



2024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）

2024年6月13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. 2024年10月期 第2四半期決算報告
- II. 事業概要・ビジネスモデル
- III. 2024年10月期 通期見通し
- IV. APPENDIX

I. 2024年10月期 第2 四半期決算報告

ハイライト（2024年10月期 第2四半期）

- 2024年10月期第2四半期（累計）は、主力事業であるサブスクリプション事業の利益貢献により2023年12月12日に公表した予算を上回る着地となりました。（サブスクリプション売上は過去最高）
- サブスクリプション事業を中心に安定的な利益創出体制が整いつつあり、通期の公表予算である黒字決算の達成に向けて進行中です。

2024年10月期第2四半期（累計）
連結営業損益は
前年同期比40百万円改善

△93百万円
(公表予算△132百万円)

2024年10月期第2四半期（累計）
サブスクリプション売上高

792百万円
(前年同期比14.8%増)

2024年10月期第2四半期（累計）
サブスクリプション事業
セグメント損益

82百万円
(前年同期比20.4%増)

2024年10月期第2四半期（累計）
メタバース事業のセグメント損益は
前年同期比21百万円改善

△13百万円
(前年同期△35百万円)

連結PL（2024年10月期 第2四半期（累計））

- 連結業績予想（第2四半期（累計））に対しては、売上高はややビハインドとなりましたが、**収益性の高いサブスクリプション売上が上振れたこと、費用は計画に対して削減**できたことにより各段階損益は予想よりも上振れて着地いたしました。差異要因の詳細については、本日開示の「2024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。

単位：百万円

	2023年10月期 第2四半期(実績)	2024年10月期 第2四半期(実績)	増減率 対前年同期	2024年10月 期第2四半期 (予算)	増減率 対予算比	2024年10月期 通期業績予想
売上高	1,450	1,481	2.2%	1,510	△1.9%	3,275
サブスクリプション事業	1,050	1,142	8.8%	1,145	△0.2%	2,425
サブスクリプション	690	792	14.8%	766	3.4%	1,619
プロフェッショナル	359	349	△2.8%	378	△7.4%	806
イベントクラウド事業	256	189	△26.1%	202	△6.4%	490
メタバース事業	19	18	△4.7%	26	△31.3%	58
広告事業	124	131	5.6%	136	△3.8%	302
売上原価	529	587	11.0%	586	0.2%	1,146
売上総利益	920	893	△2.9%	923	△3.2%	2,129
販売費及び一般管理費	1,055	987	△6.4%	1,056	△6.5%	2,097
営業利益（△は営業損失）	△134	△93		△132	-	32
経常利益（△は経常損失）	△137	△93		△132	-	30
親会社株主に帰属する純利益 （△は親会社株主に帰属する純損失）	△137	△94		△139	-	10

期初計画比で
29.5%の営業赤字
幅の改善

各セグメントの前年同期比較

- サブスクリプション事業の収益性は改善傾向にあります（**セグメント収益 前年同期比20.4%増**）。
- イベントクラウド事業は、売上高自体が下期に偏重する予定のため上半期時点ではコストがやや重く見えていますが、人員異動・組織再編、生産性向上への投資により下半期の繁忙期に向けて生産性は改善傾向にあります。

単位：百万円

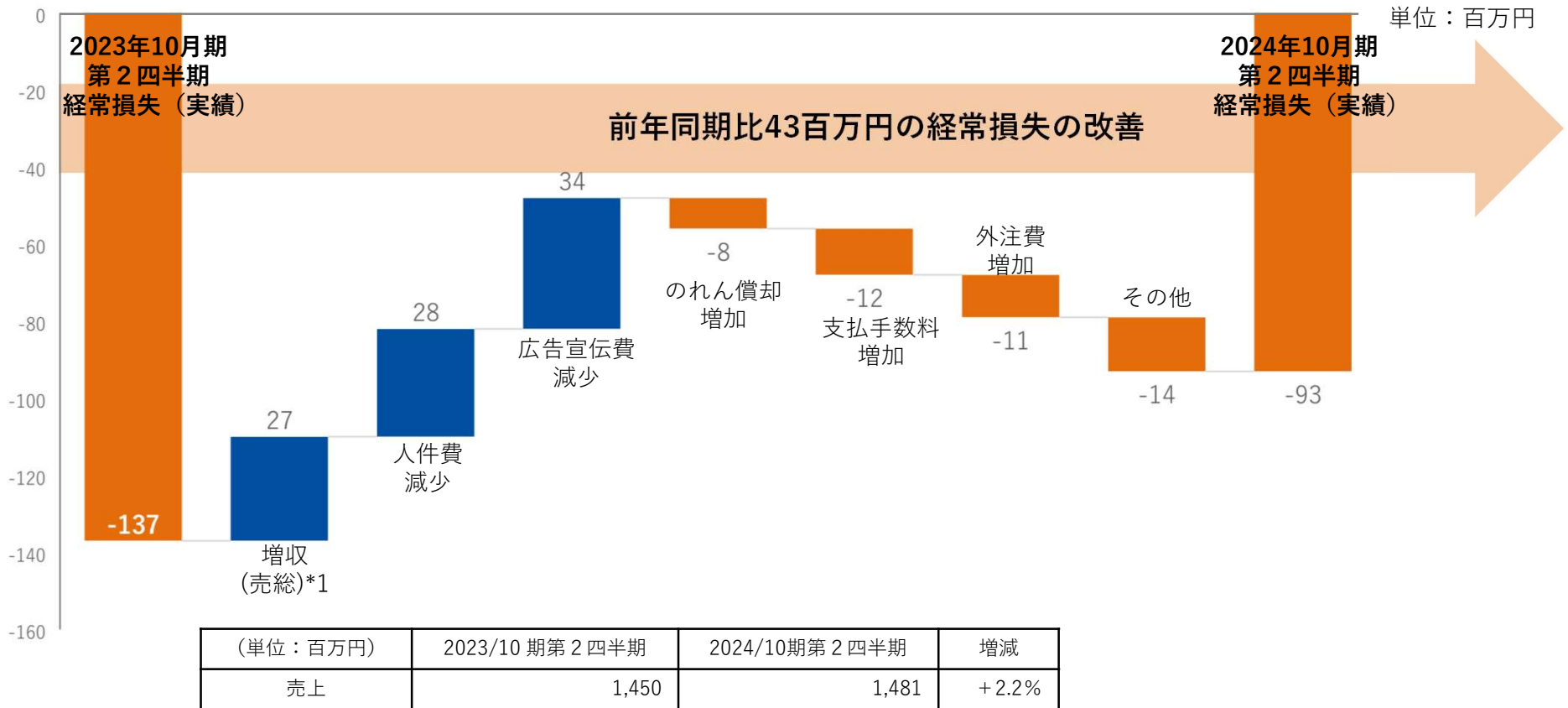
事業		2023年10月期 第2四半期 (実績)	2024年10月期 第2四半期 (実績)	増減額	増減率	ハイライト
サブスクリプション事業	売上高	1,050	1,142	+92	+8.8%	<ul style="list-style-type: none"> ・サブスクリプション売上は総じて順調に推移。特に大口顧客向けを中心にMRRは順調に推移し予算を上回った。 ・プロフェッショナル売上も大型案件の納品を予定通りこなし概ね順調に推移。 ・採算性の高いサブスクリプション売上の上振れが寄与し損益面では予算比プラスの着地。
	損益	68	82	+13	+20.4%	
イベントクラウド事業	売上高	256	189	△66	△26.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・前年同期は隔年開催の大型展示会案件があったことから前年同期比で減少となっている。また、上半期の売上は計画に対して若干のビハインドとなっているが、通期予算達成に向けて受注進捗は概ね順調。
	損益	△1	△6	△4	-	
メタバース事業	売上高	19	18	△0	△4.7%	<ul style="list-style-type: none"> ・人員異動・組織再編、生産性向上への投資実施により収益性は高まっており、連結業績に対するリスク度合いは大幅に縮小。
	損益	△35	△13	+21	-	
広告事業	売上高	124	131	+6	+5.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・既存大口顧客の動向は予算比でプラス ・Cookieレス広告の受注は前期よりも拡大している。
	損益	9	△9	△19	-	
合計	売上高	1,450	1,481	+31	+2.2%	
	四半期純損失	△137	△93	+43	-	

*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。

*2MRR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。

経常利益の増減要因分析【対 前年同期比】

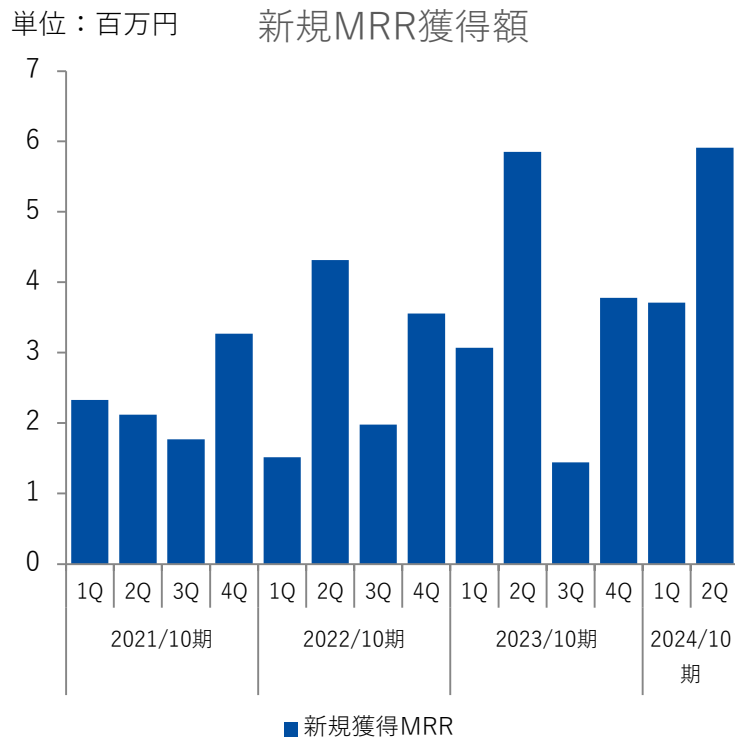
- 前年同期比で**43百万円の経常損失の改善**となりました。
 - サブスクリプション売上の増加により前年同期比で増収。
 - 採用抑制、退職による自然減により、人件費や採用費は減少。
 - 広告宣伝費については、発生が下期にズレているものもありますが、出展するイベントの見直しなどにより前年同期比で減少。
 - 外注費は大型案件対応のためのプロジェクト採用が前年同期よりも多くなっていますが、その分人件費は減少。



*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。

新規MRR獲得額及び解約率推移

- 最も重要なKPIは新規MRR獲得額と解約率です。
- 第2四半期（累計）期間において新規MRRは予算を若干上回って推移しており、四半期会計期間では過去最高の獲得額となりました。上半期に獲得した新規MRRは下期のサブスクリプション売上に貢献します。
- 解約率（金額ベース）は1%（月）を一つの目安としコントロールすることを目指しており、4月更新が多数を占める中でも、想定範囲でコントロールできています。

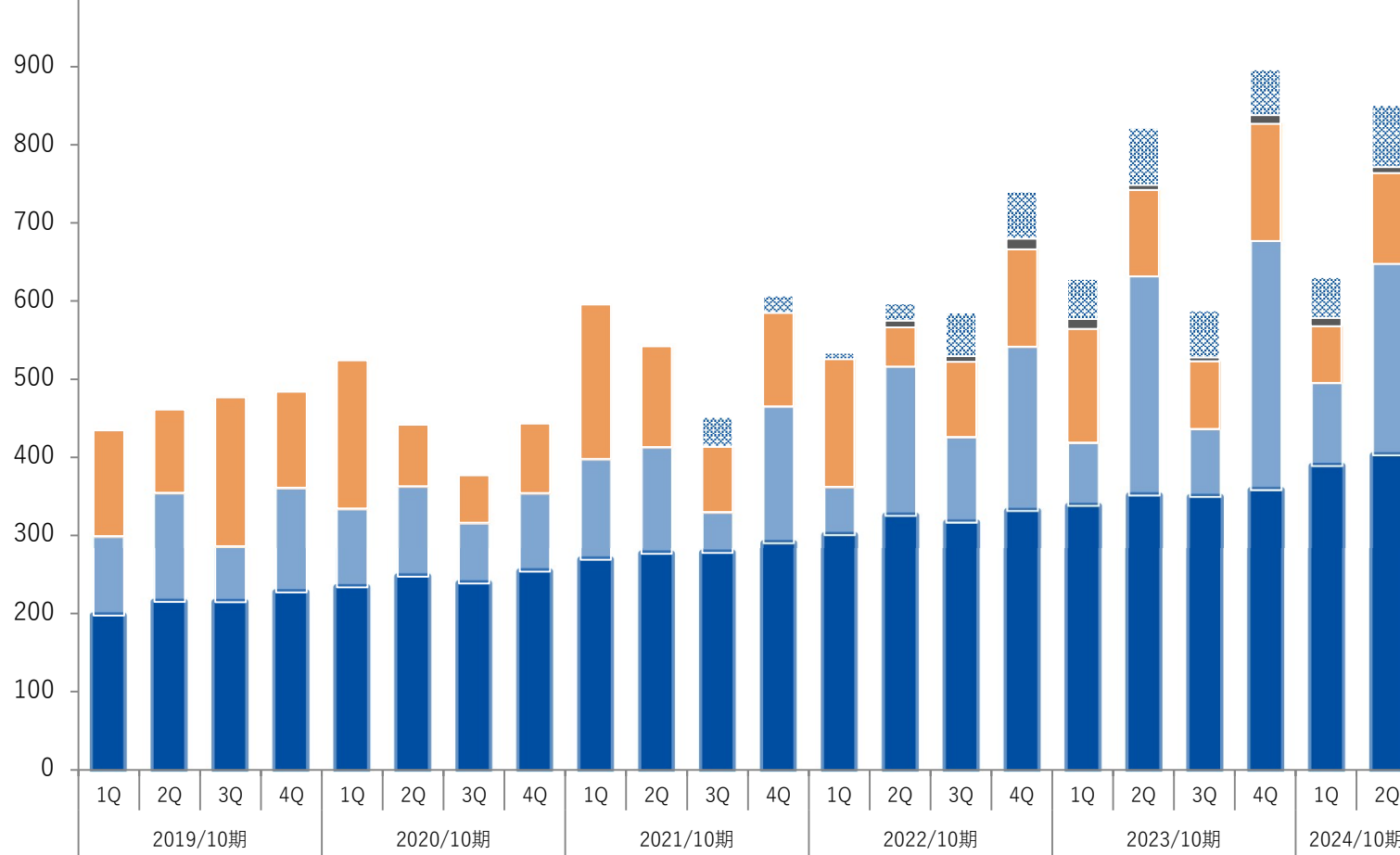


売上高構成比（連結）推移

- 主力事業である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、每期順調に増加しています。（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の売上は特定の時期に偏重する傾向があります。

