



2023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)

2023年11月14日

トピック

FY2023 業績

- 売上収益は、6,228百万円となり、YoY141%、1,799百万円の増収。
- 営業利益は、1,240百万円となり、YoY309%、839百万円の増益。

グループ 会社

- 2023年4月にグループ化後、事業面及び管理面のPMIを実施。
- 直近決算から売上伸長及び、直近赤字決算から黒字化を達成。

FY2024 業績予想

- 継続的な事業成長に加え、グループ会社の通期連結により増収増益予想。
- 売上収益：7,200百万円 / 営業利益：1,600百万円。

目次

- 01 2023年9月期業績の概要
- 02 アズサポート株式会社（旧藤澤不動産株式会社）グループ化後の進捗
- 03 2024年9月期業績予想と今後の成長方針
- 04 補足資料

2023年9月期

業績の概要

2023年9月期 第4四半期会計期間（3ヶ月間）

売上収益は第3四半期に続き、カギジャンルを始めとした主力ジャンルでの売上増加及びアズサポートを連結子会社化したことにより、前年同期間比148%の1,934百万円で着地。営業利益は、売上増加の下、広告宣伝費を対売上総利益比 45%と適正に維持できたことにより、大幅増益。

	2023年9月期 第4四半期	2022年9月期 第4四半期	前年同期間比
売上収益	1,934百万円	1,309百万円	+624百万円 (148%)
営業利益	418百万円	167百万円	+251百万円 (251%)
当期利益	238百万円	252百万円	△13百万円 (95%)

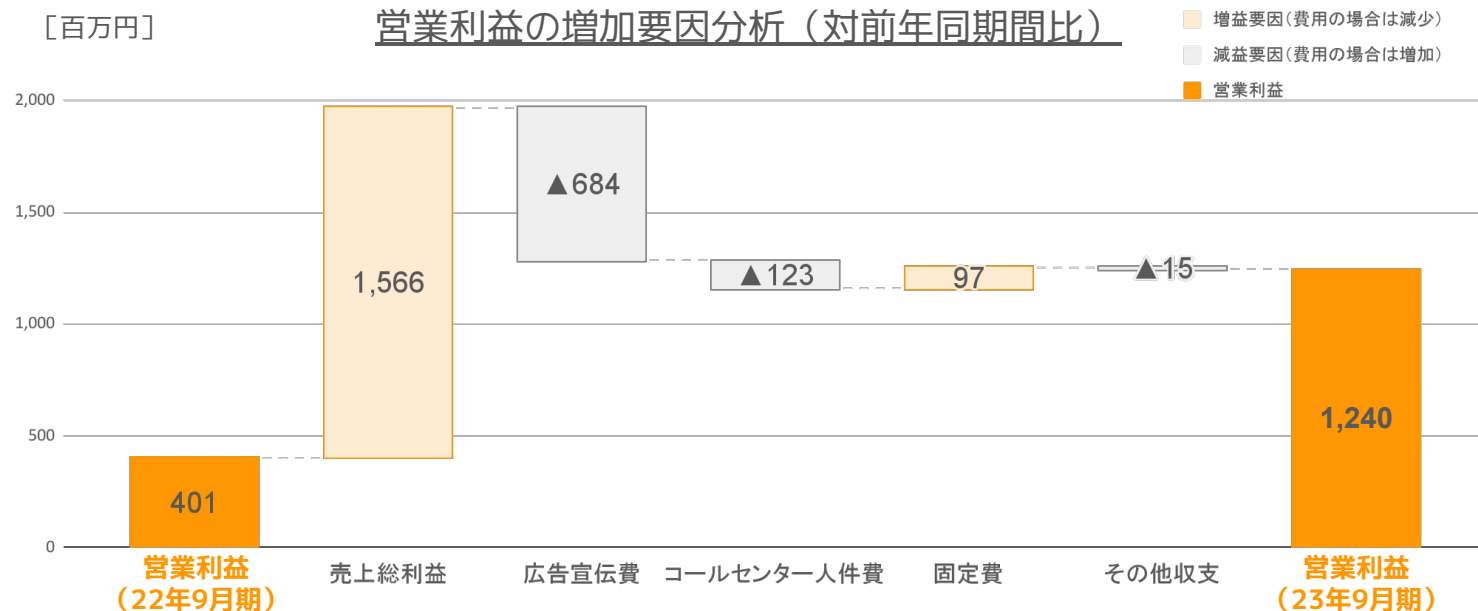
2023年9月期 通期業績

2023年9月期の売上収益は、6,228百万円と前年同期間比で1,799百万円の大幅増収。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1,240百万円と前年同期比839百万円の増益。

	2023年9月期 通期業績	2022年9月期 通期業績	前年同期間比
売上収益	6,228百万円	4,429百万円	+1,799百万円 (141%)
営業利益	1,240百万円	401百万円	+839百万円 (309%)
当期利益	1,338百万円	472百万円	+865百万円 (283%)

