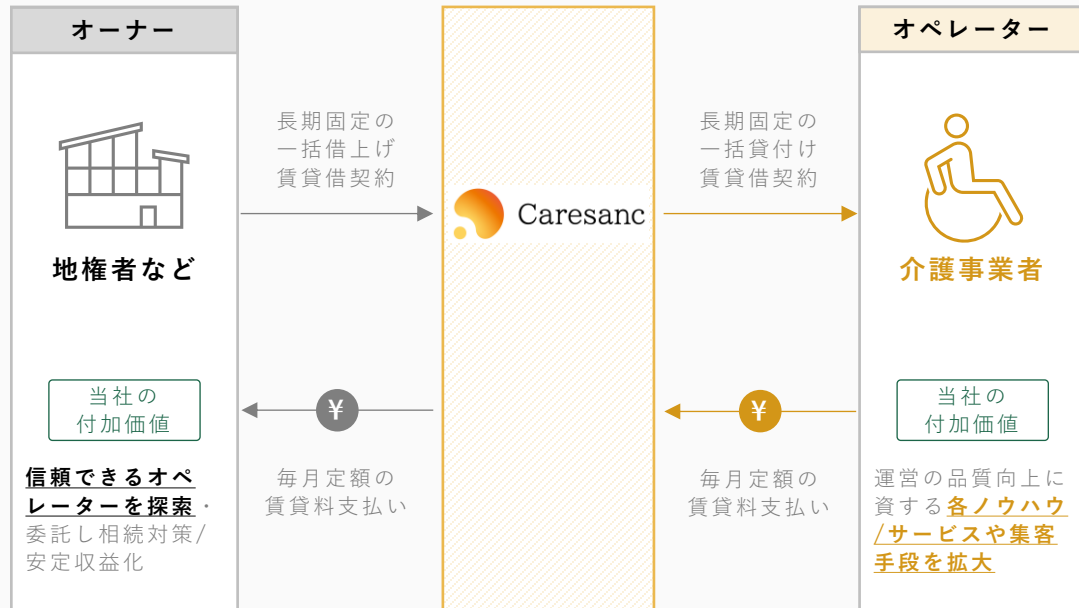
関係値のあるシニアホーム運営者のうち**約200社**でホームの新規開設需要を確認 → **供給側の事業を本格化**



運営力が高い一方で与信が限定的なシニアホーム運営者に、当社がシニアホームを一括借上げする形式で与信を提供するスキーム「パートナーリース」を開発した。リース(金融)取引処理するため、入金を伴わない収益が先行計上される点に留意されたい。

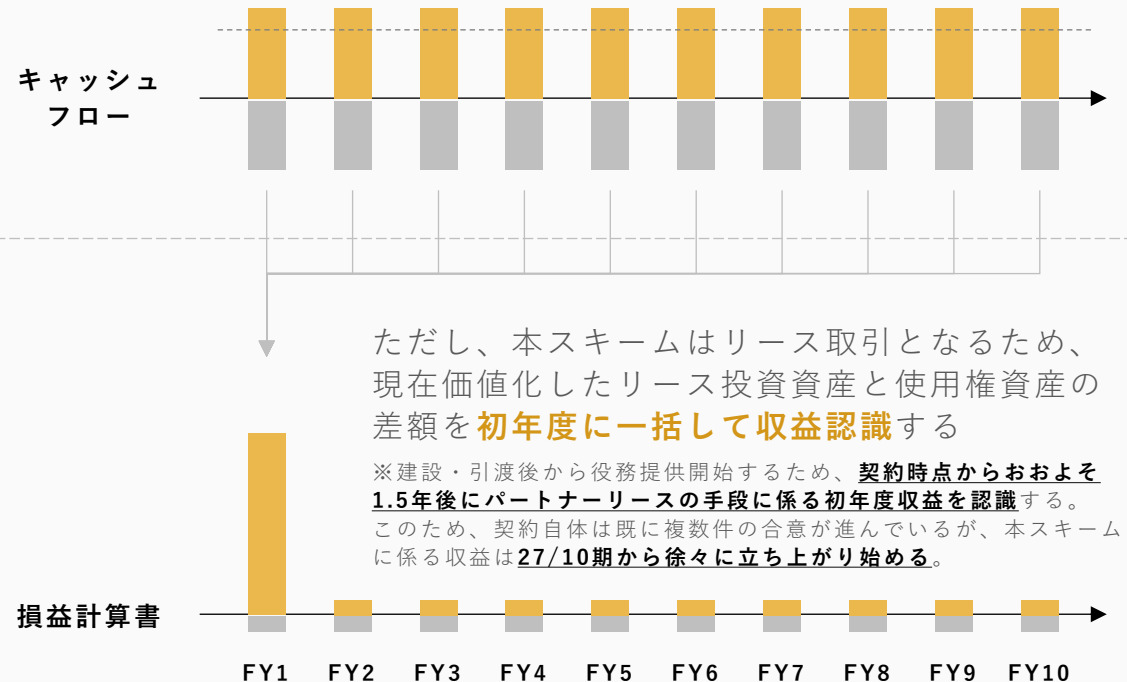
## スキーム / 事業系統図

運営力が高い一方、与信が限定的なシニアホーム運営者に対し、当社がシニアホームを一括借上げる形式で、与信を提供する



## 会計処理のイメージ

キャッシュフロー上は、毎月定額の賃貸収入と賃借支払が発生し、差額が当社の現預金として残る。



執行役員以上のメンバーには、中期経営計画の定量目標に連動した有償ストック・オプションを新たに付与する。

また、従業員に対しては2025年1月より持株会の奨励金支給率を5%→30%に引き上げており、企業価値向上の意識を醸成している。

## 有償ストックオプションの発行

### 執行役員以上の幹部メンバーに有償ストック・オプションを発行

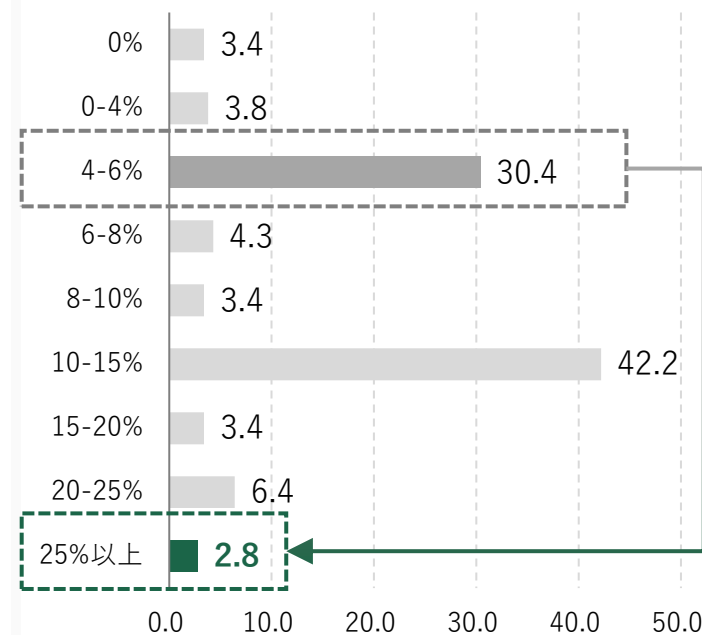
詳細は、2025年12月12日の適時開示を参照されたい。

対象者と割当 新株予約権数	当社取締役 2名 1,054個 当社従業員（執行役員）5名 661個 当社子会社取締役 1名 365個 ※ 本新株予約権1個=当社普通株式100株
権利行使期間	<b>2029年2月1日～2036年1月8日</b>
行使条件と 行使可能割合	28/10期～30/10期のいずれかの事業年度（判定事業年度）において、当社の営業利益が下記(a)～(c)の条件を満たした場合、対応する行使可能割合に応じた数を上限に、権利行使できる (a)営業利益が670百万円を超過：行使可能割合 30% (b)営業利益が780百万円を超過：行使可能割合 50% (c)営業利益が1,009百万円を超過：行使可能割合 100% ※(c)の基準は中期経営計画の最終年度目標に一致
割当日と払込期日	2026年1月9日

