



2020年10月期 第3四半期 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9月10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. 2020年10月期 第3四半期報告**
- II. Appendix**
- III. 今後の見通し（再掲）**
- IV. 会社概要・事業概要（再掲）**

I. 2020年10月期 第3四半期報告

2020年10月期 第3四半期業績（サマリー）

- MA-サブスクリプションは前年同期比**14.8%増加**。

売上高	1,342百万円 (2.1%減)	MA-サブスクリプション	719百万円 (14.8%増)
営業利益	49百万円 (-)	MA-プロフェッショナル	294百万円 (6.0%減)
経常利益	47百万円 (-)	EM-イベント	326百万円 (10.8%減)
当期純利益	46百万円 (-)	EM-イベントプロデュース関連	2百万円 (96.7%減)

連結PL（2020年10月期 第3四半期実績）

- 2020年10月期 第3四半期の業績の状況は以下の通りです。
- 総売上高は減少したものの、収益性の高いMA-サブスクリプションの増加と、収益性が低かったEM売上に含まれるイベントプロデュース関連の減少によるセールスマックスの変化により、売上総利益率は前年同期の57.1%から61.1%になりました。

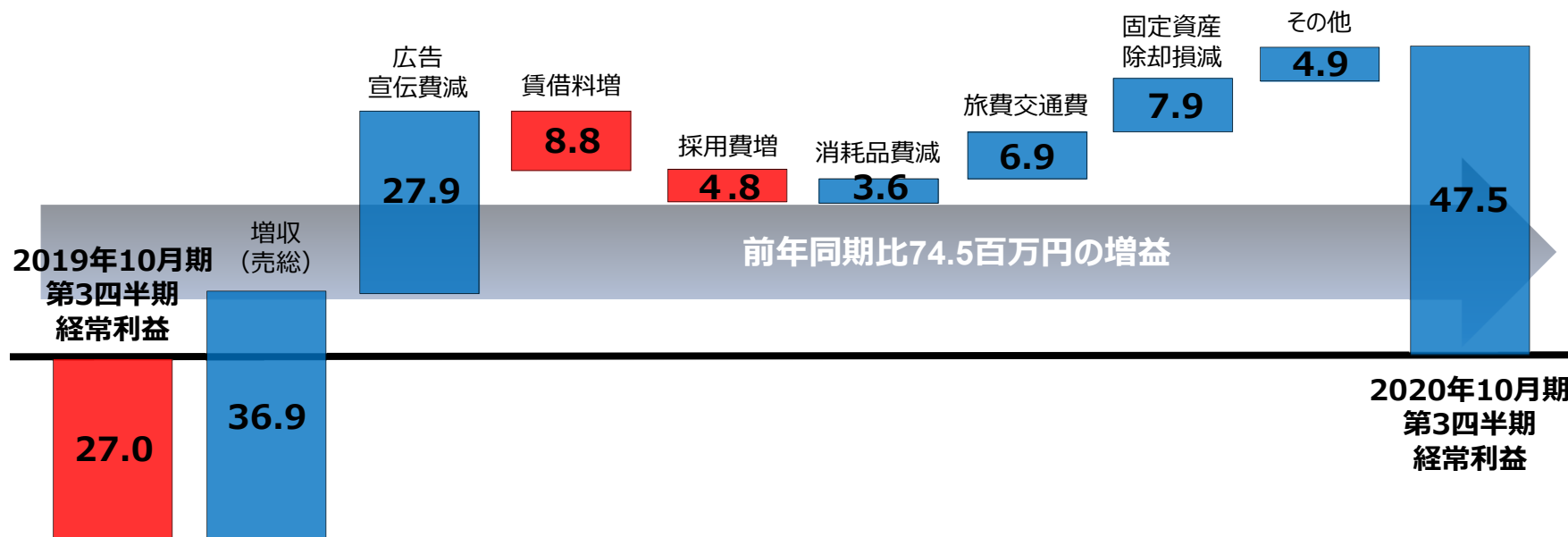
単位：百万円

	2019年10月期 第3四半期（実績）	前年同 期比	2020年10月期 第3四半期（実績）	2020年通期 見通し
売上高	1,372	-2.1%	1,342	1,710
MA	940	7.8%	1,013	1,379
EM	431	-23.9%	328	331
売上原価	587	-11.3%	521	690
売上総利益	784	4.7%	821	1,020
販売費及び一般管理費	800	-3.6%	771	1,046
営業利益	-16	-	49	△26
経常利益	-27	-	47	△29
親会社株主に帰属する 当期純利益	-27	-	46	△31

当第3四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74.5百万円の増益となりました。
 - ・ 売上高は、コロナ禍におけるリアルイベント中止の影響によりEMは前年同期で減少したものの、収益性の高いMA-サブスクリプションの増加を主因として増収。
 - ・ 広告宣伝費は、イベント出展や自社カンファレンス開催の取り止めにより減少。通期ではその予算をデジタル施策等に振り向けるため、前年並みになる見込み。
 - ・ 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。
 - ・ 旅費交通費や消耗品費は、リモートワークの影響により減少。

単位：百万円



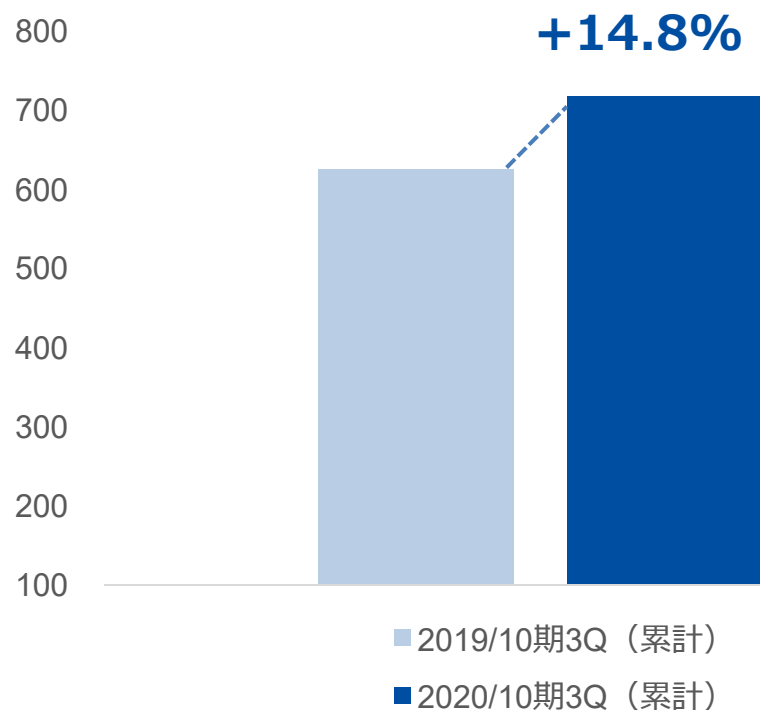
※人件費や減価償却費等の原価関連項目の原価計上分の増減は、増収（売総）に含まれています。

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、契約更新率が引き続き堅調に推移し、前年同期比**14.8%増**となりました。
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**しています。
コロナ禍における施策として展開している「ウェビナーパック」についても、新規受注獲得に貢献しています。
- MA-プロフェッショナル売上は、受注・納品遅れの影響により、前年同期比6%減となりました。

