

# 決算説明資料

---

株式会社Speee

2021年2月12日



# Agenda

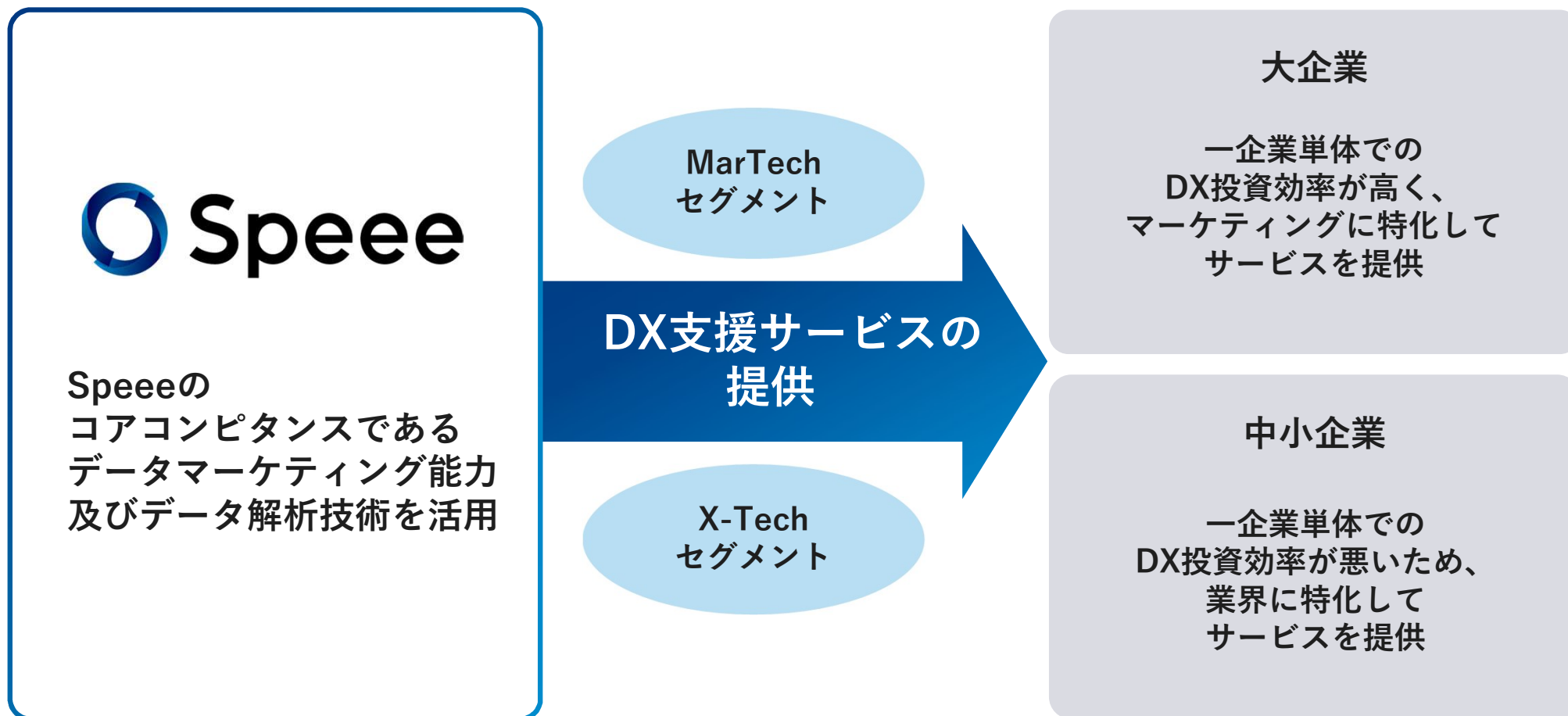
- 1 会社概要 p.2
- 2 エグゼクティブ・サマリー p.8
- 3 業績 p.11
- 4 事業について p.15
- 5 成長戦略 p.38
- 6 Appendix p.42

# 1 会社概要

Company profile

## データドリブンな事業開発の連鎖で 顧客企業や対象業界のデジタルトランスフォーメーション(DX)を推進

対象市場の企業規模と業態に応じて異なるDXアプローチを採用している



## 2 当社の考えるDX

個別企業の単一プロセス改良ではなく、バリューチェーン全体を統合するDX推進を行うとともに、業界全体のバリューチェーンを変革するDX推進を行っている

DXインパクト・大

(DX支援を行う他社)

MarTech セグメント

X-Tech セグメント

DX Lv.1：単一プロセス改良型

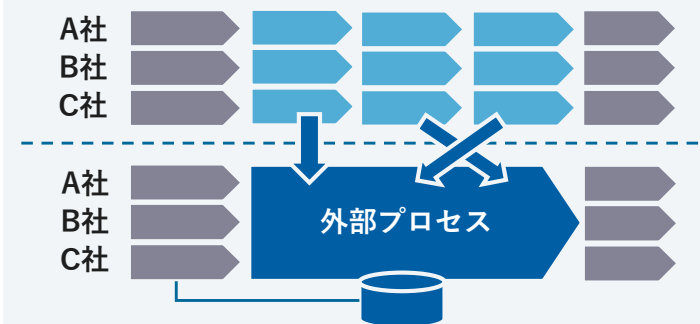
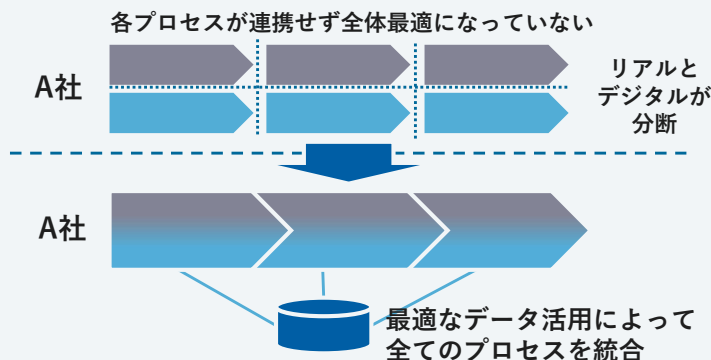
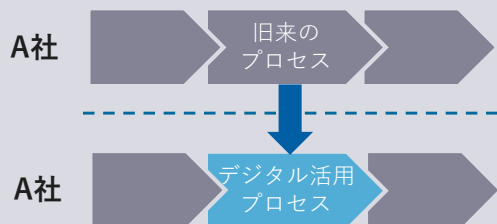
DX Lv.2：バリューチェーン統合型

DX Lv.3：業界バリューチェーン変革型

企業内部の単一プロセスをデジタルに置換して効率を上げる

デジタル活用によってバリューチェーン全体を一貫性のある連動したプロセスとして統合する

企業横断的な外部プロセスを新たに構築し業界全体のバリューチェーン構造を変革する



個別企業の特定のプロセスのみ生産性を向上させる

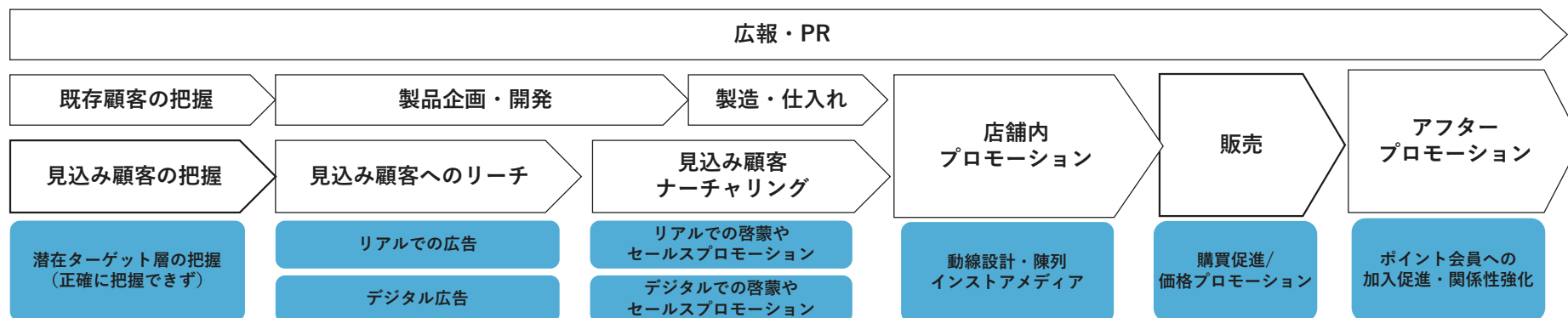
個別企業のバリューチェーン全体に渡って大幅に生産性を向上させる

業界全体のバリューチェーンの生産性を劇的に向上させる

## 個別企業のバリューチェーン統合型DXを推進している

Before

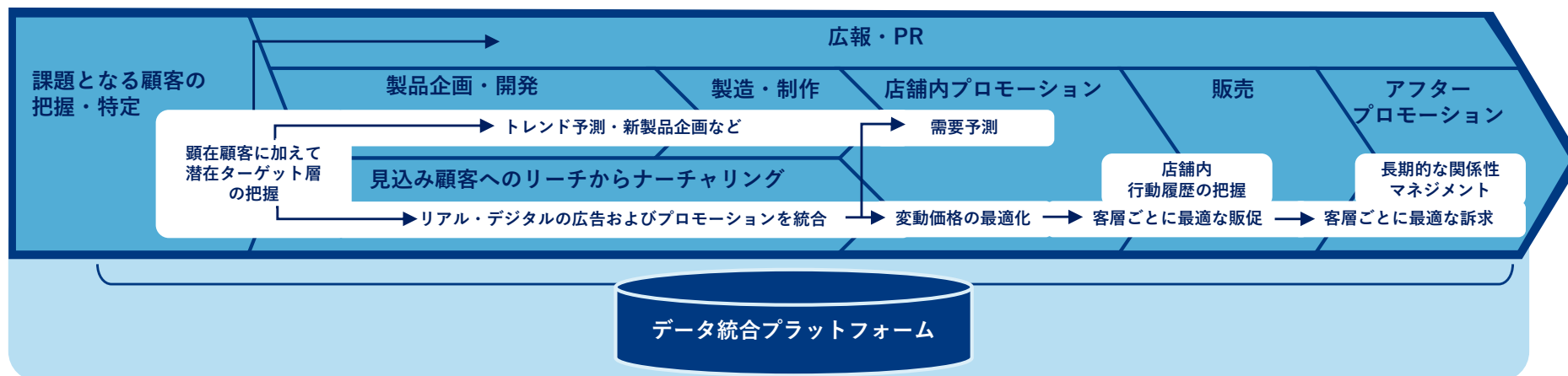
デジタル化は進んでいるものの、様々なプロセスが分断されたまま最適化しており前後間やチャンネル間の連携が取れていない状態



