

# SHARINO TECHNOLOGY

---

2022年9月期 決算説明資料

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

2022年11月14日

# 目次

2022年9月期業績の概要	・ ・ ・	P.4～13
今後の成長方針	・ ・ ・	P.14～18
補足資料	・ ・ ・	P.19～33

## トピック

- 22年9月期業績は、これまでの施策の結果が業績に反映  
売上：4,429百万円／営業利益：401百万円
- 23年9月期業績予想は、現状では増収増益のみの発表  
売上：5,000百万円／営業利益：500百万円
- これまでの取り組みに加えて、更なる成長を目指し、サービスの  
高クオリティ化を進めるため、自社施工の拡大を開始

2022年9月期

業績の概要

## 2022年9月期 第4四半期会計期間

第4四半期会計期間の売上収益は、第3四半期に引き続き好調に推移し、前年同期間比127%の1,309百万円。売上収益の増加に加えて、費用面においても広告宣伝費率47%（対売上総利益比）と適正水準を維持できたこと及び固定費の減少等により、営業利益167百万円、当期利益は252百万円と大幅増益で着地。

	2022年9月期 第4四半期	2021年9月期 第4四半期	前年同期間比
売上収益	1,309百万円	1,034百万円	+275百万円
営業利益	167百万円	△998百万円 (△19百万円)※	+1,165百万円 (+186百万円)※
当期利益	252百万円	△948百万円 (29百万円)※	+1,200百万円 (+222百万円)※

※2021年9月期の一時的に発生した減損等を除いた金額

## 2022年9月期 通期業績

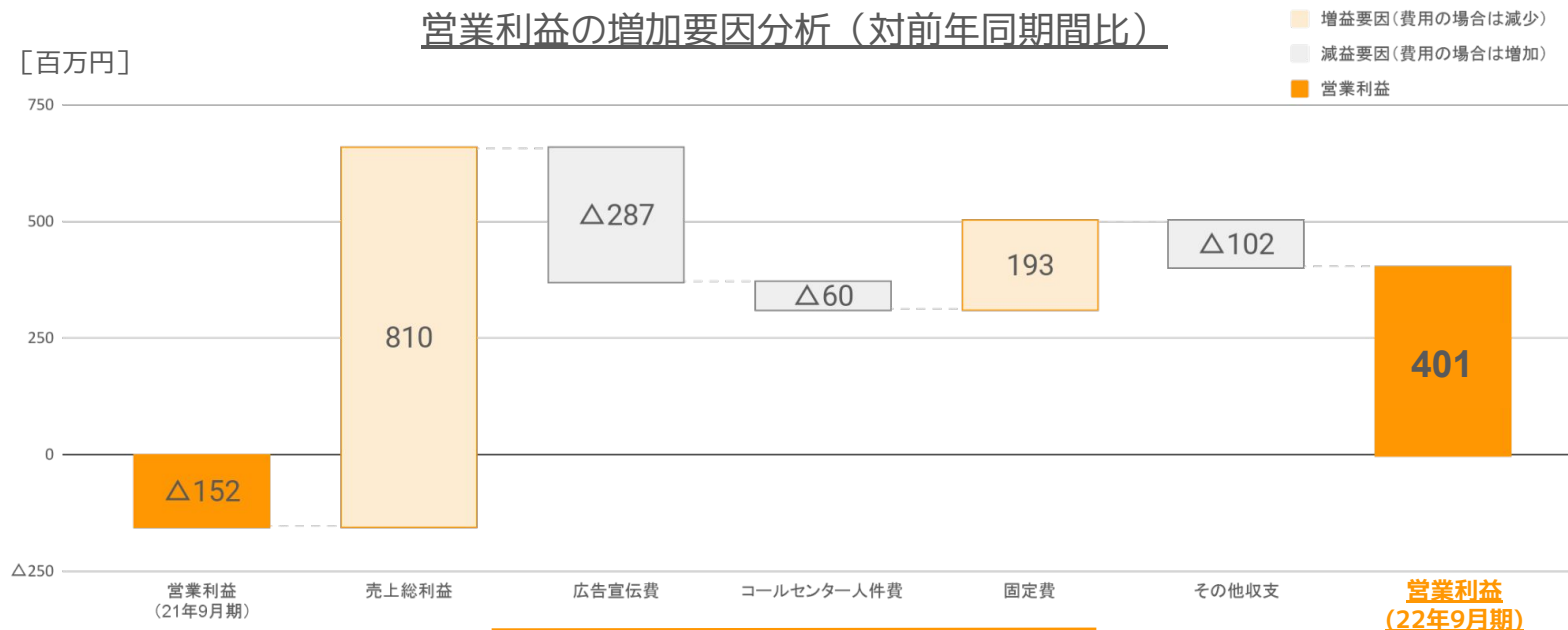
2022年9月期の売上収益は、4,429百万円と前期比で897百万円の大幅増収。営業利益は、売上収益の増加に加え、年間を通して広告宣伝費率を適正な水準に維持したこと及び固定費の減少等により401百万円（減損等を除く前期比554百万円の増益）。8月15日の業績予想発表後も第3四半期までの売上伸長が継続し、広告宣伝費率も同水準で維持できたことにより上振れて着地。

	2022年9月期 通期業績	2021年9月期 通期業績	前期比	8月15日発表 業績予想	業績予想 との差異
売上収益	4,429百万円	3,531百万円	+897百万円	4,350百万円	+79百万円
営業利益	401百万円	△1,130百万円 (△152百万円)※	+1,532百万円 (+554百万円)※	350百万円	+51百万円
当期利益	472百万円	△1,119百万円 (△141百万円)※	+1,591百万円 (+613百万円)※	—	—

※2021年9月期の一時的に発生した減損等を除いた金額

# 2022年9月期の営業利益増減要因の分析

2021年9月期の営業利益△152百万円（減損等除く）に対して、売上総利益は810百万円増加。広告宣伝費は売上に伴い増加しているものの対売上総利益比率で良化。コールセンター人件費は対売上総利益比率で同水準を維持。固定費は193百万円減少。その他収支の増減を加味し、2022年9月期の営業利益は401百万円と減損等の一時的な損失を除いても554百万円の大幅増益。



