

SHARING TECHNOLOGY

シェアリングテクノロジー株式会社

2019年9月期 第3四半期 決算説明資料

1. エグゼクティブサマリー
2. 第3四半期業績概要
3. 業績予想の修正
4. 『暮らしのお困りごと』事業の進捗について
5. 補足資料

- ◆ **累計売上収益5,542百万円、営業損失579百万円**
- ◆ **株式売却未実施の可能性から業績予想を修正**
- ◆ **『暮らしのお困りごと』事業の経営指標は改善**
- ◆ **前年同期間比売上125%、事業限界利益124%**

第3四半期 業績概要

連結業績 第3四半期累計期間

第3四半期までの累計期間の売上収益は、『暮らしのお困りごと』事業について売上から収益性向上へ重点を移したことから、当初予想を下回り推移。投資事業は概ね計画通りに推移しており、連結で5,542百万円。営業利益は、累計期間で579百万円の営業損失。ただし、営業損失には子会社WEB事業の264百万円の損失及び、『暮らしのお困りごと』事業の先行投資258百万円を含む。

| | 2018年9月期 前3Q累計 | 2019年9月期 当3Q累計 | 前年同期間比 |
|------|-------------------|-------------------|--------|
| 売上収益 | 2,808百万円 | 5,542百万円 | 197% |
| 営業利益 | 820百万円 | △579百万円 | -% |
| 当期利益 | 790百万円 | △507百万円 | -% |

子会社取得に伴う
1,128百万円の
営業利益含む

先行投資258百万
子会社WEB264百万円
の営業損失含む

第3四半期期間の売上収益は、『暮らしのお困りごと』事業について梅雨明け遅延の影響があるものの、一定の成長を維持。第4四半期には、大きな成長が予想される。投資事業は概ね計画通り推移し、連結1,985百万円となった。営業利益は、子会社WEB事業の損失及び『暮らしのお困りごと』事業の先行投資を引き続き実施しており、121百万円の営業損失。

| | 2019年9月期 当第2四半期 | 2019年9月期 当第3四半期 | 2018年9月期 前第3四半期 | 前年同期間比 |
|------|--------------------|--------------------|--------------------|--------|
| 売上収益 | 1,786百万円 | 1,985百万円 | 1,681百万円 | 118% |
| 営業利益 | △186百万円 | △121百万円 | 791百万円 | -% |
| 当期利益 | △149百万円 | △122百万円 | 784百万円 | -% |

先行投資97百万
子会社WEB84百万円の
営業損失含む

子会社取得に伴う
1,128百万円の
営業利益含む

セグメント収益

WEB事業セグメントのうち、『暮らしのお困りごと』事業の売上収益は、前年同期間比139%で推移。子会社WEB事業は成長資金に大きく投資していることから、売上収益は大きく拡大したものの、損失を計上。投資事業は、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』事業 | 子会社WEB事業 | | | |
| 売上収益 | 2,649百万円 | 750百万円 | 2,143百万円 | — | 5,542百万円 |
| セグメント利益 | 65百万円 | △264百万円 | 126百万円 | △506百万円 | △579百万円 |
| 前期売上収益 | 1,911百万円 | 102百万円 | 793百万円 | — | 2,808百万円 |
| 前年同期間比 | 139% | 731% | 270% | —% | 197% |

業績予想の 修正

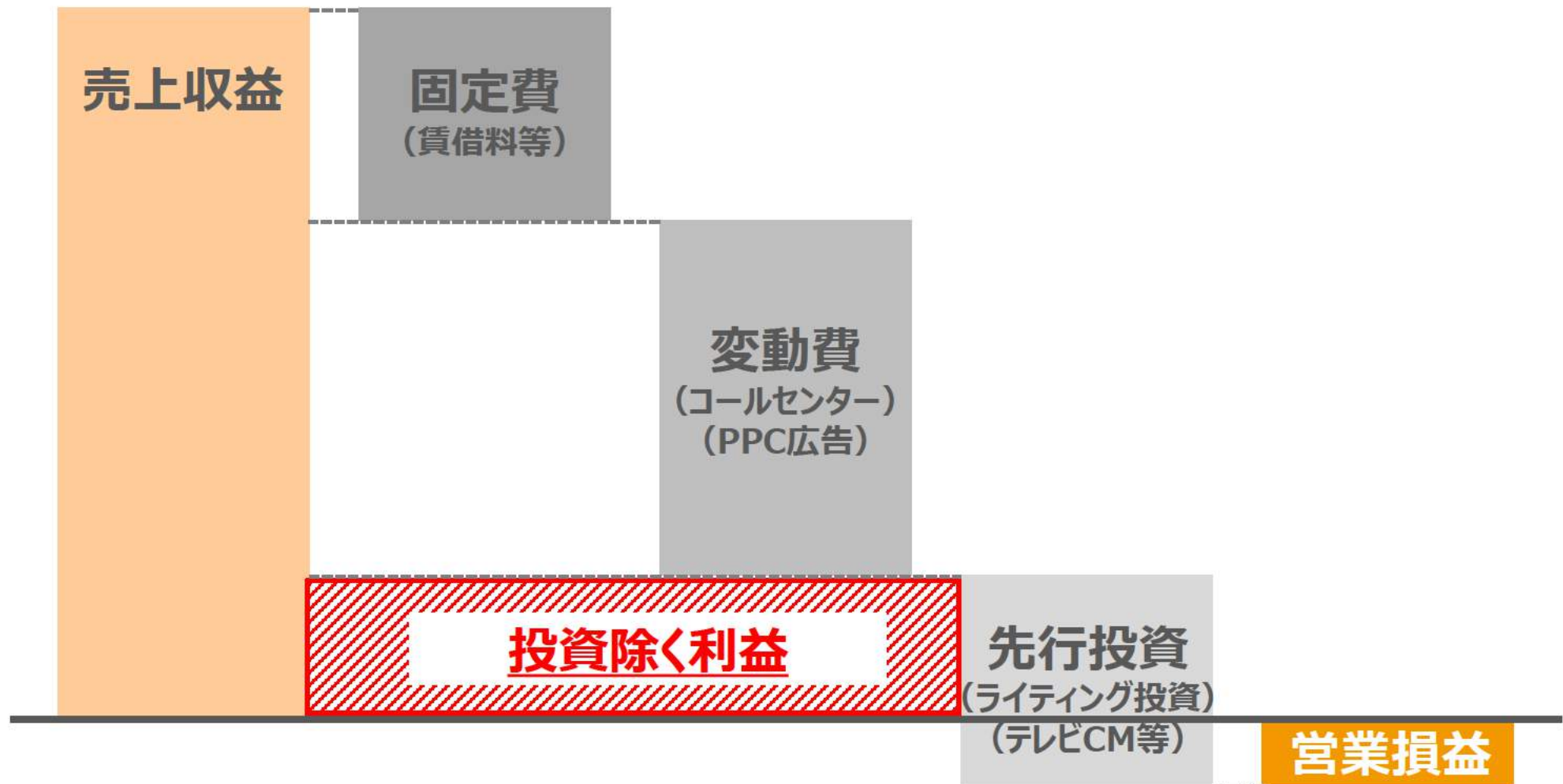
当期業績予想の修正について

業績予想を修正。売上収益は、第2四半期決算発表の通り、『暮らしのお困りごと』事業について収益性向上へ重点を移行したことから下方修正。営業利益については、子会社株式売却が今期末実施の可能性があることから修正。株式売却以外の利益水準については、概ね当初計画通りに着地する見込み。

| | 前回業績予想 (2018年11月公表) | 今回業績予想 (2019年8月公表) |
|------|------------------------|-----------------------|
| 売上収益 | 8,800百万円 | 7,766百万円 |
| 営業利益 | 1,700百万円 | △560百万円 |
| 当期利益 | 1,053百万円 | △520百万円 |

