

2024年6月27日

各位

会社名 株式会社シャノン
代表者名 代表取締役社長 中村 健一郎
(コード番号:3976 東証グロース)
問合せ先 執行役員 CFO 兼経営管理本部長 友清学
(電話番号:03-6743-1551)

2024年10月期 第2四半期決算に関連した質問へのご回答

Q1	MA (マーケティングオートメーション) は競合も多い市場と認識しているが、シャノンはその中でどういった点が競合優位性になっているのでしょうか。
A1	<p>提供しているソリューション領域の広さが競合優位性の一つになっております。</p> <p>機能開発や M&A により提供できるソリューション領域はこの数年で拡大しました。その結果、例えば、直近では MA+SFA を決め手にシャノンを選んでいただく事例も増えております。そのほか、CMS、広告など他のソリューションをカウンター商材とした商談も増加し、実際にそこから MA のご契約に結び付くケースも増加しています。また、社内教育の改善や営業資料の見直しなども毎期繰り返しており営業力自体の強化も進んでいます。</p> <p>その結果、数年前までは市場成長率並の成長率でしたが、直近は市場成長率を5%程度上回った成長を実現できており、今後の更なるシェア拡大に向けた兆しは出てきていると考えております。</p>

Q2	シャノンの競合優位性において、サポート体制はどの程度重要なのでしょうか。
A2	MA ソリューションを使いこなすという点で重要であり、例えば他社サービスからのリプレイス案件の場合では、機能性以外のポイントとしては、MA を使いこなすためのサポート体制の充実が決めてになることも多くなっております。

Q3	MA は今後、生成 AI に置き換えられてしまうのでしょうか
A3	<p>生成 AI の技術的な仕組み上、MA を生成 AI で置き換えることは難しいと考えています。生成 AI が行うことができるのは、入力言語に対するコミュニケーションが主となりますが、マーケティングにおいて欠かせないデータ処理を行うことはできません。よって、マーケティング業務のうち、メール文面や記事コンテンツを作成する、といったことには対応ができますが、AB テストを行うなど、データ処理を要する業務は実施することができません。</p> <p>一方で、「シャノンコンテンツアシスタント」(2月リリース)のように、MA サービスに対して付加価値を提供することができる存在ではあるので、当社としても更なるサービス価値の向上を目指す中で生成 AI は積極的にオプション機能として取り込んでいき</p>

	たいと考えております。
--	-------------

Q4	今後サブスクリプション売上の成長率を更に高めていく戦略を教えてください。
A4	<p>ターゲットとなる市場の面を広げる取り組みを計画しております。過去において十分な売上成長を作れなかった要因の一つは、競合のマーケティング活動が活発であったため、当社としてもターゲットとなる市場の面を広げる取り組みに投資をしきれなかった背景もありました。足元では競合環境も落ち着いてきたため、中堅企業から中小企業に対して面を広げていくことを進めてまいります。</p> <p>(2023年12月開示の「成長可能性に関する説明資料」P25においてもご案内済み)</p> <p>https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/9e607412/f88c/4320/bd32/4f3b789cca13/140120231212502225.pdf</p> <p>また、引き続き販売パートナーのチャネルを活用することで、サブスクリプションビジネスらしい成長を目指しています。</p>

Q5	サブスクリプション売上は今後さらに成長を加速する局面はできますか。
A5	<p>2023年12月に公開しました「成長可能性に関する説明資料」(P25)において、中期的にはターゲットを「ローエンド」に広げる旨を伝えておりますが、それに向けたパッケージサービスとしての整理、デリバリーの準備を進めております。こちらは準備ができ次第、プレスリリースをさせていただく予定です。これらのTAMを広げる取り組みにより、サブスクリプションビジネスらしい拡大局面を今後作っていくことができると考えております。</p> <p>※TAMとは、Total Available Marketの略であり、獲得できる可能性のある最大の市場規模を指します。</p>

Q6	サブスクリプション売上は結局儲かっているのでしょうか。
A6	<p>サブスクリプション売上は、システム提供サービスであるため、原価率は他の事業と比較して低くなっており、この売上比率が増えるほど利益が増えていくビジネスモデルになっています。サブスクリプション売上に関連するコストとしてサポート費用なども発生しますが、現状のサブスクリプション売上全体の粗利率は90%前後であり、ここから発生する利益に対してその他のコストをしっかりとコントロールすることで今後は利益が増加していくと考えております。</p>

