

出会いから
イノベーションを生み出す



Mission

出会いからイノベーションを生み出す

いつの時代も、世界を動かしてきたのは出会いです。
人と人、企業と企業、その出会いの連鎖が社会を前進させます。

私たちは出会いが持つ可能性を再発見し、
未来につなげることでビジネスを変えていきます。

イノベーションにつながる新しい出会いを生み出す。
出会いの力でビジネスの課題にイノベーションを起こす。
そして、ビジネスの出会い、そのもののあり方を変えていきます。

Vision

ビジネスインフラになる

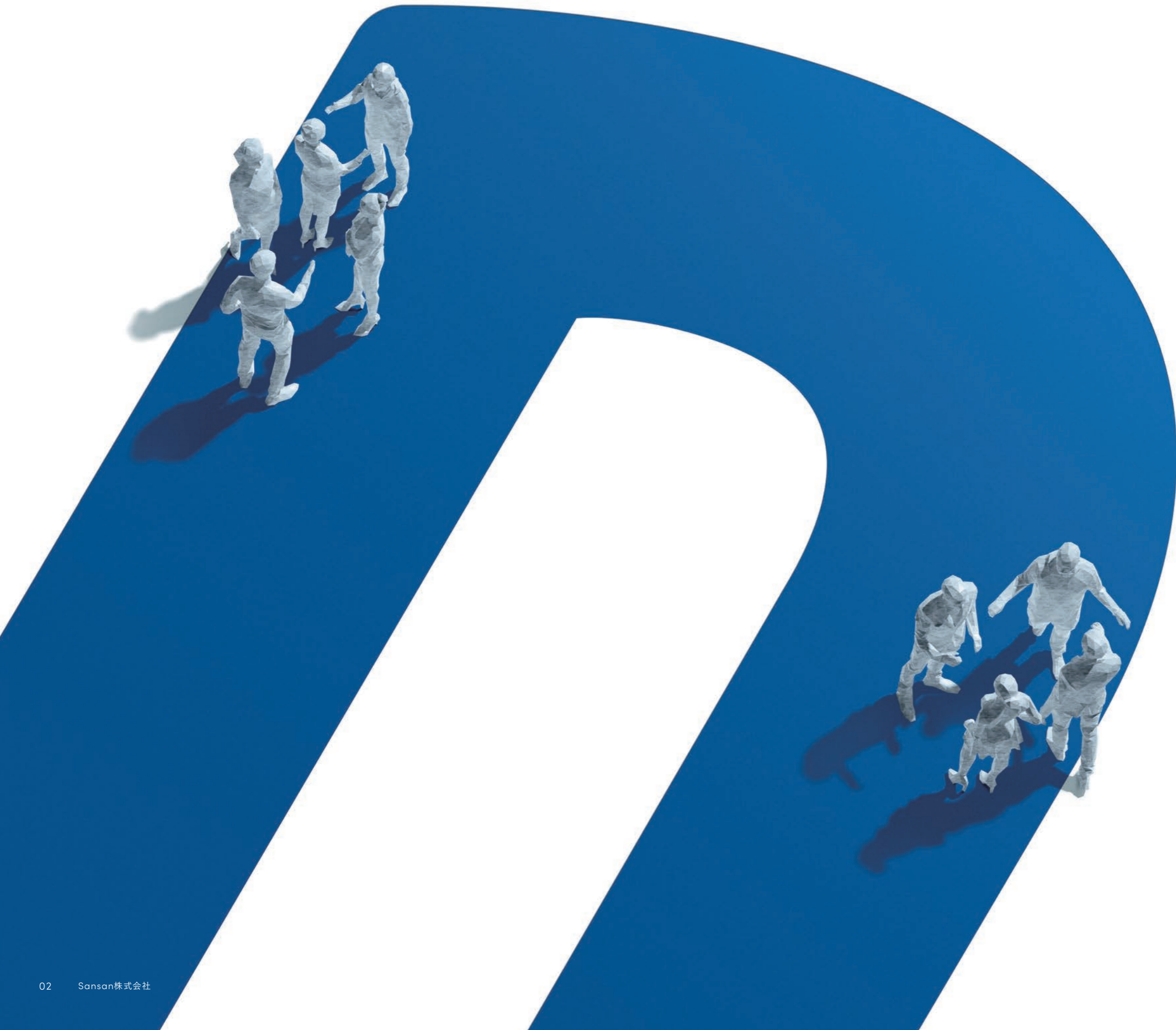
水を通す道、電気やガス、インターネットを通す道。
誰もが利用するさまざまな道が、生活のインフラとして人々を支えています。

私たちはビジネスという世界において、
誰も考えつかなかったような新たな道になろうとしています。

これまで行けなかった場所。見たこともない景色。それを現実のものにする。

ビジネスの中で誰もが毎日のように通るその道は、
人と人、企業と企業をつなぎ、イノベーションを生み出していくのです。





Values

仕事に向き合い、情熱を注ぐ

Lead the customer

体験を想像する

意思と意図をもって判断する

最速を目指す

強みを活かし、結集する

感謝と感激を大切にする

変化を恐れず、挑戦していく

Premise

セキュリティと利便性を両立させる

業績ハイライト 2021年5月期実績



連結売上総利益率

87.7%

(前年同期比+1.3 points)



*1 Annual Recurring Revenue

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

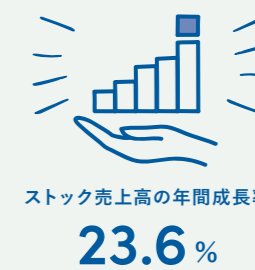
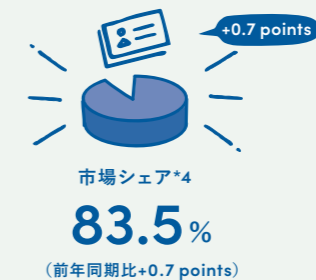
*3 「Sansan」の既存契約の月額課金額に占める、解約に伴い減少した月額課金額の割合

*4 「名刺管理サービスと営業サービス(SFA/CRM/オンライン名刺交換)の最新動向」(2020年12月シード・プランニング調査)

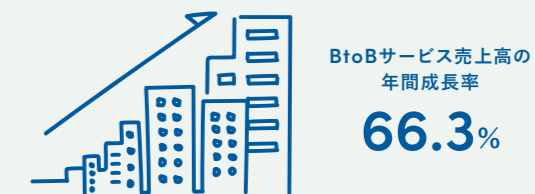
*5 アプリをダウンロード後、自身の名刺をプロフィールに登録した認証ユーザー数

*6 2020年1月~12月の国内ビジネスSNSアプリにおける、平均月間アクティブユーザー数(App Store/Google Play合算値)(2021年1月 App Annie調査)

Sansan



Eight



Bill One





目次

01 企業理念 04 業績ハイライト 06 目次

第1章 価値創造ストーリー

08 CEOメッセージ 14 価値創造の歩み 16 価値創造モデル 18 ビジネスモデル 20 競争優位性
22 知的資本 24 人的資本 26 機会とリスク 28 CFOメッセージ

第2章 企業価値を高める事業戦略

30 事業概要 32 Sansan事業 36 Eight事業 40 新たなサービス

第3章 サステナブルな成長を支える仕組み

46 サステナビリティ方針 47 環境に関する取り組み 48 社会に関する取り組み 50 ガバナンスに関する取り組み

企業・財務情報

56 企業・財務情報



編集方針

本統合報告書では、これまでの当社グループの歩みや成果とともに、当社グループのミッション、ビジョンの実現に向けた戦略ストーリーについて、財務情報、非財務情報の両面から株主

や投資家をはじめとしたステークホルダーの皆さまに分かりやすくお伝えすることを目指しました。編集に当たっては、「国際統合報告フレームワーク」等を参照しています。

報告対象期間

2021年5月期(2020年6月1日から2021年5月31日)

将来の見通しに対する注意事項

本書には、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、他社との競争、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。したがって、将来、実際に公表される業績等はこれらの種々の要素によって変動する可能性があり、当社は本書の情報を使用されたことにより生じるいかなる損害についても責任を負うものではありません。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本書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。

「出会いから
イノベーションを生み出す」
という独自のミッションの下、
「ビジネスインフラになる」
ことを目指します。

代表取締役社長／CEO
寺田 親弘

新型コロナウイルス感染症によりお亡くなりになられた方々に謹んで哀悼の意を表するとともに、罹患された皆さまやそのご家族・関係者の皆さまに心からお見舞い申し上げます。また、感染拡大の防止や社会機能の維持のためにご尽力されている皆さまには、深く感謝申し上げます。

強い覚悟の下に、 創業以来初めて掲げたビジョン

私たちは、「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きましたが、2021年の年頭に、創業して以来初めて、会社として目指すべき姿を言葉にしたビジョンについても掲げることにしました。それは、「ビジネスインフラになる」ということです。インフラというものを例えるならば、人々が普段特に意識することもなく、当たり前利用する「道」です。水を通す道である水道、電気やガス、インターネットを通す道といったように、さまざまな道が現代の生活をインフラとして支えています。私たちは、ビジネスの世界において、少なからず新しい市場を創ってきたという自負がありますが、目指すべき姿として、これまで誰も考えつかなかった新たな道になりたいと考えています。それは、ビジネスシーンにおいて、これまで行けなかった場所や見たことがない景色をもたらす道であり、人と人、企業と企業をつなぎ、イノベーションを生み出していく道です。

これまで私たちは、ずっとミッションドリブンな会社でありたいと思ってきました。会社を作ることが目的ではなく、私たちはミッションを達成するために存在する、いわばプロジェクト的な存在であるため、会社の存在意義であるミッションは必要であるけれども、目指すべき姿、つまりビジョンまではいらないと考えてきました。しかしながら、事業が順調に拡大し、株式上場も行った現在においては、当社グループを取り巻くステークホルダーは日々増加を続けており、私たちがどのような存在なのか、社会に対して示す必要があると考えるに至り、ビジョンを掲げることにしました。ビジネスシーンにおいて、独自のミッションの下、インフラのような存在になり得た会社が果たしてこれまでどれだけあるでしょうか。そもそも、「ビジネスインフラになる」ということ自体、簡単には口にはできないことであると捉えています。現在、このことに真正面から向き合っていることに誇りを感じていますし、そうであるからこそ、強い覚悟を持って、イノベーションと呼ばれる新しい文化や習慣を生み出し続けるビジネスインフラとして、広く社会に認知される状態を目指していきたいと考えています。

コロナ禍におけるリスクを最小化し、
変化を機会として捉えながら、
企業価値の向上に取り組んでいます。

2021年5月期の振り返り

当社グループは2007年の創業以来、紙の名刺をデータ化することに向き合い、99.9%の精度を実現する名刺データ化技術とそのオペレーションを磨き上げてきました。この結果、「Sansan」は、法人向けクラウド名刺管理サービス市場で83.5%のシェア^{*1}を有するサービスに成長し、7,700件以上の契約を獲得しています。また、私たちが培ってきた競争優位性である、アナログ情報をデジタル化するテクノロジーや仕組みを、名刺だけに留まらず、請求書や契約書といった分野に対しても展開し、新たな事業の創出とその拡大に取り組んできました。

新型コロナウイルス感染症が拡大して以降、世界経済や社会全体に急激な変化が起きました。企業活動においては、非対面やオンラインを前提とした多様な働き方の普及が進み、労働生産性や効率性の抜本的な改善を伴う行動

変容等がより求められるようになりました。このコロナ禍は、当社グループにとって、リスクにも機会にもなり得ます。社会に起きた短期的な変化として、ビジネスパーソンが直接交流する機会が減ったことで、交換される紙の名刺枚数が減りました。当社のビジネスモデル上、業績への急激なマイナス影響は生じていませんが、この状態が恒常化するのは好ましくありません。一方で、中長期的な視点に立てば、人々のこれまでの習慣や行動の変容につながるような、オンラインを前提とした新たなサービス・機能を普及させる意味では、またとない機会とも捉えられます。

2021年5月期を振り返れば、このように全面的な向かい風でもなければ追い風でもない、難しい事業環境となりましたが、これをどのように乗り越えていくのか、そして、いかに新たなビジネス機会を見出せるのかに注力をした、



激動の1年となりました。連結売上高は、前年同期比21.1%増の16,184百万円となり、コロナ禍で満足のいく成長ができなかったというのが実態ではありますが、それでも、期初想定した以上にコロナ禍が長期化した、望ましくない事業環境の中においても、一定の成長を実現することができ、これまで1つひとつ積み上げてきた事業基盤の強さを再認識できた一面もありました。

新規での取り組みを挙げるならば、「Sansan」では、2020年6月に「オンライン名刺」機能の提供を開始しました。コロナ禍以前から構想や準備はしていましたが、事業環境の変化に合わせて、従来の想定よりもかなり前倒す形で導入を決めました。現在、サービス開始から1年強が経過していますが、利用される頻度は当初の2倍以上になっており、徐々に拡大が続いています。また、「Eight」においては、BtoBサービスのマネタイズ強化の一環として、オンライン形式での大型イベント「Climbers」を開催し、多くのビジネスパーソンに参加いただきました。そのほか、企業のビジネスセミナーの開催を効率的に支え、効果を最大化するサービス「Seminar One」や、さまざまなイベントが集約され、誰もが簡単に参加することができるビジネスイベントメディア「Eight ONAIR」等を投入し、国内におけるイベントテックサービス市場を新たに創っていくことにも取り組みました。

そして、このような新規の取り組みの中で、現在私が最も期待をしているのが、クラウド請求書受領サービス「Bill One」です。この「Bill One」は、2020年5月にサービスを

開始したばかりですが、新規契約の獲得やMRRの拡大等において著しい成長を遂げています。私が過去20年以上ビジネスに携わってきた経験の中で、初めて追い風を感じているサービスと言っても過言ではなく、コロナ禍も追い風として作用しています。成長に向けては、「Bill One」専用の組織の新設や人材採用の強化、テレビCMの放映といったさまざまな施策を推し進めてきました。さらには、サービスに接点を持つ企業で構成されるネットワークの拡大を目的に、従業員100名以下の事業者であれば一定の基本機能を無料で利用することができる、スモールビジネスプランの提供も開始しています。「Bill One」のサービス運営には、利用状況に応じて、当社側のコストとして一定の変動費が発生しますので、無料で公開することにはリスクも存在しますが、この判断の後押しをしたのは「ビジネスインフラになる」というビジョンです。国内のデジタルトランスフォーメーション(DX)を支えるビジネスインフラになっていくための、大きな一手として進めていきたいと考えています。

また、コーポレートアクションとしては、2021年1月に東証一部へ上場市場の変更を行いました。新規上場の際には基準に満たないため叶いませんでしたが、私としては、かねてよりの宿題を済ませることができた認識です。これにより、株主層の拡大や流動性の向上等が見込めるため、本質的な企業価値の向上に取り組んでいく環境を整えることができたかと捉えています。

^{*1}「名刺管理サービスと営業サービス(SFA/CRM/オンライン名刺交換)の最新動向」(2020年12月 シード・プランニング調査)



中期的な売上高の成長に向けて

より大きな視点で創業から現在までを振り返ってみると、ささやかではありますが、私たち自らの手で新たな市場を創造し、リードをすることができたという実感はあります。しかしながら、現在から将来に目を移すと、グローバル市場はもちろんのこと、日本国内で捉えた場合でも、ビジネス上の課題やポテンシャルに対して私たちが提供できている価値はまだまだ小さいものです。現在の主要事業である「Sansan」ですら、日本国内の労働人口に対する普及率は3%未満に留まっており、巨大な白地が残されています。新しく始めた請求書や契約書、ビジネスイベント・セミナー分野におけるサービスに至っては、市場の白地や成長余地の大きさは言うまでもありません。

これまで私たちが創造してきたサービスや提供価値は、既存のものを模倣したわけではなく、全く新しい文化や習慣の提案を目指し、前例のないビジネスモデルに挑戦してきたものです。その過程では、プロダクト開発やマーケティング活動、ユーザーへの価値提供といったさまざまな局面において、あの手この手でバリューチェーンを1つひとつつなげ、まるで薄皮を重ねるかのごとく実績を積み上げてきました。今後についても、この考え方自体には大きな変更を加えることなく、着実に、確度高く、事業の成長実現に向き合っていきたいと考えています。

中期的に重視している経営指標を示すならば、現在は連結売上高の拡大を志向しているフェーズです。そのために必要なことは各サービスの成長に他なりません。現在、当社グループが提供するサービスは、これまで培ってきた強みを活かして多くの分野に拡大してきたことで、各サービスが既存の他サービスとのシナジーを生み出すことを想定したもの、言うなれば、マルチプロダクトと呼べる事業ポートフォリオが構成できていると捉えています。それは、「出会いからイノベーションを生み出す」というミッションの下、

出会いの場であるビジネスイベントから始まり、出会った後の名刺管理や顧客情報の管理、そして、その後の契約書締結や請求書処理といった各種ビジネスフローを効率化し、働き方を変えるDXサービスとしての性質を持つものです。

2021年7月には、これらマルチプロダクトを前提とした事業運営体制を最適化していくことに向き合い、組織改編を行いました。創業以来、最も大きな改編の1つとなりましたが、具体的には、まず各主要プロダクトに責任者を配置し、その責任者が、開発戦略の立案から収益のモニタリング、そして事業計画に対するコミットメントまでの重責を担うことで、単独のプロダクトとして、成長スピードを上げながら自律自転できる体制を整えました。また、従来の組織構成では各事業部門にエンジニアリング機能が分散していましたが、技術本部を新設し、1つの本部配下に集約することで、リソースの最適な活用と開発者の育成がより高度に行える体制に変更しました。さらには、最適なリソース配分の実現を目的に、営業部門やマーケティング部門も新設したビジネス統括本部の配下に集約しました。これによって、例えば、より成長力の高いプロダクトに対しては今まで以上に機動的かつ柔軟にリソース配分を行うことができるようになるため、1人当たりの営業生産性の向上、ひいては事業成長に大きく寄与することを期待しています。

