



成長可能性に関する説明資料

株式会社シャノン 証券コード：3976

2017年1月27日

本資料に記載されている意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。
様々な要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

目次

- I. 会社概要
- II. 事業内容
- III. 市場環境
- IV. 業績推移
- V. 今後の戦略
- VI. APPENDIX

I .会社概要

- 会社概要
- 代表者の紹介
- シヤノンが目指すもの
- 沿革

会社概要

商号 株式会社シャノン

設立 2000年8月25日

所在地 〒108-0073 東京都港区三田3-13-16 三田43MTビル4F

事業所 大阪、宮崎

子会社 想能信息科技有限公司

代表者 代表取締役社長 中村 健一郎

事業内容 マーケティングクラウドの提供、関連するコンサルティング・アウトソーシングサービス

資本金 2億6,471万円（2016年10月現在）

従業員数 148名（2016年10月現在）

URL <http://www.shanon.co.jp>

主要株主 役員・従業員等
WMパートナーズ株式会社
株式会社サンプリッジコーポレーション
モバイル・インターネットキャピタル株式会社
NTTファイナンス株式会社 他



IS 89514 / ISO27001



シャノンでは皆様の大切な情報資産をお預かりする企業として、各種認証を取得し、マネジメントの強化を今後も行なってまいります。

代表者の紹介

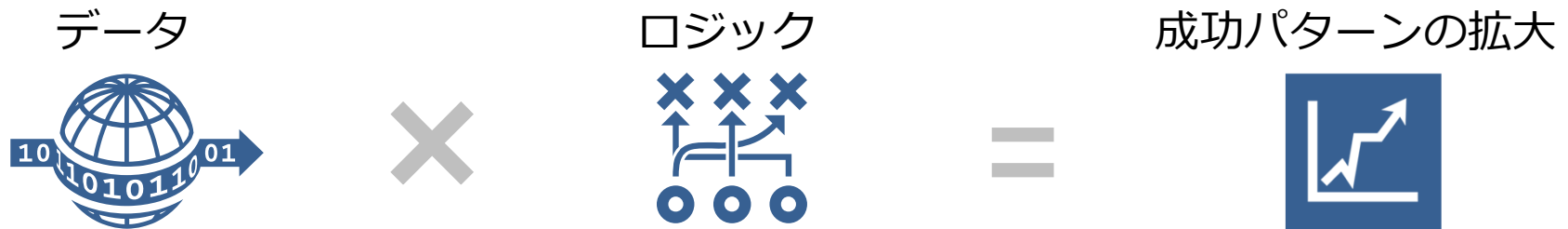


名前 中村 健一郎 なかむらけんいちろう
1977年生まれ39歳

略歴 2000年08月 大学4年時に有限会社シャノン設立
代表取締役役に就任
2001年03月 慶應義塾大学理工学部卒業
2002年04月 シャノンを株式会社化
現在に至る

シャノンが目指すもの

“テクノロジー”と“サイエンス”で、
企業のマーケティングの課題を解決する会社です。



今と昔の違い それは技術の進化によりデータがとれるようになったこと。

データによって、いままでわからないことがわかるようになりました。

狙った変容・効果 に対して、どのような仮説で、何をして、どのような結果となったか？

データからそれらを可視化して、科学的なアプローチからロジックの成否がわかるようになりました。

データ、ロジックから、顧客との最適なコミュニケーションがわかり、成功パターンを拡大させ、効率化することが実現できます。

そうすることで、企業のビジネスを次のステージに進めるお手伝いができると思っています。

沿革

2000年08月 シャノン設立

2004年12月 ISO27001認証取得（認証機関BSIグループジャパン株式会社）

2006年01月 セールスフォースと連携したスマートセミナー リリース

2008年05月 プライバシーマーク制度認定取得

2008年07月 ASP・SaaS情報開示認定取得

2011年02月 シャノンマーケティングプラットフォーム リリース

2011年11月 セールスフォース・ドットコムと資本提携

2012年10月 第10回「デロイト トウシュ トーマツ リミテッド 日本テクノロジー Fast50」第16位にランクイン

2012年12月 「シャノンバーチャルイベント」リリース

2013年02月 中国開発拠点 想能信息科技有限公司（上海）有限公司 設立

2013年09月 宮崎支社設立

2013年10月 第11回「デロイト トウシュ トーマツ リミテッド 日本テクノロジー Fast50」第20位にランクイン

2014年05月 日展協アワード2014で「シャノン バーチャル イベント」が新技術・新サービス賞を受賞

2015年10月 第13回「デロイト トウシュ トーマツ リミテッド 日本テクノロジー Fast50」第35位にランクイン

2015年11月 世界的データ分析ツールリーダー「Tableau社」との業務提携 “マーケティングアナリティクス”を国内展開開始

2016年01月 ITR Market Viewによる統合型マーケティング支援SaaS市場で国内シェア第1位を6年連続で獲得

2016年04月 関西オフィス設立

Ⅱ. 事業内容

- 事業概要
- 製品の特長
- 豊富な実績
- 総合的マーケティングコンサルティングサービス
- マーケティングオートメーションとは
- マーケティングオートメーションがなぜ必要なのか？
- 連携プラットフォーム
- 事業系統図
- シャノンの強み・競争優位性

事業概要

マーケティングプラットフォーム事業

SHANON MARKETING PLATFORM

シャノンマーケティングプラットフォームという1つのクラウドサービスを主に以下の2つのサービスとして利用いただいております。
また付随する、コンサルティングサービス、導入サービス、BPOを提供しております。

マーケティングオートメーション

マーケティング支援市場
6年連続シェアNo.1*

マーケティングにおいて
さらに戦略的なコミュニケーションを。



SHANON
MARKETING PLATFORM

シャノンマーケティングプラットフォームは、マーケティング業務の自動化・効率化と統合的なデータ管理により、戦略的なコミュニケーションを実現するクラウドアプリケーションです。

※ 出典：ITR「ITR Market View：マーケティング管理市場2013～2016」売上金額ベースでの2010年度～2015年度（予測）シェア

イベントマーケティング



15年の運営実績がある
シャノンのイベントソリューション

シャノンではイベント・展示会に関わる「事務局の運営代行」から会期中の「現場スタッフ」、「集客・対応・フォローの管理システム」まで、トータルでサポートいたします。出展者のエントリーシステムやお知らせ等のフルIT化をはじめ、ニーズに合わせたマーケティング活動業務のサポートも可能です。多くの大規模展示会にも採用されている実績のあるシステムです。イベント・展示会運営にまつわる煩雑な作業を解消します。



マーケティング
コンサルティング

BPO
(運営代行)

