



2026年9月期 第3四半期 決算説明資料

2026年8月14日

トピック

連結業績

- 売上収益は、6,851百万円となり、YoY114%、815百万円の増収。
- 営業利益は、2,993百万円となり、YoY208%、1,553百万円の増益。

通期進捗

- 売上収益の通期業績予想への進捗率69.9%（前期実績70.3%）
- 営業利益の通期業績予想への進捗率82.0%（前期実績69.5%）

グループ 会社

- アズサポートの累計売上影響額は、1,024百万円、YoY132%。
- ライフラインの影響額は、売上収益123百万円、営業利益13百万円。

目次

01 2026年9月期第3四半期業績の概要

02 補足資料

2026年9月期第3四半期

業績の概要

2026年9月期 第3四半期会計期間（3ヶ月間）

売上収益は、主力ジャンルの伸長と自社施工グループ会社の拡大により、前年同期間比111%で着地。営業利益は、売上増加と広告宣伝費率の適切な維持に加え、『フランチャイズの窓口』事業の譲渡の影響があり、前年同期間比366%。当期利益も、前年同期間比380%と大幅増益。

	2026年9月期 第3四半期	2025年9月期 第3四半期	前年同期間比
売上収益	2,522百万円	2,275百万円	+ 247百万円 (111%)
営業利益	2,020百万円	552百万円	+ 1,468百万円 (366%)
当期利益※	1,381百万円	363百万円	+ 1,018百万円 (380%)

※親会社の所有者に帰属する当期利益

2026年9月期 第3四半期累計期間（9ヶ月間）

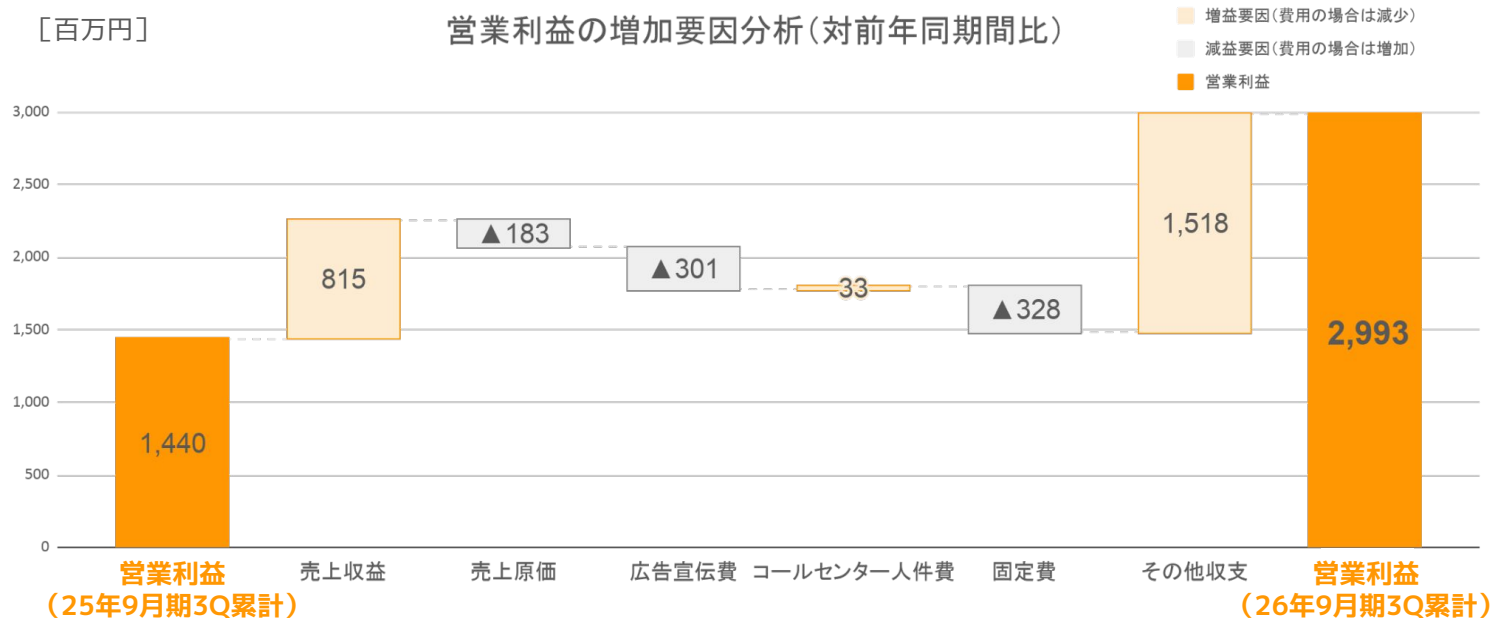
売上収益は、前年同期間比114%で着地。営業利益は、前年同期間比208%。当期利益も、前年同期間比214%と大幅増益。なお、営業利益は、当第3四半期に発生した事業譲渡等の影響約1,400百万円を除いた場合であっても、前年同期間比で110%程度の増益を確保している。

	2026年9月期 第3四半期累計	2025年9月期 第3四半期累計	前年同期間比
売上収益	6,851百万円	6,035百万円	+815百万円 (114%)
営業利益	2,993百万円	1,440百万円	+1,553百万円 (208%)
当期利益※	2,051百万円	956百万円	+1,094百万円 (214%)