中長期的な連結売上高の成長、そして成長率の加速を狙っていくに当たっては、このような変革のみならず、さまざまな投資についても、事業環境や機会を慎重に見定めたくて実行していきたいと考えています。現在は、コロナ禍という、将来が見通しにくい不透明な事業環境ではありますが、総じてリスクをミニマイズし、これらを機会として捉え、変化をチャンスに変えていくことで、中長期的には現在想定している以上の成長曲線をも描ける可能性を見据えていければと考えています。

財務面のみならず、
非財務面での取り組みも強化しながら、
持続可能な社会の構築に貢献し続けます。

サステナブルな企業価値向上の実現

持続的な企業価値向上を目指していく上では、ガバナンスのあり方も1つの重要な要素です。現在、私たちが手掛けるサービスの多くは、新しい市場を創りながら急成長しているものになりますが、ガバナンスのあり方は、社会の要請だけではなく、このような事業フェーズに合わせて常に最適化していくことも求められていると捉えています。経営の監督強化と事業の執行スピード向上といった両輪のバランスに向き合いながら、日々進化させていきたい考えです。加えて、これまで成長戦略の1つとして人材採用を推進してきましたが、採用後の人材育成も重要なテーマです。事業成長や競争優位性の維持・進化において人材が果たす役割は非常に大きく、必要不可欠なものと認識しています。今後も、人材育成につながる社内の仕組みを整えるだけではなく、多岐にわたるバックグラウンドを持つ人材を採用し、多様性を確保していくことにも継続的に努めていきたいと考えています。

また、私たちは、事業活動を通じて社会課題の解決に貢献することがサステナブルな社会の構築に寄与し、結果として、当社グループの持続可能な成長や企業価値の向上につながるものと考え、従前より、環境や社会に対する取り組みを進めてきました。環境という面では、創業事業であり、サービスの原点でもある名刺を通じて、森林の回復や被災地復興の後押しをする「Scan for Trees」という活動を行っています。この活動では「Sansan」でデータ化した名刺の枚数に応じて植樹を行っており、2021年9月時点では、9,520本の実績となっています。

社会という観点では、行政機関やNPO法人等におけるデータ活用支援のほか、名刺を使って子供への教育支援を行うプロジェクト等に取り組んでいます。この「こどもめいしプロジェクト」では、子供用名刺の無料作成や配布、ワークショップの開催を行っており、名刺交換を通じて、あらゆる出会いに価値があることや、人と共創する大切さを伝えていければと考えています。また、最近では、当社のサテライトオフィスを設置している徳島県神山町において、2023年4月の開校に向けて準備が進む私立の高等専門学校「神山まるごと高専(仮称)」の設立支援にも取り組んでいます。神山まるごと高専は「テクノロジー×デザインで人間の未来を変える学校」をコンセプトとし、これからの世の中を変えていく起業家精神のある人材の育成に向き合っていく学校です。当社として開校を支援することで、これからの未来を作る人材が、ビジネスインフラとして当たり前のように当社グループが提供するDXサービスを活用し、よりクリエイティブにイノベーションを生み出していける世界の構築につながるものと信じています。

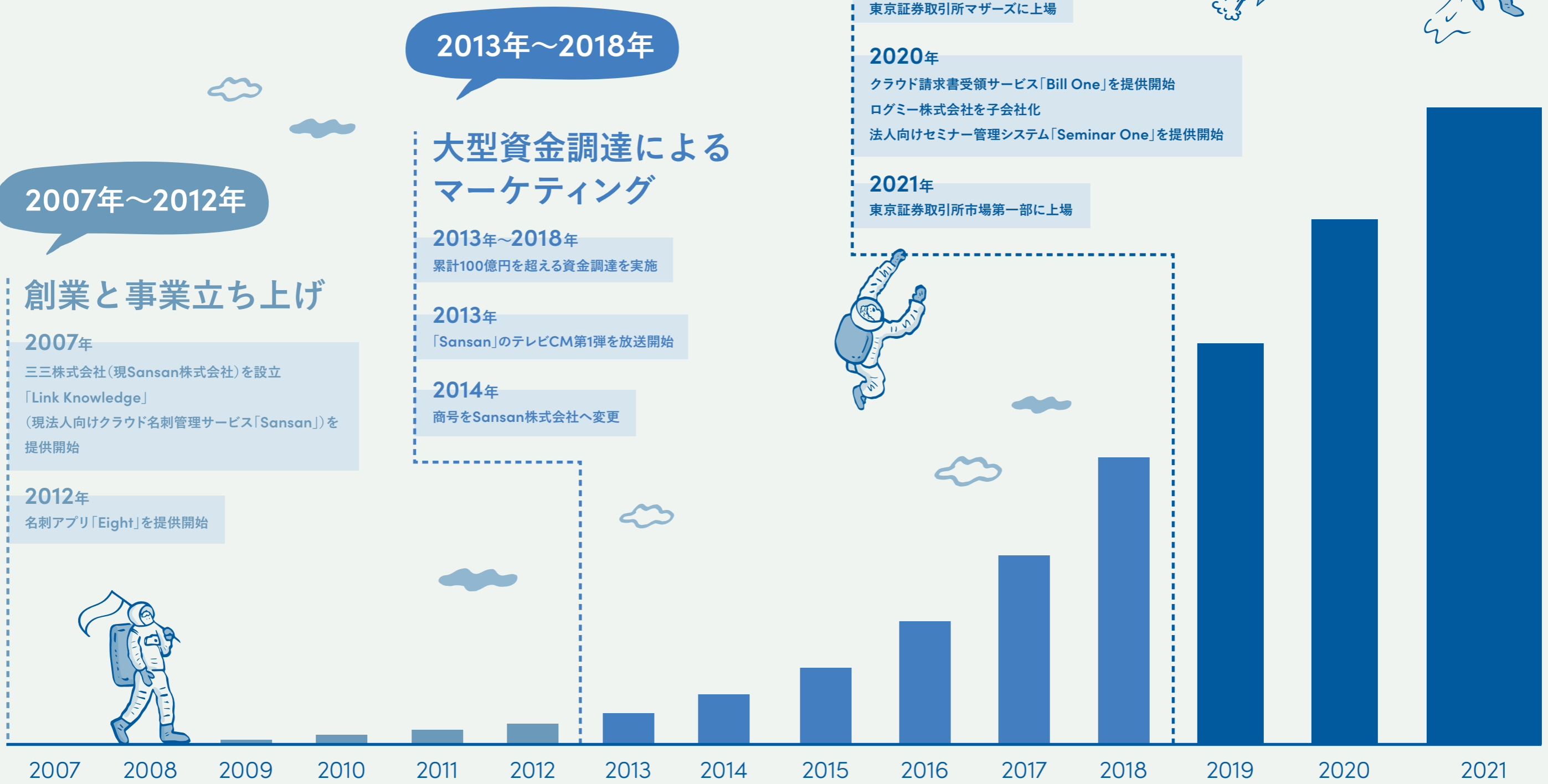
財務面、非財務面、これらさまざまな取り組みを力強く推進していくことによって事業展開を加速させ、中長期的な株主価値及び企業価値の最大化を図っていきたくて考えています。今後とも当社グループへのより一層のご支援とご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

代表取締役社長／CEO
寺田 親弘



価値創造の歩み

創業以来、当社グループは国内SaaS企業のリーディングカンパニーとして、クラウドソフトウェアと独自の技術を組み合わせた新しい手法を軸に、企業やビジネスパーソンが抱えるビジネス課題の解決につながるサービスを提供してきました。今後も、社会の潜在的ニーズに応える新たなサービスの創出に尽力し、持続的な成長を目指していきます。



2007年～2012年

創業と事業立ち上げ

2007年
三三株式会社(現Sansan株式会社)を設立
「Link Knowledge」
(現法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」)を提供開始

2012年
名刺アプリ「Eight」を提供開始

2013年～2018年

大型資金調達によるマーケティング

2013年～2018年
累計100億円を超える資金調達を実施

2013年
「Sansan」のテレビCM第1弾を放送開始

2014年
商号をSansan株式会社へ変更

2019年～現在

多角的な成長へ

2019年
東京証券取引所マザーズに上場

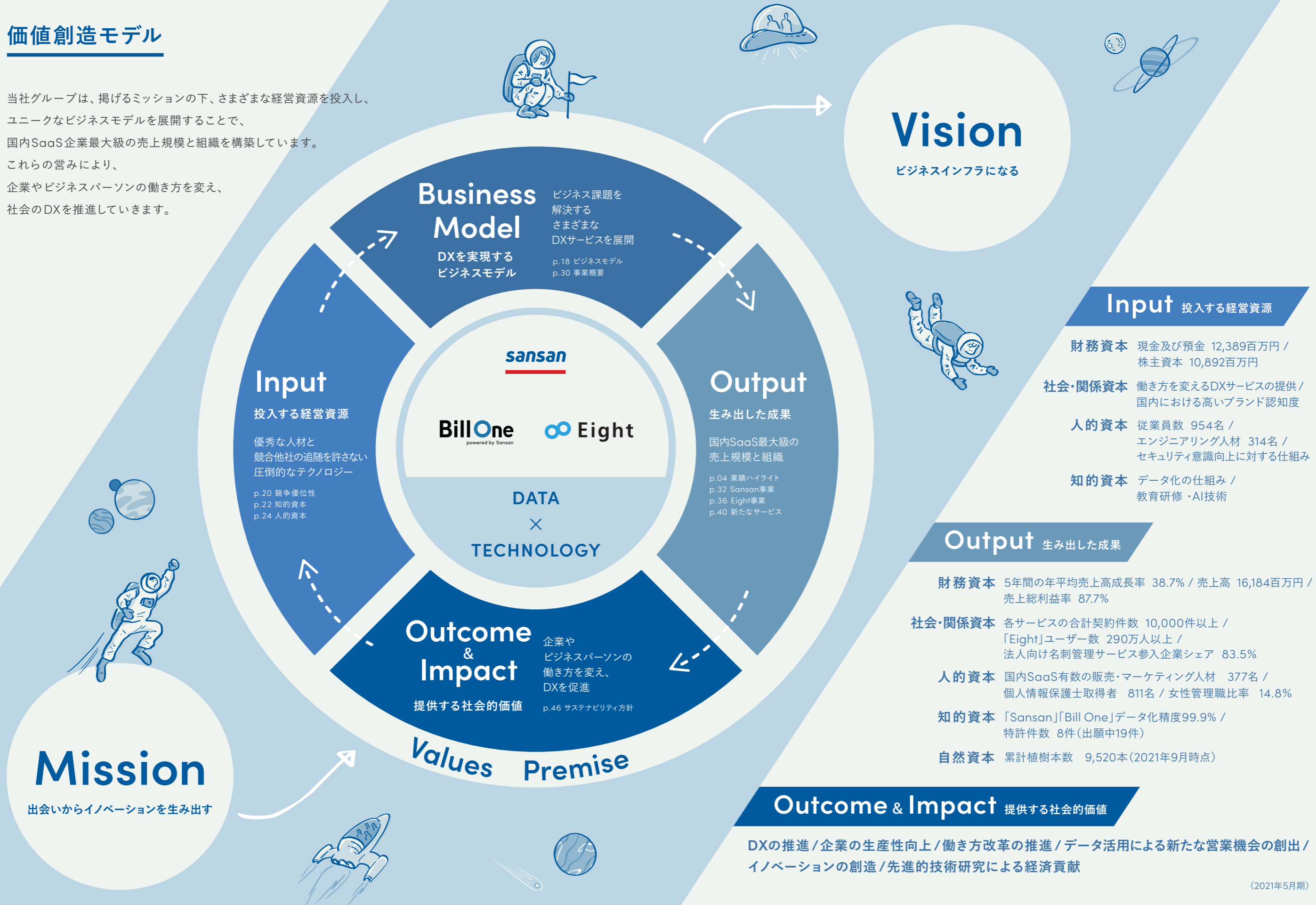
2020年
クラウド請求書受領サービス「Bill One」を提供開始
ログミー株式会社を子会社化
法人向けセミナー管理システム「Seminar One」を提供開始

2021年
東京証券取引所市場第一部に上場

※ グラフは、各年5月期の売上高(2016年5月期以前は単体売上高、2017年5月期以降は連結売上高)

価値創造モデル

当社グループは、掲げるミッションの下、さまざまな経営資源を投入し、ユニークなビジネスモデルを展開することで、国内SaaS企業最大級の売上規模と組織を構築しています。これらの営みにより、企業やビジネスパーソンの働き方を変え、社会のDXを推進していきます。



Vision
ビジネスインフラになる

Input 投入する経営資源

- 財務資本** 現金及び預金 12,389百万円 / 株主資本 10,892百万円
- 社会・関係資本** 働き方を変えるDXサービスの提供 / 国内における高いブランド認知度
- 人的資本** 従業員数 954名 / エンジニアリング人材 314名 / セキュリティ意識向上に対する仕組み
- 知的資本** データ化の仕組み / 教育研修・AI技術

Output 生み出した成果

- 財務資本** 5年間の年平均売上高成長率 38.7% / 売上高 16,184百万円 / 売上総利益率 87.7%
- 社会・関係資本** 各サービスの合計契約件数 10,000件以上 / 「Eight」ユーザー数 290万人以上 / 法人向け名刺管理サービス参入企業シェア 83.5%
- 人的資本** 国内SaaS有数の販売・マーケティング人材 377名 / 個人情報保護士取得者 811名 / 女性管理職比率 14.8%
- 知的資本** 「Sansan」「Bill One」データ化精度99.9% / 特許件数 8件(出願中19件)
- 自然資本** 累計植樹本数 9,520本(2021年9月時点)

Outcome & Impact 提供する社会的価値

DXの推進 / 企業の生産性向上 / 働き方改革の推進 / データ活用による新たな営業機会の創出 / イノベーションの創造 / 先進的技術研究による経済貢献

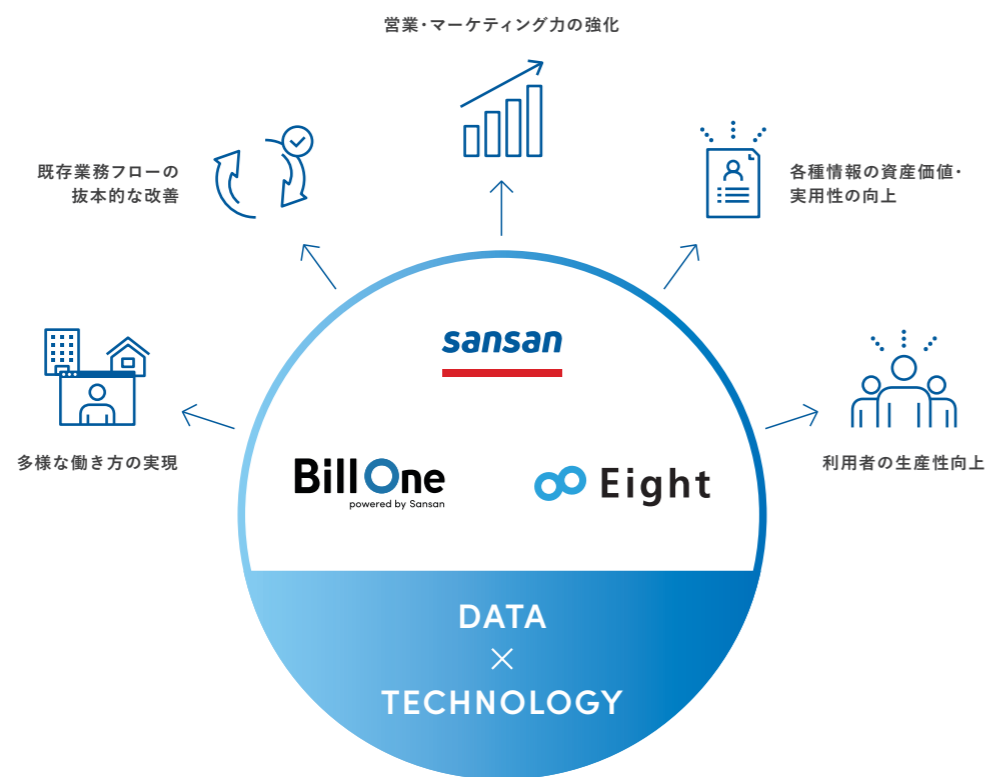
(2021年5月期)

ビジネスモデル

DXを実現するビジネスモデル

企業やビジネスパーソンが抱える ビジネス課題を解決するサービスの提供

デジタルトランスフォーメーション(DX)の促進



共通するビジネスモデル

当社グループの主要サービスにおけるビジネスモデルには、多くの共通点があります。現在、名刺や請求書、契約書といったさまざまなビジネス分野においてサービス

を提供していますが、どのサービスも利用する企業や個人のビジネスにおける課題を解決し、生産性の向上や多様な働き方、ひいてはDXの実現に寄与するものです。これ

らサービスの展開に当たっては、「クラウドソフトウェア」に「テクノロジーと人力によってアナログ情報をデジタル化する仕組み」を組み合わせた当社独自の手法を採用しています。また、主な料金モデルには、継続的な収入が見込めるサブスクリプション型(月額課金)を採用しており、期間としては年間契約を基本としています。そのため、将来の業績予測等を比較的容易に行うことができ、安定した成長が見込めるモデルとなっています。

さらに、サービスの特徴として、正しくデータ化された各種ビジネス情報を有効活用するビジネスプラットフォームとしての性質を有することも大きな共通点として挙げられます。各サービスはクラウド型になっており、基本的には業界や業種を問わず、全てのビジネスパーソンがさまざまなシーンで、時間や場所の制限なく、各種機能を利用可能な設計となっています。その利用目的は根幹的なビジネスニーズに根ざしたものであり、利用に応じて、名刺情報をはじめとした各種ビジネスデータが自律的に蓄積され、データベースが構築されるモデルになっていることから、導入

された後の解約率は低くなる傾向にあります。加えて、精度99.9%の正しいデータをサービスの土台にしていることから、データ活用を目的とした他のサービスとの連携性や拡張性が高いことも特徴として挙げられます。つまり、当社グループが提供するサービスは、各種ビジネスツールで構成されるエコシステムの入口や中心に位置することができるものであると捉えています。