## 各事業指標の推移

法人提携及び自社施工の増加に伴い売上原価は増加。広告宣伝費率は2021年第3四半期を上限に逡減し、2022年9月期通期で48%と適正な水準を維持。コールセンター人件費率も一定水準を維持し、固定費が減少した結果、2022年9月期の営業利益は401百万円。なお、売上原価の増加に伴い、実態をより明確に表すため、販管費率の分母を売上収益から売上総利益に変更。

[百万円] (対売上総利益比)	2020年9月期*					2021年9月期					2022年9月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計
売上収益	942	782	987	1,082	3,987	854	743	898	1,034	3,531	1,019	925	1,174	1,309	4,429
売上原価 (対売上比)	15 (2%)	17 (2%)	14 (2%)	14 (1%)	62 (2%)	11 (1%)	22 (3%)	23 (3%)	27 (3%)	85 (3%)	29 (3%)	35 (4%)	44 (4%)	61 (5%)	172 (4%)
販管費	874	818	928	928	3,550	885	822	979	1,024	3,712	921	843	1,020	1,080	3,866
広告宣伝費	355 (38%)	316 (41%)	402 (41%)	436 (41%)	1,511 (41%)	384 (46%)	343 (48%)	501 (57%)	538 (54%)	1,767 (51%)	499 (51%)	419 (47%)	550 (49%)	585 (47%)	2,055 (48%)
コールセンター 人件費	85 (9%)	80 (11%)	78 (8%)	79 (8%)	324 (9%)	71 (9%)	65 (9%)	82 (9%)	73 (7%)	292 (9%)	75 (8%)	75 (8%)	94 (8%)	107 (9%)	353 (8%)
その他	433 (47%)	421 (55%)	446 (46%)	412 (39%)	1,714 (46%)	429 (51%)	413 (57%)	395 (45%)	413 (41%)	1,651 (48%)	346 (35%)	348 (39%)	375 (33%)	387 (31%)	1,458 (34%)
その他収支	4	5	14	△34	△9	65	60	△10	△979	△864	3	7	0	0	11
営業利益	56	△48	58	105	172	23	△41	△114	△998	△1,130	70	54	109	167	401

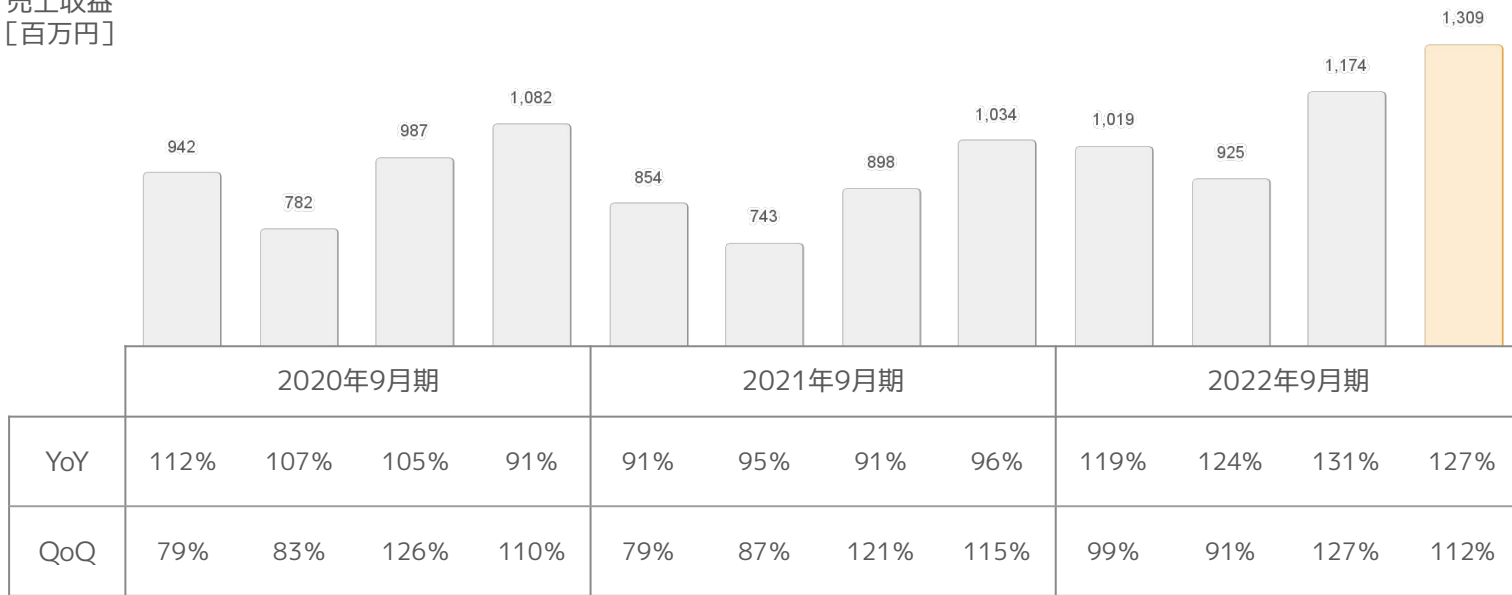
※現状の事業と単純比較するため、事業を停止した各子会社及びWEBコンサルティング事業等を除く数値



# 『暮らしのお困りごと』事業の売上推移

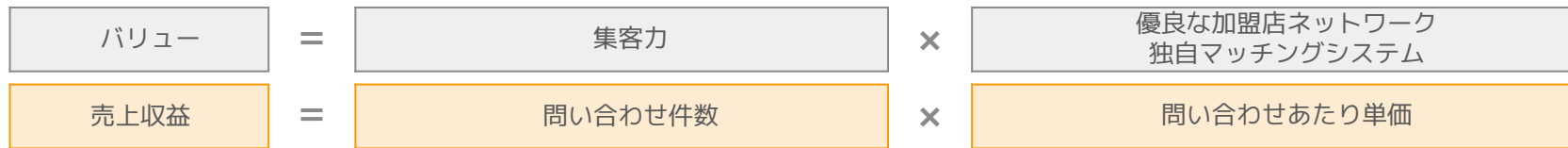
2022年第4四半期の売上収益は、第3四半期に引き続き、夏場に強いお庭や害虫害獣等のジャンルを中心に伸長していることに加えて、新型コロナウイルスの影響を受けていたカギジャンルが回復傾向であることにより、前年同期間比127%で推移。天候要因で売上収益が大幅に増加した第3四半期に対しても前四半期比112%と例年程度の比率で推移。

