

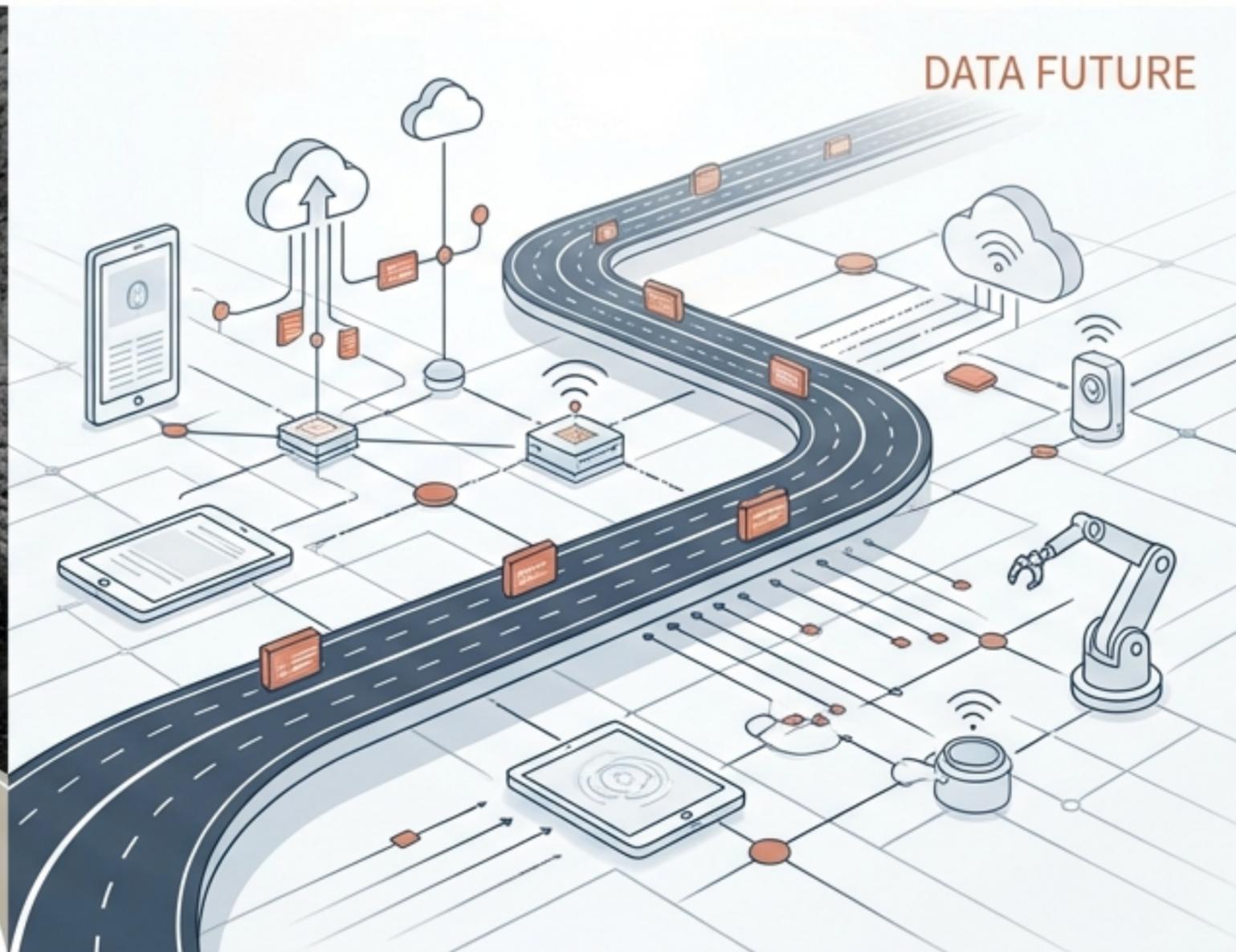
# ケアテックの交差点：AIとデータが導く次世代介護用品ビジネス戦略

市場構造の変化、デジタルデマンドの台頭、そして「QOLソリューション」への転換

OLD MODEL

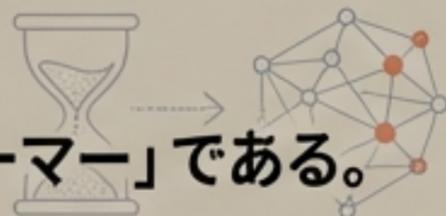


DATA FUTURE



# 業界は今、「制度依存の限界」と「テクノロジーの破壊的創造」の岐路に立つ

従来の「ケアマネジャー依存型モデル」は制度改定と異業種参入により崩壊しつつある。  
未来の勝者は、データを武器に「予防・予兆」の価値を提供する「ソリューション・プラットフォーム」である。



