

株式会社Speee（証券コード：4499）



# 2023年9月期 第2四半期 決算説明資料

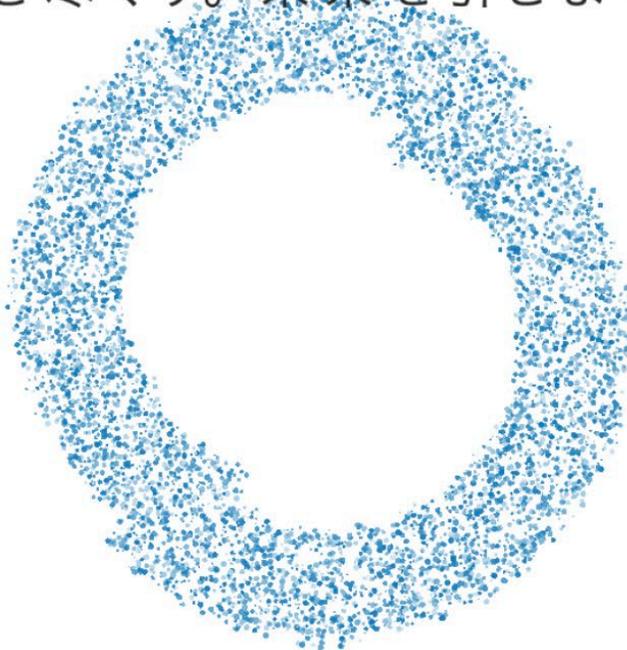
2023年5月12日

1	2023年9月期 第2四半期 業績	P04
2	2023年9月期 投資計画	P13
3	成長戦略	P20
4	サステナビリティに対する取り組み	P24
5	事業概要	P28
6	業績予想	P48
7	Appendix	P52



## 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。

# 2023年9月期 第2四半期 業績



# エグゼクティブサマリー

2023年9月  
第2四半期業績

売上高	3,423百万円	YoY	+24.2%	進捗率	49.0%
営業利益	306百万円	YoY	△32.6%	進捗率	63.8%

不動産DX

加盟企業数及びユーザー数がYoYで順調に増加  
計画通りの人員採用を実施しながらもYoY営業利益増加  
営業利益の進捗状況を鑑み、第3Qはブランディング投資を実行予定

マーケティングDX

コンサルティングの顧客単価上昇も顧客数減少によりYoYで売上減少  
人員採用が計画通り進捗し、第4Qより売上増加を見込む

その他

Datachain・三菱UFJ信託銀行・ソラミツの3社で技術提携を開始  
デジタル証券のクロスチェーン決済に関する技術検証に成功



# 全社の損益計算書サマリー

- 売上高が6四半期連続で過去最高を更新。投資実行により営業利益はYoYで減少
- 業績予想に対する進捗は順調に推移

単位：百万円

	実績	比較				進捗	
		前年同期		前四半期		会社予想	進捗率
		実績	増減率	実績	増減率		
売上高	3,423	2,757	24.2%	3,043	12.5%	13,192	49.0%
営業利益	306	454	△32.6%	278	10.2%	917	63.8%
経常利益	330	462	△28.6%	287	15.0%	935	66.0%
EBITDA	357	480	△25.5%	312	14.3%	1,037	64.7%
四半期純利益	190	301	△36.9%	187	1.7%	373	101.2%



# 原価販管費内訳

■ 売上増加に伴い、不動産DXの広告宣伝費が増加

■ オフィス移転により賃借料が増加。採用増加により採用費が増加

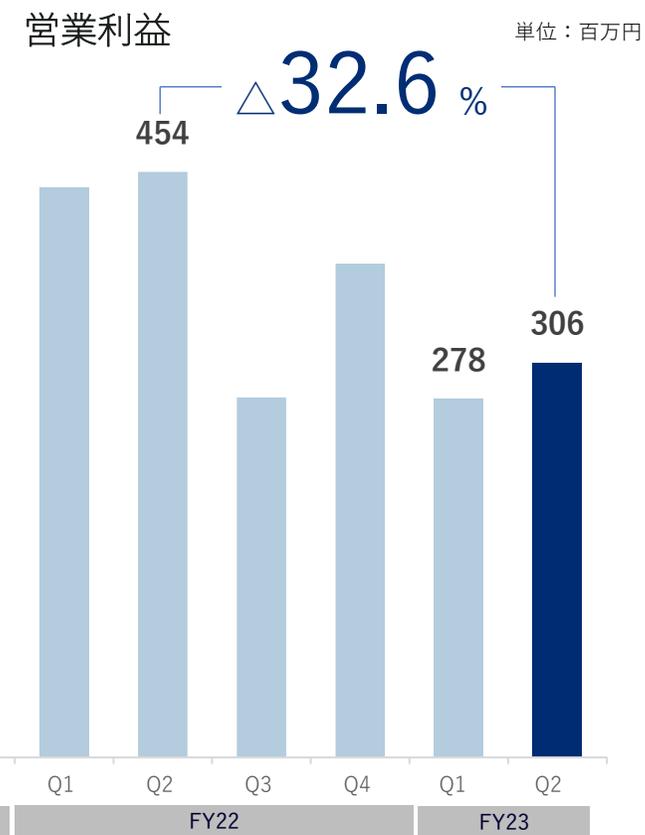
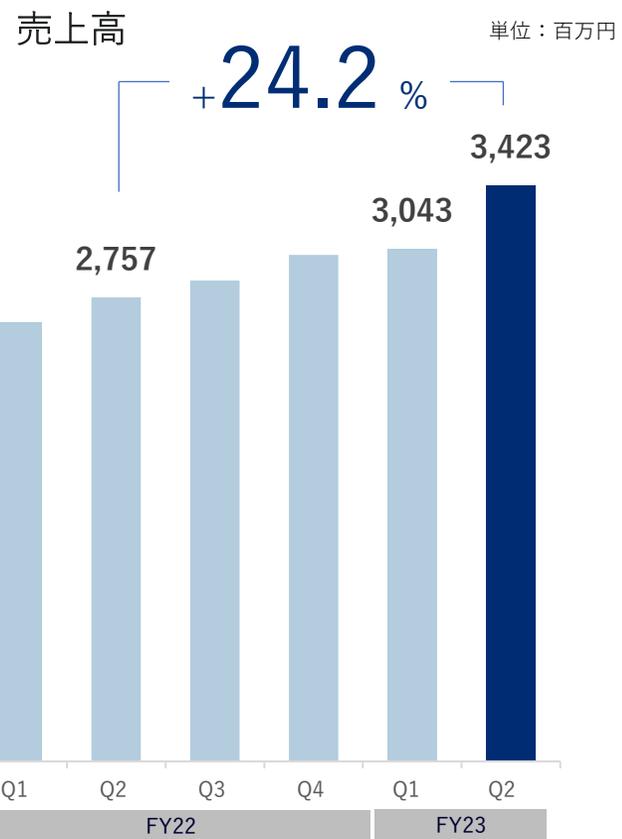
単位：百万円

	実績	比較			
		前年同期		前四半期	
		実績	増減率	実績	増減率
原価人件費	370	309	19.9%	371	△0.2%
原価賃借料	36	27	30.4%	31	15.4%
原価その他	84	96	△12.8%	92	△8.8%
原価合計	491	434	13.2%	495	△0.8%
人件費	698	636	9.7%	656	6.4%
広告宣伝費	1,500	920	63.0%	1,176	27.5%
賃借料	77	64	19.8%	62	23.4%
システム利用料	71	61	16.6%	74	△3.7%
その他	277	185	49.7%	299	△7.3%
販管費合計	2,625	1,868	40.5%	2,269	15.7%
費用合計	3,116	2,302	35.4%	2,765	12.7%



# 全社の売上高・営業利益

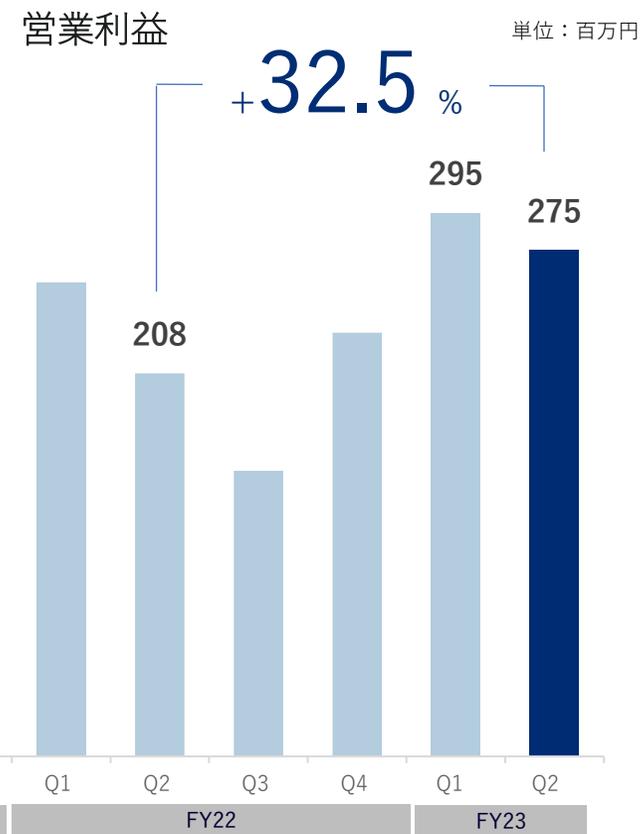
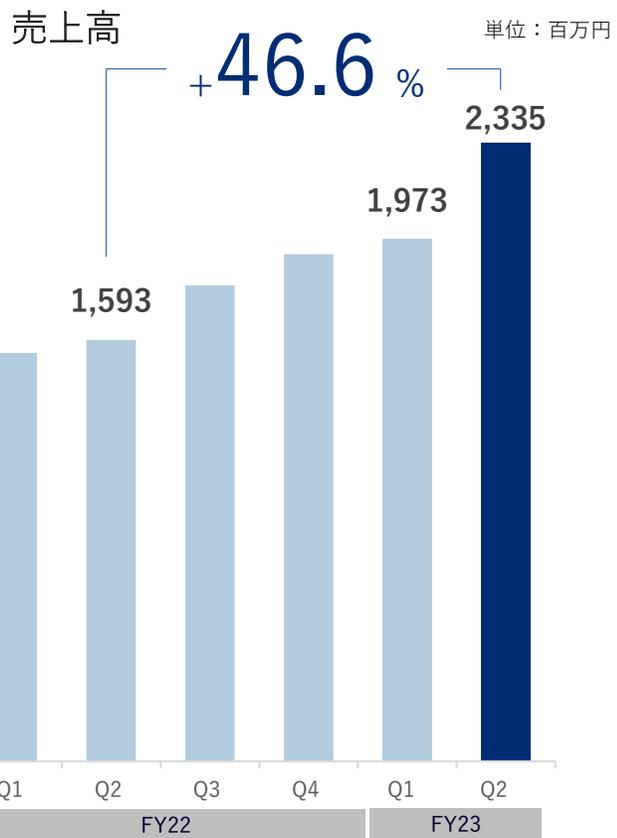
- 売上高は高い成長率を実現
- 営業利益は投資実行によりYoYで減少





