



株式会社 Speee  
証券コード：4499

# 決算説明資料

2022年5月13日

2022年9月期  
第2四半期





<b>1</b>	<b>2022年9月期 第2四半期 業績</b>	<b>P03</b>
<b>2</b>	<b>成長戦略に関するトピック</b>	<b>P14</b>
<b>3</b>	<b>サステナビリティに対する取り組み</b>	<b>P21</b>
<b>4</b>	<b>事業概要</b>	<b>P26</b>
<b>5</b>	<b>Appendix</b>	<b>P48</b>

Mission

解き尽くす。  
未来を引きよせる。

情報と情報、  
人と人、  
サービスとサービス、  
すべてを連鎖させ、  
世界を前に進める企業になる。

# 1 2022年9月期 第2四半期 業績

# 全社 収益認識に関する会計基準の適用について

- 2022年9月期第1四半期より「収益認識に関する会計基準」を適用
- マーケティングDXのうち広告関連事業の売上をネット計上に変更

変更前



グロス計上：

クライアントから広告運用額を受領し売上として計上

広告媒体への広告出稿額を売上原価として計上

売上と売上原価をグロスで計上

変更後



ネット計上：

クライアントから広告運用額を受領

広告媒体へ広告出稿額を支払い

両者を差し引き、ネット金額で売上計上

売上総利益以下の金額には影響なし

※当社グループは、当第1四半期連結会計期間の期首から「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用しております。これにより本資料2021年9月期以前のマーケティングDXセグメントの業績に関して比較の観点から当該基準を適用したものと記載しております。

# 全社 2022年9月期 第2四半期 業績ハイライト



- 売上高及び各段階利益は前年同期比で大幅増加
- 売上高・営業利益ともに過去最高

売上高

**2,757** 百万円

前年同期比

**+17.5%**

売上総利益

**2,323** 百万円

前年同期比

**+17.0%**

営業利益

**454** 百万円

前年同期比

**+30.4%**

EBITDA

**480** 百万円

前年同期比

**+26.6%**

四半期  
純利益

**301** 百万円

前年同期比

**+44.1%**

# 全社 2022年9月期 第2四半期 損益計算書サマリー



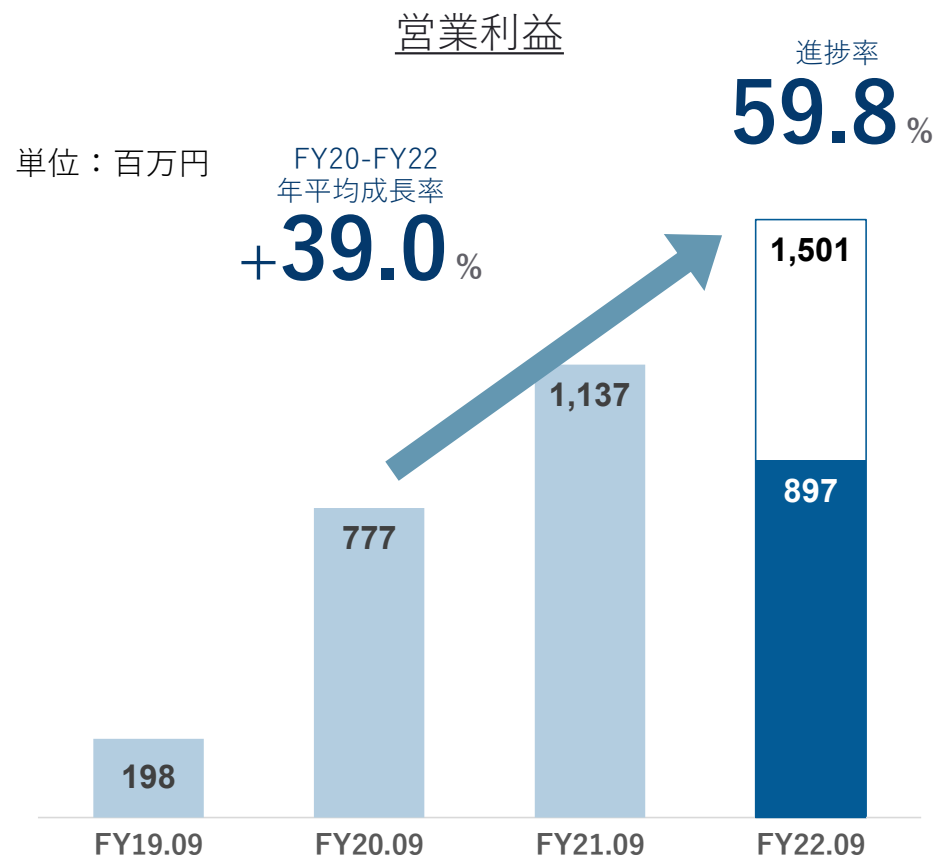
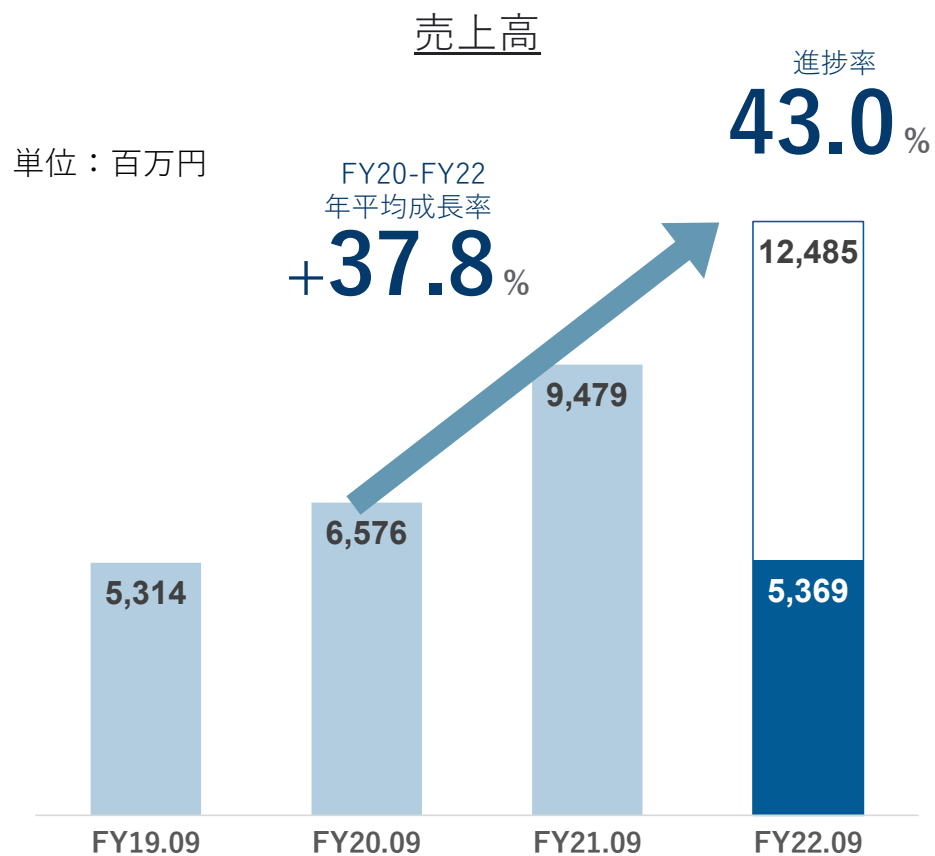
- 売上高及び各段階利益は、業績予想に対して順調に進捗
- 下期に不動産DXにおいてTVCM投資を見込むため、業績予想は据置き

単位：百万円	実績	比較				進捗	
		前年同期		前四半期		会社予想	進捗率
		実績	増減率	実績	増減率		
売上高	2,757	2,347	17.5%	2,611	5.6%	12,485	43.0%
営業利益	454	348	30.4%	442	2.8%	1,501	59.8%
経常利益	462	362	27.4%	448	2.9%	1,499	60.7%
EBITDA	480	379	26.6%	466	3.0%	1,575	60.1%
四半期純利益	301	209	44.1%	289	4.4%	977	60.5%

# 全社 売上高・営業利益



- 売上高・営業利益ともに高い成長率を実現し、業績予想に対して順調に進捗
- 売上高・営業利益ともに過去最高を更新

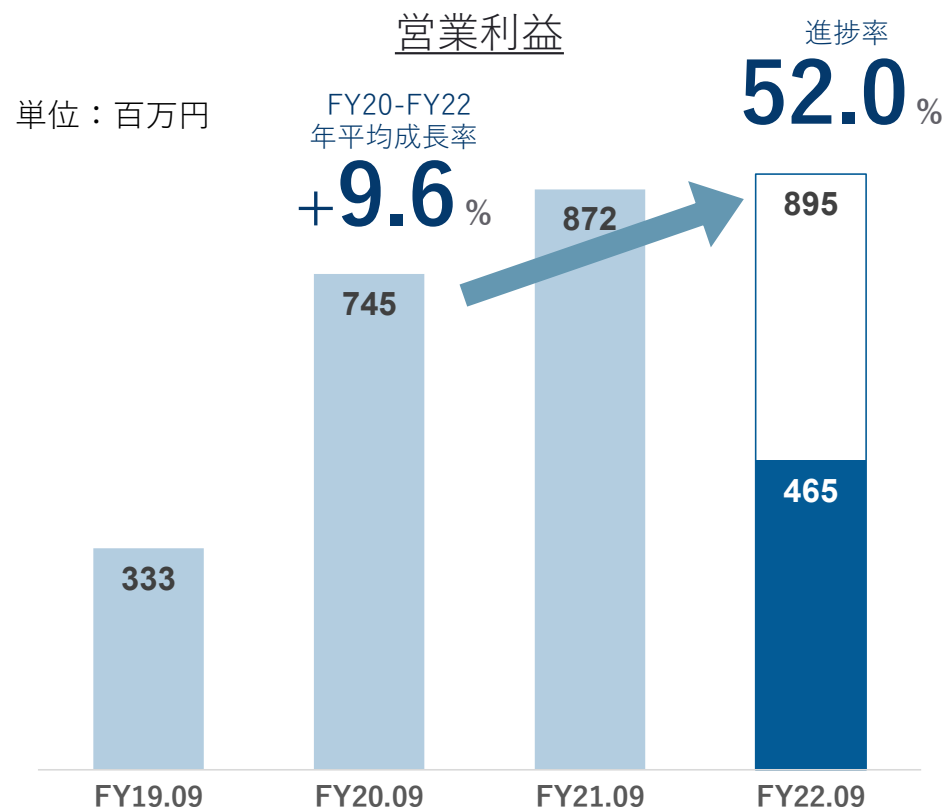
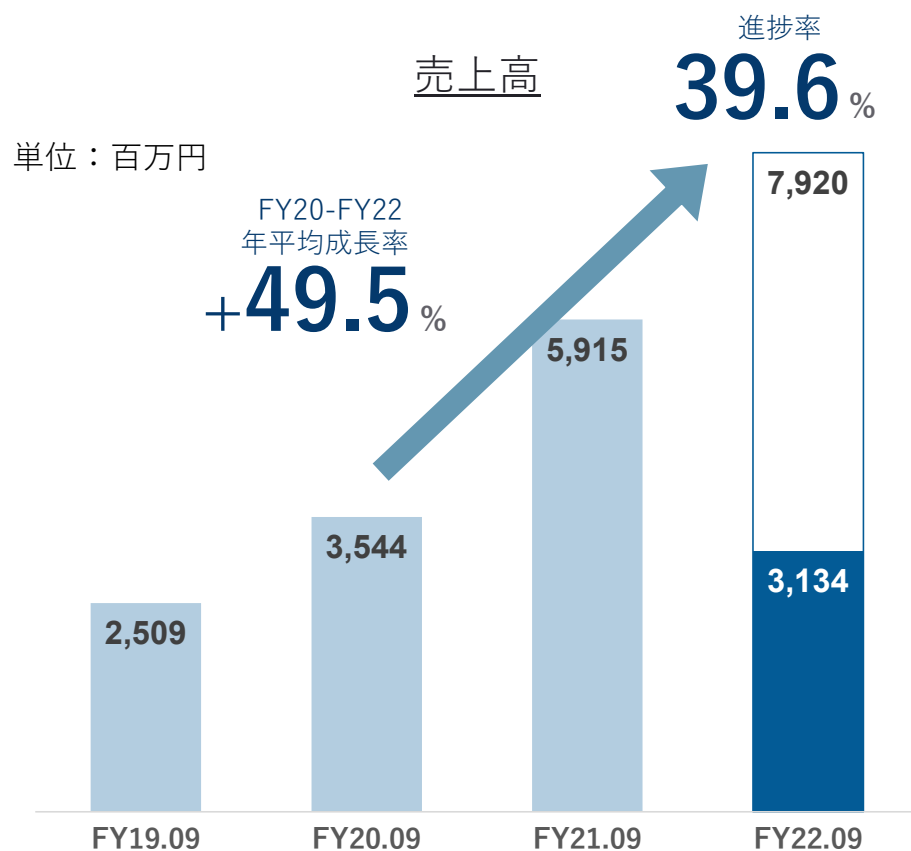




