



# 2020年10月期 第1四半期 決算補足説明資料

---

株式会社シャノン（東証マザーズ：3976）

2020年3月12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。

## 連結PL（2020年10月期第1四半期実績）

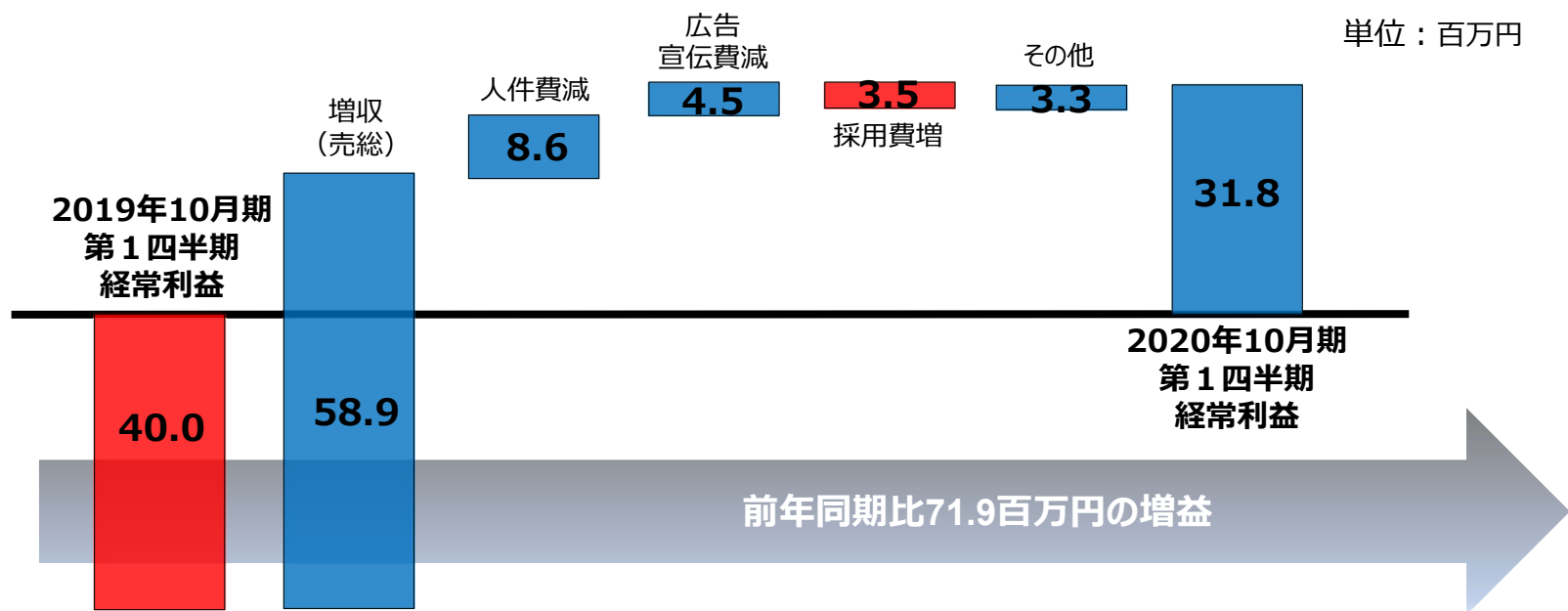
- MA-サブスクリプションは前年同期比**118.1%**と伸長。
- EMは、縮小を決めたイベントプロデュース関連売上の減少はあるものの、イベント（システム支援、会期当日支援）は堅調に推移し、前年同期比140.4%となり大幅に増収（詳細はP8参照）。
- 各段階利益も黒字となった。

単位：百万円

	2019年10月期 第1四半期	2020年10月期 第1四半期	前年同期比	2020年10月期 通期予想
売上高	434	524	120.6%	1,950
MA	299	334	111.7%	1,379
MA-サブスクリプション	197	233	118.3%	949
MA-プロフェッショナル	101	100	99.0%	430
EM	135	189	140.4%	571
売上原価	190	221	116.1%	790
売上総利益	243	302	124.2%	1,160
販売費及び一般管理費	281	269	95.6%	1,110
営業利益	△37	33	—	50
経常利益	△40	31	—	46
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△40	31	—	40