# 不動産DXの売上高・営業利益

- 売上高・営業利益ともにYoYで増加
- 業績予想に対する進捗が、売上高50.1%営業利益75.4%と順調





# 不動産DXの主要KPI

## ■ 加盟企業数・ユーザー数ともに順調に増加

加盟企業数及びユーザー数推移

加盟企業数 ■ ユーザー数 —



加盟企業数 YoY+23.6 %

- 加盟企業開拓が順調に推移し増加
- 営業費DXのためのツール提供により、さらなる加盟企業数の増加を見込む

ユーザー数 YoY+31.0 %

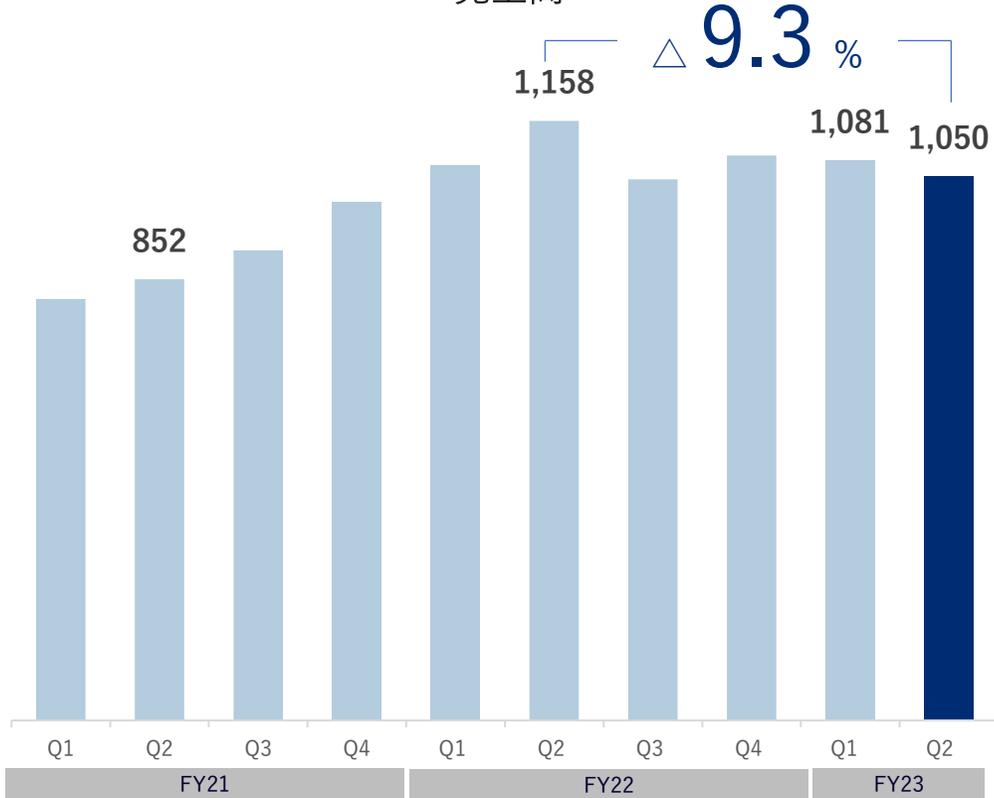
- 広告宣伝投資を強化し大きく増加
- ヌリカエのTVCMも一部寄与
- 今後も営業利益水準を鑑みながらブランディング投資を実行予定



# マーケティングDXの売上高・営業利益

- 新規受注抑制により売上減少。営業利益は人員採用により減少
- 業績予想に対する進捗は、売上高46.4%営業利益46.6%と順調

売上高 単位：百万円



営業利益 単位：百万円

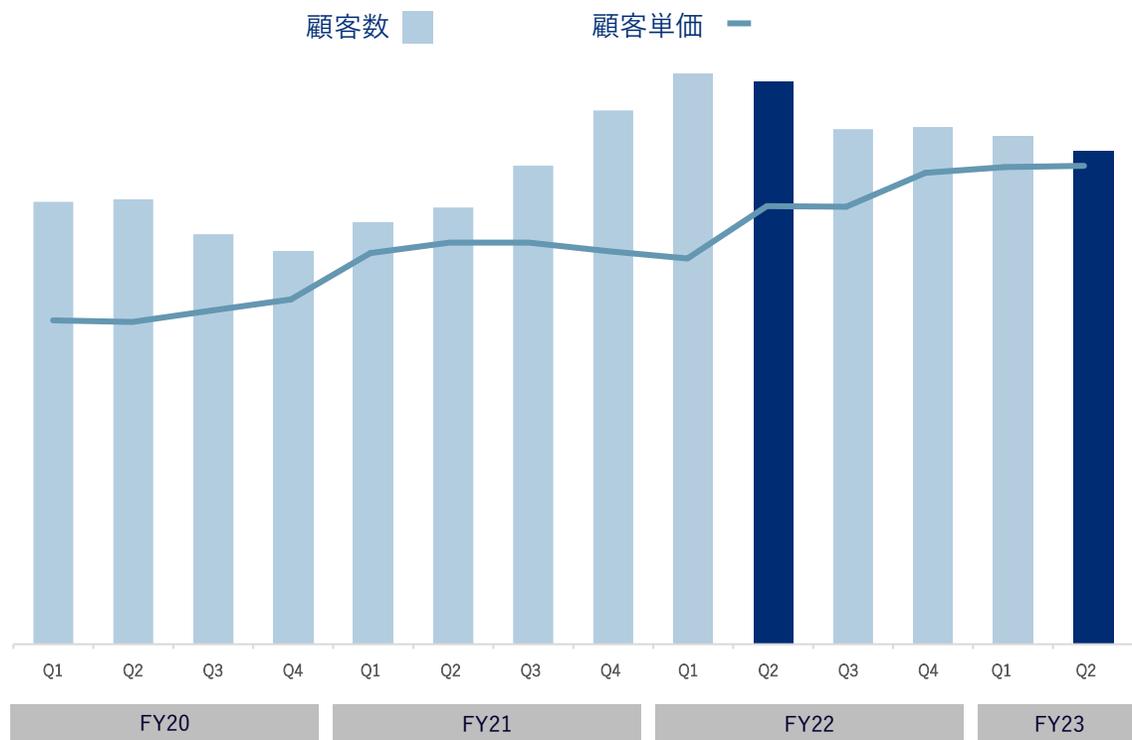




# マーケティングDXの主要KPI

- 高単価案件の獲得へのシフト及び受注抑制により顧客数が減少
- 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が上昇

コンサルティング顧客数及び顧客単価推移



顧客数 YoY $\Delta$ 12.5 %

- 受注抑制により顧客数はYoYで減少
- 人員の採用及び戦力化により下期からの増加を見込む

顧客単価 YoY+7.8 %

- 高単価案件の獲得へのシフトにより顧客単価は大きく増加
- PAAM事業の成長により、さらなる顧客単価増加を見込む

# 2023年9月期 投資計画



# 投資計画の進捗

## 不動産DX

営業DXプロダクト投資を実行。順次リリース予定  
積極的な中途採用活動を実施し、2Qに13名入社。4月、5月に9名入社

## マーケティングDX

積極的な中途採用活動を実施し、2Qに7名入社。4月、5月に7名入社

## その他

子会社において計画通り投資実行

## コーポレート

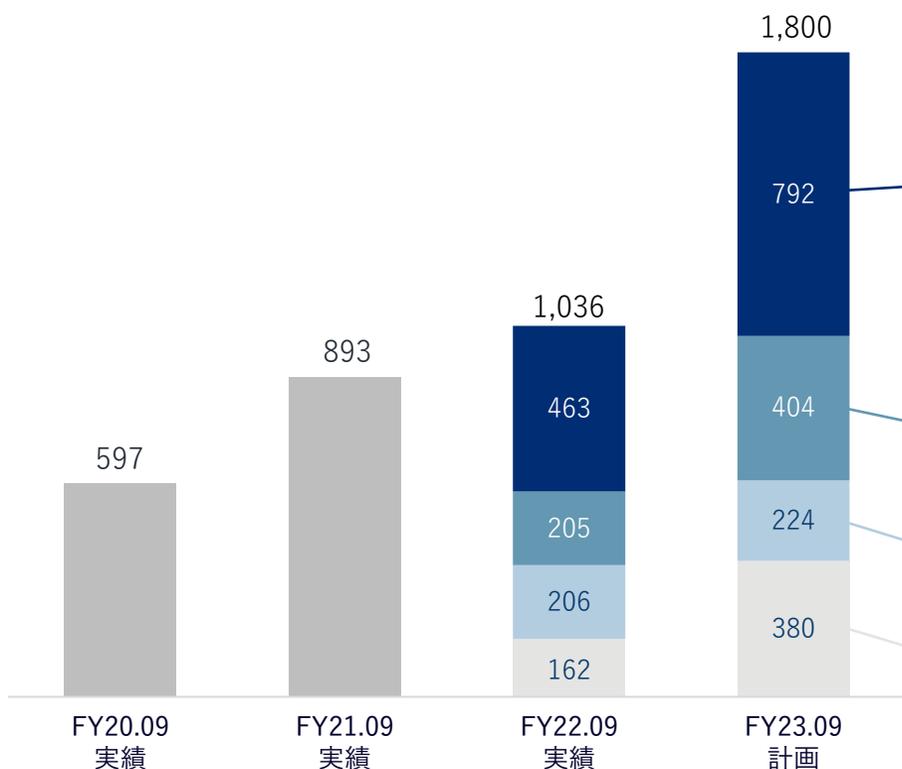
3月のオフィスに移転により地代家賃が増加  
4月に新卒52名入社



# 投資計画－全社（再掲）

■ 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



事業	KPI	投資内容
不動産DX	ユーザー数	マーケティング組織拡充。ブランディング投資
	顧客数	セールス組織拡充
	顧客単価	バリューチェーン拡大のためのプロダクト投資
	新規サービス	ケアスル 介護・Housiiへの投資
マーケティングDX	顧客数	セールス・データアナリスト等人材投資
	顧客単価	高付加価値サービス提供のための人材投資
その他		Datachain・ThinQ Healthcareの開発組織拡充
コーポレート		オフィス増床・新卒採用・コーポレート人材投資等



# 投資計画－不動産DX（再掲）

- 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・セールス組織の拡充
  - ・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・顧客数増加

## ② 営業DXのためのプロダクト投資

- ・営業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
- 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



# 不動産DX 営業DXプロダクトの導入状況

- 複数のプロダクト展開により、加盟業者の各業務プロセスのDX化を推進
- 期初に比べて有料プロダクト導入率が順調に増加。今後も複数プロダクトをリリース予定

加盟業者の業務プロセス



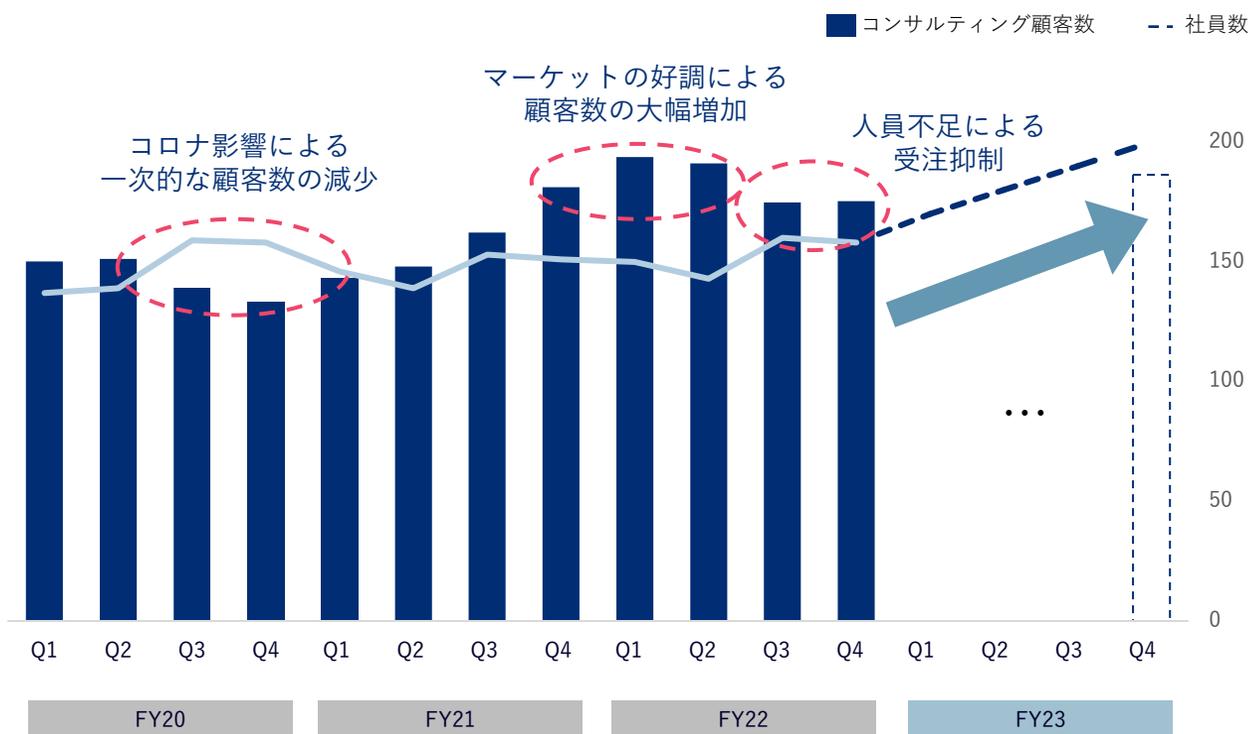
営業DXプロダクト	 査定	 営業	 内見	 契約
 AI査定				
 営業支援				
 CRM				
⋮				



