



株式会社 Speee
証券コード：4499

2022年9月期 通期決算説明資料

2022年11月11日



目次



1	2022年9月期 第4四半期 業績	P03
2	投資計画	P12
3	業績予想	P17
4	成長戦略に関するトピック	P21
5	サステナビリティに対する取り組み	P28
6	事業概要	P33
7	Appendix	P55

Mission

解き尽くす。
未来を引きよせる。

情報と情報、
人と人、
サービスとサービス、
すべてを連鎖させ、
世界を前に進める企業になる。

1 2022年9月期 第4四半期 業績

全社 収益認識に関する会計基準の適用について

- 2022年9月期第1四半期より「収益認識に関する会計基準」を適用
- マーケティングDXのうち広告関連事業の売上をネット計上に変更

変更前



グロス計上：

クライアントから広告運用額を受領し売上として計上
広告媒体への広告出稿額を売上原価として計上
売上と売上原価をグロスで計上

変更後



ネット計上：

クライアントから広告運用額を受領
広告媒体へ広告出稿額を支払い
両者を差し引き、ネット金額で売上計上
売上総利益以下の金額には影響なし

※当社グループは、当第1四半期連結会計期間の期首から「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用しております。これにより本資料2021年9月期以前のマーケティングDXセグメントの業績に関して比較の観点から当該基準を適用したものと記載しております。

全社 2022年9月期 第4四半期 業績ハイライト



- 売上高は4四半期連続で過去最高を更新
- 営業利益は介護領域等新サービスへの投資ありながらも前年同期比で増加

売上高

3,011百万円

前年同期比

+18.1%

売上総利益

2,547百万円

前年同期比

+20.7%

営業利益

383百万円

前年同期比

+34.9%

EBITDA

412百万円

前年同期比

+18.9%

四半期
純利益

309百万円

前年同期比

△6.8%

全社 2022年9月期 第4四半期 損益計算書サマリー



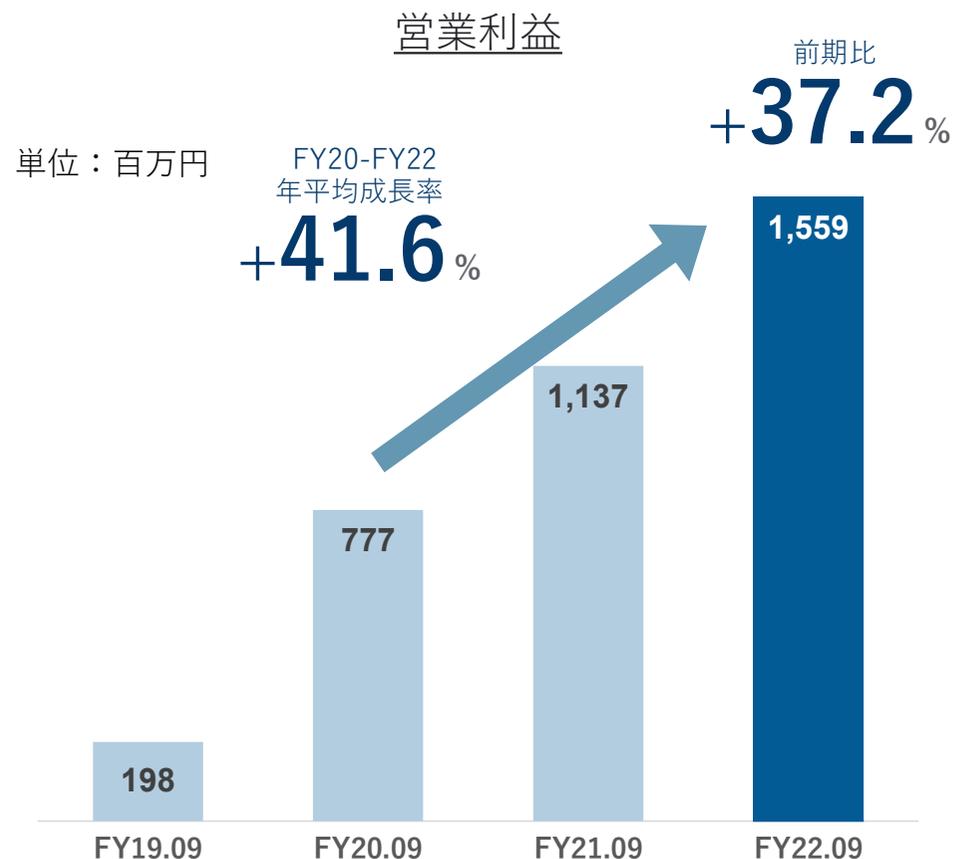
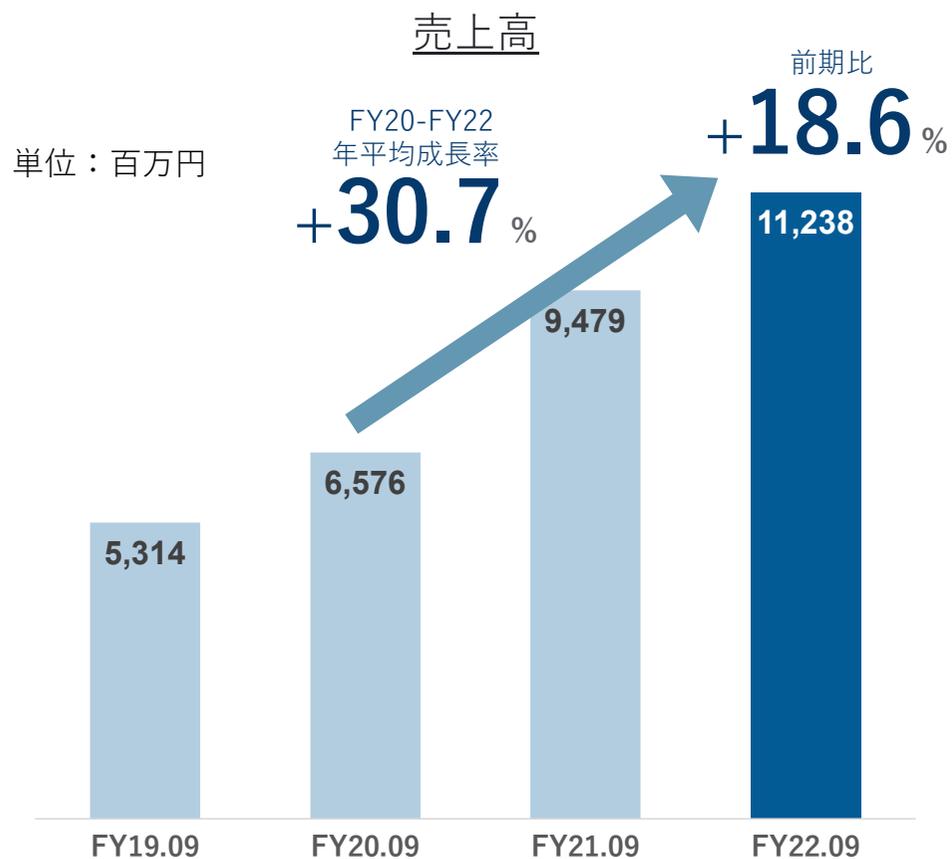
■ 業績予想に対し売上高は下振れたものの、各段階利益については上回って着地

単位：百万円	実績	比較				進捗		
		前年同期		前四半期		会社予想	4Q累計	達成率
		実績	増減率	実績	増減率			
売上高	3,011	2,550	18.1%	2,858	5.3%	12,485	11,238	90.0%
営業利益	383	284	34.9%	279	37.3%	1,501	1,559	103.9%
経常利益	391	336	16.6%	286	36.8%	1,499	1,589	106.0%
EBITDA	412	346	18.9%	304	35.3%	1,575	1,663	105.6%
四半期純利益	309	332	△6.8%	182	69.9%	977	1,082	110.8%

全社 売上高・営業利益



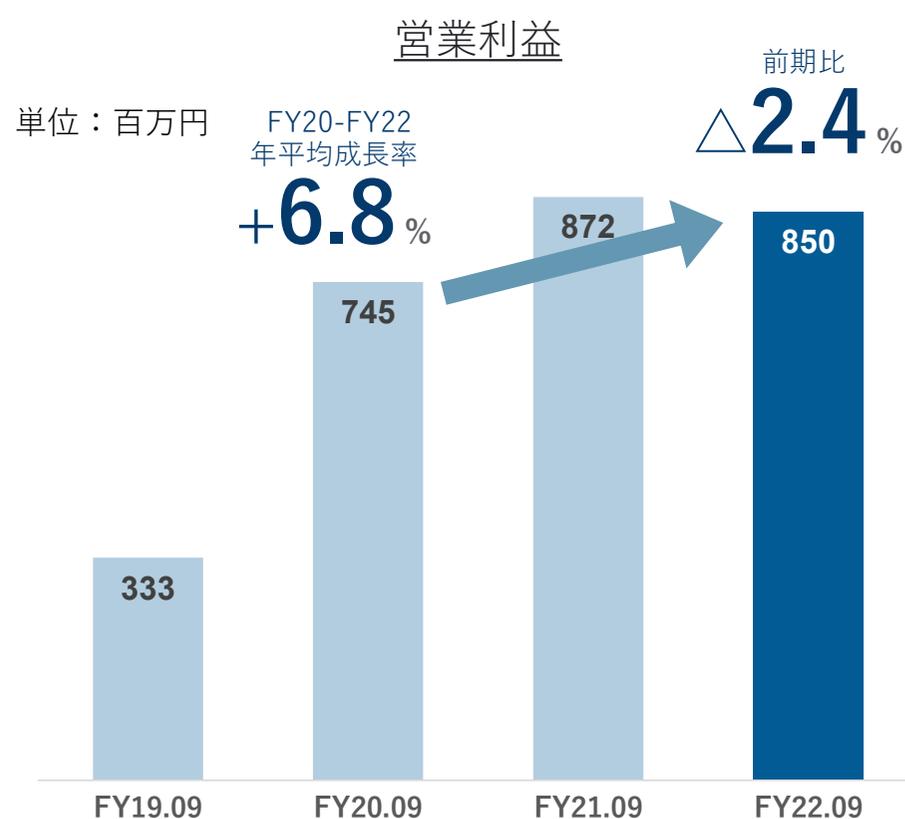
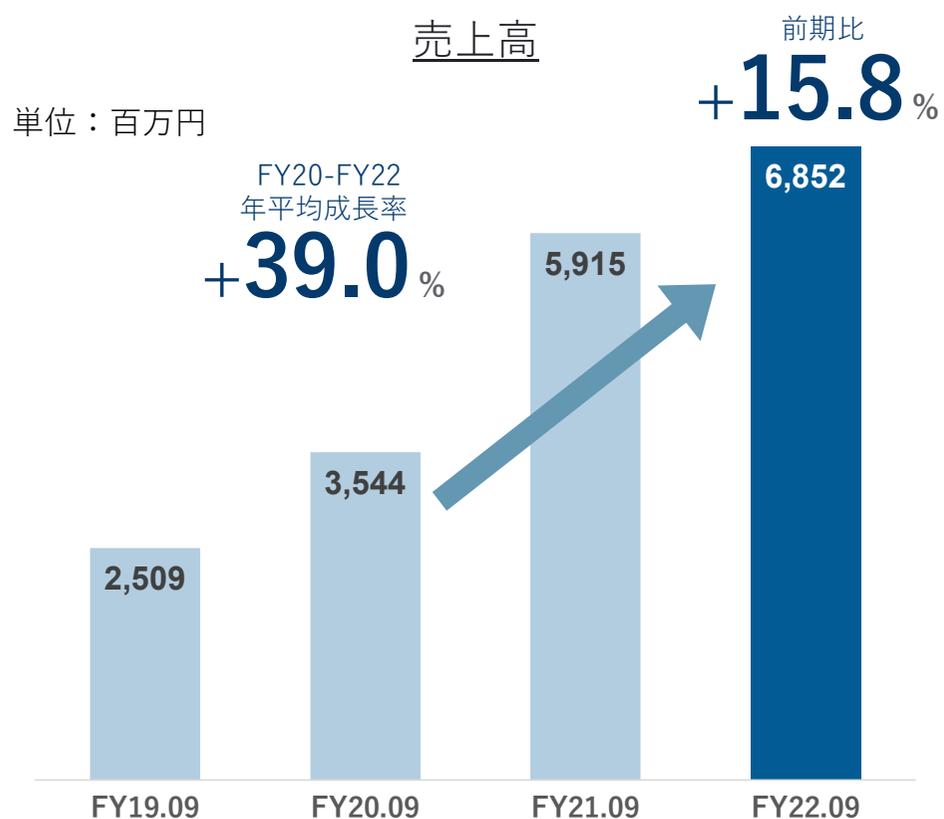
■売上高・営業利益ともに高い成長率を実現し、過去最高を更新



不動産DX 売上高・営業利益

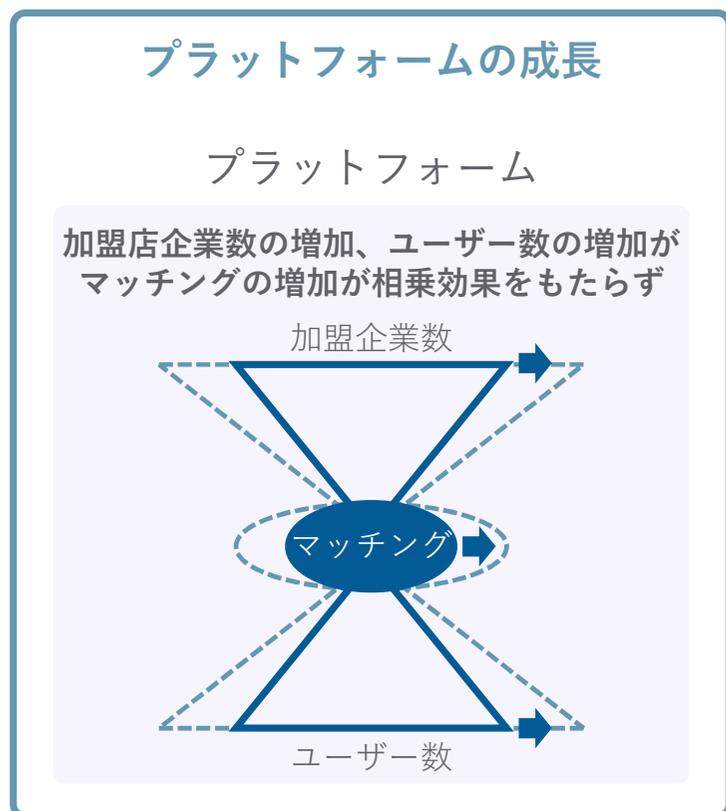


- 売上高は高い成長率を実現
- 営業利益は介護領域やTVCMへの投資により横ばい

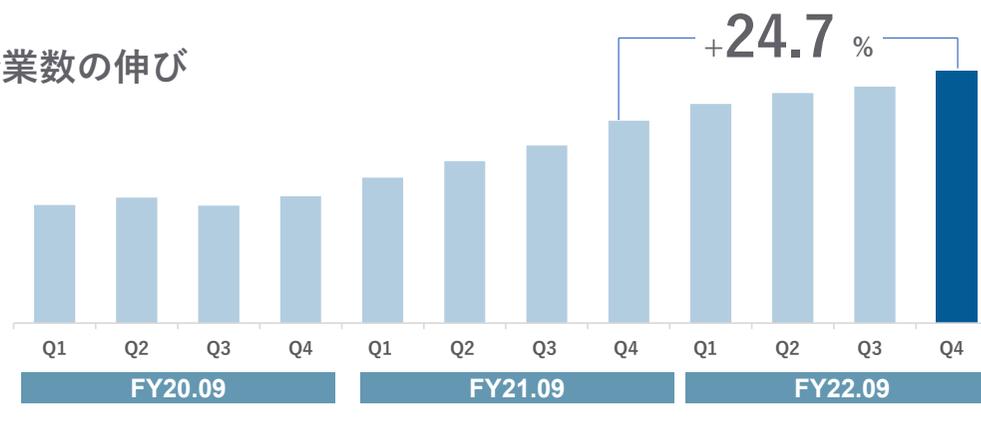


不動産DX 主要KPI

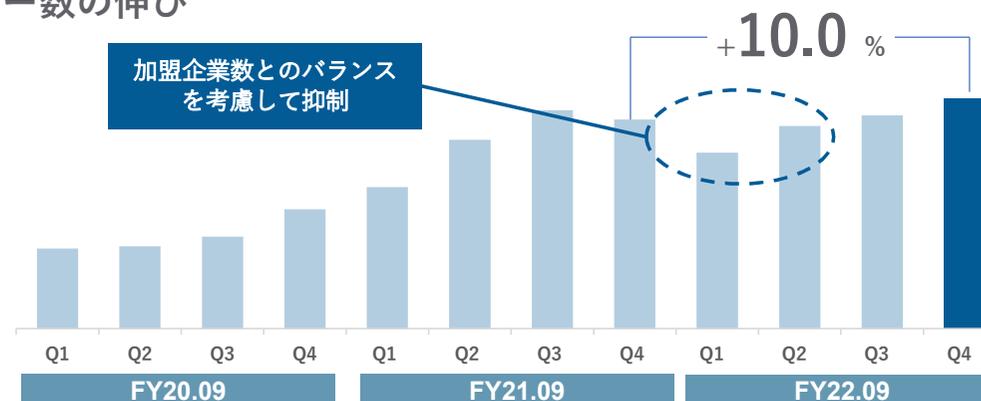
- 加盟企業数は順調に増加
- ユーザー数は上期に一時的な抑制があったものの順調に増加



