

2021年5月14日

各 位

会 社 名	シェアリングテクノロジー株式会社
代表者名	代 表 取 締 役 CEO 森吉 寛裕 (コード：3989 東証マザーズ)
問合せ先	管 理 部 長 矢野 悟 (TEL. 052 - 414 - 6025)

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

投資に関する説明会を開催いたしましたので、下記のとおり、お知らせいたします。

記

1. 開催状況

- | | | |
|------------|-----------------------|-------------|
| (1) 開催日時 | 2021年5月14日(金) | 15:30~16:30 |
| (2) 開催方法 | オンラインによる実開催 | |
| (3) 開催場所 | Zoomでの配信 | |
| (4) 説明会資料名 | 2021年9月期 第2四半期 決算説明資料 | |

2. 添付資料

投資説明会において使用した資料

以 上

SHARING TECHNOLOGY

シ エ ア リ ン グ テ ク ノ ロ ジ ー 株 式 会 社

2021年9月期 第2四半期 決算説明資料

- ◆ **新型コロナウイルス感染症等の影響で、
当第2四半期の売上収益は前年比95%と減収。**
- ◆ **売上トップのジャンルが順調に伸長中。
前年同期間比131%で売上を牽引。**
- ◆ **全国4,900超の加盟店、年間85万件の実績が
評価され、大手グローバルEC企業から案件を獲得。**

- 1. 2021年9月期 第2四半期業績**
- 2. 持続的な成長に向けた取り組み**
- 3. 補足資料**

2021年9月期 第2四半期業績

連結業績 第2四半期累計期間

当第2四半期累計期間の売上収益は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を強く受けた「カギ」ジャンル、第1四半期の日本列島への台風未上陸の影響を受けた「台風関連」ジャンルの不調が響き、減収。通期目標へ向けて厳しい着地である一方、売上が大きく拡大しているジャンルを軸に、シーズナリティで強い下期での巻き返しを目指す。なお、2020年9月期の売上収益及び営業利益は、『暮らしのお困りごと』事業のみの金額に組替を行って表示している。

	2021年9月期 当第2四半期累計	2020年9月期 前第2四半期累計※	前年同期間比
売上収益	1,598百万円	1,820百万円	△222百万円
営業利益	△18百万円	104百万円	△122百万円
当期利益	△49百万円	△379百万円	+330百万円

※20年9月期はWEBコンサルティングを含む数値

連結業績 第2四半期会計期間

第2四半期会計期間の売上収益は、743百万円と前年同期間比で86百万円の減収。営業利益もシーズナリティの影響で赤字となり前年割れであるものの、前年第2四半期までは新型コロナウイルス感染症の影響が限定的であったことを踏まえ、第3四半期以降の巻き返しを目指す。

	2021年9月期 第2四半期	2020年9月期 第2四半期※	前年同期間比
売上収益	743百万円	830百万円	△86百万円
営業利益	△41百万円	△0百万円	△41百万円
当期利益	△42百万円	△368百万円	+325百万円

※20年9月期はWEBコンサルティングを含む数値

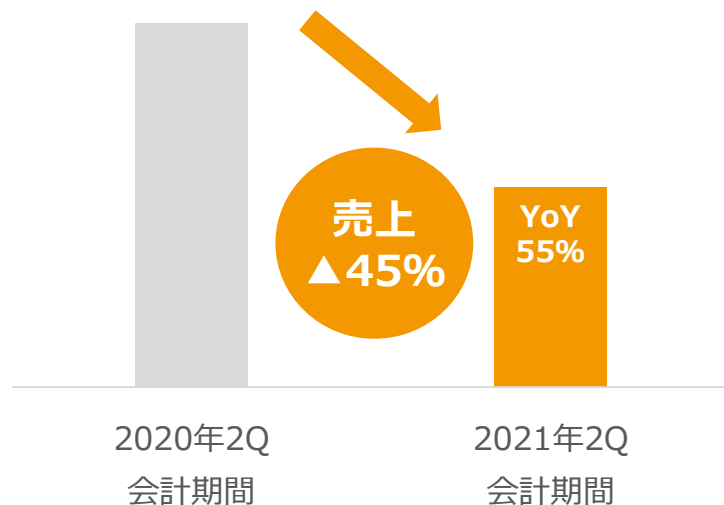
売上増減分析

売上収益は、一部緊急系ジャンルの不調が大きく響き全体として減収。一方で、注力している事業においては施策の成果が着実に表れてきており、トップジャンルの売上が前年比で増収。今後の主力ジャンルとして収益の柱となることが期待できる。