デジタル置換&プロセス組み換え

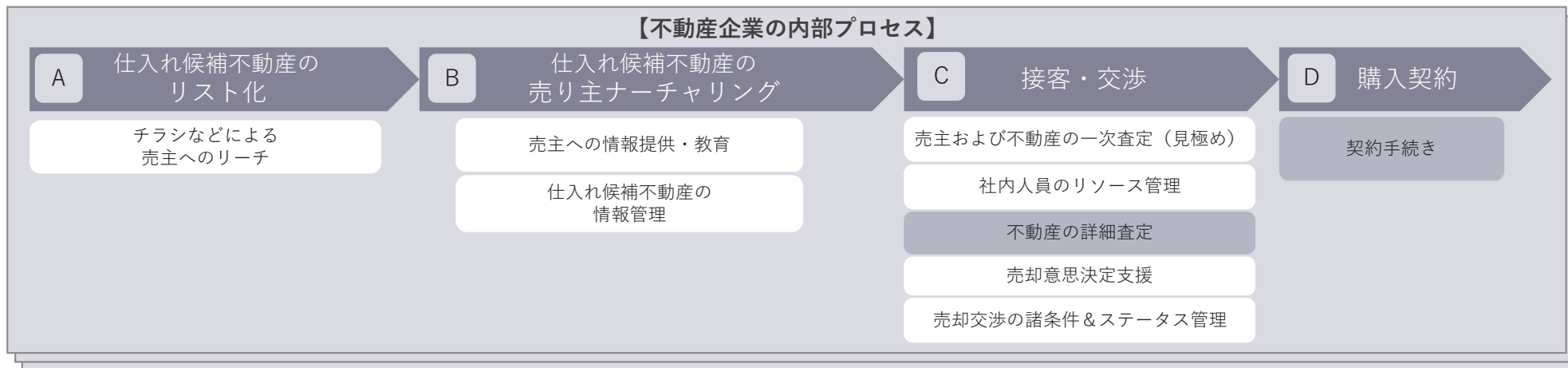
After

全てのプロセスがデータで繋がって整合性・一貫性のあるPDCAが回せる状態



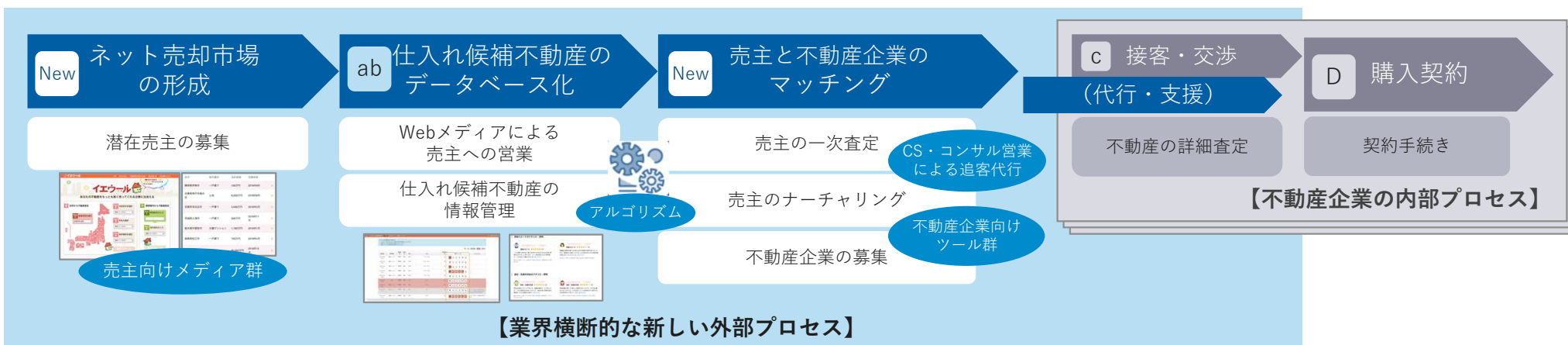
# 業界全体のバリューチェーン変革型DXを推進している

**Before** 各企業が個別に労働集約的な仕入れ調達活動を行っている状態

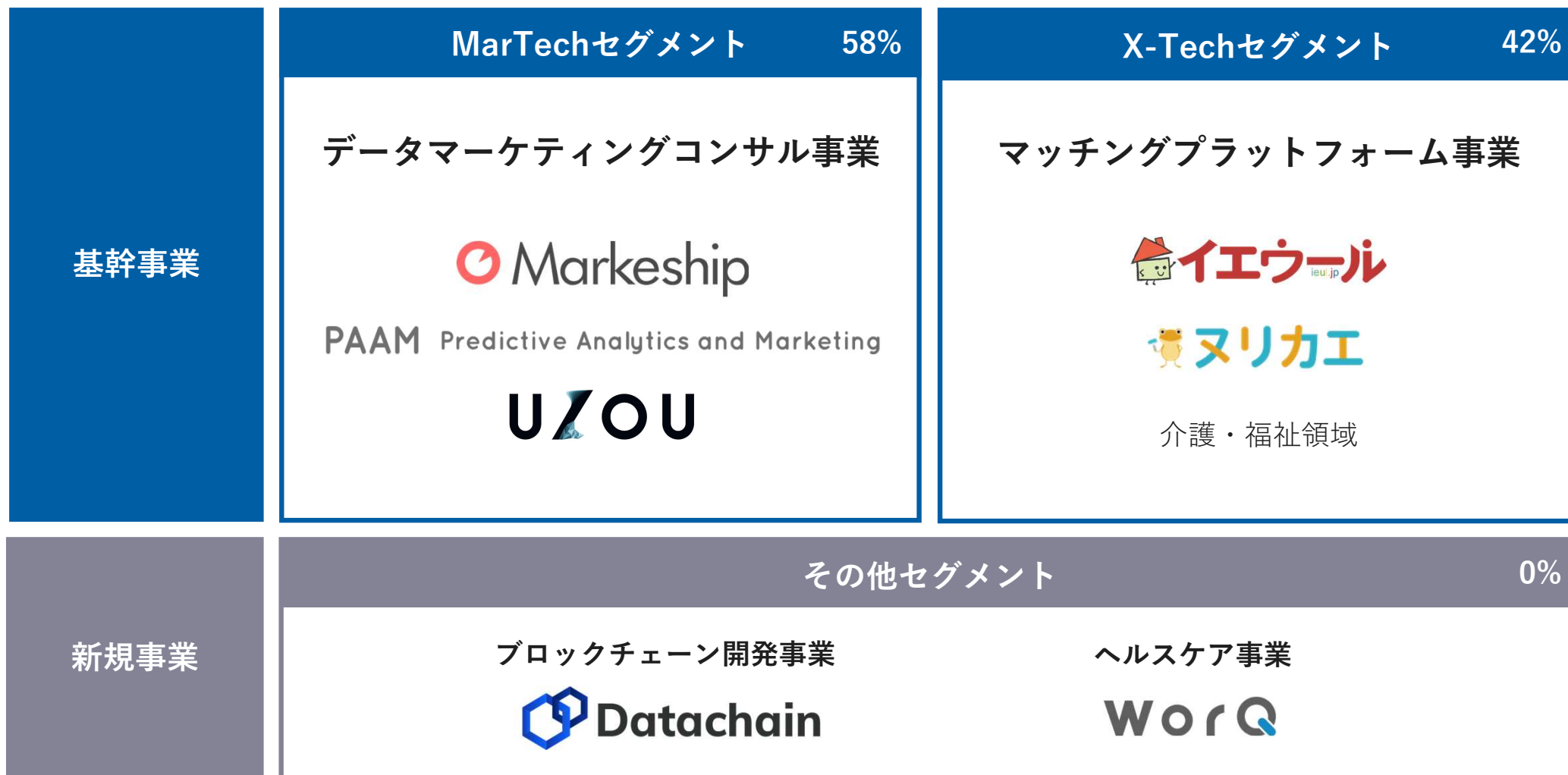


デジタル置換&プロセス組み換え

**After** 売主へのデータを活用したマーケティングの集約代行によって、業界全体で最適な調達を実現される状態



MarTechセグメントで培ったデータ解析技術を応用し、複数事業を展開  
 近年事業開発に取り組んできたX-Techセグメントの売上が4割を超える水準に急成長



※%表記は、2021年9月期第1四半期の売上構成比を表す。



# 2 エグゼクティブ・サマリー

Executive Summary

## 売上高及び営業利益ともに、順調に進捗

### 売上高

(百万円)  
**2,824** YoY **124%**  
進捗率 **25%**

### 営業利益

(百万円)  
**244** YoY **84%**  
進捗率 **27%**

- 売上高は、MarTechセグメント及びX-Techセグメントの好調により、前年同期比124%と、過去最高。
- 営業利益は、前年同期に一時的な要因による営業利益増加があり、それを除くとプラス成長。
- 業績予想に対する進捗率は、27%と順調に推移。

社会的なDXの加速を背景に、X-Techセグメントの売上が急進  
さらなる成長を見込み、継続的に新サービス投入を実行

### X-Techセグメント売上高

(百万円)  
**1,192** YoY **153%**  
QoQ **112%**

- 売上高は、YoYで153%、QoQで112%と社会的なDXの加速を背景に急進している。
- 介護・福祉領域を新たに2020年12月に開始したほか、不動産売却領域、リフォーム領域においても新サービスの立ち上げを実行中。

# 3 業績

Performance

## 売上高及び各段階利益は業績予想に対して順調に進捗

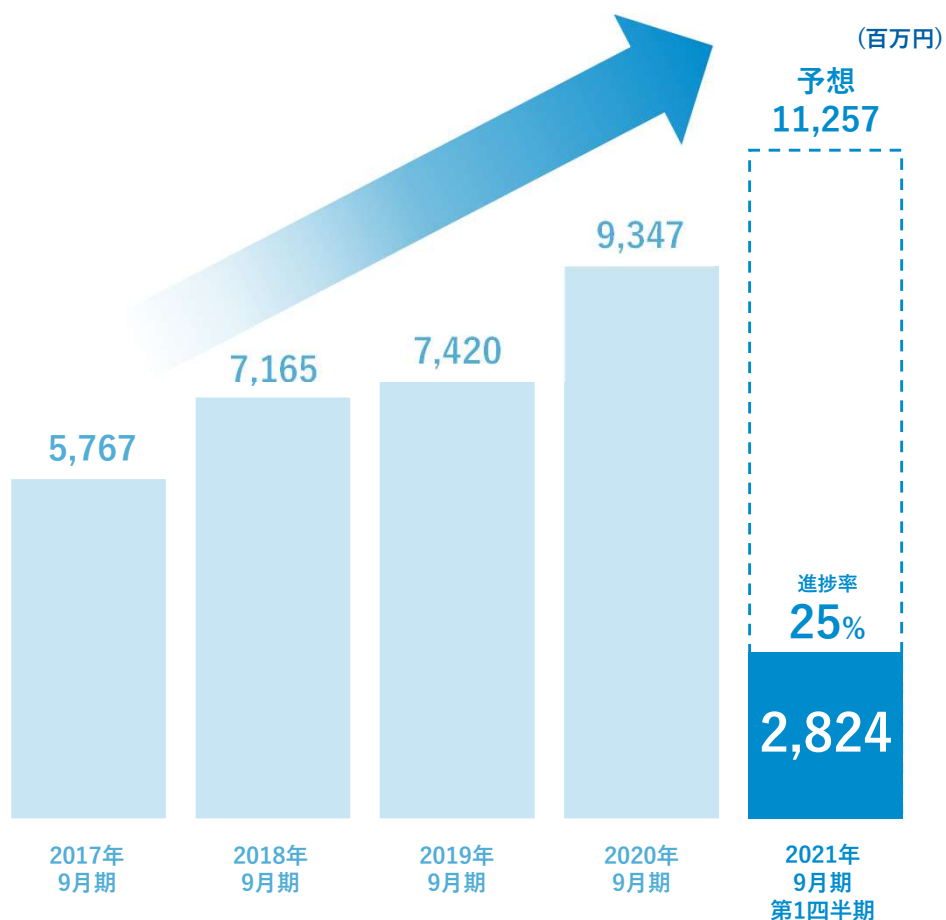
(百万円)

	実績	前年同期		前四半期		業績予想に対する進捗率
		実績	増減率	実績	増減率	
売上高	<b>2,824</b>	2,283	24%	2,550	11%	<b>25%</b>
売上総利益	<b>1,654</b>	1,251	32%	1,411	17%	<b>25%</b>
営業利益	<b>244</b>	289	△16%	95	157%	<b>27%</b>
経常利益	<b>237</b>	290	△18%	15	1468%	<b>26%</b>
四半期純利益	<b>144</b>	※451	△68%	△213	-	<b>27%</b>

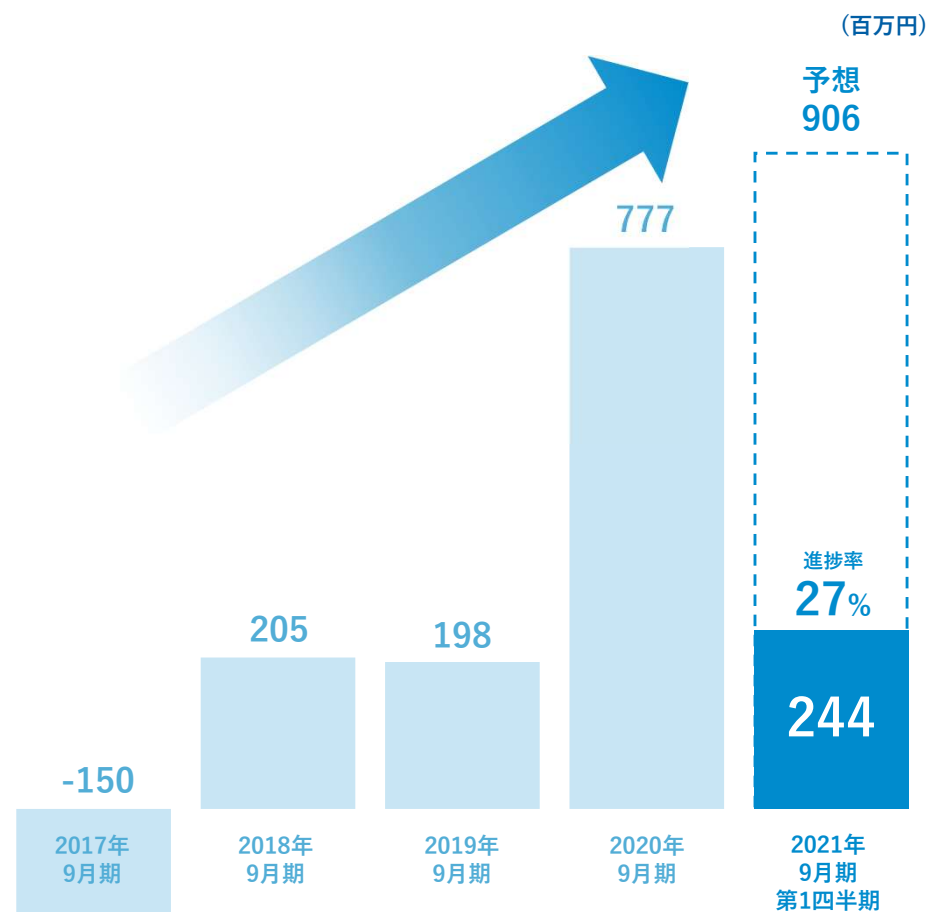
※前年同期に子会社合併による繰越欠損金の取り込みがあり、前年同期の四半期純利益が高い水準となっている。

## 売上高・営業利益ともに業績予想に対して順調に推移

### 売上高推移



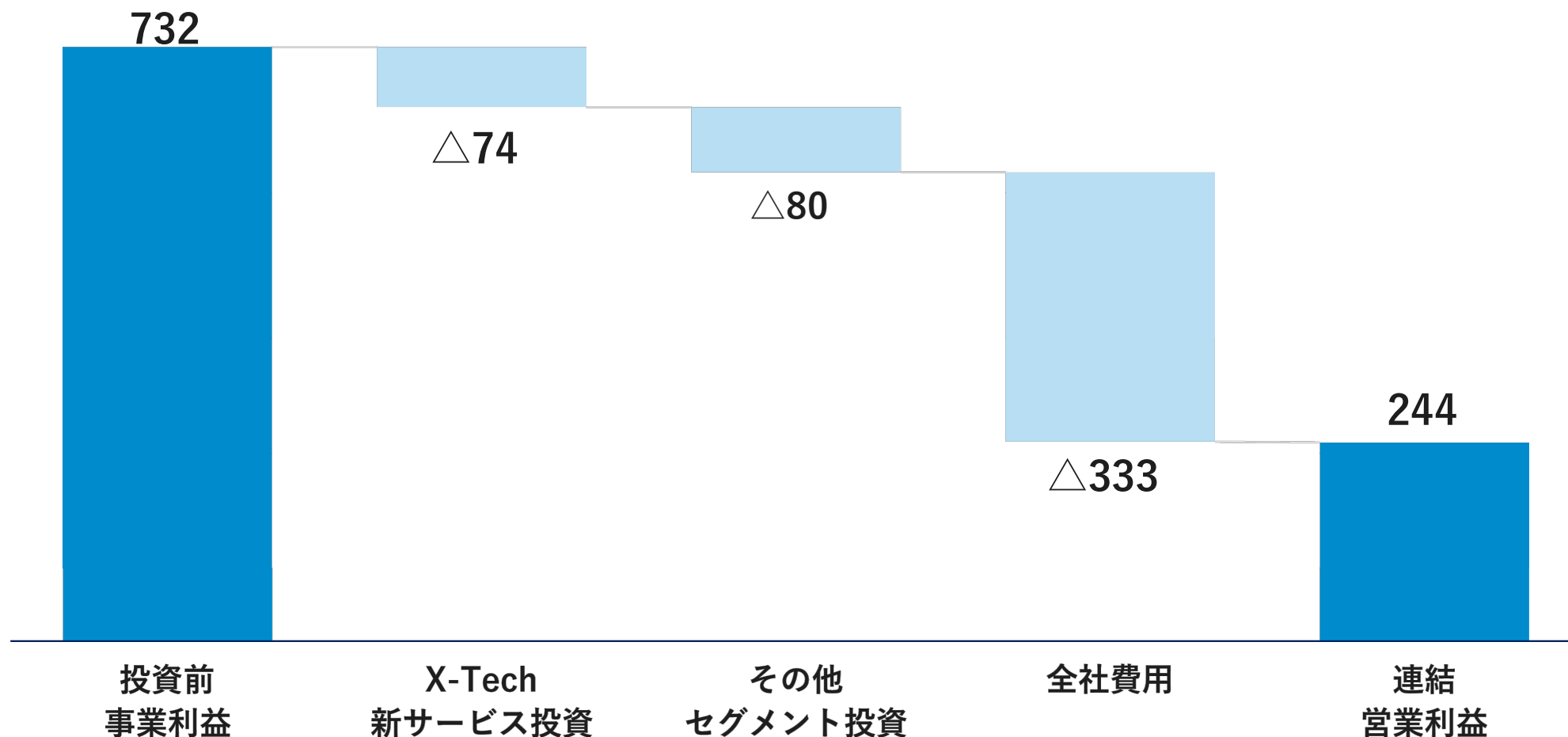
### 営業利益 推移



### 3 セグメント別業績と投資内訳

基幹事業が力強く創出している営業利益をもとに、戦略的な成長投資154百万円を実行  
今後も中長期の成長を見据え、規律を持った投資を継続

#### 2021年9月 第1四半期 利益と投資の内訳



# 5 事業について

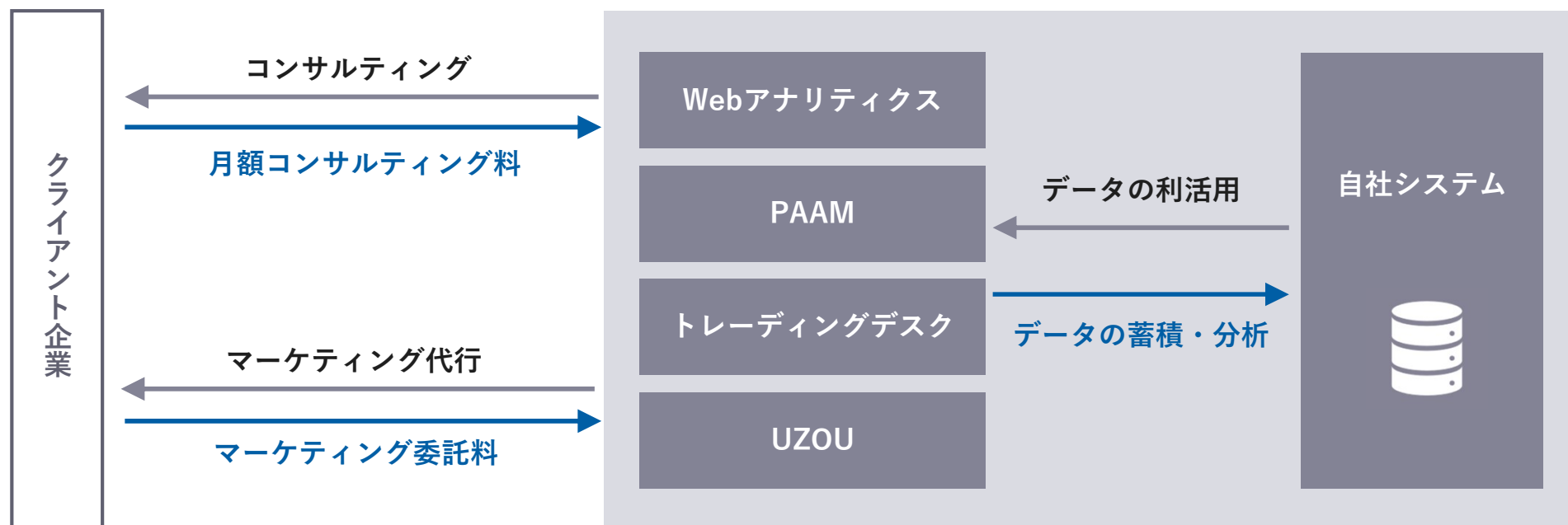
Our Business



# MarTechセグメント

---

## データ活用によるマーケティングプロセスのDX推進コンサルティングを行うBtoB事業



各事業を通じて蓄積したデータを分析・利活用しながら、マーケティングのプランニングから実行までを持続的に支援するコンサルティングサービスを提供し、定額の月額コンサルティング料を受け取る。また、データ分析結果を元に広告配信を代行し、広告出稿料を受け取る。

