

SHARING TECHNOLOGY

シ エ ア リ ン グ テ ク ノ ロ ジ ー 株 式 会 社

2021年9月期 第1四半期 決算説明資料

- ◆ **新型コロナウイルス感染症の影響に加え、
前期1Qの大型台風の反動で売上前年比91%**
- ◆ **売上前年割れの中、一部の好調なジャンルでは
対前年比20%以上の成長**
- ◆ **中長期の成長へ向けて、新規顧客層・流入経路の
開拓に向けた新施策を実施**

- 1. 第1四半期業績概要**
- 2. 持続的な成長に向けた取り組み**
- 3. 補足資料**

第1四半期 業績概要

連結業績 2021年9月期第1四半期会計期間

第1四半期会計期間の売上収益は、新型コロナウイルス感染症の「カギ」ジャンルへのマイナス影響が引き続いていること及び異例の日本列島への台風未上陸により、前年割れ。営業利益は、中長期的な増収を見込む施策に戦略的投資を行ったことで、23百万円で着地。

	2021年9月期 第1四半期	2020年9月期 第1四半期※	前年同期間比
売上収益	854百万円	990百万円	△135百万円
営業利益	23百万円	104百万円	△81百万円
当期利益	△6百万円	△11百万円	+5百万円

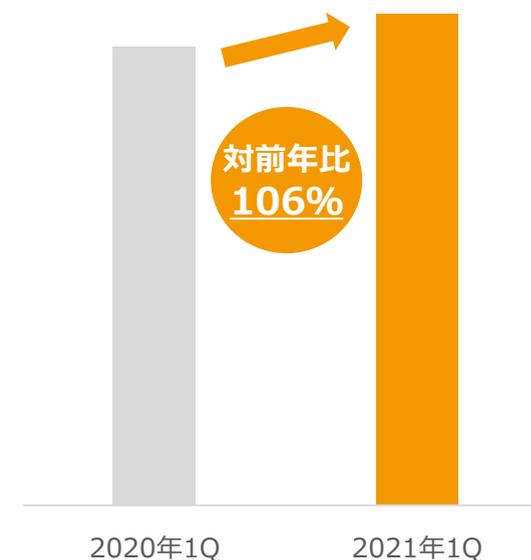
※20年9月期はWEBコンサルティングを含む数値

第1四半期の売上減少要因について

第1四半期の売上収益は、前期同様に新型コロナウイルス感染症拡大による外出・宴会自粛等の影響を強く受けた「カギ」ジャンルに加え、異例の日本列島への台風未上陸により需要が低迷した「台風関連」ジャンルの不調により減収。20年9月期まで含まれていたWEBコンサルティングを除く実力値ベースでは、前年同期間比91%。大きく影響を受けた上記ジャンルを除けば、前年同期間比106%と前期と同水準を維持。

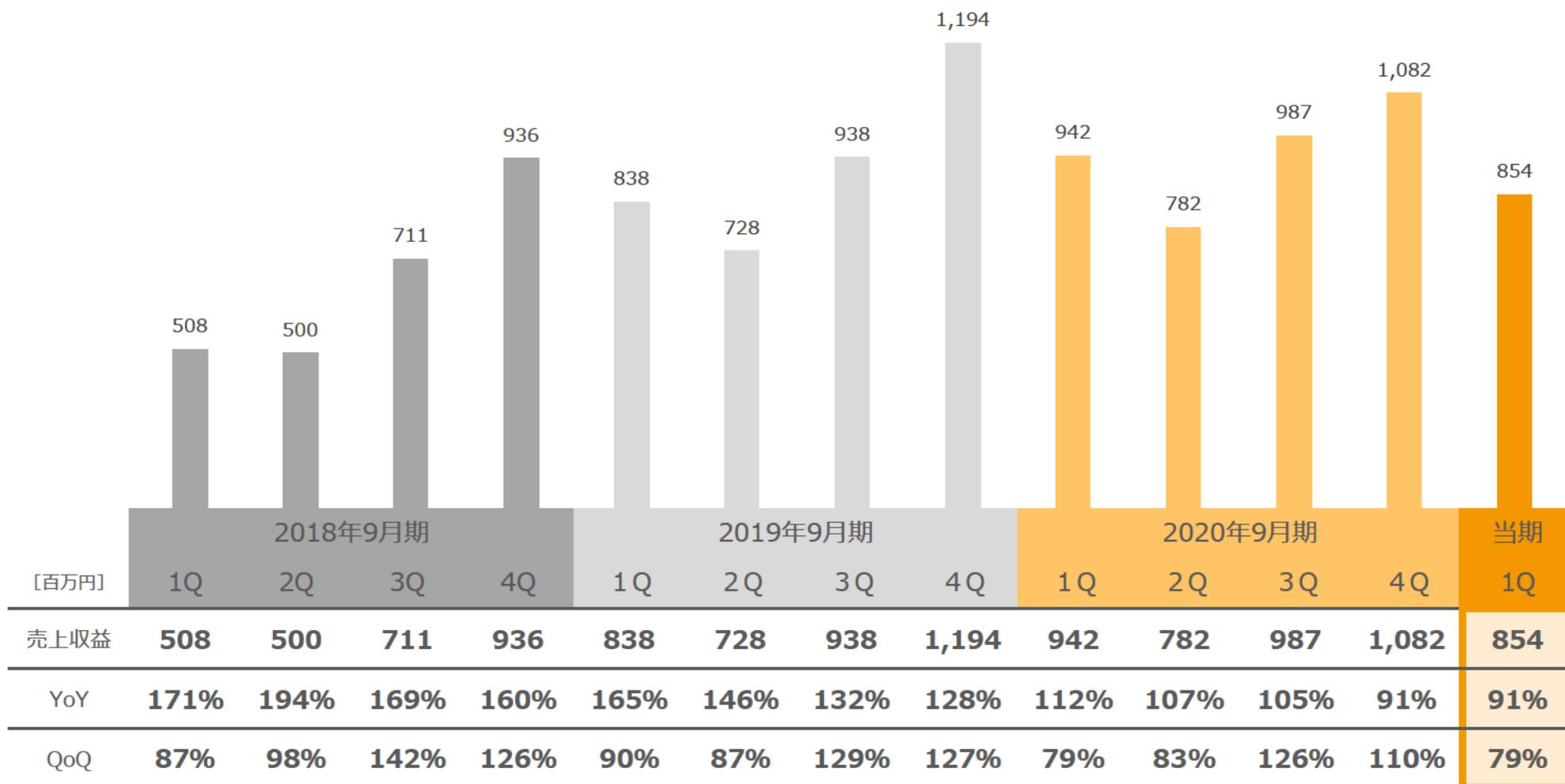
影響を受けたジャンル	売上前年比	減少要因	今後の見通し
カギの開錠・交換等	53%減	コロナによる外出や宴会の自粛	3Q以降、影響が一巡YoY回復見込み
台風関連ジャンル (アンテナ、雨漏り、ガラス)	43%減	前期1Qの大型台風の反動	2Q以降は影響ない見込み

