

出会いからイノベーションを生み出す



- 企業理念

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

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



沿革

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、革新的なテクノロジーの開発や独創的なオペレーションの確立により、企業やビジネスパーソンが抱えるさまざまな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。当社が掲げるビジョン「ビジネスインフラになる」の実現に向けて、社会課題に根差した潜在的なニーズに応えるサービスの創出に尽力し、持続的な事業成長と企業価値の向上を追求しています。

2013年～2019年5月期

大型資金調達による投資の強化



2013年5月期

第三者割当増資により約5億円を調達

2014年5月期

「Sansan」のテレビCM第1弾を放送開始
商号をSansan株式会社へ変更
第三者割当増資により約14億円を調達

2016年5月期

Sansan Global Pte. Ltd. (シンガポール) 設立
第三者割当増資により約20億円を調達

2018年5月期

第三者割当増資により約42億円を調達

2019年5月期

第三者割当増資により約30億円を調達

2008年～2012年5月期

創業と事業立ち上げ

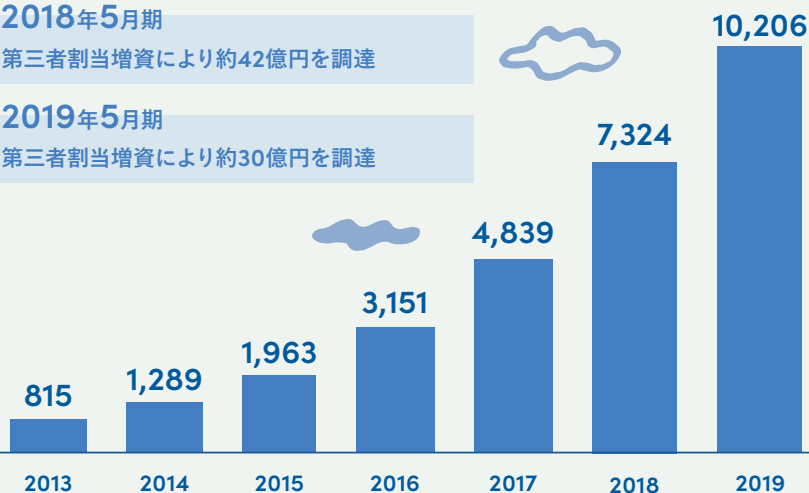
2008年5月期

三三株式会社(現Sansan株式会社)を設立

売上高(百万円)*1



2007年6月に創業し、社内で名刺情報を管理・共有可能なサービス「Link Knowledge (現Sansan)」の提供を開始しました。2012年5月期までは、資金調達の手段が限定的で、少ない資金で立ち上げに取り組みました。



2013年5月期からは、ベンチャーキャピタル市場が活性化し、未上場企業における資金調達の難易度が低下しました。この変化を捉えて、2019年5月期までに累計100億円以上の資金調達を行い、テレビCM等の広告宣伝活動を強化しました。第1弾として放映したテレビCMはアワードを受賞し、国内の注目を集める等、当社及びサービスの認知度向上に大きく貢献しました。

2020年～2023年5月期

ビジネス領域の拡大

2020年5月期

東京証券取引所マザーズに上場し、公募による募集株式発行により約21億円を調達
第三者割当増資により約47億円を調達

2021年5月期

ログミー株式会社をグループ会社化／東京証券取引所市場第一部に上場

2022年5月期

株式会社ダイヤモンド企業情報編集社をグループ会社化
東京証券取引所プライム市場に移行

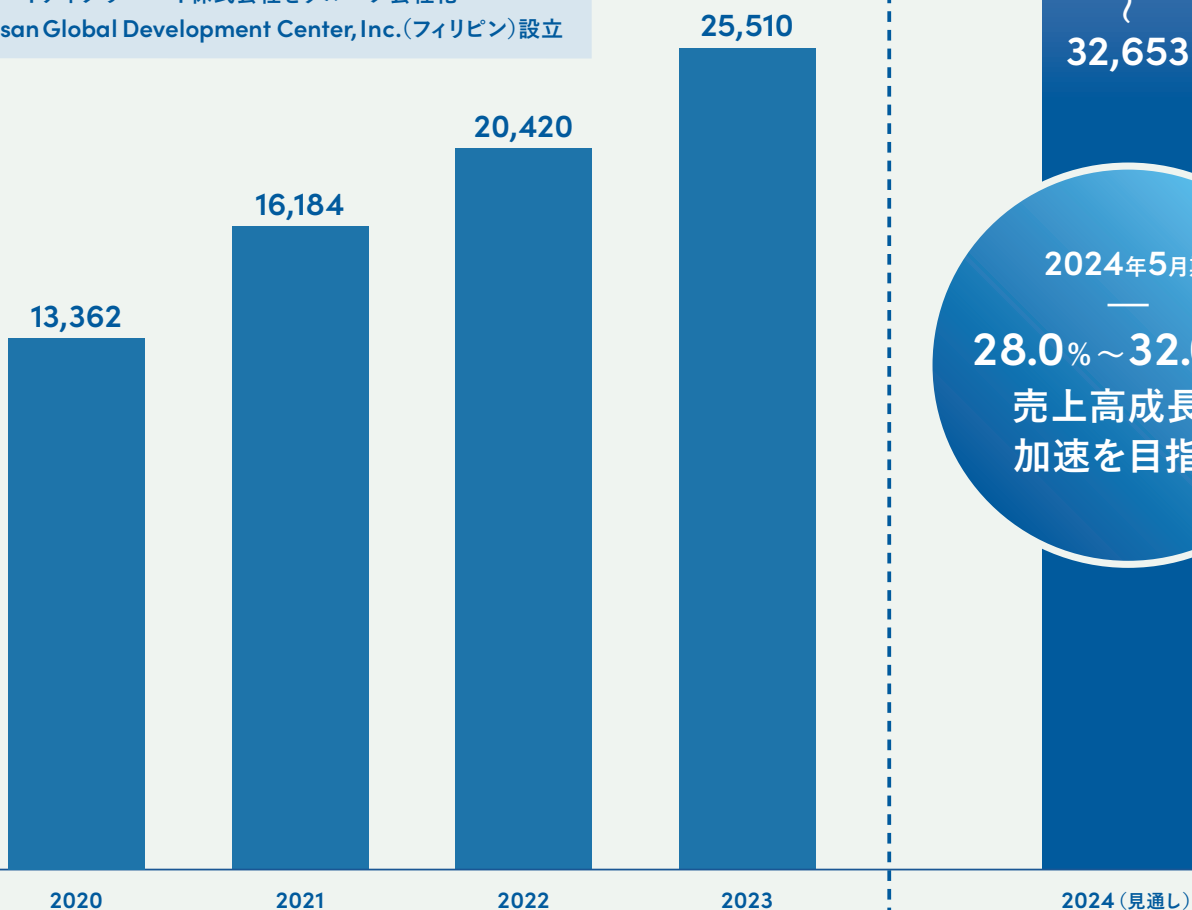
2023年5月期

クリエイティブサーベイ株式会社をグループ会社化
Sansan Global Development Center, Inc.(フィリピン)設立

2024年5月期～

2024年5月期

株式会社言語理解研究所を
グループ会社化



2024年5月期
—
28.0%～32.0%増
売上高成長の
加速を目指す

2020年5月期に東証マザーズ市場に上場した後、現在は東証プライム市場に属しています。2020年以降、「Sansan」や「Eight」で培った技術やノウハウを活用し、請求書や契約書といったビジネス領域へサービスを拡大しています。2020年5月には請求業務分野においてインボイス管理サービス「Bill One」の提供を開始したほか、2022年1月には契約業務分野にて契約データベース「Contract One」を開始しました。その他、2023年6月には、「Bill One」のオプション機能として法人カード「Bill Oneビジネスカード」を搭載し、当社として初となるフィンテック領域に進出しました。

*1 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)



目次

02 企業理念 04 沿革 06 目次

第1章 ストーリー

10 CEOメッセージ 16 長期目標 18 重要課題(マテリアリティ) 20 価値創造モデル
22 経営資源と生み出した成果 24 ビジネスモデル 28 社会的価値

第2章 戦略

32 CFOメッセージ 36 中期経営方針 38 短期実績/計画 40 COOメッセージ
44 事業別戦略 52 CHROメッセージ 56 人的資本 62 CISO/DPO/技術本部長メッセージ
66 研究開発 68 情報セキュリティ 70 環境

第3章 ガバナンス

76 社外取締役メッセージ 80 コーポレートガバナンス 86 取締役一覧 88 コンプライアンス 90 リスクマネジメント

データ

93 ESGデータ 97 連結財務諸表 101 セグメント別業績 102 会社・株式情報

統合報告書2023

報告対象期間 | 2023年5月期(2022年6月1日から2023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、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によ

り、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。

編集方針

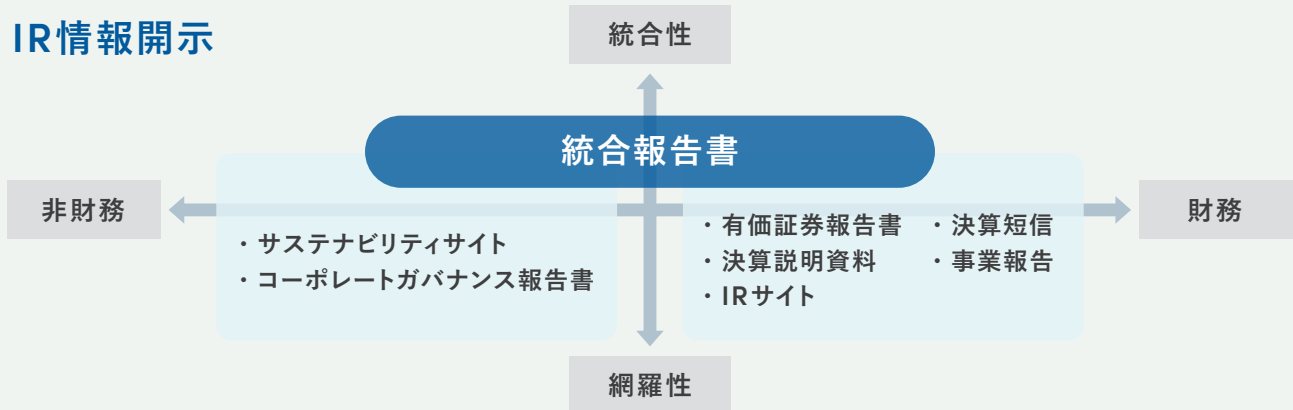
本統合報告書では、当社グループのミッション、ビジョンの実現に向けた価値創造ストーリーや事業活動の進捗について、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆さまにご理解を深めていただくために、統合思考に基づいて財務・

非財務両面からわかりやすくお伝えすることを目指しました。

なお、当社グループに関するより詳細な情報については、情報開示の網羅性が高い当社IRサイト、サステナビリティサイト等をご参照ください。



IR情報開示



参考ガイダンス

編集に当たっては、右記のさまざまなガイドラインを参照するとともに、ステークホルダーの皆さまのご意見・ご要望を聴取し、掲載の充実に努めました。

- 国際統合報告フレームワーク
- GRIスタンダード
- 価値協創ガイダンス
- WICIリソース
- TCFD提言
- SDG Compass
- SASBスタンダード

統合報告書2023のポイント

統合報告書2023では、当社グループの価値創造の営みをご理解いただくために、重要課題（マテリアリティ）を軸に、各種情報を長期・中期・短期のタイムラインで再構成しました。マテリアリティについては、2030年5月期の定量目標だけでなく、価値創造モデルや各種戦

略における位置付けを掲載しています。加えて、各取締役のメッセージでは、マテリアリティ目標の設定に至った背景や目指す姿等の想いについて紹介しており、持続的な企業価値向上に向けた当社グループ独自の価値創造ストーリーをお伝えできるよう工夫しました。

- これまでの統合報告書 -



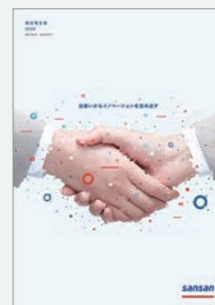
統合報告書2020

当社グループ初の統合報告書発行となる2020年版では、会社概要や戦略、経営基盤等について、簡潔に説明することを目指しました。



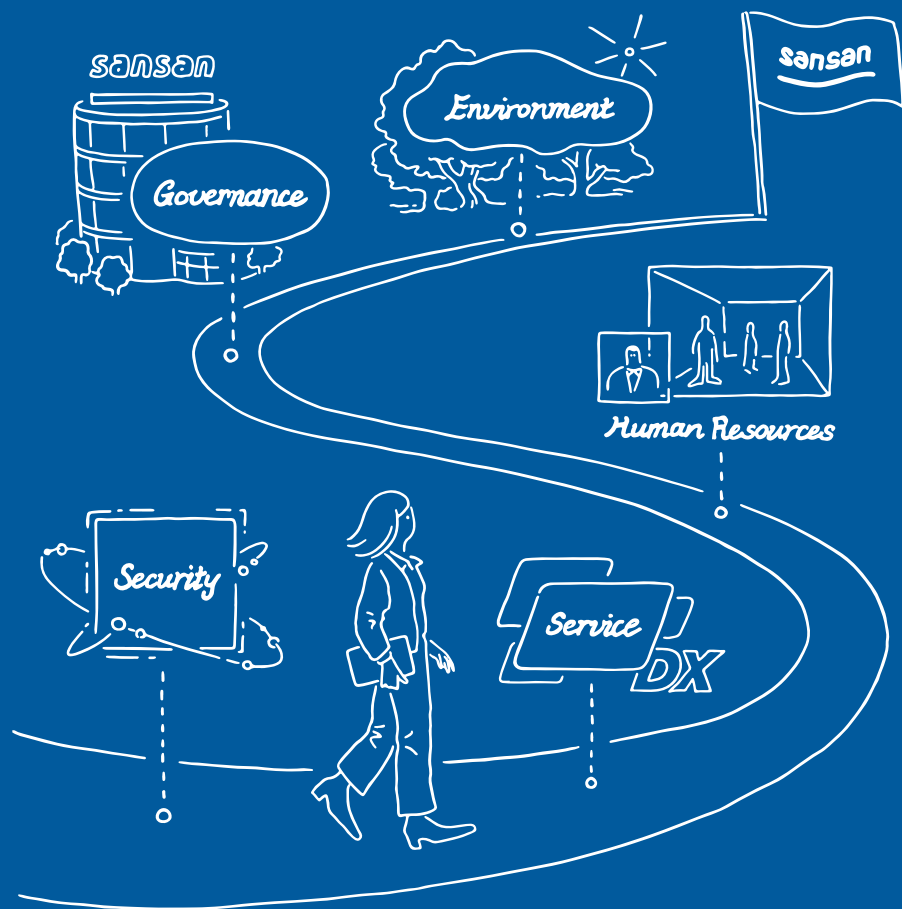
統合報告書2021

2年目の発行となる2021年版では、非財務情報の充実を目指して、サステナビリティ方針やESG関連の取り組みについて記載を強化しました。



統合報告書2022

3年目の発行となる2022年版では、価値創造ストーリーをより分かりやすくお伝えするために社内外のメッセージ等、生の声の掲載を強化しました。



第1章

ストーリー

第1章では、当社グループの持続的な企業価値向上に向けた営みについて、サステナビリティ上の重要課題（マテリアリティ）をストーリーの軸に据え、CEOメッセージをはじめ、長期目標や経営資源と生み出した成果、社会的価値等を価値創造モデルの枠組みに沿って記載しています。

CONTENTS

P10	- CEOメッセージ	P22	- 経営資源と生み出した成果
P16	- 長期目標	P24	- ビジネスモデル
P18	- 重要課題（マテリアリティ）	P28	- 社会的価値
P20	- 価値創造モデル		



- CEOメッセージ

代表取締役社長／CEO

寺田 親弘



売上拡大を再加速し、 一段高い成長ステージに入る

2023年5月期の振り返り

この1年は、世界人類にとってウィズコロナがポストコロナへと移り変わっていった端境期でした。一般的に、コロナ禍によってデジタルトランスフォーメーション(DX)全般には追い風が吹いたといわれています。しかし実際は、個々のサービスや商品の性質によって、取り巻く事業環境は大きく異なりました。当社グループの屋台骨であり、名刺管理サービスとして展開してきた「Sansan」は、人と人が対面でお会いする場面に依拠するサービスです。対面での接点が劇的に減少した向かい風の中、私たちは、本来なら10年くらいの年月をかけて実施するような大規模なプロダクト刷新を、コロナ禍の2年でやりきりました。「Sansan」は今、従来の名刺だけでなく、さまざまな出会いの接点を包含し、企業データベース

も搭載した、付加価値の高い営業DXサービスに進化しています。

昨年の統合報告書で私は、3年後、5年後に振り返った時に、コロナの時期が当社の成長にとって大きなターニングポイントになったと言えるようにしたいと申し上げました。振り返るには時期尚早であるものの、プロダクト刷新のタイミングが経済そのものの再開とも重なり、2023年5月期は下期以降、後半にかけてのほど、事業成長スピードが再加速している手応えを感じました。

また、この1年、社内で立てた目標を上回るスピードで急成長を続けたのが、インボイス管理サービス「Bill One」です。2020年5月にサービスをリリースし、コロナ禍での働き方改革という追い風を受けて事業を伸ばしてきましたが、直近では、2022年1月の電子帳簿

保存法の改正、2023年10月からのインボイス制度開始といった法制度の対応需要も相まって成長スピードが加速しています。ただし「Bill One」は、法制度対応のためではなく、その目的は、経理DXを通じて重要な月次決算の加速化を支援することです。「Bill One」の急成長はとても嬉しく思うだけでなく、導入いただいたお客様から月次決算が早まったという声を受ける都度、より本質的で大きな喜びを感じています。

「Eight」は、既に330万人超のユーザーを有し、「Eight」から得られるデータを「Sansan」の中でも活用できる点で、単純な売上高のドライバーとしてではなくインフラ的存在として価値を創出しています。そこで今後は、売上高成長よりも早期の収益化を重視することを事業戦略に掲げました。

2024年5月期の方針

今年7月には、通期の売上高見通しを前年同期比28%増～32%増と発表しました。3割規模の売上高成長率を公表できたのは実に4年ぶりです。これまで事業規模を拡大してきた中、「Eight」については売上高成長から利益重視に方針転換することも織り込んだ上で、2024年5月期は成長の再加速をしっかりと形にすることを示しました。と同時に、この成長率が単年で終わらず、今後の標準値となるようなデリバリーを示せるかが問われる1年だと認識しています。

そのために、まず優先的に取り組んだこととして、事業体制の見直しを行いました。コロナ禍になる前までは個々の事業部制で組織を運営していましたが、コロナ禍では、急成長する「Bill One」に「Sansan」のビジネスリソースを寄せる形でリソースの最適化を図る営業体制へと変更しました。しかし、プロダクト刷新後は、「Sansan」の新規受注金額が四半期での過去最高額を更新する等、ビジネスシーンでの「Sansan」が、単なる名刺管理としてではない形、営業活動をDXするサー

ビスとして受け入れられていることを確認しています。より一層、攻めていける環境になった。この確信の下、今年6月に組織を再編し、従来の事業部制に戻しました。コロナ禍での「最適化」から、「最大化」を追求する今回の営業体制の変更は、まさに私たちが今、感じている成長再加速への手応えを表したものであり、連結売上高の大半を占める「Sansan」の寄与によって、再び会社全体として成長が加速するステージを迎えていることに、心が熱く奮い立つ気持ちです。

“ 一步一步前進する積み重ねにより、 非連続な成長を実現する ”

中長期的な成長に向けて

2007年の創業から立ち上げ期までを第1フェーズとし、そこから大型資金調達によって投資の強化を図った、株式上場するまでの期間を第2フェーズ、2019年に果たした株式上場後の時期を第3フェーズと、これまで一步一步、薄皮を積み重ねるようにして歩みを進めてきました。私自身は常に、非連続な成長をしたいと強く思っていますが、非連続な成長を実現するための取り組み自体は、一步一步前進する連続の積み重ねです。しかし今、踏みしめる一歩には、これまで以上にこの方向で間違いはないという確信が込められ、歩を進めるスピードや一歩で踏みしめ

る面積が広がっていく、そうした感覚も覚えています。これからの成長再加速によって、私たちはこの第3フェーズからさらに一段高い新たな第4フェーズに入る。偶然にも来年予定する本社移転も重なり、定性的にもそうしたタイミングにあると感じています。

2023年6月には、「Bill One」のオプション機能として「Bill Oneビジネスカード」をリリースしました。「Bill One」のリリース当初から、社内KPIの1つとして「Bill One」上で飛び交う請求書の金額を追いかけてきましたが、2023年4月時点でその年額は16兆円規模に達しています。これだけのポ

リუმのトランザクションを扱うサービスとして、顧客により付加価値の高い機能を提供できないか。そう模索する中で「Bill Oneビジネスカード」を生み出し、当社初となるフィンテック領域に進出しました。経理の現場では、領収書や請求書等の証憑回収に加え、証憑とクレジットカード利用明細とを照合するというアナログ業務に時間を要しています。法人カード決済での照合作業が月次決算の迅速化を阻害している。こう結論を出し、「Bill One」機能の1つとして「Bill Oneビジネスカード」の提供を始めました。法人カードとして捉えれば、市場に多々競合となるサー



ビスはありますが、「Bill One」のお客様に対する付加価値のあるオプションという位置付けでは競合はいません。月次決算を加速するカードとして、既に既存のお客様に受け入れられていますが、本格的にこの事業が飛躍するのはこれからです。もちろん、法人カードによる決済金額が10倍、100倍へとスケールしていく過程では、バランスシ-

トへの負荷も変化しますが、市場で確立された法人カードビジネスのプラクティスから対処ポイントを押さえ、適切なリスク管理体制を構築することで事業の成長を支えています。