単位：百万円

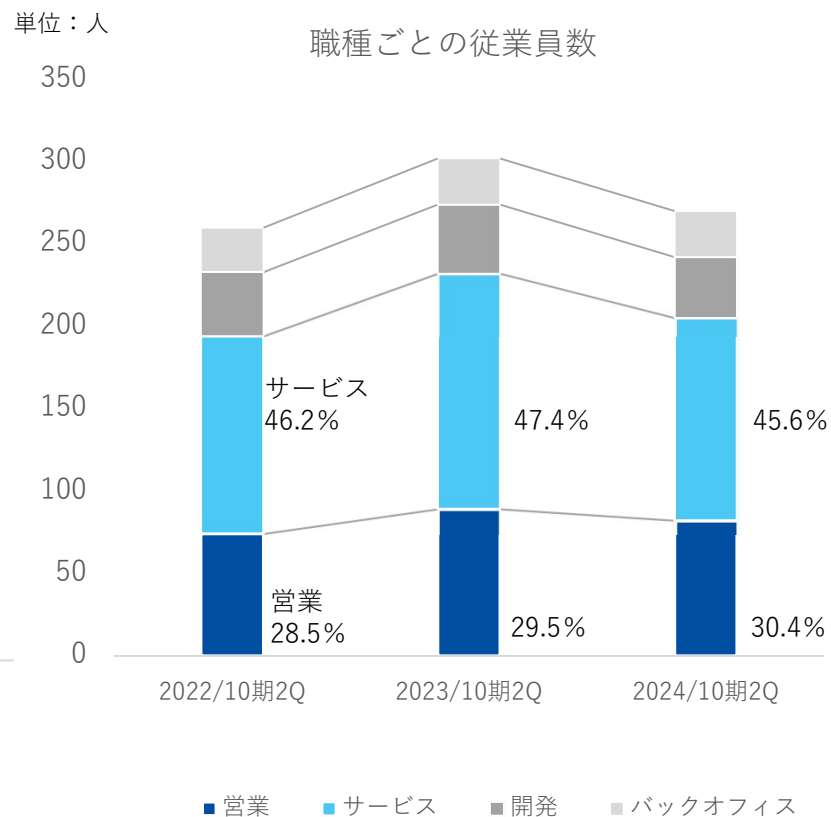
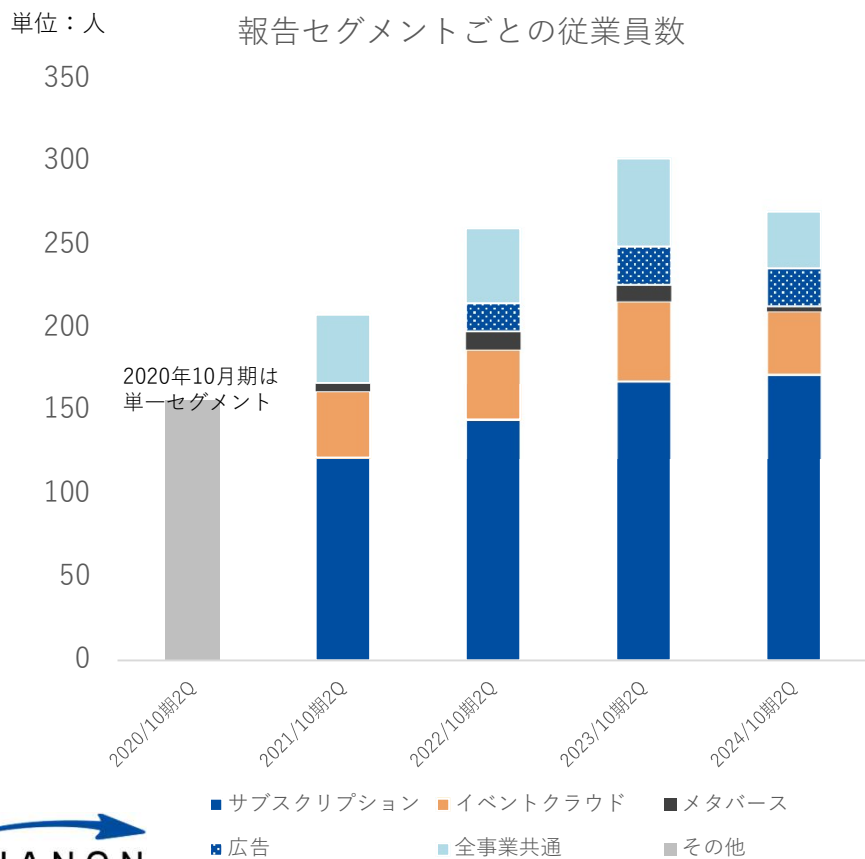
1,000



サブスクリプション売上
対直前四半期比較
+3.5%

人員推移

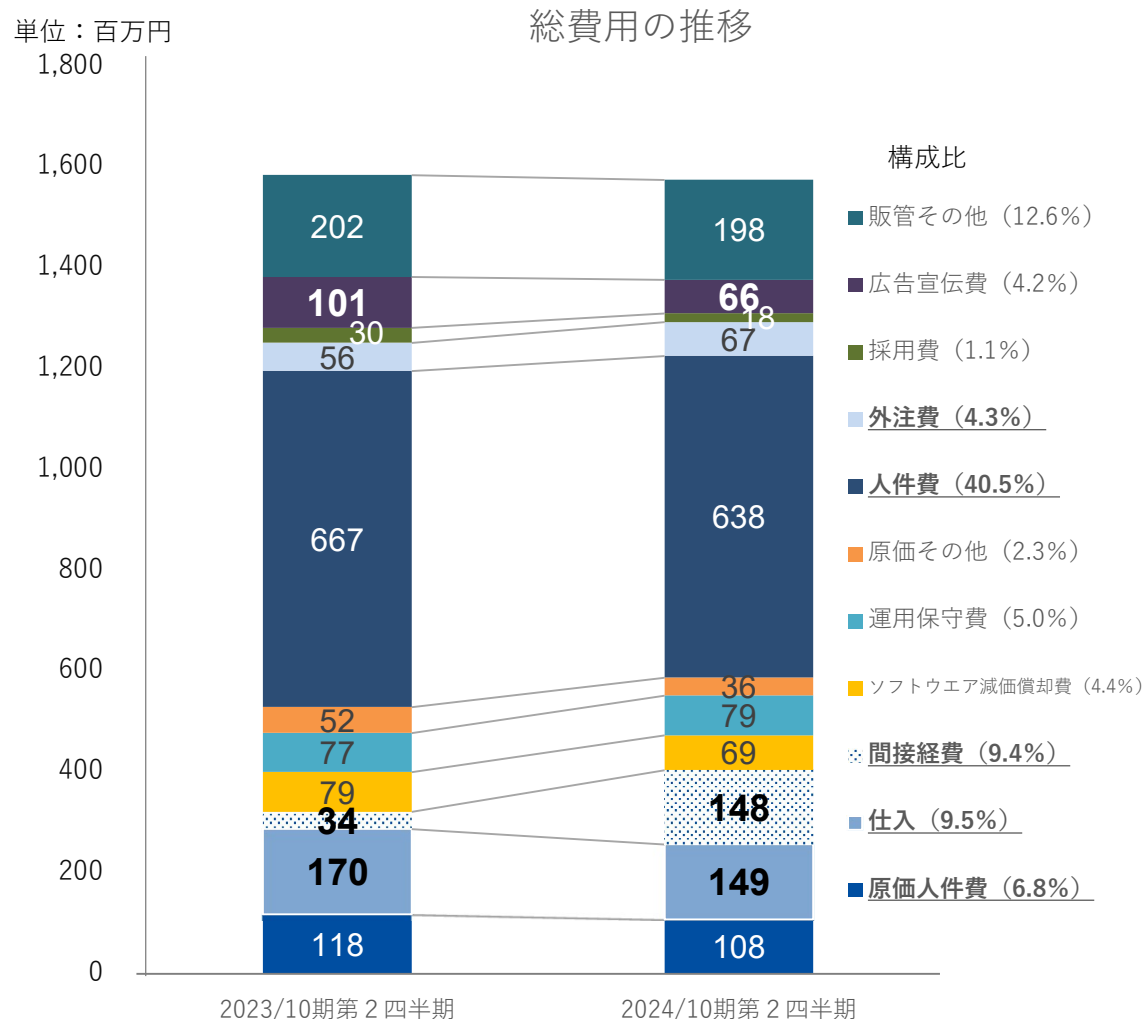
- 人員数の減少（退職による自然減、新卒・中途採用の抑制）と生産性向上により、一人当たり売上高は改善傾向にあります。
- 2024年4月新卒は11名入社（昨年は26名の新卒入社）、イベントクラウド事業とメタバース事業は前期から今期にかけて、組織再編等を行いコストコントロールを図っています。
- 営業人員は前年同期比で減少してるものの既存戦力の習熟が進み総戦力は維持できています。また、社内教育体制の強化により、中途採用だけではなく、コスト効率が優位なプロパー社員の営業へのコンバートも徐々に進んでいます。



※サービス人員には、広告事業の運用人員を含みます
Copyright © SHANON Inc. All rights reserved.

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。
- 運用保守費にはサービス提供用のインフラコスト（AWS）が含まれており、円安によるマイナス影響（予算時想定レート：1\$=145円）を受けているものの、運用改善によるコスト圧縮効果でカバーしております。



