

株式会社CaSy

2022年11月期

決算説明資料

(第9期：2021年12月1日～2022年11月30日)

- 1 事業概要**
- 2 2022年11月期 主要トピックス**
- 3 2022年11月期 決算概要**
- 4 2023年11月期 業績予想**
- 5 成長戦略**
- 6 参考情報**

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
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
・家事代行
・その他暮らしのサービス等
（ハウスクリーニング・整理収納）
- 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
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ります。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		2,900円
定期利用	1週間に1回	2,560円
	2週間に1回	2,670円
	4週間に1回	2,780円

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2,900円となります。

※2022年6月1日よりサービス価格を改定しております。

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

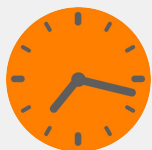
委託料支払い 《《 6



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

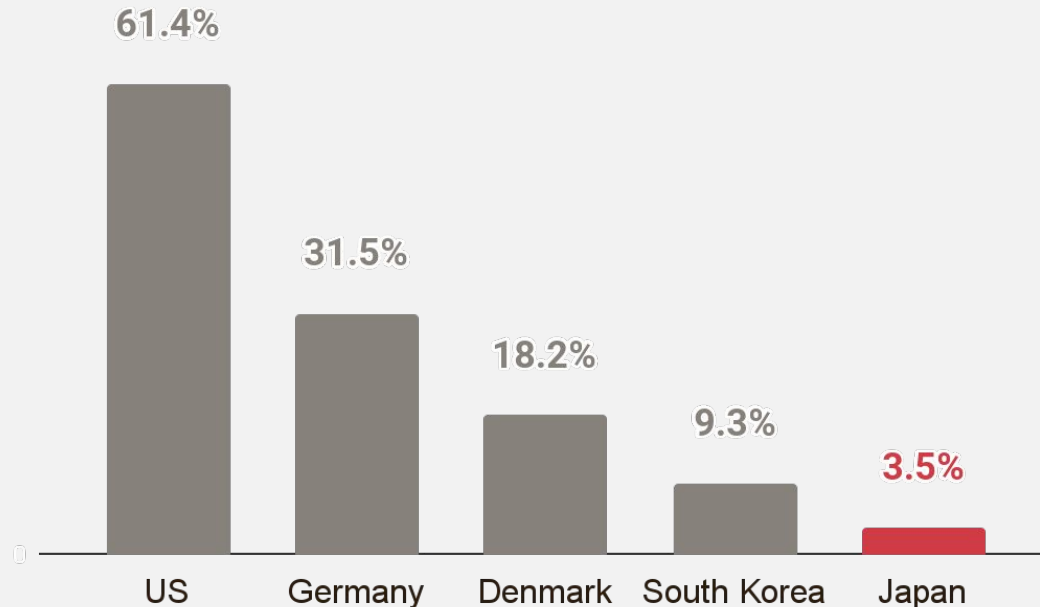
成長性：家事代行市場

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。

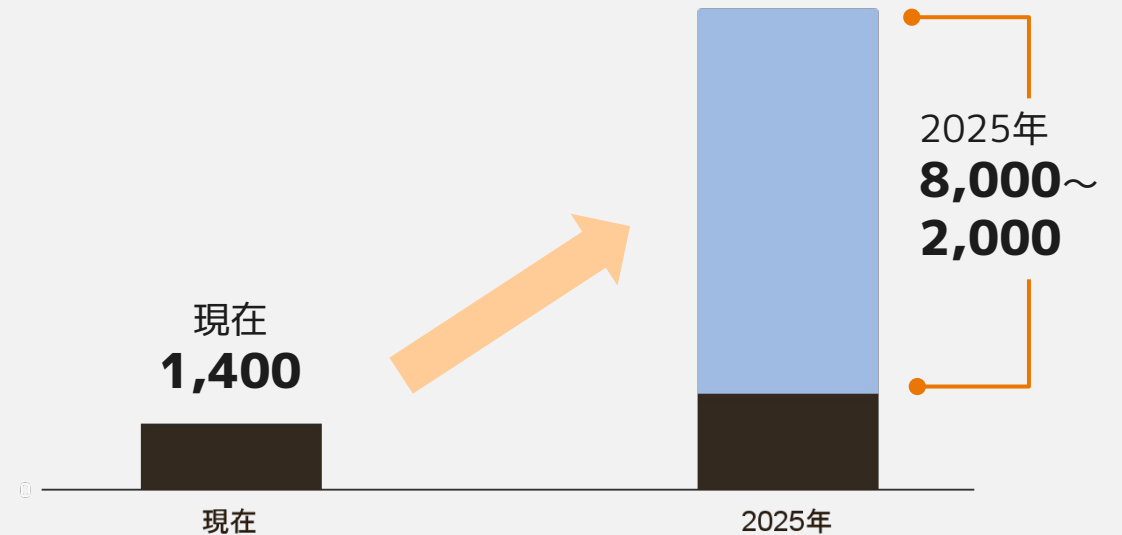
各国の家事代行利用率(%)

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)

