

2024年10月期 第3四半期決算動画書き起こし要約

本資料は、2024年9月12日(木)に開示した「2024年10月期 第3四半期決算補足説明資料」について、2024年9月12日(木)に公開した「2024年10月期第3四半期決算説明動画」を書き起こしし、要約をしたものです。



2024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）

2024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。

皆さんこんにちは。株式会社シャノンの代表取締役社長 中村健一郎でございます。
2024年10月期第3四半期の決算説明をさせていただきます。

目次

- I. 2024年10月期 第3四半期決算報告
- 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

目次は以下の通りです。

I. 2024年10月期 第3四半期決算報告

まず始めに第3四半期決算のハイライトからご説明します。

ハイライト（2024年10月期 第3四半期）

- 収益性を重視した予算編成で事業に取り組みつつも、新規MRR獲得額は過去最高となるなど、主力事業の収益性は大きく改善傾向にあります。
- なお、サブスクリプション事業、イベントクラウド事業ともに、第4四半期中に売上計上を予定している案件も多くあります。

2024年10月期第3四半期（累計）
サブスクリプション売上高

1,192百万円
(前年同期比14.6%増)

2024年10月期第3四半期（累計）
新規MRR獲得額（過去最高）

今期**11**百万円増
(来期は11百万円×12か月が売上貢献)

2024年10月期第3四半期（累計）
サブスクリプション事業
セグメント損益

132百万円
(前年同期比155.8%増)

2024年10月期第3四半期（累計）
イベントクラウド事業
セグメント損益

8百万円
(前年同期△14百万円)



サブスクリプション売上高は、第3四半期累計で11億9200万円、前年同期比で14.6%の増加と順調な進捗となりました。
新規MRRの獲得額も過去最高（1100万円）で、来期はこれが売上に貢献してまいります、なおこの金額は、新規のお客様に限定した獲得額であり、既存のお客様のアップグレードを含みません。
その結果、サブスクリプション事業のセグメント損益は1億3200万円となり、前年同期比で155.8%増。非常に良い形で損益改善が進んでいます。
イベントクラウド事業のセグメント損益は800万円、前年同期は1400万円赤字だったことから、収益改善の取り組みは順調に進んでいると考えています。
収益性を重視した予算編成により今期は事業を進めておりますが、そのような中でも新規MRRの獲得が最高になるなど、主力事業であるサブスクリプション事業は順調に推移しています。
あわせてサブスクリプション事業もイベントクラウド事業も、第4四半期に売上の季節性の山を予定しています。

連結PL（2024年10月期 第3四半期（累計））

- 第3四半期（累計）は、主力事業であるサブスクリプション事業（前年同期比17.4%増）を中心に、シャノン全体の売上高は前年同期比11.7%増加。
- コスト増加を抑えた中でサブスクリプション売上の増加が寄与し、**連結営業損益は、前年同期比で169百万円増加。**

単位：百万円

	2023年10月期 第3四半期(実績)	2024年10月期 第3四半期(実績)	増減率 対前年同期	2024年10月期 通期業績予想
売上高	2,037	2,275	11.7%	3,275
サブスクリプション事業	1,486	1,745	17.4%	2,425
サブスクリプション	1,040	1,192	14.6%	1,619
プロフェッショナル	446	553	24.0%	806
イベントクラウド事業	342	300	△12.3%	490
メタバース事業	24	28	17.2%	58
広告事業	184	200	9.1%	302
売上原価	755	920	21.9%	1,146
売上総利益	1,282	1,355	5.6%	2,129
販売費及び一般管理費	1,586	1,489	△6.1%	2,097
営業利益（△は営業損失）	△303	△134	—	32
経常利益（△は経常損失）	△313	△134	—	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）	△460	△136	—	10

CFOの友清です。ここからは2024年10月期第3四半期の実績についてご説明いたします。

当第3四半期は、納期やイベント会期の影響により、プロフェッショナル売上（サブスクリプション事業）、イベントクラウド事業の売上は第2四半期よりも微減しています。

一方でサブスクリプション売上（サブスクリプション事業）の伸びがしっかりと全体を牽引しておりますので、売上高では前年同期比で11.7%の増加となりました。その一方で総コストの増加は予算通りに抑えることができ、連結営業損益は前年同期比で1億6900万円の改善という結果になりました。

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155.8%増）。
- イベントクラウド事業もセグメント利益が8百万円（前年同期+22百万円）と大幅改善しています。

単位：百万円

事業		2023年10月期 第3四半期 (実績)	2024年10月期 第3四半期 (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	1,486	1,745	258	17.4%	<ul style="list-style-type: none"> ・収益貢献度が高いサブスクリプション売上が前年同期比14.6%と伸長したことにより、セグメント損益も大幅に増加 ・プロフェッショナル売上は、第4四半期に納品ラッシュを控えている
	損益	51	132	80	155.8%	
イベントクラウド事業	売上高	342	300	△42	△12.3%	<ul style="list-style-type: none"> ・前期末より取り組んでいる収益性向上の取り組み成果が数値に表れ始めている ・第4四半期に会期ラッシュを控えている
	損益	△14	8	22	—	
メタバース事業	売上高	24	28	4	17.2%	<ul style="list-style-type: none"> ・組織体制、投下コストを最低限にしたことにより、セグメント損益の損失幅が大幅改善
	損益	△53	△16	37	△69.3%	
広告事業	売上高	184	200	16	9.1%	<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が予算比では未達 ・広告運用は組織体制に対して数値が追いついてない
	損益	1	△12	△13	—	
合計	売上高	2,037	2,275			
	四半期純損失	△303	△134			

*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。

*2 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。



Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 6 |

続きまして各セグメントの状況についてご説明いたします。

まずサブスクリプション事業売上は前年同期比17.4%増、セグメント損益は155.8%の増加となりました。これは収益貢献度が高いサブスクリプション売上が前年同期比で14.6%増加したこと、またプロフェッショナル売上も大型案件を予定通り納品できたことが主要因となります。

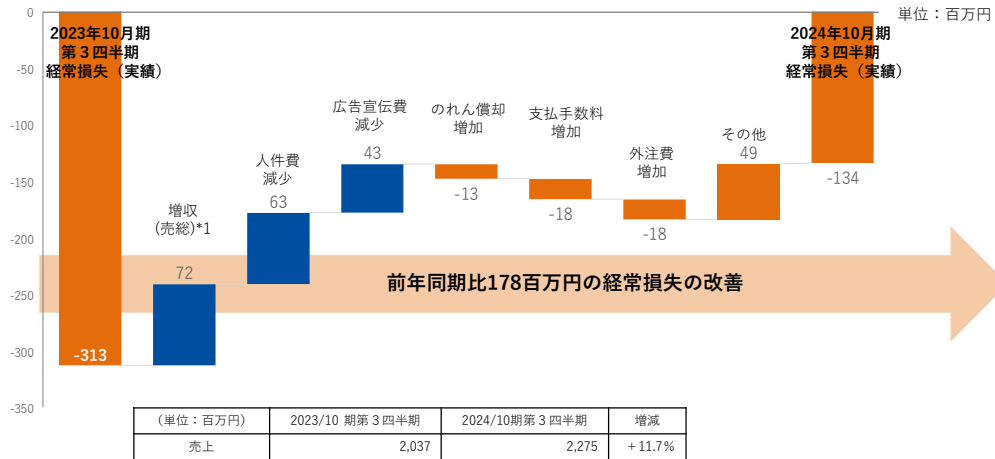
続いてイベントクラウド事業についてですが、前年同期に大型展示会案件があったことから前年同期比売上は減少していますが、組織再編や生産性向上への取り組みにより、損益は前年同期比で2200万円の改善となりました。