当社のサービスラインアップには「Sansan」「Bill One」「Eight」のほか、あらゆる契約書をデータ化し、全社の資産としての活用を促進する契約デー

タベース「Contract One」が加わりました。成長の柱として育てるには、それぞれ乗り越えなければならない壁もあります。しかし乗り越えたその先には、これらサービスが一体化したプロダクトを創出したいと思いますし、そこへ向けてどのように進めるかは、中長期で検討する1つのテーマだと認識しています。

サステナビリティを重視した経営

2023年5月期は、サステナビリティに対する当社の姿勢を本格的に明確化した1年でもありました。まず、5つの分野で10の重要課題（マテリアリティ）を特定し、それぞれのマテリアリティを担当する取締役をマテリアリティオーナーとして配置しました。また、各マテリアリティに対する定量的な目標も定めました。サステナビリティと経営との統合は、ようやく入り口に立ったところと認識しており、今後さらに取り組みを加速したいと考えます。

10のマテリアリティの中で、私がオーナーとなっている分野は「事業活動を通じた自然環境の保全」です。気候変動問題への対応に向け、2030年までのスコープ1とスコープ2における

カーボンニュートラルを目標に掲げるとともに、自然資源の効率的活用に関しては、当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数を1.2億件に伸ばすことを目標に設定しました。

地球環境の問題は、事業云々ではなく、我々人類そのものの生死を分ける課題です。今の世の中にあって、このテーマを「どうでもいい」と考えるはずはなく、環境施策が重要であることに疑いようはありません。2030年5月期の目標を設定する過程では、カーボンニュートラルを目指すのか、50%削減からスタートするのかといった議論も社内でありましたが、当社のようなクラウドソフトウェアを提供するITサービスのビジネスモデルは、他の業種・業

界に比べると二酸化炭素排出量は大きくありません。別の言い方をすれば、早期のカーボンニュートラルを目指す事業構造に大きな苦痛が発生するというわけではない。であれば当然のように、私たちは2030年の目標達成にしっかりとコミットしよう。まずはその強い決意を示し、精緻に実現に向けた取り組みを実行していきます。また、サステナビリティを経営に取り込む過程で、当社サービスが社会におけるペーパーレスの促進にもつながることを再認識しました。事業を伸ばすことが社会のサステナビリティへの貢献につながる。そのKPIとして、ペーパーレス機能の利用件数目標を、かなりチャレンジングな水準で設定しました。

100年先の未来像

サステナビリティでは2030年を見据えて目標を設定しましたが、より長期の、例えば100年後の当社グループについても思いを巡らすことが増えていきます。5年後や10年後ではなく、自分が会社に存在することのない100年後を考えることで、意外にもいろいろなことが見えてきます。その過程で当社の存在意義（パーパス）を考える機会も格段と増えました。

当社グループはミッションドリブンの企業であることをとても大切にしています。果たすべき使命「ミッション」には「出会いからイノベーションを生み出す」を掲げ、目指すべき姿を示した「ビジョン」として「ビジネスインフラになる」ことを全社員と共有しています。ほかにも行動規範や価値観を表した「パリューズ」、仕事をする上での大前提としての「プレミス」等があります。これら企業理念の言葉そのものは、全社で議論しながら何度も改訂を重ねて今の形となっており、今後も時代の変化に応じて変えていくことを是としています。

現時点で描く未来の当社像は、ビジョンで掲げたように、お客様にとって

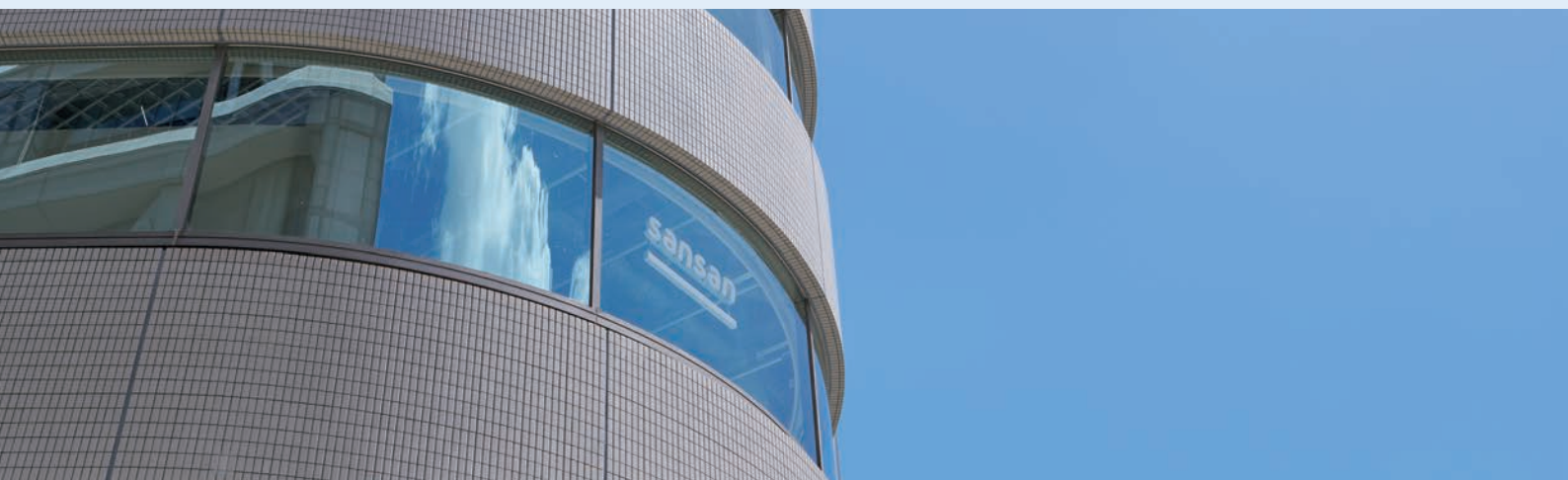
のビジネスインフラである姿です。しかし「ビジネスインフラをください」というお客様はどこにもいません。お客様が当社サービスを利用し、その価値を認め、利用の度合いが積み上がり、その結果として「Sansanのサービスがないとビジネスが回らない」と思われる。そうしたビジネスの可用性に影響を与えるほどの質感で、日常のビジネスインフラとなる姿を志向しています。

では、そのような姿をどのように達成していくのか。私は、社会やビジネスシーンに対して、新たな価値を生み出す提案をし続けることだと考えます。今でこそ「名刺管理」も1つの市場として認知されるまでになりましたが、そもそも私の周りで名刺管理に困っている人が多いという身近な課題から、「名刺をデータ化して企業として共有管理したほうが良くないか？」という提案を生み出し、それが形になって「Sansan」が誕生しました。「Bill One」も、「Sansan」で培った名刺のデータ化オペレーションのノウハウを活用して請求書という新しいテーマに適応させ、1つのマーケットにまで発展した。これ

が私の感覚です。神山まるごと高専の設立も、新たな価値創出につながる提案の1つです。誰かが新しい提案をし、それを形にして確たるものにする。これは、100年後にも通じる存在意義のようにも感じます。これまでにない新たな価値を生み出す、その提案を積み重ね、形にし続け、その結果として、ビジネスインフラとしての質感にたどり着く。これが実現できれば本望です。

そして100年後には、「上場企業」「ITサービス」という相対的な位置付けを持ちながらも、その領域で絶対的な存在感を示す、オリジナリティにあふれた企業になりたい。常に、私たちにしか提供できない独自の顧客体験を生み出し、その価値と同時に、圧倒的なオリジナリティで、比類ない存在感がグローバルで出ている。そんな企業を目指したいと思います。

実際、グローバル市場では、シンガポール、タイ等で「Bill One」を軸に展開を始め、既にユーザーがつき始めています。グローバル市場における成長へのチャレンジも、中長期では確実に実行していきます。





社会やビジネスシーンに対して、 まだ世の中になくサービスを提供し、 課題を解決する



価値創出の源泉

当社が中長期で価値を生み出す力には、「新たな提案をする力」と「提案内容を実際に体験として届ける馬力」があります。この新たな価値を生み出すプロセスの中に、「他社のあの事業は順調そうだ」とか「これからの時代はこの事業が伸びる」といった、トレンドに賭ける感覚は皆無です。むしろ真逆のスタンスで、まだ世の中になく自分たちの提案を実現し、そのことで価値を生むことの意味合いや面白さを噛みしめて仕事をしています。

ことITサービスの世界では、米国等の海外企業が先行しており、日本にある多くのITサービスは、海外の既存サービスの日本版と称されることがあります。しかし、当社サービスは全く違う。それゆえ、初めて当社を知る方に、

当社の事業内容や提供価値について説明する際、苦労することもあります。「海外にはまだないサービスを提供している」という点では理解をされやすい側面もあります。

まだ世の中になくサービスを提供し実現していく。このことに面白みを感じる人材がSansanに集まっているのも大きな力です。先駆的な取り組みは、実現しようと思うと強烈な実行力がないと難しいものです。しかし私たちには、これまでそれを形にした実績と、形にし続ける馬力がある。アイデアがあり、その延長線上にそのアイデアを実現する馬力を持った人材がいることが、当社グループの価値創出の源泉です。

こうした人材を採用し育成することは、中長期的な成長を果たすために、

最も重要な経営課題であり、全社を挙げて優先的に取り組んでいます。と同時に、私は100年後のSansanを思い描きながら、サクセッションプランについても検討する必要性を感じています。2023年5月には指名報酬諮問委員会を新設しましたが、そこでの議論とは別に、執行側でもサクセッションに関する考え方を固めるべく、他社での創業者によるサクセッション事例等も研究し始めています。一方で、当社を創業して16年、一步一步、山を登りながらもまだ山頂は見えていません。後継者育成についての検討を進めるものの、創業者として経営をリードし、「ビジネスインフラ」になるべく、Sansanを成長させたいという思いや強い責任は、変わらず熱くもち続けています。

ステークホルダーの皆さまへ

さまざまなステークホルダーの皆さまと対話を重ねる中で、特に資本市場で当社に対する理解が深い方々から、当社の独自性を高くご評価いただいていることを大変ありがたく思います。オリジナルな提案を形にすることを事業として手がける企業として、今後もそ

のオリジナリティに注視いただきたいと考えます。

コロナ禍での取り組みが明確な手応えに変わった今、これから売上高成長を再加速させます。DX全体への追い風は今も続いており、この成長市場の中で、当社グループにしかできない付

加価値を常に追求していきます。ステークホルダーの皆さまには引き続きご支援をいただけますようお願い申し上げます。

代表取締役社長／CEO

寺田 親弘

長期目標

当社グループが掲げるビジョン「ビジネスインフラになる」の実現に向けて、財務の長期目標として「堅調な売上高成長の継続とそれを上回る利益成長の実現」を目指します。また、非財務的な指標として重要課題（マテリアリティ）の2030年5月期における定量目標を定めており、達成に向けて取り組みを進めています。

2023年
5月期
実績

2024年
5月期
業績見通し

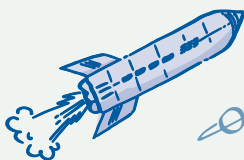
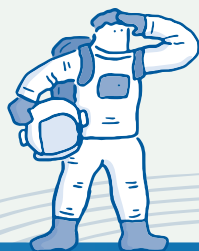
2025年
5月期
(中期財務目標)

中期財務目標(2023年5月期～2025年5月期)

財務目標	連結売上高	<ul style="list-style-type: none"> 22,510百万円 前年同期比+24.9% 	<ul style="list-style-type: none"> 32,653百万円～33,674百万円 前年同期比+28.0%～+32.0% 	20%中盤以上の成長率の継続
	調整後連結営業利益	<ul style="list-style-type: none"> 942百万円 前年同期比+28.9% 	<ul style="list-style-type: none"> 1,240百万円～1,852百万円 前年同期比+31.7%～+96.6% 	
	調整後連結営業利益率	<ul style="list-style-type: none"> 3.7% 前年同期比+0.1pt 	<ul style="list-style-type: none"> 3.8%～5.5% 前年同期比+0.1pt～+1.8pt 	毎決算期における利益率の向上
重要課題 (マテリアリティ)	セキュリティと利便性の両立	<ul style="list-style-type: none"> 重大なインシデント発生件数 0件 個人情報保護士取得率 88.0% 		
	革新的なDXサービスで働き方を変革	<ul style="list-style-type: none"> 当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数^{*1} 1.9億件 当社サービス利用者数^{*1} 573万人 		
	人材の多様性を尊重し、イノベーションを生み出す	<ul style="list-style-type: none"> リファラル採用比率 12.0% 「Unipos」^{*2}投稿率 59.6% 女性管理職比率^{*3} 17.8% 女性社員比率^{*3} 34.9% 		
	急速な事業成長を支える強固な経営基盤の確立	<ul style="list-style-type: none"> 女性取締役比率 22.2% 重大なコンプライアンス違反件数 0件 コンプライアンス関連の研修受講率 100% 		
	事業活動を通じた自然環境の保全	<ul style="list-style-type: none"> スコープ1+2^{*4} 851t-CO₂ 当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数^{*1} 0.1億件 		

*1「Sansan」「Bill One」「Contract One」「Eight」における該当実績を集計しています。 *2 Unipos株式会社が提供するピアボーナスを軸とする全従業員参加型のプラットフォームサービスです。

*3 当社の単体実績を記載しています。 *4 スコープ1は、当社が所有するオフィスや設備において直接排出されたGHG排出量を集計しています。スコープ2は、各オフィスにて購入した電力や熱エネルギー等の使用を通じて間接的に排出されたGHG排出量を集計しています。



2030年5月期

長期目標

堅調な売上高成長の継続と それを上回る利益成長の実現

- 重大なインシデント発生件数 0件
- 個人情報保護士取得率 80%以上の維持

- 当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数 5億件
- 当社サービス利用者数 2,000万人

- リファラル採用比率 35%
- 「Unipos」投稿率 80%
- 女性管理職比率 30%以上
- 女性社員比率 45%以上

- 女性取締役比率 30%以上
- 重大なコンプライアンス違反件数 0件
- コンプライアンス関連の研修受講率 100%

- スコープ1+2 カーボンニュートラル
- 当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数 1.2億件

事業成長と 持続可能な 社会の実現を 両立する

Vision

ビジネスインフラになる

重要課題（マテリアリティ）

当社グループでは、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ものと考えています。このような考えの下、当社グループを取り巻く事業環境や経営状況、事業ステージといったさまざまな要素を考慮した上で、全てのステークホルダーとの協働・連携を通じ、サステナビリティの実現に向けた各種活動を推進します。

重要課題（マテリアリティ）の取り組み

当社は、2022年6月の取締役会において、環境・社会・ガバナンスの面で当社グループが優先的に取り組むべき重要課題（マテリアリティ）を特定し、2023年には各課題について、2030年5月期における定量的な目標を設定しました。また、当社取締役が各重要分野のマテリアリティオーナーの役割を担うことで、課題解決に向けた責任を明確にしました。各マテ

リアリティオーナーの監督の下、目標達成に向けた施策の検討や進捗管理等を行い、重要事項については取締役会で議論し、決定します。

本業を通じて、これらの課題解決に取り組むことで、国連で採択されたSDGs（持続的な開発目標）達成への寄与、ひいては持続可能な社会の構築へ貢献していきます。

重要課題（マテリアリティ）の2030年5月期目標

重要分野	重要課題	評価指標 及び2030年5月期目標 ^{*1}	関連する SDGs	マテリアリティオーナー	
(1)	セキュリティと利便性の両立 利便性を確保した上で、全役職員を対象としたデータプライバシーの保護や情報セキュリティ対策を講じ、安全性の高いサービス提供を安定的に行います。	1. 安全かつ安定的なインフラサービスの提供 2. データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底	<ul style="list-style-type: none"> 重要なインシデント発生件数 0件 個人情報保護士取得率 80%以上の維持 		 取締役／執行役員／CISO／DPO／技術本部長 塩見 賢治 (→p.62 CISO/DPO/技術本部長メッセージ)
(2)	革新的なDXサービスで働き方を変革 ビジネスインフラになるべく、当社の強みであるデータ化技術を活用し、社会・経済の生産性を大きく向上させる革新的なDXサービスの開発・提供に取り組めます。	3. 生産性向上に寄与するDXサービスの推進 4. 革新的なビジネスインフラの創造	<ul style="list-style-type: none"> 当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数^{*2} 5億件 当社サービス利用者数^{*2} 2,000万人 		 取締役／執行役員／COO 富岡 圭 (→p.40 COOメッセージ)
(3)	人材の多様性を尊重し、イノベーションを生み出す 出会いの力でビジネスの課題解決につながるイノベーションを生み出すため、多様性に富んだ全ての人材が活躍できる機会の創出や環境の整備を推進します。	5. 人材の採用・育成・活躍推進 6. ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進	<ul style="list-style-type: none"> リファラル採用比率 35% 「Unipos」^{*3} 投稿率 80% 女性管理職比率 30%以上 女性社員比率 45%以上 		 取締役／執行役員／CHRO 大間 祐太 (→p.52 CHROメッセージ)

*1 当社単体の実績・目標を記載しています。 *2 「Sansan」「Bill One」「Contract One」「Eight」における該当実績を集計しています。

*3 Unipos株式会社が提供するピアボーナスを軸とする全従業員参加型のプラットフォームサービスです。

(4)	<p>急速な事業成長を支える 強固な経営基盤の確立</p> <p>コーポレートガバナンスの強化やコンプライアンスの徹底により、事業成長を支える経営基盤の強化を推進します。</p>	<p>7. コーポレートガバナンスの強化 8. コンプライアンスの徹底</p>	<ul style="list-style-type: none"> 女性取締役比率 30%以上 重大なコンプライアンス違反件数 0件 コンプライアンス関連の研修受講率 100% 		 <p>取締役／執行役員／CFO 橋本 宗之 (→p.32 CFOメッセージ)</p>
(5)	<p>事業活動を通じた 自然環境の保全</p> <p>DXの推進やペーパーレス化の支援、環境に配慮したサービスの導入等、事業活動を通じて気候変動問題への対応に取り組むことで、自然環境の保全を推進します。</p>	<p>9. 気候変動問題への対応 10. 自然資源の効率的活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> スコープ1+2^{*4}カーボンニュートラル 当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数^{*2} 1.2億件 	  	 <p>代表取締役社長／CEO 寺田 親弘 (→p.10 CEOメッセージ)</p>

重要課題(マテリアリティ)の特定プロセス

重要課題の特定プロセス①	重要課題の特定プロセス②	重要課題の特定プロセス③
<p>重要課題候補の選定</p> <p>SASB (Sustainability Accounting Standards Board) のガイドラインやSDGs (持続的な開発目標) におけるゴール・ターゲットを参照したほか、当社取締役や機関投資家との対話・議論等を通じて、当社グループに関連性が高い重要課題候補を選定しました。</p>	<p>課題の重要性評価</p> <p>プロセス①で選定した各課題について、「持続可能社会を実現する上での社会(ステークホルダー)にとっての重要性」と、「当社グループがビジョンの達成や事業成長を実現する上での重要性」の2軸の観点で、当社の全取締役が個別に評価を行いました。</p>	<p>取締役会での議論・決定</p> <p>プロセス②での評価結果について、取締役会で議論・審議を行い、5つの分野に整理される10の重要課題を特定しました。</p>

Sansanのマテリアリティに関する外部有識者コメント



野村證券株式会社
IBビジネス開発部 兼
サステナブル・ファイナンス部
エグゼクティブ・ディレクター

林田 稔

我が国の低い労働生産性という社会課題解決に向けて、Sansan株式会社は企業理念「出会いからイノベーションを生み出す」に基づき、同社のビジネスモデル「出会い×アナログ to デジタル」を通じて「社会全体のDX化」「生産性の高い企業活動」等の社会インパクトを生み出し、目指すビジョン「ビジネスインフラになる」を実現するという価値創造ストーリーを描いています。昨年、マテリアリティに関する取り組みを進めてきたことで、ステークホルダーに対して価値創造ストーリーを具体性を持って語るができるのではないのでしょうか。社会インパクト創出に直結する同社固有のマテリアリティと経営基盤となるマテリアリティのバランスも良く、各取り組みの実効性を担保すべく、マテリアリティオーナーと野心的な目標・指標を設定されたことは評価されると思います。「革新的なビジネスインフラの創造」というマテリアリティに取り組むことで、同社だけでなく社会においての重要なマテリアリティとなって、同社のビジョン実現に近づき、我が国の労働生産性が向上されることを期待しています。

