

# 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

---

株式会社シャノン（東証グロース市場：3976）

2025年10月23日

# 説明資料の更新について

## 【更新の背景】

- ・ 2025年9月12日に開示したグループ内事業再編、および報告セグメントの変更に伴い、本資料の一部内容を修正しています。
- ・ 併せて、開示済み情報および引用している市場調査レポートを最新版に更新しています。

## 【主な更新内容】

| 詳細                                    | 対象ページ      |
|---------------------------------------|------------|
| 事業概要および事業領域の修正                        | p.7、 p.8   |
| 事業再編に関するスライドの追加                       | p.14       |
| 開示済み業績予想の追記                           | p.10       |
| 報告セグメント変更に伴うセグメント名称・数値の再集計            | 該当各ページ     |
| 富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2025年版」に基づく情報の更新 | p.13、 p.17 |

### シャノンは、クラウド型の統合マーケティング支援サービスを提供

- 1 収益基盤のサブスク売上が年**15%成長**
- 2 スtock売上であるサブスク売上の割合は全売上高の**50%超**
- 3 利益重視の経営にシフトし、**黒字転換**に向けてプロセス進行中
- 4 イノベーション社からの資本受入により債務超過は**解消済み**
- 5 イノベーション社と連携し国内外MA市場での**シェア拡大**を狙う

# I. 基本情報

---

## 会社概要

- 当社はイベント管理システムの開発・販売を祖業とし、2011年より統合型マーケティング支援サービス「SHANON MARKETING PLATFORM」の展開を開始
- 2017年に東証マザーズ市場（現グロース市場）に上場

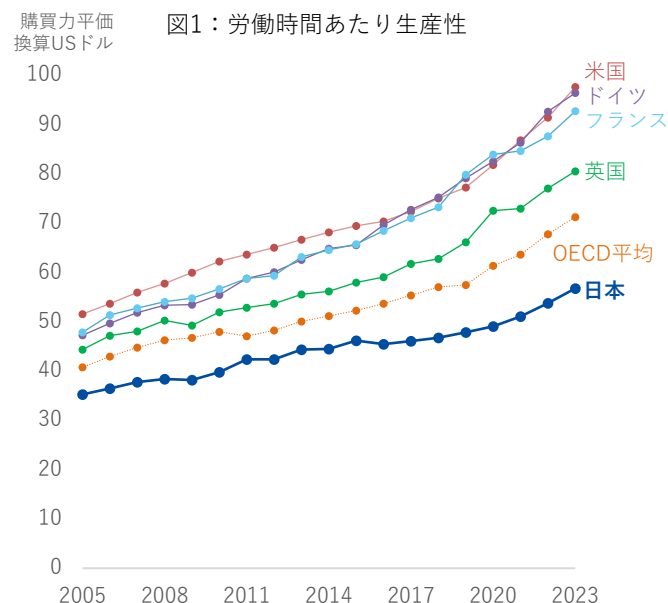
|      |                                                                                                                                           |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 社名   | 株式会社シャノン（SHANON Inc.）                                                                                                                     |
| 上場市場 | 東証グロース（3976）                                                                                                                              |
| 設立   | 2000年8月                                                                                                                                   |
| 本社   | 東京都港区浜松町2丁目2番12号                                                                                                                          |
| 代表者  | 代表取締役CEO 山崎 浩史                                                                                                                            |
| 従業員数 | 連結 244名（2025年4月末時点）                                                                                                                       |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"><li>・ マーケティングクラウド、CMSの提供及びソリューションの企画・開発・販売</li><li>・ マーケティング、CMSに関連するコンサルティング・アウトソーシングサービスの提供</li></ul> |

# 事業展開の前提となる社会背景

- 急速な少子高齢化に伴う生産年齢人口が減少する日本経済は労働生産性の向上が不可欠
- GAFAMを始めとした海外企業（特に米国）のサービスが日本社会に浸透することにより、国内企業のITサービスのシェアが低くなり、デジタル赤字が拡大

## 労働生産性の低下

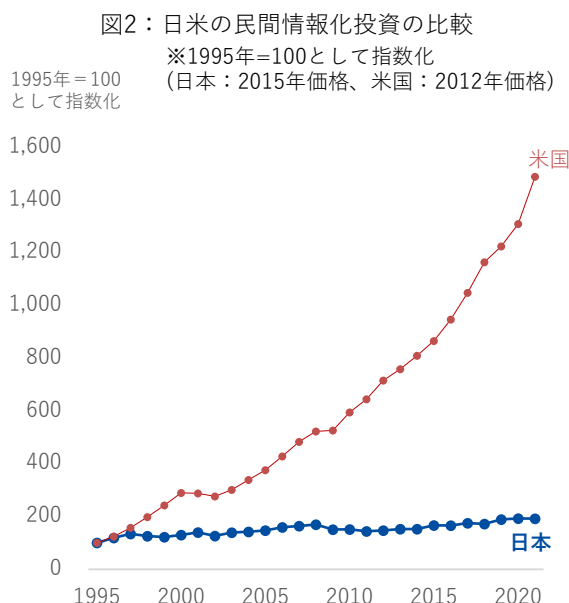
2005年以降の伸びは弱く、  
経済協力開発機構（OECD）  
加盟38カ国中29位（2023年）  
と低水準



（出典） 図1：公益財団法人日本生産性本部「労働生産性の国際比較2024」（2024）  
図2：総務省「令和4年度 ICTの経済分析に関する調査」（2023）  
図3：財務省「国際収支の推移（サービス収支）」（2024）

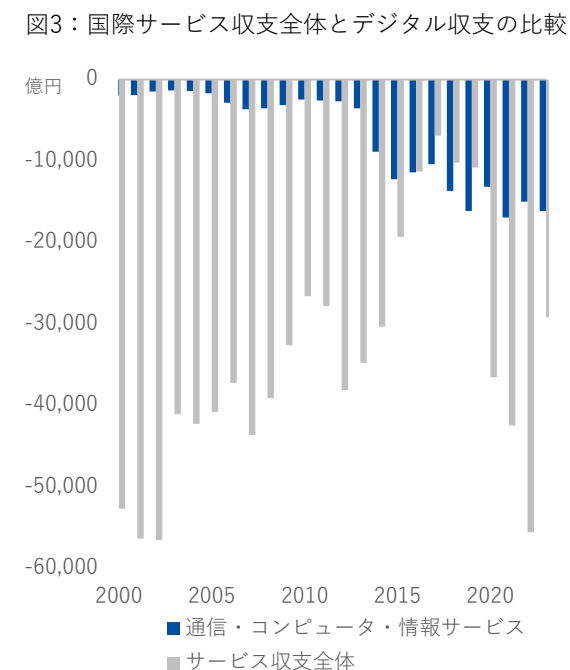
## IT・DX投資の遅れ

アメリカで急速にIT投資が  
加速する中、日本では投資が  
進まず低水準



## デジタル赤字の拡大

サービス収支全体の赤字額に  
対し、デジタル領域の赤字額  
が占める割合は増加傾向



## 事業概要（セグメント別）

- 統合型マーケティング支援サービス「SHANON MARKETING PLATFORM（SMP）」を軸にクラウドサービス（SaaS）の提供、マーケティングコンサル、システム開発支援、イベントマーケティング支援まで顧客ニーズに応じた幅広いメニューを展開

**マーケティングクラウド事業**  
～SMP提供による中長期のマーケティング支援サービス～

**イベントクラウド事業**  
～展示会等の管理・  
分析サービス～

サブスクリプション

プロフェッショナル

**主にBtoB企業の  
マーケティング活動を  
自動化・高度化を支援**

- Webサイトのアクセス履歴から潜在顧客の購買確度を推定し、適切なコミュニケーションをサポート
- IT企業、金融機関、製造業を中心にデジタルマーケティング強化のツールとして500超のアカウントを運用

**導入サポートや運用  
代行の支援メニューを  
豊富にラインナップ**

- 販売後の活用支援、トレーニング提供、運用代行サービスを提供し、実践的なマーケティング活動をサポート
- 企業の日常的なマーケティング活動で利用するため解約率は月0.1%程度(12か月平均)と低位で推移

**マーケティング領域の  
コンサルティング・開発支援**

- マーケティングに関わるコンサルティング、開発、BPOまで一気通貫で支援
- 業界横断かつ大企業クライアント向けのサービスとして、顧客課題の解決に向けて伴走支援