参考：影響を受けたジャンルを除く前年比売上



『暮らしのお困りごと』事業の売上推移

第1四半期の売上収益は、新型コロナウイルス感染症の影響等が引き続き、前年同期比で91%。前四半期比は、シーズンナリティの影響もあり79%で推移。第2四半期は、年末年始の荒天により件数が伸長するも、1月に発出された緊急事態宣言やシーズンナリティ、新型コロナウイルス感染症の影響で依然苦戦が予想される。第3四半期以降は新型コロナウイルス感染症の影響が一巡すること、現状進めている増収施策により巻き返しを見込む。



『暮らしのお困りごと』事業の指標推移

第1四半期の営業利益は、成長が見込めるジャンルへの戦略的な広告費の投入による広告宣伝費率の上昇で、前年同期間比で30百万円減となったものの黒字を確保。コールセンター人件費の売上比率は引き続き一定水準を維持。今後も、売上収益の向上と費用の適正化を続けることで、適切な収支のバランスを確保する。

[百万円] (売上対比)	2019年9月期*				2020年9月期*				当期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
売上収益	838	728	938	1,194	942	782	987	1,082	854
費用 (原価+販管費)	△1,077	△1,042	△1,030	△1,073	△893	△823	△951	△947	△896
広告宣伝費 (PPC広告)	△418 (50%)	△377 (52%)	△372 (40%)	△420 (35%)	△355 (38%)	△316 (41%)	△402 (41%)	△436 (40%)	△384 (45%)
コールセンター 人件費	△99 (12%)	△101 (14%)	△114 (12%)	△108 (9%)	△85 (9%)	△80 (10%)	△78 (8%)	△79 (7%)	△74 (9%)
その他収支	△1	59	1	4	4	△4	22	△29	65
営業利益	△240	△254	△90	125	53	△45	58	105	23

※WEBコンサルティングを除く数値

持続的な 成長に向けた 取り組み

各指標の推移

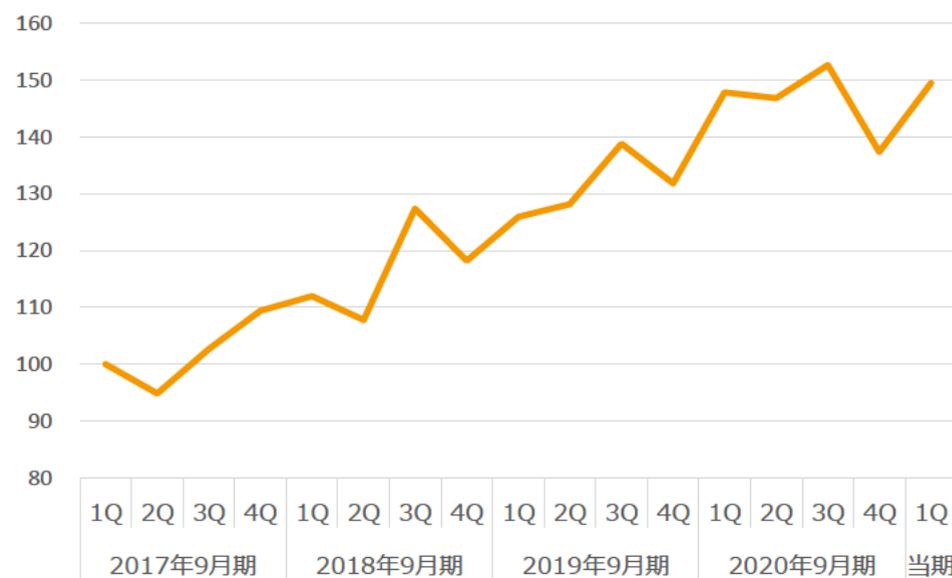
売上収益を分解した「問い合わせ件数」及び「問い合わせあたり単価」の推移。「問い合わせ件数」は、「カギ」ジャンルへの新型コロナウイルス感染症や「台風関連」ジャンルの不調の影響もあり前年割れ。「問合せあたり単価」は右肩トレンドを維持。第2四半期の状況は依然厳しいことが想定され、通期目標達成へは下期にかけて売上収益を伸ばす取り組みが必要。