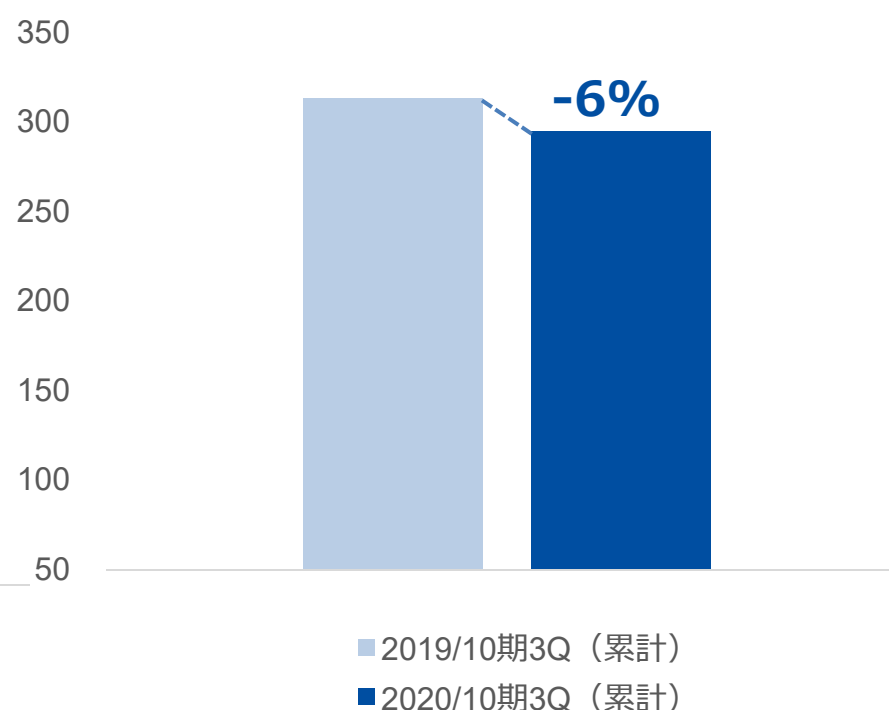
MA-サブスクリプション売上

単位：百万円



MA-プロフェッショナル売上

単位：百万円

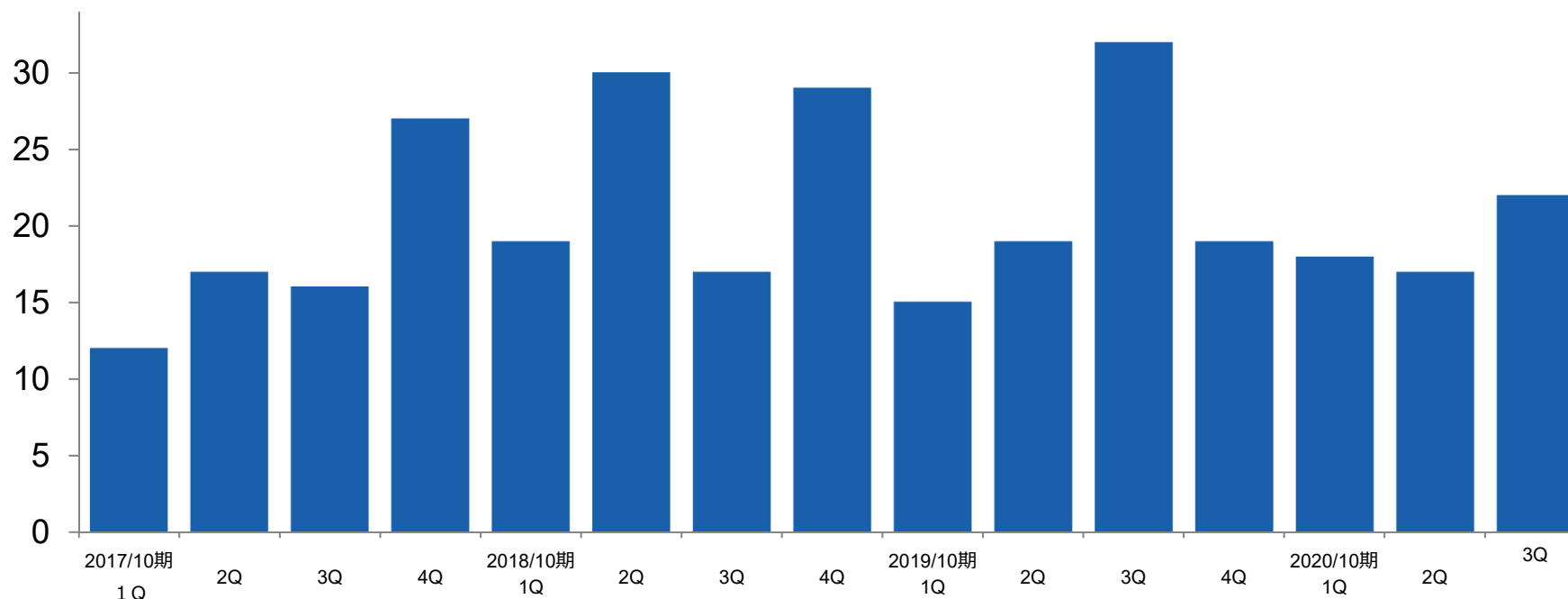


MA-サブスクリプションの月額契約の新規獲得件数の四半期推移

- 当第3四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

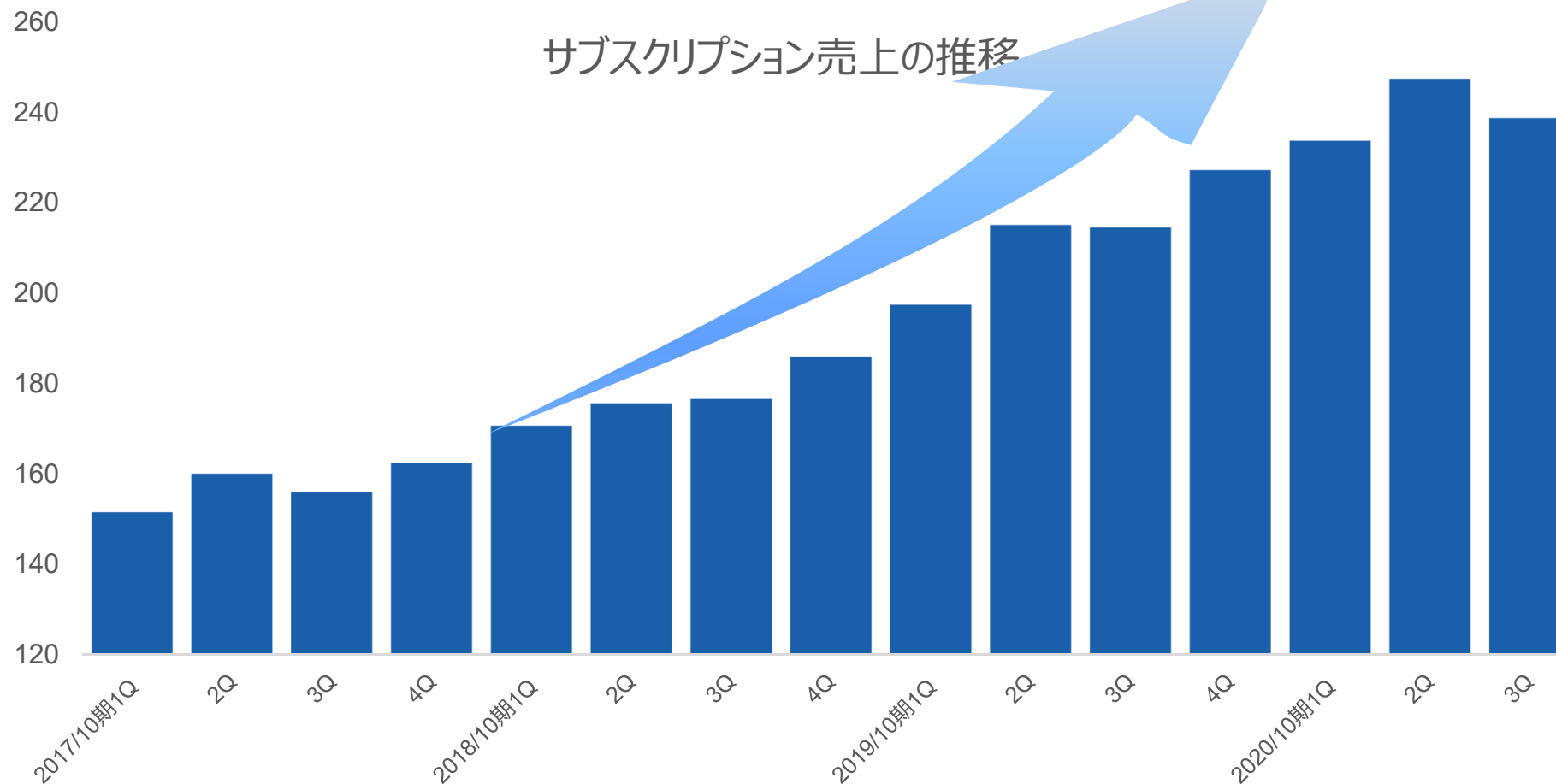
新規獲得件数



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、中期的には順調に伸びているものの、直近四半期との比較では、第3四半期中の大型案件の解約の影響を短期的には穴埋め出来ずに減少となっていますが、今後のサブスク売上の成長性に影響を与えるものではないと考えています。

単位：百万円



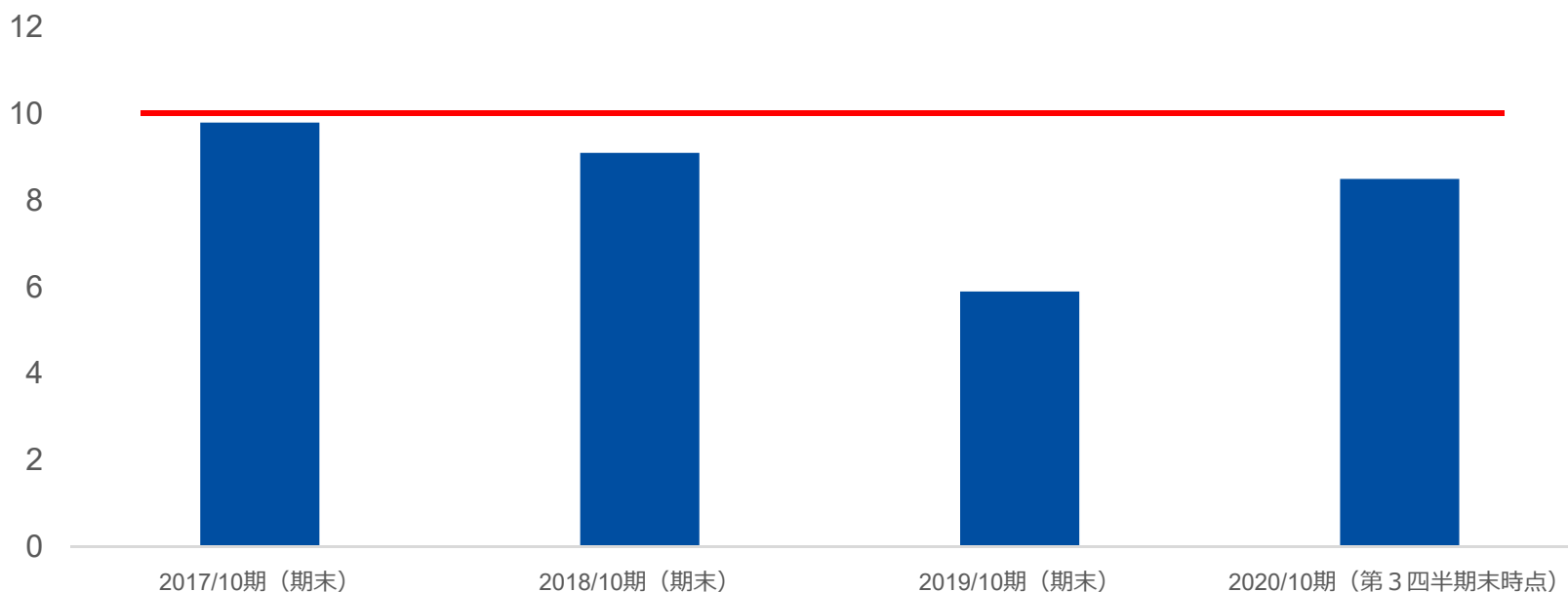
※ MA-サブスクリプション売上 = 「システム利用料に関するMRR（月額契約金額）から発生する売上」 + 「従量課金売上」

