



2023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（東証グロース市場：3976）

2023年6月12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. 2023年10月期 第2四半期決算報告
- II. シャノングループの中期経営計画（再掲）
- III. APPENDIX

I. 2023年10月期 第2 四半期決算報告

2023年10月期 第2四半期ハイライト

- 2023年10月期第2四半期ハイライトは以下のとおりです。

2023年10月期第2四半期累計期間

売上高成長率

前年同期比 **28.2%成長**

サブスクリプション事業
サブスクリプション売上

前年同期比 **10.1%成長**
(MA市場成長率10.1% *1)

広告事業

前年同期比 **312.2%成長**

イベントクラウド事業

前年同期比 **20.0%成長**
2Q（累計）予算に対する進捗率116.9%

*1 株式会社富士キメラ総研「ソフトウェア新市場2020年版」同「ソフトウェアビジネス新市場2022年版」より集計

2023年10月期 第2四半期各事業セグメントのトピック

- サブスクリプション事業を中心に概ね順調に推移しました。

セグメント	売上高 (百万円)	前年 同期比	営業損益*2 (百万円)	前年同期比 *3	トピック
サブスクリプション事業	1,050	19.6% 増	68	174.9% 増	
サブスクリプション	690	10.1% 増			上半期は解約額が想定よりも少し大きかった（通期の解約額は想定内に収まる見込み）ものの、新規獲得によるMRR(*1)は順調に積み上がっており、市場成長率（10.1%）と同水準の成長
プロフェッショナル	359	43.4% 増			大型案件の納品があったため増加 下期も大型案件の納品が控えており、通期でも前期を大きく上回る計画
イベントクラウド事業	256	20.0% 増	△1	— 前年同期 24	リアル開催のイベント商談が順調に増加。足元では、秋のイベントシーズンに向けての商談が進捗
メタバース事業	19	115.5% 増	△35	— 前年同期 △30	予算に対する売上進捗は苦戦しているものの、プライベートショーや展示会、ウェビナーだけでなく、採用イベントやマッチングイベント、ショールーム、社内イベント、周年イベント、IRイベント、学会など活用シーンが拡大し、前期比では売上増加 通期着地を意識したコスト調整も実施
広告事業	124	312.2% 増	9	— 前年同期 △0	昨年M&Aを実施した後藤ブランド株式会社（広告コンサルティング業務等）の売上寄与（2022年7月連結開始）
合計	1,450	28.2%	△134	— 前年同期 △148	

*1 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。

*2 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。

*3 前年同期が営業損失の場合には、前年の営業損失額（百万円）

経済トピックの影響

- ここまでに発生している経済事象が業績に与える影響の有無

経済トピック	当期業績影響	詳細
円安進行	あり	AWSの仕入額（年間100万ドル以上）に影響がありますが、公表予算における想定レートは140円/\$としているため、これよりも円高で推移すればその分利益に対してプラスの影響。
コロナの5類変更	あり	新型コロナウイルスの感染法上の分類が2023年5月より季節性インフルエンザと同じ「5類」に引き下がった。GWに人手増加を受け、企業のリアルイベントへの回帰は一層見られており、イベントクラウド事業へは追い風。
ロシアによるウクライナ侵攻	なし	事業に対して直接の影響はないものの、当該事象に起因して取引先等に影響があった場合には間接的に当社業績にも影響が出る可能性あり。
原油高	なし	事業に対して直接の影響はないものの、当該事象に起因して取引先等に影響があった場合には間接的に当社業績にも影響が出る可能性あり。
DX	あり	デジタルトランスフォーメーションの推進（DX銘柄選定、投資促進税制の創設等）の促進に伴い、企業や自治体のデジタル投資が促進され、当社サービスの利活用に繋がる可能性あり。 前期より自治体案件向けの専門部隊を設置

連結PL（2023年10月期 第2四半期実績）

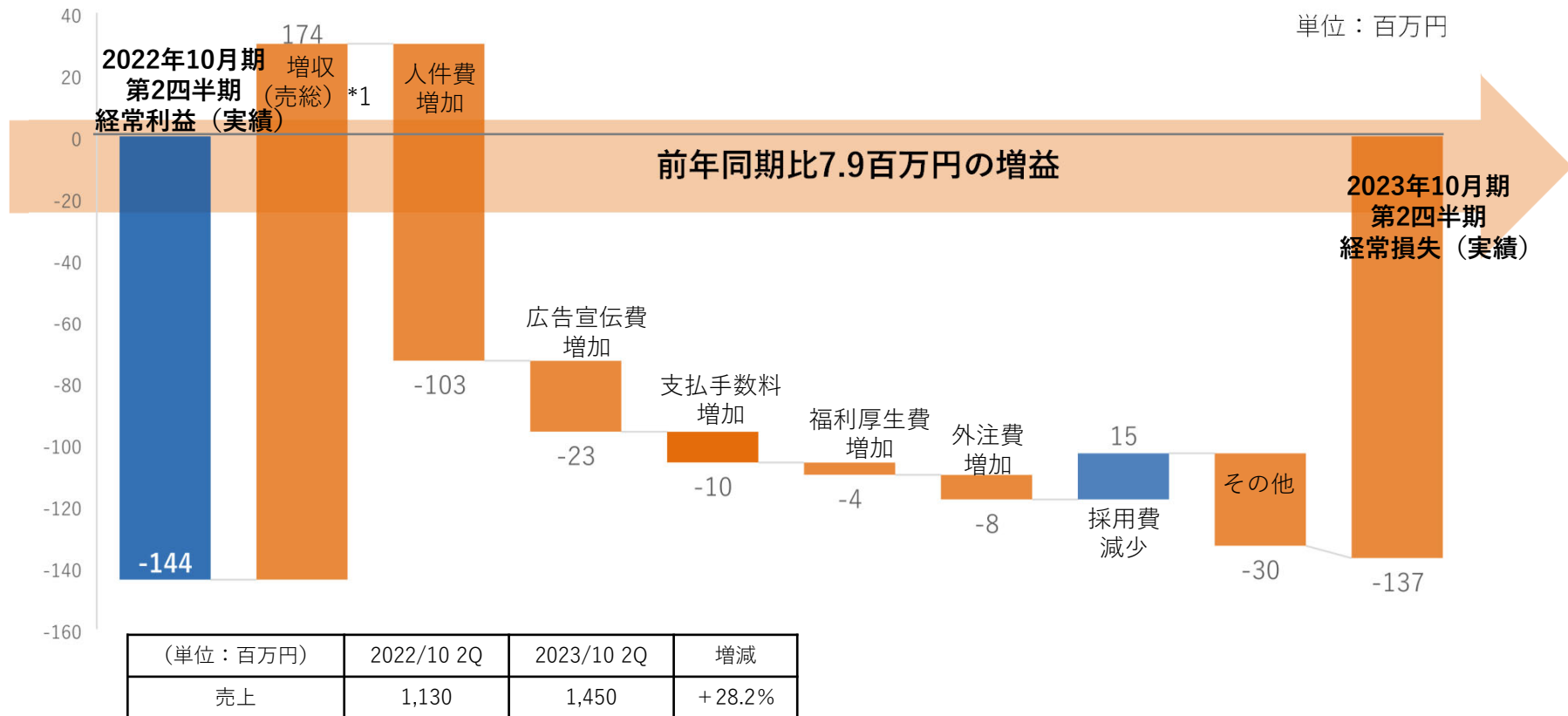
- 2023年10月期 第2四半期累計期間の業績は下記のとおりです。
- 業績予想と実績の差異要因については、「2023年10月期第2四半期連結累計期間の業績予想値と実績値との差異に関するお知らせ」を参照ください。
- なお、通期連結業績予想については、現時点では見直しの必要はないと判断しています。

単位：百万円

	2022年10月期 第2四半期(実績)	2023年10月期 第2四半期(実績)	前年同期 増減率	2023年10月 期第2四半期 (予算)	予算 増減比	2023年10月期 通期業績予想
売上高	1,130	1,450	28.2%	1,580	△9.0%	3,500
サブスクリプション事業	878	1,050	19.6%	1,219	△13.8%	2,396
サブスクリプション	627	690	10.1%	689	0.2%	1,478
プロフェッショナル	251	359	43.4%	440	△18.2%	918
イベントクラウド事業	213	256	20.0%	219	16.9%	526
メタバース事業	8	19	115.5%	63	△69.7%	206
広告事業	30	124	312.2%	169	△26.4%	372
売上原価	384	529	37.7%	550	△3.9%	1,160
売上総利益	746	920	23.4%	1,030	△11.9%	2,340
販売費及び一般管理費	894	1,055	18.0%	1,100	△4.2%	2,270
営業利益（△は営業損失）	△148	△134	—	△70	—	70
経常利益（△は経常損失）	△144	△137	—	△65	—	72
親会社株主に帰属する四半期純利益 （△は親会社株主に帰属する当期純損失）	△145	△137	—	△81	—	53

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】

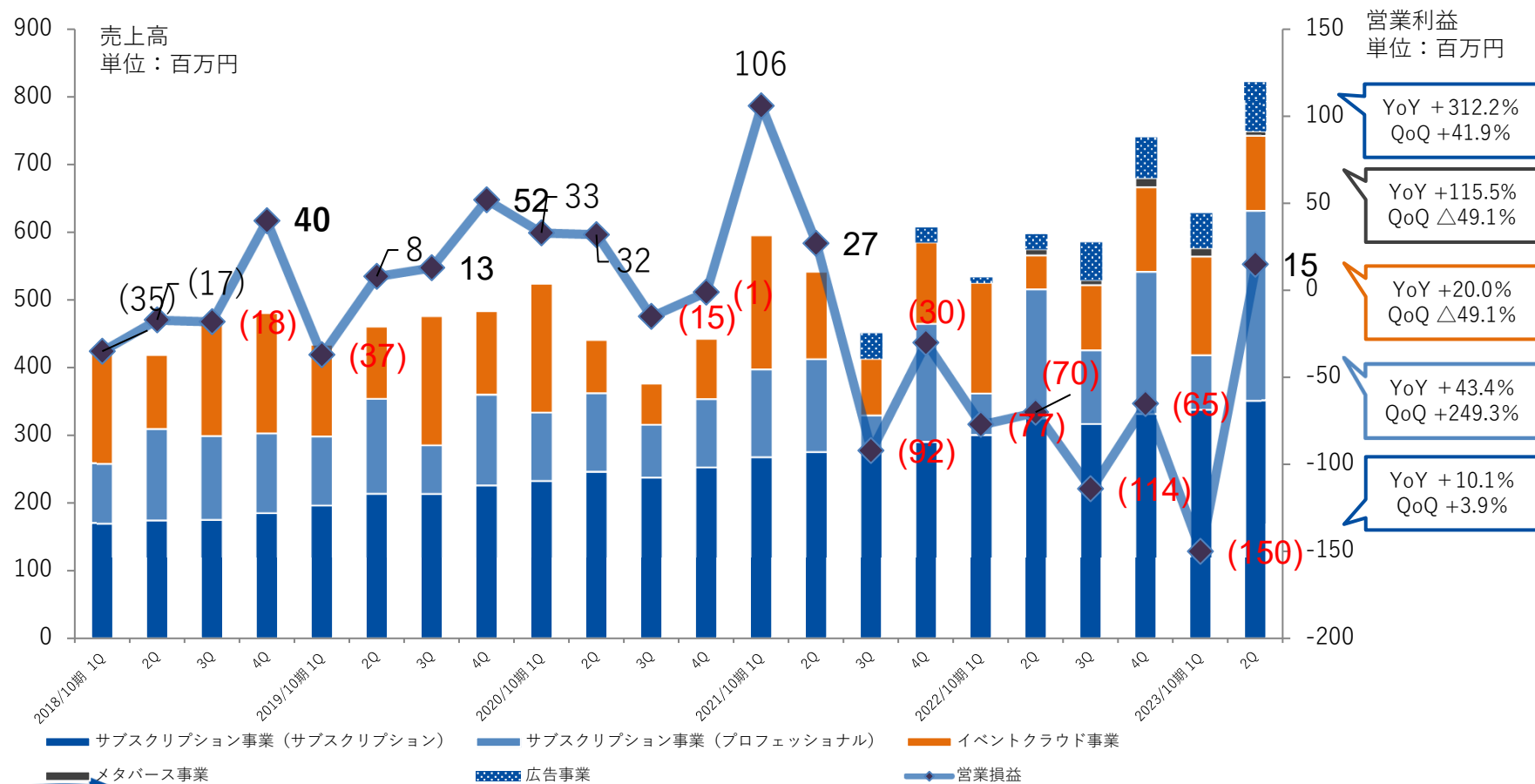
- 前年同期比で**7.9百万円の増益**となりました。
 - ・ 中期的な成長加速を実現するために積極的に採用を行ってきたことにより人件費は前年同期比で増加。一方採用費は減少
 - ・ 営業人員の増加に伴い必要な商談数も増加したため、広告宣伝費（=マーケティングコスト）が増加
 - ・ M&Aによる業容拡大もあり、監査報酬が増加したこと等により支払手数料は増加
 - ・ 企業型確定拠出年金制度の開始に伴い福利厚生費が増加（その分、人件費に含まれる法定福利費が減少）
 - ・ その他の内容は、行動制限解除に伴う旅費交通費、賃料の増加等



*1 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。

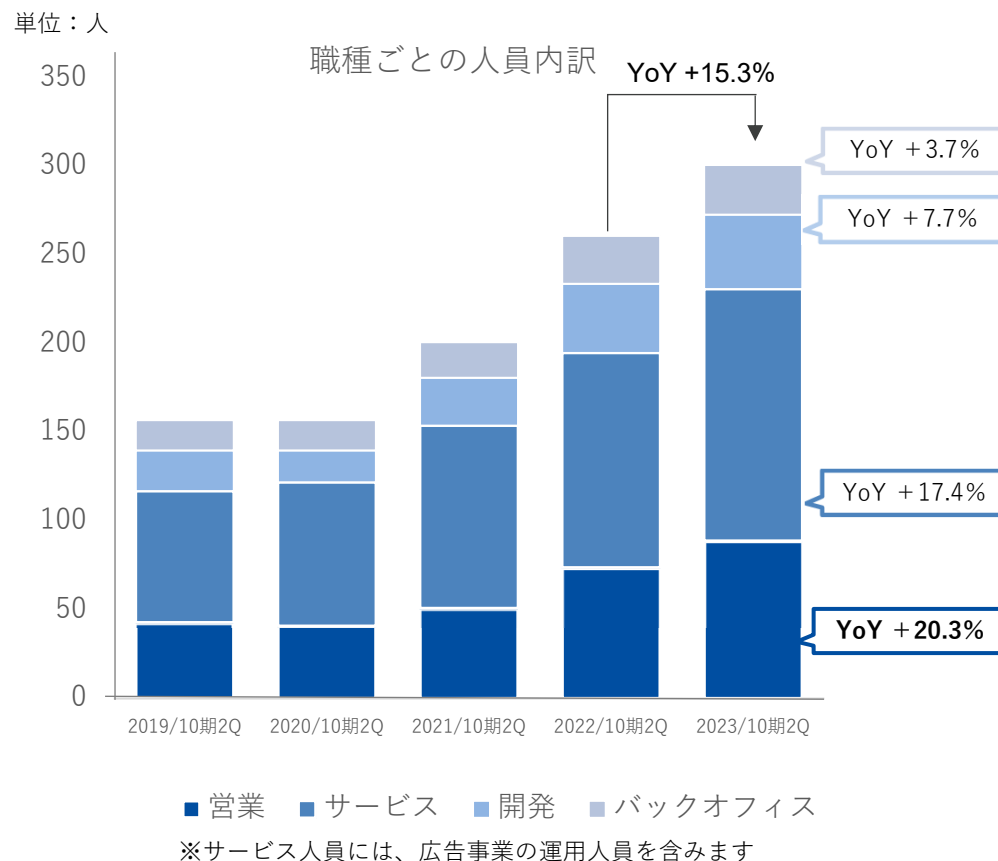
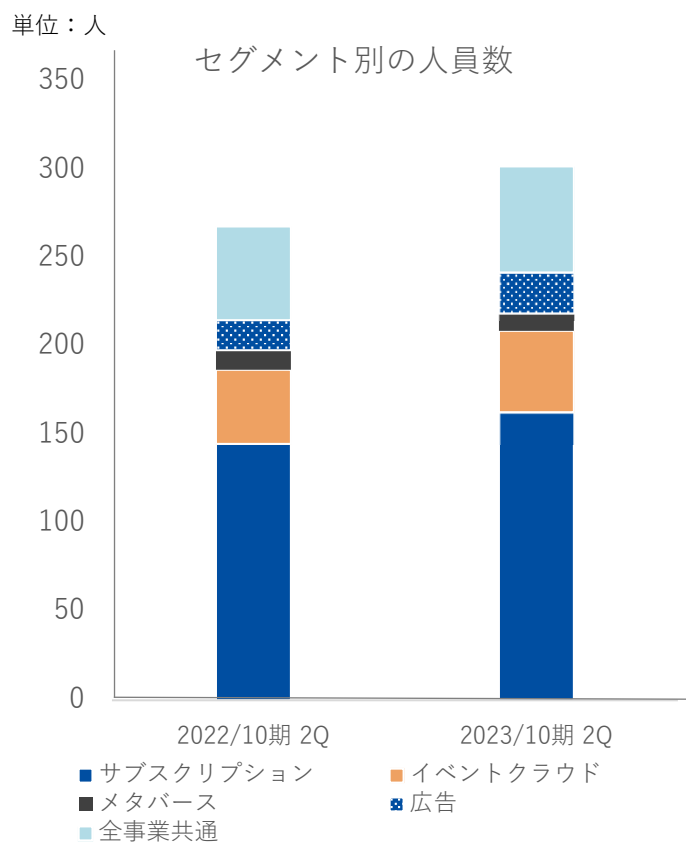
売上高構成比・営業損益（連結）推移