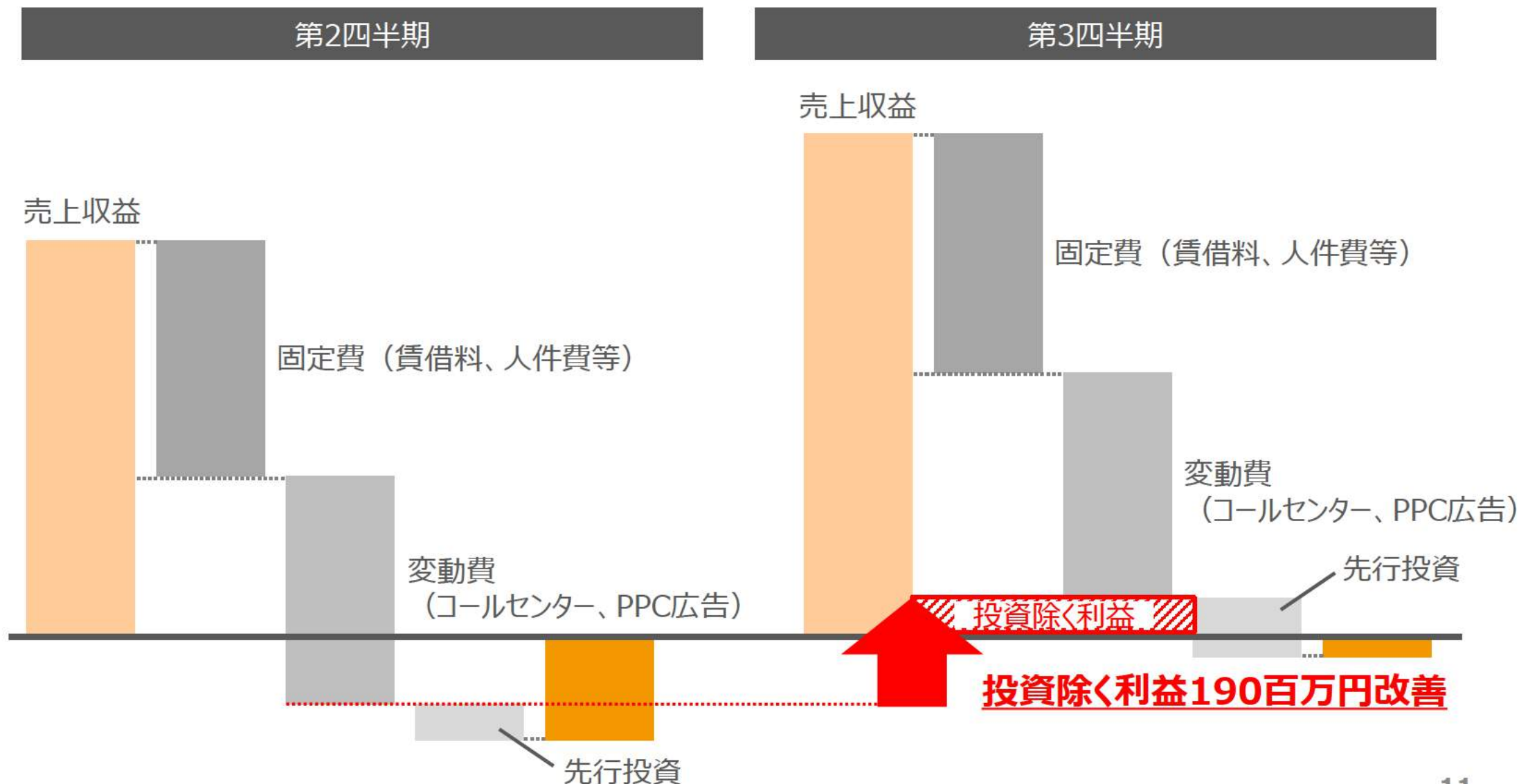
『暮らしのお困りごと』事業の収益の考え方

『暮らしのお困りごと』事業の費用は、賃借料や人件費（コールセンター除く）などの固定費、売上に比例して一定水準で増加する変動費のコールセンター人件費及び広告宣伝費（PPC広告）、将来の収益拡大のための先行投資として行っているライティング投資やテレビCM等の先行投資の費用に分けられる。先行投資を除く利益が現時点での実力値と言える。



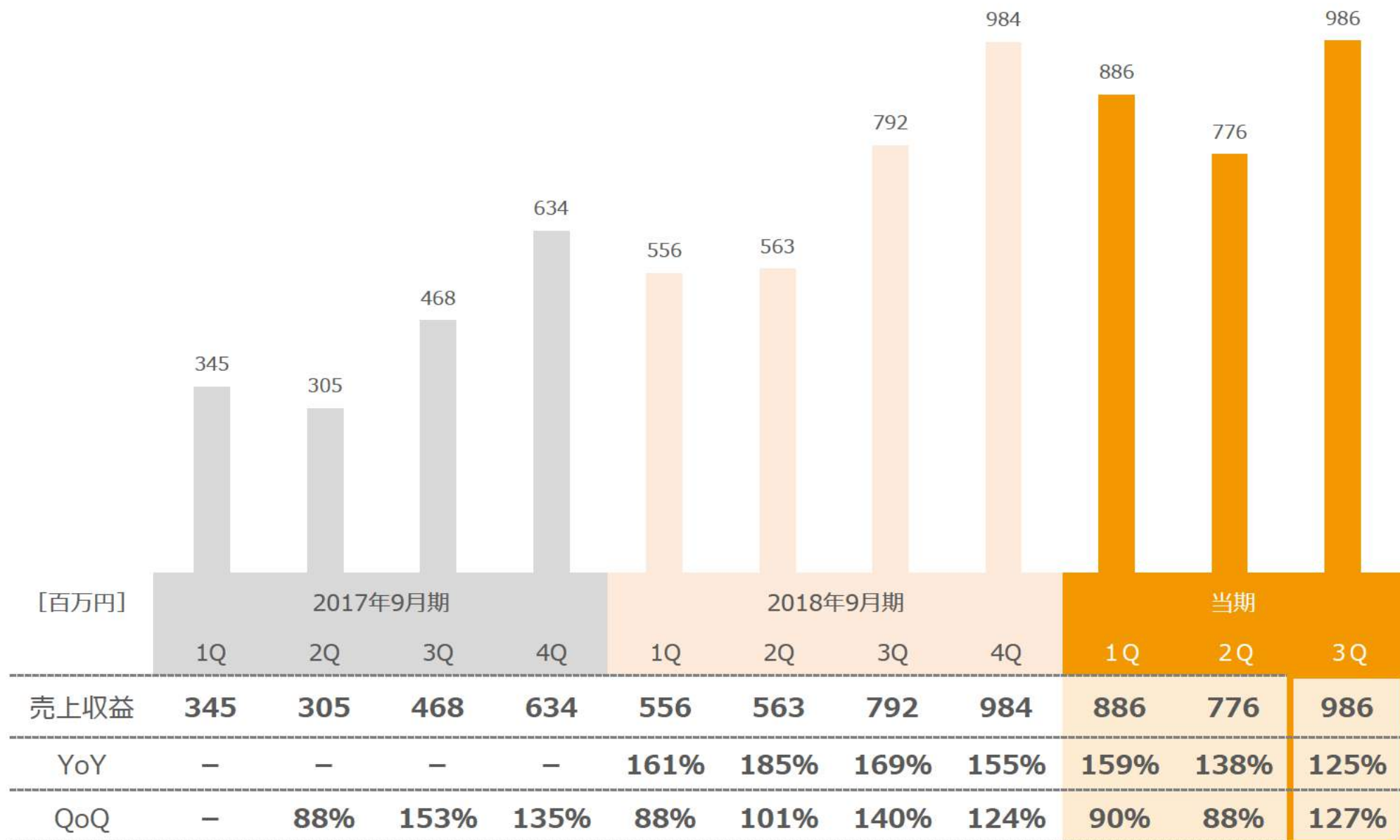
『暮らしのお困りごと』事業収益の四半期比較

固定費は、3Q以降のコントロールにより、現状の水準以上になることは当面ない。売上と連動して増減する変動費はそれぞれ適正と考える、売上対比広告宣伝費率（PPC広告）40%及び、売上対比コールセンター人件費率10%の水準まで改善、先行投資により赤字となっているが、投資除く利益は、確保できる体制構築が進んでおり、4Qより利益化を見込む。



