

SHARING TECHNOLOGY

シ エ ア リ ン グ テ ク ノ ロ ジ ー 株 式 会 社

2020年9月期 第3四半期 決算説明資料

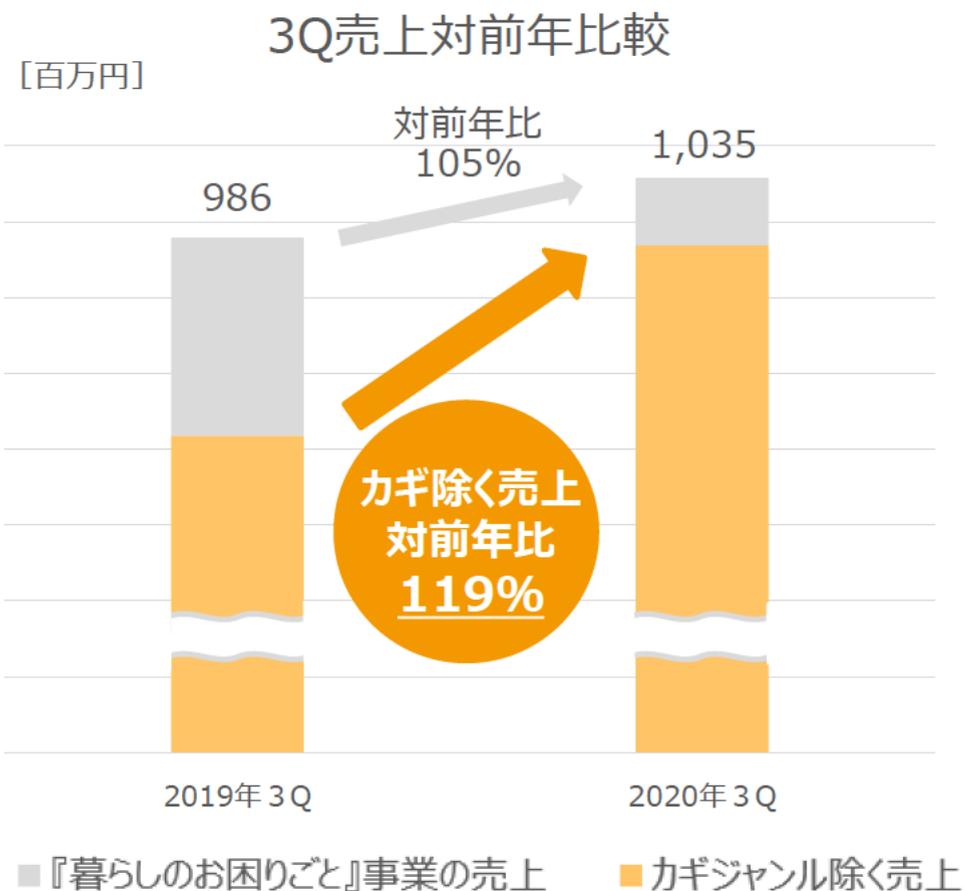
- ◆ 『暮らしのお困りごと』事業の一部ジャンルにおいて
コロナの影響あるも、対前年比売上増
- ◆ 中長期的な成長のため特定子会社4社を全て流動化
『暮らしのお困りごと』事業に集中できる体制へ
- ◆ 『暮らしのお困りごと』事業の通期業績見通し
売上収益4,100百万円／営業利益450百万円

1. **新型コロナウイルス感染症拡大の影響**
2. **子会社の流動化**
3. **第3四半期の業績及び通期業績の見通し**
4. **『暮らしのお困りごと』事業の進捗**
5. **補足資料**

新型コロナウイルス 感染症拡大の影響

新型コロナウイルス感染症拡大の影響

第3四半期における新型コロナウイルス感染症拡大の『暮らしのお困りごと』事業への影響は、売上収益は、「カギ」ジャンルにおいて外出や宴会自粛等の影響を強く受けたにもかかわらず増収。「カギ」ジャンルへの影響を除けば、第2四半期同様、対前年比119%と堅調に推移。投資事業は、海外留学サービスサイトを運営するリアブロードにおいて影響が出るも、第4四半期からは非継続事業に分類される予定のため、通期の連結売上収益・営業利益へ影響はない見込み。



- ◆ 「カギ」ジャンルはコロナによる外出や宴会自粛の影響を強く受ける
- ◆ コロナの影響あるも対前年比売上増
- ◆ コロナの影響を強く受けた「カギ」ジャンルを除いた売上は対前年比119%とほぼ想定内（2Qは対前年比118%）

子会社の流動化

子会社の流動化について

2020年9月期よりシェアテックは、中長期的な視点で企業価値の最大化を図るため、『暮らしのお困りごと』事業以外の子会社の流動化を推進。2020年3月の名酒コンサルタント、6月の電子プリント工業に続き、塩谷硝子、リアブロードについても流動化を決定。これにより、第4四半期には特定子会社4社全ての流動化が完了し、2021年9月期以降、売上収益・営業利益は、『暮らしのお困りごと』事業単独となる見込み。来期以降『暮らしのお困りごと』事業に集中する。

シェアリングテクノロジーグループ

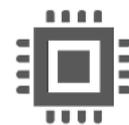
SHARINO
TECHNOLOGY

今期末までに子会社の
流動化完了見込み
『暮らしのお困りごと』事業に
集中する体制へ

子会社



名酒コンサルタント
20年3月流動化完了



電子プリント工業
20年6月流動化完了



塩谷硝子
20年9月流動化予定



リアブロード
20年8月流動化予定

IFRS継続事業の分類

投資事業に分類されていた電子プリント工業と塩谷硝子は、第3四半期よりIFRSに従い非継続事業に分類。これにより、売上収益及び営業利益は非継続事業を除いた継続事業の金額を表示しており、前年同期実績も同様に組替を行っている。特定子会社をすべて流動化したことにより、第4四半期からは投資事業は全て非継続事業となる見込み。

20年9月期 第2四半期	継続事業（売上収益及び営業利益の適用範囲）		非継続
	『暮らしのお困りごと』事業	投資事業	
	バーティカルメディアサイト ポータルサイト『生活110番』等	リアブロード 電子プリント 塩谷硝子	名泗コンサル 民泊型ホテル



20年9月期 第3四半期 (現時点)	継続事業	投資事業	非継続事業
	『暮らしのお困りごと』事業		
	バーティカルメディアサイト ポータルサイト『生活110番』等	リアブロード	電子プリント工業 塩谷硝子 名泗コンサルタント 民泊型ホテル事業



20年9月期末 以降 (見込み)	継続事業	非継続事業
	『暮らしのお困りごと』事業	
	バーティカルメディアサイト ポータルサイト『生活110番』等	リアブロード 電子プリント工業 塩谷硝子 名泗コンサルタント 民泊型ホテル事業

