



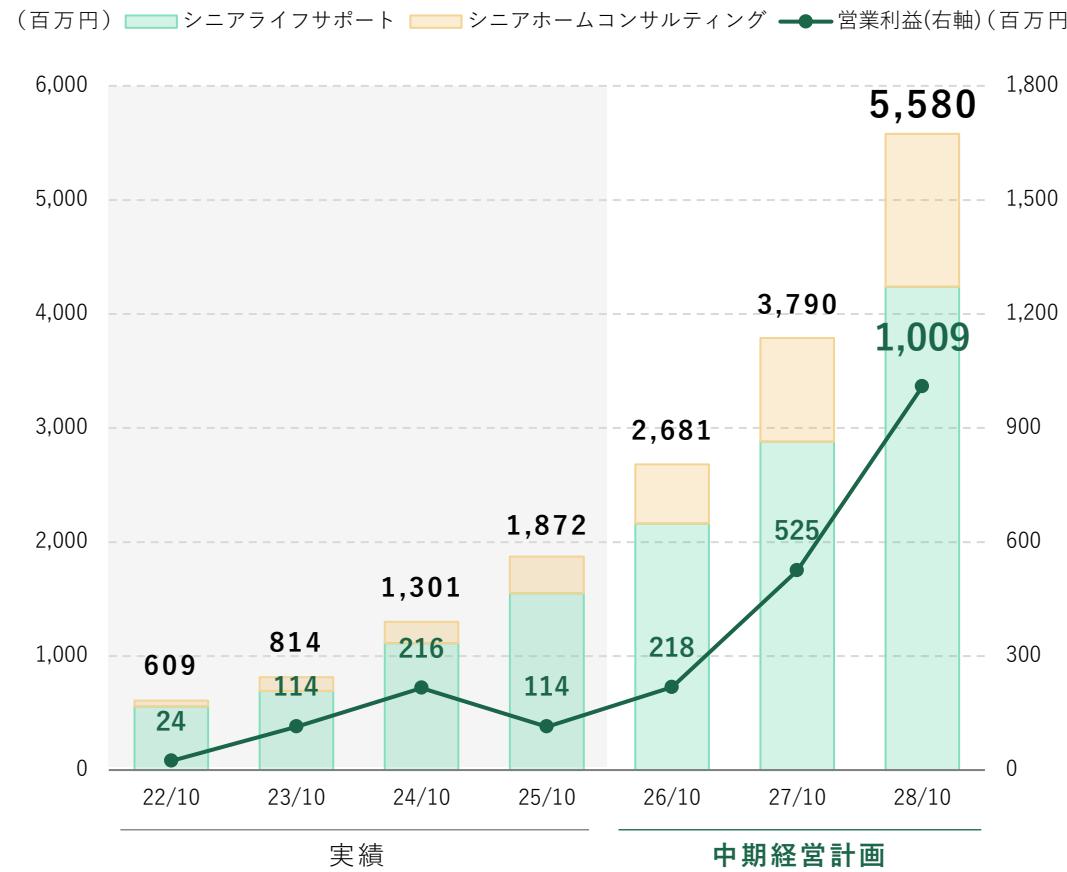
2025年10月期 通期決算説明資料

2025年12月12日

株式会社笑美面（エミメン） 証券コード：9237



笑美面、第2段階へ。
シニアホーム紹介サービスの全国展開化、運営事業者の新規開設・運営支援を強化



新中期インパクトKPI (26/10-28/10期計画 累計)

累計 家族会議実施数

55,900 件

23/10-25/10期 累計比 **3.0倍**

累計 スマイル数

約28,200 件

23/10-25/10期 累計比 **2.6倍**

NEW

累計 新規開設居室数
5,000 室

23/10-25/10期 累計比 **2.1倍**

<25/10期実績>

- ・ 営業収益は1,872百万円（前期比+43.9%）、営業利益は114百万円（同△47.1%）だった。2025/11/14に開示した修正計画に概ね沿った着地だった。
- ・ 主力のシニアライフサポート事業で成約数を表すスマイル数が4,723件（前期比+33.0%）と伸長した。しかし、コーディネーターの採用や育成が遅れたため、期初計画5,500件には届かなかった。トップラインが期初計画を下回った一方、採用人数自体は充足し、人件費をはじめ費用が嵩んだため、営業減益となった。管理職に対する育成の強化／新入社員向け教育コンテンツの見直し／組織体制の変更等で、足元の組織状況は改善している。

<中期経営計画>

- ・ 当社初となる3ヵ年の中期経営計画（26/10～28/10期）を発表した。28/10期に営業収益5,580百万円（25/10期比3.0倍）、営業利益1,009百万円（同8.7倍）を計画する。なお本係数計画にはM&A等による外部成長を織り込んでいない。
- ・ 主力のシニアホーム紹介サービスは、25/10末→28/10末でコーディネーター数を約2.4倍に増やすと共に、全国**28都道府県をカバー**する組織体制を確立する（現在10都道府県）。
- ・ 100%子会社のケアサンクではシニアホーム運営事業者支援を加速する。新事業「**パートナーリース**」が業績を牽引する。足元既に複数件が進行しており、引き合いは旺盛である。
- ・ これまで当社は、シニアホーム紹介サービスで需要側（被介護者・介護家族）の課題解決を進めてきた。本中計は、当社が**供給側にも本格進出する第2段階**に位置付けられる。
- ・ 納得あるホーム選びと、納得されるホーム創りの双方を支援できる事業基盤を第2段階で整え、**双方が相乗的に社会インパクトを生み出す第3段階**に向け事業変革を進める。

No	用語	初出頁	説明
1	介護家族	2	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	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。
3	家族会議実施数	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。
4	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。
5	スマイル数	2	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。
	MSW	8	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	プラットフォームサイト（PFサイト）登録ホーム数	9	「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。
7	ビジネスケアラー	13	仕事をしながら家族などを介護する人をいう。
8	新規開設居室数	15	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
9	ACP（アドバンス・ケア・プランニング）	33	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）	33	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	オペレーション・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。
12	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。
13	インパクト・メジャメント&マネジメント	59	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）。

01	2025年10月期 業績報告	P05
02	中期経営計画 (26/10~28/10期)	P12
03	インパクトを生み出す価値創造ストーリー	P25
04	2026年10月期 通期計画	P34
05	業績・KPIの推移数表とFAQ	P38
06	Appendix (基本情報ほか)	P44

01

2025年10月期 | 業績報告

25/10期の営業収益は前期比43.9%増の1,872百万円、営業利益は同47.1%減の114百万円だった。コーディネーターの育成遅れ等で期初想定ほどスマイル数(成約数)を積み上げきれず、一方で、遅れこそあれ採用人数自体は充足し人件費が嵩み、增收減益となった。

百万円	24/10期		25/10期					
	実績	前期比	実績	前期比	期初計画 (2024/12/13)	期初計画比	修正計画 (2025/11/14)	修正計画比
営業収益	1,301	+59.9%	1,872	+43.9%	2,035	△8.0%	1,890	△0.9%
営業利益	216	+89.1%	114	△47.1%	261	△56.1%	115	△0.3%
経常利益	213	+118.4%	117	△45.3%	259	△54.8%	114	+ 2.7%
当期利益	179	+69.5%	89	△50.0%	224	△59.6%	100	△10.3%
EPS(円)	44.64	+40.2%	22.12	△50.4%	55.19	△59.9%	24.63	△10.2%

※1 2025年11月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っているため、EPSについては当該株式分割が行われたと仮定して算定している。

4Q単体(8~10月期)業績は、営業収益が前年同期比36.6%増の576百万円、営業利益が同20.9%減の96百万円だった。

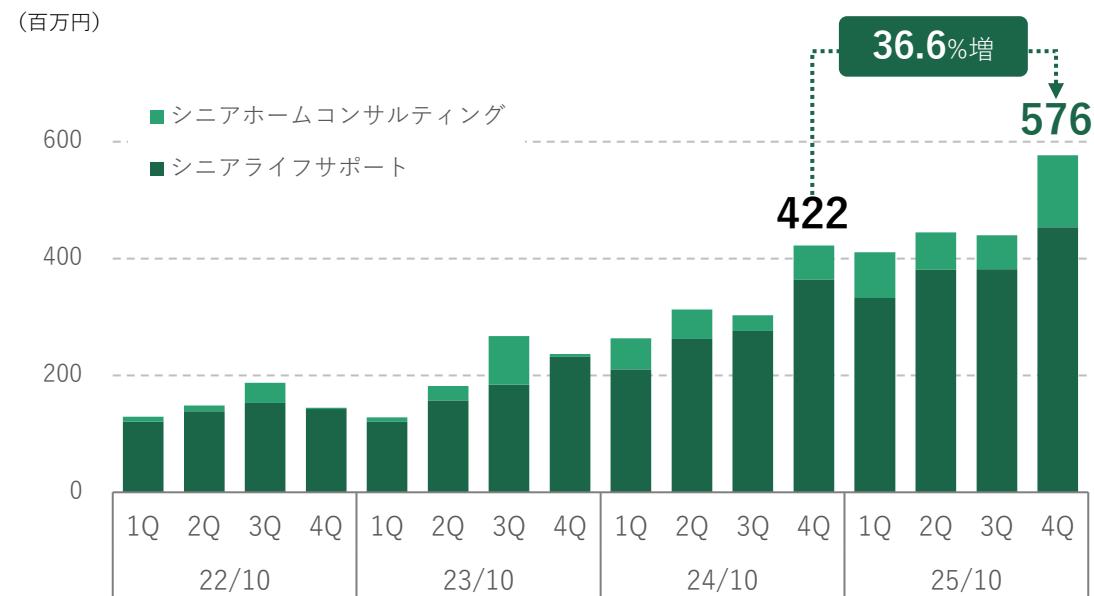
各セグメント共に増収を確保したものの、育成遅れからコーディネーターの生産性が低下していたことで、減益となった。

25/10期 4Q決算概況(3ヶ月)

	24/10期 4Q	25/10期 4Q	前年同期比 ※1
	実績	実績	
百万円			
営業収益	422	576	+36.6%
営業利益	121	96	△20.9%
経常利益	121	99	△17.8%

※1 前年同期比は、単体決算数値と比較し算出している。

セグメント別売上高

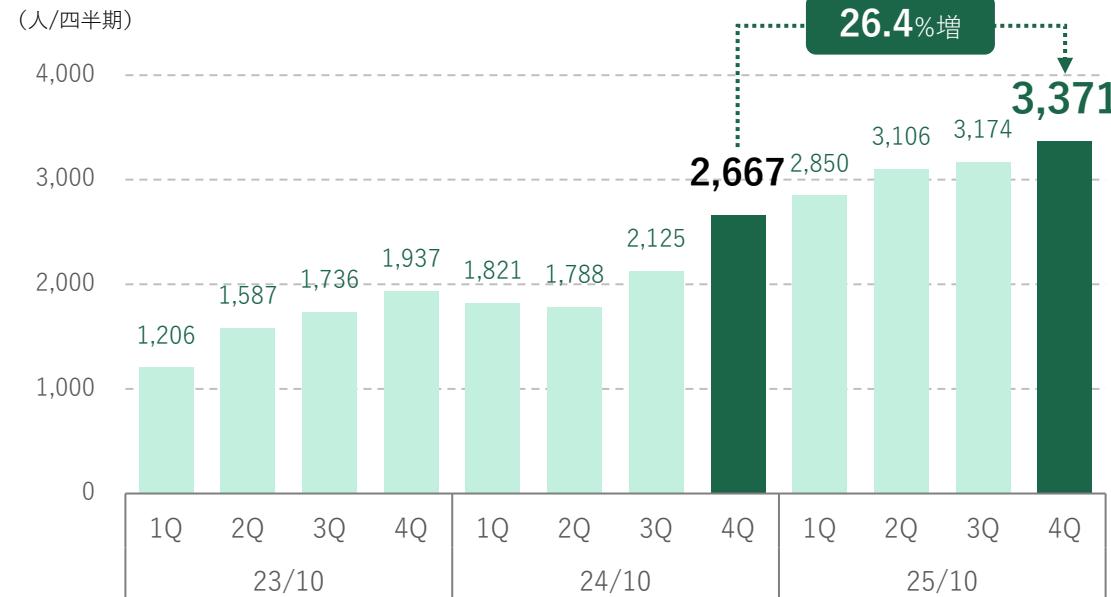


- 各セグメント、前年同期比および前四半期比ともに増収を確保した。
- 25/10期上期に採用したコーディネーターの育成遅れや、新管理職による役職に応じた組織貢献遅れから3Q業績は芳しくなかったが、育成コンテンツの見直しをはじめ、改善施策が徐々に功を奏しつづけている。

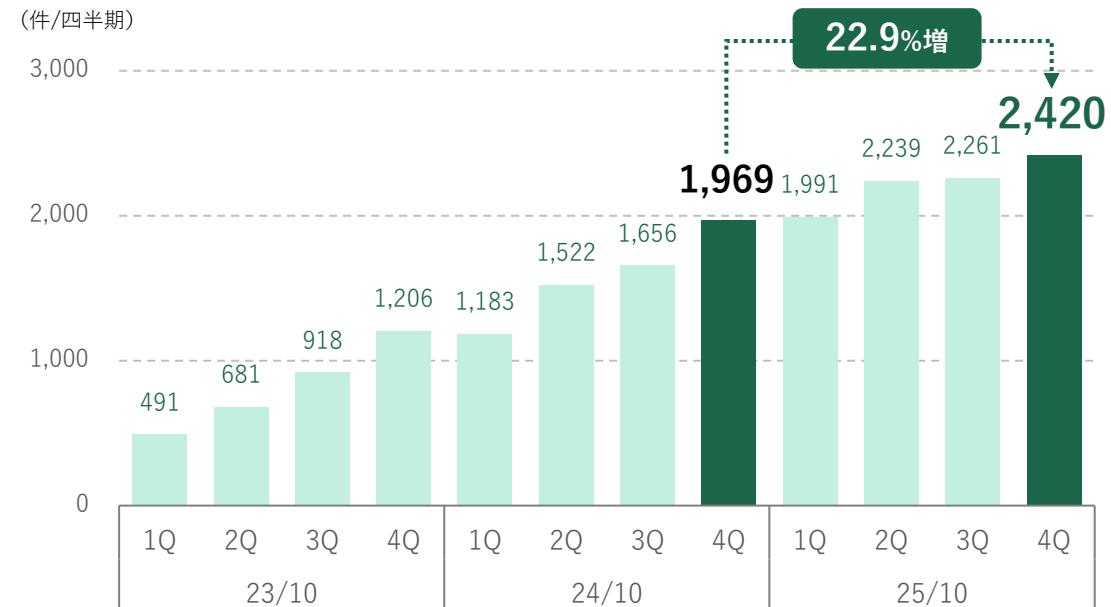
MSWからの紹介数は前年同期比26.4%増の3,371人、家族会議実施数は同22.9%増の2,420件だった。