加盟企業数の伸び



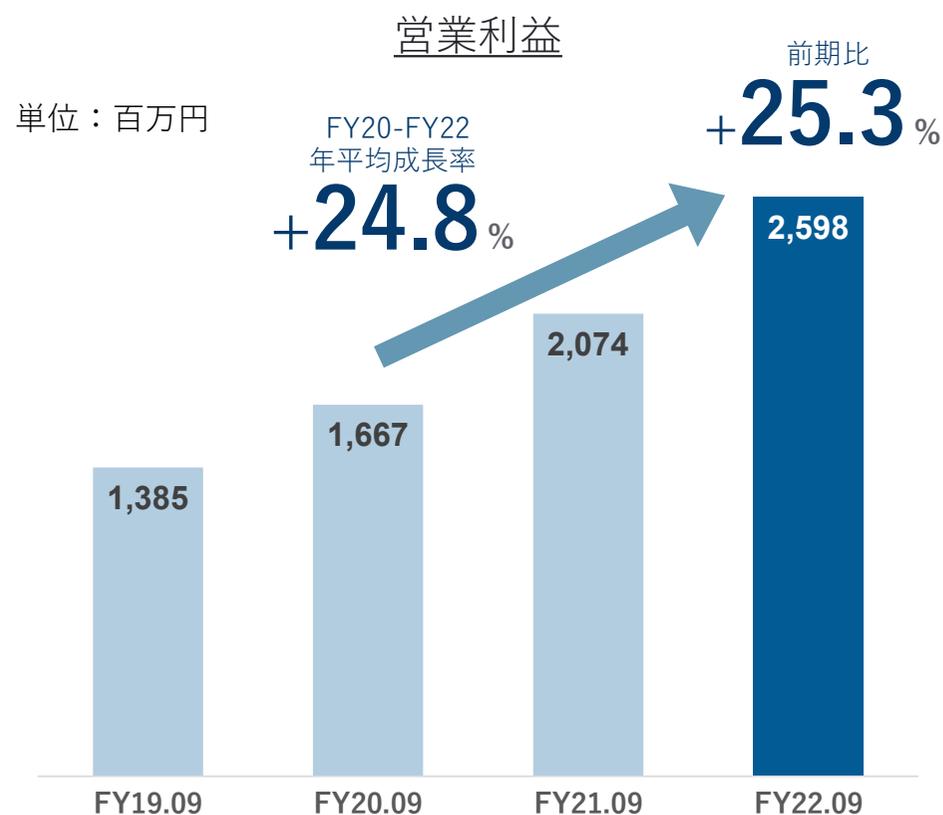
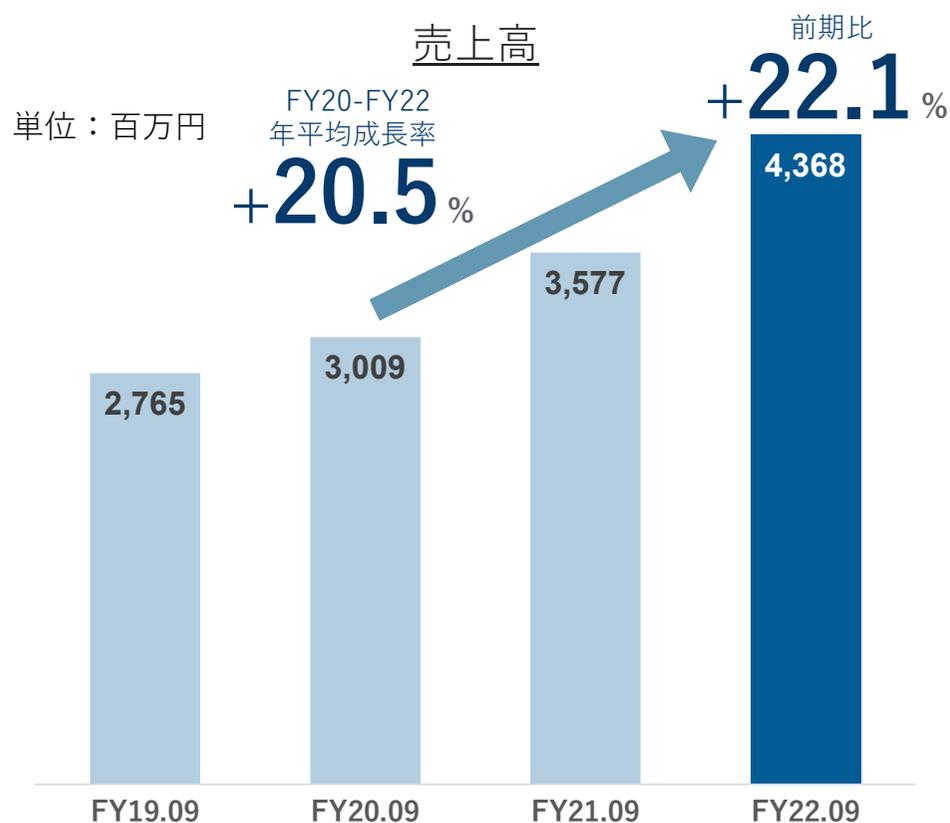
ユーザー数の伸び



マーケティングDX 売上高・営業利益



■売上高・営業利益ともに高い成長率を実現し、過去最高を更新



マーケティングDX 主要KPI



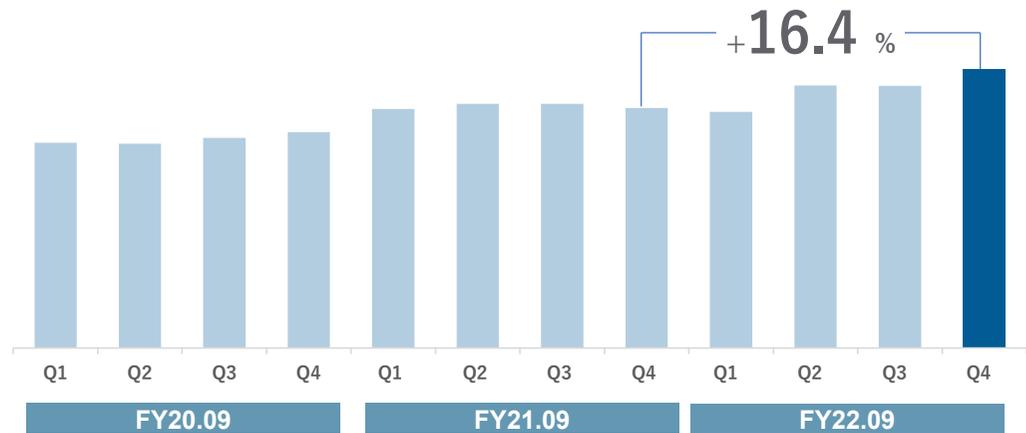
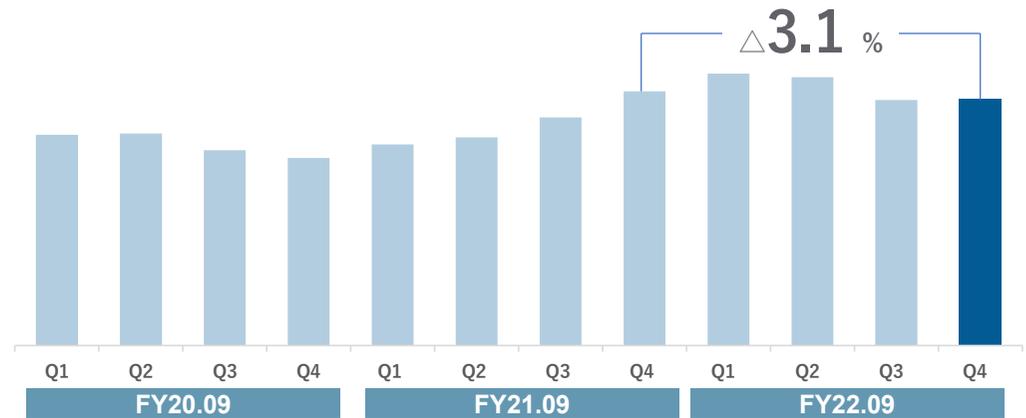
- 高単価案件の獲得へのシフト及び受注抑制により、新規受注数は減少
- 新規受注単価の向上及び既存顧客単価の上昇により顧客単価は大きく上昇

安定的成長
×
収益性向上

コンサルティング
顧客数



コンサルティング
顧客単価※



※ 今回から、より実態を表すKPIとしてコンサルティング顧客単価を開示

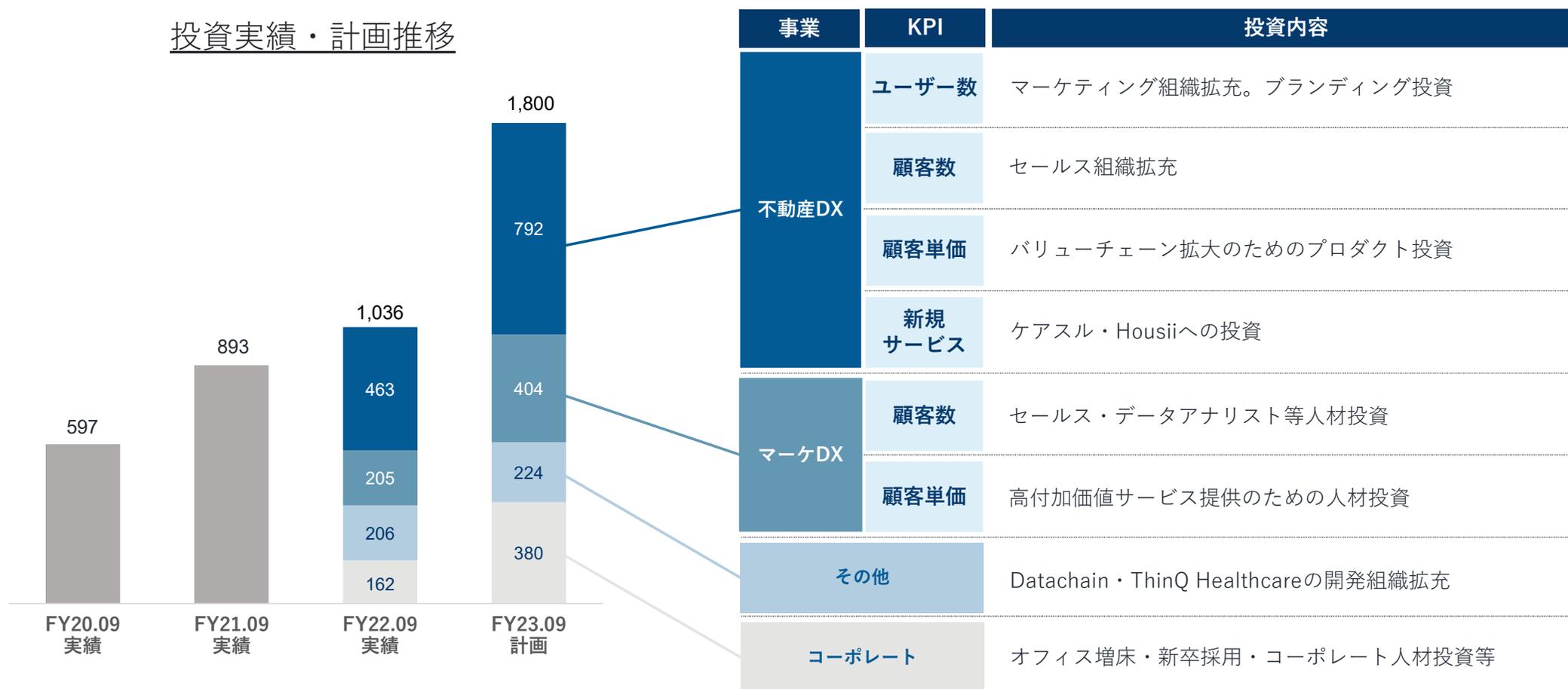
2 投資計画

全社 2023年9月期 投資計画



■2023年9月期を投資期と位置づけ、各事業において投資に踏み込む

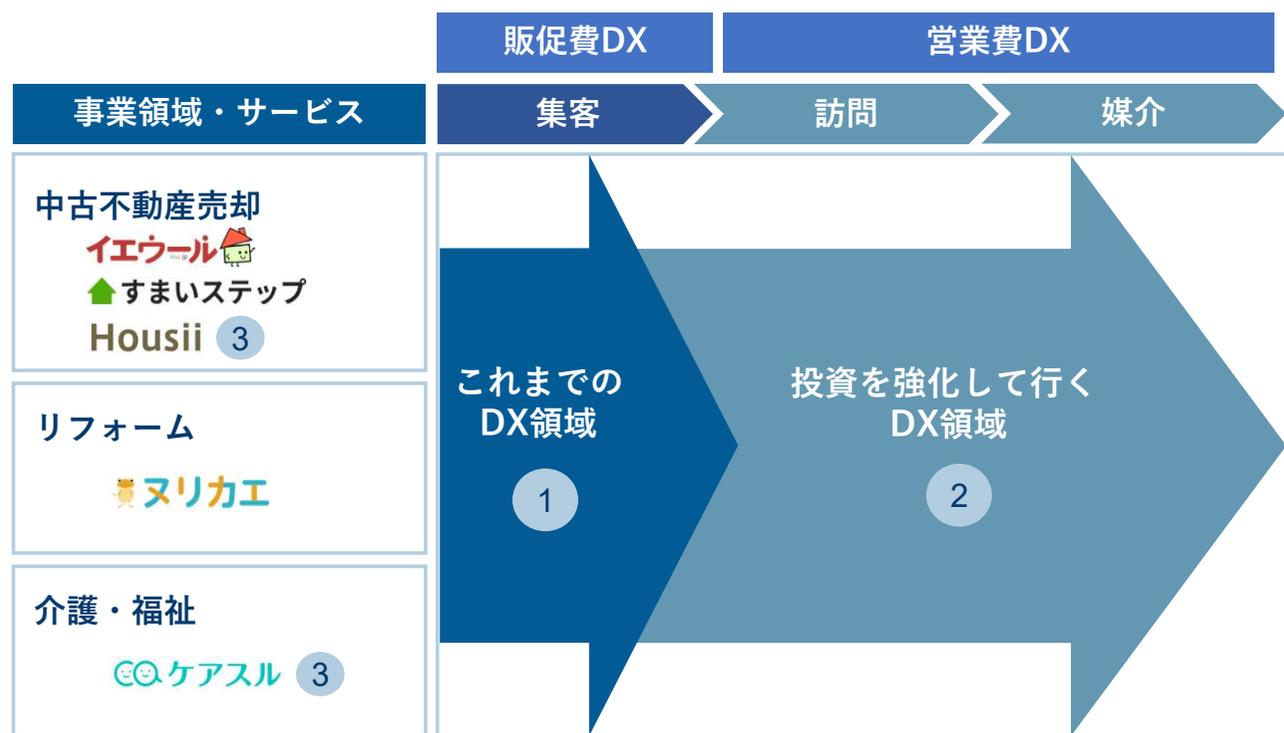
投資実績・計画推移



不動産DX 投資計画



- シェアNo.1を盤石なものとするためさらなるDX化を進め792百万円の投資を実行
- 既存事業の基盤強化、バリューチェーン拡大、新規サービスへの投資を行う



① 既存領域の人材・組織拡充

- ・マーケティング組織の拡充
 - ・自社サイト、提携サイトの強化に加え、集客ポートフォリオを強化するためのブランディング投資を実行
- 寄与するKPI：ユーザー数増加・顧客単価向上

