

# 成長可能性に関する説明資料

2019年6月  
Sansan株式会社



# 免責事項

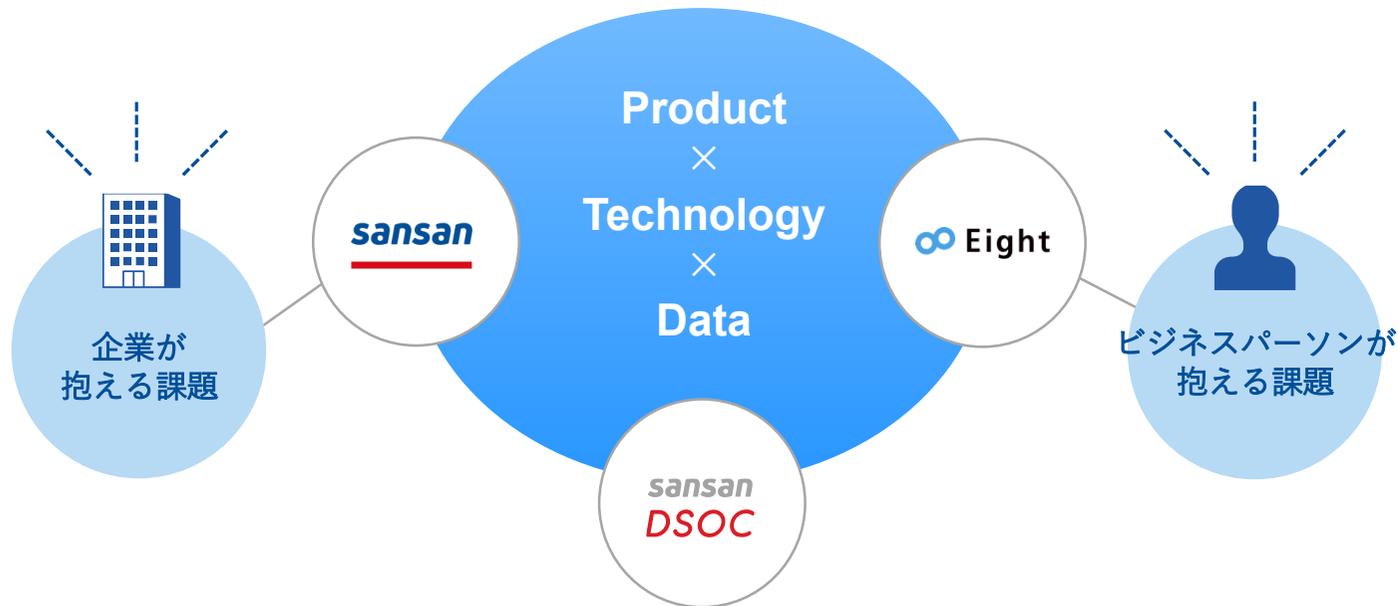
---

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

また、本資料発表以降、新しい情報や将来の出来事等があった場合において、当社は本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新又は改訂を行う義務を負うものではありません。

# 出会いからイノベーションを生み出す

—— 世界に挑むビジネス・プラットフォームへ ——



## 名刺の持つユニークな価値

- ・ 名刺は、**ビジネスのシーンでの出会いで必ず交換されるもの**
- ・ 名刺には、氏名や会社・組織・役職名、連絡先等、その人を表す**正確な情報が記載**
- ・ いつ、誰が、なぜ、名刺交換をしたかという**名刺交換情報自体にも大きな価値**
- ・ 名刺は、21世紀の現在でも**紙のまま**であり、**管理・活用方法には、業務効率化や有効活用の大きな余地**



## 企業や個人のビジネス・コンタクトを 資産として活用できるプラットフォームを提供

**sansan**

### 「Where Business Starts 名刺管理から、ビジネスがはじまる」

全社の名刺を集約することで、  
名刺を“価値ある資産”へと変える  
シェアNo.1の名刺管理サービス



- ・ **5,700** 契約以上の顧客基盤
- ・ **1.0%** 以下の月次解約率<sup>(1)</sup>

**Eight**

### 「名刺でつながる、ビジネスのためのSNS」

取り込んだ名刺から、いつでも活用できる  
ビジネスネットワークを構築する名刺管理アプリ



- ・ **No.1** モバイル名刺管理アプリ
- ・ **230万人**を超えるユーザー<sup>(2)</sup>を獲得

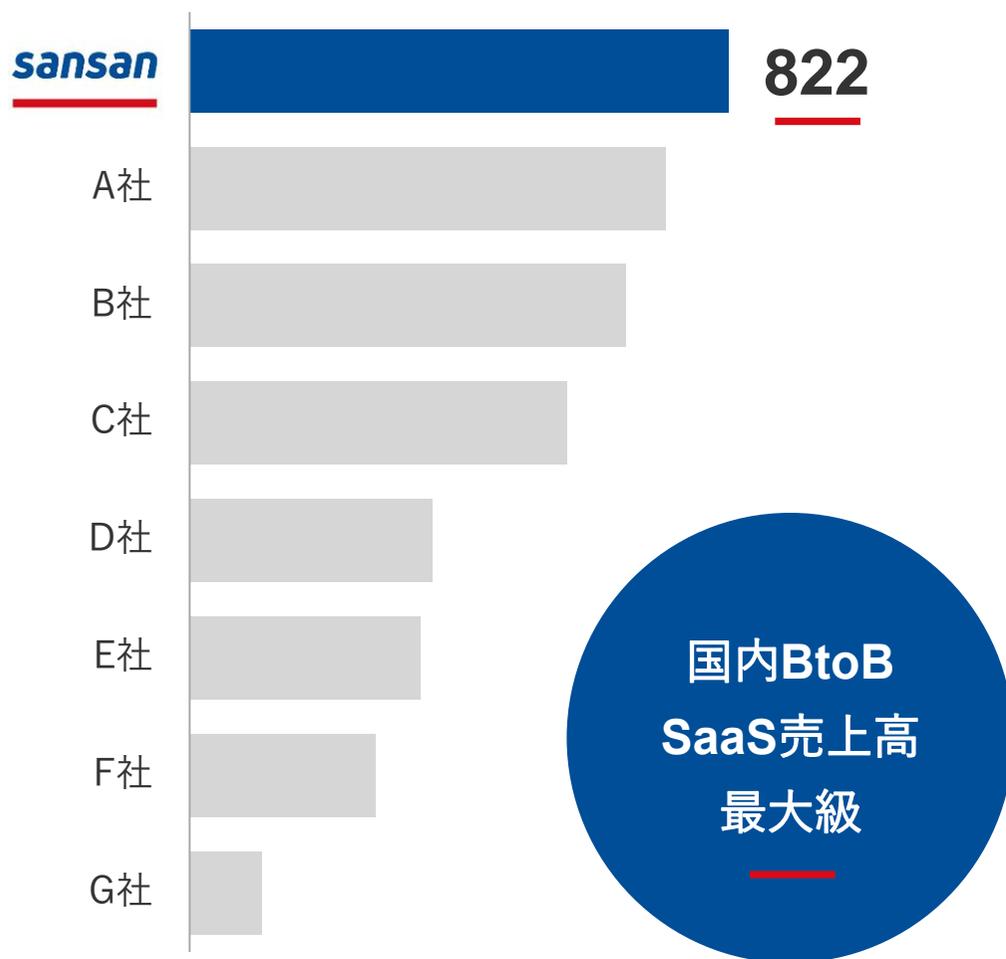
(1) 直近12か月平均の月次解約率（既存契約の月額課金額に占める、解約に伴い減少した月額課金額の割合）

(2) アプリをダウンロード後、自身の名刺をプロフィールに登録した認証ユーザー数

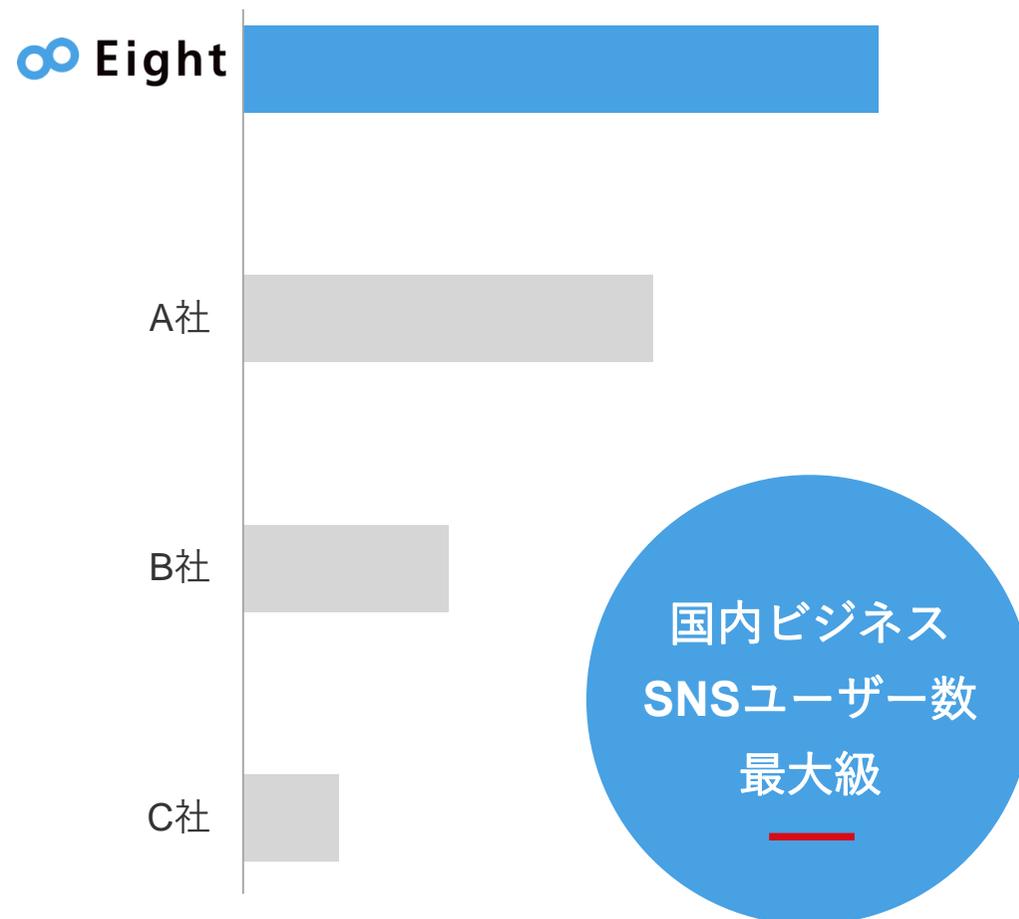
# ビジネス・プラットフォームとしてのポジショニング

国内BtoB SaaSの月次売上高 (MRR) (1)

(百万円)



国内ビジネスSNS MAU (2)

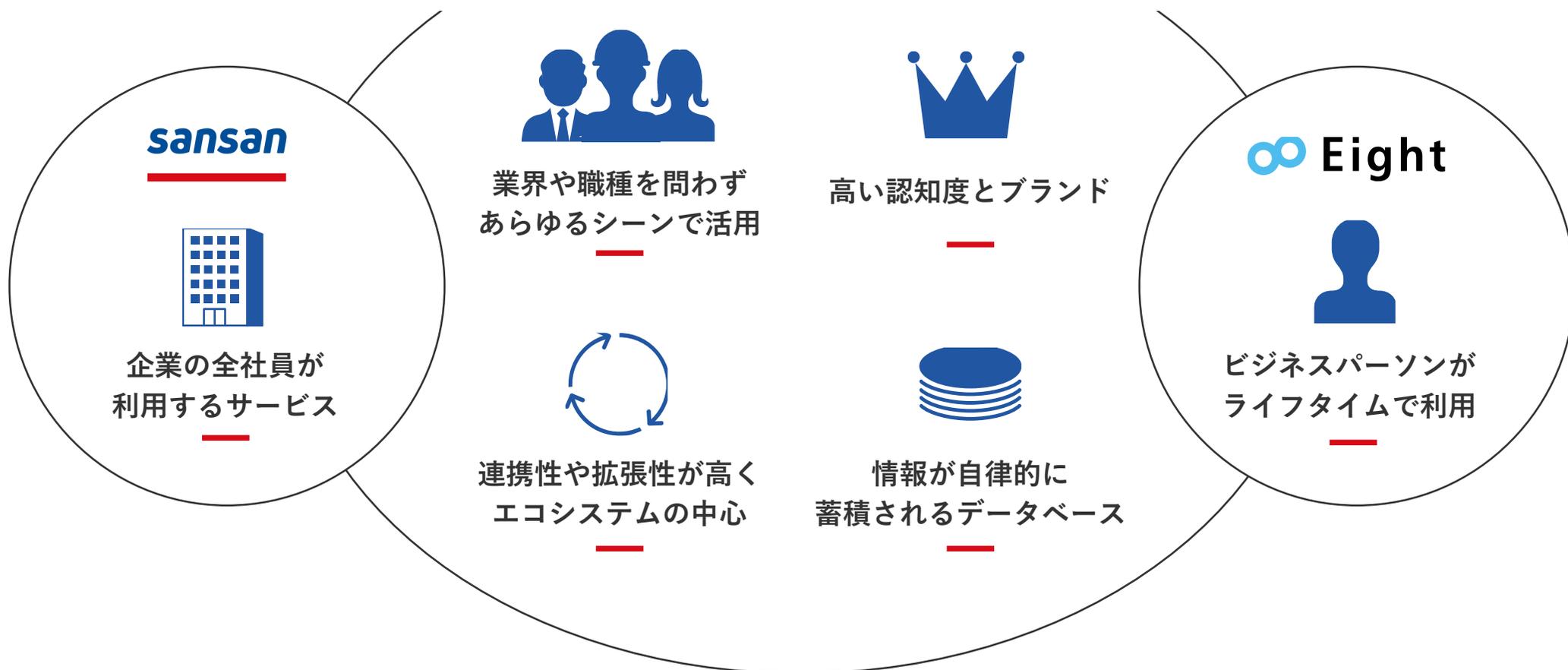


(1) Sansanは2019年2月のSansan事業の月次売上高 (未監査)、MRRはMonthly Recurring Revenue

(2) App Annieによる推計値をもとに作成 (2019年2月時点)、MAUは月間アクティブユーザー数

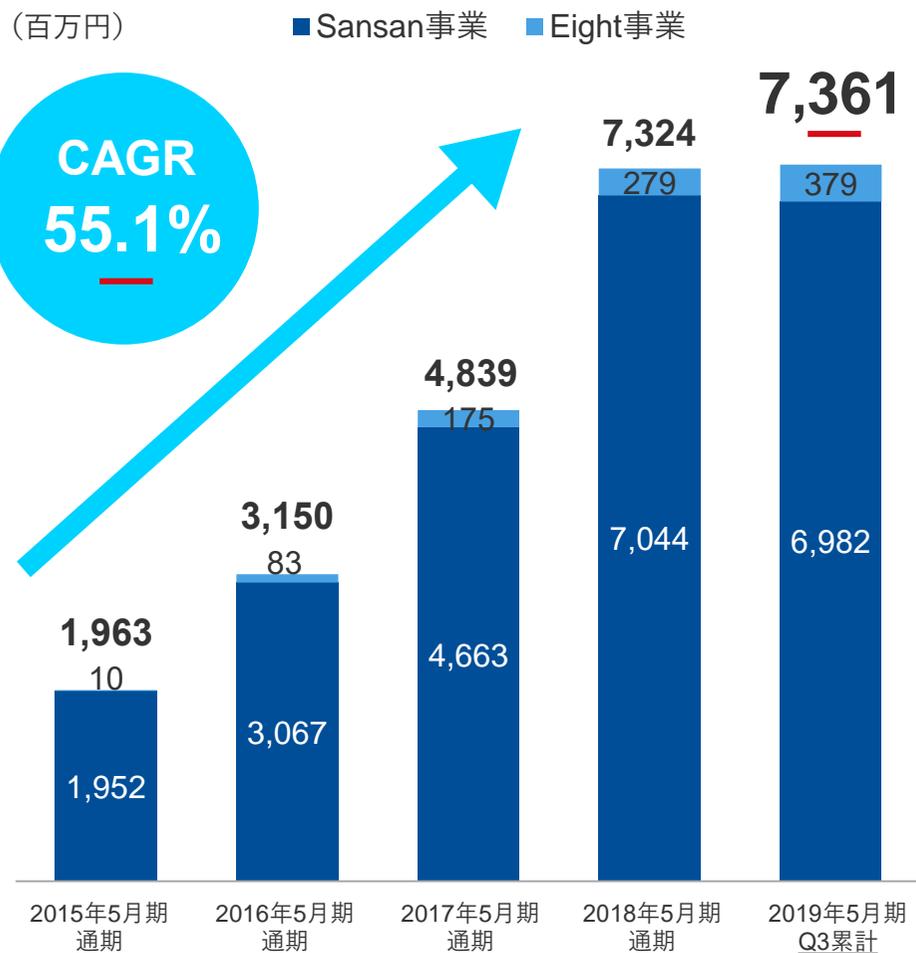
## ビジネス・プラットフォームとしての強固なポジションを確立し、 中長期的な成長機会の多様化を図る

