

**sansan**

# 2020年5月期 第2四半期 決算説明資料

Sansan株式会社  
2020年1月14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。

CEOの寺田でございます。

## 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** 2020年5月期 第2四半期累計実績（6か月実績）

**2** 主な経営トピックス

**3** 成長戦略

**4** 2020年5月期 通期業績見通し

**5** 2020年5月期 第2四半期実績（3か月実績）

■ 補足資料（グループ概要・Sansan事業・Eight事業）

それでは、私より、第2四半期累計決算のハイライトや成長戦略等についてご説明させていただきます。

# 1 2020年5月期 第2四半期累計実績 (6か月実績)

- 2 主な経営トピックス
- 3 成長戦略
- 4 2020年5月期 通期業績見通し
- 5 2020年5月期 第2四半期実績 (3か月実績)

まずは、第2四半期累計決算についてです。

## ハイライト

### ・ 連結売上高は前年同期比32.5%増、連結営業利益は黒字化、高成長が継続

売上高 : Sansan事業は27.5%成長、Eight事業は139.8%成長

営業利益 : Sansan事業は65.3%成長、Eight事業は142百万円の赤字縮小

### ・ 期初公表した通期業績見通しに対して、順調な進捗

テレビCMを中心とした広告宣伝活動により、営業利益の進捗率が低くなるのは計画通り

### ・ Sansan事業における新規・周辺領域に積極的な進出を開始

リフィニティブ・ジャパン株式会社と反社チェックオプションを共同開発

ウイングアーク1st株式会社と資本業務提携契約を締結

連結売上高は前年同期比32.5%の成長となり、営業利益については前年同期の赤字に対して、黒字化いたしました。

通期業績見通しに対して、営業利益の進捗率が低くみえますが、これは第2四半期においてテレビCMを中心とした積極的な広告宣伝活動を実施したことによるものです。

これは計画通りの施策であり、上期の業績は、売上高、営業利益ともに期初公表した通期見通しに対して、順調な進捗となっております。

また、第2四半期において、Sansan事業の新規・周辺領域に対する展開を積極化いたしました。

## 連結実績の概況

売上高は前年同期比で高成長が継続  
売上高の増加に伴い、営業利益は黒字化

| 連結業績                  | 2019年5月期 | 2020年5月期 |        |
|-----------------------|----------|----------|--------|
|                       | Q2累計実績   | Q2累計実績   | 前年同期比  |
| 売上高                   | 4,750    | 6,294    | +32.5% |
| 売上総利益 <sup>(1)</sup>  | 3,967    | 5,382    | +35.7% |
| 売上総利益率 <sup>(1)</sup> | 83.5%    | 85.5%    | +2.0pt |
| 営業利益                  | -407     | 109      | —      |
| 営業利益率                 | —        | 1.7%     | —      |
| 経常利益                  | -423     | 17       | —      |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純利益  | -430     | -91      | —      |

(1) Eight事業における名割入力費用は販売費及び一般管理費に計上

連結実績の概況はご覧の通りです。

売上高は、前年同期比32.5%増の62億94百万円、営業利益は1億9百万円となりました。

また、売上総利益率は、2.0ポイント改善の85.5%となり、引き続き高水準となりました。

## セグメント別実績の概況

## Sansan事業、Eight事業ともに増収、増益（赤字縮小）

| (百万円)       | 2019年5月期 |        | 2020年5月期 |         |
|-------------|----------|--------|----------|---------|
|             | Q2累計実績   | Q2累計実績 | Q2累計実績   | 前年同期比   |
| <b>売上高</b>  |          |        |          |         |
| 連結          | 4,750    | 6,294  |          | +32.5%  |
| Sansan事業    | 4,539    | 5,789  |          | +27.5%  |
| Eight事業     | 210      | 504    |          | +139.8% |
| <b>営業利益</b> |          |        |          |         |
| 連結          | -407     | 109    |          | -       |
| Sansan事業    | 1,278    | 2,112  |          | +65.3%  |
| Eight事業     | -608     | -466   |          | -       |
| 調整額         | -1,076   | -1,536 |          | -       |

セグメント別の実績はご覧の通りです。

Sansan事業の売上高は前年同期比27.5%増の57億89百万円、営業利益は65.3%増の21億12百万円となりました。

売上高の規模が大きくなるにつれて、成長率が鈍化していますが、現在、営業社員の増員に取り組んでおり、下期以降にその効果が徐々に表れてくることを見込んでおります。

Eight事業の売上高は前年同期比139.8%増の5億4百万円となり、高成長が継続しました。

売上高の増加に伴い、営業利益は1億42百万円の赤字縮小となる、マイナス4億66百万円となりました。

調整額については、マイナス額が拡大しておりますが、これは会社全体での人員強化に伴って、採用費や家賃等が増加したことによるものです。

1 2020年5月期 第2四半期累計実績（6か月実績）

## 2 主な経営トピックス

3 成長戦略

4 2020年5月期 通期業績見通し

5 2020年5月期 第2四半期実績（3か月実績）

次に、第2四半期での主なトピックスについて、2点ご紹介いたします。

2点とも、Sansan事業における新規・周辺領域に関する取り組みになります。



## Sansan事業：新規・周辺領域における主な取り組み①

## リフィニティブ・ジャパン株式会社と反社チェックオプションを共同開発

## 機能概要

## リフィニティブ・ジャパン株式会社 会社概要

反社チェックの  
自動化要確認リストの  
作成

リストのAPI連携

REFINITIV 

- ✓ 名刺のスキャンだけで、自動的に反社チェックが可能
- ✓ チェック漏れを防止し、コンプライアンス担当者の工数を大幅削減
- ✓ 2020年3月に実装予定
- ✓ 「Sansan」のオプション機能として、月額利用料金の20%程度を追加費用として想定

- ✓ 世界有数の金融データ・プロバイダー
- ✓ 約190カ国、4万社超の企業・機関にサービス提供
- ✓ 企業の規制遵守や潜在的な金融犯罪特定のための信頼性の高い情報提供ソリューション「World-Check」を提供
- ✓ 顧客デューデリジェンスやマネーロンダリング対策、制裁及びテロ資金供与スクリーニング等に活用可能

まず、1点目は、リフィニティブ・ジャパン株式会社と共同開発を進めている、反社チェックオプションについてです。

現在、2020年3月の実装を目標に開発を進めておりますが、これは、名刺をスキャンするだけで、自動で反社チェックが完了する機能になります。



データ化した名刺情報の「会社名データ」と、同社のコンプライアンス関連データベースとを名寄せしてリスクのある企業を検出し、該当した場合には、「Sansan」上に通知が表示され、名刺交換者や法務担当者はそのリスクにすぐに気づくことができるようになります。

昨今、各企業において、リスク管理やガバナンス強化等の意識が高まっている中、本機能は、反社チェックの早期化や効率化、また、当該業務の属人化を防止するといった価値が提供できるものと考えております。

本機能は、「Sansan」のオプション機能としての提供を予定しており、料金は各企業個別の見積もりになります。通常月額利用料金から20%程度のアップを想定しております。

## Sansan事業：新規・周辺領域における主な取り組み②

ウイングアーク1st株式会社と資本業務提携契約を締結し、株式の11.44%を取得

| 案件概要   | ウイングアーク1st株式会社 会社概要  |
|--|--|
| <p><b>業務提携</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 「MotionBoard」を「Sansan」上で利用可能なアプリケーションとして展開（名刺データや顧客情報の分析機能の拡充）</li> <li>✓ 相互の営業活動を通じたクロスセルの実施</li> </ul> |  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 売上高172億円、営業利益49億円（2019年2月期）</li> <li>✓ データの分析・可視化を行うデータエンパワーソリューションやソフトウェア基盤ソリューションサービス等を提供</li> </ul> |
| <p><b>資本提携</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 株式取得費用：4,998百万円</li> <li>✓ 株式所有割合：11.44%</li> </ul>  |  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ データを可視化するダッシュボード</li> <li>✓ 多彩な表現力やリアルタイム処理、高いメンテナンス性を兼ね備え、データ分析・活用を支援</li> </ul>                      |
| <p><b>その他</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 当社代表取締役社長の寺田親弘がウイングアーク1st株式会社の社外取締役役に就任</li> <li>✓ 2020年中を目途に実装予定</li> </ul>                              |  |

