

# 有料老人ホームの ブランド比較 ~その2~

第9回

## 供給量ランキングトップは SOMPOホールディングス

2017年4月時点の有料老人ホーム等(分譲型ケア付きマンション・無届けホーム含む)は、事業者数7041社、ホーム数1万2864カ所、居室数46万6211戸で、1事業者当たり平均1.8カ所66戸を運営しており、小規模運営の事業者が多いことがわかる。トップ企業のシェアが4.4%、上位50社のシェアを合計しても31.3%と、他の業種と比較するまでもなく乱立・群雄割拠の状態が続いている。

高齢者住宅の不足が続く2030年までは新規事業者の参入は続き、低シェアの状態はまだ続く。しかし、介護実績のないSOMPOホールディングスのように、供給上位だったワタミとメッセージを買収して、一躍供給ランキングトップに躍り出るといった企業も現れ、今まで以上に企業買収や合併・統合が増え、上位事業者のシェアは高まることが予測できる。

コンビニエンスストアやスーパー・レストラン・ホテルチェーンなど、思いもかけない他業種からの事業参入で、ランキングの顔ぶれは大きく変わる可能性もある。シェアを高めることで経営の効率を高めていかなければ、労働力不足・低賃金・過剰労働・介護品質の低下といった多くの課題を解決できないからだ。事業者ランキングトップ10は図表のとおりとなっている。

## ブランド別入居率

安定的な経営の目安となる入居率80%を超えているブランドは全体の8割を超えていて、高稼働のブランドが多い。有料老人ホームの経営は比較的安定しているといえる。

入居率100%のブランドは、「ベルジ」「ケアライフ」「ハートフルケア」だ。老舗の「ゆうゆうの里」「エデンの園」、高額ホームの「エレガノー」「コンフォート」等、低額ホームの「ハートフルケア」「ケアライフ」等、商品性に偏りなく、およそ半数のブランドは90%以上で稼働している。

一方、入居率が最も低いのは、「ホスピタルメント」(62.3%)で、次いで「グランレーヴ」(62.8%)、「シルバータウン」(64.1%)が続く。これといった原因の共通項は見いだせないが、いずれも医療法人の流れをくむブランドだ。料金設定・介護の品質・医療連携・立地や地域性などのバランスが取れているかなど気になる点はある。「気まま館」「ウェルライフガーデン」「ソノラス」が70%を

図表 事業者シェアランキング トップ10

順位	事業主体	居室数	シェア	ホーム数
1	SOMPO ホールディングス	20,712	4.4%	339
2	ベネッセスタイル ケア	16,163	3.5%	300
3	ベストライフ	10,500	2.3%	166
4	ニチイ	8,474	1.8%	140
5	川島 コーポレーション	8,300	1.8%	97
6	長谷川介護サービス	5,586	1.2%	92
7	木下工務店	4,642	1.0%	77
8	ハーフセンチュリー モア	3,967	0.9%	16
9	ウチヤマ	3,897	0.8%	57
10	シップヘルスケア	3,809	0.8%	58

切っている。

## 前年の退去率平均は27.5%

前年1年間の退去者数を、現在の入居者数で割った数値を退去率として算出した。全ブランドの平均退去率から類推すると、平均居住期間はおおよそ3年8カ月となる。年々短くなっている。

ブランド別で退去率が最も高いのは「ベルジ」(65.2%)、次いで「グランシア」(53.9%)、「ロケアホーム」(50.5%)。50%を超えるのはこの3ブランドだ。ショートステイや末期がん患者などの受け入れを行っていることも要因として挙げられるが、1年間で半分以上が入替わるのは、入居者にとっては落ち着きのないホームという印象になるだろう。

事業者にとって、他社の動向や商品内容分析は経営管理上必須であるが、入居を検討する側にあっても、このような分析結果を知ることは選択を間違わないための手助けとなる。ホームの運営内容の善し悪しの見極めにはブランド分析をお勧めする。

Name 田村 明孝

たむら あきたか

Profile タムラプランニング&オペレーティング代表。  
有料老人ホームなどの開設コンサル  
ティングのほか、全国の高齢者施設、  
介護保険居宅サービス、自治体の介  
護保険事業計画のデータベースの収  
集・販売などを手がける。高齢者住  
宅連絡協議会事務局長。