



2023年10月期 通期決算説明資料

2023年12月14日

株式会社笑美面（エミメン） 証券コード：9237



代表取締役社長

榎並 将志



株式会社笑美面は、2023年10月26日、東京証券取引所グロース市場に上場いたしました。沢山の方のお力添えをいただきました。この場を借りて、皆様のご支援に心より感謝申し上げます。

当社は『社会課題の解決で世の中に恩返しをする』をMISSIONに、『高齢者が笑顔で居る未来を堅守する』というVISIONに向かって直往邁進しております。当社の主力のシニアホーム紹介サービスは、人生の大きなターニングポイントでお客様に寄り添う、社会課題の解決のために無くてはならないサービスであります。

今後はシニアホーム紹介サービスの深耕ならびにシニアホーム運営コンサルティングを強化し、介護家族に安心を提供できる質の高いシニアホームを増やすことにより、2つのサービス領域でVISIONの達成を目指します。

株式公開企業としてステークホルダーの皆様方に信頼されるよう、適切なリスクテイクを行い、インパクト測定・マネジメントを実施しながら、社会インパクトの創出を目指して参ります。

今後の笑美面の成長を見守っていただけますよう、どうぞ宜しくお願い申し上げます。

01	エグゼクティブ・サマリー	P04
02	2023年10月期 第4四半期業績	P10
03	2023年10月期 通期実績	P17
04	2024年10月期 通期計画と前提条件	P22
05	業績・KPIの推移数表とFAQ	P28
06	Appendix（基本情報ほか）	P32

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 介護家族^{※1}は要介護者と同様に支援の対象になるべきだが不十分

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

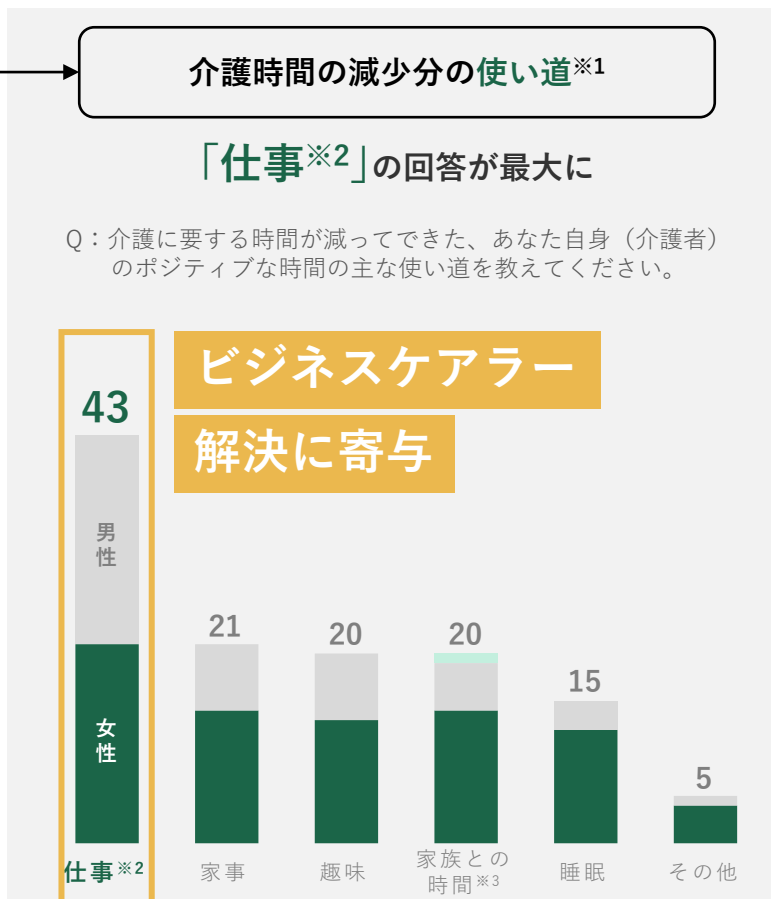
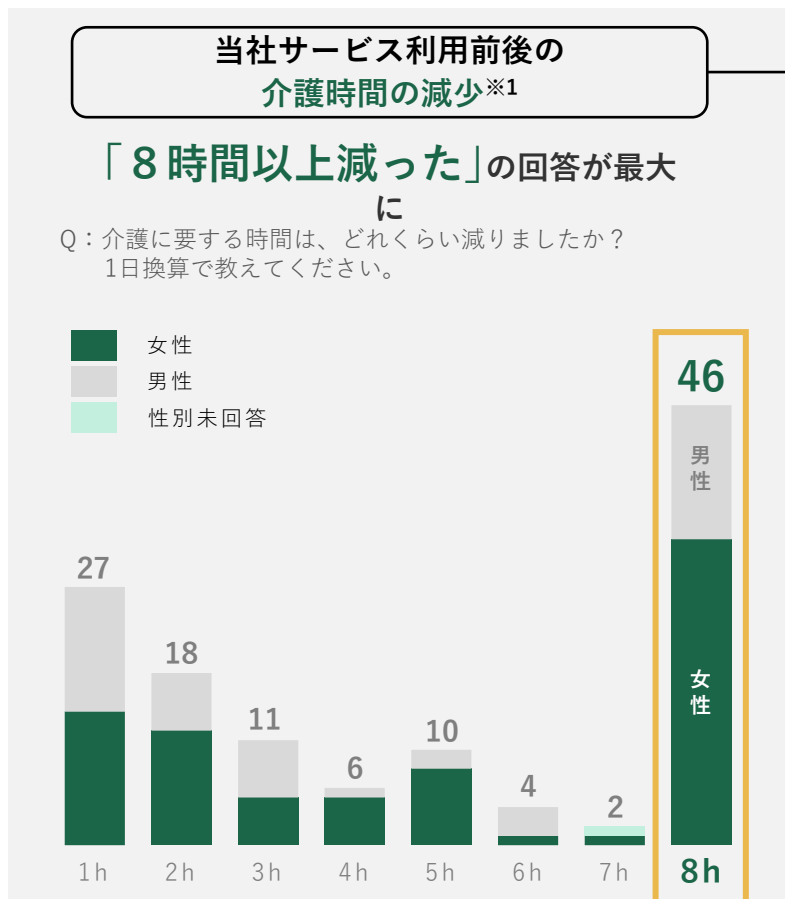
親世代に代わり子ども世代が介護を引き受ける

※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。

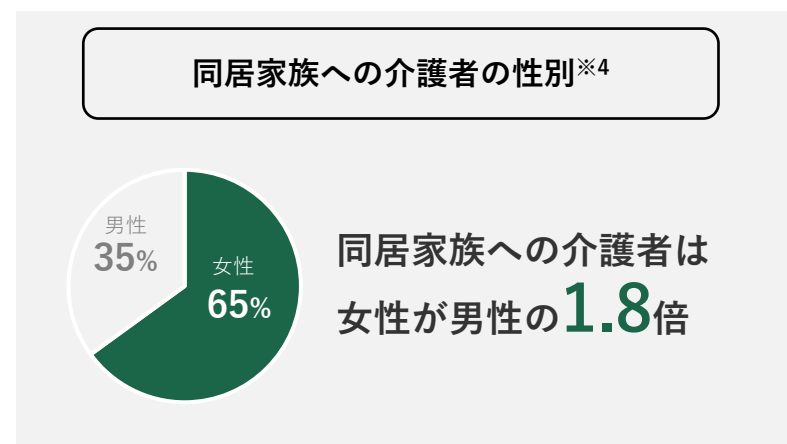
当社が目指す『介護家族が心の介護へ向き合い、高齢者が笑顔で居る社会』は、SDGs5.4.に係る社会的インパクトを創出している。成果指標としては、**介護家族の身体的介護負担からの解放によって生み出された時間とポジティブな使い方を計測する。**



SDGs5.4.のターゲット



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～11月「入居後アンケート(入居後にキーパーソンに対してアンケートを実施 N=190)」結果より、介護に要する時間が減ったと回答したN=124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

※4: 内閣府「令和4年版高齢社会白書」より

介護家族は被保険者の入居をきっかけに、**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。**
精神的、肉体的にもゆとりが生まれ、親子関係が改善するケースも散見される。



50代 女性

心に余裕ができて父と 良好な関係になれました

とても穏やかに余裕を持って
本人と向き合えるようになり、
今ではとても良い関係となりました。



50代 男性

ストレスが解消され 心と身体が楽になりました

夜中の安否確認や通い介護でストレスになって
いましたが、今は睡眠もゆっくりとれ、精神的、
肉体的にもとても楽になりました。



60代 男性

自分だけでなく母も 以前より元気になりました

私も精神的にホッとしていますし、今まで父の
世話で大変な思いをしていた母が、父のシニア
ホーム入居後以前より元気になりました。



50代 女性

安心感をもって 仕事や家事に専念できました

精神的に安心感が感じられて
安堵できています。仕事や家事に専念する
時間が持てるようになりました。

22/10期末から23/10期初にかけて大量採用したコーディネーターのオンボーディング※1が徐々に進み23/10期は尻上がりに収益拡大、24/10期は、**マッチング事業者に対する社会的ニーズの高まりや稼働人員増から、引き続き高い成長を見込む。**

2023年10月期 第4四半期業績

(2023年8月～2023年10月)

(単体)

2023年10月期 通期実績

(単体)

2024年10月期 通期計画

(単体)

営業収益は前年同期比**63.4%増**、
営業利益以下は**黒字化**を実現

営業収益	236	百万円	(前年同期比+63.4%※2)
営業利益	43	百万円	(黒字化)
当期純利益※3	39	百万円	(黒字化)

営業収益は前期比**33.6%増**、
営業利益は**4.6倍**の1.1億円を確保

営業収益	814	百万円	(前年同期比+33.6%)
営業利益	114	百万円	(前年同期比4.6倍)
当期純利益※2	105	百万円	(前年同期比+202.5%)

コーディネーターの稼働人員増から
61%増収63%営業増益を計画

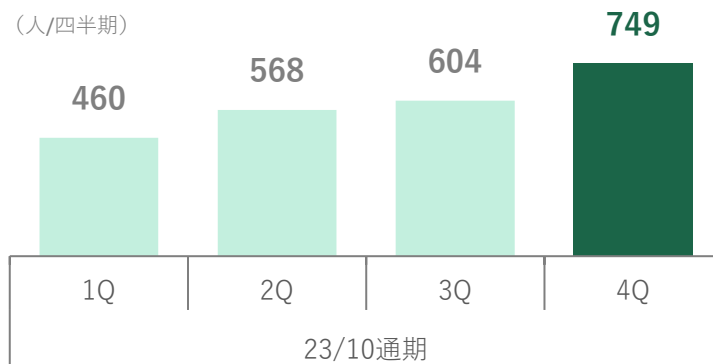
営業収益	1,311	百万円	(前年同期比+61.1%)
営業利益	187	百万円	(前年同期比+63.2%)
当期純利益※2	188	百万円	(前年同期比+77.8%)

※1 新たに入社したコーディネーターに対する教育や育成プログラムを指す。
 ※2 監査証明を受けていない2022年10月期 第4四半期業績を元に前年同期比を算出している。
 ※3 過年度に蓄積した繰越欠損金の利用、及び繰延税金資産・法人税等調整額の計上をしている。

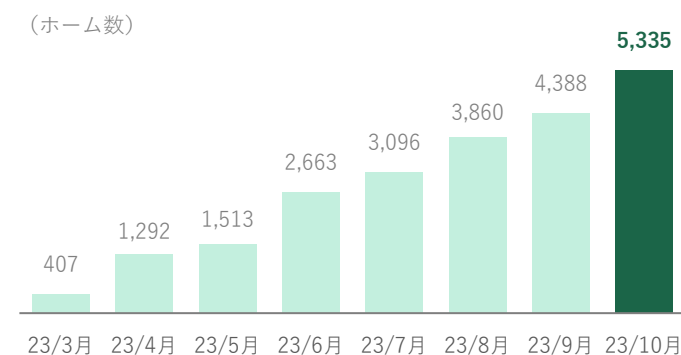
事業ハイライト

スマイル数の順調な積み上がりと生産性改善から23/10期は営業利益率が14.1%まで改善、事業構築を進めるプラットフォームサイトの登録増や営業拠点の拡充など、**収益拡大に向けた素地を整える。**

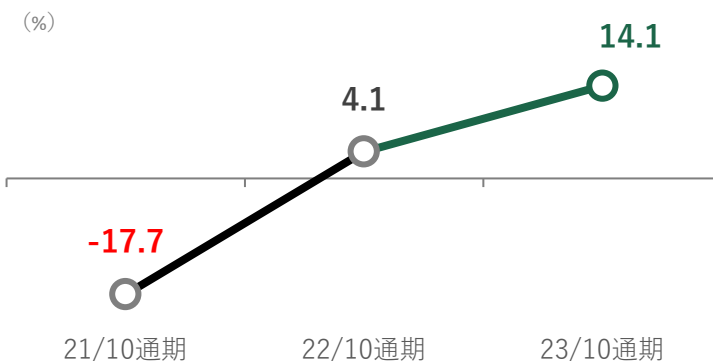
**スマイル数^{※1}が
順調に拡大**



**プラット
フォームサイト
登録ホーム数^{※2}
大幅増**



**営業利益率が
大幅に改善**



**オフィスを
相次ぎ拡充
(24/10期計画)**

- 23年12月
東京神田オフィス開設
*東京板橋オフィスと東京錦糸町オフィスを統合
- 24年5月
愛知県名古屋エリア、東京都城南エ
リアにオフィスを新規開設

※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。

※2 プラットフォームサイトとは、プラットフォーム「ケアプライムコミュニティサイト」の略称で、登録ホーム数とは、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」の会員として登録されたシニアホームの数をいう。

