

SHARING TECHNOLOGY

シ エ ア リ ン グ テ ク ノ ロ ジ ー 株 式 会 社

2021年9月期 第3四半期 決算説明資料

- ◆ **市況環境の悪化等により、売上収益前年比87%
広告宣伝費率も悪化し、営業損失132百万円**
- ◆ **業績予想を売上収益3,400百万円に引き下げ
営業損益以下は未定（詳細はP.12）**
- ◆ **今後は、リスティング経由以外の売上比率の向上と
ジャンル特化組織による事業の深堀りに注力**

- 1. 2021年9月期 第3四半期までの業績概要**
- 2. 業績予想及び注力ポイントの考え方**
- 3. 補足資料**

2021年9月期 第3四半期までの 業績概要

連結業績 第3四半期累計期間（9ヶ月累計）

第3四半期までの累計期間の売上収益は、第2四半期までと同水準を維持（昨年同期間比87%）したものの、競合環境の悪化により、厳しい数値での着地。費用面においても、競合環境の悪化によるオンライン広告の単価が高騰し、広告宣伝費率が悪化、営業利益及び当期利益ともに昨年から悪化し、営業利益△132百万円、当期利益△170百万円。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3四半期累計	2020年9月期 前第3四半期累計※	前年同期間比
売上収益	2,497百万円	2,856百万円	△358百万円
営業利益	△132百万円	211百万円	△344百万円
当期利益	△170百万円	△1,309百万円	+1,138百万円

※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3四半期会計期間（3ヶ月間）

第3四半期会計期間の売上収益は、898百万円と前年同期比で136百万円の減収。営業利益は、競合環境の悪化によるオンライン広告の単価が高騰し、広告宣伝費率の悪化等が影響し、114百万円の赤字となり前年割れ。この売上収益及び広告宣伝費率の悪化は第4四半期も継続するものと考えており、業績予想の修正を発表。

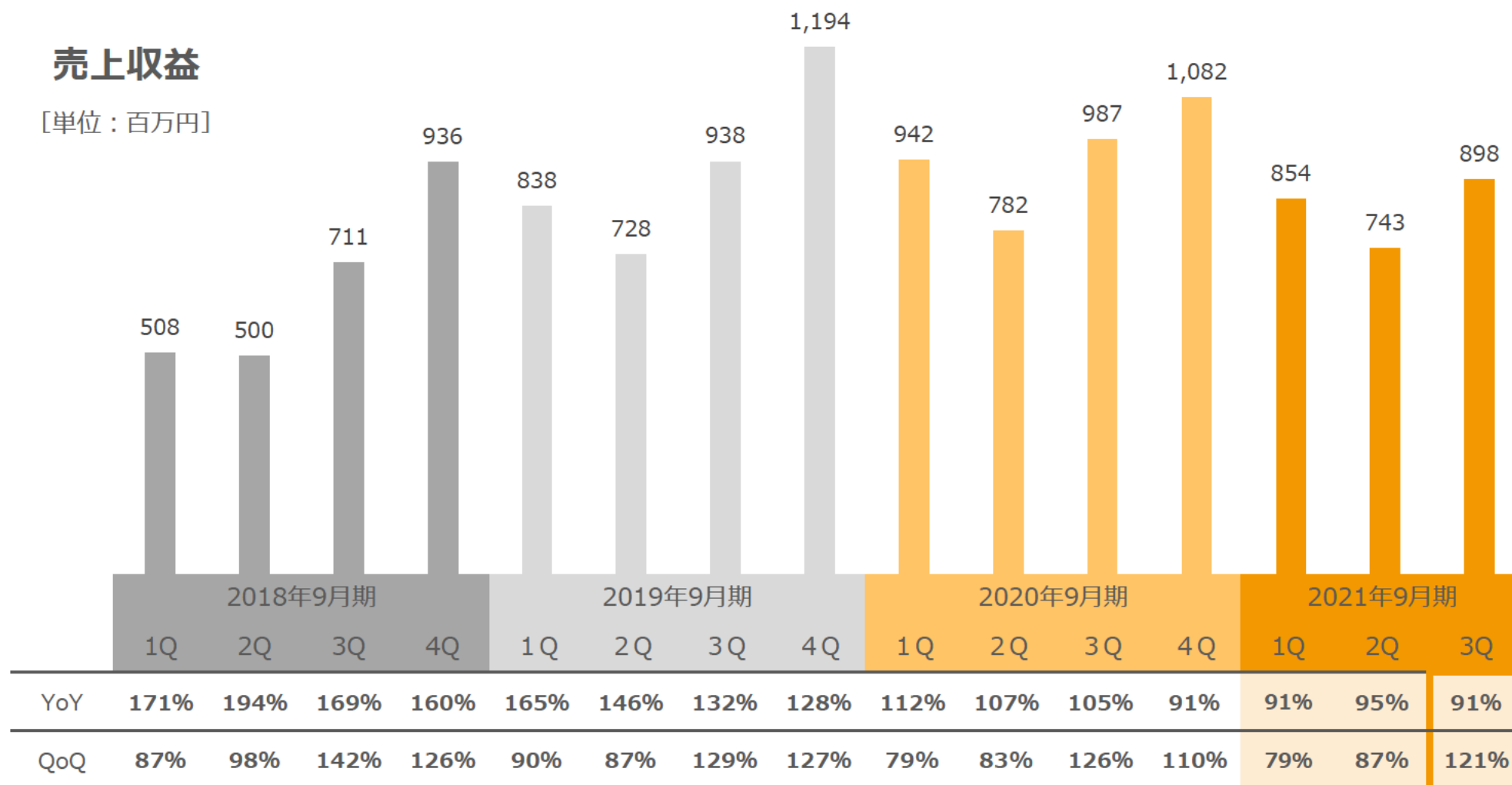
	2021年9月期 第3四半期	2020年9月期 第3四半期※	前年同期間比
売上収益	898百万円	1,035百万円	△136百万円
営業利益	△114百万円	106百万円	△221百万円
当期利益	△121百万円	△929百万円	+808百万円

