
シャノン メタバース型バーチャルイベントサービス子会社「ジクウ」について 株主手帳5月号から取材を受けました

株式会社シャノン(本社:東京都港区、代表取締役社長:中村 健一郎、証券コード:3976、以下シャノン)は、2022年4月17日発売「株主手帳5月号」にシャノンの中期経営計画に関する記事が掲載されたことをご知らせいたします。

シャノンでは、2021年12月上場来初となる中期経営計画(2022-2024/10期)を発表しました。中期経営計画においては、SaaS指標である「40%ルール」を上回る成長を目標に据え、既存事業であり収益の大きな柱であるMA-サブスクリプション売上の成長拡大に向けた投資や成長戦略についてや、展示会支援を20年来行っているシャノンだからこそ開発ができた、メタバース型バーチャルイベントサービス「ZIKU」の成長についても計画を発表しております。

今回株主手帳5月号では、シャノンの中期経営計画全体について取材をいただいております。

1. 株式会社シャノンについて

シャノンは、クラウドテクノロジーをコアに、企業のマーケティング課題を解決する製品・ソリューション・サービスを提供しています。イベント、セミナー、マーケティングオートメーション、デジタルとアナログを組み合わせるデジアナマーケティングなどを実現するシャノンのマーケティングクラウド製品は、金融、IT・通信、製造業など業種を問わず、大規模から中規模まで多様なシーンでご利用いただいております。

商号 : 株式会社シャノン(証券コード:3976)
代表者 : 代表取締役社長 中村 健一郎
所在地 : 東京都港区三田 3-13-16 三田 43MTビル4階
設立年月日 : 2000年8月25日
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
URL : <https://www.shanon.co.jp/>

2. 本ニュースリリースに関するお問い合わせ先

株式会社シャノン IR担当
E-mail: ir@shanon.co.jp

メタバース関連株の一角を担う 上場初の中計で3年後の売上高3倍へ

メタバース関連株として注目を集めているシャノン。メタバースとは、インターネット上に造られた3Dの仮想空間やそのサービスの総称だ。仮想空間上でアバターと言われる自分の分身を介して遊んだり、仕事をしたり、コミュニケーションができる。フェイスブック社がメタ社に社名変更したことで話題になり、世間の仮想空間への期待は高い。シャノンは連結子会社ジクウにおいて昨年10月、仮想空間上でバーチャル展示会ができるサービス『ZIKU（ジクウ）』の提供を開始した。リリース後、1300円台で推移していた株価は一時2倍以上の2710円まで跳ね上がった。そんな同社が、上場来初となる中期経営計画を発表。その内容に迫る。

トップに直撃

シャノン

[3976・グロース]

中村 健一郎 社長



PROFILE●なかむら・けんいちろう
1977年生まれ。2000年8月、大学在学中に有限会社シャノンを設立、代表取締役就任(現任)。01年3月、慶應義塾大学理工学部化学科を卒業。02年株式会社シャノンへ組織変更。

マーケティングオートメーションの先駆者
中計で営業利益率20倍以上の成長想定

シャノンは主に企業の営業マーケティング活動をクラウドで自動化・効率化する、マーケティングオートメーションシステムの開発・販売を行っている。新規見込み客の獲得や育成をWeb訪問・メール開封・セミナー参加などの

同社は5年前の上場以来初となる、中期経営計画を発表した。期間は3カ年で、数値目標として最終年度の2024年10月期に売上高67億円、営業利益率10.1%を掲げる。

これは21年10月期より売上高3倍、営業利益率20倍以上になる計算だ。売上成長率は年率30%以上を予定している。このようなチャレンジングな目標への施策については、大きく分けて二点あるという。

展示会などイベントに特化したメタバースサービス『ZIKU』

まず一点目は、新規事業の

見がある。

ZIKUは、ITイベントで既に続々と採用されている。今年の2月にはシーン・メタバースEXPO 2022、3月にはAPPEXchange Virtual EXPO 2022がZIKUの仮想空間を使って開催された。顧客からの引き合いもかなりあるという。

ZIKUのシステムはブラウザで利用できるため、イベント参加者が専用ソフトをダウンロードする必要はない。

展示会の個々のブースは、出展者がデザインを選びマニュアルに沿って1時間ほどで構築できる。基本的には出展者がセルフサービスでブースを作るが、サポート体制も整っている。さらにイベントの効果測定も可能。来場者の個別ブースへの訪問履歴やコンテンツへのアクセス・閲覧履歴も取得できるため、イベント開催中だけでなく、イベント開催後も見込み客への効果的なアプローチができる。

展示会の個々のブースは、出展者がデザインを選びマニュアルに沿って1時間ほどで構築できる。基本的には出展者がセルフサービスでブースを作るが、サポート体制も整っている。さらにイベントの効果測定も可能。来場者の個別ブースへの訪問履歴やコンテンツへのアクセス・閲覧履歴も取得できるため、イベント開催中だけでなく、イベント開催後も見込み客への効果的なアプローチができる。