売上収益  
[百万円]

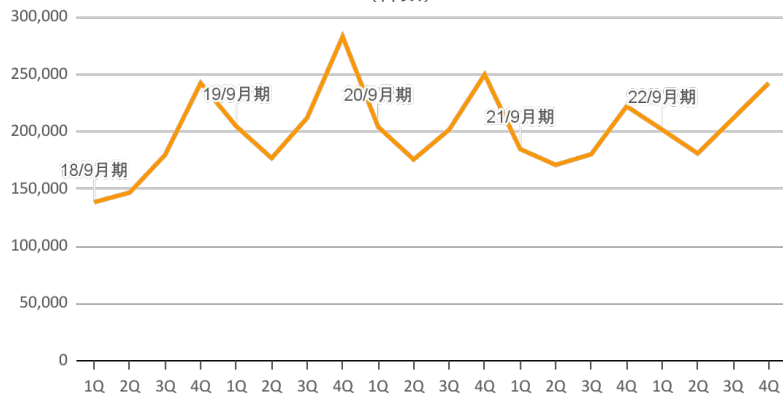


# 収益構造を分解した各指標の推移（売上収益）

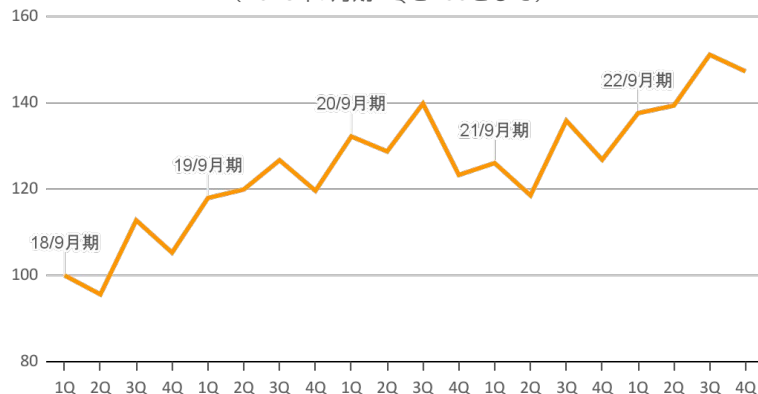
売上収益を分解した、問い合わせ件数及び問い合わせあたり単価の推移。問い合わせ件数は一定水準を維持しているように見えるものの、ジャンルのミックスが変わっており、収益性の高いジャンルが順調に伸長していることに加え、カテゴリごとの特性に合わせたマッチング等の施策により問い合わせあたり単価も堅調に推移しており、結果的に売上が増加している。



問い合わせ件数推移  
(件数)



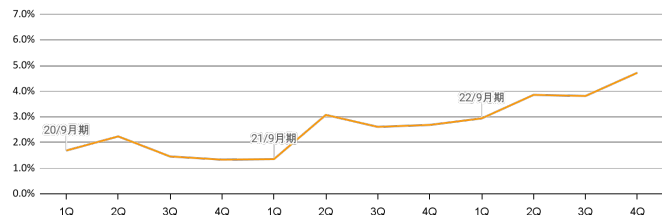
問い合わせあたり単価  
(2018年9月期1Qを100として)



