

SHARING TECHNOLOGY

シ ェ ア リ ン グ テ ク ノ ロ ジ ー 株 式 会 社

2019年9月期 第2四半期 決算説明資料

1. 第2四半期の業績概要
2. 今後の推移見込み及び施策について
3. 『暮らしのお困りごと』プラットフォームへ
4. 補足資料

第2四半期 業績概要

売上収益については、WEB事業は若干の出遅れがあるものの、シーズンリテイジャンルの貢献が第3四半期から大きく予想される。投資事業は当初計画を上回って着地し、連結で1,786百万円。営業損益については、WEB事業にてコンテンツ投資を中心とした先行的な投資及び、子会社WEB事業からの損失を含め、186百万円の営業損失。

	2019年9月期 当第1四半期	2019年9月期 当第2四半期	2018年9月期 前第2四半期	前年同期間比
売上収益	1,770百万円	1,786百万円	571百万円	313%
営業利益	△270百万円	△186百万円	△15百万円	－%
当期利益	△235百万円	△149百万円	△13百万円	－%

子会社WEB事業
45百万円の営業損失含

第2四半期までの累計期間においても、期間収益と同様にWEB事業については、若干の出遅れがあるものの、下期に挽回見込み。投資事業は当初計画を上回っての進捗。営業損益については、第2四半期累計期間で457百万円の営業損失。上期着地については、当初想定範囲内であり、業績予想については、当初予想から変更なし。

	2018年9月期 前2Q累計	2019年9月期 当2Q累計	前年同期間比	2019年9月期 当期業績予想
売上収益	1,127百万円	3,557百万円	316%	8,800百万円
営業利益	29百万円	△457百万円	－%	1,700百万円
当期利益	6百万円	△385百万円	－%	1,053百万円

子会社WEB事業
178百の営業損失含

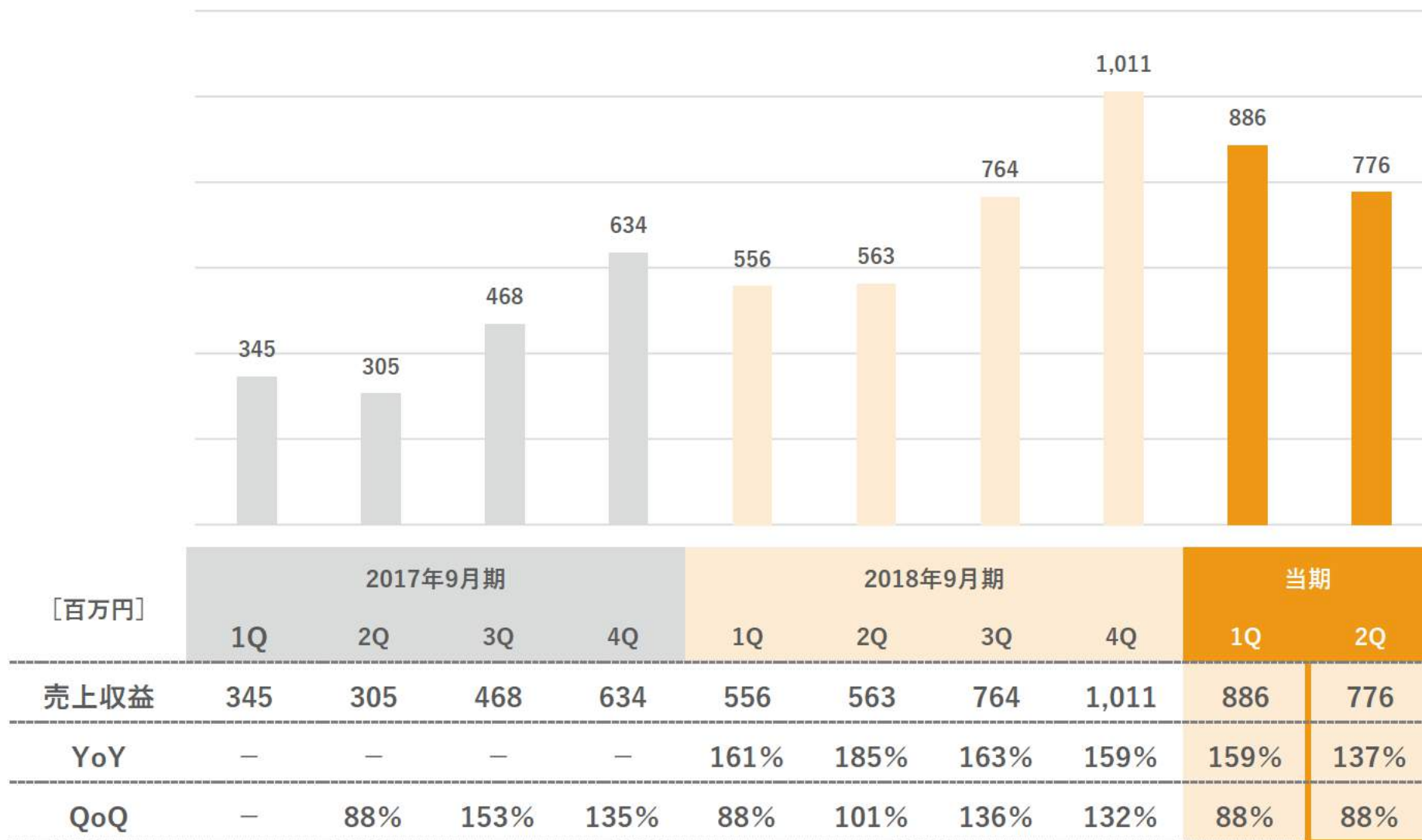
セグメント収益

WEB事業セグメント内の『暮らしのお困りごと』事業の売上収益については、前期同期間比148%と堅調に推移。先行的な費用の計上の影響で赤字となっている。投資事業については、主に昨年買収した3社の子会社の売上収益及び利益。双方に従事している本部費用等を調整額として計上。