Q7	今後の収益改善計画を知りたいです。過去の決算を踏まえると 2024 年 10 月期以降で急に黒字となり収益が拡大するように思えないためです。
A7	<p>前期までは、SaaS 企業の 40%ルール（売上成長率+営業利益率の合計が 40%を超えていること）を一つの指標に、売上成長率を高めるべく取り組んでまいりましたが、結果としてそれに見合う売上成長を実現することが出来ませんでした。このような状況を踏まえて改めて計画を見直し、しっかりと利益を生み出すことを当面は重視していきたいと考えております。具体的には現状の売上に対して適正な組織規模を目指した人員調整（退職による自然減、他事業への異動）などを行ってきました。</p> <p>当社の主力ビジネスであるサブスクリプション売上は、每期売上が積み上がりますが、その売上増加曲線と同じ曲線でコストが増加するものではなく、他事業と比べても利益率が高いビジネスです。サブスクリプション売上の成長と併せてコストをしっかりとコントロールすることより、サブスクリプション売上の増加がそのまま利益に直結するように予算策定をしていることから、今期以降は収益が生み出せる計画となっております。</p>

Q8	毎年 1Q、3Q に業績がへこむように見えますが、その理由を教えてください
A8	<p>他の売上に対して、サブスクリプション事業におけるプロフェッショナルサービス売上と、イベントクラウド事業の売上には季節性が強いことが要因です。</p> <p>第 2 四半期はプロフェッショナルサービス（人的サービス）の売上比率が高くなっており、というのも、大手企業は決算月となる 3 月までに納品をしてほしい、もしくは決算をまたいだ翌期 4 月に納品してほしいなどの要請があることも多く、納品時期が 3 月や 4 月に偏る傾向があります。</p> <p>また第 4 四半期はイベントクラウド事業の売上比率が高くなっており、ビジネスイベントは秋冬（特に 10 月～11 月がピーク）に開催時期が偏る傾向があるためです。</p>

Q9	総費用分析をみると、間接経費が非常に大きくなっているようにお見受けします。説明を読むと間接経費の内訳は「外注費」とのことですが、経費なのか外注費なのか、いずれでしょうか。またこの間接経費の増加は一定の時期で落ち着くものなのでしょうか。
A9	<p>当社の標準的なサブスクリプション売上は、ミドル（中堅企業）向けに提供している月額 12 万円～/1 年契約ですが、それと別にエンタープライズ向けの 1 案件数千万から 1 億円を超えるような案件があり、主な「間接経費」はそこで発生する外注・業務委託費用を集計している項目となります。このエンタープライズ向けの営業組織は、マーケティングのシステム導入だけではなく、コンサルティングも含めたサービスを提供しております。エンタープライズ向けで新規受注をした場合、正社員（固定費）で人件費を抱えると毎年コストコントロールが難しいことから、プロジェクトベースで外注・</p>

業務委託の方々にご協力をいただいております、それを間接経費として集計しています。2024年10月期は前期から続く大型のプロジェクトが帯で走り続けていることから、それに対応していくための変動コストとして、間接経費（中身はいわゆる外注費、業務委託費）が増加しております。

Q10 人員は自然減で減らしているとのことですが、調整は完了されているのでしょうか
 A10 今期売上計画に対して、現状はほぼ適正化が進んでいると考えております。なお、毎年の新卒採用は過去数年よりも人数を抑えた形で継続をしております。今後は事業規模に対して組織規模が先行しすぎないようにコントロールしていきたいと考えております。

Q11 新株予約権の回号が多いのですが、今後も新株予約権の方法を使った資金調達を行う予定はありますか

A11 新株予約権の回号数は多いのですが、大半は上場前に従業員向けに発行をしたものとなります。上場後に資金調達を目的として発行したのは、18回号以降であり、実際に調達できたものもありますが、第25回～第27回を除き既に未行使分については取得・消却が完了しております。現時点では、今後の追加の発行は予定しておらず、現在保有する新株予約権によって必要な調達をしたいと考えております。
 ※ 上場以降に発行した第三者割当による新株予約権は全部で9回回号であり、そのうち、実際に調達された金額は計316百万円

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

Q12	メタバース事業の今後の事業展開について教えてください
A12	<p>2024年10月期は、シャノングループ全体PLへの影響を最小限にすべく、今のビジネスサイズに合わせたコスト構造に変更して予算を策定しております。売上は着実に増加しており、6月上旬にプレスリリースしましたとおり、龍谷大学、同志社大学のように大学における利用、採用関連等の使い方にも活用例は広がっておりますし、佐賀県においてはバイヤーの商談会での活用をしていただきましたが、このような事例を横展開することを引き続き行ってまいります。</p> <p>メタバース市場は、マーケットとしては伸びることはあっても縮小することはないと考えております。よって、数年後にあるであろう、市場成長をとらえられればと考えております。</p>

各種 IR ライブラリー資料はこちら

<https://www.shanon.co.jp/ir/library/index.html>

- 本発表において提供される情報は、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。