- 当第2四半期（会計期間）は黒字化。
- サブスクリプション事業におけるサブスクリプション売上は安定収益の基盤であり、每期順調に伸びています。（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）
- サブスクリプション事業（プロフェッショナル）、イベントクラウド事業は各四半期での変動（偏重）があります。



人員推移

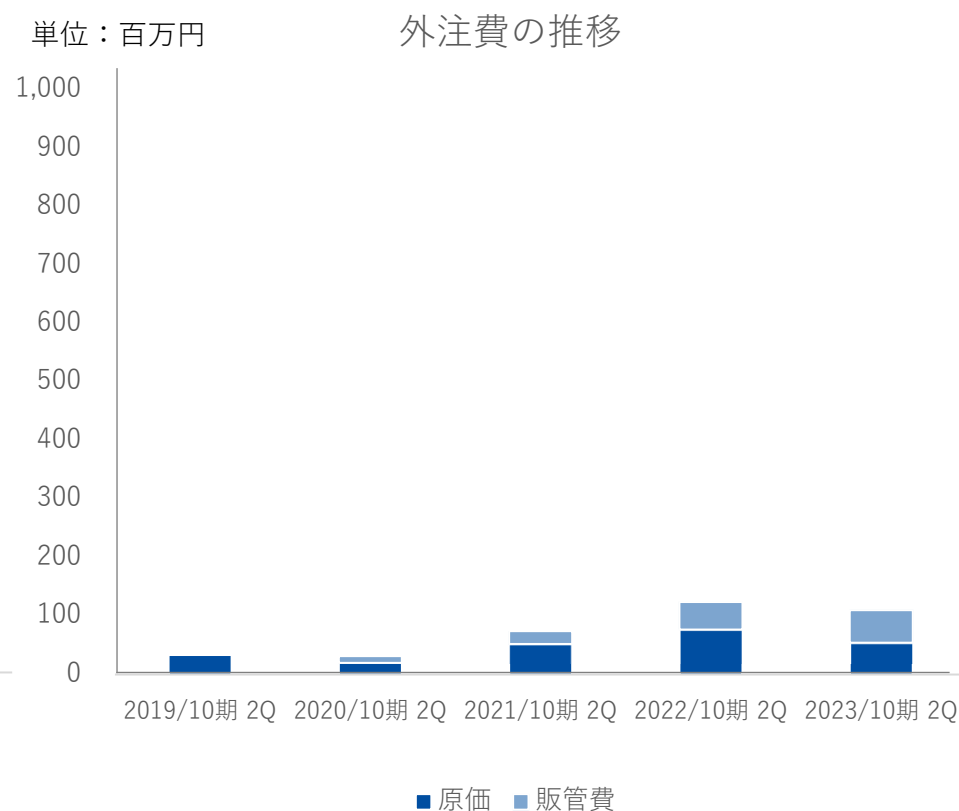
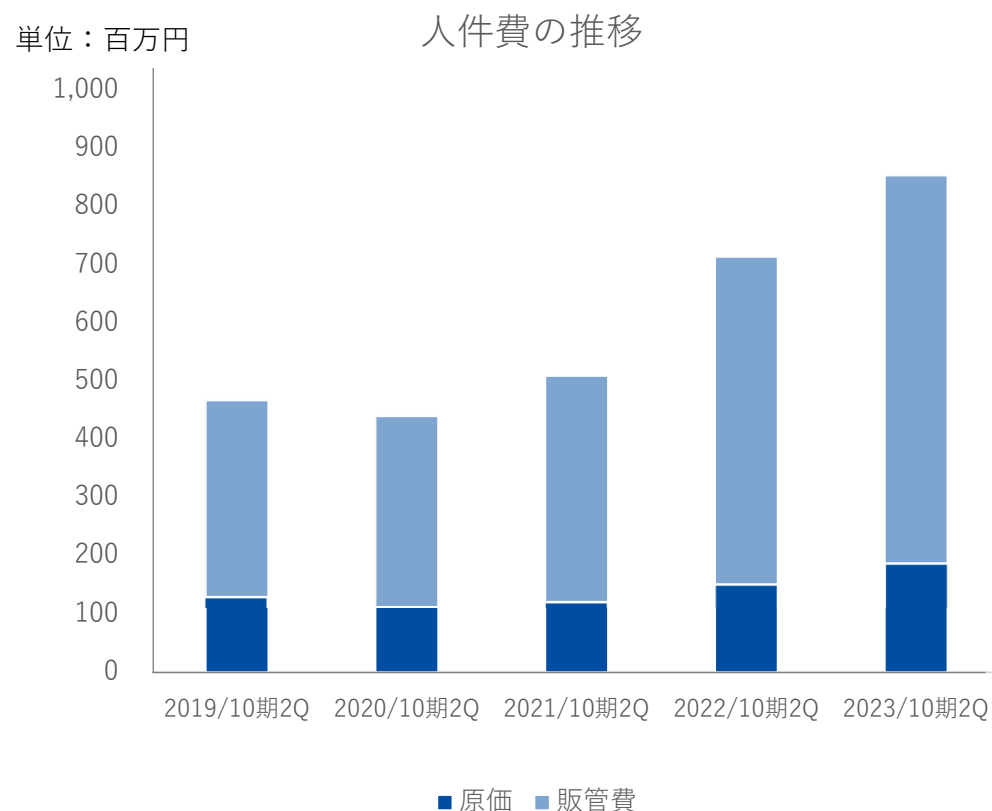
- 中期経営計画実現のためサブスクリプション事業を中心に人員は増加。
 - ・ イベントクラウド事業の人員の一部を広告事業に異動することで、リソース調整。（2022年9月に4名、2023年4月に3名異動）
 - ・ 2023年新卒は26名入社（昨年27名）。中期では、中途採用の規模は相対的に減少していくことを想定。



主要な営業費用の推移 ①人件費／外注費の推移

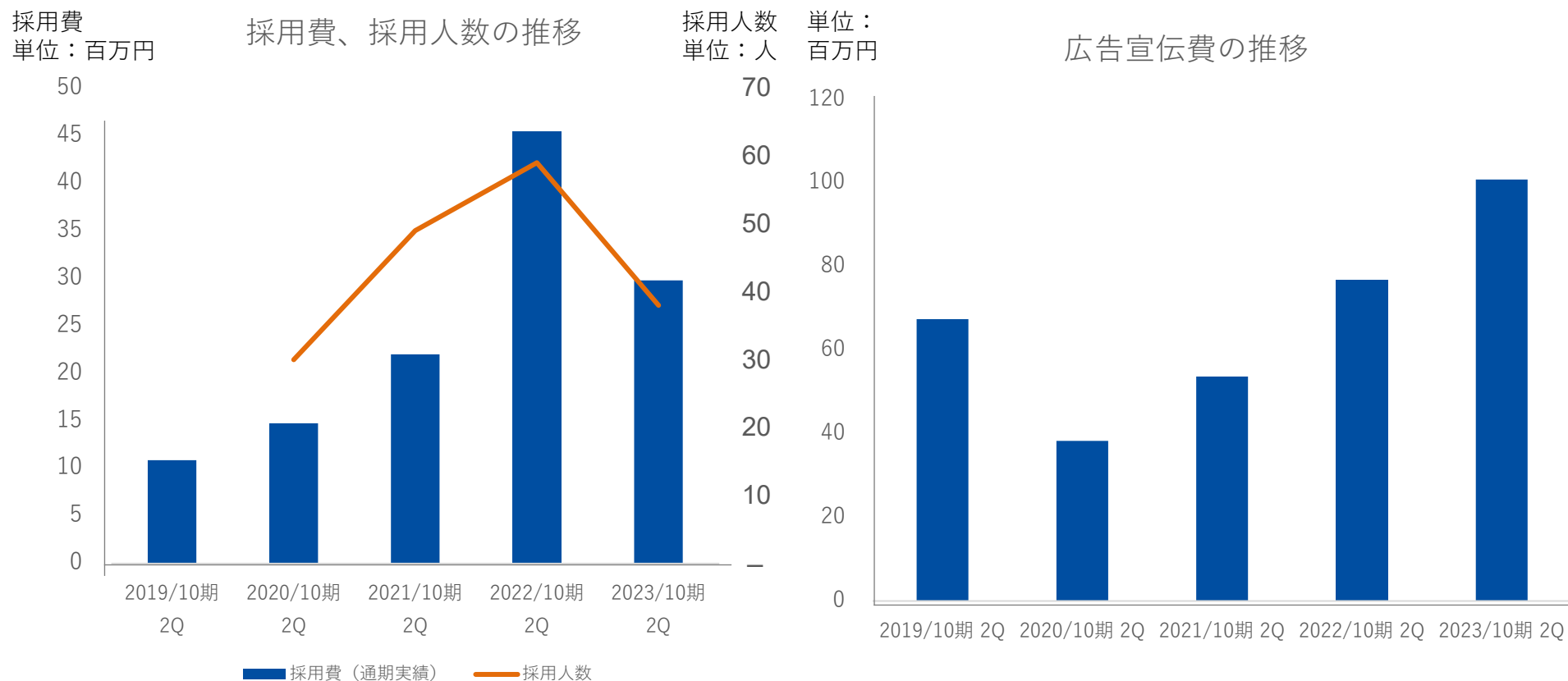
- 中期的な成長加速を実現するために積極的に採用を行ってきたことにより人件費は増加していますが、そのペースは少し鈍化。期初人員計画に対して、各事業セグメントの状況や積極採用してきた新卒社員の成長を受けて、人事異動により最適化を図ることで、計画に対して中途採用を抑制。

※人件費・外注費ともに、仕掛案件の発生状況や大型案件に対する工事進行基準の適用状況、戦力化までのタイムラグの影響もあり、売上高の増減とは比例していません。



主要な営業費用の推移 ②採用費／広告宣伝費の推移

- 全社での人員配置の最適化を目指し、既存人員の再配置等を行っているため、当第2四半期の採用費は前年同期より大幅に減少しています。なお、当第2四半期中に新卒が26名入社（前期27名入社）。
- 広告宣伝費は、売上拡大を目指して営業戦力を増強していることに比例して増加しています（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増加）。



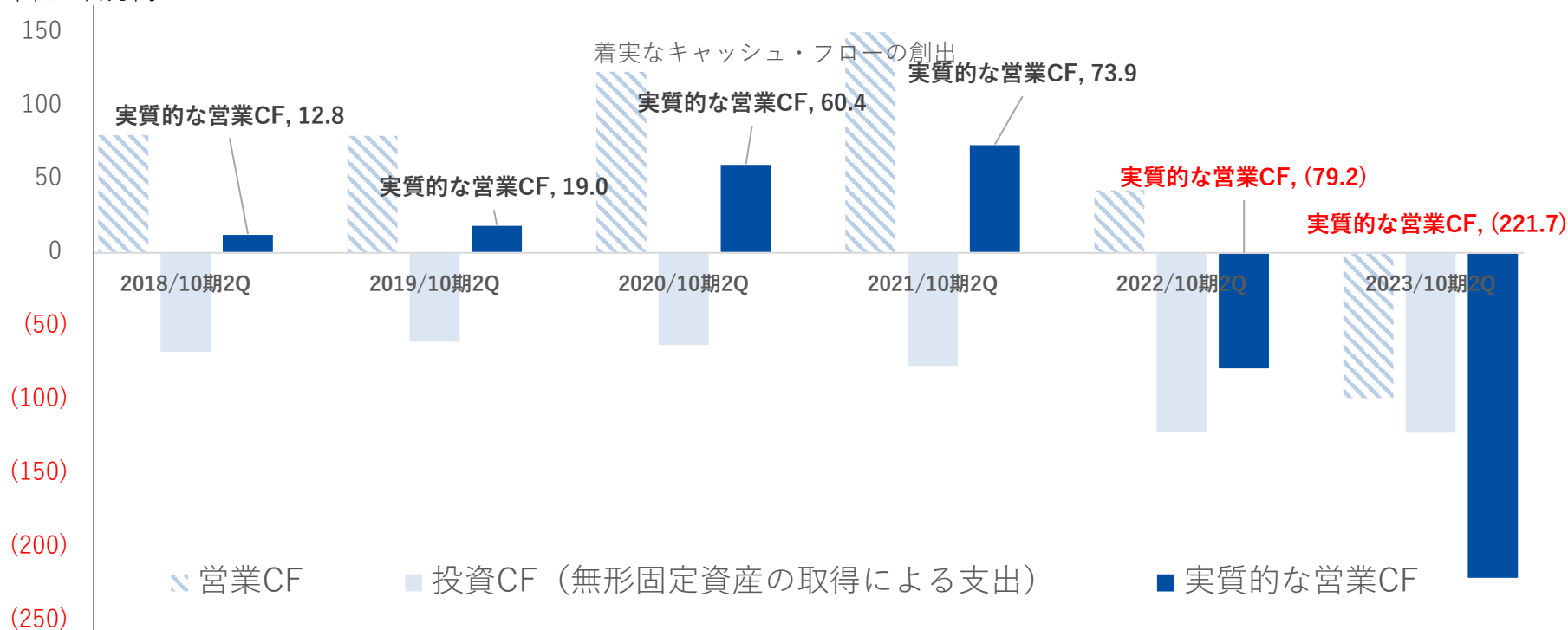
「営業活動によるキャッシュフロー」の推移

前提：

投資キャッシュ・フロー（CF）には、主に自社のエンジニア（社員）による開発投資となる無形固定資産の取得による支出が含まれるが、これについては、実質的には営業CFの一部とみるべきと考えているため、これを加味したものを「実質的な営業CF」として下記に記載しています。

- 「営業活動によるキャッシュ・フロー」は142百万円減少
前受金や仕入債務の増減に伴うキャッシュ・フローが減少。前受金については、前期に既存顧客への請求を年一括前払いに変更しており、前期はそれによる前受金の増減によるキャッシュフローが増加していたことが要因
- 「投資活動によるキャッシュ・フロー」は100百万円増加
「SHANON MARKETING PLATFORM」への投資に加えて「ZIKU」への投資もあり、投資CFにおける無形固定資産の取得による支出は増加。