## 従業員持株会の制度

### 奨励金支給率を5%→30%に引き上げ

国内上場企業の奨励金支給率の分布(%)  
東京証券取引所「2023年度従業員持株会状況調査」を参照



## 当社の奨励金支給率

2024年12月まで

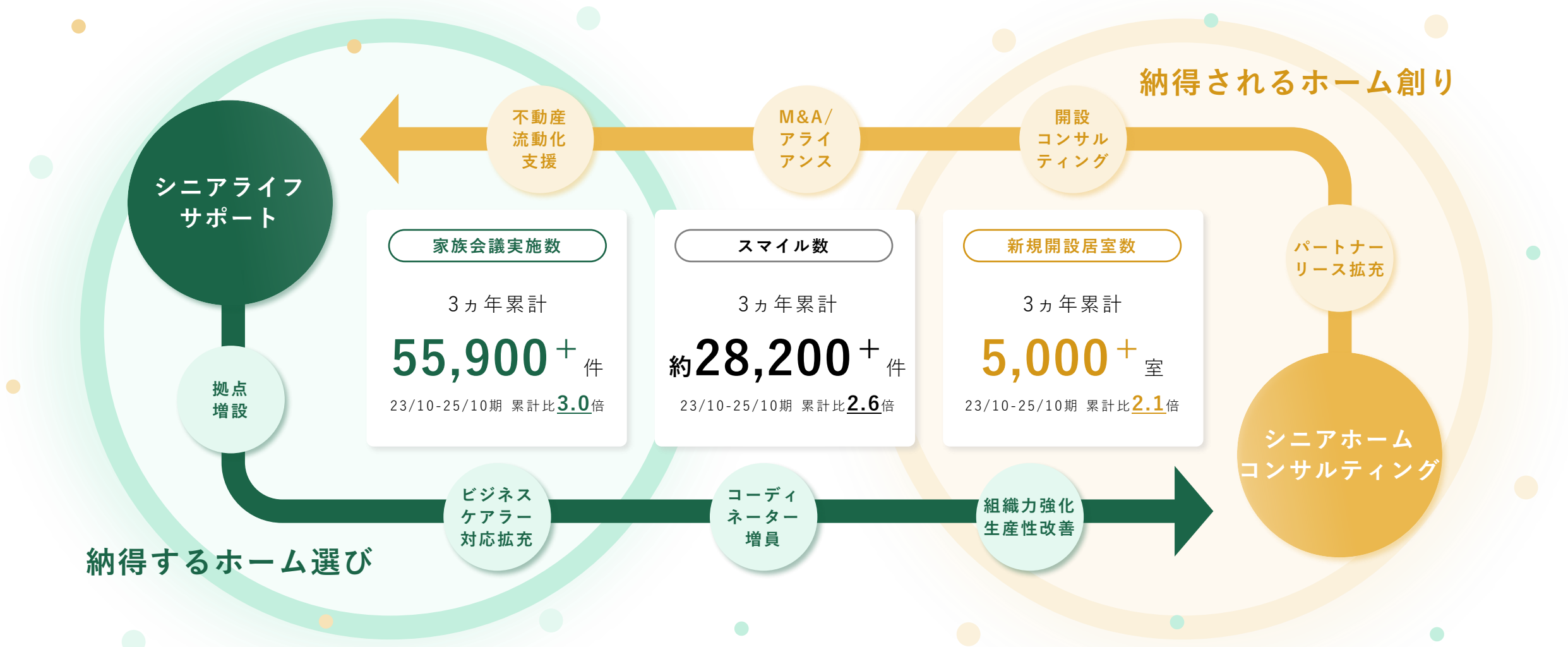
奨励金支給率  
拠出金の **5%**



2025年1月から

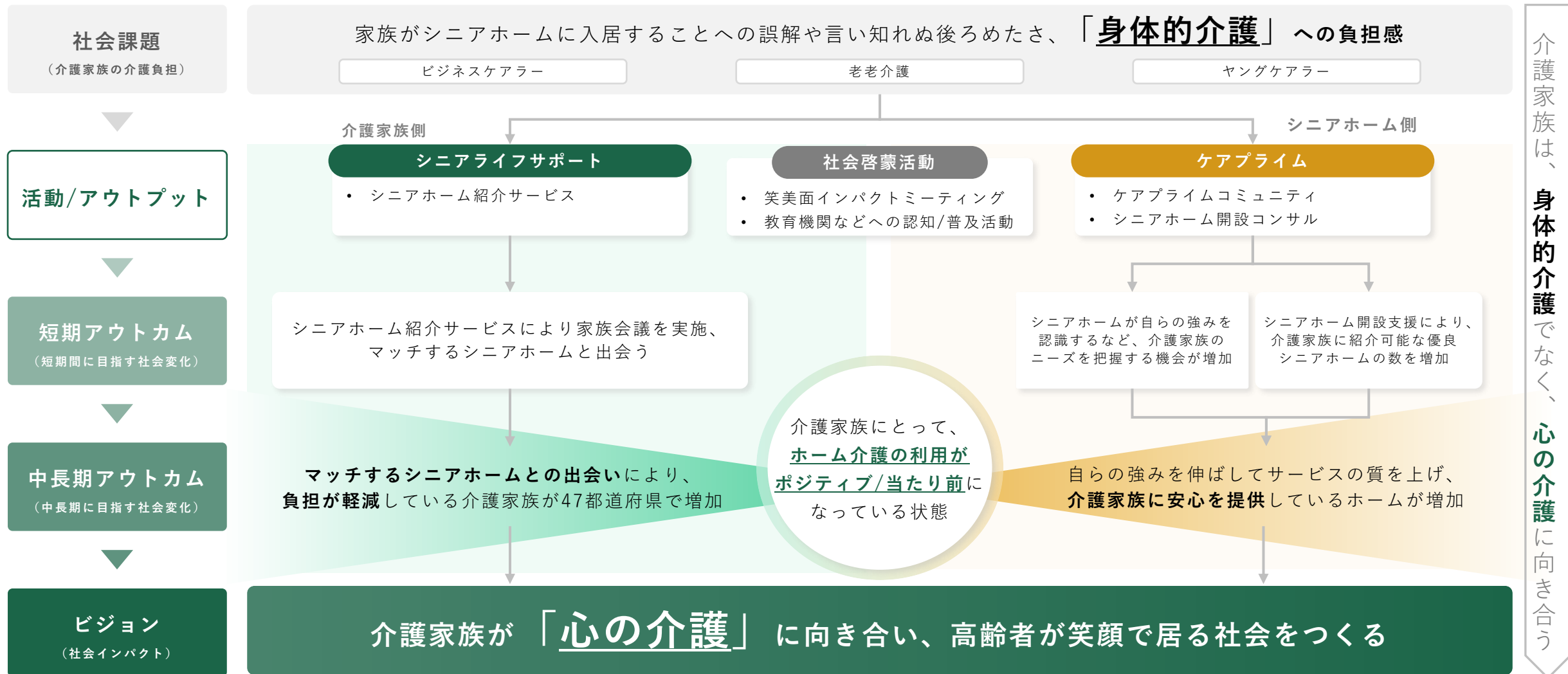
奨励金支給率  
拠出金の **30%**

紹介サービスでホームの収益基盤を向上し、向上した収益力でもって再投資を促す、ポジティブ・サイクルの創出/拡張を目指す。  
 納得するホーム選びとホーム作りで相乗的にポジティブ・スマイルを生み、業界基盤へと飛躍する第3段階に向け事業推進する。



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」を強力に推進している。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步一步前進している。

家族会議

本人・ご家族が「これから、どう生きるか」を一緒に考える時間

MSW等より紹介を受ける



入居先を具体化する

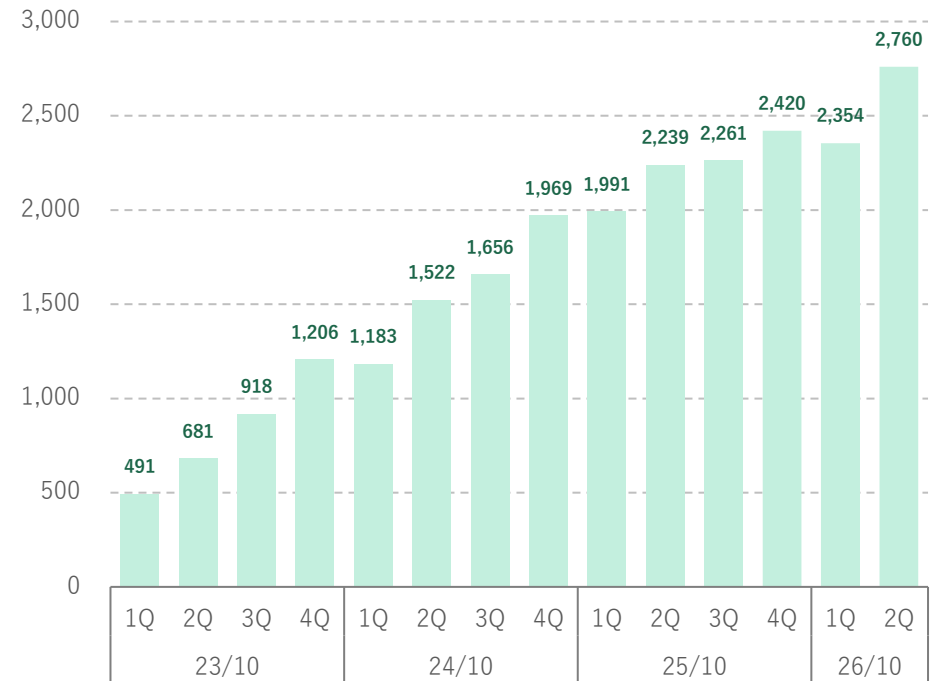


被介護者・介護家族×コーディネーター

言えなかった本音、罪悪感、ぶつかり合い—  
抱えていた介護の負担や不安から解放される時間でもあり、時に見えなくなっていた優しさや絆がもう一度繋がる場にもなります。  
笑美面のコーディネーターが、丁寧な傾聴で“真の希望”を引き出すことで「最期まで、どう生きるか」を共に考え、最適な選択をサポートします。

重要KPI「家族会議実施数」の推移

(件/四半期)



※ 25/10期1Q数値に集計誤差があったため、旧開示「1,990件」→現開示「1,991件」に修正している。

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。  
社会と財務の方向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。