# 不動産DX 売上高・営業利益



- 売上高・営業利益ともに高い成長率を実現し、業績予想に対して順調に進捗
- 介護領域・新サービスへの投資を継続しつつも、営業利益は増加



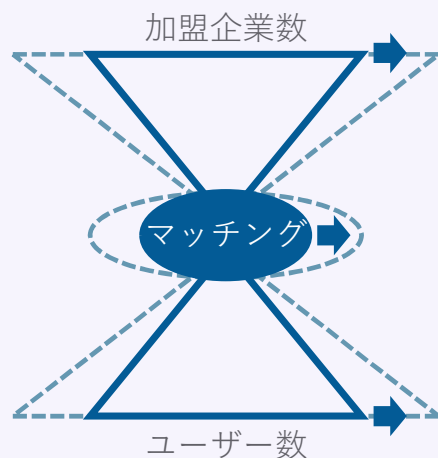
# 不動産DX 主要KPI

- 加盟企業数が順調に増加
- ユーザー数は下期においてCM投資を行うことで増加を見込む

## プラットフォームの成長

### プラットフォーム

加盟店企業数の増加、ユーザー数の増加が  
マッチングの増加が相乗効果をもたらす



## 加盟企業数の伸び

(イエウール+ヌリカエ+ケアスル合計)

前年同期比(2Q累計)

+ **46.1** %

## ユーザー数の伸び

(イエウール+ヌリカエ+ケアスル合計)

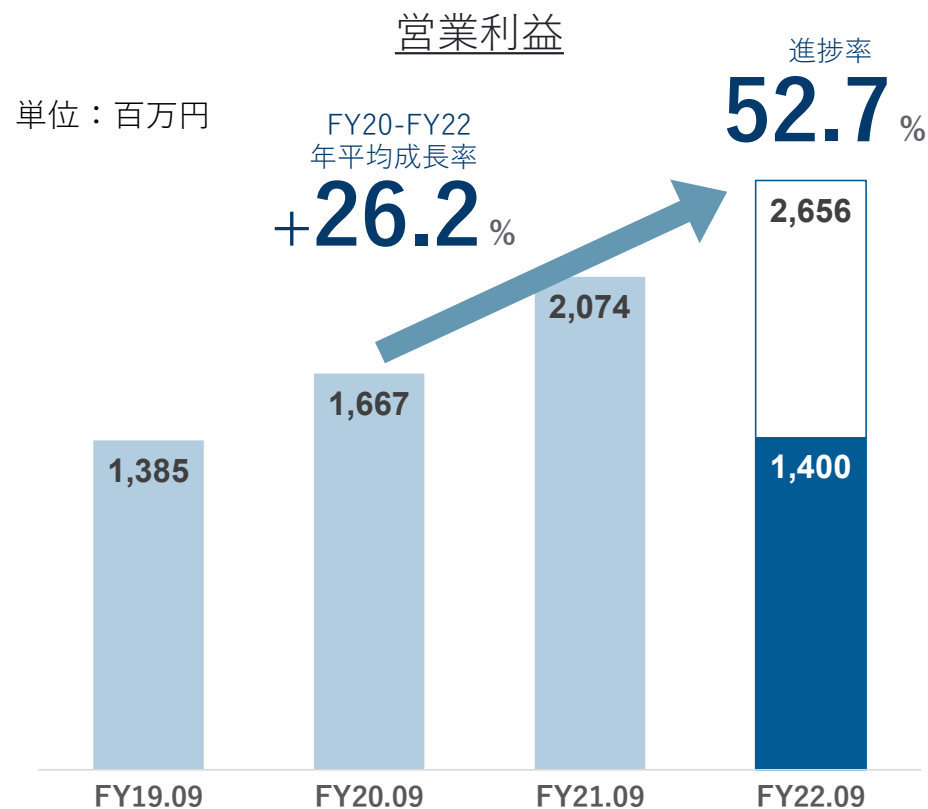
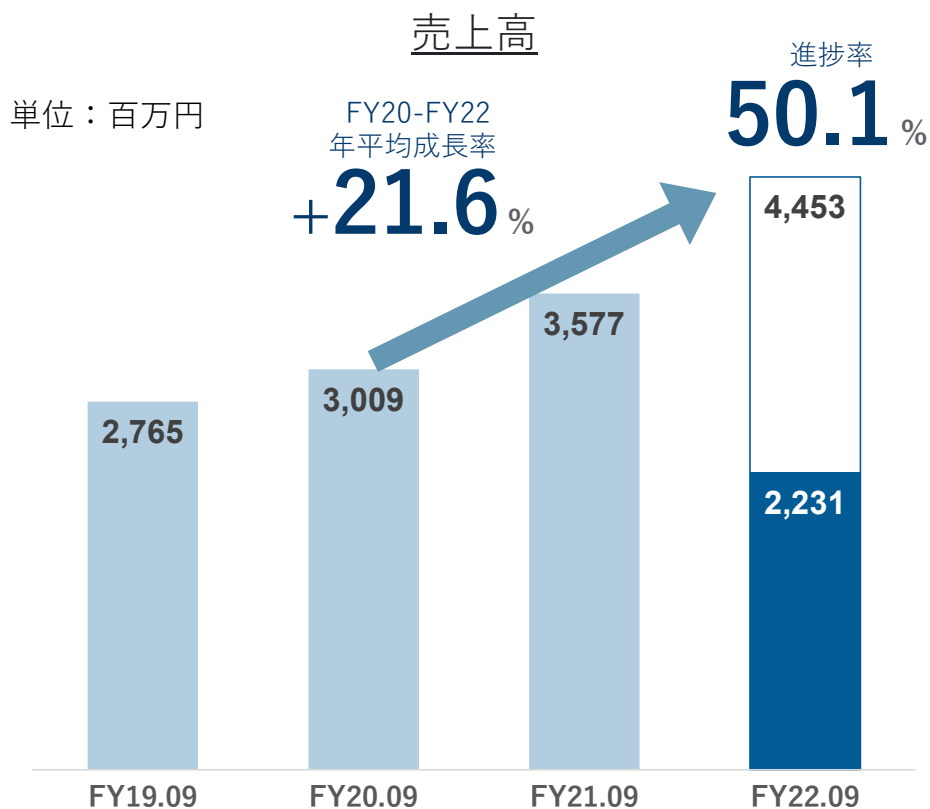
前年同期比(2Q累計)

