

sansan

2019年5月期 通期 決算説明資料

Sansan株式会社
2019年7月12日

本日は当社の決算説明会にお越しくださいますてありがとうございます。

免責事項

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。

目次

- 1 Sansanグループの概要**
- 2 2019年5月期 通期実績**
- 3 今後の成長戦略**
- 4 2020年5月期 通期業績見通し**

上場後、初めての決算説明会となりますので、ご覧の目次に沿いまして、まずは、当社グループの概要からご説明させていただき、その後に、決算概況や成長戦略等について、お話しさせていただきます。

1 Sansanグループの概要

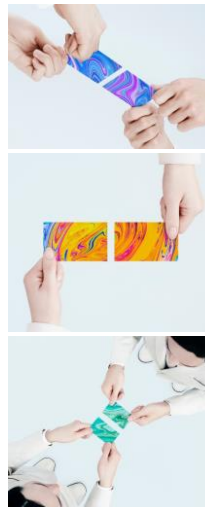
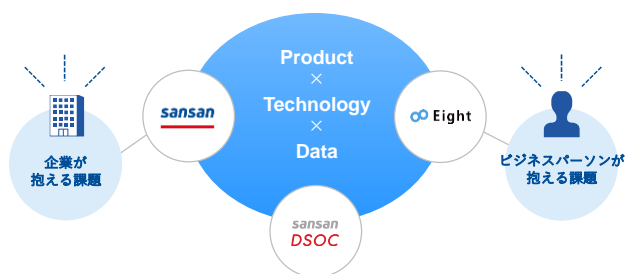
2 2019年5月期 通期実績

3 今後の成長戦略

4 2020年5月期 通期業績見通し

出会いからイノベーションを生み出す

—— 世界に挑むビジネス・プラットフォームへ ——



最初に、当社のミッションについてご説明いたします。

当社は、「出会いからイノベーションを生み出す」というミッションを掲げて事業活動を行っております。

企業とビジネスパーソンの両者を対象とし、名刺管理をはじめとしたさまざまなユーザーの課題を、プロダクト、テクノロジー、そして、データを活用して解決していくサービスを展開しております。

法人を対象にしたB2Bサービスが社名と同じ「Sansan」、個人を対象にしたB2Cサービスが「Eight」となっております。

また、名刺のデータ化等を取り扱うDSOC（Data Strategy and Operation Center）という部門では、R&Dを含めたさまざまな取り組みを行っております。

名刺の持つユニークな価値

- ・名刺は、ビジネスのシーンでの出会いで必ず交換されるもの
- ・名刺には、氏名や会社・組織・役職名、連絡先等、その人を表す正確な情報が記載
- ・いつ、誰が、なぜ、名刺交換をしたかという名刺交換情報自体にも大きな価値
- ・名刺は、21世紀の現在でも紙のままであり、管理・活用方法には、業務効率化や有効活用の大きな余地



当社のビジネスは名刺を軸にしたものですが、では、なぜ名刺に着目したのか。

それは、名刺には大変ユニークな価値があると考えているためです。

名刺は、ビジネスの出会いのシーンでほぼ必ず交換されます。

そこには、氏名や会社名、役職名、連絡先等のその人を表す正確な情報が記載されています。

また、これら情報に加え、名刺交換の履歴情報自体にも価値があります。

このように貴重な情報であるにもかかわらず、名刺は現在でも紙のままで日常的に利用されていてデジタル化が進んでおらず、業務効率化や有効活用の余地が大きく残されていると考えております。

事業とサービスの概要

企業や個人のビジネス・コンタクトを資産として活用できるプラットフォームを提供

sansan

「Where Business Starts 名刺管理から、ビジネスがはじまる」

全社の名刺を集約することで、
名刺を“価値ある資産”へと変える
シェアNo.1の名刺管理サービス



- ・ 5,800契約以上の顧客基盤
- ・ 1.0%以下の月次解約率⁽¹⁾

Eight

「名刺でつながる、ビジネスのためのSNS」

取り込んだ名刺から、いつでも活用できる
ビジネスネットワークを構築する名刺管理アプリ



- ・ No.1モバイル名刺管理アプリ
- ・ 240万人を超えるユーザー数⁽²⁾

(1) 最近12か月平均の月次解約率。既存契約の月額料金の合計に対し、解約に伴い減少した月額料金の割合
(2) アプリをダウンロード後、自身の名刺をプロフィールに登録した認証ユーザー数

具体的には、2つの事業セグメントがあります。

1つ目がSansan事業です。

「Sansan」は、「名刺管理から、ビジネスがはじまる」をコンセプトとした、法人向け名刺管理サービスです。

2019年5月末時点で、5,800件以上の契約を有しており、月次解約率も低い、シェアNo.1のサービスとなっています。

そして、2つ目は、Eight事業です。

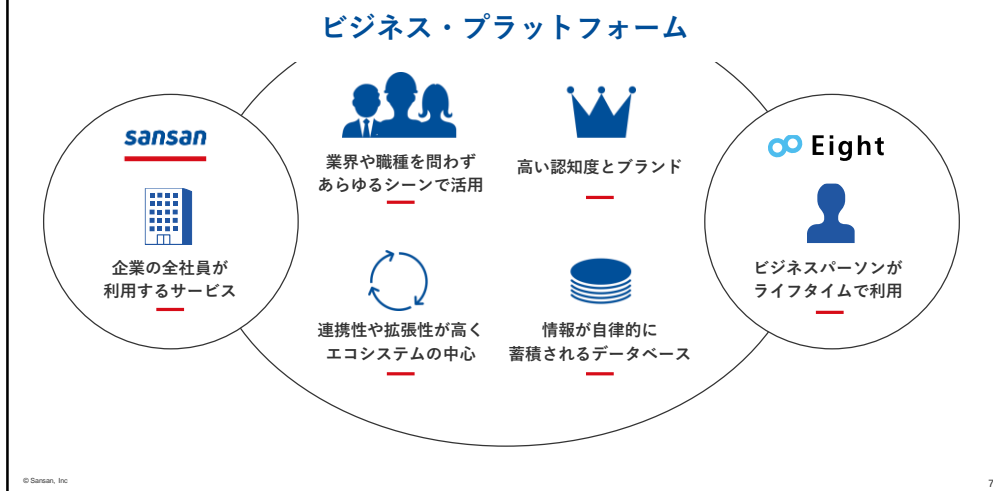
「Eight」は、「名刺でつながる、ビジネスのためのSNS」をコンセプトとした、個人向け名刺アプリです。