第3四半期の業績 及び 通期業績の見通し

連結業績 第3四半期累計期間

第3四半期累計期間の売上収益は、『暮らしのお困りごと』事業の「カギ」ジャンルへの新型コロナウイルス感染症の影響はあるものの、増収基調を維持。営業利益は、投資事業のリアブロードが新型コロナウイルス感染症の影響を受けたものの、『暮らしのお困りごと』事業が211百万円と大幅に改善し、合計では83百万円の黒字。なお、第3四半期より電子プリント工業と塩谷硝子を非継続事業に分類したことにより、売上収益及び営業利益は非継続事業を除いた継続事業の金額を表示しており、前年同期実績も同様に組替を行っている。

		2020年9月期3Q累計			2019年9月期 3Q累計
		『暮らしのお困りごと』 事業	投資事業	合計	
継続事業	売上収益	2,856百万円	654百万円	3,510百万円	3,399百万円
	営業利益	211百万円	△127百万円	83百万円	△705百万円
	当期利益	—	—	43百万円	△586百万円
	(非継続事業当期利益)	—	—	(△1,353百万円)	(78百万円)
	当期利益	—	—	△1,309百万円	△507百万円

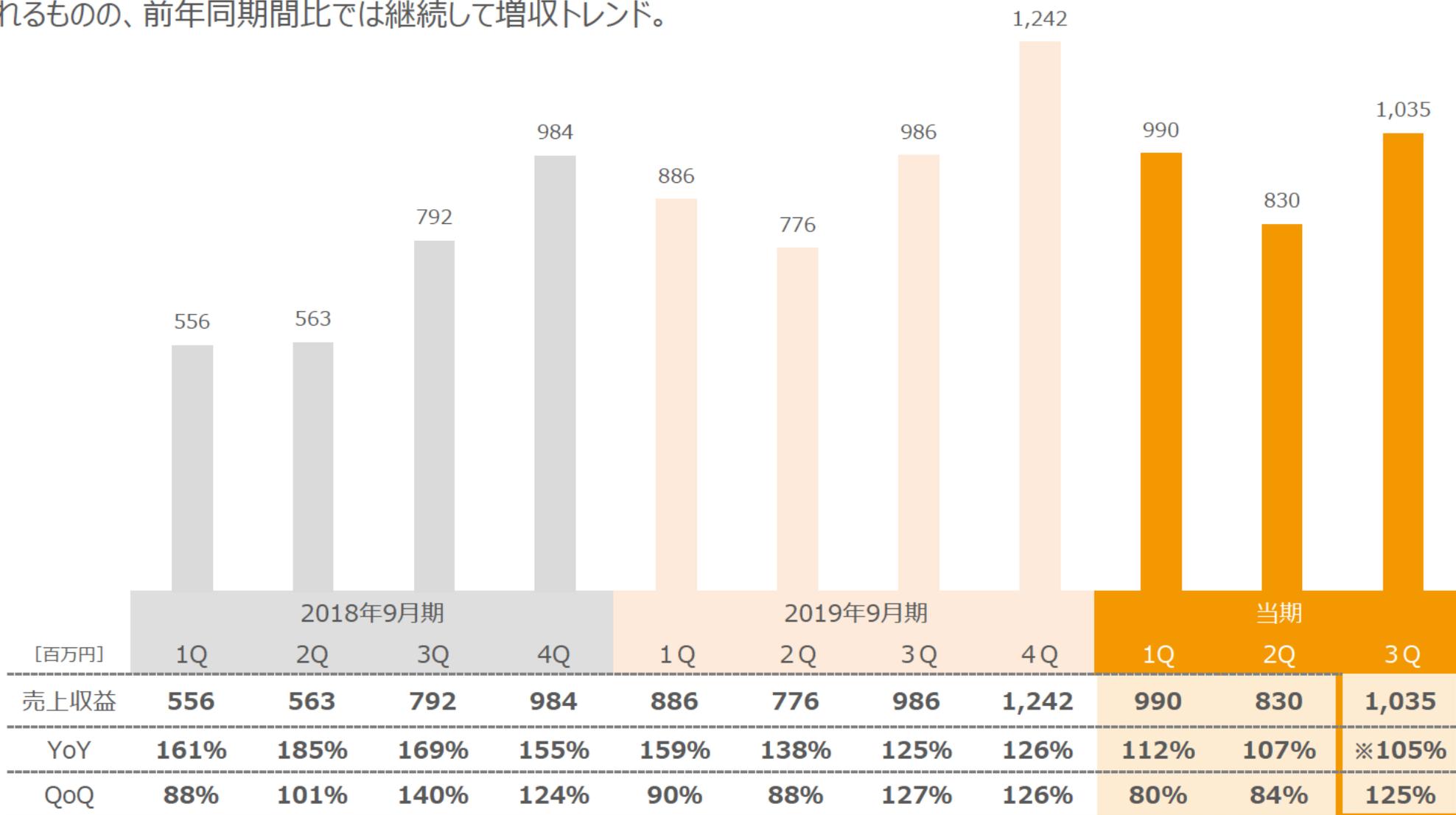
連結業績 第3四半期会計期間

第3四半期会計期間の売上収益は、「カギ」ジャンルへの新型コロナウイルス感染症の影響が本格化したものの、『暮らしのお困りごと』事業は増収を確保。但し、リアブロードが新型コロナウイルス感染症の影響を受けたことによる減収により、合計では前年割れ。営業利益は、『暮らしのお困りごと』事業が順調に推移し、106百万円で着地するも、リアブロードの影響により全体では2百万円の黒字。なお、非継続事業の当期利益には、電子プリント工業の株式譲渡損、塩谷硝子の減損等を含む。

		2020年9月期第3四半期			2019年9月期 第3四半期
		『暮らしのお困りごと』 事業	投資事業	合計	
継続事業	売上収益	1,035百万円	16百万円	1,051百万円	1,314百万円
	営業利益	106百万円	△104百万円	2百万円	△129百万円
	当期利益	—	—	△36百万円	△122百万円
(非継続事業当期利益)		—	—	(△893百万円)	(0百万円)
当期利益		—	—	△929百万円	△122百万円

『暮らしのお困りごと』事業の売上推移

第3四半期の『暮らしのお困りごと』事業の売上収益は、YoY（前年同期間比）で105%と引き続き成長トレンドを維持。QoQ（直近四半期比）は、シーズンリティの影響もあり125%で推移。新型コロナウイルス感染症の影響は、引き続き見込まれるものの、前年同期間比では継続して増収トレンド。