02

2023年10月期 第4 四半期業績

四半期実績 | 業績サマリー

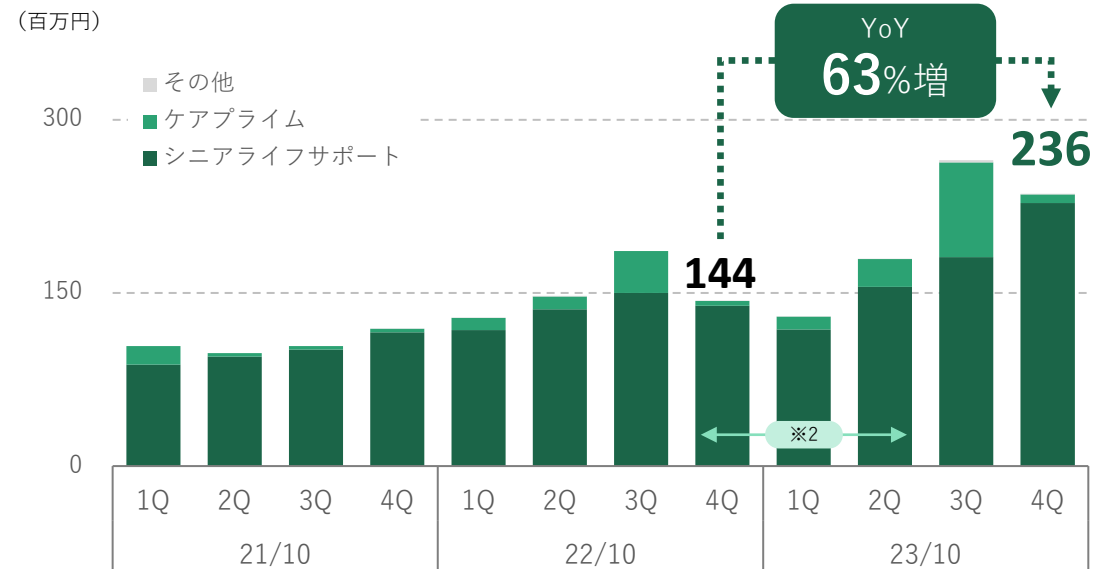
コーディネーター人員拡充、及び組織的な営業力の強化でスマイル数（成約数）が順調に拡大、
23年8～10月の営業収益は前年同期比+63.4%の236百万円となり、**営業利益以下は黒字化を果たす。**

2023年10月期 第4四半期業績

(百万円)	2023年8～10月 (3ヵ月)	
	実額	前年同期比
営業収益	236	+63.4%
営業利益	43	黒字化
経常利益	28	黒字化
当期純利益※1	39	黒字化

※1 過年度に蓄積した繰越欠損金の利用、及び繰延税金資産・法人税等調整額の計上に伴い、当期純利益が経常利益に比して増加している。

サービス別売上高



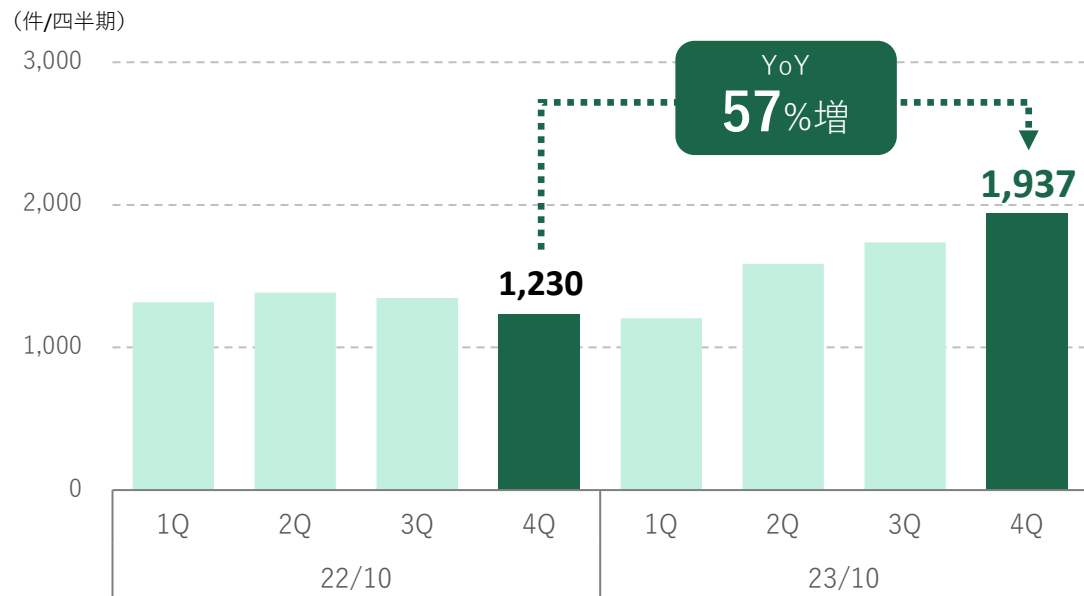
- コーディネーター人員拡充及び組織的な営業力の強化から、シニアホーム紹介サービスでスマイル数（成約数）が順調に拡大。
- シニアホーム運営コンサルティングサービスは、一時的に案件が集中した3Q比で減少も、堅調に収益を積み上げ。なお、22/10期も3Qに案件集中しているが、季節性では無く偶然の一致である。

※2 属人的営業体制から組織的営業体制への移行・改革に伴い、一時的にコーディネーター稼働人数が減少すると共に、新入社員比率の上昇から生産性が低下した影響を受けている。

四半期実績 | インパクトKPIの推移 (1/2)

メディカルソーシャルワーカー（以下、「MSW」という。）からの紹介数は四半期を追う毎に**右肩上がりに上昇**、23/10期初からコーディネーターのKPIに新規設定した**家族会議実施数も大幅に増加した**。

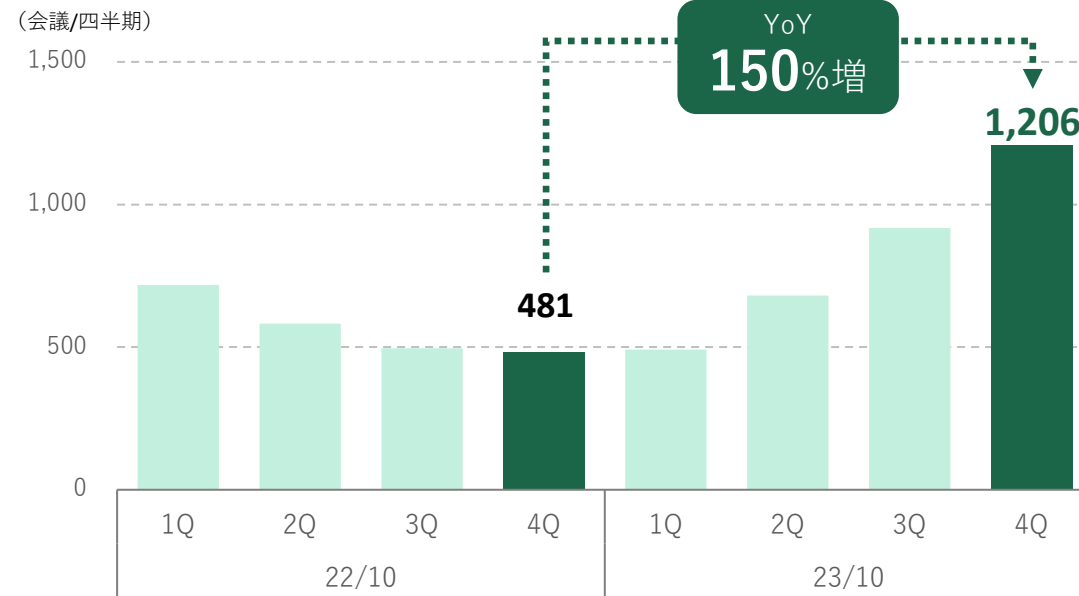
MSW※1からの紹介数



- MSWからの紹介数は前年同期比+57.4%の1,937件に拡大。
- 23/10期中にコーディネーターを積極採用、オンボーディングが進んだことで下期にかけMSWとの接触機会が増加。

※1 MSW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



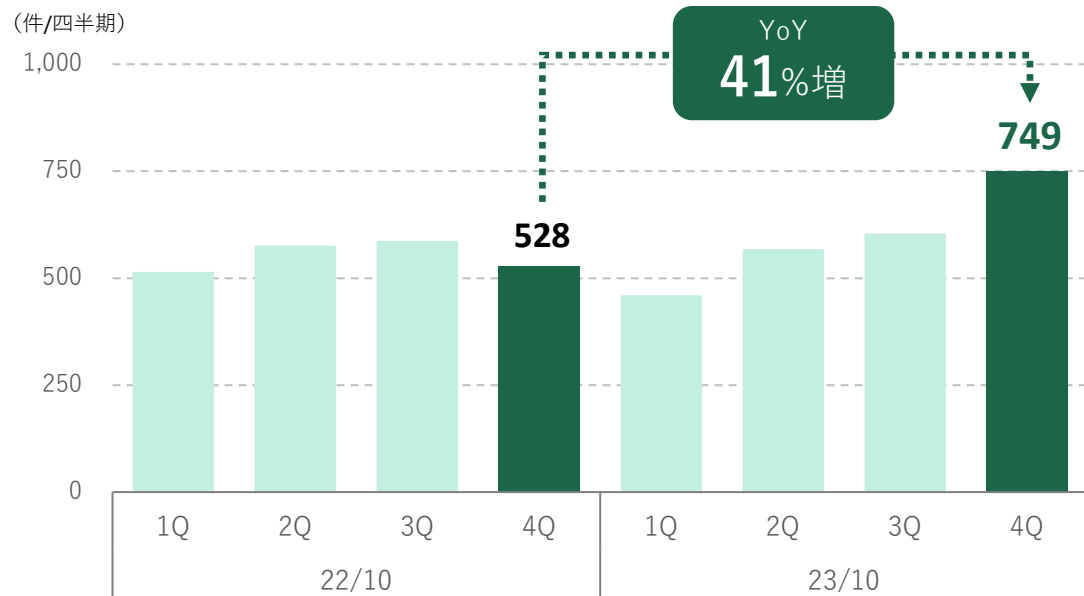
- 介護家族にとって納得あるシニアホーム選びに欠かせない家族会議実施数は、前年同期比+150.7%の1,206件と大幅に増加。
- 23/10期初からコーディネーターの新規KPIに設定し注力した事が奏功。

※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。

四半期実績 | インパクトKPIの推移 (2/2)

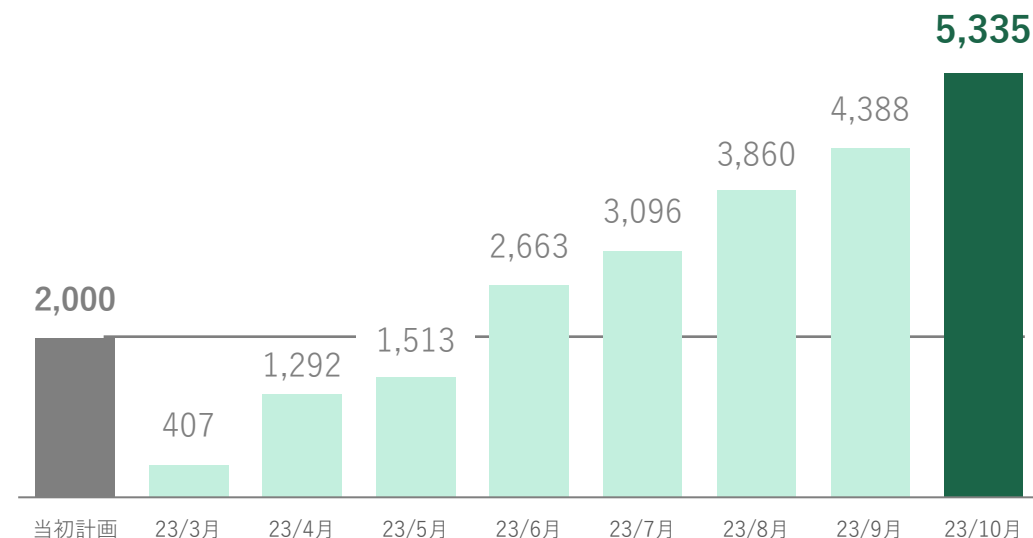
スマイル数は前年同期比+41.9%と伸長も、新入社員比率の上昇及び成約率の低下から前掲リードKPIより伸び率が低位に留まる、一方、プラットフォームサイトは**当初計画を大幅に上回る5,335ホーム (23/10末) まで登録が積み上がった。**

スマイル数



- スマイル数（成約数）は前年同期比+41.9%の749件と拡大。
- コーディネーターの新入社員比率が高まり成約率が低下したため、MSWからの紹介数や家族会議実施数よりも伸び率は低位に留まった。

プラットフォームサイト登録ホーム数^{※1}



- 23/10末計画2,000ホームに対し、5,335ホームまで登録が積み上がる。
- 運営施設数の多い大手事業者の登録が一定進んだため、今後は積み上げペースの鈍化を見込むが、計5,335ホームを超える登録基盤を活かした業容拡大・マネタイズ化を進める。