2019年5月末時点で240万人を超えるユーザーを獲得しており、ビジネスSNSとしてみても、国内でアクティブユーザー数No.1のサービスになっています。

2つのサービスは領域の違いはありますが、どちらもビジネス・コンタクトを資産として活用できるプラットフォームとなっております。

ビジネス・プラットフォームとしての特徴

ビジネス・プラットフォームとしての強固なポジションを確立し、
中長期的な成長機会の多様化を図る



当社サービスのビジネス・プラットフォームとしての特徴をご説明いたします。

企業に勤める多くの方は名刺を所有しているため、「Sansan」は、企業の全社員が利用することを前提としたサービス設計になっており、このようなサービスは世の中に多くはありません。

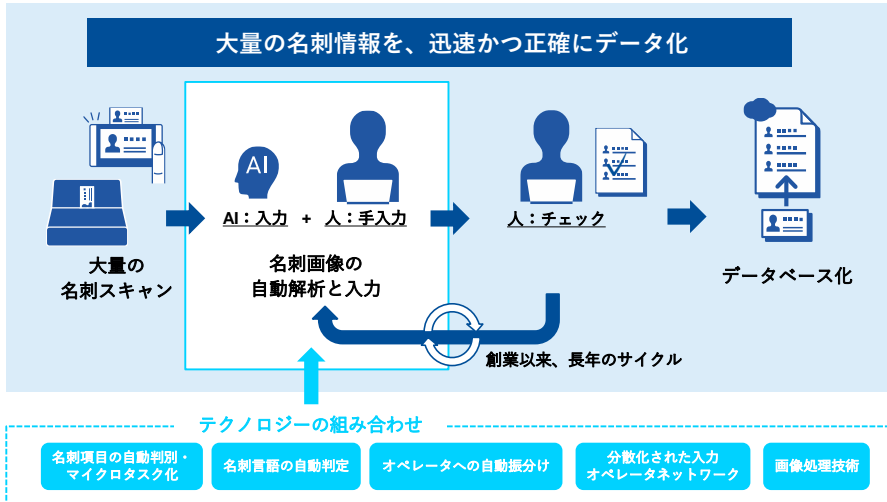
また、「Eight」は、キャリア変遷を問わず、ビジネスパーソンがライフタイムを通じて活用できるサービスになっております。

更に、名刺管理という極めて基本的なビジネスニーズに応えるものであるため、両サービスともに業界や職種を問わず利用され、かつ情報が自律的に集まるデータベースが構築されていくモデルであります。

したがって、他のサービス等との連携を含め、機能の拡張性が高く、ビジネスの場においてエコシステムの中心になれるものと考えております。

今後、ビジネス・プラットフォームとしての強固なポジションを確立していくことで、中長期的な成長に資する、さまざまなビジネス機会にアクセスしやすくなると考えております。

競合他社の追従を許さない名刺情報のデータ化オペレーションを確立



次に、競争優位性についてご説明いたします。

名刺管理サービスにおける名刺データ化の精度は、サービスの本質的な品質・競争力に資するものであり、「Sansan」では、99.9%の精度でサービスを提供しております。

当社のサービスでは、機械学習等により日々進化するテクノロジーと人力の組み合わせによって、名刺のデータ化を行っております。

創業以来、人力による名刺データ入力を中心に、膨大な枚数の名刺をデータ化してきたことで、現在では大量の名刺を正確かつ効率的にデータ化する、独自オペレーションの開発・運営が可能となっております。

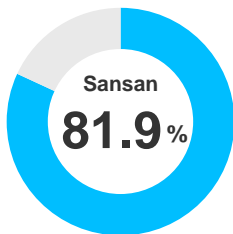
この技術力と独自の仕組みが競争力の源泉であり、競合他社の追従を許さないオペレーションを確立しております。

競争優位性：圧倒的な市場シェアと盤石な顧客基盤

「名刺管理市場」を自ら創りあげてきたことで、圧倒的な市場シェアと多様な顧客基盤を確立

圧倒的な市場シェアと認知度

2017年売上金額シェア⁽¹⁾



TVCM第5弾
「面識アリ2017」上にやられた篇⁽²⁾



TVCM第6弾
「面識アリ2018」また、上にやられた篇

5,800契約以上の盤石な顧客基盤



(1) 法人向け名刺管理サービス参入企業シェア（株式会社シード・プランニング「名刺管理サービスの市場とSFACRM関連ビジネス」、2018年11月）
(2) 第7回広告電通賞サービス・文化部門の最優秀賞受賞

また、「Sansan」は、名刺管理サービス市場を自ら創り上げてきたことで、81.9%という、圧倒的な売上金額シェアを有しており、パイオニアとして市場成長自体をけん引しております。

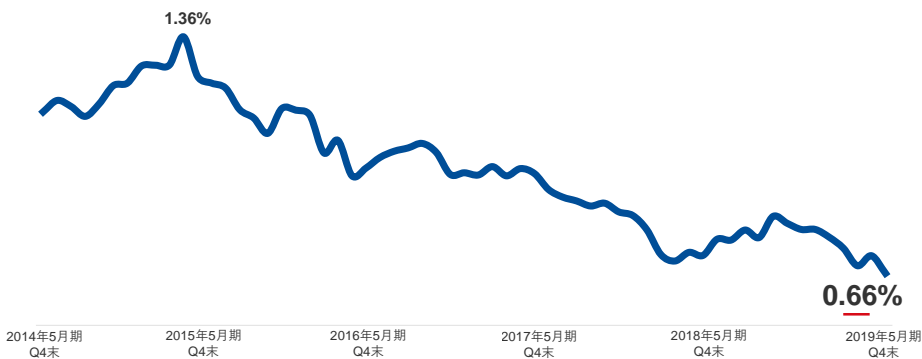
また、大手企業を含む5,800契約以上の盤石な顧客基盤を有しております。

1 Sansanグループの概要

競争優位性：高い参入障壁として機能する極めて低水準の解約率

自律的に情報を蓄積する「データベース」としての価値と、
スイッチング・コストの高さが競争優位性を補完

「Sansan」直近12か月平均解約率⁽¹⁾



(1) 既存契約の月額課金額に占める、解約に伴い減少した月額課金額の割合

© Sansan, Inc.