バリューチェーンが分断したままマーケティング活動を進めているという課題に対し、データ活用を基軸に効率的なプロセスへの組み換えを行い、マーケティングDXを推進

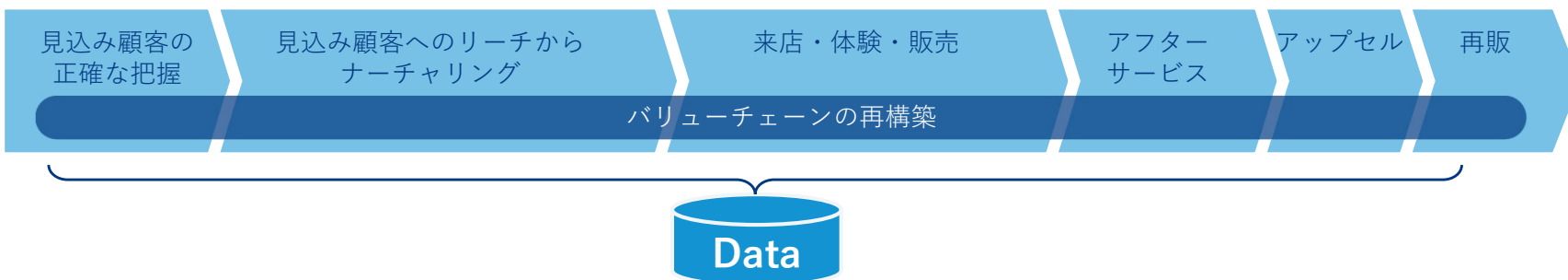
### 旧来プロセス

プロセスが分断され、統合的なデータ活用が実現していない



### 新プロセス

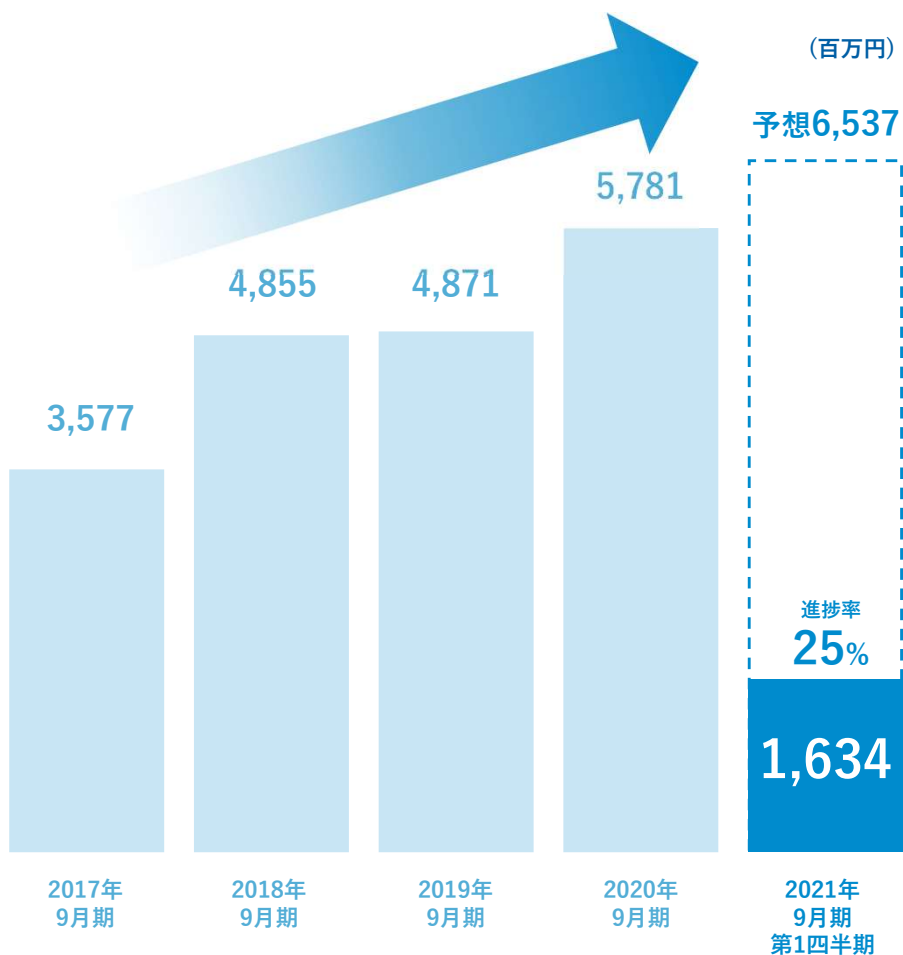
デジタル前提の効率的なプロセスを実現し、データを統合的に活用



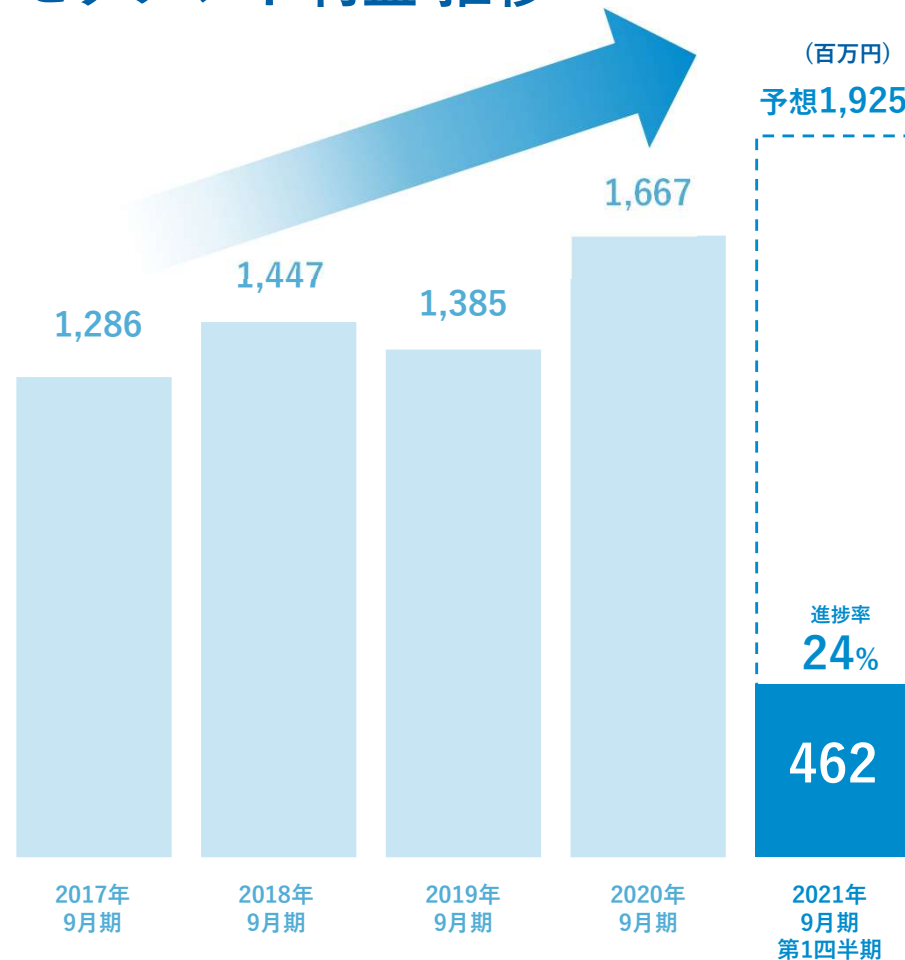
デジタル置換  
&  
プロセス組み換え

売上高は、前四半期から続く営業活動の好調さを反映し、過去最高額を計上  
 営業利益は、業績予想に対して順調に進捗











### 売上高推移



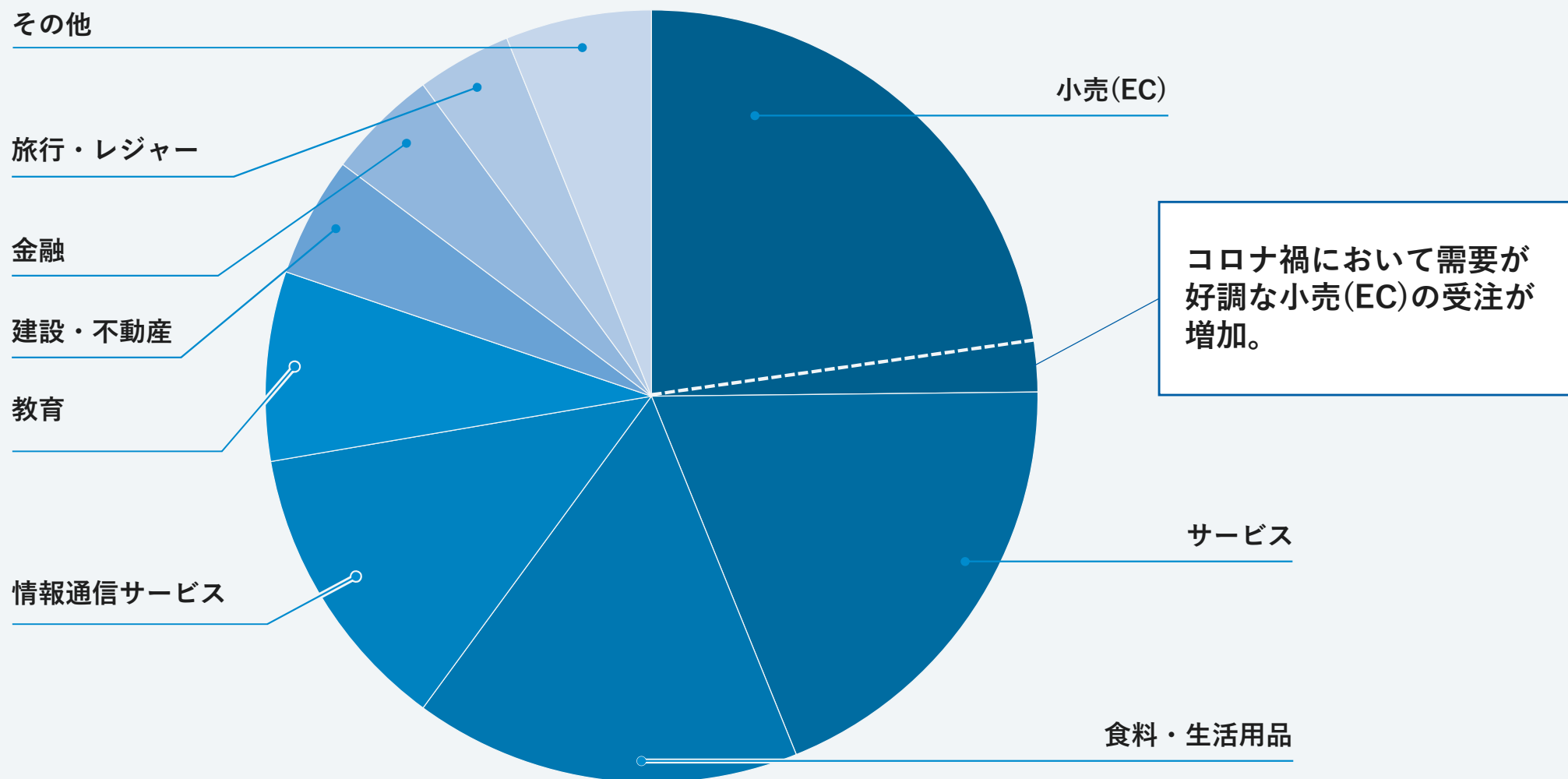
### セグメント利益推移



営業及びコンサルティング活動のオンライン化を推進し、  
コロナ前を上回る営業効率と労働生産性の向上を実現

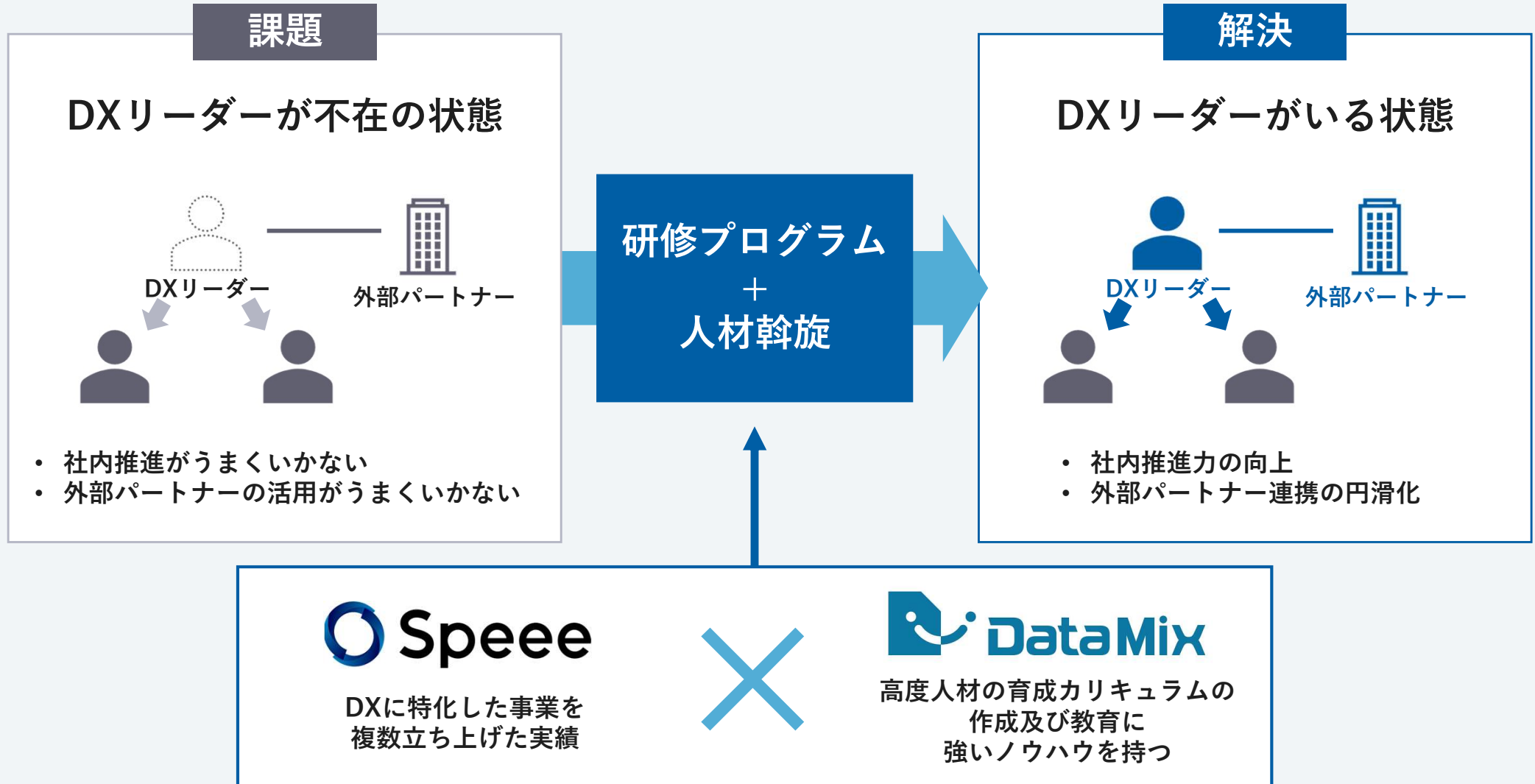
職種	マーケティング 	セールス 	コンサルタント 
Before  After	展示会・ オフラインセミナー    オンラインセミナー 開催	対面営業    オンラインでの 企画・提案	対面による コンサルティング    オンラインでの コンサルティング
効果	リード獲得 	受注 	生産性 