# 投資計画－マーケティングDX（再掲）

## ■ 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

コンサルティング顧客数及び社員数



マーケティングDX業績予想の前提

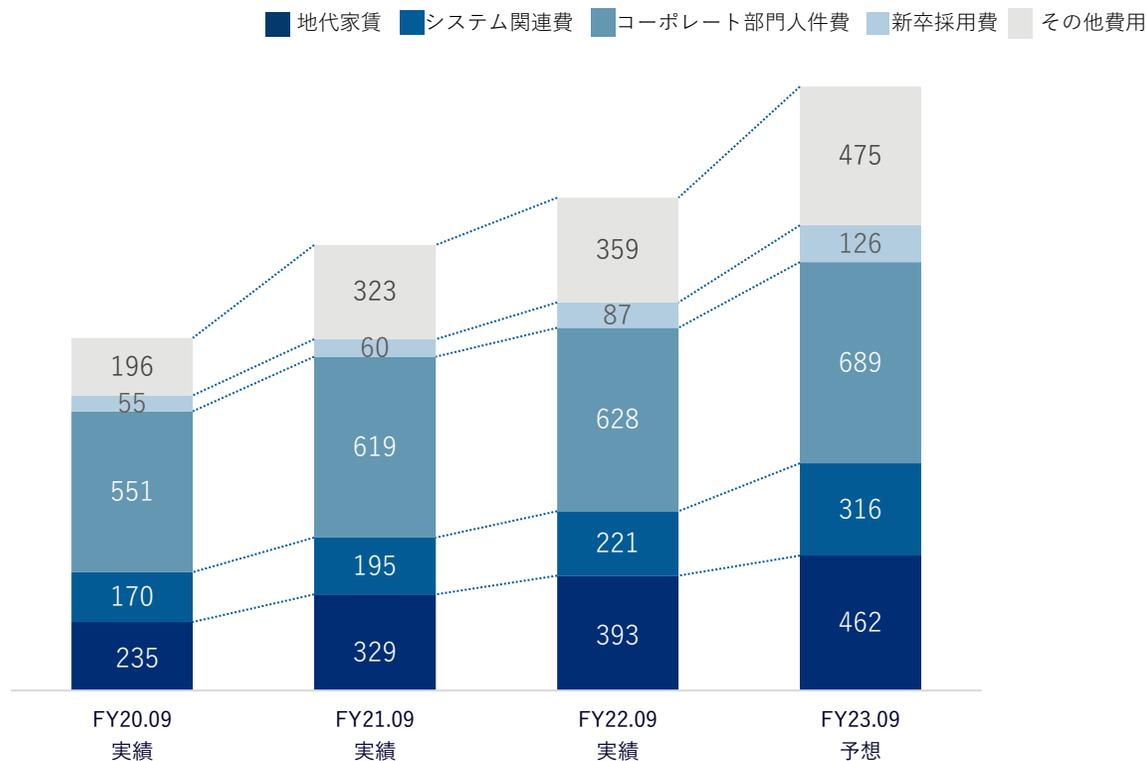
- 21年9月期下期から大きく顧客数が伸びている通り、企業のマーケティングDXに対するコンサルティングニーズは高く、顧客単価も継続的に上昇している。この機会を捉えるべく重点的な人材投資を行う。
- 22年9月期は新卒採用による増員があったものの、中途採用の不調や退職の発生等により、人員不足の状況。23年9月期は以下の施策により、大幅な人員増加を見込む
  - ・新卒採用（全社で60人）
  - ・中途採用担当者数の増加  
→21年9月4人、22年9月7人、23年9月10人
  - ・報酬設計の見直し



# 投資計画－コーポレート（再掲）

- 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

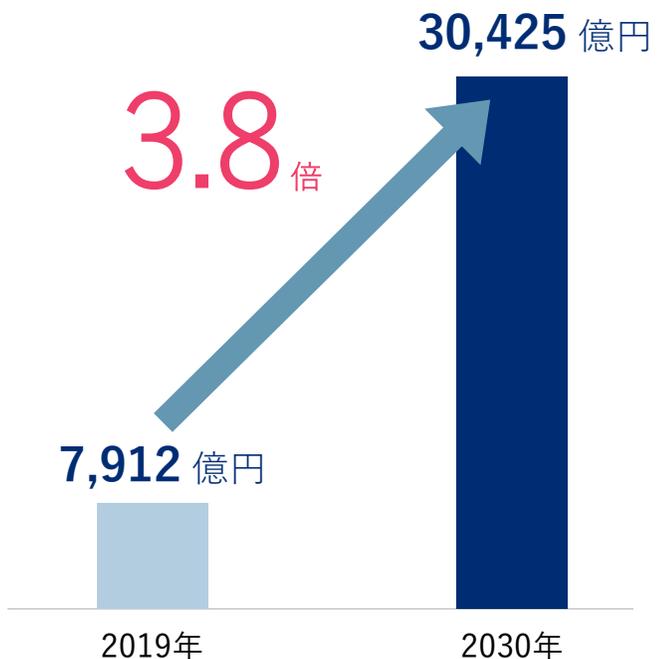
# 成長戦略



# 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

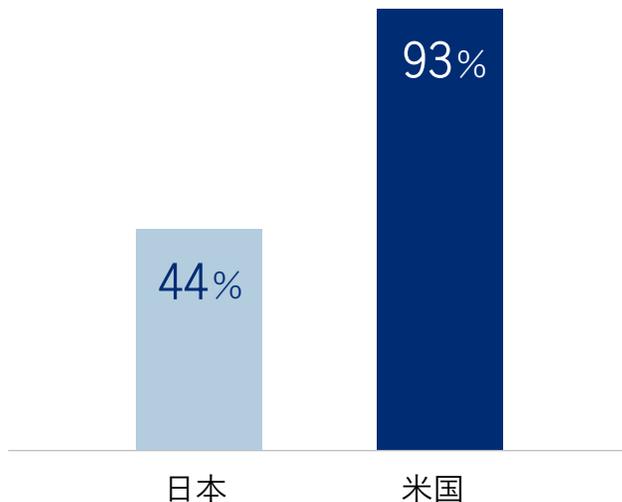
市場規模の成長



※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

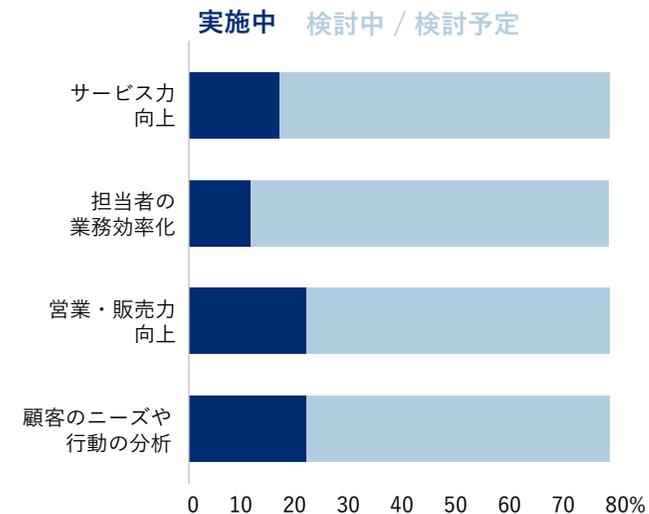
国内企業におけるDX取組み比率は  
まだ米国の1/2以下



※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

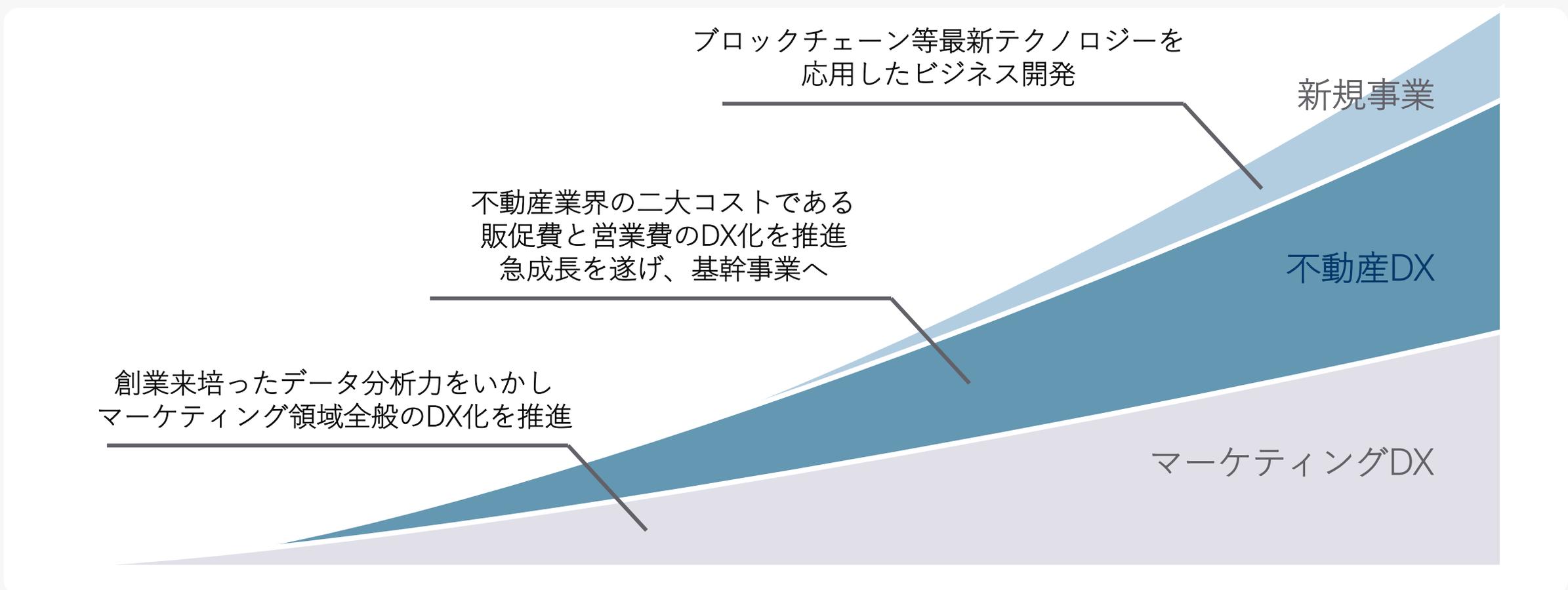


※出典：野村総合研究所「IT活用実態調査(2017年)」



# 全社の成長戦略

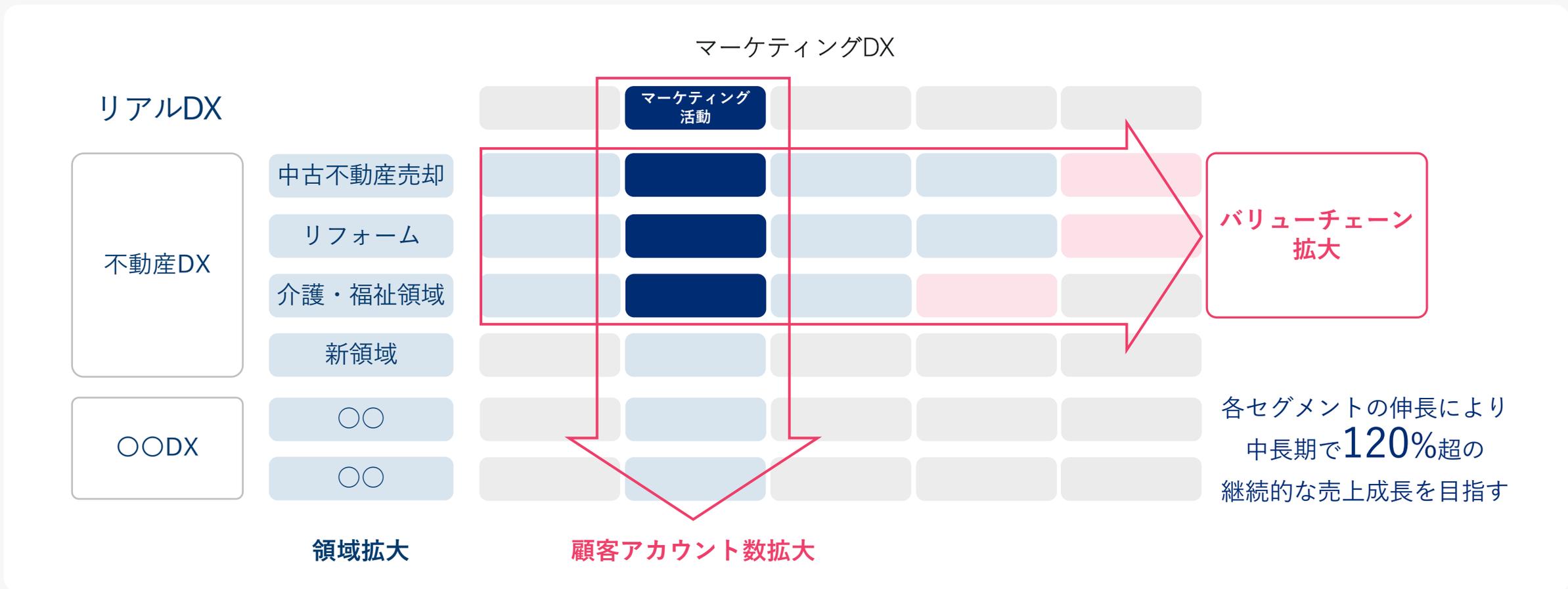
■ 高収益なマーケティングDXの成長に加え、不動産DXの高成長により更なる拡大を目指す





