

株式会社CaSy

2025年11月期 第1四半期 決算説明資料

(第12期：2024年12月1日～2025年2月28日)

- 1 2025年11月期 Q1決算概要**
- 2 2025年11月期 通期業績予想
- 3 事業概要
- 4 成長戦略
- 5 参考情報

業績ハイライト

売上高

433百万円

前年同期比

3.5%増

営業利益

3百万円

定期UU

7,388人

前年同期比

5.3%増

※当社は2025年11月期第1四半期より連結決算に移行いたしました。そのため、前期の数値（単体ベース）と今期の数値（連結ベース）は完全に一致するものではありませんが、参考値として増減率を記載しております。

サマリー

- 1 売上高は堅調に伸長**
行政との連携による依頼増で売上高は伸長。サービス件数の成長が課題
- 2 主要KPIである定期UUの成長**
前年同期比では堅実に増加、定期UUを担当する高稼働キャストの確保が課題
- 3 積極的な人的資本投資を継続**
年度計画に基づき、前期から引き続き人的資本投資を実施。広告投資の効率化により、営業黒字を達成

業績ハイライト(累計)

行政との連携や定期契約者数の増加に伴い売上は3.5%増加となった。広告宣伝投資を効率化したことで、販売管理費が前年比でやや減少し、営業黒字で推移

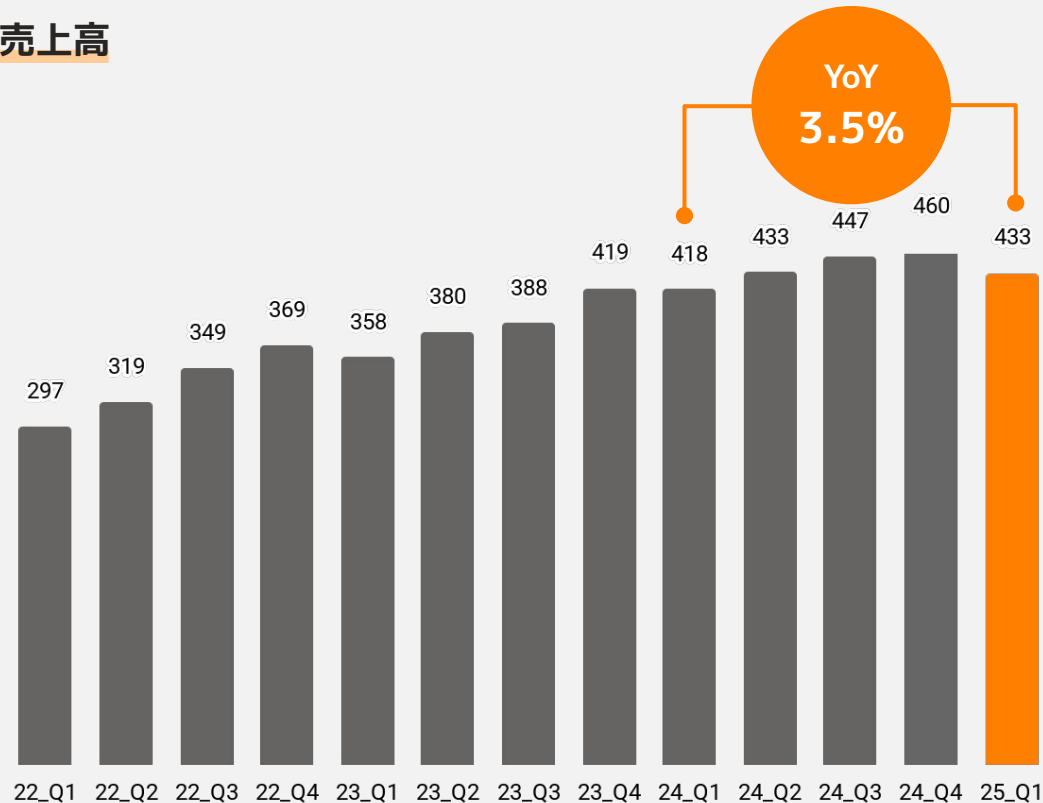
(百万円)	2024年11月期 Q1(単体)	2025年11月期 Q1 (連結)	前年同期比		通期業績予想 (対期初予想値)	進捗率
			増減額	増減率		
売上高	418	433	+ 14	+ 3.5%	1,937 ~2,113	22.4% ~20.5%
売上総利益	161	162	0	+ 0.5%	—	—
販管費	163	159	△ 3	△ 2.3%	—	—
営業利益	△1	3	+ 4	—	0	—
経常利益	△1	3	+ 4	—	0	—
当期純利益	△1	2	+ 3	—	0	—

※当社は2025年11月期第1四半期より連結決算に移行いたしました。そのため、前期の数値（単体ベース）と今期の数値（連結ベース）は完全に一致するものではありませんが、参考値として増減額・増減率を記載しております。

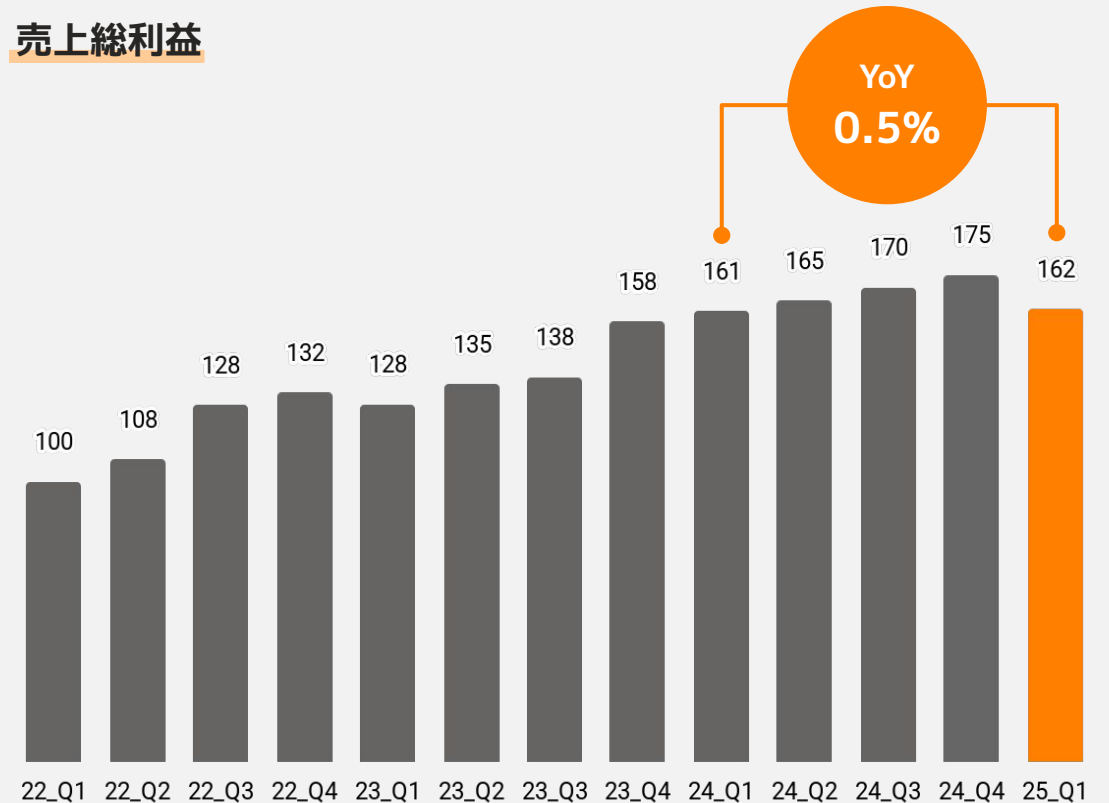
売上高・売上総利益の推移 (単位:百万円)

- 定期契約者数の増加と地方自治体との提携による依頼増で、前年同期比で3.5%の成長
- 地方自治体の価格設定による粗利率の影響等もあり、売上総利益は前年同期比で0.5%の増加