※20年9月期はWEBコンサルティングを含む数値

第3四半期の売上収益は、前年同期比で91%。前四半期比は121%で推移。昨年、新型コロナウイルス感染症の影響が大きく拡大した第3四半期以降は、昨対比で一定程度の回復を見込んでいたものの、回復せず。第4四半期も大きなトレンドの変化は起こりにくい状況にある。

売上収益

[単位：百万円]

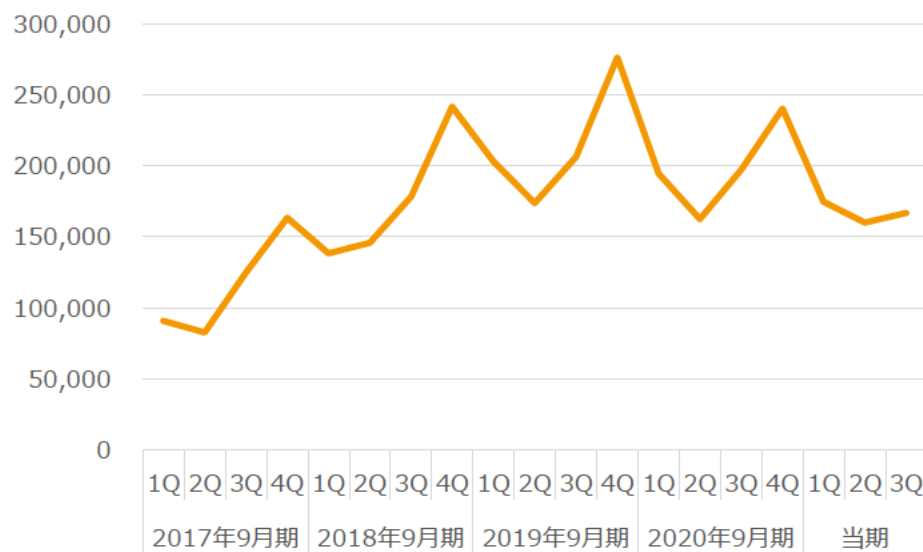


売上収益分解

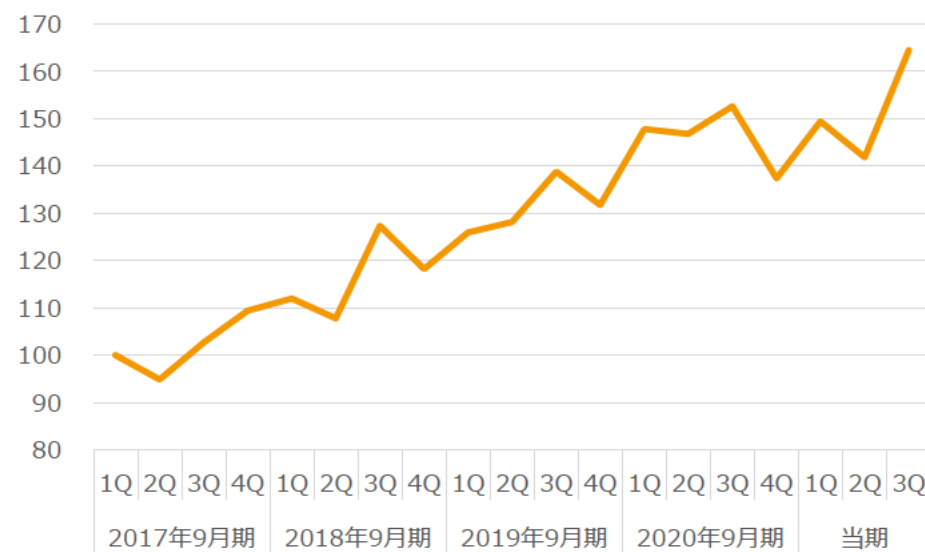
売上収益を分解した「問い合わせ件数」及び「問い合わせあたり単価」の推移。「問い合わせ件数」は、上期に引続き前年から大きく割れて着地。「問い合わせあたり単価」は、上昇傾向を維持しているものの、問い合わせ件数の減少を賄うまでの水準には届かず、減収で着地。現在取り組み中の施策を粛々と実行し、更なる事業成長を目指す。