## 幅広い業界の顧客を開拓しつつ、安定的に成長 前四半期比では、小売（EC）の比率が増加



※2020年12月末現在

データミックス社と共同でDX人材育成の研修プログラムを提供。人材とセットで当社のコンサルティングサービスを提供することで、リード獲得効率及び継続率の向上を目的とする

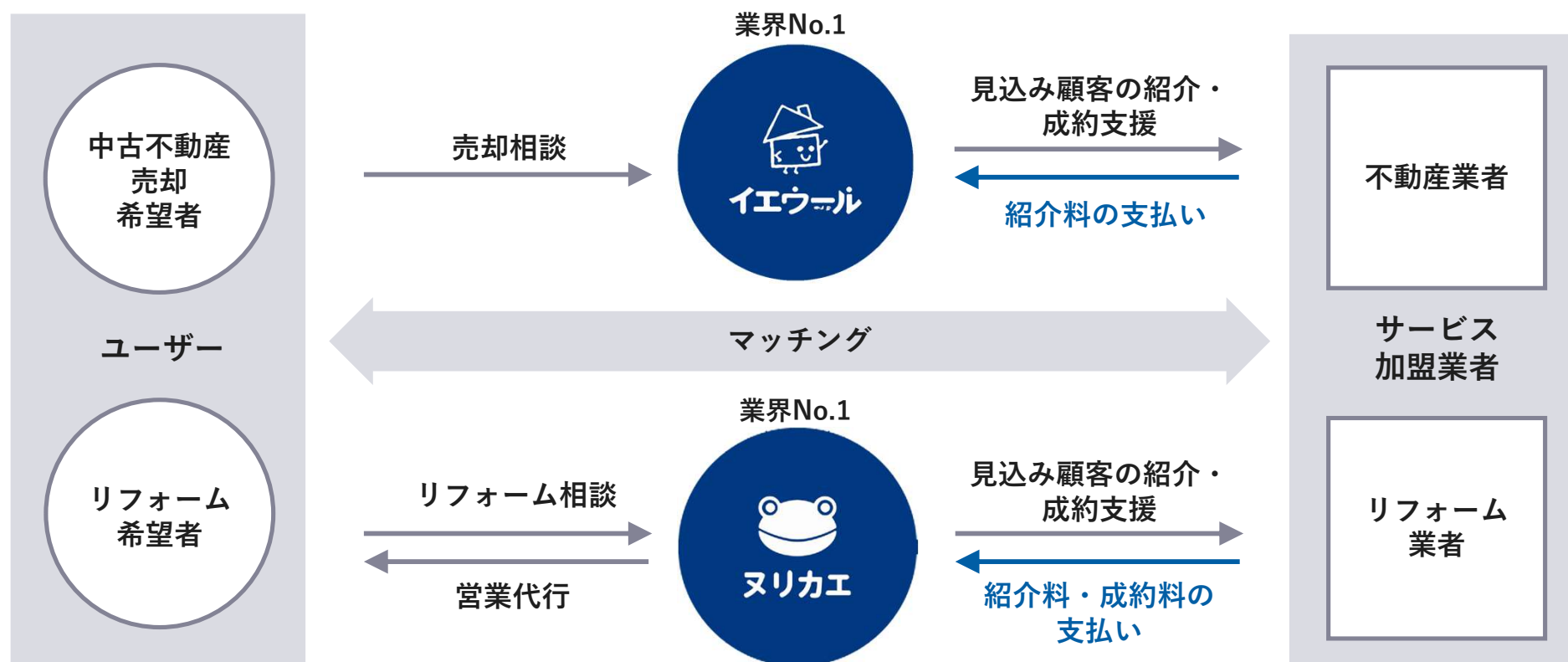


# X-Techセグメント

---



## リアル業界のDXを推進するマッチングプラットフォームを運営するBtoBtoC事業 現在は、不動産の二次流通市場でオンライン取引量業界1位の2サービスを運営

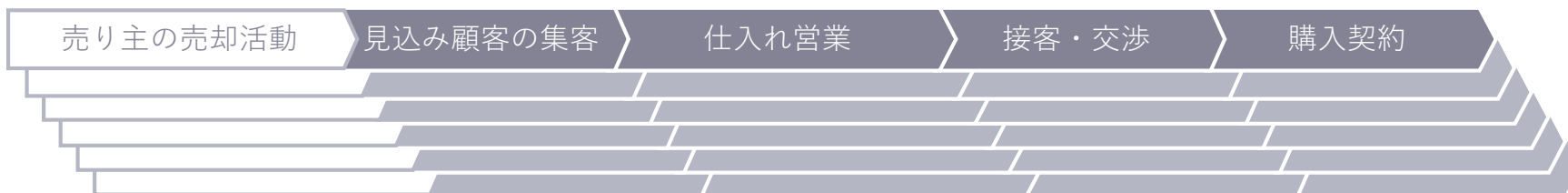


ユーザーとサービス加盟業者をマッチングし、紹介料を受け取る。  
サービス加盟業者に営業支援を行い、成約料を受け取る。

顧客企業群が重複して行っていた仕入れや営業活動等のプロセスをオンラインに最適化  
新しいプロセスへの組み換えで、業界単位でDXを推進

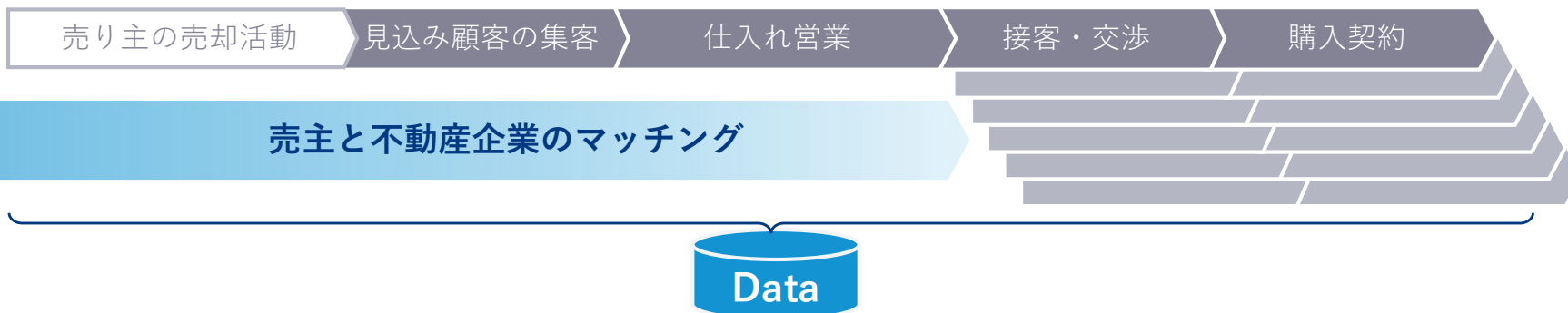
### 旧来プロセス

プレイヤーが分散することで統合的なデータ活用が実現していない



### 新プロセス

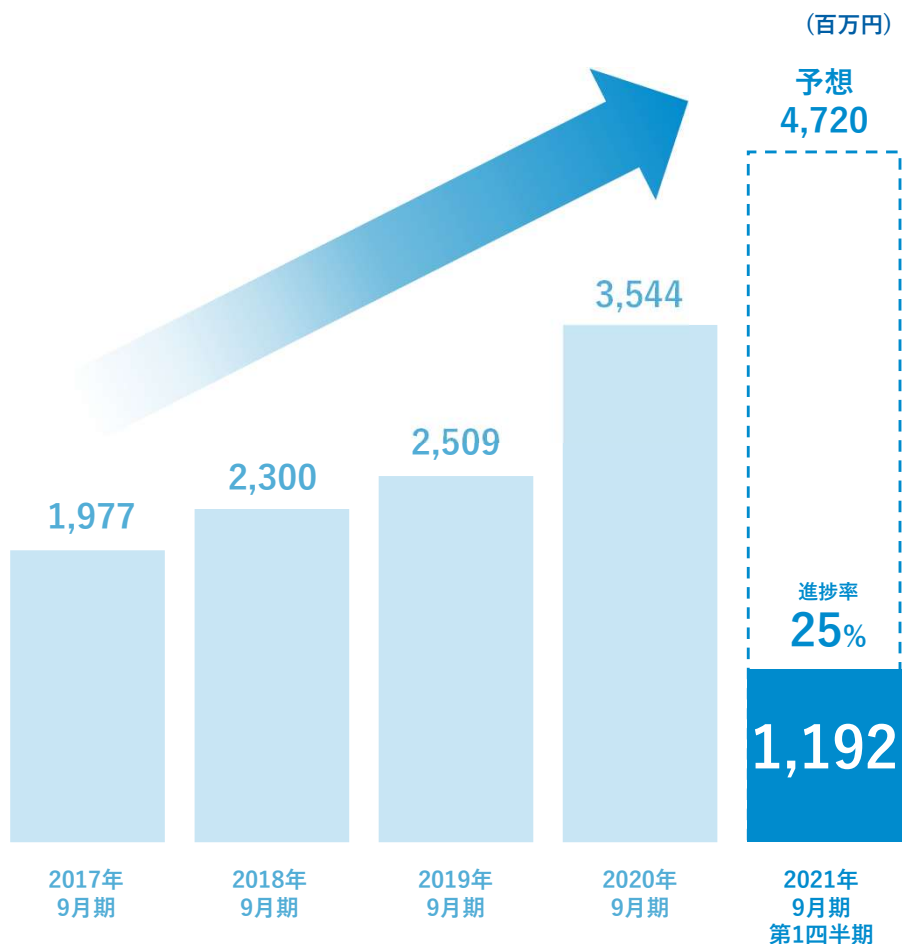
デジタル前提の効率的なバリューチェーンを実現し、データを統合的に活用



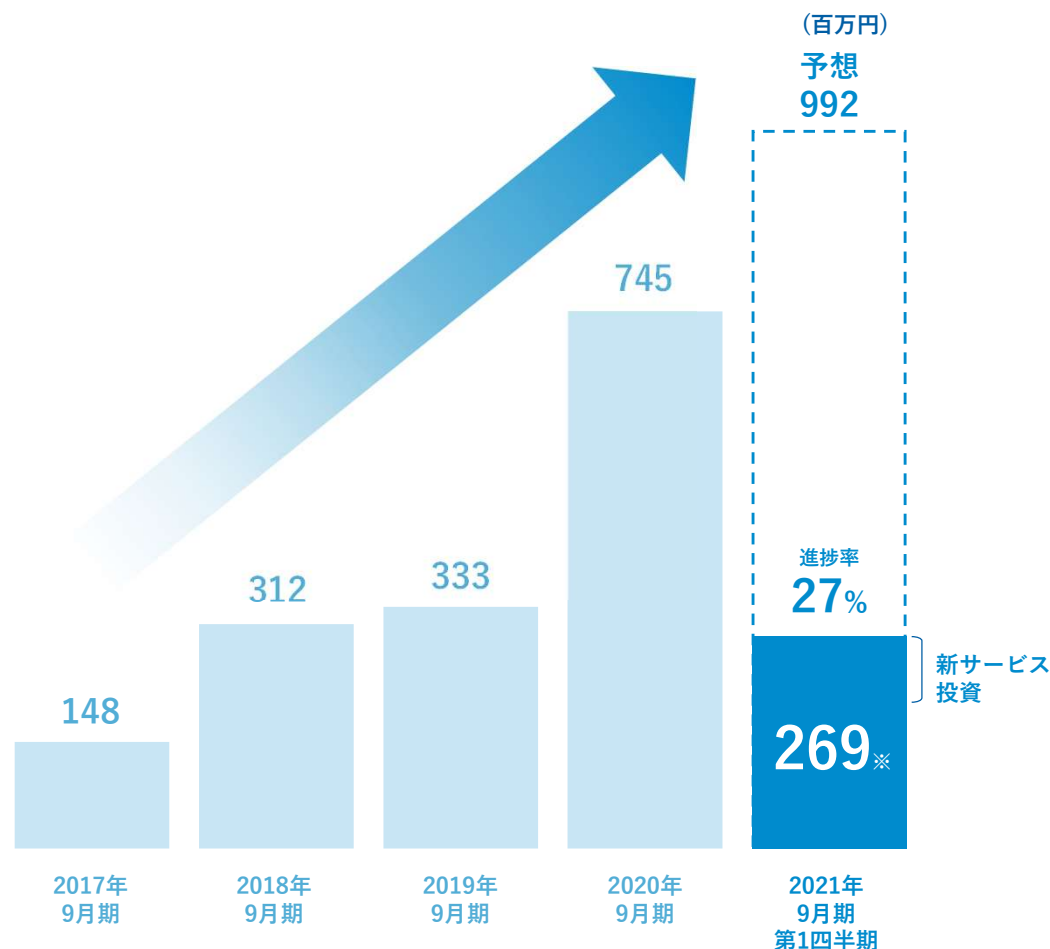
デジタル置換  
&  
プロセス組み換え

紹介数の伸長により、過去最高の売上高を計上  
 介護・福祉領域への投資を実行しつつ、営業利益も前年同期比プラス成長

### 売上高推移



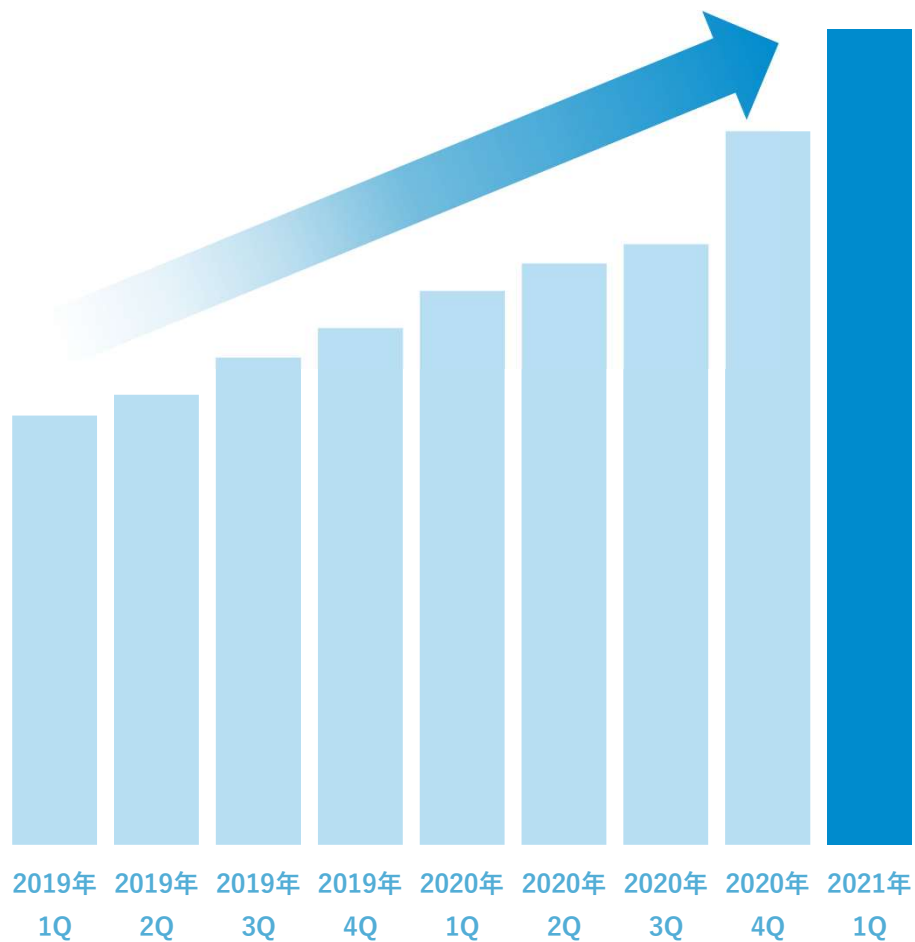
### セグメント利益 推移



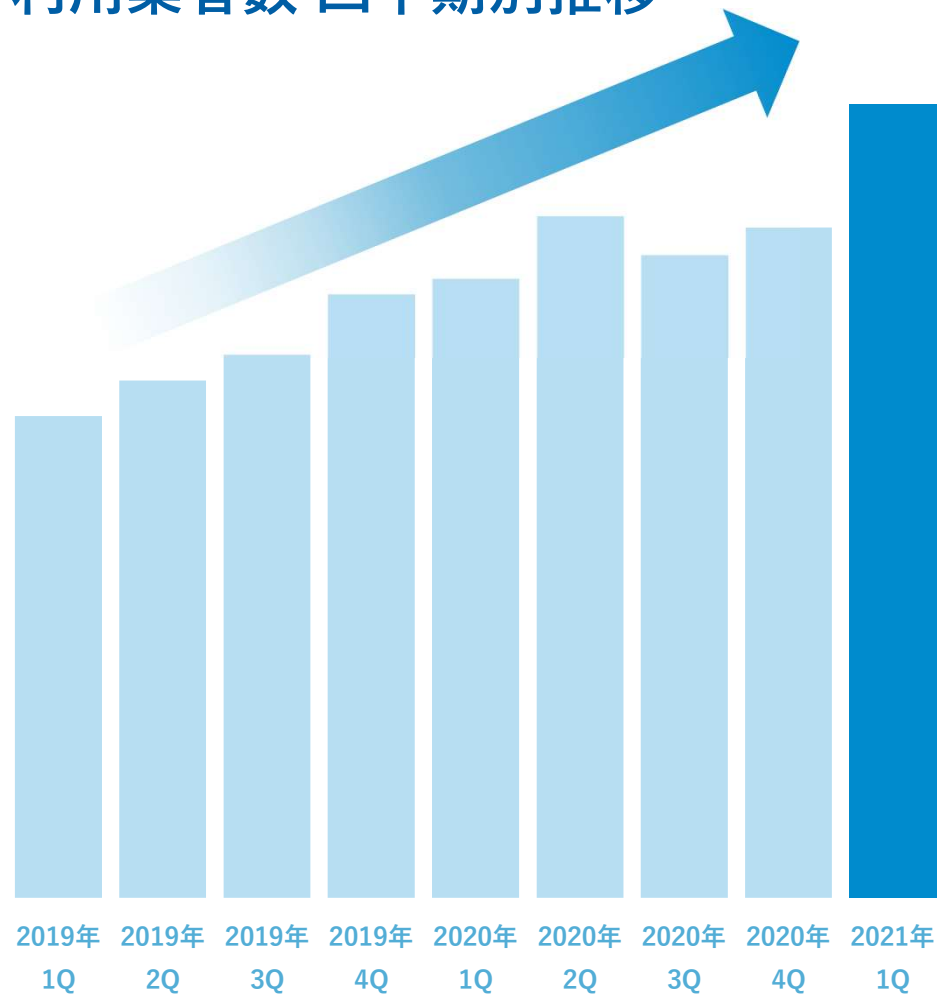
※新サービス投資分を差し引いた場合の利益195

社会的なDXの加速を背景に、重要KPIである紹介数が急拡大  
プラットフォーム利用業者数も着実に増加

紹介数 四半期別推移



利用業者数 四半期別推移



# 自社サービスの充実及び他社メディアとの提携により、継続的に集客力を強化

## 自社サービス



## 提携メディアの増加

# 葬儀コンシェル

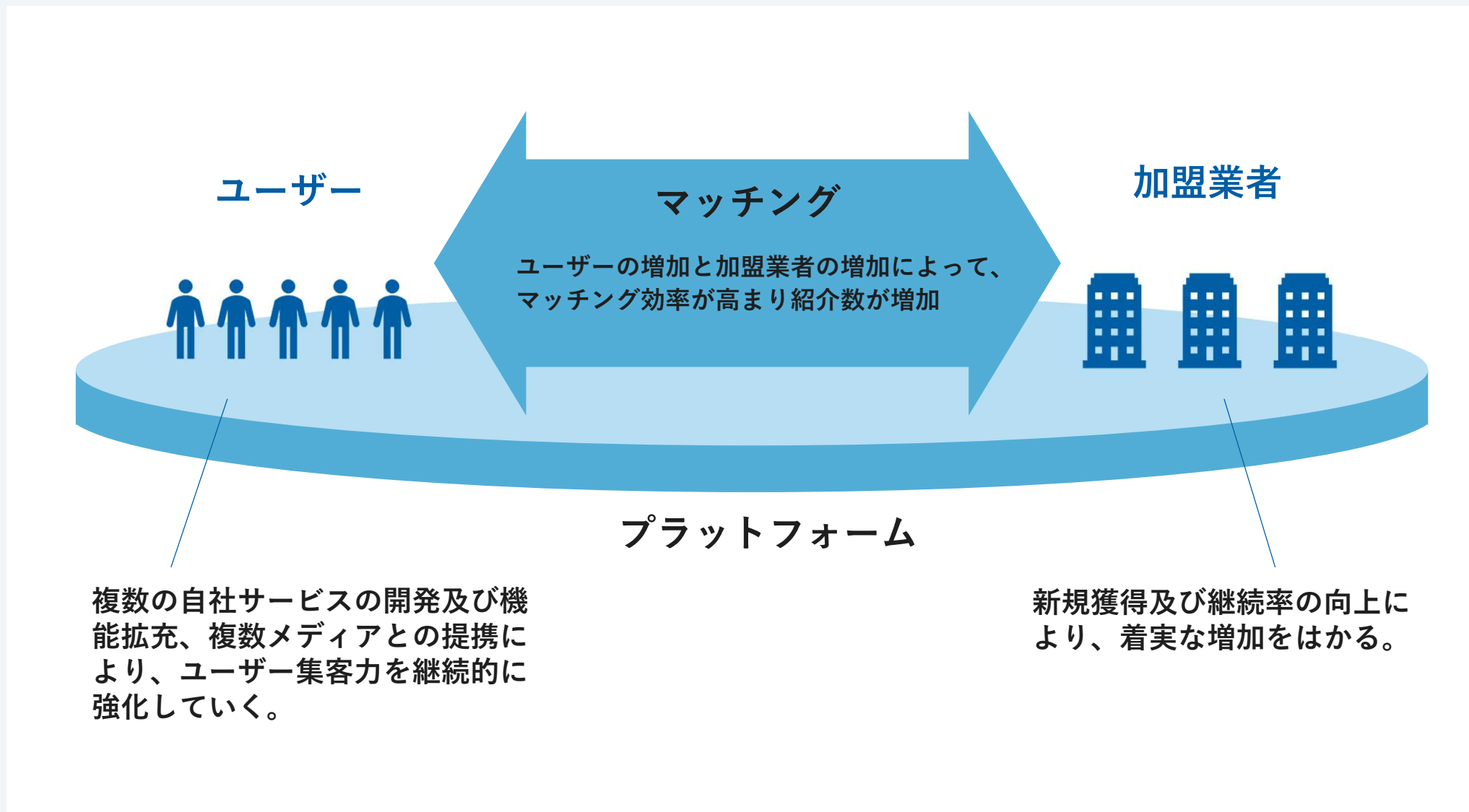
送客



不動産売却一括査定サイト「イエウール」  
「すまいステップ」、葬儀コンシェルと業務提携

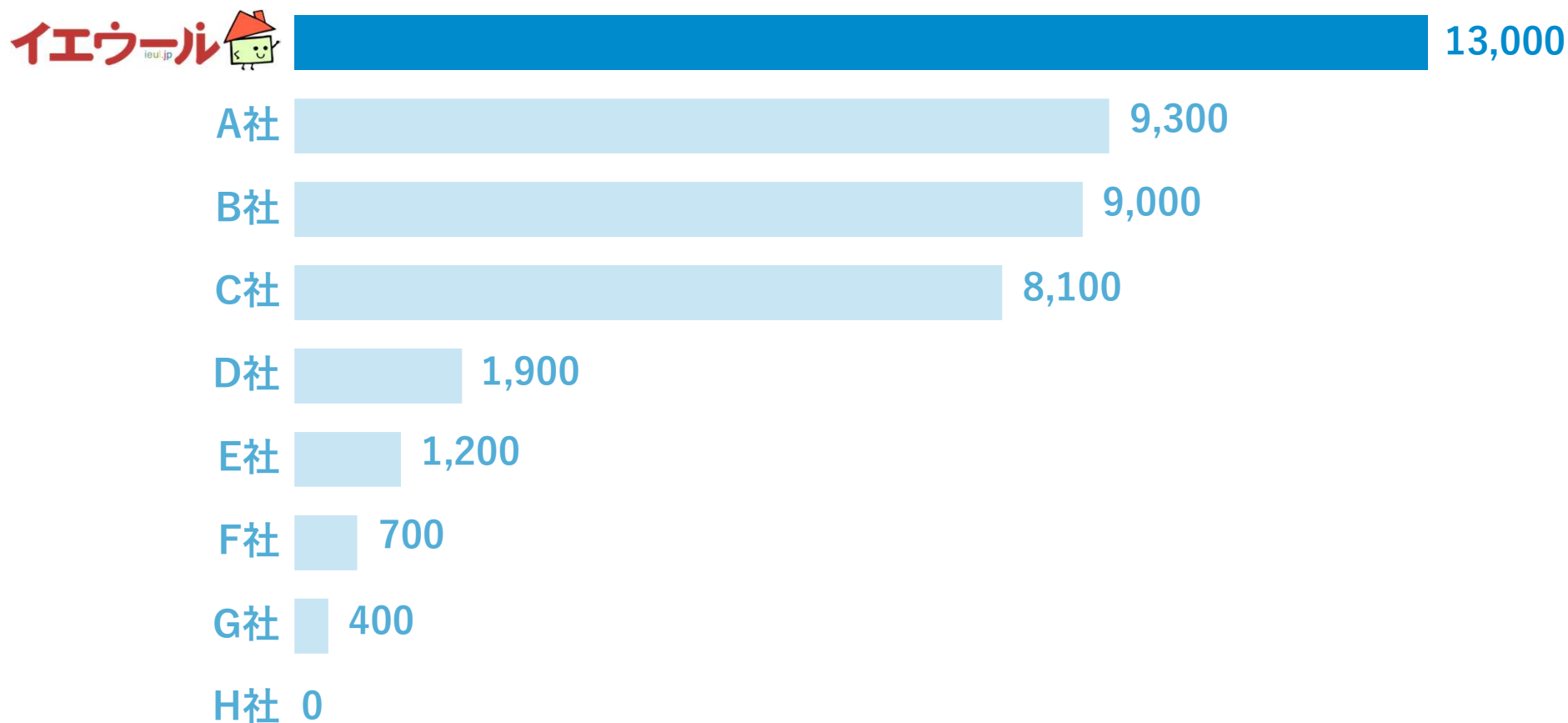
# 集客力強化

## ユーザーの集客基盤の拡充と加盟業者数の増加に従い、紹介数が増加していくモデル



イエウール「不動産の一括査定サイトに関するランキング調査」にて、  
