

決算説明資料

株式会社Speee

2020年8月11日



Agenda

- 1 会社概要 p.2
- 2 業績 p.9
- 3 新型コロナウイルスの影響と対応 p.17
- 4 事業について p.19
- 5 Appendix p.30

1 会社概要

Company profile

1 会社概要

社名	株式会社Speee (英文社名) Speee, Inc.					
代表者	大塚 英樹					
事業内容	・ MarTech事業 ・ X-Tech事業		・ Data Platform事業 ・ その他事業			
創立	2007年11月29日					
資本金	1,363,957千円 (2020年8月11日現在)					
従業員数	394名 (2020年6月30日)					
役員	代表取締役	大塚 英樹	取締役	西田 正孝	常勤監査役	大川 勝廣
	取締役	久田 哲史	取締役	田口 政実	監査役	山中 健児
	取締役	渡邊 昌司	社外取締役	長谷部 潤	監査役	高松 悟
所在地	〒106-0032 東京都港区六本木四丁目1番4号					

2 経営陣



代表取締役・Founder
CEO

大塚 英樹



取締役・Founder
(株)Datachain CEO

久田 哲史



取締役
(株)ThinQ Healthcare CEO

渡邊 昌司



取締役・COO
X-Tech事業管掌

田口 政実



上級執行役員
MarTech事業管掌

本多 航



取締役・CFO
経営管理本部管掌

西田 正孝



専門執行役員
VP of Engineering

大場 光一郎



専門執行役員
CISO(最高セキュリティ責任者)

