



株式会社Speee
証券コード：4499

会社説明資料

2021年5月18日

2021年9月期
第2四半期





- 1 会社概要** P02
- 2 2021年9月期 第2四半期 業績** P27
- 3 成長戦略に関するトピック** P40

1 会社概要

Mission

解き尽くす。
未来を引きよせる。

データドリブンな事業開発の連鎖で
次世代のデジタルトランスフォーメーション(DX)を
実現する会社



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	1,371,482千円 (2021年3月31日)
従業員数	328名 (2021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 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 常勤監査役 大川 勝廣 監査役 山中 健児 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



代表PROFILE

大塚 英樹

1985年、埼玉県生まれ。

経営者である父の影響で、学生時代からビジネス書を読み漁る無類の経営者オタク。
学生時代より、起業を前提に複数社の経営企画職を経験。

2007年、モバイルの浸透によりインターネットユーザーが急増するも、
マーケティングデータが利活用されていない状況に課題を感じSpeeeを創業。

2010年、新たなメディア事業を起業する為に一時期Speeeを離れるも、同社をバイアウトして翌年復帰。

2011年、代表取締役就任。

以降、データ活用が適切に行われていない業種・業界を対象領域として、
検索データ・顧客データ・市場データの利活用を軸としてビジネスデベロップメントを牽引し続けている。

2015年、AERAの「日本を突破する100人」に選出。

2017年からREAPRA Venturesの外部アドバイザーを務める。

Speeeは「デロイト トウシュ トーマツ 日本テクノロジー Fast50」で、急成長企業として7年連続ランクイン。
Great Place to Work® Institute Japanが実施する「働きがいのある会社」ランキングも連続受賞している。



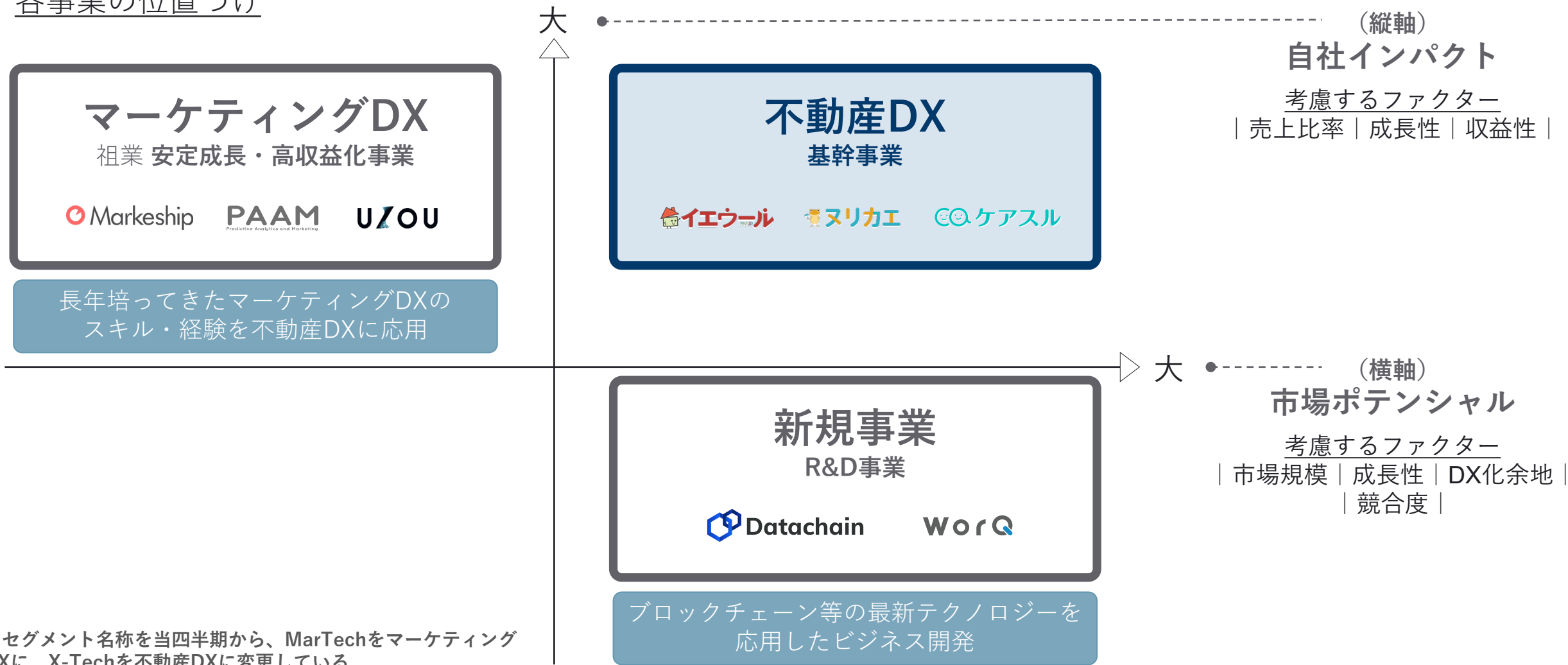
- 2007年 11月 ● 株式会社Speee設立。Webアナリティクス事業を開始
- 2013年 10月 ● DSPを中心としたデジタル広告の「トレーディングデスク」事業を開始
- 2014年 1月 ● 中古不動産売却におけるマッチングサービス「イエウール」事業を開始
- 2015年 12月 ● 外装リフォームにおけるマッチングサービス「ヌリカエ」事業を開始
- 2016年 4月 ● ネイティブアド配信プラットフォーム「UZOU」事業を開始
- 2017年 1月 ● インドネシア共和国に現地求職メディア運営事業を行う海外子会社PT. SPEEE RECRUITMENT NUSANTARAを設立
- 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
- 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
- 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」を開始

ビジネスの全体像



■ 祖業のマーケティングDX※を発展させ、不動産DX※企業へと進化

各事業の位置づけ

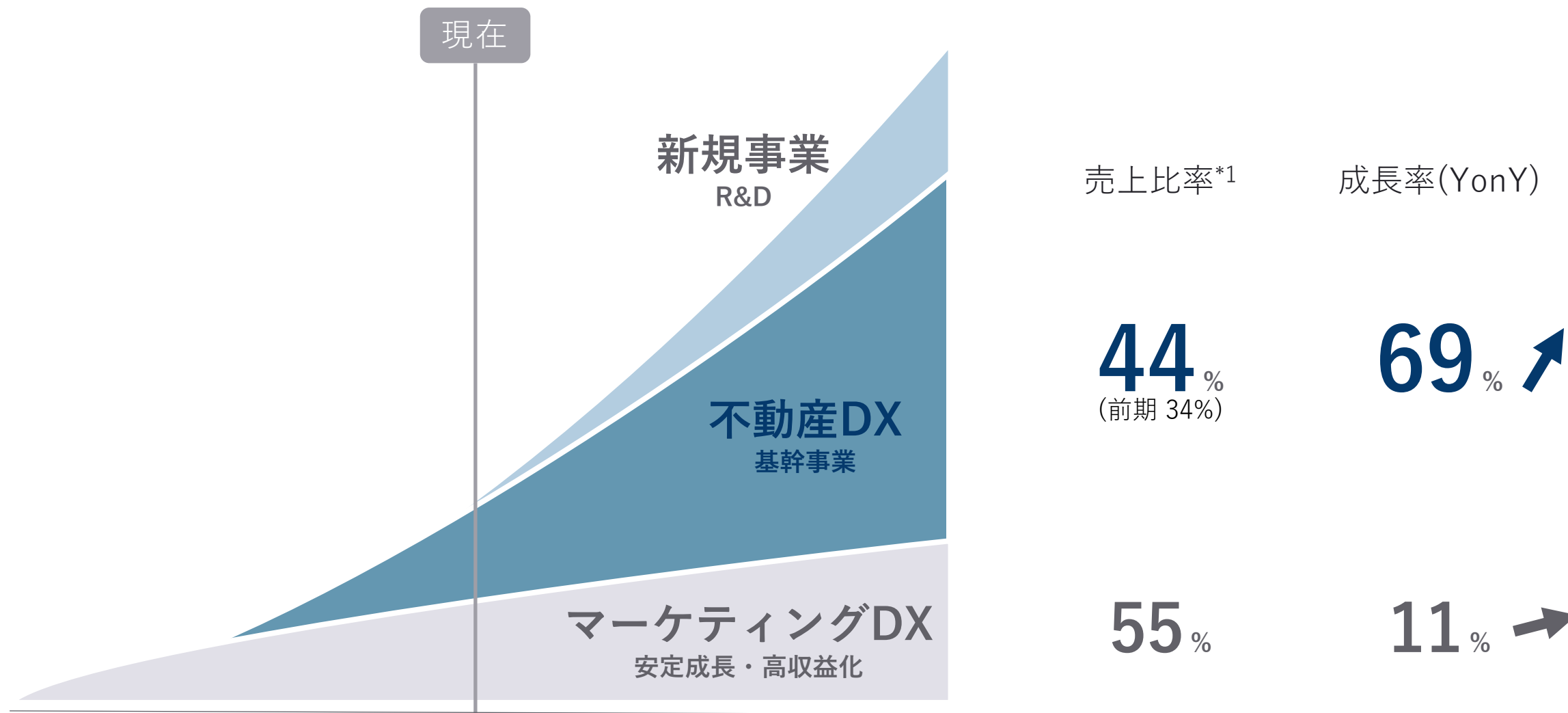


※セグメント名称を当四半期から、MarTechをマーケティングDXに、X-Techを不動産DXに変更している

今後の成長の考え方



■不動産DXをメインの事業ドメインとして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



来たる高齢化社会・循環社会に必要なサービスを創出(住まい×高齢者市場など)

ライフステージ軸

不動産関連市場

対象市場

高齢者×ホーム

...

