

家事支援サービスの利用実態やニーズ、利用促進に関する ヒアリング回答

シェアリングエコノミー協会参画 4 社 = CaSy / シェアダイニング / タスカジ / ぴんぴんきらり
4 社とも、外部資本を VC 等からエクイティ調達しているスタートアップ新興企業

① サービスの利用実態やニーズについて

主な顧客層（共働き子育て、DINKS、ひとり親世帯、高齢世帯、高齢独居、単身者等）

- 30～40 代の共働き・子育て世帯がボリュームゾーン。56%-75%
- 単身者・DINKS 等の利用は事業者に濃淡あり 8-40%。
- ひとり親世帯は 5-10%。
- 高齢世帯・高齢独居は 5%以下。

利用頻度（定期・スポットの割合）、平均利用時間、平均利用料金（世帯/時間）

- 定期・スポット：入口（新規の検討・試用）はスポットニーズが厚い一方、売上（利用量）としては定期が中心になりやすい。概ね、定期：スポット = 8：2 程度。事業者によってスポットは提供していないケースもあり（きらりライフサポート）。
- 1 回あたりの平均利用時間：当団体 4 社の実務感として約 3 時間 / 回が中心。
- 時間単価（ボリュームゾーン）：サービスにもよるが、シェアエコ協会参画企業においては、1 時間あたり 3,000 円前後（交通費・プラットフォーム手数料込）が多い。
- 利用量（月間）はばらつきが大きい。月 1 回の利用者もいれば、ほぼ毎日利用する層もいる。ボリュームゾーンは週 1～2 日。月間 10～20 時間程度。

主なサービス提供内容

- 当団体内では、CaSy = 掃除・料理の提供（料理キャストと掃除キャストは別）、タスカジ = 多品目のつくりおき料理・掃除・整理収納等のマッチング（それぞれの依頼に特化したサポーターが多い）、シェアダイニング = 栄養士や調理師など食の専門家による出張シェフ（料理のスペシャリスト）、きらりライフサポート = 家事から育児サポートまで同じ人に依頼可能だが、熟練主婦レベル（家庭のゼネラリスト）

都市部、地方部において顧客層・利用頻度・サービス提供内容に差はあるか

- 現状は首都圏中心の提供・利用になりやすい。

- 地方がより利用頻度が低く、高齢化率が高い傾向がある。
- 担い手確保・移動制約等により供給が成立しづらく、田舎や辺鄙な場所であればあるほどマッチング難易度が上がるため、サービス提供地域は全国主要都市に偏る。（関東・東海・関西・福岡の主要都市）自治体連携により、福井県や秋田県など一部地方展開している事業者もある。

依頼数とスタッフ数のバランス

- **当団体として最大のボトルネックは担い手不足（供給制約）。利用希望に対して、実際にマッチングが成立してサービスが提供できるのは、事業者にもよるが概ね半分程度。**
- 居住エリアについては、例えば東京都で見ると、利用者は山手線の沿線/内側の地価/所得が高いエリアに偏っており、一方働き手は、その外側のエリア（神奈川、千葉、埼玉含む。地価/所得が相対的に高くないエリア）に多い。これは利用者/働き手の属性を考えると、ある意味当然の結果であり、そのため特定の狭いエリア内で需給を均衡させるのはどうしても難しい。
- 逆に、エリア（地価/所得が相対的に高くないエリア）によっては働き手の方が多くなっている場合もあり、こういったところで需要を喚起できれば、より広い利用につながる。そのためには、高所得者でなくてもサービスを利用しやすい環境を整備することが重要である。

その他、サービスの利用実態やニーズについて関連する内容

- キャリア形成期にある 20～30 代の女性にとって、自身の時給と家事支援サービスの利用料（1 時間約 3,000 円）を天秤にかけた際、経済的合理性から「時短勤務などで自らの家事時間を捻出する」選択が優先されやすい。本来、最も支援が必要な層に手が届かない。家事代行が「高所得者のためのもの」に見えてしまう背景には、こうした切実なジレンマがある。
- 金額面以外での利用者の心理的ハードルは「他者が家に入ること」等が大きく、在宅時利用ニーズも根強い。
- 「日本では家のことを他人に頼る」という文化がなく、高所得者でも利用に至っていない人はまだまだ多い。

② 利用促進について

利用を開始するきっかけにはどのような理由が多いか

- タスカジ調査では、利用のきっかけは「仕事や育児で家事に手が回らない」38.0%が最多、次いで「依頼している家事が苦手」33.6%。
- 同調査等では、利用のきっかけが「限界に達したから」という回答が多い旨も公表。