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)



特定ジャンルにおける売上収益の好調な伸び

『暮らしのお困りごと』事業の売上収益が前年割れとなった中、いくつかのジャンルで高い成長率を維持。売上トップ10内のジャンルでも前年同期間比で各172%、124%と成長しており、これらの成功要因を分析し、横展開することで、今後のジャンル育成へとつなげる。

ジャンルA



成功要因

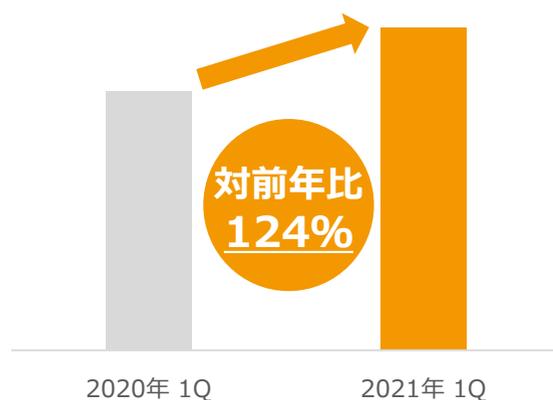
市場の状況

- 圧倒的シェアを持つサービスが存在するも、Webからの集客は拡大余地あり

シェアテクの戦略

- 他ジャンルのWeb広告運用/コールセンターのノウハウと、加盟店ネットワークを活用し、全国で駆けつけサービスを提供できる仕組みを迅速に構築し参入

ジャンルB



成功要因

市場の状況

- 圧倒的なシェアを持つサービスが不在

シェアテクの戦略

- 広告費を戦略的に投入し、シェアを拡大
- 拡大したシェアを背景に加盟店ネットワークを拡張し、収益の土台を構築、合わせてサービスの品質向上、価格の適正化に注力
- 広告費を再投入し、さらにシェア拡大

売上成長に向けた取り組み

持続的な成長に向け、サイトの種類及びフェーズに分け各種の施策を立案、実行。それぞれのサイトの特性に合わせた施策を講じつつ、他サイトへ横展開する等、多面的なアプローチで売上収益の拡大を目指す。

進行中の施策事例

	【バーティカルメディアサイト】 カギ110番 etc.	【ポータルサイト】 生活110番	【CGMサイト】  mochiya
集客	リスティング広告の運用最適化	法人提携によるユーザー獲得 →P.15参照	ブランディング、SEO対策
選択	サイト改善によるCVR向上		口コミ主体のプラットフォームによる新規ユーザー獲得
受付	コールセンターの対応品質向上、マッチング改善による単価向上 →P.13参照		サイト内メッセージ活用による効率化
決済			キャッシュレス決済による効率化 →P.14参照

売上成長のための施策①～品質改善～

各サイトの改善による問い合わせ率の向上及び、問い合わせ後のコールセンターの対応品質向上により、さらなる顧客獲得を図る。サイト改善では、自社コールセンターならではの強みを活かし、大量に蓄積されたデータを基に、より訴求効果の高い内容へ変更。また、コールセンターでは、ジャンル毎にスキル別の人員を配置。電話の受け損ねをなくすと同時に、スタッフ個別にトークスキル改善を行うことで、さらなる増収を図る。

訪問者に選ばれるサイト作り

Before



After



- ・サイト強化のための専門チームを編成
- ・コールセンターの対応履歴や、リスティング運用データをサイトの訴求内容に反映、各サイトのCVR向上を図る

専門スタッフによるきめ細かい電話対応



- ・高スキルスタッフを強化ジャンルの専門チームとして編成
- ・個人の習熟度に応じたトークスキル改善で、受付から加盟店への取次件数を増やす

売上成長のための施策②～mochiya～

CGMサイト『mochiya』を2020年10月に愛知県でリリースし、同年12月には関東エリアに拡大。共働きの増加等で急速に広がるハウスクリーニング市場において、若年層ユーザーの新規獲得を狙う。また、実装している新機能を今後他サイトへ横展開することも目指す。