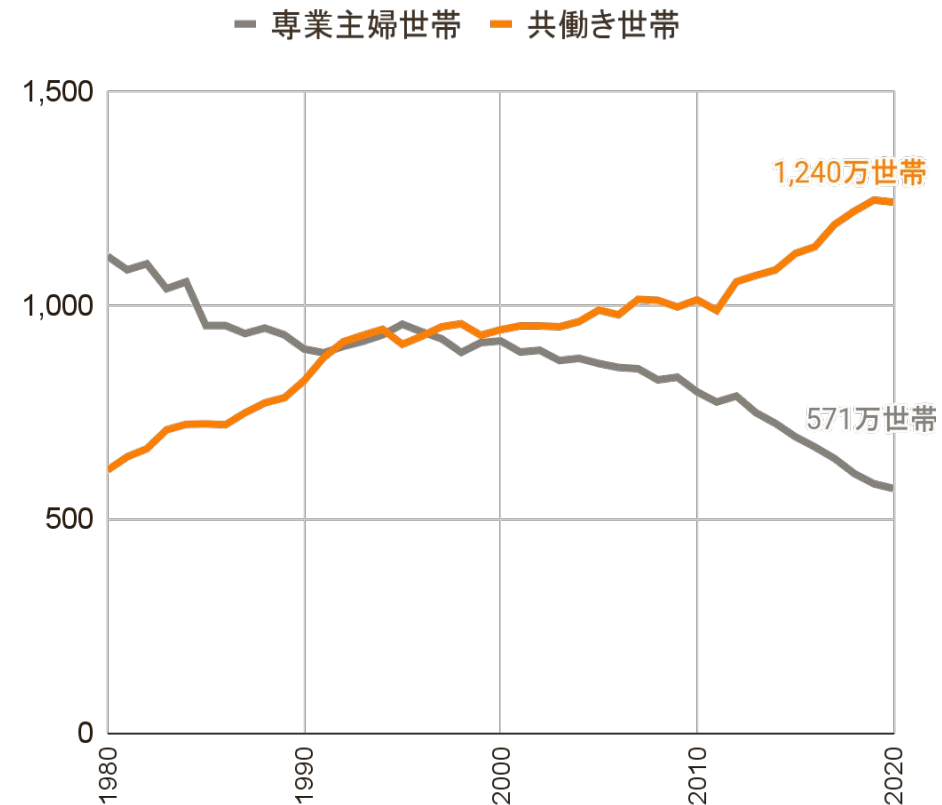
出所：2018.3.29株式会社野村総合研究所「家事支援サービス業を取り巻く諸問題に係る調査研究」。2,000億は「利用したい」のみ集計、8,000億は「まあ利用したい」も集計。その他の選択肢は「あまり利用したくない」「利用することはない」。現在の市場規模は、同資料2017年市場規模をもとに2025年までの市場成長率が一定と仮定し、2020年時点の推計値を算出した結果の上下限平均値。



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-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

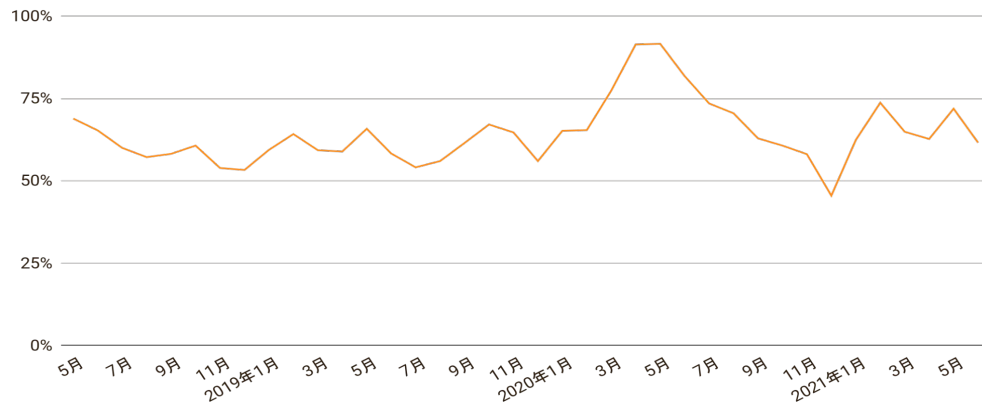
他サービスとのシステム連携により、お客様の利便性を向上

① 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 (%)

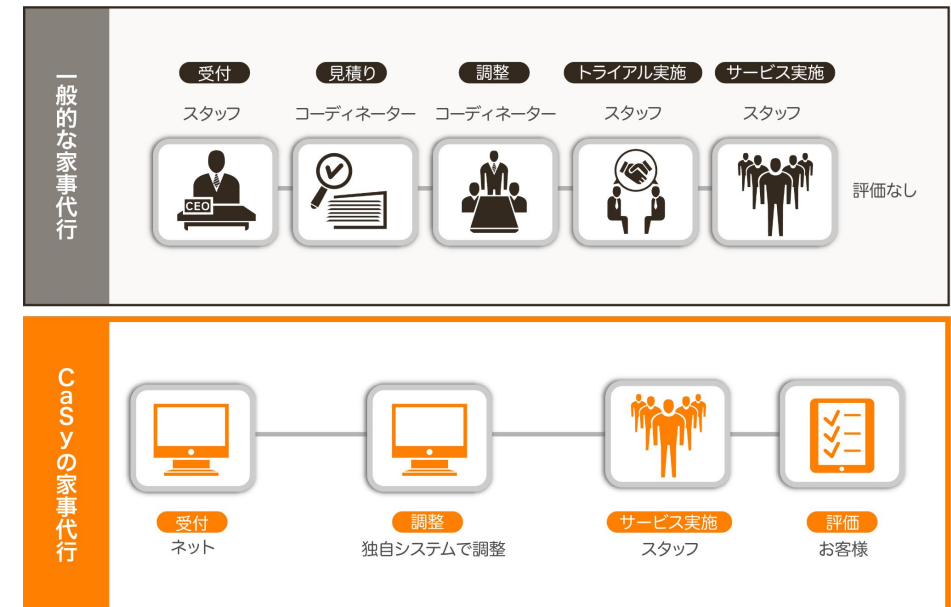


出所：CaSy内データ（2018年4月～2021年6月）。分子は3時間以内にマッチングした「スポット利用」の件数、分母は「スポット利用」の依頼件数より算出。
 ※ 2021年1月～2021年6月の6ヶ月平均値

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

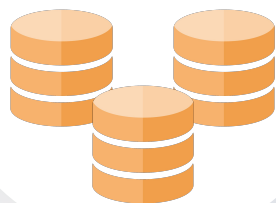
マッチング
データ

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


 CaSy
カジー
Gift of Happiness


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

- 他社のイエナカサービスとの連携 (ハウスクリーニング等)

