



2022年10月期 第3四半期 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）

2022年9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. 2022年10月期 通期業績予想の修正
- II. 2022年10月期 第3四半期決算報告
- III. APPENDIX

I. 2022年10月期 通期業績予想の修正

業績予想の修正（2022年10月期 通期連結業績の修正）

業績予想修正の要因のサマリーは以下の通りです。

（－）：マイナス要因 （＋）：プラス要因

- （－） メタバース事業について大型イベントの受注が想定どおりにすすまなかった
- （－） 新型コロナウイルス感染症の第7波等の影響により、リアルイベント案件を主体とするイベントクラウド事業が想定以上の苦戦
- （－） サブスクリプション事業において、当期より新市場として挑戦しているパブリックセクター向け営業の立ち上がり、ソリューションの市場適応に想定以上に時間を要したことや、自治体の予算獲得時期のずれもあり、大幅に遅延
- （－） サブスクリプション事業における新規案件獲得から発生するプロフェッショナルサービス売上（ミドル市場向け）の単価が想定以上に下落
- （＋） 広告事業は、デジタル広告市場のコロナ影響が底打ちしたことや特定案件の特需、後藤ブランドのM&Aにより期初想定を上回る推移

※各コメントは詳細は後ろのページで補足説明しておりますので、そちらも併せてご確認ください。

業績予想の修正（2022年10月期 通期連結業績の修正）

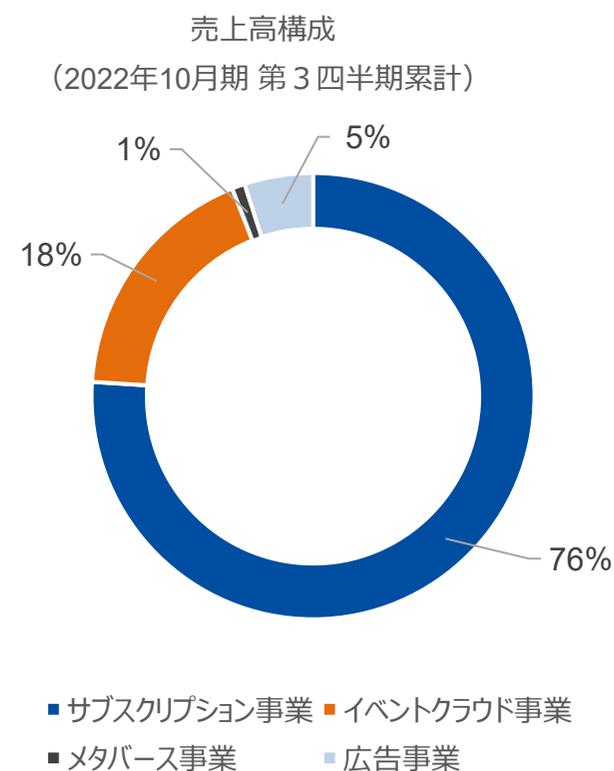
- 修正後の売上予想は前期比12.9%増となり、前期比では増収となる見込みではあるが、当初予算の水準には届かず。
- 広告事業は、後藤ブランド(株)を取得した影響もあり増加している。
- 販管費はほぼ予定通りに発生しているものの、イベント案件の不足等に起因して導入活動等が想定よりも減少した分、販管費の計上が増加している（案件稼働した分は売上原価となるが、それが想定よりも不足）。

	2021年10月期 通期実績	2022年10月期 期初予想	2022年10月期 修正予想	前期比
売上高	2,196	2,930	2,480	+12.9%
サブスクリプション事業	1,606	2,007	1,868	+16.3%
サブスクリプション	1,113	1,338	1,285	+15.4%
プロフェッショナル	492	669	583	+18.4%
イベントクラウド事業	529	635	435	-17.8%
メタバース事業	—	215	30	—
広告事業	59	73	147	+149.2%
売上原価	828	1,070	865	+4.5%
売上総利益	1,367	1,860	1,615	+18.1%
販売費及び一般管理費	1,355	1,795	1,871	+38.1%
営業利益（△は営業損失）	11	65	△256	—
経常利益（△は経常損失）	52	66	△247	—
親会社株主に帰属する当期純利益（△は親会社株主に帰属する当期純損失）	107	29	△248	—

II. 2022年10月期 第3四半期決算報告

報告セグメントの追加（広告事業）

- 2022年7月にM&Aを行った後藤ブランド株式会社（広告事業を担う）の売上は、事業セグメント「広告事業」に集計いたします。
- 当該追加に伴い、第2四半期は報告セグメント「その他」としておりました広告事業について、当第3四半期より「広告事業」として個別開示いたします。



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。

セグメント	内容
サブスクリプション事業	<p style="text-align: right;">最重要</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ サブスクリプション（年間契約） MA(*1) (SMP(*2))、CMS(*3) (vibit CMS Neo) のシステム利用料（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
	<ul style="list-style-type: none"> ■ プロフェッショナル MA、CMSに関する初期導入サービス、BPOサービス、WEB制作、マーケティングコンサルティング等
イベントクラウド事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ SMPを用いたイベントのシステム支援（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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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」のシステム利用料、従量課金、初期導入サービス、BPOサービス等
広告事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ デジタル広告の運用、コンサルティング、WEB制作等

*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 SMPとは、当社が提供するマーケティングオートメーションサービス「SHANON MARKETING PLATFORM」を指します。

*3 CMSとは、コンテンツ管理システムを指します。

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の仕入れに少なからず影響はある。従来からリザーブドインスタンスも活用しているため、関連費用全てに足元の円安が直接影響する訳ではない。
コロナ影響	あり	コロナ情勢を踏まえて、イベント開催の見合わせ等、イベントクラウド事業へのマイナス影響あり。足元ではオフライン（リアル）開催やオンラインと組み合わせたハイブリッド開催の案件が増加し、受注環境は好転。
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がある。
中国上海ロックダウン	なし	上海の拠点は開発チームのみ所属している。リモートで開発できる環境を構築済みであったため影響なし。現在は出社勤務。
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がある。
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、企業のデジタル投資がより促進され、しいては当社サービスの利活用に繋がる可能性がある。

セグメント別売上高の状況

● サブスクリプション売上は前年同期比で14.9%増

セグメント	売上高（百万円）	前年同期比	トピック
サブスクリプション事業	1,304	14.4% 増	
サブスクリプション	945	14.9% 増	新規顧客の獲得、既存顧客のアップグレードがけん引し、順調に推移しているものの、当期から取り組んでいるパブリックセクター向けは立ち上がりに苦戦し、業績への貢献は翌期に持ち越し。
プロフェッショナル	359	12.9% 増	エンタープライズ（*1）向けは順調に推移しているものの、ミドル（*2）向けは競争環境の中で単価下落により当初予算には届かず。
イベントクラウド事業	309	24.6% 減	昨年来のコロナの影響（足元では第7波の影響）によるリアルイベント案件減少により苦戦。
メタバース事業	16	—	営業の立ち上がりがやや遅れたものの、予定通りにサービスインし、今後の拡販に向けて徐々に実績も積み上がりつつある。大型イベント案件の受注に課題。
広告事業	85	127.4%増	広告事業はほぼ予定通りの進捗。2022年7月より後藤ブランド(株)も寄与。なお、前年同期の売上高についても収益認識会計基準を適用したと仮定した場合の前年同期比は286.1%増となります。

サブスクリプション事業は、旧マーケティングオートメーション（MA）サービスの売上を指しております。

イベントクラウド事業は、旧イベントマーケティング（EM）サービスの売上を指しております。

メタバース事業は、子会社（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」の売上を指しております。

*1 エンタープライズとは、サブスクリプション売上が月額50万円以上の顧客を指します。

*2 ミドルとは、サブスクリプション売上が月額10万円以上～50万円未満の顧客を指します。

連結PL（2022年10月期 第3四半期累計期間の実績）

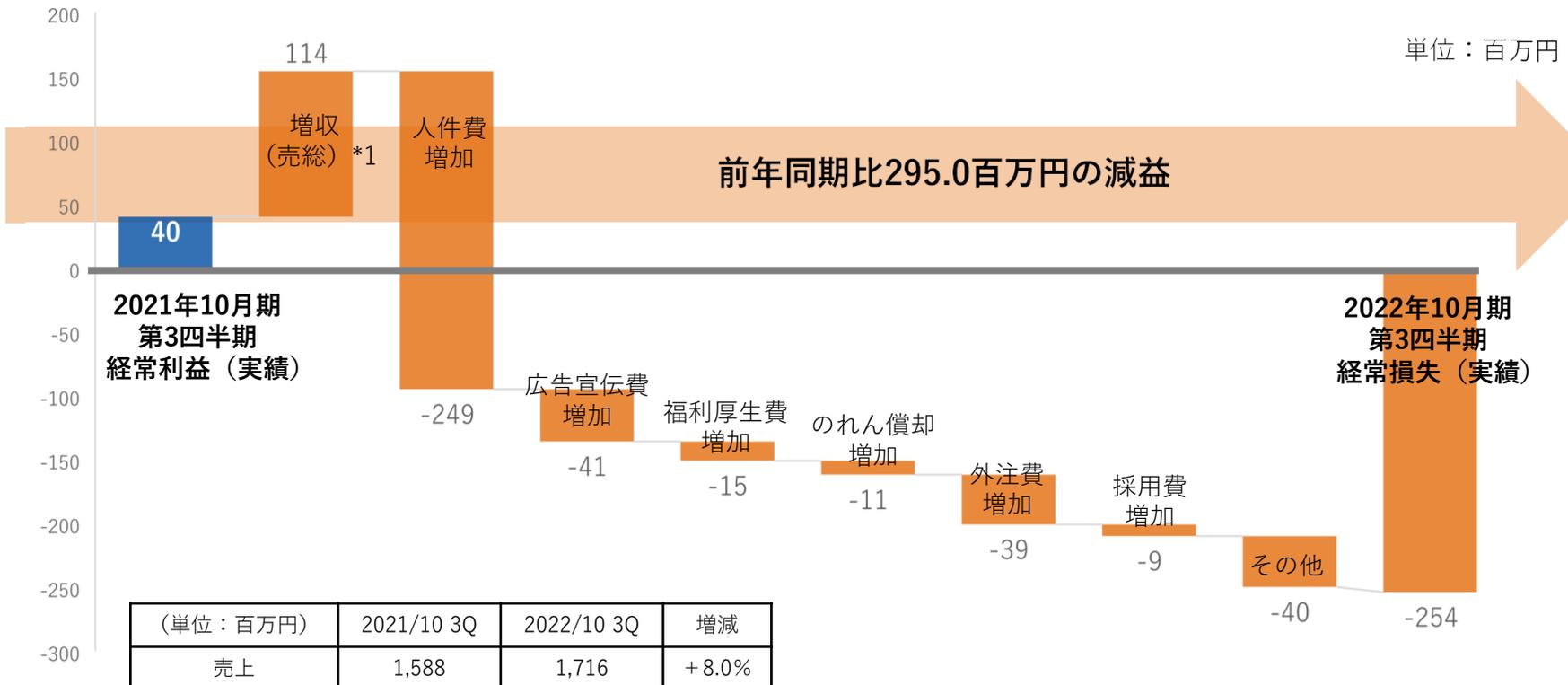
- 2022年10月期 3Qの累計期間業績の状況は以下の通りです。
 - ・ イベントクラウド事業は、案件不足とそれに伴う稼働率低下により採算が悪化
 - ・ メタバース事業は、投資先行となり赤字
 - ・ サブスク事業、広告事業は順調に推移しているものの、他の事業の状況をカバーできるまでの状況ではなく、営業利益以下の各段階利益は赤字