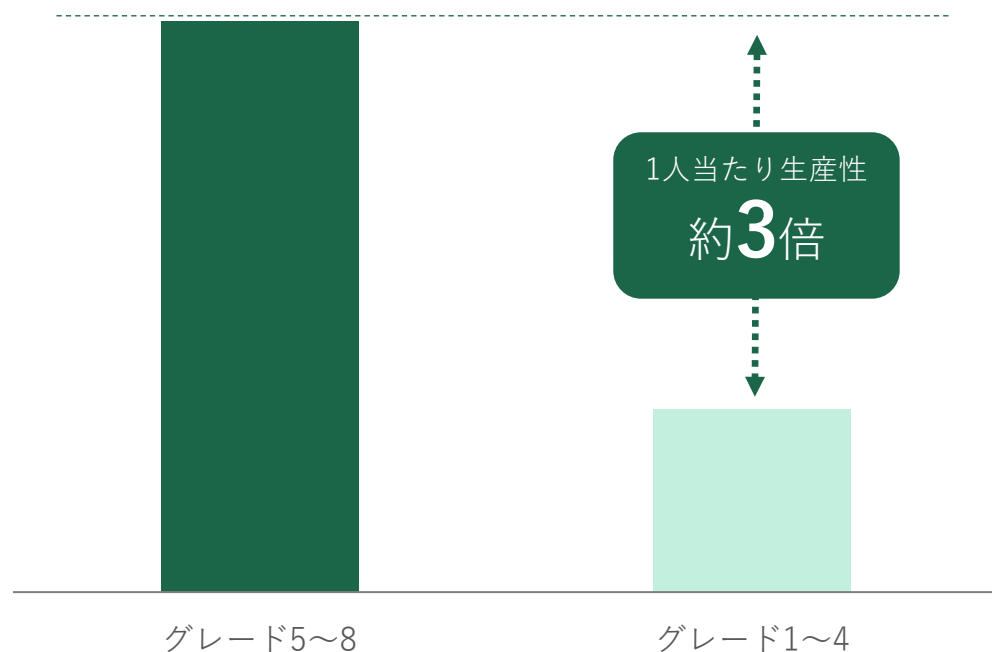
※1 2023年3月にリリースした「ケアプライムコミュニティサイト」であり、主にシニアホーム運営事業者の責任者が自社の運営施設へのお客様紹介に関わる情報取得・入力等ができる。23年11月時点では、無料で事業者に開放している。

グレード別の生産性の違い

コーディネーター**グレード別の1人当たりスマイル売上高は大きく異なる**、
 足元は新入社員比率が高まっているが、構成比の適正化を進め**全社的な生産性及び収益性の向上を図る**

グレード別※1 1人当たりスマイル売上高の違い

(23年5～10月（下半期）実績)



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

ポイント

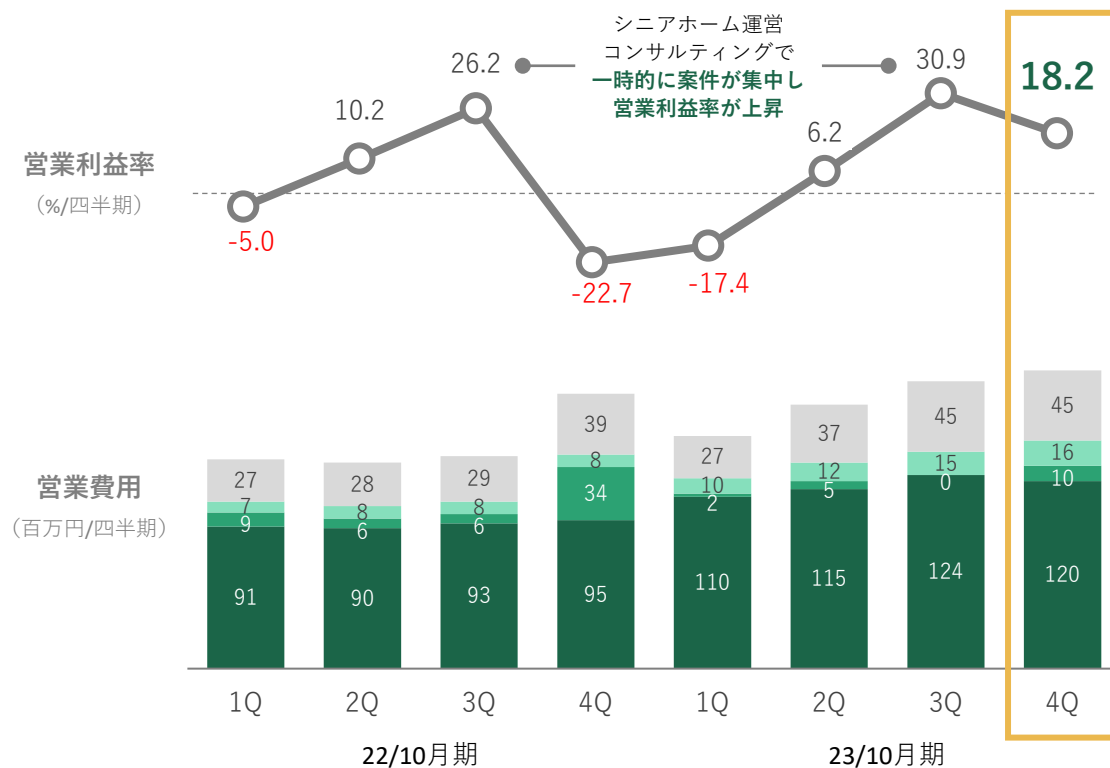
- 1 高グレードのコーディネーターは、
 その他メンバー比で約3倍の生産性を確保
- 2 足元は新入社員比率が高まっているが、
 オンボーディング進展と共に改善を図る
- 3 生産性の向上は収益性の改善に直結、
 組織的営業力の強化で利益率上昇に繋げる

四半期実績 | 営業費用の推移

23年8～10月は**営業利益率18.2%を確保**、

生産性の改善や規模の拡大に伴う固定費負担の軽減から、**不連続な収益性改善を実現した**。

営業費用と営業利益率※1



※1 2022年10月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。

営業費用の詳細

人件費※2

- 23年8～10月は前年同期+24百万円の120百万円、期初からコーディネーターの採用を進め、費用が増加。

採用費

- 23年8～10月において大量採用を実施した前年同期ほどでは無いが、10百万円のまとまった採用費を計上。
- 23/10通期の営業収益が計画比上振れ見込みとなり、24/10期以降の成長を見据え計画比で費用を積み増し。

旅費 交通費

- コーディネーター及びリード数拡大に連動して、旅費交通費も上昇。

その他 経費

- 23年8～10月は前年同期+6百万の45百万円を計上。
- 支払手数料や地代家賃、事務用品・消耗品が主な科目。

※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。

2023年10月末時点で**全国5,335シニアホームのプラットフォームサイト登録を達成**、
高い利便性・活用性を評価する声も散見され、収益化に向けたユーザー基盤の拡大は着実に進んでいる。



ユーザーの声



シニアホームA
施設責任者

入居家族の感謝の声が
運営ホームの介護者に伝わり、
職場の雰囲気明るくなりました



シニアホームB
運営事業者

離反顧客の不安・不満が分かり、
販促物の利便性訴求を
強化したところ、
入居リード数が増えました

サービスサイト：<https://emimen.co.jp/service/careprimecommunity/>

03

2023年10月期 通期実績

23/10期の営業収益は前期比+33%、営業利益は約4.6倍と大幅増収増益を達成。対計画比では営業収益がやや上振れ、営業利益は採用費を積み増したため計画線、経常利益以下は上場関連費用増や税効果会計の前提見直し等から計画を下振れた。

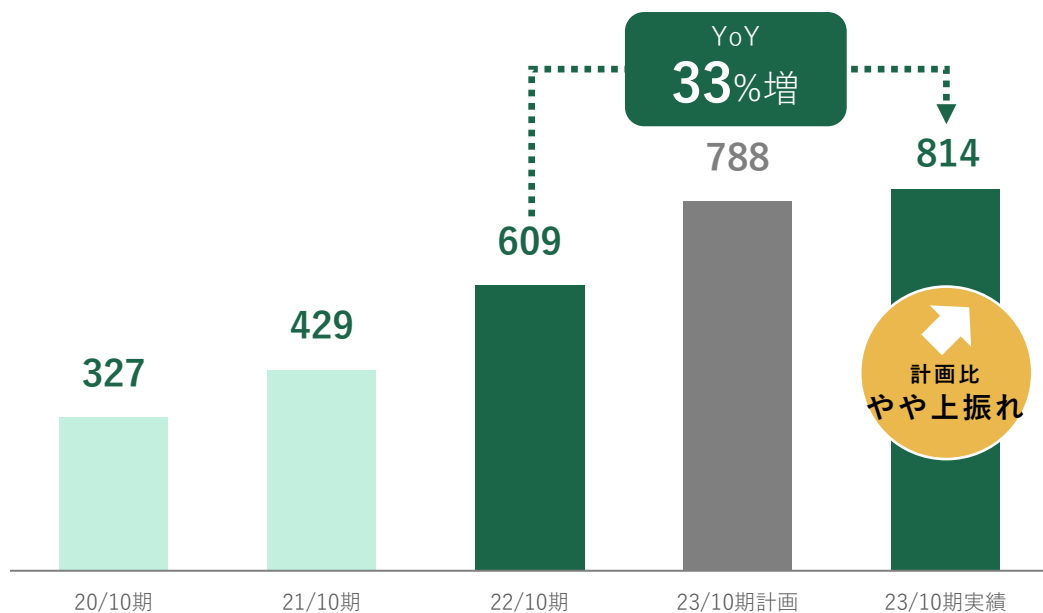
(百万円)	2022年10月期 通期実績		2023年10月期 通期計画		2023年10月期 通期実績		
	実額	前期比	実額	前期比	実額	前期比	計画比
営業収益	609	+41.8%	788	+29.4%	814	+33.6%	+3.2%
営業利益	24	黒字化	115	+366.6%	114	+361.6%	△1.1%
経常利益	23	黒字化	114	+387.3%	97	+317.1%	△14.4%
当期純利益	35	黒字化	146	+317.8%	105	+202.5%	△27.6%
EPS※1 (円)	21.10	—	87.92	+316.7%	63.66	+201.7%	△27.6%

※1 2023年6月30日付で普通株式1株につき30株の割合で株式分割を行っている。上記では、2022年10月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期（四半期）純利益を算出している。

通期実績 | 各段階収益の推移

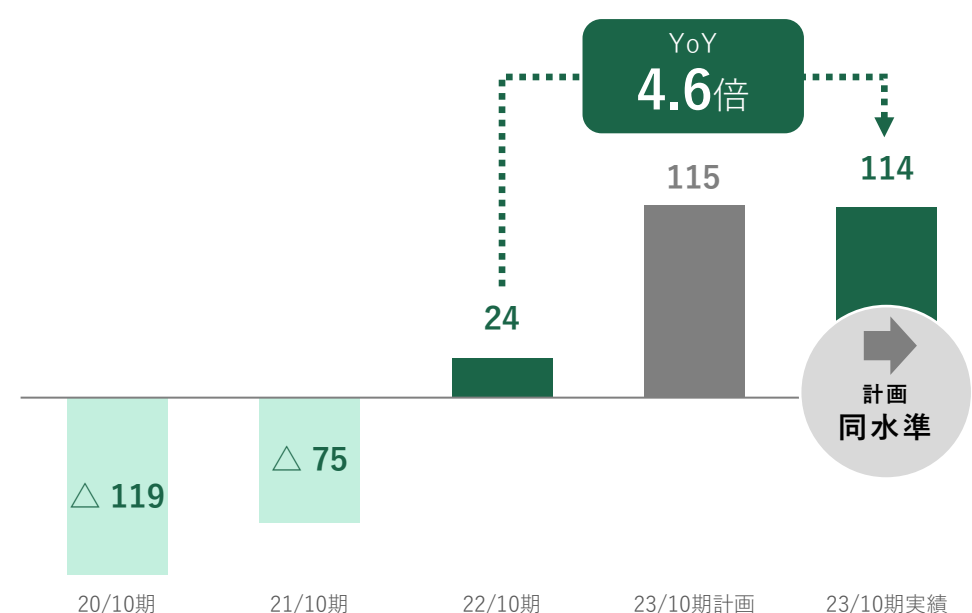
22年11月策定の23/10期計画比では、オンボーディングに時間を要しシニアライフサポート収益がやや下振れ、一方、ケアプライム収益が想定以上に積み上がったため、**24/10期以降の成長を見据え採用費を積み増した。**

営業収益



- 営業収益は前期比+33%増、22年11月策定の計画比では+3.2%で着地。
- シニアライフサポートは計画718百万円に対し683百万円だった一方、ケアプライムは計画70百万円に対し130百万円と大きく上振れた。

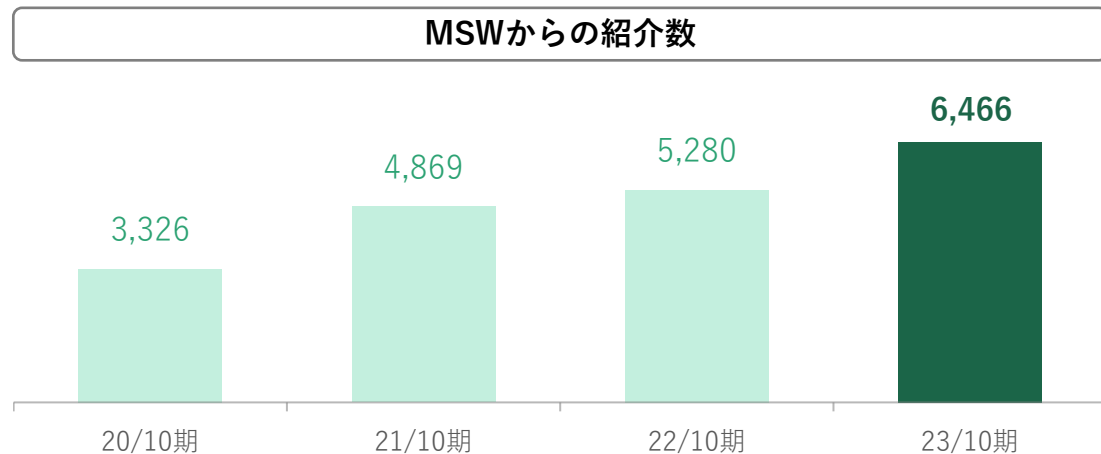
営業利益



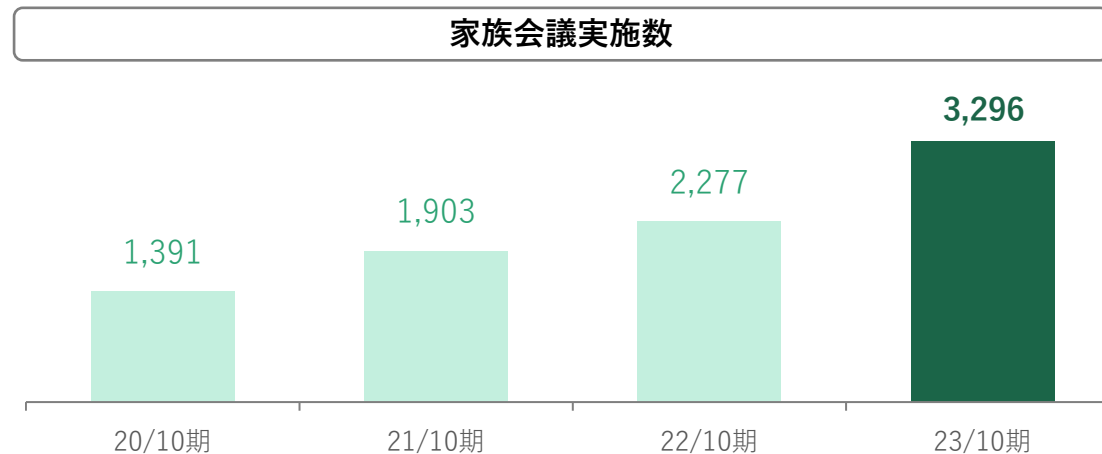
- 営業利益は前期比4.6倍、計画比同水準で着地。
- 営業収益の上振れを踏まえ、4Qに採用費の積み増し等を実施したため、営業利益段階では計画同水準となった。

