

Case Study Report

ストック総研「実践企業」インタビュー

株式会社 C a S y (カジー)

家事代行をクラウドとデータ活用で 変革するストック事例

ニッチ分野で「オンリー1」の立ち位置を実現した
リアルビジネスマッチングサービス



● プロフィール

「株式会社 CaSy（カジー）」

加茂 雄一（かも・ゆういち）代表取締役（Founder/CEO）

大学卒業後、大手会計事務所での勤務経験を経て、2014 年に株式会社 CaSy をビジネス・スクールの仲間と創業。

クラウド家事代行「CaSy（カジー）」を中心に、法人需要開拓など新たな展開を推進中。

● 企業情報 2014 年 1 月創業 同年 6 月サービス開始

<事業内容>

・1 時間 2,190 円！家事代行業界最安値水準『クラウド家事代行<CaSy>』の運営

☆独自のオペレーションにより無駄を省き、低価格を実現しました

－家事の時間を家族の時間に

～家事をしていた時間を子供と過ごしお母さんの笑顔が生まれるように～

－最短で希望日時の 3 時間前まで予約可能

～P C ・スマホからいつでもどこでも予約可能～

「株式会社 C a S y」ホームページより

家事代行サービスを東京でお探しなら、お財布と心が笑顔になるクラウド家事代行「CaSy（カジー）」

家事代行スタッフ登録はこちら

お問い合わせはこちら

CaSy カジー Gift of Happiness

サービス案内 料金 ご利用の流れ お客様の声 よくある質問 ログイン 会員登録(無料)

家事の時間を、家族の時間に。

家事をしていた時間を子供と過ごし、
お母さんの笑顔が生まれるように

はじめに

加茂代表は、経済紙誌やネットメディアなどのマスコミ取材が絶えない注目の経営者です。

共通の知人を通して知り合った加茂代表の『家事代行ビジネス＜C a S y＞』には、以前から注目をしており、「実践企業」の取材先候補リストの常に上位にありましたが、ついにインタビューが実現しました。

家事代行という昔からあるビジネスにITを導入。昨今話題の『女性の社会進出』『働き方改革』などの方面でも注目されていて、公的機関を含む様々な団体からも意見を求められる社会起業家的な側面もあります。

けれども、学生時代から独立志向バリバリのベンチャー企業経営者ではなく、大手会計事務所を経て、あるキッカケで起業という、言うなれば『家族主義』な視点を持った新時代の経営者です。

創業から3年、各種企業との提携や新たな法人需要の開拓などの展開を推進しています。

長期的視点でみると「労働力人口減少」に伴い、女性と高齢者の社会進出が求められる時代の中で「C a S y」が目指す未来、そして加茂代表の『経験』と『視点』は、あなたのビジネスにとっても必ず参考になるはずです。