# 収益構造を分解した各指標の推移（費用）

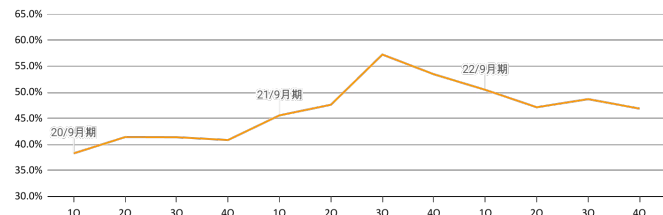
## 売上原価率

法人提携及び自社施工拡大による業務委託費増加（従前との契約形態の差異）の影響で原価率は上昇。



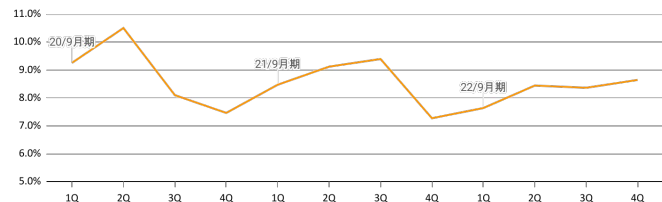
## 広告宣伝費率（PPC広告）

競合環境等により広告宣伝費率が急激に悪化した21年9月期に比べ良化。オーガニック獲得は現状大きな拡大はできていないため逡減余地は大きく残っている。



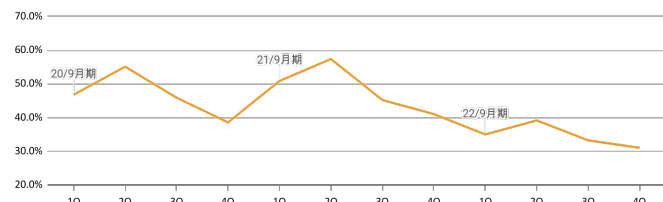
## コールセンター人件費率

シーズナリティによる増減はあるものの、一定水準で推移。今後も適正化を進めつつ同水準程度を維持。



## 固定費率

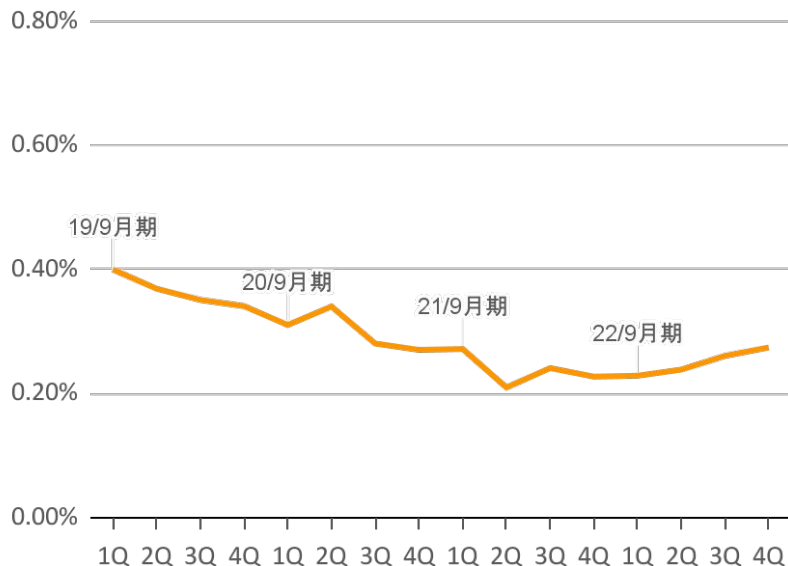
21年9月期4Qに減損を行った影響等により、22年9月期は減少。今後は売上増加に伴い、比率は逡減する見込み。



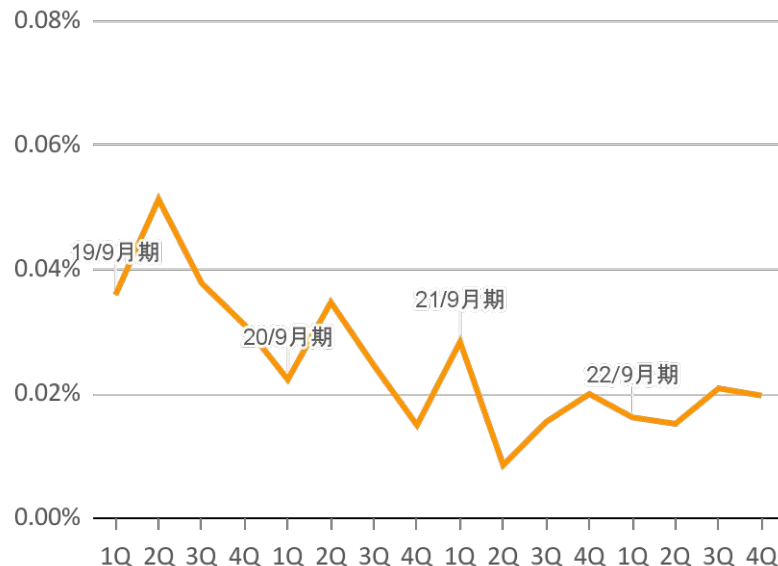
# お客様、加盟店の満足度を重視した事業運営

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



## 2023年9月期の通期業績見通し

2023年9月期の売上収益は、引き続き問い合わせ件数及び問い合わせあたり単価のさらなる増加を図り、5,000百万円を見込む。営業利益は、法人提携及び自社施工の拡大に伴い売上原価率の増加を見込むものの、広告宣伝費率及びコールセンター人件費率を維持するとともに、固定費も一定水準を維持することにより、500百万円を見込む。

	2023年9月期 通期業績見通し	2022年9月期 通期業績実績
売上収益	5,000百万円	4,429百万円
営業利益	500百万円	401百万円

## 今後の成長方針

## 市場の問題点と当社の提供価値

『暮らしのお困りごと』に関する領域は、従前より「依頼先がわからない」「適正価格がわかりにくい」「施工品質が担保されにくい」領域であると認識しております。  
当社は「効率的なマッチング」「価格適正化」「高くオリティ化」により業界の適正化を目指してきました。これまでに加えて、より安心できるワンストップサービスを目指します。

### 市場の問題点

依頼先がわからない



適正価格がわかりにくい



施工品質が担保されにくい



### 当社の提供価値

マッチング

×

適正価格

×

高くオリティ

## 提供価値～マッチング～

『暮らしのお困りごと』サービスにおける、課題である「マッチング」について、加盟店のネットワークをベースとした独自システムによる適正化を進めてまいりました。お客様及び加盟店様からのフィードバックとこれまで蓄積したデータにより更なる適正化を進めてまいります。

### 当社の提供価値

マッチング

×

適正価格

×

高くオリティ



### 独自マッチングシステムの強化





## 提供価値～適正価格～

『暮らしのお困りごと』サービスにおける、課題である「適正価格」について、当社では高額請求の排除をデータ及びお客様からのフィードバックを元を実施してまいりました。市場においても問題視されることが多くなっており、これまでの取り組みの後押しとなり始めております。

### 当社の提供価値

マッチング

×

適正価格

×

高くオリティ



### 当社の取り組みと社会の動き

#### 取り組み



お客様アンケート調査  
過去データの調査

#### 社会の動き



公共団体等の注意喚起  
広告主のチェック厳正化

## 提供価値～高くオリティ～

『暮らしのお困りごと』サービスにおける、「高くオリティ」については、これまではお客様からのフィードバックを元に加盟店ネットワークの良質化によるクオリティの向上を目指してまいりましたが、さらなる業界理解と目指す水準の明確化、新サービス展開への挑戦のため、自社スタッフ及び自社グループによる施工を拡大してまいります。