※親会社の所有者に帰属する当期利益

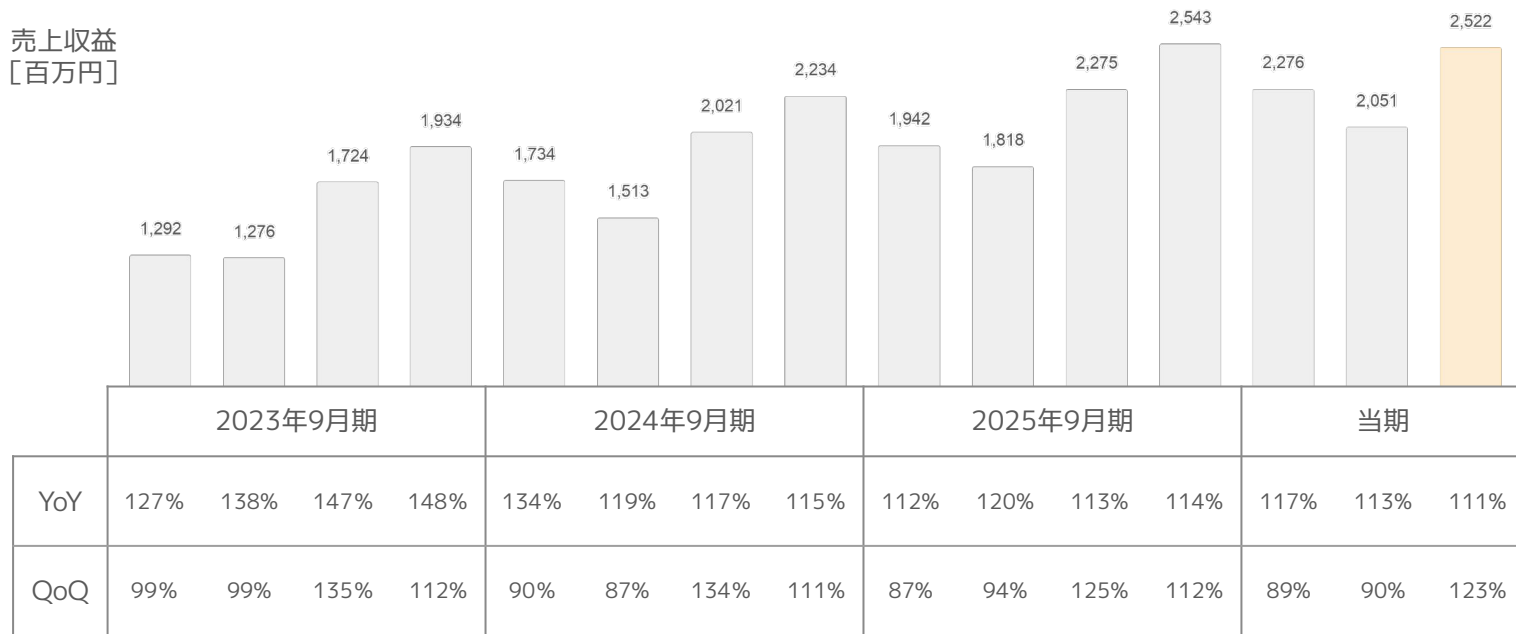
第3四半期累計期間の営業利益増減要因の分析

前年同期間の営業利益に対して、売上収益が増加。売上原価は、アズサポートやライフライン等の自社施工拡大の影響により増加。広告宣伝費等は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。固定費は、自社施工拡大とM&A等の一時費用で増加。加えて一過性の事業譲渡益が寄与し、2026年9月期第3四半期までの営業利益は2,993百万円（1,553百万円増益）。



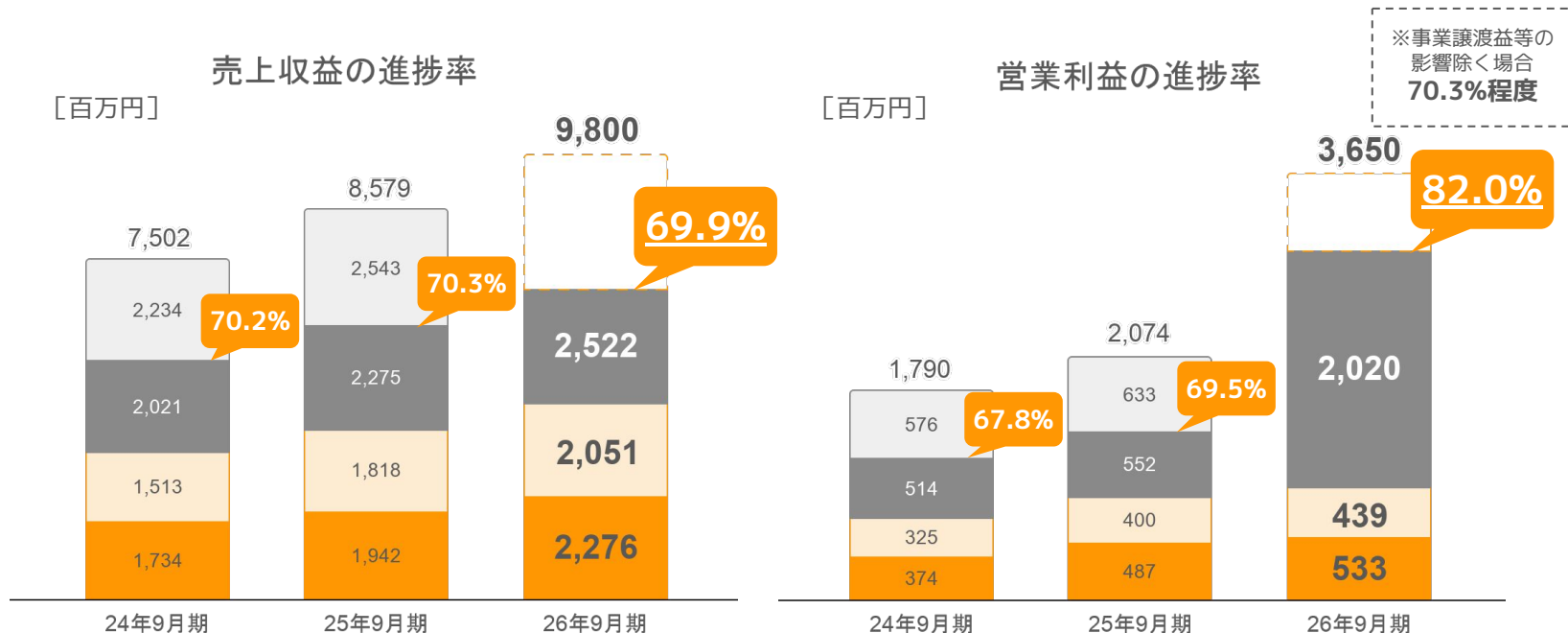
『暮らしのお困りごと』事業の売上推移

2026年9月期第3四半期の売上収益は、前年同期間比111%で推移し、過去最高の第3四半期売上収益を引き続き更新。2024年9月期第3四半期からは、アズサポート連結後（2023年4月グループ化）のYoYとなっているが、一定の成長率を維持。