インパクトKPIはいずれも **着実な伸びを実現した。**

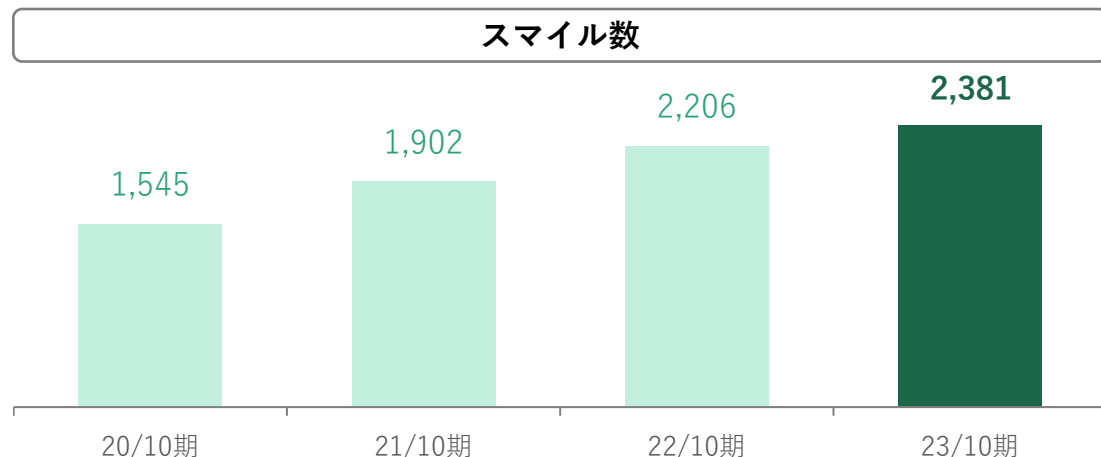
MSWからの紹介数



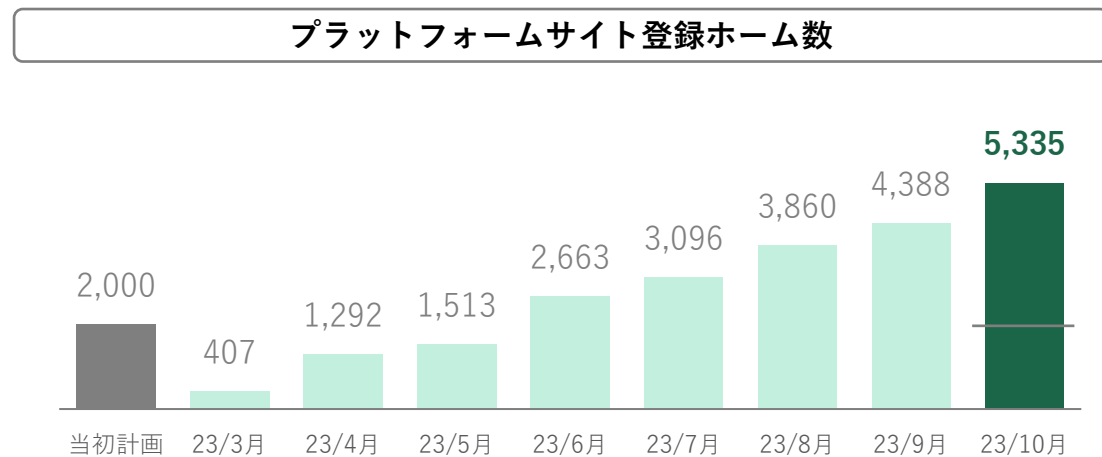
家族会議実施数



スマイル数



プラットフォームサイト登録ホーム数

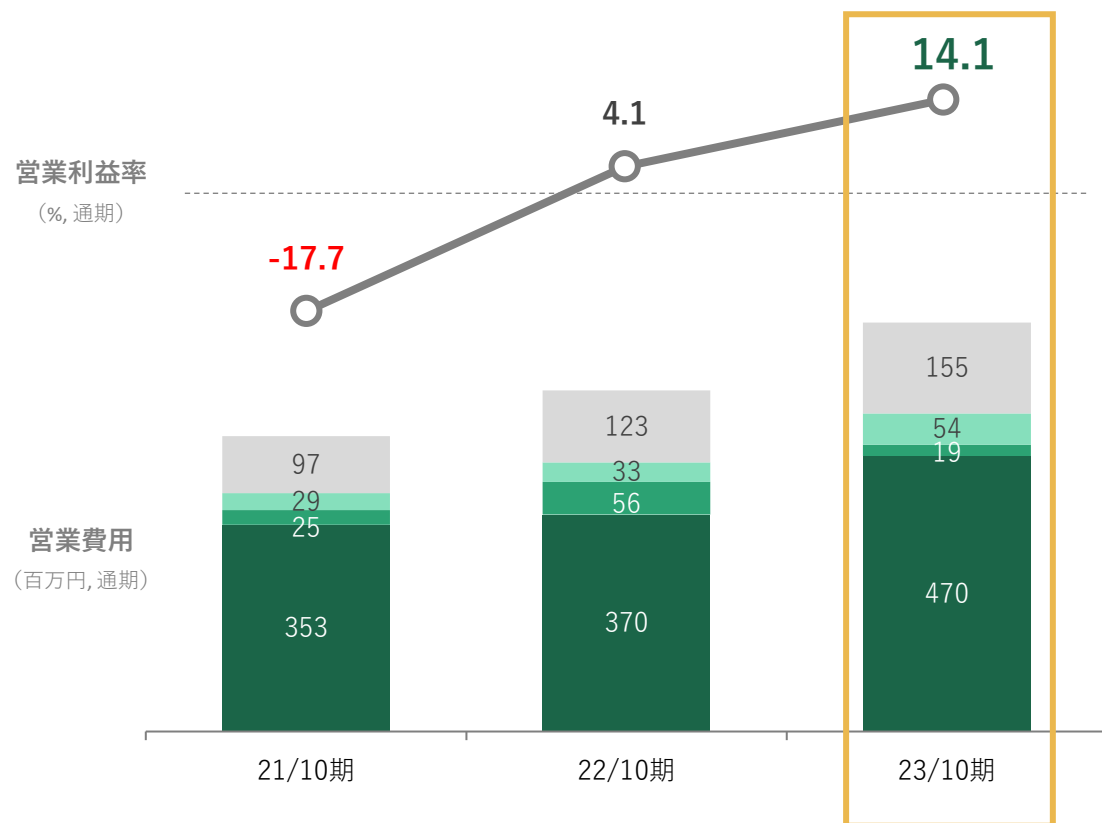


通期実績 | 営業費用の推移

23/10期は通期で**営業利益率14.1%を確保**、

人件費をはじめとした費用の増加率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した。

営業費用と営業利益率



営業費用の詳細

人件費※1

- 23/10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+99百万円の470百万円に増加。

採用費

- 23/10期は新入社員のオンボーディングを優先し、前期比では採用費を抑制。
- 19百万円のうち過半は4Q (8~10月) に計上。

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拡大。

その他 経費

- 事業規模の拡大に応じて、事務用品費やその他経費がやや増加。

※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。

04

2024年10月期 通期計画と前提条件

通期計画 | サマリー

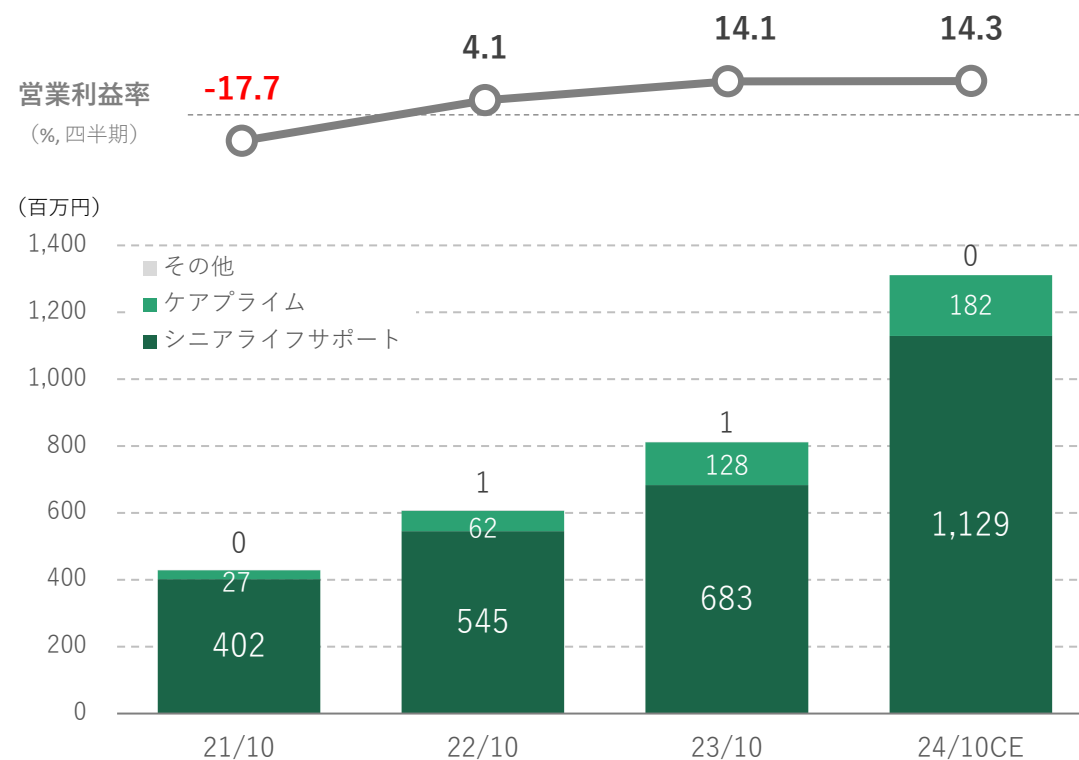
24/10期は、営業収益が前期比+61.1%の1,311百万円、営業利益が同+63.2%増の187百万円を計画、22/10期末から23/10期初にかけて積極採用したコーディネーターの**本格稼働及び生産性改善を見込む**。

全社（通期）

	2023年10月期通期	2024年10月期計画	
	実額	実額	前期比
(百万円)			
営業収益	814	1,311	+61.1%
営業利益	114	187	+63.2%
経常利益	97	175	+79.5%
当期純利 ^{※1}	105	188	+77.8%
EPS（円）	63.66	94.02	+47.7%

※1 過年度に蓄積した繰越欠損金の利用、及び繰延税金資産・法人税等調整額の計上に伴い、当期純利益が異常値となっている。

サービス別売上高と営業利益率



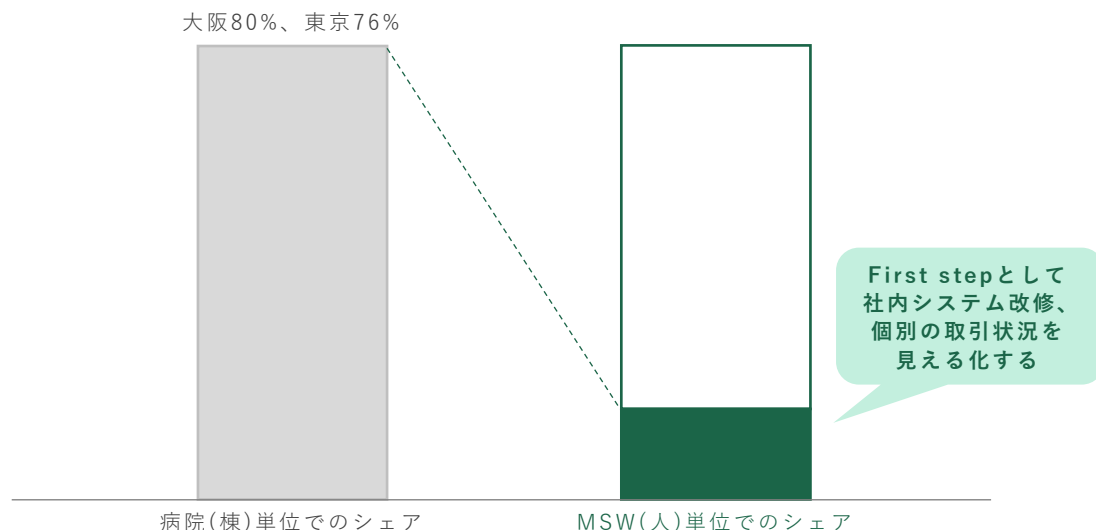
24/10期は、スマイル数の拡大及びプラットフォームサイトの収益化開始が牽引し増収増益、
 通年では23/10期以上の収益性確保を図るが、上期の採用強化やオフィス開設費用等で四半期利益は前後する。