# 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



# 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したい

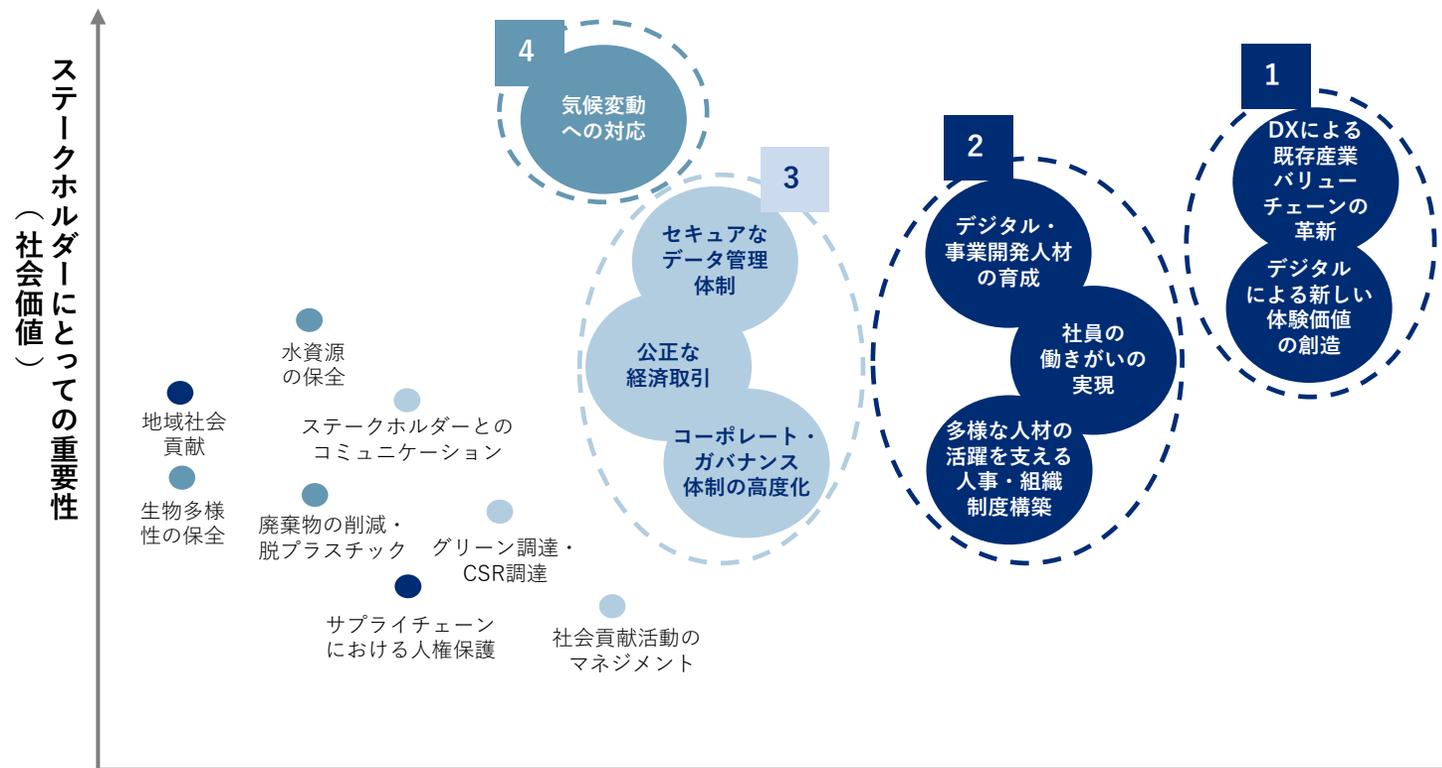


# 当社のサステナビリティ経営におけるマテリアリティ

## 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





# 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CO<sub>2</sub>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

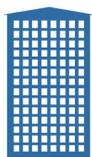
知りたい人に対して、より直接的に、  
より多くの必要な情報を届けることへの貢献



### 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

# 事業概要



# 事業優位性

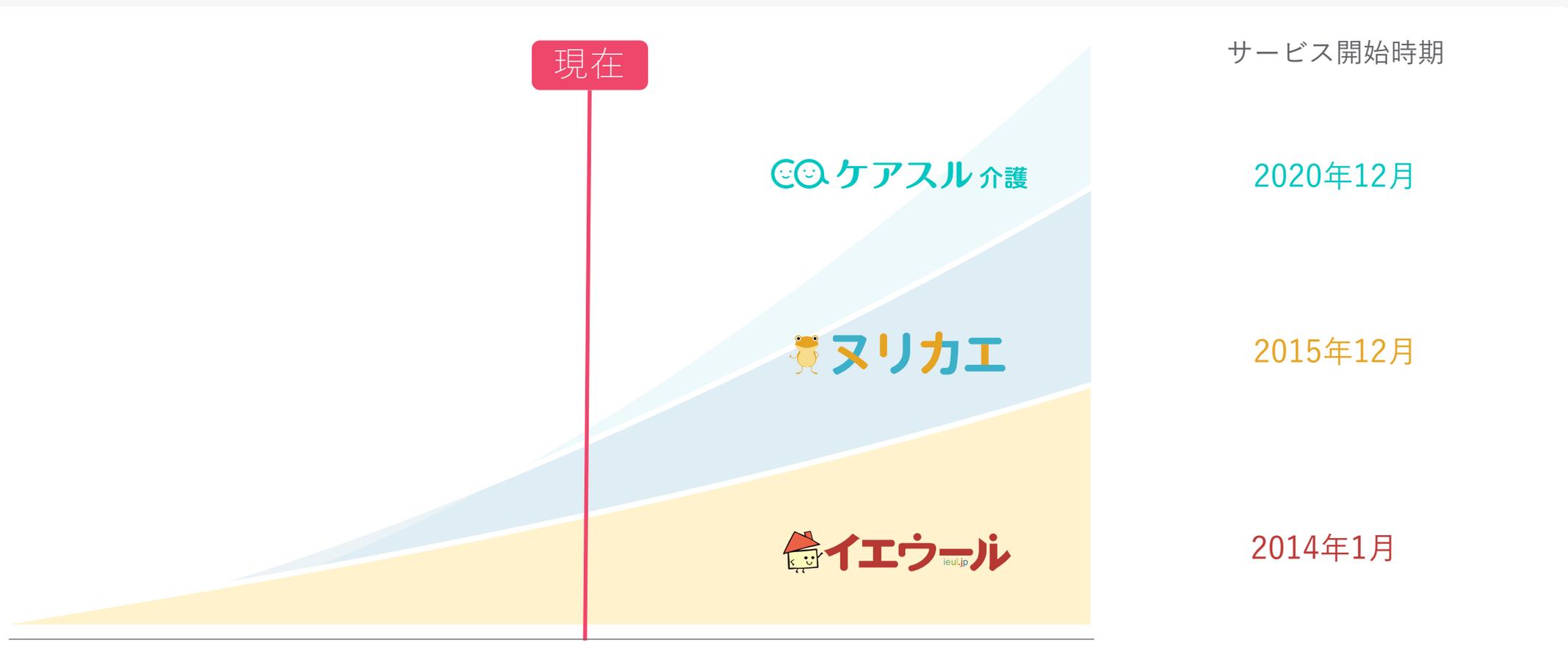
- データ分析を軸に連続的に事業開発
- マーケティングDXと不動産DXの相互作用で産業DXを推進