- メタバース空間を用いたマーケティング支援を提供

**大型展示会から企業セミナー  
まで対応可能なカスタマイズ  
性に優れたプラットフォーム**

- SMPをベースとした展示会用のマーケティング支援を提供。展示会主催社向けに来場者管理、分析、レポートिंगまでパッケージで提供
- 国内トップクラスの大規模展示会の受注実績も多数有し、安定したシステム運営及びマーケティング支援が強い

## 事業領域（プロセス別 ※グループ内 メディア & SaaS事業）

- 主にBtoB企業のマーケティング活動の高度化・自動化を支援するクラウドサービス等を提供
- 主力サービスの「SHANON MARKETING PLATFORM」の提供による**ストック売上が全売上高の50%超**を占め、安定した事業基盤を保有



※1：グループ会社である株式会社Innovation & Co.の保有するメディア事業

※2：2025年9月末に、株式会社Innovation & Co.に広告事業を譲渡

※3：2025年12月末に、法人営業に特化したマーケティングオートメーションツール「List Finder」の提供を主力事業とする  
株式会社Innovation X Solutionsの全株式を株式会社イノベーションから取得予定

## 売上構成比率（2024年10月期実績）

- 事業成長を牽引するマーケティングクラウド事業が売上全体の85%、うち**ストック売上であるサブスクリプション売上が全体の50%**を占める
- 高成長・高収益のサブスクリプション売上を事業基盤とし、**持続的な利益成長**を目指す

### イベントクラウド事業

SMPをベースとした  
イベントシステム

**482**百万円

ビジネス展示会やプライベートショー、公共イベント等を対象とした登録管理、入退場管理、来場者分析、レポート等を提供するイベント特化の事業

### マーケティングクラウド事業

シャノンの主力事業

**2,724**百万円

SHANON MARKETING PLATFORM(SMP)を中心とするクラウド型事業

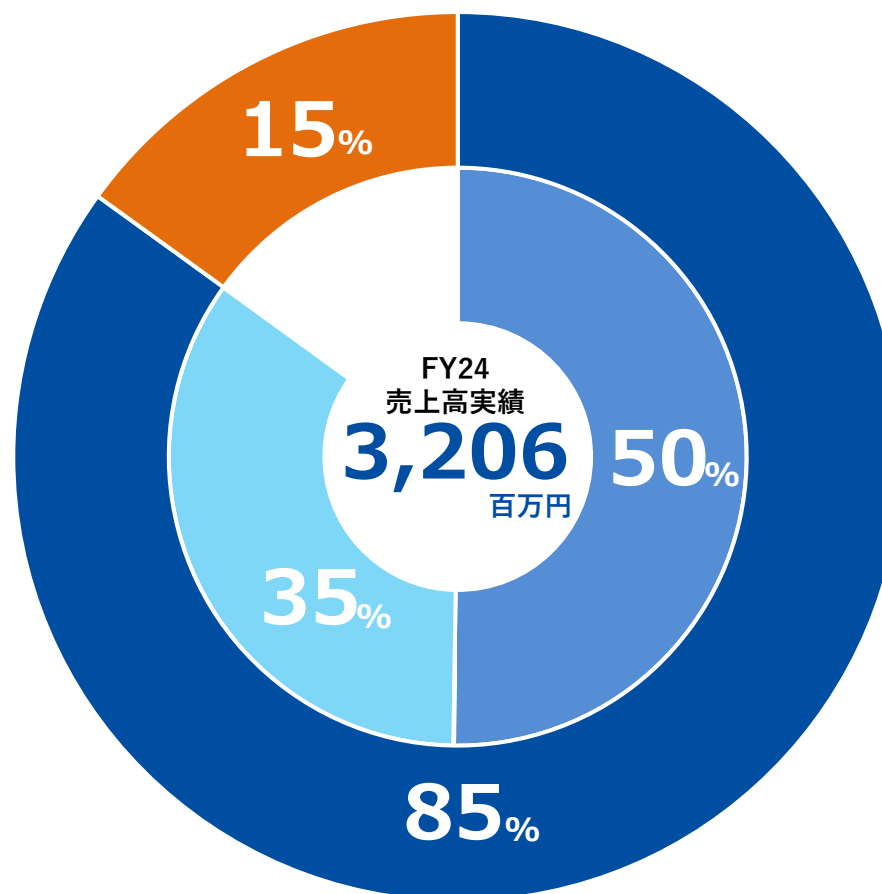
### サブスクリプション

**年間利用契約に基づくストック売上**

SMP、CMS、SFA等クラウドシステムの提供、有償保守

### プロフェッショナル

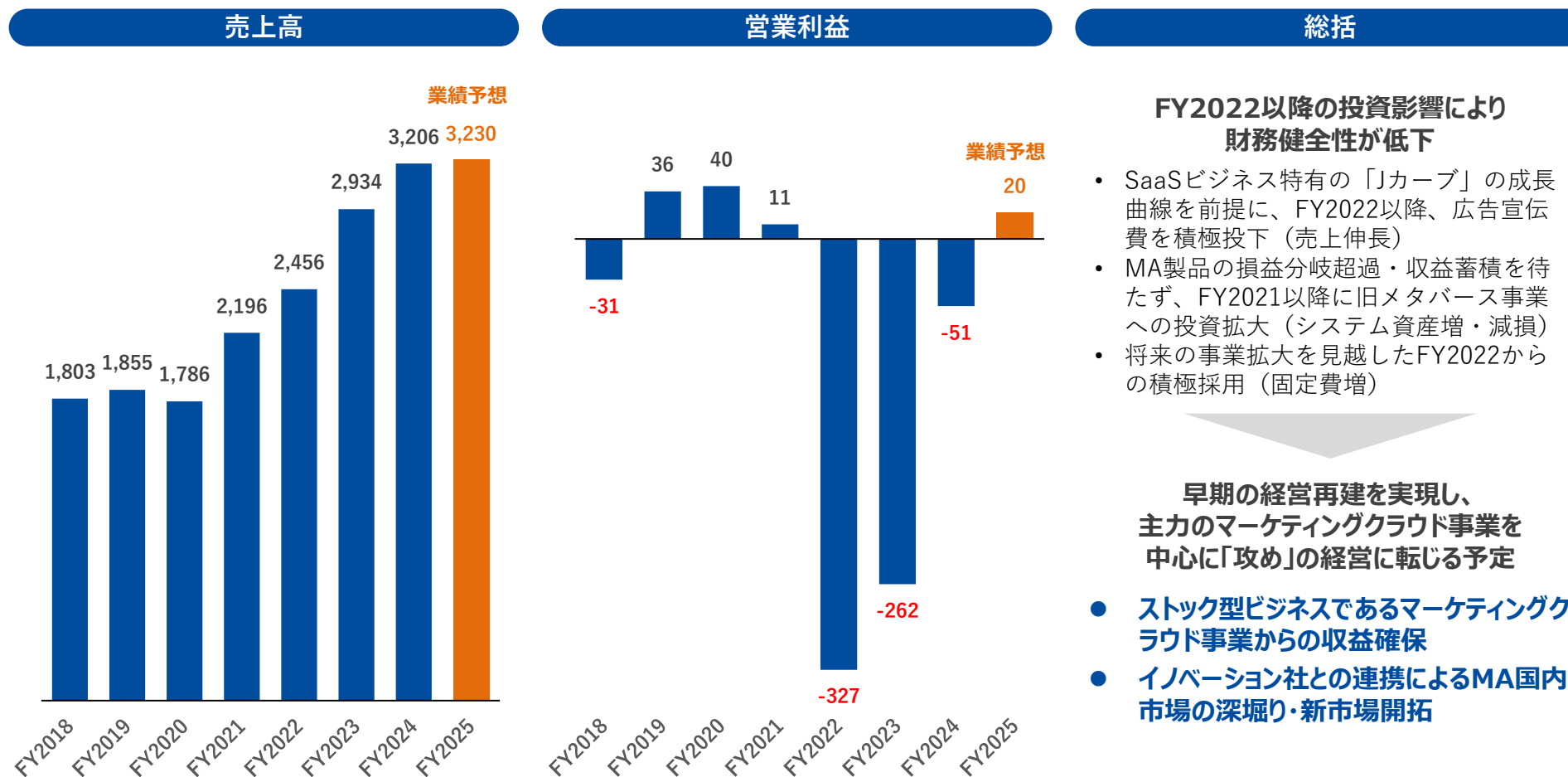
クラウドシステムの初期導入支援、BPO、コンサルティング支援等



# 上場来の経営総括（FY2017～2025）

- MA \* 市場拡大に伴い売上高は成長。コスト増・新規事業投資等の影響により収益確保が課題
- 主力のマーケティングクラウド事業からの収益蓄積を早期に進め、次の成長ステージへ移行

