



2025年10月期 第2四半期決算説明資料

2025年6月13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	家族会議実施数	13	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。
9	プラットフォームサイト 登録ホーム数	14	「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。
10	オペレーショナル・エクセレンス	41	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。
11	入居検討者	54	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。
12	インパクト・メジャメント & マネジメント	57	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）。
13	Sales Enablement	58	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。

01	エグゼクティブ・サマリー	P04
02	2025年10月期 第2四半期業績	P11
03	2025年10月期 通期計画と進捗状況	P18
04	インパクトを生み出す価値創造ストーリー	P27
05	業績・KPIの推移数表とFAQ	P37
06	Appendix（基本情報ほか）	P42

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^{※1}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^{※2}

(2030年予測)

65歳以上が同居介護

老老介護

約200万人^{※3}

(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^{※4}

経済損失

2030年には約9.1兆円になる見込み

共倒れリスク

介護者の体力的・精神的負担が大きい

進学や就職の断念

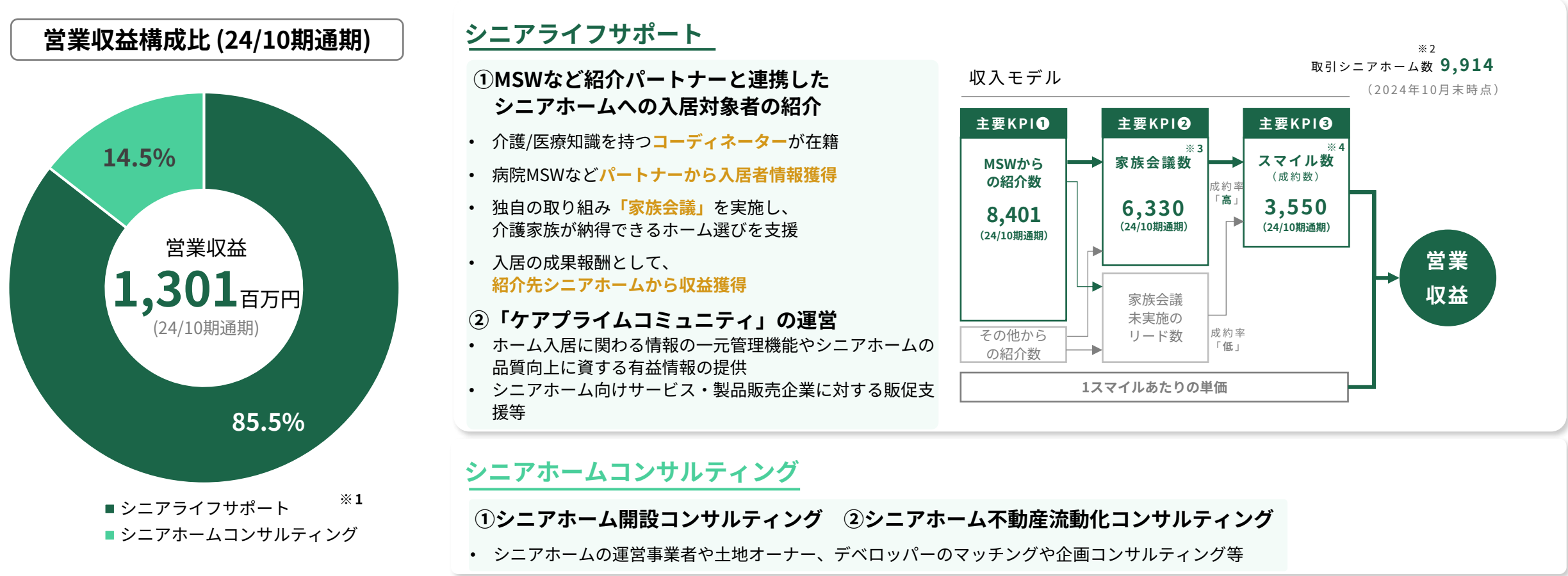
親世代に代わり子ども世代が介護を引き受ける

※1：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。
※2：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。

※3：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。

※4：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。

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。



※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：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
※3：家族会議数には、その他からの紹介によるものを含む。
※4：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

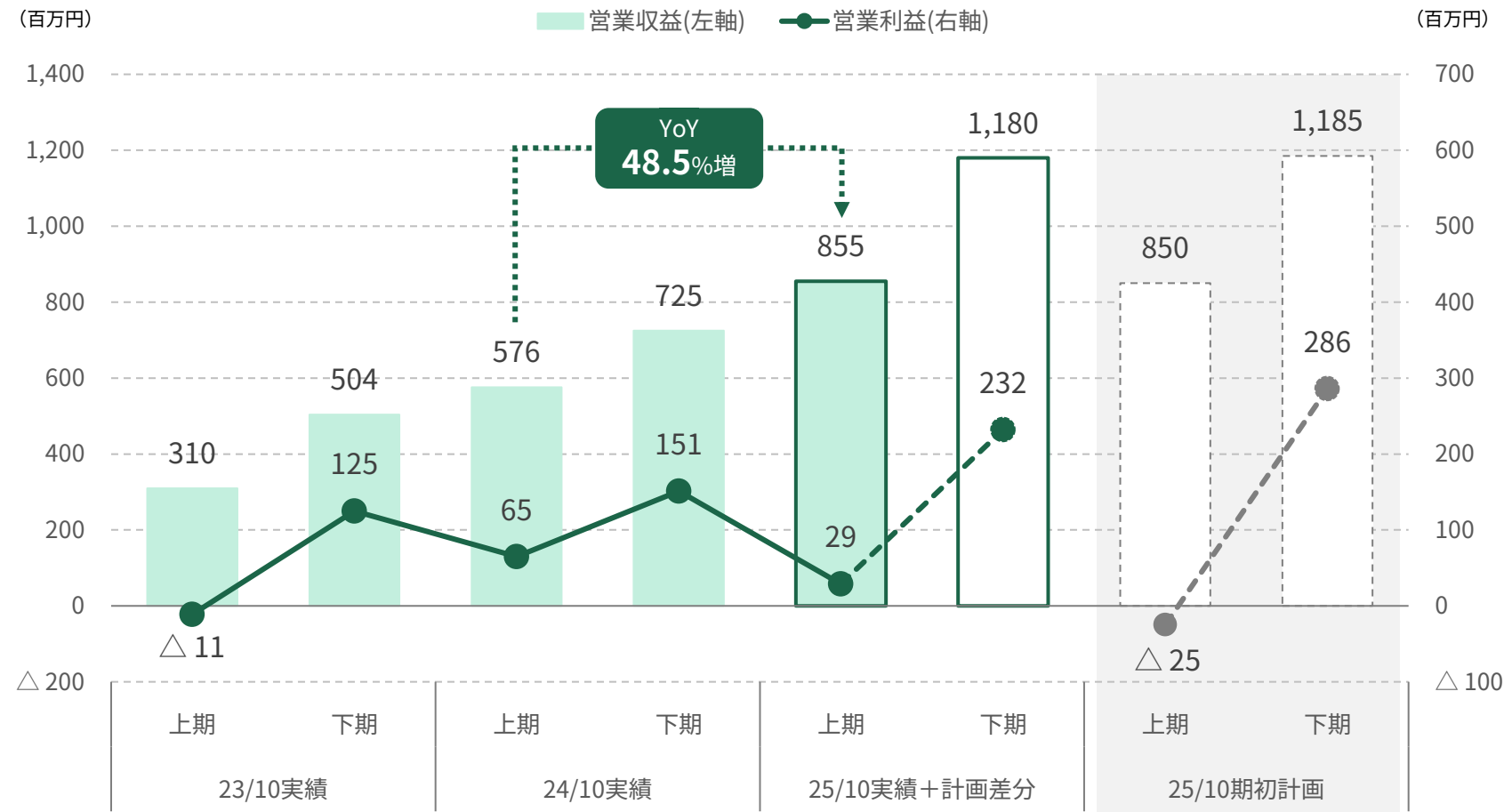
区分組替

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

25/10期上期は、営業収益がYoY+48.5%増の8.5億円と上期計画通り、営業利益は採用強化で一時的にYoY減益も計画は上回った。
26/10期以降の収益拡大を見越した採用の前倒し実施も視野に、**通期計画は期初発表を据え置く。**



営業収益(上期)

上期はYoY+**48.5%**を確保、
期初計画ほぼ同値と堅調に推移

営業利益(上期)

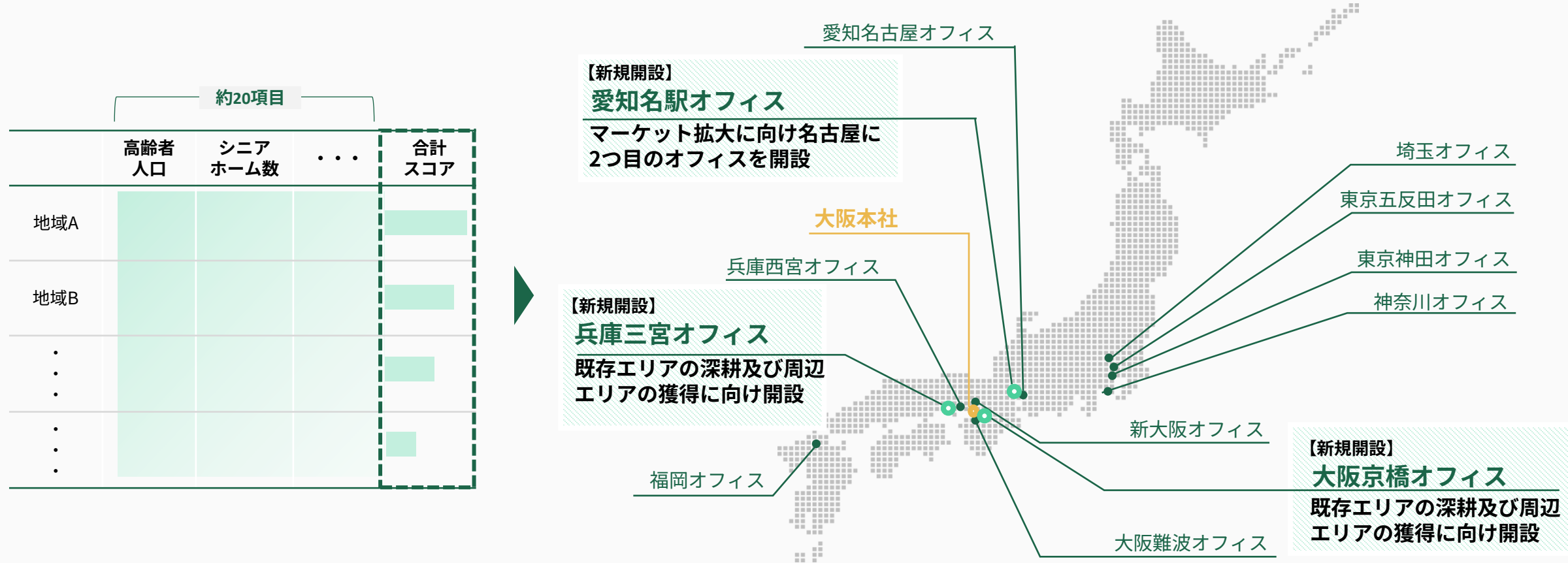
上期は採用強化で計画通り**減益**も、
期初計画比では**0.5**億円超過着地

※1 25/10実績+計画差分は、据え置いた通期計画と上期実績との差分を表記している。25/10期初計画は、当初公表していた計画値である。

事業ハイライト | 3つの拠点を新設、全国13拠点体制へ

大阪京橋、愛知名駅、兵庫三宮の3カ所にオフィスを新設。
今後も優先度の高い地域への新拠点設立を進め、事業領域の拡大を図る。

独自のスコアリングモデルに基づき、優先度の高い地域から拠点網を拡大



「家族が心の介護に向き合い、高齢者が笑顔で居る社会」実現を目指す中での指標設定とその理由の記載が、金融庁が選ぶ「好事例集2024」に選出された。また活動による「心の介護」推進状況を、笑美面公式noteで配信を開始。

金融庁が選ぶ「記述情報の開示の好事例集2024」選出

～情報開示の質の高さが評価～

■金融庁「記述情報の開示の好事例集2024」に好事例として評価されたポイント

- ・ ビジョン実現のための事業活動の内容をKPIと関連付けながら具体的に記載
- ・ それぞれの指標をKPIとして選定した理由について具体的に記載
- ・ KPIごとに実績の推移と目標を定量的に記載



金融庁「記述情報の開示の好事例集（最終版）」中堅中小上場企業の開示例(P.8、36、37)

笑美面公式note始めました

オウンドメディアで「心の介護」広がり配信開始



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/>



02

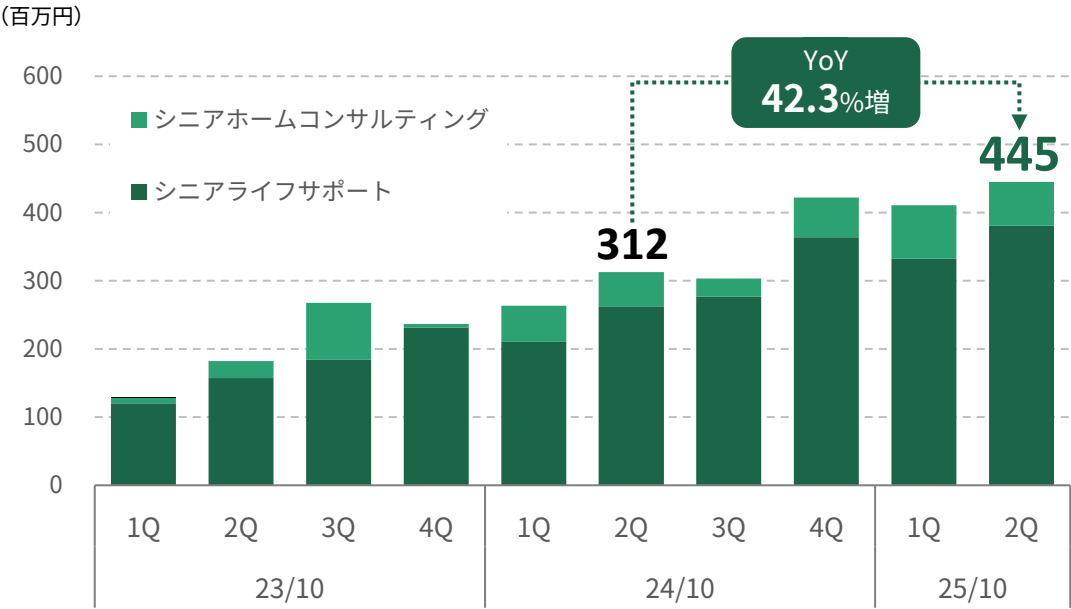
2025年10月期 第2 四半期業績

1Qは年末年始の特殊性※1からスマイル数※2がQoQで減少したが、2Qは従来通りの高成長軌道に回帰した。期初計画した通り、採用費をはじめとした先行費用を投下した結果、各段階利益は前年割れも、**上期計画は50百万円ほど上回って着地**した。

2025年10月期 第2四半期累計業績（連結）

	2024年11月～2025年4月（6ヵ月）		
（百万円）	実績	上期計画	前年同期比 ※3
営業収益	855	850	+48.5%
営業利益	29	△25	△54.8%
経常利益	29	△26	△54.6%
四半期純利益	38 ^{※4}	△46	△26.7%

セグメント別売上高

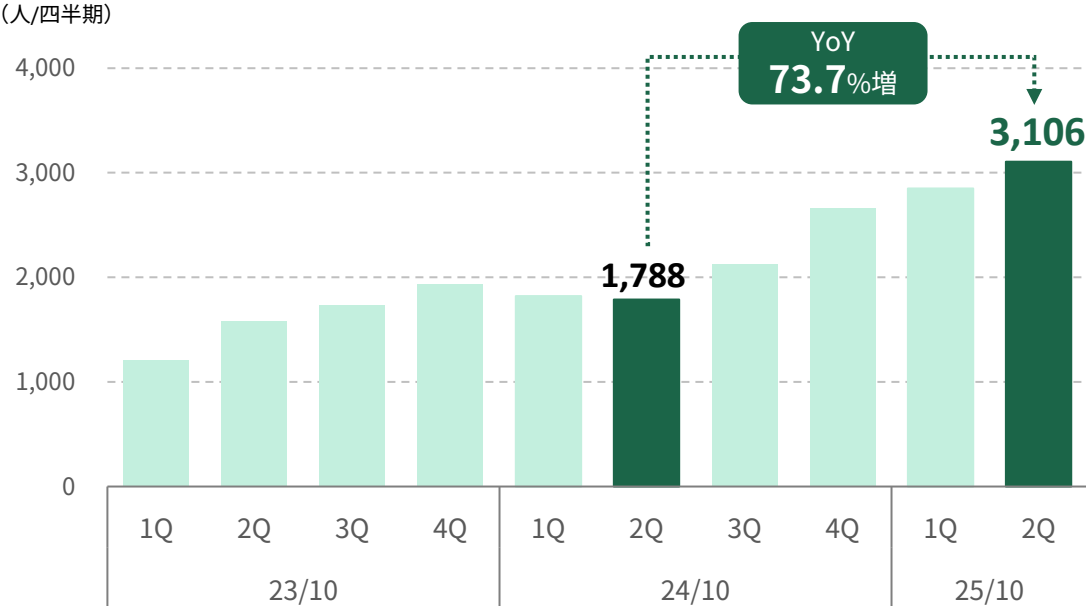


- シニアライフサポートは1Qを上回るも、計画からは僅かに下回る。
- シニアホームコンサルティングは1Qを下回るも、累計では計画を超過。

※1 年末年始の特殊性とは、年末年始の医療機関・シニアホームの実稼働の低下影響に伴い、マター数・スマイル数が減少する傾向があることをいう（詳細は第1四半期決算説明資料p.14を参照されたい）。
※2 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。 ※3 前年同期比は、単体決算数値と比較し算出している。 ※4 繰延税金資産・法人税等調整額の計上をしている。