大竹啓裕

～付記～

◇「C a S y」では、各種業態においてサービス利用の募集をしておりますが、当インタビューの目的は登録並びに利用を推奨ものでも斡旋するものでもありません。

～ ポイント ～

- 「家事代行」市場での勝ち方は人手不足への処方箋
- 「利用者データ」を活かす戦略経営とは
- 「経過とともに強くなる」参入障壁の作り方

■ 「家事代行ビジネス」誕生秘話

大竹：加茂さん本日はよろしくお願いします。

加茂：こちらこそ楽しみにしておりました。

大竹：いきなりですが、どうしても不動産をやっているのが気になってしまうんですが、面白いオフィスですね。

※オフィスビル最上階ながらエレベータを降りると玄関前風の内装で室内も個人宅の趣

加茂：もともと、こちらのビルのオーナーがお住まいになっていた場所で、キッチン設備などもあり、家事全般の研修もこちらで出来たので重宝していました。

大竹：探せと言われてもなかなか見つけれない物件です。

加茂：現在は、お陰様で規模的にこちらでは足りなくなってきたので、別に研修場所を設けています。

大竹：なるほど、そうなんですね。

話がいきなり脱線しましたが、早速「C a S y」を始めるキッカケについてお聞かせいただけますか？

加茂：はい、もともと独立志向もなく、どちらかというと**安定志向型**で大学卒業

後に大手会計事務所に入社して、それから社会的にも問題となった某事件を機に別の中堅会計事務所に転職をしました。

大竹：その後に独立？

加茂：はい、会計事務所に属しながらビジネススクールの「ベンチャー」関連の講座に通うことにしました。

大竹：独立志向が芽生えたんですか？

加茂：いえ、転職により、所謂超大手企業相手からベンチャー企業対象の仕事に変わったこともあって、どちらかというと刺激を受けたいというか社会勉強がメインで、その時はまさか起業するとは思ってもみませんでした。

大竹：どんな雰囲気の話だったんですか？

加茂：当然、参加者は起業意欲満々の方々が多く、事業に対する熱意や社会に貢献したい思いなどの熱量に刺激を受けたのを覚えています。

大竹：それに影響を受けた？

加茂：それも当然ありますが、たまたま同じグループになったのが、現在の創業メンバーだったんです。

大竹：それはすごいですね。

加茂：はい、講義の一環で各グループでベンチャー事業の企画をするのですが、たまたま一番高い評価を頂戴して、しかもあるベンチャーキャピタルから出資も得られることになりました。

大竹：でも、奥様はすぐに賛成されたんですか？

加茂：よくいうところ「嫁ブロック」は当然ありました。

【嫁ブロック】 ※「日本の人事＜人事辞典＞」より

「嫁ブロック」とは、既婚男性が妻に転職や独立を反対、阻止（ブロック）されることをいいます。もともとは企業の採用担当者やヘッドハンターなどが使っていた業界用語で、内定を出しても妻の“ブロック”で採用が失敗に終わることを言いましたが、昨今の転職市場の拡大にともない、一般にも広く知られるようになりました。ある転職支援サイトの調査によると、35 歳以上の男性ユーザーの四人に一人が「嫁ブロック」を受けた経験があり、その半数近くが「嫁ブロック」を理由に内定を辞退したと答えています。

大竹：他の創業メンバーも同じですか？

加茂：はい、反対はあったようですが、ベンチャーキャピタルからの出資のおかげで、最初から給与が出る形での起業だったので、比較的スムーズでした。

大竹：それは良かったですね。

加茂：でも、「C a S y」**創業最大の難関**でした。主婦などの女性を助けるビジネスを起業するのに女性である嫁に反対されました（笑）

■「家事代行ビジネス」始動！

大竹：まず、どのように事業を開始されたんですか？

加茂：実は、この家事代行サービスにいたるまで、創業メンバーと一緒に **100 個以上の事業アイデア**を検討していました。

大竹：決め手はなんでしたか？

加茂：時代の価値観にあった「**家族の時間**」というキーワードと、実際に、私を含めた創業メンバー 3 人とも共働き子育て中だったことから自分たち世代が必要とするビジネスということで決めました。

大竹：自分が欲しいサービスを作った？

加茂：はい、あとはベンチャービジネス創業を目指す方々と触れ合う中で、「世の中のためになる会社を作りたい」とも考えるようになり、「**家事で困っているヒトを助きたい**」という思いも強くなっていきました。

大竹：実際に家事代行サービスを利用した経験はあったんですか？

加茂：共働きということもあり、大手企業が提供するサービスを利用していましたので、価格が高いという感覚とお願いする際の利便性の悪さを感じるという実体験もありました。

大竹：利用者視点があったのは大きいですね。

加茂：確かに、利用者ニーズが実感として分かっていたことは大きいです。

大竹：他には何かありますか？

加茂：シンガポールなどの海外では 25%の家庭が家政婦さんを依頼しているという事実があり、日本でも家のことは家事のプロに依頼して外で働くことが当たり前になるように応援したいという気持ちがありました。

大竹：なるほど、そういう思いが起業の背景にあったんですね。

■「家事代行ビジネス」成功の確信

大竹：所謂、超大手企業にお勤めだった3人が、起業に踏み出せた理由は何だったんでしょうか？

加茂：先程のベンチャーキャピタルからの出資により「給料がでること」や「家事で困っているヒトを助ける」という貢献的な思い以外では、現状の「家事代行サービスの問題点」が見えていたからだと思います。

