

# 株式会社CaSy 2025年11月期 通期決算説明

収録日 2026/01/13 公開日 2026/01/14  
スピーカー 代表取締役 CEO兼CFO 加茂雄一

## 2025年11月期 業績ハイライト

### 1.決算概要

#### 業績ハイライト

売上高	前年同期比
<b>545百万円</b>	<b>18.3%増</b>
営業利益	
<b>28百万円</b>	
定期UU	前年同期比
<b>7,661人</b>	<b>4.1%増</b>

※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ございませんが、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。

©2026 CaSy Co.,Ltd.



#### 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

4

代表取締役CEO兼CFO加茂雄一(以下、加茂): 2025年11月期決算説明会を始めさせていただきます。決算説明会資料2ページ目に第3四半期の決算説明会資料からのアップデートを一覧化しておりますのでご参照ください。

まず、第4四半期3ヶ月間の業績ハイライトになります。売上高は5億4,500万円、前年同期比18.3%増。営業利益は2,800万円。主要KPIである定期のお客様の数は7,661人、前年同期比4.1%増となっております。

こちら※印(コメじるし)の方で注記を書かせていただいておりますが、2025年11月期の第1四半期より連結決算に移行いたしましたので、前期のベースは単体ベース、今期の数値は連結ベースという形で表現させていただいております。また、この第4四半期の売上高と前年同期比については、グループ会社の全体を11月決算に統一したことによる影響も存在しております。

サマリーといたしましては、売上高は堅調に推移しております。子会社の取得や、CaSyにおいて行政との連携によってお客様からの依頼が増えているといった点がございます。

また2つ目、主要KPIである定期のお客様の数(定期UU)については、CaSy単体での増加に加えて、子会社化したサンジュ社の定期契約者分が増加しております。

また利益額の増加につきましては、今の進行期ですね、2026年11月期に中小企業成長加速化補助金を活用した新規事業を開始しようとしております。その投資に向けた資金余力を蓄えておくためにも、広告宣伝活動では効率化を前期(2025年11月期)は一部行ったという関係から、販売管理費をコントロールして利益が増えております。

#### 1.決算概要



#### 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 (当期初予想値)	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。

©2026 CaSy Co.,Ltd.

5

加茂：業績ハイライト(累計)になります。売上高につきましては19億2,200万円。売上総利益7億2,000万円。販売管理費は6億6,900万円。営業利益5,000万円、経常利益6,000万円、当期純利益は4,600万円となっております。

売上高の伸長につきましては、先ほどお伝えしたように子会社の取得や行政との連携に伴い増加しております。販売管理費で効率化を図ったことで利益が出ているような状況です。

業績予想との対比ですが、売上高につきましてはレンジの下限予算比99.2%というレンジとなっております。こちらにつきましては、まず働き手が足りないというところ。お客様からの依頼は、自治体からの依頼が増えていて増えているのですが、それに対して働き手がまだ足りていないというところで、売上高が未達となっている影響が大きいです。

この点につきましては、後ほど将来の事業成長、成長戦略というところでもお話しさせていただきますが、海外から働き手に来ていただくという「戦略特区」の取り組みを中心に行っていくことで、今後はリカバリーしていくことを考えております。

一方で利益につきましてはゼロで公表させていただいておりましたが、既存事業についての一定の実力の中から利益が出ているという点がございます。

# 2025年11月期 決算概要

## 1.決算概要



### 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



©2026 CaSy Co.,Ltd.