### ビジネス・プラットフォーム

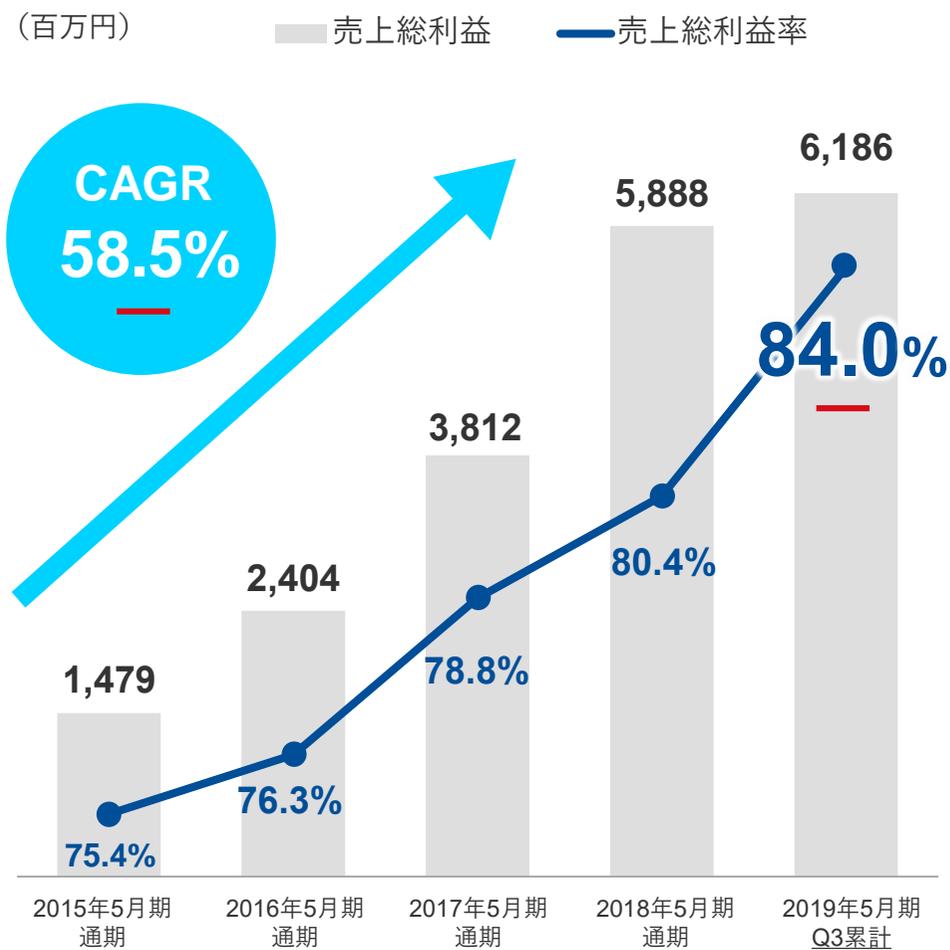


# 業績の推移（2015年5月期～2019年5月期Q3累計）

## 売上高<sup>(1)</sup>



## 売上総利益・売上総利益率<sup>(1)(2)</sup>

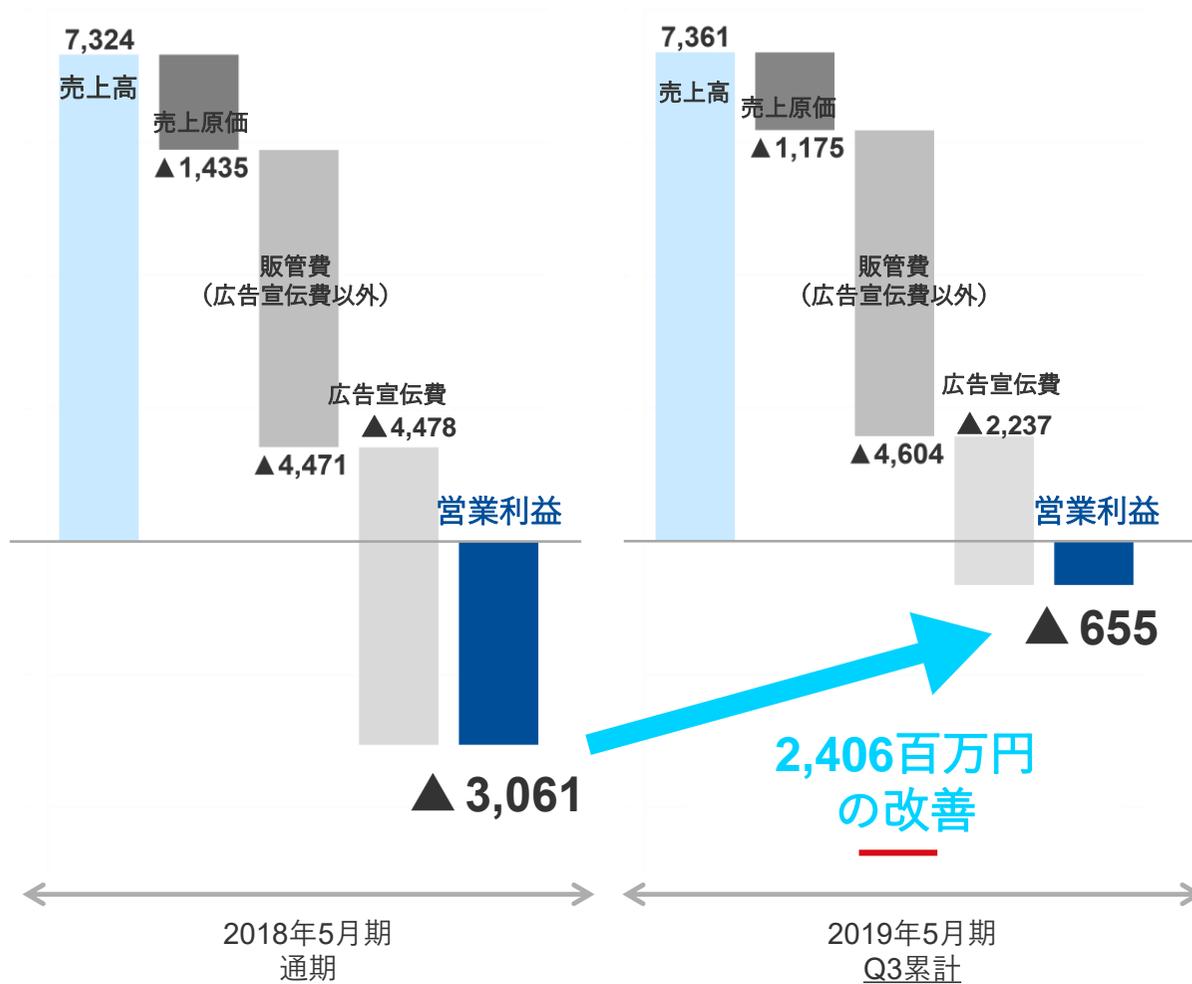


(1) 2016年5月期以前は単体実績（未監査）、2017年5月期以降は連結実績  
 (2) Eight事業における名刺入力費用は販売費及び一般管理費に計上

# 直近の業績 (2019年5月期Q3累計)

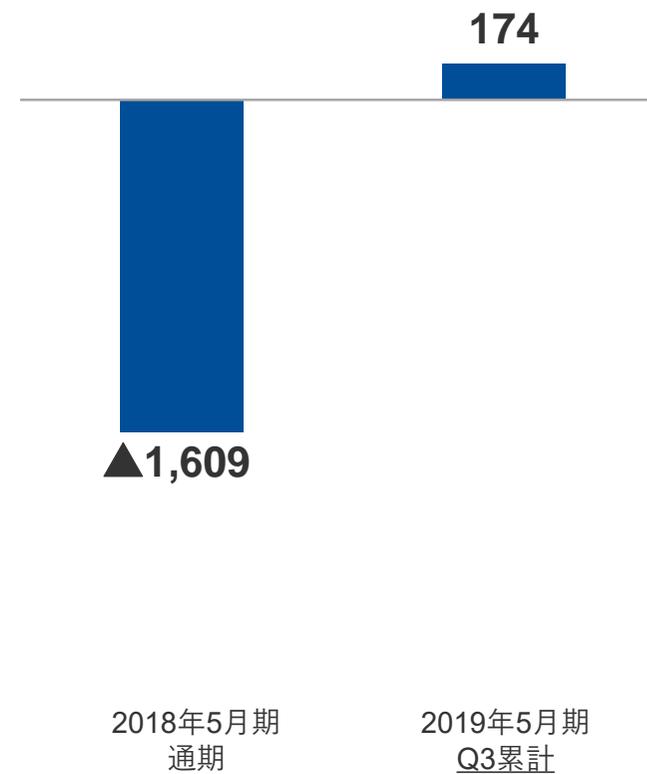
## 連結売上高～連結営業利益

(百万円)



## 営業活動によるキャッシュ・フロー<sup>(1)</sup>

(百万円)



(1) 未監査

- 1 高成長を続けるユニークなSansan事業
- 2 圧倒的なポジショニングを支える強固な競争優位性
- 3 広範な市場機会を背景とした高い成長ポテンシャル
- 4 Eight事業のマネタイズ強化による更なる成長機会
- 5 高い安定性を誇る魅力的な財務・収益モデル



**sansan**



**Eight**

# 1 高成長を続けるユニークな Sansan事業

- 2 圧倒的なポジショニングを支える強固な競争優位性
- 3 広範な市場機会を背景とした高い成長ポテンシャル
- 4 Eight事業のマネタイズ強化による更なる成長機会
- 5 高い安定性を誇る魅力的な財務・収益モデル

# 名刺を起点としたビジネス・プラットフォーム「Sansan」

企業に眠る名刺をビジネスに使える資産に変える「名刺管理」機能を提供



## 企業が抱える課題

- ・名刺交換情報が社内で共有されていない
- ・社内コミュニケーションが円滑にできていない
- ・名刺情報が持つ価値に気付いていない

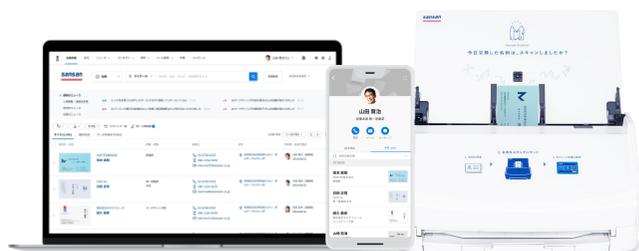


## 「Sansan」の基本機能

名刺管理・活用

### 「AI名刺管理」

名刺を99.9%の精度でデータ化



主な機能

名刺管理



- ・名刺検索機能
- ・名刺共有機能
- ・スマホアプリ機能
- ・人物機能

顧客管理



- ・ニュース配信機能
- ・会社検索機能
- ・組織ツリー機能
- ・メール配信機能



## 利用企業のメリット

生産性向上

業務改善

コスト削減

ビジネス機会の創出

# 「名刺管理から、ビジネスがはじまる」提供機能の進化

あらゆる企業やビジネスパーソンが経験する不便を解消し、「出会い」の価値を最大化

## 名刺管理から、ビジネスがはじまる

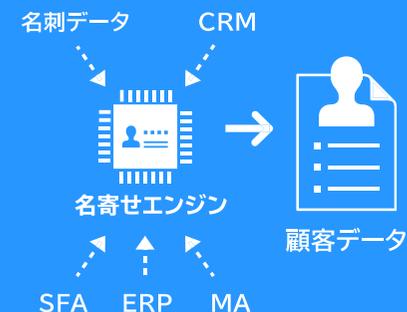
名刺管理・活用  
「AI名刺管理」

社内連携の円滑化  
「同僚コラボレーション」



- ・ 交換した名刺情報をもとに、同僚の知見や強みを可視化する機能
- ・ 電話やメッセージの送付が可能な社内連絡帳機能

データ連携・統合  
「顧客データHub」



- ・ SFA・CRM<sup>(1)</sup>との自動連携機能
- ・ MA<sup>(2)</sup>連携機能
- ・ 企業内に分散する顧客データの高度な名寄せやクレンジング等が可能なデータ統合機能

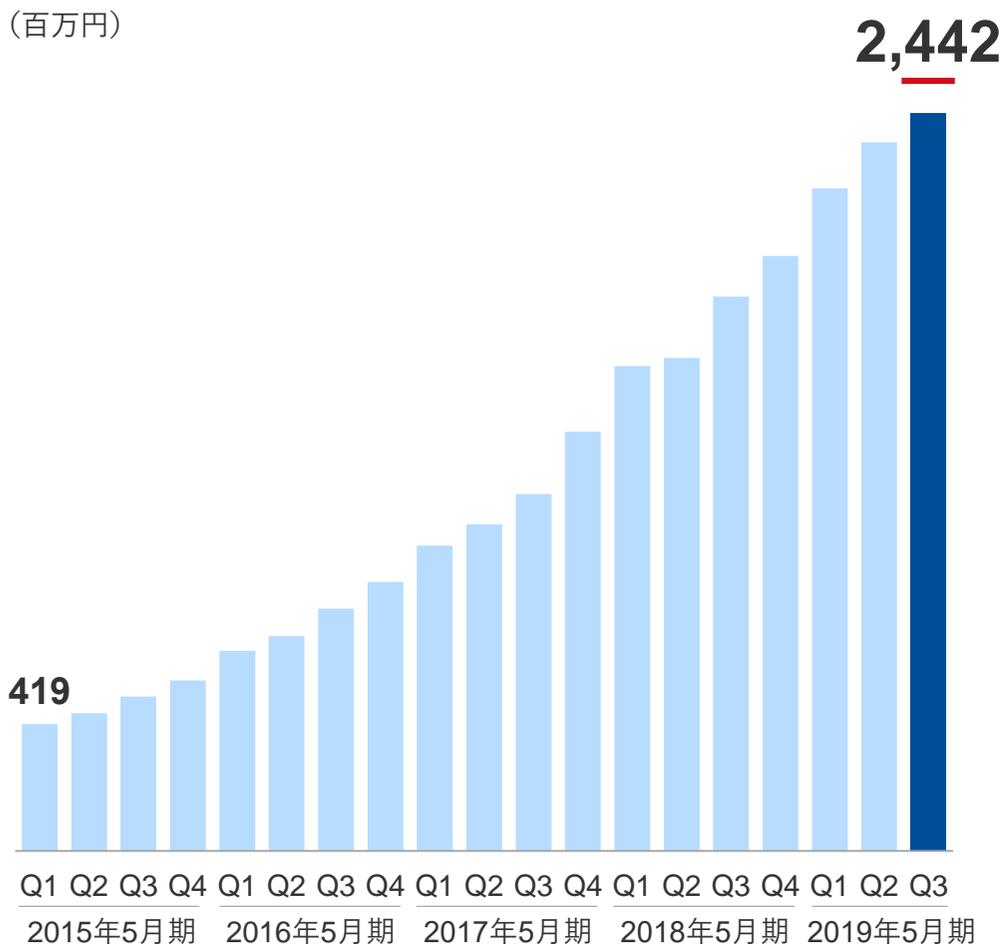
(1) SFAはSales Force Automation、CRMはCustomer Relationship Management  
(2) MAはMarketing Automation

# 売上高・契約件数・契約当たり売上高は継続的に成長

## 顧客ニーズに応える利便性が高成長を牽引

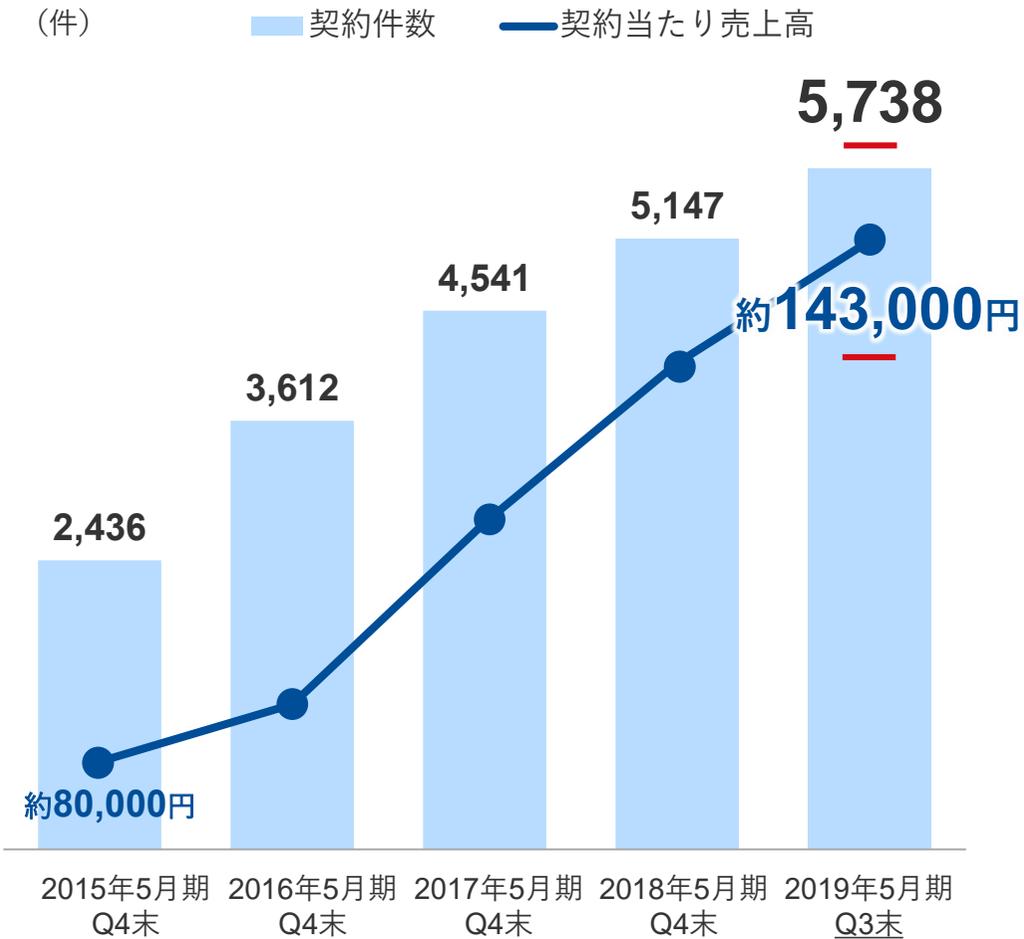
Sansan事業 売上高<sup>(1)</sup>

(百万円)



