

# SHARINO TECHNOLOGY

---

2022年9月期 第3四半期 決算説明資料

2022年8月15日

## トピック

- 早期梅雨明け等の影響で夏場に強いジャンルを中心に伸長し、第3四半期までの業績は、業績予想を上回って着地  
売上収益：3,119百万円／営業利益：234百万円
- 前第3四半期から悪化していた広告宣伝費率は、第2四半期に引き続き適正な水準を維持
- 通期業績予想を上方修正  
売上収益：4,350百万円／営業利益：350百万円

# 目次

第3四半期業績の概要	・ ・ ・	P.4～11
業績予想の修正	・ ・ ・	P.12～14
補足資料	・ ・ ・	P.15～27

第3四半期

業績の概要

## 連結業績 2022年9月期第3四半期会計期間

第3四半期会計期間の売上収益は、早期梅雨明け等の天候要因が売上収益の増加に大きく寄与し1,174百万円と前年同期間比で275百万円の増収。営業利益は、売上収益の増加に加え、広告宣伝費率を第2四半期までと同様の水準で維持できた結果、前年同期間比で224百万円の増益となり、営業利益109百万円、当期利益101百万円。

	2022年9月期 第3四半期	2021年9月期 第3四半期	前年同期間比
売上収益	1,174百万円	898百万円	+275百万円
営業利益	109百万円	△114百万円	+224百万円
当期利益	101百万円	△121百万円	+223百万円

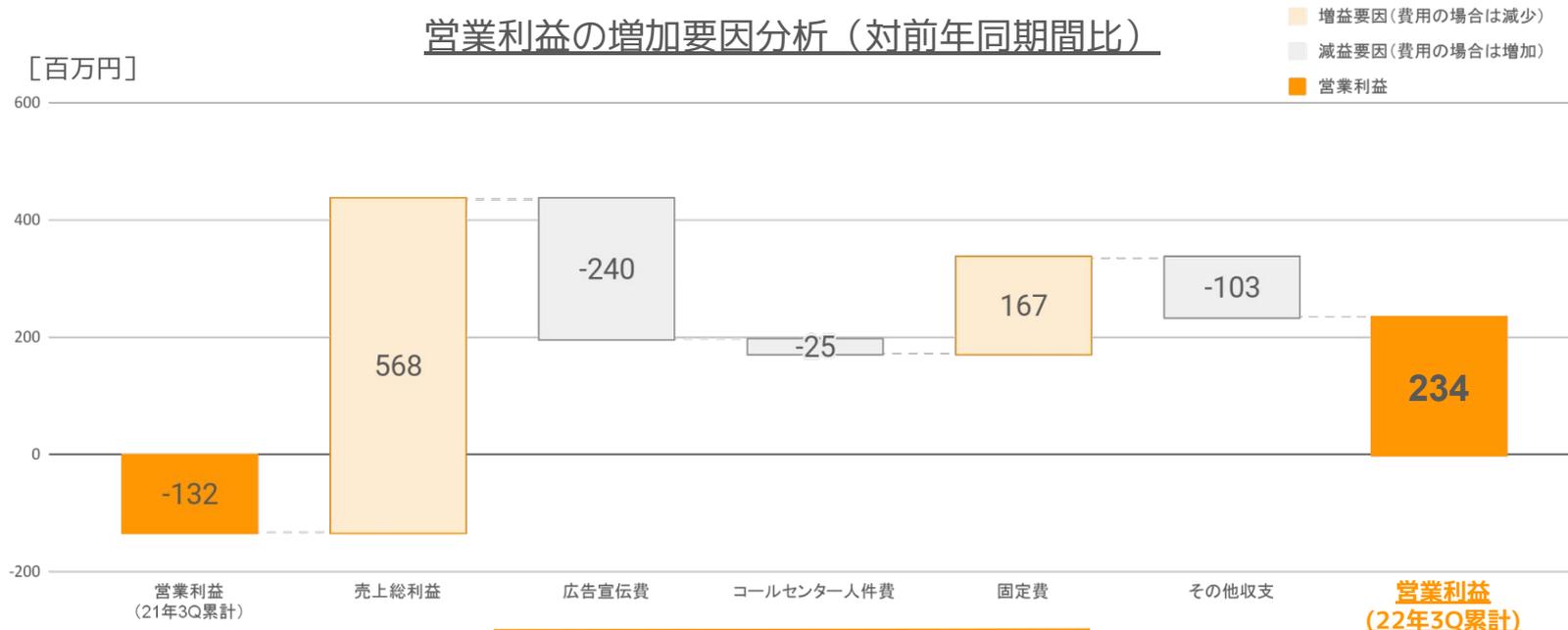
## 連結業績 2022年9月期第3四半期累計期間

第3四半期累計期間の売上収益は、第2四半期まで伸長していたジャンルに加え、早期梅雨明け等の天候要因により夏場に需要のあるジャンルが好調に推移したことで、621百万円と大幅に増収し、前年同期間比125%。営業利益は、売上収益の増加に加え、減価償却費の減少や広告宣伝費率を適正な水準で維持できたことで、前年同期間比で367百万円の増益。