10

加えて、「Sansan」の直近12か月平均の月次解約率は0.66%という極めて低水準にあり、スイッチング・コストの高さが参入障壁として機能しております。

目次

1 Sansanグループの概要

2 2019年5月期 通期実績

3 今後の成長戦略

4 2020年5月期 通期業績見通し

以上が当社グループの概要となります。

次に、2019年5月期の通期実績についてご説明させていただきます。

・ 連結売上高は前年同期比39.3%増となり、高成長が継続

Sansan事業は36.8%成長、Eight事業は102.8%成長

・ Sansan事業の成長、Eight事業のマネタイズにより、
連結営業損失は849百万円に縮小

前年同期から2,211百万円縮小、2020年5月期には営業黒字化を見込む水準にまで改善

・ 中長期的な成長実現に向けた施策の1つである人員採用は順調に進捗

Sansan事業の営業部門を中心に、従業員数は前年同期比147名増の549名に拡大

まず、ハイライトを3点お伝えします。

現在、最も重視している連結売上高の成長ですが、前年同期比39.3%増となり、高成長が継続いたしました。

営業損益については、Sansan事業の成長に加え、Eight事業のマネタイズを本格的に開始したこと等により、損失が前年同期と比較して大きく縮小し、2020年5月期には黒字化を見込む水準にまで改善いたしました。

また、成長戦略の1つである、Sansan事業の営業部門を中心とした人員採用は順調に進捗しており、全体での従業員数は前年同期比147名増の549名に拡大いたしました。

連結業績の概況

売上高は前年同期比で高成長が継続し、営業損益以下の段階損益は大幅にマイナス幅が縮小

(百万円)	2018年5月期		2019年5月期	
	通期実績	6/19公表 通期見通し	通期実績	前年同期比
連結業績				
売上高	7,324	10,069	10,206	+39.3%
売上総利益 ⁽¹⁾	5,888	—	8,608	+46.2%
売上総利益率 ⁽¹⁾	80.4%	—	84.3%	+3.9pt
営業利益	-3,061	-938	-849	—
経常利益	-3,077	-976	-891	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	-3,085	-988	-945	—

(1) Eight事業における名刺入力費用は販売費及び一般管理費に計上

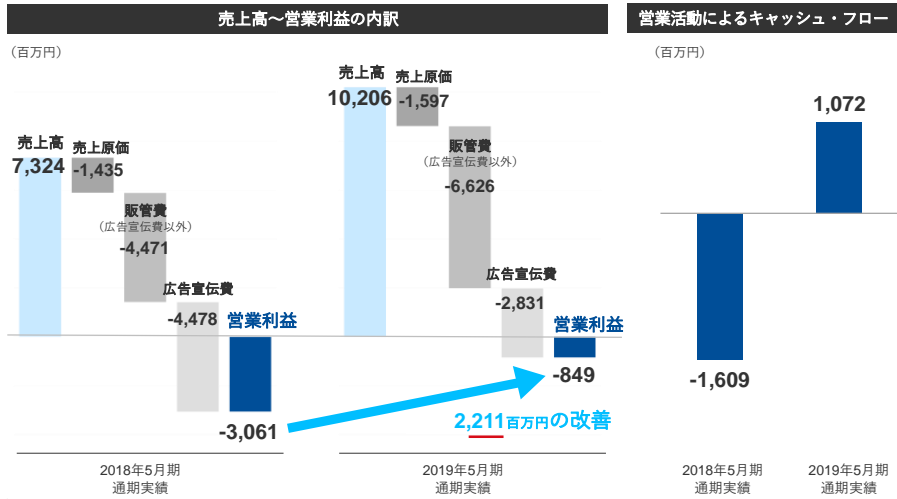
連結業績の概況はご覧のとおりです。

2019年6月19日に公表した通期見通しをそれぞれ上回る実績となりました。

売上高は、前年同期比39.3%増の102億6百万円となり、営業損益以下の段階損益はそれぞれ大幅に赤字幅が縮小しております。

連結営業利益及び営業活動によるキャッシュ・フローの状況

売上高の伸長及び広告宣伝費の減少が、営業損失の縮小に寄与
営業活動によるキャッシュ・フローは黒字化



売上高から営業利益までの内訳はご覧のとおりです。

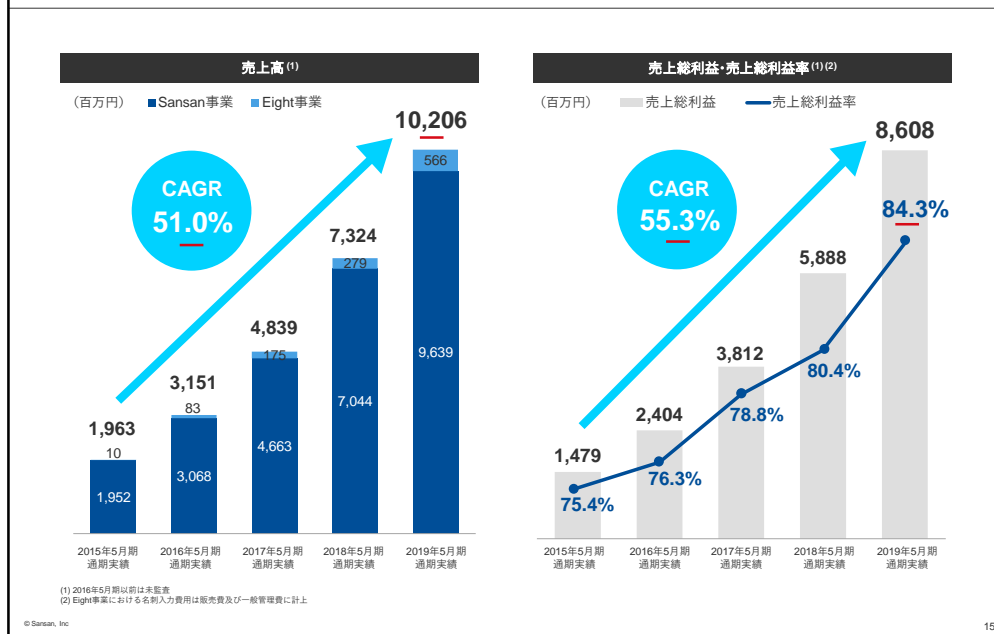
当期においては、主に売上高の成長に加えて、広告宣伝費が減少したことで、営業損失が縮小しております。