「Sansan」 契約件数・契約当たり売上高<sup>(2)</sup>

(件)



(1) 四半期（3か月）実績、2018年5月期以前は未監査  
 (2) 契約当たり売上高は、Q4またはQ3末月の月次実績（未監査）

1 高成長を続けるユニークなSansan事業

**2** 圧倒的なポジショニングを  
支える強固な競争優位性

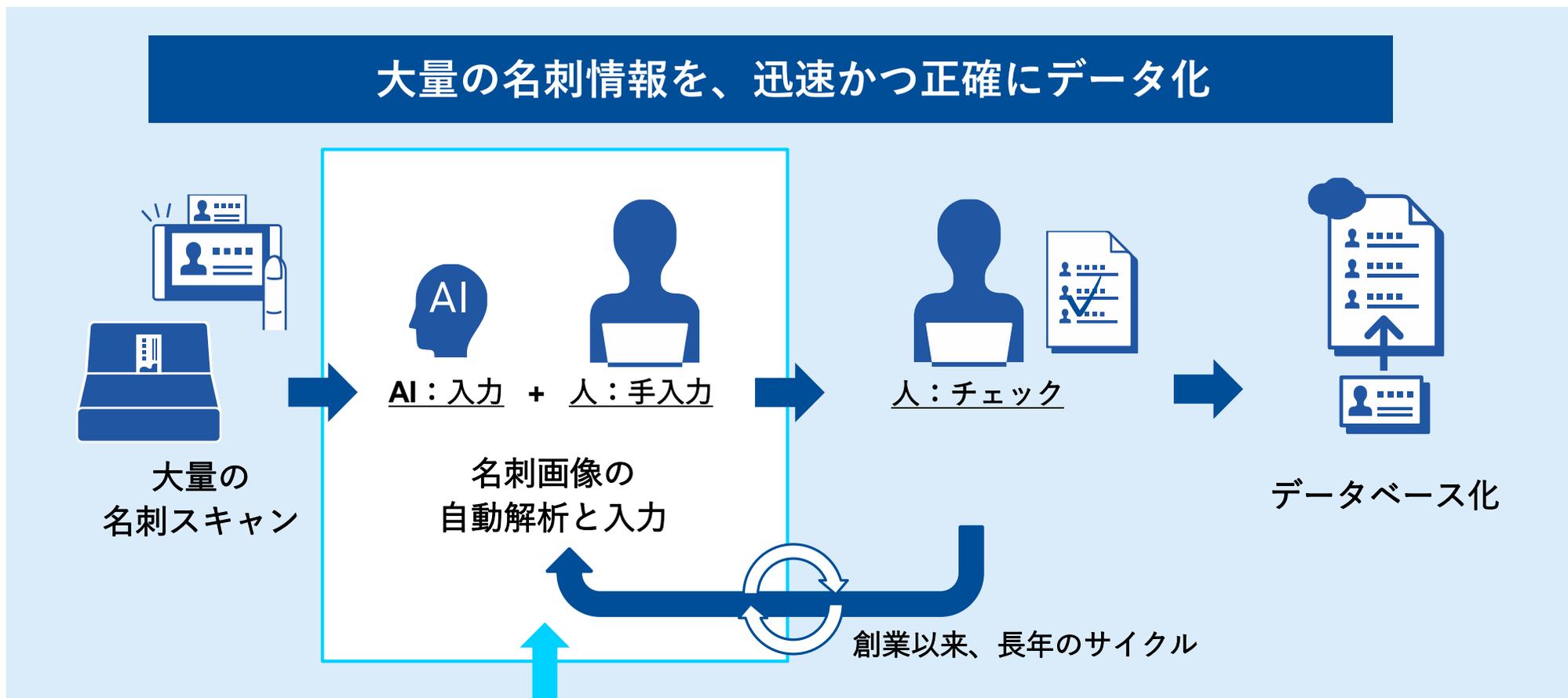
3 広範な市場機会を背景とした高い成長ポテンシャル

4 Eight事業のマネタイズ強化による更なる成長機会

5 高い安定性を誇る魅力的な財務・収益モデル

# 名刺データ化精度99.9%を実現する仕組みとテクノロジー

競合他社の追従を許さない名刺情報のデータ化オペレーションを確立



## テクノロジーの組み合わせ

名刺項目の自動判別・  
マイクロタスク化

名刺言語の自動判定

オペレータへの自動振分け

分散化された入力  
オペレータネットワーク

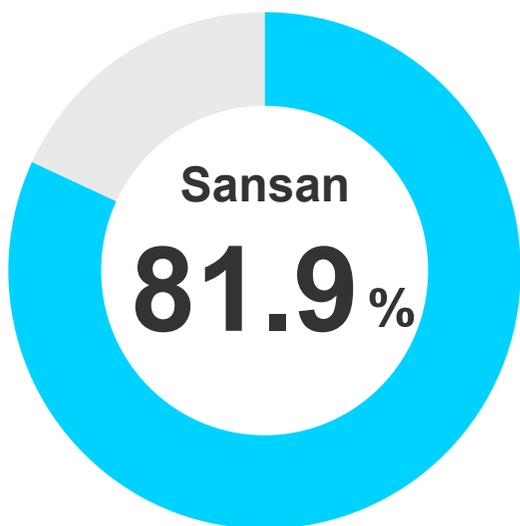
画像処理技術

# 圧倒的な市場シェアと盤石な顧客基盤

「名刺管理市場」を自ら創り上げてきたことで、圧倒的な市場シェアと多様な顧客基盤を確立

## 圧倒的な市場シェアと認知度

2017年売上金額シェア(1)



TVCM第5弾  
「面識アリ2017」上にやられた篇(2)



TVCM第6弾  
「面識アリ2018」また、上にやられた篇

## 5,700契約以上の盤石な顧客基盤



(1) 法人向け名刺管理サービス参入企業シェア (株式会社シード・プランニング「名刺管理サービスの市場とSFA/CRM関連ビジネス」、2018年11月)

(2) 第71回広告電通賞サービス・文化部門の最優秀賞受賞

## 極めて低水準の解約率が高い参入障壁として機能

自律的に情報を蓄積する「データベース」としての価値と、  
スイッチング・コストの高さが競争優位性を補完

「Sansan」直近12か月平均解約率<sup>(1)</sup>



(1) 既存契約の月額課金額に占める、解約に伴い減少した月額課金額の割合

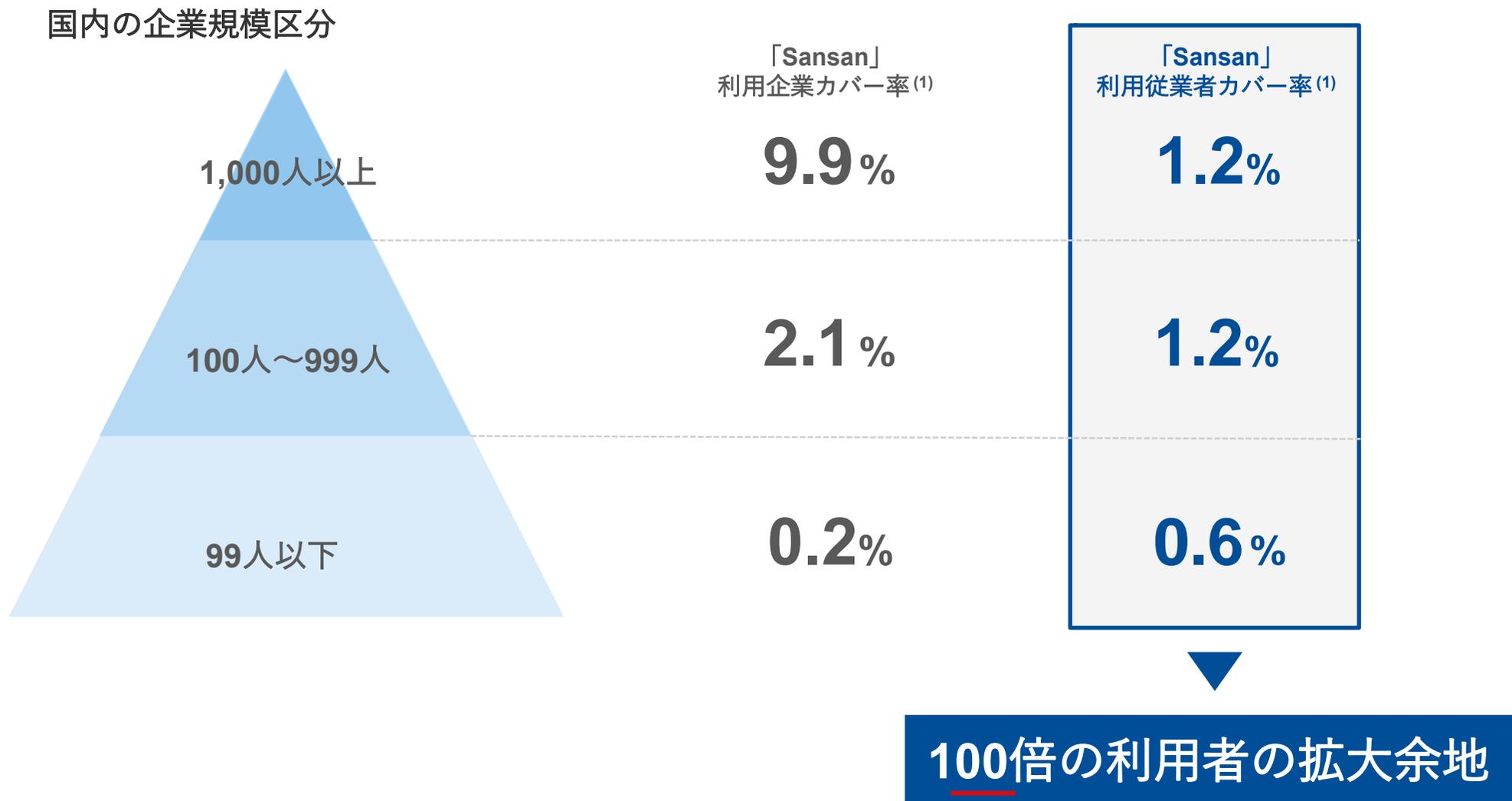
- 1 高成長を続けるユニークなSansan事業
- 2 圧倒的なポジショニングを支える強固な競争優位性

# 3 広範な市場機会を背景とした 高い成長ポテンシャル

- 4 Eight事業のマネタイズ強化による更なる成長機会
- 5 高い安定性を誇る魅力的な財務・収益モデル

# 「Sansan」の導入余地が大きく残される国内市場

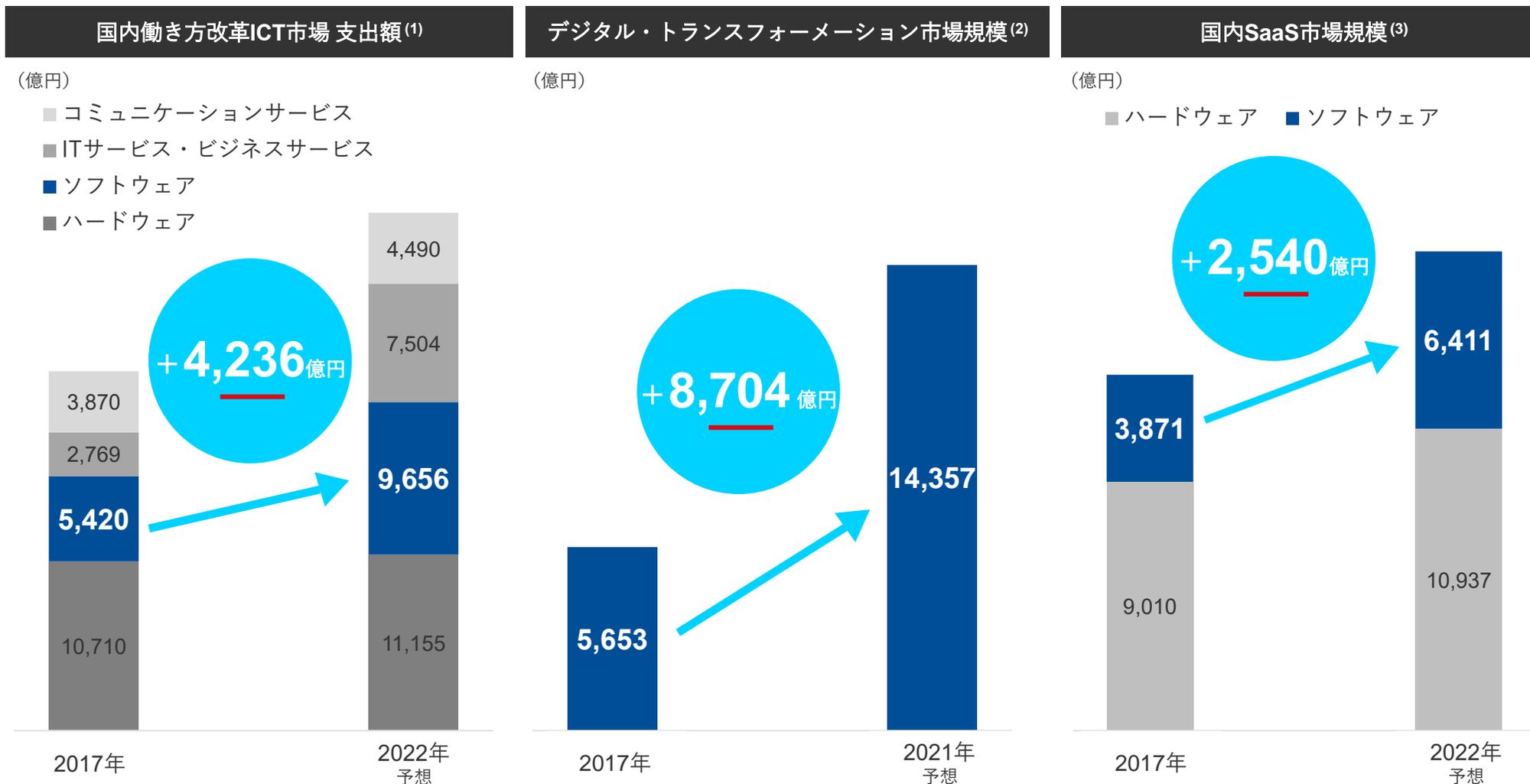
多くの企業で利用従業者数は限定的であり、国内だけでも100倍の開拓余地が存在



(1) 分母は総務省統計局「2016年経済センサス活動調査」をもとにした数値、分子は2019年5月期Q3末における「Sansan」の契約件数及び合計ID数をもとに算出