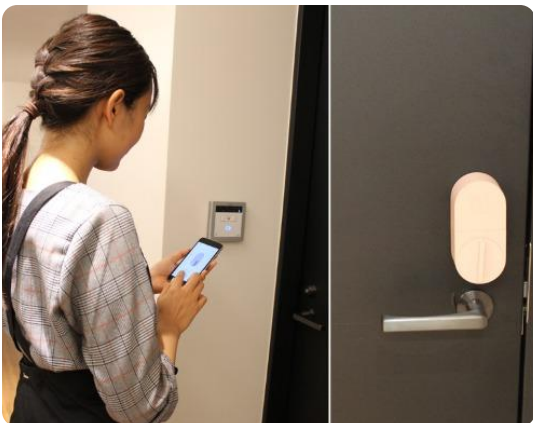
3 システム連携



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

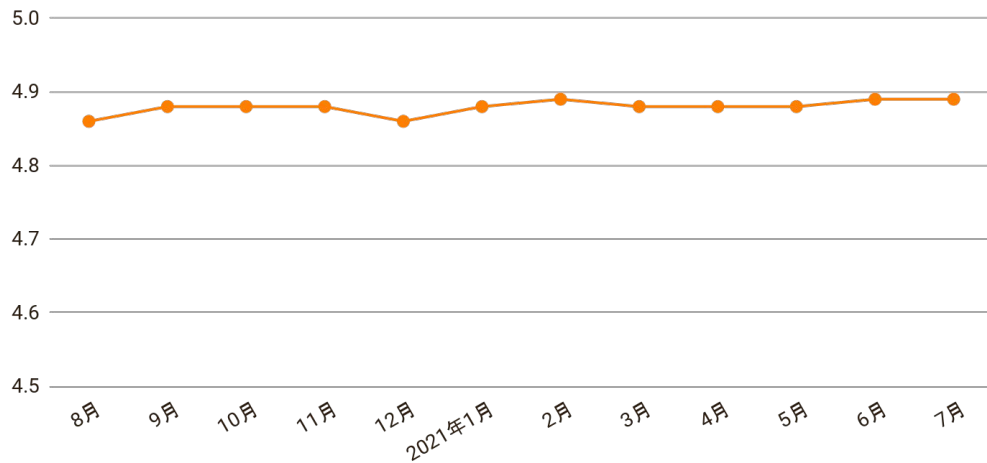



※東京都の最低賃金1,072円との比較 (2022年11月30日現在)

競争優位：品質管理体制

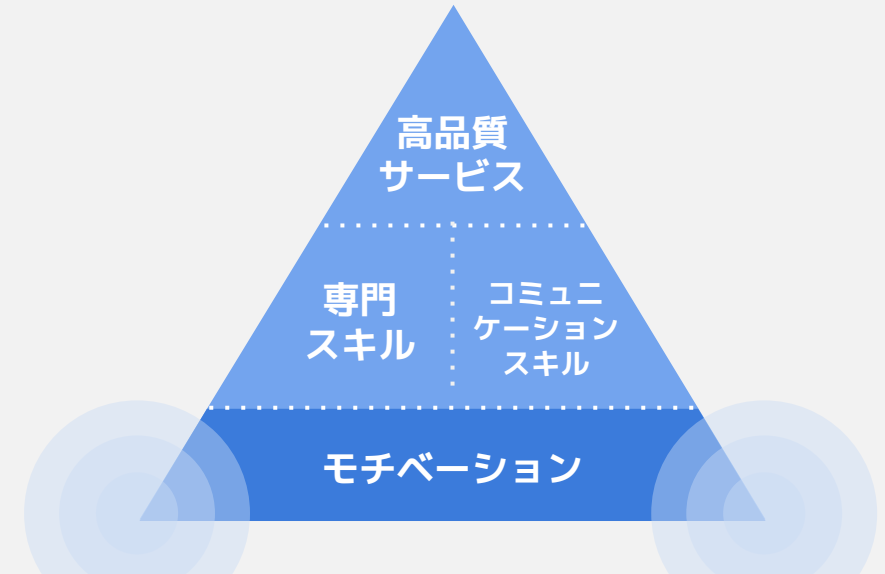
5点満点中の **平均が約4.9点を継続** している
 品質管理のポイントは、キャストのモチベーションを
 土台にした品質管理体制。

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

- 1 事業概要
- 2 2022年11月期 主要トピックス
- 3 2022年11月期 決算概要
- 4 2023年11月期 業績予想
- 5 成長戦略
- 6 参考情報

家事代行サービスの価格改定

キャストへの報酬増額を目的とした価格改定を実施

2022年6月より、1時間あたり約150円の値上げとなる新価格に変更

サービス料金

サービス種別	頻度	現行価格(税込)		新価格(税込)
定期	1週に1度(～2時間)	2,409円 / 時間	>>	2,560円 / 時間
	2週に1度	2,519円 / 時間	>>	2,670円 / 時間
	4週に1度	2,629円 / 時間	>>	2,780円 / 時間
	1週に1度(1～1.5時間)	2,750円 / 時間	>>	2,900円 / 時間
スポット	単発	2,750円 / 時間	>>	2,900円 / 時間