売上高

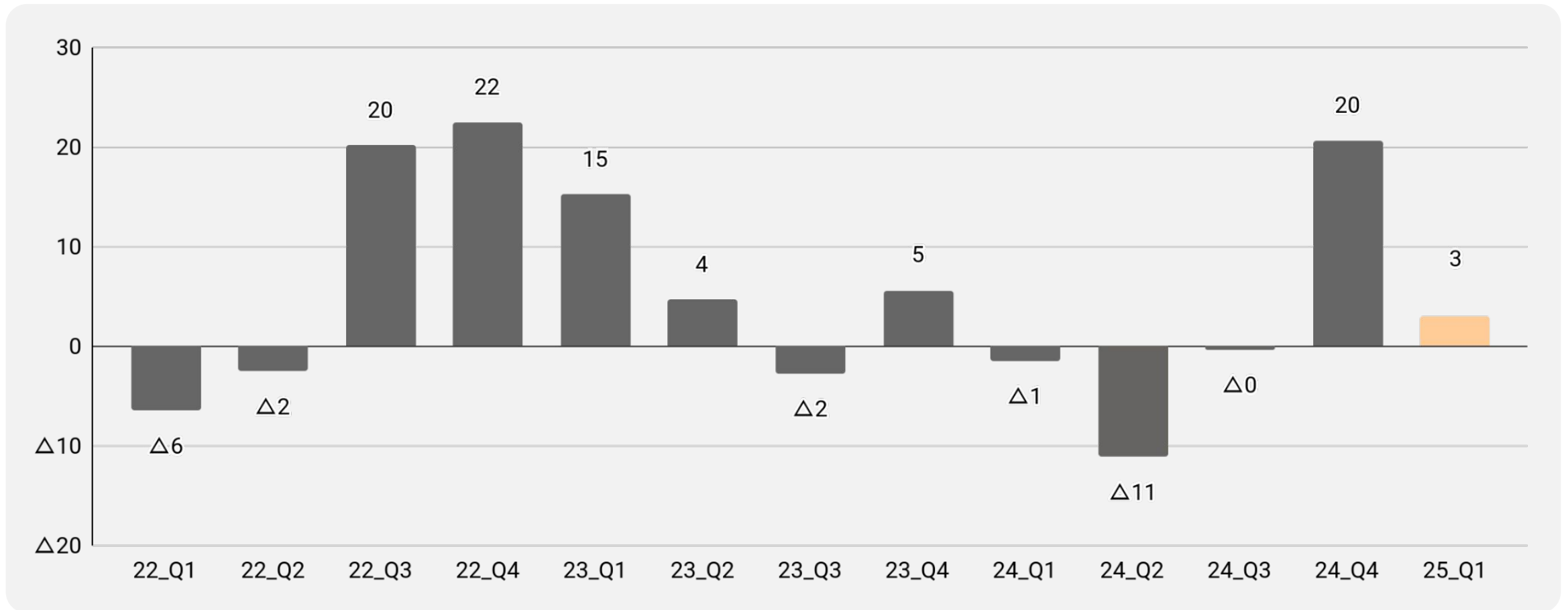


売上総利益



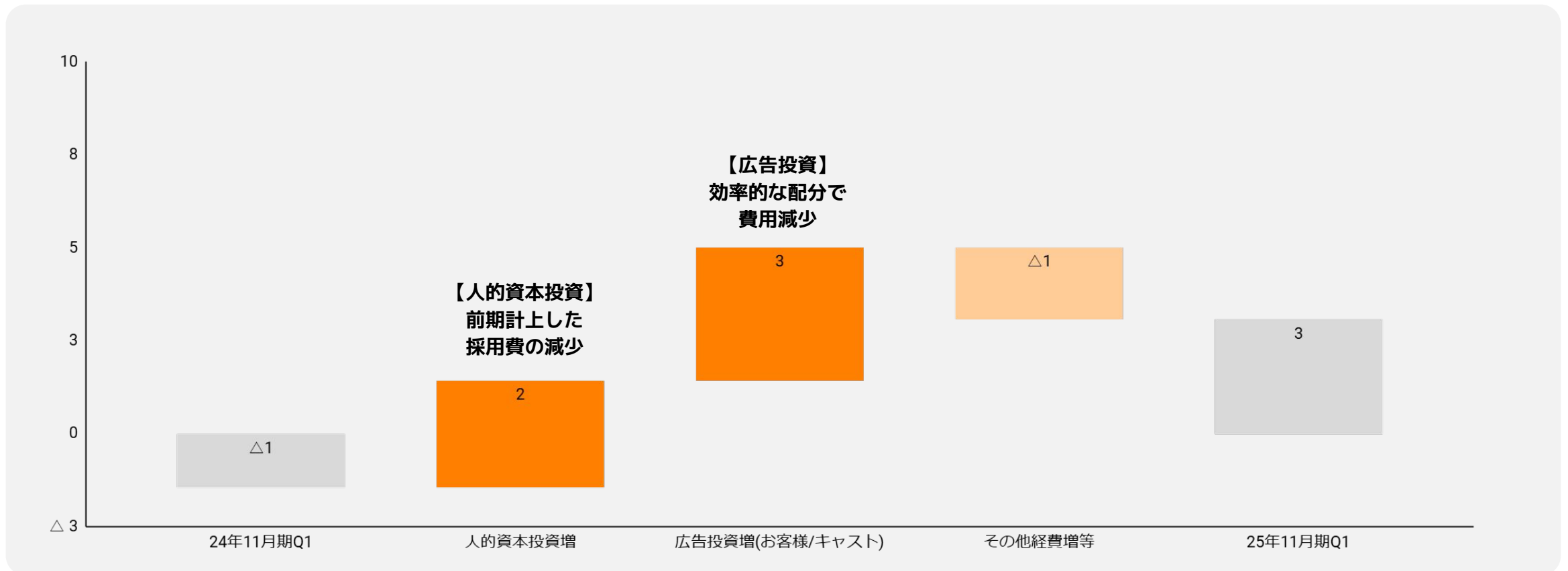
営業損益の推移 (単位:百万円)

第1四半期では、広告宣伝投資の効率化もあり、営業黒字を達成



営業利益の増減分析 (単位:百万円)

昨年の採用に伴う一過性コストの影響や、広告宣伝投資の効率化により、3百万円の黒字

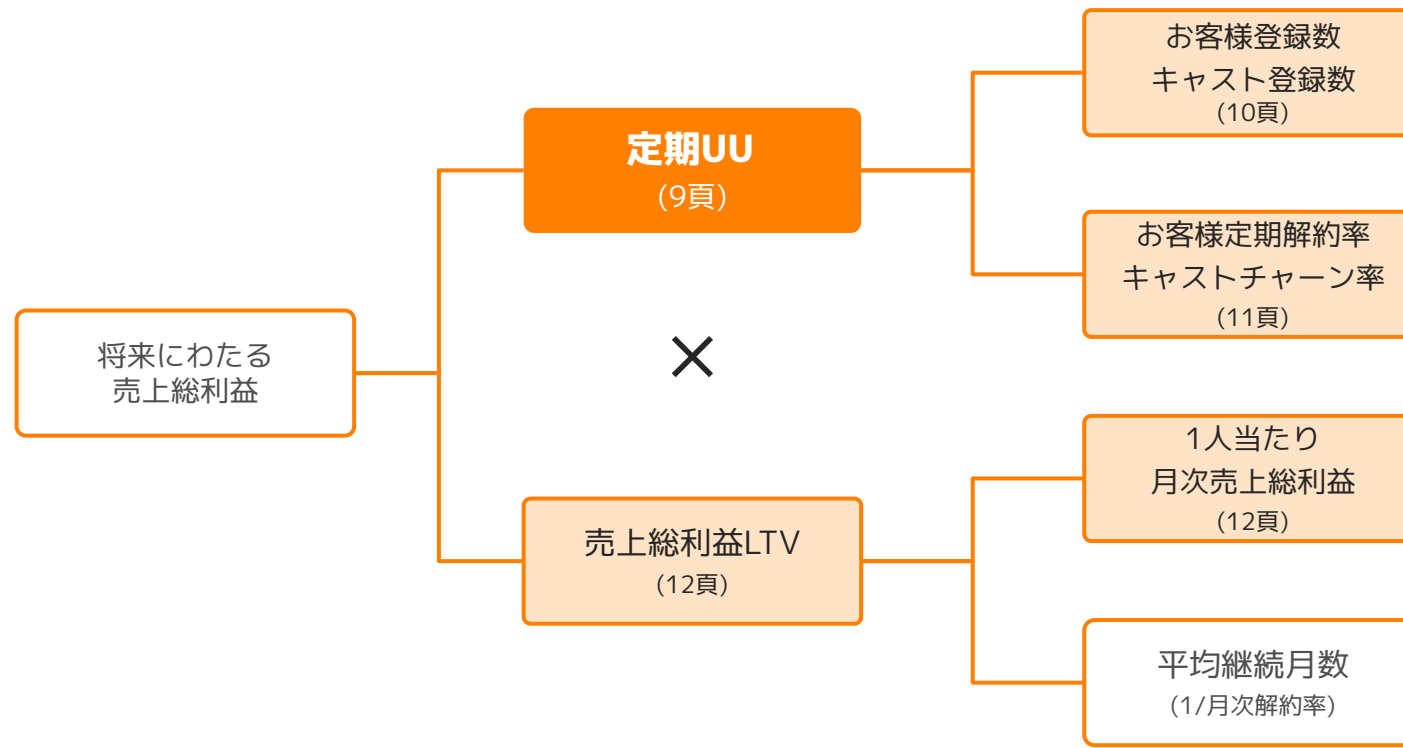


※当社は2025年11月期第1四半期より連結決算に移行いたしました。そのため、前期の数値（単体ベース）と今期の数値（連結ベース）は完全に一致するものではありませんが、参考値として増減額を記載しております。