「ジクウは今後のシャノンの成長を牽引していく存在になります。顧客はイベント会社、メディア、そして企業説明会などプライベートショーをする一般企業です。イベント開催にあたって、リアルとバーチャルを併用する時代が来ています。さらに海外も視野に入れ、距離、時差、言語の壁を超えたコミュニケーションの実現も進めていきた

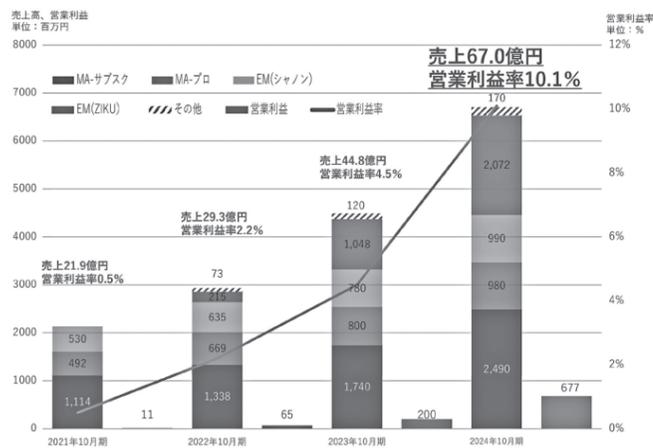
「(同氏) 足元を固める 既存事業の成長

中計実現に向けての施策の二点目が既存事業、クラウドを使ったマーケティングオートメーションシステムの成長だ。同社システムは主に月額制となっている。国内で多用されるアナログなマーケティング法(セミナー・イベント・DM)に強いことに加え、企業・会員・動画管理などデジタル系機能も充実しており、マーケティング活動が一元管理できる。システムの提供にとどまらず、戦略的コンサルティングの提供から製品導入サービス、スタートア

「当社はリアルでのセミナー開催と、デジタルでのクラウドシステム提供といった両面での支援ができます。既存事業でも効率化が進んだ部分があり、以前より利益率が改善しました。新卒・中途採用にも注力しており、スピード感を出せる体制も整ってきています」(同氏)

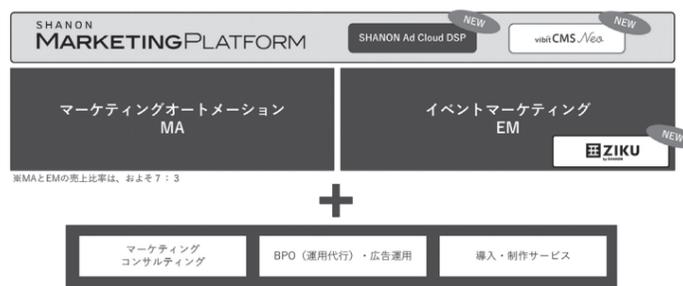
システム利用に対する月額利用料は順調に伸長しており、既存事業拡大は中計最終年度の24年10月期では年率30%超の成長を想定しているという。コロナ禍でDX化への追い風を受け、飛躍を図る。

■中期経営計画2022-2024の売上と営業利益目標



品のため、改修費などはかかるものの人件費が抑えられ、利益率が高い。ZIKUの売上が伸びると、営業利益率も成長していく仕組みだ。半年前に販売開始したZIKUの今期(22年10月期)の営業利益は1000万円、営業利益率は5.3%を予想。中計最終年度の24年10月期

■事業概要



■売上高と営業利益の推移



社と違うのは20年以上展示会やカンファレンスの開催、マーケティング支援のシステム開発に特化してきたことです。イベント開催時に主催者、出展者、来場者が本場に求めているサービスを理解し、それを実現できるのが強みです」

シャノンの歴史は2000年、展示会のオンライン申込みシステムの受託開発からスタートした。同社によるとシャノンは展示会に入場する際のバーコード付き名札を用いた仕組みを、00年に日本で初めて量産化したそう。リアルな展示会の利便性をテクノロジーで高めてきた長年の知

[シャノン] 株式データ	
コード	3976 市場 グロース
直近株価	1,441円 (22.3/28終値)
昨年来高値	2,710円 (21.11/4)
昨年来安値	881円 (21.3/9)
時価総額	42.1億円
PER	144.0倍 配当利回り —
PBR	7.38倍 決算 10月

2021年10月期 連結業績	前期比
売上高	21億9600万円 23.0%増
営業利益	1100万円 71.6%減
経常利益	5200万円 43.9%増
当期純利益	1億700万円 91.6%増

2022年10月期 連結業績予想	前期比
売上高	29億3000万円 33.4%増
営業利益	6500万円 471.8%増
経常利益	6600万円 26.3%増
当期純利益	2900万円 73.1%減