新入コーディネーターや新管理職の育成遅れから、3Qは前四半期比で振るわなかつたが、4Qは一定の改善が見られた。

MSWからの紹介数



家族会議実施数※



- MSWからの紹介数は、前年同期比26.4%増、前四半期比6.2%増の3,371件だった。3Qは管理職を兼務するコーディネーターの時間が想定上に新規採用者の育成に割かれたことで、QoQでは横ばいに留まっていたが、4Qでは一定の改善が見られた。

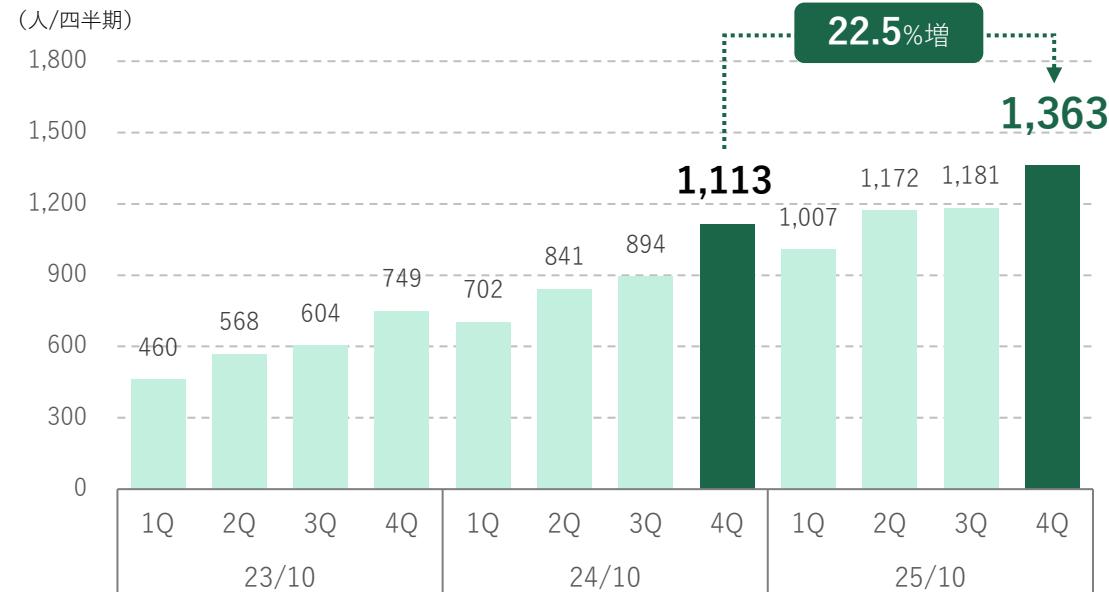
- 介護家族にとって納得あるシニアホーム選びに欠かせない家族会議実施数は、前年同期比22.9%増、前四半期比7.0%増の2,420件だった。MSWからの紹介数同様、4Qから徐々に新入コーディネーターの戦力化が始まっている。

※ 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。

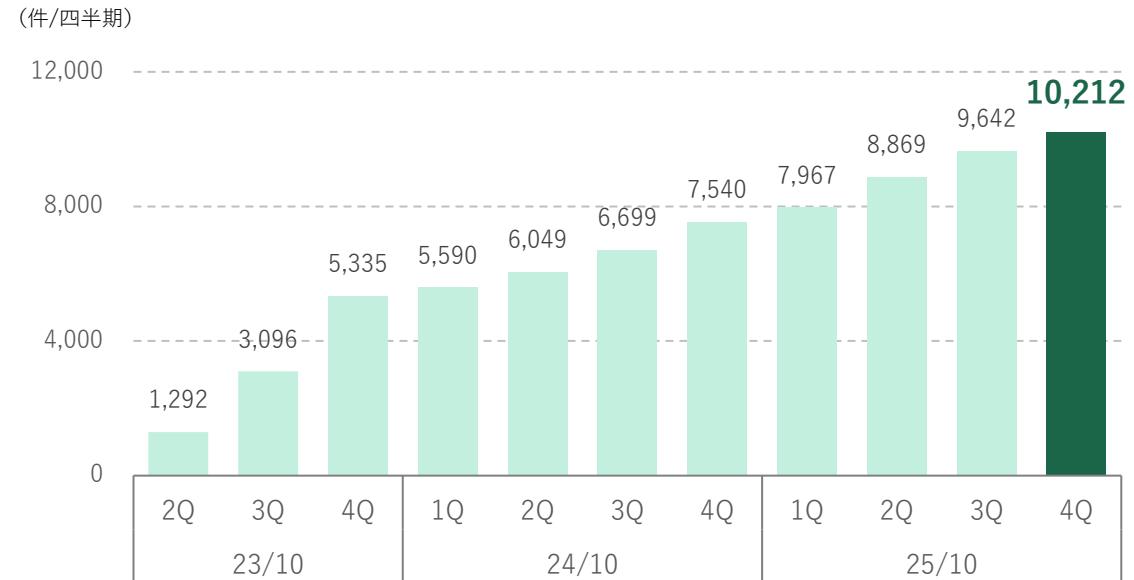
スマイル数(成約数)は前年同期比22.5%増の1,363件だった。育成の遅れを徐々に取り戻し、上期採用者の戦力化が進んだ。

また、プラットフォームサイト登録ホーム数は4Q末時点で10,000ホームを超え、一定の基盤構築が整った。

スマイル数



プラットフォームサイト登録ホーム数※1



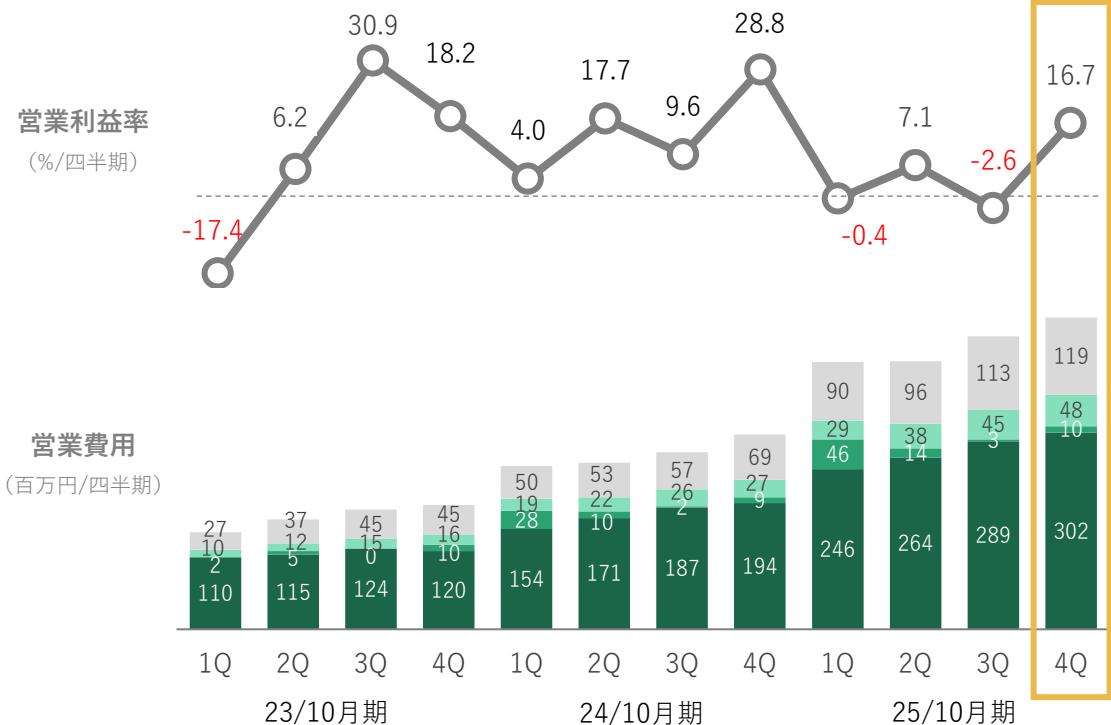
- スマイル数 (成約数) は前年同期比22.5%増、前四半期比15.4%増の1,363人と拡大した。
- 3Qは主力総コーディネーターの時間が新入社員の育成に割かれ振るわなかったが、4Qは徐々に改善が見られQoQでも上昇した。

- 4Q末時点で10,000ホームを超えを達成した。後述するが、一定の基盤構築が完了したと考え、26/10期からはインパクトKPIから一度除外する。
- 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務拡大・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する情報取得・入力等ができるホーム数をいう。25年10月末時点では、無料で事業者に開放している。

4Qは16.7%の営業利益率を確保した。上期に進めた人材採用で営業費用が先行して嵩んでいたが、徐々に生産性が改善してきた。採用費は四半期で10百万円に留まった。例年通り、26/10期も1Qに採用が集中するため、一過性費用が一定計上される予定である。

営業費用と営業利益率※1※2



営業費用の詳細

- 人件費※3
- 採用費
- 旅費交通費
- その他経費

- 4Qは前年同期 + 107百万円の302百万円だった。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、計画通り人を拡充できたため、連れて費用が増加した。
- 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、4Qの採用費は10百万円に留まった。26/10期も例年通り1Qに採用費が嵩む想定である。
- 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 + 50百万円の119百万円を計上した。

※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。

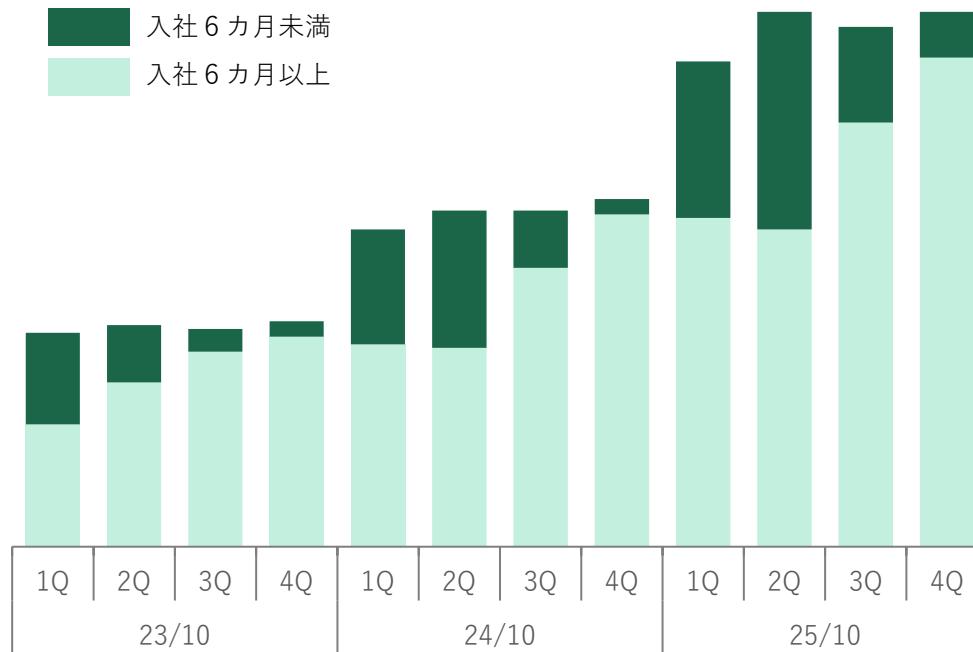
※2 2025年10月期第1四半期より連結決算の数値である。

※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。

コーディネーターはミッショングレード（社内職階）別に生産性が大きく異なる。新入社員はおおむね入社2年後にグレード5～9となるが、コーディネーターの多くは23年の上場以降に実施した大量採用時のメンバーで、現状、高生産性のメンバーは限られている。

コーディネーター数の推移と内訳

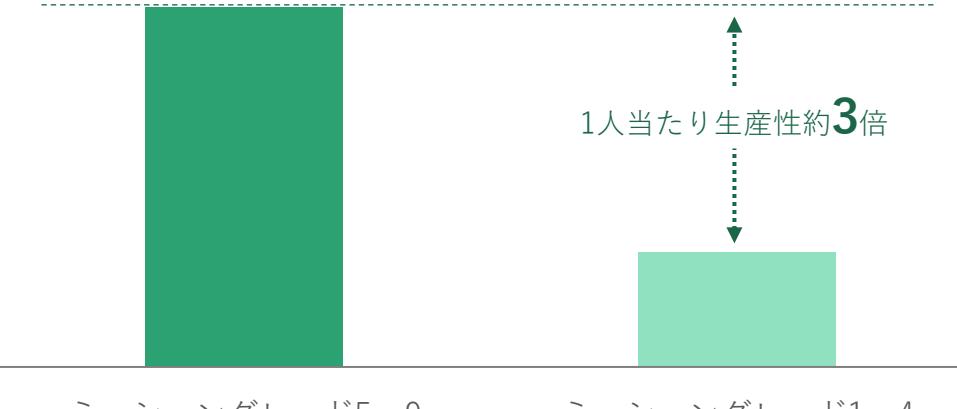
(人)



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年並みに進んだことが背景である。
25/10期は当初計画通りの人員を確保した。

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)



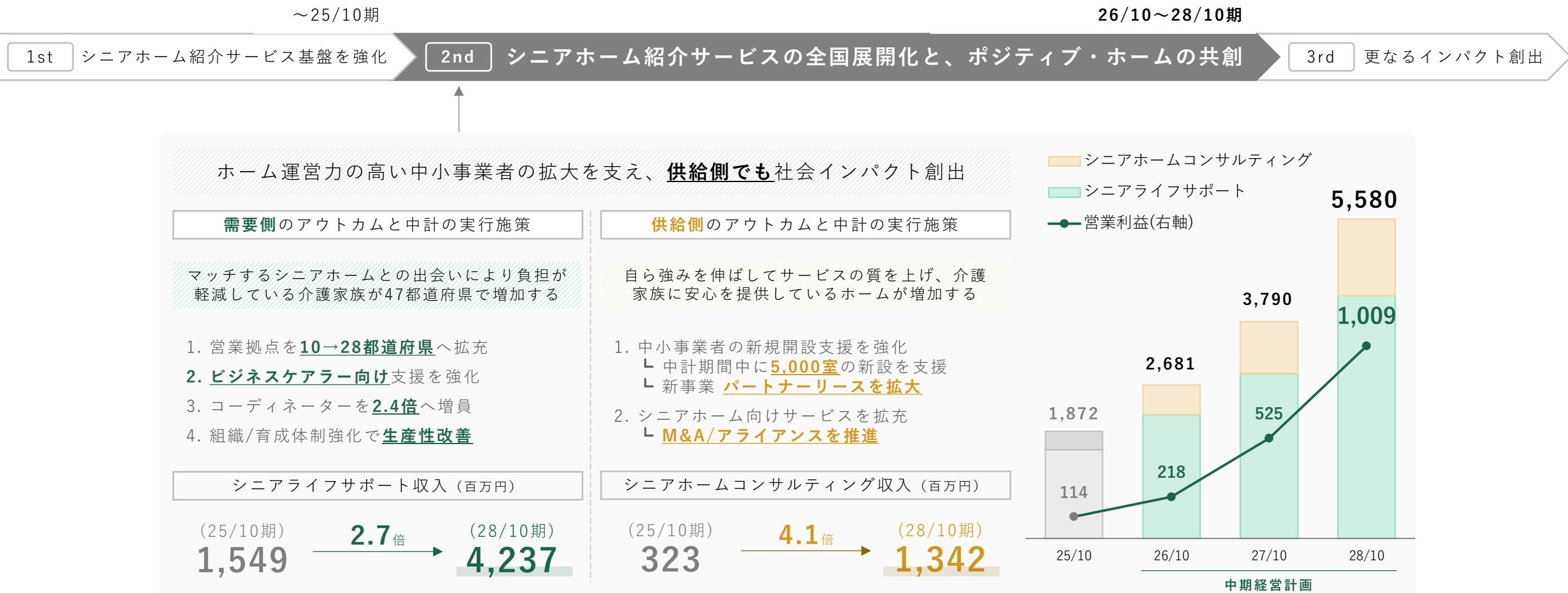
- 1 高ミッショングレードのコーディネーターは、その他メンバー比で約3倍の生産性を確保
- 2 生産性の向上は収益性の改善に直結、組織的営業力の強化で利益率上昇に繋げる