CaSyの企業価値の源泉とKPI

売上高の8割以上を占める定期サービスの利用者からの将来にわたる売上総利益*が企業価値の礎と認識
サービス規模の拡大と今後の成長戦略に最も寄与する定期UUを主要KPIとして設定し、最大化に取り組む

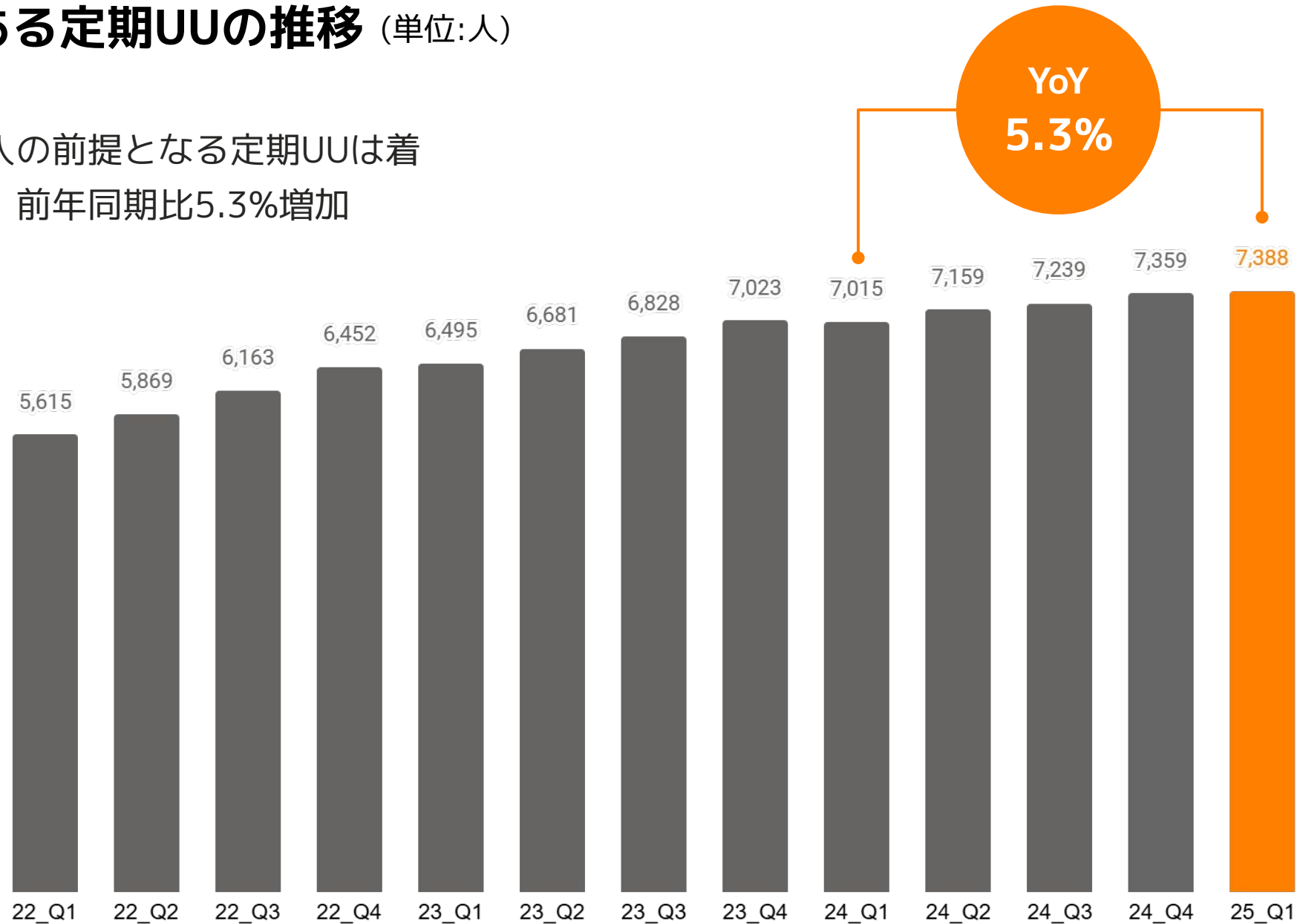
*売上総利益：売上高からサービス提供者に対する報酬を控除した金額を計上



※定期UUとお客様・キャスト登録数以外のKPIについては年度毎での開示

主要KPIである定期UUの推移 (単位:人)

