

どんな軸で検討するのか？

そこにマーケットの魅力と低い事業リスクがなければ、開店後、失敗する

Y

Market

- Y1: 要介護者数 (要介護1~3)
- Y2: 通所介護数
- Y3: 要介護者数 / 通所リハ数
- Y4: 財政状況
- Y5: 受給者数

ターゲットのニーズを測定するために重要

Z Number of hospital bed and Financial

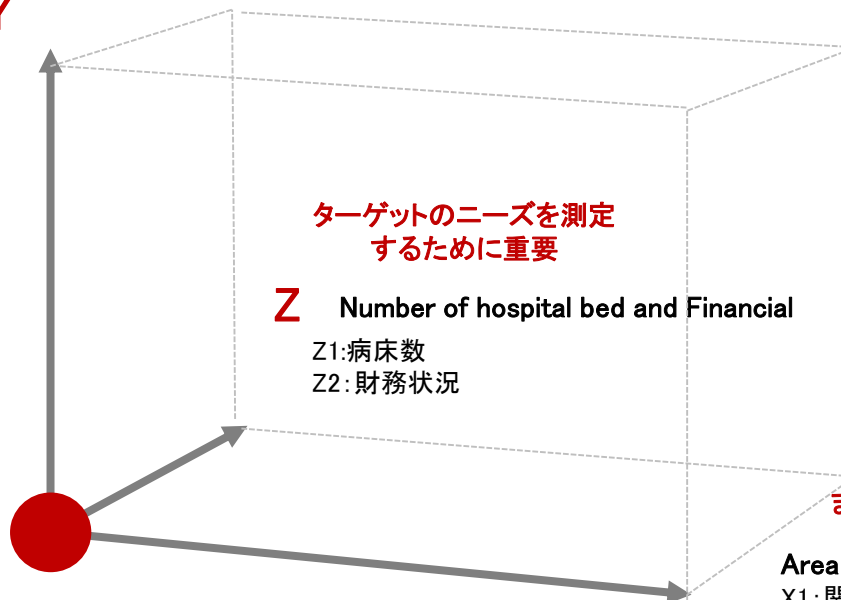
- Z1: 病床数
- Z2: 財務状況

まずは関東圏に絞らなければコスト・人員ともに疲弊する

Area

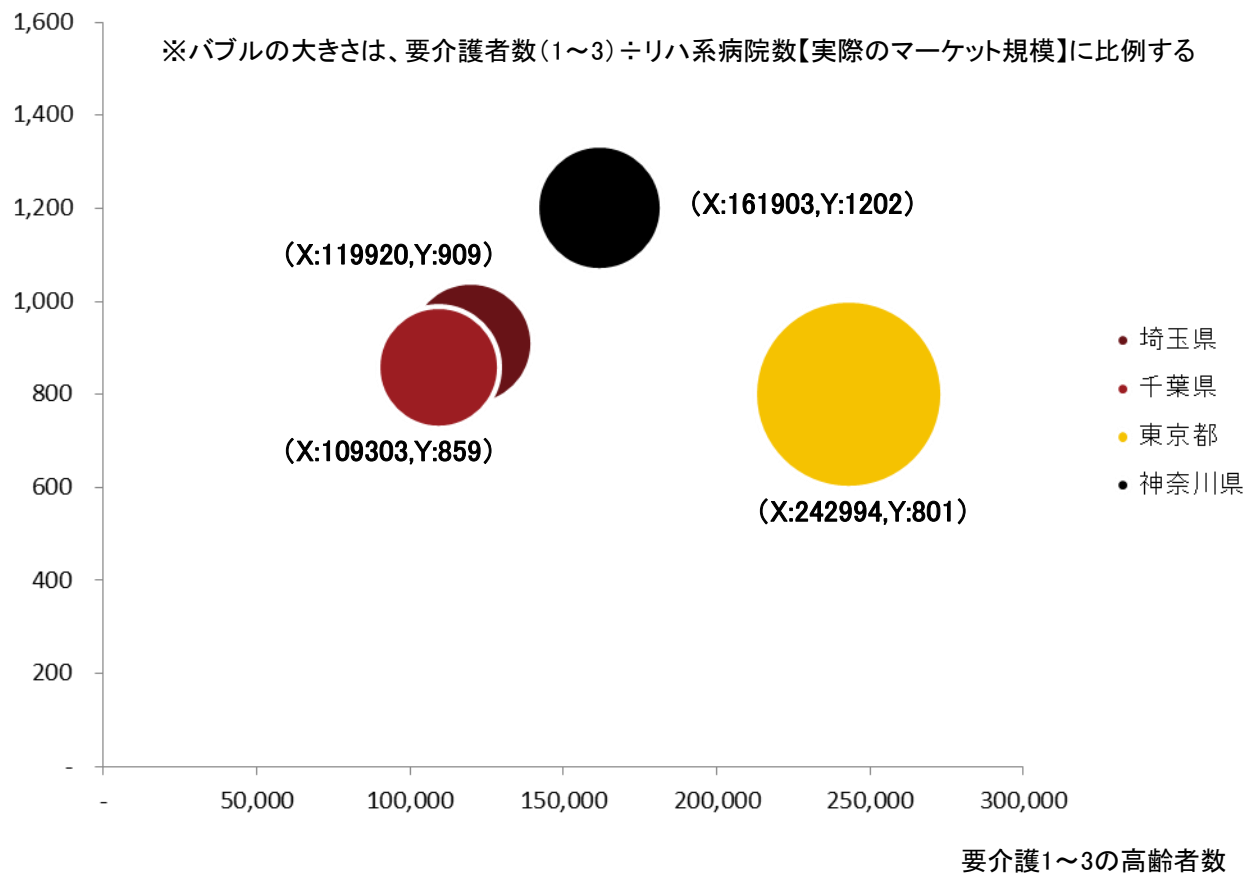
- X1: 関東1都3県 (東京、神奈川、埼玉、千葉)
- X2: 区・市

X



例えば、関東1都3県で、検討するならば？

リハ系病院



マーケットの魅力度を測定

既存店舗30店舗との
相関係数:0.56018

実質マーケット規模
要介護/リハ病院

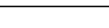

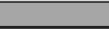

	501以上	国立市、狛江市	東久留米市			町田市				練馬区		
	451-500		三鷹市、日野市	西東京市	2nd Segment 営業先病院数:264			1st Segment 営業先病院数:211		1st Segment 営業先病院数:46		
	401-450		国分寺市									
平均値	351-400	武蔵村山市	昭島市、東村山市、東大和市	調布市	品川区、中野区		杉並区	八王子市			世田谷区	
	301-350	あきる野市	立川市、小金井市	台東区、府中市			江戸川区					
中央値	251-300	福生市、羽村市、大島市、八丈町	中央区、文京区、多摩市	小平市		北区	葛飾区		足立区		大田区	
	201-250	稲城市	武蔵野市、青梅市	目黒区	新宿区、墨田区、豊島区、荒川区	江東区		板橋区				
	151-200	清瀬市	港区、渋谷区									
	101-150				3rd Segment 営業先病院数:279			営業先病院数:0				
	51-100	千代田区										
	0-50											
		0-20	21-40	41-60	61-80	81-100	101-120	121-140	141-160	161-180	181-200	201以上