### 当社の提供価値

マッチング

×

適正価格

×

高くオリティ



## 自社施工の本格化

### 高くオリティ実現のために

- サービス施工現場の理解度を向上
- モデル店舗となるクオリティを実現
- 新サービス等の早期実践基盤

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

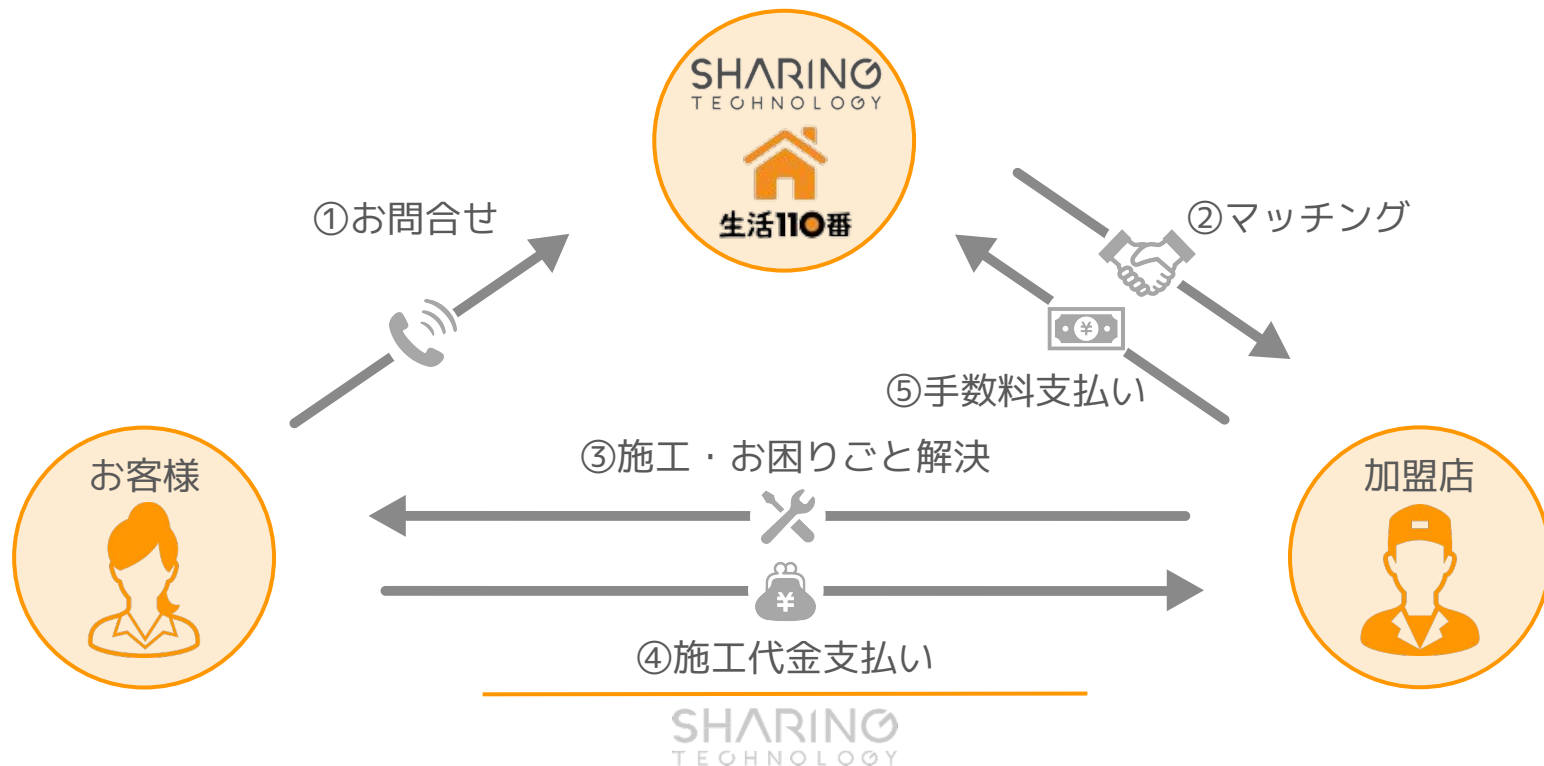


## ペット葬儀110番 電気工事110番 etc.

-  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