ユーザー数・加盟業者数・エリアカバー率で全て1位を獲得

### 査定依頼ユーザー数



東京商工リサーチ「不動産の一括査定サイトに関するランキング調査」

## 2021年第2四半期からテレビCMを開始予定



テレビCMからの直接的な利用者獲得のほか、  
認知度向上による自社サイトにおける集客率向上を狙う。



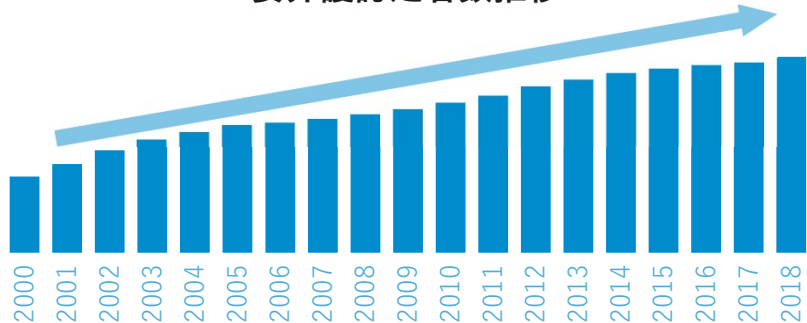
## 介護・福祉領域のプラットフォームサービスを2020年12月より開始 通期では150百万円を計画2022年9月期から利益貢献を見込む

### 市場環境

#### 介護・福祉領域の市場ポテンシャル

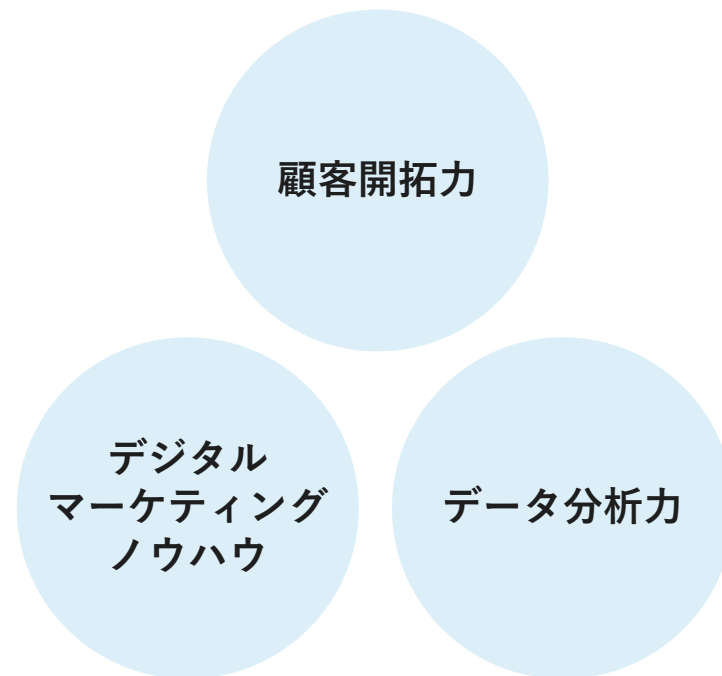


要介護認定者数推移



### 自社との親和性

#### 既存事業とのシナジーを活かす



政府の方針として、重要説明事項のオンライン化等不動産取引のDX推進が掲げられており、社会的にDXが加速している

日本政府の方針

不動産売買に関して今後重要事項説明等のデジタル化・オンライン化を推進



売り主の売却活動

見込み顧客の集客

仕入れ営業

接客・交渉

購入契約

前工程のデジタル化・オンライン化の需要も加速



政府の方針で  
デジタル化・オンライン化が  
加速

## 市場規模が大きく、オンライン化比率の低い業界のDX支援を推進



各業界の市場規模とオンライン化比率

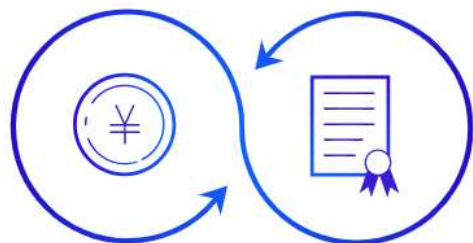
業界	不動産	リフォーム	介護・福祉
市場規模	<b>13.8兆円</b> <small>出典：総務省「サービス産業動向調査年報 2019年」</small>	<b>6.2兆円</b> <small>出典：矢野経済研究所「2020年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略」</small>	<b>10.2兆円</b> <small>出典：厚生労働省「令和元年度 介護給付費等実態統計」</small>
オンライン化比率	<b>12.0%</b> <small>出典：経済産業省「令和元年度 内外一体の経済成長戦略構築にかかる 国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」</small>	<b>7.2%</b> <small>出典：一般社団法人住宅リフォーム推進協議会「平成29年度第15回 住宅リフォーム実例調査」</small>	<b>6.8%</b> <small>出典：経済産業省「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる 国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」</small>

