

株式会社CaSy

# 2025年11月期 決算説明資料

(第12期：2024年12月1日～2025年11月30日)

## 第3四半期決算説明会資料からのアップデート一覧

ページ	項目	変更内容
P.4	業績ハイライト/業績ハイライト（累計）	売上高・営業利益・主要KPIである定期UU数を2025年Q4の数値に更新。 前年比較の表を更新。
P.6	売上総利益/営業利益分析	グラフに2025年Q4の数値を追加。
P.10	定期UU/KPI関連	グラフに2025年Q4の数値を追加。
P.14	貸借対照表	2025年11月末時点の数値に更新。M&A等により変動。
P.15	地方自治体連携	渋谷区・文京区の育児支援事業の事業者として参画を追加。 新規依頼獲得に貢献。
P.16	中小企業成長加速化補助金に採択	中小企業成長加速化補助金に採択。 100億円宣言を掲げ、成長に向けた取組を加速。
P.18	2026年11月期 業績予想	業績予想を更新。
P.37	地方自治体との取り組み	渋谷区・文京区の2区を追加。
P.39	中長期戦略イメージ	海外家事支援人材による家事支援を追加。
P.41	参考情報	沿革に中小企業成長加速化補助金採択を追加。

- 1 2025年11月期 決算概要**
- 2 2026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

545百万円

前年同期比

18.3%増

営業利益

28百万円

定期UU

7,661人

前年同期比

4.1%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。

※売上成長率の増加について、グループ会社全体を11月決算に統一したことによる一過性の影響も存在しております。

## サマリー

1

**売上高は堅調に伸長**

子会社の取得や行政との連携による  
依頼増で売上高は伸長

2

**主要KPIである定期UUの成長**

CaSy単体の増加に加え、子会社化した  
サンジュ社の定期契約者分が増加

3

**利益額の増加**

広告宣伝投資の効率化やコスト削減で  
販売管理費をコントロールし、利益は  
前年比で増加

## 業績ハイライト(累計)

子会社の取得や行政との連携に伴い売上は9.1%増加となった。

広告宣伝投資の効率化やコスト削減で販売管理費をコントロールし、利益は前年比で増加。

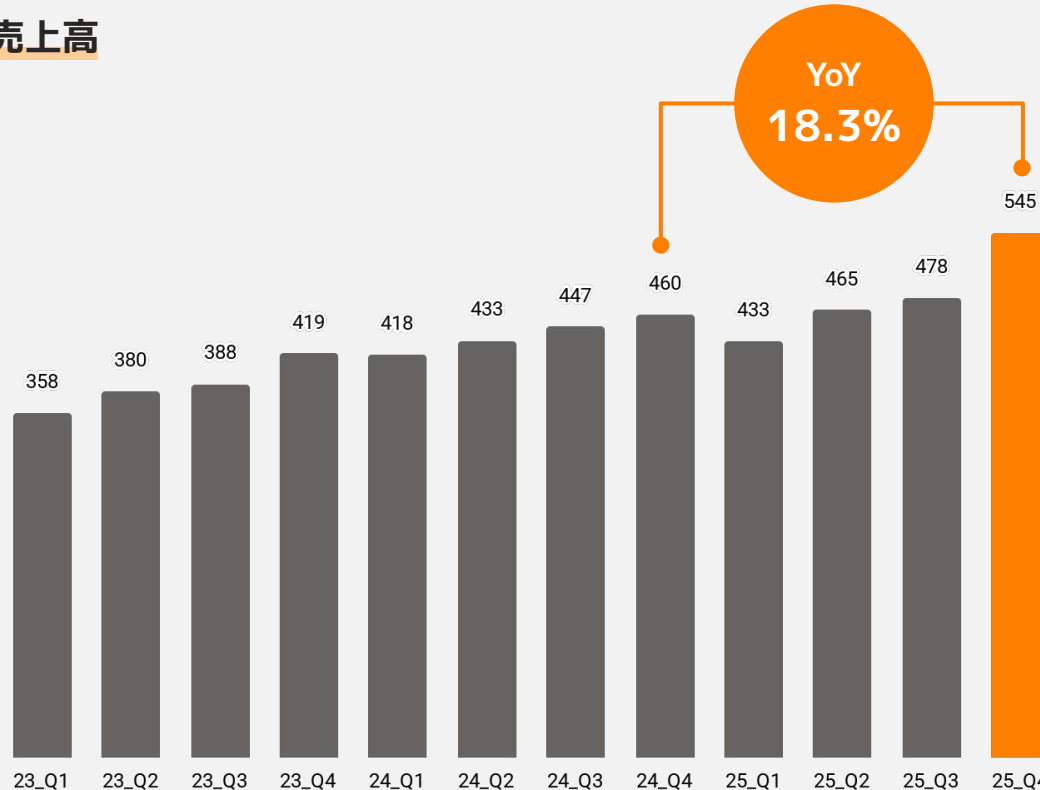
(百万円)	2024年11月期	2025年11月期	前年同期比		通期業績予想 (対期初予想値)	進捗率
			増減額	増減率		
売上高	1,761	1,922	+161	+ 9.1%	1,937 ~2,113	99.2% ~91.0%
売上総利益	673	720	+47	+ 7.0%	—	—
販管費	665	669	+3	+ 0.6%	—	—
営業利益	7	50	+ 43	—	0	—
経常利益	6	60	+ 53	—	0	—
当期純利益	5	46	+ 41	—	0	—

※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。

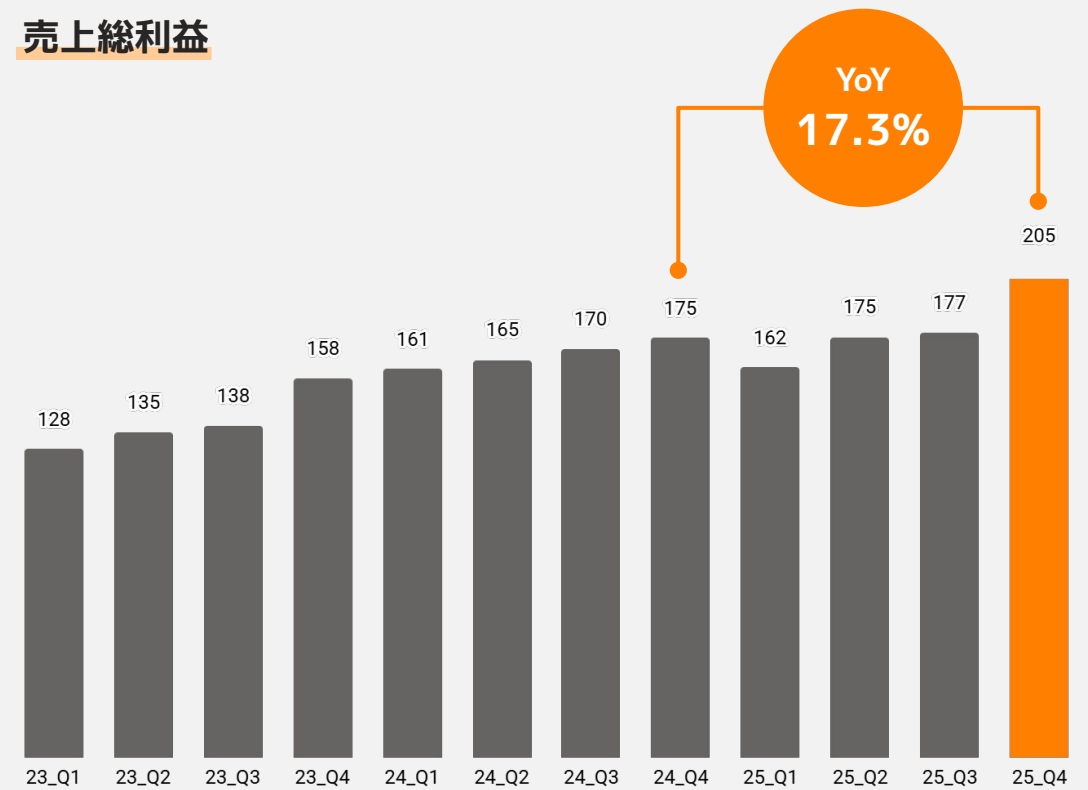
## 売上高・売上総利益の推移 (単位:百万円)