6

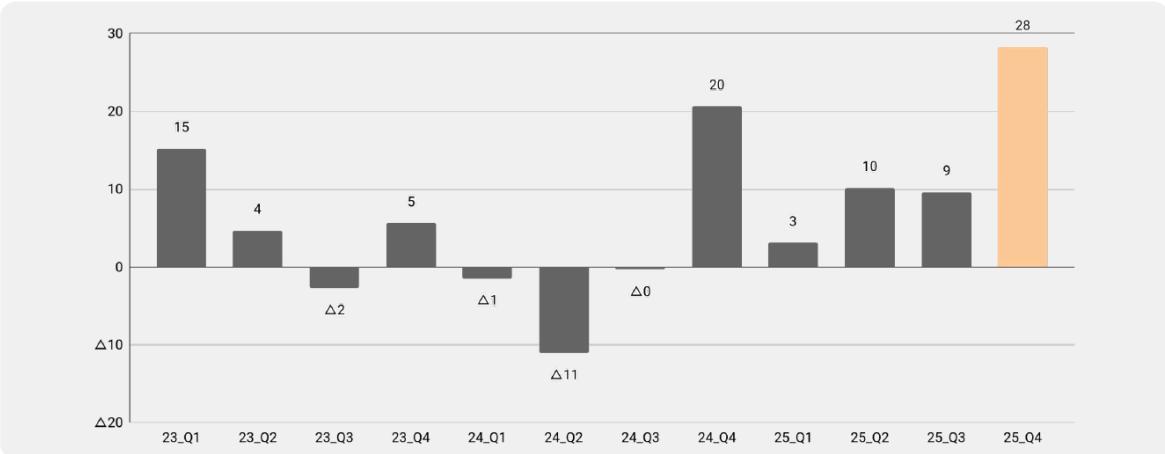
加茂: 売上高・売上総利益の推移となります。売上高につきましては前年同期比18.3%増となっております。こちらについては先ほどもお伝えしたように、子会社の決算月の統一というところの影響も含まれております。売上総利益につきましては、前年同期比17.3%増の2億500万円となっております。

## 1.決算概要



### 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



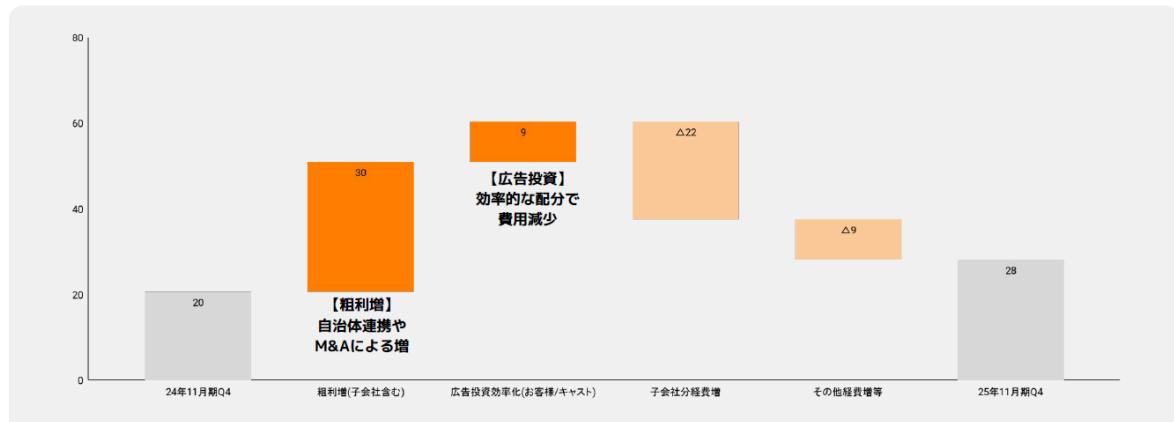
©2026 CaSy Co.,Ltd.

7

加茂: 営業損益の推移になります。先ほどもお伝えした通り、今の進行期の成長戦略に投資する観点から、広告宣伝活動の効率化というものを行った影響もありまして、第4四半期は2,800万円の営業利益となっております。

