

2021年11月12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11月12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 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

SHARINO TECHNOLOGY

2021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)

2021年11月12日

トピック

- 21年9月期業績 売上：3,531百万円 / 営業損失：1,130百万円
(減損損失等978百万円を計上)
- 来期予想 売上：3,800～4,000百万円 / 営業利益：30百万円
- 「グロース市場」選択を決定し、東京証券取引所へ申請予定
- 成長に向けてジャンルに特化した組織で事業の再構築を目指す

目次

1. 2021年9月期業績の概要
2. 2022年9月期業績見通し
3. 今後の成長戦略
4. 補足資料

2021年9月期

業績の概要

連結業績 2021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、1,034百万円と前年同期比で96百万円の減収。営業利益は、競合環境の悪化によるオンライン広告のクリック単価が高騰し、広告宣伝費率が悪化したことに加え、固定資産の減損等（978百万円）を計上したため、998百万円の営業損失で着地（減損等計上前は19百万円の損失）。

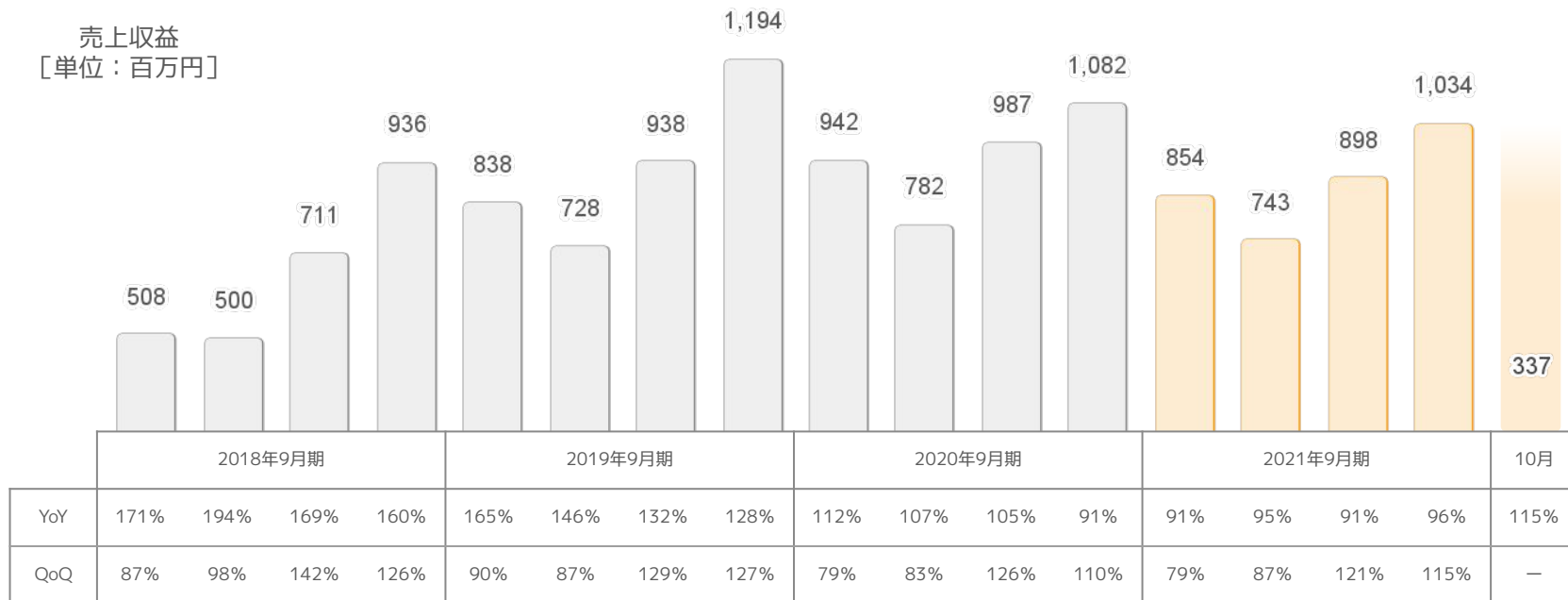
	2021年9月期 第4四半期	2020年9月期 第4四半期	前年同期間比
売上収益	1,034百万円	1,130百万円	△96百万円
営業利益	△998百万円 (減損等を除くと△19百万円)	168百万円	△1,166百万円
当期利益	△948百万円	153百万円	△1,102百万円

※20年9月期はWEBコンサルティングを含む数値

『暮らしのお困りごと』事業の売上推移

第4四半期の売上収益は、前年同期間比で96%。前四半期比は115%で推移。10月の足元では、前年同月比115%で推移しており、2022年9月期からは増収トレンドへの復帰を見込む。

売上収益
[単位：百万円]



※10月は月次の速報値

2021年9月期 通期業績

2021年9月期の売上収益は、8月修正後の予想は3,400百万円だったのに対し、3,531百万円と前年同期比△455百万円で着地。営業損益は、固定資産の減損等（978百万円）を行っており、1,130百万円の営業損失（減損等計上前は152百万円の損失）、当期損失は1,119百万円で着地。

	2021年9月期 通期業績	2020年9月期 通期業績	前年同期間比
売上収益	3,531百万円	3,987百万円	△455百万円
営業利益	△1,130百万円 (減損等を除くと△152百万円)	364百万円	△1,495百万円
当期利益	△1,119百万円	△1,156百万円	36百万円