## 家族会議のインパクト創出

## 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

## 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

←  
 成約率・生産性が高まり  
収益の拡大につながる

↑  
 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

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。

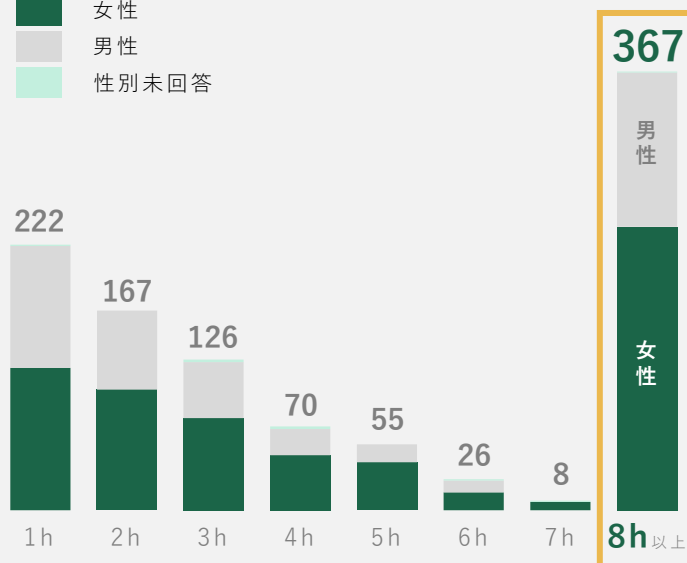
引き続き、SDGs5.4に係るインパクト創出に向け、事業の推進と成果指標としての社会インパクトの計測を継続する。

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。

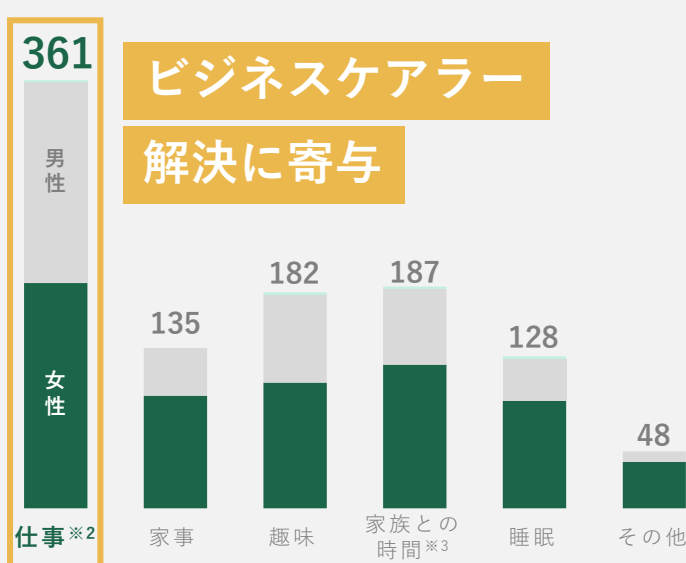
■ 女性  
■ 男性  
■ 性別未回答



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

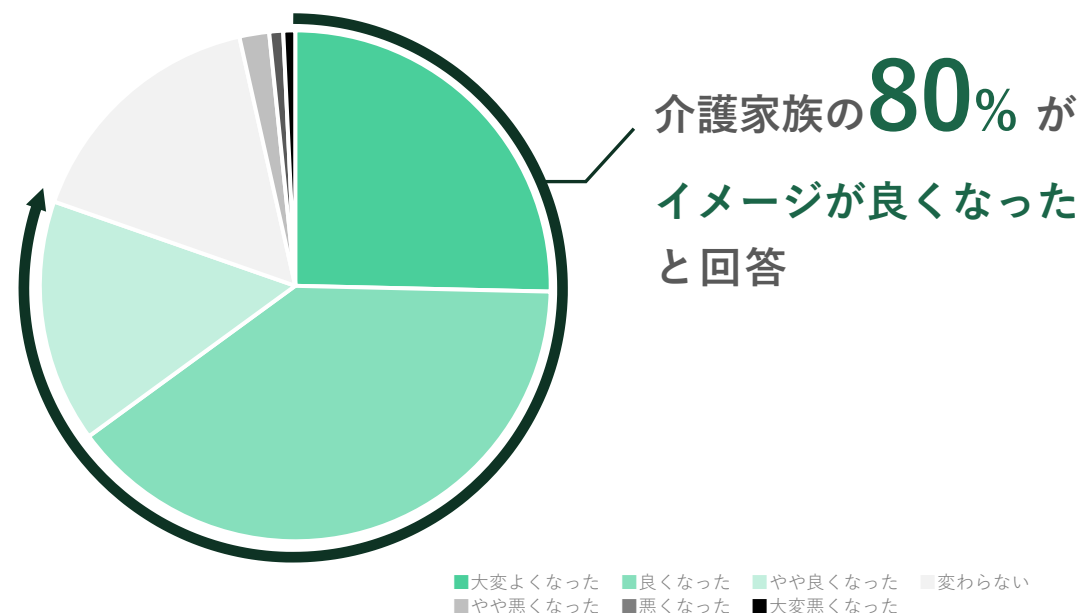
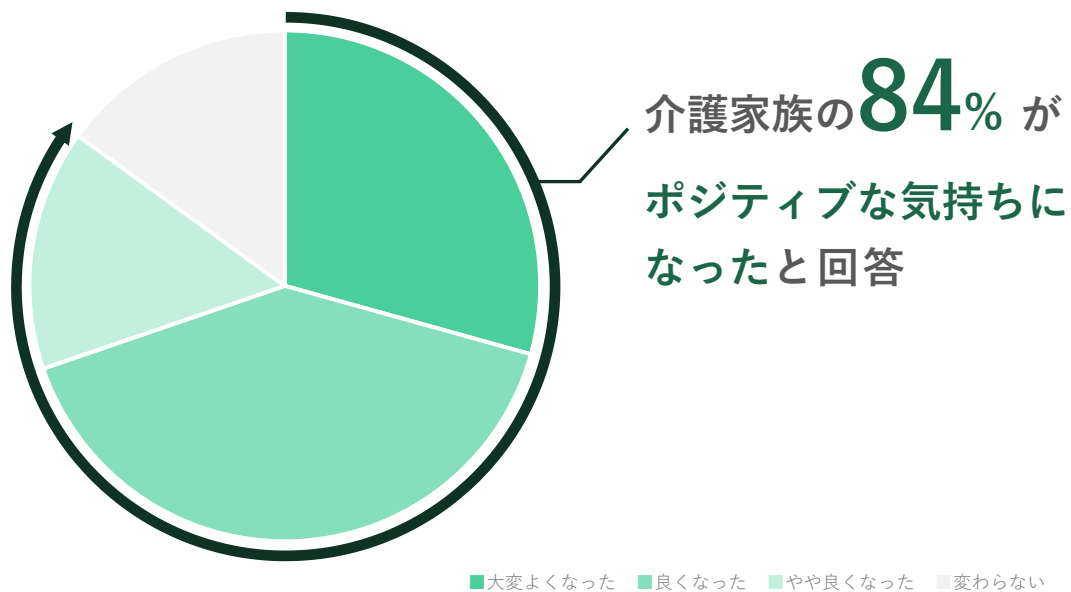
※1：当社調べ 2023年4月～2026年5月「入居後「心の介護」アンケート(入居後にキーパーソンに対してアンケートを実施 N=1593)」結果より、  
介護に要する時間が減ったと回答したN= 1041の内訳を抜粋 ※2：アルバイト・パートを含む ※3：家事の時間を除く

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、

Q：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？

Q：シニアホームに対するイメージに変化がありましたか？



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。

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」に向き合っており、ビジョン実現に向け着実に歩を進められている。

Q：身体的介護負担が軽減され、心の介護に向き合っていますか？<sup>※1</sup>

心の介護に  
向き合っていない

10%

心の介護に  
向き合っている

90%

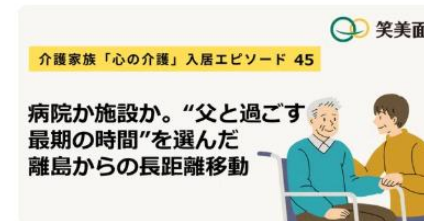
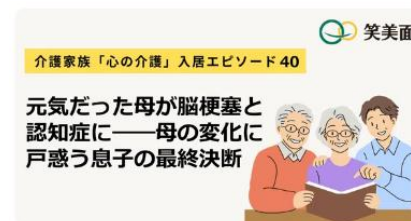
心の介護とは？

「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。

自社ブログで「心の介護」の広がりを配信中



「心の介護」入居エピソードなどを配信中  
<https://emimen.co.jp/media/>

note



※1 集計対象/条件は前掲のアンケートと同様である。

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。

親と同居している時は口論やイライラすることが多かったですが、別居になったら**親のためにしてあげようと思うことが増えて精神的にとっても楽になりました**

父の入居にあたり、**家族や父本人も穏やかになり、とても良い結果になりました。**  
施設の方々の**細かな介護や沢山の行事など、父の良い刺激**になり、スタッフの方々にも感謝の気持ちでいっぱいです

入居後、**安心した生活が送れた。**  
特に夜、**よく寝られるようになった。**

**かみさんが明るくなった。**

母はバランスが取れ、苦手なお肉も入っていない  
美味しい食事を3食頂けてるので**肌ツヤが良くなりました。**  
私は**休日の時間が自分の為に使える**ようになり、  
**お互い笑顔で会話ができる**ようになりました。