口コミ・料金 で比較できる



リーチ層の拡大

- ・Webサイトで料金を比較し、口コミを参考に購買決定する若年層の新規ユーザー層を取り込み

メッセージで 気軽にプロに相談できる



工数削減と履歴の分析

- ・ユーザーと加盟店がサイト内で直接コミュニケーションを行うことによる社内プロセス効率化
- ・履歴分析によるニーズ把握

キャッシュレス決済で ユーザーの利便性向上

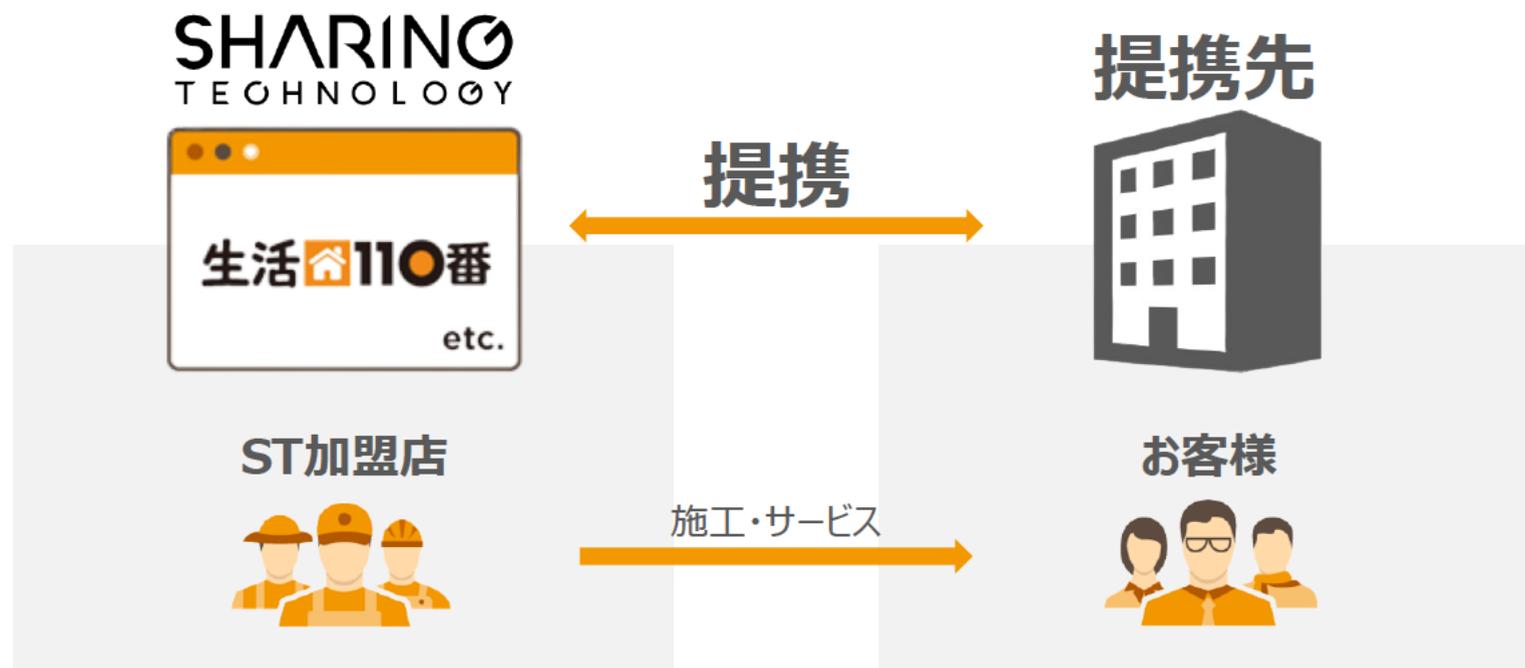


報告・請求プロセスの簡略化

- ・当社がサイト内で施工金額の正確な把握ができることによる加盟店との報告・請求プロセス効率化

売上成長のための施策③～法人提携～

流入経路拡大に向け法人提携を拡大中。提携先企業が抱えるお客様からの安定的な案件獲得が見込めることから、中長期的な収入の柱として期待できる。様々なジャンル、全国対応できる当社ならではの強みを活かし、今後も提携内容、及び提携先企業を拡大を目指す。