	WEB事業		投資事業	調整額	合計
	暮らしのお困りごと WEB事業	子会社 WEB事業			
売上収益	1,663百万円	422百万円	1,472百万円	—	3,557百万円
セグメント 利益	△45百万円	△178百万円	118百万円	△353百万円	△457百万円
前期 売上収益	1,119百万円	—	6百万円	—	1,126百万円
売上 前年同期比	148%	—%	—%	—%	316%

『暮らしのお困りごと』事業の売上推移

『暮らしのお困りごと』事業の売上収益の四半期ごとの推移については、2018年9月期第2四半期に比べ、YoY（昨年同期間比）は137%、QoQ（直近四半期比）については、一昨年と同水準で推移。



※第2四半期より集計方法を画一化

『暮らしのお困りごと』事業の主要指標

売上収益に直接的に連動して発生する広告宣伝費及びコールセンターの人件費を引いた費用を「事業限界利益」として事業指標に設定。当面は当該指標の最大化を目指し事業進捗を進める。指標の再設定に伴い、4月より一定の成果が観測できており、シーズナリティを勘案し、各指標の改善に努める。

WEB事業
限界利益

=

WEB事業
売上収益

-

広告宣伝費
(PPC広告)

-

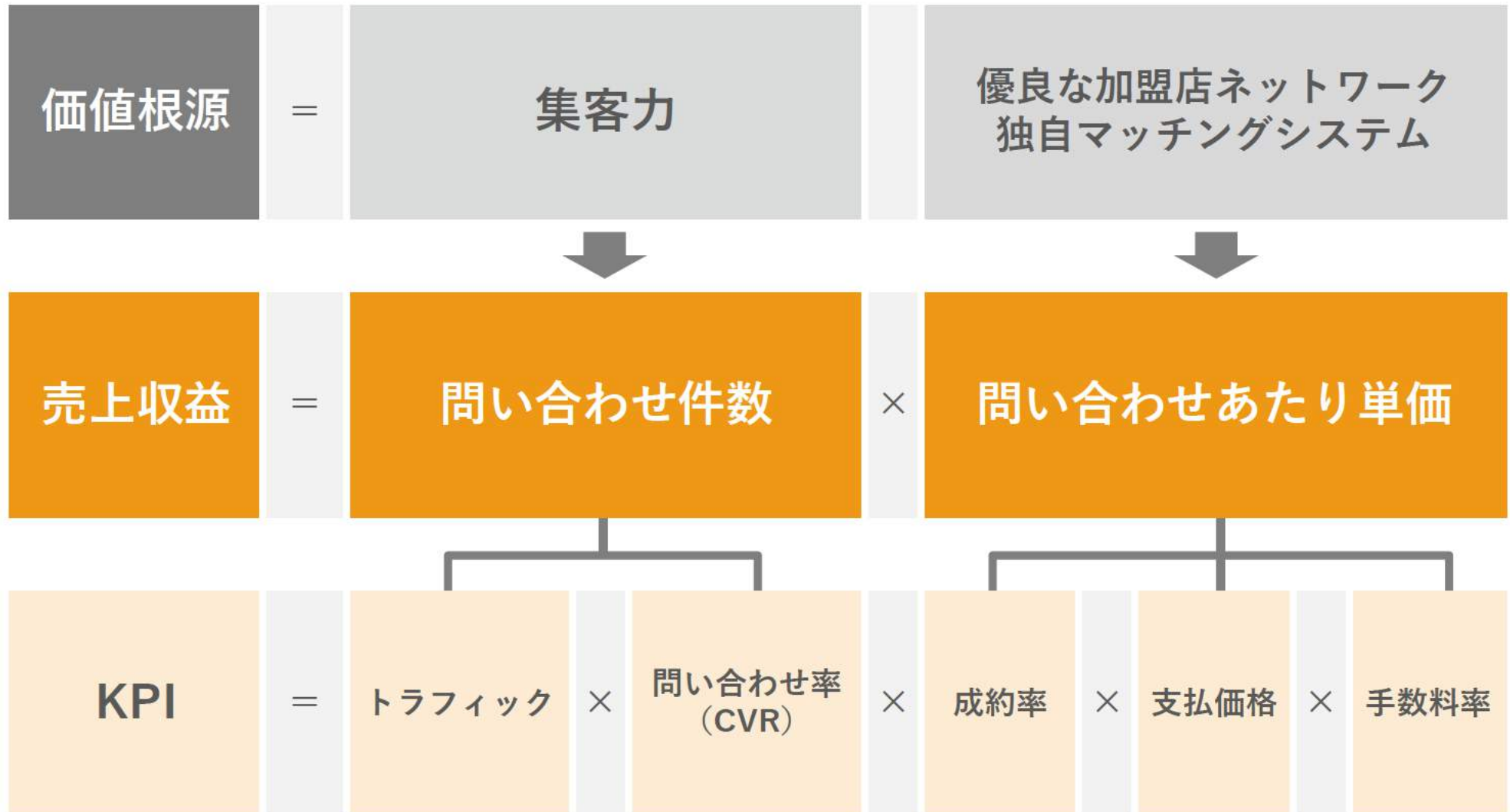
コールセンター
人件費

	前期1Q	前期2Q	前期3Q	前期4Q	当期1Q	当期2Q	4月速報値
売上収益	556百万円	563万円	764百万円	1,011百万円	886百万円	776百万円	284百万円
広告宣伝費	203百万円	205百万円	287百万円	445百万円	403百万円	356百万円	105百万円
コールセンター 人件費	44百万円	45百万円	68百万円	80百万円	83百万円	91百万円	25百万円
WEB事業 限界利益	308百万円	312百万円	409百万円	486百万円	400百万円	329百万円	154百万円