※20年9月期はWEBコンサルティングを含む数値

減損・除却の内訳及び2022年9月期への影響

のれん及び無形固定資産（主にソフトウェア）等について、直近の業績の動向を踏まえ、減損及び除却に伴う損失978百万円を計上。なお、主にこの影響により2022年9月期は減価償却費が200百万円程度減少見込み。

項目	2021年9月期 減損・除却金額	2021年9月期 減価償却費	2022年9月期 減価償却費	差額
ソフトウェア 使用権資産等	458百万円	502百万円	約300百万円 見込み	約200百万円 減少見込み
のれん	519百万円	IFRS上、償却なし		—

各事業指標の推移

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ではあるものの、広告宣伝費以外の費用は一定水準を維持できているため、問い合わせ件数の増大と広告宣伝費率の逡減にフォーカスし、事業の成長を目指す。

[百万円] (売上対比)	2020年9月期*				2021年9月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	合計
売上収益	942	782	987	1,082	854	743	898	1,034	3,531
費用 (原価+販管費)	890	836	942	943	896	845	1,002	1,052	3,797
広告宣伝費 (PPC広告)	355 (38%)	316 (41%)	402 (41%)	436 (40%)	384 (45%)	343 (46%)	501 (56%)	538 (52%)	1,767 (50%)
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%)	292 (8%)
その他収支	4	5	14	△34	65	60	△10	△979	△864
営業利益	56	△48	58	105	23	△41	△114	△998	△1,130

※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

2022年9月期

業績見通し

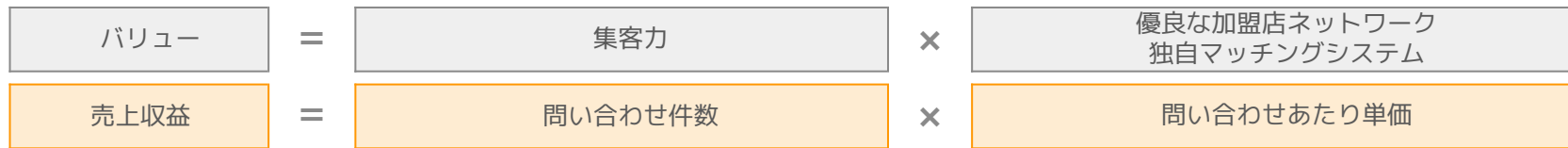
2022年9月期の通期業績見通し

2022年9月期の売上収益見通しは、3,800～4,000百万円を見込む。営業利益は、費用面において、広告宣伝費を遡減させることで変動費の引き下げを目指すことに加えて、2021年9月期の減損損失等の計上により減価償却費が減少することが見込まれるため、30百万円の営業黒字を見込む。なお、2021年10月の売上収益（速報値）は337百万円と前期比115%で推移している。

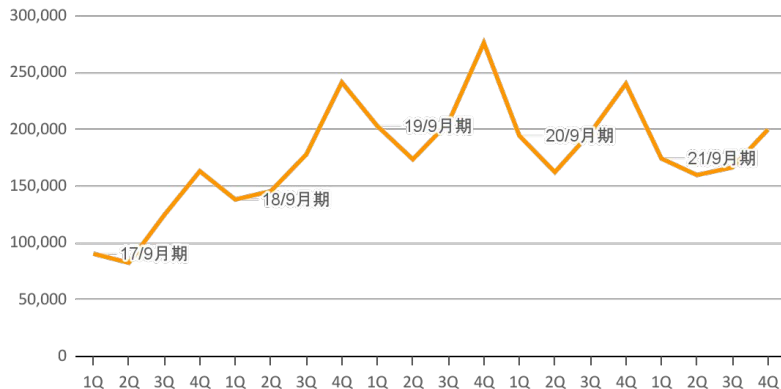
	2022年9月期 通期業績見通し	2021年9月期 通期業績
売上収益	3,800～4,000百万円 (前期売上108～113%)	3,531百万円
営業利益	30百万円	△1,130百万円 (減損978百万円含む)

収益構造を分解した各指標の推移

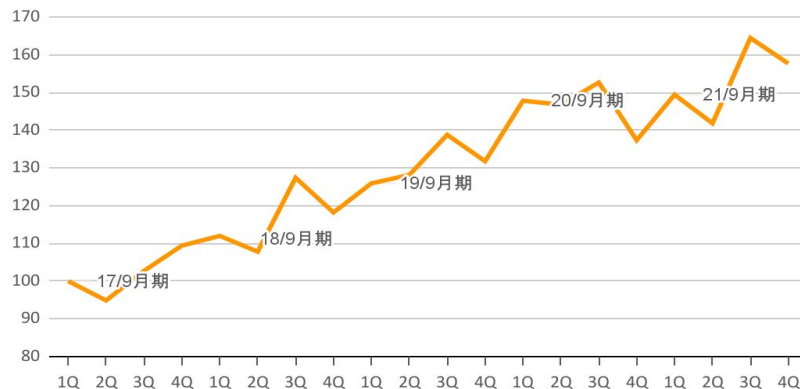
収益を分解した、問い合わせ件数及び問い合わせあたり単価の推移。問い合わせ件数は直近伸び悩んでいるが、問い合わせあたり単価は順調に伸長しており、今後は問い合わせ件数の増大が収益成長のポイントであると考え、顧客満足度の向上に取り組むとともに、オーガニック検索経路からの流入数を増やすべくSEO対策に注力する。