法人提携の事例

不動産管理会社



入居者向けにカギ紛失等のトラブル時に緊急系サービスを提供する。

光回線販売代理店



代理店からの依頼に応じ加入者向けの光回線開通工事を請け負う。

飲食店フランチャイズ本部

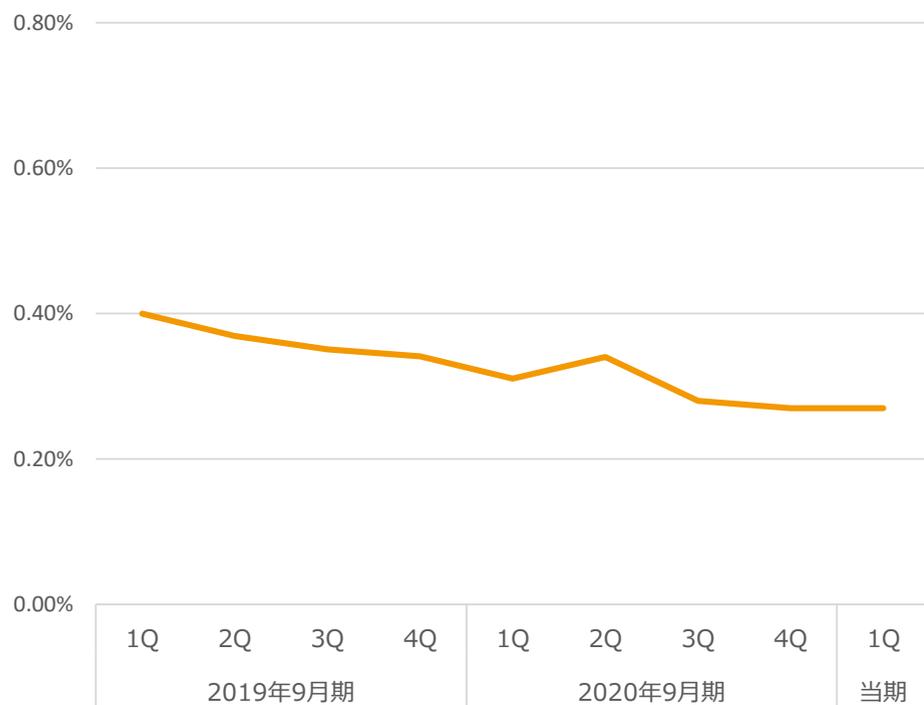


店舗のお困りごと（ガラス割れ等）を解決するサービスを提供する。

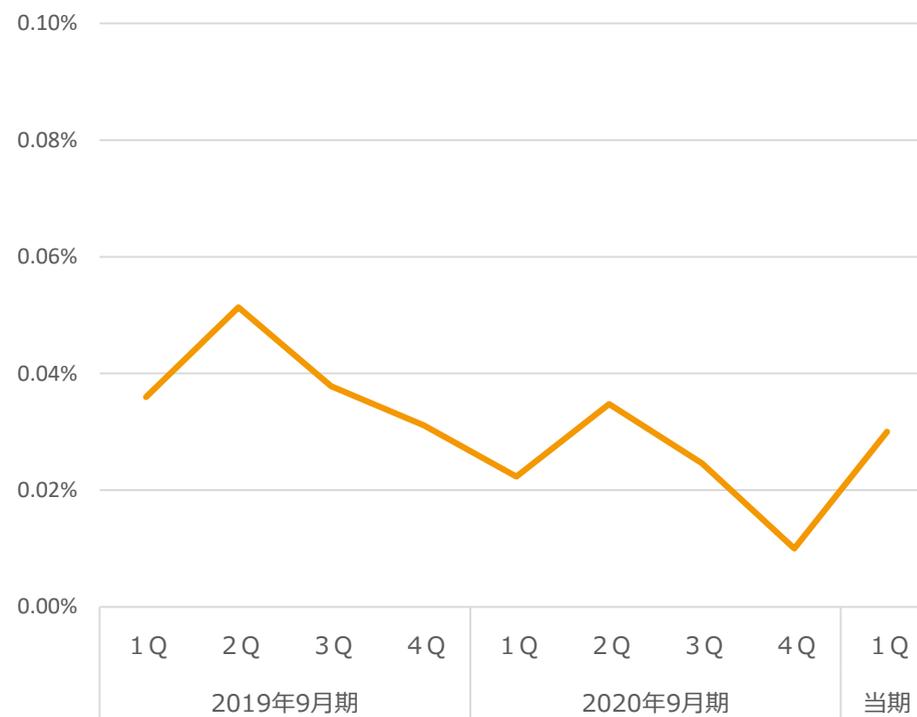
お客様、加盟店の満足度を重視した事業運営

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。さら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



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4,600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
4,600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