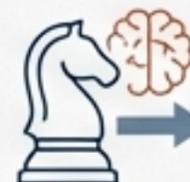
## 脅威 (Threat)

- 制度改定（貸与・販売選択制）による収益圧迫
- Amazon・カインズらによる消耗品市場の奪取
- 介護事業者の倒産件数過去最多（2024年度179件）



## 機会 (Opportunity)

- 「デジタルデバイド」から「デジタルデマンド」への転換
- 53.2%のアクティブシニアがECを利用する現実
- 予防・自立支援市場の拡大



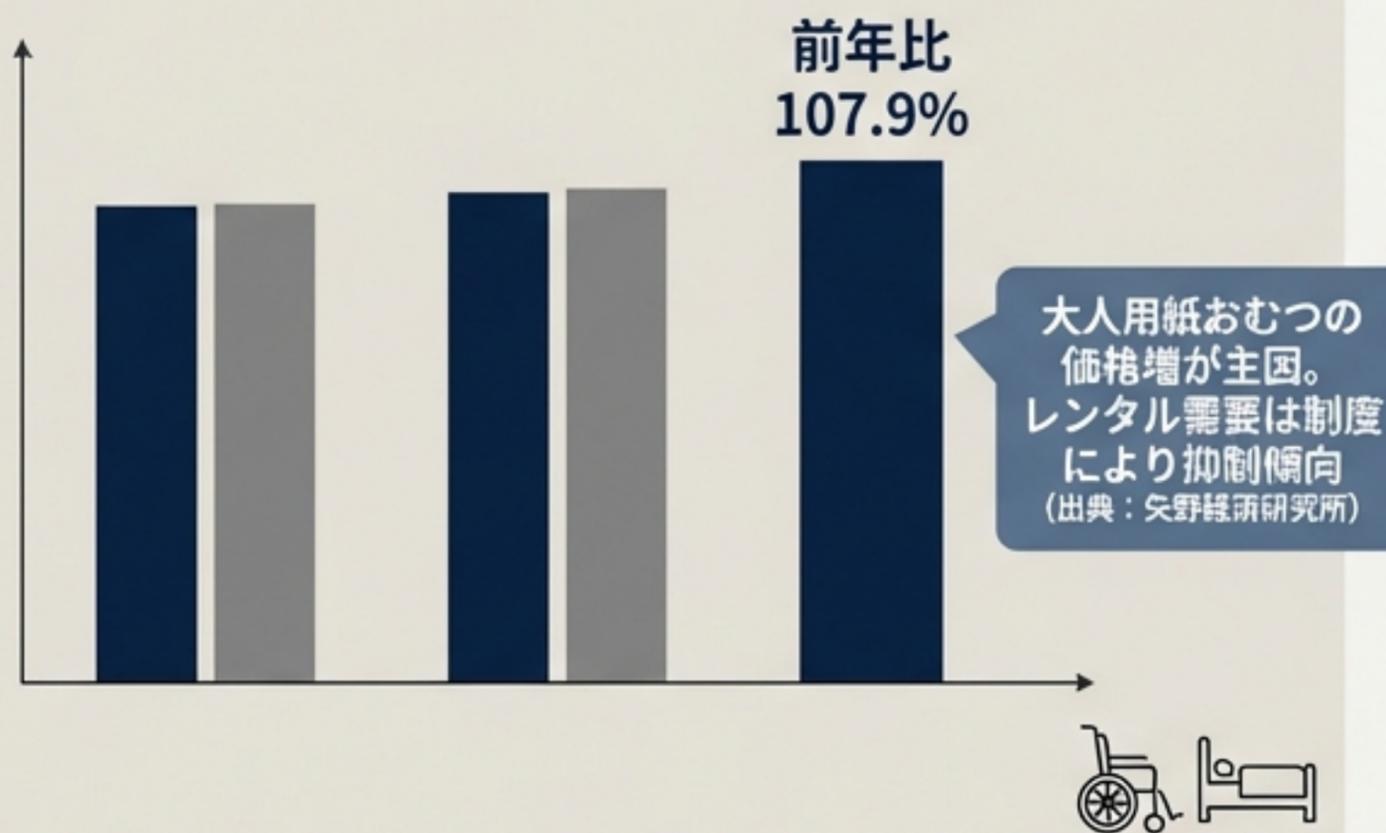
## 戦略 (Strategy)