- 自治体連携やM&Aの影響もあり、売上及び売上総利益は継続的に成長
- 大幅な成長率の回復はグループ会社全体を11月決算に統一したことによる一過性の影響も存在

### 売上高

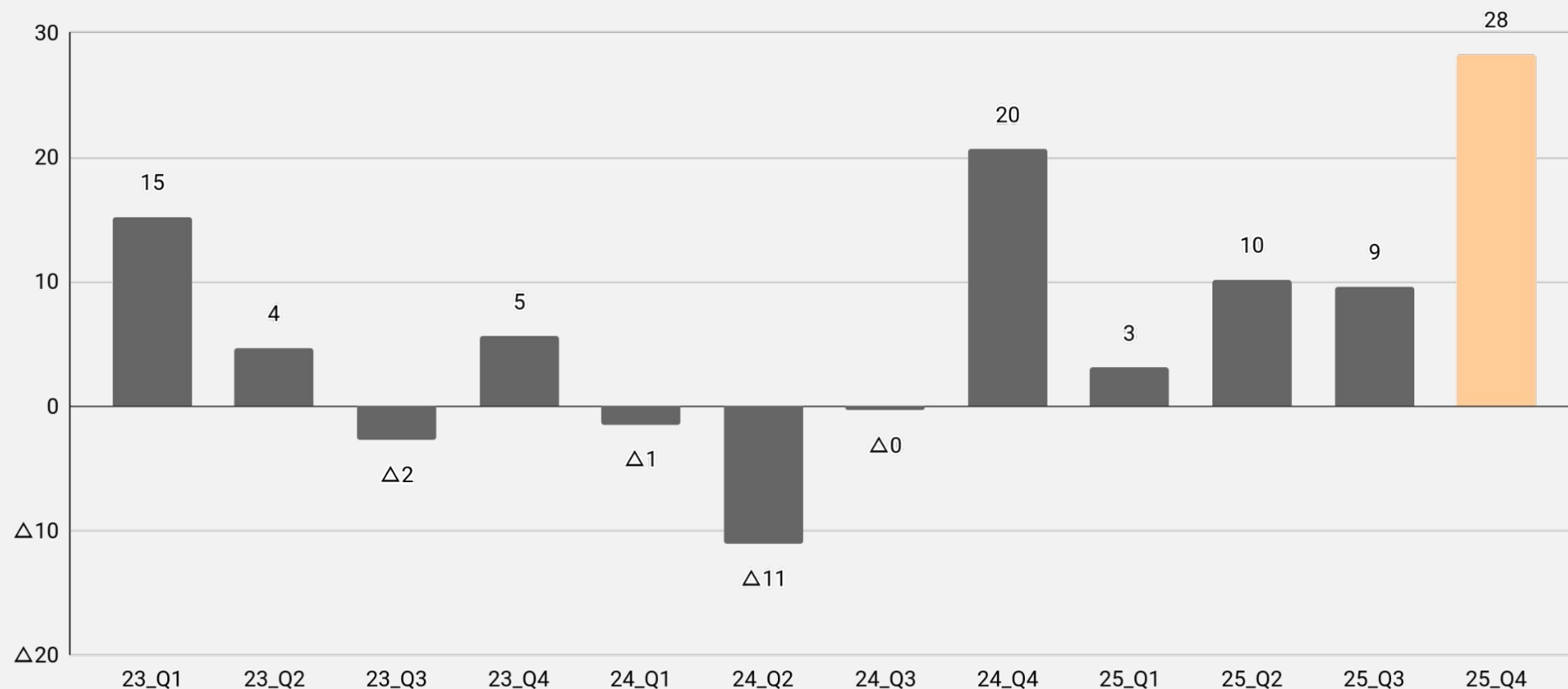


### 売上総利益



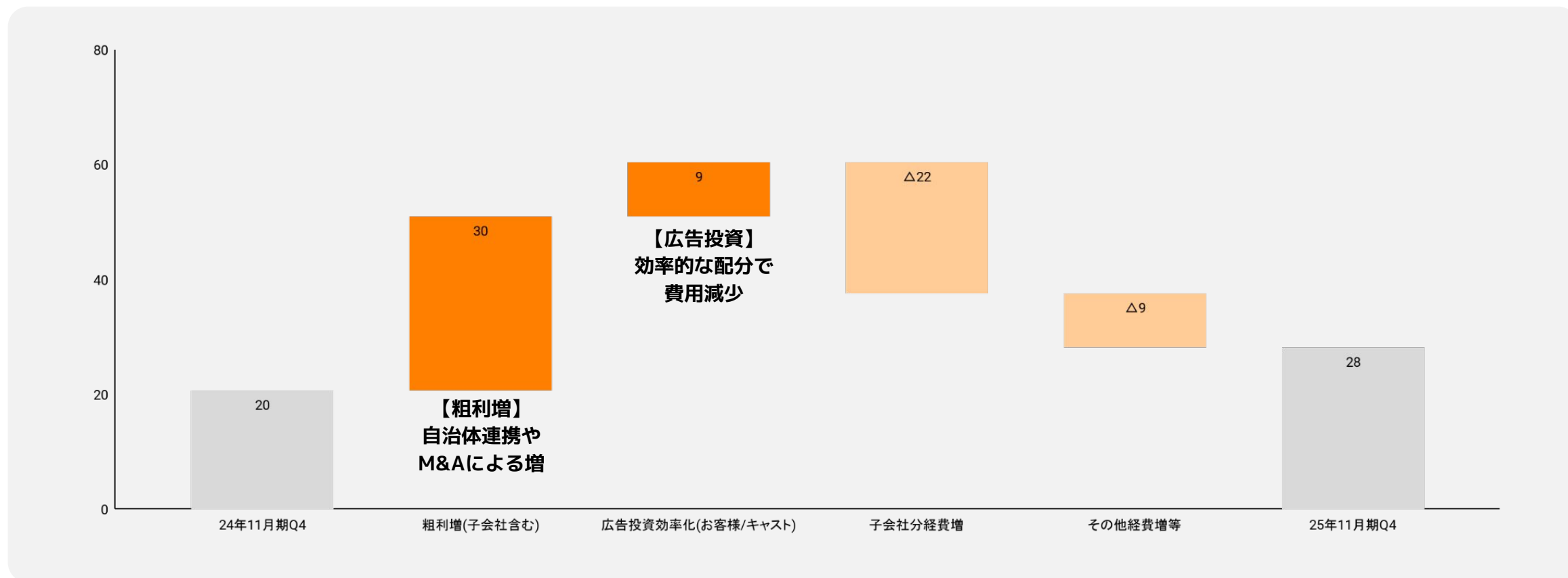
## 営業損益の推移 (単位:百万円)