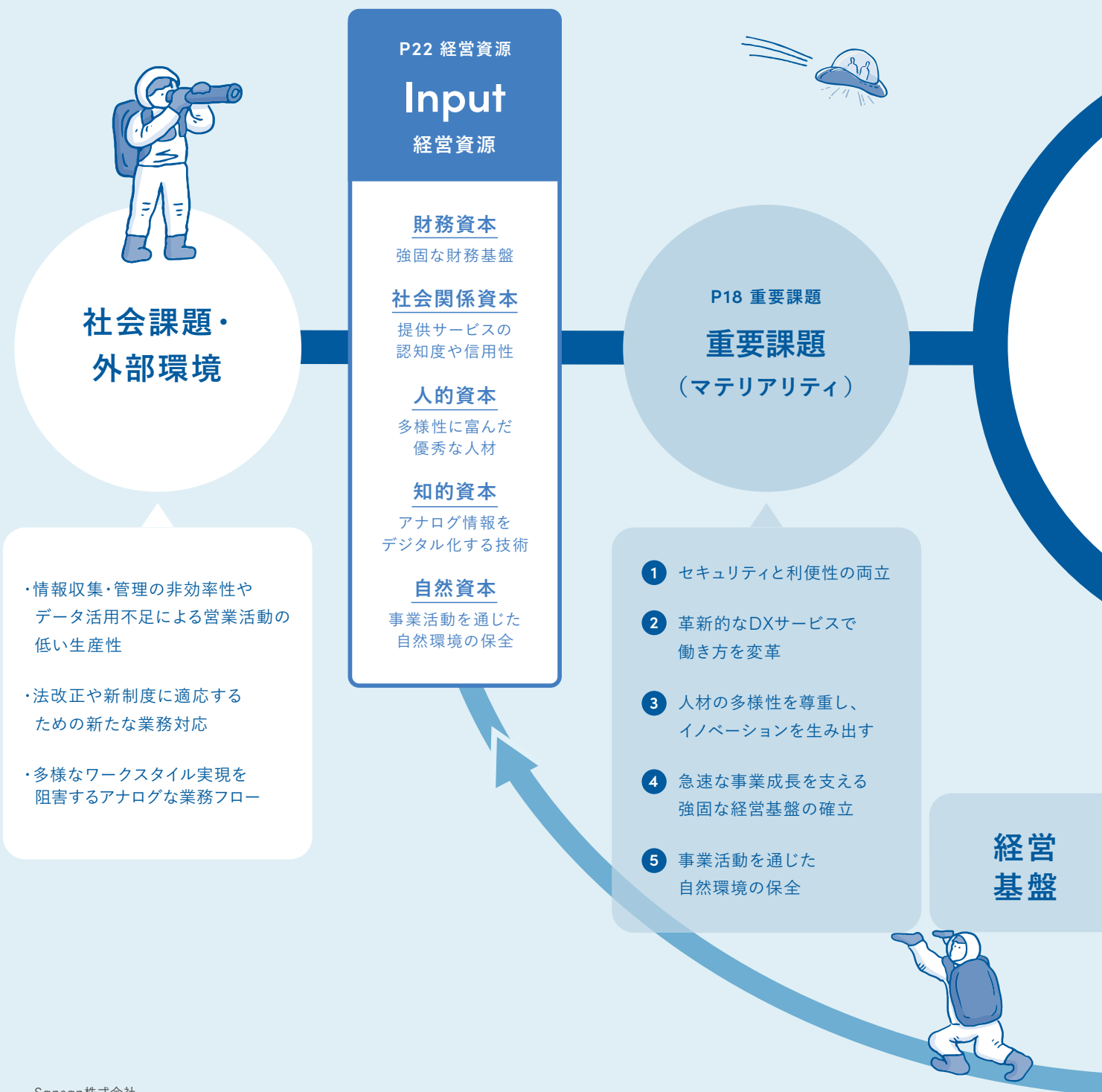
*4 スコープ1は、当社が所有するオフィスや設備において直接排出されたGHG排出量を集計しています。スコープ2は、各オフィスにて購入した電力や熱エネルギー等の使用を通じて間接的に排出されたGHG排出量を集計しています。

- 価値創造モデル

当社グループは、ミッションや重要課題(マテリアリティ)、経営基盤等に支えられたユニークなビジネスモデルに対して、人的・知的資源等の無形資産等を投入することで、企業やビジネスパーソン働き方を変えるDXサービスを生み出し、社会課題の解決に向かっています。これらの営みによる成果や社会への価値提供を通じて、ビジョンの実現を目指しており、継続的かつ持続的に価値創造が可能となるサイクルを構築しています。

P2 企業理念
企業理念

Mission 出会いからイノベーションを生み出す



P44 事業別戦略

Output 働き方を変えるDXサービス

P24 ビジネスモデル
Business Model

出会い
×
アナログ to
デジタル

Values Premise

sansan

BillOne
powered by Sansan

ContractOne
powered by Sansan

eight

P22 生み出した成果

Outcome

生み出した成果

財務資本

経済価値の向上

社会関係資本

サービスを通じた
提供価値の拡大

人的資本

多様な人材が
活躍する組織

知的資本

圧倒的な競争優位性

自然資本

環境への貢献

Vision

ビジネスインフラになる

P80 コーポレートガバナンス

P88 コンプライアンス

P68 情報セキュリティ

P90 リスクマネジメント

経営資源と生み出した成果

当社グループでは、掲げる重要課題(マテリアリティ)に向き合い、優秀な人材や高度な技術等のさまざまな資本をビジネスモデルに投入した結果、経済価値の向上をはじめとした多くの成果を創出しています。今後のさらなる成長実現のために必要な資源やその対応策、関連する重要課題について資本別に関係性を整理しています。

資本分類	財務資本	社会関係資本
Input 経営資源	強固な財務基盤 <ul style="list-style-type: none"> 資産合計 31,200百万円 現金及び預金 21,114百万円 株主資本 12,454百万円 	提供サービスの認知度や信用性 <ul style="list-style-type: none"> 「Sansan」の高い認知度 当社サービスに対する信用性
	<p>売上高成長率の最大化を目指し、成長機会に応じた機動的かつ積極的な投資が必要なフェーズであることから、強固な財務基盤を構築しています。事業成長と財務健全性のバランスを安定的に保ちながら、適切な投資戦略を実行しています。</p>	<p>2013年からの継続的なテレビCMの放映により、「Sansan」は国内におけるBtoBサービスの中で、高い認知度を獲得しています。また、これまでのサービス運営の実績により、当社が手がける各種サービスに対して、利用企業からの高い信用を獲得しています。</p>
Outcome 生み出した成果	経済価値の向上 <ul style="list-style-type: none"> 売上高 25,510百万円 5年間の年平均売上高成長率 28.3% 売上総利益率 85.6% 	サービスを通じた提供価値の拡大 <ul style="list-style-type: none"> 当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数^{*1} 1.9億件 サービス総利用者数^{*1} 573万人 サービス総契約件数 約1.4万件^{*2} 「Sansan」市場シェアNo.1^{*3} 「Bill One」市場シェアNo.1^{*4} 重要なインシデント発生件数 0件
	<p>連結売上高は「Sansan」の堅調な成長や「Bill One」の高成長等によって過去最高の実績となり、5年間の年平均成長率は28.3%となりました。また、事業運営の工夫等、原価の低減に取り組み、売上総利益率は80%中盤の高水準を維持しました。</p>	<p>働き方を変えるDXサービスの提供に向け、各サービスの機能強化や拡販に取り組んだ結果、主要サービスを通じたアナログ情報のデジタル化件数は1.9億件、利用者数の合計は573万人となりました。また、「Sansan」「Bill One」ともに順調に契約件数が増加し、No.1の市場シェアを獲得しています。</p>
不足資源と対応策	<p>現状の事業運営を行う上で必要な資金は十分に確保していますが、新たな事業の創出やM&A戦略の積極的な活用等により保有現預金以上の資金ニーズが発生した場合は、資源の不足が生じます。そのため資金調達手段の柔軟な選択を可能にし、財務基盤の強化を図る必要があります。</p>	<p>これまで当社サービスにおいて、重要なインシデントが発生したことはありませんが、重要なビジネスデータを扱う以上、常にサービスの信用性を高めていく必要があります。そのため、情報セキュリティをはじめとした各サービスにおけるリスク管理や対応策の整備を徹底的に進めています。また、当社グループの認知度やブランド力の強化に向けたマーケティング活動を行っています。</p>
関連する重要課題 (マテリアリティ)	<ul style="list-style-type: none"> 生産性向上に寄与するDXサービスの推進 革新的なビジネスインフラの創造 	<ul style="list-style-type: none"> 生産性向上に寄与するDXサービスの推進 革新的なビジネスインフラの創造 安全かつ安定的なインフラサービスの提供 データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底 コーポレートガバナンスの強化 コンプライアンスの徹底

*1「Sansan」「Bill One」「Contract One」「Eight」における該当実績を集計 *2「Sansan」「Bill One」「Contract One」「Eight Team」の有料契約件数の合計値 *3「営業支援DXにおける名刺管理サービスの最新動向2023」(2022年12月 シード・プランニング調査) *4 デロイト トーマツ ミック経済研究所「驚異的な成長が見込まれるクラウド請求書受領サービス市場の現状と将来」(ミックITリポート2022年7月号) *5 STEM部門の従業員数は、当社及び当社子会社のSansan Global Pte. Ltd.の正社員・契約社員のうち、エンジニア職、研究開発職、クリエイター職を対象として算

人的資本	知的資本	自然資本
<p>多様性に富んだ優秀な人材</p> <ul style="list-style-type: none"> • 連結従業員数 1,399名 • STEM部門従業員数^{*5} 420名 • 「Unipos」の利用^{*6} • セキュリティ意識向上に対する取り組み 	<p>アナログ情報をデジタル化する技術</p> <ul style="list-style-type: none"> • 99.9%の精度を実現するデータ化の仕組み • AI・画像認識技術 	<p>環境負荷低減に関する取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> • 当社サービスのペーパーレス機能の提供 • 植樹活動「Scan for Trees」
<p>価値創造の源泉は人材であると考え、優秀な人材の採用強化に努めています。また、社内で称賛された事例の可視化を通じ、会社文化の浸透や従業員のエンゲージメント向上を図っています。そのほか、情報セキュリティ対策として、全従業員に個人情報保護士資格の取得を義務付けています。</p>	<p>高い精度と早いスピードを実現しながらアナログ情報をデジタル化する技術は、当社サービス共通の強みです。AIや画像認識技術の開発、磨き込み等によってデータ化の仕組みをさらに改善することで、さまざまなビジネス領域にも応用可能となっており、展開事業の拡大に寄与しています。</p>	<p>当社グループでは、DXの推進やペーパーレス化の支援、環境に配慮したサービスの導入等、事業活動を通じて気候変動問題や自然資本の効率的な活用といった課題に取り組んでいます。</p>
<p>多様な人材が活躍する組織</p> <ul style="list-style-type: none"> • リファラル採用比率 12.0% • 「Unipos」^{*6} 投稿率 59.6% • 女性管理職比率^{*7} 17.8% • 女性社員比率^{*7} 34.9% • 個人情報保護士取得率^{*7} 88.0% 	<p>圧倒的な競争優位性</p> <ul style="list-style-type: none"> • 当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数^{*2} 1.9億件 • アナログ情報の自動デジタル化率 • 特許件数 10件(出願中 38件) 	<p>環境への貢献</p> <ul style="list-style-type: none"> • 当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数^{*1} 0.1億件 • スコープ1+2 GHG排出量^{*8} 851t-CO₂ • 累計植樹本数 14,787本(2023年9月時点)
<p>リファラル採用(社員による人材紹介)の活用等を通じた多様な人材の獲得や育成の強化に取り組んだ結果、SaaS営業やマーケティング活動において高いノウハウを保有する組織を構築しています。また、多様性を尊重し、働く環境の整備を進めてきた結果、女性管理職比率は17.8%、女性社員比率は34.9%となっています。</p>	<p>データ化の仕組みを支える各種技術の研究開発に取り組んだ結果、テクノロジーだけを用いた自動データ化率が向上したことに加え、サービスの普及拡大も進んだ結果、当社サービスの利用を通じたアナログ情報のデジタル化件数は1.9億件となりました。また、ビジネスデータの活用に関する研究開発にも取り組んでおり、各サービスの競争優位性を高めるさまざまな特許を取得しています。</p>	<p>サービスの普及拡大や環境負荷の低減につながる機能の利用促進に取り組んだ結果、当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数は0.1億件となりました。また、森や水等の自然環境を豊かにする取り組みとして、国内の被災地に対し植樹活動を行っており、2023年9月時点での累計植樹本数は14,787本となりました。</p>
<p>当社グループのこれまでの成長は、人材に支えられてきたものですが、今後のさらなる成長実現に向けては、優秀な人材をより多く採用していく必要があります。2024年5月期においては、約420名の採用を計画しており、経営の最重要課題として取り組んでいます。</p>	<p>今後、海外展開を含めたさらなるサービス拡大や新規サービスの創出を実現していくためには、既存技術の高度化のみならず、新たな技術を獲得していく必要があります。そのため、さまざまな分野における経験や知識を保有するエンジニアリング人材の獲得に向け、採用活動や働く環境の整備に取り組んでいます。</p>	<p>当社グループのGHG排出量はビジネスモデルや業種の性質上、他業種と比べて大きくはありませんが、事業拡大に伴って、排出量自体は拡大していく可能性があります。そのため、カーボンニュートラルの実現に向けた各種施策に取り組みます。また、当社サービスのさらなる普及拡大を通じて、環境へ与えるプラスの影響を高めていきます。</p>
<ul style="list-style-type: none"> • 人材の採用・育成・活躍推進 • ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進 • データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底 	<ul style="list-style-type: none"> • 安全かつ安定的なインフラサービスの提供 • データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底 	<ul style="list-style-type: none"> • 気候変動問題への対応 • 自然資源の効率的活用 • 生産性向上に寄与するDXサービスの推進 • 革新的なビジネスインフラの創造

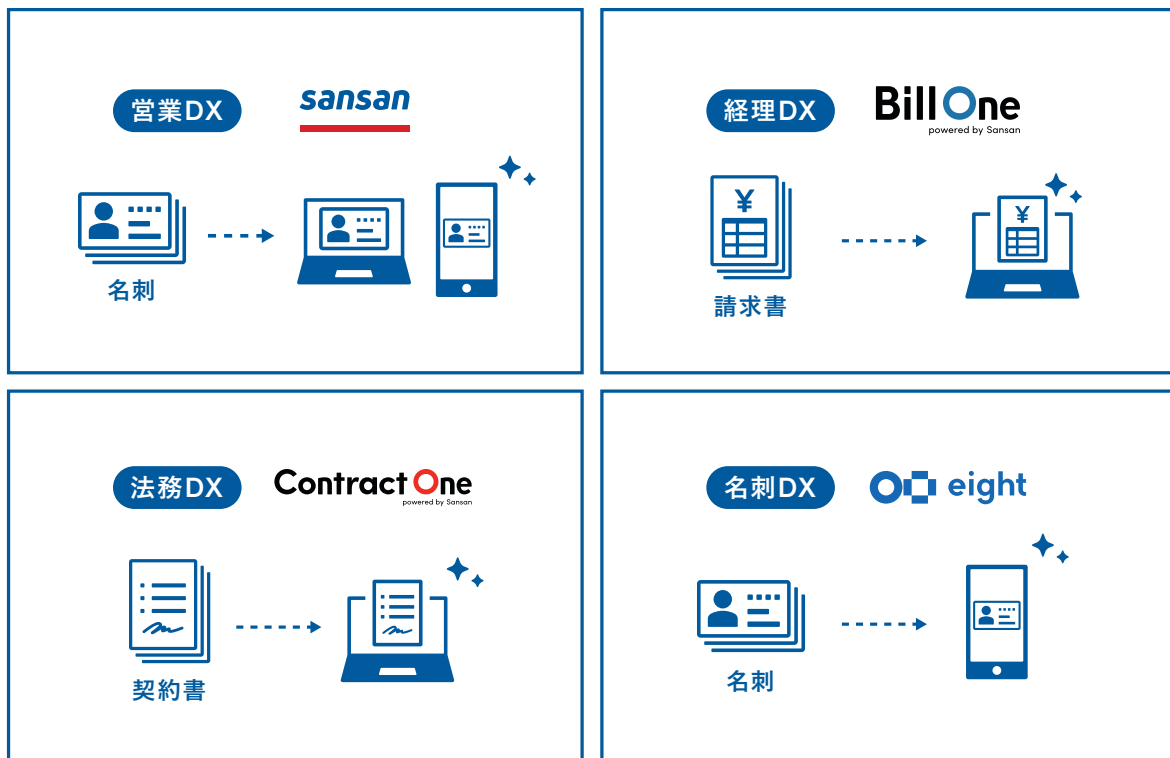
出しています。*6 Unipos株式会社が提供するピアボーナスを軸とする全従業員参加型のプラットフォームサービスを利用しています。*7 当社の単体実績を記載しています。*8 スコープ1は、当社が所有するオフィスや設備において直接排出されたGHG排出量を集計しています。スコープ2は、各オフィスにて購入した電力や熱エネルギー等の使用を通じて間接的に排出されたGHG排出量を集計しています。

- ビジネスモデル

当社グループのビジネスモデルは、人や企業のビジネスにおける出会いに注目し、そこで生じる業務効率化や生産性の向上といった各種課題に対して、アナログ情報をデジタル化し、データの活用を促進するという手法で解決に導く特徴を有しています。日本国内では、多くのビジネスシーンにおいて、未だアナログで非効率な業務が山積していることから、このビジネスモデルはさまざまなビジネス領域に適用できる高い汎用性があるものと捉えています。



アナログ情報をデジタル化



働き方を変えるDXを実現

共通するビジネスモデル

当社グループでは、人や企業との出会いをビジネスチャンスにつなげる、働き方を変えるDXサービスを提供しています。具体的には、営業活動や請求、契約業務といった分野においてサービスを展開しており、これらは共通するビジネスモデルで成り立っています。また、各サービスは当社が掲げるミッションに基づき、いずれもビジネスにおける人や企業との「出会い」に関連したものとなっている点が特徴です。その上で、多様な企業情報や顧客との接点情報をはじめ、請求や契約業務において発生する書類等のアナログ情報をデジタル化し、データとしての活用を推進することで、企業やビジネスパーソンの業務効率化や生産性向上に寄与するものとなっています。

このサービスを通じた価値提供は、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技術を組み合わせた、独自の手法によって実現しています。いずれも高いセキュリティの下で運営がなされており、これまで培ってきたサービスに対する安全性や信用度は当社グループの重要な事業基盤となっています。また、アナログ情報を迅速かつ正確にデータ化する技術は、さまざまなビジネス領域に

適用が可能な、高い汎用性のある当社グループ最大の競争優位性です。当社グループは創業以来、アナログ情報のデジタル化に向き合い、99.9%のデータ化精度とスピードの両立を実現するに至るまで技術を磨き上げてきました。この結果、創業事業である「Sansan」は、法人向けクラウド名刺管理サービス市場においてシェアNo.1^{*1}のサービスに成長したほか、2020年に開始した「Bill One」もクラウド請求書受領サービス市場において売上高シェアNo.1^{*2}を獲得しています。

日本にはアナログに起因する多くの社会課題が山積しており、各企業が喫緊の課題対応としてDX化を進めてはいるものの、その業務フローには未だ多くの非効率が存在します。したがって、デジタル化による効率化の余地が大きく残されており、アナログ情報をデジタル化する技術に支えられた当社グループのビジネスモデルには高い持続可能性があるものと捉えています。

*1 営業支援DXにおける名刺管理サービスの最新動向2023（2022年12月 シード・プランニング調査）

*2 デロイト トーマツ ミック経済研究所「驚異的な成長が見込まれるクラウド請求書受領サービス市場の現状と将来」(ミックITリポート2022年7月号)

当社グループが提供する主なサービス/オプション機能

サービス/オプション名 (提供開始時期)	ビジネス領域	効率化が可能なアナログ業務	デジタル化するアナログ情報
営業DXサービス 「Sansan」 (2007年)	企業の営業活動	・紙の名刺の管理 ・分散しているさまざまな接点情報の活用、管理	・名刺 ・メール ・ウェブサイトのお問い合わせ ・セミナー ・電話
インボイス管理サービス 「Bill One」 (2020年)	企業の請求書関連業務	・紙の請求書に関連する業務 ・各種法制度への対応	・請求書
法人カード 「Bill Oneビジネスカード」 (2023年)	企業のクレジットカード 支払い業務	・紙の証憑に関連する業務 ・各種法制度への対応	・クレジットカード支払い時における証憑 ・クレジットカード明細情報
契約データベース 「Contract One」 (2022年)	企業の契約書業務	・紙の契約書に関連する業務 ・各種法制度への対応	・契約書
名刺アプリ 「Eight」 (2012年)	個人のビジネス活動	・紙の名刺の管理 ・人脈管理	・名刺

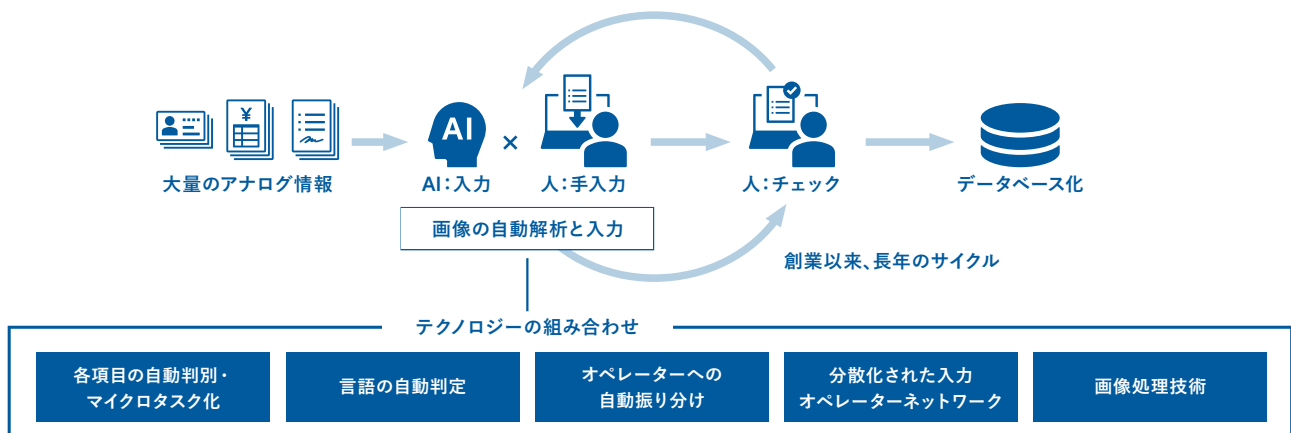
アナログ情報をデジタル化する仕組み・テクノロジー

当社サービスでは、AI技術と人による手入力の組み合わせによって、アナログ情報のデジタル化を行っています。現在、世界に普及しているどのOCR(光学文字認識技術)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、AI技術の研究等によって機械での自動データ化比率を高めると同時に、数十万人のオペレーターによる手入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。