# 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  
SOM

マンション・戸建

中古売買  
オンライン仲介市場

SAM

マンション・戸建

中古売買  
オンライン市場

TAM

マンション・戸建

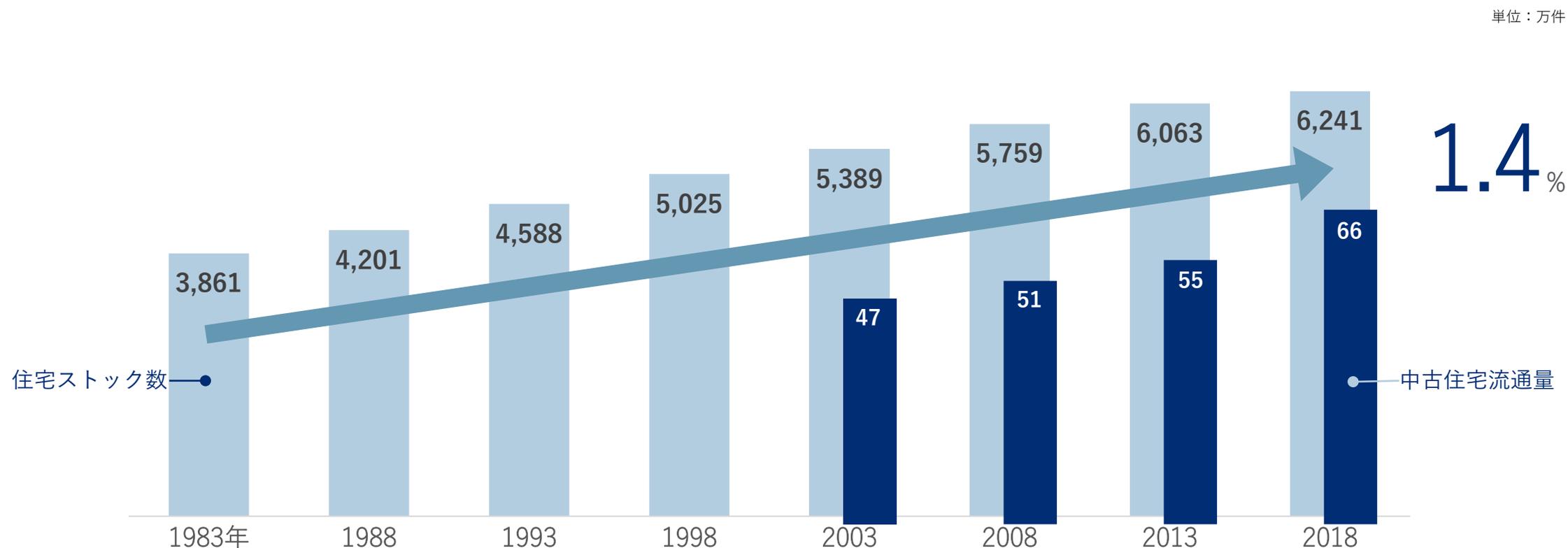
中古売買市場

出所：「不動産業統計集」、東京カンテイデータ、経済産業省「電子商取引に関する市場調査」より分析



## 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



出所：総務省「住宅・土地統計調査」、「不動産業統計集」より



# 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

470 億円  
SOM

リフォーム  
オンライン仲介市場

4,700 億円  
SAM

リフォーム  
オンライン市場

6.5 兆円  
TAM

リフォーム市場

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

出所：矢野経済研究所「国内住宅リフォーム市場調査」、一般社団法人住宅リフォーム推進協議会「平成29年度住宅リフォーム実例調査」より分析



## 不動産DXの市場ポテンシャル④ 介護市場

- ケアフル 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

226 億円  
SOM

介護施設  
オンライン仲介市場

1,880 億円  
SAM

介護施設仲介市場

4.7 兆円  
TAM

TAM

介護施設市場

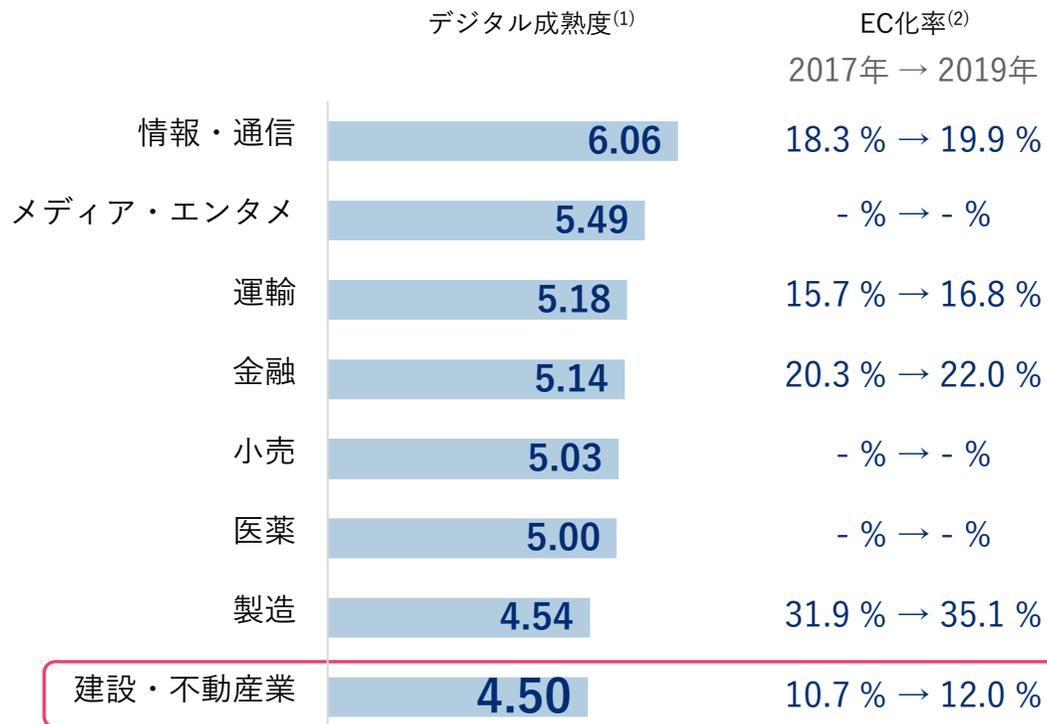
TAM : 獲得可能な最大市場規模  
SAM : 実際に提供可能な市場規模  
SOM : 実際に獲得できる市場規模

出所：デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー「国内介護市場の動向について」より分析

# 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



(1) Kane, et al.(2015)のThe Digital Business Global Executive Studyより  
 (2) 経産省「電子商取引に関する市場調査」より

不動産業界のデジタル化の流れ

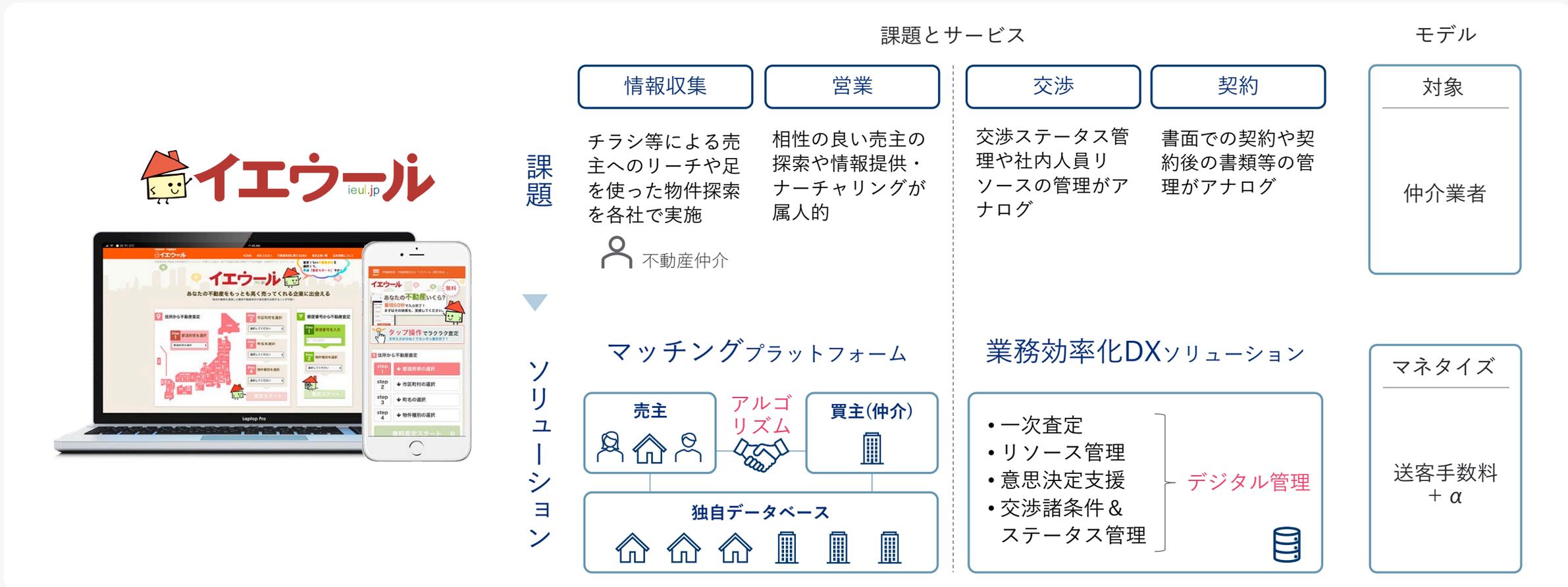
2022年5月に改正宅地建物取引業法が施行  
 不動産売買に関する契約手続きの  
 デジタル化・オンライン化が加速





# 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



課題

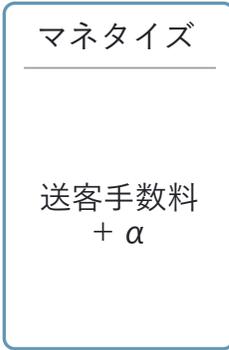
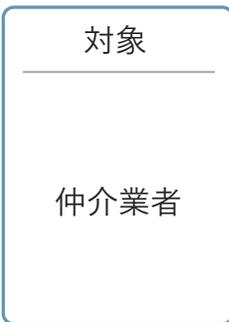
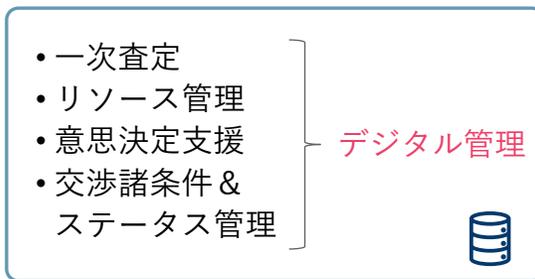
ソリューション



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





# 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**



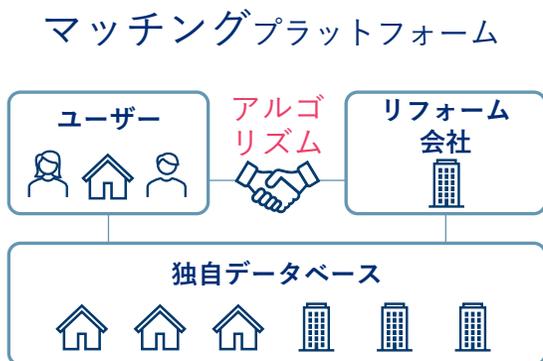
課題

- 情報収集
- 営業

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

ソリューション



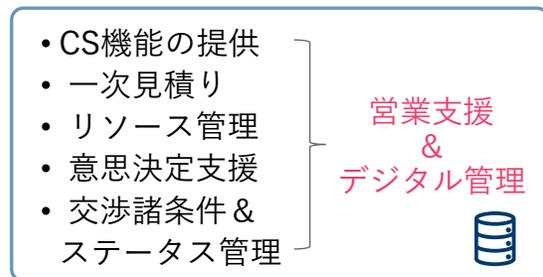
課題とサービス

- 交渉
- 契約

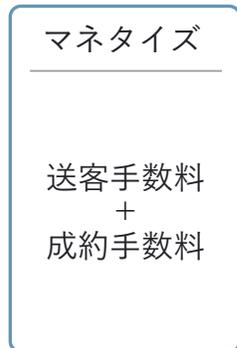
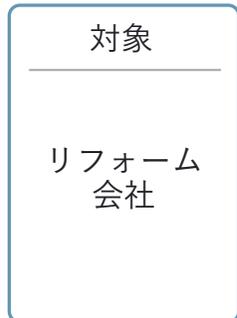
一次見積り後の交渉や社内人員リソースの管理がアナログ

