



株式会社CaSy

**2022年11月期 第1四半期**

**決算説明資料**

(第9期：2021年12月1日～2022年2月28日)

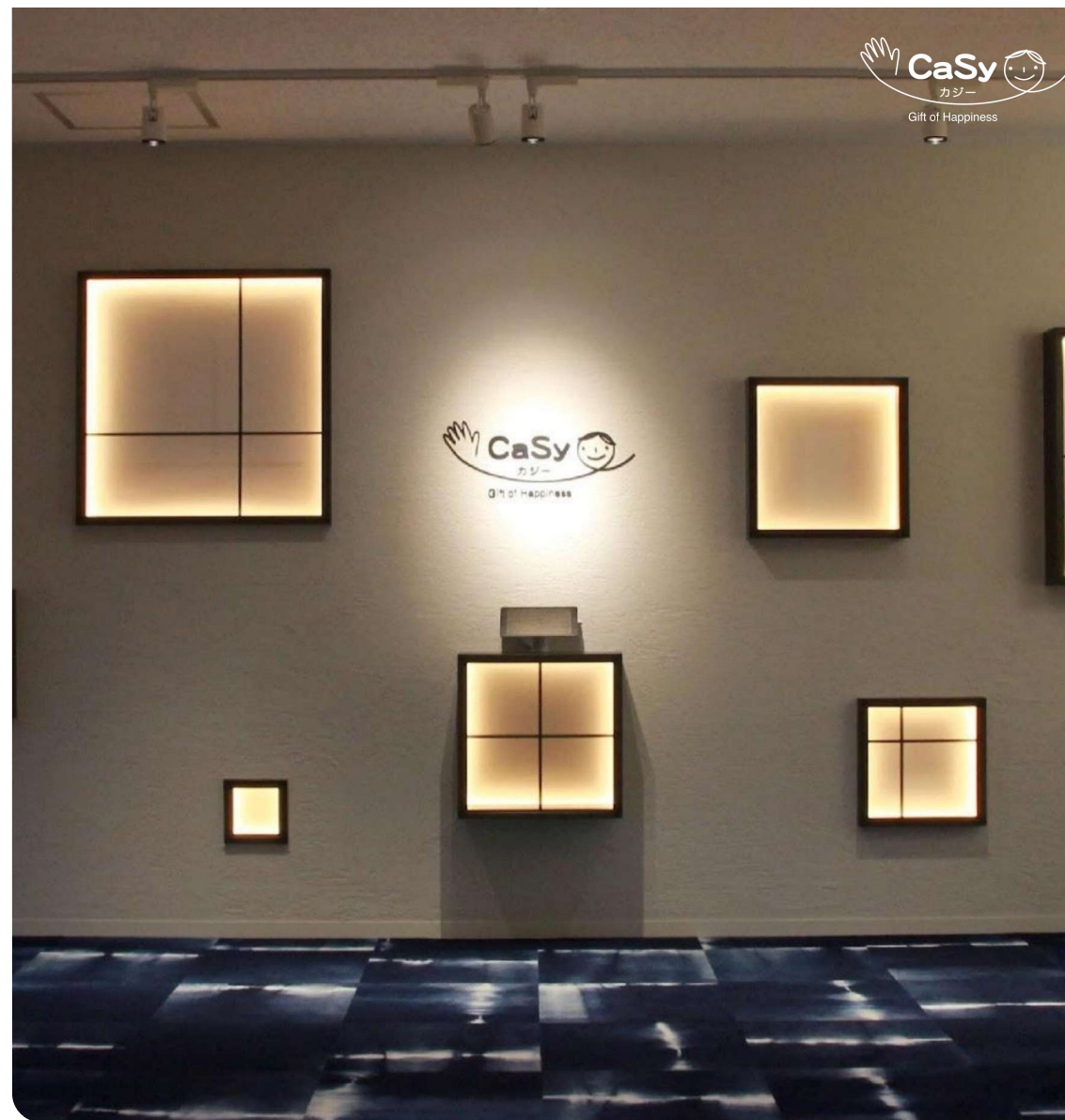
# 目次

- 1 事業概要**
- 2 2022年11月期 Q1決算概要**
- 3 2022年11月期 通期業績予想**
- 4 成長戦略**
- 5 参考情報**

## 1.事業概要

# CaSyについて

|      |   |
|------|---|
| 会社名  | 株式会社CaSy（カジー）   |
| 所在地  | 東京都品川区上大崎3-5-11<br>MEGURO VILLA GARDEN 6階   |
| 設立   | 2014年1月30日  |
| 事業内容 | 暮らしの中の時間を創るプラットフォーム<br>・家事代行<br>・その他暮らしのサービス等<br>（ハウスクリーニング・整理収納）<br><br>WEBサービスの開発及び運営 |
| 代表者  | 代表取締役CEO 加茂 雄一<br>代表取締役CFO 池田 裕樹  |
| 所属団体 | シェアリングエコノミー協会   |



## Vision

# 笑顔の暮らしを、 あたりまえにする。

2014年、家事の苦手な男性創業者達によってCaSyは産声をあげました。苦手なことを、得意な人にお願いできることを、あたりまえにしたい。そして、得意な人に感謝を伝えることを、あたりまえにしたい。