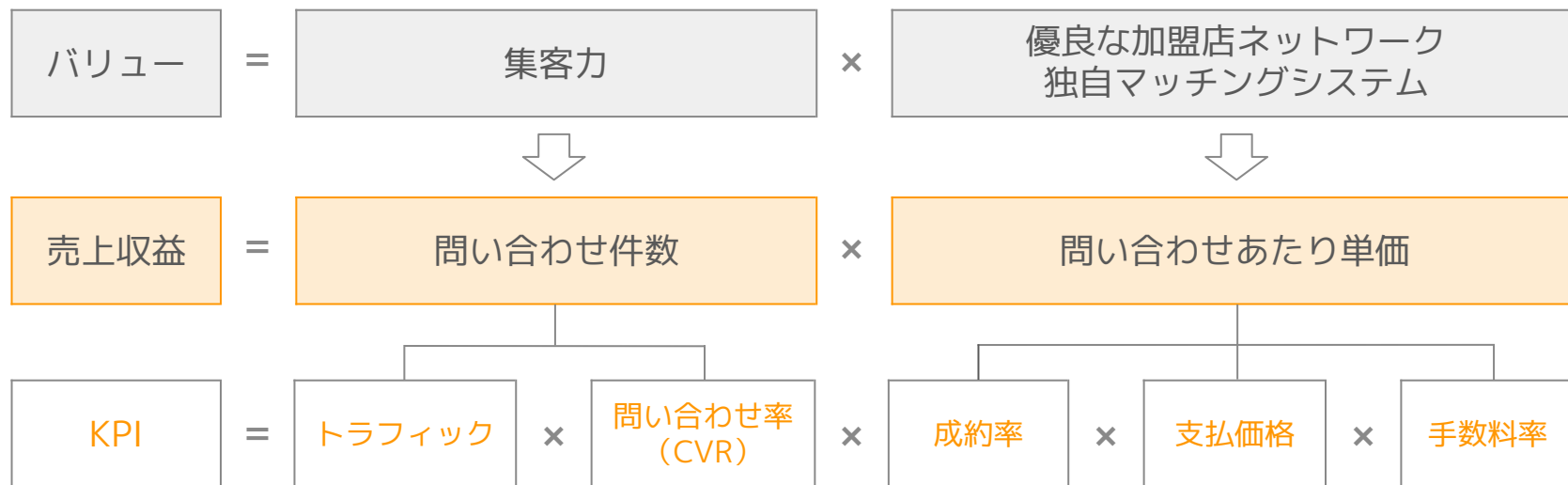
# ビジネスの流れ

『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

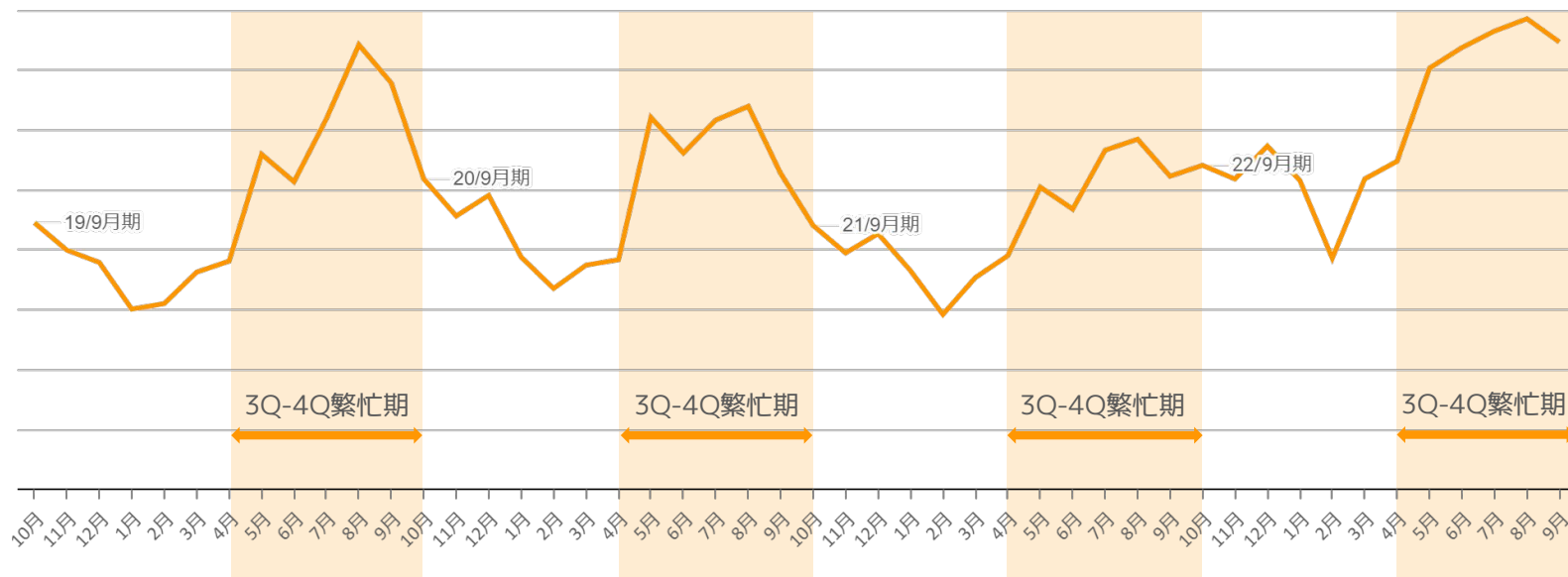
当社の価値根源（バリュー）は、集客力と集客したお客様のお困りごとを解決するマッチングシステム及び優良な加盟店とのネットワークと定義。それぞれ問い合わせ件数及び問い合わせあたり単価の数値として表され、問い合わせ件数はトラフィック、問い合わせ率（CVR）に分解、問い合わせあたり単価は成約率、支払価格、手数料率に分解できる。