	2022年9月期 第3四半期累計	2021年9月期 第3四半期累計	前年同期間比
売上収益	3,119百万円	2,497百万円	+621百万円
営業利益	234百万円	△132百万円	+367百万円
当期利益	220百万円	△170百万円	+391百万円

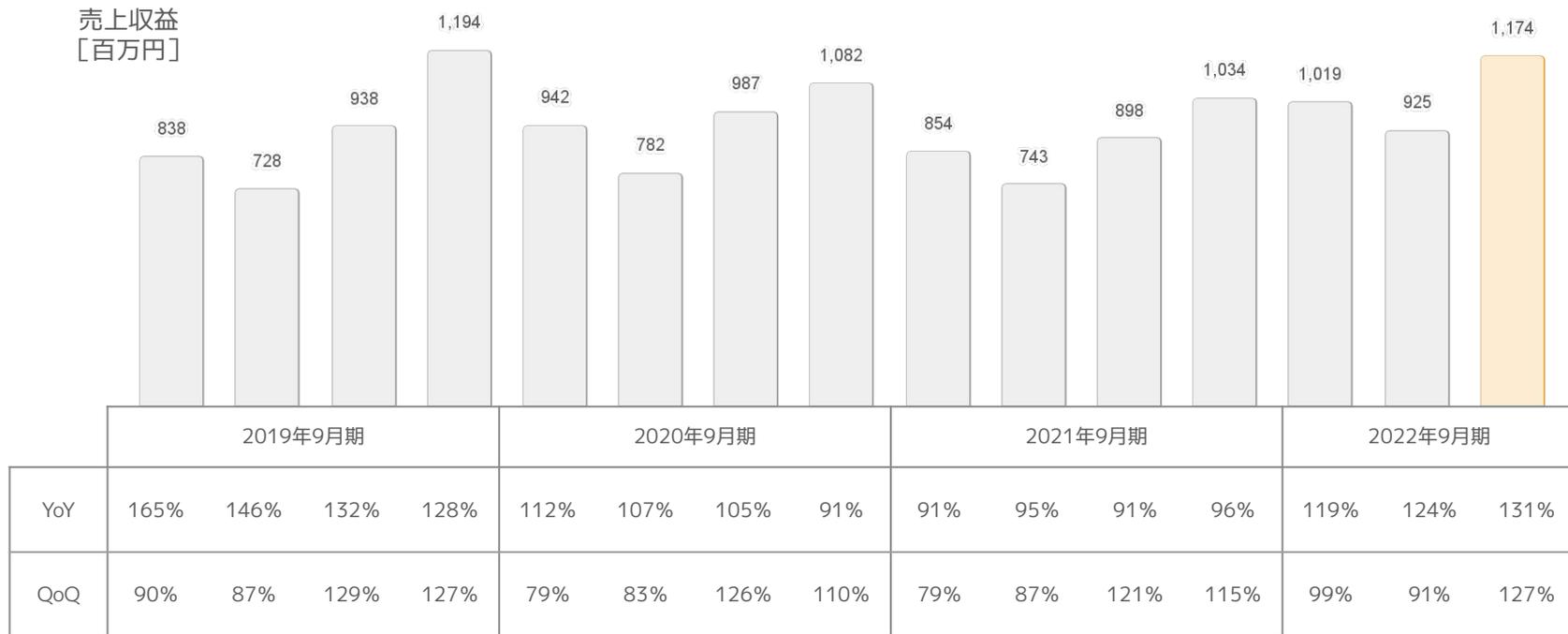
# 2022年9月期第3四半期累計期間の営業利益増加要因の分析

2021年第3四半期累計期間の営業利益△132百万円に対して、売上総利益は568百万円の増加、広告宣伝費は売上収益に伴い増加しているものの、対売上比率で良化しており、コールセンター人件費は対売上比率で同水準を維持。固定費は167百万円減少、その他収支の増減を加味し、2022年第3四半期累計期間の営業利益は367百万円増加し、234百万円となった。



# 『暮らしのお困りごと』事業の売上推移

2022年第3四半期の売上収益は、早期梅雨明け等の天候要因により夏場に需要のあるジャンルが伸長し、前年同期比131%。大幅に増収した2022年第2四半期に対しても、前四半期比127%で推移している。



## 各事業指標の推移

2021年第3四半期では最も悪化していた広告宣伝費率が、2022年第3四半期では47%と適正な水準を維持。コールセンター人件費も8%と例年と同様の水準で推移しており、引き続き費用をコントロールした結果、2022年第3四半期の営業利益は109百万円で着地。