- オフラインの信頼とオンラインの効率を融合する「ハイブリッド戦略」
- AIによる予兆検知サービスの開発
- 「QOLコンサルタント」への人材再定義

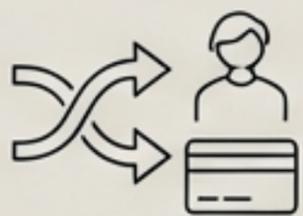
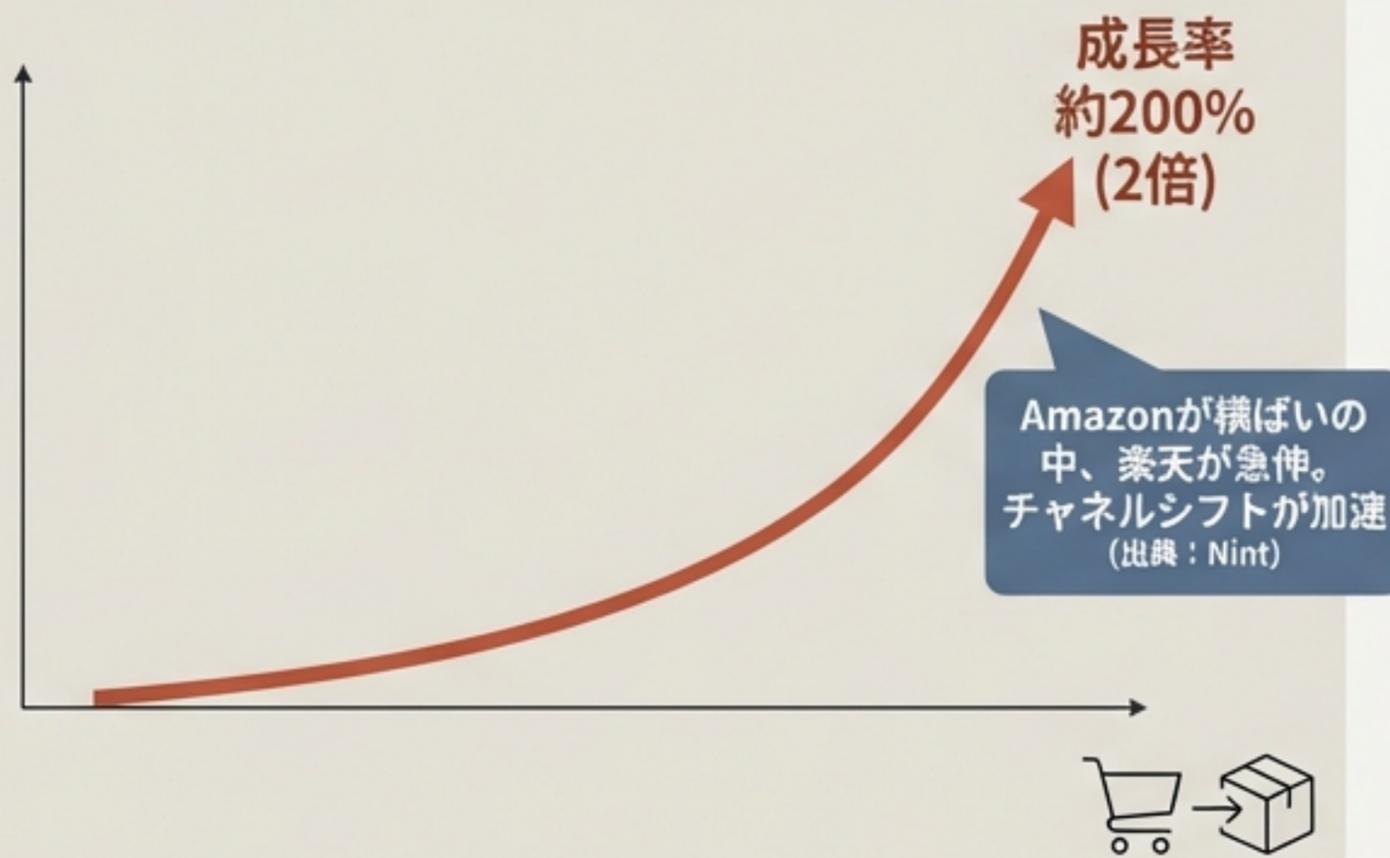