第4四半期では、広告宣伝投資の効率化や中小企業成長加速化補助金の活用に向けたコスト削減もあり、営業黒字を達成



## 営業利益の増減分析 (単位:百万円)

自治体連携やM&Aによる粗利増加や、広告宣伝投資の効率化により、28百万円の黒字



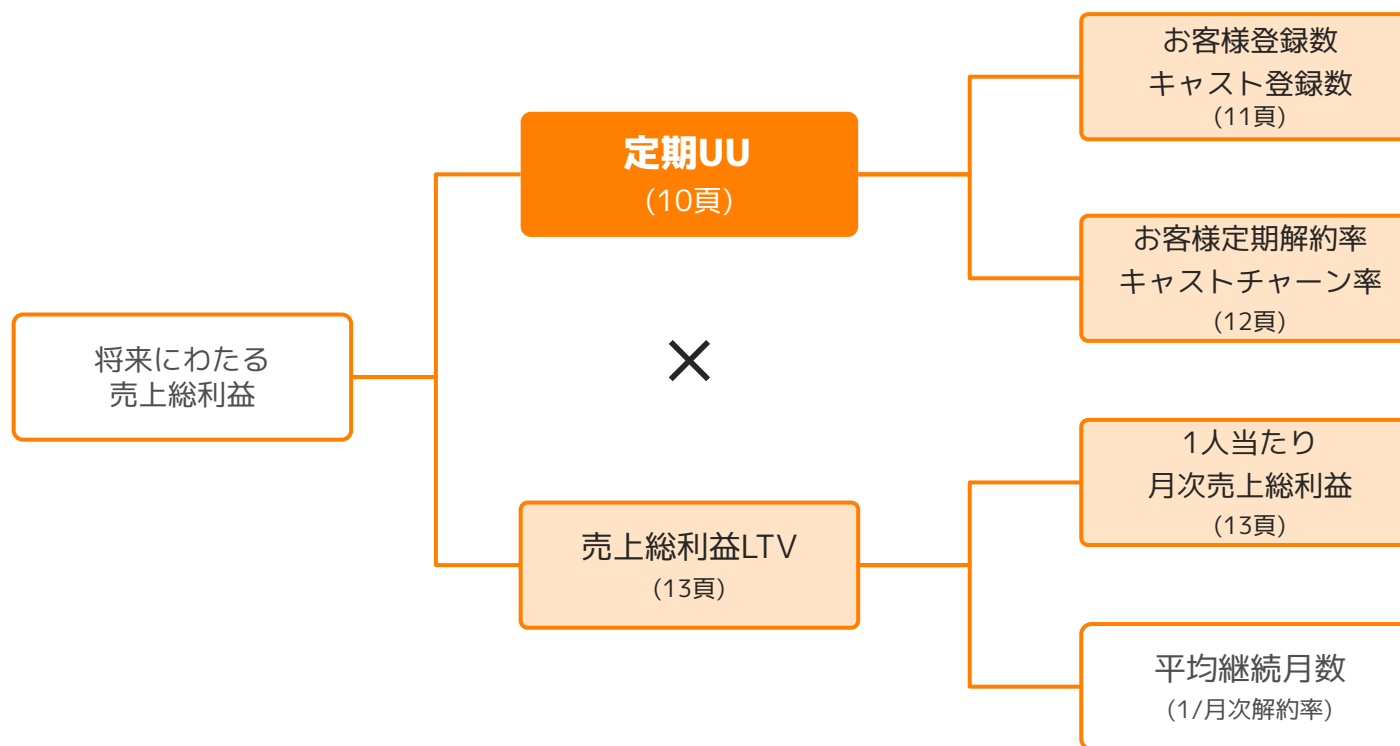
※当社は2025年11月期第1四半期より連結決算に移行いたしました。そのため、前期の数値（単体ベース）と今期の数値（連結ベース）は完全に一致するものではありませんが、参考値として増減額を記載しております。



# 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

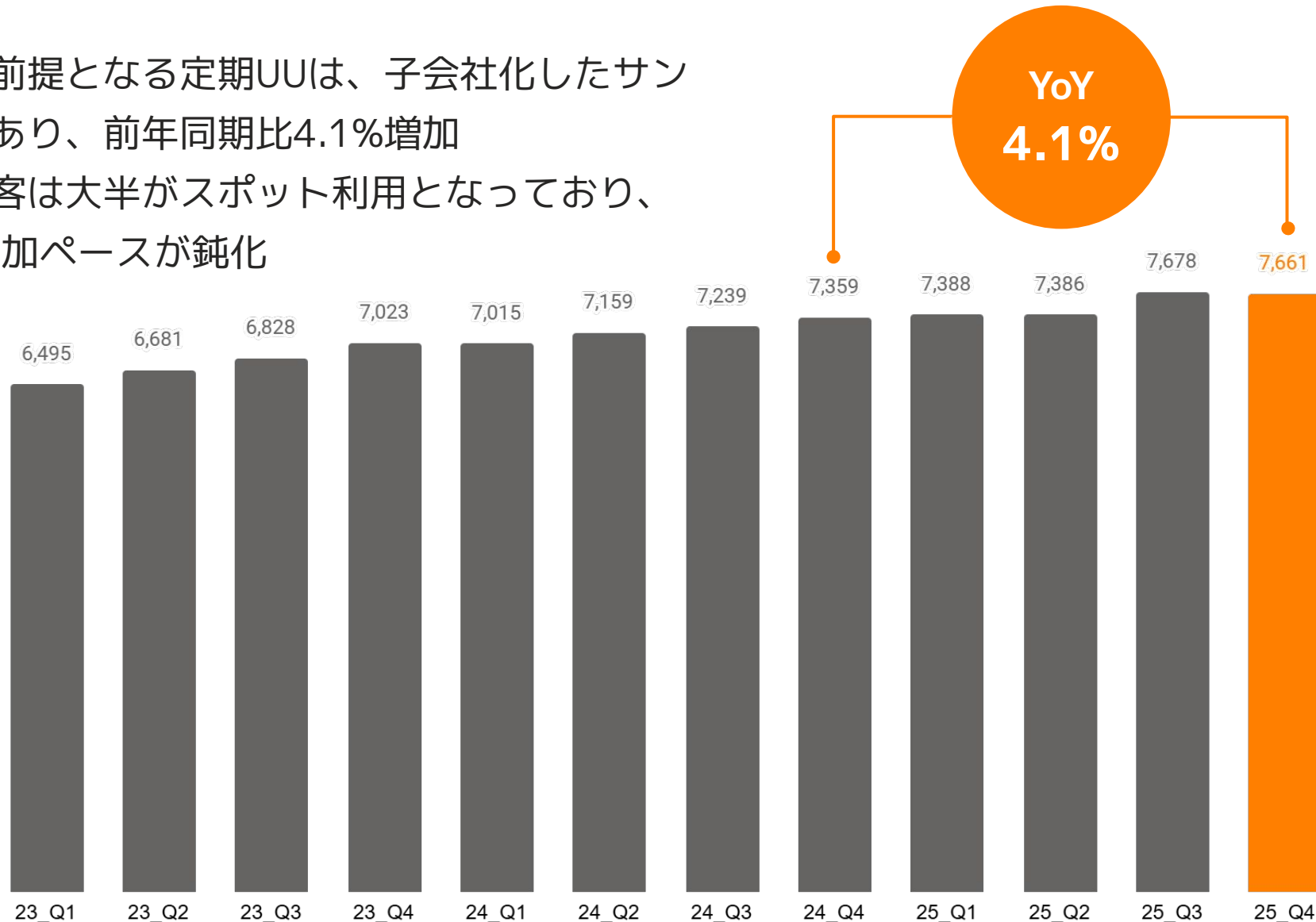
\*売上総利益：売上高からサービス提供者に対する報酬を控除した金額を計上



※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)