単位：百万円



## FY2022以降の投資影響により 財務健全性が低下

- SaaSビジネス特有の「Jカーブ」の成長曲線を前提に、FY2022以降、広告宣伝費を積極投下（売上伸長）
- MA製品の損益分岐超過・収益蓄積を待たず、FY2021以降に旧メタバース事業への投資拡大（システム資産増・減損）
- 将来の事業拡大を見越したFY2022からの積極採用（固定費増）

早期の経営再建を実現し、  
主力のマーケティングクラウド事業を  
中心に「攻め」の経営に転じる予定

- **ストック型ビジネスであるマーケティングクラウド事業からの収益確保**
- **イノベーション社との連携によるMA国内市場の深堀り・新市場開拓**

\* MA（Marketing Automation）：マーケティング活動全般におけるプロセスの自動化や効率化を支援するシステムの総称

## II. 株式会社イノベーションとの協業

---

## 当社株式に対する公開買付け（TOB）の成立

- イノベーション社による当社株式等の過半取得を目的としたTOBが2025年1月21日に成立
- 今後はイノベーション社と連携して、グループ一体での事業成長を目指す

### TOB条件・スケジュール

|          |                                                                                       |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 買付期間     | 2024年12月16日～2025年1月20日                                                                |
| 買付価格     | 普通株式1株につき650円                                                                         |
| 買付株数     | 3,360,800株（普通株及び潜在株の合計）                                                               |
| 成立後の保有割合 | 56.71%（連結子会社化）                                                                        |
| 上場       | 当社上場は維持                                                                               |
| 目的       | 国内MA市場の健全な再編に向けた第一歩として位置づけ、両社が保有する顧客アセット・技術リソースの共有・統合を通じて、国内外の競争環境における持続的な成長基盤を構築するため |

### 公開買付者プロフィール

|            |                                                                                                                                                             |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INNOVATION |                                                                                                                                                             |
| 会社名        | 株式会社イノベーション                                                                                                                                                 |
| 所在         | 東京都渋谷区渋谷三丁目10番13号                                                                                                                                           |
| 代表者        | 代表取締役社長CEO 富田直人                                                                                                                                             |
| 設立         | 2000年12月                                                                                                                                                    |
| 上場         | 東証グロース（証券番号：3970）                                                                                                                                           |
| 事業内容       | <ul style="list-style-type: none"><li>・ オンラインメディア事業</li><li>・ ITソリューション事業</li><li>・ 資産運用コンサルティング事業</li><li>・ M&amp;Aコンサルティング事業</li><li>・ VCファンド事業</li></ul> |

# 両社の戦略的連携によるシナジー創出イメージ

- 両社の経営リソースを共有・統合し、国内外の競争環境における持続的な成長を目指す

## 市場環境

### 競争は激化

- ・ 資金力で劣る国内企業は、SalesforceやAdobeなどの外資系企業による多額の資本投下により市場シェアを奪われる形で競争力が低下・苦戦
- ・ 過剰なマーケティング投資によって財務基盤が弱体化している企業も存在

## 日本のMAサービス市場の健全な再編を進める第一歩 シナジーを最大化するプロダクト戦略を展開

- 顧客アセット、技術リソースの共有・統合
- ターゲットリストの精緻化

サービス  
高度化

シェア  
拡大

新市場  
開拓

## 市場成長性

### CAGR103%\*

- ・ 大手・中小企業向けとも、CRM又はExcelでマーケティング管理を行っている企業に対する新規提供は続き堅調な市場拡大が見込まれる
- ・ BtoB事業者増加や同事業拡大に伴いデジタルマーケティング領域へ投資する企業は増加



INNOVATION

統合型マーケティング支援サービスの提供からコンサルティング支援まで、特にBtoB領域のマーケティングソリューションサービスを展開

## 事業の特徴

オンラインメディア事業とITソリューション事業で法人営業の全プロセスを支援するサービスを展開

SHANON  
**MARKETING PLATFORM**

多機能でカスタマイズ性の高い設計/中高価格帯

保有プロダクト  
(MA)

**List Finder**

シンプルでコスト効率の高い機能設計/低価格帯

\* (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2025年版, 2025. 132-135p.

## グループアセットの再編成（一部事業譲渡・グループ子会社取得）

### グループ内のSaaS事業を取り込みロールアップ開始



- 「List Finder（MA<sup>\*3</sup>サービス）」を主力とするITソリューション事業を統合  
グループ内に分散したMAサービスを集約・統合し、国産MA No.1に向けて収益力の向上を急ぐ
- グループ内で広告事業の成長加速に向け、「ITトレンド」を営むメディア子会社に事業を移管

\*1：株式会社Innovation & Co.

\*2：株式会社Innovation X Solutions

\*3：マーケティングオートメーション

詳細は、2025年9月12日付「[グループ再編（株式会社Innovation X Solutionsの株式取得（完全子会社化）及び株式会社Innovation & Co.への事業の一部譲渡）に関するお知らせ](#)」参照

### Ⅲ. 成長シナリオ

---

## 事業別の競争優位性・成長シナリオ

- 各事業とも一定規模の顧客基盤を有するため、収益確保に向けて運営・管理プロセスを見直し
- 国内事業基盤が整うことから、イノベーション社との協業により新たな成長シナリオを描く

|                     |           | 事業方針                                                      | 競争優位性                                                                                                                                                                | 成長シナリオ                                                               |
|---------------------|-----------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| マーケティングクラウド事業       | サブスク      | <b>安定した収益力を確保</b><br>規模拡大により損益分岐を超過し今後は利益収穫フェーズに移行        | ウェブマーケティング支援に加え、セミナーやDM、トレーニングまでマーケティングプロセスを一気通貫で支援し、企業のマーケティング活動の自動化・高度化を推進                                                                                         | 継続取引が期待できる500超のアカウント（顧客基盤）を有し、今後とも年率10～15%の成長のもと、事業効率を高め当社の収益基盤としていく |
|                     | プロフェッショナル | <b>適切なコスト管理による収益確保を優先</b><br>売上拡大から収益優先の運営に移行             | マーケティングコンサル、BPO、システム開発支援まで顧客ニーズに応じたカスタマイズ性の高い支援でサブスク+αの価値を提供                                                                                                         | 売上成長を志向し顧客を拡大してきたが、今後は付加価値の高い支援サービスを中心に利益成長を優先し、事業方針や体制を整備           |
| イベントクラウド事業          |           | <b>国内有数のベンダーポジションを確保</b><br>リピート顧客が増加し、サービス品質の向上・生産性向上に注力 | 国内有数の大型展示会から企業の単独セミナーまで支援実績を有し、安定したシステム稼働、オペレーションによる業界内のポジションを確立                                                                                                     | 国内での豊富な受注実績を基に効率的な事業運営に注力し、収益性向上による会社業績へのプラス寄与を高める                   |
| イノベーション社との協業による成長効果 |           | <b>資本業務提携によるグループ再編</b>                                    | <b>グループ全体での販売力及び収益力の強化</b><br>イノベーション社のSaaS事業との共同マーケティングや共同営業による顧客獲得コストの抑制、顧客ニーズに応じた相互送客による解約抑止を目指す<br><b>国内外での事業展開加速</b><br>両社のリソースを融合し、国内MA市場のシェア拡大、海外での新規市場開拓を目指す |                                                                      |

## 外部環境

- マーケティングクラウド事業が属するMA・CMS市場では、今後年率4.2%（CAGR）の底堅い成長を見込む
- 当社が主戦場とするエンタープライズ・ミドル領域ではBtoB企業中心に未導入企業が多数存在

### 市場規模（MA・CMS）

当社ターゲット市場は  
年率4.2%(CAGR)の  
成長率で推移する見込み

単位：百万円  
40,000

35,000

30,000

25,000

20,000

15,000

10,000

5,000

0

2024

2025

2026

2027

2028

2029

■ MA ■ CMS

### 企業規模別市場動向（MA）

多機能・カスタマイズ性を強みとする  
商品へのニーズは大～中規模企業に特に存在

構成比率

エンタープライズ  
37.5%

ミドル  
37.0%

ローエンド  
25.6%

- 企業規模別の傾向として、マーケティングに対するIT投資予算の大きい大規模企業、中規模企業に向けた市場が大きい。これらの企業ではカスタマイズ可能かつ国内企業向け製品へのニーズが今後も拡大する見込み。

- 小規模企業においても、低価格の製品の利用が進んでおり、一定規模の市場が存在する。

（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2025年版、2025. 132-135p.