伊藤 秀行



専門執行役員
(株)Datachain CTO

木村 淳

社外取締役：長谷部 潤

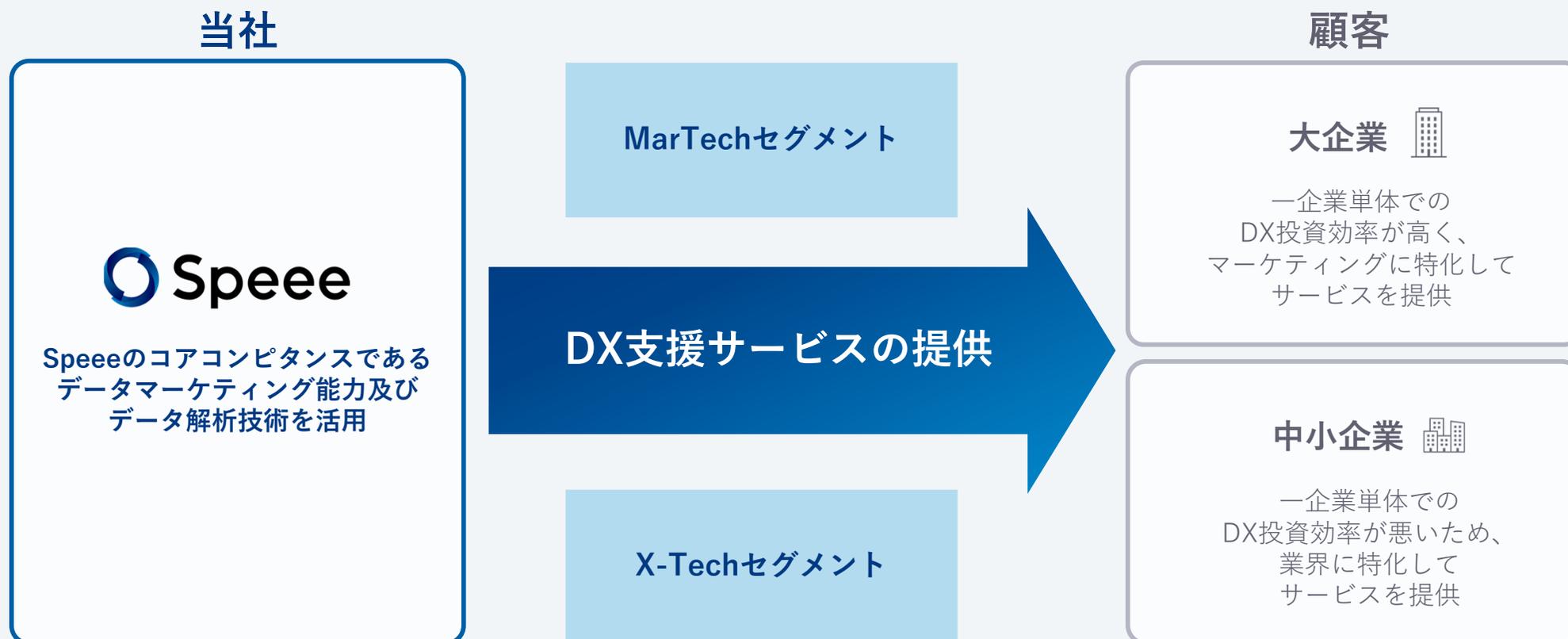
常勤監査役：大川 勝廣

監査役：山中 健児

監査役：高松 悟

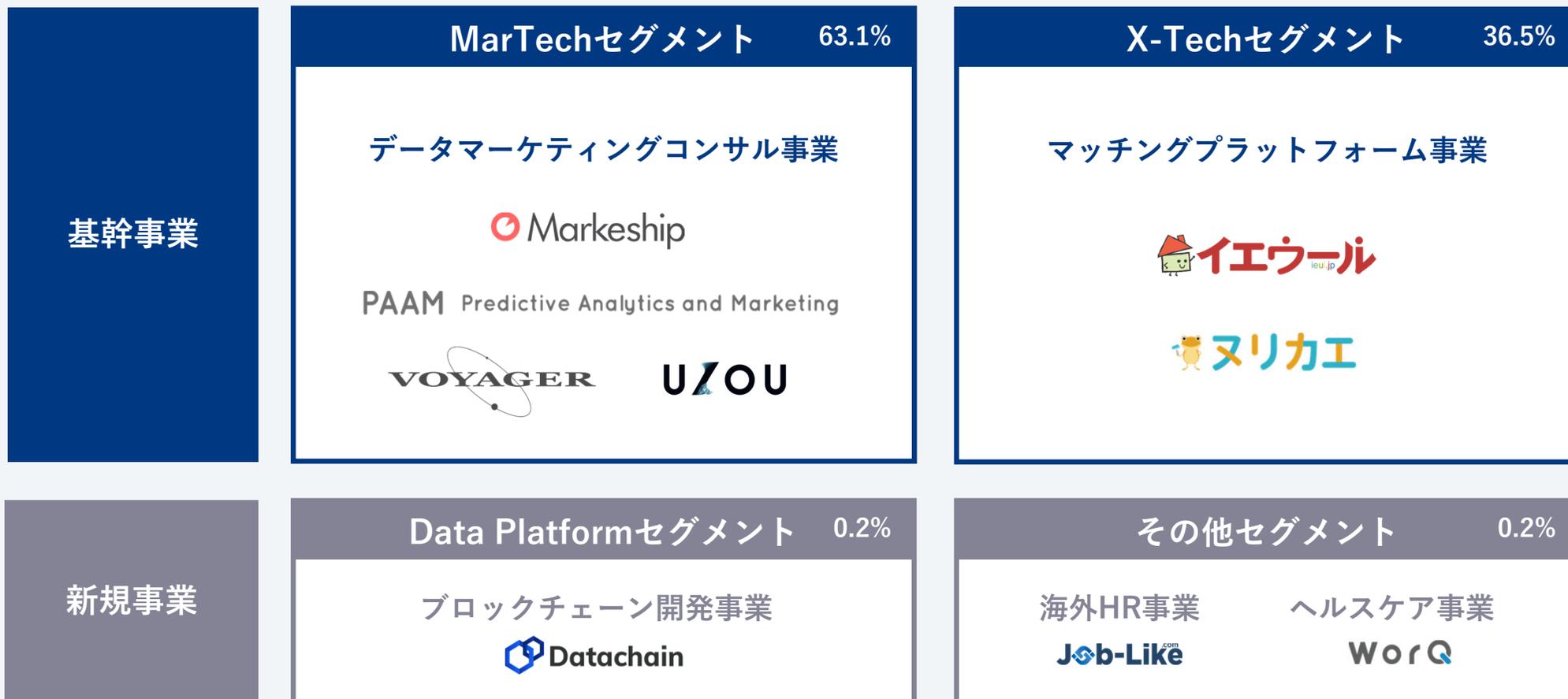
データドリブンな事業開発の連鎖でデジタルトランスフォーメーション(DX)を推進

対象市場の企業規模と業態に応じて異なるDXアプローチを採用している



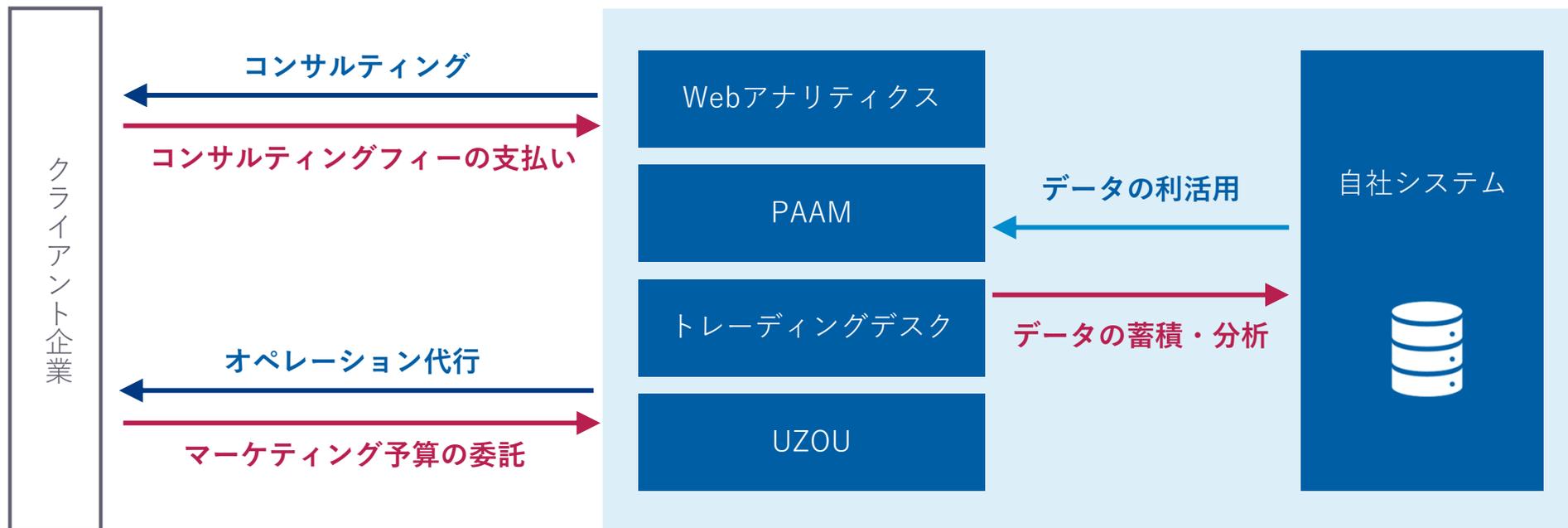
4 事業ポートフォリオ

データマーケティングコンサル事業で培ったデータ解析技術を応用し、複数事業を展開
近年事業開発に取り組んできたX-Techセグメントの売上が4割近い水準に急成長



※ %表記は、2020年9月期第3四半期の売上構成比を表す。

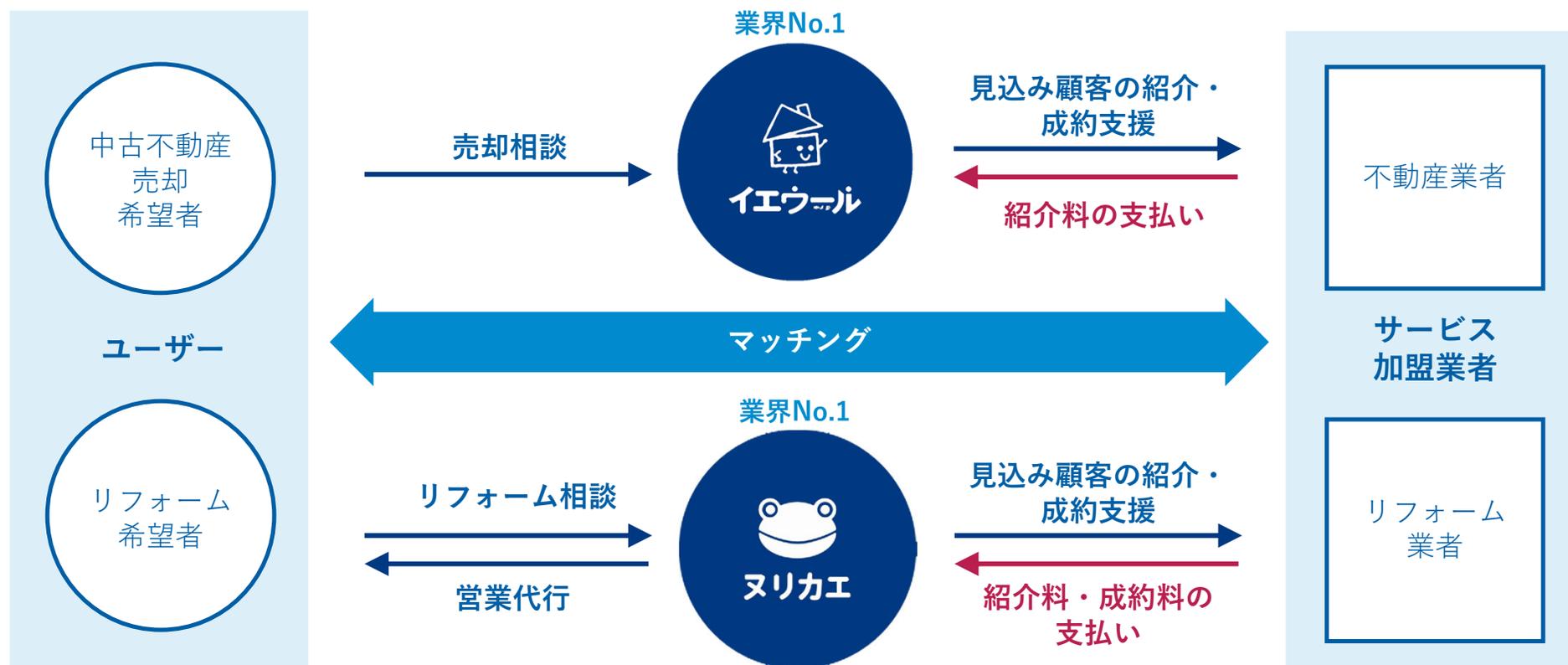
データ活用によるマーケティングプロセスのDX推進コンサルティングを行うBtoB事業



各事業を通じて蓄積したデータを分析・利活用しながら、プランニングから実行までを持続的に支援するコンサルティングサービスを提供し、定額の月額コンサルティングフィーを受け取る。また、データ分析結果を元に広告配信を一部代行し、広告出稿料を受け取っている。

6 事業系統図：X-Techセグメント

リアル産業のDXを推進するマッチングプラットフォームを運営するBtoBtoC事業
現在は、不動産の二次流通市場でオンライン取引量業界1位の2サービスを運営



ユーザーとサービス加盟業者をマッチングし紹介料を受け取る。
サービス加盟業者に営業支援を行い成約料を受け取る。

2 業績

Performance

1 2020年9月期 第3四半期業績（累計）

前年同期比で、売上高及び各段階利益が順調に増加
予想に対する進捗率も順調に推移

	2019年9月期 第3四半期	2020年9月期 第3四半期	YoY	2020年9月期 (予想)	進捗率 (千円)
売上高	5,371,609	6,796,748	+ 26.5%	8,753,981	77.6%
売上純利益	2,702,797	3,680,314	+ 36.2%	4,598,762	80.0%
販売管理費および一般管理費	2,633,667	2,997,589	+ 13.8%	4,008,908	74.8%
営業利益	69,129	682,725	+ 887.6%	589,854	115.7%
経常利益	64,832	659,654	+ 917.5%	537,048	122.8%
当期/四半期純利益	-47,843	620,879	—%	497,841	124.7%