アナログ情報のデータ化フロー

大量のアナログ情報を、迅速かつ正確にデータ化



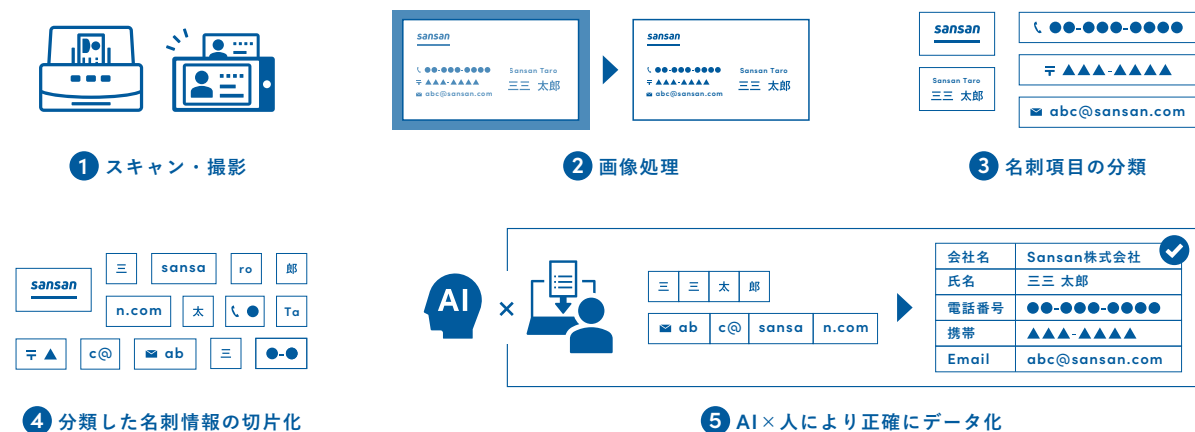
- 高精度なデータ化技術を支える研究開発とシステム構築

「Sansan」と「Eight」での名刺の正確なデータ化は、研究開発部門でのAI技術研究や、データ化オペレーション部門での仕組み作り、システム開発等によって支えられています。

現在は、名刺のデジタル化をコア技術として、「Bill One」や「Contract One」等の他領域に拡張し、各帳票の高度なデータ化オペレーションフローの構築に取り組んでいます。

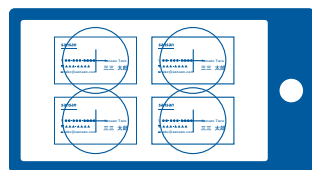
名刺データ化システム「GEES」

大量のアナログ情報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。



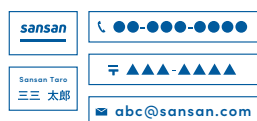
画像認識技術

独自に開発した画像認識技術やAIの活用によって、アナログ情報を高速かつ高精度でデータ化しています。



スマートキャプチャー

撮影してから数秒で結果をユーザーに届けるとことを可能にする技術



項目セグメンテーション

文字を読み取らずに、名刺のデザインから項目を見分ける



言語判定

文字を読み取らずに言語を判定

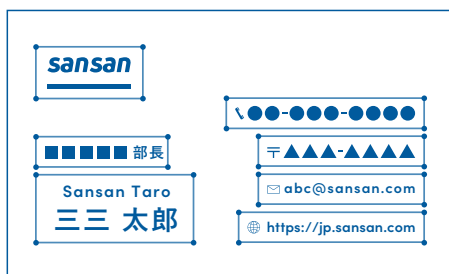


ミステイクディテクター

誤りの傾向を学習してミスの可能性を予測

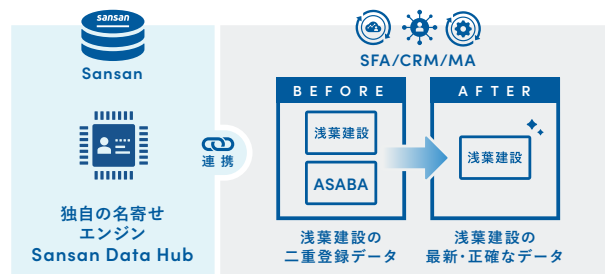
NineOCR(名刺に特化したOCRエンジン)

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を進めています。



名寄せ

同姓同名、同一名企業の情報を識別・統合してデータを整理する技術です。



帳票(請求書・契約書)からの項目抽出

請求書や契約書の帳票データ化をするに当たって、帳票特有のテキストとレイアウトを考慮した情報抽出技術を活用し、機械による自動でのデータ化率を高めています。



*3 グラフニューラルネットワークの略称で、GNNを適用することで情報の構造(社名の下に値段が配置されている等)を把握することができます。

テクノロジーによるデータ化オペレーションの進化

創業当初の「Sansan」での名刺データ化は、全て人力で行われており、名刺1枚に2名のオペレーターが完全にデータ一致するまで入力作業をすることで正確な精度を担保していました。しかし、このオペレーションフローでは増大するデータ化需要に対して、入力の効率化や人員確保のスピードが追い付かず、サービス成

長の足かせとなっていました。そこで、研究開発組織を設置し、データ入力の簡易化による人力オペレーション最適化や機械学習を通じたAIの活用に取り組みました。この結果、現在の「Sansan」の自動データ化率は約80%までに上昇し、1枚当たりのデータ化にかかる費用は創業時に比べて20分の1以下を実現しています。

社会的価値

当社グループが提供するDXサービスは、ユーザーの生産性を大きく向上させるものであり、これらサービスがビジネスシーンにおいてより多くの人に使われ、必要不可欠なものとして認識されている状態、すなわちビジネスインフラとして機能している状態こそが、当社サービスが社会や経済に与えるポジティブインパクトを最大化できている状態であると捉えています。このような考えの下、事業活動を通じた持続的な社会価値の向上に向けて、さまざまな取り組みを行っています。

重要課題(マテリアリティ)

当社グループでは、2022年に特定した5つの重要分野のうち、「革新的なDXサービスで働き方を変革」において「生産性向上に寄与するDXサービスの推進」と「革新的なビジネスインフラの創造」を重要課題として掲げています。これら課題への

対応を進める上では、2030年5月期をゴールとした長期的な定量目標を定めており、「当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数5億件」「当社サービス利用者数2,000万人」の達成を目指しています。

マテリアリティ目標

重要分野	重要課題	2030年5月期目標		2023年5月期実績
革新的なDXサービスで働き方を変革	生産性向上に寄与するDXサービスの推進	当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数 ^{*1}	5億件	1.9億件
	革新的なビジネスインフラの創造	当社サービス利用者数 ^{*1}	2,000万人	573万人

*1「Sansan」「Bill One」「Contract One」「Eight」における該当実績を集計しています。

社会的価値の測定とモニタリング

当社サービスが社会に与えるポジティブインパクトは、企業やビジネスパーソンのビジネス課題の効率的な解決を通じて、社会全体の生産性を大きく改善し、経済価値を向上させることであると捉えています。しかしながら、一般的に社会や経済の変化を意図した活動は、短期的にも長期的にもさまざま影響をもたらすものであり、その全てを網羅した正確なインパクトの測定は困難です。そのため、当社グループでは「SDG

Compass」等に基づき、社会的価値を測定する上での代替指標として、当社サービスが利用された結果である「当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数」及び当社サービスの普及状況である「当社サービス利用者数」を設定しました。なお、本指標の達成状況については、マテリアリティオーナーである取締役／執行役員／COOが定期的に進捗状況をモニタリングしており、さまざまな施策についても議論しています。

生産性向上に寄与するDXサービスの推進

重要課題である「生産性向上に寄与するDXサービスの推進」は、事業内容に密接した独自課題であり、評価指標には「当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数」を設定し

ています。本指標は、2023年5月期の実績が1.9億件となったことを踏まえ、2030年5月期は、野心的な水準である5億件の達成を掲げています。

革新的なビジネスインフラの創造

重要課題である「革新的なビジネスインフラの創造」は、当社グループが掲げるビジョンそのものであり、当社にとって重要性が高い課題です。本課題の評価指標には「当社サービス

利用者数」を設定しており、2023年5月期の実績は573万人となりました。2030年5月期においては、野心的な水準である2,000万人の達成を目指しています。

サービスが提供する社会的価値



- 「Sansan」の導入により、営業マネジメント変革を推進

日本通運株式会社

同社は、顧客情報や拠点間での商談情報の全社共有により、データドリブンな営業体制の構築に成功したユーザーです。同社では、データ活用による効果的な営業活動の重要性を認識していたものの、顧客情報を組織的に管理し、有効活用する方法やツールが社内がないことが足かせとなっていました。そこで、全社での情報共有を目的に「Sansan」の導入を決定し、経営層のコミットメントの下、活用推進に取り組みました。この結果、「Sansan」上の100万件超の企業情報と、同

社独自の顧客との接点情報を組み合わせて、社内の人脈情報を十分に活かした営業シナリオを作成する等、営業担当者の提案の幅を広げることができました。また、同社では同一顧客に対して複数の営業窓口が存在するため、拠点間での情報共有に課題がありましたが、「Sansan」のコンタクト機能を活用することで、即時に情報共有が可能となり、最新情報を基にした担当者同士での営業戦略相談や上長からのスピーディなフィードバックが可能な環境を構築することができました。



- 「Bill One」の活用を通じた経理業務の高度化

日本政策投資銀行

膨大な紙の請求書を受領する同行は、「Bill One」の導入によって、生産性向上に成功したユーザーです。同行は「デジタル化を活用した業務の高度化」に向けて、さまざまな業務効率化を推進する中で、アナログな経理業務に課題を抱えていました。現場では年間約2万枚に及ぶ紙の請求書を受領していたことから、郵送で届く請求書の処理のためにリモートワークができず、手入力や目視によるシステム作業に膨大な工数を割っていました。また、電子帳簿保存法の改正やインボイ

ス制度に対応する必要性から、今後さらに経理担当者の工数が増える懸念があり、業務フローの抜本的な見直しを迫られていました。加えて、金融業という特性上、高いセキュリティレベルが必要です。そこで、同行は、これまでの「Sansan」の実績を参照し、紙の請求書のデータ化における正確性とサービスへの信頼感を決め手に「Bill One」の導入を決定しました。「Bill One」の活用により、同行は紙の請求書にまつわる年間4,000時間の工数削減を見込んでいます。



第2章

戦略

第2章では、財務や事業部門のほか、人事、技術部門の各責任者がこれまでの振り返りを踏まえた上で、今後の成長に向けた戦略を説明しています。また、人的資本や情報セキュリティ、環境については、関連する重要課題(マテリアリティ)における定量目標や取り組みを記載しています。

CONTENTS

P32	- CFOメッセージ	P62	- CISO / DPO / 技術本部長メッセージ
P36	- 中期経営方針	P66	- 研究開発
P38	- 短期実績 / 計画	P68	- 情報セキュリティ
P40	- COOメッセージ	P70	- 環境
P44	- 事業別戦略		
P52	- CHROメッセージ		
P56	- 人的資本		

02



強固な財務基盤を確立し、
これからの成長再加速を
支えていく

CFOメッセージ

取締役／執行役員／CFO

橋本 宗之

2023年5月期を振り返って

2023年5月期の連結売上高は前期比24.9%増の25,510百万円、調整後営業利益は同28.9%増の942百万円となり、総じて堅調な実績となりました。経常利益は、株式報酬関連費用が増加したことに加え、前期には大きな投資有価証券売却益を計上していたこと等により、同87.4%減の122百万円となりました。また、親会社株主に帰属する当期純利益は、特別損失として

投資有価証券評価損を計上したこと等により、141百万円の純損失となりました。赤字決算とはなったものの、その要因は一過性のものであり、ビジネスの本質を示す売上高、調整後営業利益ともに堅調に推移し、重要指標の1つであるARR（年間固定収入）も28.3%増と力強い伸びを見せました。期初に見通しとして開示した売上高成長を実現し、調整後営業利益の成長率も売上高成長率を上回る水準で保てており、しっかりと財務をグリップできた

評価しています。

また、「Sansan」はプロダクト刷新や営業体制の強化により、前期比15.0%増と堅調に売上高を伸ばしました。「Bill One」のARRは、目標の30億円を大幅に上回る約38億円となり、前期から3倍近い成長を果たしました。「Eight」はやや伸び悩んだものの、ビジネスイベント等の貢献によって第4四半期の調整後営業利益は黒字となり、通期での損失額も着実に縮小しました。

2024年5月期の連結業績見通し

2023年5月期に力強く事業が推移したことで、会社全体はさらなる成長加速に向けて非常に良い状況にあります。それを踏まえ、2024年5月期の売上高は、前期から28.0%~32.0%の成長を見込んでいます。過去3年間、売上高成長率が20%台だったのに対し、会社全体の規模が大きくなる中でも、再び30%台の成長率を見込める状態に戻せたことをとてもポジティブに捉えています。

売上最大化に向けた人員の増強もアグレッシブに進める一方で、調整後営業利益の成長率は、引き続き売上高成長率を上回る水準をターゲットにしています。本社移転や「Bill One」請求書受領センター移転等の一過性の費用も織り込んだ上で、調整後営業利益率は前期比0.1pt~1.8ptの上昇を見込みます。

「Sansan」は2023年5月期から成長の加速感を手応えとして感じており、「Bill One」も、2023年10月のインボイス制度の開始を前に大幅な受注増となっています。2023年6月に提供開始した「Bill Oneビジネスカード」のように、今後もユーザーの利便性向上に資するオプションを付加してプロダクトの進化を続けます。現状では事業そのものに大きな懸念やリスクは認識していないものの、インボイス制度の施行後に、これまでの受注スピードがどう変化していくかについては現時点で見通しできていません。インボイス制度への対応は大企業から準備が完了していくものと思いますが、中堅・中小企業にも波及することを期待し、10月以降の事業環境を注視していきます。

なお、今後本格化を期待する「Bill

Oneビジネスカード」は、当社にとっては初となるフィンテック領域への参入です。クレジットカードの信用リスクを取るという点で、財務の面では新たに留意すべきことが発生しますが、過度に保守的に構えるのではなく、事業規模の拡大に合わせて相応のリスクをマネージするスキームの構築を検討しながら、盤石な体制で、より多くのお客様に「Bill Oneビジネスカード」をご利用いただけるよう事業を支えていきたいと思えます。

中期的な財務目標

中期的な財務目標に関しては、私は昨年、この統合報告書の中で、当社グループの成長ステージを1合目と捉え、売上高の成長が重要だと述べました。2023年5月期を終えた今も、この先数年間は当社グループにとって売上高の成長が最重要であることに変わりはありません。

2025年5月期までの中期的な財務目標については、足元の売上高が非常に堅調に推移していることから、1年前に掲げた「20%台以上」という目標値を、「20%中盤以上」に上方修正しました。

利益についても、堅調な売上高成長を続けながら、毎決算期における調整後営業利益率向上を図り、「売上高成長と利益成長の両立」を目指します。これは、トップラインを堅調に伸ばし、成長投資を継続しても利益の成長率を落とさない、という私たちの強い意思を表しており、当社グループは既に必要な投資を継続しても利益を創出できる強固な収益基盤を確立しています。2025年5月期までの目標には、「Sansan」「Bill One」の合計

での調整後営業利益100億円以上と、「Eight」の通期での安定的な黒字化を掲げています。

アセットアロケーションと成長投資

アセットアロケーションに関しては、現状、「Sansan」で創出したキャッシュフローを「Bill One」の成長に投じていく構図となっています。「Eight」が通期黒字化を果たしていくと、今後より一層、その構図が明確になります。

成長投資の具体的な中身は、人員の採用と広告宣伝活動が主軸です。私たちは、「営業人員1人当たり新規受注金額」等の人材の生産性や営業の効率性指標と、顧客のライフタイムバリューを重視してアセットアロケーションを判断しています。現在は、その両方の指標が非常に高い水準にあるため、投資を行う上では好機にあります。経済合理性の面でも、成長投資を加速することが、当社グループの事業を飛躍的にスケールさせることにつながると判断しています。人員採用に関しては、2024年5月期に連結で約420名というアグレッシブな計画を掲げています。採用人数が増えることで受注効率が落ちなければ、その後も引き続き積極採用を継続したいと考えています。

成長投資に関しては、M&Aや出資等についても引き続き機会に応じて検討していきます。いずれも金額的には大きなアロケーションではありませんでしたが、直近では2023年3月にクリエイティブサーベイ社、6月に言語理解研究所が当社グループに参画しました。クリエイティブサーベイ社に関しては、同社が法人向けに展開するアンケートシステム「CREATIVE SURVEY」等の

SaaS事業を、当社の営業・マーケティングノウハウや保有技術と融合させることで成長を図っていきます。言語理解研究所については、同社の保有する知識データベースや言語理解エンジンを、当社グループのプロダクトに内包される機能やオペレーションに掛け合わせ、将来的な事業価値の最大化につなげていく考えです。

M&Aや出資に対する考え方

M&Aや出資案件は経営にとって非常に重要なテーマであり、経営チーム全員で、個別の案件を精査し、投資判断をしています。対象企業のポテンシャルを見る上では、MRRの増加等に表れる受注の加速感や解約率の低さは重要な評価ポイントです。当社の技術・ノウハウ・ブランド等と掛け合わせることで期待されるシナジー効果と、グループ会社化した時の財務諸表へのインパクトや財務リスク等の定量面から案件を精査し、撤退や売却の条件も含めて、個別かつ慎重に議論します。SaaSとしてスケールし得るポテンシャルが見込めれば、M&Aによるシナジー効果が早期に発現しなくても投資先候補として検討していくこともあります。やはり、グループ会社化を検討する上では、当社の目指す方向性と照ら

して、対象企業が加わることでミッションやビジョンの実現に資するか、そこにストーリーが作れるかどうかも重要です。グループ会社化後は、これまでも積極的に役職員を派遣し、事業連携や協業等を通じてPMIを進めてきました。バックオフィス業務の一部統合等を通じて、相手先企業の効率化に資する施策等も進めています。

資金調達

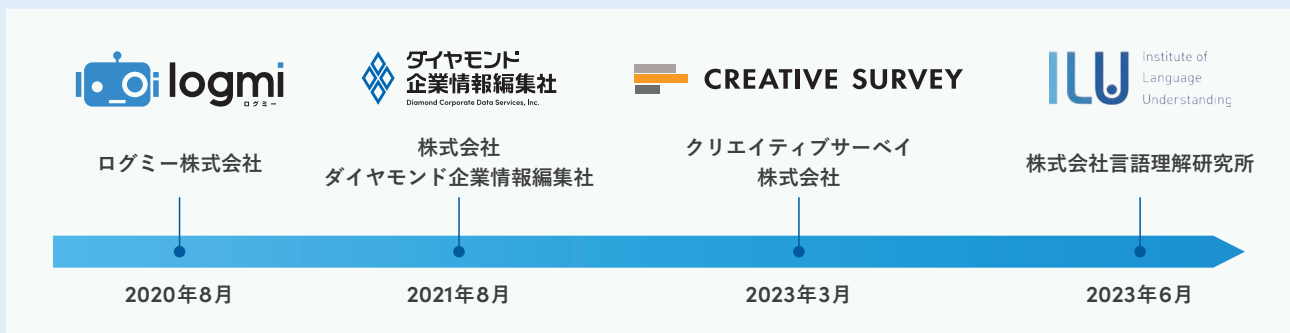
資金調達に関しては、2023年5月末時点で手元資金は約210億円となっており、十分な営業キャッシュフローも創出できていることから、事業運営上の必要資金は確保できています。また、当社グループの認知度や信用度も上がり、資金流動性や堅調な業績等の強固な財務基盤から、資金調達環境はこれまで以上に整ってきています。財務戦略においては、バランスシートの健全性確保を重視していますが、今後、当社の成長加速につながる大きなM&A案件やこれからの本格化を期待する「Bill Oneビジネスカード」等によって、追加的な資金需要が生じた際には、自己資金に加え、金融機関からの借入れやエクイティファイナンス等、多様な調達手段の中から最適な方法を柔軟に検討していく考えです。

株主還元

利益成長も実現しているフェーズにおいては、株主の皆さまからの還元に対する期待感が高まっていると理解しています。株主還元は当社において重要な経営課題の1つと認識しており、私も常に、株主の皆さまに対する最大の利益還元施策は何かを熟考した上で、財務戦略を推進しています。これまでご説明してきたように、成長フェーズにある当社は現在、成長投資の加速が事業の飛躍的成長につながり得る好機にあります。財務体質をさらに強化して、健全性を保ちながら事業拡大を図り、その事業で創出した資金については、さらなる成長投資に振り向けていくことが株主価値の最大化に資すると考えています。したがって、配当等による株主還元についてはすぐに実施するのではなく、当面は中長期的な課題として検討していきます。

資金調達環境が整っている中で、資本コストの効率性等を考慮すれば、現時点で、過剰に待機資金を保つ必要性はありません。重点的に資金を投じている「Bill One」事業については、既存の延長線上で推移すれば、近い将来には安定した黒字化が見込めると考えています。そのタイミングで、当社グループ全体の成長戦略や財務状況、