単位：百万円

	2021年10月期 第3四半期(実績)	2022年10月期 第3四半期(実績)	前年 増減率
売上高	1,588	1,716	+8.0%
サブスクリプション事業	1,140	1,304	+14.4%
サブスクリプション	822	945	+14.9%
プロフェッショナル	318	359	+12.9%
イベントクラウド事業	410	309	-24.6%
メタバース事業	—	16	—
広告事業	37	85	+127.4%
売上原価	559	572	+2.3%
売上総利益	1,029	1,143	+11.1%
販売費及び一般管理費	987	1,405	+42.4%
営業利益（△は営業損失）	41	△262	—
経常利益（△は経常損失）	40	△254	—
親会社株主に帰属する当期純利益 （△は親会社株主に帰属する当期純損失）	37	△256	—

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】

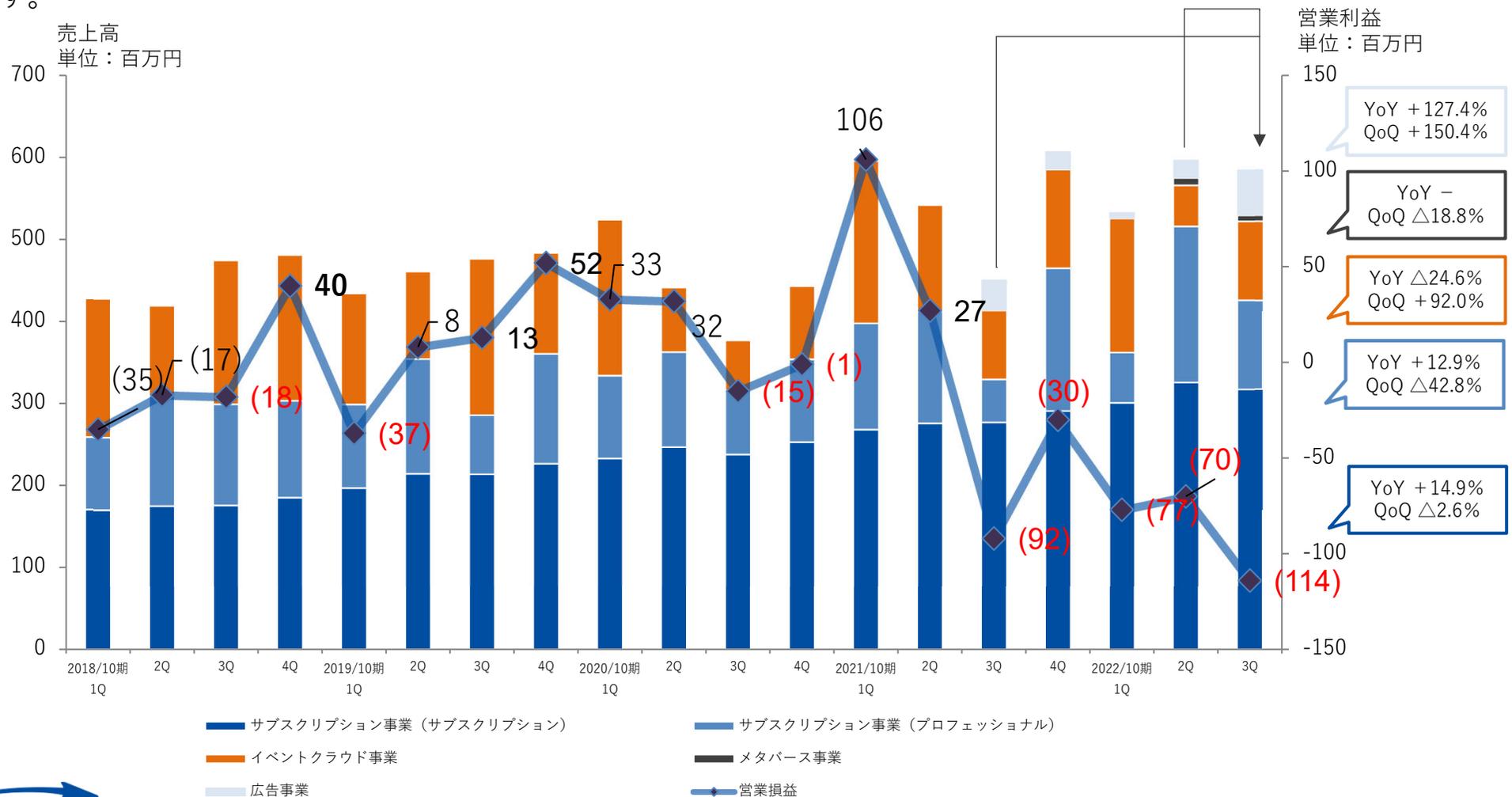
- 前年同期比で295.0百万円の減益となりました。
 - ・ 積極的な採用戦略により、人件費、採用費は前年同期比で増加。採用が遅延した分は外注費で穴埋め
 - ・ 営業人員の増加に伴い広告宣伝費（＝マーケティングコスト）が増加
 - ・ 企業型の確定拠出年金制度の開始に伴い福利厚生費が増加（その分、人件費に含まれる法定福利費が減少）
 - ・ ヴィビットインタラクティブ（2022年10月期1Q）及び後藤ブランド（2022年10月期3Q）のM&Aによるのれん償却費が増加
 - ・ その他の内容は、行動制限解除に伴う旅費交通費の増加や出社増加に伴う消耗品費の増加等



*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。

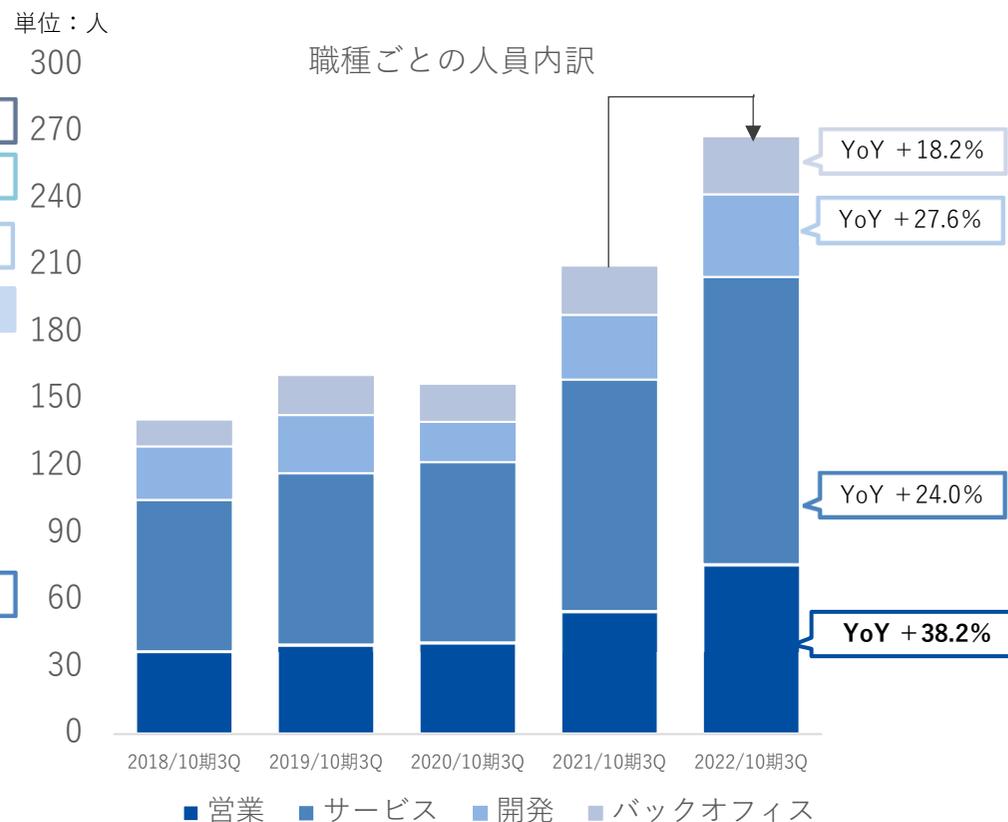
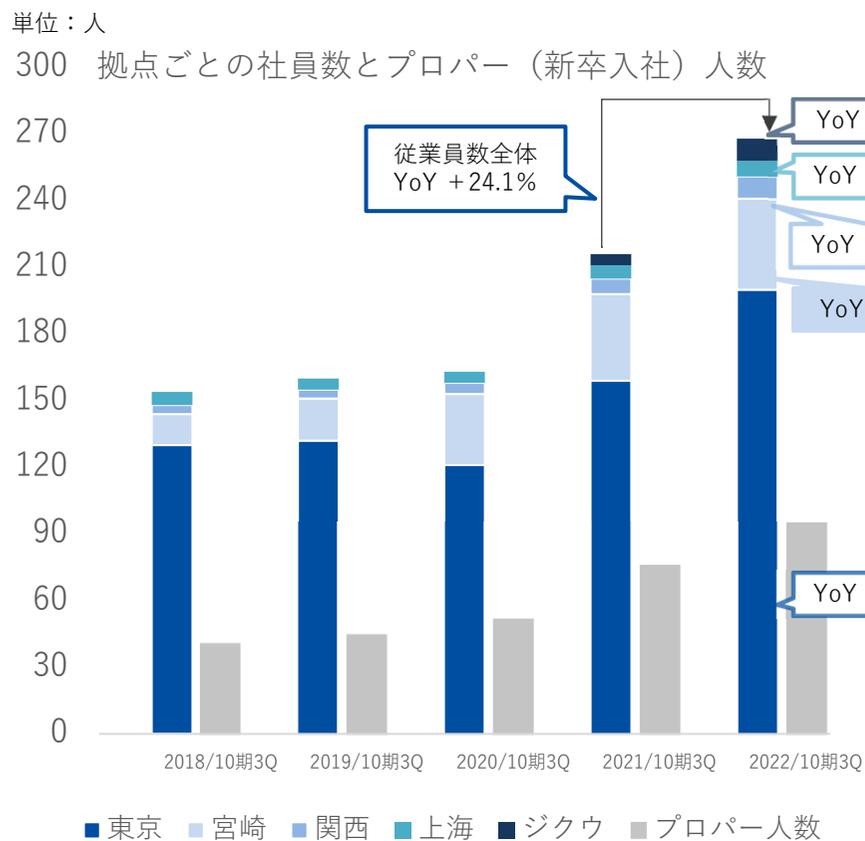
売上高構成比・営業損益（連結）推移

- 年間契約のシステム利用料（従量課金を含む）、有償保守サービス、BPOサービスで構成され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

- 事業拡大に向けて積極的な採用を継続しており、人員数は順調に増加しています。
 - 中途採用は営業職を中心に順調に進捗。なお、新規加入の営業職が売上に貢献するまでのタイムラグ（教育、研修期間を含む）は6か月程度を想定しています。
 - 2022年4月入社の新卒は27名と、昨年の28名入社と同水準が入社。2023年4月入社に向けても同規模の新卒採用を予定。
 - 新卒採用は引き続き強化。また中期では、中途採用の規模は相対的に減少していくことを想定。