広告宣伝費については、Sansan事業では引き続き一定規模の金額を投じておりますが、Eight事業で大きく減少いたしました。

Eight事業は、前年同期はユーザー集客に注力していたフェーズであったため、大きな広告宣伝費を計上しましたが、当期においては、マネタイズフェーズに移行したため、それほど費用をかけておりません。

また、営業活動によるキャッシュ・フローについては、当期、プラスに転じております。

(ご参考) 連結業績の推移



ご参考までに、過去5か年の売上高、売上総利益及びそのマージンを示しております。

左側のグラフが売上高ですが、CAGRで50%を超える成長となっております。

また、売上総利益については、主要な売上原価である、名刺入力費用の低減を実現してきたことで、売上高よりも高い成長率となっており、マージンは80%を超える高い水準にあります。

ただし、Eight事業における名刺入力費用は、売上高への連関性が低いことから、販管費に計上しておりますので、補足させていただきます。

セグメント別実績：Sansan事業の概況

売上高の高成長継続に伴い、営業利益率が上昇

(百万円)	2018年5月期		2019年5月期	
	通期実績	通期実績	通期実績	前年同期比
Sansan事業				
売上高	7,044	9,639		+36.8%
営業利益	1,437	2,909		+102.4%
営業利益率	20.4%	30.2%		+9.7pt
契約件数	5,147件	5,823件		+13.1%
契約当たり月次売上高 ⁽¹⁾	約128,000円	約156,000円		+21.9%
直近12か月平均 月次解約率 ⁽²⁾	0.76%	0.66%		-0.1pt
従業員数	244人	309人		+65人

⁽¹⁾ Q4至月の月次実績（未監査）
⁽²⁾ 既存契約の月額課金額に占める、解約に伴い減少した月額課金額の割合

© Sansan, Inc.

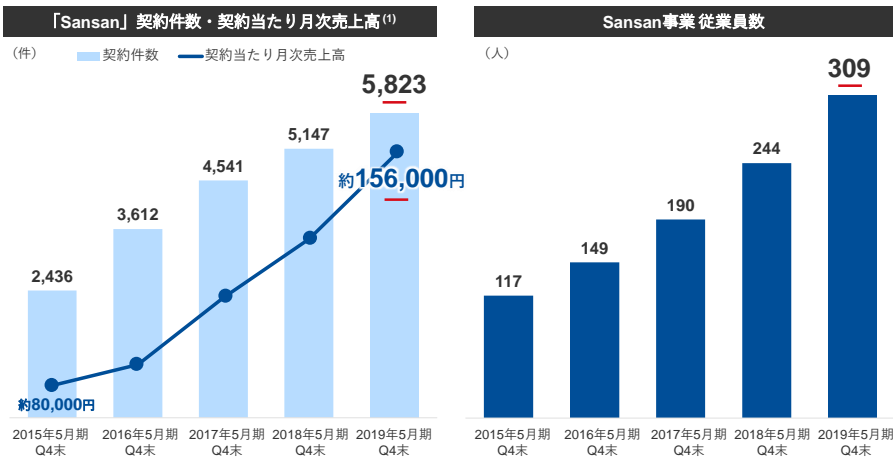
16

ここからは、セグメント別の実績についてご説明いたします。

まず、Sansan事業ですが、売上高は前年同期比36.8%増の96億39百万円となりました。

売上高の高い成長が継続していることから利益率が大きく上昇し、営業利益は前年同期比102.4%増の29億9百万円となりました。

契約件数・契約当たり月次売上高は継続的に成長
2019年5月期下期より、営業部門における人員採用を強化



主要な指標の状況についてですが、「Sansan」の契約件数は、前年同期比13.1%増の5,823件、契約当たり月次売上高は、21.9%増の約15.6万円となりました。

また、Sansan事業全体の従業員数は、営業部門を中心とした採用を下期より積極的に進めた結果、65名増の309名となりました。

セグメント別実績：Eight事業の概況

マネタイズの強化により、売上高は前年同期比で2倍以上の成長
営業損失は大幅に縮小

(百万円)	2018年5月期		2019年5月期	
	通期実績	通期実績	前年同期比	
Eight事業				
売上高	279	566	+102.8%	
営業利益	-2,964	-1,212	-	
営業利益率	-	-	-	
「Eight」ユーザー数 ⁽¹⁾	214万人	244万人	+30万人	

(1) アプリをダウンロード後、自身の名刺をプロフィールに登録した認証ユーザー数

© Sansan, Inc.