# その他セグメント

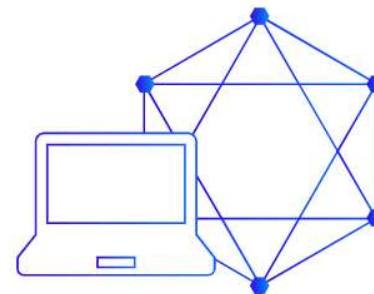
---

## 株式会社Datachainにおいて、ブロックチェーン技術を利用した実証実験を大手企業と共同で複数プロジェクト進行中

NFT※による所有権移転の効率化



データ取引の透明性向上



条件に基づくデータ取引の自動執行



ブロックチェーンネットワークにおけるセキュアな鍵管理

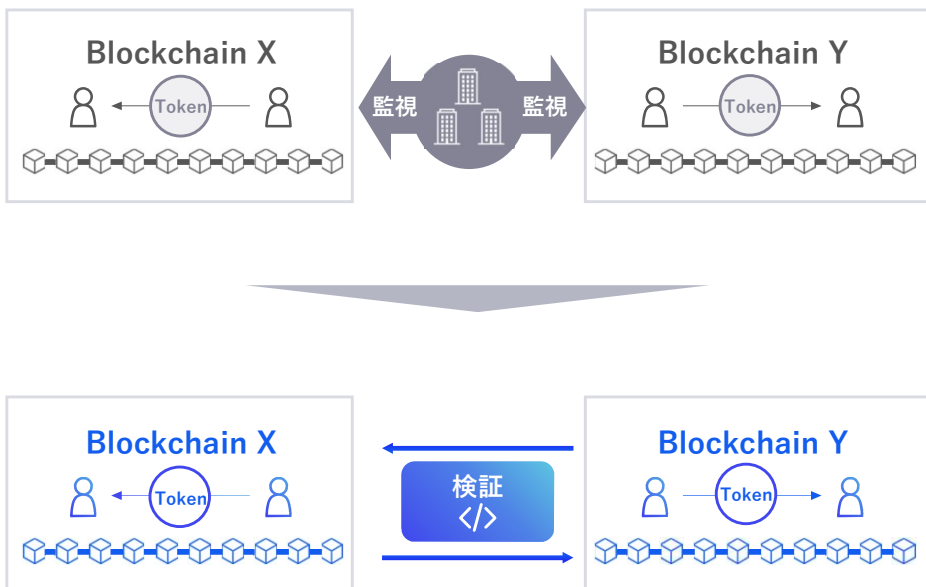


※NFT (Non-Fungible Token) とは、代替不可能なトークンをさす

# ブロックチェーンのインターオペラビリティ※ソリューションである「Cross Framework」を特許出願中

## 提供価値

状態をシステム間で相互検証する事により、仲介者を不要とする連携が可能に



## 特許出願

複数システムをつなぐプロダクトで特許出願（業界をリードする取組として専門誌に掲載）

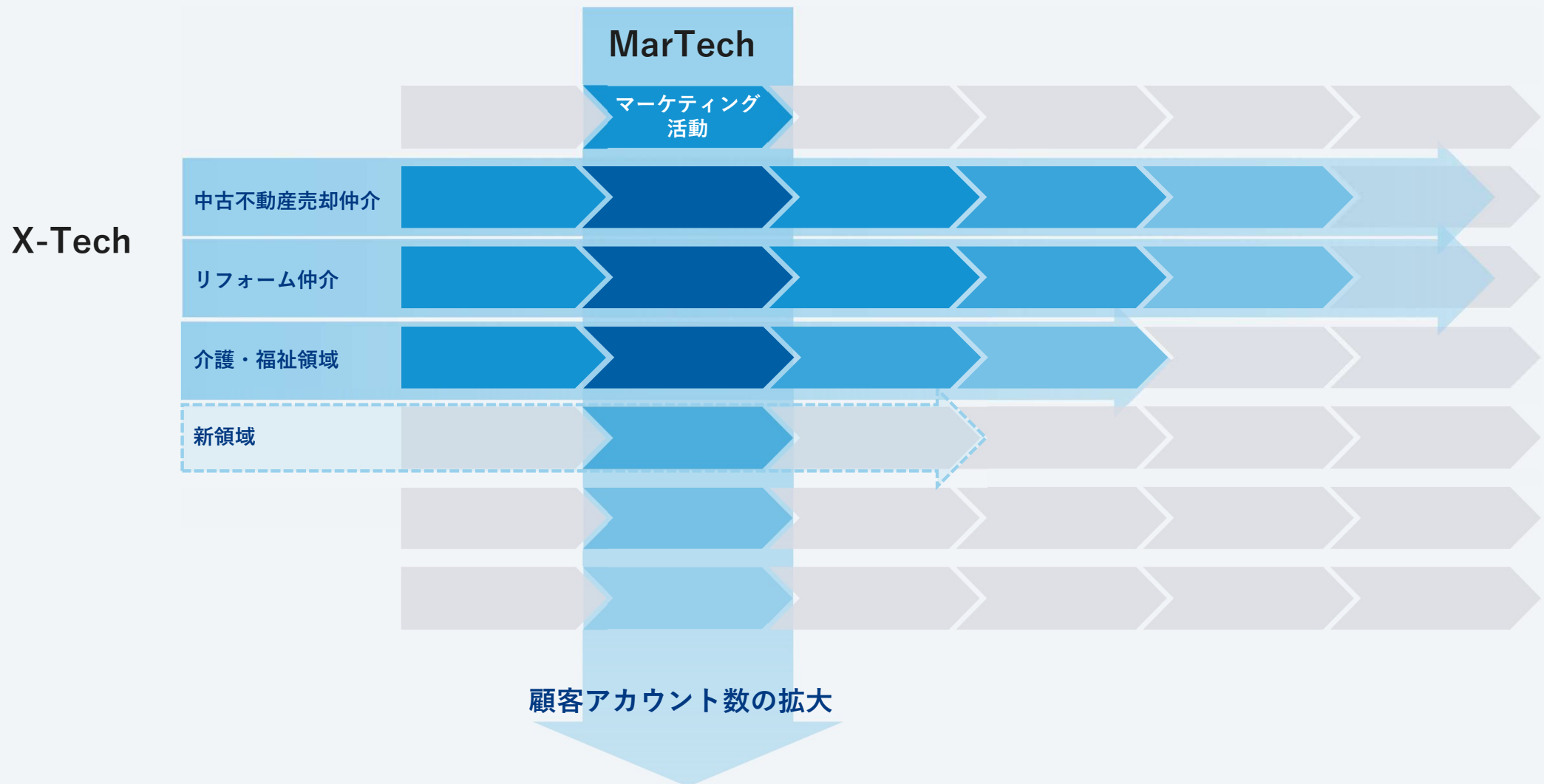


※インターオペラビリティとは、無数の様々なブロックチェーン同士を相互に運用可能とするための技術のこと

# 5 成長戦略

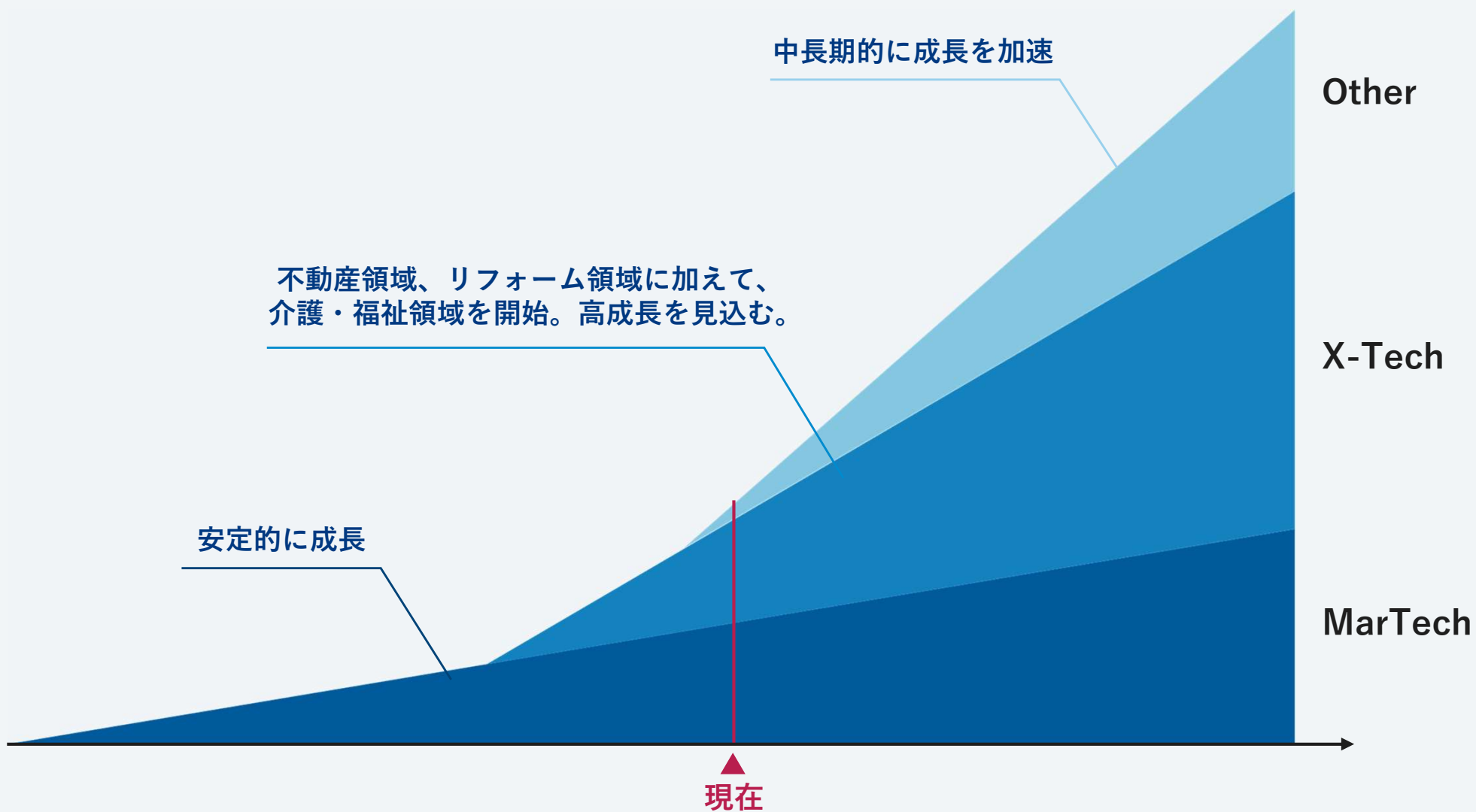
Growth Strategy

MarTechは、顧客アカウント数の増加に取り組む  
X-Techは、既存領域を拡大させるほか、介護・福祉領域への取り組みを開始

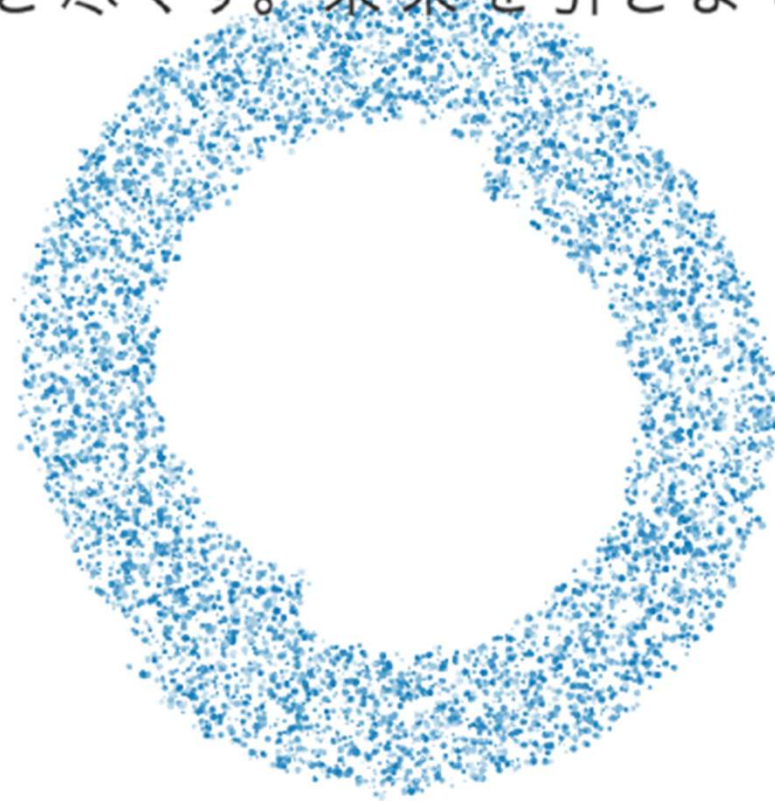




## 社会的なDXニーズの高まりを背景に、各セグメントにおいて高成長を見込む



解き尽くす。未来を引きよせる。





# Appendix

Appendix

# 1 会社概要

社名	株式会社Speee	(英文社名) Speee, Inc.
代表者	大塚 英樹	
事業内容	・ MarTech事業 ・ X-Tech事業	・ その他事業
創立	2007年11月29日	
資本金	1,365,457千円	(2020年12月31日)
従業員数	512名	(2020年12月31日) ※業務委託・派遣社員含む
役員	代表取締役 大塚 英樹 取締役 久田 哲史 取締役 渡邊 昌司	取締役 西田 正孝 取締役 田口 政実 社外取締役 長谷部 潤 常勤監査役 大川 勝廣 監査役 山中 健児 監査役 高松 悟
所在地	〒106-0032	東京都港区六本木四丁目1番4号

## 2 経営陣



代表取締役・Founder  
CEO

大塚 英樹



取締役・Founder  
(株)Datachain CEO

久田 哲史



取締役  
(株)ThinQ Healthcare CEO

渡邊 昌司



取締役・COO  
X-Tech事業管掌

田口 政実



上級執行役員  
MarTech事業管掌

本多 航



取締役・CFO  
経営管理本部管掌

西田 正孝



専門執行役員  
VP of Engineering

大場 光一郎



専門執行役員  
CISO(最高セキュリティ責任者)