[百万円] (売上対比)	2020年9月期*				2021年9月期				2022年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上収益	942	782	987	1,082	854	743	898	1,034	1,019	925	1,174
売上原価	15	17	14	14	11	22	23	27	29	35	44
販管費	874	818	928	928	885	822	979	1,024	921	843	1,020
広告宣伝費 (PPC広告)	355 (38%)	316 (41%)	402 (41%)	436 (40%)	384 (45%)	343 (46%)	501 (56%)	538 (52%)	499 (49%)	419 (45%)	550 (47%)
コールセンター 人件費	85 (9%)	80 (10%)	78 (8%)	79 (7%)	71 (8%)	65 (9%)	82 (9%)	73 (7%)	75 (7%)	75 (8%)	94 (8%)
その他	433	421	446	412	429	413	395	413	346	348	375
その他収支	4	5	14	△34	65	60	△10	△979	3	7	0
営業利益	56	△48	58	105	23	△41	△114	△998	70	54	109

※現状の事業と単純比較するため、事業を停止した各子会社及びWEBコンサルティング事業等を除く数値

# 収益構造を分解した各指標の推移

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。問い合わせ件数は一定水準を維持しているように見えるものの、実態としてはリソース配分を見直したことによりジャンルのミックスが変わっており、収益性の高いジャンルについては順調に伸長している。その影響で問い合わせあたり単価も堅調に推移。



問い合わせ件数推移  
(件数)



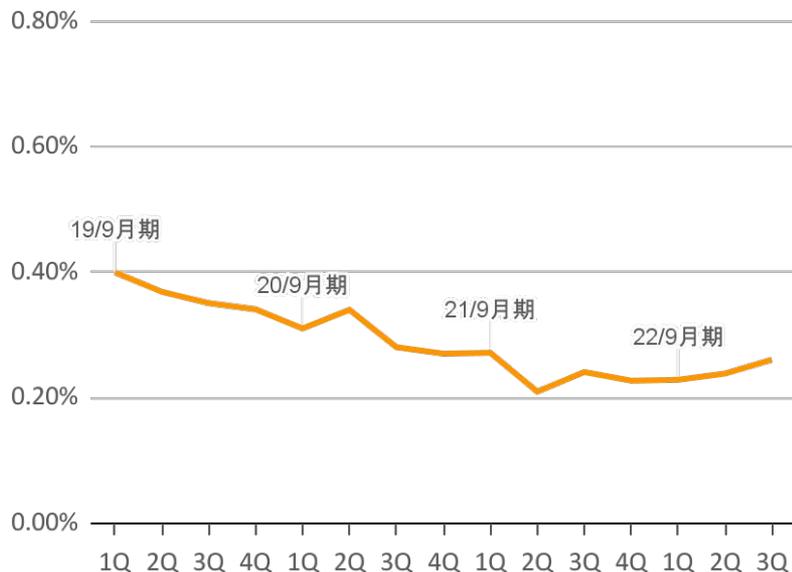
問い合わせあたり単価  
(2018年9月期1Qを100として)



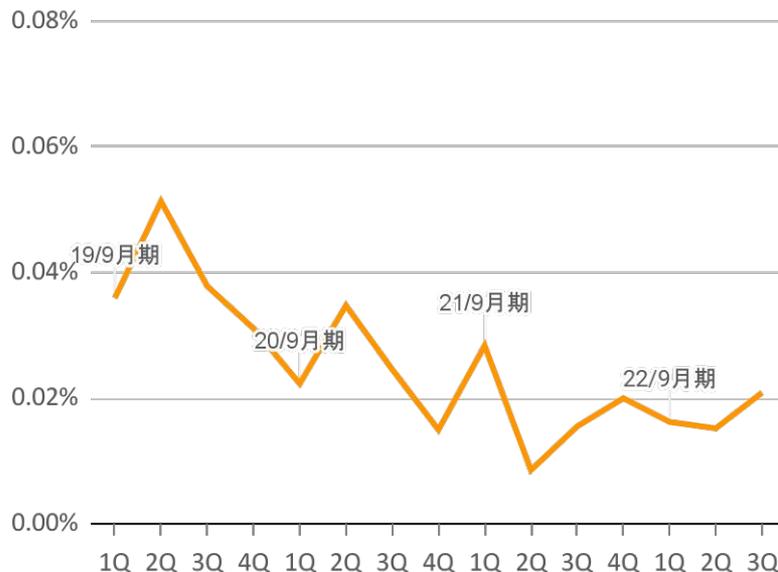
# お客様、加盟店の満足度を重視した事業運営

お客様からのクレーム率及び加盟店からのクレーム率ともに、一定水準を維持しながら低値に推移。さらなる満足度向上のため、お客様及び加盟店の双方が使いやすいプラットフォームを目指し、より良いビジネスモデルへの改善に努めるべく、現場からのニーズを事業に反映させていく。