## 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。

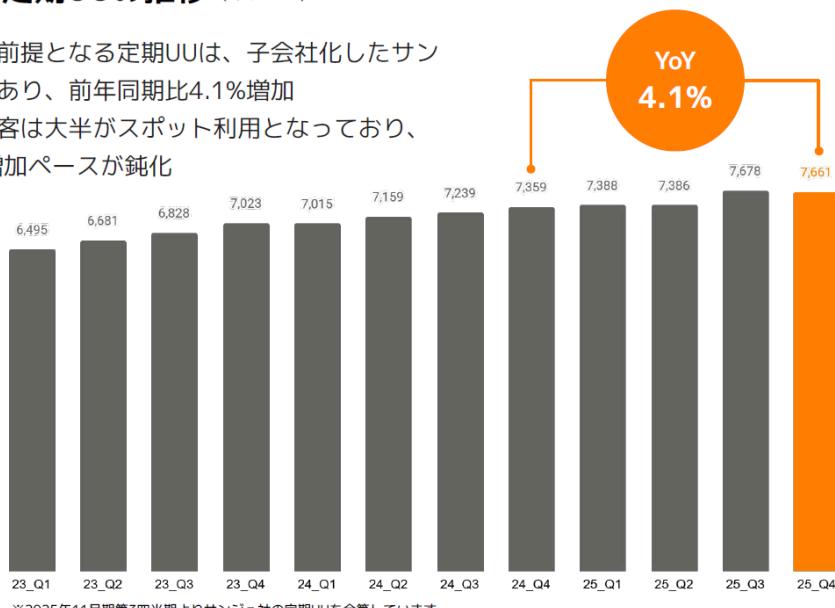
©2026 CaSy Co.,Ltd.

8

加茂：続きまして、営業利益の増減分析です。粗利が増えた影響が3,000万円。こちらは自治体との連携やM&Aによる増加です。また、広告宣伝活動の効率化などによって900万円分の利益が増加しています。一方で、M&Aによって増えた子会社の経費の分でマイナス2,200万円、その他経費の影響でマイナス900万円となり、結果として2,800万円となっております。

## 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



©2026 CaSy Co.,Ltd.

10

加茂：KPIの説明になります。定期のお客様の数(定期UU)につきましては、子会社の数値も含めた影響で、前年同期で比較すると4.1%増の7,661人ということになっております。前四半期と比較して減ってしまっていることがあります。こちらは今メインでお客様の獲得チャネルとなっている自治体との連携では、自治体のお客様は通常のお客様と比較するとスポットを利用するお客様の割合が多く、サービスの形態としてはスポットを利用しつつ、実質的にスポットを定期のような形でご利用いただいているお客様も数多くいらっしゃいます。こういったお客様は、今の区分ではスポットの利用者数としてカウントされている影響もございまして、数字上は定期のお

お客様の数が減るような形に見えてしまっている状況となっております。今後はこの部分も、お客様の増加、依頼の増加がきちんと将来の見込みも含めて表現できるような形で改善していきたいということを考えており、「事業計画及び成長可能性に関する事項」を開示する際には、改善したいと考えております。

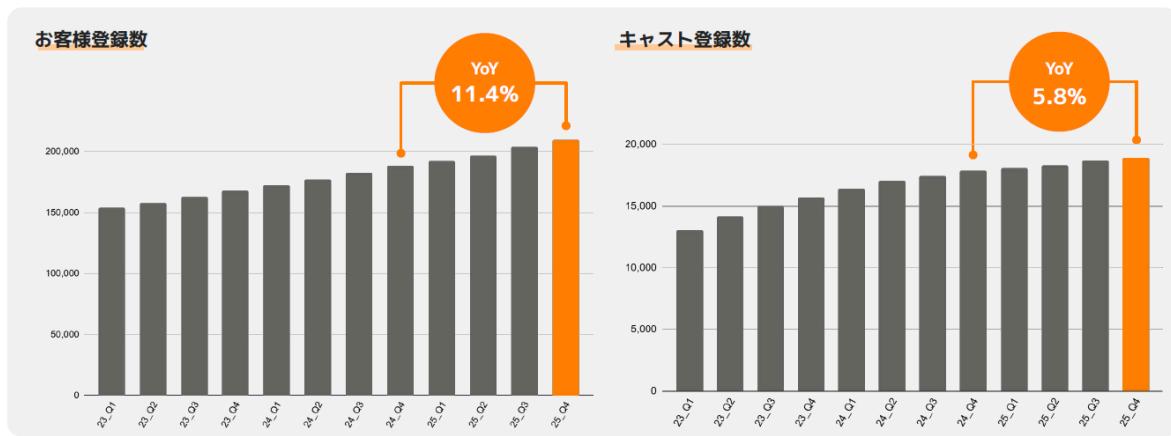
## 1.決算概要



### 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



※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。  
©2026 CaSy Co.,Ltd.