MA-サブスクリプションの解約率推移

- 年間の解約率は、10%以下にコントロールすることを目標にしています。

単位：%

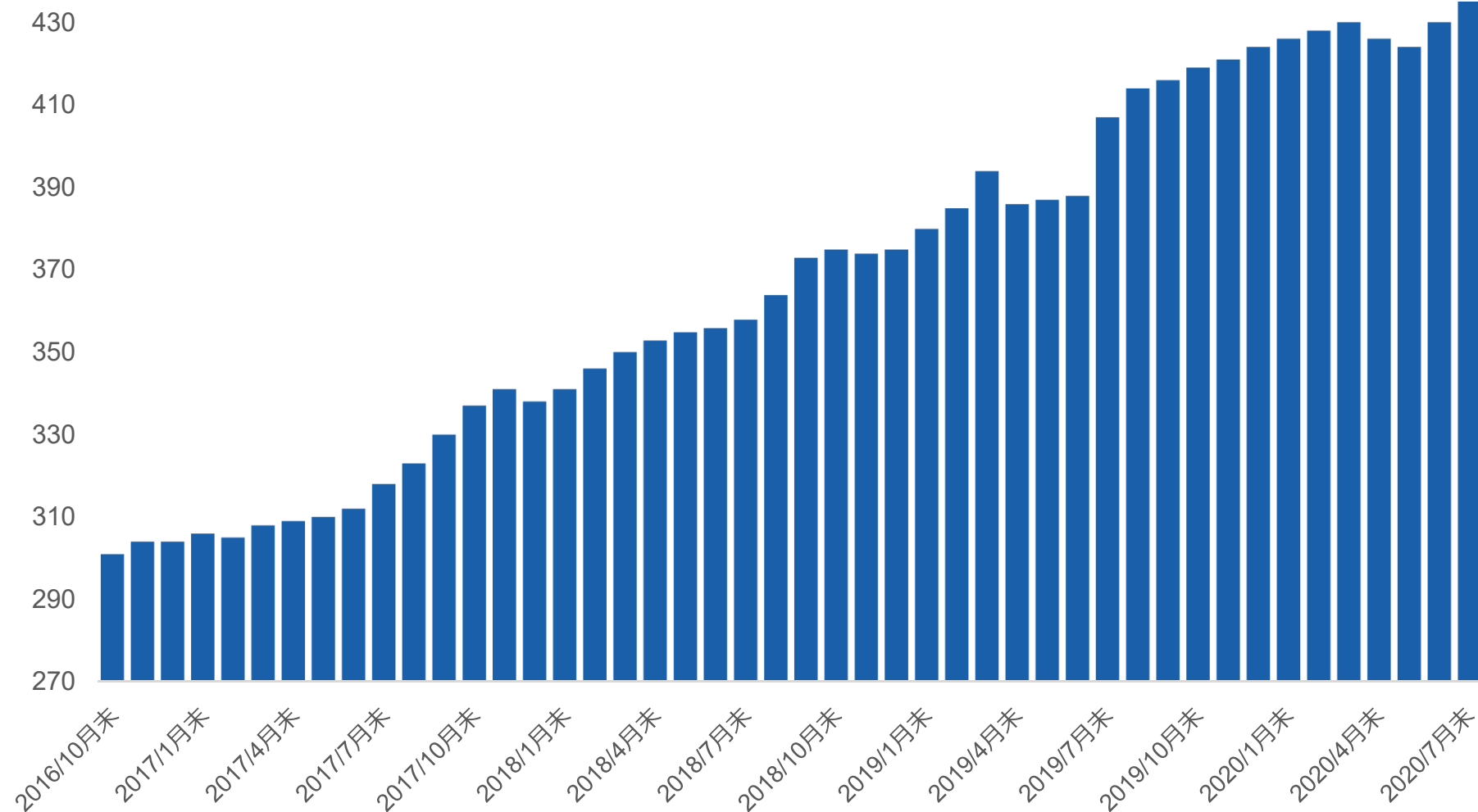
解約率の推移



MA-サブスクリプションのアカウント保有残高の推移

- MA-サブスクリプションのアカウント数は順調に伸びています。

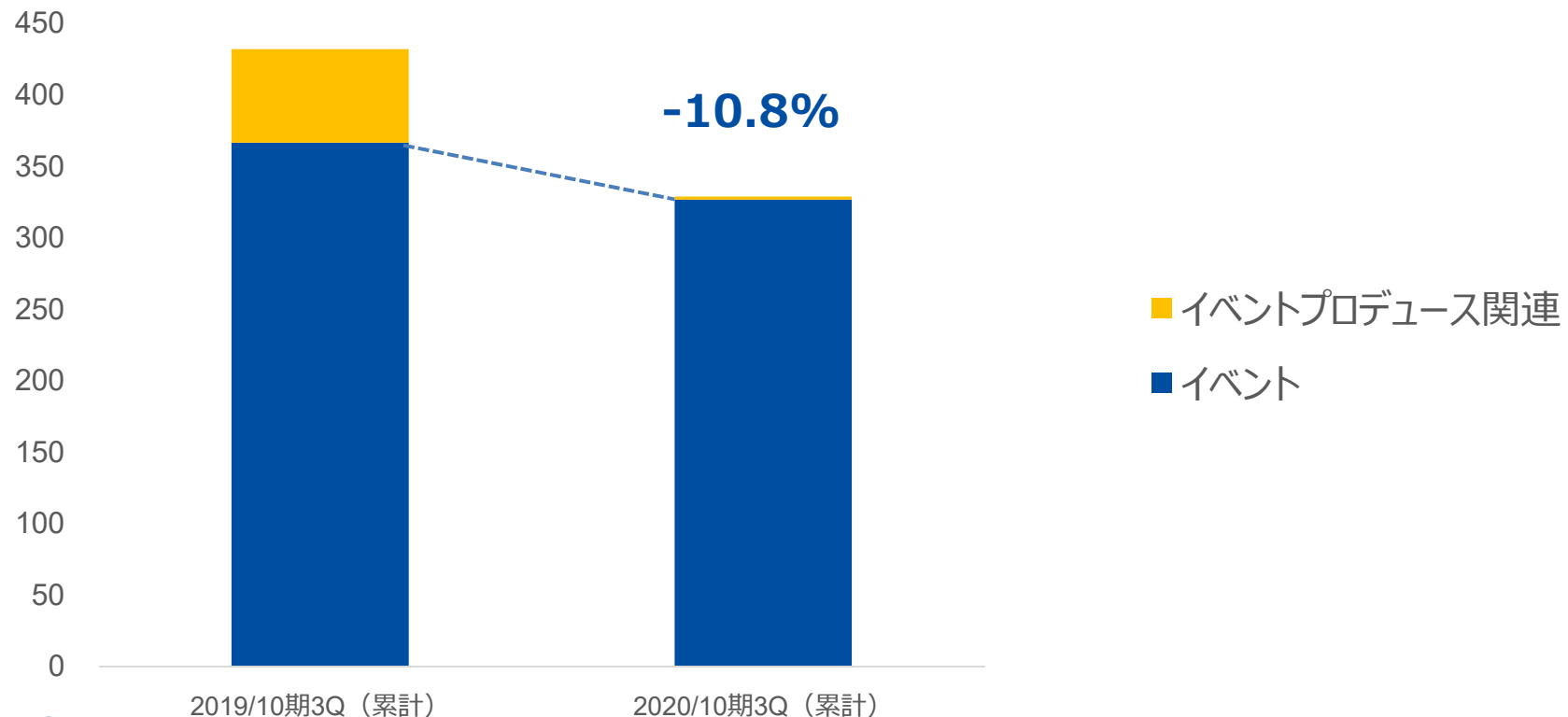
単位：件



EM売上の構成比

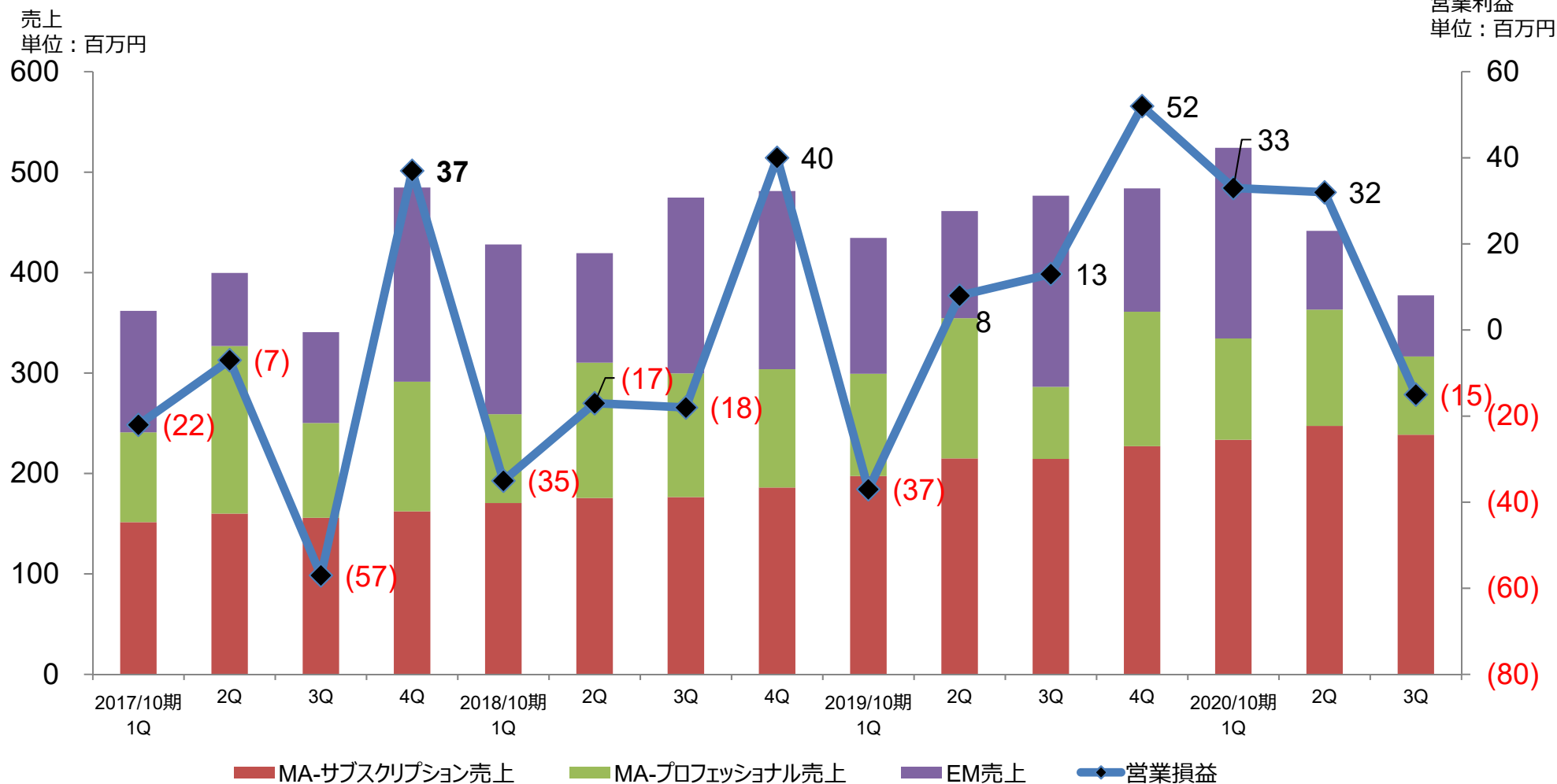
- EM売上（第3四半期累計）に含まれるイベント（システム支援、会期当日支援）とイベントプロデュース関連の内訳は下記の通り。
- 新型コロナウイルスの感染拡大に伴うイベントの開催中止やイベント開催における収容率要件や人数上限といった制限措置の影響もあり、イベント売上は前年同期比で10.8%減少したものの、徐々に「オンラインカンファレンスサービス」や「バーチャルイベントサービス」等の取り組みの成果も見え始めています。
- イベントプロデュース関連の売上は、2019年10月期から経営判断の下、計画的に縮小しています。

単位：百万円



売上高構成比・営業損益（連結）推移

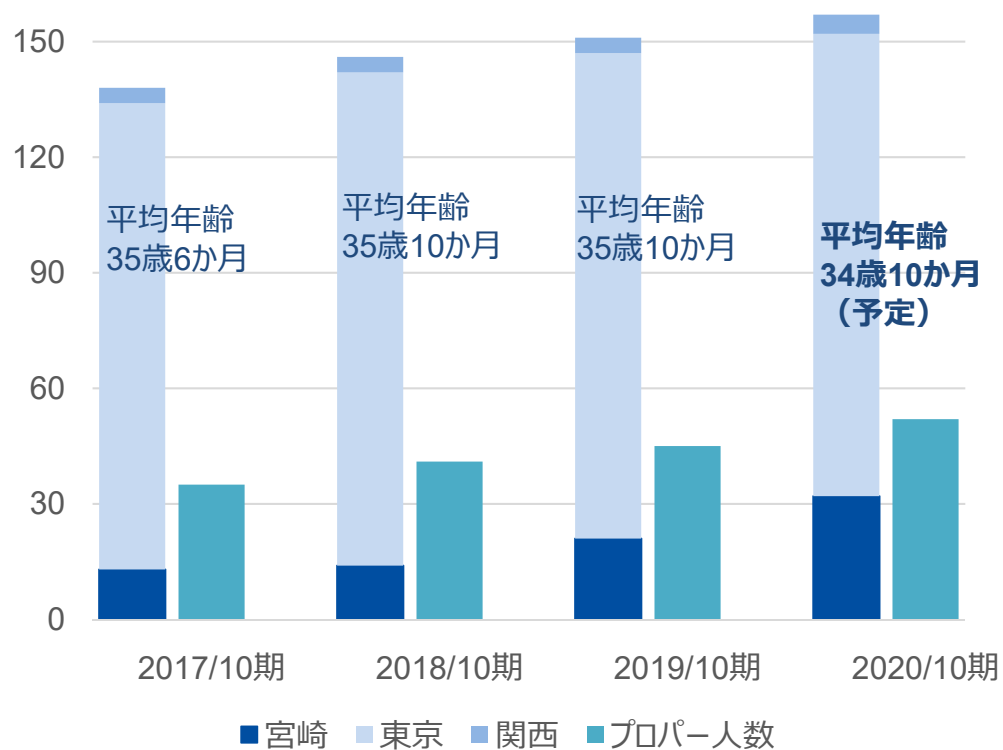
- MA-プロフェッショナル、EMは各四半期での変動（偏重）があります。
- MA-サブスクリプションは安定収益の基盤です。
（当期に新規獲得した「月額×12ヶ月」が翌期の収益基盤を押し上げる）