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)



第3四半期の営業利益は、114百万円の赤字。売上収益の減少に加え、広告宣伝費率の昨対比の大きな悪化（41%→56%）により営業利益を圧迫。コールセンター人件費の売上対比はこれまでと同水準を維持し、その他の費用も大きな変動なく、一定水準の419百万円。その他収支は、主に旧子会社の土地売却益68百万円と投資有価証券評価損70百万円などで通算△10百万円の支出。

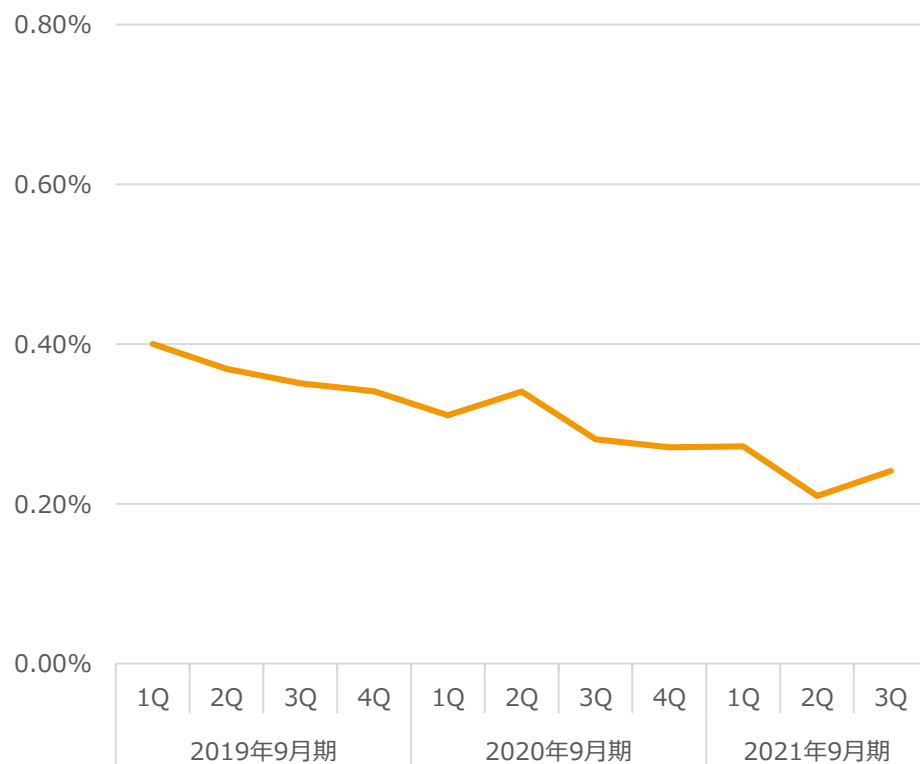
[百万円] (売上対比)	19年9月期*				2020年9月期*				2021年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上収益	838	728	938	1,194	942	782	987	1,082	854	743	898
費用 (原価+販管費)	1,077	1,042	1,030	1,073	893	823	951	947	896	845	1,002
広告宣伝費 (PPC広告)	418 (50%)	377 (52%)	372 (40%)	420 (35%)	355 (38%)	316 (41%)	402 (41%)	436 (40%)	384 (45%)	343 (46%)	501 (56%)
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%)	71 (8%)	65 (9%)	82 (9%)
その他収支	△1	59	1	4	4	△4	22	△29	65	60	△10
営業利益	△240	△254	△90	125	53	△45	58	105	23	△41	△114