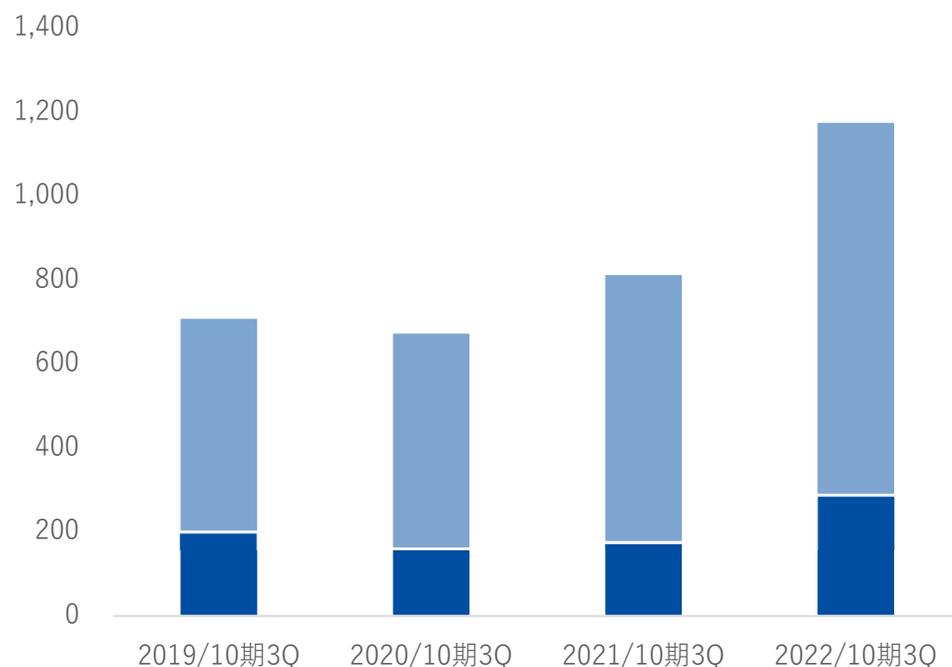
主要な営業費用の推移 ①総人件費／総外注費の推移

- 事業拡大に向けて積極採用しており、その結果総人件費は増加しています。
- 外注費の前年同期比における主な増加要因は、大型案件の導入リソースとメタバースイベントプラットフォーム「ZIKU」関連の開発リソース確保に伴うものとなります。なお、外注費については、採用進捗の遅延に対する穴埋めも増加要因となっておりますが、これについては今後の採用進捗に伴い縮小していく予定です。

※総人件費・総外注費ともに、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。

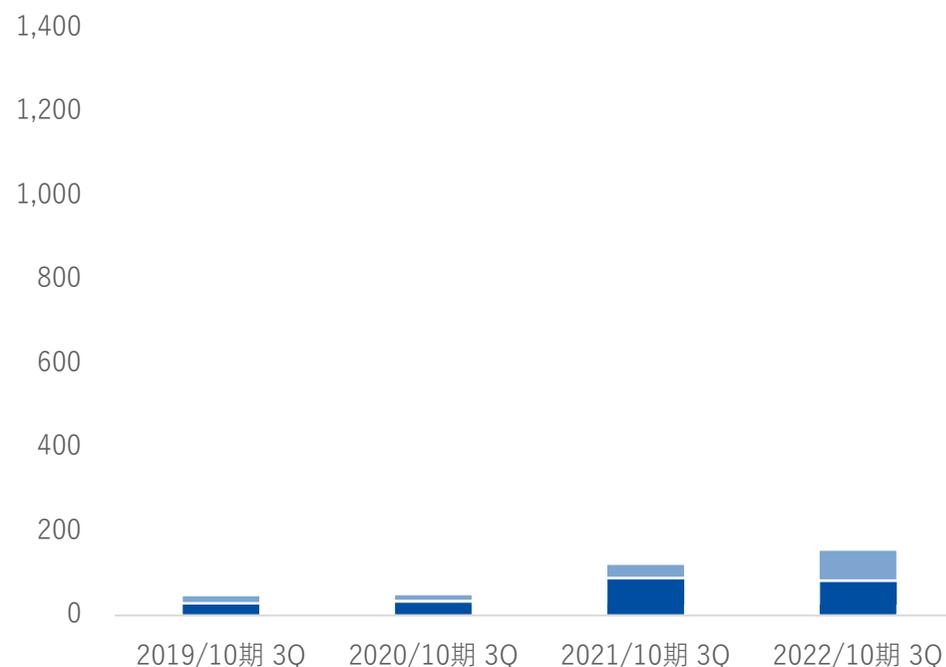
単位：百万円

総人件費の推移



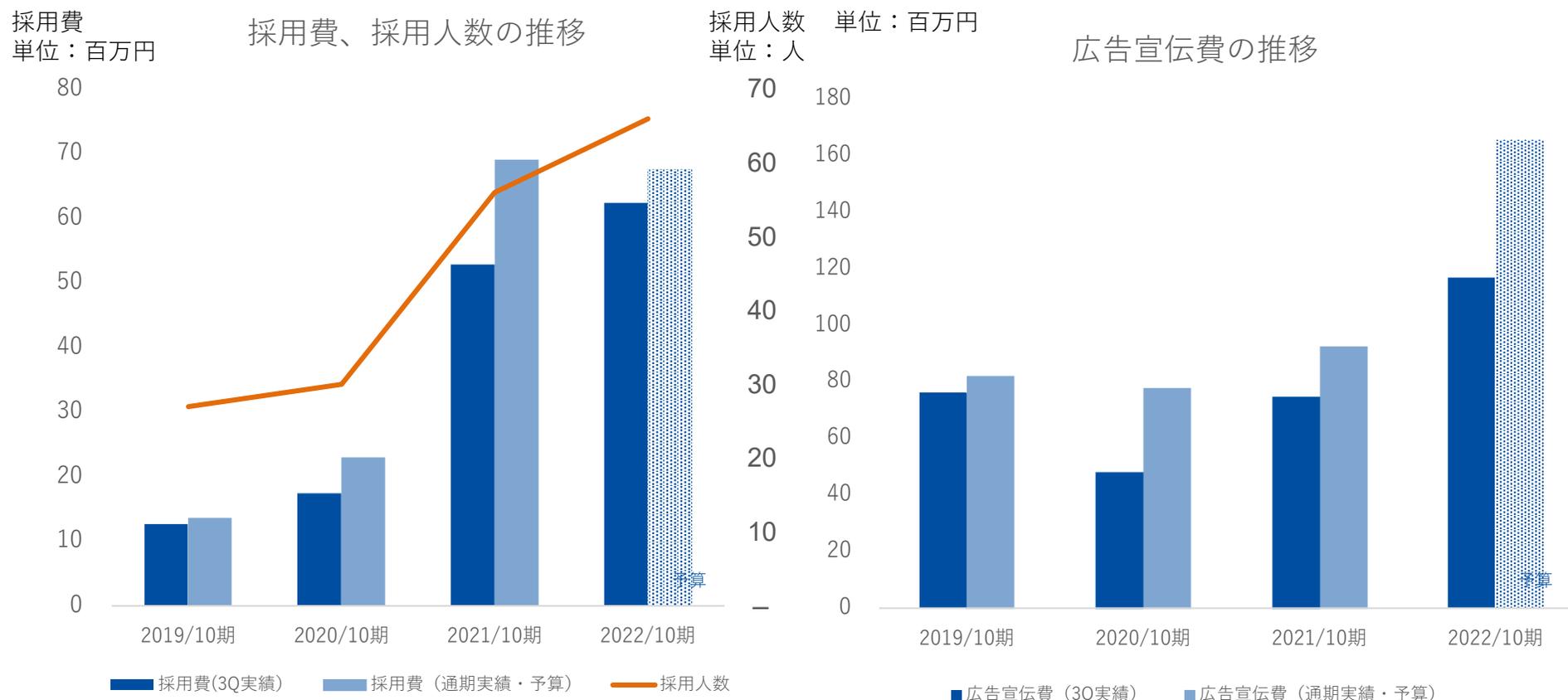
単位：百万円

総外注費の推移



主要な営業費用の推移 ②採用費／広告宣伝費の推移

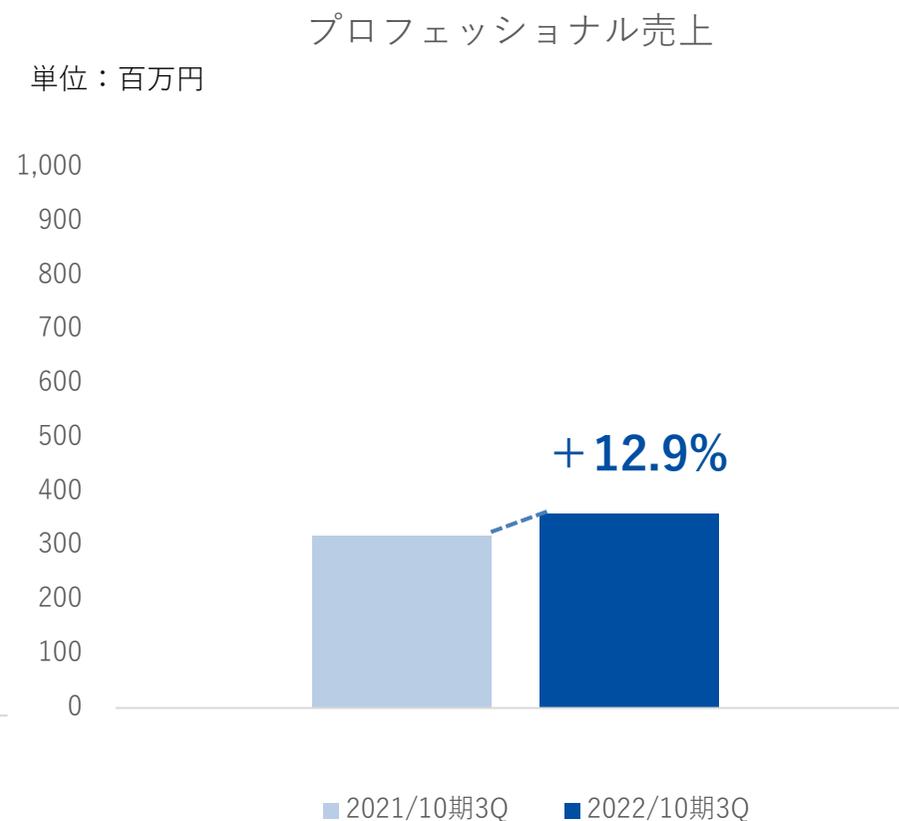
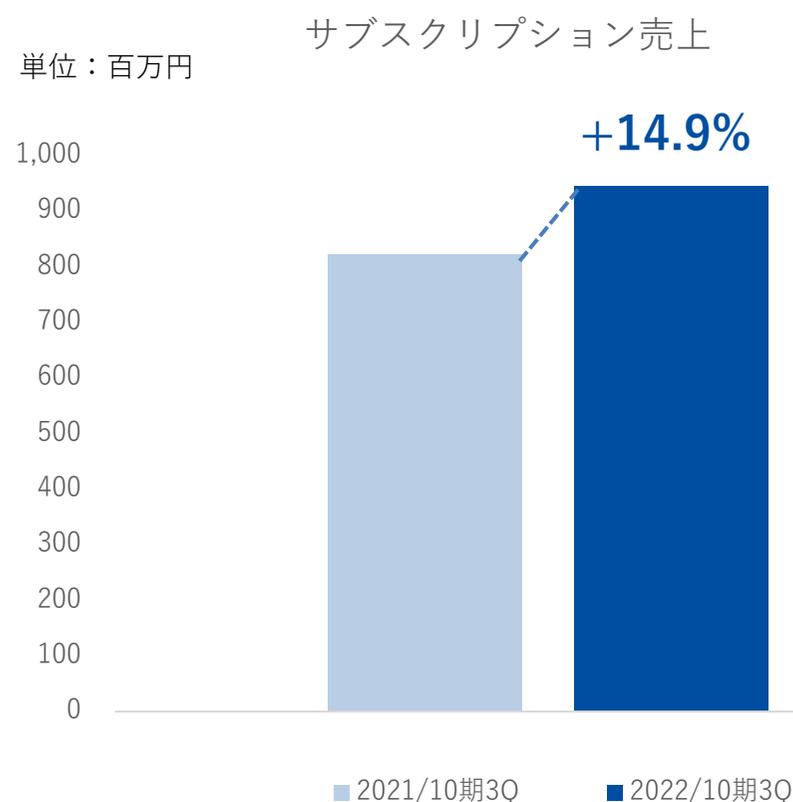
- 事業拡大に向けた積極採用により、採用費は増加しています。また、会社方針として特に第1四半期中の採用に力を入れていること、また近年は新卒採用（第2四半期中の入社）を強化しているため、採用費の発生は第2四半期までに偏重する傾向があります。
- 2022年4月には、27名（前期は28名）の新卒社員が入社、2023年4月入社も同規模の新卒採用を予定しています。
- 広告宣伝費は、営業戦力の増加に比例する形で増加しています（営業人員増加に伴うマーケティングコストの増加）。
- なお、採用費、広告宣伝費ともに、発生時期に偏りがあることが多いため、通期実績（予算）を併記しています。