その結果、お願いした人も、お願いされた人も、笑顔があふれる人生をおくれることを、あたりまえにしたい。





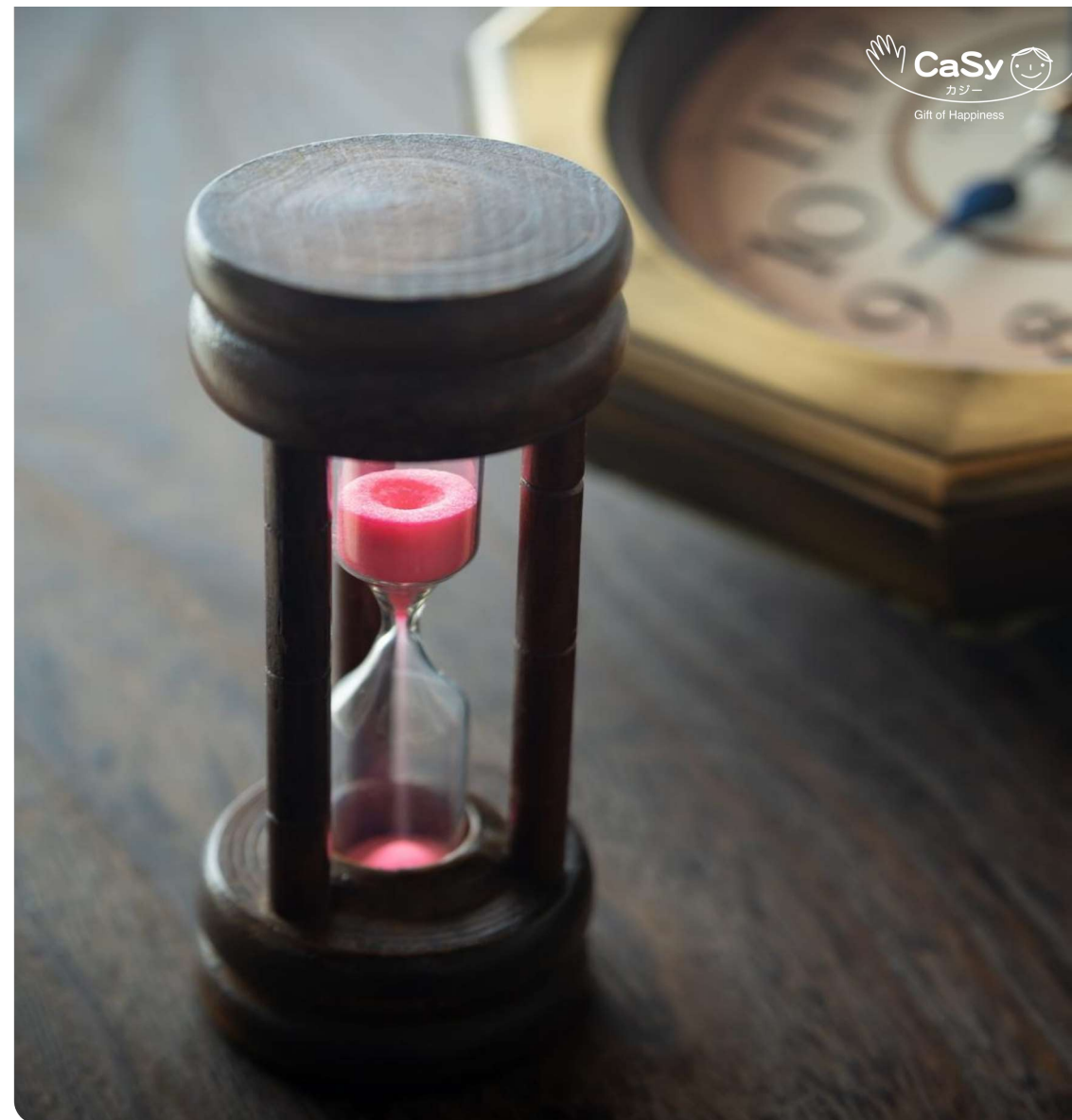
## Mission

# 大切なことを、 大切にできる時間を創る。

私たちは、お客様の時間を創る会社です。

私たちは、時間はすべての人が平等にもっているが、  
限りがある、命そのものだと思っています。

使命を果たそうと頑張っているお客様の時間を創ることが、  
私たちCaSyの使命（Mission）です。



# 提供サービス

売上構成 **97%**

## 家事代行サービス



主にはキッチン、お風呂などの水回りのお掃除を行う、お掃除代行サービス。それ以外に1週間分の食事の作り置きを調理する、お料理代行サービスがある。スポットで利用するサービスのほか、1週間に1回の頻度～4週間に1回の頻度で定期的に利用するサービスがあります。個人で利用されるほか、企業の福利厚生サービスとして利用されることもあります。



### 1時間あたり料金（税込）

|        |        |               |
|--------|--------|---------------|
| スポット利用 |        | <b>2,750円</b> |
| 定期利用   | 1週間に1回 | <b>2,409円</b> |
|        | 2週間に1回 | <b>2,519円</b> |
|        | 4週間に1回 | <b>2,629円</b> |

1回のサービスは、定期・スポットともにお掃除代行サービスは2時間以上、お料理代行サービスは3時間以上（初回お試し除く）で利用可能。但し、お掃除代行プラン「SMART家事代行」においては1週間に1回1時間から利用可能ですが、1時間2,750円となります。

売上構成 **3%**

## その他暮らしのサービス



### ハウスクリーニング

専用の器具を利用して、主にエアコンやレンジフードの分解洗浄を行う。専門の提携パートナー企業がサービスを提供します。



### 整理収納

断捨離のコンサルティングも含めて、整理収納のアドバイスを行う。家事代行サービスのキャストおよび専門の提携パートナー企業がサービスを提供します。

# CaSyとは

サービス実施以外は**オンラインで完結**できる、暮らしの中の時間を創るサービスのマッチング・プラットフォーム「家事代行などのサービス」を「Easy（簡単）」に「Cozy（安心）」して依頼できる。

## 《《 4 サービス実施 《《



お客様

1 依頼 《《

3 《《 マッチング通知

5 サービス料金支払い 《《



《《 マッチング 《《 2

委託料支払い 《《 6



キャストなど  
サービス提供者

# プラットフォームの利用者のメリット

## お客様のメリット



### 時間

- システムを利用して手間なく依頼ができる
- 一定の品質を満たすキャストと楽にマッチングできる



### 信頼

- モチベーションの高い誠実なキャストが担当してくれる
- トラブル解決や補償などのサポートを受けられる

## サービス提供者のメリット



### やりがい

- スキマの時間で多くのお客様からの感謝をいただける
- キャスト同士で学びあい、高めあう仕組みがある



### 安心

- 本人確認や反社犯罪DBなど安心して仕事ができるシステム
- 物損に対する保険や、所得補償保険、前払い制度など、金銭面での安心を得られる仕組み

## 自律成長モデルによるネットワーク効果

ネットワークの拡大に伴って、双方のエンゲージメントが向上し、  
自律的な成長のもとに参入障壁を構築



## CaSyの企業価値の源泉

お客様への提供価値と、サービス提供者への提供価値の総和である売上総利益の最大化を重視



※1:CaSyの会計基準 売上高：お客様からの売上をグロスで計上 売上総利益：売上高からサービス提供者に対する報酬を控除した金額を計上  
※2:年度毎での開示



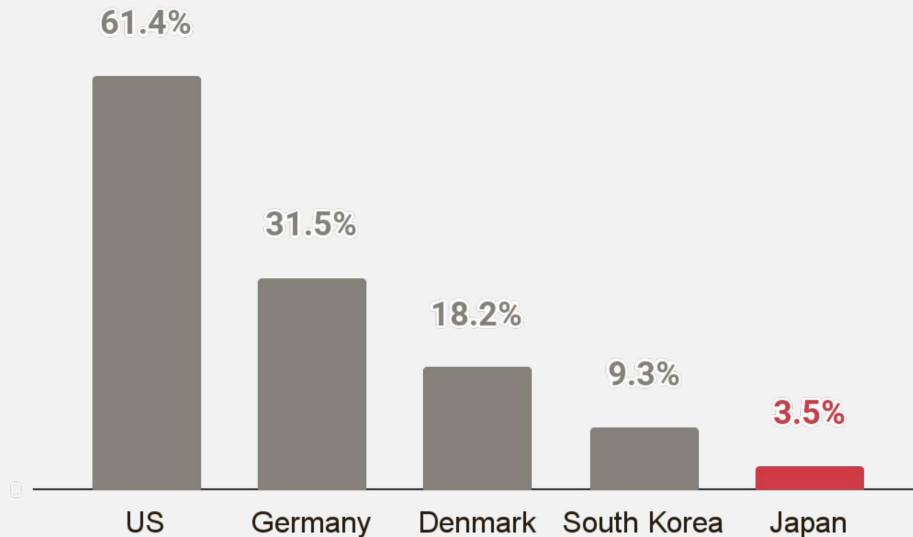
## 成長性：家事代行市場

現時点の国内利用率が低い一方で、SDGsでも挙げられている

「女性の社会進出」「ワークライフバランス」を背景に高い成長が見込まれる。

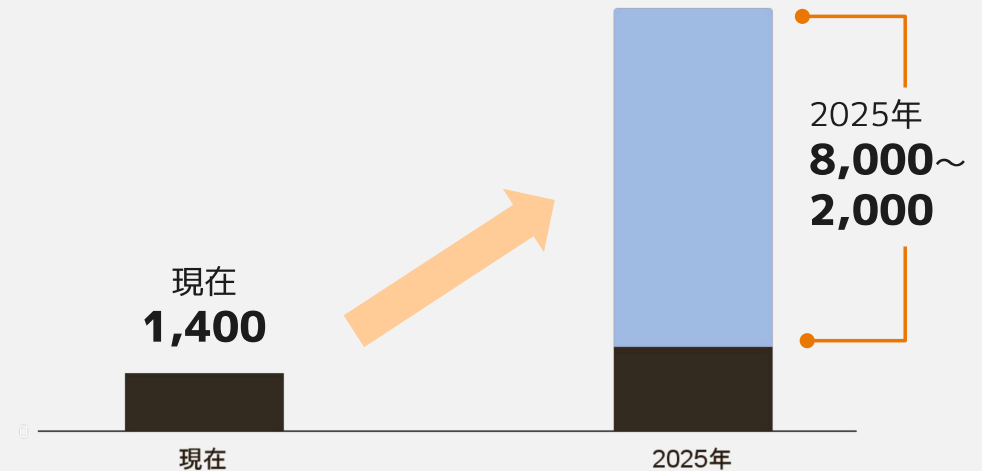
### 各国の家事代行利用率(%)