新型コロナウイルス感染症の拡大によって、多くの企業は在宅勤務制度の導入や環境整備等が求められるようになりましたが、これら多様な働き方の実現に向けた取り組みに加えて、非効率な業務フローの見直しによる生産性の向上についても、企業の喫緊の課題として対応が必要となりました。また、社会的にDXやSaaSビジネスに対する関心が高まり、データを有効活用することで新たな成長機会の創出にも目が向けられるようになりました。当社グループでは、これらの社会課題に引き合い、さまざまな分野において企業やビジネスパーソンの働き方を変え、DXを実現するサービスの提供に努めています。

「Sansan」活用事例（物流会社）

アナログな営業プロセスに対して課題を感じていた同社は、ゼロからマーケティング機能を立ち上げる中で、「Sansan」の活用によって、「営業・マーケティングの強化」を実現したユーザーです。「Sansan」とオウンドメディアやマーケティングオートメーションツールを組み合わせることで、顧客との接点をデジタル化し、データ分析を実践しました。その結果、問い合わせ数が「Sansan」導入前の15倍に拡大したほか、営業活動の可視化によって、顧客課題に対してタイムリーにアプローチできるようになる等、大きな成果を上げることができました。営業現場からは、「提案の幅が広がった」「お客様との関係が深まった」等のお声をいただいています。

「Bill One」活用事例（消費財メーカー）

紙の請求書受領による、請求書関連業務の非効率性を感じていた同社は、「Bill One」を「既存業務フローの抜本的な改善」のほか、「多様な働き方の実現」に役立てたユーザーです。同社では、取引先の都合により、紙での請求書受け取りが大半であったことから、社内での支払い承認フローが、システムと紙媒体との二重管理になっていました。「Bill One」の導入によって、全ての請求書の受け取りをオンライン化できたことで、担当者確認から支払い承認までの一連の業務フローをシステム上で一元管理することが可能となり、業務の効率化につながったほか、紙の請求書を処理するために出社する必要がなくなったため、リモートワークの推進もできるようになりました。

競争優位性

価値創造の源泉となる競争力

市場のパイオニアとして築き上げた
強固な競争優位性

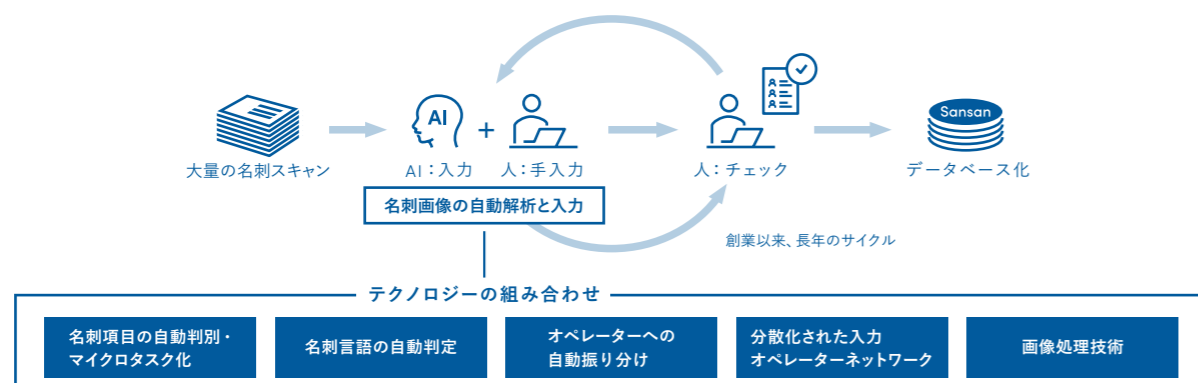
99.9%の精度を実現するデータ化オペレーション

当社サービスでは、機械学習等によって進化するAIテクノロジーと人による手入力の組み合わせによって、名刺や請求書といった各種アナログ情報のデータ化を行います。当社独自の技術に限らず、現在全世界に普及しているような光学文字認識技術(OCR)を用いたとしても、それだけで99.9%のデータ化精度を実現することは困難

であるため、必ず人の力で精度を補完する必要があります。当社グループでは、研究開発組織でのAI技術研究等によって自動データ化比率を高めると同時に、数十万人以上のオペレーターの力を効率的に組み合わせることで、大量のアナログ情報を、低コストかつスピーディーに正しくデータ化するオペレーションを構築しています。

名刺データ化フロー

大量の名刺情報を、迅速かつ正確にデータ化



① スキャン・撮影

ユーザーが専用のスキャナやスマートフォンのアプリケーションで名刺をスキャン・撮影すると、取り込まれた名刺画像が当社のデータセンターに送付されます。

② 画像処理

名刺画像は、画像処理技術により背景処理がなされ、文字を際立たせるホワイトニング等の画像補正処理によって文字が読み取りやすい状態へと加工されます。

③ 項目の分類

名刺上の文字のかたまりを機械によって自動判別し、分割した後、そのかたまりを会社名・姓名・肩書き・メールアドレス・会社のロゴといった各項目へ分類します。

④ 切片化

分類した項目には、姓名や電話番号、メールアドレス等が含まれるため、セキュリティに配慮し、個人情報を含む画像は、情報として価値が無くなるまで、切片化します。

⑤ データ入力

切片化したそれぞれの項目を機械処理によって自動でデータ入力を行います。機械による自動入力では確定できなかった場合には、人が手動にて入力を行います。

高精度なデータ化を実現する仕組み・テクノロジー

データ化システム「GEES」

大量の名刺をセキュアな状態で、正確かつ効率的にデータ化する当社独自のオペレーションシステムです。

AI・画像認識技術

独自に開発したさまざまな画像認識技術やAIの活用によって、名刺を高速かつ高精度でデータ化しています。

「DSOC OCR」

メールアドレスを99.7%以上の精度でデータ化する独自のOCRで、名刺全項目の適用に向けた開発・研究をしています。

国内における「Sansan」の高い認知度

「Sansan」は、国内におけるBtoB領域のサービスの中で、高い認知度を獲得しています。これは、サービスの認知度向上等を目的としたテレビCMの放映を2013年から継続的に実施してきたこと等が寄与しており、会社としての認知度も同等に高いことから、当社グループが提供する各種サービスの信頼性や安心性の獲得に大きく貢献しています。なお、2021年8月にはテレビCM第9弾を放映しました。(右画像)



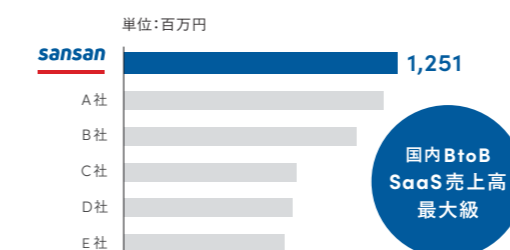
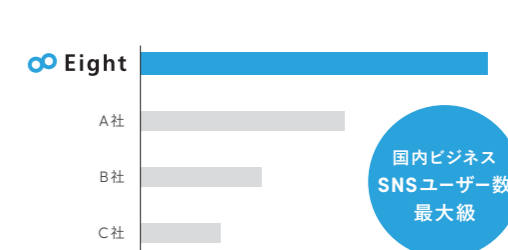
強固なマーケティング・営業組織

当社は2007年の創業以来、法人向けクラウド名刺管理サービスの市場を新たに開拓し、市場の第一人者としてサービス提供を続けてきた結果、国内におけるSaaSビジネスに関する高いマーケティングノウハウや営業ノウハウを保

有しています。2019年5月期以降は、連結売上高の最大化に向けた重要な成長戦略として、人材採用や育成をはじめとした営業部門の強化に取り組んでおり、これらノウハウの磨き込みを続けています。

強固な競争優位性に裏付けられた圧倒的なポジショニング

当社グループが提供する「Sansan」や「Eight」は、売上高の規模や利用者数といった重要な指標において、国内No.1のポジションを獲得しています。

国内BtoB SaaSの月次売上高(MRR)^{*1}国内ビジネスSNS MAU^{*2}

*1 「Sansan」は2021年5月のSansan事業の月次売上高(未監査)、MRRはMonthly Recurring Revenue

*2 2020年1月~12月の国内ビジネスSNSアプリにおける、平均月間アクティブユーザー数(App Store/Google Play合算値)(2021年1月 App Annie調査)

知的資本

競争力を生み出す研究開発

あらゆるビジネスデータに向き合い、 新たな価値や競争優位性を創出

技術組織の歩みとこれから

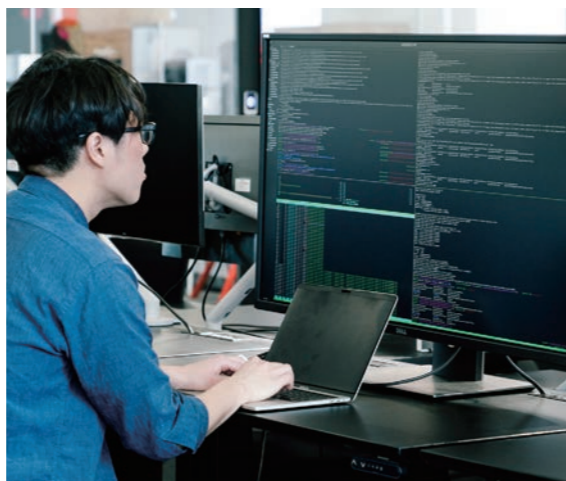
当社グループの技術組織には、各サービス毎の開発組織のほかに、データを扱うことに特化した研究開発組織が存在します。このデータの研究開発組織には、競争優位性である、アナログ情報のデータ化オペレーション等の既存サービスに近い領域で研究開発を行う機能と、データを活用した新規ビジネスの創出を研究する機能があります。創業当時は、事業毎に名刺データ化のオペレーション部門を設置していましたが、各サービスの成長とともに増えていく名刺データ化需要に対してオペレーションが追いつかず、事業成長の足かせになっていたことから、部門を統合し、共通のデータ研究組織を設置しました。そして、2021年7

月以降は、データ研究だけではなく、各サービスの開発組織も横断的に1つの本部配下に再構成し、社内に分散していたエンジニアリング機能を集約しました。この目的は、現在、名刺管理だけではなく、請求書や契約書、ビジネスイベントやセミナーに至るまでビジネス分野を広げている中で、技術力のさらなる向上や研究開発リソースの有効活用等を通じて、複数のプロダクトを同時に創り出せる強い技術組織を構築することです。加えて、さまざまなプロダクト開発を経験できる成長機会を通じて、エンジニアリング人材の育成を強化し、国内を代表する技術者集団となることを目指しています。

優秀なエンジニアリング人材と研究

当社グループの技術組織では、メンバーの多様性を重視した採用活動を行っています。その結果、新卒や中途を問わず、多様なバックグラウンドや専門性を持ったスペシャリストが活躍しています。例えば、「Kaggle^{*1}」で活躍するようなデータサイエンティストや博士号を保有する人材も入社しています。また、専門分野別では、データ化オペレーションに係る画像処理、機械学習やデータサイエンスの技術者のほか、社会科学や経済学といった文系の研究者も在籍しています。

*1 「Kaggle」とは、世界中のデータサイエンティストが課題に対して最適モデルを競うコンペティションのことで、日本人では約10名がその上位タイトル「Kaggle Grandmaster」を所持しています。



事業成長を支えるデータ研究

創業以来、名刺情報を早く、正確に、低コストでデータ化することに向き合い続けてきた結果、アナログ情報を99.9%の精度でデジタル化することは当社グループのコアコンピタンスとなりました。そして現在、私たちが向き合うデータは人と人が出会った証である名刺情報だけではなく、人事異動情報や企業ニュース等のビジネス情報、企業と企業がビジネスで出会った証である請求書や契約書等のビ

ネス書類にまで及んでいます。このように取り扱うデータが広がる中で、データ活用による価値提供の重要性を強く認識し、データ研究を行う組織の役割を、データの生成・整理・活用の3つに整理しました。1つ目は、ビジネス上のアナログ情報を収集してデータを「生成」することです。2つ目は、そのデータを正規化・リッチ化して「整理」すること、そして、3つ目は、これらのデータを「活用」することです。

データの生成

データ活用のためにはビジネス情報を正確にデータ化することが必須となりますが、名刺のように多様なデザイン・形式で構成されたアナログ情報を機械だけで正確にデータ化するには、撮影環境を問わない画像品質の安定性確保といった、さまざまな困難な課題があります。そこで私たちは、独自に研究開発したAI・画像認識技術と人の手入力によるオペレーションを組み合わせることで、正確かつ効率的なデータ化を実現しています。このようなデータ生成を続けてきた結果、現在では機械によるデータ化比率が飛躍的に高まり、名刺1枚当たりのデータ化費用は創業時と比べて数十分の1以下に、また、データ化のスピードは数万倍になっています。

データの整理

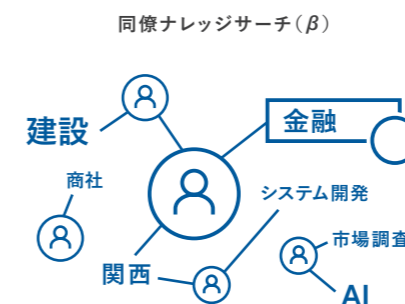
DXの潮流によって、さまざまなビジネスデータの活用に対して企業の期待が高まっている一方、企業がデータベースとして蓄積している一部の情報は、例えば「社名が古い」「入力漏れ」等によってデータが欠損していたり、導入しているビジネスツール毎にデータが分散していたり等、有効活用に向けては大きな課題が残されています。私たちは、データを正規化かつ最新化した上で、さまざまな情報を加えてリッチ化し、ビジネスで有効活用できる基盤として整理する技術を開発しました。例えば、「Sansan」では、データ化した情報の会社名が変わった場合、新社名への変更等が可能で、また、名刺情報を基に、企業情報等をデータベースに付加します。

データの活用

データの研究組織では、ビジネス課題に関する研究を行っており、各種サービスで構築された正確なデータベースを有効に組み合わせることで、ユーザーに新たな価値を提供しています。例えば、「Sansan」では、営業活動の効率化や社内人材のナレッジや人脈の有効活用をサポートする機能等で構成された「Sansan Labs」を提供しています。また、地方創生や災害復興の政策支援を目的に、「Eight」のビジネスネットワークを活用して、ある地域と他の地域のビジネスパーソンとの関わり合いの度合いを示す独自指標「ビジネス関係人口」について研究しています。そのほか、研究開発を通じて、行政機関をサポートする活動も行っています。(→p.49)

未来のビジネスシーンを変える「Sansan Labs」

「同僚ナレッジサーチ」機能を使えば、キーワードを入力するだけで特定の業界や分野についてナレッジを持った同僚を検索することができるほか、同僚の名前を検索すれば、その同僚が持っているナレッジを知ることができます。プロジェクトメンバーの選定や社内の情報収集等に活用ができます。そのほか、登録した名刺から営業先のキーパーソンを表示し、営業活動をサポートする「ホットリード・レコメンド」機能等があります。



ABMダッシュボード3 (β)

| | | | |
|----|----|----|----|
| 管理 | | | |
| 技術 | | | |
| 企画 | | 5 | |
| 営業 | | | |
| | 課長 | 部長 | 役員 |

人的資本

人材と企業成長を支える仕組み

企業文化を浸透させ、社員1人ひとりの成果を最大化

ミッションドリブンな企業風土

当社グループが掲げる企業理念を実現し、事業成長を加速させていくためには、社員1人ひとりがミッションやビジョン等について深く理解・共感をした上で、各成果を最大化し続けていくことが必要不可欠であると考えています。当社グループでは、ミッションやビジョンの実現に向けて、私たちが大切にしている価値観は何か、そして、その価値観がどうあるべきかを全社員で議論する機会を設けています。企業理念を見直し続けることは、自分は何をすべきかを考えることにもつながり、社員の成長はもちろん、組織強化の観点でも重要な機会となっています。この議論を通じて、ミッションドリブンな企業風土が組織全体に浸透しています。

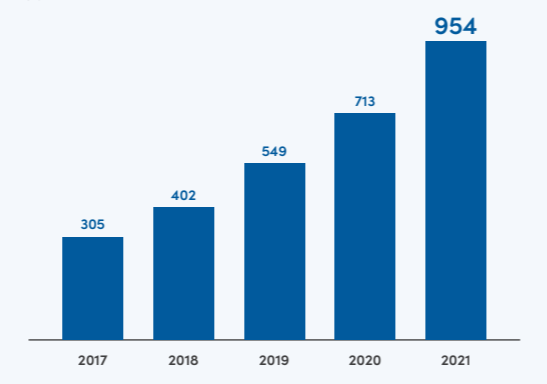


優秀かつ多様な人材基盤

現在、当社グループには1,000名近い従業員が在籍していますが、開発や営業、バックオフィス等のさまざまな組織は、多様な専門性やバックボーンを持った人材で構成されており、これまでの当社グループの成長は優秀な人材基盤に支えられてきました。当社グループでは企業理念や創業時から構築してきたミッションドリブンな企業風土を大切にしており、これらにマッチする人材であるかは、採用過程での重要な確認要素の1つとなっています。過去の採用実績からも、これらにマッチする人材であればあるほど、企業理念と個人の実現したいことが重なりやすく、採用後に活躍する可能性が高くなっています。

従業員数の推移(各年5月期)

単位:人



ユニークな社内制度

優秀な人材が持っている優れた知見を組織が吸収し、さらなる成長を実現していくためには、社員同士の活発な

コミュニケーションが必要だと考え、働く社員の生産性の向上等を目的とした環境整備に取り組んでいます。

会社理解や社内コミュニケーションの活性化

・カタチ議論

企業理念について全社員が議論する機会を設けています。会社の価値観や文化に全員で向き合うことは、社員の成長や生産性向上といった観点で重要な機会となっています。

・Know Me

異なる業務に携わっている社員同士が3人1組で食事をする場合に、飲食費を補助する制度を設定しています。社内交流を活性化し、各社員の業務の質を高めることに寄与しています。

・Sansan Values Star表彰

相互評価・賞賛のためのサービス「Unipos」を通じて、ささやかなチップとともに社員同士が称賛を送り合う制度があり、バリューズを体現し、多くのチップをもらった社員を表彰する機会を設けています。