※2019年9月期第3四半期の実績は未監査の数字を記載しております。

第2Qに続き第3Qも順調に進捗

3Q累計の連結業績

売上高 6,796百万円（前年同期比26.5%増、通期予想進捗率77.6%）

営業利益 682百万円（前年同期比887.6%増、通期予想進捗率115.7%）

緊急事態宣言発令に伴う外出自粛の影響があったが、前年同四半期を超える業績を達成。事業ポートフォリオが分散していることで、新型コロナウイルスの影響は軽微。

MarTechセグメント

緊急事態宣言発令に伴う外出自粛の影響を受けつつも、業績は順調に推移。

X-Techセグメント

集客チャネルの強化や、外出自粛によるオンライン取引の増加により、過去最高の四半期業績を達成。

その他トピックス

2020年7月10日に東京証券取引所JASDAQ市場へ新規上場。

新規上場に伴い、2,266百万円の資金を調達。中小会社から大会社へ。

業績予想

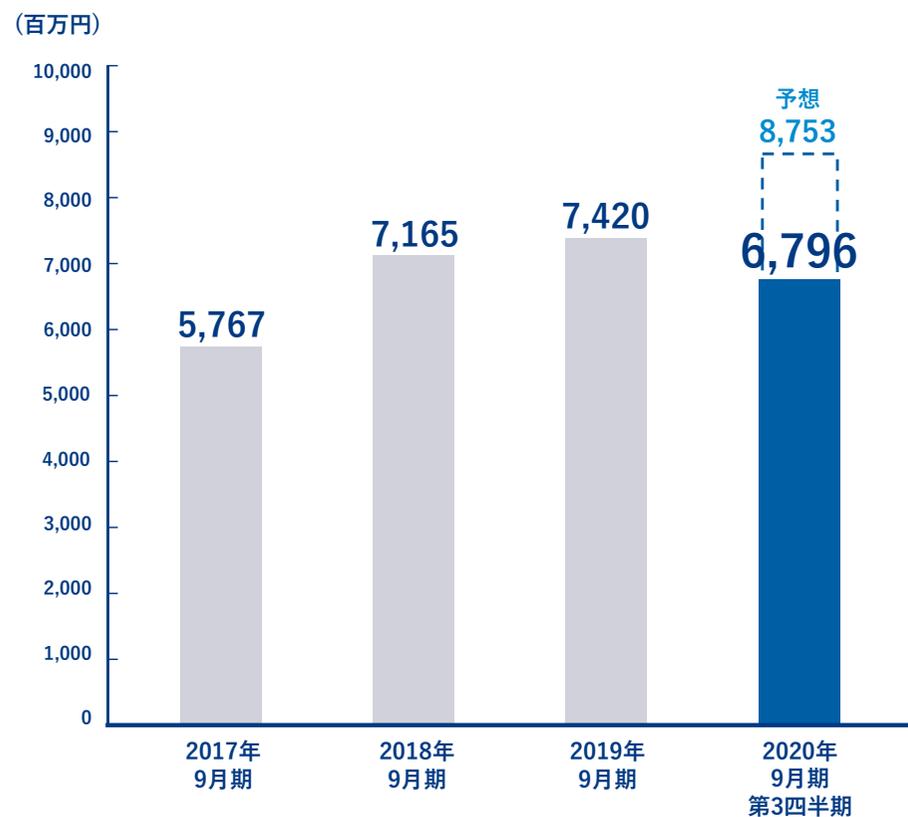
営業利益は、既に通期予想を上回り、進捗率115.7%となっている。

新型コロナウイルスによる今後の不透明さを考慮して、現時点での通期予想の修正は行わない。

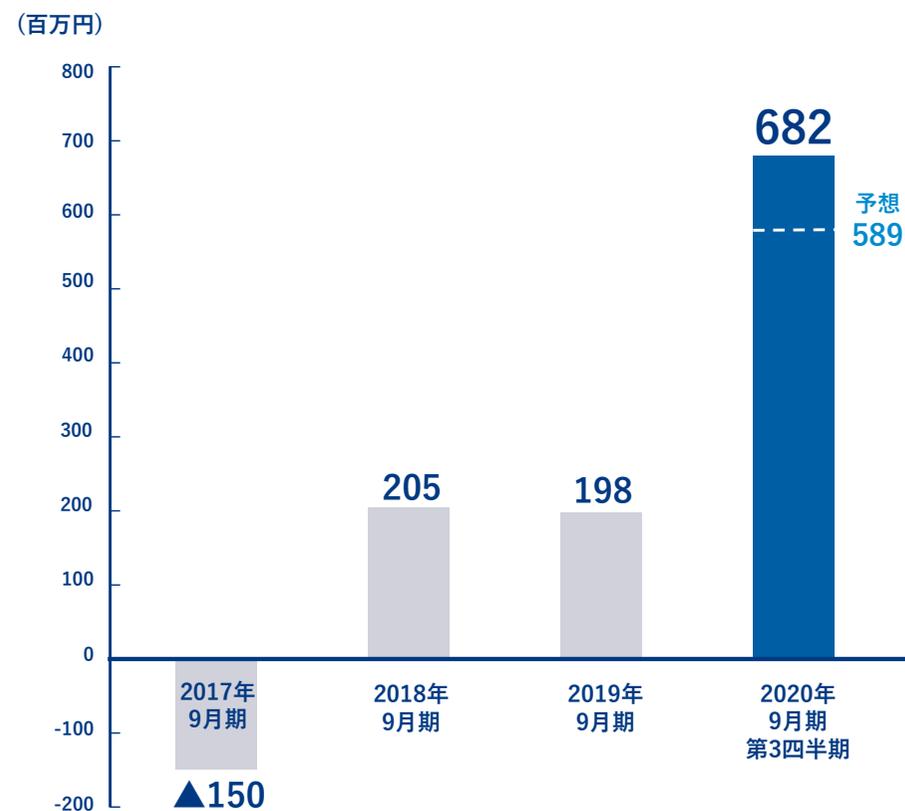
3 全社業績

売上高、営業利益ともに順調に伸長

売上高推移



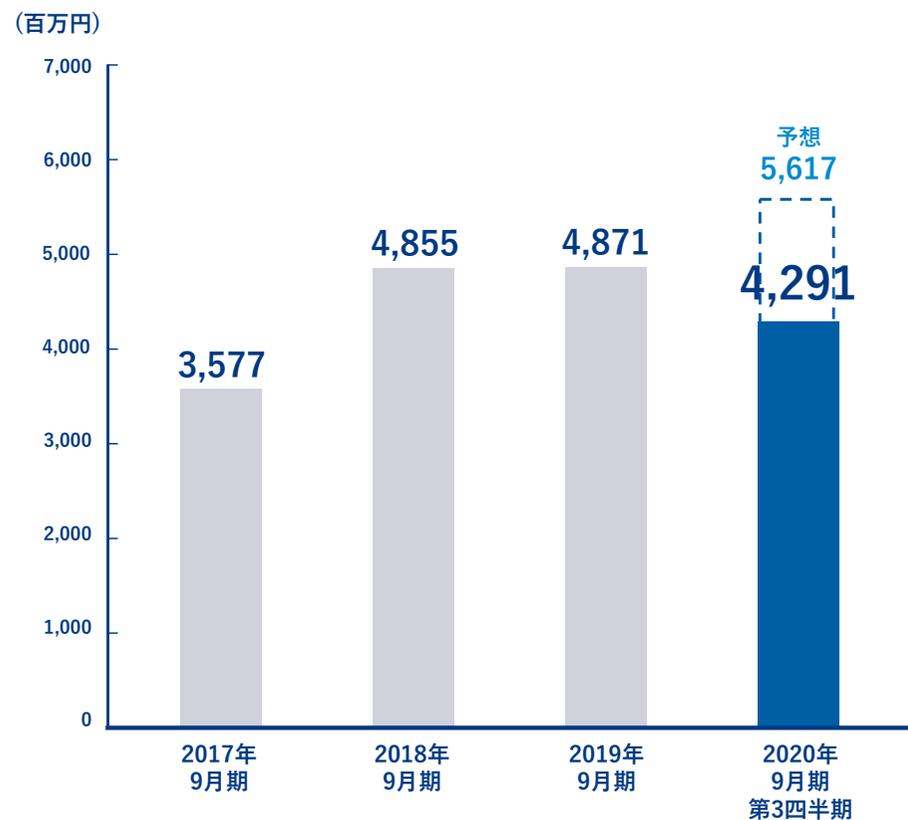
営業利益 推移



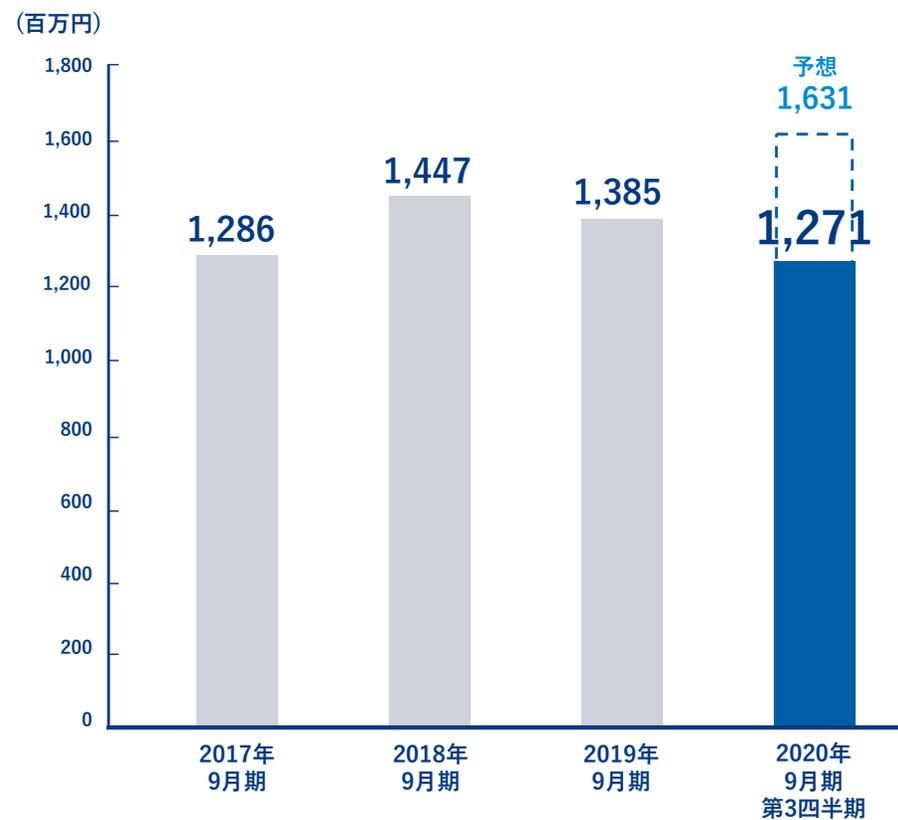
4 各セグメントの業績：MarTechセグメント

売上高、営業利益ともに順調に伸長

売上高推移



セグメント利益推移

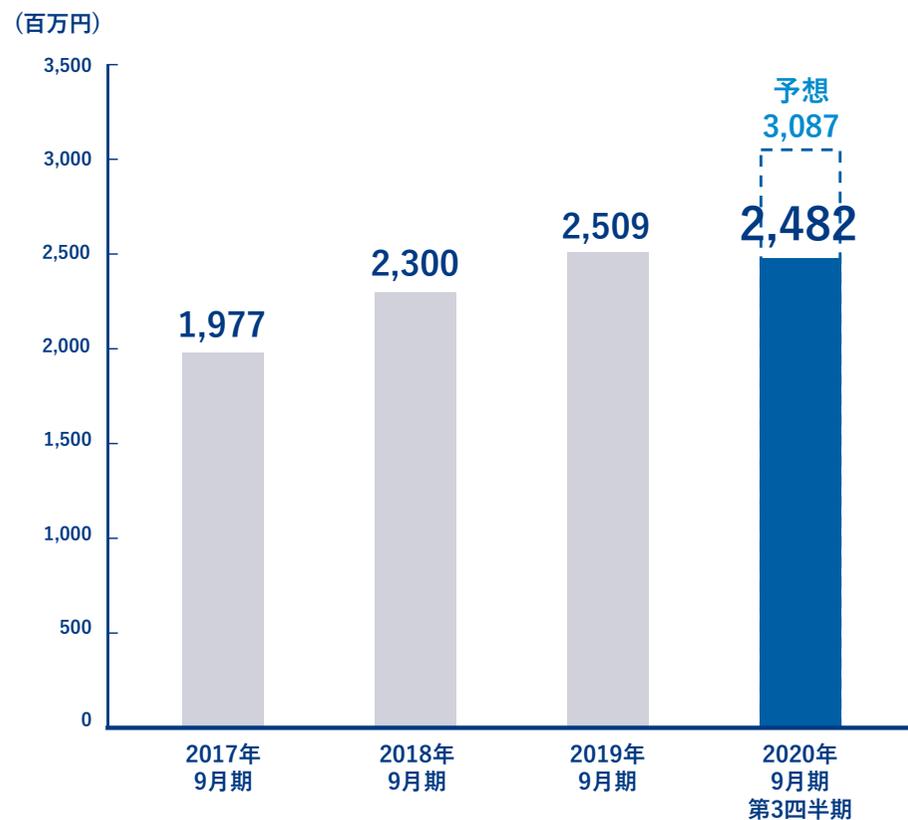