問い合わせ件数推移
(件数)



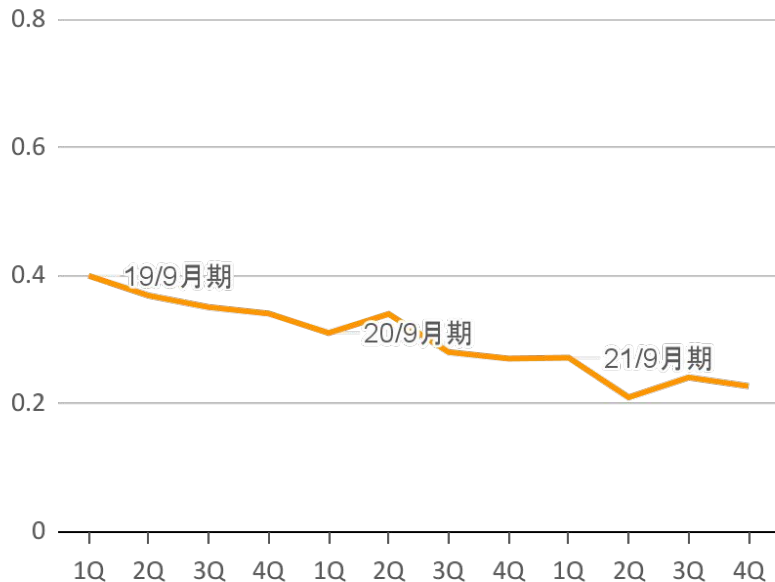
問い合わせあたり単価
(2017年9月期1Qを100として)



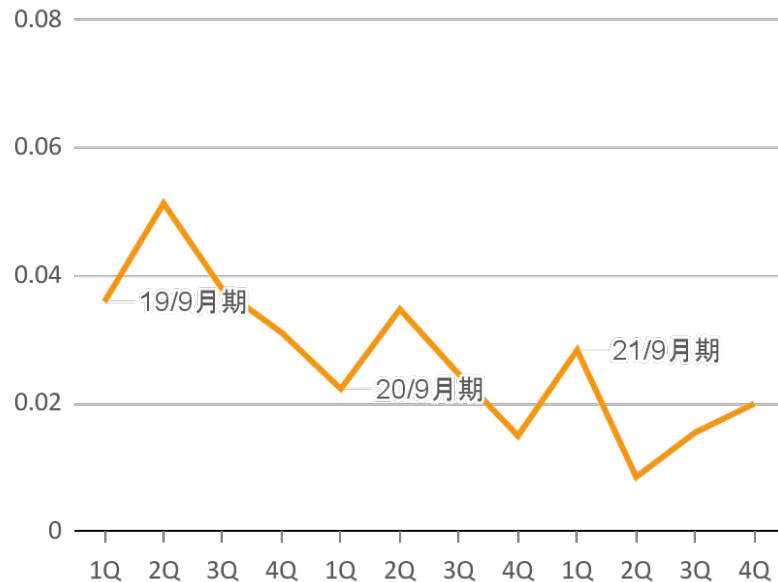
お客様、加盟店の満足度を重視した事業運営

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、お客様及び加盟店ともに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

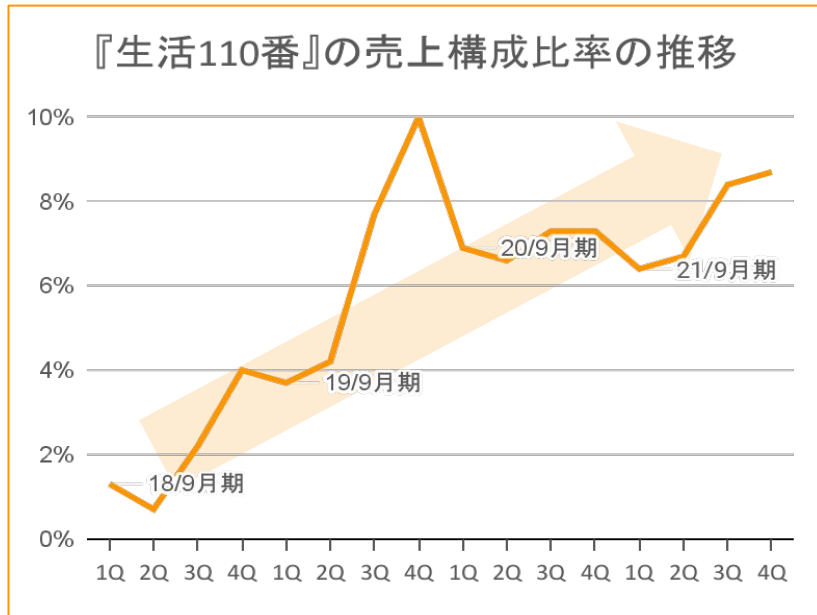


今後の成長戦略

今後成長していくための構想

競合環境の悪化によりクリック単価が高騰したため、広告宣伝費率が急激に悪化。広告宣伝費率の逡減を目指すため、リスティング経由の売上を最大限維持しつつ、オーガニック経由の売上比率の引き上げを目指す。そのためには、SEO対策を継続的に実施し、ポータルサイト『生活110番』からの問い合わせ件数の増加を図る。