リフォーム

情報収集

営業

交渉

契約

中古売買

情報収集

営業

交渉

契約

対応サービス

ケアスル

ヌリカエ

イエウール

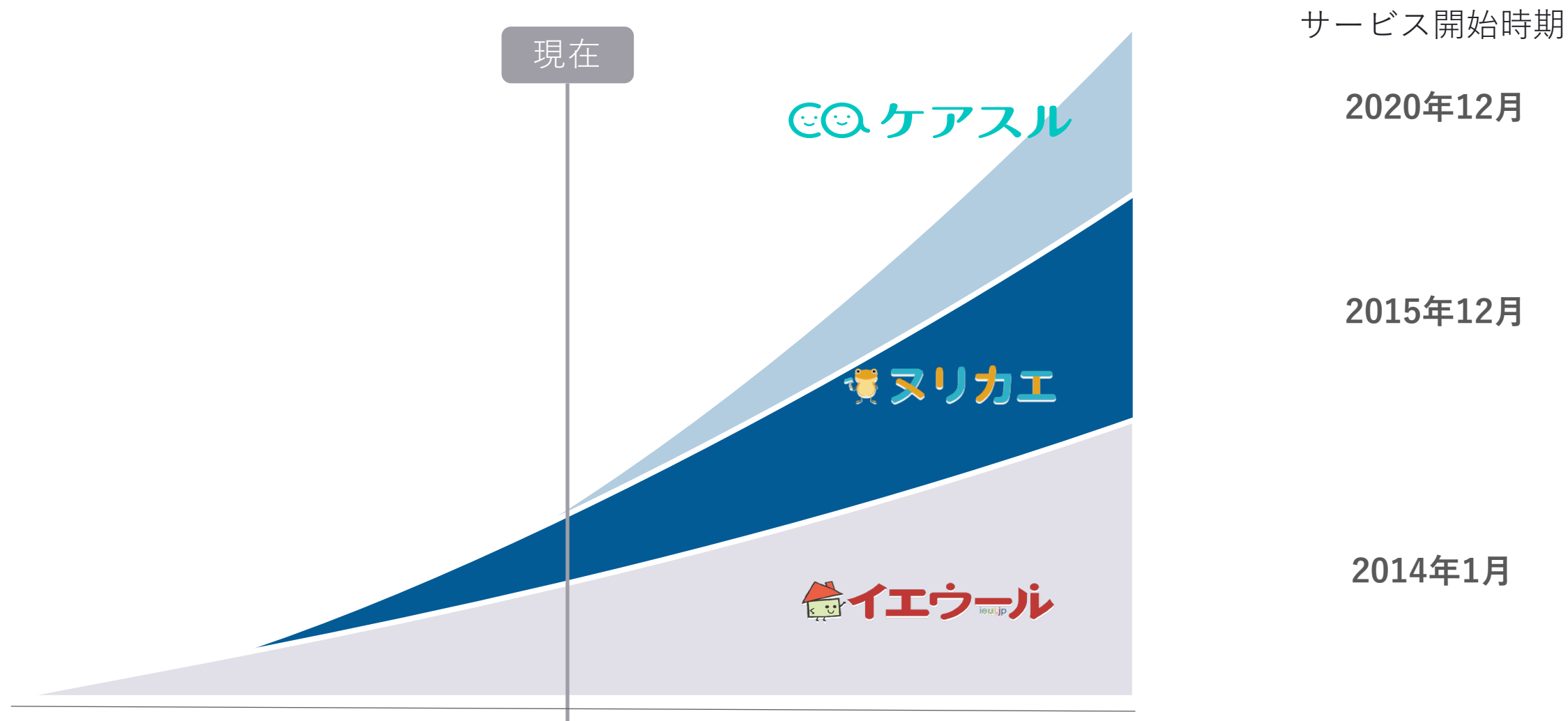
バリューチェーン軸

バリューチェーンの1パーツではなく全体を変革していくサービスを創出

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

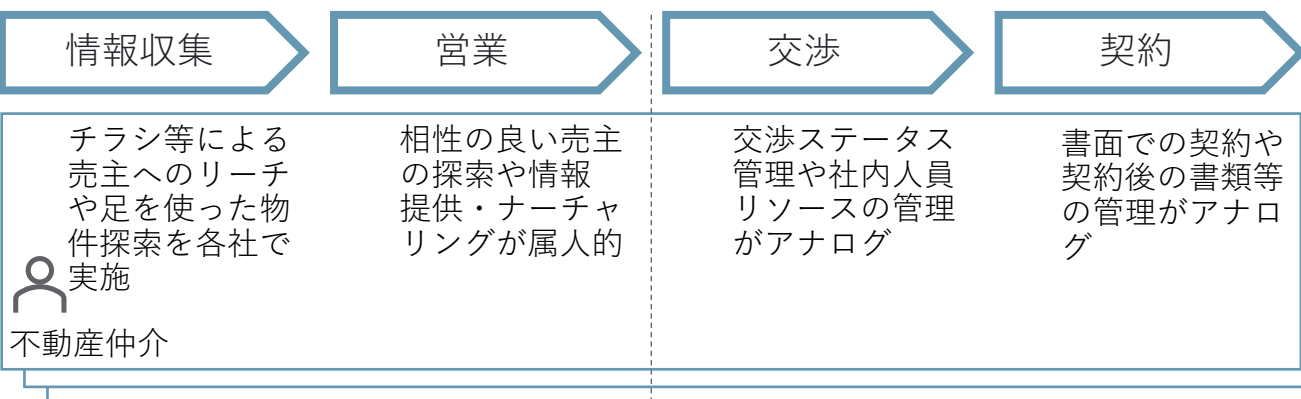
課題とサービス

モデル

売買



課題

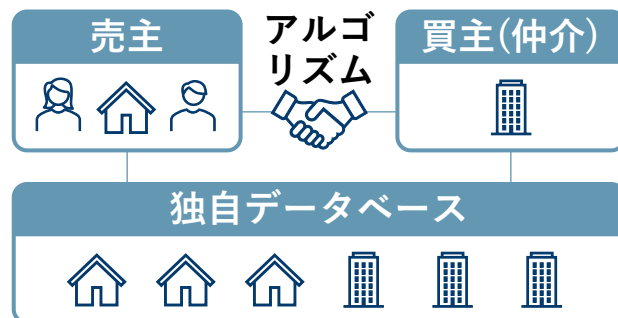


対象

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

- 一次査定
 - リソース管理
 - 意思決定支援
 - 交渉諸条件 & ステータス管理
- デジタル管理

マネタイズ

送客手数料

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



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

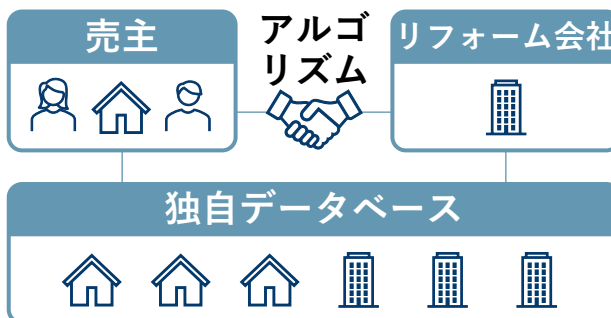
書面での契約や契約後の書類等の管理がアナログ

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

- 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
- デジタル管理 (Digital Management)