サブスクリプション事業

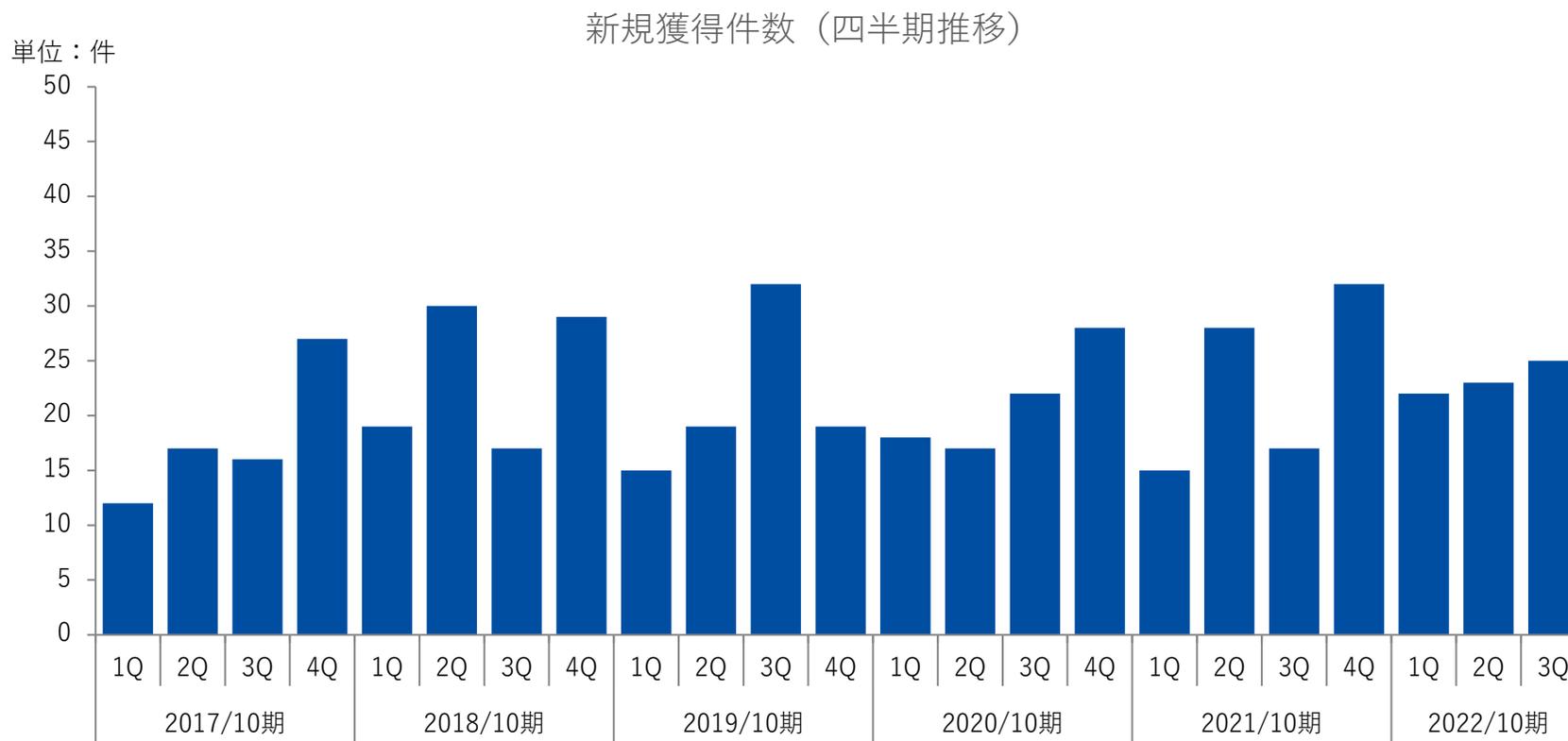
サブスクリプション事業売上の前期比較

- 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**14.9%増**となりました。ただし、当期から取り組んでいるパブリックセクター向けは、営業の立ち上がり、ソリューションの市場適応に想定以上に時間を要したことや自治体の予算獲得時期のずれもあり、当初予算に対しては大幅ビハインドとなりました。
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12.9%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。



※なお、上記にはCMSの新規獲得件数は含まれておりません。

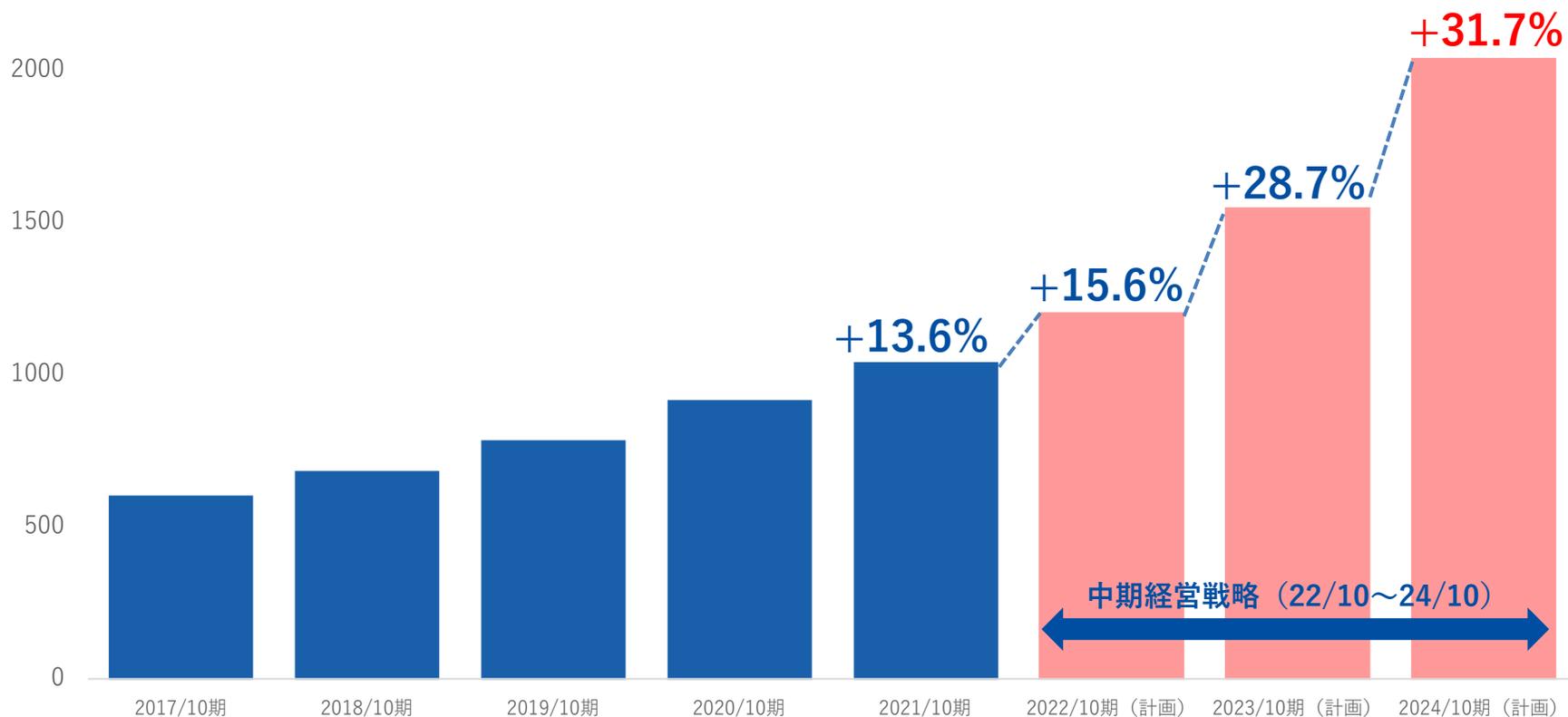
ARR(*2)推移

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、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
2500

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。

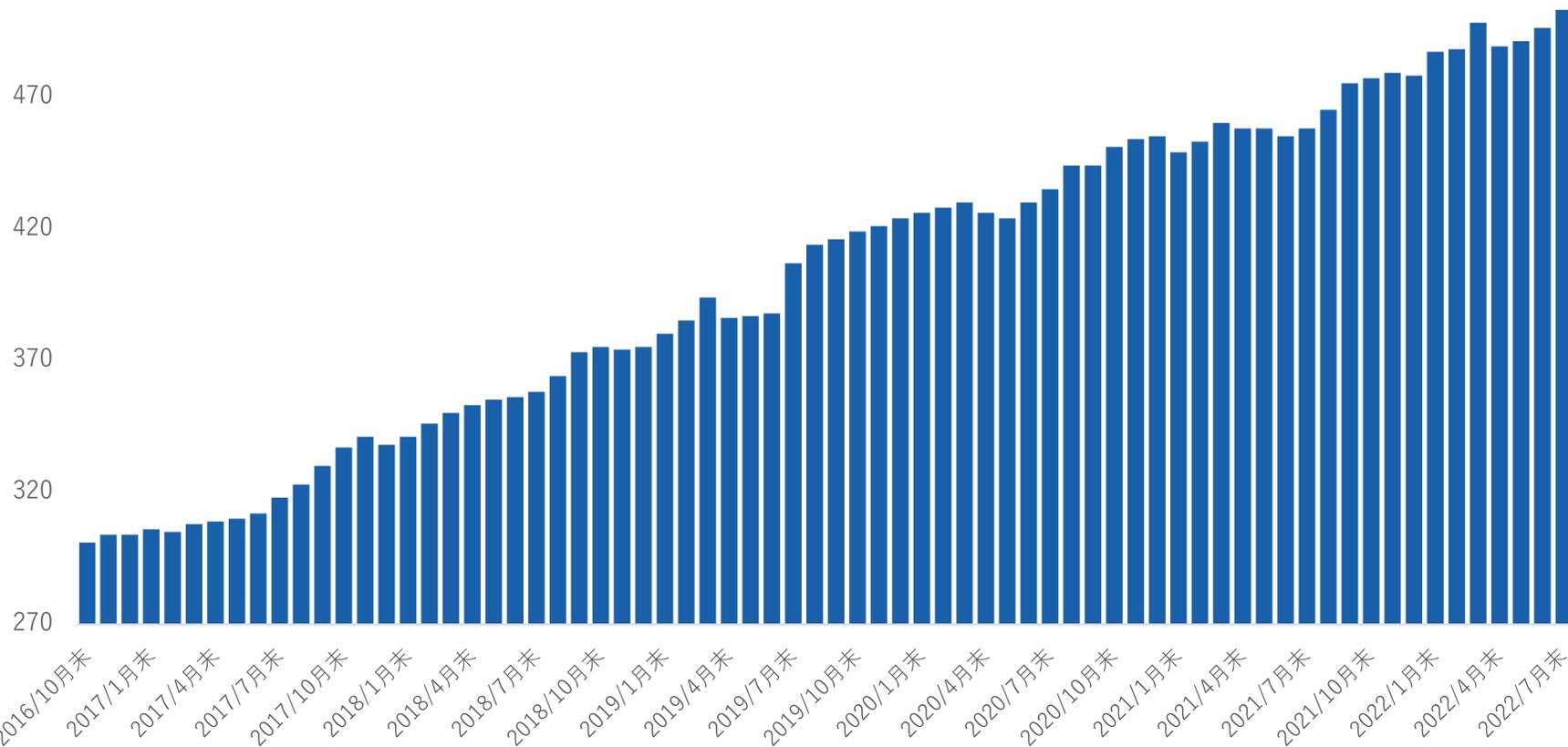
*2 ARRとは、Annual Recurring Revenueの略で、毎年決まって得られる1年間分の売上を意味します。当社では、*1のMRRを12倍（12か月分）にした数値をARRとしています。

