



2021年10月期 第2四半期 決算補足説明資料

株式会社シャノン（東証マザーズ：3976）

2021年6月11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、
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・事業概要について

II. 事業の内容

III. 2021年10月期 第2四半期報告

IV. 今後の見通し

V. APPENDIX

I. 会社概要・事業概要について

会社概要



商号	株式会社シャノン【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】愛知県名古屋市中区丸の内2-17-13
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 株式会社ジクウ 東京都港区三田3-13-16 三田43MTビル 4F
代表者	代表取締役社長 中村 健一郎
事業内容	クラウド型マーケティングソリューションの企画・開発・販売・サポート マーケティングにかかわるコンサルティングおよびサービスの提供
従業員数	単体：201名（契約社員含む。2021年04月末現在） 連結：207名（契約社員含む。2021年04月末現在）



シャノンの特徴

- 従業員数の男女構成比は、男性が55%、女性が45%です。
- 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会社づくりを行っています。

従業員数の男女構成比



女性活躍推進優良企業として えるぼし認定を獲得



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



Internet Initiative Japan



BtoB/BtoCを問わず、幅広い業界でご導入いただいています

ITreview Grid Award 2021 Spring受賞

- 「ユーザーに評価された“本当に良い製品”に出会える国内最大級IT製品／SaaSのレビューサイト」であるItreviewの、「ITreview Grid Award 2021 Spring」を受賞しました。
- ITreviewに集まった約2.5万件のレビューをもとに顧客満足と認知度の双方が優れた製品とし評価をいただいています。



★★★★★ 投稿日：2020年02月13日

非公開ユーザー
企業所属 確認済

フォロワーが手厚い

この製品・サービスの良いポイントは何でしょうか？
弊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下さります。また慣れれば簡単に利用することができます。

★★★★★ 投稿日：2019年08月20日

非公開ユーザー
企業所属 確認済
CONTACT

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何でしょうか？
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

松本 尚美
企業所属 確認済
利用 確認済

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何でしょうか？
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。

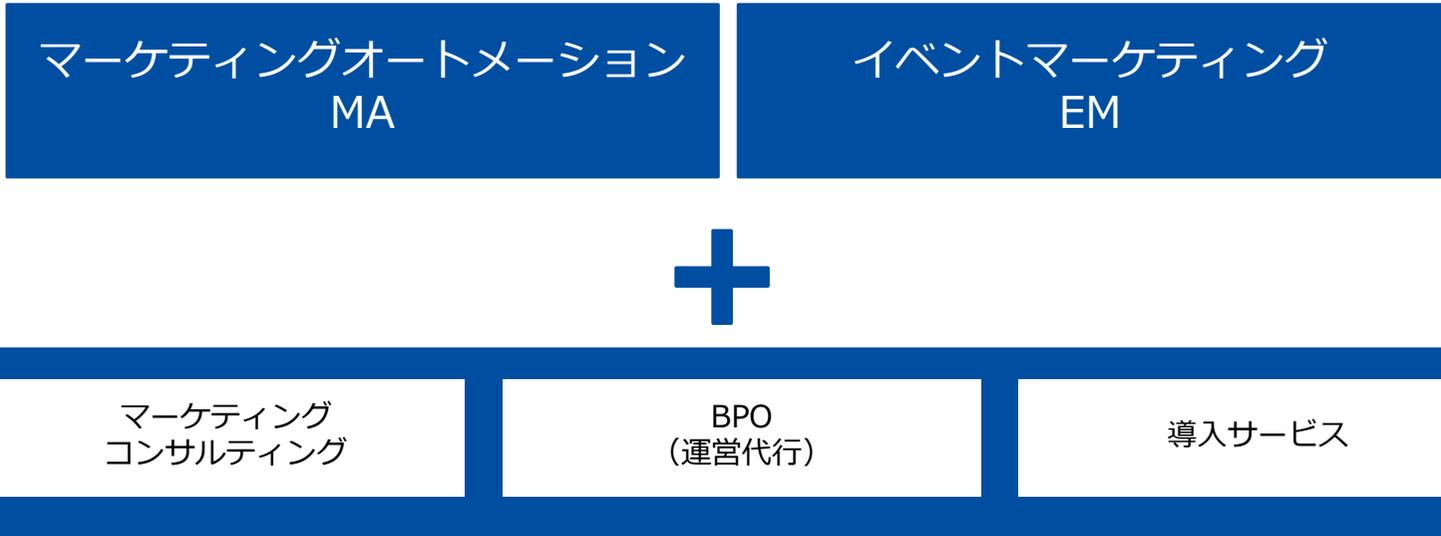
見込客（リード）管理や、コンテンツ作成、サポート体制等について、高く評価をいただいています

Ⅱ. 事業の内容

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。



MAとEMの売上比率は、およそ7 : 3

製品の主な機能

- 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



シャノンが提供する製品

- マーケティングにおいて、デジタル施策とアナログ施策を一つのシステムで統合的に支援・管理できるところがSHANON MARKETING PLATFORMの特徴。



“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

シャノンの売上構成要素と割合

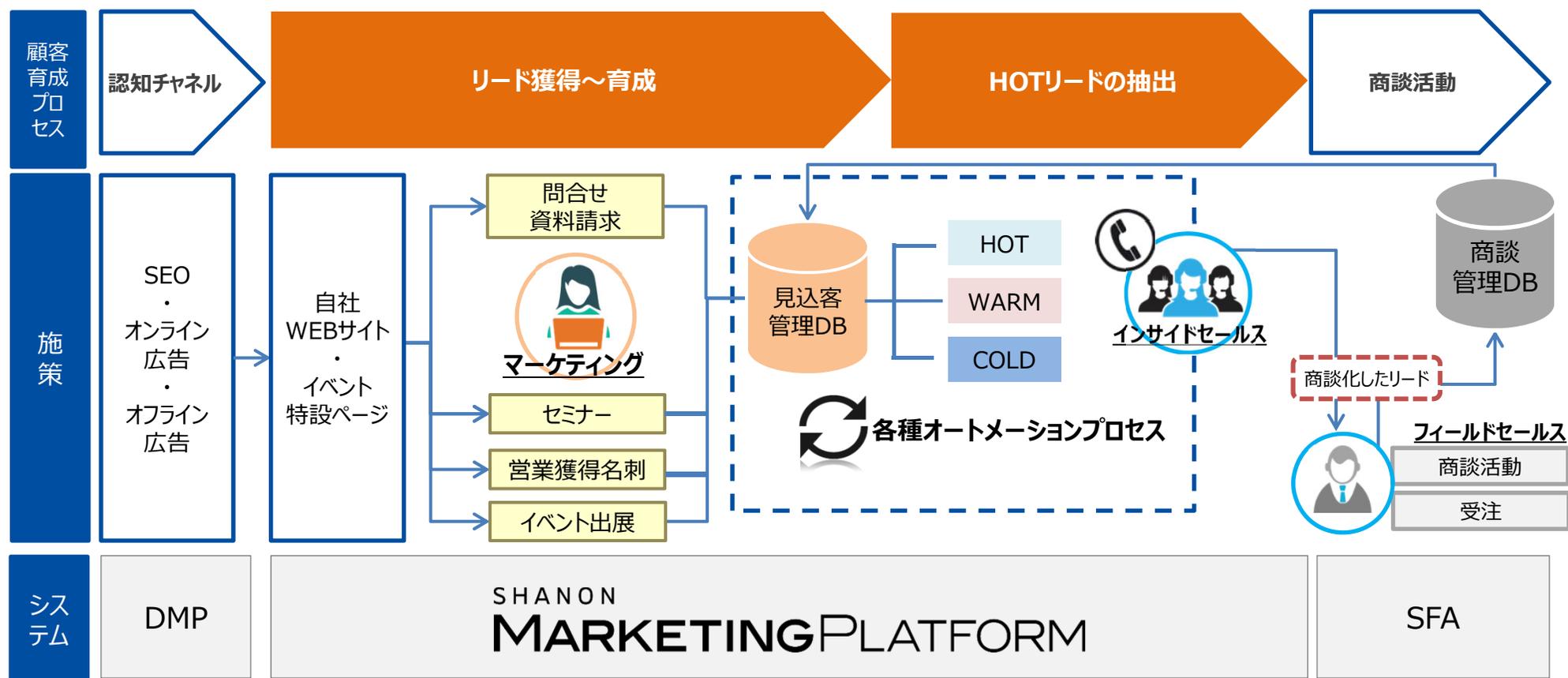
- シャノンの売上構成は以下の通りです。
- 長期的に収益に貢献していくMA-サブスクリプションを重視しており、活用が進むことで更なるMRR獲得（アップグレードや従量課金増加）につながります。
- MAの約7割がサブスクであり、その売上高は、10億円超/年（2021年10月期業績予想）。

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 (年間契約)	システム利用料に関するMRR (月額契約金額)
	MA-プロフェッショナル	従量課金 有償保守サービス、年間契約のBPOサービス
イベント マーケティング (EM)	イベント (スポット)	初期費用、設定費用、BPOサービス等
		システム支援 (バーチャルイベントに関するシステム構築費を含む)
		会期当日支援

マーケティングオートメーション (MA)

マーケティングオートメーション (MA) とは

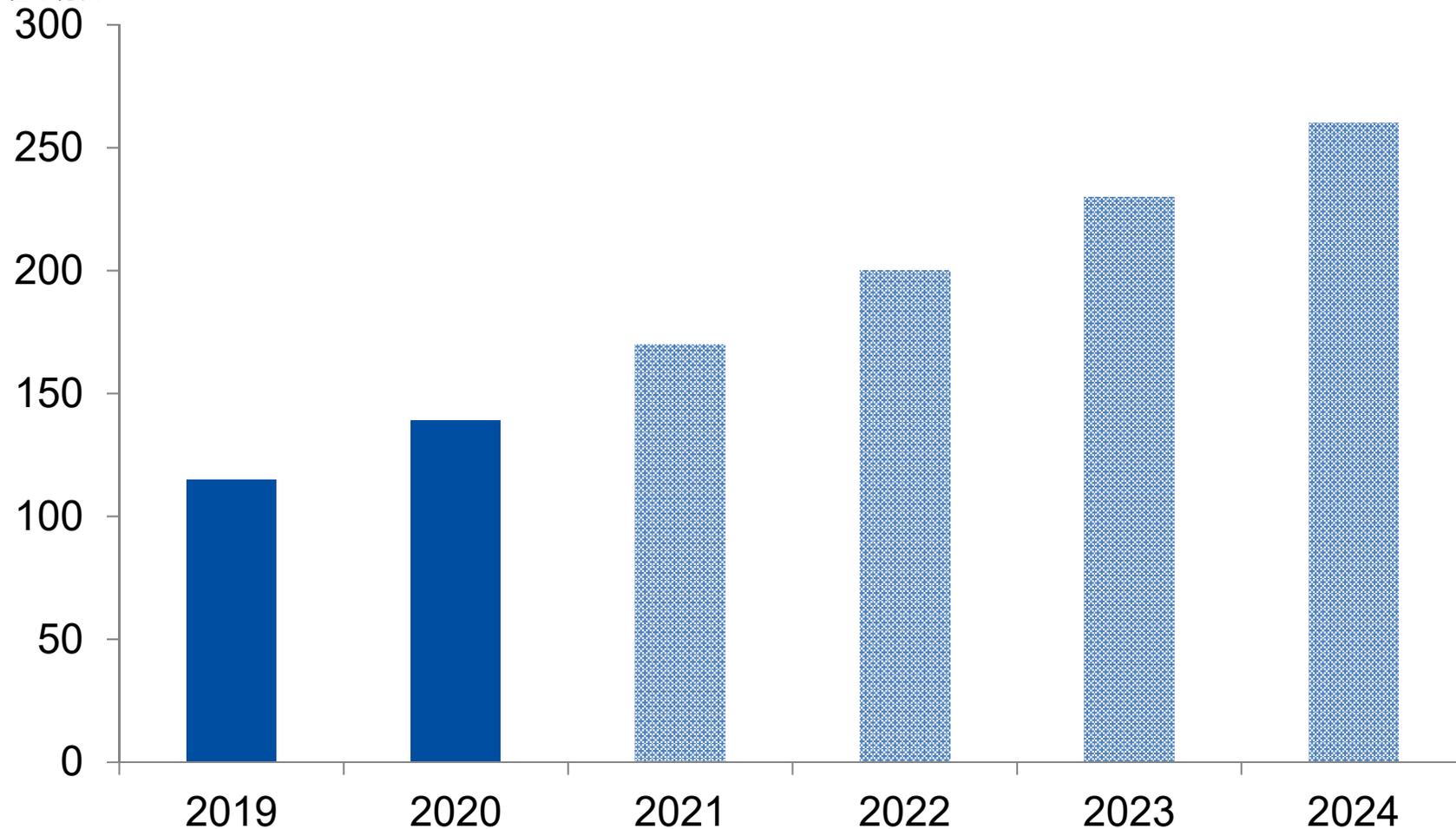
- マーケティングオートメーションサービスとは、見込客および既存顧客から商談を獲得するために実施する、オンライン/オフラインのマーケティング活動全般を統合管理して、顧客企業が商談を獲得するために最適なコミュニケーションを自動化する手法、およびそれを可能にするプラットフォームのことです。(シャノンによる定義)



マーケティングオートメーション（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CAGR17.7%の成長が予測されています。