18

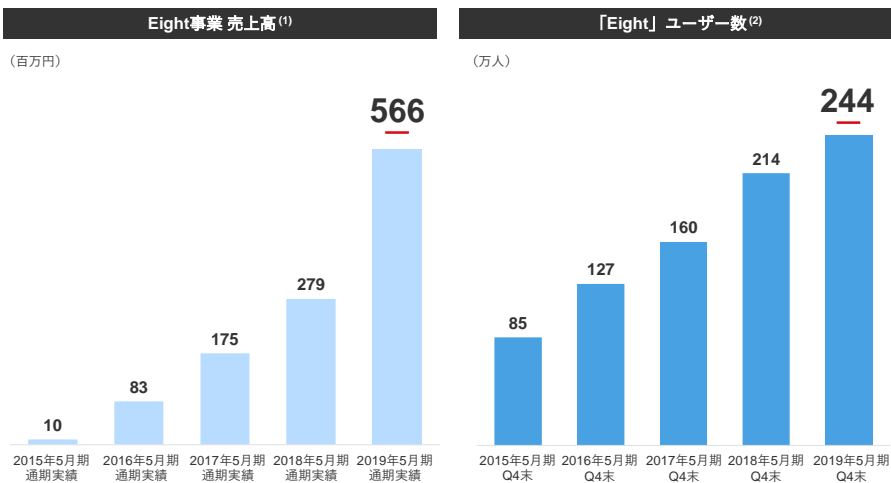
次に、Eight事業についてご説明いたします。

新サービスの開発を含め、各種マネタイズの強化を行ってきたことで、売上高は5億66百万円となり、前年同期比102.8%の成長となりました。

また、前述いたしましたが、当期は前年同期と比較して広告宣伝費が減少したことから、営業損失は大きく縮小しております。

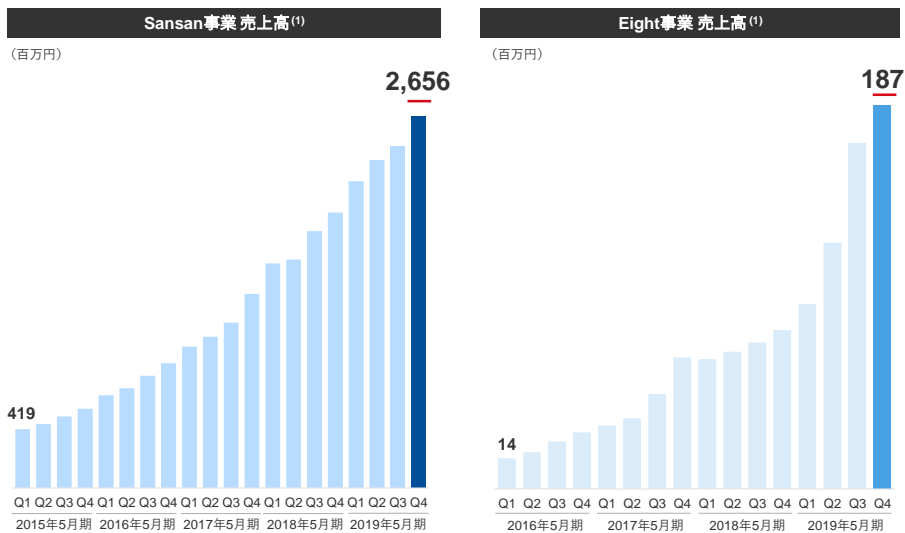
セグメント別実績：Eight事業 主要指標の状況

売上高・ユーザー数ともに継続的に拡大



右側のグラフは「Eight」のユーザー数の推移になりますが、順調に増加しており、前年同期比30万人増の244万人となりました。

(ご参考) セグメント別実績：四半期業績の推移



ご参考までに、3か月単位でのセグメント別の売上高をグラフで示しております。

ご覧のとおり、売上高については、特段、高い季節変動性はありません。

一方、広告宣伝費等の費用を投下するタイミングの影響等によって、例年、第1四半期は利益が高く出やすい傾向にあります。

利益数値等の詳細につきましては、別途開示しております、決算補足資料に記載していますので、ご参照ください。

目次

1 Sansanグループの概要

2 2019年5月期 通期実績

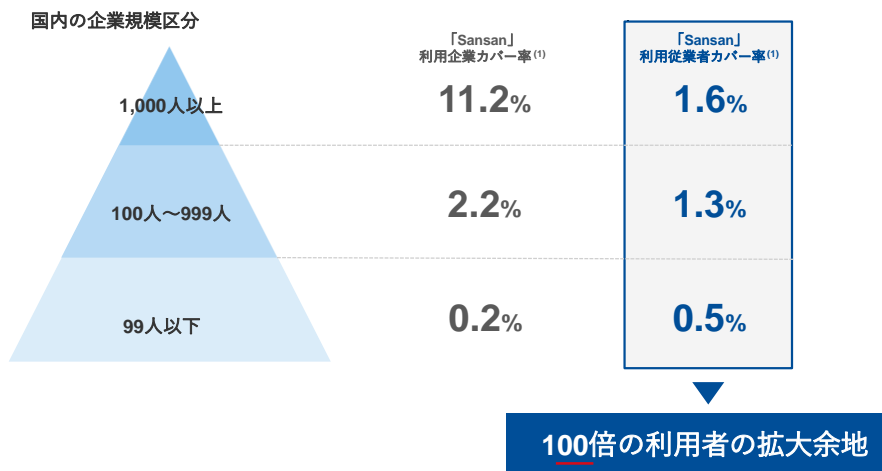
3 今後の成長戦略

4 2020年5月期 通期業績見通し

続いて、今後の成長戦略についてご説明させていただきます。

Sansan事業：拡大余地が大きく残される国内市場

多くの企業で利用従業員数は限定的であり、国内だけでも100倍の開拓余地が存在



(1) 分母は総務省統計局「2016年経済センサス活動調査」をもとにした数値。分子は2019年5月期Q4末における「Sansan」の契約件数及び合計ID数をもとに算出

© Sansan, Inc.

22

まず、ターゲットとする市場の考え方についてです。

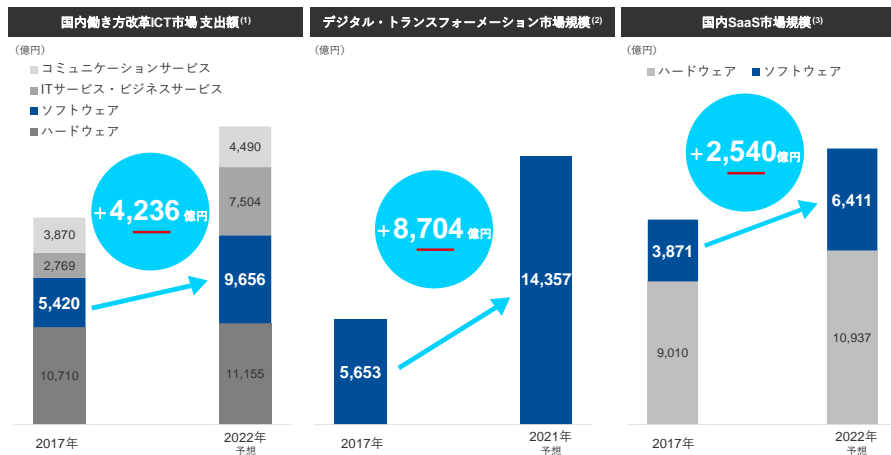
「Sansan」は、既に市場シェアが81.9%あるというご説明をしましたが、この市場自体が成長する余地が大きく残されております。