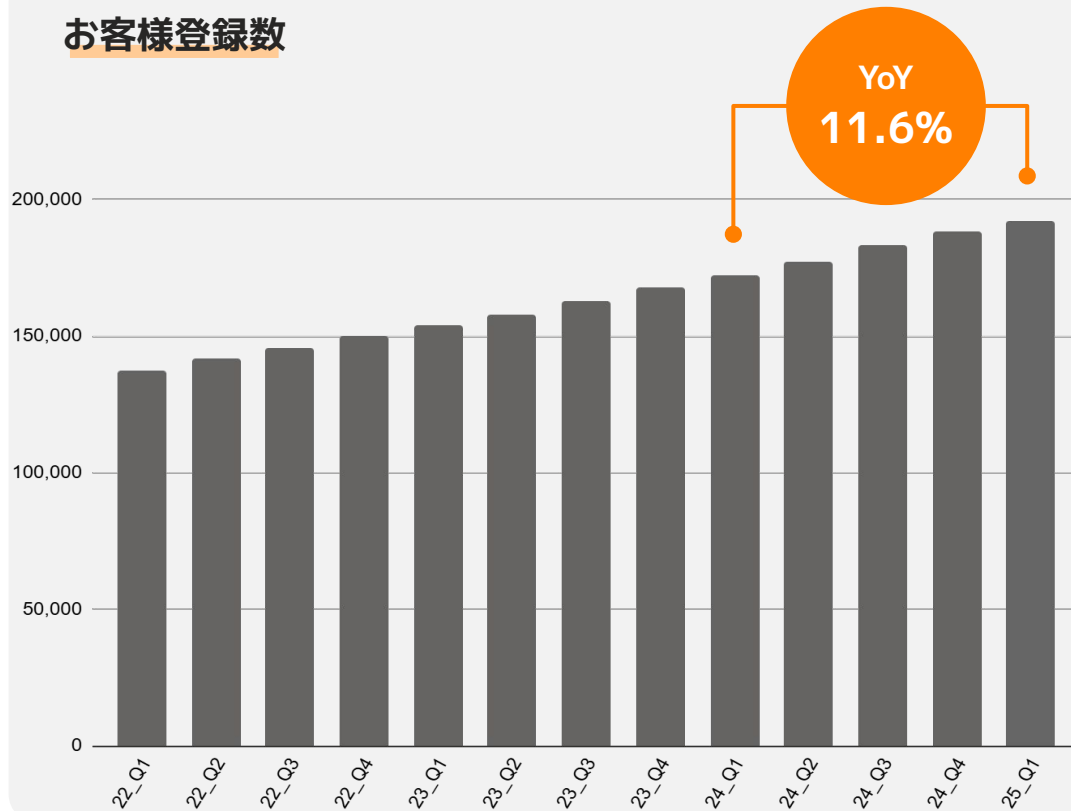
- スtock収入の前提となる定期UUは着実に増加し、前年同期比5.3%増加



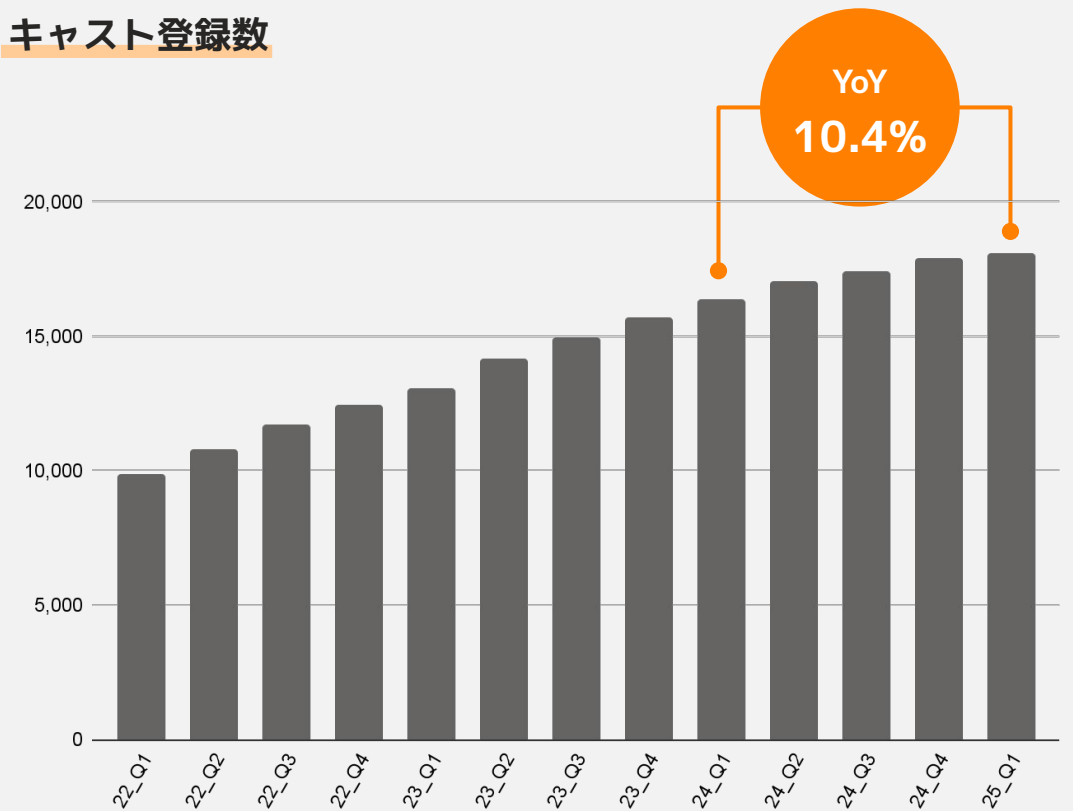
お客様・キャスト登録数の推移（単位:人）

第1四半期では広告宣伝投資の効率化を実施。お客様側登録数は継続的に増加
キャスト側は、正社員キャスト採用に向けて広告投資を絞ったことで10.4%の増加

お客様登録数



キャスト登録数

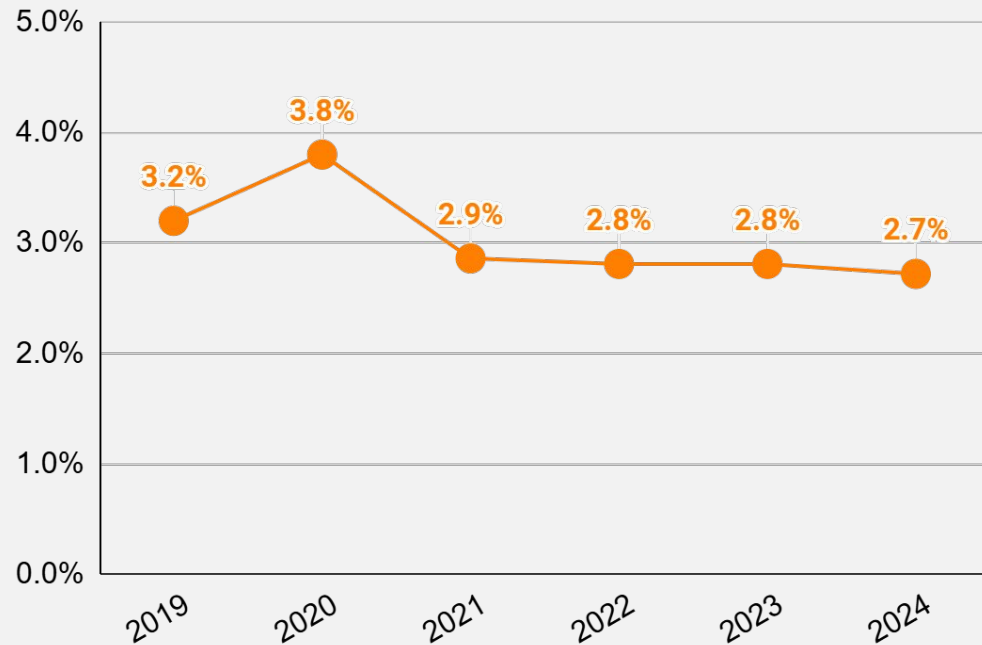


お客様の定期解約率とキャストのチャーンレート

お客様の定期解約率及びキャストのチャーンレートは前期同様の低水準で推移

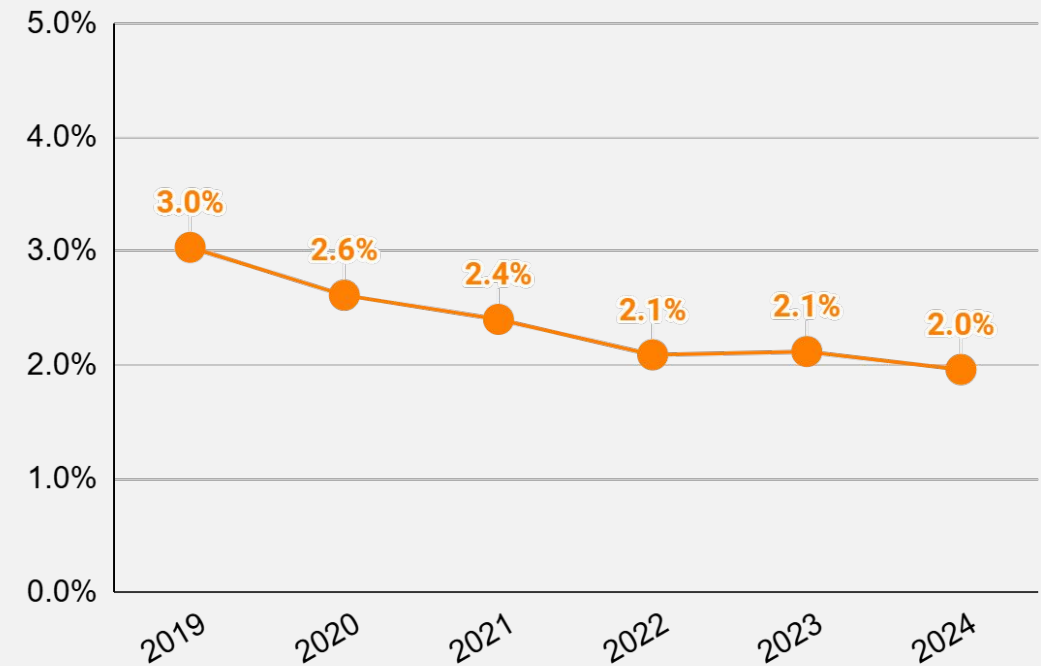
お客様の 月次定期解約率

前月に契約があったが当月に解約された割合で1年間の平均値としている。



キャストの チャーンレート

前月に稼働していたキャストが当月に稼働しなくなった割合で1年間の平均値としている。



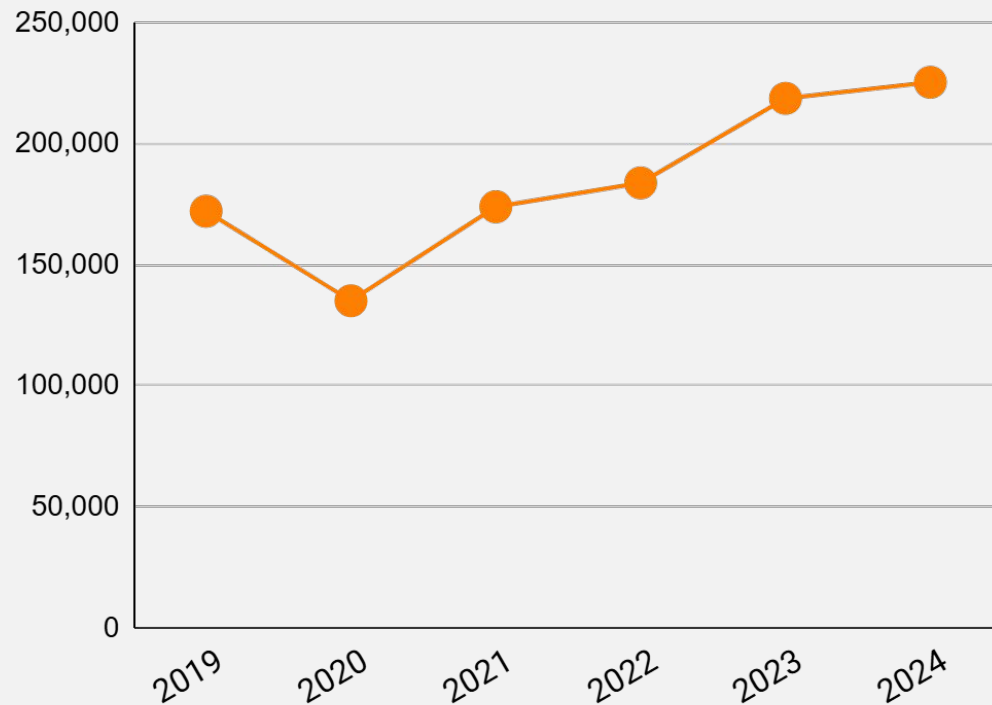
※お客様の定期解約率/キャストのチャーンレートは年度毎に開示しております

売上総利益LTV/1人当たり月次売上総利益の推移

売上総利益LTVは2020年度にコロナ影響がありつつ定期解約率の改善により増加を続けている。
1人当たり月次売上総利益は22年6月と23年10月に実施した価格改定に伴い微増している。