- ストック収入の前提となる定期UUは、子会社化したサンジュ社の影響もあり、前年同期比4.1%増加
- 自治体連携の顧客は大半がスポット利用となっており、CaSy単体では増加ペースが鈍化

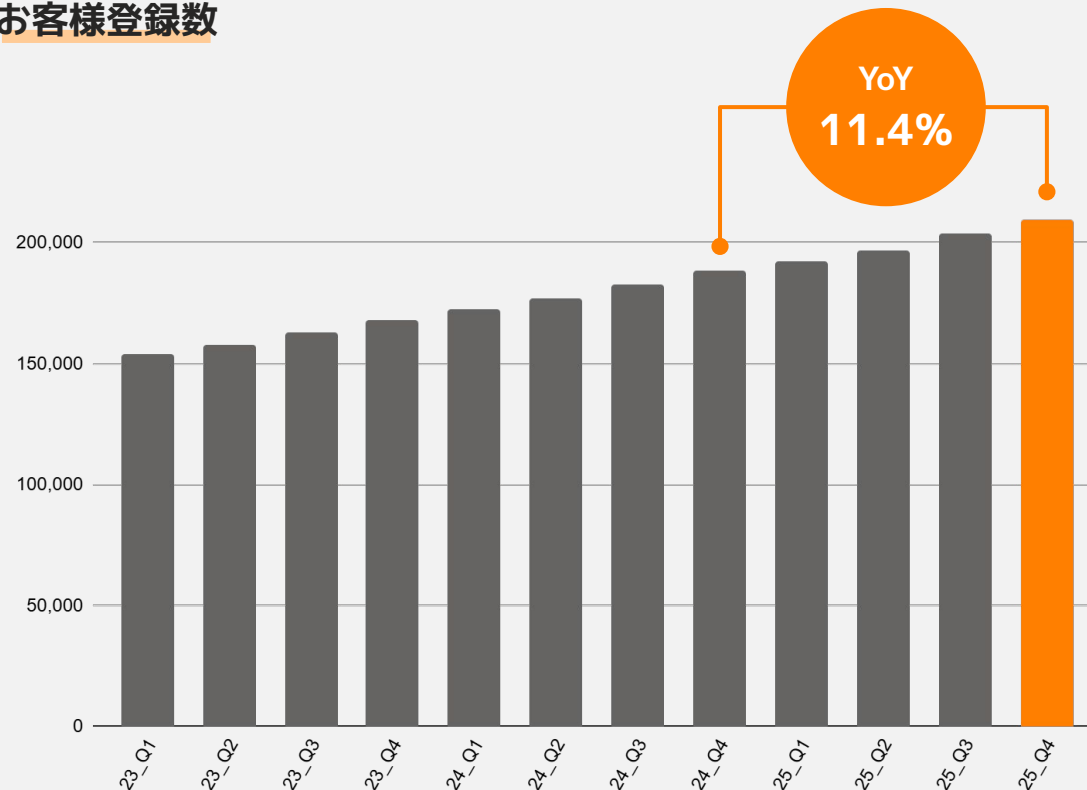


## お客様・キャスト登録数の推移（単位:人）

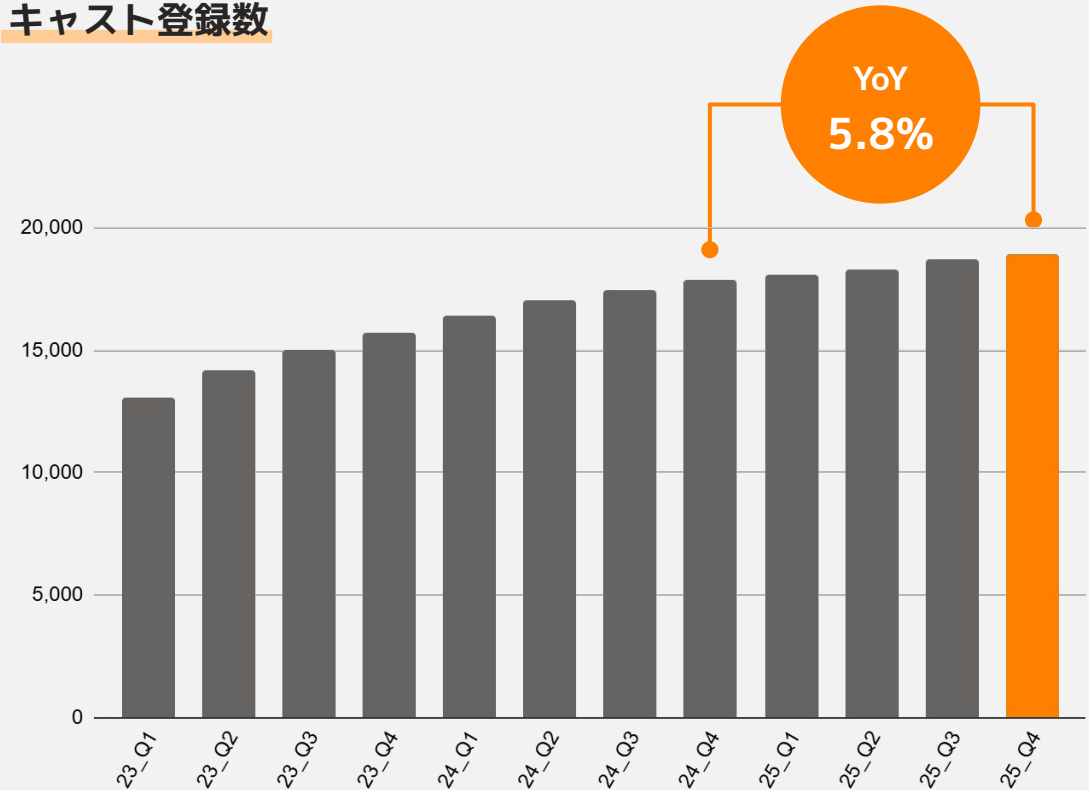
広告宣伝投資の効率化を継続

お客様側登録数は継続的に増加したものの、キャスト側は5.8%の増加であり、課題として認識

### お客様登録数



### キャスト登録数



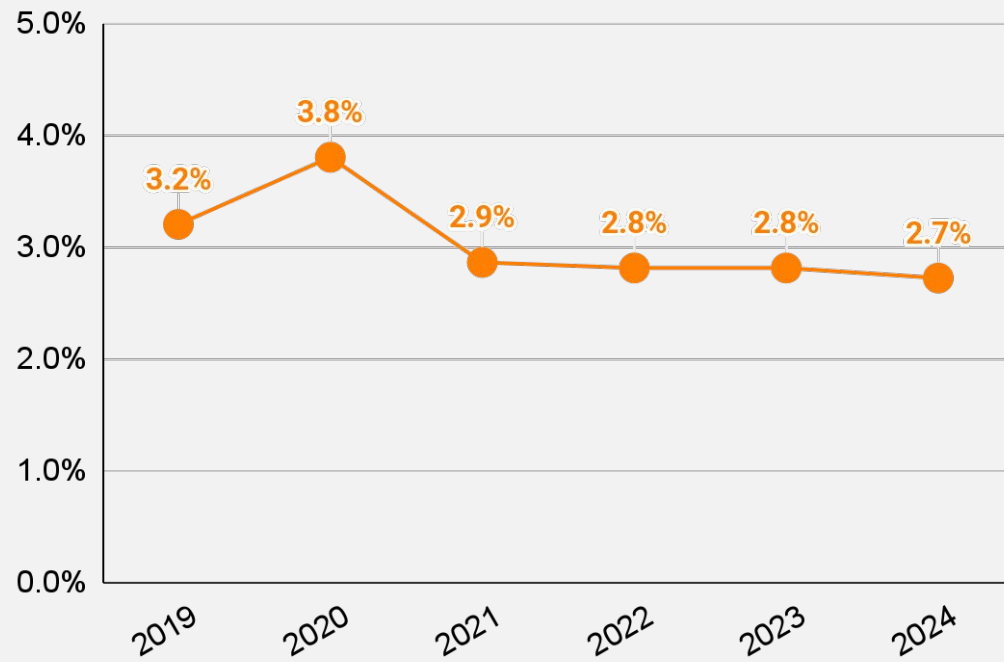
※2025年11月期第3四半期よりサンジュ社のお客様登録数とキャスト登録数（サンジュ社では雇用数）を合算しています。