5 各セグメントの業績：X-Techセグメント

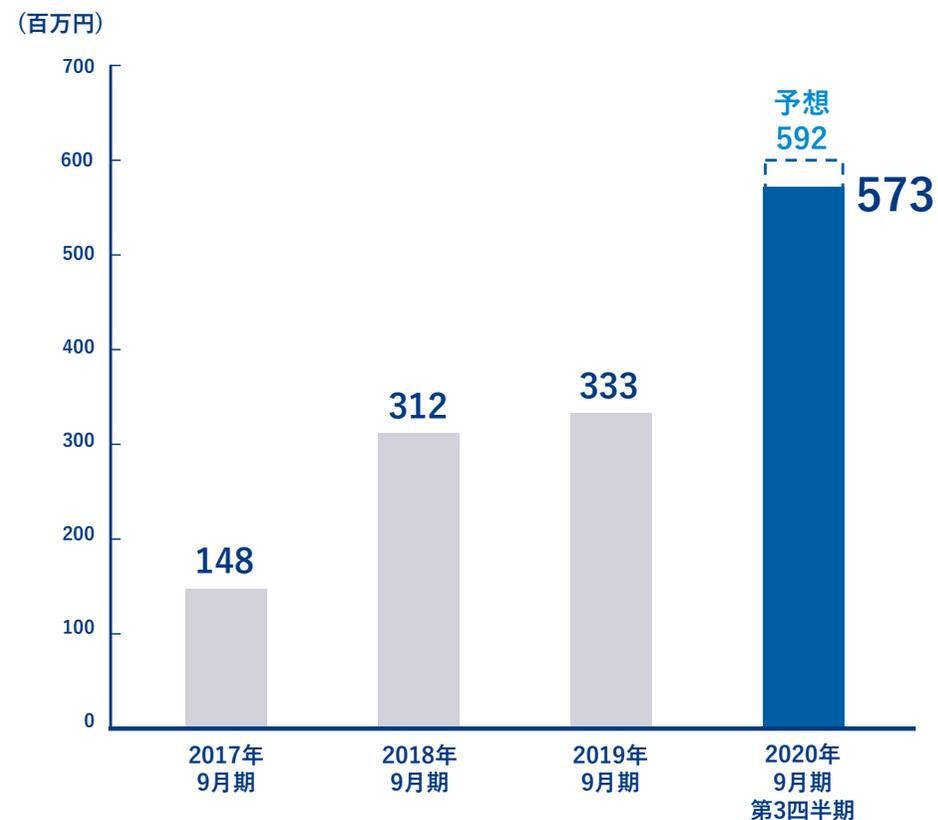
売上高、営業利益ともに順調に拡大

集客力向上に伴う売上高広告宣伝費率の低減によって前期から営業利益が大幅に増加

売上高推移



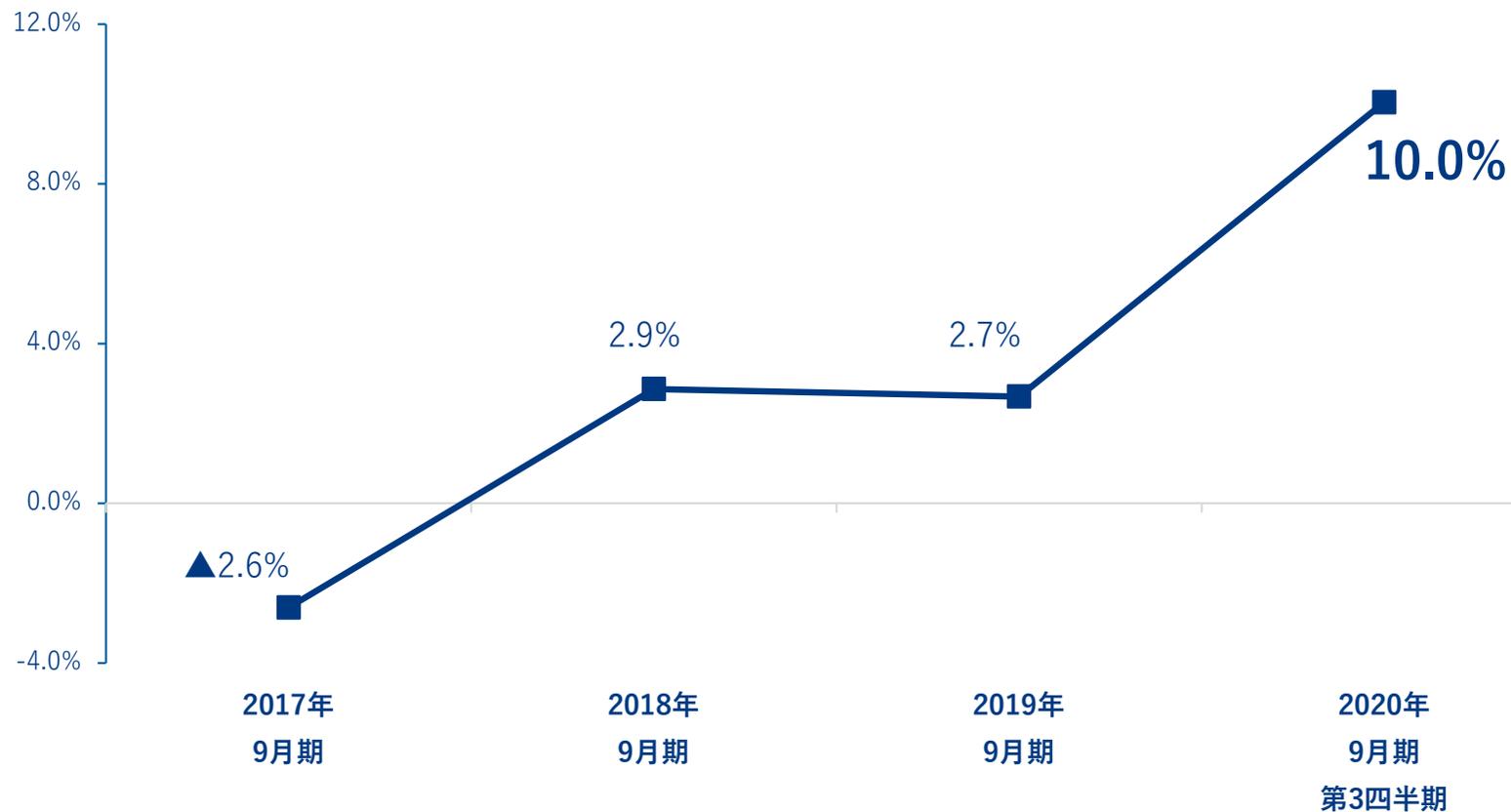
セグメント利益推移



6 全社業績：営業利益率

MarTechの成長に加えて、X-Techがブレイクイーブンポイントを超えて急成長した結果、営業利益率が大幅に伸長

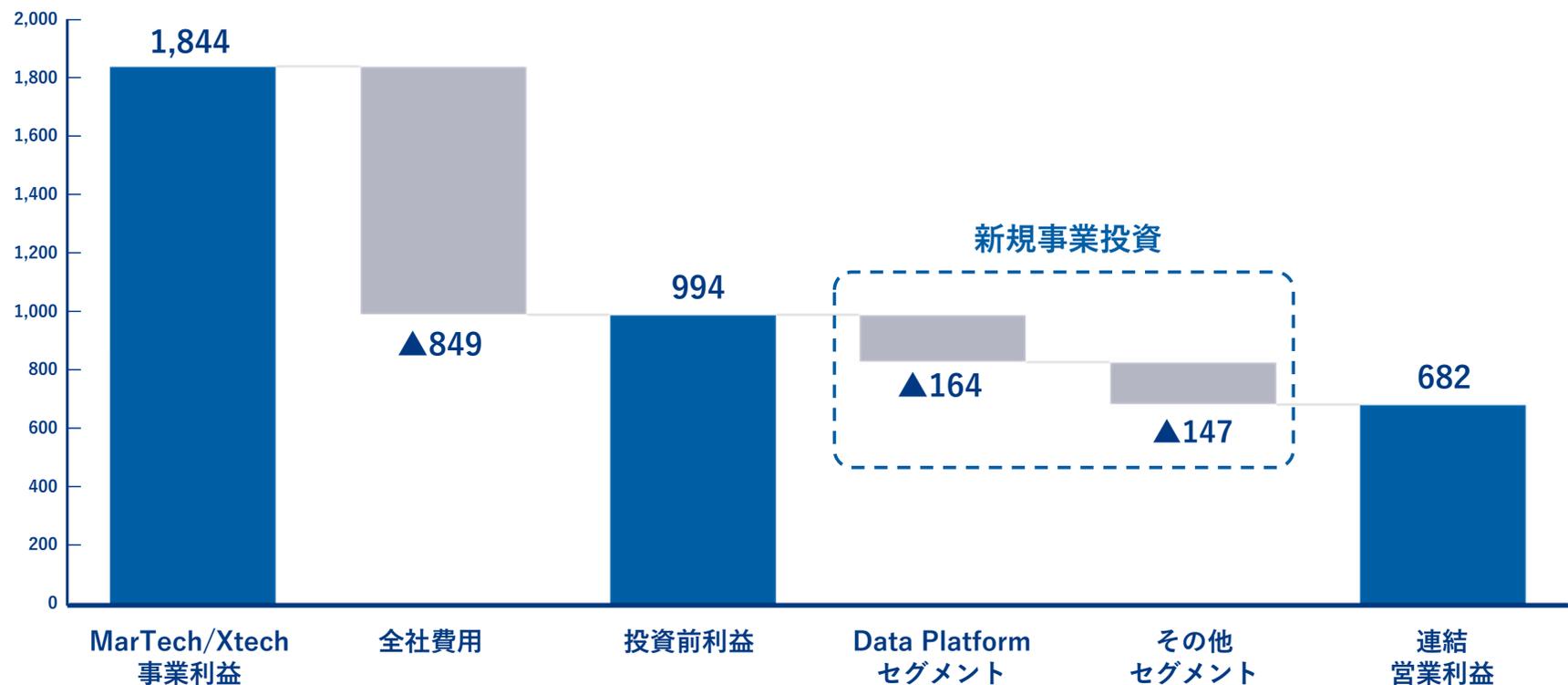
営業利益率 推移



7 セグメント別業績と投資内訳

基幹事業が力強く創出している営業利益を元に、中長期の成長投資312百万円を実行
今後も中長期の成長を見据え、規律を持って戦略的投資を継続

2020年9月期第3四半期 利益と投資の内訳



3 新型コロナウイルスの影響と対応

COVID-19 impacts and our solutions

1 新型コロナウイルスの影響と対応

緊急事態宣言発令に伴う外出自粛の影響で、新規顧客開拓が一時的に停滞するもすでに回復済み

状況

対応

業績への影響

MarTech セグメント

- 外出自粛による顧客側のオペレーション混乱により、新規獲得が一時的に停滞
- 旅行・レジャー等一部広告の出稿停止が発生

- オンラインMTGの促進、Webセミナーの強化
- 出稿量が増加している業界への注力

- 短期** 新規獲得の一時停滞、
広告出稿停止 
-
- 中長期** オンライン取引増加 

X-Tech セグメント

- オンライン取引ニーズが増加
- 取引の大半がオンラインで完結しているサービスであるため、取引量は増加
- 外出自粛による顧客側のオペレーション混乱は、都心部の一部のみ