② 営業費DXのためのプロダクト投資

- ・営業費DXのためのプロダクト投資を加速
AI査定ツール
営業支援ツール
CRMツール 等
 - ・セールス組織の拡充
- 寄与するKPI：顧客数増加・顧客単価向上

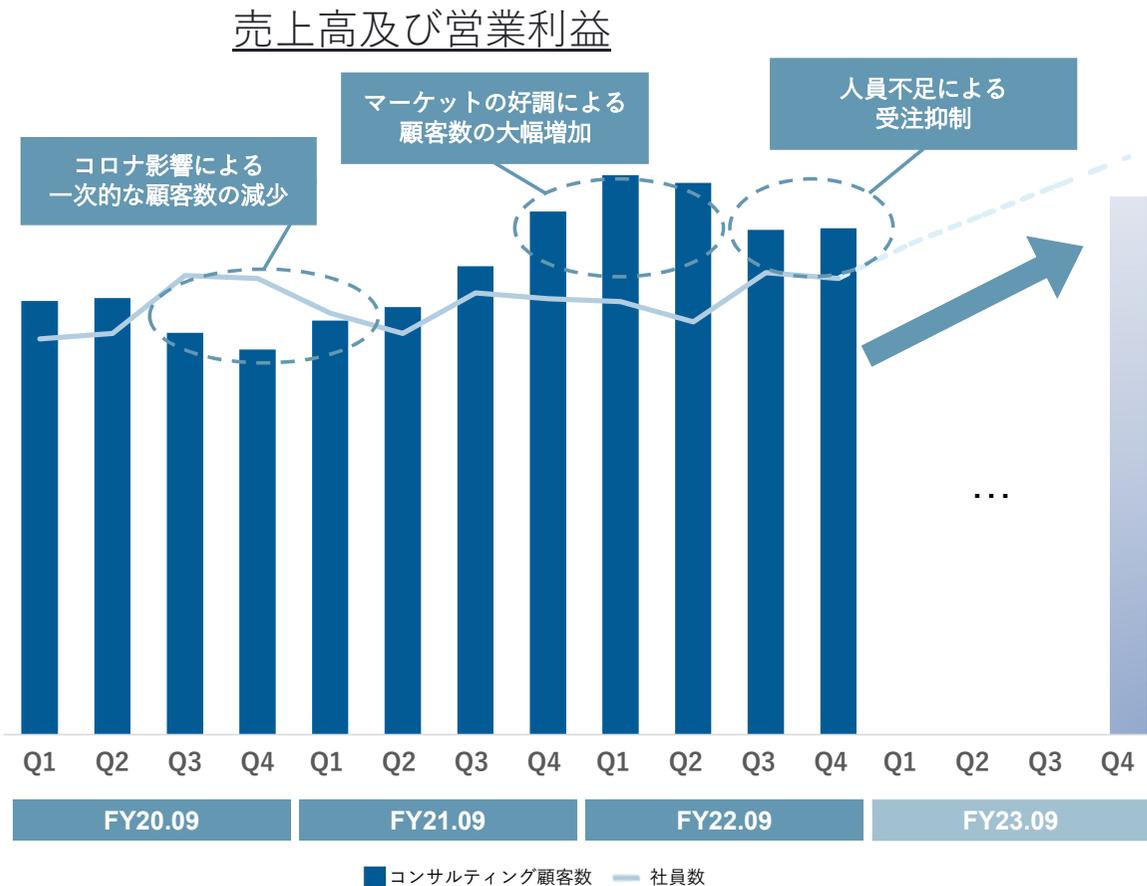
③ 新規サービスの伸長

ケアスル・Housiiの売上成長のために、マーケティング投資・開発投資を実行

マーケティングDX 投資計画



■重点的な人材投資によりコンサルティング顧客数増加を計画



マーケティングDX業績予想の前提

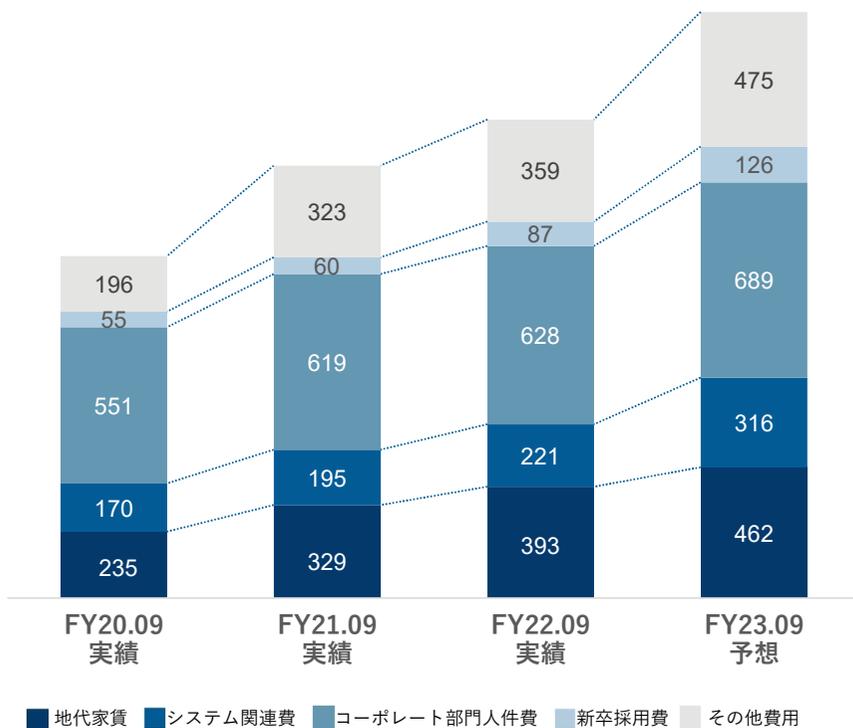
- 21年9月期下期から大きく顧客数が伸びている通り企業のマーケティングDXに対するコンサルティングニーズは高く、顧客単価も継続的に上昇している。この機会を捉えるべく重点的な人材投資を行う。
- 22年9月期は新卒採用による増員があったものの、中途採用の不調や退職の発生等により、人員不足の状況。23年9月期は以下の施策により、大幅な人員増加を見込む
 - 新卒採用（全社で60人）
 - 中途採用担当者数の増加
→21年9月4人、22年9月7人、23年9月10人
 - 報酬設計の見直し

コーポレート 投資計画



- 地代家賃・新卒採用費・コーポレート部門人件費の増加を見込む
- 新卒採用費を除き、23年9月期で当面の投資を完了

コーポレート費用



コーポレート業績予想

- ・ **地代家賃**
2023年1月より一部オフィスを移転し拠点を集約
オフィススペースは1.2倍となり、地代家賃増加も同程度
リモート勤務を併せて効率的な働き方に取り組む
- ・ **新卒採用費**
今後も継続的に新卒採用数を増加させる
入社一人当たり採用費は維持
- ・ **コーポレート部門人件費**
組織規模の拡大に合わせて増加

新卒採用費を除き、23年9月期で当面の投資を完了

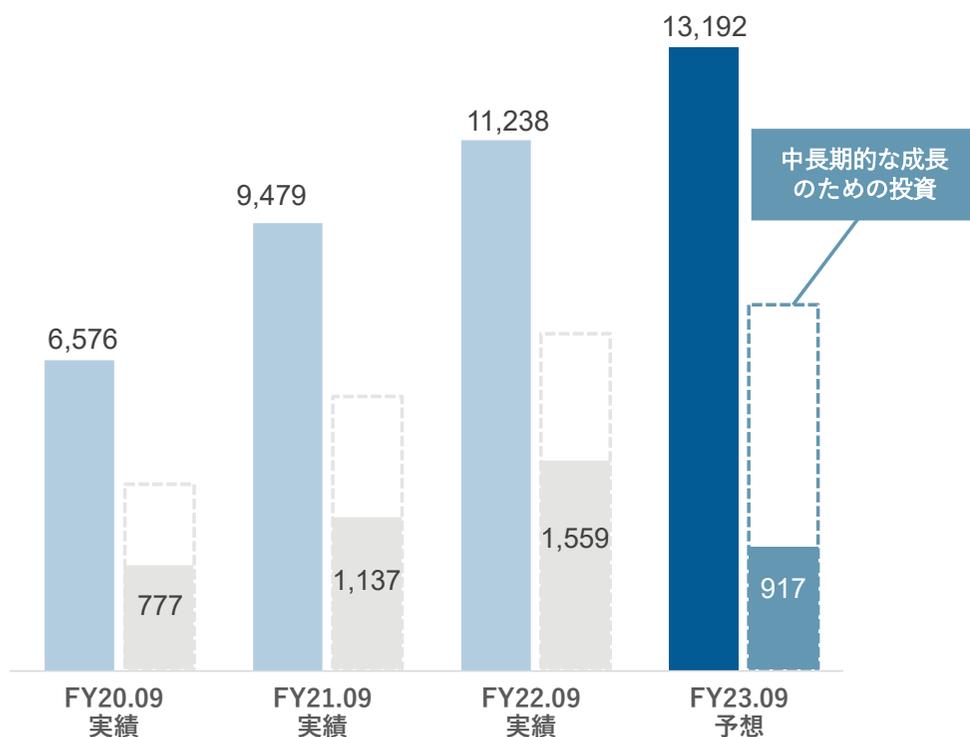
3 業績予想

全社 2023年9月期 業績予想



- 不動産DXを中心に売上高は高い成長を見込む
- 中長期での持続的に120%の成長を目指し先行投資を行う

売上高及び営業利益推移



※点線は投資前利益

	2022年9月 期 実績	2023年9月期 予想	増減率
売上高	11,238	13,192	+17.4%
不動産DX	6,852	8,602	+25.5%
マーケティングDX	4,368	4,589	+5.1%
営業利益	1,559	917	△41.2%
不動産DX	850	758	△10.9%
マーケティングDX	2,598	2,422	△6.8%
経常利益	1,589	935	△41.2%
EBITDA	1,663	1,013	△39.1%
当期純利益	1,082	374	△65.5%

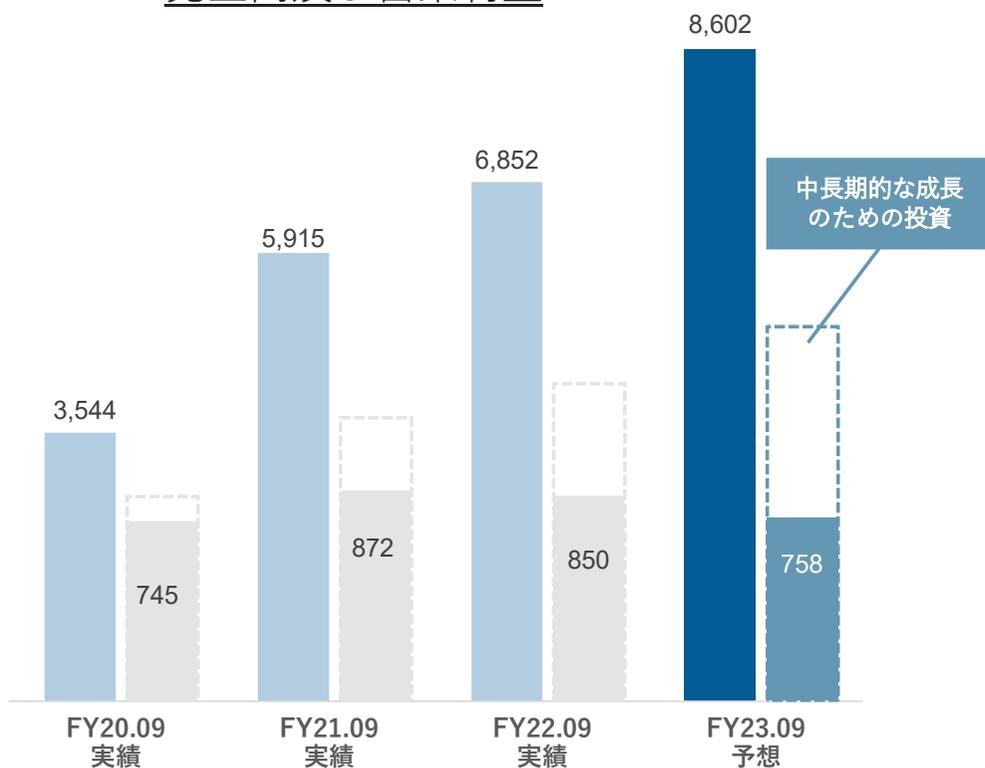
単位：百万円

不動産DX 業績予想



- 既存サービス・新規サービスの伸長により高い売上成長を見込む
- 中長期の成長を見据えて人材投資・開発投資・マーケティング投資を継続

売上高及び営業利益



※点線は投資前利益

不動産DX業績予想

- **売上高**
イエウール・ヌリカエの既存サービスの伸長に加えて、ケアスル・Housii等新サービスの売上増加により、8,602百万円（前期比25.5%増）を見込む
- **営業利益**
既存サービスのユーザー数増加・顧客数増加のための投資及び顧客単価向上のためのプロダクト投資を行う。また、ケアスル・Housii等新規サービス伸長のためのマーケティング投資及び開発投資により、営業利益は758百万円（前期比10.9%減）を見込む