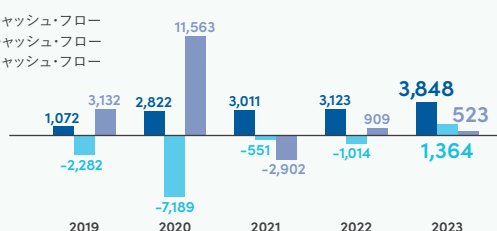
グループ会社のトラックレコード



キャッシュ・フロー^{*1}

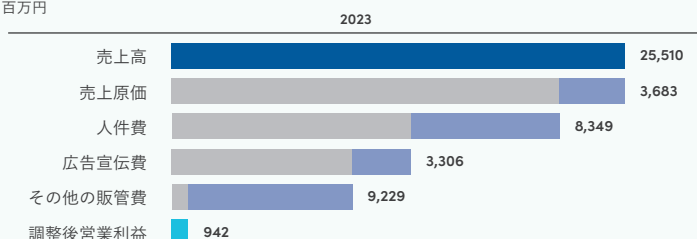
単位:百万円

■ 営業活動によるキャッシュ・フロー
■ 投資活動によるキャッシュ・フロー
■ 財務活動によるキャッシュ・フロー



連結売上高～調整後連結営業利益の状況^{*1}

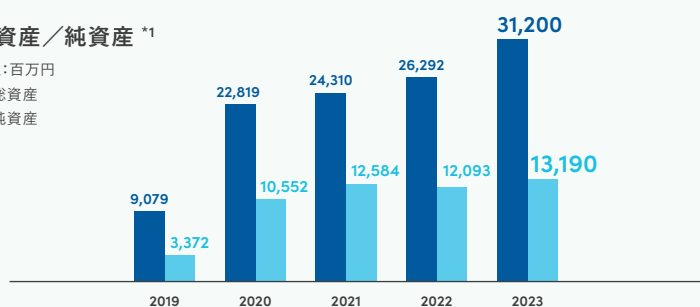
単位:百万円



総資産／純資産^{*1}

単位:百万円

■ 総資産
■ 純資産



^{*1} 各年5月期

事業環境等と照らしながら、株主還元を含めた資本政策の方針を社内で議論していきたいと考えます。

コーポレートガバナンスの強化とコンプライアンスの徹底

当社グループの重要課題（マテリアリティ）の中で、私は「コーポレートガバナンスの強化」と「コンプライアンスの徹底」について責任を負っています。マテリアリティの特定に向けて社内では議論を進める過程で、これまで社内では運用されていながらもしっかりと制度化されていなかった事項が存在する

ことを再確認しました。

この1年で、取締役への変動報酬の導入、独立役員の人数の増加、指名報酬諮問委員会の設立、さらにはコンプライアンス委員会の体制強化等を進め、ガバナンス強化に向けた体制整備が大きく前進しました。さらにガバナンス体制を強化するためには多様性の拡充が必要と判断し、2030年までに女性取締役比率を現在の22%から30%以上に引き上げる目標を立てており、確実に成し遂げたいと思います。

「コンプライアンスの徹底」に関しては、現状目標を達成できていますが、この水準の維持に向けて、体制整備や

さまざまな取り組みを実施していくことが重要だと考えています。

ステークホルダーの皆さまとの対話

当社グループは日本における最大規模のSaaS企業です。日本のSaaS業界を代表する先駆者として、これまで存在しなかったサービスやプロダクトを提供するというパイオニア精神を大切に、誇りをもって事業を進めてきました。

当社では、2019年の上場以来、積極的なIR活動を行っており、特に機関投資家の皆さまとは四半期毎に約100件前後のミーティングを実施しています。その場を通じて、「Bill One」の事業が急拡大していることを踏まえて、当社が名刺管理だけの企業ではないとの認知がしっかり広がってきたことを実感しています。当社グループがなぜ「Sansan」だけでなく「Bill One」も提供できるのか。その裏側にある、アナログ情報をデジタル化する技術等の知的資本についても、より多くのステークホルダーの皆さまにご理解いただける状態になってきました。

国内外の投資家の皆さまからのご期待を胸に、これからも常に日本のSaaS業界のリーディングカンパニーとして、新たな市場を開拓し続けていきます。

取締役／執行役員／CFO

橋本 宗之

中期経営方針

当社グループは株主価値及び企業価値の最大化に向け、現在の各事業のフェーズを踏まえた上で、2023年5月期から2025年5月期にかけての中期的な財務目標を設定しています。この財務目標の達成に向け、当社グループ内の経営資源を最大限有効活用しながら、各事業個別の成長戦略を立案し、実行しているほか、優秀な人材の採用やセキュリティリスクへの対応といった全社共通の経営基盤の強化を推進しています。

重視する経営指標と中期目標

20%中盤以上の連結売上高成長率の継続

毎決算期における調整後連結営業利益率の向上

Sansan/Bill One事業

2025年5月期での「Sansan」「Bill One」
合計の調整後営業利益100億円以上の計上
(同セグメント内の「その他」は除く)

Eight事業

通期での安定的な調整後営業利益の計上

2023年5月期から2025年5月期にかけての中期的な目標として、売上高成長と利益成長の両立を目指します。

まず、最も重要な経営指標である連結売上高については、20%中盤以上の堅調な成長の継続を目指します。なお、従来は2023年5月期から2025年5月期にかけての連結売上高の目標を20%台以上の成長としていましたが、2023年5月期の堅調な実績を受け、目標値を変更しています。

次に、重視する利益指標として、株式報酬関連費用や企業結合に伴い発生する費用を控除した調整後営業利益^{*1}を採用

し、各事業の売上高成長に向けた必要な投資を行いながらも、毎連結会計年度における調整後営業利益率の向上を目指します。利益率の向上を実現するに当たっては、2025年5月期における「Sansan」「Bill One」サービス合計^{*2}の調整後営業利益100億円以上の計上と、Eight事業における通期での安定的な調整後営業利益の計上を目指します。

^{*1} 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費)

^{*2} Sansan/Bill One事業における「Sansan」「Bill One」の合計値であり、「その他」は除く

経営戦略

当社グループでは重視する経営指標に基づき、事業毎に戦略を立案し実行しています。Sansan/Bill One事業では、広大な潜在市場規模に鑑みて、当面は売上高の最大化を最優先しながら、中期的な利益最大化の実現を想定しています。一方、Eight事業では、より収益性を重視し、会社全体の利

益成長に対して早期での貢献ができる事業運営を行っています。また、優秀な人材の確保やセキュリティリスクへの対応、技術力の強化等については全社共通の施策に位置付けているほか、ミッションや競争優位性を軸に、新たなサービスを創出することで非連続な成長の実現にも取り組んでいます。

Point 1	「出会い」	- 人と人、企業と企業のつながりに注目
Point 2	「アナログからデジタル」	- 紙をはじめとしたアナログな業務フローが残っており、デジタル化による大きな効率化の余地

- 広大な市場機会と高い安定性を誇る収益モデル

リモートワークが普及したことでの働き方の変化やDXへの意識改革、SaaSビジネスへの関心の高まり等によって、当社サービスに関連する市場は拡大が続いています。DX市場は2030年において5兆1,957億円（2020年比3兆8,136億円増）^{*3}、国内SaaS市場は2026年には1兆6,681億円（2022年比5,790億円増）^{*4}の規模に達すると予想されています。

また、名刺や請求書、契約書といった書類は、現在でも紙のままで日常的に利用されていてデジタル化が進んでおらず、業務効率化や有効活用の余地が大きく残されていると考えています。各サービスの潜在市場について、まず「Sansan」は、法人向けクラウド名刺管理サービス市場で81.6%^{*5}のシェアを有していますが、日本国内の総労働人口を対象として捉えた場合、「Sansan」利用者数の割合は約3%^{*6}に留まっており、広大な開拓余地が残されていると考えています。次に「Bill One」は、クラウド請求書受領サービス市場でNo.1の売上高シェアを獲得している一方で、日本国内の全業種業態を対象とするサービスでありながら、2023年5月末時点における有料契約件数は未だ1,581件に過ぎません。また、無料利用を含めた契約企業

と、各契約企業に対して請求書を送付する企業で構成されるインボイスネットワークを構築していますが、2023年5月末時点でのネットワーク参加企業数は、日本国内の企業の約4%^{*6}に当たる9万社に過ぎないため、「Bill One」についても大きな成長可能性が存在していると考えています。

なお、「Sansan」「Bill One」の課金モデルは、継続収入が見込める月額課金を中心となっており、安定的かつ継続的な事業成長が見込めるモデルです。また、サービスの月次解約率は直近12か月平均で1.0%未満に留まっており、契約当たり売上高の拡大に努めることで、顧客LTV（生涯価値）の最大化を推進しやすいことから、魅力的なモデルであると捉えています。

^{*3}「2022 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望市場編、ベンチャー戦略編」富士キメラ総研

^{*4}「ソフトウェアビジネス新市場 2022年版」富士キメラ総研

^{*5} 営業支援DXにおける名刺管理サービスの最新動向2023（2022年12月 シード・プランニング調査）

^{*6} 分母となる国内の総従業者数は、総務省統計「令和3年経済センサス活動調査」を基に算出

- 優秀な人材の採用・育成と多様性の確保

当社グループの持続的な成長のためには、多岐にわたる経歴をもつ優秀な人材を多数採用し、営業体制や開発体制、管理体制等を整備していくことが重要であると捉えています。当社

グループの企業理念や事業内容に共感した優秀な人材が、高い意欲をもって働ける環境や仕組みの構築を進めるとともに、人材の多様性確保にも取り組んでいきます。

- セキュリティリスクに対する管理体制の強化

当社グループは個人情報等の重要な情報資産を多く扱っており、情報管理体制を継続的に強化していくことが重要であると考えています。現在においても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する等、個人情報保護に係る施策には万全の注意を払っていますが、今後も社内体制や管理方法の強化・整備を行っていきます。

- 技術力の強化

アナログ情報を正確にデジタル化する技術は、当社グループの競争力の源泉であり、当社グループが手がけるさまざまなサービスの成長を支える共通基盤でもあることから、継続的な

改善、強化が重要であると考えています。優秀な技術者の採用や先端技術への投資・モニタリング等を通じて、国内を代表する技術者集団になるべく、技術力の向上に取り組んでいきます。

短期実績／計画

2023年5月期から2025年5月期における中期財務目標の実現に向けて、1年目の2023年5月期は、「Sansan」の製品刷新等の成長戦略に取り組んだ結果、連結売上高、調整後連結営業利益ともに2023年5月期の短期計画を達成し、中期目標に対して順調に進捗しました。2年目の2024年5月期においては、「Sansan」「Bill One」の売上最大化等に取り組むことで、連結売上高成長率の再加速と安定的な利益成長を目指します。

2023年5月期実績

(百万円)		2023年5月期 通期見通し		2023年5月期 通期実績	
		公表内容	前年同期比	実績	前年同期比
連結業績	売上高	25,117～25,764	+23.0%～+26.2%	25,510	+24.9%
	Sansan／Bill One事業	21,998～22,632	+21.5%～+25.0%	22,516	+24.4%
	「Sansan」	—	—	19,793	+15.0%
	「Bill One」	—	—	2,414	+192.2%
	Eight事業	2,900～3,010	+31.0%～+36.0%	2,867	+29.5%
	調整後営業利益 ^{*1}	917～1,288	+25.5%～+76.3%	942	+28.9%
	調整後営業利益率	3.7%～5.0%	+0.1pt～+1.4pt	3.7%	+0.1pt

財務実績

2023年5月期の計画において、連結売上高は前年同期比23.0%増から26.2%増、調整後連結営業利益は前年同期比25.5%増から76.3%増、調整後連結営業利益率は0.1ポイント増から1.4ポイント増を見通しとして設定していました。レンジでの開示を採用した理由は、「Sansan」の製品刷新効果を一定程度織り込んでいたものの、正確な業績影響を予測することは困難であったため、上限値・下限値に合理的に考え得る範囲を設定していました。結果として、2023年5月期の業績は、連結売上高は前年同期比24.9%増、売上総利益は前年同期比21.9%増(売上総利益率は85.6%)となり、堅調な実績となりました。また、調整後連結営業利益は売上高

の伸長等により、前年同期比28.9%増、調整後連結営業利益率は前年同期比0.1pt増の3.7%となり、公表したレンジ見通し及び中期財務目標に沿った実績となりました。サービス別では、「Sansan」は製品刷新等に取り組んだ結果、第2四半期から営業生産性や新規受注が回復し、堅調な実績となりました。「Bill One」については、営業体制の強化や機能拡充に取り組んだ結果、当初想定していた以上の高成長となりました。一方で、Eight事業は当初想定していたよりも採用関連サービスにおいて成果が上がらなかったことを受け、収益性に焦点を当てた事業運営に移行しました。

非財務実績

2023年5月期の非財務に関する主な成果は、重要課題(マテリアリティ)を特定し、サステナビリティ関連情報の開示の充実化が進んだことです。サステナビリティに関する当社グループの取り組みや各種ESGデータについてホームページ上で開示したほか、TCFD提言に賛同し、その関連情報についても開示を行いました。また、重要な経営戦略の1つとして、売上高成長の実現に向けた人材採用の強化に取り組んだ結果、連結従業員数は前年同期比194名増の1,399名となり、順調

に拡大しました。そのほか、コンプライアンスの徹底に向けた各種取り組みを行った結果、役職員のコンプライアンス関連研修受講率は100%となりました。そのほか、非財務に関する取り組みについては、以下のページで詳細に説明しています。

- P56 人的資本
- P66 研究開発
- P68 情報セキュリティ
- P70 環境
- P80 コーポレートガバナンス
- P88 コンプライアンス
- P90 リスクマネジメント

連結売上高は前年同期の成長率より加速し、 前年同期比28.0%増～32.0%増を目指す

調整後連結営業利益率は、 前年同期比0.1pt～1.8pt改善する見通し

2024年5月期計画

	(百万円)	2023年5月期		2024年5月期	
		通期実績	前年同期比	通期見通し	前年同期比
連結業績	売上高	25,510	+24.9%	32,653～33,674	+28.0%～+32.0%
	Sansan / Bill One事業	22,516	+24.4%	29,046～29,835	+29.0%～+32.5%
	「Sansan」	19,793	+15.0%	22,664～22,861	+14.5%～+15.5%
	「Bill One」	2,414	+192.2%	5,673～6,156	+135.0%～+155.0%
	Eight事業	2,867	+29.5%	3,153～3,354	+10.0%～+17.0%
	調整後営業利益 ^{*1}	942	+28.9%	1,240～1,852	+31.7%～+96.6%
	調整後営業利益率	3.7%	+0.1pt	3.8%～5.5%	+0.1pt～+1.8pt

- 財務計画

2024年5月期通期において、連結売上高の成長率は「Sansan」の堅調な成長や「Bill One」の高成長の継続を見込むことから、前年同期と比べて3.1ptから7.1ptの加速を見込んでおり、28.0%から32.0%の見通しです。セグメント別においては、Sansan / Bill One事業の売上高は、「Sansan」「Bill One」ともに売上最大化の実現に向けた営業体制の強化や機能拡充に取り組むことで前年同期比29.0%増から32.5%増、うち「Sansan」は前年同期比14.5%増から15.5%増、「Bill One」は前年同期比135.0%増から155.0%増を目指します。Eight事業の売上高は、収益性に焦点を当てる事業運営を基本方針としているため、成長率は前年同期から鈍

化しますが、好調なイベントサービスの強化等に取り組むことで、10.0%増から17.0%増を見込んでいます。また、調整後連結営業利益率は、成長に向けた投資の実行によって販売費及び一般管理費が増加する見込みではあるものの、売上高の堅調な成長により前年同期比0.1pt増から1.8pt増となる3.8%から5.5%の見通しとなっています。なお、レンジでの開示を採用した理由は、「Sansan」「Bill One」の新規受注の状況や、「Bill One」のオプション機能である「Bill Oneビジネスカード」の利用状況、成長戦略である人材採用の進捗等のさまざまなケースを想定したためであり、合理的に考え得る範囲で上下のレンジを設定しています。

- 非財務計画

2024年5月期においては、サステナビリティに関する取り組みの本格化を計画しています。既に重要課題(マテリアリティ)の2030年5月期における定量目標を定め、社内取締役が各課題のマテリアリティオーナーとして役割を担うことを決定しました。また、人材戦略においては、連結で約420名の採用

を予定しているほか、女性社員比率及び女性管理職比率の向上や新卒初任給の引き上げ等、優秀な人材の確保に向けた各種施策を実行していきます。そのほか、ガバナンス強化に向けた指名報酬諮問委員会の設置やGHG排出量の管理等、非財務における各種取り組みの強化に努めていきます。

*1 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費)

最適化から最大化へ

COOメッセージ

取締役／執行役員／COO

富岡 圭

事業部制への体制変更

— 2023年6月に営業体制を変更されましたが、その狙いや事業戦略について教えてください。

各事業を最大化していくことが、一番の狙いです。以前の営業体制は、2021年7月に変えたものですが、その時は事業部制を廃止し、営業組織を1つの本部配下に集約することで、リソースの最適化を図りました。

この背景にあったのは、コロナ禍中、リモートワークの急速な普及によって名刺交換枚数が減り、「Sansan」の新規営業活動で苦戦を強いられていたことです。一方で、「Bill One」にとっては追い風の状態で、「Bill One」を導入すれば、請求書を受け取るためにわざわざ出社する必要がないといったところが、企業のニーズとマッチしていました。このため、解約を阻止するための防戦体制の「Sansan」と、高い需要に対応するための攻めの「Bill One」とで、営業リソースをどう配分するかという課題が発生していました。この結果、縦割りの事業部制よりも営業組織を共通化することでリソース配分を柔軟にできたほうが良いという考えから、最適化を目指して組織を改編しました。

その後、「Sansan」では、2022年6月に行ったプロダクト刷新の効果もあって、2023年5月期の第4四半期には、四半期ベースで過去最大の新規受注を達成する等、コロナ禍からの回復がみられました。この結果を受けて、「Bill One」だけではなく、「Sansan」も攻めに転じられる状況になったと判断し、両プロダクトを加速させることが全体の成長につながるという考えから、再び営業組織を分



けた事業部制へと戻し、最適化から最大化を目指す体制に変更しました。

各プロダクトの最大化を目指す

— 昨年はプロダクト刷新に取り組んだ「Sansan」ですが、今後の取り組みについて、どのようにお考えですか。

「Sansan」は、接点情報の管理だけに留まらず、企業の収益創造に貢献していきます。これは、企業情報や名刺、メール等のあらゆる接点情報を活用することで、「名刺管理から、収益を最大化する」をコンセプトとした営業DXサービスとして展開していこうということです。これは大きな転換になると考えています。

プロダクト刷新前の「Sansan」は、交換した名刺を正確にデータ化することで名刺情報の管理が可能となり、会社の中で誰と誰が名刺交換したのかが分かるというサービスでした。一方、企業の営業活動における課題は、コロナ禍で変化していきました。対面での面談機会が減少し、オンラインでやり取りするケースが増えた結果、相手と名刺交換をしていないために、正確な役職や連絡先が分からず、その後のアプ

ローチがしにくくなるといった課題が生まれました。こうした中では、紙の名刺を管理して検索するだけでは営業活動の効率化につながっていないことになります。また、名刺交換をしていない先にもアプローチしたいという昔からある課題についても解決すべく、もっと営業で使えるソリューションにしようということで、プロダクト自体を変えました。

具体的な機能としては2つの軸があり、1つ目は企業データベースです。100万件以上の企業情報や役職者の情報を「Sansan」上に標準搭載しました。これにより、未接触の企業や人物情報についても検索できたり、調べたりできます。

2つ目は、接点情報の拡張です。ポストコロナにおいても、商談先とのコミュニケーションでは、名刺交換はなく、オンラインでの会話、あるいはメールのやり取りのみというケースは多々あります。それならば、紙の名刺以外にも「Sansan」上で取り扱いが可能な接点ポイントを広げていこうということで、メールや電話、オンラインセミナー等のさまざまな接点を蓄積、可視化できるようにしました。特に、2023年6月にリリースしたメール連携の機能は、誰とメールのやり取りをしているかだけ

ではなく、メールの頻度も可視化できるため、コミュニケーションの深度も図れる点は営業活動の戦略を立案する上で非常に有用であると考えています。具体的には、お客様のメールサーバーと「Sansan」をつないで、「A社の誰々さんとメールでやり取りした人が社内に5人います」「そのうち社内のBさんはA社のCさんと過去に2回メールをやり取りしています」といった情報が共有できます。

これらの機能を組み合わせてリブランディングを行いました。まだまだ営業DXサービス「Sansan」というところまでは、浸透していません。新規のおお客様はもとより、既存のおお客様に対しても、名刺管理以上のことができるということ、広く伝えていくことが大きなテーマです。

— 「Bill One」の戦略について教えてください。

「Bill One」は当社の想定を超えた力強い成長を遂げており、大きな手応えを感じています。この高成長の背景には、経理業務のビジネス課題に向き合い、本質的な価値を提供できていることだと考えています。また、「Bill One」

は経理業務の中でも請求書の受領に特化して、全く新しい市場を創造したトップランナーであるということは、現在の高成長の大きな理由の1つだと考えます。

「Bill One」の開発のきっかけは、もともと、社内の経理担当者からの企画提案でした。そこから、2、3年かけて社内でディスカッションを積み重ねていったわけです。まずは、経理業務における最大の課題について考え抜いた結果、最大の課題は月次決算を最小工数でいかに早く完了できるか、にたどり着きました。そのうちボトルネックとなっている課題の1つが、請求書の受領部分にあることに気づき、プロダクト開発を経て、事業化にこぎ着けました。

どこの会社でも、請求書の受領は基本的に各部門で行います。そのため、社内で請求書が埋もれてしまうケースもあります。ほとんどの会社がそうだと思いますが、「請求書がどこにあるのか分からない」「提出された請求書に不備がある」「担当者に個別に連絡をする工数が発生する」等、経理担当者が困っている現状があるのではないのでしょうか。