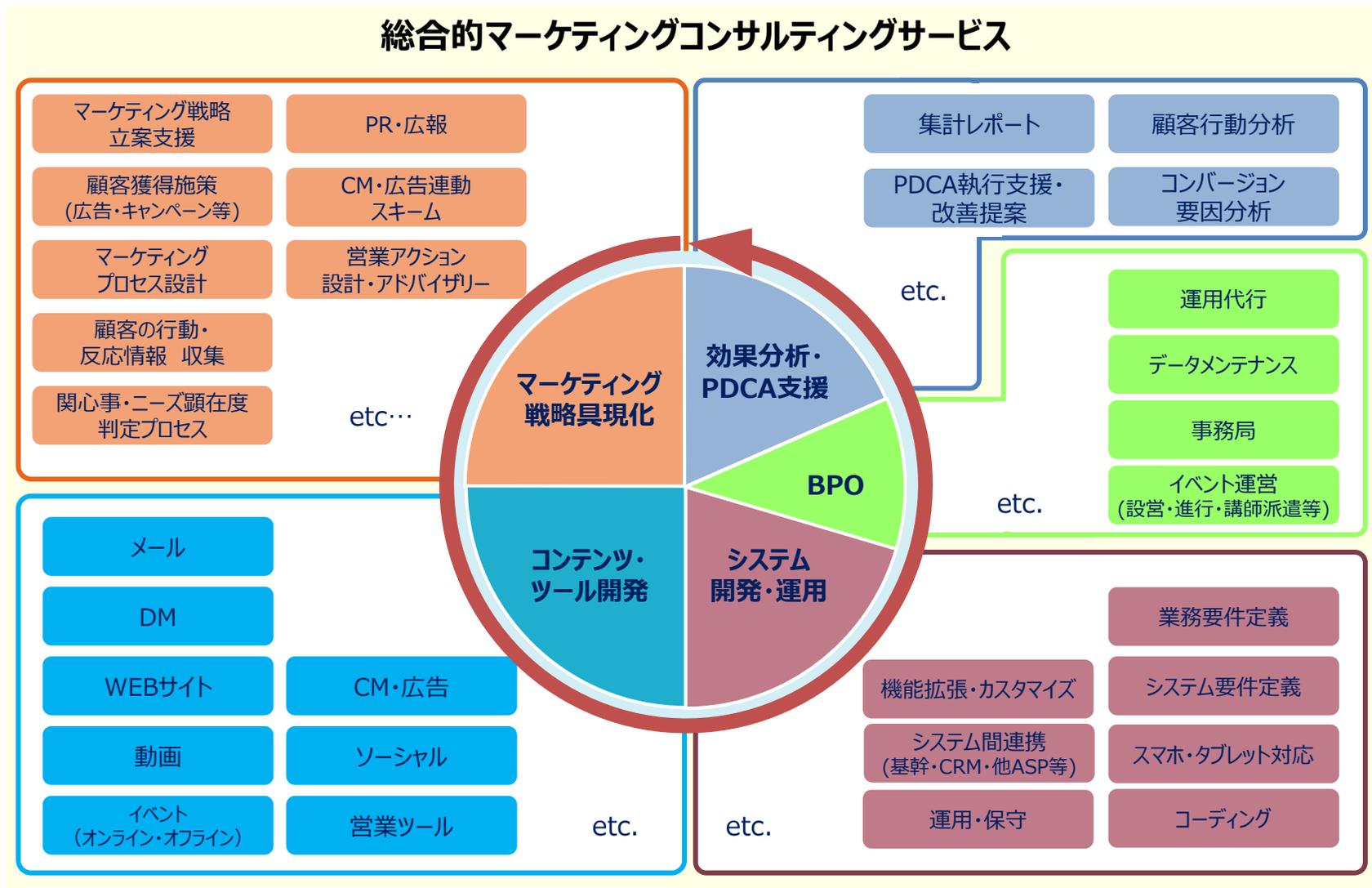
単位：億円



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2020版」

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。



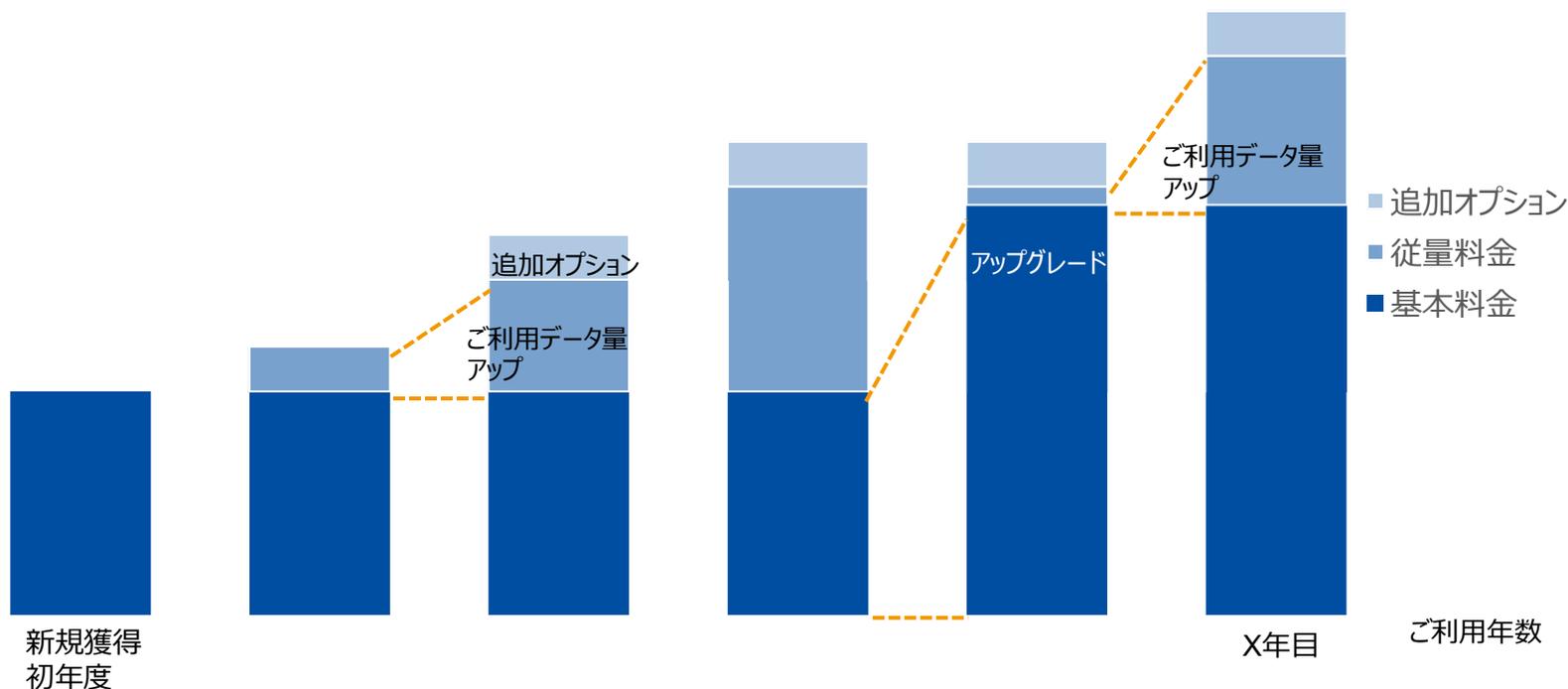
MA-サブスクリプション売上の成長（案件単位）

- 案件単位のMA-サブスクリプション売上は、データ量や処理量の増加に伴う従量課金発生、活用促進による追加オプションの契約や、アップグレードの発生により、MRRが向上していきます。
- 新規案件の獲得だけではなく、既存案件の単価が上がることでMRRは向上していきます。

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

※更新率と相関
※MA-サブスクリプションは年間契約

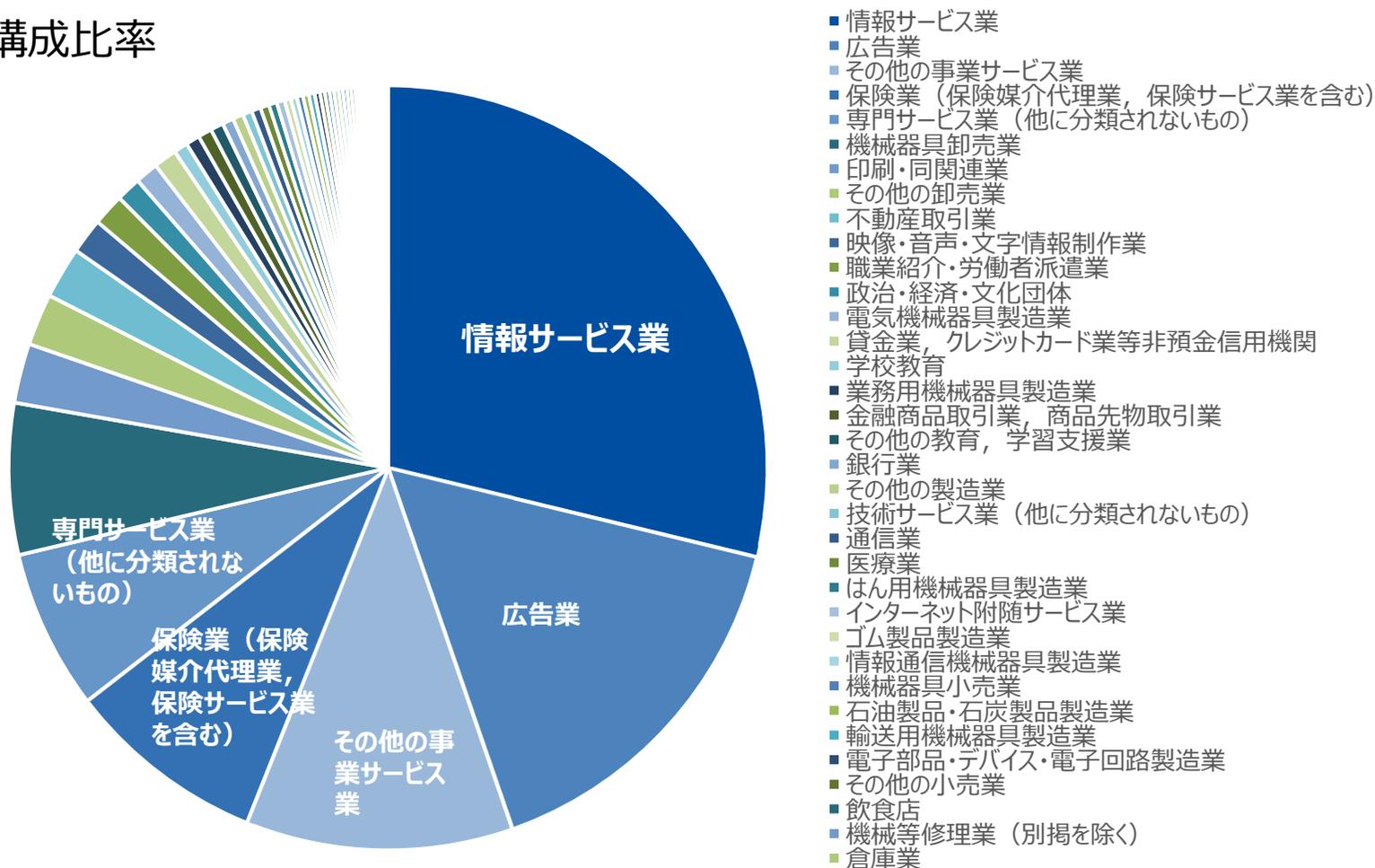
※従量課金が増えることで、上位プランへの変更がおこる



MA売上高構成（エンドユーザー業種別）

- 取引先業種（日本標準産業分類）は多岐に渡っています（※ 2021年10月期 2Q実績）。

※売上高の構成比率



MA-サブスクリプション売上の規模ごとの成長性

- 10万以上50万未満の中堅企業向けのサブスクリプションを中心に順調に成長しています。

単位：百万円

300

サブスクリプション売上の内訳推移

250

200

150

100

50

0

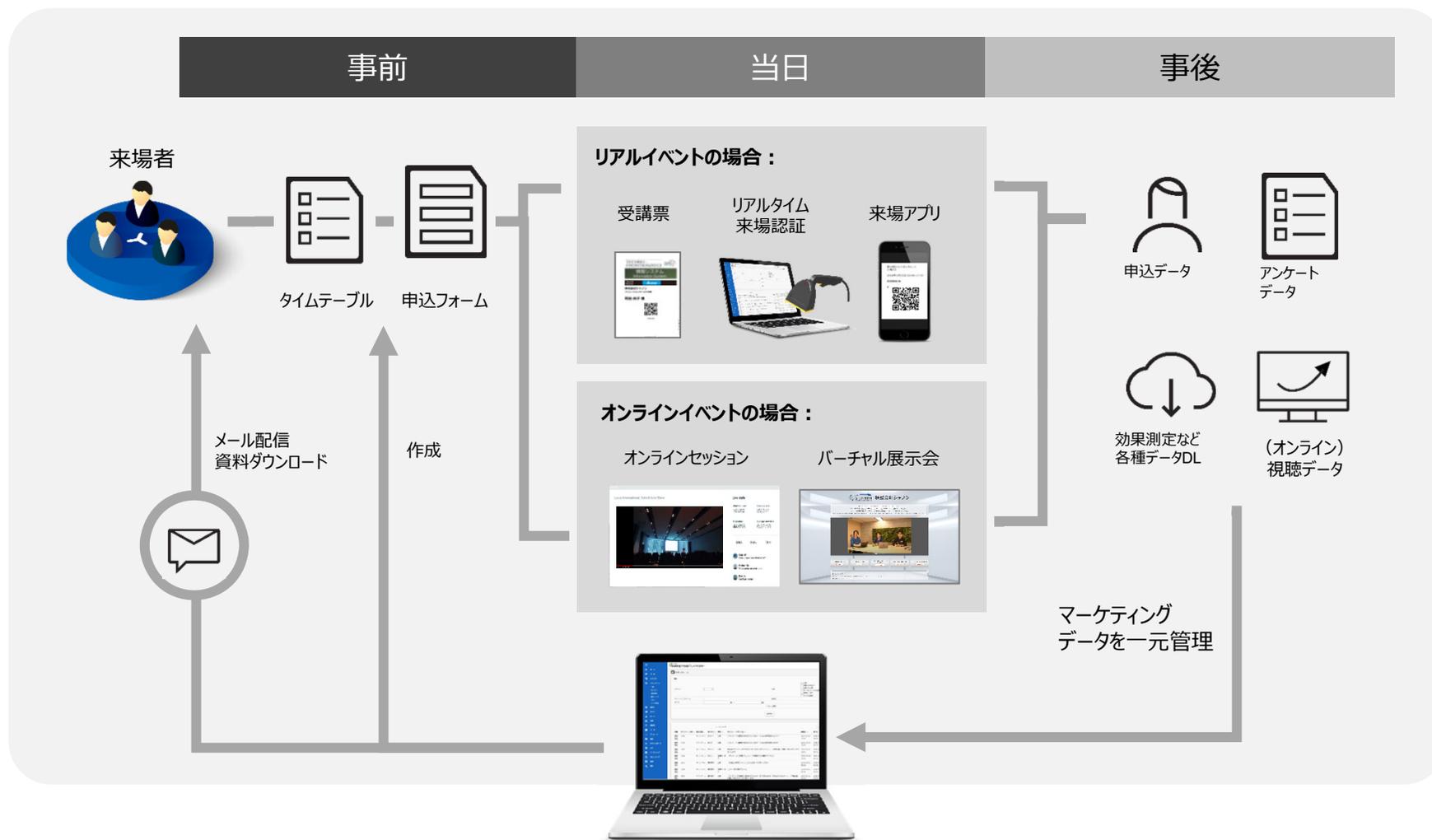


■ 月額：10万円以上50万円未満 ■ 月額：50万円以上 ■ 月額：10万円未満

イベントマーケティング (EM)

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サービスとは、事前準備から事後フォローまでのプロセス全体において統合的・効率的な運用を可能にし、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。