**自分の病気の治療と仕事復帰に専念できるようになりました。**

シニアホームは孤独感が強いイメージでしたが  
**ホームスタッフさん皆が親切**で頼りになり、安心しており、  
**自分が前向きな生活がおくれる**様になった。

**大幅に家事や仕事の時間がとれて助かっています。**  
プロに介護してもらえる**安心感があります。**

**私も母も心が軽くなり**自宅でみていた時より  
**自分自身の事も母の事も大好き**になりました。

入居前は作業的な介護のイメージが少しありましたが  
実際は入居者の心に寄り添ったケアで感謝しかないです。  
本人も**心から落ち着き穏やかになり、家族も心に余裕が**できました。

入居後、**夜中の電話や救急の入院がなくなり安心**していられます。

「シニアホーム紹介サービス」を通じて、介護家族が大切なご家族の入居をどのように決断し、その後どのような変化が生まれているのか。入居エピソードを中心に、コーディネーターの想いや具体的な支援のあり方などを配信中。

「余命わずかの、遠方に住む父の施設探しをお願いしたいです。  
残りの時間をできるだけそばで過ごしたいんです…。  
長距離移動を含めて、お願いすることは可能でしょうか」

遠く離れて暮らす娘様からの切実な願いが、ケアマネジャーを通じて笑美面に届きました。医師から余命を告げられ「いつ急変してもおかしくない」状況。それでも娘様は「最期は父の側にいたい。孫にも会わせたい。父も望んでいる」と決断。転院か施設か、さらに長距離移動という不安に揺れていました。

笑美面コーディネーターは「家族会議」を通じて、面会や医療体制の違いやメリット・デメリットをご説明。その結果、お孫様も自由に会え看取りまで支えられるシニアホームを選択されました。

最大の壁となった、寝たきりに近いお父様の離島からの長距離移動に対しては、考えうる手段と支援体制を洗い出し、医療機関や航空会社、空港会社、介護タクシー、受け入れホーム等と連携。親子は無事に再会を果たしました。お父様は2週間後にご逝去。娘様からは「父は孫との時間をとても喜んでいました。そばで一緒の時間を持てたこの選択は間違っていなかった」との言葉が寄せられました。

簡単ではなくても、できる方法はきっとある。「最期は一緒に過ごしたい」という想いを支えた「心の介護」入居エピソードです。



**「父を呼び寄せ、最期は  
できる限りそばにいたい…」  
遠距離入居を決断した  
娘様の覚悟を支えて**

note

検索

えみめんnote

[https://note.com/emimen\\_impact/n/nf48daef8e9cd](https://note.com/emimen_impact/n/nf48daef8e9cd)

## 主な活動 | アウトプットの状況

全国規模の病院団体との連携強化および学会参加を通じ、医療・介護連携の深化と退院支援の質向上に向けた取り組みを推進。

### 笑美面、「全日本病院協会」に賛助会員として参画 ～医療・介護連携の強化に向けた取り組みを推進～



全日本病院協会は、全国約2,500の病院が加盟する国内有数の病院団体であり、医療の質向上と医療提供体制の充実に取り組む中核的存在です。

笑美面は、日本病院共済会との業務提携に続き、本協会への参画を通じて医療機関との連携を強化し、退院支援に関する課題への対応および医療・介護の円滑な接続に向けた取り組みを推進していきます。本取り組みにより、退院支援の質向上やメディカルソーシャルワーカー（MSW）の業務支援、患者・家族の安心につながる価値提供を目指します。

詳細はこちら

<https://emimen.co.jp/press-release/post-20251211/>



### 大阪医療ソーシャルワーク学会に参加 退院支援に関する知見を共有



笑美面は、第1回大阪医療ソーシャルワーク学会において、紹介事業者とメディカルソーシャルワーカー（MSW）による意見交換に参加しました。

身寄りのない高齢者の増加やシニアホームの多様化、早期退院の流れにより、MSWによる退院先調整は難易度と負担が増えています。こうした中、紹介事業者との適切な連携のあり方が重要性を増しています。

当社は、入居支援で培った知見をもとに現場の実情や対応事例を共有し、医療機関と紹介事業者の連携による円滑な退院支援の可能性について意見交換を行いました。

## 主な活動 | アウトプットの状況

5月6日「心の介護に向き合う日」制定1周年を迎え、「心の介護」の価値を発信するとともに、今年もメンバーを支える家族やパートナーへ、社長より感謝を伝える取り組みを実施

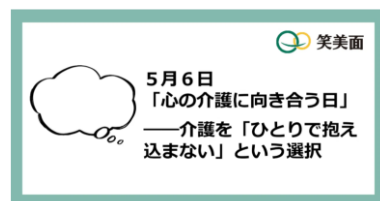
### 5月6日「心の介護に向き合う日」制定1周年を迎えて

#### ■「身体の介護」と「心の介護」を分けて考える視点を発信



身体の介護はプロに任せ、家族は家族にし  
かできない「心の介護」に向き合う。これこそが、  
本人と家族双方の“心を守り”、笑顔につながると  
私たちは考えています。

この価値観を社会の当たり前にしたという  
思いから、5月6日を「心の介護に向き合う  
日」として申請。一般社団法人日本記念日協  
会に制定され、1周年を迎えました。



「心の介護」に向き合うご家族の入居エピソード等を紹介する「笑美面note」も、この5月で1周年。これからも「心の介護」の大切さを発信を続けていきます。

▼「心の介護に向き合う日」に込めた想いや背景についてのnote記事はこちら  
[https://note.com/emimen\\_impact/n/nf32e33ef9ff2](https://note.com/emimen_impact/n/nf32e33ef9ff2)

#### ■メンバーの家族やパートナーに、社長より感謝を伝えた

今年も5月6日「心の介護に向き合う日」に、社会課題解決のため日々邁進する従業員を支えるご家族やパートナーの皆様へ、代表自ら感謝の気持ちを伝える機会として、従業員の活動、活躍を記した手紙とカタログギフトを贈呈。企業文化として「感謝」と「支え合い」を大切に、「心の介護」推進と支援体制を構築しています。



#### ご家族からのコメント(一部抜粋)

お手紙にて社員お一人おひとりの実績をご紹介くださり、大変感激いたしました。3人の子どもたちと一緒に拝読し、「すごいね」と目を輝かせながら話す姿に、父親への尊敬の思いがより一層深まったように感じております。また、そのように喜ぶ子どもたちの姿を見て、主人も嬉しそうにしておりました。

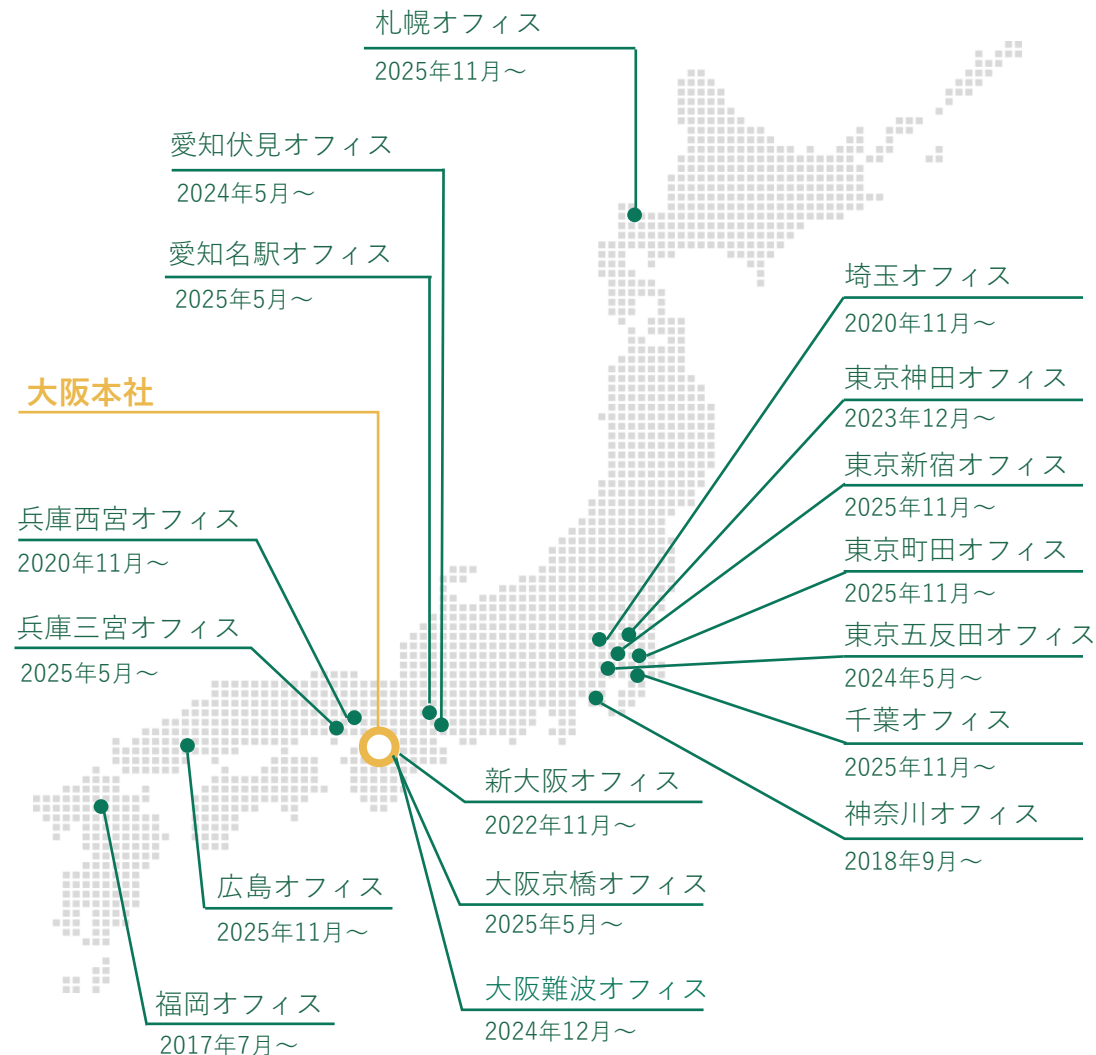
いつも息子がお世話になっています。私も管理職として何人もの同僚がキャリアをあきらめたり、退職を選ぶ場面に出会いました。企業向けビジネスケアラー支援の取り組みは非常に意義あることだと思いますので是非軌道に乗せていただきたいと思います。