通期業績予想に対する進捗

通期業績予想に対する第3四半期の進捗率は、売上収益が69.9%、営業利益が82.0%。売上収益は過去同水準で推移し、営業利益は当第3四半期に発生した事業譲渡益等の影響により大幅に進捗。なお、事業譲渡益等の影響を除いた営業利益の進捗率は、70.3%程度と分析している。



各事業指標の推移

2026年9月期第3四半期の売上収益は、前年同期間と比較し、順調に増加（YoY111%）。売上原価率は自社施工拡大、固定費率はM&A等の費用で増加するも、広告宣伝費率とコールセンター人件費率を一定水準で維持したことに加え、事業譲渡益の貢献があり、営業利益は大幅に増益。

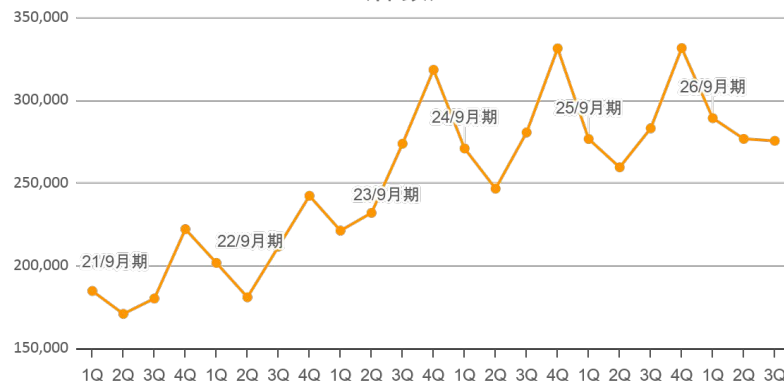
[百万円]	2024年9月期					2025年9月期					当期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q
売上収益	1,734	1,513	2,021	2,234	7,502	1,942	1,818	2,275	2,543	8,579	2,276	2,051	2,522
売上原価 (売上比)	155 (9%)	117 (8%)	175 (9%)	182 (8%)	631 (8%)	153 (8%)	155 (9%)	202 (9%)	217 (9%)	729 (8%)	196 (9%)	181 (9%)	316 (13%)
販管費 (対売上総利益比)	1,216	1,115	1,336	1,492	5,161	1,311	1,309	1,555	1,697	5,873	1,574	1,481	1,717
広告宣伝費	755 (48%)	683 (49%)	840 (46%)	926 (45%)	3,205 (47%)	811 (45%)	777 (47%)	977 (47%)	1,076 (46%)	3,642 (46%)	1,002 (48%)	882 (47%)	983 (45%)
コールセンター 人件費	127 (8%)	109 (8%)	115 (6%)	121 (6%)	473 (7%)	128 (7%)	121 (7%)	135 (7%)	132 (6%)	518 (7%)	121 (6%)	113 (6%)	116 (5%)
固定費	333 (21%)	322 (23%)	380 (21%)	445 (22%)	1,482 (22%)	372 (21%)	410 (25%)	441 (21%)	488 (21%)	1,713 (22%)	450 (22%)	485 (26%)	617 (28%)
その他収支	13	45	4	18	80	10	46	35	4	96	28	50	1,532
営業利益 (営業利益率)	374 (22%)	325 (21%)	514 (25%)	576 (26%)	1,790 (24%)	487 (25%)	400 (22%)	552 (24%)	633 (25%)	2,074 (24%)	533 (23%)	439 (21%)	2,020 (80%)

収益構造を分解した各指標の推移（売上収益）

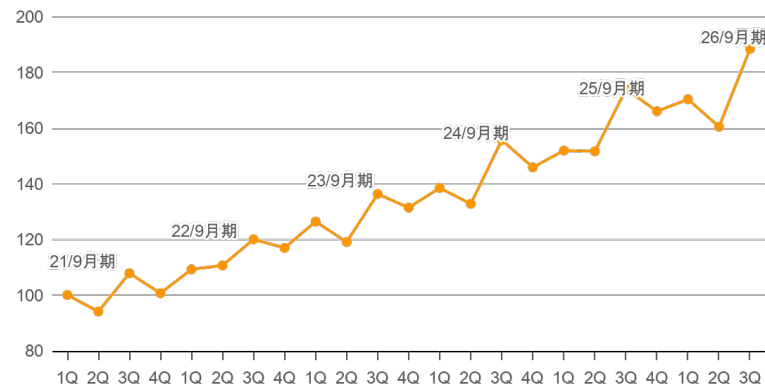
問い合わせ件数は、当第3四半期は高単価の案件に意図的に注力したことで若干減少。問い合わせあたり単価は、マッチング最適化と高単価案件の注力に加え、自社施工の主軸であるアズサポートの拡大により上昇。なお、ライフラインは事業特性が異なるため、集計外としている。

バリュー	=	集客力	×	優良な加盟店ネットワーク 独自マッチングシステム
売上収益	=	問い合わせ件数	×	問い合わせあたり単価

問い合わせ件数推移
(件数)



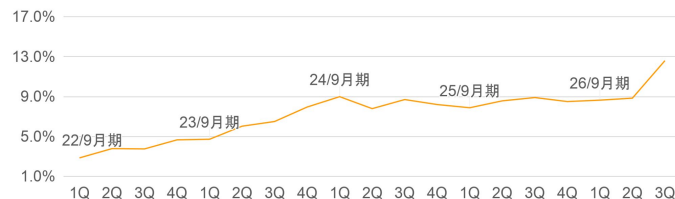
問い合わせあたり単価
(2021年9月期第1四半期を100として)