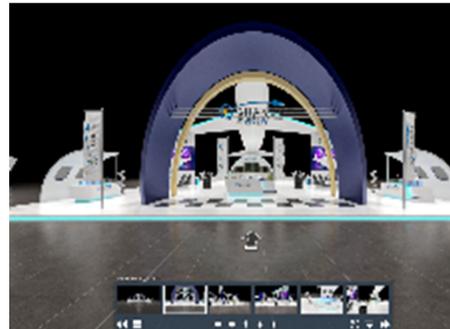
SHANON
MARKETING PLATFORM

シャノンが提供するオンラインイベント

- シャノンが提供するオンラインイベントは、プライベートショー、展示会、セミナーなど様々な場面に対応しています。

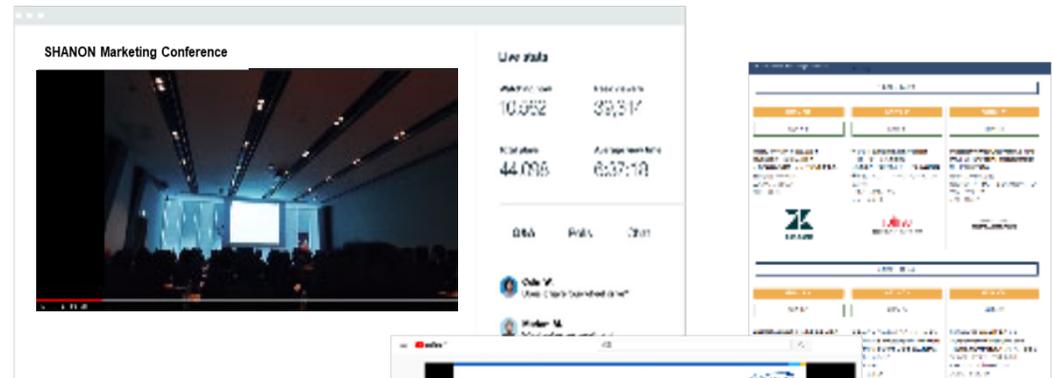
① バーチャルイベント

360°パノラマビューワーで臨場感ある展示ブースを実現するサービスです。
『2D』『3DCG』『実写』で作成することができ、バーチャルブース内で様々なコンテンツを閲覧することが可能です。



② オンラインカンファレンス

大規模に実施されるようなカンファレンスやフォーラムをオンラインで実現するサービスです。申し込みはタイムテーブル型が可能で、複数の講演セッションごとに申込管理ができ、当日ライブ、事後アンケートまで対応できます。展示ブースは含みません。



③ ハイブリッドイベント

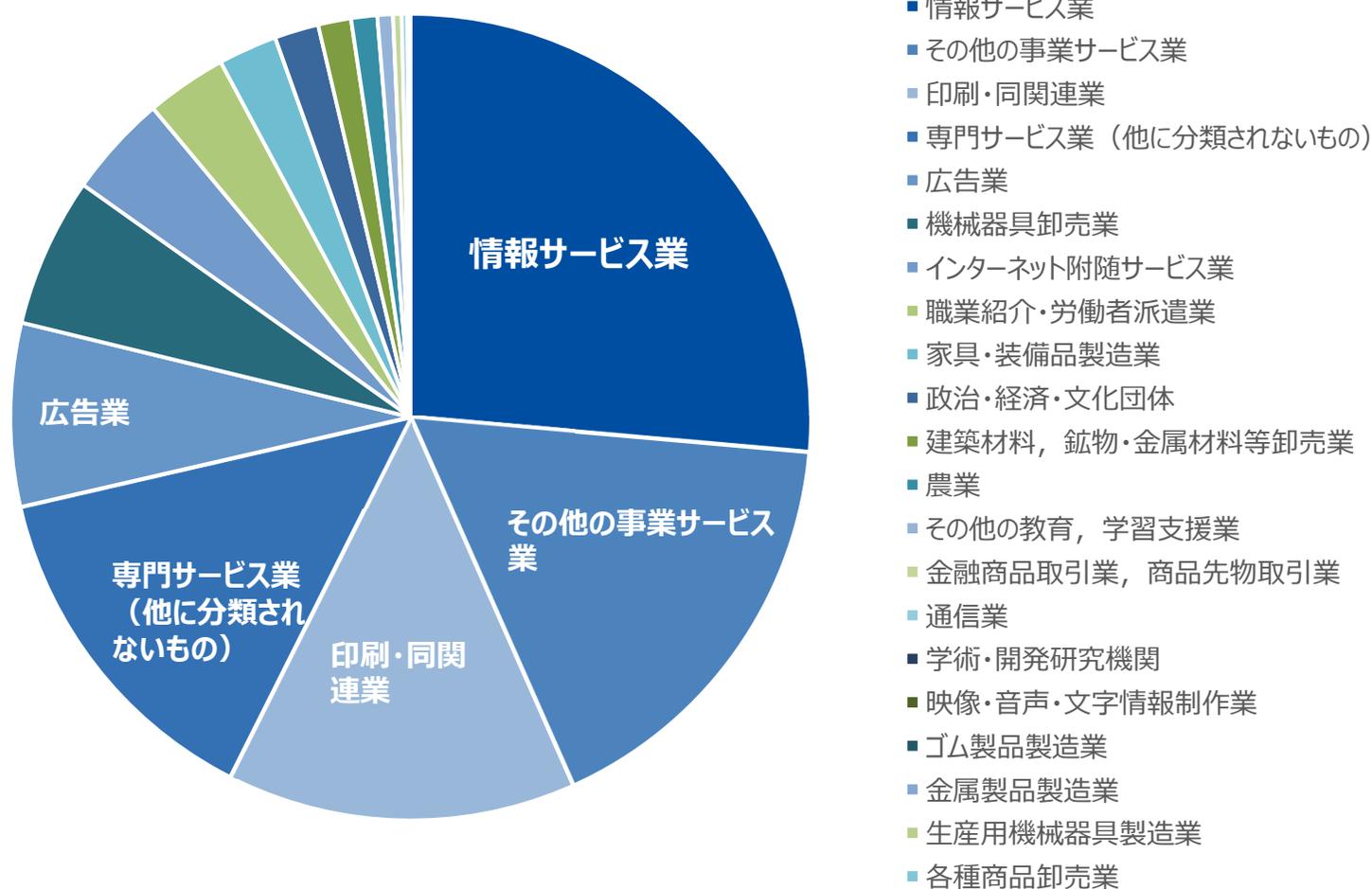
バーチャルイベント+オンラインカンファレンスのパターンです。バーチャル空間にオンラインカンファレンスの機能を融合させたイベントです。



EM売上高構成（エンドユーザー業種別）

- 取引先業種（日本標準産業分類）は多岐に渡っています（※ 2021年10月期 2Q実績）。

※売上高の構成比率



III. 2021年10月期 第2四半期報告

2021年10月期 2Q連結業績 (サマリー)

売上高

1,137百万円
(17.8%増)

MA-サブスクリプション

544百万円
(13.3%増)

営業利益

134百万円
(105.4%増)

MA-プロフェッショナル

266百万円
(22.8%増)

経常利益

134百万円
(115.5%増)

EM-イベント

326百万円
(21.8%増)

親会社株主に帰属する
四半期純利益

114百万円
(90.5%増)

※ カッコ内の割合は、前年同期比 (%)

連結PL（2021年10月期 2Q実績）

- 2021年10月期 2Qの業績の状況は以下の通りです。
- EM売上は、コロナ禍において、リアル案件よりも利益率の高いオンライン・バーチャル案件の比重が高くなっています。
- コロナ禍において、引き続き、在宅勤務を推奨して業務に取り組んできた結果、旅費交通費等が小さくなり、利益面にプラスの影響があったものの、第3四半期以降に発生を予定しているコストや現状の売上見通しを踏まえて検討した結果、現時点では通期業績予想の修正を要する状況にはないと判断しています。

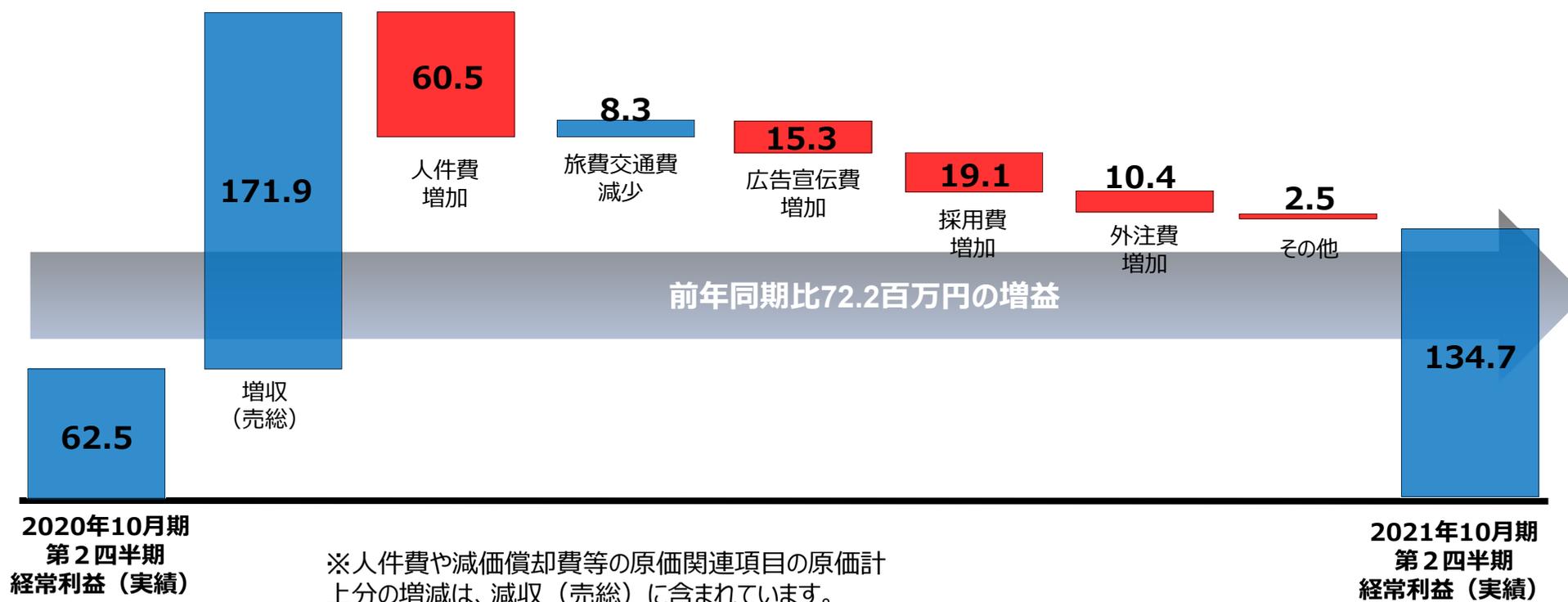
単位：百万円

	2020年10月期 第2四半期（実績）	前年同 期比	2021年10月期 第2四半期（実績）	2021年10月期	進捗率
				通期予想	
売上高	965	117.8%	1,137	2,146	53.0%
MA	697	116.3%	810	1,610	50.4%
EM	268	121.8%	326	536	60.9%
売上原価	386	100.0%	386	792	48.7%
売上総利益	579	129.7%	751	1,354	55.5%
販売費及び一般管理費	514	120.0%	617	1,296	47.6%
営業利益	65	205.4%	134	58	231.6%
経常利益	62	215.5%	134	63	214.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	60	190.5%	114	80	143.6%

当連結会計年度の経常利益の増減要因分析【対 前年同期比】

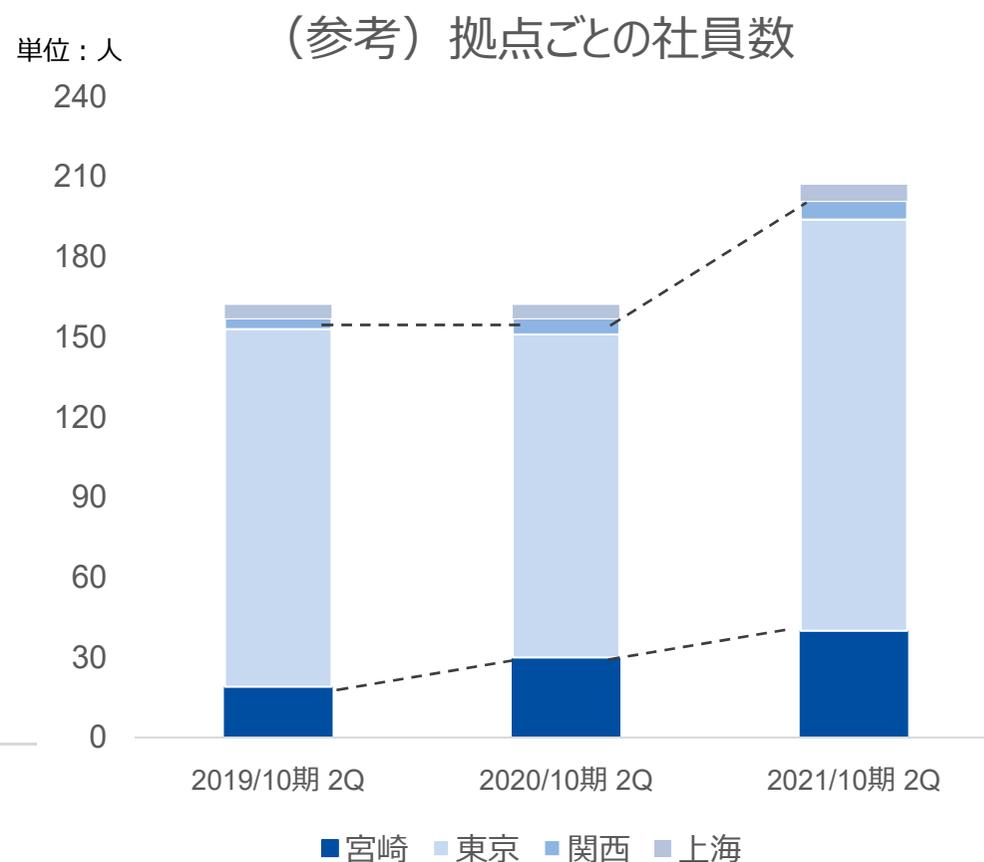
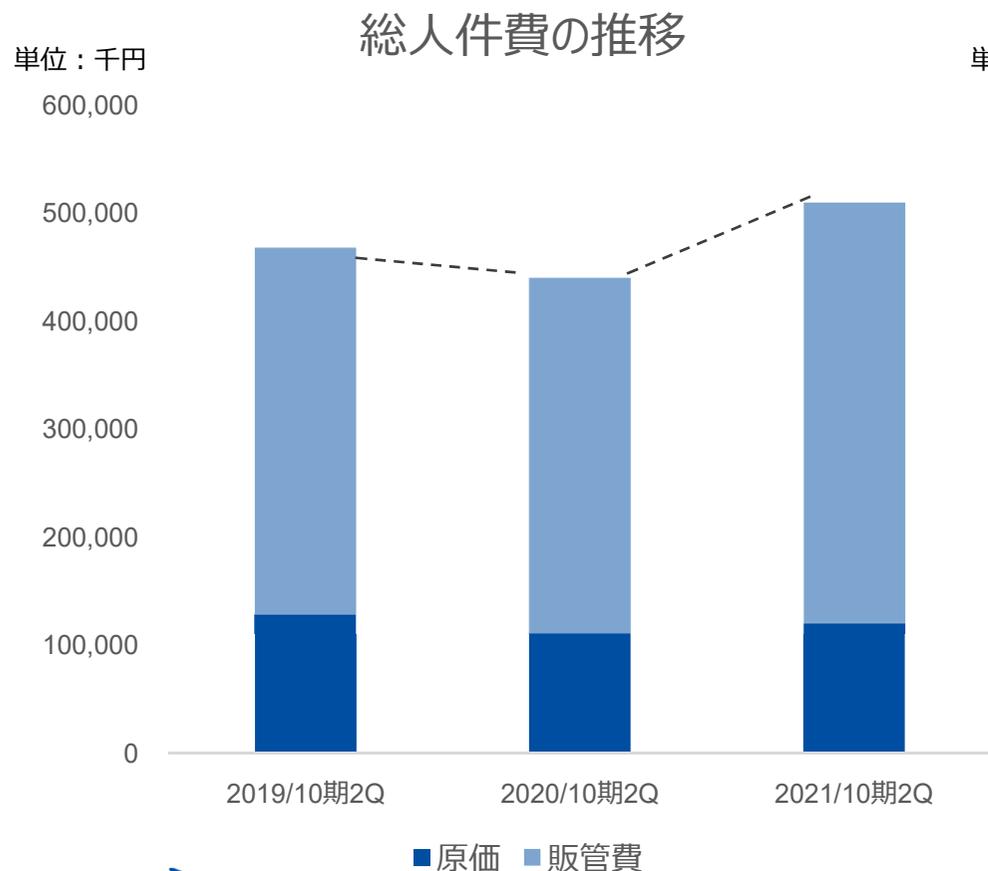
- 前年同期比で72.2百万円の増益となりました。
 - ・ 売上高は、MA,EMともに順調に推移。
 - ・ EM売上は、リアル案件よりも利益率の高いオンライン・バーチャル案件の比重が高くなっている。
 - ・ 積極的な採用戦略により、採用費は前年同期に比べて増加。
 - ・ 在宅勤務や活動自粛の影響により、旅費交通費等は減少。