# 市場の二極化：「停滞するレンタル市場」と「急伸するEC消耗品市場」

## 制度依存：福祉用具・介護用品市場

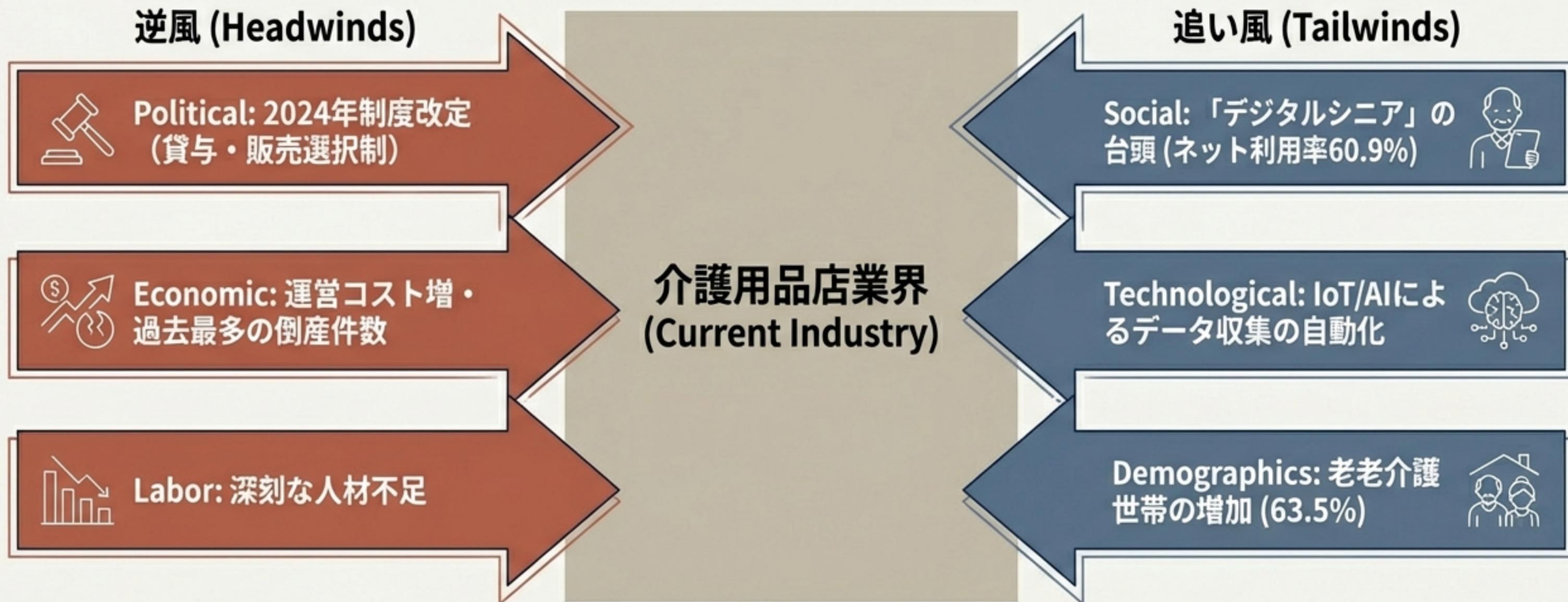


## 消費者主導：EC介護用おむつ市場（楽天）



**Key Takeaway:** 制度に守られた「レンタル」は成長の限界。消費者が直接選ぶ「消耗品」はECへ流出。既存事業者はこの「中抜き（Disintermediation）」に直面している。

# 逆風と追い風の同時進行：制度改定の圧力とデジタルデマンドの発生



外部環境は「人手による事後対応」から「テクノロジーによる事前予測」への転換を強制している。

# パラダイムシフト：「デジタルデバイド」から「デジタルデマンド」へ

# 53.2%

アクティブシニア(65-74歳)のEC利用率。もはや「高齢者はネットを使わない」は過去の遺物である。

## ユーザージャーニー参比較

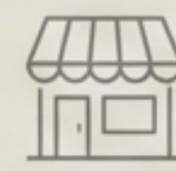
従来  
(BtoBtoC)



家族



ケアマネジャー  
(ゲーマネ者)



売売店場



商品

情報の非対称性によりケアマネが商品を決定

現在  
(D2C)