<p>シニアライフサポート</p>	<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。 営業強化：コーディネーターは 30名強の純増を図り、関西・関東圏中心にマーケットシェアの拡大を図る。 スマイル数：23/10期以降の新入コーディネーターのオンボーディングにより、前期比約1.5倍への拡大を目論む。 単価：23/10期 4Qと同等の単価水準の維持を計画に織り込むも、営業現場では 更なる付加価値向上を模索する。 生産性：新入社員のオンボーディングは進むが、上期に新規採用を推進するため 大きな生産性の改善は織り込まず。
<p>ケアプライム</p>	<ul style="list-style-type: none"> 戦略方針：シニアホーム運営コンサルティングは 堅調な収益確保を計画、プラットフォームサイトは介護関連商材取扱事業者からの 広告掲載モデルによる収益化を一部織り込み。
<p>営業費用</p>	<ul style="list-style-type: none"> 採用計画：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た人員拡充を進める。24/10期は 上期に採用費をかけコーディネーターを拡充、下期以降の更なる収益拡大に繋げる。 人員単価：従業員エンゲージメント向上のため、コーディネーターは 平均6.7%のベースアップを実施
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> 出店：23年12月に東京板橋オフィスと東京錦糸町オフィスを統合する形で神田オフィスを開設、24年5月には愛知県名古屋エリアと東京都城南エリアに新規オフィスを開設予定で、一時的な費用増を計画に織り込み。

通期計画 | 主な経営施策

これまで実行してきた施策に加え、MSWの取引シェア率向上に向けたシステム改修及び改善策実行、プラットフォームの機能拡張・キャッシュポイント拡大による収益貢献開始・本格化を進める。

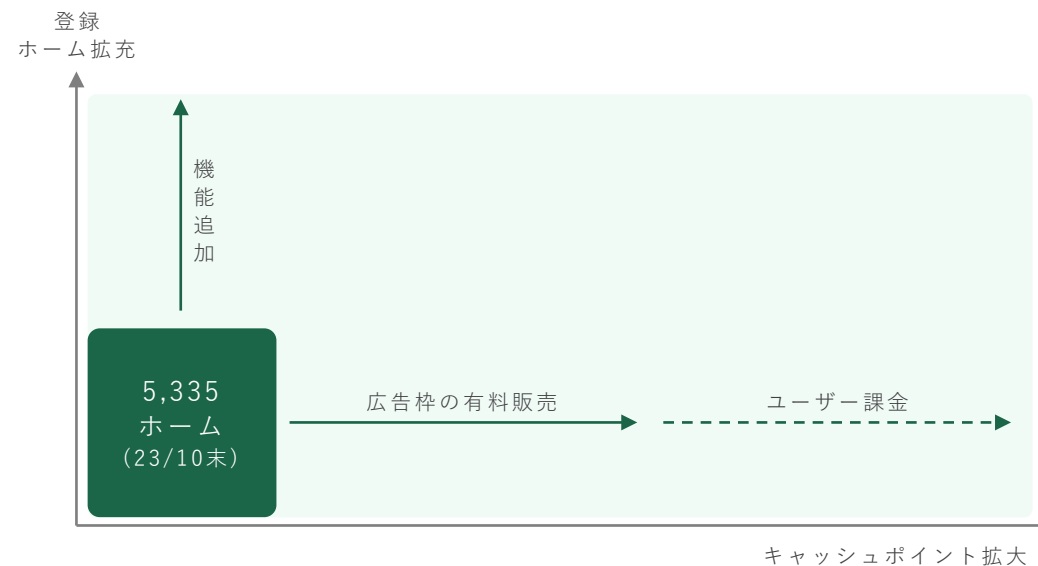
MSWの取引シェア率向上



- 現状：病院(棟)単位では大阪・東京共に約8割をカバーしているが、MSW(人)単位では、依然として開拓余地は大きい
- 施策：社内システムを改修^{※1}、MSW単位での取引状況が見える化し、更なるシェアアップに向けた施策実行の起点とする

※1 投資額自体は僅かでPL費用計上額は全社業績に大きな影響を及ぼさない水準に留まる見込みである。

プラットフォーム事業の展開加速



- 現状：23年10月末時点で5,335ホームがユーザー登録、一方、現時点でマネタイズモデルは導入していない
- 施策：機能追加で更なる登録増を進めると共に、広告枠の有料販売など、キャッシュポイントの創出を進める

中期経営方針 | インパクトKPIの見直し

23/10期実績を踏まえインパクトKPIの目標値を修正・更新、24/10期はスマイル数を3,800→3,600へ引下げ、一方、新入社員の早期戦力化のためのノウハウが順調に蓄積できており、**25/10期は全目標値を引き上げた。**

KPI		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	2026年 10月期
策定時期								
MSWからの紹介数（人）	22年11月	-	-	-	6,000	9,000	12,000	-
	23年11月	3,326	4,869	5,280	6,466	8,800	12,600	18,700
家族会議実施数（件）	22年11月	-	-	-	2,500	3,800	5,000	-
	23年11月	1,391	1,903	2,277	3,296	4,400	6,300	9,300
スマイル数（人）	22年11月	-	-	-	2,500	3,800	5,000	-
	23年11月	1,545	1,902	2,206	2,381	3,600	5,400	8,000
プラットフォームサイト 登録数（件）※1	22年11月	-	-	-	2,000	4,000	6,000	-
	23年11月	-	-	-	5,335	6,000	7,000	8,000

※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。

事業成長の広がりによって生み出す社会像（Theory of Change）

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



シニアライフサポート事業

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

主要マーケット
エリアの深耕

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

プラットフォーム
サイト登録数の
拡大



ケアプライム事業

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

05

業績・KPIの推移数表とFAQ

	21/10 通期	22/10 通期	23/10 通期	22/10				23/10			4Q
				1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	
営業収益	429	609	814	129	148	187	144	128	182	267	236
(YoY)	+31.2%	+41.8%	+33.6%	+22.5%	+50.4%	+77.6%	+20.1%	-0.9%	+22.8%	+42.8%	+63.4%
シニアライフサポート事業	402	545	683	118	136	150	139	118	155	181	228
(YoY)	+29.6%	+35.5%	+25.5%	+33.9%	+43.1%	+48.1%	+19.7%	-0.2%	+14.1%	+20.6%	+63.7%
スマイル数	1,902	2,206	2,381	515	576	587	528	460	568	604	749
(YoY)	+23.1%	+16.0%	+7.9%	+20.6%	+21.8%	+23.3%	+0.4%	-10.7%	-1.4%	+2.9%	+41.9%
ケアプライム事業	27	63	128	10	11	36	64	9	26	82	7
その他事業	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
営業費用	505	584	699	135	133	138	177	150	170	184	193
人材関連費※1	379	427	489	100	96	100	129	113	120	124	131
営業活動関連費※2	52	66	91	15	13	14	23	16	19	22	32
その他経費※3	74	90	119	19	22	23	24	20	30	37	30
営業利益	-75	24	114	-6	15	49	-32	-22	11	82	43
(営業利益率)	-17.7%	4.1%	14.1%	-5.0%	10.2%	26.2%	-22.7%	-17.4%	6.2%	30.9%	18.2%
(YoY)	—	—	+361.6%	—	—	—	—	—	—	+68.3%	—
経常利益	-73	23	97	-6	14	48	-33	-22	11	80	28

※1 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。

※2 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。

※3 その他経費は、主に地代家賃、支払手数料を内包している。

	21/10通期	22/10通期	23/10通期
資産合計	271	312	788
流動資産	251	269	716
現預金	191	192	590
売掛金	48	63	104
その他	12	13	21
固定資産	19	42	69
負債合計	267	273	324
流動負債	114	137	202
買掛金	0	2	2
短期有利子負債	32	17	22
その他	82	117	178
固定負債	153	135	121
長期有利子負債	145	129	113
その他	7	6	8
純資産合計	3	39	464
自己資本	3	39	464
その他	—	—	—

	21/10通期	22/10通期	23/10通期
営業CF	△75	38	104
投資CF	△6	△6	△9
FCF	△82	31	95
財務CF	8	△30	303
現金同等物の増減額	△73	1	398
現金同等物の期末残高	190	191	590

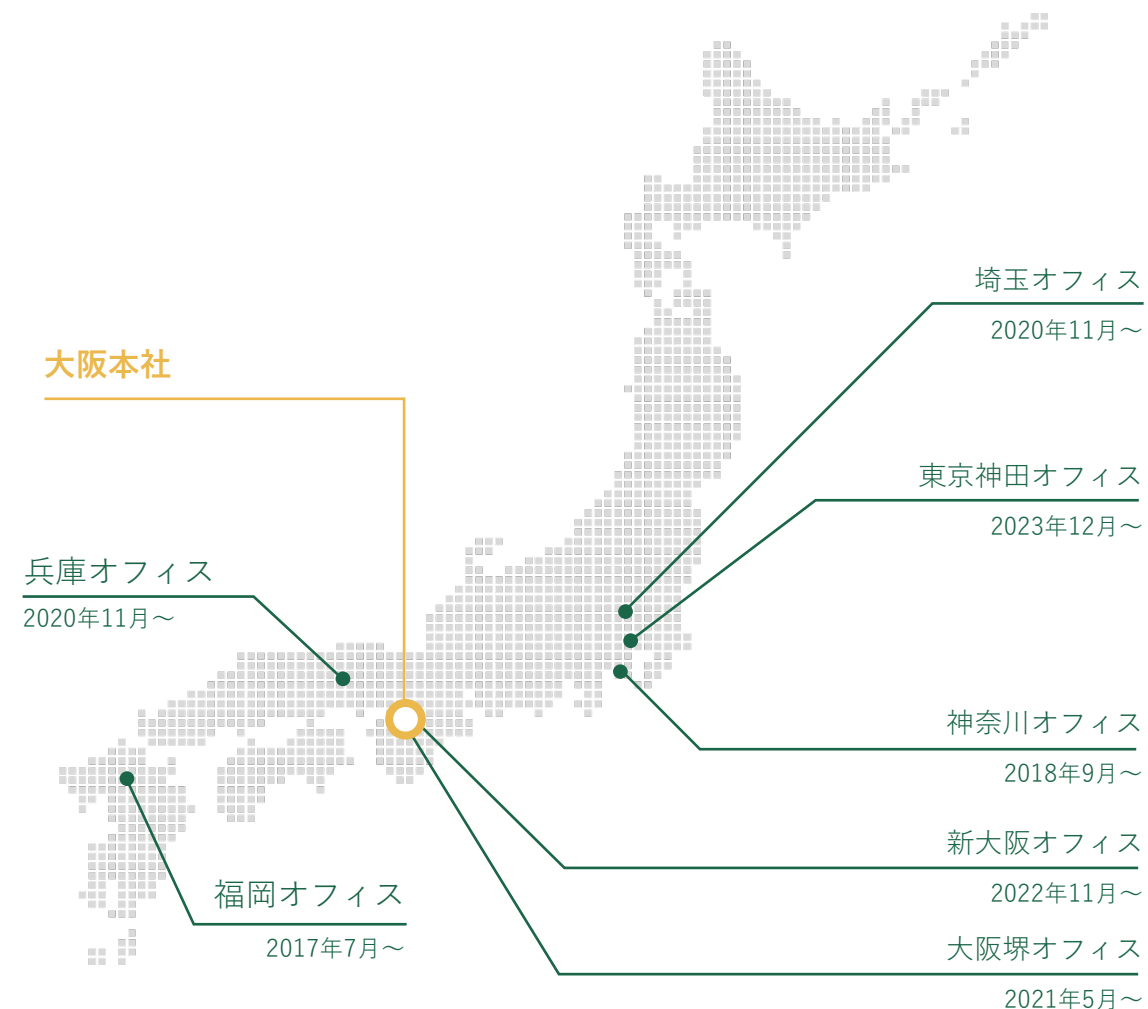
カテゴリ	質問	回答
事業環境 (シニアライフサポート)	シニアホーム紹介事業を手掛ける同業他社はどの程度居るのか？	高齢者住まい事業者団体連合会が開示する「高齢者向け住まい紹介事業者届出公表制度」の集計によれば400社を超える事業者が登録されております。ただし、その多くは小規模事業者であり、業界未経験者の育成体制を整え組織的に事業展開できているプレイヤーは僅かであり、一定の競争優位性を確保しているものと考えております。
ビジネスモデル (シニアライフサポート)	入居者又は介護家族との家族会議はどのように実施しているのか？	当社コーディネーター（相談員）が本人や介護者と対面・電話・オンラインの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 (ケアプライム)	シニアホーム運営コンサルティングに季節性はあるのか？	季節性はありません。22/10期及び23/10期は共に3Q（5～7月）に収益計上が集中しておりますが、偶然の一致に依るものです。通期では、年間計画に沿った収益確保に向け鋭意事業を推進致しますが、四半期など短期では業績変動要因となります。
ビジネスモデル (ケアプライム)	プラットフォームサイトのマネタイズ手段と開始時期は？	①広告枠の販売、②サイト有料化の2点を構想しております。マネタイズの開始時期については、今後然るべきタイミングで開示致します。なお、①広告枠の販売に関しましては、24/10期計画に一定の業績貢献を織り込んでおります。

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	98名（2023年12月14日現在）
資本金	266,461,600円（2023年12月14日現在）
事業内容	シニア関連サポート事業 シニアライフサポート事業（シニアホーム紹介サービス） ケアプライム事業（シニアホーム運営コンサルティング）
認可・認定	情報セキュリティマネジメントシステム （JIS Q 27001:2014 および ISO/IEC 27001:2013）



- **2012** 1月 株式会社笑美面へ社名変更
シニアライフサポート事業開始
- **2015** 9月 「大阪市トップランナー育成事業プロジェクト」認定
- **2019** 5月 アクサ生命保険株式会社と介護の分野における業務提携
- 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
- **2019** 10月 社会インパクトファンドを運営する
キャピタルメディカ・ベンチャーズから出資を受け、
インパクトメジャメント&マネジメントを開始
- **2020** 3月 「大阪市LGBTリーディングカンパニー認定制度」に
おいて三ツ星認証を取得
- **2021** 7月 ケアプライム事業開始
- 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