出所：2018.2.8リンナイ株式会社によるアンケート調査



### 家事代行市場の伸び(億円)

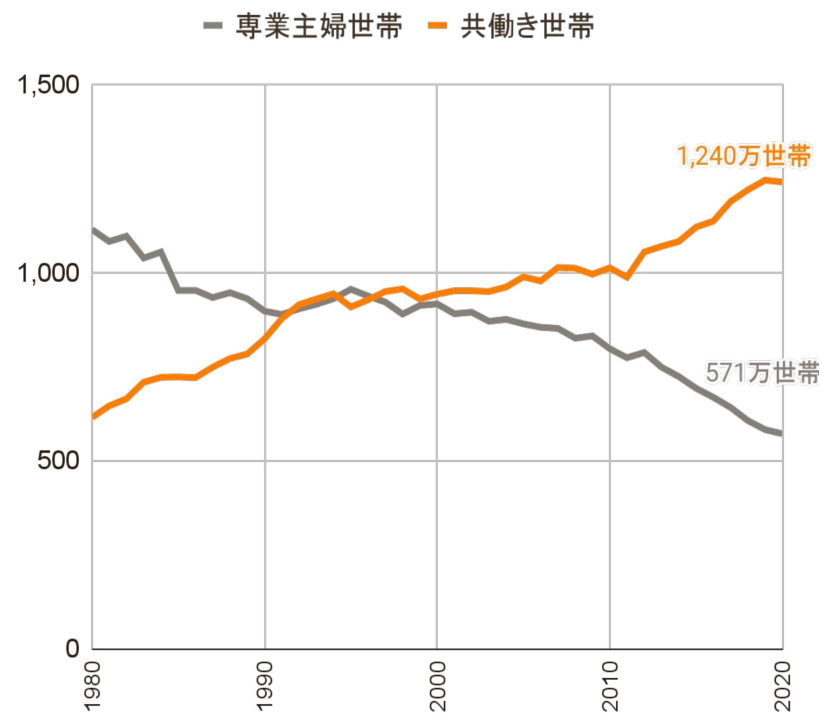
出所：2018.3.29株式会社野村総合研究所「家事支援サービス業を取り巻く諸問題に係る調査研究」。2,000億は「利用したい」のみ集計、8,000億は「まあ利用したい」も集計。その他の選択肢は「あまり利用したくない」「利用することはない」。現在の市場規模は、同資料2017年市場規模をもとに2025年までの市場成長率が一定と仮定し、2020年時点の推計値を算出した結果の上下限平均値。



## 成長性：家事代行市場

市場の成長を後押しする可能性の高い共働き世帯数は足下で顕著に増加しており、専業主婦世帯を上回る。

### 共働き世帯数は増加傾向



出所：総務省統計局「労働力調査特別調査」、総務省統計局「労働力調査（詳細集計）」

## 成長性：巨大な暮らしのサービス市場

それぞれのライフステージで利用する、暮らしの中でのアウトソーシング市場という巨大な市場の存在

※1 2018.3.29株式会社野村総合研究所「家事支援サービス業を取り巻く諸問題に係る調査研究」。

※2 矢野経済研究所の保育託児所市場規模2019年度見込み3,5兆円について、訪問型を約3割と推定し計算。

※3 矢野経済研究所のペット産業市場規模2019年度見込み1,5兆円について、サービス関連が約50%であることから、

さらにペットシッターはその約3割と想定し計算。

※4 厚生労働省 社保審一介護給付費分科会2017.4.26資料

暮らしのサービス市場  
**2兆1,000億円**

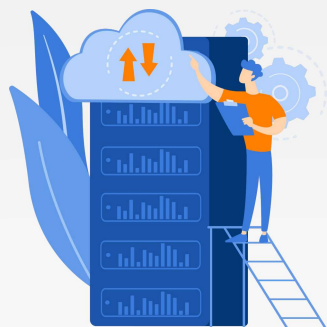
(ベビーシッター1兆円 ※2、ペットシッター1,000億円 ※3、訪問介護8,000億円 ※4)

家事代行サービス市場 ※1  
**1,400億円**

当社の売上高  
**12億円**

## 競争優位：家事代行サービスのDX化

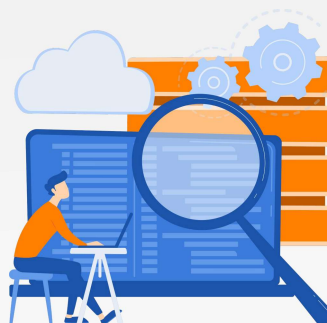
### Matching algorithm



#### ① マッチングアルゴリズム

独自のマッチングアルゴリズムにより中間コストを省略し、かつ、約7割が3時間以内にマッチングする仕組み

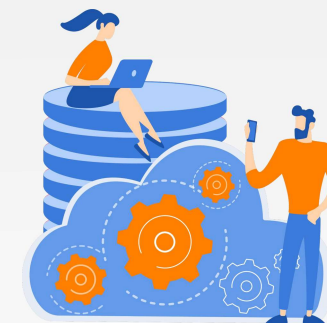
### Data driven



#### ② データ活用

従来は埋もれていたデータを活用して、品質改善、利便性向上を図る

### API integration



#### ③ システム連携

他サービスとのシステム連携により、お客様の利便性を向上

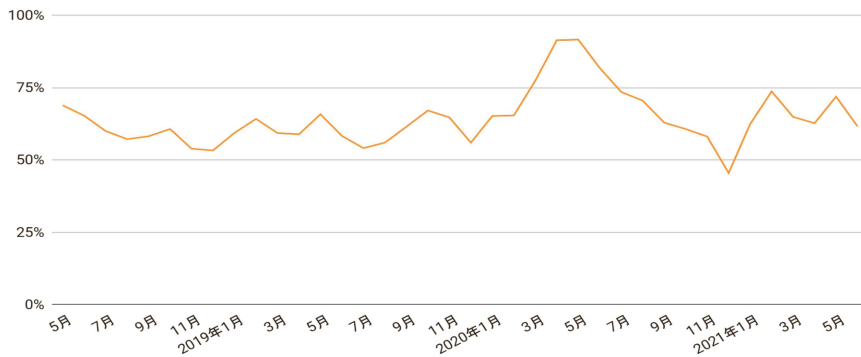
## 1. 事業概要

### ① 独自のマッチングアルゴリズム

「スポット利用」の約7割※が3時間以内にマッチングする高いUXを実現しつつ、低コスト構造を保っている。

お客様の基本的な利用の流れは「スポット利用」から「定期利用」であるため、「スポット利用」での利用経験が良いことが「定期利用」の利用を後押し。

#### 3時間以内にマッチングする割合 (%)

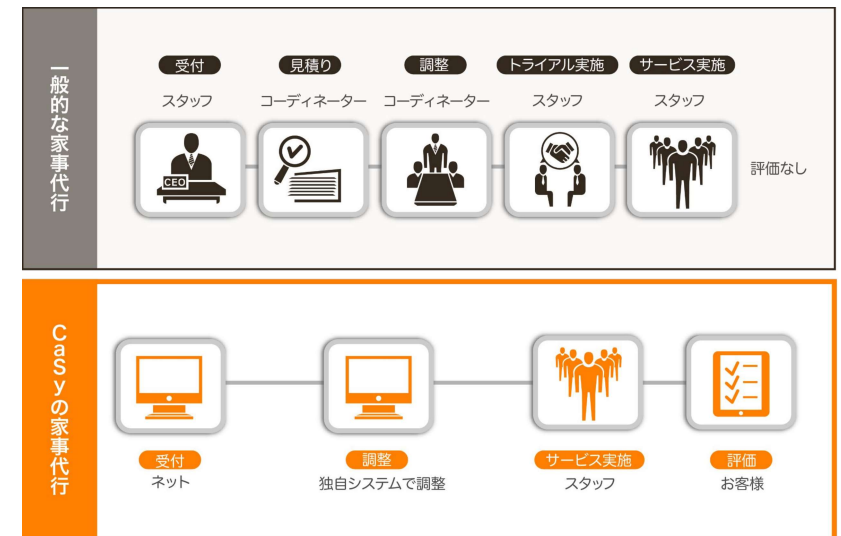


出所：CaSy内データ（2018年4月～2021年6月）。分子は3時間以内にマッチングした「スポット利用」の件数、分母は「スポット利用」の依頼件数より算出。  
※ 2021年1月～2021年6月の6ヶ月平均値