# 当第1四半期の経常利益の増減要因分析【対前年同期】

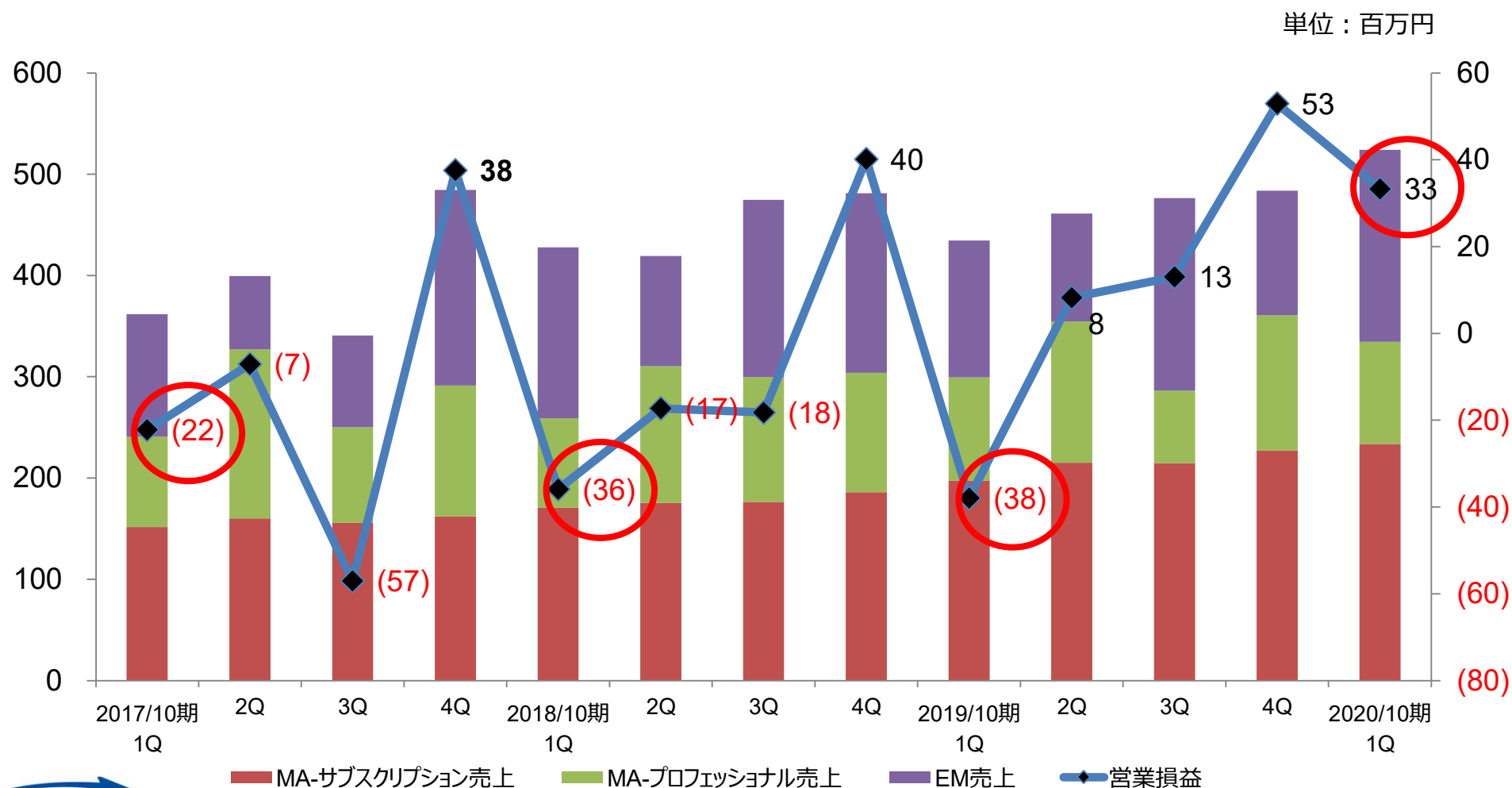
- 前年同期比で71.9百万円の増益となった。
  - ・ 売上高は、MA、EMともに堅調に推移し、前年同期比で**増収**。
  - ・ 宮崎支社への業務移管等による効率化が進捗した成果もあり人件費は減少。ただし、積極採用方針は変わらず、通期の人件費は前期比で増加予定。
  - ・ 積極的な採用戦略により、採用費は前年同期に比べて増加。
  - ・ イベント出展等のマーケティングコストが上半期に集中していた前期に比べて、当期は通期で分散化する予定となっている。



※人件費や減価償却費等の原価関連項目の原価計上分の増減は、増収（売総）に含まれています。

# 売上高構成比・営業損益（連結）推移

- MA-プロフェッショナル、EMは各四半期での変動（偏重）がある。
- MA-サブスクリプションは安定収益の基盤。  
（当期に新規獲得した「月額×12ヶ月」が翌期の収益基盤を押し上げる）

