



平成 29 年 6 月 9 日

各 位

会 社 名 株式会社シャノン
 代表者名 代表取締役社長 中村 健一郎
 (コード：3976 東証マザーズ)
 問合せ先 取締役 経営管理担当 友清 学
 (TEL. 03-6743-1551)

**平成 29 年 10 月期第 2 四半期連結累計期間の業績予想値と実績値との差異
 及び通期連結業績予想の修正に関するお知らせ**

平成 29 年 1 月 27 日に公表いたしました平成 29 年 10 月期第 2 四半期連結累計期間（平成 28 年 11 月 1 日～平成 29 年 4 月 30 日）の業績予想値と本日公表の実績値に差異が生じたので、下記のとおりお知らせいたします。

また、最近の業績動向を踏まえ、平成 29 年 10 月期（平成 28 年 11 月 1 日～平成 29 年 10 月 31 日）の連結業績予想を修正いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

1. 平成 29 年 10 月期第 2 四半期連結累計期間の連結業績予想と実績の差異
 (平成 28 年 11 月 1 日～平成 29 年 4 月 30 日)

(単位：百万円)

	売 上 高	営 業 利 益	経 常 利 益	親会社株主に帰属 する四半期純利益	1 株 当 たり 四 半 期 純 利 益
前回発表予想 (A)	867	7	7	3	円 銭 2.55
実績値 (B)	761	△29	△41	△32	円 銭 △25.51
増 減 額 (B - A)	△105	△37	△48	△36	—
増 減 率 (%)	△12.2	—	—	—	—
(参考) 前期第 2 四半 期実績 (平成 28 年 10 月期第 2 四半期)	—	—	—	—	—

(注) 平成 28 年 10 月期第 2 四半期におきましては、四半期連結財務諸表を作成していないため、平成 28 年 10 月期第 2 四半期実績については記載しておりません。

2. 平成 29 年 10 月期の連結業績予想の修正
 (平成 28 年 11 月 1 日～平成 29 年 10 月 31 日)

(単位：百万円)

	売 上 高	営 業 利 益	経 常 利 益	親会社株主に帰属 する当期純利益	1 株 当 たり 四 半 期 純 利 益
前回発表予想 (A)	1,789	101	98	66	円 銭 50.67
今回修正予想 (B)	1,660	25	10	0	円 銭 0.37
増 減 額 (B - A)	△129	△76	△88	△66	—

増減率(%)	△7.2	△75.4	△89.8	△99.3	—
(参考) 前期実績 (平成28年10月期)	1,534	46	42	36	35.84

3. 平成29年10月期第2四半期連結累計期間の連結業績予想値と実績値の差異理由

当第2四半期連結累計期間においては、マーケティングオートメーションサービスに関する受注状況はおおむね順調に推移したものの、販売パートナー経由での売上については、想定よりも一部の販売パートナーとの販売戦略等の協議や連携ソリューション開発、販売パートナー企業と当社との円滑な連携関係の構築に時間を要したために、販売パートナー施策の展開が想定時期よりも遅れたことにより、受注・売上高ともに前回予想時の想定を下回って推移しました。また、インバウンド対応営業については、営業人員の中途採用進捗の遅れ等により受注率が低下したこともあり、全体としては新規案件の受注・売上ともに計画に対して未達となりました。

他方、イベントマーケティングサービスに関する、受注状況は堅調に推移しましたが、一部の案件について、前回予想時に想定していたイベント会期時期(売上計上時期)の見込み違いが発生したこともあり、売上高は計画に対して未達となりました。

以上の結果、平成29年10月期第2四半期連結累計期間における売上高は、対計画比12.2%減の761百万円となりました。

また、上記売上高の未達に伴い、営業利益、経常利益、当期純利益ともに計画を下回ることとなりました。なお、経常利益については、前回予想時点では、販売費及び一般管理費として計上していた株式公開費用・株式交付費の一部(8百万円)を営業外費用に計上したことによる影響も含まれています。