※WEBコンサルティングを除く数値

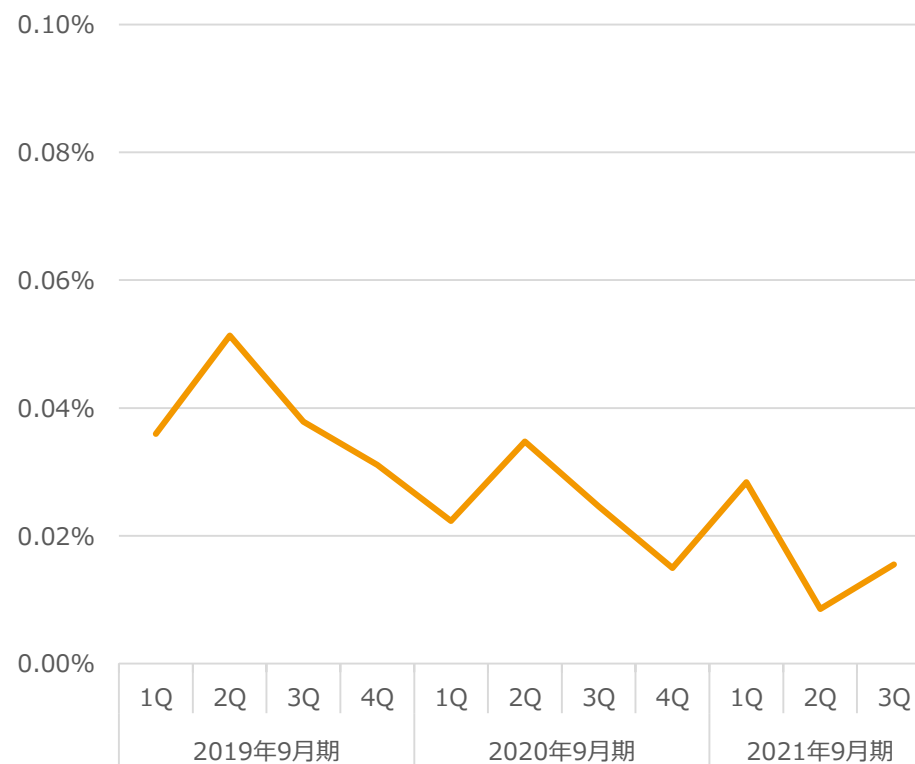
お客様、加盟店の満足度を重視した事業運営

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。双方ともに一定水準を維持しながら減少傾向。さらなる満足度向上のため、お客様及び加盟店、現場からのニーズを事業に反映させていく。今後法人との提携を強化していく上でクレーム率の低さ及びクレーム発生後の対応による優位性が事業進捗にも直接的に影響してくるものと考えている。

お客様クレーム率推移



加盟店クレーム率推移



業績予想及び 注力ポイントの考え方

業績予想の変更について

前第3四半期から新型コロナウイルス感染症の影響が始まったことから、当第3四半期から一定程度の回復を見込んでいたが、回復の目途が立っていない。加えて、競合環境の悪化によるオンライン広告の単価が高騰し、広告宣伝費率も悪化。売上収益を前回発表の4,400～4,800百万円から3,400百万円に下方修正。営業損益は第3四半期までの実績及び第4四半期の事業収益の予想を加味すると200百万円程度の営業損失を見込むが、資産の評価結果等により現状見込んでいない費用が発生する可能性があるため、未定。

	今回発表 (2021年8月13日)	前回発表 (2020年11月13日)	前回発表との差異
売上収益	3,400百万円	4,400百万円 ～ 4,800百万円	△1,000百万円 ～ △1,400百万円
営業利益	未定 ※資産の評価結果等により 変動の可能性があるため	前期営業利益 364百万円から増益	—

各指標分析と今後の予測

今期、昨期、一昨期の第3四半期までの累計の主要指標比較。競合環境の悪化により、売上収益の減少及び広告宣伝費率が悪化し、結果的に営業利益を圧迫している状況。コールセンター人件費及び広告宣伝費以外の費用は過去から減少傾向を維持できているため、広告宣伝費率の逡減にフォーカスし事業の再構築を目指す。