『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は、収益性向上へ重点を移行した後も、YoY（前年同期間比）で125%と一定の成長率を維持。QoQ（直近四半期比）は、127%で推移。今後も前年同期比130%を目指す。



『暮らしのお困りごと』事業の今後の見通し

事業に関する、各数値の推移と今後の見込みについて。売上収益の増加に伴い、広告宣伝費及びコールセンター人件費は売上と同水準で増加する見込み。固定費は実数として、現状の水準より大きくなることはないため、売上増加に伴い、比率は低下する見込み。先行投資は、市場環境や事業戦略に大きく左右されるため現状では予測不能とするものの、スモールスタートを徹底する。

| [百万円] | 1Q | 2Q | 3Q | 今後の見通し |
|------------------|-------------|-------------|-----------|------------|
| 売上収益 | 886 (売上比) | 776 (売上比) | 986 (売上比) | ↑ 継続的に成長 |
| 広告宣伝費 (PPC広告) | 403 (46%) | 356 (46%) | 339 (34%) | ↑ 売上比で増加 |
| コールセンター 人件費 | 82 (9%) | 90 (12%) | 103 (11%) | ↑ 売上比で増加 |
| 固定費 (その他販管費) | 501 (57%) | 465 (60%) | 487 (49%) | → 一定水準 |
| 投資除く利益 | △101 (△11%) | △136 (△18%) | 54 (6%) | ↑↑ 加速度的に増加 |
| 先行投資 | 89 (10%) | 71 (9%) | 97 (10%) | 戦略的に対応 |
| 営業損益 | △190 (△22%) | △207 (△27%) | △42 (△4%) | 投資金額に応じて変化 |

『暮らしのお困りごと』 事業の進捗について

『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（PPC広告）及びコールセンター人件費を引いた指標を「事業限界利益」と設定。第3四半期からの各種施策により、拡大トレンドとなっている。なお、梅雨明け遅れたものの、7月の速報値は各指標大きく伸長しての着地が見込まれる。

『暮らしのお困りごと』
事業限界利益

=

『暮らしのお困りごと』
事業売上収益

-

広告宣伝費
(PPC広告)

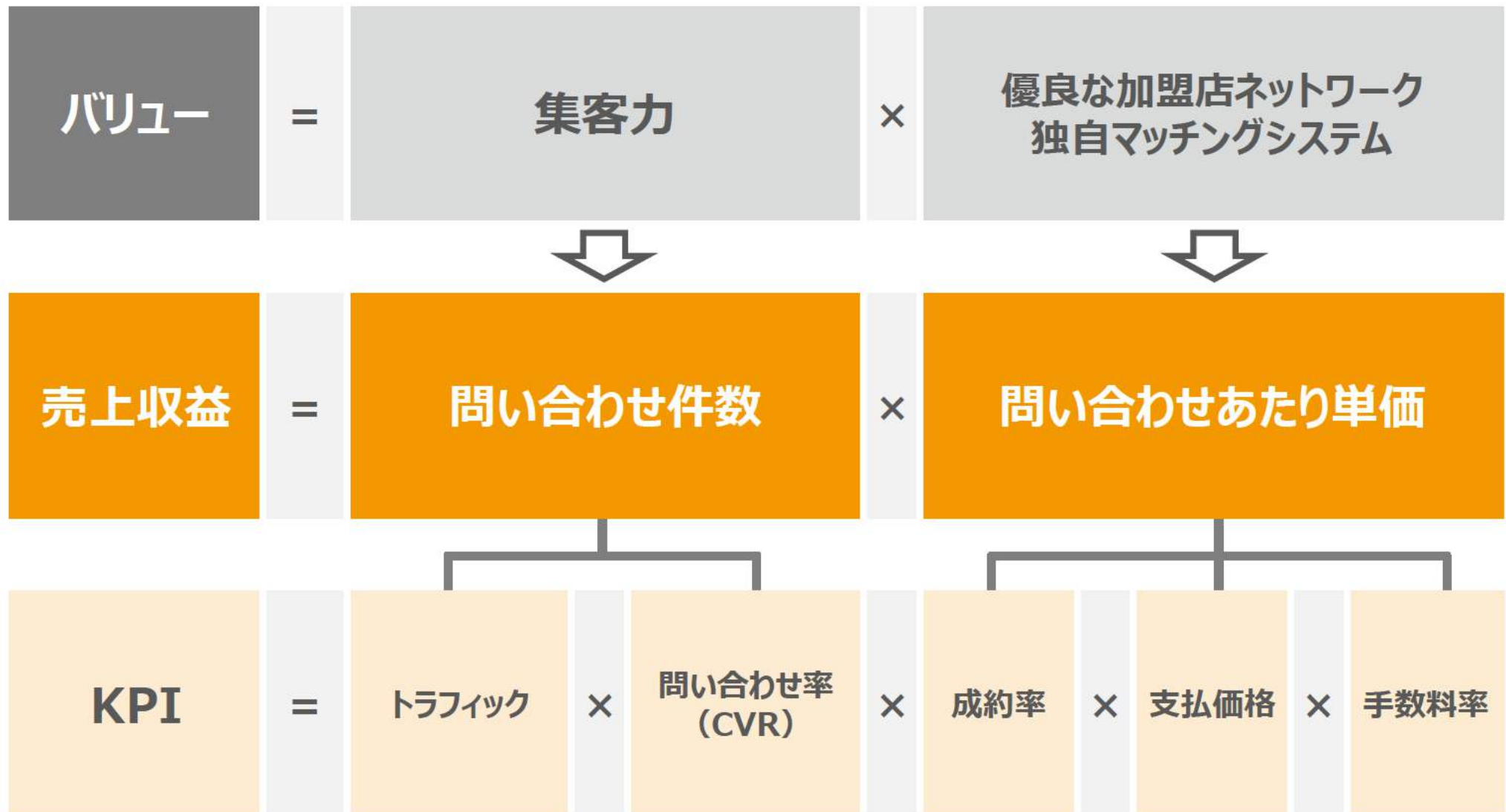
-

コールセンター
人件費

| [百万円] | 前期1Q | 前期2Q | 前期3Q | 前期4Q | 当期1Q | 当期2Q | 当期3Q | 7月速報値 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 売上収益 | 556 | 563 | 792 | 984 | 886 | 776 | 986 | 387 |
| 広告宣伝費 (PPC広告) | 203 | 205 | 287 | 445 | 403 | 356 | 339 | 130 |
| コールセンター 人件費 | 44 | 45 | 67 | 80 | 82 | 90 | 103 | 26 |
| 事業限界利益 | 308 | 312 | 436 | 459 | 400 | 329 | 542 | 230 |
| 事業限界利益 売上比率 | 55.5% | 55.5% | 55.2% | 46.6% | 45.1% | 42.5% | 55.0% | 59.3% |

