



後藤ブランド株式会社の株式取得についての補足説明資料

株式会社シャノン

東証グロース：3976

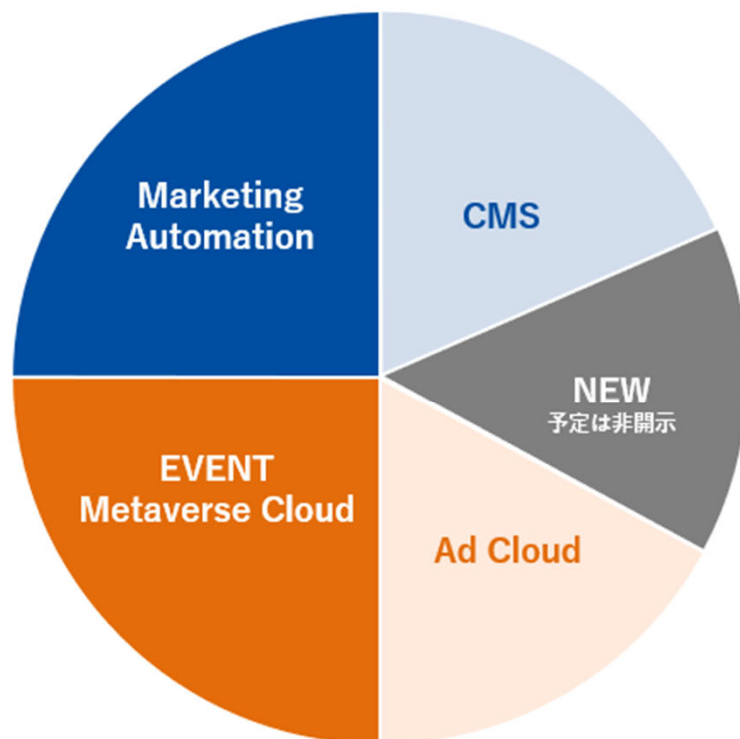
2022年6月30日

目次

1. 後藤ブランド株式会社をM&Aした目的
2. 後藤ブランド株式会社の事業内容
3. シャノンの既存事業との相乗効果
4. 決算に対する影響

1.後藤ブランド株式会社をM&Aした目的

事業計画及び成長可能性に関する資料でお話してまいりました、成長戦略の一環としてのM&Aであり、WEB広告領域のソリューションの強化を実現します。複合的なWEB広告の運用が可能になりWEB広告全般の課題解決が実現できるようになり、既存顧客のニーズの応えるものと考えております。また、既存のSHANON Ad Cloudの企画、販売、運用の強化にもつながります。



方針実現のための3つの取り組み

1

ソリューション領域の拡大のための機能開発

2

M&Aで製品の成長も加速

3

メタバースへの積極対応

* 上記円グラフは、各ソリューションの売上規模やそれに対する投資規模を表現しているわけではありません。

2. 後藤ブランド株式会社 of 事業内容

後藤ブランド株式会社のM&Aにより、広告の運用を中心に、WEBマーケティングに関わる施策全般のコンサルティング、実行支援、クリエイティブにも対応し、ワンストップでの解決を行っています。



3. シャノンの既存事業との相乗効果

新しい事業セグメント領域それぞれで以下のような相乗効果を発揮することが期待できます。

サブスクリプション事業

- マーケティングオートメーションとして利用する顧客の多くはWEB広告を活用した積極的な集客へのニーズを持ち、クロスセルが可能

イベントクラウド事業

- イベント主催者には、集客へのニーズがありワンストップでの解決策を提供することによってクロスセルを行い、イベントあたりの案件単価を向上することが可能

メタバース事業

- メタバースイベントであっても、イベント主催者の集客へのニーズは、イベントクラウド事業と同様であり、クロスセルが可能

広告事業

- 本M&Aによりシャノングループの一員となる後藤ブランド株式会社自体が、この広告事業セグメントになりうるもの
- 既存のAd Cloudサービスの企画、販売、運営を強化することが可能であり、また後藤ブランドのノウハウを生かすことで、自社製品（SHANON Ad Cloud）の販売も促進し広告事業の収益性を向上させます。

4. 決算に対する影響

現時点では、本件による当社連結業績に与える影響につきましては軽微であると見込んでおりますが、公表すべき事項が生じた場合には、速やかに公表いたします。

今後は、ここまでの説明のように、既存のサービス（SHANON Ad Cloud）の強化、ならびに、総合的なWEB広告サービスによって、マーケティング上の集客ニーズに応じていくことで、マーケティング領域全体で信頼いただける企業になれるように進めてまいります。

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。