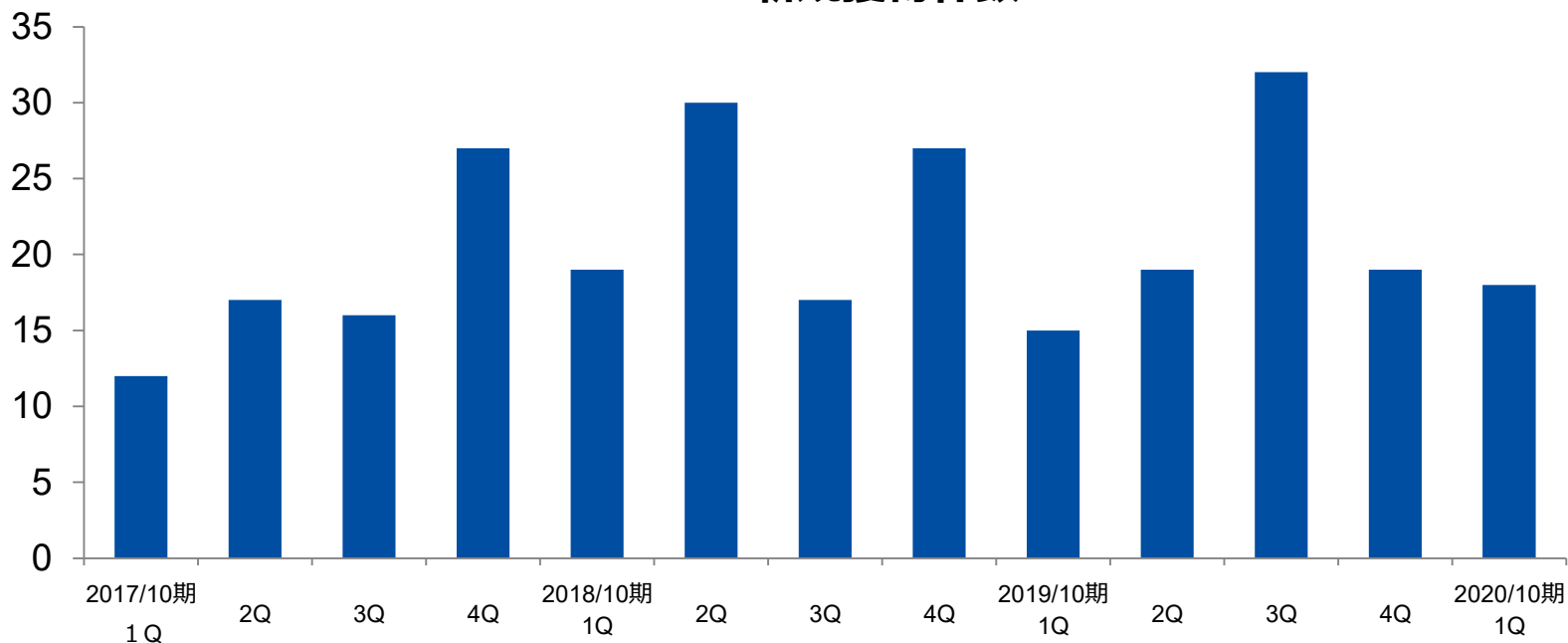


# MA-サブスクリプションの月額契約の新規獲得件数の四半期推移

- 当第1四半期も新規獲得は引き続き堅調に推移。
- シャノンの最重要KPIは顧客獲得数ではなく、MA-サブスクリプション売上。
- 新規獲得だけでなく、既存顧客へのアップセル（追加機能の提案）、プランアップ（有効活用を支援し結果として利用契約プランをアップしていく）も重要。  
（イメージ）スタンダードプラン⇒ツールの有効活用⇒従量課金発生⇒プランアップ
- 顧客単価は数万～数百万と幅広いレンジ  
＝新規獲得件数とMA-サブスクリプション売上の増加率はイコールではない。

