



2022年11月16日

各位

会社名 株式会社 Speee
代表者名 代表取締役 大塚 英樹
(コード番号：4499 東証スタンダード)
問合せ先 取締役 CFO 西田 正孝
(TEL. 050-1748-0088)

2022年9月期通期 決算説明会を行いました

2022年11月14日(月)に、株式会社Speee(本社：東京都港区、代表取締役：大塚英樹、以下：当社)の2022年9月期通期決算説明会を行いました。

2022年9月期通期の決算説明資料のご説明と、ご出席の皆様からいただいた主なご質問に対する回答に関して動画とレポートにてご報告いたします。

■決算説明会 動画

当社代表大塚よりお話ししました、決算説明会につきましては、以下URLよりご視聴ください。

<https://youtu.be/lWDvyqB6R7Q>

0:00 ~24:00 : 決算説明資料のご説明

24:00~44:15 : Q&A

■Q&A レポート

Q. 2023年9月期の投資計画について、もう少し詳細に教えてください。来期以降にどう寄与するのかをふまえてください

全体で18億円の投資を予定しています。

内訳としては不動産DX、そしてマーケティングDX、そしてその他という、いわゆる子会社の取り組んでいる部分になります。そして最後にコーポレートの部分、この4つを投資領域と申し上げていますが、その中でも特に事業の部分における投資のバジェットが大きくなっています。

特に不動産DXは約8億円投資をしていくということで、大きく3つの内訳があります。

1つ目はイエウールおよびヌリカエの、販促費DXの領域の成長を加速させるためにマーケティング組織や、セールス組織の拡充を行っていくということ。また、ブランディング投資も行っていきます。

これによって、ユーザー集客のその集客力の向上と加盟企業の獲得率の向上、双方に効いてくるということで、KPIを両方とも伸ばしてまいります。

続いて2つ目が、既存領域のバリューチェーンを拡大させること。簡単に言うと販促費DXから営業費DXの部分まで我々の勝負範囲を本格的に広げていくということで、既にオンライン仲介シェアナンバーワンの強みを生かしながら、営業費DXの部分にカバレッジを拡大させていくというところを着手しているものに、さらに強化をしてい

くということですが、ここが2つ目の投資領域になります。

そして3つ目が、新規サービスの伸長ということでケアスル、Housiiなどの売上成長のためにマーケティング投資や、開発投資など、これらの投資を実行していきます。

そしてその結果8億円の投資を通じて中長期的に売上高125%の成長を継続させていきたいと考えているのが18億のうちの8億である不動産DXの領域です。

続いて、マーケティングDXに約4億円の投資を考えています。こちらはセールスやデータアナリストなどの人材投資です。新規の顧客数の増加を引き受けられるだけの体制強化ということになります。

1年前から顧客単価を上げながら顧客数を大きく増やすことができている、企業のマーケティングに対する需要の高さが継続している今、このタイミングで逃がすのは、中長期において非常に得策ではないということで、緩やかにやっていくのではなくしっかりと人員増加、人員強化に投資を踏み込むことで、その先の継続的な120%成長でしっかりとお返ししていきたい、人材投資にコミットしていくと考えています。

そしてDatachain、ThinQ Healthcareなどの、その他セグメントでもあり子会社で取り組んでいる部分、ここが前年と同様の2億円ほどを考えています。なのでここはほぼイコールとなります。

最後に、コーポレートの部分が3.8億円になります。こちら、オフィス増床とコーポレート人材の投資は23年の9月期、今進行期までの計画している投資で当面は完了。残るは毎期増員させていく計画である新卒採用費がその分増えていくだけとなります。来期、再来期と売上のグロースにそのまま比例する形でコーポレート部門が増加していくというようなコスト構造ではありません。

Q. 先ほどお話のあった、ケアスル、Housiiの進捗については？

まずケアスルですが、介護施設の業界ナンバーワンのところも含め大手の上位層は加盟企業(顧客)になっております。その大手が取れているということも非常に戦略上ポジティブな要素だと思っています。

