

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

株式会社シャノン（東証グロース：3976）

2023年12月12日

中期経営計画（-2024）の数値計画取り下げについて

当社グループは、2021年12月13日に2024年10月期を最終年度とする中期経営計画を公表しました。その後、新型コロナウイルス感染症の影響によるBtoBイベントの中止や遅延によるイベントクラウド事業の減速や、メタバース事業及びサブスクリプション事業の進捗遅れを踏まえて計画を見直し、2022年12月12日に修正版中期経営計画（2022-2024）を公表しました。（詳細につきましては、同日開示の「2022年10月期 通期決算補足説明資料」P39以降をご参照ください。）

2023年10月期において、主力事業であるサブスクリプション事業の状況は当初計画には届かないものの堅調に推移をしております。一方で、中期経営計画において【次の柱】としていたメタバース事業は、コロナ情勢の変化や、当初想定していた大型展示会の受注が想定通り進まないこと等から、見直し後の計画に対しても進捗は芳しくない状況です。またイベントクラウド事業はコロナ禍を経て競合環境を含めた市場環境にも変化がみられております。

そのため、中期経営計画を一度取り下げ、投資と成長のバランスを再度見直します。当面は、近年の投資内容（M&Aや開発したソリューション）と既存事業の相乗効果による成長をすすめ、コストを意識した組織体制の見直しを通じて、成長率よりも収益性の向上を目指します。

その前提の上で、次の成長戦略は、【Ⅲ シャノングループの成長戦略】をご確認ください。

中期経営計画2022-2024の売上と営業利益目標と実績値概要

なお、2022年12月公表の中期計画と2023年10月期実績、2024年10月期計画は以下の通りです。2024年10月期は後述のとおり、事業進捗や市場環境の変化に対応した戦略を実行予定です。

	2023年10月期 (22/12開示)	2023年10月期 (23/9訂正)	2023年10月期 (実績)	2024年10月期 (22/12開示)	2024年10月期 (23/12開示)
売上高(連結) 単位:億円	35.0	29.5	29.34	45.7	32.75
サブスクリプション事業 単位:億円	23.9	21.3	21.63	29.5	24.25
サブスクリプション売上 単位:億円	14.7	14.1	13.99	18.2	16.19
プロフェッショナル売上 単位:億円	9.1	7.22	7.64	11.2	8.06
イベントクラウド事業 単位:億円	5.2	5.48	4.92	6.3	4.90
メタバース事業 単位:億円	2.0	0.33	0.35	4.6	0.58
広告事業 単位:億円	3.7	2.45	2.42	5.2	3.02
営業利益 単位:億円	0.7	△2.05	△2.62	2.9	0.32
営業利益率	2.1%	-	-	6.3%	1.0%

2022年10月期は、米ドル110円想定 of 予算

2023年10月期～2024年10月期は、米ドル140円で予算組み。1円の円安により、100万円の利益へのマイナスインパクトあり

2023年10月期の予想と実績値差異に関する要因分析と対処策

- 2023年10月期の各セグメントの状況は以下のとおりです。

セグメント	売上高 (百万円)	前年 同期比	修正予 算比	営業損益 (百万円)*1	前年 同期比*2	2023年10月期の 修正計画未達要因	2024年10月期の施策
連結PL ※セグメント利益又は 損失の調整額を含む	2,934	119.5%	99.2%	△262	— 前年同期 △327	売上予算との乖離が大きかったの は、イベントクラウド事業（55百 万円）	2024年10月期予算では全体的に売上計画をより確度 の高い保守的なものとし、それに合わせて人件費の調 整（新規・中途採用の抑制、人員異動による適切な人 員配置）やその他コストの調整を図ることで、収益性 の改善を図る予算とした。
■ 以下セグメントごとの状況							
サブスクリプション 事業	2,163	117.2%	101.5 %	194	336.9%	詳細は以下の通り	
サブスクリプション	1,399	109.6%	99.3%			MRR(*3)、ARRの成長は予算には 届かなかったものの及第点。	2023年10月期の施策を継続。なお、ミドル（新規） の営業は先行投資となることから（増員に伴うコスト >新規獲得による単年度収益）、収益性を意識した採 用人数に調整。
プロフェッショナル	764	134.2%	105.8 %			市場における競争環境の影響により 、新規受注時の導入サービス単 価下落、既存顧客からの追加受注 は減少。	市場の実態を踏まえた売上予算の策定、それに見合う 組織体制への見直しによりコストバランスを調整。エン タープライズ向けは引き続き大型案件納品の計画が あることから、これらを確実に納品していく。
イベントクラウド事 業	492	113.6%	89.9%	3	△87.4%	リアルイベント回帰の動きは鮮明 となるものの、競合サービスの台 頭もあり、案件数は増加傾向にあ るものの、中小型イベントの案件 単価が想定より低く推移し、採算 性が悪化した。	前期の状況を踏まえて、組織体制の見直し、サービ ス提供体制の効率化を図ることで採算性の向上を目指 す。また当社サービスの付加価値向上、サービス提供の効 率化のため開発投資も計画し実行中。
メタバース事業	35	120.1%	107.4 %	△65	— 前年同期 △72	1案件単価が大きい大型展示会等 の受注が想定通りに進まず売上ビ ハインド。期中に体制見直しやコ スト調整を行ってきたがバランス は取り切れず。	売上予算は、受注済み案件を中心に現実的な計画と して策定。組織体制や各種コストもミニマムに抑えて いる。
広告事業	242	165.9%	98.9%	△32	— 前年同期 22	予算策定時に見込んでいた大型案 件が通期実績において大幅ビハイ ンド。	前期実績を踏まえて売上予算は抑えて策定しているが、 昨年新たにリリースしたクッキーレスリターゲティ ング広告の躍進や大型案件の改善に期待。

*1 セグメントごとの営業損益については、全社費用は考慮していない。

*2 前年同期が営業損失の場合には、前年の営業損失額を記載、前年同期が営業利益かつ当期は営業損失の場合には、前年の営業利益額を記載（単位：百万円）

*3 MRRとは、Monthly Recurring Revenueの略で、当社では、10月末時点の単月のMA-サブスクリプション売上をMRRとしている。

2024年10月期 通期連結業績予想（前期比）

- 売上高は、サブスクリプション事業を中心に増加し、全体では**11.6%**の増加を見込んでいます。

	2023年10月期（実績） 単位：百万円	2024年10月期（予想） 単位：百万円	前期比 単位：%	2024年10月期 第2四半期（累計）（予想） 単位：百万円
売上高	2,934	3,275	111.6%	1,510
サブスクリプション事業	2,163	2,425	112.1%	1,145
サブスクリプション	1,399	1,619	115.7%	766
プロフェッショナル	764	806	105.5%	378
イベントクラウド事業	492	490	99.4%	202
メタバース事業	35	58	166.1%	26
広告事業	242	302	124.6%	136
売上原価	1,108	1,146	103.4%	586
売上総利益	1,825	2,129	116.7%	923
販売費及び一般管理費	2,088	2,097	100.5%	1,056
営業利益（△は損失）	△262	32	—	△132
経常利益（△は損失）	△273	30	—	△132
親会社株主に帰属する当期純利益 （△は損失）	△445	10	—	△139

FY	期初想定レート	営業利益影響額
2024年10月期	145円/\$	1円の円安により約1百万円のマイナス影響

目次

- I. 会社概要・事業概要について
- II. 財務ハイライト
- III. シャノングループの成長戦略
- IV. 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【名古屋オフィス】愛知県名古屋市中区 【宮崎第一支社】宮崎県宮崎市【宮崎第二支社】宮崎県宮崎市
子会社	想能信息科技（上海）有限公司（上海市） 株式会社ジクウ（東京都港区） 後藤ブランド株式会社（東京都港区）
代表者	代表取締役社長 中村 健一郎
事業内容	企業のマーケティング活動をワンストップで支えるサービスを提供しています ・サブスクリプション事業 マーケティングソリューション、CMSの企画・開発・販売・サポート ・イベントクラウド事業 展示会やプライベートショー等のイベントに関するシステム支援 ・メタバース事業 メタバースイベントプラットフォームの企画・開発・販売・サポート ・広告事業 WEB広告、広告に関するコンサルティング事業
従業員数	単体：253名（契約社員含む。2023年10月末現在） 連結：275名（契約社員含む。2023年10月末現在）
アワード受賞歴等（抜粋）	ITreview Best Software in Japan 2022 TOP50 ITreview Grid Award MA(マーケティングオートメーション)、イベント管理3年連続Leader受賞 女性活躍推進企業認定「えるぼし」、働きやすい職場「ひなたの極」認証



Mission

マーケティングの再現性で 世界を変える

専門的なマーケティングを誰もが成果を出せるようにするために
技術および事業の創造革新を行い

マーケティングの再現性「サイエンス」を社会に普及させることで
企業の『顧客の創造』を簡単にし成長を実現します

再現性により少しの小さな失敗で事業を発展させ
無駄を減らし付加価値創造が促進される

価値が早く社会に行き届き人々の暮らしにも貢献し
次世代に誇れる豊かな世界を実現させる

Vision

日本を代表する
マーケティングクラウドになる

Value

お客様の立場に立つ

個人と会社の成長

チームファースト

創造思考

サイエンス

役員略歴

常勤取締役4名のほか、社外取締役、監査役の合計8名で経営を担っています。



代表取締役社長 中村健一郎 / 代表取締役

管掌領域：新規事業、営業（2000年～当社事業従事）

- 2000年08月 大学4年時に有限会社シャノン設立
- 2001年03月 慶応義塾大学卒業

取締役副社長 永島毅一郎 / 取締役副社長

管掌領域：採用、教育、サービス（2002年～当社事業従事）



取締役 堀讓治 / 取締役

管掌領域：技術（2005年～当社事業従事）

取締役 友清学 / 取締役

管掌領域：経理、財務、法務、総務、人事
（2012年～当社事業従事）

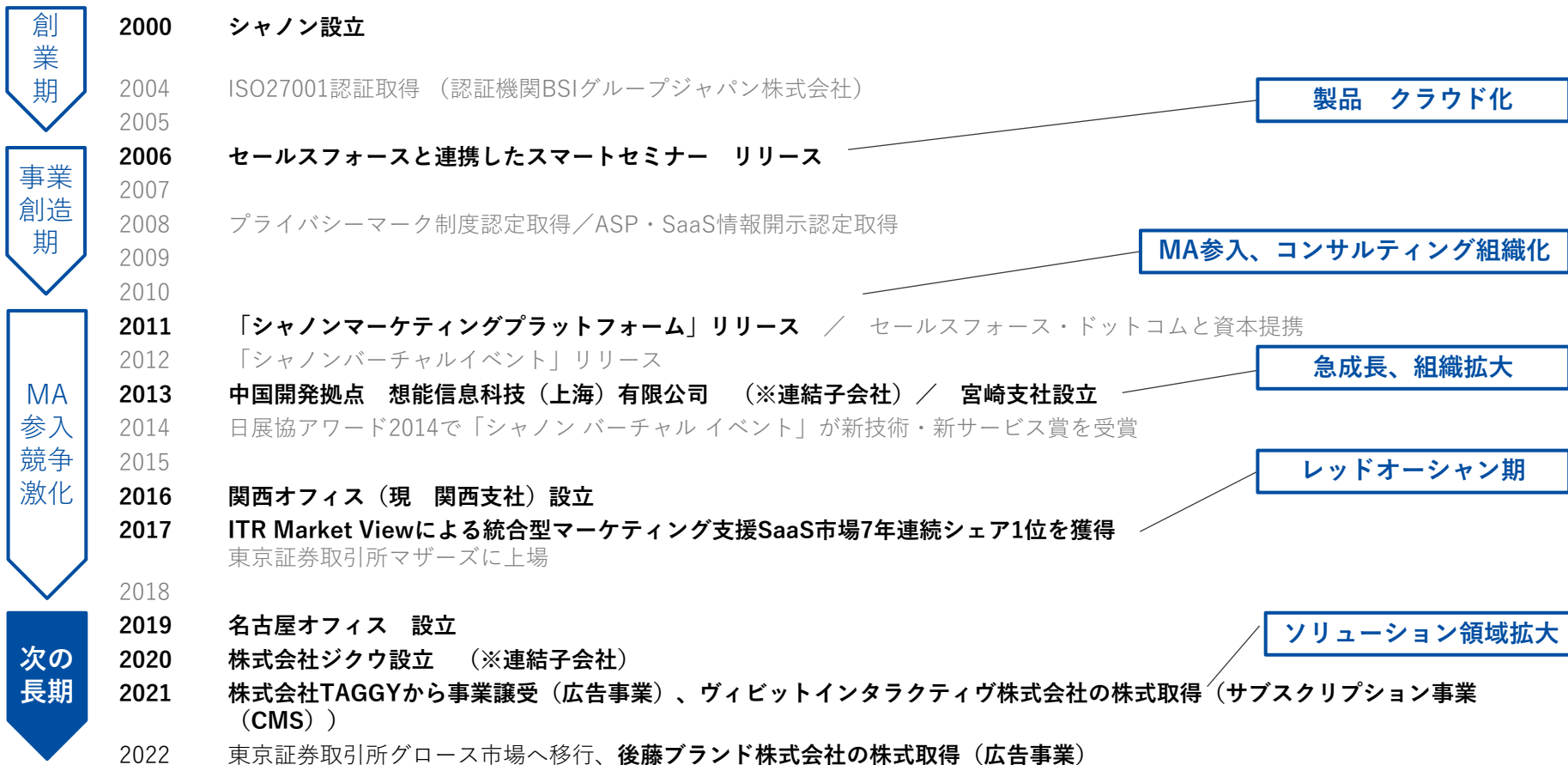
常勤取締役4名

中村健一郎（左上） 永島毅一郎（右上） 堀讓治（左下） 友清学（右下）

沿革

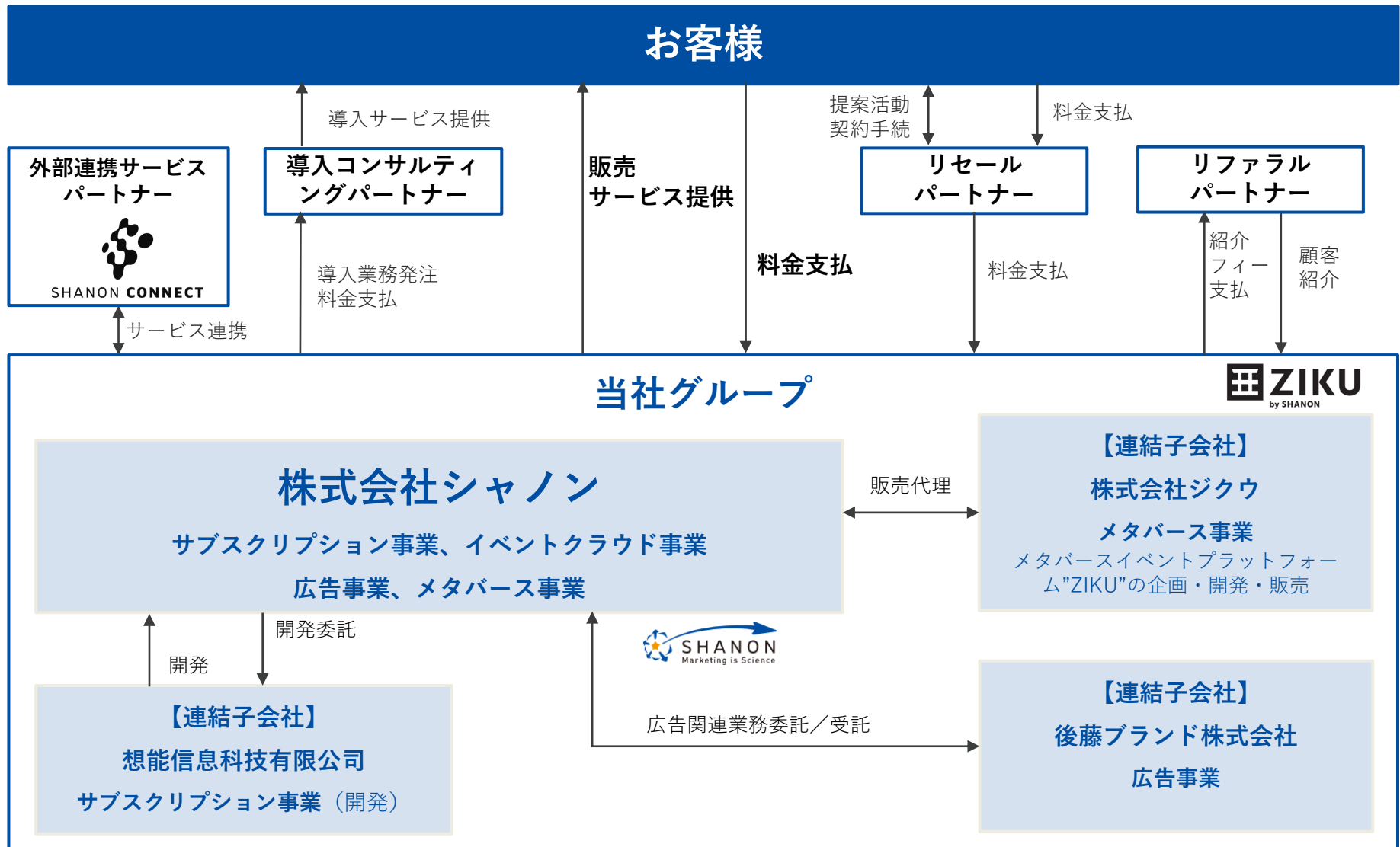
展示会のオンライン申込システムの受託開発からスタート。その後サービスクラウド化をし現在の形態へ。マーケティング関連サービスへTAM(*)を拡大。

* TAMとはTotal Addressable Marketの略で、獲得できる可能性のある全体の市場規模を指します。



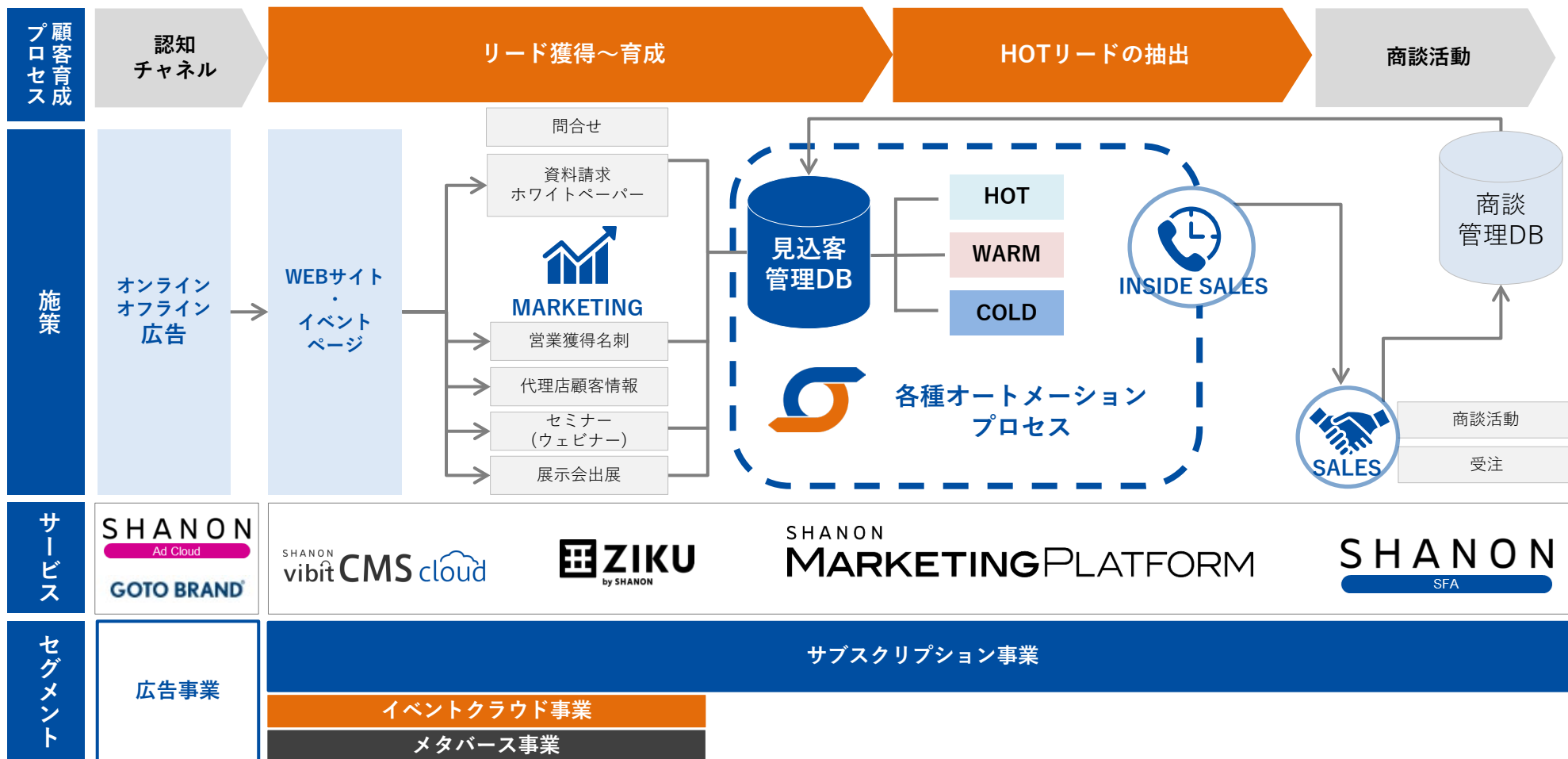
事業系統図

シャノングループの事業系統図は以下の通りです。



シャノングループの事業領域

企業のマーケティング活動の自動化支援（MA）とマーケティング活動に付随するサービス提供を行っています。



企業マーケティング施策の流れ（一例）

企業のマーケティング施策の各フェーズをワンストップで支援



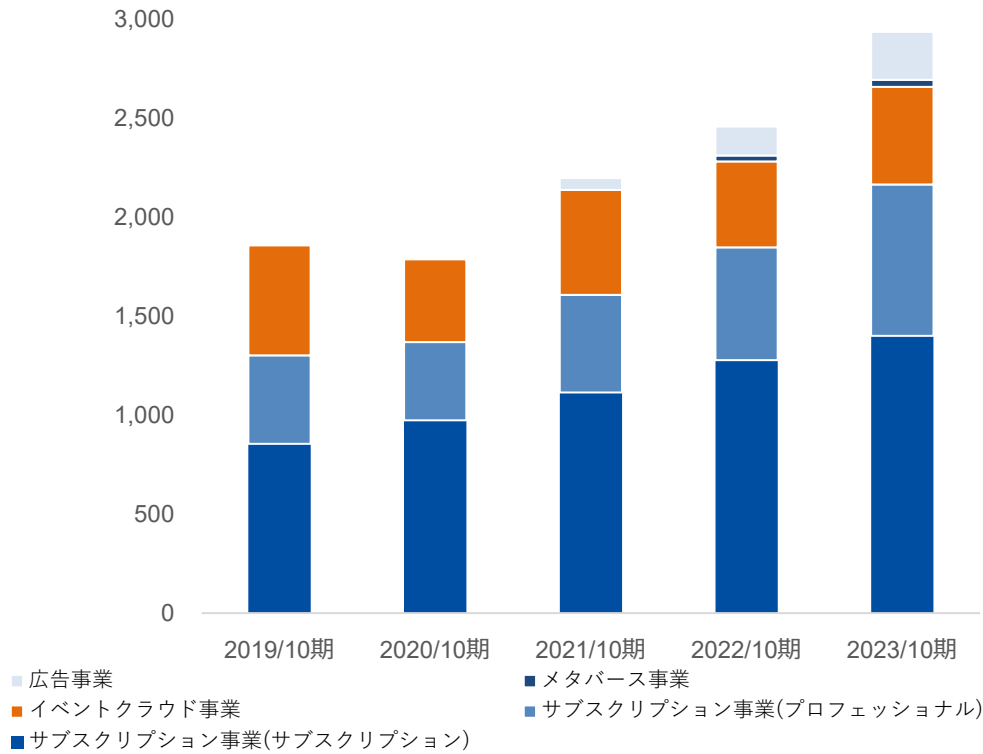
II.財務ハイライト

財務ハイライト：売上高の推移

- サブスクリプション売上（サブスクリプション事業）は順調に増加しています。
- イベントクラウド事業は、リアルイベント回帰の動きが鮮明となっており、案件数は徐々に増加してきています。

