

2023年10月期 通期決算動画書き起こし要約

本資料は、2023年12月12日（火）に開示した「2023年10月期通期決算補足説明資料」について、2023年12月13日（水）に公開した「2023年10月期通期決算説明動画」を書き起こし、要約をしたものです。



2023年10月期 通期 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）

2023年12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。

株式会社シャノン 代表取締役の中村でございます。2023年10月期 通期の決算補足説明を始めます。

中期経営計画（-2024）の数値計画取り下げについて

当社グループは、2021年12月13日に2024年10月期を最終年度とする中期経営計画を公表しました。その後、新型コロナウイルス感染症の影響によるBtoBイベントの中止や遅延によるイベントクラウド事業の減速や、メタバース事業及びサブスクリプション事業の進捗遅れを踏まえて計画を見直し、2022年12月12日に修正版中期経営計画（2022-2024）を公表しました。（詳細につきましては、同日開示の「2022年10月期 通期決算補足説明資料」P39以降をご参照ください。）

2023年10月期において、主力事業であるサブスクリプション事業の状況は当初計画には届かないものの堅調に推移をしております。一方で、中期経営計画において【次の柱】としていたメタバース事業は、コロナ情勢の変化や、当初想定していた大型展示会の受注が想定通り進まないこと等から、見直し後の計画に対しても進捗は芳しくない状況です。またイベントクラウド事業はコロナ禍を経て競合環境を含めた市場環境にも変化がみられております。

そのため、中期経営計画を一度取り下げ、投資と成長のバランスを再度見直します。当面は、近年の投資内容（M&Aや開発したソリューション）と既存事業の相乗効果による成長をすすめ、コストを意識した組織体制の見直しを通じて、成長率よりも収益性の向上を目指します。

その前提の上で、次の成長戦略は、【Ⅲ シャノングループの成長戦略】をご確認ください。



中期経営計画の数値の取り下げについて説明いたします。

2021年に公表した中期経営計画では、2022年～2024年の期間を対象に計画を策定しました。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大に伴うイベント事業の中止や遅延、またメタバース事業の遅れにより2022年12月に計画の修正版を発表しました。

2023年10月期は主力のサブスクリプション事業は予定通りではないものの堅調に推移しましたが、メタバース事業は予実の乖離が大きく、計画の見直しが必要になりました。そのため、中期経営計画を取り下げ、成長と投資のバランスを見直し、収益性を重視した計画に見直しをします。

当面は、ここまでに開発したサービスや、M&Aをしたサービスと既存事業との相乗効果を追求しながら、成長をすすめるとともに、コスト管理を意識し、収益性の向上を目指します。

目次

- I. 2023年10月期 通期決算報告
- II. 今後の見通し
- III. シャノングループの成長戦略
- IV. APPENDIX

それでは 目次のとおり進めてまいります。

I. 2023年10月期 通期決算報告

2023年10月期 通期決算の報告でございます。

2023年10月期 通期ハイライト

- 2023年10月期通期のハイライトは以下のとおりです。

2023年10月期通期 売上高成長率

前年同期比 **19.5%成長**

サブスクリプション事業
サブスクリプション売上

前年同期比 **9.6%成長**

(MA市場成長率8.6% *1)
市場成長率を上回る成長率

イベントクラウド事業

修正予算比 **89.9%**

当初予算比 93.7%

▶2024年10月期の対策は実施済み

メタバース事業

修正予算比 **107.4%**

当初予算比 17.2%

▶2024年10月期の対策は実施済み



*1 株式会社富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2023年版」より集計

Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 5 |

2023年10月期通期業績のハイライトです。
売上高成長率は前年同期比で19.5%と堅調な成長を達成しましたが、期初目標から見ると十分ではありませんでした。
サブスクリプション事業のうち、サブスクリプション売上は、前年同期比9.6%となりました。10%を超えたかったものの、着実な成長を遂げております。
期初予算からの乖離が大きかったのはイベントクラウド事業とメタバース事業です。この2事業は2023年10月期決算へマイナスのインパクトはあったものの、すでに課題を洗い出し、その課題に対する対策を実施し2024年10月期を迎えております。詳細な対策については後ほど説明いたします。

2023年10月期の予想と実績値差異に関する要因分析と対処策

● 2023年10月期の各セグメントの状況は以下のとおりです。

セグメント	売上高 (百万円)	前年 同期比	修正予 算比	営業損益 (百万円)*1	前年 同期比*2	2023年10月期の 修正計画未達要因	2024年10月期の施策
連結PL ※セグメント利益又は 損失の調整額を含む	2,934	119.5%	99.2%	△262	— 前年同期 △327	売上予算との乖離が大きかったのは、イベントクラウド事業（55百万円）	2024年10月期予算では全体的に売上計画をより確度の高い保守的なものとし、それに合わせて人件費の調整（新規・中途採用の抑制、人員異動による適切な人員配置）やその他コストの調整を図ることで、収益性の改善を図る予算とした。
■ 以下セグメントごとの状況							
サブスクリプション 事業	2,163	117.2%	101.5 %	194	336.9%	詳細は以下の通り	
サブスクリプション	1,399	109.6%	99.3%			MRR(*3)、ARRの成長は予算には届かなかったものの及第点。	2023年10月期の施策を継続。なお、ミドル（新規）の営業は先行投資となることから（増員に伴うコスト＞新規獲得による単年度収益）、収益性を意識した採用人数に調整。
プロフェッショナル	764	134.2%	105.8 %			市場における競争環境の影響により、新規受注時の導入サービス単価下落、既存顧客からの追加受注は減少。	市場の実態を踏まえた売上予算の策定、それに見合う組織体制への見直しによりコストバランスの向上を目指す。エンタープライズ向けは引き続き大型案件納品の計画があることから、これらを確実に納品していく。
イベントクラウド事 業	492	113.6%	89.9%	3	△87.4%	リアルイベント回帰の動きは鮮明となるものの、競合サービスの台頭もあり、案件数は増加傾向にあるものの、中小型イベントの案件単価が想定より低く推移し、採算性が悪化した。	前期の状況を踏まえて、組織体制の見直し、サービス提供体制の効率化を図ることで採算性の向上を目指す。また当社サービスの付加価値向上、サービス提供の効率化のため開発投資も計画し実行中。
メタバース事業	35	120.1%	107.4 %	△65	— 前年同期 △72	1案件単価が大きい大型展示会等の受注が想定通りに進まず売上バイナード。期中に体制見直しやコスト調整を行ってきたがバランスは取り切れず。	売上予算は、受注済み案件を中心に現実的な計画として策定。組織体制や各種コストもミニマムに抑えている。
広告事業	242	165.9%	98.9%	△32	— 前年同期 22	予算策定時に見込んでいた大型案件が通期実績において大幅バイナード。	前期実績を踏まえて売上予算は抑えて策定しているが、昨年新たにリリースしたクッキーレスリターゲティング広告の躍進や大型案件の改善に期待。



*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 前年同期が営業損失の場合には、前年の営業損失額を記載。前年同期が営業利益かつ当期は営業損失の場合には、前年の営業利益額を記載。（単位：百万円）

*3 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

2023年10月期の予想と実績について説明します。

連結PLでの売上高成長率は、前年同期比**19.5%**と、着実な成長となりました。以下、セグメントごとに要因分析と対処策を説明します。

1. サブスクリプション（サブスクリプション事業）：

前年同期比**109.6%**と、目標にはわずかに届きませんでした。今期も成長と収益性向上を意識しつつ、新規顧客の獲得と解約率の低下を重視していきます。

プロフェッショナル（サブスクリプション事業）：

（大型案件の受注もあり）前年同期比**134.2%**と成長はしましたが、競合サービスとの競争により、導入サービス単価の下落が続いています。今期はその価格変化に合わせた予算編成を行い、収益性を向上させる取り組みを行います。

2. イベントクラウド事業：

リアルイベントへの回帰は進んでいますが、競合サービスの台頭などにより、主に中小型のイベント案件の受注単価が低下傾向にあります。これに対して収益性を改善するためのコスト調整等の対策を実施済みです。

3. メタバース事業：

予想を大きく下回りました。大型展示会受注予算を織り込んでいたものの、その予想が外れ、売上が想定より低かったことにより、事業全体の収益性が悪化しました。今期は、コスト調整を行いミニマムの体制でスタートし、成長機会をうかがってまいります。

4. 広告事業：

大型案件が計画通りに進みませんでした。一方でクッキーレスリターゲティング広告が順調に増加しています。今期は採算性を重視し、予算を保守的に編成し、収益性の改善に取り組みます。

以上が、各セグメントごとの要因分析と対処策の概要です。2023年10月期の課題に対処することで、サブスクリプション事業の成長が収益に貢献することで、2024年10月期の予算達成を目指します。

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の仕入額（年間100万ドル以上）に影響がありますが、公表予算における想定レートは140円/\$としているため、これよりも円高で推移すればその分利益に対してプラスの影響。 1円の円安により約1百万円のマイナス影響
コロナの5類変更	あり	新型コロナウイルスの感染法上の分類が2023年5月より季節性インフルエンザと同じ「5類」に引き下がった。GWに人手増加を受け、企業のリアルイベントへの回帰は一層見られており、イベントクラウド事業へは追い風。
生成系AIの普及	あり	生成系AIの急速な普及により、コンテンツの生成が容易となり、企業のマーケティング活動におけるコンテンツ作成にも生成系AIの活用が進むと想定される。 当社もChatGPTとの連携によるコンテンツ作成支援サービスの展開を計画。
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ります。
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、企業や自治体のデジタル投資が促進され、当社サービスの利活用に繋がる可能性あり。 前期より自治体案件向けの専門部隊を設置