マネタイズ

送客手数料 + 成約手数料

事業部 イエウール事業

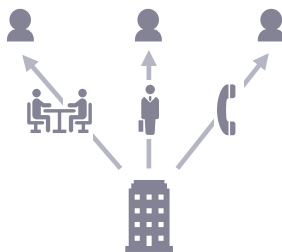
クライアント 中規模不動産会社

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

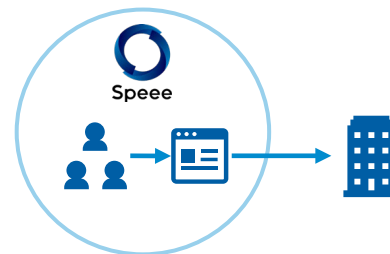


- 2 オフラインを中心とした非効率的な集客と労働集約的な営業プロセス

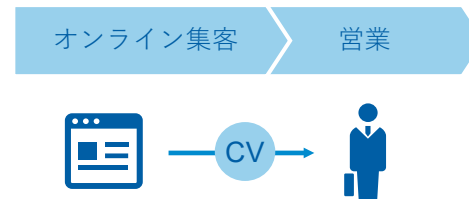


解決

- 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



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

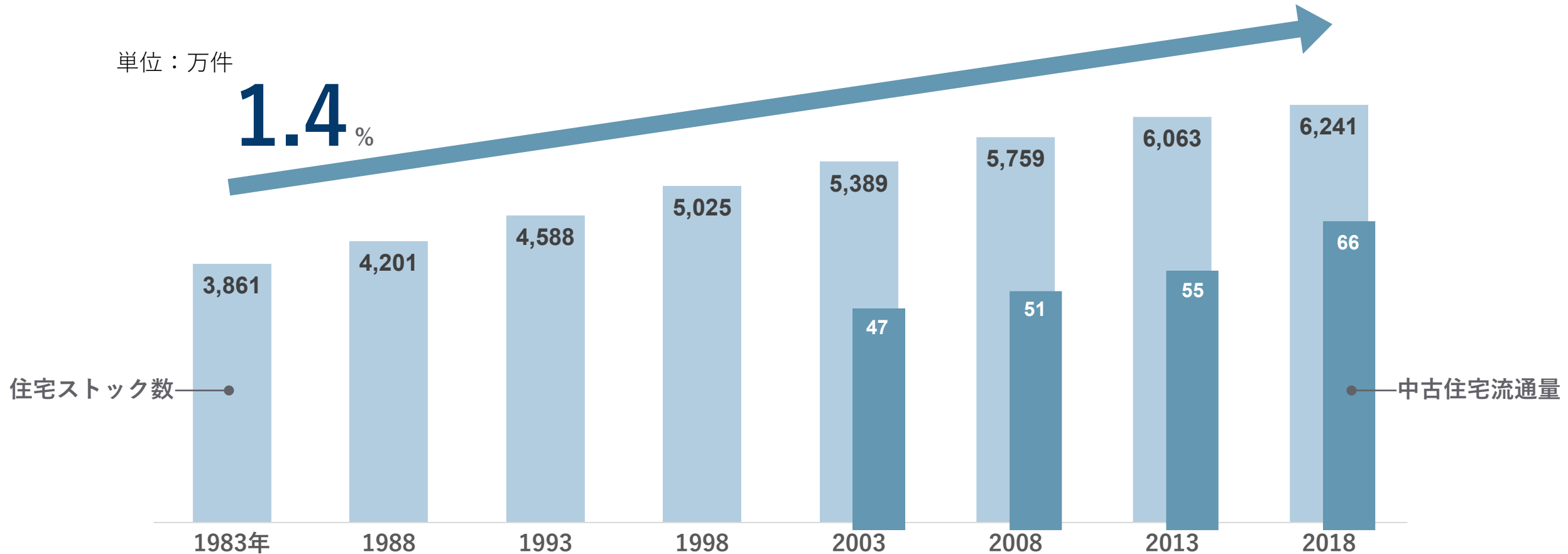
SOM

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

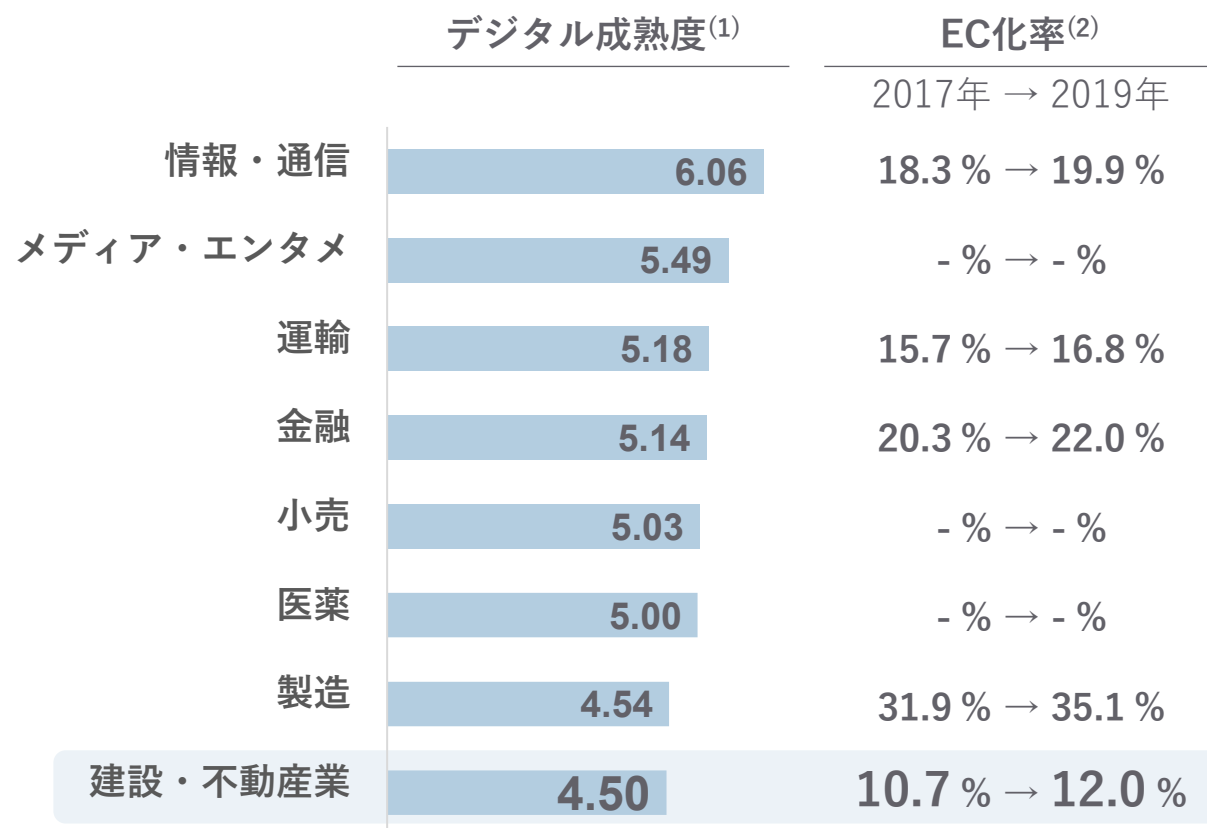
|リフォームオンライン仲介|市場

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 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
- 今後は政府方針の後押しもあり、デジタル化の流れが加速する見込み

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

日本政府の方針

不動産売買に関して今後重要事項説明等のデジタル化・オンライン化を推進

売り主の
売却活動

見込み顧客
の集客

仕入れ営業

接客・交渉

購入契約

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の市場ポテンシャル⑤ 先進プレイヤー

■不動産DXが進む米国では市場から高い評価を受けている

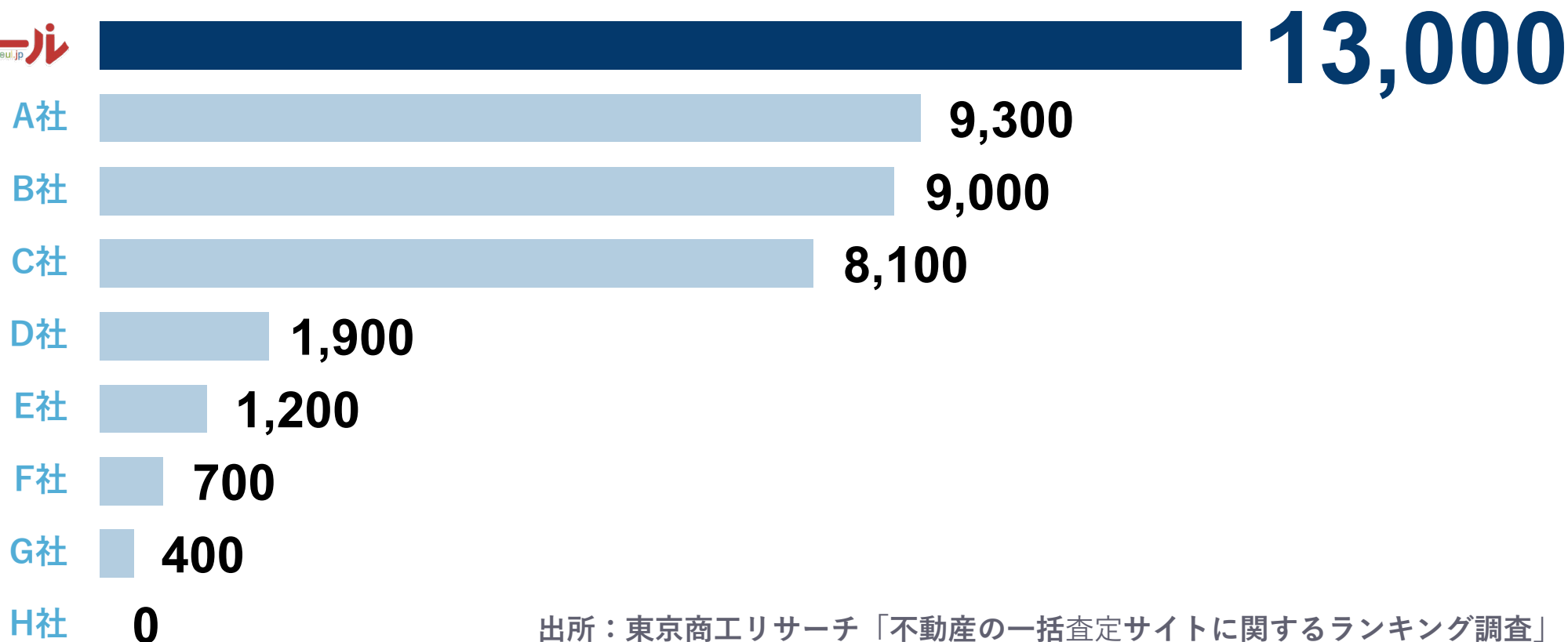
企業名	概要	時価総額	売上高	当期利益
Zillow	住宅関連情報と地元の専門家を繋げる住宅関連マーケットプレイスの運営など	31,651 百万ドル	3,340 百万ドル	-162 百万ドル
Opendoor	消費者が自宅を売買できる住宅用不動産のデジタルプラットフォーム運営など	12,290 百万ドル	2,583 百万ドル	-287 百万ドル
Redfin	住宅不動産仲介サービスを提供。顧客に売家検索サイトとアプリによるオンライン・プラットフォームを提供する	7,083 百万ドル	886 百万ドル	-19 百万ドル

PSR 約10 倍

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、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

査定依頼ユーザー数



出所：東京商工リサーチ「不動産の一括査定サイトに関するランキング調査」

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



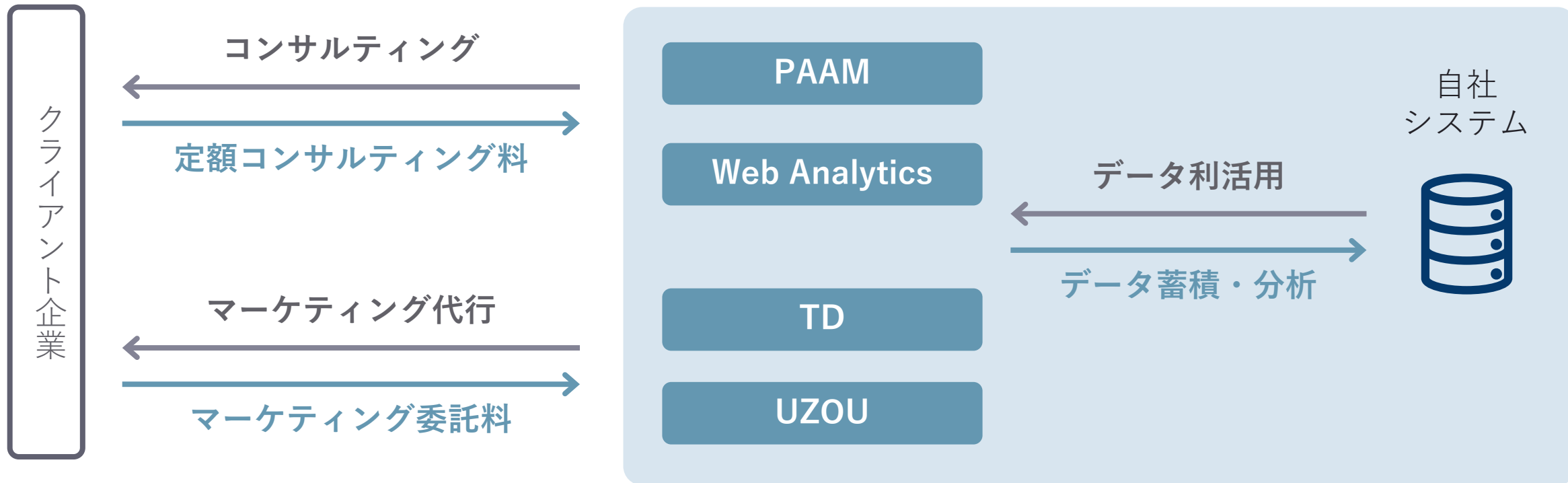
不動産売却一括査定サイト「イエウール」
「すまいステップ」、葬儀コンシェル等と業務提携

集客力強化

マーケティングDXのビジネスモデル



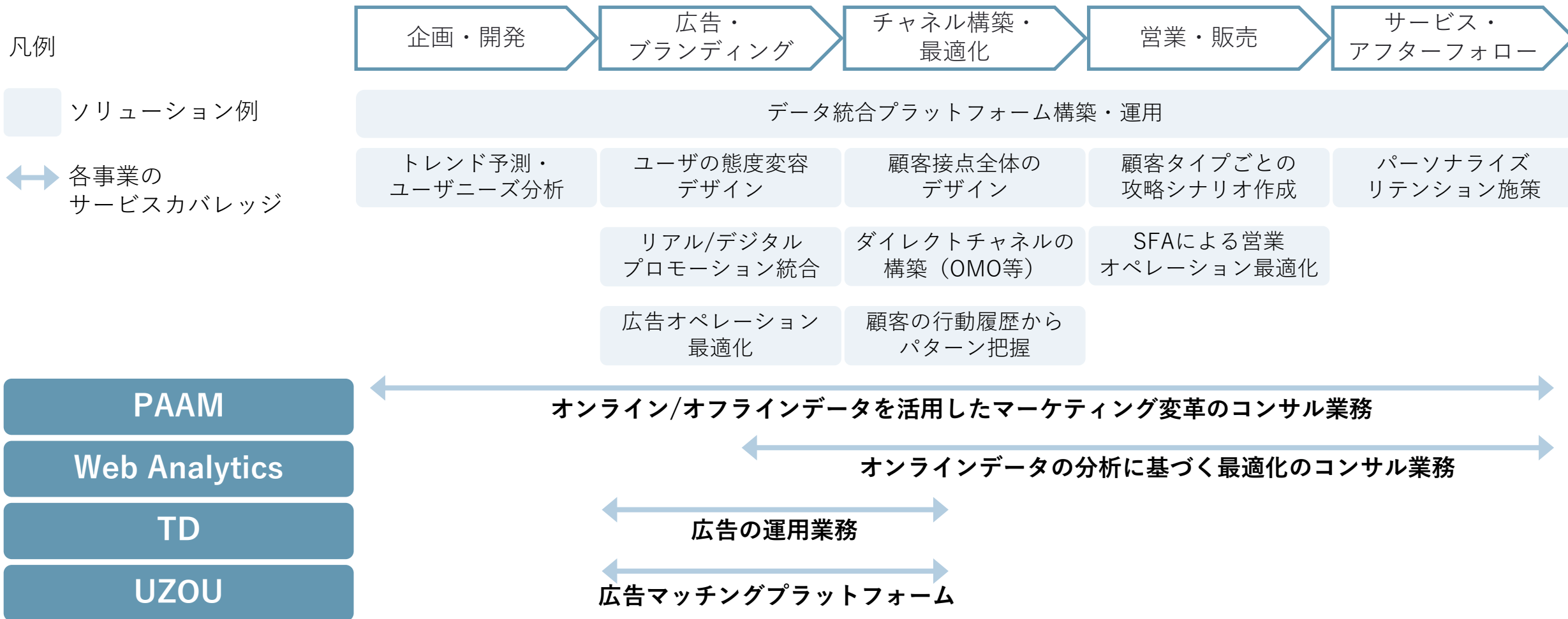
- 事業を通じて蓄積したデータを分析・利活用しながら、マーケティングのプランニングから実行までを持続的に支援するコンサルティングを提供