家族保護者人



スマートフォン

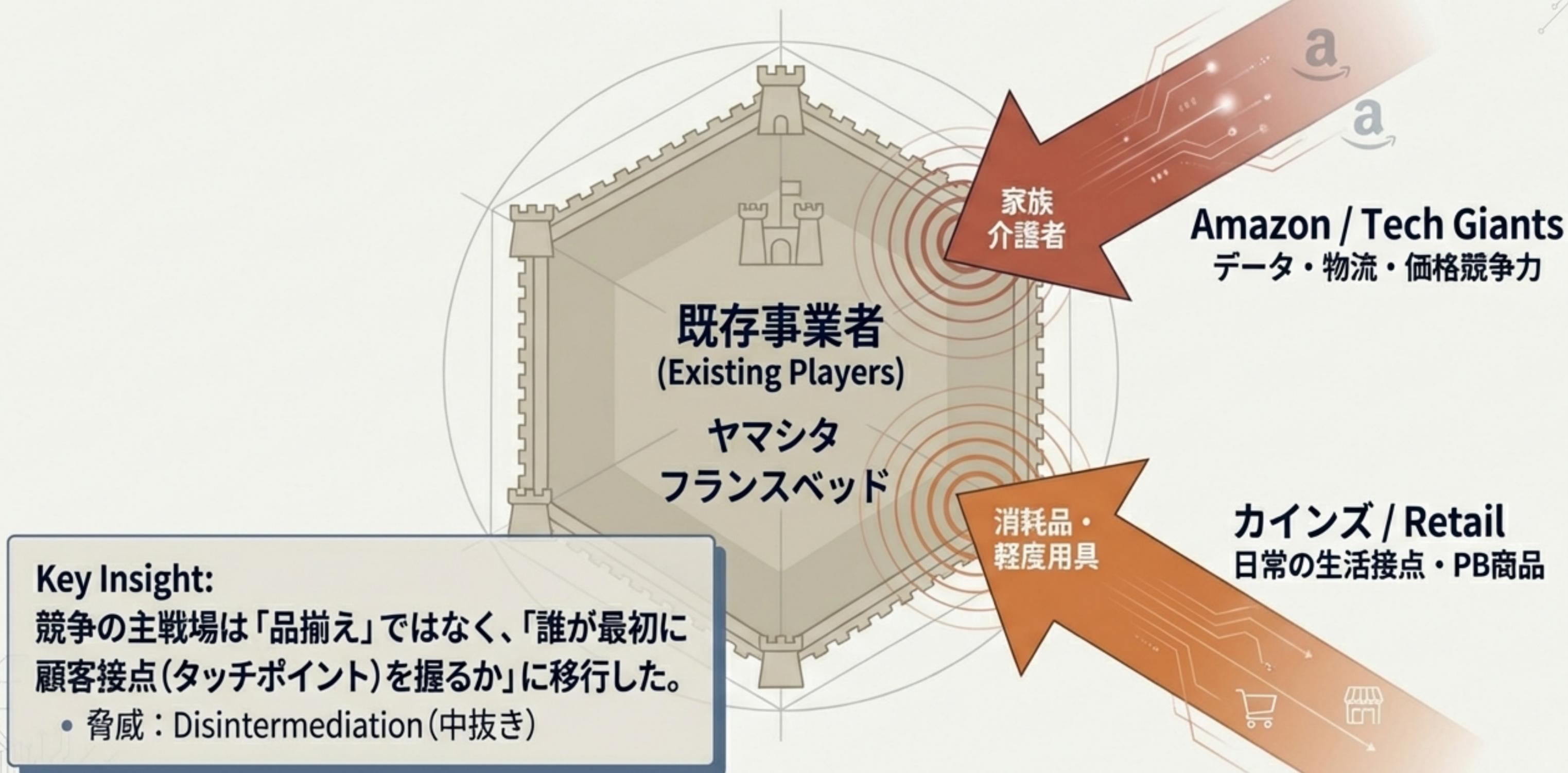
amazon  
Rakuten



商品配送

「時間効率」と「検索」で直接購入。中抜きが発生。

# 競争の変質：顧客接点の支配権を巡る異業種との総力戦



# ケアマネジャーと家族介護者：乖離するKBF（購買決定要因）



**Customer A: ケアマネジャー  
(BtoB Logic)**

- 信頼性・ミスのなさ  
(Professional Reliability)
- レスポンス速度  
(Response Speed)
- 専門的提案力  
(Expertise)