「Bill One」は、紙の請求書でもPDFでも、当社のセンターで全てデータ化

するため、経理の人はわざわざ当該部門や担当者に個別連絡をする必要がありません。また、請求書の紛失リスクがなくなり、どこに届いているのかも把握可能となります。

2024年5月期においては、2023年10月にインボイス制度が始まり、2024年1月には電子帳簿保存法の改正に基づく電子取引データの保存が厳格化されるため、法改正の追い風という意味では、大きな転換期になると考えています。2023年5月期末の「Bill One」の有料契約件数は1,581件ですが、「Bill One」に請求書を送付する企業や無料ユーザーを含めれば、約9万社が「Bill One」のネットワーク上に参画することになります。今後このネットワークを拡大させることで、さらなる成長機会につなげていきたいと考えています。加えて、2023年6月には「Bill Oneビジネスカード」という法人カードのオプション機能を搭載しました。請求書以外のフィンテック領域での拡張性にも今後期待しています。

— 「Contract One」についてはいかがでしょうか。

「Contract One」については、まだまだ立ち上がったばかりで、プロダクトマーケットフィットを目指すフェーズにあります。現在は、契約書のデータ化を通じた企業の収益創造を可能とするサービスとして、機能開発に取り組んでいます。契約書業務においては、法務担当者の業務負担軽減や契約履行、実効性を担保することももちろん重要ですが、ビジネスで重要な契約書情報を全社資産として活用することで企業の業績に寄与することができるのではと考えています。





事業部の現在地

— これまで営業体制やプロダクトの改革について伺ってきましたが、それぞれの進捗状況について教えてください。

営業体制の変更を行ったことによって、人材育成の面でメリットがありました。営業リソースを共通化していた中では、1人の営業社員が「Sansan」「Bill One」「Contract One」も全て営業していくとなると、育成の負荷が高いため、立ち上がりまでに時間を要しました。また、「Bill One」については経理知識だけではなく、昨今の法改正についても深い知識が必要なため、営業人員として1人立ちするのに苦労する面もありました。現在は、営業人員は1つのプロダクトに集中できるため、特化した教育を一定程度実施すれば、以前に比べて早期に戦力化できるとみえています。

また、営業とマーケティングとの連携が強固になったという手応えがありますし、プロダクト部門も各事業部の中に入りましたので、両者間のフィードバックサイクルが早期化しました。今後、顧客価値によりつながるような機能開発が進み、顧客へのプロダクト価値の訴求が高度化していくことに期待しています。

営業面では、地方展開という意味でも未開拓の領域が残されています。日本国内においては、東京、大阪、名古屋、福岡に加え、広島で営業所を立ち上げました。プロダクトの価値を届けていくには、全国での拠点拡充や営業リソースの強化は最優先で取り組むべき事項だと考えており、人材採用に高いプライオリティを置いています。

海外展開

— 海外戦略についてはどのような戦略を描いているのでしょうか。

海外展開は、「Bill One」を切り口に攻められないかという考えで、現在注力しています。これまで「Sansan」をシンガポール等で展開してきましたが、コロナ禍により日本以上に名刺交換機会が減少したため、名刺をベースとしたソリューションでは厳しい状況となりました。

一方で、シンガポールで「Bill One」のテストセールスをしてみると、想定以上の販売実績を積むことができ、タイからも新規の問い合わせがありました。タイでは、請求書のやり取りのうち、紙の利用が約95%を占めています。紙の請求書が多い分、「Bill One」が解決できる課題が多いため、タイに

進出している日系企業を中心に展開する戦略を立てています。また、東南アジアにおいては、タイの周辺等でも比較的ニーズがあると考えています。

事業を通じた 社会のサステナビリティへの寄与

— 重要課題（マテリアリティ）で、「アナログ情報のデジタル化件数5億件」「サービス利用者2,000万人」という、定量目標を掲げられました。その背景や課題についてお聞かせください。

私たちは、事業の推進を通じて社会課題を解決し、社会のサステナビリティに寄与していきたいという想いがあります。国内産業では、いまだに紙文化によって生まれるビジネスの非効率性や低い生産性等が問題視される中で、私たちの強みであるアナログからデジタルへの転換を活かせるのではないかと考えています。

また、企業理念の中で、ミッション「出会いからイノベーションを生み出す」、ビジョン「ビジネスインフラになる」を掲げていますが、当社サービスを利用する人が増えれば増えるほど、新しいアイデアや出会いが生まれるのではないかと考えました。どちらの目標も、現在地からみて、非常にチャレンジングではあるものの、社会にインパクトを与えるためには、大きな定量目標を掲げることが重要だと考えています。これらの重要課題（マテリアリティ）に取り組むことで、持続的な事業成長を目指していきます。

取締役／執行役員／COO

富岡 圭

事業別戦略

当社グループは、中期財務目標の実現に向けて、Sansan/Bill One 事業においては利益成長を伴った売上高の最大化、Eight 事業においては通期での黒字化達成を目指しています。2023年5月期においては、営業DXサービス「Sansan」の製品刷新やインボイス管理サービス「Bill One」の高成長継続に向けた営業体制の強化のほか、名刺アプリ「Eight」の収益性改善等、事業成長の実現に向けた各種戦略に取り組みました。

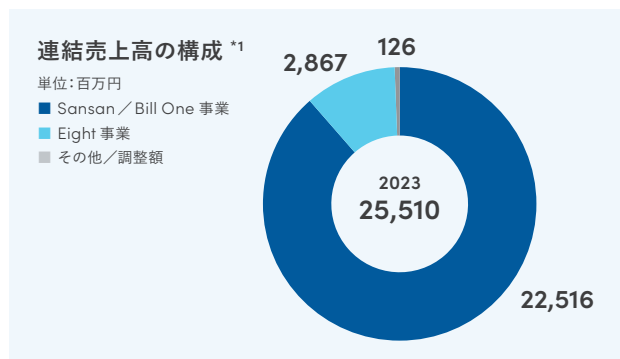
セグメント構成

当社グループの報告セグメントは、Sansan/Bill One 事業とEight事業の2つで構成されています。

Sansan/Bill One 事業は、連結売上高の88%を占める当社グループの主要セグメントです。中でも、創業事業である営業DXサービス「Sansan」は、連結売上高の78%を占めています。また、2020年5月に提供を開始したインボイス管理サービス「Bill One」は連結売上高比率9%となっていますが、高成長の継続により、每期拡大しています。そのほか、2022年1月に提供を開始した契約データベース「Contract One」が属しています。

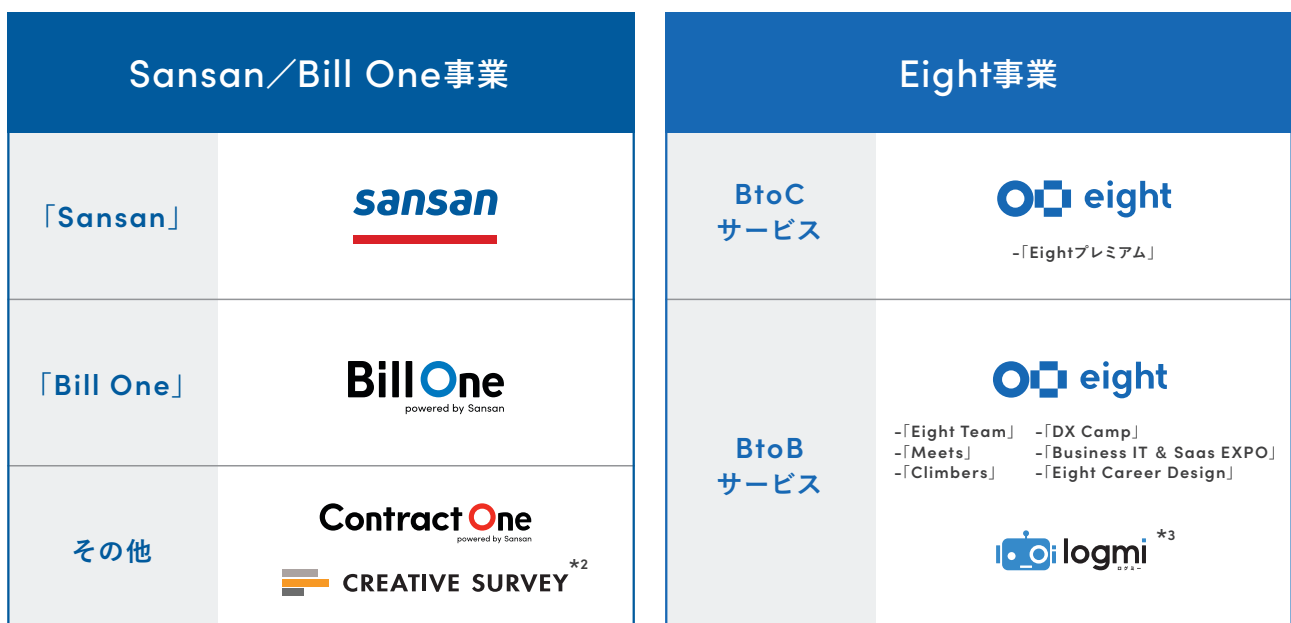
Eight事業は、連結売上高の11%を占めるセグメントです。個人向けに名刺アプリ「Eight」を展開しており、登録ユーザー

330万人以上のネットワークを活用したサービスの提供を行うことで収益化を進めています。



*1 セグメント間の内部売上高または振替高(連結消去)は調整額に計上、グラフは各年5月期

セグメント概要図



*2 連結子会社のクリエイティブサーベイ株式会社が提供するサービス *3 連結子会社のログミー株式会社が提供するサービス

Sansan/Bill One事業

Sansan/Bill One事業では、法人向けにサービスを提供しており、営業DXサービス「Sansan」やインボイス管理サービス「Bill One」、契約データベース「Contract One」等を展開しています。各サービスは、ビジネス課題を解決するソリュー

ションであり、アナログ情報のデジタル化による業務効率化や効果的なデータ活用手段の提供等を通じて、企業やビジネスパーソンの働き方を変え、DXを促進するものとなっています。

Sansan/Bill One事業の主なサービス/オプション機能

サービス/オプション名 (提供開始時期)	ビジネス領域	効率化が可能なアナログ業務	デジタル化するアナログ情報
営業DXサービス「Sansan」 (2007年)	企業の営業活動	・紙の名刺の管理 ・分散しているさまざまな接点情報の活用、管理	・名刺 ・メール ・ウェブサイトのお問い合わせ ・セミナー ・電話
インボイス管理サービス「Bill One」 (2020年)	企業の請求書関連業務	・紙の請求書に関連する業務 ・各種法制度への対応	・請求書
法人カード 「Bill Oneビジネスカード」 (2023年)	企業のクレジットカード支払い業務	・紙の請求書に関連する業務 ・各種法制度への対応	・クレジットカード支払い時における証憑 ・クレジットカード明細情報
契約データベース「Contract One」 (2022年)	企業の契約書関連業務	・紙の契約書に関連する業務 ・各種法制度への対応	・契約書

- 2023年5月期の業績 *4

2023年5月期においては、「Sansan」の堅調な成長や「Bill One」の高成長継続等により、Sansan/Bill One事業の売上高は前年同期比24.4%増となりました。また、調整後営業利益は売上高の伸長等により、前年同期比21.8%増となりました。

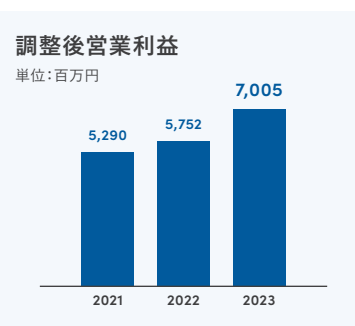
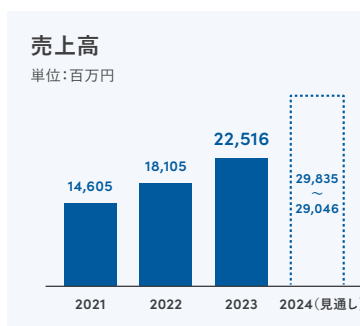
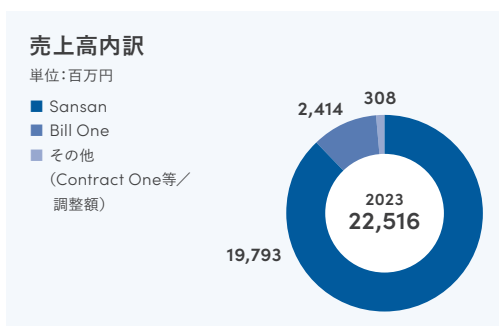
サービス別では、「Sansan」はクラウド名刺管理サービスから営業DXサービスへと刷新し、新たな機能の搭載に取り組みました。また、これらの新機能を背景に、新規ユーザーの獲得や既存ユーザーのアップセルの実現に向けた販売力の強化に注力し、特に中堅・大企業向けの営業体制を強化しました。この結果、「Sansan」の売上高は前年同期比15.0%と

なり、堅調に推移しました。

「Bill One」は高成長継続に向け、人材採用をはじめとした営業体制の強化やサービスの機能拡充等に取り組みました。この結果、2023年5月におけるMRRは前年同期比172.8%増、ARRは3,798百万円となり、「Bill One」売上高は前年同期比192.2%増となりました。

「Contract One」は、既存サービスで培った強みや知見、ノウハウ等を活かして、サービス立ち上げに注力しました。

なお、2024年5月期においては、Sansan/Bill One事業の売上高成長率は29.0%増から32.5%増を見込んでいます。



*4 グラフは各年5月期

名刺管理から、 収益を最大化する

sansan



- 営業DXサービス「Sansan」

2007年に提供を開始した営業DXサービス「Sansan」は、「名刺管理から、収益を最大化する」をコンセプトに、企業情

報と接点情報を組み合わせて利用企業ならではのデータベースを構築し、組織や個人の営業力を強化します。

社会課題・ニーズ

営業活動においては、商談相手の会社名や氏名、役職名、連絡先といった正確な情報を取得し、効率的に活用することが非常に重要です。しかしながら、名刺交換やメール、商談履歴、セミナーの参加情報といった顧客との接点情報は、各人が個別で管理しているケースが大半であるため、本来貴重である情報資産が社内でも有効活用されていません。また、管理方法もアナログな手法であることが多く、デジタル化による業務効率化の余地が大きい領域でもあります。加えて、コロナ

禍以降、非対面のミーティングの普及によって名刺交換の機会が減少したため、これまで以上に商談相手の正確な情報取得や接点情報の管理・活用の重要性が高まっています。その他、これまで接点のない企業に関しては、売上高や業種、従業員規模、地域といった詳細情報が不明であるため、新規営業の対象とすべきかの適切な選定が困難であり、効率的な営業戦略の立案ができないという課題も存在しています。

サービス概要

ユーザーは、「Sansan」上で接点がある企業だけではなく、接点がない企業も含めた100万件以上の企業情報を閲覧できます。また、名刺だけではなく、メールやウェブサイトのお問い合わせ等、顧客とのさまざまな接点情報を「Sansan」上に蓄積し可視化できます。このような企業情報と接点情報を組み合わせることで利用企業ならではのデータベースを構築します。これにより、新規の営業先を効率的に見つけるようになるほか、営業先企業の最新情報を社内でも共有することによって、営業担当者個人の営業力を強化することができます。また、外部

システムと連携させてデータを活用することで、顧客に合わせた高度な営業戦略の立案・実行が可能となり、組織全体の営業成果の最大化につなげることができます。

ビジネスモデルとしては、全社で利用するプランを基本プランとして提供しています。ユーザー企業の規模や用途に応じて算出されるライセンス費用に、スキャナレンタル料等が加算されたものが月額利用料となります。また、サービス導入時には、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付加サービスを有料で提供しています。

名刺以外の接点情報も全社で共有



名刺

+



メールの署名



ウェブフォームの
入力内容



商談のメモ



セミナーの
参加者情報

さまざまな企業情報を標準搭載



100万件を
超える
企業情報

+



役職者情報



拠点情報



企業のリスク情報



人事異動情報



戦略

「Sansan」は全企業を利用対象とするサービスですが、日本国内の労働人口でみた場合には、「Sansan」の利用カバー率は約3%^{*5}に留まっており、国内には大きな開拓余地が存在しています。

今後の成長に向けては、2022年6月に実施した営業DXサービスとしてのプロダクト刷新をベースに、企業情報や接点情報に関する機能拡充をさらに推進することで、「Sansan」のビジネスデータベースとしての価値向上を図ります。加えて、営業体制の強化による契約件数の拡大や、ユーザー企業の全社員によるサービス利用(全社利用)を前提とした新規顧客獲得及び既存顧客の利用拡大の促進等についても継続的に取り組むことで、契約当たり月次ストック売上高のさらなる拡大を図ります。

「Sansan」潜在市場規模 ^{*5}

日本の企業規模区分 (従業者数)	「Sansan」 利用企業カバー率 (前年同期末比)	「Sansan」 利用従業者カバー率 (前年同期末比)
1,000人以上	16.3% (+0.2pt)	4.5% (+0.4pt)
100人～999人	3.9% (+0.0pt)	3.3% (+0.3pt)
99人以下	0.3% (+0.0pt)	1.6% (+0.5pt)

^{*5} 分母は総務省統計局「令和3年経済センサス活動調査」を基にした数値、分子は2023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

請求書受領から、 月次決算を加速する

Bill One
powered by Sansan



- インボイス管理サービス「Bill One」

2020年に提供を開始したインボイス管理サービス「Bill One」は、「請求書受領から、月次決算を加速する」をコンセ

プトに、会社全体における経理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します。

社会課題・ニーズ

経理業務においては、未だ紙の請求書を取り扱う機会の方が多いため、郵送物の管理や社内承認のための回覧、支払い作業のための請求書内容のデータ入力等、アナログで非効率な業務が山積しています。また、紙の請求書を受領するには出社が求められることから、多様な

働き方実現の大きな阻害要因にもなっています。加えて、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といった新しい仕組みへの対応が求められており、請求書業務は複雑化することが予想されています。

サービス概要

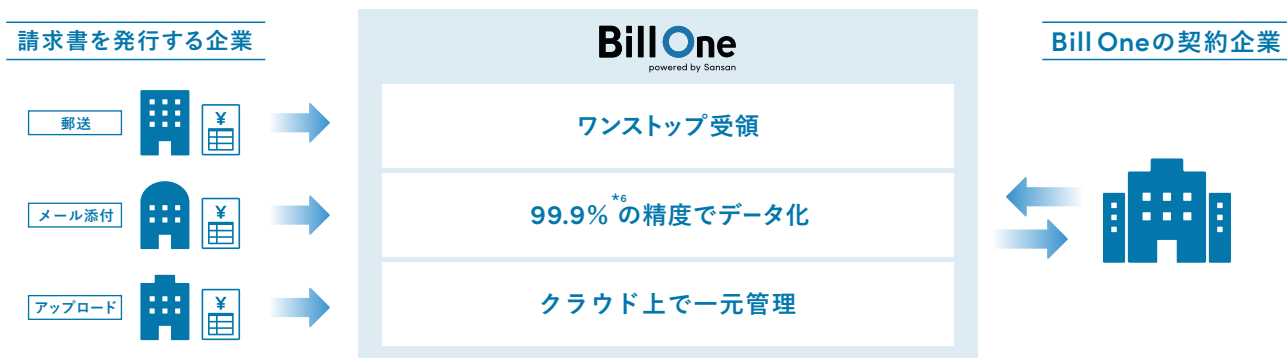
多数の拠点や部門に紙やPDFといったさまざまな形式で届く全ての請求書は、「Bill One」が代行して受領した上で正確な精度でデータ化するため、ユーザーは自ら作業することなく、初めから正しくデータ化された請求書情報にアクセスが可能です。そして、請求書内容の確認や承認作業といった各種業務フローをクラウド上で完結することができます。加えて、請求書情報は検索性の高いデータベースで一元管理されることから、データを活用したコストコントロールや営業機会の創出等を通じて将来的な収益の最大化にもつなげることができます。

また、会計システム等の他社サービスとの連携や各種オプション機能の拡充にも取り組んでおり、請求書の発行機能や郵送代行機能の

ほか、2023年6月には法人カード「Bill Oneビジネスカード」の提供を開始する等、さまざまな機能提供を行っています。

ビジネスモデルとしては、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る料金プランを提供しています。また、請求書発行や法人カード等の機能はオプションとして提供しています。

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のスマートビジネスプランを提供しています。



*6 当社が規定する条件を満たした場合のデータ化精度

戦略

「Bill One」は、業種や規模を問わず、全企業を利用対象とするサービスであり、無料利用を含めた契約企業と、各契約企業に対して請求書を送付する企業とで構成されるインボイスネットワーク数で捉えた場合、2023年5月末時点では、日本国内の企業の約4%^{*7}に当たる約9万社をカバーしているに過ぎないため、広大な開拓余地が存在していると考えています。

この広大な開拓余地を背景に、売上高の高成長継続に取り組んでおり、2024年5月におけるARRは70億円以上を目指しています。具体的な施策としては、売上高の最大化に向け、営業人員やマーケティング活動の強化により、有料契約件数の拡大を図ります。また、中堅・大企業向けの営業体制強化やユーザーの利便性向上につながる機能拡充等により、有料契約当たり月次ストック売上高のさらなる拡大に取り組めます。

「Bill One」潜在市場規模

日本国内の企業数^{*7}
約200万

「Bill One」インボイス
ネットワーク参画企業数
約9.0万

「Bill One」有料契約件数 1,581

*7 国内の総企業数は、総務省統計「令和3年経済センサス活動調査」を基に算出

法人カード「Bill Oneビジネスカード」

「Bill One」では、力強いサービス成長やインボイスネットワーク参画企業数の拡大を背景に、新機能の搭載や新たなビジネス領域への進出に着手しており、2023年6月には、法人カード「Bill Oneビジネスカード」をオプション機能として搭載したことで、フィンテック領域に拡大しました。

企業は法人カードに関する業務において、領収書や請求書等の証憑の回収や、証憑とクレジットカード利用明細との照合に時間を要するといったアナログな課題を抱えているほか、インボイス制度への対応も迫られています。

「Bill Oneビジネスカード」はこれらの課題に対応しており、利用すると、法人カードに関する業務を「Bill One」上で一元管理することができます。本カードで決