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。

02

中期経営計画 (26/10~28/10期)

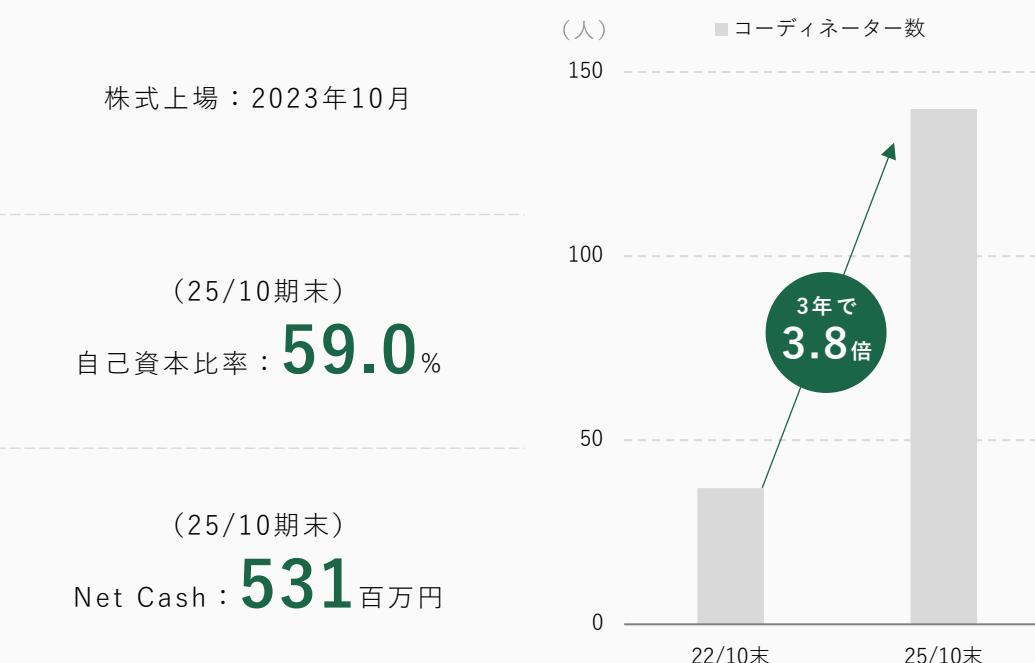
シニアホーム紹介サービスの全国展開化と、シニアホーム運営事業者の新規開設支援強化を軸とした3ヵ年の中期経営計画を策定、両輪で社会インパクトを創出できる事業体へと進化し、28/10期は営業収益5,580百万円、営業利益1,009百万円を確保する。



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

ビジネスケアラー
約318万人

老老介護
約200万人

ヤングケアラー
約32万人

注：各数値の定義・出所はAppendixを参照

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1万ホームを超える、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
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	
レ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	
レ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

(百万円)

4,000

3,000

2,000

1,000

0

年率40.8%増

年率39.9%増

22/10 23/10 24/10 25/10

26/10 '27/10 28/10

実績

中期経営計画

4,237

2,161

2,880

1,113

1,549

693

555

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

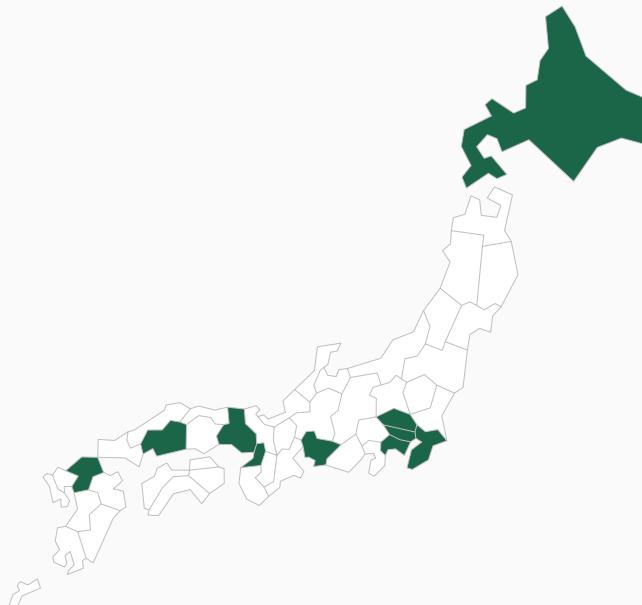
現在は、10都道府県18オフィスを拠点に、MSWを起点とした営業手段でスマイル(成約)を確保している。

中計期間中に28都道府県カバーモード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

現在：**10**都道府県**18**オフィス

⇒ 28/10期に**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

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		●	●	●
10.	愛知伏見	2024/5		●	●	●
11.	愛知名駅	2025/5			●	●
12.	兵庫三宮	2025/5			●	●
13.	大阪京橋	2025/5			●	●
14.	札幌	2025/11				●
15.	東京新宿	2025/11				●
16.	東京町田	2025/11				●
17.	千葉	2025/11				●
18.	広島	2025/11				●

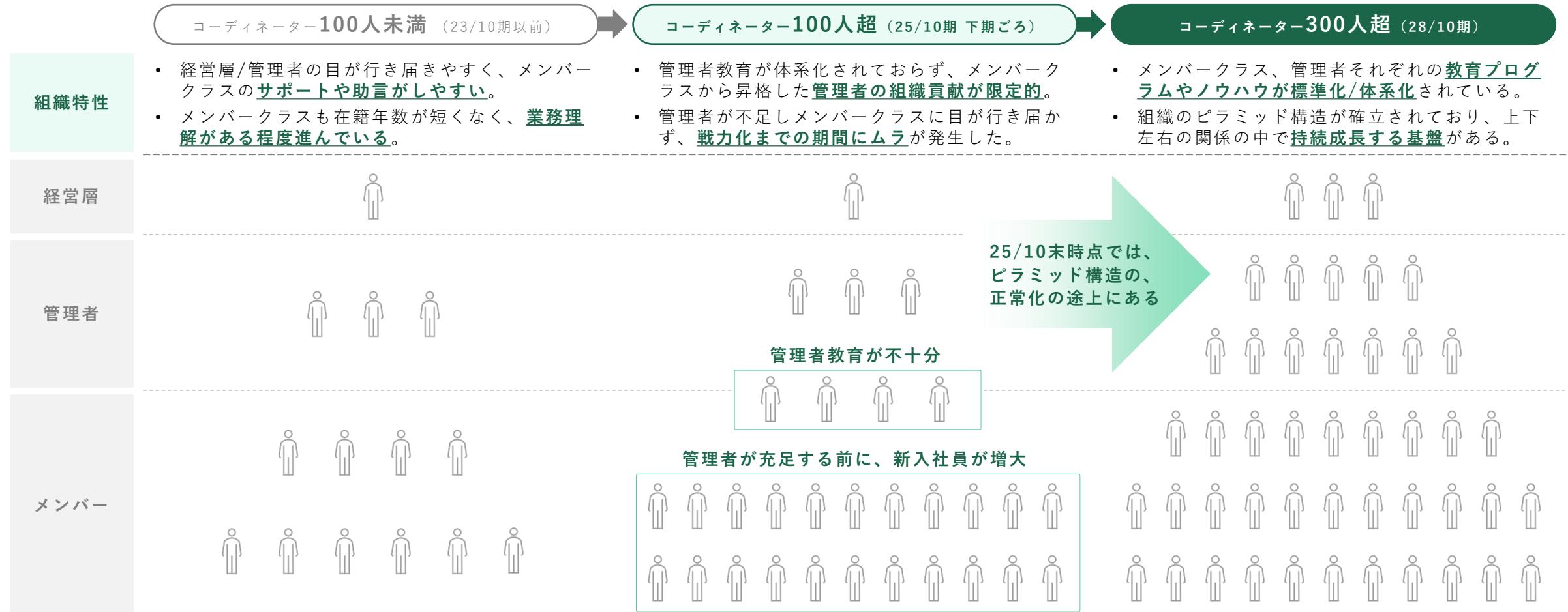
顧客獲得手段の拡充

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	MSW経由 これまで	
件数中		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 これから
件数多		Web広告など

コーディネーター数を3年連続で5割増した結果、組織階層が複層化し、25/10期は管理者/新入社員の教育不足が業績に影響した。

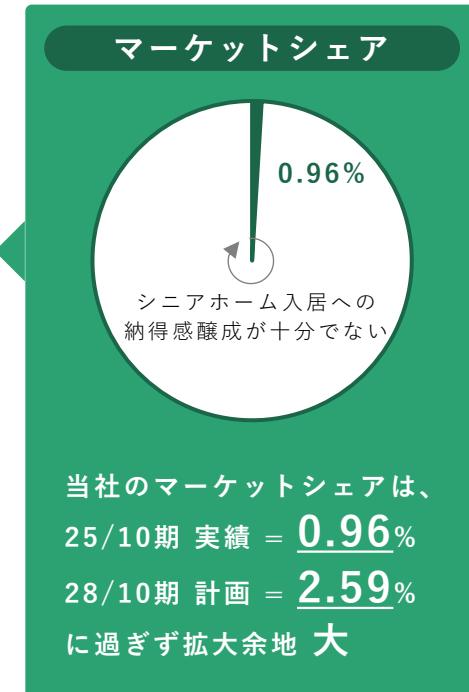
今回の反省を活かし型化を強力推進することで、組織のピラミッド構造を正常化しながら、教育↔増員サイクルを回していく。



シニアホームへの新規入居者は2023/10推計で49.2万人いる一方、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0.96%に過ぎず、依然として収益拡大の余地は大きい。

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。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。

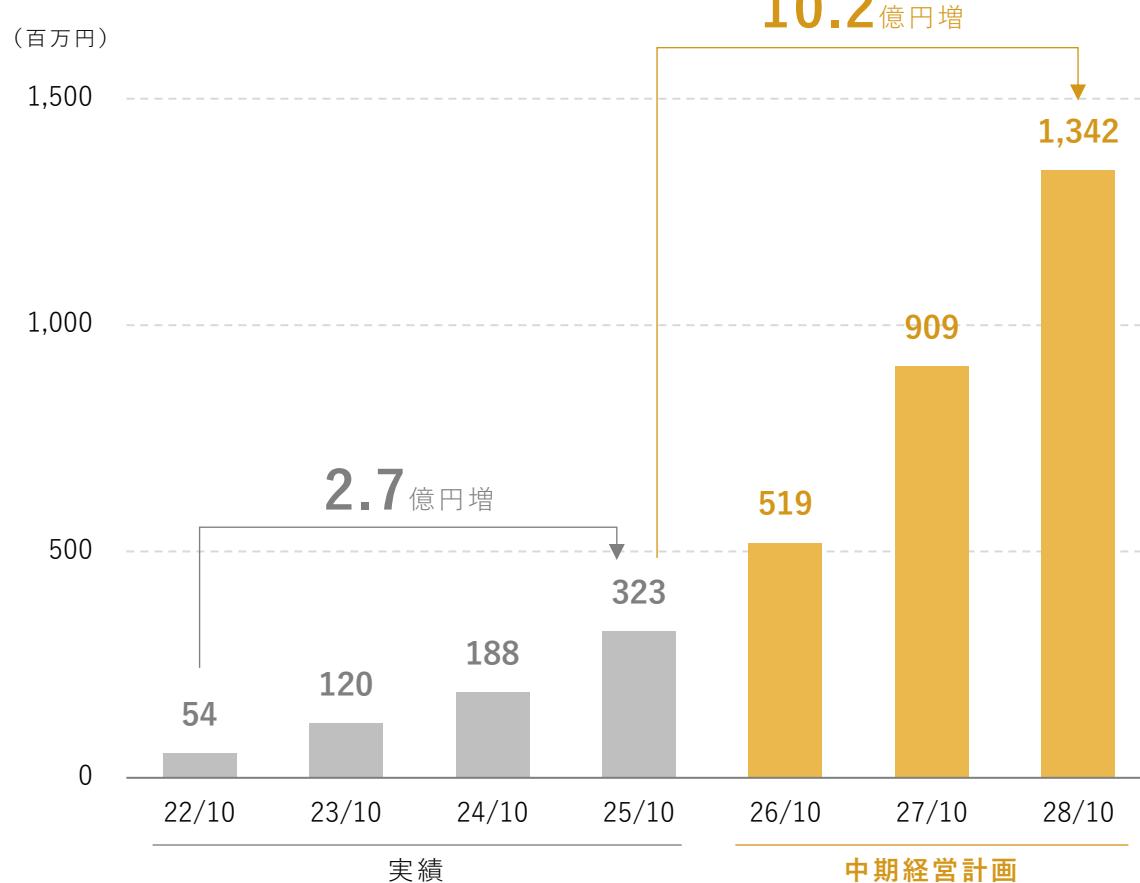
*7：1人あたり紹介手数料は、PwC コンサルティング合同会社「高齢者向け住まい等の紹介の在り方に関する調査研究（2020/8/31～同11/4を有効票としたアンケート調査結果）p.97 新規入居者1人あたりの紹介手数料」を参照した。有料老人ホームおよびサ高住は、シニアホームタイプ別単価の調査結果がある一方、グループホームの単価調査は存在しないため、保守的にサ高住と同単価と見做して算出した。