「MSWからの紹介数」は家族会議実施後のフィードバックなどにより有用性の理解が進んだ結果、**過去最高の3,106人**の紹介を獲得した。シニアホームへの誤解解決にも寄与する「家族会議実施数」は有用性に対する理解浸透から**YoY+47.1%**となった。

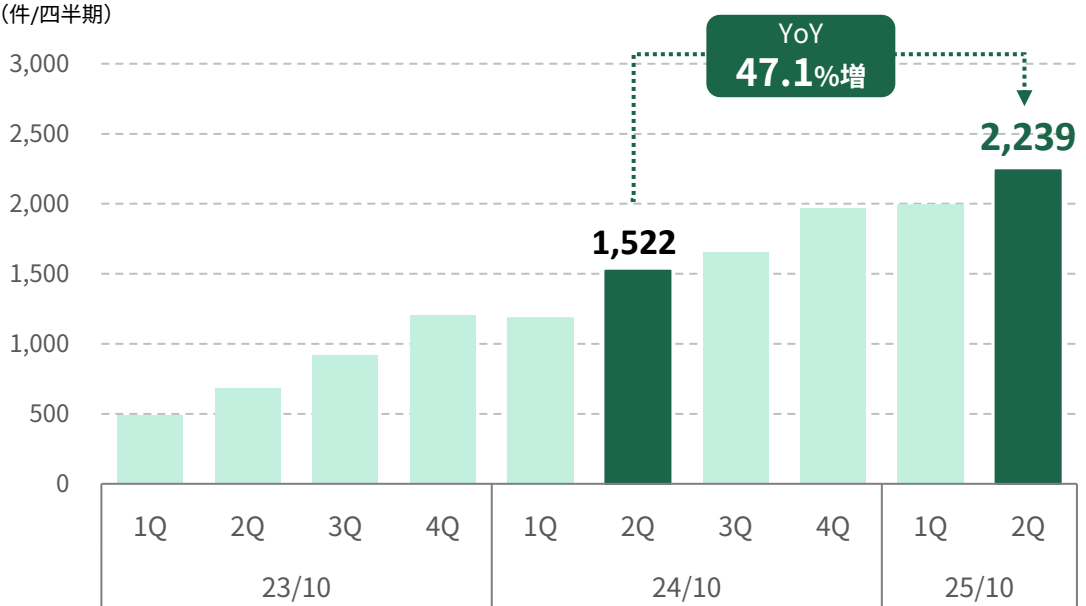
MSW※1からの紹介数



- MSWからの紹介数は前年同期比+73.7%の3,106件に増加。
- 家族会議実施後のフィードバックなどにより有用性の理解が進んだ結果、信頼醸成に繋がり、シニアホーム紹介を依頼される件数が増えた。

※1 MSW（メディカルソーシャルワーカー）とは、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。

家族会議実施数※2

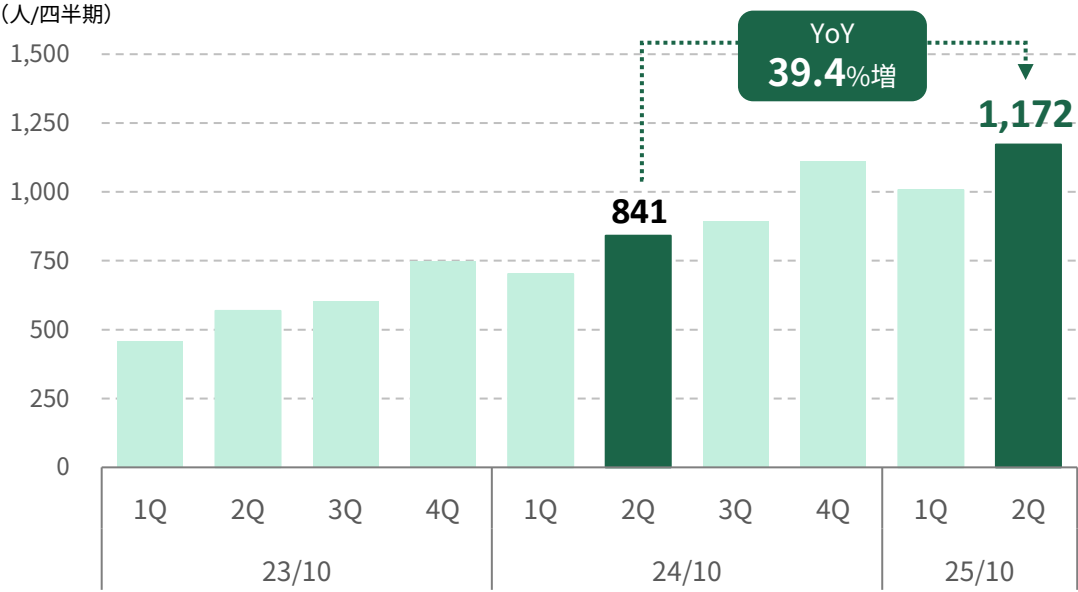


- 介護家族にとって納得あるシニアホーム選びに欠かせない家族会議実施数は、前年同期比+47.1%の2,239件と継続して増加。
- 初動で家族会議の実施を依頼されるケースが増えるなど、業務効率が改善傾向となった。継続して家族会議の質向上を推し進めていく。

※2 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。

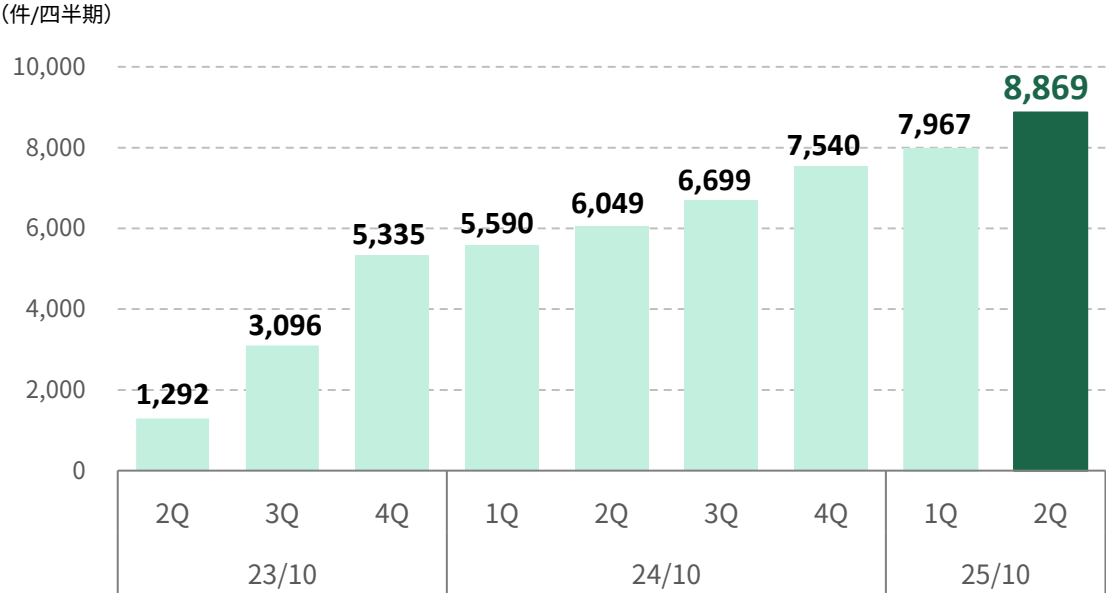
「スマイル数」は紹介数の増加や家族会議実施数の増加もあり、**過去最高の1,172人**となった。「プラットフォームサイト登録ホーム数」は25/10期計画の**8,000件を2Q末段階で超え**、サービス拡充による収益化を推し進めている。

スマイル数



- スマイル数（成約数）は前年同期比+39.4%の1,172人と拡大。
- 紹介数の増加や家族会議実施数の増加もあり、スマイル数は着実に伸長した。

プラットフォームサイト登録ホーム数※1

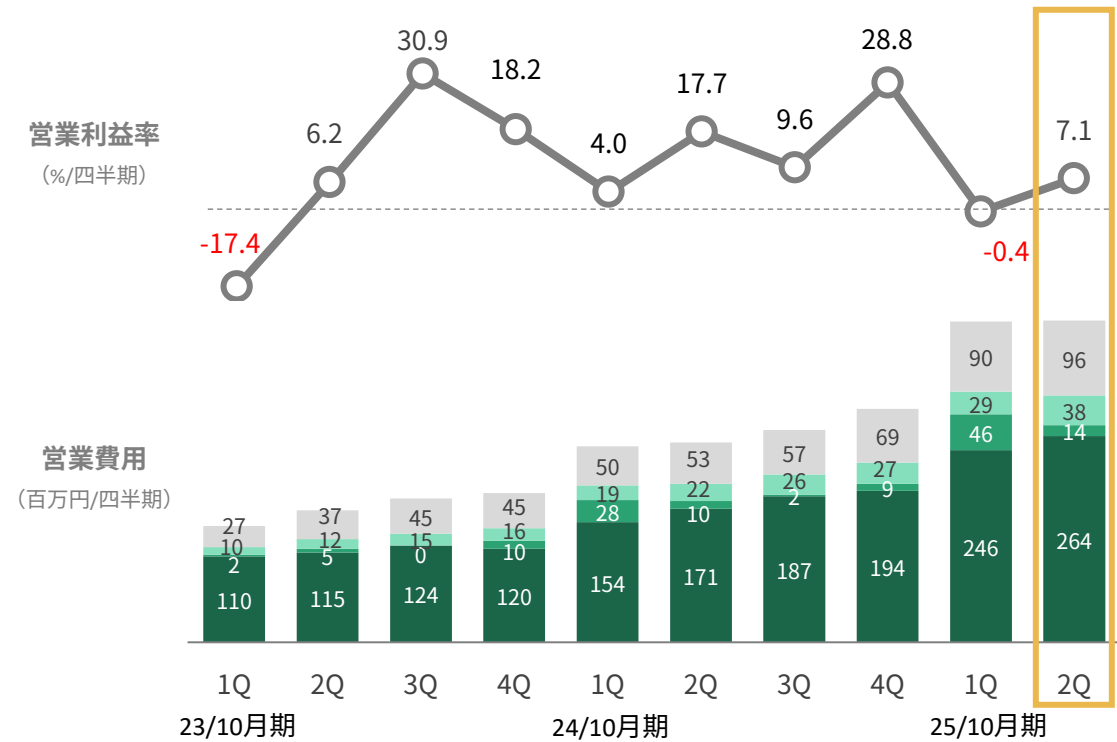


- 2Q末時点で通期計画8,000件を超える8,869ホームまで登録が進む。
- 中長期アウトカムの実現に向けて計8,869ホームの登録基盤を活かした業容拡大・他事業者の広告掲載(有償)を継続、情報の非対称性改善を図る。

※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4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60.6%増の4.1億円だった。主に、組織拡充に伴い人件費が増加した。一方、QoQではほぼ横ばいで推移した。人員増に連れ人件費が積み上がった一方、1Qと比較して採用費が平準化した。

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

- 25年2月～4月は前年同期+93百万円（従業員数+50名超）の264百万円、コーディネーターの人員拡充もほぼ計画どおりに進み費用が増加した。

採用費

- 2Qは人材紹介料の発生が抑えられ費用を圧縮することができた。
- 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。

旅費
交通費

- 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。

その他
経費

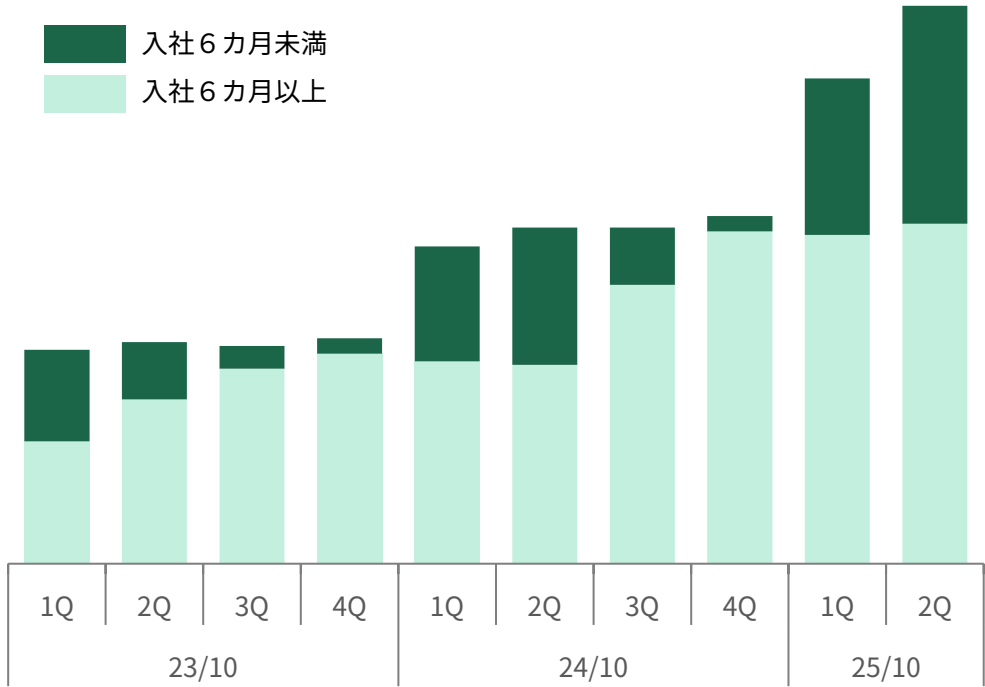
- 支払手数料や地代家賃、通信費が主な科目。
- 25年2月～4月は人員増加に伴い支払手数料をはじめとした各種費用も増加し、前年同期+43百万円の96百万円を計上した。

※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・オンボーディングが着実に進み、高い定着度合いを実現し組織強化に繋がった。
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。

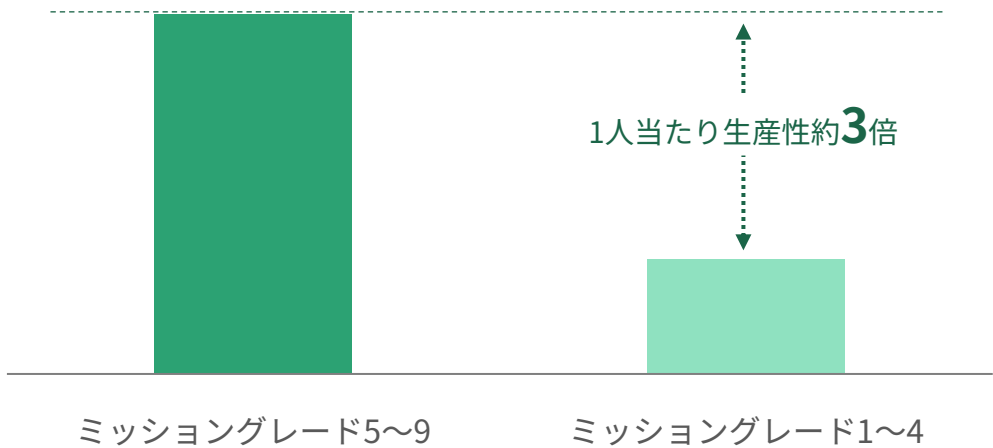
コーディネーター数の推移と内訳

(人)



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)

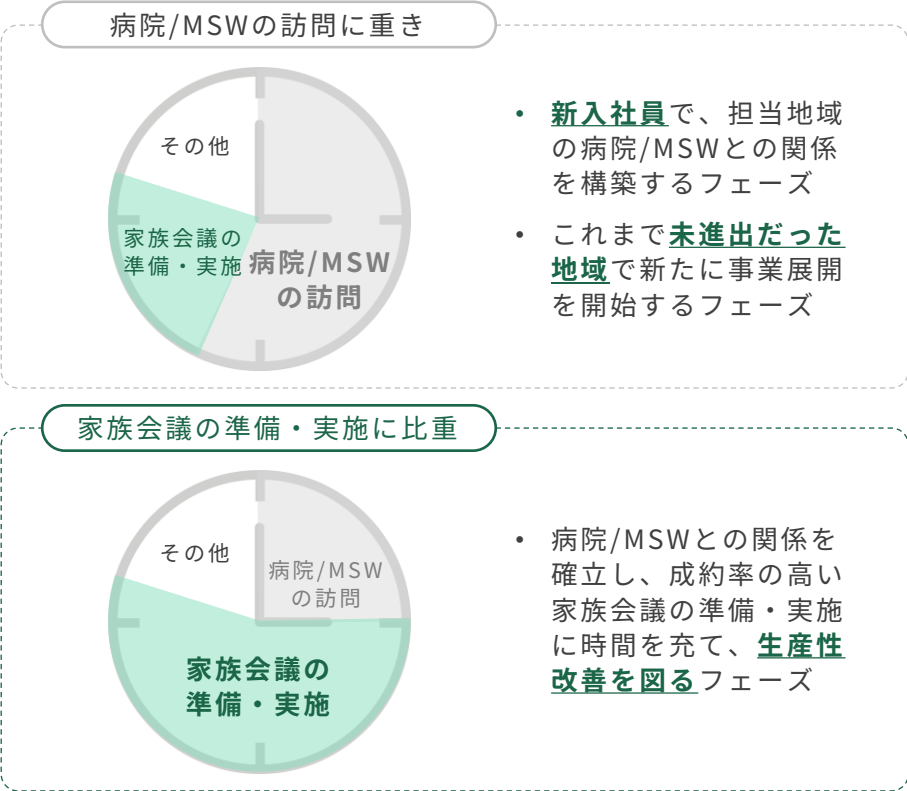


- 1 高ミッショングレードのコーディネーターは、
その他メンバー比で約3倍の生産性を確保
- 2 生産性の向上は収益性の改善に直結、
組織的営業力の強化で利益率上昇に繋げる