## Matching algorithm

### 低コスト構造の理由

マッチングをシステム化することにより、コーディネートする人件費を削減している。



## 2 データの活用

従来は担当者に属人化していたデータをデジタル化・一元化し、品質改善や利便性の向上に活用。蓄積したサービスデータが競争優位に直結。

お客様  
登録データ

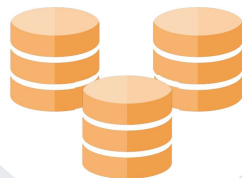
マッチング  
データ

お客様  
評価データ

キャスト  
登録データ

利用データ

キャスト  
日報データ



# Data driven

### 相性のよいマッチング

- 独自のマッチングアルゴリズム
- 約70%が3時間以内にマッチング
- 調整に係る時間・コストの省略

### サービス品質改善

- お客様評価5点満点中平均4.9点
- キャストのモチベーションを高めることによるサービス品質の向上

### システム改修

- 他社のサービスとのAPI連携
- オペレーション効率化によるコスト削減

### 新サービス開発

- 他社のイェナカサービスとの連携 (ハウスクリーニング等)



# API integration

## 3 システム連携

他社のサービスとAPI連携を進めることにより、お客様のUXの向上を図っている。

### スマートロックとの連携

忙しいお客様に対して、不在宅での活用を促進



### 本人確認で連携

TRUSTDOCKとのシステム連携により、セキュリティの高い本人確認及び反社犯罪DBとの照合を実施



### オペレーションシステムと連携

効率的なオペレーションを可能にして、管理の人件費削減に寄与することで、お客様の利用価格を抑えつつ、キャストの高い報酬体系※を実現

## Amazon Connect

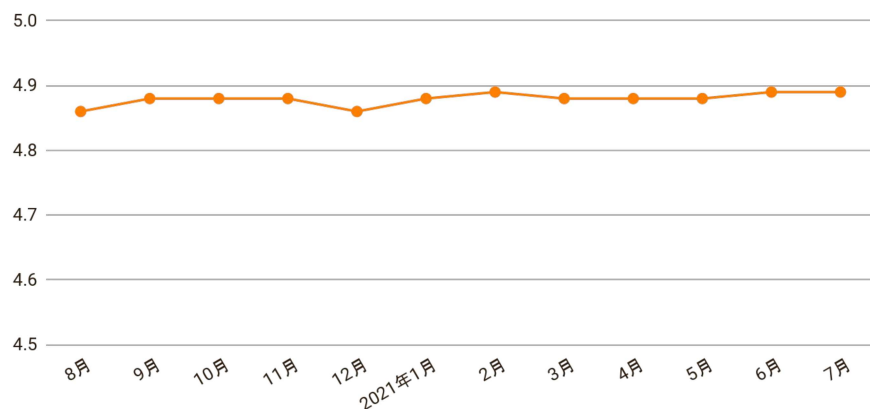


※東京都の最低賃金1,041円との比較 (2022年2月22日現在)

## 競争優位：品質管理体制

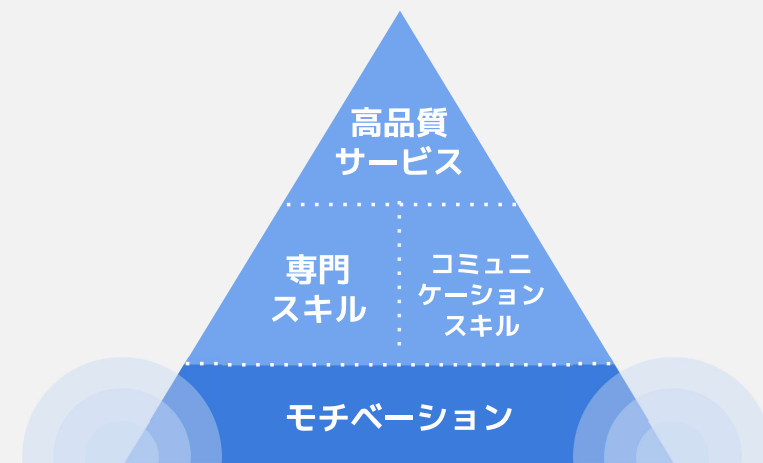
5点満点中の **平均が約4.9点を継続** している  
品質管理のポイントは、キャストのモチベーションを  
土台にした品質管理体制。

直近1年間のお客様からの平均評価点（点数/5点満点）

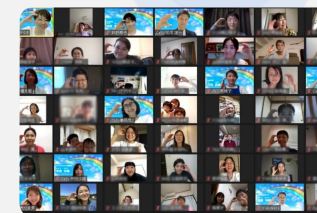


出所：CaSy内データ（2020年8月～2021年7月）

### CaSyの品質管理の考え方



お客様からの評価に応じたラ  
ンクアップ、ランクと連動し  
てエプロンの色も変わる制度



定期的なオンラインイベント  
開催で横のつながり強化・  
同じ想いを培う

# 目次

- 1 事業概要
- 2 2022年11月期 Q1決算概要
- 3 2022年11月期 通期業績予想
- 4 成長戦略
- 5 参考情報

## 業績ハイライト

売上高

297百万円

前年同期比

11.2%増

営業損失

△6百万円

定期UU

5,615人

前年同期比

22.4%増

### サマリー

- 1 オミクロン株の影響**  
1月後半からの感染者数の増加により、サービスのキャンセル数が急増
- 2 主要KPIである定期UU**  
売上高の成長の前提となる定期UUは順調に推移
- 3 新たなシステム開発投資**  
既存のシステム投資に加え、新たに家事代行クラウド「MoNiCa」へ戦略投資を実施

## 業績ハイライト(損益計算書)

オミクロン株の流行時にサービスのキャンセルや利用控えが増加したものの、定期UUの増加により堅調に成長し、**売上高は前期比で11.2%増の297百万円**となった。

主にシステムへの研究開発投資を行ったことで販管費が増加し、**営業損失は6百万円**。

上場に伴う諸費用が営業外費用として一時的に発生したことで、**経常損失は16百万円**での着地となった。

| (百万円) | 2021年11月期<br>Q1 | 2022年11月期<br>Q1 | 前年同期比 |         |
|-------|-----------------|-----------------|-------|---------|
|       |                 |                 | 増減額   | 増減率     |
| 売上高   | 267             | <b>297</b>      | + 30  | + 11.2% |
| 売上総利益 | 93              | <b>100</b>      | + 7   | + 8.0%  |
| 販管費   | 94              | <b>107</b>      | + 12  | + 13.7% |
| 営業利益  | △0              | <b>△6</b>       | △5    | -       |
| 経常利益  | △0              | <b>△16</b>      | △16   | -       |
| 当期純利益 | △0              | <b>△11</b>      | △11   | -       |