*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。

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推し進める。

シニアホームコンサルティング収入の実績と計画



これまで与信力が高い中～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

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

↳ 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み

- ↳ 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**

シニアホームの開設プロセスと当社グループの提供役務

市場調査

土地探索

概算見積

資金調達

シニアホーム開設コンサルティングの実施（ケアサンク）

案件情報の提供や土地の探索、新設時の需要動向調査等

NEW

パートナーリース
の手段で与信提供
(ケアサンク)

M&A/アライアンスによる強化を優先検討

(施工)什器導入

人材採用

入居促進

品質向上

共同購買の仕組みで
コスト削減/合理化
(今後、ケアプライム
コミュニティにて導入予定)

特定技能制度等で
外国人人材を紹介
(持分法適用子会社のFuntoco)

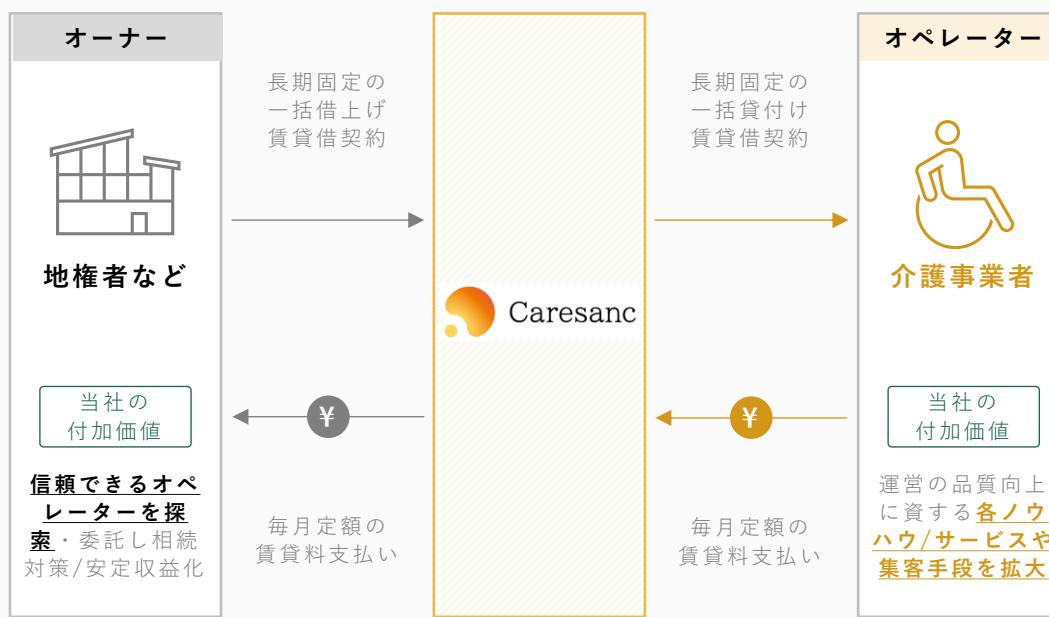
紹介サービスを
介して支援/促進
(笑美面 単体)

プラットフォーム
で品質向上商材販売
(ケアプライム
コミュニティ)

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。

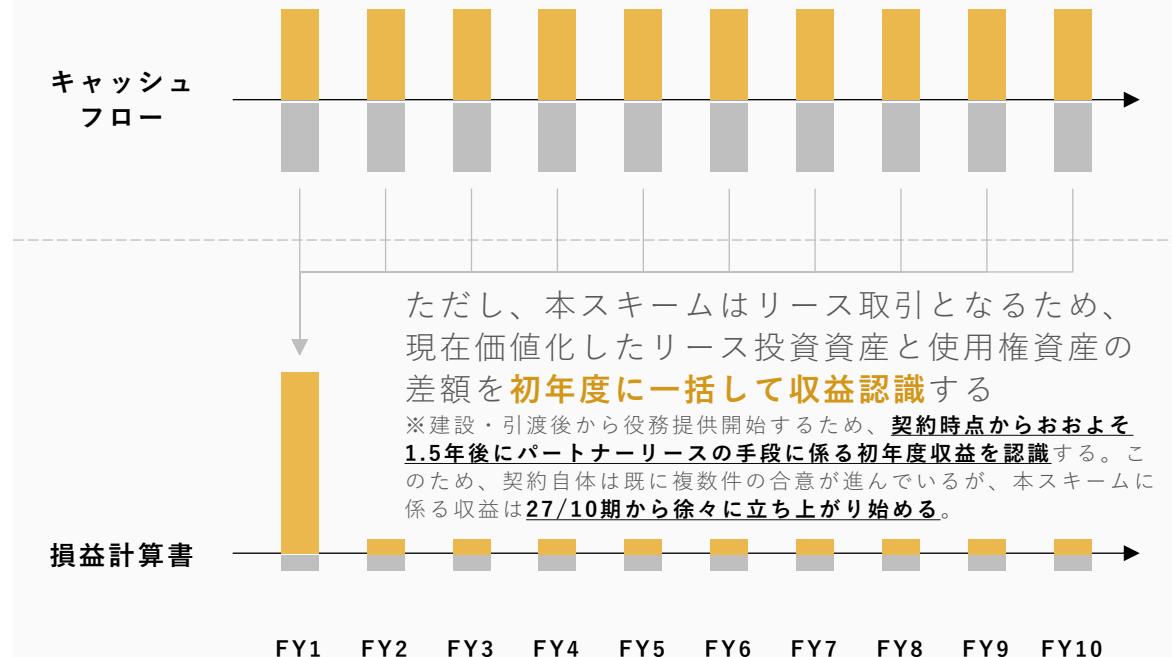
スキーム / 事業系統図

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する形式で、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

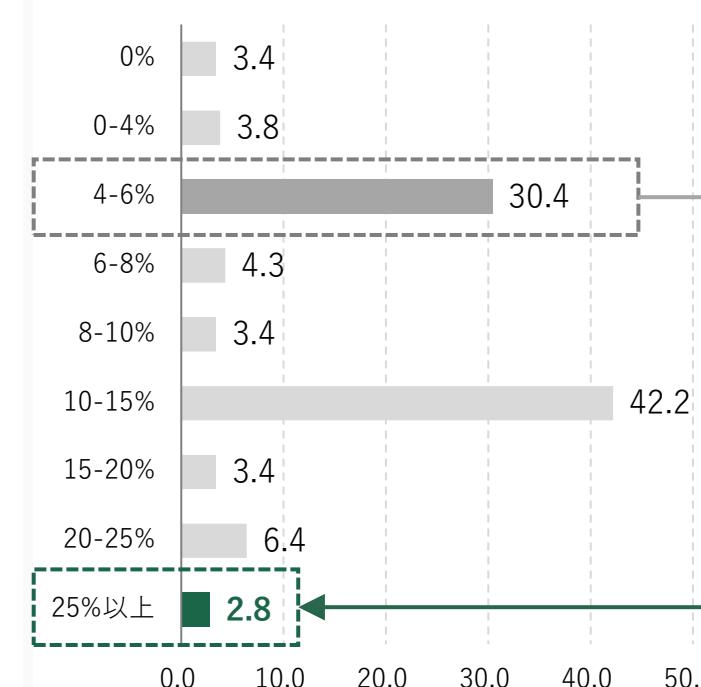
詳細は、2025年12月12日の適時開示を参照されたい。

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	<u>2029年2月1日～2036年1月8日</u>
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

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

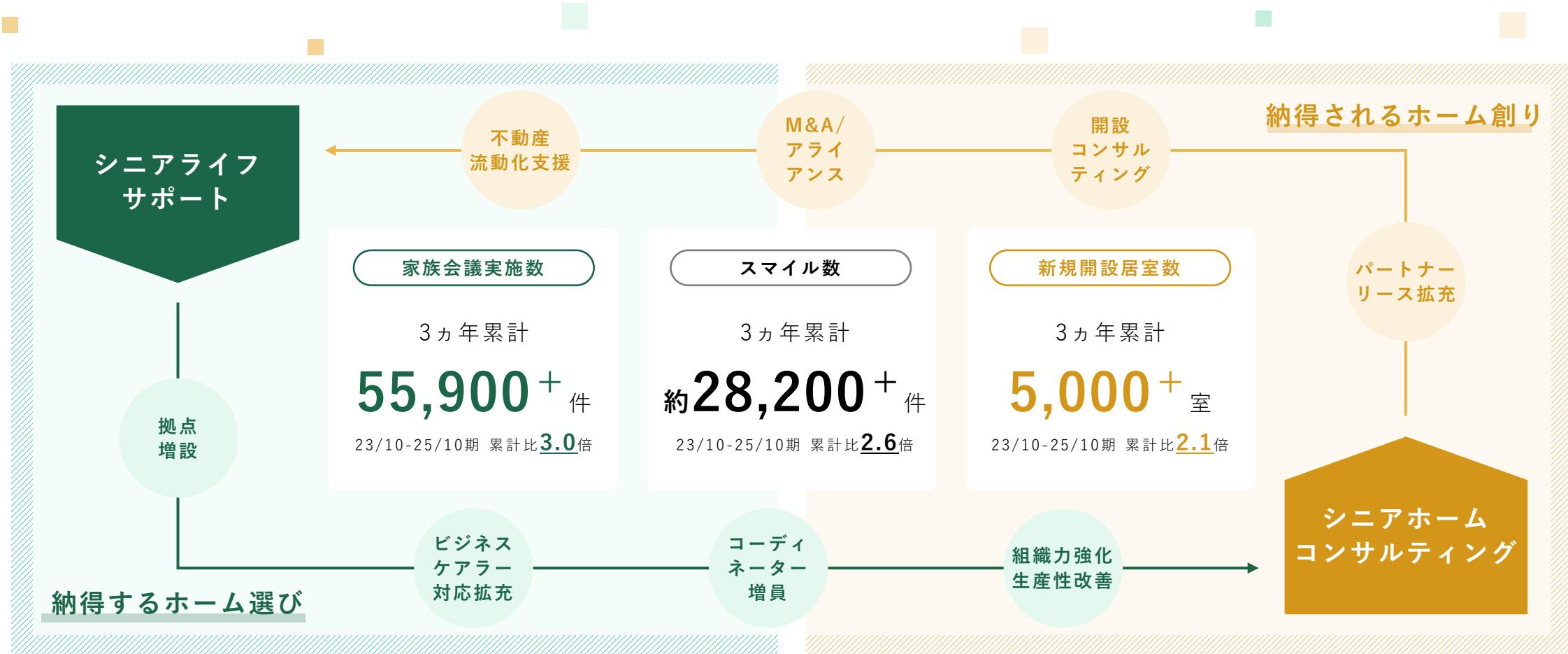
奨励金支給率
拠出金の **5%**

2025年1月から

奨励金支給率
拠出金の **30%**

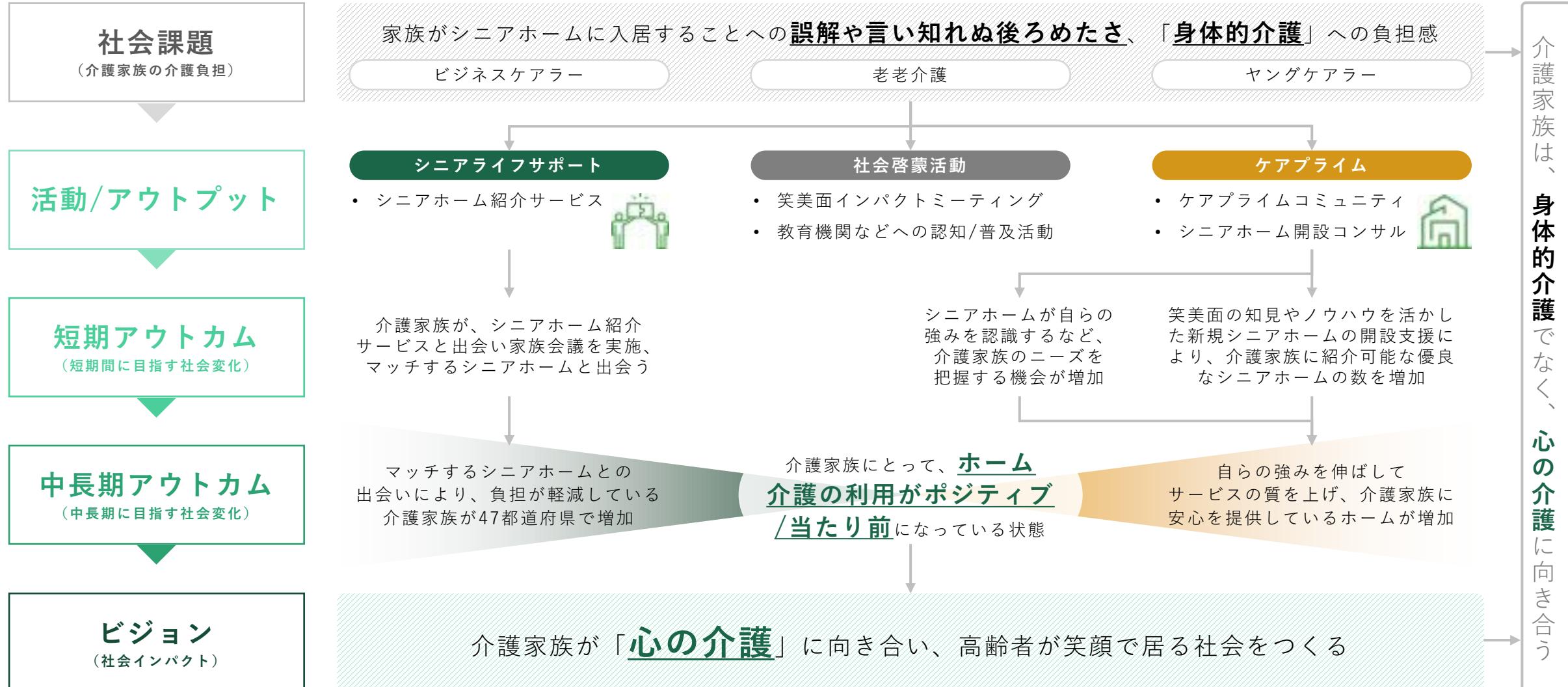
紹介サービスでホームの収益基盤を向上し、向上した収益力でもって再投資を促す、ポジティブ・サイクルの創出/拡張を目指す。