2点目は、11月1日に公表させていただいた、ウイングアーク1st株式会社との資本業務提携になります。

業務提携の内容として、同社のサービス「MotionBoard」を、当社の「Sansan」上で利用可能なアプリケーションとして展開いたします。

「MotionBoard」は、企業の内外に存在するさまざまな情報やデータを統合して可視化できる情報活用ダッシュボードサービスですが、「Sansan」上で運用できるようにすることで、名刺データ、すなわち正確な顧客情報と紐付けた各種分析が可能となり、ユーザー企業に対して、意思決定支援や業務改善といった価値を提供できると考えております。

また、相互の営業活動を通じたクロスセルの実施も行ってまいります。

## 目次

1 2020年5月期 第2四半期累計実績（6か月実績）

2 主な経営トピックス

# 3 成長戦略

4 2020年5月期 通期業績見通し

5 2020年5月期 第2四半期実績（3か月実績）

続いて、今後の成長戦略についてご説明いたします。



現在、中長期的な売上高の成長実現に向けて取り組んでいる領域には大きく3つあり、まずは概要をご説明いたします。

1つ目は、Sansan事業における既存領域で、「Sansan」のさらなる利用拡大を進めていくことです。

そのための施策として、これまでと同様に一定規模の広告宣伝活動を続けながら、足元では営業社員の増員を中心とした、営業部門の強化に取り組んでおります。

2つ目は、先程トピックスとしてご紹介した、Sansan事業における新規・周辺領域に関する取り組みです。

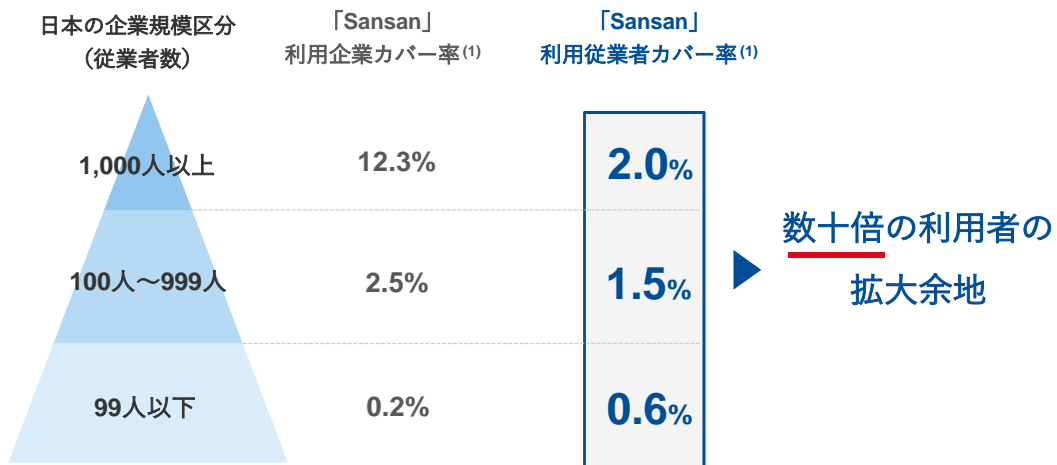
さまざまなオプション機能を追加し、「Sansan」のプラットフォームとしての展開を推進していきます。

3つ目は、Eight事業におけるBtoB領域でのマネタイズの強化です。

既存のマネタイズプランにおける営業・販売体制の強化に加えて、新プランの開発等にも取り組んでいきます。

## 日本国内における潜在市場規模（TAMの考え方）

多くの企業で利用従業員数は限定的であり、日本だけでも数十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」を基にした数値、分子は2020年5月期Q2末における「Sansan」の契約件数及び合計ID数を基に算出

まず、1つ目のSansan事業の既存領域についてですが、ターゲットとする市場の考え方についてご説明します。

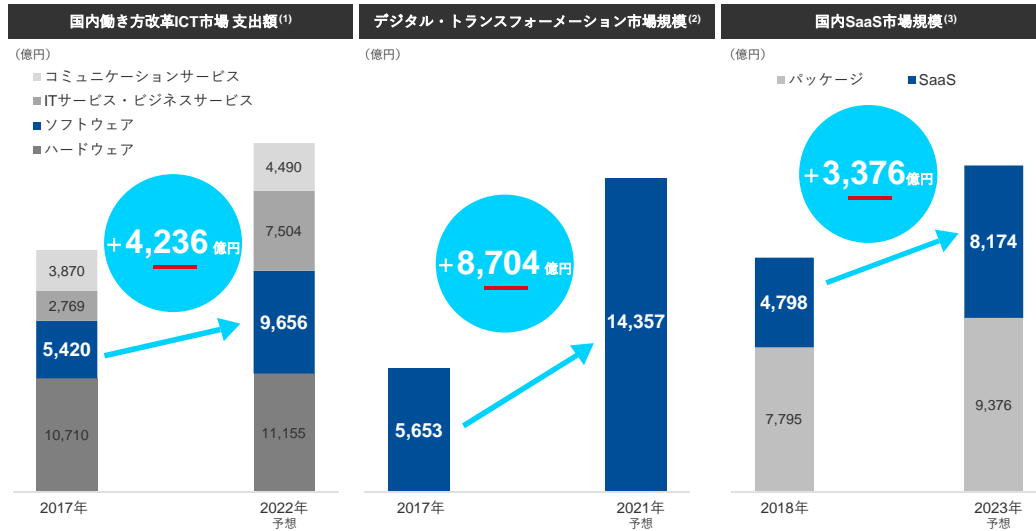
「Sansan」は、市場シェア81.9%を占めておりますが、この市場自体が成長する余地が大きく残されています。

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、理論上は数十倍の開拓余地が残されていることになります。

したがって、少なくとも10倍、20倍といった成長ポテンシャルはあるものと考えております。

「追い風」となる市場環境

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

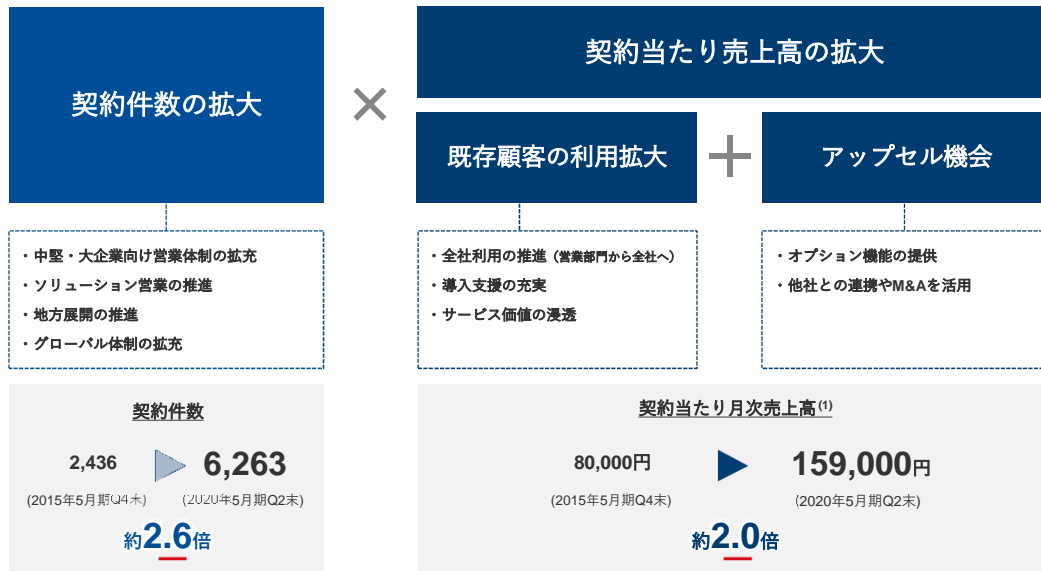


(1) IDC Japan 「国内働き方改革 ICT市場予測、2018年～2022年：ハードウェア、ソフトウェア、ITサービス/ビジネスサービス、通信サービス別」、2018年12月  
 (2) 富士キメラ総研 「2018 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」  
 (3) 富士キメラ総研 「ソフトウェアビジネス新市場2019年版」