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



マーケティングDX 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

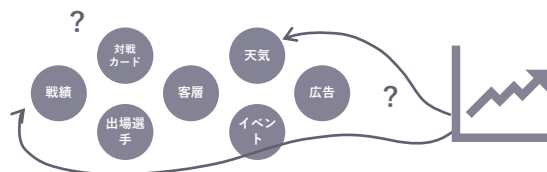
ニーズ概要 Sports Marketing J1チームのマーケティングをデータを使って再構築したい

課題

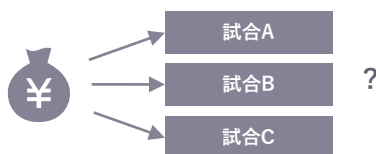
1 集客すべきファン層の特徴がわからない



2 集客の変数がわからない

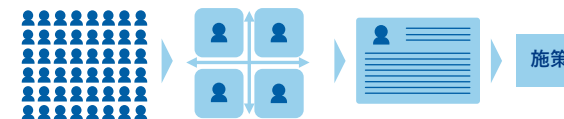


3 感覚や過去実績からプロモーション予算を配分しており、最適なかわからない

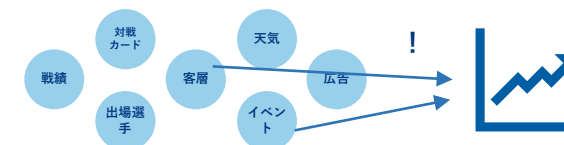


解決

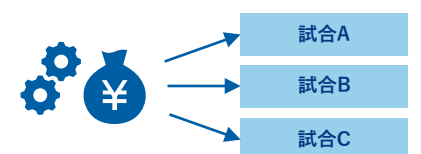
1 集客すべきファン層の特徴を分析し、最適なプロモーション施策を設計・実施



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



マーケティングDX 顧客事例②



事業部 PAAM事業
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

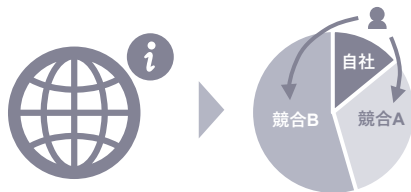
ニーズ概要 Direct to Consumer(D2C)戦略。直販チャンネルを最適化して販売量を大幅に増やしたい

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

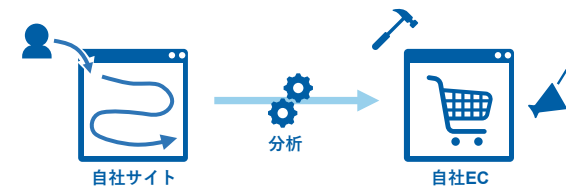


- 2 自社製品のWeb上での情報流通量の相対シェア(Share of Voice)が低く、競合へのスイッチを許している

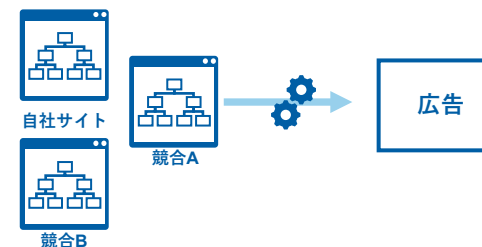


解決

- 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

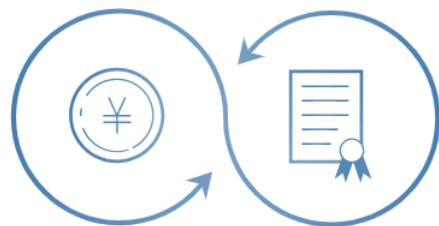


新規事業 Datachainについて

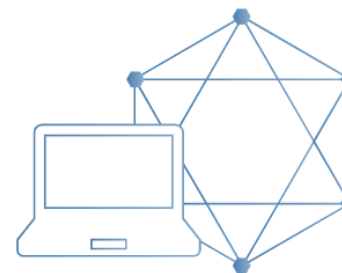


- 株式会社Datachainにおいて、ブロックチェーン技術を利用した実証実験を大手企業と共同で複数プロジェクト進行中

NFT※による所有権移転の効率化



データ取引の透明性向上



条件に基づくデータ取引の自動執行



ブロックチェーンネットワークにおけるセキュアな鍵管理



※NFT（Non-Fungible Token）とは、代替不可能なトークンをさす

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

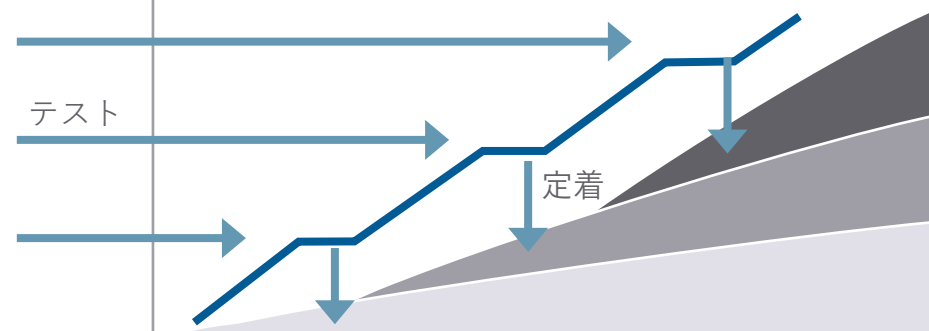


強み①



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

2 2021年9月期 第2四半期 業績

全社 2021年9月期 第2四半期 業績ハイライト



■売上及び営業利益は前年同期比で大幅増加し、過去最高を更新

売上

3,190 百万円

前年同期比

+37.7 %

売上総利益

1,985 百万円

前年同期比

+63.2 %

営業利益

348 百万円

前年同期比

+51.1 %

EBITDA

379 百万円

前年同期比

+85.7 %

当期利益

209 百万円

前年同期比

+131.5 %

全社 2021年9月期 第2四半期 損益計算書サマリー



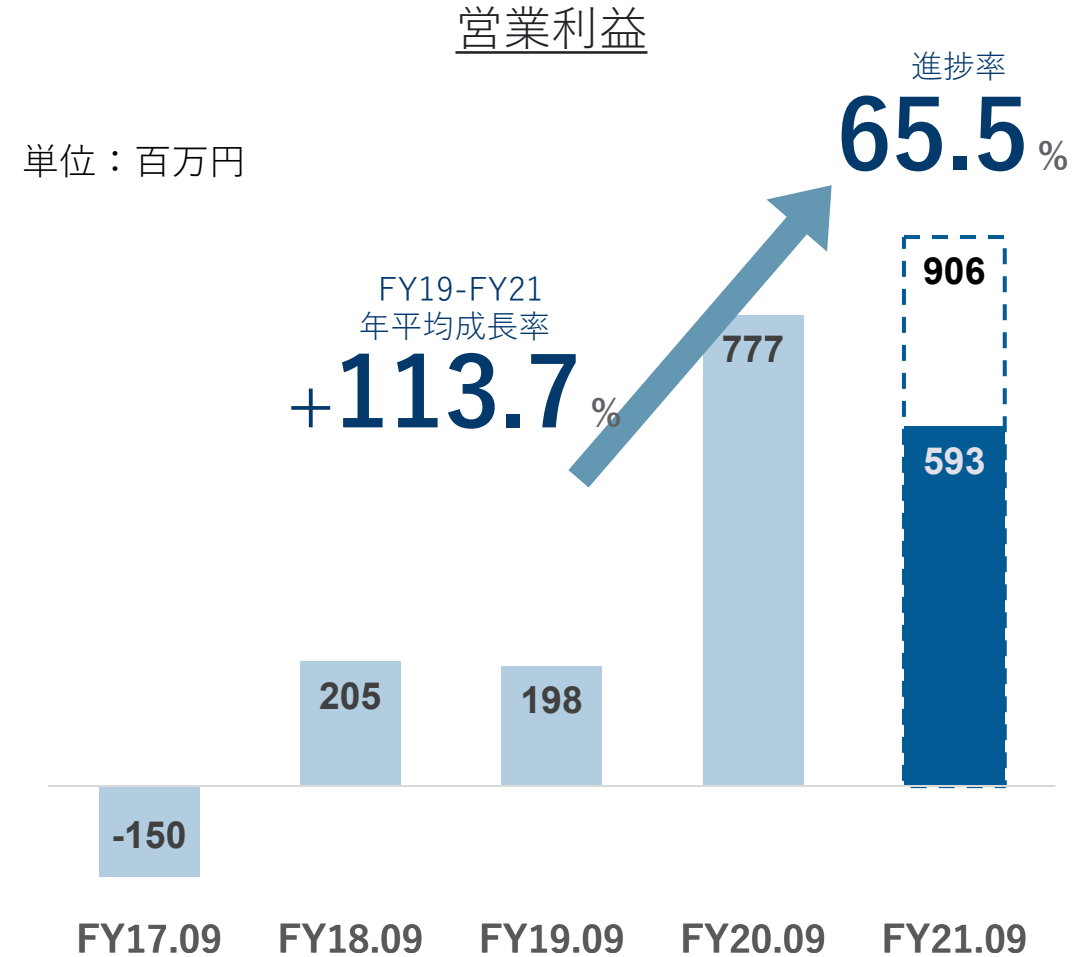
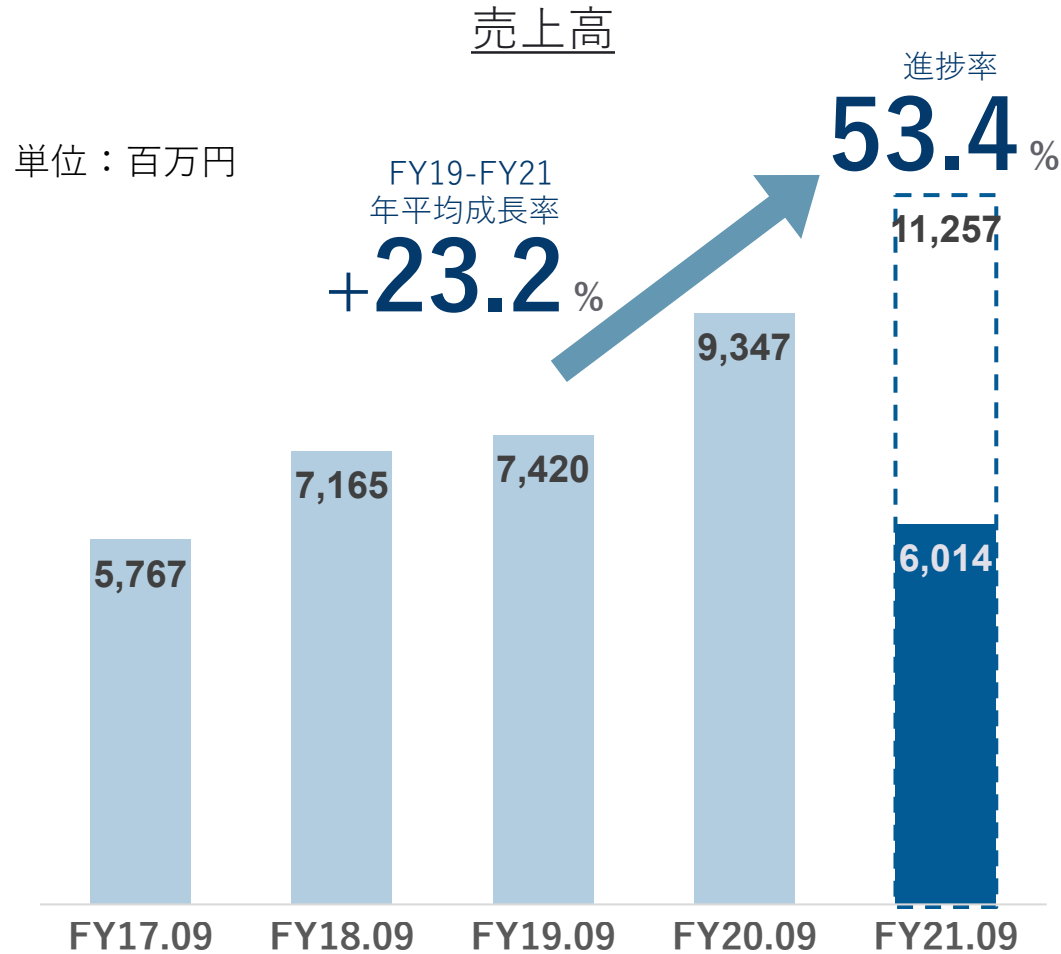
- 売上高及び各段階利益は前回発表の業績予想に対して順調に進捗
- 特に営業利益は65.5%と非常に高い進捗率