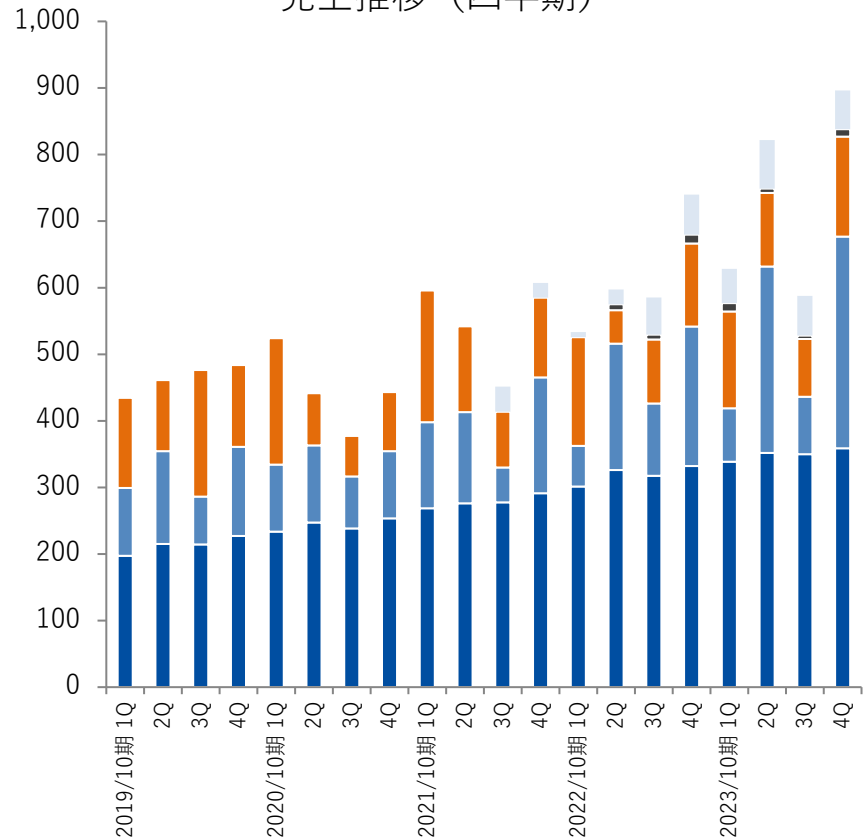
単位：百万円

売上推移（年間）



単位：百万円

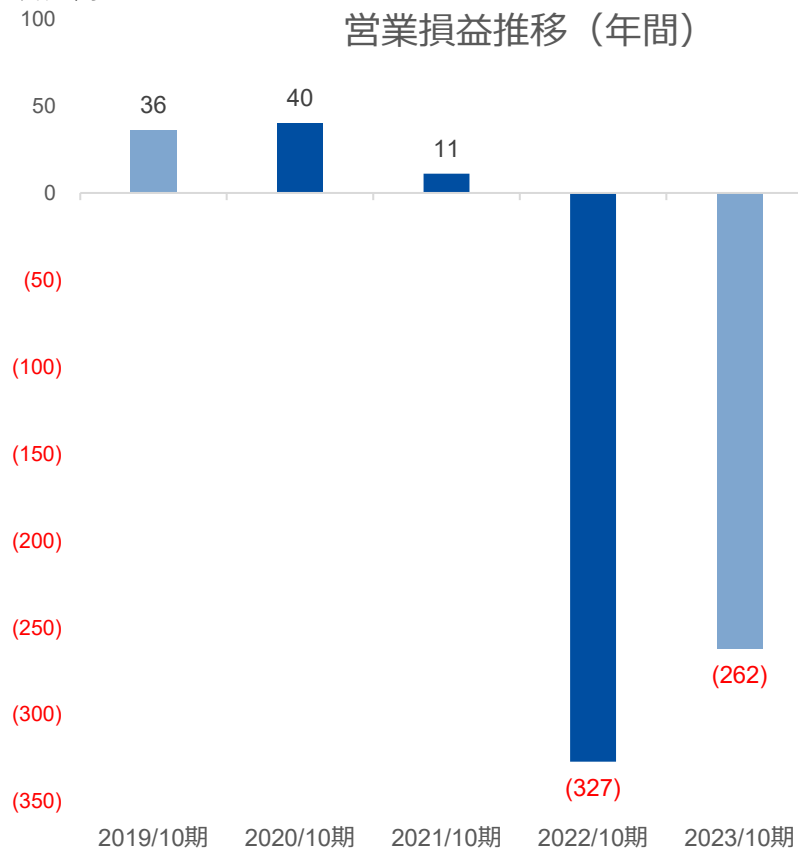
売上推移（四半期）



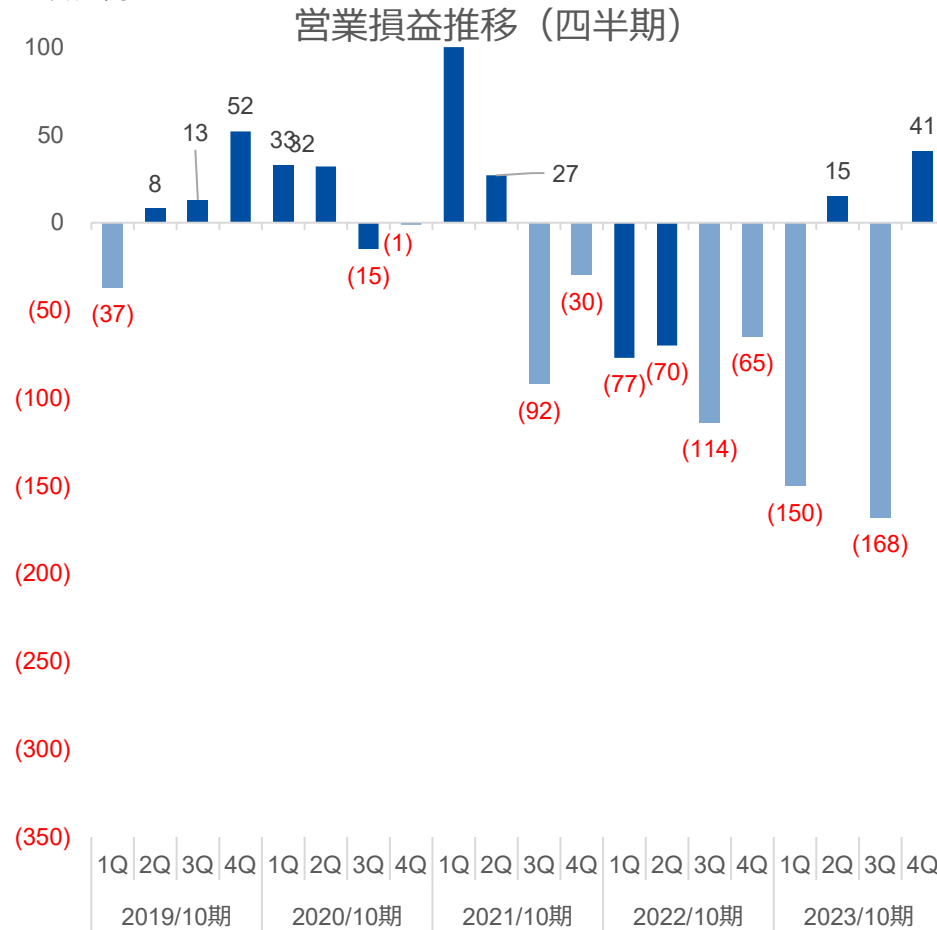
財務ハイライト：営業損益の推移

- サブスクリプション事業は、高い市場成長率を誇るマーケティングオートメーション市場において確実にシェアを獲得するべく、営業組織の増強やマーケティング費用の投資は行ってきましたが、一方で収益源であるイベントクラウド事業の赤字、またメタバース事業の事業進捗が計画通りに進んでいないことを踏まえ、投資収益のバランスが悪化しています。2023年10月期は一部費用の見直しを行い投資と収益のバランスを諮ったものの、その収束までは至りませんでした。コスト調整は2024年10月期も引き続き行う計画です。

単位：百万円



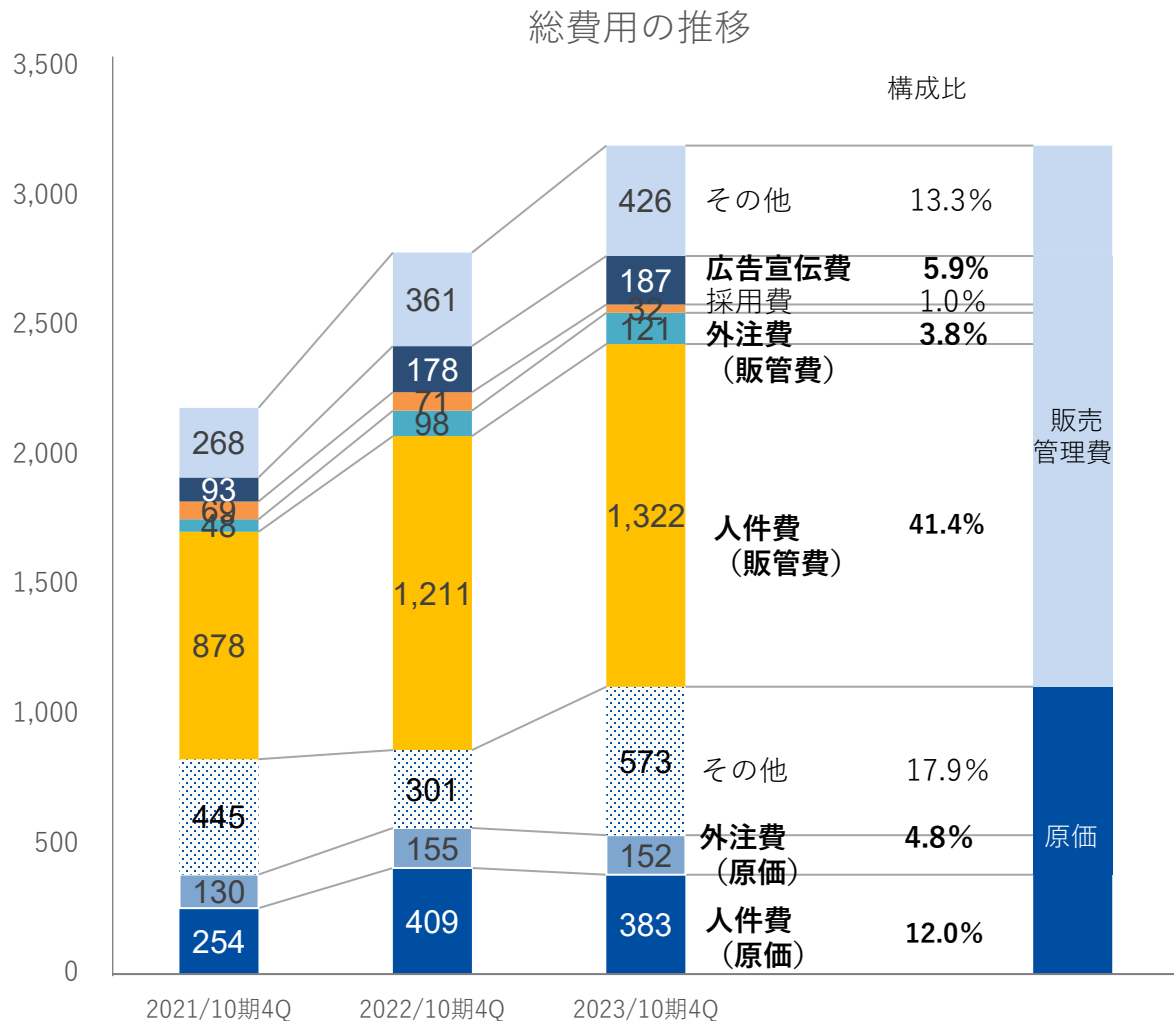
単位：百万円



総費用の推移

- 売上原価と販売費及び一般管理費に計上された総費用の推移は下記のとおりです。

単位：百万円



広告宣伝費は、売上拡大を目指して営業戦力を強化しているが（営業人員増加により必要商談も増加し、それに伴いマーケティングコストは必要）一部コスト調整もありほぼ前期末同様に着地。

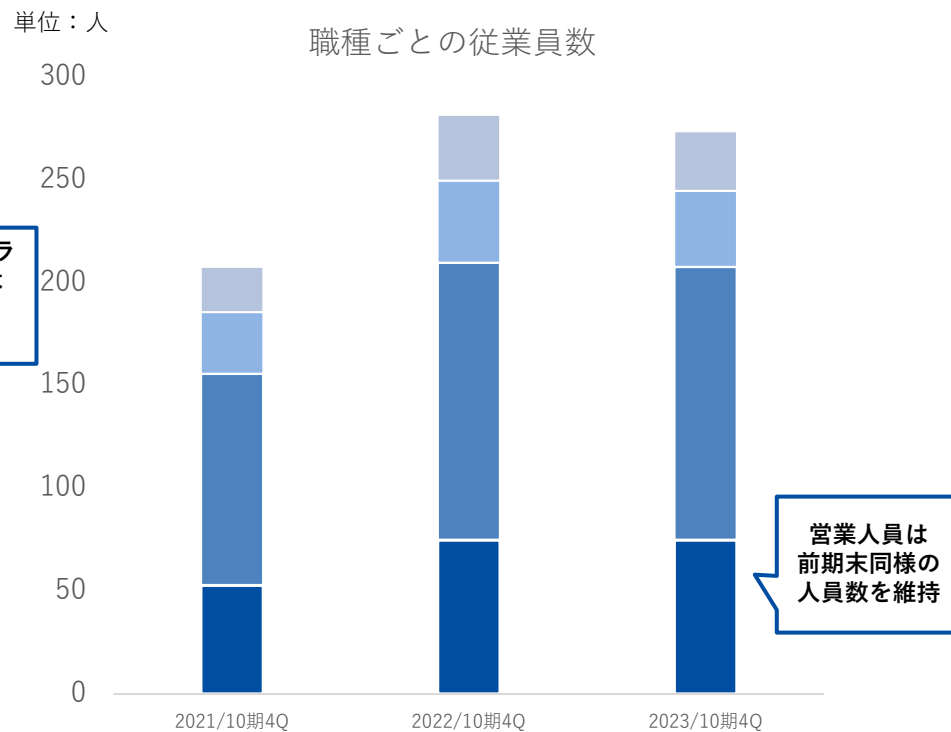
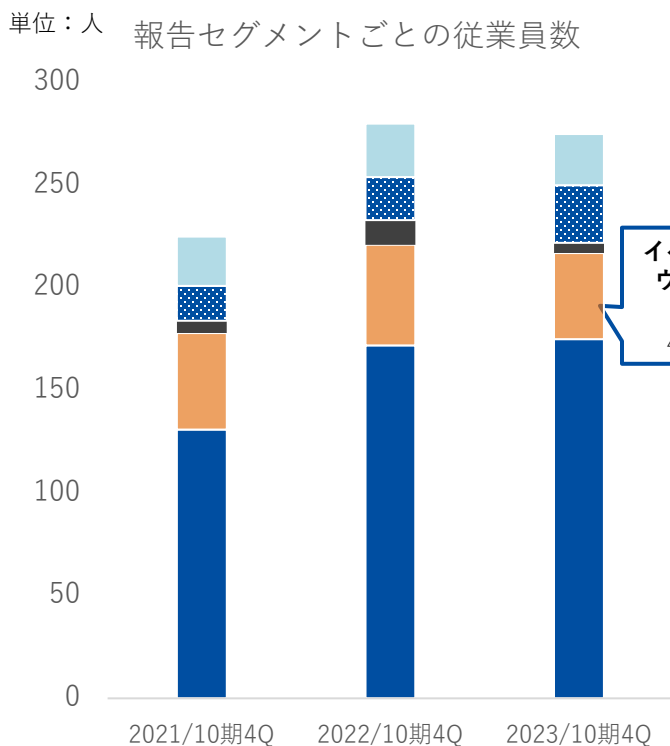
採用費は、各事業セグメントの状況を踏まえた人事異動により既存人員を有効活用により、前期比で大幅減。

外注費は、プロジェクトベースで調整を実施することで柔軟に対応。サブスクリプション事業（プロフェッショナル）において大型プロジェクトの受注・納品が続いており、前期と比較し増加。

人件費は、案件活動は売上原価、それ以外（バックオフィス等の間接部隊の分を含む）は販管費となる。中期的な成長加速を実現するために積極的に採用を行ってきたことにより年々増加していますが、足元では既存人員の配置転換等による人材リソースの有効活用によりほぼ前期末同様に着地。

人員推移

- イベントクラウド事業の人員の一部を広告事業に異動することで、リソース調整。（2022年9月に4名、2023年4月に3名異動）
- 2023年新卒は26名入社（昨年27名）。中期では、中途採用の規模は相対的に減少していくことを想定しています。
- 自然退職による減少と期中採用の抑制により、人員増加ペースはひと段落しています。



■ サブスクリプション ■ イベントクラウド
 ■ メタパス ■ 広告
 ■ 全事業共通

■ 営業 ■ サービス ■ 開発 ■ バックオフィス

※サービス人員には、広告事業の運用人員を含みます

Ⅲ. シャノングループの成長戦略

各事業セグメントの売上構成要素

長期的に収益に貢献していくサブスクリプション事業を重視。マーケティングに関連する事業を展開。

報告セグメント ※()は、2023年10月期の売上構成割合	売上種別	売上種別
サブスクリプション事業 (73.7%)	最重要 サブスクリプション (年間契約)	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス種類別 MA-サブスクリプション(*1) CMS-サブスクリプション(*2) ■ サブスクリプション売上内訳 システム利用料に関するMRR (月額契約金額) 従量課金 有償保守サービス、年間契約のBPOサービス
	プロフェッショナル (スポット)	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス種類別 MA-プロフェッショナル CMS-プロフェッショナル ■ プロフェッショナル売上内訳 初期費用、設定費用、BPOサービス、導入、WEB制作等
イベントクラウド事業 (16.8%)	イベント (スポット)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上内訳 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 (機材レンタルを含む)
メタバース 事業 (1.2%)	ZIKU (4か月契約)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上内訳 システム利用料 (ブース当たり単価) (月額契約金額)
	ZIKU (年間契約)	<ul style="list-style-type: none"> ■ サブスクリプション売上内訳 システム利用料に関するMRR (月額契約金額)、従量課金
広告事業 (8.3%)	広告	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上内訳 広告事業

*1 MAとは、マーケティングオートメーションを指します。

*2 CMSとは、コンテンツ管理システムを指します。

2024年10月期の4つの柱

2024年10月期は、各事業の「売上高成長率」 < 「収益性向上」を優先することで、次年度以降のステップアップを目指します。

1

サブスクリプション事業の売上最大化

～M&Aにより拡大したソリューション間のクロスセル拡大により売上・収益の確保へ～

2

生成AIを活用した新サービス

～生成AIを活用したマーケティングコンテンツ作成により既存顧客への魅力付け、競争力強化～

3

イベントクラウド事業の収益性向上

～イベント市場の変化に合わせた体制変更、また競争力強化のための製品投資～

4

M&A（時期未定）

～既存事業で収益を確保し、事業親和性が高いM&Aの機会をうかがう～

1

サブスクリプション事業の売上最大化

～ M&Aにより拡大したソリューション間のクロスセル拡大により売上・収益の確保へ～

2

生成AIを活用した新サービス

～生成AIを活用したマーケティングコンテンツ作成により既存顧客への魅力付け、競争力強化～

3

イベントクラウド事業の収益性向上

～イベント市場の変化に合わせた体制変更、また競争力強化のための製品投資～

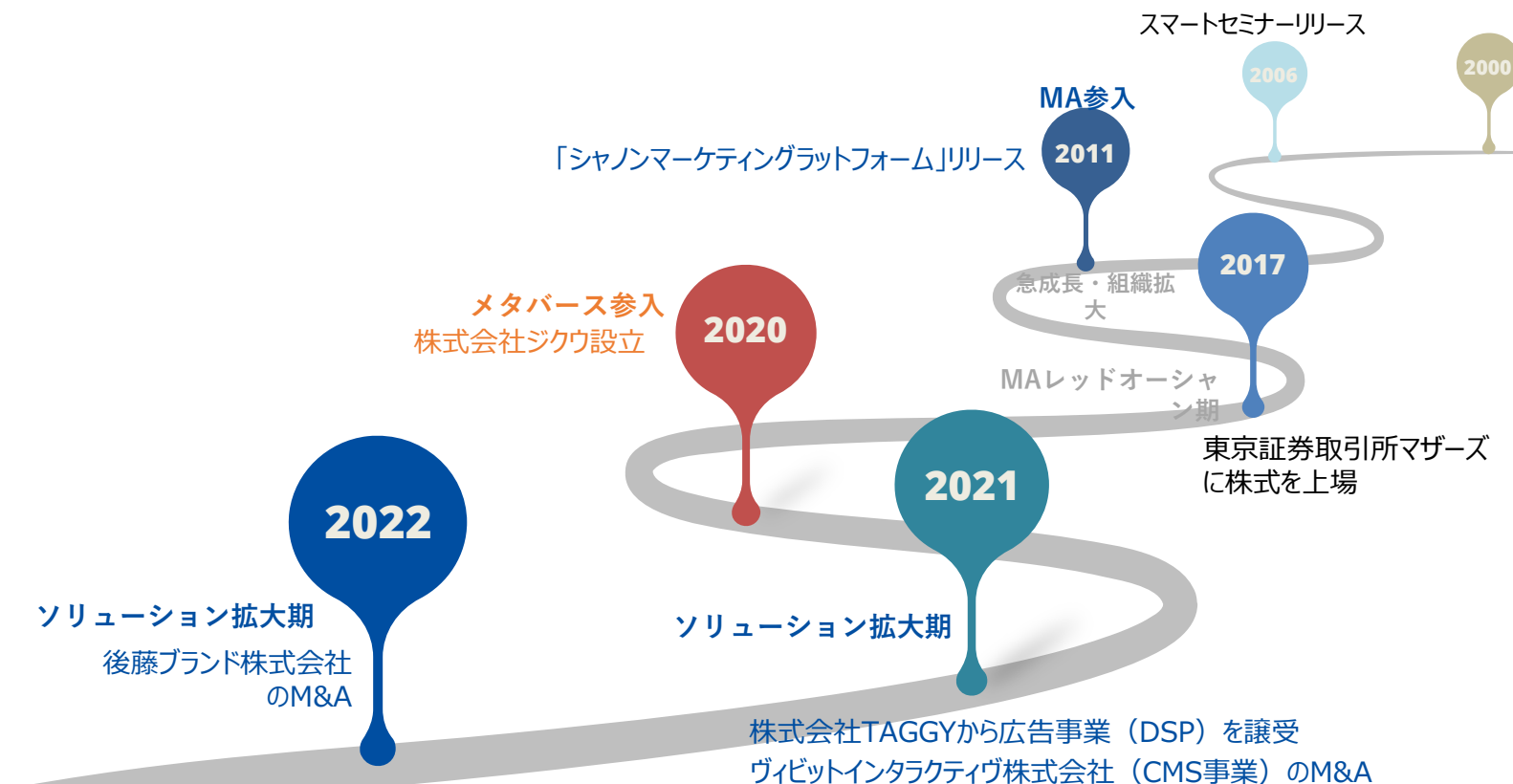
4

M&A（時期未定）

～既存事業で収益を確保し、事業親和性が高いM&Aの機会をうかがう～

ソリューション領域の拡大

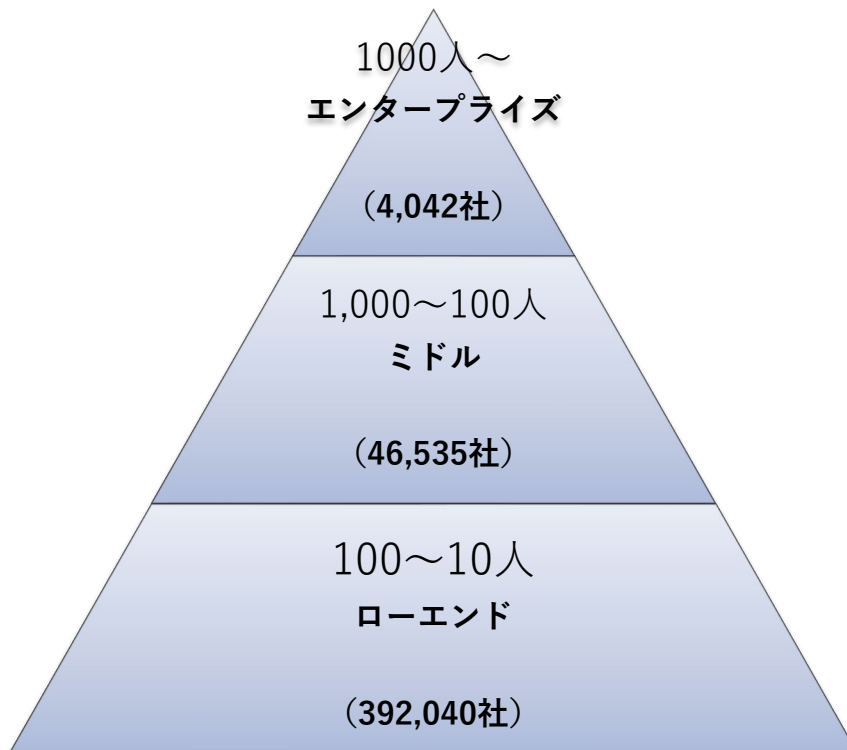
「マーケティング関連の相談をまとめて行いたい」という顧客ニーズが年々増加したことにより、2020年以降は関連サービスをグループ内に順次取り入れています。これにより、当社のTAMは広がりを見せています。