# 『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。

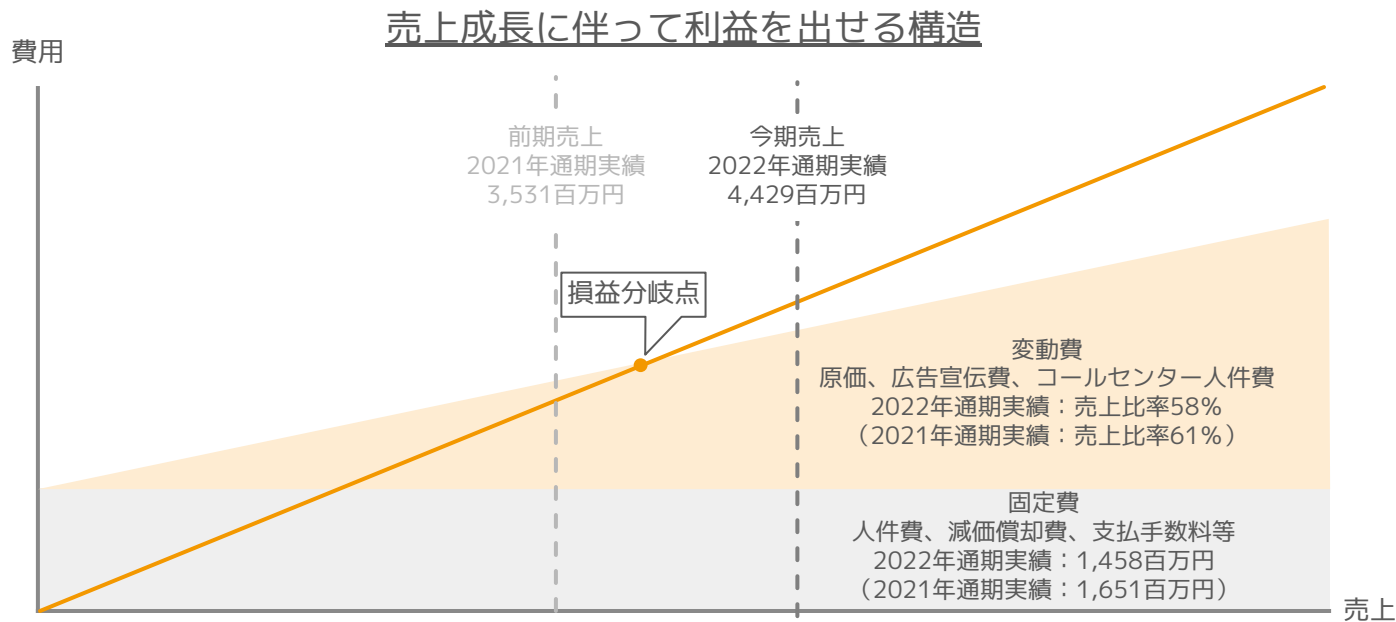
## シーズンの変化と共に変動する『暮らしのお困りごと』事業の売上推移





# 『暮らしのお困りごと』事業の収益イメージ図

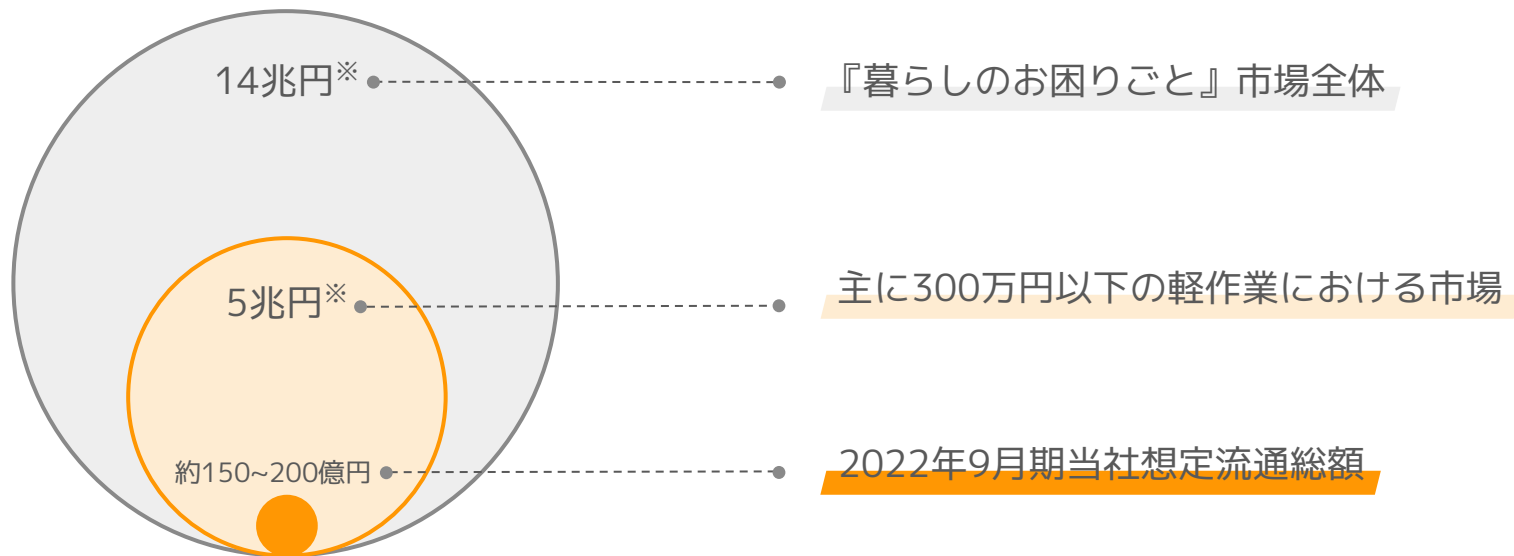
2022年9月期の売上収益は4,429百万円（前期比125%）、変動費は売上比率で58%（前期61%）、固定費は1,458百万円（前期比88%）。2022年9月期通期は、売上収益の伸長に加え、変動費の適正化、固定費の減少により収益化。今後も収益体質を維持する見込み。



# 『暮らしのお困りごと』市場

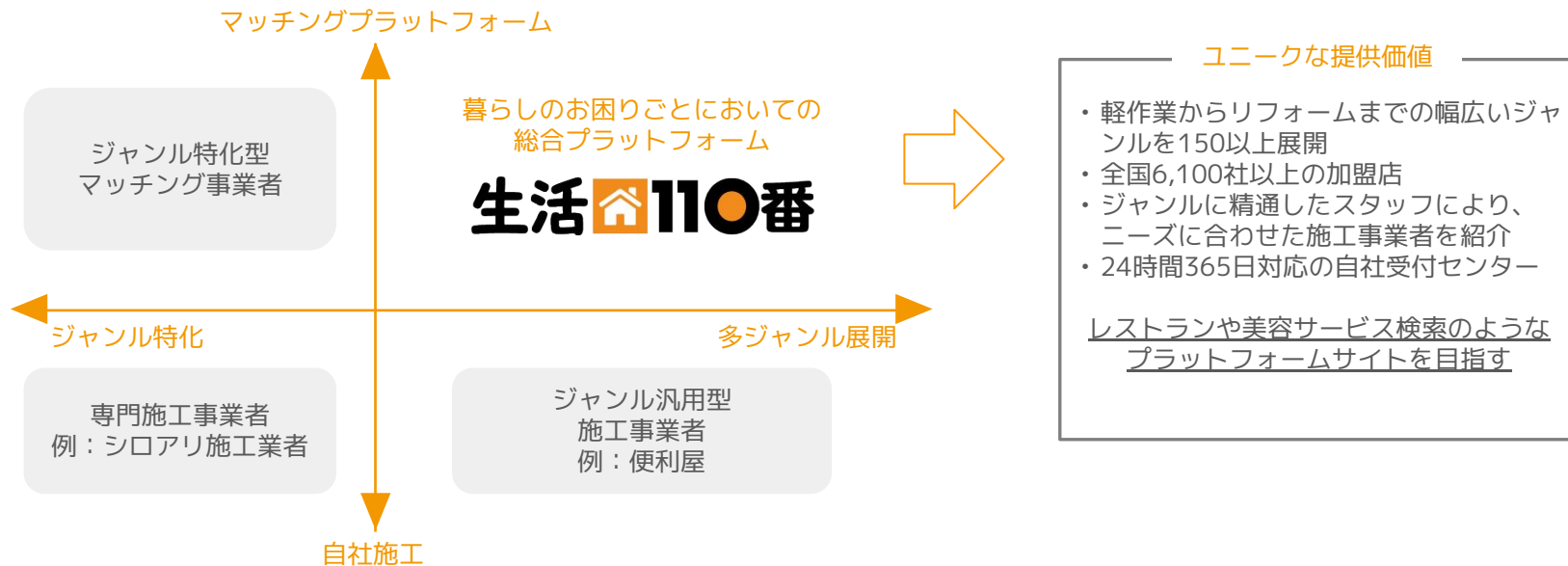
『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものは5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、さらなる市場拡大が見込まれる。また、既存の電話帳などから、オンライン化が進むことで事業機会の拡大が見込まれる。