バリューチェーンの拡大により、中長期で売上高は125%の継続的な成長を、営業利益率は20%台を目指す。

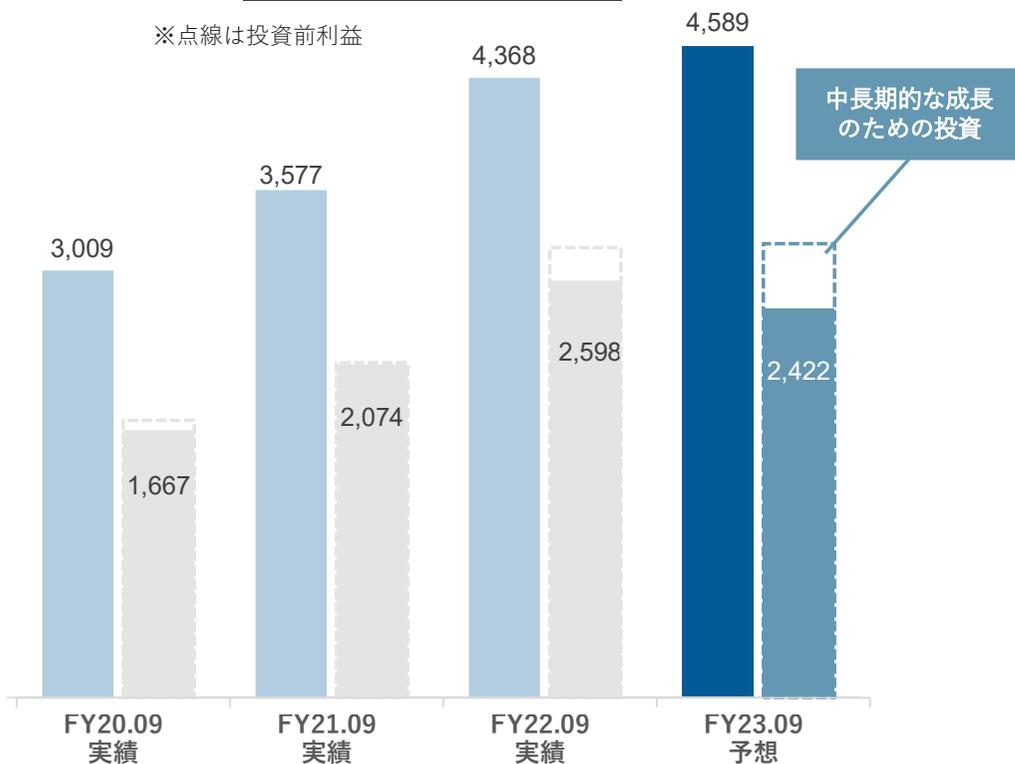
マーケティングDX 業績予想



- 人材投資の強化により23年9月期は増収減益を見込む
- 中長期での継続的な120%成長のために、組織体制の拡大に投資を実施

売上高及び営業利益

※点線は投資前利益



※点線は投資前利益

マーケティングDX業績予想

- **売上高**
23年9月期は積極的な人材投資を行うが、戦力化までに一定の時間がかかること、それに伴い新規受注の積み上げによる顧客数増加は下期からなることを想定。一方、引き続き顧客単価の上昇は続く見通しであり、売上は4,589百万円（前期比5.1%増）を見込む。24年9月期以降、人員の戦力化による本格的な顧客増加と顧客単価の増加によって、継続的な120%の売上成長を見込む。
- **営業利益**
セールス・データアナリスト等人材投資を強化により営業利益は、2,422百万円（前年比6.8%減）を見込む。

人材投資により中長期で120%の継続的な売上成長を目指す

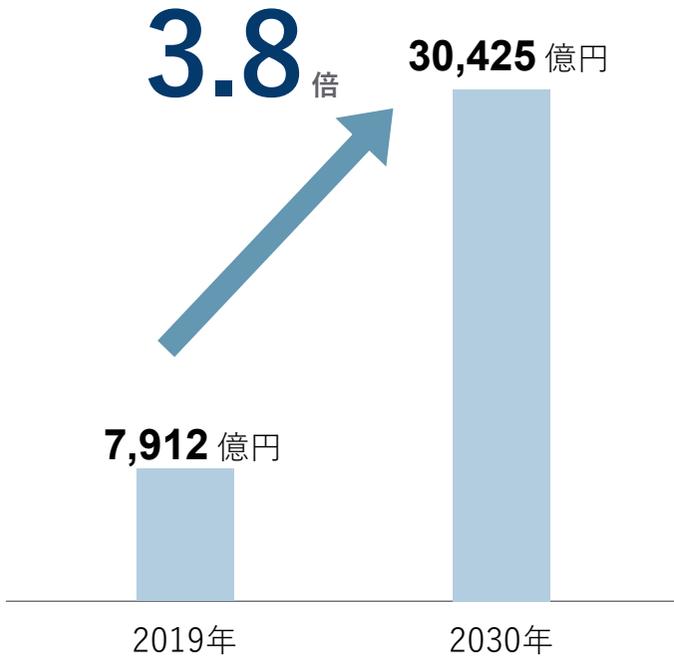
4 成長戦略に関するトピック

DX市場全体の成長ポテンシャル



■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

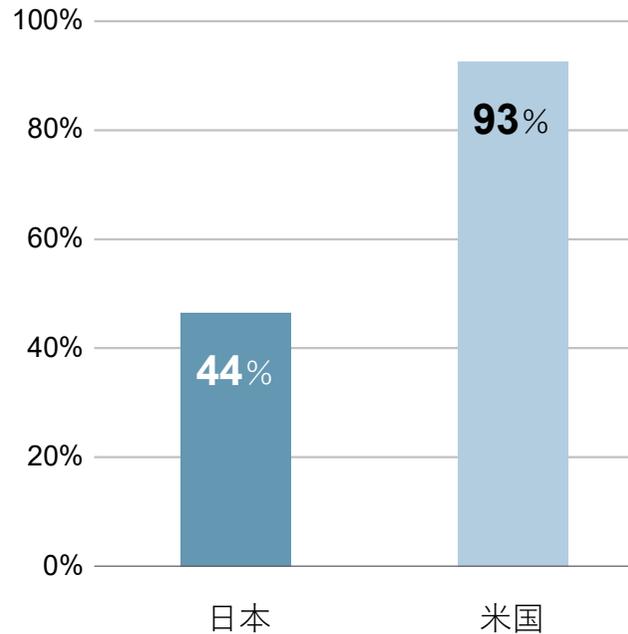
市場規模の成長



※出典：富士キメラ総研「2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

企業のDXへの取組み状況の国際比較

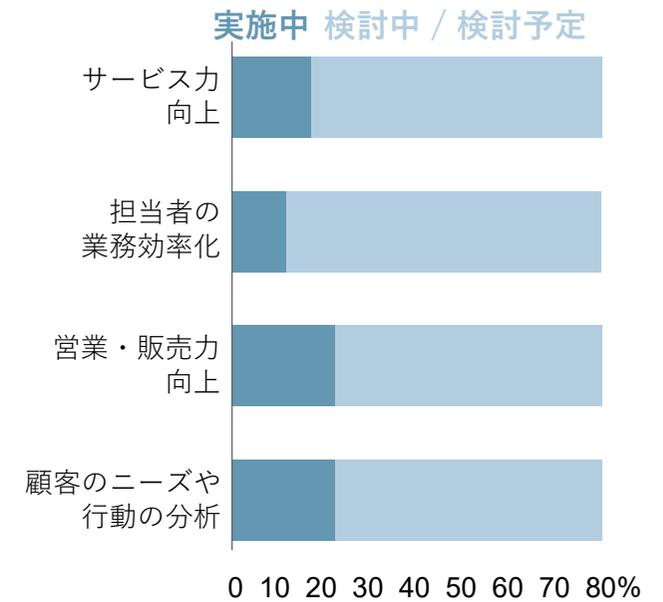
国内企業におけるDX取組み比率は
まだ米国の1/2以下



※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」

企業のDXへの取組み状況

今後、多岐にわたる業務で
取組みが大幅に増加する

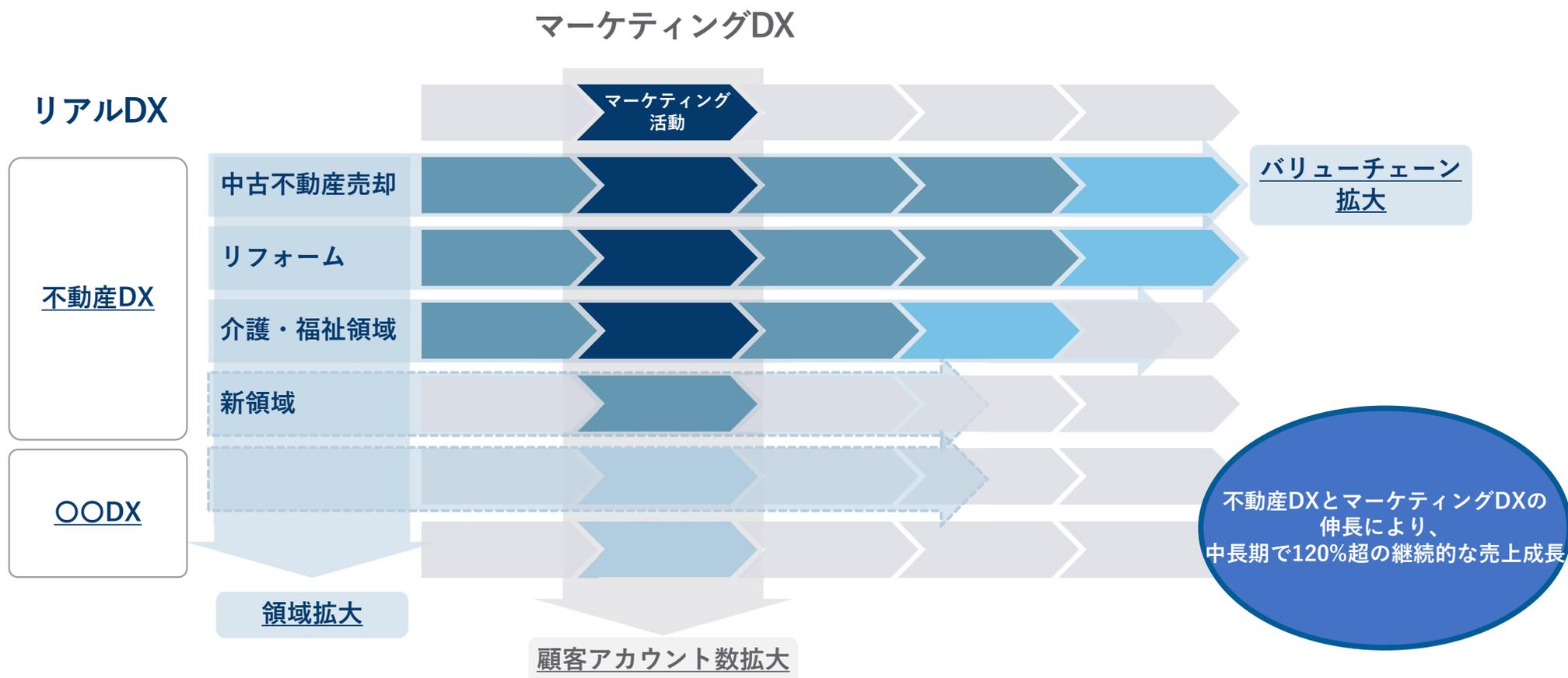


※出典：野村総合研究所「IT活用実態調査(2017年)」

事業の成長方向性



- 不動産DXは、対象バリューチェーンを拡大させながら新領域開発に取り組む
- マーケティングDXは、顧客アカウント数の増加に取り組む



主な成長トピック



- 不動産DXにおいて業務提携を強化
- マーケティングDXにおいてGA4移行・活用支援サービスを開始

成長トピック

関連セグメント

- マンションノート、鎌倉新書社等との業務提携

不動産DX

- Quickwin CDPサービスの提供開始

マーケティングDX

- Datachainのインターオペラビリティプロダクト(※1)「LCP」、
「YUI」の展開をパブリック/エンタープライズブロックチェーン
で推進

新規事業
(Datachain)

※1 インターオペラビリティ：様々なブロックチェーン同士を相互に運用可能とするための技術のこと

不動産DX 業務提携を強化

- 鎌倉新書社、マンションノート等と業務提携
- 同社サービス利用者の、不動産DX各サービスへの紹介を強化



鎌倉新書社の運営する「いい相続」などのサービスを利用するユーザーのうち、相続などによる不動産の売却を検討しているユーザーに対して、当社の提供するサービスに送客を行う



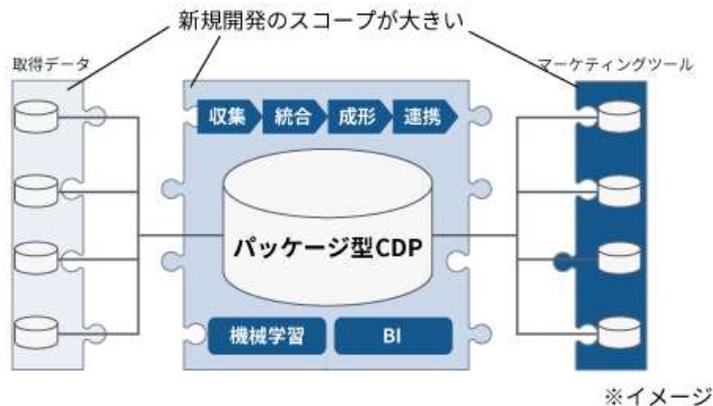
レンガ社の運営する「マンションノート」のマンションクチコミサービスを利用するユーザーが不動産売却を検討している場合に、当社の提供するサービスに送客を行う

マーケティングDX 「Quickwin CDP」サービスの提供開始

- CDP活用の導入から定着までのプロセスを高速化
- ウェビナーとも組み合わせながら顧客獲得につなげる

パッケージ型CDPを使用したCDP構築方法

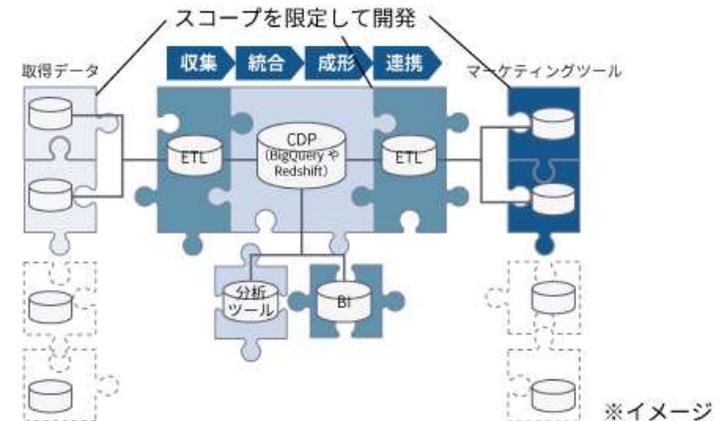
1. 新規開発が必要な領域が大きく、立ち上げに時間がかかる
2. 構築後にツールの変更が発生した際は全面的に再開発が必要になる



企業のマーケティング活動においてもDX化が求められており、CDPの導入を検討する企業が増加。組織間の合意形成あるいはCDPの構築に時間がかかり、施策の実施になかなかたどり着けないケースも多数存在