メタバース事業も、コスト削減に取り組んでおり、連結業績に対するリスク度合というのは大幅に減少しています。

広告事業は、前期に予算差異が大きかった大口顧客の動向を当期は加味できており、大きなずれは出ておりません。また昨年からスタートしているクッキーレス広告も着実に受注を重ねております。制作案件を含む売上は順調に積み重なったものの、広告運用組織を強化した分に対し、広告運用売上が不足しており、セグメント損失となりました。

経常利益の増減要因分析【対 前年同期比】

- 前年同期比で**178百万円の経常損失の改善**となりました。
 - ・ 前年同期比で72百万円の増収
 - ・ 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
 - ・ 広告宣伝費が43百万円減少（前期は7月に自社カンファレンスを開催）



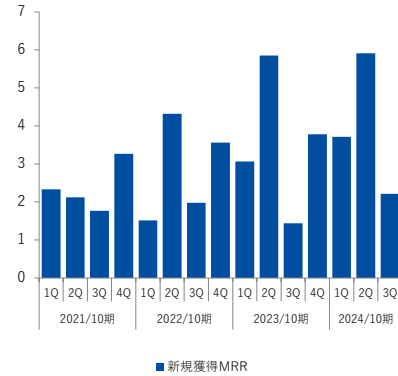
*1 人件費や減価償却費等の原価関連項目の原価計上分の増減は、増収（売総）に含まれています。

次に経常利益の増減要因分析についてご説明いたします。
 経常損益は前年同期比で1億7800万円の赤字幅縮小となりました。主なプラス要因としてはサブスクリプション売上の増加による増収、採用抑制や自然減による人件費採用費の減少、広告宣伝費で出展イベントの見直しなどによるものとなります。

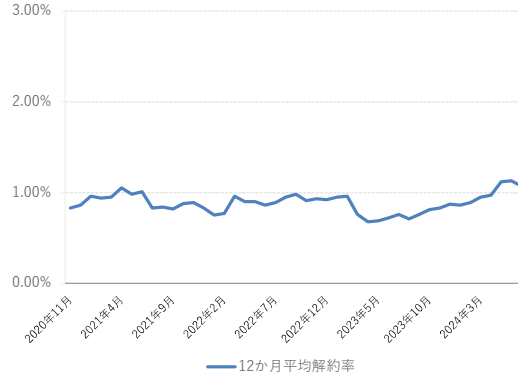
新規MRR獲得額及び解約率推移

- 最も重要なKPIは新規MRR獲得額と解約率です。
 - 第3四半期（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、第3四半期累計期間で過去最高の獲得額となりました。当期に獲得した新規MRR獲得額は、来期においては×12か月サブスクリプション売上として収益に貢献します。
 - 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、想定範囲内でコントロールできています。

単位：百万円 新規MRR獲得額



12か月平均解約率

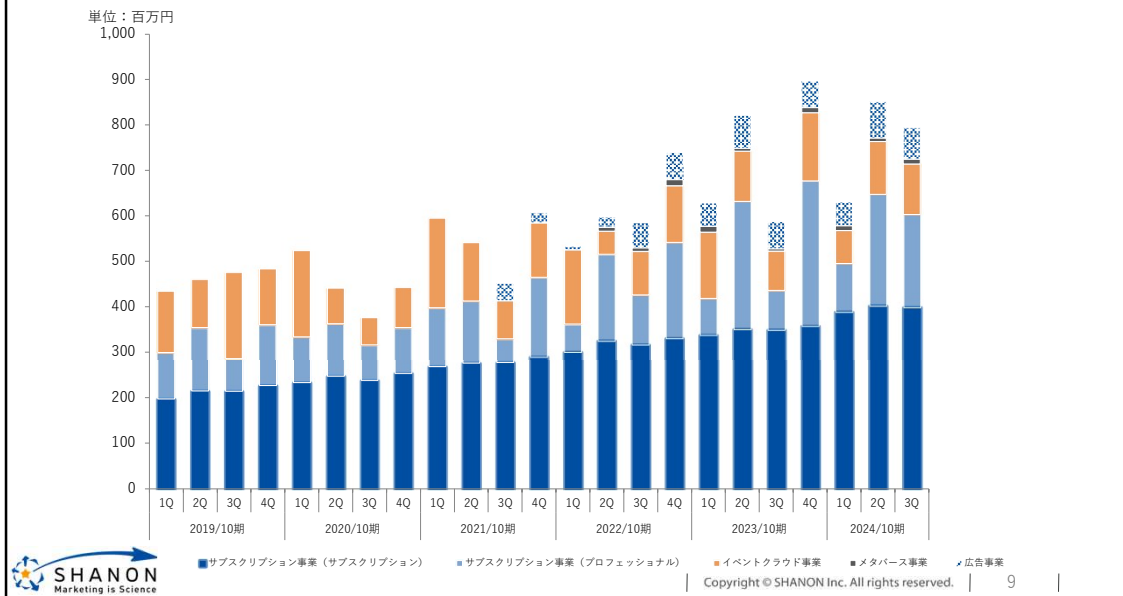


続いて、当社の主要KPIである新規MRR獲得額と解約率の状況についてご説明いたします。

新規MRR獲得額については、当第3四半期累計期間で過去最高の獲得額となっております。また解約率についても想定範囲内でしっかりとコントロールできております。

売上高構成比（連結）推移

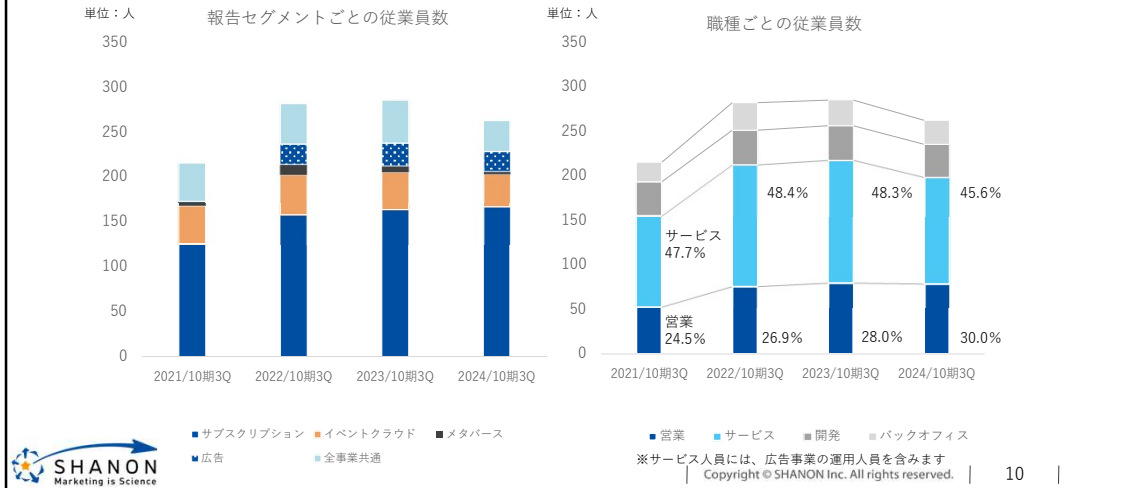
- 主力事業であるサブスクリプション事業におけるサブスクリプション売上は安定収益の基盤であり、每期順調に増加しています。（当期に新規獲得した「月額×12ヶ月」が翌期の収益基盤を押し上げる）
- サブスクリプション事業（プロフェッショナル）、イベントクラウド事業の売上は特定の時期に偏重する傾向があります。



こちらは各四半期のセグメントごとの売上高推移となります。
 グラフ一番下のサブスクリプション売上が、全体売上をしっかりと下支えする構造
 になっております。

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パ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い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順調に進んでいます。