+ **14.7** %

# マーケティングDX 売上高・営業利益



- 売上高・営業利益ともに高い成長率を実現し、業績予想に対して順調に進捗
- 売上高・営業利益ともに四半期で過去最高を更新



# マーケティングDX 主要KPI

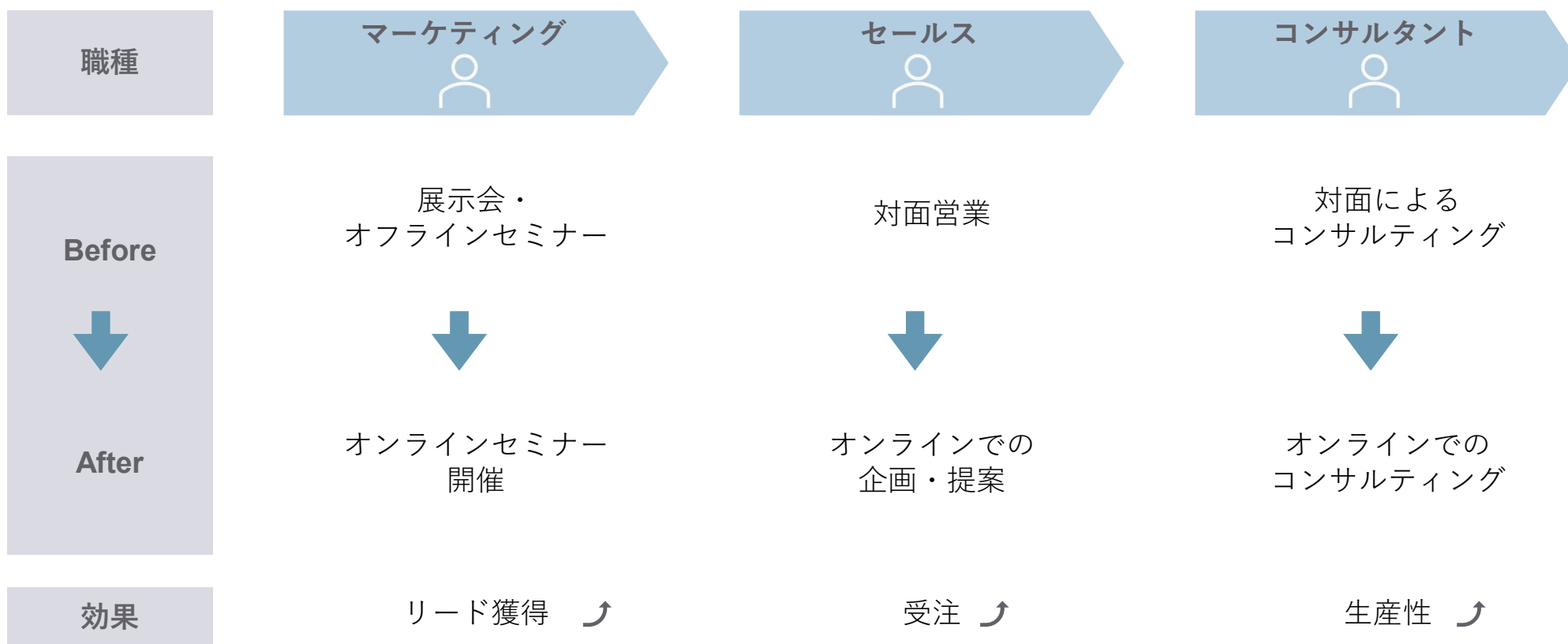


- 高単価案件の獲得にシフトすることで、新規受注数はマイナス
- 新規受注単価の向上及び既存顧客単価の上昇により顧客単価は大きく上昇



# マーケティングDX コロナ禍における体制アップデート

- 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



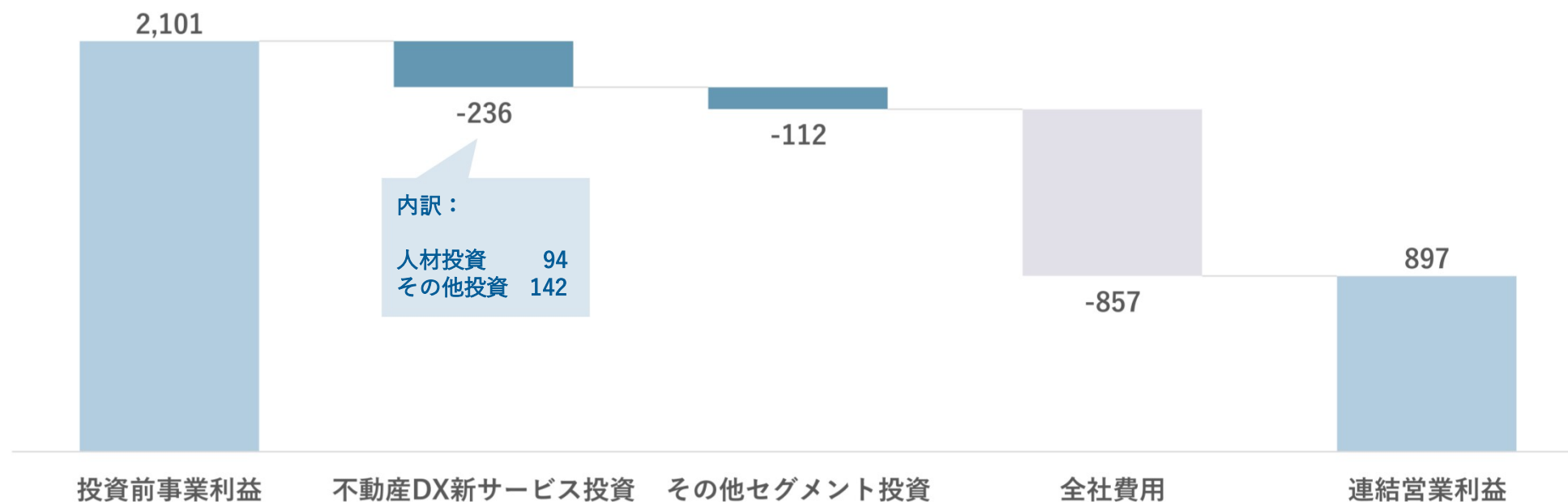
# 全社 投資内訳



- 戦略的な成長投資を継続し、347百万円を実行
- 今後も中長期の成長を見据え、規律を持った投資を継続

2022年9月 第2四半期累計 利益と投資の内訳

単位：百万円



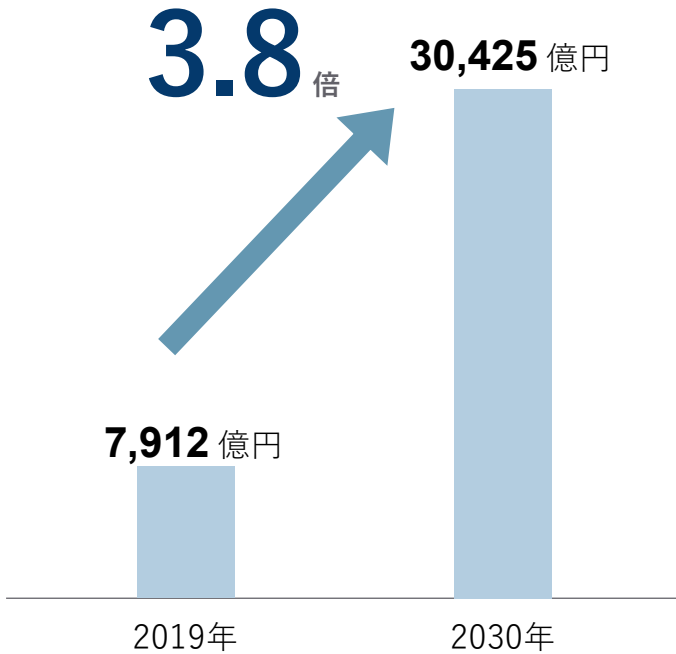
## 2 成長戦略に関するトピック

# DX市場全体の成長ポテンシャル



## ■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

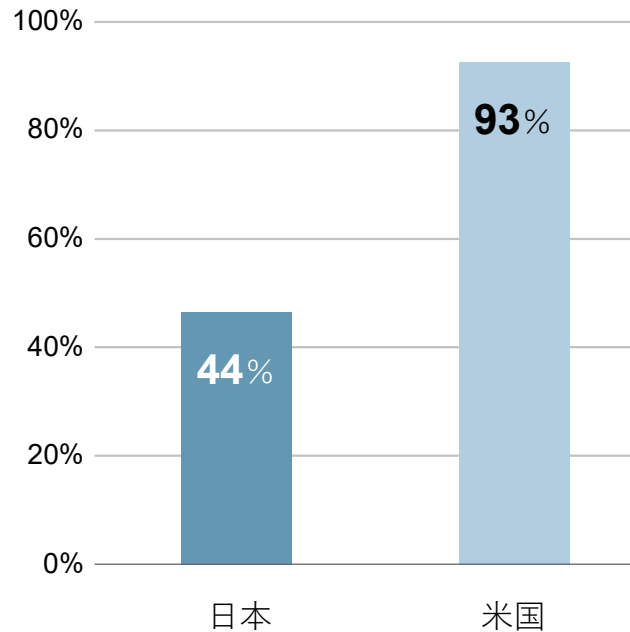
市場規模の成長



※出典：富士キメラ総研「2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

企業のDXへの取組み状況の国際比較

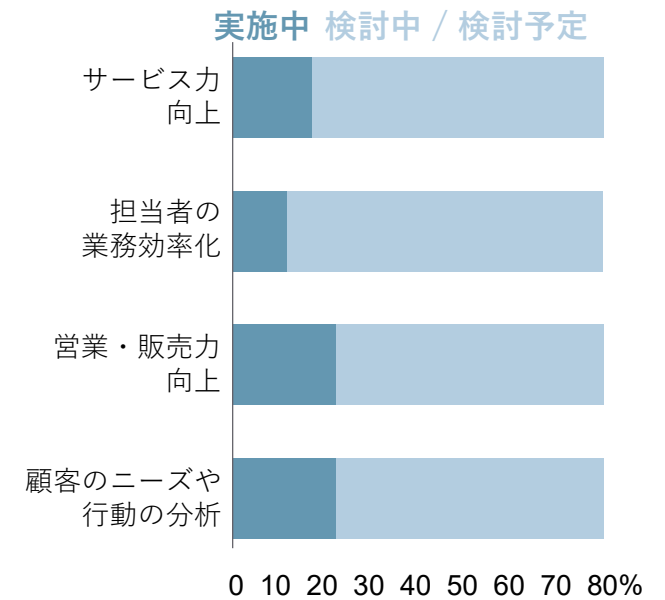
国内企業におけるDX取組み比率は  
まだ米国の1/2以下



※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」

企業のDXへの取組み状況

今後、多岐にわたる業務で  
取組みが大幅に増加する



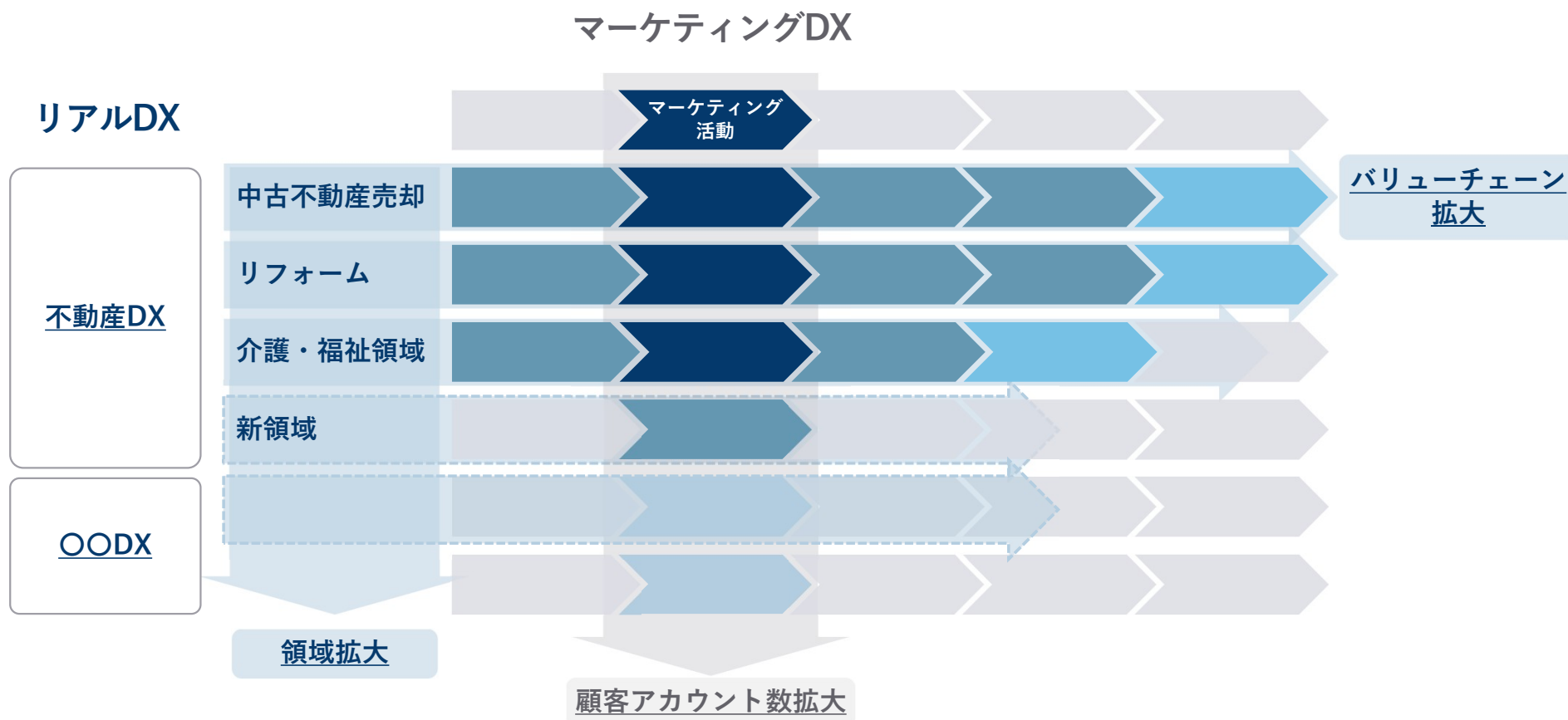
※出典：野村総合研究所「IT活用実態調査(2017年)」



# 事業の成長方向性



- 不動産DXは、対象バリューチェーンを拡大させながら新領域開発に取り組む
- マーケティングDXは、顧客アカウント数の増加に取り組む



# 主な成長トピック



- 不動産DXにおいて「Housii」開始。Datachainにおいて「YUI」の展開を加速
- 新卒採用において複数のランキングを受賞

## 成長トピック

## 関連セグメント

- 完全会員制の家探しサービス「Housii」開始

不動産DX

- Datachainにおいてインターオペラビリティプロジェクト「YUI」の展開を加速

新規事業  
(Datachain)

- 新卒採用において、複数のランキングを受賞

全社

※1 インターオペラビリティ：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

# 不動産DX 完全会員制の家探しサービス「Housii」開始



- ポータルサイト公開前の物件情報をユーザーへ紹介
- 売却物件情報を取り扱うイエウールとのシナジーを見込む



不動産売り出しまでの流れ



**イエウール**  
ieul.jp  
**不動産売却**  
日本で1番の  
不動産一括査定サイト



**Housii**  
**物件購入**  
公開前の物件情報を  
多数保有

# Datachain 「YUI」を用いたユースケース開発



- 「YUI」を応用した、デジタル通貨およびデジタルアセットの決済等、複数ブロックチェーン連携のユースケース開発をエンタープライズと推進

## NTT DATA

## progmat

NTTデータと共同でEthereum上のデジタル通貨とHyperledger Fabric上のデジタル資産とのDVP決済(\*1)に関する実証実験を実施

実用化を意識し、既にデジタル通貨が流通するEthereumと、エンタープライズ向けサービスが構築されているHyperledger Fabricを対象

「Progmat Coin(\*2)」を活用したデジタルアセット決済の迅速な社会実装を目的とした「資金決済ワーキング・グループ (WG)」に参画

WG内の分科会において、クロスチェーン決済(\*3)具体化を推進

※1 DVP決済：Delivery Versus Paymentの略称。証券等の権利の引渡し (Delivery) と代金の支払い (Payment) を同時に行うことで、元本リスクを削減する決済手法