単位：百万円



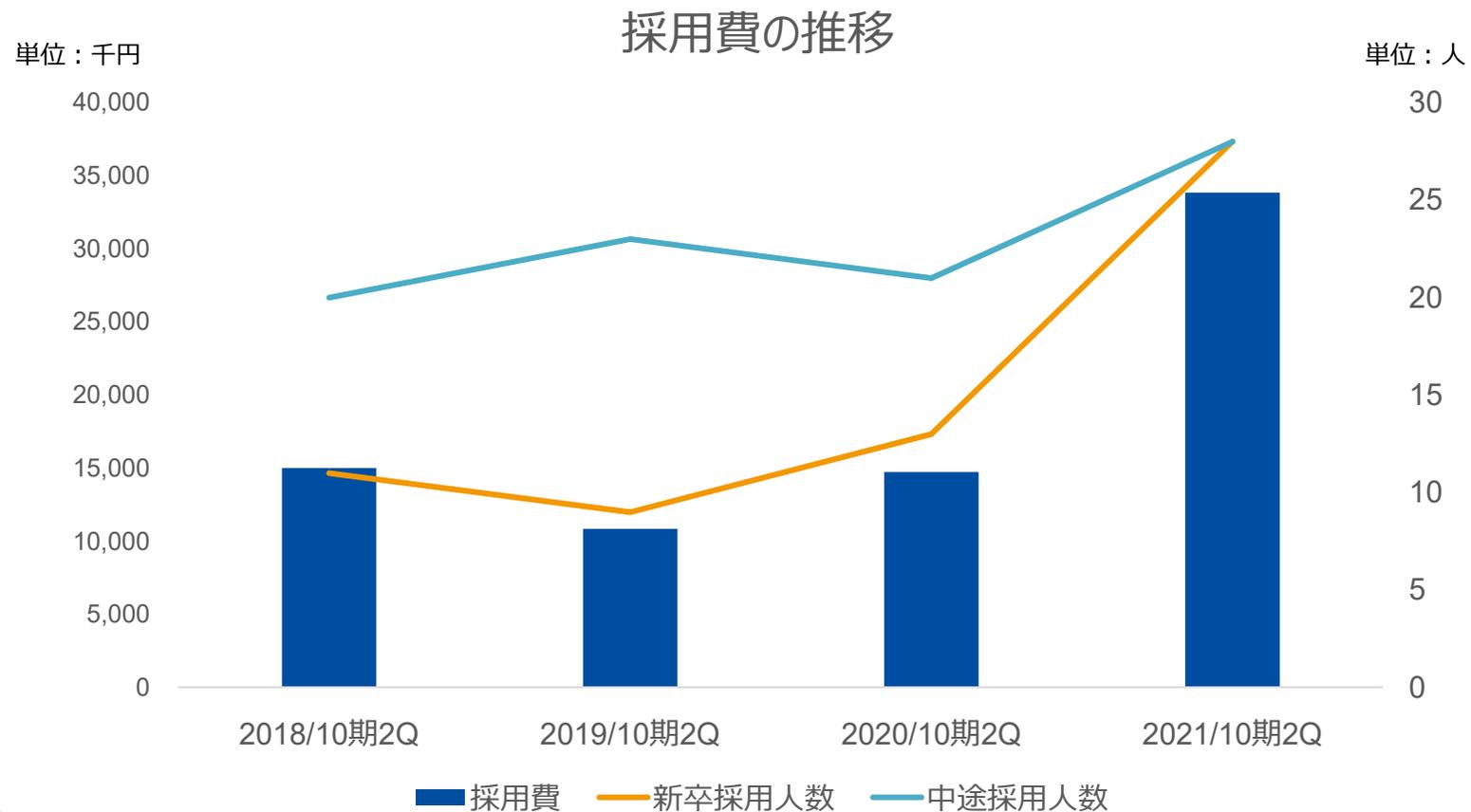
総人件費の推移

- 売上原価と販売費および一般管理費に計上されている総人件費（連結）の推移は下記の通りです。
 - ・ 上半期における中途採用、新卒採用の増加に伴い、直近では総人件費も増加傾向にあります。
※ 連結従業員数は、2021年4月末時点で200名を突破し、207名
 - ・ 宮崎支社の組織拡大、「シンプル導入パッケージ」による導入工数の効率化、リアルイベントからバーチャルイベントへの需要シフト等を受けて、足元では原価率は減少傾向にある。



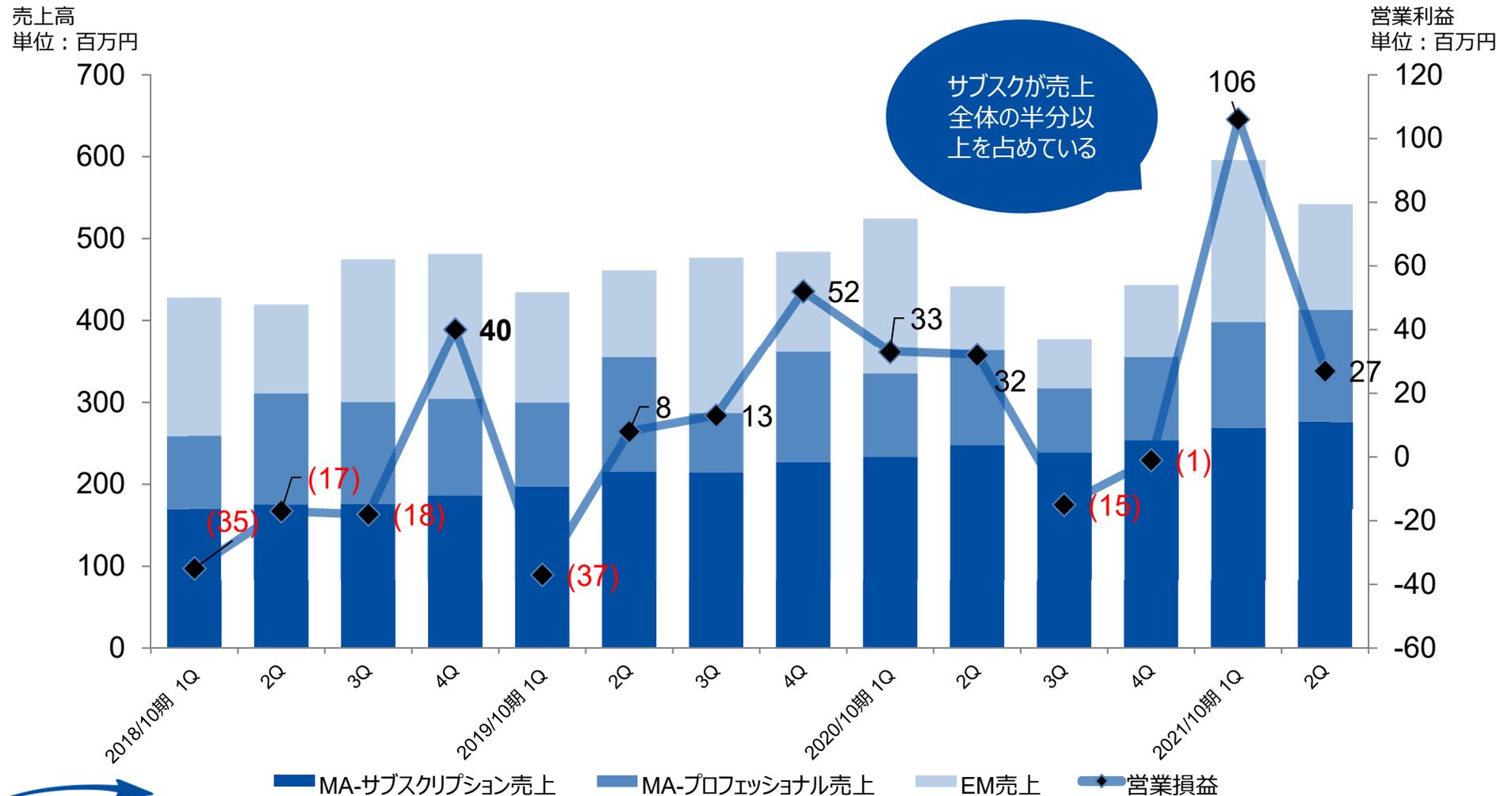
採用費の推移

- 事業拡大に向けて例年以上に積極採用しており、採用費は増加しています。
 - 中途採用の進捗状況は例年よりも順調。
 - 2021年4月入社の新卒は28名と、例年に比べて大幅増。2022年4月入社に向けても同様の規模を目標に採用活動中。
 - 新卒の採用強化と教育により中期的には中途採用の規模は減少していくことを想定。



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）がありますが、EMはオンラインカンファレンスやバーチャルイベントに対するニーズの高まりに伴い、今後この傾向は変わる可能性があります。
- 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）

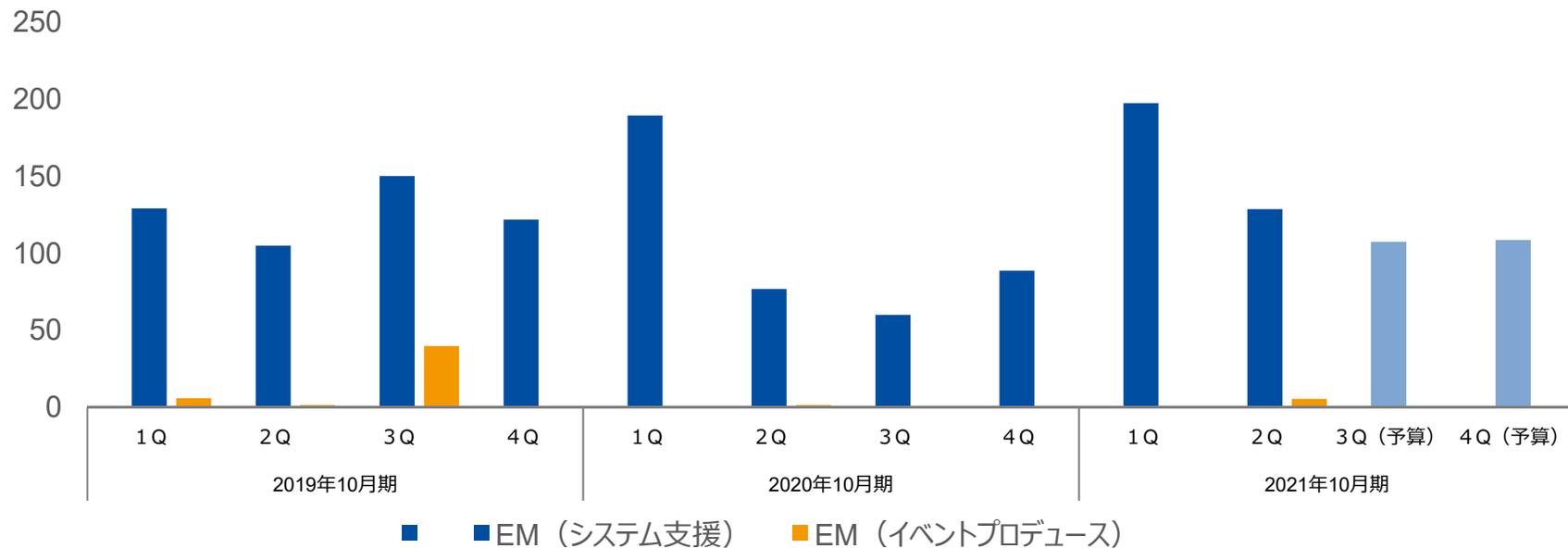


EM売上の直近推移

- 2020年10月期の後半からは、コロナ禍における新たな事業環境への対応も確立しつつあり、2021年10月期については一定の事業環境へのリスク（オンラインカンファレンスやバーチャルイベントサービスの競合環境）を織り込みつつも通期での2019年10月期（新型コロナウイルス感染拡大前）を上回る水準の売上高を見込んでいます。
- 2021年10月期の第2四半期時点では、通期見通しに対して、順調に推移しています。
EM売上の上半期実績は326百万円、下半期予算216百万円（※）となっており、上半期に偏重しています。
- ※ 通期業績予想値-上期実績
- 足元では、オンライン・バーチャル関連の受注傾向が続いています。