売上が減少したジャンル

新型コロナウイルスの影響等により需要が減少し、一部緊急系ジャンルで減収。

一部緊急系ジャンル



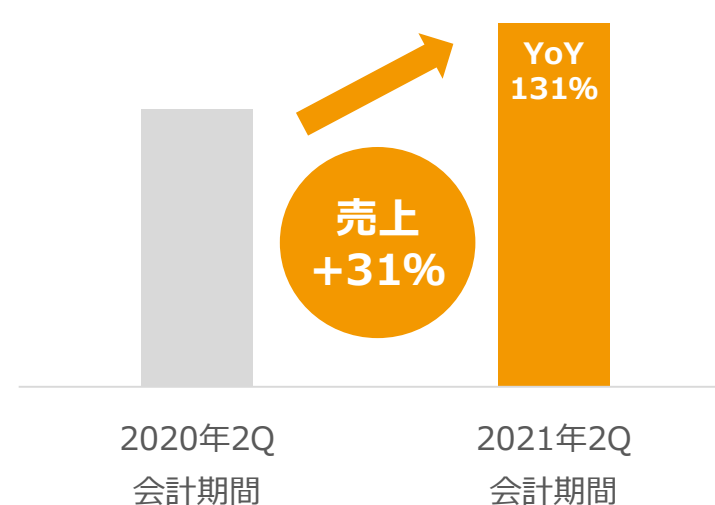
今後の戦略

価格・スピード面での改善に加え、
優良加盟店マッチングの信頼感を訴求

売上が増加したジャンル

継続的に需要の増大が見込める市場で、シェアを生かした戦略的な広告投資により増収。

売上トップジャンル



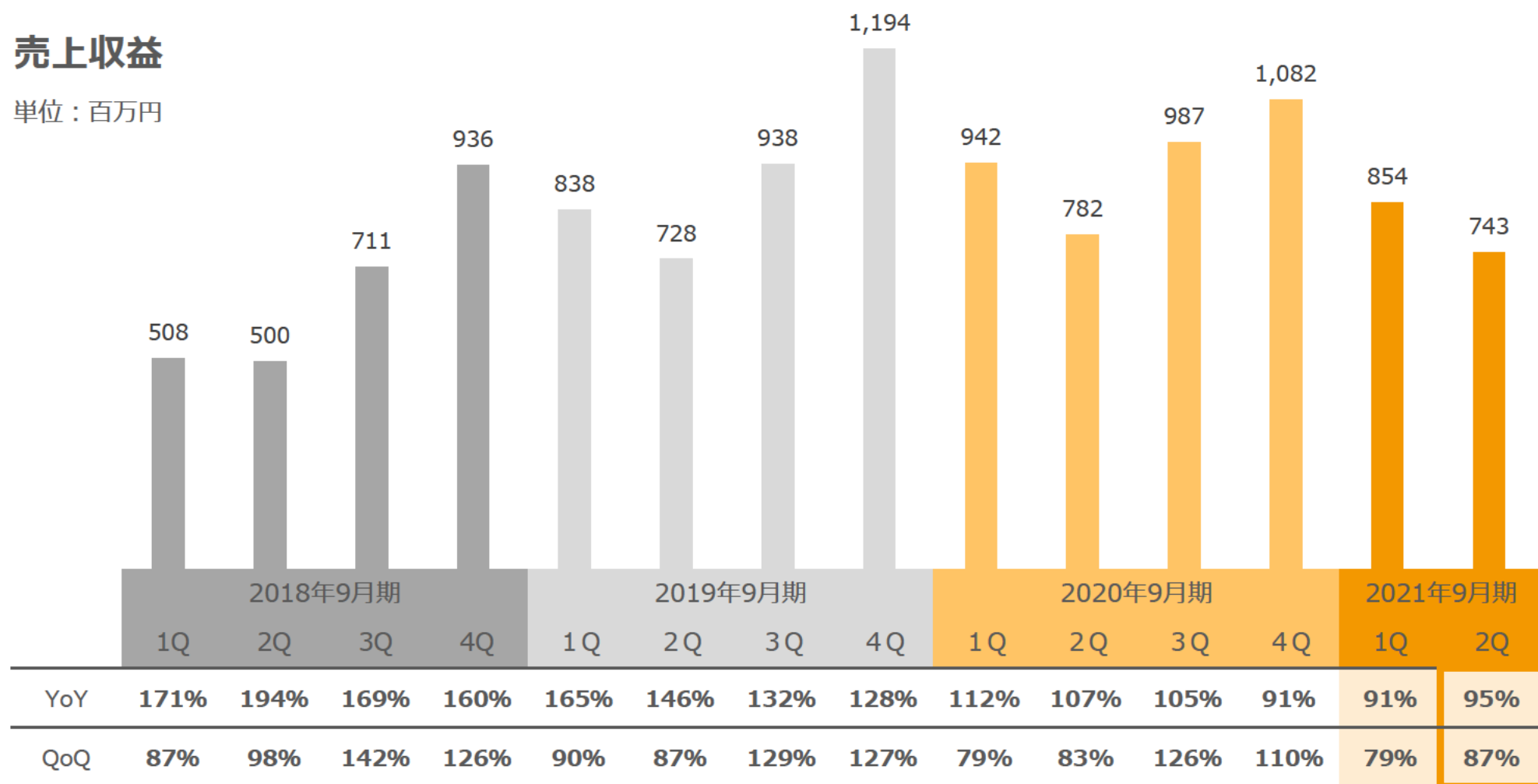
今後の戦略

先行者利益を生かした更なる市場シェア拡大、
周辺領域へのサービス拡大によるユーザー囲い込み

第2四半期の売上収益は、前年同期比で95%。前四半期比はシーズンリティの影響もあり87%で推移。昨年、新型コロナウイルスの感染症の影響が出始めた第3四半期以降は実力値ベースの比較となり、注力事業への積極的な投資により前年比で増収を目指す。

売上収益

単位：百万円



第2四半期の営業利益は、シーズナリティの影響で赤字となるも前年同期比で4百万円増を確保。売上に対するコールセンター人件費比率は引き続き一定水準を維持。今後も、注力事業への戦略的な広告投資を続けると同時に、通期目標達成へ向け適切な収支のバランスを確保する。