## 経営課題に対する進捗

- 2024年10月期に掲げた経営課題に対し、既存事業の着実な成長を実現
- 現在はマーケティングクラウド事業を中心とした事業構造に転換し、収益確保を最優先する経営体制に移行

### 2024年10月期の経営優先課題

#### 課題

**マーケティングクラウド事業の売上最大化**  
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

**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

**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

**M&A**  
既存事業で収益を確保し、事業親和性が高いM&Aの機会を伺う

#### 振返り

マーケティングクラウド事業のFY2024売上高は4期連続の増収となり過去最高を記録。当社の収益基盤としてビジネスモデルが確立

コンテンツアシスタントサービスを2024年2月に提供開始。企業マーケティングの高度化・効率化が実現できるサービスとしてユーザー企業が増加中

生産性改善により収益獲得の体制が整い、FY2024はセグメントベースで利益が拡大

全社で収益確保を優先し、経営リソースをマーケティングクラウド事業に集中。よってM&Aは実施せず（既存広告事業の売却は実施）

### 2025年12月期の経営優先課題

#### 自己資本の早期回復

TOBを経てイノベーション社から資本を受け入れ、2025年1月24日付で**債務超過は解消済み**  
引き続き資本蓄積を進める

#### 収益性重視の経営へのシフト

**主力事業である  
マーケティングクラウド事業  
への経営リソース集中**

経営方針、組織、業績管理手法を見直し、収益確保を優先する事業オペレーションに移行中

## IV. 2024年10月期 通期業績

---

## 決算サマリ

- サブスクリプション売上高が前期比**115.1%**と成長を牽引し、**売上高は過去最高**を記録
- スtock売上比率の上昇、不採算事業の整理含む経営再建により、**黒字経営・資本増強**を目指す

売上高

**3,206** 百万円  
(前期比109.3%)

サブスクリプション売上高

**1,611** 百万円  
(前期比**115.1%**)

月額ストック売上 (MRR\*)

**145** 百万円  
(前期比121.4%)

### ■ 通期業績

- **売上高は4期連続で伸長し過去最高**。経営再建策が奏功し営業損失は△51百万円と前期比80.3%圧縮
- メタバース事業、広告事業（一部）の整理に伴いこれらに関する資産計78百万円を減損計上
- 期末時点で債務超過となるが、公開買付けを通じた資本増強を経て**2025年1月末に解消済み**

### ■ マーケティングクラウド事業

- サブスク売上高は2017年の上場来、毎年安定的に成長し直近5期の**売上高CAGRは113.4%**
- サブスク売上高は月額課金によるストック型ビジネス。期末時点で**ストック売上比率は50.2%**まで拡大
- コスト先行型のビジネスモデルだが、損益分岐点を超過し始め、いよいよ**収益貢献フェーズ**に突入

### ■ 今後の見通し

- 収益性の高いサブスク事業にリソースを集中させるため、メタバース事業の縮小、広告事業を展開する連結子会社株式（後藤ブランド株式会社）を2024年10月31日付で売却。**利益重視の経営にシフト**

\*MRR (Monthly Recurring Revenue) : 月額課金のサブスクリプション売上の月額合計 (2024年10月末時点)

## 2024年10月期 通期業績（連結）

- 売上高は前期比109.3%成長を実現し**過去最高を記録**
- 一部のシステム開発案件で工数投入がかさみ売上総利益率は2.0pt下落
- 不採算事業に係る資産を減損計上し、78百万円の特別損失を計上

単位：百万円

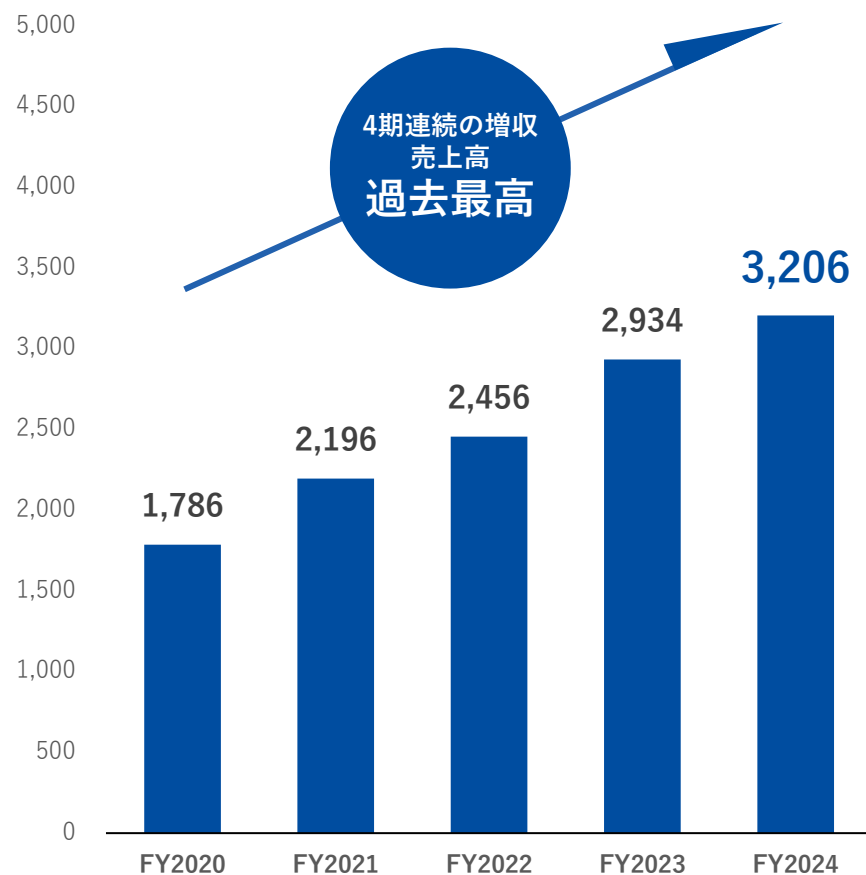
|          | 2023年10月期<br>実績 | 2024年10月期<br>実績 | 変動額    | 変動率    | 2024年10月期<br>予想 |
|----------|-----------------|-----------------|--------|--------|-----------------|
| 売上高      | 2,934           | 3,206           | +272   | 109.3% | 3,275           |
| 売上総利益    | 1,825           | 1,931           | +106   | 105.8% | —               |
| （売上総利益率） | 62.2%           | 60.2%           | △2.0pt | —      | —               |
| 販管費      | 2,088           | 1,983           | △104   | 95.0%  | —               |
| 営業損益     | △262            | △51             | +210   | —      | 32              |
| 経常損益     | △273            | △53             | +220   | —      | 30              |
| 当期純損益    | △445            | △101            | +344   | —      | 10              |