また、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。

## 契約件数と契約当たり売上高の拡大

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) 各四半期末月の月次実績（未監査）

具体的な戦略としては、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おります。

前期の下期より、営業社員の増員を中心とした営業部門の強化に取り組んでおり、契約件数の拡大に向けて、中堅・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を進めています。

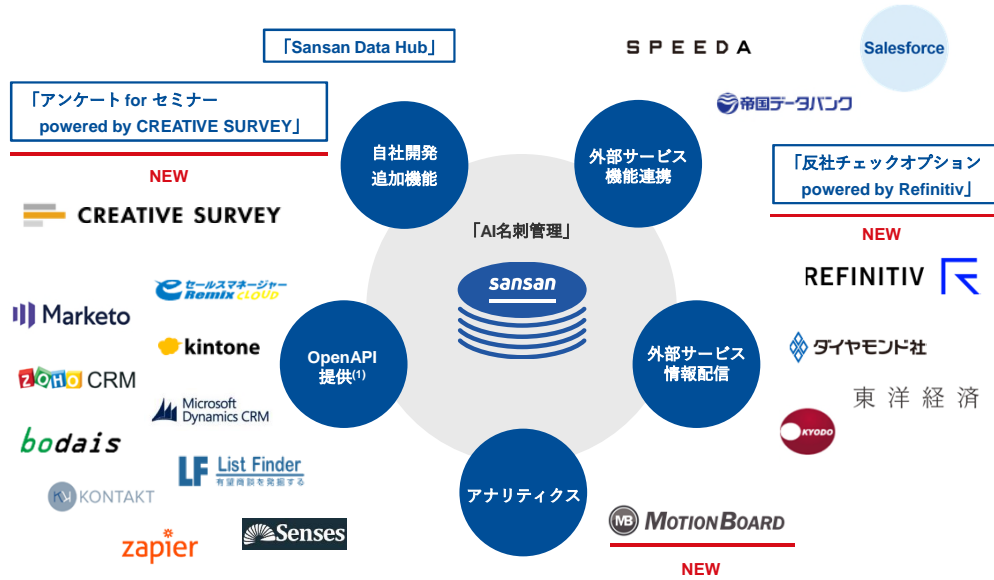
なお、営業社員を採用した後は、少なくとも半年程度は立ち上がるための時間を要するため、急に大きな効果が出るものではありませんが、今期の下期以降は、その効果が徐々に表れてくることを見込んでおります。

また同時に、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等によって、契約当たり売上高の拡大にも取り組んでいます。

例えば、経済産業省には、2015年に一部の局にて「Sansan」を導入いただきましたが、この度、名刺情報を省内で広く共有して効率的に活用し、人脈共有基盤を盤石なものにしていくことを目的に、「Sansan」の導入を試験的に拡大いただくことになりました。

## 「Sansan」プラットフォーム展開の状況

名刺管理機能・顧客情報を入り口とした、さまざまな機能を提供



(1) Sales Force Automation、Customer Relationship Management、Marketing Automation等の50以上の他社サービスにOpenAPIを提供

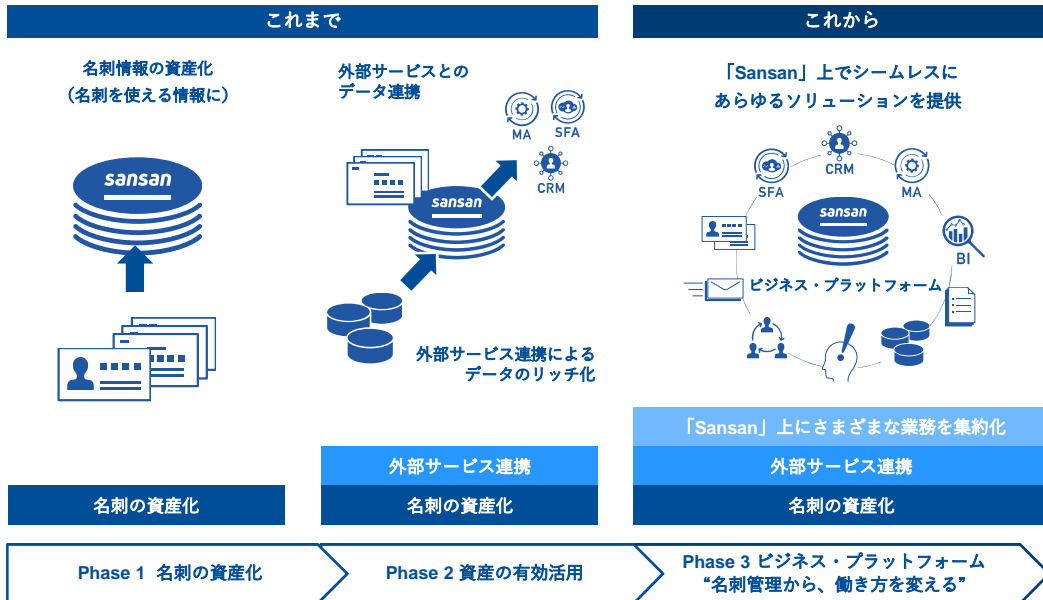
次に、2つ目のSansan事業の新規・周辺領域に対する取り組み、「Sansan」プラットフォーム展開の推進についてご説明いたします。

ご覧の図は、ご参考までに、現在「Sansan」が提供する主なオプション機能や、外部サービスとの連携状況等を簡単に示したものになります。



## 「Sansan」プラットフォーム展開の考え方

「Sansan」プラットフォーム上にさまざまな業務を集約化するソリューションを提供



これまで「Sansan」では、名刺を資産化して事業で使える情報にするという機能だけではなく、Open API等を活用したSFAやCRM、マーケティング・オートメーション等の外部ツールとの連携機能や、外部サービスから情報を取得し活用できる機能等を提供することで、ユーザーの利便性の向上を追求してきました。

そして、今後はこれら展開に加えて、何度か具体例をご紹介しますが、「Sansan」のアプリケーション上で機能する、さまざまなオプションを追加することで、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います。

言い換えれば、顧客企業のビジネスフローの中に既に存在するさまざまな業務を「Sansan」とつなぎ、「Sansan」上でシームレスに対応できる各種ソリューションを提供していくということです。

今後、さまざまなオプションを追加していくに当たっては、自社開発だけではなく、他社との連携やM&Aも選択肢として積極的に活用していく考えです。

## 「Sansan」の主なオプション機能

### 「Sansan Data Hub」

**提供中**

社内のあらゆる顧客データを統合・リッチ化し、データ統合から、マーケティングを加速するサービス

### 「反社チェックオプション powered by Refinitiv」

**2020年3月予定**

名刺をスキャンするだけで自動で反社チェックが可能となり、チェック漏れ防止やコンプライアンス担当者の工数を大幅削減

### 「アンケート for セミナー powered by CREATIVE SURVEY」

**提供中**

BtoB企業のセミナーに必要なアンケート機能を「Sansan」と連携しながら提供できる「アンケートソリューション」

### 「MotionBoard」の利用

**2020年中を目標**

「Sansan」上の名刺データ（顧客情報）と紐付けて、社内外のさまざまな情報・データを統合・分析し、可視化

主なオプション機能について、具体的にご紹介いたします。

左上の「Sansan Data Hub」は、過去の決算資料等で何度かご紹介したことがある機能になりますが、これは、社内に存在する顧客データを統合・リッチ化することが可能なオプションになります。