「Quickwin CDP」におけるCDP構築方法

1. スコープを限定して開発することでクイックな立ち上げが可能
2. 構築後の状況に応じた改修やツールのリプレイス等も柔軟に対応可能

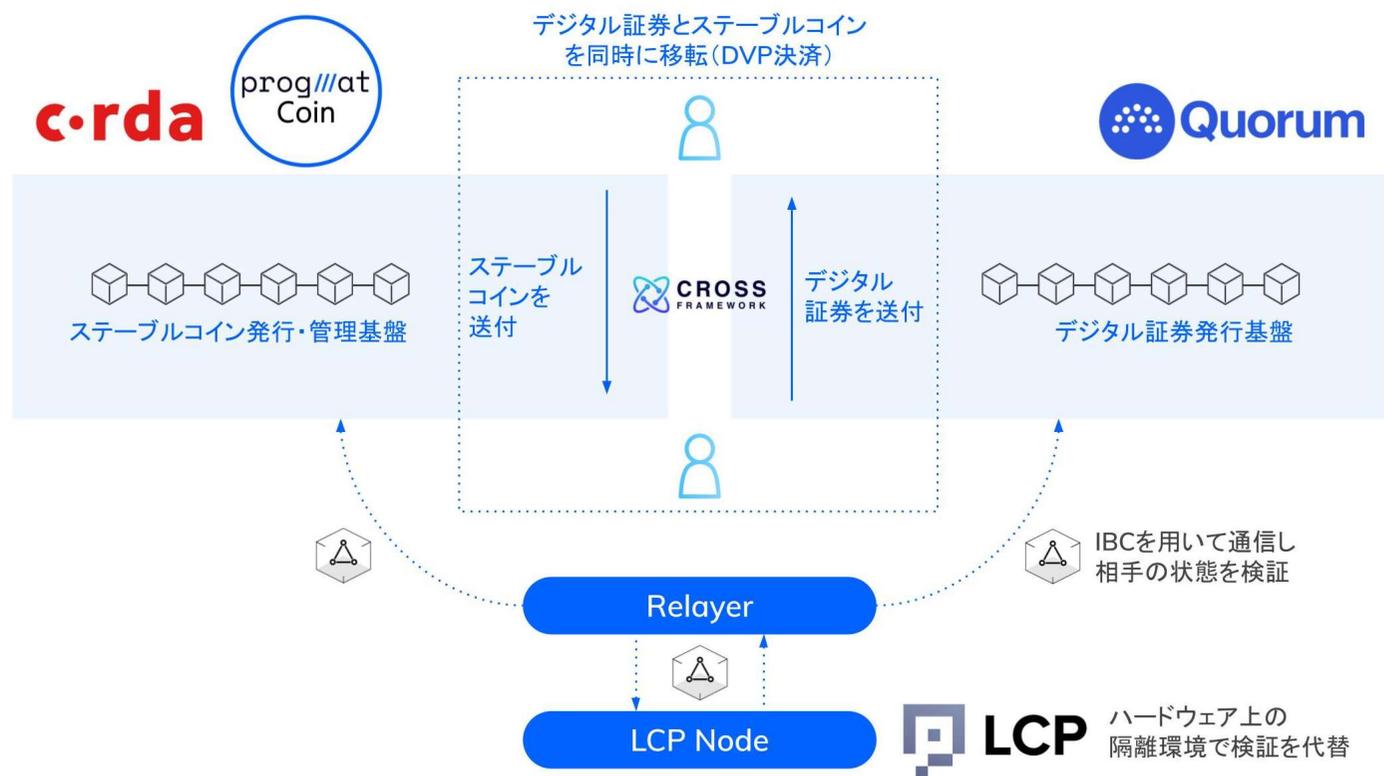


最初から大きな投資を行わず、小さく取り組みを始め成果を積み上げることでプロジェクトを推進するために、スコープを限定してCDPを構築。CDPの定着や成果創出に必須となる、データ活用施策のプランニングや、業務プロセスの整備、プロジェクトマネジメントなどの周辺領域を含めたトータルサポートを提供

Datachain インターオペラビリティPJの推進



- 三菱UFJ信託銀行と技術提携を開始し、ステーブルコインとデジタル証券のクロスチェーン決済について、2024年までの商用化を目指す
- クロスチェーンブリッジ(*)を支えるプロダクトLCPの適用を検討



※ クロスチェーンブリッジ：異なるブロックチェーン間の資産移転をはじめとする取引を実現するためのインフラ

5 サステナビリティに対する取り組み

全社 サステナビリティに対する取り組み



- サステナビリティ経営の推進を目指して取り組みを行っており、現在Step3まで進行中。当社の取り組みを、コーポレートサイトにて開示

Step1 現状認識

- 当社が社会・環境に与える影響の認識
- 当社の現在地点の確認

Step2 方針策定

- サステナビリティ方針の策定
- マテリアリティの特定
- 価値創造ストーリーの策定

Step3 サステナビリティ経営の推進

- 社会課題解決のための取組の計画化と実践
- 重要課題のKPI設定
- 経営戦略との統合

全社 サステナビリティに対する取り組み



■ 当社の目指す社会とサステナビリティ

誰もが豊かなデジタル体験を享受でき、
自らの仕事に働きがいを感じることでできる多様な社会の実現

1

豊かなデジタル体験

DX化を通じて、消費者が本来得ることができる豊かな消費体験が損なわれることなく、享受し続けることができるエコシステムの創造を目指す

2

自らの仕事に働きがいを感じることでできる環境

デジタルに任せられる仕事はデジタルに任せ、人がそれぞれのライフスタイルに応じた働きがいを感じられる環境を実現したい

3

統合的な多様性

単に個別主義の積み重ねによるだけの多様性ではなく、真に統合的な多様性が認められる社会への発展を後押したい

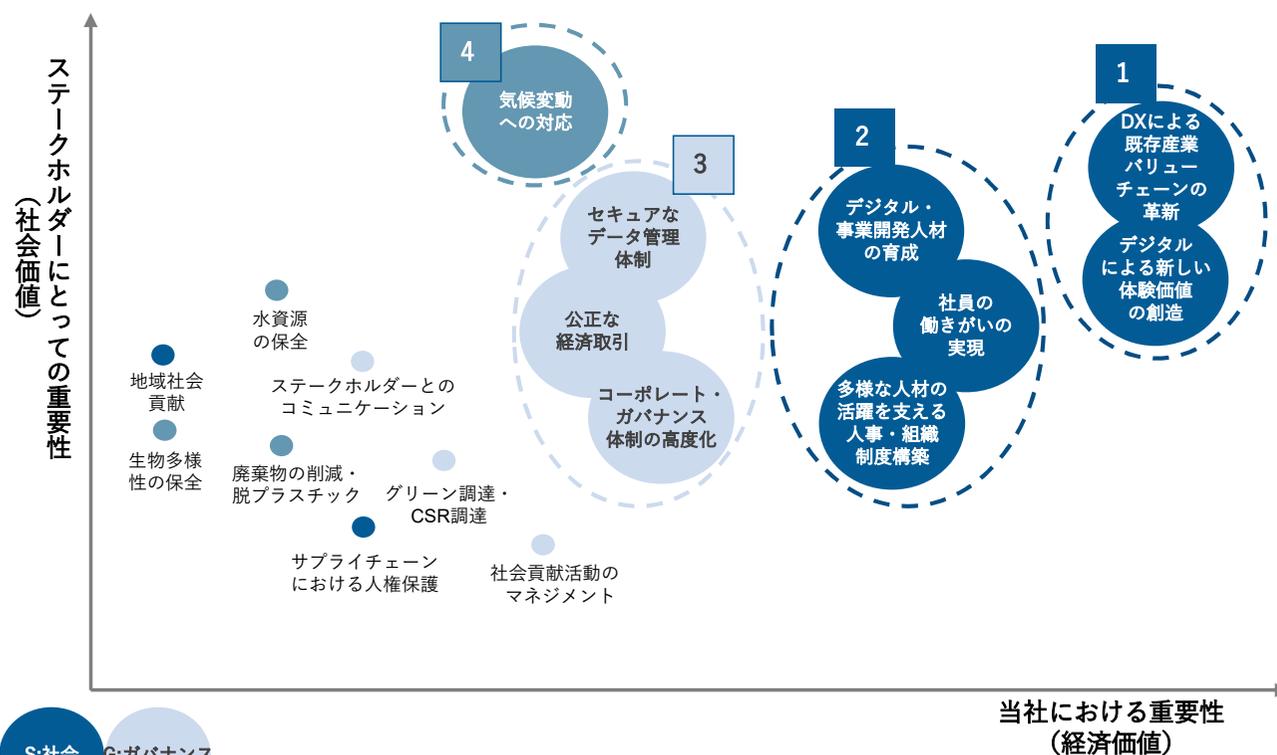
全社 サステナビリティに対する取り組み

■ 当社のサステナビリティ経営におけるマテリアリティを特定

マテリアリティ

- 1 社会：
DXによる新しいバリューチェーン創出
- 2 社会：
BizDev人材の確保
- 3 ガバナンス：
強固で持続可能な経営システム構築
- 4 環境：
気候変動への対応

マテリアリティ・マップ



全社 サステナビリティに対する取り組み



■ 当社の取り組みの一部を紹介

E：環境



不動産の二次流通および 耐用年数向上の促進

二次流通による社会的な取引の活性化に加え、リフォームによる家の建て替えまでの年数の長期化による廃材の減少に貢献



オンライン促進による移動に伴う エネルギーやCO₂の削減

営業活動を始め、オンラインのみでビジネスを完結することも可能



ペーパーレス化への貢献

不動産業界において、ウェブ上の集客により従来のチラシ作成・配布を削減

S：社会



マッチング事業による効率化

知りたい人に対して、より直接的に、より多くの必要な情報を届けることへの貢献



企業のEC化への貢献

クライアント企業の利益の最大化と、その顧客の利便性の追求等、顧客体験・消費体験の向上に貢献

G：ガバナンス



強固なガバナンス体制

今期より、監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行し、ガバナンス体制を更に強固に



リスクマネジメント・ コンプライアンスの徹底

情報セキュリティ、コンプライアンスの従業員への研修・啓蒙を継続実施

6 事業概要

ビジネスの全体像



■ 祖業のマーケティングDXで培ったデータ分析技術を元に、不動産DX事業においても高成長を実現

各事業の位置づけ

マーケティングDX
祖業 安定成長・高収益化事業

Markeship PAAM UZOU

長年培ってきたマーケティングDXのスキル・経験を不動産DXに応用

大

不動産DX
基幹事業

イエウール ヌリカエ ケアスル

(縦軸)

自社インパクト

考慮するファクター
| 売上比率 | 成長性 | 収益性 |

大

(横軸)

市場ポテンシャル

考慮するファクター
| 市場規模 | 成長性 | DX化余地 |
| 競合度 |

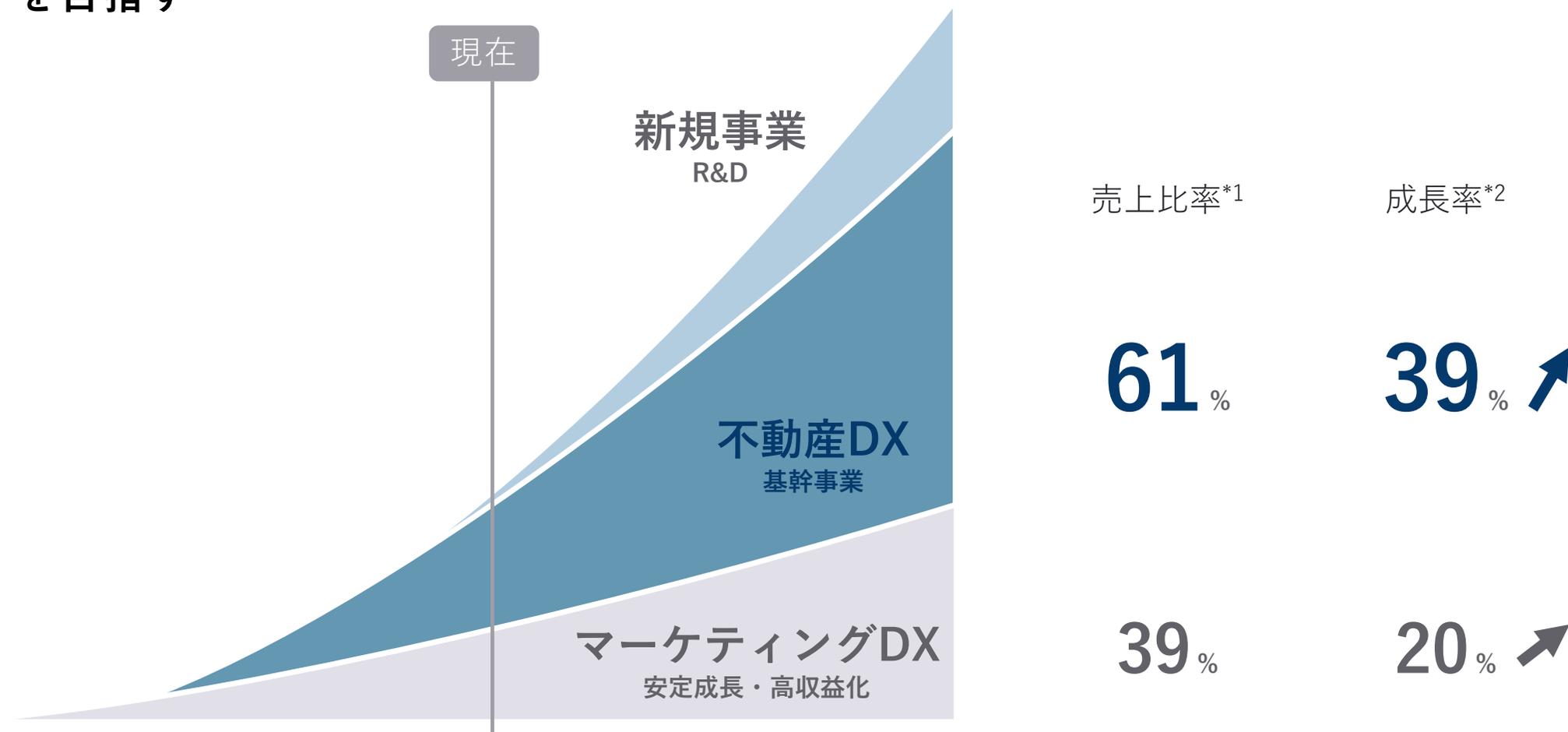
新規事業
R&D事業

Datachain WorQ

ブロックチェーン等の最新テクノロジーを応用したビジネス開発

今後の成長の考え方

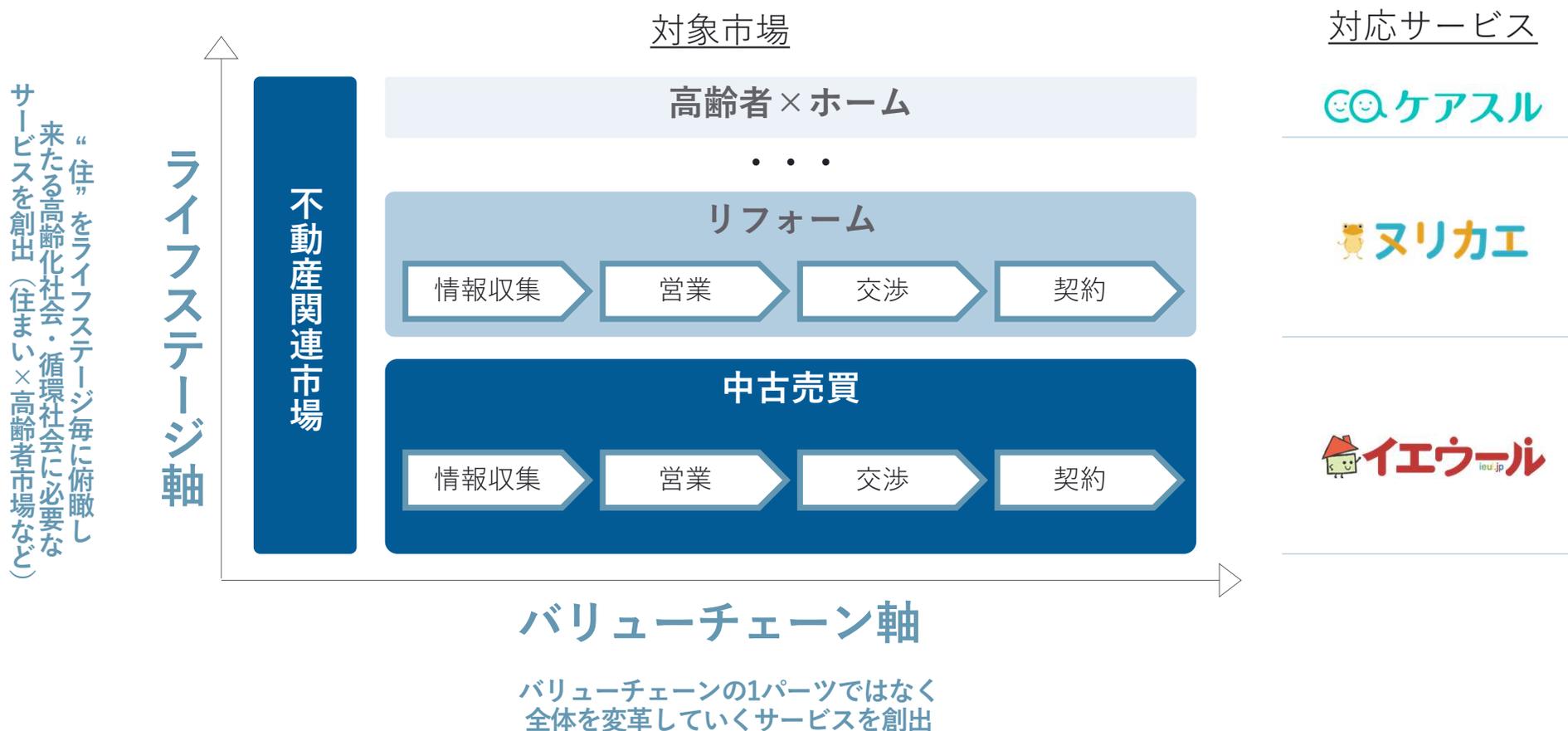
- 高収益なマーケティングDXの成長に加え、不動産DXの高成長により更なる拡大を目指す