大竹：それを解決できると？

加茂：当時、家事代行を依頼するには、まず代行会社の営業マンと会わなければなりませんでした。

家事代行を忙しいから頼む利用者としては、この打合せ自体が面倒で、その後に、営業が会社に戻りヒアリングした内容に合うヒトを探してマッチングするというプロセスにも非常に時間が掛かっていました。

大竹：我が家でもお願いしていた時期がありますが、確かにそうでしたね。

加茂：そうなんです。実際に利用できるまでに最低2週間というのが業界の常識でした。

しかも、いざ利用するとなっても仕事しているビジネスアワーに電話をして依頼をしなくてはいけないのもかなり面倒でした。

大竹：利用者の負担がかなり大きい。

加茂：価格的にも1時間5,000円が相場で、決して安いものではありませんでした。これは、営業マンの人件費が必要になるので、経営的には当然なんですけど、それをクラウドサービス化することで解決できると確信していました。

■「C a S y」の強み

大竹：家事代行サービスにクラウドサービスの視点と技術を加えることで、ビジネス成功の確信が生まれたようですが、もう少し詳しく教えていただけますか？

加茂：当時、大手を含みほとんどの家事代行サービスは、営業マンと打合せして...という先程お話した状態でした。

この打合せをクラウド上でアンケートのように答える形式に変え、人件費を不要にして、時間も節約することが叶いました。

これにより質を保ったまま**約半額**でサービス提供することが可能になり、今では新規のお申込みでも**最短3時間**でお宅に訪問できるようになりました。

大竹：3時間はすごいですね。

加茂：かなり画期的だったと思います。

加茂：実際のご利用にあたってサービス依頼もスマホなどからできるので、かなり利便性は向上したと思います。

大竹：仕事中にわざわざ電話してというのは面倒ですからね。

加茂：あとは、業界全体では当時も今も大きく変わりはないかもしれませんが、訪問した記録を紙のノートに記録というのが実態で、家事代行サービス業界でデータに注目している会社はありませんでした。

大竹：そのお話、非常に興味深いですね。

加茂：当社スタッフがお客様のところに訪問した際に**作業記録をクラウド上に保存**します。当然、毎日データが蓄積されていきます。

季節や地域、お客様の家族構成などによりどんなニーズがあるのか？が、分かるようになり、スタッフが訪問時に気をつけなければならないことの**注意喚起**も可能になりますし、**研修内容**や新規の**サービス開発や提案**へも繋がります。

また、お客様の家族構成やご要望に対して、的確なスタッフを選定する**マッチング**にも当然役立っています。

大竹：他の会社では営業マンがヒアリングしてマッチングしている部分の業務ですが、**人工知能**のようなものですか？

加茂：はい、そうですね。

あとは、手動でお客様にお勧めサービスの**レコメンド表示**できるようになっています。

例えば、訪問時にエアコンのことが気になっていたという情報があるとスタッフはそれを登録します。

その後、お客様がログインするとエアコン清掃の案内が表示される...というような仕組みです。

大竹：アマゾンではオンライン上で「これを買った人はこちらも...」と表示されますが、**リアルとの複合式のレコメンド**なんですね。

加茂：はい。

大竹：このレコメンドの効果は期待できますね。

加茂：これからは、どんなビジネスでもこういった情報の活用が、より重要になっていくと思います。

「**トランザクションが増えればデータが増える仕組み**」とっていますが、日々家事にまつわるデータが蓄積されていくことと活用するこの仕組みは、今後も当社の**強みの源泉**になっていくと考えています。

【トランザクション】 ※「IT用語辞典バイナリ」より

コンピュータにおける一連の不可分な情報処理を表した概念である。特に、データベースにおいてデータを検索したりレコードを更新したりする手続きについて用いられることが多い。