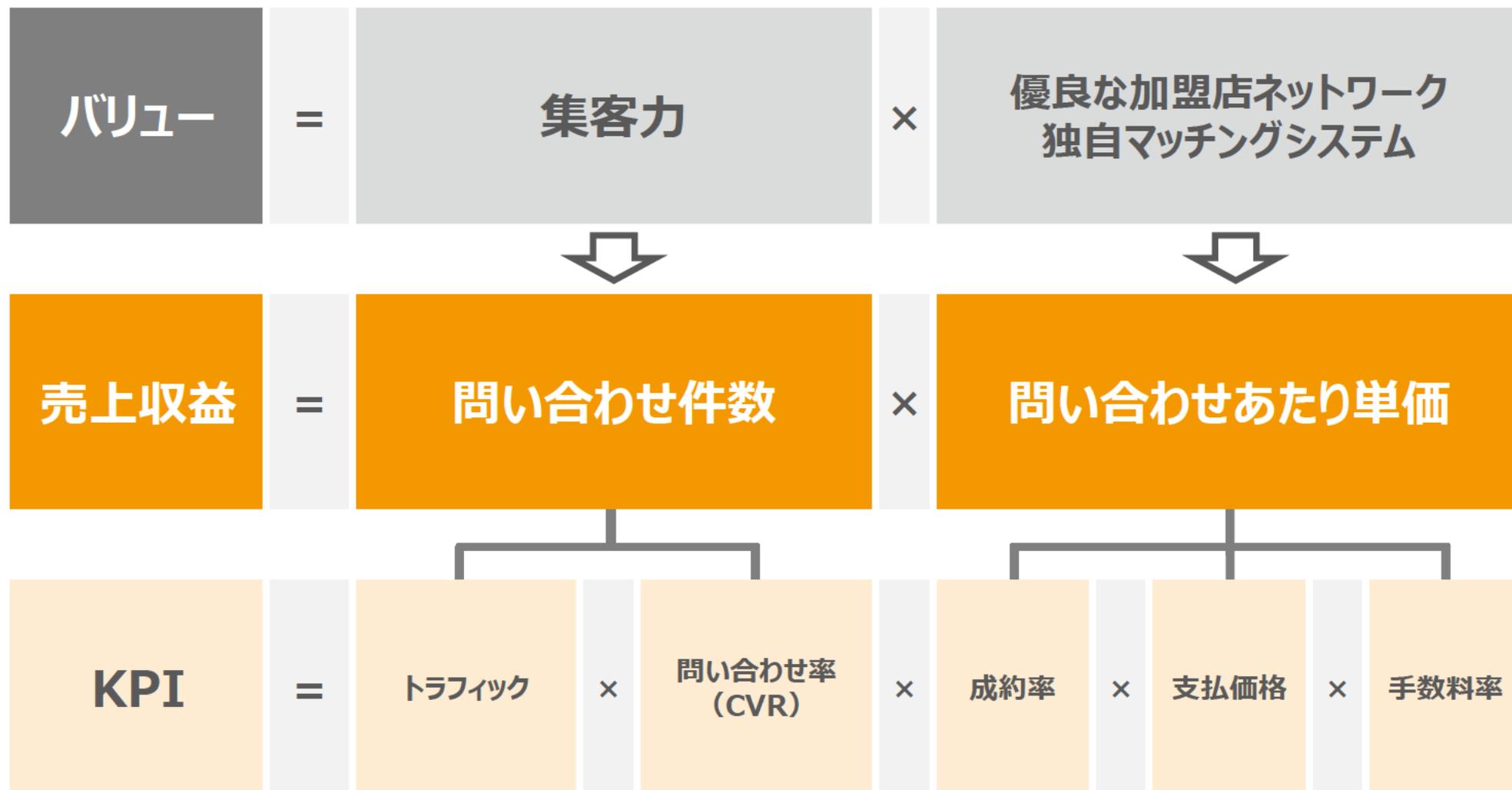
収益の流れ

『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）



収益構造

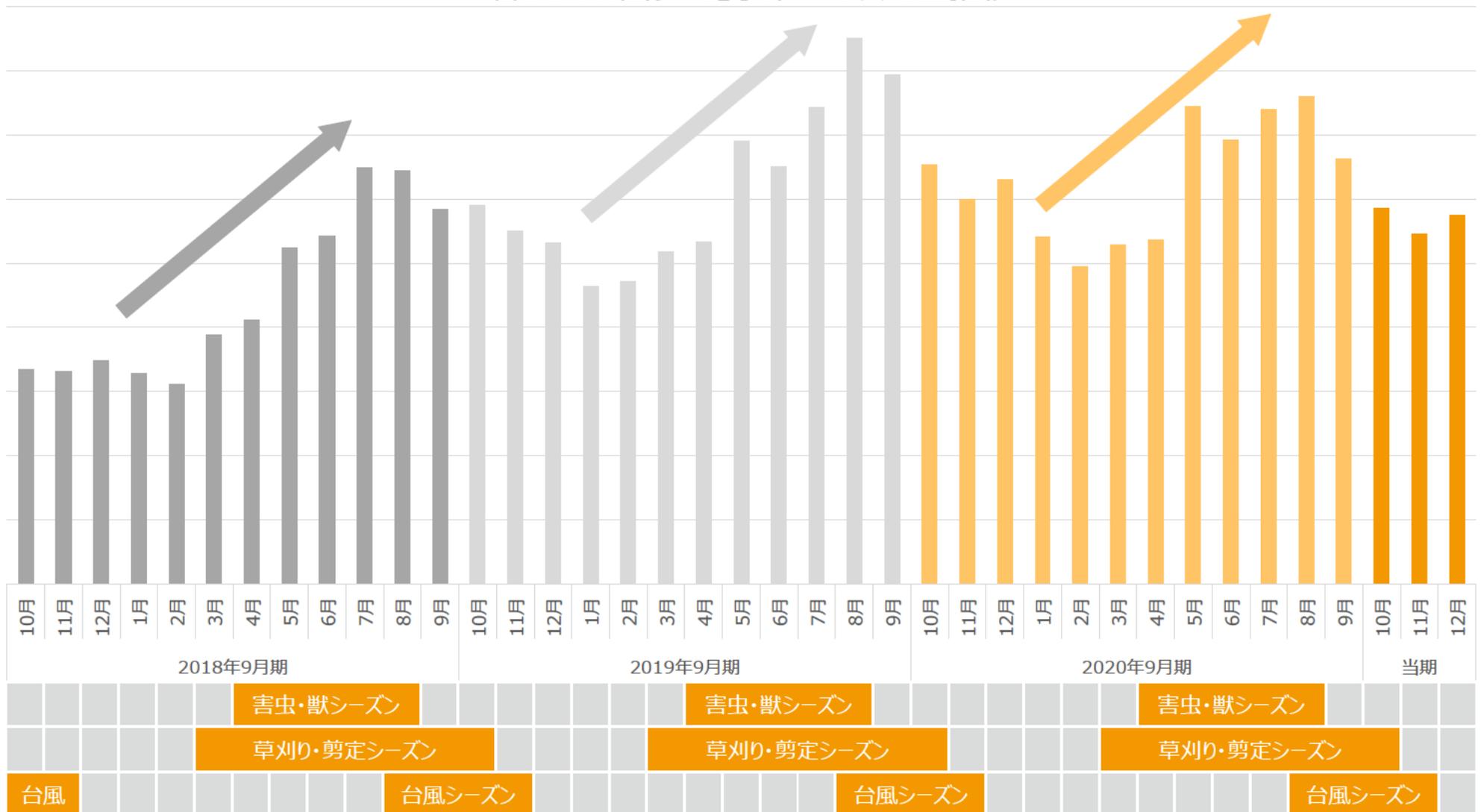
当社の価値根源（バリュー）は、集客力と集客したお客様のお困りごとを解決するマッチングシステム及び優良な加盟店とのネットワークと定義。それぞれ問い合わせ件数及び問い合わせあたり単価の数値として表され、さらに分解したKPI管理を行っている。