※4月速報値については、研修中の新入社員の人件費については除外、また監査前の速報値です。

今後の推移 見込み

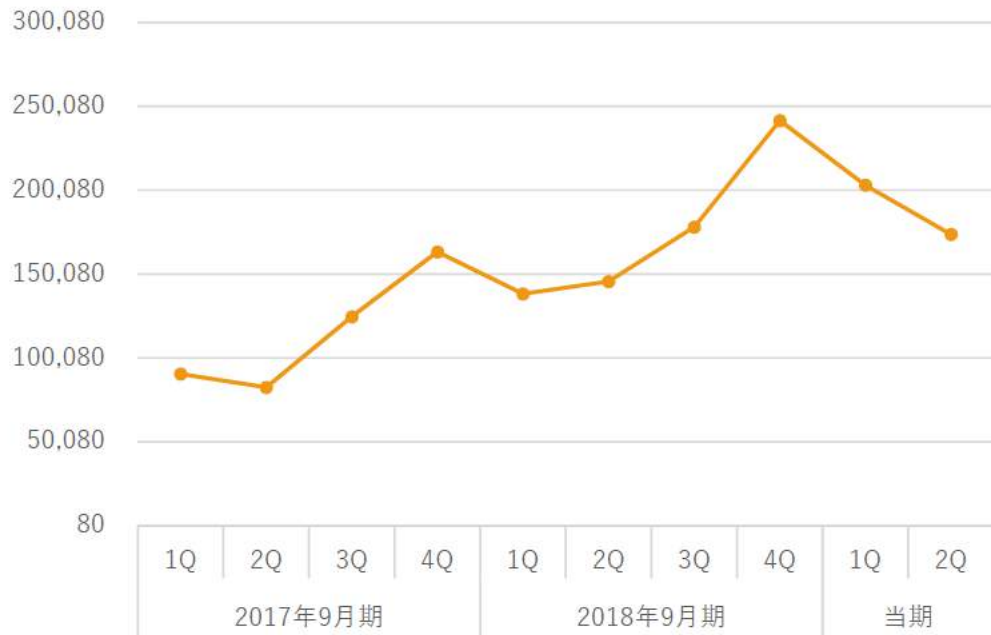
当社の価値根源は、集客力と集客顧客を収益化するマッチングシステム及び加盟店ネットワークと定義。それぞれ問い合わせ件数及び問い合わせあたり単価の数値として表され、さらに分解したKPI管理を行っている。



前出の指標の内、売上収益を分解した「問い合わせ件数」及び「問い合わせあたり単価」の推移。双方ともシーズンナリティ等の影響はあるものの、右肩上がりのトレンドは維持できており、更なる拡大を見込む。



問い合わせ件数推移
(件数)



問い合わせあたり単価推移
(2017年9月期 1Qを100として)



主力ジャンルのシーズンリティによる売上収益の増加時期がスタート、また昨年末から実施しているコンテンツ投資の収益化が同時期に見込まれており、第3四半期より収益向上及び利益化を見込む。

- ◆ 主力ジャンルのシーズン突入
- ◆ コンテンツ投資の本格的な収益化スタート
- ◆ 『Mover』等による単価向上の寄与

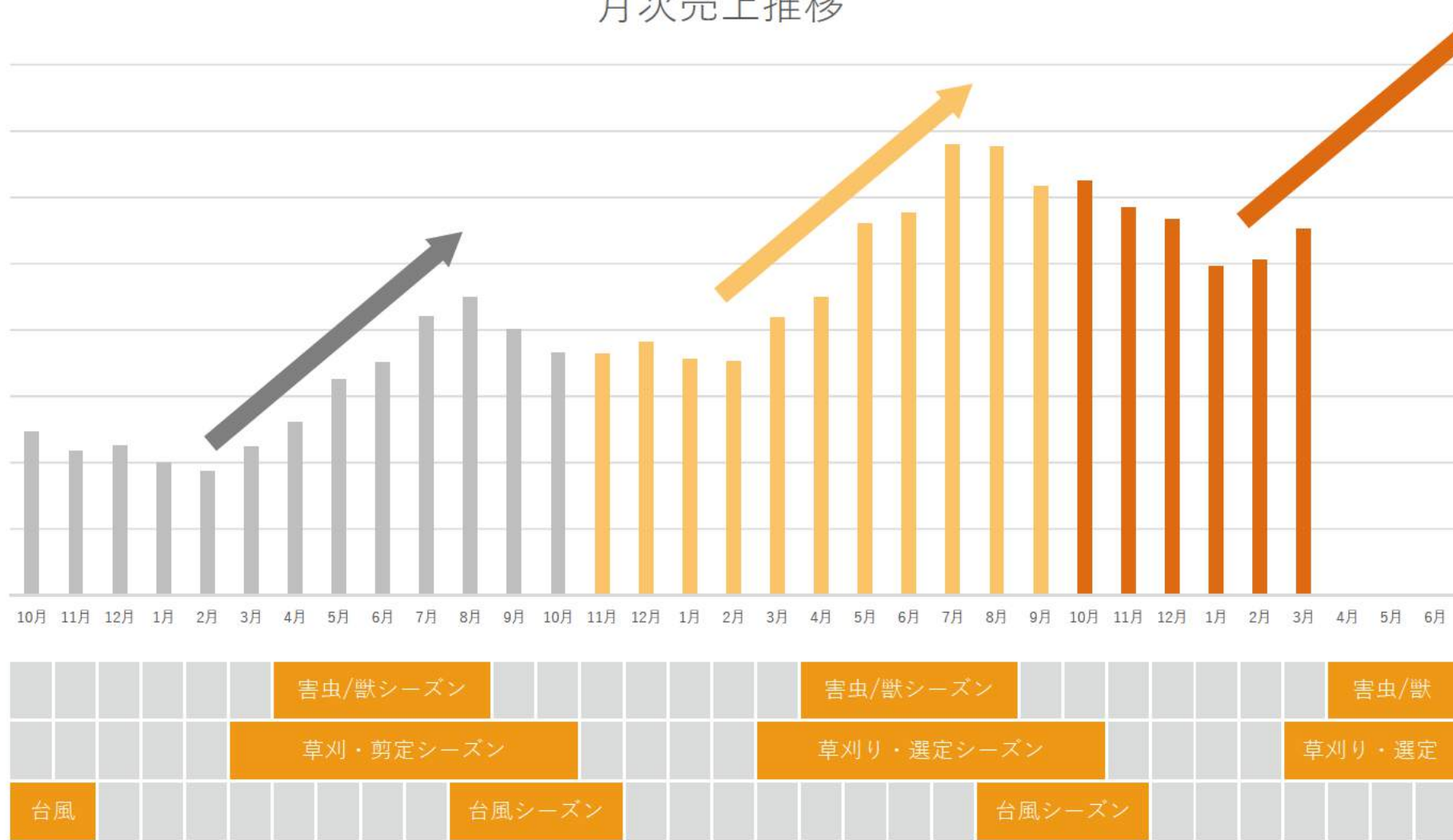


第3四半期からが事業進捗のカギ

『暮らしのお困りごと』のシーズナリティについて

『暮らしのお困りごと』にはシーズナリティがあり、暖くなる時期に収益が固まる傾向がある。例年同様のシーズナリティにより、今期においても下期偏重の売上推移の傾向を見込む。