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。



05

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歩一歩前進している。

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



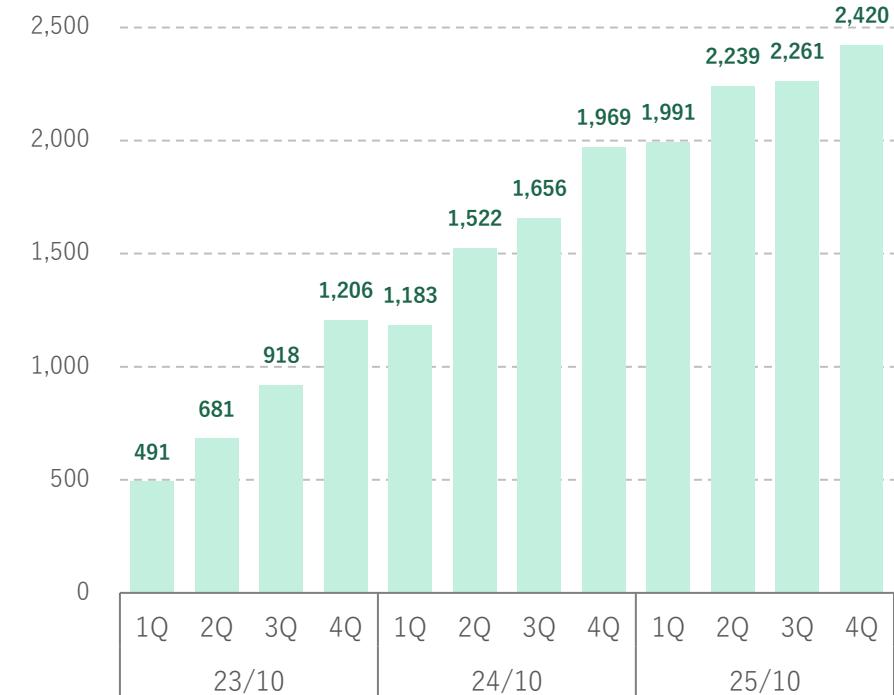
会議内容

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。

入居先を
具体化する

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

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

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。

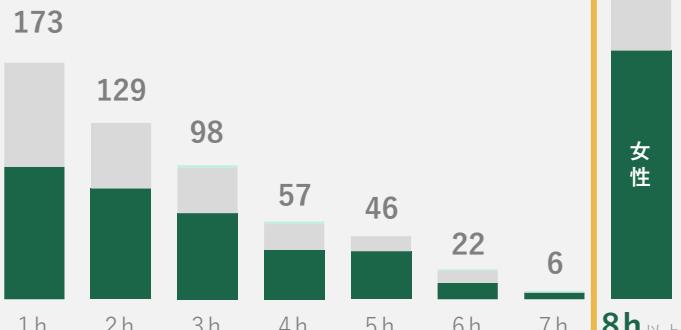
引き続き、SDGs5.4に係るインパクト創出に向け、事業の推進と成果指標としての社会インパクトの計測を継続する。

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。

ビジネスケアラー

解決に寄与



SDGs5.4のターゲット

5 ジェンダー平等を
実現しよう



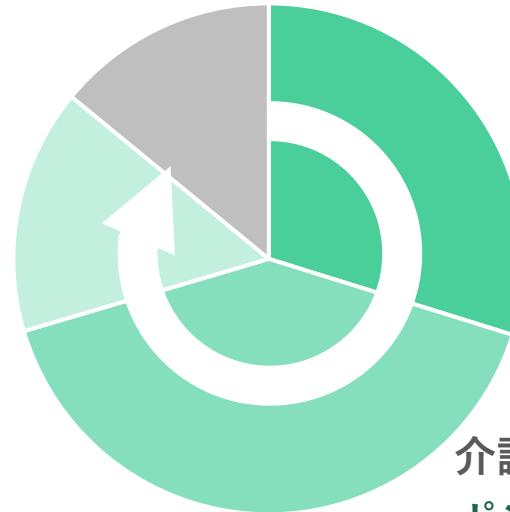
公共のサービス、インフラ
および社会保障政策の提供、
ならびに各国の状況に応じ
た世帯・家族内における責
任分担を通じて、

無報酬の育児・介護や
家事労働を認識・評価
する

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…

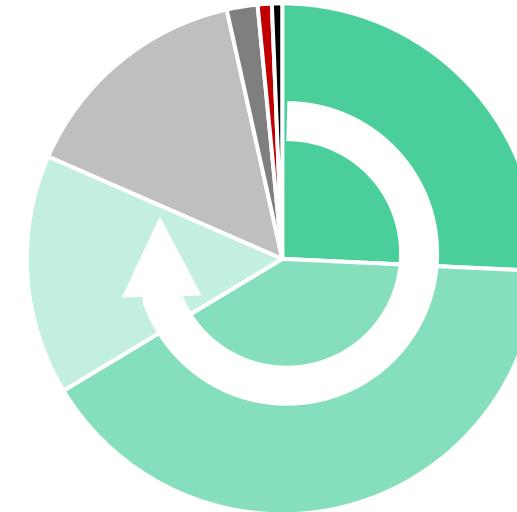
シニアホームへの入居に関しポジティブな気持ちの変化がありましたか？



介護家族の**86%** が
ポジティブな気持ちになった

■大変よくなつた ■良くなつた ■ややよくなつた ■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**82%** が
イメージが良くなつた

■大変よくなつた ■良くなつた ■ややよくなつた ■変わらない
■やや悪くなつた ■悪くなつた ■大変悪くなつた

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

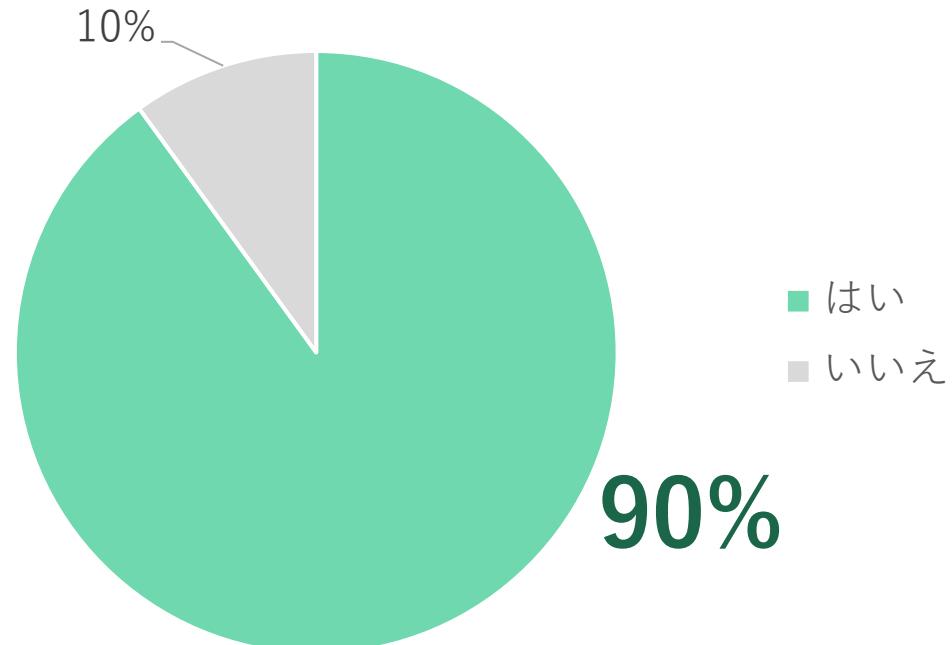
集計対象/条件は前掲のアンケートと同様である。

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。

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？

※1



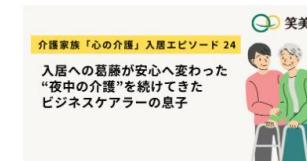
心の介護とは？

「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。

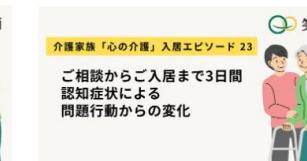
目指す状態は？

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。

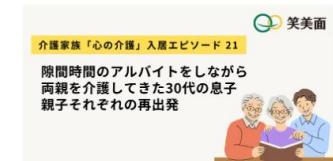
自社ブログで「心の介護」の広がりを配信中



「ホーム入居は親を見捨てる訳ではないと思えた」母を想いながらも、在宅介護に限界を感じた息子の選択



ご相談からご入居まで3日間 認知症状による 問題行動からの変化
夜中の大声、他の患者を起こす、徘徊へ”伝えた
い気持ちが届く”ことでうまれた穏やかな日常～



隙間時間のアルバイトをしながら 両親を介護してきた30代の息子 親子それぞれの再出発
「あんな父親だったけど、楽しそうな姿が見えて…」ヤングケアラーの新たな一步

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。

日本最大級の病院団体「日本病院会」の営業部門を担当する「日本病院共済会」との業務提携を開始。

介護家族がシニアホーム紹介サービスと出会い「家族会議」を実施する機会の増加につなげる。

日本病院共済会と笑美面、業務提携 ～医療・介護連携を強化し、退院支援の質向上と家族の安心を実現～



日本病院共済会は、一般社団法人日本病院会の営業部門を担当する企業として1974年に設立されました。

日本病院会は、全国2,600超の病院が加盟する日本最大級の病院団体です。病院医療の質向上や医療制度の改善に取り組む中核的存在です。

笑美面は、本提携により、全国の病院における退院支援の質を飛躍的に向上させ、メディカルソーシャルワーカー（MSW）の業務負担軽減、病院経営の改善、そして患者・家族の安心を同時に実現します。

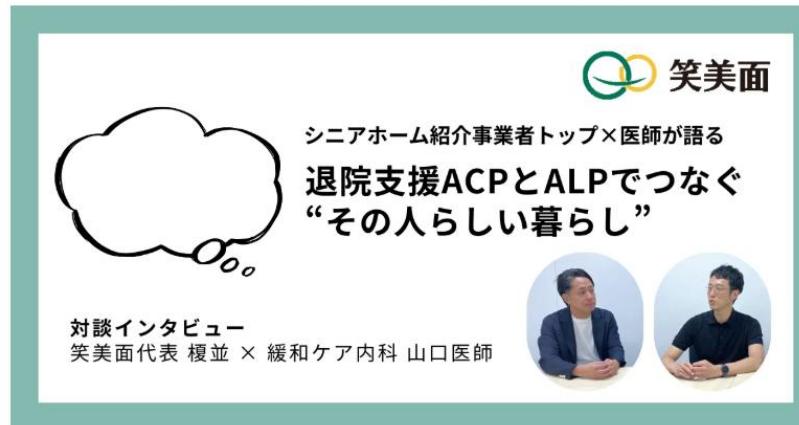
▶ 詳細はこちら
<https://emimen.co.jp/press-release/post-20251211/>



「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”が当たり前になる、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推進

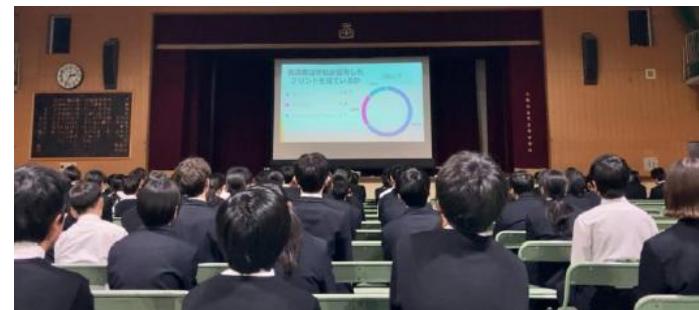


笑美面代表の榎並と、緩和ケアや在宅支援の豊富な経験を持つ山口崇医師が対談。ACP×ALPの視点も含めた紹介事業者の価値と、MSWの負担軽減や退院加算への寄与などについて議論しました。

▶ インタビュー記事はこちら
https://note.com/emimen_im_pact/n/n69115f4e2eed



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



■課題解決「仮想入社体験プロジェクト（KNP）」参加した学生の声

取組を通して、シニアホームについて詳しく知らない人が多いことに気づきました。私自身も最初はあまり良いイメージを持っていませんでしたが、笑美面の資料を読んで、イメージが変わりました。将来、どのような人にとってもシニアホームが自然に受け入れられる社会になればよいと思います。介護の課題や家族の負担を学び、支える側の視点の大切さを実感できる、とても貴重な体験でした。ありがとうございました。

キャリア教育プロジェクトの集大成。当社が関わった学生は、「シニアホーム介護の利用がポジティブ/当たり前になるアイデア」を発表

03

2026年10月期 | 通期計画

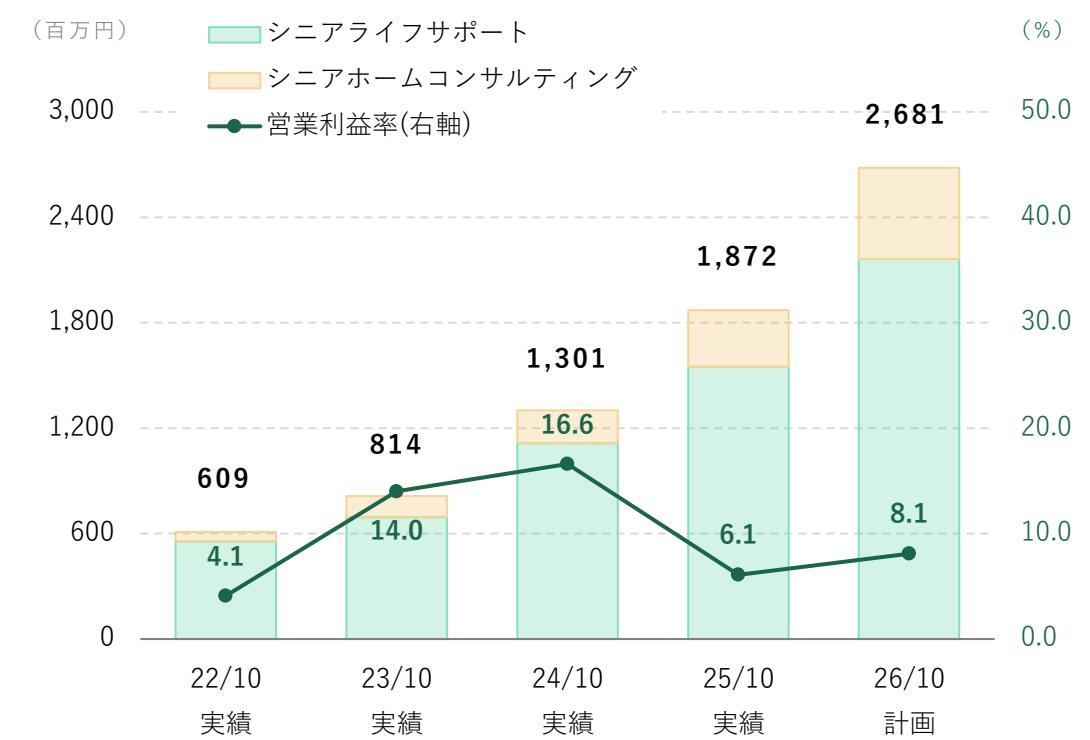
26/10期の営業収益は前期比43.1%増の2,681百万円、営業利益は同90.3%増の218百万円を計画する。