Speeeの考える不動産DX

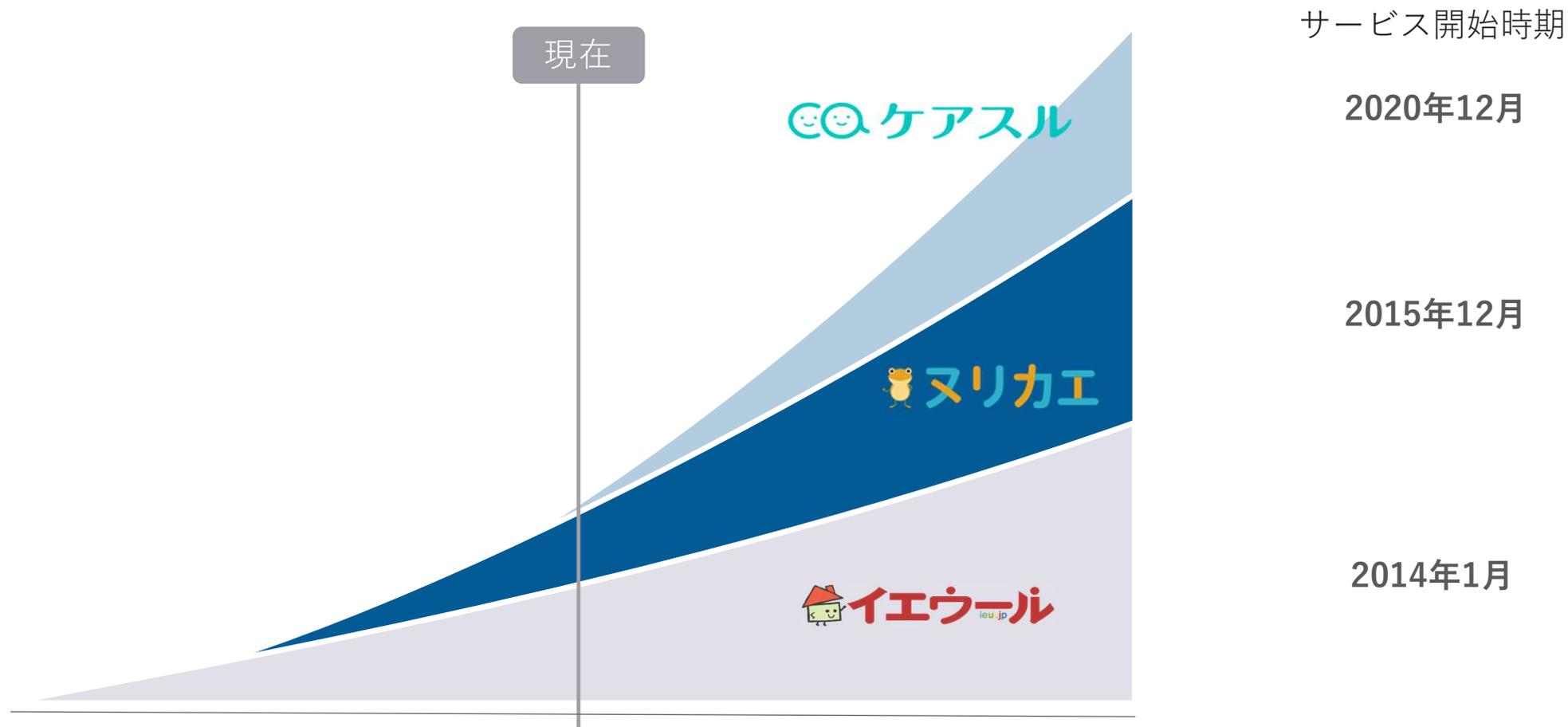


- 不動産関連市場のDX化に注力
- 高齢化など社会課題×“住まい”の軸でサービスカバレッジを広げる



不動産DXの今後の成長の考え方

- 各サービスを同じビジネスモデルにて展開
- 事業の拡大により、利益率は高水準になるモデル



不動産DXの市場ポテンシャル① 中古売買市場



■ イエウールが対象とする不動産中古売買市場は、16.9兆円と巨大な市場

16.9 兆円

2.0 兆円

1,200 億円

TAM

マンション・戸建
|中古売買|市場

SAM

マンション・戸建
|中古売買オンライン|市場

SOM

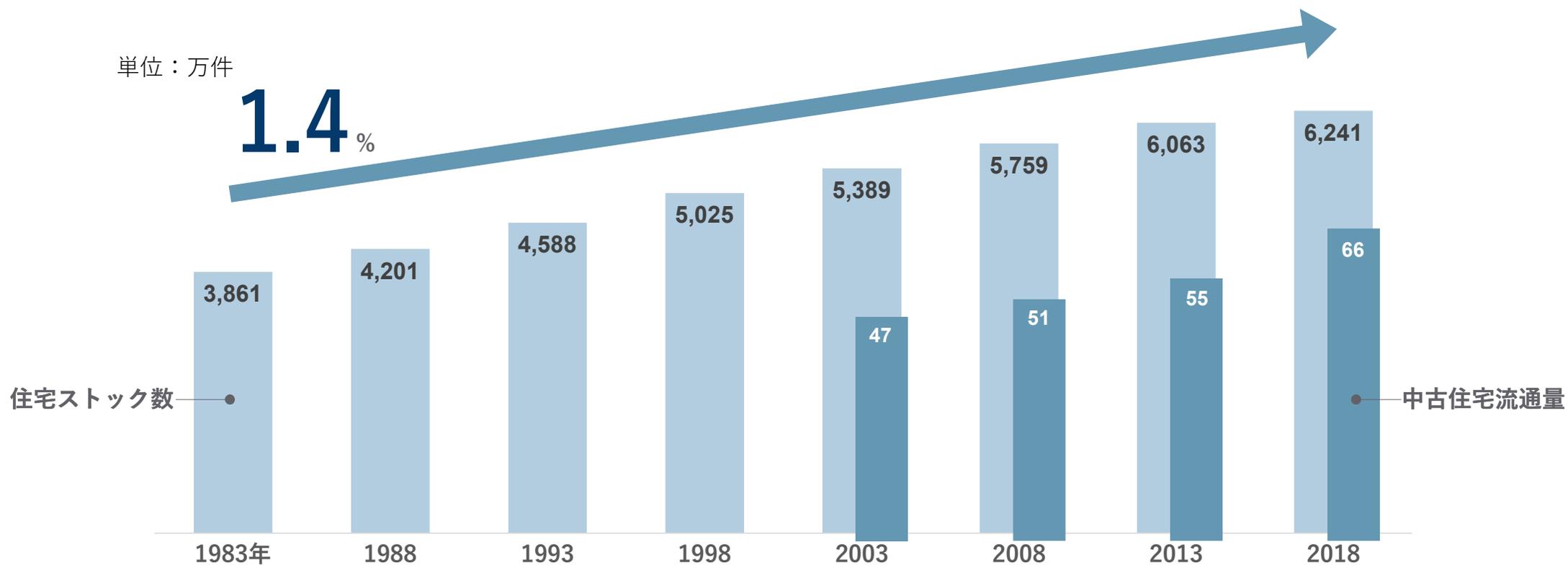
マンション・戸建
|中古売買オンライン仲介|市場

TAM: 獲得可能な最大市場規模
SAM: 実際に提供可能な市場規模
SOM: 実際に獲得できる市場規模

不動産DXの市場ポテンシャル② 住宅ストック数



- 中古売買市場のベースとなる住宅ストック数は毎年積み上がり、近年流通量の増加が加速している



不動産DXの市場ポテンシャル③ リフォーム市場



■ヌリカエが対象とするリフォーム市場は、6.5兆円と巨大な市場

6.5 兆円

4,700 億円

470 億円

TAM

|リフォーム|市場

SAM

|リフォームオンライン|市場

SOM

|リフォームオンライン仲介|市場

TAM: 獲得可能な最大市場規模
SAM: 実際に提供可能な市場規模
SOM: 実際に獲得できる市場規模

不動産DXの市場ポテンシャル④ 介護市場



■ケアスル 介護が対象とする介護施設市場は、4.7兆円と巨大な市場

4.7 兆円

1,880 億円

226 億円

TAM

|介護施設|市場

SAM

|介護施設仲介|市場

SOM

|介護施設オンライン仲介|市場

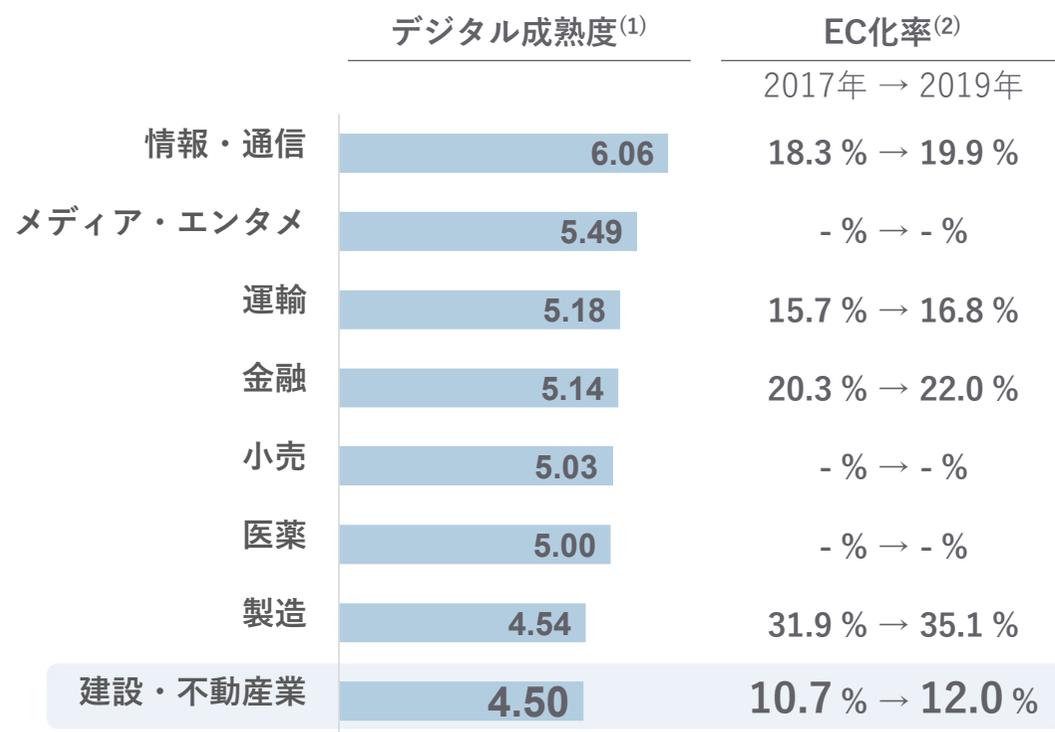
TAM: 獲得可能な最大市場規模
SAM: 実際に提供可能な市場規模
SOM: 実際に獲得できる市場規模