※「カギ」ジャンルの売上を除いた場合、YoYで119%

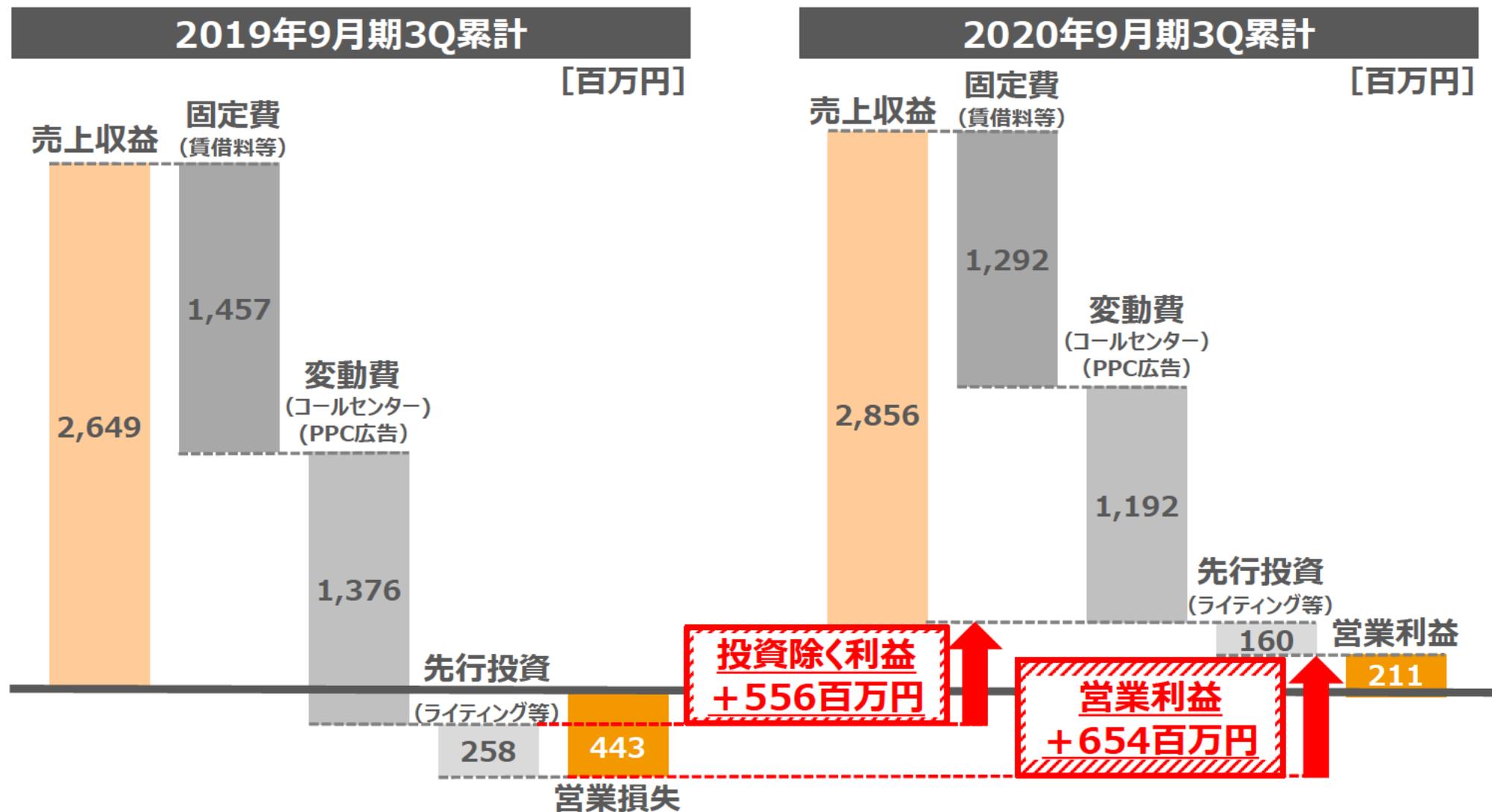
『暮らしのお困りごと』事業の指標推移

収益性に注力を開始した前第3四半期以降は、各施策の効果により、広告宣伝費（PPC広告）、コールセンター人件費ともに売上比率で大きく良化。固定費については売上収益が増加しているものの一定水準を維持。結果、投資除く利益及び営業利益は順調に推移しており、当第3四半期も想定通り黒字を確保。

[百万円]	2019年9月期				2020年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上収益	886	776	986	1,242	990	830	1,035
広告宣伝費 (PPC広告)	403 (46%)	356 (46%)	339 (34%)	412 (33%)	317 (32%)	276 (33%)	364 (35%)
コールセンター 人件費	82 (9%)	90 (12%)	103 (11%)	91 (7%)	80 (8%)	75 (9%)	76 (7%)
固定費 (その他販管費)	503 (57%)	465 (60%)	487 (49%)	469 (38%)	436 (44%)	424 (51%)	431 (42%)
投資除く利益	△103 (-%)	△136 (-%)	54 (6%)	269 (22%)	155 (16%)	52 (6%)	163 (16%)
先行投資 (ライティング等)	89 (10%)	71 (9%)	97 (10%)	96 (8%)	53 (5%)	50 (6%)	56 (5%)
営業利益	△192 (-%)	△207 (-%)	△42 (-%)	172 (14%)	101 (10%)	2 (0%)	106 (10%)

『暮らしのお困りごと』事業の収益イメージ前年比較

『暮らしのお困りごと』事業は、集客力及び収益性の強化、費用の適正化を進めた結果、営業利益が211百万円の黒字。前年同期間比で投資除く利益は556百万円増、営業利益は654百万円増と大幅に良化。今後も投資除く利益は着実な成長を見込む。なお、営業利益は、引き続き投資フェーズにあることから先行的な投資費用により変動する見込み。



『暮らしのお困りごと』事業の通期業績の見通しについて

最近の業績動向等を踏まえ、『暮らしのお困りごと』事業の通期売上収益見通しは、新型コロナウイルス感染症の影響はあるものの増収基調を維持し、4,100百万円。営業利益は、売上収益増加に伴い、450百万円の見込み。