**役割：レンタル市場のゲートキーパー**



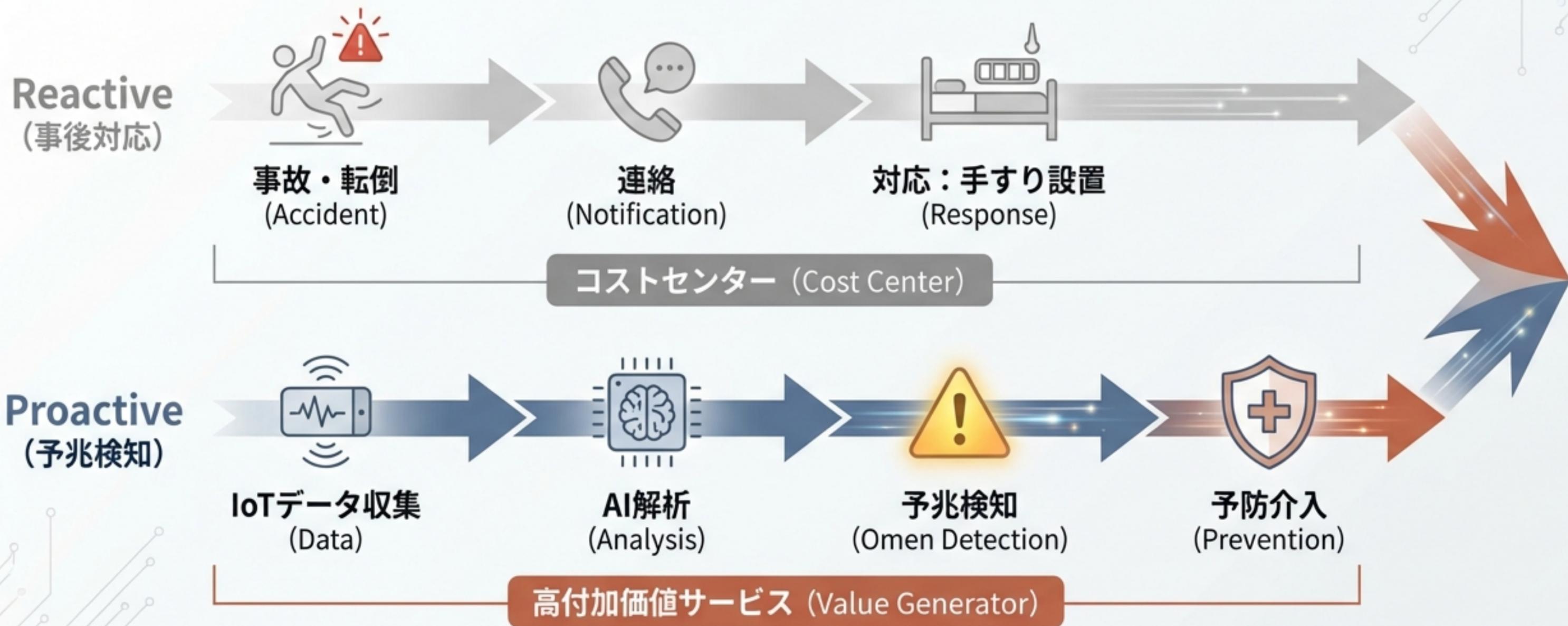
**Customer B: 家族介護者  
(B2C Logic)**

- 価格・安さ (Price)
- 利便性・手軽さ  
(Convenience)
- 口コミ・レビュー  
(Reviews)
- 配送スピード  
(Delivery Speed)