### お客様クレーム率推移



### 加盟店クレーム率推移



## 業績予想の修正

## 業績予想の上方修正について

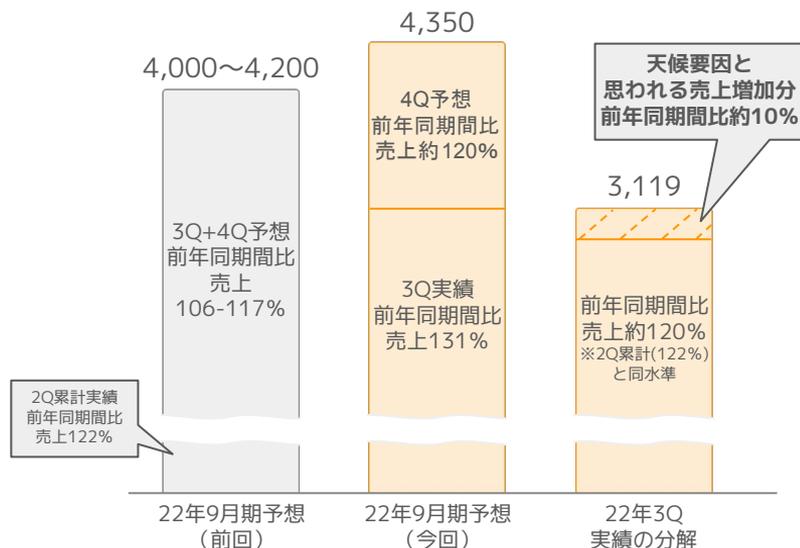
2022年9月期の売上収益は、第3四半期の売上収益が前回予想時の想定よりも好調に推移しており、第4四半期も同様に好調な推移が見込まれるため、2022年5月12日に発表した売上収益を4,350百万円に上方修正。また、営業利益は、売上収益の増加に加え、広告宣伝費率等を一定水準で維持することができたため、350百万円に上方修正。

	今回発表 (2022年8月15日)	前回発表 (2022年5月12日)	前回発表との差異
売上収益	4,350百万円	4,000~4,200百万円	+150~350百万円
営業利益	350百万円	250百万円	+100百万円

# 2022年9月期第3四半期の売上収益の増加要因と今後の見通し

2022年5月12日に発表した業績予想では、第3四半期以降を保守的に予想していたものの、第3四半期の売上収益は、早期梅雨明け等の天候要因により夏場に需要のあるジャンルが好調に推移し、前年同期間比で131%となった。第4四半期は、第3四半期までの推移を鑑み、第3四半期の天候要因と思われる部分を除いた水準と同様以上の推移を見込む。

## 前回と今回の業績予想比較と3Q実績の分解



## 2022年第3四半期 売上収益の増加について

### 増加要因

第3四半期の売上収益は、第2四半期までと同水準である約120%の推移に加えて、全国的に梅雨の期間が短く、平年よりも早い梅雨明けとなった影響等で、夏場に需要のあるジャンルの売上が伸長し、その結果、前年同期間比131%となった。