単位：件

## 新規獲得件数

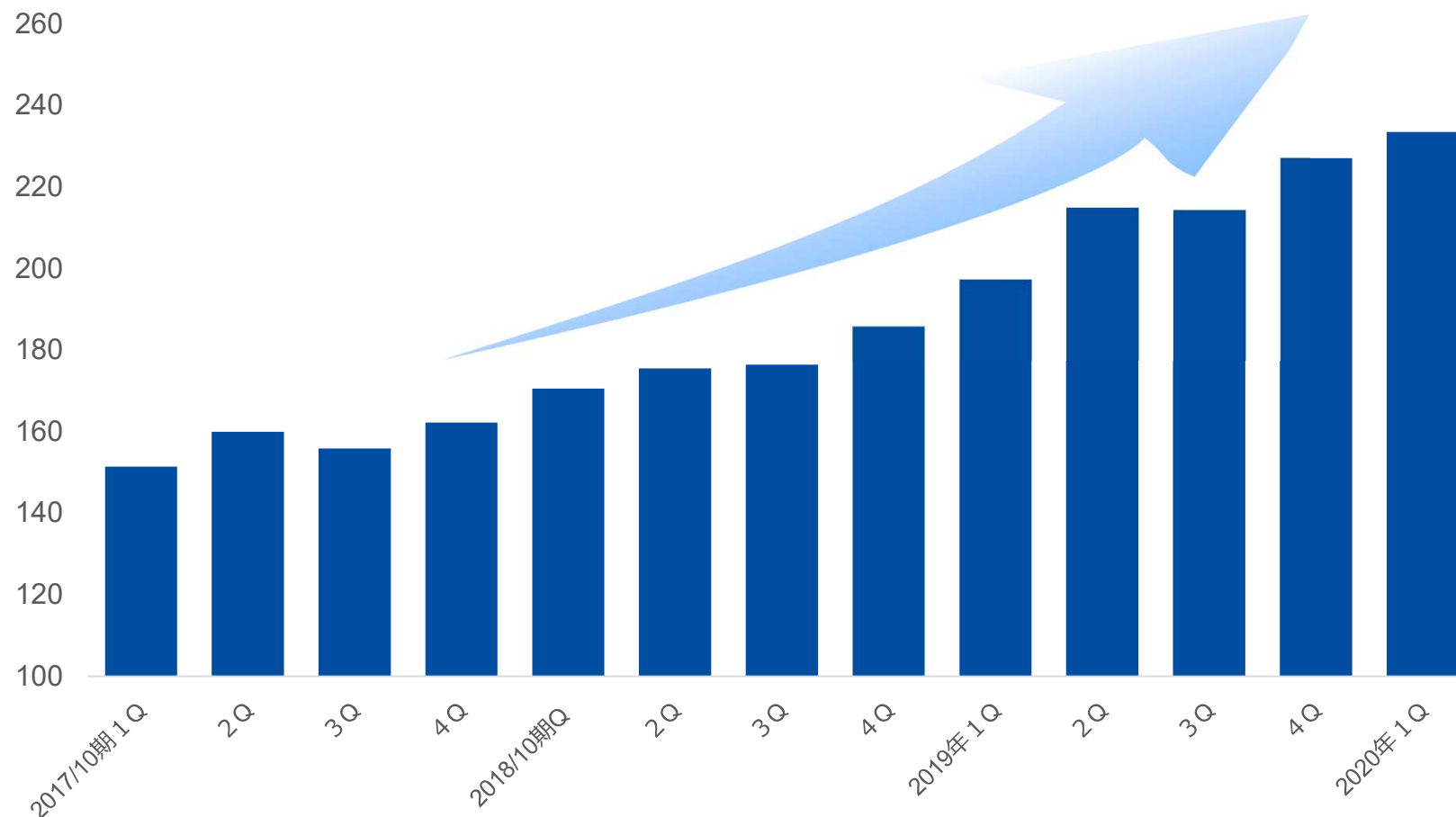


# MA-サブスクリプション売上の推移

- MA-サブスクリプション売上は、順調に伸びている。

サブスクリプション売上の推移

単位：百万円



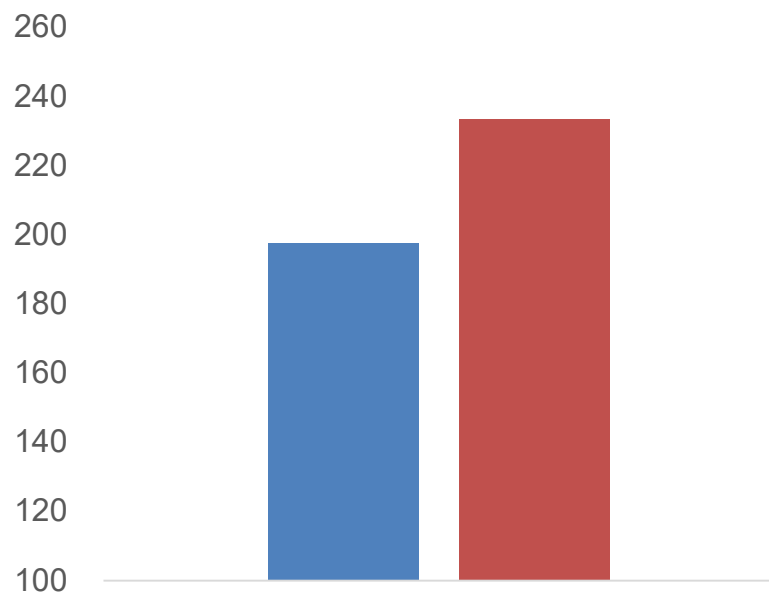
※ MA-サブスクリプション売上 = 「システム利用料に関するMRR（月額契約金額）から発生する売上」 + 「従量課金売上」