日本国内の総従業員数に占める「Sansan」利用ユーザー数の割合は約1%程度であるため、理論上は、最大100倍の開拓余地が残されていることとなります。

勿論、その全てをカバーすることは困難であります。この数値からみて、少なくとも10倍、20倍といったポテンシャルは容易にあると考えております。

Sansan事業：「追い風」となる市場機会

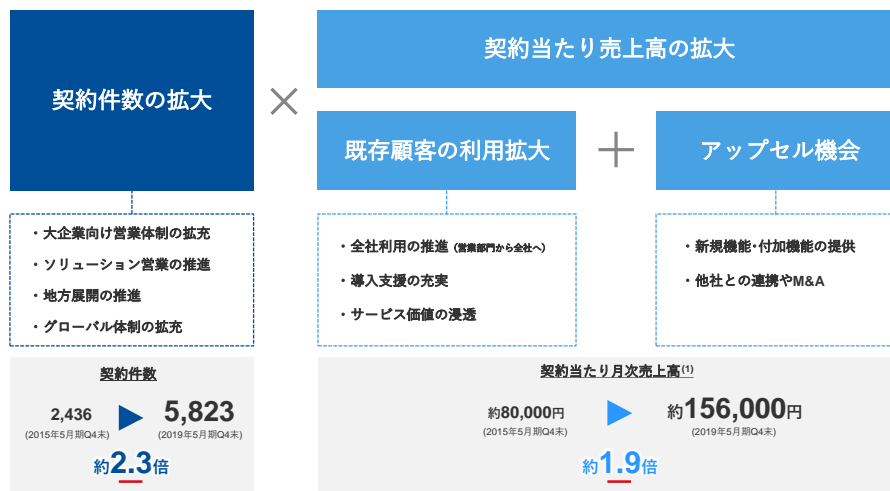
働き方改革とデジタル・トランスフォーメーション等が、名刺のクラウド管理ニーズを後押し



(1) IDC Japan 「国内働き方改革 ICT市場予測、2018年～2022年：ハードウェア、ソフトウェア、ITサービス/ビジネスサービス、通信サービス別」、2018年12月
 (2) 富士キメラ総研 「2018 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」
 (3) 富士キメラ総研 「ソフトウェアビジネス新市場2018年版」

加えて、働き方改革や、デジタル・トランスフォーメーションの加速によって、名刺に対するクラウド管理ニーズが後押しされる可能性も高いものと捉えており、これら追い風を受けて、事業を大きく成長させていきたいと考えております。

契約件数の拡大と契約当たり売上高の拡大で成長を図る



(1) Q4末月の月次実績 (未監査)

© Sansan, Inc.

24

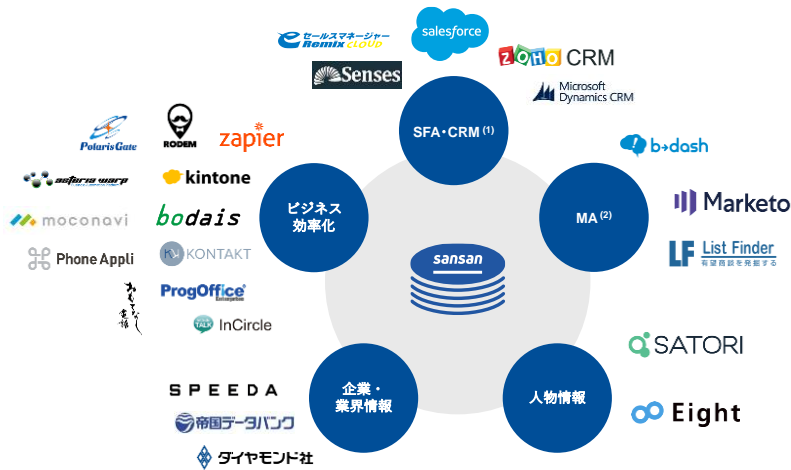
そのための戦略として、契約件数の拡大と契約当たり売上高の拡大に取り組んでまいります。

契約件数の拡大に向けては、大企業向け営業体制の確立や、国内外の拠点を通じた広範な営業活動の展開等に取り組んでまいります。

同時に、全社での利用を前提とした大型契約の獲得や、既存顧客の利用拡大の促進、新たな付加価値を提供するサービスの推進等によって、契約当たり売上高の拡大にも取り組んでまいります。

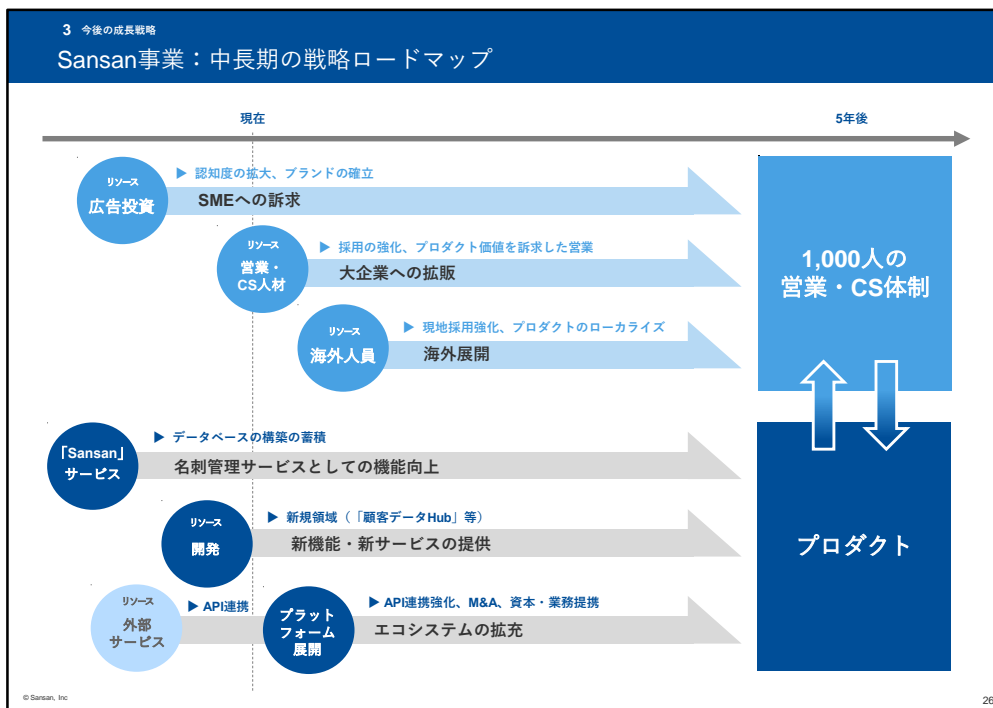
Sansan事業：ビジネス・プラットフォーム価値の向上

ビジネスに不可欠な多様なサービスとのデータ連携を強化



(1) SFA: Sales Force Automation, CRM: Customer Relationship Management
 (2) MA: Marketing Automation