### ジャンル

- ・お庭関連（気温が上がる夏場に雑草等が生育しやすいため）
- ・害虫害獣等（高温多湿な夏場は繁殖しやすいため）

補足資料



# 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200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。



## 生活110番



ポータルサイト



150以上のジャンル



主にオーガニック流入



## ペット葬儀110番 電気工事110番 etc.



バーティカルメディアサイト



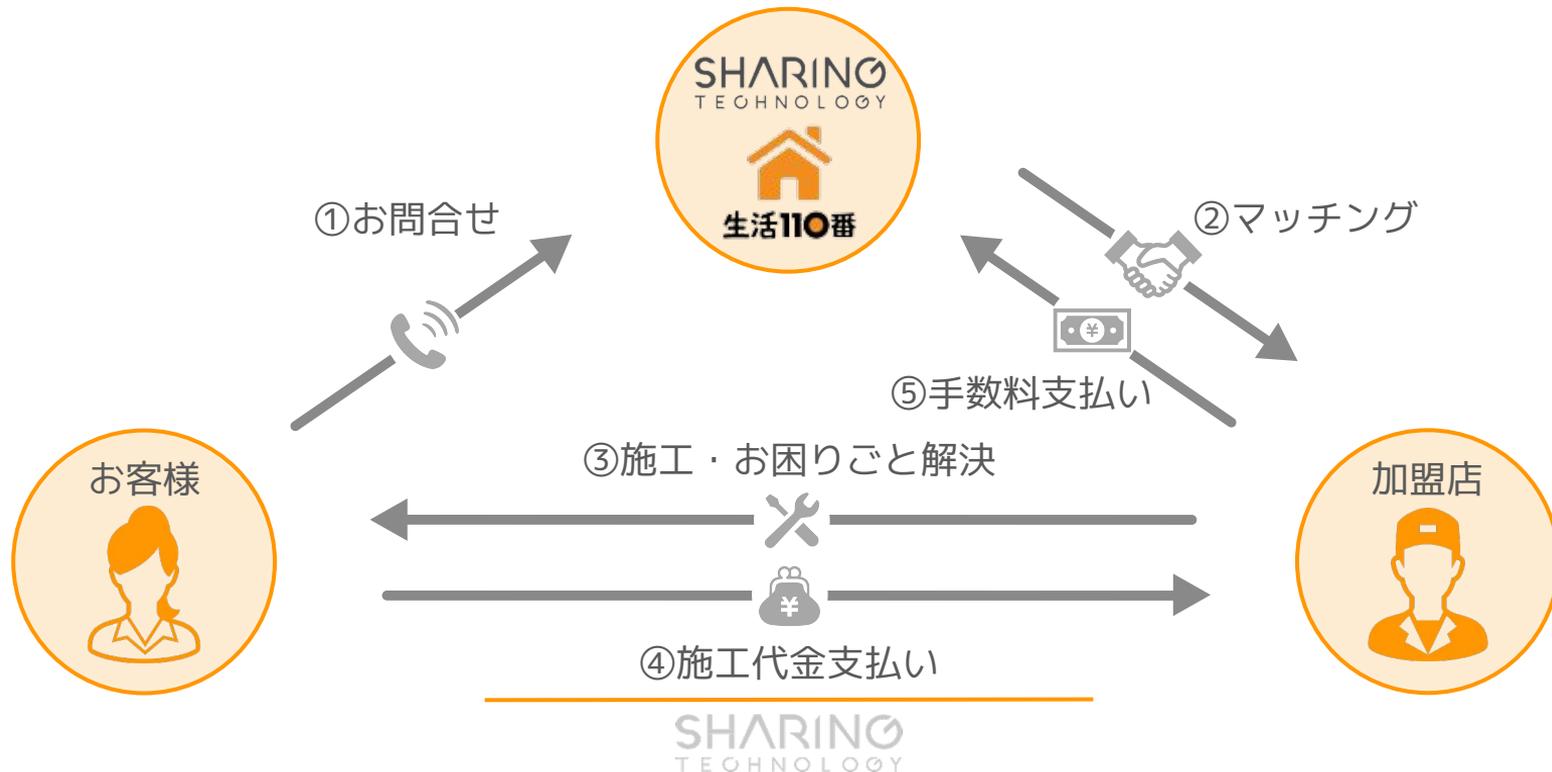
各サイト1ジャンル



主にリスティング流入