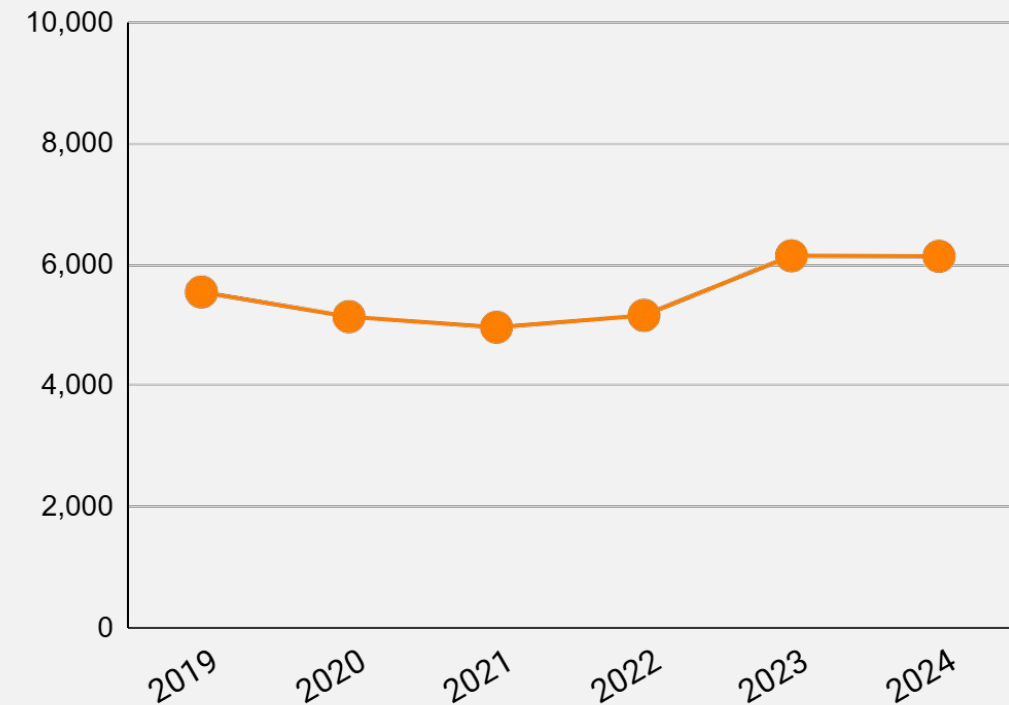
売上総利益LTV

期末月の定期契約者1人当たりの売上総利益×想定継続月数
想定継続月数=1/月次定期解約率



1人当たり月次売上総利益

期末月の定期契約者1人当たりの月次売上総利益



貸借対照表

25年2月実施のすっきりマイスター社のM&Aや消費税の納税により変動

(百万円 / %)	2024年11月期 (単体)	2025年11月期Q1 (連結)	増減額	主な理由
流動資産	441	386	△ 55	
現金及び預金	324	271	△ 52	M&Aによる支出・消費税納税
固定資産	97	128	+ 31	のれんの計上
流動負債	264	220	△ 44	消費税納税
固定負債	28	47	+ 18	連結による長期借入金増
純資産	245	247	+ 2	当期純利益の計上
負債・純資産	538	515	△ 23	
(自己資本比率)	45.5%	48.0%	-	

※当社は今期より連結決算に移行いたしました。そのため、前期の数値（単体ベース）と今期の数値（連結ベース）は完全に一致するものではありませんが、参考値として増減額を記載しております。

M&A：株式会社すっきりマイスターの子会社化

暮らしの中の時間を創るサービスのマッチング・プラットフォームの実現に向け、ハウスクリーニング事業を展開するすっきりマイスター社の株式を2025年2月に取得。

案件概要

会社名：株式会社すっきりマイスター
事業内容：ハウスクリーニング
譲渡日：2025年2月28日
スキーム：株式取得
取得価格：1,500万円(持分比率100%)

業績見込 ※

売上高(2024年9月期)	約 42百万円*
営業利益(2024年9月期)	約 7百万円
純資産(2024年9月末時点)	約△4百万円

※業績は、対象会社単体での金額となり、連結決算の取引相殺を考慮しない金額となります。

※売上高は税込方式で計上されております。

2025年11月期の当社連結業績に与える影響については現在精査中であり、今後開示すべき事項が生じた場合には、速やかに開示いたします。

- 1 2025年11月期 Q1決算概要
- 2 2025年11月期 通期業績予想
- 3 事業概要
- 4 成長戦略
- 5 参考情報

2025年11月期 業績予想

新規の行政連携やMoNiCa事業等により不確実性が高く、売上高は前年比+10-20%のレンジで成長を想定
営業黒字を維持しつつ広告宣伝活動や競争優位性の礎となるプロダクト・品質への投資を積極的に行う方針

(百万円)	2024年11月期 実績	2025年11月期 計画	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	1,761	1,937 ~2,113	+ 154 ~ + 308	+ 10.0% ~ + 20.0%
営業利益	7	0	△ 7	-
(利益率)	0.4%	0.0%	-	-
経常利益	6	0	△ 6	-
(利益率)	0.4%	0.0%	-	-
当期純利益	5	0	△ 5	-
(利益率)	0.3%	0.0%	-	-

- 1 2025年11月期 Q1決算概要
- 2 2025年11月期 通期業績予想
- 3 事業概要**
- 4 成長戦略
- 5 参考情報

Vision

笑顔の暮らしを、
あたりまえにする。

Mission

大切なことを、
大切にできる時間を創る。

Company profile

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 ・家事支援 ・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兼CFO 加茂 雄一 代表取締役 池田 裕樹
所属団体	シェアリングエコノミー協会

提供サービス

家事支援サービス

売上構成 **97%**



お掃除代行 / お料理代行

料金 税込 / 1時間あたり	定期利用	1 週間に 1 回	2,790円
		2 週間に 1 回	2,890円
		4 週間に 1 回	3,190円
	スポット利用		3,490円

利用者の8割が定期利用、スポット利用は2割

その他サービス

売上構成 **3%**



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。家事支援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「家事支援などのサービス」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

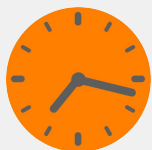
委託料支払い 《》 ⑥



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

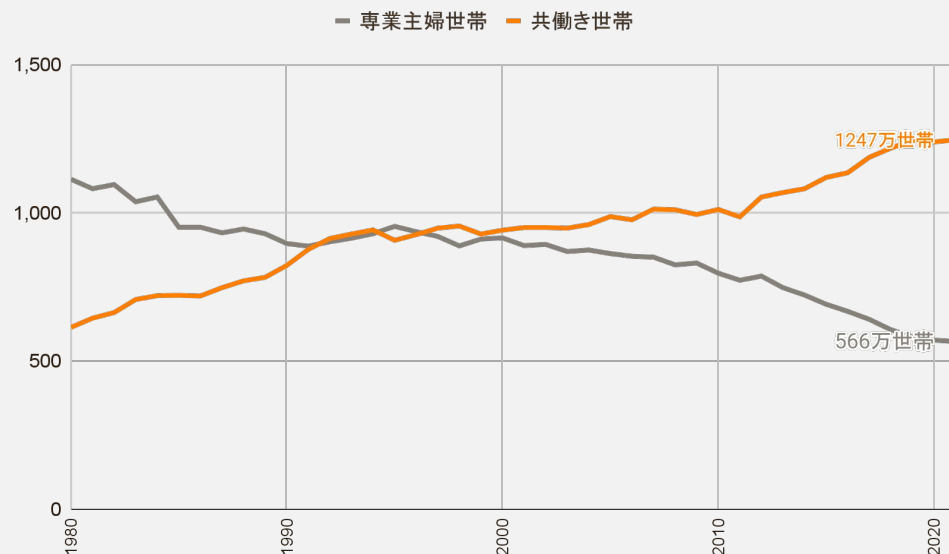
- 本人確認や反社犯罪DBなど安心して仕事ができる**システム**
- 物損に対する保険や、所得補償保険、前払い制度など、金銭面での安心を得られる**仕組み**