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

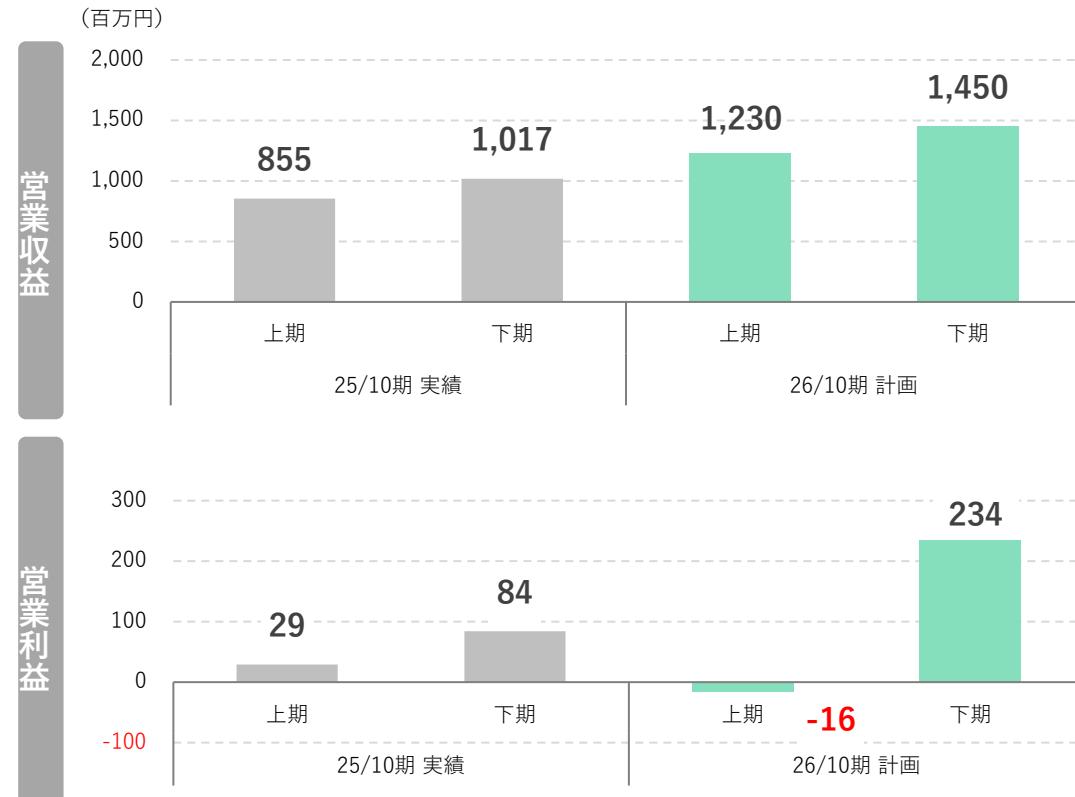
	25/10期	26/10期	前期比,%
	実績	計画	
百万円			
営業収益	1,872	2,681	+43.1
営業利益	114	218	+90.3
経常利益	117	209	+79.0
当期利益	89	169	+88.9
EPS(円)	22.12	41.73	+88.7

サービス別収入と営業利益率



下期偏重の業績計画である。例年通り、上期に採用費をかけ育成と戦力化を進める。年末年始の特殊性や営業日の少なさから1Qのスマイルは伸びにくい上、5拠点の新規オフィス開設費が1Qに集中するため、特に1Qは大きめの営業赤字を計上予定である。

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。26/10期1Qは、5拠点のオフィス新設費も計上される
- 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

シニアライフサポート	<ul style="list-style-type: none">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約30名の純増を計画する。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。スマイル数 前期比42.8%増の6,744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、ビジネスケアラー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。
シニアホームコンサルティング	<ul style="list-style-type: none">新規開設居室数 26/10期は、通期で1,350室の新規開設の支援を業績予想に織り込んでいる。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「パートナーリース」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。
営業費用	<ul style="list-style-type: none">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期も営業利益は下期偏重の計画である。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、その他の大幅な費用投下は想定していない。
その他	<ul style="list-style-type: none">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。

04

業績・KPIの推移数表とFAQ

(百万円)	22/10期	23/10期	24/10期	25/10期	26/10期	24/10期				25/10期			
	実績	実績	実績	実績	計画	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
営業収益	609	814	1,301	1,872	2,681	263	312	303	422	410	445	440	576
(前年同期比)	+41.8%	+33.6%	+59.9%	+43.9%	+43.1%	+105.7%	+71.8%	+13.3%	+78.5%	+55.8%	+42.3%	+45.5%	+36.6%
シニアライフサポート※1	555	693	1,113	1,537	2,161	210	262	276	364	332	380	382	453
(前年同期比)※1	+31.5%	+24.8%	+60.5%	+38.1%	+40.6%	+74.7%	+66.7%	+50.1%	+57.2%	+58.0%	+45.1%	+38.5%	+24.4%
スマイル数	2,206	2,381	3,550	4,723	6,744	702	841	894	1,113	1,007	1,172	1,181	1,363
(前年同期比)	+16.0%	+7.9%	+49.1%	+33.0%	+42.8%	+52.6%	+48.1%	+48.0%	48.6%	+43.4%	+39.4%	+32.1%	+22.5%
シニアホームコンサルティング※1	54	120	188	335	519	53	50	26	58	78	64	58	122
(前年同期比)※1	+623.3%	+123.0%	+56.1%	+78.2%	+54.9%	+583.9%	+104.4%	△67.9%	+1,099.1%	+47.1%	+27.7%	+124.9%	+110.3%
営業費用	584	699	1,084	1,758	2,462	252	257	274	300	412	413	452	480
人材関連費※2	427	489	757	1,102	—	183	181	189	203	292	279	293	312
営業活動関連費※3	66	91	152	267	—	30	38	42	41	54	61	70	81
その他経費※4	90	119	174	389	—	39	38	41	55	65	72	88	87
営業利益	24	114	216	114	218	10	55	29	121	△1	31	△11	96
(営業利益率)	4.1%	14.1%	16.6%	6.1%	8.1%	4.0%	17.7%	9.6%	28.8%	△0.4%	7.1%	△2.6%	16.7%
(前年同期比)	—	+361.6%	+88.9%	△47.1%	+90.3%	—	+388.8%	△64.6%	+182.1%	—	△43.3%	—	△20.5%
経常利益	23	97	213	117	209	9	54	27	121	△2	31	△11	99
当期利益	35	105	179	89	169	△0	51	20	107	19	19	△23	75

※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期	23/10期	24/10期	25/10期
	実績	実績	実績	実績
資産合計	312	788	1,128	1,377
流动資産	269	716	1,013	1,006
現預金	192	590	761	657
売掛金	63	104	226	289
その他	13	21	25	59
固定資産	42	69	113	370
繰延資産	0	3	2	1
負債合計	273	324	407	564
流动負債	137	202	303	429
買掛金	2	2	2	-
短期有利子負債	17	22	25	28
その他	117	178	275	401
固定負債	135	121	104	134
長期有利子負債	129	113	90	97
その他	6	8	13	37
純資産合計	39	464	720	813
自己資本	39	464	720	813
その他	-	-	-	-

※1 25/10期1Qより連結決算。

	22/10期	23/10期	24/10期	25/10期
	実績	実績	実績	実績
営業CF	38	104	158	76
投資CF	△6	△9	△44	△201
FCF	31	95	113	△124
財務CF	△30	303	56	13
現金同等物の増減額	1	398	170	△110
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	657

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
(前期比)	%	—	+36.8%	+19.7%	+44.8%	+92.1%	+40.8%	+43.4%	+36.2%
スマイル数	人	1,545	1,902	2,206	2,381	3,550	4,723	6,744	8,747
(前期比)	%	—	+23.1%	+16.0%	+7.9%	+49.1%	+33.0%	+42.8%	+29.7%
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	—	—	—	—	—	1,105	1,350	1,650
(前期比)	%	—	—	—	—	—	—	+22.2%	+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 (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12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頂きますが、家族会議の実施により成約率が向上することが確認しております。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（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。

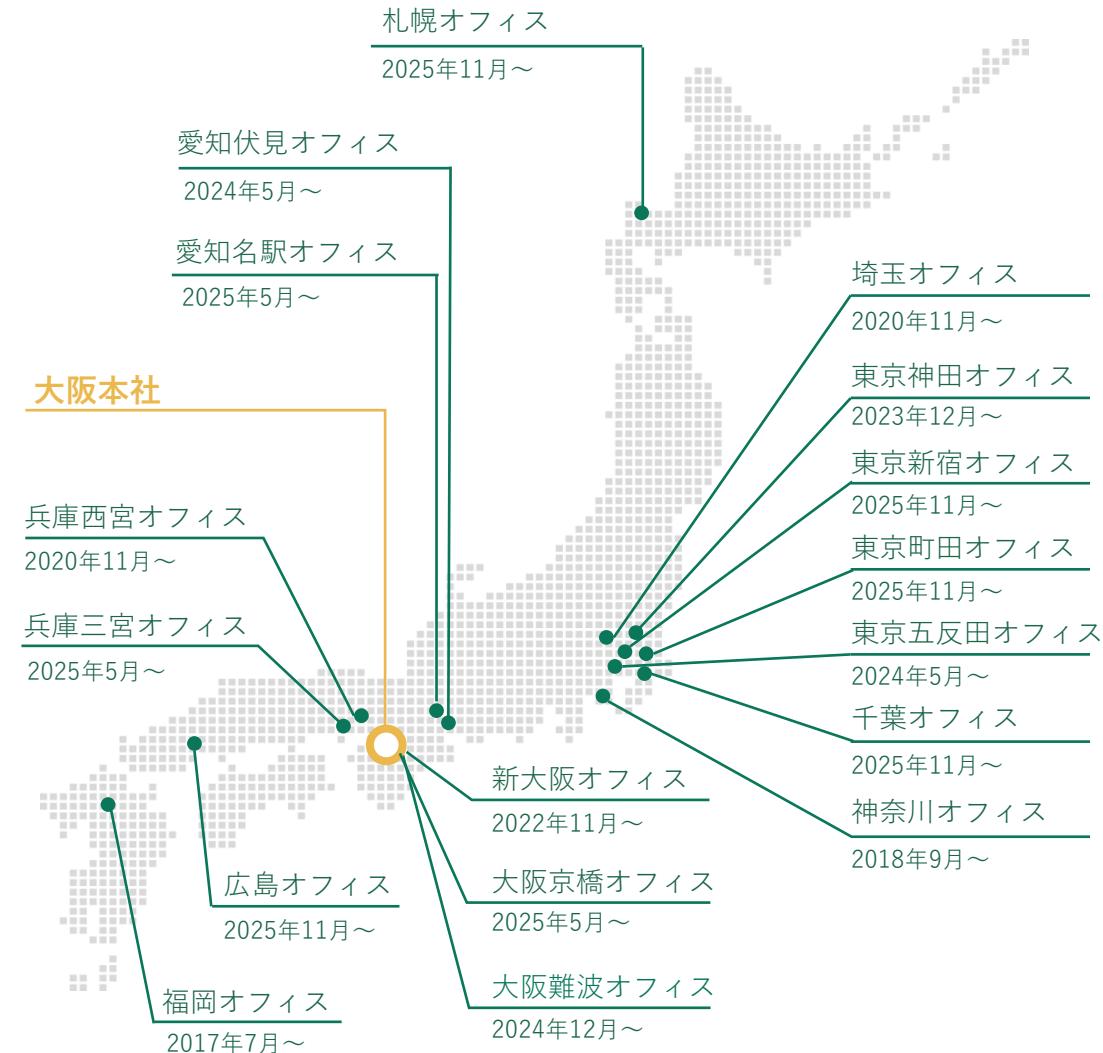
カテゴリ	質問	回答
ビジネスモデル (シニアライフサポート)	生産性の高いコーディネーターグレード(5~9)になるまでの期間は?	2025年10月期までの実績ベースでおおよそ2年間です。また、グレード1~4の間でも明確に生産性の改善が確認が出来ており、戦力化の進行で段階的に生産性が向上できているとご理解下さい。今後は、オペレーション・エクセレンスの浸透で、更なる早期化や定着率向上を図ります。
ビジネスモデル (シニアライフサポート)	シニアライフサポート事業において、入居者とホームのマッチングの有効性を確保するために工夫している点はあるか?	当社は、マッチングサービスにおける中立性を創業時よ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。
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。

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）	209名（2025年12月1日現在）
資本金	270,440,680円（2025年10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） 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	● 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
● 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	● 2021 7月	ケアプライム事業開始
● 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	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
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	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
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	● 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
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	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
	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	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	● 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)
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)		

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

65歳以上が同居介護

老老介護

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318万人^{※1}

(2030年予測)

約200万人^{※2}

(2023年想定)

約32万人^{※3}

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。

※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

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	
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」を国土交通省「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。