2023年9月期の営業利益増減要因の分析

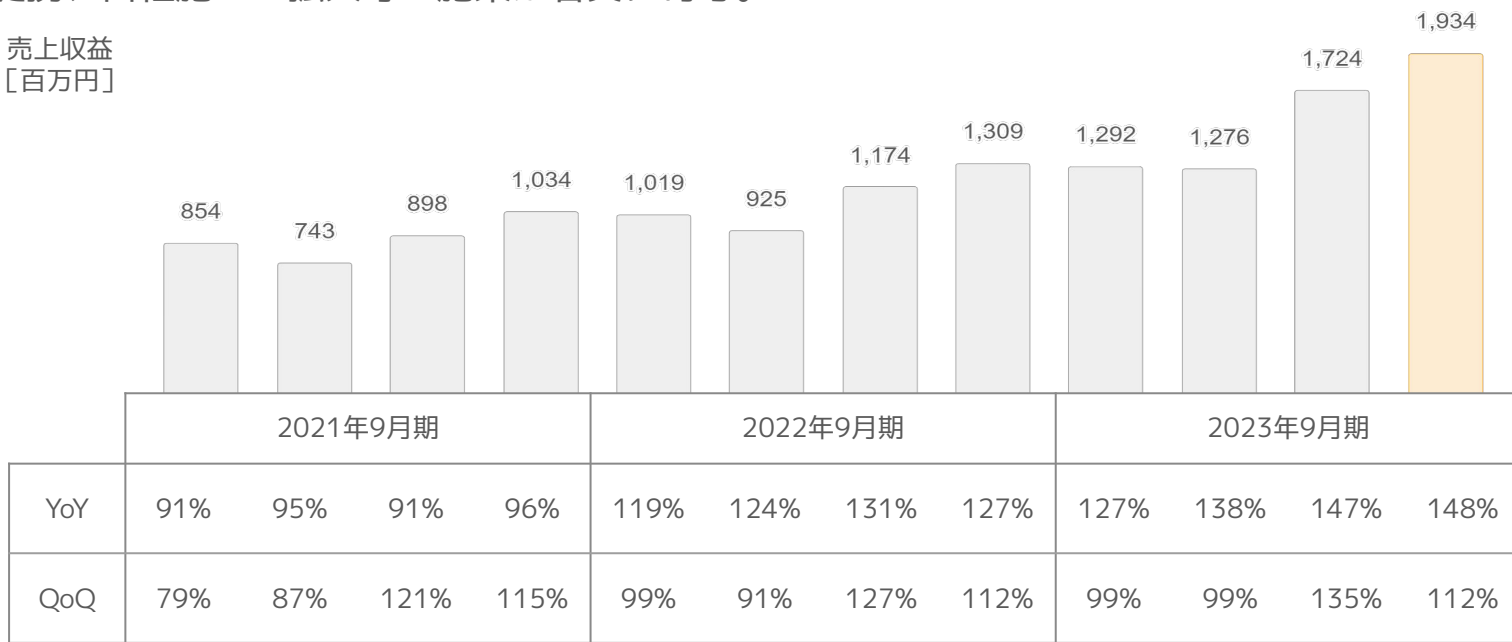
2022年9月期の営業利益401百万円に対して、売上総利益が大幅増加。広告宣伝費及びコールセンター人件費は売上に伴い増加しているものの対売上総利益比率で一定水準を維持。固定費も97百万円減少した結果、2023年9月期の営業利益は1,240百万円と839百万円の大幅増益。



『暮らしのお困りごと』事業の売上推移

2023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やカギジャンルの回復により、前年同期間比148%（第3四半期からグループ化したアズサポートの影響を除くと141%）。継続的な問い合わせあたり単価向上や法人提携、自社施工の拡大等の施策が着実に寄与。

売上収益
[百万円]



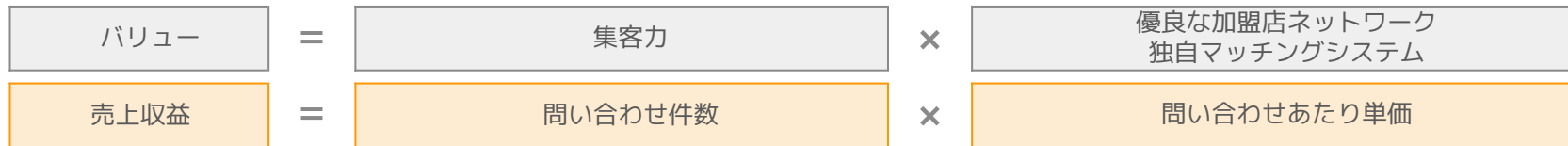
各事業指標の推移

売上収益は大幅に増加。売上原価率はアズサポート含む自社施工及び法人提携の増加に伴い上昇。広告宣伝費率は、対売上総利益比47%程度の適正水準を維持。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、2023年9月期の営業利益は1,240百万円。

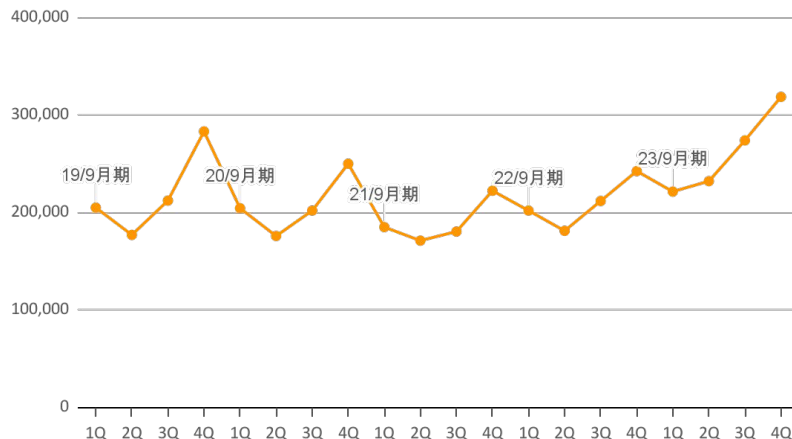
[百万円] (対売上総利益比)	2021年9月期					2022年9月期					2023年9月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計
売上収益	854	743	898	1,034	3,531	1,019	925	1,174	1,309	4,429	1,292	1,276	1,724	1,934	6,228
売上原価 (売上比)	11 (1%)	22 (3%)	23 (3%)	27 (3%)	85 (3%)	29 (3%)	35 (4%)	44 (4%)	61 (5%)	172 (4%)	61 (5%)	77 (6%)	112 (7%)	153 (8%)	405 (7%)
販管費	885	822	979	1,024	3,712	921	843	1,020	1,080	3,866	1,017	999	1,201	1,359	4,577
広告宣伝費	384 (46%)	343 (48%)	501 (57%)	538 (54%)	1,767 (51%)	499 (51%)	419 (47%)	550 (49%)	585 (47%)	2,055 (48%)	598 (49%)	594 (50%)	741 (46%)	804 (45%)	2,739 (47%)
コールセンター 人件費	71 (8%)	65 (9%)	82 (9%)	73 (7%)	292 (9%)	75 (8%)	75 (8%)	94 (8%)	107 (9%)	353 (8%)	106 (9%)	99 (8%)	127 (8%)	143 (8%)	476 (8%)
固定費	429 (51%)	413 (57%)	395 (45%)	413 (41%)	1,651 (48%)	346 (35%)	348 (39%)	375 (33%)	387 (31%)	1,458 (34%)	312 (25%)	305 (25%)	331 (21%)	411 (23%)	1,360 (23%)
その他収支	65	60	△10	△979	△864	3	7	0	0	11	7	4	△13	△2	△4
営業利益	23	△41	△114	△998	△1,130	70	54	109	167	401	220	204	397	418	1,240

収益構造を分解した各指標の推移（売上収益）

問い合わせ件数は、横ばいの推移傾向から若干の増加傾向に移行しつつある。
 問い合わせあたり単価は、マッチングの最適化に加え、第3四半期よりグループ化したアズサポートを含む自社施工の影響も上昇傾向に寄与。



問い合わせ件数推移
(件数)