例えば、「Salesforce」等のCRM・SFAや、「Marketo」等のMAツール上で管理しているデータの二重登録を防いだり、さまざまな付加情報を付与したりすることで、高度なマーケティング活動に活用可能なデータにすることができます。

また、左下の「アンケート for セミナー」は、11月から提供を開始した新しいオプション機能です。

これは、セミナー等で必要なアンケート機能を「Sansan」と連携しながら提供できるソリューション機能になります。

これらは、あくまで一例でして、このようなオプション機能を多数追加していきたいと考えております。

## 企業向け（BtoB）有料サービスの展開を加速・強化

| BtoB                              |  |
|-----------------------------------|--|
| 企業向けプラン<br>「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<br>従業員数名から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<br>「Eight Ads」             | 「Eight」ユーザーに対して広告を配信できるサービス<br>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<br>「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<br>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<br>「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<br>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 |
| BtoC                              |  |
| 個人向け有料プラン<br>「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<br>無料プランを含む「Eight」ユーザー数全体の拡大を図る         |

成長戦略の3つ目は、Eight事業のBtoB領域におけるマネタイズについてです。

現在、ご覧の通りの企業向けのマネタイズプランがありますが、これらを拡販していくための体制強化に取り組むほか、新たなプランの開発にも取り組んでいきます。

そして、Eight事業全体としての早期での黒字化を目指します。

## 目次

1 2020年5月期 第2四半期累計実績（6か月実績）

2 主な経営トピックス

3 成長戦略

**4** 2020年5月期 通期業績見通し

5 2020年5月期 第2四半期実績（3か月実績）

私からのご説明の最後として、当期の通期業績見通しについて触れさせていただきます。

## 連結業績の見通し

通期見通しは期初公表内容から変更なし  
 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通し

| (百万円)           | 2019年5月期 | 2020年5月期           |        |
|-----------------|----------|--------------------|--------|
|                 | 通期実績     | 期初公表<br>通期見通し      | 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 <sup>(1)</sup> | —      |

(1) 中期的な業績向上による将来年度の課税所得見積額の増加が見込まれており、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延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月期の業績見通し等に基づく、法人税等調整額の計上の精緻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予想数値の開示は行っていません

通期業績見通しは、期初公表した内容から変更はありません。

当期は、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、売上高は前年同期比35.4%増の138億16百万円を見込んでいます。

また、売上高の増加に伴い、営業損益以下は黒字化する見込みです。

以上で、私からの説明を終了させていただきます。

続きまして、橋本より、第2四半期決算の詳細についてご説明いたします。

## 目次

1 2020年5月期 第2四半期累計実績（6か月実績）

2 主な経営トピックス

3 成長戦略

4 2020年5月期 通期業績見通し

**5** 2020年5月期 第2四半期実績  
（3か月実績）

CFOの橋本です。

それでは、私より、第2四半期の3か月実績についてご説明いたします。

## 連結実績の概況

売上高、各段階利益ともに前年同期比で、増収、増益（赤字縮小）  
営業利益以下は赤字も、計画通りの順調な実績

| (百万円)                 | 2019年5月期 |       | 2020年5月期 |        | (ご参考) 2020年5月期 |  |
|-----------------------|----------|-------|----------|--------|----------------|--|
|                       | Q2実績     | Q2実績  | 前年同期比    | Q2累計実績 | 前年同期比          |  |
| 売上高                   | 2,466    | 3,194 | +29.5%   | 6,294  | +32.5%         |  |
| 売上総利益 <sup>(1)</sup>  | 2,075    | 2,746 | +32.3%   | 5,382  | +35.7%         |  |
| 売上総利益率 <sup>(1)</sup> | 84.2%    | 86.0% | +1.8pt   | 85.5%  | +2.0pt         |  |
| 営業利益                  | -477     | -139  | -        | 109    | -              |  |
| 営業利益率                 | -        | -     | -        | 1.7%   | -              |  |
| 経常利益                  | -478     | -175  | -        | 17     | -              |  |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純利益  | -484     | -197  | -        | -91    | -              |  |

(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

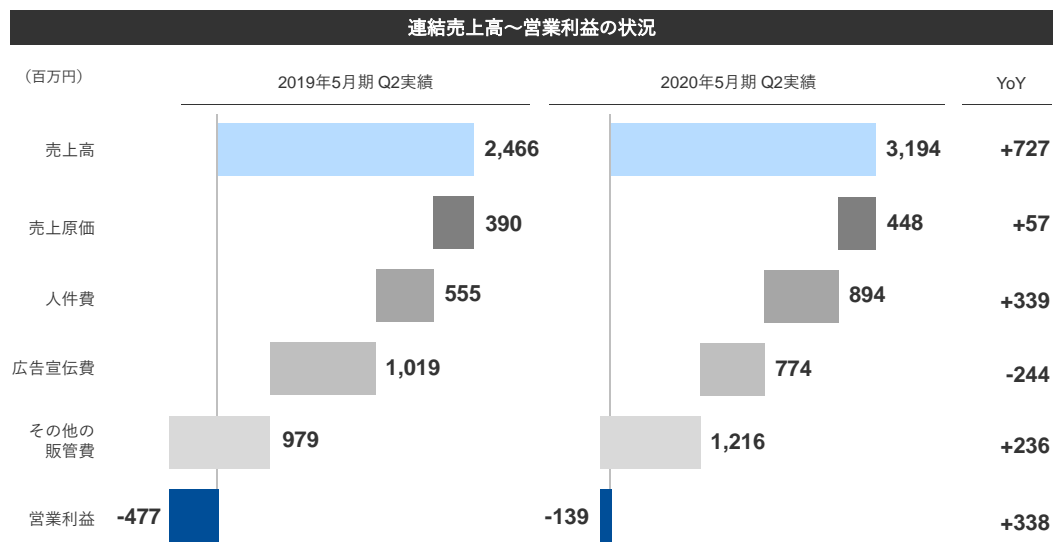
第2四半期の連結業績はご覧の通りとなりました。

売上高は、前年同期比29.5%増の31億94百万円となりました。

営業利益については、第2四半期はテレビCMを中心とした広告宣伝活動を強化したことから、マイナスとなりましたが、売上高の増加に伴い、前年同期と比較した場合には、3億38百万円改善いたしました。