月次売上推移

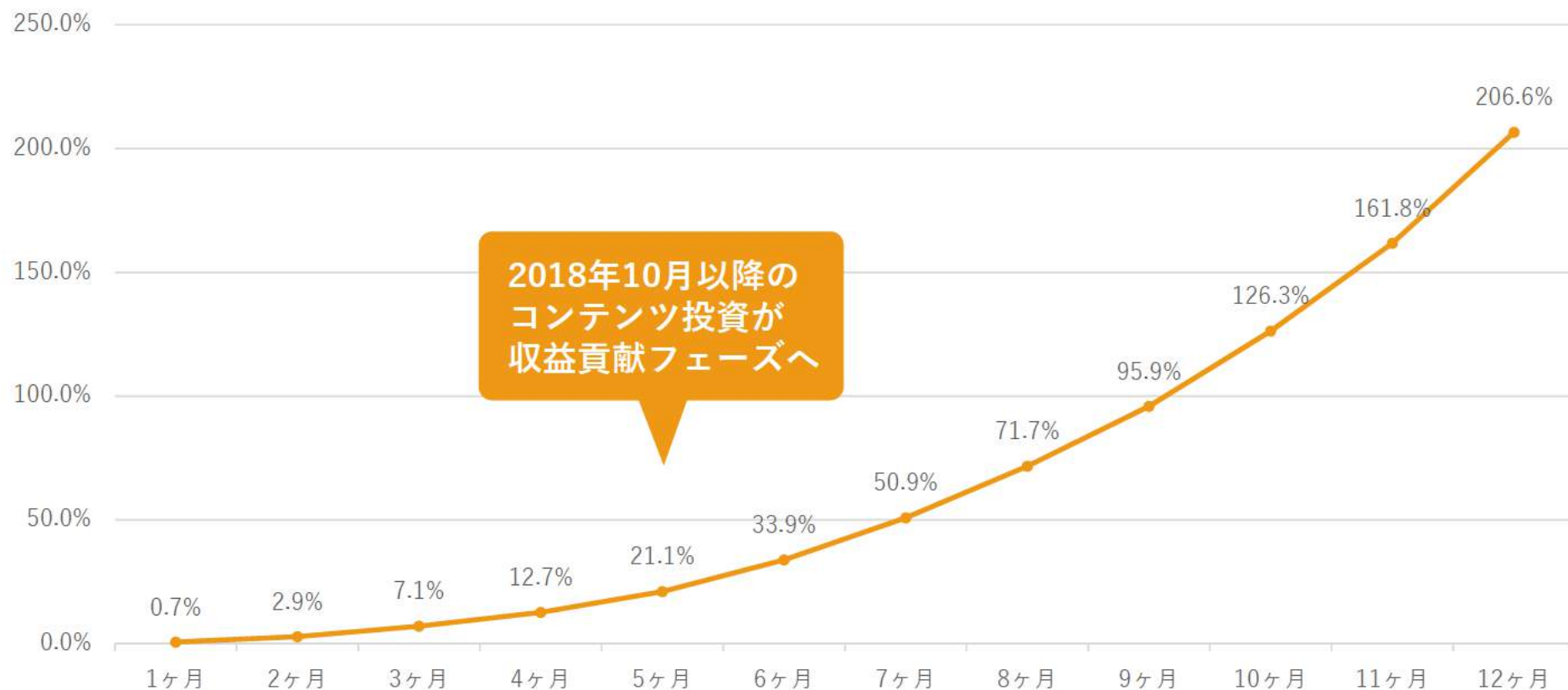


ライティング投資収益貢献の見込み

2018年10月以降に大きく費用をかけ、先行投資として行ったライターの記事制作したコンテンツ記事が公開から6ヶ月経過。下記の図の通り、今後本格的な収益貢献を見込む。

コンテンツ投資の 回収比率	=	該当記事から 流入した売上	÷	記事制作に かかったコスト
------------------	---	------------------	---	------------------

コンテンツ投資の回収比率推移



コンテンツ制作による収益改善

これまで主力となっていたリスティング流入に加え、オーガニック流入を強化することで、更なる集客力強化に努める。また、オーガニック流入についてはリスティング流入に比較して直接的に課金される広告宣伝費（PPC広告）がない分、収益性の向上が見込まれる。前出のライティングからの流入がコンテンツ強化にあたる。

	コンテンツ強化 ブランディング施策による強化	
サイト種別	ポータルサイト	バーティカルメディアサイト
サイト名	生活  110番	電気工事  110番 ペット葬儀  110番 etc
流入経路	主にオーガニック流入	主にリスティング流入
PPC広告宣伝費 (対売上)	なし	4割程度
コールセンター人件費 (対売上)	1割程度	1割程度
限界利益 (対売上)	最大9割	最大5割