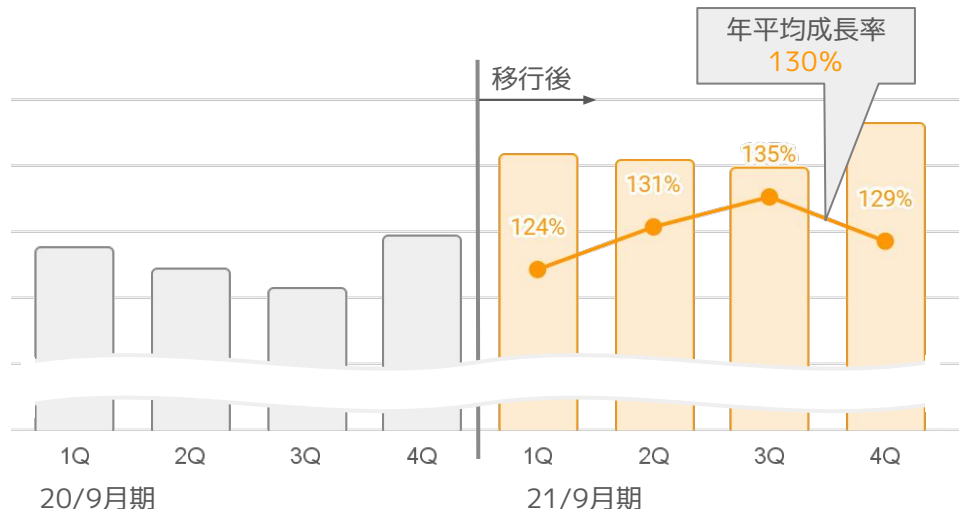
	ポータルサイト	パーティカルメディアサイト
サイト名	生活110番	ペット葬儀110番 電気工事110番
流入経路	主にオーガニック流入	主にリスティング流入
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告費用がかからない ・ 中長期的な集客力 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 顕在層へ広告配信が可能 ・ 自然検索の上に表示
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ 成果が出るまでに一定の時間がかかる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告費用の発生 ・ 競合環境によるクリック単価高騰の可能性



ジャンルに特化した組織の成長性の向上

2021年7月より、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。ジャンル毎に加盟店の深掘りを行うとともに、お問合せ内容に合わせて、ジャンルの特性に合わせたマッチングを行う等の専門サービスとしての事業構築を目指す。2020年10月から先行して組織変更したペット葬儀ジャンルは、平均対前年比売上130%と順調に推移。

ペット葬儀ジャンルの売上推移



シェアテックの新たな戦略

- カテゴリ毎の専門チームを組織し、WEB集客、加盟店開拓、マッチング等一気通貫で実施する
- カテゴリの中で、どのジャンルに注力するかを選別し、リソース配分を最適化
- 加盟店のデータベースを深掘りし、各お問合せ内容に対し、最短で最適なマッチングを行う