11

加茂：お客様・キャスト登録数の推移ですが、こちらは増加しております。お客様は20万人を超え、前年同期比11.4%増となっております。働き手の数、こちらは国内の働き手の方を獲得するのに苦戦しております、前年同期比5.8%増となっております。こちらにつきましても、今期は正社員のキャストを採用するという取り組みを行っていた影響もありまして、正社員雇用するキャストと業務委託で自由に働くキャストでは、1人当たりの稼働数も異なります。ですので、単純に人数だけではきちんと表現できない部分がございます。

特に今後は戦略特区のスタッフさんに来ていただく予定をしておりますが、戦略特区のスタッフは正社員採用であり、業務委託のキャストとは1人当たりの稼働分も異なるというところがございますので、こちらについても、今後戦略特区のキャストが安定的に増えてきたタイミングでは、きちんと表現できるような形に改善していきたいということを考えております。

決算説明会資料P12-P13に記載しているお客様の解約率、キャストのチャーンレート及び「売上総利益LTV」「1人当たり月次売上総利益」につきましては、1年間に1回の開示とさせていただいておりまして、成長可能性の資料の時に、1年間の改定した部分についても開示させていただきたいと考えております。

## 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
<b>流動資産</b>	<b>441</b>	<b>509</b>	+ 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	新規借入による増加
<b>純資産</b>	<b>245</b>	<b>274</b>	+ 28	
<b>負債・純資産</b>	<b>538</b>	<b>703</b>	+ 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。

加茂：貸借対照表につきましては、M&Aによるのれんの増加というところと、一部M&Aにも活用させていただいている借入の増加というところで、総資産が増えているという影響がございます。

# 2025年11月期 第4四半期 決算トピックス

## 1.決算概要

### 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ト派遣事業」  
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



© 2026 CaSy Co.,Ltd.

15

加茂：また第4四半期のトピックになりますが、第4四半期、継続的に地方自治体との取り組みを進めております。第4四半期では渋谷区と文京区へ新規参入して、これで累計は東京都で8区2市というところで自治体と連携をさせていただいております。そして自治体との連携というのは今後も継続的に進めていきたいと考えております。

## 1.決算概要

### 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、貢上げへの貢献、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機構が実施する

#### 中小企業成長加速化補助金に採択



株式会社CaSy

© 2026 CaSy Co.,Ltd.

16

加茂：また第4四半期には「中小企業成長加速化補助金」に採択をいただくことができました。こちらは、売上高100億円を目指していくことのために、新しい事業としては特に家事支援サービス事業の供給力の確保、具体的には戦略特区のスタッフ、フィリピンの方、海外の方から家事代行に来ていただくという取り組みと、あと家事支援サービスのノウハウやシステムを活用した「訪問介護サービス」への新規展開という点を、合弁会社で作った「タノシルバ（株式会社タノシルバ）」とも連携しながら進めていきたいということを考えております。

将来的にはいろいろなお客様のお家の中に入れていただいて、時間を作るサービスをマルチに利用できるようなプラットフォームに進化していきたいということを考えておりますし、その3点のために補助金を活用させていただこうと考えております。

## 2026年11月期 業績予想

### 2.業績予想



#### 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	-

©2026 CaSy Co.,Ltd.