※7月速報値については、監査前の数値です。

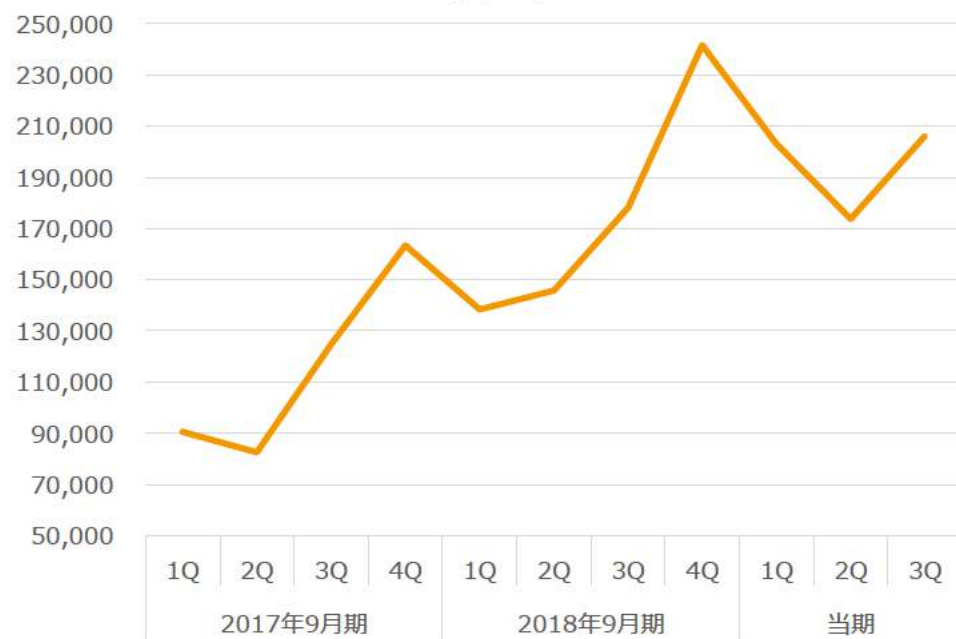
当社の価値根源（バリュー）は、集客力と集客したお客様のお困りごとを解決するマッチングシステム及び優良な加盟店とのネットワークと定義。それぞれ問い合わせ件数及び問い合わせあたり単価の数値として表され、さらに分解したKPI管理を行っている。



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、引き続き更なる拡大を見込む。



問い合わせ件数推移
(件数)



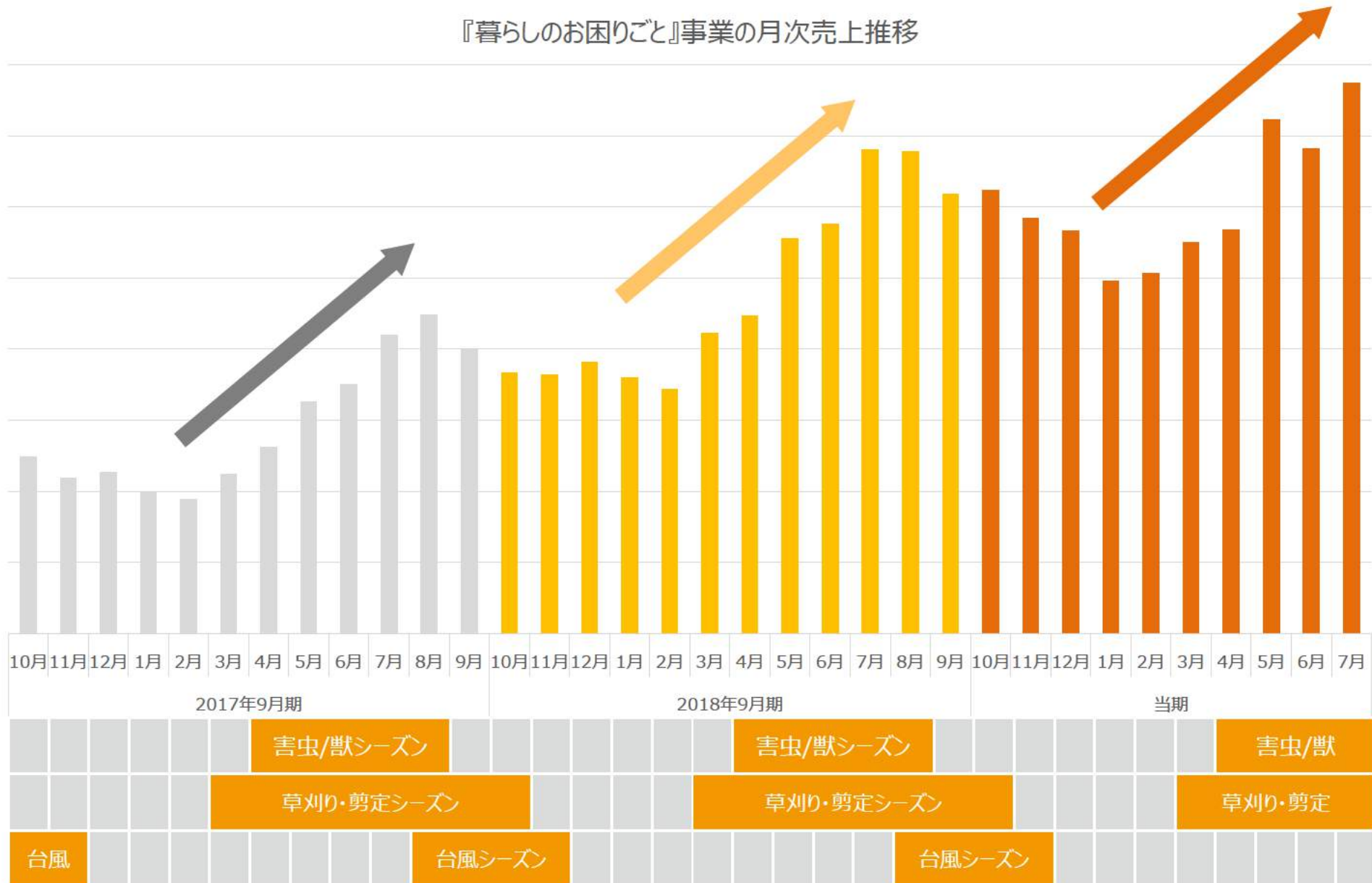
問い合わせあたり単価推移
(2017年1Qを100として)



『暮らしのお困りごと』事業の月別売上推移

シーズナリティにより、月ごとでは増減があるものの、前年対比では、一貫して増収傾向であり、今後もトレンドを維持させていく。

『暮らしのお困りごと』事業の月次売上推移



ライティング投資による収益貢献

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。

| | ライティング投資 ブランディング施策のための投資 | |
|------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| 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 |
| 広告宣伝費率 (PPC広告) | なし | 4割程度 |
| コールセンター 人件費率 | 1割程度 | 1割程度 |
| 『暮らしのお困りごと』 事業限界利益率 | 最大9割 | 5割程度 |