## 売上高の推移 (単位:百万円)

- オミクロン株の感染拡大が想定以上に発生し、利用控えやキャンセルが発生
- 定期UUの増加に伴う顧客基盤の成長に伴い、前年同期比で11.2%の成長

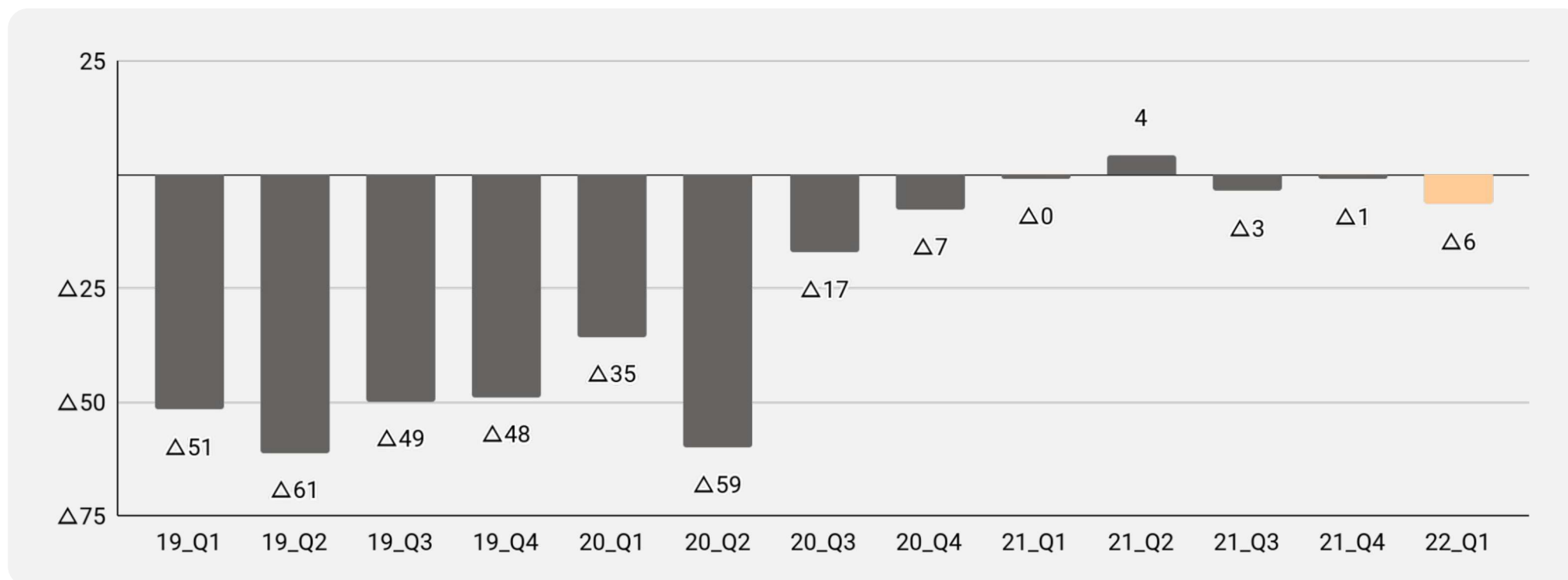




## 営業損益の推移 (単位:百万円)

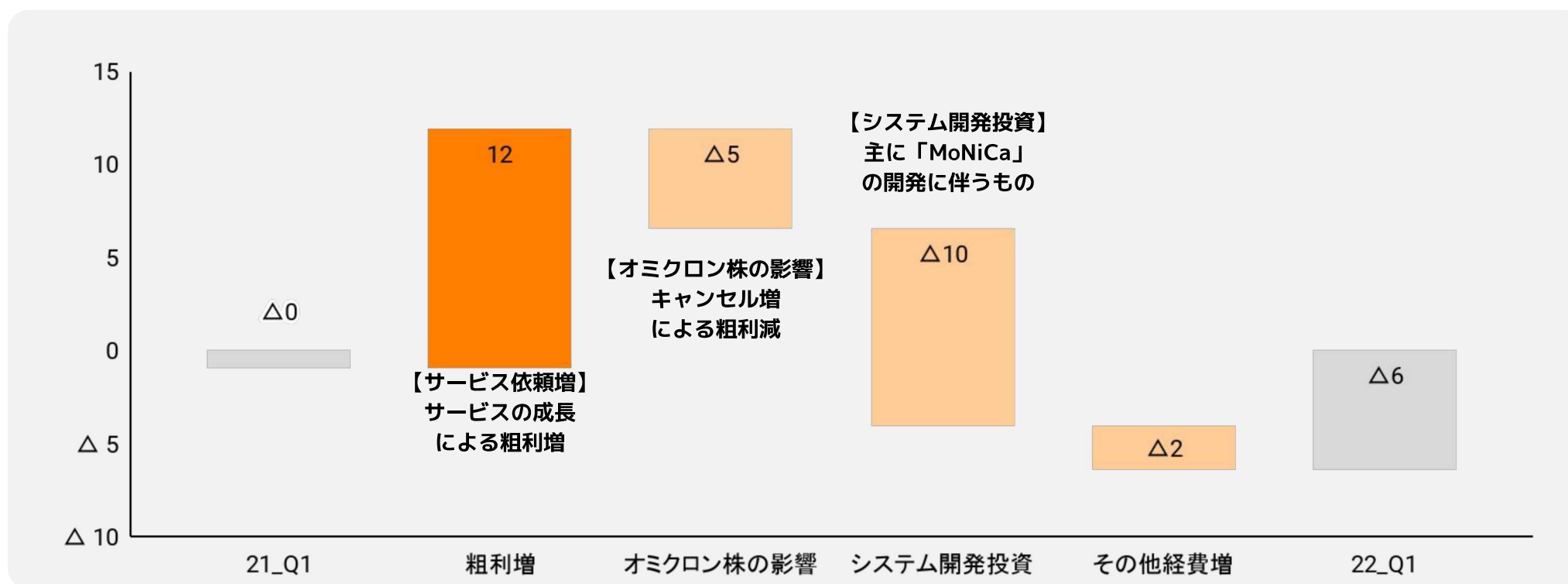
サービスの拡大による粗利の増加に伴い損益分岐点を超えてきている状況

当四半期については主にシステム開発投資により販管費が増加した為、計画どおりの営業損失で推移



## 営業利益の増減分析 (単位:百万円)

オミクロン株の影響が約5百万円発生したことに加え、戦略的なシステム開発投資の実施による販管費の増加の影響で約6百万円の営業損失となった。



## 家事代行クラウド MoNiCa（モニカ）への戦略投資

CaSyのDXシステムを用いた、家事代行業界のDXと事業成長を後押しする独自の事務管理システムへの開発投資を行い、第2四半期から実証実験を開始する予定です。

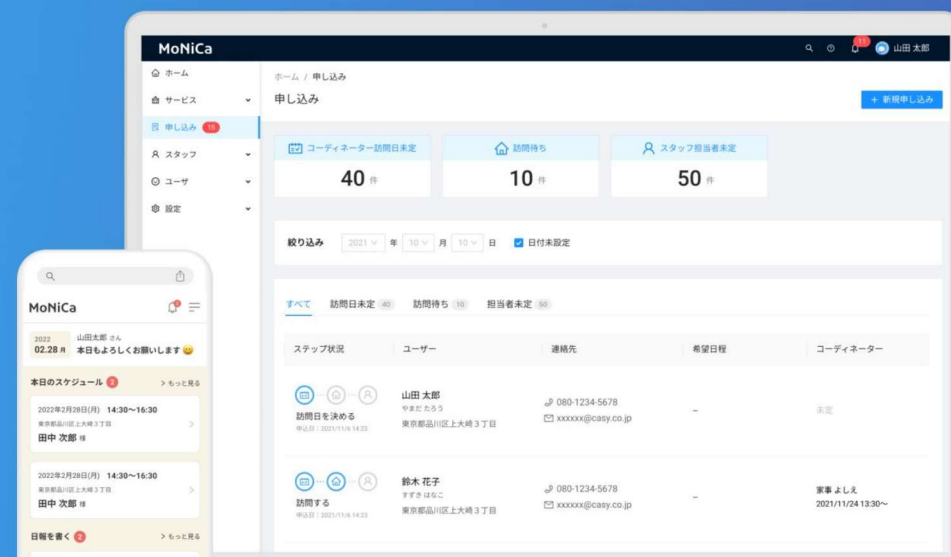
- 業務コスト削減
- サービスの品質向上
- 業務データの可視化

を通して家事代行業者のスケーラブルな事業展開が可能となります。

家事代行クラウド

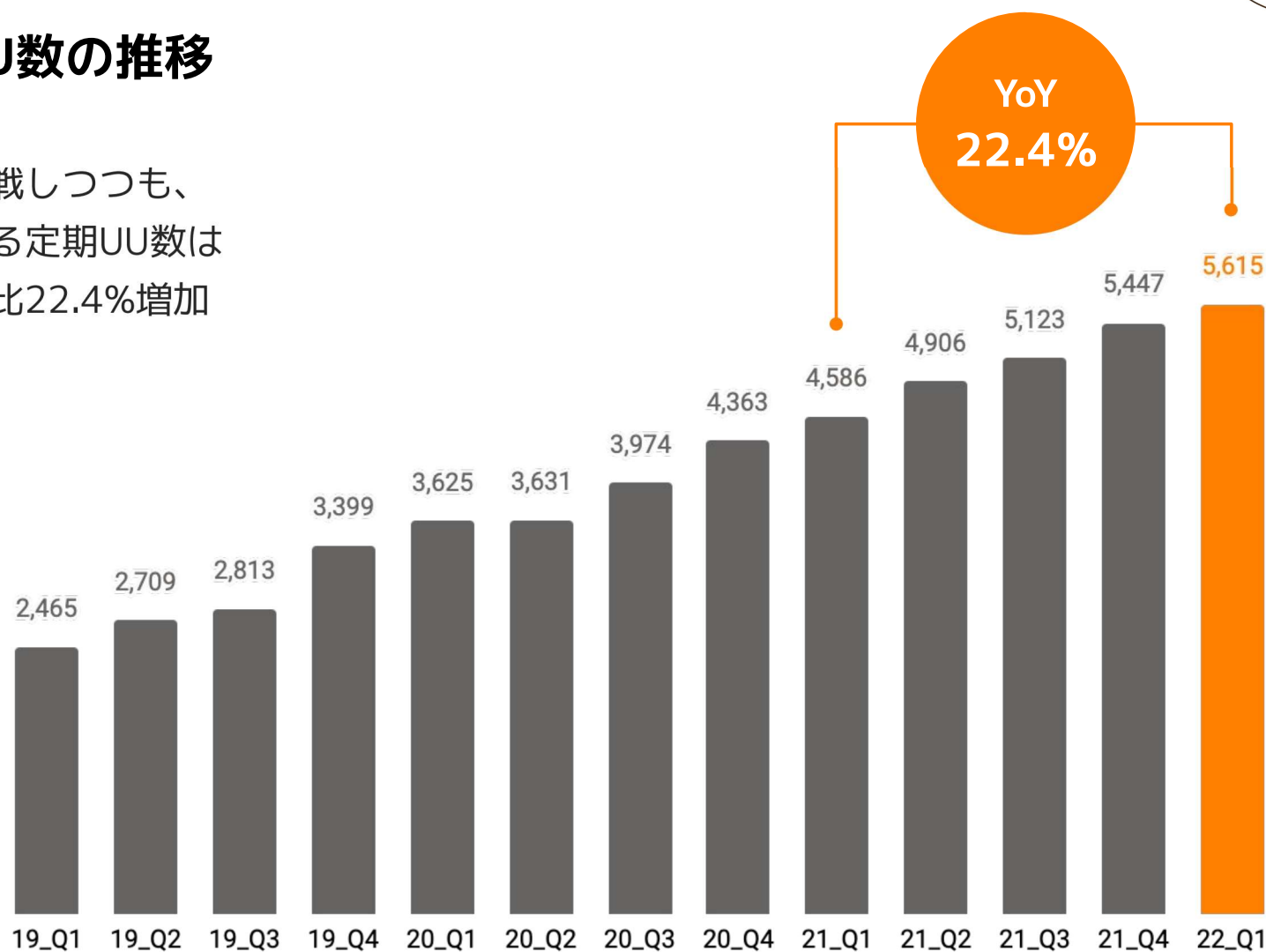
# MoNiCa

DXのチカラ家事代行業を成長させる



## 主要KPIである定期UU数の推移

- オミクロン株の影響で苦戦しつつも、ストック収入の前提となる定期UU数は確実に成長し、前年同期比22.4%増加

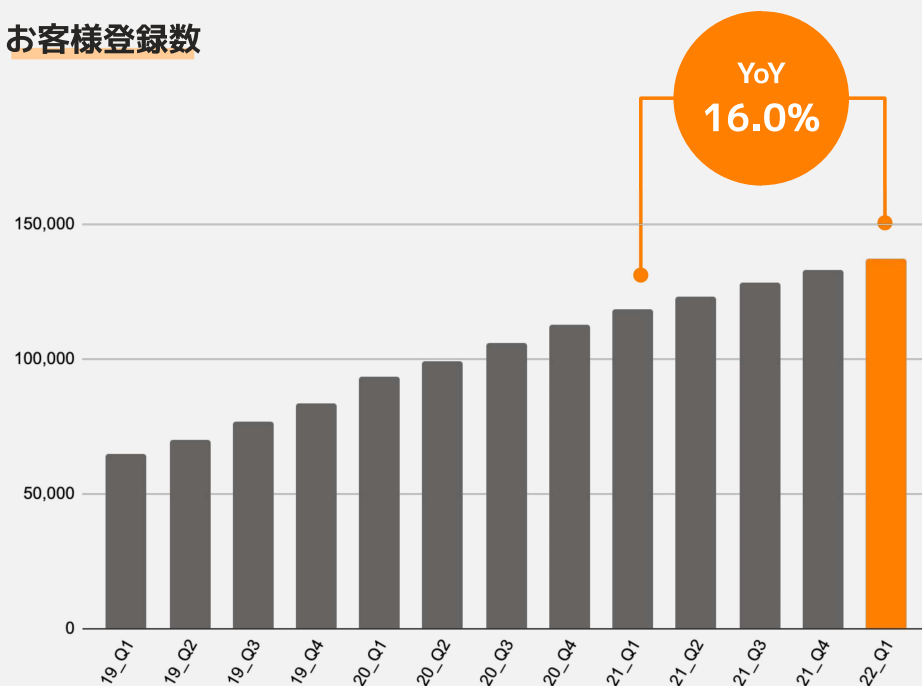


## お客様・キャスト登録数の推移

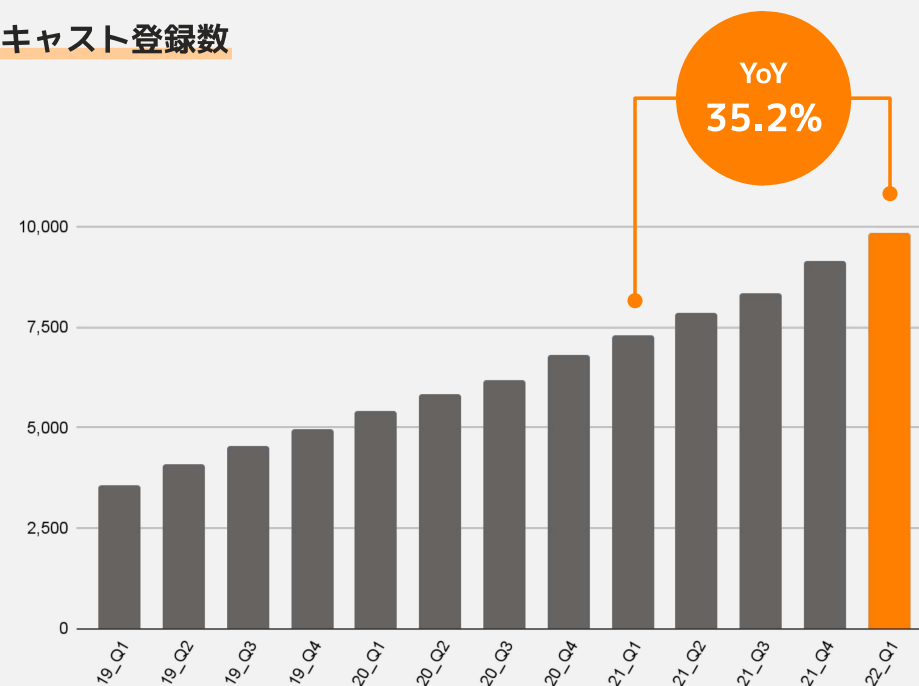
お客様側・キャスト側共に登録数は増加

キャスト側については、前年度に実施したキャスト向けの取り組みの効果により、前年同期比35.2%で推移

### お客様登録数



### キャスト登録数



## 参考：2021年11月期に実施したキャスト向けの取り組み

キャストがより、やりがいと働きやすさを感じる環境を構築

リモネ  
**Remone**  
これからのお金の当たり前を創る

### 報酬前払いサービス導入

報酬前払いサービス「Remone」を導入し、最短1営業日以内の報酬受取が可能に。



### 「CACACO」オープン

キャスト向けオンラインコミュニティ「CACACO（カカコ）」をオープンし、キャスト間の相互交流を活性化。