単位：百万円

EMサービス売上の推移

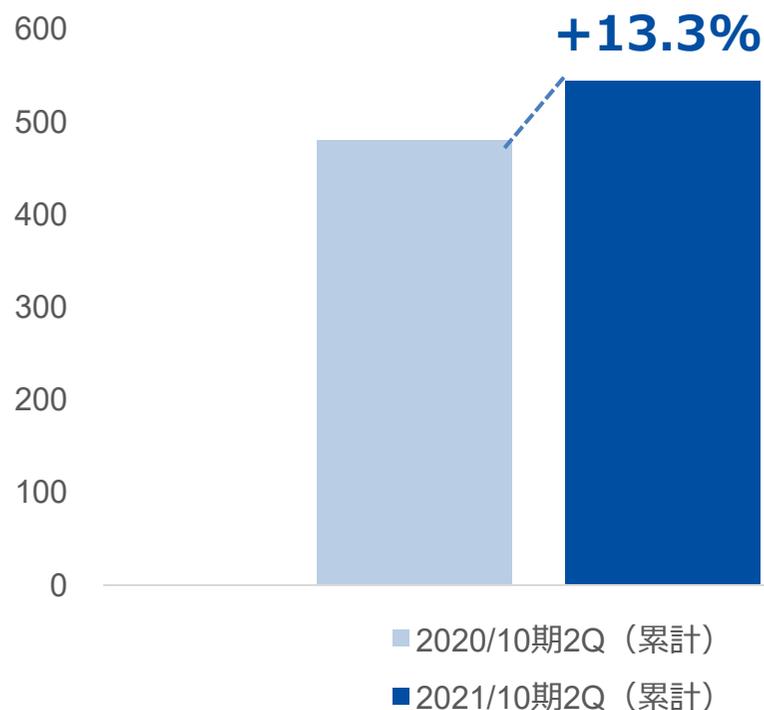


MA売上の前期比較（サブスクリプション、プロフェッショナル別）

- MA-サブスクリプション売上（従量課金も含む）は、順調な新規獲得だけでなく、従量課金売上も寄与して、前年同期比**13.3%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。
- MA-プロフェッショナル売上は、大型案件の納品もあり、前年同期比22.8%増となりました。

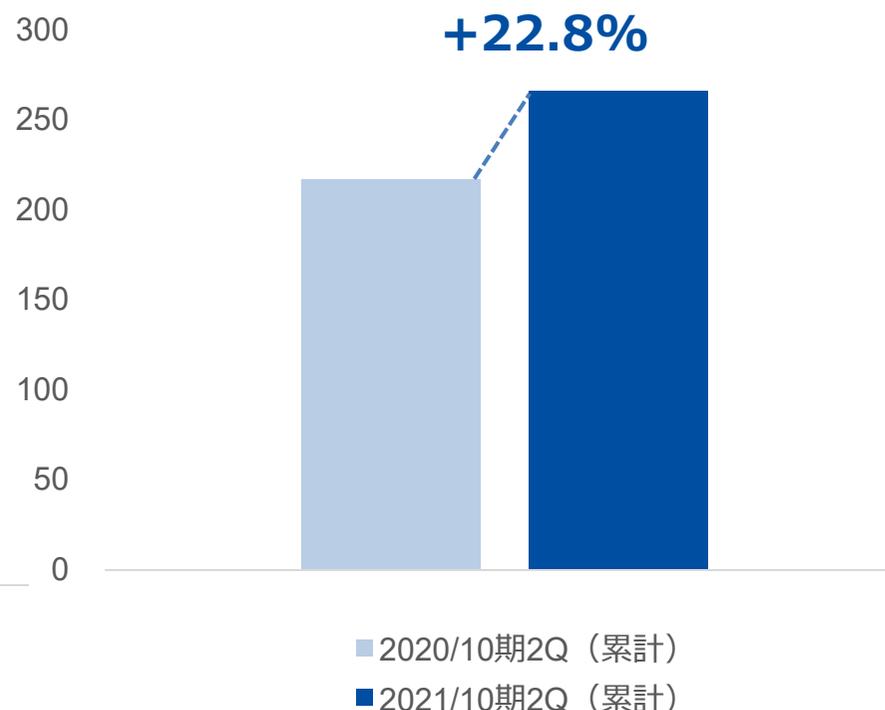
MA-サブスクリプション売上

単位：百万円



MA-プロフェッショナル売上

単位：百万円

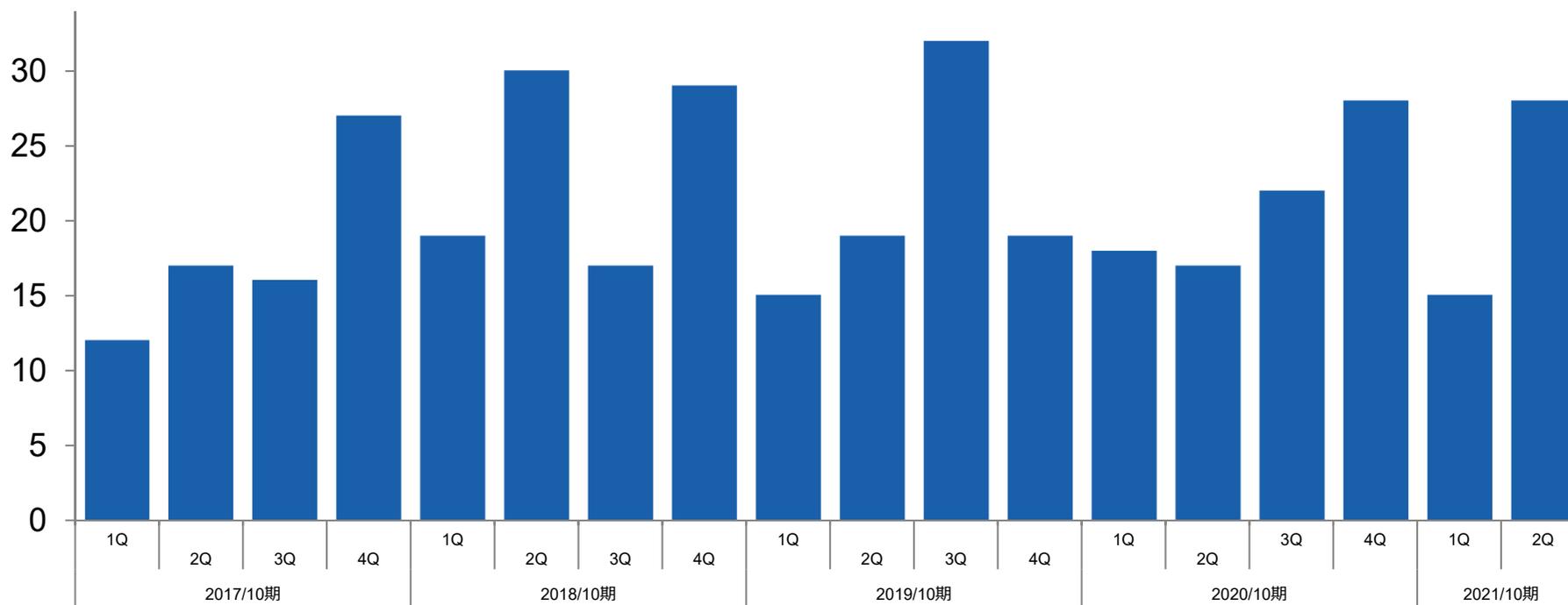


MA-サブスクリプションの月額契約の新規獲得件数の四半期推移

- 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**です。
 - 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

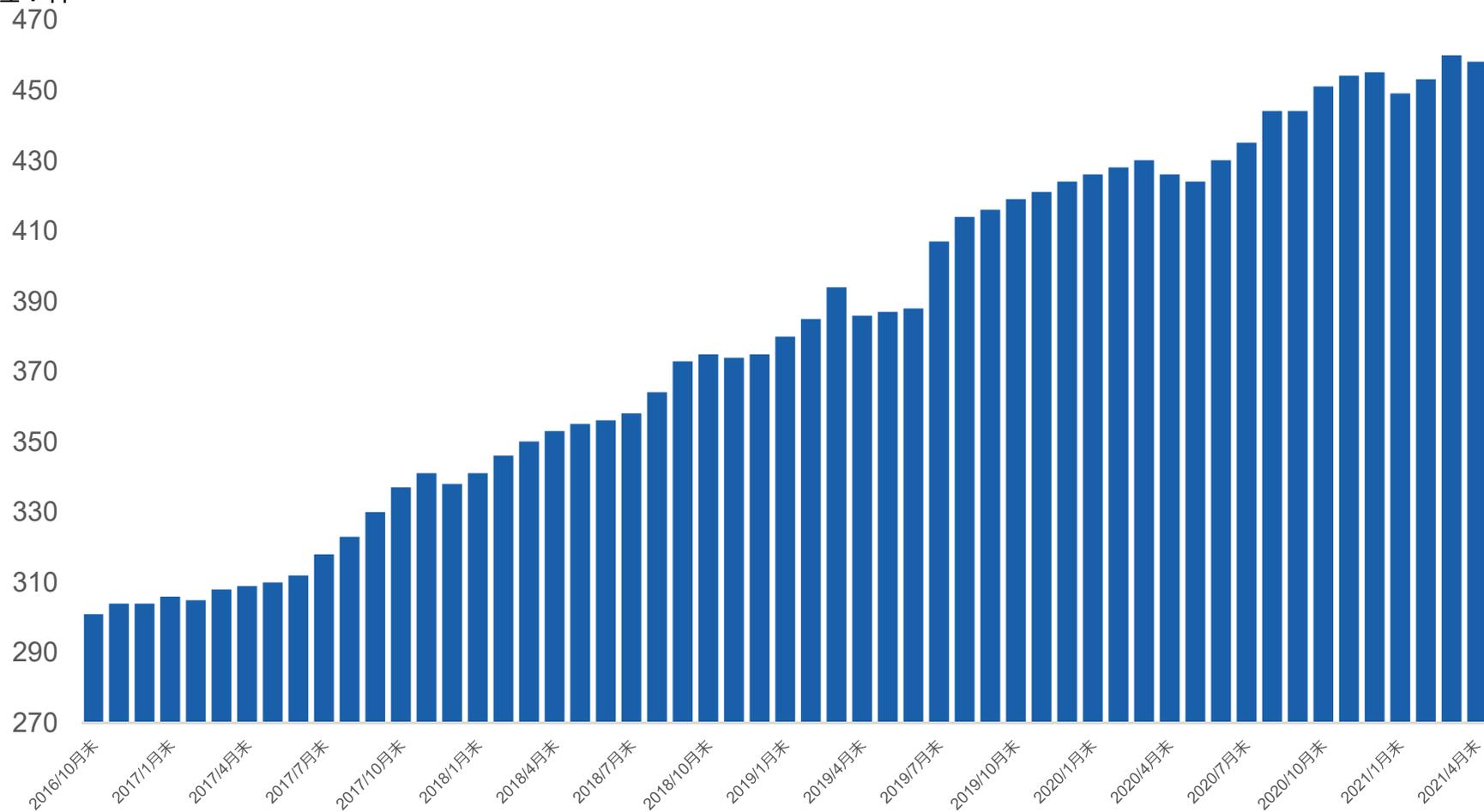
新規獲得件数



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長期的には順調に伸びています。
- 「SHANON MARKETING PLATFORM」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収益性を高めていくため、アカウント数の増減が売上増減とは整合しないことがあります。