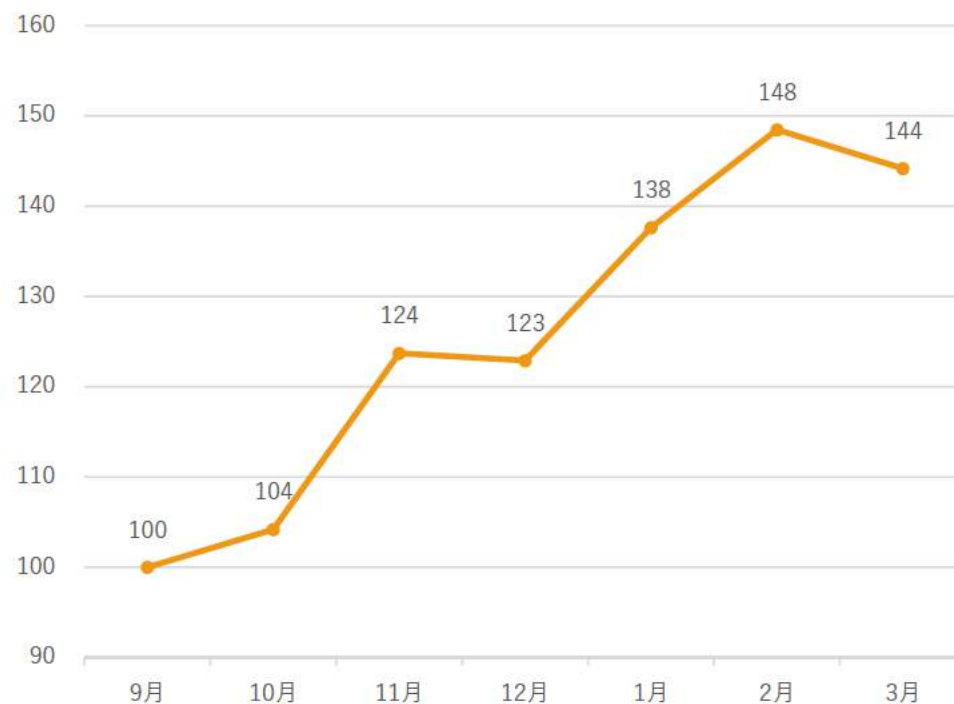
マッチングシステム『Mover』については、特定ジャンルにおいて全国展開を開始。特定ジャンル内で、案件の約半数を『Mover』マッチング化（GPS等を用いたマッチング）しており、成約率の向上により、新システムローンチ前に比べて、問い合わせあたり単価が1.4倍以上と順調に推移。順次拡大予定。

mOVER



『Mover』ジャンル 問い合わせあたり単価推移

(施策開始時点をも100として)



2019年9月まで『暮らしのお困りごと』事業は、試験的な施策も含め、積極的投資期間と設定。リスティング運用による成長に加え、ブランディングによるオーガニック流入、業務提携の流入経路の拡大、リテンションによる集客力強化を目指す。併せて、『Mover』の浸透等による問い合わせあたり単価の向上施策を実施する。

ブランディング ～『生活110番』～



- ・マス向け広告の実施
- ・ブランディングによる直流入増加
- ・コンテンツ投資によるSEO強化

流入経路拡大 ～提携及びリテンション～

ハウスクリーニング110番とは
サービスと実績に自信!
なかなか落ちない汚れお任せください!

ハウスクリーニング110番の4つの強み

作業ごとの料金設定	24時間365日受付中	高品質サービス	丁寧・親切に対応
お見積り後の追加料金なし	24 日本全国受付対応	現地訪問による無料見積り	お客様満足度98%以上*
詳しく見る	詳しく見る	詳しく見る	詳しく見る

- ・関連事業者との提携
(異業種のサービスとのコラボ)
- ・ハウスクリーニング等の高頻度ジャンル強化によるリテンション

問い合わせ単価向上 ～『Mover』等～



- ・加盟店とのリレーション強化
- ・取次加盟店ルールの見直し
- ・GPS対応ジャンル拡張

『暮らしのお困りごと』 プラットフォームへ

新たな仕組みで、 安心な暮らしを、

私たちは「お困りごと」が発生したとき、少しでも早く安心していただく、
また当社のサービスがあることで「お困りごと」が起きても大丈夫と
安心して暮らせる、そんな世界を目指します。

これまでもこれからも、社会のニーズにあわせサービスを進化させ続けます。



ユーザー

探し方がわからない

どの業者がいいのかわからない

- ◆ サービスの質はどこが良い？
- ◆ なるべく早く対応してほしい
- ◆ 適正な価格はいくらなの？



加盟店

どう集客していいのかわからない

- ◆ どのエリア？
- ◆ どんな方法で？
- ◆ どうアピールすればいい？

より効率的に働きたい

- ◆ より多くの集客を（ただ集客し過ぎも怖い）
- ◆ 移動時間を短くしたい

情報の非対称性から生まれる 非効率を繋げる

「暮らしのお困りごと」プラットフォームへ

より早く

より安心に

適正な価格で



より早く

Mover等のシステム強化
加盟店ネットワークの拡大

適正な価格で

より安心に

サービス品質が高い
加盟店とのネットワーク

当社は施工しない（プラットフォームに専念）



自社施工の余りものを
渡す下請け構造



一時的な利益率よりも
加盟店リレーション重視

成約率向上による収益拡大



ゼロサムの収益拡大



加盟店とのWin-Win体制

加盟店と一緒に事業を創る



送客するだけの一方通行の
コミュニケーション



ニーズを共有する双方向の
コミュニケーション

当社は施工しない（プラットフォームに専念）

✕ 自社施工も実施

集客



▶ 自社

高収益案件が集中



▶ 加盟店

低収益案件が集中



○ プラットフォームに専念

集客



▶ 加盟店A

平等に案件を分配



▶ 加盟店B

平等に案件を分配



成約率向上による収益拡大

✕ 手数料率のみの増加（ゼロサム）

$$\text{売上} = \text{トラフィック} \times \text{問い合わせ (CVR)} \times \text{成約率} \times \text{支払価格} \times \text{手数料率}$$

手数料率の増加は、収益の比率をシェアテックと加盟店で増減させるゼロサム

増加

○ 成約率の向上（プラスサム）

$$\text{売上} = \text{トラフィック} \times \text{問い合わせ (CVR)} \times \text{成約率} \times \text{支払価格} \times \text{手数料率}$$