## 連結営業利益の増減要因

売上高の伸長及び広告宣伝費の減少により、営業利益は改善



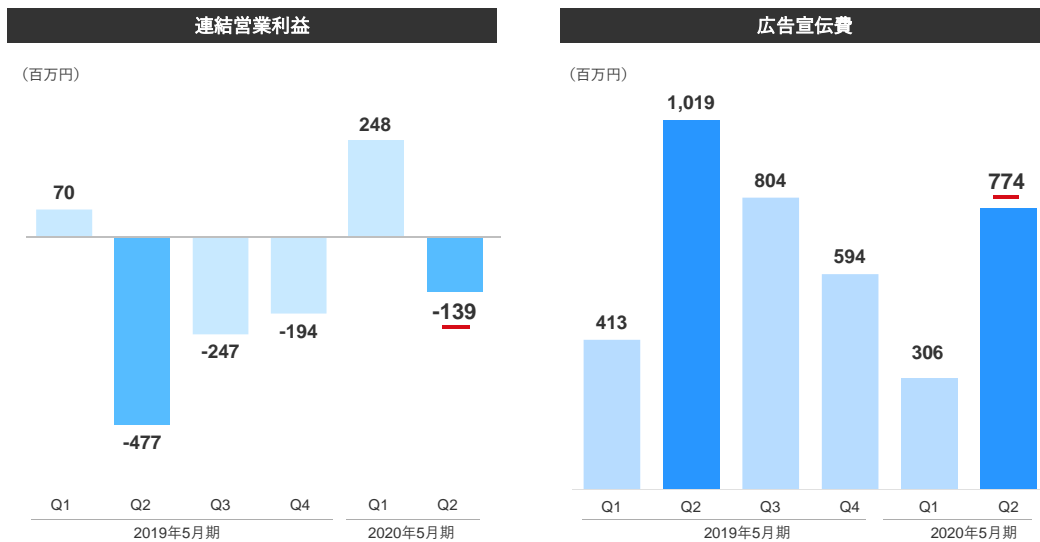
営業利益が改善した背景についてご説明します。

第2四半期においては、人員採用の進展に伴い、人件費やその他の販管費が増加した一方で、売上高の増加や広告宣伝費の低下等によって、マイナス額が縮小しております。



## 連結営業利益・広告宣伝費の四半期別実績

Q2は広告宣伝費の増加により、他の四半期に比べて利益が出にくくなる傾向  
当Q2においても計画通り、テレビCMを中心とした広告宣伝活動を実施



こちらは、前期からの四半期別の営業利益と広告宣伝費を示したものになります。

第2四半期は、テレビCMを中心とした広告宣伝活動を強化する傾向にあり、その結果、営業利益が出にくい四半期に当たります。

当第2四半期においても、テレビCMの放映を実施したことから営業利益はマイナスとなりましたが、期初計画通りの内容です。

第3四半期及び第4四半期における広告宣伝費は、第2四半期比で減少する見込みです。

## 連結貸借対照表の概況

ウイングアーク1st株式会社との資本業務提携に伴い、投資有価証券が増加  
株式取得費用として、50億円の銀行借入を実施

| (百万円)   | 2019年5月期 | 2020年5月期 |         |
|---------|----------|----------|---------|
|         | 通期実績     | Q2実績     | 増減額     |
| 流動資産    | 6,298    | 13,177   | +6,878  |
| 現金及び預金  | 5,627    | 12,407   | +6,780  |
| 固定資産    | 2,780    | 8,031    | +5,251  |
| 投資有価証券  | 1,093    | 6,112    | +5,019  |
| 資産合計    | 9,079    | 21,208   | +12,129 |
| 流動負債    | 5,428    | 6,909    | +1,480  |
| 固定負債    | 277      | 4,172    | +3,894  |
| 長期借入金   | 233      | 4,123    | +3,889  |
| 負債合計    | 5,706    | 11,081   | +5,375  |
| 純資産合計   | 3,372    | 10,127   | +6,754  |
| 負債純資産合計 | 9,079    | 21,208   | +12,129 |

次に、連結貸借対照表の概況についてご説明いたします。

IPOに伴う資金調達等によって、前期末からは大きく変動しておりますが、当第2四半期における大きな変動としては、2点ございます。

寺田より、ウイングアーク1st社との資本業務提携の説明をさせていただきましたが、主に、本提携に伴う株式取得によって、投資有価証券が50億19百万円増加いたしました。

また、本株式取得費用に充当する目的で、50億円の銀行借入を実施した影響で、固定負債の長期借入金が増加しております。

## Sansan事業の概況

売上高の成長継続に伴い、営業利益率が大きく改善  
Q2はテレビCMを実施したことにより、Q1比では利益率は低下も、計画通り

| (百万円)                            | 2019年5月期 |          | 2020年5月期 |        | (ご参考) 2020年5月期 |  |
|----------------------------------|----------|----------|----------|--------|----------------|--|
|                                  | Q2実績     | Q2実績     | 前年同期比    | Q2累計実績 | 前年同期比          |  |
| <b>Sansan事業</b>                  |          |          |          |        |                |  |
| 売上高                              | 2,346    | 2,941    | +25.4%   | 5,789  | +27.5%         |  |
| 営業利益                             | 400      | 848      | +111.9%  | 2,112  | +65.3%         |  |
| 営業利益率                            | 17.1%    | 28.9%    | +11.8pt  | 36.5%  | +8.3pt         |  |
| 「Sansan」契約件数                     | 5,616件   | 6,263件   | +11.5%   |        |                |  |
| 契約当たり<br>月次売上高 <sup>(1)</sup>    | 146,000円 | 159,000円 | +8.9%    |        |                |  |
| 直近12か月<br>平均月次解約率 <sup>(2)</sup> | 0.79%    | 0.54%    | -0.25pt  |        |                |  |
| 従業員数                             | 255人     | 357人     | +102人    |        |                |  |

(1) Sansan事業のQ2末月の月次実績（「Sansan」以外の一部の新規サービス等を含む、未監査）  
(2) 「Sansan」の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

続いて、セグメント別の実績についてご説明いたします。

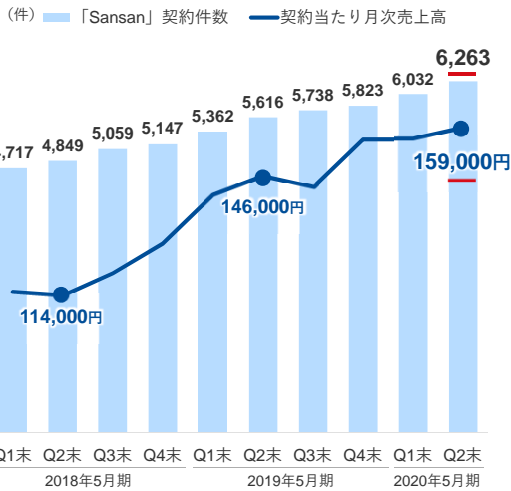
まず、Sansan事業についてです。

売上高は前年同期比25.4%増の29億41百万円、営業利益は111.9%増の8億48百万円となりました。

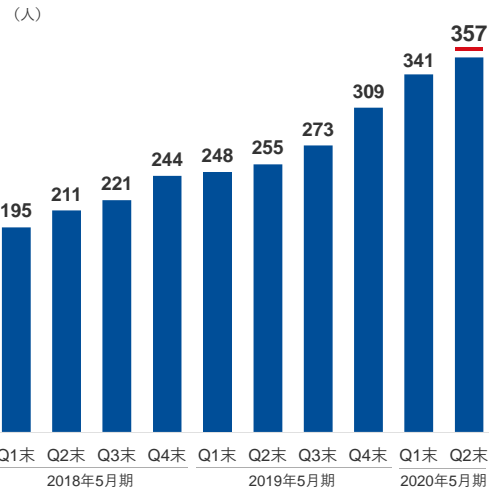
売上高の増加や広告宣伝費の低下等によって、営業利益率は11.8ポイント改善しました。

## Sansan事業：「Sansan」契約件数・契約当たり月次売上高・従業員数

契約件数・契約当たり月次売上高は安定的に成長  
営業部門を中心とした人員採用ペースはやや鈍化も、下期に加速予定

「Sansan」契約件数・契約当たり月次売上高<sup>(1)</sup>

Sansan事業 従業員数



(1) Sansan事業の各四半期末月の月次実績（「Sansan」以外の一部の新規サービス等を含む、未監査）

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11.5%増の6,263件、契約当たり月次売上高は8.9%増の15万9千円となりました。