※2 Progmat Coin：ブロックチェーンと受益証券発行信託スキームを組み合わせたステーブルコインの発行・管理基盤

※3 クロスチェーン決済：Progmat以外の広範なデジタルアセットとの決済や、CBDCや他のデジタル通貨等の決済手段とのシームレスな交換を想定

# 全社 新卒採用における成果

- 「就活クチコミアワード2022」にて2部門受賞
- 「就職希望先企業調査」において、7位に選出



ワンキャリアによる「就活クチコミアワード2022」にて、ベンチャー部門でGOLD賞、インターンシップ部門においてはSILVER賞を受賞



産経新聞社と就活対策サイト、キャンパスキャリアの実施している「就職希望先企業調査」において、業界別「広告・PR部門」にて7位に選出

# 3 サステナビリティに対する取り組み

# 全社 サステナビリティに対する取り組み

- サステナビリティ経営の推進を目指して取り組みを行っており、現在Step3まで進行中。当社の取り組みを、コーポレートサイトにて開示

## Step1 現状認識

- 当社が社会・環境に与える影響の認識
- 当社の現在地点の確認

## Step2 方針策定

- サステナビリティ方針の策定
- マテリアリティの特定
- 価値創造ストーリーの策定

## Step3 サステナビリティ経営の推進

- 社会課題解決のための取組の計画化と実践
- 重要課題のKPI設定
- 経営戦略との統合

# 全社 サステナビリティに対する取り組み



## ■ 当社の目指す社会とサステナビリティ

誰もが豊かなデジタル体験を享受でき、  
自らの仕事に働きがいを感じることでできる多様な社会の実現

1

### 豊かなデジタル体験

DX化を通じて、消費者が本来得ることができる豊かな消費体験が損なわれることなく、享受し続けることができるエコシステムの創造を目指す

2

### 自らの仕事に働きがいを感じることでできる環境

デジタルに任せられる仕事はデジタルに任せ、人がそれぞれのライフスタイルに応じた働きがいを感じられる環境を実現したい

3

### 統合的な多様性

単に個別主義の積み重ねによるだけの多様性ではなく、真に統合的な多様性が認められる社会への発展を後押したい



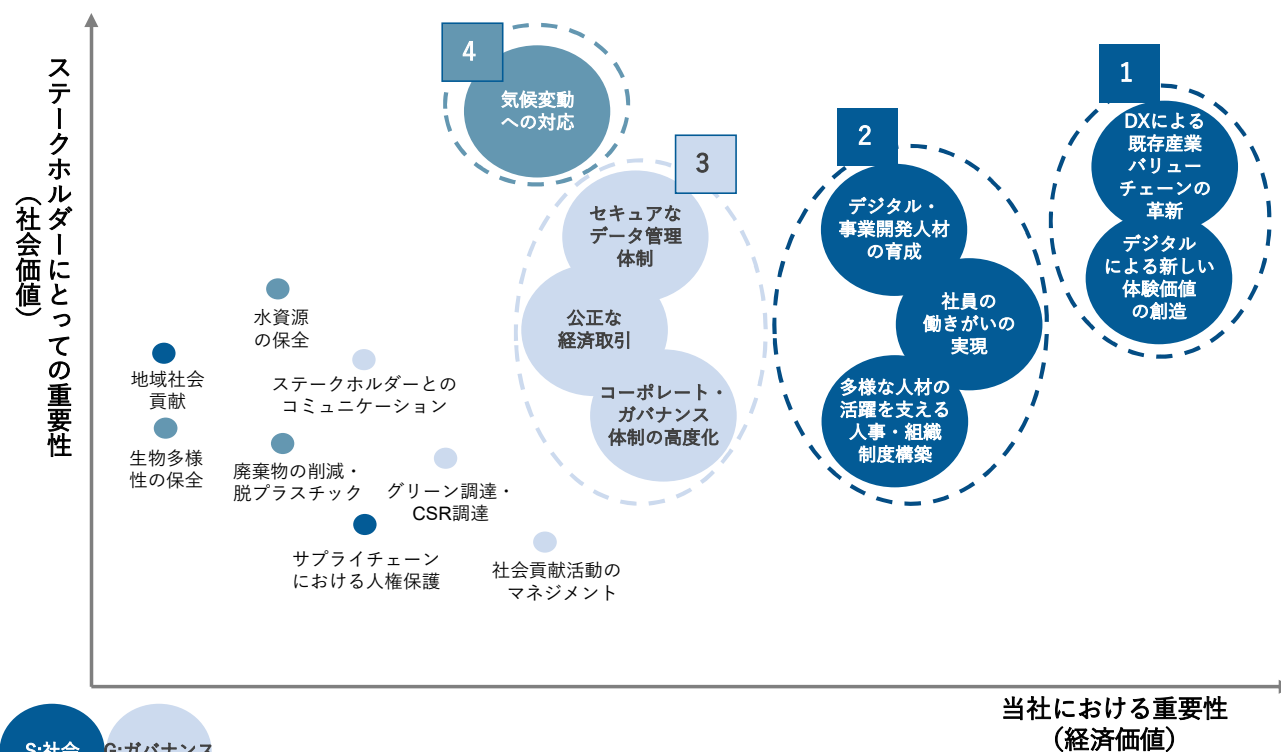
# 全社サステナビリティに対する取り組み

■ 当社のサステナビリティ経営におけるマテリアリティを特定。

## マテリアリティ

- 1 社会：DXによる新しいバリューチェーン創出
- 2 社会：BizDev人材の確保
- 3 ガバナンス：強固で持続可能な経営システム構築
- 4 環境：気候変動への対応

## マテリアリティ・マップ



# 全社サステナビリティに対する取り組み



## ■ 当社の取り組みの一部を紹介

### E：環境



#### 不動産の二次流通および 耐用年数向上の促進

二次流通による社会的な取引の活性化に加え、リフォームによる家の建て替えまでの年数の長期化による廃材の減少に貢献



#### オンライン促進による移動に伴う エネルギーやCO<sub>2</sub>の削減

営業活動を始め、オンラインのみでビジネスを完結することも可能



#### ペーパーレス化への貢献

不動産業界において、ウェブ上の集客により従来のチラシ作成・配布を削減

### S：社会



#### マッチング事業による効率化

知りたい人に対して、より直接的に、より多くの必要な情報を届けることへの貢献



#### 企業のEC化への貢献

クライアント企業の利益の最大化と、その顧客の利便性の追求等、顧客体験・消費体験の向上に貢献

### G：ガバナンス



#### 強固なガバナンス体制

今期より、監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行し、ガバナンス体制を更に強固に



#### リスクマネジメント・ コンプライアンスの徹底

情報セキュリティ、コンプライアンスの従業員への研修・啓蒙を継続実施

# 4 事業概要

# ビジネスの全体像



## ■ 祖業のマーケティングDXで培ったデータ分析技術を元に、不動産DX事業においても高成長を実現

各事業の位置づけ

**マーケティングDX**  
祖業 安定成長・高収益化事業

Markeship PAAM UZOU

長年培ってきたマーケティングDXの  
スキル・経験を不動産DXに応用

大

**不動産DX**  
基幹事業

イエウール ヌリカエ ケアスル

(縦軸)

自社インパクト

考慮するファクター  
| 売上比率 | 成長性 | 収益性 |

大

(横軸)

市場ポテンシャル

考慮するファクター  
| 市場規模 | 成長性 | DX化余地 |  
| 競合度 |

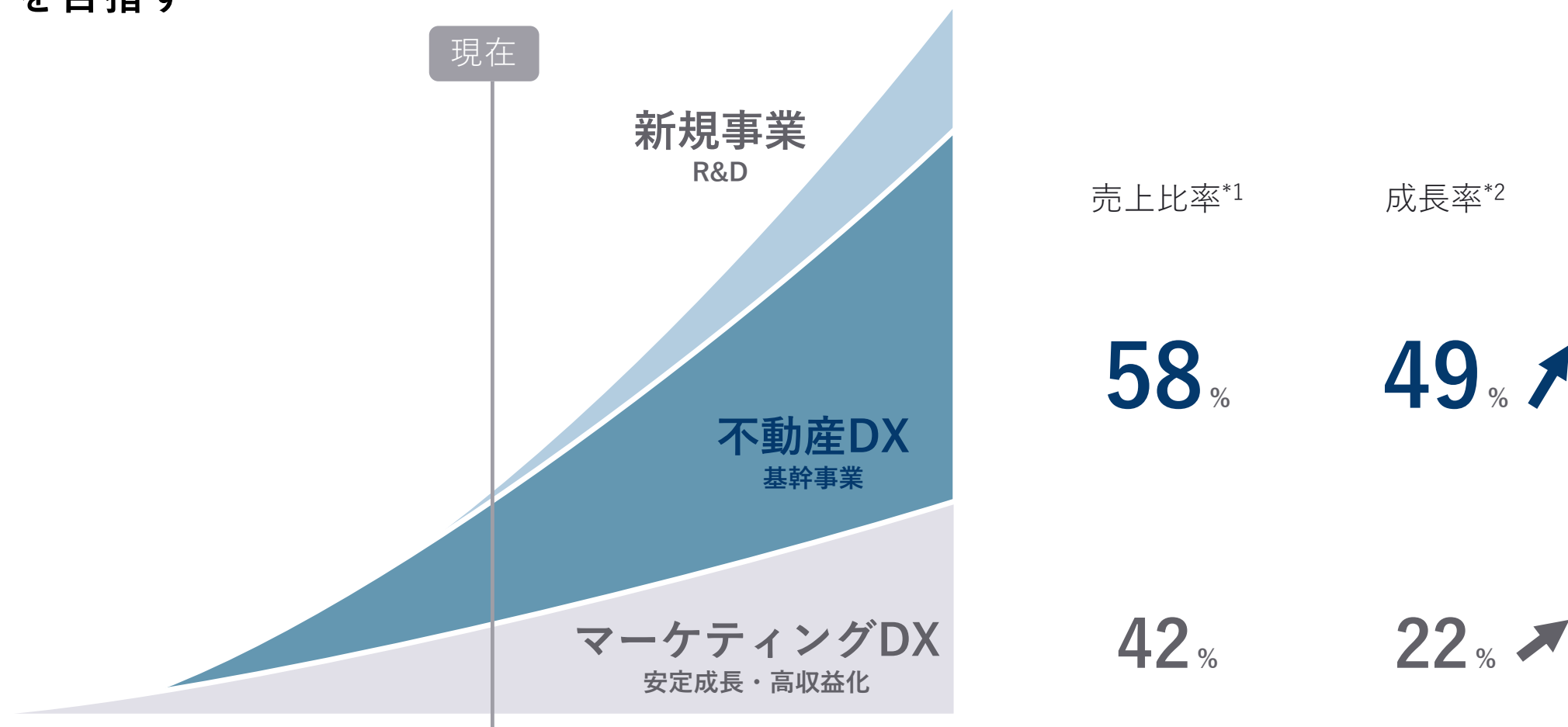
**新規事業**  
R&D事業

Datachain WorQ

ブロックチェーン等の最新テクノロジーを  
応用したビジネス開発

# 今後の成長の考え方

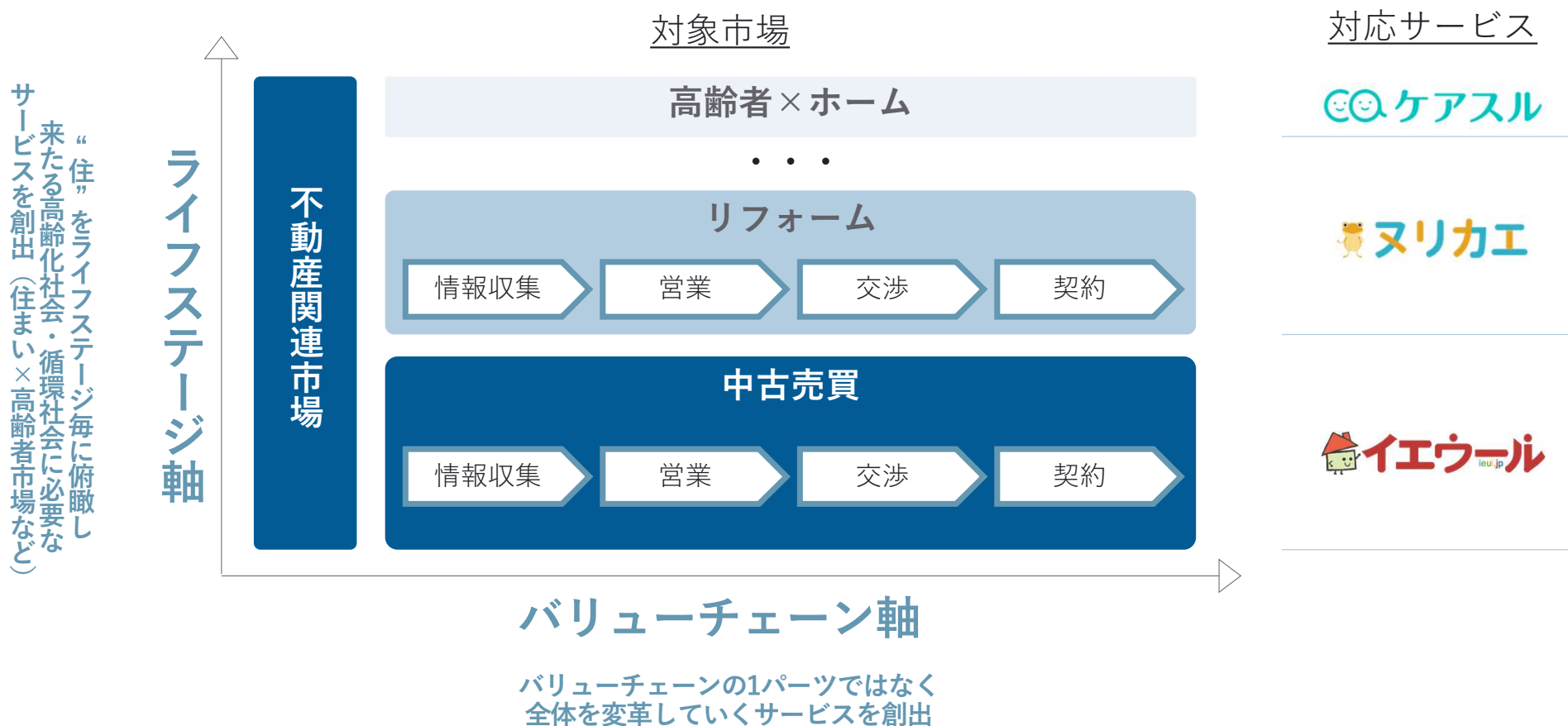
- 高収益なマーケティングDXの成長に加え、不動産DXの高成長により更なる拡大を目指す