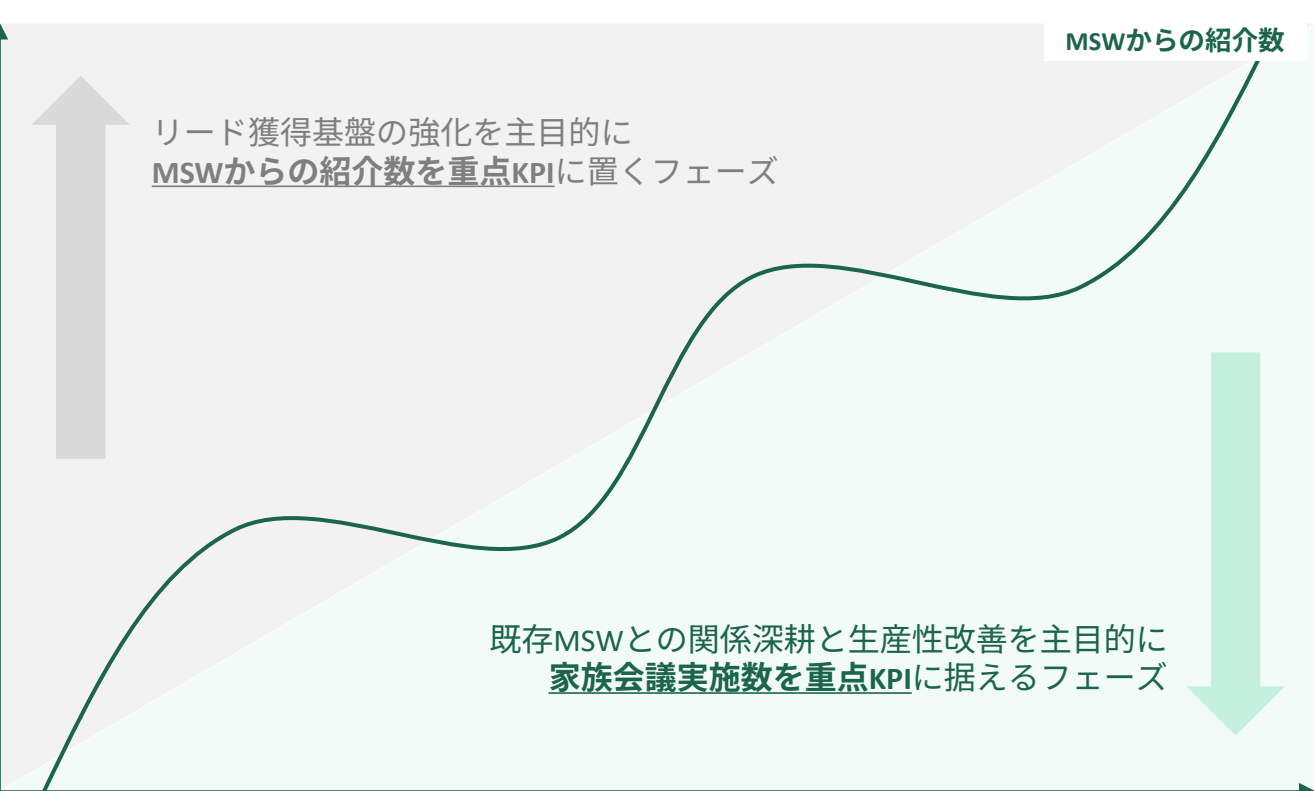
※1 当社のコーディネーターのミッショングレード評価制度に基づき生産性を区分している。

コーディネーターの時間の使い方次第で、インパクトKPIごとの成長率に差異が発生する。リード獲得基盤を強化するフェーズではMSWからの紹介数が、既存MSWとの関係深耕を図るフェーズでは家族会議実施数が伸びやすい。

コーディネーターの時間の使い方※1



フェーズ別のMSWからの紹介数推移のイメージ



※1 コーディネーターの工数割合はイメージであり、実際の業務別稼働時間を計測した値では無い点に留意されたい。

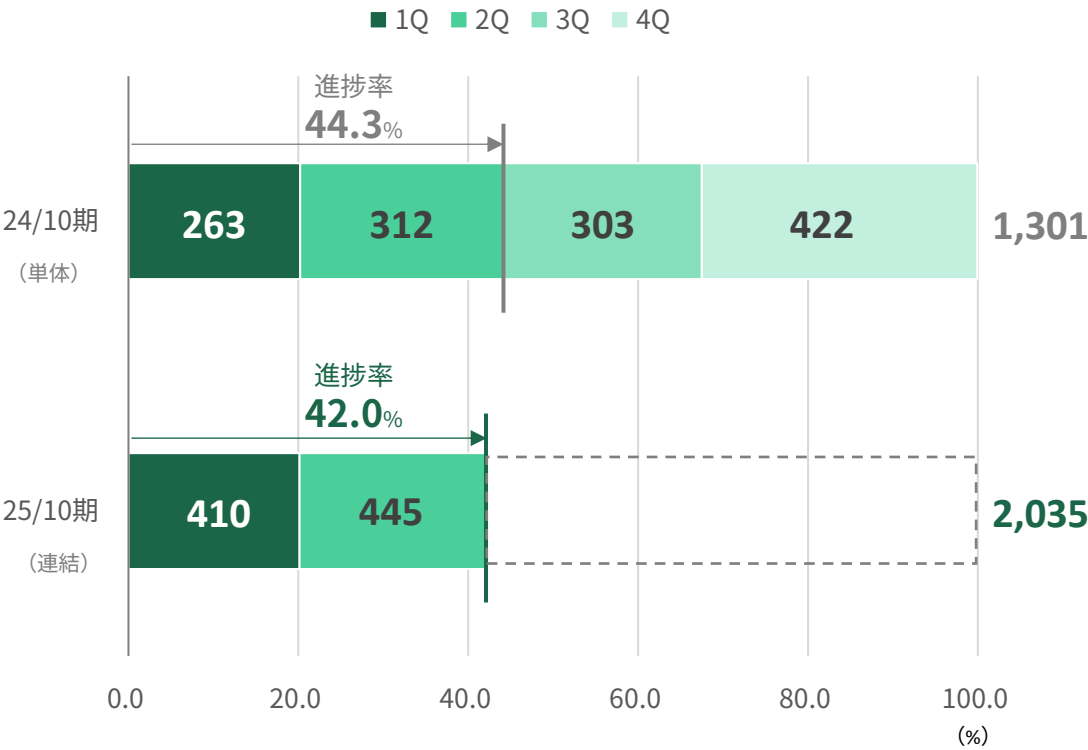
03

2025年10月期 | 通期計画と進捗状況

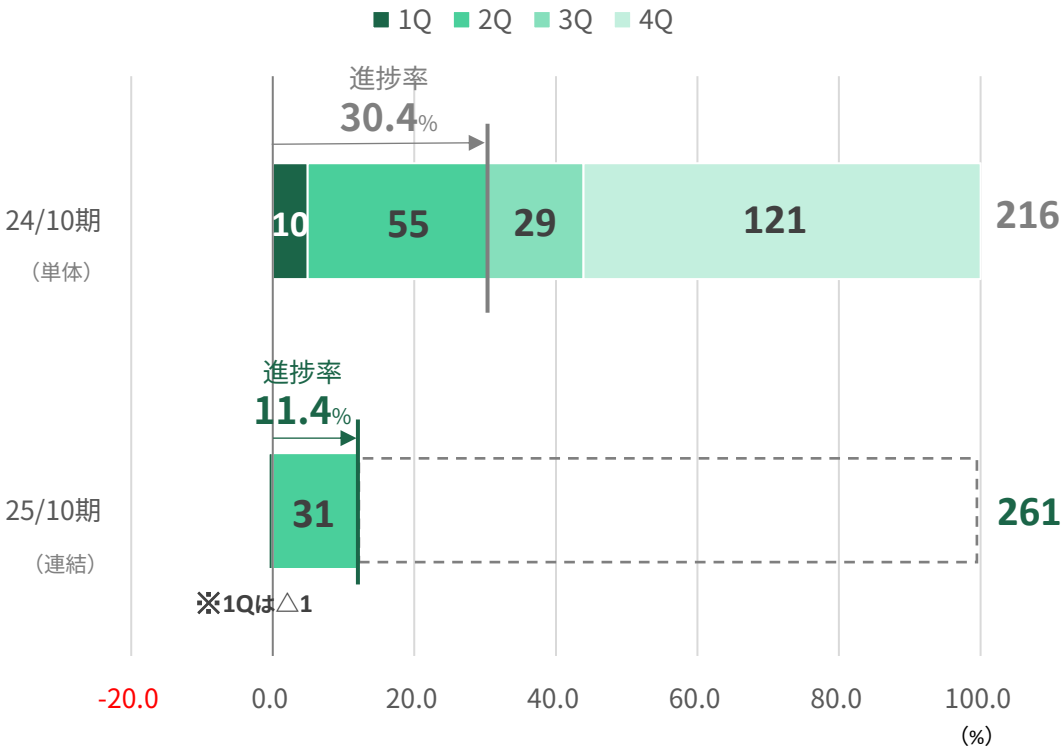
進捗状況 | 営業収益・営業利益の通期計画に対する進捗状況

営業収益の進捗率は、前期44.3%に対し、当期は42.0%と僅かに下回るが下期偏重計画である。
営業利益の進捗率は、2Q累計計画は上回って進捗しており下期の収益拡大に向けた下地を整えた。

営業収益

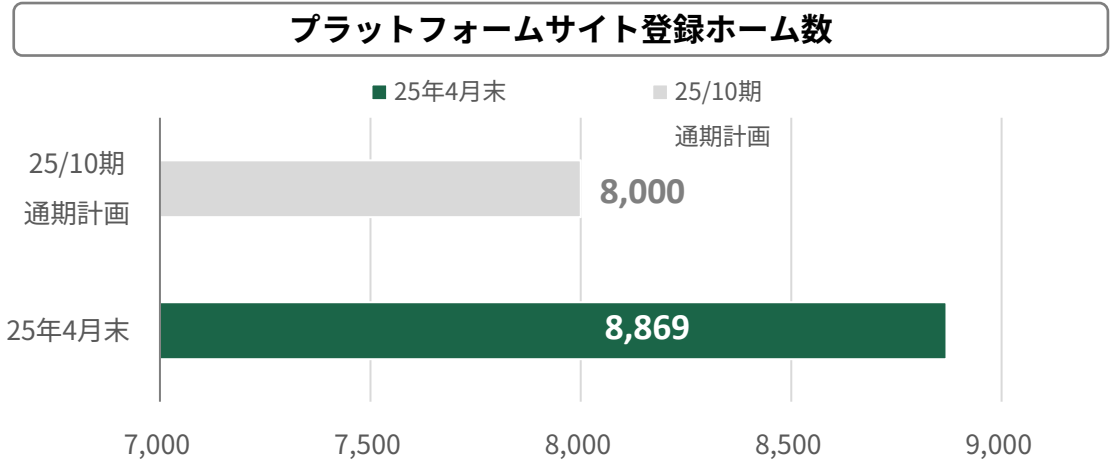
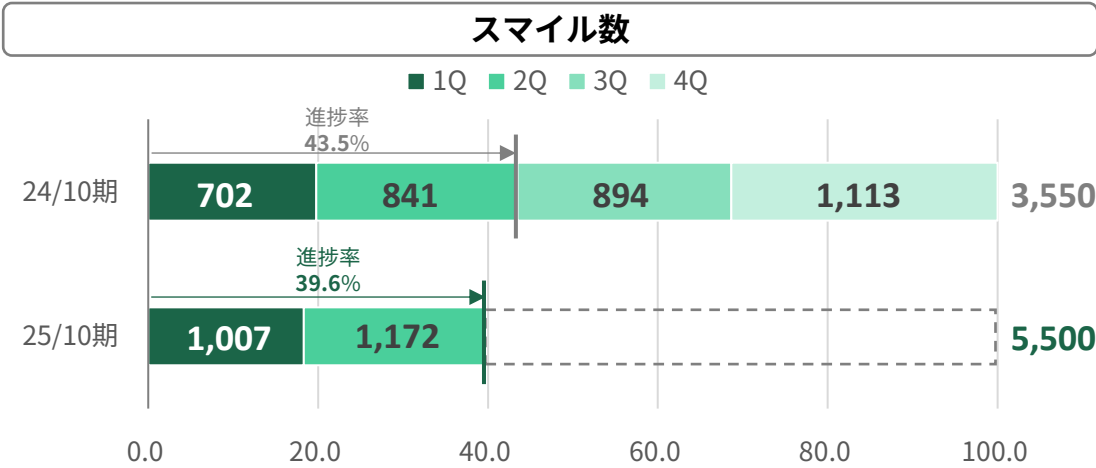
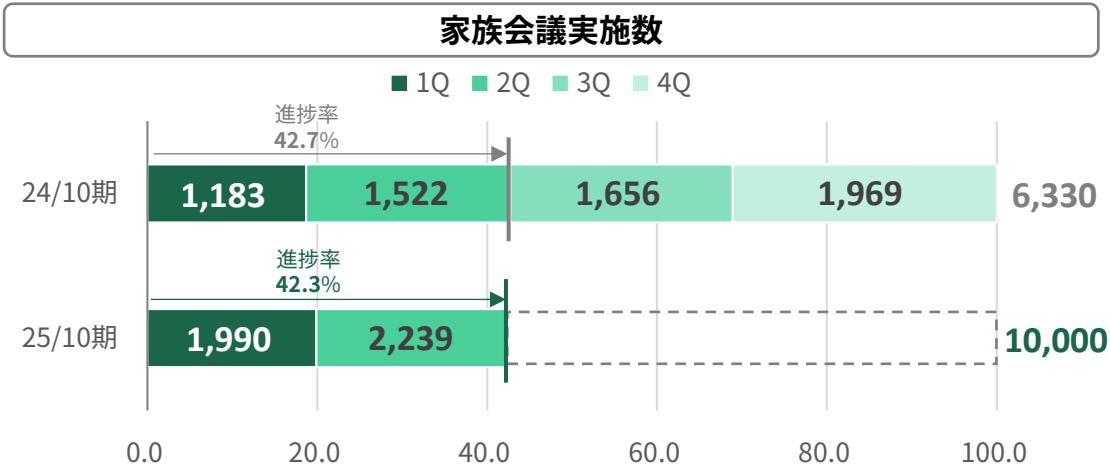
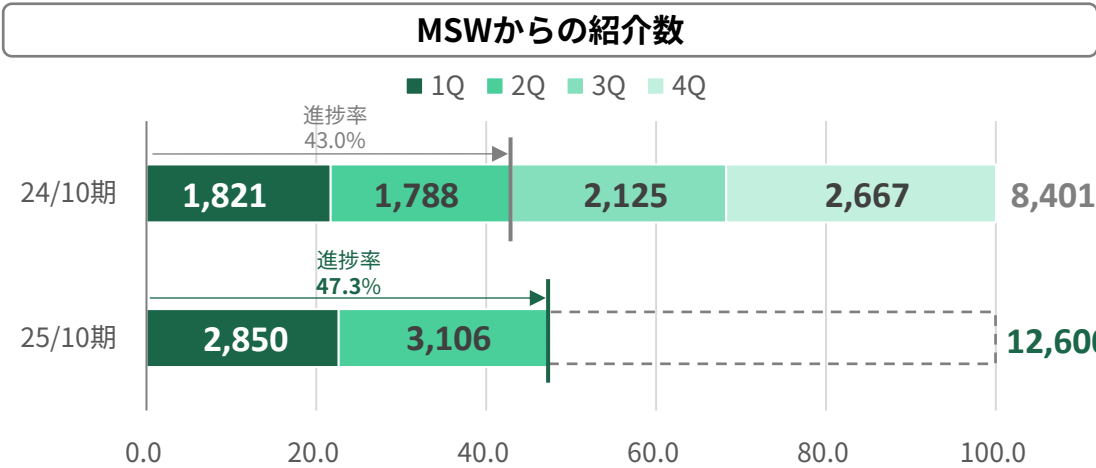