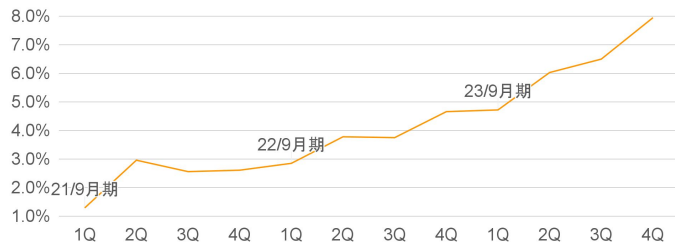
問い合わせあたり単価
(2019年9月期1Qを100として)



収益構造を分解した各指標の推移（費用項目）

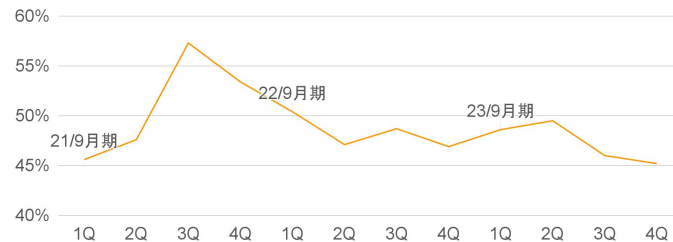
売上原価率

アズサポート含む自社施工及び法人提携の拡大による影響で原価率（施工原価及び業務委託費）は上昇。



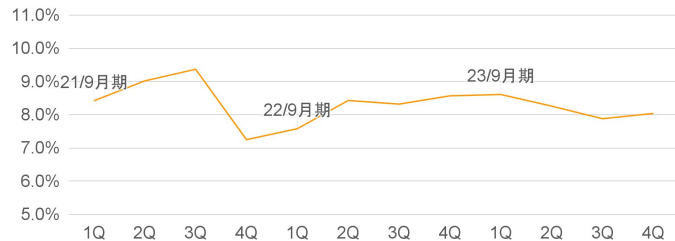
広告宣伝費率（PPC広告）

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。22年9月期以降は一定水準で維持。



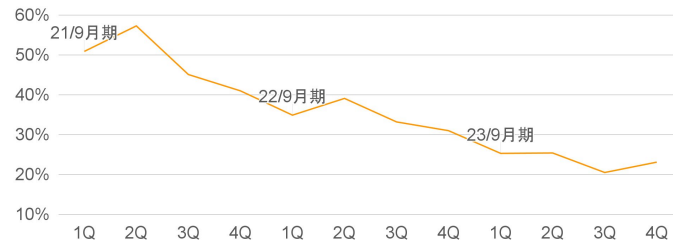
コールセンター人件費率

季節性による増減はあるが、一定水準で推移。人件費は増加しているも、適正化を進め同水準程度を維持。



固定費率

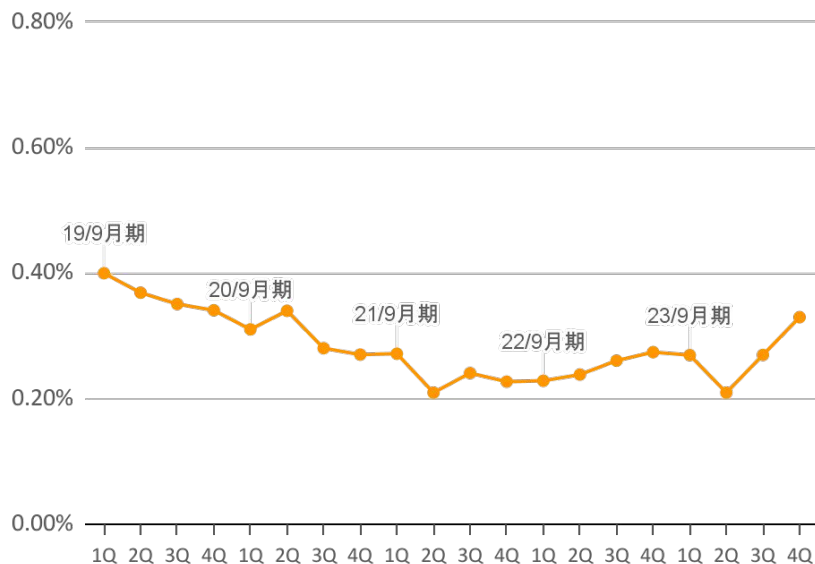
費用最適化（減価償却費や地代家賃）により減少。今後は売上増加に伴い、比率は逡減する見込み。



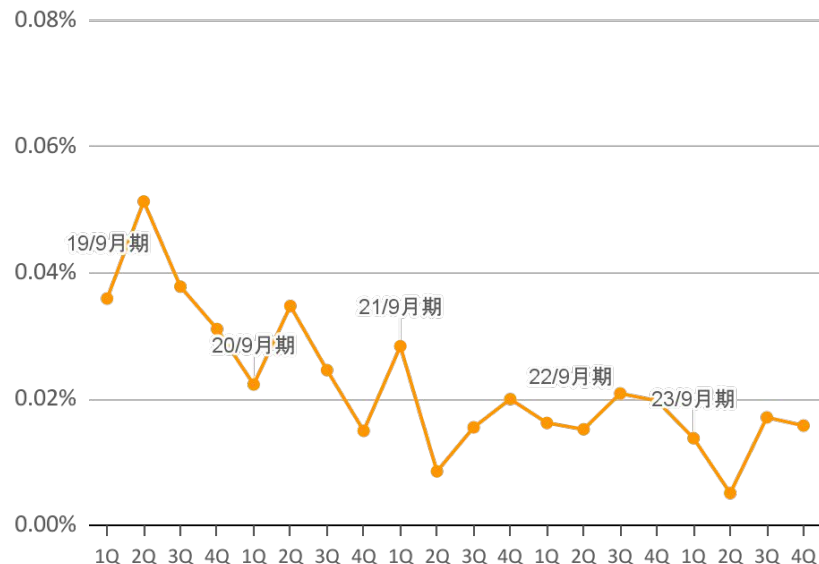
お客様、加盟店の満足度を重視した事業運営

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の低値で推移。さらなる満足度向上に向け、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す。低位での推移であるが、第2四半期から増加しているため、注視し必要があれば適宜対応する。

お客様クレーム率推移



加盟店クレーム率推移



アズサポート株式会社（旧藤澤不動産株式会社）

グループ化後の進捗

グループ化後の取り組み

2023年4月にグループ化したアズサポート株式会社（旧藤澤不動産）は、グループ化後のPMIにより、直後から黒字転換を実現。管理部門の強化等の経営基盤強化を一定実施したため、2024年9月期は営業強化により、エリアとジャンルを拡大し、売上及び利益の増大を目指す。