**役割：消耗品・ECの意思決定者**

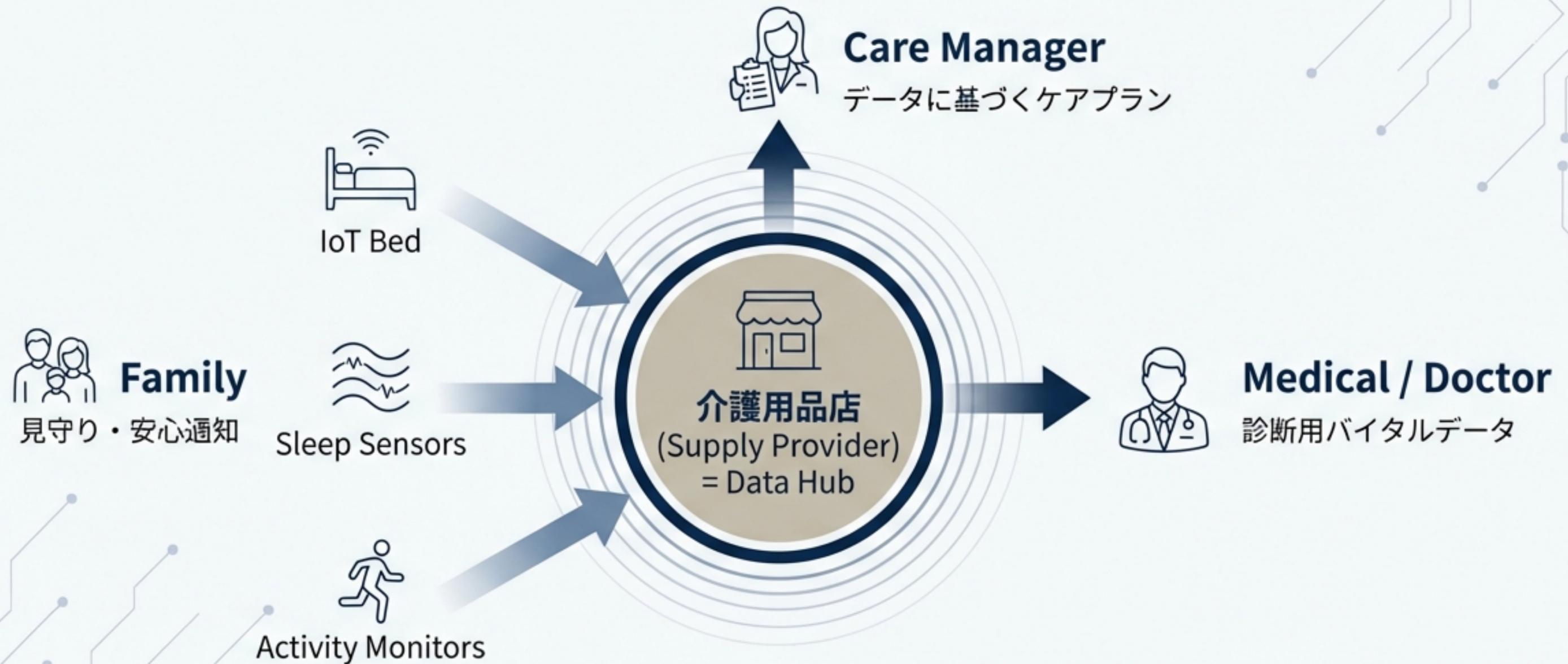
**GAP: 既存モデルはケアマネジャーに最適化されており、家族（デジタルデマンド）を取りこぼしている。**

# ビジネスモデルの転換：AIによる「予兆検知・予防介入」の実現



Paramount Bed「眠りSCAN」やCDI「SOIN-EST」等の技術がこれを可能にする。

# 「モノの提供」から「データハブ」へ：新たなバリューチェーン



マネタイズの転換：単発のレンタル料から、継続的な「モニタリング・サブスクリプション」へ。

# とりうる3つの戦略オプションと評価

## Strategy A: 地域密着深化 (Traditional)



Focus

Care Manager Relations  
(ケアマネ関係構築)

Feasibility  
(実現性)

◎ **High**

Scalability  
(拡張性)

△ **Low**

Risk

Vulnerable to Reform  
(制度改革に脆弱)

特徴

## Strategy B: ニッチD2C (Digital Pivot)



Focus

Specialized EC  
(特化型EC)

Feasibility  
(実現性)

○ **Medium**

Scalability  
(拡張性)

◎ **High**

Risk

Competition with Amazon  
(Amazonとの競合)

特徴

## Strategy C: AIプラットフォーム (Innovator)



Focus

Data/Prediction Service  
(データ/予測サービス)

Feasibility  
(実現性)

△ **Low**  
(Requires Investment)

Scalability  
(拡張性)

☆ **Very High**

Risk

High Risk / High Reward

**結論**

単独ではリスクが高い。既存資産を活かしつつ未来へ投資する「組み合わせ」が必要。

# 推奨戦略：ハイブリッド型「ソリューション・プロバイダー」

Growth Engine / Future Value

Strategy B & C: オンライン・AI・データ



Human Touch: QOLコンサルタント

配送スタッフがデジタルの導入支援を行う (Amazonにはできない価値)