営業利益



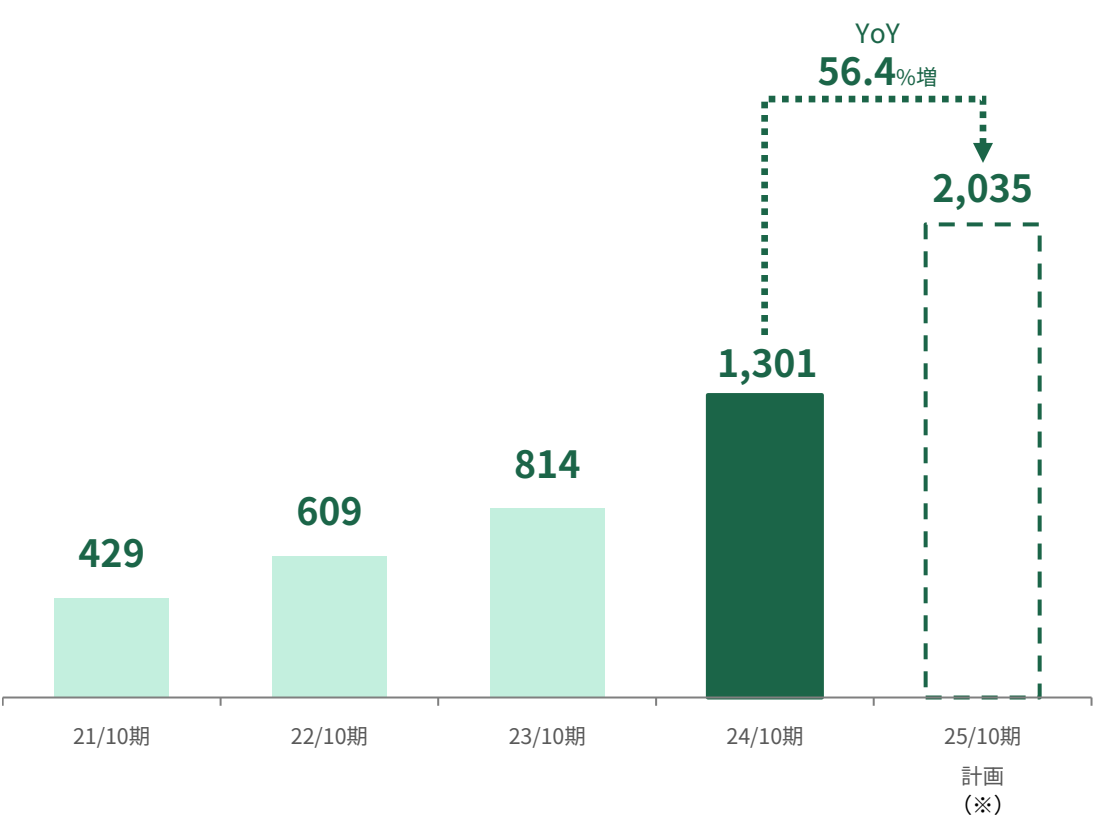
進捗状況 | インパクトKPIの通期計画に対する進捗状況

各インパクトKPIは、通期計画に対して順調に進捗。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。プラットフォームサイト登録数が8,000を超え、シニアホームとの連携強化の基盤が順調に整う。



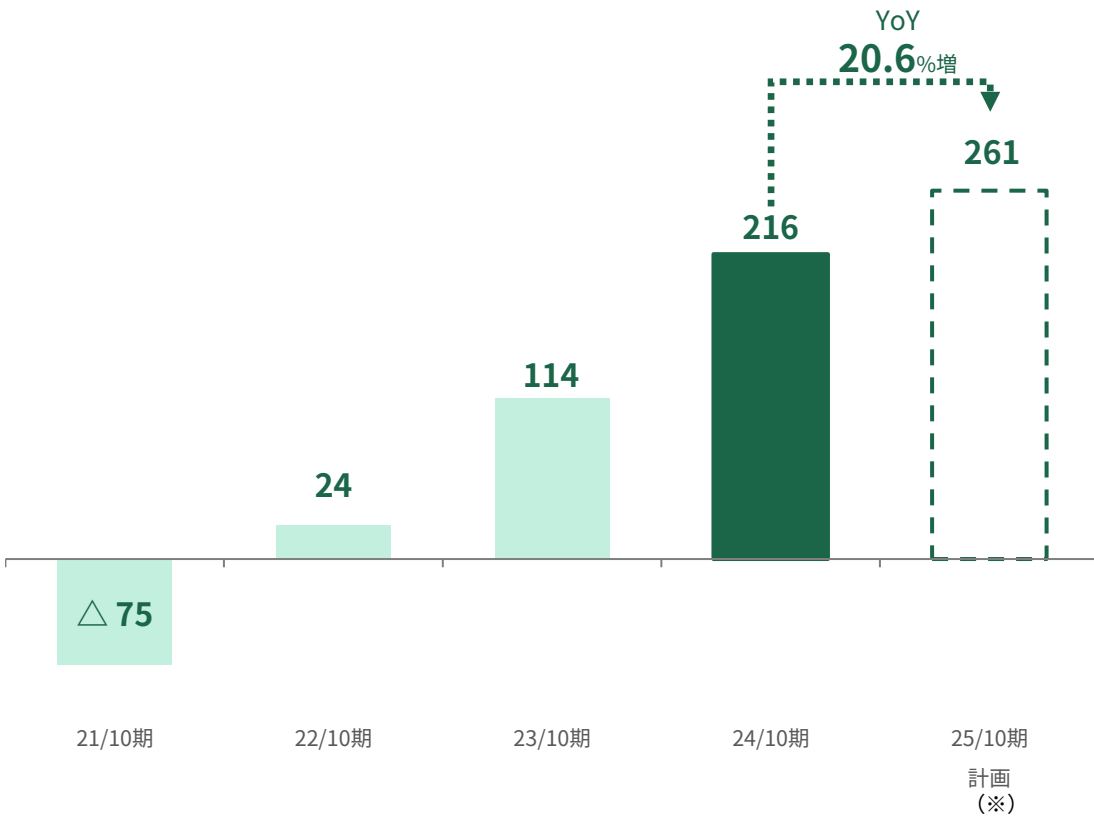
コーディネーター人員の拡充・組織的な営業力の強化に伴い着実に収益が拡大、
25/10期は、営業収益が前期比＋56.4%の2,035百万円、営業利益が同＋20.6%増の261百万円を計画する。

営業収益



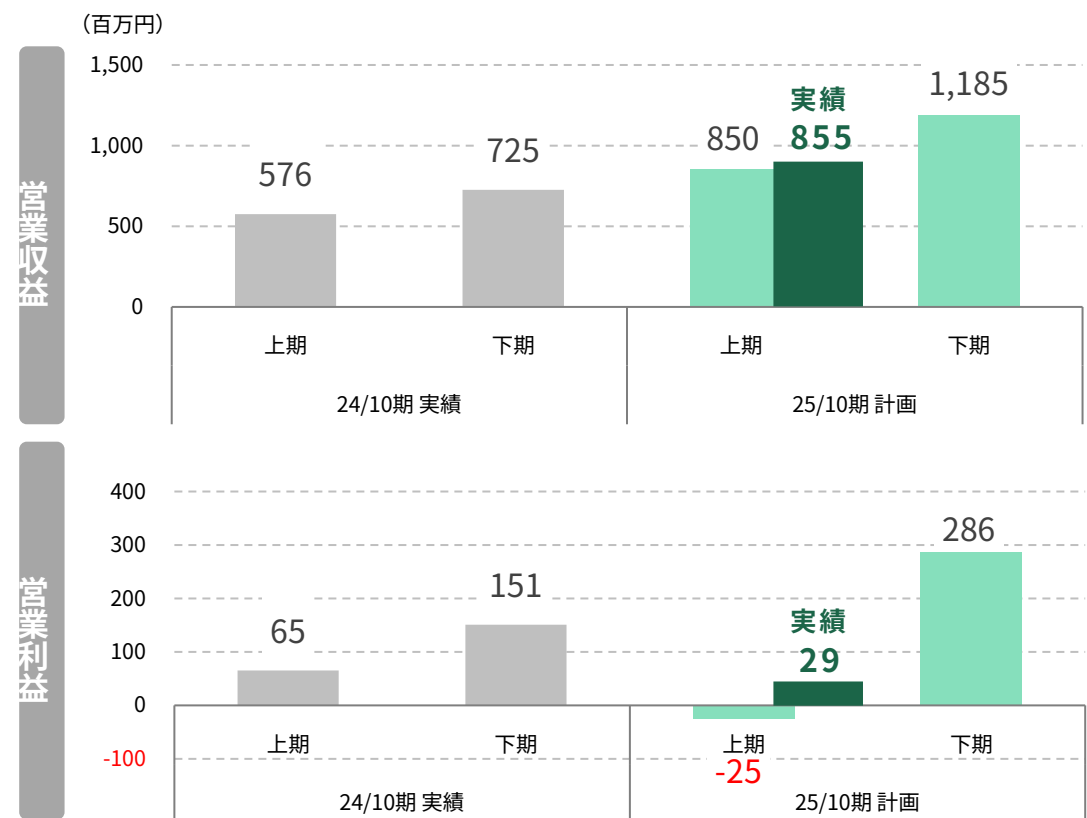
(※) 25/10期より連結決算

営業利益



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



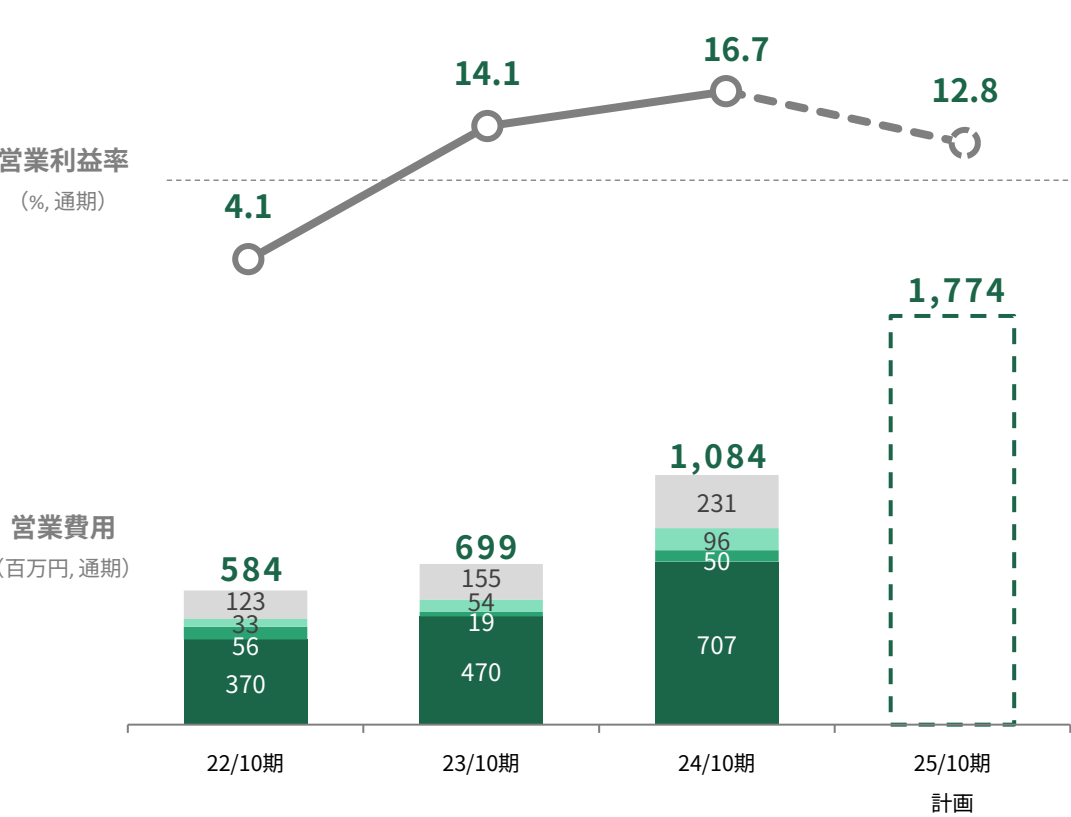
下期偏重の背景

- 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*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

※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及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。

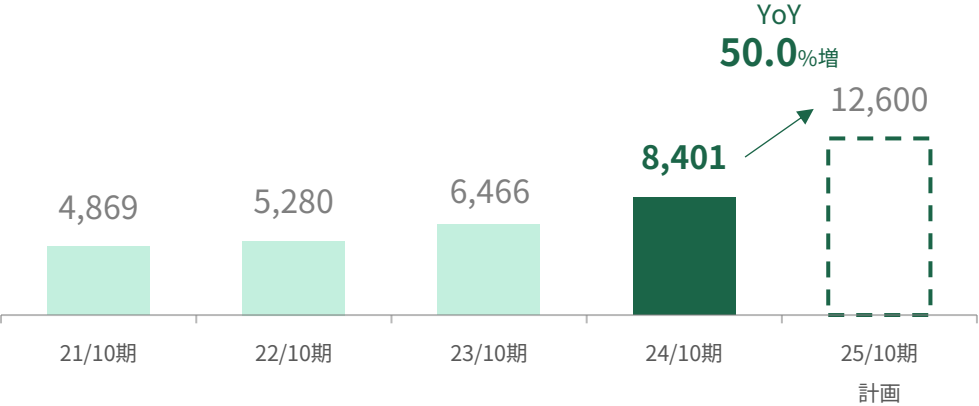
※1 人件費は役員報酬/給与賞与/通勤手当/法定福利費/退職給付引当金/福利厚生費を内包している。

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

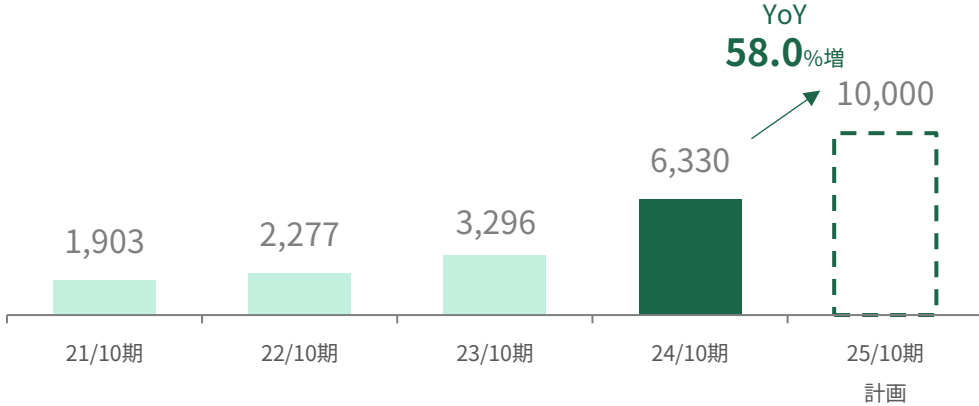
シニアライフサポート	- 外部環境 高齢化・シニアホーム増設の潮流を受け、シニアホーム紹介事業者のニーズは順調に拡大すると想定する。 - 営業強化 コーディネーターは50名超の純増を計画する。24/10期の30名超に対し約1.7倍の採用規模となるが、前期に反復実施した採用→教育のステップとそのノウハウを活かすことで、着実に組織拡大できると見込んでいる。 - スマイル数 前期比54.9%増の5,500件を計画する。MSWとの関係性強化や家族会議の有用性への認知・理解促進を引き続き図ることで、マーケットシェア拡大を推し進める。 - 単価:業容拡大に伴うオーガニックな向上を計画に織り込む。
ケアプライム	24年9月に新設した(株)ケアサUNKは徐々に規模・業容拡大を図る。 「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は、引き続き利用ホーム増を進めると共に、**マネタイズを進める**。