その他 経済トピックの影響は記載の通りになっております。

連結PL（2023年10月期 通期実績）

- 2023年10月期 通期累計期間の業績は下記のとおりです。

単位：百万円

	2023年10月期 通期(実績)	【前年同期比】 2022年10月期 通期(実績)	前年同期 増減率
売上高	2,934	2,456	19.5%増
サブスクリプション事業	2,163	1,846	17.2%増
サブスクリプション	1,399	1,277	9.6%増
プロフェッショナル	764	569	34.2%増
イベントクラウド事業	492	433	13.6%増
メタバース事業	35	29	20.1%増
広告事業	242	146	65.9%増
売上原価	1,108	864	28.3%増
売上総利益	1,825	1,591	14.7%増
販売費及び一般管理費	2,088	1,919	8.8%増
営業利益（△は営業損失）	△262	△327	—
経常利益（△は経常損失）	△273	△325	—
親会社株主に帰属する四半期純利益 （△は親会社株主に帰属する当期純損失）	△445	△365	—



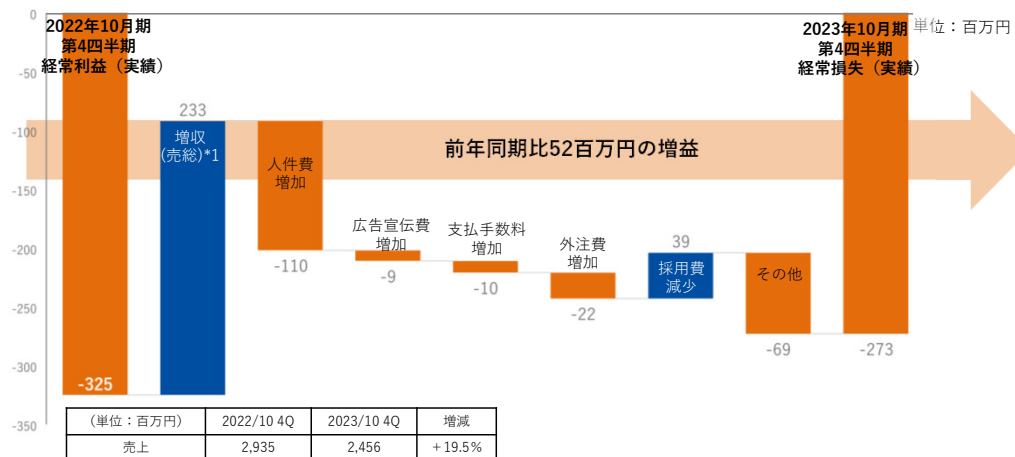
Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 8 |

連結PLについてでございます。

売上高は前年同期比19.5%の成長となりました。一方で売上原価、売上総利益、営業利益は計画通りに推移しませんでした。この差異は、投資に対して売上成長が追い付かなかったためであります。前述のとおり対策を進めることでコストバランスを見直し、持続可能な成長を目指します。

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**52百万円の増益**となりました。
 - ・ 大型案件対応用の外注費が増加。また、人件費は前年同期比で増加はしたものの、事業の状況を踏まえて期中の採用活動は計画に対して抑制。それに伴い採用費は減少
 - ・ 営業人員の増加に伴い必要な商談数も増加したため、広告宣伝費(=マーケティングコスト)が増加
 - ・ M&Aによる業容拡大もあり、監査報酬が増加したこと等により支払手数料は増加
 - ・ その他の内容は、コロナ5類移行に伴う出張や出社の増加による旅費交通費、消耗品費や企業型DC導入に伴う福利厚生費増加等



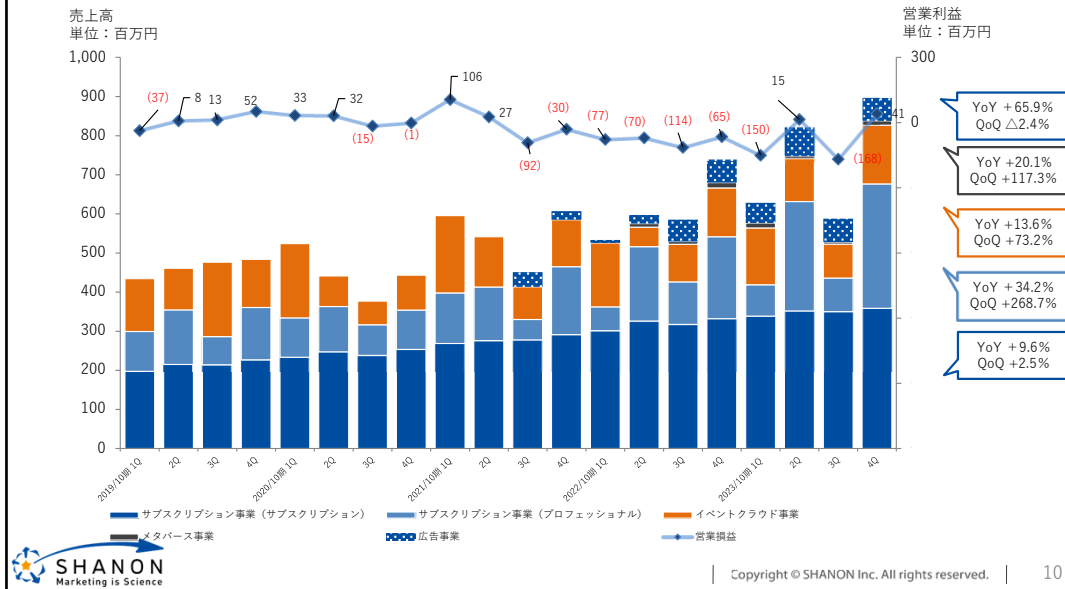
*1 人件費や減価償却費等の原価関連項目の原価計上分の増減は、増収(売総)に含まれています。



次に、当連結会計年度の経常利益増減要因の分析でございます。前年同期比5200万円の増益でしたが、まだ赤字の状況が続いています。費用面では、大型案件対応用の外注費が増加していること、人件費も増加しているものの、一方で2023年10月期は採用計画に対して抑制をかけており、退職による自然減も考慮しつつ、バランスを取っていく方針です。

売上高構成比・営業損益（連結）推移

- サブスクリプション事業（プロフェッショナル）は、2Qはエンタープライズ向けの納品により増加、3Qもエンタープライズ向け納品を計画していたが納期遅延、通期では納品完了し、大幅な増加となりました。
- 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、毎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は各四半期で変動します。

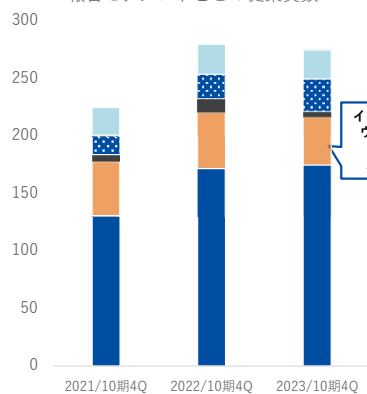


次に、売上構成比・営業損益の推移についてお話しいたします。サブスクリプション事業のうちサブスクリプション売上はしっかりと伸びております。黒字になっている四半期もあるものの、全体としてはまだ赤字傾向にあります。引続き2024年10月期も収益性を向上させながらバランスを取っていきたいと考えています。

人員推移

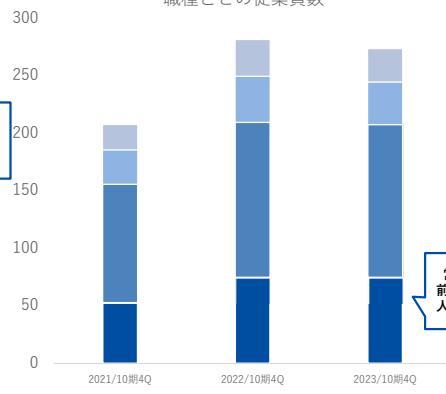
- イベントクラウド事業の人員の一部を広告事業に異動することで、リソース調整。（2022年9月に4名、2023年4月に3名異動）
- 2023年新卒は26名入社（昨年27名）。中期では、中途採用の規模は相対的に減少していくことを想定しています。
- 自然退職による減少と期中採用の抑制により、人員増加ペースはひと段落しています。

単位：人 報告セグメントごとの従業員数



単位：人

職種ごとの従業員数



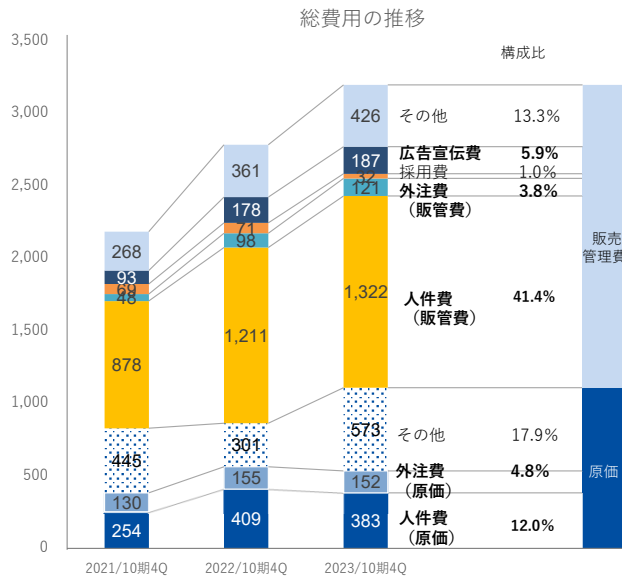
人員推移についてもお話しいたします。

イベントクラウド事業の一部の人員を、広告事業等への異動させることにより、リソースの調整を行い、事業部ごとに収益性を意識してバランスを整えています。2023年度には新卒者26名が入社しましたが、2024年度の新卒採用は抑制をしております。退職による人員減少も一定程度は予想されることから、全体的には人員増加ペースはひと段落しバランスしていくものと考えております。

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。

単位：百万円



広告宣伝費は、売上拡大を目指して営業戦力を増強しているが（営業人員増加により必要商談も増加し、それに伴いマーケティングコストは必要）一部コスト調整もありほぼ前期末同様に着地。

採用費は、各事業セグメントの状況を踏まえた人事異動により既存人員を有効活用により、前期比で大幅減。

外注費は、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。

人件費は、案件活動は売上原価、それ以外（バックオフィス等の間接部隊の分を含む）は販管費となる。中期的な成長加速を実現するために積極的に採用を行ってきたことにより年々増加していますが、足元では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ほぼ前期末同様に着地。



Copyright © SHANON Inc. All rights reserved.