[百万円] (売上対比)	19年9月期※				2020年9月期※				2021年9月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上収益	838	728	938	1,194	942	782	987	1,082	854	743
費用 (原価+販管費)	1,077	1,042	1,030	1,073	893	823	951	947	896	845
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%)	343 (46%)
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%)	69 (9%)
その他収支	△1	59	1	4	4	△4	22	△29	65	60
営業利益	△240	△254	△90	125	53	△45	58	105	23	△41

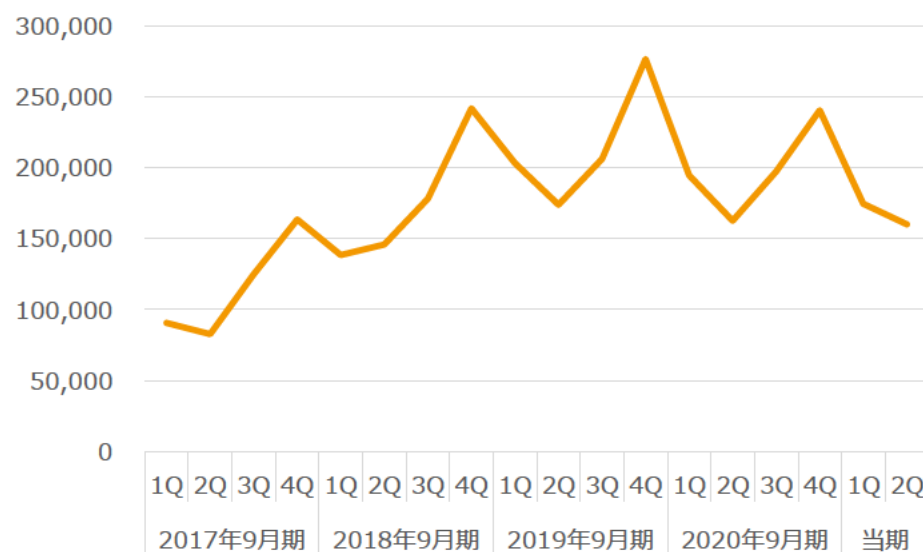
※WEBコンサルティングを除く数値

売上収益分解

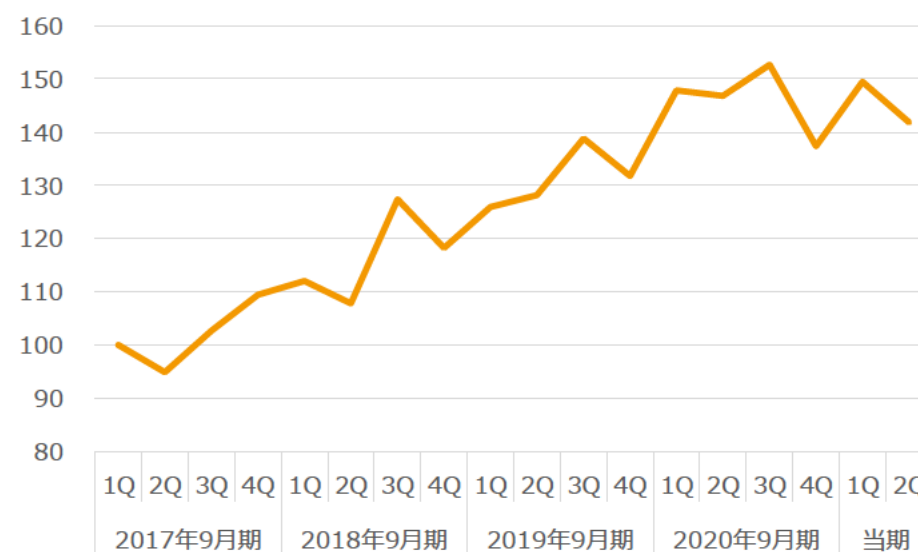
売上収益を分解した「問い合わせ件数」及び「問い合わせあたり単価」の推移。「問い合わせ件数」は、第1四半期から引き続き「カギ」ジャンルへの新型コロナウイルス感染症の影響もあり前年割れ。「問合せあたり単価」は前年と同程度の水準を維持。第3四半期は、通期目標達成に向け現在取り組み中の施策を粛々と実行し、更なる事業成長を目指す。

バリュー	=	集客力	×	優良な加盟店ネットワーク 独自マッチングシステム
売上収益	=	問い合わせ件数	×	問い合わせあたり単価

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)



持続的な 成長に向けた 取り組み

売上成長に向けた取り組み

持続的な成長に向け、各サイトの集客から決済までのフェーズごとに施策を立案し実行中。サイト特性に合わせ、適切な施策を講じつつ、施策を相互に他サイトへ横展開することで相乗効果を狙うなど、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】 もちや	
集客	 リスティング広告 の運用最適化	 P.13参照 法人提携による ユーザー獲得	 P.14参照 SEO対策、 プロモーション	 P.15参照
▼ 選択	 1Q参照 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	 1Q参照 コールセンターの応対品質向上 マッチング改善による単価向上			 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