・Sansan TV

会社理解の促進や社内コミュニケーションの活性化ツールとして、社内のさまざまな取り組みや活躍社員のインタビュー等をビデオコンテンツでまとめた映像版社内報を配信しています。

知識習得と技術向上

・コーチャ

社員のビジネススキルを高めることを目的に、ビジネスや教育専門のコーチング資格を持つ社員から、1対1でのコーチングを受講することができる制度を設けています。

・OCEAN

海外の事業展開や外国籍社員の採用を背景に、英語または日本語の学習を支援する目的で、スクール講師とのレッスン代、参考書購入代等の費用を補助する制度を設けています。

多様なワークスタイルの実現

・在宅勤務制度

一定の回数制限を設定した上で、在宅勤務を選択できる制度です。オフィスや在宅といった勤務形態を柔軟に組み合わせ可能とすることで、業務の生産性向上につなげます。

・技術職向けのフレックスタイム制度

定められた総労働時間の範囲内で、日々の始業・終業時間を各自が自由に調整可能とすることにより、多様な働き方を実現し、業務の生産性向上につなげます。

・KISS

ベビシッターや家事代行サービスに係る費用の補助をする制度を設けており、育児中の仕事と子育ての両立をサポートしています。

・MOM

保育園料の全額補助や子供の送り迎え時のタクシー代を補助する制度です。産休・育休を取得した社員の職場復帰を後押ししています。



取締役/執行役員/CHRO

大間 祐太

創業時はわずか5名でしたが、14年目となる2021年5月末の連結従業員数は954名にまで拡大しました。法人向け名刺管理サービスという新しい市場を創出しながら飛躍的な成長を遂げていくためには、優秀な人材の確保が重要な経営戦略の1つでした。その戦略に沿って、これまで採用活動を強化してきた結果、ミッションドリブンな企業風土にマッチする優秀な人材を多く採用することができたと捉えています。そして、この戦略は、新しいビジネス分野へ事業展開を加速している現在においても変わりはありません。これからも優秀な人材の継続的な確保に向けて、企業理念を会社全体に浸透させていくとともに、女性社員の活躍推進や外国籍社員の登用等、多様化する人材基盤を支える各種制度の構築に努め、社員1人ひとりの成果を最大化するサポートを続けていきたいと考えています。

機会とリスク

機会の追求とリスク対応の両立

広範なビジネス機会を追求しながら、あらゆる手段を講じてセキュリティリスクを最小化

DXを追い風とした広大なビジネス機会

当社グループは、データを活用するさまざまなクラウドサービスを提供していますが、国内におけるDXへの意識が高まっている一方で、大半の企業は十分なDX対応ができていない状態とはいえ、各ビジネス分野には非効率なワークフロー等が多く残されていると考えられます。このような環境は、当社グループの既存サービスの拡大のみならず、これまで培ってきた技術やノウハウ等の強みを活かした新たなサービスの展開においても追い風となる大きなビジネス機会であると捉えています。

クラウドサービスの展開において、多くのケースで利便性とセキュリティは相反するものではありませんが、当社グループの成長に当たっては、双方のバランスを高度にとっていくことが重要であると考えており、企業理念において「セキュリティと利便性を両立させる」という前提を掲げています。ユーザーが安心安全に各サービスを利用できることを大前提としてあらゆる対策を講じ、セキュリティリスクに対して目を光らせながら、サービスの利便性追求や拡大を図っています。

個人情報保護と情報セキュリティへの考え方

当社グループが提供するサービスは、企業や個人のユーザーに対して、名刺をはじめとしたさまざまな情報管理機能を提供しており、個人情報等の重要な情報資産の取り扱い・保護については、経営の最重要項目として位置付けています。当社グループでは、個人情報保護方針及び情報セキュリティ方針を策定した上で、情報資産を厳重に管理し、あらゆる手段を講じてリスクの最小化に努めています。

また、セキュリティ体制においては、プライバシーリスクやセキュリティリスクに対して迅速かつ全方的に対処できるよう、執行役員がCISO^{*1}、DPO^{*2}及び個人情報保護管理者の役割を担っています。また、グループを横断する情報セキュリティに関する専門部署のCSIRT^{*3}を設置しています。

*1 最高情報セキュリティ責任者

*2 データ保護責任者

*3 Computer Security Incident Response Team

CISO

情報システムにおけるセキュリティ及びリスク管理に関する責任と権限を有し、情報セキュリティリスク方針並びに管理方法について統括します。

DPO

EU一般データ保護規則(GDPR)の遵守状況を監視することを主たる業務とし、データ保護に関する組織の管理業務を法令に基づいて監督します。

個人情報保護管理者

個人情報保護委員会が制定したガイドラインの要求事項の遵守状況について監督し、個人情報保護マネジメントシステムの実施及び運用を統括します。

CSIRT

情報セキュリティを脅かす可能性のある事象やシステムの脆弱性に関する情報、サイバー攻撃の予兆等を収集し、対応方針や手順を策定する組織です。

セキュリティを担保するための取り組み

安全なサービスを提供するための取り組み

当社グループでは、安全なサービス提供を目的に、第三者機関や社内専門部署によるサービスの脆弱性診断を

実施しているほか、ユーザーが安心安全にサービスを利用できるように、さまざまなセキュリティ機能を提供しています。



2要素認証



AD連携



IPアドレス制限



アクセス
コントロール



利用ログ
ダウンロード



キャッシュレスモード
機能

データ保護に関する取り組み

2007年の会社設立当初より、データ保護の取り組みとして、個人情報マネジメントシステム(PMS)を構築し、社内におけるデータ保護の取り扱いに関する環境を整備するとともに、最新セキュリティ技術を駆使して、さまざま

重要な情報を24時間365日監視できる体制を構築しています。また、外部機関のハッカーを登用し、意図的にサイバー攻撃を行わせることで、システムのセキュリティレベルをテストし、強化につなげています。

情報セキュリティに関する徹底した社員教育

全社員に対して個人情報保護士の資格取得を義務付けており、一定の期間が経過しても未合格であった場合には、合格するまでは原則、昇給が保留されるというルールを設

けています。また、個人情報・機密情報の取り扱い手順の運用を徹底しており、専門部署による情報システム内部監査及び個人情報保護監査を社員1人ひとりに実施しています。



執行役員/CDO/
CIO/CISO/DPO

常楽 諭

創業以来、情報資産の取り扱いについては、最も重要な経営課題として向き合っています。会社を立ち上げた頃は、目の届く範囲の従業員数であったため、性善説に基づいたルールでも問題がありませんでしたが、今では1,000名に近い規模となっており、安心安全なサービス運営のために、従業員が仕事に専念できる環境を作るには、より強固なリスク対策を講じる必要があります。特に、「全て信頼できないこと」を前提とした概念「ゼロトラスト」に対して向き合っており、具体的には、リモートワーク等の多様な働き方に応じて、端末毎の防御システムやユーザーの行動に基づく不正検知の仕組みを導入しました。また、秘匿性の高いデータベースへのアクセス権限についても、システムによる厳格な制限を導入し、強化しました。さらに、これまではプロダクト毎にセキュリティ監視の運用を行っていましたが、統合的に監視できるようにログ基盤を整備しました。今後は、セキュリティ監視のオペレーション改善、脆弱性の早期発見のほか、新しい事業運営体制におけるリスク管理体制の構築等に取り組んでいきます。

CFOメッセージ



**強固な財務基盤を構築し、
成長投資の適切な実行により
企業価値の向上を目指します。**

取締役／執行役員／CFO

橋本 宗之

2021年5月期実績の総評

2021年5月期は、期初に想定していた以上に新型コロナウイルス感染症による影響が長期化し、企業の投資マインドが慎重化する等、非常に難しい舵取りが求められる経営環境が継続しましたが、連結売上高は前年同期比21.1%増、ARR^{*1}は国内のSaaS企業では最大級となる161億37百万円となり、「Sansan」を中心として、総じて堅調な成長を遂げることができました。また、売上高成長率の加速に向けて、人材採用をはじめとした営業・開発体制の強化やマーケティング活動等の成長投資を積極的に実行することができました。特に、新たなサービスとして立ち上げた「Bill One」においては、テレビCMを中心とした広告宣伝活動を推し進めた結果、2021年5月末の有料契約件数が239件となり、期中を通じて高成

長が継続しました。加えて、事業ポートフォリオの強化・拡充に向けた取り組みとして、2020年8月にログミー株式会社を連結子会社化し、両社サービス価値のさらなる向上に取り組みました。また、2021年5月には、当社による将来的な連結子会社化を見据えた上で、Unipos株式会社と資本業務提携契約を締結する等、投資機会の積極的な活用を通じて、事業戦略の選択肢や将来の成長可能性を広げることができました。コロナ禍の不透明で難しい事業環境下において、これらの積極的な成長投資を実行できた背景には、事業展開と財務面のバランスを安定的に保ちながら各種施策を積み上げてきた実績があるからだと認識しています。

^{*1} Annual Recurring Revenue

さらなる成長に向けた財務戦略

現在は、成長機会に応じて機動的かつ柔軟な投資を実行することで、売上高成長率の最大化を目指すフェーズであることから、強固な財務基盤の構築が経営戦略上、非常に重要であると認識しています。これまでも安定的な基盤を築いてきましたが、この背景には、連結売上高の9割以上を占めるSansan事業が、継続的な収入が見込めるサブスクリプション(月額課金)を中心としたビジネスモデルであることが大きく寄与しています。また、その他の要因として、「Sansan」の直近12か月平均の月次

2022年5月期の見通し

2022年5月期は、不透明な事業環境が継続する前提ではあるものの、連結売上高の成長率は前年同期と比較して3.9ポイントから6.9ポイント程度、加速する見通しです。これには、新型コロナウイルス感染症の拡大によるマイナス影響の一巡が期待される中で、各事業の堅調な成長が見込めることが背景にあります。コロナ禍が長期化したことで、本来目指していた連結売上高の30%成長は見通しづらい環境となってしまいましたが、2023年5月期以降に、再び30%成長にチャレンジできるよう、力強い売上高成長の実現に向けて、2022年5月期は、さま

ステークホルダーとの対話

当社は株式会社東京証券取引所の承認を受け、2021年1月21日付で、当社株式の上場市場を東京証券取引所マザーズから東京証券取引所市場第一部へ変更しました。これまで支えてくださった株主や投資家をはじめとするステークホルダーの皆さまに厚く御礼を申し上げます。今後も、より一層の企業価値の向上に向け、連結売上高の最大化を実現する成長戦略の実行はもちろんのこと、東証プライム市場に適応した各種体制の整備等に取り組みます。また、コロナ禍による不透明な事業環境下では、積極的な情報開示を実施していくことが極めて重要であると考えており、財務・非財務情報の両面において充実を図り、信頼度の高い対話を実現していく所存です。

解約率が1.0%以下の低水準に留まっていることや、年間契約といった特徴を有していることから、将来の業績予測が比較的容易であり、安定した成長が見込めるモデルとなっていることも挙げられます。今後も、さらなる企業価値向上の実現に向け、新たなサービスを含めた事業ポートフォリオ全体での適切な投資配分を実践するとともに、財務面でのモニタリング強化や生産性の向上等に取り組みすることで、より強固な財務基盤の構築と売上高成長率の最大化の両立を図ります。

ざまな成長戦略を実行していく予定です。具体的には、引き続き、営業部門を中心とした全社的な人材採用活動に取り組みほか、コロナ禍によって手控えていた「Sansan」のマーケティング活動の強化、さらには成長著しい「Bill One」のテレビCMを含めた広告宣伝活動の強化等に取り組みます。また、各サービスの強化やポートフォリオの拡充に当たっては、M&Aをはじめとしたさまざまな投資機会の活用も重要な経営戦略の1つとして位置付けており、十分なりスクマネジメントを行った上で、積極的に活用していきたい考えです。



事業概要

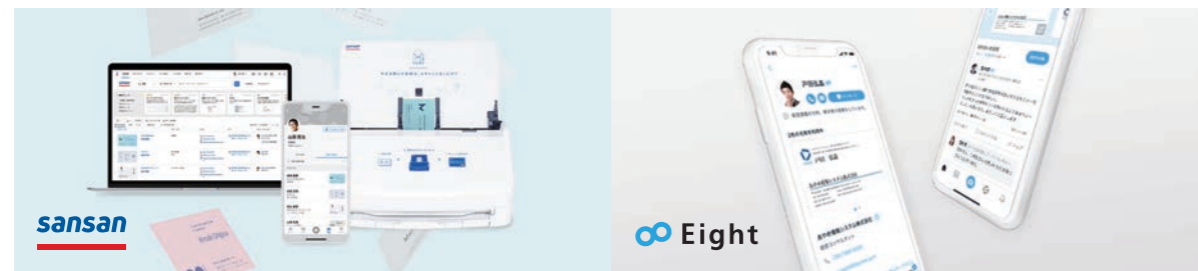
多角化が進む事業構成

複数サービスの連携による シナジー創出が可能なマルチプロダクトを構成

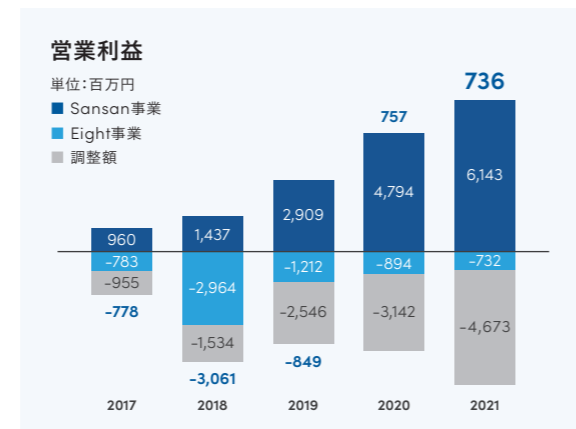
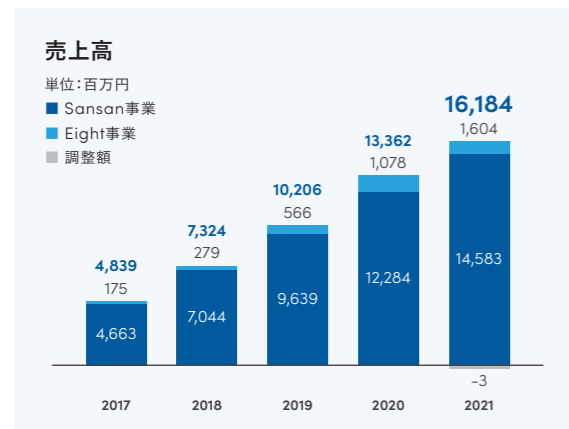
2つの報告セグメント

当社グループの事業は、Sansan事業とEight事業の2つの報告セグメントで構成されています。法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」を展開するSansan事業は、2021年5月期の連結売上高の約90%を占めており、当社グループの成長を支える柱となっています。名刺アプリ

「Eight」を提供するEight事業は、国内最大級のビジネスSNSとしてのネットワークを活用し、さまざまな有料サービスの提供を行うことで収益化を進めています。加えて、新規サービス創出にも注力しており、その中でも、クラウド請求書受領サービス「Bill One」は高い成長が継続しています。



セグメント別の実績(各年5月期)



主要なBtoBサービス(マルチプロダクト)

名刺をはじめ、請求書や契約書、ビジネスイベント分野 するBtoBサービスを展開しており、マルチプロダクトとして、企業やビジネスパーソンの働き方を変え、DXを促進 での事業ポートフォリオを構成しています。



成長スピードを高める事業運営体制

事業の成長スピードを効率的に向上させることを目的に、 2021年7月に組織改編を実施しました。特に新たに設置し た、プロダクト組織、技術本部、ビジネス統括本部による効果を期待しています。

プロダクト組織

「Sansan」や「Bill One」等の各主要プロダクトから成る組織です。プロダクト毎に責任者(GM)がアサインされ、事業戦略の立案から収益のモニタリング、事業計画へのコミットメントまでの重要な責務を担うことで、各プロダクトが自律して成長の促進ができる体制に整備しています。

技術本部

各プロダクト毎の開発部門や研究組織等を1つの本部配下に集約しています。これにより、研究開発リソースの有効活用や高度な人材育成等が可能となることから、各技術者が専門性を発揮し、事業成長とミッションの実現を支える、日本を代表する技術者集団となることを目指します。

ビジネス統括本部

「Sansan」や「Bill One」等の営業部門とマーケティング部門を1つの本部配下に集約しています。これにより、成長性の高いプロダクトに対して、機動的かつ柔軟に、最適な営業やマーケティングのリソース配分が可能となることから、事業成長のスピードや生産性の向上に寄与しています。

報告セグメントの変更について

2021年5月期における報告セグメントはSansan事業、Eight事業の2つであり、「Bill One」等の新規サービスに係る売上高は各セグメントに一定の割合で配賦し、営業費用の大部分は各セグメントに配賦しない調整額としていました。2022年5月期(2021年6月1日)より、事業推進・管理体制の強化や資本市場における当社グループの事業理解の促進等を目的に、報告セグメントをSansan/Bill One事業、Eight事業の2つに変更しています。

Sansan事業

Sansan事業の概要

名刺情報のデータ化を起点に、企業やビジネスパーソンの働き方を変えるDXサービス

サービス概要

「Sansan」は、名刺情報を正しくデータ化する技術を軸とした、さまざまなデータ活用を可能とする、企業やビジネスパーソンの働き方を変えるDXサービスです。「Sansan」は、ユーザーがスキャンした紙の名刺を99.9%の精度でデータ化し、関連する組織や人物情報を付与した上でデータベースを生成します。これにより、ユーザーは非効率な名刺管理業務の時間を大幅に短縮できる上に、データを活用した利便性の高い機能を利用することができます。また、各社員の名刺データを会社内で共有することを基本設計としているため、社内の埋もれていた人脈を可視化することで、名刺情報を会社の資産として有効活用することができます。さらには、オンライン上で名刺の送付や受け取りが可能となる機能のほか、各種オプション機能を提供しており、さまざまな業務の課題を解決するビジネスプラットフォームとして展開しています。