12

総費用の推移です。

人件費、外注費の比率が全体の多くを占めております。

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。

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"> ■ サービス種別別 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"> ■ サービス種別別 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。



シャノンの売上構成要素です。
サブスクリプション売上を最重要とした考え方で進めております。

II. 今後の見通し

2024年10月期の見通しをご説明してまいりたいと思います。

2024年10月期 通期連結業績予想（前期比）

- 売上高は、サブスクリプション事業を中心に増加し、全体では**11.6%**の増加を見込んでいます。

	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：%	2024年10月期 第2四半期（累計）（予想） 単位：百万円
売上高	2,934	3,275	111.6%	1,510
サブスクリプション事業	2,163	2,425	112.1%	1,145
サブスクリプション	1,399	1,619	115.7%	766
プロフェッショナル	764	806	105.5%	378
イベントクラウド事業	492	490	99.4%	202
メタバース事業	35	58	166.1%	26
広告事業	242	302	124.6%	136
売上原価	1,108	1,146	103.4%	586
売上総利益	1,825	2,129	116.7%	923
販売費及び一般管理費	2,088	2,097	100.5%	1,056
営業利益（△は損失）	△262	32	—	△132
経常利益（△は損失）	△273	30	—	△132
親会社株主に帰属する当期純利益 （△は損失）	△445	10	—	△139

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



2024年10月期通期連結業績の予想についてお話しいたします。売上高目標は32億7500万円、前期比111.6%の成長率を見込んでいます。全体として、売上高成長率は前年に比べてやや控えめな計画となっています。

サブスクリプション事業は、前期比で115.7%の成長率を見込んでおりますが、収益性に重点を置いています。イベントクラウド事業とメタバース事業については、2023年10月期実績とほぼ横ばいか微増を見込んで計画を立てております。広告事業も昨対で124.6%増ですが、金額としては大きな成長ではありません。

営業利益は前年比較で約2億9000万円近く増加し、プラスに戻すことができる見込みです。全体的には収益性を重視した、保守的な計画となっています。

III. シャノングループの成長戦略

ここから、今後の成長戦略というところをお話したいと思います。


2024年10月期の4つの柱

2024年10月期は、各事業の「売上高成長率」 < 「収益性向上」を優先することで、次年度以降のステップアップを目指します。

1	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～
2	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～
3	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～
4	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～

引き続き成長市場にいることから一定の成長は目指しますが、先ほどお話した通り、売上高成長率よりも収益向上を目指します。バランスの取れた成長をどのように目指していくのかを、4つの論点でお話をしていきたいと思えます。

1	<p>サブスクリプション事業の売上最大化</p> <p>～ 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～</p>
2	<p>生成AIを活用した新サービス</p> <p>～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～</p>
3	<p>イベントクラウド事業の収益性向上</p> <p>～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～</p>
4	<p>M&A（時期未定）</p> <p>～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～</p>

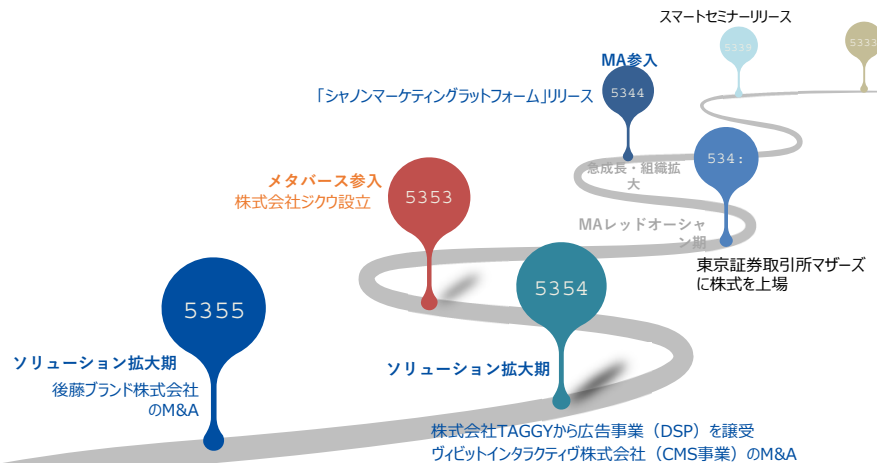

| Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 18 |

まず1つ目がサブスクリプション事業の売上高の最大化というところからお話ししてまいりたいと思います。

ソリューション領域の拡大

1. サブスクリプション事業の売上最大化

「マーケティング関連の相談をまとめて行いたい」という顧客ニーズが年々増加したことにより、2020年以降は関連サービスをグループ内に順次取り入れています。これにより、当社のTAMは広がりを見せています。



シャノンは、MAサービスのリリース以来、サービスや機能を拡大してきました。

メタバースへの参入や広告DSPの譲り受け、CMSのM&A、広告代理店のM&Aなどを行いお客様に提供できるソリューションを広げました。

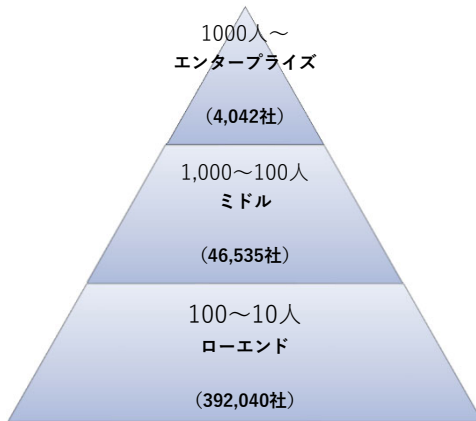
これにより、シャノンとしてお客様に提供できるTAM (Total Available Market) が広がってきております。

シャノンの潜在市場規模

1. サブスクリプション事業の売上最大化

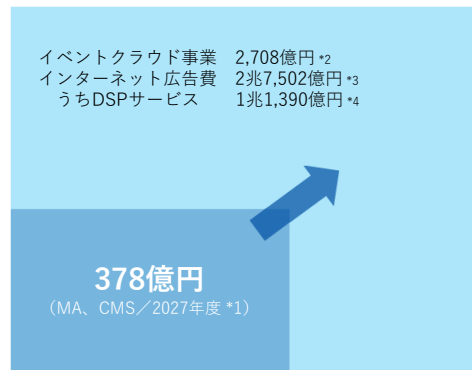
サブスクリプション事業では主に「エンタープライズ」、「ミドル」をメインターゲットにしていますが、中期的には「ローエンド」にもターゲットを広げていくことを考えています。また、ソリューションの拡大によりシャノングループ全体のTAMは拡大しています。

日本の企業規模区分（従業員）の社数と
当社MAのターゲット市場区分



総務省統計局「令和3年経済センサス活動調査」を基に集計

シャノンがターゲットとする市場のTAM



*1 株式会社富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2023版」
*2 2022年度のデータは展示会データベース2024年版（ピーオービー）の小間数×300万円で市場規模推定をしております。
*3 出版株式会社電通「2021年日本の広告費」媒体別広告費<2019年～2021年>
*4 株式会社CARTA COMMUNICATIONS/株式会社D2C/株式会社電通/株式会社電通デジタル/株式会社セブテーニ・ホールディングス「2022年日本の広告費 インターネット広告媒体別費 詳細分析」



Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 20 |

その市場規模についてですが、主力事業であるサブスクリプション売上（MA・CMS）の分野だけでも378億の市場があると評価されています。ここにイベント市場や広告市場が合わさるとさらに市場が広がります。それらを取り入れながら成長を目指していきます。次にターゲット市場区分について補足します。シャノンは従来からエンタープライズおよびミドルの上位層を主要な顧客層としていましたが、ミドルおよびローエンド市場にも機会は広がっております。シャノンは今後、これらの市場にも参入し、成長と機会を追求していきます。

ソリューション領域の拡大による効果

1. サブスクリプション事業の売上最大化

ソリューション領域の拡大を、**売上高成長**と**収益力向上**に繋がります。
売上高 = 顧客単価 × 顧客数（更新率、新規獲得）

顧客数	顧客単価の増加	既存のお客様にシャノンが提供する他のソリューションのクロスセルを仕掛けていくことで、顧客単価が上昇（収益力も向上）
	更新率アップ	幅広いソリューション領域を展開することで、既存顧客への付加価値を高め、結果として、契約更新率が上昇（収益力も向上）
単価	新規獲得増加	幅広いソリューション領域を生かした統合型のサービスとして提案することで新規顧客への付加価値・他社サービスに対する競争力を一層高め、新規獲得件数増加


※ 更新率：既存顧客の年間契約の契約更新率



Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 21 |

ソリューションが広がってまいりましたので、クロスセルにより顧客単価の向上が可能になります。また、幅が広いサービスを提供できますので、例えば5つ領域があった時に、各企業様にあわせて「このサービスを提供できる」「あのサービスを提供できる」など、提供できる幅が広がってきます。それにより解約リスクが低下し、サブスクリプション事業の更新率がアップしたり、新規のお客様の獲得確度が向上するなどの効果が期待でき、結果としてサブスクリプション事業を確実に伸ばしていきたいと考えております。