# Speeeの考える不動産DX

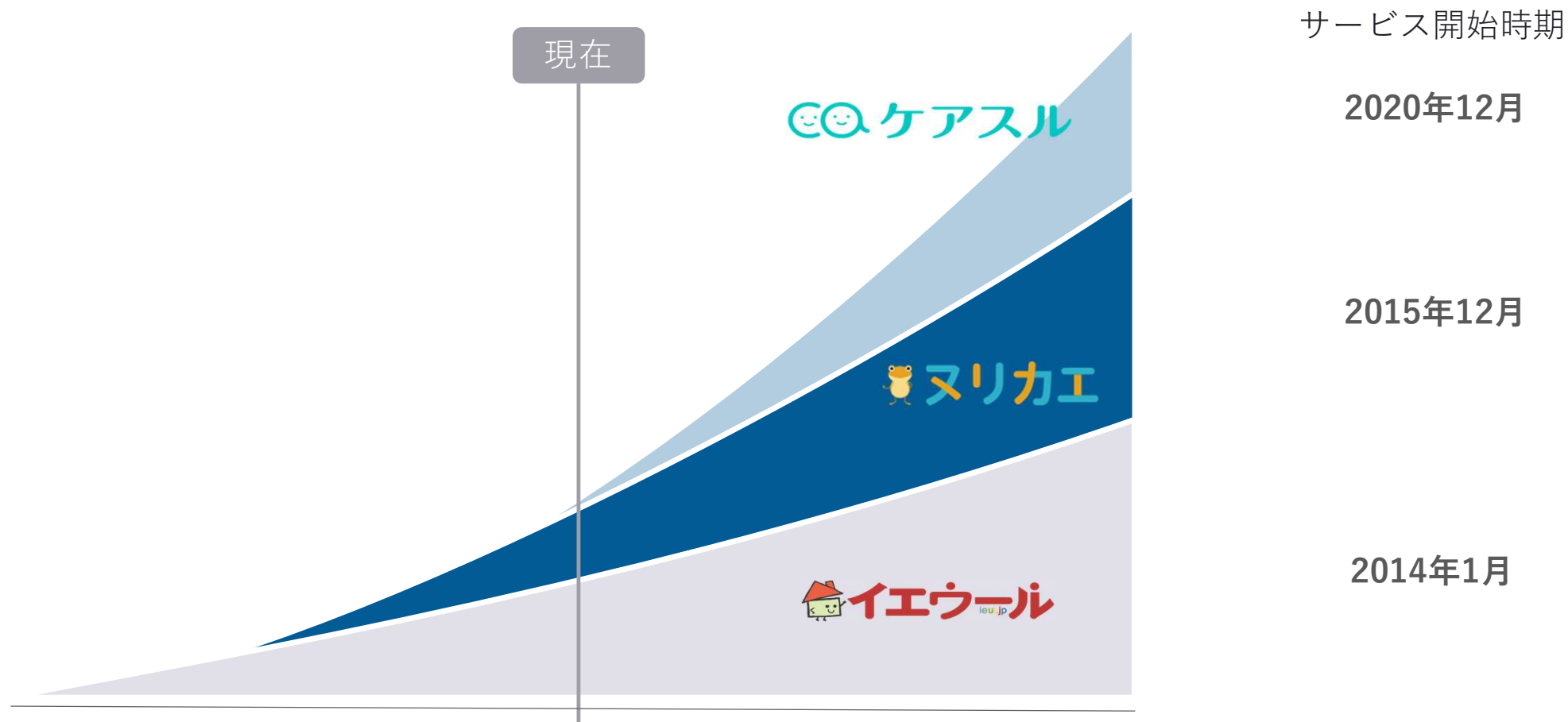


- 不動産関連市場のDX化に注力
- 高齢化など社会課題×“住まい”の軸でサービスカバレッジを広げる



# 不動産DXの今後の成長の考え方

- 各サービスを同じビジネスモデルにて展開
- 事業の拡大により、利益率は高水準になるモデル



# 不動産DXの市場ポテンシャル① 中古売買市場



■ イエウールが対象とする不動産中古売買市場は、16.9兆円と巨大な市場

16.9 兆円

2.0 兆円

1,200 億円

**TAM**

マンション・戸建  
|中古売買|市場

**SAM**

マンション・戸建  
|中古売買オンライン|市場

**SOM**

マンション・戸建  
|中古売買オンライン仲介|市場

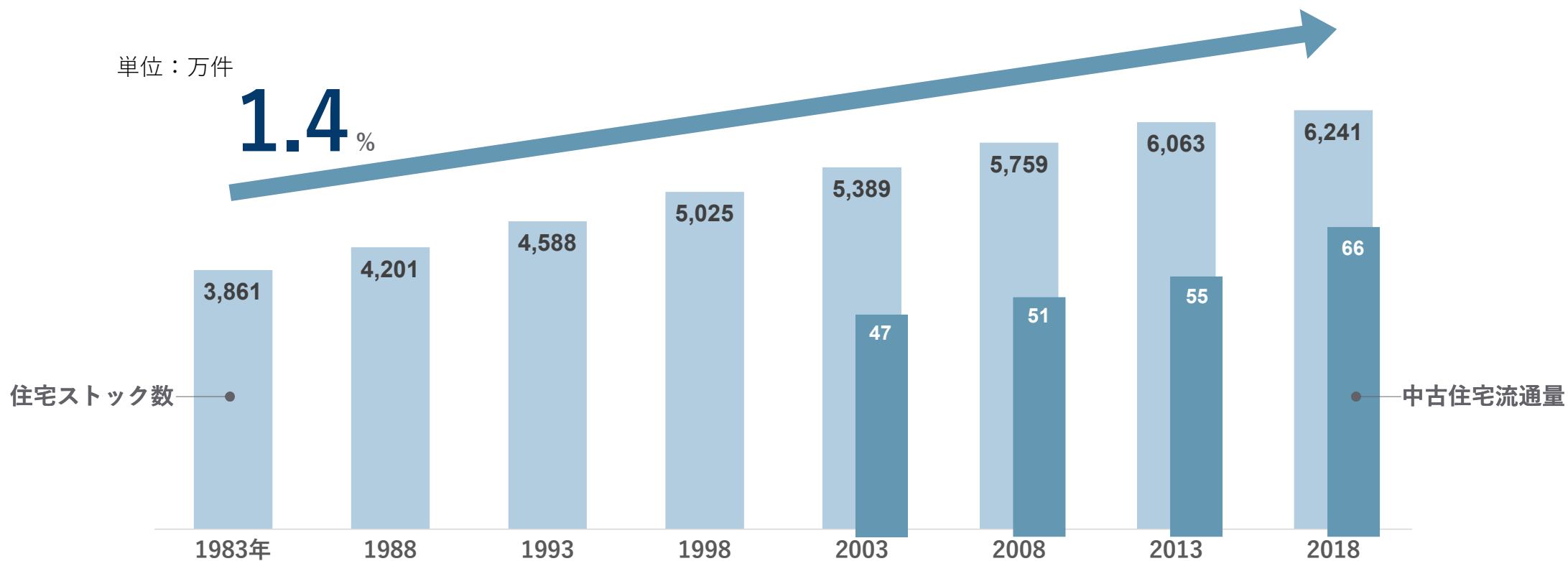
TAM: 獲得可能な最大市場規模  
SAM: 実際に提供可能な市場規模  
SOM: 実際に獲得できる市場規模



# 不動産DXの市場ポテンシャル② 住宅ストック数



- 中古売買市場のベースとなる住宅ストック数は毎年積み上がり、近年流通量の増加が加速している



# 不動産DXの市場ポテンシャル③ リフォーム市場



■ヌリカエが対象とするリフォーム市場は、6.5兆円と巨大な市場

6.5 兆円

4,700 億円

470 億円

TAM

|リフォーム|市場

SAM

|リフォームオンライン|市場

SOM

|リフォームオンライン仲介|市場

TAM: 獲得可能な最大市場規模  
SAM: 実際に提供可能な市場規模  
SOM: 実際に獲得できる市場規模

# 不動産DXの市場ポテンシャル④ 介護市場



■ケアスル 介護が対象とする介護施設市場は、4.7兆円と巨大な市場

4.7 兆円

1,880 億円

226 億円

TAM

|介護施設|市場

SAM

|介護施設仲介|市場

SOM

|介護施設オンライン仲介|市場

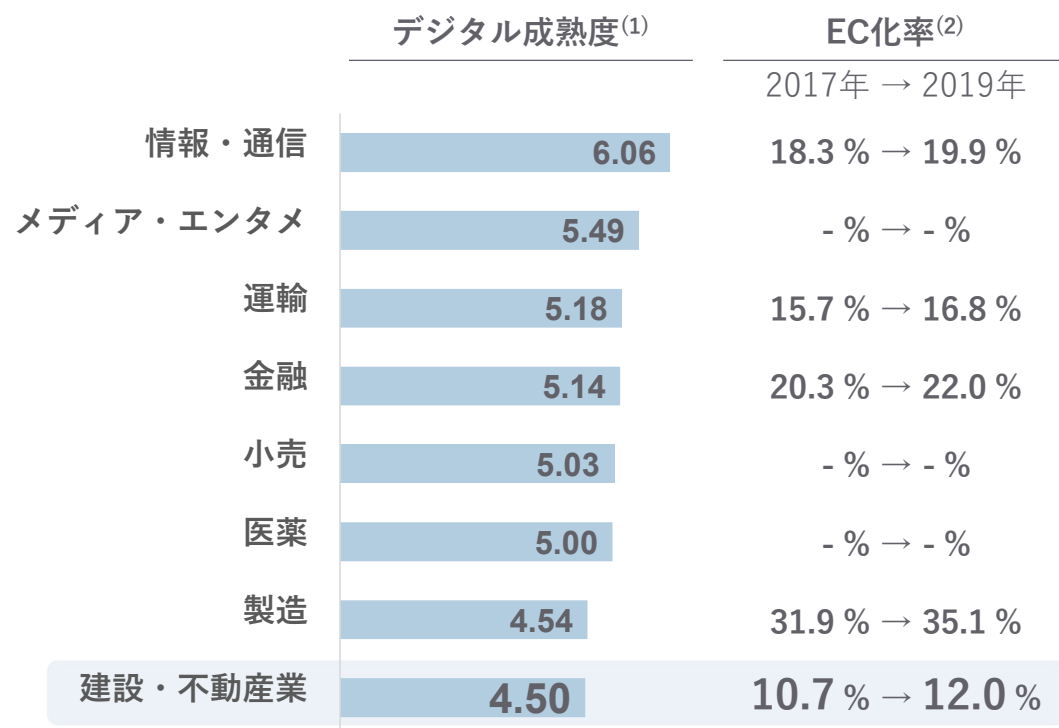
TAM: 獲得可能な最大市場規模  
SAM: 実際に提供可能な市場規模  
SOM: 実際に獲得できる市場規模