オプション料金

オプション種別	現行価格(税込)		新価格(税込)
鍵預かり	1,078円 / 時間	>>	1,080円 / 時間

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(MoNiCa)への開発投資を当事業年度より開始。

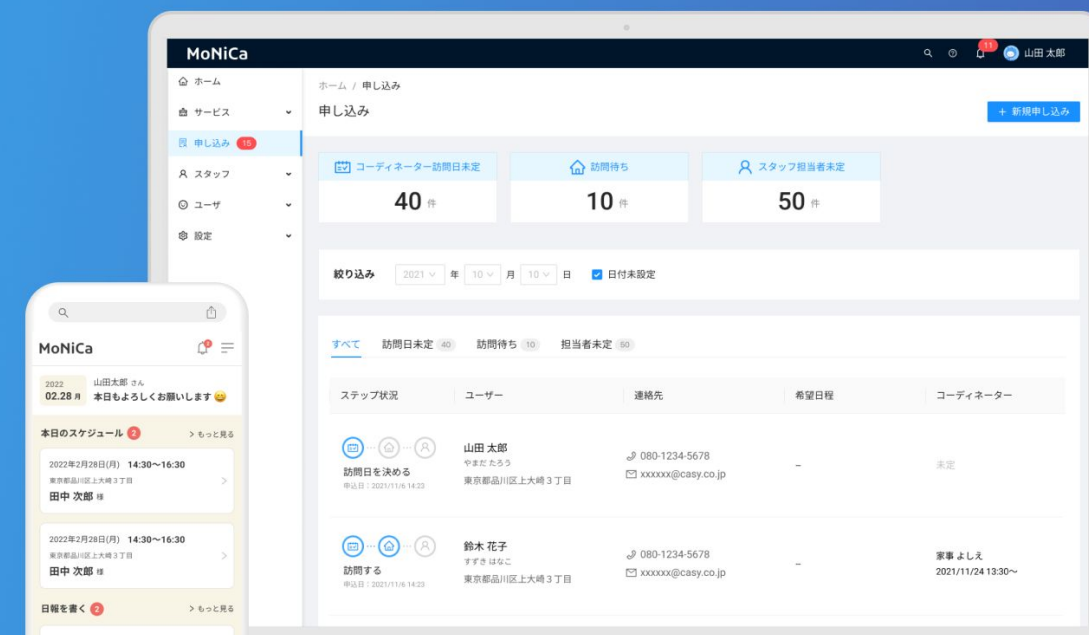
2022年11月期では開発投資を行いながら実証実験を実施。

プロダクト戦略の検討・協力企業へのインタビューを行う中で、顧客となる企業のニーズを満たすことのできる機能追加を実施する為、当初企図していた2022年11月期中のリリースを延期している状況。

家事代行クラウド

MoNiCa

DXのチカラ家事代行を成長させる



整理収納サービスの正式サービス化

家事代行サービスを通してキャストが実施したヒアリングや収集したデータの中で、多く要望が寄せられていた整理収納サービスを2022年12月に正式サービス化しました。

本サービスは、従来から提供しております「掃除代行」とは異なり、整理収納に関する知識と実務経験を積んだプロフェッショナルが訪問し、各ご家庭の動線や収納スペースを確認し、お客様と相談をしながら物品の整理・収納を行った後、きれいになった空間を維持するアドバイスを提供するものとなります。

整理収納サービスの流れ

1

ヒアリング/提案

状態を確認し、ご希望を伺いながら仕上がりをご提案します

2

選別/廃棄

物を取り出し、仕分けします。不要な物は廃棄します。

3

収納

生活導線や使用頻度などを考慮しながら収納していきます。

4

説明/確認

作業内容を説明しますので、確認をお願いします。

- 1 事業概要
- 2 2022年11月期 主要トピックス
- 3 2022年11月期 決算概要
- 4 2023年11月期 業績予想
- 5 成長戦略
- 6 参考情報

業績ハイライト

売上高

1,335百万円

前年同期比

14.6%増

営業利益

33百万円

定期UU

6,452人

前年同期比

18.5%増

サマリー

- 1 売上高はコロナ影響の中で伸長**
コロナ再拡大の影響を一定受けつつも、価格改定と定期UU増加で売上増
- 2 コスト構造を維持し営業黒字で着地**
固定費を一定水準に抑え、第3四半期以降は損益分岐点を超え営業利益を創出
- 3 主要KPIである定期UUの成長**
売上高の成長の前提となる定期UUは、継続的に増加

業績ハイライト(通期)

売上高と売上総利益は過去最高値を更新するも、Q1・Q3のコロナによるサービスキャンセル・新規の利用控えの影響が想定以上に発生したことで期初の業績予想値を下回っての着地となった。

(百万円)	2021年11月期	2022年11月期	前年同期比		進捗率 (対期初予想値)
			増減額	増減率	
売上高	1,165	1,335	+ 170	+ 14.6%	91.5%
売上総利益	406	470	+ 64	+ 15.8%	90.6%
販管費	407	437	+ 29	+ 7.2%	96.6%
営業利益	△1	33	+ 34	-	50.3%
経常利益	△5	22	+ 27	-	41.6%
当期純利益	3	9	+ 6	-	14.4%

業績ハイライト(四半期)

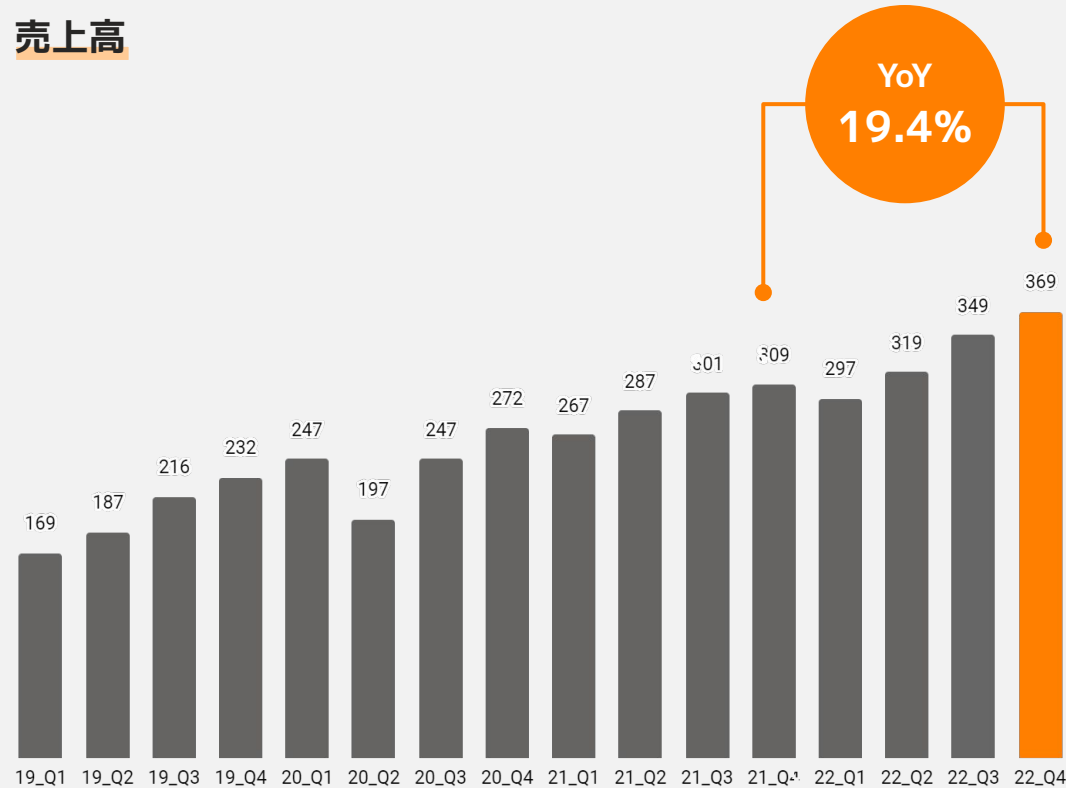
売上高と売上総利益は2022年6月の価格改定の影響もあり過去最高を更新しつつも、販管費は前年度と同水準を維持したことで前年同期の営業損失から営業利益に転換した。