導入サービス

製品の特長

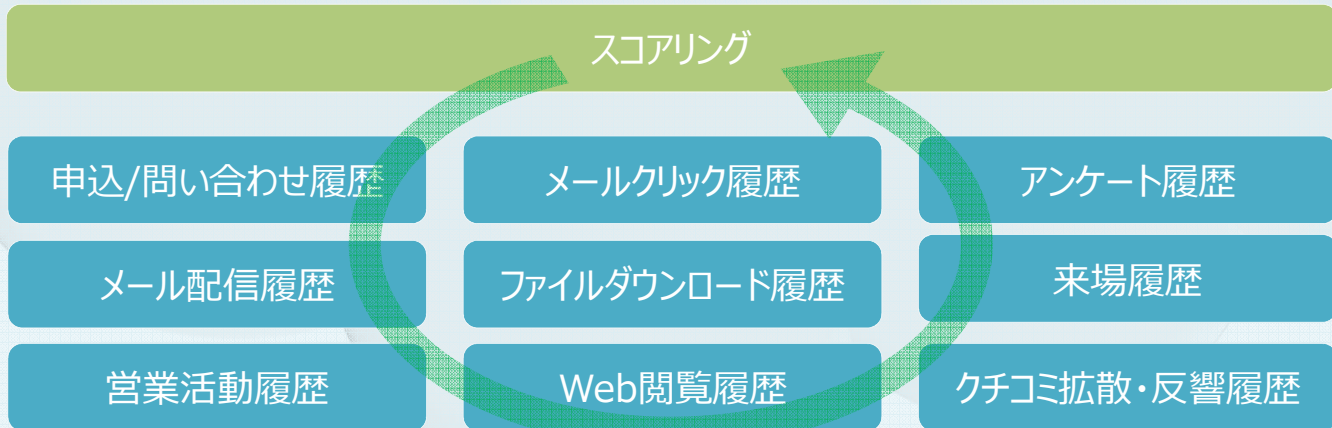
- 豊富な機能を持つ、マーケティング統合環境を提供しています。

SHANON MARKETING PLATFORM

キャンペーンマネジメント

セミナー イベント	キャンペーン	資料請求 問い合わせ	アンケート
Webアクセス トラッキング	ステップメール トリガーメール	FAX	オンデマンドDM (はがき・封書)
電話・訪問	来場認証 Beacon対応	名寄せ・マージ	CRM連携 (API)
会員管理	オンライン決済	名刺	企業情報
広告連携	ソーシャル	バーチャルイベント	分析 (Tableau)

リードデータマネジメント



豊富な実績

製品

SHANON

MARKETING PLATFORM は、国内における

✓ 導入実績数 **900** 以上

✓ 累計**220,000**以上のイベント／キャンペーンで利用されています。

金融・保険	不動産	通信	ヘルスケア	製造
メディア	IT・サービス	人材	旅行・運輸	教育・NPO



他、多数

統合型マーケティング支援SaaS市場 6年連続でNo.1

製品

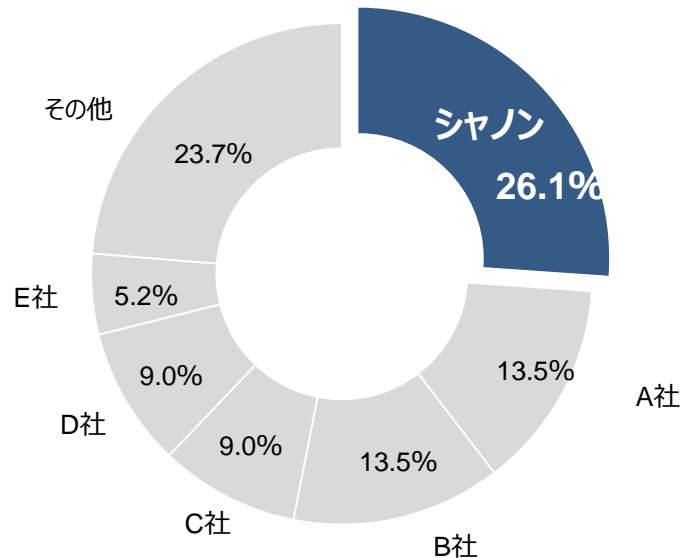


6年連続
シェアNo.1 ※1

- 「SHANON MARKETING PLATFORM」は、株式会社アイ・ティ・アール（以下「ITR」）が発行する市場調査レポート「ITR Market View：マーケティング管理市場2016」において、**統合型マーケティング支援市場**におけるSaaSベンダー別売上金額およびシェアで1位を獲得いたしました。 ※1
- 同分野での**1位獲得は6年連続**となります。

※1 出典：ITR「ITR Market View：マーケティング管理市場2013～2016」売上金額ベースでの2010年度～2015年度（予測）シェア
※2 出典：ITR「ITR Market View：マーケティング管理市場2016」

【SaaS型マーケティング支援市場：ベンダー別売上金額シェア】



ITR調査サマリー ※2

本調査によると、2014年度の統合型マーケティング支援市場の売上金額は52億円、前年度比73.3%増とここ数年に引き続き高い伸びを維持しています。2014年度のBtoBの売上金額は20.4億円で、前年度比20.8%増、またBtoCは売上金額31.6億円で、前年度比40.9%増と大幅に増加しています。

2015年度は、大手外資系ベンダーの国内市場参入の本格化や、国産ベンダーの新規参入があいまって、活況を迎えています。2015年度も同市場全体で前年度比51.9%増と引き続き拡大する傾向で、BtoBでは前年比63.2%増、BtoCでは前年度比44.6%増と大幅な伸びが見込まれます。

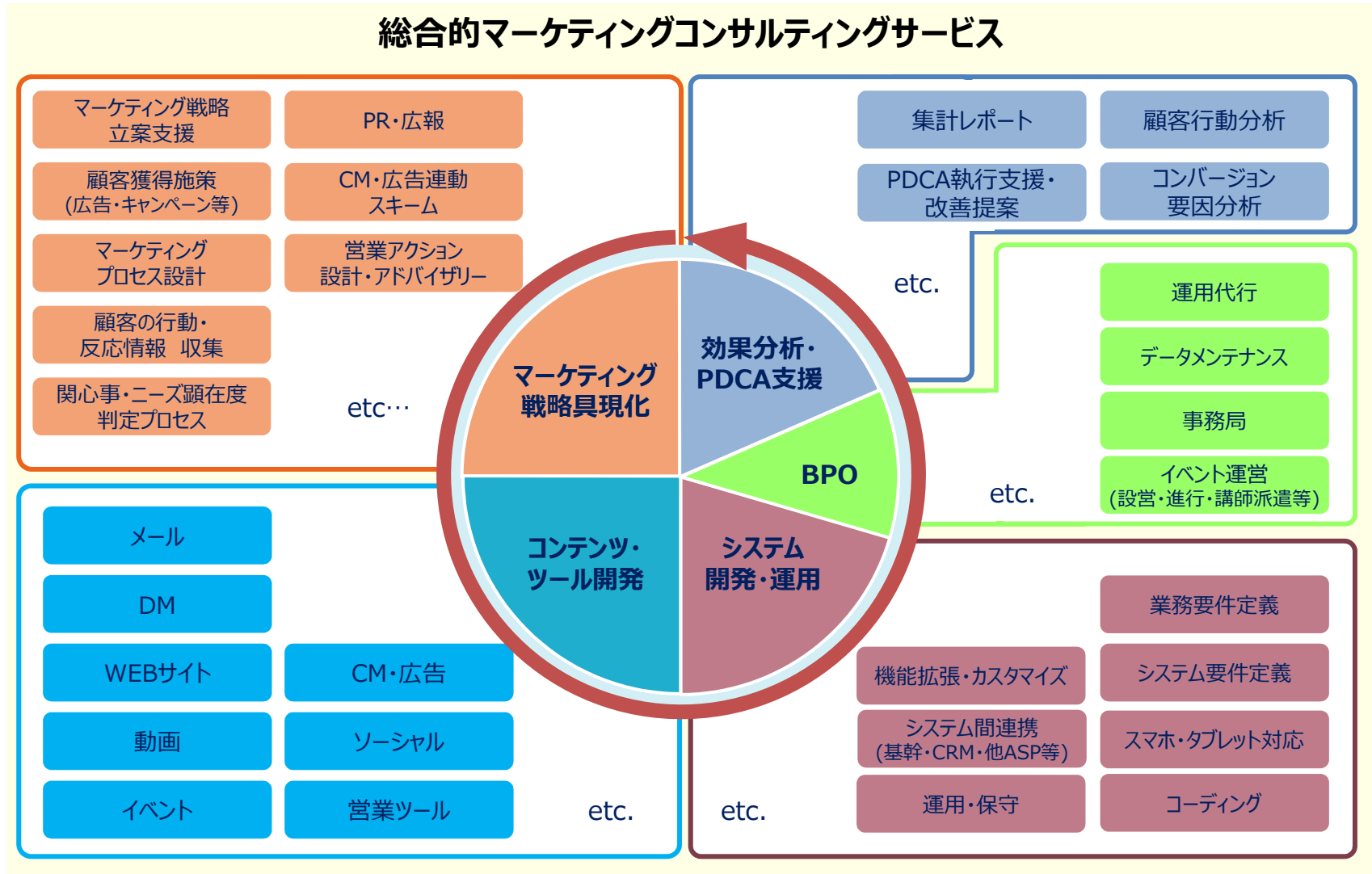
また、マーケティング活動全般の最適化を支援する統合型マーケティング支援への注目が近年急速に高まっていることから、2014～2019年度の年平均成長率は25.5%と、マーケティング支援市場で最も高い伸びが予測されています。