なお、連結通期業績見通しについては、子会社株式の売却実行時期や売却損益による影響が予想されるため、未定。

『暮らしのお困りごと』事業の通期業績見通し

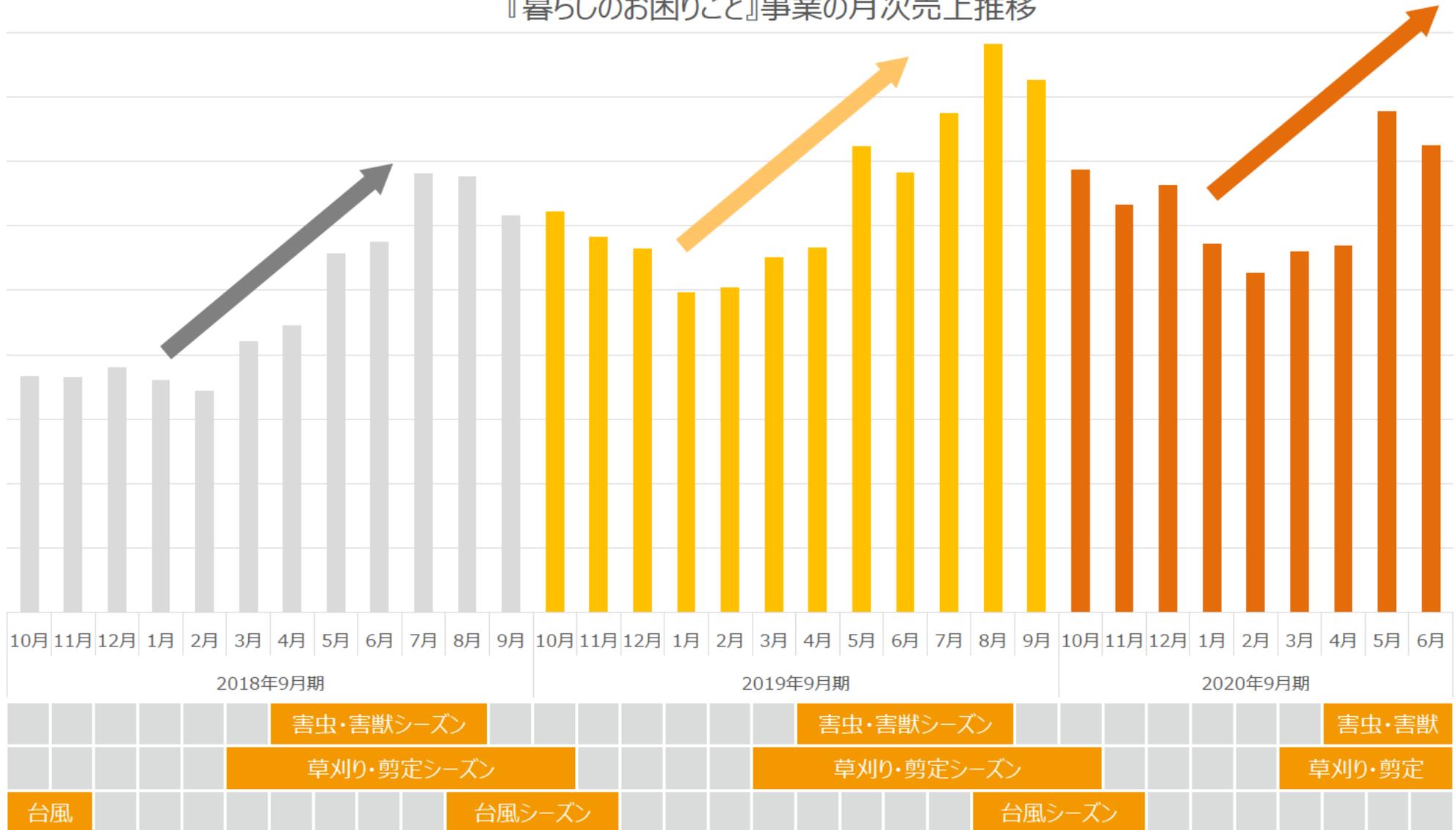
	今回業績見通し	前期通期業績	前年同期比
売上収益	4,100百万円	3,891百万円	+208百万円
営業利益	450百万円	△268百万円	+718百万円

『暮らしのお困りごと』 事業の進捗

『暮らしのお困りごと』事業の月別売上推移

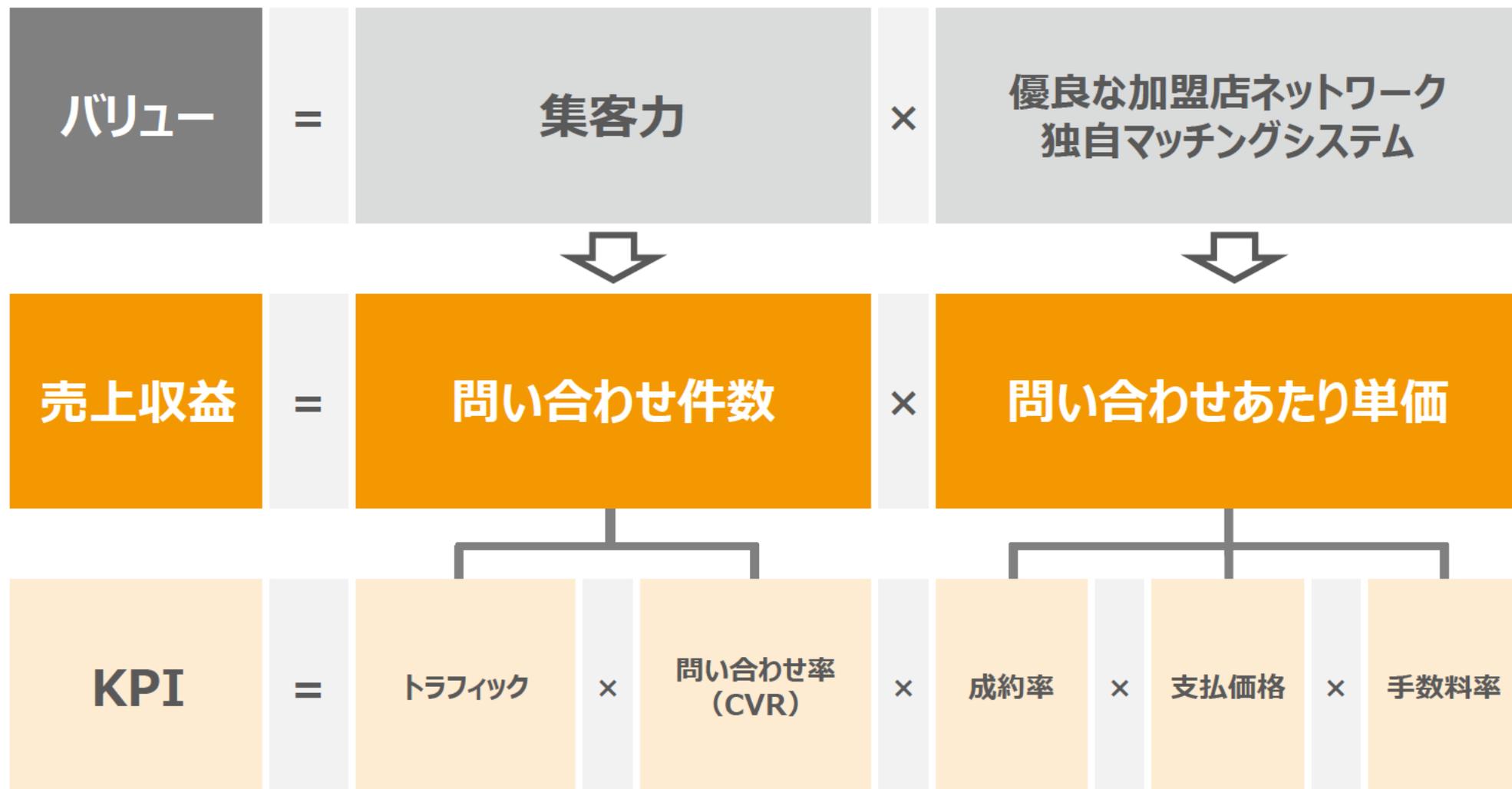
四半期では例年通りの推移。引き続き、前年同期間比では、一貫して増収傾向であり、今後もトレンドを拡大させていく。