## 売上高・営業損益の推移

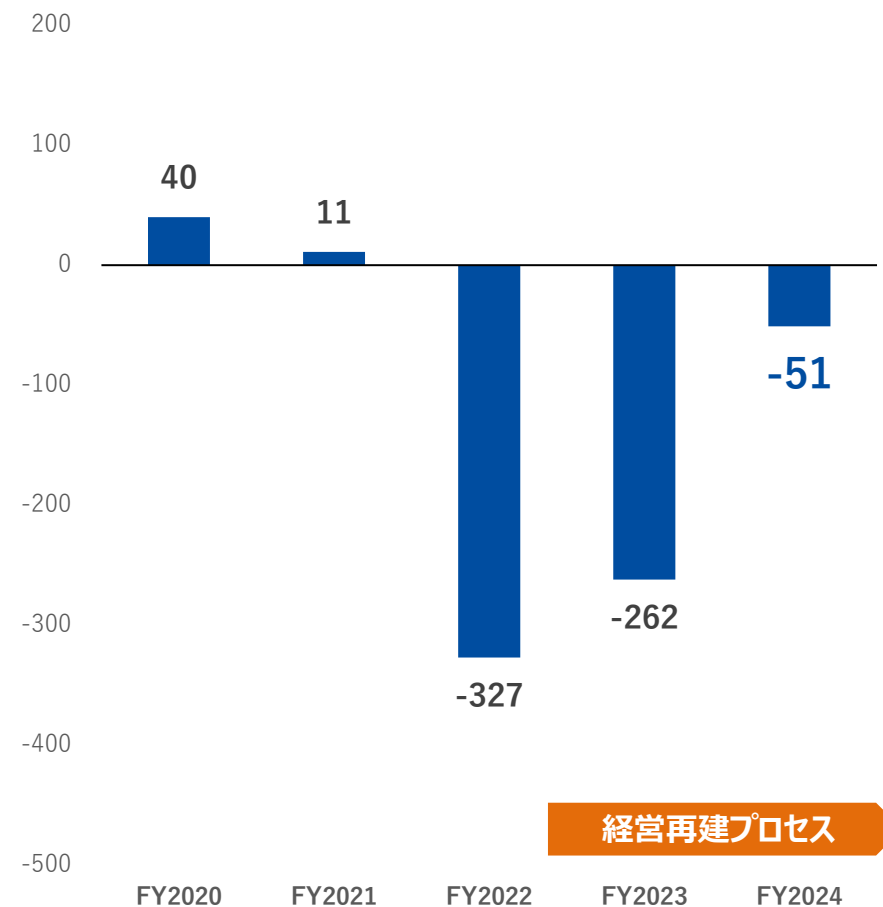
- マーケティングクラウド事業の安定成長が寄与し、**4期連続の増収**
- 増収を続けながら、人材の最適配置・生産性向上に注力し赤字額を大幅圧縮

単位：百万円

売上高

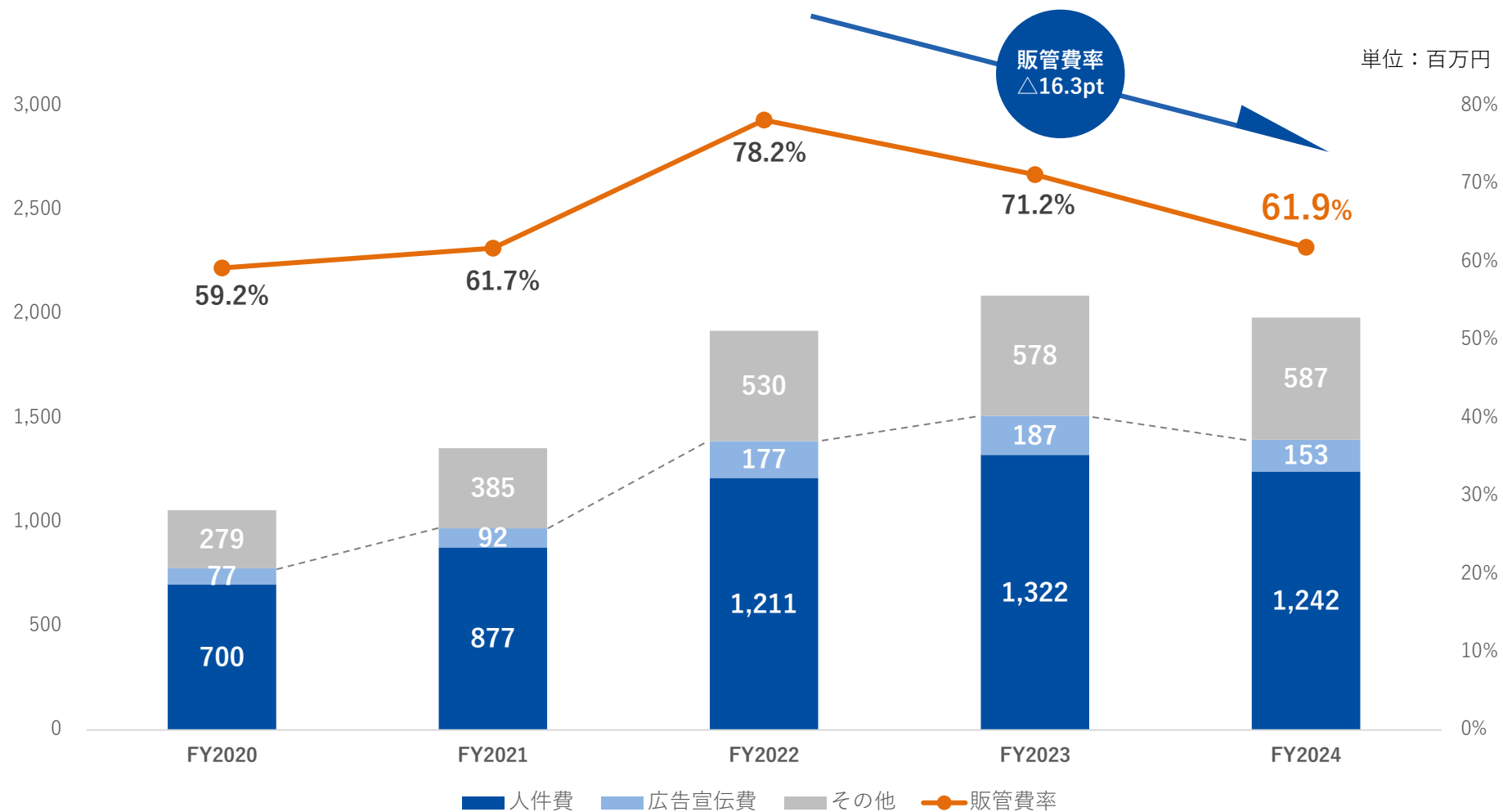


営業損益



## 販管費コントロール

- 売上が増加する中、採用拡大よりも生産性向上に努めた結果、経営効率が改善し販管費率は低下
- 単なる抑制ではなく、事業収益性を踏まえたメリハリのあるコストコントロールを実施