## 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

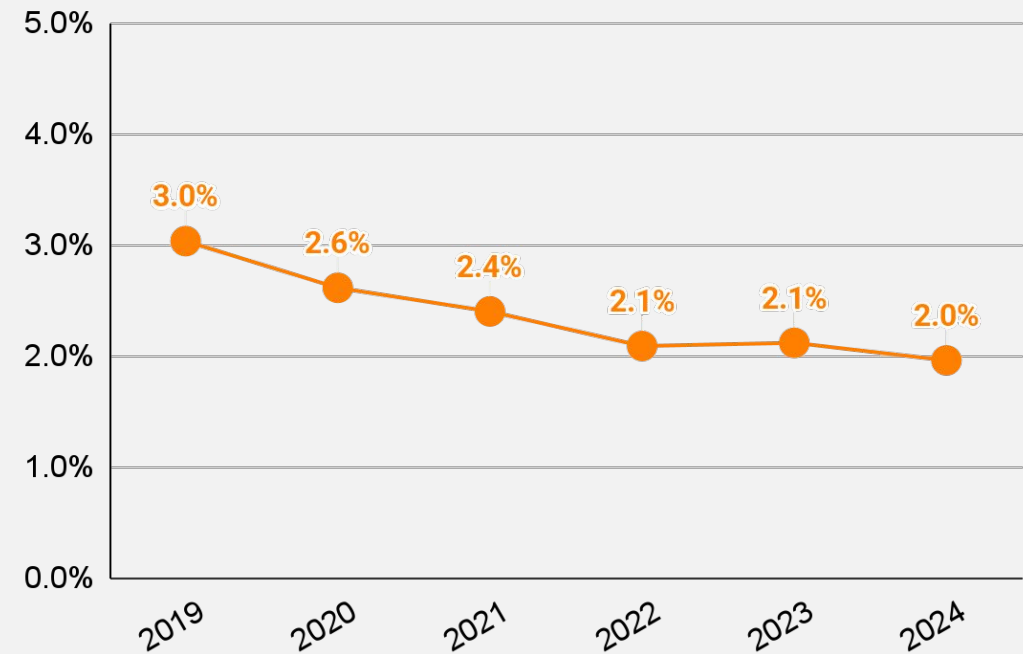
### お客様の 月次定期解約率

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。

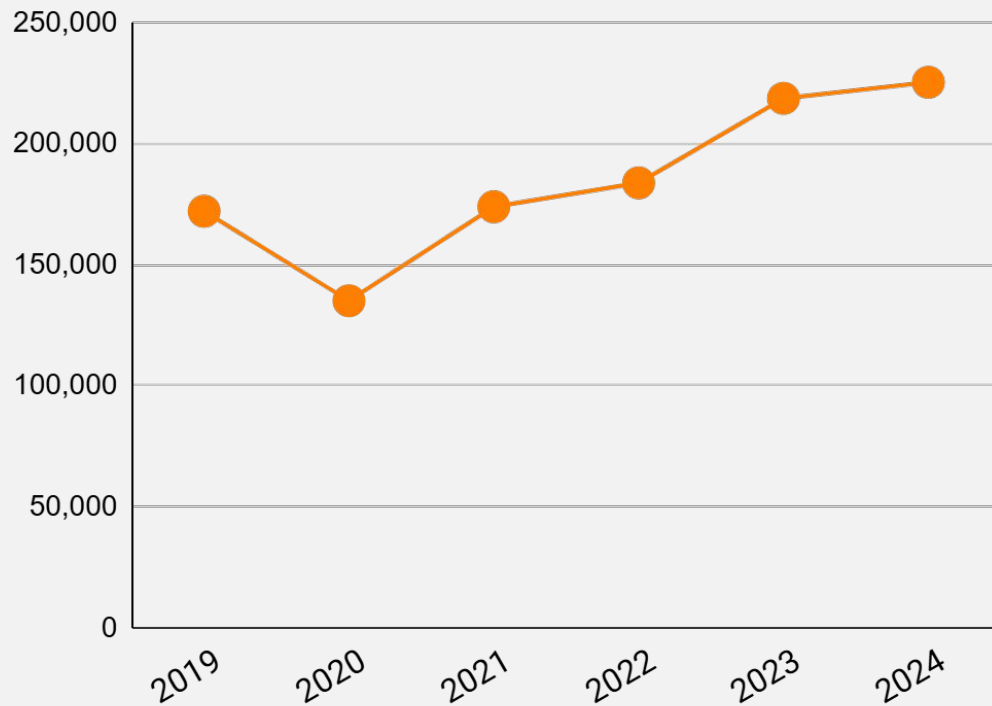


## 売上総利益LTV/1人当たり月次売上総利益の推移

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。

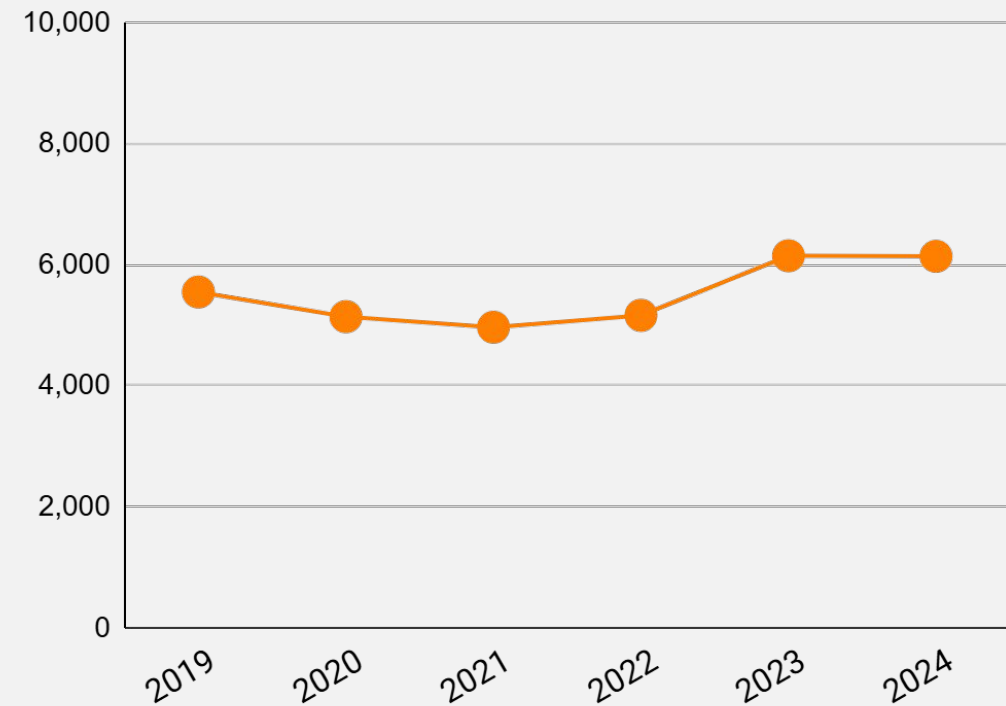
### 売上総利益LTV

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8月実施のサンジュ社のM&Aや新規の借入実行により変動

(百万円 / %)	2024年11月期	2025年11月期	増減額	主な理由
流動資産	441	509	+ 67	
現金及び預金	324	351	+ 26	
固定資産	97	194	+ 97	のれんの計上による増加
流動負債	264	274	+ 9	
固定負債	28	154	+126	新規借入による増
純資産	245	274	+ 28	
負債・純資産	538	703	+165	
(自己資本比率)	45.5%	39.0%	-	

※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ございませんが、参考値として増減額を記載しております。

## 地方自治体との取り組み

第4四半期に渋谷区、文京区へ新規参入（累計：8区2市）  
自治体連携エリアを拡大し、新規依頼を獲得。

### 家事・子育て支援事業の概要

- ・ 今四半期会計期間参画の自治体（2自治体）

東京都渋谷区「産前産後家事サポーター派遣事業」

東京都文京区「おうち家事・育児サポート事業」

- ・ 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。

- ・ 利用者の負担金額

利用料の一部については、地方自治体より補助があり、  
利用者負担は各自治体の制度により異なります。

### 家事・子育て支援事業の利用イメージ



## 中小企業成長加速化補助金の採択

経済産業省・中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構が実施する「中小企業成長加速化補助金」に採択