単位：百万円	実績	比較				進捗		
		前年同期		前四半期		前回発表 会社予想	2Q累計	進捗率
		実績	増減率	実績	増減率			
売上高	3,190	2,316	37.7%	2,824	13.0%	11,257	6,014	53.4%
営業利益	348	230	51.1%	244	42.7%	906	593	65.5%
経常利益	362	191	89.4%	237	52.6%	899	600	66.7%
EBITDA	379	204	85.7%	255	48.4%	—	635	—
四半期純利益	209	90	131.5%	144	45.0%	525	353	67.4%

全社 売上高・営業利益



- 売上高・営業利益ともに過去最高。業績予想に対して順調に進捗
- 売上高・営業利益ともに高い成長率を実現



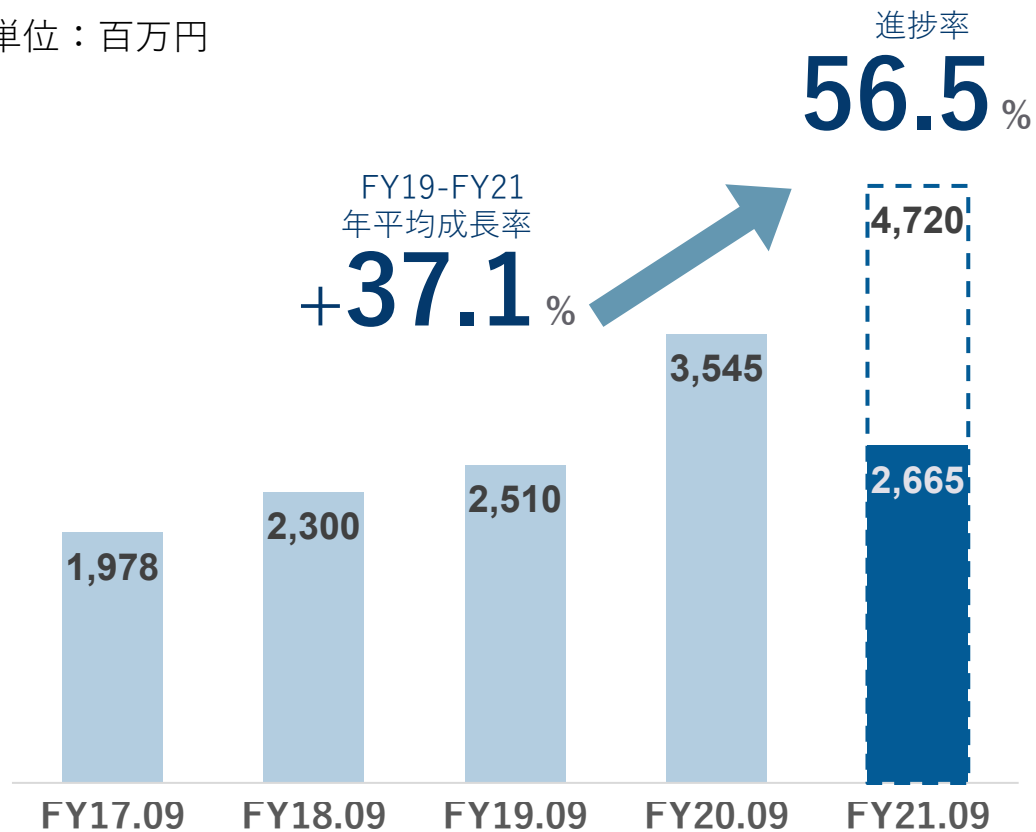
不動産DX 売上高・営業利益



- 売上高・営業利益ともに過去最高。業績予想に対して順調に進捗
- 売上高・営業利益ともに極めて高い成長率

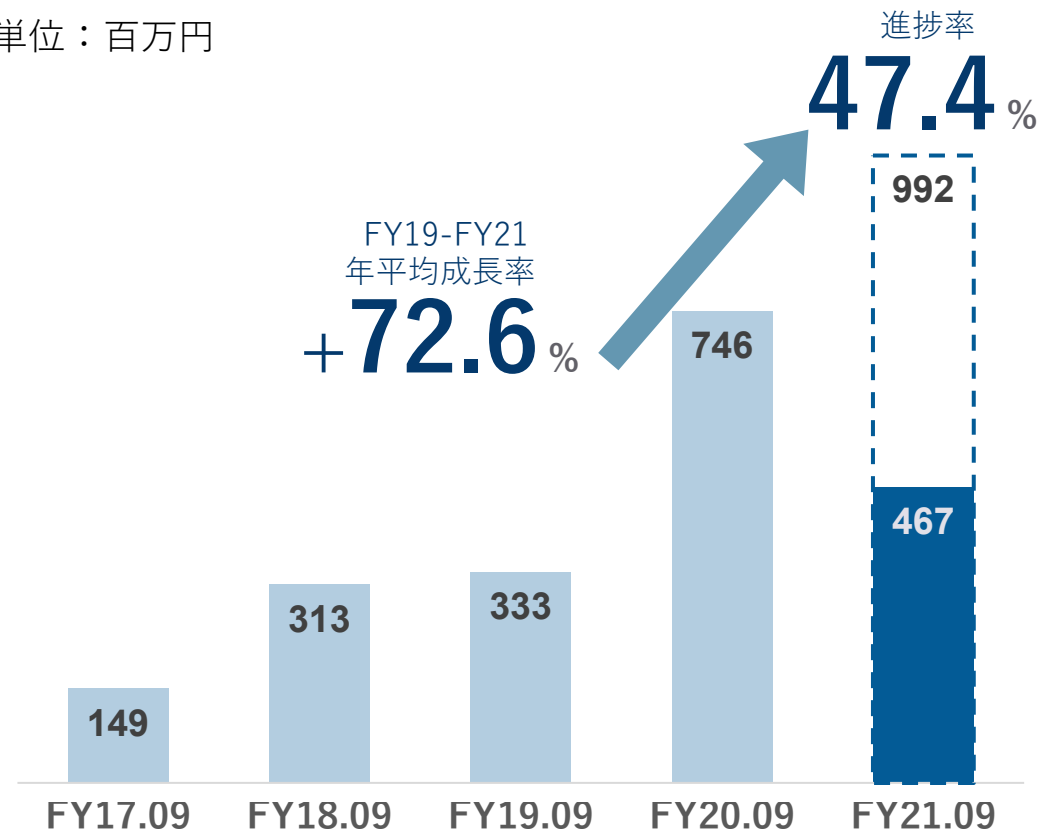
売上高

単位：百万円



営業利益

単位：百万円



不動産DX 主要KPI

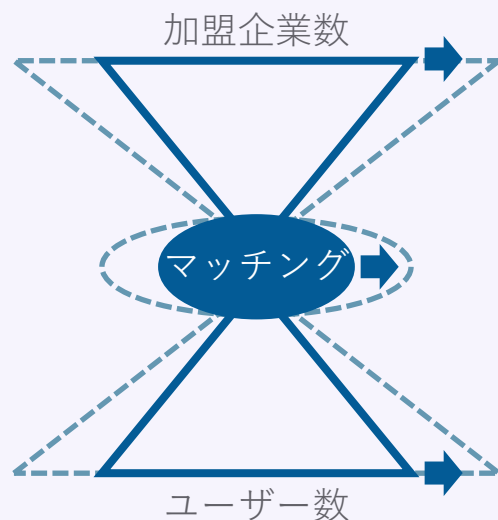


■不動産DXは、加盟企業数・ユーザー数とも順調な伸び

プラットフォームの成長

プラットフォーム

加盟店企業数の増加、ユーザー数の増加
マッチングの増加が相乗効果をもたらす



加盟企業数の伸び

(イエウール+ヌリカエ+ケアスル合計)