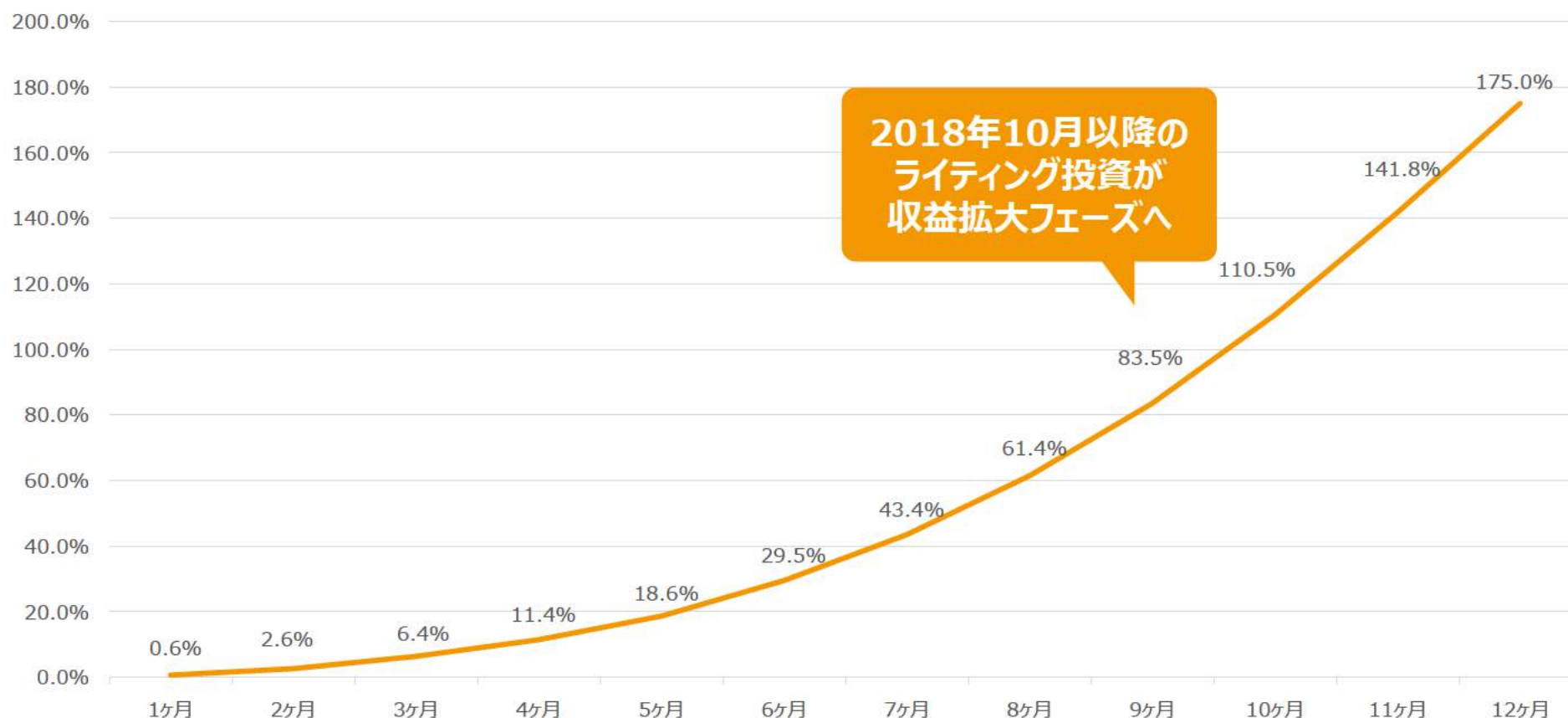
ライティングへの先行投資の効果が現れ始め、ポータルサイト『生活110番』への流入が増加。『暮らしのお困りごと』事業の売上収益の内、『生活110番』が占める割合は順調拡大している。



ライティング投資の総量が多くなっていることから、回収率が低下しているが、一定の収益性は維持。また、ライティング業務の効率化により、記事あたりの制作コスト低減が進むことで収益性は維持可能。引き続き効果を観測しながら資金投下を行っていく。

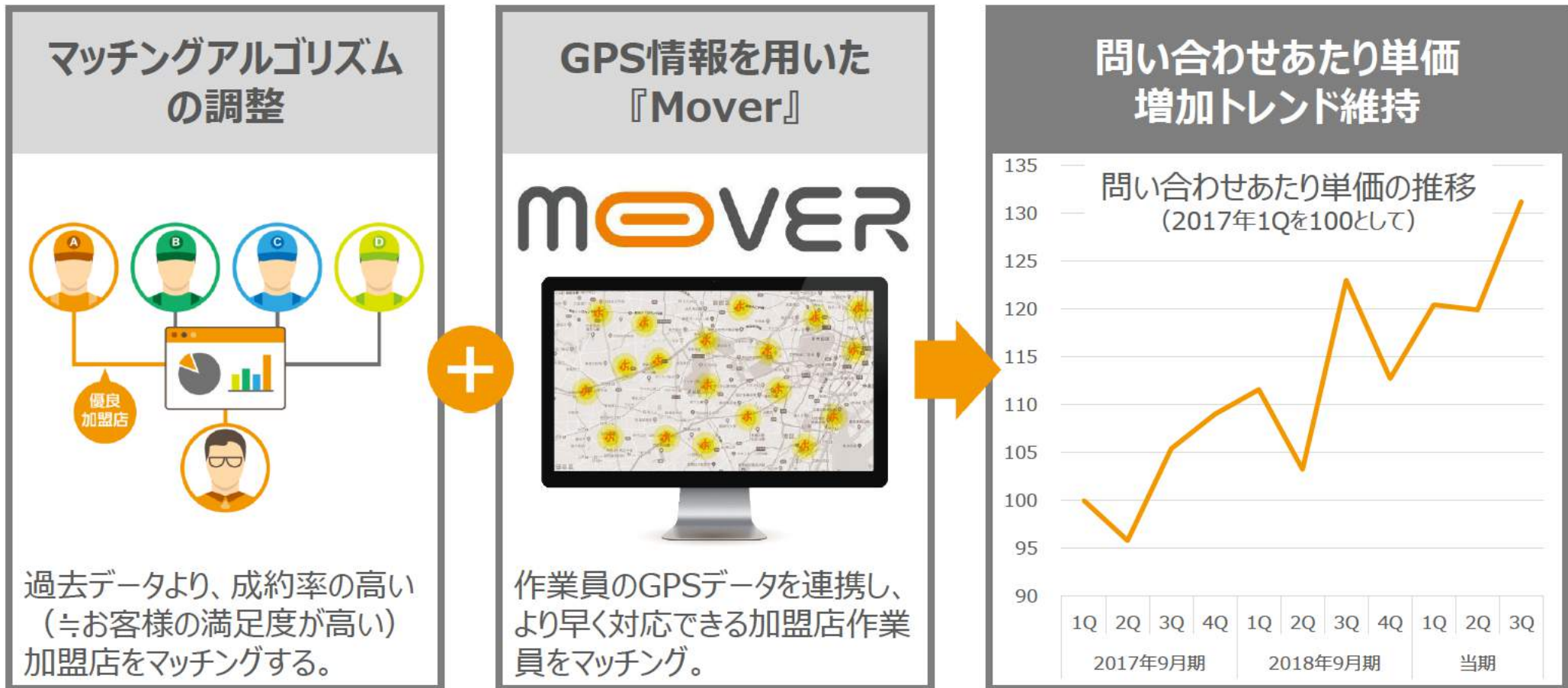
$$\text{ライティング投資の回収率} = \frac{\text{該当記事から流入した売上}}{\text{該当記事制作にかかったコスト}}$$