- Web営業、電話営業の体制を強化
- コロナ影響の度合いに応じて集客チャネル・送客チャネルを最適化

- 短期** オンライン取引増加 
-
- 中長期** 業界のDXの加速 

4 事業について

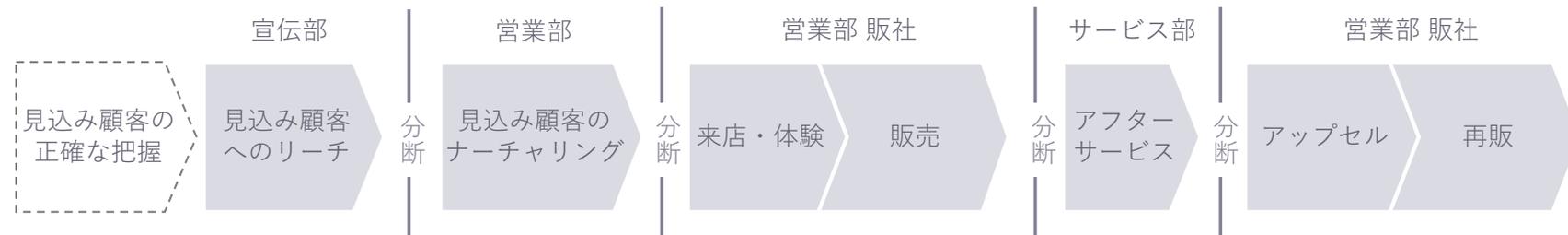
Our Business

1 【MarTech】データ活用によるマーケティングプロセスのDX推進コンサルティングを提供

バリューチェーンが分断したままマーケティング活動を進めているという課題に対し
データ活用を基軸に効率的なプロセスへの組み換えを行い、企業単位でDXを推進

旧来プロセス

統合的なデータ活用が実現していない状態



新プロセス

デジタル前提の効率的なバリューチェーンを実現し、データを統合的に活用した状態



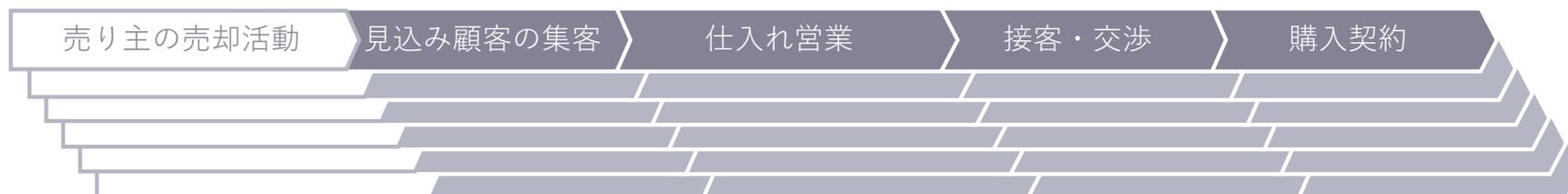
デジタル置換
&
プロセス組み換え

2 【X-Tech】リアル産業のDXを推進するマッチングプラットフォームの運営

オンラインとリアルの両面に顧客接点を構築し、顧客企業群が重複して行っていた仕入れや営業活動等のプロセスをオンラインに最適化。新しいプロセスへの組み換えで、業界単位でDXを推進