(百万円)	2021年11月期 Q4	2022年11月期 Q4	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	309	369	+ 59	+ 19.4%
売上総利益	107	132	+ 25	+ 23.5%
販管費	108	110	+ 1	1.6%
営業利益	△1	22	+ 23	-
経常利益	△5	22	+ 28	-
当期純利益	3	9	+ 6	-

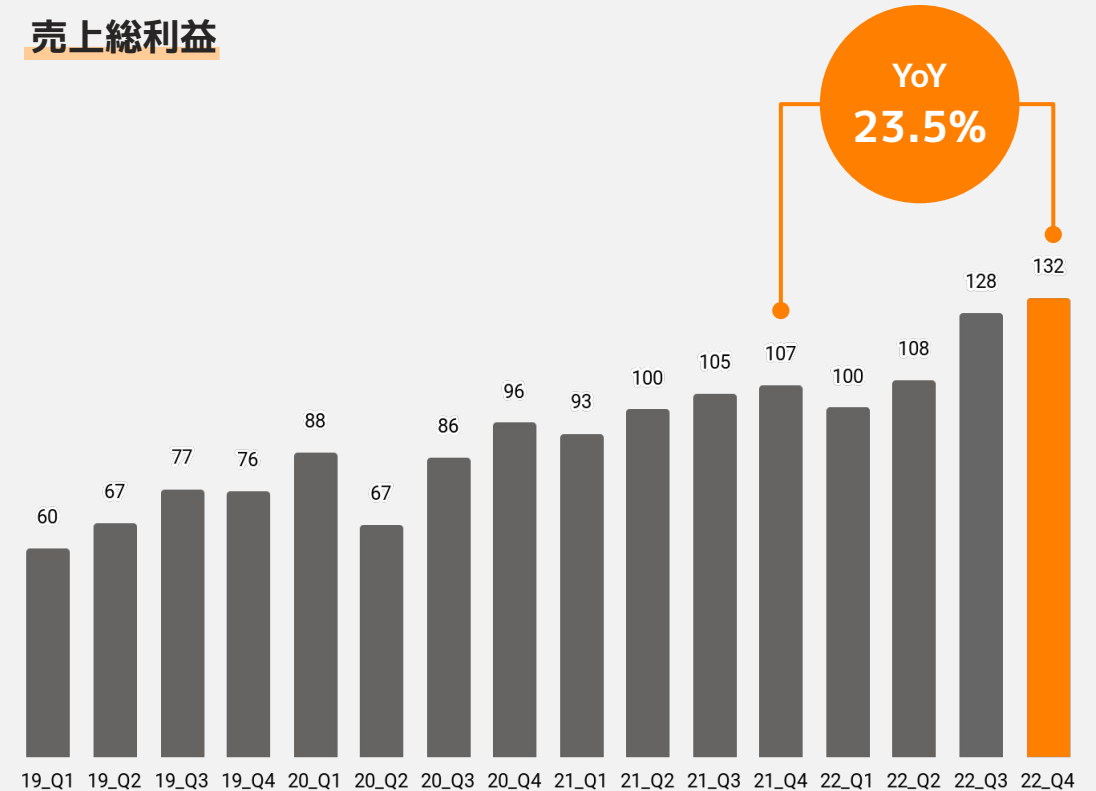
売上高・売上総利益の推移 (単位:百万円)

- 定期UUの増加に伴う顧客基盤の成長とQ3からの価格改定により、前年同期比で19.4%の成長
- 売上増に加え、価格改定で粗利率が改善されたことに伴い、売上総利益は前年同期比で23.5%の増加