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
設立	2010年9月
従業員数（連結）	262名（2026年6月1日現在）
資本金	51,661,190円（2026年4月30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 シニアホームコンサルティング事業
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) <small>* 笑美面本社のみ</small>
グループ会社	株式会社ケアサンク（100%子会社） ケアミックス株式会社（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  
「株式会社ケアサンク」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）
- **2026** 3月 「健康経営優良法人2026（大規模法人部門）」認定
- 4月 企業・従業員の”仕事と介護の両立”を支える  
「笑美面 ケアラー心の介護室」リリース
- 6月 ケアミックス株式会社の株式の取得（100%子会社）

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

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)

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。

## 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

# 市場規模 | 1,000億円を超えるマーケットポテンシャル

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。

## 2024年10月推計マーケットシェア

項目	単位	シニアホーム <sup>*1</sup>			
		(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 <sup>*8</sup>	百万円	<b>113,940</b> *	<b>65,531</b> *	<b>33,149</b> *	<b>15,260</b> *
数量：新規入居者数 <sup>*6</sup>	千人	503 *	242 *	179 *	82 *
在居者数の入れ替わり数 <sup>*4</sup>	千人	480 *	225 *	174 *	82 *
在居者数 <sup>*2</sup>	千人	1,065 *	591	260 *	214
入れ替わり率 <sup>*3</sup>	%	45.1 *	38.0	67.0	38.0 *
在居者数の純増数 <sup>*5</sup>	千人	23.2	17.0	5.2	0.9
単価：1人あたり紹介手数料 <sup>*7</sup>	千円	226 *	271	185	185 *

※1：以下注釈に特記のない統計データは、全て2024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%（ $=1 \div (960 \text{日} \div 365 \text{日})$ ）に、サ高住の545日を同67.0%（ $=1 \div (545 \text{日} \div 365 \text{日})$ ）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率は、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（2024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。過去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。

06-3

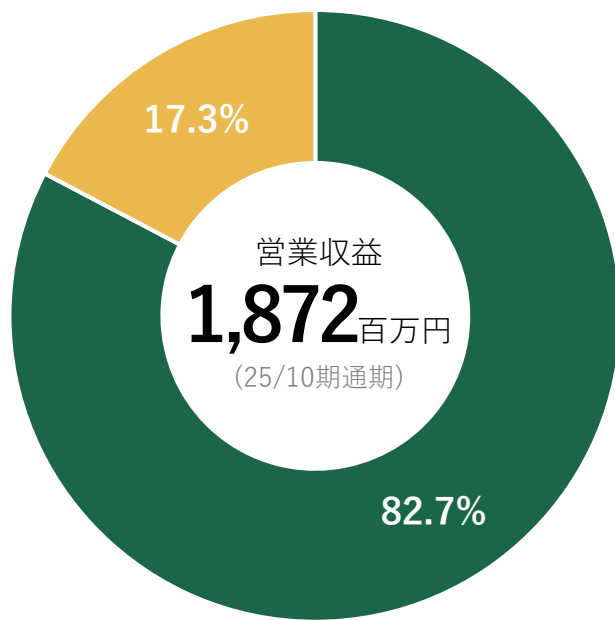
# 課題に対する解決手段（ビジネスモデル）

ビジネスモデル

# 課題解決に向けた事業の概要

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」、シニアホーム開設および不動産流動化コンサルティング、パートナーリースを行う「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 (25/10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

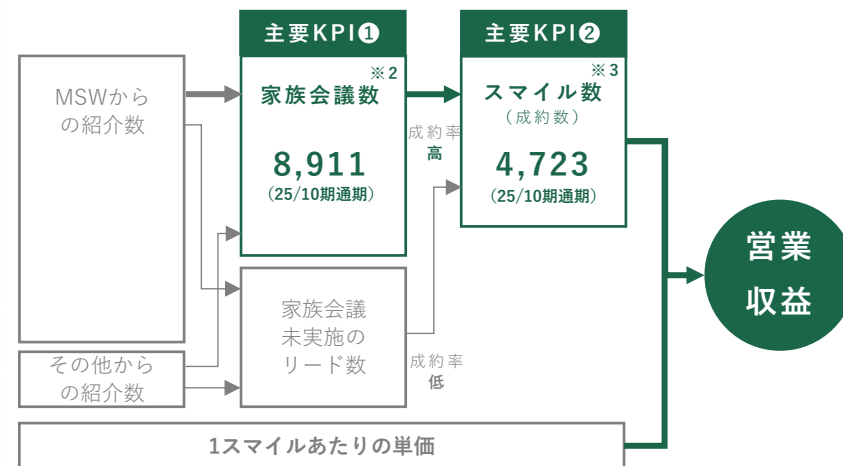
- ・ 介護/医療知識を持つコーディネーターが在籍
- ・ 病院MSWなどパートナーから入居者情報獲得
- ・ 独自の取り組み「**家族会議**」を実施し、介護家族が納得できるホーム選びを支援
- ・ 入居の成果報酬として、**紹介先シニアホームから収益獲得**

### 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 **10,758**  
(2025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 ③パートナーリース

- ・ 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、パートナーリースによる与信提供

※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。  
 ※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。

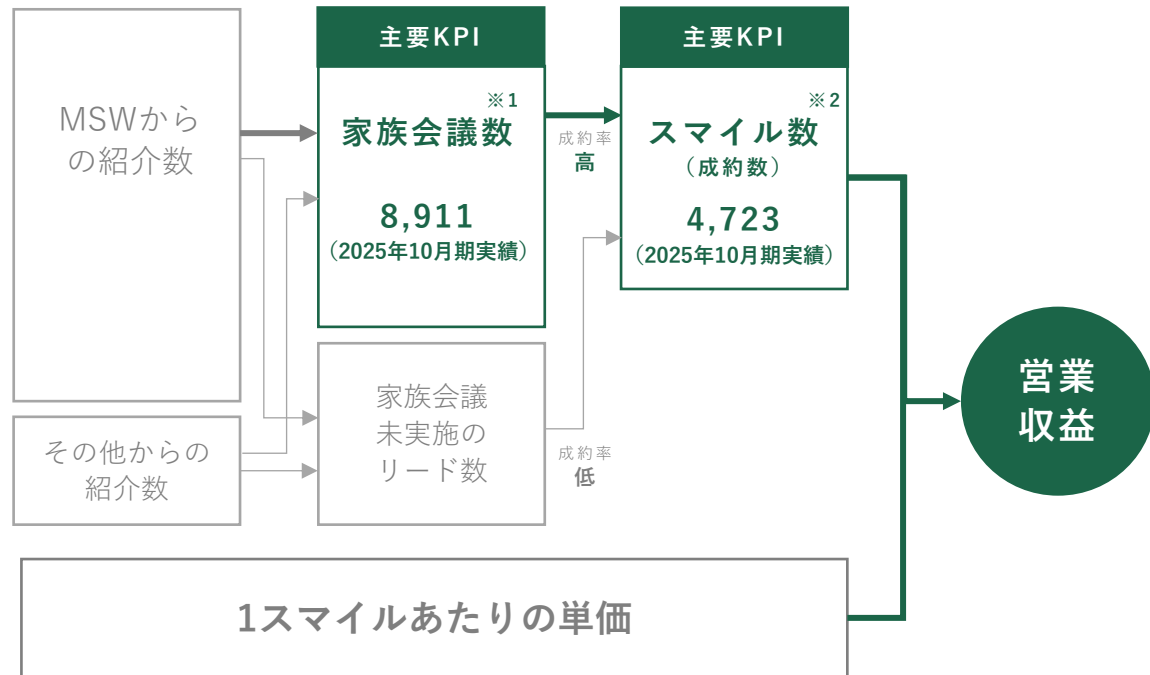
# 収入モデル

シニアライフサポートはスマイル数を基準にした**成功報酬型**である。ケアプライムは**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。シニアホーム開設コンサルティング等も、同様に**コンサルティング等にかかる報酬体系**である。



## シニアライフサポート

取引シニアホーム数 **10,758**  
(2025年10月末時点)