『暮らしのお困りごと』事業の月次売上推移



収益構造

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。

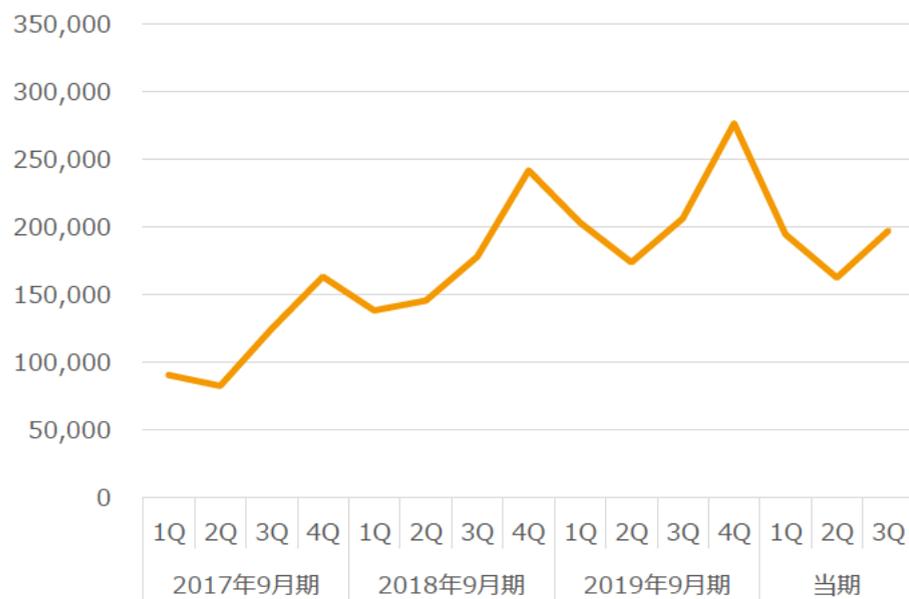


各指標の推移

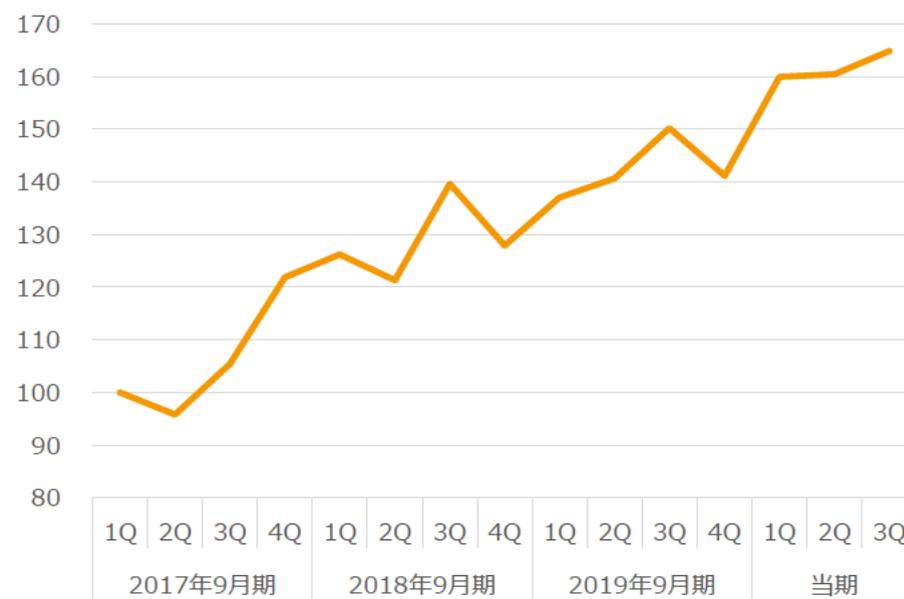
売上収益を分解した「問い合わせ件数」及び「問い合わせあたり単価」の推移。問い合わせ件数は、「カギ」ジャンルへの新型コロナウイルス感染症の影響もあり、前年比微減。問い合わせあたり単価は、引き続きマッチングを改善し、順調に推移。今後も両指標に対して各種向上施策を実行することにより、売上収益の右肩上がりのトレンドを目指す。



問い合わせ件数推移
(件数)



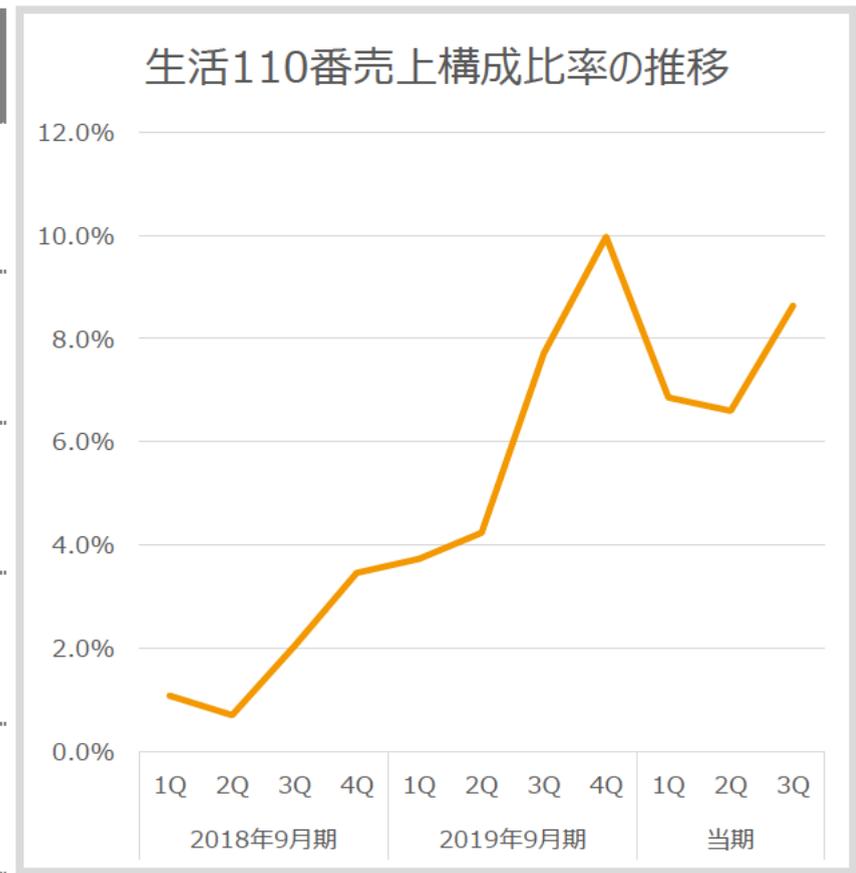
問い合わせあたり単価推移
(2017年1Qを100として)



ポータルサイト『生活110番』の強化

『暮らしのお困りごと』事業のさらなる集客力の強化及び収益性の拡大のため、ポータルサイト『生活110番』を引き続き強化。主な流入経路であるオーガニック流入は、リスティング流入と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、収益性が飛躍的に向上する。また、ライティング投資等の効果により、ポータルサイト『生活110番』の売上構成比率は、前年同期間比で順調に増加している。

	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



『暮らしのお困りごと』事業の強化のための施策

オーガニック流入増加のために『生活110番』の認知度向上の施策として、TVCMを7月及び8月に地域限定で実施。また、ライトユーザー層へのアプローチが可能なLINEの運用を本格化。『生活110番』のLINE公式アカウントを友だち登録してもらうことで、様々なジャンルの記事を定期的に配信し、リピーター獲得に繋げる。また、継続的に注力しているライティング投資は、1年経過で先行投資コストを回収。今後も記事更新等により一定の投資回収効果が見込まれる。