# 「働き方改革」による市場機会

働き方改革とデジタル・トランスフォーメーション等が、名刺のクラウド管理ニーズを後押し



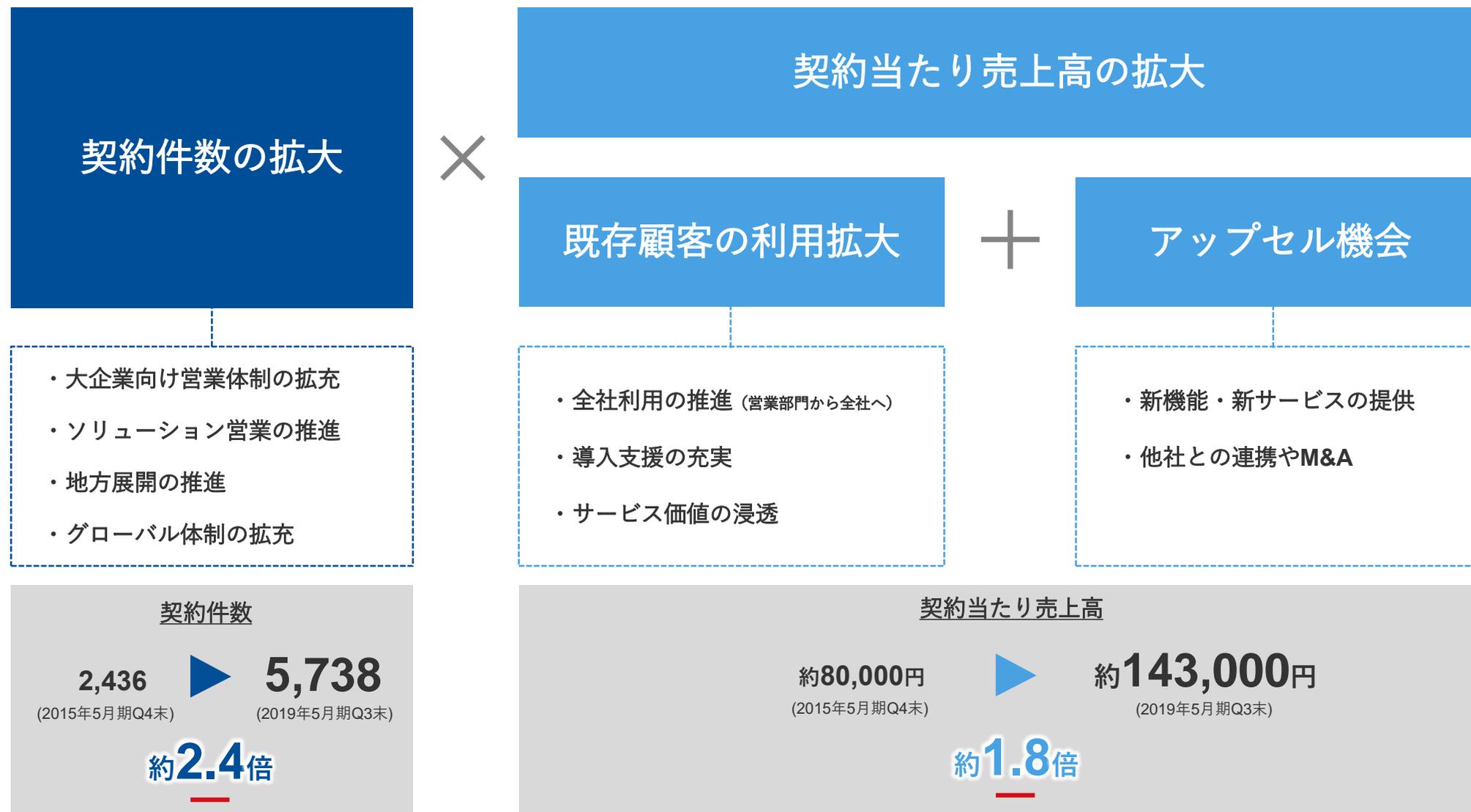
(1) IDC Japan 「国内働き方改革 ICT市場予測、2018年～2022年：ハードウェア、ソフトウェア、ITサービス/ビジネスサービス、通信サービス別」、2018年12月

(2) 富士キメラ総研 「2018 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

(3) 富士キメラ総研 「ソフトウェアビジネス新市場2018年版」

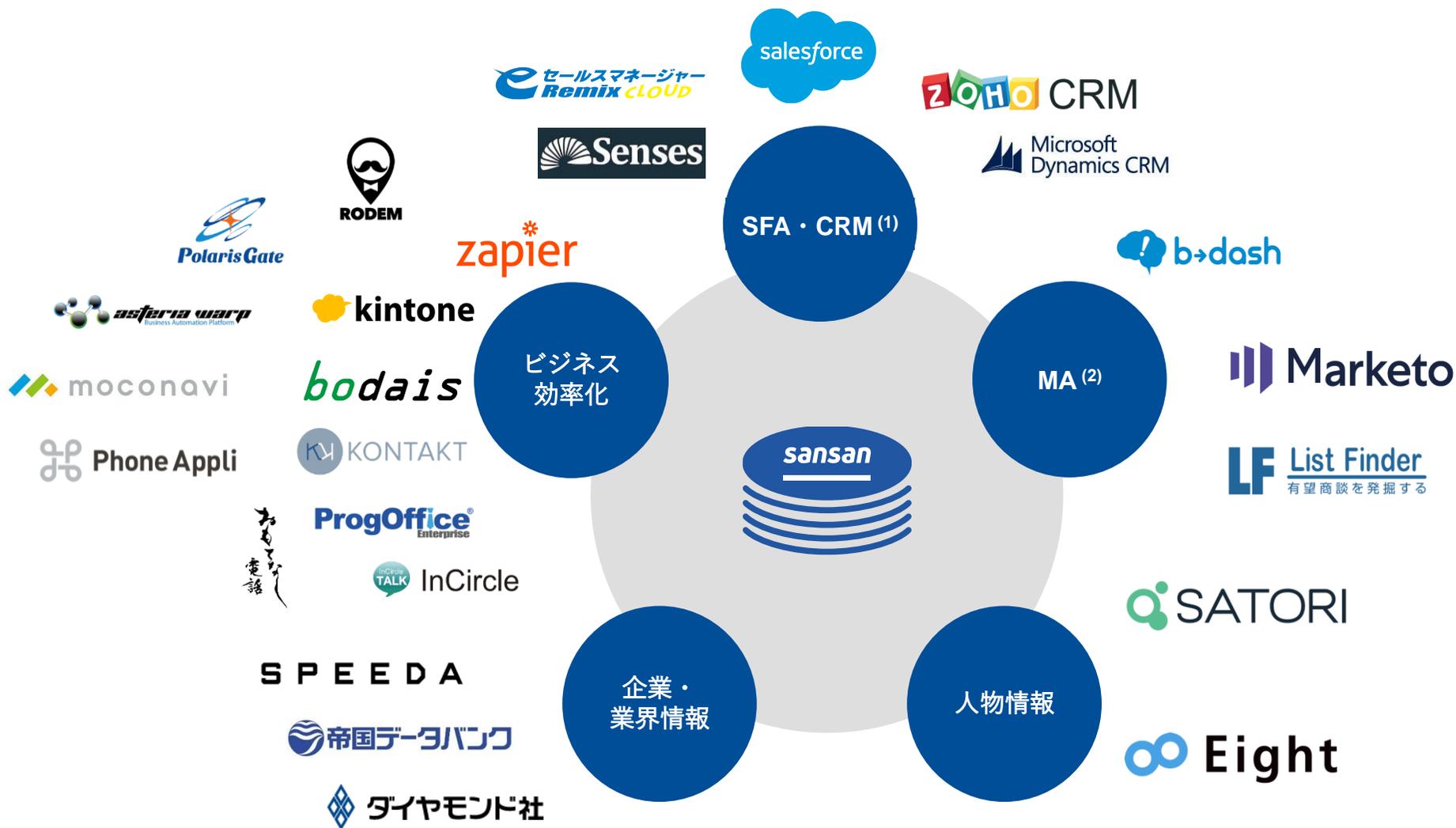
# 売上高の高成長継続に向けた戦略

## 契約件数の拡大と契約当たり売上高の拡大で成長を図る



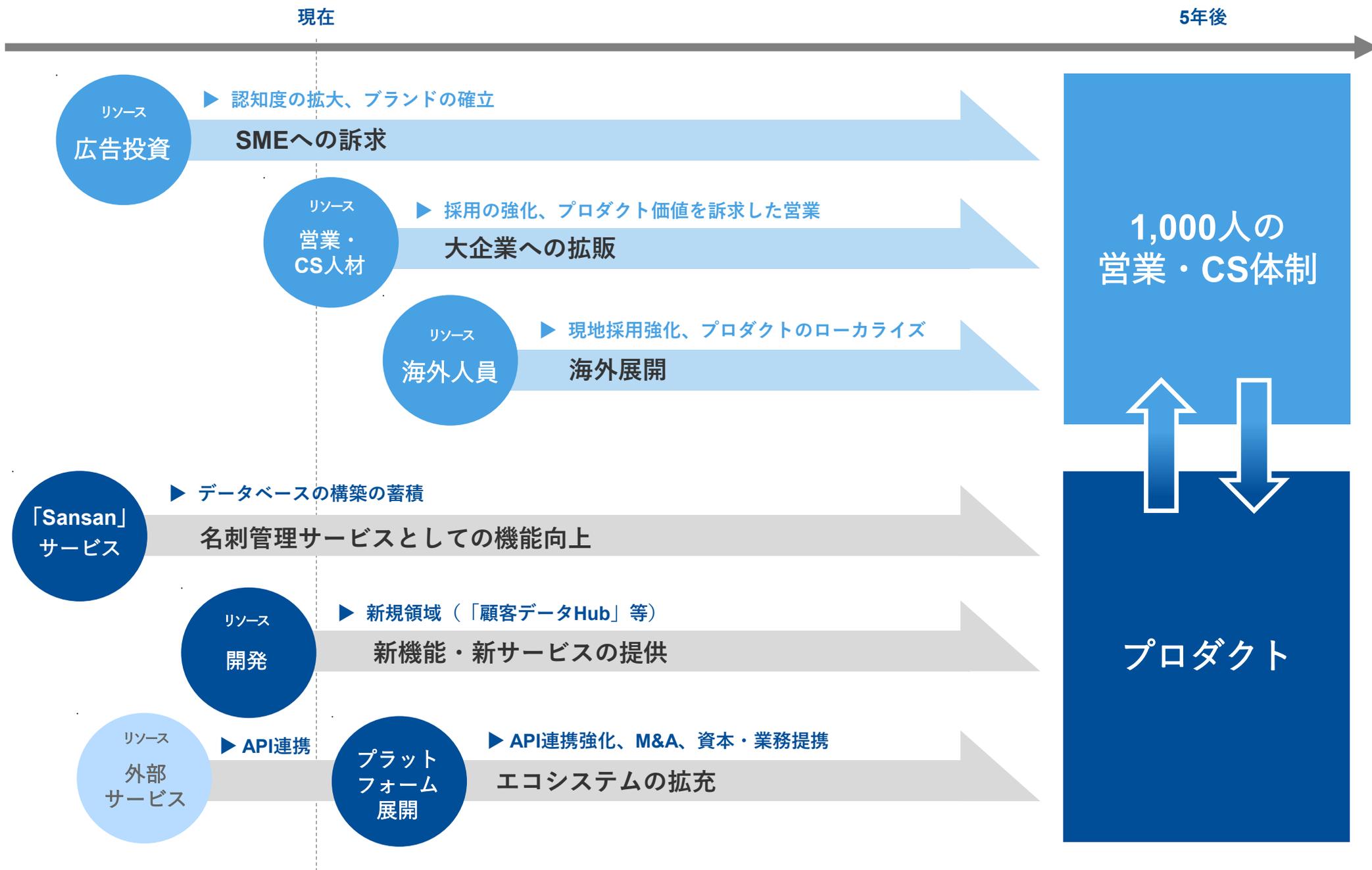
# ビジネス・プラットフォーム価値の向上

ビジネスに不可欠な多様なサービスとのデータ連携を強化



(1) SFAはSales Force Automation、CRMはCustomer Relationship Management  
(2) MAはMarketing Automation

# 中長期の戦略ロードマップ



- 1 高成長を続けるユニークなSansan事業
- 2 圧倒的なポジショニングを支える強固な競争優位性
- 3 広範な市場機会を背景とした高い成長ポテンシャル

# 4

## Eight事業のマネタイズ強化 による更なる成長機会

- 5 高い安定性を誇る魅力的な財務・収益モデル

# 個人向け名刺アプリ「Eight」が持つ収益機会

## 国内ビジネスSNSで最大級のアクティブユーザー数を有するプラットフォームを展開



ビジネスパーソンが抱える課題

ビジネスの出会いを活かしきれしていない

名刺情報に容易にアクセスできていない

ビジネスSNSを活用したいが友人を増やすことが目的ではない

「Sansan」で培ったテクノロジーにより名刺を高い精度でデータ化  
ライフタイムで使えるビジネスSNS型のプラットフォームを提供

「プロフィール管理」



「名刺管理」「コミュニケーション」



「企業との関わり」(情報収集)



収益機会

BtoCモデル

個人向け有料プラン  
「Eightプレミアム」

BtoBモデル

企業向け有料プラン  
「Eight企業向けプレミアム」

広告サービス  
「Eight Ads」

New

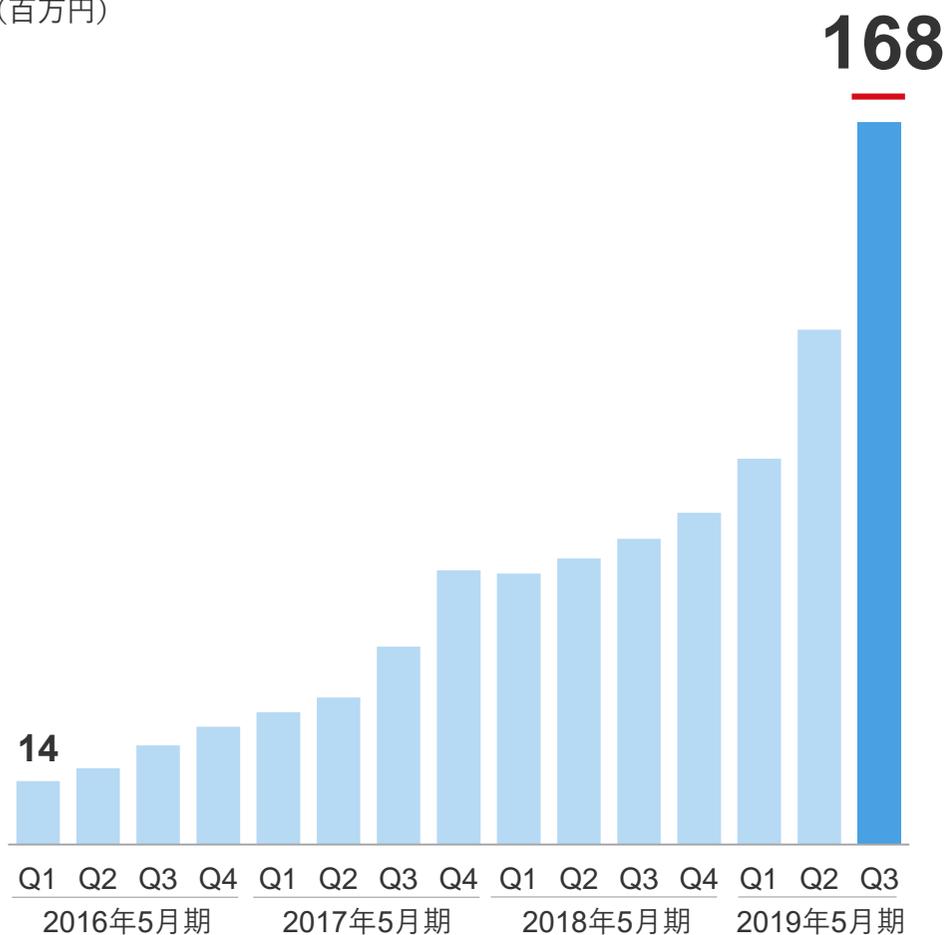
採用関連サービス  
「Eight Career Design」

# 売上高・ユーザー数ともに継続的に拡大

## マネタイズ施策の推進で継続的な売上高の拡大を図る

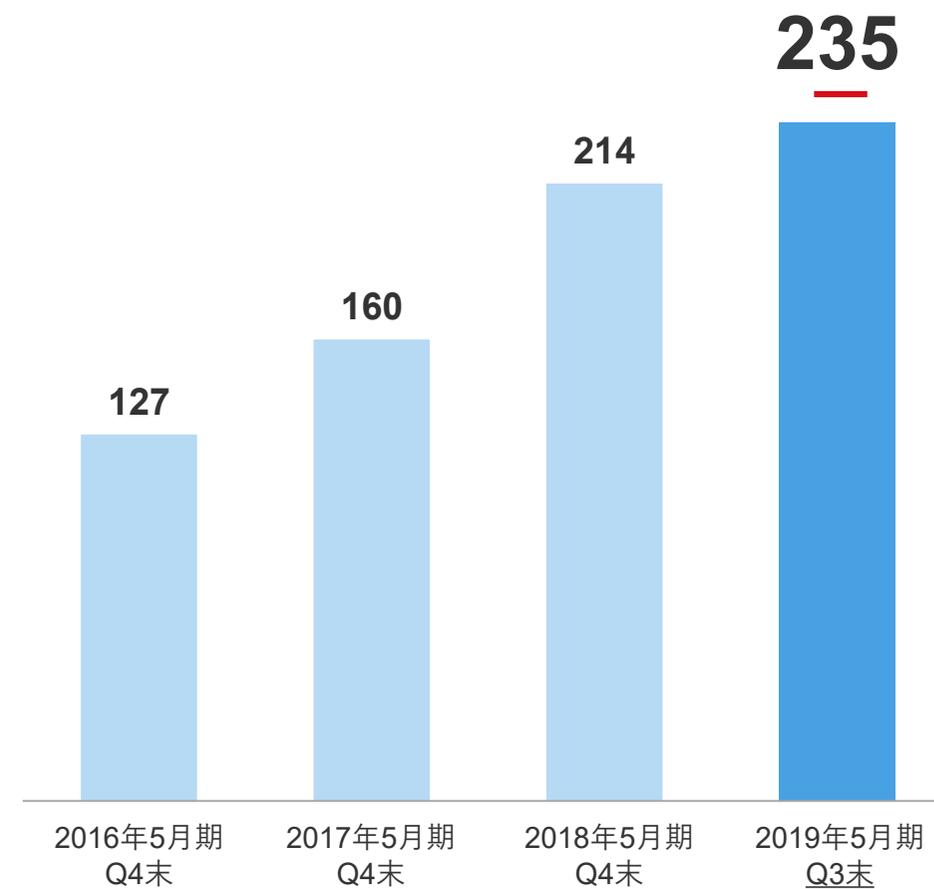
Eight事業 売上高<sup>(1)</sup>

(百万円)