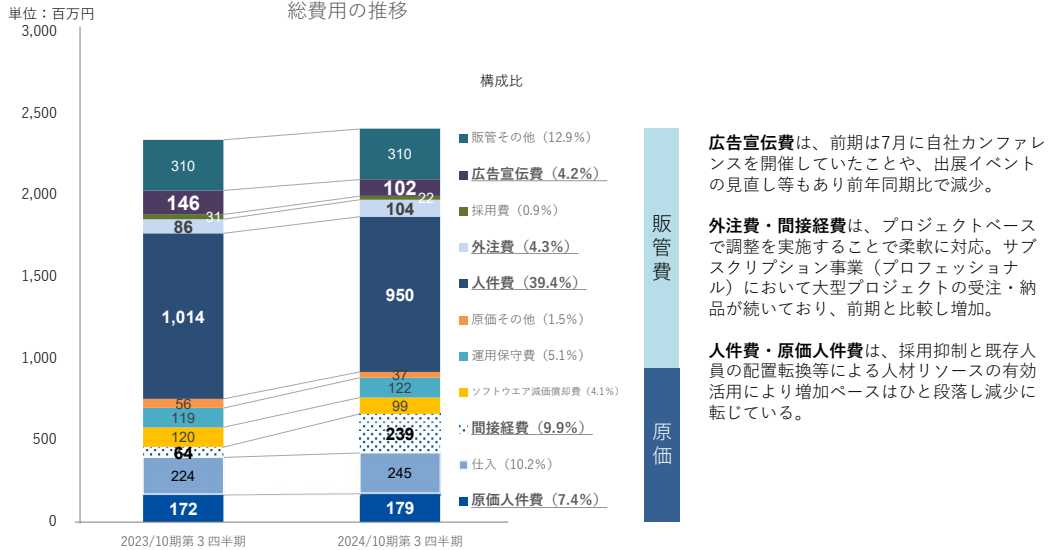


続いて人員推移でございます。

前期をピークに減少傾向となっておりますが、生産性向上の取り組み、社内教育などにより、一人当たり売上高を成長させることが出来ております。

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います。



最後に総費用の推移についてです。ハイライトはグラフ右側に記載した通りでございます。

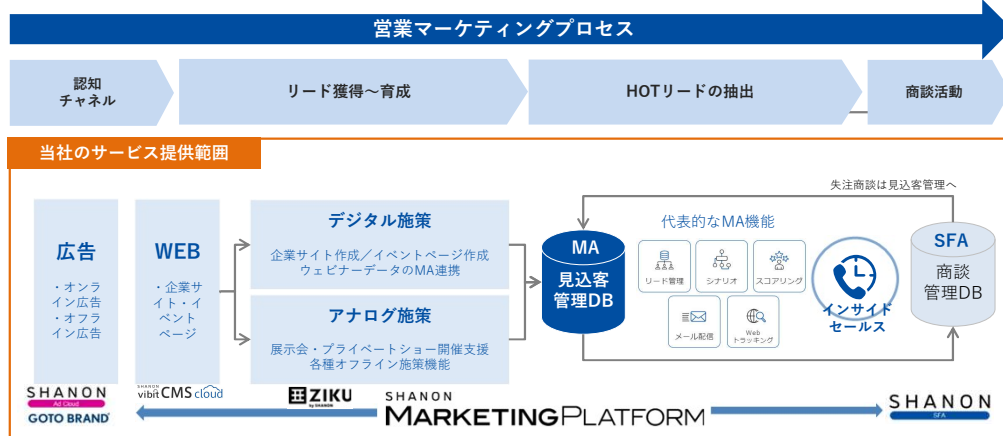
過去最高のMRR獲得額となった中、広告宣伝費は出展イベントの見直し等により前年同期比減となっております。また大幅増となった外注費は、サブスクリプション事業のプロフェッショナル売上となる大型案件に連動した費用であり、増加は問題がないものと考えております。人件費も、前期をピークに減少傾向となっております。なお運用保守費はインフラコストとしてドル建て取引をしておりますが、想定レートより円安傾向にある点はマイナスですが、一方で運用改善によって増加分は吸収できております。

II. 事業概要・ビジネスモデル

続きまして、事業概要・ビジネスモデルについて説明します。

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 MARKETTING 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。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。MAの役割は業務効率化だけでなく、顧客の状況や興味・関心に合わせてOne to Oneマーケティングを行うこと。

※DSPはデマンドサイドプラットフォームの略で、広告主の広告効果最適化を目指すプラットフォーム。

※CMSはコンテンツマネジメントシステムの略で、簡単にWEBサイトの構築や更新ができるソリューション。

※SFAはセールスフォースオートメーションの略で、商談管理ツール。シャノンのSFA機能は国産MAと一体化している点特徴。

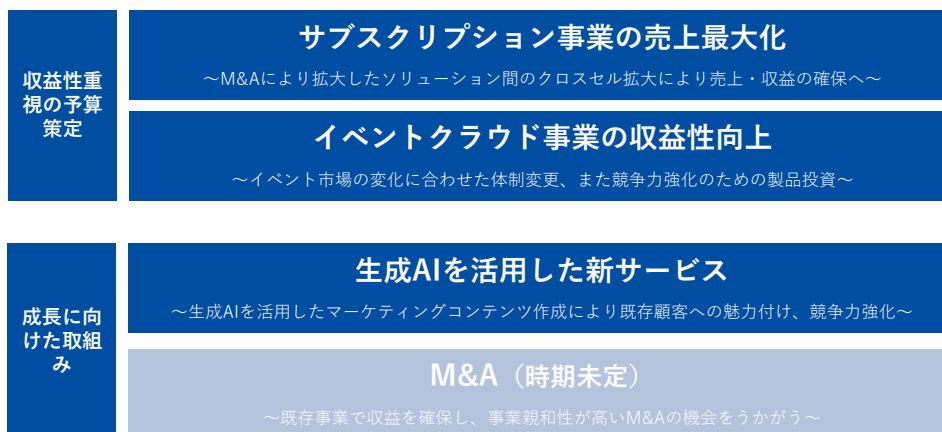
※インサイドセールスは、マーケティング部門と営業部門の間に位置し、電話やメールで見込み客をフォローする専門職。

まずシャノンの事業領域でございますが、企業のマーケティング活動の自動化支援、マーケティングオートメーション領域を従来から提供していますが、近年はマーケティング活動に付随する周辺サービスも提供しております。

顧客のニーズの変化が背景にあります。具体的には広告運用、ホームページ作成ソリューションである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、SFAの提供まで、シャノン1社で広い範囲をカバーできるようになっております。

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。



続きまして2024年10月期方針についてです。

今期は収益性を重視した予算策定を行い、利益を出す予算策定をしております。一方で守備的になりすぎないためにも、成長に向けた新しい取り組みとして生成AIを活用した新サービス「コンテンツアシスタント」「マーケティングの運用代行パッケージ」もリリースしております。売上については、メイン事業であるサブスクリプション事業をしっかりと伸ばすための取り組みを行っておりますし、その結果、順調に推移していると考えています。

イベントクラウド事業は収益性に課題がありましたが、今期の取り組みの結果損益はプラスになってきており、また第4四半期に売上の季節性があることから、そこでしっかりと売上利益を作ることが出来ると考えております。

【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。

生成AIを活用した新サービスについて、1つ目がコンテンツアシスタントです。マーケティングにおいてはコンテンツ、例えばセミナーの集客メールであるとか、ブログ記事の作成、ランディングページ作成など様々なところでマーケティングのコンテンツを作成しますが、生成AIを活用して簡単に作るためには生成AIにプロンプトを覚えさせる必要があります。このサービスはマーケティングコンテンツを作るための専用プロンプトが内蔵されており、顧客ニーズに合わせて生成コンテンツの幅も増やしていております。ご利用ユーザーも順調に増加しておりますので、今後はこの商材をフックに新しいお客様の獲得であるとか、既存のお客様の利便性向上が見込める手ごたえを感じております。

【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



Copyright © SHANON Inc. All rights reserved.