伊藤 秀行



専門執行役員  
(株)Datachain CTO

木村 淳

社外取締役：長谷部 潤

常勤監査役：大川 勝廣

監査役：山中 健児

監査役：高松 悟

### 3 沿革

- 2007年 11月 ● 株式会社Speee設立  
モバイルSEO事業（現「Webアナリティクス」事業）を開始
- 2013年 10月 ● DSPを中心としたデジタル広告の「トレーディングデスク」事業を開始
- 2014年 1月 ● 中古不動産売却におけるマッチングサービス「イエウール」事業を開始
- 2015年 12月 ● 外装リフォームにおけるマッチングサービス「ヌリカエ」事業を開始
- 2016年 4月 ● ネイティブアド配信プラットフォーム「UZOU」事業を開始
- 2017年 1月 ● インドネシア共和国に現地求職メディア運営事業を行う海外子会社PT. SPEEE RECRUITMENT NUSANTARA  
を設立
- 2018年 3月 ● ブロックチェーン技術を基盤としたデータプラットフォーム事業を行う国内子会社株式会社Datachain  
（現連結子会社）を設立
- 2018年 10月 ● データインテグレート手法と予測分析技術を活用したマーケティング支援サービス「PAAM」事業を開始
- 2018年 11月 ● リフォーム関連領域におけるマッチングサービス「ヌリカエ」を開始
- 2019年 8月 ● スマートヘルスケア事業を行う国内子会社株式会社ThinQ Healthcare（現連結子会社）を設立
- 2020年 7月 ● 東京証券取引所JASDAQ市場に上場
- 2020年 12月 ● 介護・福祉領域におけるマッチングサービスとしてウェルネス事業を開始