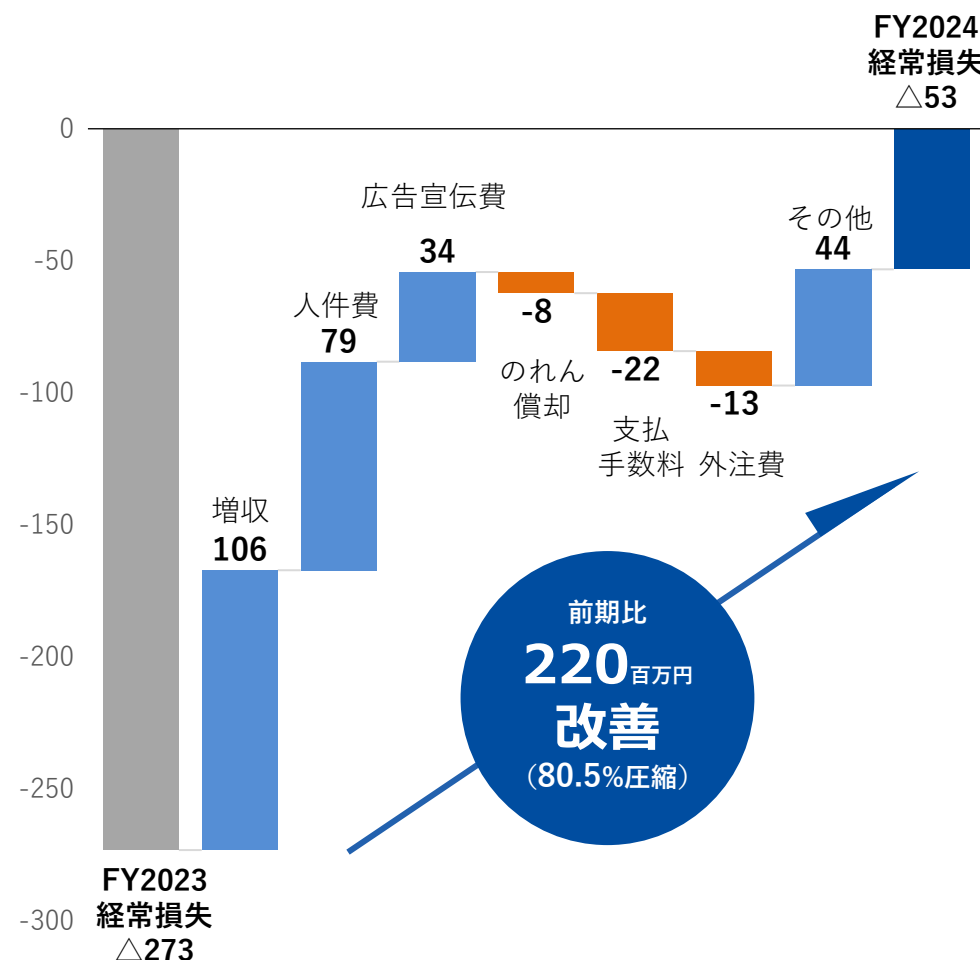
## 経常損益の増減要因

- 増収に加え、生産性改善により事業効率が向上したことが損失額の圧縮に寄与
- 一部の大型開発案件で外部リソースを活用したこと等より支払手数料、外注費が増加

単位：百万円

|               | 2023年<br>10月期実績 | 2024年<br>10月期実績 | 影響額<br>(増減率)            |
|---------------|-----------------|-----------------|-------------------------|
| 増収<br>(売上総利益) | 1,825           | <b>1,931</b>    | <b>+106</b><br>(105.8%) |
| 人件費           | △1,322          | △ <b>1,242</b>  | <b>+79</b><br>(94.0%)   |
| 広告宣伝費         | △187            | △ <b>153</b>    | <b>+34</b><br>(81.8%)   |
| のれん償却         | △50             | △ <b>59</b>     | △ <b>8</b><br>(116.0%)  |
| 支払手数料         | △87             | △ <b>109</b>    | △ <b>22</b><br>(125.7%) |
| 外注費           | △120            | △ <b>134</b>    | △ <b>13</b><br>(111.5%) |
| その他           | △330            | △ <b>285</b>    | <b>+44</b><br>(86.4%)   |
| <b>経常損益</b>   | <b>△273</b>     | <b>△53</b>      | <b>+220</b><br>(19.5%)  |

\*費用項目はマイナス（△）表記



## 2024年10月期 貸借対照表（連結）

- 現預金は子会社株式の売却代金の収受もあり、適切な水準を確保。事業運営上懸念なし
- 経常損失及び不採算事業の減損計上により債務超過となるが、TOBを通じた資本増強により  
**債務超過は2025年1月24日付で解消済み**

単位：百万円

|                | 2023年10月期<br>実績 | 2024年10月期<br>実績 | 変動額         | 変動率           |
|----------------|-----------------|-----------------|-------------|---------------|
| 流動資産           | 1,108           | 1,376           | +268        | 124.2%        |
| うち現金及び預金       | 400             | 763             | +362        | 190.4%        |
| 固定資産           | 906             | 783             | △122        | 86.4%         |
| <b>資産合計</b>    | <b>2,024</b>    | <b>2,169</b>    | <b>+145</b> | <b>107.2%</b> |
| 流動負債           | 1,048           | 986             | △61         | 94.1%         |
| 固定負債           | 936             | 1,235           | +298        | 131.9%        |
| <b>負債合計</b>    | <b>1,984</b>    | <b>2,222</b>    | <b>+237</b> | <b>112.0%</b> |
| 株主資本           | 29              | △68             | △98         | —             |
| <b>純資産合計</b>   | <b>39</b>       | <b>△52</b>      | <b>△92</b>  | —             |
| <b>負債純資産合計</b> | <b>2,024</b>    | <b>2,169</b>    | <b>+145</b> | <b>107.2%</b> |

1,039百万円  
増により債務  
超過解消済み

## V. セグメント別業績

---

2025年12月期第1四半期連結会計期間より、  
「マーケティングクラウド事業」と「イベントクラウド事業」の2区分に変更しています。  
2021年10月期～2024年10月期については、  
数値を変更後のセグメント区分に組み替えて算出しています。

## セグメント別の業績

- サブスクリプション売上（①-A）の前期比115.1%成長に伴い、**ストック売上比率は50.2%へ2.6pt上昇**（前期末47.7%）

単位：百万円

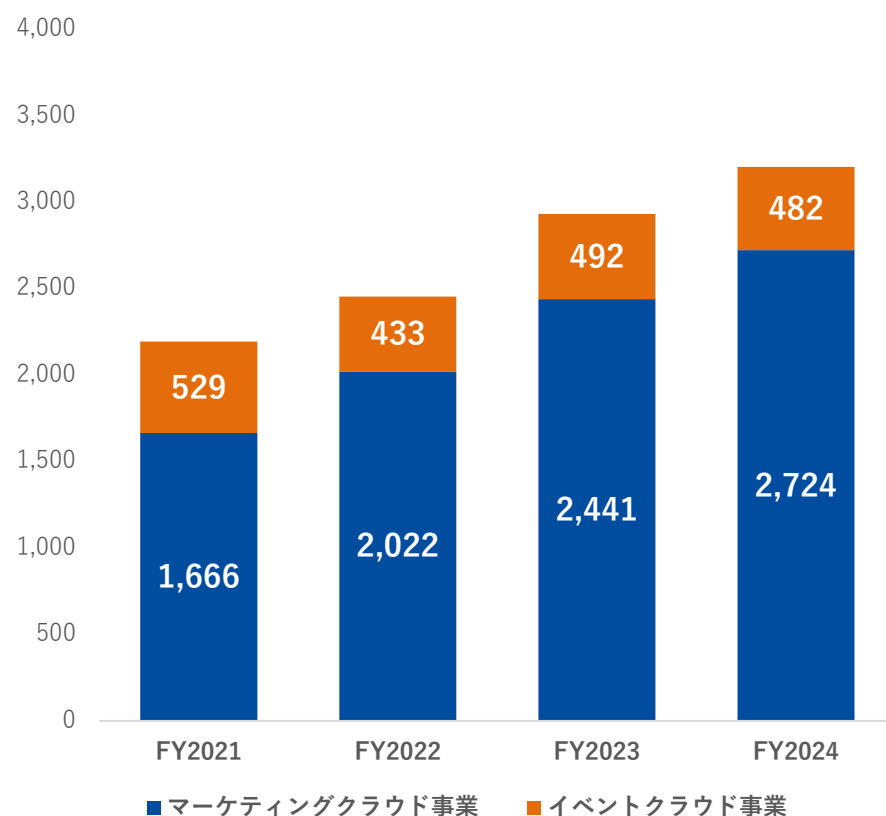
|                | 2023年10月期<br>実績 | 2024年10月期<br>実績 | 変動額  | 変動率    |
|----------------|-----------------|-----------------|------|--------|
| ①マーケティングクラウド事業 | 2,441           | 2,724           | +282 | 111.5% |
| <b>ストック売上</b>  |                 |                 |      |        |
| ①-A サブスクリプション  | 1,399           | 1,611           | +211 | 115.1% |
| ①-B プロフェッショナル  | 1,042           | 1,112           | +70  | 106.8% |
| ②イベントクラウド事業    | 492             | 482             | △10  | 98.0%  |
| 売上高（①+②）       | 2,934           | 3,206           | +272 | 109.3% |