また、現在でも既にOpen API等を活用し、SFAやCRM、マーケティング・オートメーション、ERPツール等と「Sansan」の連携を行っておりますが、今後はこれら展開を強化し、例えば、M&Aや資本・業務提携といったさまざまな選択肢も活用して「Sansan」上の機能を拡充し、ビジネス・プラットフォームとしての価値向上を目指していきたいと考えております。



これまで、広告宣伝活動を強化し、サービスの認知度向上やブランドの確立に努め、中小企業を中心として顧客層を拡大してまいりました。

引き続き、これら活動は継続しながらも、営業面では大企業への拡販や海外展開等を目的とした営業体制の強化に注力していきます。

プロダクト面では、先程ご説明したとおり、M&Aや提携等も活用し、新規領域でのサービス展開を図ります。

そして、これら営業体制の強化とプロダクトの拡充が相乗効果をもたらしながら、中長期的な成長を実現していける状態を作っていきたいと考えております。

Eight事業：マネタイズ施策の推進

企業向け（B2B）有料サービスの展開を加速・強化し、Eight事業全体で早期での収益化を目指す

B2B	
企業向けプラン 「Eight 企業向けプレミアム」	「Eight」における名刺共有を企業内で可能にするサービス 従業員数から20名程度の小規模企業をコア・ターゲットとして展開
広告サービス 「Eight Ads」	「Eight」ユーザーに対して広告を配信できるサービス ビジネスユーザーへの広告配信ニーズをタイムリーに獲得
ビジネスイベント 「Meets」	「買い手」と「売り手」を効率的にマッチングさせ、生産性を上げるイベント 独自のテクノロジーを活用し、最も適したイベントの集客を実施
採用関連サービス 「Eight Career Design」	「Eight」ユーザー内の転職潜在層にアプローチ可能な採用関連サービス 採用市場におけるユニークなポジションの確立を目指して価値を提供
B2C	
個人向け有料プラン 「Eightプレミアム」	「名刺データのダウンロード」等の追加機能が利用可能なサービス 無料プランを含む「Eight」ユーザー数全体の拡大を図る

「Eight」については、月額480円の個人向け有料プランのほか、ご覧のとおり、さまざまな企業向けの有料サービスがあります。

新サービスの開発を含め、これらB2B側のマネタイズ施策を強化していくことで、Eight事業全体として早期での収益化を目指してまいります。

目次

1 Sansanグループの概要

2 2019年5月期 通期実績

3 今後の成長戦略

4 2020年5月期 通期業績見通し

最後に、2020年5月期の通期業績見通しについてご説明いたします。

4 2020年5月期 通期業績見直し
連結業績の見直し

売上高は前年同期比35.4%増、営業損益以下の段階損益は黒字化の見直し

(百万円)	2019年5月期		2020年5月期	
	通期実績	通期見直し	前年同期比	
連結業績				
売上高	10,206	13,816	+35.4%	
営業利益	-849	724		-
営業利益率	-	5.2%		-
経常利益	-891	670		-
親会社株主に帰属する当期純利益	-945	黒字化 ⁽¹⁾		-

(1) 中期的な業績向上による前年年度の繰越所得見直し増額が見込まれており、2020年5月期においては、主に税務上の繰越欠損金にかかる繰越税金資産の増加により、法人税等調整額が計上される可能性があります。しかしながら、現時点では、2021年5月期の業績見直し等に基づく、法人税等調整額の計上の機能化が困難であることから、親会社株主に帰属する当期純利益の具体的な数字は開示していません。

© Sansan, Inc.

29

2020年5月期は、主にSansan事業の継続的な成長と、Eight事業のマネタイズの進展が業績に寄与する見込みであることから、連結売上高は前年同期比35.4%増の138億16百万円を見込んでおります。

また、売上高の増加に伴い、営業損益以下は黒字化を見込んでおります。

親会社株主に帰属する当期純利益についても黒字化を見込んでおりますが、現時点では精緻化が困難であることから数値自体は開示していません。

なお、上場時にもお伝えしている内容ではありますが、現在は、利益の最大化よりも、売上高の成長を優先するフェーズであります。

したがって、当該利益の数字自体は必ずしも重視はしておらず、少なくとも通期では黒字化するという見込であります。

以上で、ご説明を終了させていただきます。

ありがとうございました。

補足資料



「Sansan」の基本機能

企業に眠る名刺をビジネスに使える資産に変える「名刺管理」機能を提供

企業が抱える課題

- ・名刺交換情報が社内で共有されていない
- ・名刺情報が持つ価値に気付いていない
- ・社内コミュニケーションが円滑にできていない

「Sansan」の基本機能

名刺管理・活用

「AI名刺管理」 名刺を99.9%の精度でデータ化



主な機能

- 名刺管理**
 - ・名刺検索機能
 - ・名刺共有機能
 - ・スマホアプリ機能
 - ・人物機能
- 顧客管理**
 - ・ニュース配信機能
 - ・会社検索機能
 - ・組織ツリー機能
 - ・メール配信機能

利用企業のメリット

生産性向上 業務改善 コスト削減 ビジネス機会の創出

「Sansan」の追加機能

あらゆる企業やビジネスパーソンが経験する不便を解消し、「出会い」の価値を最大化

名刺管理から、ビジネスがはじまる



(1) SFAはSales Force Automation、CRMはCustomer Relationship Management
(2) MAはMarketing Automation

「Sansan」の基本料金プラン

「Sansan」サービスの価格は主に以下の4つから構成⁽¹⁾

1 初期費用 (イニシャルコスト)	ライセンス費用の12か月分 既に保有する全ての名刺をデータ化するための費用
2 導入支援 費用 (イニシャルコスト)	月額20万円～150万円のプランを提供 「Sansan」を活用するための導入及び運用支援を行うための費用
3 スキャナ (ランニングコスト)	月額10,000円/台 顧客のオフィスフロア及び拠点数分のスキャナとタブレットを貸出
4 ライセンス 費用 (ランニングコスト)	月間の名刺交換枚数に応じて設定（年間契約） 1契約当たり月額7.5万円 ⁽²⁾ ～数百万円