シャノンの潜在市場規模

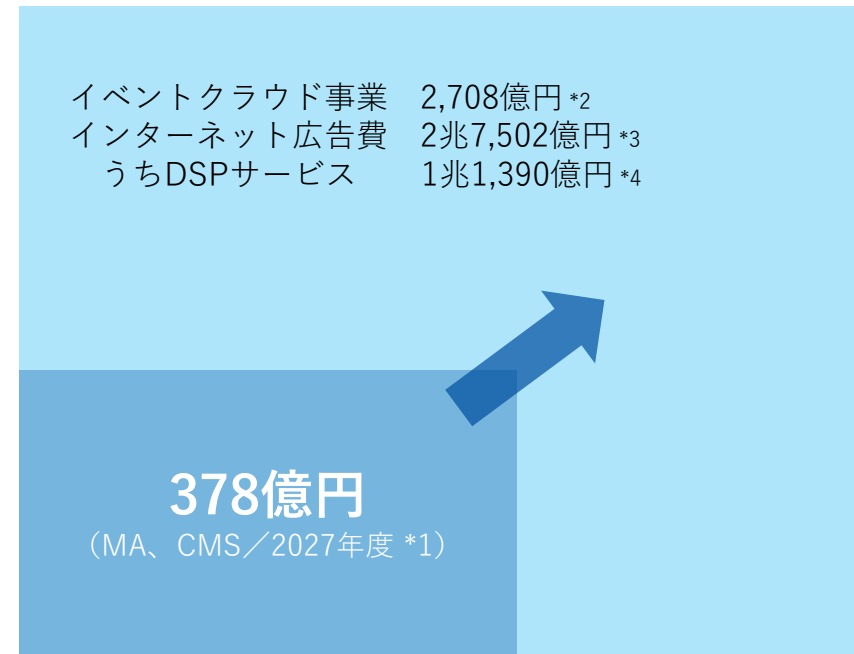
サブスクリプション事業では主に「エンタープライズ」、「ミドル」をメインターゲットにしていますが、中期的には「ローエンド」にもターゲットを広げていくことを考えています。また、ソリューションの拡大によりシャノングループ全体のTAMは拡大しています。

日本の企業規模区分（従業員）の社数と
当社MAのターゲット市場区分



総務省統計局「令和3年経済センサス活動調査」を基に集計

シャノンがターゲットとする市場のTAM



*1 株式会社富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2023版」

*2 2022年度のデータは展示会データベース2024年版（ビーオービー）の小間数×300万円で市場規模推定をしております。

*3 出展株式会社電通「2021年日本の広告費」媒体別広告費<2019年～2021年>

*4 株式会社CARTA COMMUNICATIONS/株式会社D2C/株式会社電通/株式会社電通デジタル/株式会社セブテーニ・ホールディングス「2022年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

ソリューション領域の拡大による効果

ソリューション領域の拡大を、売上高成長と収益力向上に繋がります。

売上高 = 顧客単価 × 顧客数（更新率、新規獲得）

単価	顧客単価の増加	既存のお客様にシャノンが提供する他のソリューションのクロスセルを仕掛けていくことで、顧客単価が上昇（収益力も向上）
顧客数	更新率アップ	幅広いソリューション領域を展開することで、既存顧客への付加価値を高め、結果として、契約更新率が上昇（収益力も向上）
	新規獲得増加	幅広いソリューション領域を生かした統合型のサービスとして提案することで新規顧客への付加価値・他社サービスに対する競争力を一層高め、新規獲得件数増加

※ 更新率：既存顧客の年間契約の契約更新率

1

サブスクリプション事業の売上最大化

～M&Aにより拡大したソリューション間のクロスセル拡大により売上・収益の確保へ～

2

生成AIを活用した新サービス

～生成AIを活用したマーケティングコンテンツ作成により既存顧客への魅力付け、競争力強化～

3

イベントクラウド事業の収益性向上

～イベント市場の変化に合わせた体制変更、また競争力強化のための製品投資～

4

M&A（時期未定）

～既存事業で収益を確保し、事業親和性が高いM&A機会があれば活用～

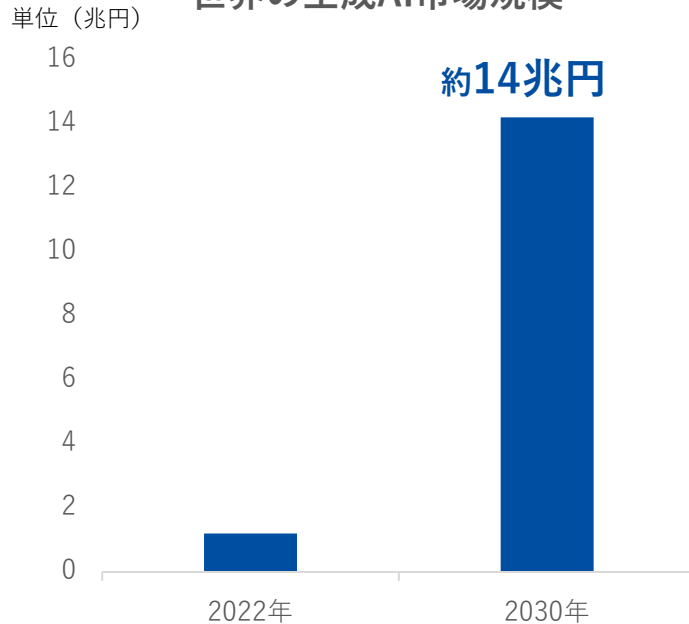
生成AIの市場と活用実態

2023年5月プレスリリースのとおり、OpenAIの人工知能「ChatGPT」とシャノンサービスを連携させたサービス提供を2024年10月期中に開始予定です。※A

生成AIの市場は2030年までに約14兆円と急速な拡大が見込まれています。一方で『**生成AIの活用には一定のスキルを要する**』ことから現場従業員による活用は十分ではありません。

※A（詳細は2023年5月23日公表の「株式会社シャノン、マーケティングオートメーションとChatGPTの連携によるコンテンツ作成を強力に支援するサービスのベータ利用テストを開始」をご参照ください。）

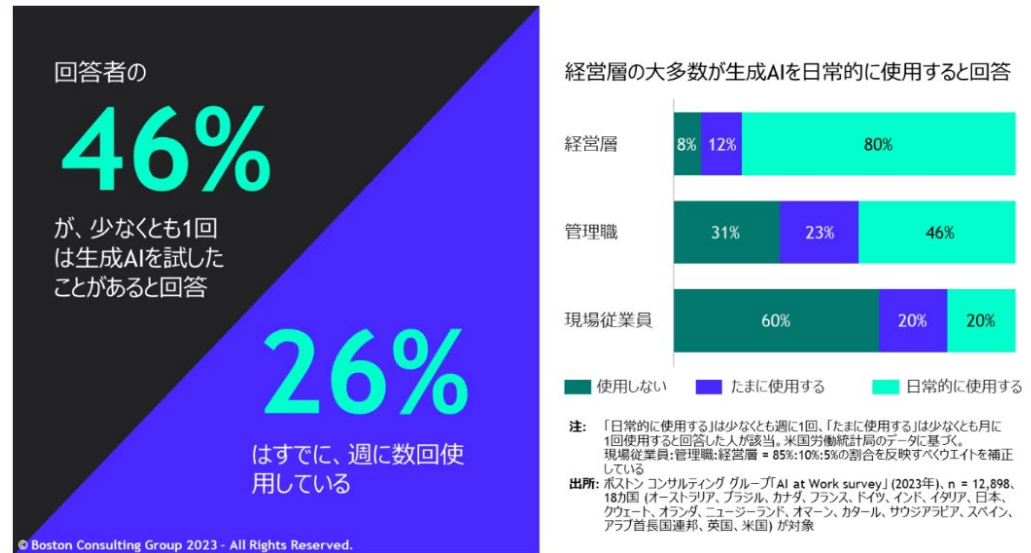
世界の生成AI市場規模



(出典) Grand View Research Inc.による調査

生成AIの活用は、特に現場に行くほど進んでいない

18か国、約1万3,000人の経営層、管理職、現場従業員を対象にした調査



(出典) BCG AI at Work survey (2023)

生成AIを活用した新サービス

2023年5月プレスリリースのとおり、OpenAIの「ChatGPT」を活用したサービスを2024年10月期中に、以下の2つ内容を提供開始する予定です。

ChatGPT



SHANON
MARKETING PLATFORM

1

マーケティングコンテンツ作成SaaS

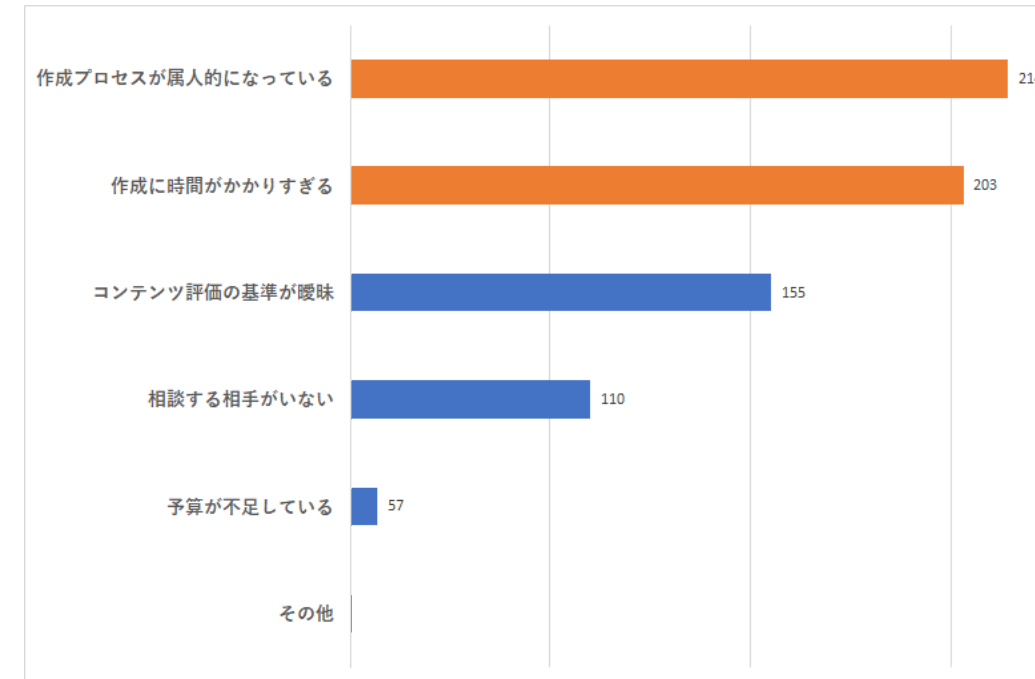
- マーケティングコンテンツの作成は、属人性が高く、時間がかかりすぎるという課題がある
- ChatGPTそのままでは使いこなせる人が少数のため、誰もが簡単にマーケティングコンテンツを作れるように設計されたサービスを提供予定

2

上記自社SaaS製品を活用したマーケティング運用代行サービス (BPaaS)

- マーケティングの運用リソース不足の会社は多い
- マーケティング運用代行サービスにおいて、コンテンツ作成を代行するのは困難であった
- 上記自社SaaSを利用することで、大幅なコストカットと、高付加価値の運用代行サービスを提供することが可能に

シャノン実施アンケート (N=351) コンテンツ作成プロセスの課題 (複数回答可)



1

サブスクリプション事業の売上最大化

～M&Aにより拡大したソリューション間のクロスセル拡大により売上・収益の確保へ～

2

生成AIを活用した新サービス

～生成AIを活用したマーケティングコンテンツ作成により既存顧客への魅力付け、競争力強化～

3

イベントクラウド事業の収益性向上

～イベント市場の変化に合わせた体制変更、また競争力強化のための製品投資～

4

M&A（時期未定）

～既存事業で収益を確保し、事業親和性が高いM&A機会があれば活用～

イベントクラウド事業の収益向上

イベントクラウド事業は、2023年10月期に関連部門の組織再編等によるコスト調整を実施しました。2024年10月期リリース予定の新機能により、競合優位性も強化していきます。イベント案件はリピート開催するものも多いことから、満足度の高いサービス提供によりリピート案件の受注率を一層高めるとともに、新機能開発による差別化により新規獲得増加も目指します。

コスト調整



競合優位性

人事異動・組織再編

2024年10月期売上計画に即した人員数へ変更。
他事業への人員異動を実施。

生産性向上への投資①

事業内の組織統合、研修実施により、1人が行う業務を単一から複数に変更し、生産効率を向上。

生産性向上への投資②

これまで人手で対応していたサービスの一部を、機能開発によりシステム化。

新機能開発

大規模イベント・展示会等において要望の強い機能をリリース予定。

1

サブスクリプション事業の売上最大化

～M&Aにより拡大したソリューション間のクロスセル拡大により売上・収益の確保へ～

2

生成AIを活用した新サービス

～生成AIを活用したマーケティングコンテンツ作成により既存顧客への魅力付け、競争力強化～

3

イベントクラウド事業の収益性向上

～イベント市場の変化に合わせた体制変更、また競争力強化のための製品投資～

4

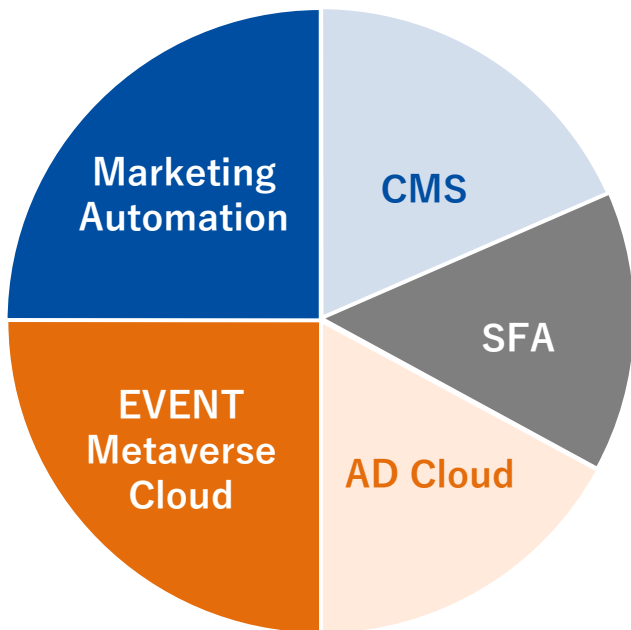
M&A（時期未定）

～既存事業で収益を確保し、事業親和性が高いM&A機会があれば活用～

M&A（中期目線）

既存事業で売上・収益を確保し、既存事業との高い親和性・TAM拡大に繋がる案件があった場合には、M&Aも利用していく方針です。なお、現時点で具体的に決定した案件はございません。

SHANON MARKETING PLATFORM



TAM拡大につながるM&Aの活用

1

ソリューション領域の拡大のためのM&A

2

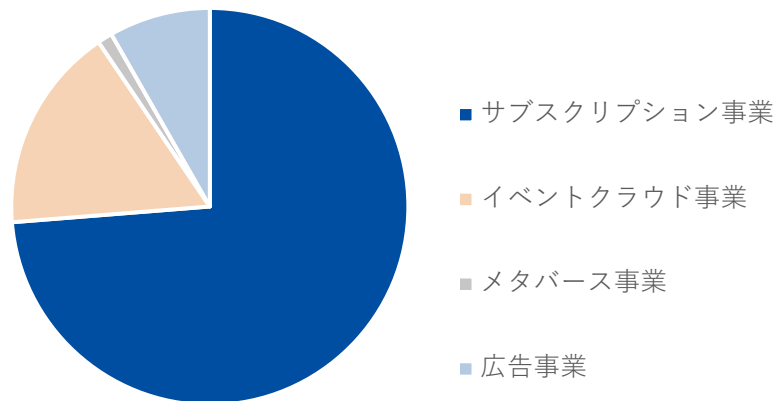
製品成長につながるM&A

* 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。

V. APPENDIX

サブスクリプション事業

セグメント別売上構成比
(2023年10月期実績**73.7%**)