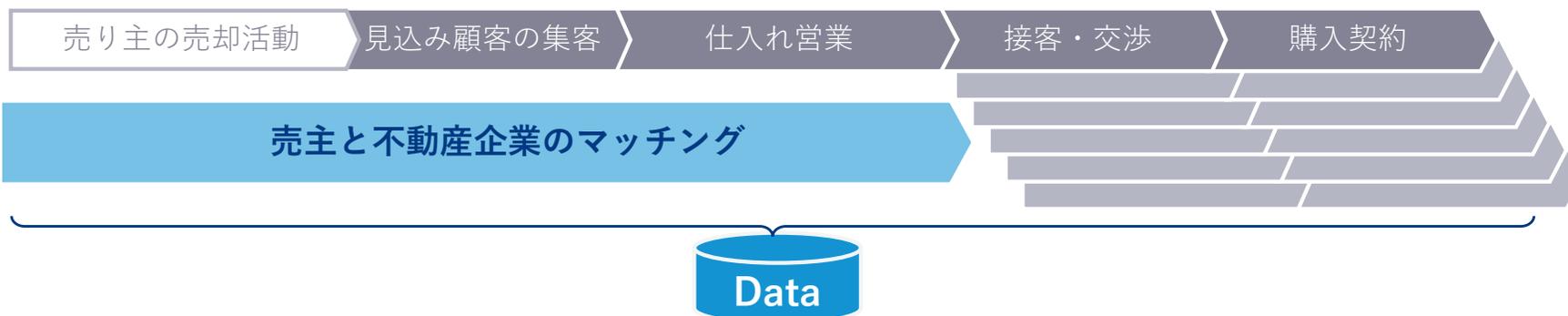
旧来プロセス

プレイヤーが分散することで統合的なデータ活用が実現していない状態



新プロセス

デジタル前提の効率的なバリューチェーンを実現し、データを統合的に活用した状態



デジタル置換
&
プロセス組み換え

最新のデータ分析技術に基づきバリューチェーンの統合を実現する組織能力を有している

①

データ

バリューチェーン上を流通しているデータ、検索データ、見込み顧客データ等多種多様なデータ蓄積により、高深度な分析が可能



②

人材・組織

バリューチェーンの統合を実現するための、データ利活用職種、プロダクト開発職種、ビジネス構築職種を3分の1ずつバランス良く配置



③

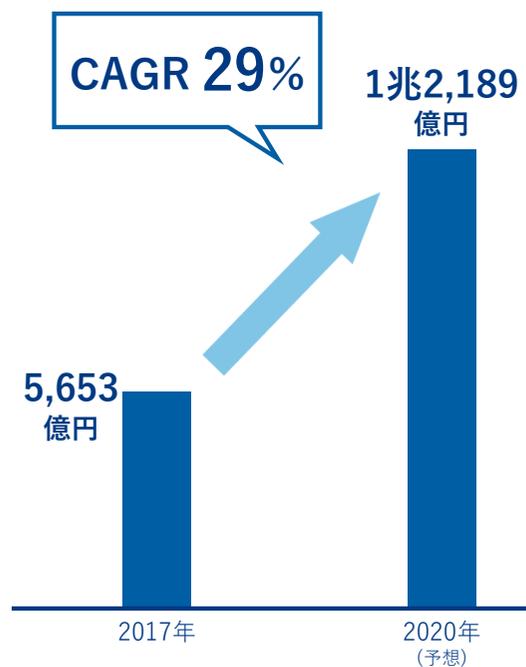
テクノロジー・仕組み

シナジーを発生すべく、アルゴリズム、データドリブンオペレーション、顧客接点等全事業でビジネスアセットを共通化



当社が対象とするDX市場はポテンシャルの大きい成長市場

市場規模

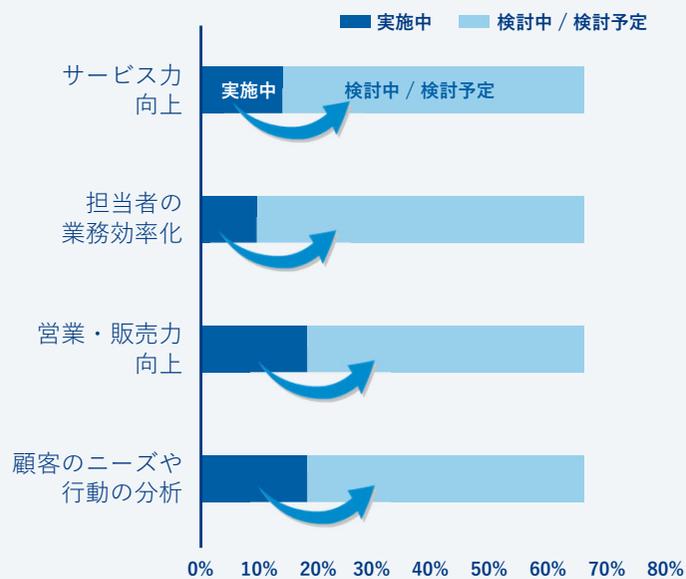


※出典：富士経済「2018 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

DX市場規模の成長ポテンシャル

今後、多岐にわたる業務で取り組みが大幅に増加する

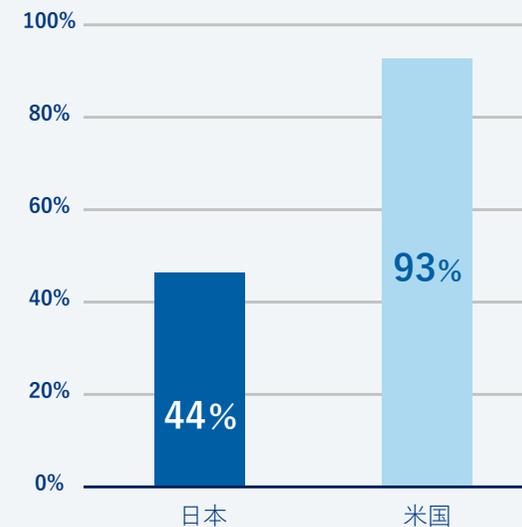
企業のDXへの取組み状況



※出典：野村総合研究所「IT活用実態調査(2017年)」

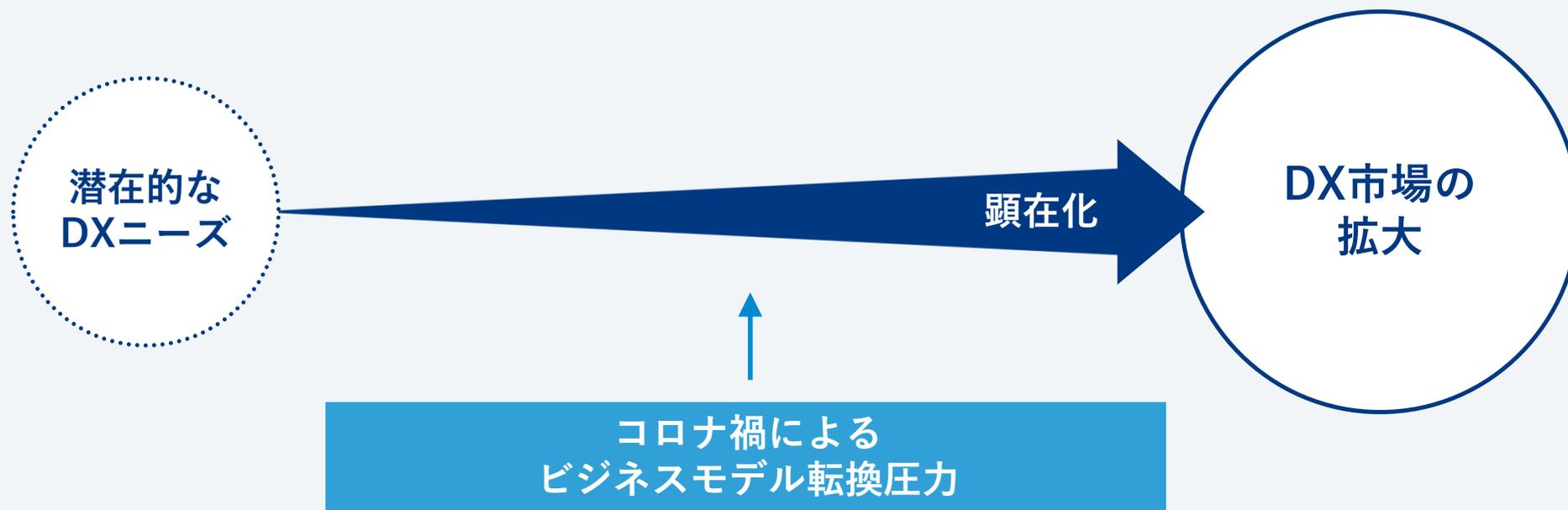
国内企業におけるDX取組み比率はまだ米国の1/2以下

企業のDXへの取組み状況の国際比較



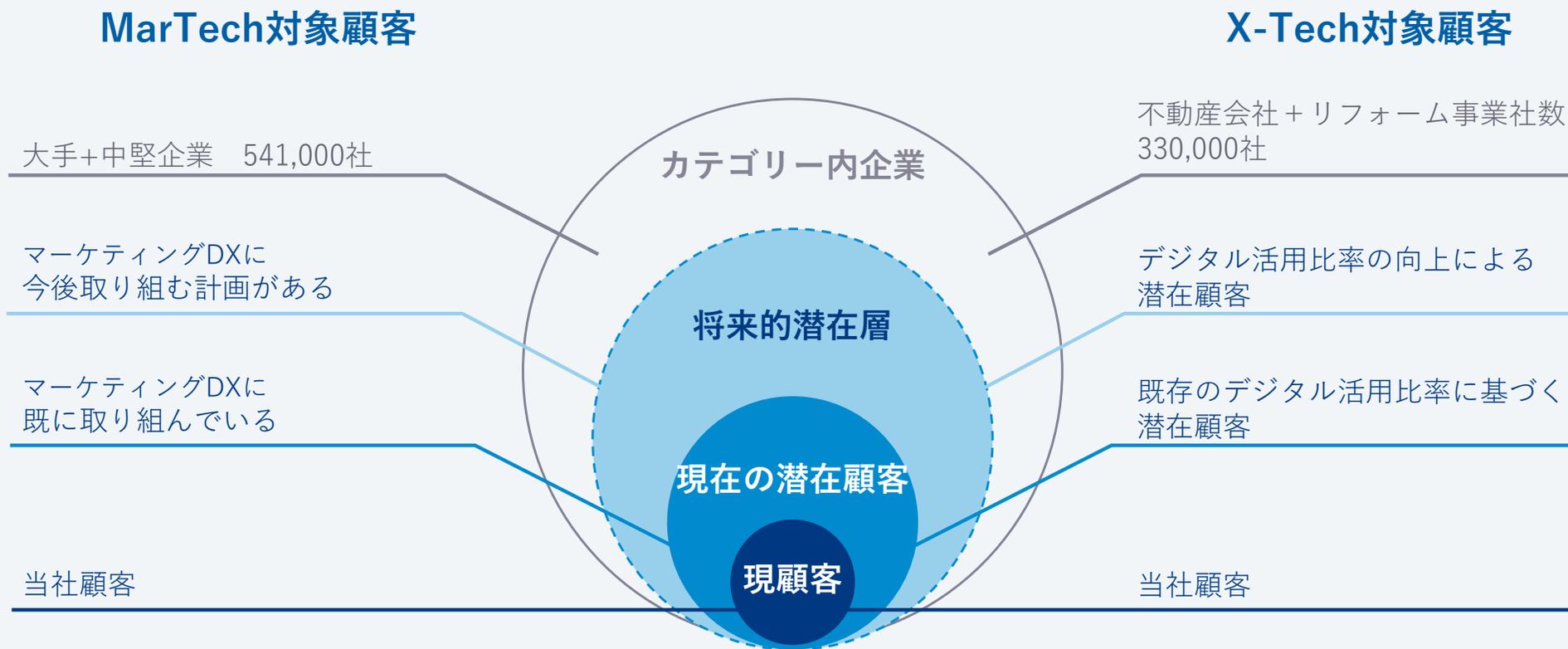
※出典：野村総合研究所「企業における情報セキュリティ実態調査2019」

コロナ禍に伴うDX推進機運の高まりが当社の事業機会を拡大

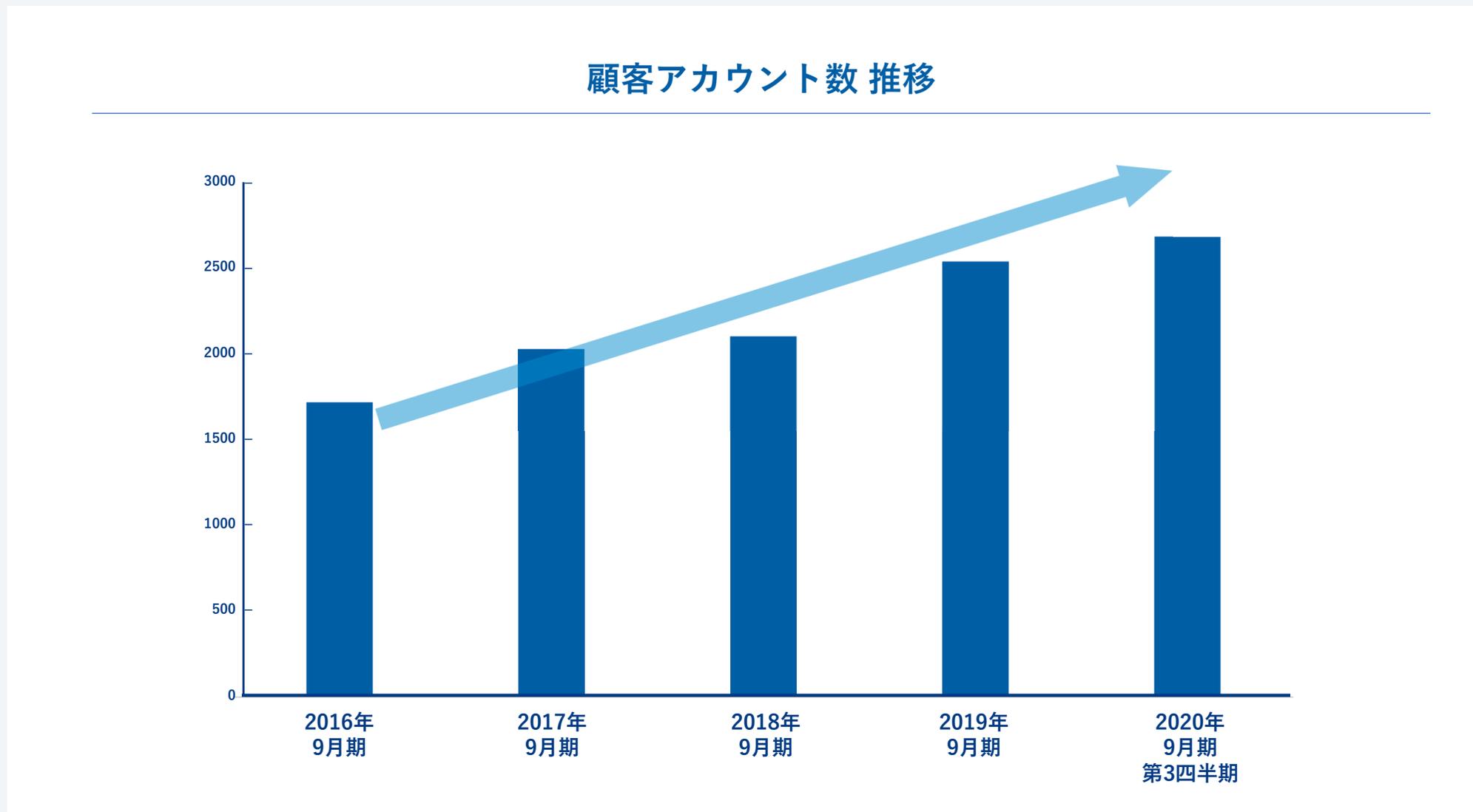


- 一般消費者のオンライン取引ニーズの拡大
- テレワーク導入企業の増加
- 競争におけるデータ活用力の重要性の高まり

現在注力しているMarTech事業とX-Tech事業の顧客開拓余地は極めて大きい