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。

単位：件
520

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。

単位：百万円

350

サブスクリプション売上の内訳推移

300

YoY +14.4%
QoQ △-2.6%

250

200

150

100

50

0

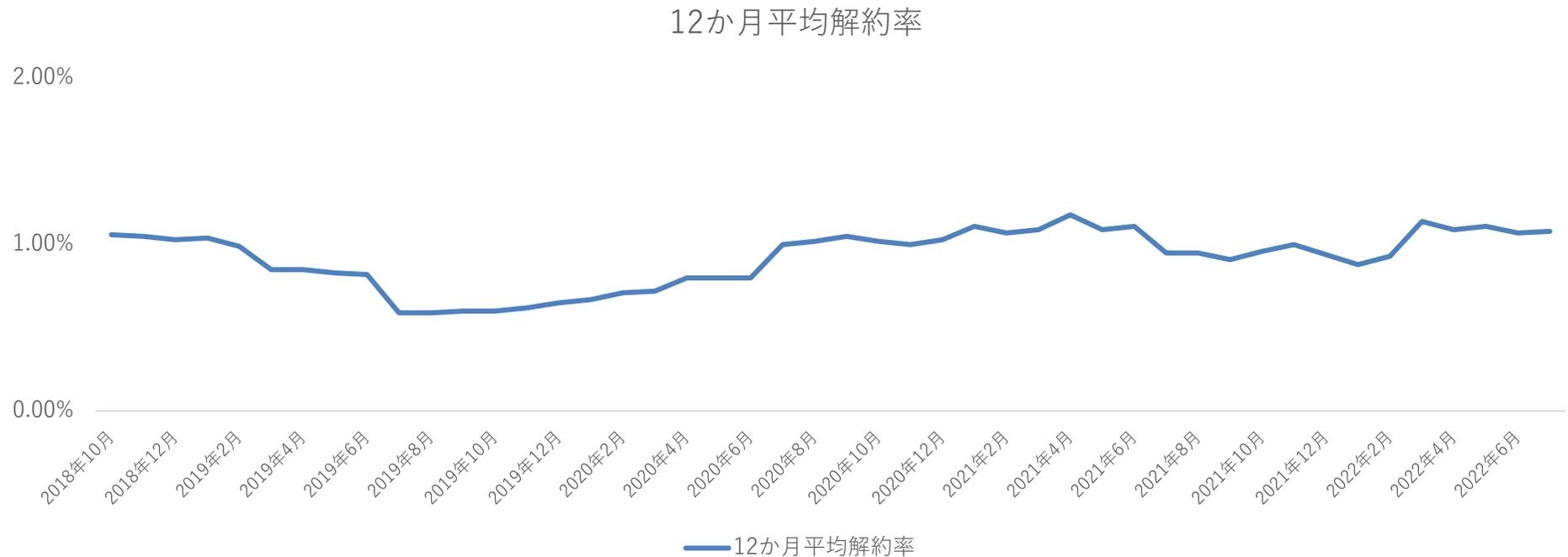


■ 月額：10万円以上50万円未満 ■ 月額：50万円以上 ■ 月額：10万円未満

サブスクリプションの解約率推移

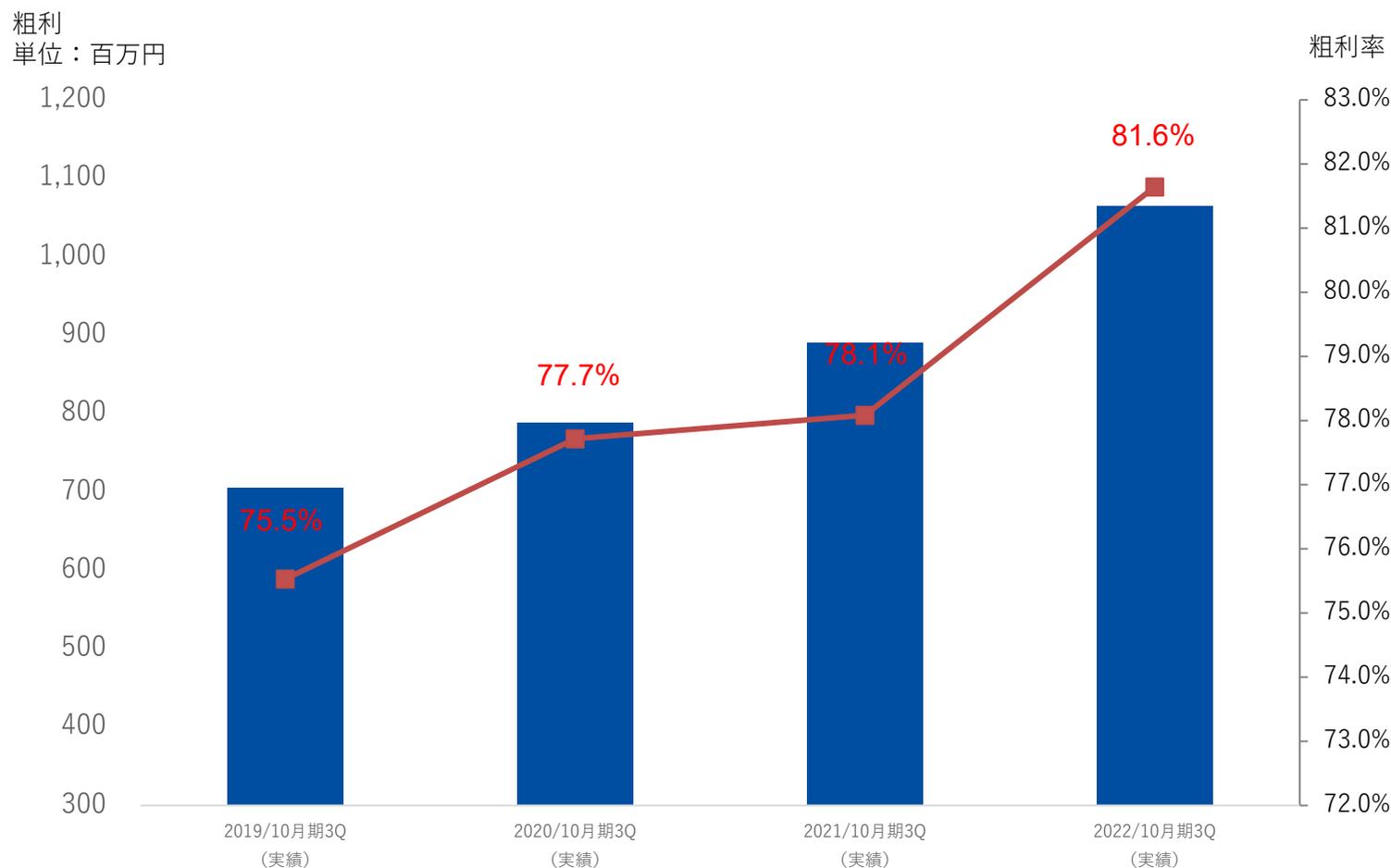
- サブスクリプション解約率の推移は下記のとおりです。
 - ・ 解約率については、月平均1%未満、年平均10%未満が目標
 - ・ 当社は3月末更新のお客様が多いため、例年4月の解約が大きくなる傾向があります

解約率の算定式 = $(\text{当月解約金額MRR} + \text{ダウングレード金額MRR}) \div \text{期初11月時点の既存月額MRR}$ の過去12か月平均



サブスクリプション事業 粗利率の推移

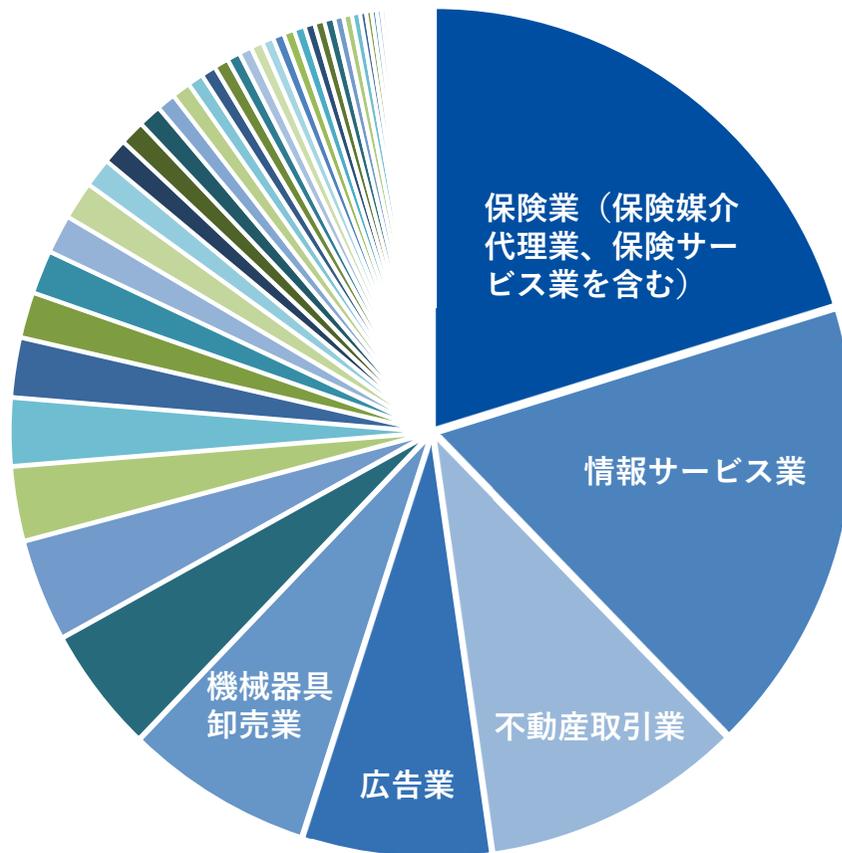
- 営業損益以下の各段階利益は、成長投資（主に、人材投資）の影響を受けます。
- サブスクリプション事業、イベントクラウド事業にまたがって発生するソフトウェア減価償却費（SHANON MARKETING PLATFORM）、サービス運用保守等を除いたサービス別の粗利推移は以下のとおりであり、サブスクリプション売上の積み上げに伴い、サブスクリプション事業粗利も着実に増加しています。



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）

- 取引先業種（日本標準産業分類）は多岐に渡っています（※ 2022年10月期 2Q実績）

※売上高の構成比率



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

狙い

- デジタル庁設立（2021年9月）、自治体におけるDX推進等のクラウドビジネスの市場環境には追い風が吹いている。
- 当社が提供するマーケティングオートメーションシステムは、自治体の課題解決の一翼を担えると考え、パブリックセクターをターゲットにした新組織を設置。