1	<p>サブスクリプション事業の売上最大化</p> <p>～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～</p>
2	<p>生成AIを活用した新サービス</p> <p>～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～</p>
3	<p>イベントクラウド事業の収益性向上</p> <p>～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～</p>
4	<p>M&A（時期未定）</p> <p>～既存事業で収益を確保し、事業親和性が高いM&A機会があれば活用～</p>


| Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 22 |

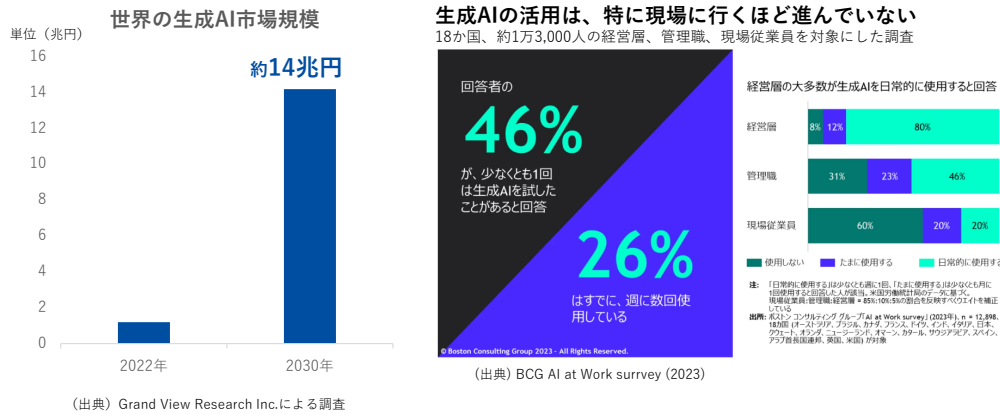
次に生成AIを活用した新サービスについてお話ししたいと思います。

生成AIの市場と活用実態

2023年5月プレスリリースのとおり、OpenAIの人工知能「ChatGPT」とシャノンサービスを連携させたサービス提供を2024年10月期中に開始予定です。※A

生成AIの市場は2030年までに約14兆円と急速な拡大が見込まれています。一方で『生成AIの活用には一定のスキルを要する』ことから現場従業員による活用は十分ではありません。

※A（詳細は2023年5月23日公表の「株式会社シャノン、マーケティングオートメーションとChatGPTの連携によるコンテンツ作成を強力に支援するサービスのベータ利用テストを開始」をご参照ください。）







生成AIの市場性は非常に大きく、2030年までに約14兆円に到達すると言われていています。今後も生成AIはビジネスシーンでますます重要性を増してくると考えています。しかし、生成AIを実際に活用するのは簡単ではなく、プロンプトエンジニアリングなどのスキルが必要です。特にマーケターなどのビジネスプロフェッショナルにとっては利活用が難しい場合もあります。したがって、このスキルギャップを埋めるサービスはビジネスチャンスとなりうることから、シャノンはその分野でサービスを提供し、ビジネスチャンスを捉えていきたいと考えています。

2. 生成AIを活用した新サービス

生成AIを活用した新サービス

2023年5月プレスリリースのとおり、OpenAIの「ChatGPT」を活用したサービスを2024年10月期中に、以下の2つ内容を提供開始する予定です。

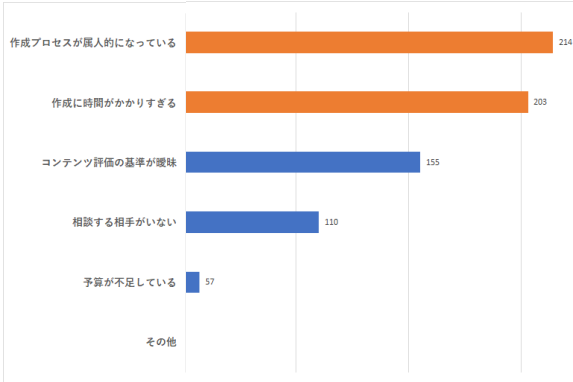
1 マーケティングコンテンツ作成SaaS

- マーケティングコンテンツの作成は、属人性が高く、時間がかかりすぎるという課題がある
- ChatGPTそのままでは使いこなせる人が少数のため、誰もが簡単にマーケティングコンテンツを作れるように設計されたサービスを提供予定


2 上記自社SaaS製品を活用したマーケティング運用代行サービス (BPaaS)

- マーケティングの運用リソース不足の会社は多い
- マーケティング運用代行サービスにおいて、コンテンツ作成を代行するのは困難であった
- 上記自社SaaSを利用することで、大幅なコストカットと、高付加価値の運用代行サービスを提供することが可能に

シャノン実施アンケート (N=351)
コンテンツ作成プロセスの課題 (複数回答可)



課題	件数
作成プロセスが属人的になっている	214
作成に時間がかかりすぎる	203
コンテンツ評価の基準が曖昧	155
相談する相手がない	110
予算が不足している	57
その他	


Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 24 |

シャノンは2024年10月期中に、生成AIを活用した2つの新しいサービスを導入する計画です。

1. マーケティングコンテンツ作成SaaS:


このサービスは、マーケティングにおいてコンテンツ作成、例えば、メールの文章、ランディングページ、ブログ記事などの作成支援を行います。これにはChatGPTが組み込まれており、簡単な質問に答えることで必要なコンテンツが出来上がります。これにより、マーケティングのアクションを活性化し、コミュニケーションの頻度を増やすことができます。また、コンテンツ作成にかかる時間と属人性の問題を克服し、多くのマーケターにとって貴重なツールとなります。

2. 運用代行サービス (ビジネスパス):

マーケティング運用のリソースが不足している場合や、コンテンツ作成と運用の両方を外部に委託したい場合に提供されるサービスです。これにより、マーケティングオートメーションの運用をサポートし、コンテンツの制作と運用の一括管理を可能にします。

これらのサービスは2024年10月期中のリリースを予定しています。具体的な時期は準備が整い次第発表します。なお、これまでの私たちの反省としては、例えばメタバースもそうでしたけれども、目標としている数字をそのまま予算に織り込み過ぎた結果、予実ギャップが膨らんでいたということもあり、本件は2024年10月期予算にはほとんど織り込んでおりません。

1	<p>サブスクリプション事業の売上最大化</p> <p>～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～</p>
2	<p>生成AIを活用した新サービス</p> <p>～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～</p>
3	<p>イベントクラウド事業の収益性向上</p> <p>～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～</p>
4	<p>M&A（時期未定）</p> <p>～既存事業で収益を確保し、事業親和性が高いM&A機会があれば活用～</p>


| Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 25 |

イベントクラウド事業の収益性の向上というところでございます。

イベントクラウド事業の収益向上

3. イベントクラウド事業の収益性向上

イベントクラウド事業は、2023年10月期に関連部門の組織再編等によるコスト調整を実施しました。2024年10月期リリース予定の新機能により、競争優位性も強化していきます。イベント案件はリピート開催するものも多いため、満足度の高いサービス提供によりリピート案件の受注率を一層高めるとともに、新機能開発による差別化により新規獲得増加も目指します。

コスト調整

×

競争優位性

人事異動・組織再編

2024年10月期売上計画に即した人員数へ変更。
他事業への人員異動を実施。

生産性向上への投資①

事業内の組織統合、研修実施により、1人が行う業務を単一から複数に変更し、生産効率を向上。

生産性向上への投資②

これまで人手で対応していたサービスの一部を、機能開発によりシステム化。

新機能開発

大規模イベント・展示会等において要望の強い機能をリリース予定。



Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 26 |

イベントクラウド事業は、コスト調整と競争優位性の向上を行う計画です。

コスト調整:

成長を前提に積極的に人員を増やしていましたが、それに見合うような売上の伸びは実現できなかったため、組織体制を見直す必要がありました。コスト調整の一環として、人事異動を行い、適切な人員配置を行っております。また、生産性向上のために、一人が複数の業務をこなせるようにする研修や、一部業務のシステム化など、効率を高める取り組みも行っています。

競争優位性の向上:

イベントクラウド事業において、コロナ禍でオンラインサービス系を主軸とした競争が増えたことで、顧客がサービス比較をする機会が増加していることもあり、サービスの差別化がますます重要になっています。このような状況に対して競争他社との差別化を図るため、新しい開発を行っており、こちらも準備ができ次第リリースを行う予定です。

以上のように、コスト調整とサービスの差別化による競争優位性の再構築により、イベントクラウド事業の収益性を向上させ、成長を目指しています。

1	<p>サブスクリプション事業の売上最大化</p> <p>～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～</p>
2	<p>生成AIを活用した新サービス</p> <p>～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～</p>
3	<p>イベントクラウド事業の収益性向上</p> <p>～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～</p>
4	<p>M&A（時期未定）</p> <p>～既存事業で収益を確保し、事業親和性が高いM&A機会があれば活用～</p>


| Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 27 |

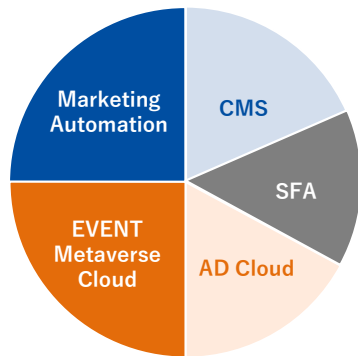
最後にM&Aでございます。

M&A（中期目線）

4.M&A（時期未定）

既存事業で売上・収益を確保し、既存事業との高い親和性・TAM拡大に繋がる案件があった場合には、M&Aも利用していく方針です。なお、現時点で具体的に決定した案件はございません。