	買収後 2023年4～9月 (6ヶ月間)	直近決算 2023年4月期 (12ヶ月間)
※アズサポート単体決算		
売上高	267百万円	442百万円
営業利益	<u>63百万円</u>	▲21百万円
(連結影響売上)	170百万円	—

グループ化後の取り組み

■これまでに実施

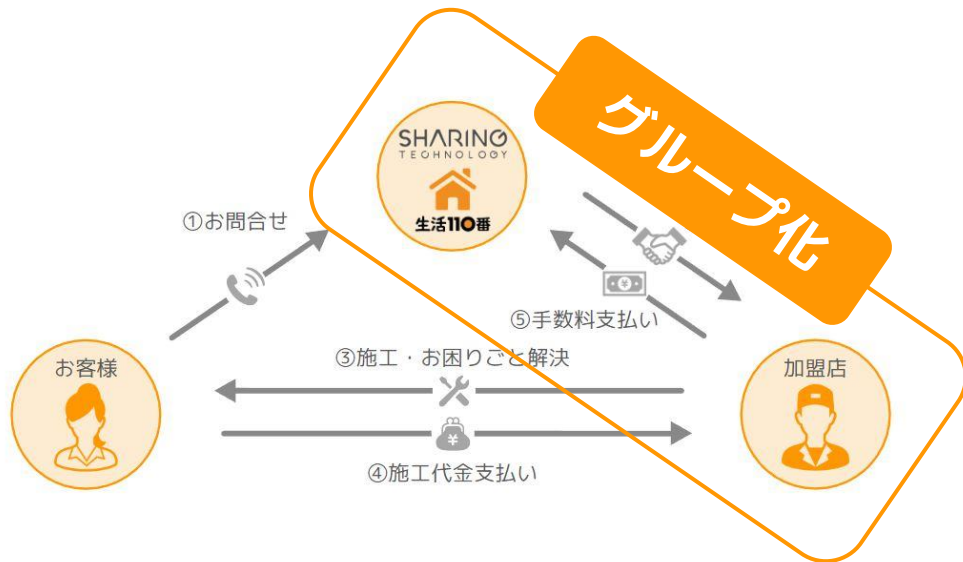
- ・ 営業オペレーションの整備
(顧客管理の仕組み化など)
- ・ 管理部門の統合
(管理部門を親会社に統合)
- ・ 経営の効率化
(販管費の見直しによる費用最適化)

■今後（上記に加え）

- ・ 営業の強化
(エリアやジャンルの拡大)

施工会社M&Aの考え方

2023年4月に施工会社のM&Aを実施。アズサポートはグループ化後、好調に推移しており、アズサポートの拡大を推進しつつ、今後も十分に精査をしながらM&Aを実施していく意向。定量面では、2023年4～9月で営業利益63百万円を計上しており、今後の『暮らしのお困りごと』事業の重要な役割を担う。※現時点で、具体的に決定している事実はございません



グループ化の考え方

■グループ化の判断軸

- ・ 高いサービスクオリティ
(過去施工クオリティの確認)
- ・ 経営陣とのマッチ度合い
(長期的目線で成長を目指すか)
- ・ ジャンルとエリアのシナジー
(当社とのシナジーがあるか)
- ・ 投資回収期間
(グループ化後の投資回収期間)

2024年9月期業績予想と
今後の成長方針

2024年9月期の通期業績見通し

2024年9月期の売上収益は、引き続き『暮らしのお困りごと』の各ジャンルの成長に加え、アズサポートが通期連結されること、自社施工及び法人提携拡大により、7,200百万円を見込む。営業利益は、自社施工及び法人提携拡大に伴い売上原価は増加するも、広告宣伝費及びコールセンター人件費は一定比率、固定費は一定水準に維持することにより、1,600百万円を見込む。

	2024年9月期 通期業績見通し	2023年9月期 通期業績
売上収益	7,200百万円 (前年比116%)	6,228百万円
営業利益	1,600百万円 (前年比129%)	1,240百万円

2024年9月期業績予想の考え方

業績予想は、2023年9月期の実績を元に算定。売上収益は2023年9月期に対し116%の7,200百万円。原価率は自社施工及び法人提携により若干上昇する見込み、広告宣伝費率とコールセンター人件費率は同水準で推移し、その他の固定費は同水準額程度を見込む。

	2024年9月期通期業績見通し	2023年9月期通期業績
売上収益	<u>7,200百万円 (YoY116%)</u>	6,228百万円 (YoY141%)
原価率	自社施工、法人提携により上昇	7% (対売上比)
広告宣伝費率	同水準	47% (対売上総利益比)
コールセンター人件費率	同水準	8% (対売上総利益比)
固定費	同水準額	1,360百万円
その他収支	同水準額	△4百万円
営業利益	<u>1,600百万円</u>	1,240百万円