## セグメント別売上高・損益の推移

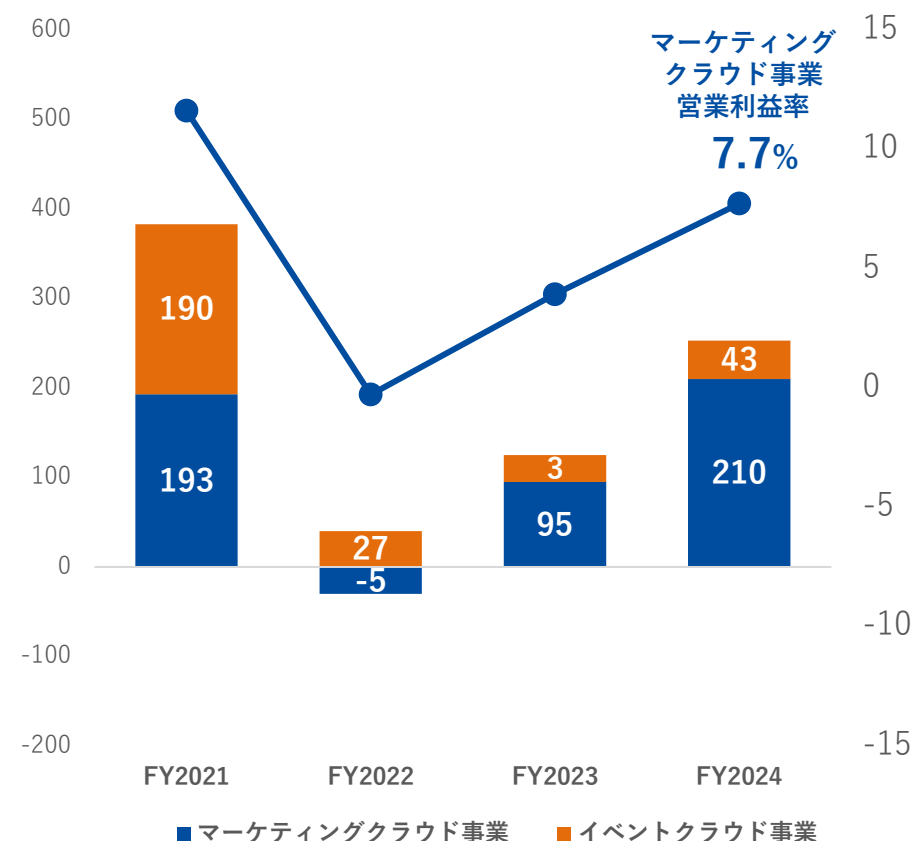
- マーケティングクラウド事業は、**営業利益率10%前後を巡航水準**とする収益性の高いビジネスモデル
- イベントクラウド事業は季節要因やコストコントロールの影響が大きく、利益確保に向けて生産性改善が進行中

単位：百万円

売上高



営業損益

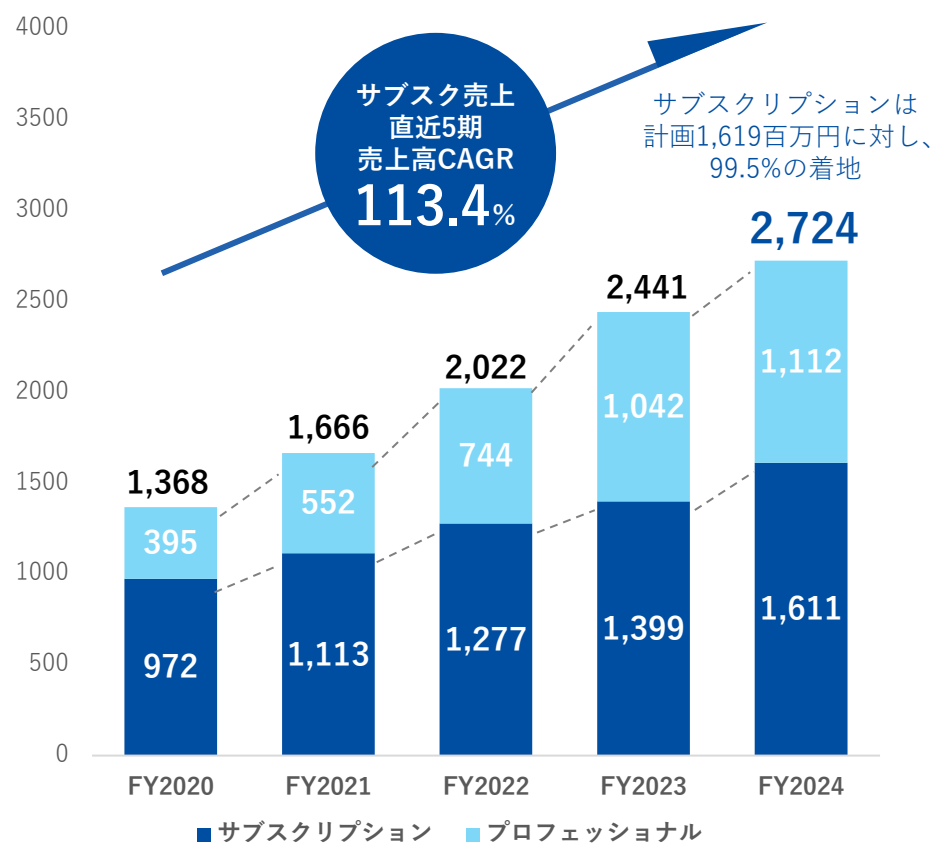


## マーケティングクラウド事業の推移 (1/2)

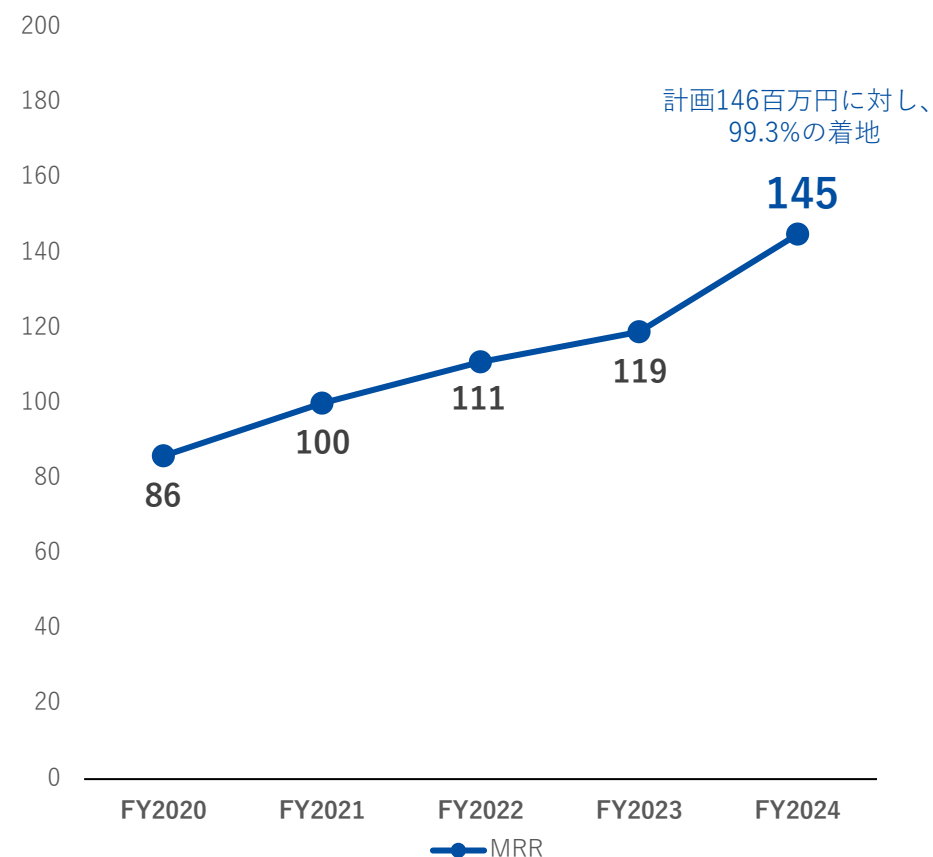
- サブスクリプション売上、プロフェッショナル売上ともに順調に増加
- 期末MRRが翌期のサブスク売上高のベースラインとなることから、FY2025（進行期）のサブスク売上高は順調に推移する見込み