法人提携の新規案件をスタート

流入経路拡大に向け法人提携を実施。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。



大手グローバルEC企業から新規案件獲得

獲得に至った背景

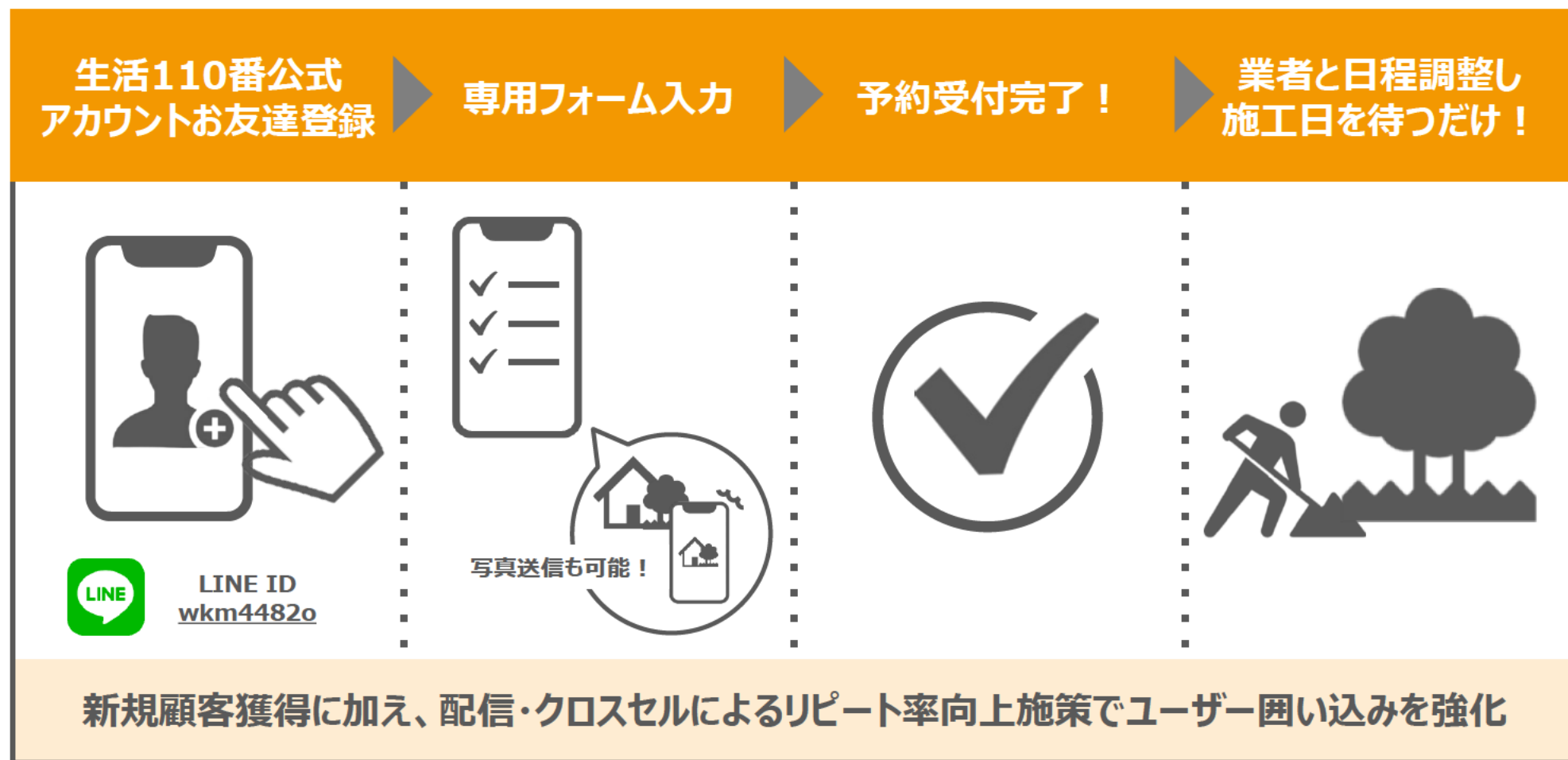
- 全国4,900を超えるシェアテックの加盟店ネットワーク、年間85万件以上ものお問い合わせをいただく実績から獲得に至る
- 日本全国対応可能な事業者として、今後も更なる信頼獲得と実績の積み上げを目指す

業務の概要

- オートロック付きマンションへの置き配を可能とする、自動解錠システムの端末設置工事

ユーザー層拡大に向けた「LINE」によるプロモーション

主にオーガニック流入である『生活110番』サイトの売上拡大に向け、サイトリニューアル、プレス配信、SNS運用等によるSEO強化に加え、LINEを活用した更なる増収施策を実施中。電話よりもSNSやチャットでのやり取りに慣れ親しんだデジタルネイティブ世代を念頭に、オンラインで見積もりから予約受付までできる手軽さをアピールし、顧客の裾野拡大を目指す。



売上成長に向けた『もちや』の取り組み

CGMサイト『もちや』をリリース。共働きの増加等で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とともに、子育て世代をターゲットとしたチラシによるアプローチなど、認知拡大に向け着実に前進。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