成約率の向上は、加盟店、シェアテック共に収益率の向上ができるプラスサム

注力

加盟店と共に事業を創る

✕ 集客し、案件依頼のみ



案件の依頼のみ



一方通行

○ 双方向のコミュニケーションで、事業を創る



案件+情報(部材・出店)

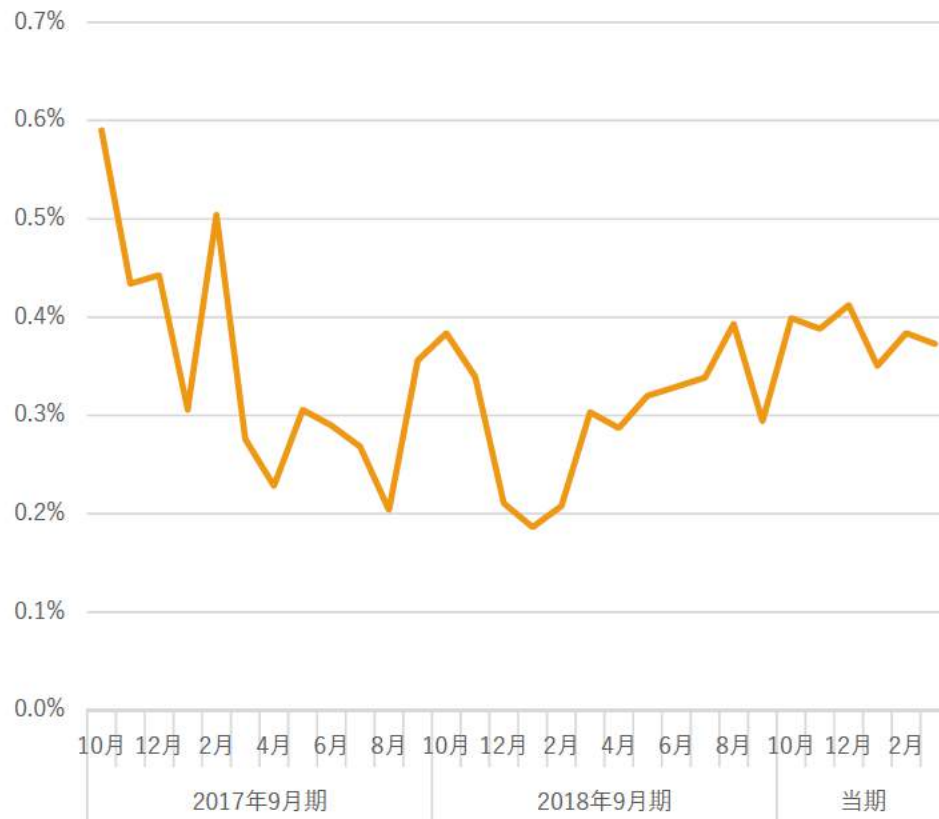


ニーズの共有

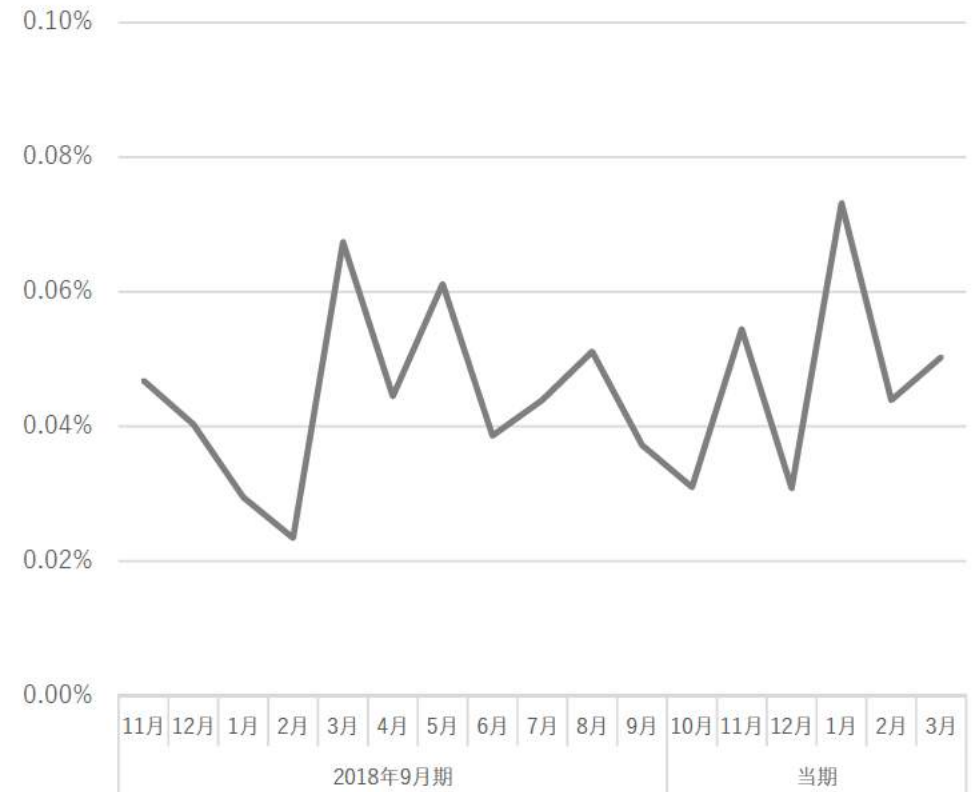
現場のニーズを
プラットフォームに
活かす

お客様からのクレーム及び加盟店からのクレーム率共に低値に推移しており、更なる満足度向上のため、現場からのニーズを事業に反映させていく。並行して、加盟店からも使いやすいプラットフォームを目指し、加盟店からのクレーム率も重要な指標として、継続的に計測し、事業に活かす。