加えて、地方の開拓も順調に進んでおり、いわゆるtoB側、顧客開拓は非常に進んでいます。ここに集客力、認知向上施策を重ねていく形で売上増加を目指していくと考えています。

加えてHousiiは、今年の4月にローンチをさせていただいておりましたが、登録ユーザーは現在1万人を突破し、順調に成長しています。エリアも首都圏から開始し関西圏にまで拡大しており、今後もさらなるエリア拡大を行いながら、ユーザー数の増加と顧客数の増加、この2つのKPIを拡大させていき売上を向上させていきたいと考えています。

Q. バリューチェーンの拡大とは具体的には？

イエウールの中古不動産売却を例にご説明させていただきますが、不動産会社様から見るユーザー獲得コスト(販促費)と、ユーザーを集めて獲得するまでの営業費(営業人件費)、この2つが不動産会社様の中のコスト構造としては非常に大きなシェアを占めています。

これまでは販促費のDX化を実現すべく、イエウール等各サービスの提供を行ってきました。今後はこれに加え、営業活動も支援すべく、プロダクト開発を強化します。我々が提供する営業費DXによって、顧客の営業活動も支援して、中長期的には不動産会社様の営業人員の生産性向上に跳ね返していきたいと考えています。

この営業費DXは潜在的なTAMが大きいのと思いますので、販促費に加えて営業費DXまで我々がサービスのカバレッジを広げていきたいと考えています。

営業費DXのところはプロダクトの開発が非常に重要になってきます。さらに言うとプロダクト提供を通じて、お客様の単価も向上し、お客様からいただく単価の向上も中長期的に見えてきます。

結果、関係性が非常に密になっていき、お客様との関係に粘着性ができ、集客、販促DXの方のサービス力にも跳ね返ってくると、考えております。そのため、ここにしっかりと投資をしていきその領域が広がっていくこともバリューチェーンの拡大だということになります。販促費DXから営業費DXまで、そう捉えていただければいいのかなと思います。

Q. マーケティング DX のコンサルティングのニーズがあるのはわかるが、今期人の採用が順調にいけば来期 20%以上成長していけるのか？

顧客数と顧客単価というのがまず主要な KPI の考え方になります。人数の増加によって今までも顧客数を増加させてきたという背景がございますが、現状は人数がボトルネックになっているということで、顧客数が伸ばしきれてないというある意味シンプルな構造がございます。

採用を進めることで顧客数を増加させることができれば、足元の顧客単価の上昇は見えていますので、KPI の向上の共存が図られていくということになります。その結果、24 年 9 月期からは売上 20%の成長を十分可能だと考えております。

Q. 22 年 9 月期において、営業利益はやや上ぶれているが来期分の投資は行っているのか？

一部前倒しで継続的に投資を行っていますので、当社で言うと 16 期、23 年 9 月期に向けた投資も一部前倒しで行われている部分は行っているというところをご回答になります。

Q. 売上未達の原因を教えてください。

売上は 90%の着地ですので 10%ショートしてしまったということなのですが、これは不動産 DX のユーザー獲得と、加盟企業数の伸びが短期的に合わせられなかったという部分が原因となります。ユーザー獲得が非常に順調に進みすぎたときに顧客獲得のペースのタイミングが合わず、バランスを崩してしまったというところがありました。

そのため、ユーザー数の抑制をかけるということはこの 15 期 1Q、2Q を中心に行っていました。これを下半期で回収していくということを想定していたのですが、下半期だけで回収が間に合わなかったというのが 22 年 9 月期の売上ショートの背景であり、原因となります。

その後ろにずれたことで、現在においてはユーザー数の伸びと企業数の伸びはリンクしてきているというような状況となっています。

Q. 不動産DX領域の次の領域展開はどうですか？

現状決まっているものはありませんが、同様のビジネスモデルの参入というのは考えていきますので、自分たちでオーガニックに参入していくところもあれば、M&A、そういったものも駆使しながら、領域を広げていくところも当然視野に入れながら、積極的に検討していきたいと考えています。