基本機能

- クラウド名刺管理(メール配信、メール署名取り込み、コンタクト管理、人事異動情報、社内コミュニケーションツール)
- オンライン名刺

オプション機能

- Data One
- Sansan名刺メーカー
- 反社チェックオプション powered by Refinitiv/KYCC
- アンケートオプション powered by CREATIVE SURVEY
- 契約管理オプション for クラウドサイン
- 商談管理オプション for Salesforce*1
- 名刺分析オプション powered by MotionBoard

*1 Salesforceはsalesforce.com, inc.の商標であり、許可の下で使用しています。

料金モデル

ユーザー企業内における全社員で利用するプランを基本プランとして提供しています。ユーザー企業においてデータ化される名刺の枚数を基に算出されるライセンス料金に、オプション機能やスキャナレンタルの料金等が加算されたものが月額料金となります。なお、ライセンス料金は毎月のデータ化枚数の実績に応じて変動するのではなく、年間のデータ化枚数を見積もった上で料金を決定します。そ

のほか、サービス導入時に、紙で保管している大量の名刺のデータ化や導入支援等の有料サービスがあります。基本プランの提供以前は、ユーザー数、すなわち契約ID数に応じて課金するプランを提供しており、現在も一定数のユーザーが利用しています。このプランは、ユーザー企業内において、特定の部門だけの限定的な利用となるものです。なお、両プランともに年間契約となっています。

今後の戦略

「Sansan」は、法人向けクラウド名刺管理サービス市場で83.5%^{*2}のシェアを有しており、パイオニアとして市場をリードしています。2021年5月期末における「Sansan」の利用ユーザーID数は、前年同期末比で35%増加する等、順調に拡大が続いていますが、その一方で、国内の総従業員数に占める「Sansan」利用者数の割合は約2%^{*3}に留

まっています。したがって、サービスの拡大余地が潤沢に残されていると考えており、そのための戦略として、主に次の事項に取り組んでいます。

*2 「名刺管理サービスと営業サービス(SFA/CRM/オンライン名刺交換)の最新動向」(2020年12月シード・プランニング調査)

*3 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2021年5月期末における「Sansan」の契約件数及び合計ID数を基に算出

契約件数と契約当たり月次売上高

契約件数の拡大に向けて、人材採用活動の強化による大企業向けの営業体制の拡充や、地方展開の推進等の販売体制の強化に取り組んでいます。また同時に、ユーザー企業内における利用拡大の促進や、新たな付加価値を提供するオプション機能の導入による契約当たり月次売上高の拡大にも取り組んでいます。

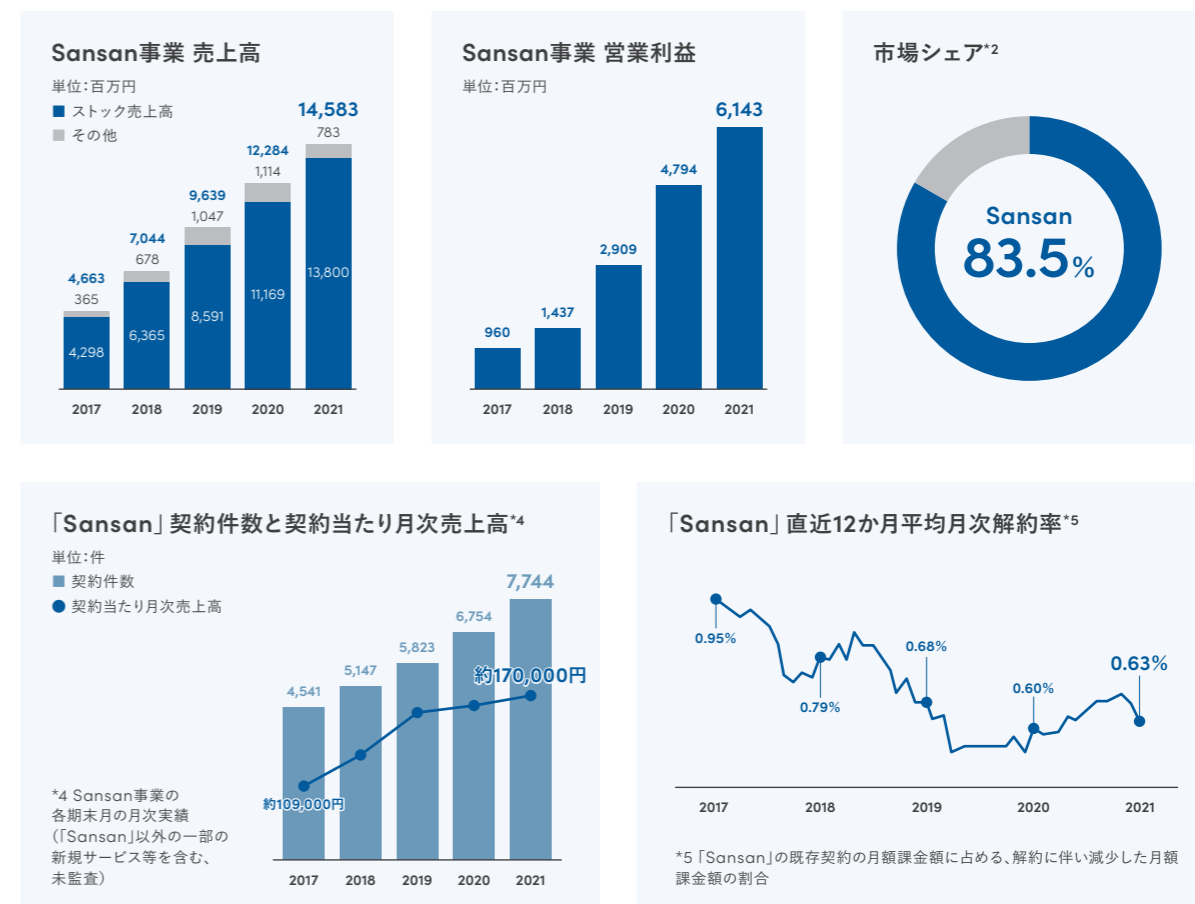
ビジネスプラットフォームとしての価値向上

「Sansan」では、これまでOpenAPI活用や外部サービス連携等に取り組んできましたが、これらの展開に加えて、ビジネスを遂行する過程で発生するさまざまな情報や業務を「Sansan」上に集約できるオプション機能を提供することで、企業のDXを促進する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ます。(→p.34)

「オンライン名刺」の利用拡大

コロナ禍により、オンラインでの会話、商談が増加している一方で、対面での名刺交換ができず、「名前が分からない」「キーパーソンが分からない」といった課題が生じています。「オンライン名刺」は、このような課題を解決する機能となっており、新たな働き方を支援することでサービス価値の向上につなげていきます。

Sansan事業の実績(各年5月期)



Sansan 事業

「Sansan」が実現するDX

さまざまな課題解決や業務効率化を実現する ビジネスプラットフォームとしての提供価値

名刺管理から、さまざまなビジネス課題を解決するビジネスプラットフォームへ

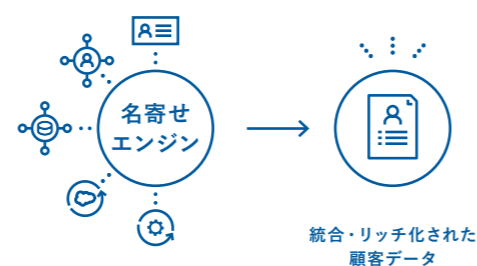
「Sansan」は、名刺管理だけでなく、営業・マーケティングの強化から、コンプライアンスの強化まで、さまざまな機能を備えています。「Sansan」上に多くの機能が追加され、利用されているのは、主軸の名刺管理機能によって、正確な顧客データベースが構築されているためです。正しい顧客情報データは、ビジネス利用において拡張性が

高く、昨今、企業で導入が進むクラウドサービス等との親和性も高いため、「Sansan」は、ビジネスプラットフォームとしての要件を多く備えたサービスとなっています。自社開発や他社連携を推し進めることによって、「Sansan」と連携して利用できるオプション機能等を拡充させ、ビジネスプラットフォームとしての展開を強化していきます。

データ統合

企業が蓄積した顧客情報データの一部は、入力漏れ等による欠損や複数のツール毎にデータベースが管理されることによる分散が生じており、データの有効活用には大きな課題があります。「Data One」は、利用企業がこれまで蓄積してきた各種データをクレンジングし、統合・リッチ化してデータベースを整備するほか、整備したデータから営業リストを作成することも可能です。

「Data One」



名刺作成・発注

「Sansan名刺メーカー」は、簡単に名刺の作成・注文申請ができるサービスです。名刺作成業務の効率化を実現するほか、「Sansan」上に自身の名刺のマスターデータを登録することから、「オンライン名刺」にも活用することが可能になります。したがって、「Sansan名刺メーカー」の導入を進めることで、重要な戦略である「オンライン名刺」の利用拡大にもつながるものと考えています。

「Sansan名刺メーカー」



さまざまな業務との連携

さまざまな業務を「Sansan」上に集約可能なオプション機能の強化や拡充に取り組んでいます。これは、「Sansan」の正確な顧客データベースを他の業務につなげることで、各種業務の効率化や最適化を可能にする取り組みです。オプション機能の追加に当たっては、自社開発だけでなく、他社サービスとの連携も強化しています。例えば、「反社チェックオプション powered by Refinitiv/KYCC」は、名刺をスキャンするだけで、反社データやコン

プライアンス情報を「Sansan」上で確認できる機能です。この機能により、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することが可能となります。そのほか、契約情報を「Sansan」上で確認できる機能やセミナーを実施した際に必要なアンケートを「Sansan」と連携しながら実施できる機能、社内の人脈情報・取引先企業情報と合わせて「Salesforce¹⁾」の商談情報を「Sansan」上で把握可能な機能等があります。

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



「アンケートオプション powered by CREATIVE SURVEY」



「商談管理オプション for Salesforce」



「契約管理オプション for クラウドサイン」



¹⁾ Salesforceはsalesforce.com, inc.の商標であり、許可の下で使用しています。



取締役／執行役員／CRO／
ビジネス統括本部 担当／
Sansan Unit ゼネラルマネジャー
富岡 圭

Sansan事業で最も注力していることは、顧客の潜在的なビジネス課題を見出した上で、それらを解決するための機能を適切に提供する方法を生み出し、プロダクトを力強く進化させていくことです。2021年7月の組織改編は、当社史上、最大の変革となりましたが、これはまさに、顧客の窓口としてフロントに立つ営業とプロダクト組織が一体となって、「Sansan」を進化させていくための戦略です。具体的な取り組みとして、例えば、コロナ禍で経営に苦しむ中小規模の企業向けには、顧客接点管理を超えて、見込み顧客を簡単に発見できるまでの、より踏み込んだデータ活用が可能な世界を提供します。また、コンプライアンスリスクの課題を抱える大企業向けには、不正リスクを自動検知する仕組みの提供によって、ガバナンス強化をサポートする等、「Sansan」ならではの提供価値を高めています。これまで、名刺管理市場を切り開いてきたように、「Sansan」が企業の働き方を変え、DXを促進するサービスとして、新しい価値を市場に届けていきます。

Eight事業

Eight事業の概要

ビジネスのためのSNSとして、 コンタクト情報の有効活用が可能な名刺アプリ

サービス概要

「Eight」は、企業が契約して利用する「Sansan」とは異なり、個人が利用することを基本設計とした名刺アプリであり、自身の名刺情報を登録するだけで、基本機能を無料で利用することができます。基本機能として、交換した名刺を専用アプリで撮影するだけで、「Eight」上で名刺管理ができる機能のほか、過去名刺や職務経験、スキル等を登録することで、ビジネスライフを通じて、自身のプロフィール管理が可能となる機能を提供しています。また、「Eight」上に保存した名刺の保有者も「Eight」ユーザーの場合には、アプリ上でつながることができる、ビジネスSNSとしての機能を備えています。これにより、ユーザー間でメッセージを交換したり、名刺情報の更新時に近況情報を通知したりといった、さまざまなネットワーク機能を利用することができます。そのほか、「オンライン名刺」機能も備えており、

これらの活用によって、「Eight」は、個人が蓄積したビジネスの出会いを資産として最大限活かし、ビジネスパーソンが抱える課題の解決をサポートするビジネスプラットフォームとして利用されています。

基本機能

- 名刺管理
- プロフィール管理
- メッセージ機能
- SNS
- つながった人の名刺の更新情報の通知
- 企業ニュース
- オンライン名刺
- バーチャル背景
- イベント情報の提供

料金モデル

「Eight」の基本機能は無料で提供していますが、個人向けに有料サービスを提供しています。また、企業向けには、

名刺管理のほか、「Eight」のネットワークを活用した、さまざまな有料サービスを提供しています。

BtoCサービス（個人向け有料サービス）

| | | | |
|----------|--------------|--------|--|
| 名刺管理サービス | 「Eightプレミアム」 | 月額固定料金 | 名刺データのダウンロードや名刺の全ての項目のデータ化等のオプション機能が利用可能となるサービスです。 |
|----------|--------------|--------|--|

BtoBサービス（企業向け有料サービス）

| | | | |
|----------|-----------------------------|---------------------------------------|--|
| 名刺管理サービス | 「Eight 企業向けプレミアム」 | 月額固定料金 (年間契約) | 「Eight」を利用して、企業での名刺管理が行えるサービスです。小規模企業を中心として展開しており、販売対象や機能ともに「Sansan」と差別化しています。 |
| 広告サービス | 「Eight Marketing Solutions」 | 配信量に応じた 従量制料金 ^{*1} (期間契約) | 「Eight」ユーザーに対してアプリ上のタイムライン等を通じて広告配信ができるサービスです。 |
| ビジネスイベント | 「Meets」 | 固定料金 ^{*2} (都度課金) | リード獲得等の課題を持つ企業に対し、最適な集客を可能にするイベントサービスです。 |
| | 「Climbers」 | 固定料金 ^{*2} (都度課金) | 参加者である若手ビジネスパーソンやエグゼクティブ層に対して、さまざまなPR活動やマーケティング活動が可能となる大型のイベントサービスです。 |
| 採用関連サービス | 「Eight Career Design」 | 月額固定料金 ^{*3} (期間契約) | 「Eight」に登録しているユーザーに対して、企業がアプローチできる採用関連サービスです。 |

*1 最低出稿価格あり、そのほか純広告メニューもあり *2 開催形態等に応じて、複数の料金設定あり *3 採用決定時に追加料金あり

今後の戦略

「Eight」は、国内No.1の名刺アプリ、ビジネスSNS^{*4}として多くのユーザーがいますが、さらなるユーザー数の拡大に取り組んでいます。また、個人向けには基本機能を無料で提供していることから、事業全体では投資が先行して

いるフェーズにあるため、将来的な収益化に向けて、主にBtoBサービスのマネタイズ強化を進めています。

*4 2020年1月～12月の国内ビジネスSNSアプリにおける、平均月間アクティブユーザー数(App Store/Google Play合算値)(2021年1月 App Annie調査)

「Eight ONAIR」の利用拡大

2021年5月より提供を開始した「Eight ONAIR」の利用拡大に取り組んでいます。さまざまなビジネスイベント情報を「Eight ONAIR」に集約することで、ユーザーにとって利便性の高いサービスとして「Eight」の認知度を向上させ、これまでリーチできていなかった新たなユーザーの獲得につなげていきます。また、これまで名刺管理を目的としていた「Eight」アプリへのアクセスが頻繁でない既存ユーザーのアクティブ率向上にも期待しています。

「オンライン名刺」の利用拡大

「Eight」では、「オンライン名刺」機能のさらなる利用拡大に向けて、2020年5月にQRコード^{*5}付きバーチャル背景をリリースしました。また、2020年8月には、「Sansan」との連携機能を強化し、「Sansan」と「Eight」ユーザー間でオンライン名刺交換がスムーズにできるようにしたほか、ビジネスイベントと連携した利用機会の創出にも積極的に取り組んでいます。

*5 QRコードは、株式会社デンソーウェブの登録商標です。

BtoBサービスのマネタイズ強化

既存のBtoBサービスのマネタイズ強化のほか、新規サービスの開発にも取り組んでおり、若手ビジネスパーソン向けの新たなビジネスイベント「Climbers」の2回目は、当社が主催したイベントの中で過去最多のエントリー数を獲得しました。なお、2020年8月にグループ会社化した書き起こしメディアを運営するログミー株式会社は、Eight事業の傘下にて事業運営を行っており、主要なBtoBサービスのうちの1つとして強化を進めています。

Eight事業の実績(各年5月期)



Eight事業

進化するビジネスネットワーク

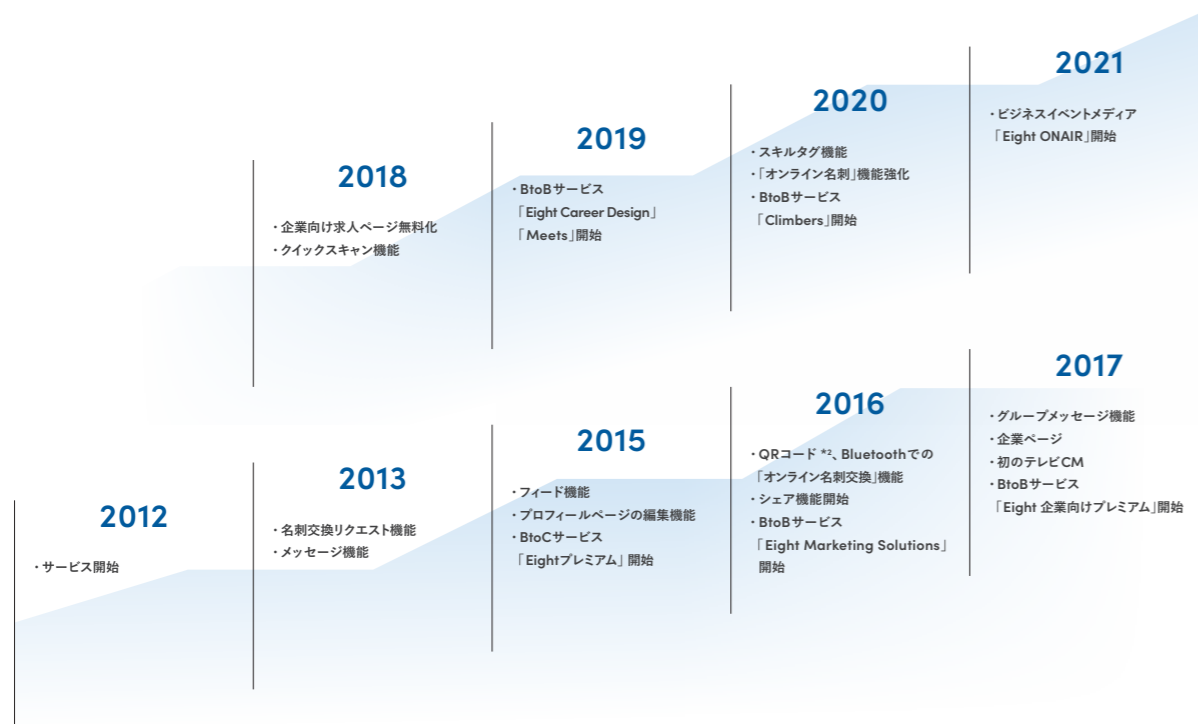
個人のビジネスのつながりから、新たな出会いを創出するビジネスプラットフォームへ

ビジネスネットワークへの道のり

個人のビジネスのつながりを情報として集約し、資産として管理することに着目して生まれた名刺アプリ「Eight」は、2012年にサービス提供を開始して以降、さまざまな機能拡充を行ってきました。具体的には、メッセージ機能、プロフィール機能や「オンライン名刺」機能等を搭載することで、ただの「名刺情報を貯めていく」アプリではなく、「ビジネスのつながりを活用する」アプリへと発展してきました。こ