認知度向上 ～TVCMを放映～



- ・7月上旬に大分・長崎でCMを放映
8月より半年間一部地域で実施
- ・ブランド認知向上によるオーガニック
流入増加を目指す
- ・認知されていない層に訴求可能

リピーター獲得 ～SNSの運用を本格化～

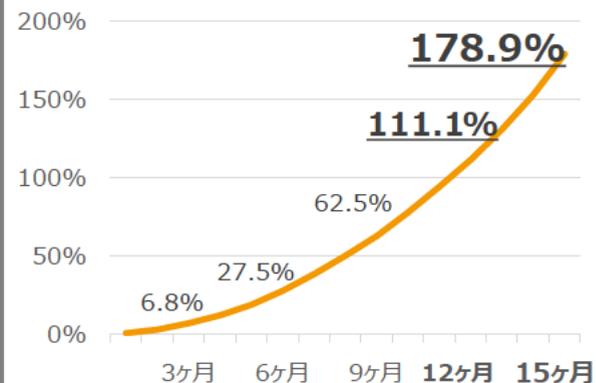
LINE公式アカウント



- ・2020年10月より本格的にSNSの
運用を開始
- ・季節に合った記事を定期的に展開、
リピーターの獲得に繋げる
- ・ライトユーザー層をもれなく拾う

オーガニック流入増加 ～ライティング投資～

コンテンツ投資の回収率推移



- ・検索キーワードを基に記事を掲載し
『生活110番』サイトへ流入
- ・『生活110番』のコンテンツを強め、
サイト評価をあげる
- ・投資回収率は一定水準を維持

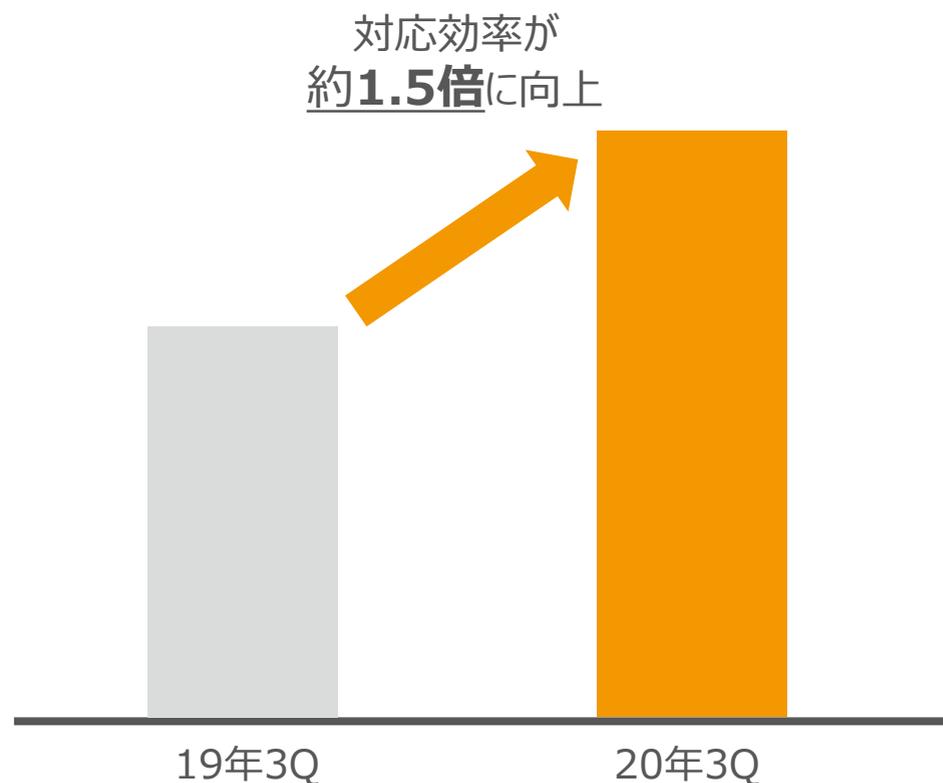
コールセンターの効率化について

スタッフのモチベーションを上げる組織づくりや新PBX（複数の電話機を統合するシステム）を活用するなどして、コールセンターの業務プロセスを改善し、効率化。また、きめ細やかなフォローにより、スタッフ一人ずつの後処理時間の短縮、新入社員の早期育成につながり、コールセンターの業務の効率が向上し、1時間当たり対応件数が前年の同じ時期に比べて約1.5倍に増加。

効率化のために

- ◆モチベーションアップにつながる組織づくり
- ◆育成施策強化による早期戦力化
- ◆内製ならではの部署間の情報共有
柔軟な対応
- ◆新PBX導入による「対応状況の見える化」で隙間時間の短縮