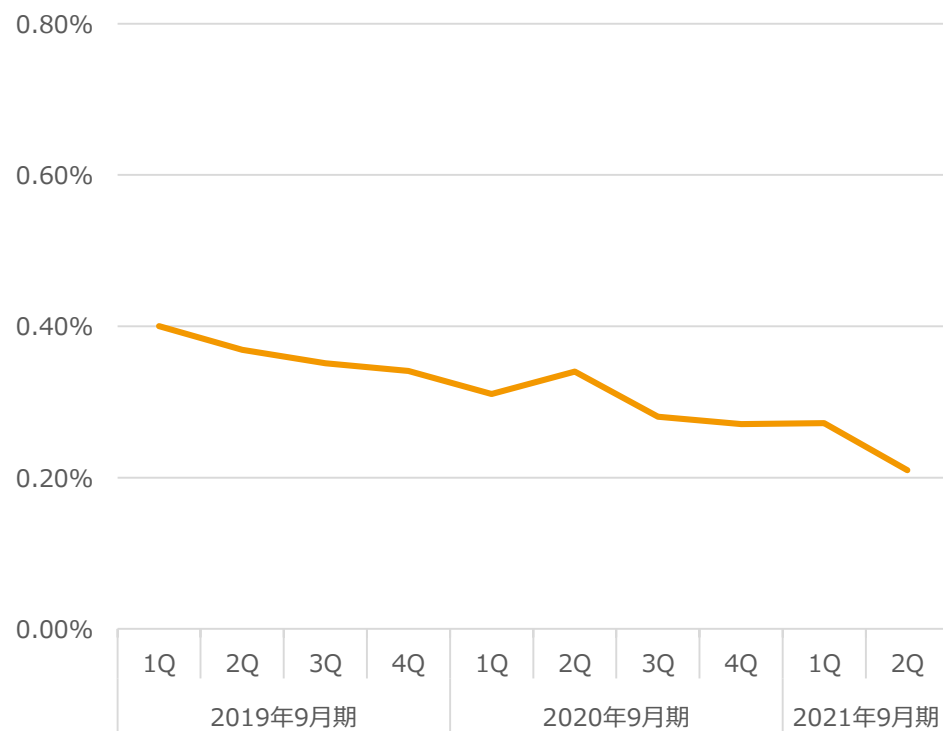
報告・請求プロセスの簡略化

- ・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

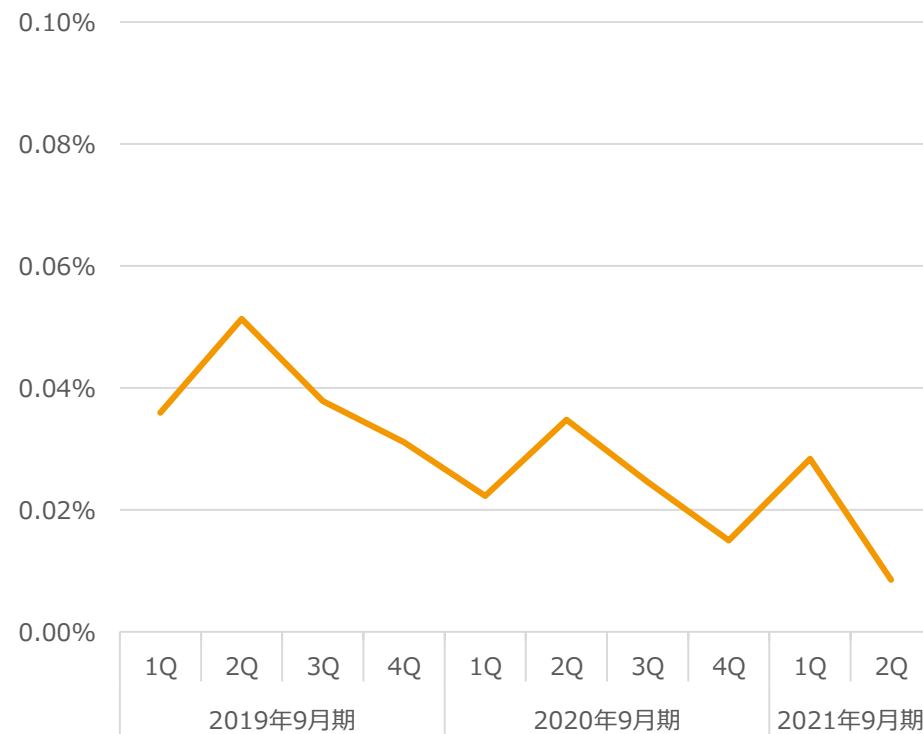
お客様、加盟店の満足度を重視した事業運営

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



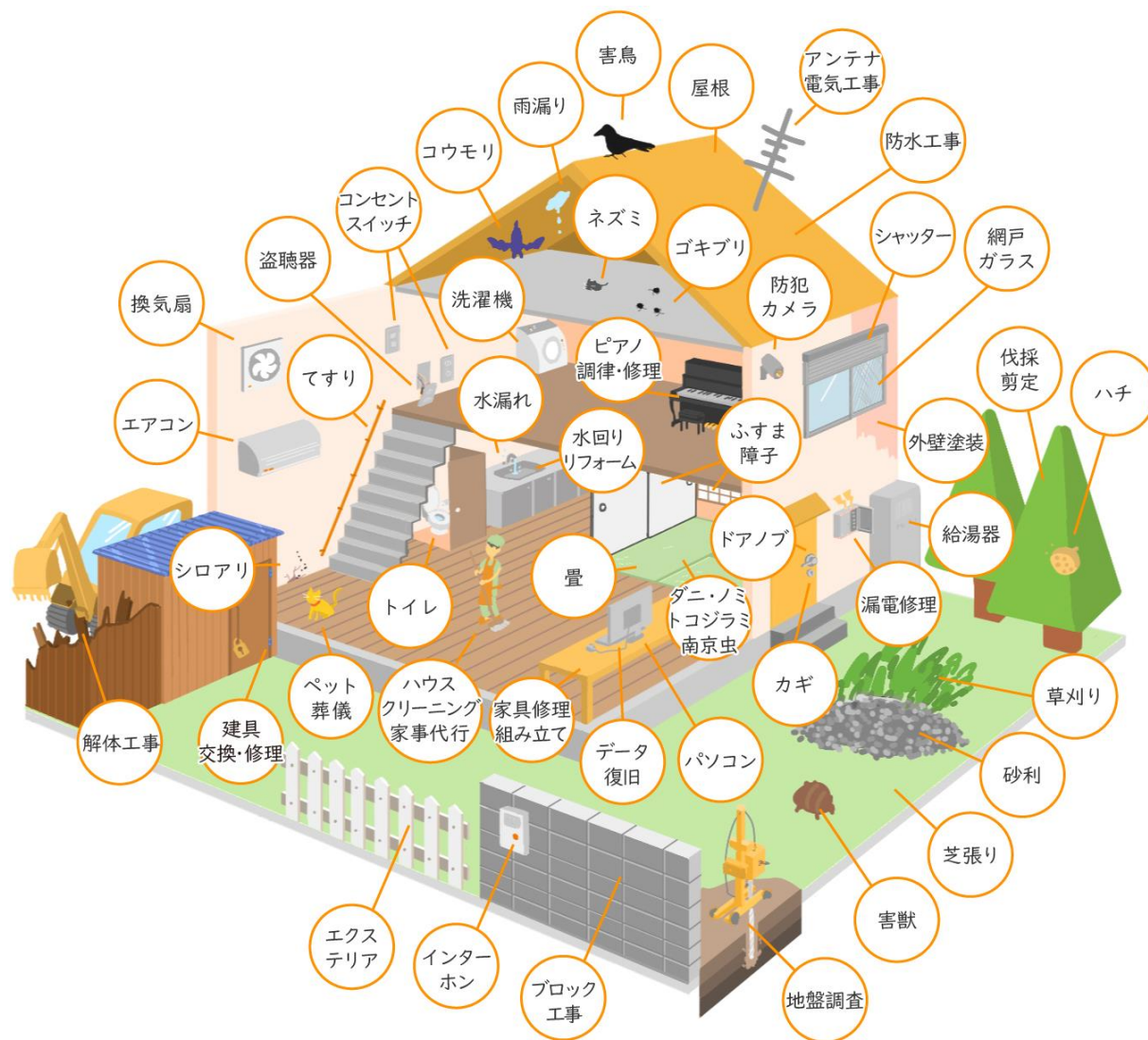
加盟店クレーム率推移