※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



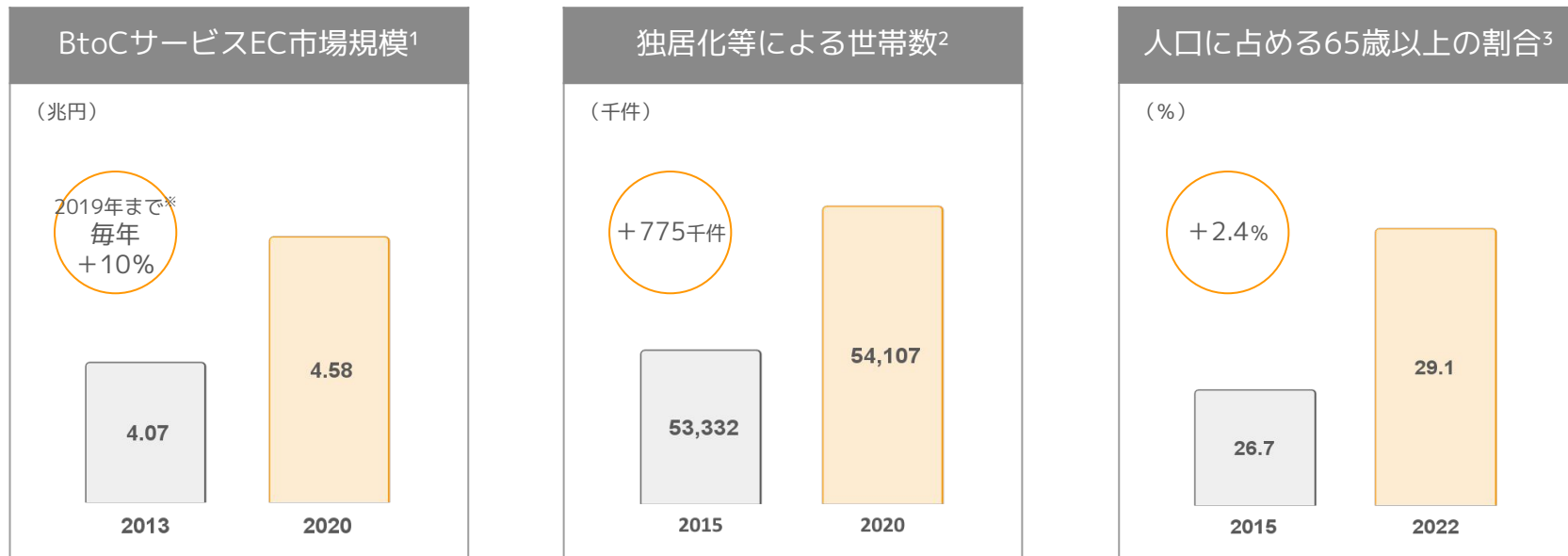
# 周辺の事業者及び当社の目指すポジション

『暮らしのお困りごと』に関する事業者をジャンル数、プラットフォームと施工業者で分類すると下記ようになる。当領域では、レストランや美容サービス検索などのようなプラットフォームが存在していないため、事業機会が存在する。当社はデータ分析を行い、お客様評価が高く、収益率が高い加盟店に優先的に案件を取次ぐなど、良質な加盟店ネットワークの拡充を強みに、生活の中で発生する様々な『暮らしのお困りごと』を解決できるプラットフォームを目指す。



# 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 経済産業省「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）」※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により2020～2022年までは一時的に成長率減少
- 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－」

# 認識するリスクとその対応策

項目	主要なリスク	顕在化可能性 / 時期 / 影響度	リスク対応策
事業環境: インターネット業界	技術者確保の遅延等により市場環境変化への対応が困難となった場合、当社事業に影響が生じる可能性	低 / 中長期 / 中	日々業界情報にアンテナを張り最新情報の収集を行うとともに、タイムリーな技術者の採用または適切な外注先の活用に努める
事業内容: 外部検索エンジン	上位表示方針の変更等により、SEO対策の有効性が低下し、サイトにおける集客効果が低下する可能性	中 / 中長期 / 大	検索エンジンからの集客を強化すべくSEO対策を継続的に実施することで、当社の事業サイトが上位に表示されるよう努める
事業内容: 加盟店	何らかの事象により加盟店のサービス品質が低下し、紹介可能な加盟店数が不足する可能性	低 / 中長期 / 中	加盟店の新規開拓を行うことで、急な離脱が生じた場合でもカバーできる体制構築に努める
事業内容: 季節変動	季節変動性の高いジャンルが天候不順や異常気象等の発生等により、問い合わせ件数が減少するリスク	中 / 中長期 / 大	季節変動性の低いサービスジャンルの拡充及び売上収益の増加施策に注力する等、過度な業績の季節偏重が生じないように努める
事業内容: システム	アクセス数の突発的な増加、人的過失、大規模災害等のシステム障害が発生した場合に、当社の事業遂行に影響を及ぼすリスク	小 / 中長期 / 中	サーバーの分散化・定期バックアップ・稼働状況の監視等により、システムトラブルの事前防止または回避に努める

※直近の有価証券報告書の「事業等のリスク」のうち、成長の実績や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクについては、直近の有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

## 2022年9月期 連結貸借対照表

[百万円]

	当連結会計年度末 (2022年9月末)	前連結会計年度末 (2021年9月末)	前期末比
流動資産	1,706	2,271	△565
固定資産	622	808	△186
総資産	2,328	3,080	△751
流動負債	1,565	2,073	△507
固定負債	93	815	△722
資本合計	669	190	+478
自己資本比率	28.8%	6.2%	+22.6pt

# 2022年9月期 連結損益計算書

[百万円]

	当連結会計年度 (2022年9月期)	前連結会計年度 (2021年9月期)	前年同期間比
売上収益	4,429	3,531	+897
売上原価	172	85	+86
売上総利益	4,256	3,445	+810
販管費	3,866	3,712	+154
営業利益	401	△1,130	+1,532
税引前利益	390	△1,151	+1,542
当期利益	472	△1,119	+1,591

# 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 1,309百万円 ※2022年9月末現在
- 従業員数 214名（内アルバイト・パート50名） ※2022年9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。

また、本資料は「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」の内容を含んでおります。

「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」のアップデートは今後、各期の本決算後11月頃を目途として開示を行う予定です。