収益構造を分解した各指標の推移（費用項目）

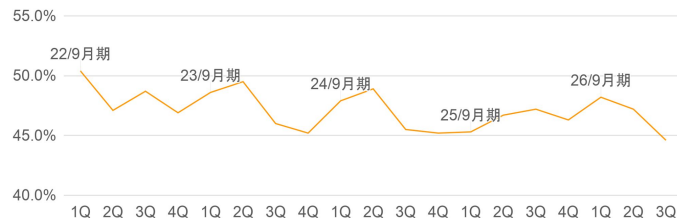
売上原価率

アズサポート含む自社施工の拡大、ライフラインのグループ化に伴い、原価率（施工原価）は上昇傾向。



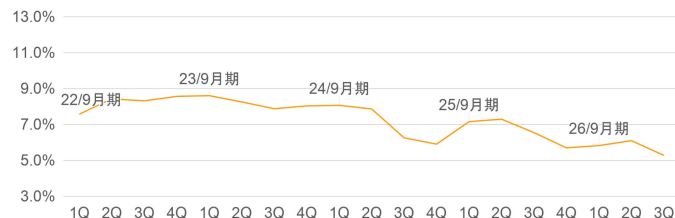
広告宣伝費率（PPC広告）

広告宣伝費率は、継続して対売上総利益比率で50%以下の水準を維持。



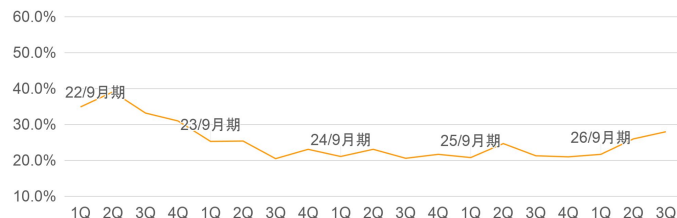
コールセンター人件費率

一定水準で推移。1人あたりの人件費は増加しているものの、効率化及び適正化を進め低水準を維持。



固定費率

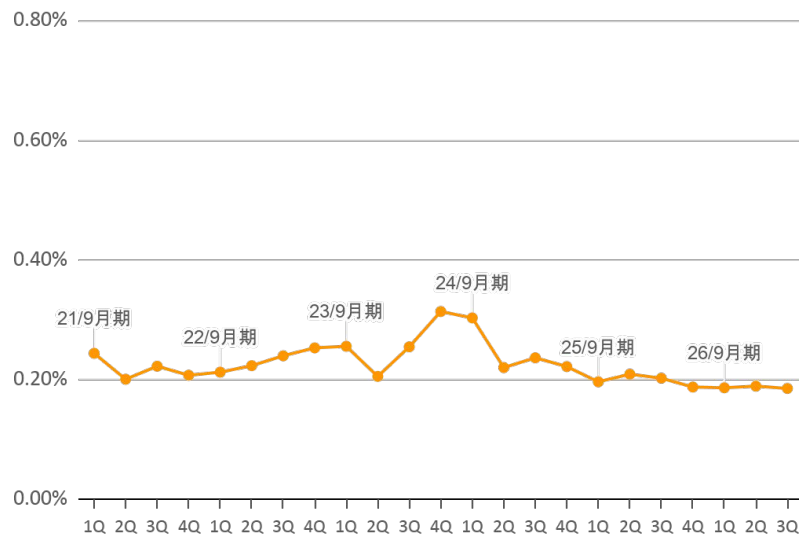
固定費は、M&Aの一時的費用を除くと、施工グループ会社含め、一定のレンジで推移しており、対売上総利益比率は一定程度で維持。



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。

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（施工グループ会社）の売上推移

自社施工の主軸であるアズサポートは、主力である害獣害虫の伸長に加え、カギ等のその他ジャンルも順調に進捗。連結影響売上（グループ内売上を相殺した連結売上への影響額）は前年同期間比124%と順調に事業を拡大。今後も引き続き先行投資を行いつつ、継続的な成長を見込む。

〔百万円〕 （前年同期間比）	2024年9月期					2025年9月期					当期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q
連結影響売上 ※グループ内売上を 相殺後の連結影響額	78	78	157	143	457	193 (248%)	228 (293%)	353 (225%)	258 (180%)	1,033 (226%)	311 (161%)	273 (120%)	439 (124%)
売上高	119	114	266	261	761	296 (249%)	347 (303%)	669 (251%)	586 (225%)	1,900 (250%)	637 (215%)	542 (156%)	932 (139%)
害獣害虫 ジャンル	114	112	260	242	730	256 (223%)	292 (260%)	555 (213%)	442 (182%)	1,546 (212%)	431 (168%)	344 (118%)	742 (134%)
その他 ジャンル	4	2	6	18	31	40 (936%)	55 (2,576%)	114 (1,881%)	144 (778%)	354 (1,139%)	206 (509%)	197 (359%)	190 (166%)

株式会社ライフラインのグループ化後の取り組み

2026年4月にグループ化したライフラインは、収益認識基準の変更の影響や、ナフサショックの影響から当第3四半期の売上は伸び悩んだものの、経営効率化を進め、一定の営業利益を確保。今後は集客や営業の強化にも取り組み、経営基盤を固めつつ売上及び利益の増大を目指す。

※ライフライン単体決算

	買収後 2026年4～6月 (3ヶ月間)	直近決算 2026年1月期 (12ヶ月間)
売上高	123百万円	665百万円
営業利益	13百万円	53百万円

グループ化後の取り組み

■現在実施中

- ・ 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）

- ・ 集客の強化
(グループ連携での集客)
- ・ 営業オペレーションの整備
(顧客管理の仕組み化など)

補足資料

業績予想の上方修正について（再掲）

2026年4月に実施した事業譲渡、施工会社のグループ化等に伴い、売上収益は、当初予想通りと見込むものの、営業利益及び当期利益を上方修正。なお、配当金は、当初予想通りの中間配当を実施し、引き続きM&Aの進捗状況や手元現金の状況等を加味し、決定する方針を継続。