単位：百万円

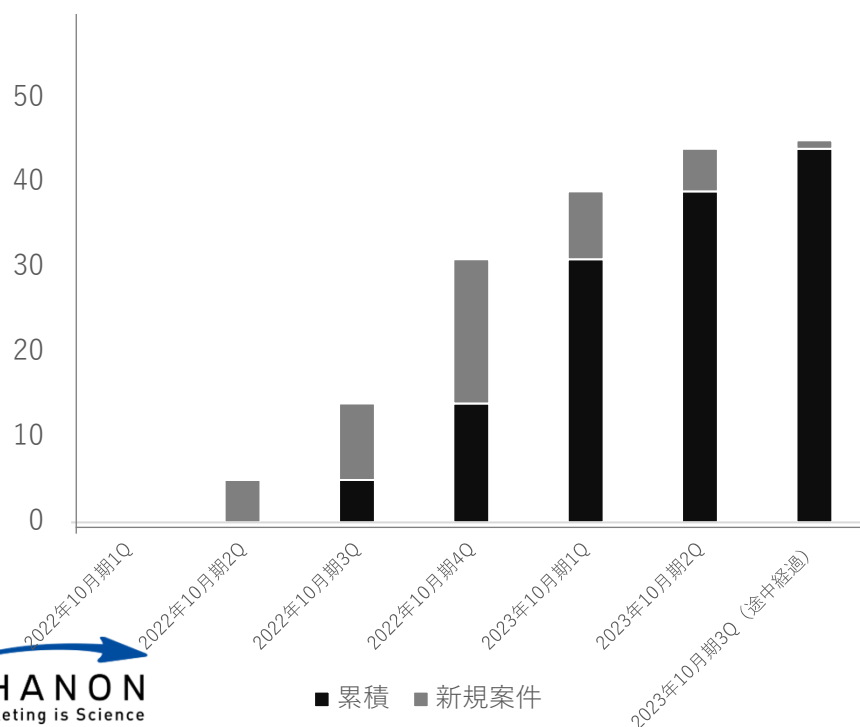


メタバース事業（ZIKU）の事業進捗

- メタバース事業は、受注率や案件規模への課題はあるものの、導入件数、利用者数は着実に増加。
- 活用シーンは採用イベントやマッチングイベント、ショールーム、社内イベントや周年イベント、IRイベント、学会などにも広がってきています。
- リアルイベントのメリット（商談化率の高さ）やデメリット（準備期間の長さ、高額な費用）に対し、新しい形のBtoBイベントとしての価値（低価格、短い準備期間、商談効率もオンラインより良い）も少しずつ顧客に認知されてきており、その実績がリピート受注にも繋がってきています。
- 売上高については予算に対して苦戦はしているものの、前期比では確実に成長しています。一方で、下期の売上進捗と通期の着地を見据えながら、コスト調整も図り、ジクウ単体としての通期損益のバランスを取っていきます。

単位：案件

累計導入案件数



累計利用者数

3.1万人

大規模展示会の受注も実現することで累計利用者も増加が見込まれる。

上場来初となる大型の資金調達を実施

調達額（予定を含む）

- 転換社債による調達額604百万円、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6月9日現在の調達額：**CB発行価額614百万円 + 新株予約権行使119百万円 = 733百万円**

調達目的（資金使途）

- 今後の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月期においては、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。

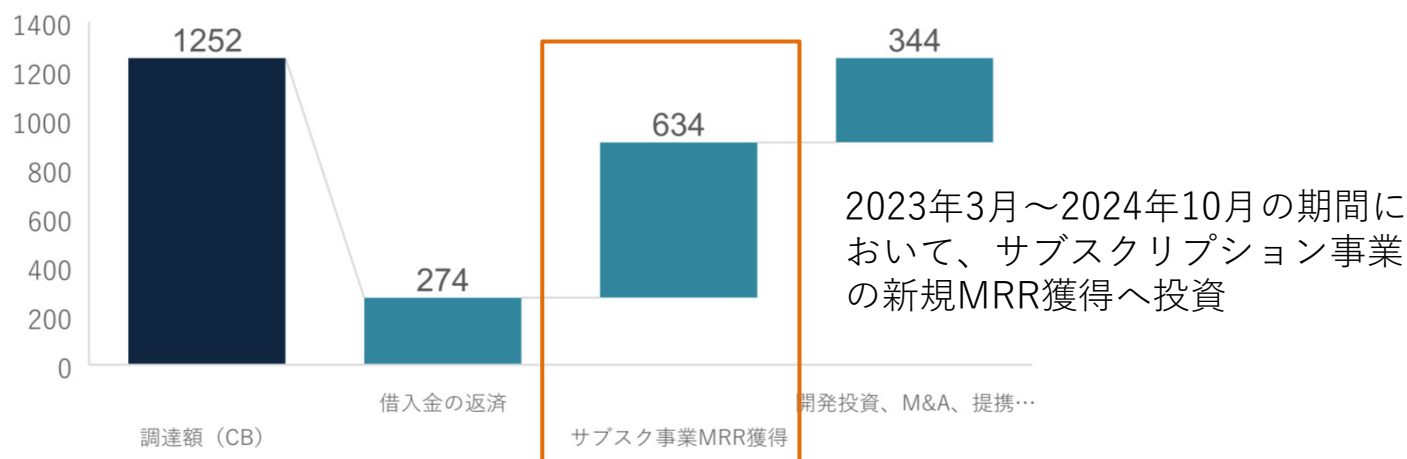
資金使途

- 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

単位：百万円

調達する資金の具体的な使途



参考情報（上場～現在に至るまでの調達状況）

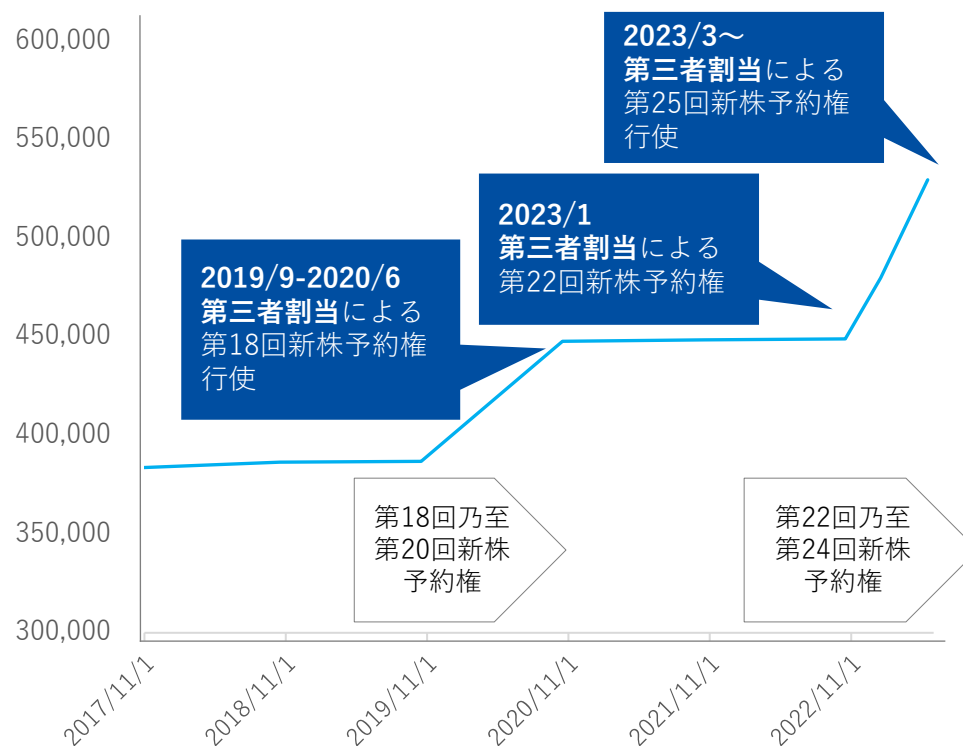
- 2017年1月の上場後、第三者割当による新株予約権の発行は行ったものの（計7回号）、実際に調達を実行できたのは、うち3回号、計299百万円です。

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（1,309個）

単位：千円

上場後 資本金の額の推移



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サブスクリプションを重視しており、顧客側でのツール活用が進むことで更なるサブスクリプション増加（アップグレードや従量課金増加）につながります。

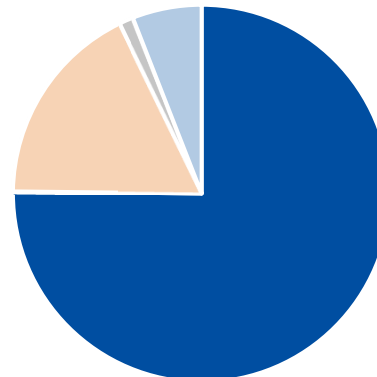
報告セグメント	売上種別	売上種別
サブスクリプション事業	最重要 サブスクリプション (年間契約)	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス種別別 MA-サブスクリプション(*1) CMS-サブスクリプション(*2) ■ サブスクリプション売上内訳 システム利用料に関するMRR（月額契約金額） 従量課金 有償保守サービス、年間契約のBPOサービス
	プロフェッショナル (スポット)	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス種別別 MA-プロフェッショナル CMS-プロフェッショナル ■ プロフェッショナル売上内訳 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	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	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)
広告事業	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。

サブスクリプション事業

セグメント別売上構成比
(2022年10月期実績75.2%)

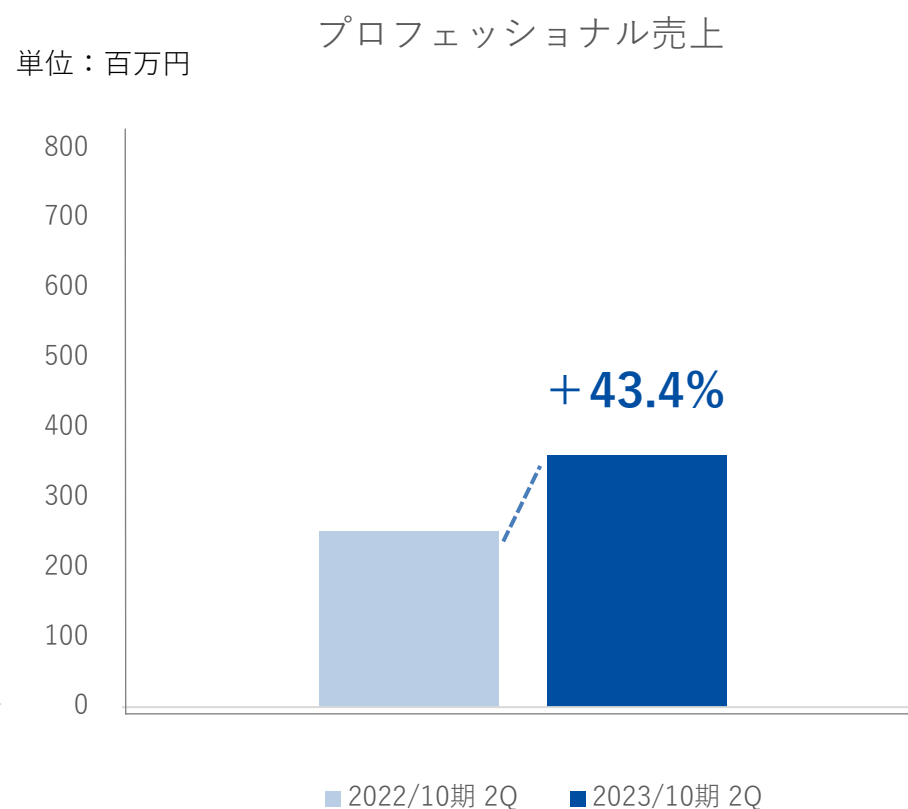
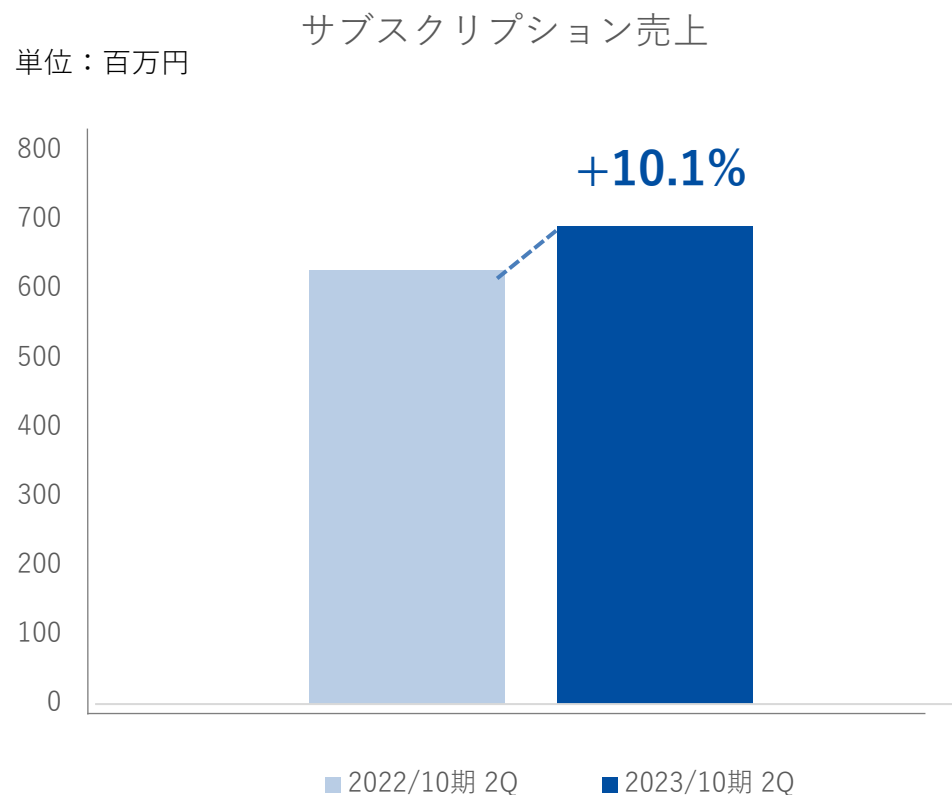


■ サブスクリプション事業 ■ イベントクラウド事業 ■ メタバース事業 ■ 広告事業

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

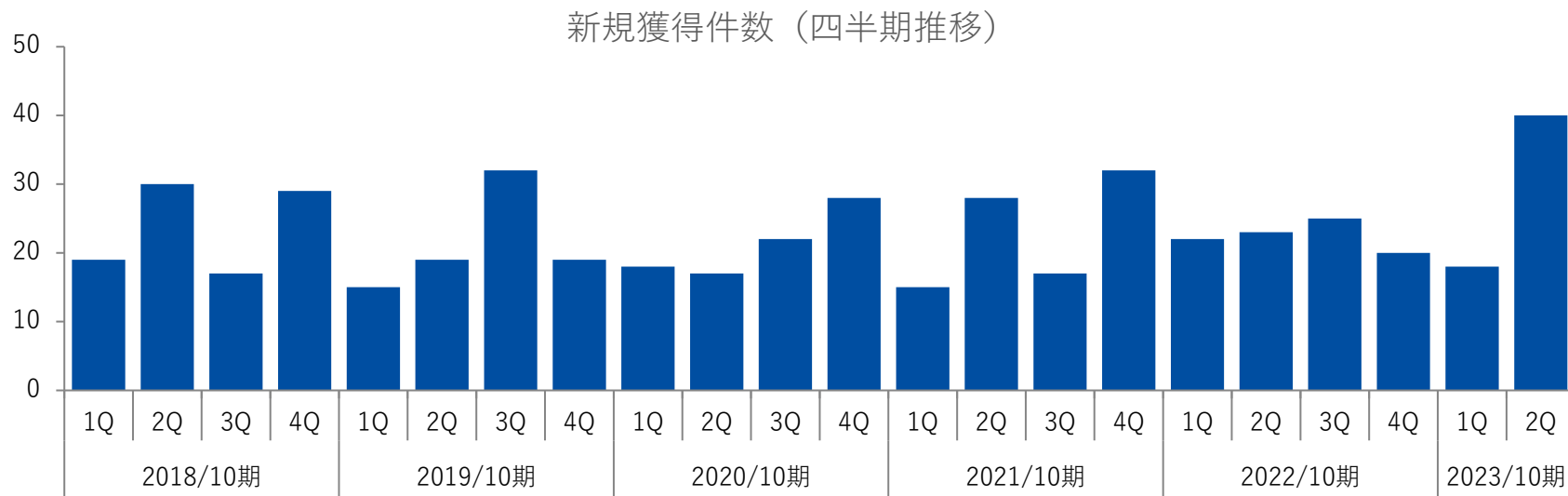
- サブスクリプション売上（従量課金も含む）は、新規獲得や既存顧客のアップグレードが堅調に推移し、前年同期比**10.1%増**となりました。
なお、事業戦略上、**長期的に収益に貢献していく「サブスクリプション売上」を重視**しています。
- プロフェッショナル売上は、前年同期比で43.4%増となりました。これはエンタープライズ向けの納品が重なったためではありますが、通期でも前期比で大幅な増加を見込んでいます。



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、**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。
- 当第2四半期の新規獲得件数は四半期会計期間としては**過去最高**となりました。