# 不動産DXの市場ポテンシャル⑤ DX化の余地

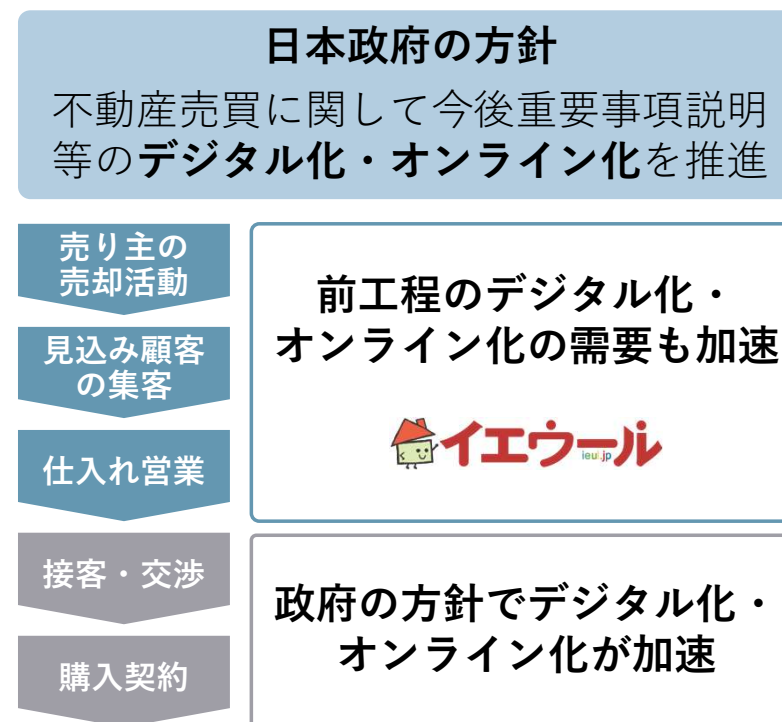


- これまで不動産市場のDX化は他の業界と比べても遅れていた
- 今後は政府方針の後押しもあり、デジタル化の流れが加速する見込み

不動産業界のデジタル化の状況



不動産業界のデジタル化の流れ



# 不動産DXのビジネスモデル イエウール



■ イエウールは、不動産仲介会社のオフラインを中心とした従来型業務を  
マッチングプラットフォームと業務効率化DXで解決

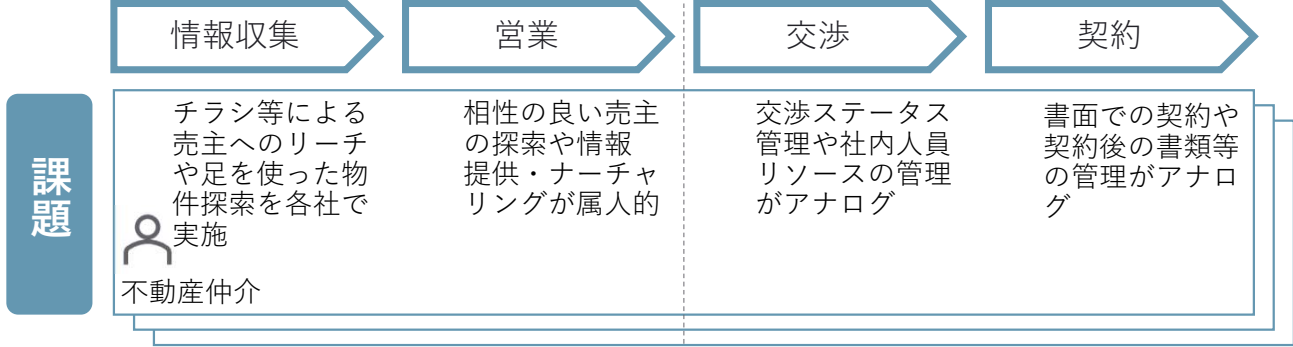
分野

サービス名

課題とサービス

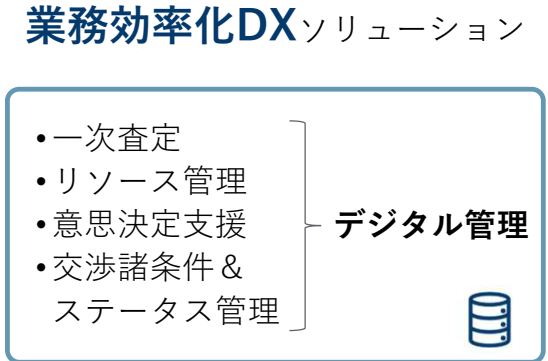
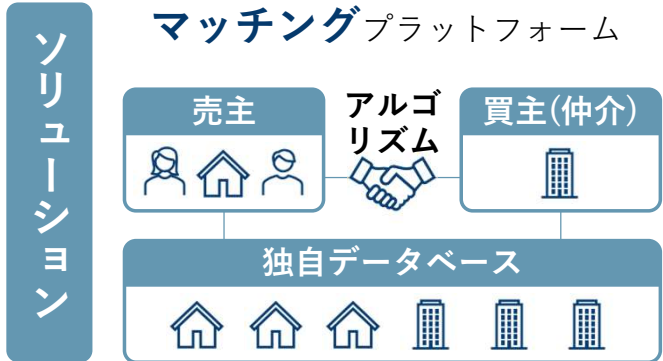
モデル

売買



対象

仲介企業



マネタイズ

送客手数料 + α

# 不動産DXのビジネスモデル ヌリカエ



■ヌリカエは、リフォーム会社のオフラインを中心とした従来型業務を  
マッチングプラットフォームと業務効率化DXで解決

分野

サービス名

課題とサービス

モデル

リフォーム

ヌリカエ

課題

情報収集

営業

交渉

契約

チラシ等による施主へのリーチや親・  
関連会社からの紹介はあるが、営業  
リソースが不足し、十分な営業が実施  
できていない



リフォーム会社

一次見積り後の  
交渉や社内人員  
リソースの管理  
がアナログ

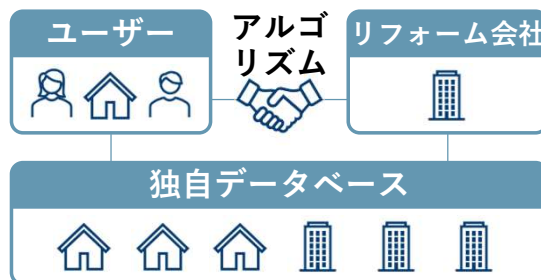
書面での契約や  
契約後の書類等  
の管理がアナロ  
グ

対象

リフォーム  
会社

ソリューション

マッチングプラットフォーム



業務効率化DXソリューション

- CS機能の提供
- 一次見積り
- リソース管理
- 意思決定支援
- 交渉諸条件 & ステータス管理

営業支援  
&  
デジタル管理



マネタイズ

送客手数料  
+  
成約手数料

# 不動産DXのビジネスモデル ケアスル



■ ケアスルは、介護施設のオフラインを中心とした従来型業務をマッチングプラットフォームと業務効率化DXで解決

分野

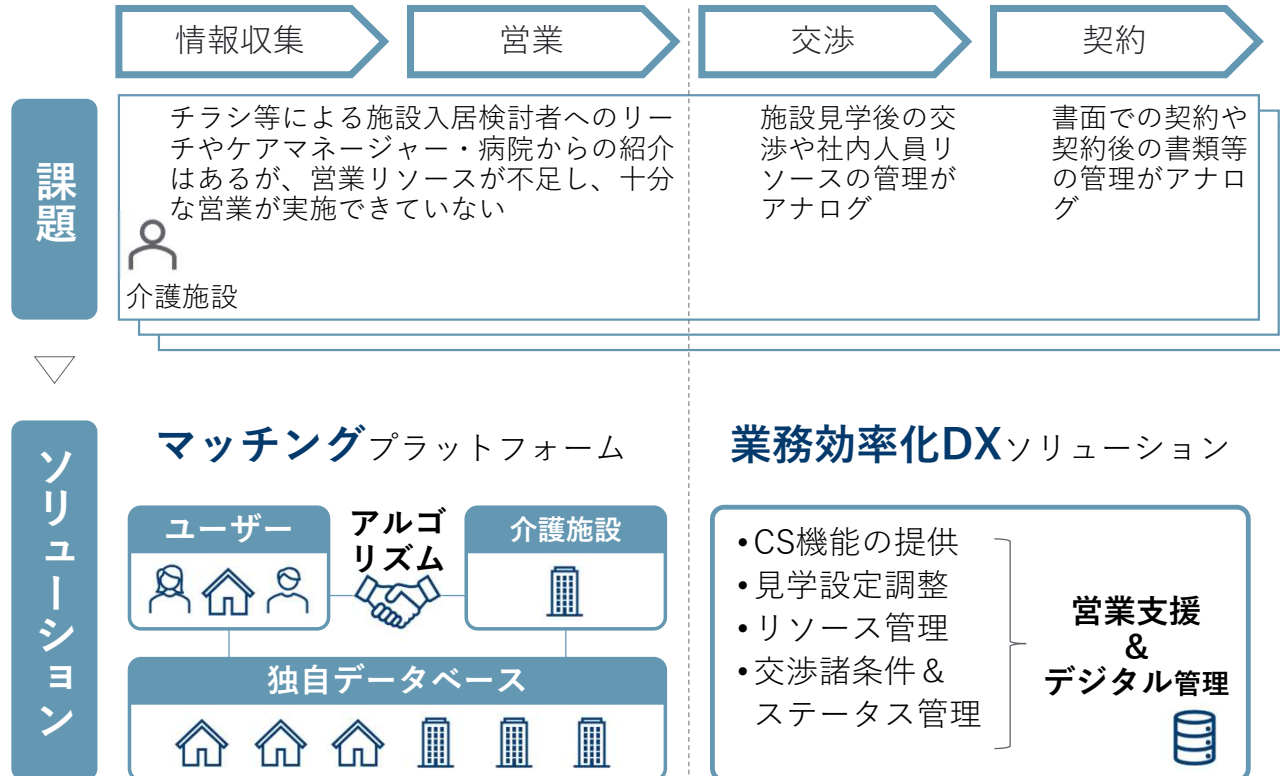
サービス名

課題とサービス

モデル

介護

ケアスル



対象

介護施設

マネタイズ

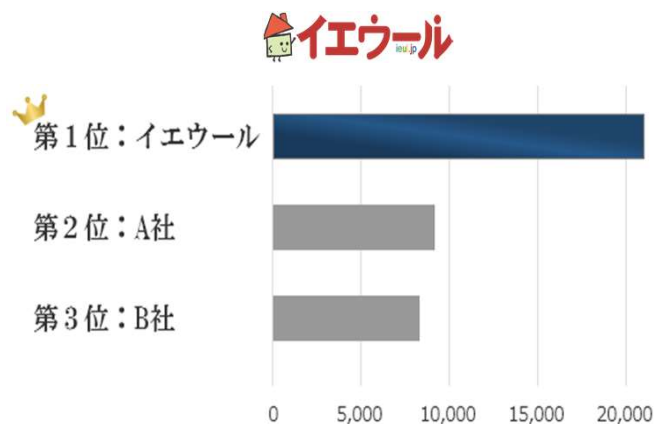
成約手数料

# 不動産DXの実績 ランキング調査

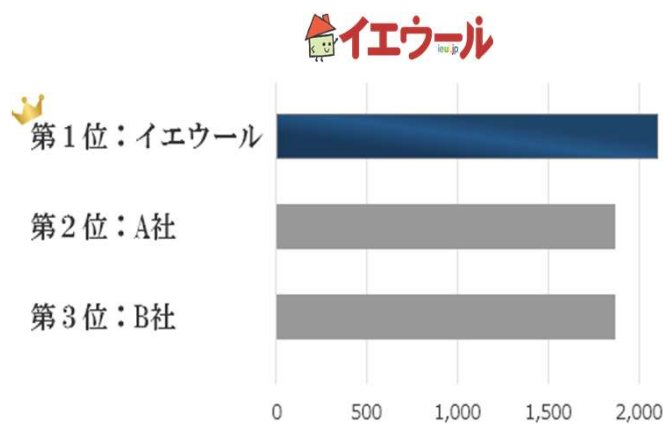


■ イエウール「不動産の一括査定サイトに関するランキング調査」にて、  
査定依頼ユーザー数・加盟業者数・エリアカバー率で全て1位を獲得

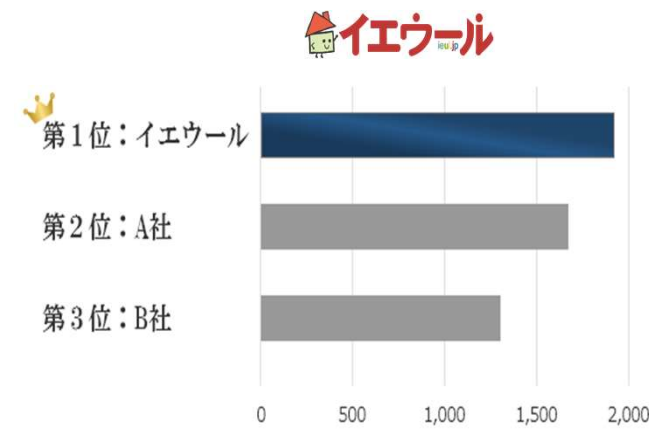
査定依頼ユーザー数



加盟業者数



エリアカバー率





# 不動産DXの実績 ランキング調査



- ヌリカエ「リフォームマッチングサイトに関するランキング調査」にて、利用者数・送客数・対応エリア数・成約数等業全て1位を獲得

ヌリカエ

リフォーム  
マッチング  
サイト

2021年No.1

ヌリカエはたくさんの方々に選ばれて

5冠達成

利用者数 送客数 対応エリア数 成約数(総合部門) 成約数(外壁部門)