書面での契約や契約後の書類等の管理がアナログ

業務効率化DXソリューション



モデル





# 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

## ケアスル介護



課題

ソリューション

課題とサービス

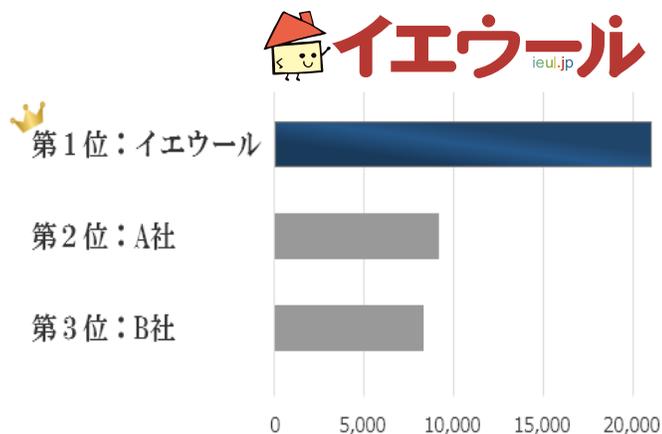
モデル



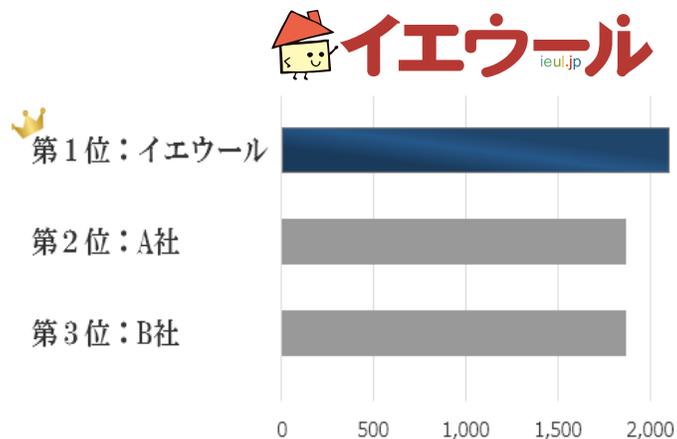
# 不動産DXの実績 ランキング調査

- 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

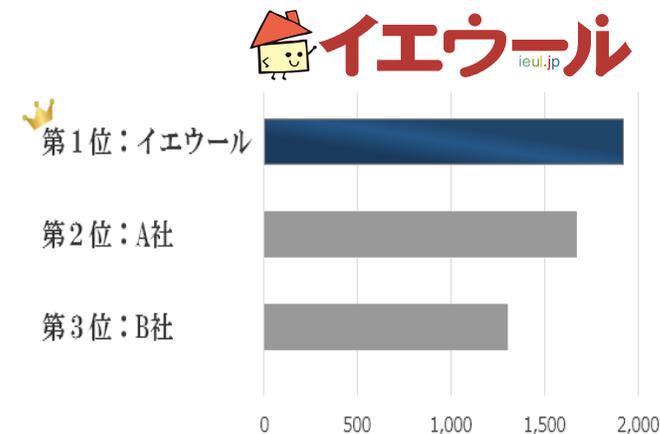
月間査定依頼ユーザー数



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



↑ すまいステップ



提携メディアの増加



送客



↑ すまいステップ

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

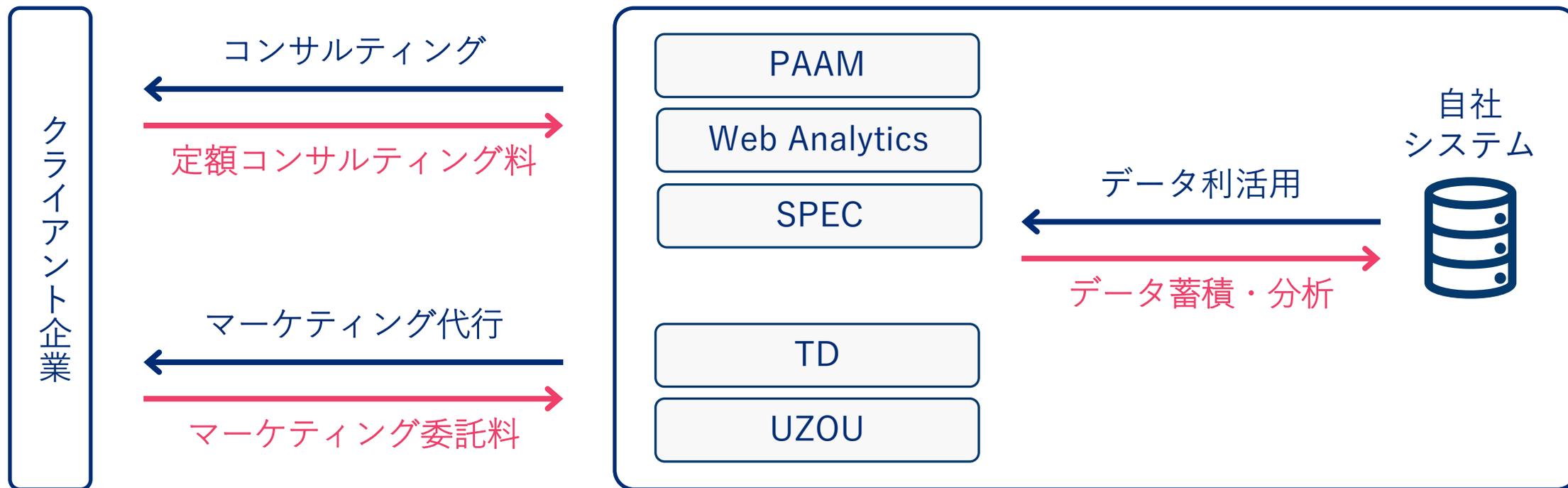


集客力強化



# マーケティングDXのビジネスモデル

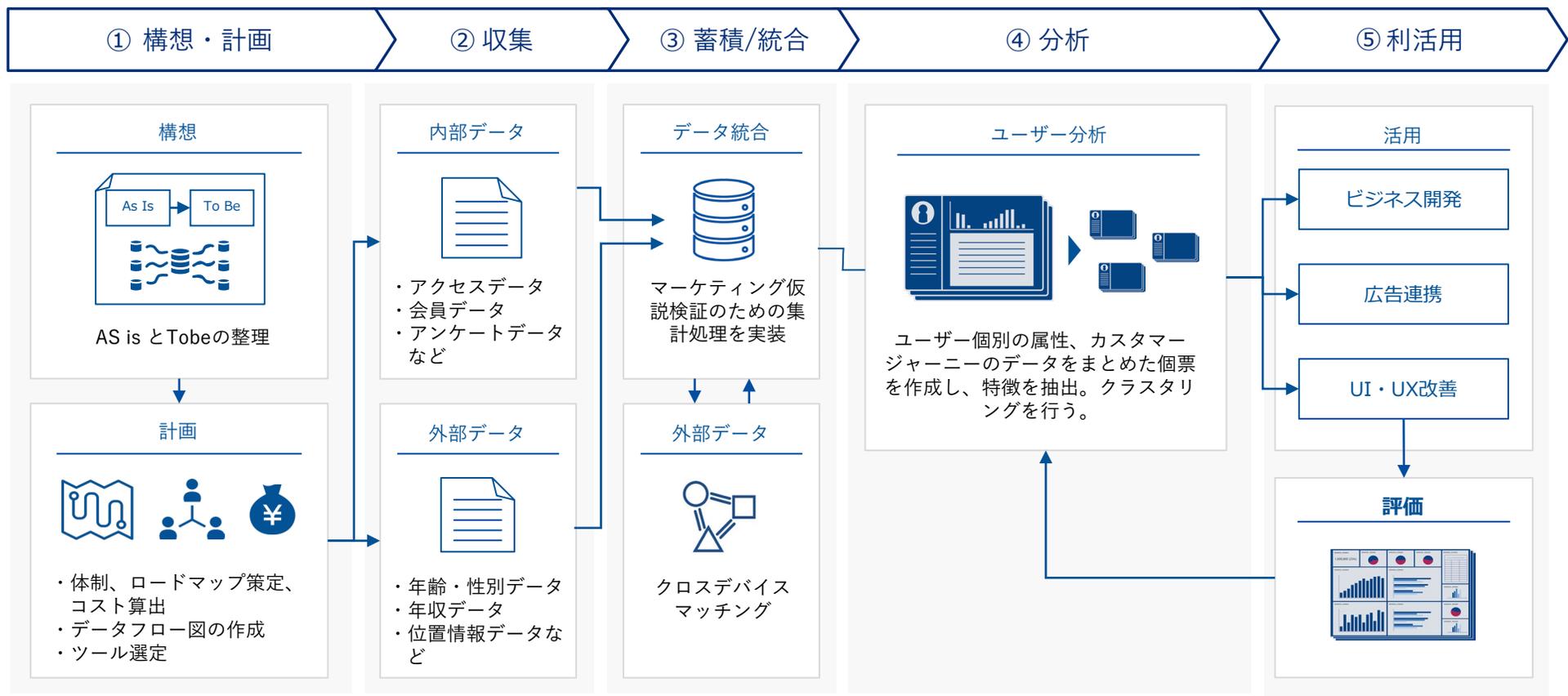
- 事業を通じて蓄積したデータを分析・利活用しながら、マーケティングのプランニングから実行までを持続的に支援するコンサルティングを提供





# マーケティングDXのサービス内容

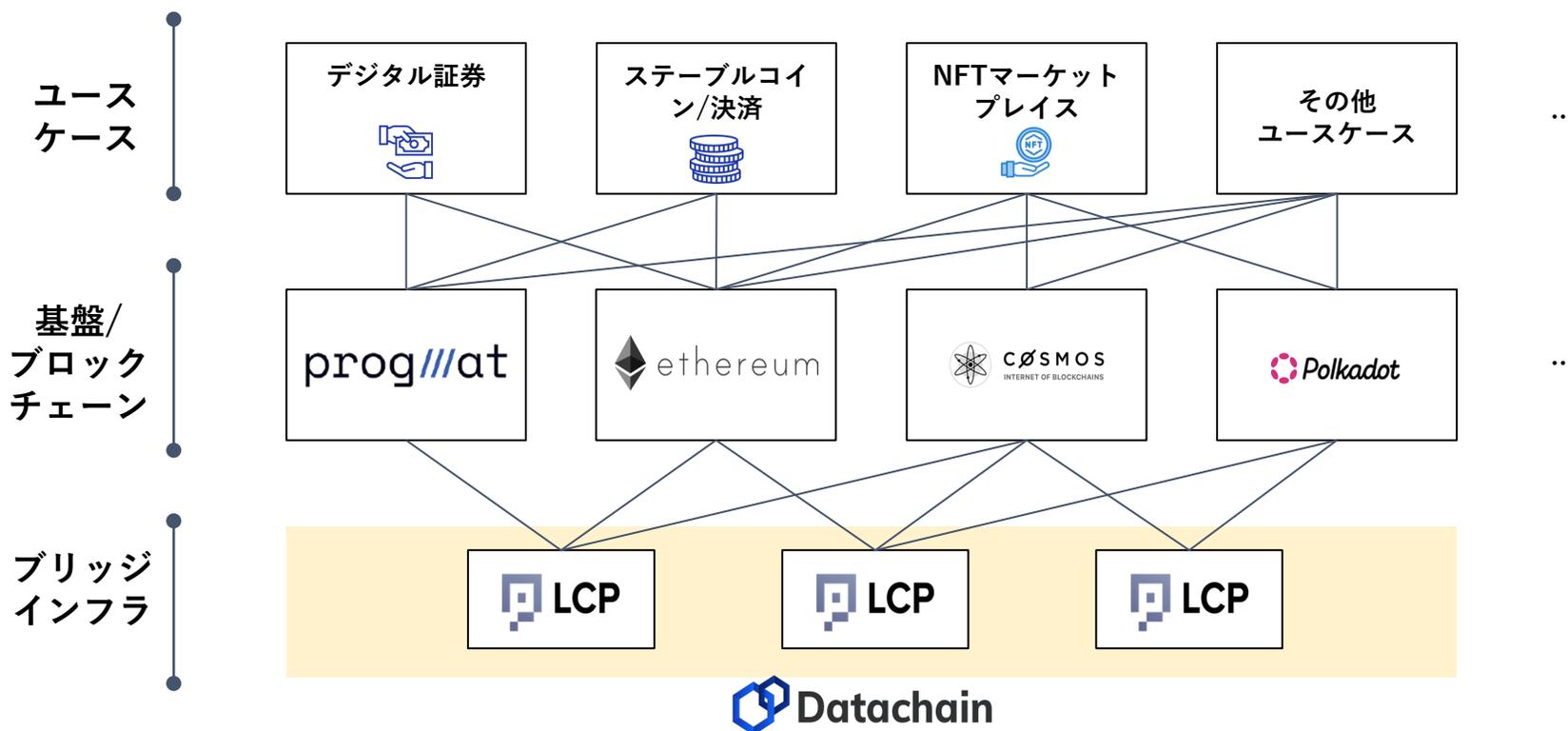
## ■ データを軸にマーケティングのソリューションサービスを提供





# 新規事業 Datachain 金融DX領域への展開

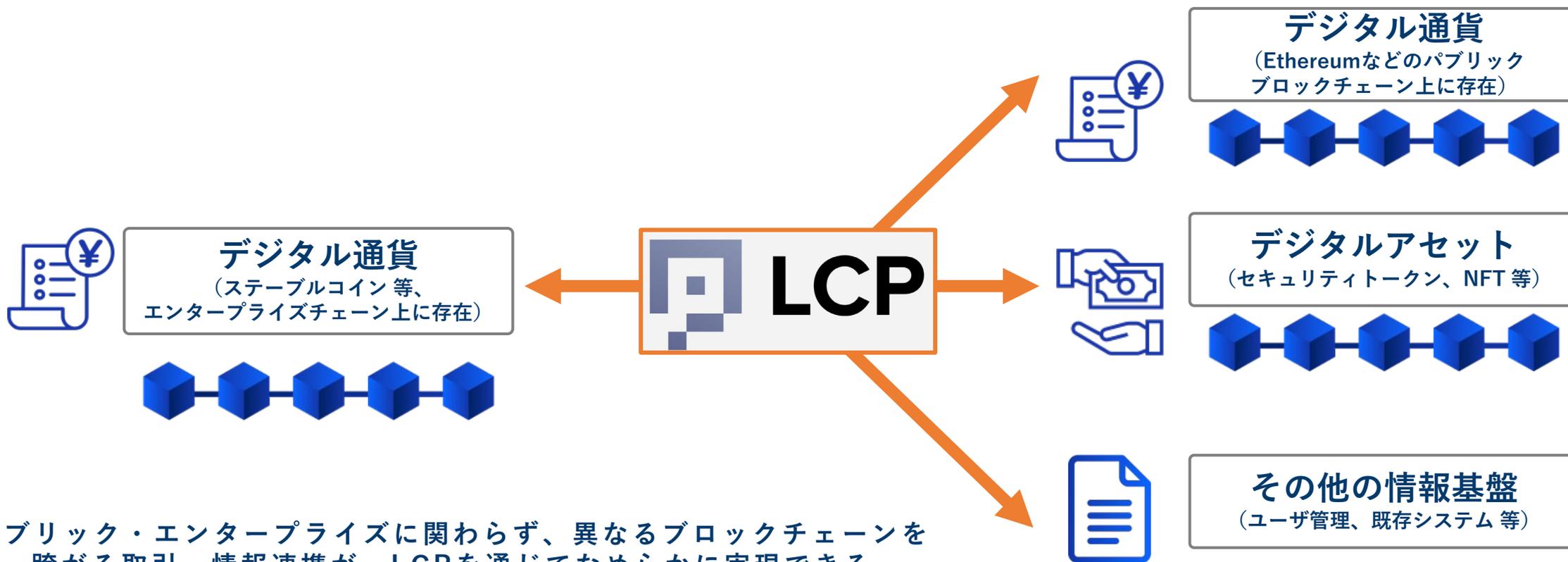
- Datachainは、次世代金融ネットワークを支えるインフラとして、様々なブロックチェーンを繋ぐプロダクトである「LCP」を通じて、金融DXに取り組む