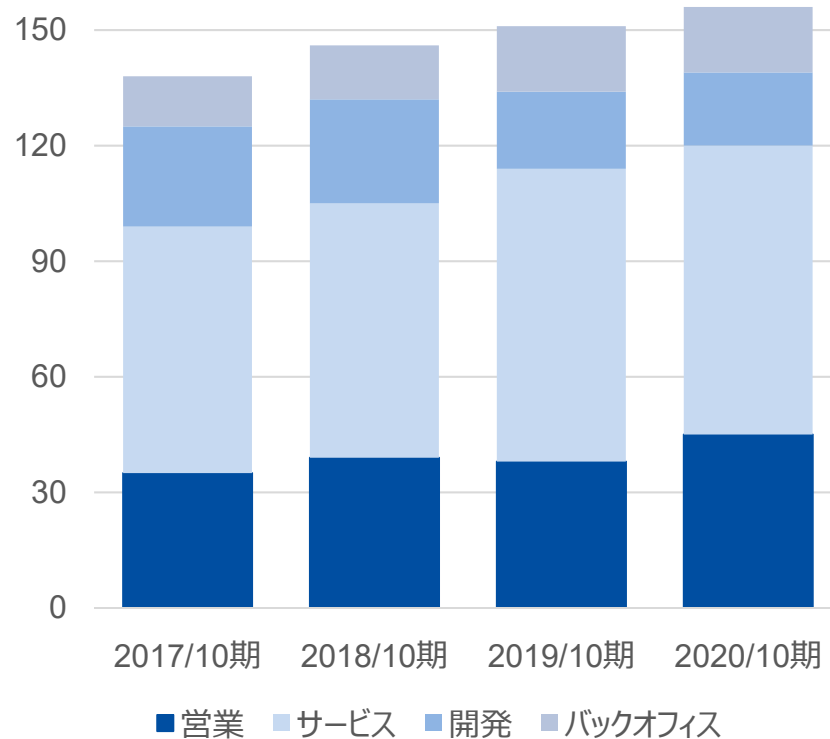
人員推移（シャノン単体）

- 中期的に取り組んでいる新卒採用の強化により、プロパー（新卒入社）の比率は年々上昇しています。
- プロパー比率の上昇に伴い、平均年齢の上昇を抑え、今期末では低下に転じる予定。
- 営業人員の増加が中期的な経営課題の一つであります。

拠点ごとの社員数とプロパー人数



職種ごとの人員内訳



II. APPENDIX

テック系企業の支援プログラムの提供開始（7/13リリース）

- テック系スタートアップ企業向けに、SHANON Tech Startup Support Programの提供を開始しました。
- テック系スタートアップ企業に当社のマーケティングオートメーションサービスを提供することで、成長支援と、中長期的な関係構築をすることを目的としています。
- 第1号は、人材サービスを展開する株式会社Hajimari（東京都渋谷区、代表取締役木村直人）を認定。



IT導入補助金のサービス認定を受けました（7/16リリース）

- 経済産業省の実施する「令和元年補正サービス等生産性向上IT導入支援事業」において「IT導入支援事業者」に認定をされました。
- 2017年の認定から、連続4年で認定を受けています。

IT導入補助金2020

創業20周年を迎えました（8/25リリース）

- 2020年8月に展示会会場申込受付管理・出展者書類提出管理システムの受託開発・販売からスタートしましたが、皆様のお力添えのおかげで、20周年を迎えました。

おかげ
さまで

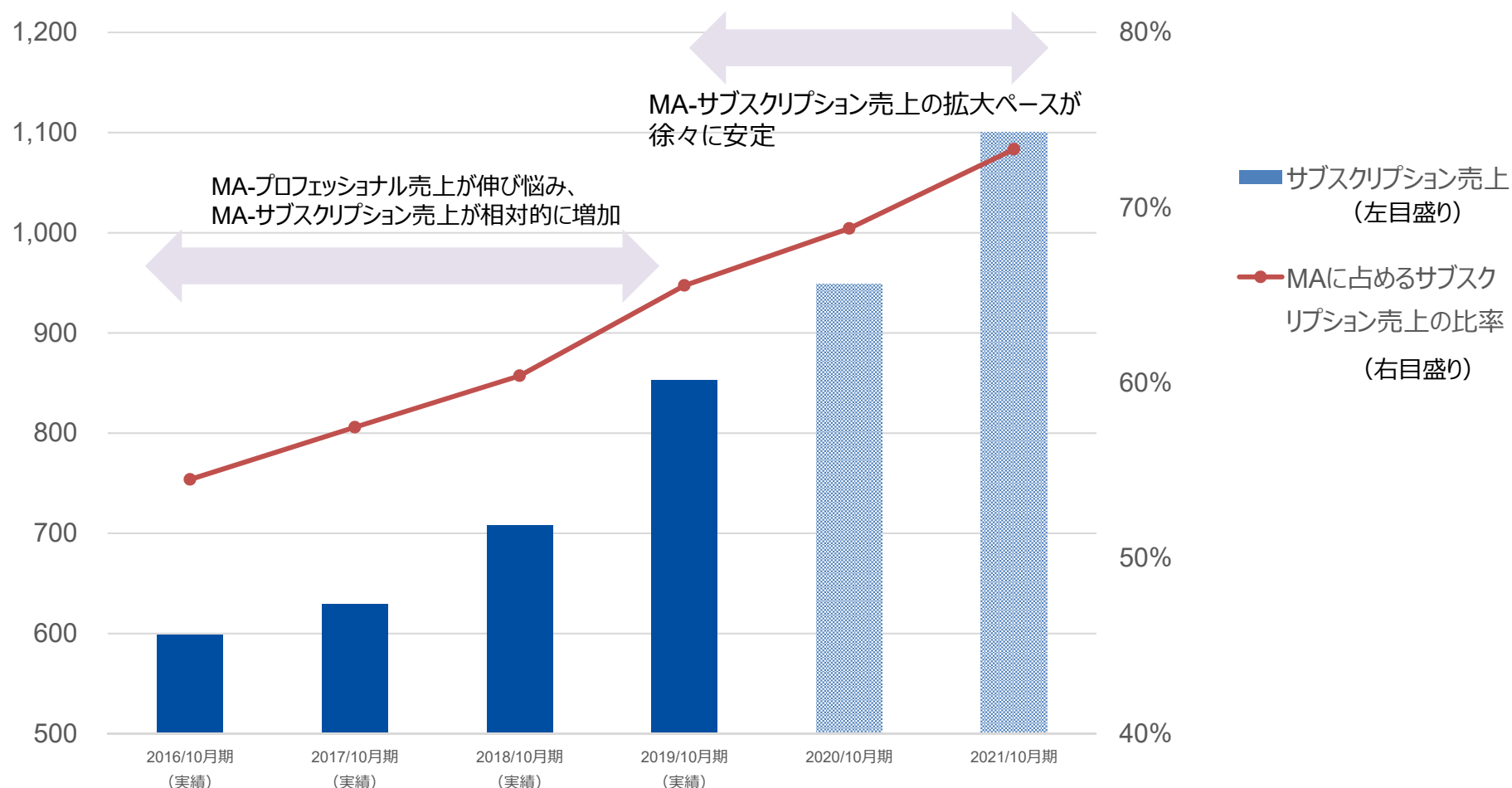


III. 今後の見通し（再掲）

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。

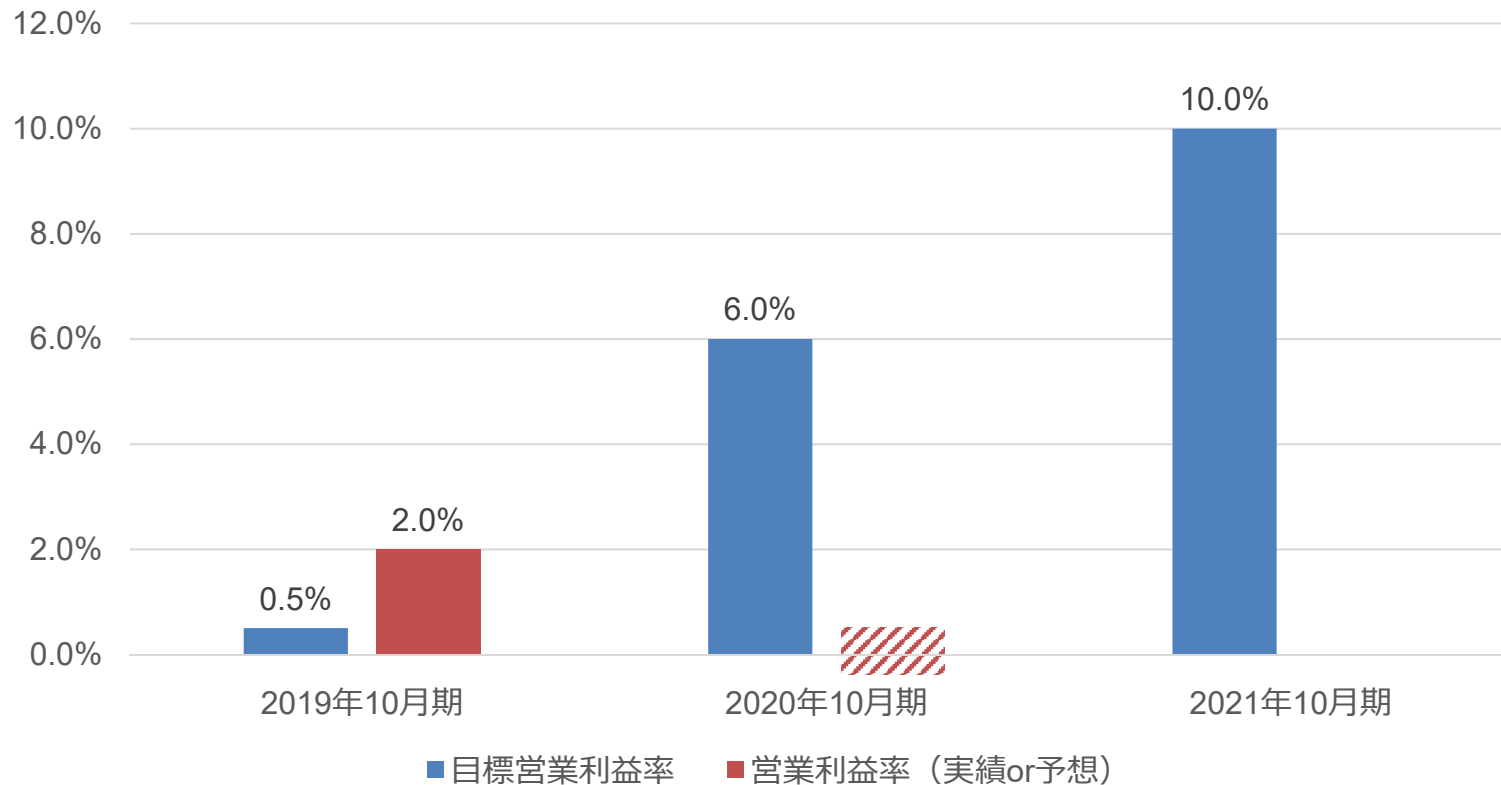
単位：百万円



中期的な営業利益成長イメージ

- MA-サブスクリプションサービス、イベント（イベント支援、会期当日支援）関連の拡大をベースに営業利益率を改善していく。
- 通期予想上はリスク等を勘案し、保守的な数値となっているため、実際には予算時の想定を上回る営業利益率を目指していく（2020年10月期については、5/28付で業績予想を修正し、現時点では赤字予想）。
- **営業利益率を10%超へ改善することを中期的な目標とする。**