ライティング投資の回収率推移



問い合わせあたり単価向上のための施策

第3四半期はシーズンリティの影響（単価の大きなジャンルが当四半期に集中している）が大きいが、マッチングアルゴリズムの調整及び、新システム『Mover』の効果により、問い合わせあたり単価の増加トレンドを維持。前年同様に、一時的に下がる可能性はあるものの、引き続き優良加盟店とのネットワークを強化することで、増加トレンドの維持を見込む。



第4四半期以降は、売上収益は、主要ジャンルのシーズナリティによる売上増加が予想されるのと同時に、変動費の適正化及び固定費のコントロールにより、健全な収益体制へ移行見込み。また来期以降も、売上収益の目標を前年対比130%とし、継続的に事業の拡大を目指す。

- ◆ シーズン突入による売上貢献
- ◆ 変動費の適正化実現による収益性向上
- ◆ 固定費コントロールにより、一定金額維持



**売上収益は継続的に前年対比130%を目指し、
変動費率、固定費額を維持し収益性確保する**

リスティング運用による成長に加え、ブランディング投資によるオーガニック流入、事業提携による集客力強化を目指す。また、あらゆる暮らしのお困りごとに対応できるよう、随時ジャンルの追加と見直しを行う。

ブランディング ～『生活110番』～

生活110番

TVCM
オンエア中!



- ・テレビCM、新聞折り込み等のマス向けの広告、リアルイベント
- ・ブランディングによる自然流入増

流入経路拡大 ～他業種との事業提携～



- ・他業種との事業提携 (株) オプテージ様との事例等
- ・金融業など多業種へ拡大

新ジャンルの追加 ～将来の主力候補ジャンル～



- ・加盟店の現場お客様ニーズヒアリングより新規ジャンルの追加
- ・WEB解析による新ジャンル模索

お客様のため、加盟店様と共に事業を創るということを目指し、当社のネットワーク拡大と増強を行っております。お客様の紹介を基盤として、更に加盟店様が拡大できるよう、事業を支援して参ります。当取り組みを行う中で、加盟店との連携が事例として記事掲載されましたので、一部ご紹介します。朝日新聞デジタル（2019年7月23日）より



東京の品川区を拠点にカギの仕事をする「LIMO（リモ）」。8年前に始めたのですが仕事がなく、シェアテック社のサービスに加盟しました。技術や接客マナーを磨くと仕事がどんどん回ってきました。いまや九州、関西、東海に対応エリアが広がります。「カギの防犯性は日進月歩。何とか追いつけているのは、売り上げ増でカギの進化に対応する設備投資ができています」と社長の長谷川成貴さん（34）。

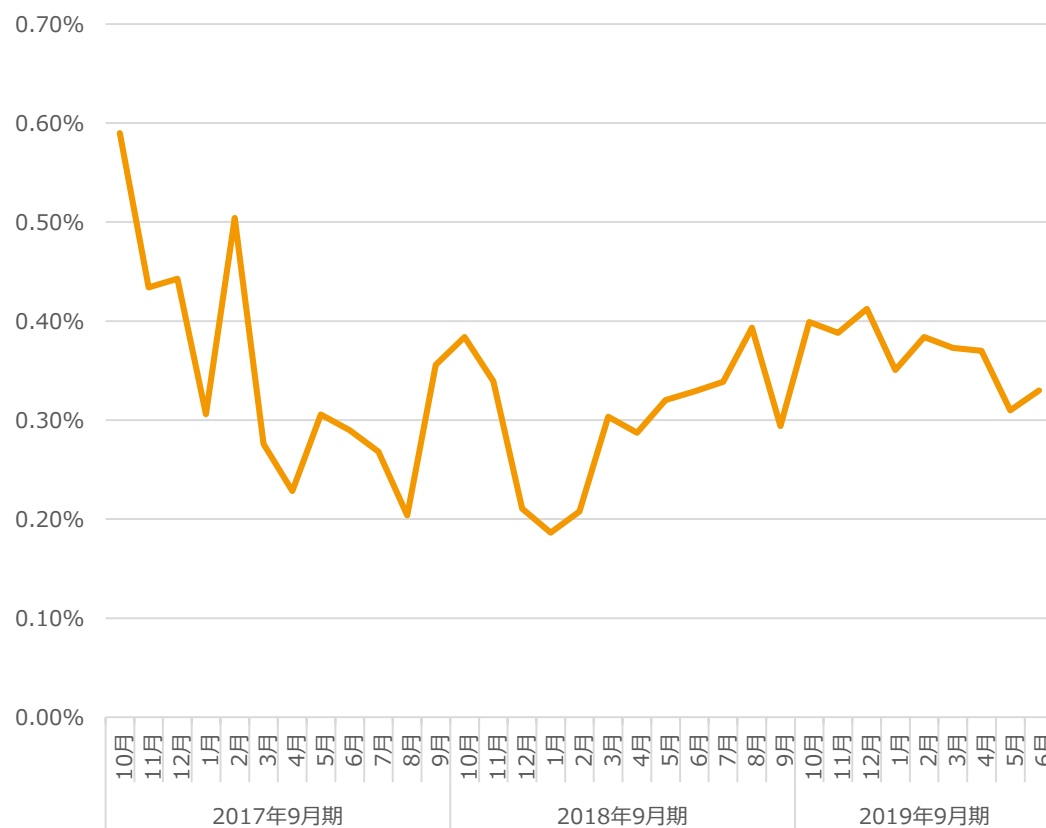
最近増えている困りごと、そのひとつが盗聴器発見です。その仕事をしている大阪市の「Reワーク」。もともとはカギとガラスの仕事から始め、シェアテック社からの助言を受け、水回りなど、分野を拡大してきました。社長の井上誠吾さん（28）は、言います。「盗聴器のチェックは、お客様の家の中に入らなくてはなりません。シェアテック社に加盟して培ってきた信頼が物を言っています」



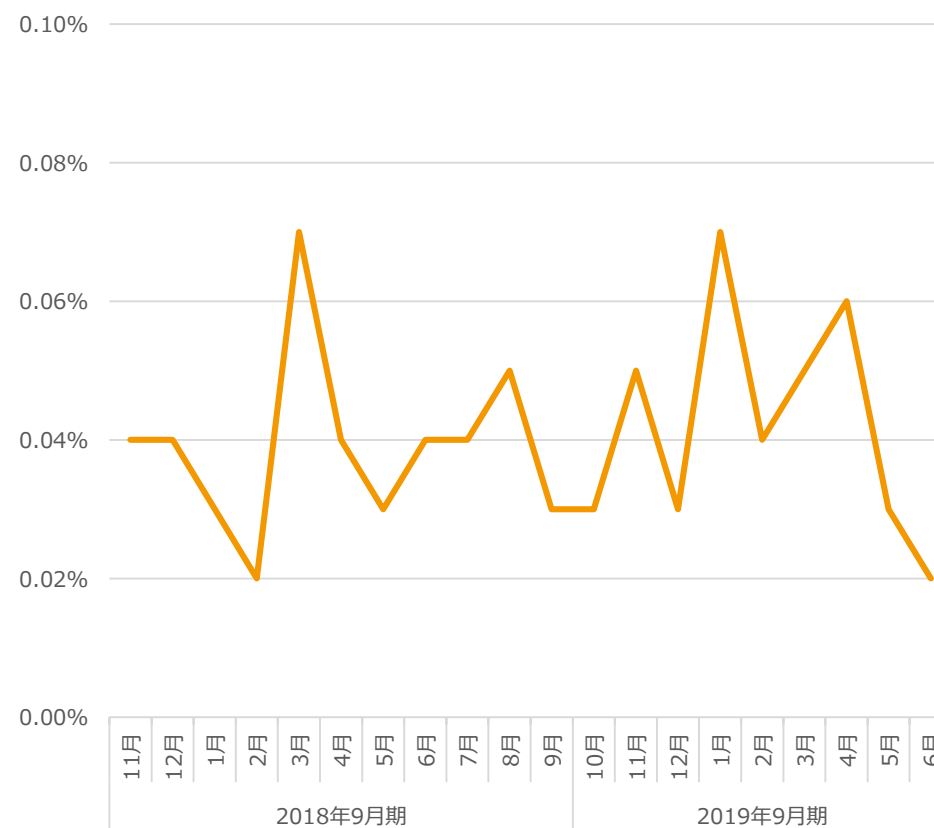
奈良県の「さくらペットセレモニー」。ハムスターから大型犬まで。火葬炉を入れたトラックで関西ならどこにでも駆けつけます。統括マネジャーの下村正秋さん（45）は高校生のとき、飼っていた猫のミーちゃんを交通事故で亡くしました。当時はペット葬儀など考えられず、庭に埋めました。「今も悲しみを引きずっていません。遺族の心に、とことん寄り添いたい」