「Eight」ユーザー数<sup>(2)</sup>

(万人)

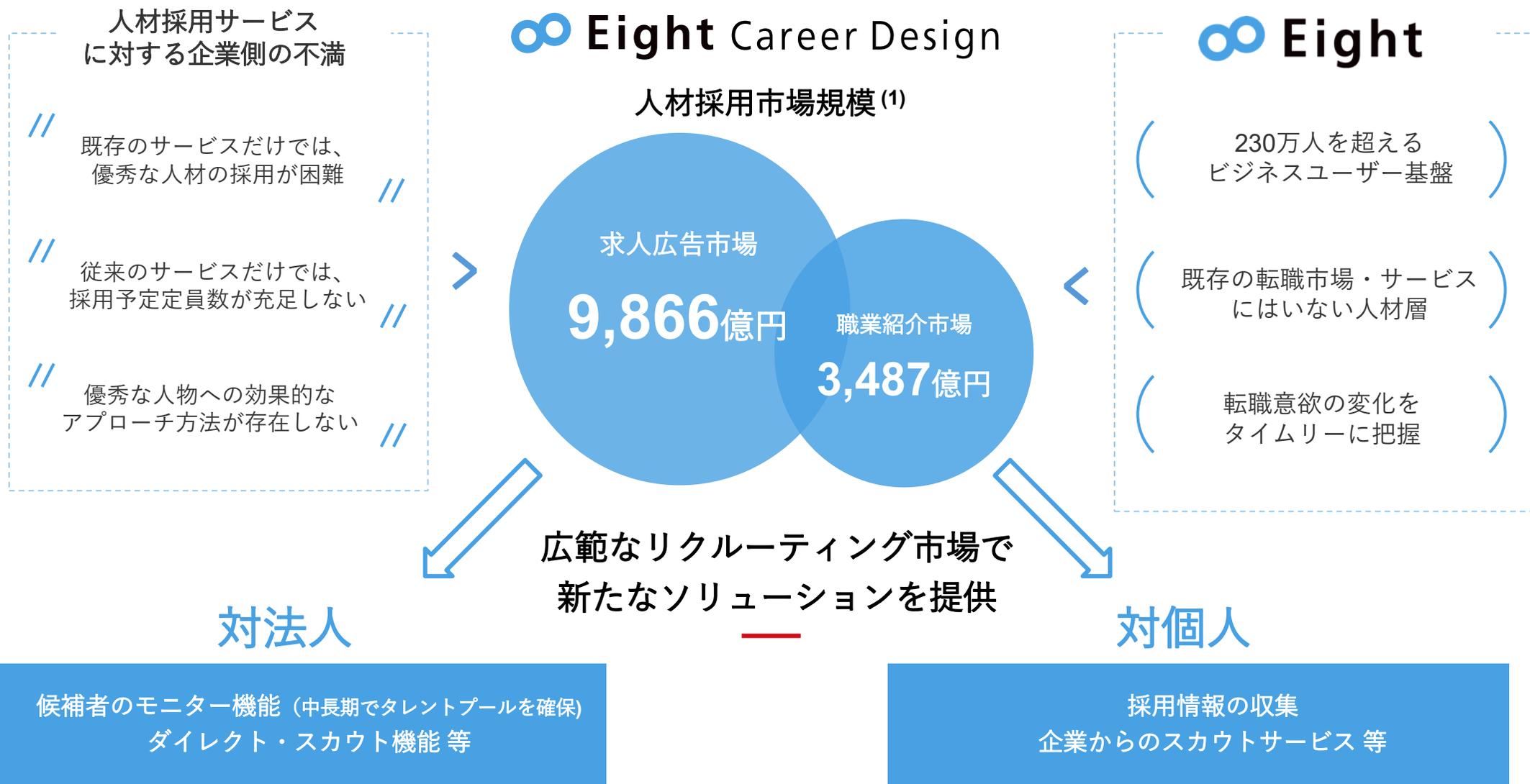


(1) 四半期（3か月）実績、2018年5月期以前は未監査

(2) アプリをダウンロード後、自身の名刺をプロフィールに登録した認証ユーザー数

# 成長領域：採用関連サービス「Eight Career Design」

ユニークなポジショニングで、採用市場の一角を狙う



(1) リクルートワークス研究所「日本の人材ビジネス05人材ビジネスの市場規模・事業展望」

- 1 高成長を続けるユニークなSansan事業
- 2 圧倒的なポジショニングを支える強固な競争優位性
- 3 広範な市場機会を背景とした高い成長ポテンシャル
- 4 Eight事業のマネタイズ強化による更なる成長機会

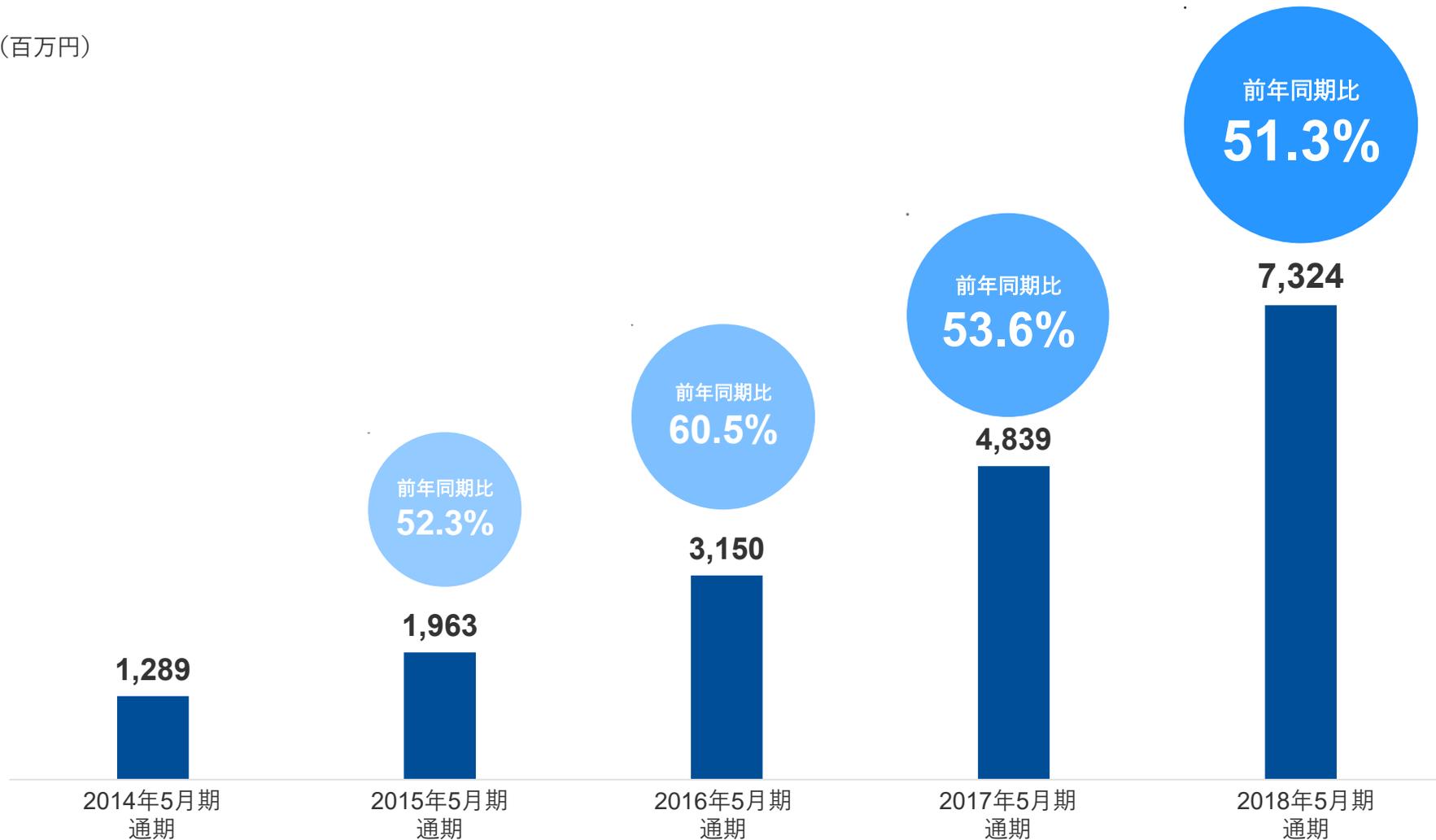
## 5 高い安定性を誇る魅力的な 財務・収益モデル

## 安定して売上高の高成長を実現

### 積上げ型のビジネスモデルが安定的かつ継続的な高成長に寄与

#### 売上高の推移<sup>(1)</sup>

(百万円)