基準値

140件以上が安泰

介護事業者数
マーケット成熟度

既存店舗30店舗との
相関係数:0.78712

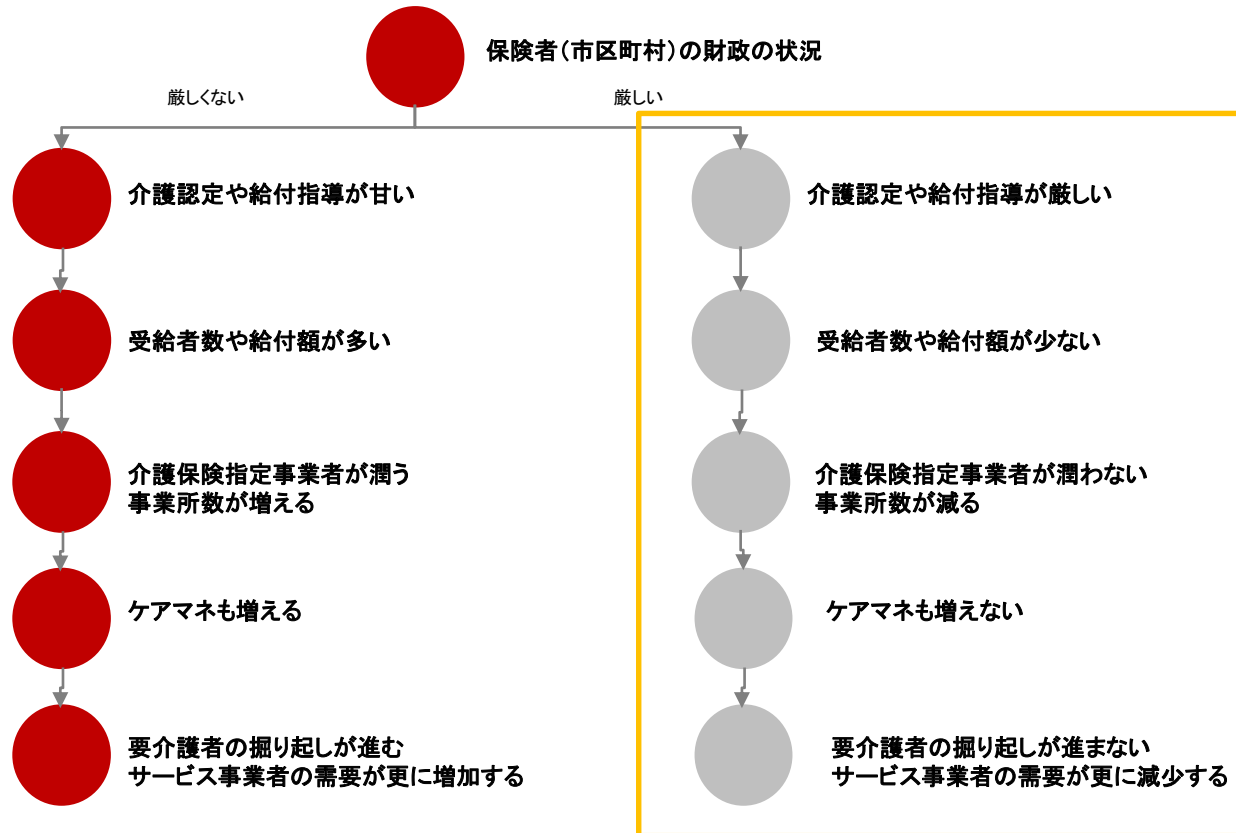
- ①  マーケットが大きく、成熟している
- ②  マーケットは大きいため、CM啓蒙か、差別化をすれば勝てる可能性あり
- ③  マーケットが未成熟
- ④  圧倒的なブランド力で相当なシェア奪取が必要

事業リスクを測定(1)