強み・優位性

- 国内製品であること
- クラウドサービス提供者としての実績
- 当社のセキュリティ、サービス品質
- 長年培ったマーケティングノウハウ

現状

- 2022年11月（2022年10月期1Q）より、パブリックセクターをターゲットとした専門組織を立ち上げ、期中に採用も実施
- 公共市場ニーズへのソリューションの適応調整と、地方公共団体への営業という新しい活動への適応にそれぞれ時間を要したが調整は完了しつつあり、今後の受注拡大に期待

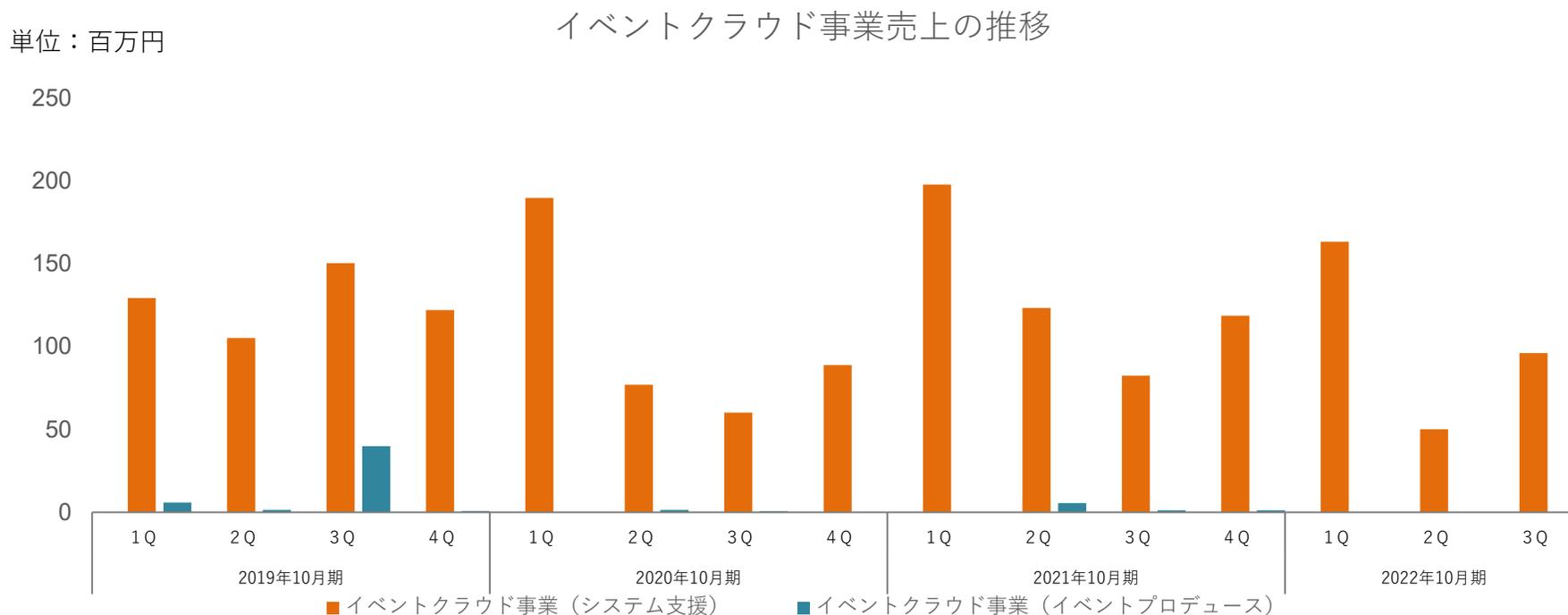
今後の取組み

- 事例を強化
- ソリューションの適応パターンを増加させ利用場面を増加させる

イベントクラウド事業

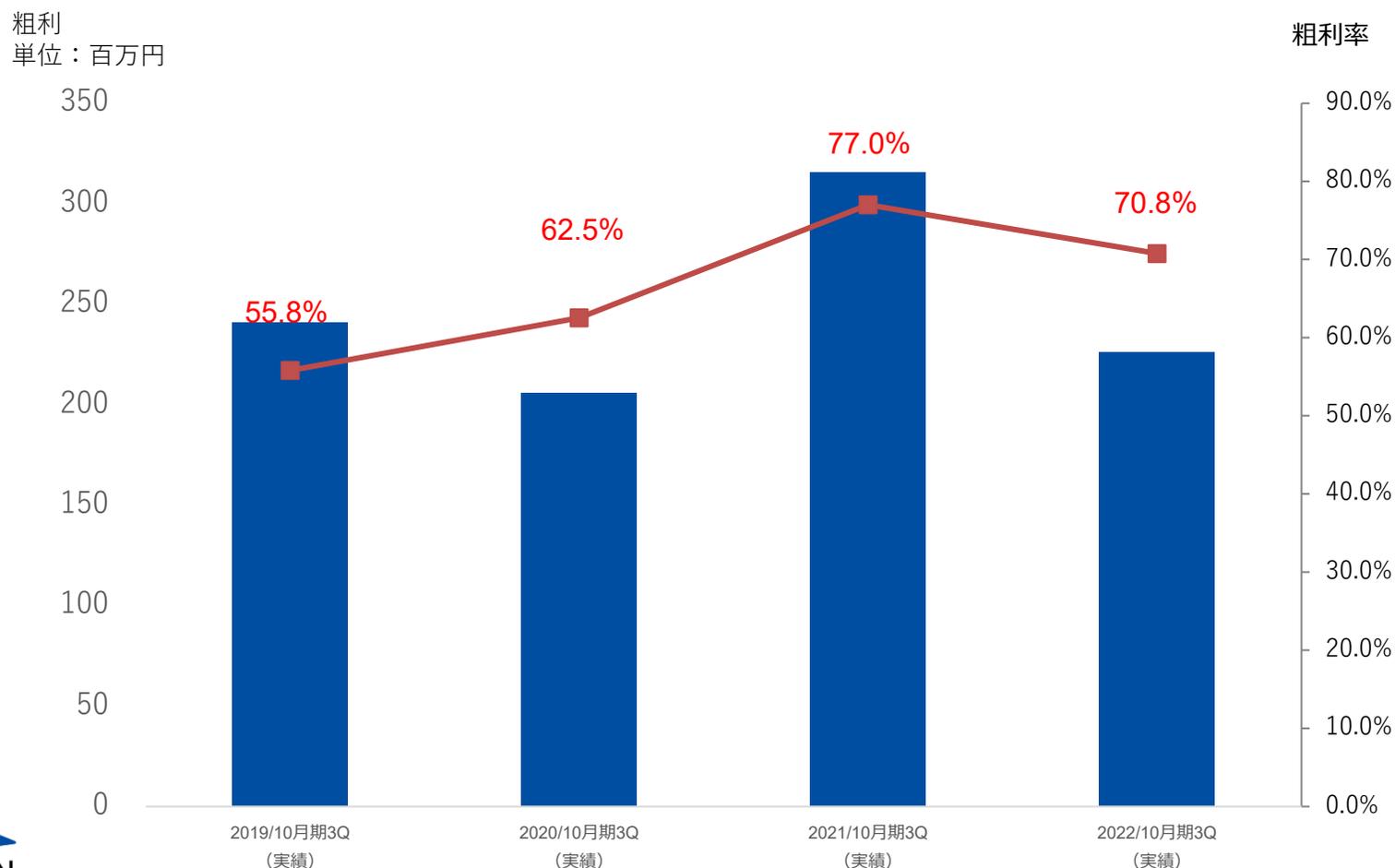
イベントクラウド事業売上の直近推移

- 第3四半期までの売上水準は、まん延防止等重点措置期間の影響等もあり期初計画からはビハインド。
- 足元では、オンライン・バーチャルイベント関連の受注・商談の傾向から、リアルやハイブリッド開催のイベント案件の受注・商談が増加傾向にあるものの、新型コロナウイルス感染症「第7波」の影響もあり、苦しい環境が続いている。



イベントクラウド事業 粗利率の推移

- サブスクリプション事業、イベントクラウド事業にまたがって発生するソフトウェア減価償却費（SHANON MARKETING PLATFORM）、サービス運用保守等を除いたサービス別の粗利推移は以下のとおりです。
- 2021年10月期3Q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。2022年10月期3Qは売上高自体が前年同期比で△100百万円となっていることも影響して粗利額も前年比で大幅に減少しています。

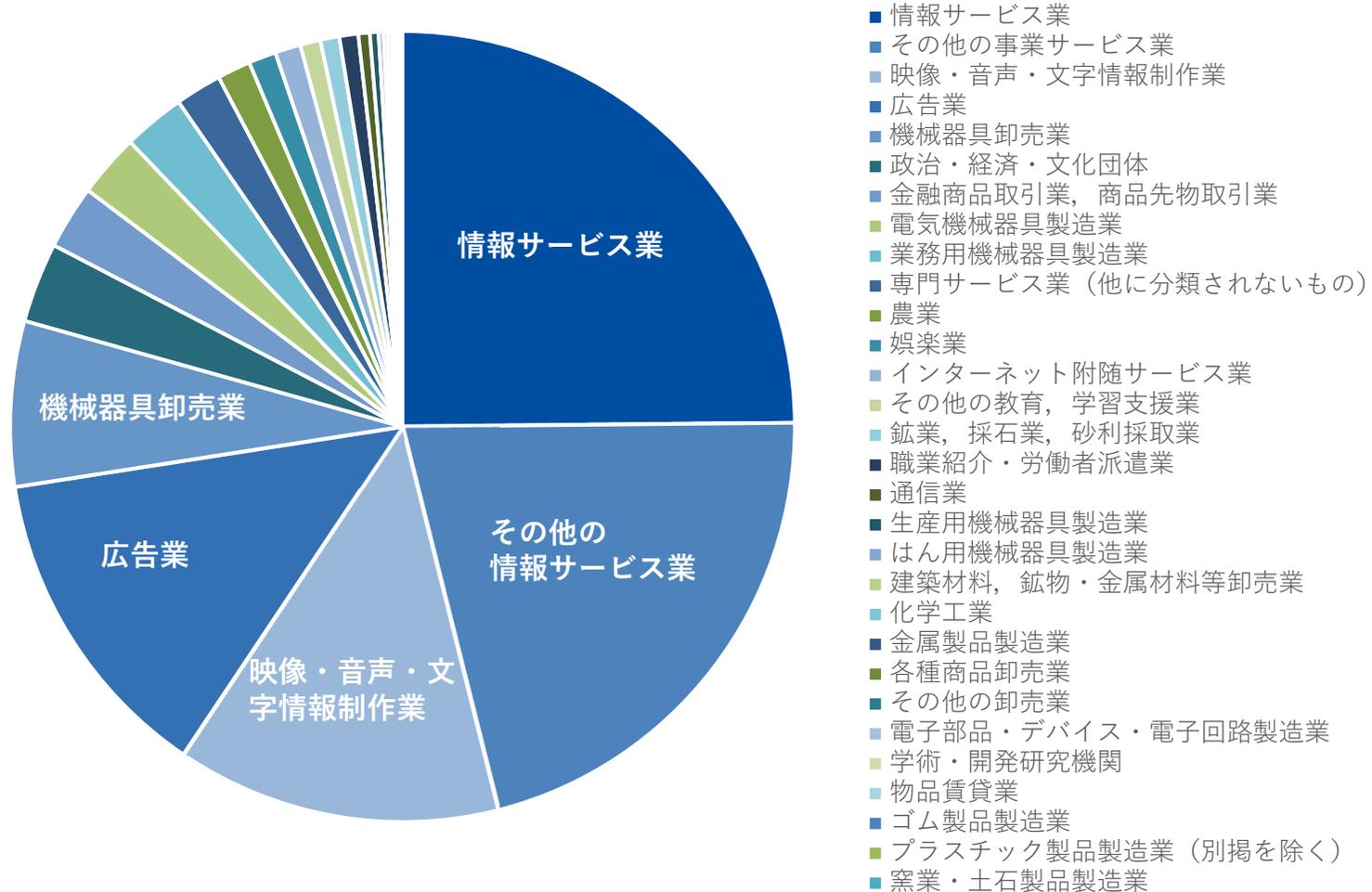


イベントクラウド事業売上高構成（エンドユーザー業種別）

サブスクリプション	イベントクラウド
メタバース	広告

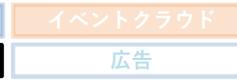
- 取引先業種（日本標準産業分類）は多岐に渡っています。（※ 2022年10月期 2Q実績）