第2四半期累計の実績としては、過去最大の受注額となっております。

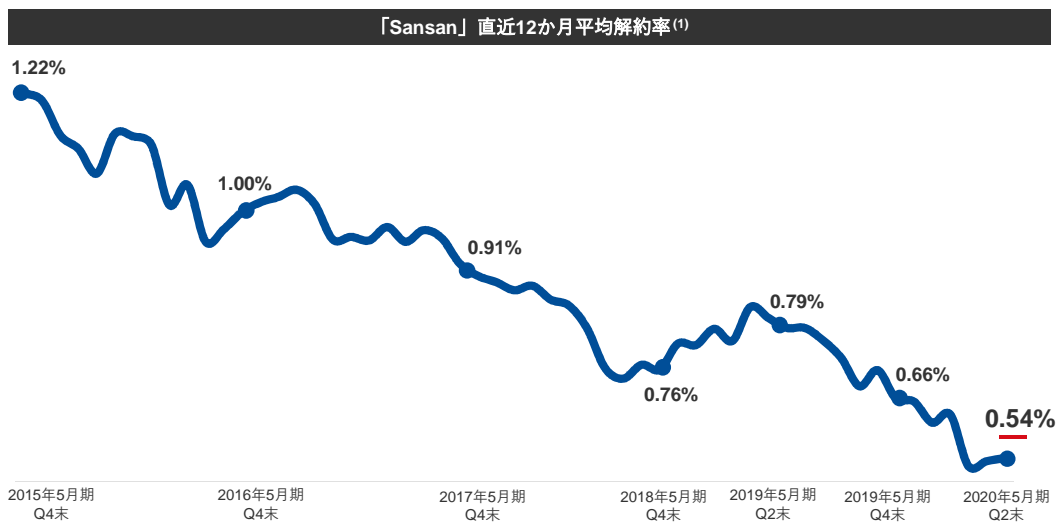
契約当たり月次売上高は、既存契約においては順調に拡大しておりますが、一方で、当第2四半期累計期間は、営業社員の増員効果もあり、比較的規模の小さい企業からの新規契約獲得が進んだことから、伸び率としては緩やかになりました。

Sansan事業全体の従業員数は、前年同期比で102名増加し、357名となりました。

第1四半期末比では16名の増員となり、増加ペースがやや緩やかになりましたが、下期以降での採用の加速を見込んでおります。

## Sansan事業：「Sansan」直近12か月平均解約率

直近12か月平均解約率は前年同期比0.25ポイント改善し、低水準を維持

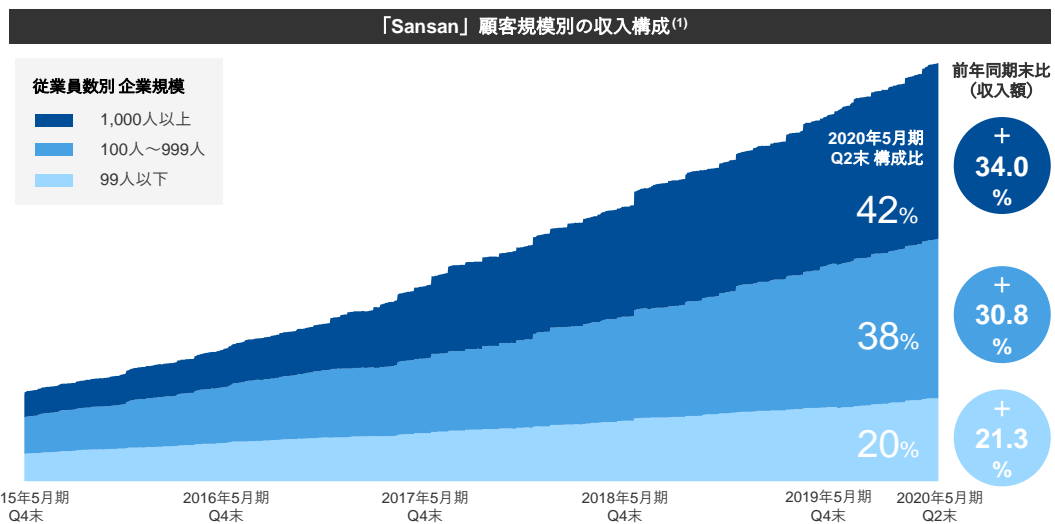


(1) 「Sansan」の既存契約の月額課金額に占める、解約に伴い減少した月額課金額の割合

また、「Sansan」の直近12か月平均の月次解約率は0.54%となり、引き続き低水準を維持しています。

## Sansan事業：「Sansan」顧客規模別収入構成

契約当たり売上高の大きい大企業からの収入割合が継続的に上昇



(1) 「Sansan」の月額課金額を基に作成 (未監査)

「Sansan」の収入構成をクライアント企業の従業員規模で分類した場合には、これまでのトレンドと同様に、大企業からの収入が前年同期比34.0%増となり、高い成長率となりました。

前期の下期より、営業部門の人員を増やし、中堅・大企業向け営業活動の強化に取り組んでおりますが、社員採用後、立ち上がるまでには一定の期間を要するものであるため、まだ増員効果がフルでは寄与していません。

引き続き、人員採用を進めながら、研修や育成等も強化し、下期以降の売上高成長の加速につなげていきたいと考えています。

## 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高成長が継続  
企業向け (BtoB) 有料サービスが成長をけん引

| (百万円)                                    | 2019年5月期 |        | 2020年5月期 |        | (ご参考) 2020年5月期 |  |
|--|----------|--------|----------|--------|----------------|--|
|  | Q2実績     | Q2実績   | 前年同期比    | Q2累計実績 | 前年同期比          |  |
| <b>Eight事業</b>                           |          |        |          |        |                |  |
| 売上高                                      | 120      | 253    | +110.2%  | 504    | +139.8%        |  |
| BtoCサービス                                 | 56       | 71     | +25.6%   | 143    | +27.7%         |  |
| BtoBサービス                                 | 63       | 181    | +185.4%  | 361    | +267.6%        |  |
| 営業利益                                     | -310     | -227   | -        | -466   | -              |  |
| 営業利益率                                    | -        | -      | -        | -      | -              |  |
| 「Eight」ユーザー数 <sup>(1)</sup>              | 229万人    | 258万人  | +29万人    |        |                |  |
| 「Eight 企業向けプレミアム」 <sup>(2)</sup><br>契約件数 | 466件     | 1,164件 | +149.8%  |        |                |  |

(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  
(2) 「Eight」における名刺共有を企業内で可能にするサービスで、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

最後に、Eight事業についてご説明します。

BtoBサービスのマネタイズ強化等により、売上高は前年同期比110.2%増となる2億53百万円となりました。

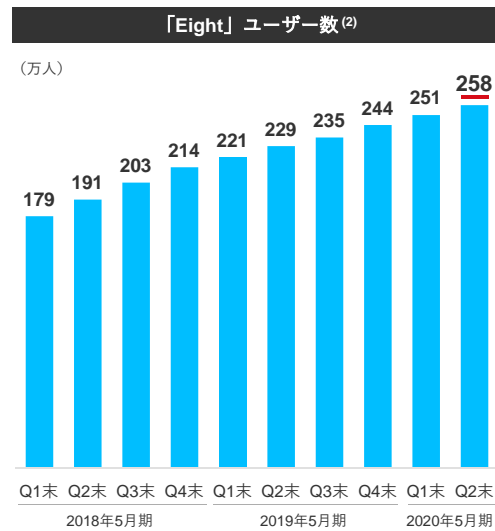
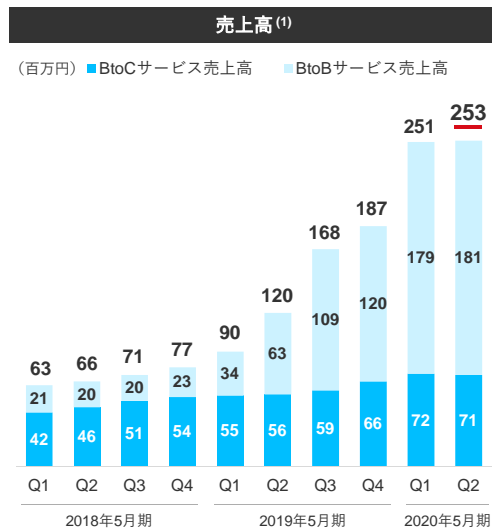
営業利益は、売上高の増加に伴い、赤字額が83百万円減少し、マイナス2億27百万円となりました。