単位：件



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、順調に伸びています。

単位：百万円

300

サブスクリプション売上の推移

280

260

240

220

200

180

160

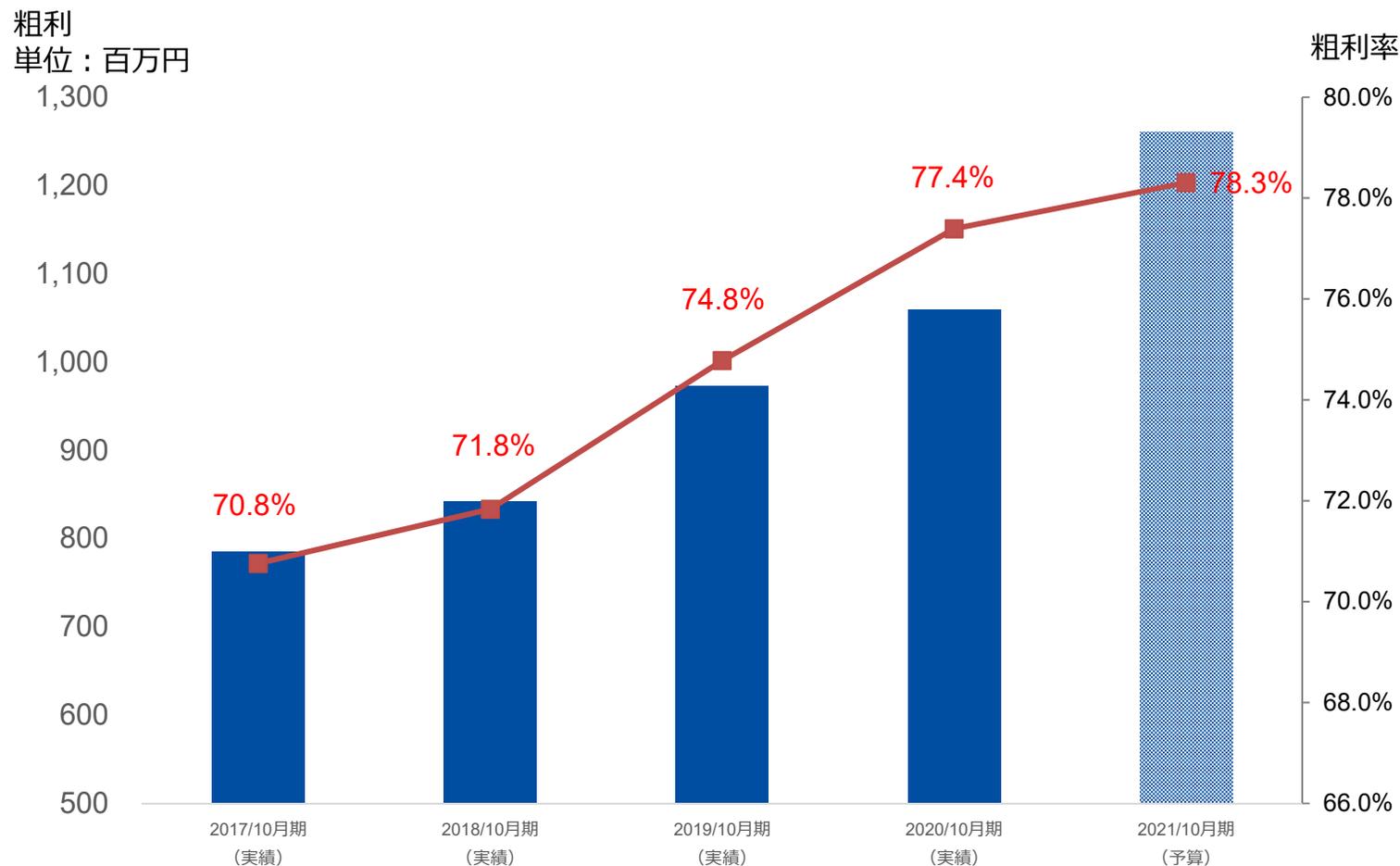
140

120



MAサービス粗利率の推移

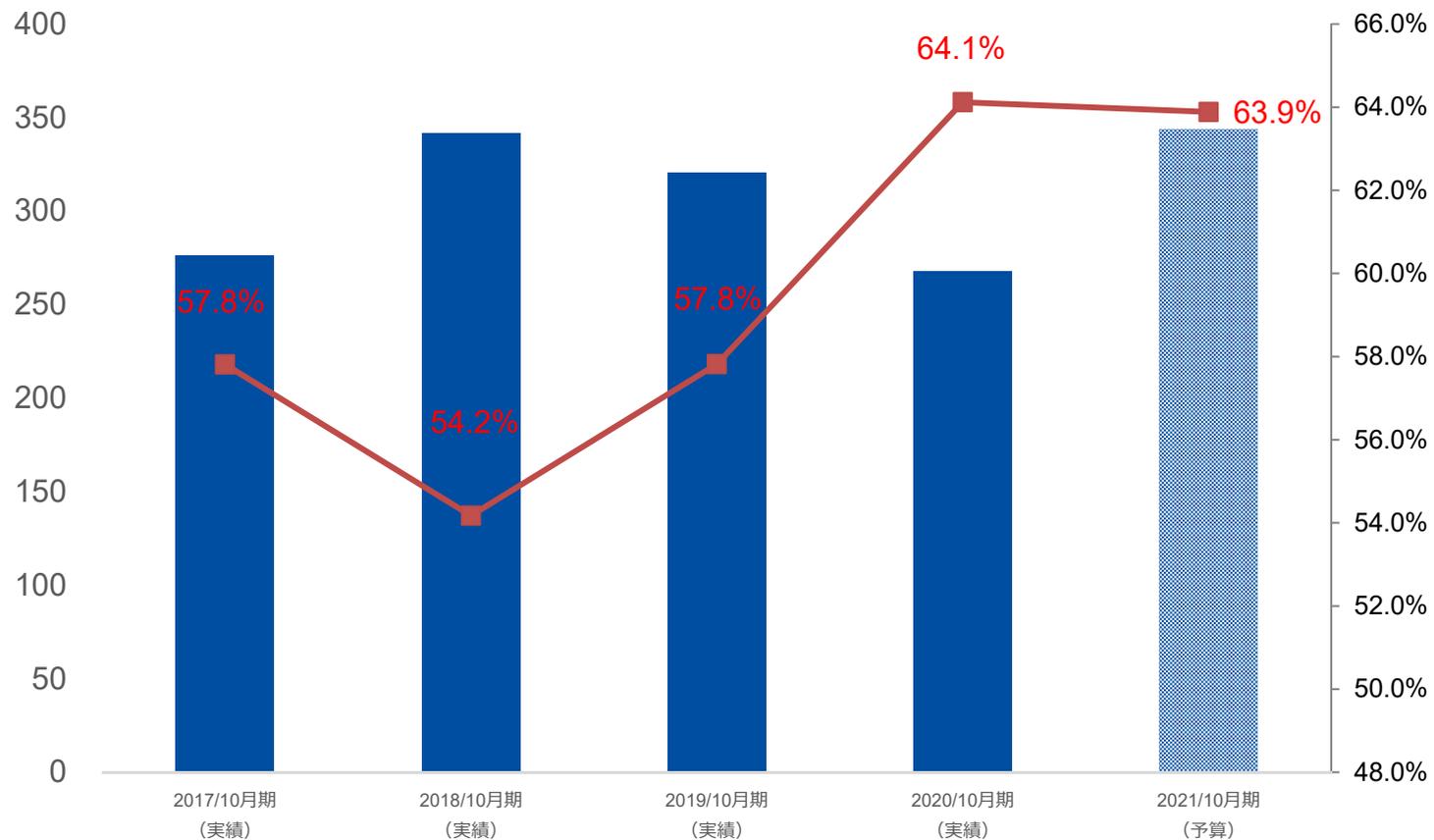
- 営業損益以下の各段階利益は、**成長投資（主に、人材投資）**の影響を受けます。
- 両サービスにまたがって発生するソフトウェア減価償却費（SHANON MARKETING PLATFORM）、サービス運用保守等を除いたサービス別の粗利推移は以下のとおりであり、サブスクリプション売上の積み上げに伴い、MAサービス粗利も着実に増加しています。



EMサービス粗利率の推移

- イベント案件は、新規の案件とリピート案件がありますが、このうち、リピート案件については例年開催のものや隔年開催のものなど、その開催頻度は様々です。また、各イベント案件利益率は、標準的な目安はあるものの、実際にはお客様の要望等によっても変わるため、仮に各年度の売上高が同一であったとしても、そこから発生する利益は変動する可能性があります。

粗利
単位：百万円



MA-サブスクリプションの解約率推移

- MA-サブスクリプション解約率の推移は下記のとおりです。
 - 解約率については、月平均1%未満、年平均10%未満を目標にしています。
 - 当社は3月末更新のお客様が多いため、例年4月の解約が大きくなる傾向があります。
 - **2020年10月期～2021年10月期上期にかけて、大型案件の解約が段階的に発生した影響で足元の解約率は少し高めにてているが、全体としてはその解約インパクトもしっかりと吸収している。**

解約率の算定式 = ((当月解約金額MRR + ダウングレード金額MRR) ÷ 期初11月時点の既存月額MRR) の過去12か月平均

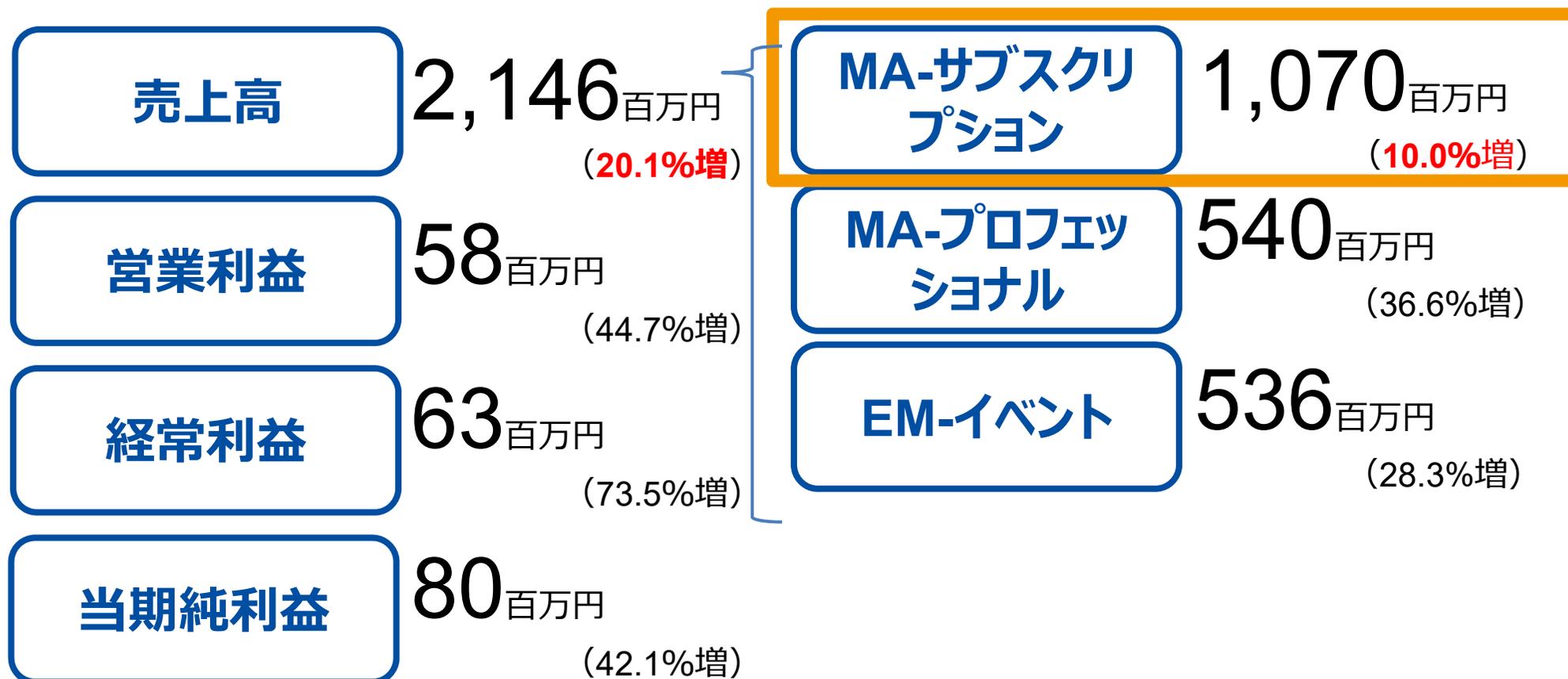
12か月平均解約率



IV. 今後の見通し

2021年10月期 通期連結業績予想（サマリー）

- 売上高は前期比**20.1%増加**を予定し、MA-サブスクリプションは**10億超**を予定。



2021年10月期 通期業績予想（連単比較）

- 単体での当期純利益は、**1億円超**を計画。
- 連結では、新子会社ジクウを通じてバーチャルイベントサービスの開発に投資。

単体予算

売上高

2,146百万円
(20.1%増)

営業利益

88百万円
(110.8%増)

経常利益

93百万円
(147.7%増)

当期純利益

109百万円
(89.6%増)

連結予算

売上高

2,146百万円

営業利益

58百万円

経常利益

63百万円

親会社株主に帰属する
当期純利益

80百万円

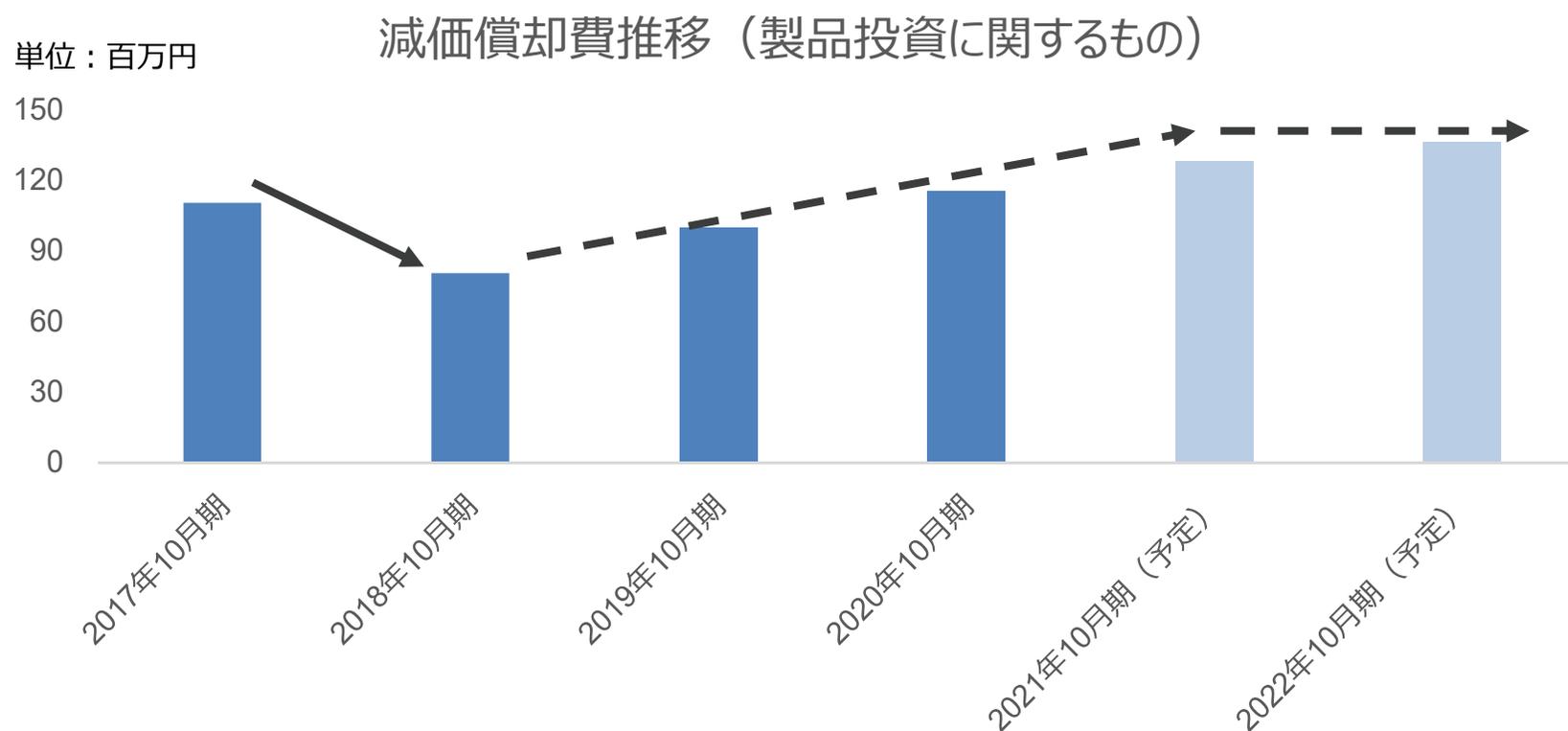
2021年10月期 通期連結業績予想

- 売上高は、MA、EMともに増加し、全体では20.1%の増加を見込む。
- 積極採用（新子会社ジクウ向けの採用を含む）により人件費等の費用の増加を見込むが、売上伸長によりその影響を吸収し、各段階利益は前期比で増加予定。なお、2020年10月期から計上している繰延税金資産について、2021年10月期に追加計上することも見込む。

	2020年10月期（実績） 単位：百万円	2021年10月期（予想） 単位：百万円	前期比 単位：%
売上高	1,786	2,146	120.1%
MA	1,368	1,610	117.7%
MA-サブスクリプション	972	1,070	110.0%
MA-プロフェッショナル	395	540	136.6%
EM	417	536	128.3%
売上原価	688	792	115.0%
売上総利益	1,097	1,354	123.4%
販売費及び一般管理費	1,057	1,296	122.5%
営業利益	40	58	144.7%
経常利益	36	63	173.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	56	80	142.1%

2021年10月期 通期業績予想補足 ②減価償却費の推移

- 2021年10月期には『SHANON MARKETING PLATFORM』への新規投資額と減価償却費はバランスし、『SHANON MARKETING PLATFORM』に関連する減価償却費計上額は伸び止まる想定。
 - 当社のソフトウェアの平均的な償却年数は4年前後
 - 2018年10月期は、2017年10月期の減損損失の計上の影響で大きく減少
 - 2019年10月期以降は、2018年10月期以降の開発投資の影響で徐々に増加
 - 製品投資の規模自体は、当面の間据え置きの想定（投資規模の拡大は想定していない）