## MA売上の前年同期比較（サブスクリプション、プロフェッショナル別）

- MA-サブスクリプション売上（従量課金も含む）は、新規営業、既存顧客の従量課金やアップグレード、契約更新率が堅調に推移し、前年同期比**18.3%増**となった。なお、事業戦略上、**長期的に収益に貢献していく「MA-サブスクリプション」を重視**している。
- MA-プロフェッショナル売上は、納期遅れの影響により、前年同期比1.0%減となった。

### MA-サブスクリプション売上

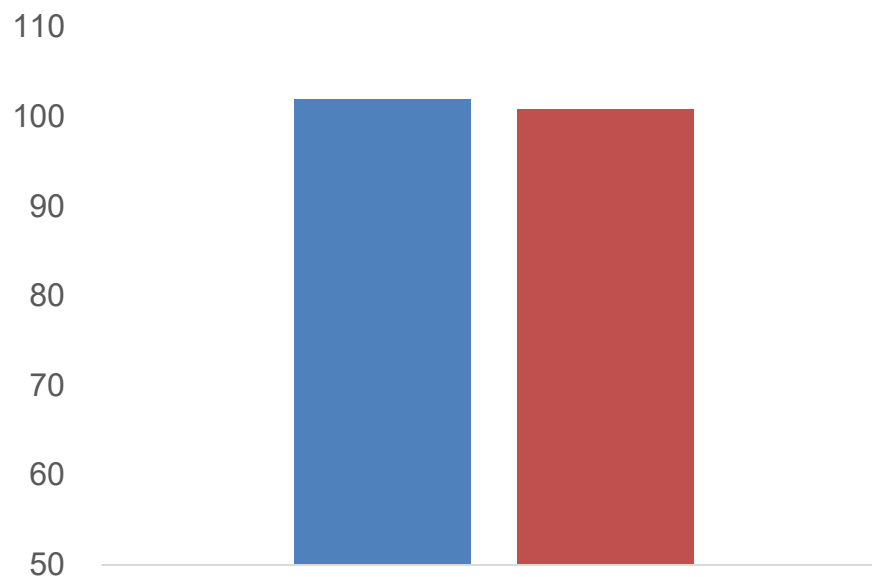
単位：百万円



■ 2019/10月期 1 Q (累計) ■ 2020/10月期 1 Q (累計)

### MA-プロフェッショナル売上

単位：百万円

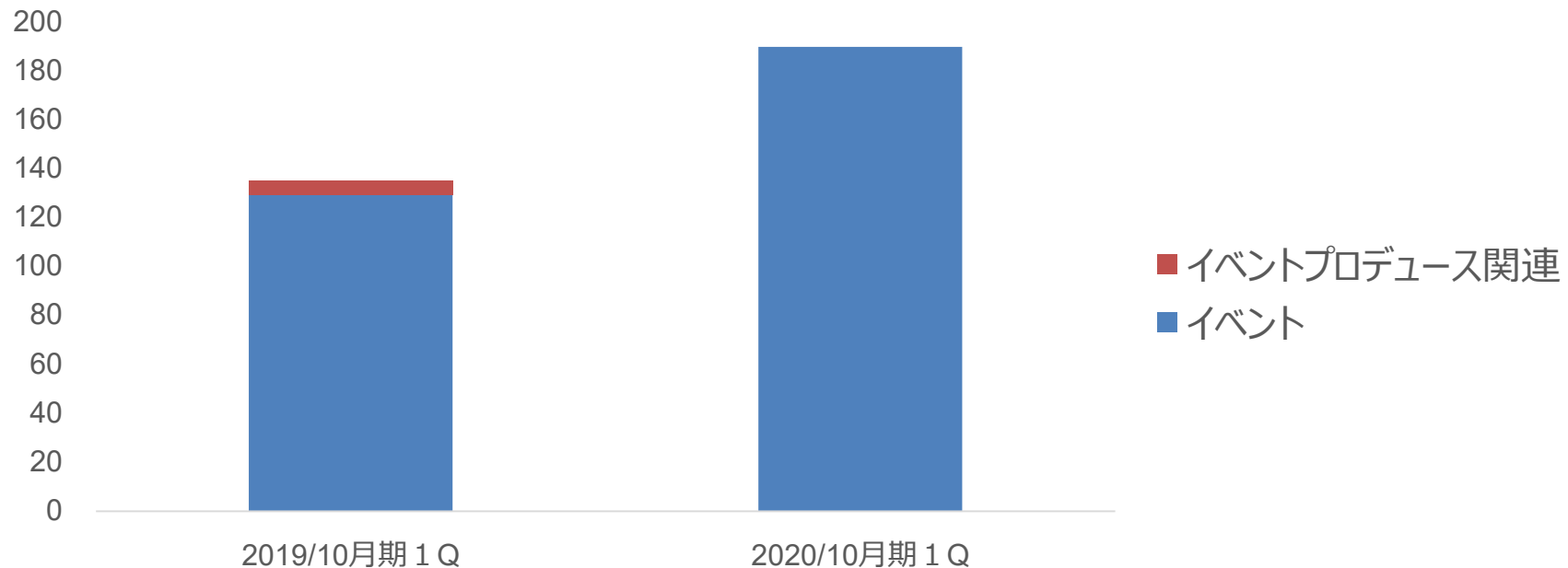


■ 2019/10月期 1 Q (累計) ■ 2020/10月期 1 Q (累計)