販管費

原価

広告宣伝費は、出展イベントの見直し等もあり前年同期比で減少。通期では前期比微減の予定。

外注費・間接経費は、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。

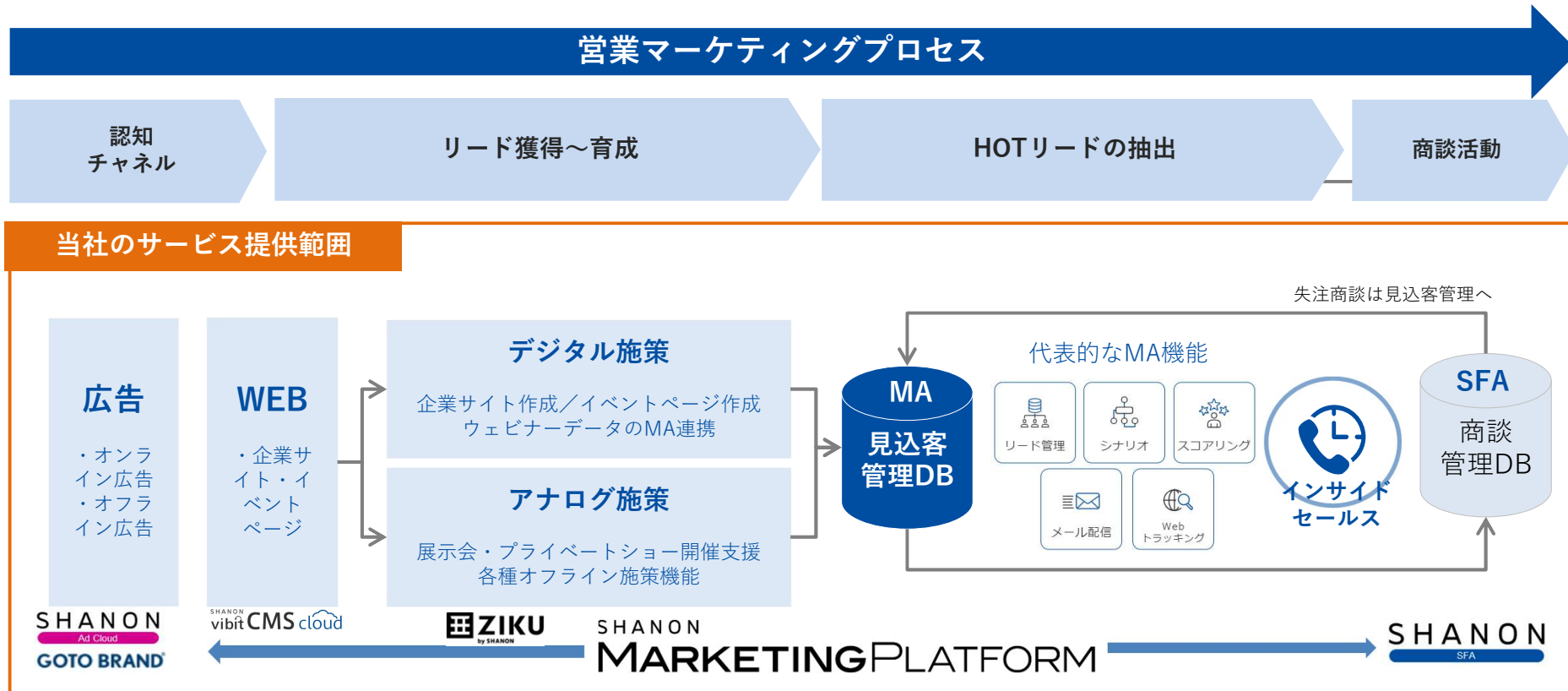
人件費・原価人件費は、採用抑制と既存人員の配置転換等による人材リソースの有効活用により増加ペースはひと段落し減少に転じている。

仕入は、前年同期は大型イベント対応での機材レンタルの売上が大きく、その対応のための仕入が増加していた。

II. 事業概要・ビジネスモデル

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。マーケティングオートメーション領域だけでなく、広告運用代行（+自社DSPも保有）やHP作成（CMS）、イベントやセミナーの管理、メタバースイベントの開催、商談管理（SFA）まで、**シャノン1社で提供可能**。



※SHANON MARKETING PLATFORMでは、マーケティングオートメーション機能のほか、イベント・セミナーの申込受付管理ツールとしても利用が可能です。

※システム内でシナリオを作成することで自動でプロセスを回す。見込客のアクション（例：メール開封、セミナー参加、製品ページ閲覧）に対してスコアを付けて点数化し、一定の閾値を超えた見込客（HOTリード）を自動抽出しインサイドセールスに連携

※MAはマーケティングオートメーションの略で、マーケティング活動全般を自動化するツールです。MAの役割は業務効率化だけでなく、顧客の状況や興味・関心に合わせたOne to Oneマーケティングを行うことです。

※SFAはセールスフォースオートメーションの略で、シャノンのSFA機能は、国産マーケティングオートメーションと一体化しています。営業個人名で紙DM・メールを一斉送信したり、顧客がウェブサイトを訪れたときに担当者へ通知することで、従来のSFAだけでは難しかった商談の創出が可能です。

※インサイドセールスは、マーケティング部門と営業部門の間に位置し、電話やメールで見込み客をフォローする専門職です。

2024年10月期の全体方針

① 収益性重視の予算策定

2024年10月期は、既存資源の有効活用と投資・コストの抑制を軸に各事業の「収益性向上」を目指した予算を策定しています。

② 成長に向けた新たな取組み

生成AIを活用した新たなサービス（「コンテンツアシスタント」、「マーケティング運用代行パッケージ」）提供も開始し、そのサービスの育成も目指します。

収益性重視の
予算策定

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～

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～

成長に向けた
取組み

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～

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～

【新サービス】シャノンコンテンツアシスタント

生成AIを活用した新サービス 2024年2月14日提供開始！

※2024年10月期予算には、このサービスに関する売上は織り込んでいません。

シャノンコンテンツアシスタントは、マーケティング専用生成AIクラウドです。

マーケティング用に設計されているので、簡単に高品質なコンテンツが生成できます。

SHANON Content Assistant

シャノンコンテンツアシスタント



特徴

- ✓ マーケティングに特化したプロンプトテンプレートが内蔵されているため、簡単に高品質なマーケティングコンテンツを生成します。
- ✓ 「生成AIを活用したコンテンツ作成」という、これからの時代に必要とされる業務フローを構築します。
- ✓ 2分~3分でコンテンツのたたき台をシステムが出力し、コンテンツの作成にかかる時間が大幅に短縮できます。
- ✓ セールスレターなど、これまで実施したことがないコンテンツも専用のテンプレートを使うことで効果的に生成可能です。
- ✓ 入力された情報は厳重に管理され、生成AI (ChatGPT) の学習データには使用されません。

【新サービス】マーケティング運用代行パッケージ

生成AIを活用した新サービス 2024年3月1日提供開始！

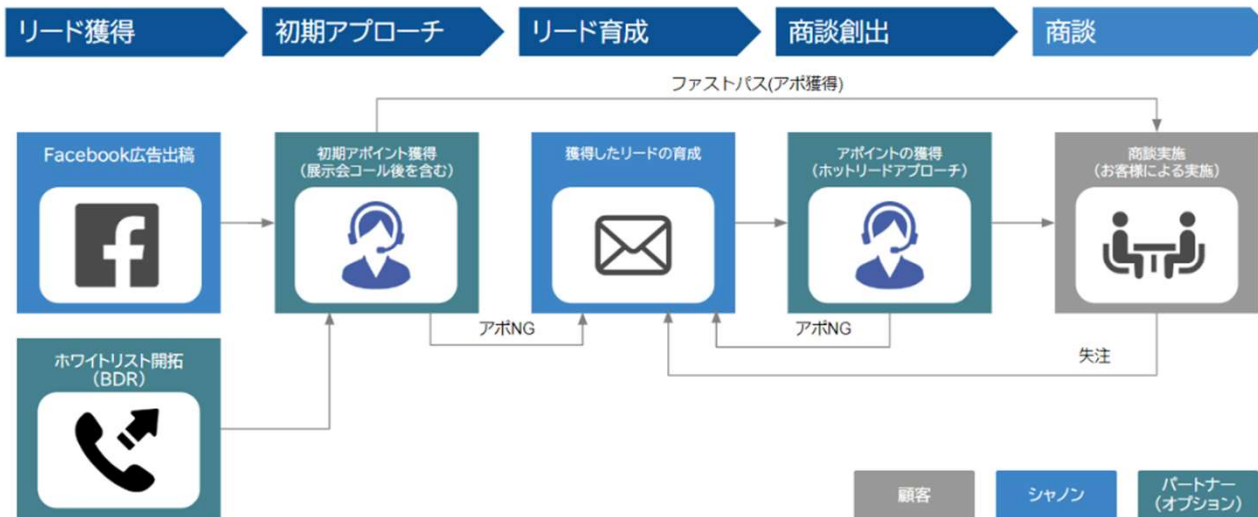
※2024年10月期予算において、このサービスに関する売上を一部織り込んでいます。

生成AIとシャノンのマーケティング人材を利用して企業のマーケティング課題を解決するサービスです。シャノンが企業のマーケティング活動の設計から現場の運用代行までを行うことで、中小企業や大企業の一部門が持つ「マーケティングに予算をかけられずリソース不足や実行力不足に悩んでいる」という課題の解決を目指します。

マーケティング運用代行パッケージで運用設計・代行を実施する範囲の俯瞰図

料金

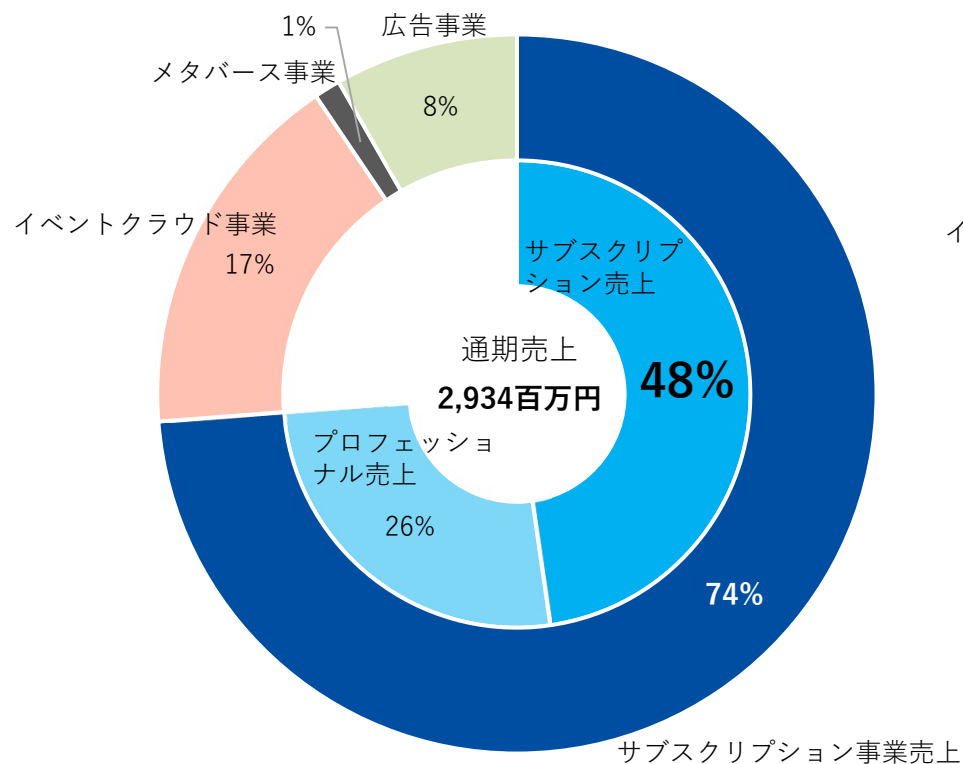
月額18万円～30万円（税抜）



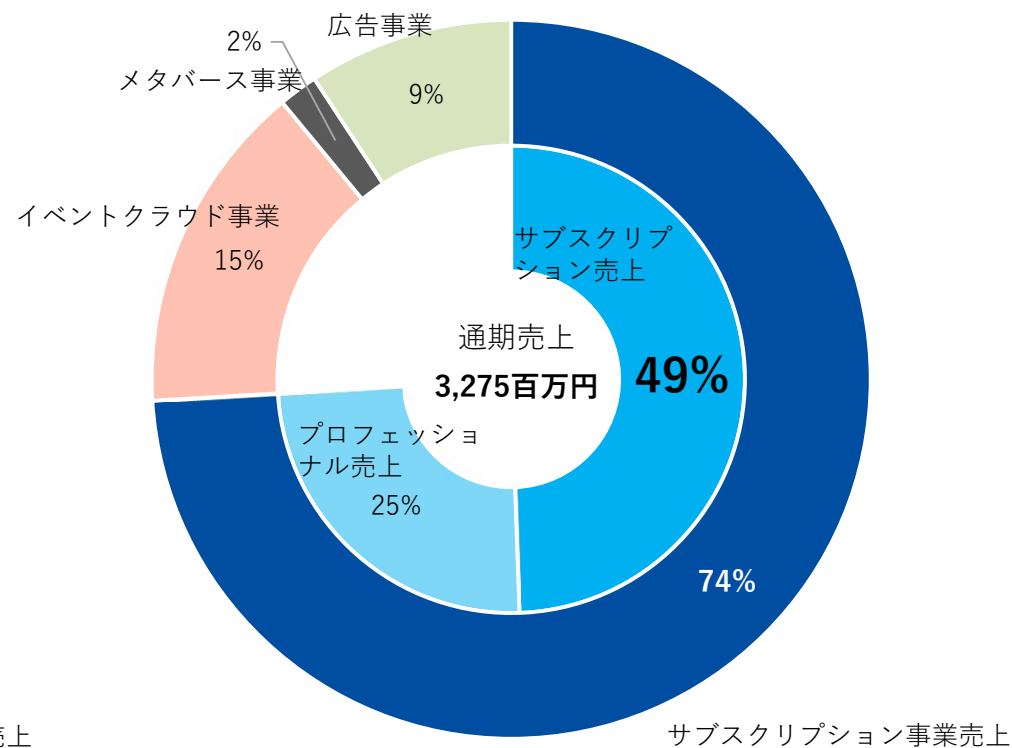
シャノンの売上高構成比（前期実績・当期計画）

- サブスクリプション事業は当社の主力事業であり、売上全体の74%を占めています。
- その中のサブスクリプション売上は安定収益の基盤であり、**每期着実に増加しており、前期に引き続き今期も、売上全体の約50%を占める計画です。**この比率をさらに高めていくことでシャノン全体の収益基盤を強固にしていく計画です。