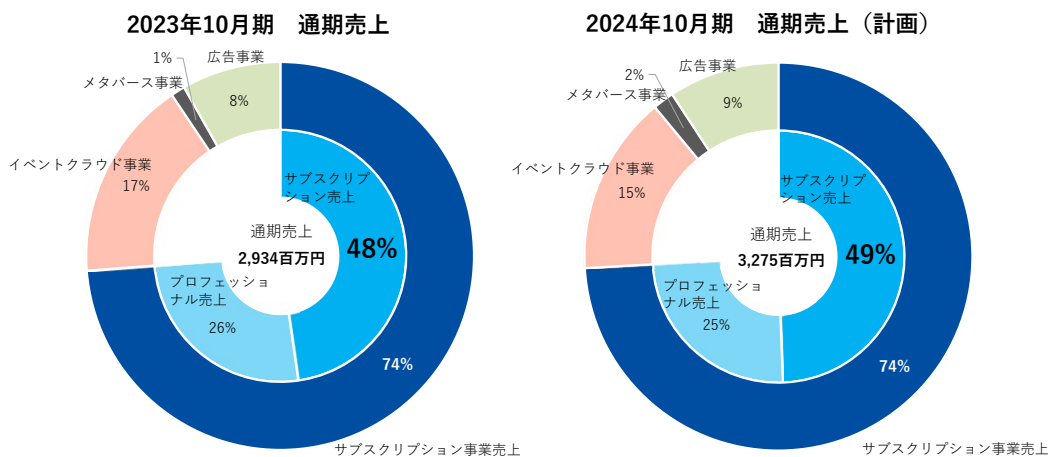
16

2つ目は、マーケティングの運用代行パッケージです。

マーケティング担当のが不足していたり、育成に難儀している企業様に向けたサービスです。先ほどご紹介した生成AIを活用したコンテンツ作成を含めて、マーケティング運用支援ができるようになっており、提供開始から何ヶ月経過してお客様も順調に増えています。またご契約のお客様からの追加発注もあり、手応えを感じております。

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。



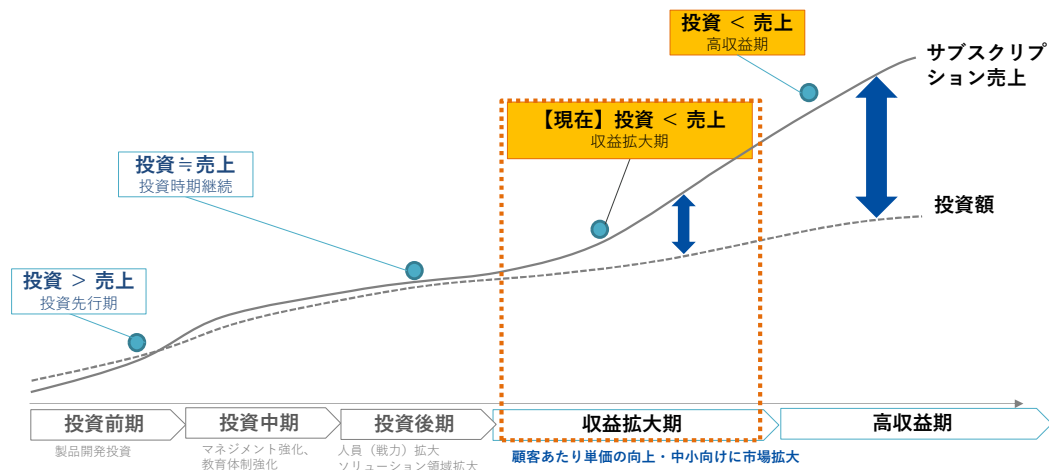
続いてシャノンの売上構成比でございます。

左側が2023年10月期実績、右側が今期2024年10月期計画ですが、サブスクリプション事業売上が74%、さらにその中のサブスクリプション売上は48～49%となっており、売上の半分が着実に積みあがるサブスクリプション売上で構成されています。

ゆえに今後もこのサブスクリプション売上比率を上げることで利益に大きく跳ね返ってくると認識しておりますので、ここを伸ばすべく取り組んでおります。

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。



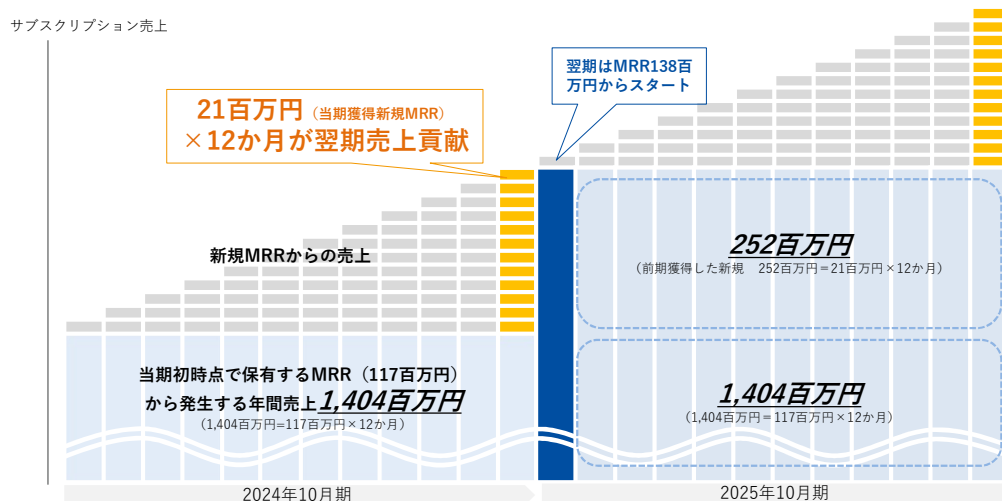
サブスクリプションビジネスが、投資額に対して売上高と利益がどのように変わるかのイメージ図です。

従来は売上高の投資はほぼイコールでしたが、今期あたりからフェーズが変わってきていると考えており、収益拡大期と表現をさせていただいております。

投資よりも売上が上回ってきており、今期だけでなく来期、再来期と利益がしっかり出てくる形に変わりつつあるというフェーズになってきていると考えております。

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。



表現を変えたのがこちらです。

真ん中の青いバーを挟んで、左側が2024年10月期、右側が2025年10月期のイメージ図です。当期期初時点で保有するMRRから発生するサブスクリプションが約14億円、それ以外に新規顧客の獲得、既存のお客様で新たにMRRとして積み上がっていく分が追加要素となりますが、今期予算では2100万円が積みあがった場合、来期は2億5200万円という売上になります。原価も多少はかかりますが、かなり利益率は高いことから、大半は利益として跳ね返ってきます。

当社としては、投資額を大きくは増やさず、現状の投資を継続するだけで利益が出るフェーズになりましたので、投資額をコントロールしてしっかりサブスクを同じペースで作っていくことを続け、利益を出していこうと考えています。

III. 2024年10月期 通期見通し

続きまして2024年10月期通期の着地見通しでございます。

2024年10月期 通期見込み

- 通期業績予想に関しては、現時点では修正不要と考えています。

単位：百万円

事業	2024年10月期				①-②	通期予算達成に向けた蓋然性
		①通期 (予算)	②第3四半 期(実績)	進捗率 (%)		
合計(連結)	売上高	3,275	2,275	69.5%	1,000	
	営業利益	32	△134	—	166	
サブスクリプション事業	売上高	2,425	1,745	72.0%	679	<ul style="list-style-type: none"> ・サブスクリプション売上は前年同期比14.6%増と順調に累積 ・プロフェッショナル売上は納品時期に季節性があり、第4四半期に納品案件が集中 ・プロフェッショナル売上の一部は、利益貢献額が大きい大型案件
	損益	327	132	40.7%	194	
イベントクラウド事業	売上高	490	300	61.3%	189	<ul style="list-style-type: none"> ・第4四半期に会期(売上計上)ラッシュを迎える ・並行して生産性向上の取り組みを継続
	損益	65	8	12.4%	57	
メタバース事業	売上高	58	28	48.3%	30	<ul style="list-style-type: none"> ・予算達成は厳しい状況
	損益	9	△16	—	25	
広告事業	売上高	302	200	66.5%	101	<ul style="list-style-type: none"> ・通期予算損益達成に向けてセグメント損益は挽回傾向
	損益	8	△12	—	20	



*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。

Copyright © SHANON Inc. All rights reserved.