回収タイミング

契約開始時

契約開始時

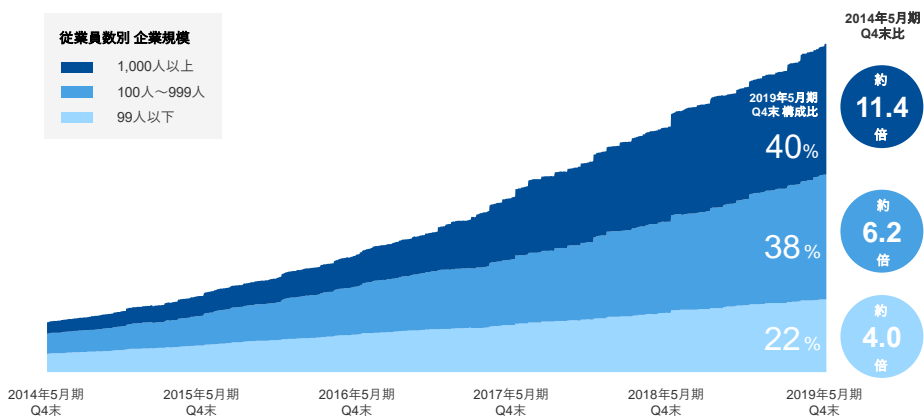
契約開始時
+
更新時契約開始時
+
更新時

(1) その他、セキュリティ・コントロール等のオプション有り
(2) 全社利用プランを前提とした場合

「Sansan」の顧客規模別収入構成

特に過去5年間は契約当たり単価の高い大企業からの収入が成長を促進

「Sansan」顧客規模別の収入構成⁽¹⁾

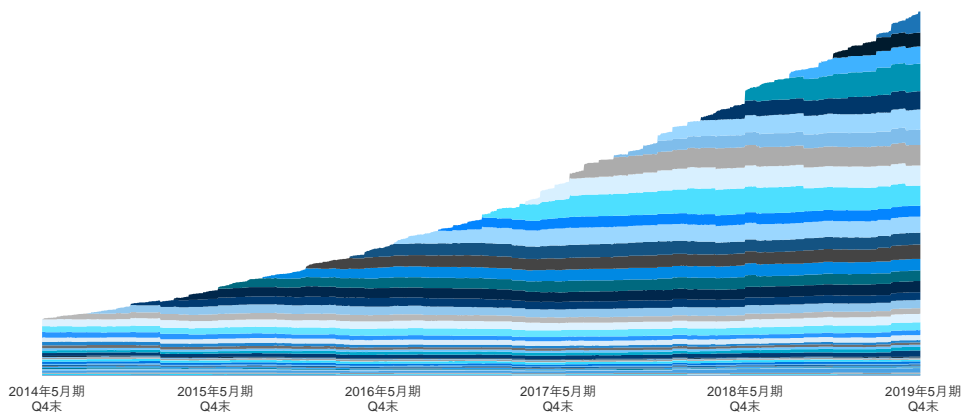


(1) 「Sansan」における月額課金額をもとに作成（未監査）

「Sansan」のサービス開始時期別収入構成

継続的にネガティブチャーン⁽¹⁾を実現


「Sansan」サービス開始時期別の収入構成⁽²⁾



(1) サービスの解約で減少した収入に対して、既存契約における収入増加分が上回った状態のこと
(2) 「Sansan」における月額課金額をもとに作成（未監査）

「Eight」サービス概要

国内ビジネスSNSで最大級のアクティブユーザー数を有するプラットフォームを展開

 ビジネスパーソンが抱える課題	ビジネスの出会いを活かしきれていない	名刺情報に容易にアクセスできていない	ビジネスSNSを活用したいが友人を増やすことが目的ではない
---	--------------------	--------------------	-------------------------------

「Sansan」で培ったテクノロジーにより名刺を高い精度でデータ化
ライフタイムで使えるビジネスSNS型のプラットフォームを提供

「プロフィール管理」 	「名刺管理」「コミュニケーション」 	「企業との関わり」(情報収集) 
--	---	--

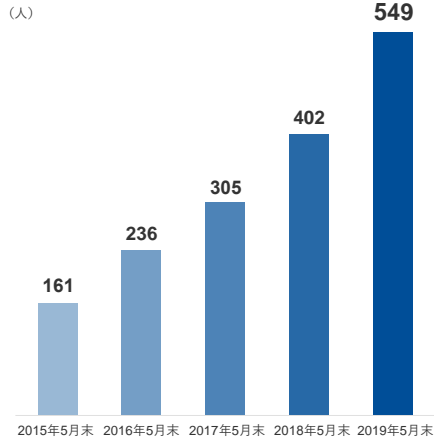
収益機会	B2Cモデル	B2Bモデル		
	個人向け有料プラン 「Eightプレミアム」	企業向け有料プラン 「Eight 企業向けプレミアム」	広告サービス 「Eight Ads」	ビジネスイベント 「Meets」 採用関連サービス 「Eight Career Design」

会社概要

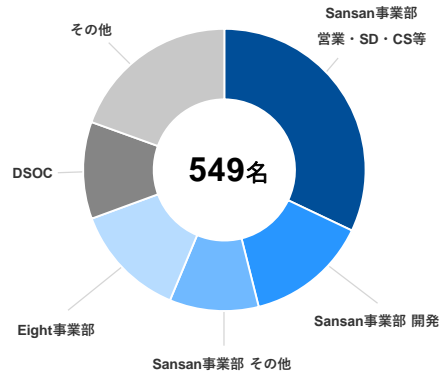
社名	Sansan株式会社（英語表記 Sansan, Inc.）
設立	2007年6月11日
所在地	表参道本社 東京都渋谷区神宮前5-52-2 青山オーバルビル 13F
拠点	支社：関西支店（大阪）、名古屋支店 サテライトオフィス：神山ラボ（徳島）、京都ラボ、長岡ラボ、札幌ラボ
子会社	シンガポール：Sansan Global PTE. LTD. アメリカ：Sansan Corporation
代表者	寺田 親弘
従業員数	549名（2019年5月31日現在）
資本金	38億64百万円（2019年6月19日現在）
売上高	10,206百万円（2019年5月期）

従業員数の状況

従業員数の推移⁽¹⁾



人員構成⁽²⁾



(1) 2016年5月期以前は半体実績、2017年5月期以降は連結実績
(2) 2019年5月末日現在

sansan