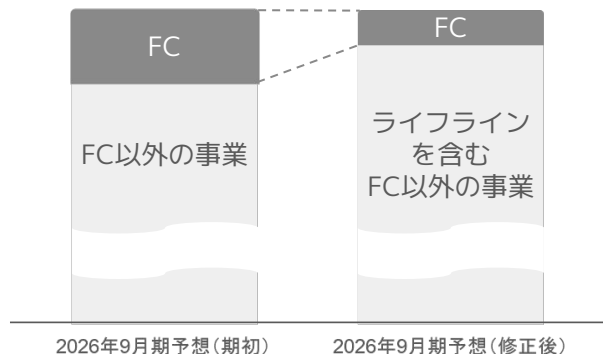
	修正後予想 (2026年3月19日)	期初予想 (2025年11月14日)	差異
売上収益	9,800百万円	9,800百万円	—
営業利益	3,650百万円	2,350百万円	1,300百万円
当期利益※	2,500百万円	1,600百万円	900百万円
1株あたり配当金	55.00円 (中間27.50+期末27.50)	55.00円 (中間27.50+期末27.50)	—

※親会社の所有者に帰属する当期利益

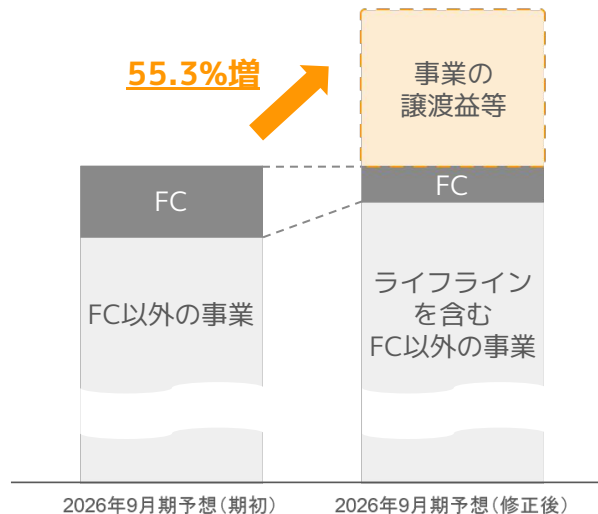
上方修正の要因（再掲）

売上収益は、『フランチャイズの窓口』事業の譲渡により、当該事業の下半期分が減収となるものの、施工会社のグループ化の影響を含むグループ全体の増収がこれをカバーし、当初予想通りと見込む。営業利益は、事業譲渡益の発生が主要因となり、当初予想から55.3%の大幅増益。事業譲渡益は当期のみの影響であるものの、中長期的には『暮らしのお困りごと』事業に注力・強化することで、持続的な成長を見込む。

売上収益内訳の修正点



営業利益内訳の修正点



リフォーム事業の施工会社をグループ化（再掲）

自社施工事業の主力ジャンルの周辺領域を拡充するため、2026年4月にリフォーム・リノベ事業を主軸とする株式会社ライフラインをグループ化。「生活トラブル解決」と「リフォーム」相互のクロスセルを実現し、LTVの向上を目指す。

生活110番
2026年3月11日

各 位

会 社 名

シェアリングテクノロジー株式会社

代表者名

代表取締役 CEO 片山 尚隆
(コード：3959 東証グロース)

問合せ先

管 理 部 長 矢野 慎
(TEL. 052-414-5919)

株式会社ライフラインの株式取得（子会社化）に関するお知らせ

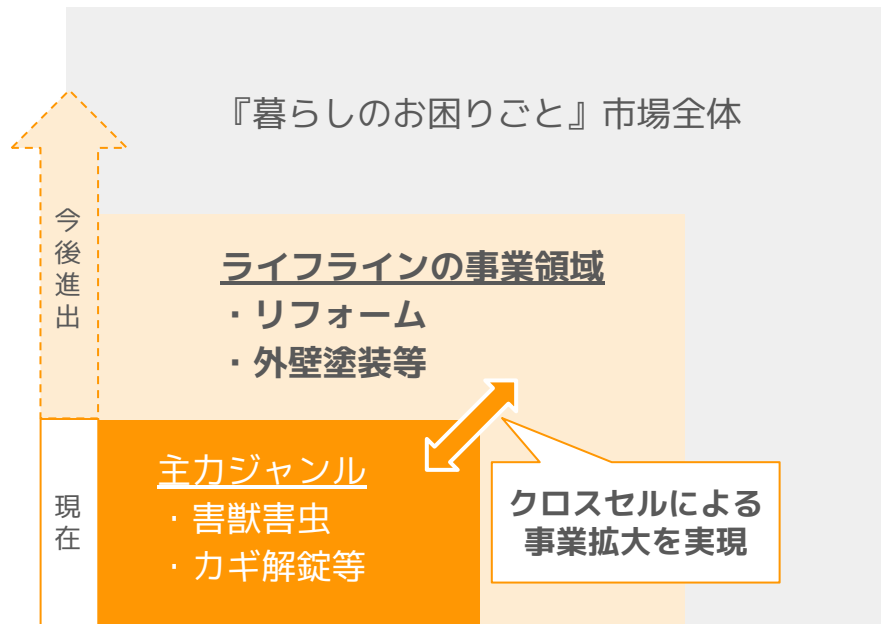
シェアリングテクノロジー株式会社は、本日開催の取締役会において、株式会社ライフラインの株式を取得し、子会社化することについて決議し、同日付で株式譲渡契約を締結いたしましたので、下記のとおり、お知らせいたします。

記

1. 株式取得の理由
株式会社ライフラインは、1990年の創業以来、兵庫県神戸市を中心に地域密着型で住宅リフォーム事業を展開し、高度な施工技術をもとに豊富な施工実績と高い顧客満足度を誇っています。当社は、サービスの高品質化に向けた自社施工体制の拡大を進めるなか、同社をグループに迎え込むことで、当社のお客様の多様なニーズにより幅広く応えることが可能となり、その結果事業拡大と企業価値の向上が見込めると判断し、協議の結果、株式を取得して子会社化を行うこととなりました。

2. 異動する子会社の概要

(1) 名称	株式会社ライフライン
(2) 所在地	神戸市東灘区東灘子町18番22号
(3) 代表者の役職・氏名	代表取締役 笠松 寛 代表取締役 取締役 細子
(4) 事業内容	建築設計施工及び住宅リフォーム等
(5) 資本金	1,000万円
(6) 設立年月日	1990年3月14日
(7) 大株主及び持株比率	笠松 寛 200株 (100%)
(8) 上場会社と当該会社の関係	資本関係 該当事項はありません 人的関係 該当事項はありません 取引関係 該当事項はありません



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」が起きても大丈夫と
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。

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。

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7,500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。



24時間365日受付
自社コールセンター

日本全国対応
約7,500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



140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.