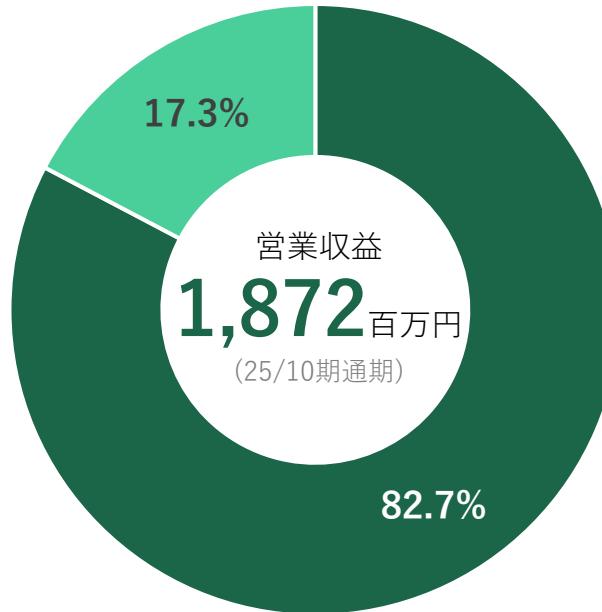
06-3

課題に対する解決手段（ビジネスモデル）

ビジネスモデル

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

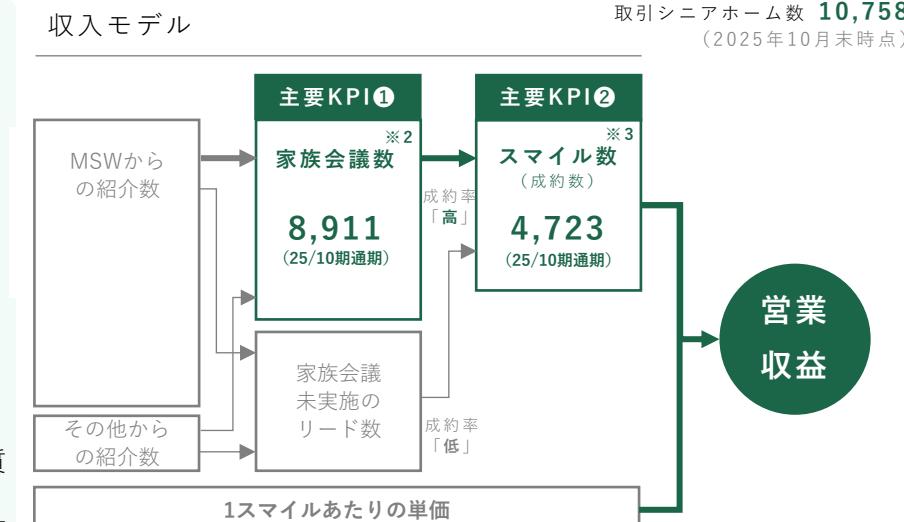
① MSWなど紹介パートナーと連携したシニアホームへの入居対象者の紹介

- 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

- ホーム入居に関す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



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。

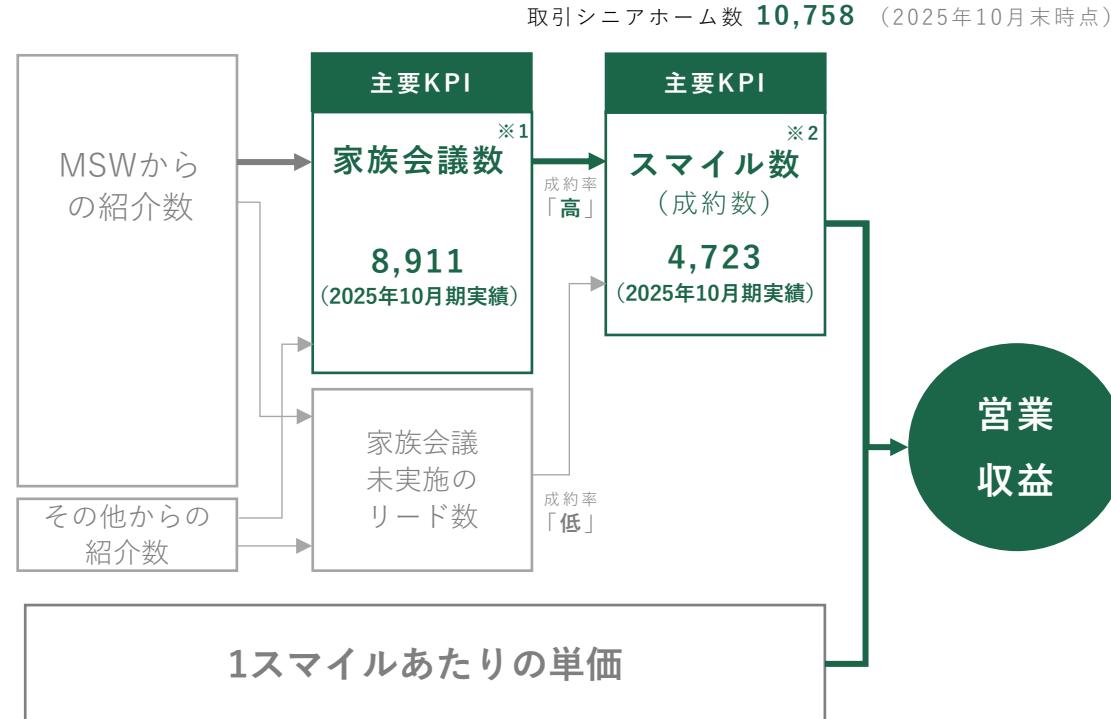
※2: 家族会議数には、その他からの紹介によるものを含む。

※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。

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



ケアプライム /シニアホームコンサルティング



笑美面

「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、ホーム入居に関す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。



Caresanc

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

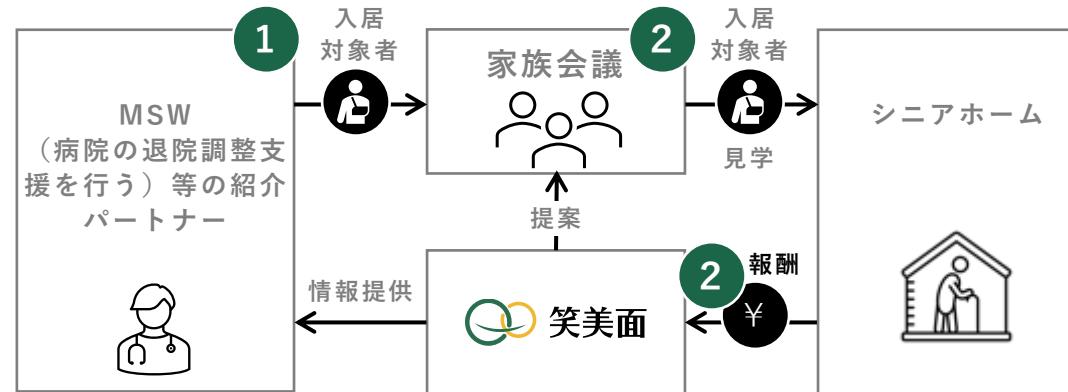
営業
収益

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。

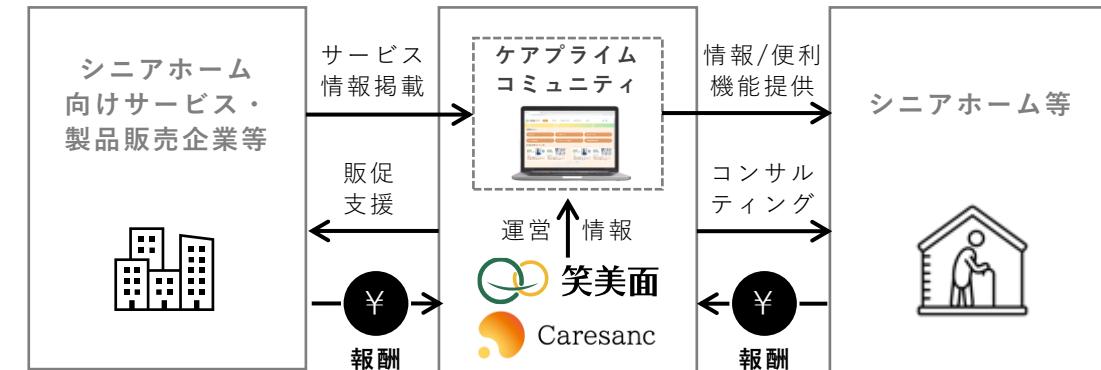
ケアプライムはケアプライムコミュニティの運営や企画コンサルティング等で収益を得る。