また、「Eight 企業向けプレミアム」の契約件数は前年同期比149.8%増となる1,164件となりました。

なお、第1四半期に比べると、売上高の前年同期成長率が低下しておりますが、これはビジネスイベント「Meets」の開催回数が減少した影響によるものです。

Eight事業：売上高・「Eight」ユーザー数

売上高、ユーザー数ともに継続的に拡大



(1) 2018年5月期の四半期実績は未監査  
 (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

「Eight」のユーザー数は、前年同期比29万人増の258万人となり、順調に拡大しております。

以上で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。

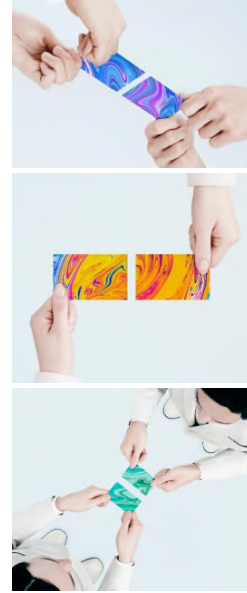
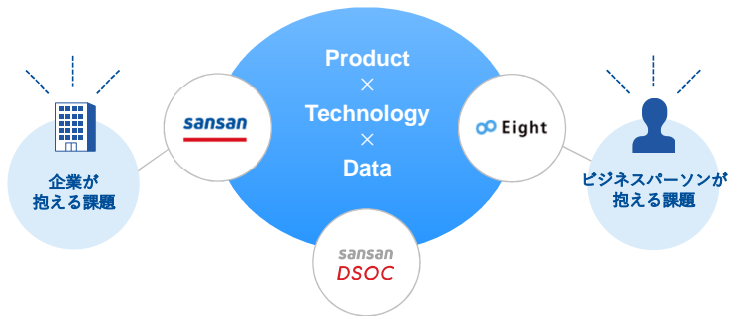


# 補足資料



# 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 ——



## 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**

### 「名刺管理から、働き方を変える」

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



- 6,200契約以上の顧客基盤
- 1.0%以下の月次解約率<sup>(1)</sup>

**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

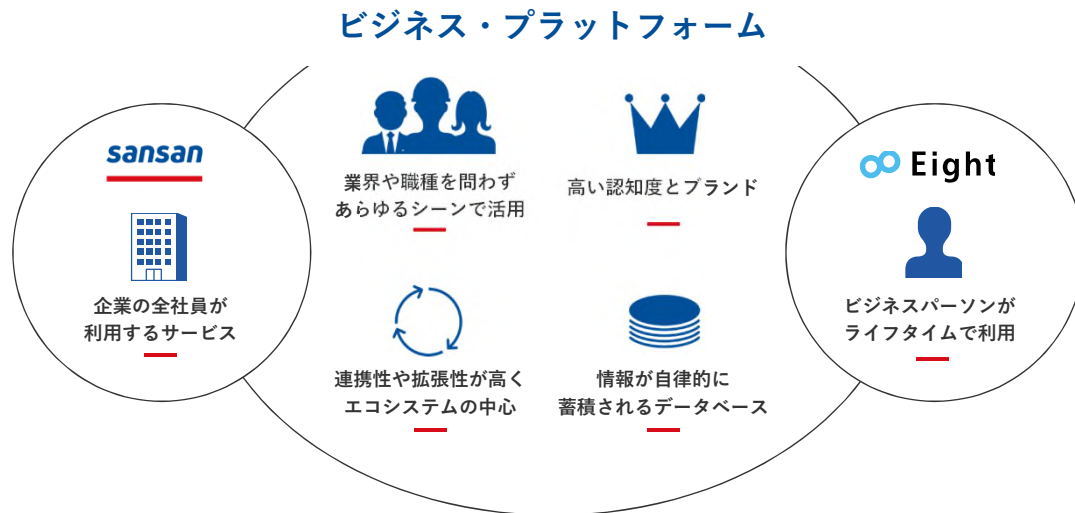


- No.1モバイル名刺管理アプリ
- 250万人を超えるユーザー数<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> 直近12か月平均の月次解約率。「Sansan」の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  
<sup>(2)</sup> 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

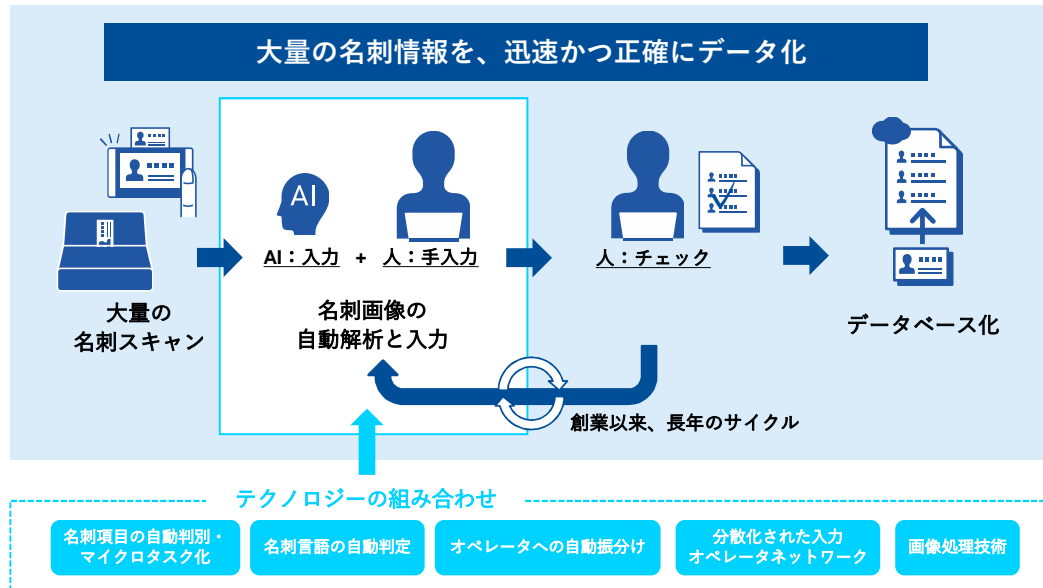
## ビジネス・プラットフォームとしての特徴

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



競争優位性：名刺データ化精度99.9%を実現する仕組みとテクノロジー

競合他社の追随を許さない名刺情報のデータ化オペレーションを確立

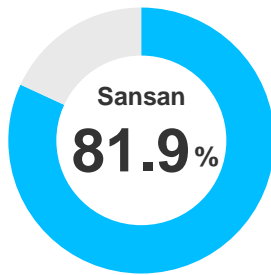


## 競争優位性：圧倒的な市場シェアと盤石な顧客基盤

「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  
「面談アリ2017」上「やられた篇」<sup>(2)</sup>