成長性：家事支援市場

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。配偶者との家事分担についても、外部サービスの利用意向は伸長している。

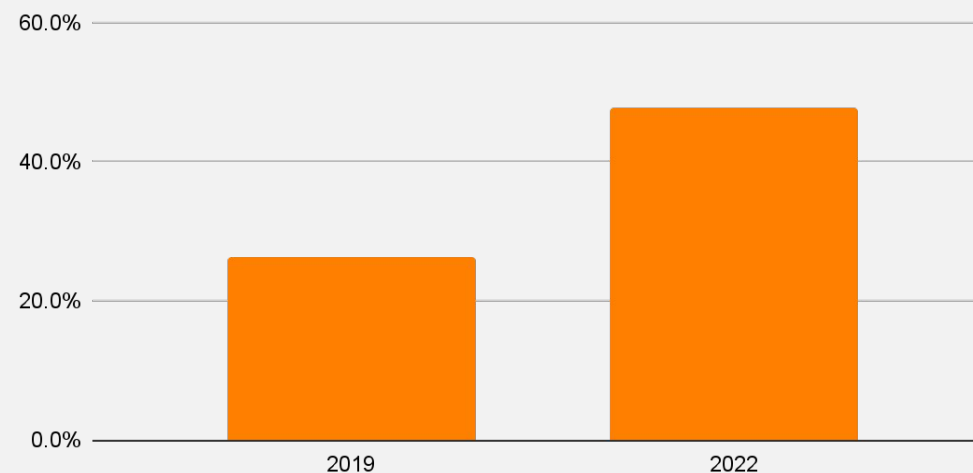
共働き世帯数は増加傾向

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）」



家事の外部サービス利用意向の伸長

出所：内閣府「男女共同参画社会に関する世論調査」（令和元年9月、令和4年11月調査）より作成
2022年の調査では調査方法が個別面接聴取法から郵送法に変更となったため2019年のデータは参考値
アンケートの選択肢で「外部サービスを利用しながら」が含まれる回答を選択した割合を集計



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)

家事支援サービス市場 ※1
1,400億円

当社の売上高
17億円

CaSyの競争優位性

サービスのDX化・構築している品質管理体制を活かし、売上の8割以上を占める定期サービスの成長に不可欠な定期契約者数の増加と、業界内でも高水準のテイクレートを実現している。

家事支援サービスのDX化



オンライン集客に集中しての効率的な新規顧客の開拓

マッチング品質・速度の向上や利便性の高いアプリ提供で若年層取り込み

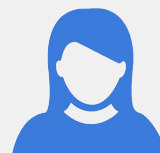


マッチングのコーディネートに必要な人件費抑制によるコスト構造の優位性

UI改善によるお問い合わせ数の削減でのカスタマーサポート費用の低減



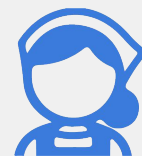
品質管理体制の構築



お客様

安定したサービス品質の維持によって定期解約率を改善

新しくデビューしたキャストを効果的に育成し、マッチング精度を向上



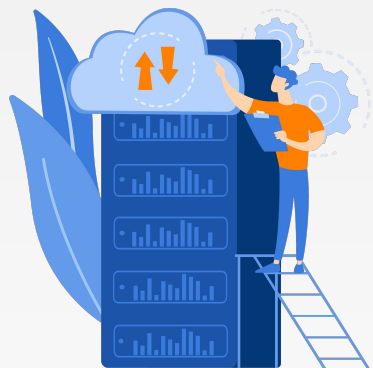
キャスト

モチベーション高く働ける仕組みを構築し、チャーンしにくい環境を構築

キャスト同士の相互交流を通じ、より稼働しやすくなる仕組みを実現

競争優位：家事支援サービスのDX化

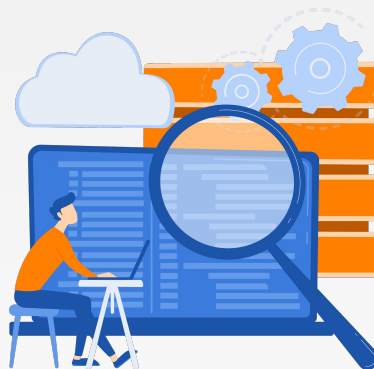
Matching algorithm



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コスト構造を改善し、かつ、最短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

マッチングのDX化による低コスト構造

従来ではコーディネーターが行っていた見積りと日程調整のプロセスを独自のマッチングシステムでDX化したことにより、お客様の依頼の手間とサービスまでの時間の削減に成功したことに加え、DX化で人件費を抑えることで低コスト構造を保つことができています。

マッチングアルゴリズムによるUX向上

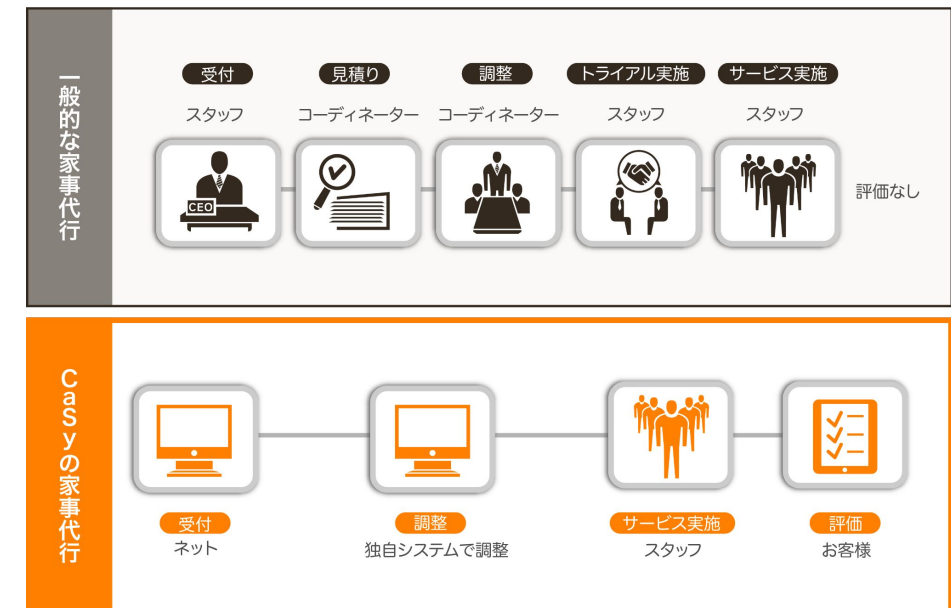
お客様の依頼内容とキャストの情報を基に、独自のマッチングアルゴリズムで精度の高いマッチングを実現することで、最短3時間後のサービス利用が可能となっている。

サービスを実施するキャストも、マッチングアルゴリズムの最適化により自身と相性の良い依頼が来やすくなっており、仕事を確保しやすい仕組みを実現している。

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

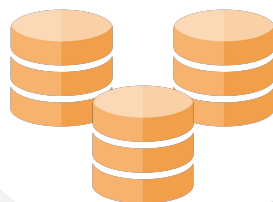
マッチング
データ

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
- 最短3時間以内のマッチング
- 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