ストック型ビジネスで持続的に顧客アカウント数が拡大

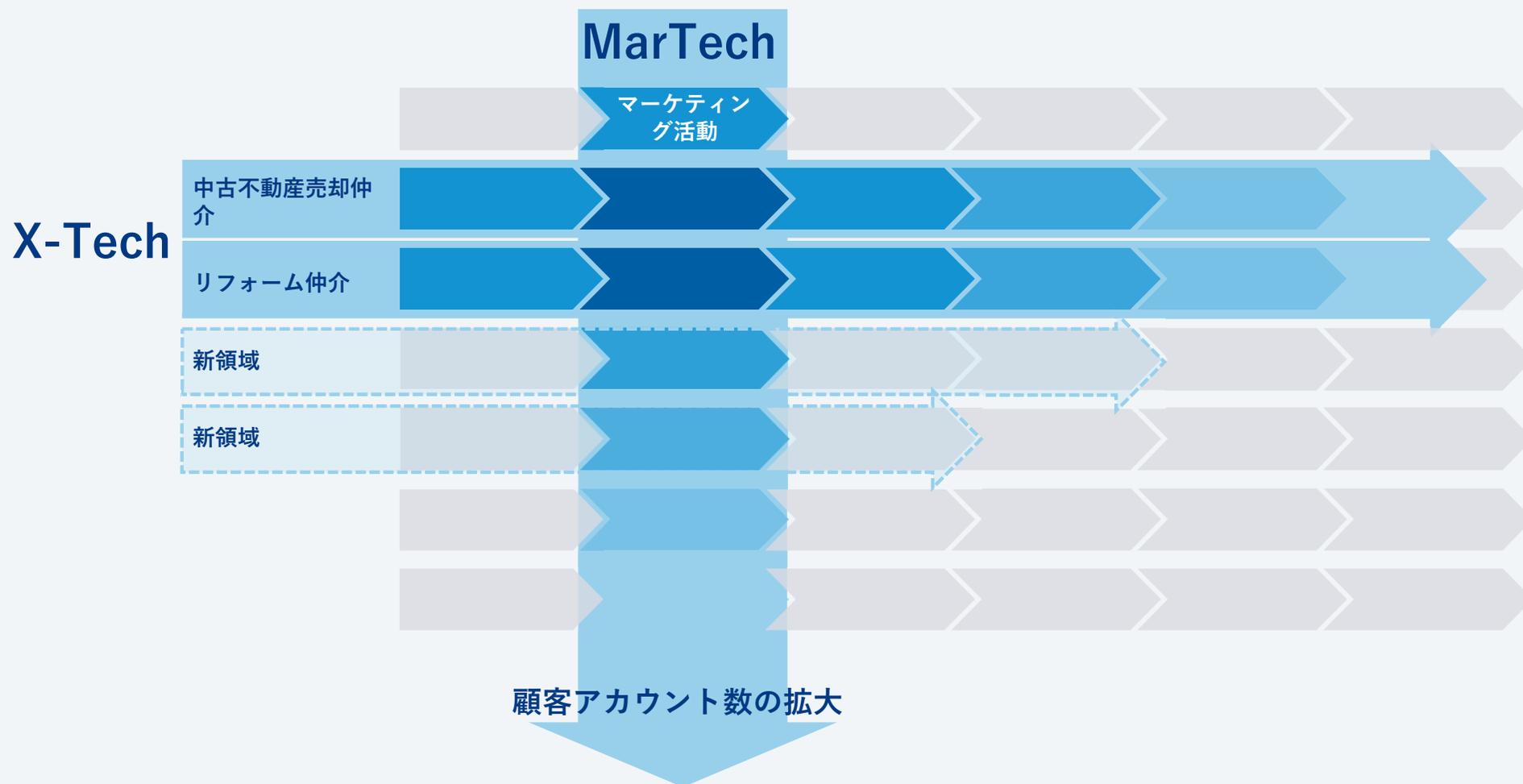


①顧客アカウント数の拡大 ②顧客あたり売上高の拡大 ③販管費比率の低減により成長を図る

	MarTech	X-Tech
顧客アカウント数の拡大	新規顧客の獲得 継続率の向上	新規顧客の獲得 継続率の向上 地方展開の推進
顧客あたり 売上高の拡大	クロスセル サービス拡充	サービス拡充 領域展開
販管費比率の低減	労働生産性の向上	売上高広告宣伝費比率の低減

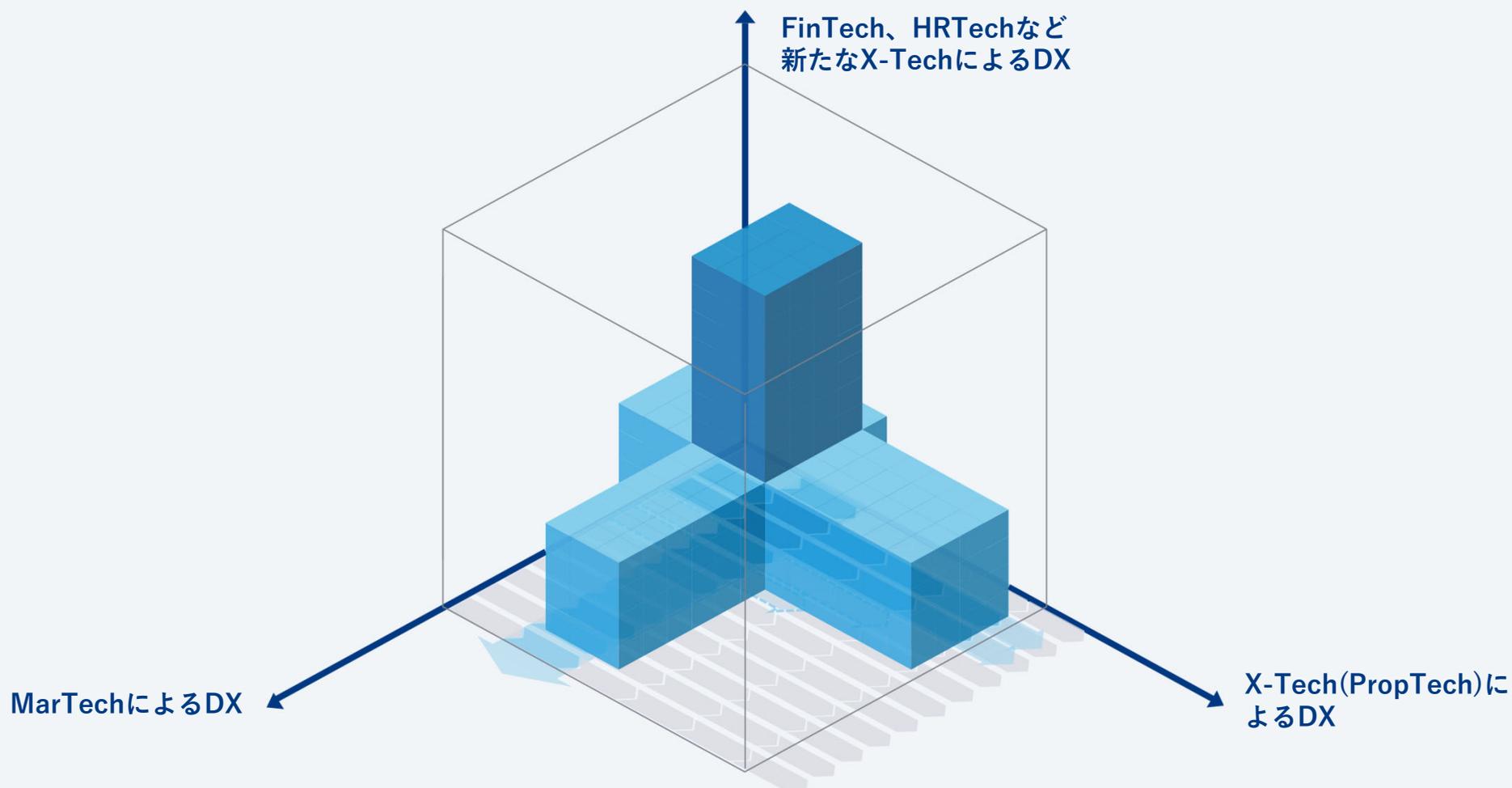
9 今後のビジネス展開

MarTechは顧客アカウント数の増加に、
X-Techはオンライン化比率の低い業界を対象とした領域拡大に取り組む



戦略的な新規事業の開発に投資を続け、企業理念の実現と企業価値の向上を立体的に目指す

X-Techの掛け合わせでDXのインパクトを最大化していく



5 Appendix

Appendix

1 沿革

- 2007年 11月 ● 株式会社Speee設立
モバイルSEO事業（現「Webアナリティクス」事業）を開始
- 2013年 10月 ● DSPを中心としたデジタル広告の「トレーディングデスク」事業を開始
- 2014年 1月 ● 中古不動産売却におけるマッチングサービス「イエウール」事業を開始
- 2015年 12月 ● 外装リフォームにおけるマッチングサービス「ヌリカエ」事業を開始
- 2016年 4月 ● ネイティブアド配信プラットフォーム「UZOU」事業を開始
- 2017年 1月 ● インドネシア共和国に現地求職メディア運営事業を行う海外子会社PT. SPEEE RECRUITMENT NUSANTARA（現連結子会社）を設立
- 2018年 3月 ● ブロックチェーン技術を基盤としたデータプラットフォーム事業を行う国内子会社株式会社Datachain（現連結子会社）を設立
- 2018年 10月 ● データインテグレート手法と予測分析技術を活用したマーケティング支援サービス「PAAM」事業を開始
- 2018年 11月 ● リフォーム関連領域におけるマッチングサービス「ナコウド」（「ヌリカエ」事業内）を開始
- 2019年 8月 ● スマートヘルスケア事業を行う国内子会社株式会社ThinQ Healthcare（現連結子会社）を設立