売上高

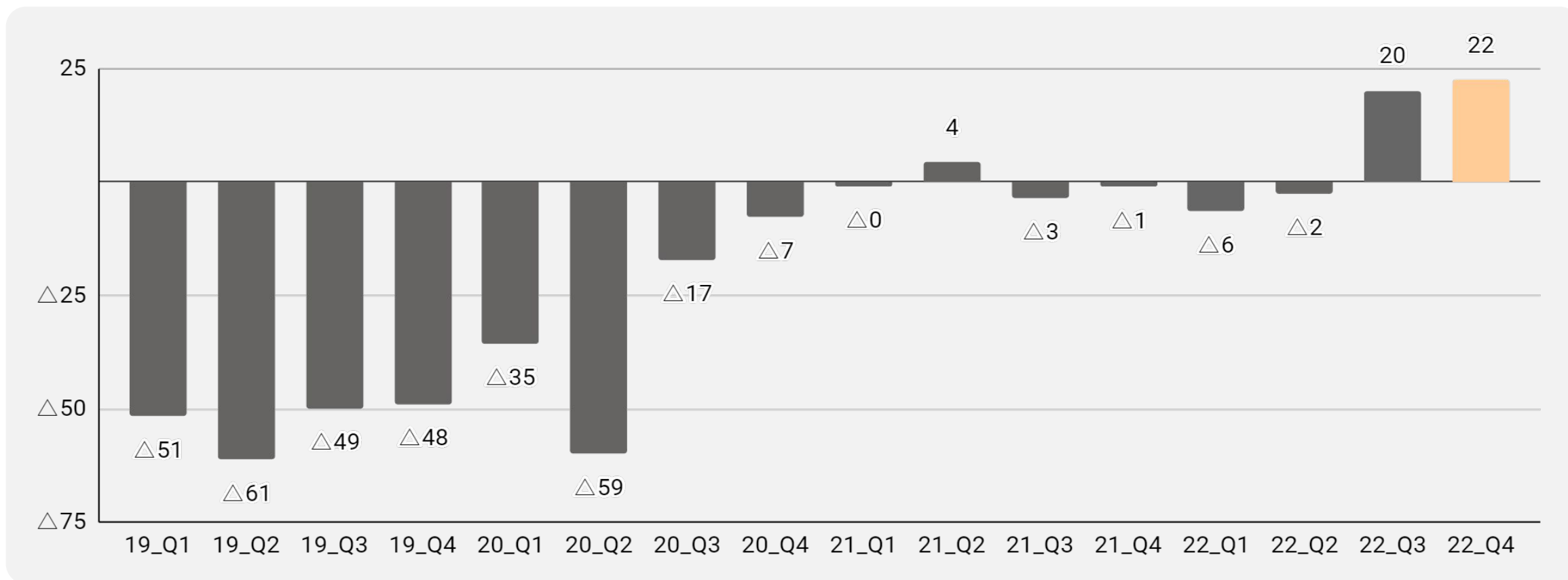


売上総利益



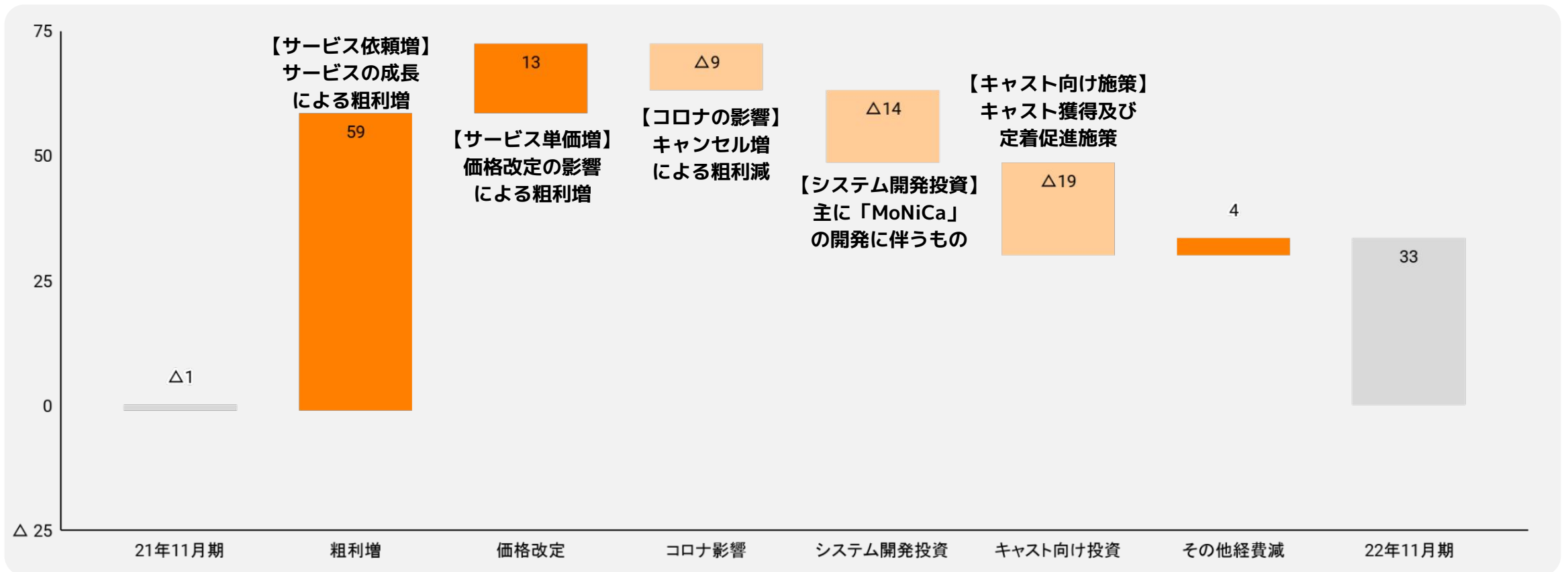
営業損益の推移 (単位:百万円)

顧客基盤成長及び価格改定の影響で売上総利益が増加したことに加え、コスト構造を維持したことにより、第3四半期より損益分岐点を超え、第4四半期では22百万円の営業利益となり過去最高益を記録