高齢者が笑顔で居る
未来を堅守する

介護家族*が心の介護に向き合い、
高齢者が笑顔で居る社会

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

中間
ゴール

セオリーオブ
チェンジ
(現事業でビジョン
の一部が達成
できている)

ビジョン

ミッション

社会課題の解決で
世の中に恩返しをする

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

06-2

当社が解決する社会課題

市場の動向

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

シニアライフサポート市場
ポテンシャル（2021年時点）

約729億円

約94万人

シニアホーム在所有者数^{※1}

×

28.4%

年間入れ替わり率^{※2}

+

約3万人

在所有者増加数^{※3}

×

24.5万円

1人あたり紹介手数料^{※4}

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

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

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

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

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

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

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

※5：下段に表記している各種数値は表記単位以下切り捨て表記している一方、上段の市場規模は切り捨て前実数値を元に算出しているため、算出結果に若干のズレがある点に留意されたい。

介護問題において当社が解決する課題

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** **介護家族^{※1}は要介護者と同様に支援の対象になるべきだが不十分** →

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)



経済損失

2030年には約9.1兆円になる見込み

※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。

65歳以上が同居介護

老老介護

約200万人^{※3}

(2023年想定)



共倒れリスク

介護者の体力的・精神的負担が大きい

※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。

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}



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

※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

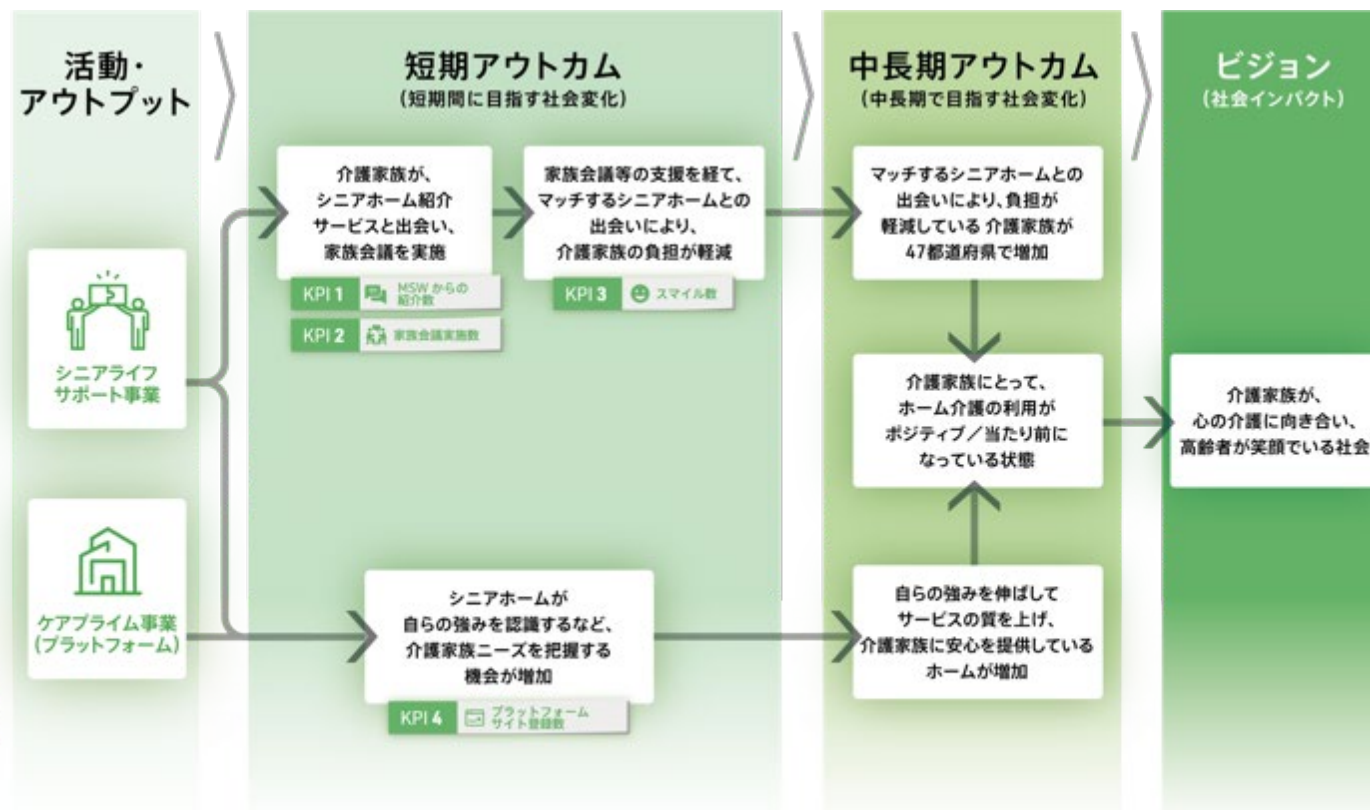
本人もご家族も、それぞれの
事情に合わせた適切な状態
で暮らすことができる

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

介護家族問題の解決へのプロセス

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





ビジョン実現に向けたロジックモデル



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

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

主要KPI (23/10末実績)

KPI 1  MSWからの紹介数 6,466人 ※1	KPI 2  家族会議実施数 3,296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 2,381人	KPI 4  プラットフォームサイト登録数 5,335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」

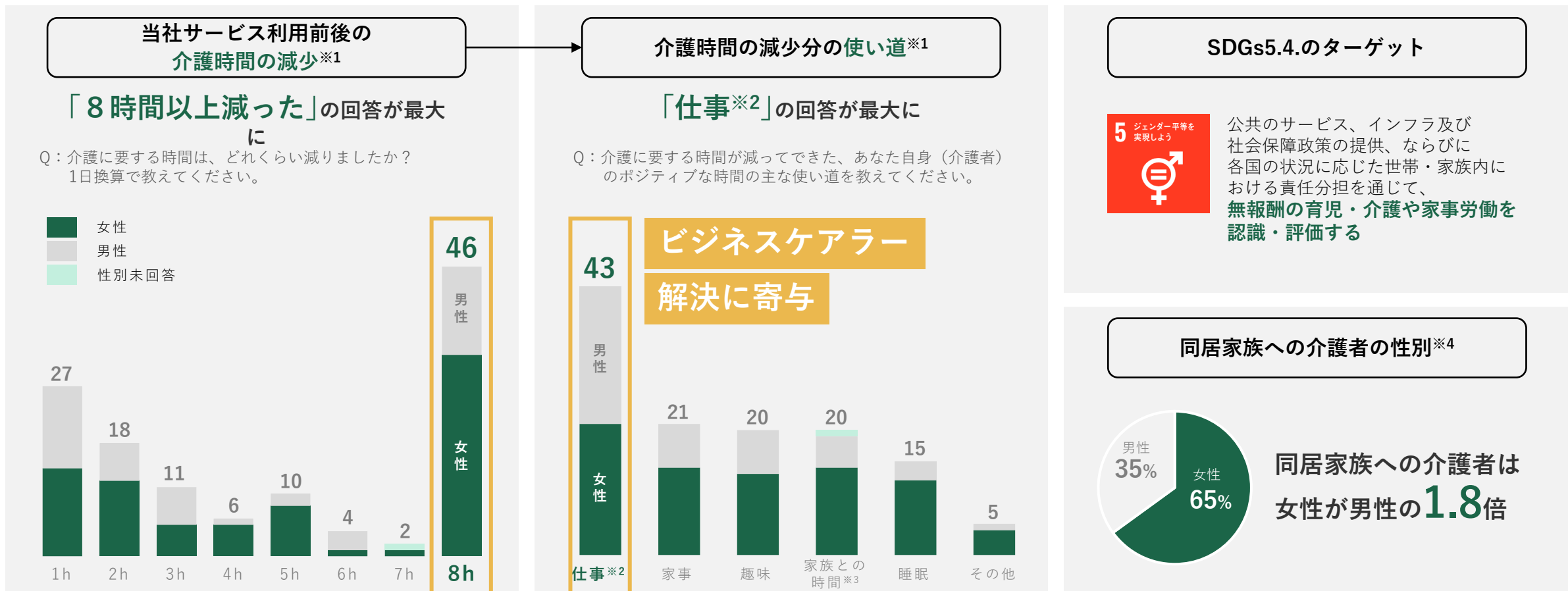
シニアホーム運営事業者との情報連携サイト。主に運営事業者の責任者が自社の運営シニアホームへのお客様紹介に関わる情報取得、入力等ができる。

- ・ 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)
5,335件(2023年10月末現在)

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



※1: 当社調べ 2023年4月～11月「入居後アンケート(入居後にキーパーソンに対してアンケートを実施 N=190)」結果より、介護に要する時間が減ったと回答したN=124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

※4: 内閣府「令和4年版高齢社会白書」より

06-3

課題に対する解決手法

ビジネスモデル

介護家族問題を解決する2つの事業

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



シニアライフサポート事業

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

売上構成比
(2023年10月期)

84.0%



ケアプライム事業

- サービス名** シニアホーム運営コンサルティング
- 収益モデル** シニアホーム新規開設コンサルティング料等
- 特徴**
 - シニアホーム新規開設情報の収集および提供
 - プラットフォーム「ケアプライムコミュニティサイト」運営
 - ・登録ホーム数 5,335 (2023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要望を提供
 - ・シニアホーム紹介サービスで得た入居者の満足度を提供

売上構成比
(2023年10月期)

16.0%

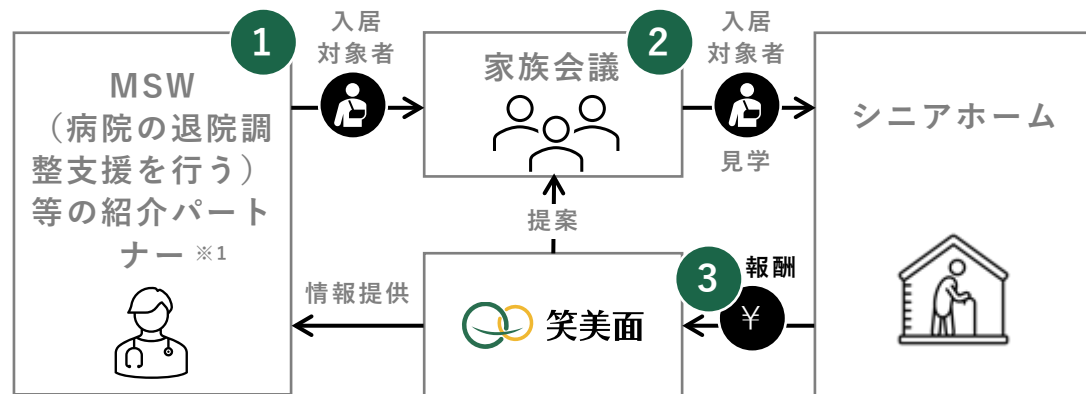


介護家族にとって、
ホーム介護の利用が
ポジティブ/当たり前
になっている状態

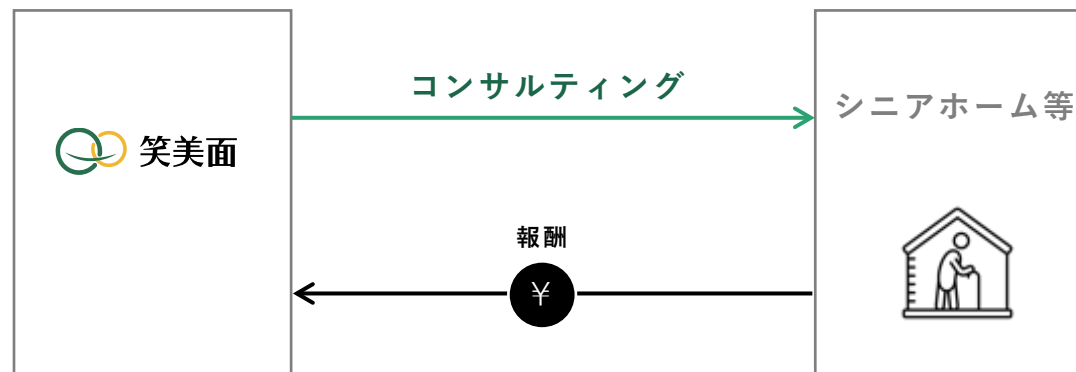
※ 入居検討者とは、入居対象者とその介護家族（介護を必要とする人を介護する家族などのケアラー（介護を必要とする人を無償でケアする人））をいう。

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

シニアライフサポート事業



ケアプライム事業



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

コンサルティング内容例

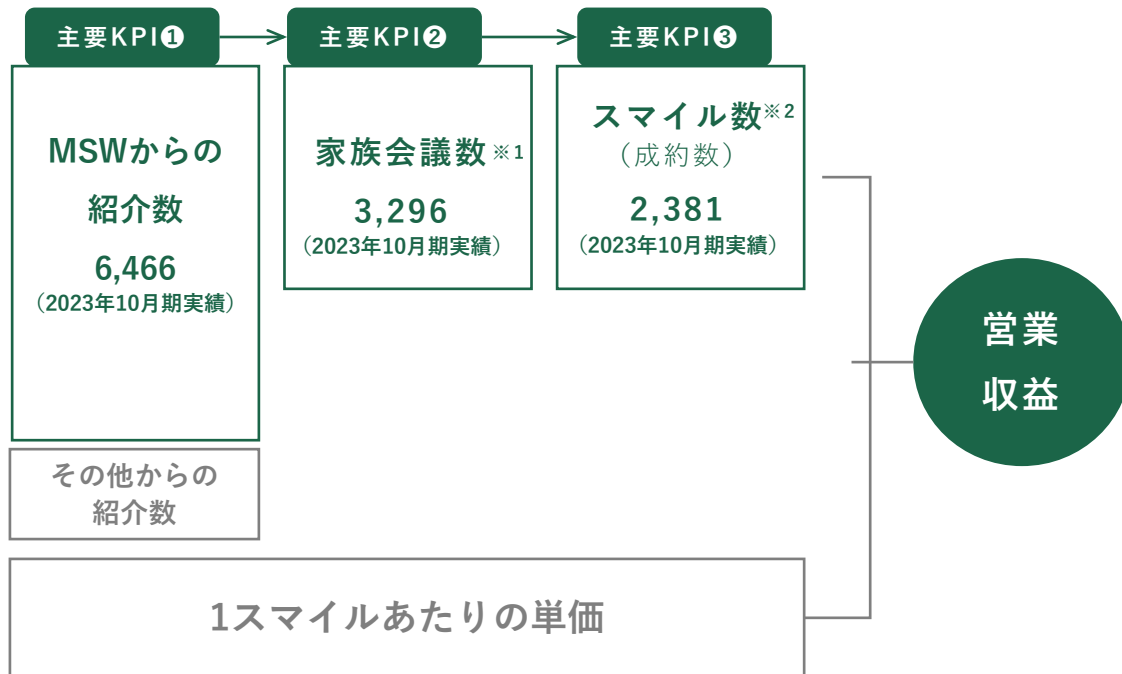
- 新規シニアホーム開設に必要な情報の提供
- シニアホーム運営力向上に資する情報の提供