営業利益率の推移



成長戦略の進捗

マーケティングオートメーション市場への積極投資

FY18は名刺モバイル、kintone連携強化、SSO強化などを実施。
FY19はAWSインフラへの移行、企業管理機能、DM機能強化、Motion Board連携をリリース。FY20も差別化に投資継続。

イベントマーケティングへの投資

人材の依存度を下げたビジネスモデルへの転換をめざした製品投資を実施する。成長路線への転換実現を目指す。
FY19も順調に進められているためFY20も投資を継続していく。

パートナー戦略の推進（販売・導入・連携）

販売パートナーの増加から受注拡大傾向をさらに加速させていく。
導入パートナーおよびスペシャリストの増加も継続取り組み。

ソリューション新領域の拡大（広告、EC）

順次計画化

新テクノロジー A I 活用サービスの展開

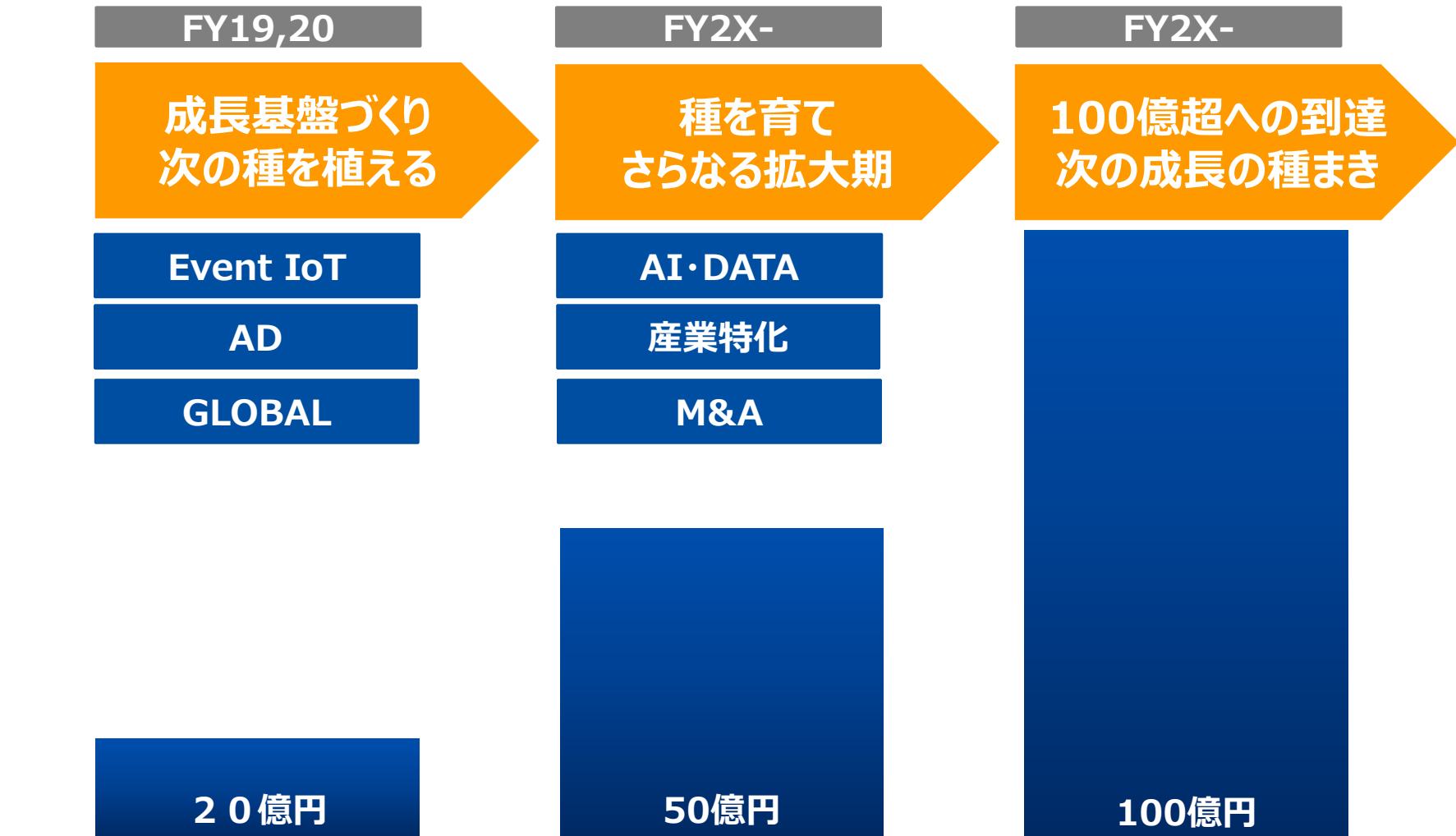
順次計画化

グローバル市場へのチャレンジ

順次計画化

中期計画

- 売上高100億円へのマイルストーンとして売上高50億円の目標に向けた中期計画を推進



IV. 会社概要・事業概要（再掲）

新型コロナウイルス感染症対策

- ウイズコロナ体制として、現在も出社人数を抑えて在宅勤務を継続。
- オンライン商談の成功事例も増加しており、引続き事業活動への影響は出ておりません。

従業員向けの感染防止対策

- 新入社員研修は配属までほぼオンラインにて完遂。また毎月実施している全社員向けの情報共有会にも、オンラインにて実施
- 緊急事態宣言解除後も引続き、東京／関西拠点の全従業員を対象に、シフト出勤を継続。出勤率は20%程度
- 社内での感染発生を防ぐための情報を、社員に対して継続的に実施

事業継続のための対策

- 従来より、ノートPCの貸与、VPN接続によるリモートワーク等に取り組んでいたことが功を奏し、現在も引き続き、安定したリモート環境は整備できている
- オンライン商談に対する営業担当の習熟も進み、きめ細かいフォローを行いつつ、オンラインのみでの受注実績も増加
- オンライン上での契約締結サービスは従前より積極利用をしていたが、改めて利用促進中



ウィズコロナの体制

- 出社勤務日、在宅勤務日を組み合わせることで出社頻度、出社時の密を回避
(**出社率は20%程度にて推移** 2020年8月時点)
- 社内にフリーアドレススペースを多数用意し、オフィス内での密な環境を極力排除
- マスク着用の徹底やアルコールハンドジェルやアルコールタオル、非接触体温計を社内各所に設置、会議室の定員数削減等により社内感染予防
- 社内ミーティングは現在もオンラインを継続しており、問題なく遂行できている



会社概要

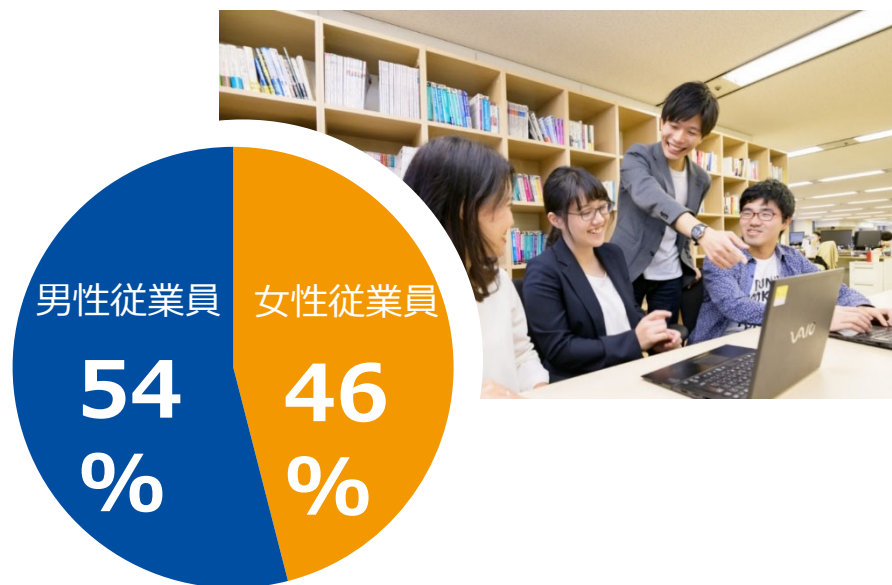
- 商号** 株式会社シャノン
(東京証券取引所マザーズ市場上場【証券コード：3976】)
- 設立** 2000年8月25日
- 所在地** 【本社】 東京都港区三田3-13-16 三田43MTビル 4F
【関西支社】 大阪府大阪市北区豊崎3-19-3
【宮崎支社】 宮崎県宮崎市高洲町144-1
【名古屋オフィス】 愛知県名古屋市中村区名駅2-45-14
- 子会社** 想能信息科技有限公司
上海市静安区南京西路1728号百乐门大都会 6楼 607室
- 代表者** 代表取締役社長 中村 健一郎
- 事業内容** マーケティングクラウドの提供
関連するコンサルティング・アウトソーシングサービス
- 従業員数** 単体：157名（契約社員含む。2020年04月末現在）
連結：162名（契約社員含む。2020年04月末現在）



シャノンの特徴

従業員数の男女構成比

従業員数の男女構成比は、男性が54%、女性が46%です。



女性活躍推進優良企業として えるぼし認定を獲得

産休・育休取得率は100%を維持しており、従業員の働きやすい環境を大切にしたい会社づくりを行っています。



多様性のある会社組織を目指しています

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

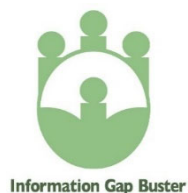
テクノロジーとサイエンスにもとづく
マーケティングによって、顧客の市場拡大
と利益最大化を実現し、企業のより
創造的な活動に貢献します。

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。

ESGの取り組み シャノンソーシャルサポートプログラム (SSSP)

- 医療・貧困問題、教育、環境問題等、国内の様々な社会問題に対して取り組んでいるNPOの活動をご支援すべく、特別なライセンスでシャノンの製品をご提供しています。

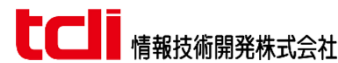


(導入団体様例・順不同)

社会貢献団体へ特別ライセンスを提供しています

導入実績

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



BtoB/BtoCを問わず、幅広い業界でご導入いただいています

連携先システム



SFA / CRM

広告 / アクセス解析

BI / 企業情報

ETL / 決裁

多くのサービスとシステム連携しています

ユーザーの声

口コミ投稿サイト：ITreviewにて、Leaderを受賞



★★★★★ 投稿日：2020年02月13日
フォローが手厚い
この製品・サービスの良いポイントは？
非公開ユーザー
企業所属 確認済
社の実務担当への説明が手厚く、何度でも嫌な顔をせずに対応してくださります。また慣れれば簡単に利用することができる。

★★★★★ 投稿日：2019年08月20日
ベンダーが選ぶピックアップレビュー
マーケティング施策の要となるツール
この製品・サービスの良いポイントは？
非公開ユーザー
企業所属 確認済
利用 確認済
トラッキング、スコアリング、リード管理、セミナー管理等々、豊富な機能を実装。マーケティングに必要な機能は網羅している。不明点はCSが丁寧に解決してくれるため、使い続けることができます。