前期比(半期累計)
+ **22.7** %

ユーザー数の伸び

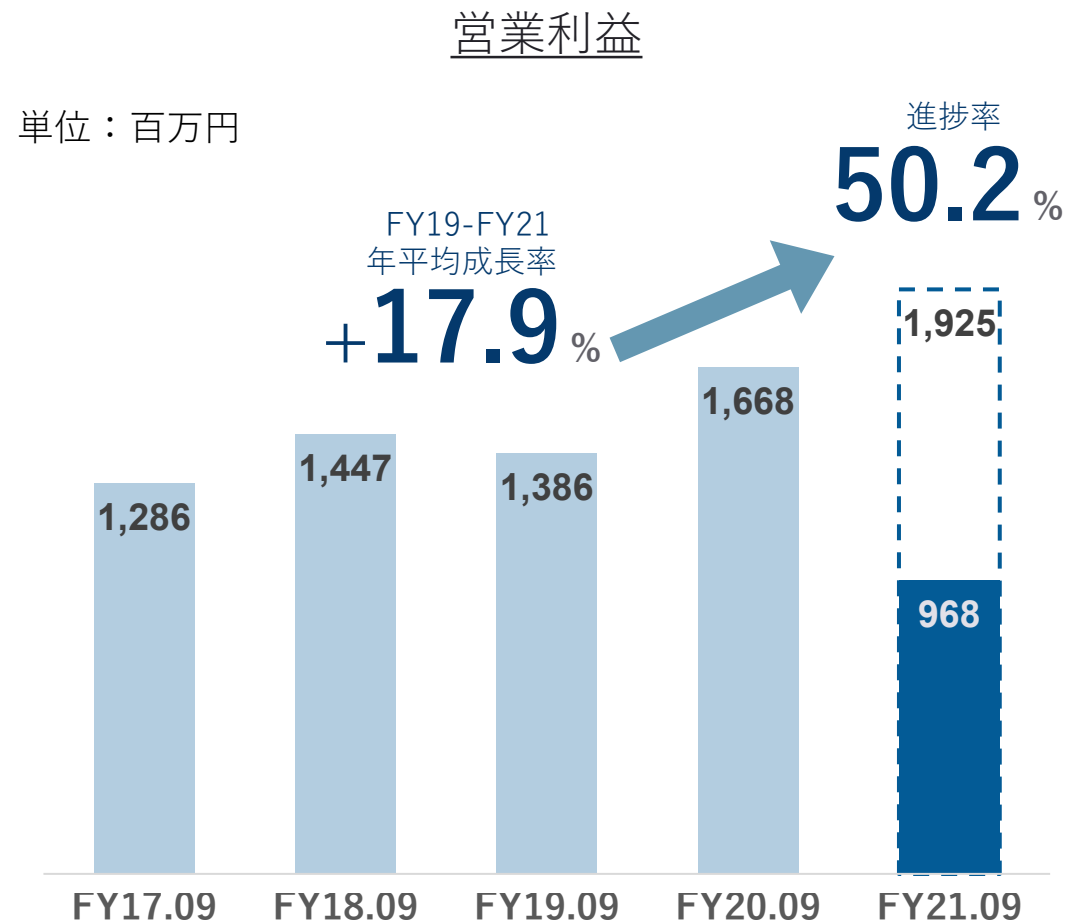
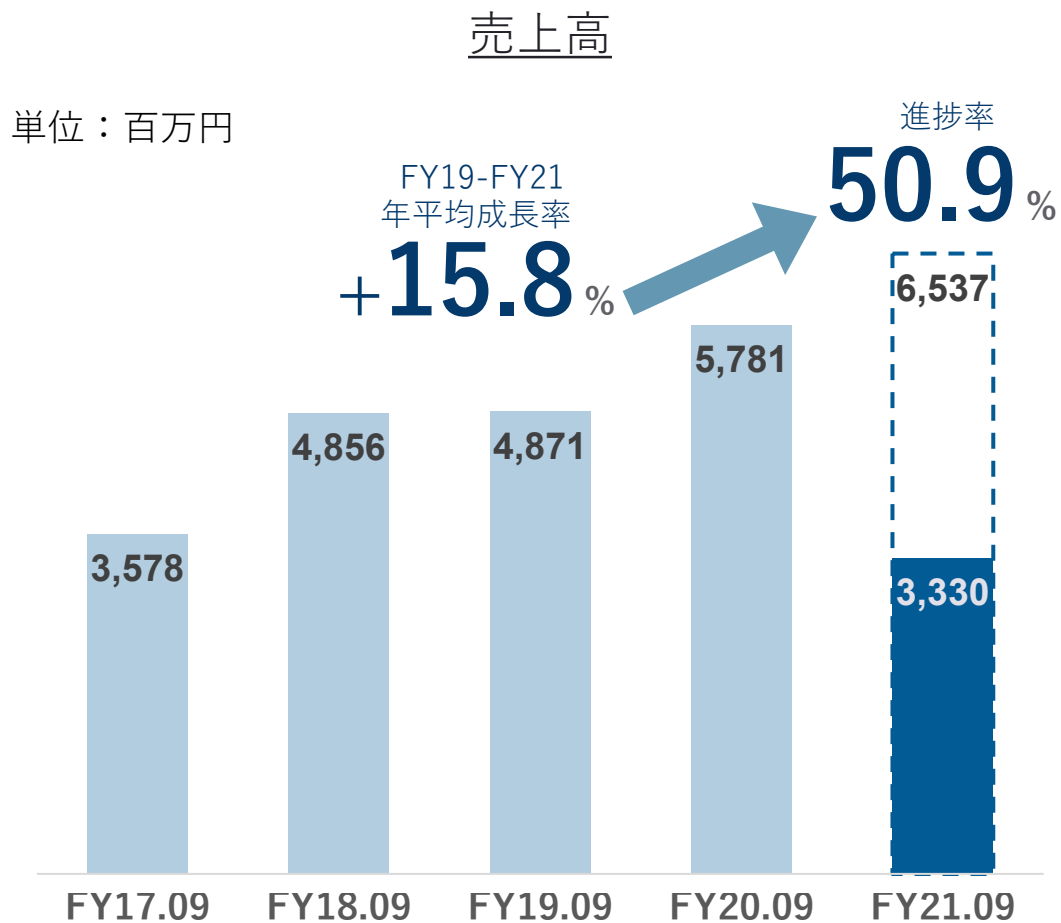
(イエウール+ヌリカエ+ケアスル合計)