2023年10月期 通期売上

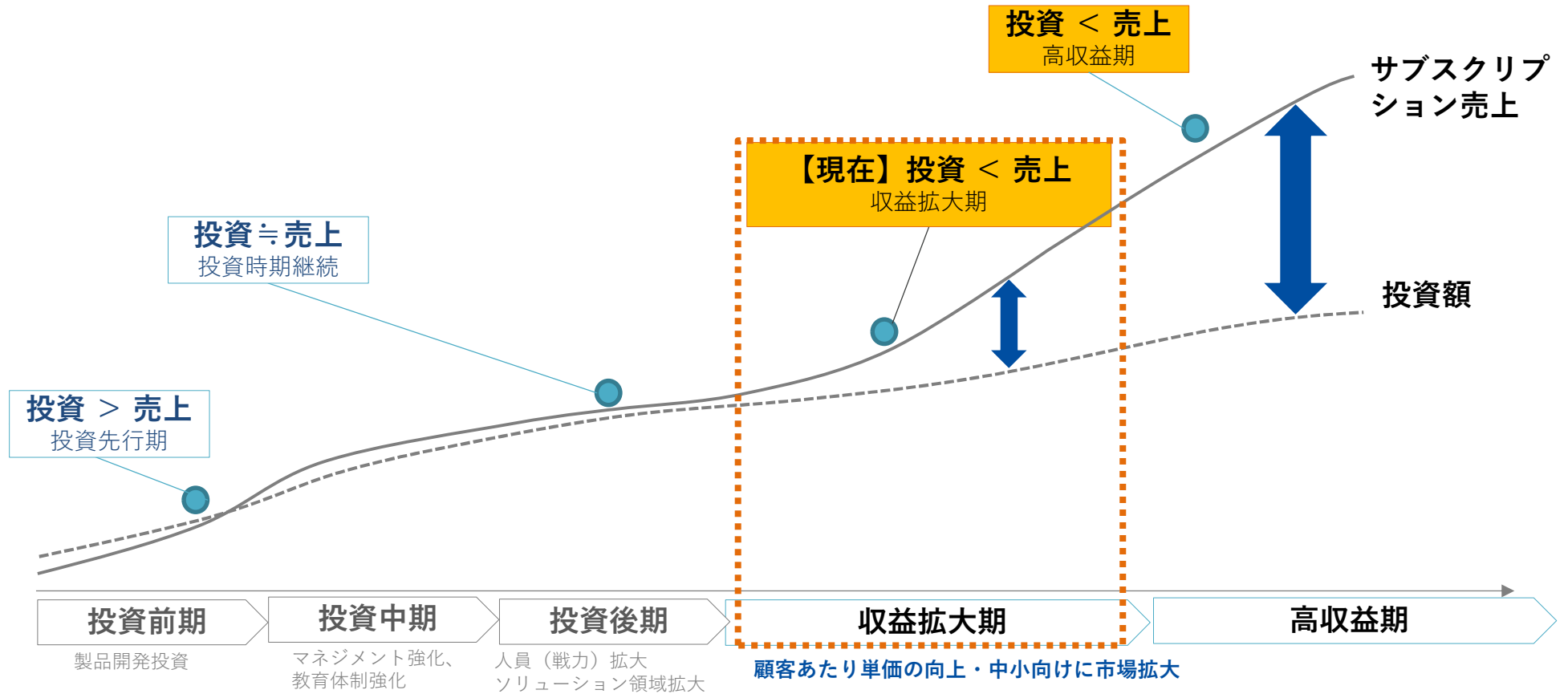


2024年10月期 通期売上（計画）



先行投資ビジネス ～サブスクリプション事業～

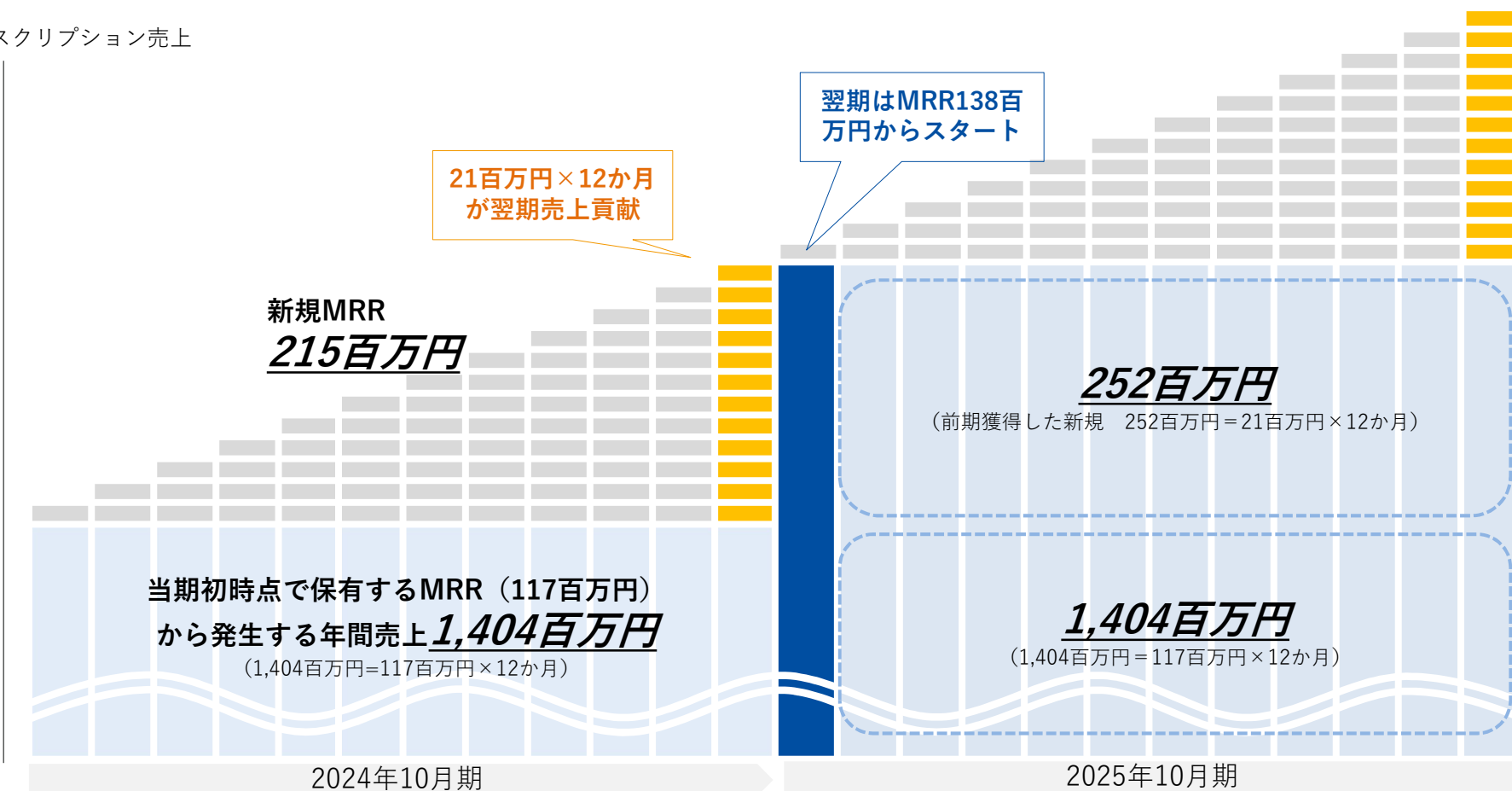
- これまでは、積上げたサブスクリプション売上を原資に、成長投資を増やしていくことで成長率アップを目指してきましたが、当期を境に、「増加したサブスクリプション売上」 > 「追加投資額」となり、徐々に収益への貢献度合いが高まっていきます。



サブスクリプション売上のKPI進捗

- サブスクリプション売上の通期計画は1,619百万円（下記の「当期」面積全体=215百万円+1,404百万円）。
= 前期末MRR（117百万円）+ 今期獲得MRR（21百万円）
- 当期中に新規獲得したMRRは獲得月以降、毎月売上となるため、例えば、11月に獲得したものは×12ヵ月分、5月に獲得したものは×6ヵ月分が当期売上に貢献します。

サブスクリプション売上



III. 2024年10月期 通期見通し

2024年10月期 通期見込み

- 通期の全体予算達成に向けて、順調に推移しています。

単位：百万円

事業		2024年10月期			通期予算達成に向けた蓋然性
		通期（予算）	半期（実績）	進捗率	
合計	売上高	3,275	1,481	45.2%	
	営業利益	32	△93	—	
サブスクリプション事業	売上高	2,425	1,142	47.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・サブスクリプションモデル上、第2四半期末時点での売上は、予算達成を目指した進捗率を越えている ・上半期の新規MRR獲得は予算を上回っており、下半期も現時点で大きな懸念ない ・例年の受注ペースを踏まえれば通期予算達成は十分射程圏内 ・SFAなどのアップセル商材の動きも徐々に効果を発揮し、顧客単価は増加傾向
	損益	327	82	25.2%	
イベントクラウド事業	売上高	490	189	38.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・受注済み案件と高確度案件を合わせると通期予算達成まであと少し ・イベントは毎年秋冬ピークのため例年どおり予算は下期偏重は変わらず
	損益	65	△6	—	
メタバース事業	売上高	58	18	30.9%	<ul style="list-style-type: none"> ・4月に出席した展示会により足元の商談数は増加しており下期に期待 ・人員異動・組織再編、生産性向上の取り組みにより、通期の損益リスクは大幅に低下できている
	損益	9	△13	—	
広告事業	売上高	302	131	43.5%	<ul style="list-style-type: none"> ・大口顧客の上半期は上振れで推移しており通期でも上振れを想定 ・Cookieレス広告の受注ペースは前期よりも向上。企業ターゲティング広告も徐々に受注が拡大しており、通期でも傾向は継続見込 ・広告運用は運用体制の改善などにより利益率は予算を上回って推移
	損益	8	△9	—	

*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。

IV. APPENDIX

i. セグメント単位の進捗について

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。

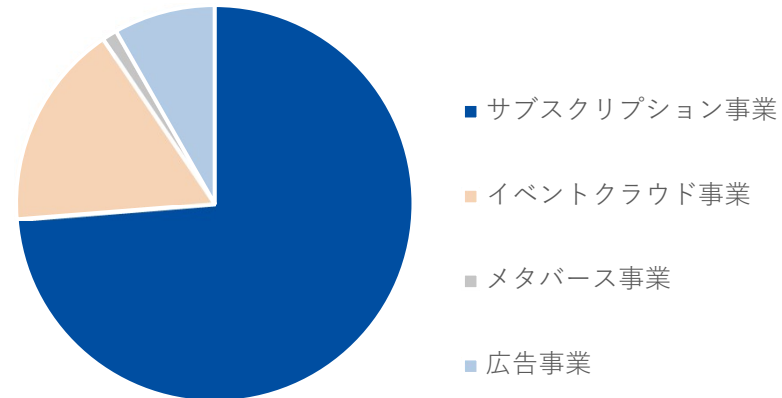
報告セグメント	売上種別	売上種別
サブスクリプション事業	最重要 サブスクリプション (年間契約)	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス種類別 MA-サブスクリプション(*1) CMS-サブスクリプション(*2) ■ サブスクリプション売上内訳 システム利用料に関するMRR（月額契約金額） 従量課金 有償保守サービス、年間契約のBPOサービス
	プロフェッショナル (スポット)	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス種類別 MA-プロフェッショナル CMS-プロフェッショナル ■ プロフェッショナル売上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