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4,900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
4,900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

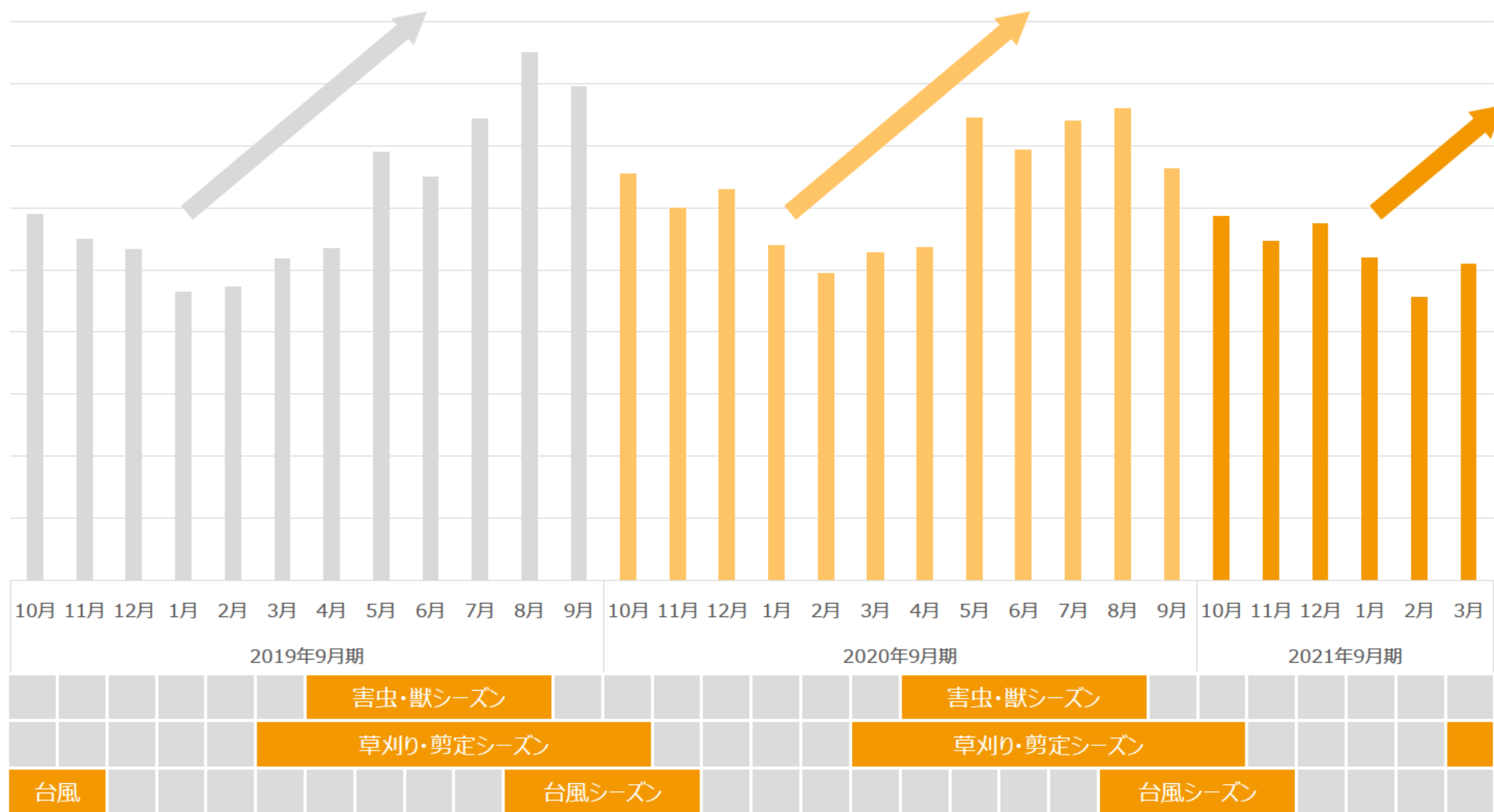
当社の価値根源（バリュー）は、集客力と集客したお客様のお困りごとを解決するマッチングシステム及び優良な加盟店とのネットワークと定義。それぞれ問い合わせ件数及び問い合わせあたり単価の数値として表され、さらに分解したKPI管理を行っている。