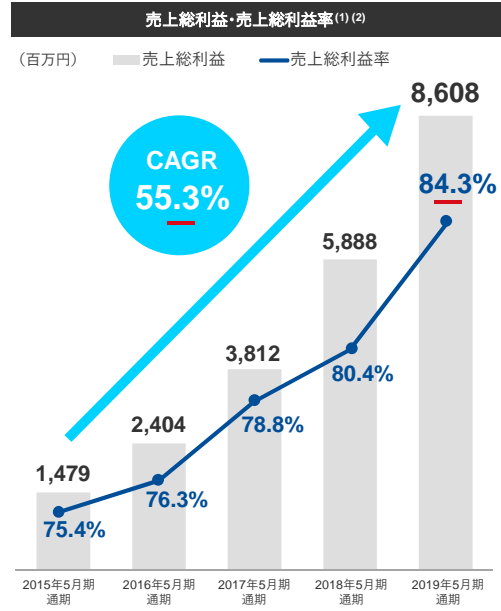
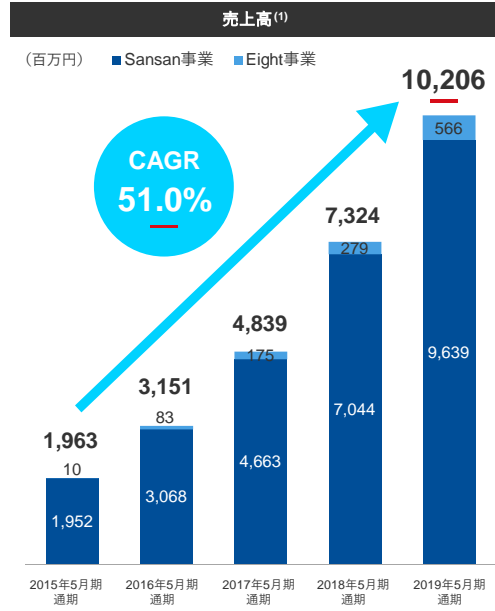
TVCM第7弾  
「まるごとやられた」篇

### 6,200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SFA/CRM関連ビジネス」、2018年11月)  
(2) 第71回広告電通賞サービス・文化部門の最優秀賞受賞

連結業績の推移（2015年5月期～2019年5月期）

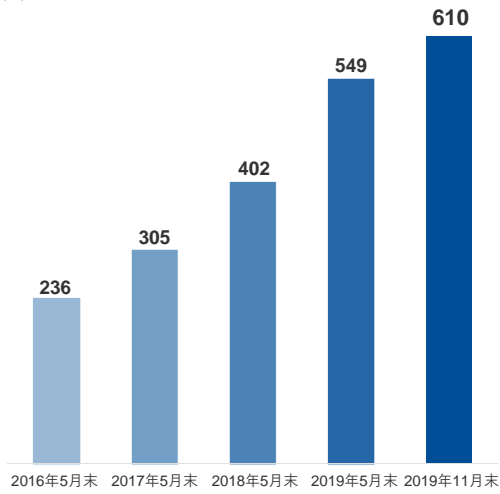


(1) 2016年5月期以前は未監査  
 (2) Eight事業における名刺入力費用は販売費及び一般管理費に計上

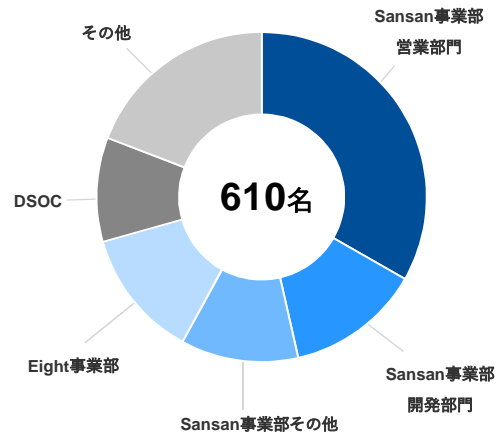
## 従業員数の状況

従業員数の推移<sup>(1)</sup>

(人)



人員構成<sup>(2)</sup>



(1) 2016年5月期は半体実績、2017年5月期以降は連結実績  
(2) 2019年11月30日現在



## 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<br>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、福岡支店<br>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.<br>アメリカ：Sansan Corporation               |
| 代表者  | 寺田 親弘   |
| 従業員数 | 610名（2019年11月30日現在）   |
| 資本金  | 62億34百万円  |
| 売上高  | 10,206百万円（2019年5月期）   |
| 株主構成 | 金融機関15.90%、証券会社1.76%、その他の法人3.43%、外国法人等27.72%、個人その他51.19%（2019年11月30日現在） |

## 「Sansan」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



顧客管理



- ・名刺検索機能
- ・名刺共有機能
- ・スマホアプリ機能
- ・人物機能
- ・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」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<sup>(1)</sup>

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| 1<br>初期費用<br>(イニシャルコスト)         | ライセンス費用の12か月分<br>既に保有する全ての名刺をデータ化するための費用                                  |
| 2<br>カスタマーサクセスプラン<br>(イニシャルコスト) | 20万円、60万円、150万円のプランを提供 <sup>(2)</sup><br>「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<br>スキャナ<br>(ランニングコスト)         | 月額10,000円/台<br>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<br>ライセンス費用<br>(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）<br>1契約当たり月額数万～数百万円 <sup>(3)</sup>                   |

### 支払いタイミング

契約開始時

契約開始時

契約開始時  
+  
更新時

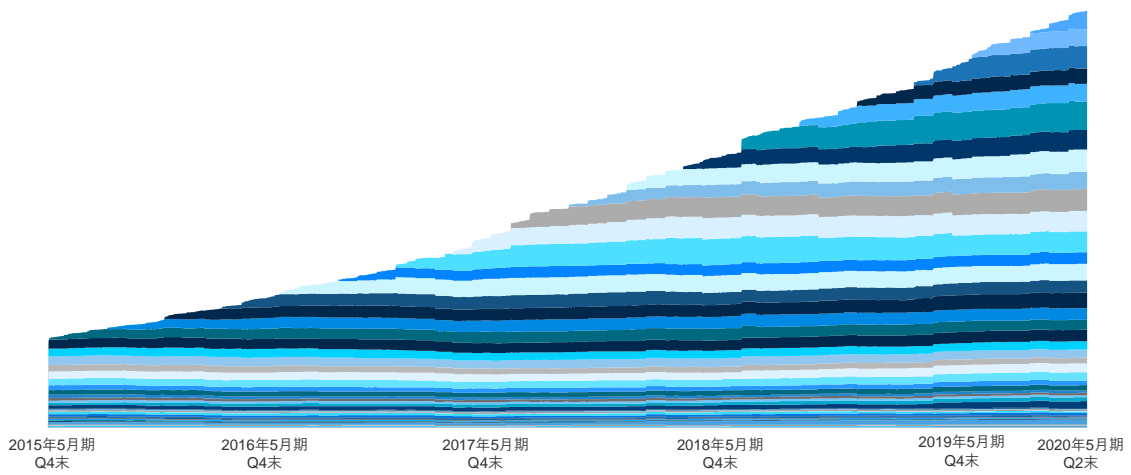
契約開始時  
+  
更新時

(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) その他、ライセンス費用に応じた通年課金プラン有り  
(3) 全社利用プランを前提とした場合

## 「Sansan」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<sup>(1)</sup>を実現

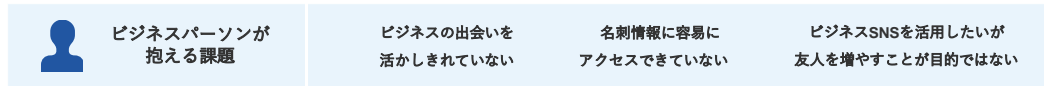
「Sansan」サービス開始時期別の収入構成<sup>(2)</sup>



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

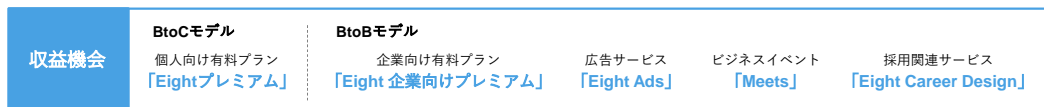
## 「Eight」サービス概要

### 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



「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



**sansan**