SHANON
MARKETING PLATFORM



TAM拡大につながるM&Aの活用

1

ソリューション領域の拡大のためのM&A

2

製品成長につながるM&A

*上記円グラフは、各ソリューションの売上規模やそれに対する投資規模を表現しているわけではありません。

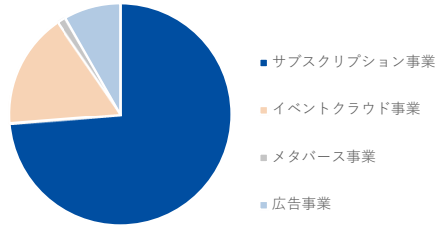


Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 28 |

今後もTAMを広げるチャンスがあれば積極的にM&Aは検討をしてみたいです。

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%)

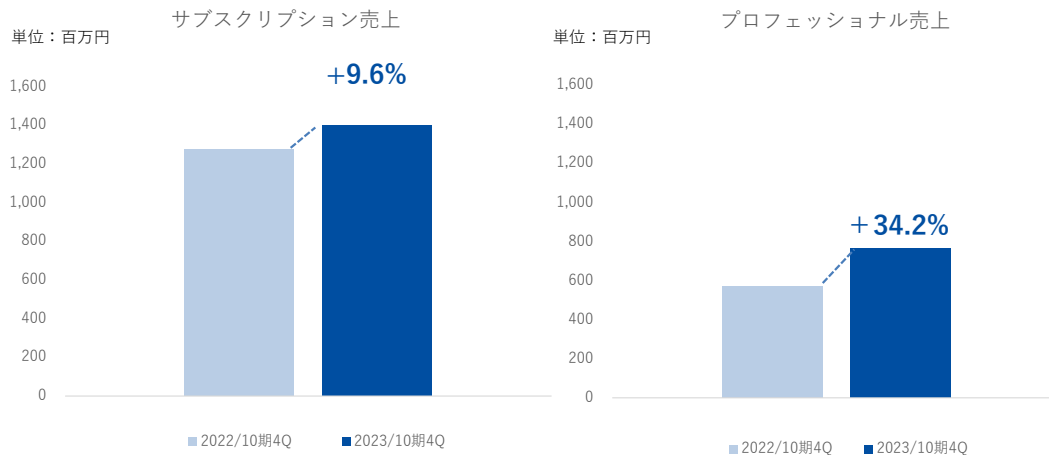


続きまして個別の事業でございます。まずはサブスクリプション事業です。

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 イベントクラウド
メタバース 広告

- 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**9.6%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34.2%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）。



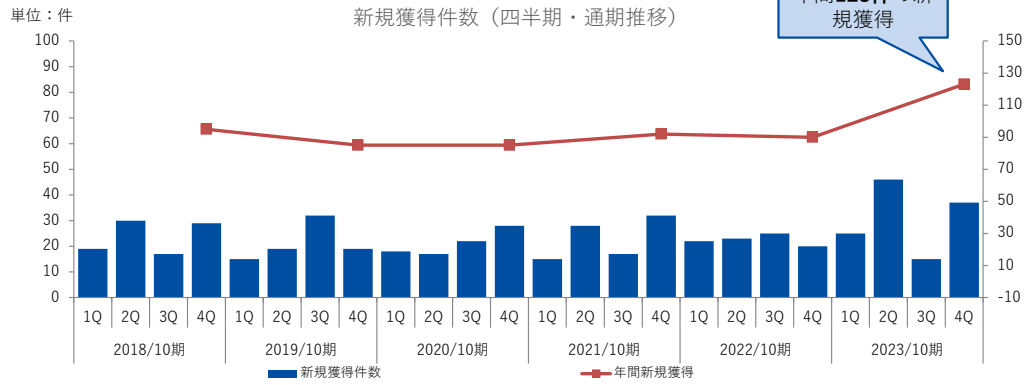
まず、サブスクリプション売上は前年同期比9.6%増、プロフェッショナル売上は前年同期比34.2%増の成長となりました。

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
メタバース

イベントクラウド
広告

- 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。

新規お客様の獲得の件数でございますが、2023年10月期は新規のお客様の獲得はしっかり伸ばせております。

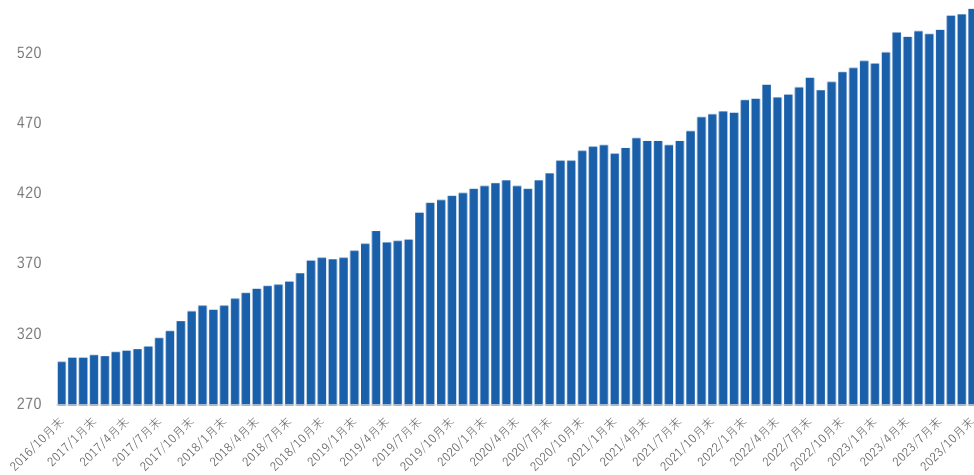
サブスクリプションのアカウント保有残高の推移

サブスクリプション	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
570

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. | 32 |

アカウントの保有残高も、右肩上がりがしっかり伸びておりますので、持続的にお客様を増やしながらか積み上げてまいります。

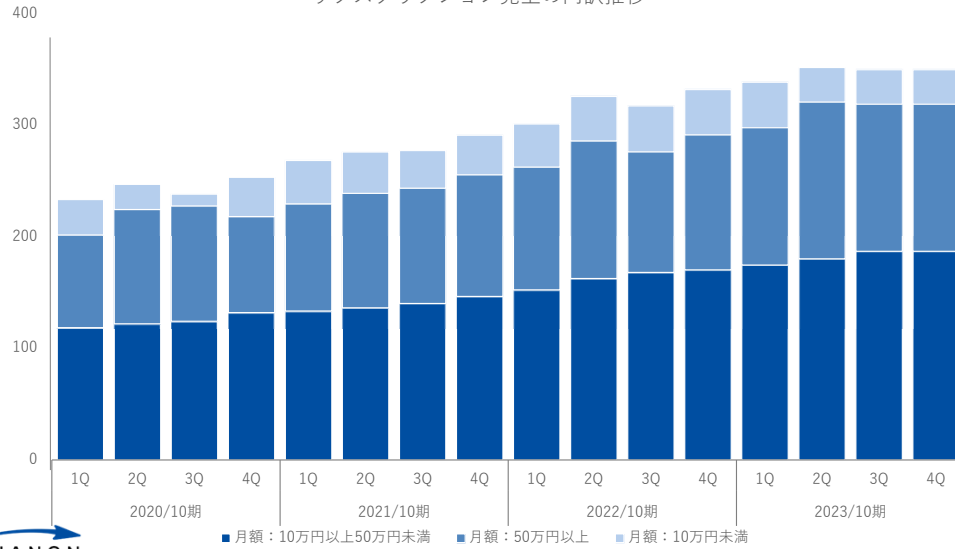
サブスクリプション売上の規模ごとの推移

サブスクリプション イベントクラウド
 メタバース 広告

- 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。
- 2023年10月期より集計方法を変更しました（2020年10月期以降、同様のロジックで再集計をしております）

単位：百万円

サブスクリプション売上の内訳推移



Copyright © SHANON Inc. All rights reserved.

33

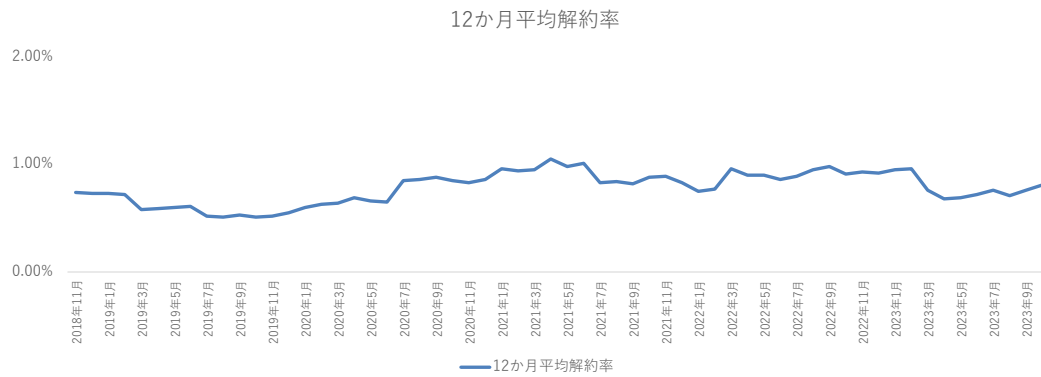
また、サブスクリプション売上の規模ごとの推移も、堅調に伸びております。

サブスクリプションの解約率推移

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、年平均の合計（年）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

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



※上記にはCMSの解約数は含まれておりません。

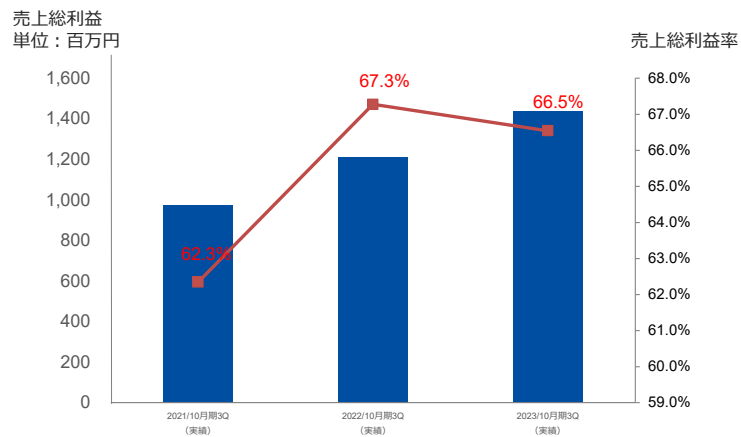
Copyright © SHANON Inc. All rights reserved.