前期比(半期累計)
+ **78.2** %

マーケティングDX 売上高・営業利益



- 売上高・営業利益ともに過去最高。業績予想に対して順調に進捗
- 売上高・営業利益ともに高い成長率



マーケティングDX 主要KPI

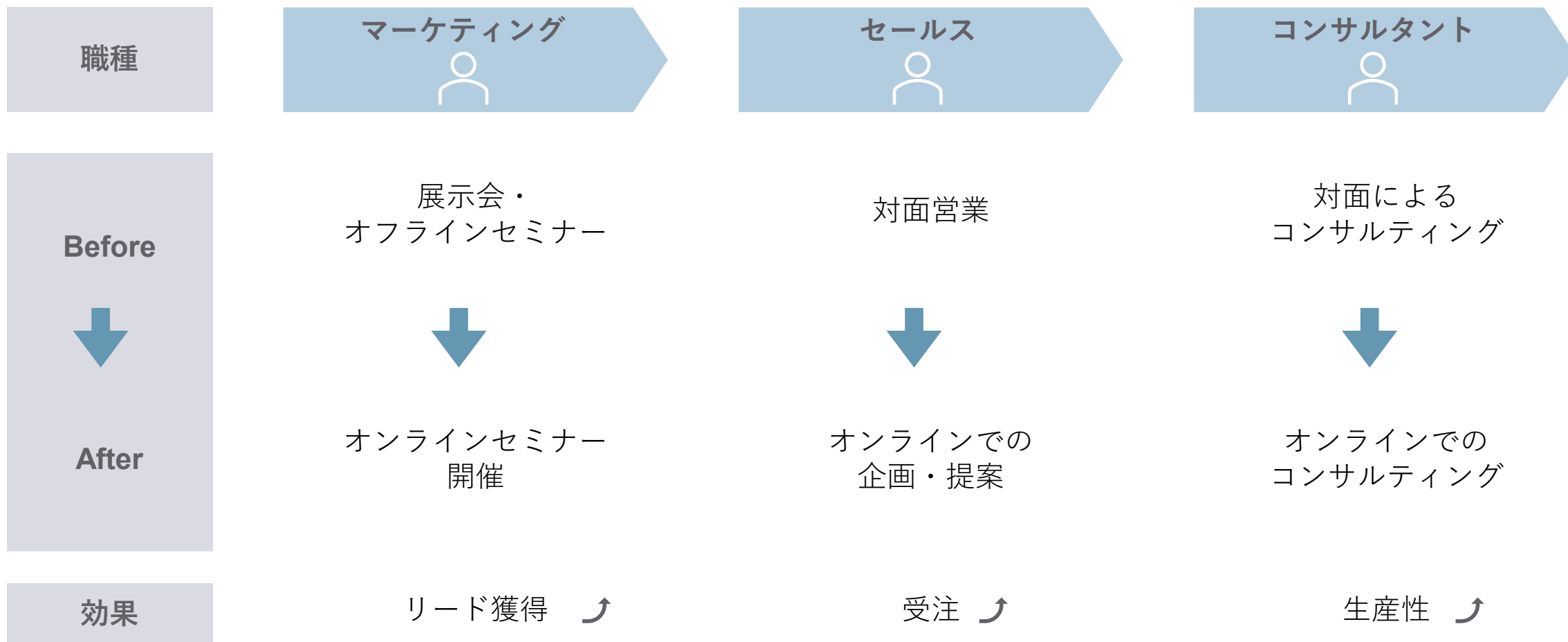


■ マーケDXは安定的成長と収益性の向上を目指す。KPIは順調に進捗



マーケティングDX コロナ禍における体制アップデート

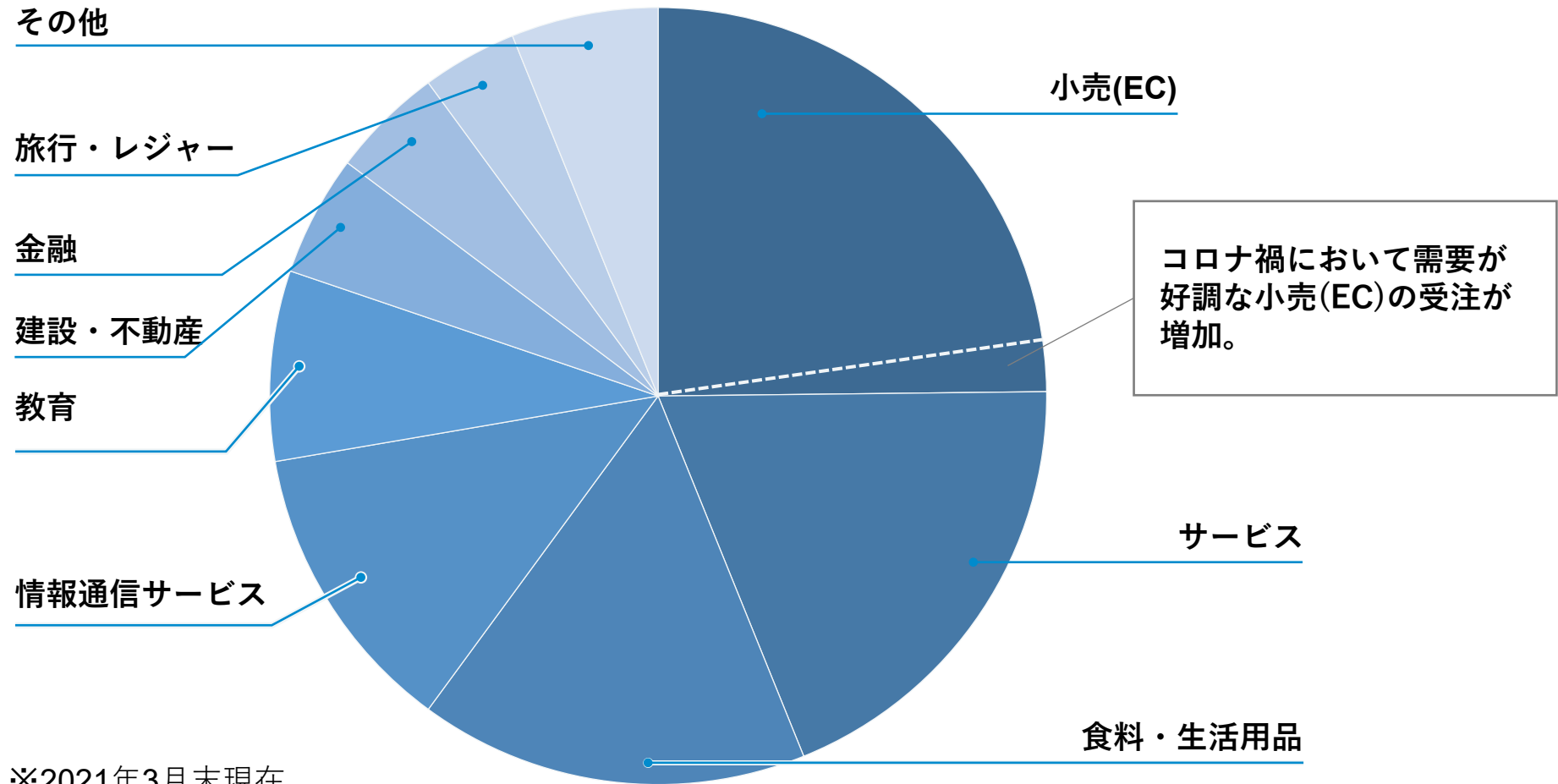
- 営業及びコンサルティング活動のオンライン化を推進し、コロナ前を上回る営業効率と労働生産性の向上を実現



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
- 前期末比では、小売（EC）の比率が増加



コロナ禍において需要が好調な小売(EC)の受注が増加。

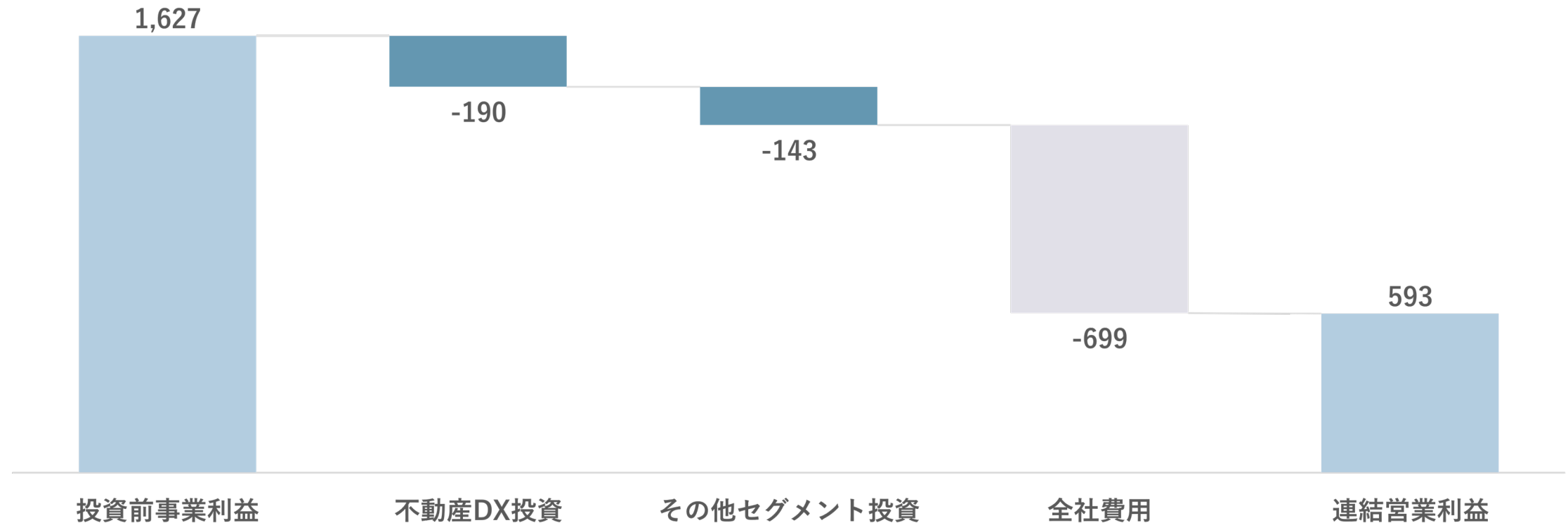
全社 投資内訳



- 戦略的な成長投資を継続し、334百万円を実行
- 今後も中長期の成長を見据え、規律を持った投資を継続

2021年9月 第2四半期累計 利益と投資の内訳

単位：百万円



全社 2021年9月期 業績予想の修正



- 不動産DX及びマーケティングDXセグメントの好調により上方修正
- 前期比で売上高34.7%、営業利益35.2%、EBITDA57.2%増加を見込む

単位：百万円	前回発表 (a. 修正前)	今回発表 (b. 修正後)	増減額 (= b - a)	増減率	前期実績	増減率
売上高	11,257	12,589	1,331	+11.8%	9,347	+34.7%
営業利益	906	1,051	145	+16.0%	777	+35.2%
経常利益	899	1,013	113	+12.6%	674	+50.1%
EBITDA	—	1,088	—	—	692	+57.2%
親会社に帰属 する当期純利益	525	561	35	+6.8%	407	+37.7%

全社 2021年9月期 業績予想の修正 セグメント別



- 不動産DXにおいて過去の投資が寄与し売上が大きく伸長
- 下期はさらに投資を加速させながら営業利益拡大を見込む

単位：百万円	前回発表 (a. 修正前)	今回発表 (b. 修正後)	増減額 (= b - a)	増減率	前期実績	増減率
不動産DX売上高	4,720	5,920	1,200	+25.4%	3,544	+67.0%
マーケティングDX売上高	6,537	6,634	97	+1.5%	5,781	+14.8%
不動産DX営業利益	992	1,051	59	+6.0%	745	+41.1%
マーケティングDX営業利益	1,925	1,993	68	+3.5%	1,667	+19.5%

