

## 2019年5月期 通期決算に関するよくあるご質問

### ●2019年5月期 通期実績について

#### ■連結

#### Q1：売上高の高い成長が続いているが、その要因やドライバーは？

A1：主に、現状の連結売上高の94%を占める Sansan 事業が高い成長をしているためです。Sansan 事業では、契約件数に加えて、契約当たり月次売上高も前年同期比で増加しており、これらが成長ドライバーとなっています。なお、Eight 事業についても、前年同期比で100%を超える成長となっています。

#### Q2：過去数年の売上高の成長率（CAGR50%超）に比べて、当期の成長率が鈍化した理由は？

A2：売上高の規模が大きくなるにつれて、成長率自体の鈍化はなかなか避けられませんが、増加した実額としては前年同期を超える高い成長となりました。現在、今後の成長戦略として、Sansan 事業の営業部門を中心とした人員採用等を進めており、これら施策によって、高い成長率を目指していきたい考えです。

#### Q3：売上総利益率の改善が続いている理由は？

A3：テクノロジーの進化やオペレーションの工夫等によって、主たる売上原価である名刺入力費用の低減を実現してきたためです。ただし、現状では、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売上原価ではなく販売費及び一般管理費に計上しているため、当該売上高が増加することも、売上総利益率の改善に寄与する構造となっています。

#### Q4：営業損益以下の段階損益が大幅に改善（赤字が縮小）した理由は？

A4：売上高の高い成長に加えて、主に広告宣伝費が前年同期と比較して大きく減少したことが要因です。

#### Q5：広告宣伝費が前年同期と比較して大きく減少した要因は？

A5：Sansan 事業においては、引き続き一定規模の金額を計上している一方で、Eight 事業で大きく減少しました。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ていましたが、2019年5月期においては、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いません。

## ■ Sansan 事業

### Q6：売上高の伸び率以上に、営業利益の伸び率が高い（利益率が改善した）背景は？

A6：当社のビジネスは、いわゆる SaaS 型、サブスクリプション（継続課金）型のモデルになりますが、一般的に当モデルの特徴として、一定の先行投資は必要なものの、変動費が低いことが挙げられます。過去数年来、広告宣伝活動を中心とした投資を継続してきた結果として、これまで売上高の高い成長を実現してきたことが利益率の改善につながっています。

### Q7：営業利益率はどの水準まで改善する見通しか？

A7：Q6 で回答のとおり、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、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、売上高の成長の継続に向けて、各種投資を実行していくフェーズであるため、目標とする水準等については開示していません。

### Q8：契約件数の増加数や増加率が数年前と比べて鈍化している背景は？

A8：現在の成長戦略として、大企業向けの営業体制の拡充を施策の中心に据えており、中小企業と比較した場合には顧客獲得のリードタイムが長くなるため、契約件数の増加率が鈍化しやすい傾向にあります。しかしながら、売上高の成長は、契約件数と契約当たり売上高の拡大によって実現していく方針であり、両指標とも順調なペースで増加している認識です。

### Q9：契約当たり月次売上高が伸びている背景は？

A9：主に、大企業への新規導入が進んでいることや、既に契約している企業において全社利用プランの拡大が進んでいること、また、新機能やサービスの導入による利用単価の上昇が要因として挙げられます。

### Q10：直近 12 か月平均の解約率が低下した要因は？ また、どの程度まで解約率を下げられるのか？

A10：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、既に 0.66%という極めて低水準にあり、当社努力によって更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。

### Q11：Sansan 事業全体のうち、営業部門の従業員数は？ 当期どの程度増えたのか？

A11：フィールドセールスだけでなく、インサイドセールスやカスタマーサクセス・サポート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5月末で170名超の従業員が在籍しています。前年同期末と比較して、50名

増加しました。

## ■ Eight 事業

### **Q12 : 売上高が前年同期比 100%を超える高い成長となっているが、その背景は？**

A12 : 新サービスの開発を含む各種マネタイズの強化を行った結果、売上高成長が加速しました。

### **Q13 : 営業損失の額が前年同期と比較して、大きく縮小した背景は？**

A13 : 売上高の成長に加えて、広告宣伝費が前年同期と比較して減少したことが主な要因です。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ていましたが、2019 年 5 月期においては、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いません。

### **Q14 : 「Eight」ユーザー数の伸び率が鈍化しているようだが、その要因は？**

A14 : ユーザー獲得を目的として、積極的な広告宣伝活動を行った前年同期と比較すると、ユーザーの伸び数は低下しましたが、マネタイズにも注力するなかで、前年同期比で 30 万人増加しており、順調な進捗と認識しています。

### **Q15 : BtoB のマネタイズ施策の進捗状況は？**

A15 : 企業向けの有料プランである「Eight 企業向けプレミアム」を中心に、各施策が順調に進捗したことで、売上高の高い成長率を実現しています。2018 年 9 月には、ビジネスイベント「Meets」、2019 年 1 月には、採用関連サービス「Eight Career Design」の提供を新たに開始しています。

## ● 2020 年 5 月期 通期見通しについて

### **Q16 : 売上高の成長率は前年同期比 35.4%を見込んでいるが、今後成長率は加速しないのか？**

A16 : 現在、今後の成長戦略として、Sansan 事業の営業部門を中心とした人員採用を進めているほか、新サービスの開発やビジネス・プラットフォームとしての展開強化、更には、Eight 事業のマネタイズ施策の強化等に取り組んでいます。一部の施策については、効果が出るまでに一定の期間を要するものがありますが、これら施策によって、中長期的に高い売上高成長率を目指していきたいと考えています。

### **Q17 : 営業損益以下は、黒字化を見込んでいるようだが、その背景は？**

A17 : 売上高の伸長による黒字化を見込んでいます。

**Q18：親会社株主に帰属する当期純利益の予想数値を開示していない理由は？**

A18：今後、中期的に業績が向上していくことにより、将来年度の課税所得見積額の増加が見込まれています。これに伴い、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るものの、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。なお、親会社株主に帰属する当期純利益についても、他の段階損益同様に、黒字化を見込んでいます。

**Q19：セグメント別の業績見通しは？**

A19：Sansan 事業及び Eight 事業ともに、前年同期における成長率のトレンドから大きな変化はないものと見込んでいます。なお、セグメント別の業績予想数値は開示していないため、ご了承ください。

**Q20：人員採用の計画は？**

A20：引き続き、Sansan 事業における営業部門を中心とした採用活動を進めており、2020年5月期において、全体で約200名の増員を目指しています。

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。