『暮らしのお困りごと』事業の月別売上推移

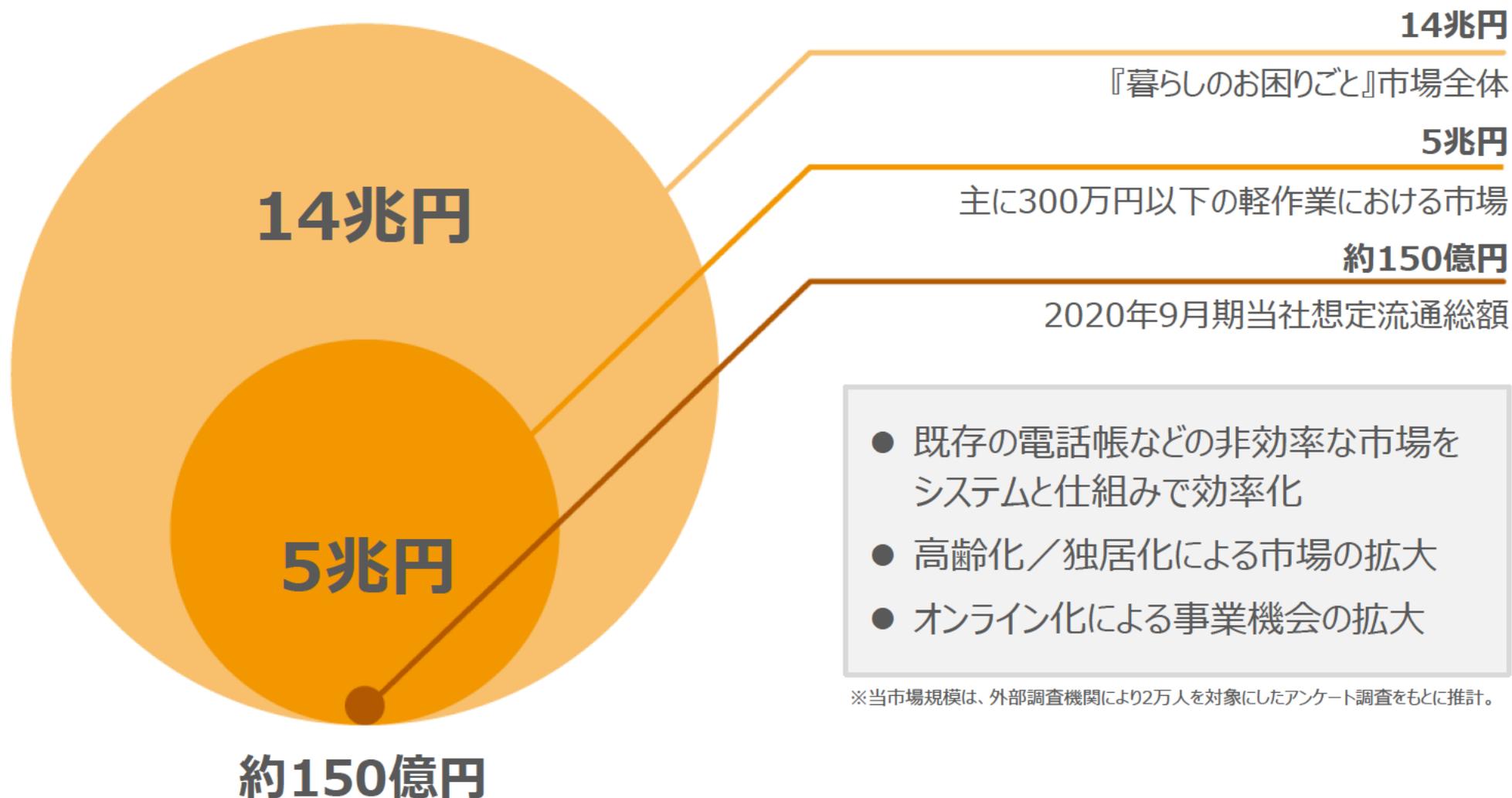
新型コロナウイルス感染症及び大型台風の反動によりシーズンリティで伸びきらなかったものの、現在進めている施策により下期にかけて増収トレンドを見込む。