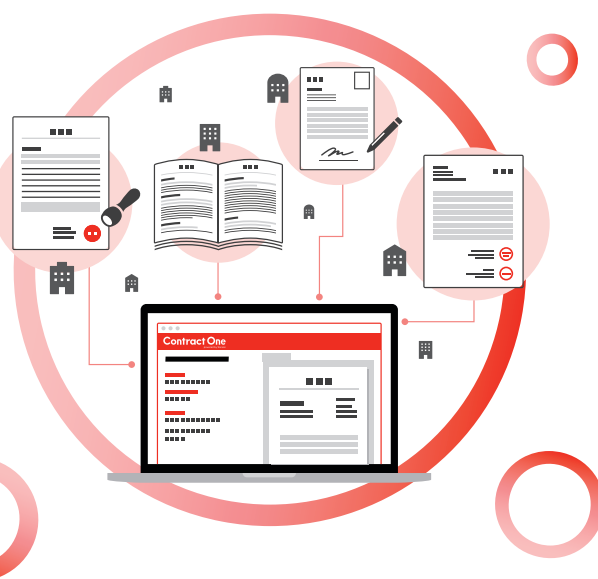
済した内容は、カード利用後にその会社が利用している「Bill One」の画面上に即時に連携されます。また、「Bill One」にアップロードされた証憑は翌営業日中にデータ化され、カード利用明細と証憑を自動照合し、カード利用明細の金額と合致しない場合はアラートが表示される等、これまで経理担当者が目視で行っていた照合業務を効率化できます。さらに、カードの利用後は利用者に対して「Bill One」から自動で証憑アップロード依頼が届くため、経理担当者から利用者に対する都度証憑提出の催促を行う必要もありません。加えて、インボイス制度等の法制度への対応や、不正利用リスクの低減も可能です。

なお、ビジネスモデルは、証憑のデータ化に伴う収入と決済手数料収入で構成されています。

契約データベースから、 収益を最大化する

Contract One

powered by Sansan



- 契約データベース「Contract One」

2022年に提供を開始した契約データベース「Contract One」は、「契約データベースから、収益を最大化する」をコ

ンセプトに、紙や電子形式のあらゆる契約書をデータ化し、企業の収益創造に貢献します。

社会課題・ニーズ

企業間の契約においては、昨今では電子形式が普及しつつありますが、紙媒体でのやり取りを希望する企業も存在することから、紙と電子が混在することで契約書管理業務が煩雑化していることに加え、契約書情報が一元管理されていないことによって有効なビジネス資産と

して活用できていない等、さまざまな課題が存在しています。

また、契約内容の遵守はもちろんのこと、市場環境や業態、戦略等に応じて契約内容を見直すといった契約締結後における業務も重要です。

サービス概要

紙の契約書はユーザーが当社に郵送するだけで「Contract One」が代理でスキャンし、正確にデータ化します。また、電子での契約は電子契約ベンダーとの機能連携等により、「Contract One」がPDF形式で電子契約データを受領した上でデータ化するため、ユーザーは契約情報が集約されたデータベースを構築でき、一元管理が可能です。加えて、ユーザーはデータベースから容易に契約情報を活用することができるようになるため、営業機会の創出や収益の最大化につながることができます。

ビジネスモデルとしては、専用コンサルタントによる導入支援や既存契約書のデータ化等に係る初期導入費用のほか、ユーザー企業においてデータ化される契約書の枚数を基に算出される月額費用で構成される料金プランを提供しています。



戦略

「Contract One」は、2022年1月の提供開始以降、継続してサービス立ち上げに注力している段階であり、2023年5月末時点の契約件数は145件となっています。現在、ユーザーへの提供価値向上を目的にさまざまな機能強化に取り組んでおり、2023年7月には、生成AIのGPTを活用した文章内検索機能や契約文書を要約する機能の提供を開始しました。要約機能では、ユーザーは企業名等で必要な契約書を検索し、箇条書きに近い形で分かりやすく要約された文書を閲覧できます。

そのため、法務担当者だけでなく、専門用語に詳しくない営業担当者等も契約内容の概要を簡単に把握することが可能となりました。現在は、取引先との交渉を後押しする目的で、体系的な契約管理や契約状況の確認等が可能な機能の開発に取り組んでいます。

今後、ユーザーの収益向上に資するさまざまな機能開発等、プロダクトマーケットフィットに向けた取り組みを進め、グループ全体の成長へのさらなる寄与を狙います。

Eight事業

Eight事業では、名刺アプリ「Eight」やイベント書き起こしサービス「logmi」シリーズを提供しています。収益性に焦点を

当てる事業運営方針の下、通期での調整後営業利益の黒字化を目指しています。

Eight事業の主なサービス

サービス/オプション名 (提供開始時期)	ビジネス領域	効率化が可能なアナログ業務	デジタル化するアナログ情報
名刺アプリ「Eight」 (2012年)	個人のビジネス活動	・紙の名刺の管理 ・人脈管理	・名刺

- 2023年5月期の業績 *8

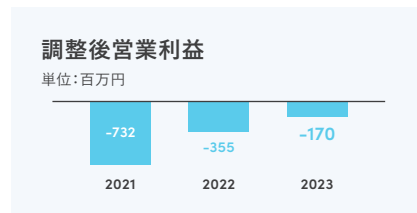
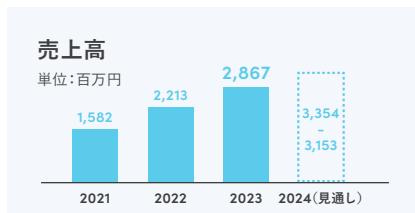
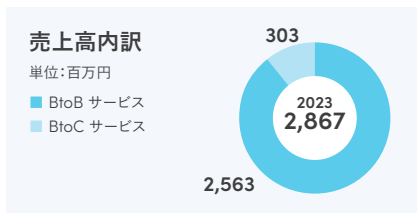
2023年5月期においては、企業向け有料サービス(BtoBサービス)のマネタイズ強化等に取り組んだ結果、Eight事業の売上高は前年同期比29.5%増となりました。また、売上高の増加に伴い、調整後営業利益は前年同期と比較して185百万円損失が縮小しました。

コロナ禍収束に伴うビジネスの正常化を背景に、「Eight」ユーザー数は前年同期末比20万人増の331万人となり、個人向け有料サービス(BtoCサービス)売上高は前年同期比6.0%

増となりました。また、大型ビジネスイベントの開催等、各種BtoBサービスのマネタイズに取り組んだ結果、BtoBサービス売上高は前年同期比33.0%増となりました。

なお、2024年5月期においては、Eight事業の売上高成長率は10.0%増から17.0%増、調整後営業利益は通期での黒字化を目指しています。

*8 グラフは各年5月期



- 名刺アプリ「Eight」

基本機能が無料で利用できる個人向けのアプリとして、名刺アプリ「Eight」を提供しており、330万人を超えるビジネスパーソンに利用されています。2023年9月には、アフターコロ

ナにおける名刺交換機会の回復を見据え、名刺に特化したアプリとして、コンセプトを「タッチで交換。スマートに管理。」とし、機能を刷新しました。

社会課題・ニーズ

ビジネスパーソンの人脈作りにおいては、相手の正確な情報を取得した上で、転職等のイベントにかかわらず、つながりを継続することが重要です。しかしながら、アナログな紙の名刺をベースとしたコミュニケーションでは、名刺情報へのスムーズなアクセスや情報の更新が難しく、ビジネスの出会いを十分に活かしてきていないという課題があります。加えて、紙の名刺交換においては、自身の名刺を忘れたり、交換相手の名刺を紛失したりといったトラブルも少なくありません。

また、今後の生活様式においては、さまざまなデジタル化が見込ま

れています。コロナ禍では外出の自粛やリモートワークの導入が加速するといった社会変容もたらされました。中でも、デジタル技術の浸透は目を見張るスピードで進んでおり、特にスマートフォンのみで完結する決済方法は急速に拡大しました。

ビジネスにおいても、クラウドサービスの普及により、オンライン上で業務が完結できるようになっていることから、今後、紙の名刺ではなく、スマートフォン1つでデジタル名刺を交換したいというニーズが高まっていくことが予想されます。

サービス概要

「Eight」は、企業ではなく、個人での利用を主体とするアプリです。利用開始時に自身の名刺情報を登録すると基本機能を無料で利用できるようになり、ユーザー自身の過去から現在までの名刺を登録することで、ビジネスライフを通じた自身のプロフィールを作成、管理することができます。本アプリには、お互いのスマートフォンをかざすだけで瞬時に名刺交換が可能なデジタル名刺交換機能を搭載しており、交換したデジタル名刺は、昇進・異動・転職等の情報が自動で更新されるため、相手の近況を把握することができます。なお、「Eight」ユーザーではないビジネスパーソンとの名刺交換は、「QRコード *9」や「URL」の読み取りにより対応することが可能です。

ビジネスモデルとしては、個人向けと企業向けに有料サービスを提供しています。個人向け有料サービスでは、名刺管理のプレミアム機能が利用可能なサービスを提供しています。また、企業向け有料サービスでは、主には「Eight」ユーザーを集客したビジネスイベント開催のほか、中小企業向け名刺管理サービス等を提供しています。

戦略

2023年5月期の下期より、収益性に焦点を当てる事業運営に移行しており、2024年5月期は通期での調整後営業利益の黒字化を目指しています。

収益性改善に向けたマネタイズプランの見直しにより、売上高成長率は従来よりも低下することが見込まれますが、引き続き好調なビジネスイベントの強化や、名刺管理サービスの価格戦略の変更等により、

 eight



*9 QRコードは、株式会社デンソーウェーブの登録商標です。

堅調な成長を目指します。また、2023年9月には、アフターコロナにおける名刺交換機会の回復を見据え、名刺に特化したアプリとし、コンセプトを「タッチで交換。スマートに管理。」とし、機能を刷新しました。具体的には、デジタル名刺交換と名刺管理に特化したアプリへの刷新がユーザー数のさらなる拡大に寄与し、中長期的な事業成長を考える上でプラスに働くものと期待しています。

名刺交換のDX

2012年に名刺アプリ「Eight」を提供したきっかけは、名刺交換そのものに変革を起こしたいという想いからでした。さまざまなビジネスツールがDXの潮流によりデジタル化する中でも、名刺はアナログな紙媒体での交換が主流であり、それは創業事業「Sansan」が普及しても変わりありませんでした。「Eight」の提供開始以降も、名刺交換のあり方に大きな変革は生み出されていませんでしたが、2023年9月に新たに搭載したデジタル名刺交換機能によって、名刺交換体験の進化が可能であると考えています。本機能の特徴は、アプリで名刺交換が完結するため、物理的な紙の名刺が不要な

ところ。また、「Eight」には、名刺管理機能とSNS機能が備わっているため、スマートフォン1つで名刺管理をし、名刺交換相手の異動や昇進、転職等の最新状況を把握できることも強みです。デジタル名刺交換機能は、ビジネスパーソンがオフラインで集まる商談やカンファレンス、交流会等のあらゆる場面での活用を想定しています。2023年11月開催予定の「Climbers Startup JAPAN 2023」をはじめとした当社主催のカンファレンスやほかのイベント会社との連携を通じて、本機能の普及を図ることで、ビジネスパーソンの出会いの体験をスマートに進化させていきます。

意思と意図をもって 人事施策を進める

CHRO
メッセージ

取締役／執行役員／CHRO

大間 祐太

人材に求める資質

Sansanは、ミッションドリブンであることを大切にしている企業です。「Sansan」「Bill One」「Contract One」「Eight」といったプロダクトを展開していますが、名刺や請求書が好きで入社した人はおそらくいないでしょう。Sansanが何を目的として事業を行っているのかを、ミッション「出会

いからイノベーションを生み出す」、ビジョン「ビジネスインフラになる」と言語化し、それらと結びついた各プロダクトが世の中に新たな価値を生み出している。これが可視化されていることで、私たちのミッションやビジョンに共感し、あるいはプロダクトも含めた物語として全てがつながっていることに強く惹かれた人材が、当社に集まっています。

私たちは人材に、当社のバリューズ

の1つ「意思と意図をもって判断すること」を求めます。経営戦略や事業戦略を推進する上で、自分はどのような意思と意図をもって進めていきたいのか。上司の決定したことを、自分の意思なくして実行するだけでは新たな価値は全く生まれませんから、自分の意思と意図をもって組織を前進させる。このスタンスは、特に中核人材には絶対的に必要な要素だと考えます。当然、経営

や組織が示す方向性と、各人の意思や意図が異なる場面も出てくるでしょう。経営や組織の上司が常に全ての点において正解だとは限らない。示された内容が会社にとってプラスにならないと考えた時には、建設的に衝突していき、そうした人材こそ中核にあるべきだと思います。組織を前に進めるのは、個々人の熱量や意思です。Sansanは1人ひとりに「あなたはどうしたいのか」を非常に問う会社です。現在、当社グループは事業拡大フェーズにあり、積極的に人材の採用を拡大していますが、そこでも、意思と意図をもって判断する資質を重視しています。

ミッションドリブな 企業風土の定着・浸透

当社に入社した人材は、新卒・中途採用者とも、入社後5日間、Sansanのミッションやビジョン、バリューズ等の「Sansanのカタチ」と呼ぶ企業理念に集中的に触れる「SCOP (Sansan Culture Onboarding Program)」を経て配属となります。なぜ出会いからイノベーションが生まれるのか。どういう背景であればビジネスインフラとなり得るのか。ミッションやビジョンを実現する上で重要な価値観は何か。1つひとつのバリューズが、どういう意味合いをもち、なぜバリューズとして設定されているのか。これらをSCOPで共有します。例えば「意思と意図をもって判断する」に関しては、「AとBとCの中でどれが良いと思いますか」と上司に聞いても、「あなたはどれを実行したいのか」と問い返されるような、1人ひとりの意思を問う会社であることを伝えます。

バリューズに関しては、創業時からの変遷も紹介し、以前にはあって今は



ない価値観がなぜバリューズから削除されたのか、背景や理由とともに伝えます。Sansanにおいて不変なものはなく、必要に応じて変えていける。これもSansanが受け継いでいきたい大事な価値観です。

SCOP以外にも、2年に1回程度、全役職員で「Sansanのカタチ」を確認し合う「全社カタチ議論」を実施しています。Sansanの進むべき姿は何か。これから大事にしていく価値観は何か。全役職員が、職種、部門、社歴等をミックスした100チーム超に分かれ、延べ3時間以上議論します。直近では、各部門において突き抜けた圧倒的な成長を実現するには何が必要か、議論する機会を設けましたが、会社としてこれだけの時間を営業活動にではなく企業風土の定着・浸透に投資するのは、エンゲージメントこそが優秀な人材のリテンションにつながり、それが将来的な財務リターンの基盤となるからです。

社員エンゲージメント

Sansanでは毎月正社員と契約社員に対してエンゲージメントサーベイを実施しています。このエンゲージメントスコアは業界平均値より上回って推移し

ていますが、上位の水準にはまだ達していません。毎月得られるさまざまな結果は、勤怠や人事評価等のHRデータとも重ねて分析しています。例えば、過去に蓄積したデータから、退職・退職者がたどる傾向を把握していますから、同様の傾向が見られた場合にはアラートが上がるようにし、所属部門とも連携しながら優秀な人材のリテンションに努めます。

ほかにも、さまざまな人事施策や社内イベントについて、毎月のエンゲージメントサーベイを通じて効果を検証しています。「全社カタチ議論」のほか、給与改定や新制度のリリース等、意思と意図をもって人事施策を進めていますから、その効果検証は非常に重要です。2022年11月には、表参道本社のフリースペースを18時以降開放し、フリードリンクとおつまみとともに社員同士がコミュニケーションできる場「ヨリアイ」制度を開始しました。どういう社員がどれだけ本制度を利用し、その結果、どういう効果を感じているのか。施策に投じたコストがエンゲージメントとしてどれくらい跳ね返っているのか、エンゲージメントサーベイで検証し、改善につなげています。

中長期での課題認識

2023年6月、組織編成を実施し、各プロダクトの営業を1つの組織に集約した体制から、プロダクト毎の営業組織に分けた事業部体制へと変更しました。リソースの「最適化」から、売上高の「最大化」へと大きく方針を再転換し、事業成長の実現に向けては、人材の採用・確保が経営の最重要課題と認識しています。特に営業職に関しては、現状はヘッドカウントが増える分だけ事業成長につながると捉えています。これまで厳選した採用を続け、一定以上の成果を挙げてきた中で、一気に採用人数を拡大することはチャレンジでもあります。最優先で注力しています。2024年5月期の採用人数は、連結で約420名、うち営業（CS、マーケティング含む）人員を約200名と掲げています。また、エンジニアやクリエイターは全体の3割強、残りをブランディングやコーポレート、人事等のバックオフィスのミッションを担う人材の採用にと考えています。

優秀な人材の採用・確保のための施策として新卒初任給の年収をこれまでの水準から10～11%上昇となる560万

円まで引き上げました。これまでも報酬水準については、市場比較で分析し見直してきましたが、今回、過去最大の上昇幅としたのには、業界最高の報酬水準にしていくという強い意思と意図を込めています。今後も人材マーケットの動向をみながら、競争優位性のある高い水準を維持し続ける考えです。

同時に、評価されるべき人材とその報酬がしっかりと連動するよう、人事評価の妥当性を高めることも重要です。当社のミッショングレード制は、過去の実績だけでなく今後の期待値や役割によって等級が決定する設計となっており、パフォーマンスが上がらなければ等級のダウングレードもあります。人事評価は、1人の社員をさまざまな立場の同僚が評価する360度評価を採用していますが、個々のミッショングレードに基づき、何が不足しているのか、もう1つ上の等級に上がるための期待値は何か、ミッショングレードのディスクリプションと照らし合わせながら上長が配下メンバーと対話するよう指導しています。

事業部体制へ移行したことで部門の数が増え、マネジメントポジションも増えました。組織再編直後の今は、一

時的にマネジメントポジションに兼務者が多い状況になっていますが、兼務の解消を進めるに当たっては、今後のキャリアを見据えたポジションの広がりや奥行きを示せる状態でもあり、優秀な人材がさらに活躍できるよう、後押ししていきます。

人材の採用・育成・活躍推進

当社グループの重要課題(マテリアリティ)に関して、私は「人材の採用・育成・活躍推進」と、「ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進」のマテリアリティオーナーとして責任を負っています。

「人材の採用・育成・活躍推進」については、2030年5月期におけるリファラル採用比率35%、「Unipos」投稿率80%を目標に掲げています。リファラル採用に関しては、毎月のエンゲージメントサーベイの中でも「この会社を外部の人に薦められるか」という項目でeNPSスコアの推移を追っていますが、人材採用のアクセルを踏むためにも現在のマイナス10前後のスコアから大きく引き上げていきたいと思っています。

「Unipos」は、社員が別の社員に称賛の声を「Unipos」のポイントとして届けることで、1人ひとりのモチベーション向上につながるプラットフォームです。各自、ポイントの持ち点があり、もらったポイントは金額換算されて給与として受け取ることができます。当社は「感謝と感激を大切にすること」もバリューズの1つに掲げており、「Unipos」を導入する以前にも、別のツールを用いてバリューズを体現した社員を社員同士が称賛し合う制度を運用してきました。現状の「Unipos」投稿率は約60%程度となっていますが、この投稿





率向上が、社員によるバリューズの体現につながり、社員エンゲージメントの向上、企業風土の醸成に寄与すると考えます。「Unipos」を利用することでもちろん費用は発生しますが、その費用と同等の年収の人材を1名採用する以上のプラス効果を組織全体にもたらしていることは間違いありません。

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進

「ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進」に関しては、2030年5月期までに女性管理職比率30%以上、女性社員比率45%以上を目標に掲げています。本来的には、女性管理職比率も社員比率も50%が理想ですが、現時点の女性管理職比率18%、社員比率35%に鑑みて設定しており、この水準自体もチャレンジングだと考えています。

これらの定量目標の達成に向けては、充実した人事制度の設計に注力しています。認可外保育園料の一部や学童保育料等を補助する制度「OYACO」は、子育て中の社員は男女関係なく活用できるほか、女性社員向けには、生理休暇やピルの処方サービス等も制度として支援しています。

1つひとつの制度だけを切り取れば福利厚生サービスのようにも映ります

が、基本的に当社の人事ポリシーは、生産性の向上に資するか否か、事業成長を加速させる一手になり得るかどうかを、意思と意図をもって判断した結果です。ピル処方サービスも、フェムテック領域のベンチャーサービスをまずトライアルで希望する社員向けにテスト導入し、その上で得られる生産性を費用と照らして検証した結果、導入に至っています。子育て社員向け制度の充実も、産休・育休の取得を大前提とした上で、早期の復職に向けて、会社側からできることを模索した結果です。後任者の採用よりも産休取得者が復帰してくれることの方が、確実に生産性が上がると判断し、そのための投資を積極的に進めてきました。

また、多様性という観点では障がい者や外国籍社員の雇用も拡充していきます。障がい者雇用に関しては、現在法定基準を上回る水準となっていますが、今後は、障がいのある人材が、例えば名刺や請求書のデジタル化といったような、当社グループの事業に直接にかかわり、利益貢献できる環境の整備を進めていきます。

外国籍社員については、今後、「Bill One」の海外展開を加速していく中で、まずはフィリピン・セブ島の開発拠点でエンジニア人材を採用する方針です。人員構成が多国籍化していくことを見据え、現在ほとんどが日本国籍となって

いる国内エンジニア陣容にも、外国籍社員の採用を拡大していきます。グローバルに事業を展開する上では、各国の法規制や商習慣、宗教・文化といった点をしっかり認識し、人権に配慮した心理的安全性の高い組織・環境にしていけるよう注力していきます。