お客様からのクレーム率及び加盟店様からのクレーム率共に低値に推移している。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、加盟店様からも使いやすいプラットフォームを目指し、加盟店様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



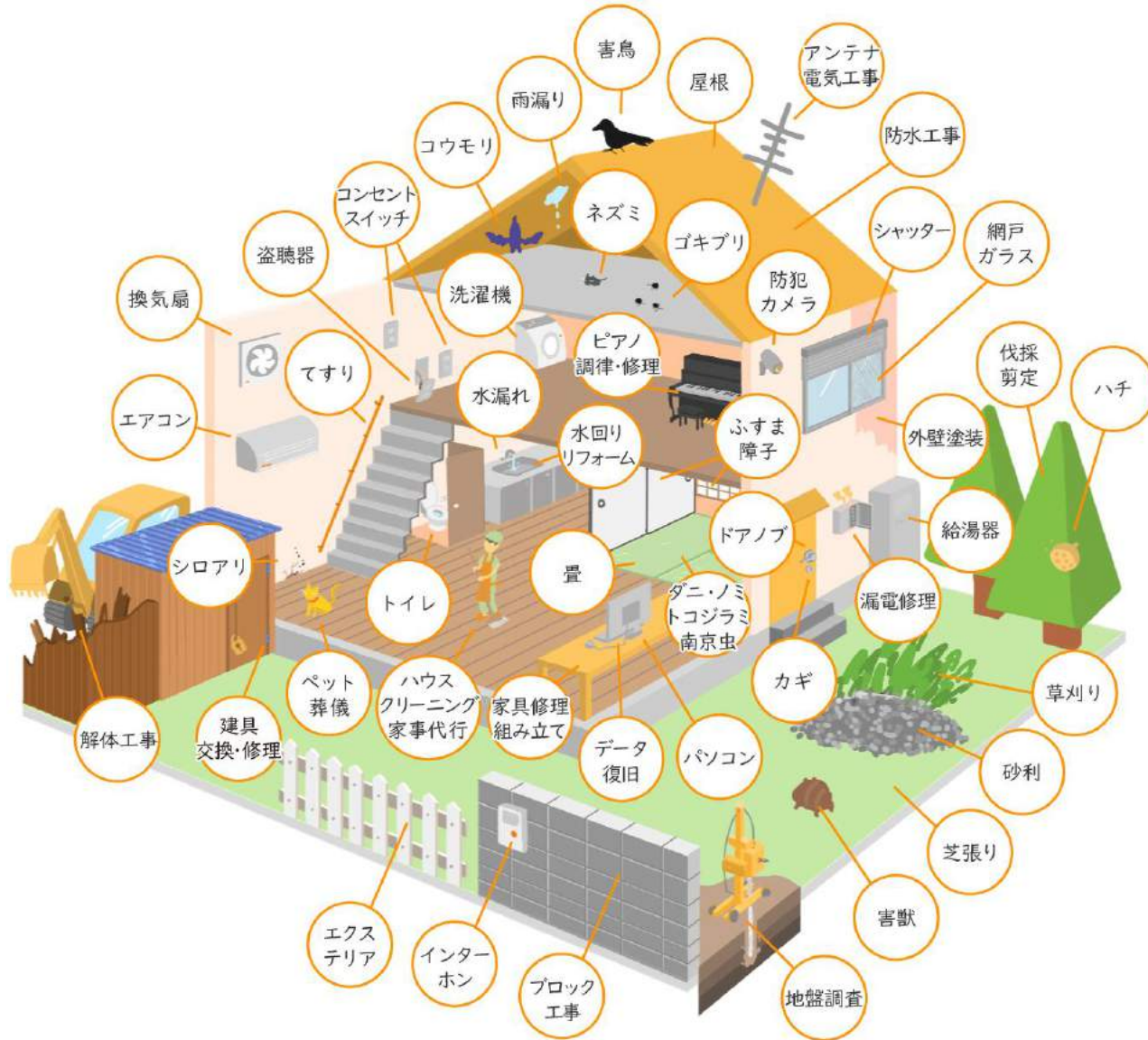
加盟店クレーム率推移



補足資料

『暮らしのお困りごと』を解決

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3,600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
3,600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