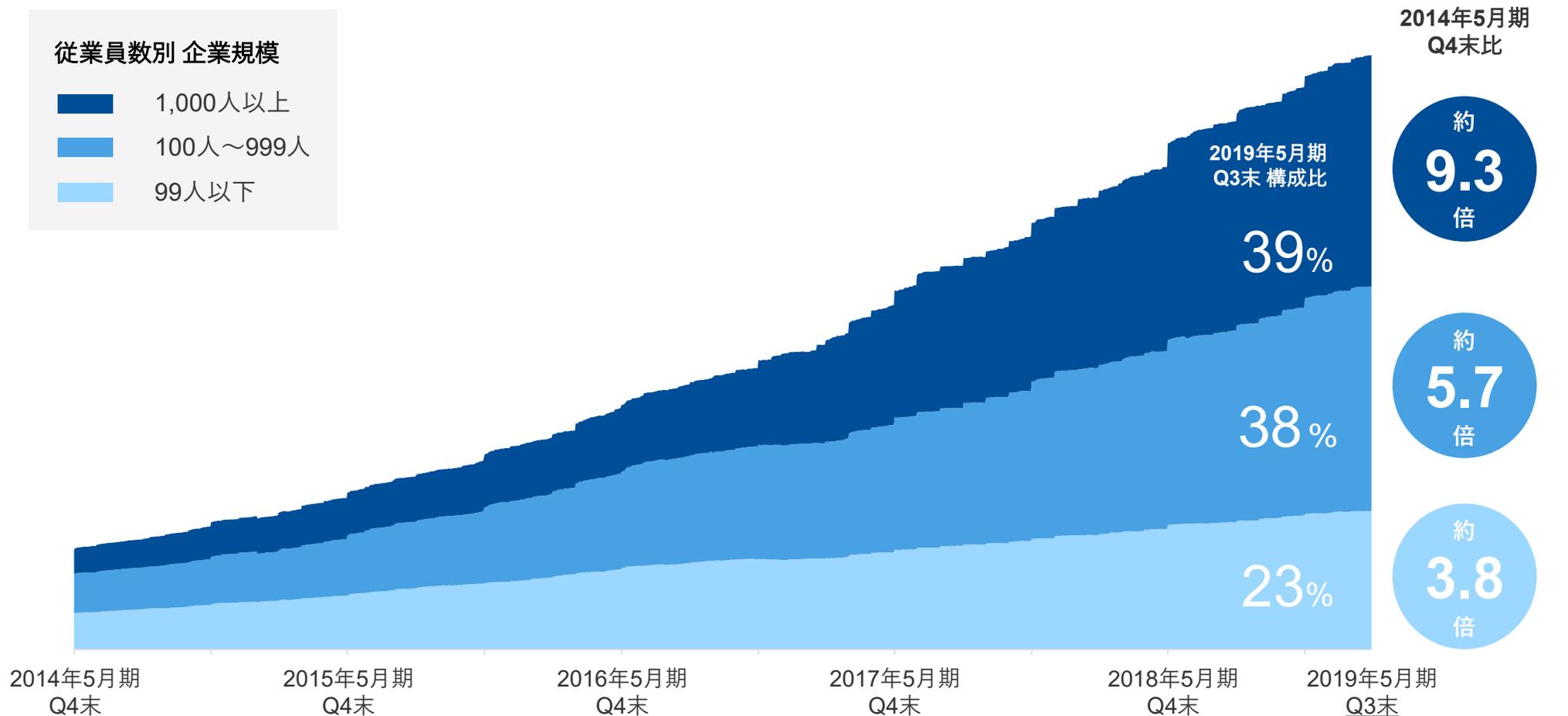


(1) 2016年5月期以前は単体実績（未監査）、2017年5月期以降は連結実績

## 多様な顧客群が固定的な売上高を構成

特に過去5年間は契約当たり単価の高い大企業からの収入が成長を促進

「Sansan」顧客規模別の収入構成<sup>(1)</sup>

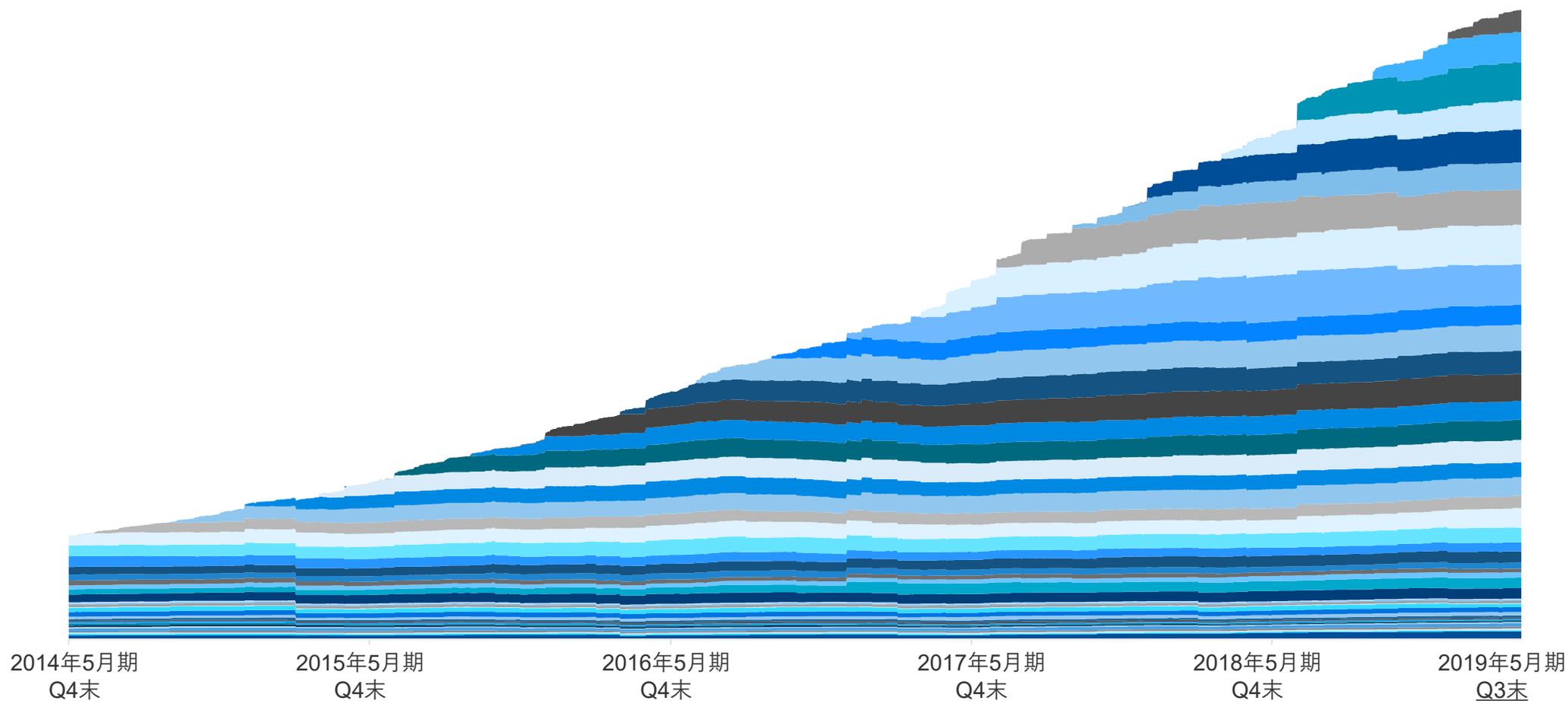


(1) 「Sansan」における月額課金額をもとに作成（未監査）

## 低い解約率による安定的な積み上げが売上高を構成

### 継続的にネガティブチャーン<sup>(1)</sup>を実現

「Sansan」サービス開始時期別の収入構成<sup>(2)</sup>



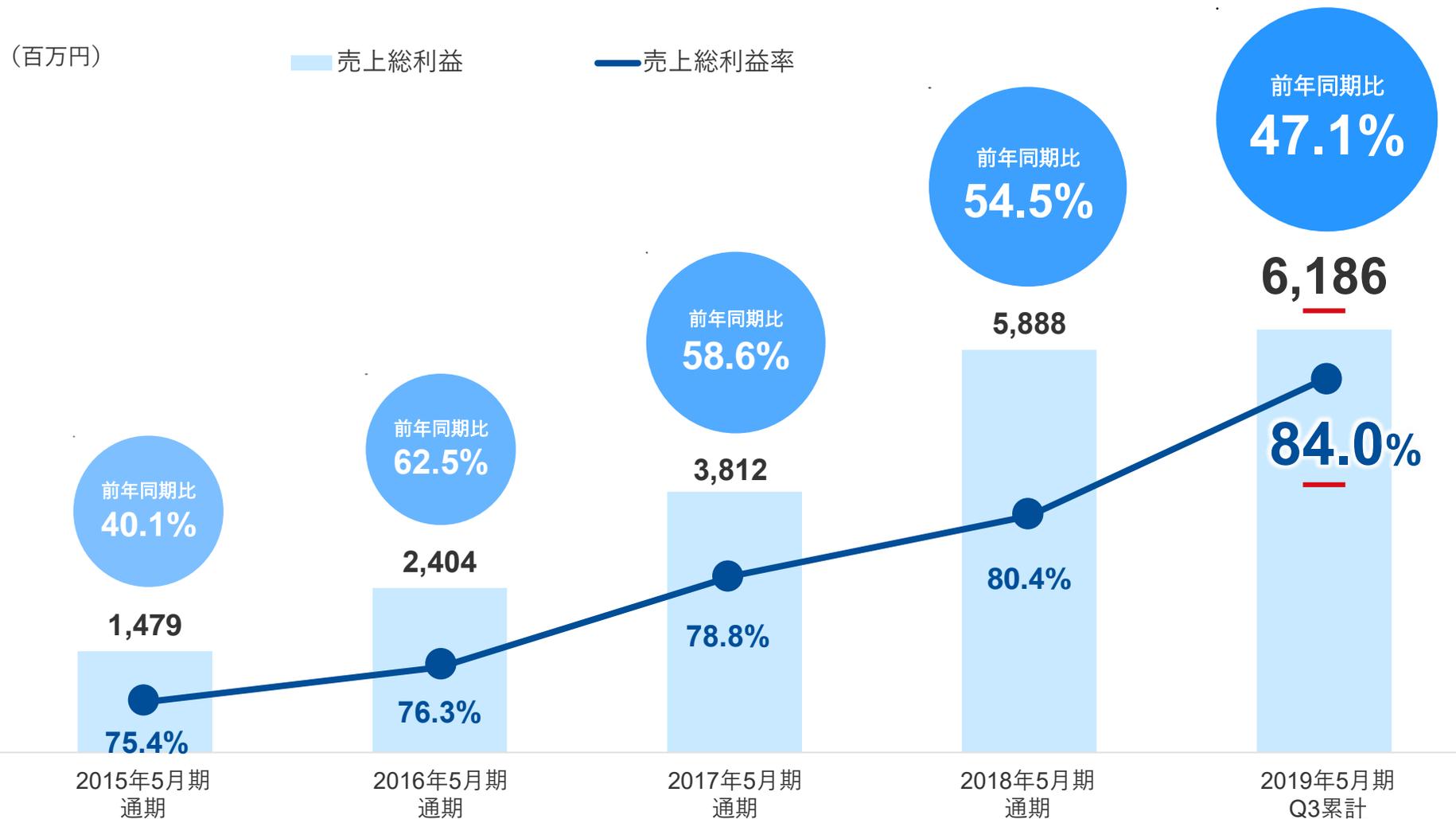
(1) サービスの解約で減少した収入に対して、既存契約における収入増加分が上回った状態のこと

(2) 「Sansan」における月額課金額をもとに作成（未監査）

## 高水準の売上総利益率

名刺情報のデータ化におけるテクノロジーの進化が売上総利益率を押し上げ

売上総利益・売上総利益率<sup>(1)</sup>



(1) 2016年5月期以前は単体実績（未監査）、2017年5月期以降は連結実績、Eight事業における名刺入力費用は販売費及び一般管理費に計上

- 1 高成長を続けるユニークなSansan事業
- 2 圧倒的なポジショニングを支える強固な競争優位性
- 3 広範な市場機会を背景とした高い成長ポテンシャル
- 4 Eight事業のマネタイズ強化による更なる成長機会
- 5 高い安定性を誇る魅力的な財務・収益モデル



**sansan**



**Eight**

# 補足資料

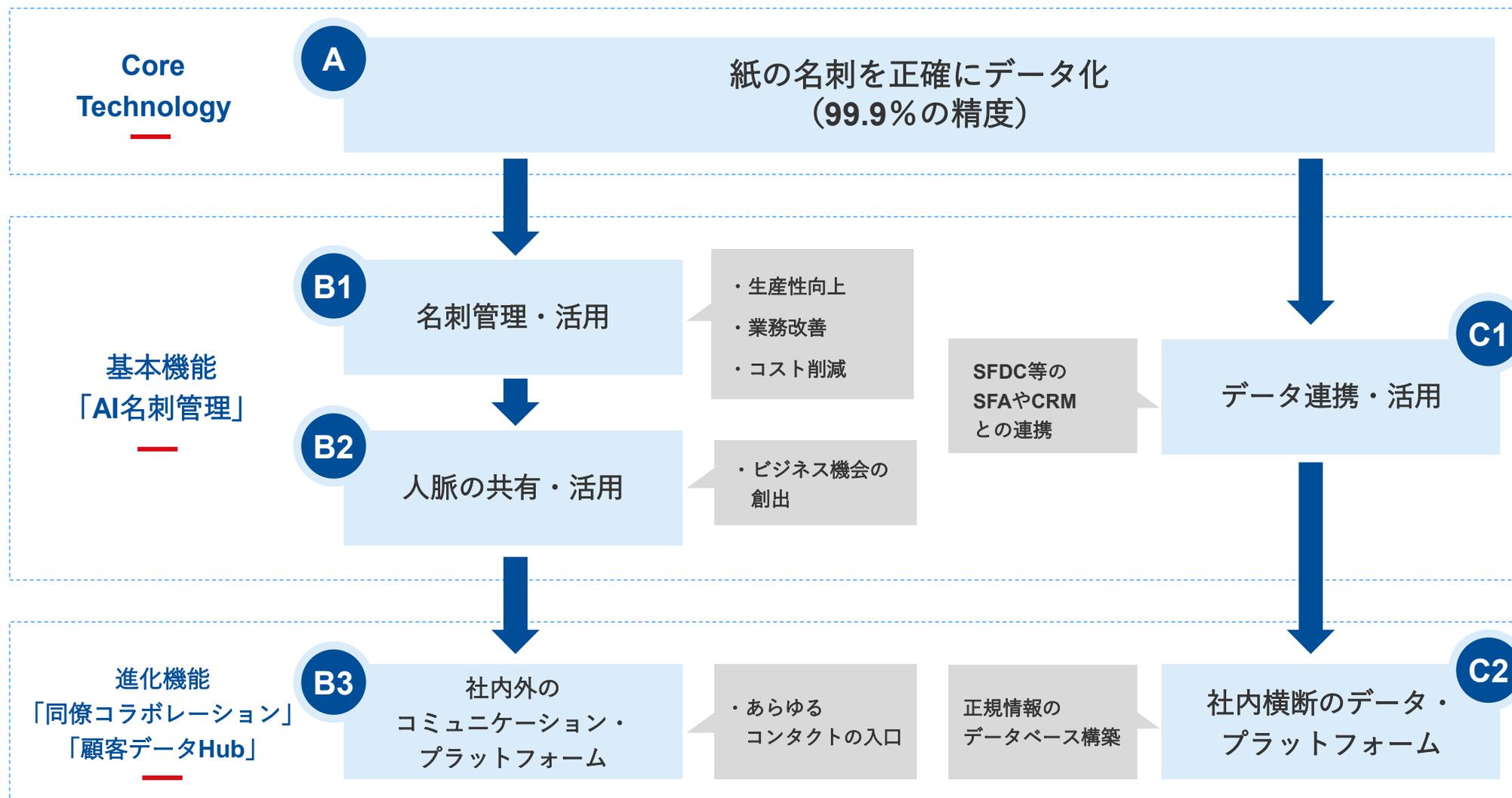


# Sansan事業



## 「Sansan」でできること

名刺の正確なデータ化、管理、人脈共有を通じて顧客の利用価値を高め、更にはあらゆるビジネスパーソンのコミュニケーション・プラットフォームとなれる存在へ



## 「Sansan」でできること：① 名刺をデータ化する

ユーザーは、スキャナやスマホで名刺をスキャンするだけで、**99.9%の精度でデータ化が可能**



- タッチパネルでユーザーを選択するだけの高速スキャナ
- いつでも手軽にスキャンできるスマートフォンアプリ（同時に4枚までスキャン可能）
- **99.9%の精度でデータ化**

# 「Sansan」でできること：(B1) 名刺を管理する

データ化された名刺データベースは、PCやスマートフォンからすばやくアクセスが可能。  
検索機能や、相手先への電話・メール機能でビジネスパーソンの生産性は大幅に向上



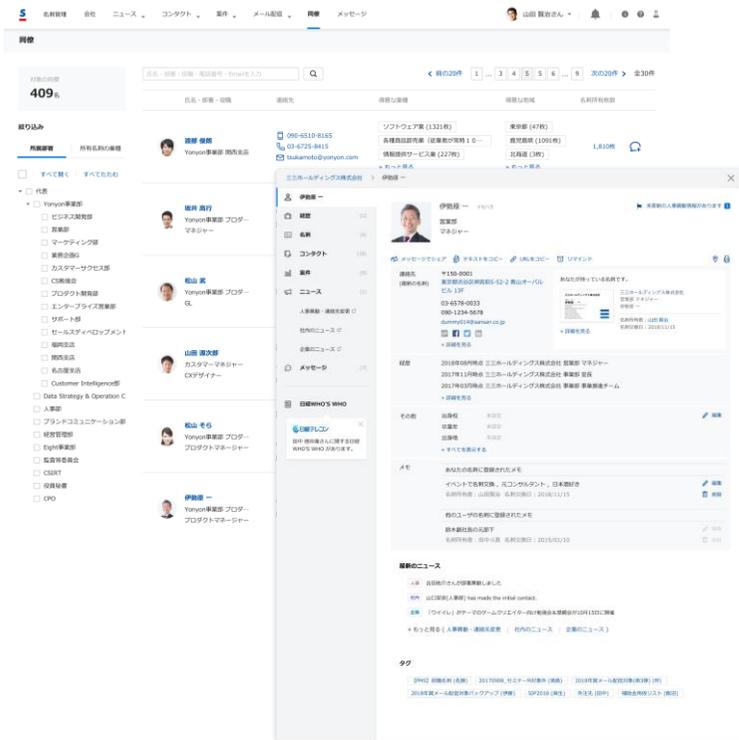
- ・名刺情報を正確にデータ化、すばやくアクセス可能
- ・スマートフォンアプリからワンタップで相手先に電話やメールが可能
- ・地図を表示することが可能
- ・メモを残すことが可能

生産性の向上



# 「Sansan」でできること：(B3) 社内外のコミュニケーション・プラットフォーム

社内電話帳機能やメッセージ機能、同僚の人脈や強みの把握等、あらゆるコミュニケーションの基点としてのプラットフォームへ

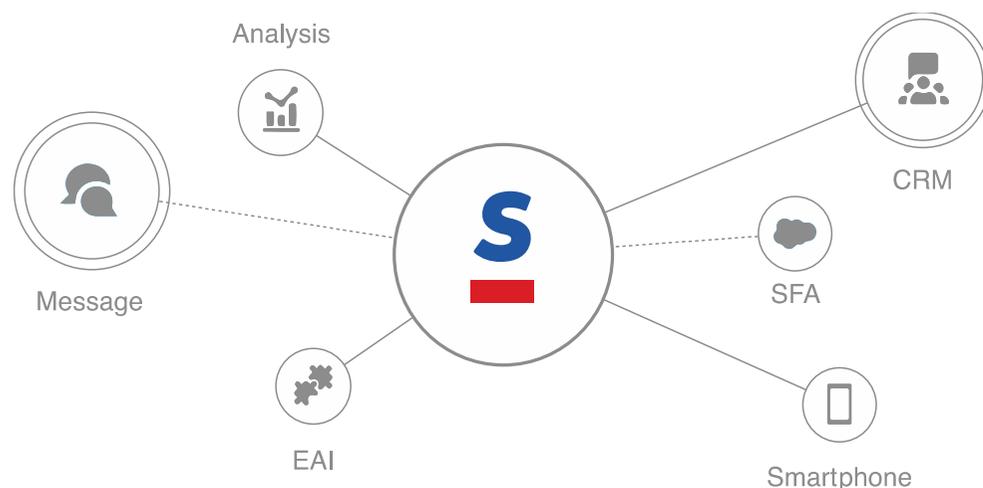


- ・ 社内電話帳やメッセージ機能をスマートフォンからすぐに利用可能
- ・ 部門を超えて連携することにより、同僚の人脈を効果的に活用可能
- ・ 名刺を起点にした日々のコミュニケーションツールとして利用可能



# 「Sansan」でできること：① 名刺データを活用する

正確にデータ化された名刺情報は、全社の営業活動や顧客管理にも活用可能。  
また、APIを利用した外部連携により高度なマーケティングが実現可能



- APIを利用した外部連携機能により、SFDCをはじめとする、さまざまなサービスと連携
- メールマガジンの配信によるマーケティング施策も可能

データ連携・  
活用

# 「Sansan」でできること：(C2) 社内横断のデータ・プラットフォーム

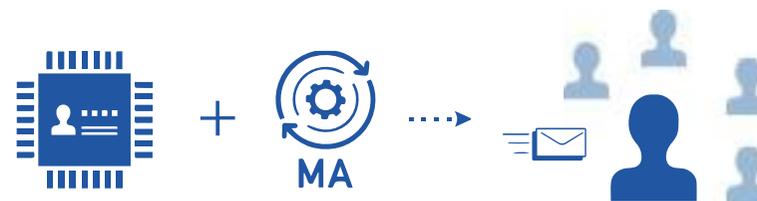
社内にあるさまざまなデータベースと「Sansan」を連携させることで、データの整理・統合（名寄せ）が可能。また、既存のデータベースへ還元することで元のデータをアップデート



SalesforceなどのSFAと連携



マーケティングオートメーションと連携



- ・ 培ってきた名寄せの技術により、企業内のデータを整理・統合可能
- ・ 異なるシステム間の顧客データを半自動的に統合し続け、さまざまなシーンで活用可能
- ・ 帝国データバンクの情報等を付与し、顧客情報の価値を向上させることが可能

データの進化

# 「Sansan」のサービスプラン（基本）

## 「Sansan」サービスの価格は主に以下の4つから構成<sup>(1)</sup>

1 初期費用 (イニシャルコスト)	ライセンス費用の12か月分 既に保有する全ての名刺をデータ化するための費用
2 導入支援費用 (イニシャルコスト)	月額20万円～150万円のプランを提供 「Sansan」を活用するための導入及び運用支援を行うための費用
3 スキャナ (ランニングコスト)	月額10,000円／台 顧客のオフィスフロア及び拠点数分のスキャナとタブレットを貸出
4 ライセンス費用 (ランニングコスト)	月間の名刺交換枚数に応じて設定（年間契約） 1契約あたり月額7.5万円 <sup>(2)</sup> ～数百万円