なぜ財政状況が重要なのか

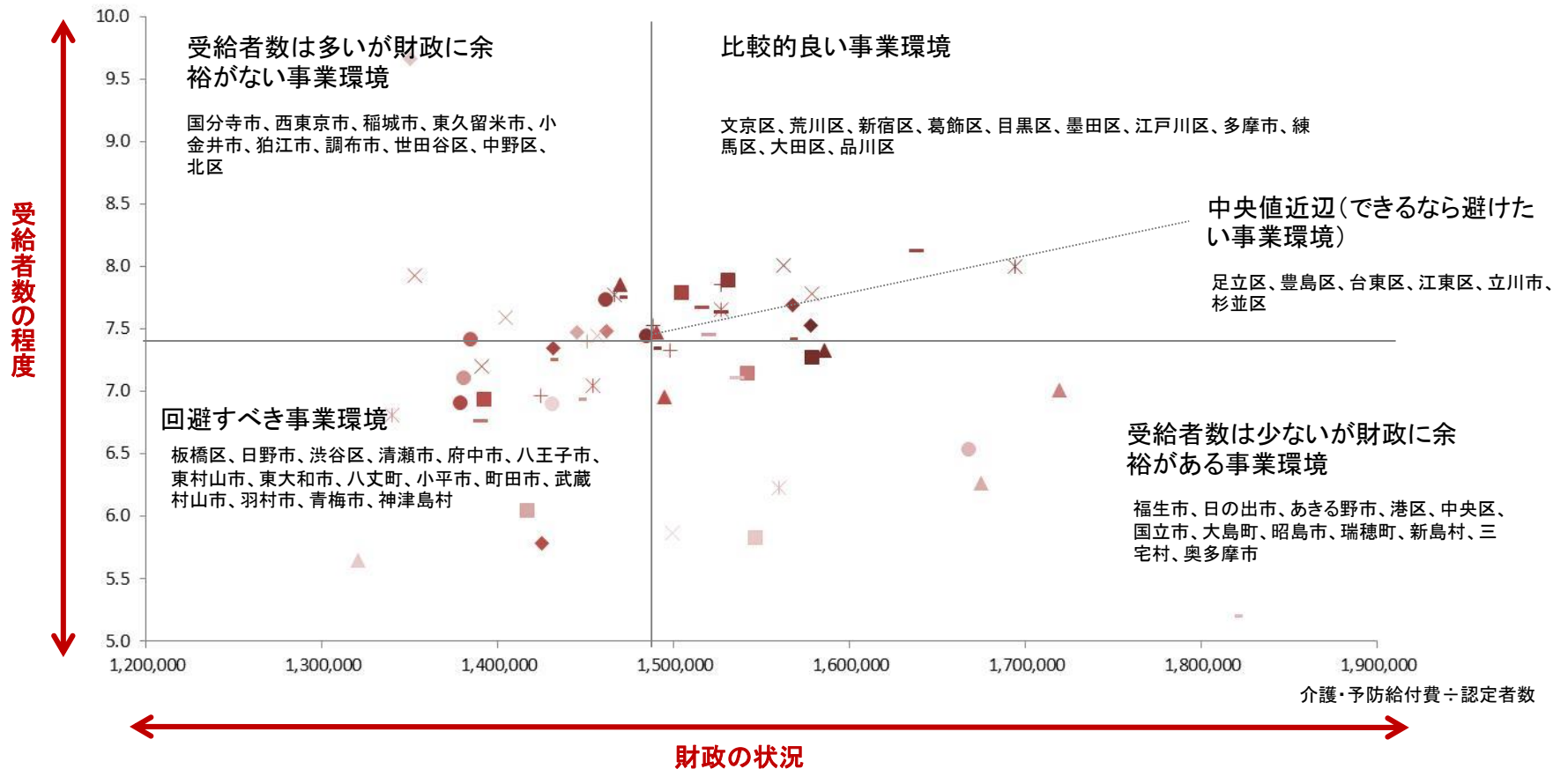
(財政状況≒介護給付受給者数とする。そのロジックは下記の通り)

介護給付算定者数が少ないという事は、介護保険指定事業者が潤っていないことが言え、それは間接的に保険者の財政の厳しさという事が導き出せる。



事業リスクを測定(2)

受給者(延べ)÷認定者数



マーケットの魅力度 × 事業リスクのマトリクス

第一候補
 第二候補
 なるべく回避
 絶対回避

赤文字: 現状の拠点で勝っている拠点
 紫文字: 現状の拠点で中位の拠点
 青文字: 現状の拠点で負けている拠点



本資料は、2014年8月に作成されたものであり、参考用のデータです。
介護サービスを取り巻く環境は変化するものであり、本資料の基準が必ずしも正しいわけではないことを予めご了承ください。

また、相関係数などの数値ですが、ファクトデータは基本的に経産省や厚労省などの信頼性の高いデータを基に算出していますが、検証用のデータは、特定の店舗30店舗で検証したものになります。必ずしも貴法人の事業環境に当てはまるものではありません。

本資料における一切の責任は、弊社(株式会社ケアレンツ)は負えませんので、予めご了承下さい。