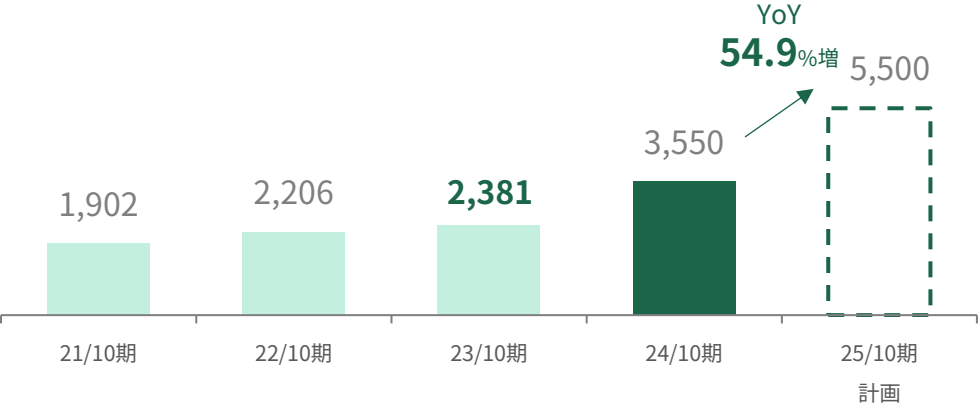
MSWからの紹介数



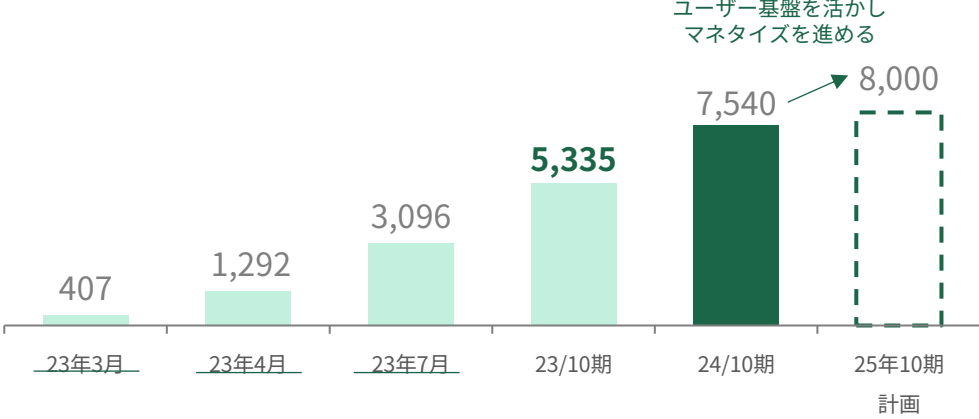
家族会議実施数



スマイル数



プラットフォームサイト登録ホーム数（累計）



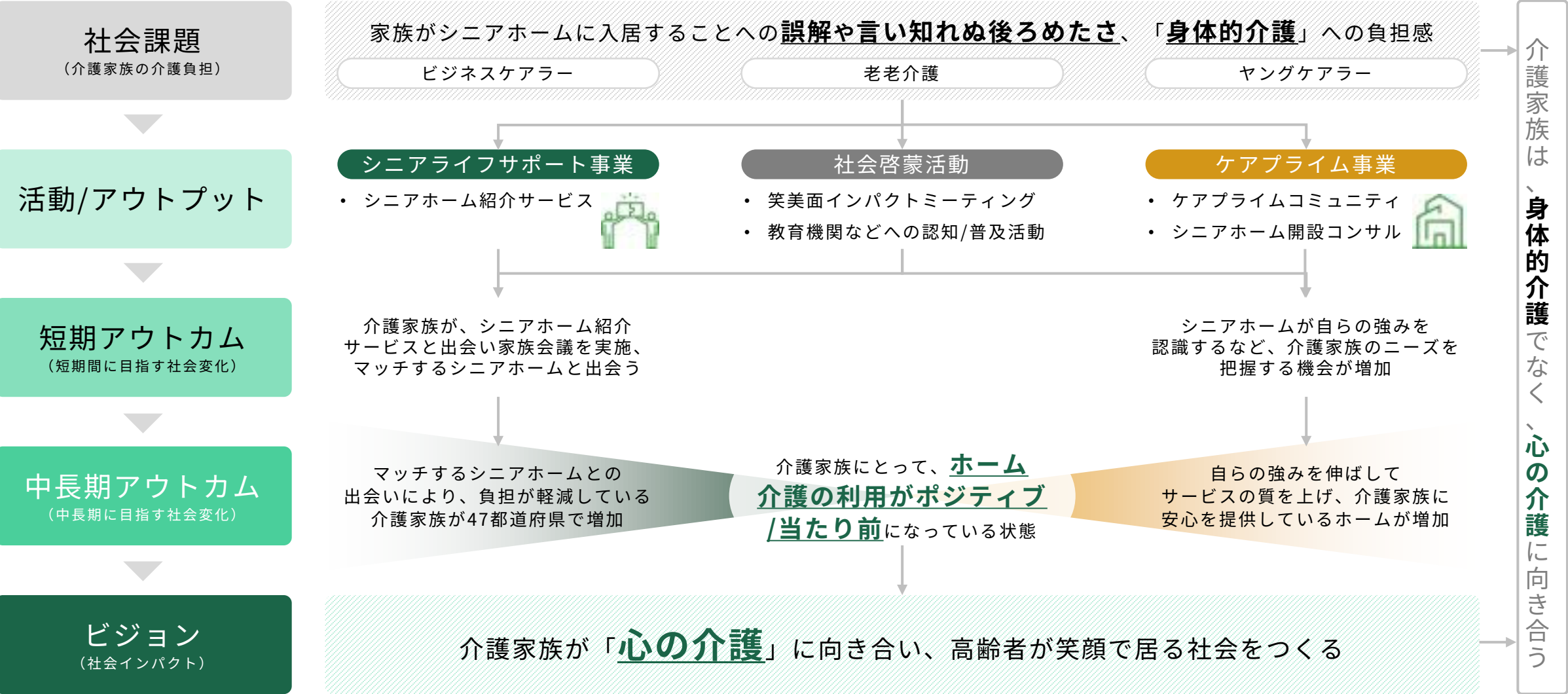
26/10期までのインパクトKPI目標値をアップデート、全ての指標・期間において目標値を上方修正した。
引き続き、社会インパクト創出に向けた短期アウトカム指標として注力し、その進捗を測っていく。

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「ケアブ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

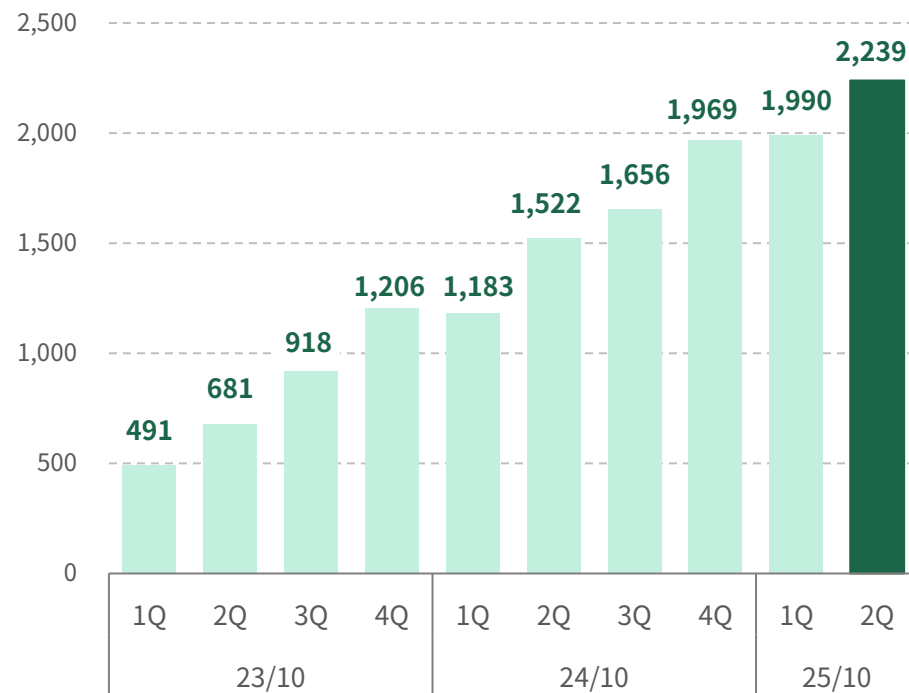
趣味嗜好

エリア

リハビリ

最重要KPI「家族会議実施数※1」の推移

(件/四半期)



※1 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。

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。

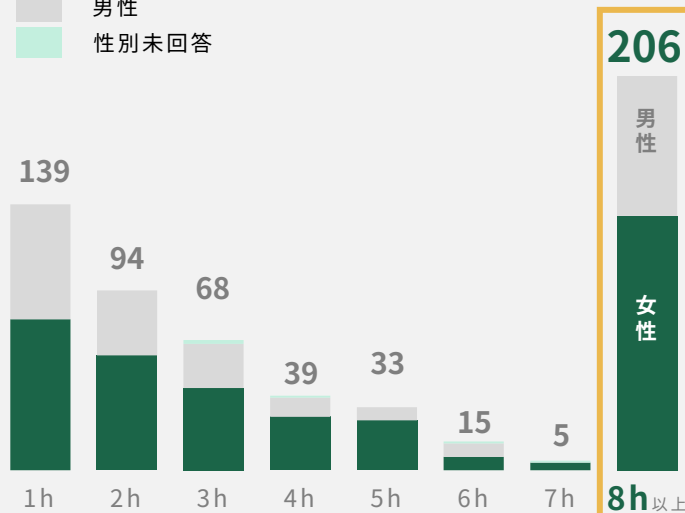
引き続き、SDGs5.4に係るインパクト創出に向け、**事業の推進と成果指標としての社会インパクトの計測を継続**する。

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。

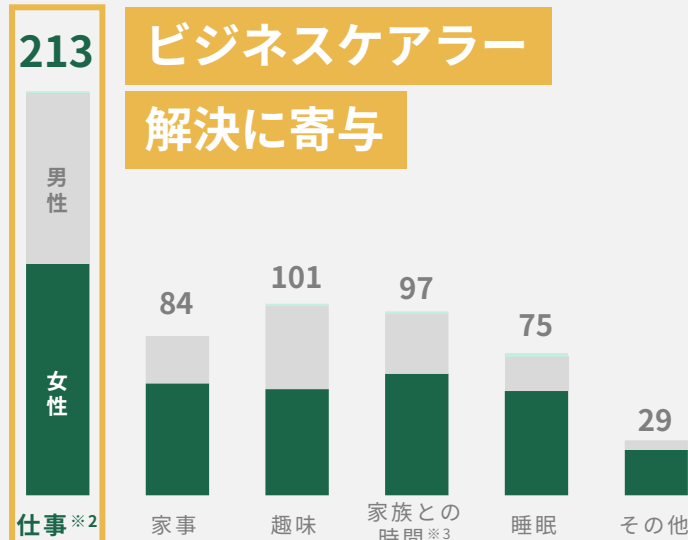
■ 女性
■ 男性
■ 性別未回答



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
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、

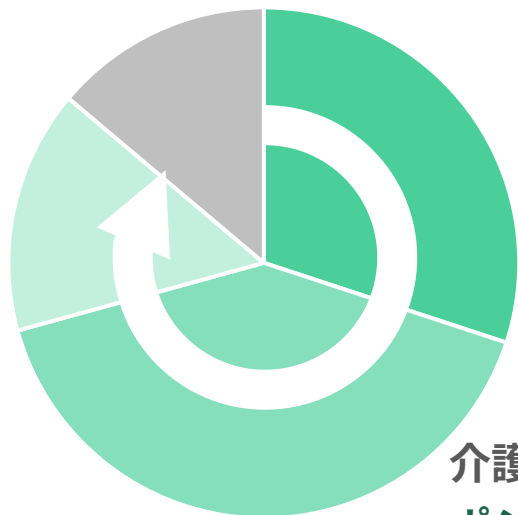
無報酬の育児・介護や
家事労働を認識・評価
する

※1：当社調べ 2023年4月～2025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=895)」結果より、
介護に要する時間が減ったと回答したN= 599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...

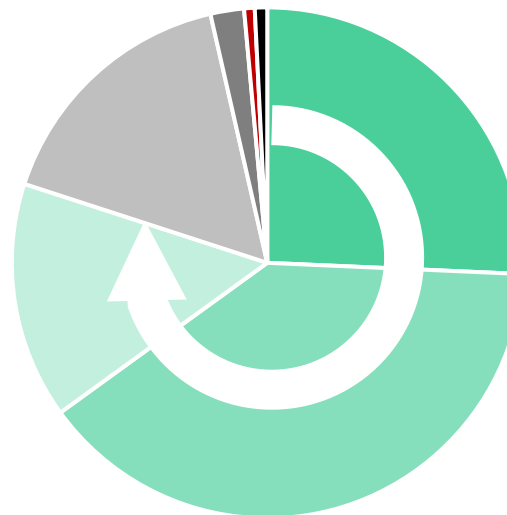
シニアホームへの入居に関しポジティブな気持ちの変化がありましたか？



介護家族の**86%**が
ポジティブな気持ちになった

■大変よかった ■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**80%**が
イメージが良くなった

■大変よかった ■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※1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。

今までは、毎日両親のことを心配していましたが、

入居後は、安心して過ごすことができるようになりました。

入居を迷ったりしたこともありましたが、いつも相談にのっていただいて、背中を押していただいたので、決断できて良かったです。ありがとうございました。

母を入所させるにあたり、同居での世話を辞める事に罪悪感がありましたが、施設の内容を聞いて、また入所後の様子を聞いて、

もう少し早く利用すれば良かったと感じました。

私ども家族としては介護からの開放で心に余裕が持てた気がします。

毎日仕事後、介護のため実家に通っていたので、

その時間を買物や家事に使えるようになった。

介護を他の誰かに依頼せず、夜の外出もできるようになった。

家族皆体調を崩しがちでしたが、余裕が出来てきました。

家族だと遠慮なしに言われるので、ぶつかる時もありましたが、預けることで**今はお互い穏やかに接することが出来ています。**

父が入居後、**私自身の持病の治療にも専念でき、仕事にも復帰出来そうなくらい、気持ちにも余裕が出来ました。**

大変親身に應對して頂き、勉強不足で分からなかった介護施設の色々な事を教えて頂きました。心のゆとりが出来ました。

適度な距離感が大切だと痛感しました。

主に金銭面で困っているところを寄り添っていただき本当に助かりました。

病院に居た頃はまともに食事も摂らずに塞ぎ込んでいた父が、

ホームに行ってからよく食べていたとの報告があったので、心休まる時間を過ごせていたのだと思います。

昔の感覚から、親をシニアホームに入居させるなんて可哀想…と言う人がまだいますが、介護をプロの方々に助けていただくことで、**本人も周りも皆が24時間安心して充実した生活を送ることでき、感謝しています。**

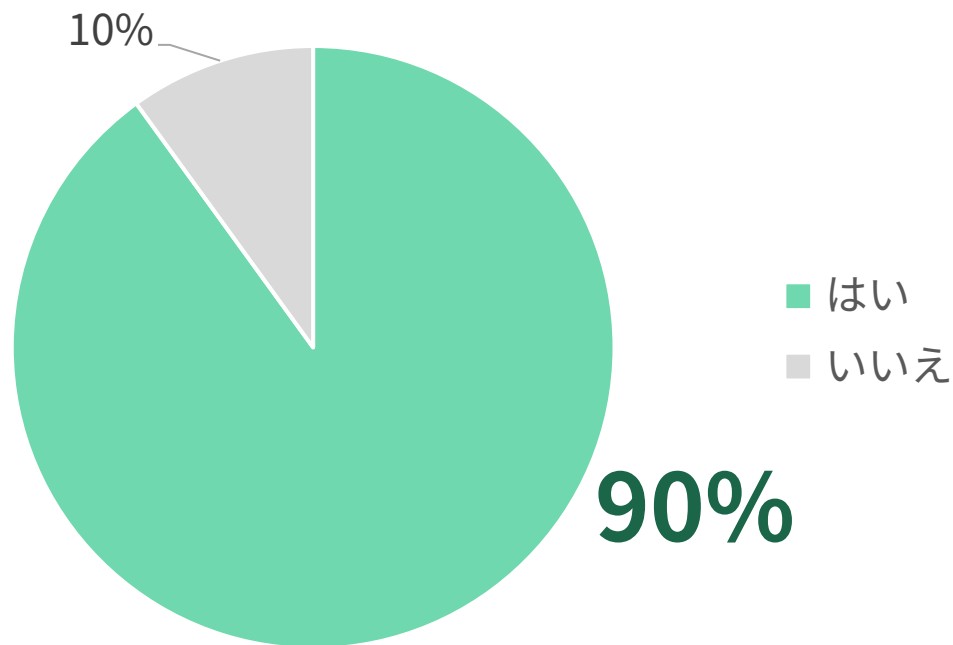
警察や救急から連絡がなくなり安心している。 家庭が壊れるまえに、プロにお願いできるものはしたほうがよいと実感しました

当社調べ 2023年4月～2025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=895)」結果より原文のまま抜粋掲載

※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

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。

※1
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？



※1 集計対象/条件は前掲のアンケートと同様である。

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。

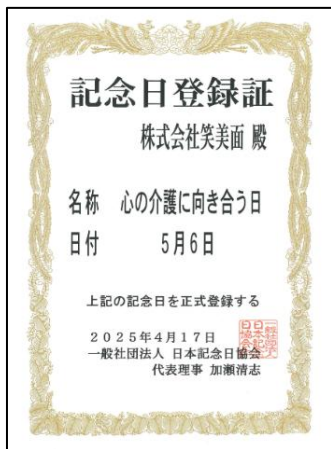
普段の心がけは？

笑美面のコーディネーターは、シニアホームのご相談を受ける際に、この心の介護の考え方を被介護者と介護家族の方にご理解いただけるように、心がけています。この**心の介護の考え方をご理解いただけるかどうか**が、介護家族にとってシニアホーム利用に対する前向きな気持ちでの決断やシニアホーム利用後のホームとの良好な関係づくり、被介護者の毎日の快適さに大きくかかわってきます。

「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、事業活動を通じての介護家族の態度変容を世の中に伝える取り組みをスタート。

～“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～

5月6日が“心の介護に向き合う”記念日に



<https://www.kinenbi.gr.jp/>

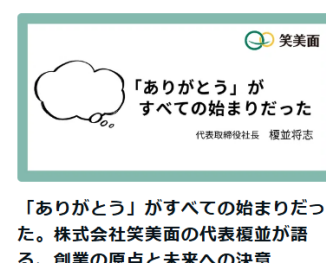
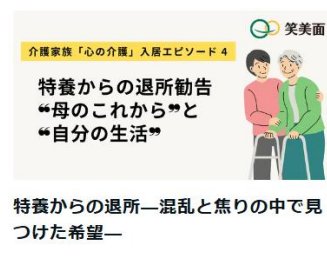
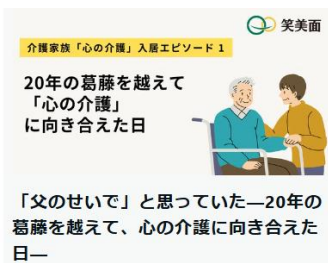
この度、当社は「身体の介護は専門職に任せ、家族は家族にしかできない“心の介護”に専念」という考えのもと、5月6日を「心の介護に向き合う日」として申請。一般社団法人日本記念日協会に正式に認定されました。