調査機関:東京商工リサーチ / 調査概要:2021年実績をデスクリサーチならびに関連企業等へのヒアリングを通して調査

# 不動産DX 集客力の強化

## ■ 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



送客

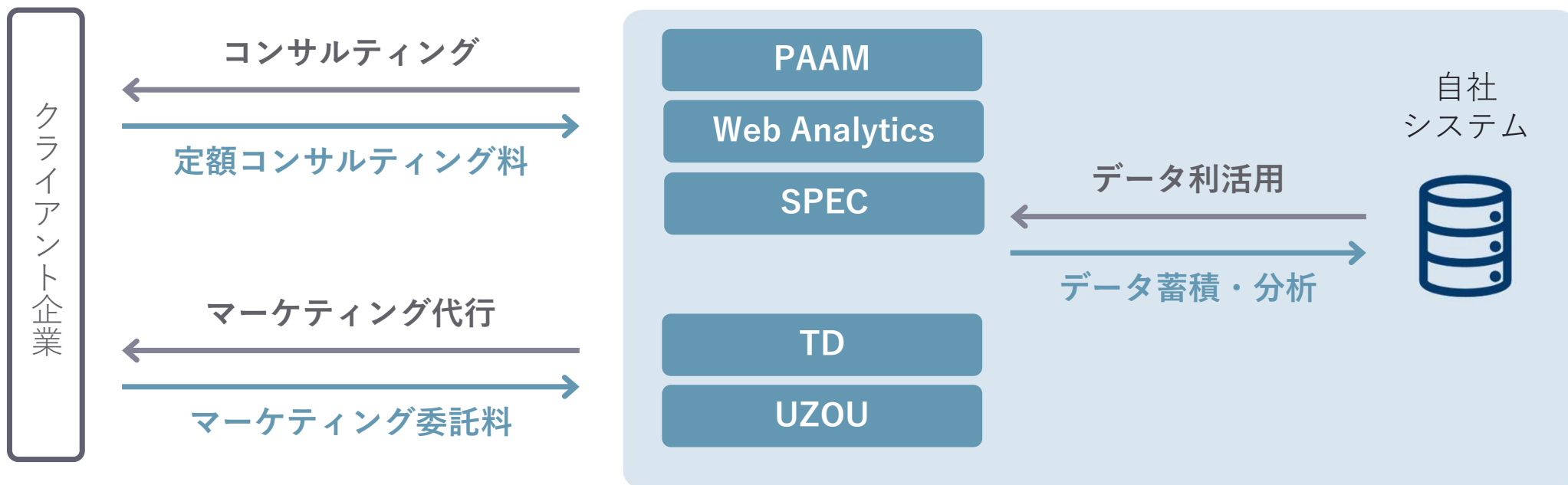


Yahoo不動産、マンションマーケット等の提携メディアから、「イエウール」「ヌリカエ」「すまいステップ」等の自社サービスに送客

集客力強化

# マーケティングDXのビジネスモデル

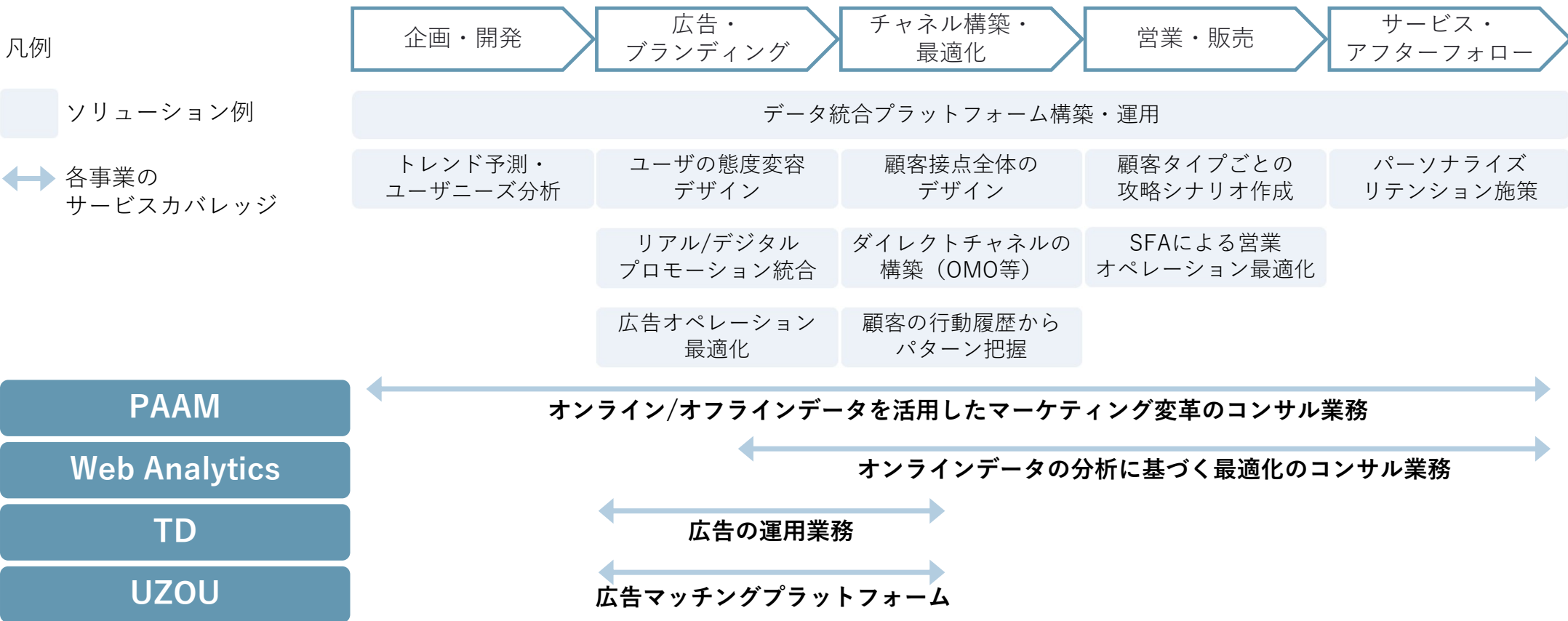
- 事業を通じて蓄積したデータを分析・利活用しながら、マーケティングのプランニングから実行までを持続的に支援するコンサルティングを提供



# マーケティングDXのソリューション



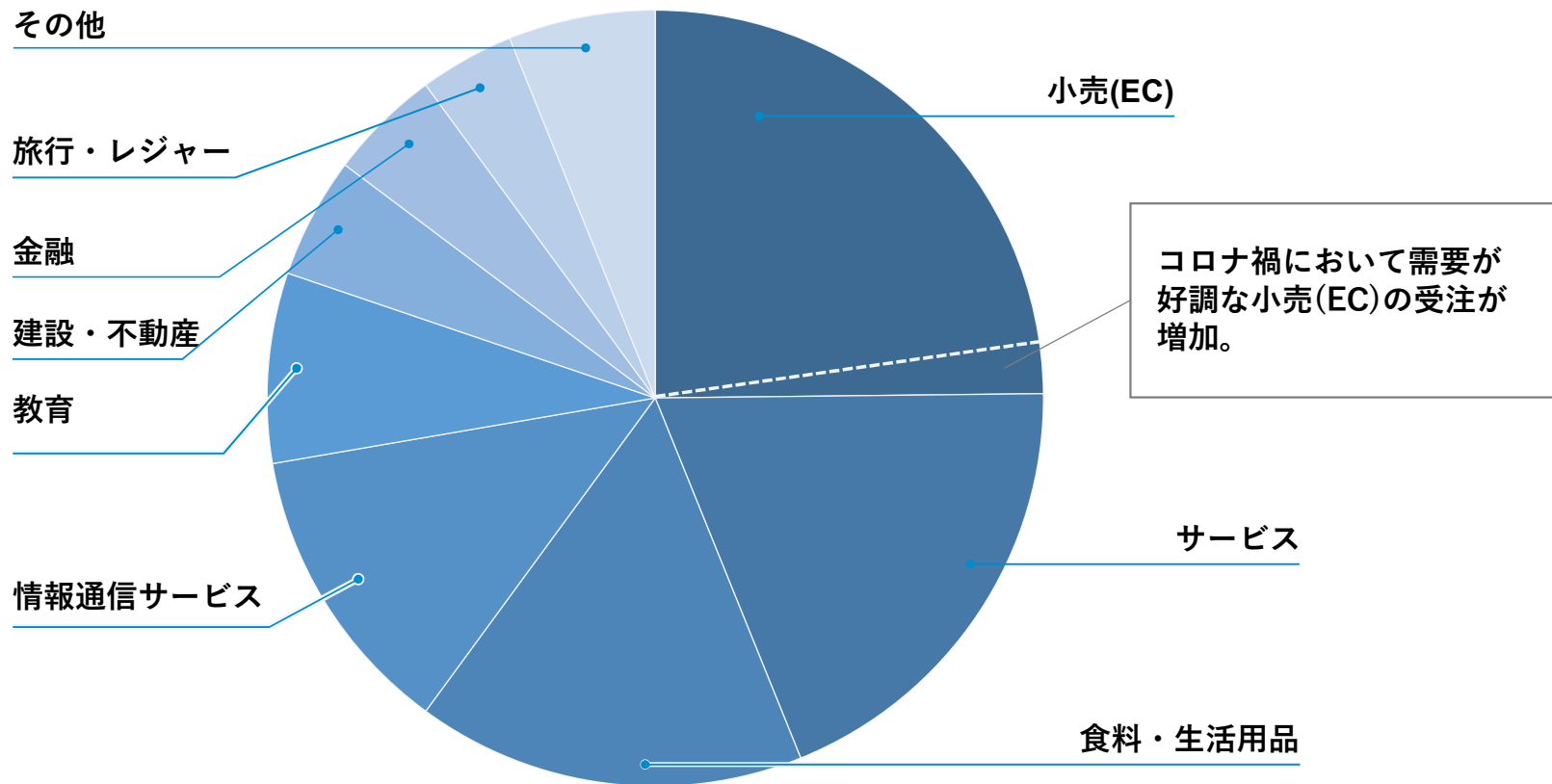
■バリューチェーン上のさまざまな課題に対し、単体のソリューションだけでなく、統合的なソリューションパッケージを提供することができる



# マーケティングDX 顧客内訳



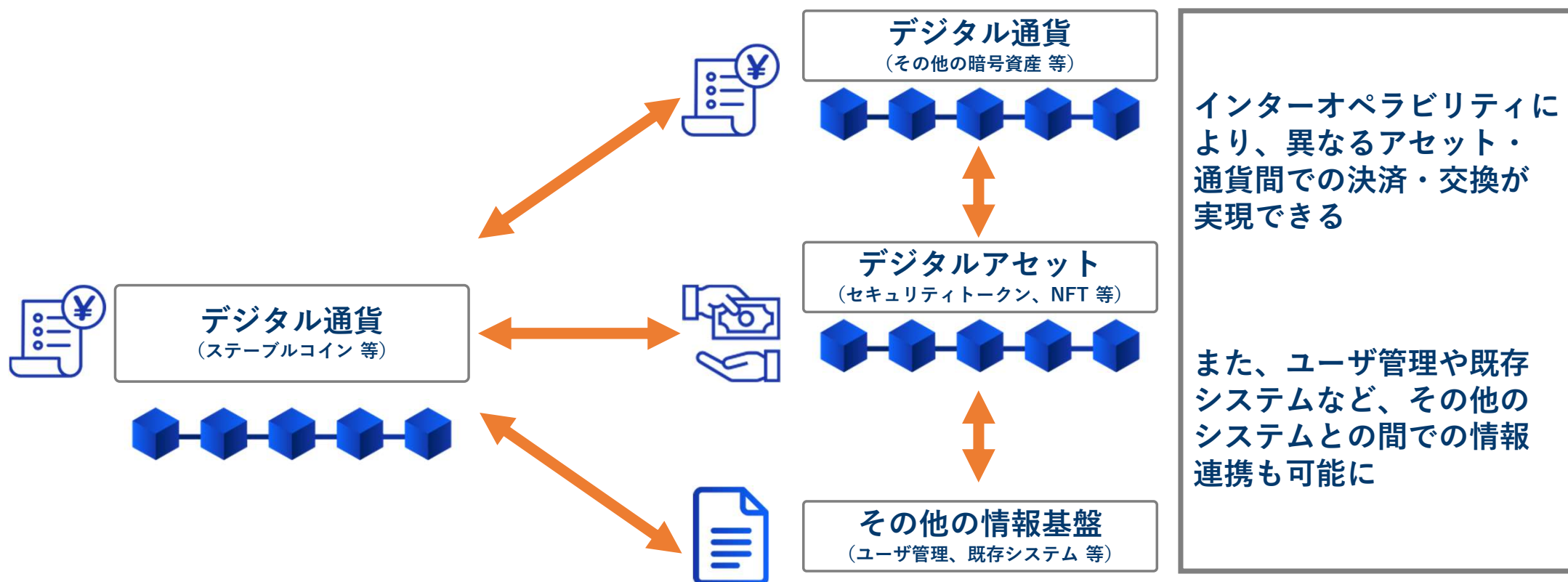
- 幅広い業界の顧客を開拓しつつ、安定的に成長
- コロナ禍において、小売（EC）の比率が増加