ITR調査とは

ITRが2015年10月から2015年12月にかけて、日本国内におけるメール送信、メール配信エンジン、メール処理、統合型マーケティング支援、アクセス解析、ソーシャルメディア解析およびDMP（データマネジメント・プラットフォーム）製品について、専任アナリストが調査・分析したものです。統合型マーケティング支援（MA：マーケティング・オートメーション）市場とは、マーケティング活動全般を支援する製品で、マーケティング・プランニング、見込客管理、カタログ管理、パーソナライゼーション、キャンペーン管理、イベント管理などの機能が含まれます。

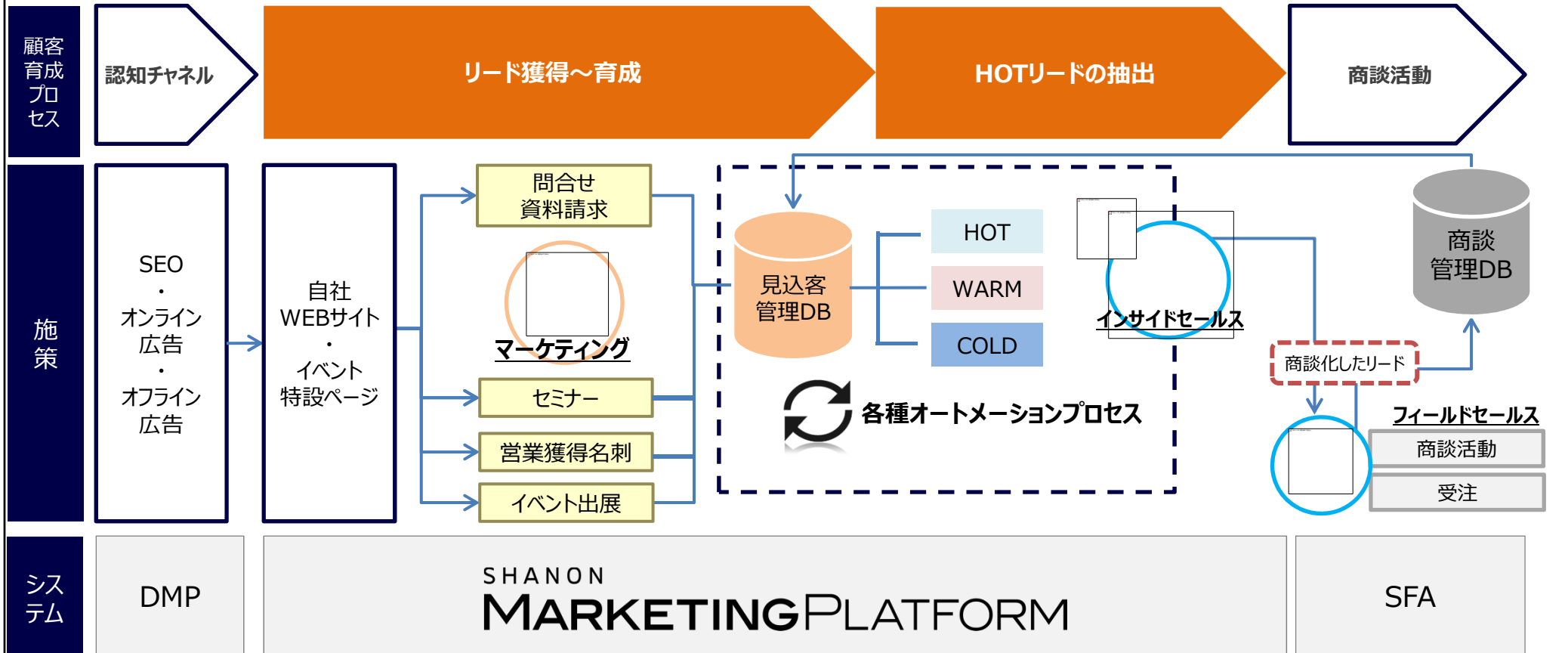
総合的マーケティングコンサルティングサービス

- マーケティング課題解決のために各種サービスをワンストップで提供しています。



マーケティングオートメーションとは

- マーケティングオートメーションとは、見込客および既存顧客から商談を獲得するために実施する、オンライン/オフラインのマーケティング活動全般を統合管理して、顧客企業が商談を獲得するために最適なコミュニケーションを自動化する手法、およびそれを可能にするプラットフォームのことです（シャノンによる定義）。

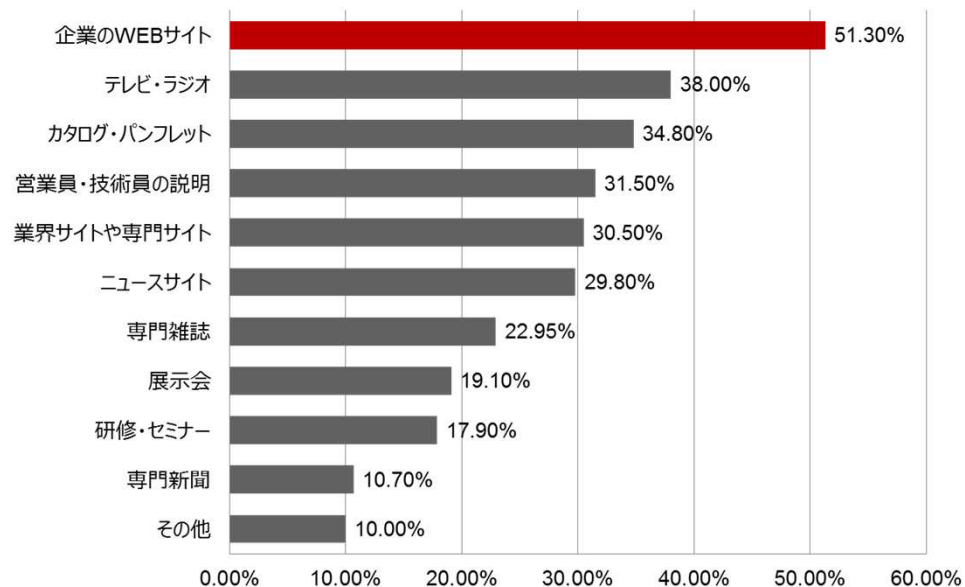


マーケティングオートメーションがなぜ必要なのか？

- マーケティングオートメーションが必要になってきた背景（市場ニーズ）をご説明します。

理由① 購買者の行動の変化

従来のB2Bにおける購入プロセスでは、商品やサービスの認知後に、営業担当者と呼び具体的な情報を得て選定を進めるというものでしたが、WEB情報コンテンツが充実している現在では、顧客は営業担当者に会う前の段階で、一定の情報収集を終えており、比較検討・選定もある程度進んでいる状況が多くなっています。つまり、実際に営業担当者にボタンが回ってくるまでのコミュニケーションが営業において重要になってきました。



※出典：日本ブランド戦略研究所 BtoBサイト調査結果分析2015
(回答者の割合、複数回答)

理由② マーケティングROI向上への要求

企業は収益向上のためにコストカットや顧客獲得が必要ですが、新しい顧客の獲得は年々難しくなっています。そんな中、広告など多くの費用をかけるマーケティングは徐々にデジタル化が進み、ROIが見えるようになってきたため、様々なマーケティング活動も測定し、効率化するよう経営から求められるようになってきました。