【目的と背景】介護家族の負担「ビジネスケアラー」「老老介護」「ヤングケアラー」などの背景には、「シニアホームに入れるのはよくない」「親は子が見るべき」といった社会的な価値観があります。当社は事業を通じて知り得た、介護家族は「心の介護」に専念することの大切さを社会に広めることで、高齢者が笑顔でいる社会を堅守します。

【日付の由来】5月6日は「ここ（5）ろ（6）」という語呂にちなんでいます。GW期間で家族が集まりやすいため、この日に「心の介護」について考え、大切な人と向き合う機会を増やしてほしいという想いを込めています。

オウンドメディアで「心の介護」広がり配信開始

ビジョン「家族が心の介護に向き合い、高齢者が笑顔で居る社会」実現には、シニアホームという選択肢への正しい理解と、誤解や不安を解いていくことが欠かせません。笑美面公式noteでは、当社の「シニアホーム紹介サービス」を通じて介護家族がどのように決断し、どのような態度変容が起こったのか—そんなリアルな入居エピソードを中心にお届けしていきます。



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/>



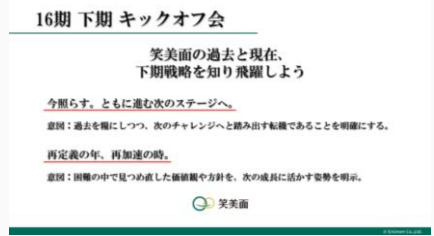
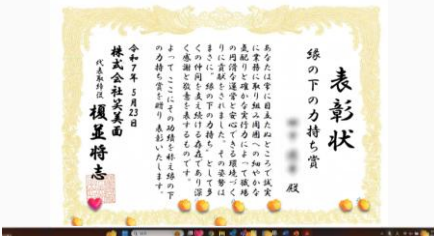
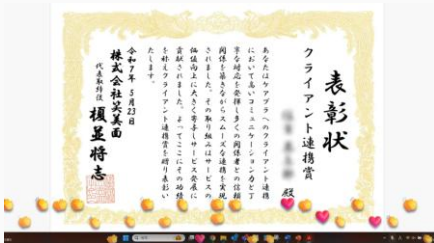
主な活動 | 2つの社内イベントを実施

従業員やそのご家族・パートナーの活躍・支援に報い、
また社会課題解決に向けた下期以降の方針を共有する社内イベントを実施した。

社会課題解決のために日々邁進するメンバーに向けた活動を実施

15期 上期表彰と下期キックオフ会

150人を超える従業員がオンライン上で参加する、ビジョン達成に向けた共有、上期の優秀賞や功労賞の発表・表彰する下期キックオフを開催。家族会議などKPIだけでなく、裏方として業務を支える「縁の下の力持ち賞」やビジョン達成に向けた協働連携への貢献を評価する「クライアント連携賞」など、組織貢献者も表彰した。



家族やパートナーに感謝を伝える『心の介護の日』

今年も5/6「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に、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(抜粋)

- 日頃知り得ない勤め先での活動をお知らせ頂き、感謝申し上げます。また、家族あてにこのようなギフトをお送りくださることで、活躍を評価頂けることは、本人に取りましてもさらなるやりがいを見出せると思います。高齢社会に必要な業務であることは間違いないので、御社の益々の社会貢献と発展に期待します。引き続き、宜しくお願い致します。
- 戦略説明会2025を拝聴いたしました。榎並代表取締役の納得のいく目標と実行力、そして、まだまだ新しいことにチャレンジすることを惜しまない姿勢に強く魅力を感じました。微力ではありますが、娘がその中で一員として働いていることに嬉しい思いでいっぱいです。また、家族の想いを伝えさせていただく場をご用意くださり感謝いたします。

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
営業収益	609	814	1,301	2,035	263	312	303	422	410	445
(YoY)	+41.8%	+33.6%	+59.9%	+56.4%	+105.7%	+71.8%	+13.3%	+78.5%	+55.8%	+42.3%
シニアライフサポート ^{※1}	555	693	1,113	1,733	210	262	276	364	332	380
(YoY) ^{※1}	+31.5%	+24.8%	+60.5%	+55.7%	+74.7%	+66.7%	+50.1%	+57.2%	+58.0%	+45.1%
スマイル数	2,206	2,381	3,550	5,500	702	841	894	1,113	1,007	1,172
(YoY)	+16.0%	+7.9%	+49.1%	+54.9%	+52.6%	+48.1%	+48.0%	48.6%	+43.4%	+39.4%
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
(YoY) ^{※1}	+623.3%	+123.0%	+56.1%	+60.4%	+583.9%	+104.4%	△67.9%	+1,099.1%	+47.1%	+27.7%
営業費用	584	699	1,084	1,774	252	257	274	300	412	413
人材関連費 ^{※2}	427	489	757	1,251	183	181	189	203	292	279
営業活動関連費 ^{※3}	66	91	152	243	30	38	42	41	54	61
その他経費 ^{※4}	90	119	174	279	39	38	41	55	65	72
営業利益	24	114	216	261	10	55	29	121	△1	31
(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%
(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

※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。

貸借対照表・キャッシュフロー計算書

	22/10通期	23/10通期	24/10通期	25/10 2Q ^{※1}
資産合計	312	788	1,128	1,206
流動資産	269	716	1,013	1,044
現預金	192	590	761	766
売掛金	63	104	226	225
その他	13	21	25	53
固定資産	42	69	113	160
繰延資産	0	3	2	1
負債合計	273	324	407	448
流動負債	137	202	303	352
買掛金	2	2	2	—
短期有利子負債	17	22	25	25
その他	117	178	275	326
固定負債	135	121	104	96
長期有利子負債	129	113	90	78
その他	6	8	13	18
純資産合計	39	464	720	758
自己資本	39	464	720	758
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居るのか？	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6月2日時点において600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)	入居者又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。

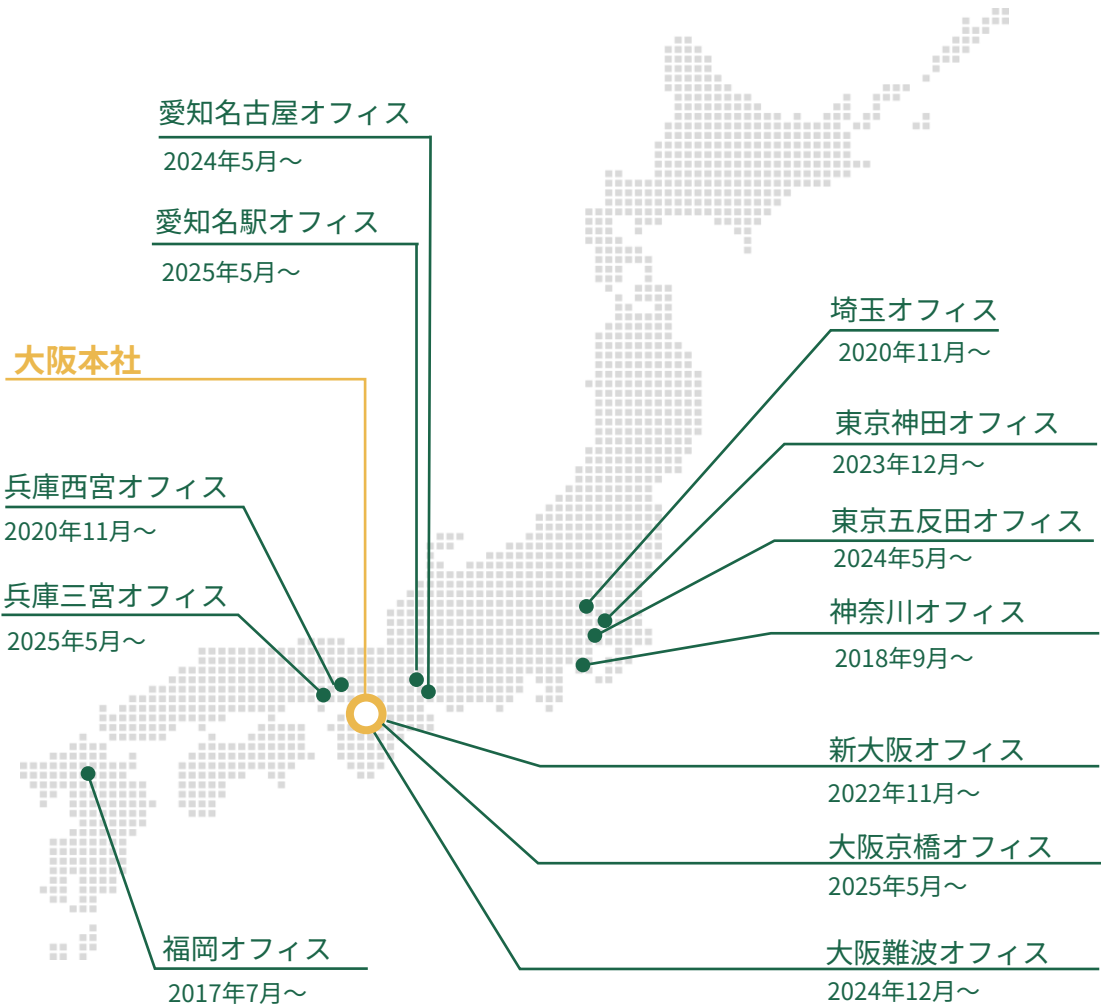
カテゴリ	質問	回答
ビジネスモデル (シニアライフサポート)	生産性の高いコーディネーターグレード（5～9）になるまでの期間は？	2024年10月期までの実績ベースでおおよそ2年間です。また、グレード1～4の間でも明確に生産性の改善が確認が出来ており、オンボーディング進行で段階的に生産性が向上できているとご理解下さい。今後は、オペレーショナル・エクセレンスの浸透で、更なる早期化や定着率向上を図ります。
業績動向 (2025年10月期 通期計画)	25/10期は上期に新規採用を強化とあるが、採用計画は順調に進んだのか？	上場に伴う認知向上や社会課題解決に繋がる事業への共感などにより、通期計画50名超の純増に向けた採用は順調に進みました。2025年4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

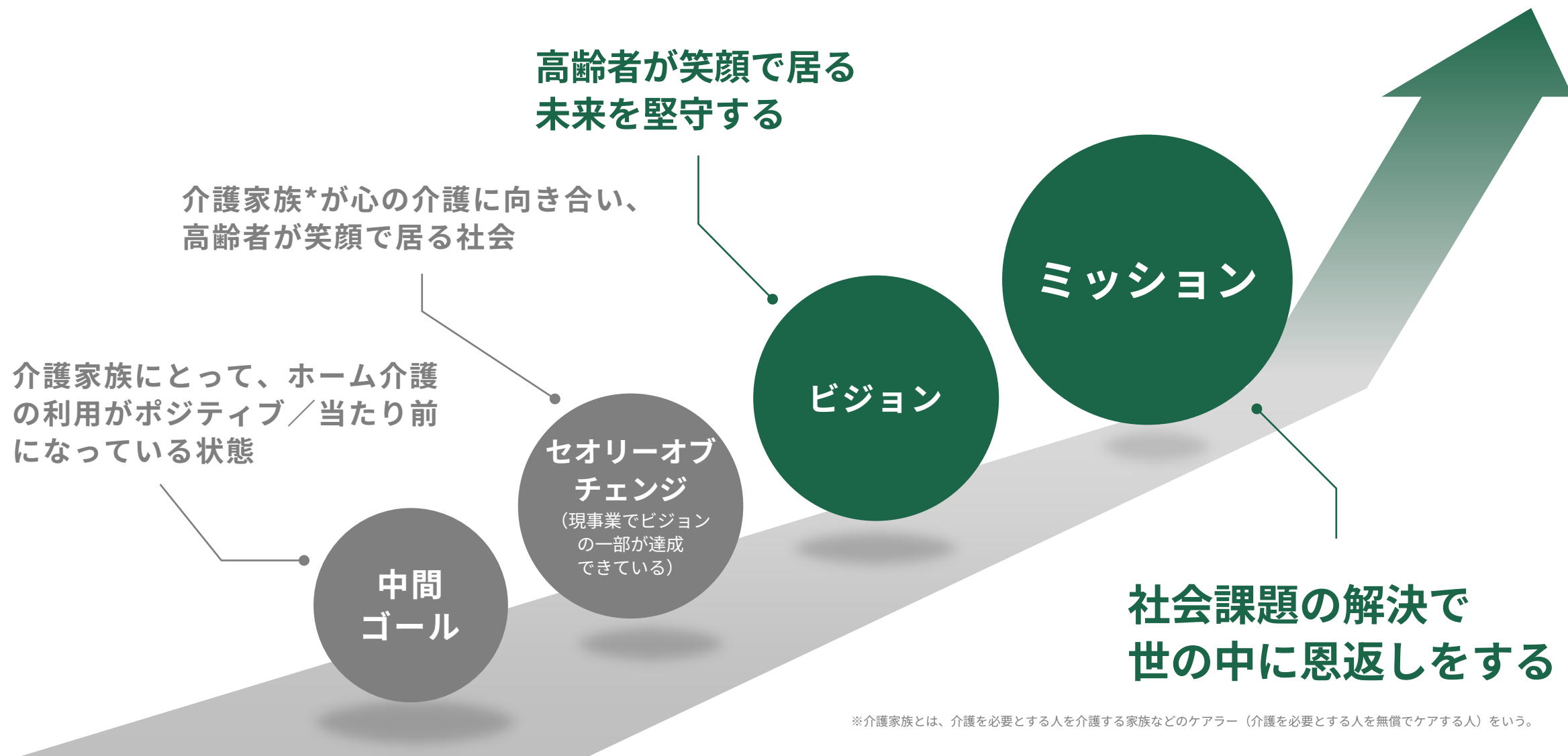
06-1 基本情報

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）	182名（2025年 6 月1日現在）
資本金	268,553,530円（2025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）
グループ会社	株式会社 ケアサンク（100%子会社）



- **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
- **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
- 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）



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^{※1}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^{※2}

(2030年予測)

65歳以上が同居介護

老老介護

約200万人^{※3}

(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^{※4}

経済損失

2030年には約9.1兆円になる見込み

共倒れリスク

介護者の体力的・精神的負担が大きい

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

※1：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。

※2：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。

※3：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。

※4：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

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}			
		(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又は推計値の総和、又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「高齢者向け住まい及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又は推計した「在所者数」に「入れ替わり率」を乗算して算出している。

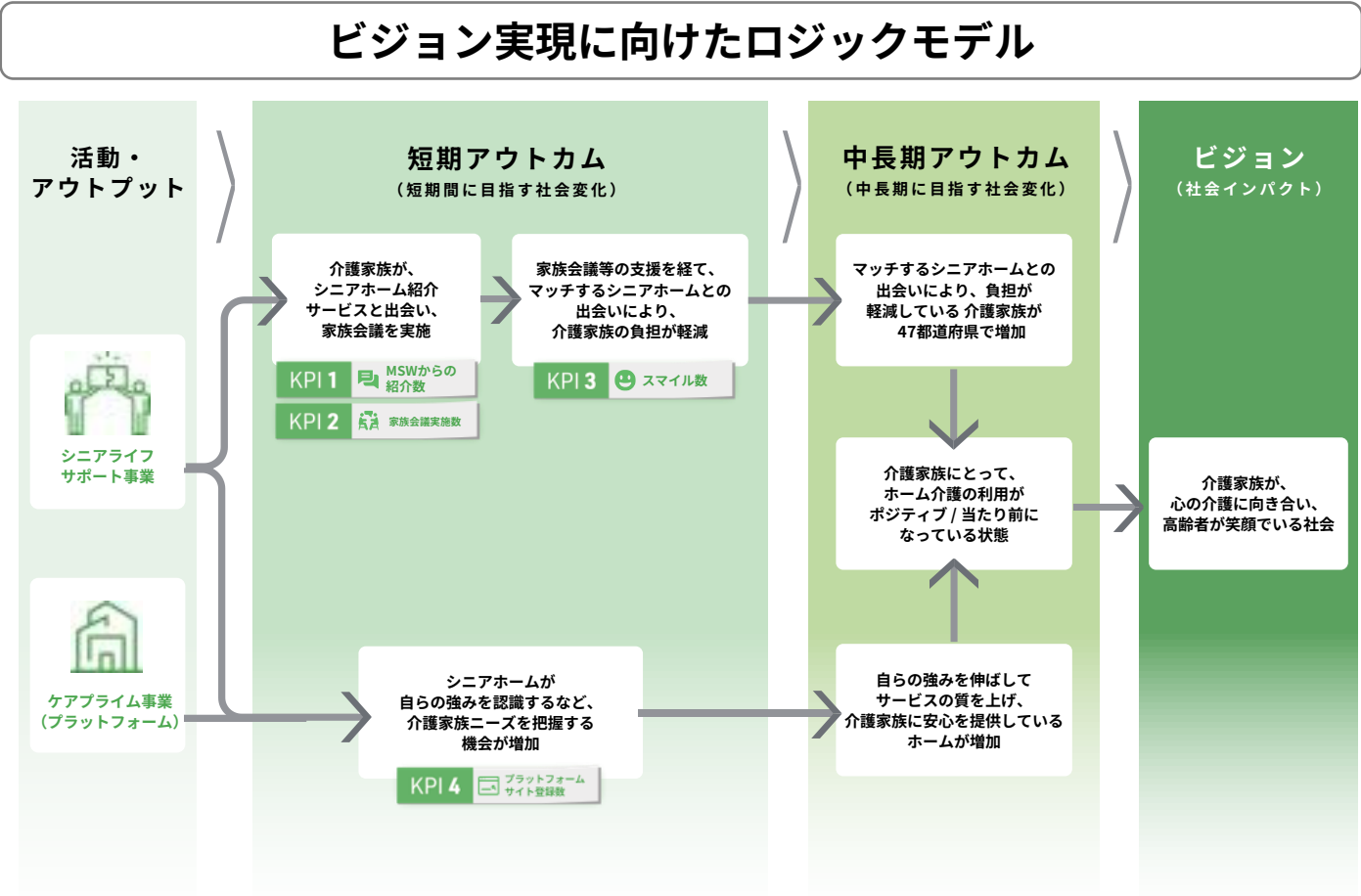
※5：在所者数の純増数は、本市場規模の推計時点（2023年10月）を起点に、過去3カ年の年間平均の在所者数の純増減数を参照している。ヒストリカルデータの取得方法は、上述の在所者数の取得又は推計方法に準拠している。