# 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・エンタープライズに関わらず、異なるブロックチェーンを跨る取引・情報連携が、LCPを通じてなめらかに実現できる



# 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）



# 新規事業 Datachain インターオペラビリティPJの推進

- 三菱UFJ信託銀行・ソラミツと、多種多様なステーブルコイン(※1)の相互移転・交換の実現に向けた技術提携を開始

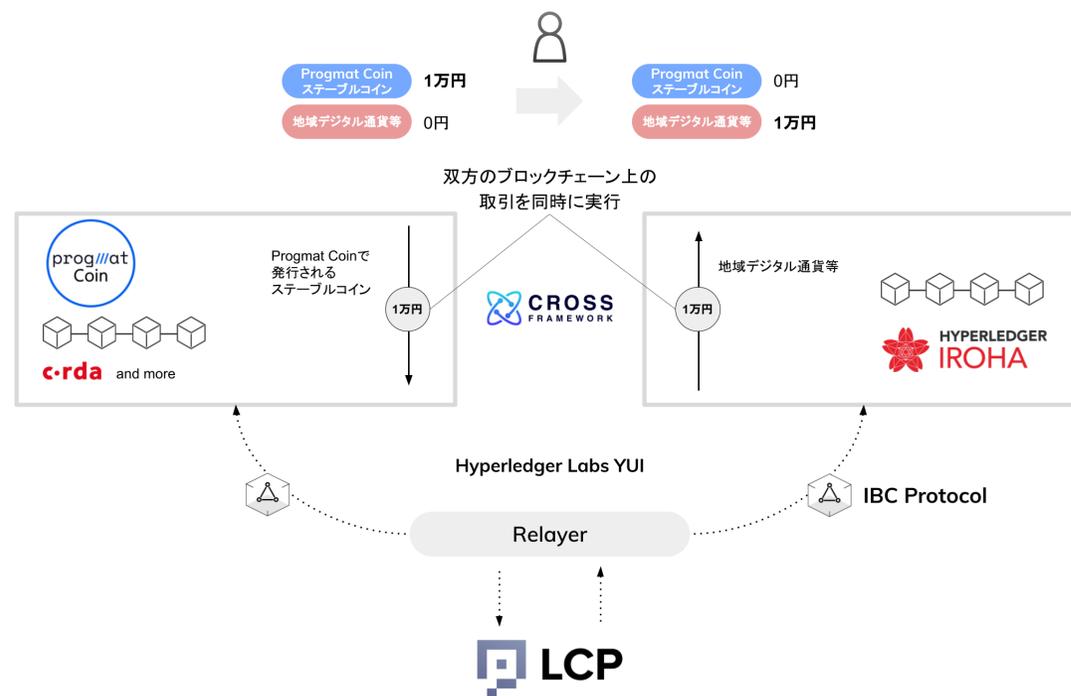
## 異なるステーブルコイン間の相互運用例



Progmatでのステーブル  
コイン発行に取り組み

アジア各国でのCBDCや  
地域通貨発行に取り組み

ステーブルコインの社会実装を進める企業と共に、ユーザにとっての利便性を高める相互運用（異なる通貨間での決済や交換等）の仕組み構築を目指す



※1 ステーブルコイン: ブロックチェーン等の電子情報処理組織を用いて移転することができる、法定通貨と価値の連動等を目指す決済手段の総称

# 業績予想

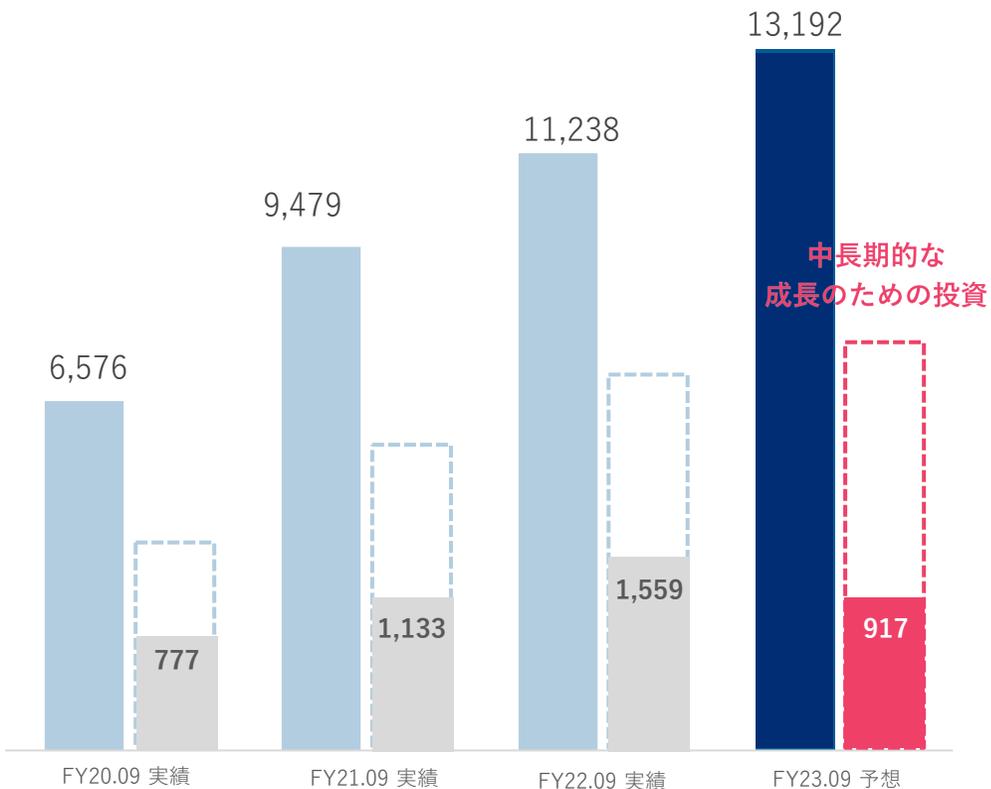


# 全社の2023年9月期 業績予想（再掲）

- 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



単位：百万円

	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	1,037	△ 37.1%
当期純利益	1,082	373	△ 65.5%

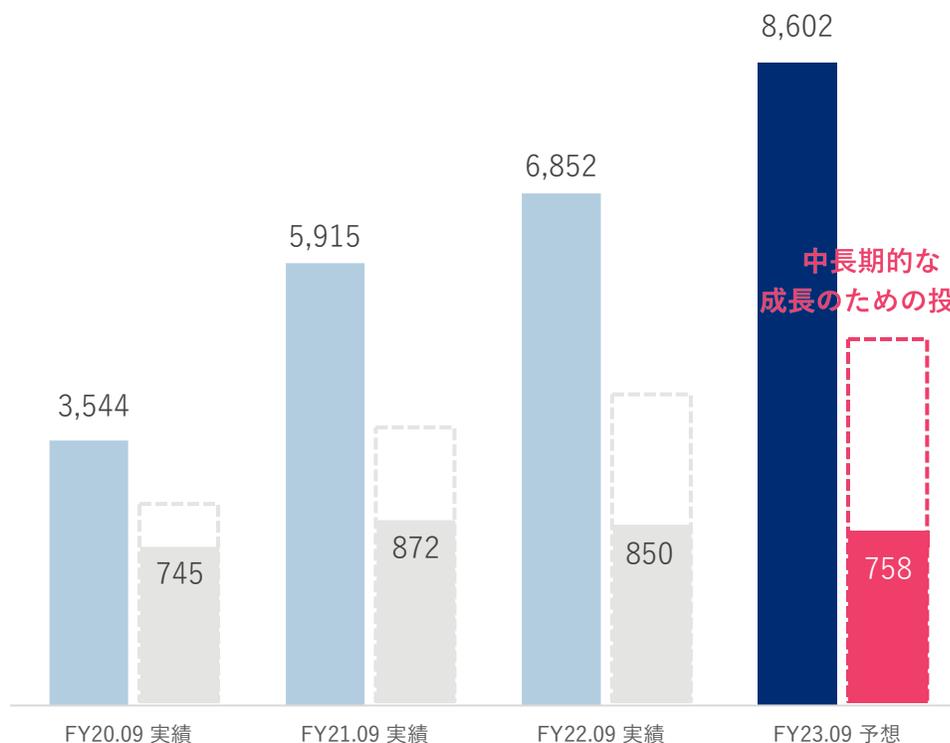


# 不動産DXの2023年9月期 業績予想（再掲）

- 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

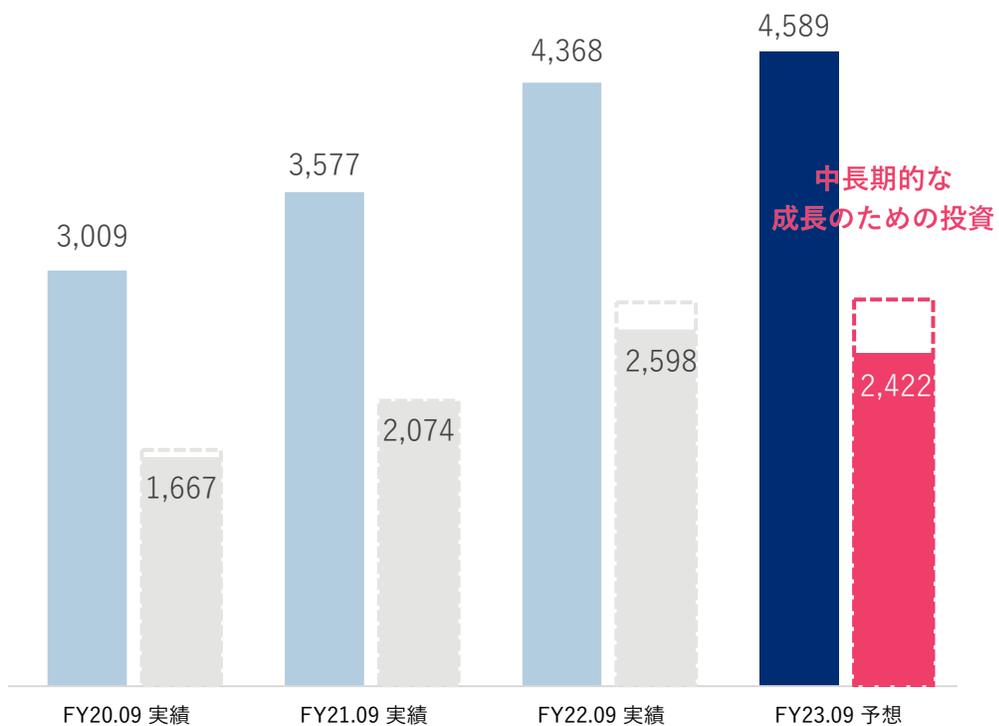


# マーケティングDXの2023年9月期 業績予想（再掲）

- 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



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

# Appendix



## 【事例】不動産会社のDX支援

- 従来型のオフライン集客を前提としたサービスフローが根強く存在する不動産会社に対して、営業DXの戦略から実行までを支援。DXソリューションの提供や、オンラインに最適化した営業組織の構築支援を通じて、営業生産性の向上に寄与している