### TEAM BLACKS

トップキャストから選抜された10名で「TEAM BLACKS」を結成、社内外へ家事代行のスキルややりがいを発信。



## 貸借対照表

上場による資金調達で現金及び預金、純資産が増加

| (百万円 / %)     | 2021年11月期    | 2022年11月期 Q1 | 増減額   | 主な理由        |
|---------------|--------------|--------------|-------|-------------|
| <b>流動資産</b>   | <b>232</b>   | <b>363</b>   | + 130 | 資金調達による増加   |
| <b>現金及び預金</b> | <b>169</b>   | <b>309</b>   | + 140 | 資金調達による増加   |
| <b>固定資産</b>   | <b>37</b>    | <b>40</b>    | + 2   |             |
| <b>流動負債</b>   | <b>147</b>   | <b>136</b>   | △ 11  | 消費税納税、買掛金減少 |
| <b>固定負債</b>   | <b>70</b>    | <b>70</b>    | -     |             |
| <b>純資産</b>    | <b>52</b>    | <b>197</b>   | + 144 | 資金調達による増加   |
| <b>負債・純資産</b> | <b>270</b>   | <b>403</b>   | + 133 | 資金調達による増加   |
| (自己資本比率)      | <b>19.4%</b> | <b>48.9%</b> | -     |             |

# 目次

- 1 事業概要
- 2 2022年11月期Q1決算概要
- 3 2022年11月期通期業績予想**
- 4 成長戦略
- 5 参考情報

## FY2022業績予想

2021年11月期の実績、及び2022年11月期の利益計画は右表のとおりで、**家事代行のサービス件数は+22%**を計画、**家事代行の定期契約数は+30%**を計画しています。

第1四半期ではオミクロン株の影響があったものの、業績への影響は一時的であり、売上高の約7割を占める定期サービスの前提となる定期UU、サービス基盤拡大に繋がるキャスト数及びサービス依頼数は計画通りに推移しているため業績予想は期初から変更はありません。