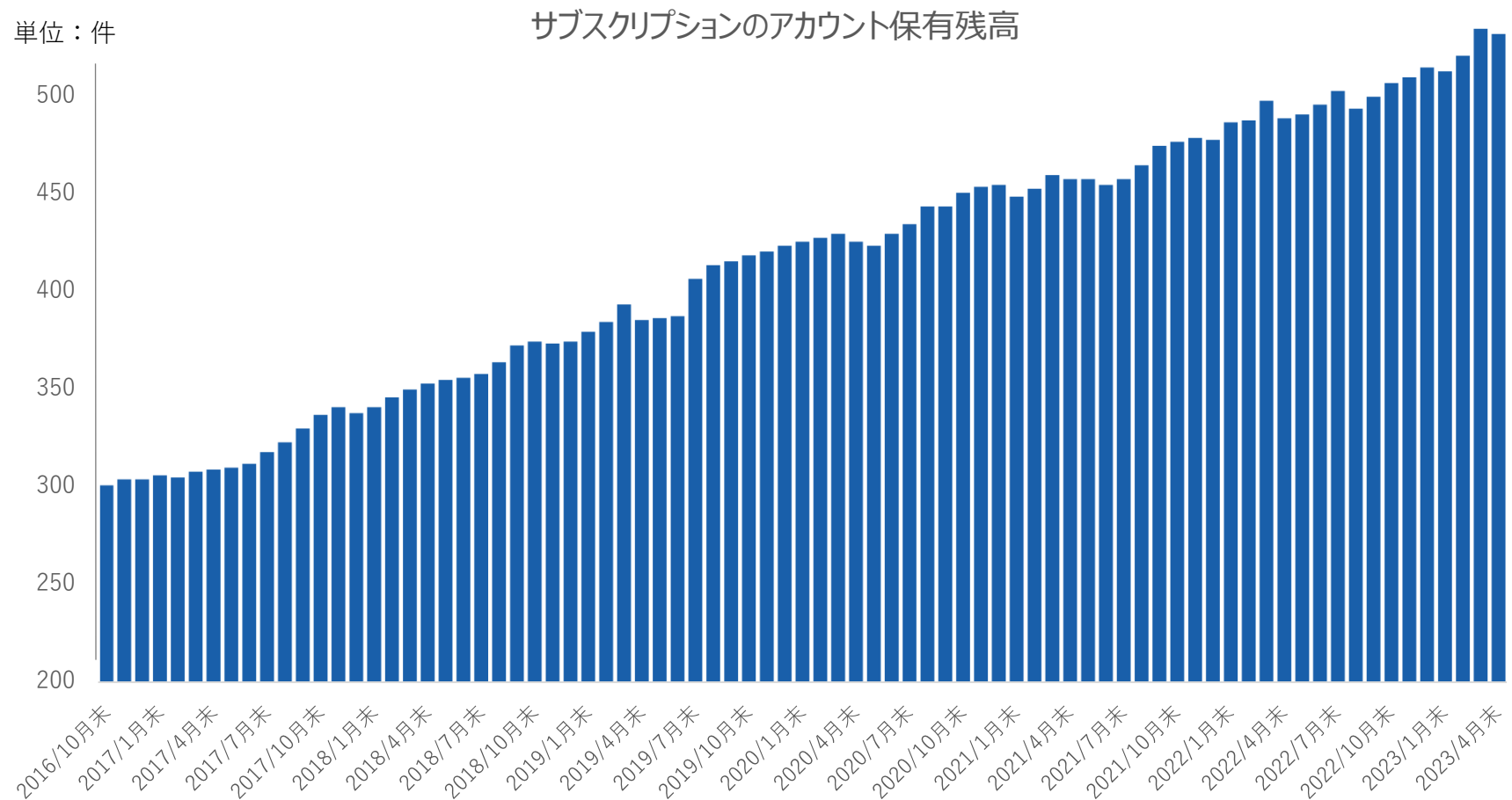
単位：件



※なお、上記にはCMSの新規獲得件数は含まれておりません。

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長期的に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。



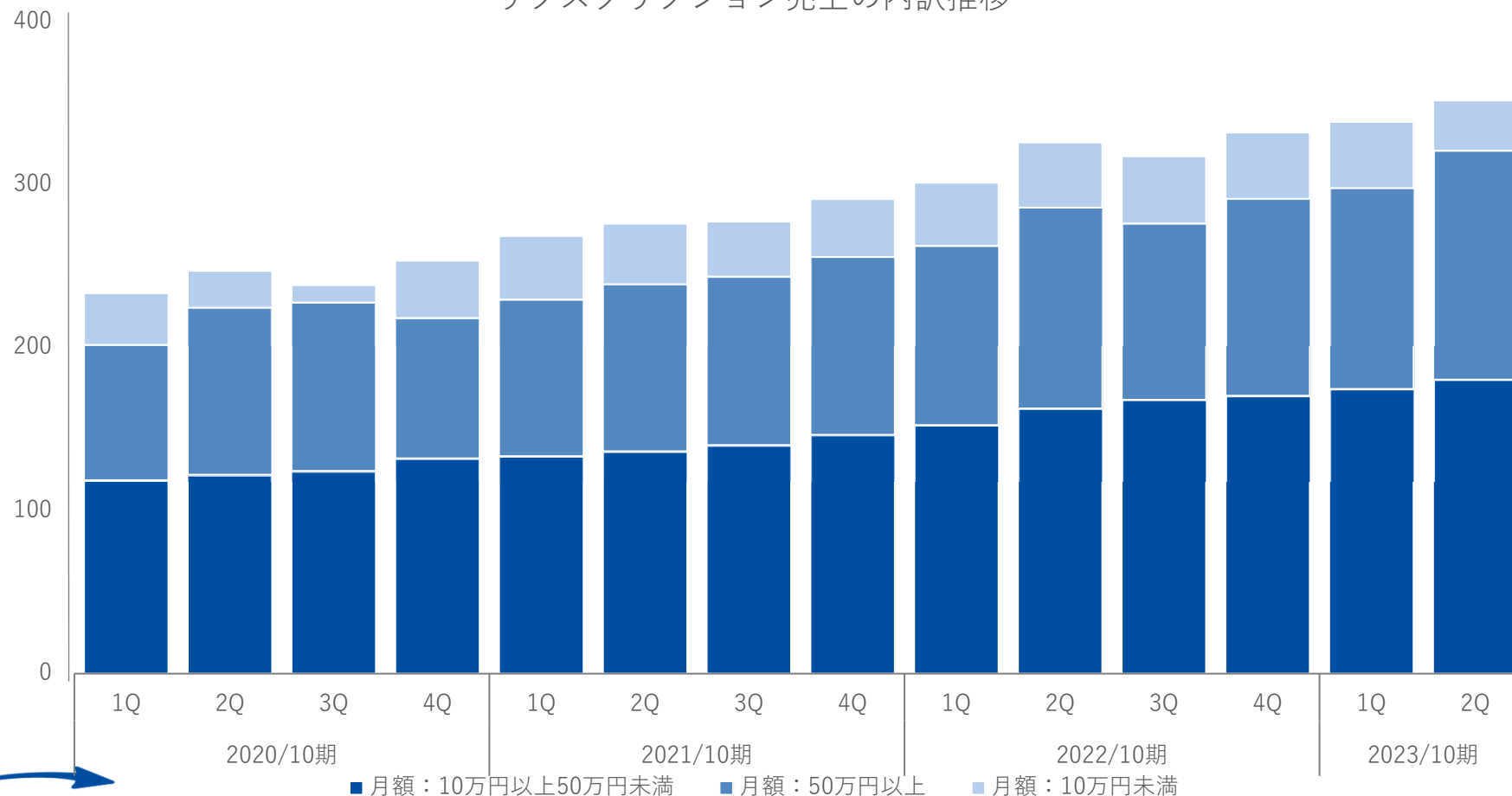
※なお、上記にはCMSのアカウント保有残高は含まれておりません。

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

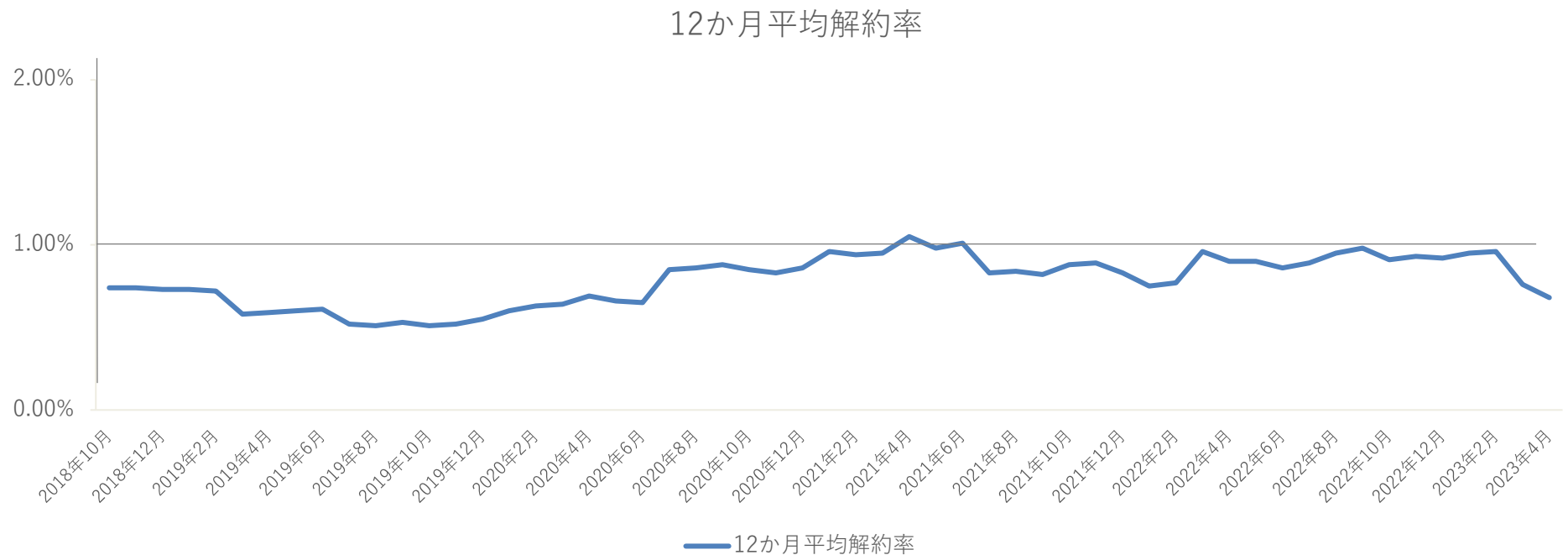
サブスクリプション売上の内訳推移



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10%未満が目標
 - ・ 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

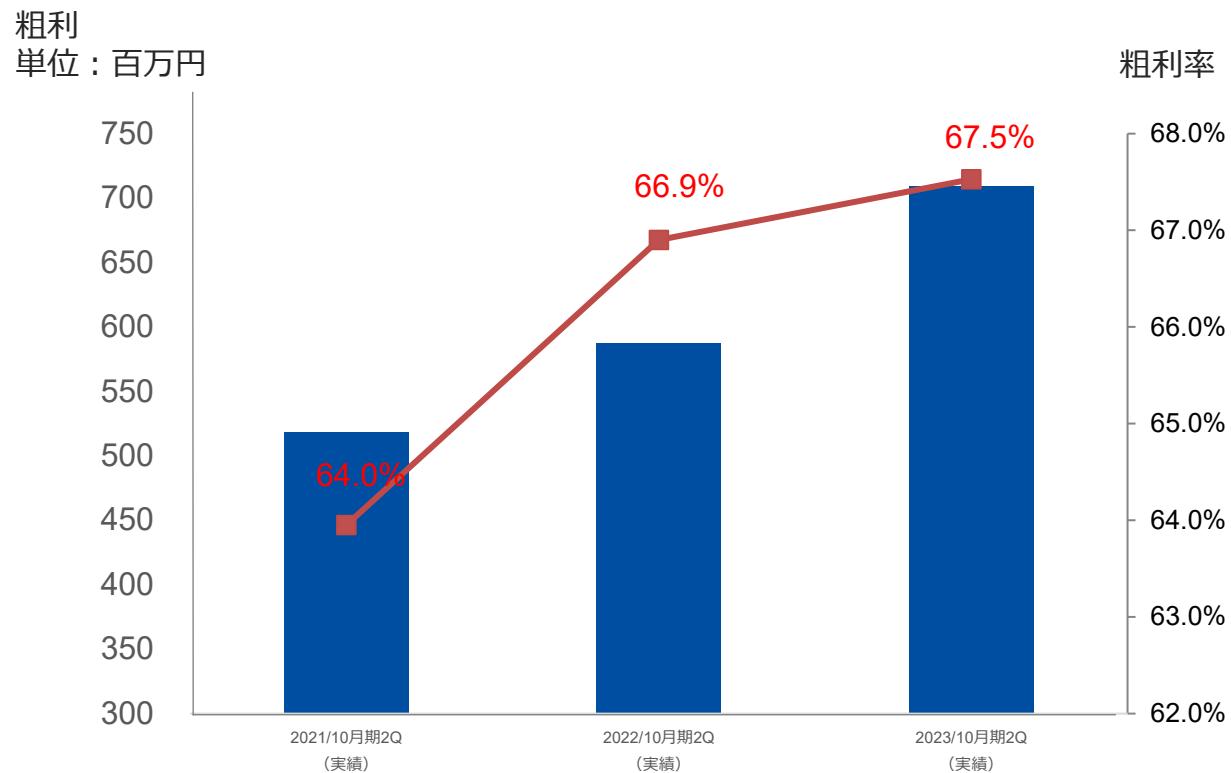
解約率の算定式 = 当月解約金額MRR ÷ 期初11月時点の既存月額MRR) の過去12か月平均



サブスクリプション事業 売上総利益（率）の推移

サブスクリプション	イベントクラウド
メタバース	その他

- サブスクリプション事業の売上総利益の推移は下記のとおりです。

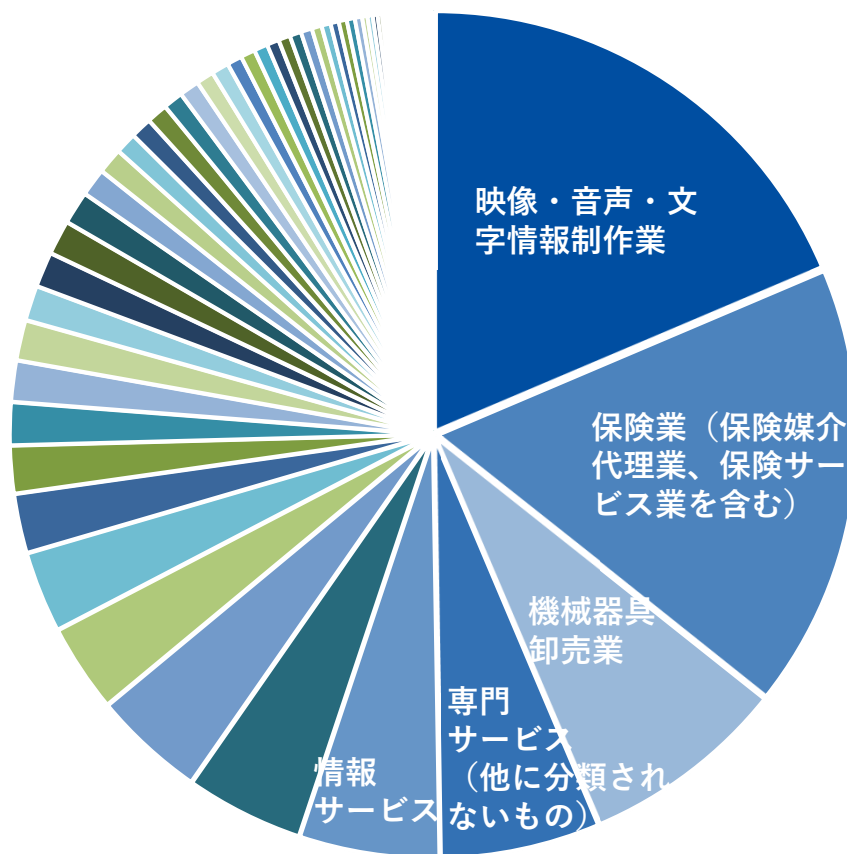


サブスクリプション事業売上高構成（エンドユーザー業種別）

サブスクリプション	イベントクラウド
メタバース	その他

- 取引先業種（日本標準産業分類）は多岐に渡っています（※ 2023年10月期 2Q実績）

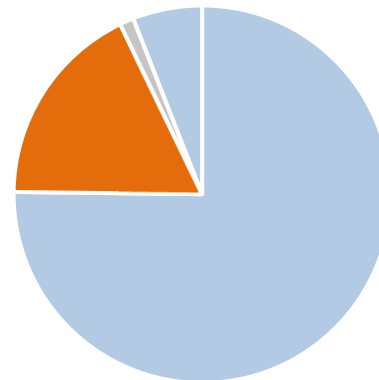
※売上高の構成比率



- 映像・音声・文字情報制作業
- 保険業（保険媒介代理業、保険サービス業を含む）
- 機械器具卸売業
- 専門サービス業（他に分類されないもの）
- 情報サービス業
- その他の事業サービス業
- 不動産取引業
- 広告業
- 電気機械器具製造業
- 銀行業
- 政治・経済・文化団体
- はん用機械器具製造業
- 化学工業
- 金融商品取引業、商品先物取引業
- 印刷・関連業
- 職業紹介・労働者派遣業
- その他の教育、学習支援業
- 電子部品・デバイス・電子回路製造業
- その他の卸売業
- 技術サービス業（他に分類されないもの）
- 生産用機械器具製造業
- 金属製品製造業
- 学校教育
- 社会保険・社会福祉・介護事業
- 不動産賃貸業・管理業
- 学術・開発研究機関
- 運輸に付随するサービス業
- 輸送用機械器具製造業
- 情報通信機械器具製造業
- 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業
- 道路貨物運送業
- 飲食料品卸売業
- その他の製造業
- 業務用機械器具製造業
- 貸金業、クレジットカード業等非預金信用機関
- 物品賃貸業
- 機械器具小売業
- 飲食料品小売業
- 娯楽業
- 電気業
- 職別工事業（設備工事業を除く）
- 協同組合（他に分類されないもの）
- 各種商品小売業
- 非鉄金属製造業
- 機械等修理業（別掲を除く）
- 食料品製造業
- 通信業