サブスクリプション事業

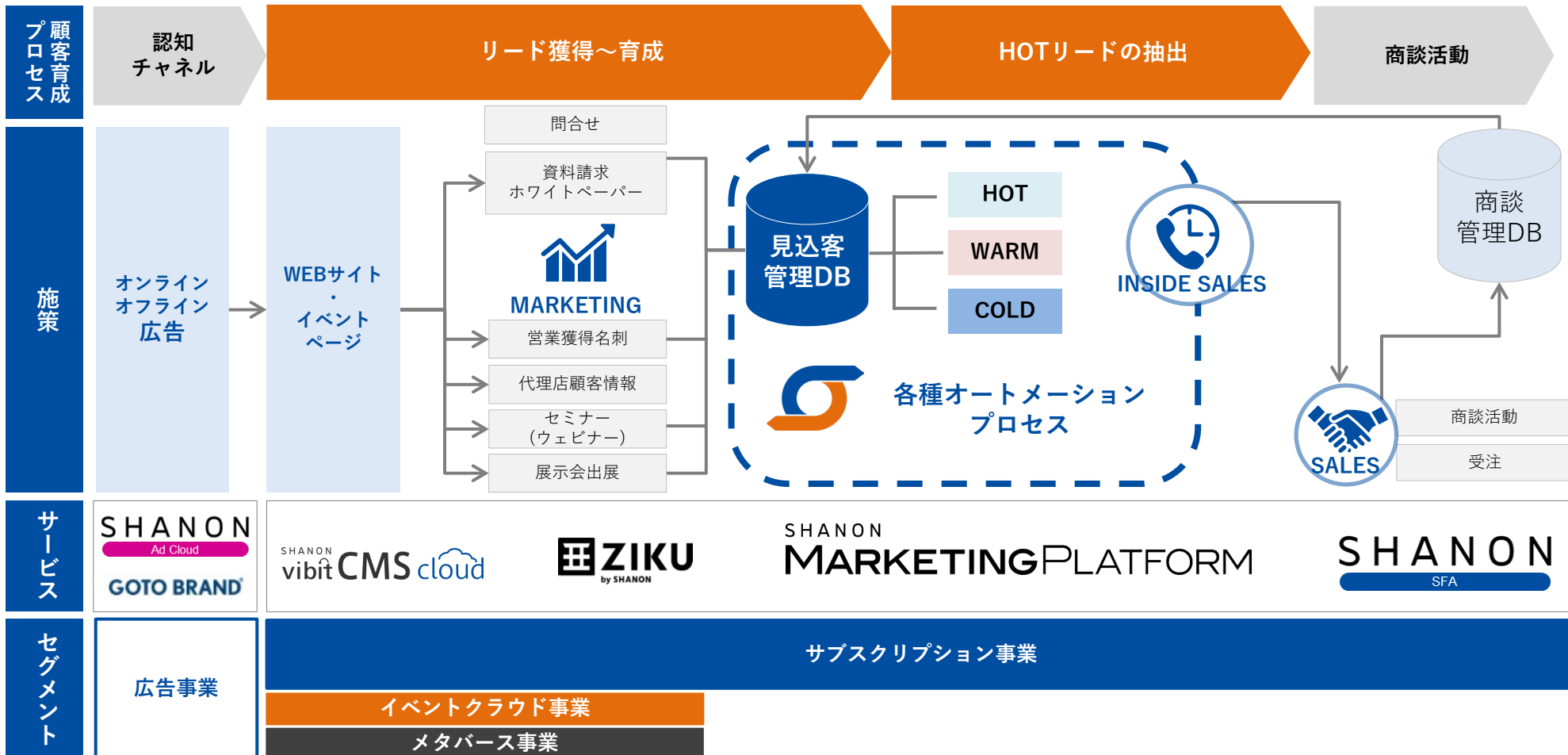
サブスクリプション

イベントクラウド

メタバース

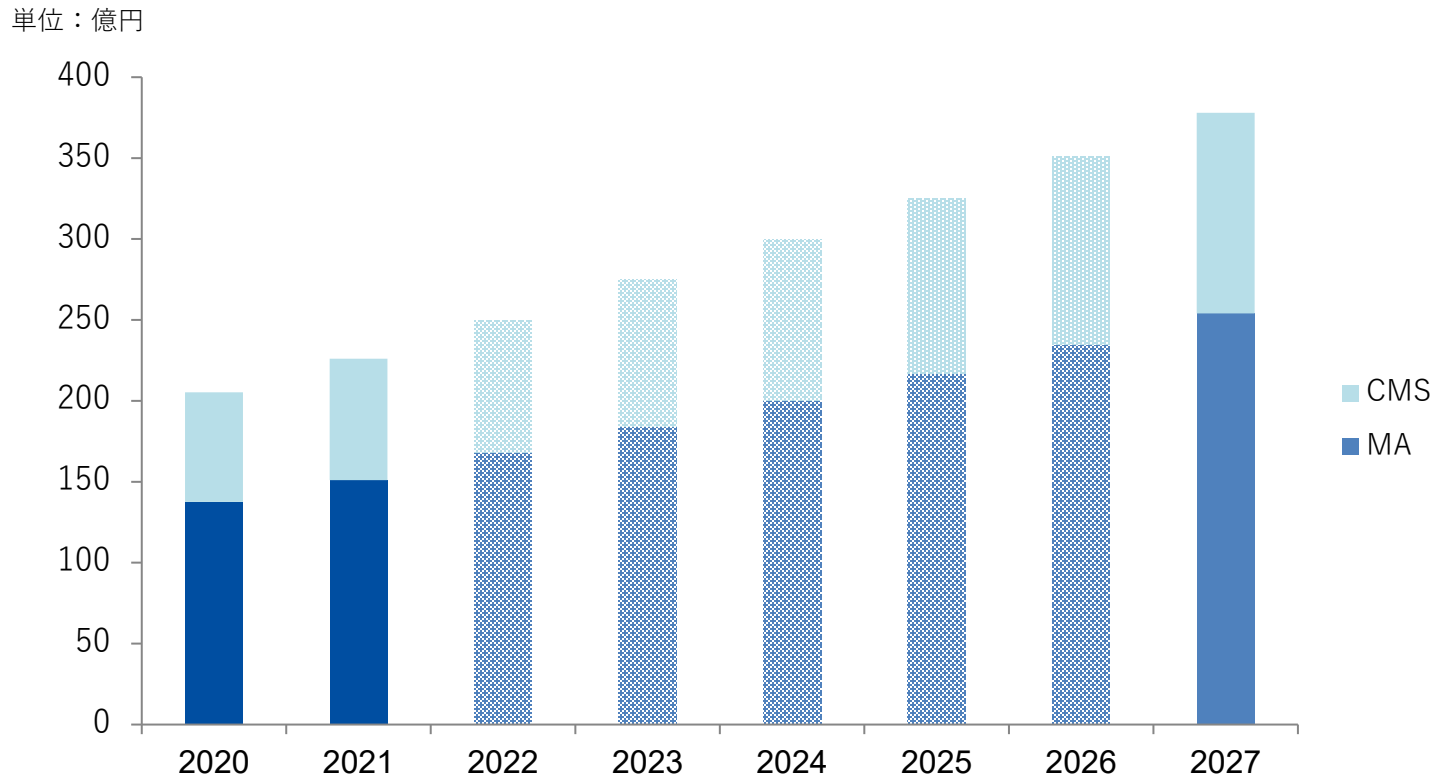
広告

MA並びにCMSを提供。MA利用により質の高い商談を効率的に創出することが可能となり商談獲得コスト(CPO)や顧客獲得コスト(CAC)の改善が期待できます。



サブスクリプション事業市場の規模

MA市場はGAGR8.6%、CMS市場はCAGR8.6%と高い成長率。成長市場でシェアをしっかりと維持・向上していくための投資（人材、製品開発等）を着実に実行。



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2023版」

【サブスクリプション事業】 シャノンの強み・競争優位性

サブスクリプション

イベントクラウド

メタバース

広告

MA製品として高機能であり、金融機関を含め多くの企業に導入実績あり。またユーザーサポート体制（競合外資との差別化ポイントでもある）に高い評価を得ています。

製品

国内で多用されるアナログのマーケティング施策（セミナー・イベント・DM）にも強く、国内のビジネス環境に合っています。企業管理・会員管理・動画管理ができるなど、デジタル系機能の充実もさることながら、それ以外のアナログなマーケティング活動も一元管理することができる**多機能で本格的な製品**です。

サービス

製品提供だけでなく、戦略的なマーケティングコンサルティングの提供から、製品の導入サービス、顧客内での人手不足対応としてのBPO、導入直後のスタートアップトレーニングや各種トレーニングなど、**多様な顧客ニーズに対して高い対応力**を実現しています。

実績

豊富な実績を有しており、統合型マーケティング支援**SaaS市場7年連続でNo.1**。（出典：ITR「ITR Market View：マーケティング管理市場2013～2017」売上金額ベースでの2010年度～2016年度（予測値）シェア）、IT ReviewのMA（マーケティングオートメーション）市場において、**3年連続LEADER受賞**。（2021/2023年）

セキュリティ

日本国内にサーバー環境があること、運営体制として、**ISO27001、プライバシーマーク**を取得しているなどセキュリティへの信頼も高いため、金融機関での実績も豊富です。

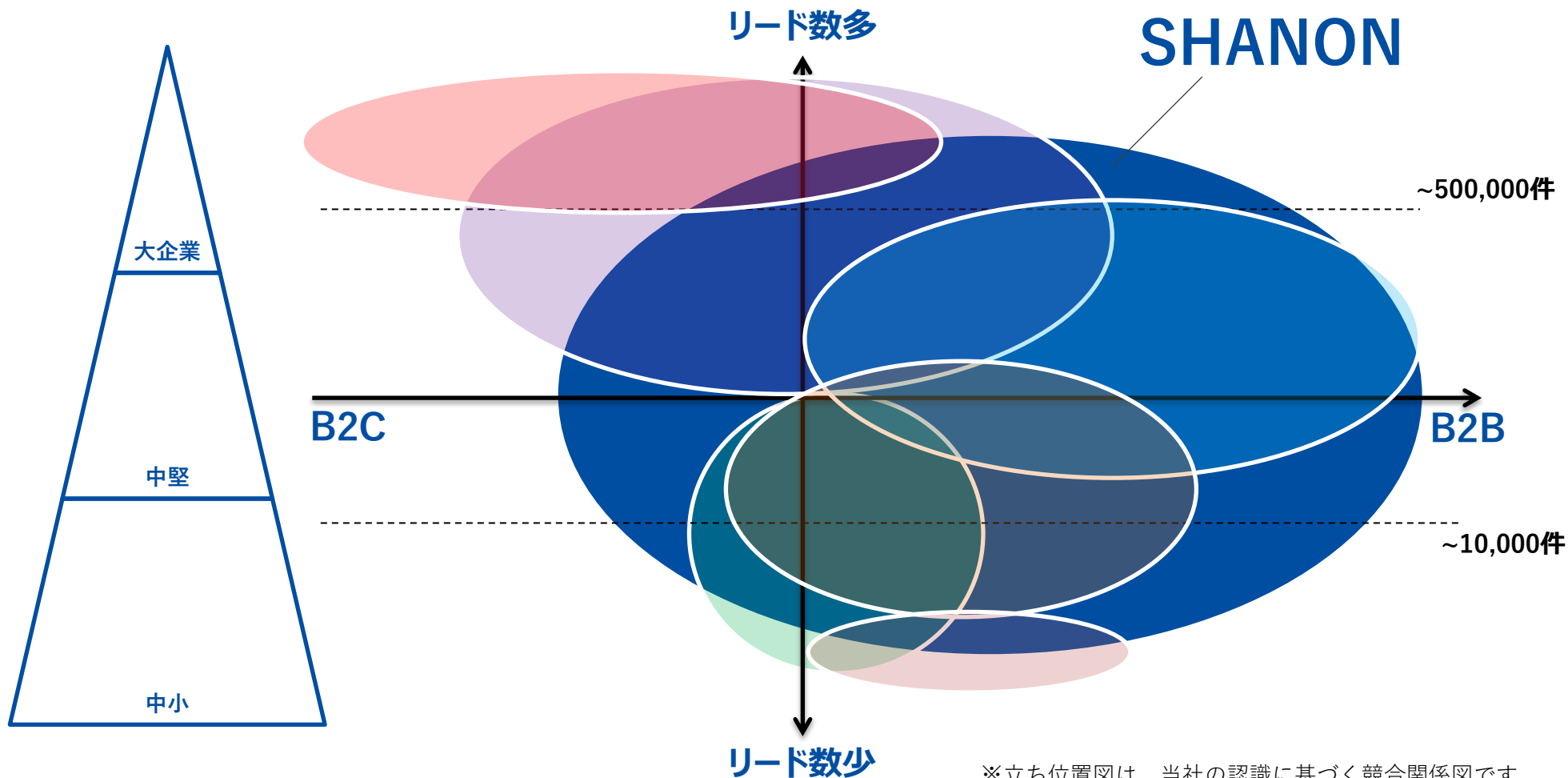
サポート

無料の電話サポートやユーザートレーニングを提供しております。また**顧客ごとに専任の担当者**が必ず付きます。有償の保守サービスやトレーニング、伴走支援など、利用後のサポート体制も充実しており、顧客からも高い支持を得ています。

MA市場におけるシャノンの立ち位置

主に、外資系のMAサービスと競合しています。

シャノンの市場領域は機能的に幅広くカバーしていますが、今後はB2C市場・中小市場の拡大余地が大きいと考えています。



※立ち位置図は、当社の認識に基づく競合関係図です。

ミドル向け	新規営業組織拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・市場の拡大が高く見込めるミドル向けの新規営業組織の人員、サービス人員（サポート対応人員を含む）の拡大並びに育成を行うことで、安定収益の基盤であるサブスクリプション売上の拡大を目指す ・既存顧客に対する提案営業組織の強化を行うことで、既存顧客の利用範囲拡大、顧客満足度の向上を実現し、継続率の向上や利用単価の向上を目指す <p>【2023年度進捗】新規・既存営業共に教育成果が出始めており、2023年10月期の新規獲得件数は過去最高となった。</p>
	パートナー強化	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナー経由での受注加速のため、現在実施している共催セミナー、当社製品に関する勉強会の開催、認定試験の実施等の強化・充実を進める <p>【2023年度進捗】重点パートナーを中心に、各施策を継続中</p>
エンタープライズ向け	コンサルティング組織拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング全般のコンサルティング組織の拡充並びに育成を行うことで、安定収益の基盤であるサブスクリプション売上の拡大を目指す <p>【2023年度進捗】コンサルティング組織の拡充・育成を継続</p>
共通	製品競争力強化のためのM&A	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客単価向上を目指し、当社が提供するMA領域と非常に親和性の高いサービス領域への拡大するために、製品開発、連携、M&Aも含めて推進する <p>【2023年度進捗】新たなM&A実施なし</p>
	製品競争力強化のための製品投資	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客ニーズに合わせた開発の継続 ・認知度向上を目指した広告への積極投資 <p>【2023年度進捗】LINE機能、SFA機能、セルフ来場認証機能、企業ターゲティング広告等</p>
	新卒採用強化	<ul style="list-style-type: none"> ・新卒採用を強化することで、中途採用に依存しない安定的に人員拡大を目指す <p>【2023年度進捗】2023年4月は27名の新卒入社、中途採用の抑制が継続。2024年4月は11名の新卒入社予定</p>
	新テクノロジーAI活用サービスの展開	<ul style="list-style-type: none"> ・順次計画化

*ミドルとは、サブスクリプション売上が月額10万円以上50万円未満の中堅企業、エンタープライズとは売上が月額50万円以上の企業を指しています。

サブスクリプション（年間契約）の今後の成長

サブスクリプション

イベントクラウド

メタバース

広告

市場成長率8.6%を上回る成長を実現し、2024年10月期にはARR1,761百万円（対2023年10月期比22.8%増）を目指します。なお、2023年10月期MRR実績を踏まえ、2023年1月公表の2024年10月期計画を修正しております。

マーケティングオートメーション（SaaS）市場 **CAGR8.6%**

CMS市場 **CAGR8.6%**

※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2023版」

	2020年10月期	2022年10月期	2023年10月期	2024年10月期 (23/1開示計画)	2024年10月期 (23/12修正計画)
売上	972百万円	1,277百万円	1,399百万円	1,822百万円	1,619百万円
MRR	86百万円	108百万円	119百万円	168百万円	146百万円
ARR	1,042百万円	1,302百万円	1,434百万円	2,023百万円	1,761百万円

シャノンでは、2020年10月期～2024年10月期のCAGR14.0%を計画

シャノンでは、2022年10月期～2024年10月期のCAGR16.3%を想定

SHANON MARKETING PLATFORMの主な機能

サブスクリプション

イベントクラウド

メタバース

広告

シャノンでは、マーケティング統合管理ができるツールを提供。デジタル、アナログ両方（*1）の機能を持ち、両面から企業のマーケティング施策を支援。

SHANON MARKETING PLATFORM

キャンペーンマネジメント

セミナー
イベント

ウェビナー
バーチャルイベント

キャンペーン
資料請求・問合せ

アンケート

Webアクセス
トラッキング

ステップ・トリガー
シナリオメール

SMS

オンデマンドDM
(はがき・封書)

来場認証

企業管理

名刺管理
モバイルアプリ

CRM連携
(API)

会員管理

SSO

オンライン決済

動画管理

広告連携

名寄せ・マージ

データクレンジング

分析

リードデータマネジメント

スコアリング

申込/問い合わせ履歴

メールクリック履歴

アンケート履歴

メール/DM/SMS配信履歴

ファイルダウンロード履歴

来場履歴

営業活動履歴

Web閲覧履歴

クチコミ拡散・反響履歴

*1 デジタル施策の代表例は資料ダウンロード、WEB、メールに関連する施策等、アナログ施策の代表例は電話、イベント、DMに関連する施策等です。

【サブスクリプション事業】導入実績

サブスクリプション

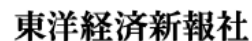
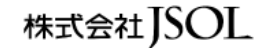
イベントクラウド

メタバース

広告

BtoB企業、顧客単価の高い商材を扱うBtoC企業に多数導入実績があります。

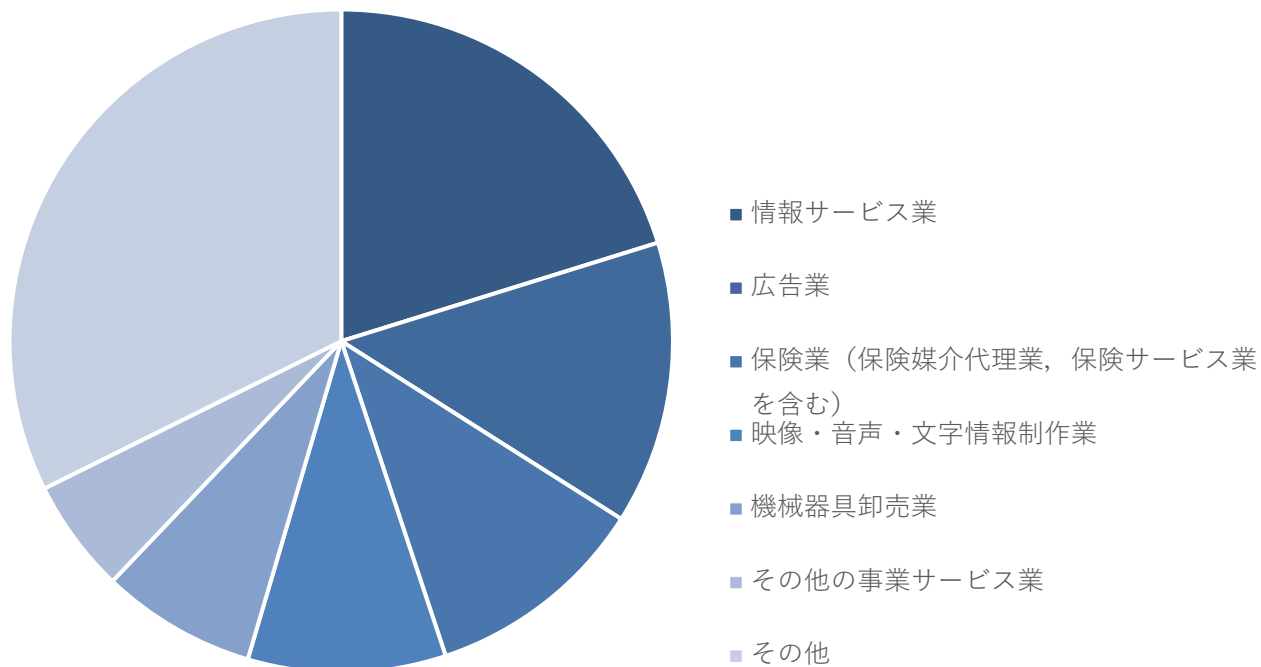
金融・保険	不動産	通信	ヘルスケア	製造
メディア	IT・サービス	人材	旅行・運輸	教育・NPO



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）は多岐にわたり、ミドルは情報サービス業が、エンタープライズは金融業・保険業（大分類）の比率が高くなっております。

※売上高の構成比率
2023年10月期 4Q実績



【サブスクリプション事業】売上の成長（案件単位）

サブスクリプション

イベントクラウド

メタバース

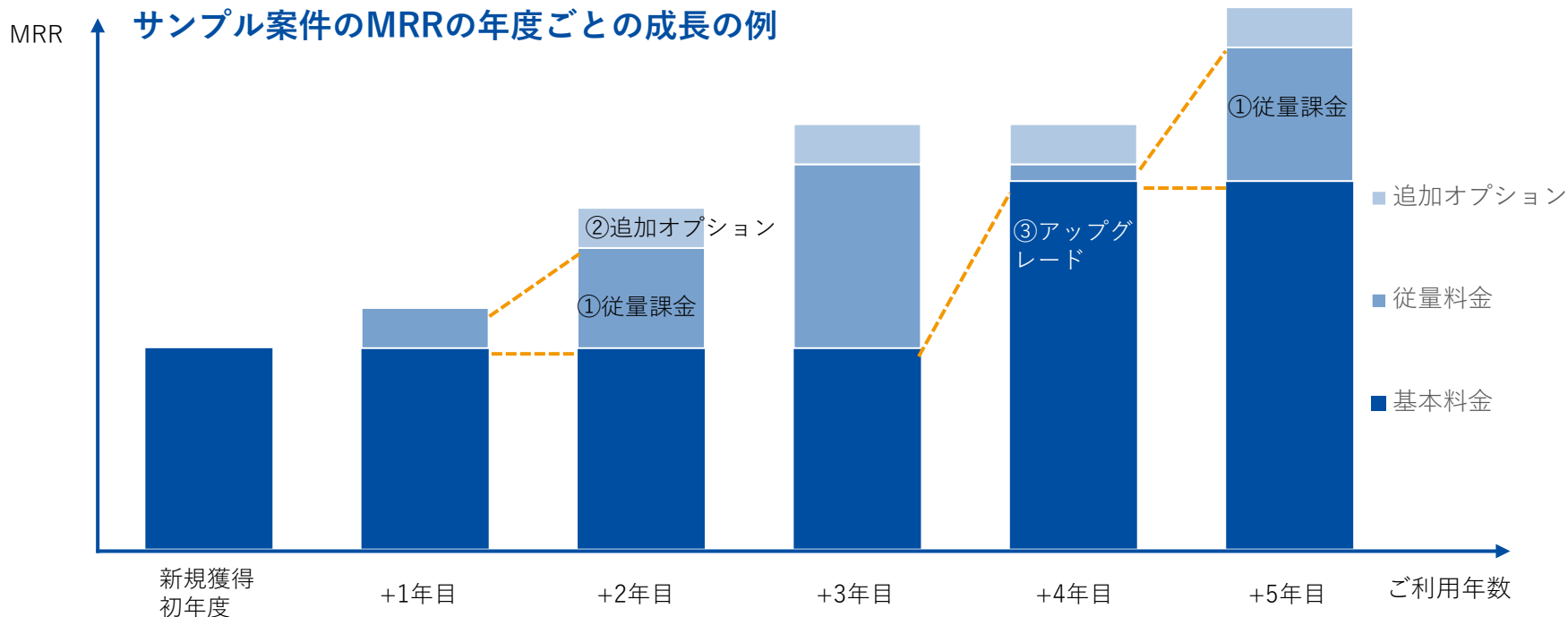
広告

サブスクリプション指標の一つはMRR(*)。MRRは新規獲得、既存案件の単価アップ(従量課金、上位プランへのアップグレード、有償オプション追加)により増加していきます。

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

※更新率と相関

※MA-サブスクリプションは年間契約



* MRRとは、Monthly Recurring Revenueの略で、当社では、10月末時点の単月のMA-サブスクリプション売上をMRRとしています。

【サブスクリプション事業】 商流

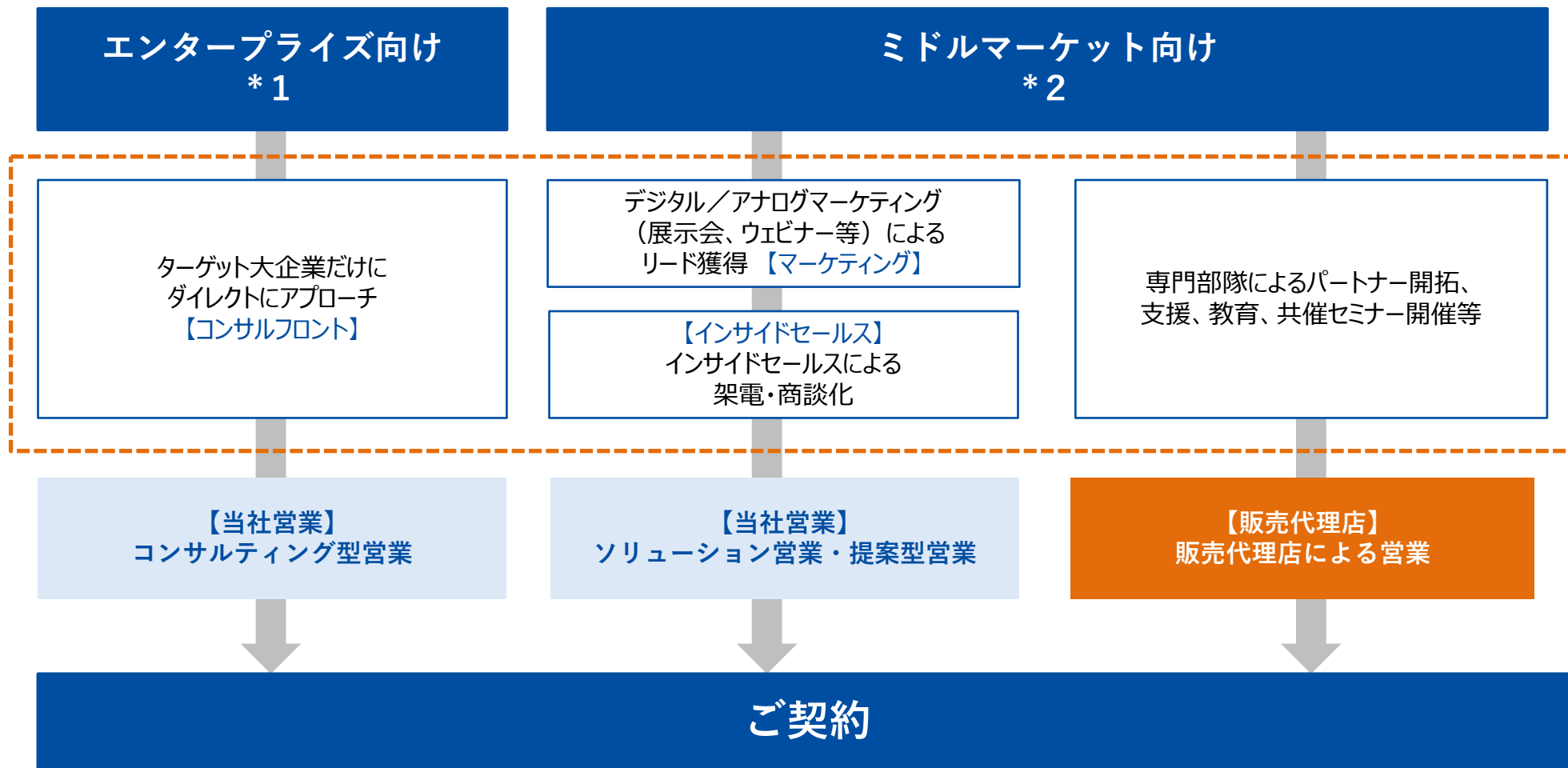
サブスクリプション

イベントクラウド

メタバース

広告

直接販売、販売代理店による間接販売の2種類の商流があります。



*1 (エンタープライズ) 統合的マーケティングコンサルティングサービスをフルサービスでご提供するケースが多く、月額単価は数百万円になる場合もある
*2 (ミドル) システムの提供をベースに、追加サービスとして統合的マーケティングコンサルティングサービスを提供する。月額10万~20万円がボリュームゾーン