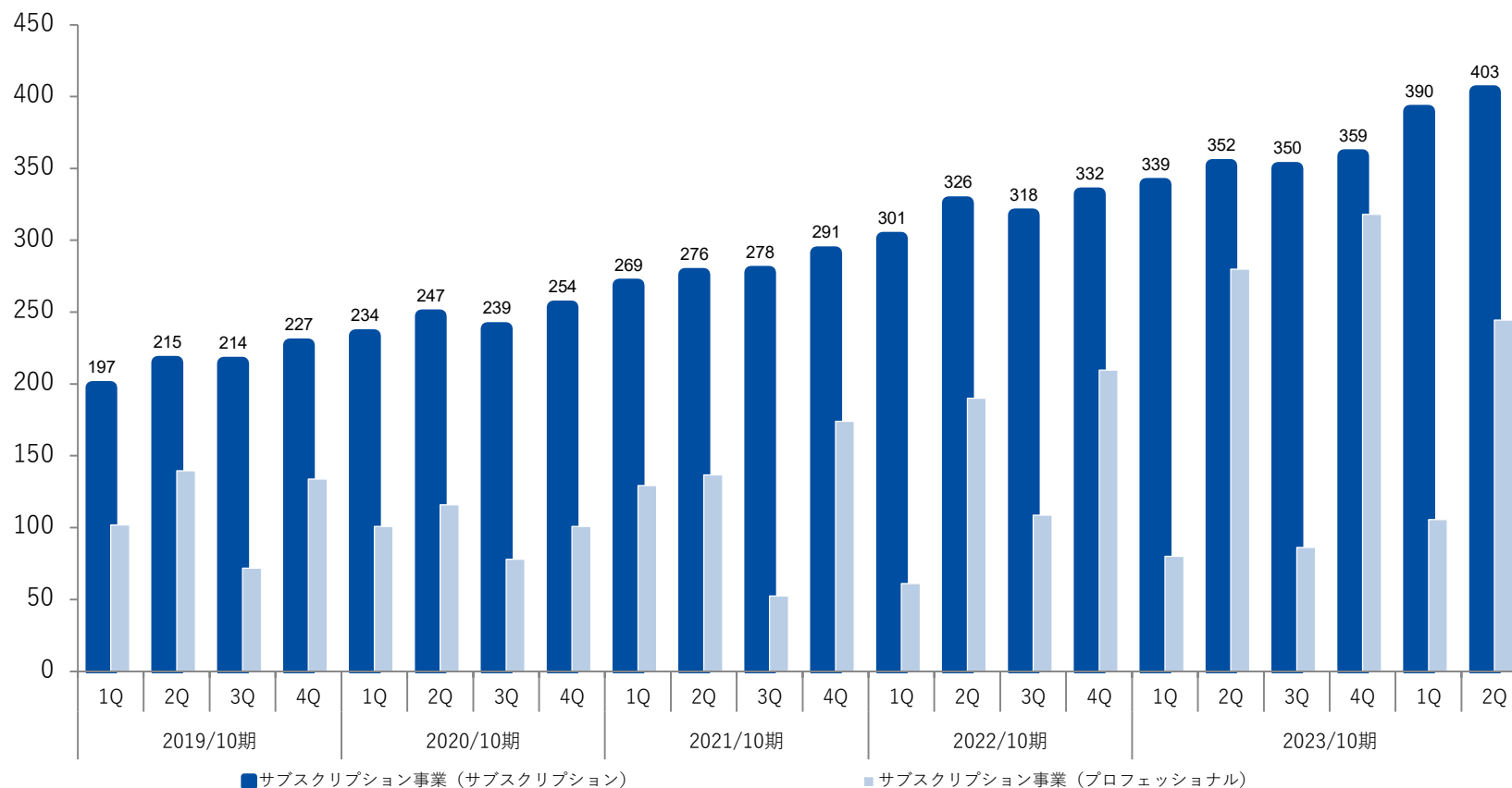
セグメント別売上構成比
(2023年10月期実績**73.7%**)



サブスクリプション事業売上の推移

- 前期通期の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比率は47.7%と高い比率ですが、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等により、前年同期比**14.8%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2.8%減となりました。これは前年同期にエンタープライズ向けの大規模納品があったためであります。