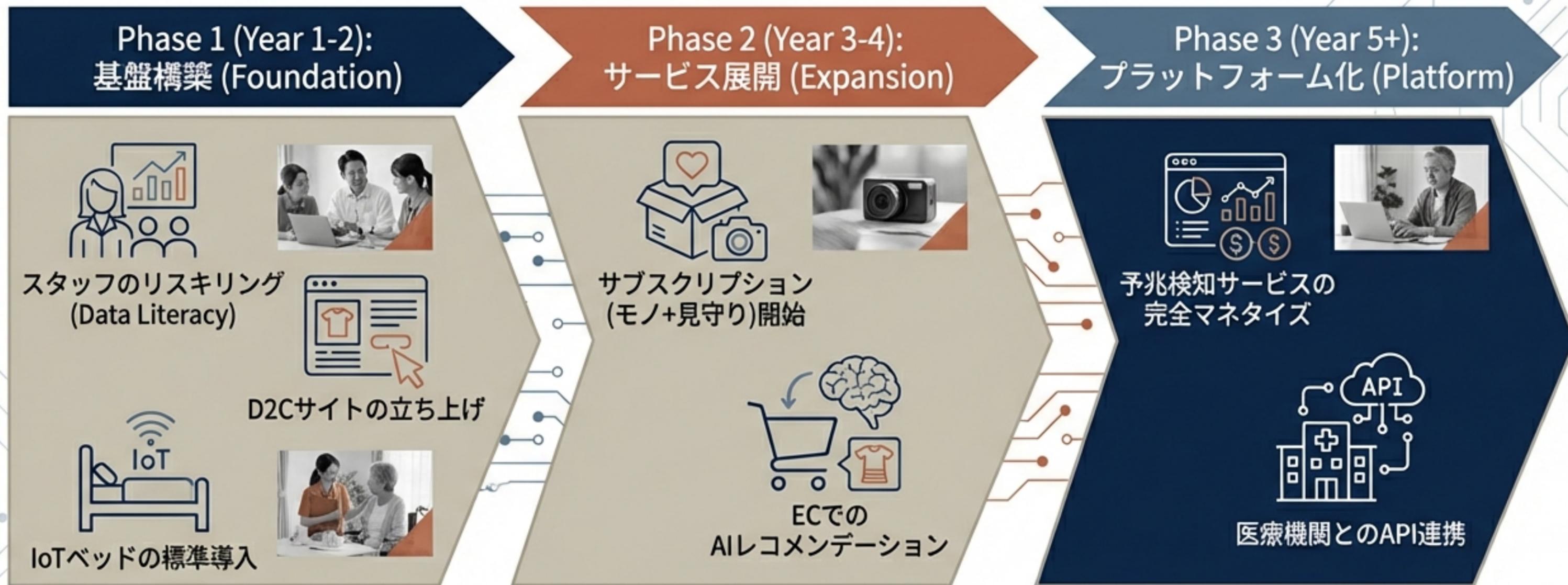
Strategy A: オフラインの信頼・物流網 (既存資産)

Cash Cow / Trust Foundation

Goal:

LTV (顧客生涯価値)  
の最大化

# 変革へのロードマップ：基盤構築からプラットフォーム化へ



基盤を固め、サービスを拡大し、最終的に包括的なプラットフォームへと進化させる長期戦略。

**Goal:**  
持続可能な成長  
と価値最大化

# 最大のボトルネックは「人材」：スキルセットの再定義

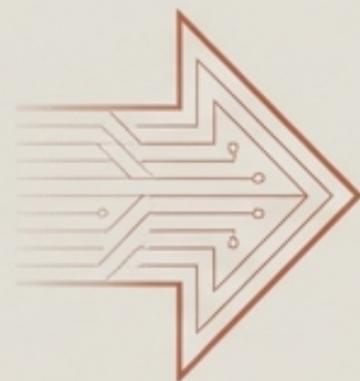


アクション：全社員へのデジタル研修と、デジタルマーケター/データ人材の戦略的採用。

# 未来への提言：データを武器に、ケアの質を変革せよ

「岐路」を恐れるな。  
デジタルデマンドは脅威ではなく、  
顧客と直接つながる最大のチャンスである。

From:  
Supplier of Goods  
(モノの提供者)



To:  
Partner in Prevention  
(予防のパートナー)

健康寿命の延伸（Healthy Life Expectancy）への  
貢献こそが、我々の次なるミッションである。