れらの取り組みの結果、「Eight」ユーザー数は290万人以上(2021年5月末)となり、名刺アプリの枠を超え、国内でNo.1^{*1}の利用率を有するビジネスSNSとなる等、ビジネスネットワークにまで進化を遂げています。

*1 2020年1月～12月の国内ビジネスSNSアプリにおける、平均月間アクティブユーザー数(App Store/Google Play合算値)(2021年1月 App Annie調査)



*2 QRコードは、株式会社デンソーウェブの登録商標です。

ネットワークを活用した「Eight」ならではのマネタイズプラン

「Eight」が保有するネットワークの特徴として、ユーザー数の多さやアクティブ率の高さだけでなく、各ユーザーが登録するプロフィール情報が自身の名刺情報から生成されている点が挙げられます。したがって、よりビジネスシー

ンへの親和性が高いネットワークとなっていることから、これらを活用した広告やビジネスイベント、採用関連といったさまざまなBtoBサービス(→p.37)を創出し、マネタイズの強化を進めています。

ネットワーク価値の向上に向けた取り組み

「Eight」では、大きなユーザー集客コストをかけることなく、安定的にユーザー数を拡大できていますが、今後、ネットワーク価値を大きく向上させていくに当たっては、

ユーザー数のさらなる増加やアクティブ率の向上等が必要不可欠です。現在、これらの実現につながる、新たなサービスや機能の開発・提供に取り組んでいます。

ビジネスイベントメディア「Eight ONAIR」

2021年5月より提供を開始した「Eight ONAIR」は、イベントの参加者と主催者の双方にとって、利便性の高いサービスです。参加者は、「Eight」上の「Eight ONAIR」タブから自身にとって最適なイベント情報を発見することができ、「Eight」上に自身のプロフィール情報を登録しているため、クリック1つで簡単にイベント参加が可能となります。一方、主催者は開催情報を入力するだけで、無料で「Eight」のネットワークを活用したイベント情報の発信が可能となります。また、参加者の情報が正しくデータ化された名刺情報からもたらされるため、質の高いリード情報の獲得も可能です。今後、イベント掲載数の拡充や安定化等に継続的

に取り組むことで、既存ユーザーのアクティブ率の向上だけでなく、これまではリーチできていなかった新規ユーザー層の獲得等に寄与することを期待しています。



取締役/執行役員/CTO/
技術本部・Eight事業部 担当
塩見 賢治

「Eight」は名刺管理サービスから、その情報を活用するプラットフォームとして進化を遂げていますが、今後の成長のためには、これまで以上に、デジタルとデジタルのやり取りにおいて、十分な価値を提供するプラットフォームにしていく必要があると考えています。例えば、ビジネスイベント「Climbers」は、「Eight」のネットワークを通じて、過去最大級の集客をすることができました。これは「Sansan」サービスでは実現できない、「Eight」独自の価値です。現在、複数のBtoBサービスのマネタイズ強化や新サービスの提供といった、さまざまな取り組みを進めています。「Eight」が有するユーザーベースや貴重なデータを活用することで、新しい出会いを創出するプラットフォームとなり、「Eight」を、「Sansan」や「Bill One」に次ぐ、当社グループの収益の柱に成長させていきたいと考えています。

新たなサービス

新たなサービスの創出・展開

既存サービスでの強みを軸に、
DXが求められるさまざまなビジネス分野に進出

DXを起点とした経営改革ニーズの高まり

企業の各種業務フローにおいては、効率性に関する課題が山積していることに加え、新型コロナウイルス感染症の拡大によって、リモートワークや非対面での営業活動といった多様な働き方への対応が求められていることから、多くの企業にとって、DXを起点とした経営変革が喫緊の課題になっています。これらを背景に、「雇用・働き方の変化」「ビッグデータの活用」「既存システムの老朽化への対

応」といった、DXへの意識改革やSaaSビジネスへの関心の高まりによって、DX市場^{*1}は2030年において3兆425億円(2019年比2兆2,513億円増)、国内SaaS市場^{*2}は2024年には1兆1,178億円(2019年比5,162億円増)の規模に達すると予想されています。

*1 2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望(富士キメラ総研)
*2 ソフトウェアビジネス新市場2020年版(富士キメラ総研)

企業のDXを促進する新たなサービスの創出

当社グループは、これまで既存サービスで培ってきた強みや知見を活かし、企業のDXを促進する新たなサービスを生み出すことに取り組んでいます。具体的には、名刺分野で培った、アナログ情報をデジタル化する技術を他のビジネス分野に展開し、請求書や契約書といった分野において新たなサービスを展開しています。請求書の処理や契約書の締結に関する業務には、紙でのやりとりによる非効率な業務フローが数多く存在していますが、当社グループのサービスを活用すれば、オンライン上で請求書データ等を受領可能となる上に、付随する各種業務フローのデジタル化も同時に行えるため、企業のDXに係る課題を解決するサービスとして導入が進んでいます。また、ビジネスイベントやセミナー分野における業務フローを効率化する新たなサービスの提供にも取り組んでいます。これらの分野では、主流の集客方法が未だにFAXや郵送形式になって

いる等、アナログな業務フローが多数存在するほか、コロナ禍でのオンラインイベントにおける新たな課題も急激に増えています。これら課題に対して、当社グループがこれまで生み出してきた既存サービスや機能を組み合わせながら、一連の課題を解決できるソリューションを提供することで、企業のDX促進に寄与しています。このような取り組みを積み重ねてきた結果、既存の法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」だけではなく、多くのBtoBサービスが立ち上がり、現在では、マルチプロダクトと呼ぶことのできる事業ポートフォリオを構成しています。今後、このマルチプロダクトが「ビジネスインフラ」として広く認識されるよう、各サービスの機能強化や安定的な提供拡大を図っていくことはもちろんのこと、多くの潜在的な顧客課題に向き合い、次なる新たなサービスを生み出すことにも注力していきます。

当社グループが向き合うビジネス分野



クラウド契約書データ化サービス「Contract One」

「Contract One」は、当社独自の技術やオペレーションを用いた契約書関連業務のソリューションサービスです。契約書に関連する業務には、紙が主体であることから、製本や押印、郵送といった非効率な工程が存在しており、リモートワーク等の新しい働き方を導入し、生産性の向上を目指す上で大きな課題となっています。また、2022年1月を予定する改正電子帳簿保存法に対応する観点で、契約書の管理業務等の見直しは多くの企業において経営課題となっています。「Contract One」は、これらの課題に対応しており、ユーザー企業の契約業務の効率化や契約情報のデータ活用、新しい働き方の実現等をサポートします。具体的には、「スマート台帳」機能を通じて紙の契約書を正確にデータ化することで、紙でも電子でもあらゆる契約情報をデータで一元管理可能とし、契約情報の可視化や有効活用につなげます。そのほか、紙の契約書での契約締結時に、人の手が介在することで非効率な状態となっているフローを改善する機能の提供も予定しています。

Contract One
powered by Sansan

新たなサービス

クラウド請求書受領サービス

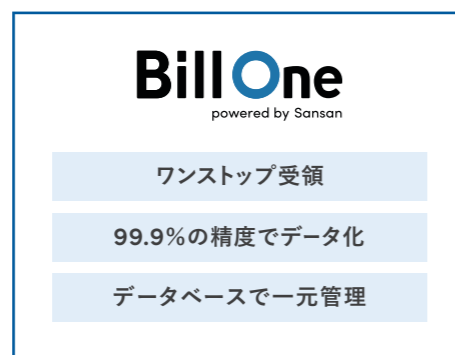
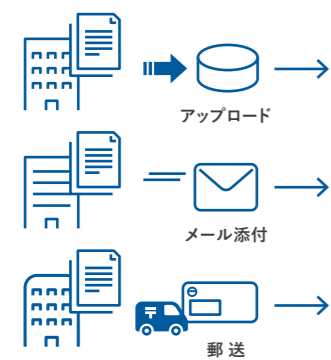
あらゆる請求書をオンラインで受領可能にし、業務効率化の実現により、月次決算を加速する

サービス概要

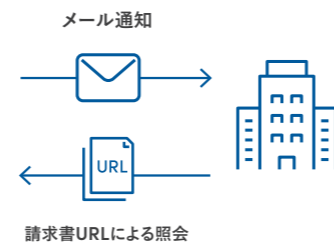
「Bill One」は、多数の拠点や部門に、紙やPDFといったさまざまな形式で届く全ての請求書をオンライン上で受領可能にし、会社全体における請求書関連業務の効率化を促進することで、経営の意思決定スピード向上を支援するDXサービスです。紙の請求書は、「Bill One」のスクリーン代行センターが代理で受領し、短時間かつ99.9%の精度でデータ化します。また、PDF等の請求書は、メール等で「Bill One」が受領した後に同じくデータ化します。デー

タ化された請求書はクラウド上で閲覧できるほか、請求書の確認や承認作業等の各種業務フローもクラウド上で完結可能となることから、月次決算業務の早期化に貢献します。さらに、請求書情報は検索性の高いデータベースで一元管理されることから、データを活用したコストコントロールや営業機会の創出、将来的な収益機会の最大化等にもつなげることができます。そのほか、会計システム等の他社サービスと連携してデータを活用することが可能です。

請求書を発行する企業



「Bill One」の契約企業



あらゆる請求書をオンラインで受け取ることが可能

さまざまな形式・方法で届く請求書を全てオンラインで受領することができます。また、請求書の発行元は、宛先を変更するだけで、従来通りに送付ができます。これにより、リモートワーク推進やペーパーレスを後押しします。

法改正に対応した業務フローを構築

電子帳簿保存法の改正やインボイス制度の導入等、請求書のあり方は転換期を迎えており、企業の経営課題となっています。「Bill One」はこれら課題を解決するサービスであり、法改正に対応した業務フローの構築が可能です。

経理部門だけでなく、組織全体の生産性を向上

経理業務における各種フローをデジタル化することで、業務生産性を向上させます。また、社内や請求書発行企業との請求書に関するやりとりをデジタル化することで、請求書の授受のスピードを向上させ、月次決算を加速させます。

料金モデル

「Bill One」の利用料金は、専用コンサルタントによる導入支援等が含まれる初期費用と、ユーザー企業においてデータ化される請求書の枚数を基に算出される月額費用

で構成されています。なお、従業員数が100名以下の法人向けには、一定の条件を設定した上で、初期費用と月額費用が無料となる、スモールビジネスプランを提供しています。

「Bill One」を取り巻く外部環境と企業の課題

DXの促進や新しい働き方の実現に向けた対応は、企業における喫緊の課題となっている一方、請求書関連業務の大半は、アナログのままであり、紙の請求書の処理のために出社を強いられる等、リモートワークを阻害する一因になっています。これら課題に対して、日本国内においては、電子帳簿保存法の改正やインボイス制度の導入等の取り組みが官民を挙げて進んでいます。当社グループも、

2023年10月に見据える「インボイス制度」の導入実現に向け、電子インボイス推進協議会において会員企業や団体と活発な意見交換を行っており、2021年9月には同協議会の幹事法人に就任しました。このような環境は、「Bill One」の普及拡大にとって追い風に働くものと捉えており、デジタル化に遅れが見られる一部の中小企業に対する支援の観点でも、その機能に高い評価を得ています。

今後の戦略

「Bill One」は、「Sansan」と同様に業種や規模を問わず、国内の全企業を対象とすることができるサービスであ

るため、広大な潜在市場があると考えられ、さらなる普及拡大に向けて、主に次の事項に取り組んでいます。

営業・マーケティング活動の強化

組織改編によって機動的かつ柔軟なリソース配分が可能となった事業運営体制を背景に、営業活動の拡大や「Sansan」とのクロスセルの実施、採用強化による営業体制のさらなる拡充等に取り組めます。また、テレビCM等の広告宣伝活動やマーケティング活動を強化していきます。

「Bill One」ネットワーク参加企業数の拡大

「Bill One」上で請求書をやりとりする企業（受領側・送付側）で構成されるネットワーク参加企業数は、ユーザー1社に対して送付元が複数存在することから、ユーザー数の増加以上に加速的に拡大します。一部中小企業への無料提供等、ネットワークのさらなる拡大に取り組んでいます。

自社開発や他社連携による機能拡充

請求書データは、決算業務のほか、購買申請の適正化や営業機会の創出といったシーンで活用可能であることから、機能拡充は極めて重要な施策と位置付けています。今後は自社開発だけではなく、他社の会計システムをはじめとした企業の基幹システムとの連携を増やしていく予定です。

「Bill One」の有料契約件数・潜在市場規模



新たなサービス

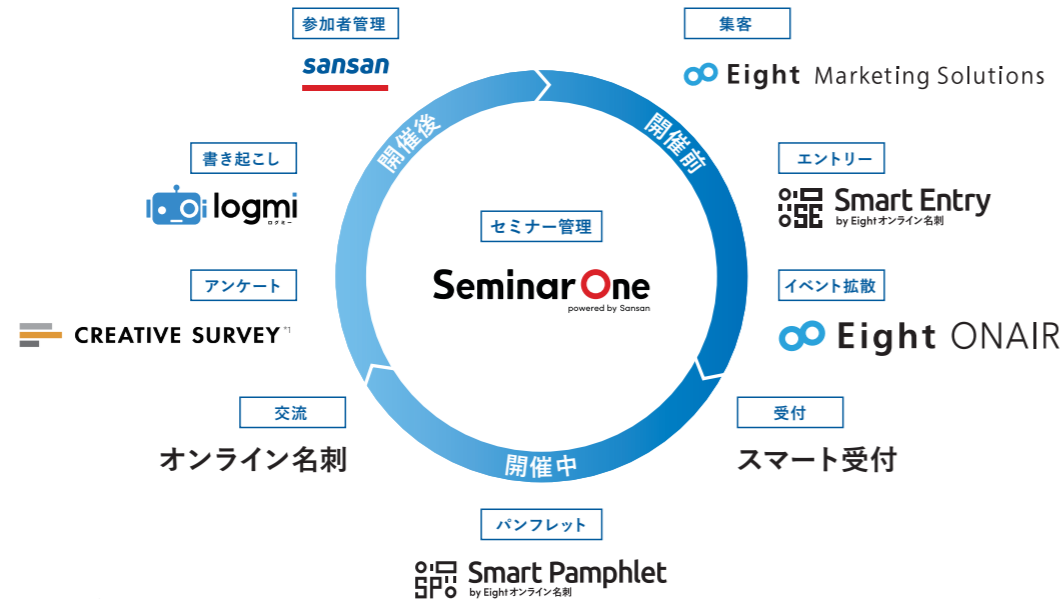
イベントテックサービス

さまざまなサービスの組み合わせによって、 ビジネスイベント・セミナーにおける課題を解決

イベントテックサービスのポートフォリオ

日本国内では、展示会やカンファレンス、小規模なセミナーに至るまで、多くのビジネスイベントが開催されていますが、イベント運営においては、アナログで非効率な運営フローが散見され、デジタル化による効率化の余地が多く残っている分野であると考えています。ビジネスイベントの運営においては、オフラインではもちろんのこと、コロナ禍において急激に普及したオンラインイベントについてもさまざまな課題が生じています。例えば、開催前の集客活動は、オフラインの場合、現在でもDMによる告知やFAXでの申し込み等のアナログな集客活動が主流です。オンライン開催においても、参加申し込み必須と

なるWebフォームでの情報入力は参加者にとって手間であり、省略した情報や間違っただけの情報を入力するケースが多く発生しています。このような環境を背景に、当社グループではさまざまなサービスを組み合わせ、イベントテックサービスのポートフォリオを構成し、ビジネスイベント・セミナーの開催前、開催中、開催後までの一連の運営や管理に関わる課題を解決する各種ソリューションを提供しています。今後は、既存サービスの強化や新たなサービスの創出等を通じて、ポートフォリオを拡充させ、中長期的には、イベントテックサービスをグループの大きな収益の柱に成長させていきたいと考えています。



*1 当社の持分法適用関連会社が提供するサービス

主要サービスの概要

イベントテックサービスの中でも、ビジネスセミナーの運営に関する課題を解決するソリューション群を主要なサービスとしています。コロナ禍によって、急激にオンラインセミナーの需要が高まっていますが、ポストコロナを見据

えれば、オフライン・オンライン両方が混じるハイブリッドなセミナー開催が主流となることも想定されており、次の主要サービスは、どのような開催形式であっても効果を期待できるソリューションとなっています。