バーティカルメディアサイト



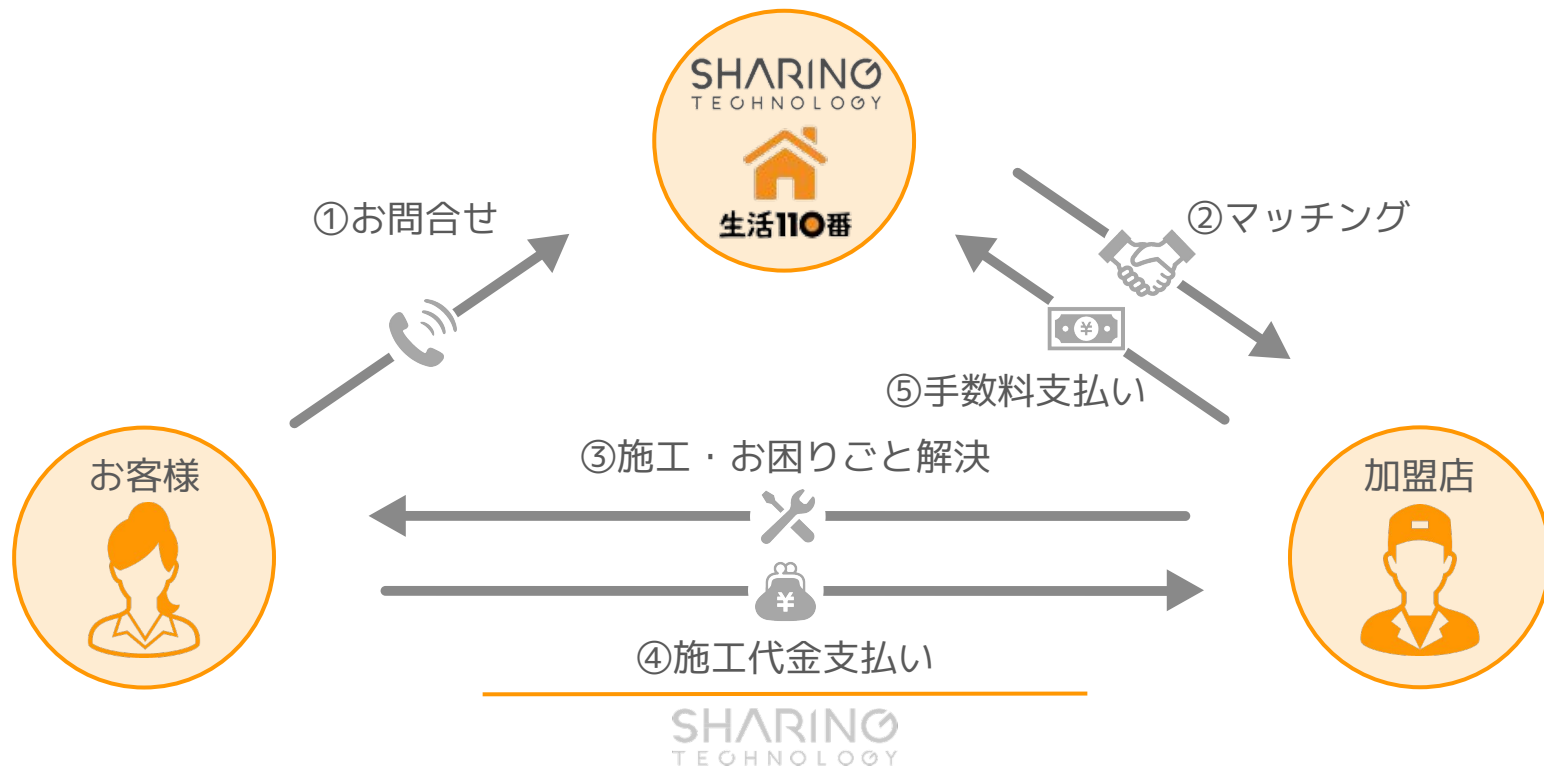
各サイト1ジャンル



主にリスティング流入

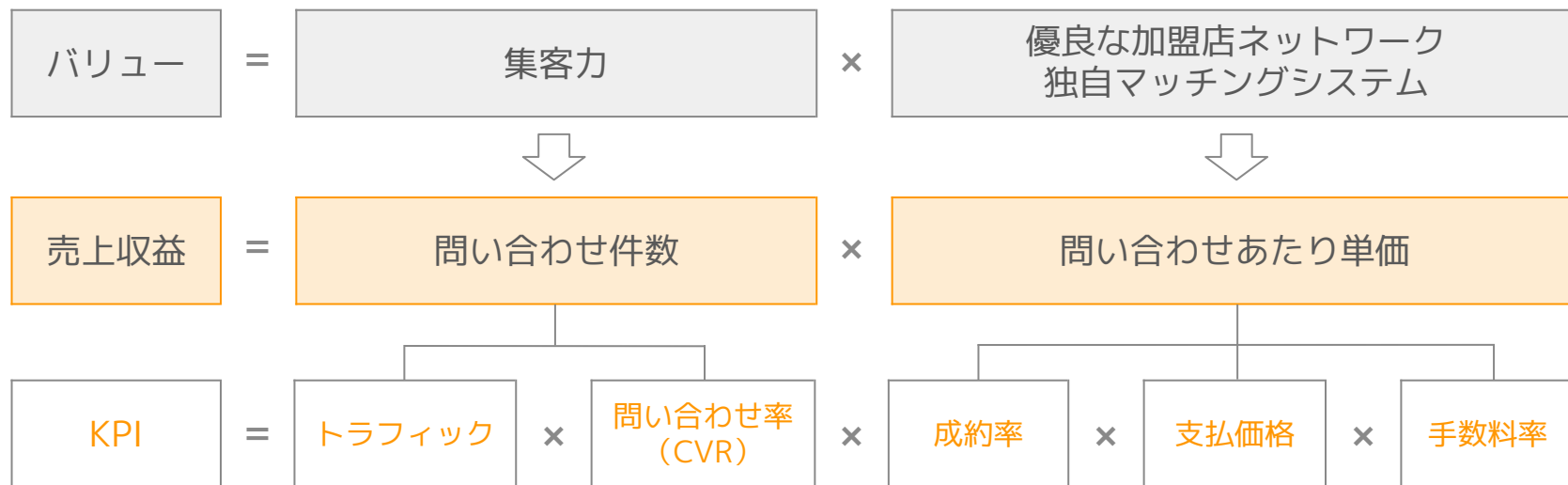
ビジネスの流れ

『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。



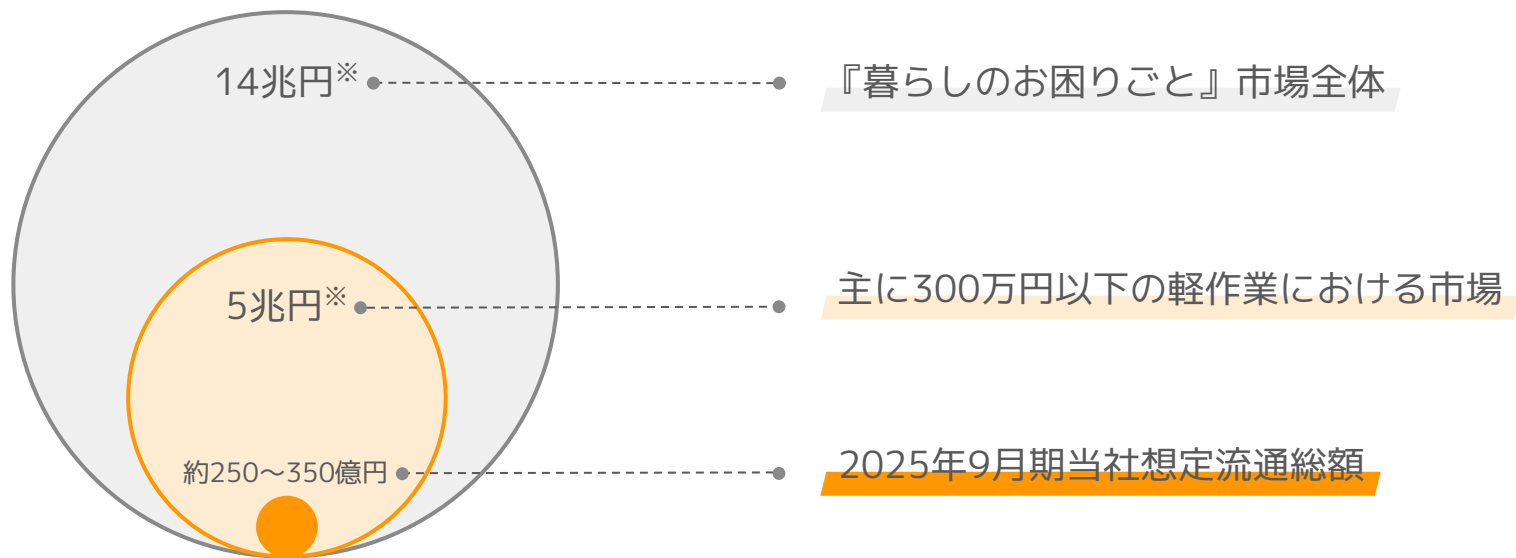
収益構造の分解

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。