21

通期業績予想に関して、現時点で修正は不要だと考えております。連結の通期予想の横に、当第3四半期の実績を併記しています。売上進捗率69.5%は、一般的な4等分で考えれば75%ぐらいが適切とお考えになると思いますが、サブスクリプションビジネスであることを踏まえれば、このタイミングでこの進捗率というのは良いぐらいです。

あわせてイベントクラウド事業には季節性があり、第4四半期にイベントクラウド売上は固まっていることを織り込んでも順調であると考えております。

赤枠部分は中心事業であるサブスクリプション事業でございますが、進捗率72%は先ほど申し上げましたサブスクリプションビジネスの特徴を踏まえるとよい状態です。損益もサブスクリプション売上の後半の伸びと、第4四半期に集中しているプロフェッショナル売上が利益貢献をしております。そのため、サブスクリプション売上が前年同期比14.6%増と順調な進捗であることから、通期着地は見えてきていると考えております。

その他、イベントクラウド事業も第4四半期に売上の比率が高いこと、このタイミングで期末までの売上見込みも見えておりますので、堅実であると考えています。なお今期は生産性向上にも取り組んでいることと、第4四半期の売上が積みあがることで、利益もしっかりとついてくる予定です。メタバース事業は、売上の伸びが悪く、予算は少し遠いと考えていますが、損益ベースで連結予算へ影響させない形で着地できるかと思っております。最後に広告事業ですが、第3四半期時点でマイナス損益になっておりますが、挽回傾向で進んでおり、第4四半期の着地までに挽回が進められるかと考えています。

全体でみると、中心事業であるサブスクリプション事業が順調に進んでいる点がプラス、通期の黒字転換を達成するために、油断せずに残りの期間しっかりと進めていき、皆様に第4四半期の着地をお伝えできるように進めてまいりたいと思っておりますので是非ご期待いただければと思っております。私からは以上です。

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。

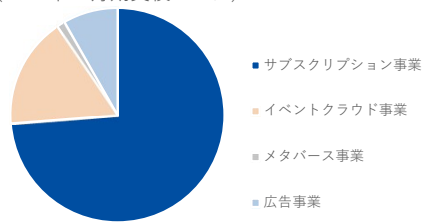
報告セグメント	売上種別	売上種別
サブスクリプション事業	最重要 サブスクリプション (年間契約)	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス種類別 MA-サブスクリプション(*1) CMS-サブスクリプション(*2) ■ サブスクリプション売上内訳 システム利用料に関するMRR（月額契約金額） 従量課金 有償保守サービス、年間契約のBPOサービス
	プロフェッショナル (スポット)	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス種類別 MA-プロフェッショナル CMS-プロフェッショナル ■ プロフェッショナル売上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

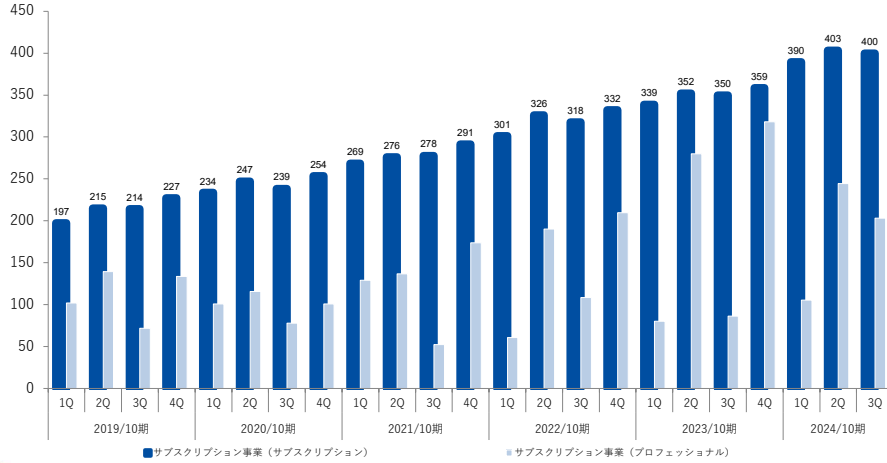


サブスクリプション事業売上の推移

サブスクリプション イベントクラウド
 メタバース 広告

- 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**14.6%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24.0%増となりました。

単位：百万円



Copyright © SHANON Inc. All rights reserved.