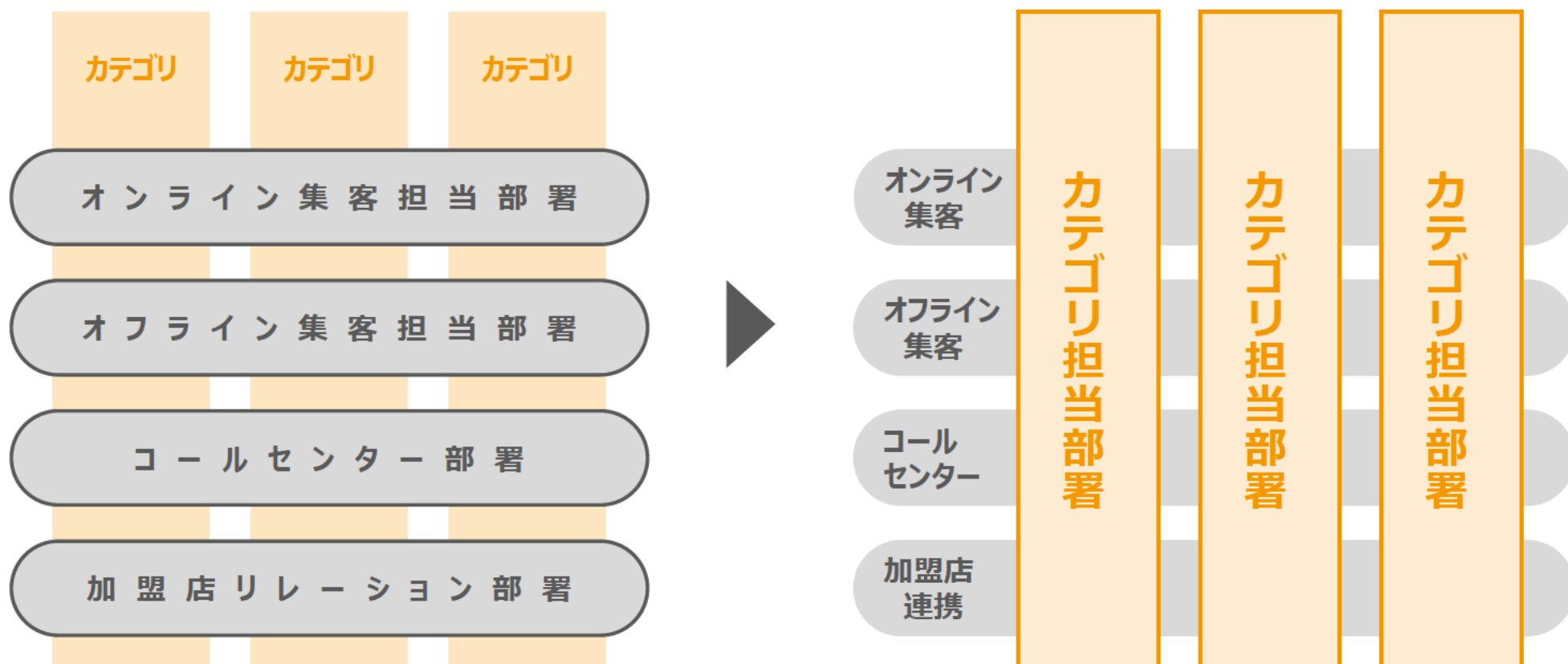
[百万円] (売上対比)	19年9月期 1~3Q*	20年9月期 1~3Q*	21年9月期 1~3Q	現状認識	今後の方針
売上収益	2,505	2,712	2,497	競合環境の悪化を主な要因として、 リスティング経由の売上が減少	リスティング経由の売上を最大限維持しつつ、 他の集客経路及び単価の向上を目指す
費用 (原価+販管費)	3,149	2,667	2,745	変動費（広宣費及びコールセンター費）を 除くと1,665百万円→1,348百万円 →1,296百万円と減少傾向	コストの削減は継続して実施しつつ、 年間約1,700百万円が目標
広告宣伝費 (PPC広告)	1,168 (47%)	1,074 (40%)	1,229 (49%)	競合環境の悪化を主な要因として、 クリック単価が高騰し、対売上比率が悪化	現状の広告宣伝費率を上限に リスティング経由の売上比率を下げる
コールセンター 人件費	316 (13%)	244 (9%)	219 (9%)	システム刷新やオペレーション改善により 13%→9%→9%と良化傾向	引続き、効率化は目指すものの、 現状の水準（9%）程度が適正と思慮
その他収支	59	22	115	一時的な収入（旧子会社の土地売却やシ ステム導入のキャッシュバック等）と 支出（投資有価証券評価損等）で構成	今後も一時的な収支の発生は見込まれる 予測は困難なため、発生時に説明
営業利益	△585	67	△132	広告宣伝費率の悪化を主な要因として、 収益性の悪化傾向が加速している	集客経路の強化及び単価（1受付あたりの 収益）に注力し、改善を目指す 現状では、ビジネス縮小段階ではない

※WEBコンサルティングを除く数値

ジャンル毎の深堀りができる組織体制に移行

これまでは、WEB集客やオフライン集客、コールセンター、加盟店リレーションなどの機能別組織体制であったが、「集客サービス」としてではなく、ジャンルごとの専門サービスとして事業を構築するため、類似ジャンルをまとめたカテゴリ毎の組織体制へと移行。先行して2020年10月から移行していたジャンルについて、数値としても成果が出始めており、他のジャンルも成長性の向上を目指す。

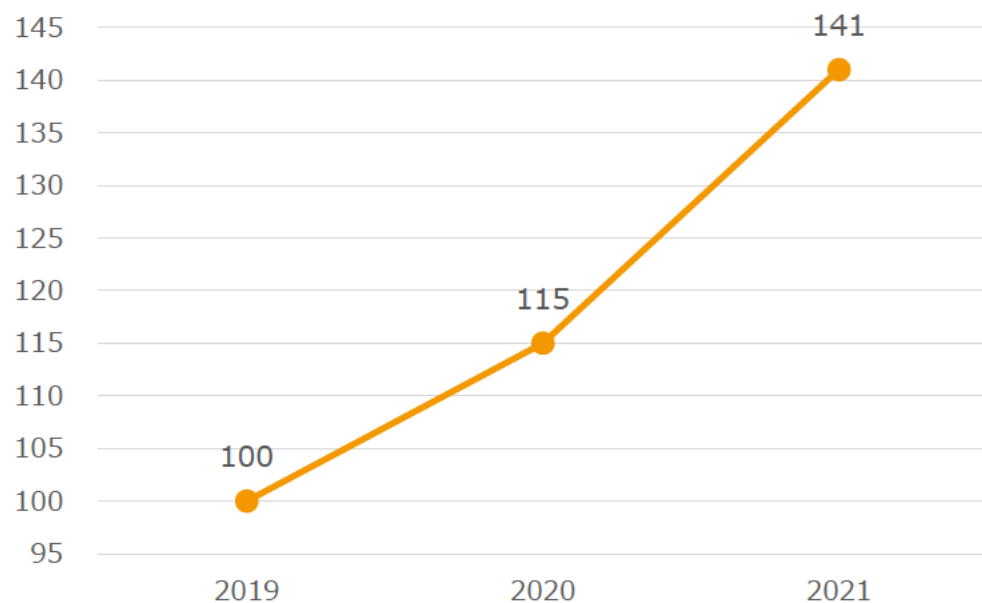
機能別組織体制からカテゴリ毎の体制へ



緊急系ジャンル（カギ、水、ガラス）を中心に、新規参入等の影響により、オンラインにおける競合環境悪化の速度が増している。リスティング経由の売上収益比率が大きい当社への影響は大きく、売上収益の減少及び広告宣伝費率の上昇により、結果として営業収益を圧迫しており、根本的な収益構造の再構築が必要。