解約率です。解約率の方も従来通り月平均1%以下、年平均の合計（年）10%未満というところを目標値にしており、そのあたりで推移ができております。

サブスクリプション事業 売上総利益（率）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 その他

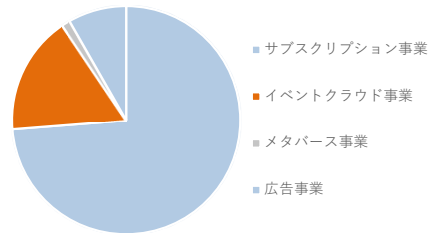
- サブスクリプション事業の売上総利益の推移は下記のとおりです。
- 2023年10月期はプロフェッショナル売上が大きく（より採算性の高いサブスクリプション売上の構成比率が低下）、粗利率は前期比で若干低下しています。



サブスクリプション事業の売上総利益(率)は、利益率は若干低下したものの、おおよそイメージ通りでコントロールできております。

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%**)

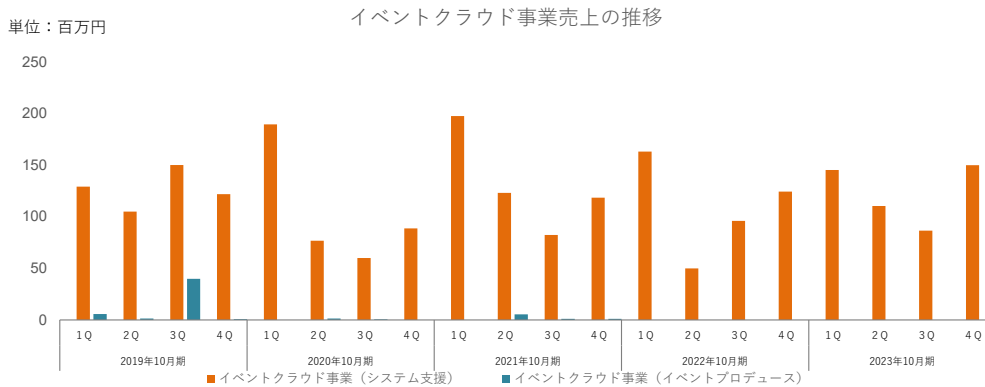


続いて、イベントクラウド事業になります。

イベントクラウド事業売上の直近推移

サブスクリプション イベントクラウド
メタバース 広告

- リアルイベント案件の商談・受注数は増加傾向にあります。

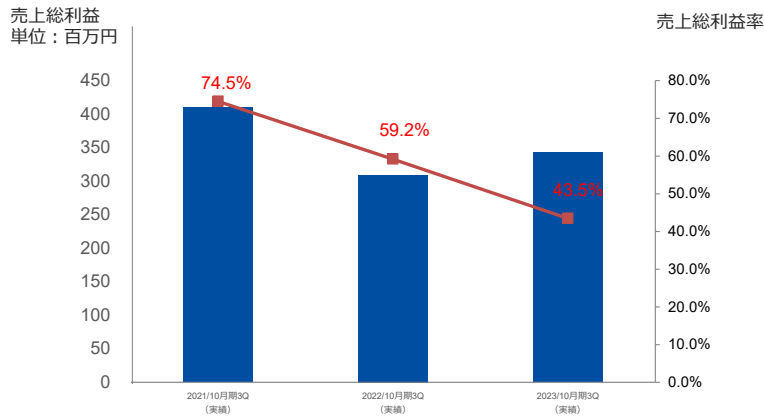


イベントクラウド事業自体は、先ほどお話したとおりリアルイベントの案件の商談・受注数は増加しています。一方で中小型のイベントになるほど1案件あたりの単価があがらず、全体の売上は伸び悩んでおりました。逆に言うと大型案件の獲得が重要であると考えております。

イベントクラウド事業 売上総利益（率）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
その他

- イベントクラウド事業の売上総利益の推移は下記のとおりです。
- 2021年10月期は、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競合サービスの台頭もあり採算性が低下し、その分粗利率も低下しています。2023年10月期は、前年同期比で売上は13.6%増加したものの、原価率の高いバーコードリーダーのレンタル等の売上寄与割合が大きく粗利率は減少しています。

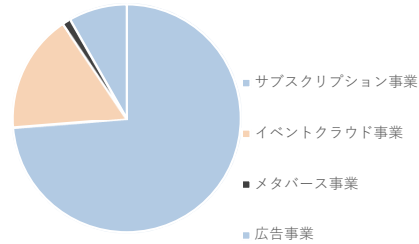


イベントクラウド事業の売上総利益(率)の推移ですが、先ほども収益性改善のお話をしましたとおり、すでに改善に向けて手を打っております。

2023年10月期は利益率が悪かったのですが、一因としてイベント会期当日にお客様がご利用されるバーコードのレンタル売上の割合が例年より大きく、その結果粗利率が減少することとなりました(仕入を伴うため、導入サービスに比べてレンタル売上は粗利率が低い)。

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%)



続いて、メタバース事業でございます。

メタバース事業の特徴①

サブスクリプション イベントクラウド
メタバース 広告

主催者や出展者は、来場者の行動履歴を詳細に取得することができ、その後のマーケティング活動に有効活用することができます。
来場者の利便性にも配慮し、会社貸与のPCスペックでも問題なくアクセス可能であり、また専用ソフトのインストールも不要です。
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。

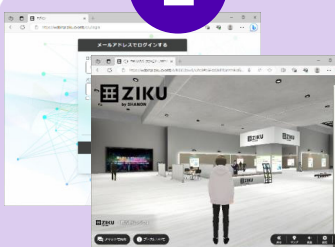
1



**CG制作不要で
誰でも簡単にメタバース
イベントが作れる**

専用の管理画面から、簡単にメタバースイベントを作成できます。**プログラミング・CG制作の知識は不要**です。

2



ブラウザだけで簡単操作&アプリ・ソフトウェアは不要

VRゴーグルや専用のソフトウェアを必要とせず、**ブラウザから簡単に操作**することができます。

3



来場者との多様なコミュニケーション&行動履歴の取得

来場者とはテキスト・ボイスでのチャットが可能。
また、来場者の**行動履歴を詳細に取得**することができます。



Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 40 |

特徴などは従来ご説明してきた通りの内容ではございます。

メタバース事業の特徴②

サブスクリプション イベントクラウド
メタバース 広告

誰でも簡単に、低予算でメタバースイベントを開催可能です。
メタバースイベントプラットフォーム“ZIKU”は①初期費用 ②ブースの数 ③来場者数 ④オプション（講演数）にて金額が決まる、シンプルな価格体系です。



イベントプラン（4か月）		
初期費用 50万円(税抜) <small>※専用データベース費用20万円(税抜)を含む</small>	+	1ブースにつき 小・中ブース 15万円(税抜) 大ブース 45万円(税抜)
	+	来場者 1,000人につき 20万円(税抜)
+ オプション：1講演につき 3万円(税抜)		

主催イベントごとの価格例

案件	初期費用	ブース数／費用	来場人数／費用	その他	案件単価例
中型 (プライベートショー等)	50万円	中10ブース／150万円	1,000人／20万円	講演追加5本／15万円	235万円
大型 (展示会等)	50万円	中40ブース大6ブース／870万円	5,000人／100万円	講演追加20本／60万円	1,080万円

年間プラン（12か月）		
初期費用 10万円（税抜）～	+	月額払い費用 7.5万円（税抜）～
	+	追加オプション ブース数、マルチルーム設定、イベント追加、来場者追加等



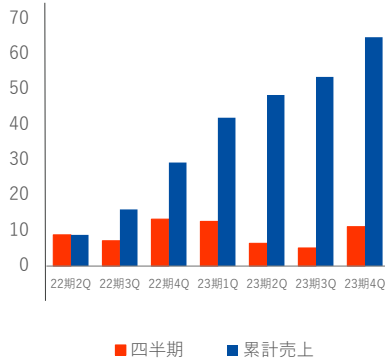
価格プランも含めて従来からご説明している通り、低価格でパッケージ型で作成ができる特徴があります。
また2023年10月期より、年間プランも準備しました。

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

- 2022年10月期2Q以降は、営業体制や戦略が徐々に形となってきたことや、イベント出展等のマーケティング施策実施の効果もあり、商談や受注実績がコンスタントに出るようになってきました。
- 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、ショールームなどの案件や、現在商談中のものでは社内イベントや周年イベント、IRイベント、学会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。

累計売上 単位：百万円
四半期売上 単位：百万円
メタバース事業売上（累積）



「ZIKU」売上計上ルール

株式会社ジクウ（直販）、株式会社シャノン（代理販）の原則売上計上ルールは異なります。

	契約開始月 (X月)	X+1月	X+2月	X+3月 (会期)
株式会社ジクウ (直販・代理店)	4か月間の期間案分で売上計上			
株式会社シャノン(代理販)				会期一括計上



売上高はコツコツとですが積み上げてはおりますが、やはり期初予算に対しての乖離は大きくありました。

利活用シーン

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、就活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。