しかし、既に我々が対面しているこの領域だけでも、かなり大きい潜在市場だと思っていますので、市場をしっかりと中長期でものにしていくという目線は忘れずに、領域の展開というのも自社のオーガニックの部分と M&A を駆使しながらやっていると、両輪でいきたいと考えています。

Q. Datachain についての進捗、現状について

あまり普段 Datachain に触れていないのですが、少し、年に一度のこの場だということで、この三菱UFJ 信託様との取り組みも例に、少しだけお話をさせていただきます。

このブロックチェーンの領域は、エンタープライズとパブリックという大きく 2 つの領域に分けられていて、このエンタープライズ領域における最大のユースケースというのがデジタル通貨だと捉えています。

そのデジタル通貨の中でも、正確に言えばステーブルコインだと我々では思っていて、そこから他のデジタルアセットとの交換に発展をしていくという流れが控えているのだと思っています。

その際に我々のこのインターオペラビリティという領域のこの技術が非常に必要になってくるということが、まずこの我々が取り組んでいるところの市場の動きと、我々の立ち位置の外観になります。

その上で、その来年施行されると言われているステーブルコイン法のもと、おそらく日本で初めて発行されるステーブルコインで最も有望なのが今回の三菱UFJ信託社であり、その取り組みにご一緒させていただくというのがこのDatachainなので、したがって非常にDatachainとしては大きな一歩だったのかなと捉えています。

我々はコインの開発に携わるというわけではなく、異なる基盤で作られたチェーン同士のトランザクションを滑らかにするというレイヤーで我々の技術が使われることで貢献しています。

この取り組みの市場の可能性を定義するならば、いわゆる現在のデジタル界限で言われている、EC化比率のように、デジタルアセット比率・デジタル通貨比率みたいな言葉が早晩主流になるのではないかと考えています。2025年にはGDP比で5%程度、というような予測もあり、とてつもない規模の市場になることはほぼ間違いの無い方向性だと考えています。

それだけ巨大になっていく市場環境下の中で、デジタル通貨を使ってセキュリティトークンを買おうと、我々が提供する技術インフラが様々なところで使われている可能性があるというのが、ものすごく大きいデジタルチェーンが向き合っている潜在市場だというふうに思いますしここが魅力的だと捉えています。

今回発表している三菱UFJ信託社とのリリースはそのような業界トレンドがある中での動きということと、そこで使われているDatachain社のLCPというプロダクトが非常にスケーラビリティの高いポジショニングを取るために、ものすごく重要なプロダクトだということで、捉えていただくとよいかと思います。

実は海外では当社と類似したような取り組みをやっているところが、少ない数ではありますが会社としてあり、そういったところの会社はもう既にエクイティバリューでもかなり、1,500億円とかトークンバリューでも500,600億というような評価がされていたりするところも出てきているということも補足させていただきます。

Datachainについての進捗現状ということで、市場環境からご説明をさせていただきました。

Q. M&A戦略はどのように考えていますか？

不動産DX、マーケティングDXそれぞれの基本戦略の中で、シナジーがある会社様とのM&Aは積極的に検討していきたいと考えていますので、基本的な戦略の骨子は、変えることなく、そこを加速させてくれるようなシナジーのあるM&A先は、積極的に組んでいきたいと考えています。

■会社概要

社名 : 株式会社 Speee
事業概要 : 不動産DX事業、マーケティングDX事業、その他事業
設立 : 2007年11月
所在地 : 東京都港区六本木四丁目1番4号
代表者 : 代表取締役 大塚 英樹
証券コード : 4499 (東証スタンダード市場)
URL : <https://speee.jp/>

■本件に関するお問い合わせ

株式会社 Speee IR担当 ir@speee.jp