※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。有料老人ホーム及びサ高住は、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。



※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 (25/10末計画)

KPI 1 MSWからの紹介数 12,630人 ※1	KPI 2 家族会議実施数 10,000件 ※2
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。	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	KPI 4 プラットフォームサイト登録数 8,000件
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。	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)
8,869件 (2025年4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

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
(2024年10月期)

84.4%



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
ケアプライムコミュニティサイトの運営

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 7,540（2024年10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情報提供
 - ・シニアホーム紹介サービスで得た入居者の満足度評価を提供

売上構成比
(2024年10月期)

15.6%



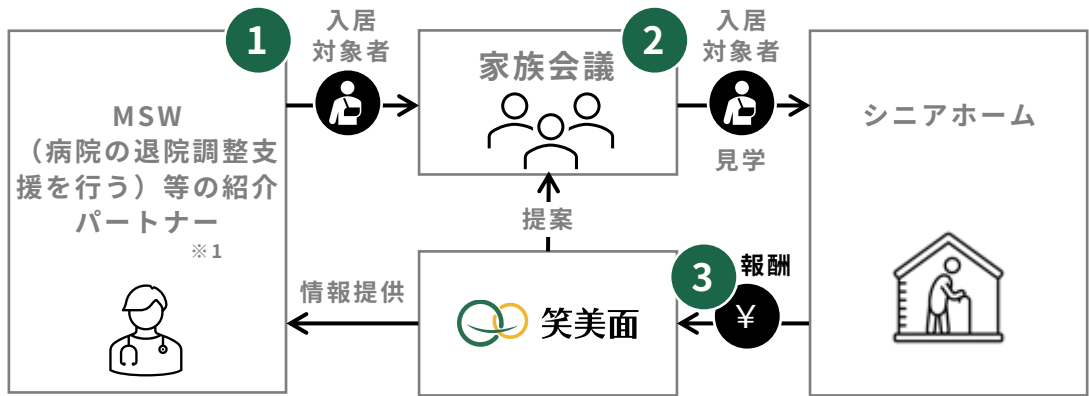
介護家族にとって、
ホーム介護の利用が
ポジティブ/当たり前
になっている状態

※ 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**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

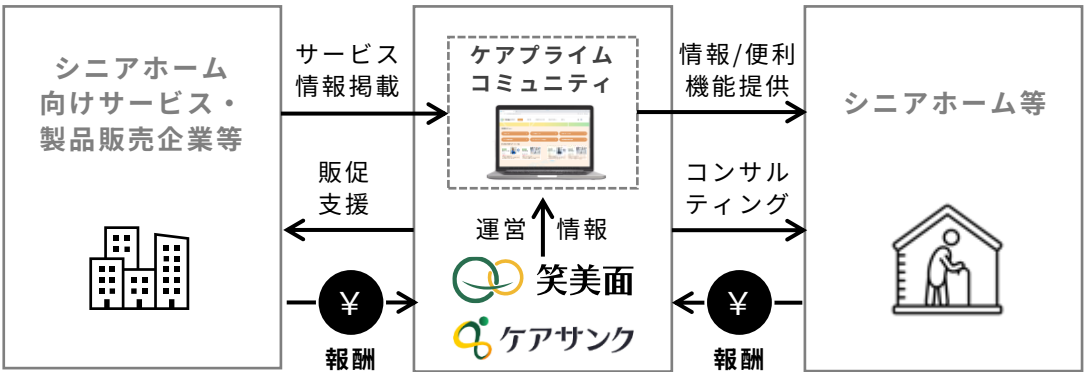


- 1 MSW（病院の退院支援調整を行う）等の紹介パートナーと役割分担し協業する
- 2 入居検討者および介護家族との家族会議を実施し、今後の最適な生活を考える
- 3 入居の成果報酬としてシニアホームから収益を得る

※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。



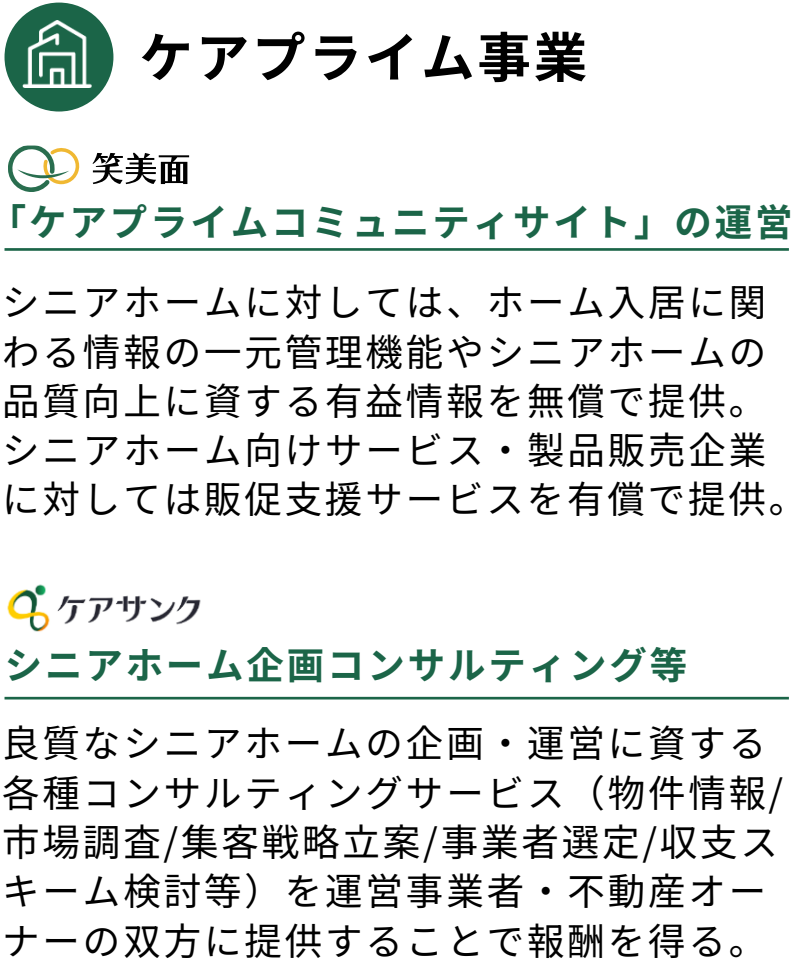
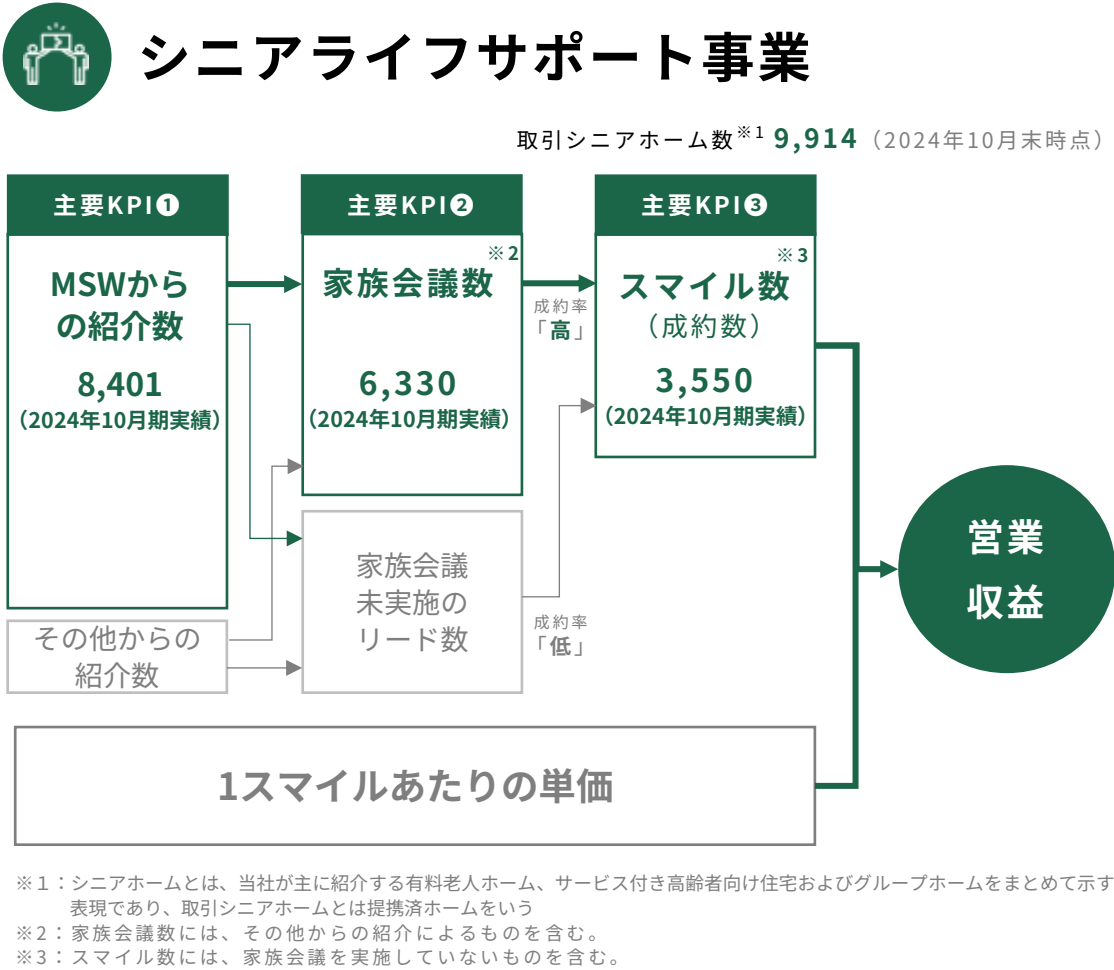
ケアプライム事業



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

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。



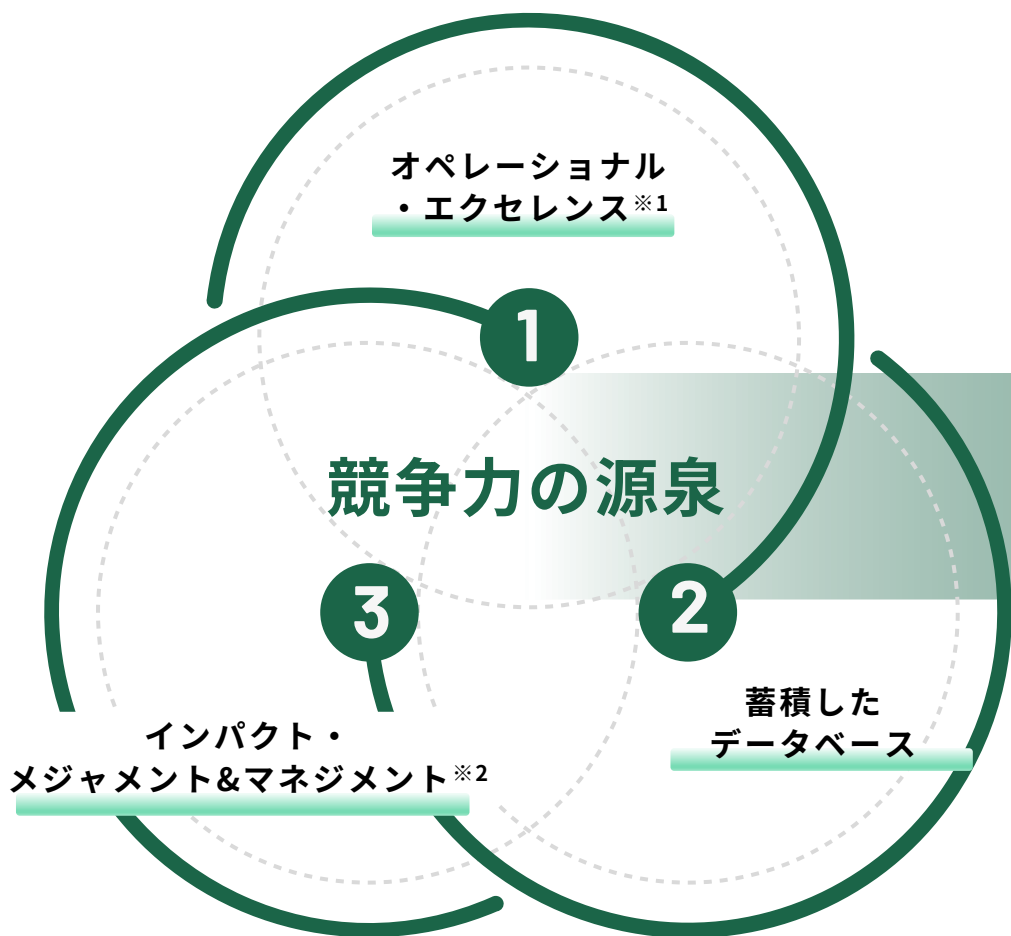
営業
収益

営業
収益

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

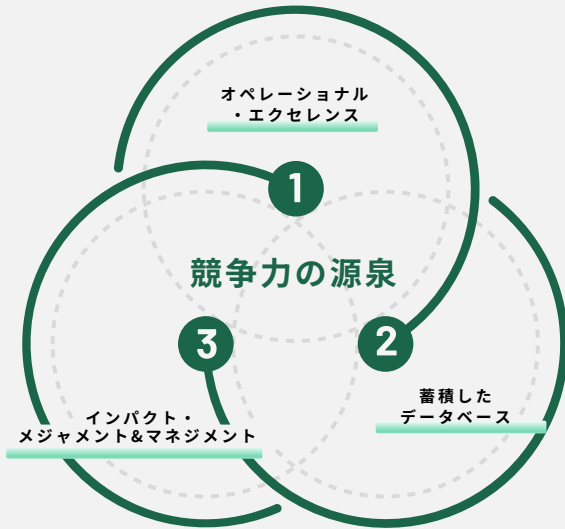
- ・ MSWとの信頼醸成
- ・ 広範なホーム運営者との繋がり
- ・ 介護家族に寄り添うノウハウ

※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)