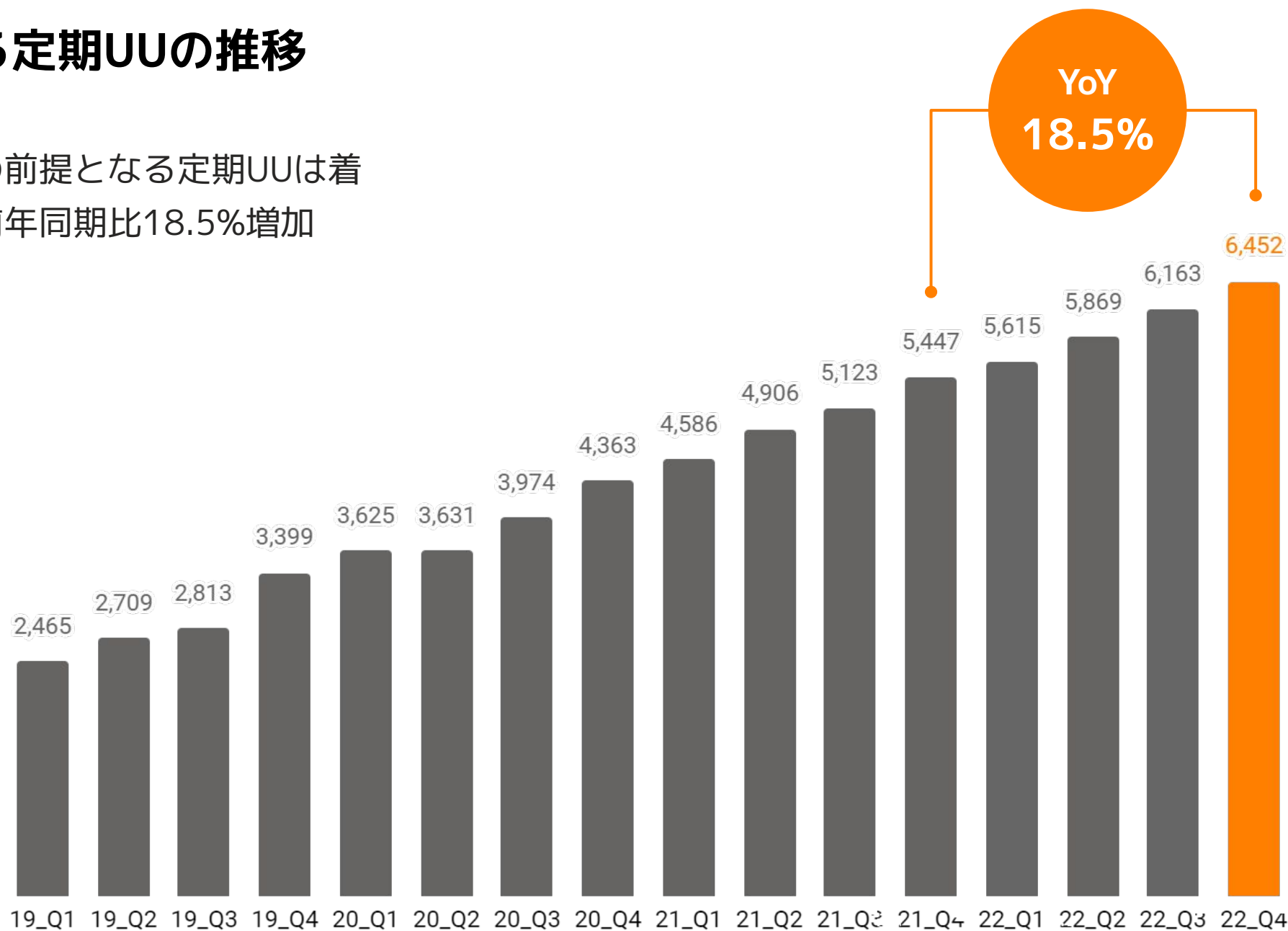
営業利益の増減分析 (単位:百万円)

コロナ再拡大の影響があったものの、顧客基盤の拡大によるサービス依頼数の増加や、価格改定の影響による粗利率の改善が売上総利益を押し上げ、前年同期比で34百万円の増加



主要KPIである定期UUの推移

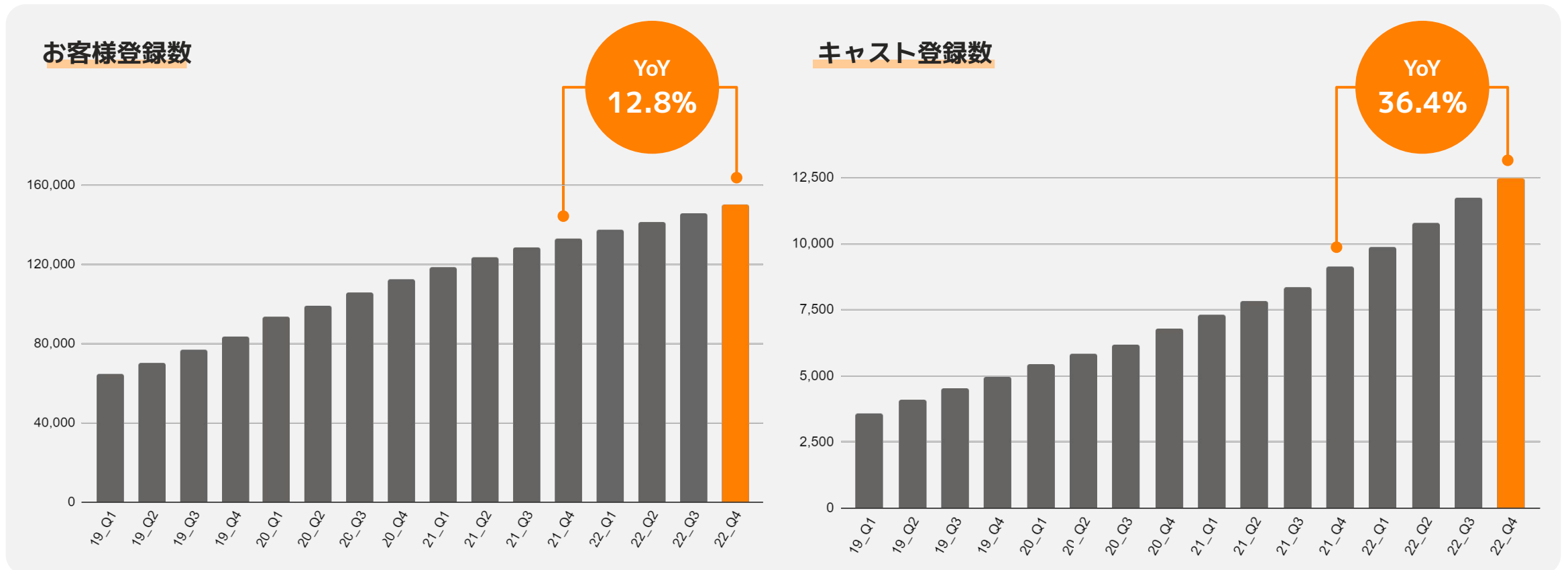
- ストック収入の前提となる定期UUは着実に増加し、前年同期比18.5%増加



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、新規キャスト獲得の為に投資を継続し、前年同期比36.4%の成長



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	増減額	主な理由
流動資産	232	400	+ 168	資金調達による増加
現金及び預金	169	327	+ 158	資金調達による増加
固定資産	37	42	+ 4	システム開発による増加
流動負債	147	154	+ 6	買掛金・未払法人税等による増加
固定負債	70	70	-	
純資産	52	218	+ 166	資金調達による増加
負債・純資産	270	443	+ 172	資金調達による増加
(自己資本比率)	19.4%	49.4%	-	

- 1 事業概要
- 2 2022年11月期 主要トピックス
- 3 2022年11月期 決算概要
- 4 2023年11月期 業績予想
- 5 成長戦略
- 6 参考情報