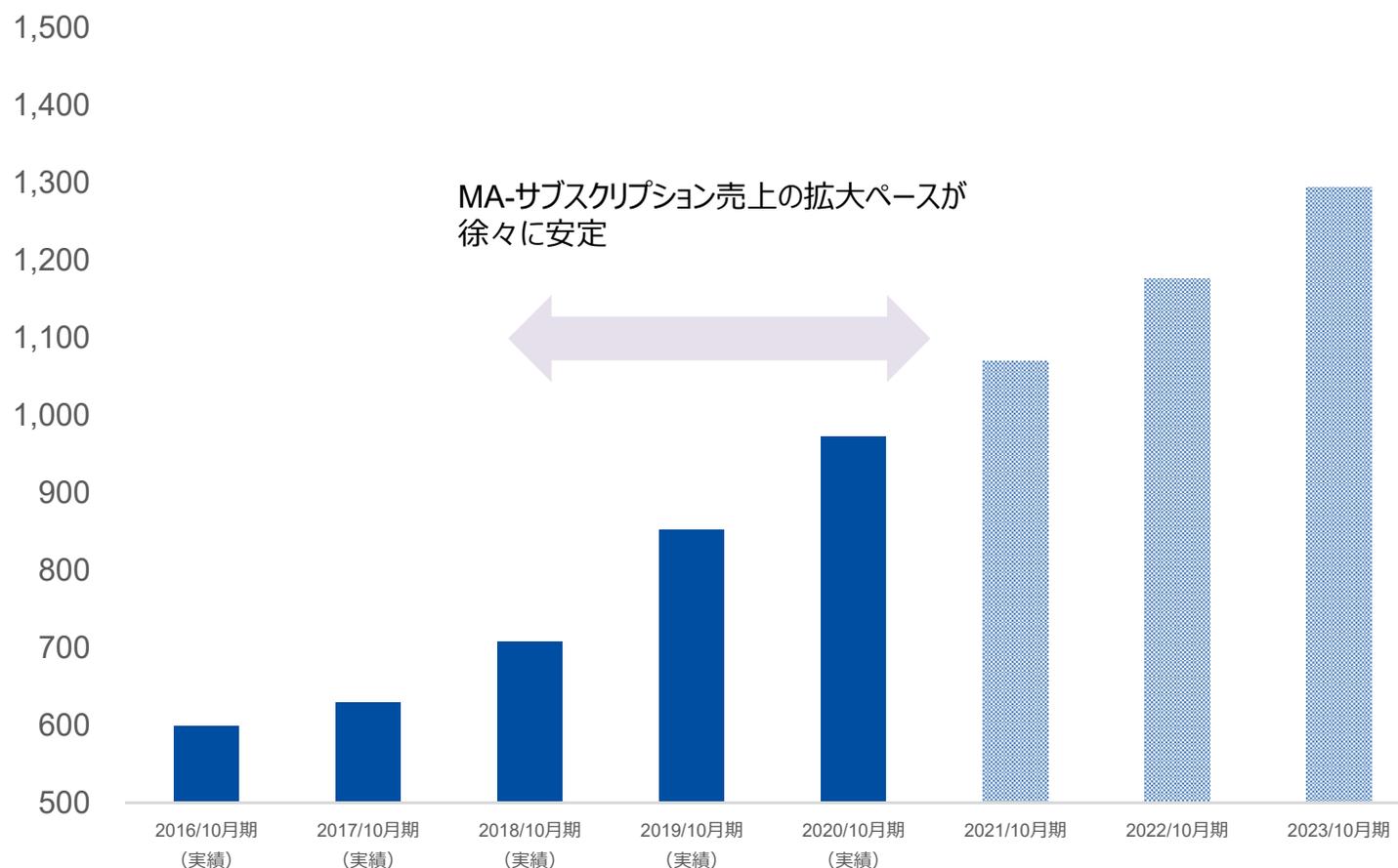
2021年10月期 トピック

トピック	今期予定
MAミドル向け新規営業の強化・継続	<ul style="list-style-type: none">ターゲット成長率になるまで強化継続組織体制・教育・見込客育成方法のさらなる拡充を実施
MA-サブスクリプション拡大の製品投資	<ul style="list-style-type: none">製品差別化への投資
中期的イベントマーケティング拡大投資	<ul style="list-style-type: none">子会社ジクウ（ZIKU）への投資、新製品の開発体制強化
新卒採用強化（中途採用依存度低下へ）	<ul style="list-style-type: none">2021年4月は28名が入社（20年以前は、10名前後の新卒採用を実施）2022年4月も30名程度の入社を目指す

MA-サブスクリプション売上

- 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重点課題。
⇒新規獲得額の増加と解約率の維持（改善）
- 2021年10月期の年間のサブスクリプション売上は、10億を超える水準を見込み、その後も一定のペースで積上げていくことで、営業利益率も改善していく。

単位：百万円



「ZIKU」のサービス（製品）開発進捗

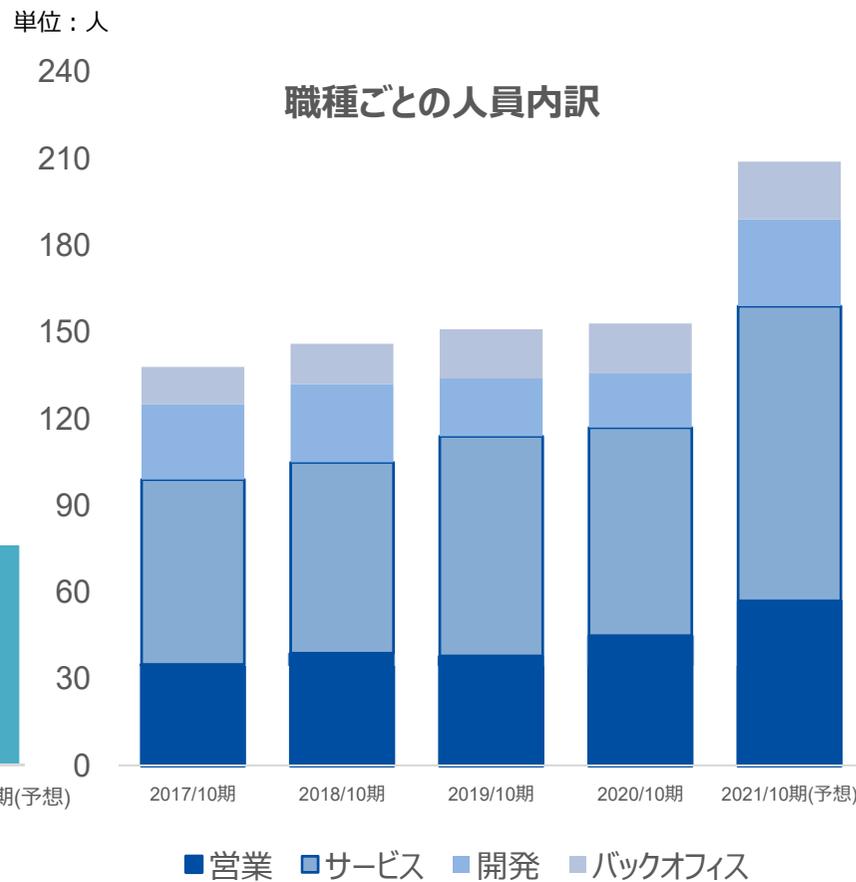
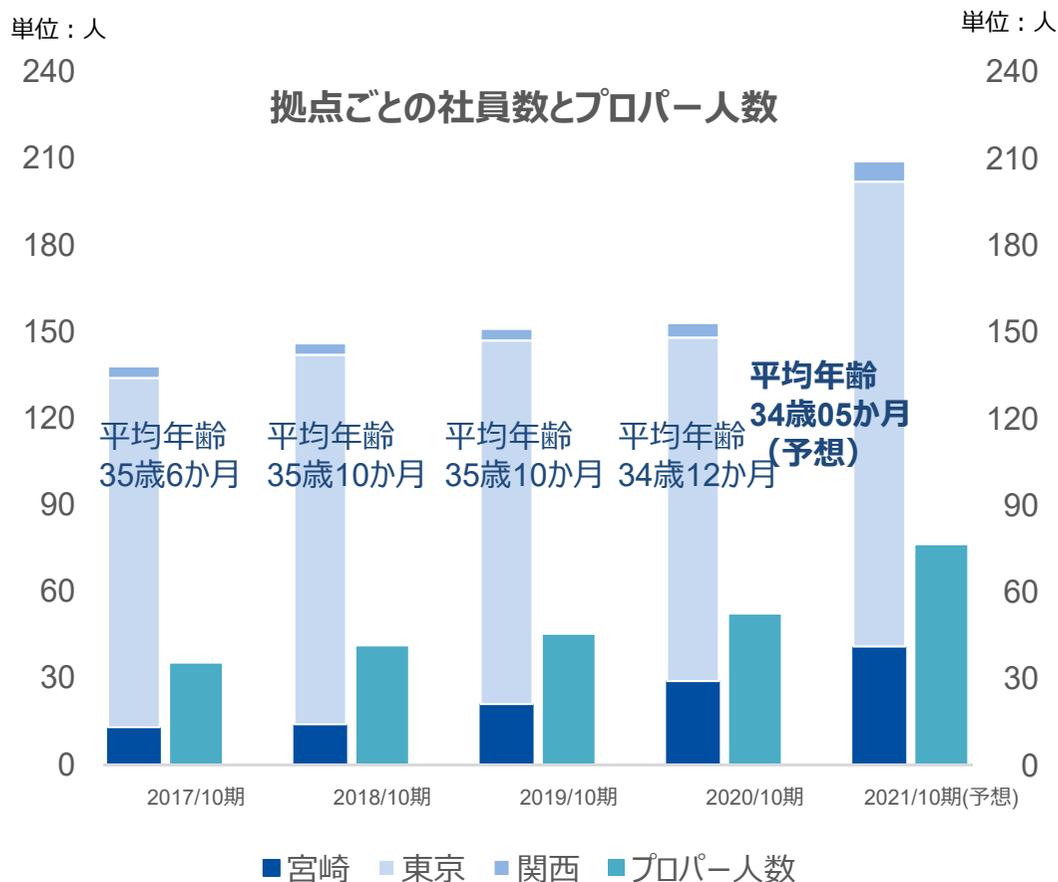
- 2020年12月に設立した「ZIKU」のサービス（製品）開発は、予定通りに進捗中。
- サービスリリース時期は2021年10月期 第4四半期（8-10月）を予定しています。
- サービス開発にあたっては、現在市場で提供されているバーチャルイベントサービスにある課題を解決したバーチャルイベントサービスの決定版を目指しています。

市場で提供されているバーチャルイベントサービスの課題

- オンラインイベント（バーチャルイベントを含む）サービスは、動画視聴が中心で、来場者とのインタラクションが少ない
- 展示会が持つリアリティ、すなわち、偶然発見をする楽しさ、ブースの盛り上がりを感じる方法がない
- 国や言語を超えて展示会や商談ができるような、バーチャルプラットフォームになっていない
- 出展社が多数となる場合には、イベント主催者にとっての導入コストが高い

新卒採用強化（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。（前年同期比で新卒比率33%→36%へ増加）
- 2021年4月は、東京・宮崎で合計28名の新卒が入社しました。
- 新卒比率の上昇に伴い、平均年齢の上昇を抑え、前期比で低下に転じました。
- 営業人員の増加が中期的な経営課題の一つであります。



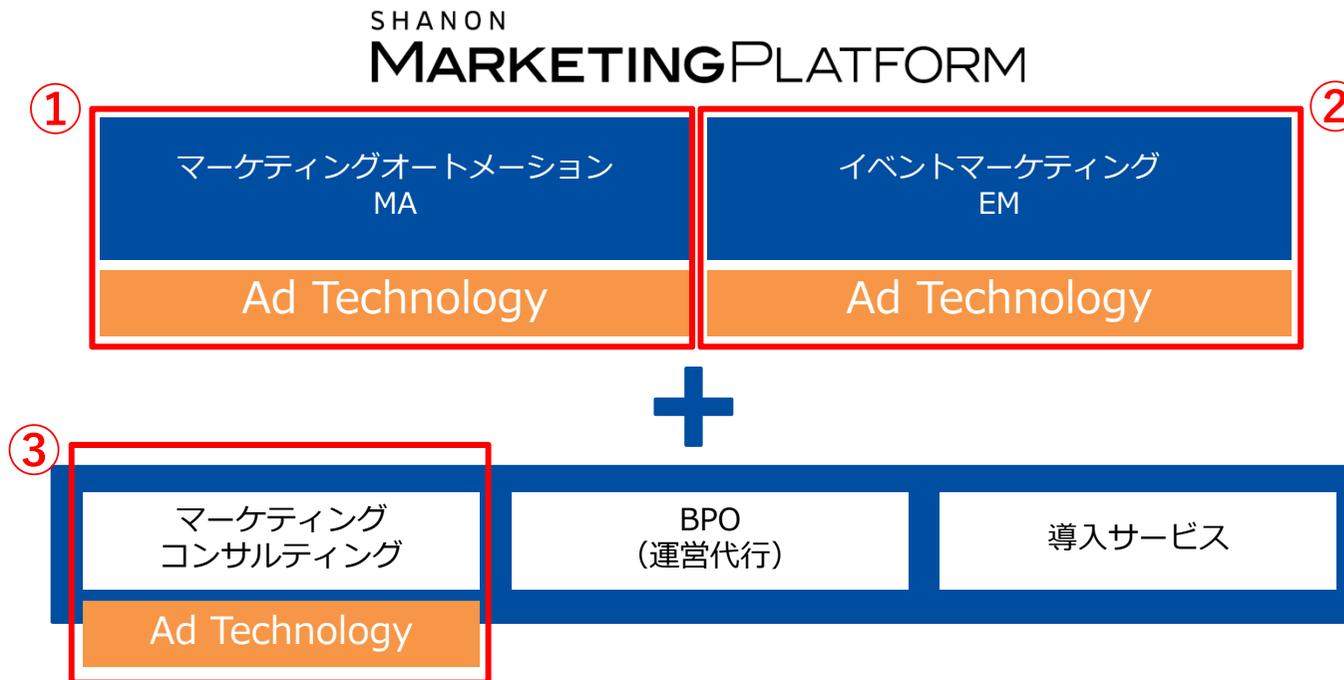
中期的な展望

成長戦略とその進捗

M A	MA-サブスクリプション拡大のための 製品投資、人員投資	<ul style="list-style-type: none"> ・製品差別化投資は継続実施（2020年10月期実績：ウェビナー対応、メールUI刷新、基本UIの刷新、大規模対応等） ・ミドル・エンタープライズ向けの営業人員の拡大、教育体制の強化 ・新卒の採用拡大による、安定的な組織拡大
	MA（ミドル向け）販売パートナー戦略 への投資	<ul style="list-style-type: none"> ・ミドル市場開拓のための販売パートナーからの受注は増加傾向 ・更なる加速のため、パートナー制度刷新、共催セミナー、専用認定試験及び相互勉強会等を実施
E M	EM（イベントマーケティング）拡大の ための投資	<ul style="list-style-type: none"> ・製品投資を継続（2020年10月期実績：バーチャルイベント対応等） ・新卒の採用数拡充による、安定的な組織拡大 ・今後はアフターコロナ時代の対応として、バーチャルイベント専用子会社として設立したZIKUにより新市場の獲得を目指す。
	グローバル市場へのチャレンジ	順次計画化
共 通	M&A	<ul style="list-style-type: none"> ・様々な機会に柔軟に対応していく方針 （2021年10月期実績：広告事業の事業譲受）
	ソリューション新領域の拡大（広告、EC）	<ul style="list-style-type: none"> ・MAサービスと親和性の高い広告領域の事業を取得し、新領域拡大に向けて対応
	新テクノロジー A I 活用サービスの展開	順次計画化