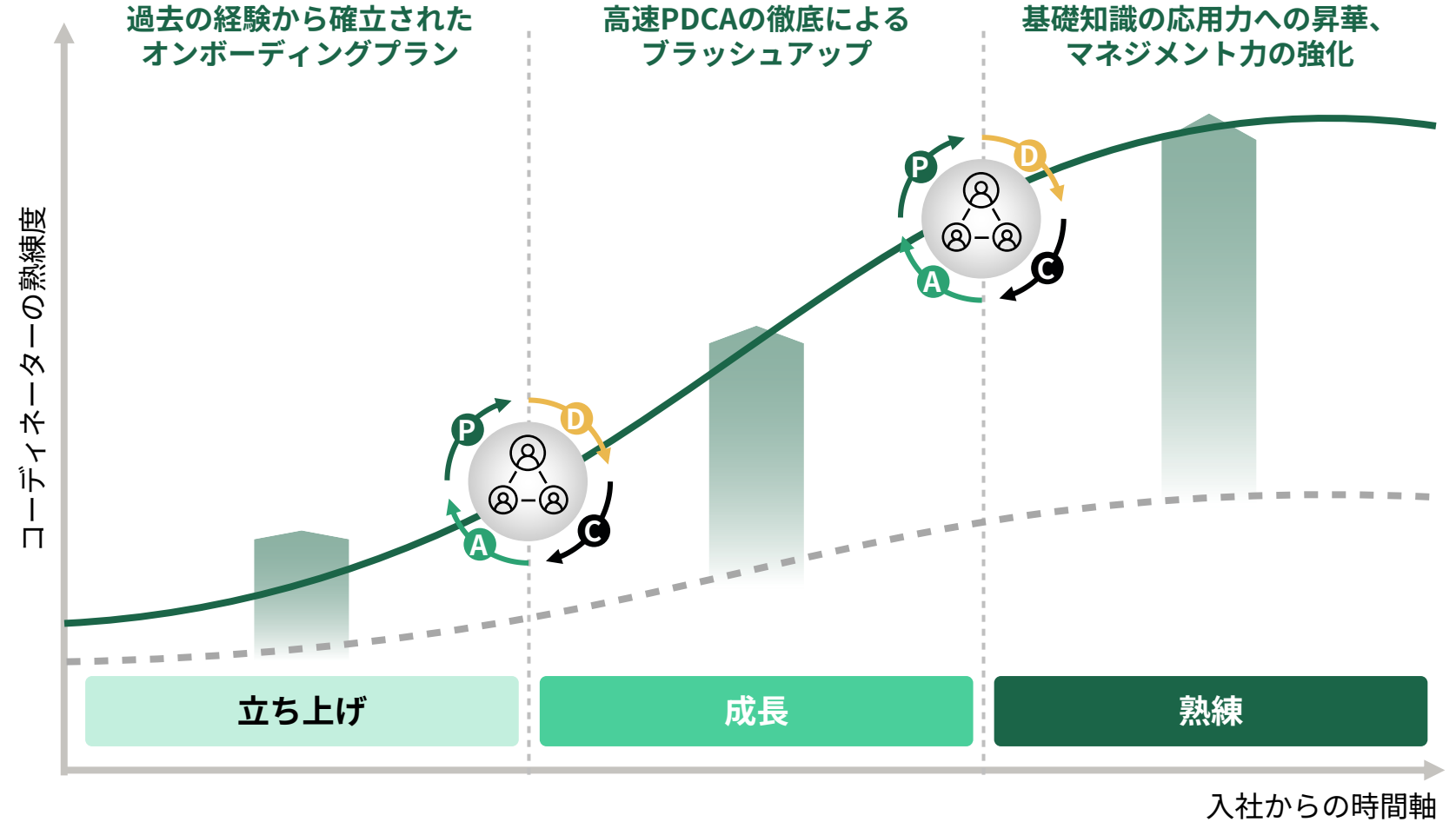
オペレーショナル・エクセレンスを浸透

「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

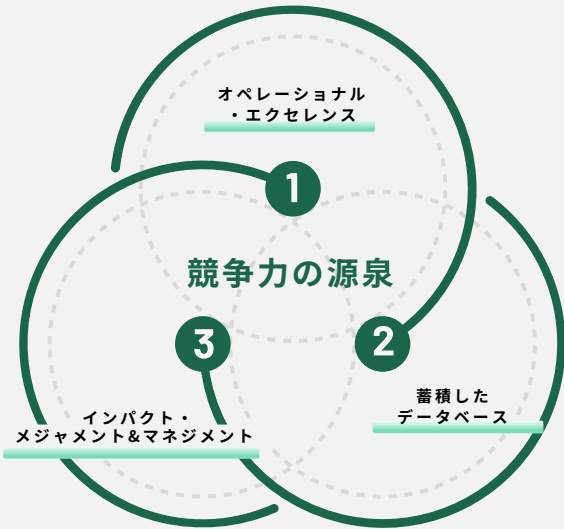
急増する社員の早期立上げを実現するためのPDCAサイクル



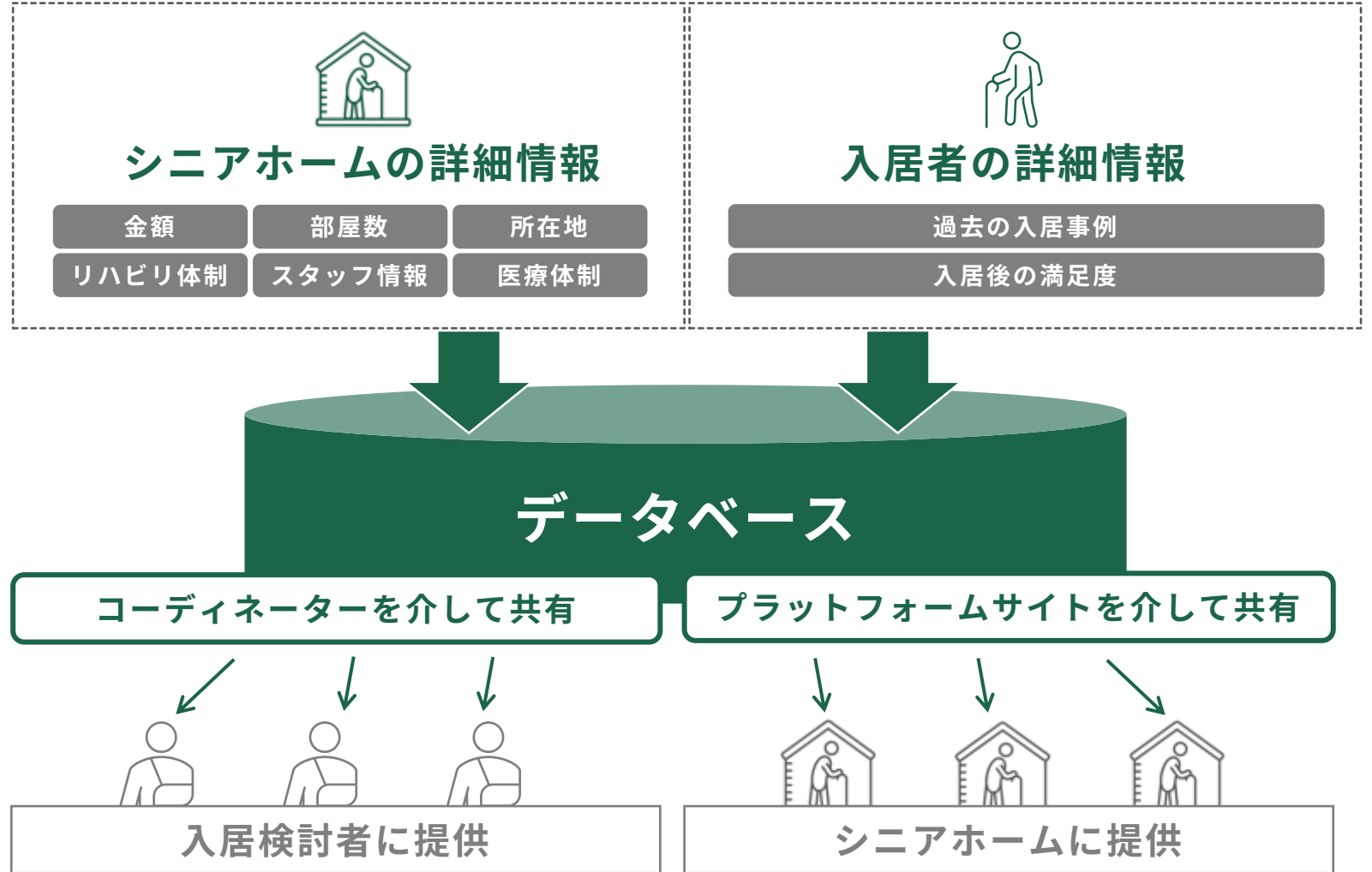
※ 営業組織を強化・改善するための取り組み。営業研修や営業ツールの開発・導入、営業プロセスの管理・分析といったあらゆる改善施策をトータルに設計し、目標の達成状況や各施策の貢献度などを数値化し、数値分析により、営業活動の最適化と効率化を目指す取り組みをいう。

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。

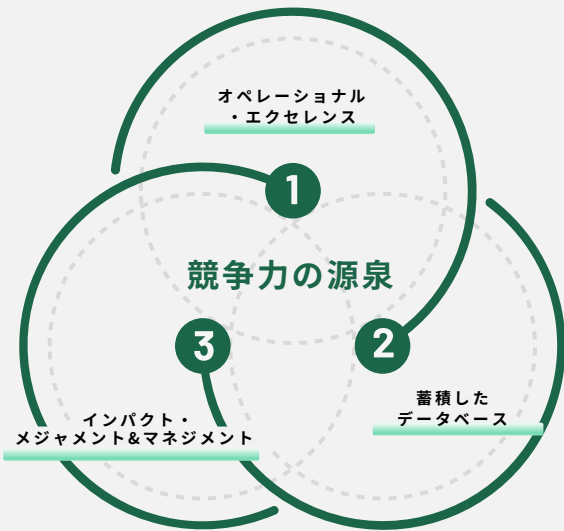


シニアライフサポート事業を通して得られる情報



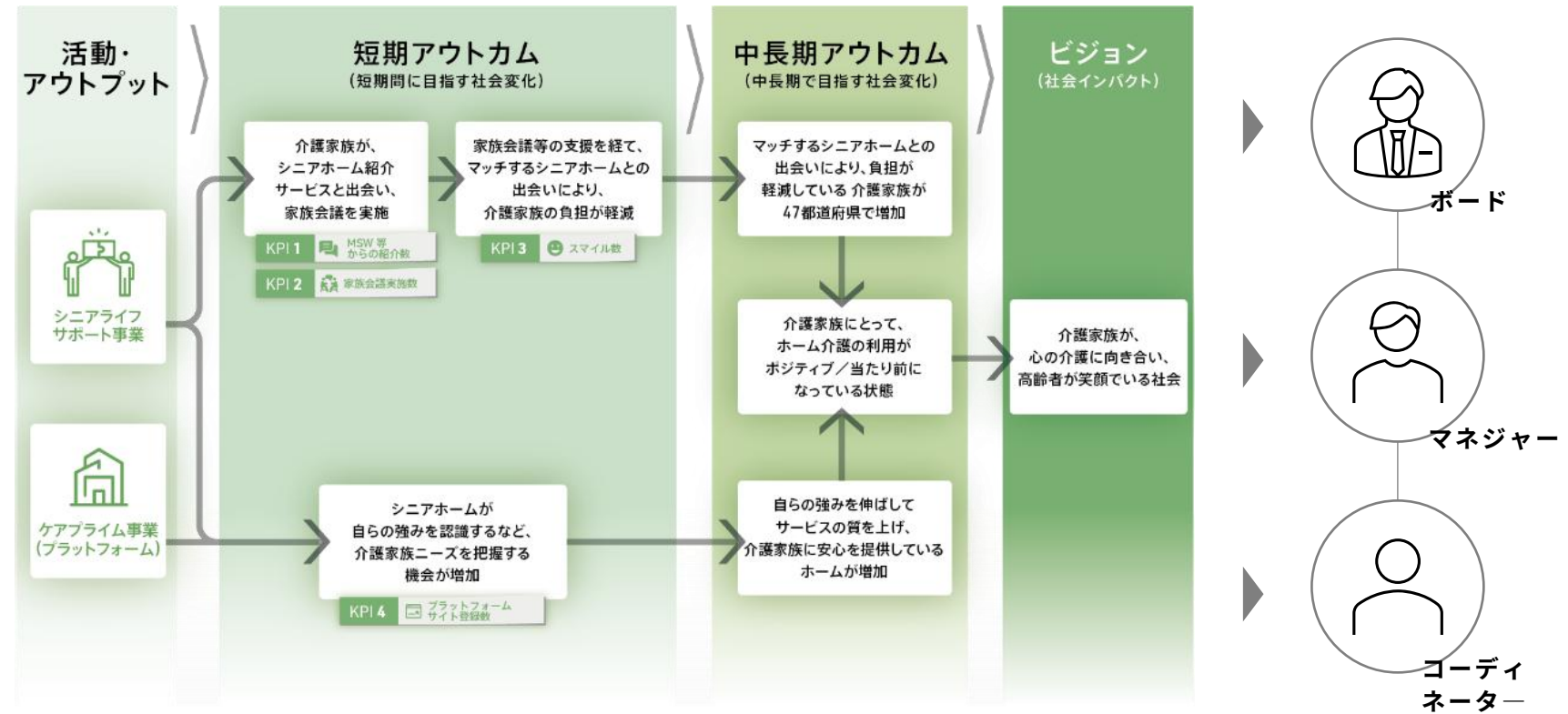
インパクトメジャメント & マネジメント

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。



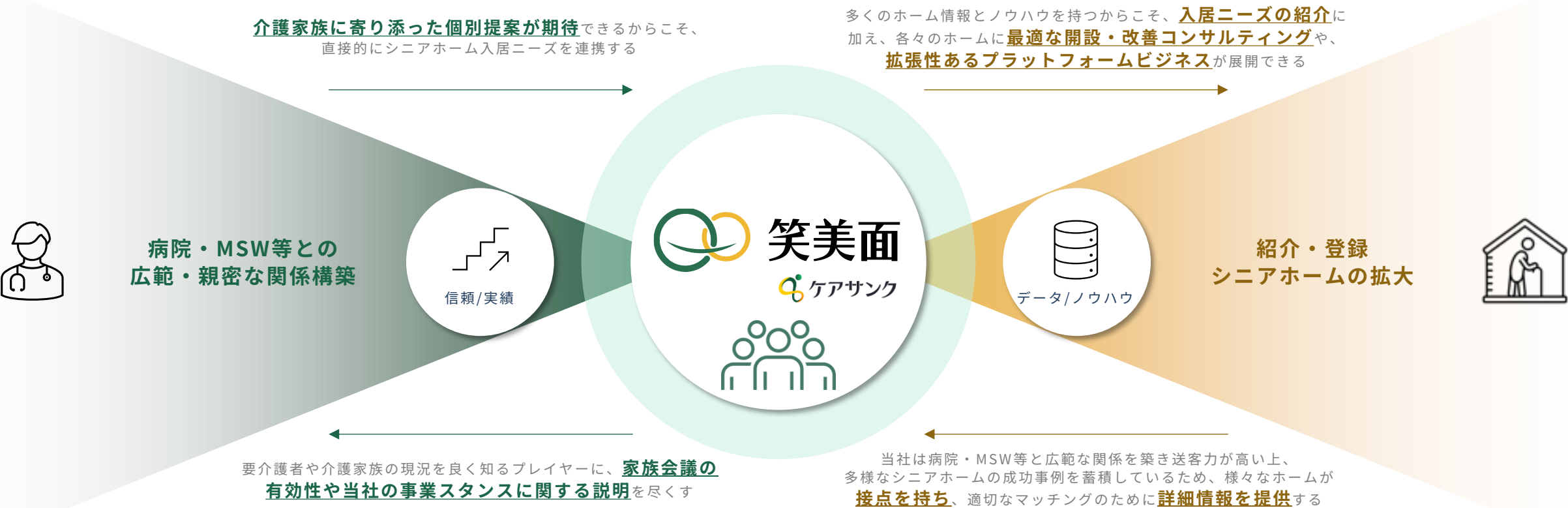
ロジックモデル

進め方の指針を示し**毎月の経営会議で主要KPIを確認**、
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

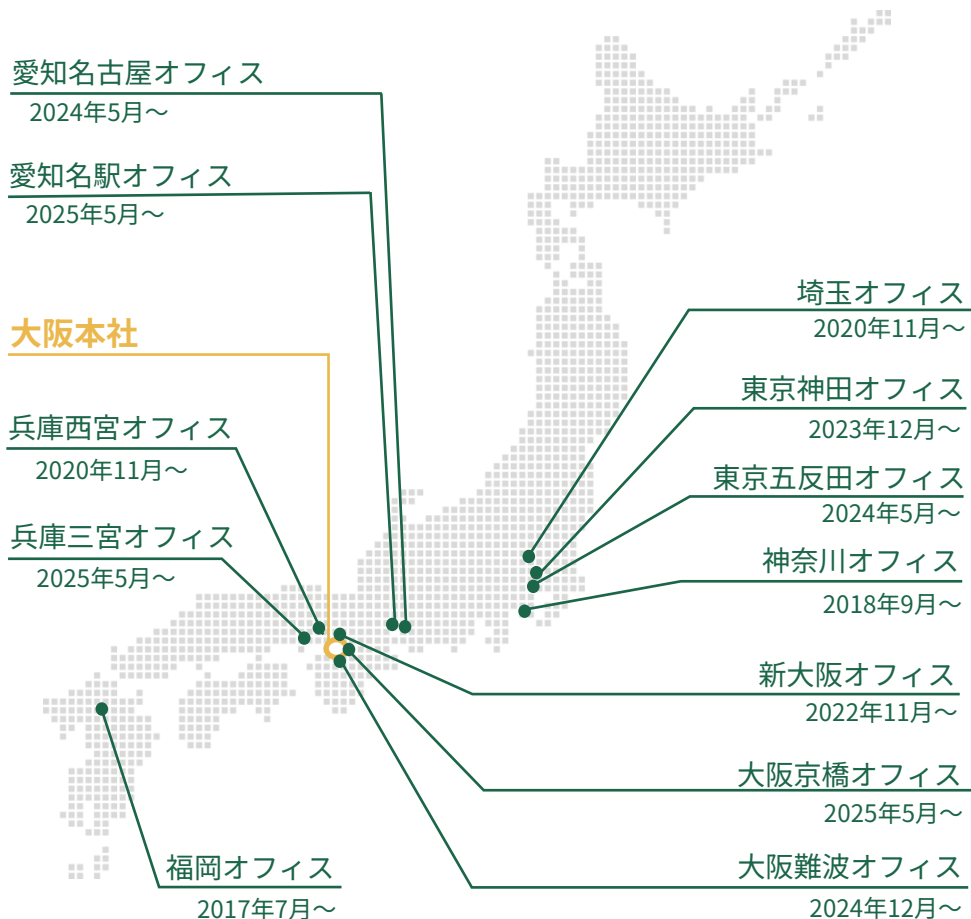


06-5 成長戦略 | 経済価値と社会価値の共創

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共に、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。



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㈱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。



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けております。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。



証券コード：9237