大竹：このデータ**蓄積のパワー**は大きい。

加茂：もう一歩進んで、このデジタルデータと毎週お邪魔して顔を合わせるリアルの関係性を強みとして更にバージョンアップしていきたいと思っています。

■「C a S y」継続率の工夫

大竹：ストックビジネスでは、継続率という視点でもの考えるんですが、利用者及びスタッフの方々が、長く「C a S y」をご利用いただくためにされている工夫についてお聞かせください。

加茂：まず、ご利用者の方には、頼みやすいという「**利便性**」の部分と、質を落とさず業界最低水準の「**価格**」でサービス提供するということを前提に考えていて、これを維持していければ「**リピーター**」になっていただけたと思っています。

大竹：他にもありますか？

加茂：料理なんかが特にそうですが「**見た目にこだわる**」ようにして、研修もそのような内容設定しています。

これはどうゆうことかという、食べられればよいというレベルではもちろんダメなのは当然ですが、「あっ、キレイ！」という感動が「また、お願いしよう」という継続につながる感じの考え方です。

大竹：なるほど、**スタッフ**の方は如何ですか？

加茂：実は、家事代行サービス業界は、**有効求人倍率4倍**で、1人の求職者に対して4社が募集を掛ける超売り手市場です。サービス業の平均が約2倍ですので、企業側としては人材確保に苦労しているのが現状です。

大竹：業界的にはニーズも高まって伸張していく方向にありながらも現実的には厳しいですね。

加茂：はい、当社の場合は、しっかりした研修が効率的に受けられることと、スマホを使うというスマートなイメージが付加されたこと、スキマ時間で働けるということなどの相乗効果で、所謂お手伝いさんと言われる年齢層ではなく、比較的若い**20～30代の方々からご応募いただけている**のが救いです。

また、継続率向上の工夫という面では、『**10段階のランク制度**』を設けていて

お客様から良い評価を得られるとランクが上がっていき時給にも反映、なおかつそれによってエプロンの色が変わっていく仕組みがあります。

大竹：それは面白いですね。

加茂：あとは、働いた回数が多かったり、高評価を得た数による『**月間MVP賞**』という制度も行っています。

他に、金銭的なインセンティブにも繋がりますが、「次回もこのスタッフにお願いしたい」というお客様のご要望に応える『**指名制度**』があります。
この場合の指名料は全てスタッフに支払われます。

大竹：お客様に、より以上ご満足いただければ個人の報酬が上がる仕組みがある。

加茂：はい、「**マズローの欲求五段階説**」ではないですが、金銭面以外でもモチベーションを維持してもらうことには気を使っています。

【マズローの欲求五段階説】※「新語時事用語辞典」より

コ人間には5つの基本的な欲求があり、1つの欲求を満たせば次の欲求を求めながら成長していくものである、という説。アメリカ合衆国の心理学者であるアブラハム・マズローが提唱した。

欲求5段階説は、生理的欲求、安全欲求、社会的欲求、尊厳欲求、自己実現欲求の5つの段階に分かれている。人間はまず、生きていくための食欲、睡眠欲などの生理的欲求を満たそうとする。生理的欲求を満たせば、次に安全な生活、危険を回避したいという安全欲求を満たそうとする。このように、順番に欲求を満たしていくと、最後に自己実現欲求にたどり着く。

欲求5段階説の最後の段階である自己実現欲求は、自己の持つ能力を最大限に引き出して行動をしたいという欲求である。

なお、アブラハム・マズローは晩年に、自己実現欲求の次の段階に「自己超越」と発表している。

大竹：ストックビジネスの教科書でもマズローの考え方は取り上げています。
豊かになった現代では、**より上層の欲求**が求められています。

ただ、上層になればなるほど生活インフラのようになくてはならないという性質から遠ざかり、**継続が難しい**のが考え所です。

■「家事代行サービス」業界の現状と未来？

大竹：競合を含めて家事代行サービス業界の動きについて教えてください。

加茂：この業界には、ガリバー企業はなく、**売上 1 億円程度**の企業が乱立している状態です。

従来型の**大手企業**による 1 時間 5,000 円サービスが十数年前に始まりました。値段は高いけど営業マンがいてニーズを聞き取り、品質も保証しますというサービスです。