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

×

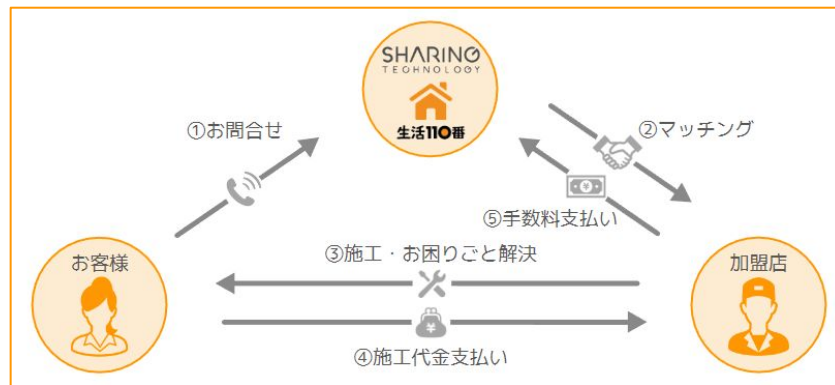
適正価格

×

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



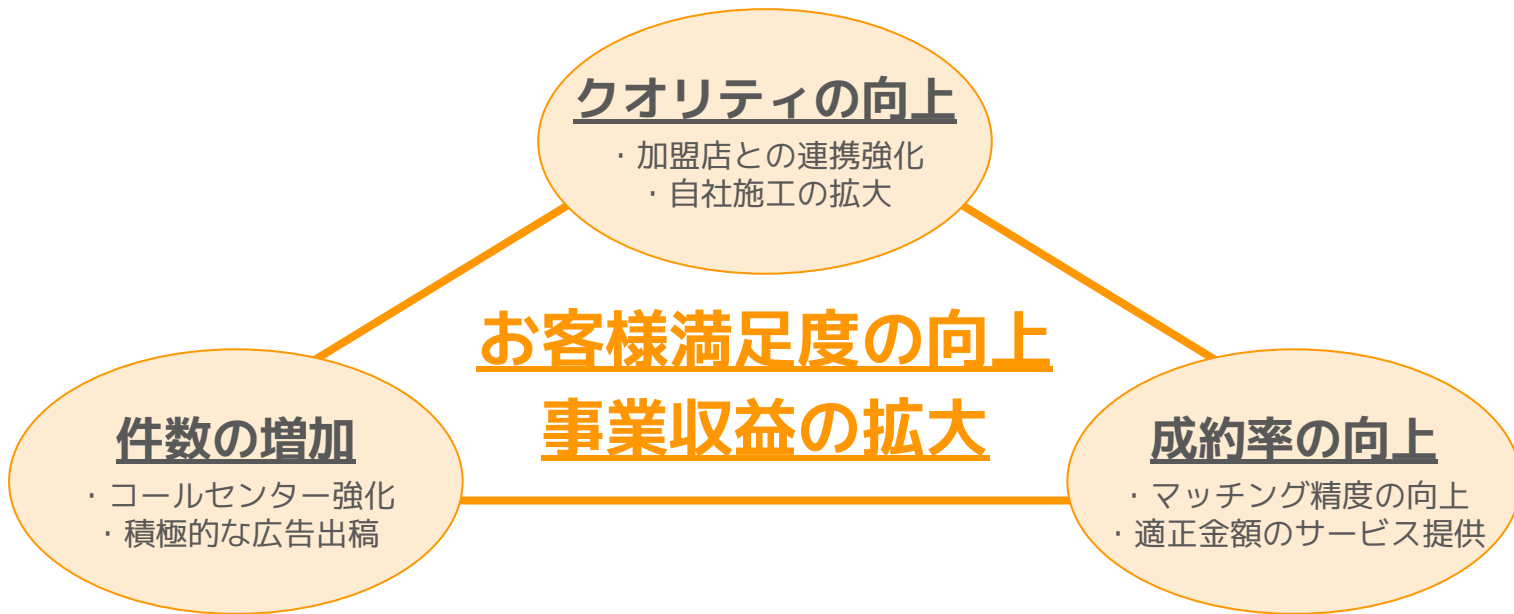
自社施工の本格化

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

サービスクオリティの向上による当社の強み

2019年9月期から、サービスクオリティの向上に注力し、2022年9月期にはその成果が収益面でも顕著になり始めました。今後もこの方針を維持し、事業拡大を目指します。サービスクオリティの向上は成約率の上昇に直結し、成約率の向上は収益性の改善へと繋がります。さらに、収益性の向上は積極的な広告投入を可能にし、この好循環が当社の強みとなっています。



補足資料

新たな仕組みで、 安心な暮らしを、

私たちは、「お困りごと」が発生したとき少しでも早く安心していただく、
また当社のサービスがあることで「お困りごと」が起きて大丈夫と
安心して暮らせる、そんな世界を目指します。

これまでもこれからも、社会のニーズにあわせサービスを進化させ続けます。

バリュー

スピード

×

柔軟性

お客様のニーズ、加盟店様のニーズ、仲間からのニーズ、時代のニーズに最速で応えたい。
スタートした時点で見えるゴールに全速力で向かうだけでなく、柔軟に変化することで真の最速を提供しよう。

多様性

×

一体感

様々なジャンル・地域で発生する「お困りごと」に対し、あらゆる分野のスペシャリストが協力して解決しています。
年齢・性別・価値観等の多様性を理解し、尊重しながら、意見を伝え、一体となってサービスを創ることが、
全てのステークホルダーのためにつながることを理解し、チームで最高の結果を出そう。

チャレンジ

×

成長

サービスも、テクノロジーも、感性も、変化していく世界で成長し続けるためにはチャレンジし続けなければならない。
たとえ失敗しても、仲間の挑戦による成長を評価し、次のチャレンジに活かそう。

『暮らしのお困りごと』を解決

様々な住宅等のトラブル『暮らしのお困りごと』に対応できる、全国約6,300社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。