MA製品のパートナー販売比率

サブスクリプション

イベントクラウド

メタバース

広告

当社による直販と販売パートナー企業による間接販売の比率を直間比率という。

2018年10月期よりパートナーセールス専門部署を立ち上げパートナーセールス拡大に向けた取り組みを強化。

売上高
単位：百万円

直間比率
単位：%

1,600

20.00%

1,400

1,200

15.00%

1,000

10.00%

800

5.00%

600

400

200

0

0.00%

2019年10月期

2020年10月期

2021年10月期

2022年10月期

2023年10月期

■ 直接販売

■ 間接販売

● 直間比率

サブスクリプション事業売上の前期比較

サブスクリプション

イベントクラウド

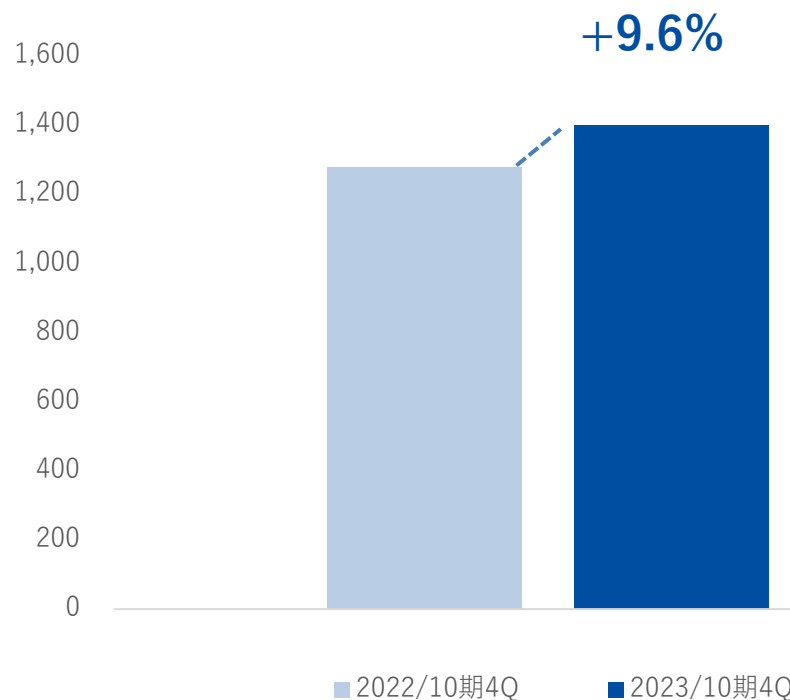
メタバース

広告

- サブスクリプション売上（従量課金も含む）は、新規獲得や既存顧客のアップグレードが堅調に推移し、前年同期比**9.6%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「サブスクリプション売上」を重視**しています。
- プロフェッショナル売上は、前年同期比で34.2%増となりました。エンタープライズ向けは順調に推移しているものの、ミドル向けは競争環境の中で単価下落傾向が顕著（導入パッケージ化により採算性は確保）。

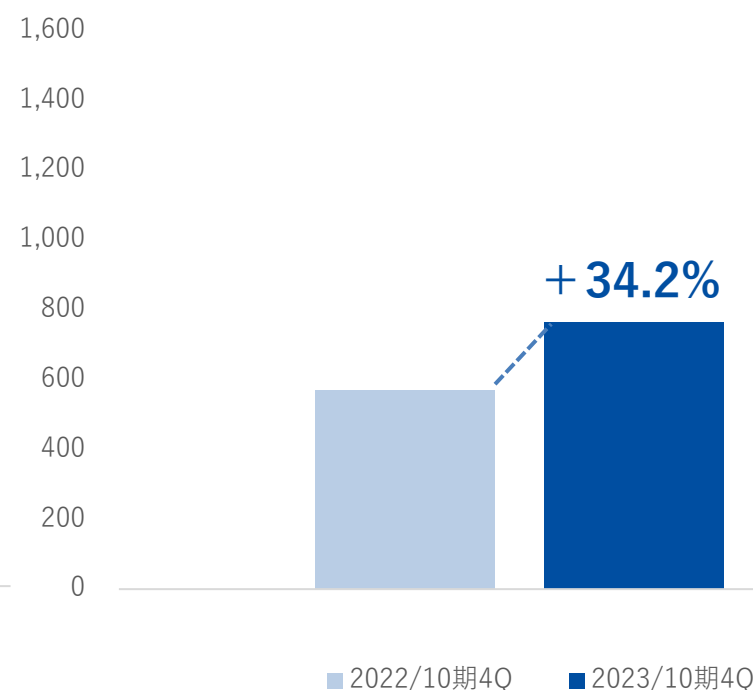
サブスクリプション売上

単位：百万円



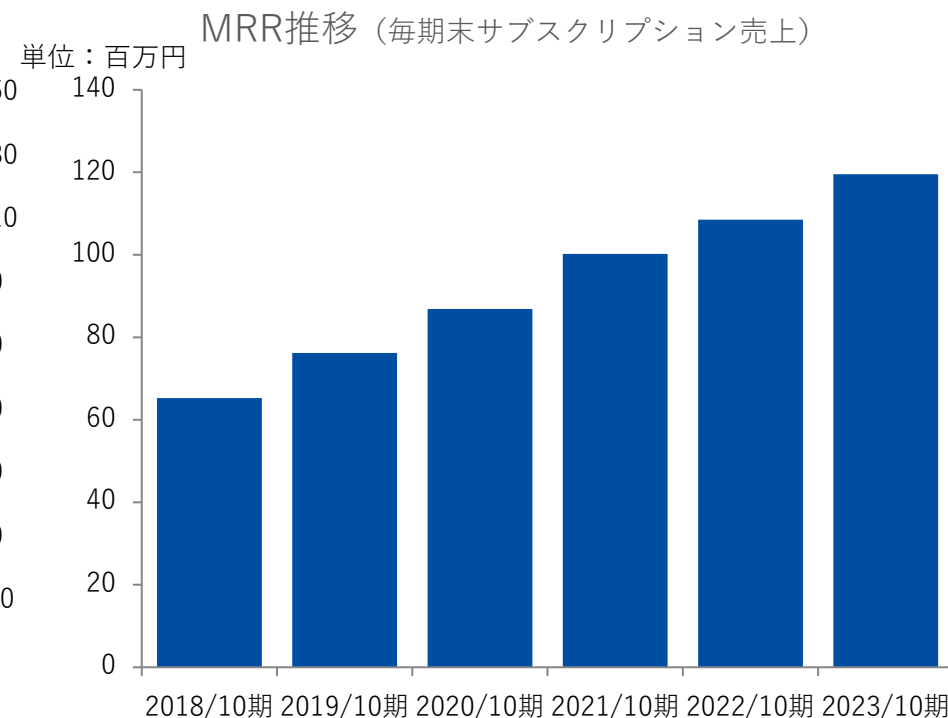
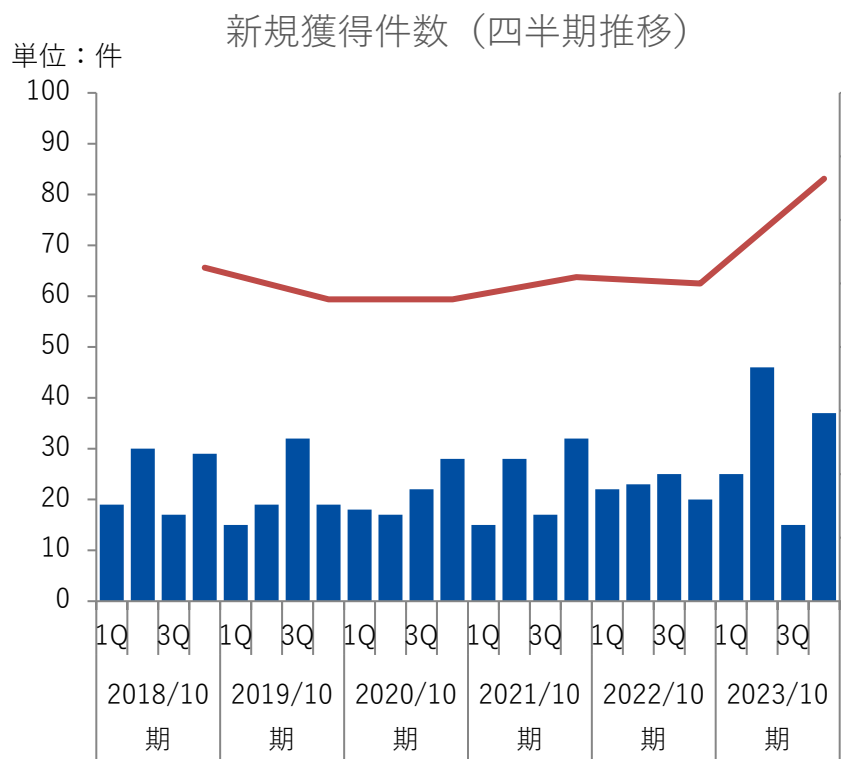
プロフェッショナル売上

単位：百万円



● シャノンの最重要KPIは顧客獲得数ではなく、**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
- 顧客単価は数万円~数百万円と幅広いレンジ
 - ⇒ 新規獲得件数とサブスクリプション売上の増加率はイコールではない。



※ MRRとは、Monthly Recurring Revenueの略で、当社では、10月末時点の単月のサブスクリプション売上をMRRとしています

■ 新規獲得件数 ■ 年間新規獲得

※なお、上記にはCMSの新規獲得件数は含まれておりません。

ARR(*2)推移

サブスクリプション

イベントクラウド

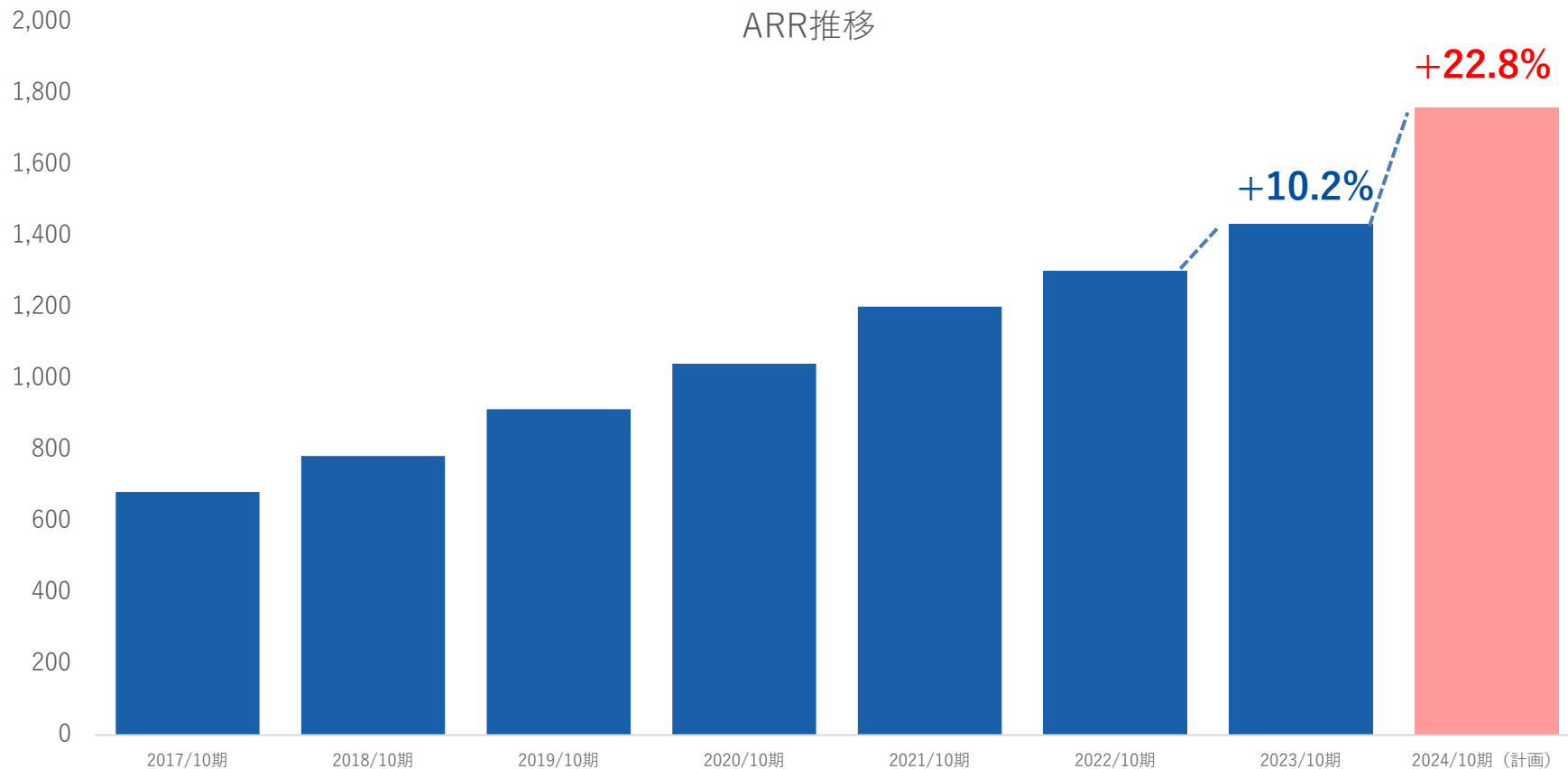
メタバース

広告

- ARRは、ソリューションの拡大や営業組織の成長等を通じて拡大していくことを想定しています。

単位：百万円

ARR推移



*1 MRRとは、Monthly Recurring Revenueの略で、当社では、10月末時点の単月のサブスクリプション売上をMRRとしています。

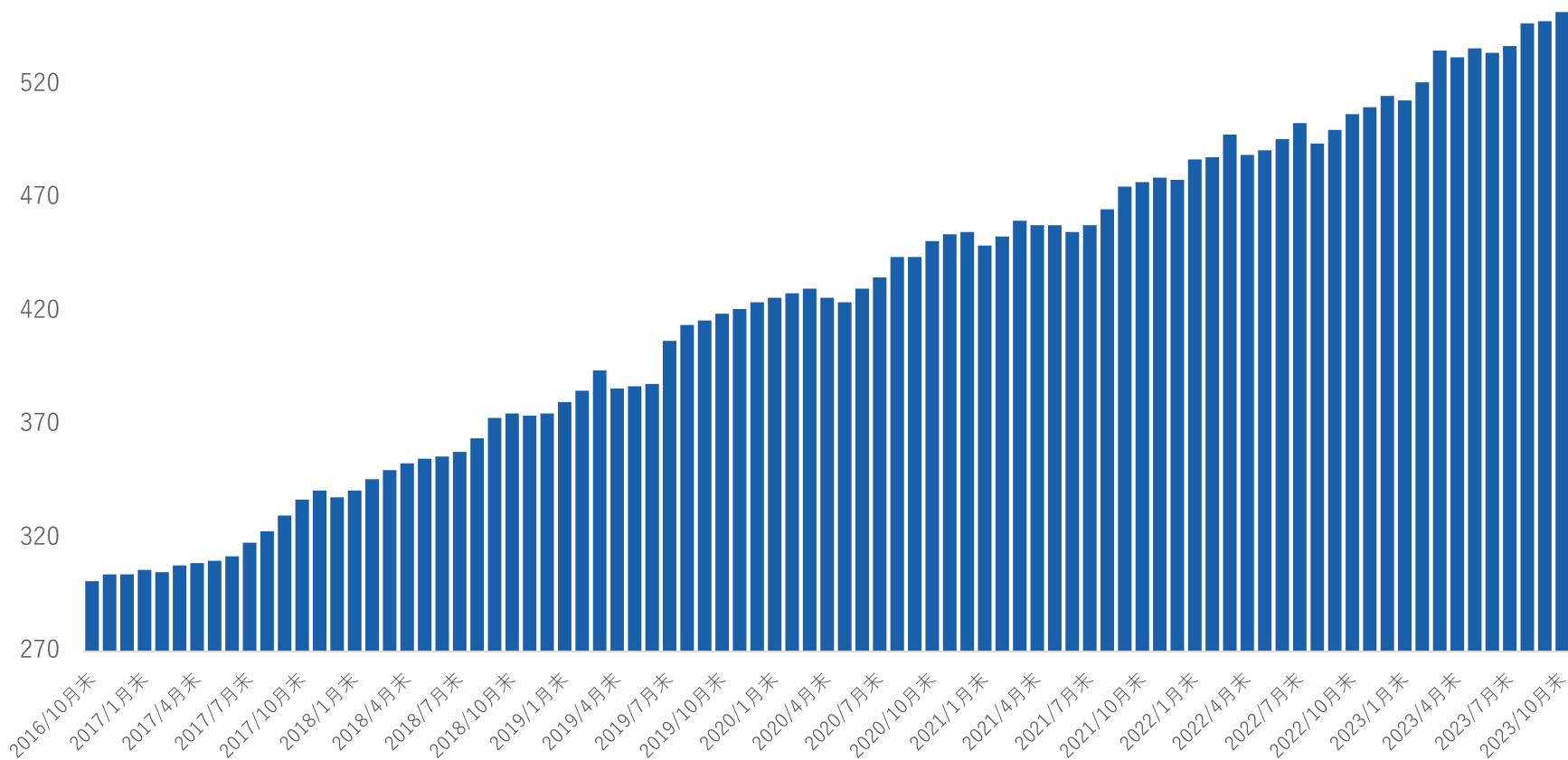
*2 ARRとは、Annual Recurring Revenueの略で、毎年決まって得られる1年間分の売上を意味します。当社では、*1のMRRを12倍（12か月分）にした数値を当期ARRとしています。

サブスクリプションのアカウント保有残高の推移

- 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。
- シャノンが提供するマーケティング支援システム「シャ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
570

サブスクリプションのアカウント保有残高



※なお、上記にはCMSのアカウント保有残高は含まれておりません。

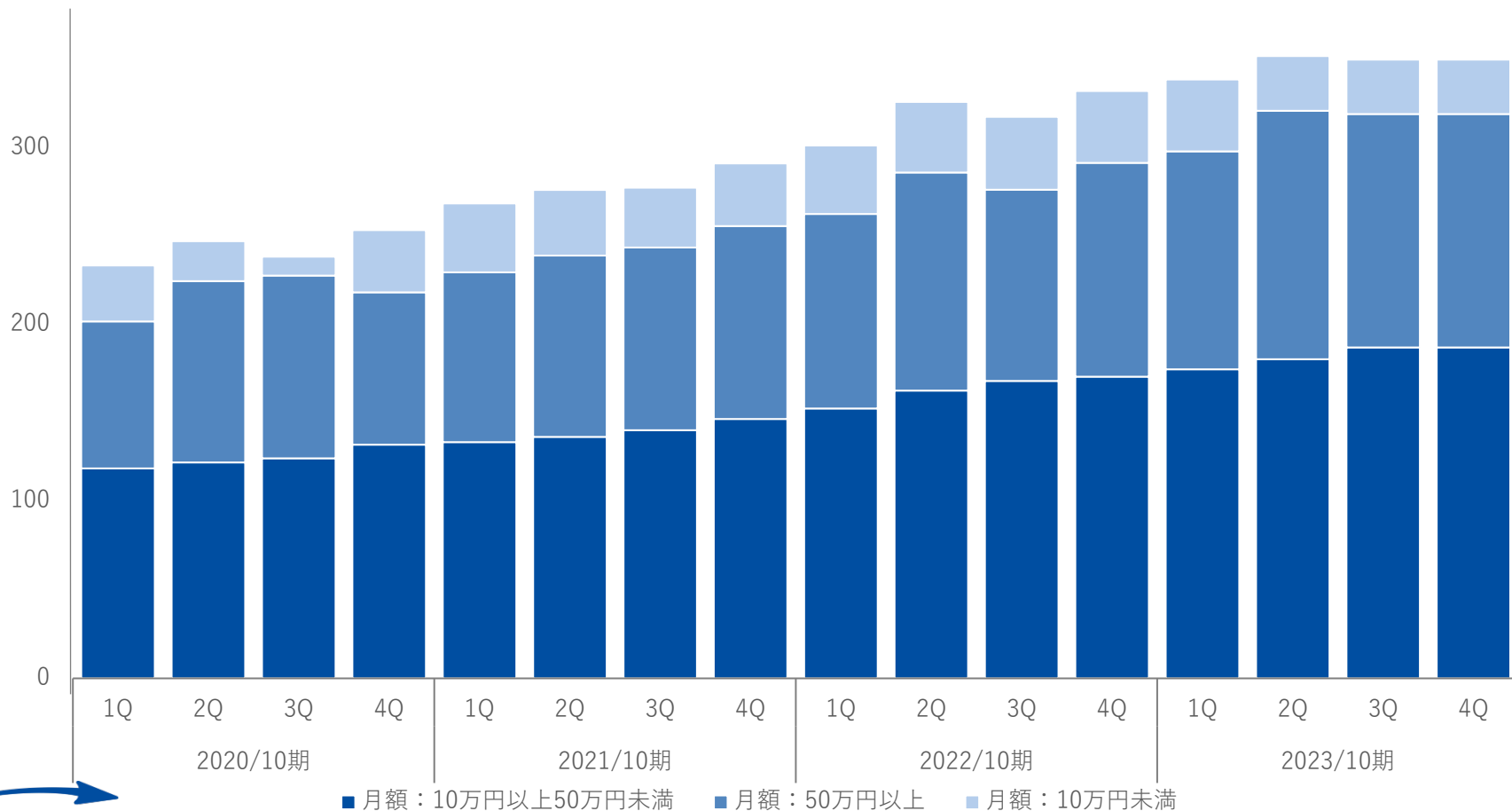
サブスクリプション売上の規模ごとの推移

- 月額10万円以上50万円未満の中堅企業向け、月額50万円以上のエンタープライズ向けともに順調に成長しています。
- 2023年10月期より集計方法を変更しました（2020年10月期以降、同様のロジックで再集計をしております）