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



## ケアプライム/シニアホームコンサルティング



### 「ケアプライムコミュニティサイト」の運営

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



### シニアホーム開設コンサルティング等

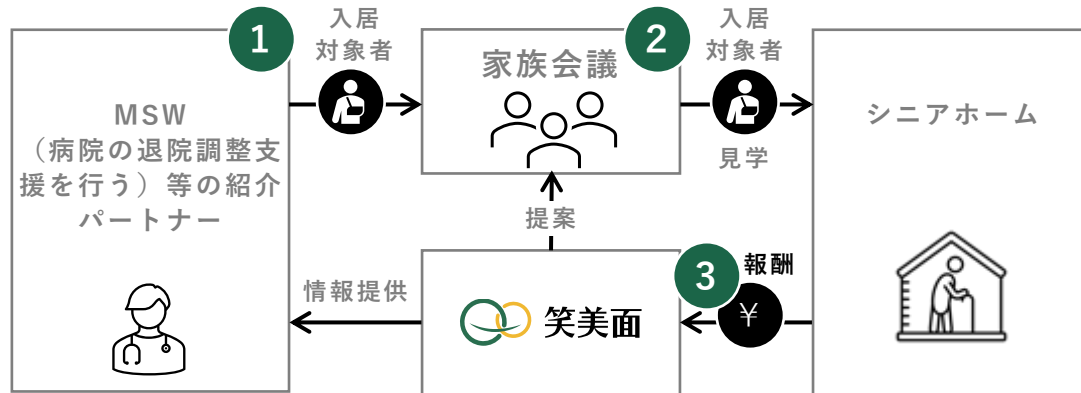
良質なシニアホームの企画・運営に資する各種コンサルティングサービス（物件情報/市場調査/集客戦略立案/事業者選定/収支スキーム検討等）を運営事業者・不動産オーナーの双方に提供することで報酬を得る。

営業  
収益

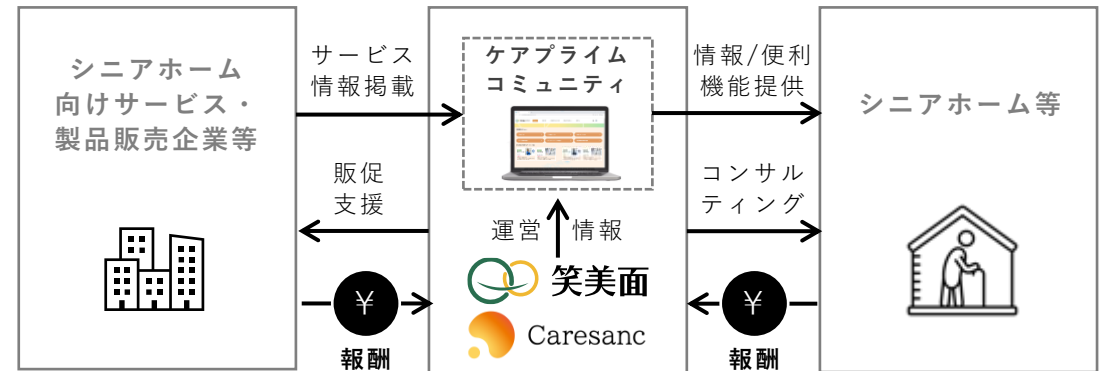
シニアライフサポートは紹介パートナーと連携しながらシニアホームへの入居対象者紹介を通じて収益を得る。

ケアプライムはケアプライムコミュニティの運営や企画コンサルティング等で収益を得る。

## シニアライフサポート



## ケアプライム



- 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

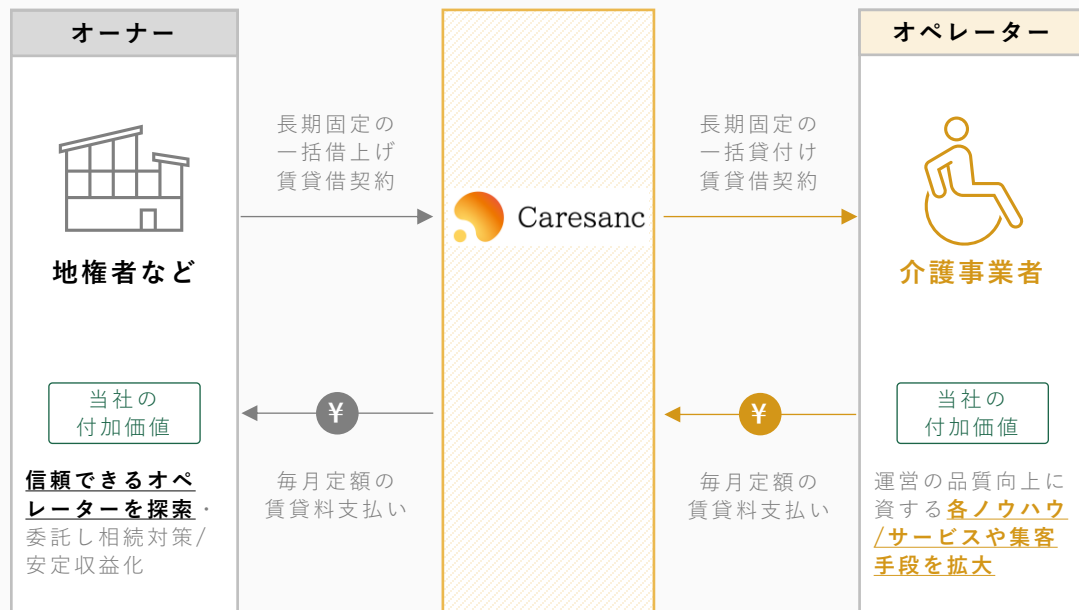
### コンサルティング内容例

- 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

運営力が高い一方で与信が限定的なシニアホーム運営者に、当社がシニアホームを一括借上げする形式で与信を提供するスキーム「パートナーリース」を開発した。リース(金融)取引処理するため、入金を伴わない収益が先行計上される点に留意されたい。

