

2020年5月期 第2四半期決算に関するよくあるご質問

■ 連結

Q1：売上高、営業利益の通期業績見通しに対する進捗状況は？

当第2四半期累計実績は、売上高及び営業利益ともに通期業績見通しに対して、順調な進捗となりました。売上高については、Sansan 事業において営業社員の採用を強化している効果が、下期以降、徐々に表れてくることを見込んでいます。また、営業利益の進捗率が低くなっていますが、これは、当第2四半期に Sansan 事業において、テレビ CM を中心とした広告宣伝活動を強化した影響であり、期初計画通りの内容です。

Q2：第2四半期（3か月実績）は、営業利益が赤字となった理由は？

Sansan 事業において、テレビ CM を中心とした広告宣伝活動を強化した影響であり、期初計画通りの内容です。売上高の増加に伴い、前年同期実績と比較して、各段階損益の赤字額は縮小しました。

Q3：広告宣伝費が前年同期比で減少しているが、今後も減少トレンドが続くのか？

Sansan 事業においては、すでに一定規模の広告宣伝活動を実施しているため、広告宣伝費を大きく増額させる必要性は低下しています。また、現在 Eight 事業は、ユーザー集客ではなく、企業向け有料サービスのマネタイズに注力していることから、大きな広告宣伝費を必要としていません。以上のことから、現時点においては、売上高広告宣伝費比率は低下する見通しとなっています。

Q4：人件費が売上高の伸び率以上に前年同期比で増加しているが、その理由は？ どこまで増やすのか？

現在、Sansan 事業の営業部門を中心に、人員採用を強化しているためです。当第2四半期累計期間では、前期末と比較して全体で61名従業員が増加しました。当期は目標として、全体で約200名の採用活動を進めています。

■ Sansan 事業

Q5：売上高の前年同期伸び率が徐々に低下しているが、今後もこの傾向が続くのか？

売上高の規模が大きくなるにつれて、成長率の鈍化はなかなか避けられませんが、増加した実額は、前年同期よりも高い水準となりました。現在、営業部門の人員を増やし、営業体制の強化を進めていますが、人員採用後には最低でも半年の助走期間を要します。したがって、直ぐに効果が表れるものではありませんが、前期の下期より強化していた効果

が、当期の下期以降に徐々に表れてくることを見込んでいます。また、営業体制の強化に加えて、「Sansan」のオプション機能の拡充等によって、契約当たり売上高の拡大も志向しながら、中長期的に高い売上高成長率を目指していく考えです。

Q6：セグメント営業利益率はどの水準まで改善する見通しか？

ビジネスモデルの構造として、売上高の成長が継続することで、セグメント営業利益率は改善していく傾向にあります。ただし、現在は、利益（率）を最大化するフェーズではなく、売上高の成長継続に向けて、必要な投資を実行していくフェーズであるため、目標とする利益水準等については開示していません。

Q7：契約件数が前四半期末比で 231 件伸びているが、企業規模別ではどの層が伸びているのか？

主に、比較的規模の小さい企業からの契約獲得が件数の成長をけん引しました。これは、前期の下期より進めている営業社員の採用強化や当期に進めた営業組織の再編効果等によるものです。

Q8：契約当たり月次売上高の前年同期伸び率が緩やかになっている要因は？

当第 2 四半期累計期間においては、既存契約における月次売上高が順調に拡大した一方で、前期の下期からの営業人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順調に進んだことから、全体の契約当たり月次売上高の伸び率は緩やかな実績となりました。なお、契約当たり月次売上高の水準は、新規契約の獲得数やその企業規模、割合等によって、短期的には上下します。

Q9：直近 12 か月平均の解約率が改善した要因は？ どの程度まで解約率を下げられるのか？

新機能やサービスの開発に加え、カスタマーの各種サポートといった、さまざまな取り組みの結果、利用企業におけるサービス満足度が向上している結果であると認識しています。一方で、すでに 0.54%という極めて低水準にあり、当社努力によって、さらなる低減を実現できる余地は少ないことから、この 1%以下の水準を維持していくことを重要視しています。

Q10：Sansan 事業の営業部門の従業員数は？ どの程度増えたのか？

フィールドセールスだけではなく、インサイドセールスやカスタマーサクセス等を担う部門を営業系の組織としてカウントしていますが、2019 年 11 月末で 205 名の従業員が在籍しています。前年同期末と比較して 73 名、前四半期末と比較して 5 名増加しました。

Q11：第 2 四半期は営業社員の採用のペースが鈍化した要因は？ 売上高成長に影響は出ないのか？

当第 2 四半期においては、採用活動における季節的な影響等もあり、採用ペースが鈍化しましたが、四半期毎にばらつきがあるものであり、下期以降の加速を見込んでいます。なお、前年同期からは 73 名増えていること、また、営業部門

間で適宜人員配置を見直していることから、現時点で採用ペースの鈍化が売上高成長に大きな影響を与えるまでにはなっていません。

■ Eight 事業

Q12：売上高の高成長を実現した背景は？ 何がけん引しているのか？

前期から継続して、企業向け（BtoB）有料サービスのマネタイズ強化を行っており、この結果として、高い売上高成長率を実現しました。なお、当第2四半期累計期間のBtoCサービス売上高の前年同期比は27.7%増となった一方、BtoBサービス売上高は同267.6%増となりました。

Q13：BtoBサービスの売上高成長をけん引しているサービスは何か？

「Eight 企業向けプレミアム」の契約件数の伸び率が、前年同期末比149.8%増となったほか、広告サービス「Eight Ads」や採用関連サービス「Eight Career Design」も順調に伸長しました。なお、各サービス別の売上高は開示していませんので、ご了承ください。

Q14：第2四半期（3か月実績）は、第1四半期に比べて売上高成長率が鈍化した理由は？

2018年9月よりサービス提供を開始した、企業の課題解決を後押しするビジネスイベント「Meets」の第2四半期における開催回数が、第1四半期よりも少なかったためです。本サービスは、開催テーマや参加者のニーズ等に応じて、不定期での開催が基本となるため、四半期単位での開催回数は変動します。

Q15：セグメント営業赤字が続いている要因は？ 何の費用がかかっているのか？

前期よりマネタイズを強化したばかりのフェーズであり、事業運営コストを賄うまでの売上高規模にまだ至っていないためです。引き続き、企業向け有料サービスのマネタイズ強化を進めることで、まずは早期での単月黒字化を目指します。

以上

【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。