『暮らしのお困りごと』事業の月別売上推移

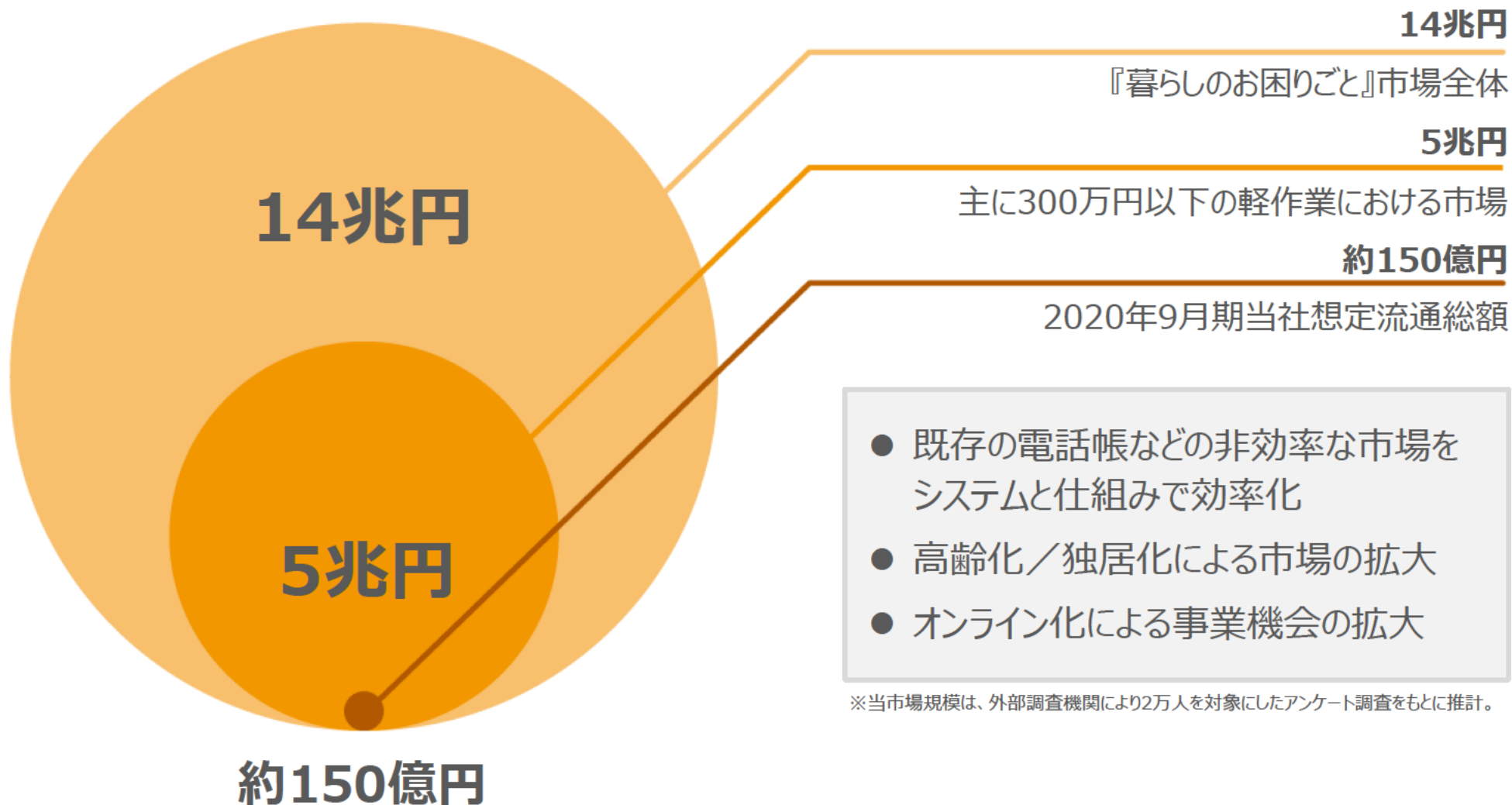
新型コロナウイルス感染症の影響が引き続いたことなどにより第2四半期は伸びきらなかったものの、現在進めている施策により下期にかけて増収トレンドを見込む。