理由③ テクノロジーの進化

テクノロジーの進化によって、購買者に関する様々なデータを統合管理できるようになりました。それによって、購買者の関心事や興味が盛り上がっているタイミングを評価できるようになりました。それによって、適切なコンテンツを適切なタイミングで、適切なチャネルでコミュニケーションが設計できるようになりました。

理由④ マーケティングの複雑化

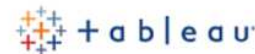
購買者との接点は年々複雑になってきました。WEB、メール、ソーシャルネットワーク、ショートメッセージ、スマートフォンアプリ等です。様々な接点でのコミュニケーションを一元管理し、購買者を理解しなければ、自社のサービスを正しく理解していただけません。しかし、もはやツールなしでは、これらの内容を管理することは難しくなりました。

連携プラットフォーム

- 複雑なマーケティングに対応し、分断化しているデータの統合に関する問題を解決するプラットフォームを提供いたします。

シャノンコネクトは、CRM、SFA、広告、ソーシャルメディア、ビッグデータ解析など、広範なパートナー製品・ツールと、シャノンが提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」を連携させるプラットフォームです。

シャノンコネクトをご利用いただくことで、利用者は個別に開発することなく、SMPと様々なツールを連携することが可能になります。



SFA / CRM

広告 / アクセス解析

BI / 企業情報

ETL / 決裁

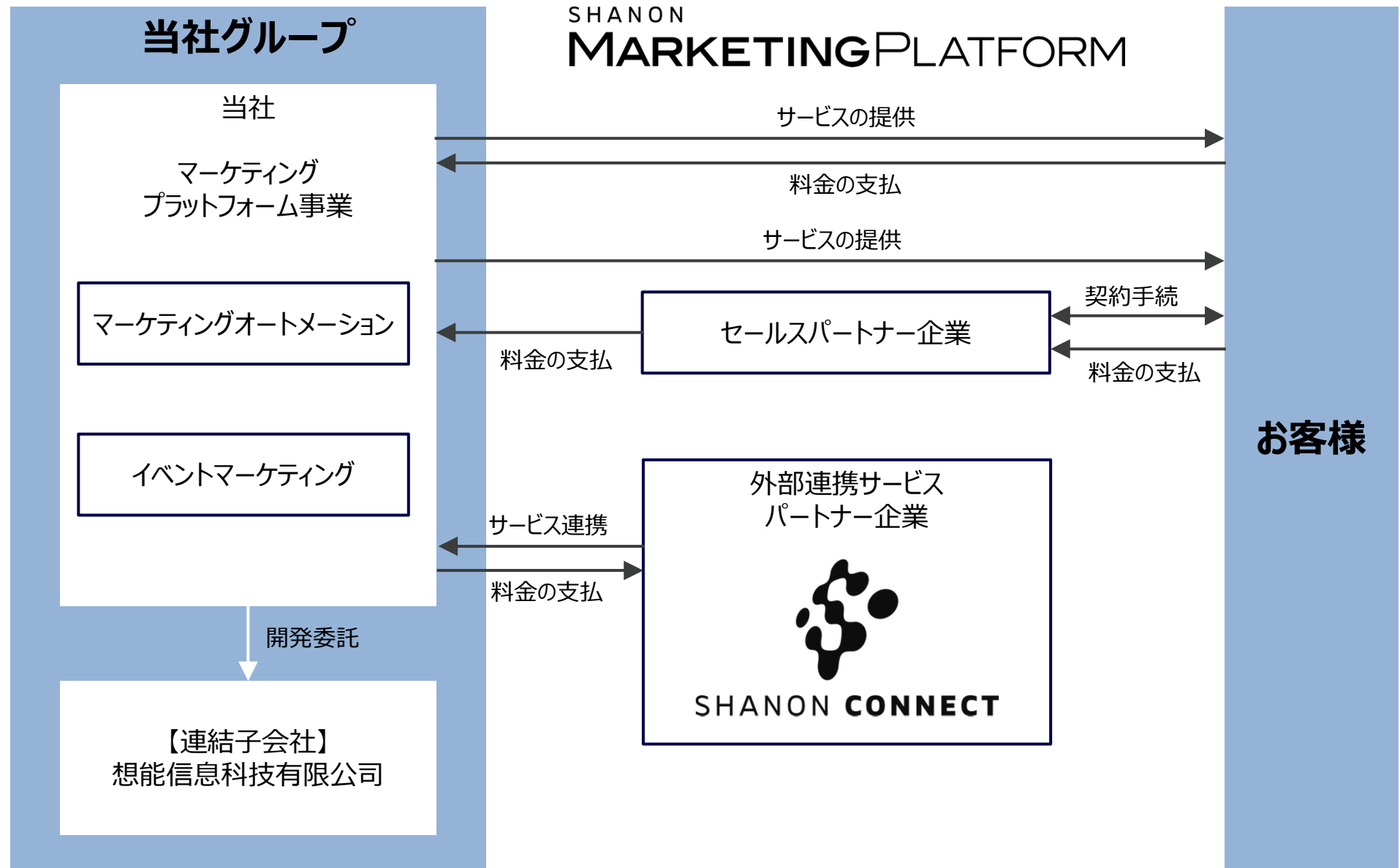
CRM・SFAとの連携

SFA・CRMツールを連携することで、マーケティングフェーズにおける各種キャンペーンや個人のWebアクセス状況と、営業フェーズの商談情報のつながりを見える化することができます。

DMP・広告媒体ツールとの連携

広告媒体ツールを連携させることで、人と広告の接点をアトリビューションを含めて把握することが可能になります。また、DMPツールと連携すると、Webアクセスやキャンペーン参加状況、メールクリックなどのファーストパーティーのマーケティング情報を使って広告を配信することが可能です。

事業系統図



シャノンの強み・競争優位性

製品

国内のマーケティングでは欠かせない、オフライン系の機能（セミナー・イベント）に強く、国内のビジネス環境に合っています。電話対応記録が残せる、会員管理ができるなど、デジタル系機能もさることながら、それ以外のマーケティング活動も一元管理することができます。

サービス

コンサルティングを提供し戦略的な目線からの相談にも対応しています。導入サービスを自社で提供しており、製品とサービス提供がワンストップで提供できるため、ご安心いただけています。顧客企業側で人手が不足している場合にはB P Oも提供しており、ワンストップサービスを実現しております。

実績

豊富な実績を有しており、統合型マーケティング支援SaaS市場6年連続でNo.1。（出典：ITR「ITR Market View：マーケティング管理市場2013～2016」売上金額ベースでの2010年度～2015年度（予測）シェア）