### 採択の背景

本補助金は、売上高100億円超の実現を目指す中小企業の大胆な投資を後押しし、賃上げへの貢献、輸出による外需獲得、域内仕入による地域経済への波及を重視して支援する制度です。



### 当社の100億円宣言について

下記の成長手段に基づき2035年に売上高100億円の達成を目指します。

- ・家事支援サービス事業の供給力確保
- ・訪問介護サービスの新規展開
- ・広く暮らしのサービスを提供するプラットフォームへの進化

経済産業省、中小企業庁、独立行政法人  
中小企業基盤整備機構が実施する

### 中小企業成長加速加補助金に採択



株式会社CaSy



- 1 2025年11月期 決算概要
- 2 2026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

## 2026年11月期 業績予想

今後の売上成長を目指し、中小企業成長加速化補助金を活用した先行投資を計画

海外キャストを活用した家事支援事業や、訪問介護事業等の新規事業の影響で営業損失を計上する見込

(百万円)	2025年11月期 実績	2026年11月期 計画	前年同期比	
			増減額	増減率
<b>売上高</b>	1,922	<b>2,125</b>	+ 202	+ 10.5%
(既存事業)	1,922	<b>1,993</b>	+71	+3.7%
(新規事業)	-	<b>131</b>	+131	-
<b>営業利益</b>	50	<b>△133</b>	△ 182	-
(既存事業)	50	<b>3</b>	△ 47	-
(新規事業)	-	<b>△136</b>	△ 136	-
<b>経常利益</b>	60	<b>△139</b>	△ 199	-
<b>当期純利益</b>	46	<b>△139</b>	△ 186	-

- 1 2025年11月期 Q3決算概要
- 2 2026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COO 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

<b>料金</b> 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

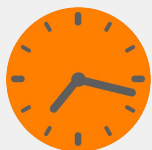
委託料支払い 《《 ⑥



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

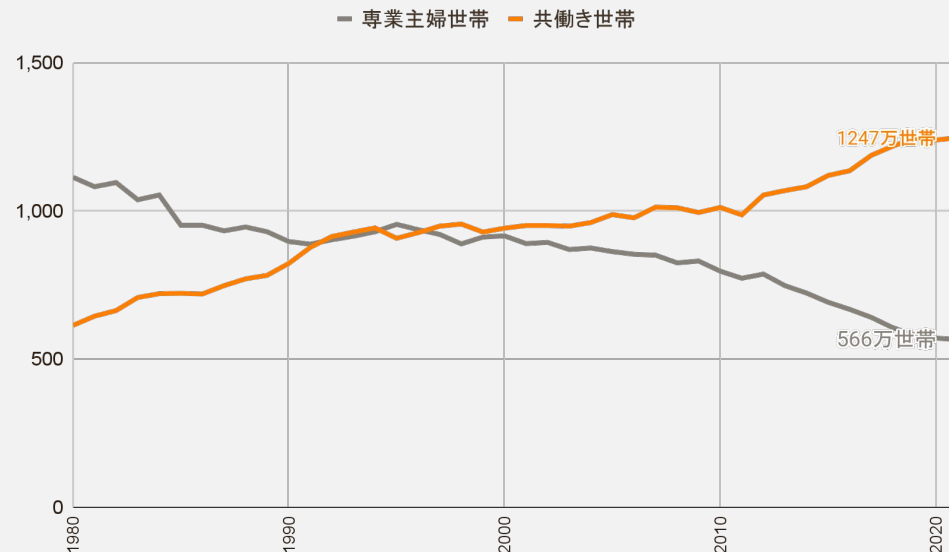
- 本人確認や反社犯罪DBなど安心して仕事ができるシステム
- 物損に対する保険や、所得補償保険、前払い制度など、金銭面での安心を得られる仕組み