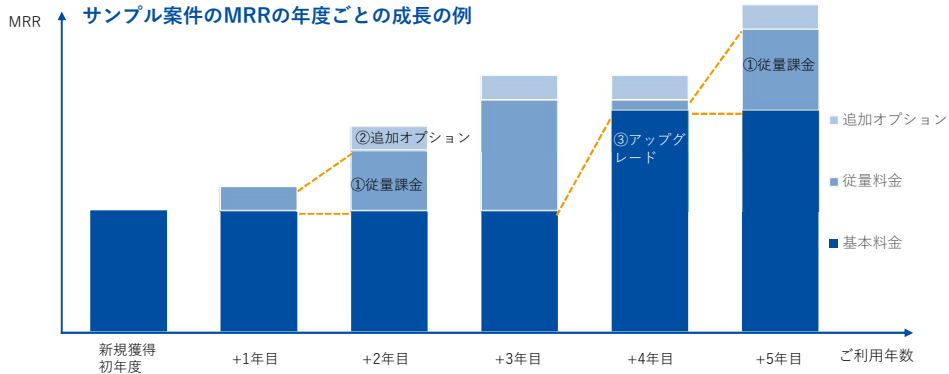
26

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

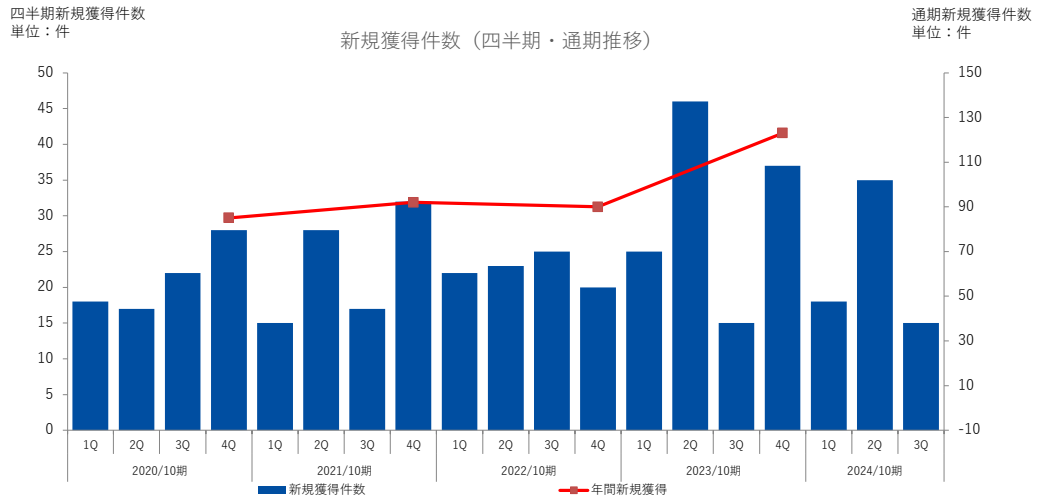


* MRRとは、MontlyRecurring Revenueの略で、当社では、10月末時点の単月のMA-サブスクリプション売上をMRRとしています。

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

サブスクリプション
イベントクラウド
メタバース
広告

- 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。



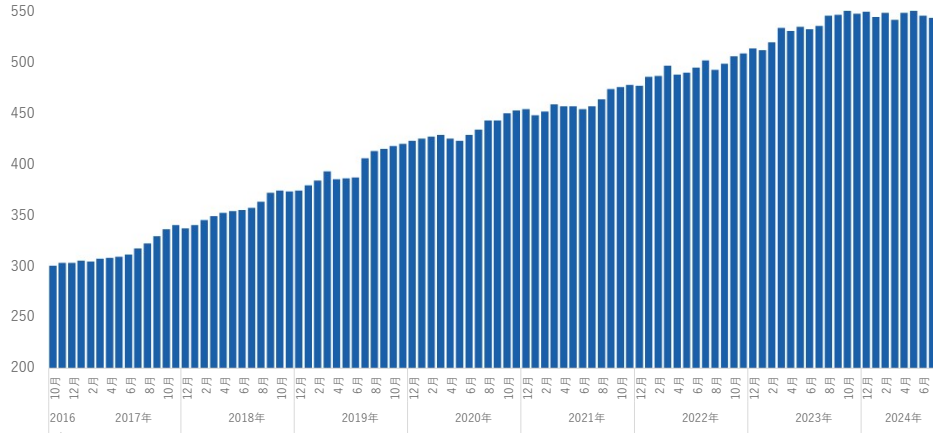
サブスクリプションのアカウント保有残高の推移

サブスクリプション イベントクラウド
 メタバース 広告

- 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。
- シヤノンが提供するマーケティング支援システム「シヤ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。



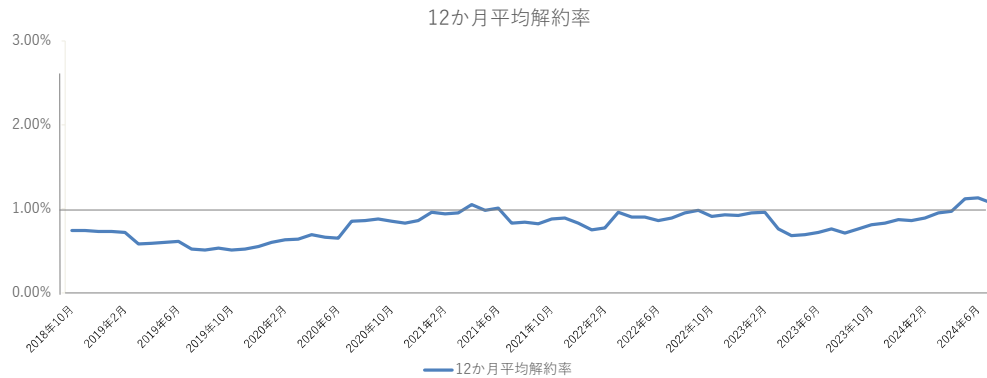
Copyright © SHANON Inc. All rights reserved.

サブスクリプション解約率推移

サブスクリプション イベントクラウド
 メタバース 広告

- 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



※上記にはCMSの解約数は含まれておりません。

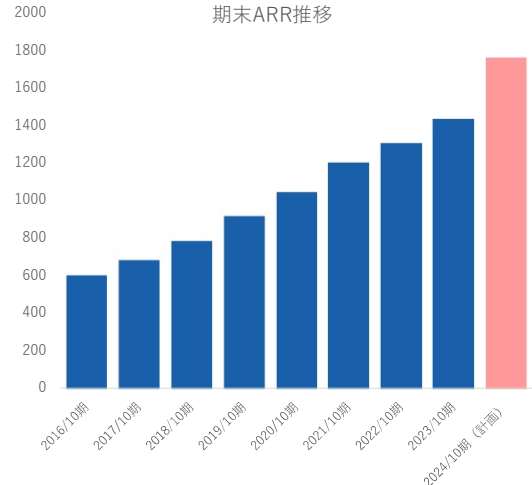
Copyright © SHANON Inc. All rights reserved.

期末ARR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 広告

- 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、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）にした数値を当期ARRとしています。

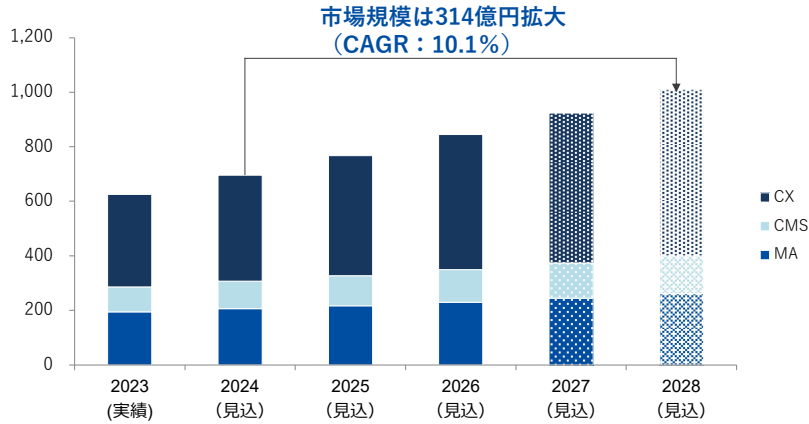
サブスクリプション事業の市場規模

現在シャノンではMAだけでなく、CMSやSFAも提供している。これらの市場を合わせたCAGR（2023年～2028年）は10.1%と予測されています（従来MA市場としてレポートされていたものがMAとCX/マーケティングスイート*1に分離されたことを受けて、CXも含めて集計。SFAは市場規模が他の市場に比較して大きいため除外）。また、提供するソリューション領域の拡大に伴いシャノンとしてのTAM*2も拡大しています。

具体的な市場規模（MA+CMS+CX）は、2024年には695億円の予想。2028年には1,009億円まで拡大し、314億円の増加が見込まれる。この広がる市場の中で複合提案ができる強みも生かし、しっかりと市場シェアを維持・向上し成長を遂げてまいります。

*1 CXとは、デジタルマーケティングにおいて用いられる各種機能が網羅的に搭載されたサービスを指す
*2 TAMとは、獲得できる可能性のある全体の市場規模を指す

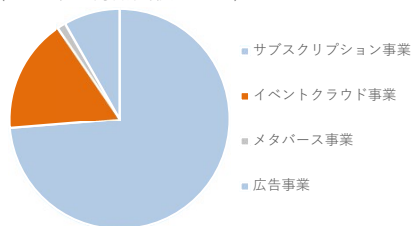
単位：億円



出典：株式会社富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2024版」

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%**)

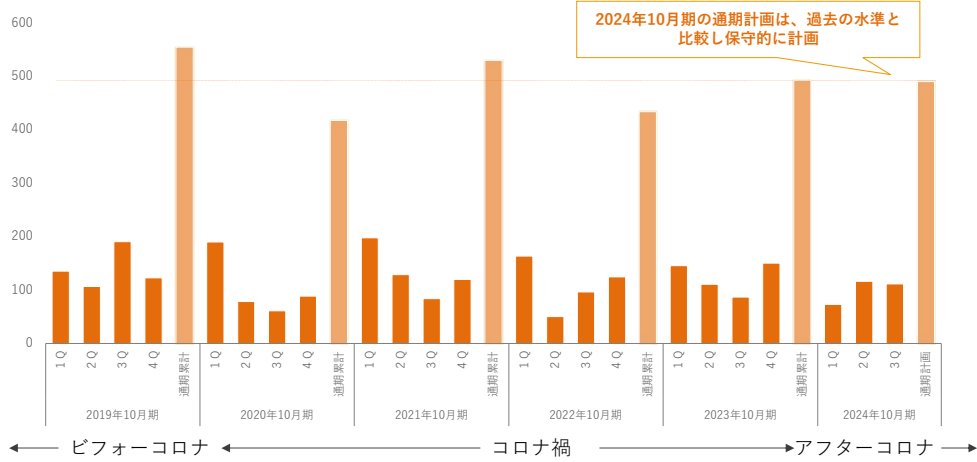


イベントクラウド事業売上の推移

- 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）



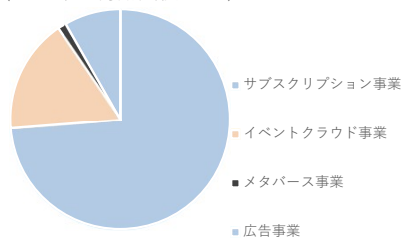
2024年10月期の通期計画は、過去の水準と比較し保守的に計画

← ビフォーコロナ ← コロナ禍 → アフターコロナ →



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%)