それぞれのジャンルの特性にあった
施策をこれまで以上に推進する




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。






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

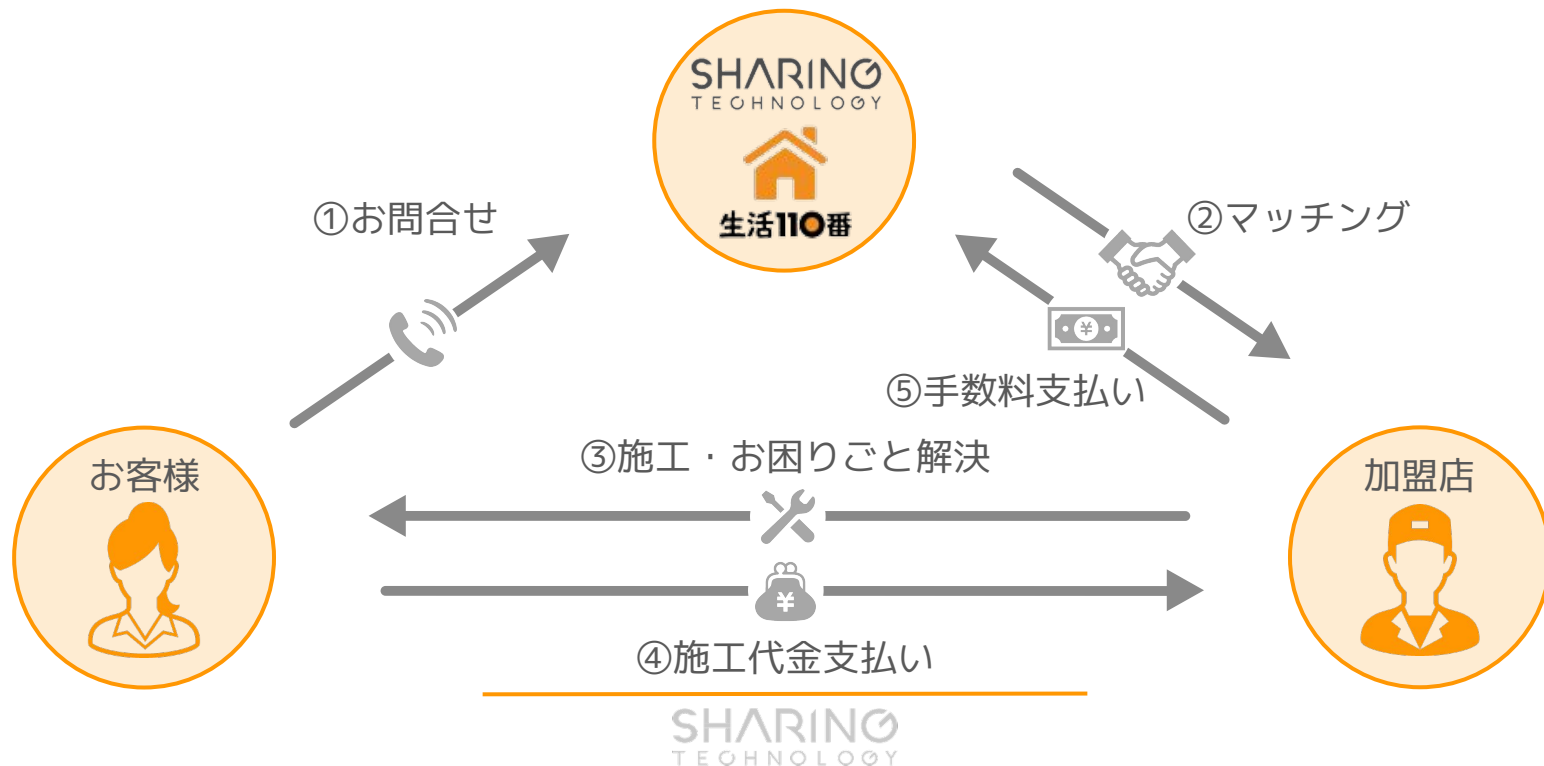


ペット葬儀110番 電気工事110番 etc.