4. 平成29年10月期連結業績予想(平成28年11月1日～平成29年10月31日)の修正理由

3.に記載した販売パートナー施策の展開の遅れについては、足元では、当初計画から数か月の遅れをもって立ち上がって来たため、第3四半期以降においては、当初計画に対する更なるマイナス要因とはならない見通しです。しかしながら、施策の展開が遅れたことによる上期のマイナス要因を挽回することはできないため、通期の見通しにおいてもその分のマイナス要因の影響は残ることとなります。その結果、マーケティングオートメーションサービスの売上高は、対計画比9.8%減の1,219百万円となる見込みです。また、マーケティングオートメーション売上を構成するプロフェッショナルサービス売上は、対計画比13.1%減の578百万円、サブスクリプション売上は、対計画比6.7%減の641百万円となる見込みです。

一方、イベントマーケティングサービスの売上高は、3.に記載した会期時期の見込み違いによる未達要因は期中で解消されるため対計画比0.9%増の436百万円となる見込みです。

以上の結果、当期売上高の予想数値1,789百万円(前期比16.6%増)に対して、129百万円減の1,660百万円(前期比8.2%増)となる見込みです。売上高及び各段階利益の差異の詳細については以下のとおりです。

① 売上高の差異について

(1) マーケティングオートメーション

(プロフェッショナルサービス)

大企業向けのコンサルティング営業は、下期もおおむね順調に推移する見通しです。また、上期において計画未達となった販売パートナー経由の売上は、4.に記載のとおり、下期において上期のマイナス要因を取り返すことはできないものの、更なるマイナス要因にはならない見込みです。なお、中途採用については引き続き厳しい状況が想定されるため、インバウンド対応営業については、下期においてもマイナス影響は発生する見通しです。その結果、前回予想に対して87百万円の減少を見込んでいます。

(サブスクリプション)

上期のプロフェッショナルサービスの減少に起因して、新規の顧客獲得が想定よりも遅れていることや前回予想時には見込んでいなかった既存顧客の期中解約(下期以降に影響する要因)が発生した一方

で、これらのマイナス要因を取り返すような案件が現時点では存在しないため、前回予想に対して、45百万円の減少を見込んでいます。

※サブスクリプション売上については、計画に対する新規獲得未達や計画外の解約の影響はそれ以降そのまま毎月影響することとなります。

なお、本日時点において、期末アカウント数は、359 アカウント（前回予想比 7.5%減、対前期末比 19.3%増）を見込んでいます。

(2) イベントマーケティング

イベントマーケティングサービスについては、上期における計画未達要因は、下期中に解消される予定であること、また、前回予想時には具体的に数値として織り込んでいなかったイベントプロデュースに関連するサービスの売上が下期に発生する見通しであるため売上高は予想に対して増加を見込んでいます。

② 営業利益の差異について

(売上原価)

マーケティングオートメーションサービスに関する売上原価は、売上高の見通しに比例して減少する見込みとなります。

一方で、イベントマーケティングサービスに関する売上原価は、下期に計上を予定しているイベントプロデュースに関連するサービスの売上に関連する原価率が従来型のイベントマーケティングサービスに比して高くなるため、売上高の増加率以上に売上原価は増加する見込みとなります。これらにより、売上原価は、前回予想よりも 22 百万円減少し、690 百万円となる見込みです。

(販売費及び一般管理費)

人件費については、中途採用の遅れもあり、前回予想時よりも減少する見込みですが、一方で、一部人員リソースについては、短期的には派遣・業務委託で賄ったこともあり外注費は前回予想よりも増加を見込んでいます。これらにより、販売費及び一般管理費は、前回予想よりも 29 百万円減少し、945 百万円となる見込みです。

以上の結果、前回予想の 101 百万円の営業利益に対して、76 百万円減の 25 百万円となる見込みです。

③ 経常利益の差異について

経常利益については、営業利益の減少及び前回予想時には販売費及び一般管理費として計上していた一部の株式公開費用、株式交付費を当上半期において最終的に営業外費用に計上した影響により、前回予想の 98 百万円の経常利益に対して、88 百万円減少し、10 百万円となる見込みです。

④ 当期純利益の差異について

経常利益の減少とそれに伴う法人税等の減少により、前回予想の 66 百万円の当期純利益に対して、66 百万円減の 0 百万円となる見込みです。

※上記の業績予想は、発表日現在で入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後の様々な要因によって予想数値と異なる可能性があります。

以 上