一方、最近では「**CtoC 型**」の低価格を売りにしたプラットフォームサービスがリリースされています。

【**CtoC** (consumer to consumer)：シートゥーシー】※「三省堂 大辞林」より】
電子商取引の分野における消費者 (consumer) どうしによる直接取引。ネット-オークションなど。C2C。

【**プラットフォームビジネス**】 ※「wikipedia」より
プラットフォームとは、従来はコンピュータのオペレーティングシステムやミドルウェア、ハードウェアなどの基盤技術を指していたが、プラットフォームビジネスとはビジネスの場を提供することを指す。
代表例として、ソーシャル・ネットワーキング・サービスのツイッターや、電子商取引のアマゾン、楽天などがある。インターネット上で場を提供して事業を成功させている。

大竹：大手企業と「C a S y」の違いは、先程のお話で分かったのですが新興サービスともいえる「CtoC 型プラットフォーム」サービスとの違いを教えてください。

加茂：「C a S y」の立場とある意味近いんですが、大きな違いは、「CtoC 型」は安さが売りなのでスタッフ研修も面接もないので品質も一定しないし保証もしませんというサービスになっているところです。

大竹：マッチングだけ...ということですね。

加茂：家事代行はお客様のご自宅に入って行うサービスなので、スタッフの質も含めて品質は保証したいと思っています、それには面接と研修は必須だと考えています。

これをプラットフォーム化するだけでなく、ITの力を使って、より安価にサービス提供していくことを目指しています。

大竹：それが、評価されて好調な業績に繋がっていることがわかりましたが、具体的にはどのような伸びになっていますか？

加茂：IT関連とはいえソフトウェアではないので、急成長とはいきませんが、お陰様で**毎年 300%**を達成しています。

大竹：いや、それは充分に急成長ですよ（笑）

■「クラウド化」が抱える低価格化への懸念

大竹：先日、デザイン制作の仕事を依頼しようと思った時の話なんですが、数万円の予算でクラウドサービスを利用したら、なんと 500 円でかなり高品質のものが仕上がってきました。

加茂：デザイナーに頼むと数万円、主婦に頼むと数千円...と話題になっていますね。

大竹：これには、クラウドでの仕事を始めたばかりで仕事自体と、信用になる評価と実績が欲しいという背景があっての超低価格だったらしいんですが、家事代行の世界では**価格破壊**は起きていないんですか？

加茂：「CtoC 型プラットフォーム」では、起きていると思いますし、今後その流れは止まらないと思います。

けれども「C a S y」では、金額を一定にしつつ高い品質のサービスを提供していく仕組みにしてあるので価格下落は起きていません。

大竹：世の中の相場下落に巻き込まれる可能性は？

加茂：先程のデザイナーさんのお話と大きく違うのは、相手に実際に会うか会わないか...すなわち相手の家に入るか否か？という点です。

当社では盗難事件など一切発生しておりませんが、依頼する側としては、安いからという理由だけでお願いするにはリスクが高いんです。

大竹：確かにそうですね。

依頼される側も、移動もなく恐らく自宅で作業をしてオンラインで納品というのというのは違うので、一定の金額を貰わないとサービス提供できないゆえに激しい価格破壊はおこらない。

あと、盗難というお話がありましたのでお聞きしたいのですが、サービスの性質上で避けられない破損などは、どう補償していますか？

加茂：はい、そこは創業当初から保険でカバーしています。

■「データに基づくのマネジメント」とは？

大竹：一旦、具体的な事業から離れて、会社の運営についてお聞きしたいんですが、マネジメントの意思決定はデータに基づくようにしているというのを何かで見て印象に残っているんですが、実際にどうされているのか非常に興味があります。

加茂：共同代表であり現在C T O（chief technical office：最高技術責任者）の池田裕樹も大手データシステム会社で金融系のシステムに携わっていたこともあり、時には直感で物事を決めることもありますが、基本的には全て**数字を根拠**に話をしていきます。