(1) その他、セキュリティ・コントロール等のオプション有り

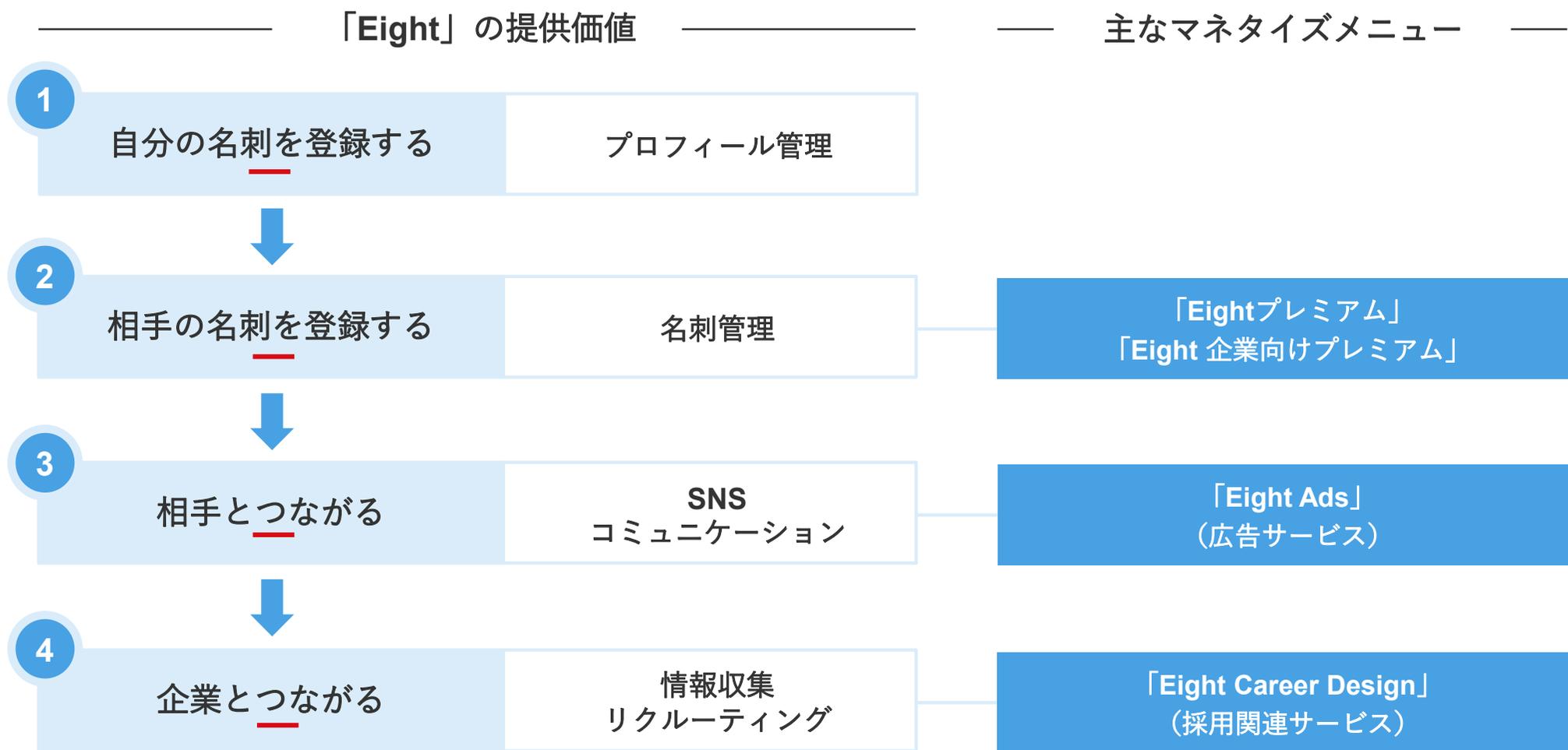
(2) 全社利用プランを前提とした場合

# Eight事業



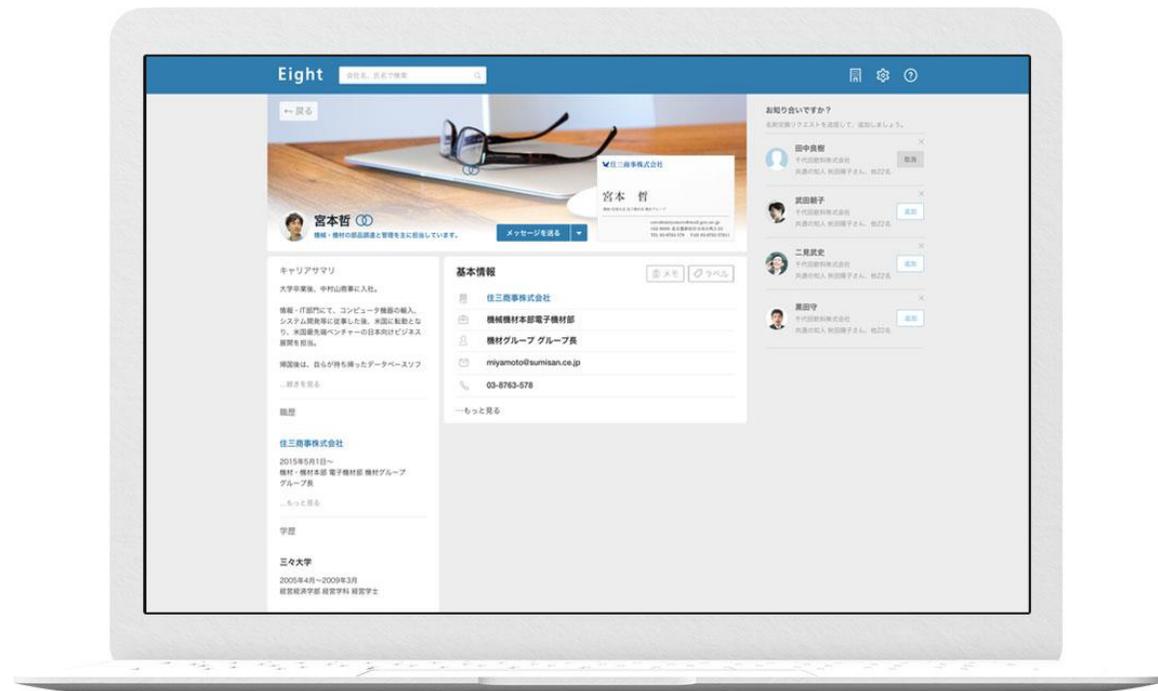
## 「Eight」でできること

「Eight」は名刺登録を入口とし、ビジネスパーソンがライフタイムで使えるサービスを提供



## 「Eight」でできること：① 自分の名刺を登録する

自分の名刺をスキャンするだけで、プロフィールを作成。名刺が変更されるたび、新しい名刺を登録すれば自動的に職歴が作成され、ビジネスプロフィールの管理が可能



- ・ 名刺のデータ化が可能
- ・ 過去の名刺や新しい名刺を登録すれば、職歴が作成可能
- ・ プロフィールを公開することで、自己紹介を円滑にすることが可能

## 「Eight」でできること：② 相手の名刺を登録する

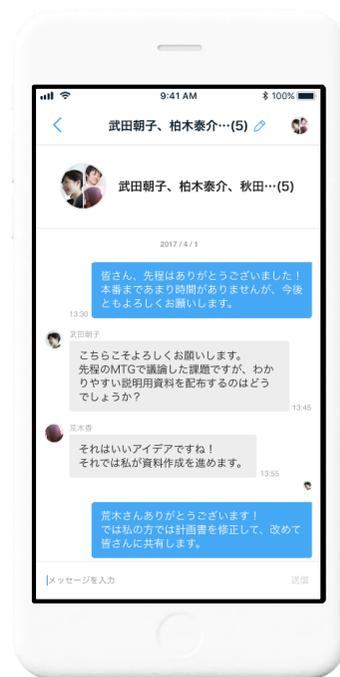
## 相手の名刺をスキャンするだけで高い精度でデータ化



- いつでも手軽にスキャンできるスマートフォンアプリ  
(同時に4枚までスキャン可能)
  - 高い精度でデータ化
  - スキャンしたデータをPCやスマートフォンから閲覧可能
- 
- 「Eightプレミアム」に登録することで、全項目入力やデータダウンロード、入力スピードの高速化を提供
  - 「Eight 企業向けプレミアム」に登録することで、同僚間での名刺共有が可能

# 「Eight」でできること：③ 相手とつながる

「Eight」でつながることで、相手の転職や昇進等を把握できるほか、メッセージのやり取りやフィードでの「いいね」等、  
 継続してビジネスのコミュニケーションをとることが可能



- ・「Eight」でつながった相手の名刺更新情報が通知されるため、情報が常に最新化
- ・フィードを利用してコミュニケーションが可能
- ・メッセージ機能を利用して、複数人でコミュニケーションをとることが可能
- ・名刺交換機能を使って、直接つながることが可能
- ・ユーザー属性データを活用したインフィード広告を配信することにより、ユーザーにマッチする情報を届けやすくなる

# 「Eight」でできること：④ 企業とつながる

更に企業とつながることで、ユーザーはその企業に関する情報収集をすることができ、また、企業は公式情報をユーザー向けに発信することが可能



- ・企業に関するニュースを収集可能
- ・リクルート情報をいち早くキャッチ可能
- ・自分のプロフィールを企業にアピール可能

- ・企業ページを活用して転職潜在層へアプローチ可能
- ・ユーザーが公開しているビジネスプロフィールを知ることが可能

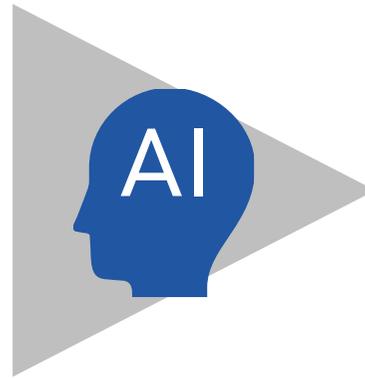
# DSOC



# DSOCの役割と人員構成

DSOC（Data Strategy & Operation Center）は、  
名刺情報のデータ化に特化した専門部隊から、データ活用の研究開発チームとして進化

大量の名刺



データ化業務の  
**自動化・精度向上**

サービス向上のための  
**データ分析・活用**



**多様な研究者**

画像処理、データサイエンス（統計学、自然言語、機械学習）、  
社会科学・計量経済学・労働経済学、  
データビジュアライゼーションの  
各スペシャリスト



**博士学位**

博士（物理学）、  
博士（数理科学）、  
博士（計算機科学）  
各1名



**Kaggle<sup>(1)</sup>の  
タイトルホルダー**

Grandmaster在籍

(1) 統計家やデータサイエンティストが競い合う世界的な機械学習コンペ

# DSOCの取り組み

## 20名を超えるデータサイエンティストが名刺データの活用可能性を追求

### <取り組み事例>



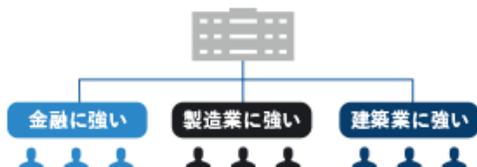
### ABMダッシュボード (β) 顧客ごとのタッチポイントを俯瞰

アカウントベースドマーケティング (ABM) の第一歩としては顧客 (アカウント) ごとに、「どの部署・役職に当たられているか」、「当たっていない部署・役職はどこか」を可視化し、営業戦略の立案をサポート

IoT マーケティング 業務フロー支援 FinTech  
iPhone 投資信託 金融  
証券データ活用 AI 営業 ICT  
コンプライアンス 顧客価値創造  
電子マネー 株式ソリューション

### 人を知り他人を知り企業を知る 自社社員の強みをキーワード化

名刺やウェブにおける情報を活用し、自分や同僚の強みをキーワードで可視化。  
一瞬で直観的なイメージを掴むことが可能



### バーチャル組織図 (β) 人脈をもとに真のチームを可視化

接点のある企業を分析し、自社の部署の垣根を越えて協力可能な「真のチーム」を表示し、組織編成、戦略策定に活用



### 社内キーパーソンを探せ 顧客との関係拡大に寄与した社員を抽出

顧客との関係拡大に寄与した自社社員について、名刺交換枚数の推移から関係拡大のタイミングを自動で分析し、「社内キーパーソン」を発掘

# 財務情報



# 損益計算書の概要 (1)

(百万円)	2014年5月期 通期	2015年5月期 通期	2016年5月期 通期	2017年5月期 通期	2018年5月期 通期	2019年5月期 Q3累計
売上高	1,289	1,963	3,150	4,839	7,324	7,361
売上原価	232	483	746	1,026	1,435	1,175
売上総利益	1,056	1,479	2,404	3,812	5,888	6,186
販売費及び一般管理費	1,623	2,551	3,754	4,590	8,950	6,841
うち、広告宣伝費	598	1,019	1,526	1,573	4,478	2,237
うち、人件費 <sup>(2)</sup>	397	553	830	1,282	1,689	1,690
営業利益	▲566	▲1,071	▲1,350	▲778	▲3,061	▲655
営業外収益	2	1	4	9	10	12
営業外費用	9	5	16	11	26	41
経常利益	▲572	▲1,075	▲1,362	▲780	▲3,077	▲684
特別利益	-	-	-	-	-	4
特別損失	7	4	1	3	1	3
税金等調整前（税引前）当期純利益	▲580	▲1,079	▲1,364	▲784	▲3,078	▲683
当期純利益	▲582	▲1,083	▲1,368	▲790	▲3,085	▲688
親会社株主に帰属する当期純利益	-	-	-	▲790	▲3,085	▲688
1株当たり当期純利益 <sup>(3)</sup> （円）	▲29.04	▲56.67	▲72.83	▲47.18	▲168.44	▲32.25
売上高前年同期比（％）	-	52.3	60.5	53.6	51.3	39.5
売上総利益率（％）	81.9	75.4	76.3	78.8	80.4	84.0

(1) 2016年5月期以前は単体実績（未監査）、2017年5月期以降は連結実績、2019年5月期Q3実績の科目は当期を四半期に読み替え

(2) 給料手当及び賞与並びに賞与引当金繰入額の合計

(3) 2018年6月15日付で実施した株式1株につき10,000株の株式分割を2014年5月期の期首に行ったと仮定して算出

## セグメント別業績の概要(1)

(百万円)	2014年5月期 通期	2015年5月期 通期	2016年5月期 通期	2017年5月期 通期	2018年5月期 通期	2019年5月期 Q3累計
売上高(合計)	1,289	1,963	3,150	4,839	7,324	7,361
Sansan事業	1,289	1,952	3,067	4,663	7,044	6,982
Eight事業	-	10	83	175	279	379
調整額	-	-	-	-	-	-
営業利益(合計)	▲566	▲1,071	▲1,350	▲778	▲3,061	▲655
Sansan事業	84	▲29	140	960	1,437	1,969
Eight事業	▲324	▲582	▲821	▲783	▲2,964	▲907
調整額	▲326	▲460	▲669	▲955	▲1,526	▲1,717

売上高前年同期比(合計)(%)	-	52.3	60.5	53.6	51.3	39.5
Sansan事業(%)	-	51.5	57.1	52.0	51.1	37.6
Eight事業(%)	-	-	669.7	110.8	58.8	88.1
営業利益率(合計)(%)	-	-	-	-	-	-
Sansan事業(%)	6.5	-	4.6	20.6	20.4	28.2
Eight事業(%)	-	-	-	-	-	-

(1) 2016年5月期以前は単体実績(未監査)、2017年5月期以降は連結実績

## 連結貸借対照表の概要

(百万円)	2018年5月期 通期	2019年5月期 Q3
<b>資産の部</b>		
<b>流動資産</b>		
現金及び預金	3,546	5,333
売掛金	207	215
前払費用	255	305
その他	157	54
<b>流動資産合計</b>	<b>4,166</b>	<b>5,908</b>
<b>固定資産</b>		
有形固定資産合計	164	308
無形固定資産合計	602	771
ソフトウェア	601	771
その他	0	0
投資その他の資産合計	365	1,331
<b>固定資産合計</b>	<b>1,132</b>	<b>2,412</b>
<b>資産合計</b>	<b>5,299</b>	<b>8,320</b>

(百万円)	2018年5月期 通期	2019年5月期 Q3
<b>負債の部</b>		
<b>流動負債</b>		
短期借入金	13	72
1年内返済予定の長期借入金	94	141
前受金	2,798	3,051
その他	913	1,106
<b>流動負債合計</b>	<b>3,819</b>	<b>4,371</b>
<b>固定負債</b>		
長期借入金	127	262
その他	39	49
<b>固定負債合計</b>	<b>166</b>	<b>311</b>
<b>負債合計</b>	<b>3,986</b>	<b>4,683</b>
<b>純資産の部</b>		
株主資本合計	1,315	3,626
その他の包括利益累計額	▲2	▲0
<b>純資産合計</b>	<b>1,312</b>	<b>3,636</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>5,299</b>	<b>8,320</b>