「Seminar One」

セミナー運営を簡単かつ効果的に行うことができる法人向けセミナー管理システムです。具体的には、専門知識がなくても、募集ページ作成からセミナー開催、受付といった業務をワンパッケージで運用可能なほか、正確な来場者データベースを構築することができます。また、MAツール等にデータをインポートすることで、セミナーをマーケティングや営業活動に活かし、効率的に成果を上げる運営を支援します。さらに、「Sansan」との連携により、参加者の顧客データ管理も可能となっています。料金モデルは、システム導入に係る初期費用と、セミナーの開催回数やリードの数に応じた月額課金プランで構成されています。



「スマートエントリー」

「Sansan」「Eight」で提供している「オンライン名刺」を活用した新世代のエントリーシステムです。イベント受付や資料請求時の登録フォームは、入力に手間がかかるため、登録者が途中で入力をやめてしまったり、誤った情報を登録してしまったりする課題があります。本サービスでは、登録者がQRコード^{*1}をスマートフォンで撮影するだけで「オンライン名刺」の正確な情報がフォームに送信され、登録が完了します。なお、「オンライン名刺」を所有していても、名刺を撮影するだけで誰でも利用可能なサービスとなっています。



*1 QRコードは、株式会社デンソーウェーブの登録商標です。

「スマートパンフレット」

パンフレットの受け渡しをオンライン上で可能にするサービスです。オフラインのセミナーや展示会でのパンフレットの配布は、企業にとって重要なマーケティング施策の1つですが、大量の印刷や運搬、管理等のアナログな業務フローが数多く残されています。本サービスを使えば、ユーザー企業は管理画面上にパンフレットデータを掲載するだけで、

当該情報が入ったQRコード^{*1}の生成が可能です。来場者は、QRコード^{*1}を読み取るだけで、パンフレットをデータで受領し、閲覧することができます。同時に、来場者の「オンライン名刺」情報が企業側に送付されるため、見込み顧客へのアプローチが可能となり、業務の効率化を実現しながら、商談機会の最大化にもつなげることができます。

サステナビリティ方針

サステナブルな社会を目指して

経営の透明性向上や事業による社会貢献に努め、持続的な企業価値の拡大を目指す

サステナビリティ方針

当社グループは、「出会いからイノベーションを生み出す」というミッションの下、「ビジネスインフラになる」をビジョンとして掲げて各種サービスを展開していますが、これら事業活動を通じて社会課題の解決に貢献することが持続可能な社会の構築に寄与し、ひいては当社グループの持

続可能な成長や企業価値の向上につながると考えています。当社グループを取り巻く事業環境や経営状況、事業ステージ要素を考慮しながら、健全な企業経営の下で、本業を通じたこれからのために今からできることに向き合い、事業成長に資するサステナビリティ活動を推進します。

SDGsに対する考え方

| 開発目標 | 当社グループの考え方 | 取り組み・仕組み |
|--------------|--|---|
| 5 女性の活躍 | 女性の活躍を支援する制度・環境 当社グループが掲げるミッションやビジョンを実現し、事業成長を加速するためには、社員1人ひとりが成果を最大化し、持続的成長を続けていくことが重要であると考え、働く社員の生産性の向上を目的とした環境整備に取り組んでいます。女性活躍の点においては、産前産後休業制度のほか、性別に関係のない働きやすい環境構築を目指し、育児休業取得者の早期職場復帰を後押しする制度等を設けています。 | 「MOM」(→p.25) 「KISS」(→p.25) |
| 8 持続可能な経済成長 | サービス提供を通じて企業の課題を解決し、働き方の変革に貢献 当社グループのサービスは、さまざまな業務の遂行をクラウド上で可能にするビジネスプラットフォームであり、企業のDXやリモートワーク等の働き方変革を促進し、業務の短縮化による生産性向上やデータ活用による新たな営業機会の創出等に貢献しています。 | 社会課題を解決する各サービスの提供(→p.30) |
| 9 産業・インフラの発展 | 情報技術社会への貢献 当社グループでは、名刺をはじめとした機密性の高いビジネス情報を扱う上で、情報セキュリティを重要な課題と位置付け、システム及びオペレーションにおいて情報漏洩防止策を講じ、安全性の確保に取り組んでいます。また、データ化とデータ活用を担う研究開発組織では毎年複数の研究レポートを発表しているほか、これから世の中を変えていく起業家の育成を後押しする目的で高専の設立も支援しています。 | 情報セキュリティに関する取り組み(→p.26) 研究開発組織の独自技術開発、研究レポート(→p.22) 神山まるごと高専(仮称)設立支援(→p.49) |
| 12 持続可能な消費 | ペーパーレスを可能とするサービス 名刺等の紙媒体でのビジネスツールの運用・管理方法には大きな効率化の余地があると考えています。当社グループが提供する「オンライン名刺」や「スマートバンフレット」は、アナログ情報をデータ化し活用することで、ビジネス課題を解決するとともに、ペーパーレス化を可能にしています。 | 「オンライン名刺」(→p.32) 「スマートバンフレット」(→p.45) |
| 15 陸域生態系の保護 | 植樹活動による森林保全 持続的な事業活動のためには、社会課題である自然資本の回復が重要であると捉え、「Sansan」でデータ化した名刺総数が、1本の木から作られる名刺枚数に達する毎に、1本の樹を国内の被災地等に植樹しています。 | 「Scan for Trees」(→p.47) |
| 16 公正な社会 | 企業のコンプライアンスを強化する機能提供 「Sansan」のオプション機能の1つとして、「Sansan」に取り込まれた全ての名刺データに対し、反社会的勢力との関わりを網羅的に検知する機能を提供しています。本機能の提供により、各企業のコンプライアンス強化をサポートしています。 | 「反社チェックオプション powered by Refinitiv/KYCC」の提供(→p.35) |
| 17 パートナーシップ | パートナーシップで社会課題の解決を支援 「Sansan」では、NPO法人向けに、長期利用ができるように特別にカスタマイズした料金プランを提供し、さまざまなNPO活動の支援を行っています。また、研究開発組織において得られた知見や成果を行政機関に提供し、行政機関による政策立案やその実施を支援しています。 | 「Sansan for NPO」(→p.48) EBPM支援(→p.49) |

環境に関する取り組み

事業と連動した環境保全活動

サービスの原点である名刺を通じた環境保全活動により、自然資本のサステナビリティに貢献

気候変動への対応方針

当社グループは、働き方を変えるDXサービス(クラウド名刺管理サービス等)の企画・開発・販売を事業としており、現在のところ、気候変動問題が当社グループの事業に重大な影響を及ぼすことは想定されないため、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)に基づく開示等は行っ

ていません。しかしながら、気候変動問題への対処は、安定的な経済発展や国民生活の基盤確保等において重要な取り組みであると捉えており、当社グループにおいても省エネの徹底や文書等の電子化をはじめ、収益の一部を植樹活動に充てる等の取り組みを行っています。

「Scan for Trees」

「Sansan」でデータ化した名刺の総数が、1本の木から作られる名刺枚数に達する毎に、植樹が必要な地域に1本の樹を植えています。これまで岩手県宮古市、宮城県大崎市等、東日本大震災の被災地域に植樹活動を行いました。スキャンされた紙の名刺だけでなく、「オンライン名刺」等のデジタルで取り込まれた名刺も枚数として換算しており、リモートワークが進むオンライン時代においても、これまでと変わらず、サービスの原点である名刺を通じて、森林の回復及び被災地の復興の後押しをしています。

植樹活動

岩手県宮古市は、農林漁業といった第一次産業が盛んで、有数の好漁場としても知られていましたが、東日本大震災の影響で沿岸部の漁業に甚大な被害を受けました。また、岩手県大崎市の植樹地域は、東日本大震災以降、畜産業から撤退する農家の影響で牧草地が放置されていました。これらの地域における植樹活動によって、植えた木々が何十年もかけて森へと成長し、そこで育まれた豊かな水源が下流の土壌を潤し、街や漁場の復興支援につながります。



社会に関する取り組み

多面性に富んだ社会活動

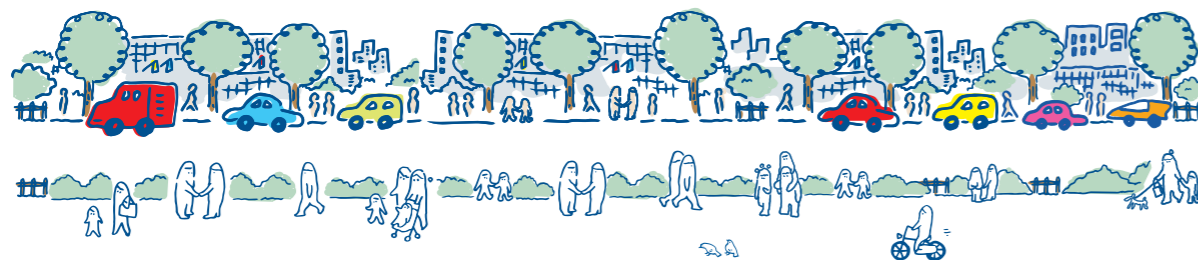
人との出合いやつながり、データ、テクノロジー等の多岐にわたる観点での社会活動を実施

「こどもめいしプロジェクト」

未就学児・小学校低学年の子供を主な対象として、オリジナル名刺の提供等を通じた教育支援を行っています。子供の「好きなこと」を「仕事」に変換したオリジナルの名刺を作り、名刺交換から始まる大人同士の出合いの意味や、あらゆる出合いに価値があること、また、人と共創する大切さをワークショップ形式等で伝えていきます。そのほか、名刺でつながる出合いを題材としたオリジナル絵本を配布し、読み聞かせから始まる親子のコミュニケーションの後押しも行っています。

「はじめての、めいし。」

子供の夢を「未来の仕事」として載せた、オリジナルの名刺が作成できるサービス「はじめての、めいし。」を無料で提供しています。子供がオリジナル名刺を家族や友達と交換することで、「自分の夢を語る」「親の仕事を知る」といった機会になり、自己肯定感の醸成や親の仕事への理解を深めるきっかけになることを期待しています。このサービスは、当社グループが実施しているファミリーデーや保育園でのワークショップ、協賛イベント等のさまざまなシーンでコミュニケーションツールとして活用されています。



「Sansan for NPO」

当社グループの提供するサービスを通じて、NPO法人の活動を支援しています。具体的には、数名規模から大企業、官公庁まで幅広く導入されている、法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」を、NPO法人が長く継続して利用できるように特別に料金プランをカスタマイズし、NPOプランとして提供しています。NPO法人が社会貢献

活動を行っていく上では、行政や支援者との長期にわたる関係構築が重要である一方、人脈管理へのリソースは潤沢ではないという課題があります。人脈の管理・共有に留まらず、名刺を起点としたさまざまな機能を備えた「Sansan」を導入しやすい料金プランで提供することで、NPO法人の社会貢献活動を後押ししています。

神山まるごと高専（仮称）設立支援

「テクノロジー×デザインで人間の未来を変える学校」をコンセプトに掲げる、神山まるごと高専（仮称）の設立支援を通じて、これからの世の中を変えていく起業家の育成を後押ししています。神山まるごと高専（仮称）は、ITやソフトウェアといった最先端テクノロジー教育や、アイデアを形にするUI・UXを中心としたデザイン教育、そして社会変革を生み出す起業家精神を育むカリキュラムを提供し、どのような世の中でも社会変革を起こす「モノをつくる力で、コトを起こす人」を育成します。当社グループでは、この設立支援に関する専門部署を設置し、これまでの事業で培ったマーケティングやデザイン、PR等の知見を提供することで、これからの未来を作る人材が、ビジネスインフラとして当

り前に当社グループのサービスを活用し、イノベーションを生み出していける世界を目指します。



「よいこ for CSR」

「よいこ for CSR」は、社員が企画・実施する公共性の高い活動を支援する取り組みです。社員3名以上のグループにおいて社会貢献活動を行う場合、CSR活動のための特別休暇の付与、活動費用の補助、全国にある各事業拠点の利用許可等といった補助制度を設けています。この取り組みは、CSV活動の一貫として、当社グループの社会的価値の向上と社員同士の交流を促進することによる生産性の向上を目的としています。

「ちょっとでもっと for ママ」

「ちょっとした工夫でもっとできることがあるかもしれない」をコンセプトに、育児休暇から復帰したママを対象として、子育てを人生設計に入れた仕事への向き合い方や工夫を伝える活動を行っています。社内のママによる座談会やウェビナーを通して、やりがいや失うことなく子育てと仕事の両立が可能となる工夫や発見をシェアしています。また、社内だけでなく、社外のママも対象としたセミナーの実施等、世の中のママが活躍しながらキャリア形成のできる環境作りを支援しています。

EBPM支援

当社グループのデータに関する研究開発を通して、行政機関によるEBPM（Evidence-based Policy Making：証拠に基づく政策立案）に向けた取り組みを後押ししています。EBPMとは、政策の企画をその場限りのエピソードに頼るのではなく、政策目的を明確化した上で合理的根拠に基づく政策を立案することです。個人を匿名化した「Eight」のビジネスネットワークのデータを利用規約で許諾を得ている範囲内で分析し、得られた知見や成果を政策の評価・検証等に重要な関連を持つ情報やデータ（エビデンス）として提供することで、行政機関による政策立案やその実施を支援しています。

「ビジネス関係人口」

その地域に住んでいる「定住人口」と観光に訪れた「交流人口」の中間の概念である「関係人口」は、地方創生におけるキーワードとされています。当社には社会科学をバックグラウンドとした研究員やデータサイエンティストが多数在籍しており、名刺交換に関する統計的データを基に、ビジネスでのつながりという観点から関係人口を捉えた「ビジネス関係人口」という独自の指標を開発・発表しています。「ビジネス関係人口」を用いることで、これまでの調査や統計データでは明るみにならなかった、地方市区町村が持つ外部のビジネスパーソンの関わりの度合いを明らかにし、地域おこし施策の効果検証や地域活性度のモニタリング等、地方創生に活かすための取り組みを行っています。

ガバナンスに関する取り組み

コーポレートガバナンス

経営の健全性や透明性の確保が可能な体制・仕組みを構築



社外取締役／監査等委員
横澤 靖子

社外取締役インタビュー

今期で社外取締役に就任してから4年目になります。私はこれまで弁護士として企業経営やM&Aに携わる中で培ってきた知見を活かし、主にガバナンス維持の観点から取締役会の議論に参加してきました。加えて、4名全員が社外取締役、うち3名が独立役員で構成される監査等委員会の委員長を務めています。監査等委員会では、メンバーが各々の職業倫理の観点で経営監視を行っており、そこで出た各種意見を集約し、取締役会へ提出しています。

当社は、2019年に東証マザーズに新規上場し、2021年には東証第一部に市場変更しましたが、これらコーポレートアクションへの準備を進めていく過程で、ガバナンスに

関するテーマは取締役会で活発に議論されてきました。例えば、女性活躍の推進や多様性の確保といった人材関連のテーマについては、私自身も子育て中の女性役員であることや、弁護士として労働案件に携わってきた経験から、知見を活かせる機会も多くあります。実際に、当社は働きやすい環境や育児保障に関する制度の整備等に積極的に取り組んでおり、現時点での制度は充実していると捉えています。女性の採用に関しては一部で課題を感じていますが、当社の職種のうち、開発分野においては、営業やバックオフィス分野に比べて女性の採用が進んでいません。この課題に採用活動を通じて向き合っていくことも重要です

が、これには、社会全体で理系出身の女性比率が低いことも影響していると考えられます。現在、当社ではこのような一段大きな社会課題に対しても向き合っており、テクノロジーやデザインをコンセプトの中心に据えた「神山まるごと高専(仮称)」の設立支援を進めています。このような活動が将来的に社会課題に対して効果的に作用してくることを期待しています。事業面に関する評価として、経営全般におけるスピードの早さは、当社グループの大きな強みとして挙げられると思います。主力事業である「Sansan」は、私が社外取締役として参画した時には既にサービスとしての基本部分は完成しており、いかにユーザーの利用価値を拡大していけるのか、そして、社会に対するサービスの普及率を高めていけるのが議論されている状況でした。その課題に対して、人材採用の強化や営業体制の見直し、大きな組織改編の実行等、適切な対策ができています。また、特にこのコロナ禍であっても、クラウド請求書受領サービス「Bill One」等の新しい事業を創出し、成長を実現できていることは評価できると感じています。

今後、プライム市場において高い評価を獲得していくには、まずは、業績の最大化が必要であると考えています。当社グループのクライアント企業のビジネスは海外で展開されているものも多く、当社グループのサービスを世界の取引でも、より利用できるものに進化させ、いずれは日本発のグローバル企業となっていくことを期待しています。また、ガバナンスのあり方については、新しい市場を創りながら急成長している分、事業フェーズに合わせて常に最適化していくことが求められるため、今後さらなる議論が必要になると考えています。経営の透明性と健全性を確保しながら、事業の執行スピードに合わせて、経営の監督強化と組織体制の見直しを継続的に行うことが重要です。

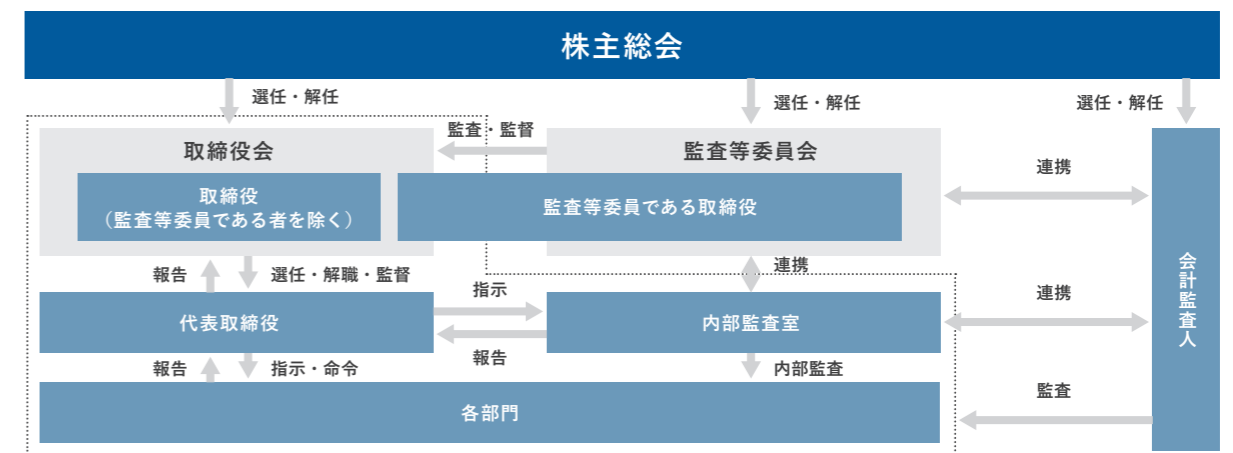
当社グループは、「ビジネスインフラになる」というビジョンを新たに掲げましたが、そのためには、まずは自らが新しい文化や習慣を生み出し、社会から高く評価される存在になる必要があると考えています。今後もこのことを強く念頭に置いた上で、持続的な企業価値の向上実現に向け、経営に携わってまいります。