| (百万円) | 2021年11月期 | 2022年11月期<br>計画 | 前年同期比 |         |
|-------|-----------|-----------------|-------|---------|
|       |           |                 | 増減額   | 増減率     |
| 売上高   | 1,165     | <b>1,459</b>    | + 294 | + 25.3% |
| 営業利益  | △1        | <b>66</b>       | +68   | -       |
| (利益率) | -         | <b>4.6%</b>     | -     | -       |
| 経常利益  | △5        | <b>53</b>       | +58   | -       |
| (利益率) | -         | <b>3.6%</b>     | -     | -       |
| 当期純利益 | 3         | <b>67</b>       | +64   | -       |
| (利益率) | -         | <b>4.6%</b>     | -     | -       |

# 目次

- 1 事業概要
- 2 2022年11月期 Q1決算概要
- 3 2022年11月期 通期業績予想
- 4 成長戦略
- 5 参考情報

# CaSyの今後の成長イメージ

広くお客様の時間を創る暮らしのプラットフォームを目指します。



お客様

時間  
信頼



家事代行

やりがい  
安心



キャスト



整理収納



ペットシッター  
(予定)



ベビーシッター  
(予定)



訪問介助  
(予定)



不用品回収  
(予定)



買物代行  
(予定) ※1



荷物受取  
(予定)



ハウス  
クリーニング

## 家事代行サービス領域： 知名度向上による信頼を活用した集客

お客様については、主要な集客チャネルであるWeb集客に加え、家の中に入って提供するサービスであるため、安心安全、かつ快適に使ってもらえるよう、企業への福利厚生導入などによる知名度向上を活用した集客戦略を促進。

### 現在の福利厚生利用企業

(一部抜粋・五十音順)

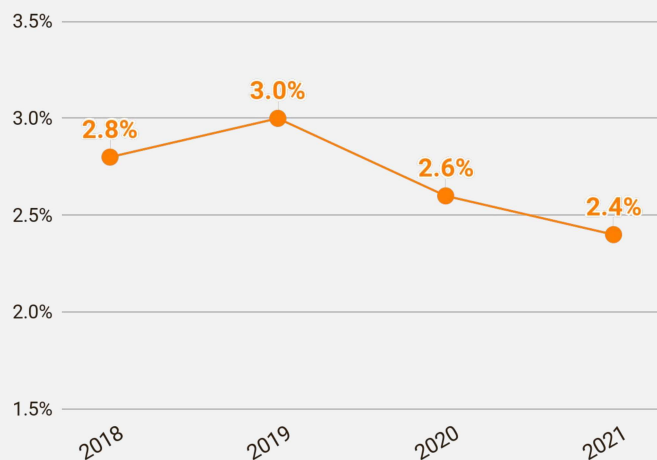


## 家事代行サービス領域：キャストの組織的ブランディング

安全や所属欲求をベースとしつつ、他者からの承認や自己実現も満たせる各種の施策を幅広く展開し働くことにやりがいを持ってもらえるよう組織的なブランディングに取り組む。