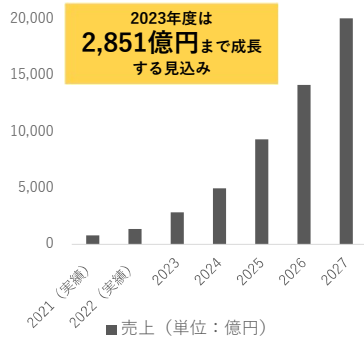
メタバース市場及びメタバース事業の概要

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



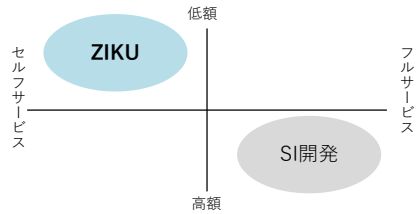
※出展 2023メタバース法人向け市場動向と展望 (矢野経済研究所)
※市場規模はメタバースプラットフォーム、プラットフォーム以外 (コンテンツ、インフラ等)、XR (VR/AR/MR) 機器の合算値

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

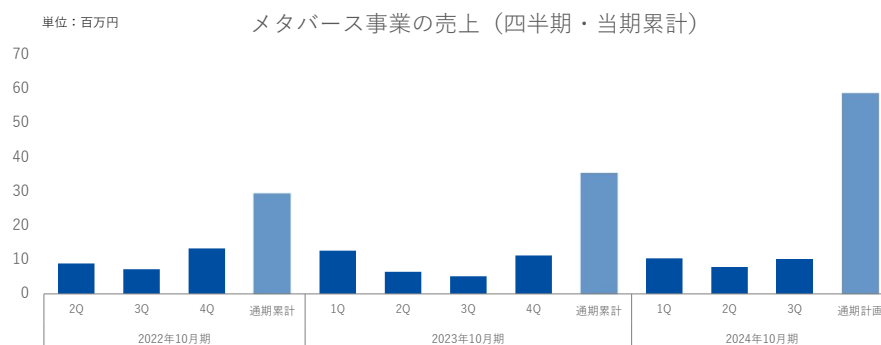
サブスクリプション

イベントクラウド

メタバース

広告

- 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。



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



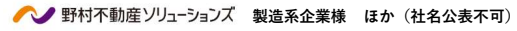
プライベートショー（社外イベント）



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）

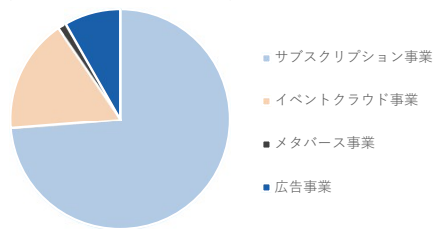


野村不動産ソリューションズ株式会社が2023年10月7日（土）にオンライン開催した「野村不動産ソリューションズ 大ウェビナー祭」、ならびに同社が運営する不動産・住宅情報サイト「nomu.com（ノムコム）」上に2023年11月29日（水）より設置されたオンラインショールーム「ノムコムのおうち」のプラットフォームに採用されました。

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%**)

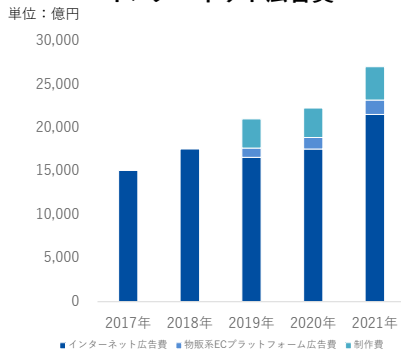


広告市場及び広告事業の概要

サブスクリプション イベントクラウド
メタバース 広告

- 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
アフィリエイト
・ アフィ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

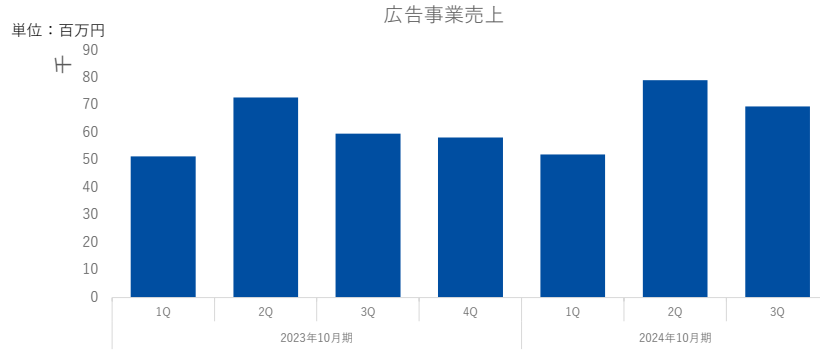
SOCIAL ADS
ソーシャルアド
・ Facebook、Instagram、Twitterなどの広告運用代行

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

サブスクリプション イベントクラウド
メタバース 広告

- 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～
	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。

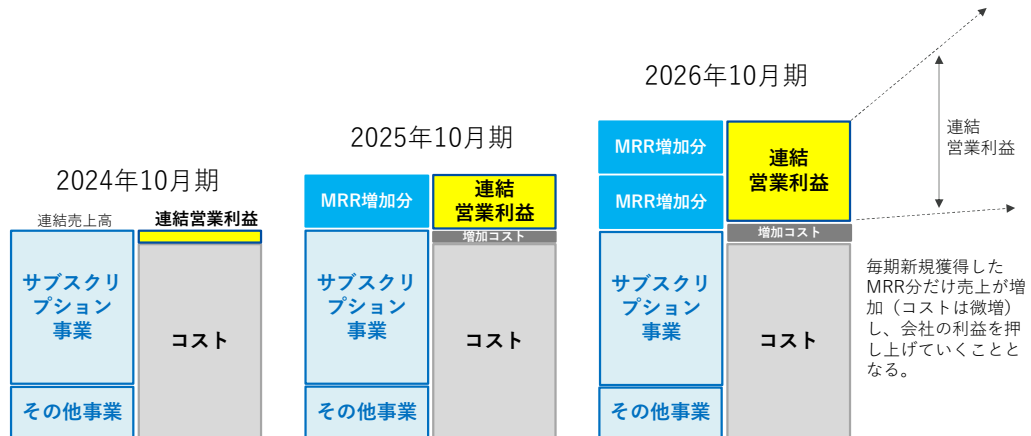
	2023年10月期 (実績) 単位：百万円	2024年10月期 (予想) 単位：百万円	前期比 単位：%
売上高	2,934	3,275	111.6%
サブスクリプション事業	2,163	2,425	112.1%
サブスクリプション	1,399	1,619	115.7%
プロフェッショナル	764	806	105.5%
イベントクラウド事業	492	490	99.4%
メタバース事業	35	58	166.1%
広告事業	242	302	124.6%
売上原価	1,108	1,146	103.4%
売上総利益	1,825	2,129	116.7%
販売費及び一般管理費	2,088	2,097	100.5%
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