単位：百万円

サブスクリプション売上の内訳推移

400



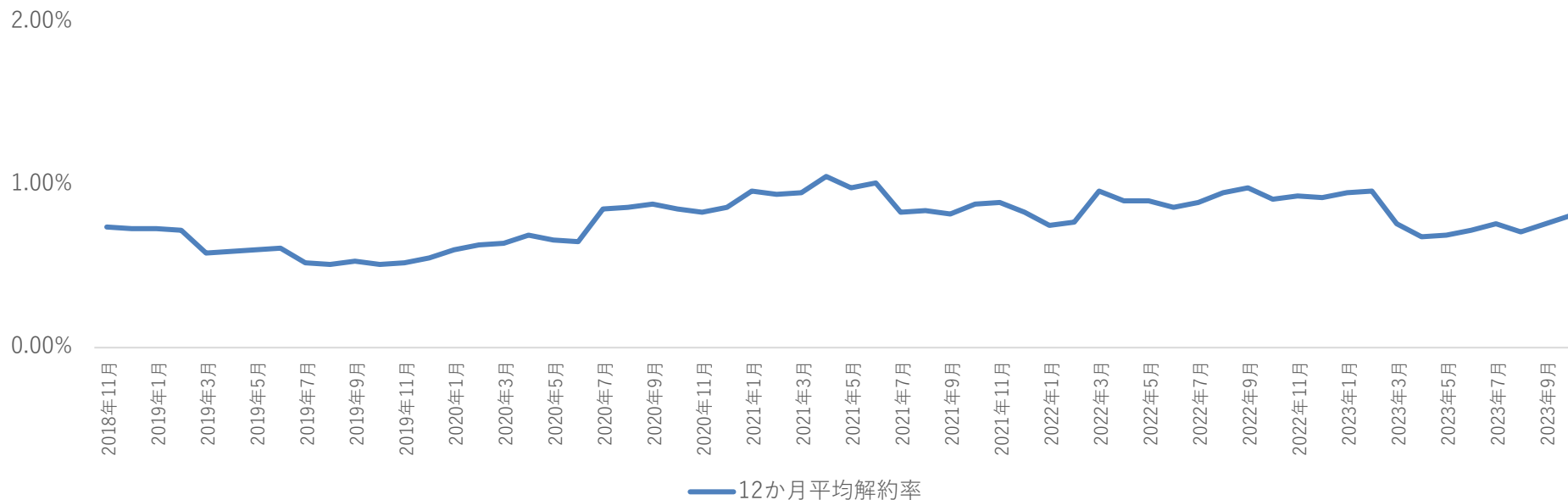
サブスクリプションの解約率推移

● 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、年平均の合計（年）10%未満が目標
- ・ 当社は3月末更新のお客が多いため、例年4月の解約が大きくなる傾向があります

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

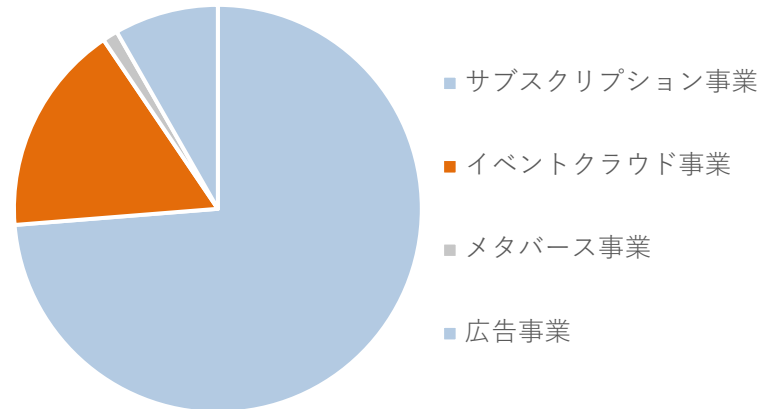
12か月平均解約率



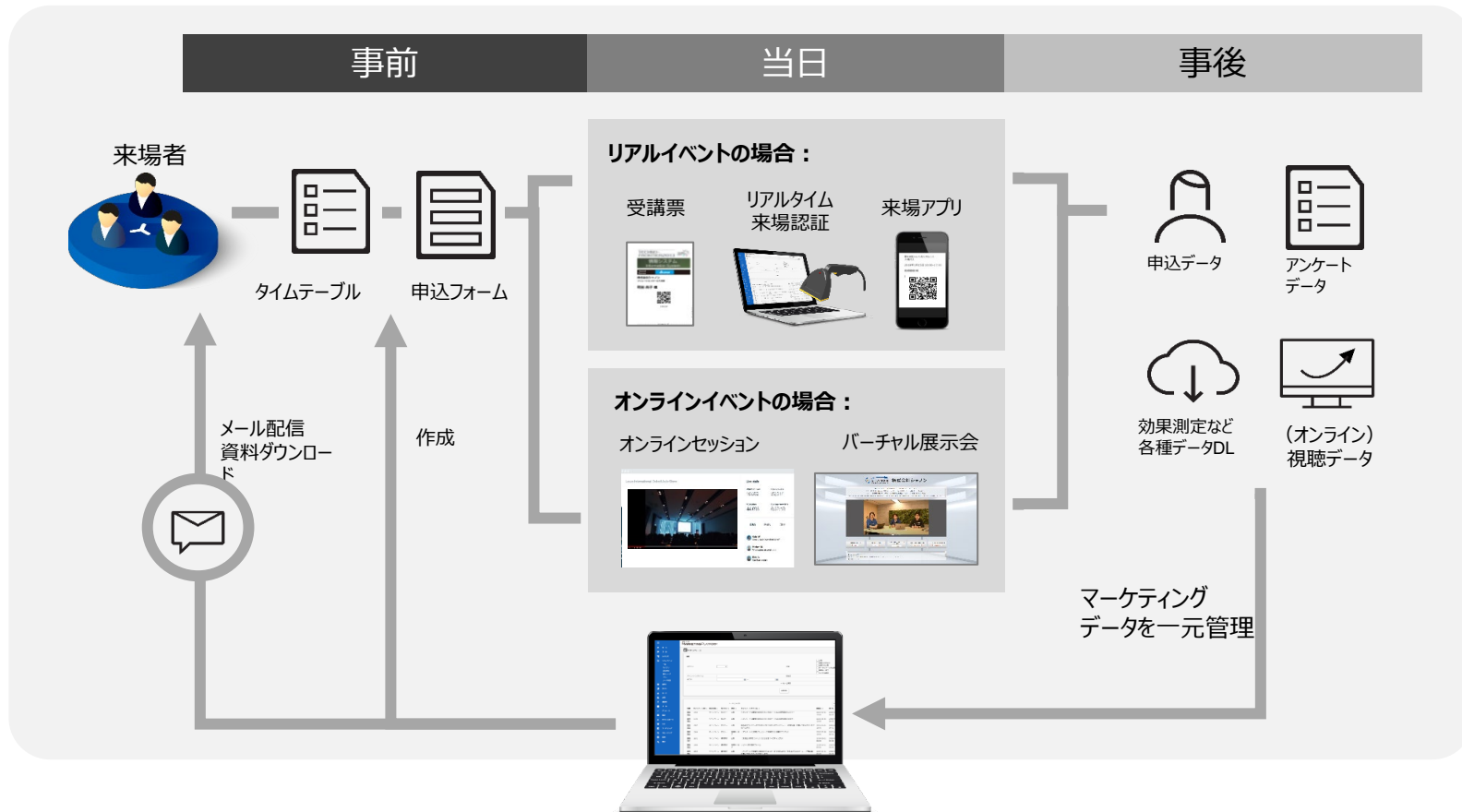
※上記にはCMSの解約数は含まれておりません。

イベントクラウド事業

セグメント別売上構成比
(2023年10月期実績**16.8%**)



企業のマーケティング活動において切り離せない展示会、大規模イベント、プライベートショー等のイベント向けにシステム支援等を行っております。



SHANON
MARKETING PLATFORM

イベントクラウド事業市場の規模

国内展示会のシステム支援分の市場規模は、コロナ前2018年は約4,475億円。コロナ関連の行動制限でリアルイベントや展示会数、規模ともにコロナ禍で縮小していたが、足元では回復傾向（2類→5類も追い風）。

	2018年度	2020年度	2022年度
国内展示会数	763件	474件	877件
小間数	149,175	33,103	90,296
市場規模推定	約4,475億円	約993億円	約2,708億円

*1 2018年度、2020年度のデータは展示会データベース2020年版（ピーオービー）より国内展示会数を引用しております。

*2 2018年度、2020年度、2022年度の市場規模推定は、2018年度、2020年度のデータは展示会データベース2020年版（ピーオービー）、2022年度のデータは展示会データベース2024年版（ピーオービー）の小間数×300万円で市場規模推定をしております。

大規模イベントにも対応ができる製品力、安心の実績が強み

実績

当社創業来20年以上にわたって事業に取り組んでいます。そのため豊富な実績を有しており、これまで累積10,000件以上のセミナー・イベントでご利用をいただいています。

高機能

イベントの事前準備として非常に煩雑なタイムテーブルやセッションごとの申込ページの作成（それを含むWEBサイトの構築）、イベント事務局の運営、イベント当日のリアルタイム来場認証機能、開催後のお礼状やアンケートの送付など、イベントの事前準備から開催、アフターフォローに必要な各種機能が充実。また、要望に応じて、カスタマイズが可能です。

オンライン・オフライン

コロナ禍で一気にオンラインイベントの市場は広がりましたが、アフターコロナにおいてはリアルイベント（オフライン）が増加しています。国内においてオンライン/オフライン両方の開催ができることは非常に大きな強みになっています。

セキュリティ

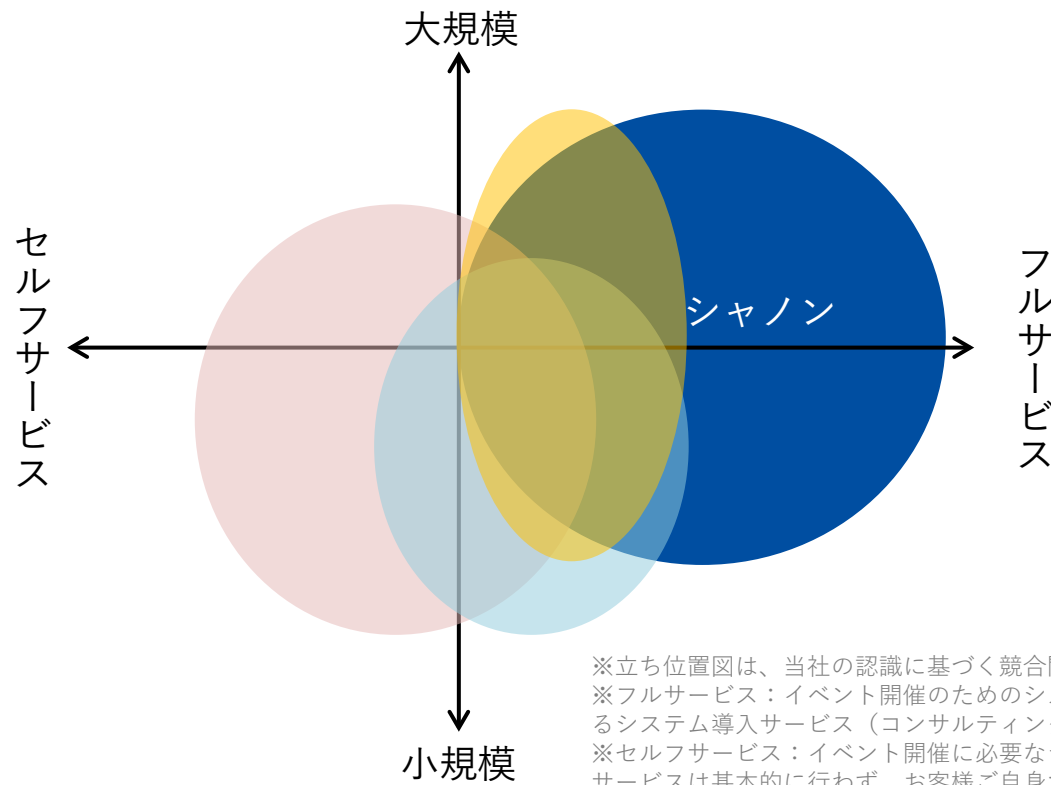
日本国内にサーバー環境があること、運営体制として、ISO27001、プライバシーマークを取得しているなど、金融機関での実績も豊富です。

その他

イベント管理システムとしてはもちろんのこと、各種マーケティング施策のためのマーケティングオートメーションとしての豊富な機能もあるため、イベント管理だけではない、統合的なマーケティングの管理を行うことが可能です。

【イベントクラウド事業】競合

展示会、イベントは規模が大きくなるほど失敗が許されず、支援対応できる企業は少なくなります。またクラウドサービスとはいえ、イベント毎に様々なニーズがあり、当社はフルサービス型として顧客ニーズに対応したサービス提供しています。



イベントに関連する機能開発投資を行うことを中心に、アフターコロナのイベント市場のシェアをしっかりと獲得することを目指します。

サービス提供人員の 教育

・ イベントのディレクションからWEBサイト構築業務まで一貫して実施できる人材の育成を行うことで、案件あたりの生産性の向上を実施
【2023年度進捗】 一貫通貫できる人材育成を継続。組織統合と業務整理も進んだことからサービス提供人員一人当たり生産性指標は向上

ソリューション 領域拡大

・ イベントソリューションを特定領域での利用方法に活用することで、利用される場面を増やし、市場領域を拡大
(展示会参加者用資料提出サイト (SMPD) 等)
【2023年度進捗】 セルフ来場認証機能のリリース

製品投資

・ イベントソリューションにおいて必要な機能開発の継続
【2023年度進捗】 開発途中

新テクノロジーA | 活用サービスの展開

・ 順次計画化

様々な種類のイベント支援を提供。

イベントの開催手法

イベントの種類

- プライベートショー
- 展示会等

①リアル（オフライン）イベント

お客様企業の希望に合わせて、フルサービスでオフラインイベントを構築、ご提供するサービスです。シャノンが提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」とシステム連携しているため、収集したリード情報をそのままマーケティング施策にご利用いただけます。また、会期当日のイベント支援も行っております。

②オンラインイベント

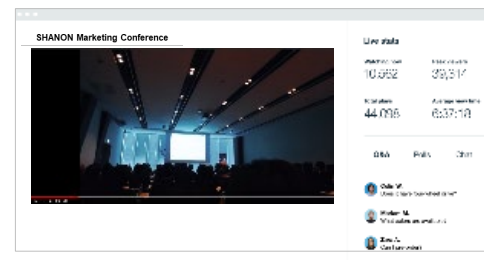
お客様企業の希望に合わせて、フルサービスでオンラインイベント（バーチャルイベントを含む）を構築、ご提供するサービスです。シャノンが提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」とシステム連携しているため、収集したリード情報をそのままマーケティング施策にご利用いただけます。

③ハイブリッドイベント（リアル+オンライン）

リアル（オフライン）イベントとオンラインイベントを同時開催するハイブリッドイベントにも対応をしております。ハイブリッドイベントとすることで、リアル（オフライン）とオンラインイベント両方の良い点を生かすことができ、またリアル（オフライン）イベントの開催制限が発生した場合にもオンラインイベントへスムーズに移行ができるリスクヘッジにも繋がります。

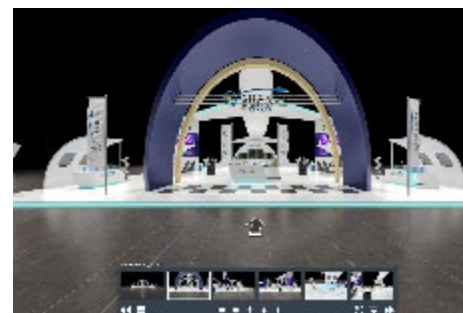
オンラインカンファレンス

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。



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。



【イベントクラウド事業】売上高構成（エンドユーザー業種別）

サブスクリプション

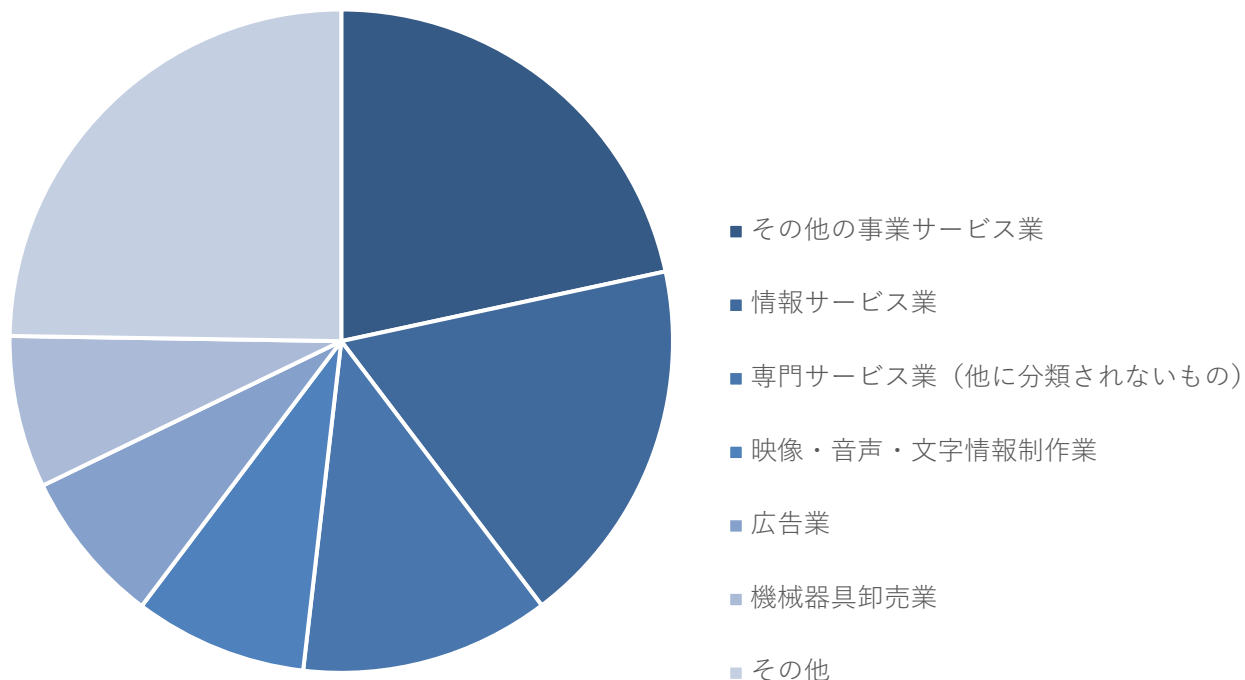
イベントクラウド

メタバース

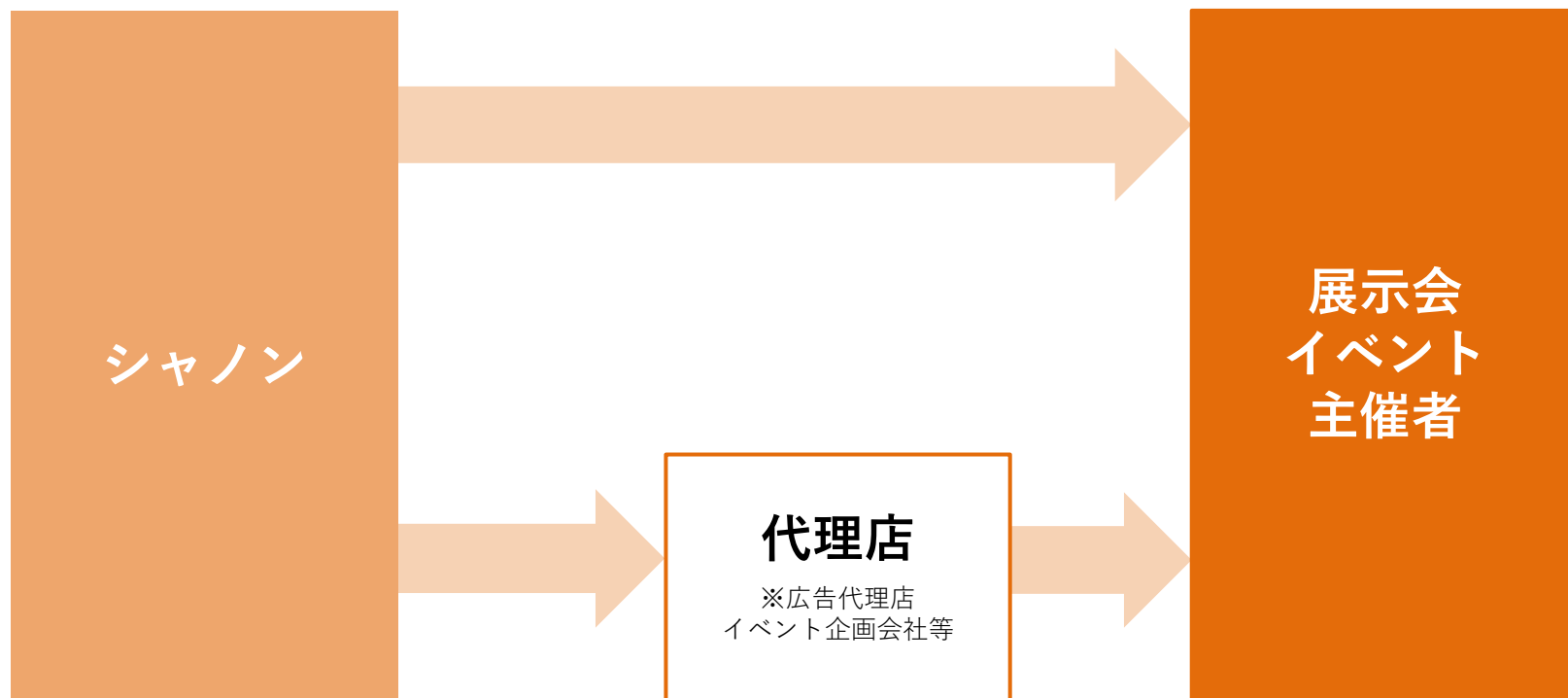
広告

取引先業種（日本標準産業分類）は多岐にわたります。

※売上高の構成比率
2023年10月期 4Q実績



主要な顧客は展示会・イベントの主催者ですが、代理店やイベント企画会社が商流の間に入るケースもあります。



- ブラザー販売様が実施した「Brother World Japan 2022」では、申込や来場を管理するシステムとして、SMPをご利用いただきました。
- リアルイベントでは、お客様が来場すると担当営業がご挨拶に向かうことが多いですが、人込みのなかで来場者の首から下げている入場票を見ても、お名前が見つらい、どのセッションに申し込んでいるのかがわかりづらいという課題がありました。
- 「Brother World Japan 2022」の受付では、SMPの来場認証機能とブラザー販売が提供するラベルプリンターを組み合わせることで、担当営業による来場者へのスムーズな対応を実現しています。