主要サイトの広告単価指標

(2019年を100として)



※主要サイト上位広告語句の上位表示の単価目安（独自算定）

当社の認識

現在の状況

競合の新規参入により、オンライン広告の単価が高騰
単価高騰により、一次的に広告宣伝比率が悪化、
更に広告宣伝比率の悪化により、広告出稿を抑制する
ことで売上の減少し、二次的に広告宣伝比率が悪化

成長余地の大きい分野

オンラインでのオーガニック集客は、圧倒的なプレイヤーが
不在であるため、時間はかかるが、成長余地は大きい

法人との提携は徐々に引き合いが強くなっている
収益拡大まで時間はかかるが、案件毎の収益が大きく、
一度獲得すると安定的であるため、成長余地は大きい

**リスティング経由の売上を維持しつつ、
集客経路の拡大にリソースを集中させる**

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。

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

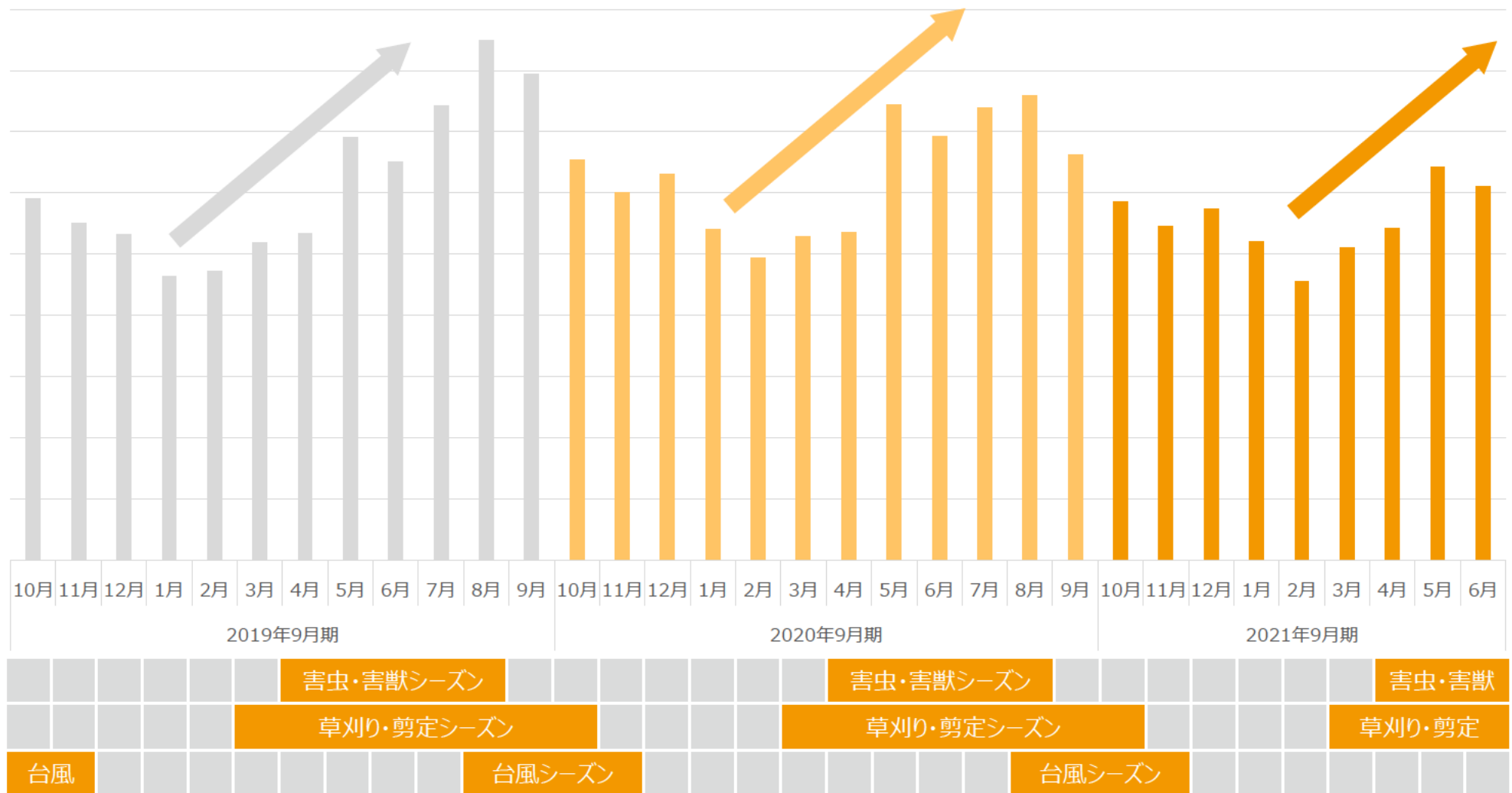
当社の価値根源（バリュー）は、集客力と集客したお客様のお困りごとを解決するマッチングシステム及び優良な加盟店とのネットワークと定義。それぞれ問い合わせ件数及び問い合わせあたり単価の数値として表され、さらに分解したKPI管理を行っている。