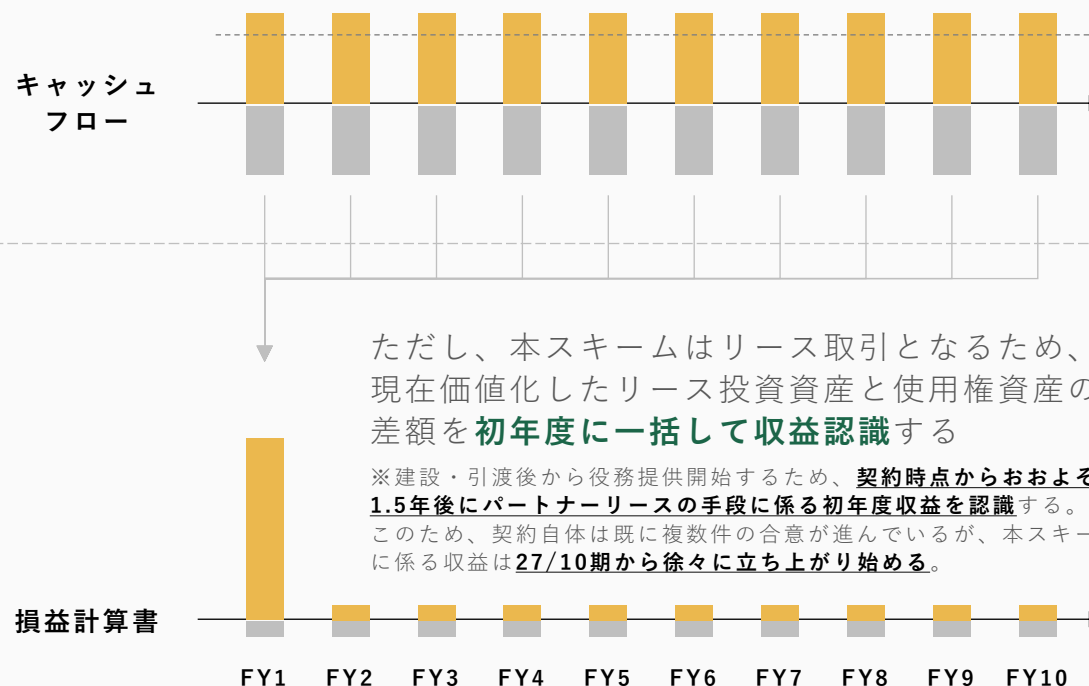
## スキーム / 事業系統図

運営力が高い一方、与信が限定的なシニアホーム運営者に対し、当社がシニアホームを一括借上げる形式で、与信を提供する



## 会計処理のイメージ

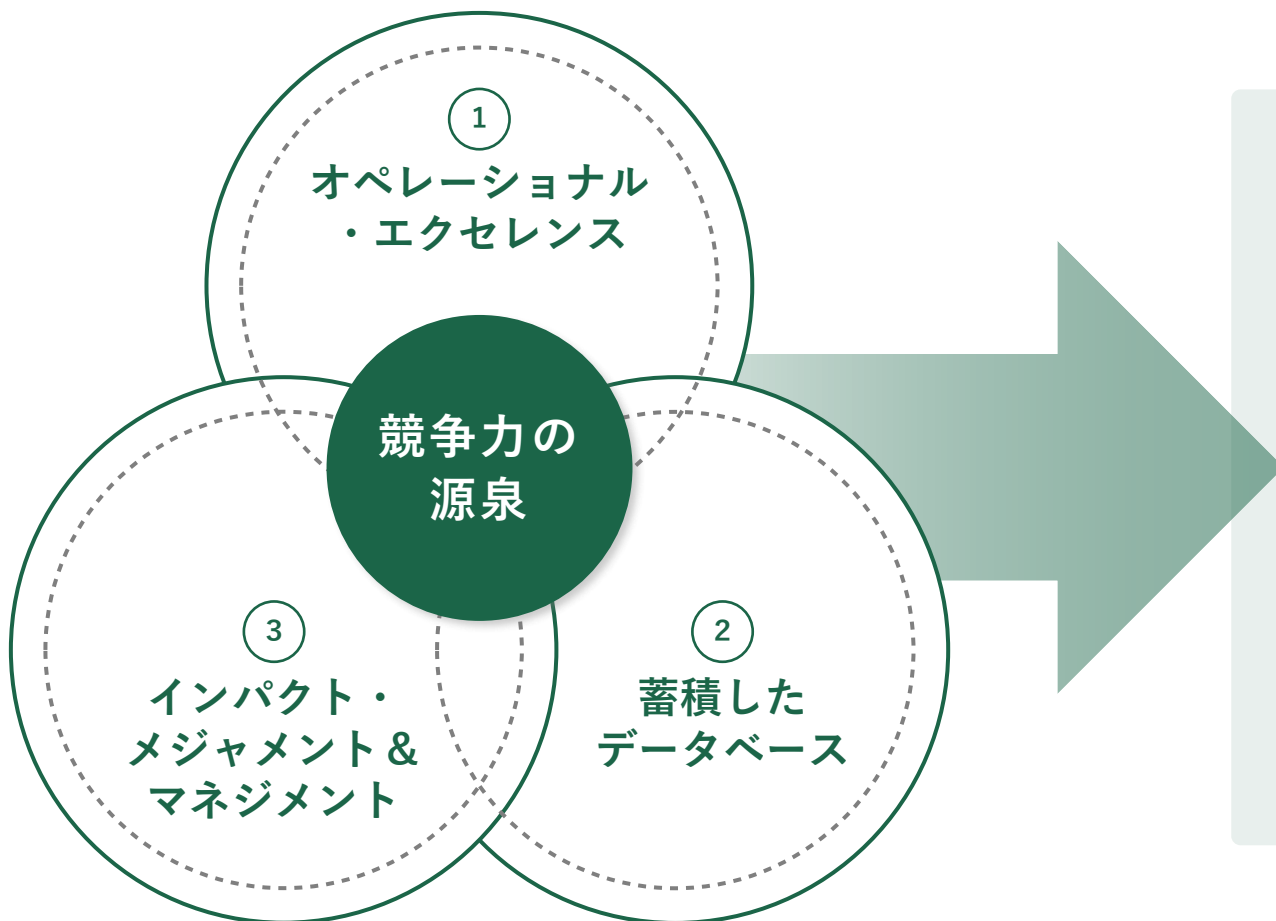
キャッシュフロー上は、毎月定額の賃貸収入と賃借支払が発生し、差額が当社の現預金として残る。