セキュリティ

日本国内にサーバー環境があること、運営体制として、ISO27001、プライバシーマークを取得しているなど、金融機関での実績も豊富です。

サポート

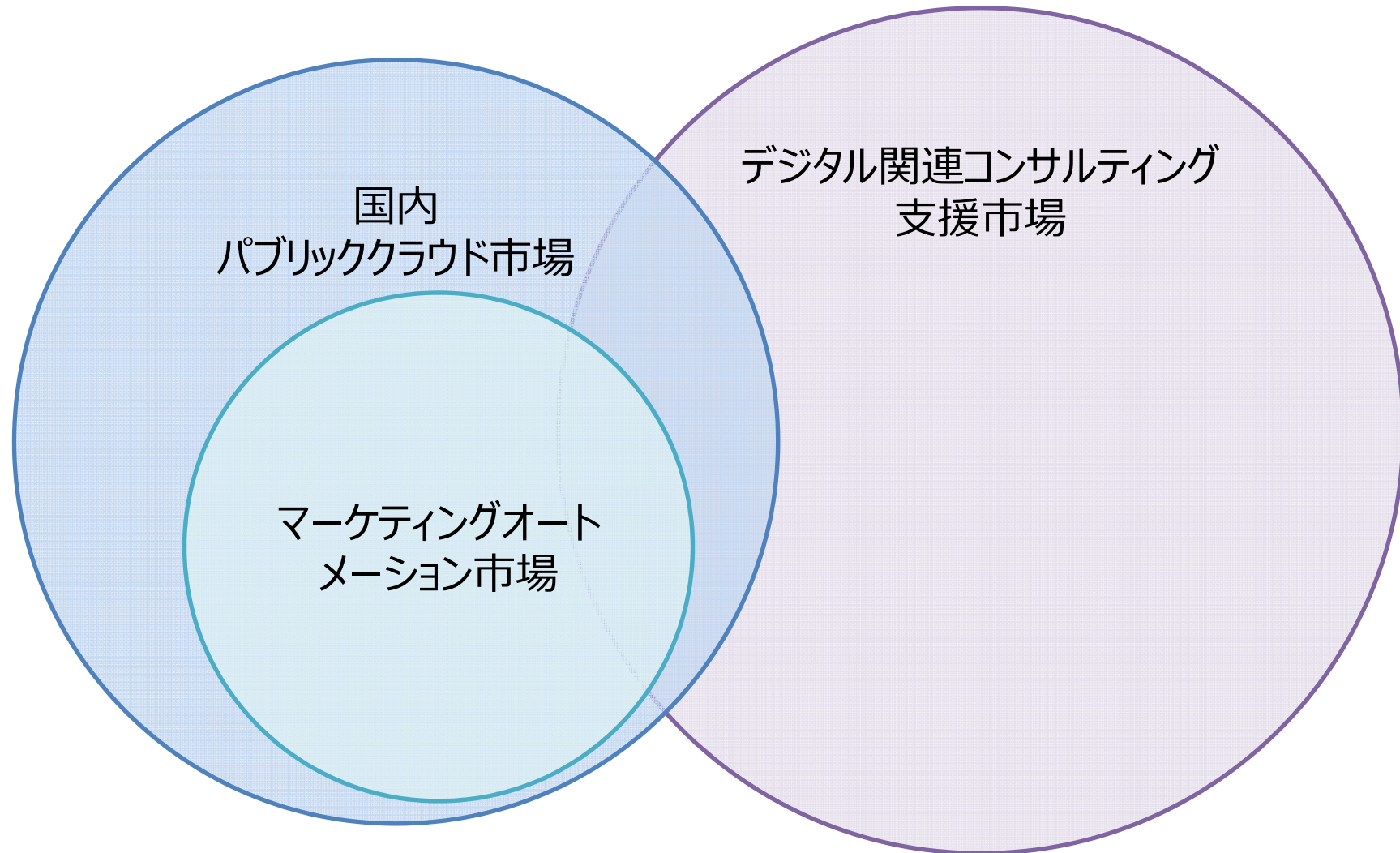
無料電話サポートを提供しております。また有償保守サービスなど、利用後のサポート体制としても充実しております。

Ⅲ.市場環境

- シヤノンが属すると考えられる3つの市場動向
- 国内パブリッククラウド市場の推移
- マーケティングオートメーション市場の推移
- デジタル関連コンサルティング支援市場の推移
- 米国市場の動向

シャノンが属すると考えられる3つの市場動向

- シャノンの事業内容から属すると考えられる以下の3つの市場は成長すると考えられています。

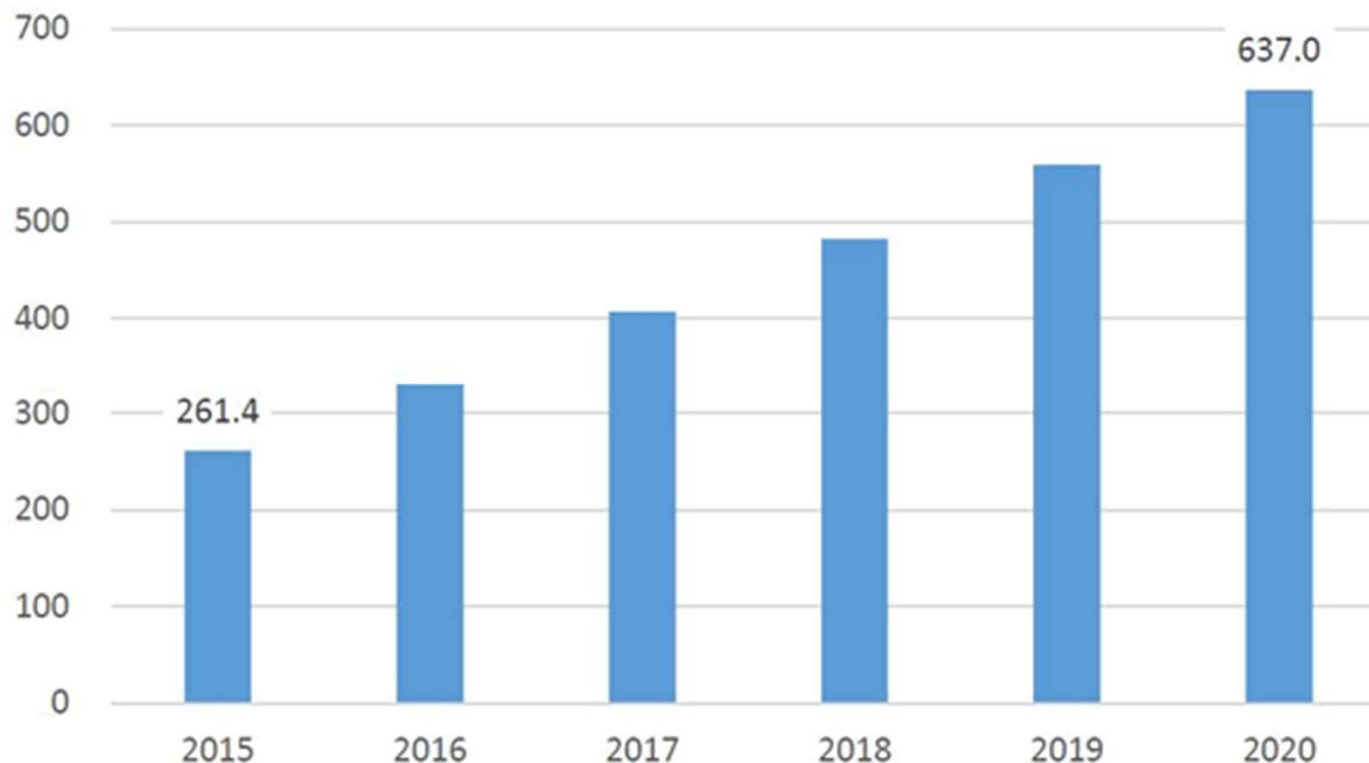


国内パブリッククラウド※市場の推移

● 国内パブリッククラウド市場

2015年の国内パブリッククラウド市場は、前年比32.3%増の2,614億円と推定され、2020年の市場規模は、2015年比2.4倍の6,370億円と予測されており、「クラウドオールソー」から「クラウドファースト」へ、企業のIT戦略が変化すると考えられています。

単位：（10億円）



※パブリッククラウドとは、データセンター事業者などが、広く一般の利用者に提供するクラウドコンピューティング環境。顧客の要望に応じてソフトウェアやハードウェアの利用権などをネットワーク越しにサービスとして提供するデータセンターや、その中で運用されているサーバ群などのこと。