『暮らしのお困りごと』事業の月別売上推移

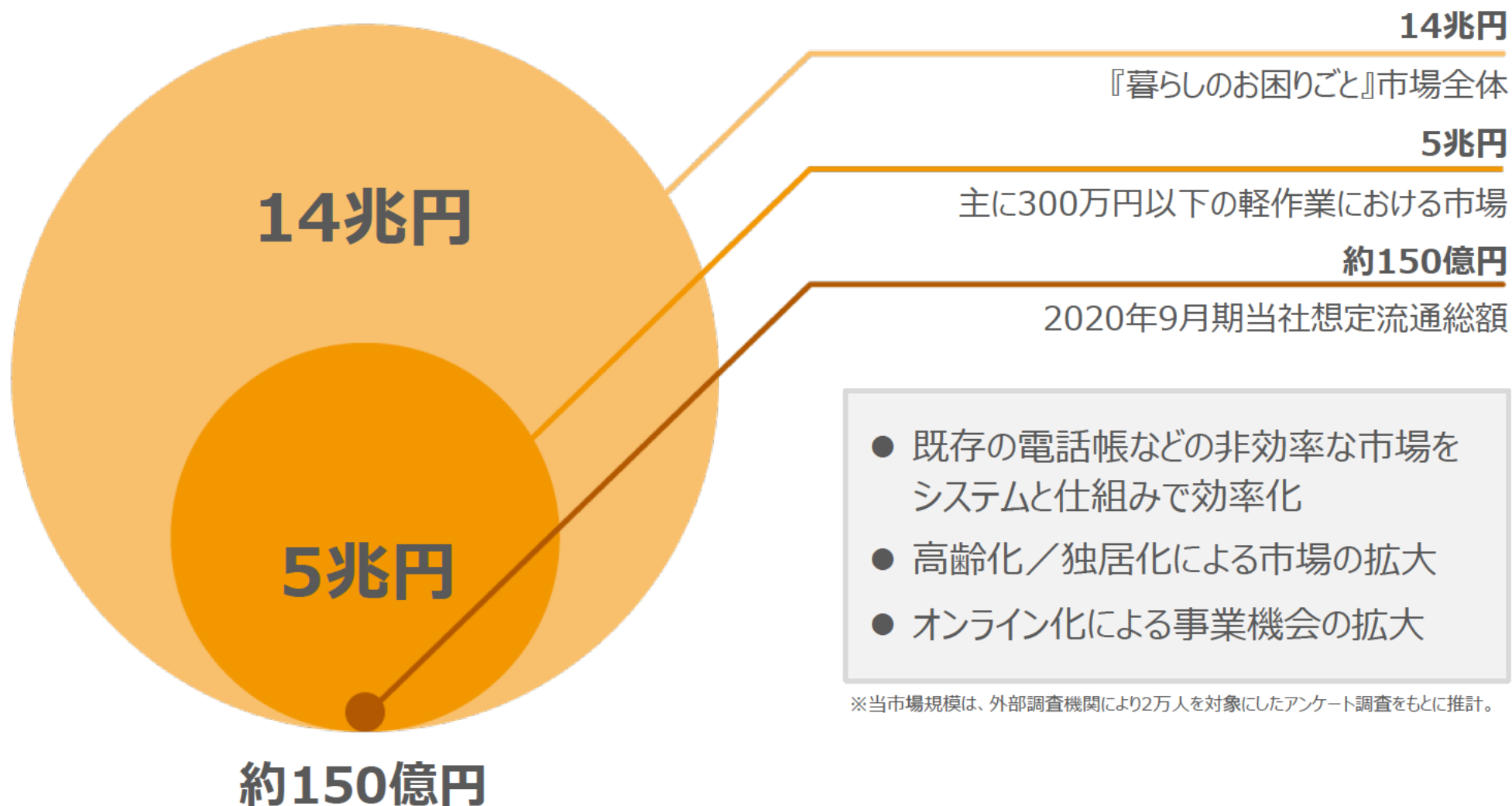
新型コロナウイルス感染症の影響が引き続いたことなどにより第3四半期は昨対比厳しい状況であるが、季節性の影響はこれまで同じ傾向になると想定。