クレーム率推移

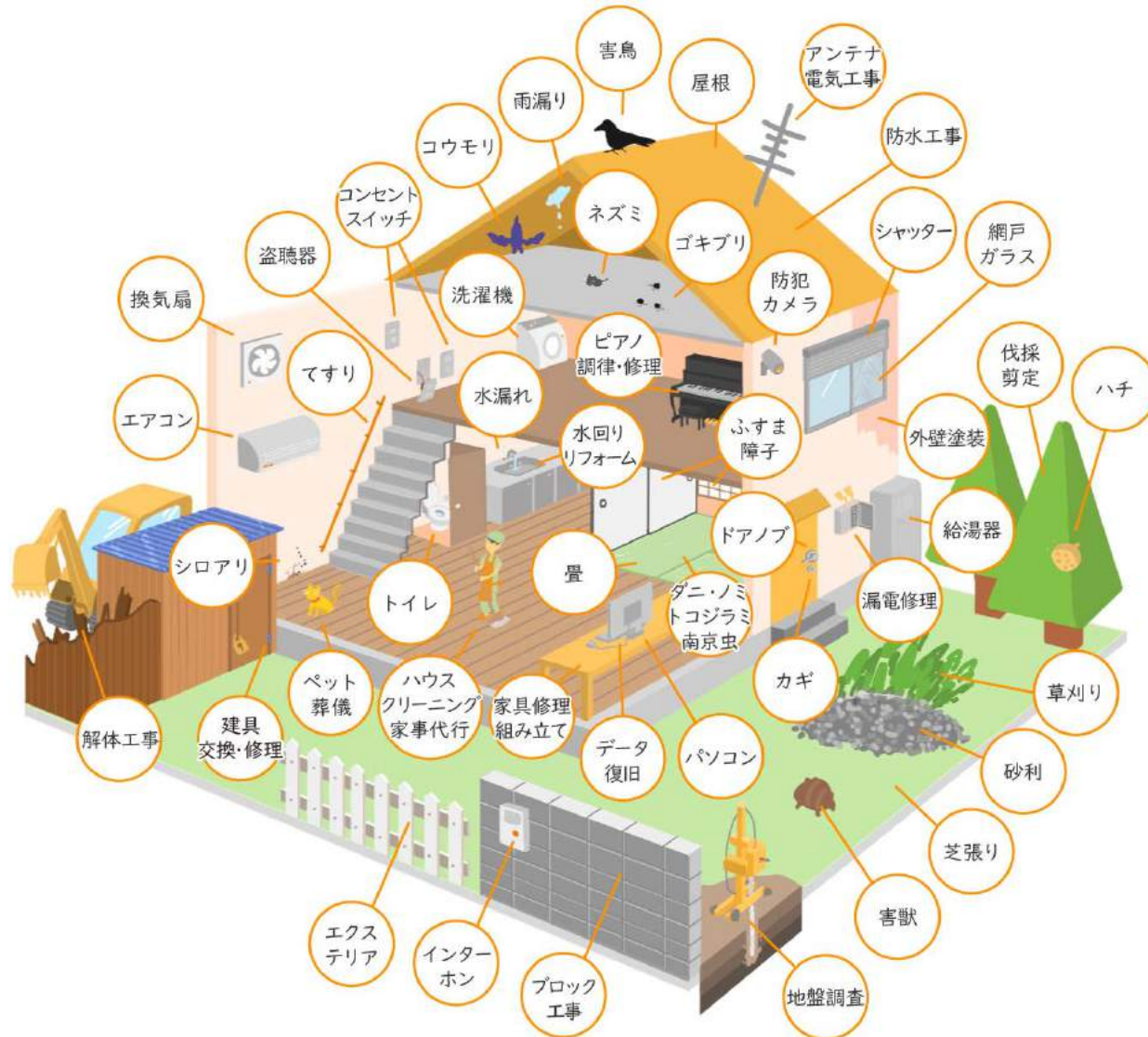


加盟店クレーム率推移



補足資料

様々な住宅トラブル等の『暮らしのお困りごと』に対応できる、全国3,400社以上と加盟店契約しており、当社運営サイトに訪れたユーザーから電話等で受付をし、適切な加盟店をマッチングさせる。



140以上のジャンル
軽作業～リフォームまで

24時間365日受付
自社受付センター

日本全国対応
3,400社以上の加盟店

『暮らしのお困りごと』に関する2種類のサイトを運営。複数のジャンルを単一サイトで掲載するポータルサイト『生活110番』と特定のジャンルに特化したバーティカルメディアサイトを200サイト以上運営。ポータルサイトは主にオーガニック流入なのに対し、バーティカルメディアサイトはリスティングからの流入比率が高い。