★★★★★ 投稿日：2019年10月29日
直感的にページが作れて管理も簡単
この製品・サービスの良いポイントは？
松本 尚美
企業所属 確認済
利用 確認済
新規ページの作成も簡単ですが、一度ページを作成すると類似のページは簡単なカスタマイズで作れるのが非常に便利。イベントごとの管理もわかりやすく、手間なくできます。

顧客満足度と認知度の双方が優れた製品として表彰されています

事業概要

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
MA

イベントマーケティング
EM



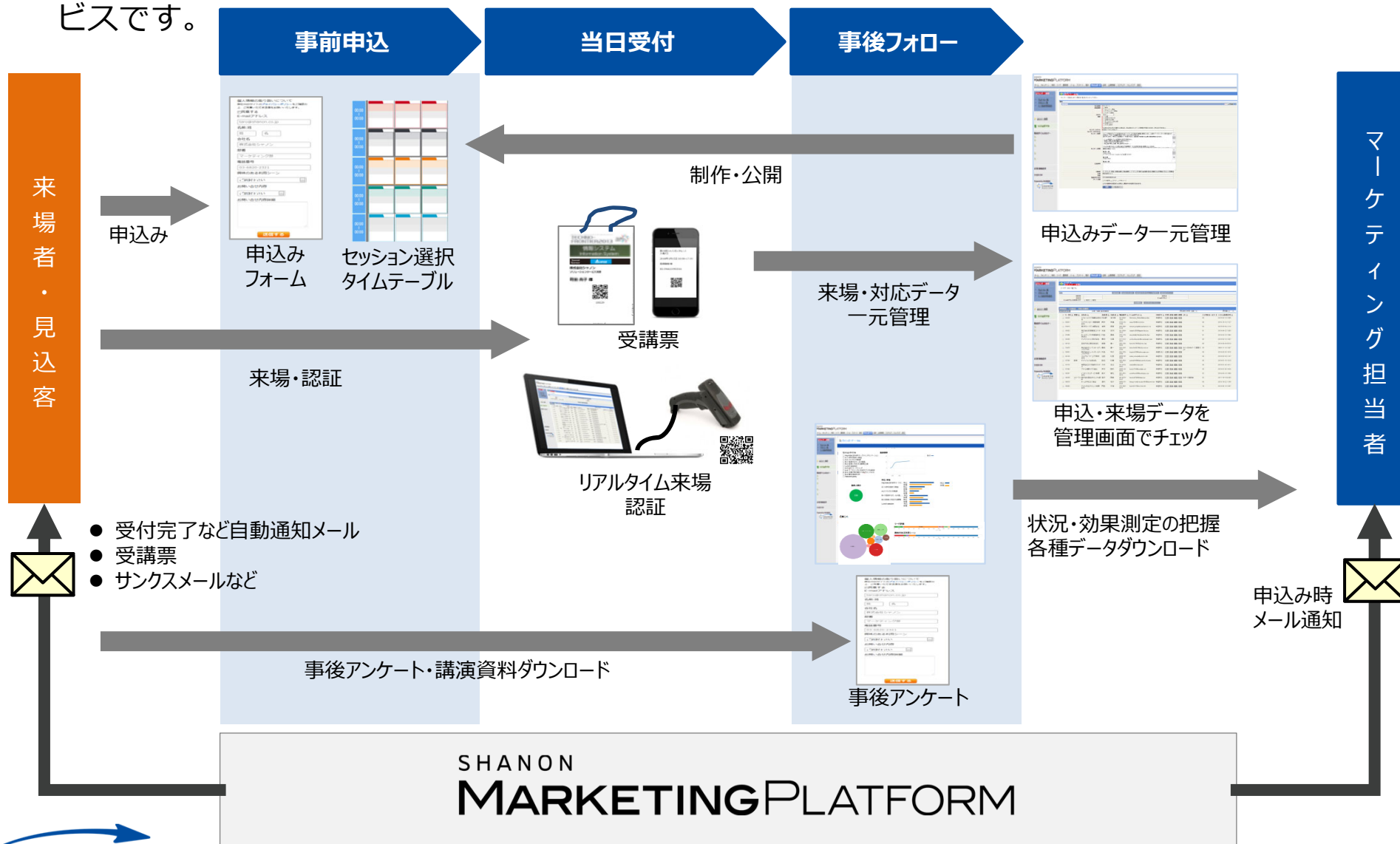
マーケティング
コンサルティング

BPO
(運営代行)

導入サービス

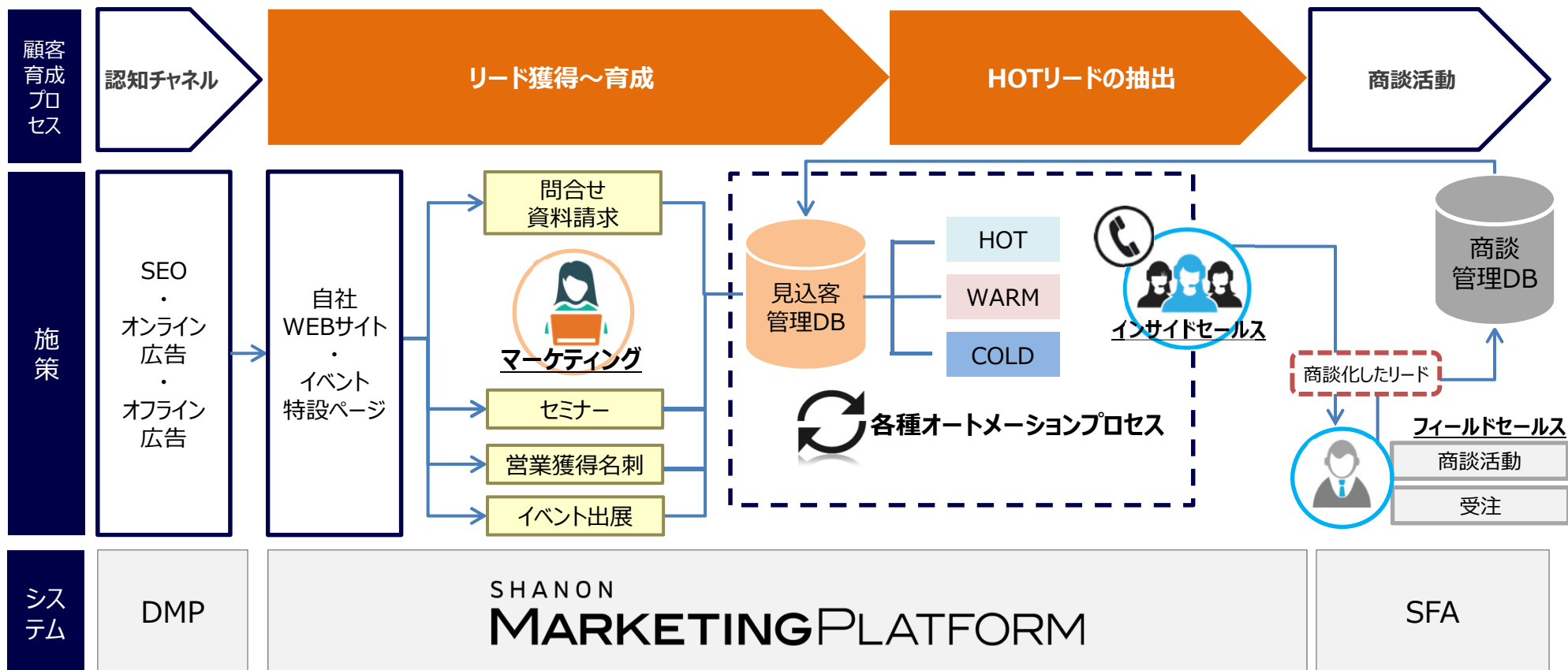
イベントマーケティング（EM）とは

- イベントマーケティングとは、事前準備から事後フォローまでのプロセス全体の統合的・効率的な運用を可能し、単なるイベント開催だけで終わらせず、戦略的なイベント活用を実現するサービスです。

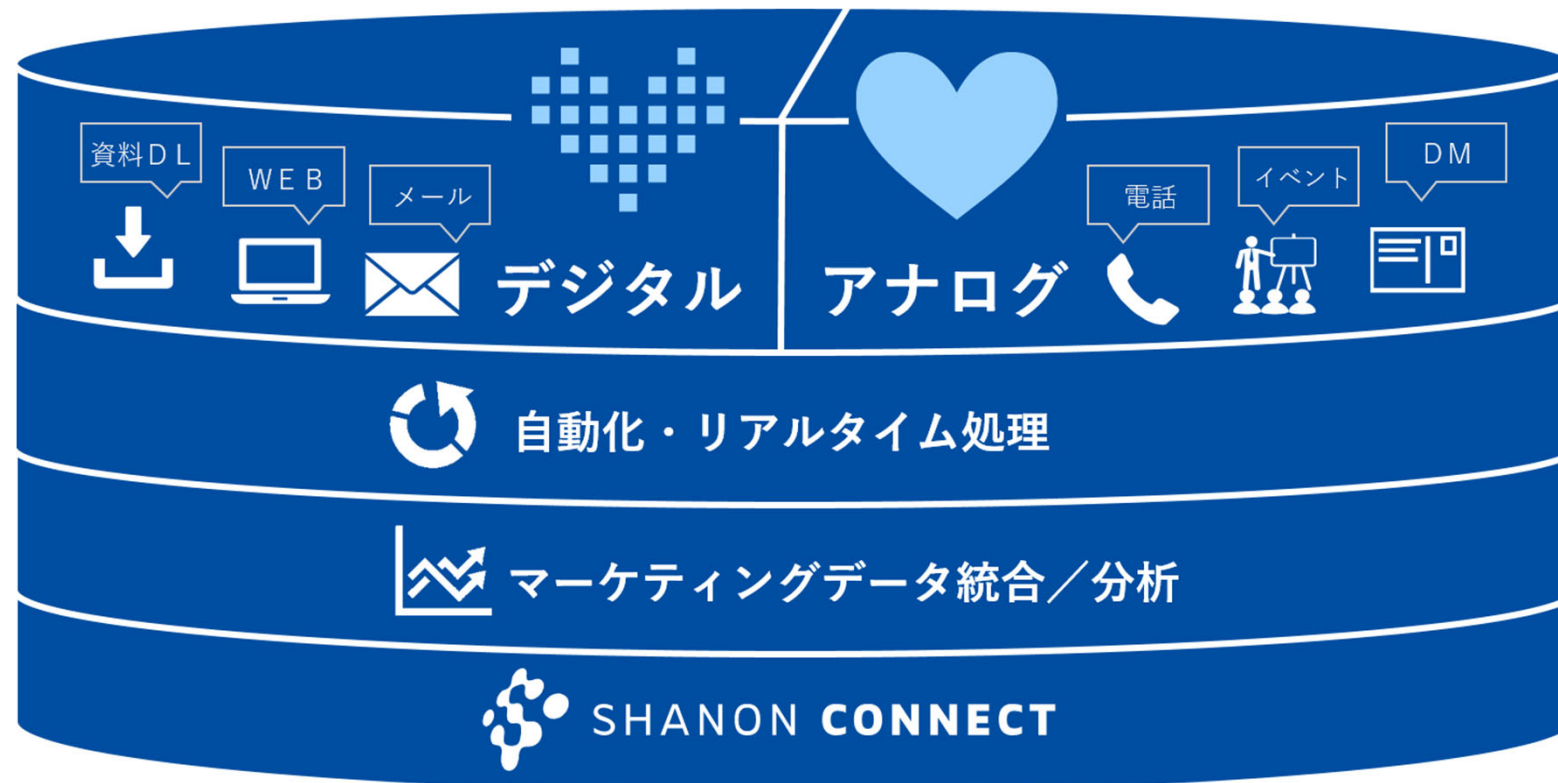


マーケティングオートメーション (MA) とは

- 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)