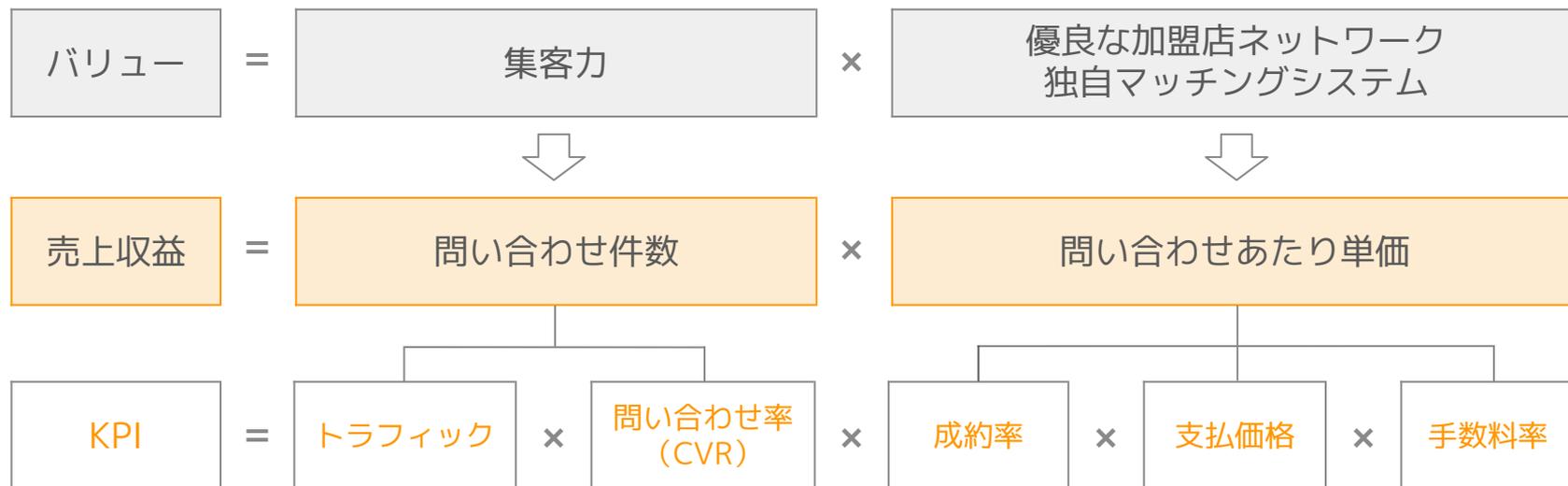
# ビジネスの流れ

『暮らしのお困りごと』が発生したお客様が当社が運営するサイトを通じて、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、成約した場合に手数料を得る成約ベースと、紹介した時点で手数料を得る紹介ベースで構成。



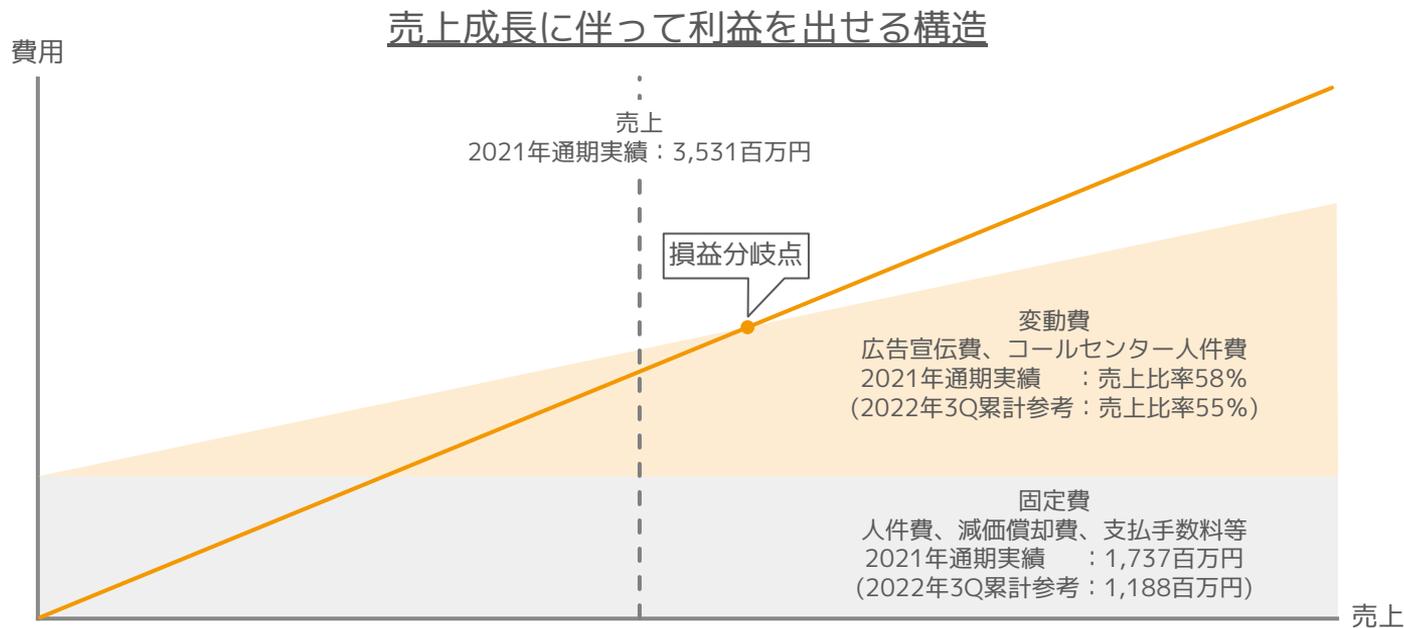
# 収益構造の分解

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、問い合わせ件数はトラフィック、問い合わせ率（CVR）に分解、問い合わせあたり単価は成約率、支払価格、手数料率に分解できる。