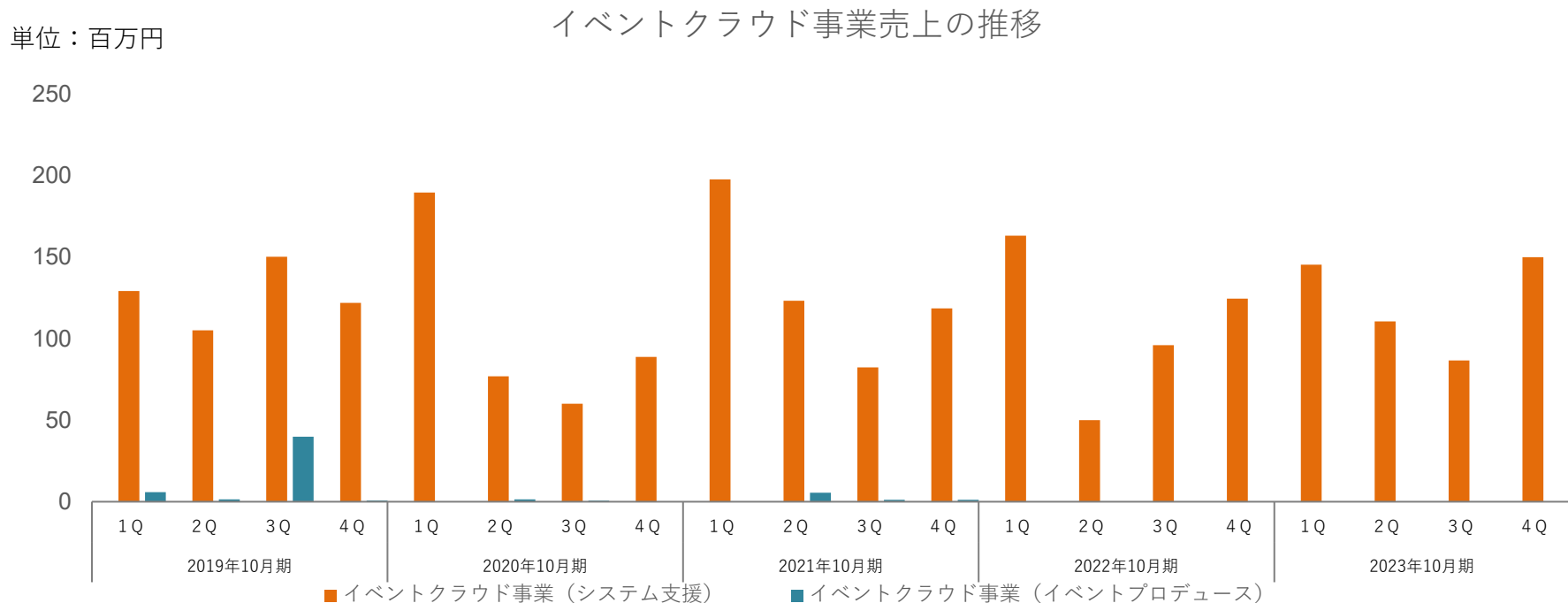
■SMPとラベルプリンターを組み合わせたリアルイベント受付

- ・ 会期前に、SMPのメール機能を使ってQRコードつき入場票を配信
- ・ 当日、SMPの来場認証機能で、入場票のQRコードを読み取り受付
- ・ 受付時にブラザーのラベルプリンターで来場者の会社名やお名前などを出力
- ・ 出力したシールを来場者のネックストラップに差し込む
- ・ 来場時にSMPから通知メールを担当営業宛に送信し、お客様のご挨拶に向かう



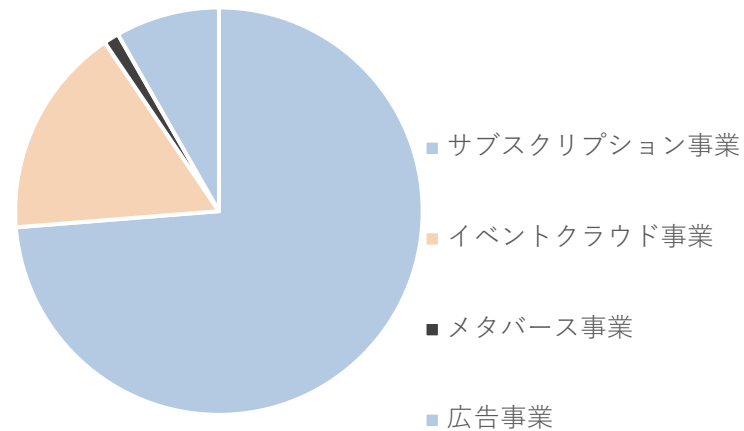
イベントクラウド事業売上の直近推移

- リアルイベント案件の商談・受注数は増加傾向にあります。



メタバース事業

セグメント別売上構成比
(2023年10月期実績**1.2%**)



メタバーズ事業の特徴①

サブスクリプション

イベントクラウド

メタバーズ

広告

主催者や出展者は、来場者の行動履歴を詳細に取得することができ、その後のマーケティング活動に有効活用することができます。
来場者の利便性にも配慮し、会社貸与のPCスペックでも問題なくアクセス可能であり、また専用ソフトのインストールも不要です。
また積極的な特許出願を行い競争優位性を確立しています。

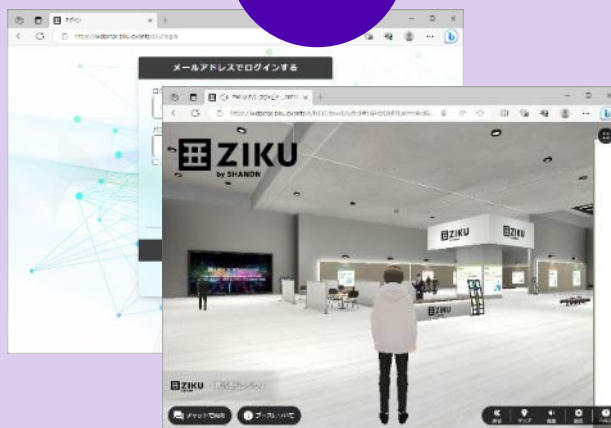
1



**CG制作不要で
誰でも簡単にメタバーズ
イベントが作れる**

専用の管理画面から、簡単にメタバーズイベントを作成できます。**プログラミング・CG制作の知識は不要**です。

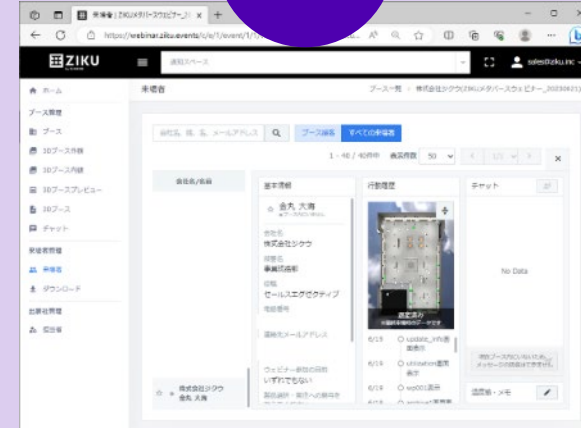
2



ブラウザだけで簡単操作&アプリ・ソフトウェアは不要

VRゴーグルや専用のソフトウェアを必要とせず、**ブラウザから簡単に操作**することができます。

3



**来場者との多様な
コミュニケーション&
行動履歴の取得**

来場者とはテキスト・ボイスでのチャットが可能。また、来場者の**行動履歴を詳細に取得**することができます。

メタバーズ事業の特徴②

サブスクリプション

イベントクラウド

メタバーズ

広告

誰でも簡単に、低予算でメタバーズイベントを開催可能です。
メタバーズイベントプラットフォーム“ZIKU”は①初期費用 ②ブースの数 ③来場者数 ④オプション（講演数）にて金額が決まる、シンプルな価格体系です。

4



低予算でメタバーズイベントの開催が可能

イベントプラン、年間プランともに、低予算でメタバーズイベントを作成、開催することが可能。

イベントプラン（4か月）

初期費用

50万円(税抜)

※専用データベース費用20万円(税抜)を含む

+

1ブースにつき

小・中ブース 15万円(税抜)

大ブース 45万円(税抜)

+

来場者 1,000人につき

20万円(税抜)

+

オプション：1講演につき 3万円(税抜)

主催イベントごとの価格例

案件	初期費用	ブース数／費用	来場人数／費用	その他	案件単価例
中型 (プライベートショー等)	50万円	中10ブース／150万円	1,000人／20万円	講演追加5本／15万円	235万円
大型 (展示会等)	50万円	中40ブース大6ブース／870万円	5,000人／100万円	講演追加20本／60万円	1,080万円

年間プラン（12か月）

初期費用

10万円(税抜)～

+

月額払い費用

7.5万円(税抜)～

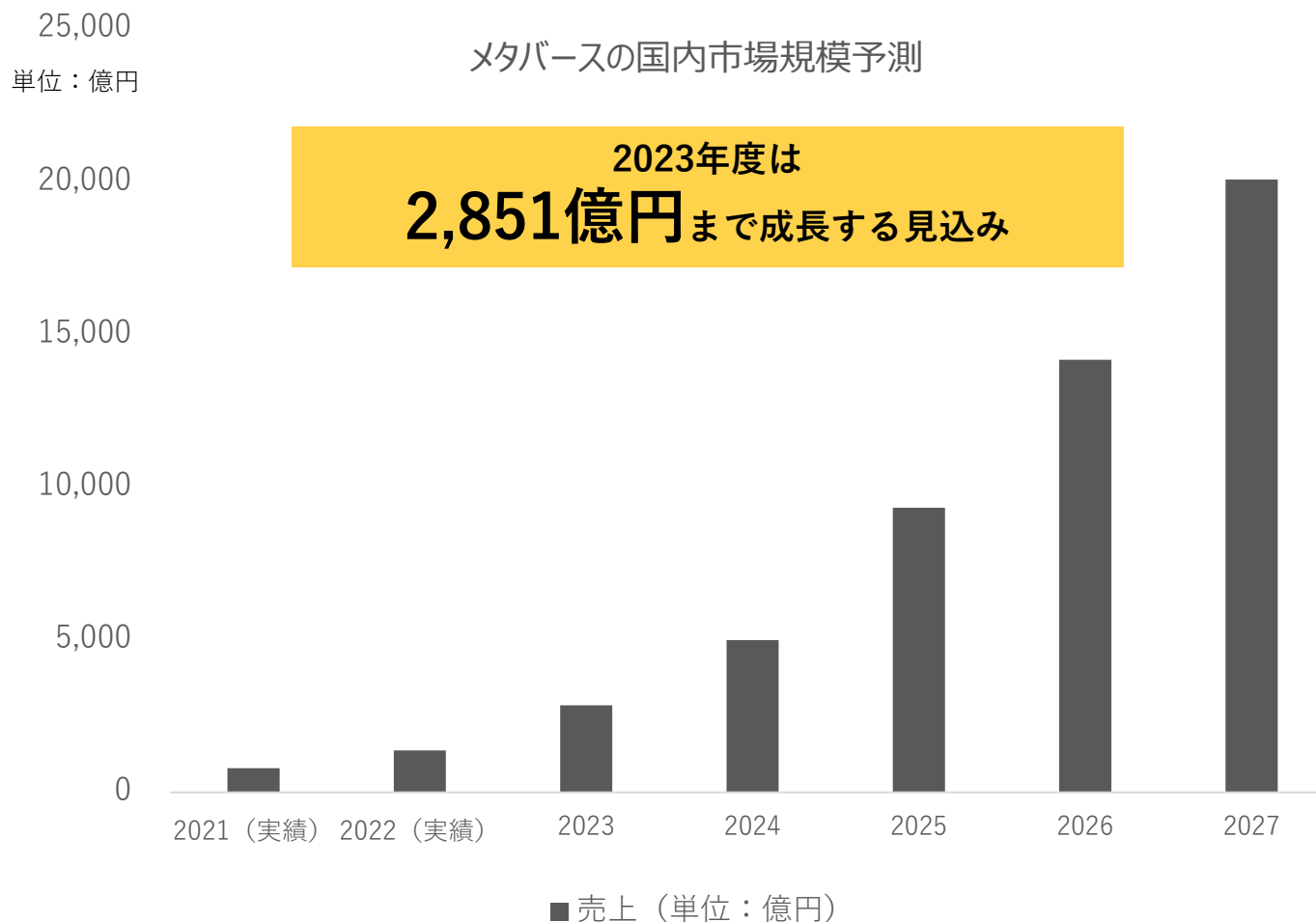
+

追加オプション

ブース数、マルチルーム設定、イベント追加、来場者追加等

メタバース事業市場の規模

国内メタバース市場規模（プラットフォーム、コンテンツ・インフラ等、XR機器の合算値）は2023年度は2,851億円まで成長する見込みです。



※出展 2023メタバース法人向け市場動向と展望（矢野経済研究所）

※市場規模はメタバースプラットフォーム、プラットフォーム以外（コンテンツ、インフラ等）、XR（VR/AR/MR）機器の合算値

次の事業の柱 メタバース事業の特徴

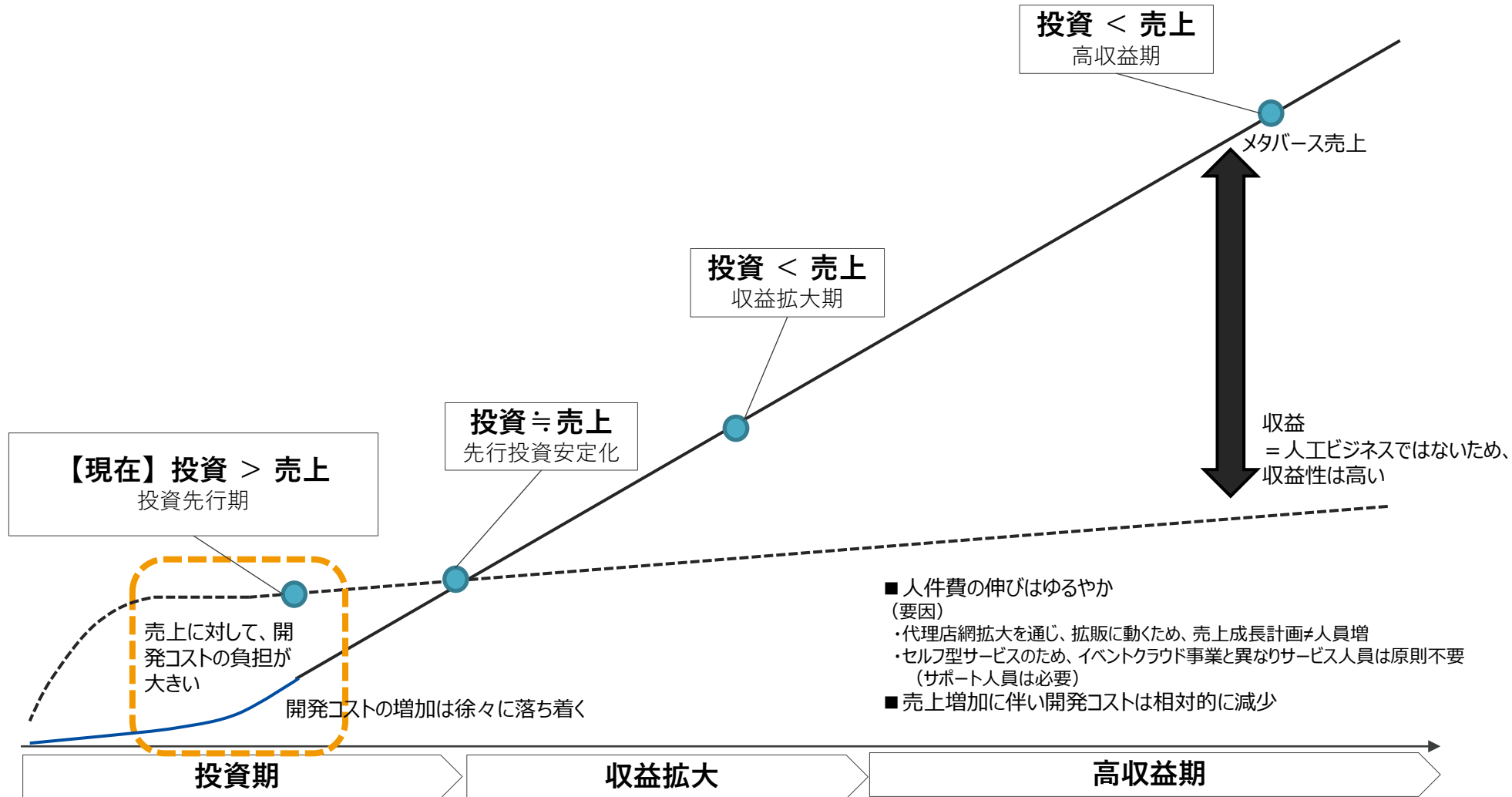
サブスクリプション

イベントクラウド

メタバース

広告

新規サービスを開発しているため、当面は売上高に対して製品開発投資の割合が大きくなるが、売上の拡大とともに相対的な割合は減少し、利益が増加していく見込み。



メタバーズ事業（ZIKU）の事業進捗

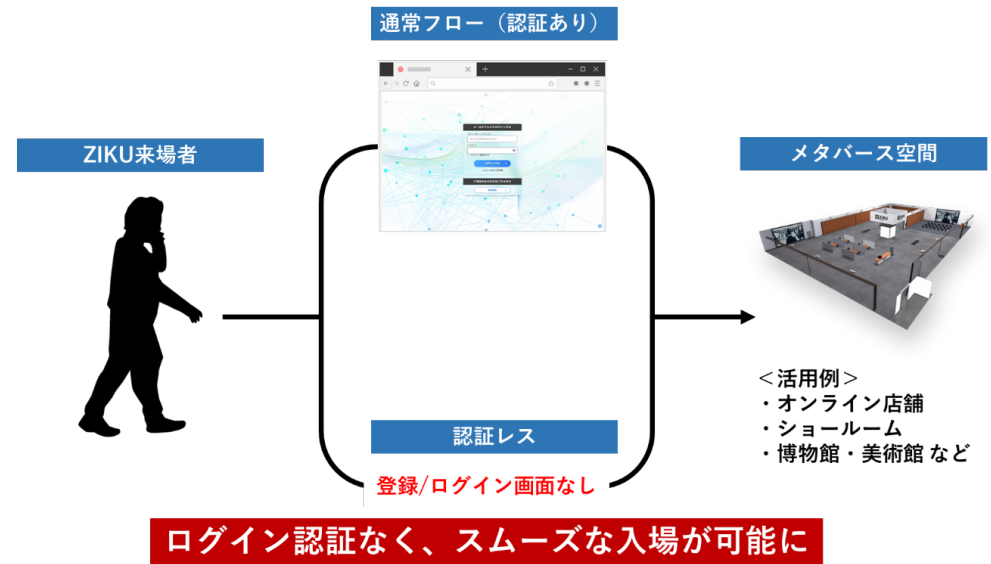
- 2023年10月期は、新たに「マルチプレイ機能」と「認証レス入場機能」をリリース。
- 「マルチプレイ機能」により、双方向のプレゼンテーションや、実演販売型の講演、学会でのポスターセッション、社内イベントでの製品や事例等の発表が可能となる。この機能がキーとなった受注実績も既にあり。
- 「認証レス入場機能」は、ショールーム、オンライン店舗用途での受注実績あり。

マルチプレイ機能



ブース内において他の来場者アバターが表示されるようになるほか、主催社や他の来場者との全体テキストチャット・ボイスチャットが可能になります。主催者は、ZIKU管理者画面から簡単にマルチプレイ対応ブースを作成することが可能です。マルチプレイ対応ブースは人数制限が可能で、小規模な人数のみ収容可能な部屋なども作成することができます。

認証レス入場機能



企業Webサイトへのバーチャルショールーム、メタバーズによるオンライン店舗などの設置が可能となる機能リリースです。本機能開発は、企業様がアクセスしやすい形でメタバーズ空間を提供したい、という要望にお応えする形で開発をしました。

【メタバース事業】利活用シーン

サブスクリプション

イベントクラウド

メタバース

広告

BtoBイベントだけでなく、就活イベントや商談会等、様々シーンでの利用実績があります。

	参加者からみた重要ポイント	主催者から見た重要ポイント
BtoBイベント	参加できるシステム仕様であること（会社貸与PCからアクセス可能、ヘッドセット不要）	マーケティング活動に繋げるためのリード情報の獲得ができること
BtoCイベント	参加したくなるイベントであること（企画内容、操作性、画面の美しさ等）	イベント単体としての目的（宣伝、販売等）が果たせること

展示会・カンファレンス



プライベートショー（社外イベント）



ウェビナー

情報通信業様 ほか（社名公表不可）

ショールーム・オンライン店舗

不動産系企業様、製造系企業様 ほか（社名公表不可）

組織拡大

・スピード感のある成長を実現するため、営業、サービス、サポート人員等の拡大を行う
【2023年度進捗】事業成長が想定より遅延しているため、足元では急激な拡大路線ではなくコスト最適化に取り組んでいる。

製品投資

①利用シーンの拡大を狙った製品開発

- ・マルチプレイ（参加者同士の会話） ➤対応済み（案件化率が向上）
- ・スマホ対応 ➤一部リリース済みだが、引き続き対応継続中
- ・英語対応（海外販売、海外参加者向け、展示会対応） ➤ニーズが高まらず未対応
- ・MAツールであるSHANON MARKETING PLATFORMとの連携強化 ➤対応済み（既存顧客への提案力が向上）

②既存機能の向上によるリピート利用の促進（顧客満足度の向上）

- ・「ZIKU」ならではのメタバースイベント体験に繋がるブース接客機能を強化
- ・接客アバターにオリジナル素材適応
- ・展示物（WEB、動画、資料等）の設定自由度の向上

【2023年度進捗】全て対応済み。お客様の評判も上々である。

競合対策 (特許戦略)

・「ZIKU」の製品戦略の優位性を高めるため、製品機能に関する特許を出願中

- ・国内だけでなく海外での製品展開も想定し、海外市場での特許出願も計画をしている

【2023年度進捗】特許出願実施済み。海外出願については検討中

新テクノロジーA | 活用 サービスの展開

・順次計画化
【2023年度進捗】検討中

市況感・ 顧客ニーズ

- 「メタバース」そのものへの認知は高まっている（マーケティング活動からも見えている）
- 地域を選ばずに参加者を募りたい採用イベントやマッチングイベント等で採用されるケースが増加。また、ログイン認証不要での利用希望も出ている。

2023年10月期 課題

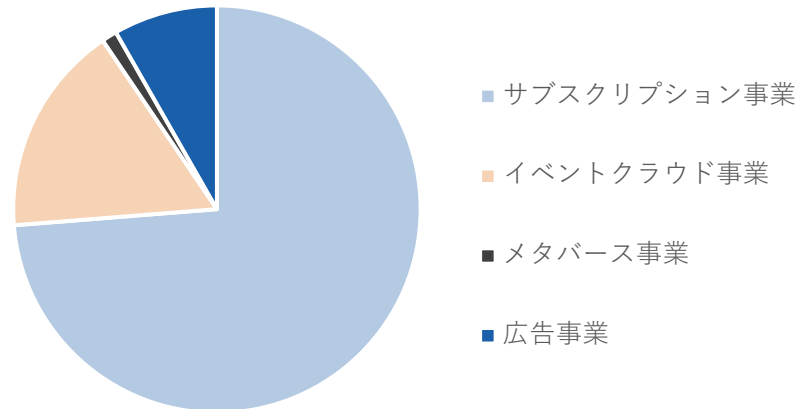
- 事例の積極公開（継続）**
積極的に事例公開をすることで新規サービスに対する不安を払拭し、受注を後押し。
- 大型展示会の受注に向けた取り組み（継続）**
2022年10月期3Q決算時に発表したとおり、製品開発スケジュールを一部前倒しし、大型展示会受注に向けた機能開発を継続。また展示会業界へのアプローチも再開。
- ZIKUが活用される場面を増やす取り組み（継続）**
採用イベント等でニーズが高い「スマホ対応」、プライベートショーでニーズの高い「マルチプレイ」等を順次開発し投入
- 代理店チャネルの継続開拓（継続）**
既に代理店契約済みの企業との関係深耕だけでなく、代理店数を増やすことで案件創出を拡大。