-  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

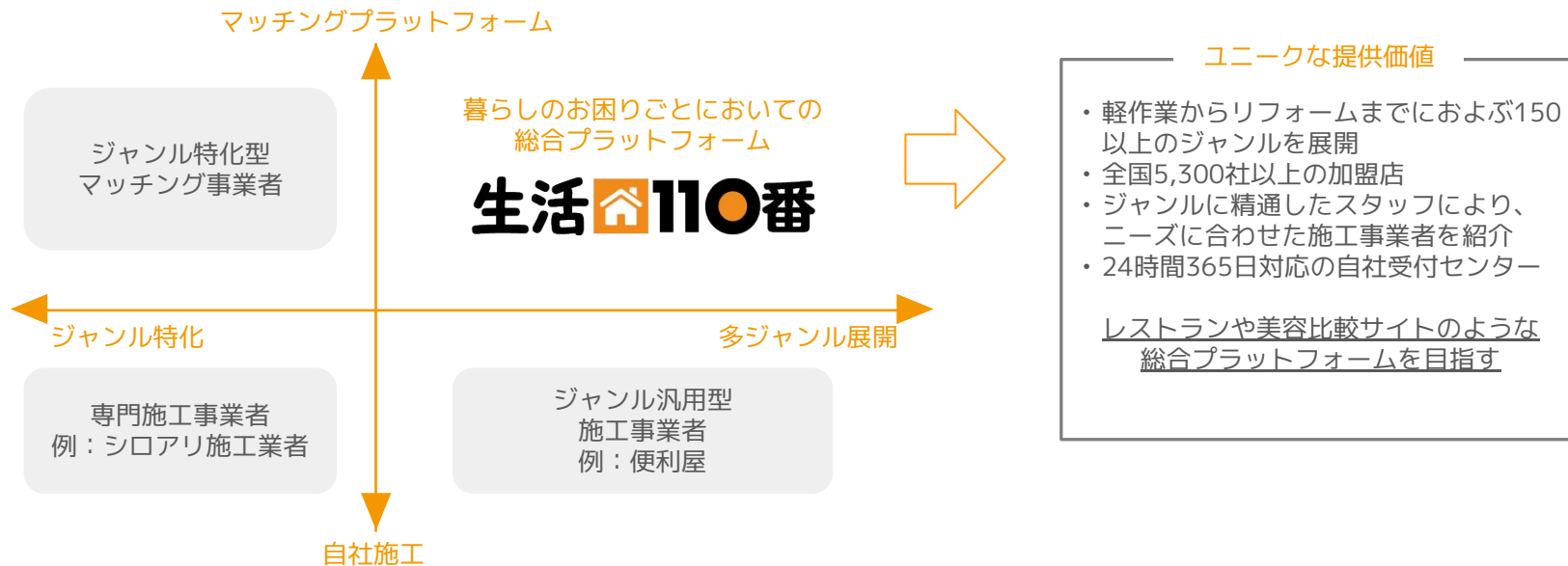
ビジネスの流れ

『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。



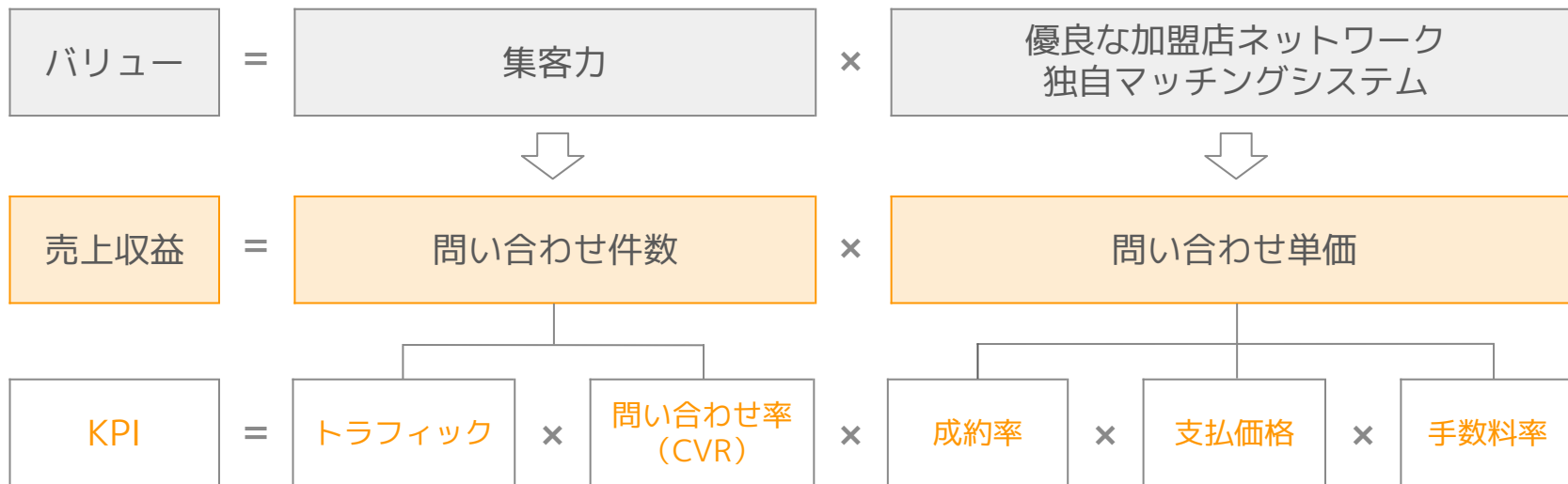
周辺の事業者及び当社の目指すポジション

『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マッピングすると下記ようになる。当領域では、レストラン検索や美容サービスなどのようなプラットフォームが存在していないため、そこに事業機会があり、当社は、案件の分析を行い、お客様からの評価が高く、収益率が高い加盟店に優先的に取次ぐなど、良質な加盟店ネットワークの拡充を図り、生活の中での様々なお困りごとを解決できる総合プラットフォームを目指す。