『暮らしのお困りごと』市場

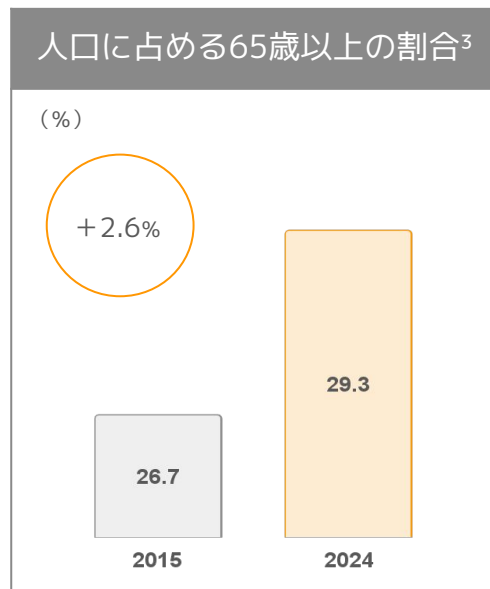
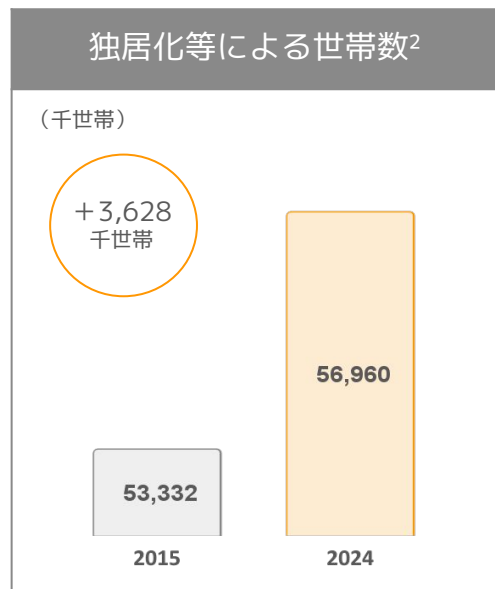
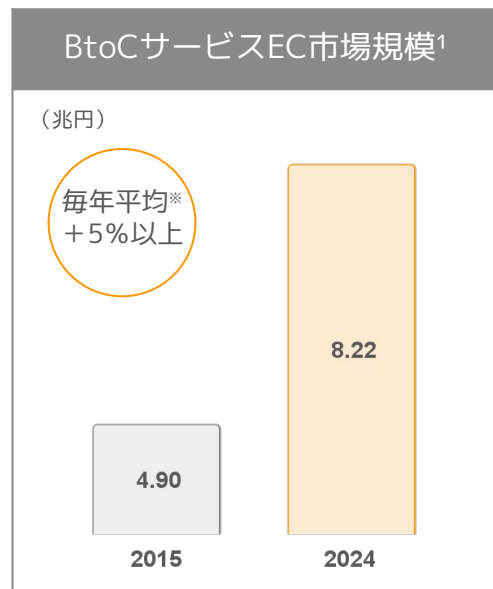
『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものは5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、さらなる市場拡大が見込まれる。また、既存の電話帳などから、オンライン化が進むことで事業機会の拡大が見込まれる。