単位：百万円

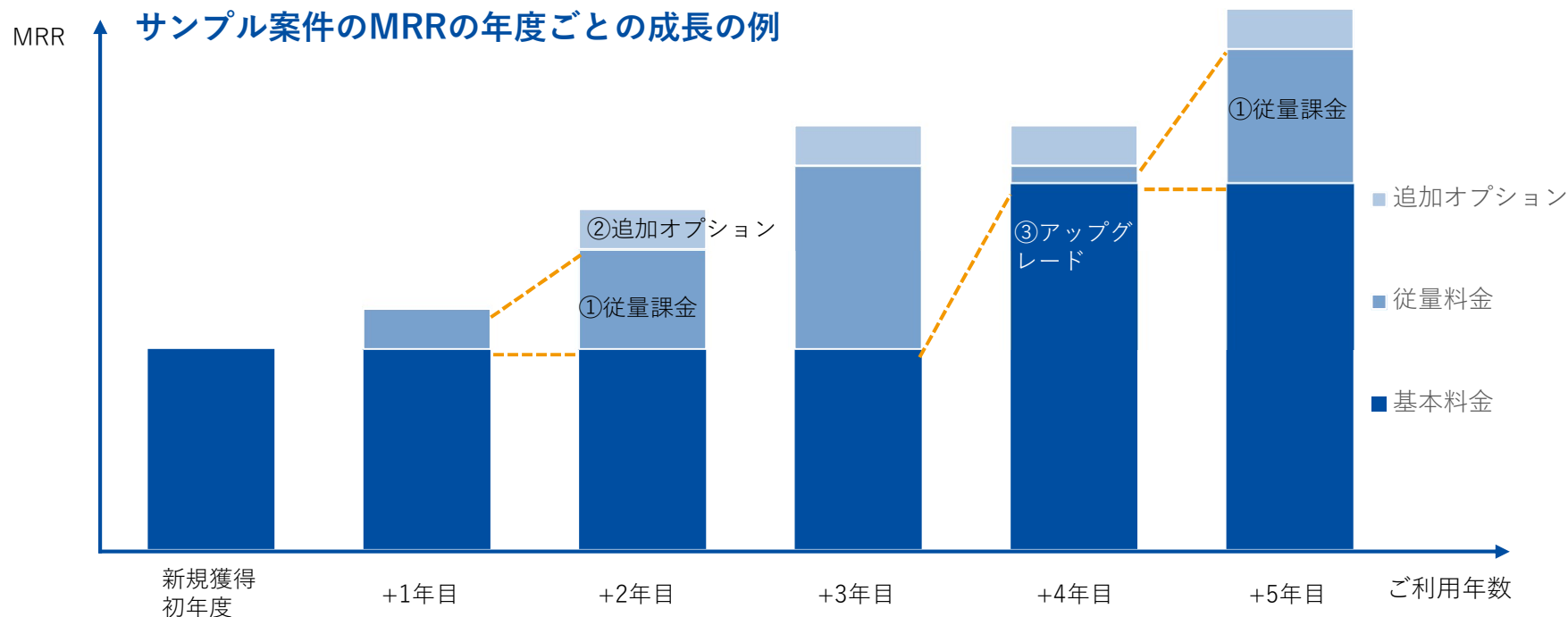


サブスクリプション売上増加のイメージ

- 各契約から発生するサブスクリプション売上は下記のように増加していきます。

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

※更新率と相関
 ※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。

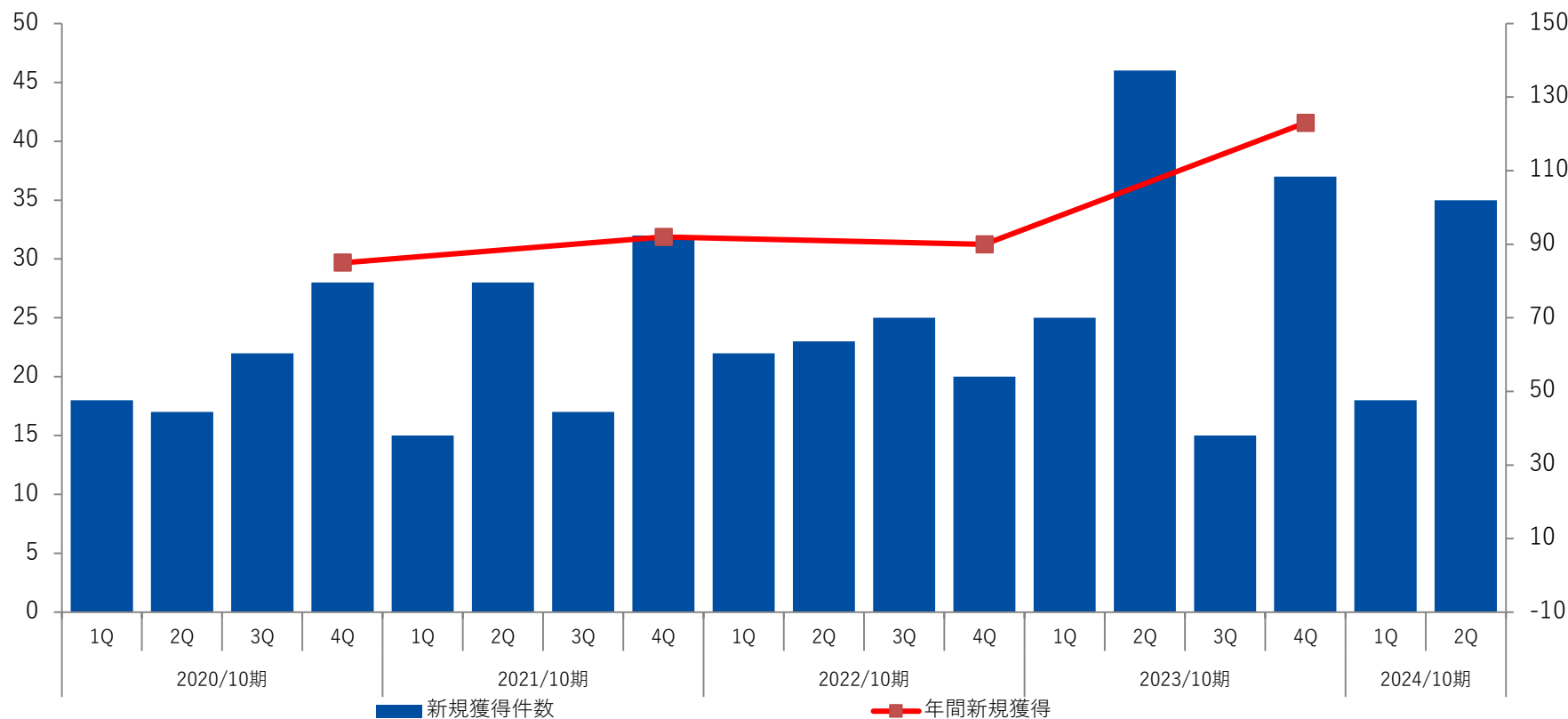
サブスクリプションの月額契約の新規獲得件数の四半期推移

- 新規獲得は四半期ごとに着実に増加していますが、シャノンの最も重要なKPIは顧客獲得数ではなく、サブスクリプション売上です。

四半期新規獲得件数
 単位：件

新規獲得件数（四半期・通期推移）

通期新規獲得件数
 単位：件

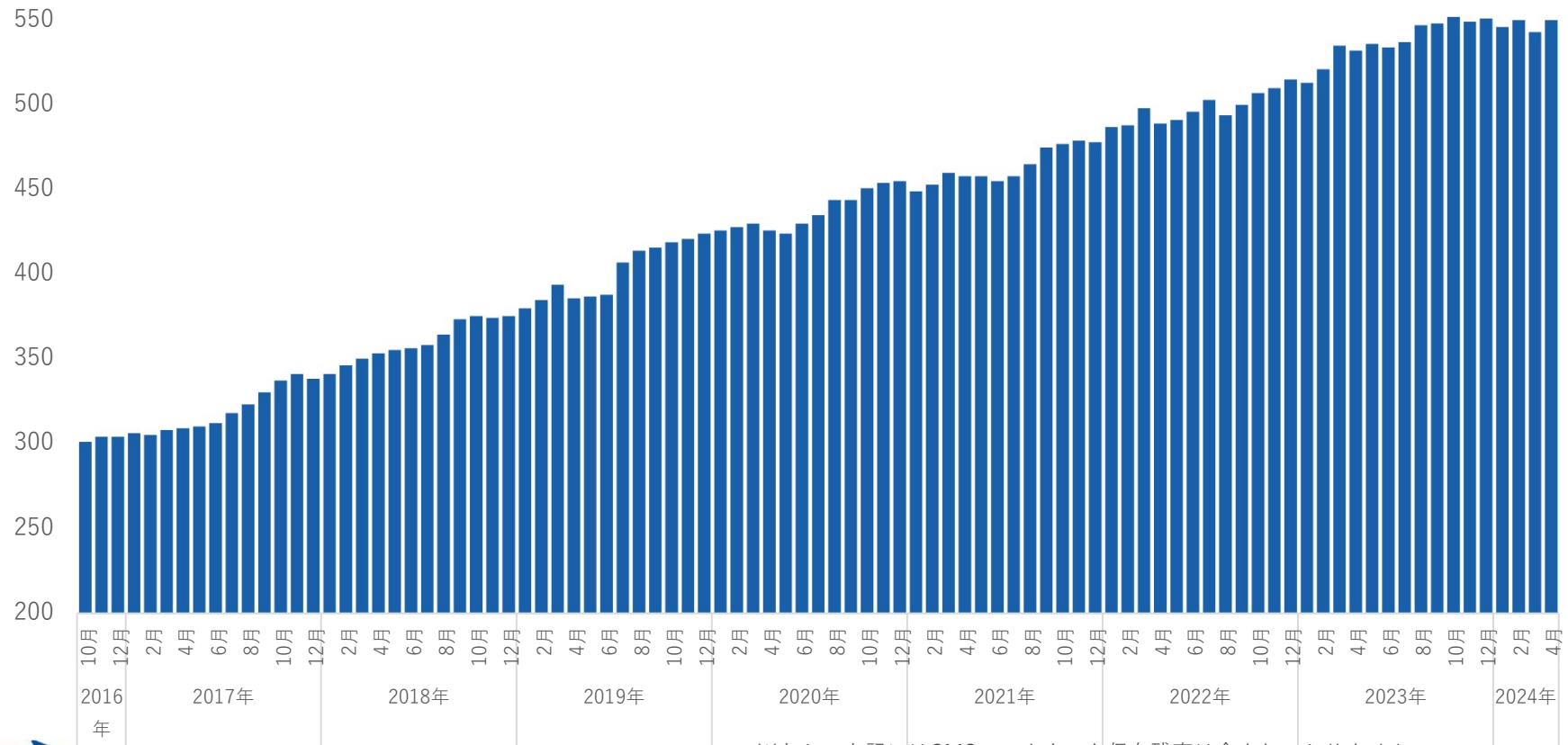


サブスクリプションのアカウント保有残高の推移

- 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
600

サブスクリプションのアカウント保有残高



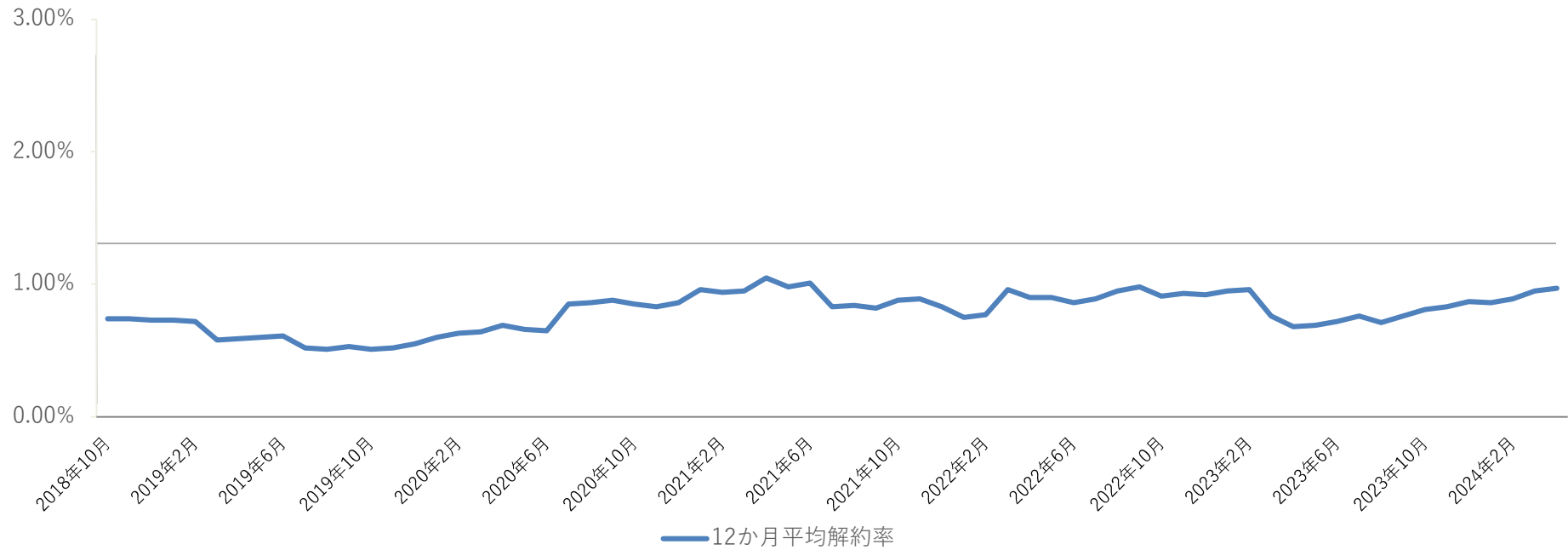
※なお、上記にはCMSのアカウント保有残高は含まれておりません。

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

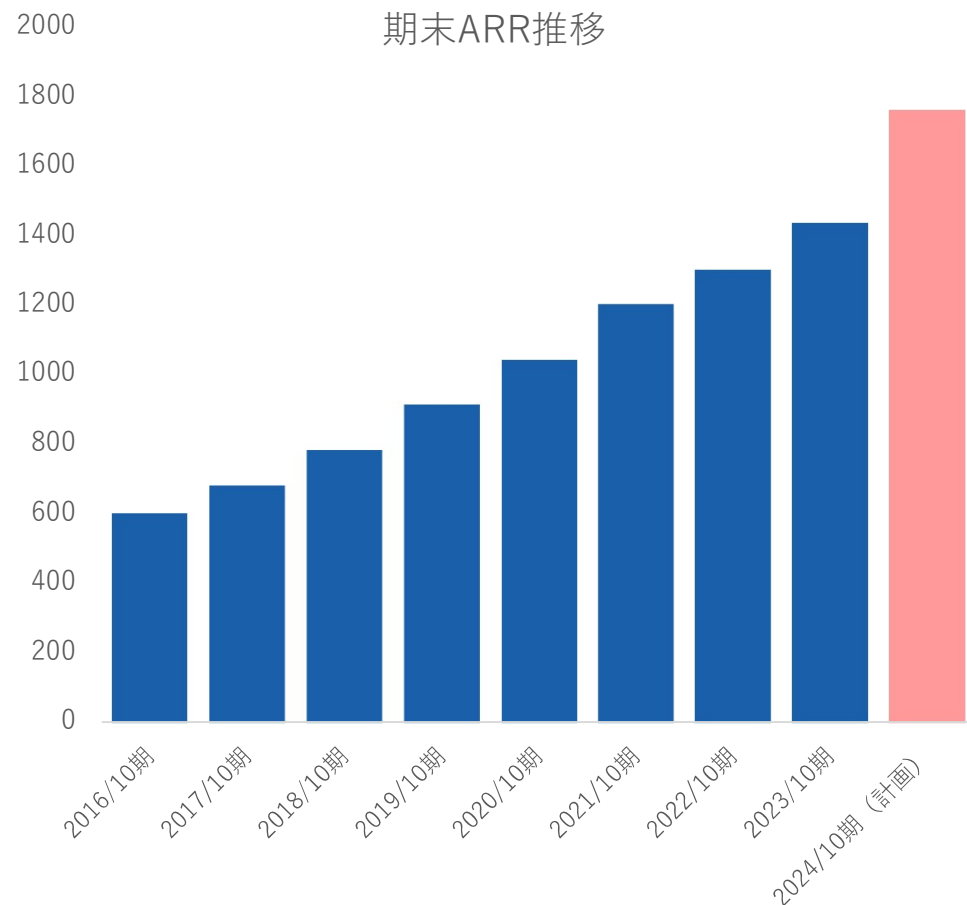
12か月平均解約率



期末ARRの推移

- 2024年10月期末は、ARR17.6億円を計画しております。

単位：百万円



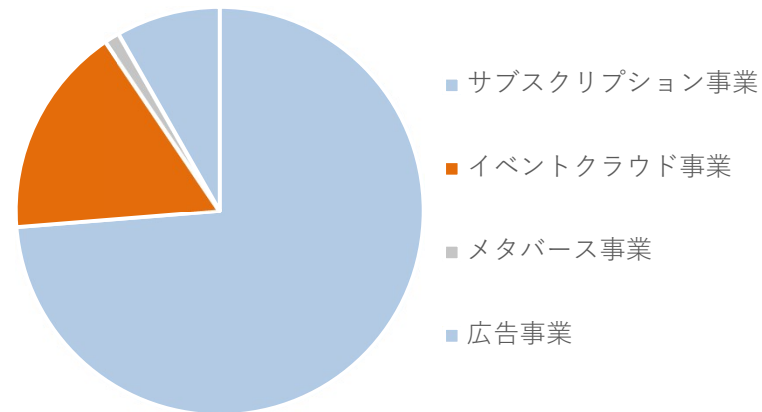
ARR
17.6 億円
(2024年10月期計画)

ARR
22.8%増
(2024年10月期計画)

*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。

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%**)

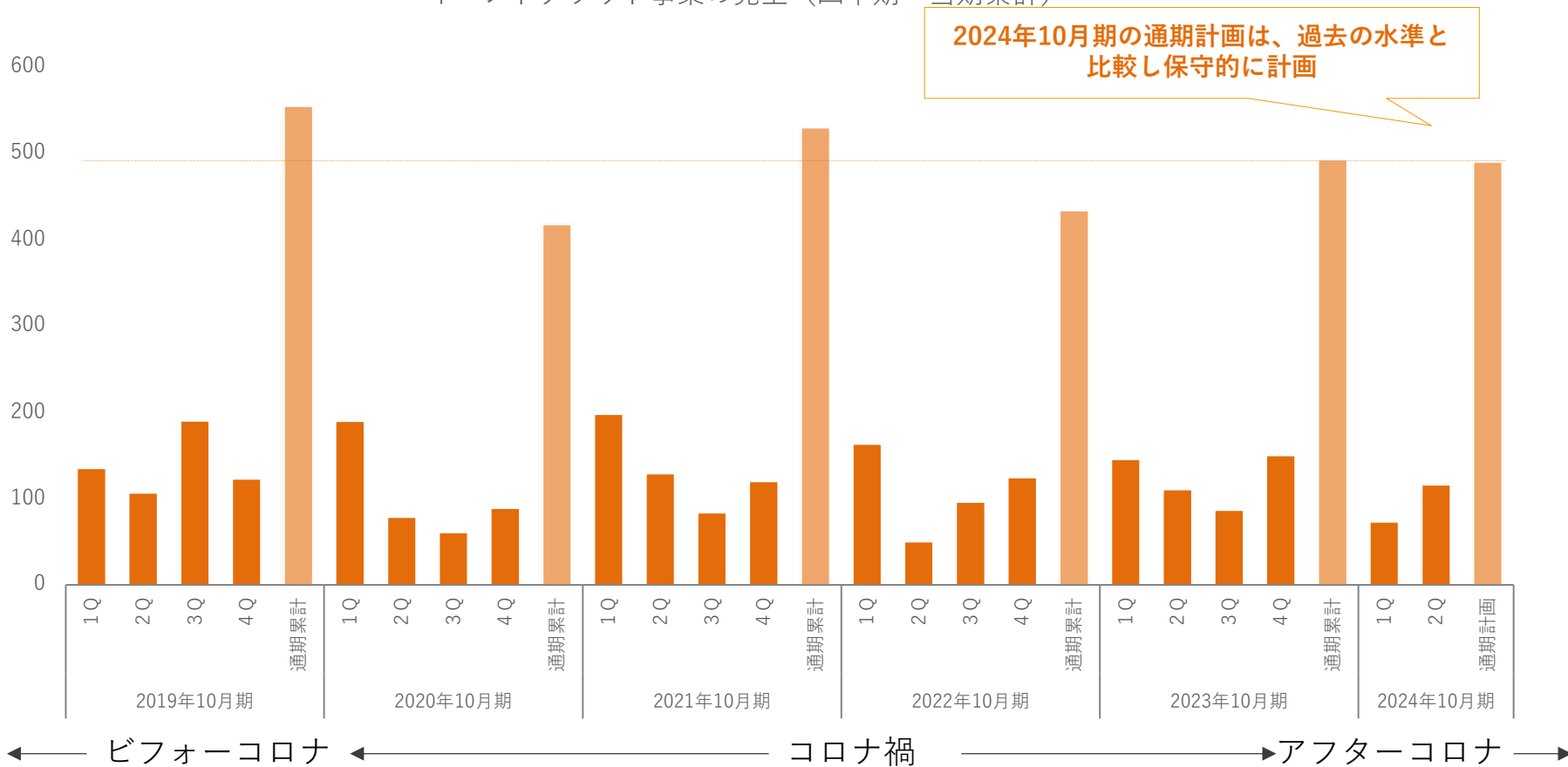


イベントクラウド事業売上の推移

- 通期予算に達成に向けた受注活動は順調に推移しています。
- 2024年10月期の売上高は過去の水準には届かないものの、コストの最適化、生産性の向上により収益性を改善しています。

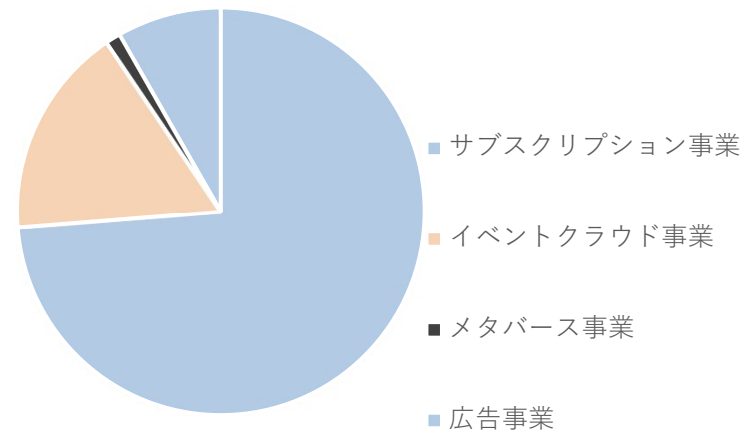
単位：百万円

イベントクラウド事業の売上（四半期・当期累計）



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%**)