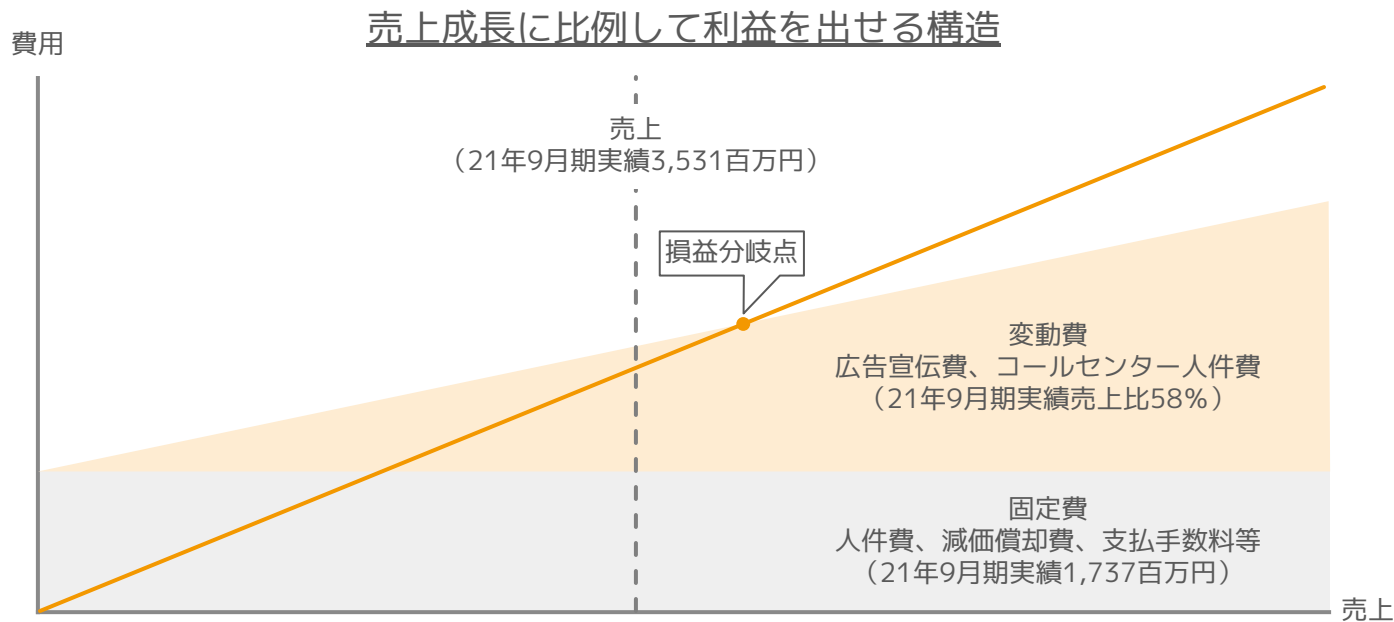
収益構造の分解

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

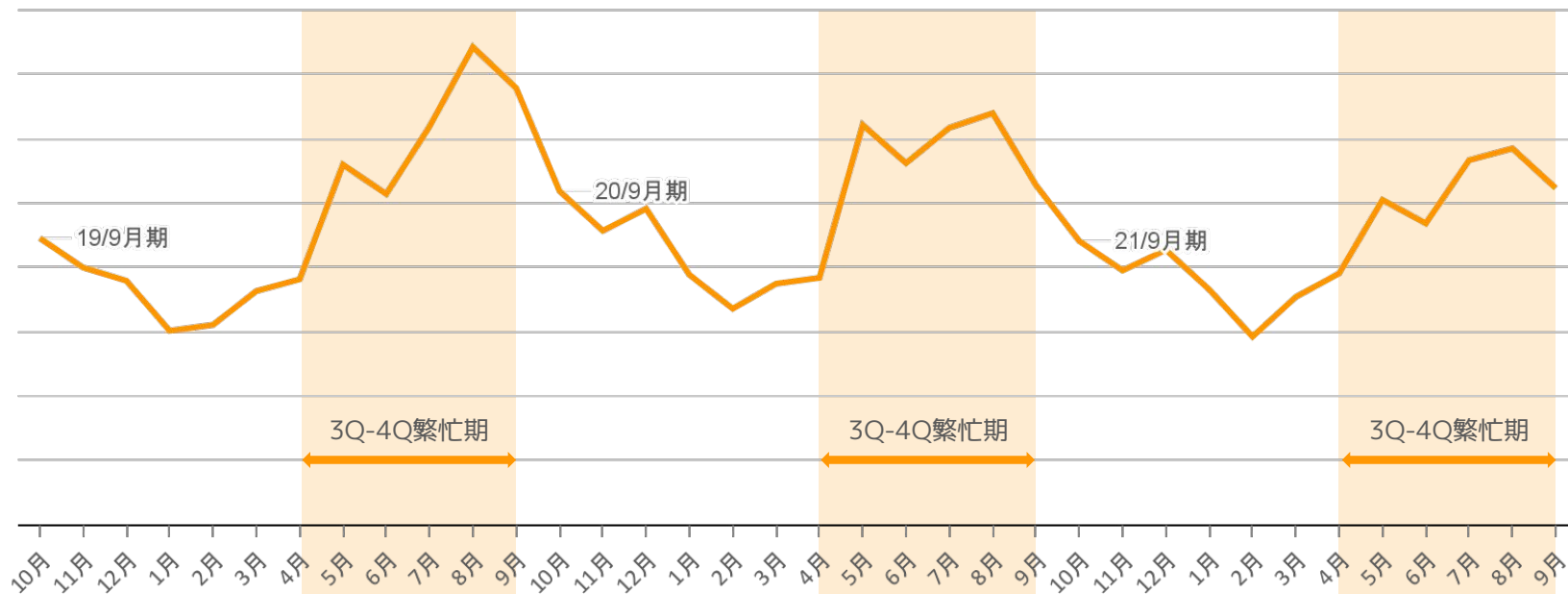
2021年9月期の変動費である広告宣伝費及びコールセンター人件費が売上比58%、固定費である人件費、減価償却費、支払手数料等が1,737百万円（2022年9月期より減価償却費が200百万円程度減少見込み）ポータルサイトの集客力を強化し、オーガニック流入数を増やすことで変動費の広告宣伝費逡減を目指す。変動費を減らすことで限界利益率が上がり、利益が出せる体制に。



『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』事業には季節性があり、害虫害獣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。