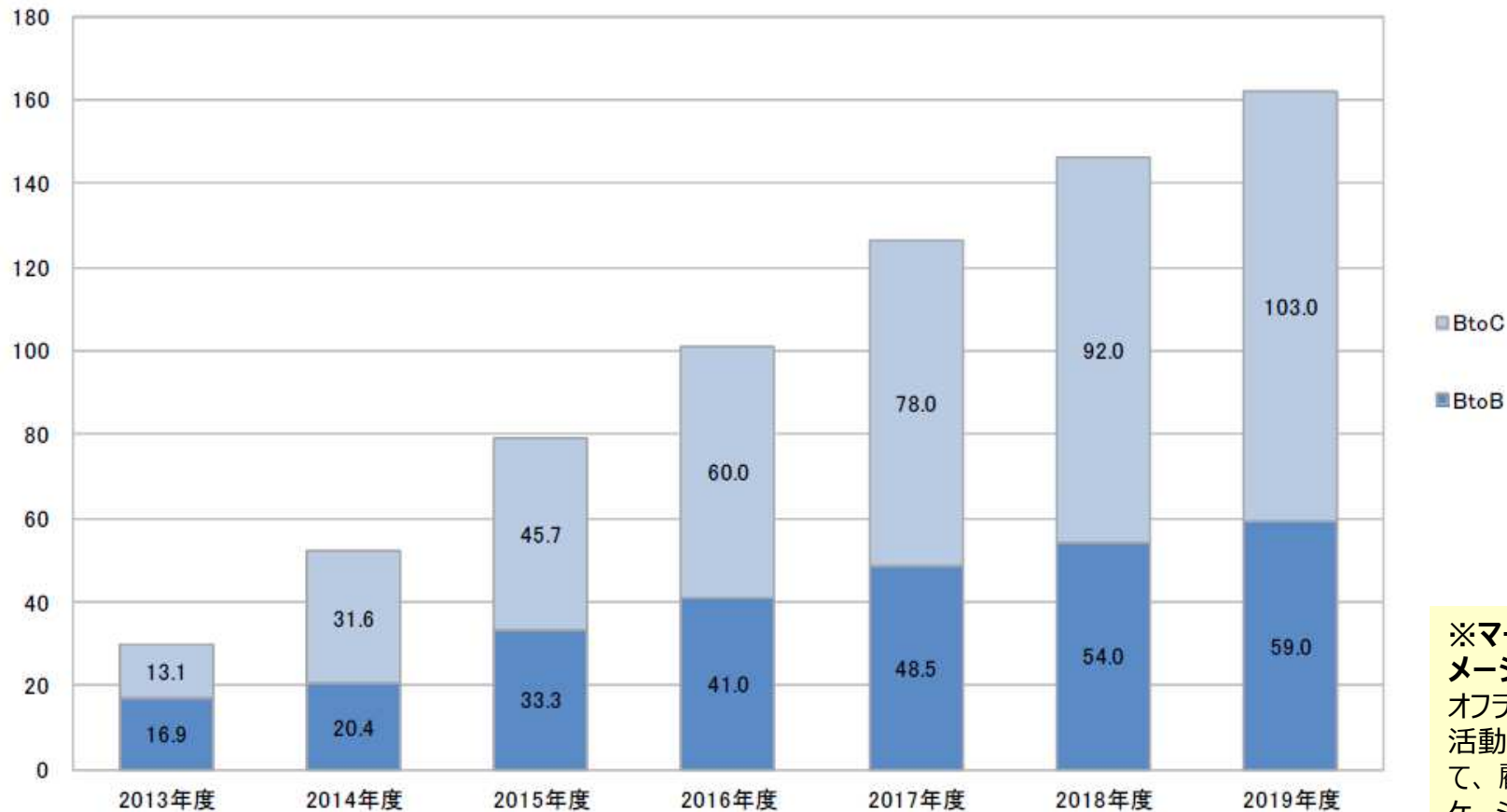
出典： <http://e-words.jp/>

出典： IDC Japan株式会社 <http://www.idcjapan.co.jp/Press/Current/20160225Apr.html>

マーケティングオートメーション※市場の推移

- 市場ニーズに基づき引き続き、マーケティングオートメーション市場はCAGR25.5%の成長が予測されています。

単位：（億円）

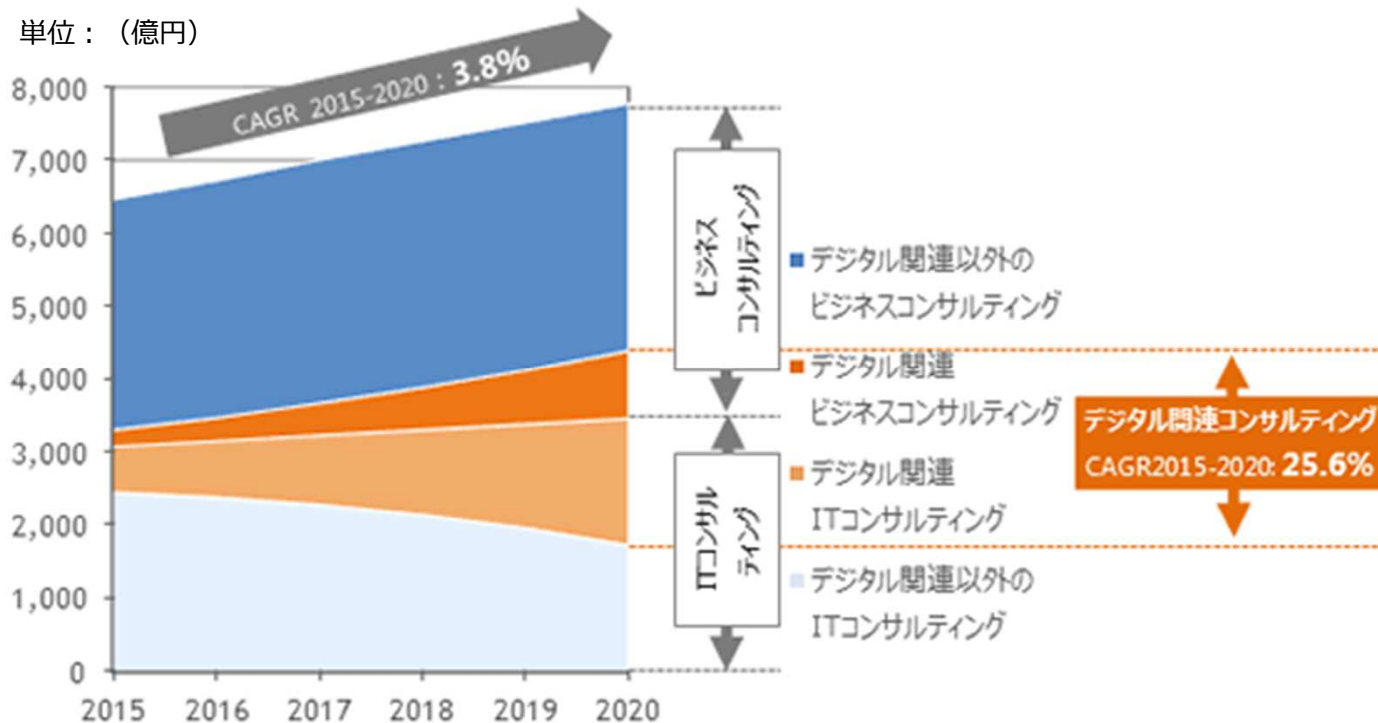


※マーケティングオートメーションとは、オンライン/オフラインのマーケティング活動全般を統合管理をして、顧客に最適なコミュニケーションを自動化する手法、およびそれを可能にするプラットフォームのことです。

出典：ITR Market View：マーケティング管理市場2016

デジタル関連コンサルティング※1支援市場の推移

- 企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）※2支援が成長領域。「デジタル関連」コンサルティングサービスは2015年～2020年の年間平均成長率25.6%で急成長と予測されています。