不動産DXの市場ポテンシャル⑤ DX化の余地



- これまで不動産市場のDX化は他の業界と比べても遅れていた
- 改正宅地建物取引業法の施行により、デジタル化・オンライン化が加速

不動産業界のデジタル化の状況



不動産業界のデジタル化の流れ

2022年5月に改正宅地建物取引業法が施行
不動産売買に関する契約手続きの
デジタル化・オンライン化が加速



前工程のデジタル化・
オンライン化の需要も加速

政府の方針でデジタル化・
オンライン化が加速

不動産DXのビジネスモデル イエウール



■ イエウールは、不動産仲介会社のオフラインを中心とした従来型業務をマッチングプラットフォームと業務効率化DXで解決

分野

サービス名

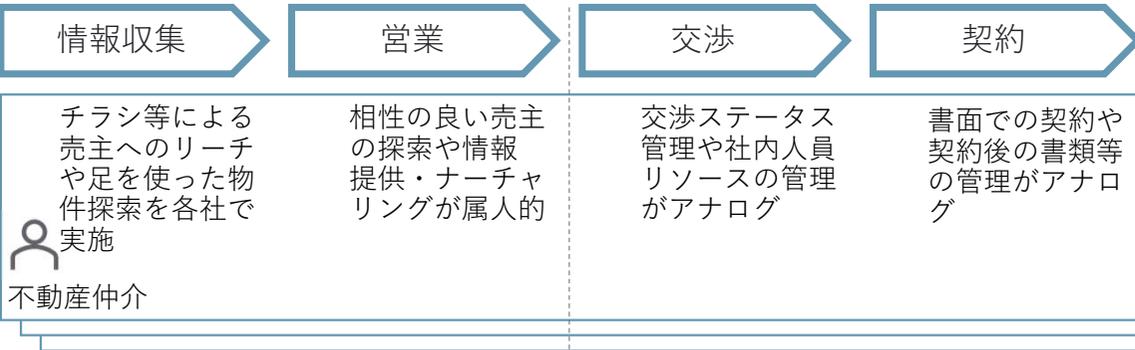
課題とサービス

モデル

売買



課題

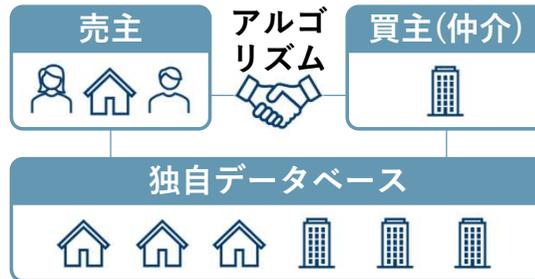


対象

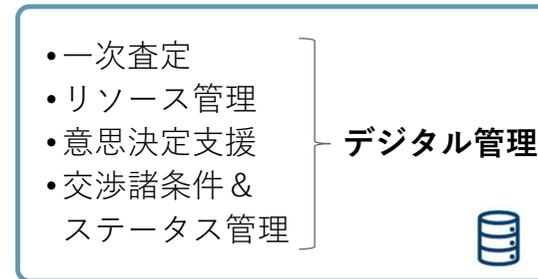
仲介企業

ソリューション

マッチングプラットフォーム



業務効率化DXソリューション



マネタイズ

送客手数料 + α

不動産DXのビジネスモデル ヌリカエ



■ヌリカエは、リフォーム会社のオフラインを中心とした従来型業務を
マッチングプラットフォームと業務効率化DXで解決

分野

サービス名

課題とサービス

モデル

リフォーム

ヌリカエ

課題

情報収集

営業

交渉

契約

チラシ等による施主へのリーチや親・
関連会社からの紹介はあるが、営業
リソースが不足し、十分な営業が実施
できていない



リフォーム会社

一次見積り後の
交渉や社内人員
リソースの管理
がアナログ

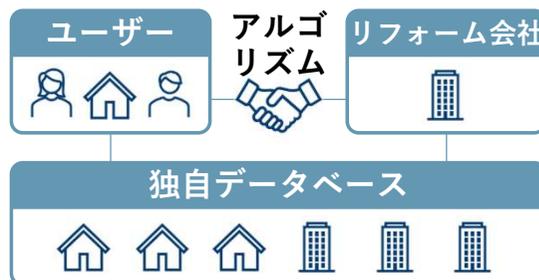
書面での契約や
契約後の書類等
の管理がアナロ
グ

対象

リフォーム
会社

ソリューション

マッチングプラットフォーム



業務効率化DXソリューション

- CS機能の提供
- 一次見積り
- リソース管理
- 意思決定支援
- 交渉諸条件 & ステータス管理

営業支援
&
デジタル管理



マネタイズ

送客手数料
+
成約手数料

不動産DXのビジネスモデル ケアスル



■ ケアスルは、介護施設のオフラインを中心とした従来型業務をマッチングプラットフォームと業務効率化DXで解決

分野

サービス名

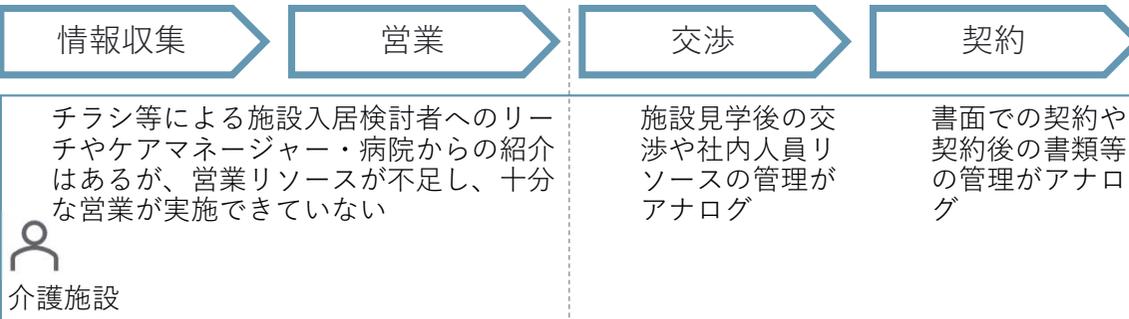
課題とサービス

モデル

介護

ケアスル

課題



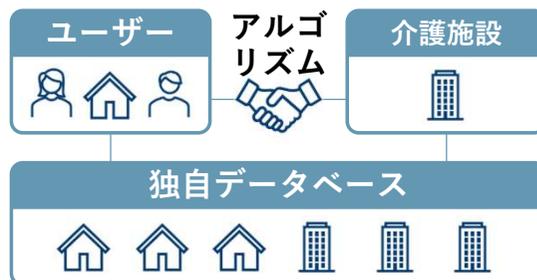
介護施設

対象

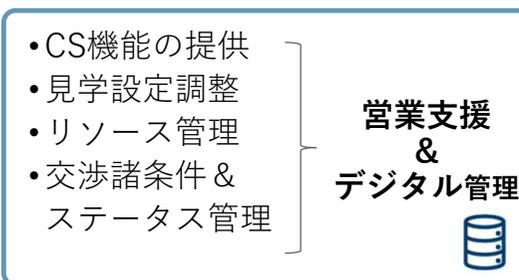
介護施設

ソリューション

マッチングプラットフォーム



業務効率化DXソリューション



マネタイズ

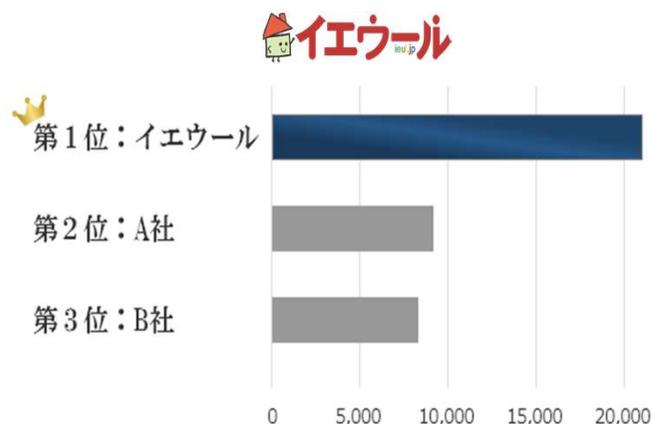
成約手数料

不動産DXの実績 ランキング調査

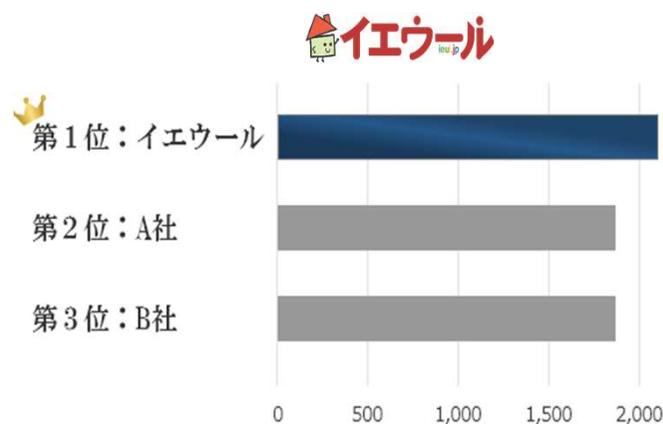


■ イエウール「不動産の一括査定サイトに関するランキング調査」にて、
月間査定依頼ユーザー数・加盟業者数・エリアカバー率で全て1位を獲得

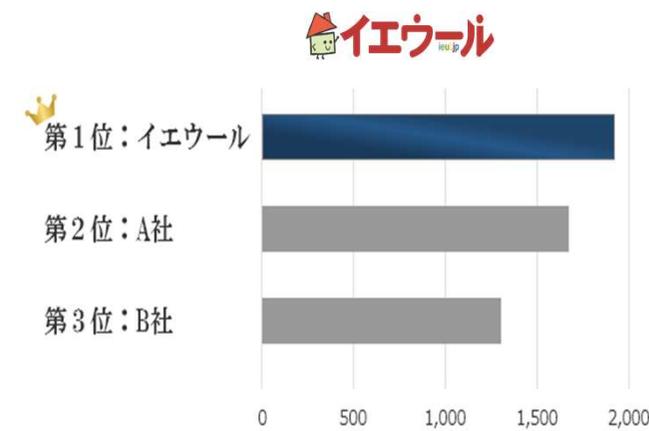
月間査定依頼ユーザー数



加盟業者数



エリアカバー率



不動産DXの実績 ランキング調査



- ヌリカエ「リフォームマッチングサイトに関するランキング調査」にて、利用者数・送客数・対応エリア数・成約数等業全て1位を獲得

ヌリカエ

リフォーム
マッチング
サイト

2021年No.1

ヌリカエはたくさんの方々に選ばれて

5冠達成

利用者数 送客数 対応エリア数 成約数(総合部門) 成約数(外壁部門)

調査機関:東京商工リサーチ / 調査概要:2021年実績をデスクリサーチならびに関連企業等へのヒアリングを通して調査

不動産DX 集客力の強化

■ 自社サービスの充実及び他社メディアとの提携により、継続的に集客力を強化

自社サービス



提携メディアの増加



送客

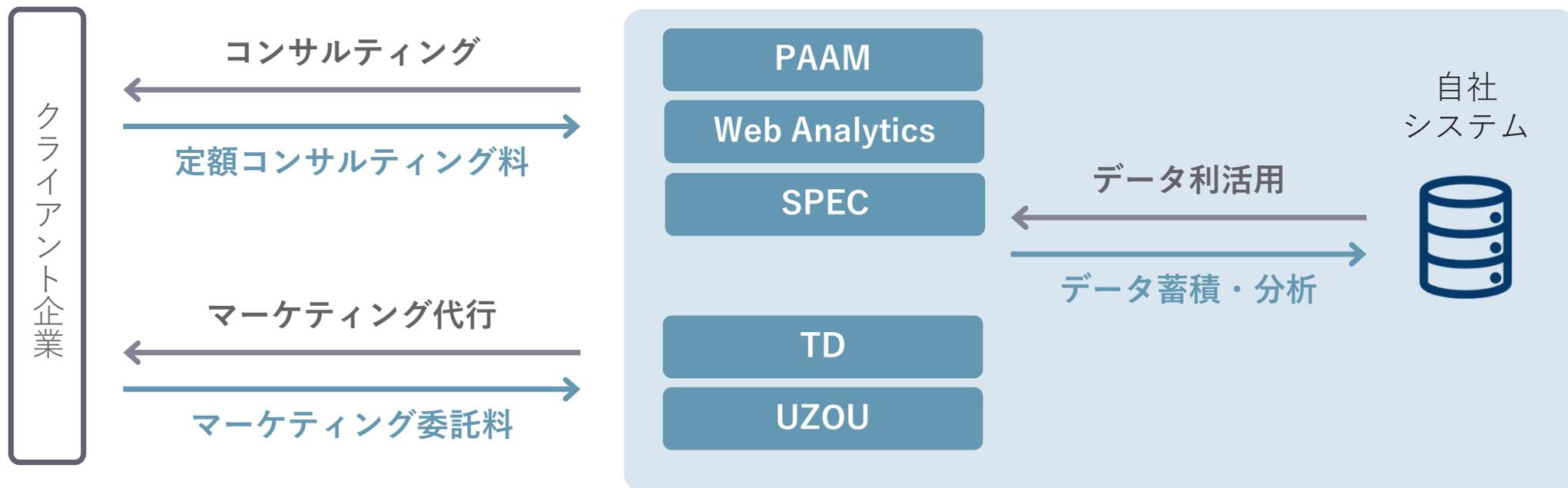


Yahoo不動産、マンションマーケット等の提携メディアから、「イエウール」「ヌリカエ」「すまいステップ」等の自社サービスに送客

集客力強化

マーケティングDXのビジネスモデル

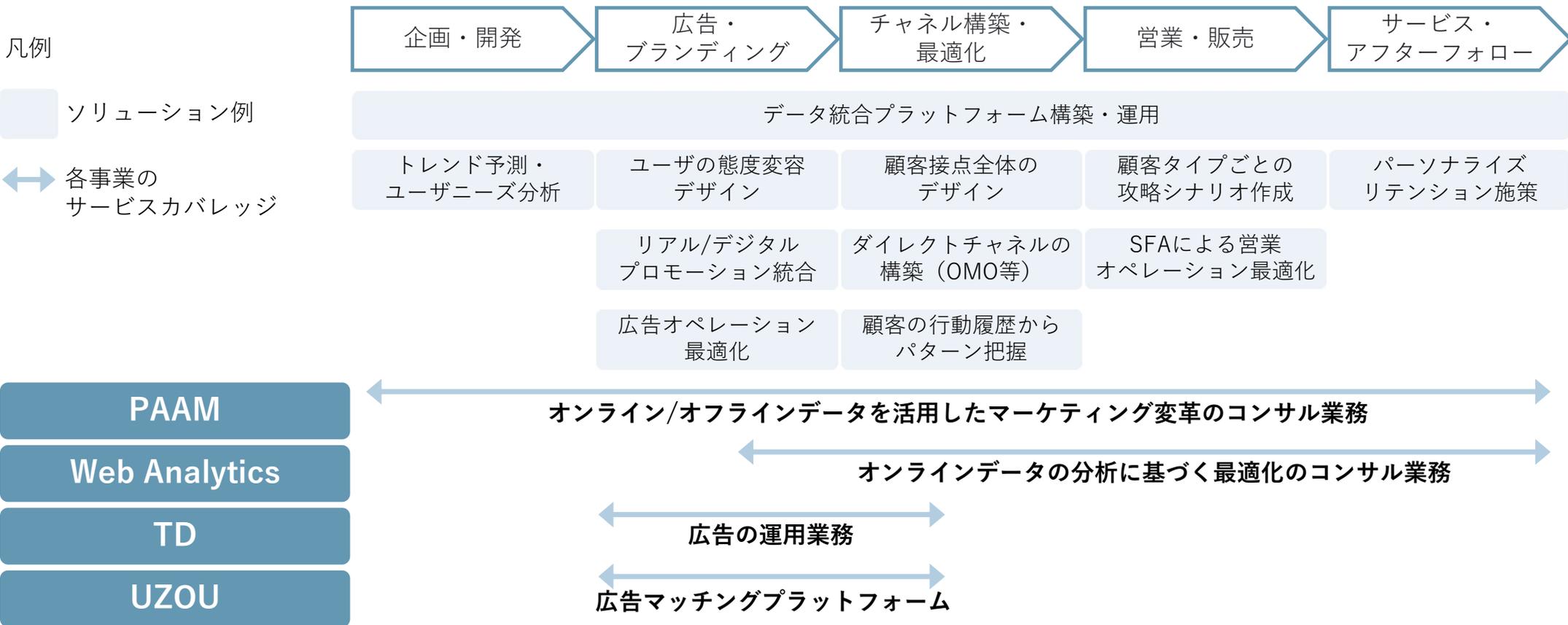
- 事業を通じて蓄積したデータを分析・利活用しながら、マーケティングのプランニングから実行までを持続的に支援するコンサルティングを提供