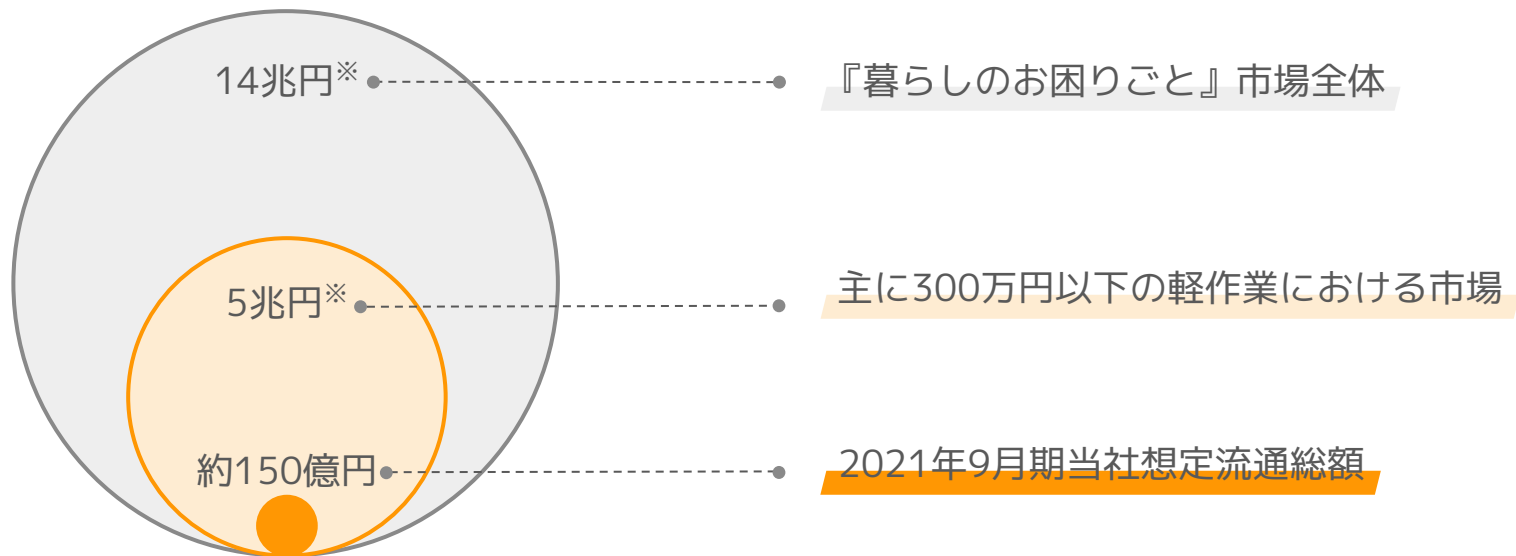
シーズンの変化と共に変動する『暮らしのお困りごと』事業の売上推移



『暮らしのお困りごと』市場

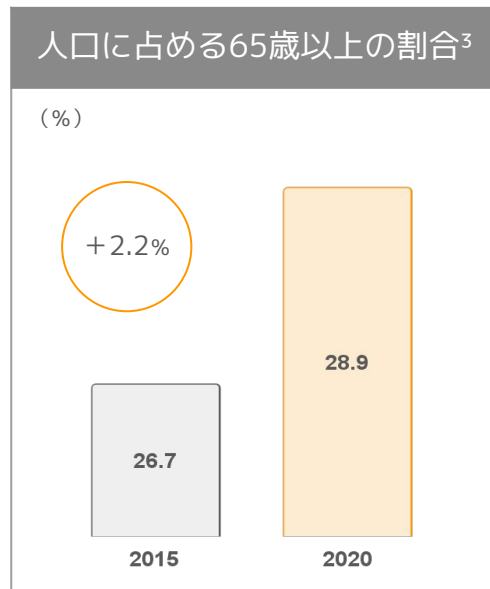
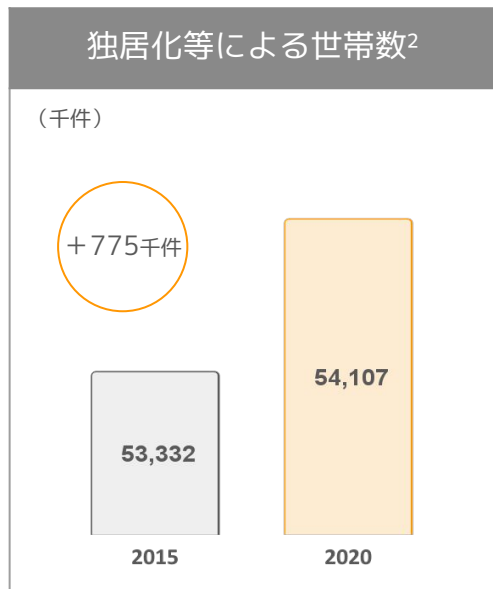
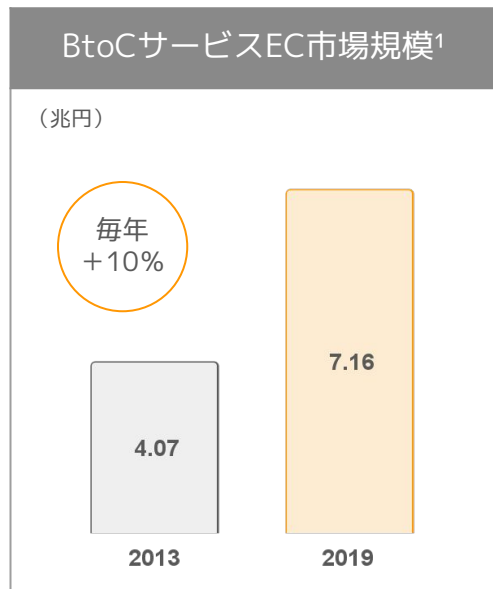
『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものは5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、さらなる市場拡大が見込まれる。また、既存の電話帳などから、オンライン化が進むことで事業機会の拡大が見込まれる。

(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－」

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。

2021年9月期 連結貸借対照表

[百万円]

	当連結会計年度 (2021年9月末)	前連結会計年度 (2020年9月末)	前期末比
流動資産	2,236	2,964	△727
固定資産	843	2,812	△1,968
総資産	3,080	5,776	△2,695
流動負債	2,073	2,128	△54
固定負債	815	2,538	△1,722
資本合計	190	1,110	△919
自己資本比率	6.2%	19.2%	△13.0%

2021年9月期 連結損益計算書

[百万円]

	当連結会計年度 (2021年9月末)	前連結会計年度 (2020年9月末)	前年同期間比
売上収益	3,531	3,987	△455
売上原価	85	30	+55
売上総利益	3,445	3,956	△510
販管費	3,712	3,581	+130
営業利益	△1,130	364	△1,495
税引前利益	△1,151	329	△1,480
継続事業利益	△1,119	360	△1,480
非継続事業利益	-	△1,516	-
当期利益	△1,119	△1,156	+36

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 / 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 1,308百万円 ※2021年9月末現在
- 従業員数 265名（内アルバイト・パート74名） ※2021年9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

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。