※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

追い風となる市場規模

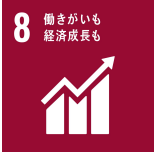
高齢化や独居化による世帯数の増加、サービスECの普及等が、当社の『暮らしのお困りごと』市場を拡大させる要因に。



- 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 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国推計）」（令和6（2024）年推計）
- 3 総務省統計局「統計トピックスNo.142 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

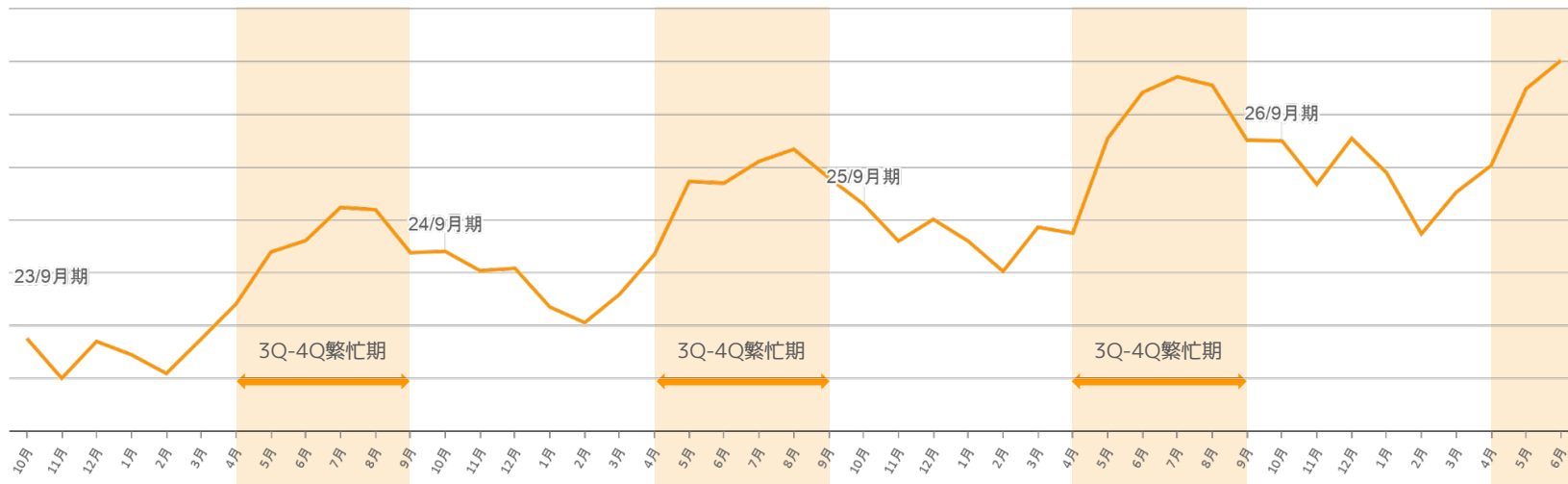
社会の一部として事業活動を運営する企業として、企業価値の向上と共に、ESG（環境・社会・ガバナンス）及びSDGs（持続可能な開発目標）の取り組みが重要と認識しており、事業サービスによる取り組みと企業体としての取り組みを実施し、社会的責任と持続可能な未来に向け、貢献できるよう事業活動を推進。

SDGsとの対応	取り組みの内容（※2025年9月期末）
 11 住み続けられるまちづくりを  12 つくる責任つかう責任	『暮らしのお困りごと』事業による貢献 『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。
 5 ジェンダー平等を実現しよう  8 働きがいも経済成長も  10 人や国の不平等をなくそう	ジェンダー等の平等を実現する組織運営による貢献 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95.2%（コールセンター女性比率87.6%）</u>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27.8%（同女性比率55.4%）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。

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、害虫害獣及び草刈りが盛んな夏の時期から台風による住宅への被害回復が多くなる秋口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



連結貸借対照表

[百万円]

	当第3四半期 連結会計期間 (2026/6/30)	前連結会計年度 (2025/9/30)	前期末比
流動資産	7,278	6,397	+881
固定資産	1,266	1,040	+226
総資産	8,544	7,437	+1,107
流動負債	2,660	2,024	+635
固定負債	242	212	+30
資本合計	5,642	5,200	+441
自己資本比率	65.2%	69.0%	△3.8pt

連結損益計算書

[百万円]

	当第3四半期 連結累計期間 (2025/10/1～6/30)	前第3四半期 連結累計期間 (2024/10/1～6/30)	前年同期間比
売上収益	6,851	6,035	+815
売上原価	695	511	+183
売上総利益	6,156	5,524	+631
販管費	4,772	4,176	+596
営業利益	2,993	1,440	+1,553
税引前利益	2,991	1,438	+1,553
当期利益※	2,051	956	+1,094

※親会社の所有者に帰属する当期利益

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 片山 善隆
 - 取締役会長 森吉 寛裕
 - 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 7億1,641万円 ※2026年6月末現在
- 従業員数 190名（内アルバイト・パート22名） ※2026年6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。