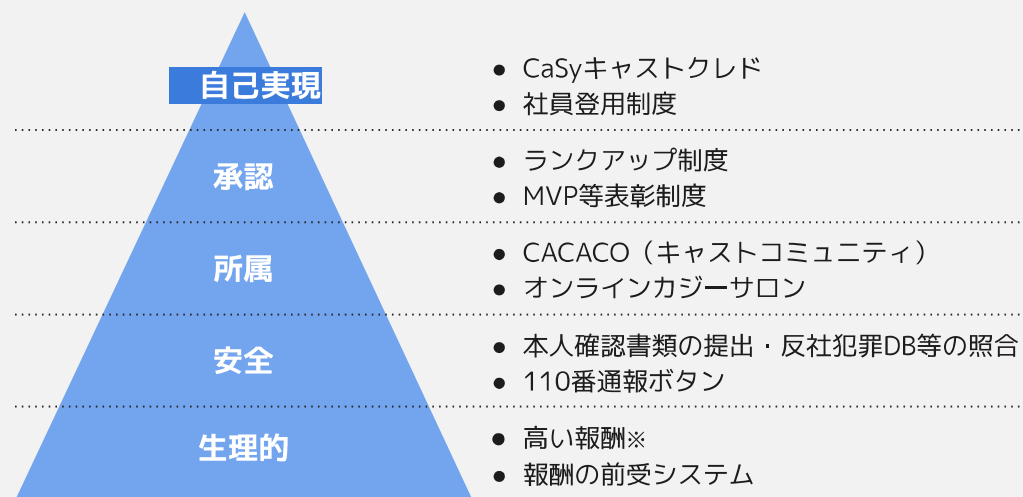
### キャストチャーンレートの改善推移

※ キャストチャーンレートの定義は、前月に稼働していたが当月に稼働しなくなった割合。下記グラフは年平均値としている。



### これまでの組織的ブランディングの取り組み

マズローのフレームワークに基づき、キャストがモチベーションを高くサービスを提供できる仕組みを構築。



## その他暮らしのサービス領域： アップセルの伸びしろ

家事代行サービスでの訪問からお客様のお困りごとを  
吸い上げ、クロスセルにつなげる機能開発を拡充し、  
アップセルに転換していく。



CaSyの日報システムから把握した顧客ニーズ

**整理収納** クリーニング受渡

ペットシッター ベッドメイク

ベビーシッター リネン交換

リフォーム 家庭教師 学童保育 見守り 裁縫

消耗品の補充 水道工事 送迎 庭掃除 買い物

洗濯 壁紙張替え 不在時荷物受取

**ハウスクリーニング**

出所：CaSyの日報システムから把握した顧客ニーズについて、ニーズの大きさをフォントサイズで表現している。洗濯については家事代行の範囲内で、ハウスクリーニング、整理収納は個別に提供済み。他サービスは検討中。



## 中長期戦略イメージ

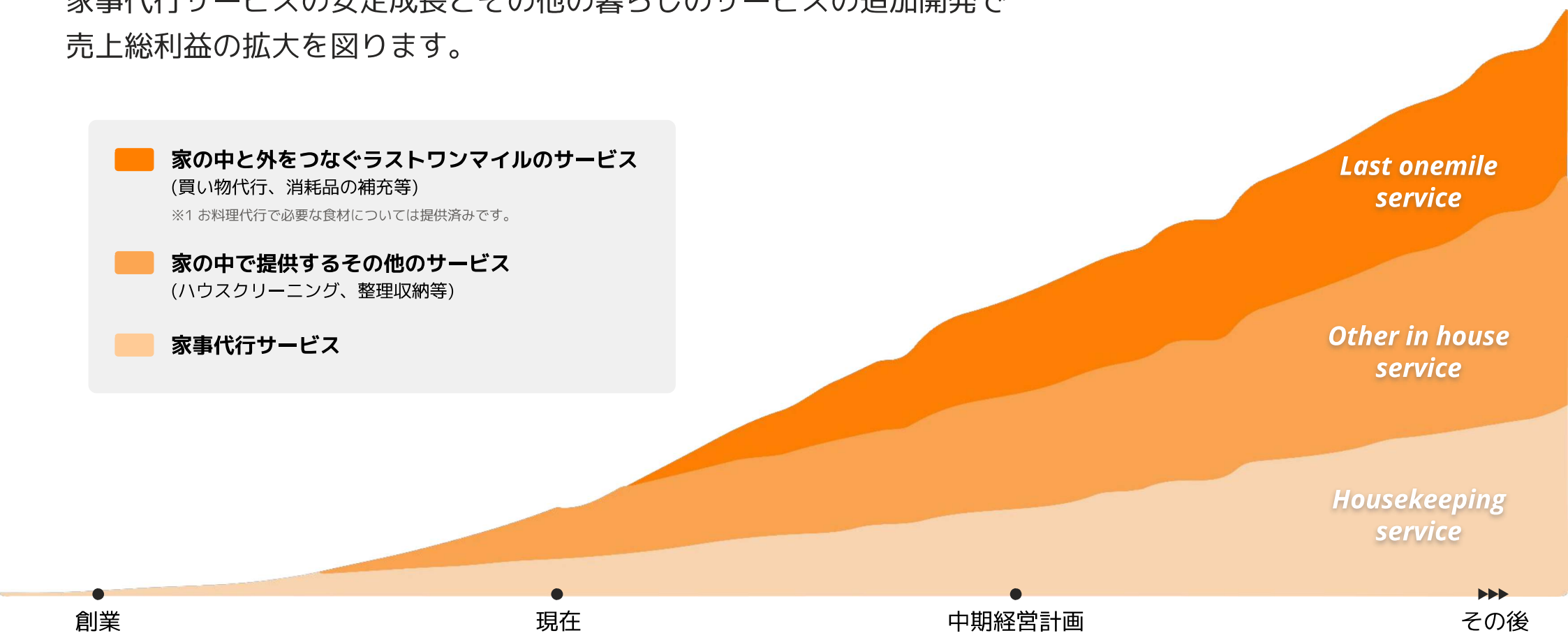
家事代行サービスの安定成長とその他の暮らしのサービスの追加開発で売上総利益の拡大を図ります。

■ 家の中と外をつなぐラストワンマイルのサービス  
(買い物代行、消耗品の補充等)

※1 お料理代行に必要な食材については提供済みです。

■ 家の中で提供するその他のサービス  
(ハウスクリーニング、整理収納等)

■ 家事代行サービス



# 目次

- 1 事業概要
- 2 2022年11月期 Q1決算概要
- 3 2022年11月期 通期業績予想
- 4 成長戦略
- 5 参考情報

## 役員紹介



### 加茂 雄一 / 代表取締役CEO

- 早稲田大学商学部卒
- 公認会計士として、中央青山監査法人、太陽ASG有限責任監査法人にて監査業務に従事
- 2014年株式会社CaSyを設立



### 加藤 智久 / 社外取締役

- 2007年株式会社レアジョブ創業、マザーズ市場にIPO後、フィリピンでZuitt groupを創業。
- 2021年CaSy社外取締役就任



### 小松原 丈夫 / 常勤監査役

- 日本生命保険相互会社の支配人、ニッセイアセットマネジメント株式会社、株式会社朝日工業社の役員を経験
- 2020年CaSy監査役に就任。



### 池田 裕樹 / 代表取締役CFO

- 東京大学大学院工学系研究科物理学専攻修了
- 株式会社エヌ・ティ・ティ・データにてファイナンス系システムの開発及び事業企画に従事
- 2014年株式会社CaSyを設立



### 平野 圭二 / 社外取締役

- ワタキューホールディングス株式会社執行役員
- ワタキューセイモア株式会社執行役員
- 2018年CaSy社外取締役就任



### 田岡 恵 / 非常勤監査役

- グロービス経営大学院で、会計および異文化マネジメント関連の講義を担当
- 2018年CaSy監査役に就任。



### 白坂 ゆき / 取締役CHRO

- お茶の水女子大学大学院人間文化研究科修了
- 株式会社リンクアンドモチベーションにて、組織人事開発のコンサルティング業務に従事
- 2018年CaSy参画
- 社内のHRのみでなく、家事代行キャストのモチベーションマネジメントも担う



### 亀甲 智彦 / 非常勤監査役

- Crossbridge法律事務所代表。複数社の監査役・監査等委員を担当。
- 2021年CaSy監査役に就任。

## 沿革

**2014.1**  
会社設立



**2014.6**  
掃除代行  
サービス開始

**2015.2**  
定期サービス  
開始



**2016.3**  
料理代行  
サービス開始

**2017.9**  
ハウス  
クリーニング開始



**2018.5**  
エリア拡大  
(関東・関西・名古屋・仙台)

**2019.3**  
家事代行サービス  
ランキング第1位 ※

※ ランキング提供元：  
日経DUAL(現 日経xwoman)実施による  
家事代行ランキング2019



**2020.6**  
スマートロック  
連携開始

**2021.1**  
本人確認  
連携開始

**2022.2**  
東京証券取引所  
マザーズ市場に  
上場

## 本資料の取扱いについて

- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包しております。その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または暗黙的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。すでに知られたもしくは、未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。
- また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものでもありません。
- 本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくようお願いいたします。