イベントクラウド事業

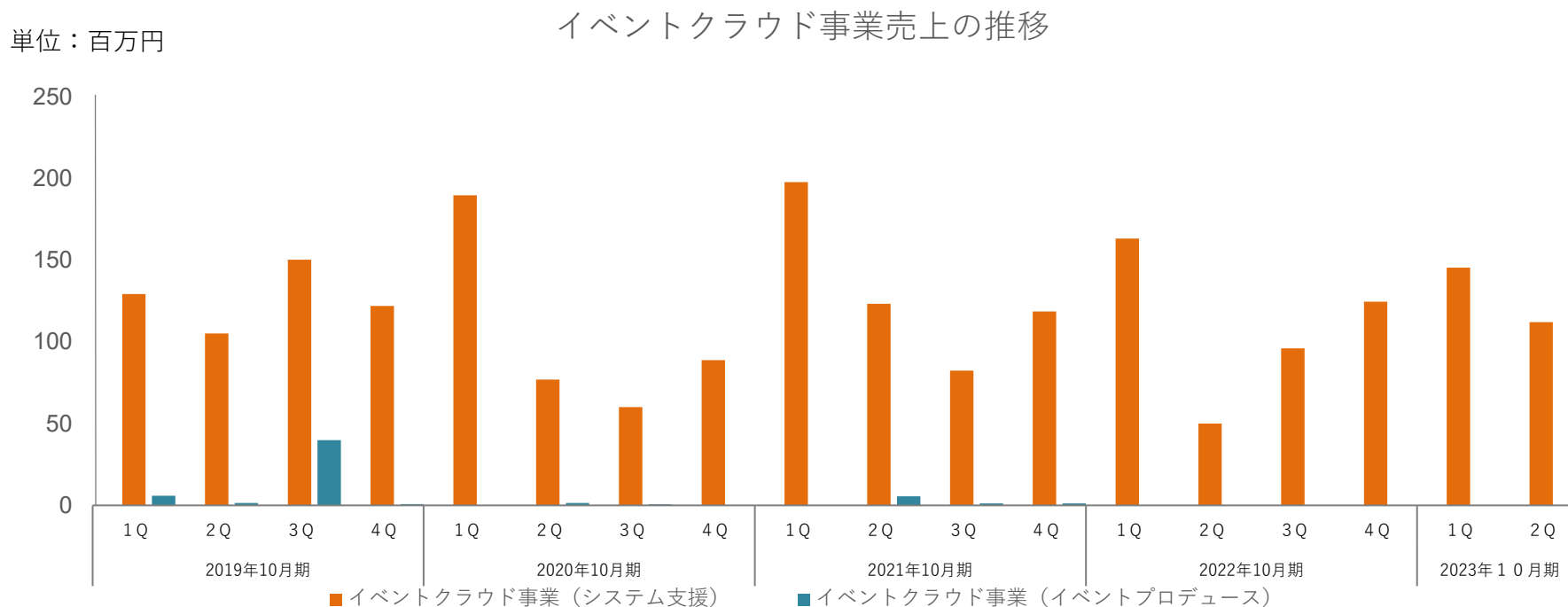
セグメント別売上構成比
(2022年10月期実績**17.7%**)



■ サブスクリプション事業 ■ イベントクラウド事業 ■ メタバース事業 ■ 広告事業

イベントクラウド事業売上の直近推移

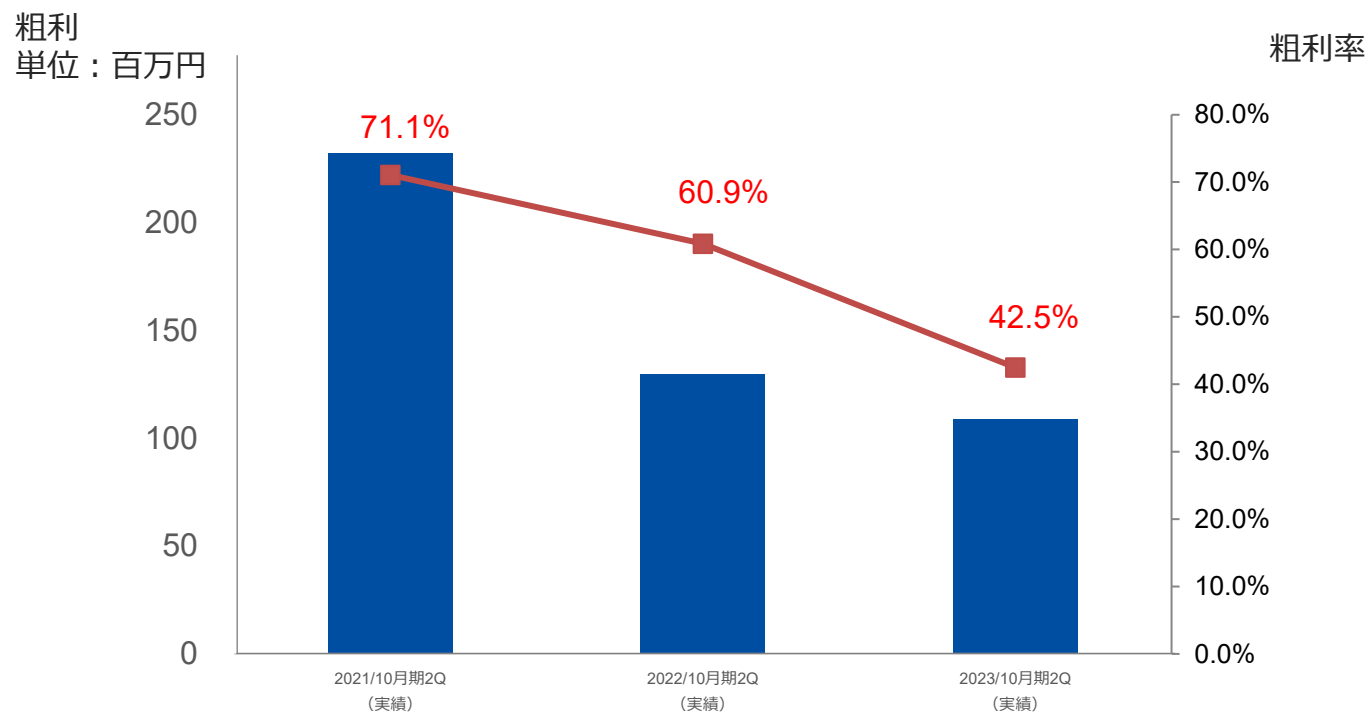
- 前期の後半から、徐々にリアルイベント開催への回帰の傾向が見受けられるようになってきており、当社のイベントクラウド事業を取り巻く状況にも改善の兆しが見えてきています。**上半期は期初想定を上回る進捗**となりました。
- 新型コロナウイルス感染症の「5類」への移行に伴い、リアルイベント開催支援を主軸とするイベントクラウド事業を取り巻く状況も引き続き改善していくことが期待されます。



イベントクラウド事業 売上総利益（率）の推移

サブスクリプション	イベントクラウド
メタバース	その他

- イベントクラウド事業の売上総利益の推移は下記のとおりです。
- 2021年10月期2Qは、コロナ禍においてオンラインイベントやバーチャルイベント案件が好調であったこと、リアル案件と比べるとそれらの採算性が高かったことが寄与しているが、その後、オンラインイベントやバーチャルイベント案件の比率は下がってきておりその分粗利率は低下しています。2023年10月期は、前年同期比で売上は20.0%成長したものの、原価率の高いバーコードリーダーのレンタル等の寄与が大きく粗利率は減少しています。

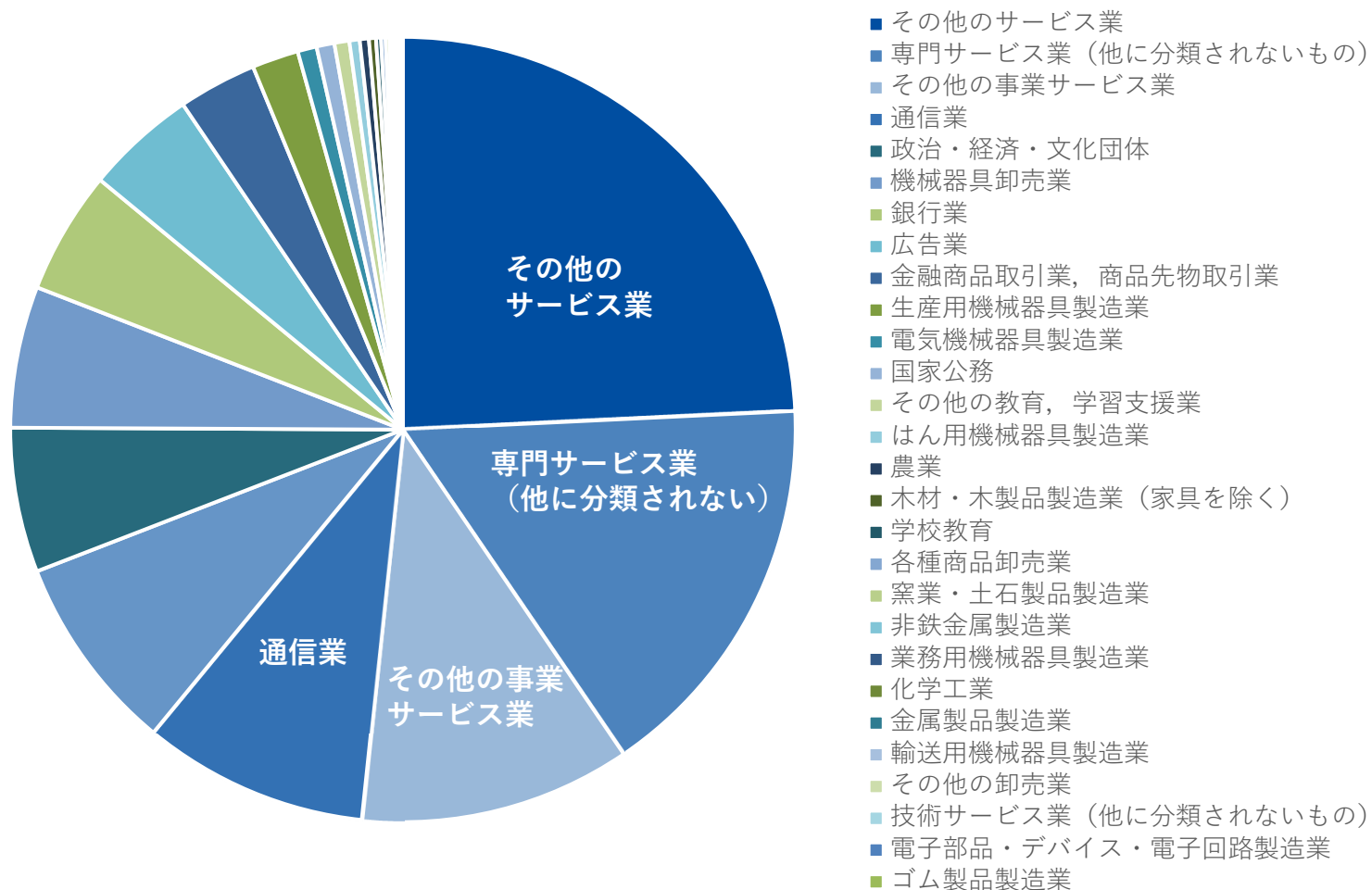


イベントクラウド事業売上高構成（エンドユーザー業種別）

サブスクリプション	イベントクラウド
メタバース	その他

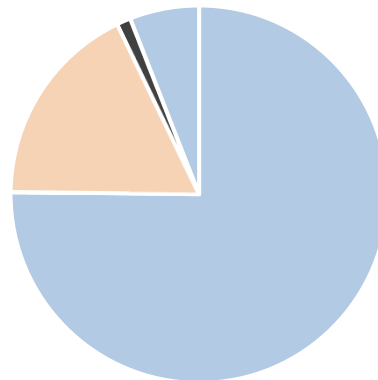
- 取引先業種（日本標準産業分類）は多岐に渡っています。（※ 2023年10月期 2Q実績）

※売上高の構成比率



メタバース事業

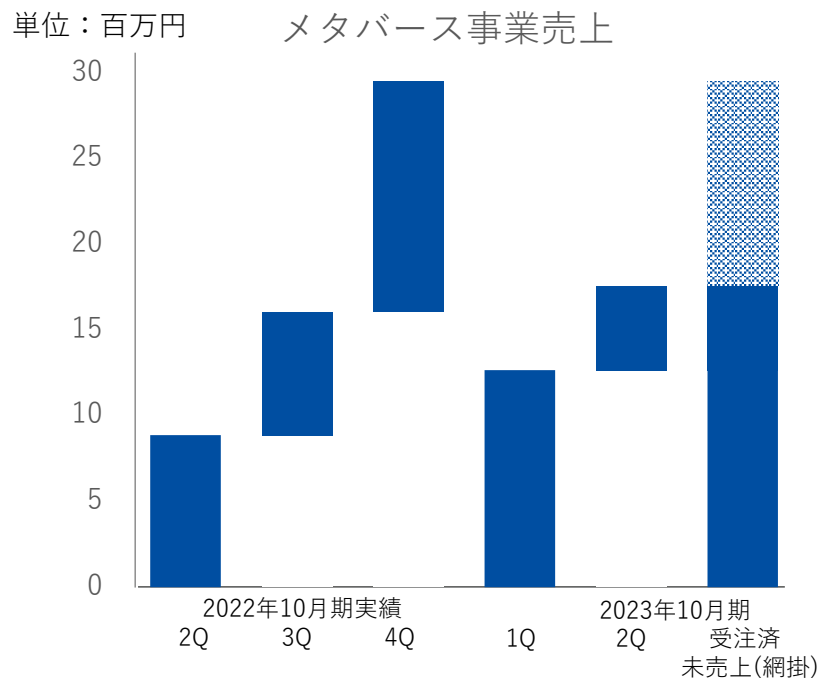
セグメント別売上構成比
(2022年10月期実績**1.2%**)



■ サブスクリプション事業 ■ イベントクラウド事業 ■ メタバース事業 ■ 広告事業

メタバース事業売上

- 2022年10月期2Q以降は、営業体制や戦略が徐々に形となってきたことや、イベント出展等のマーケティング施策実施の効果もあり、商談や受注実績がコンスタントに出るようになってきました。
- プライベートショーや展示会、ウェビナーだけでなく、採用イベントやマッチングイベント、ショールームなどの案件や、現在商談中のものでは社内イベントや周年イベント、IRイベント、学会など活用シーンにも広がりが出てきており、商機は広がっている状況です。
- **受注済みの案件を含めると既に前期の売上実績を上回る状況となっています。**



「ZIKU」売上計上ルール
 株式会社ジクウ（直販）、株式会社シャノン（代理販）の原則売上計上ルールは異なります。

	契約開始月 (X月)	X+1月	X+2月	X+3月 (会期)
株式会社ジクウ (直販・代理店)	4か月間の期間案分で売上計上			
株式会社シャノン(代理販)				会期一括計上

各種施策により販売開始2期目の売上成長を目指す

- ・ 販売体制の強化
- ・ 製品マーケティング施策の強化
- ・ 市場ニーズを踏まえた開発計画
- ・ 代理店チャンネル強化
 (詳細は次ページ)

- 大型案件は想定通りではなかったが、中小型案件の受注は順調に増加。また機能開発時期を調整することで、当期の積み残し課題となった大型展示会の受注に向けた対応も進行中。