【他】

- 2人目の子供の妊娠がきっかけ。
- 出産後、自治体の補助チケットをもらったことがきっかけ。
- 周りの友人が利用していてすすめられたからことがきっかけ。

利用のハードルは何か、契約に至らなかったケースにはどのような理由があるか

【利用のハードル】

- タスカジ調査では、利用前に抵抗感（抵抗感があった／少しあった）を持つ人が72.8%。
- 抵抗感の理由として「他者が家に入ることへの抵抗感」20.0%、「頑張れば自分でできた」13.1%、「罪悪感」11.5%等が挙げられている。

【契約に至らなかったケース】

需要に対して供給が不足している局面においては、紹介できるサポーターがいないケースが多い。紹介に至っても、お人柄やスキル面でご満足いただけなかったケースもある。

どのような対象者（客）にサービスを利用してもらいたいと考えているか（負担の軽減の効果が大きい人は？）

- 共働きおよび、ひとり親世帯。（特に子供が二人以上や未就学児がいるご家庭）
- 仕事と子育ての両立を目指すワーママ

日本では女性の家事育児負担の割合が男性に比べて高いため（男性2時間弱に対して女性6.5時間）キャリア形成を目指す女性にも利用してもらいたい。

サービスの利用促進に向けて、業界としてどのように働きかけているか

- 企業の福利厚生導入、自治体支援（子育て・産前産後等）との接続など、初回の心理的/金銭的ハードルを下げるチャネル拡大（各社で実施）。
- システム開発投資によりプラットフォーム化（予約・マッチング・決済のオンライン化等）し、人件費を削減し、相対的に低価格でのサービス提供が実現できている。プラットフォーム化による価格低下により、「家事代行は一部の資産富裕層のみが利用するサービス」という従来の位置づけから、時間価値を重視する共働き高所得世帯へと利用者層が拡大している。特に子育て期のパワーカップルを中心に、日常的なサービスとして利用が定着しつつある。

サービスの品質・信頼性の向上や多様な人材の育成・確保に向けて、業界としてどのような取組を実施しているか

- シェアリングエコノミー協会として、CaSy・シェアサイン・タスカジの3社共同で「ホームサービス・プラットフォームにおける安心・安全行動原則」を策定・公開している。
- 各社で本人確認、緊急連絡先の取得、クレーム対応、保険・補償、透明な決済等の仕組み化を進めている。厳しい面談で可否を判定し、登録後の研修、訪問の同行、マッチング後にトラブルがないか、各社オンボーディングやアンケートやレビューによる定点観測を行っている。
- 多様な担い手の確保：CaSyは国家戦略特別区域（特区）における「外国人家事支援人材受入事業」の適合事業者として**外国人人材の雇用**を進めている。きらりライフサポートでは**高齢者人材の活用**をしている。（ワーカーの60代以上が8割超）
- 4社ともワーカーのほとんどが雇用契約ではなく**業務委託契約**であり、**個人事業主**として働いている。週1日～などの**ライトワーカー**や**副業**も多く、こういった層をうまく取り込んでいる。

上記の取組等を踏まえた上で、今後どのような取組が必要と考えるか

- 法人・自治体等の導入ルート拡張や、その他様々な施策（税額控除や補助等）の推進およびPRにより、利用者の自己負担を軽減し、高所得者でなくてもサービスを利用しやすい環境を構築する。
- 利用促進と同時に、担い手確保・定着をセットで進める必要がある。

参考資料

1. CaSy 料金ページ
<https://casy.co.jp/price>
2. 株式会社 CaSy 事業計画及び成長可能性に関する説明資料
<https://www.nikkei.com/nkd/disclosure/tdnr/20250221580376/>
3. きらりライフサポート 料金ページ
<https://support.kirari.co.jp/price/>
4. タスカジ 料金表 (2024年6月1日以降の価格)
<https://taskaji.jp/terms/PriceList>
5. シェアダイн 料金ページ
<https://sharedine.me/shokuiku-media/price/>
6. タスカジ『家事代行利用の実態調査』結果詳細
<https://corp.taskaji.jp/information/release/2024/04/03/survey010-results/>
7. タスカジ『家事代行の利用前に感じるハードルと乗り越え方』結果詳細
<https://corp.taskaji.jp/information/release/2023/10/19/survey008-results/>
8. シェアリングエコノミー協会『安心・安全行動原則』策定のお知らせ
<https://sharing-economy.jp/ja/news/20210802/>