# EM売上の構成比

- EM売上（第1四半期累計）に含まれるイベント（システム支援、会期当日支援）とイベントプロデュース関連の内訳は下記の通り。
  - イベント（システム支援、会期当日支援）売上は前年同期比**146.7%**と大幅に増収。これは、イベント事業の伸長という面もあるものの、主要因はイベント会期の関係で前年同期に比べて第1四半期の売上が大きくなっていることによるものである。
  - 新型コロナウイルスの感染拡大懸念に伴う各種イベント中止の影響が通期業績に与える影響については、当資料公表時点においては、限定的であると判断している。
  - イベントプロデュース関連売上は、通期では25百万円程度を見込んでいる。

単位：百万円

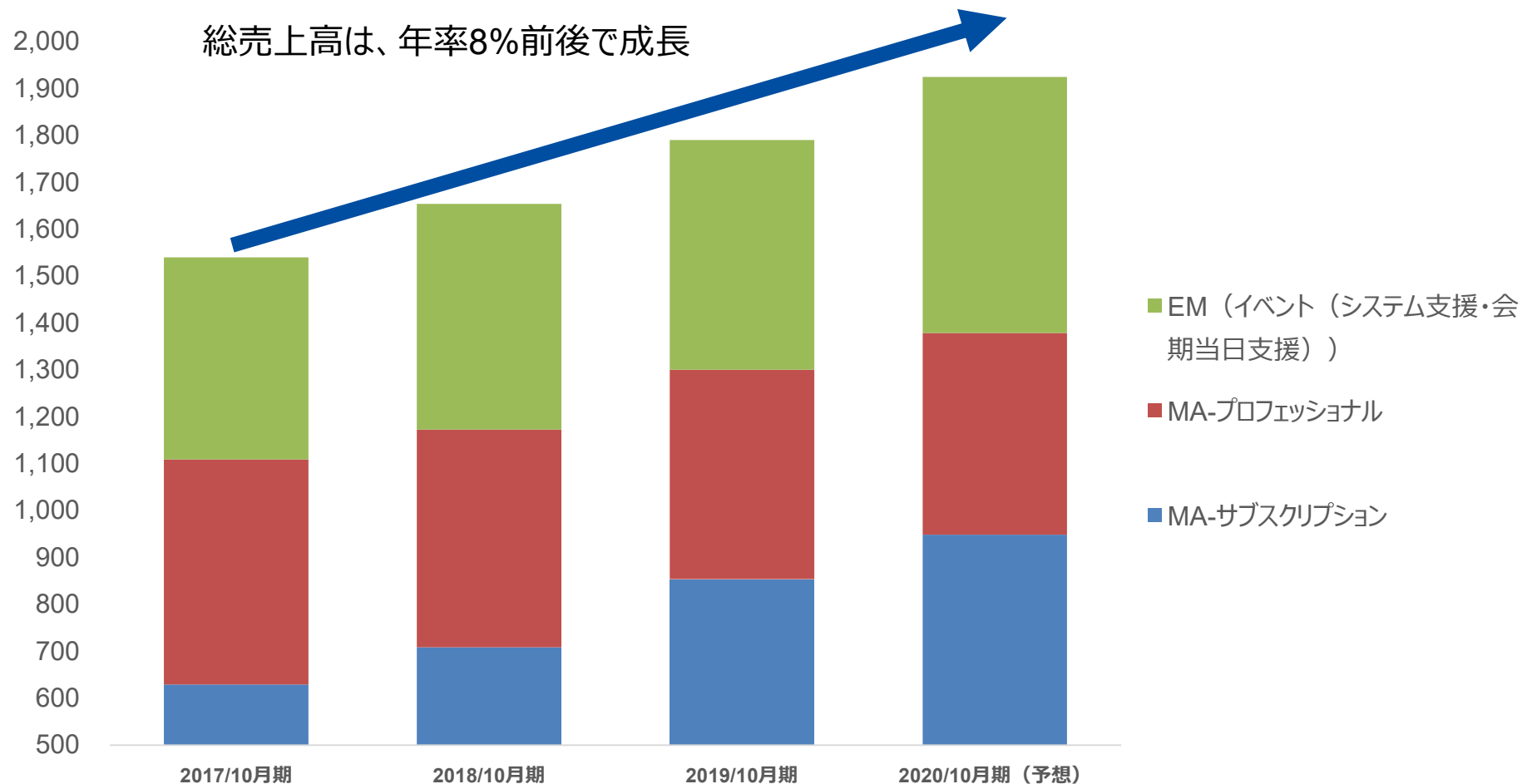




# イベントプロデュース関連売上の影響を除いた売上高の推移

- EMに含まれるイベントプロデュース関連売上を除いた売上高の推移は下記の通りとなります。

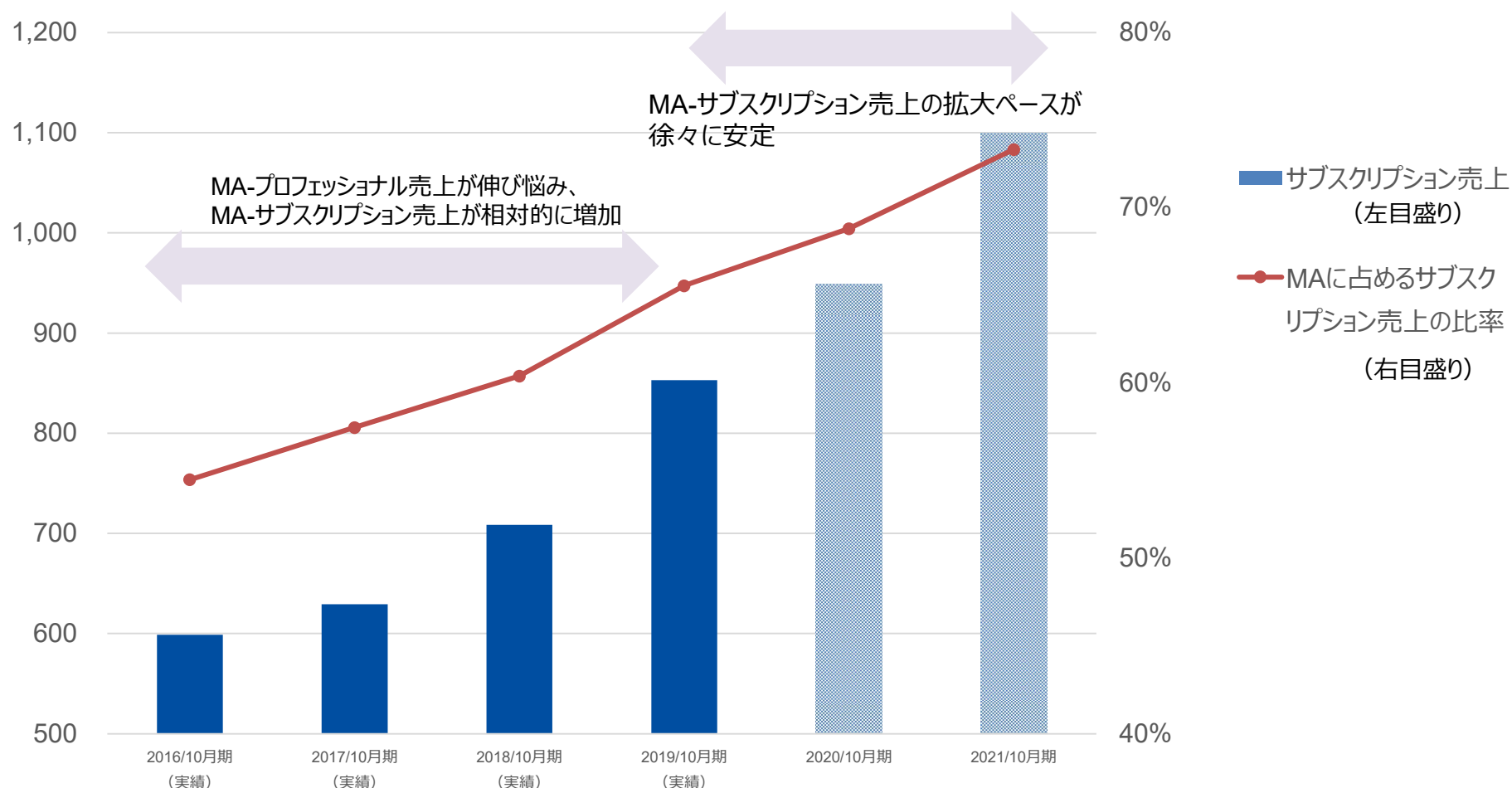
単位：百万円



# MA-サブスクリプション売上・MA売上に占める割合の推移

- 中長期の収益基盤となるMA-サブスクリプション売上を増加させていくことが当面の最重要課題
- 2020年10月期には、年間のサブスクリプション売上が10億前後まで拡大し、2021年10月期にはMA売上に占める割合も70%を超えることを目指す。