メタバース市場及びメタバース事業の概要

サブスクリプション

イベントクラウド

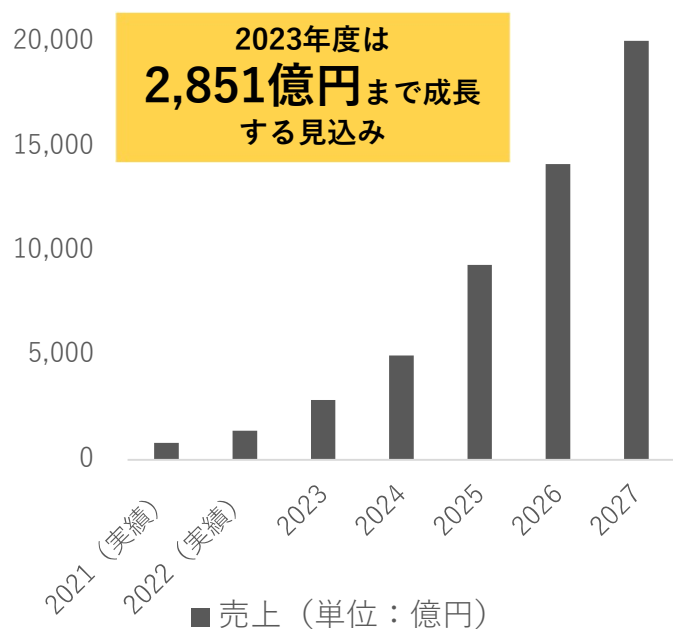
メタバース

広告

メタバース法人向け市場は、2023年度は2,851億円まで成長する見込みの大きな市場です。このなかでメタバースイベントプラットフォーム「ZIKU」は、イベントプランと年間プランでサービスを提供しています。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。

メタバースの国内市場規模予測

単位：億円
25,000



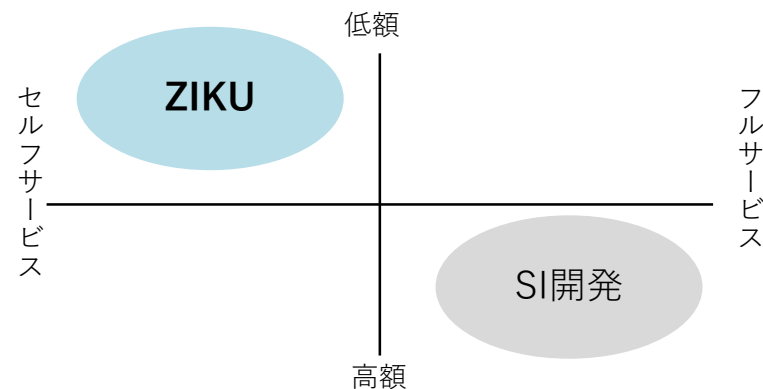
※出展 2023メタバース法人向け市場動向と展望 (矢野経済研究所)
※市場規模はメタバースプラットフォーム、プラットフォーム以外 (コンテンツ、インフラ等)、XR (VR/AR/MR) 機器の合算値

メタバース事業のサービス特徴

01 簡単 メタバースイベントを初めて開催される企業様であっても、設定が容易です。

02 低予算 パッケージサービスで提供するため、自社で一から構築するより圧倒的に低予算で実施ができます。

03 実用性 イベント後の商談創出を助ける各種機能を実装
20年以上展示会支援をしたシャノンのノウハウがあります

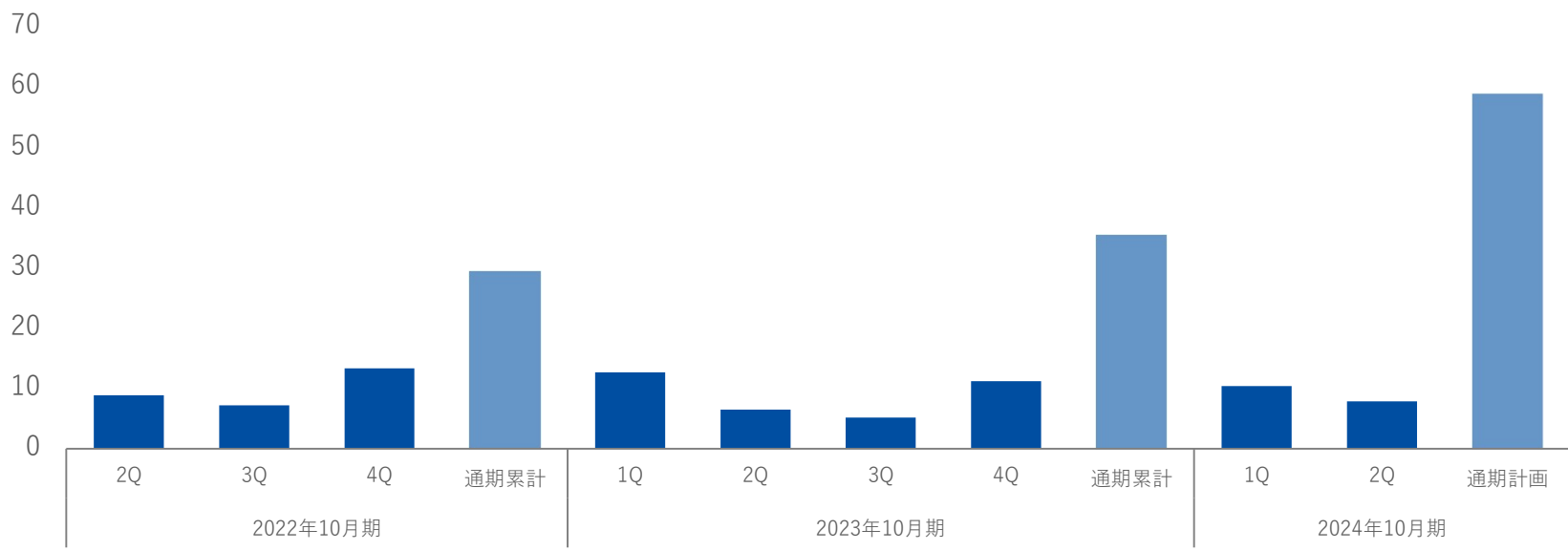


メタバース事業売上

- 新規サービスに対する不安を払しょくする趣旨で積極的に事例公開を進めています。
- 営業体制や方法の見直しにより、案件化率は改善しています。直販だけでなく代理店経由の案件を増やすため、重点パートナー（採用、自治体、大学に強い代理店を含む）との関係強化を継続しています。
- 組織及び予算策定の最適化を実施しました（期初）。
- 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、社内イベントや学会、大学、自治体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。

単位：百万円

メタバース事業の売上（四半期・当期累計）



メタバースイベントの事例

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、採用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。足元では大学関連のニーズも新たに捉えています。

展示会・カンファレンス



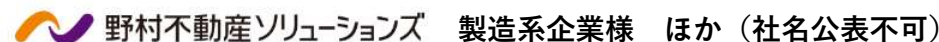
プライベートショー（社外イベント）



大学、採用活動



ショールーム・オンライン店舗



オンラインショールーム事例（2024年2月公開）

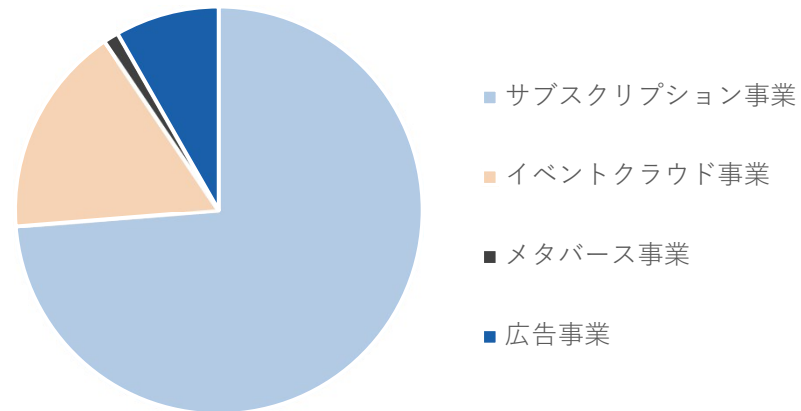


野村不動産ソリューションズ株式会社が2023年10月7日（土）にオンライン開催した「野村不動産ソリューションズ大ウェビナー祭」、ならびに同社が運営する不動産・住宅情報サイト「nomu.com（ノムコム）」上に2023年11月29日（水）より設置されたオンラインショールーム「ノムコムのおうち」のプラットフォームに採用されました。

メタバース空間に設けた「住まいブース」や「資産形成・不動産ブース」にそれぞれの分野に関する豊富なコンテンツを展示し、情報提供を行いました。ZIKUのメタバース空間に来場者したお客様には、住宅や投資、事業用不動産のご相談、FPサービス等の様々なウェビナーを一度の機会に複数ご覧いただいたことが確認でき、当初の目的に一定の効果がありました。

広告事業

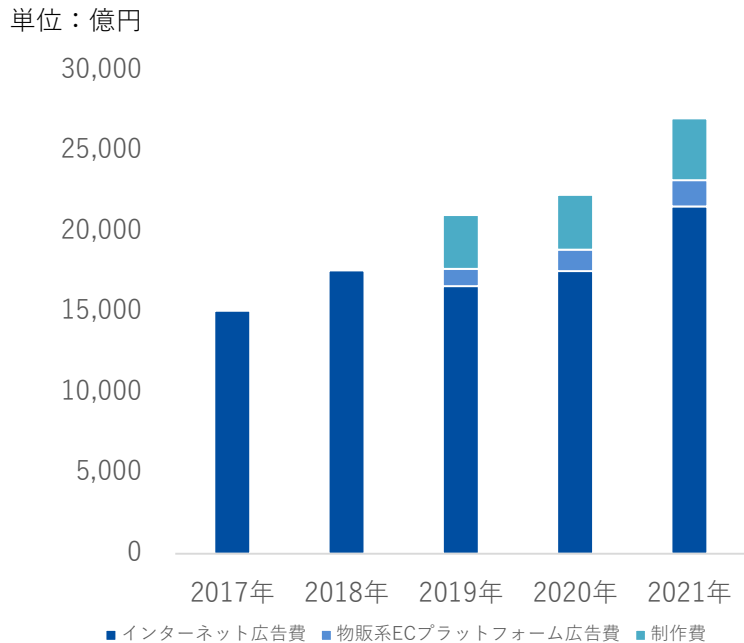
セグメント別売上構成比
(2023年10月期実績**8.3%**)



広告市場及び広告事業の概要

- 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。
- オンライン広告業界において、3rd Party Cookieの利用を廃止する動きが進む中、当社が一早く取り組んでいるクッキーレス対応ダイナミッククリエイティブ広告市場の本格的な普及に期待している状況です。

インターネット広告費



出典 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

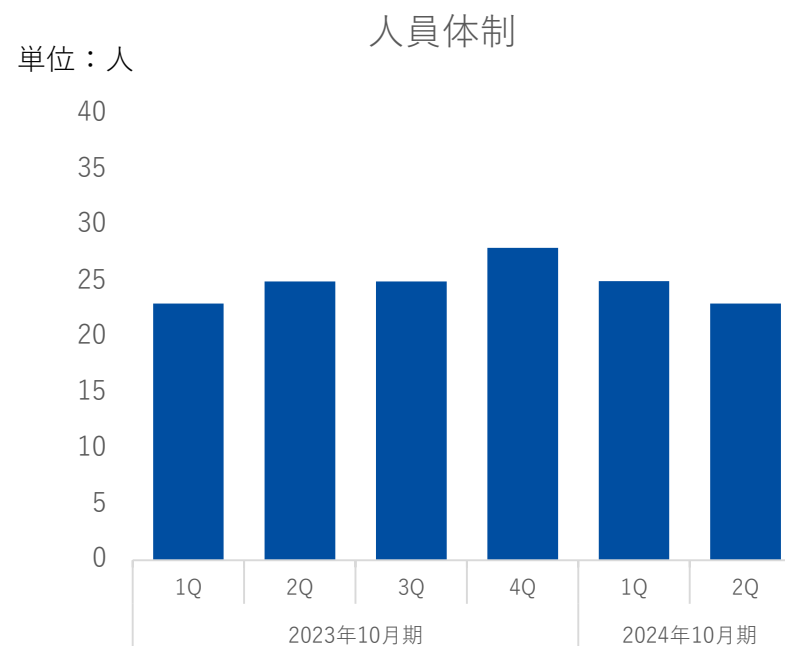
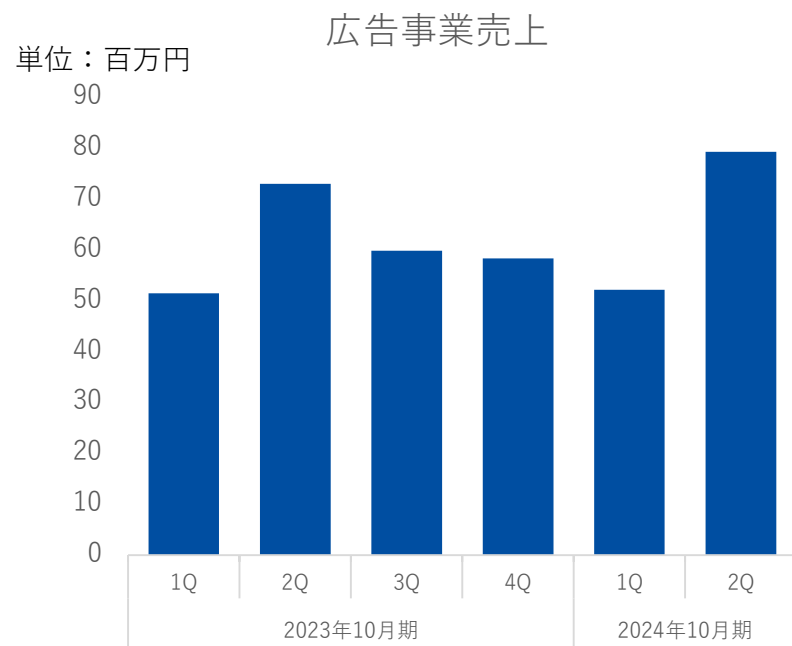
- ソーシャルアド
 ・Facebook、Instagram、Twitterなどの広告運用代行