2023年11月期 業績予想

売上高の成長は前年比+15%を計画しており、黒字を維持しつつもサービス成長やプロダクトの機能開発にかかる人的資本への投資を積極的に行う方針です

(百万円)	2022年11月期 実績	2023年11月期 計画	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	1,335	1,537	+ 201	+ 15.1%
営業利益	33	0	△ 33	-
(利益率)	2.5%	0.1%	-	-
経常利益	22	0	△ 21	-
(利益率)	1.7%	0.0%	-	-
当期純利益	9	0	△ 9	-
(利益率)	0.7%	0.0%	-	-

- 1 事業概要
- 2 2022年11月期 主要トピックス
- 3 2022年11月期 決算概要
- 4 2022年11月期 業績予想
- 5 成長戦略
- 6 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)



ビザスク

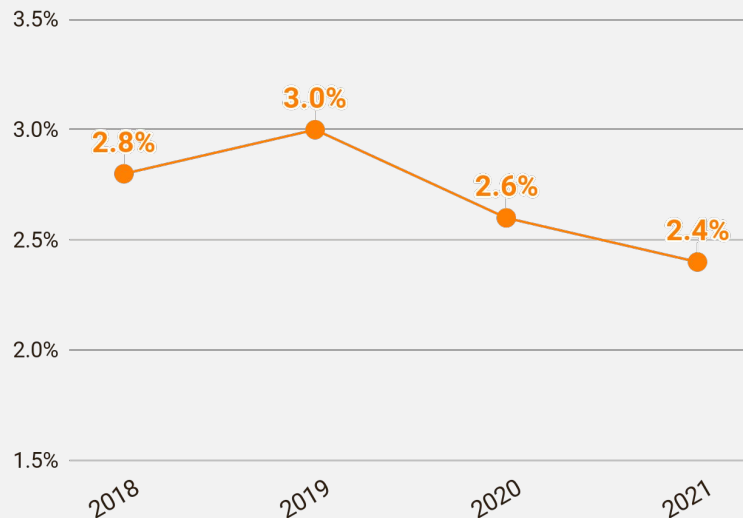


家事代行サービス領域：キャストの組織的ブランディング

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。

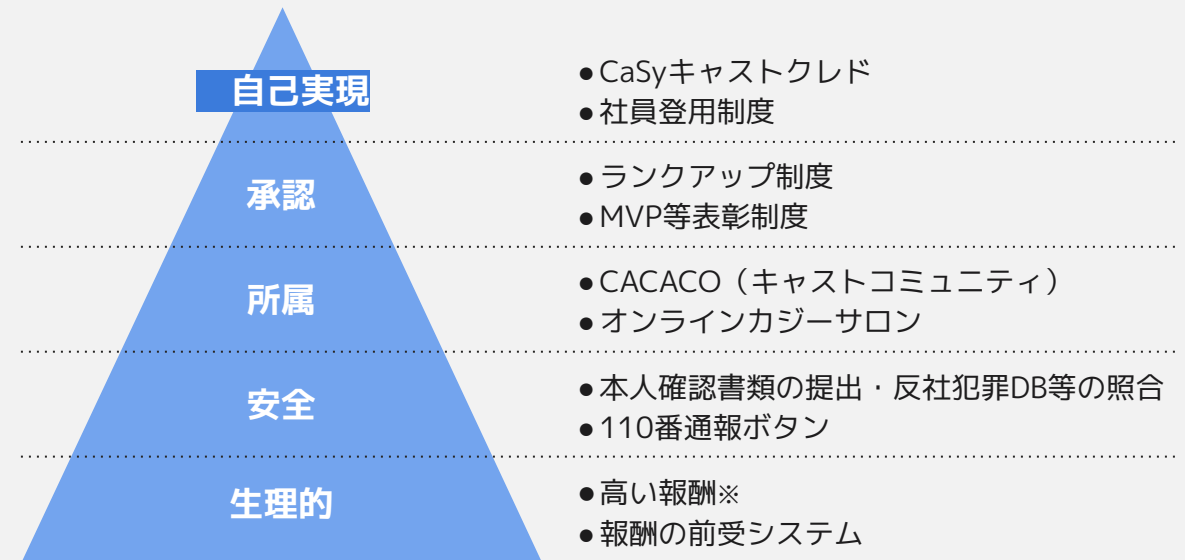
キャストチャーンレートの改善推移

※ 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

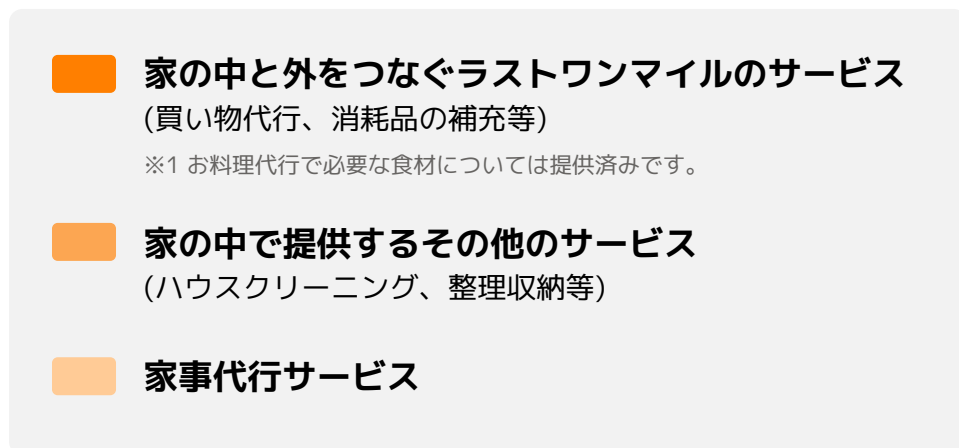
洗濯 壁紙張替え **不在時荷物受取**

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。



創業

現在

中期経営計画

その後

- 1 事業概要
- 2 2022年11月期 主要トピックス
- 3 2022年11月期 決算概要
- 4 2022年11月期 業績予想
- 5 成長戦略
- 6 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工学専攻修了
- 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

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。