## 06-4 インパクト創出に資する強み・優位性

## 拡大するマーケットの中での競争優位性

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。



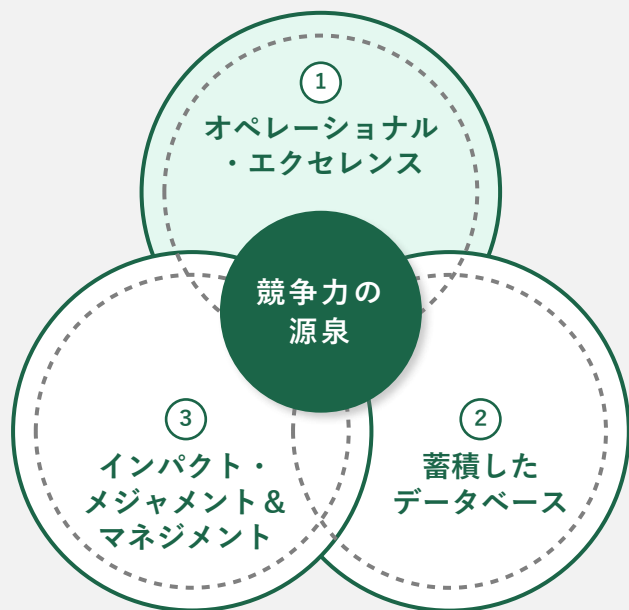
### 競争優位性

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

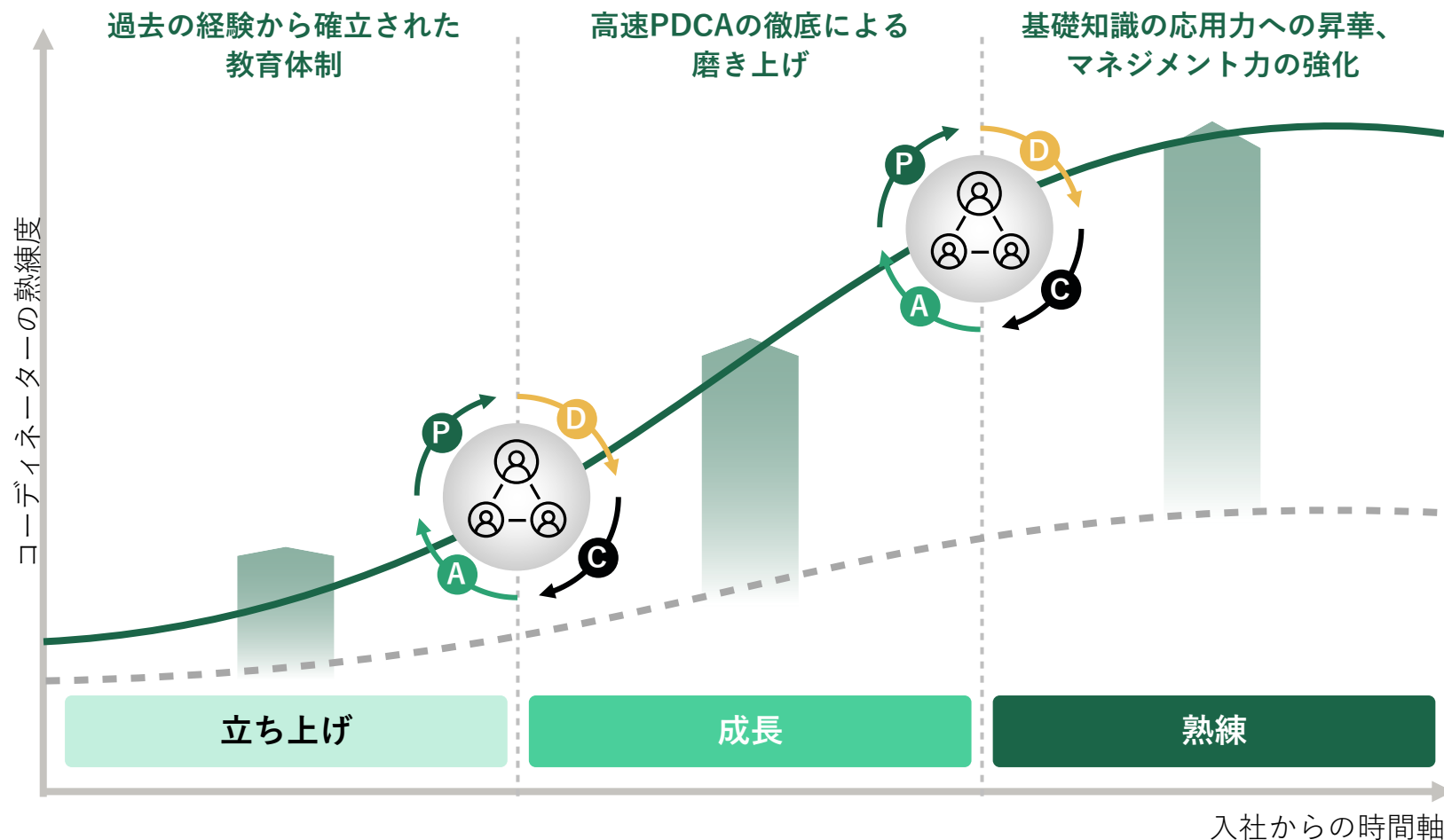
## オペレーショナル・エクセレンスを浸透

「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。**



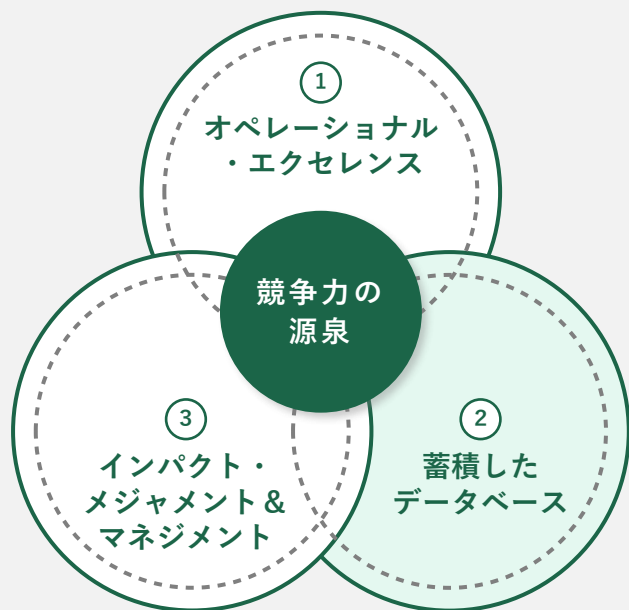
## Sales EnablementのPDCAサイクル

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

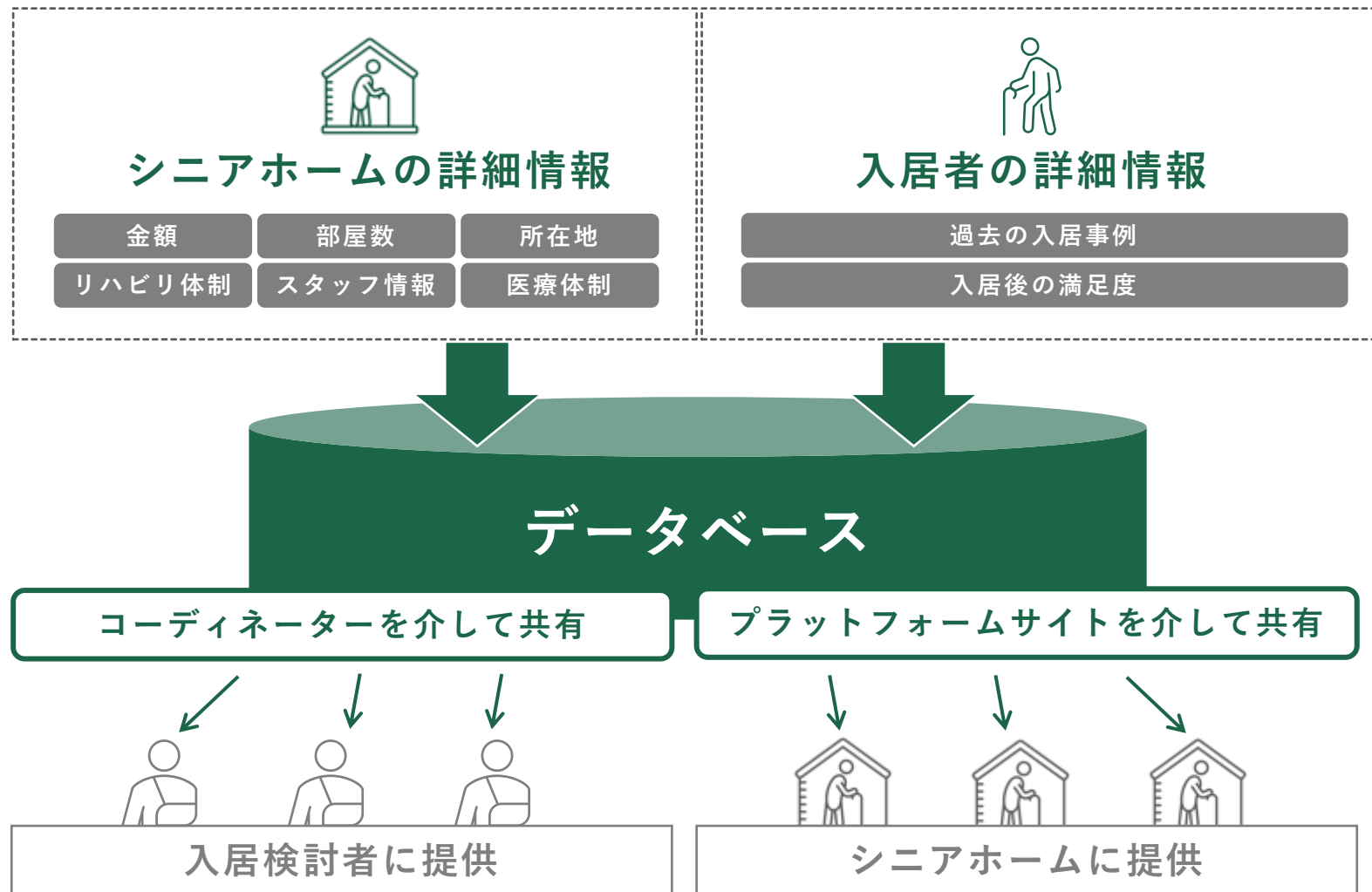


## 蓄積したデータベース

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。

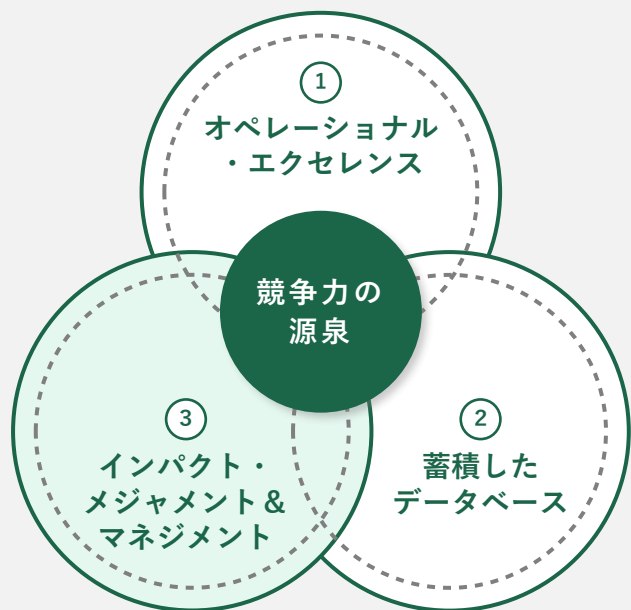


## シニアライフサポート事業を通して得られる情報



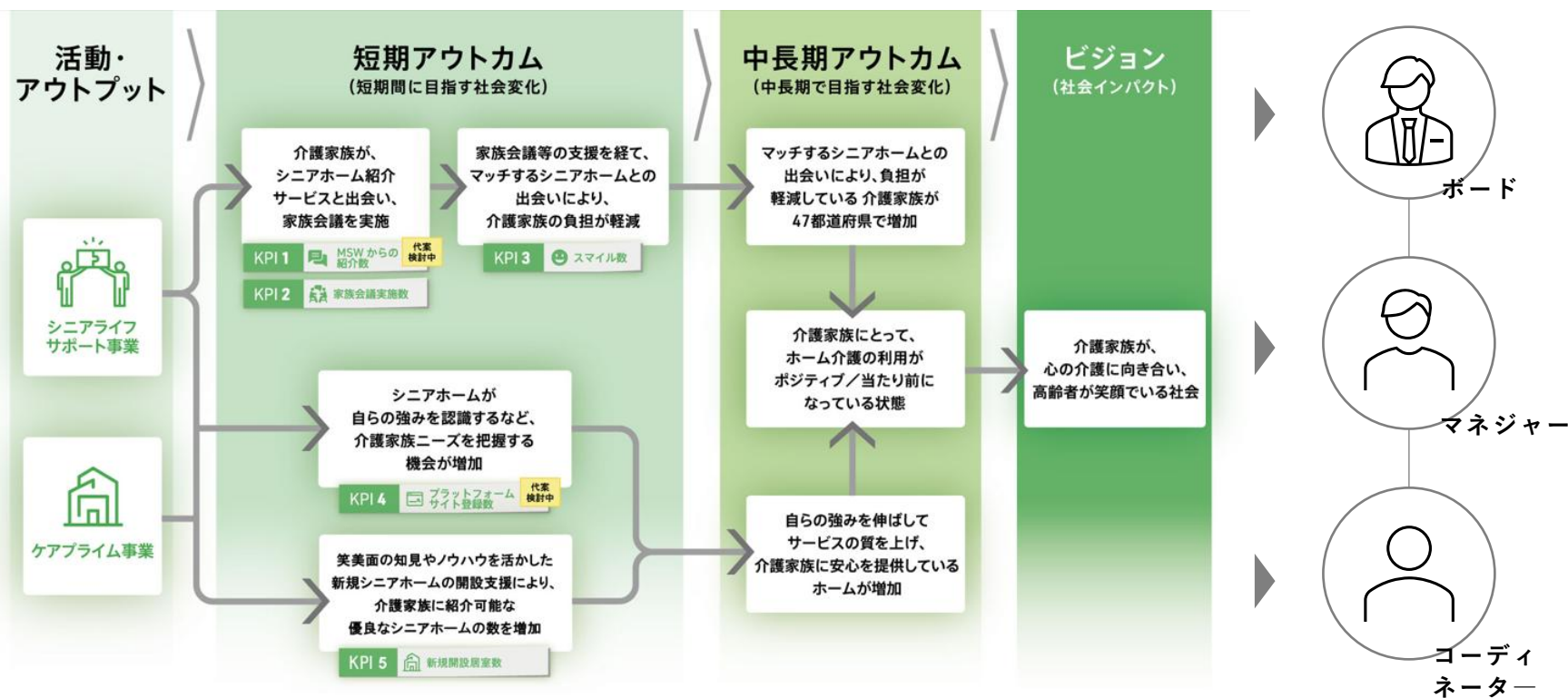
## インパクトメジャメント & マネジメント

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**、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 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、10,758のシニアホームと提携(2025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中心となりますが、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