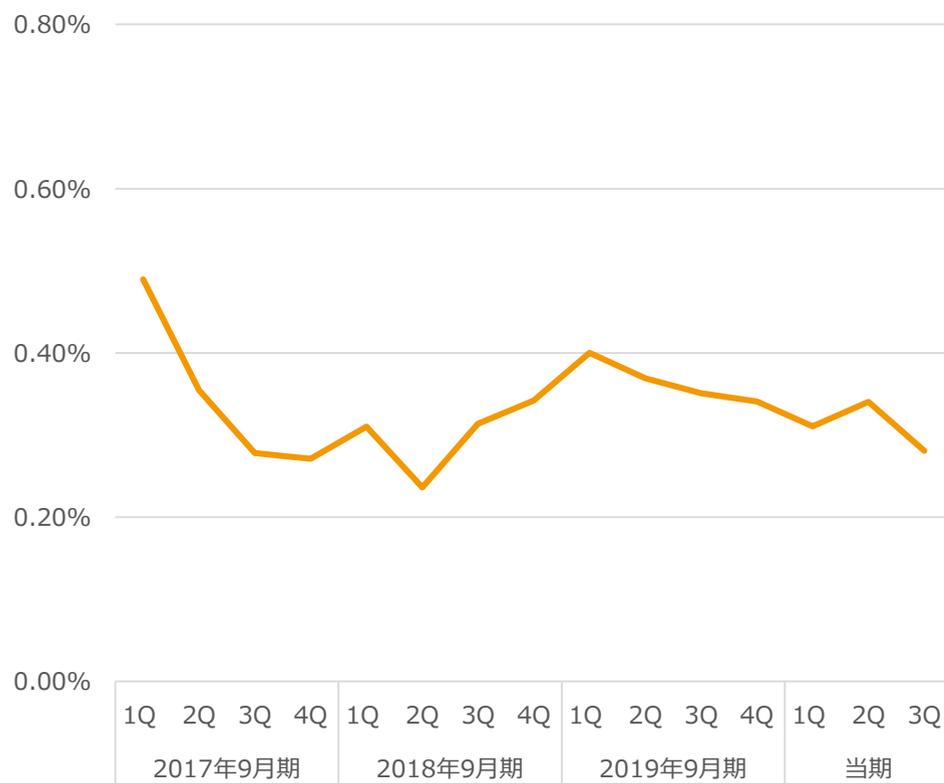
1時間当たり対応件数の対前年比



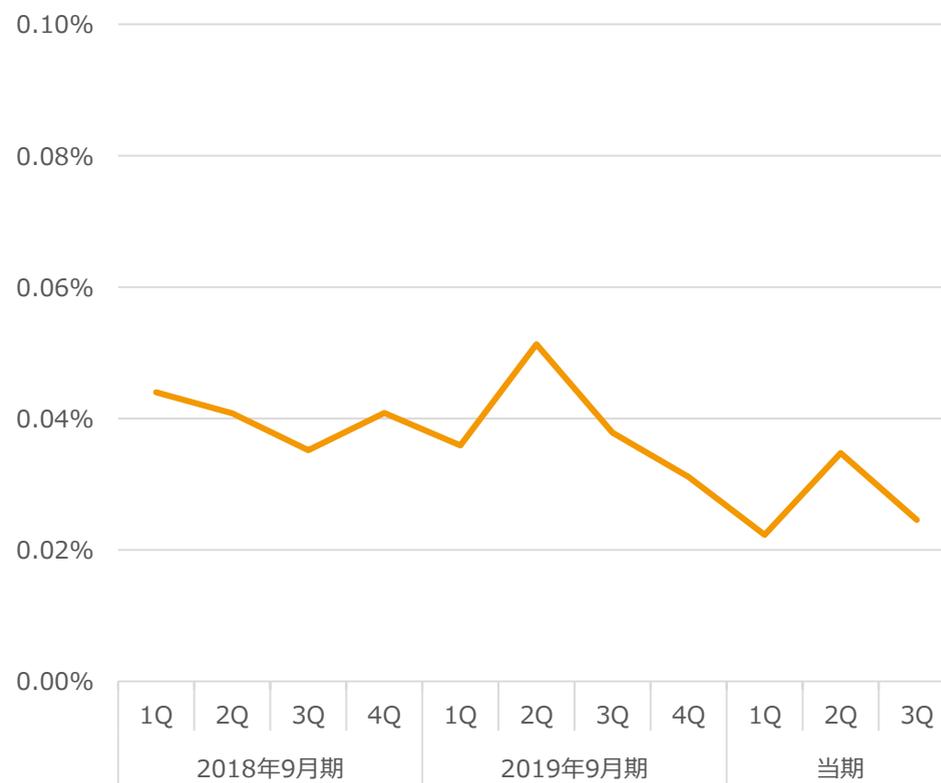
お客様、加盟店の満足度を重視した事業運営

お客様からのクレーム率及び加盟店からのクレーム率共に低値に推移。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、事業に活かすことが中長期的な事業の成長及び競争優位性を実現すると考えている。

お客様クレーム率推移



加盟店クレーム率推移



『暮らしのお困りごと』事業の今後の見通し

第3四半期累計で、211百万円の黒字を確保。新型コロナウイルス感染症の影響は、現時点においては第3四半期と同等と考え、『暮らしのお困りごと』事業の通期業績見通しを売上収益4,100百万円と見込む。営業利益は、コールセンター人件費や固定費が当初見通しを下回る傾向にあり、更なる収益性改善により、450百万円の黒字と見込む。

[百万円]	1Q	2Q	3Q	4Q	通期見通し
売上収益	990	830	1,035	1,245	4,100
広告宣伝費 (PPC広告)	317 (32%)	276 (33%)	364 (35%)	—	—
コールセンター 人件費	80 (8%)	75 (9%)	76 (7%)	—	—
固定費 (その他販管費)	436 (44%)	424 (51%)	431 (42%)	—	—
投資除く利益	155 (16%)	52 (6%)	163 (16%)	—	—
先行投資 (ライティング等)	53 (5%)	50 (6%)	56 (5%)	—	—
営業利益	101 (10%)	2 (0%)	106 (10%)	239	450

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4,400社以上と加盟店契約しており、当社運営サイトに訪れたお客様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。



150以上のジャンル
軽作業～リフォームまで

24時間365日受付
自社コールセンター

日本全国対応
4,400社以上の加盟店

運営するWEBサイトの種類

『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約250サイト運営。ポータルサイトは主にオーガニック流入であるのに対し、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