シャノンが提供する製品



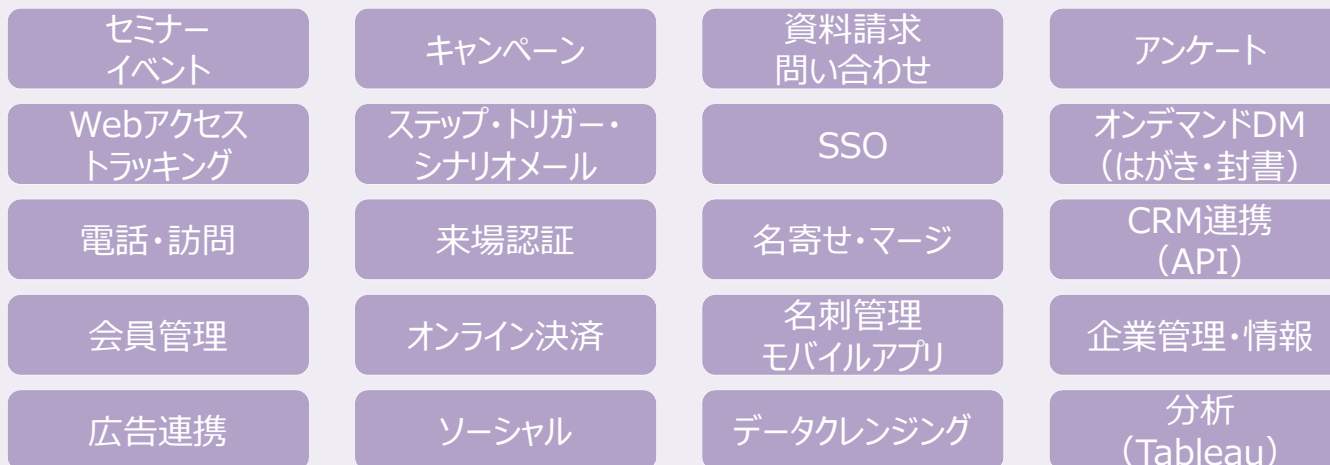
“デジアナマーケティング”を実現するプラットフォームを提供

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

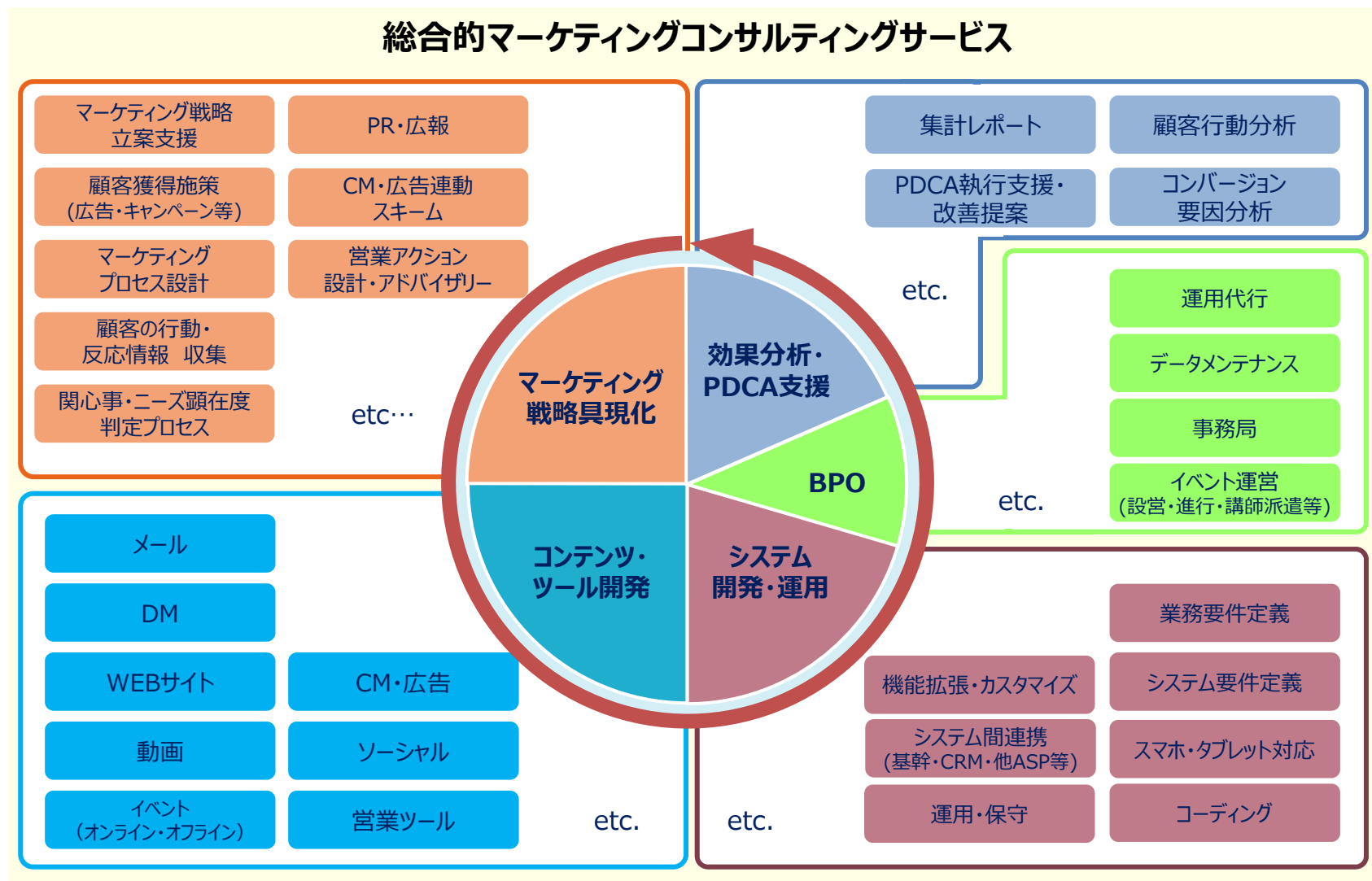


リードデータマネジメント



総合的マーケティングコンサルティングサービス

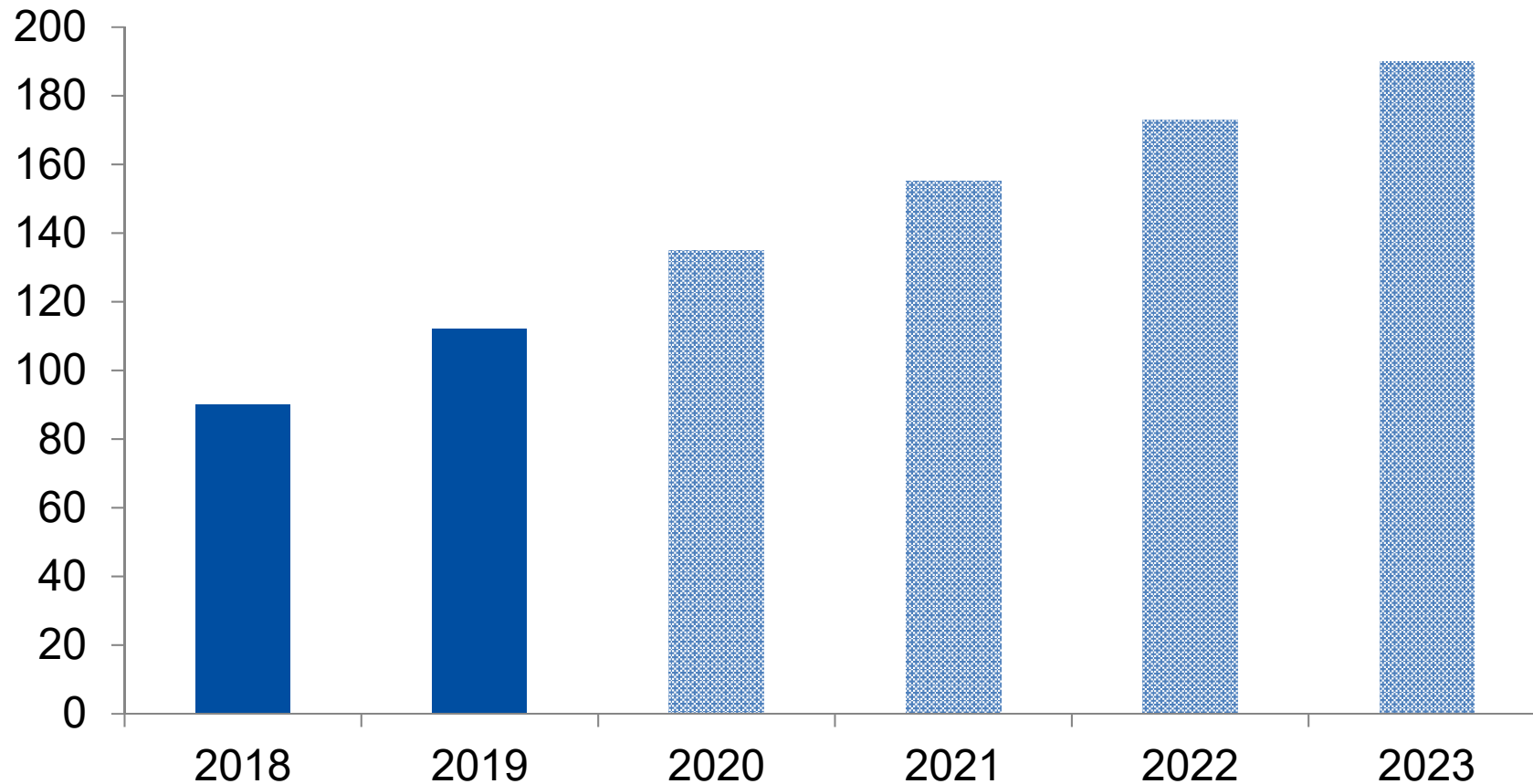
- マーケティング課題解決のために各種サービスをワンストップで提供しています。



マーケティングオートメーション（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。

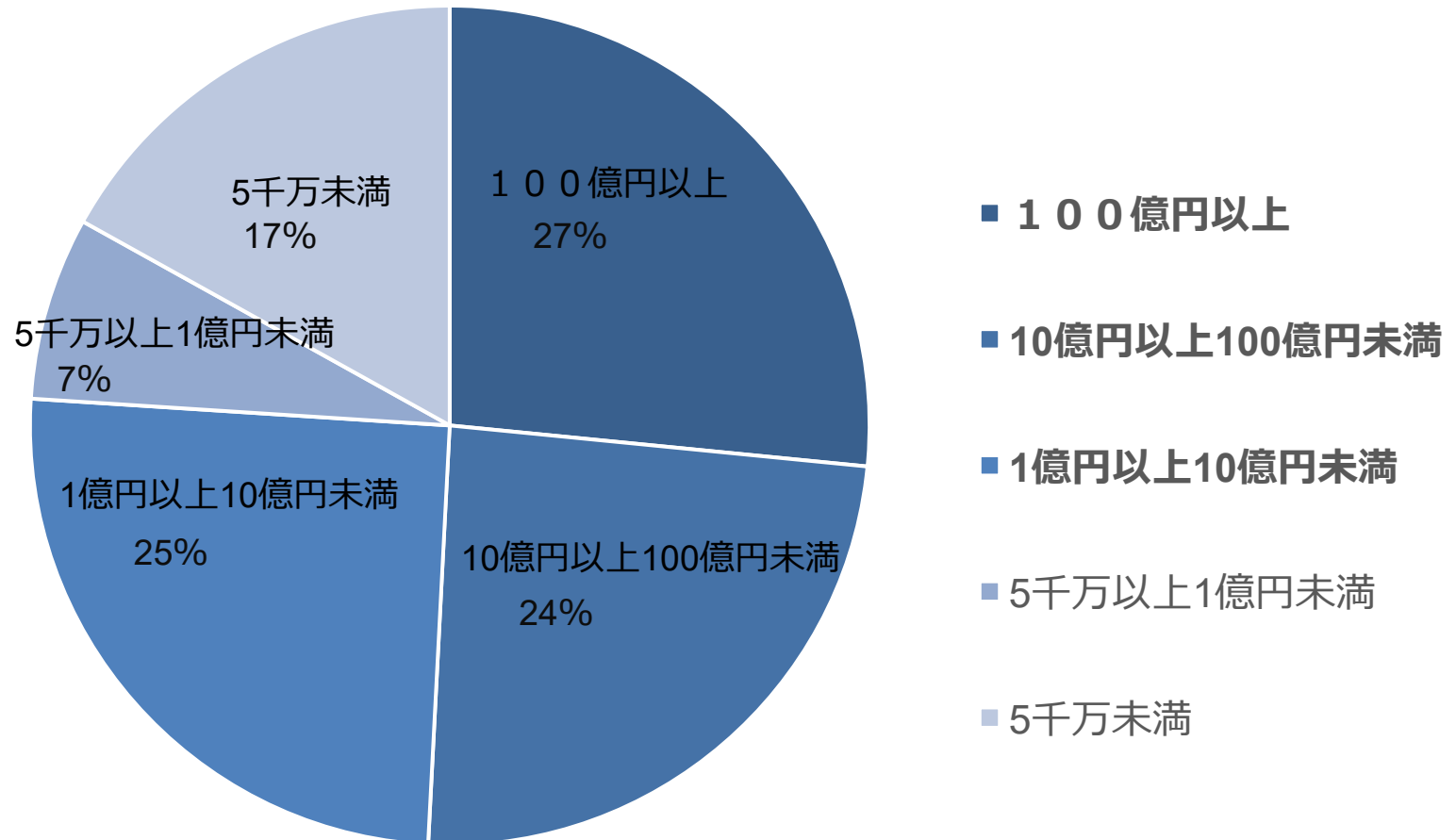
単位：億円



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」

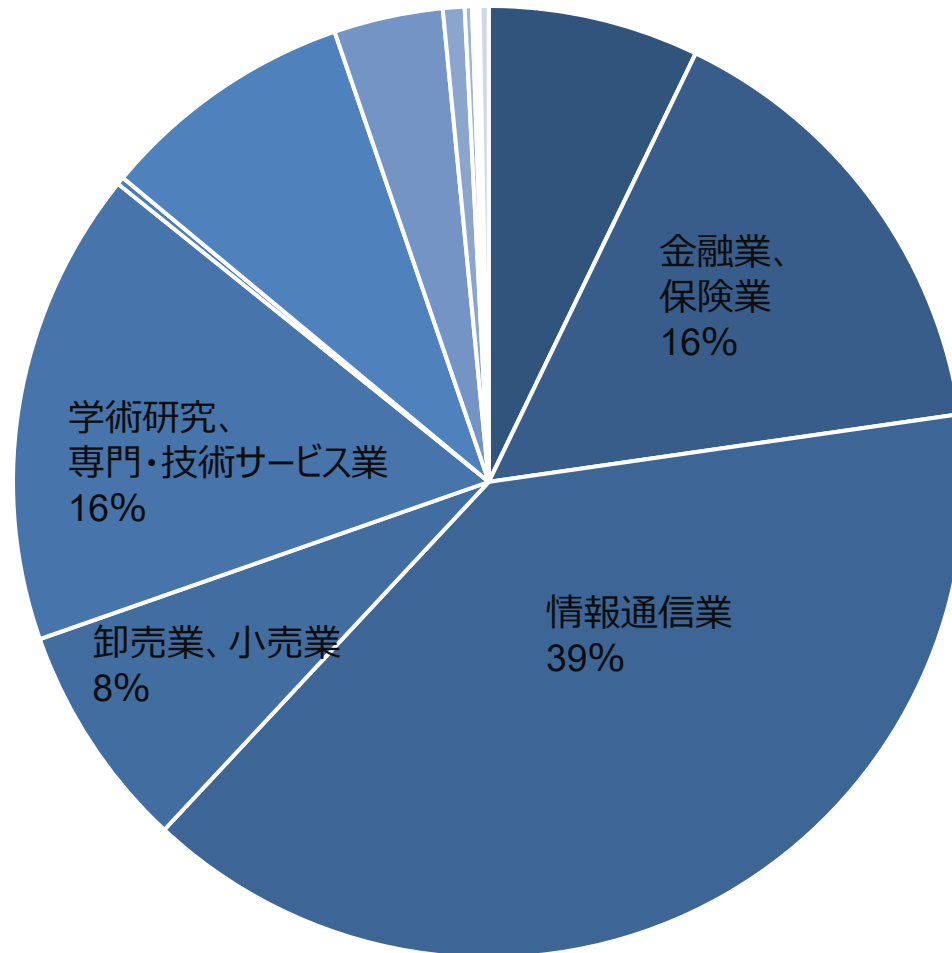
取引先の規模

- 資本金1億円以上の取引先への売上が全体の76%超となっています。（中・大規模向けがメイン）
（2019年10月期実績）



取引先（業種区分）

- 取引先業種（日本標準産業分類）は多岐に渡っています。
（2019年10月期実績）
※売上高比率



- 製造業
- 金融業、保険業
- 情報通信業
- 卸売業、小売業
- 学術研究、専門・技術サービス業
- 建設業
- サービス業（他に分類されないもの）
- 不動産業、物品賃貸業