ポータルサイト 『生活110番』



生活 110番


140以上のジャンル／主にオーガニック流入

バーティカルメディアサイト 『●●110番』等



電気工事  110番



ペット葬儀  110番



草刈り  110番



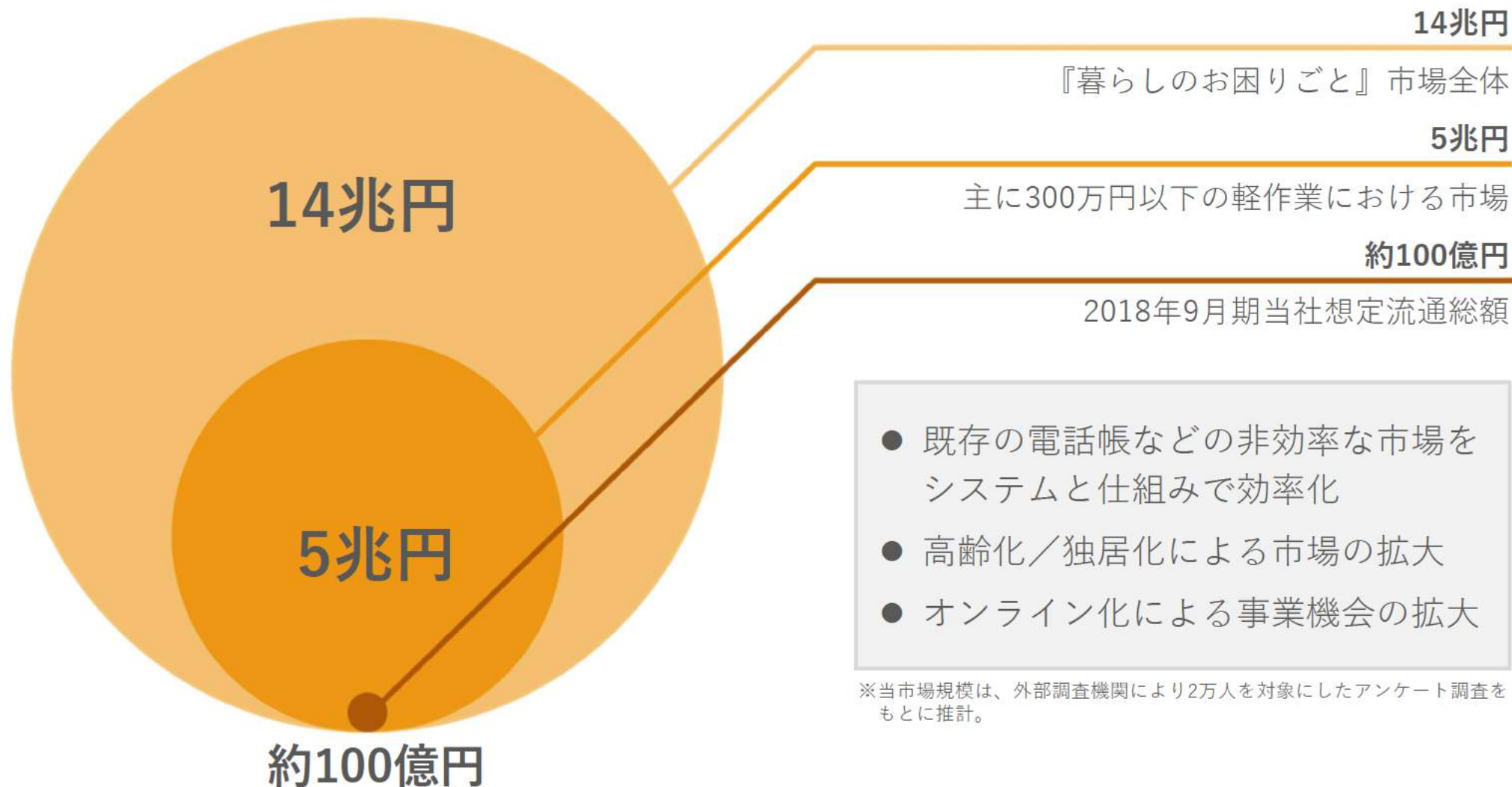
雨漏り修理  110番

各サイト1ジャンル／主にリスティング流入

『暮らしのお困りごと』を持つユーザーが当社サイトを通じて、お問い合わせいただき、①ジャンル②場所③施工希望日時をもとに、加盟店ネットワークから適切な加盟店を選定し、成約した場合のみ手数料を得る。（一部紹介ベース等の収益モデルあり）



『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものについて5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、更なる市場拡大が見込まれる。また、大半がオフラインでの集客となっており、オンライン化が進むことで当社の事業機会の拡大が見込まれる。



※当市場規模は、外部調査機関により2万人を対象にしたアンケート調査をもとに推計。

[百万円]

	前連結会計年度 (2018年9月末)	当第2四半期 連結累計期間 (2019年3月末)	前期末比
流動資産	6,090	5,330	△759
固定資産	4,114	4,236	+122
総資産	10,204	9,567	△637
流動負債	3,258	2,990	△268
固定負債	4,912	4,926	+14
純資産	2,033	1,650	△383
自己資本比率	19.9%	17.3%	△2.7%

[百万円]

	前第2四半期 連結累計期間 (2018年3月末)	当第2四半期 連結累計期間 (2019年3月末)
売上収益	1,126	3,557
売上原価	18	1,374
売上総利益	1,108	2,183
販管費	1,079	2,782
営業利益	29	△457
税引前四半期利益	22	△482
四半期利益	5	△385

- 会社名 シェアリングテクノロジー株式会社 [英文名] SHARINGTECHNOLOGY.INC
- 本社 〒450-6319 愛知県名古屋市中村区名駅1-1-1 JPタワー名古屋19階
- 東京オフィス 〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-2-2 丸の内二重橋ビル2階 (サブコープ内)
- TEL / FAX TEL : 052-414-5919 FAX : 052-526-2000
- 役員

代表取締役 共同経営者	篠 昌義	常勤監査役	鈴木 快
代表取締役 共同経営者	森吉 寛裕	非常勤監査役	善利 友一
取締役 会長	引字 圭祐	非常勤監査役	西本 俊介
取締役	植田 栄作		
社外取締役	浅井 啓雄		
社外取締役	松井 知行		
社外取締役	守山 慧		
- 資本金 6億7,459万円 (払込資本13億1,418万円) ※2019年3月末現在
- 従業員数 単体従業員数492名 (内アルバイト・パート304名)
連結従業員数656名 (内アルバイト・パート324名) ※2019年3月末現在
- 決算期 9月末
- 東証マザーズ 証券コード : 3989 (2017年8月3日上場)

本開示には、シェアテックグループに関連する予想・見通し・目標・計画等の将来的な見通しに関する事項が含まれており、これらは、本開示時点において入手可能な情報に基づく、本開示時点における予測等を基礎として作成されております。

また、これらの事項については、一定の前提・仮定が採用されており、かかる前提・仮定がシェアテックグループの経営陣の判断又は主観的な予測に過ぎないといったリスク及び不確実性が含まれております。

そのため、様々な要因によって、その後の実績、経営成績・財政状況等が、現時点での予測・見通し・目標・計画等とは異なる結果となる可能性がありますことをご承知ください。

また、将来において新たな情報や事象等が生じてかかる将来的な見通しに影響が出る場合であっても、シェアテックはかかる見通しを更新して公表する義務を負うものではありません。

本開示は、投資勧誘を目的としたものではなく、この情報に基づいて被ったいかなるトラブル、損害その他一切の損失についても、シェアテックは一切責任を負いません。投資に関する判断は、投資家の皆様ご自身の判断で行っていただきますようお願いいたします。