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
約6,300社の加盟店

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

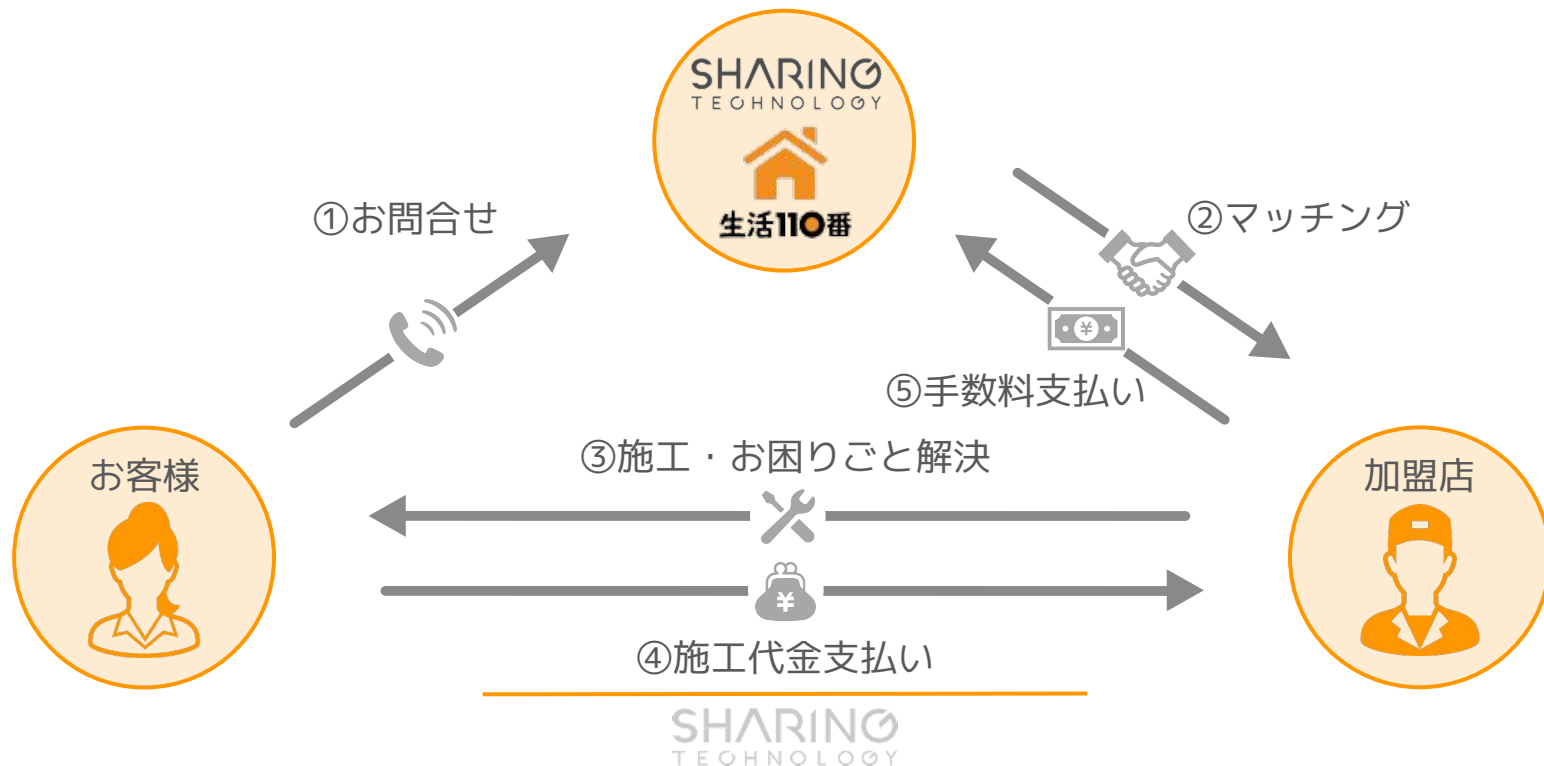


ペット葬儀110番 電気工事110番 etc.

-  バージ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

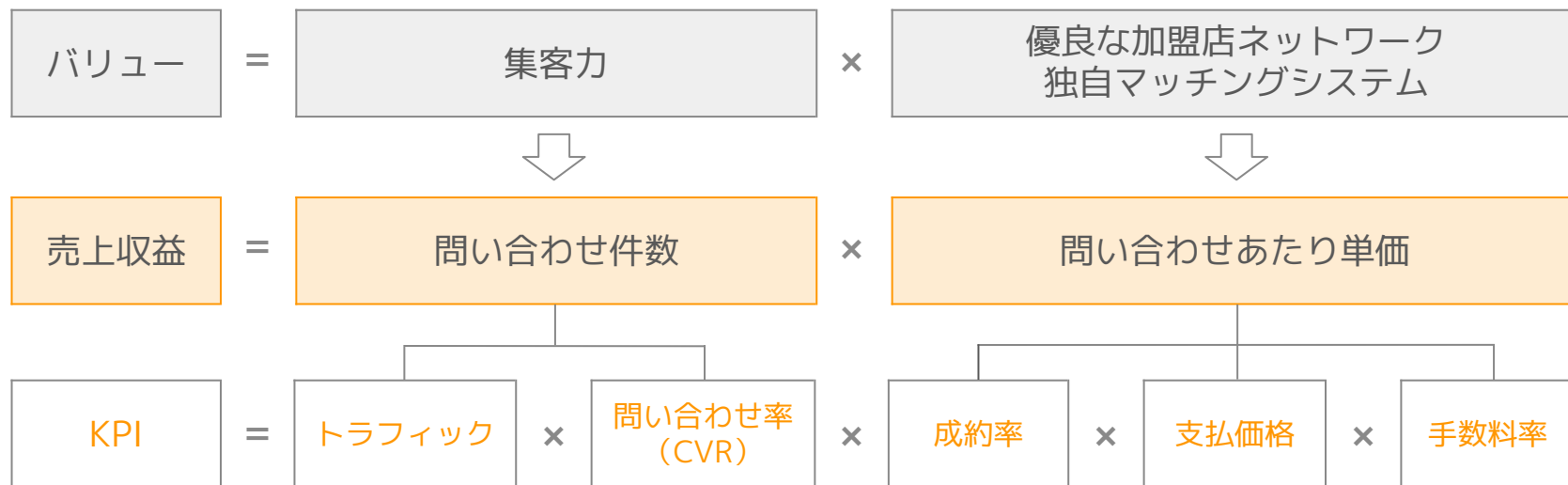
ビジネスの流れ

『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

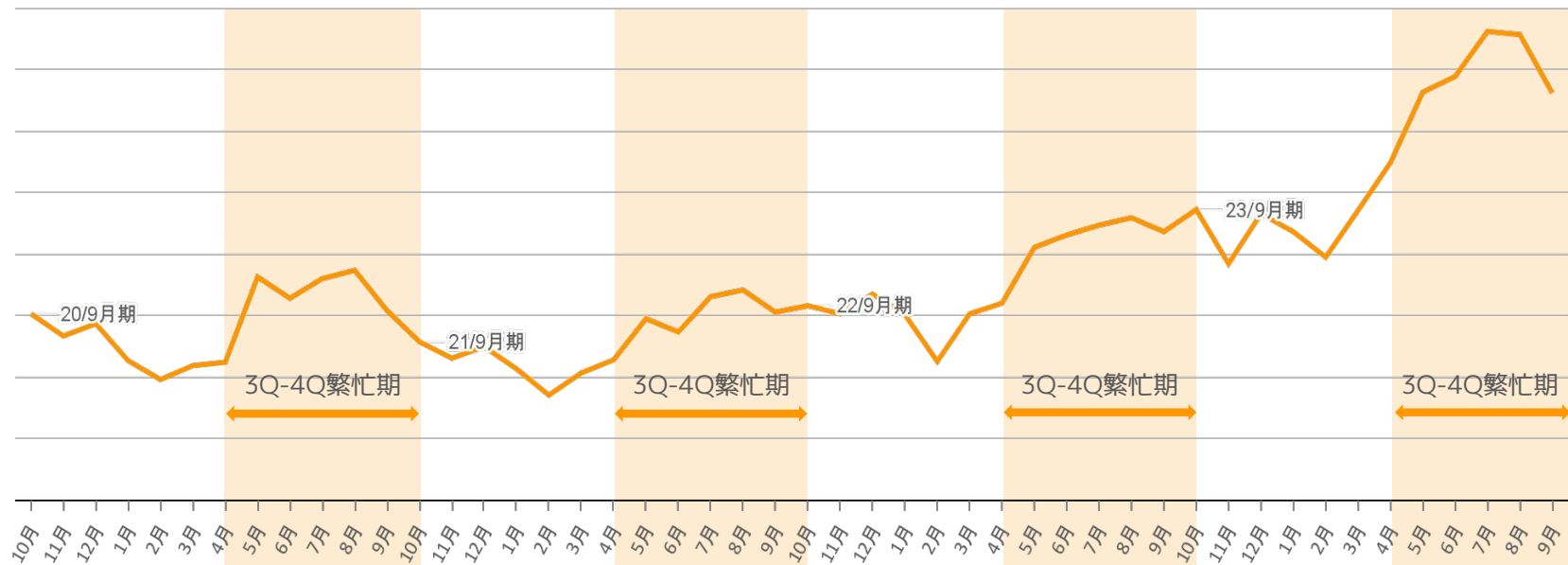
当社の価値根源（バリュー）は、集客力と集客したお客様のお困りごとを解決するマッチングシステム及び優良な加盟店とのネットワークと定義。それぞれ問い合わせ件数及び問い合わせあたり単価の数値として表され、問い合わせ件数はトラフィック、問い合わせ率（CVR）に分解、問い合わせあたり単価は成約率、支払価格、手数料率に分解できる。