広告事業について

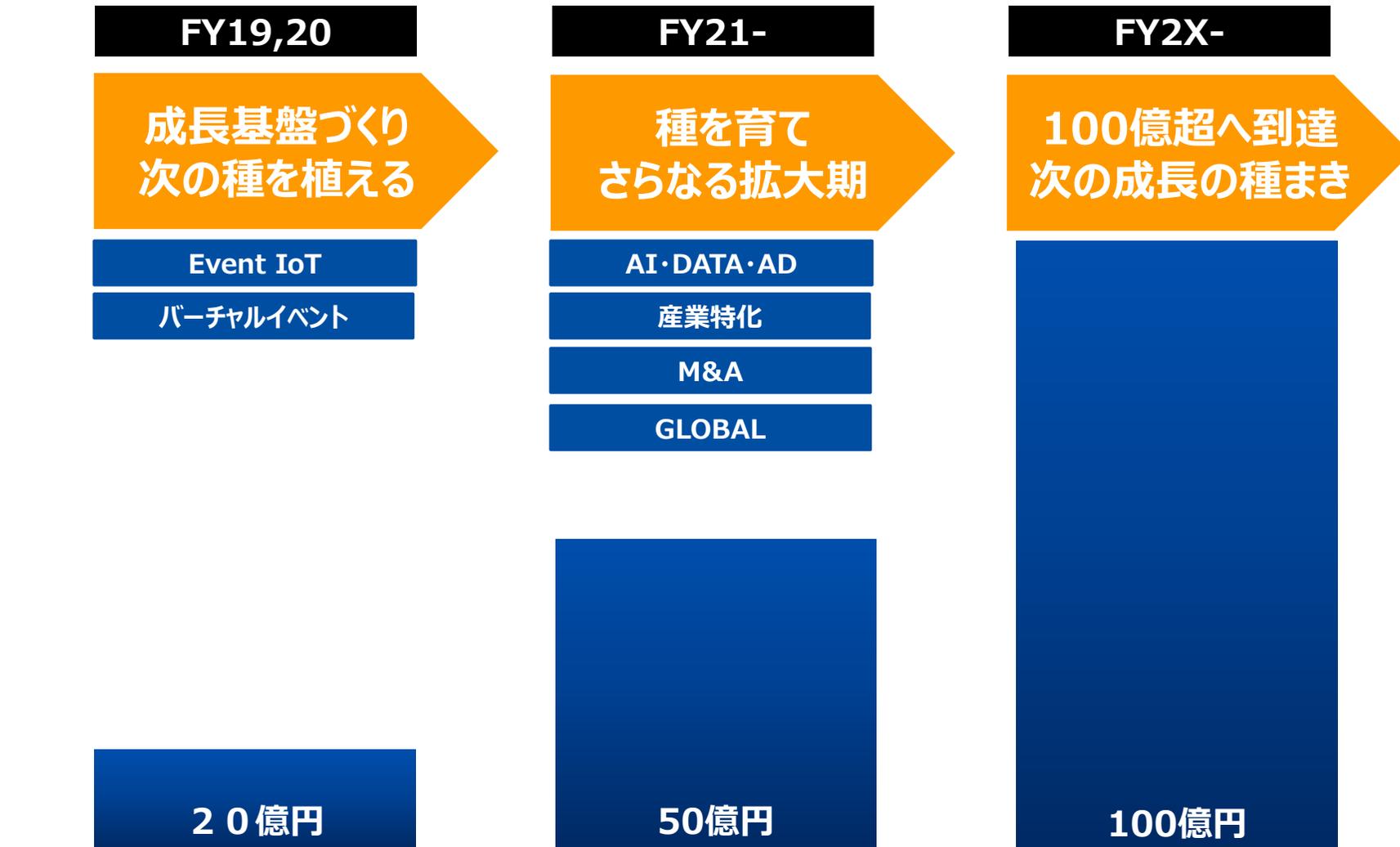
- 2021年4月30日付で広告事業の譲受を完了しました。
- これにより、マーケティング活動に際して欠かせない顧客企業側での集客を、当社のサービスとして提供することができますようになります。
- 2021年10月期への売上影響は軽微であります、今後相乗効果を出していくために取り組んでまいります。



①～③の領域それぞれで、広告サービスをラインナップに加えることで新しいソリューションを創出することが可能になり、それぞれの事業領域で相乗効果を発揮することが期待できます。

中期計画

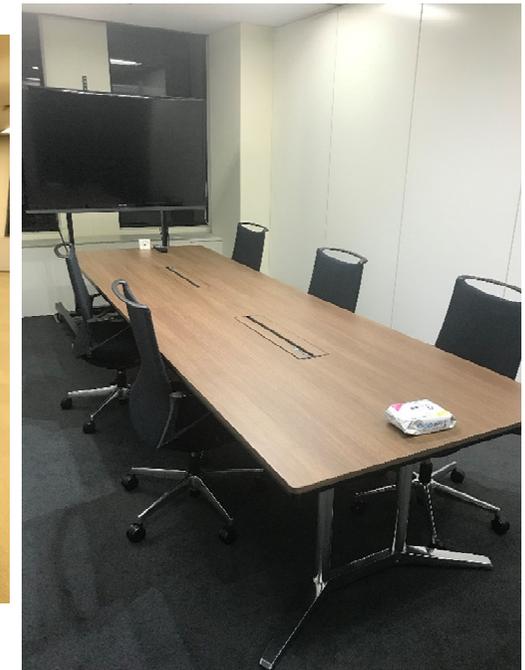
- 売上高100億円へのマイルストーンとして売上高50億円の目標に向けた中期計画を推進



V. APPENDIX

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
- 3度目の緊急事態宣言下では、出社を週0日にすることを推奨
- 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、アルコールタオル、非接触体温計、加湿器を社内各所に設置、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



サイボウズ様主催 Cybozu Days2020支援（3/30リリース）

- サイボウズ株式会社が2016年から毎年オフライン開催していたイベント「Cybozu Days」について、2020年にはオンラインイベントとして開催しました。
- そのオンラインイベントにおいて、シャノンのマーケティング支援システムである「SHANON MARKETING PLATFORM」をご利用いただきました。



東京計器様にて当社サービスが採用されました（4/8リリース）

- 日本初の計器メーカーである東京計器株式会社にて、シャノンのマーケティング支援システムである「SHANON MARKETING PLATFORM」が採用されました。
- 東京計器株式会社は、120年以上の歴史をもち、計測・認識・制御といった最先端の技術により、人間が持つ繊細な感覚や認識する能力を製品化。船舶港湾・水資源管理・産業用機械・防衛・建設土木・情報通信・鉄道の分野から、グローバルに私たちの暮らしの安心・安全を支えている企業です。

**TOKYO
KEIKI**

JBpress様主催 Jbpress DX World2020支援（4/13リリース）

- 株式会社日本ビジネスプレスは2020年に開催した大規模なオンライン展示会と5つのオンラインセミナーで構成するイベント「Jbpress DX World2020」を開催しました。
- Jbpress DX World2020において、シャノンの統合型マーケティング支援システムである「SHANON MARKETING PLATFORM」をご利用いただきました。



ベンカン様にて当社サービスが採用されました（4/20リリース）

- 配管メーカーとして70年以上の歴史をもつ株式会社ベンカンにて、シャノンのマーケティング支援システムである「SHANON MARKETING PLATFORM」が採用されました。
- コロナ禍で対面営業が難しくなったタイミングで導入いただき、メール配信やWebコンテンツ、資料ダウンロードなどの施策に取り組むだけでなく、スコアリング等にもチャレンジされています。



広告事業譲受を行いました（4/30リリース）

- デジタルマーケティング事業を展開する株式会社TAGGYより当事業を譲り受けいたしました。
- これにより、マーケティング活動に際して欠かせない顧客企業側での集客を、当社のサービスとして提供できるようになります。
- 2021年10月期への売上影響は軽微であります、今後相乗効果を出していくために取り組んでまいります。



新型コロナウイルスワクチン接種時の特別有給休暇を導入（5/19リリース）

- 従業員とその家族の健康を配慮し、全従業員を対象とした「新型コロナウイルスワクチン接種時の特別有給休暇制度」を導入
- ワクチン接種を希望する従業員が速やかに接種できるように支援していきます

IT導入補助金2021のIT導入補助金対象ツールに認定（5/26リリース）

- IT導入補助金2021において、IT導入支援事業者に昨年に引き続き認定されました
- あわせて当社が提供する統合型マーケティング支援サービスである「SHANON MARKETING PLATFORM」が対象ツールに認定されました



Itreview Best Software in Japan 2021に認定（5/28リリース）

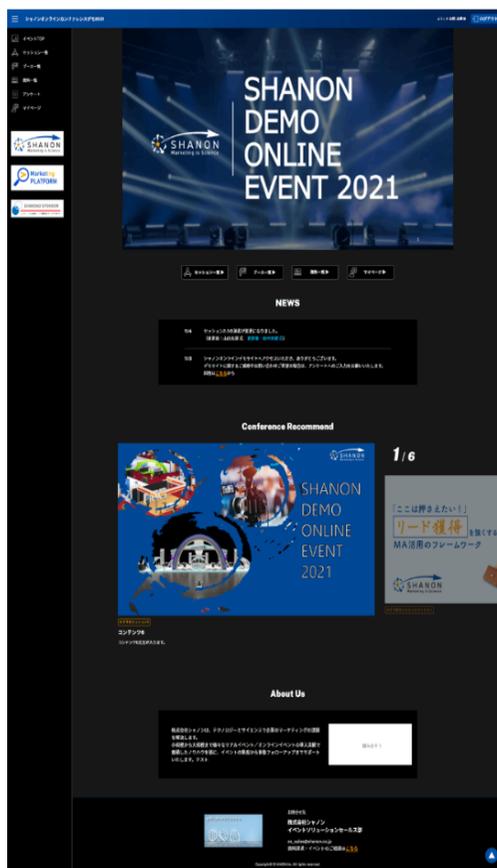
- シヤノンが提供する統合型マーケティング支援システムである「SHANON MARKETING PLATFORM」が、アイテクラウド株式会社が主催する「Itreview best Software in japan 2021」のTOP50に選出されました。



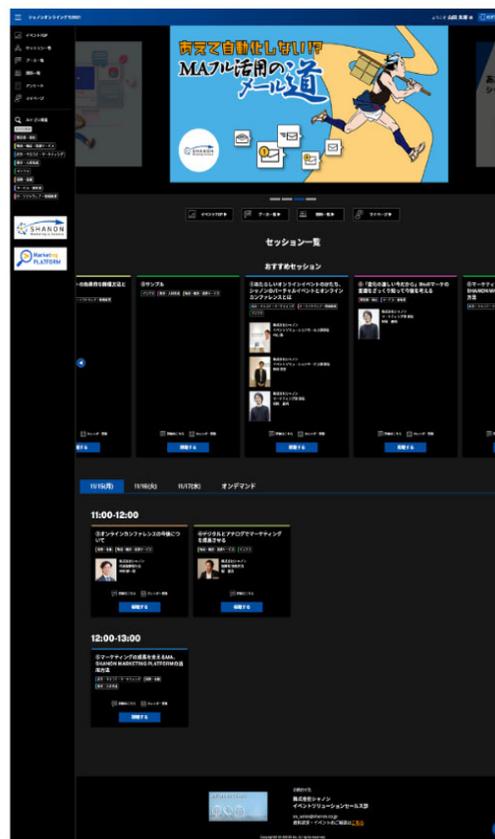
オンラインイベントの低価格・高デザインパックをリリース（6/2リリース）

- 20年以上にわたるイベント支援のノウハウを生かした「オンラインイベント2021デザインパック on SMP」をリリースしました。
- これにより、高いデザイン性がありながら、低納期、低コストでのオンラインイベント開催が可能となります。

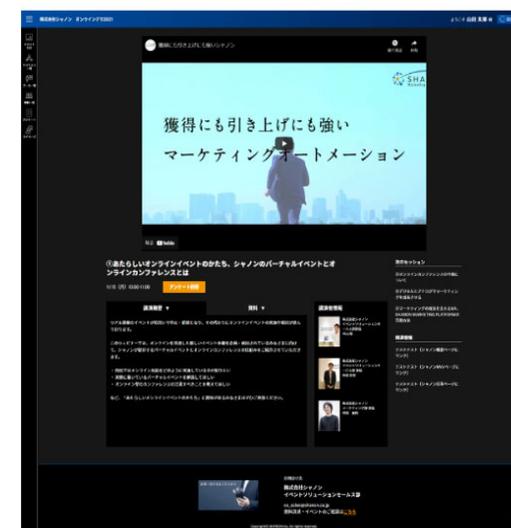
イベントTOPページ



セッション一覧ページ



セッション視聴ページ



株式会社ジクウについて

株式会社ジクウの概要

再掲

- 商号** | 株式会社ジクウ (ZIKU Inc.)
- 設立** | 2020年12月1日
- 所在地** | 東京都港区三田3-13-16 三田43MTビル 4F
- 代表者** | 代表取締役 堀 譲治
- 資本金** | 1,000万円
(株式会社シャノン85%出資)
- 事業内容** |
- バーチャルイベントサービスの企画、制作、販売
 - バーチャルイベント並びにリアルイベントの企画実施
 - CG及びホームページの企画及び制作

時空を超え、時を活かす 世界の繁栄に貢献する。

売り手も買い手も
顧客を創造するには
新しい出会いが必要です。

そのために現実を凌駕する
空間と市場を創造します。

地域を超え、国を超え、言語を超えた
新たな空間は
新しい出会いと気づきとビジネスを生み
互いの繁栄と発展を実現します。

株式会社ジクウの概要

- ジクウは、with/after コロナ時代におけるバーチャルイベント(3D CG VR含む)の決定版をめざしています
- 現状散見されるバーチャルイベントサービスといわれるものでは多くの課題がありそれを打破した、今までにないサービスを開発してまいります
- 詳細内容は現時点では非公開
- サービスリリース時期は2021年10月期 第4四半期(8-10月)予定
- 今期中(2021年10月期)に売上には寄与しない想定です。来期(2022年10月期)は売上寄与するが、数字は適切なタイミングで公表予定

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。
- 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。