150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

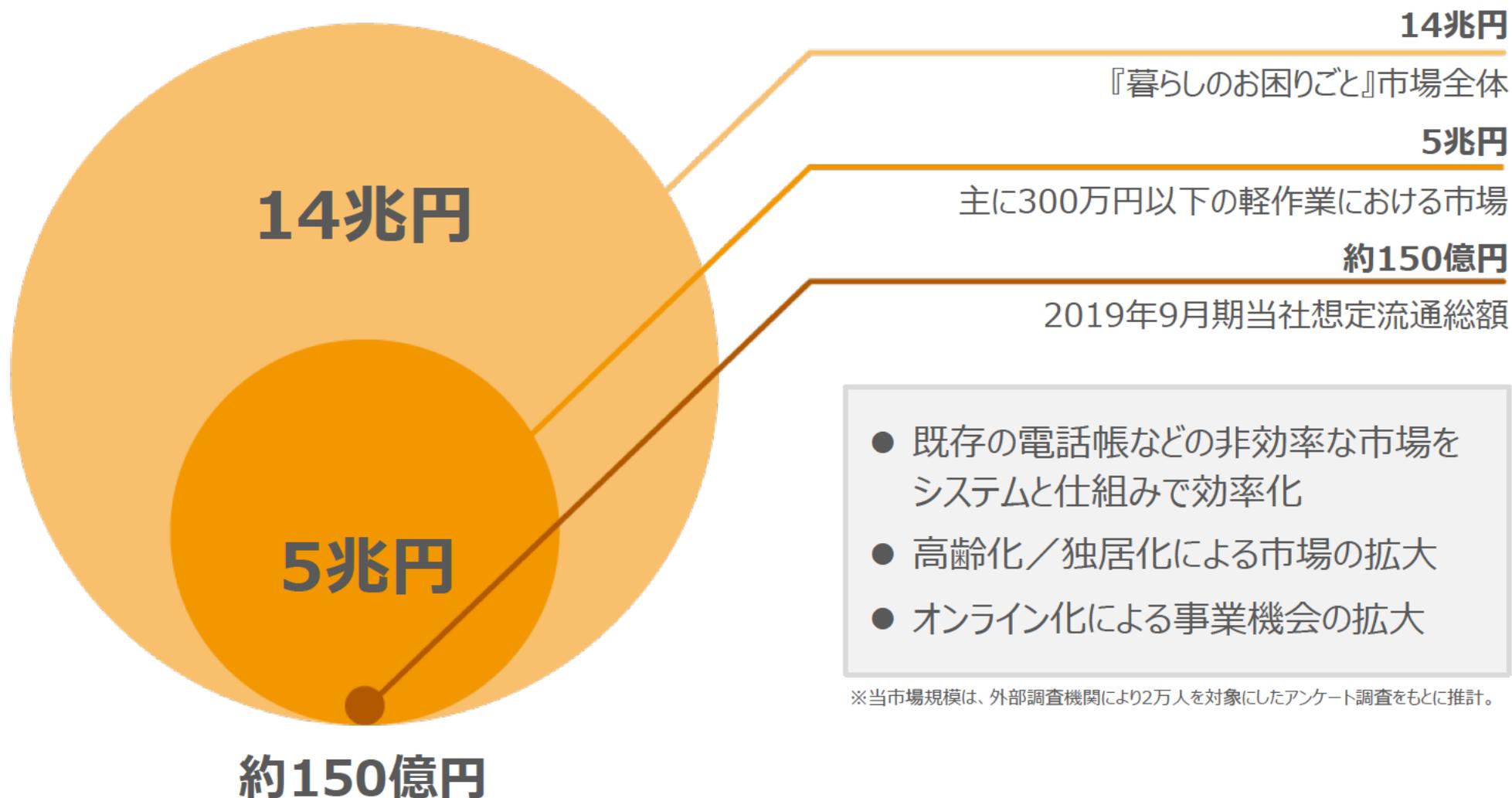
収益の流れ

『暮らしのお困りごと』を持つお客様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』市場

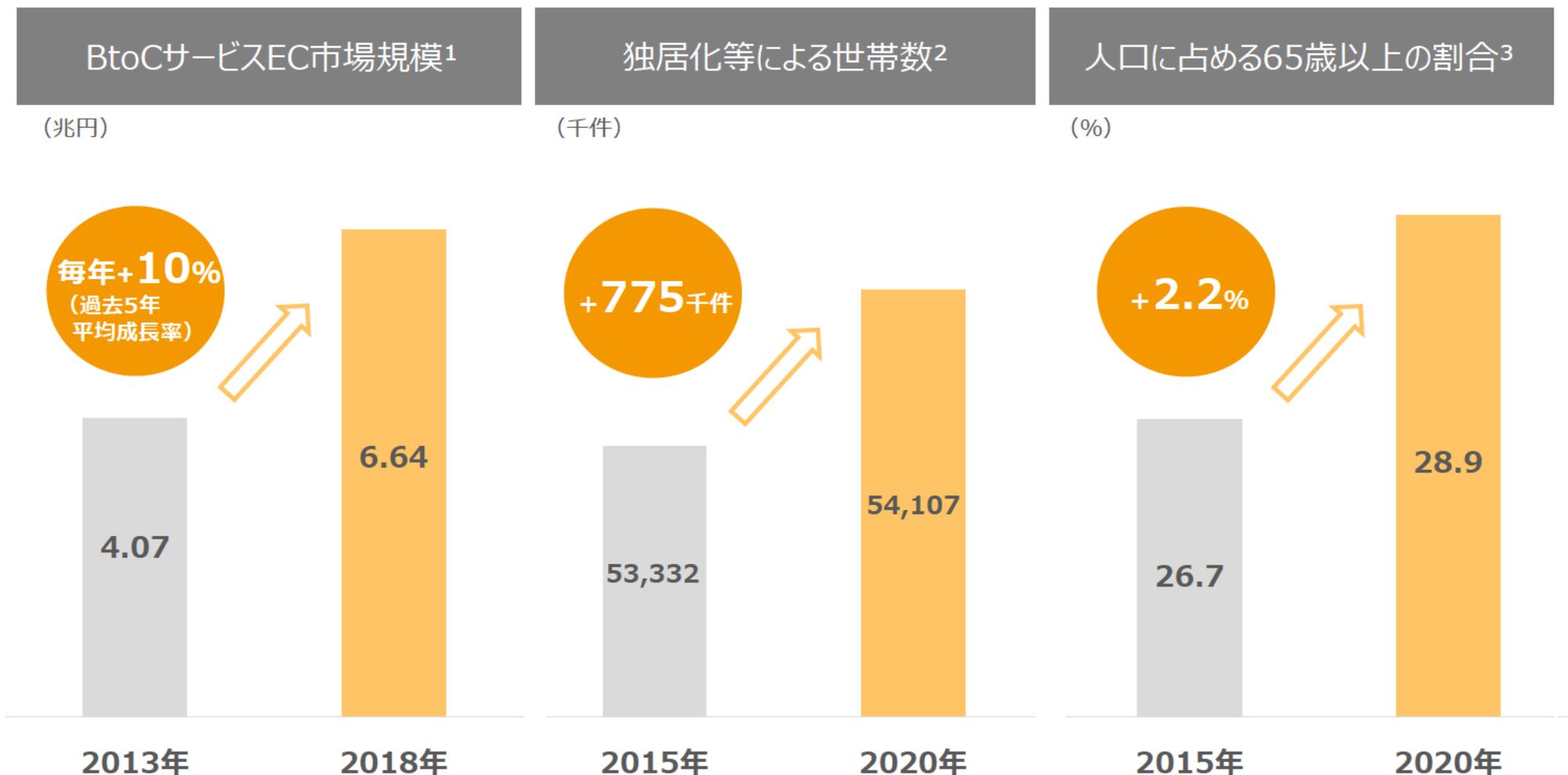
『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものは5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、更なる市場拡大が見込まれる。また、大半がオフラインでの集客となっており、オンライン化が進むことで当社の事業機会の拡大が見込まれる。



※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。

追い風となる市場機会

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－」

第3四半期 連結貸借対照表

[百万円]

	前連結会計年度 (2019年9月末)	当第3四半期 連結会計期間 (2020年6月末)	前期末比
流動資産	4,650	3,147	△1,503
固定資産	4,259	3,292	△967
総資産	8,910	6,439	△2,470
流動負債	2,986	2,878	△107
固定負債	4,474	3,246	△1,227
資本合計	1,449	314	△1,135
自己資本比率	16.3%	4.9%	△11.4%

第3四半期 連結損益計算書

[百万円]

	前第3四半期 連結累計期間 (2019年6月末)	当第3四半期 連結累計期間 (2020年6月末)	前年同期間比
売上収益	3,399	3,510	+111
売上原価	503	414	△89
売上総利益	2,895	3,096	+200
販管費	3,653	3,007	△645
営業利益	△705	83	+789
税引前利益	△737	52	+789
継続事業利益	△586	43	+630
非継続事業利益	78	△1,353	△1,432
当期利益	△507	△1,309	△801

- 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1-1-3 日本生命丸の内ガーデンタワー3F
- TEL / FAX TEL : 052-414-5919 / FAX : 052-526-2000
- 役員
 - 代表取締役 CEO 森吉 寛裕
 - 取締役 篠 昌義
 - 取締役 植田 栄作
 - 取締役 (社外) 監査等委員 浅井 啓雄
 - 取締役 (社外) 監査等委員 善利 友一
 - 取締役 (社外) 監査等委員 守山 慧
- 資本金 8億8,122万円 (払込資本17億2,744万円) ※2020年6月末現在
- 従業員数 単体従業員数334名 (内アルバイト・パート136名)
連結従業員数430名 (内アルバイト・パート148名) ※2020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。