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

収入モデル

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

シニアライフサポート事業



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

ケアプライム事業

シニアホーム新規開設コンサルティング

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

シニアホーム運営効率化

有料会員（月額2,700円（税別））であるシニアホーム運営事業者へオペレーションに係る有益情報（オムツのサブスク、介護用品のネット販売など）を会員価格で提供。2023年10月末時点の有料会員数は150件。

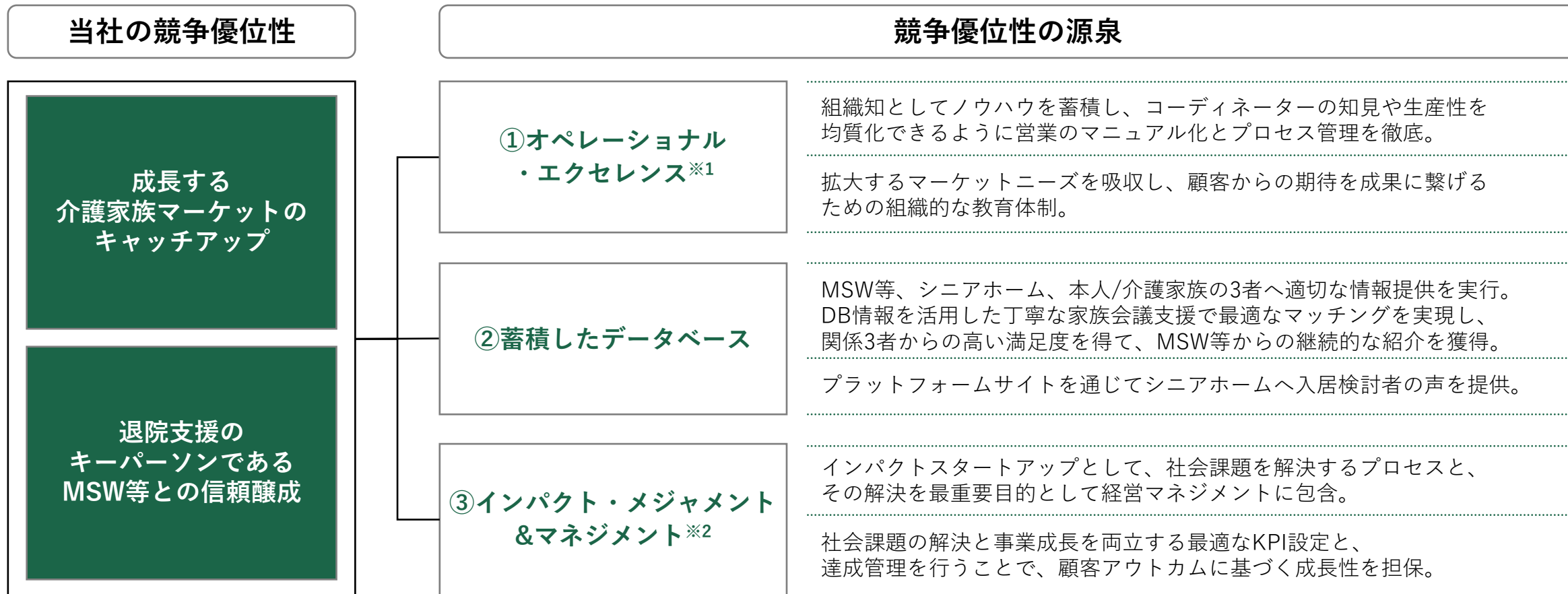
営業
収益

営業
収益

06-4 強み・優位性

拡大するマーケットの中での競争優位性

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

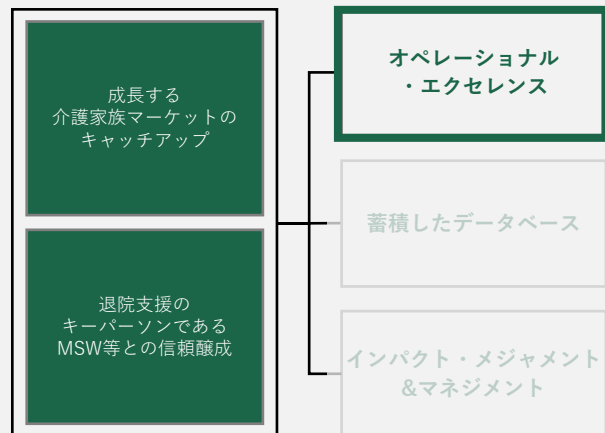


※1 現場で徹底的にオペレーション(業務の管理や実行過程)を改革することで、競争優位性の獲得を目指す考え方をいう。

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

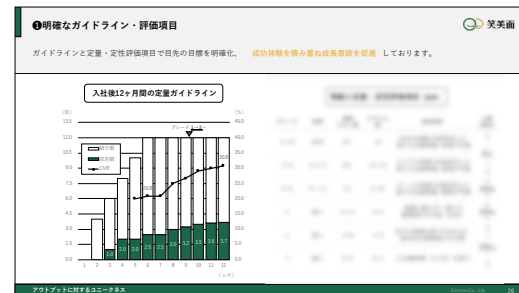
オペレーショナル・エクセレンスを浸透

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



Sales EnablementのPDCAサイクル

急増する社員の早期立上げを実現するためのPDCAサイクル



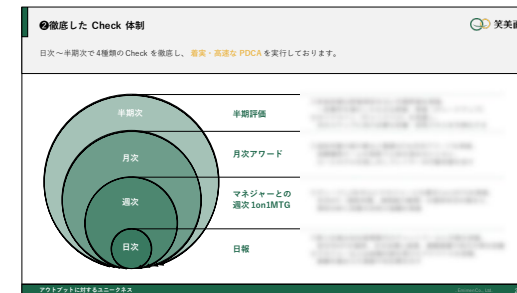
立ち上がりの道筋

成長ステップおよび成長スピードを設定



時間と場所を選ばないラーニングツール

成功事例をマニュアル化。営業学習コンテンツでのラーニングと実践



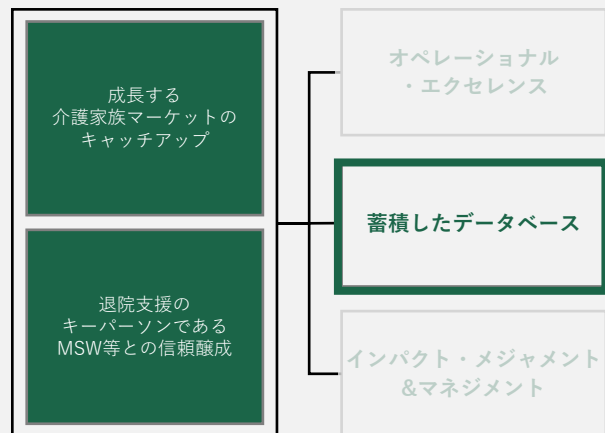
基礎知識を応用力へ

マネジャーとの1on1を通じたモニタリング及び改善活動

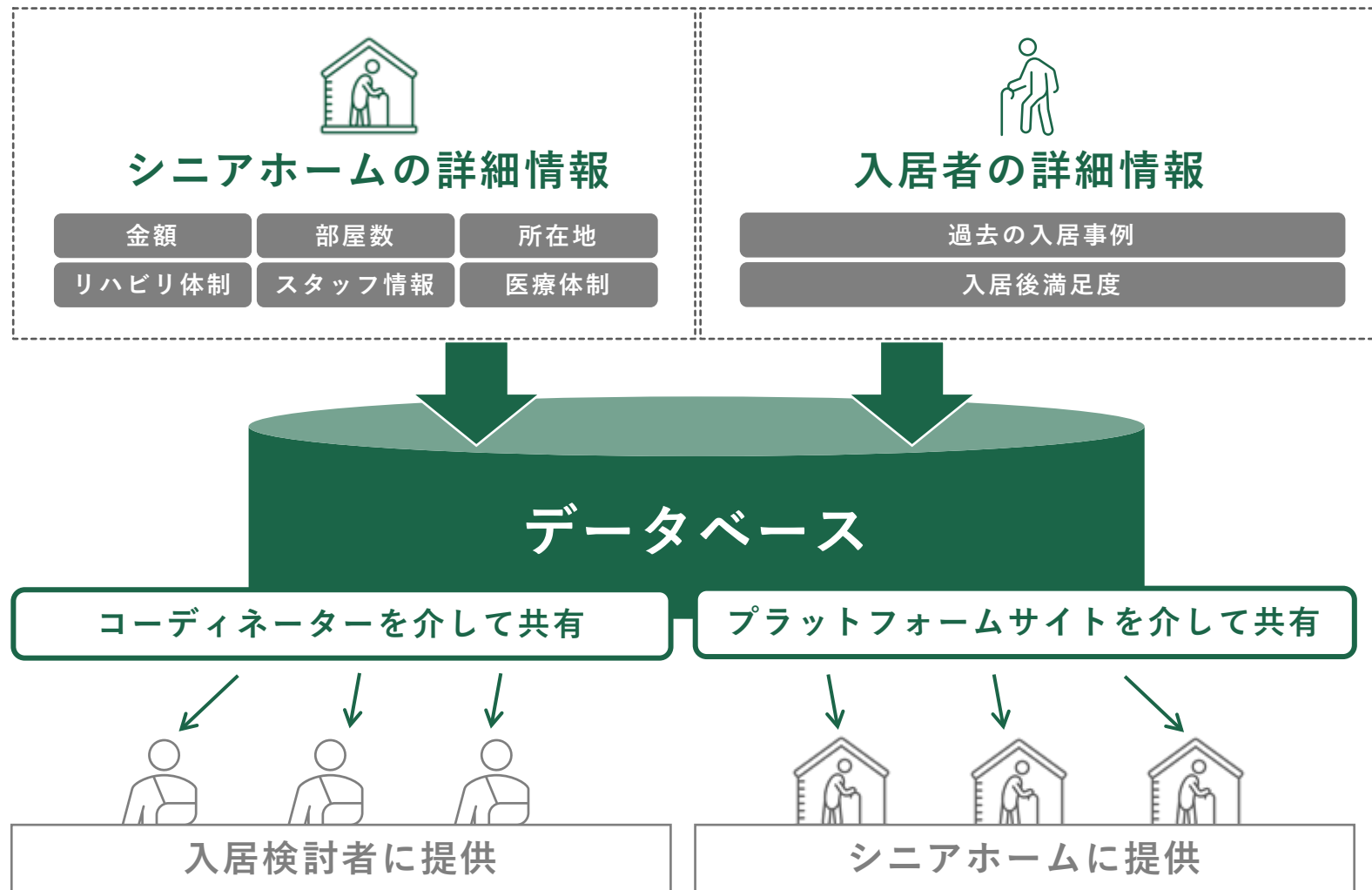
※ 営業組織を強化・改善するための取り組み。営業研修や営業ツールの開発・導入、営業プロセスの管理・分析といったあらゆる改善施策をトータルに設計し、目標の達成状況や各施策の貢献度などを数値化し、数値分析により、営業活動の最適化と効率化を目指す取り組みをいう。

蓄積したデータベース

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

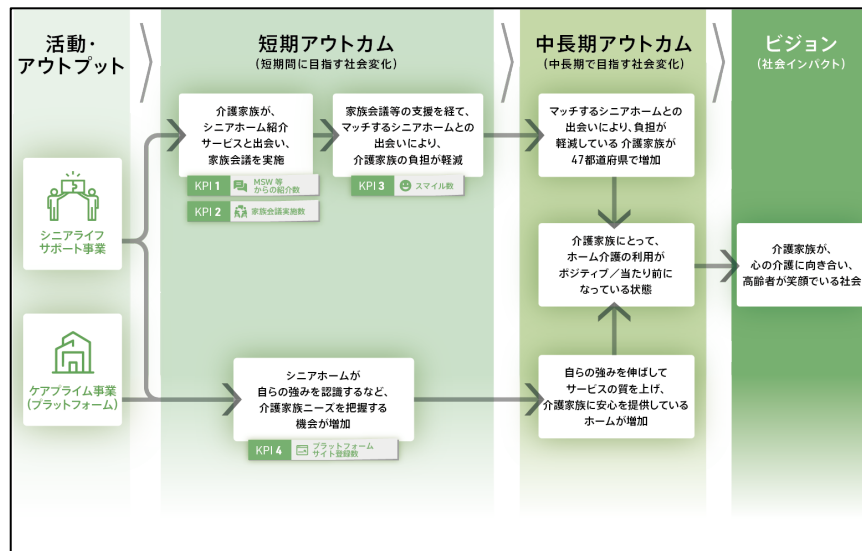
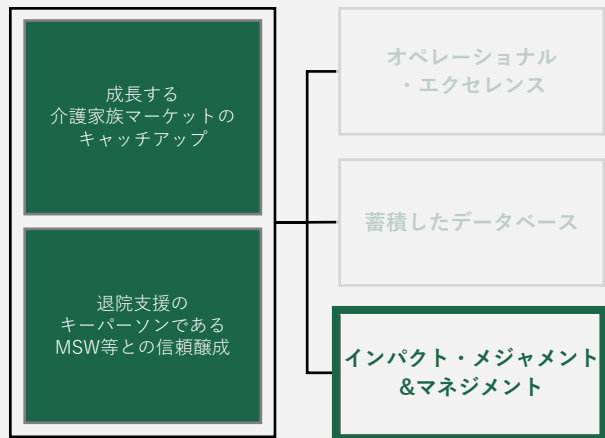