月次売上推移

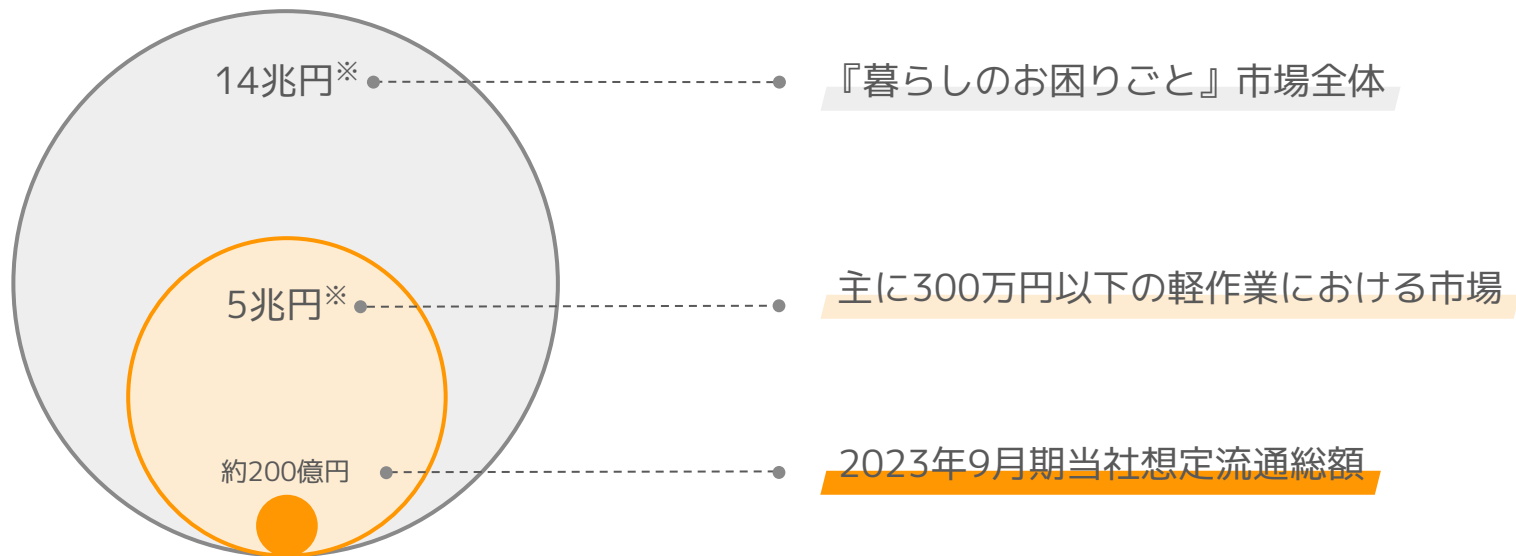
『暮らしのお困りごと』事業にはシーズナリティがあり、害虫害獣等の駆除及び草刈り剪定が盛んな夏の時期と、台風による住宅への被害回復が多くなる秋口（当社事業年度の下期）の売上が大きくなる傾向がある。当期もシーズナリティのトレンドは変わらず、さらなる売上収益の伸長を見込む。

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

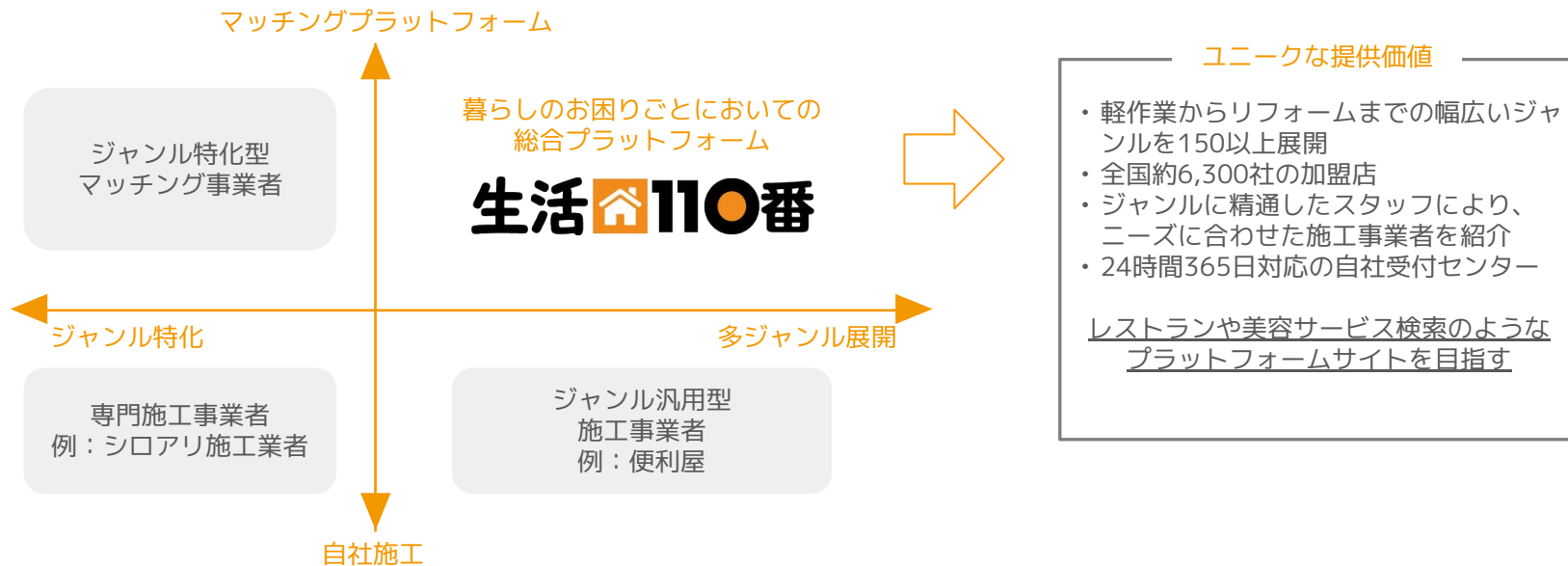
『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものは5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、さらなる市場拡大が見込まれる。また、既存の電話帳などから、オンライン化が進むことで事業機会の拡大が見込まれる。