## 最新のデータ分析技術に基づき バリューチェーンの統合を実現する組織能力を有している

①

### データ

バリューチェーン上を流通しているデータ、検索データ、見込み顧客データ等多種多様なデータ蓄積により、高深度な分析が可能



②

### 人材・組織

バリューチェーンの統合を実現するための、データ利活用職種、プロダクト開発職種、ビジネス構築職種を3分の1ずつバランス良く配置



③

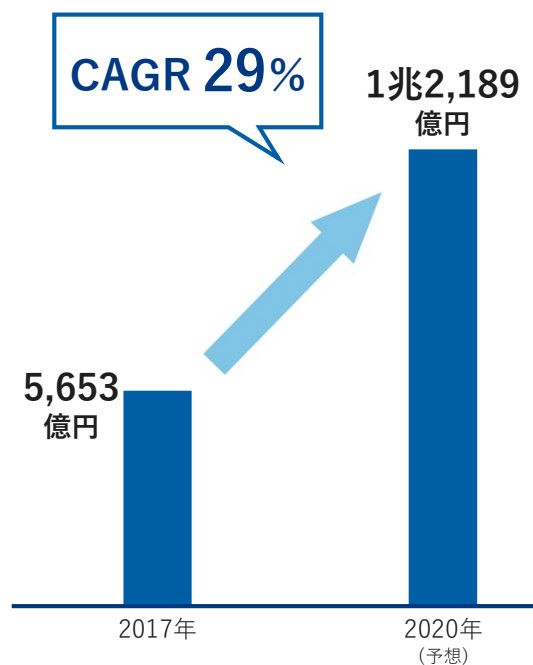
### テクノロジー・仕組み

シナジーを発生すべく、アルゴリズム、データドリブンオペレーション、顧客接点等全事業でビジネスアセットを共通化



## 当社が対象とするDX市場はポテンシャルの大きい成長市場

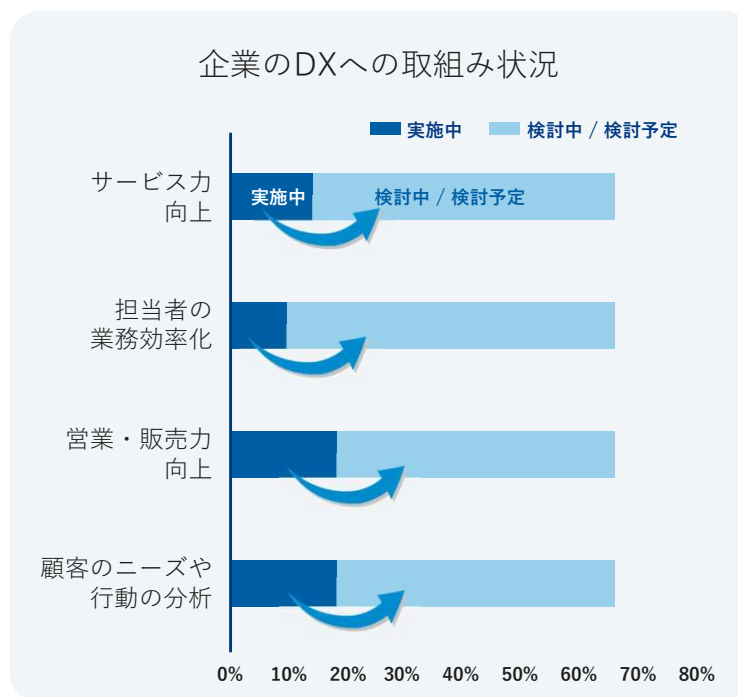
### 市場規模



※出典：富士経済「2018 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

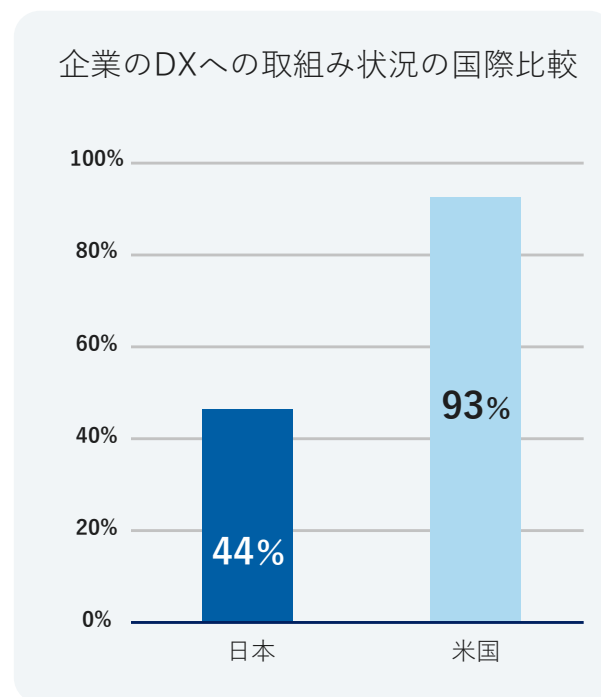
### DX市場規模の成長ポテンシャル

今後、多岐にわたる業務で取り組みが大幅に増加する



※出典：野村総合研究所「IT活用実態調査(2017年)」

国内企業におけるDX取組み比率はまだ米国の1/2以下



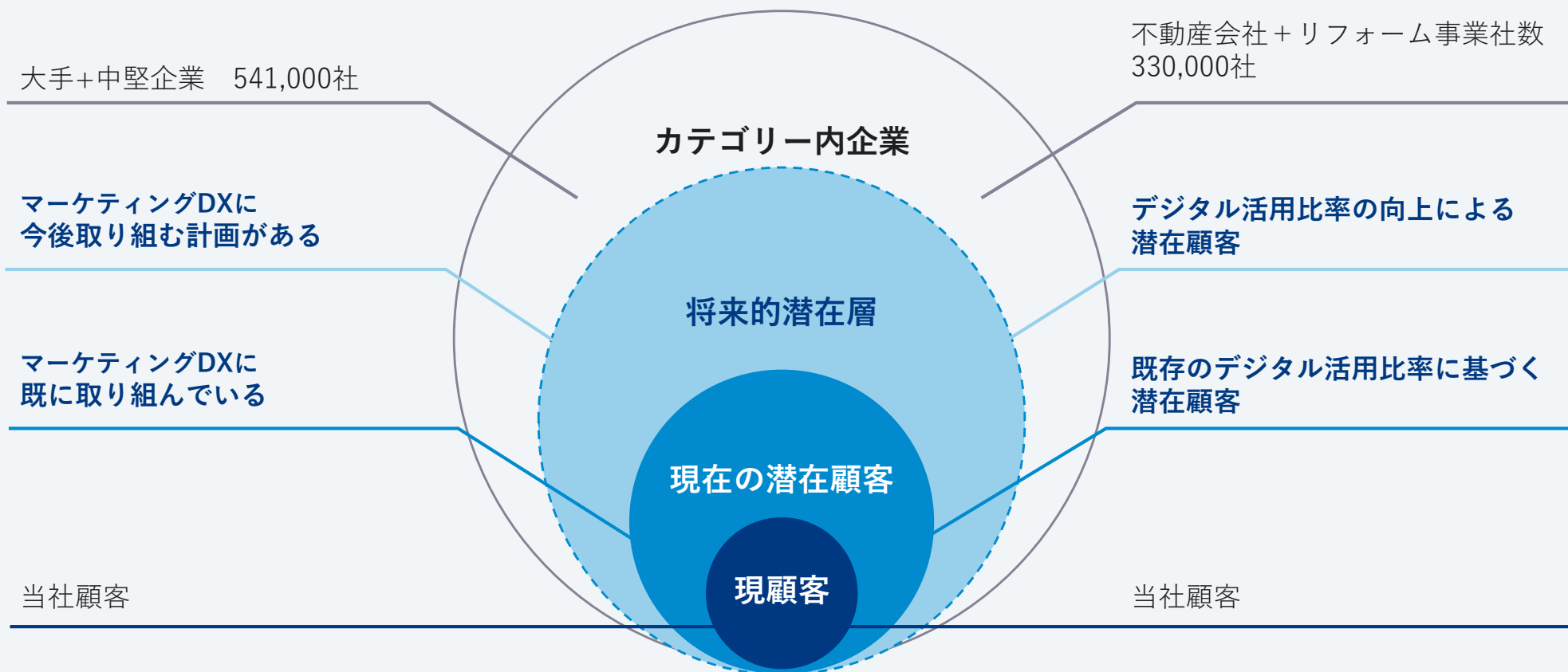
※出典：野村総合研究所「企業における情報セキュリティ実態調査2019」



# 現在注力しているMarTech事業とX-Tech事業の顧客開拓余地は極めて大きい

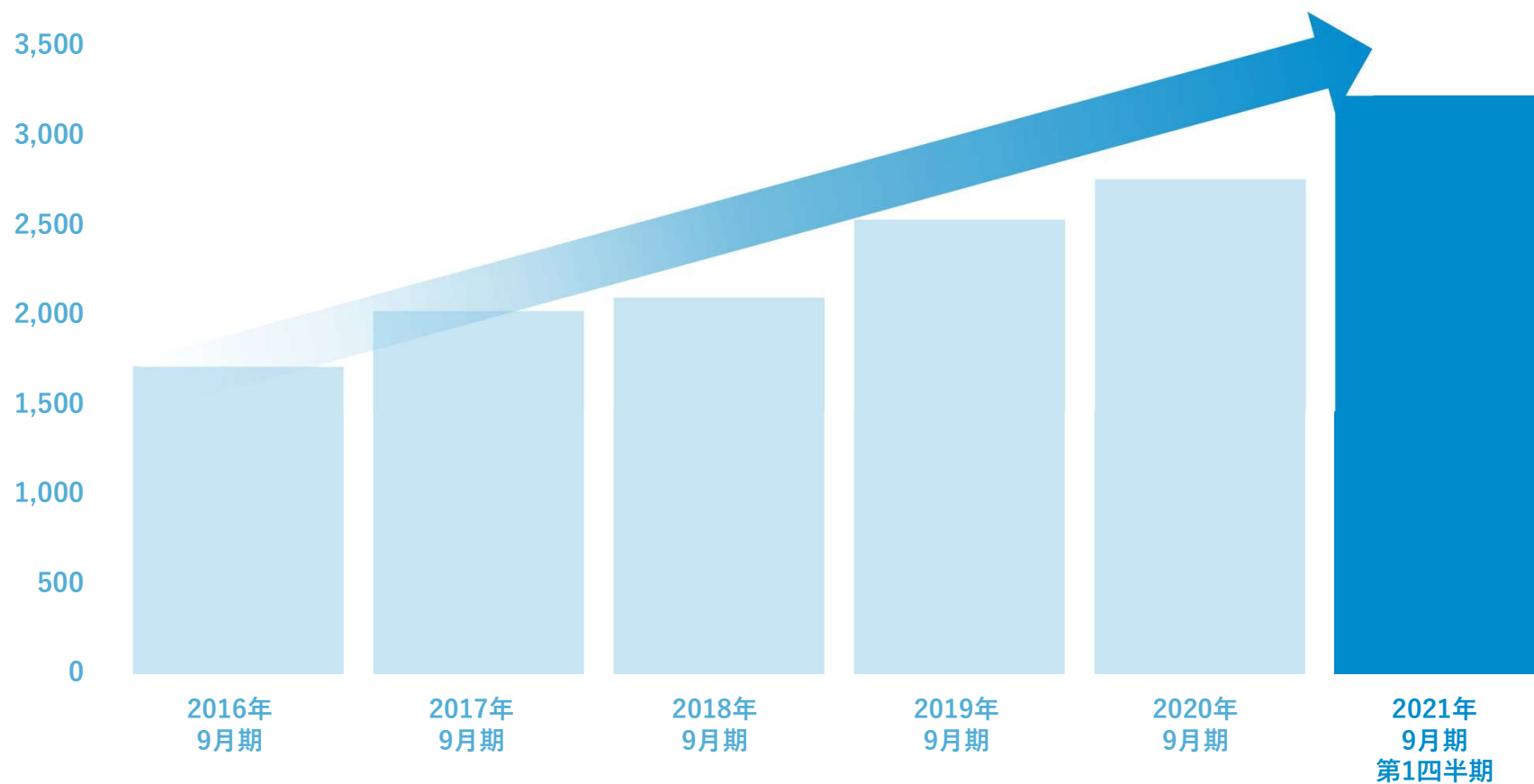
## MarTech対象顧客

## X-Tech対象顧客



## ストック型ビジネスで持続的に顧客アカウント数が拡大

顧客アカウント数 推移



- ①顧客アカウント数の拡大 ②顧客あたり売上高の拡大
- ③販管費比率の低減により成長を図る

MarTech

X-Tech

顧客アカウント数の拡大

新規顧客の獲得  
継続率の向上

新規顧客の獲得  
継続率の向上  
地方展開の推進

顧客あたり  
売上高の拡大

クロスセル  
サービス拡充

サービス拡充  
領域展開

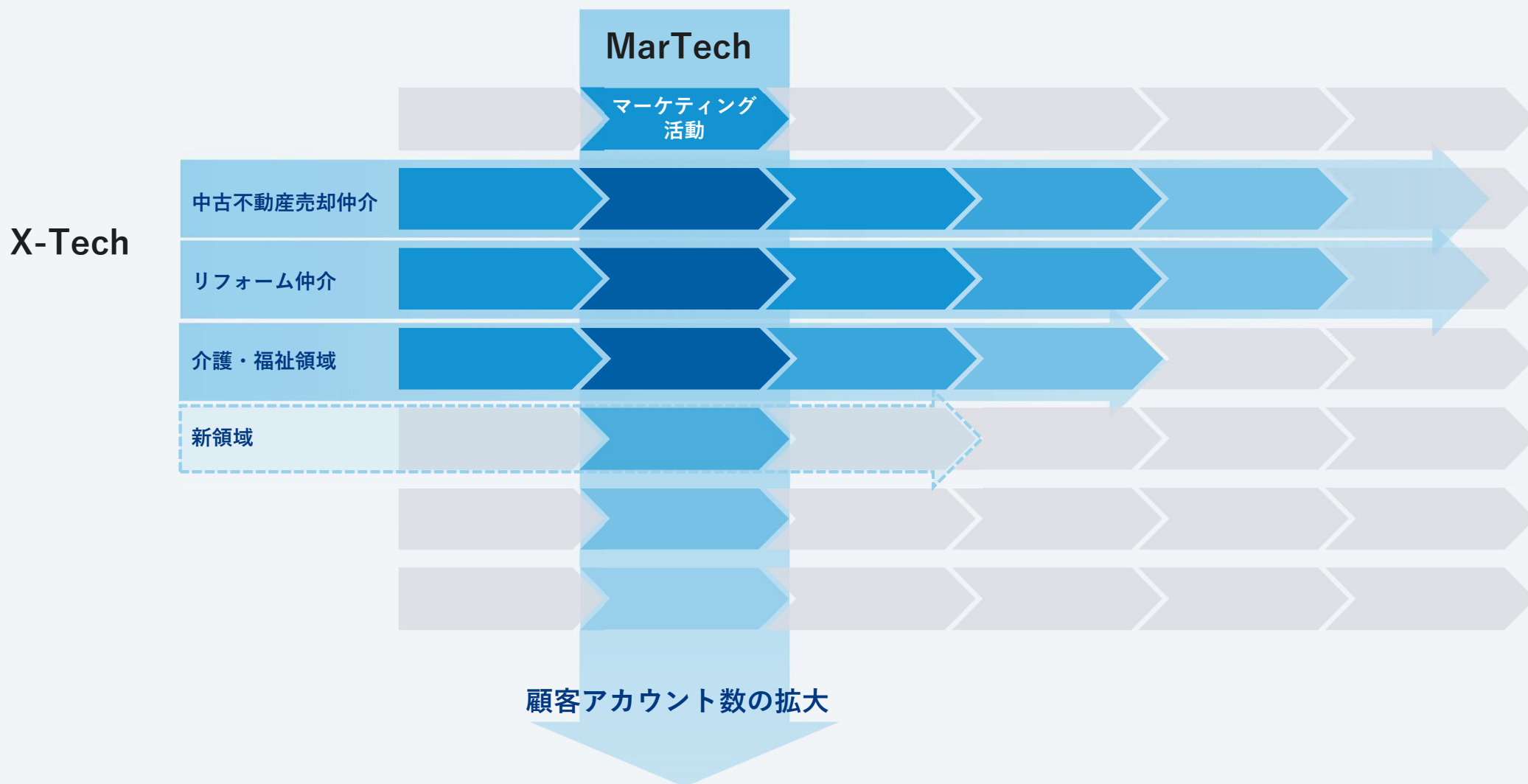
販管費比率の低減

労働生産性の向上

売上高広告宣伝費比率の低減

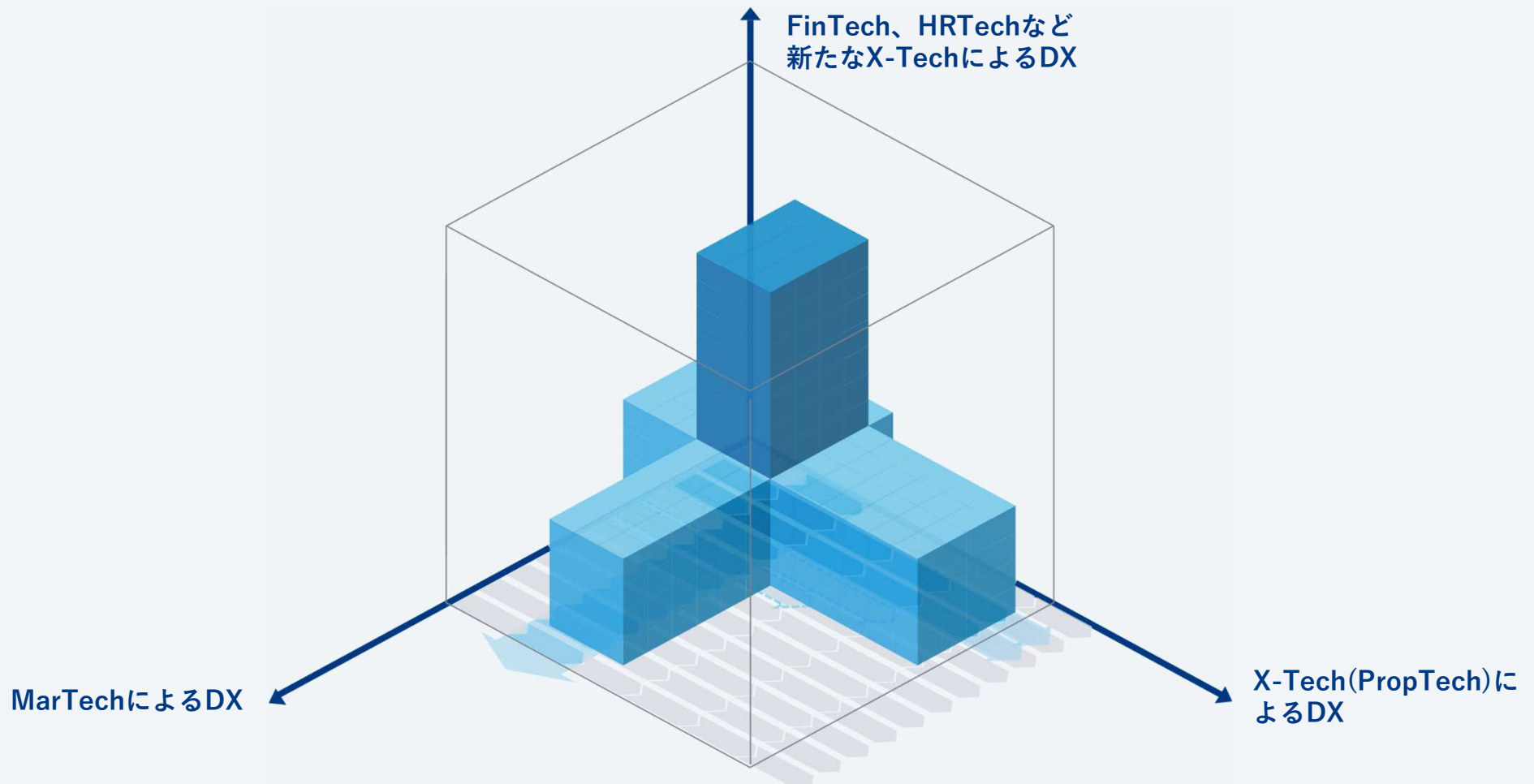


# MarTechは顧客アカウント数の増加に、 X-Techはオンライン化比率の低い業界を対象とした領域拡大に取り組む



## 戦略的な新規事業の開発に投資を続け、 企業理念の実現と企業価値の向上を立体的に目指す

X-Techの掛け合わせでDXのインパクトを最大化していく



# 11 顧客事例①

事業部 PAAM事業部

クライアント プロサッカークラブ

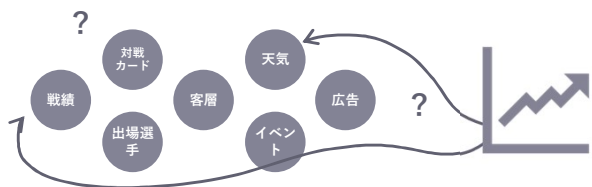
ニーズ概要 Sports Marketing J1チームのマーケティングをデータを使って再構築したい

## 課題

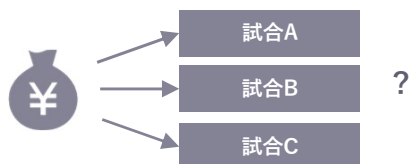
1 集客すべきファン層の特徴がわからない



2 集客の変数がわからない

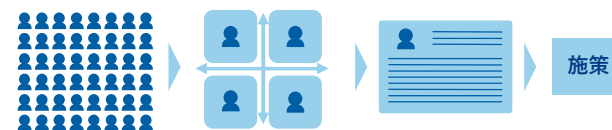


3 感覚や過去実績からプロモーション予算を配分しており、最適なかわからない

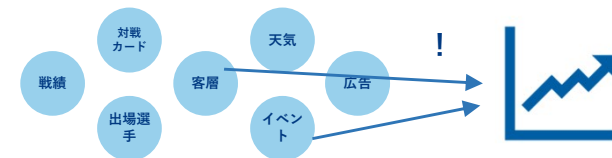


## 解決

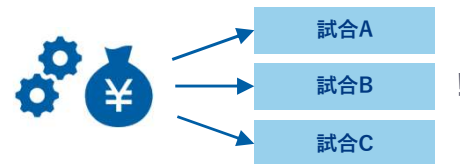
1 集客すべきファン層の特徴を分析し、最適なプロモーション施策を設計・実施



2 集客の変数を分析し、精緻な予測を可能に



3 データ基盤構築&モデル開発・運用によりプロモーション予算の配分を最適化



## 12 顧客事例②

事業部

トレーディングデスク・PAAM事業

クライアント

外資系 大手ヘルスケア/トイレタリーメーカー

ニーズ概要

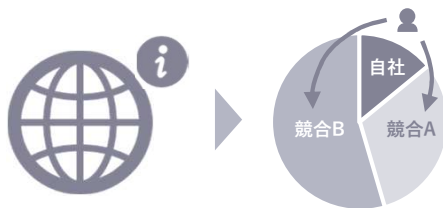
Direct to Consumer(D2C)戦略。直販チャンネルを最適化して販売量を大幅に増やしたい

### 課題

- 1 小売を通さずWEB経由でユーザーと直接繋がる事で、直販を強化したい

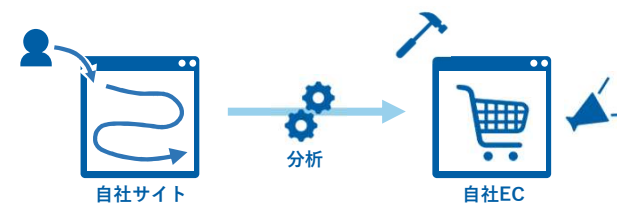


- 2 自社製品のWeb上での情報流通量の相対シェア (Share of Voice)が低く、競合へのスイッチを許している

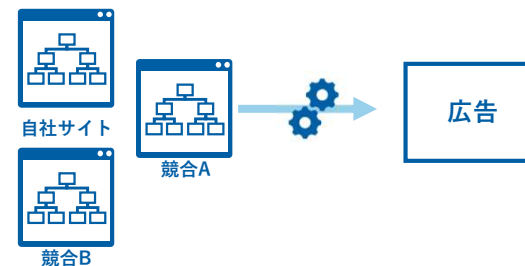


### 解決

- 1 Webでのユーザーデータを蓄積・分析し情報発信型の自社ECを構築



- 2 自社&競合製品のWeb上でのブランド情報構造を調査・分析し、補強が必要なベクトルを明確化して広告を強化



## 13 顧客事例③

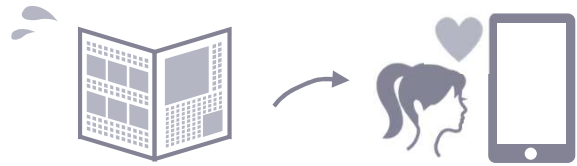
事業部 Webアナリティクス・UZOU事業

クライアント 大手出版社

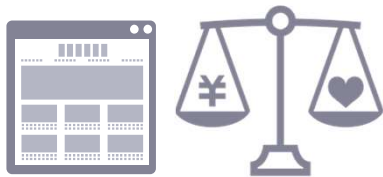
ニーズ概要 古いビジネスモデルからの脱却。雑誌と連動したデジタルメディアを強化する事で収益性を向上させたい

### 課題

- 1 デジタルシフトによる雑誌離れで若い層を中心に新規読者の獲得に苦戦



- 2 デジタルメディアにおいてブランドと収益性の両立は難しい

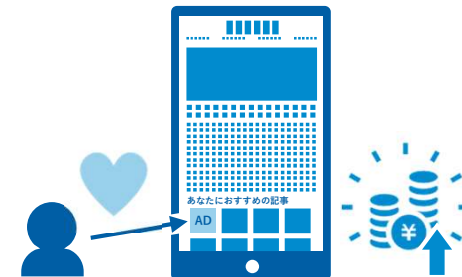


### 解決

- 1 コンテンツ企画とメディア運営をデータドリブンに行う事で、潜在的な読者層をリアルとデジタルの両軸で囲い込み



- 2 媒体価値と広告効果を最大化するマッチングアルゴリズムでデジタルメディアの広告収益を最大化





## 14 顧客事例④

事業部

イエウール事業

クライアント

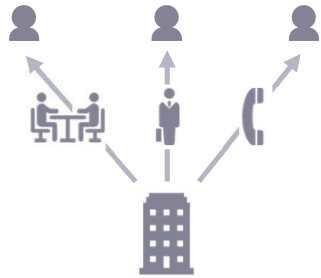
中規模不動産会社

ニーズ概要

自社で抱えているオフラインを前提としたサービスフローでは接点を持たない売却意向度の高い見込み顧客に対して最適かつリアルタイムにサービスを提供したい

### 課題

- 1 見込み顧客の集客を、紹介・チラシ・店舗訪問等オフラインに依拠

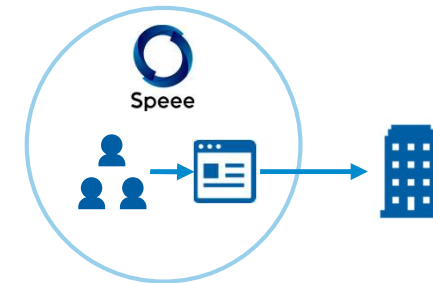


- 2 オフラインを中心とした非効率的な集客と労働集約的な営業プロセス

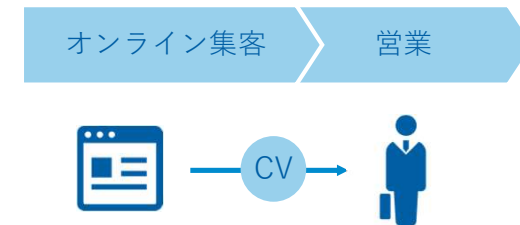


### 解決

- 1 イエウールを通じたオンライン集客に全面的に変更。売却ニーズの高いユーザーを紹介することで成約率が上昇



- 2 顧客の営業工数を勘案しながら月単位での見込み顧客の紹介を調整



## 15 顧客事例⑤

事業部 Data Platform事業

クライアント 大手自動車グループ

ニーズ概要 ブロックチェーン技術を用いた車両データ連携の実証実験。「モビリティ領域へのブロックチェーン活用」の可能性・将来性の探求

### 課題

#### 自動車の二次流通における課題

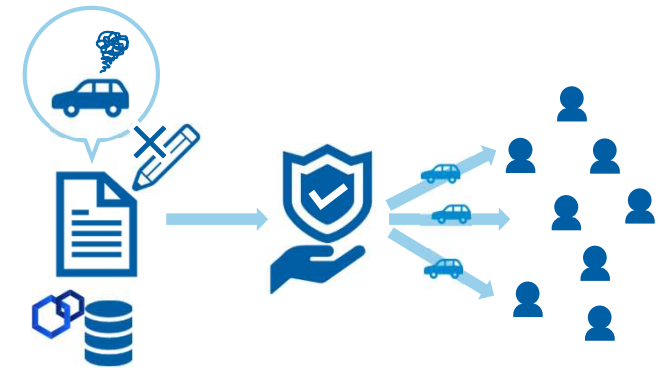
中古車査定の根拠となる走行データ・整備データ等を唯一無二のデジタル上での車両IDと紐付けて記録する等、より信頼性の高い車両履歴に基づく査定・二次流通の手段が求められている



### 解決

#### 改ざん不可能な技術で流通を促進

ブロックチェーンによって改ざんを実質不可能な状態にすることで、車両履歴が信頼できるようになり、中古車の正当な査定を可能にし、二次流通を促進



本資料において提供される情報等は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

これらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

### お問い合わせ先

経営管理本部

Email : [ir@speee.jp](mailto:ir@speee.jp)

IR情報 : <https://speee.jp/ir/>