シニアライフサポート事業を通して得られる情報



インパクトメジャメント & マネジメント

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



ロジックモデル

進め方の指針を示し
**毎月の経営会議で
主要KPIを確認**

2022年度KPI

- KPI 1: 2,920
- KPI 2: 2,277
- KPI 3: 209

VOICE

入退院支援を通してこれまでで初めて介護職員の業務が可視化され、人員不足や業務負担を軽減していただきました。入居したお一人様は、コトバンクも関わらず毎日業務の進捗を確認し、毎日感謝の言葉をかけてくださることができ、業務もやりがいを感じることができています。

インパクトレポート

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

06-5 成長戰略

事業成長の広がりによって生み出す社会像（Theory of Change）

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



シニアライフサポート事業

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

主要マーケット
エリアの深耕

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

プラットフォーム
サイト登録数の
拡大



ケアプライム事業

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

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

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

シェア率が低いため、**人員採用**を進めシェア拡大

都市圏で確たる地位を築いた後に展開

※1 紹介事業者利用率：PwCコンサルティング「高齢者向け住まい等の紹介の在り方に関する調査研究報告書（2021年3月）」を元に試算した。施設別の利用率データを地域別に加重平均した値を参照している。

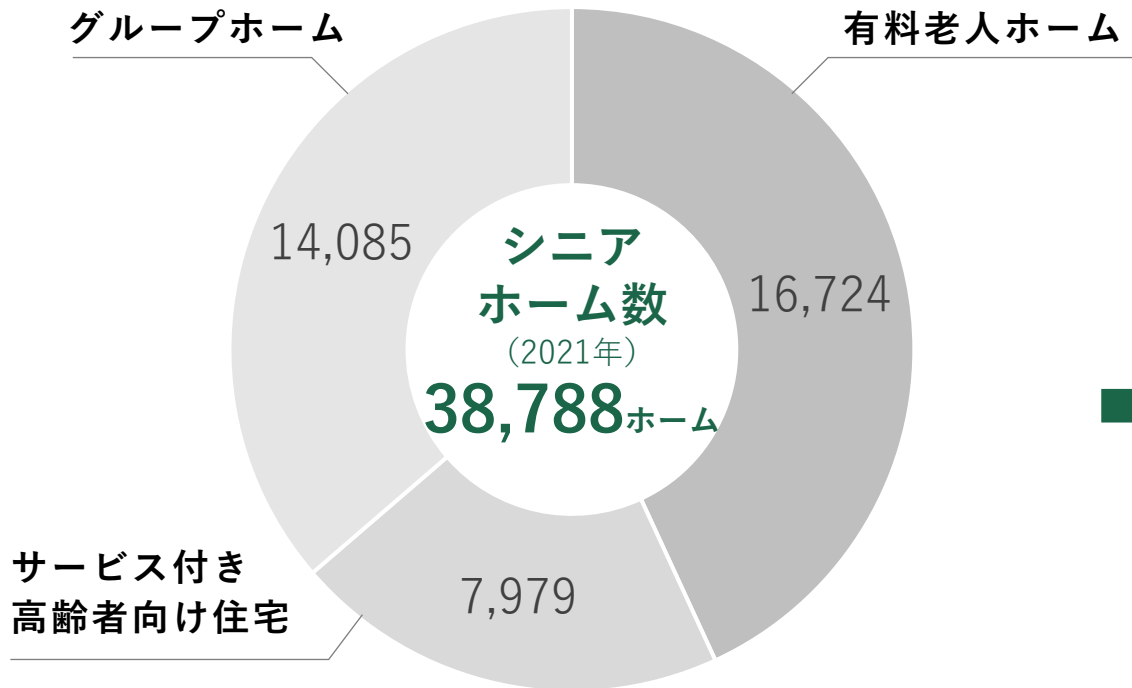
※2 病院からの想定シェア率：「当社病院からのスマイル数÷紹介事業者を利用した病院からの新規入居者総定数（有料老人ホーム・サ高住・グループホーム）」にて算出した。新規入居者想定数は、「社会福祉施設等調査」、「サービス付き高齢者向け住宅情報提供システム 都道府県別登録状況」、「国グループホーム実態調査」、「介護サービス施設・事業所調査」、野村総合研究所「高齢者向け住まい及び住まい事業者の運営実態に関する調査研究（17年3月）」を元に、在所数の増加人数及び入退去入れ替わり数、紹介事業者利用率及び医療機関からの入居率を考慮し当社にて独自試算した値を参照している。

ケアプライム事業 | プラットフォームサイト登録ホーム数（無料）の拡大

2023年2月から案内をはじめ、現在のプラットフォームサイト登録ホーム数は10月末時点で5,335件まで伸びており、

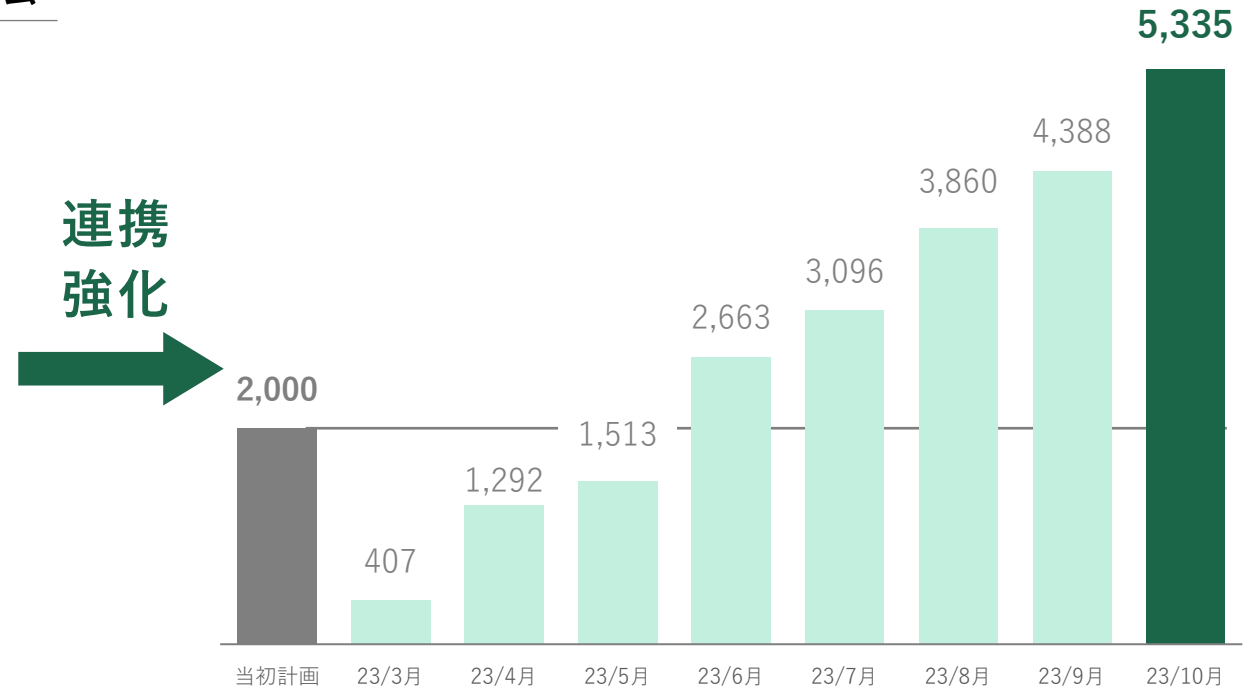
2023年10月末までの目標である2,000件は超過達成。

全国における当社の紹介対象となりうる主なシニアホーム数



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

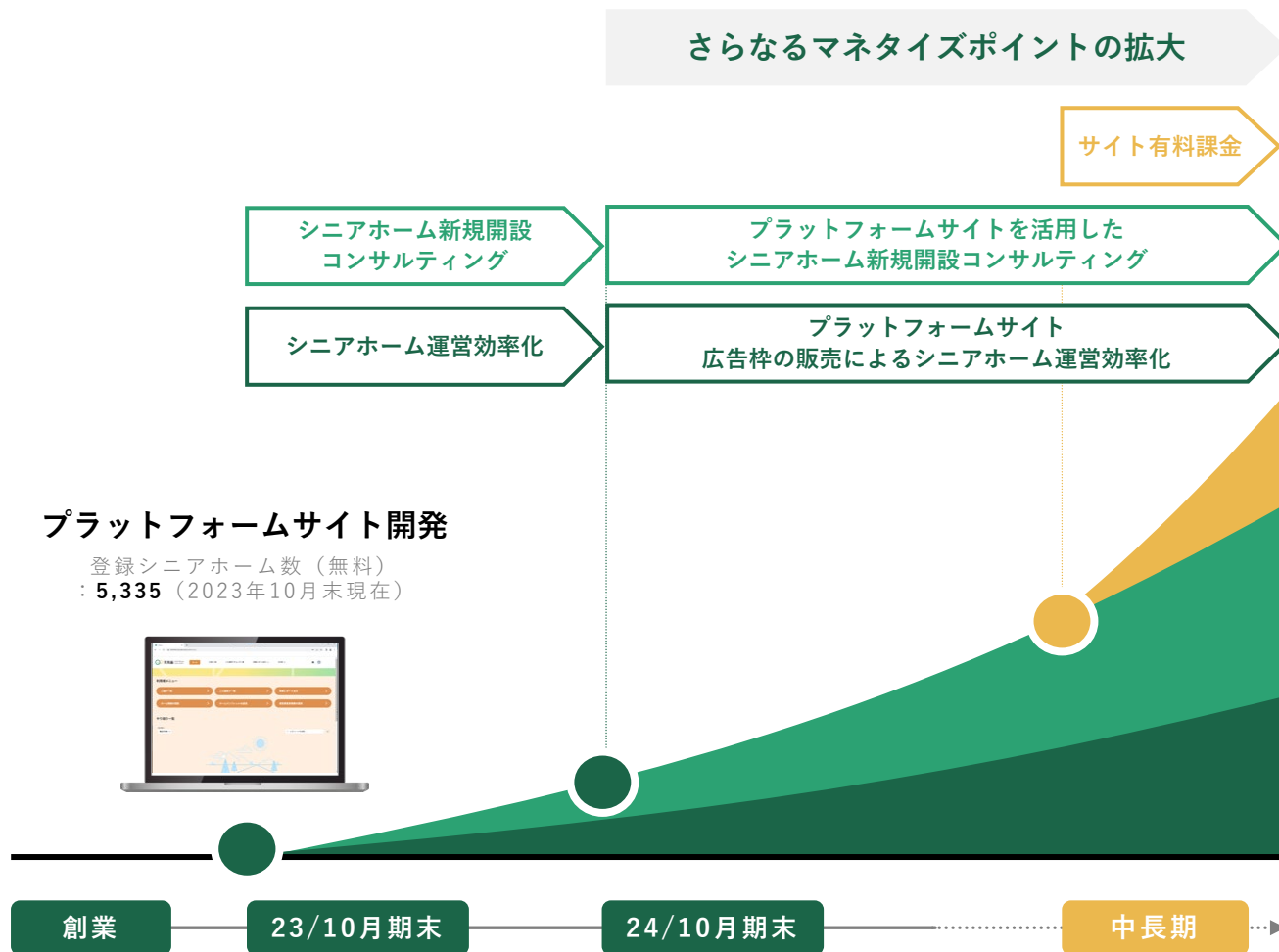
プラットフォームサイト登録ホーム数（無料）



連携強化

ケアプライム事業 | マネタイズポイントの拡大

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



シニアホーム新規開設コンサルティング

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

シニアホーム運営効率化

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

サイト有料課金

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

06-6 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、約8,800のシニアホームと連携し、コーディネーターが紹介できるようにしております。	低	特定時期なし	中
人材の確保について	当社が展開するシニアライフサポート事業は労働サービスの提供事業であるため、人材の確保が事業継続の要となります。採用がうまく進まない場合には、当社の経営成績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	現状では、採用エージェント経由での人材確保がメインとなりますが、当社の事業が社会的課題解決に繋がる点、ダイバーシティ&インクルージョンの取組み、SDGsの取組みなどを踏まえ、エージェントから安定した求職者紹介をいただいております。また、取引先である病院のメディカルソーシャルワーカーや介護関連会社の従業員の転職率が高いため、医療介護業界からの転職も今後増加していくものと予測しております。	中	特定時期なし	中
人材育成および退職予防について	案件をご紹介いただく医療機関のメディカルソーシャルワーカーやケアマネジャー等の信頼を継続的に得るため、また、入居対象者や介護家族に適切なシニアホーム提案をするためには、コーディネーターの課題対応能力の効率的な育成が重要です。当社の経営計画を達成するためにも、新入社員の事業に関する知識の定着の早期化が課題となっております。人材の育成に時間を要した場合や多くの退職を防げなかった場合には、当社の経営成績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	CRMシステムを利用した顧客関係管理の質の向上や、動画コンテンツを活用した教育体制の強化の取り組みを行うとともに、一人一人が価値ある存在として自立することにより退職予防に努めてまいります。また、退職予防としてリテンション施策を行っており、具体的にはパルスサーベイ※を活用した対象者フォロー面談を実施し、リスクマネジメント推進委員会でフォロー面談実施内容の確認・報告を行い退職予防に努めております。しかしながら、人材の育成に時間を要した場合や多くの退職を防げなかった場合には、当社の経営成績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	特定時期なし	大

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

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