『暮らしのお困りごと』事業の月次売上推移



『暮らしのお困りごと』市場

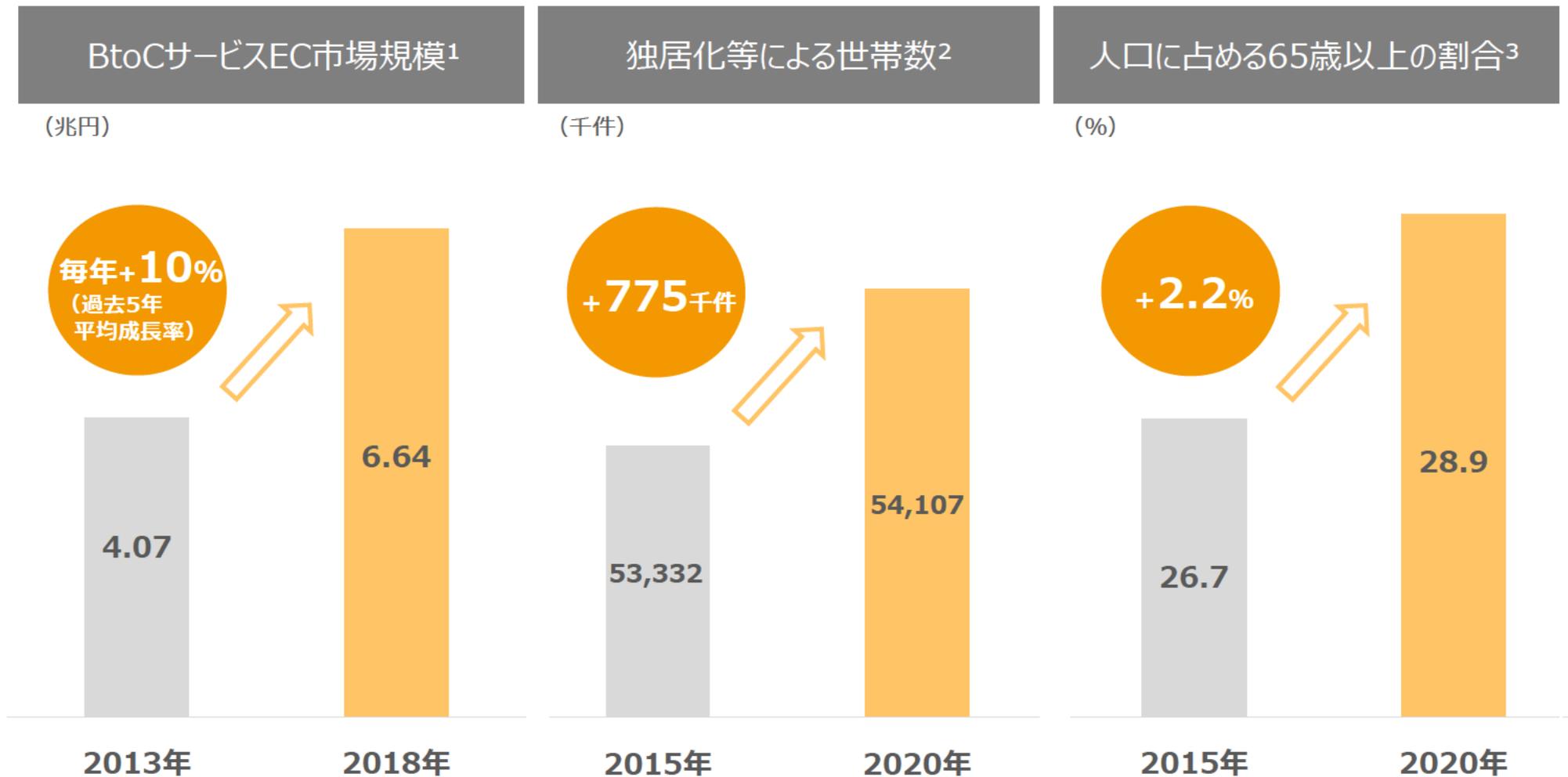
『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものは5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、さらなる市場拡大が見込まれる。また、大半がオフラインでの集客となっており、オンライン化が進むことで当社の事業機会の拡大が見込まれる。



※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

高齢化や独居化による世帯数の増加、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1四半期 連結貸借対照表

[百万円]

	前連結会計年度 (2020年9月末)	当第1四半期 連結会計期間 (2020年12月末)	前期末比
流動資産	2,964	2,746	△217
固定資産	2,812	2,708	△103
総資産	5,776	5,455	△320
流動負債	2,128	2,105	△22
固定負債	2,538	2,038	△499
資本合計	1,110	1,310	+200
自己資本比率	19.2%	24.0%	+4.8%

第1四半期 連結損益計算書

[百万円]

	前第1四半期 連結累計期間 (2019年12月末)	当第1四半期 連結累計期間 (2020年12月末)	前年同期間比
売上収益	990	854	△135
売上原価	15	11	△4
売上総利益	974	843	△131
販管費	874	885	△10
営業利益	104	23	△81
税引前利益	93	17	△76
継続事業利益	87	△6	△94
非継続事業利益	△99	-	+99
当期利益	△11	△6	+5

- 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
- 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 植田 栄作
 - 取締役 片山 善隆
 - 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 13億806万円（払込資本25億8,113万円）※2020年12月末現在
- 従業員数 280名（内アルバイト・パート97名）※2020年12月末現在
- 決算期 9月末
- 上場市場 東証マザーズ 証券コード：3989

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。