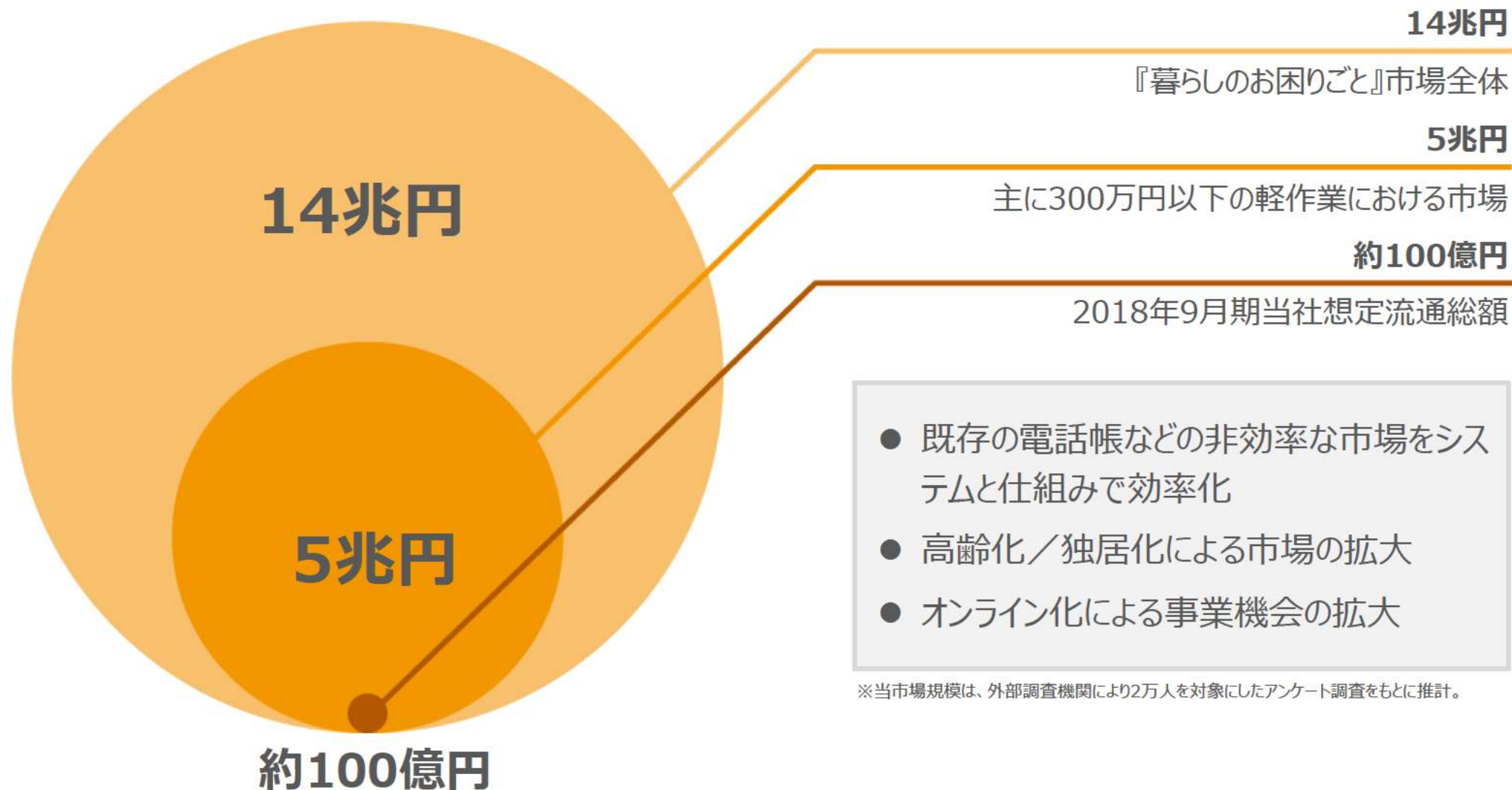
各サイト1ジャンル／主にリスティング流入

収益の流れ

『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施工希望日時から適切な加盟店をマッチングし、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）

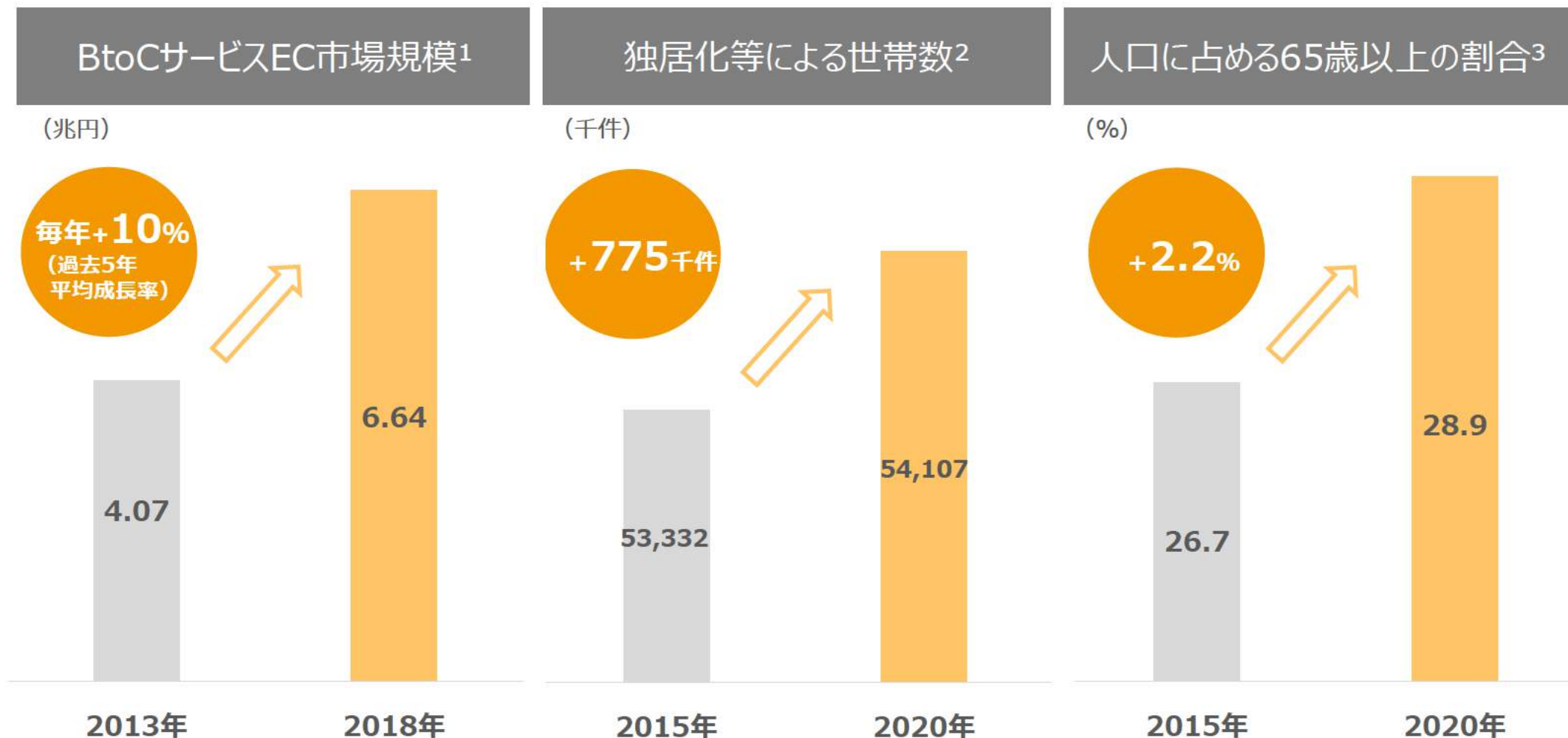


『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものは5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、更なる市場拡大が見込まれる。また、大半がオフラインでの集客となっており、オンライン化が進むことで当社の事業機会の拡大が見込まれる。



※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。

高齢化や独居化に世帯数の増加やサービスECの普及等が、『暮らしのお困りごと』市場を拡大させる要因に。



- 1 経産省「我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」
- 2 国立社会保障・人口問題研究所『日本の世帯数の将来推計(全国推計)』(2018(平成30)年推計)」
- 3 総務省統計局「統計トピックスNo.113 統計からみた我が国の高齢者－「敬老の日」にちなんで－」

[百万円]

| | 前連結会計年度 (2018年9月末) | 当第3四半期 連結会計期間 (2019年6月末) | 前期末比 |
|--------|-----------------------|--------------------------------|--------|
| 流動資産 | 6,090 | 4,749 | △1,340 |
| 固定資産 | 4,114 | 4,248 | 133 |
| 総資産 | 10,204 | 8,997 | △1,206 |
| 流動負債 | 3,258 | 3,000 | △257 |
| 固定負債 | 4,912 | 4,480 | △432 |
| 純資産 | 2,033 | 1,517 | △516 |
| 自己資本比率 | 19.9% | 16.9% | △3.0% |

[百万円]

| | 前第3四半期 連結累計期間 (2018年6月末) | 当第3四半期 連結累計期間 (2019年6月末) |
|----------|--------------------------------|--------------------------------|
| 売上収益 | 2,808 | 5,542 |
| 売上原価 | 711 | 2,111 |
| 売上総利益 | 2,096 | 3,431 |
| 販管費 | 2,397 | 4,155 |
| 営業利益 | 820 | △579 |
| 税引前四半期利益 | 815 | △615 |
| 四半期利益 | 790 | △507 |

- 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19F
- 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 | 植田 栄作 | 非常勤監査役 | 西本 俊介 |
| 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 6億7,468万円 (払込資本13億1,437万円) ※2019年6月末現在
- 従業員数 単体従業員数477名 (内アルバイト・パート250名)
連結従業員数648名 (内アルバイト・パート272名) ※2019年6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。