- 教育、学習支援業
- 生活関連サービス業、娯楽業
- 宿泊業、飲食サービス業
- 運輸業、郵便業
- 医療、福祉

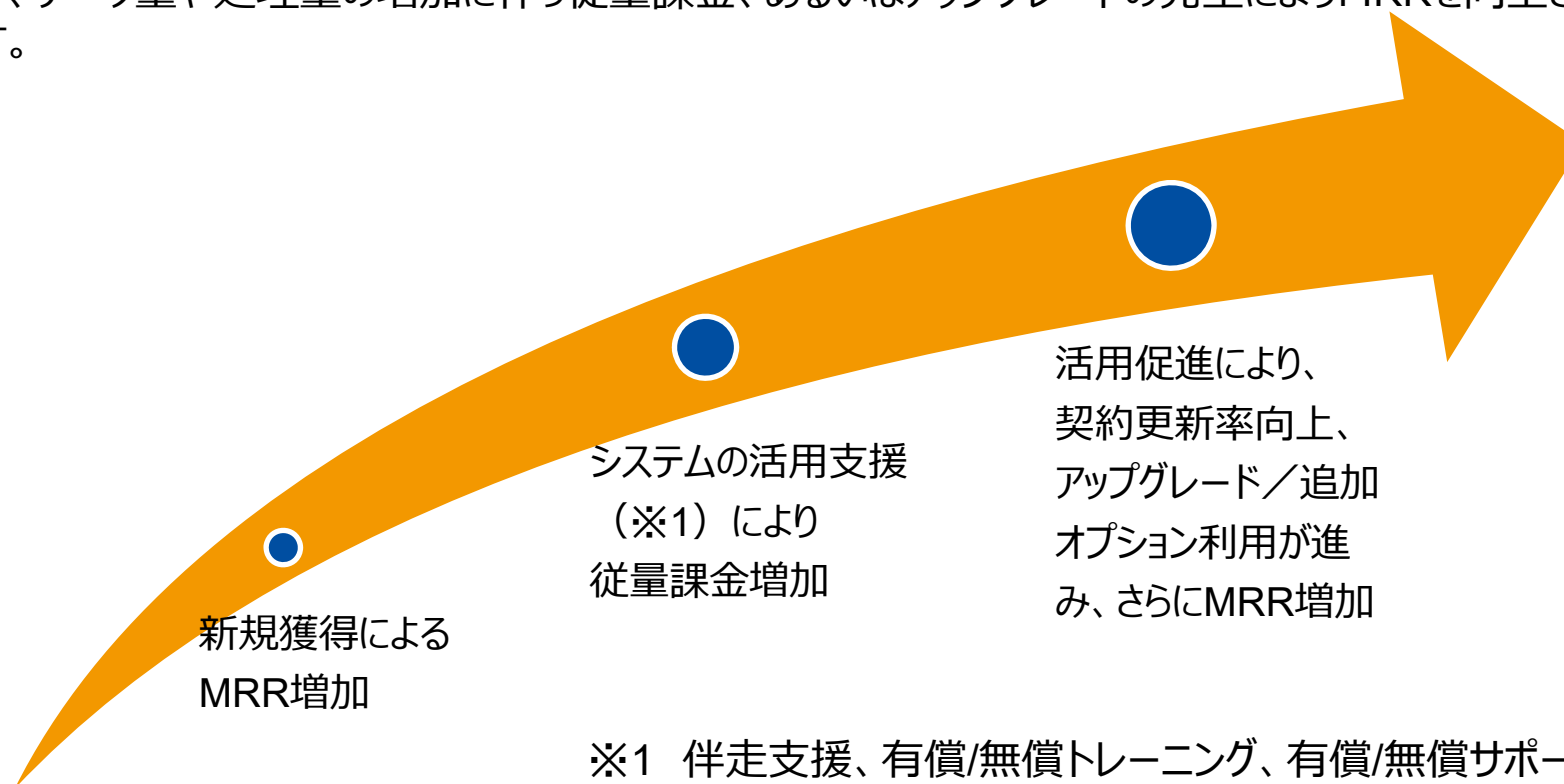
シャノンの売上構成要素

- シャノンの売上構成は以下の通りです。
- 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おり、活用が進むことで更なるMRR獲得につながります。

マーケティングオートメーション (MA)	MA-サブスクリプション	システム利用料に関するMRR (月額契約金額)
		従量課金
イベントマーケティング (EM)	MA-プロフェッショナル	初期費用、設定作業、BPOサービス等
	イベント	システム支援
	イベントプロデュース関連	会期当日支援
		イベントプロデュース関連

MA-サブスクリプション売上の成長過程

- シヤノンマーケティングプラットフォームには多数の追加オプションがあり、活用促進により、追加オプションの契約や、データ量や処理量の増加に伴う従量課金、あるいはアップグレードの発生によりMRRを向上させていきます。



$$\text{MA-サブスクリプション} = \text{前月までのMRR} + \boxed{\text{新規獲得MRR} + \text{従量課金} + \text{アップグレード／追加オプションMRR}} - \text{解約／ダウングレードMRR}$$

※更新率と相関
※MA-サブスクリプションは年間契約

※従量課金が増えることで、上位プランへの変更がおこる

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。