マーケティングDXのソリューション



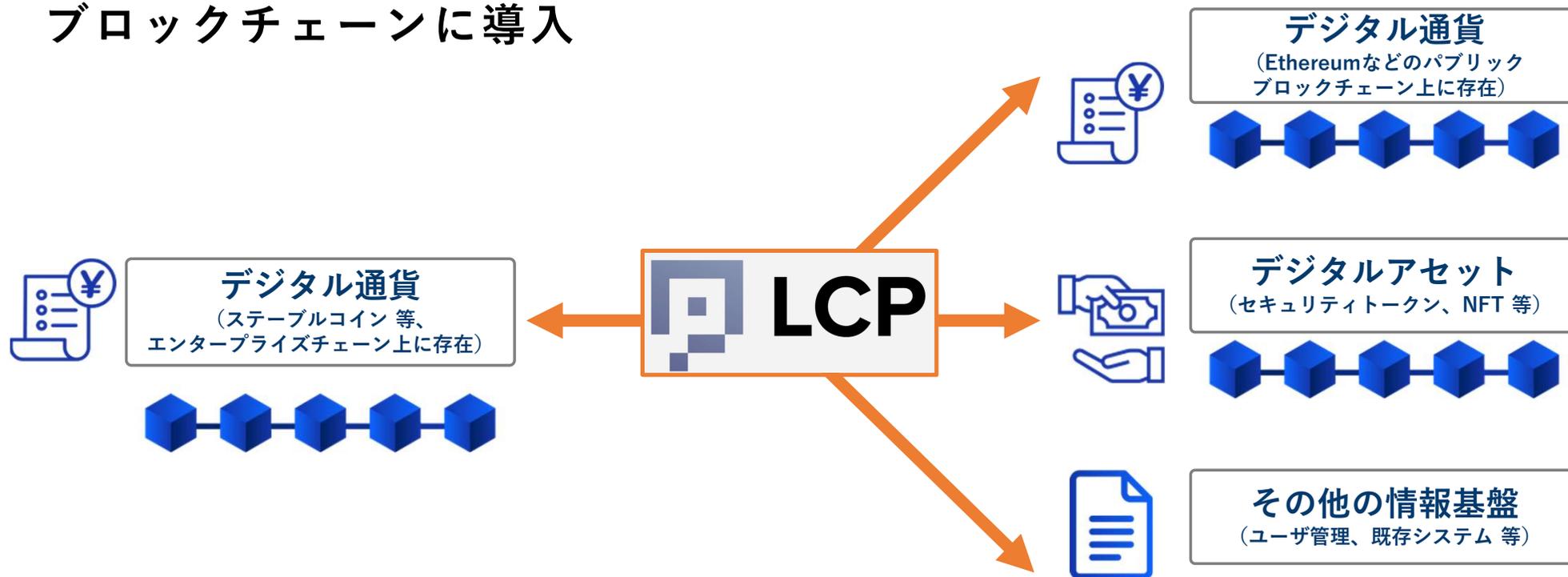
■バリューチェーン上のさまざまな課題に対し、単体のソリューションだけでなく、統合的なソリューションパッケージを提供することができる



新規事業 Datachain インターオペラビリティ



- チェーン間の連携 = インターオペラビリティを実現する独自プロダクト「LCP」をデジタル資産などを管理するパブリック・エンタープライズブロックチェーンに導入

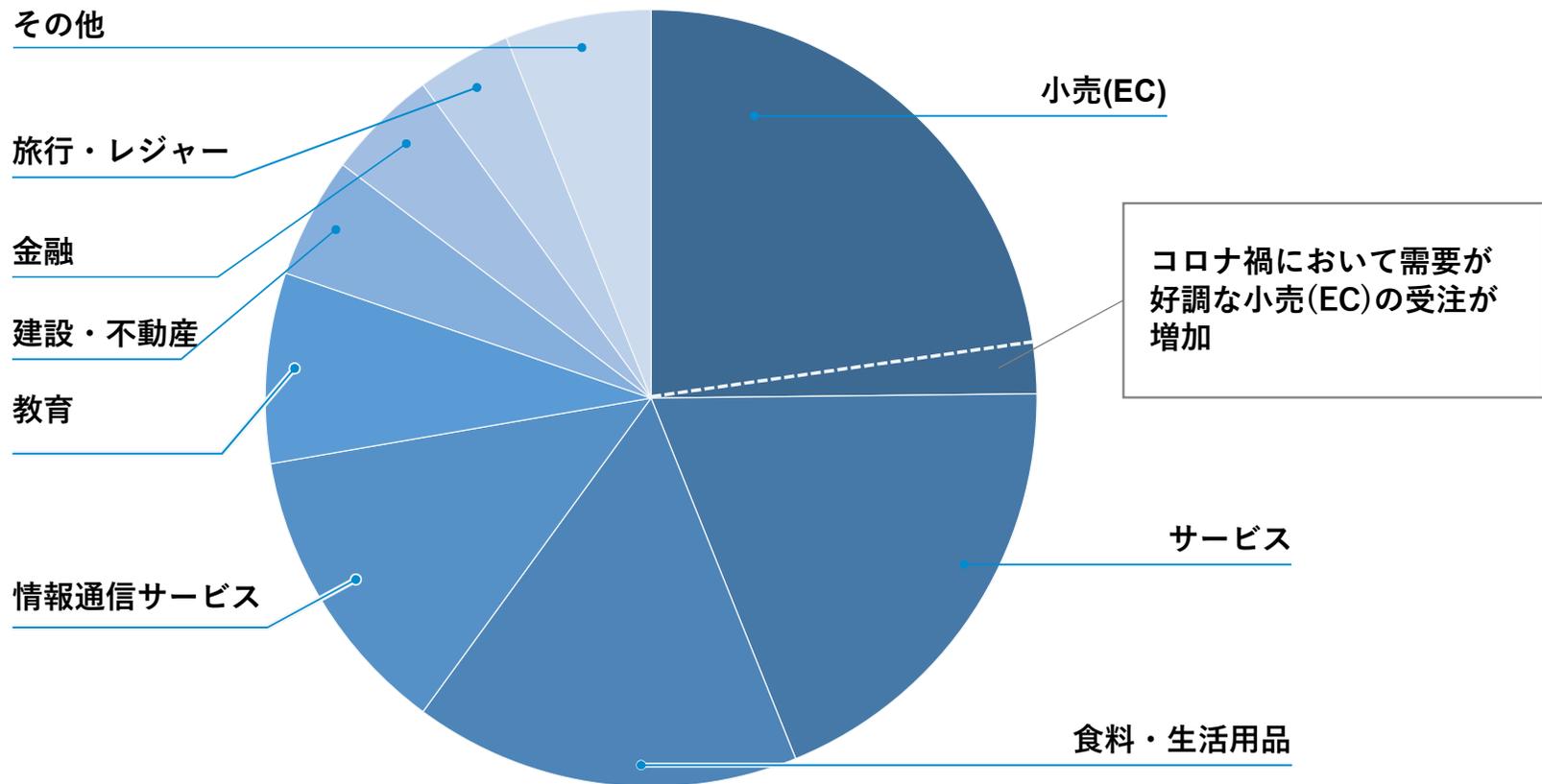


パブリック・エンタープライズともに、異なるブロックチェーンに跨がる取引及び情報連携が、ミドルウェアであるLCPの活用を通じてなめらかに実現できる

マーケティングDX 顧客内訳



- 幅広い業界の顧客を開拓しつつ、安定的に成長
- コロナ禍において、小売（EC）の比率が増加



新規事業 Datachain 直近の取り組み



■ インターオペラビリティのスタンダードを目指し、3つの取り組みに注力

1

複数ブロックチェーン間でのインターオペラビリティを実現するための「LCP」や「YUI」をはじめとするプロダクトの開発

2

研究開発したプロダクトを様々なドメインにおいて、ソリューションとして適用（パブリック/エンタープライズ双方で推進）

3

プロダクトやプロダクトを用いたシステムの本格稼働（ブロックチェーンブリッジ・デジタル通貨など金融分野等）

自社の強み

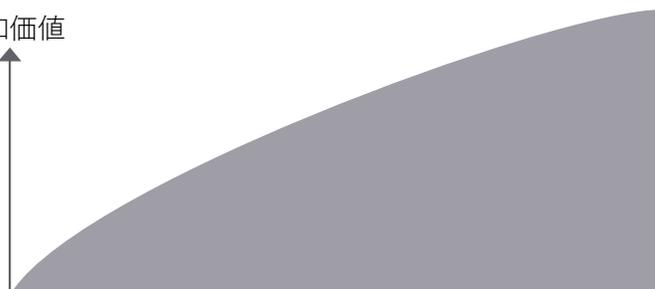


■ マーケティングDXから不動産DXへシナジーを効かし、効率・効果的に成果を実現するための強みを有している

マーケティングDX

1,000を超えるクライアントと最新のマーケティング手法の成功パターン蓄積

付加価値

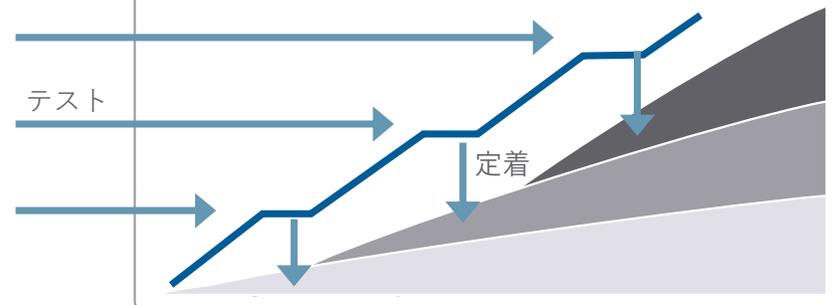


強み①



不動産DX

最新手法をテストしながら不動産DX事業に最適な手法を定着化



強み②



強み③

強み① データ & アルゴリズム

バリューチェーン上の多様なデータ・アルゴリズム蓄積により、高深度な分析が可能

強み② テクノロジー・仕組み

テクノロジー、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

強み③ 人材・組織

データ活用、プロダクト開発、ビジネス構築の各職種を1/3ずつバランス良く配置

7 Appendix

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	・ 不動産DX事業 ・ マーケティングDX事業 ・ その他事業
創立	2007年11月29日
資本金	1,376,792千円 (2022年9月30日)
従業員数	402名 (2022年9月30日) (派遣社員、業務委託、アルバイトを除く)
役員	代表取締役 大塚 英樹 取締役 久田 哲史 取締役 渡邊 昌司 取締役 西田 正孝 取締役 田口 政実 社外取締役 長谷部 潤 社外取締役 大川 勝廣 社外取締役 山中 健児 社外取締役 高松 悟
所在地	〒106-0032 東京都港区六本木四丁目1番4号

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
不動産DX事業管掌
田口 政実



上級執行役員
マーケDX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
- 社外取締役：大川 勝廣
- 社外取締役：山中 健児
- 社外取締役：高松 悟

沿革



- 2007年 11月 ● 株式会社Speee設立。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
- 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
- 2019年 8月 ● 国内子会社株式会社ThinQ Healthcare（現連結子会社）を設立
- 2020年 7月 ● 東京証券取引所JASDAQ市場に上場
- 2020年 12月 ● 介護・福祉領域におけるマッチングサービス「ケアスル」事業を開始
- 2021年 10月 ● 企業のDXコンサルティングサービス「SPEC」事業を開始
- 2022年 3月 ● 国内子会社株式会社ThinQ Healthcareにおいてバックオフィスの業務効率化サービス「WorQ」事業を開始

不動産DX事業 マーケティングDX事業 その他新規事業

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

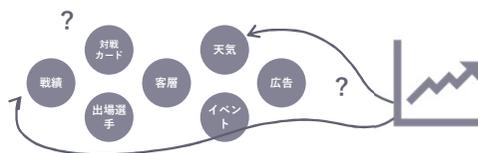
ニーズ概要 Sports Marketing J1チームのマーケティングをデータを使って再構築したい

課題

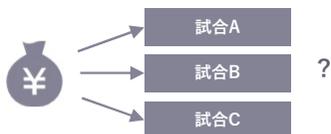
- 1 集客すべきファン層の特徴がわからない



- 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

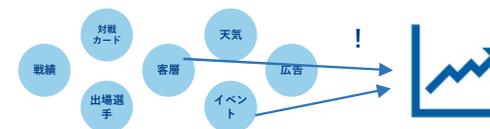


解決

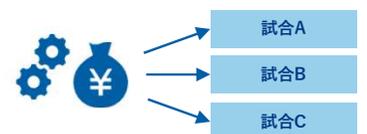
- 1 集客すべきファン層の特徴を分析し、最適なプロモーション施策を設計・実施



- 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



顧客事例②



事業部 トレーディングデスク・PAAM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

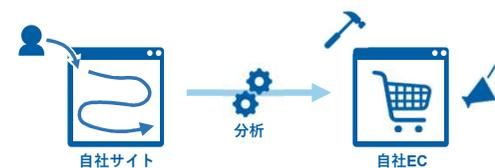


- 2 自社製品のWeb上での情報流通量の相対シェア (Share of Voice)が低く、競合へのスイッチを許している

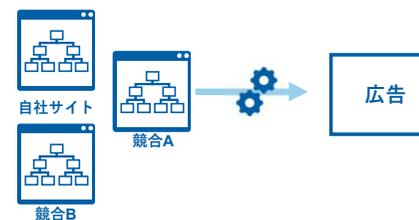


解決

- 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



顧客事例③



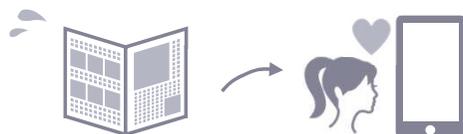
事業部 Webアナリティクス・UZOU事業

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

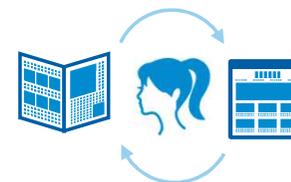


- 2 デジタルメディアにおいてブランドと収益性の両立は難しい

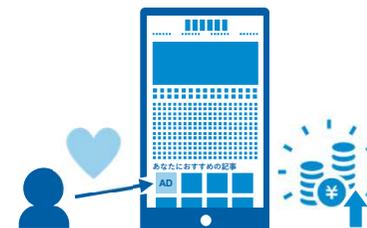


解決

- 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



顧客事例④



事業部 イエウール事業

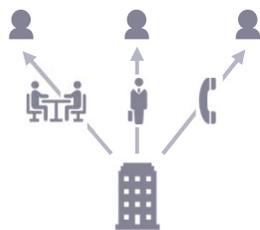
クライアント 中規模不動産会社

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

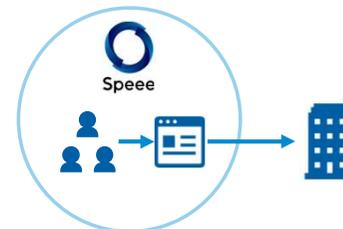


- 2 オフラインを中心とした非効率的な集客と労働集約的な営業プロセス



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。自動査定ツールにより査定を効率化。



顧客事例⑤



事業部 Datachain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

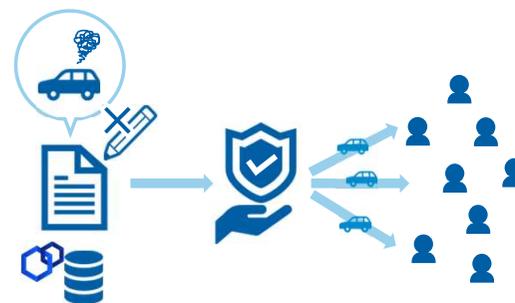
中古車査定の根拠となる走行データ・整備データ等を唯一無二のデジタル上での車両IDと紐付けて記録する等、より信頼性の高い車両履歴に基づく査定・二次流通の手段が求められている



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



全社 2022年9月期 第4四半期 貸借対照表サマリー



	実績		比較	
	2022年9月末		2021年9月末	
	実績		実績	増減額
単位：百万円				
総資産	8,923		7,604	1,318
流動資産	8,151		6,785	1,365
（内、現金及び預金）	5,674		4,762	911
固定資産	771		818	△47
負債・純資産合計	8,923		7,604	1,318
流動負債	2,544		2,208	336
固定負債	438		548	△109
純資産	5,940		4,847	1,092
自己資本比率	66.6%		63.7%	—

(参考) 不動産DXの市場-マクロ要因の市場への影響



- 不動産売買市場は経済や金利の影響を受けるが、過去のリーマンショック並みの金融不安が起こった場合で10%程度の市場収縮



本資料の取扱いについて



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@spee.jp

IR情報 : <https://spee.jp/ir/>