

2022年5月期 Q1 決算において高い関心が予想される事項

■連結業績／セグメント変更

Q1：前期 Q4（3 か月）での売上高成長率よりも、当 Q1 の成長率が高くなった要因は？

主要サービスである「Sansan」の売上高成長率が回復したことに加えて、「Bill One」の高成長が継続したことが主な要因です。

「Sansan」においては、引き続きコロナ禍によるマイナス影響を受けているものの、前年同期比較の観点ではその影響が一巡したことにより、成長率がやや回復しました。また、「Bill One」においては、サービスを開始した直後の1年前と比較すると売上高が約159倍になる等、高成長が継続しました。

Q2：営業利益が前期 Q1 は黒字であったのに対して、当 Q1 では赤字になった要因は？

中長期的な売上高成長率の加速に向けて、全社的な人材採用やマーケティング活動を推進したためであり、期初公表した通期業績見通しや投資方針に沿った実績です。

当 Q1 では、「Sansan」での新たなテレビ CM の放映をはじめとしたマーケティング活動を推進した結果、連結での広告宣伝費は前年同期比で209百万円（同32.4%）増加しました。また、Q1 末の連結従業員数は1,011人（前年同期末は743人）となり、人件費は前年同期比で489百万円（同45.7%）増加しました。

Q3：経常利益や親会社株主に帰属する四半期純利益が大きく増益した要因は？

2021年7月19日公表の通り、保有資産の効率化を図る目的で、保有する一部の投資有価証券を売却したことで、営業外収益に投資有価証券売却益979百万円を計上したことが主な要因です。

Q4：報告セグメントの変更によって、具体的にどう変わったのか？

従前の報告セグメントは、Sansan 事業及び Eight 事業の2つでしたが、一部サービスの計上方法を変更した上で、Sansan／Bill One 事業及び Eight 事業の2つに変更しました。

主な変更点として、これまで新たなサービスであった「Bill One」や「Sansan Seminar Manager」「Contract One」に係る売上高及び一部の営業費用は社内を設定したルールに基づき、Sansan 事業及び Eight 事業の各セグメントに配賦して計上し、当該サービスに係るそれ以外の大半の営業費用は、各セグメントに配賦しない全社費用として計上する方法を採用していましたが、変更後は売上高、営業費用ともに全て Sansan／Bill One 事業に計上します。

なお、本変更はあくまで報告セグメントの変更であるため、通期の連結業績見通しに変更はありませんが、セグメント別売上高の通期業績見通しは、Sansan／Bill One 事業は前年同期比で約24%増～約28%増、Eight 事業は同

約 23%増～約 27%増に変更となります。

Q5：全国に発出されていた緊急事態宣言が解除されたが、足元の業績や通期見通しに与える影響は？

現在は、まだコロナ禍の終息が見通せる状況ではないことから、依然、不透明な事業環境が継続することで企業の投資行動やマインドが慎重化し、主には「Sansan」の新規契約獲得に対するマイナス影響が続くことが予想されます。したがって、現時点において、足元業績に大きなトレンドの変化が生じるとは捉えておらず、期初公表した通期業績見通しにも変更はありません。

■Sansan／Bill One 事業

Q6：「Sansan」のその他売上高が、前期の減収に対して、当 Q1 では増収に転じた要因は？

前期においては、コロナ禍でのマイナス影響を受け、「Sansan」の初期導入時に係る売上高や、あらかじめ定めた範囲（名刺データ化枚数）を超えた利用に係る売上高が減収となっていましたが、当 Q1 では、コロナ禍でのマイナス影響が一巡し、これらの売上高がやや回復したことが主な要因です。

Q7：「Sansan」の契約当たり月次売上高の水準が、これまでの開示数値と比べて低いのはなぜか？

前期までは、契約当たり月次売上高は、ストック売上高だけでなく、Sansan 事業全体の各四半期末月の売上高を用いて算出していましたが、当 Q1 より、「Sansan」の各四半期末月のストック売上高だけで算出する方法に変更しています（前年同期数値も同様の算出方法で遡及修正しています）。

Q8：「Bill One」の各種 KPI の状況や見通しは？

2021 年 8 月末における MRR（Monthly Recurring Revenue）は、サービスを開始した直後の 1 年前と比べると約 100 倍の 34 百万円となりました。また、当 Q1 末における「Bill One」有料契約件数は 343 件（同約 13 倍）となりました。

なお、現時点においては、2022 年 5 月末における ARR（Annual Recurring Revenue）10 億円以上、有料契約件数 1,000 件を目指しています。

■Eight 事業

Q9：BtoC サービス売上高が減収となった要因は？

コロナ禍での働き方の変化やユーザー行動の変化等、一部のマイナス影響を受けたことによるものですが、連結業績に与える影響は軽微であり、期初公表した通期業績見通しに沿った実績となっています。

Q10 : BtoB サービス売上高は、引き続き堅調な増収が続いているが、その要因は？

企業向け名刺管理サービスや広告サービス、採用サービス等において堅調な成長が継続したほか、2020年8月に連結子会社化したログミー社の業績が寄与しています（ログミー社の業績寄与は、前期Q2より開始）。

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。