コーポレートガバナンス体制

当社グループは、持続的な企業価値の最大化と社会への貢献を実現し、全てのステークホルダーから継続的な信頼を得ることが重要であると認識しています。このような考えの下、取締役による監督機能を強化することで、コーポレートガバナンスの一層の充実を図り、経営の健全性と透明性をさらに向上させることを目的として、当社は監査

等委員会設置会社制度を採用しています。監査等委員会の設置により、経営の意思決定と業務執行の監理監督において透明性を確保するとともに、取締役会において定めた「内部統制システムに関する基本方針」に基づいて内部統制システムを構築して運用の徹底を図り、コーポレートガバナンスの維持・強化に努めています。

コーポレートガバナンス体制図



ガバナンスに関する取り組み

取締役会

当社の取締役会は、監査等委員である取締役4名を含む取締役9名で構成されており、監査等委員である取締役は全員が社外取締役です。社外取締役には、他の会社の役員経験を有する者や企業法務及びコンプライアンスに精通する法律専門家等を招聘しています。各自の豊富な実務経験に基づく企業経営に関する知見を活用するとともに、より

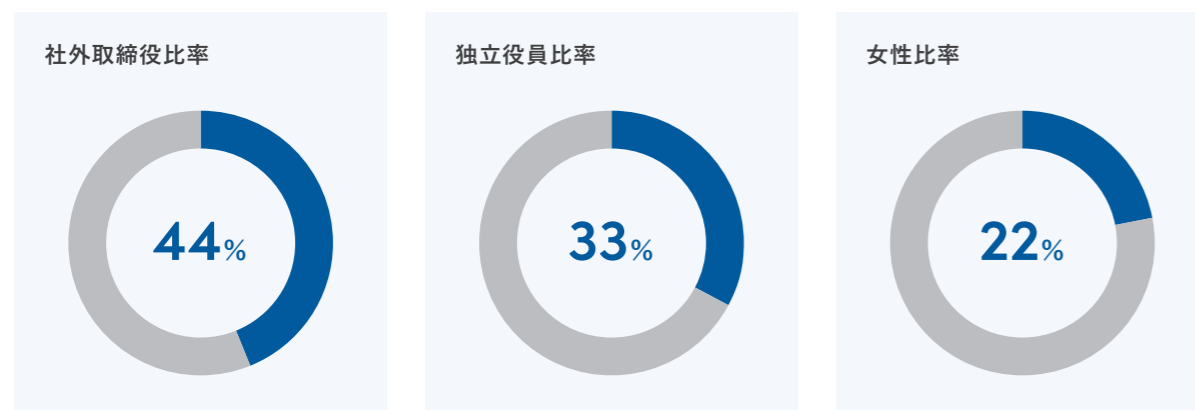
広い視野に基づいた経営意思決定と社外からの経営監視を可能とする体制作りを推進しています。取締役会は、効率的かつ迅速な意思決定を行えるよう、定時取締役会を原則毎月1回開催するほか、必要に応じて臨時取締役会を開催しています。社外取締役は、2021年5月期に開催された全ての取締役会に出席し、助言・提言を行いました。

監査等委員会

当社の監査等委員会は、監査等委員である取締役4名によって構成され、その全員が社外取締役であり、うち3名が独立役員です。監査等委員である取締役には、法務や会計、コンプライアンス等の専門知識を有する者や他の企業の役員経験を持ち、企業経営について独立した観点を有する者も含まれており、各々の職業倫理の観点で経営監視が行われる体制を整備しています。監査等委員であ

る取締役は、取締役会やその他において、取締役の職務執行について適宜意見を述べています。監査等委員会は、ガバナンスのあり方とその運営状況を監視し、取締役の職務の執行を含む日常的活動の監査・監督を行うため、監査計画に基づき監査を実施し、監査等委員会を毎月1回開催するほか、内部監査室及び会計監査人との会合を設け、監査に必要な情報の共有化を図っています。

取締役の構成（2021年8月末）



社外取締役・独立役員

監査等委員である取締役4名全員は、会社法における社外取締役であり、うち3名が独立役員です。社外取締役の選任に当たっては、他の会社の役員経験を有する者や企業法務及びコンプライアンスに精通する法律専門家等、

各自の豊富な実務経験や企業経営に関する知見を活かし、経営全般に対して意見具申が期待できる人材を選定する方針としています。2021年8月には、塩月燈子氏が新たに社外取締役(独立役員)に就任しました。

社外取締役の選任理由

横澤 靖子(社外/独立)

TMI 総合法律事務所 カウンセル弁護士としての企業法務やコンプライアンス等に関する専門的な知識及び経験を有しており、当社の新規事業戦略等に係る法的整理をはじめとした法律的側面からの意見具申等を期待して社外取締役に選任しています。また、独立役員として指定しています。

赤浦 徹(社外)

インキュベイトファンド(株)のゼネラルパートナーとして、ベンチャーキャピタル事業における長期の職務経験と他の会社における役員としての豊富な経験及びそれらを通じて培われた幅広い見識を有しており、経営全般及び企業投資に関する助言・提言を期待して社外取締役に選任しています。

石川 善樹(社外/独立)

予防医学・行動科学研究者としてのデータサイエンス領域、人材戦略及びサステナビリティ等に関する専門知識と、事業会社での職務経験を有しており、これらを通じて培われた多角的な観点での意見具申等を期待して社外取締役に選任しています。また、独立役員として指定しています。

塩月 燈子(社外/独立)

会計士補資格並びに法務博士(専門職)の学位を持ち、(株)サイバーエージェントの取締役常勤監査等委員を務める等、事業会社における豊富な経験等を有しており、多様性も含めた有意義な意見具申を期待して社外取締役に選任しています。また、独立役員として指定しています。

取締役会の実効性評価

取締役会では、経営に対する期待役割を評価する取り組みとして取締役会実効性評価を行い、取締役会が評価

結果に基づきながら自らPDCAサイクルを回すことにより、コーポレートガバナンスの高度化を図っています。

2021年5月期における評価プロセスと結果

全取締役を対象として取締役会等の実効性に関するアンケートを実施し、その調査結果について監査等委員会による協議及び意見表明を得た上で取締役会にて調査結果の審議を行い、認識の共有及び改善方針を決定しました。2021年5月期における調査結果では、「取締役会等の責務」「取締役会の規模と構成メンバー」「取締役会の開催頻度等」「取締役会の意思決定プロセス」及び「取締役会に提供され

る情報の品質」については適切または概ね適切であると評価する意見が多く、取締役会の実効性は確保されていると判断しました。その上で、取締役に対するトレーニング等の体制強化や取締役会付議事項の見直し等による取締役会審議の深化を図っていくことが必要であるとの見解を踏まえ、改善計画の策定等を通じて実効性向上に向けた継続的な取り組みを行ってまいります。

報酬の決定プロセス

監査等委員である取締役の報酬額は、株主総会において決議された報酬総額の限度内で、監査等委員全員の協議により決定しています。また、これまで取締役(監査等委員である者を除く)の個別報酬等の内容決定については、

代表取締役へ委任していましたが、その方法を変更し、2022年5月期以降は、取締役会の決議により決定します。なお、あらかじめ決議する内容について独立役員へ諮問し、答申を受けることとしています。

報酬の構成

取締役の報酬等については、原則月例の固定報酬として、業績向上に対する意欲や士気を一層高めることを目的として導入したストックオプション制度に加え、当社グルー

プの中長期的な企業価値向上への誘因を目的として「新株予約権信託」及び有償の「業績目標連動型募集新株予約権」を導入しています。各対象者への付与数は、役職並びに期待役割等に応じて決定しています。

ガバナンスに関する取り組み

取締役一覧

| | | | | | | | | | |
|---------------------|--|---|--|--|--|--|--|--|---|
| |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 氏名 | 寺田 親弘 | 富岡 圭 | 塩見 賢治 | 大間 祐太 | 橋本 宗之 | 横澤 靖子 | 赤浦 徹 | 石川 善樹 | 塩月 燈子 |
| 役職 | 代表取締役社長／ 執行役員／CEO ^{*1} ／ 内部監査室 担当 | 取締役／執行役員／ CRO ^{*2} ／ビジネス統括本部 担当／Sansan Unit ゼネラルマネジャー | 取締役／執行役員／ CTO ^{*3} ／技術本部・ Eight事業部 担当 | 取締役／執行役員／ CHRO ^{*4} | 取締役／執行役員／ CFO ^{*5} ／総務法務部・ オフィス戦略部 担当 | 社外取締役／監査等委員 社外 独立 | 社外取締役／監査等委員 社外 | 社外取締役／監査等委員 社外 独立 | 社外取締役／監査等委員 社外 独立 |
| 経歴 | 三井物産(株)に入社。情報産業部門に配属された後、米国・シリコンバレーでベンチャー企業の日本向けビジネス展開支援に従事する。帰国後、社内ベンチャーの立ち上げや関連会社への出向を経て、2007年にSansan(株)を創業。 | 日本オラクル(株)に入社し、上海やバンコクを拠点にグレイターチャイナ(中国、香港、台湾)、東南アジア、インドのマーケット開拓を担当。2007年にSansan(株)を共同創業し、クラウド名刺管理サービス「Sansan」の事業を指揮する。現在はCROとして全社の事業収益を統括。 | (株)物産システムインテグレーション(現・三井情報(株))で、大手携帯キャリア向けのメールシステムの設計・開発責任者等を務めた後、2007年にSansan(株)を共同創業し、2012年から名刺アプリ「Eight」の事業責任者を務める。現在は、CTOとして全社の技術戦略を統括する。 | 人材系企業で採用コンサルティング事業の立ち上げを経験し、その後独立。取締役として採用領域のベンチャー企業立ち上げに携わる。2010年にSansan(株)へ入社し、営業部門のマネージャー、人事部長を務める。現在はCHROとして、人材価値を高めるための人事戦略を指揮する。 | 外資系証券会社に入社。東京及びニューヨークで約9年間勤務し、M&Aや資金調達のアドバイザリー業務に従事。その後、日本政策投資銀行のグループ企業で投資業務に携わり、2017年にSansan(株)へ入社。現在は、CFOとして財務戦略を指揮する。 | TMI総合法律事務所カウンセラー弁護士。2002年、第一東京弁護士会に登録し、TMI総合法律事務所に入所。大手IT企業への出向を経て、2017年から現職。2018年8月、Sansan(株)の社外取締役に就任。企業法務やコンプライアンス等に関する専門的な知識を有し、法律的观点を踏まえた提言を行う。 | インキュベイトファンド代表パートナー。日本合同ファイナンス(株)(現・ジャフコグループ(株))にて投資育成業務に従事後、ベンチャーキャピタル業を独立開業し、現在に至る。2007年8月、Sansan(株)の社外取締役に就任。経営全般についての提言を行う。 | 予防医学研究者、博士(医学)。行動科学やデータサイエンス等を専門とする一方、複数の事業会社で取締役として創業・経営に携わる職務も経験。2019年1月、Sansan(株)の社外取締役に就任。データ分析・活用領域における知見に加え、経営者観点を踏まえた提言を行う。 | (株)サイバーエージェント取締役。会計士補、法務博士(専門職)。日本航空(株)に勤務した後、(株)サイバーエージェントの常勤監査役を経て2017年から現職。2021年8月、Sansan(株)の社外取締役に就任。会計や法務の知見と事業会社での経験を通じ、監査や多様性の観点から提言を行う。 |
| 所有株式数 ^{*6} | 10,358,230株 | 1,040,000株 | 580,000株 | 22,000株 | 13,300株 | 0株 | 430,000株 | 0株 | 0株 |
| 取締役会出席状況 | | | | | | | | | |
| 2021年5月期 | 17回／17回 | 17回／17回 | 17回／17回 | 17回／17回 | 17回／17回 | 17回／17回 | 17回／17回 | 17回／17回 | - |
| 保有するスキル／多様性 | | | | | | | | | |
| 企業経営 | ● | ● | ● | ● | ● | | ● | ● | ● |
| データ領域・ 情報セキュリティ | ● | ● | ● | | | | | | |
| 財務・会計・法務 | | | | | ● | ● | | | ● |
| 人事・人材開発 | | | | ● | | | | ● | |
| 国際性 | ● | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | |
| ESG・SDGs | ● | | | | | | | ● | |

*1 CEO: Chief Executive Officer *2 CRO: Chief Revenue Officer *3 CTO: Chief Technology Officer *4 CHRO: Chief Human Resources Officer
*5 CFO: Chief Financial Officer *6 2021年5月末時点

企業・財務情報

会社情報*1

| | |
|--------|---|
| 商号 | Sansan株式会社 |
| 本社所在地 | 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-52-2 青山オーバルビル 13F |
| 拠点 | 支店：大阪、名古屋、福岡 サテライトオフィス：徳島、京都、福岡、北海道、新潟 |
| グループ会社 | Sansan Global Pte. Ltd. (シンガポール) Sansan Corporation (アメリカ) ログミー株式会社 |
| 設立 | 2007年6月11日 |
| 代表者 | 寺田 親弘 |
| 従業員数 | 954名(連結) |
| 資本金 | 6,312百万円 |

株式基本情報*1

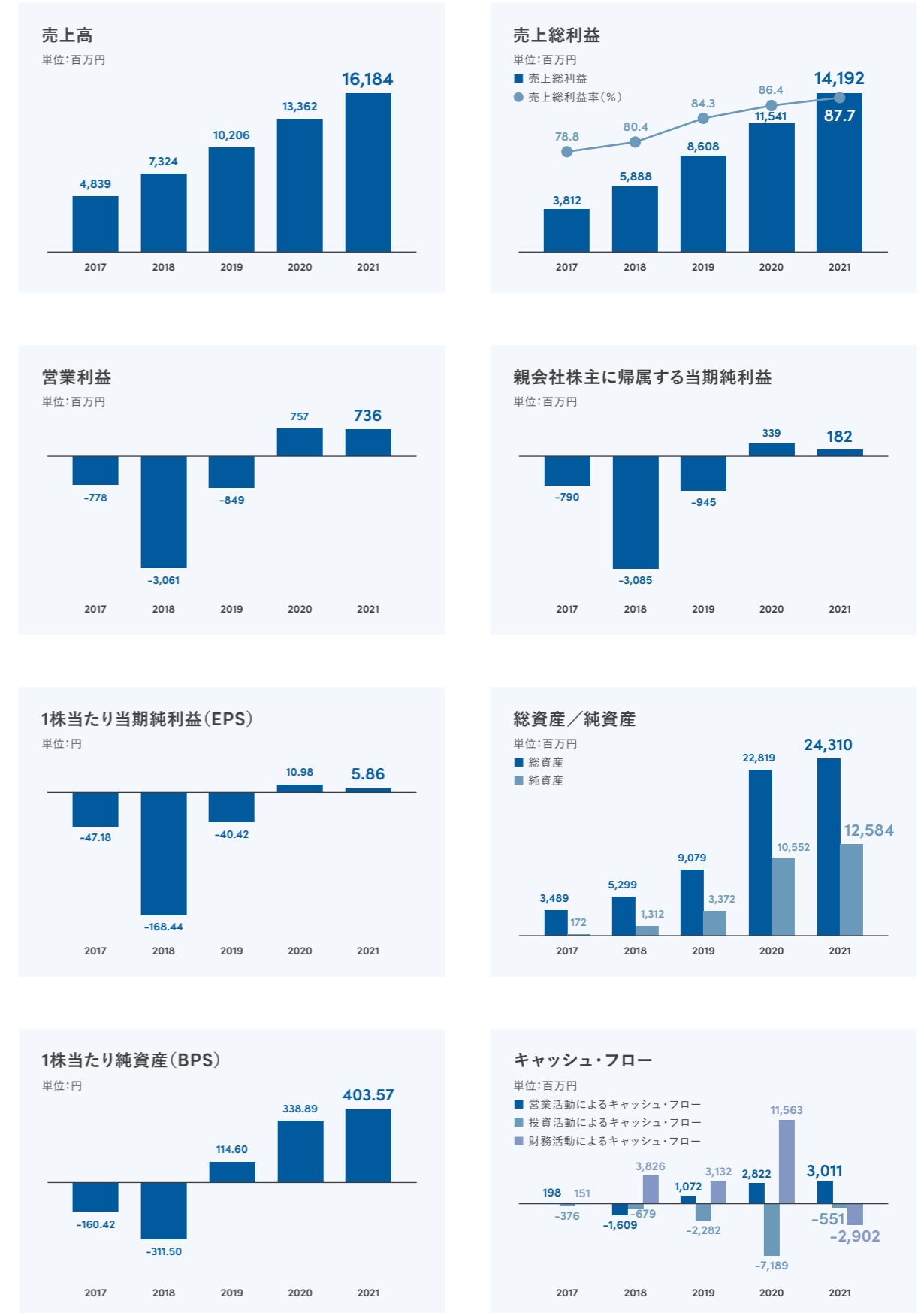
| | |
|---------|-----------------|
| 証券コード | 4443 |
| 上場証券取引所 | 東京証券取引所 市場第一部 |
| 事業年度 | 6月1日から翌年5月31日まで |
| 株主名簿管理人 | 東京証券代行株式会社 |
| 単元株式数 | 100株 |
| 発行済株式総数 | 31,183,645株 |
| 株主総数 | 3,197名 |

所有者別分布状況



*1 2021年5月末時点

連結財務諸表(各年5月期)



sansan