2 顧客事例①

事業部 PAAM事業部

クライアント プロサッカークラブ

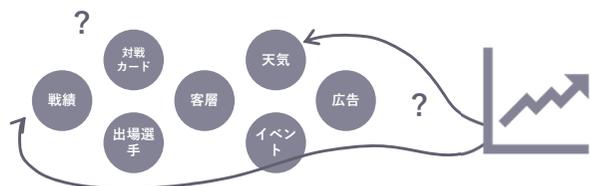
ニーズ概要 Sports Marketing J1チームのマーケティングをデータを使って再構築したい

課題

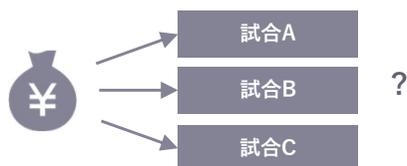
- 1 集客すべきファン層の特徴がわからない



- 2 集客の変数がわからない

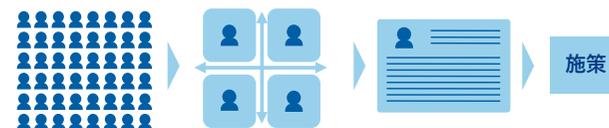


- 3 感覚や過去実績からプロモーション予算を配分しており、最適なかわからない

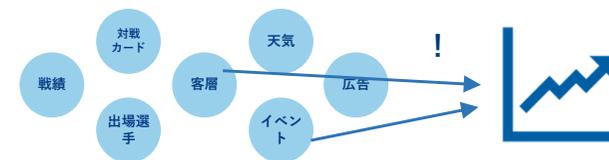


解決

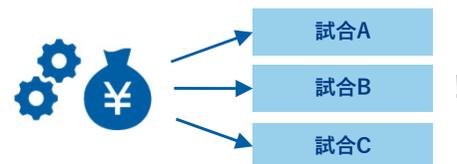
- 1 集客すべきファン層の特徴を分析し、最適なプロモーション施策を設計・実施



- 2 集客の変数を分析し、精緻な予測を可能に



- 3 データ基盤構築&モデル開発・運用によりプロモーション予算の配分を最適化



3 顧客事例②

事業部 Webアナリティクス・トレーディングデスク事業

クライアント 外資系 大手ヘルスケア/トイレタリーメーカー

ニーズ概要 Direct to Consumer(D2C)戦略。直販チャンネルを最適化して販売量を大幅に増やしたい

課題

- 1 小売を通さずWEB経由でユーザーと直接繋がる事で、直販を強化したい

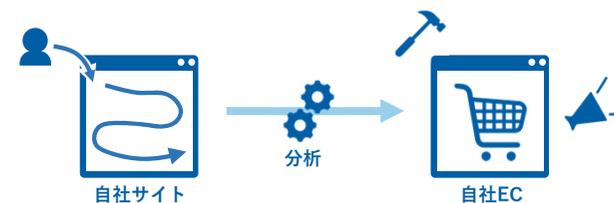


- 2 自社製品のWeb上での情報流通量の相対シェア (Share of Voice)が低く、競合へのスイッチを許している

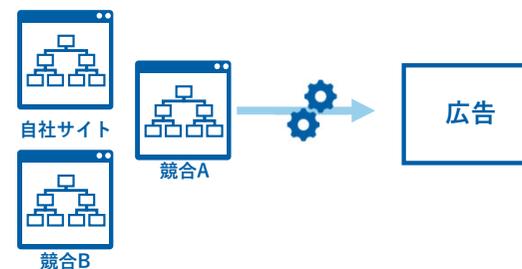


解決

- 1 Webでのユーザーデータを蓄積・分析し情報発信型の自社ECを構築



- 2 自社&競合製品のWeb上でのブランド情報構造を調査・分析し、補強が必要なベクトルを明確化して広告を強化



4 顧客事例③

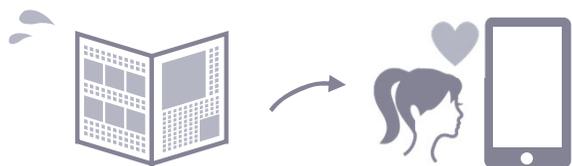
事業部 Webアナリティクス・UZOU事業

クライアント 大手出版社

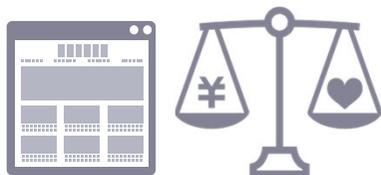
ニーズ概要 古いビジネスモデルからの脱却。雑誌と連動したデジタルメディアを強化する事で収益性を向上させたい

課題

- 1 デジタルシフトによる雑誌離れで若い層を中心に新規読者の獲得に苦戦

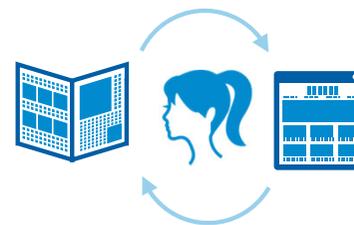


- 2 デジタルメディアにおいてブランドと収益性の両立は難しい

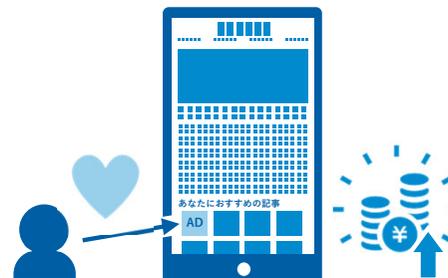


解決

- 1 コンテンツ企画とメディア運営をデータドリブンに行う事で、潜在的な読者層をリアルとデジタルの両軸で囲い込み



- 2 媒体価値と広告効果を最大化するマッチングアルゴリズムでデジタルメディアの広告収益を最大化



5 顧客事例④

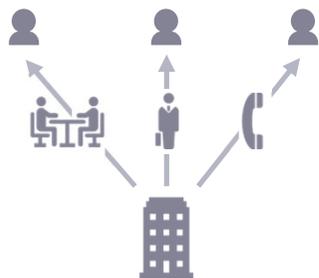
事業部 イエウール事業

クライアント 中規模不動産会社

ニーズ概要 自社で抱えているオフラインを前提としたサービスフローでは接点がない売却意向度の高い見込み顧客に対して最適かつリアルタイムにサービスを提供したい

課題

- 1 見込み顧客の集客を、紹介・チラシ・店舗訪問等オフラインに依拠

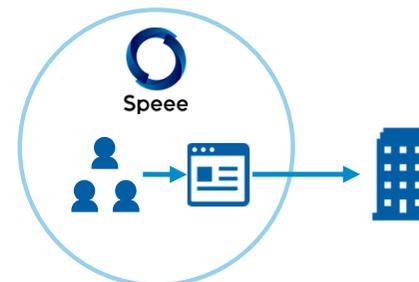


- 2 オフラインを中心とした非効率的な集客と労働集約的な営業プロセス

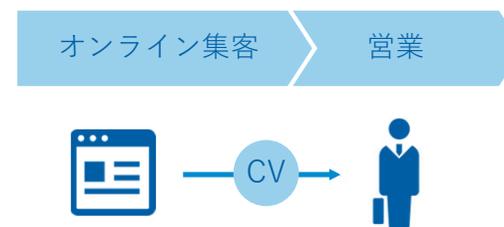


解決

- 1 イエウールを通じたオンライン集客に全面的に変更。売却ニーズの高いユーザーを紹介することで成約率が上昇



- 2 顧客の営業工数を勘案しながら月単位での見込み顧客の紹介を調整



5 顧客事例⑤

事業部 Data Platform事業

クライアント 大手自動車グループ

ニーズ概要 ブロックチェーン技術を用いた車両データ連携の実証実験。「モビリティ領域へのブロックチェーン活用」の可能性・将来性の探求

課題

自動車の二次流通における課題

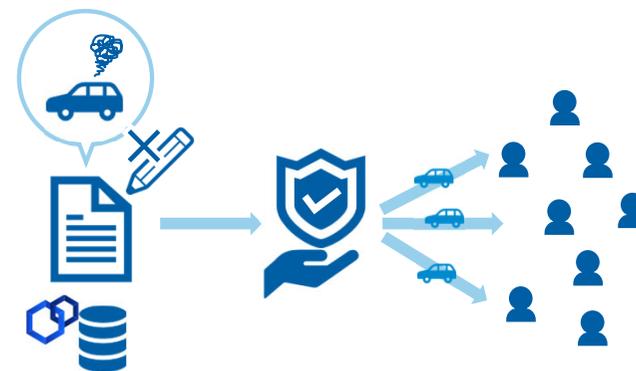
中古車査定の根拠となる走行データ・整備データ等を唯一無二のデジタル上での車両IDと紐付けて記録する等、より信頼性の高い車両履歴に基づく査定・二次流通の手段が求められている



解決

改ざん不可能な技術で流通を促進

ブロックチェーンによって改ざんを実質不可能な状態にすることで、車両履歴が信頼できるようになり、中古車の正当な査定を可能にし、二次流通を促進



本資料において提供される情報等は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

これらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

お問い合わせ先

経営管理本部

Email : ir@speee.jp

IR情報 : <https://speee.jp/ir/>