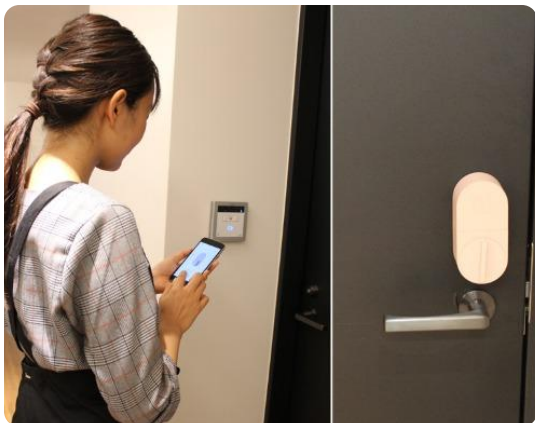
- 他社のイエナカサービスとの連携（ハウスクリーニング等）

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

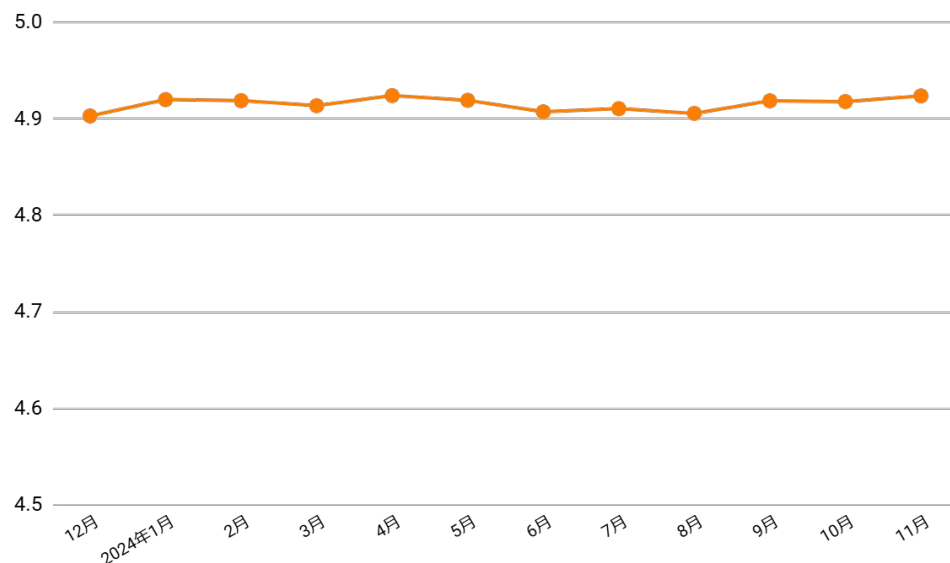


※東京都の最低賃金1,163円との比較（2025年2月10日現在）

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。

当事業年度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（2023年12月～2024年11月）

CaSyの品質管理の考え方



競合との比較（家事支援）

	CaSy	訪問型	CtoCマッチング型
最低利用料金目安 (交通費除く) ※1	6,980円 (3,490円×2時間)	13,800円 (4,600円×3時間)	5,250円 (1,750円×3時間)
依頼方法	アプリ・Web	電話・Web	Web
マッチング方法	オンライン完結	営業担当	オンライン完結
品質に対する事業者の責任	○	○	× ※3
店舗展開	本社のみ	多店舗展開	本社のみ
最低キャスト報酬目安 (1Hあたり) ※2	1,500円	1,200円	1,230円
スタッフの主な形態	業務委託	雇用	業務委託

※1 スポットサービスの利用料金（税込）

※2 各社の求人情報をもとに東京都で主な雇用形態での1時間あたりの最低報酬額を記載

※3 利用者とサービス提供者が直接契約する形態

- 1 2025年11月期 Q1決算概要
- 2 2025年11月期 通期業績予想
- 3 事業概要
- 4 成長戦略**
- 5 参考情報

CaSyの今後の成長イメージ

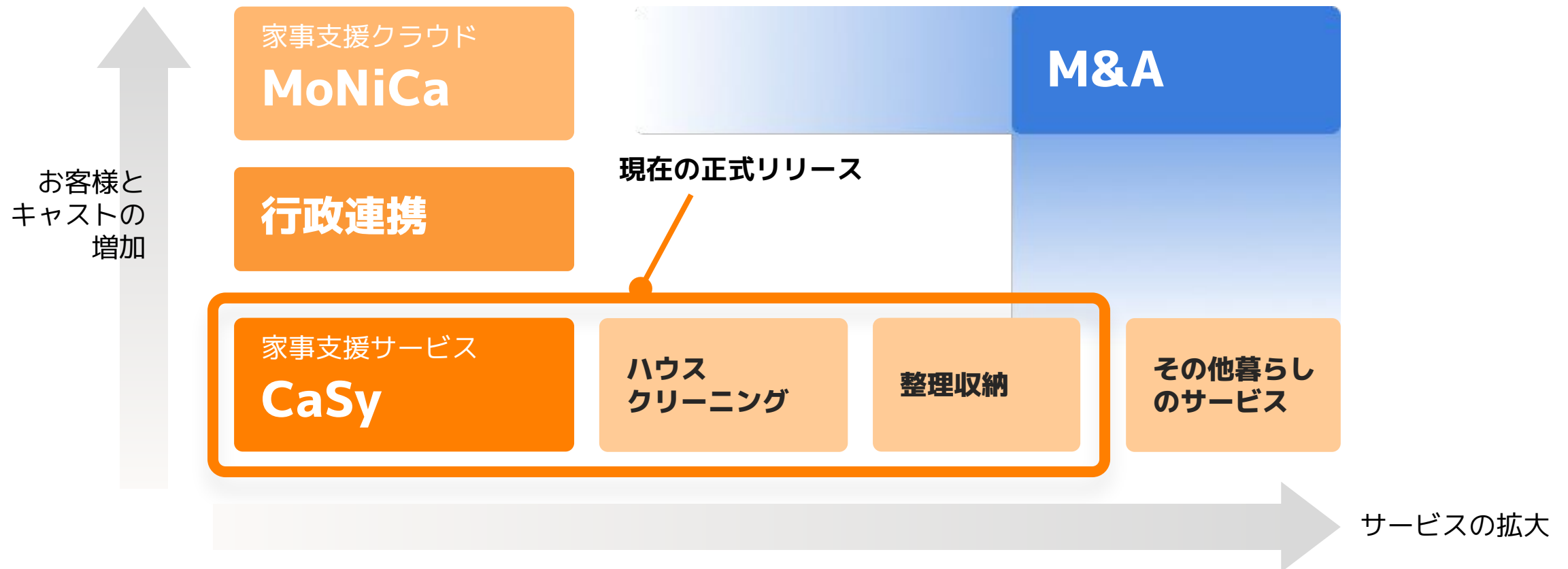
広くお客様の時間を創る暮らしのプラットフォームを目指す。



時間を創る暮らしのプラットフォームへの方針

お客様とキャストを増やししながら、サービスを増やしていき、面を拡大していく

家事支援サービスの顧客基盤増強や、暮らしのサービスの新規提供に向けてM&Aも積極的に検討



家事支援事業の課題解決プラットフォーム

MoNiCa（モニカ）

概要

MoNiCaは、家事支援事業の課題解決プラットフォームです。MoNiCaには、も（Mo）っと、日（Ni）本に、家（Ca）事代行をという意味で、業界全体のDX化、需給バランス最適化を図り、お客様とキャストを巻き込んでいきたいという熱意を込めています。

マーケットと競争優位性

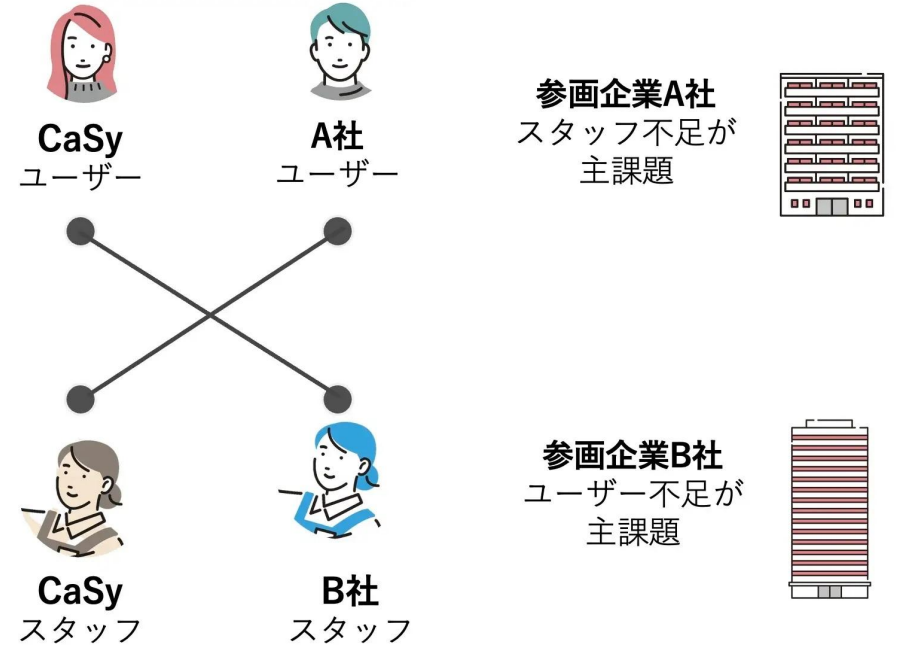
日本には4,000社（※）の家事支援会社があると言われていたが、中小規模の会社が多く、自社でのDX化が難しい状況である。CaSyは創業時からIT投資を続けておりITに強みがある。また、上場していることの信用力を活用できる。