『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

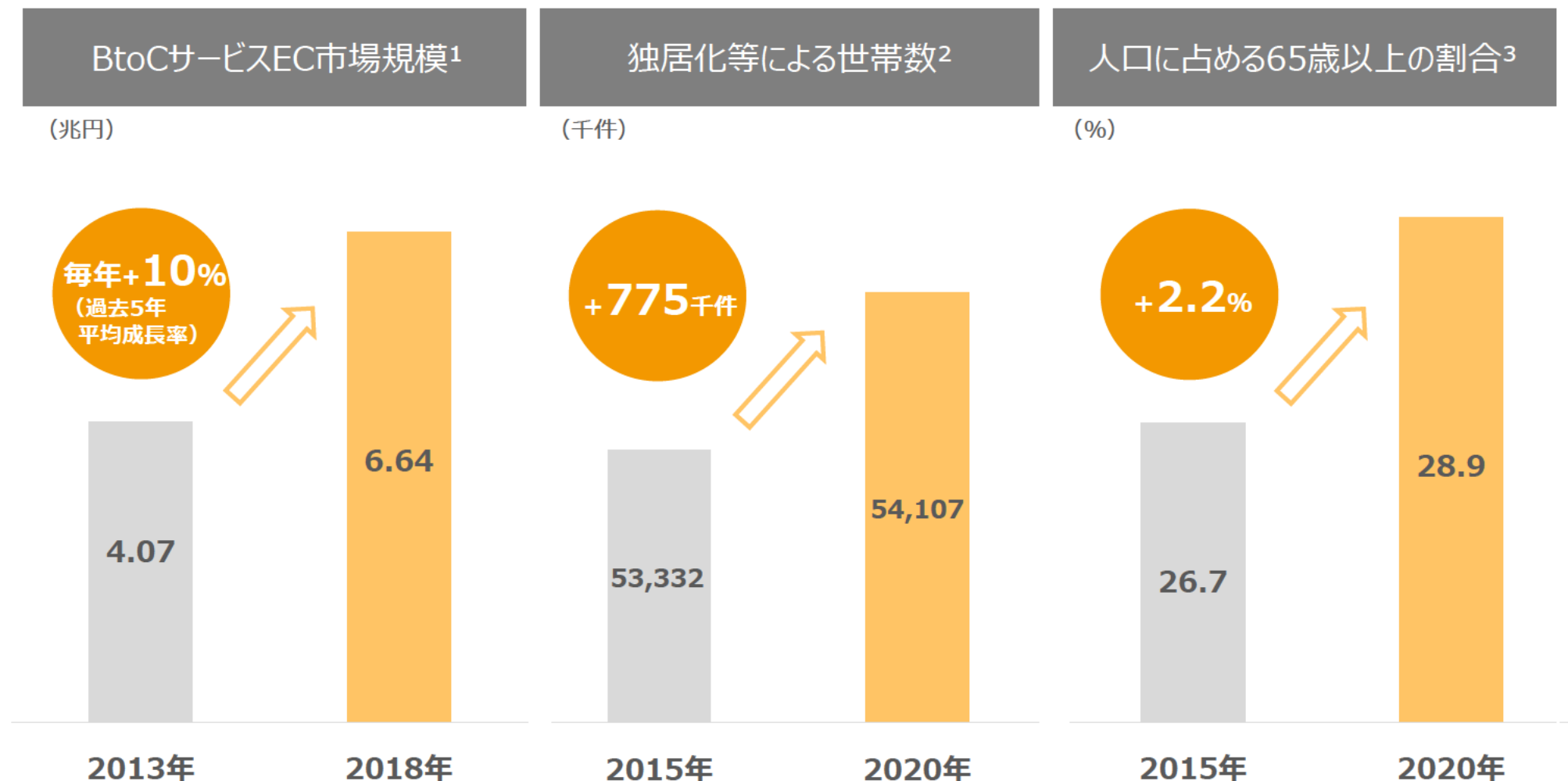
『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものは5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、さらなる市場拡大が見込まれる。また、大半がオフラインでの集客となっており、オンライン化が進むことで当社の事業機会の拡大が見込まれる。



※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2四半期 連結貸借対照表

[百万円]

	前連結会計年度 (2020年9月末)	当第2四半期 連結会計期間 (2021年3月末)	前期末比
流動資産	2,964	2,812	△151
固定資産	2,812	2,170	△641
総資産	5,776	4,983	△792
流動負債	2,128	2,026	△101
固定負債	2,538	1,688	△849
資本合計	1,110	1,268	+158
自己資本比率	19.2%	25.5%	+6.2%

第2四半期 連結損益計算書

[百万円]

	前第2四半期 連結累計期間 (2020年3月末)	当第2四半期 連結累計期間 (2021年3月末)	前年同期間比
売上収益	1,820	1,598	△222
売上原価	33	34	+1
売上総利益	1,787	1,564	△223
販管費	1,693	1,708	+14
営業利益	104	△18	△122
税引前利益	83	△29	△113
継続事業利益	109	△49	△158
非継続事業利益	△489	-	+489
当期利益	△379	△49	+330

- 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 ※2021年3月末現在
- 従業員数 266名（内アルバイト・パート86名）※2021年3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。

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。