※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

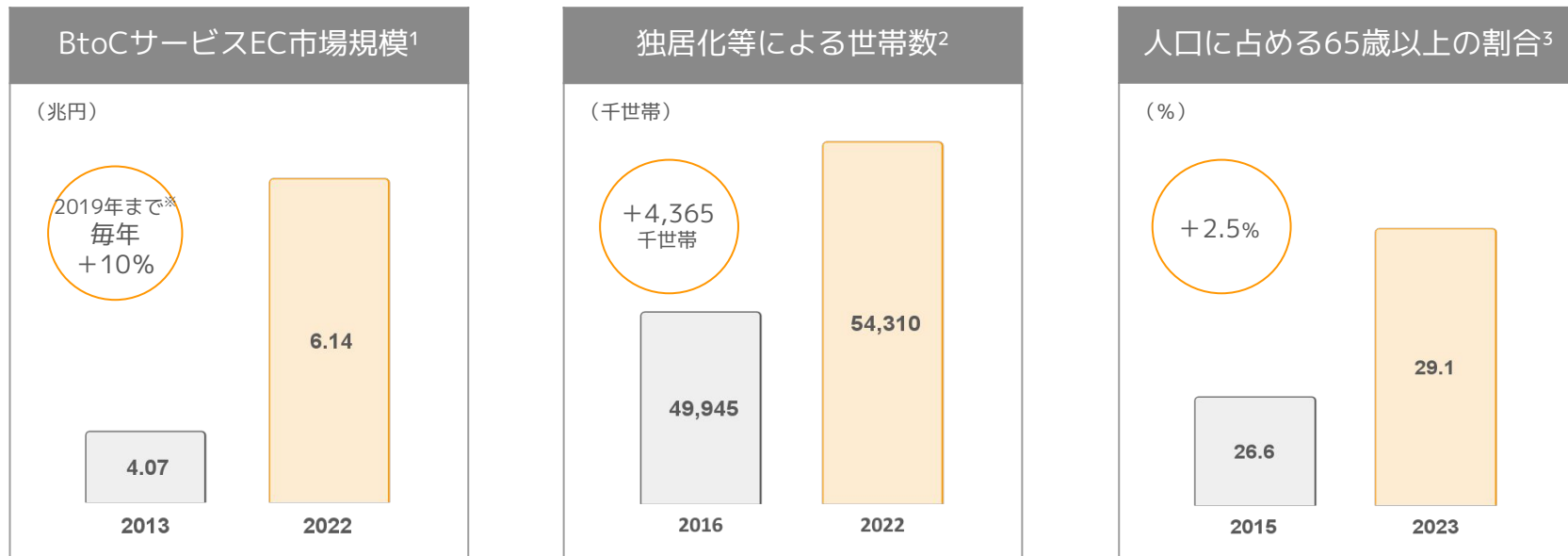
周辺の事業者及び当社の目指すポジション

『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




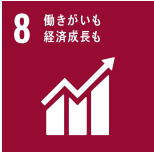

高齢化や独居化による世帯数の増加、サービスECの普及等が、当社の『暮らしのお困りごと』市場を拡大させる要因に。



- 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 厚生労働省「『国民生活基礎調査の概況』（2022（令和4））」
- 3 総務省統計局「統計トピックスNo.138 統計からみた我が国の高齢者－「敬老の日」にちなんで－」

シェアテックにおけるESG／SDGs

社会の一部として事業活動を運営する企業として、企業価値の向上と共に、ESG（環境・社会・ガバナンス）およびSDGs（持続可能な開発目標）の取り組みが重要と認識しており、事業サービスによる取り組みと企業体としての取り組みを実施し、社会的責任と持続可能な未来に向け、貢献できるよう事業活動を推進。

SDGsとの対応	取り組みの内容
 <p>11 住み続けられるまちづくりを</p>  <p>12 つくる責任つかう責任</p>	<h3>『暮らしのお困りごと』事業による貢献</h3> <p>『暮らしのお困りごと』事業は、住宅や施設の修理やメンテナンスを通じて、建築物の寿命を延ばし、新たな建設を減らすことで、都市の持続可能性を高め、資源の効率的な利用と廃棄物の削減を促進しています。これにより、環境への負荷軽減と経済的効率性の向上を実現し、持続可能な未来に貢献を目指します。</p>
 <p>5 ジェンダー平等を実現しよう</p>  <p>8 働きがいも経済成長も</p>  <p>10 人や国の不平等をなくそう</p>	<h3>ジェンダー等の平等を実現する組織運営による貢献</h3> <p>当社では、ジェンダー平等を含む平等な働く機会の提供ができるように組織運営を行っております。具体例としてコールセンター職での<u>リーダー職以上の女性比率95.7%</u>（コールセンター女性比率87.3%）があげられます。コールセンター職を除く、女性管理職比率28.6%（同女性比率59.2%）も平均よりは高いものの、今後も向上を目指し、持続可能な未来に貢献を目指します。</p>

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。

連結貸借対照表

[百万円]

	当連結会計年度末 (2023年9月末)	前連結会計年度末 (2022年9月末)	前期末比
流動資産	2,842	1,706	+1,135
固定資産	1,283	622	+661
総資産	4,126	2,328	+1,797
流動負債	1,443	1,565	△121
固定負債	493	93	+400
資本合計	2,188	669	+1,518
自己資本比率	53.0%	28.8%	+24.2pt

連結損益計算書

[百万円]

	当連結会計年度 (2023年9月期)	前連結会計年度 (2022年9月期)	前年同期間比
売上収益	6,228	4,429	+1,799
売上原価	405	172	+233
売上総利益	5,822	4,256	+1,566
販管費	4,577	3,866	+711
営業利益	1,240	401	+839
税引前利益	1,235	390	+844
当期利益	1,338	472	+865

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 COO	片山 善隆
取締役	植田 栄作
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 7,416万円 ※2023年9月末現在
- 従業員数 201名（内アルバイト・パート44名） ※2023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。