## 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元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。

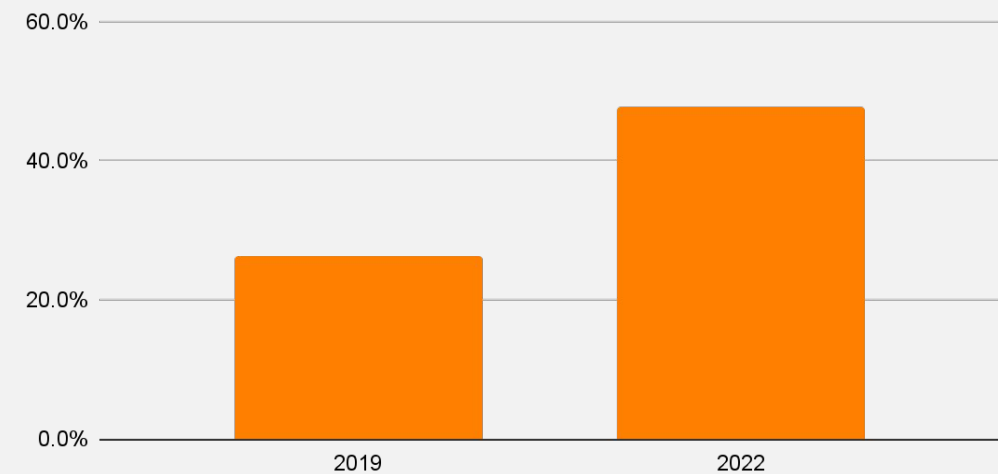
### 共働き世帯数は増加傾向

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  
**19億円**

## 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

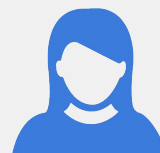


マッチングのコーディネートに必要な人件費抑制によるコスト構造の優位性

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



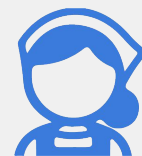
### 品質管理体制の構築



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

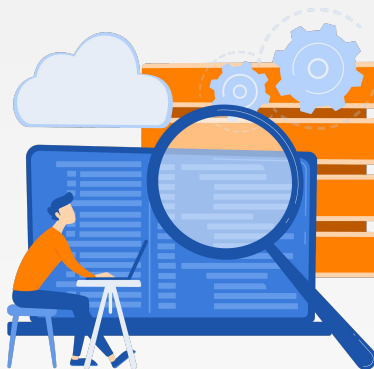
### Matching algorithm



#### 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

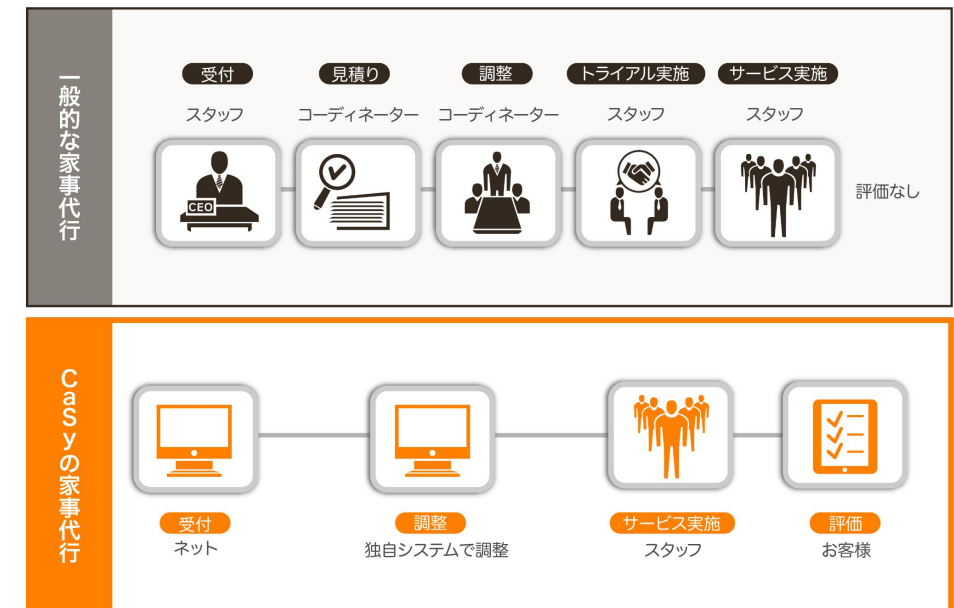
お客様の依頼内容とキャストの情報を基に、独自のマッチングアルゴリズムで精度の高いマッチングを実現することで、最短3時間後のサービス利用が可能となっている。

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

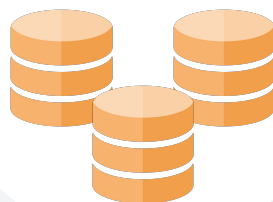
マッチング  
データ

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

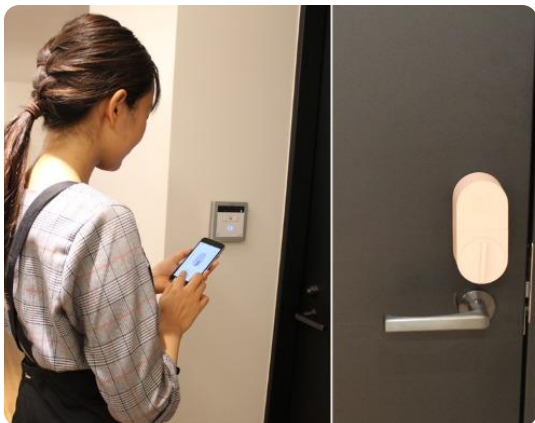
- 他社のイエナカサービスとの連携（ハウスクリーニング等）

### 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。

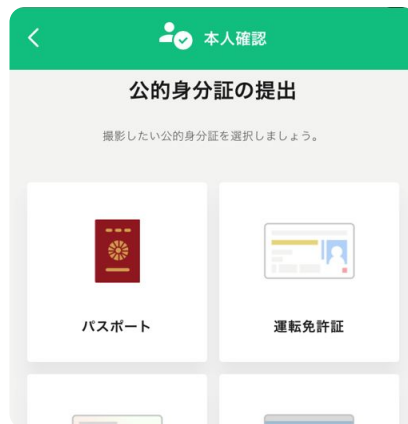
#### スマートロックとの連携

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

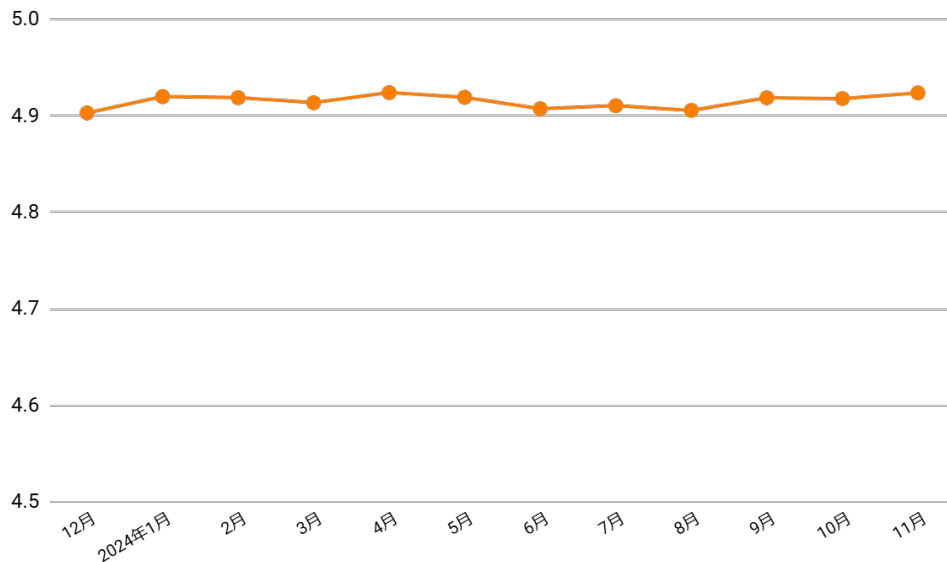


※東京都の最低賃金1,163円との比較（2025年7月4日現在）

## 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)	5,400円 (1,800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 決算概要
- 2 2026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



## 海外からの家事支援人材の獲得



政府が推進する国家戦略特別区域家事支援外国人受入事業において、東京都第三者管理協議会から特定機関の基準に適合している適合事業者に認定。フィリピンからの家事支援人材の雇用に向け活動中。