# 『暮らしのお困りごと』事業の収益イメージ図

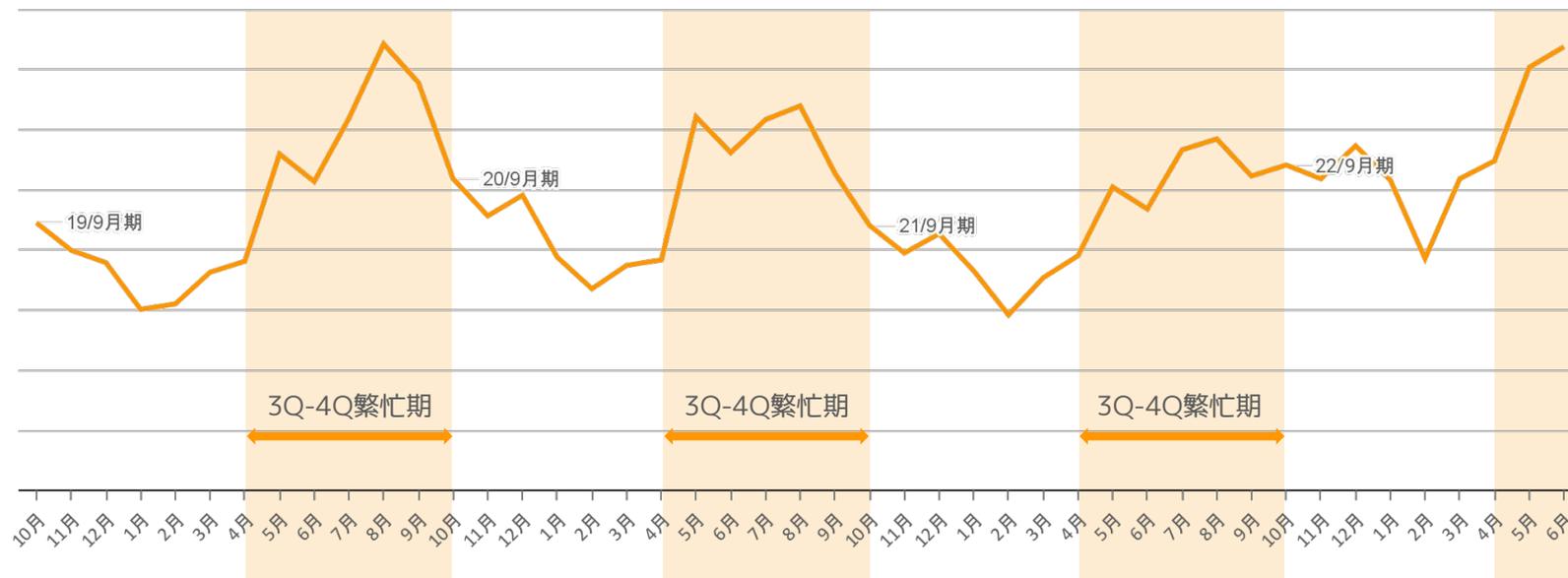
2022年9月期第3四半期累計期間の売上収益は3,119百万円（前年同期間比125%）、変動費は売上比率で55%（前年同期間58%）、固定費は1,188百万円（前年同期間比91%）。2022年9月期通期では、売上収益の伸長に加え、変動費の適正化による限界利益率の上昇、固定費の減少により増益が見込まれる。



# 『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』事業にはシーズンナリティがあり、害虫害獣等の駆除及び草刈り剪定が盛んな夏の時期と、台風による住宅への被害回復が多くなる秋口（当社事業年度の下期）の売上が大きくなる傾向がある。当期もシーズンナリティのトレンドは変わらず、さらなる売上収益の伸長を見込む。