※売上高の構成比率



メタバース事業

株式会社ジクウの事業進捗



- 大型案件は想定通りではなかったが、中小型案件は順調。受注から売上の転換は遅れてはくるが着実に実績を積み上げており、継続して中小型を軸に販売を強化。また機能開発を行い利用場面を充実させる方針。

未達要因

- 大型イベントの受注が想定どおりにすまなかった。前年度にコロナ対応で他社オンラインサービスの利用をしたが失望感が強くオンラインへの拒否反応が想定以上に高く、展示会はリアルシフトが強い。今後は展示会には海外向け等の利用シーンを明確にした形での販売を来期は想定してすすめる想定。

市場動向

- 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。

営業状況

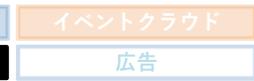
- 2021年11月よりメタバースイベントプラットフォーム「ZIKU」の提供を開始（特許出願中）
- メタバース型イベントへの興味関心は高く、直接の問合せは想定以上。また、展示会出展では想定以上の反響があり、リード（見込客）情報も多数獲得できている。
- 3Q以降メタバースへの漠然とした興味だけの商談は減り、具体的な商談が増加しており受注増。
- メタバース開催することで、その他の従来型のオンラインイベントに飽き始めている来場者に対しても集客を見込めるという点が好評。
- ウェビナー開催時に、他のツールにはない、メタバース空間での接客機能が好評。他のオンラインイベントツールよりも商談化率が高いところを評価されている。
- パートナー開拓も進み、大規模なパートナー企業での全社レベルでの販売促進も進みつつあり、パートナー経由の商談も増加中
- SMP連携もリリースされ、今後ニーズ増加が見込まれるハイブリッドイベントへの対応も完了。アフターコロナのイベントニーズに対しても包括的に対応可能となった。

今後の取組み

- 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。
- 代理店向けの動画説明などの販促ツールを増やし、代理店網を強化
- 機能開発を行い利用場面を増加させる。具体的には展示会では「翻訳機能」で海外市場適応、採用イベントには「スマホ対応」、プライベートショーには「マルチプレイ」等を順次開発し投入していく。

ZIKUの公開事例／サービス内容

※事例を一部抜粋



展示会

The 41st
JAPANTEX 2022
INTERIOR TREND SHOW

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

AC Appexchange Consortium

特定非営利活動法人
アップエクスチェンジコンソーシアム様



一般社団法人シーコンソーシアム様



DX EXPO/ ニューノーマル
ワークスタイルEXPO実行委員会様

プライベートショウ

TCG
TANABE CONSULTING GROUP

株式会社タナベ経営様

コンテスト



公益財団法人京都中小企業振興センター様

ウェビナー

GMO MAKESHOP
GMOメイクショップ株式会社様

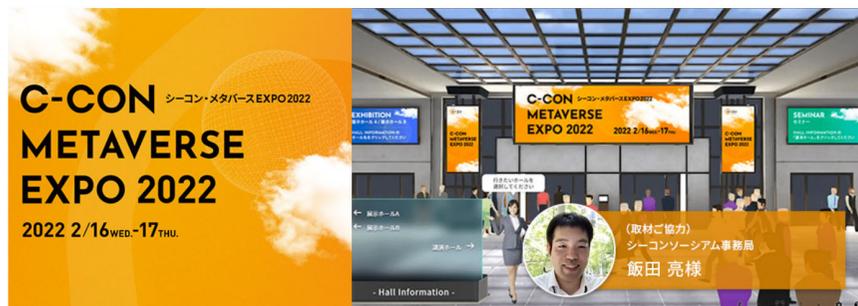
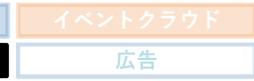
日本M&Aセンター
株式会社日本M&Aセンター様

採用系イベント

TBA
(To Be Announced)

- 基本価格体系は、1ブース15万円×出展ブース数+来場者従量課金（その他有償オプションあり）
例：10社が出展するイベントをZIKUで開催する場合
15万円×10ブース=150万円+来場者従量課金がジクウの売上となります。
出展ブースが増えるほど、また来場者数が増えるほど、ジクウの売上は大きくなります。
- 「ZIKU」は各社が自ら導入作業を行うセルフサービス型で、ジクウの人員はサポート担当が中心
- また、ジクウは導入作業は原則として請け負わないため、今後の拡販にあたり導入作業リソースがボトルネックとなることはありません（導入作業やカスタマイズを要する案件を受注する場合には、シャノンに外注することを想定）。

【事例】 ZIKUをご利用されたお客様の声



一般社団法人シーコンソーシウム様は、来場者に出展企業の製品・サービスを深く理解してもらう目的で、またリアルイベントのような出展企業と来場者間の双方向コミュニケーションを実現するため、ZIKUを採用いただきました。シーコンメタバースEXPO2022では、これらの課題を解決でき、しかも集客はメタバース効果で**前回比416%**と大幅増となりました。

NPO法人 AppExchangeコンソーシウム

Salesforce
AppExchange
Virtual EXPO 2022
最速で使えるSaaSアプリ



2022.03.03 THU
オンライン開催



Salesforce の利用企業様がAppExchangeの特性・活用法などをご体感いただけるAppExchangeの専門展示会 (AppExchange Virtual EXPO 2022) にて、メタバースイベントでユーザーへ目新しさを提供し、昨年 (コロナ禍) に対する集客の改善を図ることを目的とし、ご利用いただきました。その結果集客が**前年比161%**と大きく改善。メタバースイベントの臨場感がTwitterで拡散され、当日の集客を大きく伸ばすことができいております。

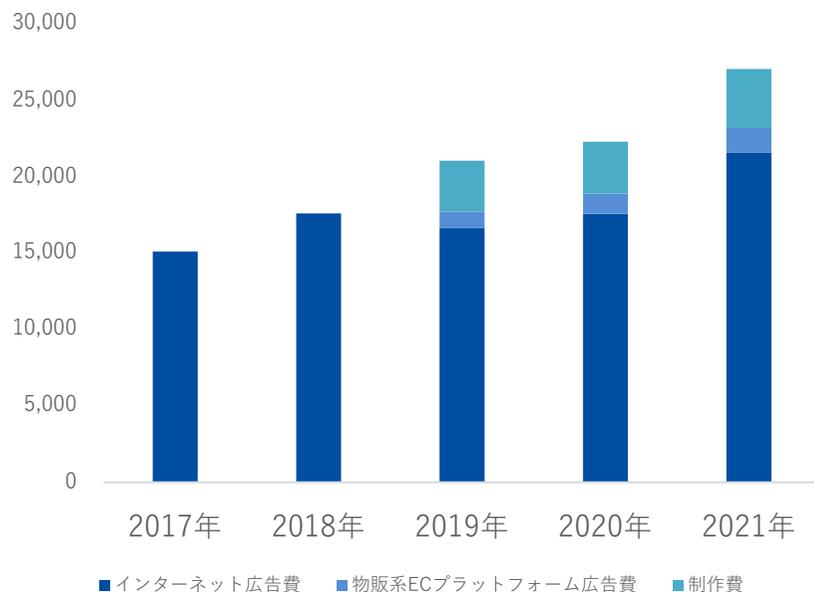
広告事業

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
- 22年7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できている
- 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」**を追加し販売の出だしは順調な状況

単位：億円

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

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

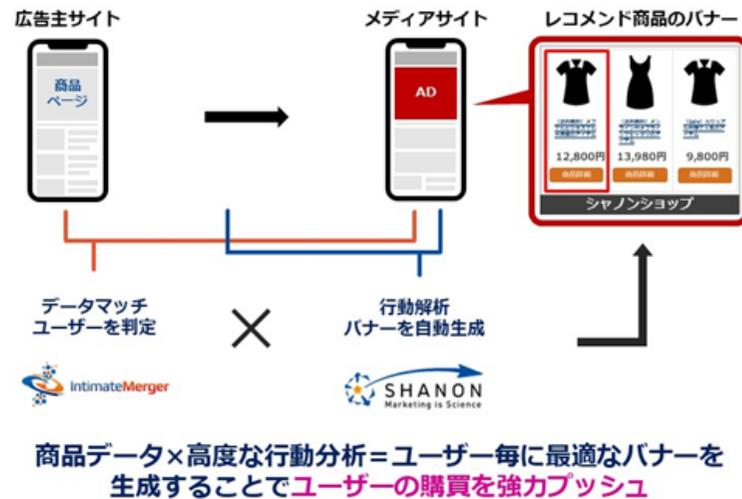
アナリティクス
 ・アクセス解析
 ・Googleアナリティクス
 ・ランディングページ分析（ヒートマップ
 ツール使用）

トピック

- 7月に国内初となるサードパーティークッキーに依存しない「ポストクッキーダイナミックリターゲティング広告」のサービス提供を開始し、既に受注案件も複数発生している。

ダイナミックリターゲティングとは？

3rd Party Cookieが使えないiOS環境でもダイナミック広告を配信



国内初のCookieレス対応

「Intimate MergerのIM-UID」×「SHANONの広告配信ノウハウ」



III. APPENDIX

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。



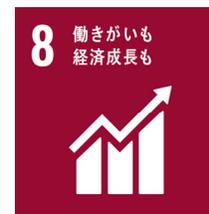
顧客企業、パートナー企業

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（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。



ウィズコロナの体制

- 2年経過した現在も引き続き在宅勤務を組み合わせた勤務を継続
- 社内のフリーアドレススペースを增強し、出勤時に密になる環境を極力排除
- マスク着用の徹底や手指消毒液、アルコールタオル、非接触体温計を社内各所に設置、会議室の定員数削減等により社内感染予防
- アフターコロナ時に社内でオンラインミーティングに参加する社員が増えることを見据え、オンラインミーティング用のスペースを設置