### 背景と目的

女性の社会進出や共働き世帯の増加、高齢化に伴い家事支援サービスの需要が拡大。

課題となる家事支援スタッフの確保および雇用の安定維持、また東京都におけるサービスの充実と人材の安定的な確保を図る。

## 「国家戦略特別区域 家事支援外国人受入事業」について

### 外国人家事支援人材の活用



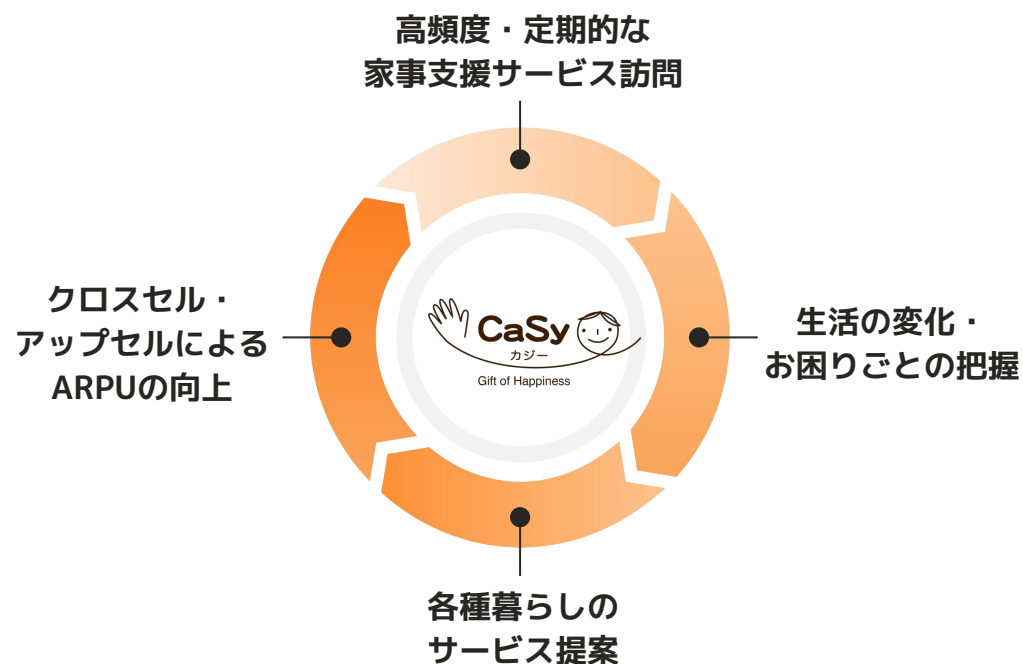
## 地方自治体との取り組み

2025年11月までに10の自治体、家事・子育て支援事業の事業者として参画。  
地方自治体と連携することで新規依頼の獲得に貢献、今後も連携を拡大予定。

自治体	参画月	事業名	自治体	参画月	事業名
①葛飾区	2024年4月	家事・育児サポーター事業	⑥調布市	2025年7月	ベビーシッター及び家事・育児支援サービス利用料助成事業
②墨田区	2024年4月	子育て家庭家事サポーター派遣事業	⑦中野区	2025年7月	家事・育児支援訪問事業
③台東区	2024年7月	産前産後支援ヘルパー“あったかハンド”	⑧港区	2025年8月	産前産後家事・育児支援サービス
④豊島区	2025年4月	としまいっしょに子育て育児支援ヘルパー事業	⑨渋谷区	2025年10月	産前産後家事サポーター派遣事業
⑤国分寺市	2025年5月	家事・育児訪問事業	⑩文京区	2025年10月	おうち家事・育児サポート事業

## 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**

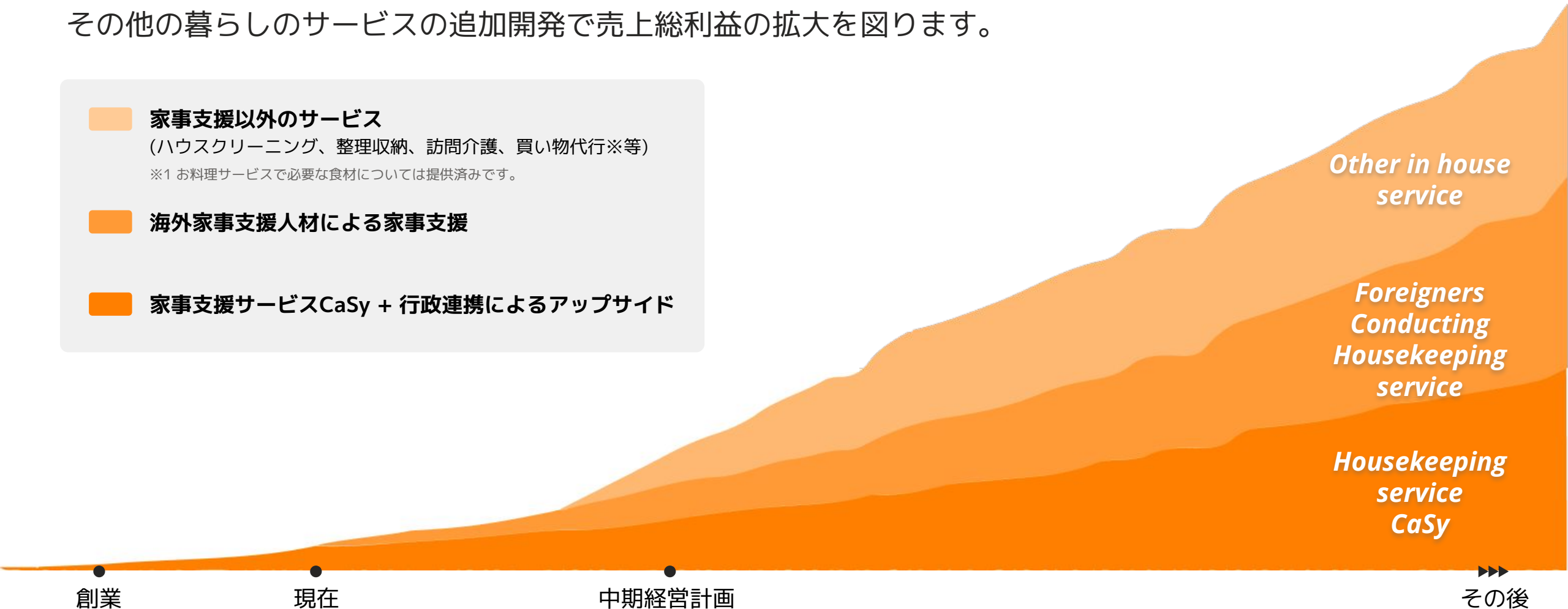
○ はサービスとして正式リリース済

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、海外家事支援人材での家事支援サービスの提供や、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、訪問介護、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。
-  **海外家事支援人材による家事支援**
-  **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 決算概要
- 2 2026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 <b>8,000</b> 円分
スケジュール	<div>11月末日 権利付き最終日</div> > <div>11月30日 株主名簿記載</div> > <div>2月中旬 ギフト券送付</div>

※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。

## 投資家からの高い関心が想定される事項について

質問項目	回答内容
業績予想の大幅な赤字について	中小企業成長加速化補助金を活用し、2035年を目安に売上高100億円の達成を目指しての新規事業(海外キャストを活用した家事支援サービス事業の供給力確保、訪問介護サービスの新規展開、広く暮らしのサービスを提供するプラットフォームへの進化)の展開に向けた先行投資によるものです。採択された事業期間内に投資した資金については回収可能な計画を策定している他、既存の事業では定期契約に基づき安定した収益を獲得できる見込であり、一時的な赤字を想定しております。
MoNiCaの進捗について	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」は一定の売上が獲得できているものの、現状の課題として、働き手が不足する企業がどの地域でも多くなっていることがあり、まずは戦略特区制度を活用した海外家事支援人材の獲得に注力し、十分な供給力を担保した上で、「クロスマッチング」の提供価値を強化する成長戦略を推進することとしたため、スライドを入れ替えております。
投資家向け説明会を開催しない理由	これまで四半期毎に開示してきた説明会への投資家の参加数及びアーカイブ配信の視聴数を鑑み、より多くの投資家に向け、即時に、かつ手軽に当社からの決算内容の説明を届ける為に、決算開示と同タイミングでのTDnetや当社IRサイトを活用した書き起こし文面の適時開示を行う形式へと変更することによるものです。