『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

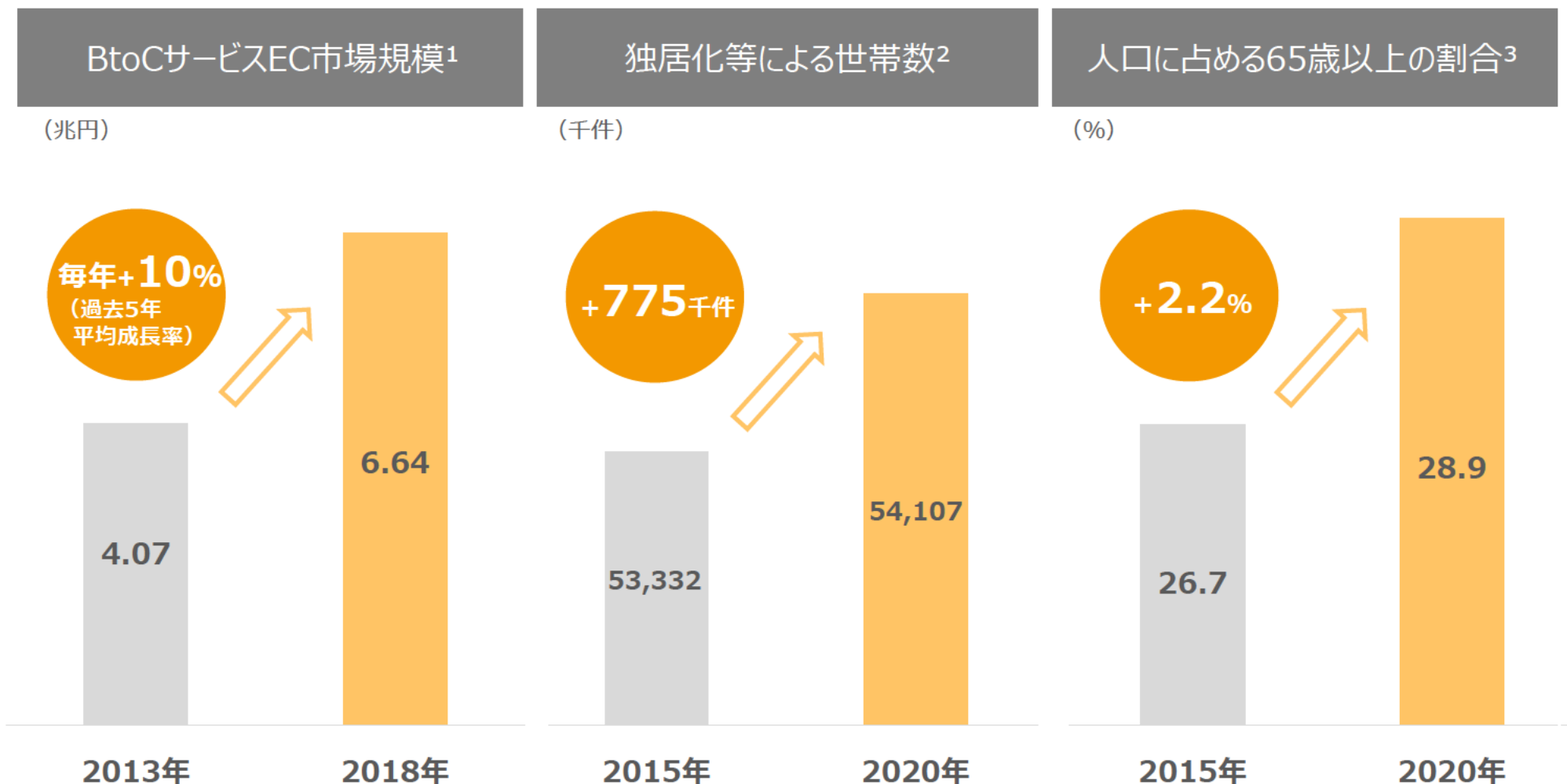
『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものは5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、さらなる市場拡大が見込まれる。また、大半がオフラインでの集客となっており、オンライン化が進むことで当社の事業機会の拡大が見込まれる。



※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3四半期 連結貸借対照表

[百万円]

	前連結会計年度 (2020年9月末)	当第3四半期 連結会計期間 (2021年6月末)	前期末比
流動資産	2,964	2,422	△541
固定資産	2,812	1,932	△879
総資産	5,776	4,354	△1,421
流動負債	2,128	2,098	△29
固定負債	2,538	1,115	△1,422
資本合計	1,110	1,140	+30
自己資本比率	19.2%	26.2%	+7.0%

第3四半期 連結損益計算書

[百万円]

	前第3四半期 連結累計期間 (2020年6月末)	当第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	2,856	2,497	△358
売上原価	47	57	+10
売上総利益	2,808	2,439	△368
販管費	2,621	2,687	+65
営業利益	211	△132	△344
税引前利益	187	△149	△336
継続事業利益	179	△170	△349
非継続事業利益	△1,488	-	-
当期利益	△1,309	△170	+1,138

- 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 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 13億806万円 ※2021年6月末現在
- 従業員数 283名 (内アルバイト・パート83名) ※2021年6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。