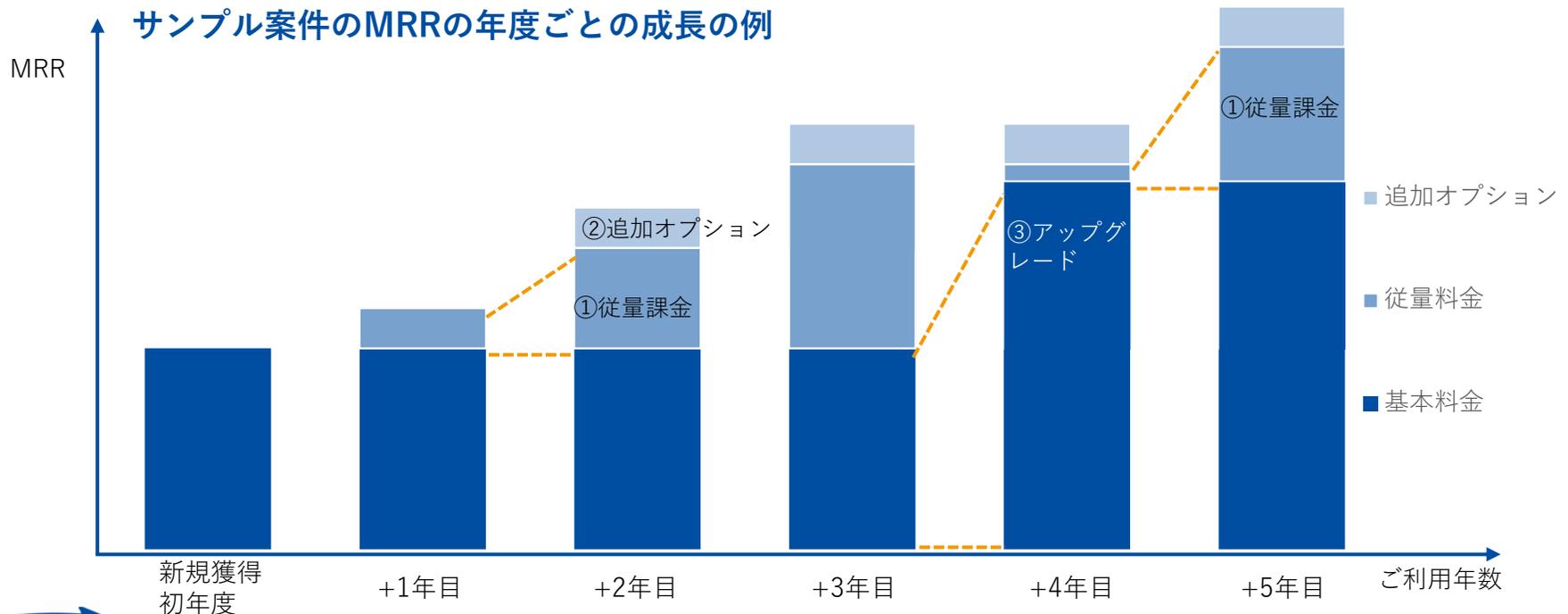


サブスクリプション売上の成長（案件単位）のサンプルケース

- **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。

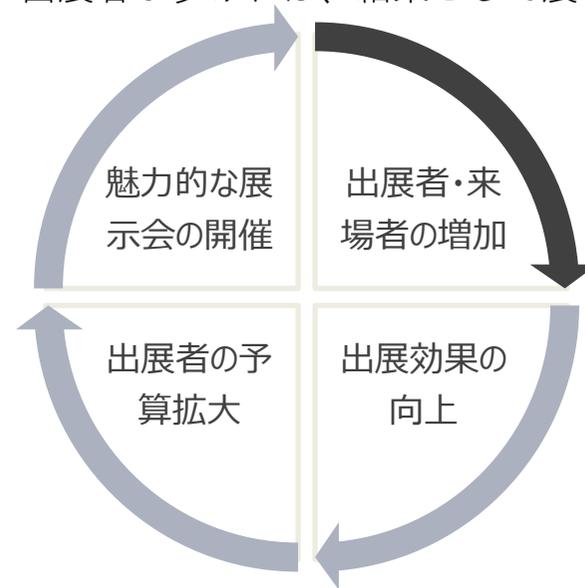
$$\text{サブスクリプション} = \text{前月までのMRR} + \text{新規獲得MRR} + \text{従量課金} + \text{アップグレード／追加オプションMRR} - \text{解約／ダウングレードMRR}$$

※更新率と相関
※サブスクリプションは年間契約



展示会の登場人物と、展示会成功パターン

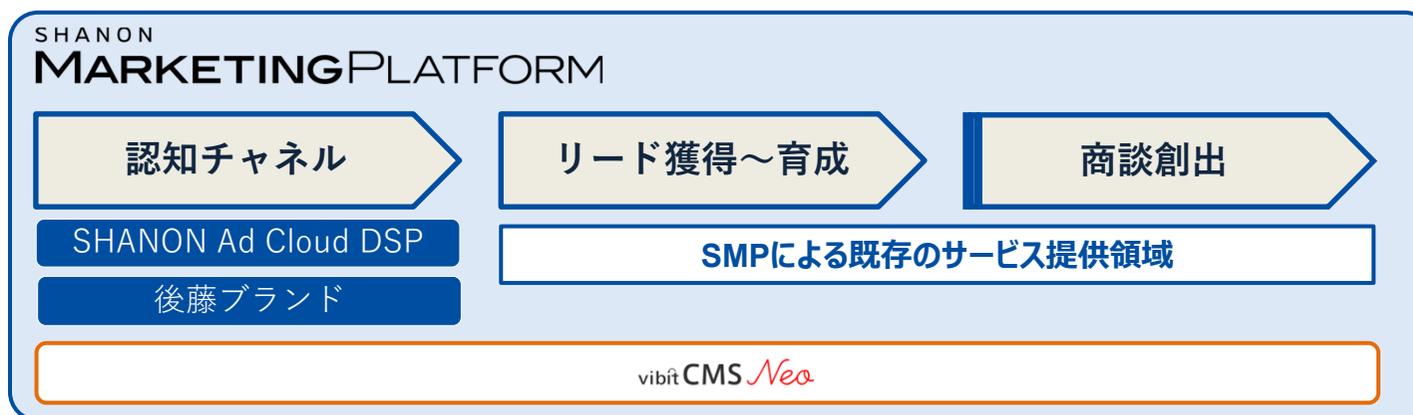
- 展示会では、展示会そのものを主催する「主催者」、展示会に出展を行う「出展者」、展示会に参加する「来場者」の3者が登場します。
- 一般的な展示会における主催者の収益は、出展者数（出展団体数）、出展の小間数（1ブース当たりの広さを指し、広くなるほど）に応じて変動します。
- 展示会が魅力的であるほど来場者は増加し、また来場者数・出展効果が見込める展示会には多くの企業が出展を行います。また各出展者も自社で集客を行うことから、出展者が多ければ、結果として展示会全体の集客増、出展効果の向上につながります。
- 展示会が魅力的であるほど来場者は増加し、また来場者数・出展効果が見込める展示会には多くの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

M&Aしたサービスとのシナジー効果

- 2021年10月期に実施したM&Aにより、デジタル広告（DSP）サービス（SHANON Ad Cloud）並びにCMS（Vivit CMS Neo）がサービスが加わり、シャノンが提供するソリューション領域が拡大しています。
また、2022年10月期3Qに実施した後藤ブランドのM&Aにより、デジタル広告の運用・コンサルティングサービスが強化されています。
- SHANON MARKETING PLATFORM（SMP）との連携開発等も順次取り組んでいますが、並行してクロスセルも推進しています。



M&Aの狙い	方向性
競争力強化	サービスの競合競争力強化のため、サブスクリプション事業「SHANON MARKETING PLATFORM」との製品連携開発等を2022年10月期中に計画
事業領域の拡大	事業領域が拡大することに伴い、当社全体の収益拡大につながる。
クロスセル（SMP既存顧客にAd/CMSをクロスセル）	製品連携が完了することで利便性も高まり提案力拡大
クロスセル（Ad/CMSサービス既存顧客にSMPをクロスセル）	社内でのナレッジ共有、体制強化により成果拡大を目指す

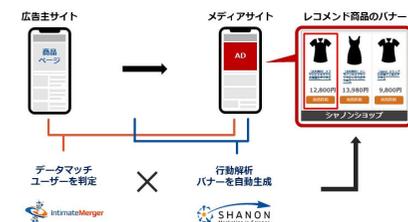
主なニュースリリース

- 【M&A】 広告事業を行っている後藤ブランド株式会社の全株式取得（子会社化、株式会社グランデツァの孫会社化）【2022年6月30日】
<https://contents.xi-storage.jp/xcontents/AS03657/3a1e3189/d030/47fe/84e6/1a385dc3d739/140120220630592622.pdf>
- 【事例】 ブラザー販売様のラベルプリンターとシャノン製品を組み合わせたイベント受付事例を公開【2022年6月30日】
<https://contents.xi-storage.jp/xcontents/AS03657/344b6858/18da/400b/9aa7/662f20d83681/140120220630592722.pdf>
- 【展示会】 中部最大のIT展示会である「Japan IT WEEK 名古屋」に出展【2022年7月4日】
<https://contents.xi-storage.jp/xcontents/AS03657/8413057b/6822/4750/939a/8c9422e2a460/140120220704594718.pdf>
- 【受賞】 日本のSaaS・ソフトウェアTOP50の表彰である「ITreview Best Software in Japan 2022」で7位を獲得【2022年7月7日】
<https://contents.xi-storage.jp/xcontents/AS03657/4144788d/5b01/4ddb/8fca/a1c69451b56d/140120220707596342.pdf>
- 【受賞】 シャノンの提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」が「ITreview Grid Award 2022 Summer」のLeaderを受賞【2022年7月13日】
<https://contents.xi-storage.jp/xcontents/AS03657/1e4e90c5/fb4e/40c6/9b25/e76172b96c49/140120220713598856.pdf>
- 【国内初】 シャノンはインティメート・マージャーと共同で「SHANONアドクラウド」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【2022年7月14日】
<https://contents.xi-storage.jp/xcontents/AS03657/eb0c8e4b/07f3/497e/a12d/cc584349374c/140120220714599526.pdf>
- 【M&A】 子会社（後藤ブランド株式会社）による孫会社（株式会社グランデツァ）の吸収合併を発表【2022年7月15日】
<https://contents.xi-storage.jp/xcontents/AS03657/3b92f31f/c23e/4b31/a2f2/3ab051d35ccd/140120220715500617.pdf>
- 【ZIKU事例】 GMOメイクショップ株式会社様主催の「MAKESHOP DAY 福岡支社5周年記念セミナー」に採用【2022年8月5日】
<https://contents.xi-storage.jp/xcontents/AS03657/812a6575/e12d/4481/bd3a/a438d89a1a97/140120220805512829.pdf>



ダイナミックリターゲティングとは？

3rd Party Cookieが使えないiOS環境でもダイナミック広告を配信



商品データ×高度な行動分析=ユーザー毎に最適なバナーを生成することでユーザーの購買を強力プッシュ



主なニュースリリース

- 【取材記事】週刊東洋経済の連載コーナー「発見！成長企業」に「マーケティング業務を効率化」するサービス提供企業として掲載【2022年8月10日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/6a88c043/27bb/4674/8fab/e77d5418673e/140120220810516968.pdf>
- 【お知らせ】利用料を最大50%補助！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が補助金対象ツールに【2022年8月15日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/c0ad4992/6856/4bfb/9f45/f3cb98969a34/140120220815520083.pdf>
- 【ZIKU事例】不動産業界専門誌である「住宅新報」および「住宅新報web」にメタバースイベントプラットフォーム「ZIKU（ジクウ）」が紹介されました！【2022年8月19日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/0f13303b/120a/4cec/b625/ba79b317de04/140120220819521830.pdf>
- 【展示会】DX分野日本最大級の「フロントオフィスDXPO東京22」にて夏のマーケティング祭りを開催【2022年8月22日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/69efa630/6efd/400c/bdb5/29106eb21827/140120220822522619.pdf>
- 【ZIKU事例】メタバースイベントプラットフォーム「ZIKU」が株式会社日本M&Aセンター主催の「真夏のITメタバースセミナー！」に採用【2022年8月23日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/0d424554/6b9b/4008/9c38/fbba86de005c/140120220823522760.pdf>
- 【ZIKU事例】メタバースイベントプラットフォーム「ZIKU」がDXEXPOニューノーマルワークスタイルEXPO実行委員会主催のセミナーに採用【2022年8月29日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/18c5ac2c/e5bd/473e/aae8/bd03e193cad5/140120220829525073.pdf>
- 【展示会】第3回JapanマーケティングWeek関西に出展します【2022年9月7日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/1824e188/fc3b/4b51/ae36/341cf87df5b3/140120220907529370.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



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。