18

加茂：続きまして通期の業績予想になります。売上高については21億2,500万円、前年同期比10.5%増。営業利益についてはマイナス1億3,300万円。経常利益はマイナス1億3,900万円、当期純利益もマイナス1億3,900万円となっております。

こちらの売上高につきましては、自治体との連携を継続的に進めていくことと共に、今期の売上が未達となっていた主因である働き手の確保という部分につきましては、海外のキャストを活用することにより、売上高の目標達成を実現していきたいということを考えております。

一方で営業利益がマイナスになっている影響ですが、先ほどご説明した中小企業成長加速化補助金を活用させていただくことを考えております。特にその2つの、海外キャストの活用とまた訪問介護という部分につきましては、2026年11月期にも一定の投資をすることを考えておりまして、この新規の事業の部分の赤字というのが営業利益でマイナス1億3,600万円となっています。

既存事業の方も、獲得した売上高というのは今後の成長のために投資をしていきたいと考えていることから、大きくは既存事業による営業利益はゼロということで考えております。

# 事業概要

## 3.事業概要



### 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

©2026 CaSy Co.,Ltd.

20

加茂：続きまして、事業の概要に移させていただきます。Visionは「笑顔の暮らしを、当たり前にする。」、Mission「大切なことを、大切にできる時間を創る。」ということを考えております。お客様の時間の余裕を作る、時間の余裕を作ることで誰か他の人のために考えたり行動するような時間にしていただくという、利他(りた)の世界を広めていくというのが我々のビジョンの考え方になっております。

## 3.事業概要



### 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

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

#### 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。

利用者の8割が定期利用、スポット利用は2割

©2026 CaSy Co.,Ltd.

21

加茂：提供するサービスは、継続して家事支援サービスを軸にしながら、その家事支援サービスでお伺いしたお客様に対して、その他のサービス、ハウスクリーニングや整理収納といったサービスを提供していくたいということを考えております。

また、我々の家事支援サービスですが、家事支援サービスが他社多くある中でどういった特徴があるのかといった点に関しましては、一番ITが活用されている、DX投資をしてきたサービスということを考えております。

### 3.事業概要



#### 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。



©2026 CaSy Co.,Ltd.

22

加茂:お客様がサービスの実施するお掃除やお料理といった実際にお伺いするサービス以外の部分は、全てオンラインで完結して、お客様の満足度や働き手のやりがいということを高めていくような取り組みをITで実現しております。

# 競争優位性

## 3.事業概要



### 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ィクレートを実現している。

#### 家事支援サービスのDX化



##### 売上成長

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



##### コスト

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

加茂：続きましてCaSyの競争優位性ですが、2点、先ほどご説明したDXが活用されているという点と、単にマッチングの場を提供しているだけではなく、面接・研修を行う品質管理体制を構築しているという点が、特徴になっております。

ITを活用している部分につきましては、独自のマッチングアルゴリズムによって最適なマッチングを実現しているということと、お客様と働き手のやり取り、また日々のサービスのデータなどを活用させて、品質の改善やマッチングの精度向上などに活用しています。また家事支援サービスの周辺のサービスとAPI連携することによって、顧客体験を改善しているという点がございます。

品質管理体制の部分につきましては、毎回サービスごとにお客様からご評価をいただいておりますが、平均が4.9点という高い点数を継続しております。その根底のフレームワークは、働き手のモチベーションを高めるという取り組みを根底においております。こちらにつきましては、これから海外のスタッフが来ていただくとしても関わらず、海外のスタッフの根底もモチベーションの高さというところにあると考えておりますので、日本に来て働いていただく中でもモチベーション高く働いていただけるような取り組みを進めていきたいということを考えております。