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

- 広告運用代行の進捗が予算に対してビハインドしているが、クッキーレス商材の受注動向は順調に推移しています。



※媒体仕入高は売上高に含まれていません（NET処理）。

ii. 2024年10月期予算について（再掲）

2024年10月期の全体方針

① 収益性重視の予算策定

2024年10月期は、既存資源の有効活用と投資・コストの抑制を軸に各事業の「収益性向上」を目指した予算を策定しています。

② 成長に向けた新たな取組み

生成AIを活用した新たなサービス（「コンテンツアシスタント」、「マーケティング運用代行パッケージ」）提供も開始し、そのサービスの育成も目指します。

収益性重視の
予算策定

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～

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～

成長に向けた
取組み

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～

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～

2024年10月期予算の蓋然性について

- 2024年10月期予算は追加投資を抑制しコスト効率を高めることで、黒字化を予定しています。
- 不確実性の高い要素も予算から極力排除することで達成確度は従来よりも高い予算を策定しています。

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

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

各セグメントの2022年10月期並びに2023年10月期の振り返り

- 2022年10月期及び2023年10月期は、成長性を高め将来収益最大化を目指す方針だったものの、サブスクリプション事業を除く各事業での利益が計画を下回り、全社費用を賄いきれず連結営業損益は大幅な赤字となりました。
- 2024年10月期の計画詳細については次スライドを参照ください。

	セグメント利益又は損失 (△)	2021年10月期 (実績)	2022年10月期 (実績)	2023年10月期 (実績)	2024年10月期 (計画)
単位：百万円		黒字	赤字	赤字	黒字
サブスクリプション事業		219	44	194	327
イベントクラウド事業		190	27	3	65
メタバース事業		△29	△72	△65	9
広告事業		3	22	△32	8
計		384	21	99	409
全社費用		△372	△349	△361	△377
連結営業損益		11	△327	△262	32

2024年10月期の各セグメントの予算策定方針

- 2024年10月期は、追加投資を抑制しコスト効率を高めていくことで収益性を改善します。
- 納期・会期の関係でサブスクリプション事業のプロフェッショナル売上やイベントクラウド事業の売上が下期に偏重する予定のため上期は赤字計画ですが、通期では黒字化を予定しています。
- サブスクリプション売上は毎年の積み上げにより年々増加します。

2024年10月期 (計画) 単位：百万円	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売上	プロフェッショナル売上			
売上高	1,619	806	490	58	302
セグメント損益	327		65	9	8
セグメント損益合計			409		
全社コスト			377		
連結営業損益			32		
売上	新規獲得のための投資は抑制するが、既存戦力の底上げや前期のサブスクリプションの積み上げも寄与し、前年以上となる見込み	前期に引き続き大型案件の納品予定あり	市場動向を踏まえた堅実な予算策定	過度な期待を見直し実現可能性の高い予算を策定	市場動向を踏まえた堅実な予算策定
コスト	人件費や広告宣伝費等の主要コストは前期比で横ばい	外注を活用することで固定費の増大を抑制しコストコントロール重視	人員異動・組織再編、生産性向上への投資実施により収益性を高める	人員数を含めてコストを最小限に抑え損益分岐点を改善	売上予算に合わせてコストも抑制

iii. その他

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、新株予約権による調達予定額として、2023年3月に合計1,252百万円、2024年1月に1,296百万円（払込金額の総額から、発行諸費用を控除した額）の調達を実施。
- 2024年3月1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15百万円を除くと、736百万円）

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、2023年10月期は、前期比9.6%の成長を達成しております。2024年10月期～2025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。

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、
 2023年12月22日開示 第三者割当による第3回無担保転換社債型新株予約権付社債並びに第26回及び第27回新株予約権の募集に関するお知らせ より

資金使途	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		第3回無担保転換社債型新株予約権付社債 並びに第26回及び第27回新株予約権
発行等	2023年3月13日発行		2024年1月29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	634M（計画）	286M（充当済）	517M（計画）
借入金の返済	274M（計画）	274M（全て充当済）	201M（計画）
開発投資、M&A等	344M（計画）	0M（充当未）	578M（計画）

参考情報（上場～現在に至るまでの調達状況）

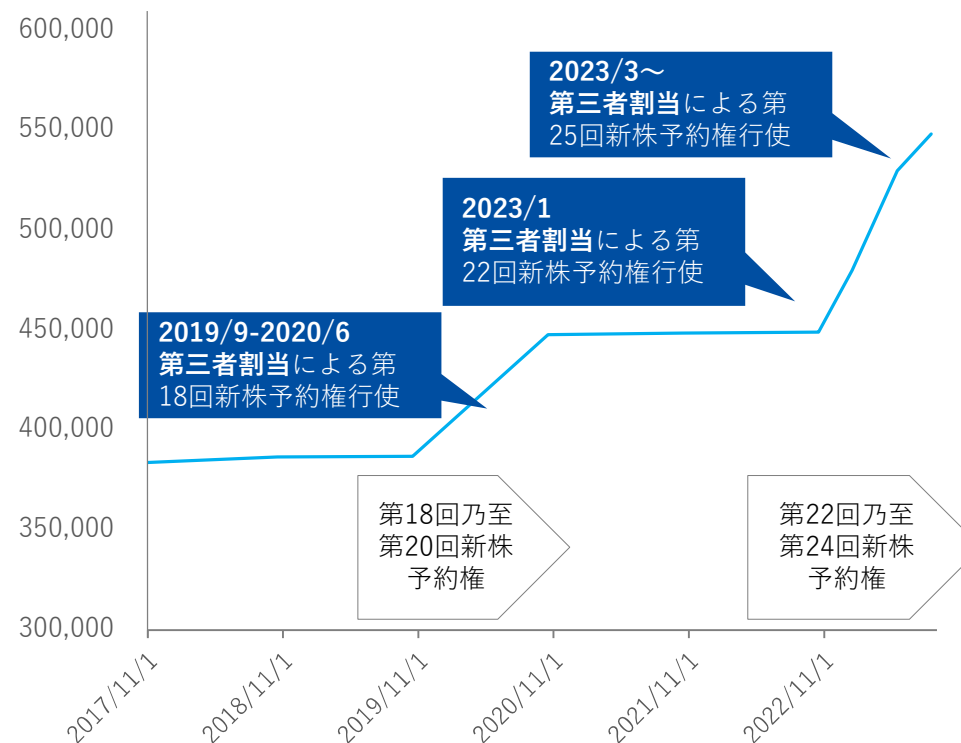
- 2017年1月の上場後、第三者割当による新株予約権の発行は行ったものの（計8回号）、実際に調達を実行したのは、うち3回号、計316百万円です。

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）
第三者割当による第3回無担保転換社債型新株予約権付社債並びに第26回及び第27回新株予約権	2024年1月	未行使

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、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。



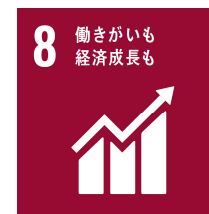
顧客企業、パートナー企業

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。

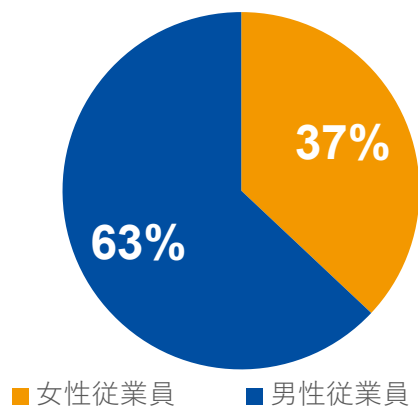


働く社員の特徴



女性社員の比率は業界平均より10ポイント程度高いです。
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、高スコアで安定しております。

従業員の男女比率



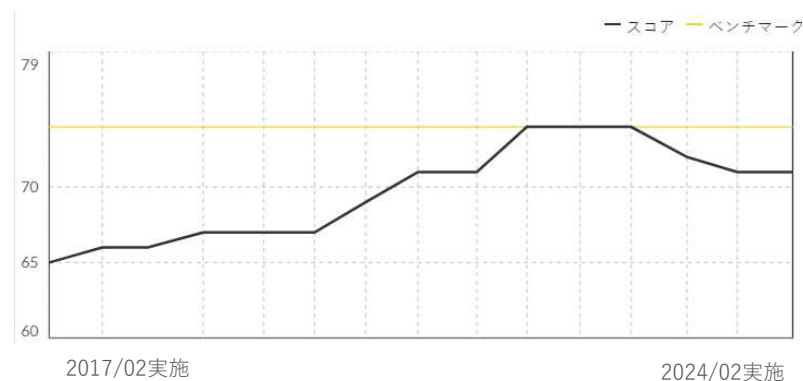
■ 女性従業員 ■ 男性従業員

業界の女性比率 27.9%
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27.9%（参照：総務省「労働力調査2023年」）

従業員エンゲージメント調査

スコア



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

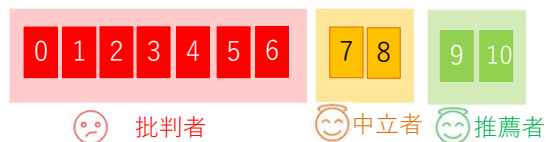
ITreviewにて3年連続LEADER受賞(MA部門、イベント管理部門)。当社独自の満足度調査では6.58点(10点満点)と高い評価を得ています。

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



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



主なニュースリリース

- 2024年06月10日 **事例**
[光アルファクス様に「SHANON MARKETING PLATFORM」を採用いただきました](#)
- 2024年05月28日 **お知らせ**
[株式会社マイナビが運営するビジネス情報メディア「TECH+」にメタバースプラットフォーム「ZIKU」の出展ブース取材いただきました](#)
- 2024年05月27日 **事例**
[シャノン×kintoneで加速する老舗企業のDX](#)
- 2024年05月23日 **機能**
【機能】 シャノン、マーケティング専用生成 AI クラウド「シャノン コンテンツアシスタント」で記事生成ができるようになりました
- 2024年05月20日 **事例**
[佐賀市 IT関連企業誘致活動をシャノンが支援！](#)
- 2024年05月15日 **事例**
[株式会社シャノン、日本社会人アメリカンフットボールXリーグとCRMパートナー契約を締結し、Xリーグ及びXリーグに加盟するチームのスポンサー獲得を支援](#)
- 2024年05月13日 **事例**
[三重県の農山漁村地域活性化事業に関する業務においてシャノンの提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」を活用](#)
- 2024年05月09日 **お知らせ**
[シャノンの提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」が「ITreview Grid Award 2024 Spring」のM A ツール部門において最高位の「Leader」を18期連続受賞](#)
- 2024年05月09日 **お知らせ**
[シャノンの提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」が「ITreview Grid Award 2024 Spring」のイベント管理部門において最高位の「Leader」を19期連続受賞](#)
- 2024年05月07日 **事例**
[若者に人気のIT関連企業とのマッチング業務をシャノンが支援！](#)
- 2024年05月01日 **お知らせ**
[「Kabu Berry Lab」開催の個人投資家向けIRセミナーに登壇します](#)

主なニュースリリース

- 2024年04月19日 **機能**
[シャノンの提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」の標準セキュリティ機能を強化しました](#)
- 2024年04月15日 **お知らせ**
[補助率最大1/2にて、マーケティングオートメーションツールの導入ができる「IT導入補助金2024」対象ツールに認定！](#)
- 2024年04月12日 **事例**
[地方創生において重要な「企業立地」プロモーションにおけるマーケティング活用事例](#)
- 2024年04月11日 **お知らせ**
[「第33回 Japan IT Week【春】 特別講演」にシャノン代表取締役社長 中村 健一郎が登壇](#)
- 2024年04月09日 **お知らせ**
[第33回Japan IT Week 春【東京ビッグサイト】第2回メタバース活用EXPOに出展](#)
- 2024年03月28日 **機能**
[シャノン、マーケティング専用生成AIクラウド「シャノン コンテンツアシスタント」に記事を紹介するメールタイトルと本文のプロンプトテンプレートを追加](#)
- 2024年03月27日 **機能**
[シャノン、営業担当者の業務効率化と売上向上を支援するSFAのレポート機能である『SFAテンプレート』の提供開始](#)

各種ニュースリリースは、X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ください。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。