	参加者からみた重要ポイント	主催者から見た重要ポイント
BtoBイベント	参加できるシステム仕様であること（会社貸与PCからアクセス可能、ヘッドセット不要）	マーケティング活動に繋げるためのリード情報の獲得ができること
BtoCイベント	参加したくなるイベントであること（企画内容、操作性、画面の美しさ等）	イベント単体としての目的（宣伝、販売等）が果たせること

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）



ウェビナー

情報通信業様 ほか（社名公表不可）

ショールーム・オンライン店舗

不動産系企業様、製造系企業様 ほか（社名公表不可）



Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 43 |

メタバースイベントプラットフォーム“ZIKU”はその利用用途が広がっております。

新たにショールームやオンライン店舗という用途でも利用できるようになりました。従来のカンファレンスやプライベートショーとは異なり、ウェブサイト上にメタバース空間のショールームやオンライン店舗を設け、IDやパスワードの入力なしに簡単にアクセスできるものです。これによりお客様はオンライン上で店舗や商品を見学し、簡単に相談や購入手続きが行えるようになります。

また、ウェビナーでの活用例が増えております。引き続き新しい用途を模索し、実績や事例をご提供し、成長を目指しています。

メタバース事業の事業進捗

サブスクリプション イベントクラウド
メタバース 広告

市況感・顧客ニーズ

- ・「メタバース」そのものへの認知は高まっている（マーケティング活動からも見えている）
- ・地域を選ばずに参加者を募りたい採用イベントやマッチングイベント等で採用されるケースが増加。また、ログイン認証不要での利用希望も出ている。

2023年10月期課題

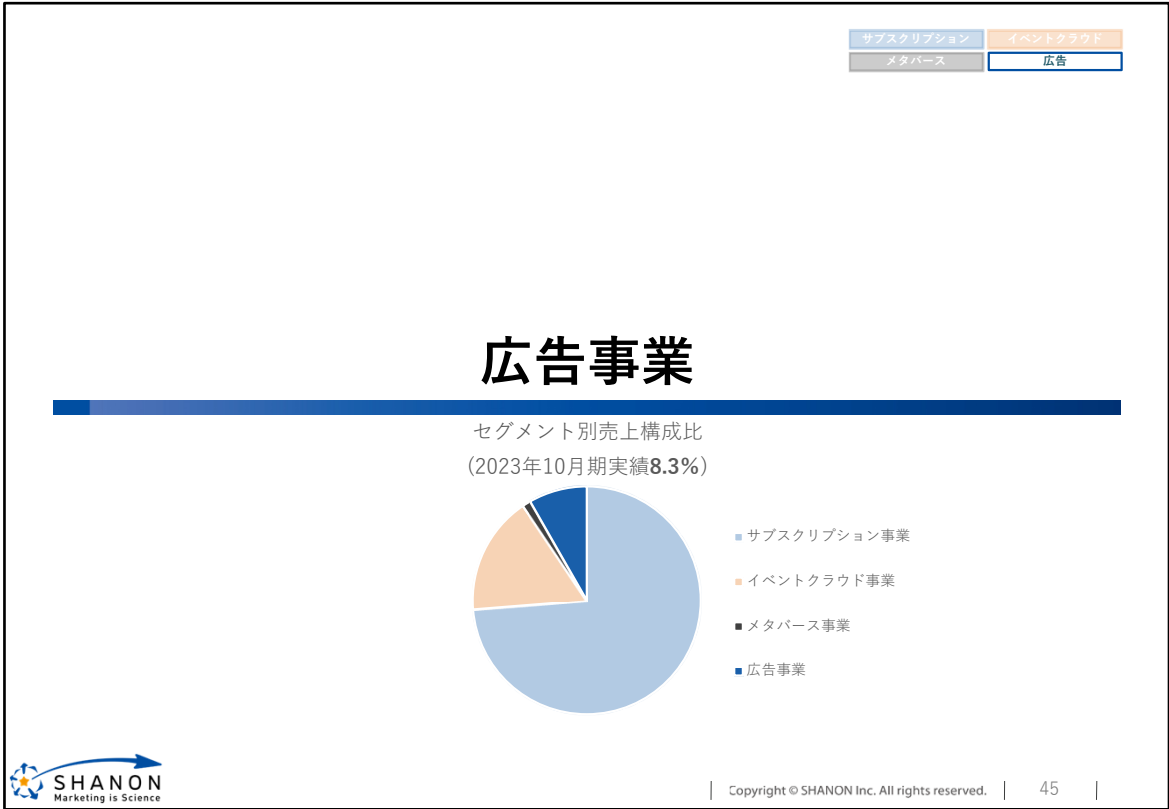
- ・ **事例の積極公開（継続）**
積極的に事例公開をすることで新規サービスに対する不安を払拭し、受注を後押し。
- ・ **大型展示会の受注に向けた取り組み（継続）**
2022年10月期3Q決算時に発表したとおり、製品開発スケジュールを一部前倒しし、大型展示会受注に向けた機能開発を継続。また展示会業界へのアプローチも再開。
- ・ **ZIKUが活用される場面を増やす取り組み（継続）**
採用イベント等でニーズが高い「スマホ対応」、プライベートショーでニーズの高い「マルチプレイ」等を順次開発し投入
- ・ **代理店チャネルの継続開拓（継続）**
既に代理店契約済みの企業との関係深耕だけでなく、代理店数を増やすことで案件創出を拡大。

4Q施策

- ・ **事例の積極公開（継続）**
京都ノートルダム女子大学様（10月）の採用事例を掲載。引続きご利用企業様には積極的に事例公開を依頼し、新規サービスに対する不安を払拭していく。
- ・ **大型展示会及び展示会型の大型採用イベントの受注に向けた取り組み**
アプローチ継続中。
- ・ **ZIKUが活用される場面を増やす取り組み（継続）**
採用イベントの事例増加。認証不要なショールームソリューションの引き合いが増加。マルチプレイやオンライン店舗（認証レス機能）により、活用範囲が広がる。サブスクリプションプランを導入。1社でウェビナー、ショールーム、イベント等複数用途で利用をいただく年間利用を促進。
- ・ **代理店チャネルの継続開拓（継続）**
キャノンマーケティングジャパン株式会社、株式会社ブイキューブを含む重点パートナーとの関係強化を継続。また、リモートニーズが強い地方代理店の開拓も実施。



メタバースのように新しいサービスは、活用事例が出てくることで利用のイメージが伝わる部分もありますので、先ほど申し上げたようなショールームとかオンライン店舗についても、お客様より許諾をいただき、事例公開に向かいたいと考えております。



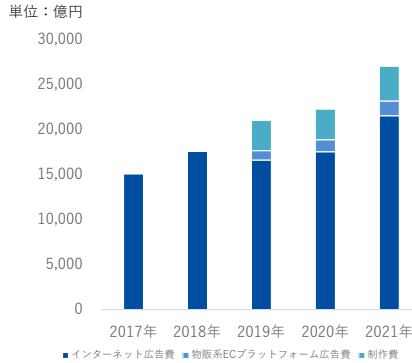
続いて、最後は広告事業になります。

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。

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
～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）



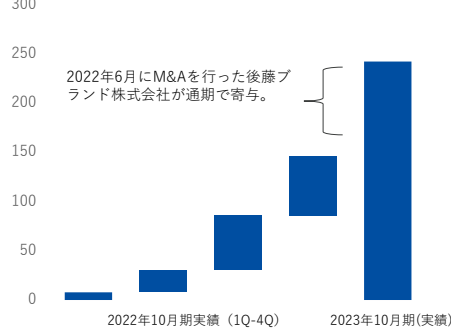
広告事業については、従来から取り組んでいる内容と大きくは変わっておりません。
クッキーレス対応ダイナミッククリエイティブ広告は、ブラウザがクッキーで追跡できなくなることに対応した新しいサービスとして出しておりますが、順調に新規獲得が伸びておりまして、毎月コンスタントに受注をいただいている状況です。

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

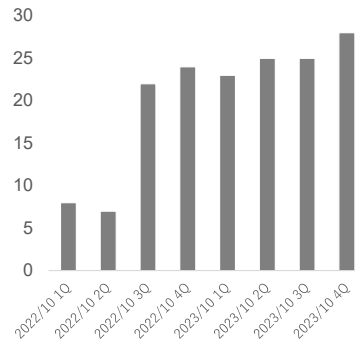
- 広告事業売上は、2022年6月末にM&Aを実施した後藤ブランド株式会社（主にデジタル広告を実施）の売上が連結売上に組み込まれたことにより、予算を大幅に超える成長となりました。
- 広告事業は、見込んでいた通りサブスクリプション事業の顧客へMAとセットで提案を行い、ご契約に繋がるケースが増えていることから、イベントクラウド事業からの人員異動により体制強化しています。

単位：百万円 広告事業売上



※媒体仕入高は売上高に含まれていません（NET処理）。

人員体制



2023年10月期売上は子会社である後藤ブランド株式会社の売上が通期で貢献したことから、成長率としては大きくなっています。2024年10月期以降はコストバランスを注視しながら成長していきたいと考えております。なお、M&Aによるのれんの償却なども入っている状態ではありますが、それを踏まえてしっかりと数値を作っていく次第であります。

ありがとうございました。

IV. APPENDIX

上場来初となる大型の資金調達を実施（2023年2月開示）

調達額（予定を含む）

- 転換社債による調達額614百万円、新株予約権による調達予定額637百万円、合計1,252百万円（払込金額の総額から、発行諸費用を控除した額）の調達を予定。
- 2023年12月11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10百万円を除くと、741百万円）

調達目的（資金使途）

- 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、2022年10月期は、前期比14.7%の成長を達成しております。2024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。
- このファイナンスより調達した資金を投じ、中期経営計画（2022年－2024年）の確かな実現、その先にある事業成長を目指してまいります。