単位：百万円

売上高



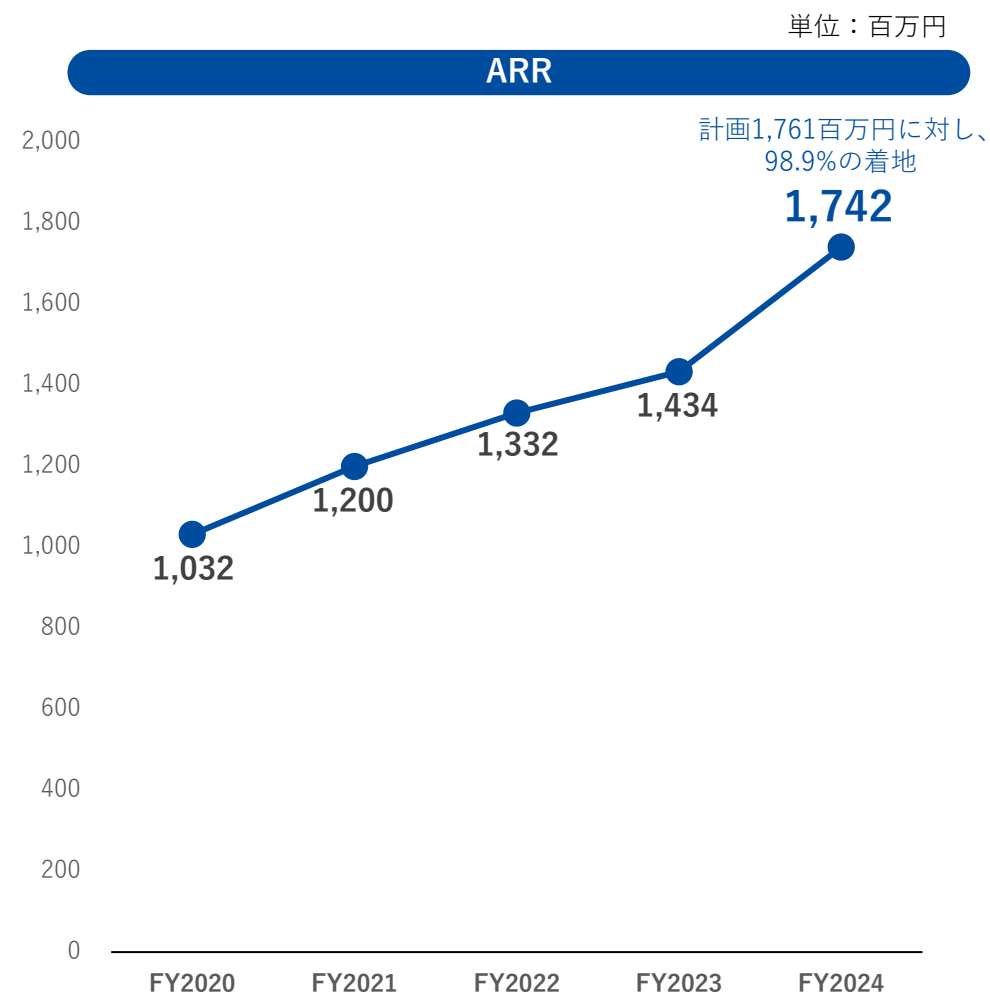
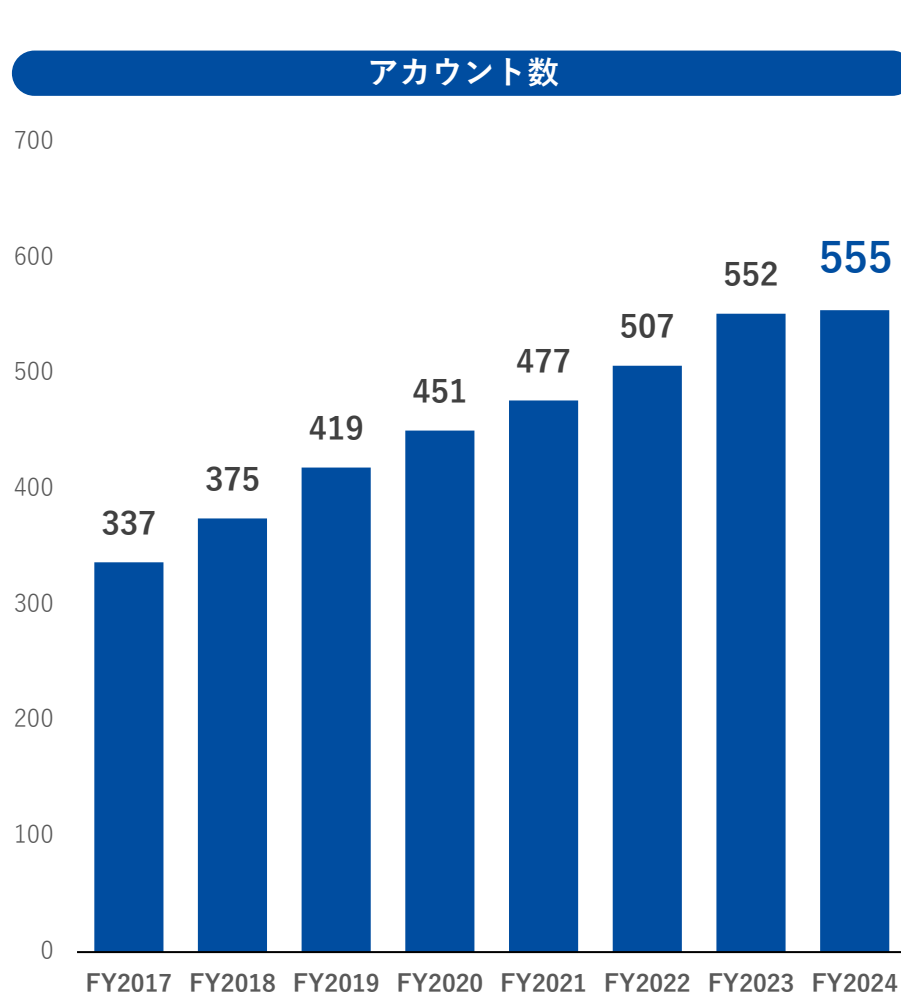
期末MRR\*



\*MRR（Monthly Recurring Revenue）：月額課金のサブスクリプション売上の月額合計（各期10月末時点を比較）

## マーケティングクラウド事業の推移（2/2）

- アカウント数は2017年の上場来、毎年積み上がり顧客基盤は拡大
- アップセルや従量課金も寄与し、安定した収益が見込めるストック売上（ARR<sup>\*</sup>）の拡大継続



\*ARR（Annual Recurring Revenue）：サブスクリプション契約に基づく毎年計上する売上高として、MRRを12倍（12か月分換算）した金額

## VI. リスク情報

---

# リスク情報

| 主要なリスク                                                                                                         | 発生可能性 | 影響度 | 対応策                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>インターネット市場全体の動向</b><br>インターネットの普及に伴う環境整備やその利用に関する新たな規制の導入、技術革新、その他の予期せぬ要因により、サービスの運営が困難になるリスク                | 低     | 高   | 各種技術革新や、行政の動向については継続的に情報収集を行うことで、早期に環境対応を行う                                                |
| <b>為替変動リスク</b><br>円安傾向が加速した際に、米ドル支払いとしている外部クラウドサーバー等のサービス費用負担が増加するリスク                                          | 高     | 低   | 契約の一部をリザーブドインスタンスとして契約し、為替変動リスクを軽減する                                                       |
| <b>経営環境の変化</b><br>景気後退等による顧客企業の投資マインドの減退するリスク                                                                  | 中     | 中   | 既存顧客に対しては、製品の利用頻度を高めるための取り組みを継続し、また新規顧客に対しては、より選ばれる機能開発、提案力の強化に努める                         |
| <b>競争</b><br>競争企業が全く新しいコンセプト及び技術の活用により技術力やサービス力が向上し、資金力・ブランド力を背景に更なる価格競争の激化、当社と同様の事業モデルによるワンストップ・サービスの競争となるリスク | 中     | 低   | 継続的に競争企業の動きは注視しつつ、投資領域の決定（市場ニーズを踏まえたソリューション領域の拡大や認知度向上施策等）を目指していくことで、当社シェアの維持並びに増加を図る      |
| <b>検収時期の変動、収益悪化</b><br>プロジェクトの進捗により納期変更、検収時期が遅延し、計画通りに売上を計上することができない。また不測の事態により当初想定を上回る工数が発生し、プロジェクト収支が悪化するリスク | 低     | 低   | プロジェクト管理や工数管理の徹底並びに、プロジェクト管理能力を向上する                                                        |
| <b>システム障害</b><br>サービス基盤であるAWSの大規模な障害、または当社の想定していない事象の発生によるシステム障害が発生するリスク                                       | 低     | 高   | 複数の地理的リージョンとアベイラビリティゾーンの利用による冗長性の確保や定期的な脆弱性診断および各種不正アクセス対策等によるセキュリティの対応、また、システム稼働状況の監視等の実施 |

\*その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください



IRに関するお問い合わせ先  
[ir@shanon.co.jp](mailto:ir@shanon.co.jp)

#### Disclaimer

- 本資料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。
- 本資料は当社の株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資判断を行う際は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。
- 次回の開示予定時期は2026年3月頃を予定しています。