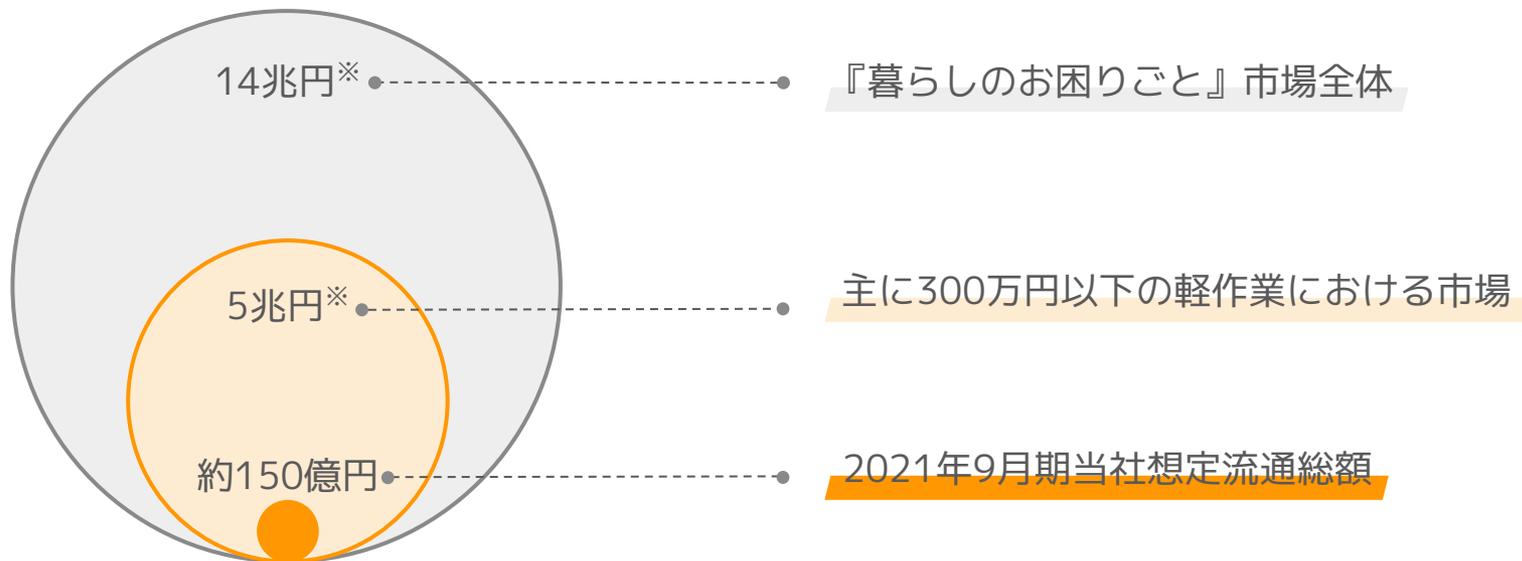
## シーズンの変化と共に変動する『暮らしのお困りごと』事業の売上推移



# 『暮らしのお困りごと』市場

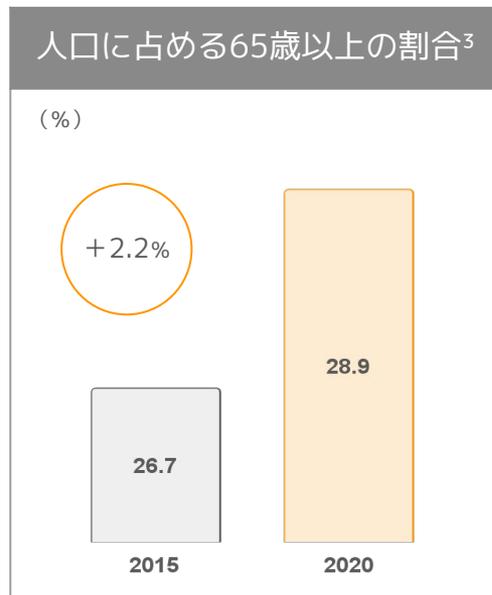
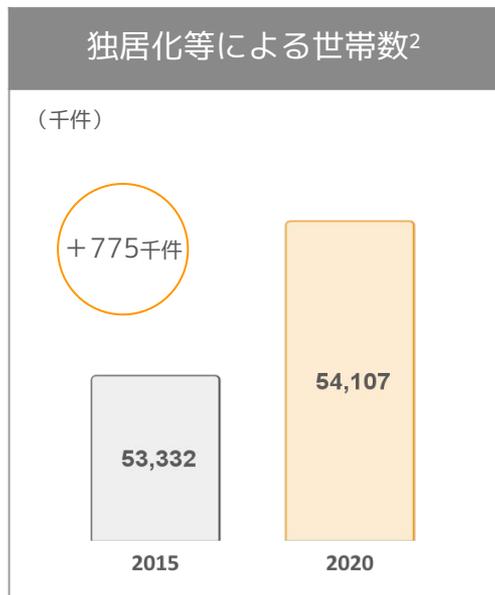
『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものは5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、さらなる市場拡大が見込まれる。また、既存の電話帳などから、オンライン化が進むことで事業機会の拡大が見込まれる。

※外部調査機関が、2万人対象の『暮らしのお困りごと』に対するサービス利用頻度及び価格の調査結果をもとに推計



# 追い風となる市場規模

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、当社の『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]

	当第3四半期 連結会計期間 (2022年6月末)	前連結会計年度 (2021年9月末)	前期末比
流動資産	1,578	2,271	△693
固定資産	573	808	△235
総資産	2,151	3,080	△928
流動負債	1,629	2,073	△443
固定負債	109	815	△706
資本合計	412	190	+221
自己資本比率	19.2%	6.2%	+13.0pt

## 第3四半期 連結損益計算書

[百万円]

	当第3四半期 連結累計期間 (2022年6月末)	前第3四半期 連結累計期間 (2021年6月末)	前年同期間比
売上収益	3,119	2,497	+621
売上原価	110	57	+52
売上総利益	3,008	2,439	+568
販管費	2,785	2,687	+97
営業利益	234	△132	+367
税引前利益	225	△149	+374
当期利益	220	△170	+391

# 会社概要

---

- 会社名 シェアリングテクノロジー株式会社
- 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 TEL : 052-414-5919
- 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 監査等委員	原田 千秋
取締役 監査等委員（社外）	浅井 啓雄
取締役 監査等委員（社外）	善利 友一
- 資本金 1,308百万円 ※2022年6月末現在
- 従業員数 228名（内アルバイト・パート52名） ※2022年6月末現在
- 決算期 9月末
- 上場市場 東証グロース 証券コード：3989

# 将来予測に関する注意事項

---

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。

本開示は、当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。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。