出典：IDC Japan株式会社 <http://www.idcjapan.co.jp/Press/Current/20160608Apr.html>

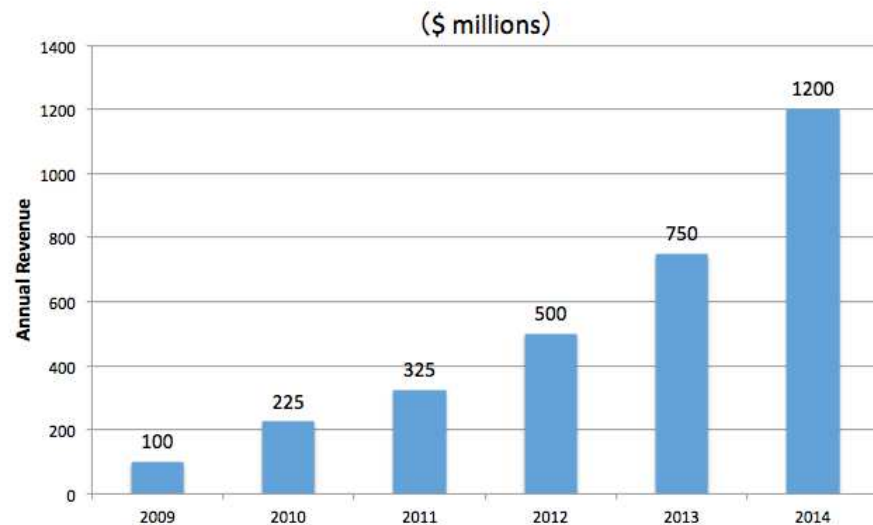
※1デジタル関連コンサルティングとは、第3のプラットフォームの導入／活用に関わるコンサルティングプロジェクト。

※2デジタルトランスフォーメーション(DX)とは、企業がクラウド、ビッグデータ／アナリティクス、モビリティ、ソーシャル技術の4分野で構成される「第3のプラットフォーム」の技術を活用して、新しい製品やサービス、新しいビジネスモデル、新しい関係を通じて価値を創出し、競争上の優位性を確立することです。

米国市場の動向

- 以下のグラフのように、米国ではマーケティングオートメーションは成長してきました。今後も堅調な成長は予測されており日本でもマーケティングオートメーションの普及率は米国のように伸びるものと考えられます。

マーケティングオートメーション市場の売上推移



出典: Raab Associates 2014 VEST 「B2B Marketing Automation Vendor Revenue」

59% of B2B Fortune 500 Companies Use Marketing Automation

米国でB2Bビジネスを行っているフォーチュン500企業のうち59%はマーケティングオートメーションを利用している

<https://www.clickz.com/59-of-b2b-fortune-500-companies-use-marketing-automation/26744/>

MarketsandMarketsは年率8.55%の成長で市場規模は2019年に55億ドルになると予測

2014年10月に発表されたMarketsandMarketsによる世界のマーケティングオートメーション市場予測においても、**2019年までの市場成長は年率8.55%になるだろうと予測**されており、概ね10%前後での成長が見込まれると予測する向きが多い。

MarketsandMarketsでは、市場規模も予測しており、**2014年の36.5億ドル(約4526億円 ※ドル124円換算)から2019年には55億ドル(約6820億円)にまで拡大すると予測**している。

[Marketing Automation Software Market worth \\$5.5 Billion by 2019](#)

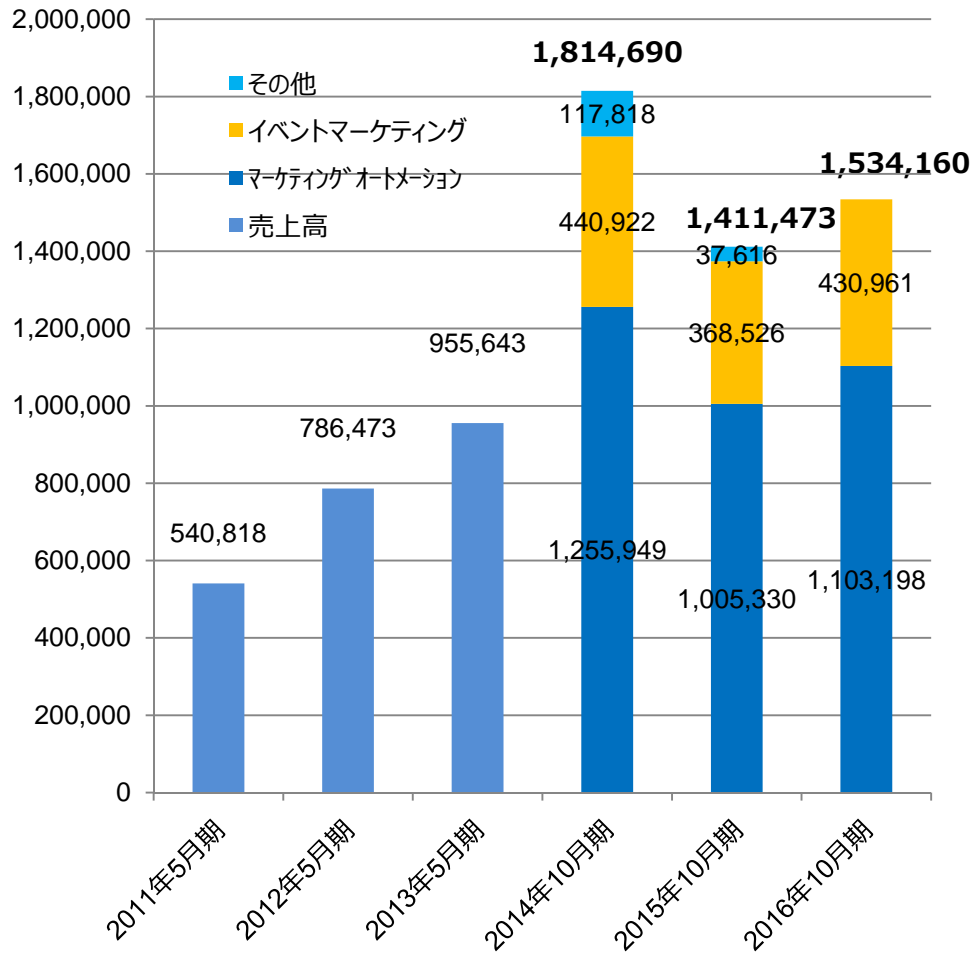
MarketsandMarkets forecasts the Global Marketing Automation Software market to grow from \$3.65 billion in 2014 to \$5.5 billion in 2019, at a CAGR of 8.55%.