「〇〇が増えていく方向性は見えるが、具体的にはどれくらいか？」
「その影響はどこにどれくらい及ぶのか？」

みたいな感じです。

大竹：蓄積されたデータをもとに話をしていくんですね。

加茂：はい、ビジネス・スクールで「C a S y」の元となるアイデアが出て3ヶ月で起業、6か月後にはサービスインできたのも、数字で判断していくことが少なからず影響しているかもしれません。

大竹：年 300%の成長は「データに基づくマネジメント」が機能している証拠です。

■「C a S y」の新たな取り組み

大竹：「L I N E」との提携など色々と推進されてきましたが、「出張型社員食堂」は面白いですね。

加茂：「出張型社員食堂」も家事代行の延長ですが、個人ではなく**法人向けのサービス**であることが特徴です。

大竹：食堂や調理場がない企業でも、会社内の調理用スペース、で健康的な食事を作って、提供するという新しい代行サービスと書いてありましたが。

加茂：交通費・食材・調理器具及び食器の用意は企業側の負担で、1 時間あたり 2,190 円からの調理という労務を提供するサービスで、3 時間から利用人数 20 名程度を基準としています。

大竹：メニューはどうやって決めるんですか？

加茂：お客様企業のご担当者とチャットでやりとりして決めていきます。

大竹：チャットでできるんですね。

加茂：はい。あと防腐剤のような添加物が無いところや移動時間が少なく
て済むなどのメリットのみならず、一緒に昼食を食べることによって社内コ
ミュニケーションが進んで従業員に一体感が出たというような効果もあったそ
うです。

大竹：これは、喜ばれそうですね。

加茂：この社員食堂以外にも法人向けサービスをリリースしました。それは企業
が従業員に向けて福利厚生の一環として「C a S y」を割引価格で利用できると
いうものです。

大竹：共働きでの子育て中や繁忙期と家の都合などが重なった時に勤務先から
金銭的な補助を受けて「C a S y」を利用できるということですね。

加茂：福利厚生サービスとしての法人向けは以前から考えていながら、人手不足
もあり、なかなか実現できませんでした。教育研修と報償なども含めたスタッ
フが継続する仕組みが完成したのでリリースしました。

大竹：大手企業向けですか？

加茂：特に女性活用を推進している大手企業からの依頼が多いです。

■「C a S y」をとりまく未来

大竹：今後、「C a S y」を含めて、家事代行サービスはどのようになっていく
と思いますか？

加茂：政治家や官僚の方ともお話をしますが、労働力不足による「主婦の力の活
用」にも限界がありますので、高齢者か外国人の登用という方向性は否めません。

大竹：やはり、そうなりますか？

加茂：実際に**戦略特区**として外国人のお手伝いさんを受け入れる制度が出来ていますが、実際的には条件面でクリアが厳しいところもあり**難航**しているようです。

大竹：外国人看護師の時と同じような状況かもしれませんね。
外国人というお話がでしたが、ストック構築上の長期的視点で「**インバウンド需要**」を常に注目しているんですが、何か関係がありますか？

加茂：エアビーアンドビーの清掃という依頼はありますが、直接的なつながりはありません。

大竹：奈良のお寿司屋さんで外国人に「食べさせるんじゃなくて、寿司を握らせる」といういつも外国人の予約でいっぱいというお店があります。
データ蓄積してきた家事や調理のノウハウを外国人に教えるのはどうでしょうか？

加茂：それは面白いですね。

大竹：日本の美味しい料理のやり方を日本の家で体験できる。

加茂：実は「**カジー裏技選手権**」というのを開催していて、その裏技なんかも特に外国の方にも喜ばれるかもしれません。

大竹：裏技選手権ですか？（笑）

加茂：こちらスタッフのモチベーションアップの面もありますが、普及率2%と言われる家事代行サービスの利用促進のため啓蒙の一環のメディア活動として開催しています。

大竹：もっと色々とお話をしたいのですが、残念ながらそろそろ終わりにしたいと思います。加茂さん本日は貴重なお時間の中ありがとうございました。

加茂：こちらこそありがとうございます。楽しかったです。



加茂雄一 CEO と「株式会社 C a S y」本社にて



「ストック思考®」ここがポイント

- ① 日々の業務の蓄積が同業の参入障壁となる構造
(利用に関するデータの蓄積～活用)
- ② ストックのポイント「需要と供給」を知り尽くした経営
業界で最も I T 企業でありながらスタッフとのアナログ
なつながりを重視、生命線の供給に注力
- ③ 膨大な利用データから生まれる新サービスが
ストック i n ストックを作る飛躍のカギ