# 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

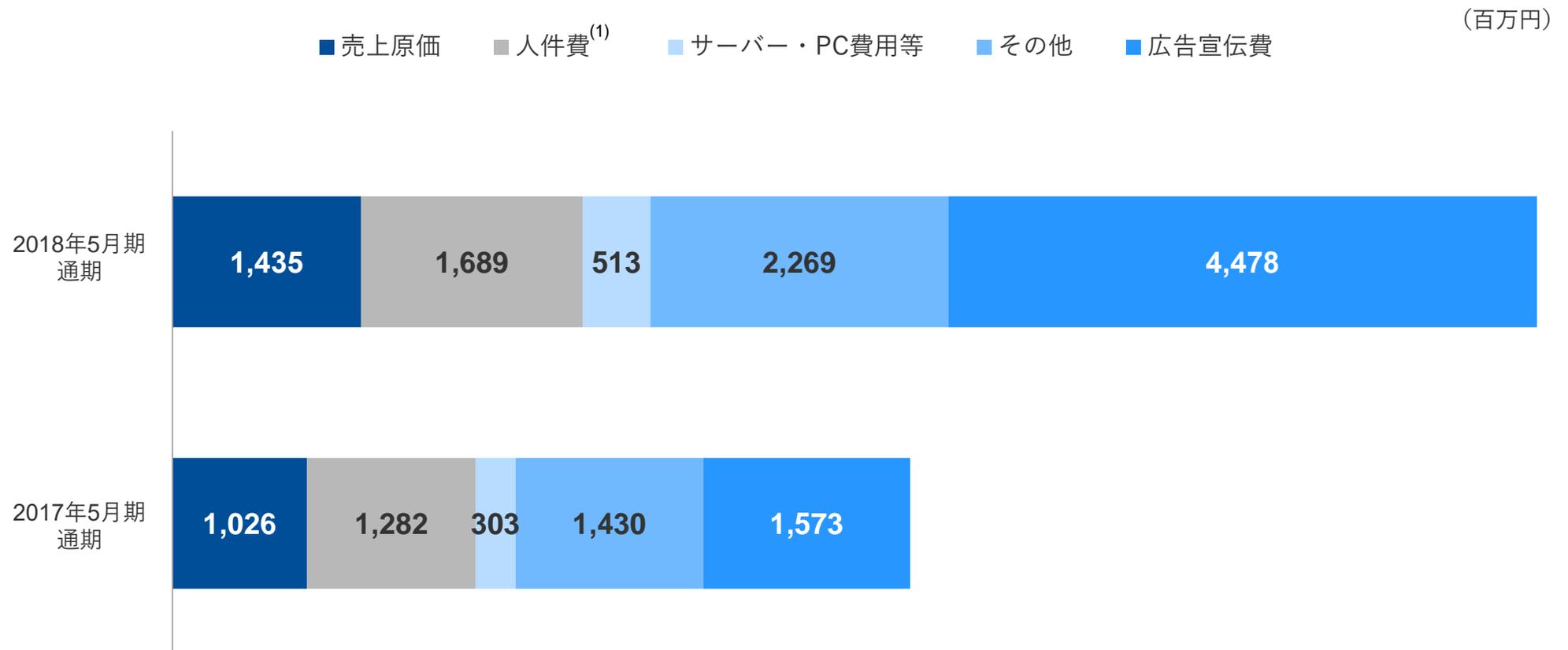
(百万円)	2017年5月期 通期	2018年5月期 通期
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>		
税金等調整前当期純利益	▲784	▲3,078
減価償却費	236	366
売上債権の増減額	▲60	▲41
前払費用の増減額	▲100	204
未払金の増減額	▲122	333
前受金の増減額	896	697
法人税等の支払額	▲3	▲6
その他	135	▲84
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	198	▲1,609
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		
有形固定資産の取得による支出	▲91	▲72
無形固定資産の取得による支出	▲250	▲408
その他	▲35	▲199
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	▲376	▲679

(百万円)	2017年5月期 通期	2018年5月期 通期
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
短期借入金の純増減額	89	▲283
長期借入による収入	200	50
長期借入金の返済による支出	▲130	▲131
株式の発行による収入	-	4,206
その他	▲8	▲16
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	151	3,826
<b>現金及び現金同等物に係る換算差額</b>	▲3	4
<b>現金及び現金同等物の増減額</b>	▲29	1,541
<b>現金及び現金同等物の期首残高</b>	2,033	2,004
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	2,004	3,546

# 営業費用の内訳

## 2018年5月期は積極的な採用や開発、広告宣伝活動、マーケティング投資を実施

### 主要な営業費用



(1) 給料手当及び賞与並びに賞与引当金繰入額の合計

その他



## 会社概要 (1)

---

社名	Sansan株式会社 (英表記 Sansan, Inc.)
設立	2007年6月11日
所在地	表参道本社 東京都渋谷区神宮前5-52-2 青山オーバルビル 13F
拠点	支社：関西支店（大阪）、福岡支店、名古屋支店 サテライトオフィス：神山ラボ（徳島）、京都ラボ、長岡ラボ、札幌ラボ
子会社	シンガポール：Sansan Global PTE. LTD. アメリカ：Sansan Corporation
代表者	寺田 親弘
従業員数	549名
資本金	28億1,250万円
売上高	7,324百万円（2018年5月期）

(1) 2019年5月末日現在

# 経営メンバー ①



寺田 親弘 (てらだちひろ)  
代表取締役社長

- 1999年、三井物産株式会社に入社
- 情報産業部門に配属された後、2001年にシリコンバレーに転勤し、米国の最先端ベンチャー企業を担当
- 帰国後、社内ベンチャーの立ち上げや関連会社への出向を経て退職
- 2007年、4人の仲間と共に当社を創業



富岡 圭 (とみおか けい)  
取締役 Sansan事業部長

- 1999年、日本オラクル株式会社に入社
- 2003年より、グレーターチャイナ・東南アジア・インドのマーケット開拓を担当した後、2007年、創業メンバーとして参画
- 創業時から「Sansan」の事業部長を務め、現在はグローバル展開も統括



常楽 諭 (じょうらく さとる)  
取締役 CISO兼DSOCセンター長

- 1999年、日本ユニシス・ソフトウェア株式会社 (現 日本ユニシス株式会社) 入社
- 2007年、創業メンバーとして参画
- 「Sansan」の開発部長やプロダクトマネージャを経て、現在は名刺のデータ化やデータの分析・活用を行うDSOCセンター長を務める



塩見 賢治 (しおみ けんじ)  
取締役 Eight事業部長

- 1994年、株式会社物産システムインテグレーション (現 三井情報株式会社) 入社
- 大手携帯キャリア向けのメールシステム等の設計や開発責任者を務めた後、2007年、創業メンバーとして参画
- 現在は、名刺アプリ「Eight」の事業部長として同事業を推進



田中 陽 (たなか よう)  
取締役 経営管理部長

- 1998年、三井物産株式会社に入社
- 2005年、Mitsui India (在ニューデリー) へ転勤し、情報産業部副部長に就任
- 2008年、株式会社アイヴィジットへ出向し、営業開発部長に就任
- 2018年、当社に入社し、現職

赤浦 徹 (あかうら とおる)  
社外取締役 (監査等委員)

- 1991年、日本合同ファイナンス株式会社 (現 株式会社ジャフコ) 入社
- 1999年、インキュベイトキャピタルパートナーズゼネラルパートナー就任 (現任)
- 2007年、当社取締役就任
- 2015年、当社取締役 (監査等委員) 就任 (現任)

本多 央輔 (ほんだ おうすけ)  
社外取締役 (監査等委員)

- 1996年、三菱商事株式会社入社
- 2005年、エイバックズ・グロービス・パートナーズ株式会社 (現 株式会社グロービス・キャピタル・パートナーズ) 入社
- 2007年、DCMベンチャーズ ゼネラルパートナー就任 (現任)
- 2018年、当社取締役 (監査等委員) 就任 (現任)

横澤 靖子 (よこさわ やすこ)  
社外取締役 (監査等委員)

- 2002年、第一東京弁護士会登録、TMI総合法律事務所入所
- 2010年、ヤフー株式会社出向
- 2017年、TMI総合法律事務所カウンセラー就任 (現任)
- 2018年、当社取締役 (監査等委員) 就任 (現任)

石川 善樹 (いしかわ よしき)  
社外取締役 (監査等委員)

- 2004年、有限会社日本ヘルスサイエンスセンター取締役就任 (現任)
- 2008年、MCCANNHEALTHCARE WORLDWIDE JAPAN入社、株式会社キャンサーキャン取締役就任 (現任)
- 2013年、株式会社ハビテック取締役就任 (現任)
- 2014年、株式会社Campus for H取締役就任 (現任)
- 2019年、当社取締役 (監査等委員) 就任 (現任)

## 経営メンバー ②



橋本 宗之 (はしもと むねゆき)  
執行役員 CFO

- 大学卒業後、外資系投資銀行に入社し、東京及びニューヨーク・オフィスに約9年間勤務。国内外の企業のM&Aや資金調達のアドバイザー業務に従事
- その後、日本政策投資銀行グループを経て、2017年、当社に入社

CFO: Chief Financial Officer



大間 祐太 (おおま ゆうた)  
執行役員 CHRO/人事部長

- 大学卒業後、人材系企業へ入社し採用コンサルティング事業の立ち上げを経験。その後、独立
- 採用領域のベンチャーの立ち上げに携わり、2010年に当社に入社。営業マネージャーを経て人事部へ異動、2016年より部長。2018年より現職

CHRO: Chief Human Resource Officer



藤倉 成太 (ふじくらしげもと)  
執行役員 CTO

- 株式会社オージス総研にて、OGIS International, Inc.に出向し、シリコンバレーで現地ベンチャー企業との共同開発事業を行う。帰国後はソフトウェア工学センターで技術開発に従事
- 2009年に当社に入社し、開発部長を経て、2018年から現職

CTO: Chief Technology Officer



大津 裕史 (おおつひろふみ)  
執行役員 CPO/プロダクト開発部長

- 株式会社ビービットにて、デジタル領域を中心に100社以上のコンサルティングを手掛ける
- 2010年に株式会社WACULを設立し、代表取締役役に就任。Webサイトの分析から改善提案まで行う人工知能を開発、提供
- 2018年に当社に入社、現職

CPO: Chief Product Officer



穴倉 功一 (ししくら こういち)  
執行役員 VPoE

- S'ierを経て研究開発及びWeb受託開発企業へ。ベトナムでの子会社設立をきっかけに現地法人の代表に就任
- 2010年に当社に入社。Eight事業部の発足に合わせて「Eight」の開発責任者を務める。2018年から現職

VPoE: Vice President of Engineering



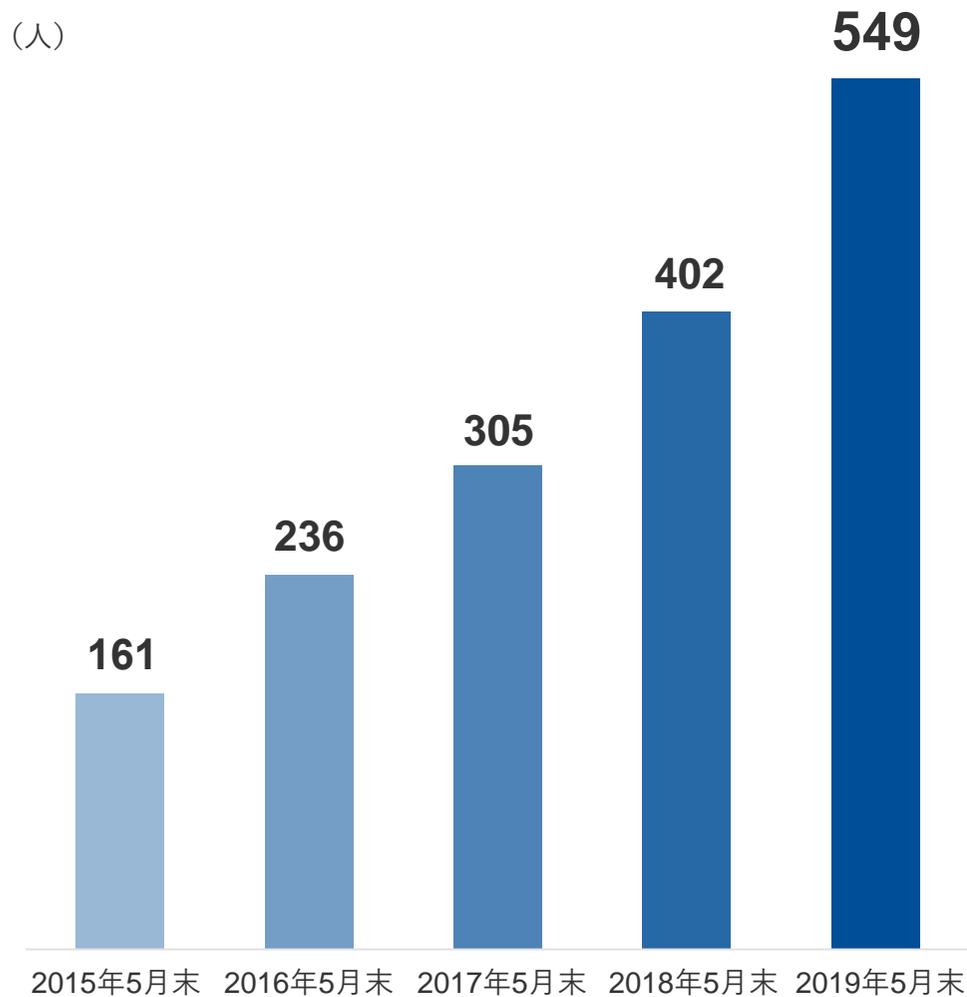
田邊 泰 (たなべ やすし)  
執行役員 CBO/ブランドコミュニケーション部長

- 大学卒業後、Webアプリケーションのエンジニアを経て広告業界へ。デジタル領域を中心に様々な広告制作に携わる
- 2014年に当社に入社。ブランドコミュニケーション部を立ち上げ、社内のクリエイティブを統括。当社ブランドの向上に努める

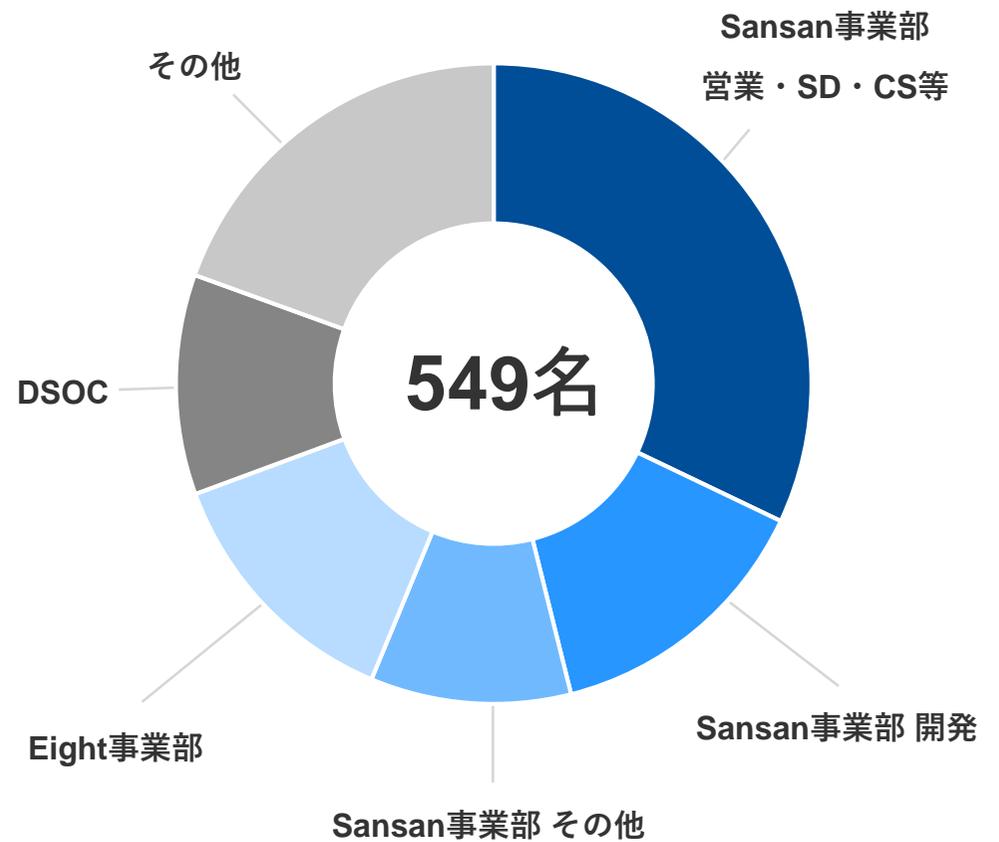
CBO: Chief Brand Officer

# 従業員数の状況

## 従業員数の推移(1)



## 人員構成(2)



(1) 2016年5月期以前は単体実績、2017年5月期以降は連結実績

(2) 2019年5月末日現在

# セキュリティに対する取り組み

2007年の創業時にプライバシーマークを取得し、顧客が安心して利用できるための取り組みを継続して実施。現在では、大手金融機関等もサービスを導入済み



- 名刺情報の分割入力
- 個人情報を不特定化



- プライバシーマークの取得
- 個人情報マネジメントシステムの構築



- ホワイトハッカーを活用した脆弱性診断の実施
- 全システム、データベースの監視



- 全従業員に個人情報保護士資格の取得を義務付け
- セキュリティ監査の実施



## Computer Security Incident Response Team

インシデント関連情報、脆弱性情報、攻撃予兆等を常に収集し、対応方針や手順を策定する活動等を行うサイバーセキュリティのインシデントに対応する組織

## 2015年5月にCSIRTを設置

- 日本シーサート協議会へ加盟
- プロダクト開発チームと連携体制を確立
- ファイアウォールやIDSを設置
- WAFの設置
- ホワイトハッカーを活用した脆弱性診断

標的型攻撃メール訓練 / ペネトレーションテスト

***sansan***