# 成長戦略

## 4.成長戦略

### 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。

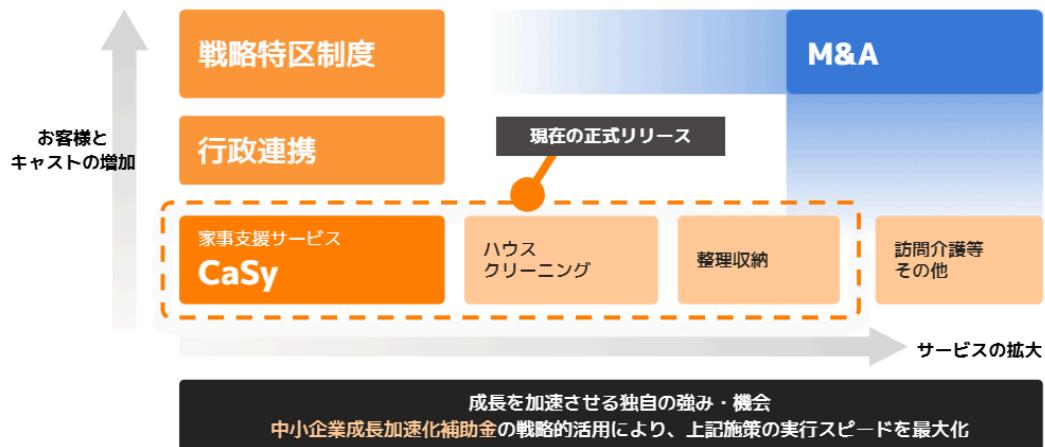


加茂:今後のCaSyの成長イメージですが、引き続きお客様の時間を作れるような「暮らしのプラットフォーム」を目指していきたいと考えております。家事支援サービスを根幹におきながら、お客様の時間を作れるような他のサービスにも展開していくと。現在では整理収納やハウスクリーニングといったサービスを提供しておりますが、今後は特に訪問介護といった分野にもサービスを提供していきたいということを考えております。

特に我々のお客様の中からも「介護にも広げて欲しい」という声を多くいただいておりまして、我々のメインのターゲットである30代40代の共働き世帯の親御様に対する介護なども、今後は提供していきたいということを考えております。

## 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く、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



© 2026 CaSy Co.,Ltd.

35

加茂:この暮らしのプラットフォームを実現していくための戦略の方針ですが、基本的には縦軸としてそれぞれのサービスを伸ばしていく、特に家事支援サービスを伸ばしていくという点と、横軸としてサービスラインナップを広げていくという点がございます。また両軸にわたってM&Aを、非連続の成長を実現するための手段として模索していきたいということを考えております。

縦軸、家事支援サービスを伸ばしていく方法といたしましては、行政との連携という形でお客様を増やしていくつつ、働き手については海外スタッフに来ていただくような「戦略特区」の制度を活用していくということを考えています。横軸につきましては、今現在行っているハウスクリーニングや整理収納に追加して、訪問介護を本格的に検討していきたいということを考えております。

これらの取り組み、特に戦略特区の制度と訪問介護という部分につきましては、今期(2025年11月期)に採択していただいた中小企業成長加速化補助金を活用させていただこうということを考えております。

#### 4.成長戦略

## 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。

©2026 CaSy Co.,Ltd.



### 「国家戦略特別区域 家事支援外国人受入事業」について



36

加茂:戦略特区の制度につきましてはこちらのページをご参照ください。こちらは現在、フィリピンの方からスタッフさんに来ていただいて、家事で働いていただくという取り組みを進めております。もう既に東京都から認可を得ておりまして、今現在、現地の方で研修をしていただいているという段階になります。2026年11月期には第一陣が来日し、実際のサービスに訪問していただくようなスケジュール感で考えております。

#### 4.成長戦略



## 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・育児サポート事業	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ト派遣事業	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ト派遣事業
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

©2026 CaSy Co.,Ltd. ※利用可能時間や利用者の負担金額については各種条件により異なります。

37

加茂:また自治体の取り組みも継続的に進めていきたいと考えております。現在こちらのページに記載したような自治体と連携をさせていただいております。

また訪問介護につきましては、今期に本格的に参入することを検討し、戦略を策定させていただきながら、実際のサービス開始というのは来期以降のところで考えております。

決算説明の方は以上とさせていただきます。ありがとうございました。

## 質疑応答フォーム

投資家の皆様からのご質問を下記のフォームで受け付けております。(締め切り:1月31日)  
頂いた質問についてはメールアドレスにご回答させて頂く他、TDnetでも2月中に開示させて頂きます。

質問フォーム: <https://forms.gle/kGmyRCx9w1gpNJCw9>