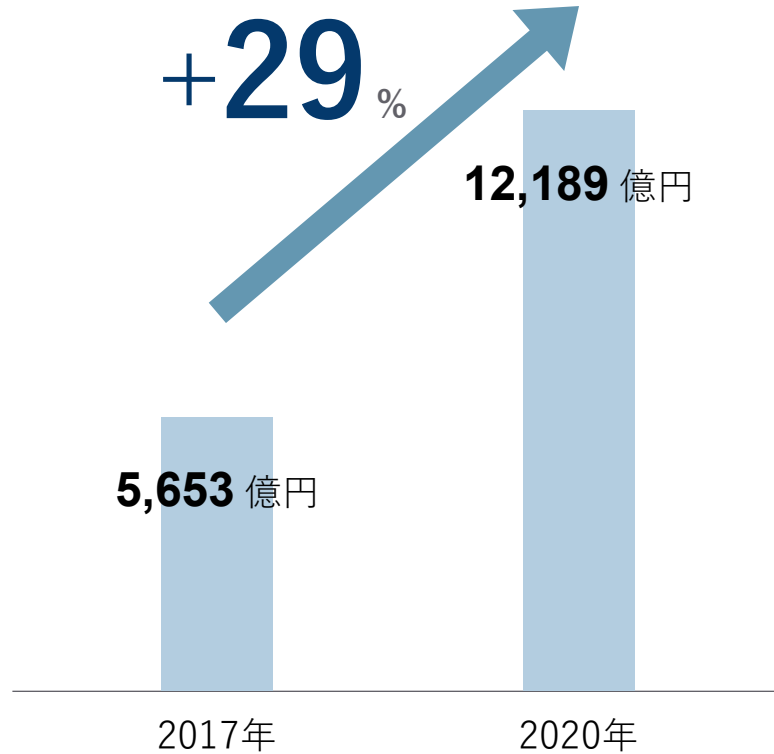
03 成長戦略に関するトピック

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

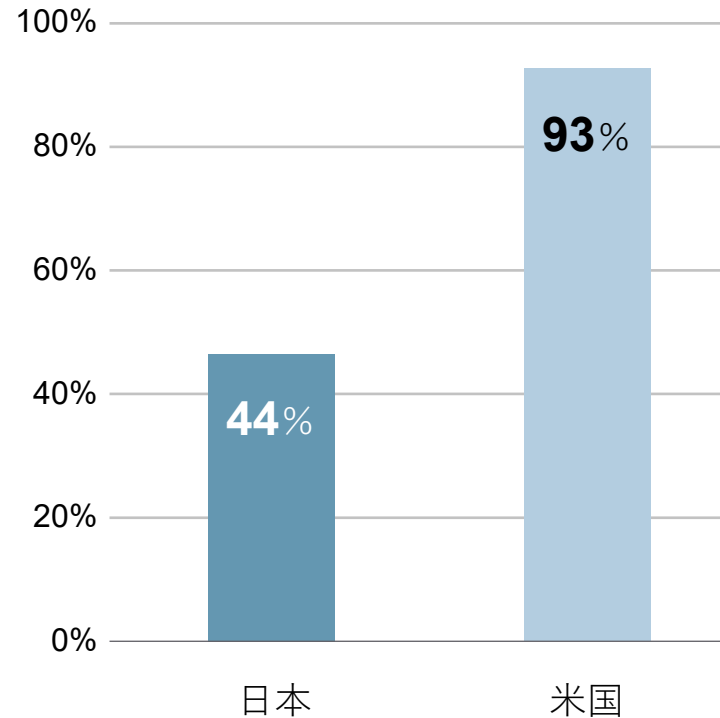
市場規模の成長



※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」

企業のDXへの取組み状況の国際比較

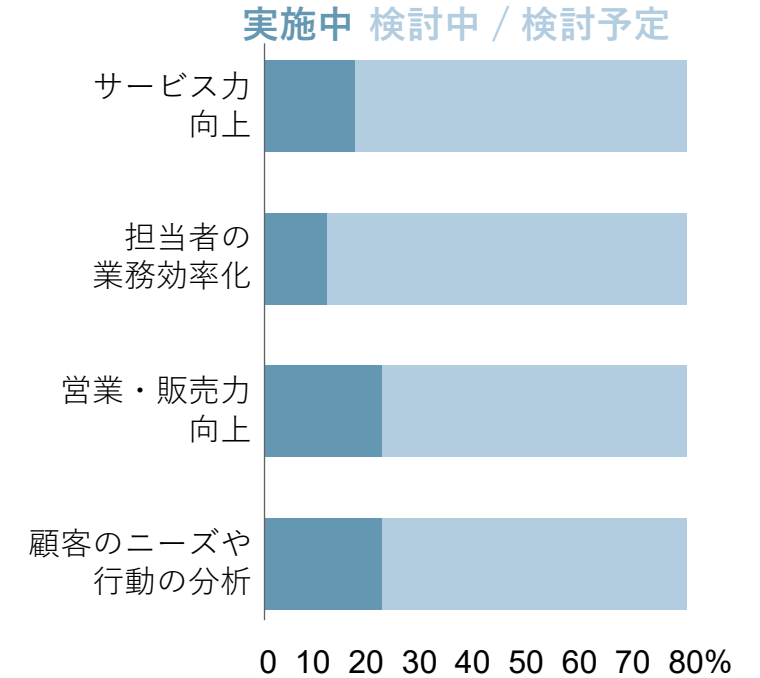
国内企業におけるDX取組み比率は
まだ米国の1/2以下



※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
取り組みが大幅に増加する

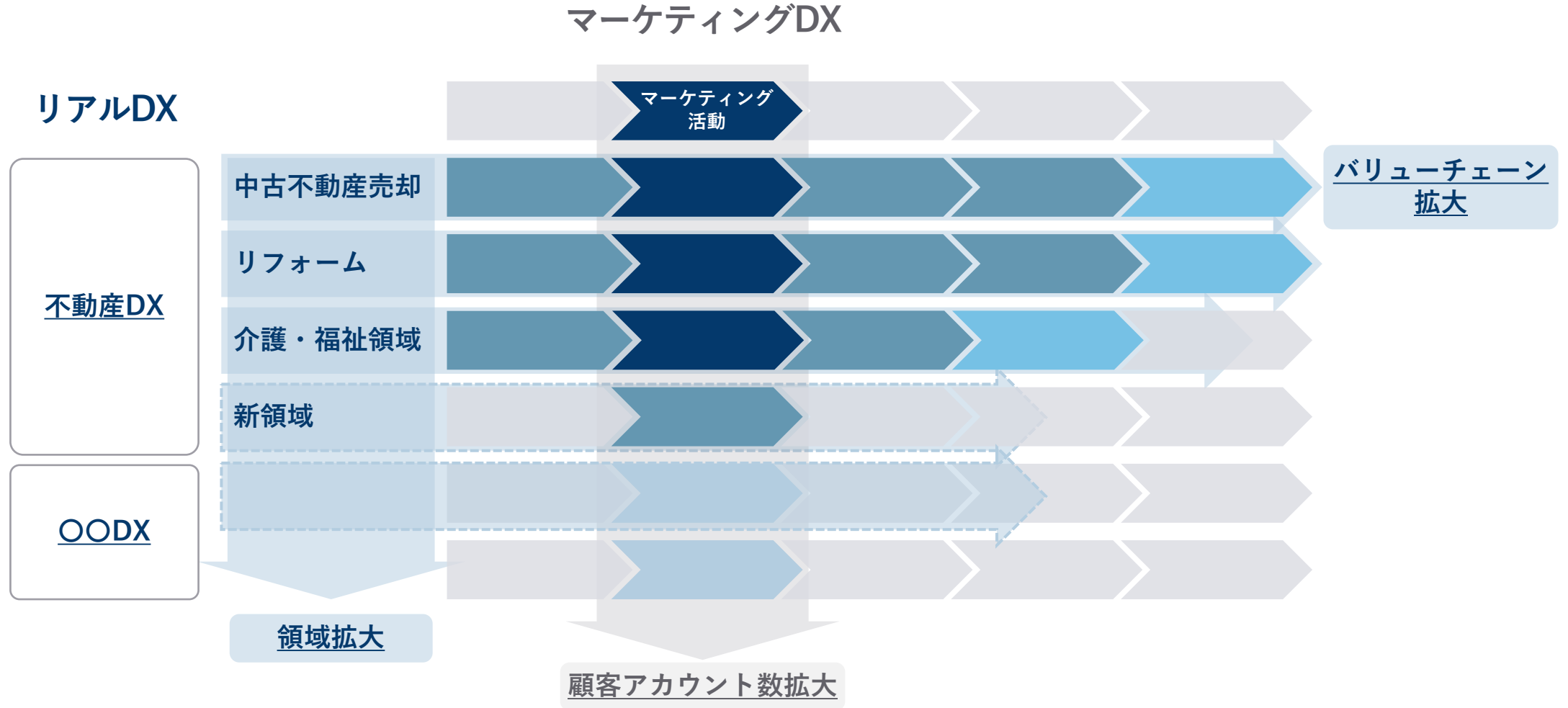


※出典：
野村総合研究所「IT活用実態調査(2017年)」

事業の成長方向性



- 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
- 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



主な成長トピック



- 不動産DXにおいて介護・福祉領域を本格ローンチ
- Datachainにおいて複数取引先と実証実験を実施

成長トピック

関連セグメント

- 介護・福祉領域のケアスルを本格ローンチ

不動産DX

- DatachainがNTTデータとブロックチェーン間のインターオペラビリティ実現に向け技術連携・実証実験を実施

新規事業
(Datachain)

※インターオペラビリティとは、無数の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 介護・福祉事業ケアスルの本格ローンチ



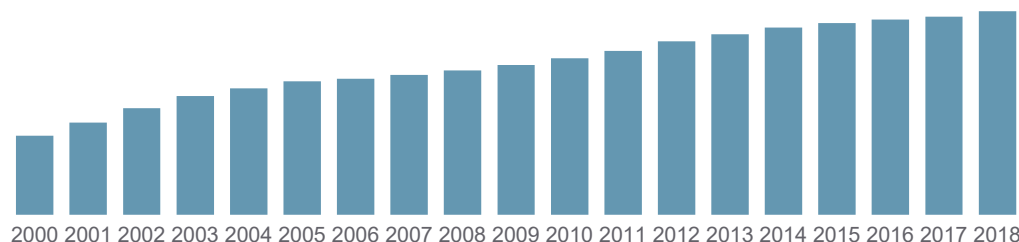
■ 介護・福祉領域のプラットフォームサービスを本格ローンチ。2022年9月期から利益貢献を見込む

市場環境

介護・福祉領域の市場ポテンシャル

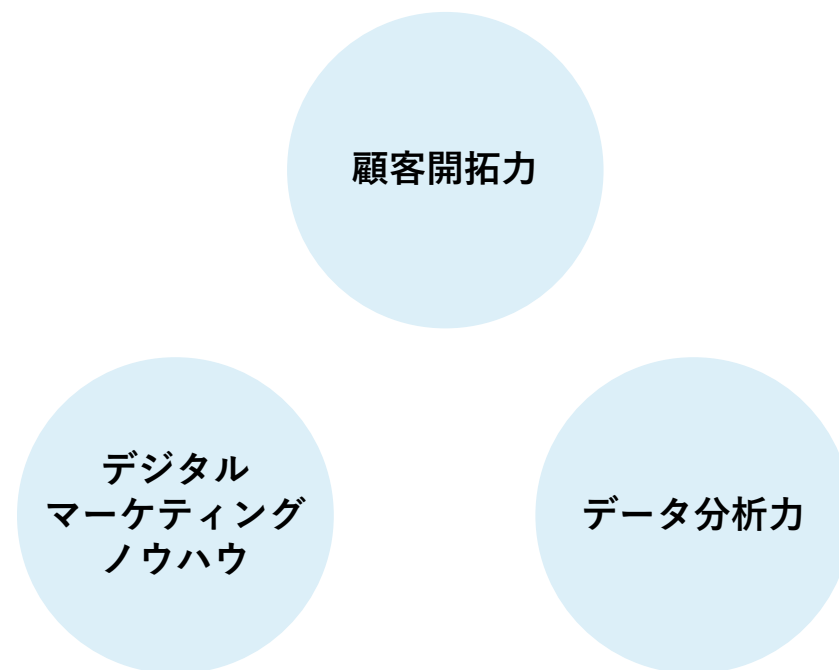


要介護認定者数推移



自社との親和性

既存事業とのシナジーを活かす



Datachain NTTデータとの技術提携・実証実験



■世界初となる複数の異なるブロックチェーン間における価値移転の自動化に関する実証実験を実施

Datachainの技術

複数システムをつなぐプロダクトで特許出願
(業界をリードする取組として専門誌に掲載)

HTLC方式

当事者間のHashで生成された鍵と時限ルール



複雑なトランザクションの処理はできない
(アトミックスワップに特化しており、
資産や情報の移動などには対応できない)

Relay方式

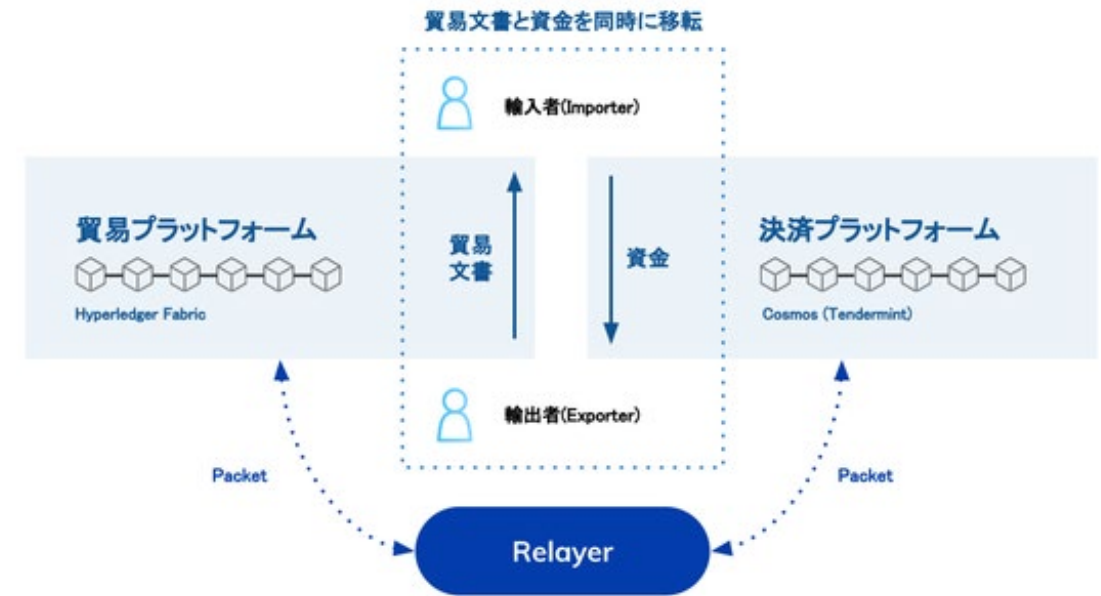
チェーン同士で互いのチェーンを検証し合う



中央管理者に依存することなく、
任意データの連携(複雑なトランザクションの処理)も可能

実証実験の内容

「貿易プラットフォーム上の貿易文書の移転」と「決済プラットフォーム上の資金の移転」のDvP決済^{*1}を実施



解き尽くす。未来を引きよせる。

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@speee.jp

IR情報 : <https://speee.jp/ir/>