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より

資金使途	第22回乃至第24回新株予約権 (行使価額修正選択権付)	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	
発行等	2022年11月18日発行 2023年2月2日取得及び消却	2023年3月13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	56M (調達実施済み)	634M (計画)	286M (充当済)
借入金の返済		274M (計画)	274M (全て充当済)
開発投資、M&A等		344M (計画)	0M (充当未)



第2回無担保転換社債型新株予約権付社債及び第25回新株予約権による調達額で、2023年10月期末未充当額は181百万円であり、これは2024年10月期のサブスクMRR獲得のための営業マーケティング費用として利用予定です。

Copyright © SHANON Inc. All rights reserved. | 49 |

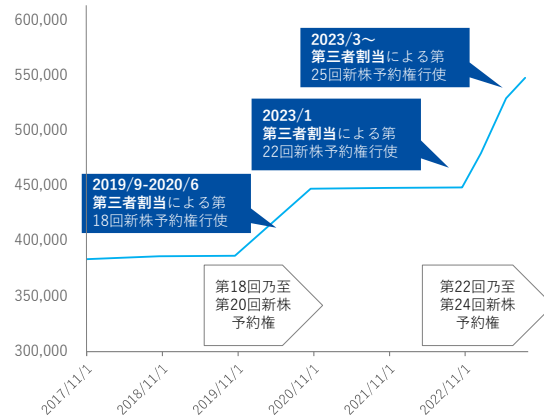
参考情報（上場～現在に至るまでの調達状況）

- 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7回号）、実際に調達を実行したのは、うち3回号、計299百万円です。

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）

単位：千円 上場後 資本金額の推移



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（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。

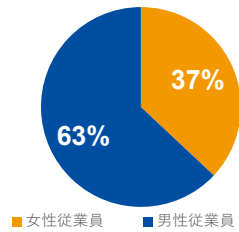


働く社員の特徴



女性社員の比率は業界平均より10ポイント程度高い。働きがいのある会社作りのためエンゲージメント調査&施策も実施しスコアは年々上昇しています。

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 28.3%
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28.3%（参照：総務省「労働力調査2022年」）

従業員エンゲージメント調査



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

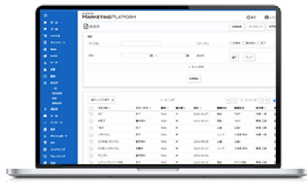


脱炭素指標

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
ZIKU を利用することで、
企業の脱炭素化を支援

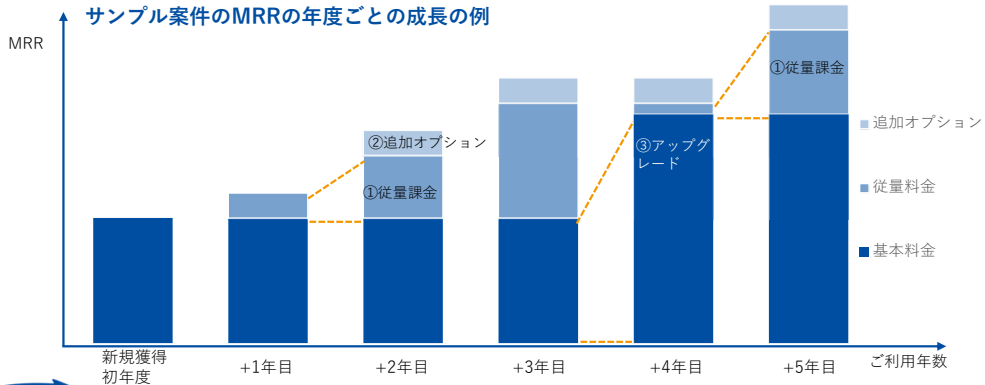


サブスクリプション売上の成長（案件単位）のサンプルケース

- **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



パブリック向け営業進捗（サブスクリプション事業）

- 行政のデジタル化に伴う市場拡大を受け、シャノンが提供するマーケティング支援システムを活かした企業誘致や市民向けサービス等の提案を継続しています。
- 既に受注をいただいた行政では、企業誘致活動が前年成長しているとのフィードバックもあります。

シャノンが提供するソリューションで解決できること



住民向け | 情報発信

住民向けにメールで情報を発信しているが、開封されているかわからない。



企業誘致向け | Webサイト効果測定

企業誘致用にWebサイトのコンテンツを充実化したが、効果があるかわからない。



移住者向け | 業務自動化・効率化

移住検討者向けに、セミナーを行ったが業務が多く、参加者のフォローが十分にできていない。

協定締結済み自治体

大阪府藤井寺市
愛知県蒲郡市

ご契約案件

ご契約：●自治体
ご契約目的：企業誘致等
契約先：県庁、自治体担当課

商談中案件

複数自治体と商談を実施中

※パイプラインは他にも多数

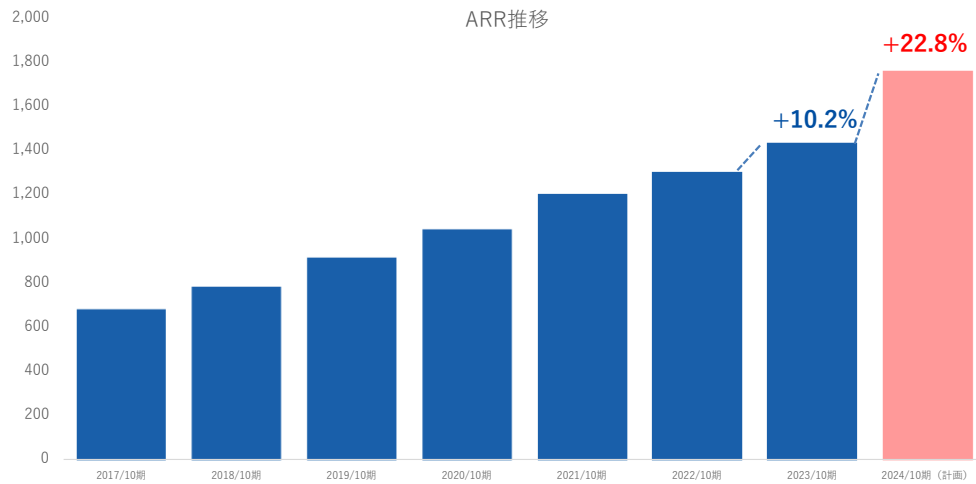
セミナー運用目的など、当初想定していた利用目的以外での商談も発生

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、引き続きサブスクリプション事業の組織成長等を通じ、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



*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。

主なニュースリリース

- 【イベント】シャノンがJapanマーケティングWeek関西に出展！最新のマーケティングトレンドも紹介【2023年9月14日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/98d69f3c/cc06/4ee1/b601/cf0f5a278adc/140120230914554361.pdf>
- 【事例】「導入のしやすさ」「管理のしやすさ」「サポート品質」「価格」についてNo.1の「SHANON MARKETING PLATFORM」をCRファクトリー様にご採用いただきました！【2023年9月25日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/3833b3bf/0bd5/414a/920a/6b37619522b8/140120230925557532.pdf>
- 【提携】シャノン、インフォフォームとの製品連携を発表 営業DXを強力に推進するマーケティングオートメーションからSFAの一气通貫を実現【2023年9月26日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/fddb9411/8ac9/4b2c/bf3a/746bae163343/140120230926557516.pdf>
- 【事例】ジクウ、「リそな・みらいキッズマネーアカデミー2023」に協賛 メタバース空間の体験会を開催【2023年9月27日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/9341da83/d99d/4514/9ce7/f39fb624f04c/140120230927558797.pdf>
- 【事例】メタバースイベントプラットフォーム「ZIKU」、京都ノートルダム女子大学のキャリア形成科目に採用【2023年10月4日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/9edeeb9a/388f/4e39/8b3b/cca522f3a1f7/140120230912553142.pdf>
- 【受賞】シャノンの提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」が「ITreview Grid Award 2023 Fall」のイベント管理部門においてLeaderを受賞【2023年10月27日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/cf2ff5de/931f/4279/9c6b/97e57ef4514d/140120231027572993.pdf>
- 【受賞】シャノンの提供する「SHANON MARKETING PLATFORM」が「ITreview Grid Award 2023 Fall」のマーケティングオートメーション部門においてLeaderを受賞【2023年10月27日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/cc743708/f19c/4840/9213/3cd42c8f9f05/140120231027572978.pdf>
- 【機能】シャノン、「SHANON vibit CMS cloud」に新機能「見たままヘッドレスCMS機能」と「コンテンツDB」UI改善を発表【2023年10月30日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/81addc6f/7c59/4098/b836/80796f6ed139/140120231030573883.pdf>

主なニュースリリース

- 【事例】ドコモグループの法人ビジネスイベント「docomo business Forum'23」でビーコンを活用し、来場者行動履歴の取得を実現【2023年10月31日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/ede1c992/23aa/46c5/a2fa/844385e778d1/140120231031574914.pdf>
- 【参画】中小企業省の「みらデジ」事業に「デジタル化支援者」として参画【2023年11月13日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/456899e1/07d0/4045/958c/7f50127c66e5/140120231113586978.pdf>
- 【機能】シャノン、広告配信プラットフォーム「SHANONアドクラウド」に「企業ターゲティング広告」を追加【2023年11月15日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/092ab5e4/7432/45da/923b/f1062a4003ec/140120231115590450.pdf>
- 【機能】展示会やプライベートショーにおける受付の無人化を実現【2023年11月21日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/a6dd85c5/5cc6/48da/93cf/3d688053b4a4/140120231121592882.pdf>
- 【機能】「SHANON MARKETING PLATFORM」と「Zoom Webinars」の連携を開始（月額18,000円～）【2023年11月27日】
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03657/36fd78c1/be5e/4d5b/b901/585b68e9e360/140120231127594707.pdf>

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HPI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。