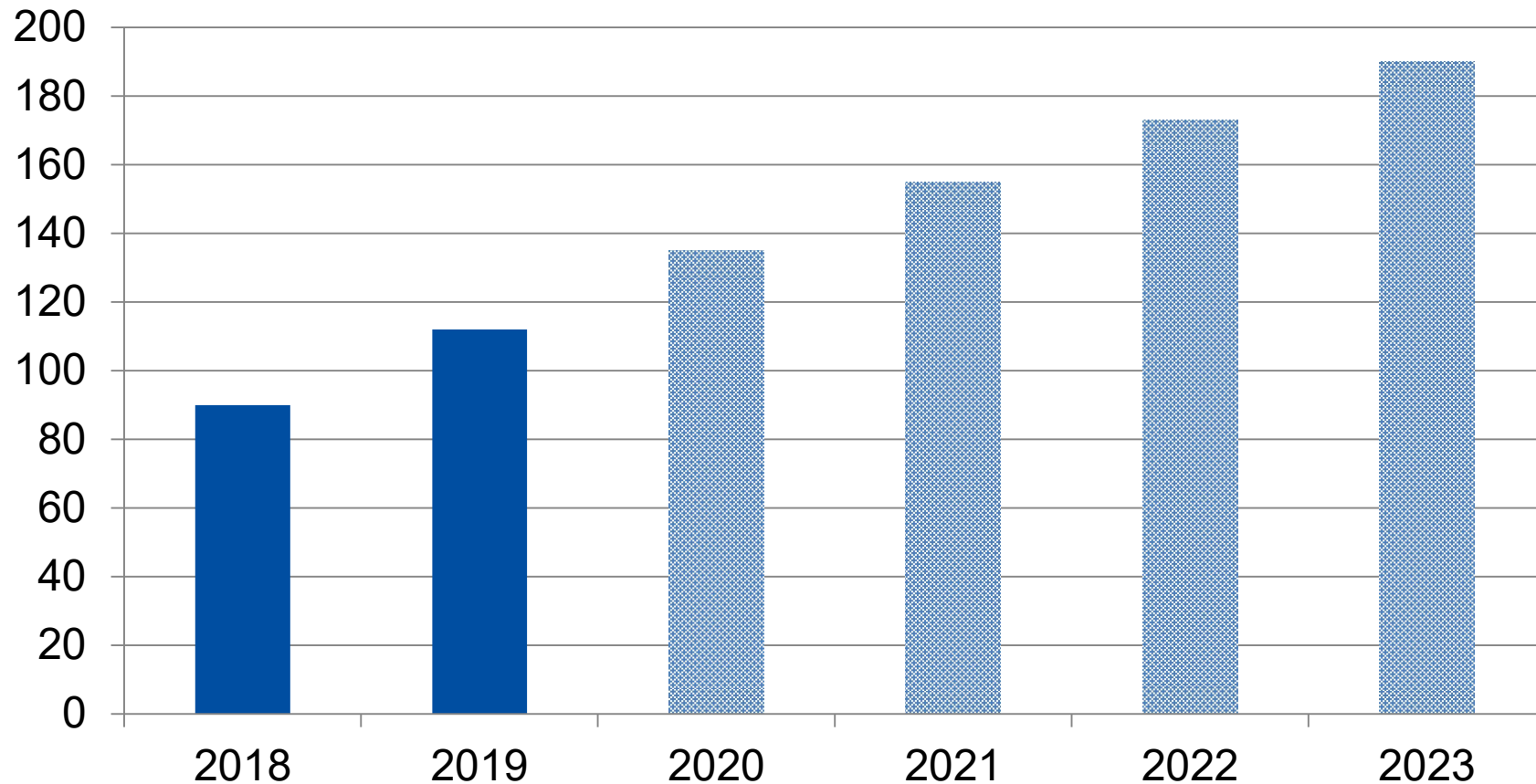
単位：百万円



## マーケティングオートメーション（SaaS）市場の推移

- マーケティングオートメーション（SaaS）市場は今後もCAGR16.1%の成長が予測されています。

単位：億円



出典：株式会社富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2019版」

## 将来の見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料及び情報は、いわゆる「見通し情報（forward-looking-statements）」を含みます。将来の見通しに関する記述は、現在入手可能な情報に基づく当社または当社の経営陣の仮定及び判断に基づくものであり、既知または未知のリスク及び不確実性が内在しています。また、今後の当社事業を取り巻く経営環境の変化、市場の動向、その他様々な要因により、これらの記述または仮定は、将来実現しない可能性があります。
- これらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動等、一般的な国内及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あっても、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。
- 投資判断を行う際は、必ず弊社が開示している資料をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断において行っていただきますよう、お願い致します。