サブスクリプション売上による収益拡大

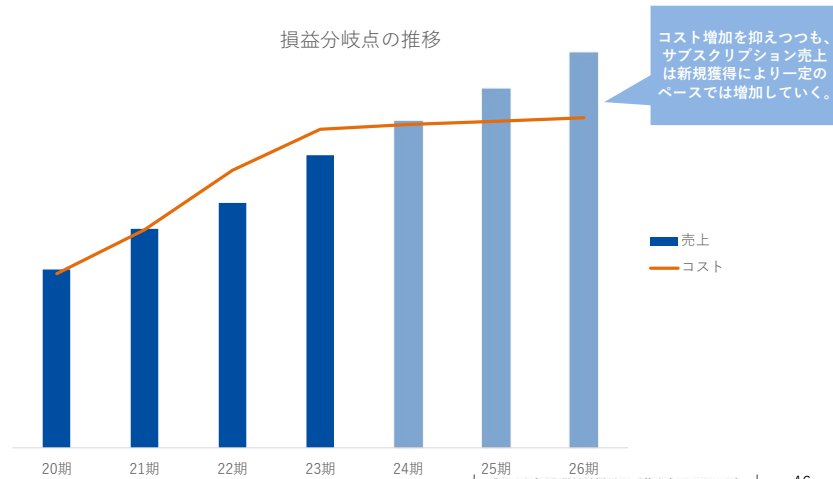
- サブスクリプション売上の積算は、翌期の売上、利益に大きく貢献します
- 翌期の投資・費用（人員数やインフラコスト等）が2024年10月期と同水準と仮定（※）した場合、翌期は当期との比較で、サブスクリプション売上が252百万円のプラス、またサブスクリプション売上の粗利率は90%以上であることから、252百万円×90%が粗利として増加します

※翌期も営業戦力が当期と同様で、同額の新規MRR獲得額を見込むと仮定



24期から黒字化する理由①

- 前期までのシャノンの方針はサブスクリプション**売上**の**成長率**をさらに高める（新規獲得ペースを引き上げる）ため、積み上げたサブスクリプションから獲得できる利益を使ってぎりぎりまで投資する戦略をとっていました（リスクテイク）。その結果、総コストも増加し予定していた売上に達しなかった場合、損益分岐点を下回ってしまい、赤字決算となる図式でした。
- 当期は、目標とするサブスクリプション売上の成長率を従来よりも少し抑えることで、投資（総コスト）も抑制することで、**利益を確保**できます。（サブスクリプション以外の売上、事業で大きな計画相違がないことを前提としています）



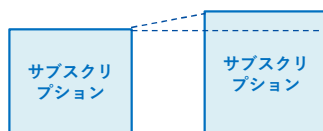
24期から黒字化する理由②

サブスクリプション事業

売上:

サブスクリプションビジネスでは、**新規獲得>解約**を維持する限り売上は毎年増加

新規獲得は、前期同様を見込む
(新規獲得の営業部隊の人員はほぼ横ばいで計画)



コスト:

新規獲得の営業部隊の増員は例年より抑えています
(営業増員→人件費・マーケティングコストの増加、新人比率が高まるほど予実乖離リスクは増加)

CAC>初年度サブスクリプション売上となるため、CACの水準を現状維持した状態で新規獲得ペースだけを早めた場合には、将来収益は増加するが、足元の期間損益計算上はマイナスインパクト

なお、サブスクリプション売上の原価率は低い

その他事業

売上:

イベントクラウド事業、メタパース事業、広告事業の予算は前期実績・市況を踏まえて大きな無理のない水準で予算策定

広告事業は、自社DSPを活用した案件比率が高まっており、利益率は改善傾向

セグメント損益	2023年10月期実績	2024年10月期予算
イベントクラウド事業	492百万円	490百万円
メタパース事業	35百万円	58百万円
広告事業	242百万円	302百万円

コスト:

前期赤字だったセグメントを中心に、組織のスリム化を実施する一方で、生産性向上のため組織統合・研修実施・業務の一部システム化を実施

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8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（資金使用）

- シヤ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月期を目標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。

資金使用

- 主な資金使用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

資金使用	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）

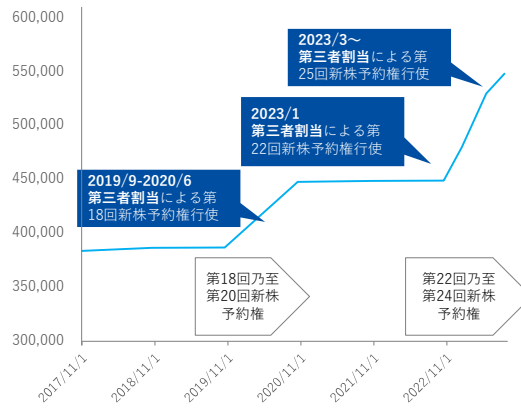
参考情報（上場～現在に至るまでの調達状況）

- 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。

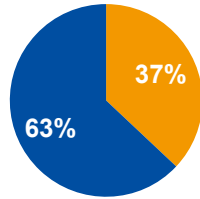


働く社員の特徴



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



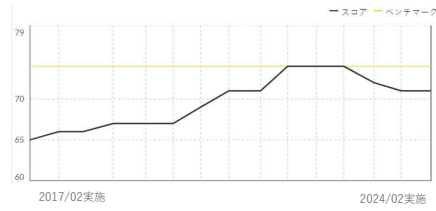
■女性従業員 ■男性従業員

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MA部門は3年連続、イベント管理システム部門は5年連続でLEADER受賞。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】 Best Software in Japan 2024受賞
5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09月10日 **機能**
シャノン、148万円からノーコードで会員サイトを作成できる「じぶんDX 会員サイト作成パッケージ」の提供を開始
- 2024年09月09日 **お知らせ**
シャノン 西日本最大級のマーケティング展示会 第5回マーケティングWeek-大阪2024-に出展
- 2024年08月14日 **機能**
シャノン、日本のマーケティング専用生成AI「シャノン コンテンツアシスタント」にホワイトペーパーの作成から集客までを可能にするプロンプトテンプレートを追加
- 2024年07月30日 **お知らせ**
シャノンが「MarkeZine Day 2024 Kansai」のセッションに登壇しその模様がマーケティング専門メディアに掲載されました
- 2024年07月24日 **お知らせ**
シャノンの提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」が「ITreview Grid Award 2024 Summer」のM A ツール部門において最高位の「Leader」を19期連続受賞
- 2024年07月24日 **お知らせ**
シャノンの提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」が「ITreview Grid Award 2024 Summer」のイベント管理システム部門において最高位の「Leader」を5年連続受賞
- 2024年07月22日 **お知らせ**
「湘南投資勉強会」主催の個人投資家向けIRセミナーに登壇します
- 2024年07月05日 **お知らせ**
シャノン 中部地方最大級のIT・DX企業が出展する営業・デジタルマーケティングWeek【名古屋】に出展
- 2024年06月28日 **お知らせ**
【受賞】【日本のSaaS・ソフトウェアTOP50】「SHANON MARKETING PLATFORM」がITreview Best Software in Japan 2024で33位を獲得
- 2024年06月27日 **機能**
シャノンのマーケティングオートメーションが株式会社セゾンテクノロジーの「HULFT Square」とのAPI連携を開始
- 2024年06月24日 **事例**
【事例】国立大学法人お茶の水女子大学のメタバース講義に、メタバースプラットフォーム「ZIKU」が採用されました

主なニュースリリース

- 2024年06月24日 **事例**
【事例】国立大学法人お茶の水女子大学のメタバース講義に、メタバースプラットフォーム「ZIKU」が採用されました
- 2024年06月20日 **事例**
【事例】神奈川県小田原市の「小田原市メタバースオープンカンパニー2024」にメタバースプラットフォーム「ZIKU」が採用されました
- 2024年06月18日 **お知らせ**
キャノンマーケティングジャパン株式会社による「バーチャルイベント支援サービス」販売開始について
- 2024年06月14日 **事例**
【事例】メタバースプラットフォーム「ZIKU」、同志社大学全学共通教養教育センター開催の科目説明会に採用
- 2024年06月14日 **事例**
【事例】龍谷大学の「総合型選抜入試バーチャル説明会in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

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。