### プロジェクト内容

#### ■ 課題

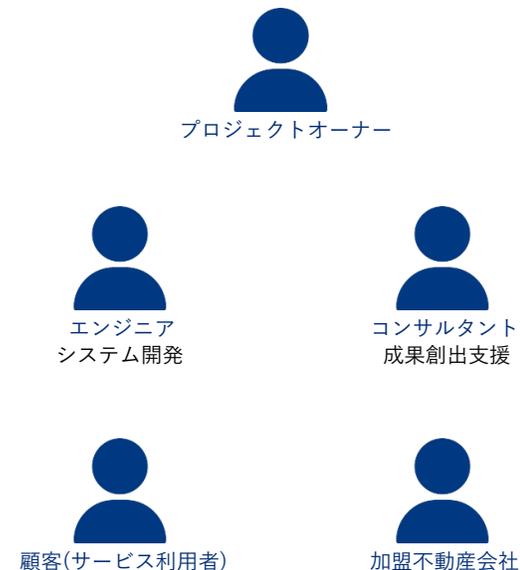
- ・ オンライン時代に適した営業戦略やKPIが定められず、属人的な営業になっている
- ・ オンラインユーザーに対する理解が乏しく、具体的な対応方法を設計できない
- ・ 顧客管理がアナログで、適切なタイミングで顧客接点が持てていない

#### ■ 提供サービス



オンライン集客に適した営業戦略やKPIを策定し、若手メンバーに対する教育プログラムを提供。架電ツールやMAツールを導入し、顧客に対して適切なタイミングで適切なコミュニケーションが取れるよう、社内オペレーションを構築。オンライン時代に対応した組織に変革し、営業生産性が大きく向上。

### ステークホルダー





## 【事例】 リフォーム会社のDX支援

- 顧客管理などアナログ作業が大部分を占める主に中小のリフォーム会社へのDXサービス提供。会社単体で実行出来ない顧客ステータス・追客管理、意思決定を促す営業活動代行を内製システムとオペレーションを組み合わせ提供し、成約率向上に貢献

### プロジェクト内容

#### ■ 課題

- ・顧客管理がアナログで、適切なタイミングで顧客接点を持っていない
- ・他社の見積もり取得状況、付帯サービス利用有無等把握出来ておらず、適切な営業提案が出来ていない

#### ■ 提供サービス

リフォーム会社向け顧客管理システムの開発・導入

内製管理用顧客管理システムの開発・運用

顧客追客・営業活動代行

リフォーム会社が利用する顧客管理システムを開発・利用促進し、データを収集。内製で利用する別の顧客管理システム・架電ツール・メールナーチャリングシステム等を開発し、リフォーム会社が変わって顧客追客を実行。収集したデータを活用した質の高い営業提案を実現し、成約率向上に貢献

### ステークホルダー





# 【事例】 BtoBtoC企業のDX支援

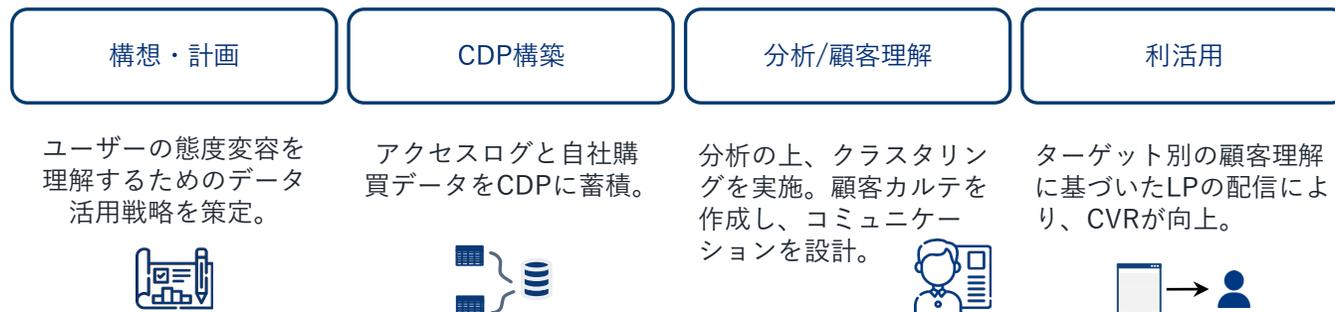
- 外資系 大手ヘルスケア/トイレタリーメーカーの企業様にて、マーケティングDXの戦略から実行までを支援。データ活用支援から派生して、Webマーケティングやブランドサイトの最適化など、支援テーマを拡大して支援している

## プロジェクト内容

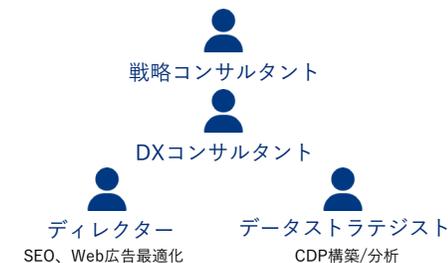
### ■ 課題

- ・ユーザー理解やコミュニケーション設計ができていない
- ・データドリブンにキャンペーン施策等のPDCAが回せていない
- ・投資対効果の高いユーザーの属性がわからない

### ■ 提供サービス



## チーム



## 派生プロジェクト

### ① Webマーケティング

Speee内の別事業部と共同し、SEOやWeb広告運用の最適化など、Webマーケティングでの成果創出を支援

### ② ブランドサイト最適化

本プロジェクトで得た顧客理解に基づく、webサイト構造の最適化、サイト改善（CRO）やオウンドメディア最適化などを支援



# 【事例】 BtoB企業のDX支援

- 製造業の企業様にて、営業DXの戦略から実行までを支援。営業DXから派生して、WebマーケティングやDX人材の採用など、支援テーマを拡大して支援している

## プロジェクト内容

### ■ 課題

- ・営業戦略や、KPIを定めておらず、感覚的な営業スタイルが続いている
- ・Salesforceを導入しているが、営業活動の改善に活用できていない
- ・マーケティングの成果を可視化できてない

### ■ 提供サービス

セールス&マーケティング戦略の策定

パイプライン設計

Salesforce再構築

Pardot構築

ダッシュボード構築/データの可視化

現場へのヒアリングを行い、組織課題を明らかにした上でセールス&マーケティングの戦略を策定。マーケティングと営業を一気通貫で管理する仕組みを構築するため、Salesforce、Pardotの設計・構築、ダッシュボード作成を行い、データドリブンな意思決定をする組織へと変革。

## チーム



戦略コンサルタント



DXコンサルタント  
Salesforce、Pardot構築、  
活用支援



データストラテジスト  
SEO、Web広告最適化

## 派生プロジェクト

① Webマーケティング

② 採用

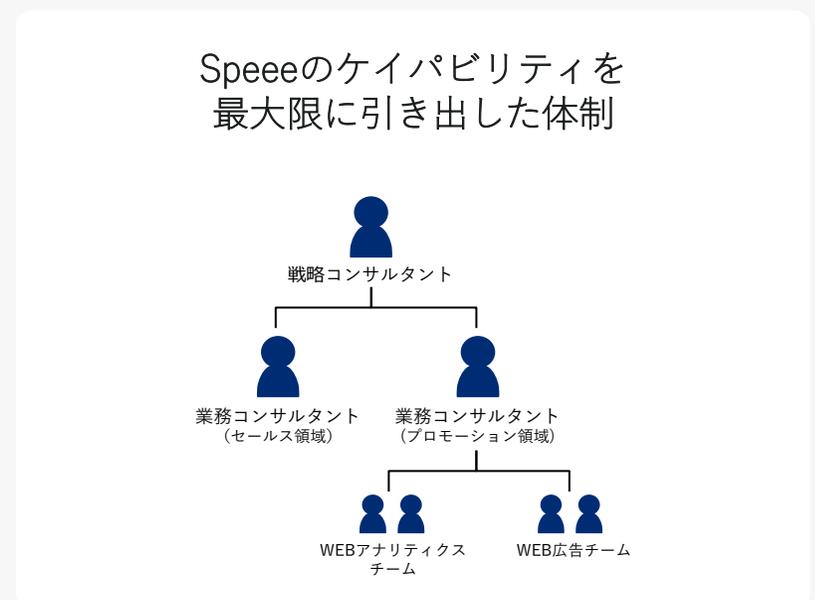
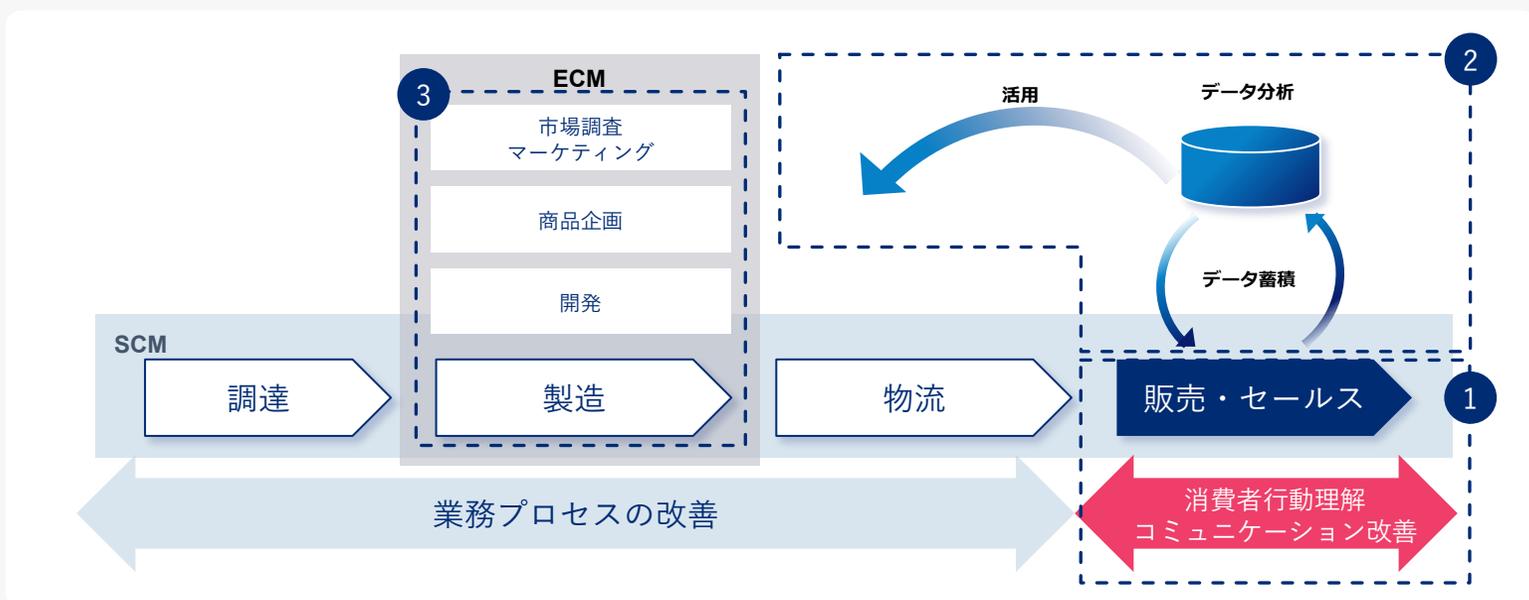
Speee内の別事業部と共同し、SEOやWeb広告運用の最適化など、Webマーケティングでの成果創出を支援

DX推進に際する社内の人材不足解消のための採用強化や、ブランディングなどを支援



# 【事例】クライアントプロジェクト：製造業のバリューチェーン変革

歴史ある会社の売上を5年で3倍にするという挑戦





# 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	1,420,606千円（2023年3月31日）					
従業員数	409名（2023年3月31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	西田 正孝	社外取締役	大川 勝廣
	取締役	久田 哲史	取締役	田口 政実	社外取締役	山中 健児
	取締役	渡邊 昌司	社外取締役	長谷部 潤	社外取締役	高松 悟
所在地	東京都港区六本木三丁目2番1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 | マーケティングDX事業 | 株式会社Speee設立。「Webアナリティクス」事業を開始                                 |
| 2013年 10月 | マーケティングDX事業 | 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  | 不動産DX事業     | 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 | 不動産DX事業     | 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  | マーケティングDX事業 | 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  | その他新規事業     | 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 | マーケティングDX事業 | 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  | その他新規事業     | 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 | 不動産DX事業     | 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 | マーケティングDX事業 | 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  | その他新規事業     | 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     |



# 全社の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



広告運用額 = 売上

媒体費 = 売上原価

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



広告運用額 - 媒体費 = 売上

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、2022年9月期第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。本資料は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して記載しております。