※出所：iタウンページ

moNiCa

MoNiCaの機能例(クロスマッチング)

家事支援事業者間でユーザーと家事支援スタッフを交差してマッチングさせる「クロスマッチング」の仕組みを構築



地方自治体との取り組み

2024年7月より、東京都墨田区・葛飾区に続き、台東区の家事・子育て支援事業の事業者として参画。

地方自治体との連携により、新規依頼を獲得。

家事・子育て支援事業の概要

- ・参画開始の自治体

東京都墨田区「家事・育児サポーター事業」

東京都葛飾区「子育て家庭家事サポーター派遣事業」

東京都台東区「産前産後支援ヘルパー“あったかハンド”」

- ・参画内容

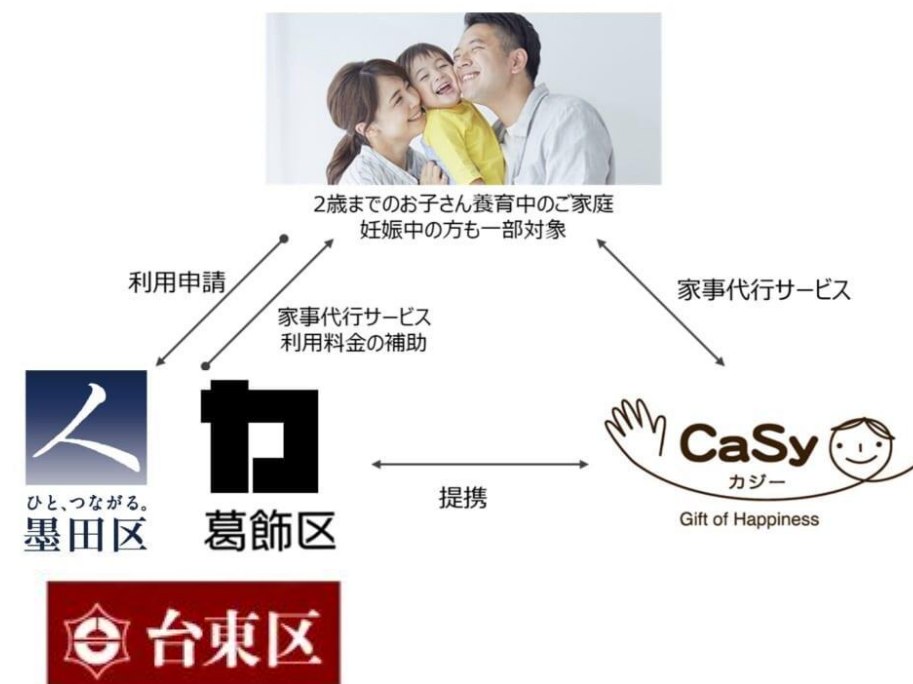
子育て支援の一環としてカジーの家事支援キャストがお宅に訪問し、家事の支援を行います。

地方自治体より利用料の一部が補助されます。

- ・利用者の負担金額

300円/1時間+(交通費880円) ※交通費及び使用条件等は各自治体により異なります。

家事・子育て支援事業の利用イメージ



その他暮らしのサービス領域： アップセルの伸びしろ

家事支援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

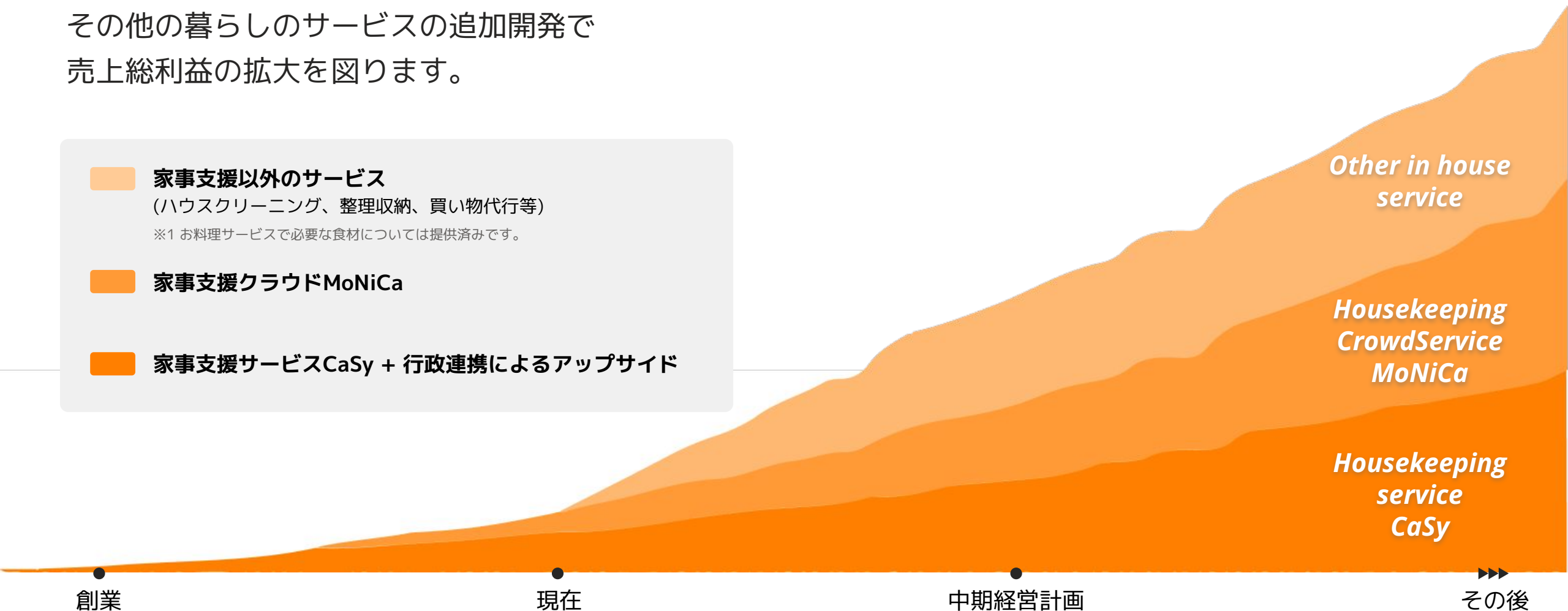
○ はサービスとして正式リリース済

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支援の範囲内で、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

家事支援サービスの安定成長を基盤に、
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。

-  **家事支援以外のサービス**
(ハウスクリーニング、整理収納、買い物代行等)
※1 お料理サービスに必要な食材については提供済みです。
-  **家事支援クラウドMoNiCa**
-  **家事支援サービスCaSy + 行政連携によるアップサイド**



- 1 2025年11月期 Q1決算概要
- 2 2025年11月期 通期業績予想
- 3 事業概要
- 4 成長戦略
- 5 参考情報**



役員紹介



加茂 雄一 / 代表取締役CEO兼CFO

- 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



平野 圭二 / 監査等委員取締役

- ワタキューセイモア株式会社執行役員
- ワタキューホールディングス株式会社執行役員
- 2018年CaSy社外取締役就任
- 2025年CaSy監査等委員就任



池田 裕樹 / 代表取締役COO

- 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



中尾 隆一郎 / 監査等委員取締役

- 株式会社中尾マネジメント研究所代表取締役社長
- 株式会社LIFULL社外取締役
- リンクス株式会社社外取締役
- 2025年CaSy監査等委員就任



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、家事支援キャストのモチベーションマネジメントも担う



伊田 愛久美 / 監査等委員取締役

- 法律事務所ZeLo・外国法共同事業入所
- 複数社の監査役・監査等委員を担当
- 2025年CaSy監査等委員就任

株主還元：株主優待制度

株主還元及び、サービスへのご理解と認知度向上を目的として、株主優待制度を導入。
対象となる株主様には当社の各種サービスにご利用いただける、特別優待ギフト券を贈呈いたします。

保有株式数	優待内容
100株	ギフト券 8,000 円分
スケジュール	11月末日 権利付き最終日 > 11月30日 株主名簿記載 > 2月中旬 ギフト券送付

※毎年11月30日現在の当社株主名簿に記載又は記録された、当社株式1単位（100株）以上を保有されている株主様を対象といたします。
※ギフト券の有効期間は翌年2月末までとなります。