# 新規事業 Datachain インターオペラビリティ



- 様々なブロックチェーン基盤上で構築されたデジタル資産などのサービスの高度化に向けて、チェーン間の連携＝インターオペラビリティが必要不可欠



# 新規事業 Datachain 直近の取り組み



■ インターオペラビリティのスタンダードを目指し、3つの取り組みに注力

1

複数ブロックチェーン間でのインターオペラビリティを実現するための「YUI」をはじめとするフレームワークの開発

2

研究開発したフレームワークを用いた様々なドメインでの実証実験、協業の実績づくり

3

Datachainのフレームワークを用いたシステムの本格稼働（デジタル通貨など金融分野、サプライチェーン分野等）

# 自社の強み



■ マーケティングDXから不動産DXへシナジーを効かし、効率・効果的に成果を実現するための強みを有している

## マーケティングDX

1,000を超えるクライアントと最新のマーケティング手法の成功パターン蓄積

付加価値

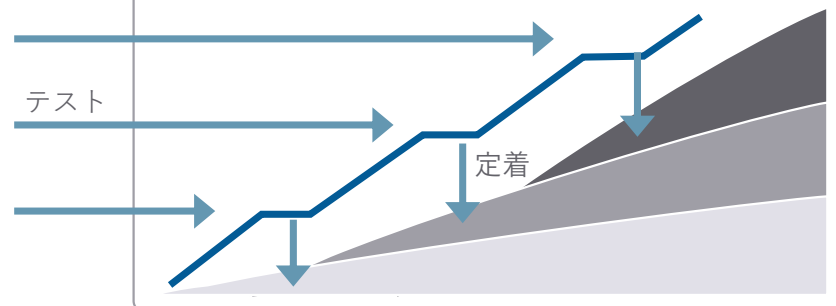


### 強み①



## 不動産DX

最新手法をテストしながら不動産DX事業に最適な手法を定着化



### 強み②



### 強み③

#### 強み① データ & アルゴリズム

バリューチェーン上の多様なデータ・アルゴリズム蓄積により、高深度な分析が可能

#### 強み② テクノロジー・仕組み

テクノロジー、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

#### 強み③ 人材・組織

データ活用、プロダクト開発、ビジネス構築の各職種を1/3ずつバランス良く配置



# 5 Appendix

# 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	・ 不動産DX事業 ・ マーケティングDX事業 ・ その他事業
創立	2007年11月29日
資本金	1,376,648千円 (2022年3月31日)
従業員数	366名 (2022年3月31日) (派遣社員、業務委託、アルバイトを除く)
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 社外取締役 大川 勝廣 社外取締役 山中 健児 社外取締役 高松 悟
所在地	〒106-0032 東京都港区六本木四丁目1番4号

# 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  
不動産DX事業管掌

田口 政実



上級執行役員  
マーケティングDX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

社外取締役：大川 勝廣

社外取締役：山中 健児

社外取締役：高松 悟

# 沿革



- 2007年 11月 ● 株式会社Speee設立。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
- 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
- 2019年 8月 ● 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「ケアスル」事業を開始
- 2021年 10月 ● 企業のDXコンサルティングサービス「SPEC」事業を開始
- 2022年 3月 ● 国内子会社株式会社ThinQ Healthcareにおいてバックオフィスの業務効率化サービス「WorQ」事業を開始

不動産DX事業   マーケティングDX事業   その他新規事業

# 顧客事例①



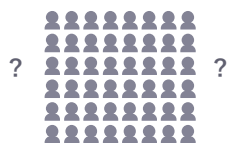
事業部 PAAM事業部

クライアント プロサッカークラブ

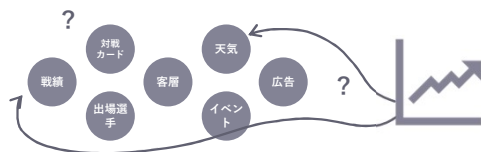
ニーズ概要 Sports Marketing J1チームのマーケティングをデータを使って再構築したい

## 課題

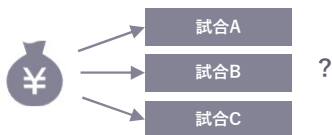
- 1 集客すべきファン層の特徴がわからない



- 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

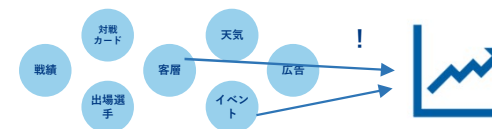


## 解決

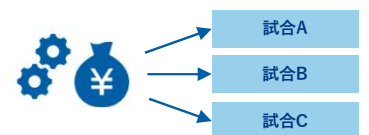
- 1 集客すべきファン層の特徴を分析し、最適なプロモーション施策を設計・実施



- 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



# 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

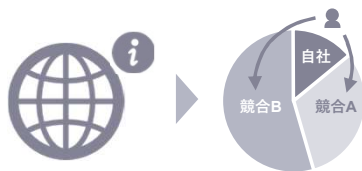
ニーズ概要 Direct to Consumer(D2C)戦略。直販チャンネルを最適化して販売量を大幅に増やしたい

## 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

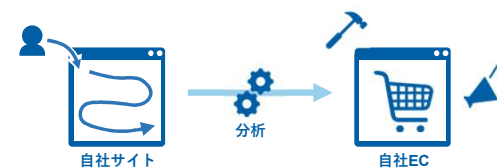


- 2 自社製品のWeb上での情報流通量の相対シェア (Share of Voice)が低く、競合へのスイッチを許している

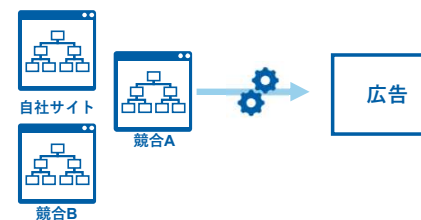


## 解決

- 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



# 顧客事例③



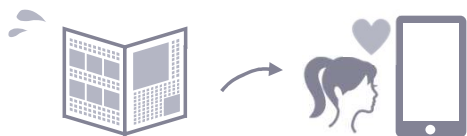
事業部 Webアナリティクス・UZOU事業

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

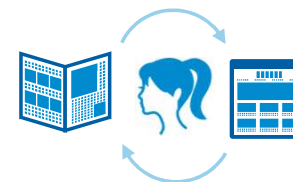


- 2 デジタルメディアにおいてブランドと収益性の両立は難しい

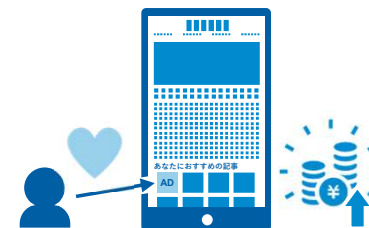


## 解決

- 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



# 顧客事例④



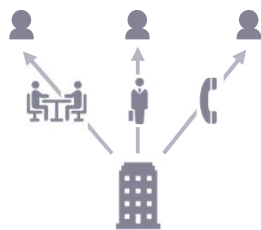
事業部 イエウール事業

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が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

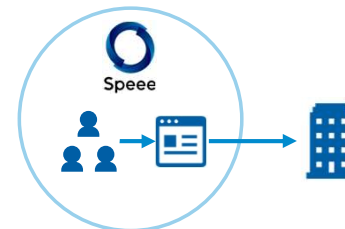


- 2 オフラインを中心とした非効率的な集客と労働集約的な営業プロセス

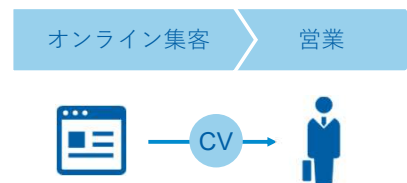


## 解決

- 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。自動査定ツールにより査定を効率化。





# 顧客事例⑤



事業部 Datachain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

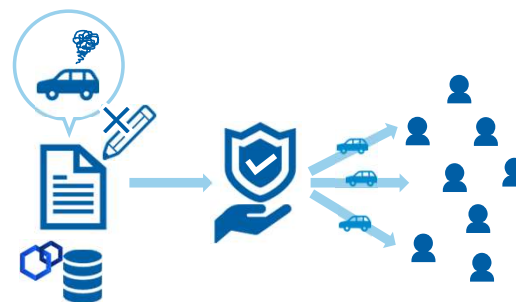
中古車査定の際の根拠となる走行データ・整備データ等を唯一無二のデジタル上で車両IDと紐付けて記録する等、より信頼性の高い車両履歴に基づく査定・二次流通の手段が求められている



## 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



# 全社 2022年9月期 第2四半期 貸借対照表サマリー

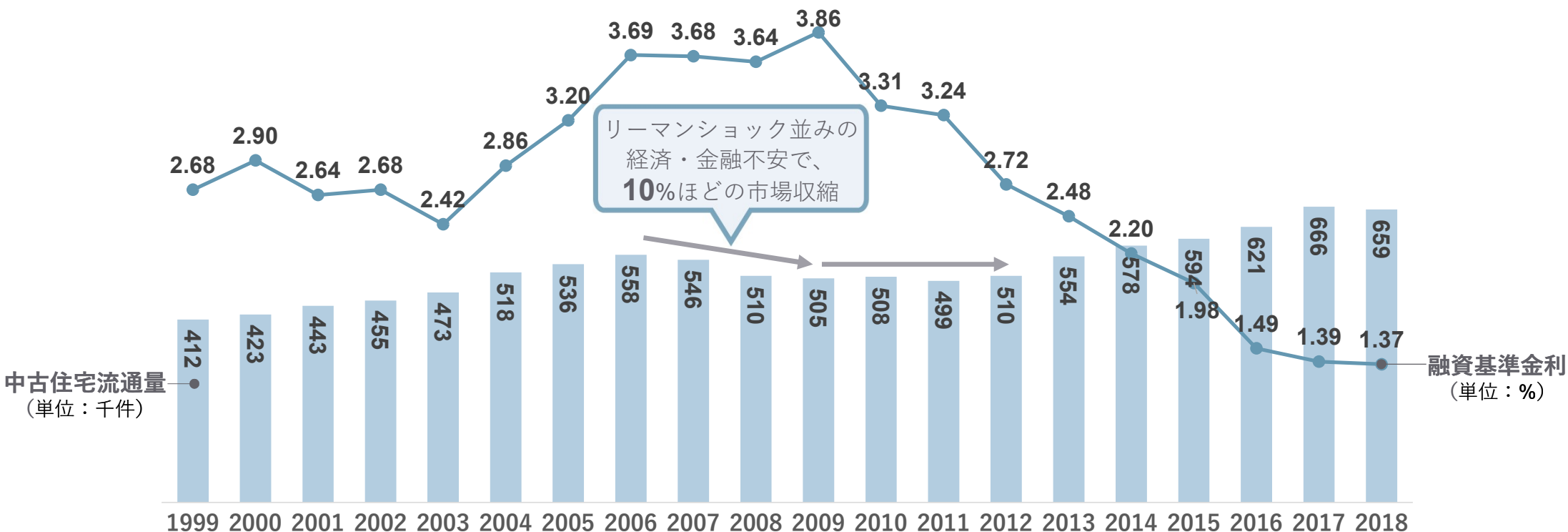


	実績		比較	
	2022年3月末		2021年9月末	
	実績		実績	増減額
単位：百万円				
<b>総資産</b>	<b>8,620</b>		<b>7,604</b>	<b>1,016</b>
流動資産	7,782		6,785	996
（内、現金及び預金）	5,615		4,762	853
固定資産	837		818	19
<b>負債・純資産合計</b>	<b>8,620</b>		<b>7,604</b>	<b>1,016</b>
流動負債	2,520		2,208	312
固定負債	651		548	103
純資産	5,448		4,847	600
自己資本比率	63.2%		63.7%	—

# (参考) 不動産DXの市場-マクロ要因の市場への影響



- 不動産売買市場は経済や金利の影響を受けるが、過去のリーマンショック並みの金融不安が起こった場合で10%程度の市場収縮



# 本資料の取扱いについて



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@spee.jp](mailto:ir@spee.jp)

IR情報 : <https://spee.jp/ir/>