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

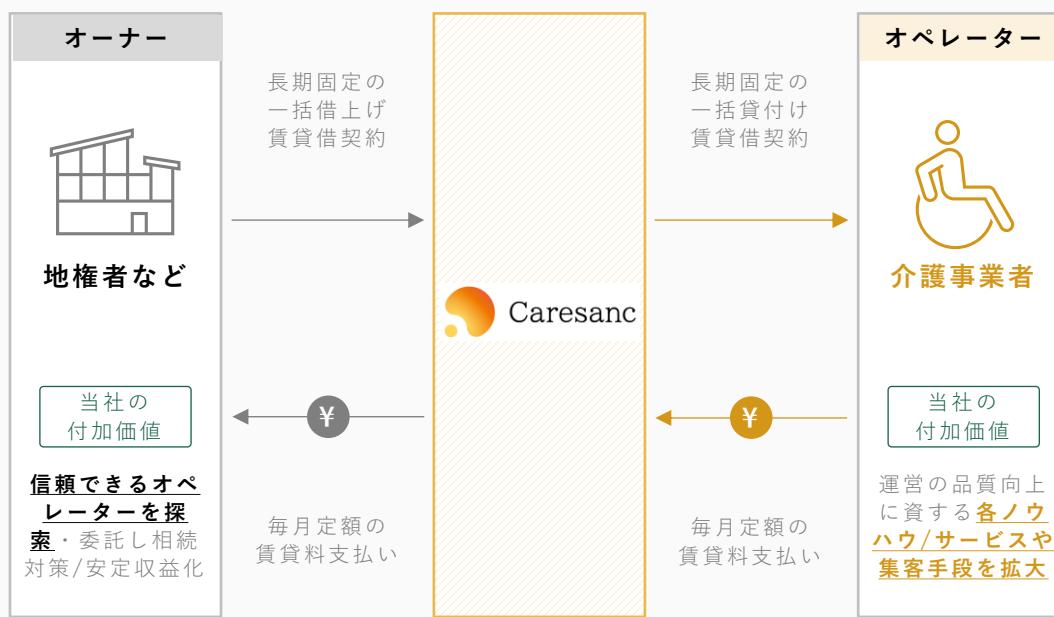
シニアホーム運営力向上に資する情報の提供等

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。

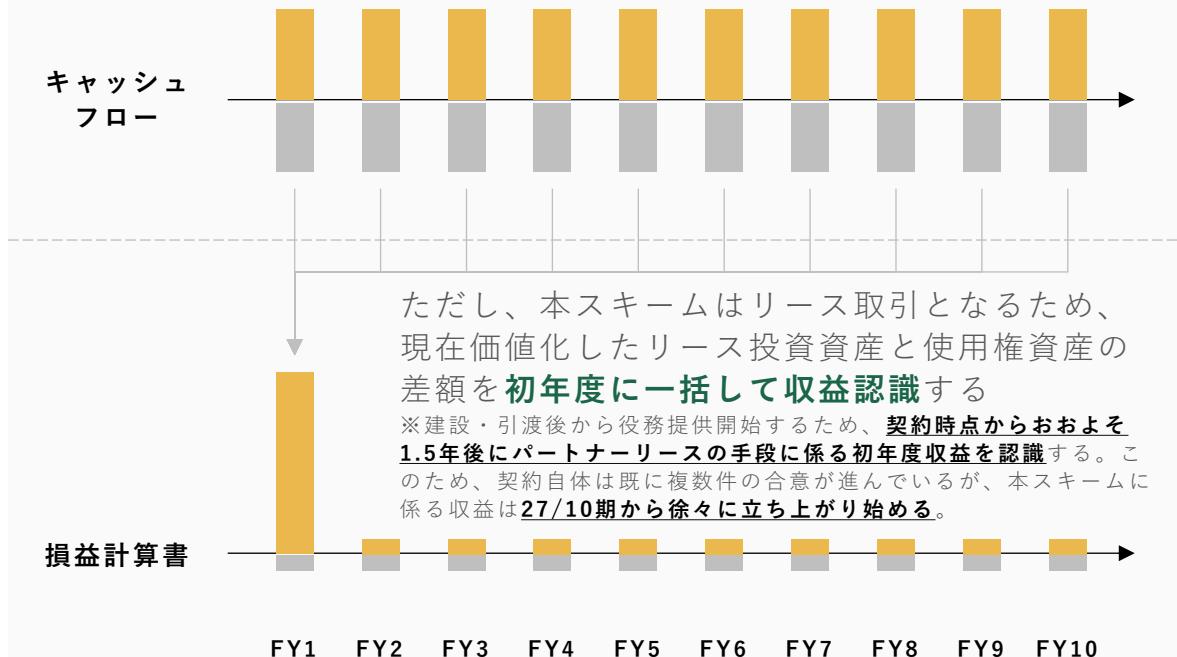
スキーム / 事業系統図

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する形式で、与信を提供する



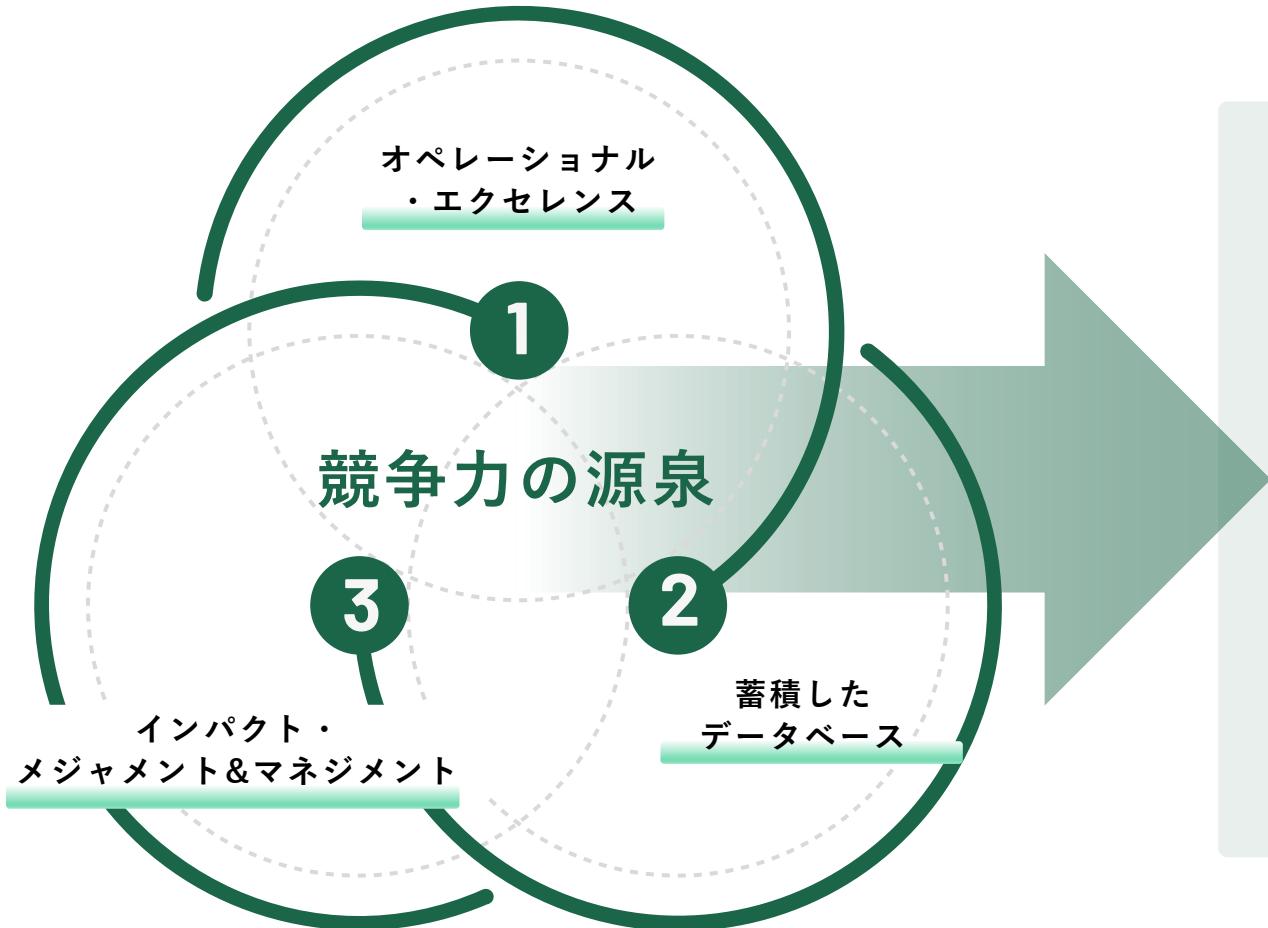
会計処理のイメージ

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

①オペレーション・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。



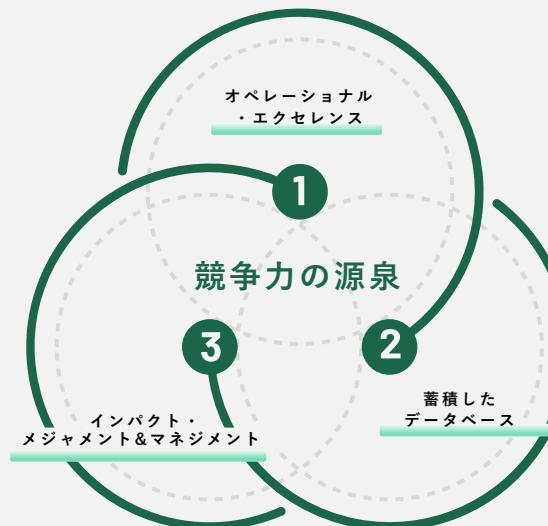
競争優位性

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

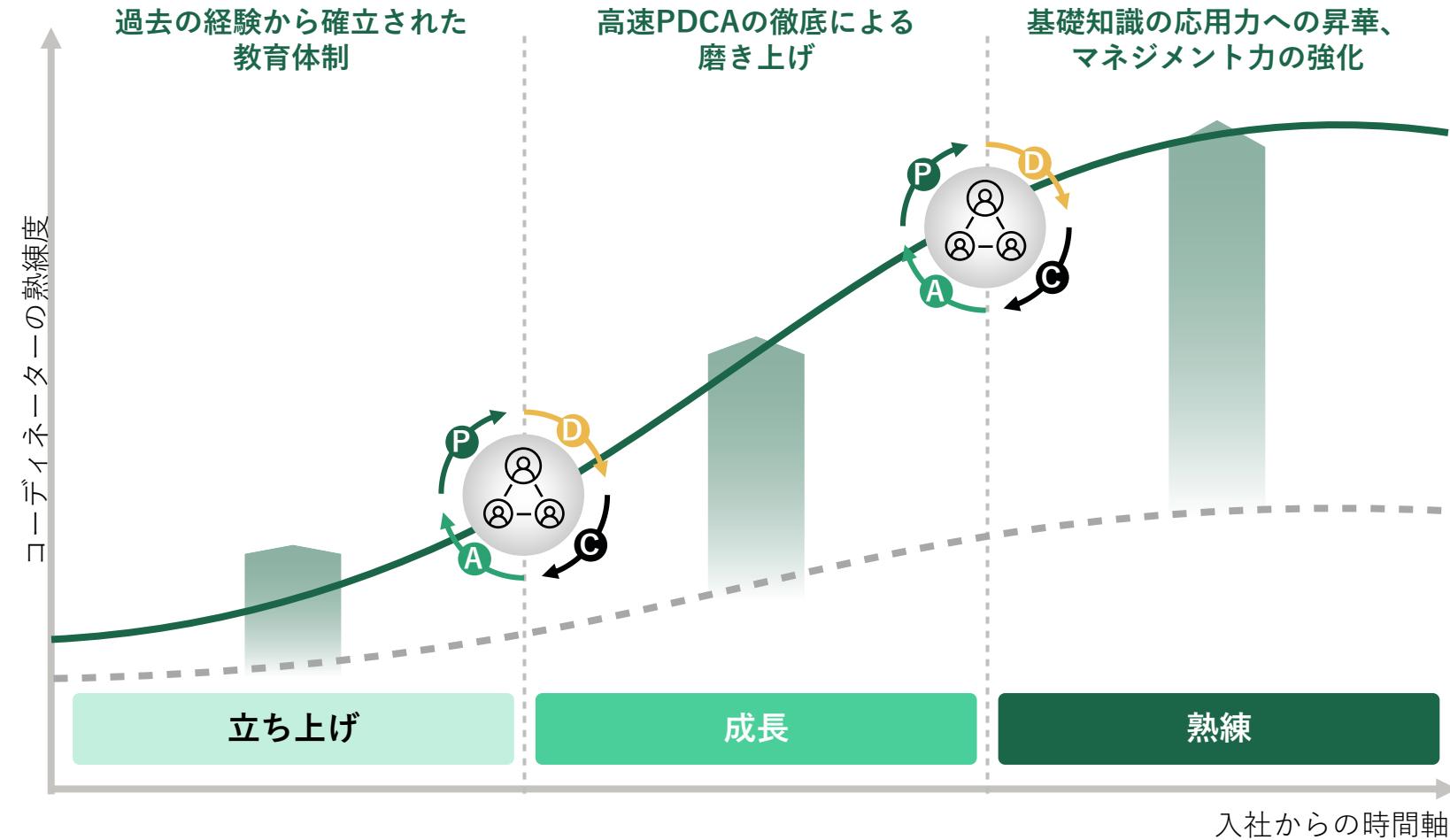
オペレーショナル・エクセレンスを浸透

「Sales Enablement」を導入、深度あるPDCAサイクルを回すことでのオペレーショナル・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。



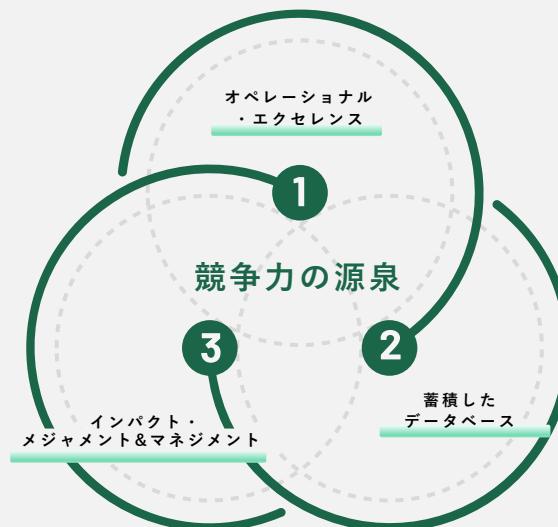
Sales EnablementのPDCAサイクル

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

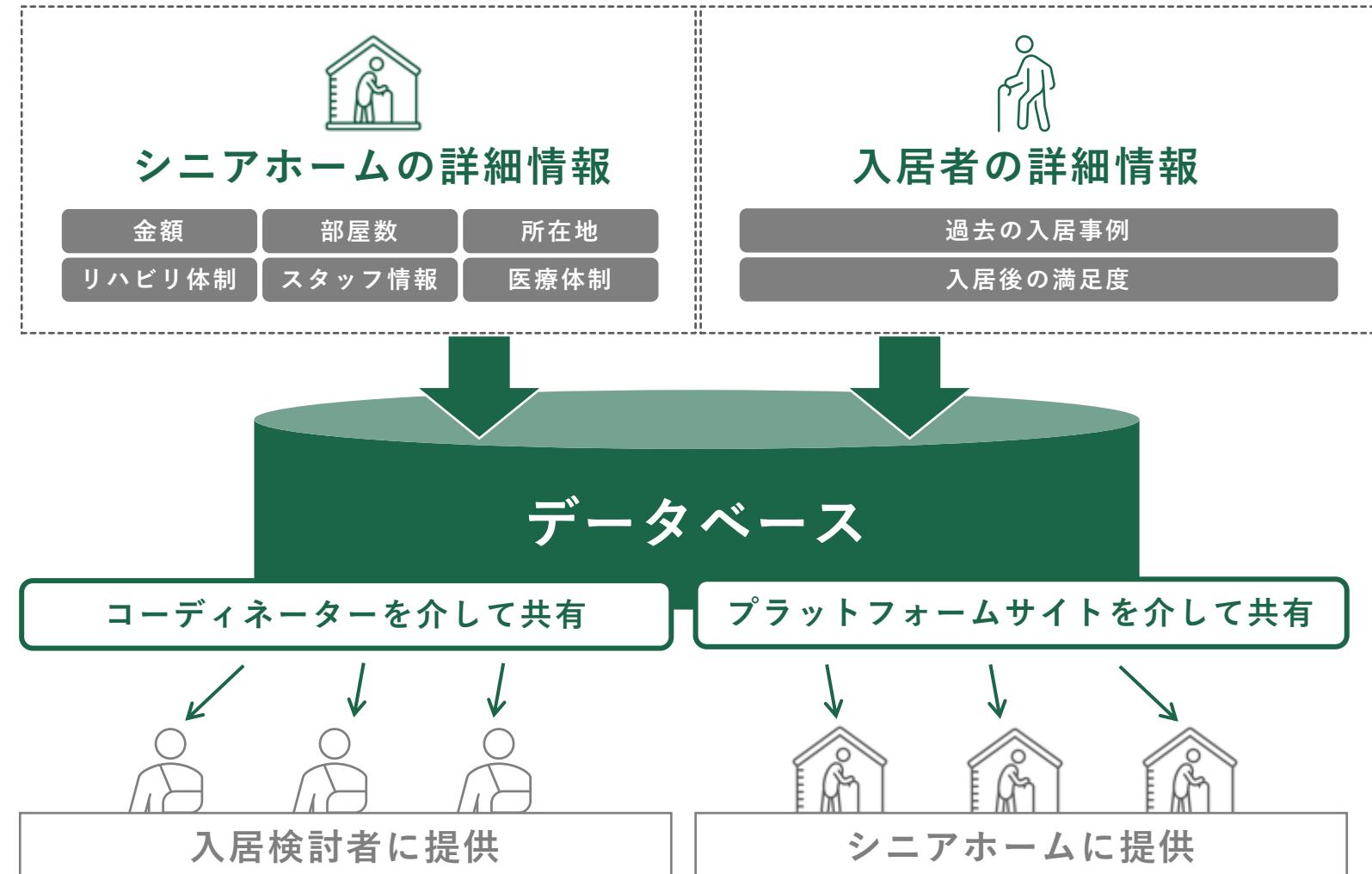


蓄積したデータベース

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。

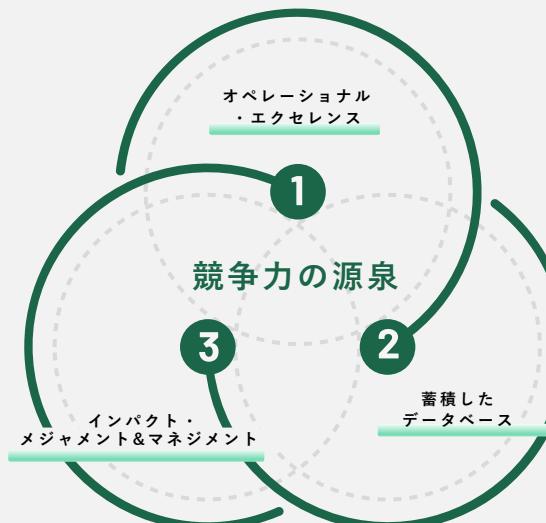


シニアライフサポート事業を通して得られる情報



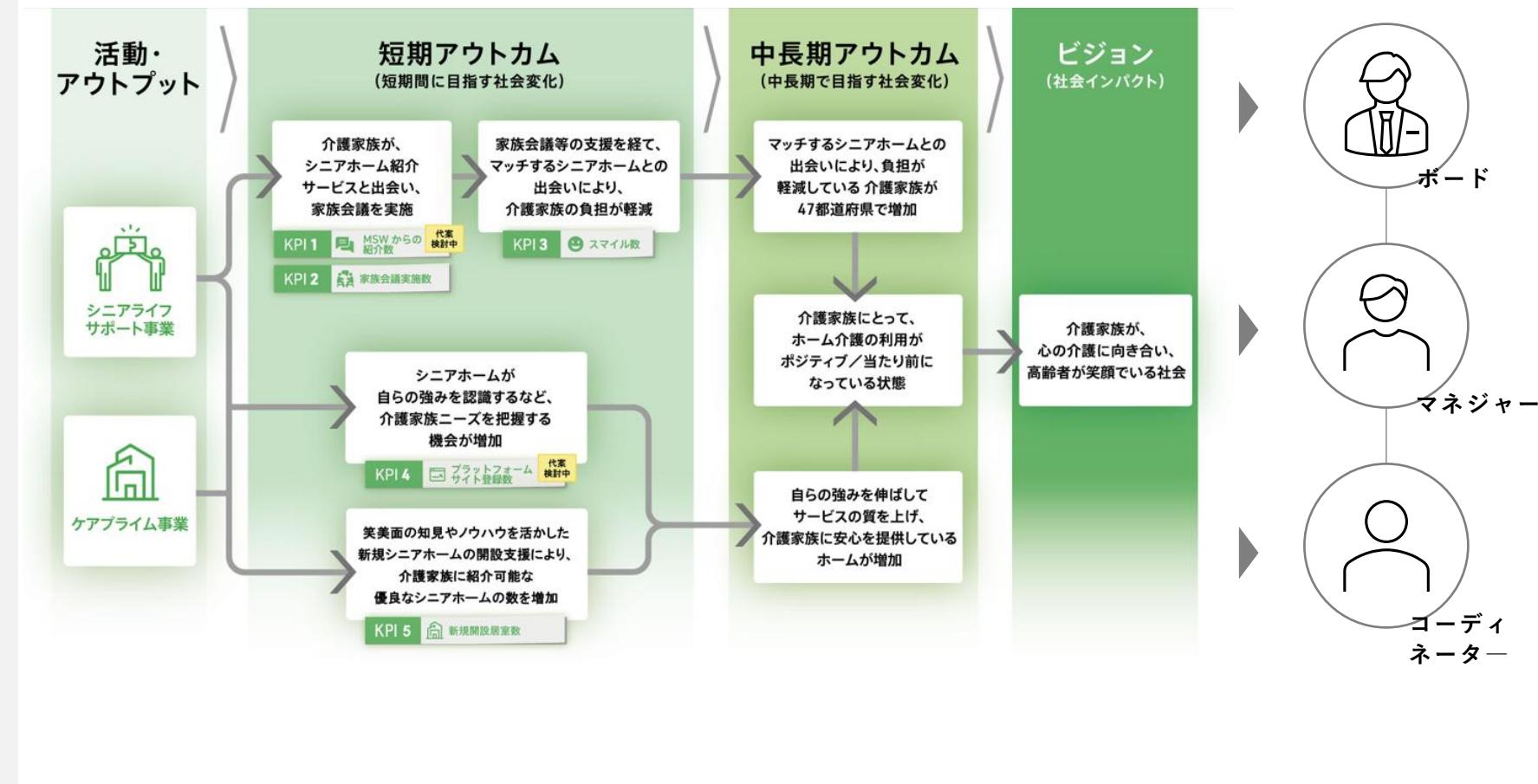
インパクトメジャメント &マネジメント

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ワン面談を実施し、リスクマネジメント推進委員会でフォローワン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