4Q施策

- 事例の積極公開（継続）**
京都ノートルダム女子大学様（10月）の採用事例を掲載。引続きご利用企業様には積極的に事例公開を依頼し、新規サービスに対する不安を払拭していく。
- 大型展示会及び展示会型の大型採用イベントの受注に向けた取り組み**
アプローチ継続中。
- ZIKUが活用される場面を増やす取り組み（継続）**
採用イベントの事例増加。認証不要なショールームソリューションの引き合いが増加。マルチプレイやオンライン店舗（認証レス機能）により、活用範囲が広がる。
サブスクリプションプランを導入。1社でウェビナー、ショールーム、イベント等複数用途で利用をいただく年間利用を促進。
- 代理店チャネルの継続開拓（継続）**
キャノンマーケティングジャパン株式会社、株式会社ブイキューブを含む重点パートナーとの関係強化を継続。また、リモートニーズが強い地方代理店の開拓も実施。

広告事業

セグメント別売上構成比
(2023年10月期実績**8.3%**)



広告市場及び広告事業の概要

サブスクリプション

イベントクラウド

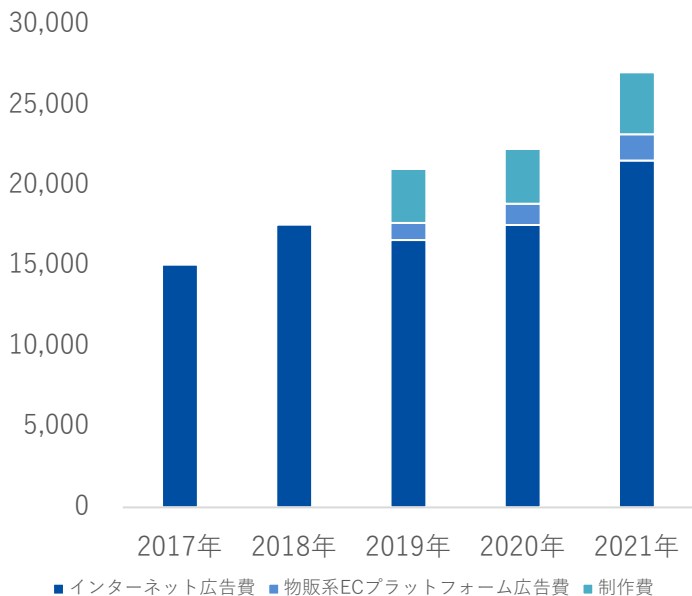
メタバース

広告

インターネット広告市場は順調に拡大しています。シャノンはその広告市場で、テクノロジーとサービス両面に対応したサービス設計をしております。

インターネット広告費

単位：億円



出展 株式会社電通「2021年日本の広告費」媒体別広告費<2019年~2021年>、「2019年日本の広告費」媒体別広告費<2017年~2019年>

広告事業の提供サービス範囲

テクノロジー

SHANON Ad Cloud

- ・ 自社DSP
- ・ 国内初のクッキーレス対応ダイナミッククリエイティブ広告
~3rd Party Cookieが使えないiOS環境でもダイナミック広告を配信できるサービス

サービス by 後藤ブランド

LISTING

- リスティング
・ リスティング広告の運用

AFFILIATE

- アフェリエイト
・ アフェリエイト広告運用代行

AD NETWORK

- アドネットワーク
・ 各種アドネットワーク運用代行

CONTENTS MARKETING

- コンテンツマーケティング
・ コンテンツマーケティング（サテライトサイト制作など）

DSP

- デマンド・サイド・プラットフォーム
・ DSP運用代行

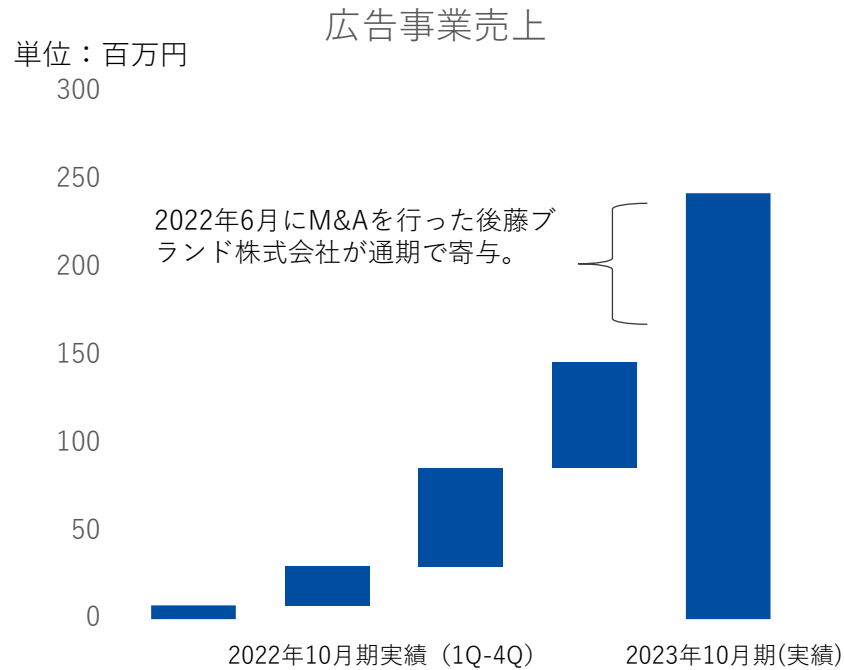
SOCIAL ADS

- ソーシャルアド
・ Facebook、Instagram、Twitterなどの広告運用代行

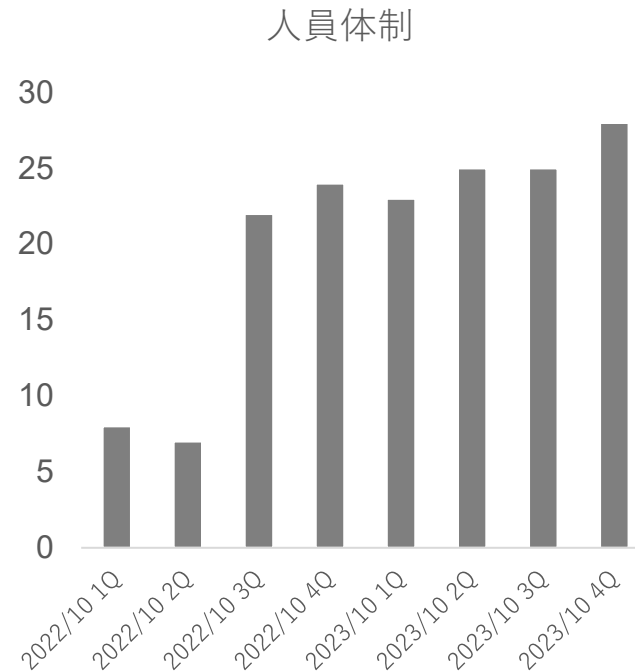
ANALYTICS

- アナリティクス
・ アクセス解析
・ Googleアナリティクス
・ ランディングページ分析（ヒートマップツール使用）

- 広告事業売上は、2022年6月末にM&Aを実施した後藤ブランド株式会社（主にデジタル広告を実施）の売上が連結売上に組み込まれたことにより、予算を大幅に超える成長となりました。
- 広告事業は、見込んでいた通りサブスクリプション事業の顧客へMAとセットで提案を行い、ご契約に繋がるケースが増えていることから、イベントクラウド事業からの人員異動により体制強化しています。



※媒体仕入高は売上高に含まれていません（NET処理）。



事業のリスクと対応方針

認識するリスク及び対応策

- 以下は、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載した内容を踏まえた、当社の認識するリスク及び対応策です。将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。

	リスク要因	発生可能性	リスク回避並びに顕在化時の対応
インターネット市場全体の動向	インターネットの普及に伴う環境整備やその利用に関する新たな規制の導入、技術革新、その他の予期せぬ要因により、サービスの運営が困難になった場合	低	各種技術革新や、行政の動向については継続的に情報収集を行うことで、早期に環境対応を行う
為替変動リスク	円安傾向が加速した際に、米ドル支払いとしている外部クラウドサーバー等のサービス費用負担が増加する	高	契約の一部をリザーブドインスタンスとして契約し、為替変動リスクを軽減する
経営環境の変化	景気後退等による顧客企業の投資マインドの減退	中	既存顧客に対しては、製品の利用頻度を高めるための取り組みを継続し、また新規顧客に対しては、より選ばれる機能開発、提案力の強化に努めます。
競合	競合企業が全く新しいコンセプト及び技術の活用により技術力やサービス力が向上し、資金力・ブランド力を背景に更なる価格競争の激化、当社と同様の事業モデルによるワンストップ・サービスの競合となるなど	中	継続的に競合企業の動きは注視しつつ、投資領域の決定（市場ニーズを踏まえたソリューション領域の拡大や認知度向上施策等）を目指していくことで、当社シェアの維持並びに増加を図ります。
検収時期の変動、収益悪化	プロジェクトの進捗により納期変更、研修時期が遅延し、計画通りに売上を計上することができない。また不測の事態により当初想定を上回る工数が発生し、プロジェクト収支が悪化する可能性など	中	プロジェクト管理や工数管理の徹底並びに、プロジェクト管理能力を向上させることによりリスク回避
システム障害	サービス基盤であるAWSの大規模な障害、または当社の想定していない事象の発生によるシステム障害が発生する	低	複数の地理的リージョンとアベイラビリティゾーンの利用による冗長性の確保や定期的な脆弱性診断および各種不正アクセス対策等によるセキュリティの対応、また、システム稼働状況の監視等の実施

認識するリスク及び対応策

- 以下は、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載した内容を踏まえた、当社の認識するリスク及び対応策です。将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。

	リスク要因	発生可能性	リスク回避並びに顕在化時の対応
法的規制	「個人情報の保護に関する法律」を含む各種法規定の対応遅れや法会違反等	中	各種法令改正の早期キャッチ並びに対応
情報管理体制	重要情報資産が外部に漏洩するなど	低	情報セキュリティ基本方針及び情報セキュリティ管理規程を策定し、ISO27001及びプライバシーマークの認証を取得し社内の情報管理体制の強化を行う
第三者の知的財産権侵害	当社グループが認識せず他社の特許を侵害してしまい、損害賠償請求やロイヤリティの支払要求が行われる等	低	第三者の知的財産権の侵害について、可能な範囲で調査を行う
人材の確保及び育成	人員拡充のため新卒採用を積極的に実施しているが、新卒採用が予定通り進まない場合。また事業を拡大・成長させていくためのマネジメント人材や高度なスキルを持つ人材の確保ができないなど	中	中期的に組織を担う新卒社員の採用を継続的に注力し、社内育成を行うことで、安定的な人員拡大を行い、当社グループの成長に繋がります。
特定の人物への依存	当社グループの設立者であり、大株主であり、経営方針や事業戦略の決定において極めて重要な役割を果たしている代表取締役社長の中村健一郎が何かしらの理由により業務を継続することが困難になる場合	低	同氏に過度に依存しない経営体制の整備等

※その他リスク事項については、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

上場来初となる大型の資金調達を実施（2023年2月開示）

調達額（予定を含む）

- 転換社債による調達額614百万円、新株予約権による調達予定額637百万円、合計1,252百万円（払込金額の総額から、発行諸費用を控除した額）の調達を予定。
- 2023年12月11日現在の調達額：**CB発行価額614百万円 + 新株予約権行使136百万円 = 751百万円**（発行諸費用10百万円を除くと、741百万円）

調達目的（資金使途）

- シャノンの成長の柱となるサブスクリプション事業のサブスクリプション売上において、2022年10月期は、前期比14.7%の成長を達成しております。2024年10月期を目途にこの成長率をもう一段引き上げ、国産クラウドベンダーとしての確固たる立ち位置を築いていくことを目指します。
- そのために必要な営業マーケティングコストを賄う目的での調達となります。
- このファイナンスより調達した資金を投じ、中期経営計画（2022年－2024年）の確かな実現、その先にある事業成長を目指してまいります。

資金使途

- 主な資金使途については以下を予定しております。

2023年2月24日開示 第三者割当による第2回無担保転換社債型新株予約権付社債及び第25回新株予約権の募集に関するお知らせより

資金使途	第22回乃至第24回新株予約権 (行使価額修正選択権付)	第2回無担保転換社債型新株予約権付社債及び 第25回新株予約権	
発行等	2022年11月18日発行 2023年2月2日取得及び消却	2023年3月13日発行	
サブスクMRR獲得のための 営業マーケティング費用	56M（調達実施済み）	634M（計画）	286M（充当済）
借入金の返済		274M（計画）	274M（全て充当済）
開発投資、M&A等		344M（計画）	0M（充当未）

第2回無担保転換社債型新株予約権付社債及び第25回新株予約権による調達額で、2023年10月期末充当額は181百万円であり、これは2024年10月期のサブスクMRR獲得のための営業マーケティング費用として利用予定です。

参考情報（上場～現在に至るまでの調達状況）

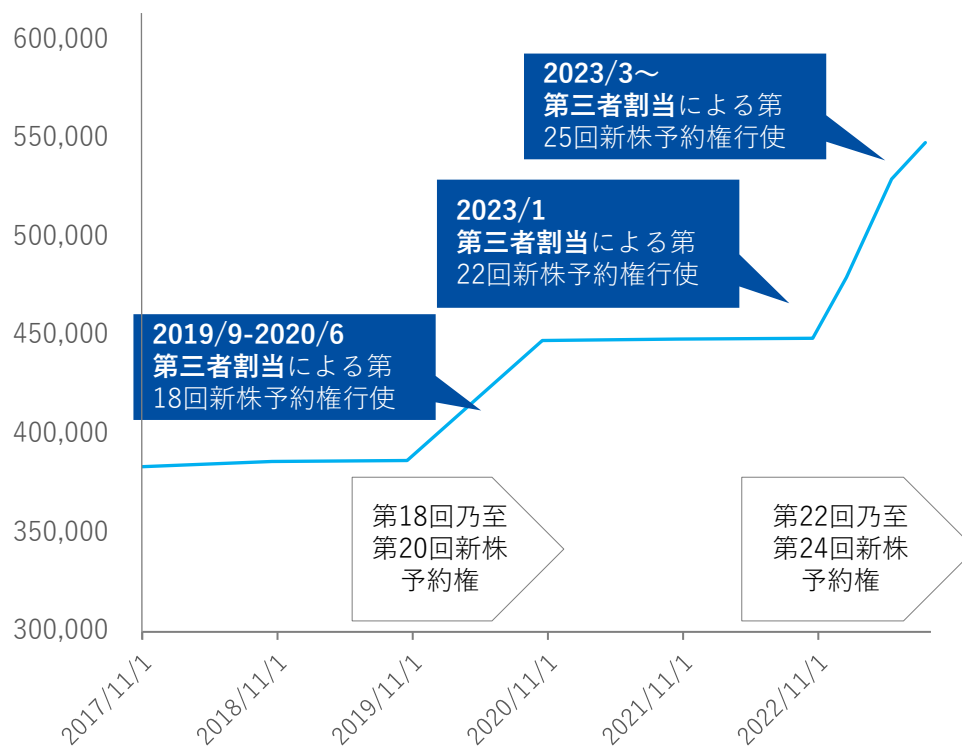
- 2017年1月の上場後、第三者割当による新株予約権の発行は行ったものの（計7回号）、実際に調達を実行したのは、うち3回号、計299百万円です。

第三者割当による新株予約権 （上場後発行分）

第三者割当新株予約権の名称	発行	行使状況
第三者割当による第18回新株予約権	2019年8月	全部行使完了 (700個)
第三者割当による第19回新株予約権	2019年8月	未行使 (取得及び消却)
第三者割当による第20回新株予約権	2019年8月	未行使 (取得及び消却)
第三者割当による第22回新株予約権（行使価額修正選択権付）	2022年11月	一部行使 (600個) 取得 及び消却
第三者割当による第23回新株予約権（行使価額修正選択権付）	2022年11月	未行使 (取得及び消却)
第三者割当による第24回新株予約権（行使価額修正選択権付）	2022年11月	未行使 (取得及び消却)
第三者割当による第2回無担保転換社債型新株予約権付社債及び第25回新株予約権	2023年2月	一部行使 (1,795個)

単位：千円

上場後 資本金の額の推移



シャノングループのSDGsの取組み

- シャノングループでは創業来、事業を通じた社会貢献が持続可能なビジネスの根幹になると考え、様々な取り組みをしております。
- 当社のビジネスを通じた貢献が、通じて持続可能でより良い世界を目指す一助になればと考えております。

SaaSビジネスモデル

“マーケティングの再現性で世界を変える”ことをミッションに掲げ持続可能なビジネス促進、イノベーションの推進を図っています。クラウドサービスとして国内、国外を問わずインターネット環境があればマーケティング業務ができるサービスを提供しています。



顧客企業、パートナー企業

製品のスペシャリスト検定、有償／無償の製品活用のためのトレーニングを用意し、BtoBマーケティングの教育を推進しています。またソーシャルサポートプログラムを通じ、社会的意義のある取り組みをしている団体を支援しています。

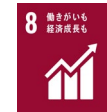


社員

従業員に占める高い女性比率（37%）並びに女性管理職比率（19%）をベースに、ジェンダーに関わらない機会の提供を継続します。またValueに則り生産性を高め、成長実感のある働きがいのある環境を提供します。

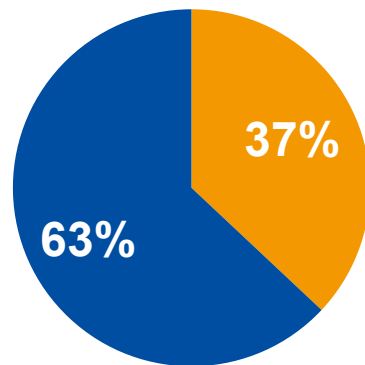


働く社員の特徴



女性社員の比率は業界平均より10ポイント程度高い。働きがいのある会社作りのためエンゲージメント調査&施策も実施しスコアは年々上昇しています。

従業員の男女比率



■ 女性従業員 ■ 男性従業員

業界の女性比率 28.3%
当社の女性比率 37%

情報通信業で働く就業者に占める女性比率は28.3% (参照：総務省「労働力調査2022年」)

従業員エンゲージメント調査



従業員エンゲージメントは
毎年2回実施

外部からの評価

ITreviewにて3年連続LEADER受賞(MA部門、イベント管理部門)。当社独自の満足度調査では6.58点(10点満点)と高い評価を得ています。社員の働きやすさでも認定を取得しています。

【製品】3年連続LEADER受賞



【サービス】高い満足度を獲得



回答率 **90.0%**

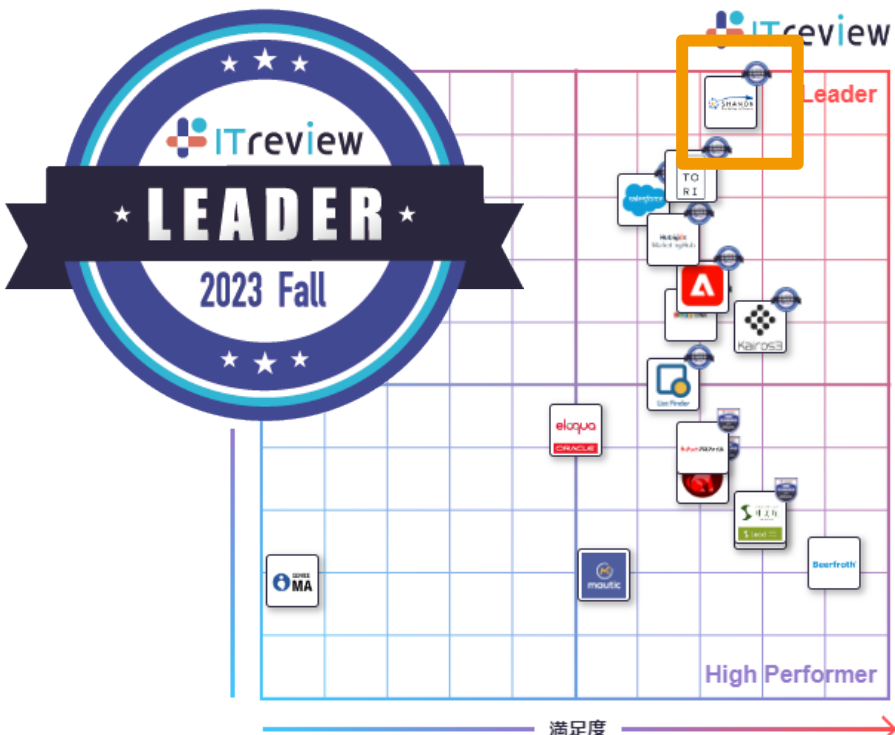
平均点 **6.58点**(10点満点)

【社員】働きやすさ、女性の活躍



ユーザーの声

国産MAとしての使いやすさ、国産ならではの手厚いサポート体制について高く評価をいただいています。機能面においても、イベント利用、WEBマーケティング両方において高く評価をいただいております。



ITreview | SHANON MARKETING PLATFORMの良いポイント

★★★★★

優れている点・好きな機能・リード項目を自由にカスタマイズできる・シナリオ機能を利用することで、例えば管理部署情報の付与など、リード情報の更新が自動でできる その理由・部署によって登録したいリード項目が異なるが、柔軟に対応できるため・リード情報更新の手間が省けるため

業種 倉庫 職種 宣伝・マーケティング 従業員規模 300-1000人未満

ITreview | どのような課題解決に貢献しましたか?どのようなメリットが得られましたか?

★★★★★

昨年様々なイベントに参加し、イベントごとのリード情報をExcelデータで管理を行っていたがシャノンのキャンペーンでそのような手間をかけずともイベントごとにキャンペーンを作成することにより 容易に管理できることがわかり、非常に工数削減につながった。

業種 情報通信・インターネット 職種 宣伝・マーケティング 従業員規模 100-300人未満

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

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。

一般社団法人夢らくざプロジェクト



特定非営利活動法人CRファクトリー



特定非営利活動法人Pigeon



特定非営利活動法人グリーンリボン推進協会



特定非営利活動法人森の学校



特定非営利活動法人
インフォメーションギャップバスター



特定非営利活動法人NPOサポートセンター



(導入団体様例・順不同)

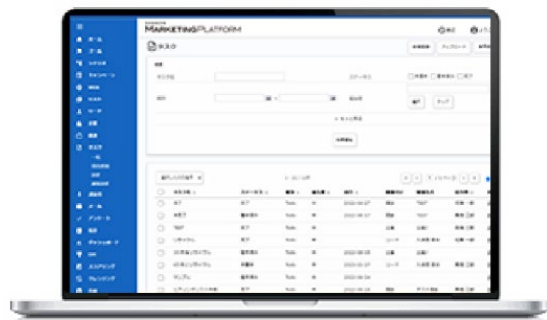
社会貢献団体へ特別ライセンスを提供しています

脱炭素指標

主力サービスであるマーケティング支援システムはクラウドツールです。企業のマーケティング部門が出社をせずに情報を管理、マーケティング活動を行うことが可能で、出社移動に伴う脱炭素の取り組みを支援することができます。

また、メタバース事業の製品であるメタバースイベントプラットフォーム『ZIKU』を使うことで、イベントそのものの脱炭素化も可能になります。

“MAツール(SMP)”を利用することで、
企業の脱炭素化を支援



ZIKU by SHANON を利用することで、
企業の脱炭素化を支援



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。
- 当資料のアップデートは今後、本決算後12月～1月上旬を目途として開示を行う予定です。