市況感

- ・ 「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）
- ・ コロナの長期化により、リスク感度の高い大企業・外資系のプライベートショーについては、オンライン開催を決定するケースが増加。ただ、オンラインイベントはコロナ禍で来場者から飽きられている面もあり、集客に課題を抱えている企業も多い。

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
- ・ **代理店チャンネルの継続開拓（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。

2Q施策

- ・ **事例の積極公開（継続）**
リコージャパン様のご利用事例を公開（5月）。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。
- ・ **大型展示会の受注に向けた取り組み（継続）**
アプローチ継続中。マルチプレイの機能リリースにより、イベント内商談がよりしやすくなる。
- ・ **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。その他マッチングイベント、ショールーム、社内イベント、周年イベント、IRイベント、学会採用イベント、企業等の周年イベントなどの案件あり（商談中を含む）。
- ・ **代理店チャンネルの継続開拓（継続）**
キヤノンマーケティングジャパン株式会社を含む重点パートナーとの関係強化を継続。

ビジネスマッチングでの事例を公開 (みずほ銀行様)



人材採用関連での採用例が増加

①大手製造業での新卒採用説明会を実施いたしました。1000人以上の集客で、クライアントからも高い評価をいただきました。

②新卒採用の展示会での採用がきました。

人材採用関連での事例が増えてきています。

プライベートショー・カンファレンス・ビジネスマッチング

MIZUHO

日本M&Aセンター

MakeShop
by GMO

大塚商会

TCG
TANABE CONSULTING GROUP

Canon **RICOH**
キャノンマーケティングジャパン株式会社

他、受注案件増加中

展示会

The 41st
JAPANTEX 2022

NIA 一般社団法人
Nippon Interior Association 日本インテリア協会

AC Appexchange Consortium
NPO法人 アップエクスチェンジコンソーシアム

DX EXPO NEW NORMAL WORKSTYLE EXPO autumn
デジタルトランスフォーメーション
C-CON METAVERSE EXPO 2022 SUMMER
参加費無料
セミナー
展示会
シールコン・メタバース EXPO 2022 SUMMER

自治体・他

大阪府

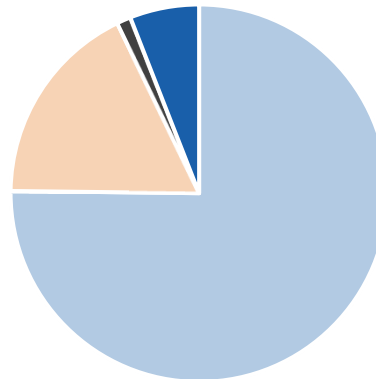
KPC

他、未公表団体あり

※事例を一部抜粋

広告事業

セグメント別売上構成比
(2022年10月期実績**5.9%**)

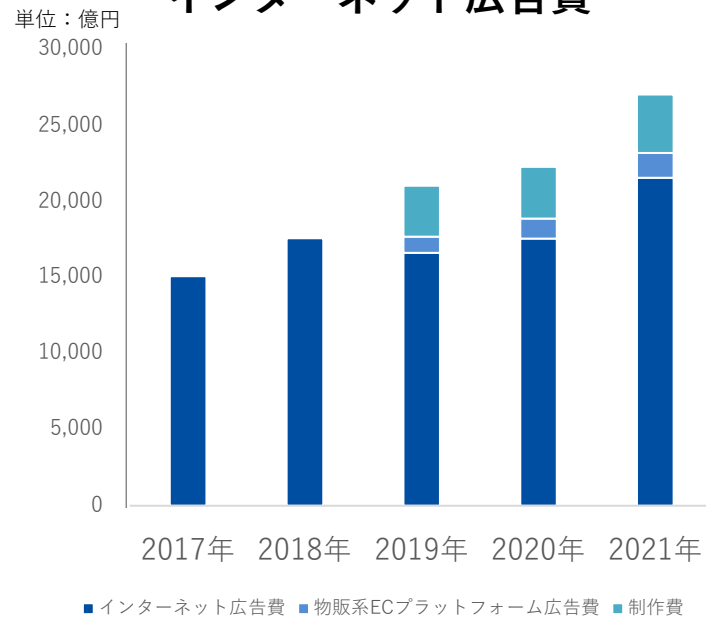


■ サブスクリプション事業 ■ イベントクラウド事業 ■ メタバース事業 ■ 広告事業

広告市場及び広告事業の概要

- インターネット広告市場は順調に拡大中
- 2022年6月に広告運用を行う会社である後藤ブランドを子会社化することで広告サービス領域を拡大。双方の顧客ニーズにあう領域のためクロスセルも開始し受注実績も順調に増えています。
- SHANON Ad Cloud に国内初の「ポストクッキーダイナミックリターゲティング広告※」を追加。受注も順調に推移しており、第2四半期以降の売上に貢献する予定
 ※3rd Party Cookieが使えないiOS環境でもダイナミックリターゲティング広告を配信できるサービス

インターネット広告費



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

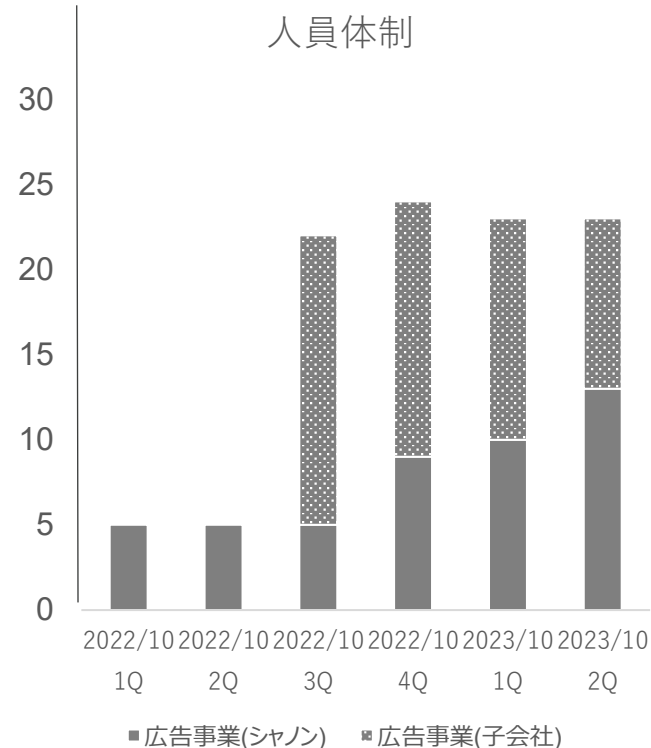
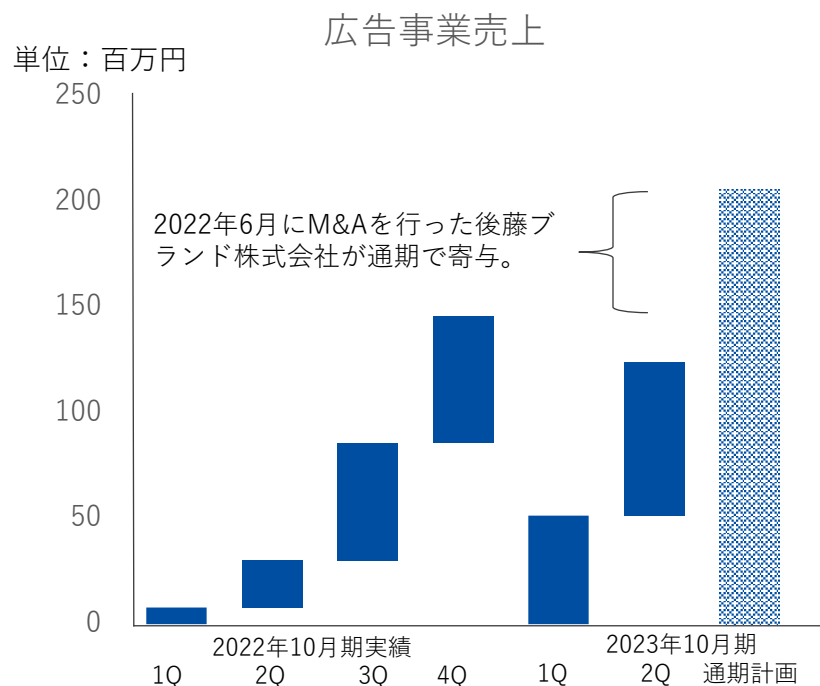
ソーシャルアド
・Facebook、Instagram、Twitterなどの広告運用代行

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)

広告事業の売上

- 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）の売上が含まれています（前年同期比での増加要因）。
- 広告事業は、見込み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、2022年9月にイベントクラウド事業からの人員異動により体制強化中。当期も追加で異動を行う予定で、今後のイベントクラウド事業の事業環境に注視しつつ、グループ全体でリスク対応、最適な人員配置を実現していきます。



※広告事業関連の売上高の一部は「取扱高」となり、「取扱高」からSSP (Supply Side Platform) 企業の媒体費用を引いた額を売上高としています。

II. シャノングループの中期経営計画

2022年10月期業績修正に伴う中期経営計画改訂

全体

中計2024

中期経営計画（2022-2024）は以下の理由により達成時期が遅れるため、一部見直しを行い、2022年12月12日公開の「2022年10月期通期決算補足説明資料」にて修正開示を行いました。サブスクリプションビジネスは先行投資ビジネスのため、初年度の遅れが次年度以降に影響が出るため、またPLバランス（利益）をとるため修正を行いますが、引続きMA市場成長率（10.1%）を上回る成長を目指します。

（中期経営計画の達成時期ずれ要因）

- ・ イベントソリューション事業（コロナ影響によるBtoBイベントの中止や延期） = 単年度収益原資
- ・ サブスクリプション事業（営業担当の採用強化をしたものの、育成遅れにより戦力化に時間必要） = 先行投資

	2022年10月期 (9/12修正予想)	2022年10月期 (実績)	2023年10月期 (中計)	2023年10月期 (12/12修正)	2024年10月期 (中計)	2024年10月期 (12/12修正)
売上高（連結） 単位：億円	24.8	24.5	44.8	35.0	67.0	45.7
サブスクリプション事業 単位：億円	18.6	18.4	25.4	23.9	34.7	29.5
サブスクリプション売上 単位：億円	12.8	12.7	17.4	14.7	24.9	18.2
プロフェッショナル売上 単位：億円	5.8	5.6	8.0	9.1	9.8	11.2
イベントクラウド事業 単位：億円	4.3	4.3	8.2	5.2	10.6	6.3
メタバース事業 単位：億円	0.3	0.2	10.0	2.0	20.0	4.6
広告事業 単位：億円	1.4	1.4	1.2	3.7	1.7	5.2
営業利益 単位：億円	△2.5	△3.2	2.0	0.7	6.7	2.9
営業利益率	-	-	4.5%	2.1%	10.1%	6.3%

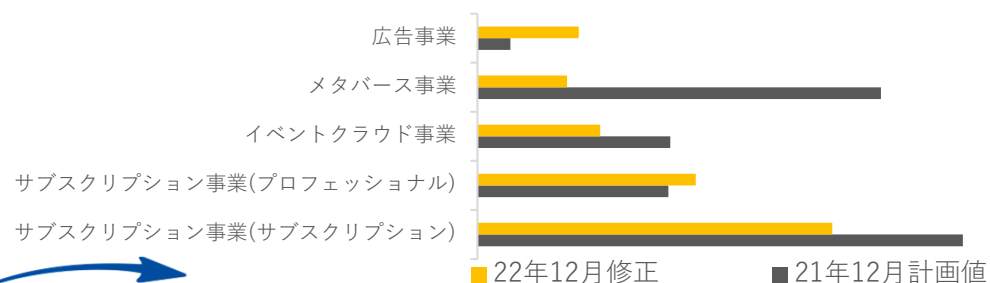
2022年10月期は、米ドル110円想定で予算組み。1円の円安により、100万円の利益へのマイナスインパクトあり

中期経営計画修正

- 中期経営計画（2022-2024）修正の詳細は以下の通りです。

報告セグメント	サマリー	詳細
サブスクリプション事業	市場成長率を超える事業成長を引き続き計画。一方で課題が残り計画は1年程ビハインド	<ul style="list-style-type: none"> 2022年10月期に営業人員を増員。また新卒社員の営業職への配属も実施。一方で売上予算を持つまでの期間（育成期間）に一部課題が残り2022年10月期の売上は計画よりビハインド サブスクリプション売上は毎年売上が積みあがる仕組みのため、2022年10月期のビハインドが次年度以降に影響するため計画を見直し
イベントクラウド事業	コロナ影響に伴う展示会等の開催状況を踏まえ、計画を保守的に修正	<ul style="list-style-type: none"> 2022年10月期もまん延防止等重点措置やコロナ第7波の影響によりリアルイベント開催の中止や延期、商談の遅延・見合わせが発生。現時点では、今後の新型コロナウイルスの影響（感染拡大やそれに伴う行動制限）には懸念が残るため。この状況を踏まえて計画を見直し
メタバース事業	海外展開時期を1年程後ろ倒しし、計画を見直し	<ul style="list-style-type: none"> 営業組織体制の構築も徐々に進み、またマーケティング活動も軌道に乗りつつあるが、2022年10月期の進捗を踏まえて、海外展開の時期を見直すなど計画を全体的に後ろ倒し
広告事業	市場成長率、好調な市況感を受け追加投資をし成長へ	<ul style="list-style-type: none"> 2022年6月の広告事業を営む後藤ブランド株式会社とのM&Aを踏まえて、計画を上方修正

中期経営計画（2022-2024）の最終年度の売上計画（修正差異）



メタバース事業のPL指標

EM

中計2024



- 営業組織の立ち上がり、またマーケティング活動も軌道に乗りつつあるが、2022年10月期の進捗を踏まえて、海外展開の時期を見直しするなど計画を全体的に後ろ倒し。
- スピード感のある成長を目指し、下記数値に対してアップサイドが発生した場合には、その分を翌期に向けた投資に回すことも想定しています。

	<u>2022年10月期</u> (9/12修正予想)	<u>2022年10月期</u> (実績)	<u>2023年10月期</u> (中計)	<u>2023年10月期</u> (12/12修正)	<u>2024年10月期</u> (中計)	<u>2024年10月期</u> (12/12修正)
セグメント売上 単位：億円	0.3	0.2	10.0	2.0	20.0	4.6
セグメント売上原価 単位：億円	未公表	0.5	未公表	0.5	未公表	0.9
セグメント営業損益 単位：億円	未公表	△0.7	未公表	0.3	未公表	0.7
想定人員数 単位：人	18	10	44	12	77	21

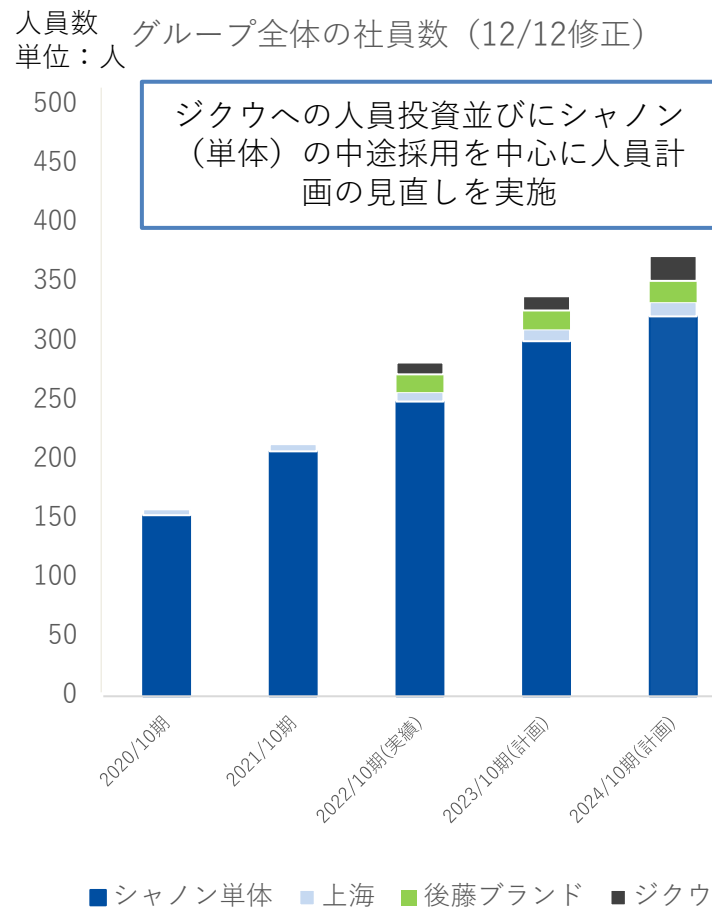
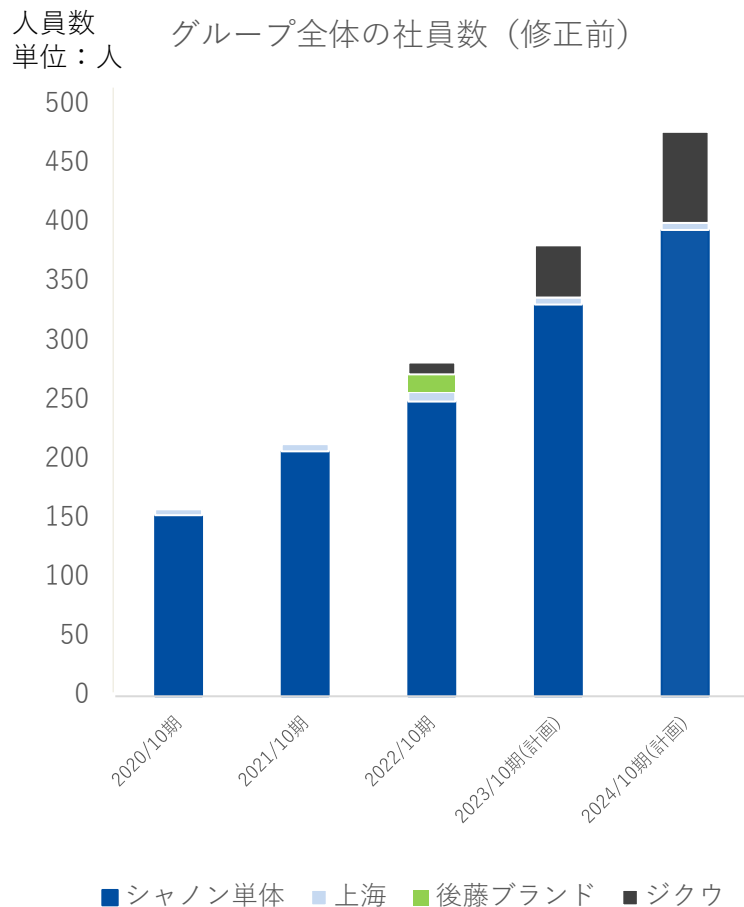
中期経営計画（従業員数）