IV.業績推移

業績推移

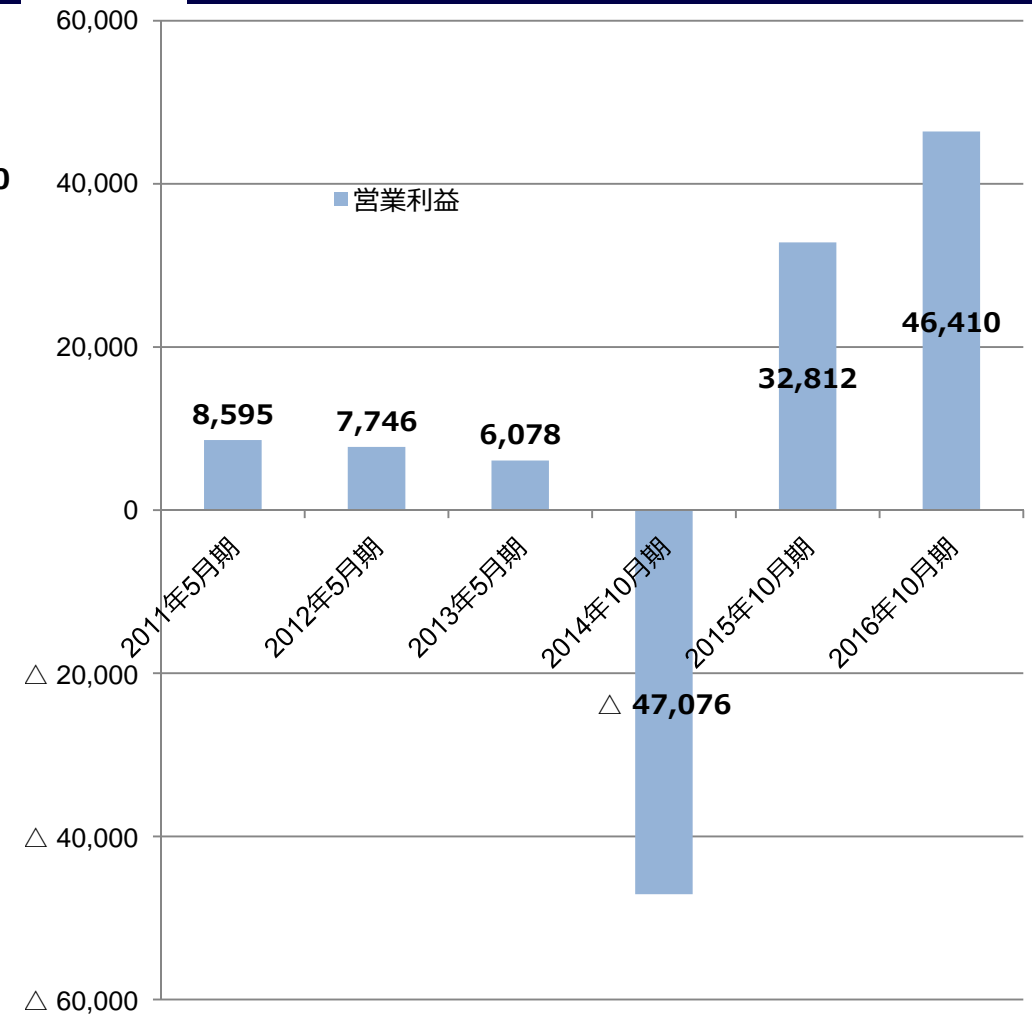
[千円]

売上高



[千円]

営業利益



※2014年10月期は2013年6月1日から2014年10月31日までの17か月間となっております。

V. 今後の戦略

- シヤノンが目指すもの
- 今後の戦略

シャノンが目指すもの



Marketing is Science

“テクノロジー”と“サイエンス”で、企業のマーケティングの課題を
解決する会社です。

Mission

テクノロジーとサイエンスにもとづくマーケティングによって、顧客の市場拡大化と利益最大化を実現し、企業のより創造的な活動に貢献します。

Vision

企業のマーケティング課題を解決するマーケティングクラウドのリーディングカンパニーとして、顧客から最も信頼される企業を目指します。

今後の戦略

マーケティングオートメーション市場への積極投資

マーケティングオートメーション市場は成長市場であり、競合差別化を推進する製品開発を行ってまいります。

パートナー戦略の推進 販売、導入、連携、戦略的提携

セールspartner、コンサルティングパートナー、連携サービスパートナー、他のプラットフォーム、マーケティングコンサル会社などと戦略的に提携を行ってまいります。

ソリューション新領域の拡大（広告、EC）

「広告やEC分野」×MAといった領域は市場性は大きく相乗効果のある新しい領域です。そこにフィットした形のソリューションとして展開を行ってまいります。

マーケティング・マネージド事業の確立

デジタルマーケティング市場拡大にともない、マーケティング人材の不足に対応し、マーケティングの運用管理サービスを提供してまいります。

新テクノロジーAI活用サービスの展開

シャノンでは、AIを活用したマーケティング課題解決AIの開発を進め、マーケティング課題の解決を促進してまいります。

グローバル市場へのチャレンジ

シャノンのサービスは世界的にも特徴あるサービスです。東南アジアを中心にサービス展開を行ってまいります。

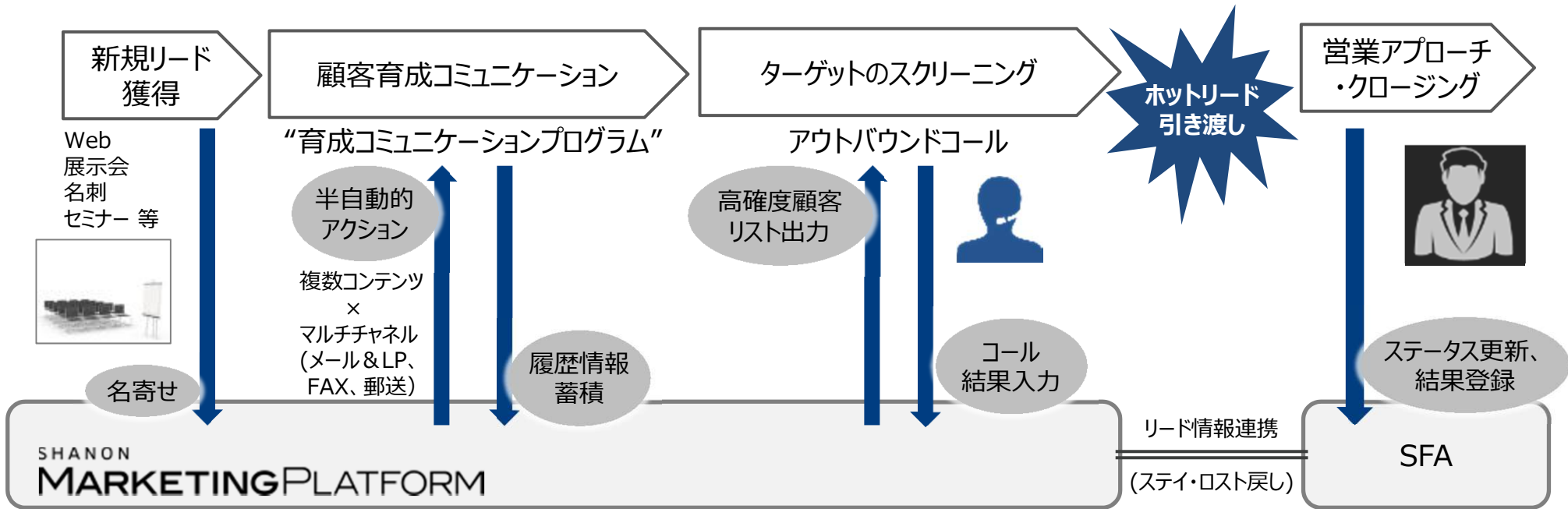
VI. APPENDIX

- 事例

事例 B2B システム業界大手

● 受注拡大を目的とした、「商談機会獲得率」向上のためのリード統合ナーチャリング

- 購入したターゲットリストへのDM発送、展示会へのブース出展等、プロモーション施策には一定の予算を投じていたものの、反響顧客の管理が不十分であったり、DBが散在していたりで、「やりっぱなし」「効果測定不能」の状態になっていました。
- Webサイト経由の問い合わせ、イベント・展示会等、オンライン・オフラインから流入した見込み顧客を統合的に管理。複合的なコミュニケーション実行と履歴の蓄積・スコアリングを繰り返すプロセスを運用することで、高確度顧客の抽出、営業活動への引き継ぎ、プロモーション施策ごとの効果測定が可能になりました。



ご支援概要

- ・SHANON MARKETING PLATFORMの導入
 - ・リード名寄せ設定・半自動的アクション設定
 - ・ホットリード獲得のためのスコアリング設計 等
- ・運用段階での定期的なスコアチューニング

顧客の成果

- ・見込み顧客管理一元化の実現
- ・顧客毎関心度の見える化
- ・顧客毎へのアクション(メール、コール)の実現
- ・営業による商談数 **前年比 3倍増**

注意事項

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動する可能性があります。従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性がありますことを、予めご了承ください。

本資料に掲載している情報に関して、当社は最新の注意を払っておりますが、掲載した情報に誤りがあった場合や、第三者によるデータの改ざん、データダウンロード等によって生じた障害などに関し、事由の如何を問わず一切責任を負うものではありません。

なお、本資料のいかなる部分も一切の権利は当社に属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願い致します。



株式会社シャノン

<http://www.shanon.co.jp/>