対談を終えて

加茂代表は「家事代行サービス」事業構築にあたり戦略の3つの柱として

〔1.コスト削減〕 〔2.質〕 〔3.安定供給〕

を掲げて年300%という伸び率で業績を拡大してきました。

『C a S y』を、ストックビジネスの4分野「貸す」「認める」「改善する」「消費・劣化」の要素に分類してみると

「貸す」：自社スタッフを時間で貸し出す

「認める」：将来的なフランチャイズの可能性

「改善する」：家事サービス ⇒ 家事時間短縮 ≡ 労働環境改善

※職業選択の自由度向上/労働時間延長

⇒ 家事時間短縮 ≡ 生活の質的向上

※家族との時間/部屋の美化

のようになります。

インタビュー開始前の雑談の中で季節柄「おせち料理はやっていますか？」とお聞きして「それは気づいてませんでした、面白い！」との加茂代表からのコメントも貰いましたが、すでにレコメンド機能の強みが活かされつつあり「消費劣化」の部分にもビジネスが生まれそうです。

「C a S y」は、主婦の時間とスキルを共有する一見クラウド上の「シェアリングビジネス」のプラットフォームサービスですが、その実態は徹底的に現場からのデータ活用し、フィードバックを繰り返していくリアルビジネスです。

その証拠に加茂代表は、毎朝スタッフ全員に一斉メールで「今日、気をつけること」などのコメントを発信しているそうです。

I Tメインのプラットフォーム企業で、そんなことをする会社はありません。また、この家事代行サービスの表面的な価値は家事時間の短縮ですが、利用者側からの本質的な価値はもっと深いところにあります。

それは加茂代表の創業時の想いである「家族との時間」という言葉に集約され

ていると感じます。

利用者は家事だけではなく「心」までも助けてもらっているのではないかと、インタビューを終えた時の私の感想です。つまり、形態は「家事代行」ですが、利用者が継続的に受ける価値は「代行によって浮いた時間を家族の時間に回す、余暇に回す、健康維持に回す、学びに回すということがもたらす喜びや安心感」というもの。

ストックビジネスは需要と供給のバランスが肝になります。どんないいアイデアであっても供給が維持できなければ継続しませんが、このビジネスでは登録スタッフがカギを握っています。異常値と思われる求人倍率であっても、サービス提供者であるスタッフをつなぎとめられる企業の魅力が加茂社長の思い。そこがC toC のマッチング企業に対する優位性であり、スタッフは、更なる技術の向上を目指し、その結果として登録の継続率が高まった面もあるのではないかと思います。

日々蓄積されていく膨大なデータの徹底活用による新サービスの開発に「ストック i n ストック」の視点を組込んでいけば...と更に明るい未来を感じます。

まだまだ、未活用の企業資産を活かした周辺事業の可能性は無限にありそうです。

最後になりますが、創業前のお話から今後の事業構想までオープンに話をしてくださいました加茂代表に感謝申し上げます。

「C a S y」と加茂代表の益々の発展に期待し注目、そして応援していきたいと思っています。

このインタビューレポートを、あなたが考える将来の事業のヒントに活かしていただければ幸いです。

ストックビジネスアカデミー 主宰

大竹啓裕



～実践企業インタビュー～

「家事代行をクラウドとデータ活用で変革するストック事例」

2017 年 12 月 20 日 発行

監 修：大竹 啓裕

構成編集：富山 晃（ストック総研 公認コンサルタント）

発 行：ストック総研 株式会社

※複製・販売・オークションなどへの出品を禁止します。

©2015-2016 Stock Business Research Institute, Ltd. ALL Rights Reserved