全体

中計2024

サブスクリプション事業は、先行投資ビジネスです。人材も投資の一要素となりますが、グループ全体での採算性（PLバランス）や新卒の採用・教育体制が上手く機能してきている現状を踏まえて採用計画の見直しを行っています。

2023年4月入社の新卒は28名予定、2024年4月入社の新卒は20名予定です。また主にジクウ採用の人員の増加率を調整しています。



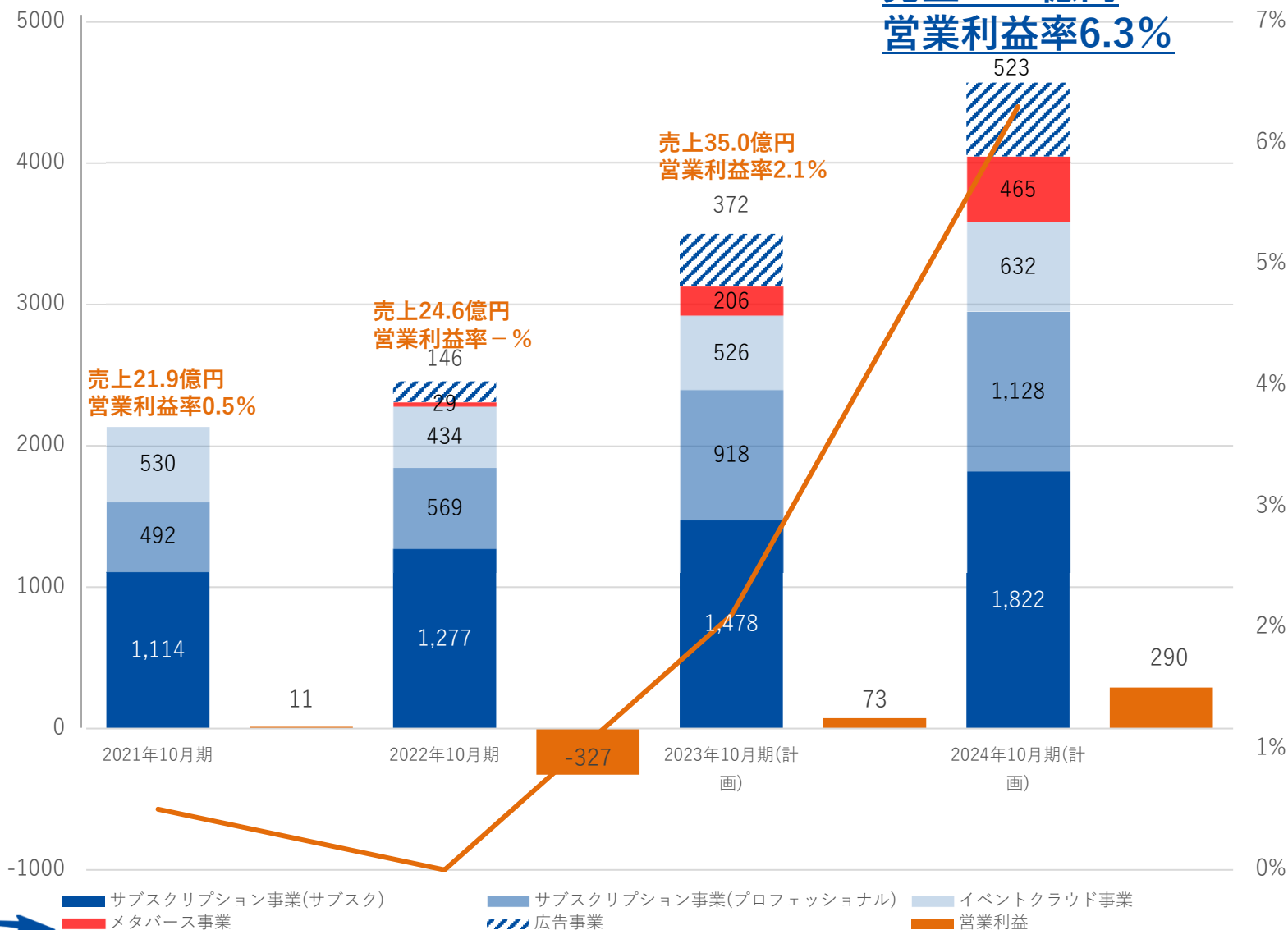
中期経営計画2022-2024の売上と営業利益目標

全体

中計2024

売上高、営業利益
単位：百万円

営業利益率
単位：%



MRRの年率30%以上の成長を実現するために各項目の向上を実施します。

(新規獲得に伴う成長年率20% + 既存売上拡大に伴う成長年率10%を目指す)

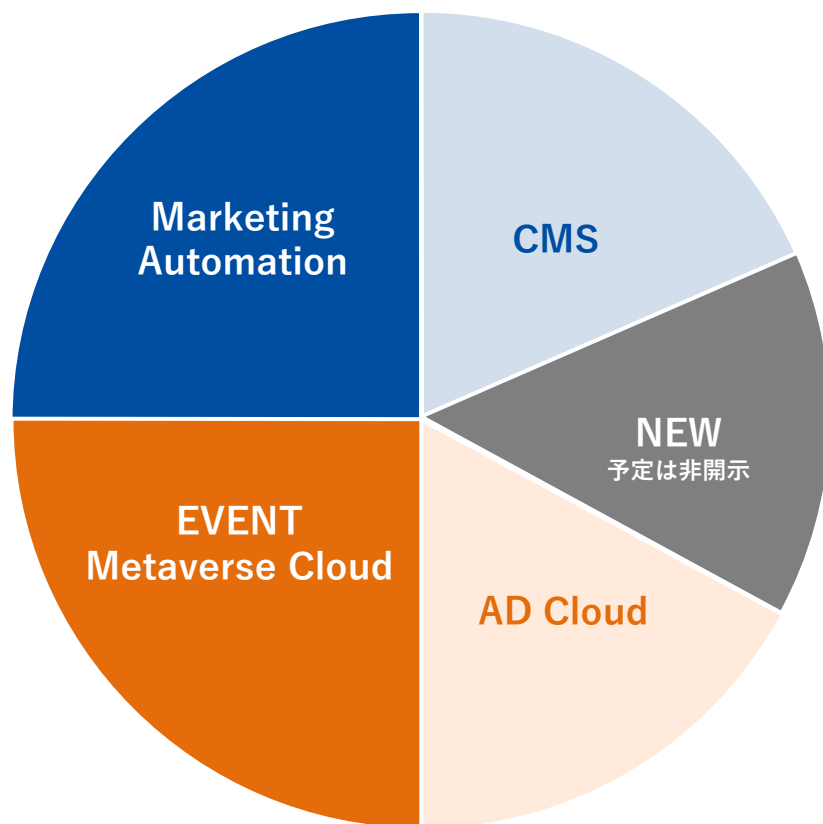
※中期経営計画における成長率は23%としていますが、各年度の事業進捗を踏まえながら引き続き30%成長に向けて取り組んでまいります。



*1 CACとは、Customer Acquisition Costの略で、顧客獲得コストのことです。

- 従来より包括的にマーケティング活動の範囲をカバーする製品にする
- 対売上に対しての製品投資金額の比率は一定を維持する（M&A投資は別途）

SHANON MARKETING PLATFORM



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。

新市場・メタバースへの対応

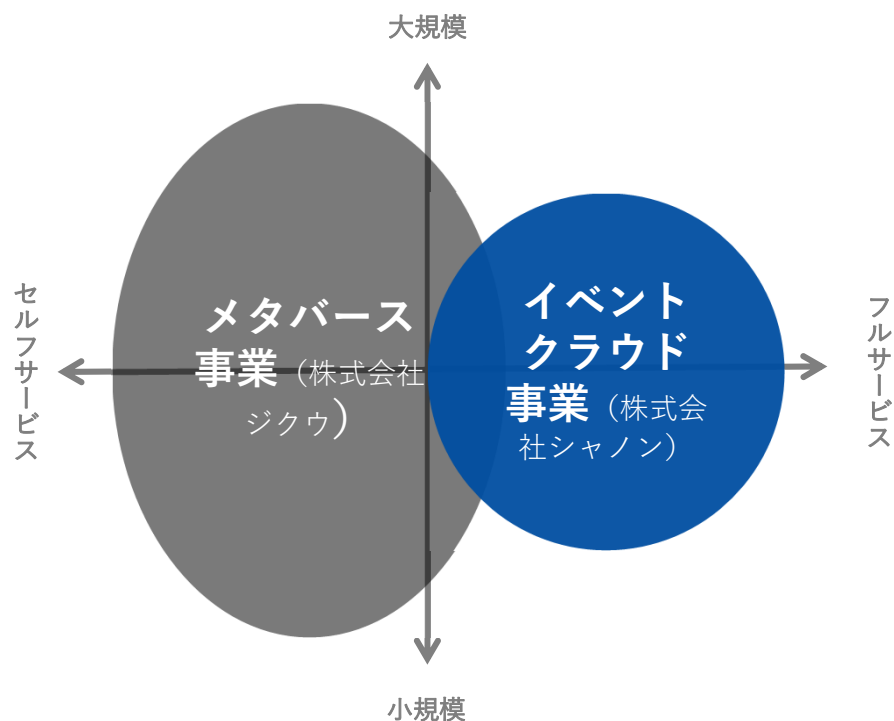
EM

中計2024

国内イベント管理市場でトップシェアを獲得（売上10億円以上）かつ世界展開を実現するために、新市場にジクウを提供し成長の加速を目指します

2つのサービスで対応市場を拡大

相互補完で競争力強化



SHANON
MARKETING
PLATFORM

強み	<ul style="list-style-type: none"> セルフサービス型のクラウドサービスのため、案件規模や案件数の制約が基本的に無い。 差別化要素を持った独自サービス（関連技術について複数の特許を申請済） 価格競争力 	<ul style="list-style-type: none"> リアルイベント市場では高いシェア 同一のシステムで、オフライン/オンラインイベントの両方に対応 顧客要望に細やかに対応可能な仕組
弱み	<ul style="list-style-type: none"> ローカスタマイズ（細かい顧客要望に対応できない） 	<ul style="list-style-type: none"> 納品リソース（人員）が必要なため、保有納品リソースが売上の限界、また、大規模バーチャルイベントは提供できない事がある

※ 新市場とは、従来のシャノンでは対応が難しかったセルフサービスによる市場でもあり、メタバース空間を活用したイベント市場という意味での新市場でもあります。

2023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**42.5%**の増加を見込んでいます。

	2022年10月期（実績） 単位：百万円	2023年10月期（予想） 単位：百万円	前期比 単位：%
売上高	2,456	3,500	142.5%
サブスクリプション事業	1,846	2,396	129.8%
サブスクリプション	1,277	1,478	115.7%
プロフェッショナル	569	918	161.3%
イベントクラウド事業	433	526	121.4%
メタバース事業	29	206	699.3%
広告事業	146	372	254.7%
売上原価	864	1,160	134.2%
売上総利益	1,591	2,340	147.0%
販売費及び一般管理費	1,919	2,270	118.2%
営業利益（△は損失）	△327	70	—
経常利益（△は損失）	△325	72	—
親会社株主に帰属する当期純利益（△は損失）	△365	53	—

FY	期初想定レート	営業利益影響額
2023年10月期	140円/\$	1円の円安により約1百万円のマイナス影響

III. APPENDIX

シャノングループのSDGsの取り組み

- 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。



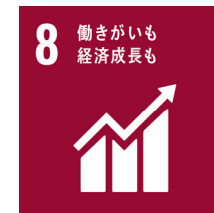
顧客企業、パートナー企業

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（39%）並びに女性管理職比率（20%）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。

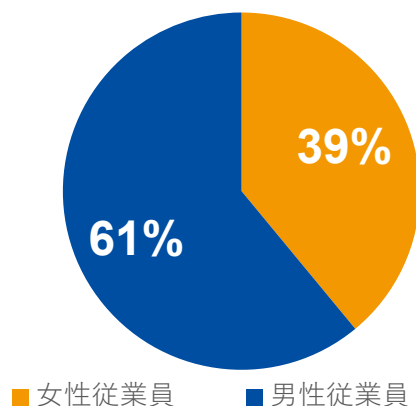


働く社員の特徴



- 創業来、従業員に占める女性比率は継続して高い水準（39%）を維持しており、ジェンダーに関わらない機会の提供をしています。情報通信業で働く就業者に占める女性比率は28.9%であるため、業界平均より高い水準となっております（参照：総務省「労働力調査2021年」）
- 働きがいのある会社作りの一環で、年2回エンゲージメント調査を行い、調査の結果を踏まえて各種施策、制度策定、研修等を実施しています。
- 当社グループのミッション、ビジョン、バリューを掲げており、その浸透を図る施策の一つとして、定期的（月次、半期）にバリューに則った行動をした社員を社員間の推薦でノミネート、社員投票により表彰する制度があります。

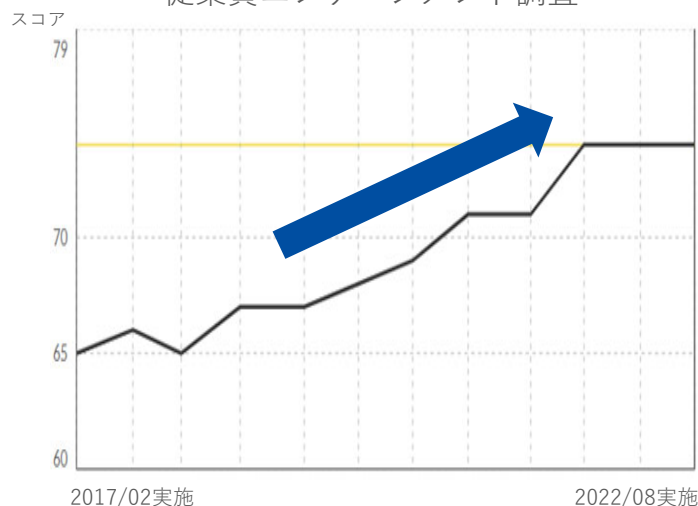
従業員の男女比率



■ 女性従業員 ■ 男性従業員

業界の女性比率 28.9%
当社の女性比率 39%

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

- ユーザーのレビューをもとに顧客満足度や市場での製品認知度が把握できるIT reviewにて、マーケティングオートメーション（MA）部門並びにイベント管理部門において3年連続LEADERを受賞しています。
- マーケティングオートメーションサービスの導入サービスの提供を受けた企業に対して、当該サービスの満足度調査も定期的を実施しており、2022年10月期は、ご依頼企業の91%が回答をしてくださり、7.73点（10点満点）と高い評価をいただいています。
- 女性活躍推進法に基づく認定制度「えるぼし」では最高ランク（3段階目）を取得しています。
- また、宮崎県独自の働きやすい職場認証制度「ひなたの極」も取得しています。

【製品】3年連続LEADER受賞



【サービス】高い満足度を獲得



回答率 **91.3%**

平均点 **7.73点**(10点満点)

【社員】働きやすさ、女性の活躍



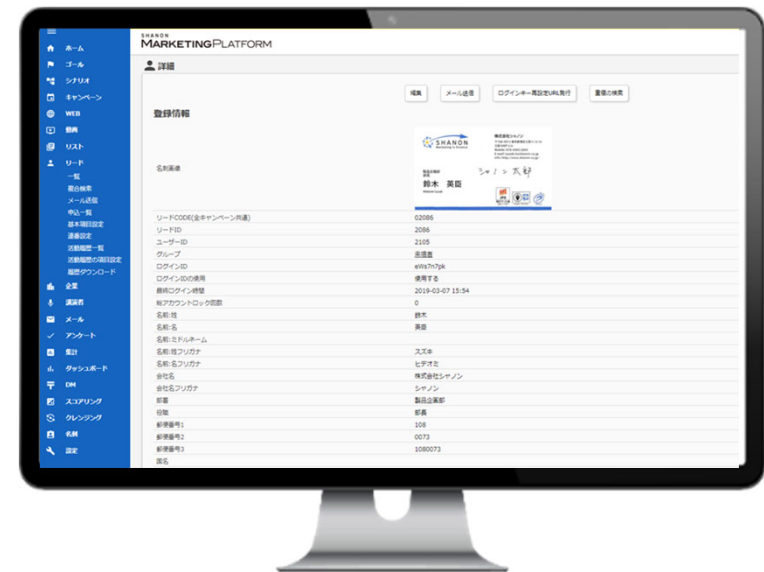
脱炭素指標

- リアルイベントを開催する場合、主催者、出展者、参加者が開催場所に集うために移動をします。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、企業の脱炭素の取り組みを支援することが可能となります。
- また、シャノンのマーケティング支援システム『SHANON MARKETING PLATFORM』はクラウドツールであるため、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することも可能です。社員の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。

“ZIKU”を利用することで、
企業の脱炭素化を支援



“MAツール(SMP)”を利用することで、
企業の脱炭素化を支援

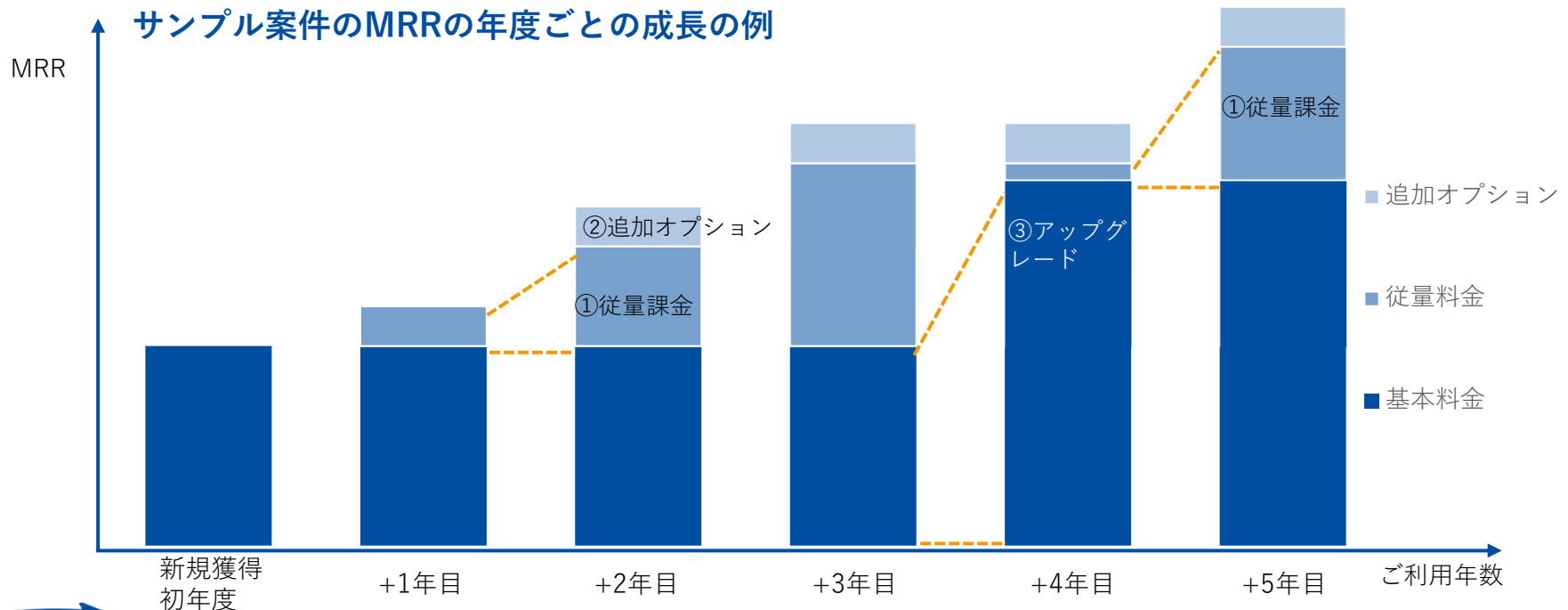


サブスクリプション売上の成長（案件単位）のサンプルケース

- **案件単位**でのサブスクリプション売上は3つの場合にMRRが向上していきます。
 - ① データ量や処理量の増加に伴う従量課金発生
 - ② 活用促進による追加オプションの契約
 - ③ 従量課金が増えることで、上位プランへのアップグレードの発生
- **事業全体**では、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もMRRは向上していきます。

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

※更新率と相関
※サブスクリプションは年間契約



ARR(*2)推移

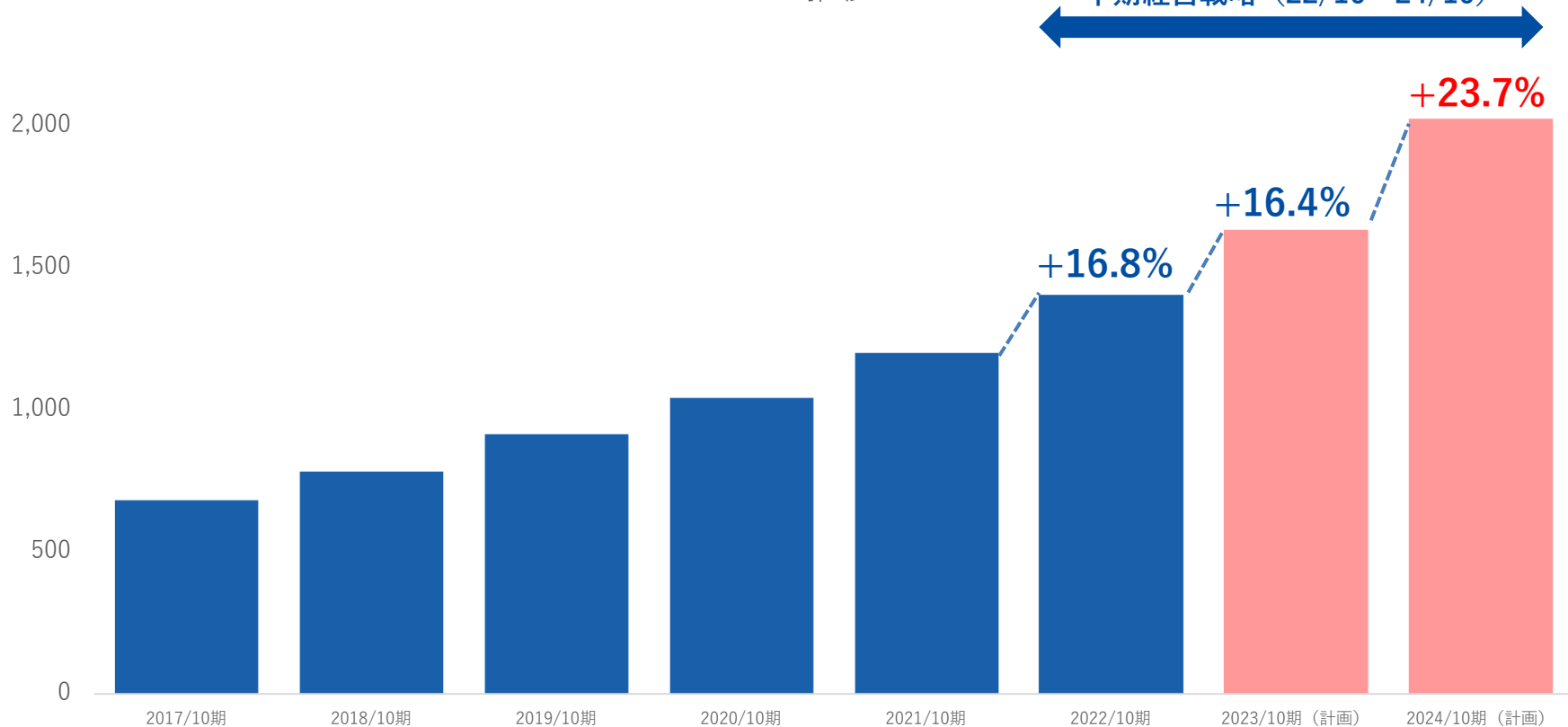
サブスクリプション	イベントクラウド
メタバース	広告

- ARRは、2021年12月に発表をした中期経営計画（2022/10月期～2024/10月期）においてその成長率を押し上げ、ペースを上げて拡大していくことを想定しています。

単位：百万円
2,500

ARR推移

中期経営戦略（22/10～24/10）



*1 MRRとは、Montly 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。

パブリック向け営業進捗（サブスクリプション事業）

- 行政のデジタル化に伴う市場拡大を受け、シャノンが提供するマーケティング支援システムを活かした企業誘致や市民向けサービス等の提案を継続
- 既に受注をいただいた行政では、企業誘致活動が前年成長しているとのフィードバックもある

シャノンが提供するソリューションで解決できること



住民向け | 情報発信

住民向けにメールで情報を発信しているが、開封されているかわからない。



企業誘致向け | Webサイト効果測定

企業誘致用にWebサイトのコンテンツを充実化したが、効果があるかわからない。



移住者向け | 業務自動化・効率化

移住検討者向けに、セミナーを行ったが業務が多く、参加者のフォローが十分にできていない。

協定締結済み自治体

大阪府藤井寺市
愛知県蒲郡市

ご契約案件

ご契約：1自治体
ご契約目的：企業誘致
契約先：県庁担当課

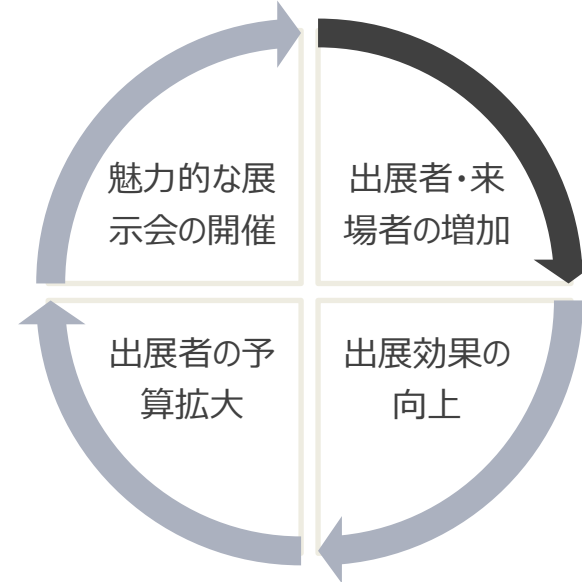
商談中案件

複数自治体と商談を実施中
（見積提示完了15自治体）

セミナー運用目的など、当初想定していた利用目的以外での商談も発生

展示会の登場人物と、展示会成功パターン

- 展示会では、展示会そのものを主催する「主催者」、展示会に出展を行う「出展者」、展示会に参加する「来場者」の3者が登場します。
- 一般的な展示会における主催者の収益は、出展者数（出展団体数）、出展の小間数（1ブース当たりの広さを指し、広くなるほど）に応じて変動します。
- 展示会が魅力的であるほど来場者は増加し、また来場者数・出展効果が見込める展示会には多くの企業が出展を行います。また各出展者も自社で集客を行うことから、出展者が多ければ、結果として展示会全体の集客増、出展効果の向上につながります。
- 展示会が魅力的であるほど来場者は増加し、また来場者数・出展効果が見込める展示会には多くの企業が出展を行います。また各出展者も自社で集客を行うことから、出展者が多ければ、結果として展示会全体の集客増、出展効果の向上につながります。



プレイヤー	役割	ニーズ
主催者	イベント企画・集客	イベント全体の振興、出展者・来場者増、出展者満足・来場者満足
出展者	イベント出展・集客	自社のPR、見込客の獲得、商談の増加
来場者	イベント来場	最新の情報の収集、トレンドの察知、ビジネスマッチング、自社課題の解決

主なニュースリリース

- **【事例】** 第31回日本国際工作機械見本市JIMTOF2022に「SHANON MARKETING PLATFORM」が採用されました【2023年3月15日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/d0df10a2/49da/4b8c/a90f/6973560f5053/140120230315530627.pdf>
- **【出展】** シャノン 「第32回 Japan IT Week 春」に出展。 人力舎芸人による「マーケティング漫才」ショーを披露【2023年3月27日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/bd7a94d1/871d/40e0/9850/543178513c86/140120230327536481.pdf>
- **【機能】** 複数人で同時に話せるマルチプレイ機能をリリース、よりリアルなイベント体験を可能に【2023年3月29日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/17efcc5b/5d7c/4b92/829f/65277d99ae29/140120230328538184.pdf>
- **【事例】** シャノンの提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」を活用した企業誘致に関するプロモーション業務を実施【2032年4月10日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/39d88f12/25f2/480d/98da/23de105e752a/140120230410544424.pdf>
- **【機能】** シャノン、オンラインチャット & 画面共有サポートでより迅速かつ正確なサポートを提供開始【2023年4月11日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/53f30b4b/9dfe/4179/9195/4357cb071d8f/140120230411545066.pdf>
- **【認定】** 「IT導入補助金2023」対象ツールに認定！【2023年4月12日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/0456891e/661c/42ec/8d1d/c0008412d722/140120230412545668.pdf>
- **【受賞】** シャノンの提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」が「ITreview Greid Award 2023 Spring」のLeaderを受賞【2023年4月26日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/742782e7/ae82/44be/b454/388a07760f2a/140120230426552877.pdf>
- **【取材】** 投資系YouTubeチャンネル「1UP投資部屋」公開のお知らせ【2023年4月28日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/75b94261/9351/4d67/94ee/594b61186130/140120230428556810.pdf>
- **【事例】** 日本生命が実践する、会員情報にもとづいたLINE配信とは【2023年5月9日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/df4edf01/1612/41fa/ac3a/10dad4e0df2a/140120230509560465.pdf>

主なニュースリリース

- 【事例】「今日からできるDXフェアin RICOHメタバース」にメタバースプラットフォーム「ZIKU」が採用されました【2023年5月15日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/525745e6/6c09/4fc9/bc5c/30dfaa1e699a/140120230515571699.pdf>
- 【サービス】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【2023年5月23日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/308af3ab/3679/4423/8926/6a5556732749/140120230523578976.pdf>
- 【事例】「SHANON MARKETING PLATFORM」がインフォフォーム様にて採用されました【2023年5月26日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/66687920/5ad9/40d3/9c75/0feff72c268a/140120230526583435.pdf>
- 【認定】ウェビナーパックも最大50%助成！株式会社ジクウが提供するメタバースイベントプラットフォーム「ZIKU」がIT導入補助金対象ツールに認定【2023年5月29日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/9e45467b/1175/48c7/9bd7/1afd40e4e93c/140120230529585095.pdf>
- 【事例】地域に密着したイベントは年間約300回。オンラインコンテンツと組み合わせた商談までのアプローチとは【2023年5月30日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/f6c39e0f/f701/45e2/9a70/fb1b9f61dac5/140120230530587004.pdf>
- 【受賞】【日本のSaaS・ソフトウェアTOP50】「ITreview Best Software in Japan 2023」で10位を獲得【2023年5月31日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/5b5d4f04/51fa/453c/8211/9997f6716330/140120230531589229.pdf>

各種ニュースリリースは、Twitterからも配信しています。

 @SHANON_IR



シャノンHPにはIRニュースを掲載しています。



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。