最後に

当社は今、成長の再加速に向けて、人材の採用・確保が経営の最重要課題です。陣容が拡大しても、大切にしているミッションドリブンのカルチャーを失うどころか、より一層強化していきたいと考えています。CEOの寺田とはこの1年、Sansanが継承していきたいDNAについて議論の場をもつようにもなりました。意思と意図をもった個の集団として、1人ひとりが高いモチベーションをもって新たな価値を生み出していく、そうした組織・環境にしていけるよう、CHROとして引き続き尽力していきます。意思あるところにしか道はない。そう言い続けて、これからも前進し続けます。

取締役／執行役員／CHRO

大間 祐太

人的資本

当社グループにおいて、人材は最も重要な経営資源の1つであり、これまで新しい市場を創造しながら高成長を実現できたのは、優秀な人材の活躍によるものと捉えています。今後のさらなる成長に向けては、多様性を受け入れ、1人ひとりの人材が高い意欲を持って働ける環境を整備す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、人材の活躍推進をはじめとした各種施策を通じて、ビジネスの課題解決につながるイノベーションの創造に取り組みます。

重要課題(マテリアリティ)

当社グループでは、2022年に特定した5つの重要分野のうち、「人材の多様性を尊重し、イノベーションを生み出す」において、「人材の採用・育成・活躍推進」と「ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進」を重要課題として掲げていま

す。また、2023年8月には、2030年5月期における定量的な長期目標を定めており、リファラル採用比率35%、「Unipos」投稿率80%、女性管理職比率30%以上、女性社員比率45%以上の達成に向けて各種施策に取り組んでいます。

マテリアリティ目標

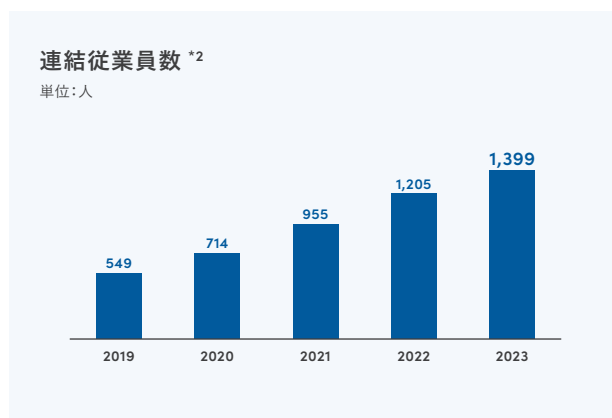
重要分野	重要課題	2030年5月期目標		2023年5月期実績
人材の多様性を尊重し、イノベーションを生み出す	人材の採用・育成・活躍推進	リファラル採用比率	35%	12.0%
		「Unipos」投稿率 ^{*1}	80%	59.6%
	ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進	女性管理職比率	30%以上	17.8%
		女性社員比率	45%以上	34.9%

*1 Unipos株式会社が提供するピアボーナスを軸とする全従業員参加型のプラットフォームサービスを利用しています。

人材の採用・育成・活躍推進

重要な成長戦略の一環として継続的に人材採用を強化しており、2023年5月末の連結従業員数は約1,400名となり、開発や営業、バックオフィス等のさまざまな組織は、多様なバックボーンをもった優秀な人材で構成されています。採用においては、高い専門性やスキルを保有しているだけでなく、当社グループの企業理念に共感するミッションドリブンな姿勢のある人材を重視しています。これは、ミッションやビジョン、バリューズといった企業理念と自らのありたい姿が合致する人材ほど、入社後に活躍できる可能性が高いと考えているためであり、これまでミッションドリブンな企業風土を構築してきたことが採用活動に効果的に機能し、多くの優秀かつ多様な人材の採用につながっています。また、優秀な人材の活躍だけではなく、その優れた知見を組織が吸収し、周囲のさらなる

成長につなげる人材育成・活躍推進に関する制度や環境の整備に取り組んでいます。



*2 各年5月期

- リファラル採用

当社では、2015年より社員による採用紹介制度「マイミyak」を導入しており、採用紹介時における会食費用の負担や採用決定時の謝礼金支給等を通じて、リファラル採用を推進しています。「マイミyak」を通じた採用決定率は、通常の選考に対して約10倍となっており、最も重要な成長戦略である人材採用に大きく貢献しています。また、社員自らが「一緒に働きたい」と思う人材に対してアプローチしていくため、マイミyak経由の入社者は通常選考と比べて、ミスマッチが起りにくく早期退職率が低い傾向にあります。そのほか、「マイミyak」を推進する上では、自身の大切な友人や知人に対して当社を採用先として紹介するほど、当社に良い印象をもった社員の存在が不可欠であることから、リファラル採用率は組織状態を定量的に測定する1つの指標としても重視しています。

2023年5月期における「リファラル採用比率」は12.0%となっており、「マイミyak」制度の充実化や全役職員の利用を促進することで、2030年5月期での35%達成を目指しています。



- 「Unipos」

当社ではピアボーナス®を軸とする全従業員参加型のカルチャープラットフォーム「Unipos」を活用し、社内における称賛事例を可視化することで、会社文化の浸透や従業員のエンゲージメント向上を図っています。「Unipos」は、Unipos株式会社が提供する、社員同士が業務上の良い行動や貢献に対して、称賛コメントとともに給与に変換可能なささやかなチップを送り合うサービスです。

「Unipos」上で称賛をシェアすることで、社員の良い行動が全社で見える化し、社員のエンゲージメント向上が期待できるほか、蓄積されたデータを人事施策に活用することができます。

2023年5月期における当社社員の「Unipos」投稿率は59.6%となっており、利用を促進することで、2030年5月期での80%達成を目指しています。

バリューズを体現する「Unipos」

当社では、バリューズの1つである「感謝と感激を大切にする」の考えの下、社員同士が互いに称賛し合う文化を大切にしています。「Unipos」はまさにそのバリューズを体現するサービスであるため全社で利用しており、ミッション、ビジョン、バリューズのほか、その年のテーマに基づくさまざまなタグとともに「Unipos」へ投稿することを社員に促しています。これは、単なる感謝を直接伝えるのではなく、企業理念や会社の方向性に関連した行動を全社員が閲覧できる場で称賛し合うことが、理念や文化の浸透につながると考えているためです。また、定期的に「Unipos」の投稿の中から、最も企業理念等を体現した行動を表彰し社内に周知する等、社員に向けた広報活動も行っています。これらの取り組み

の結果、2023年5月期に「Unipos」上で称賛された社員は約8割以上^{*3}にのぼり、称賛投稿数は約4.5万件となりました。

^{*3} 当社及び当社子会社のSansan Global Pte. Ltd.の正社員・契約社員を対象として算出



- 新入社員プログラム

当社では、中途入社者を対象に、入社後6か月にわたって実施する「SCOP (Sansan Culture Onboarding Program)」を設けています。同期入社メンバーとともに、Sansanの企業理念をはじめ、企業文化やこれまでの歩み、プロダクト等に触れることで、当社グループのミッションやビジョンの実現に向けていち早く成果を出せるよう入社者のサポートをしており、2023年5月期における「SCOP」への社員の総参加時間は、約5,600時間となりました。

「SCOP」は、入社後5日間のプログラムから始まります。研修内容は、入社後の手続きや社内制度の案内といった業務開始に向けた基礎的な事項だけではなく、各担当者からプロダ

クトの詳細や開発プロセス、強みとなる技術等について話を聞く場も設けています。また、CEOをはじめ、取締役、執行役員、グループマネージャー等から企業理念(「Sansanのカタチ」)に関する考えやこれまでの変遷について共有を受け、ディスカッションする機会も設定しています。これは、情報をインプットするだけではなく、入社者が自身なりの言語化し、当社文化についてより深く理解することを目的としています。プログラムを終えた社員からは「現場配属後のさまざまな判断の拠り所として企業理念を振り返っている」「会社全体を知ること、所属部署の役割についてより深く理解できた」等、ポジティブなフィードバックを受けています。

SCOPの内容

5日間プログラム	当社グループの基礎知識を学びます。
カタチ研修(CEO)/カタチサロン(取締役)/カタチサロン(執行役員)	CEOや取締役、執行役員から「Sansanのカタチ」に関する考えを聞きます。
カタチバ(グループマネージャー)	グループマネージャーとともに、自身の業務と照らし合わせ、「Sansanのカタチ」に関する考えを言語化します。
カタチオフサイトミーティング	これまでの研修を踏まえ、「Sansanのカタチ」について自分の言葉で語ることで、理解を深めます。
ななはち(先輩社員)	先輩社員との交流の場を通じて、社内の接点を作ります。



- IT人材の育成

当社グループでは「テクノロジー×デザインで人間の未来を変える学校」をコンセプトに掲げる神山まるごと高専の支援を通じて、起業家の育成に取り組んでいます。本高専への支援は、日本国内におけるIT人材の創出に寄与し、当社グループ

が重要課題として掲げる「人材の採用・育成・活躍推進」につながるものと考えています。支援に当たっては、専門部署を社内を設置し、これまで事業で培ったマーケティングやデザイン、PR等の知見を提供しています。

神山まるごと高専

神山まるごと高専は、2023年4月に徳島県神山町に開校した私立高等専門学校です。従来の技術教育を中心とした高専とは異なり、本高専では、テクノロジー、デザイン、起業家精神の3分野を同時に学ぶことで、社会を変えていける人材「モノをつくる力で、コトを起こす人」の育成を目指しています。15歳から20歳までの5年間の一貫教育となっており全寮制のため、同世代の仲間との共同生活を体験することができます。

カリキュラムでは、演習や実験等の実践形式や講義形式を組み合わせしており、単に与えられた課題に取り組むだけではなく、少人数のグループディスカッションやグループワーク、ディベートから生まれる双方向コミュニケーションを通じて、実践的な課題解決能力を育みます。その他、学校における授業だけではなく、課外活動や地域住民との交流等、生徒が主体的に成長できる機会を提供しています。



神山まるごと高等専門学校
事務局長

松坂 孝紀

神山まるごと高専では、テクノロジー、デザイン、起業家精神の3つをカリキュラムの軸に据え、集中的にプログラミングの基礎を学んだり、ソフトウェアを用いたデザイン手法を学んだりする授業を実施しています。また、毎週起業家が来校する「Wednesday Night」では、12組25名の起業家に特別授業を行っていただきました。学生たちが自ら立ち上げたプロジェクトでは、プログラミングコンテストへの挑戦や地元住民との農業活動等が盛んに行われています。そして、Sansan社にも協力いただいているスカラシップの取り組みでは、早くも奨学生たちが企業との連携について学び始めています。引き続き、人間の未来を変える力を持つ学生の育成に注力してまいります。

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進

経歴や性別といった特定の属性によることなく、積極的に優秀な人材を採用、登用する方針の下、全ての社員に対して公平な評価及び登用の機会を設けています。各種社内制度の

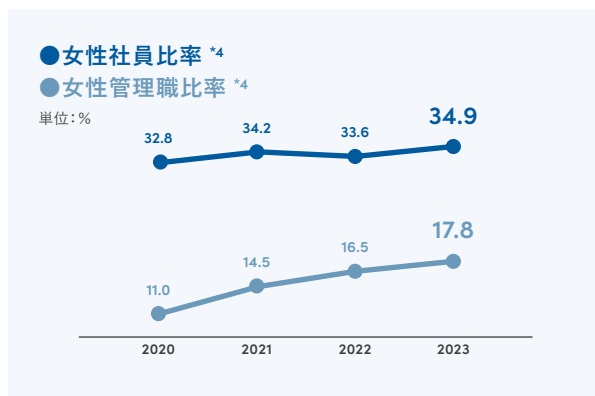
設計や研修等を通じて、経歴やジェンダー、国籍といった特定の属性で判断することなく、1人のプロフェッショナルとしてフェアに向き合うことを徹底しています。

- 女性の活躍推進

女性社員の登用比率は向上傾向にあり、2023年5月末時点の女性管理職比率^{*4}は17.8%、女性社員比率^{*4}は34.9%となりました。2030年5月期における女性管理職比率30%以上、女性社員比率45%以上の目標達成に向けて、毎期のモニタリングや特定の属性によらないフェアな評価運用を継続していきます。

また、女性のさらなる活躍機会の拡大に向けて、さまざまな社内制度を設計しています。例えば、妊娠や出産・育児等の

負担が大きい社員がより活躍できるよう、育児と仕事の両立を支援する制度「OYACO」を設け、満3歳までの認可外保育園料の差額補助やベビーシッター、家事サポート等の利用料金の補助を行っています。その他、育児や介護と両立しながらのキャリア形成支援を目的に、社員個々の状況に合わせた働き方の選択を可能としており、さまざまな雇用区分の設定や適用を通じて、社員の意思と意欲を尊重した柔軟な働き方の実現を図っています。



^{*4} グラフは各年5月期。当社の正社員・契約社員を対象として算出しています。

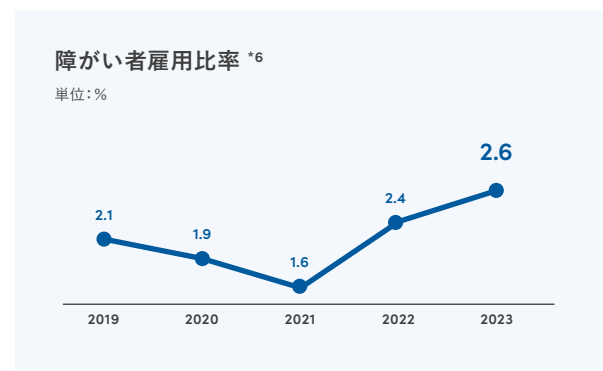
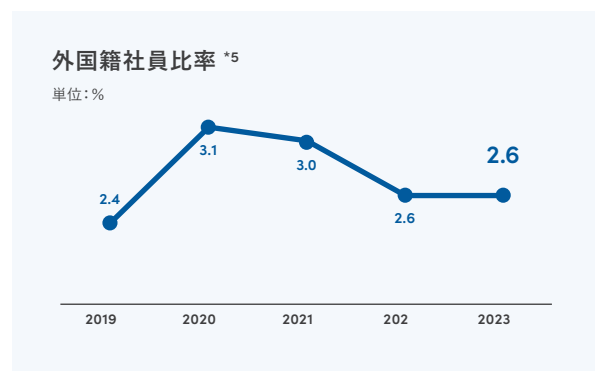
- 外国籍、障がい者雇用の推進

海外での積極的な事業展開を志向する上で、外国籍をもつ社員の採用に力を入れており、2023年5月末の外国籍社員比率^{*5}は2.6%となりました。海外拠点における外国籍社員と日本国内における日本国籍社員との交流機会を創出し、コミュニケーションを活性化させることで、多様性を受け入れながらミッションを実現していく企業風土の醸成に努めています。

また、2023年3月末の障がい者雇用比率^{*6}は2.6%となっており、障がい者の就労機会の創出や活躍機会の拡大に取り組んでいます。

^{*5} グラフは各年5月期。当社及び当社子会社のSansan Global Pte. Ltd.の正社員・契約社員を対象として算出しています。

^{*6} グラフは各年3月期。当社の正社員・契約社員・アルバイトを対象として算出しています。



ユニークな人事制度

優秀な人材がもつ優れた知見を組織として吸収し、社員1人ひとりが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であると考え、さまざまな施策や環境整備に取り組んでおり、2023年5月期は社員間交流施策へ12百万円の投資を行いました。

社員間交流施策としては、飲食費補助制度の「Know Me」等がこれまでありましたが、2022年10月には、社内のお会

からイノベーションを生み出していくことを目的とした「ヨリアイ」を新たに設けました。「ヨリアイ」では、終業後に本社のフリースペースにてフリードリンクやおつまみを提供しながら、さまざまなイベントを開催し、集まったメンバー間での交流機会を創出することで、社内コミュニケーションを活性化しています。「ヨリアイ」には、制度開始から2023年9月までに、社員の半数以上が参加しました。

- 会社理解や社内コミュニケーションの活性化

全社カタチ議論

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。

Sansan Values Star表彰

「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い、多くのチップをもらったバリューズを体現する社員を表彰する制度・機会を設けています。

Know Me

異なる業務を担当する社員同士が3人組で食事をする場合に、飲食費を補助する制度を設けています。社内交流を活性化し、各社員の業務の質の向上に寄与しています。

- 社員の成長機会創出とエンゲージメント向上

ミッショングレード制度

業務上の権限や責任、処遇等を等級によって定める評価制度を採用しています。その等級を実績だけでなく、今後の期待値によって決定することで、個人の成長にレバレッジをかけています。

同僚評価制度

人事評価プロセスにおいて、同僚が評価をする360度評価の仕組みを採用しています。さまざまな立場の同僚からの評価を総合的に取り入れることで、公平性をより実現しています。

エンゲージメントサーベイ

月に1回、正社員、契約社員に対してエンゲージメントサーベイを実施し、回答の分析結果をセルフマネジメントや組織マネジメント、全社的な社内制度・施策の立案等に活用しています。

- 知識習得と技術向上

コーチャ

個人の伸びしろや可能性から成長のための課題を発見し、行動の後押しをすることを目的に、コーチングの専門資格をもつ社員から、1対1でのコーチングが受講可能な制度を設けています。

Geek Seek

サービスの品質向上を目的として、エンジニア職や研究職、デザイナー職向けに知識習得や業務効率化に必要な書籍やツールの購入、イベント参加費等を補助す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

OYACO


認可外保育園料の一部補助やベビーシッター料、学童保育料等の補助制度を設けており、女性の産前産後休業・育児休業取得者の早期職場復帰や子供をもつ社員の仕事と育児の両立を後押ししています。

技術職向けのフレックスタイム制度

技術職向けの制度として、定められた総労働時間の範囲内で、日々の始業・就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ています。

在宅勤務制度

一定の回数制限を設けた上で、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ています。



事業最大化を支える技術組織を 世界で戦える集団へ

CISO / DPO /
技術本部長
メッセージ

取締役 / 執行役員 / CISO /
DPO / 技術本部 本部長

塩見 賢治

ハイレベルな技術組織の追求

— 技術組織のこれまでの歩みと現在の評価について教えてください。

創業時の提供サービスは「Sansan」だけでしたが、次に「Eight」をスタートした時に「Sansan」とは別の開発組織を設置しました。それにならい、これまではプロダクト毎に技術組織を立ち上げてきた経緯があります。

しかし、プロダクトが増える中では、個別にいろいろな開発組織を立ち上げてきた弊害が顕在化するようになりました。例えば、エンジニアの評価方法にばらつきが生じてしまったり、流動性の問題が発生したりするようになりました。プロダクト毎に採用を行っていたために、プロダクト間で柔軟に人材を動かすことが難しく、リソースの非効率性が課題になっていたのです。

これらの課題に対応するために、2021年7月に全社のエンジニア組織を集約した技術本部を立ち上げました。採用も一括して行うようにし、2年前に比べてエンジニアが約1.5倍に増えて組織が強くなり、部格組織数は同本部発足前の7から13に増えました。まず、そういう量の観点では、確実にパワーが引き上げられたと評価しています。

加えて、質の面では、研究開発部門の成果が各プロダクトにより活かされるようになりました。もちろん、技術本部ができる前も、横断的に研究開発をしていましたが、一体化することによって、研究開発の内容をよりプロダクトに近しいところ、役立つようなものに集中できるようになりました。具体的には、「Sansan Labs」という研究開発部が取り組んでいるデータ研究内容を実験的に「Sansan」の機能として搭載していますが、機能のほとんどは研究開発部からの提案により生み出されたもので、以前に比べて、かなり活性化したと思います。

また、各々のエンジニアのキャリアを考えた時に、いくつかのプロダクトを併行して扱っていた方が良いのではないかと考えました。さまざまなプロダクトで経験を重ねる機会を提供できるので、育成的な観点からも質と量を上げることができたと手応えを感じています。

— 2023年6月から営業組織の体制変更がありました。技術組織には変化はありますか。

営業体制は最適化から最大化へ変わりましたが、技術本部もこれまでの

効率良く開発していこうという方針はそのままに、各事業を最大化していこうという流れに切り替わっています。全社的にも最大化モードに移行しているわけですが、エンジニアも具体的にどういったことが最大化につながるのかを関係部署にヒアリング等をして、プロダクトとの連携を強化することに主眼を置いています。

エンジニアの成長に向き合う

— エンジニアの採用や育成、評価については、どのように取り組まれていますか。

技術本部にエンジニア組織を集約したことで、育成方針の立案や評価基準の設計をしっかりと見直すことができました。これによってエンジニアの質やスキルが上がり、生産性も上がってきていると実感しています。

エンジニアの評価については、エンジニアやデザイナー等の専門スキルを保有した職種向けのミッショングレード制度を導入しています。ミッショングレード制度は、社員に任せる役割（ミッション）に応じて等級（グレード）を決める制度ですが、期待役割として設定したミッショングレードが適当か否かについて、部長クラスの上長とメンバーが四半期毎の個別面談で確認します。人事考課自体は年1回ですが、この四半期毎の面談は、育成の観点から有用な機会として機能しています。

プロダクト間の人材の流動性については、事業最大化モードに移行してからも、例えば「Eight」から「Sansan」「Bill One」といったようにキャリアを積み重ねられるよう、担保していきます。また、エンジニアがプロフェッショ



ナルとして歩むのか、マネージャーになるのかといったキャリアプランに応じた育成方法も設計しています。

事業最大化を実現するために

— 技術組織として、企業成長にどのように貢献していくお考えですか。

とてつもなく早いスピードで成長している事業が多いため、いかにしてプロダクト側のニーズに応えていくのが技術本部最大の役目です。残念ながら、現状では求められている開発アイテム数に対して、技術本部のアウトプットが追いついていないと思っています。各プロダクトの開発アイテムに対して、どういった順番で対処していくのが目下の課題となっていますが、開発パワー、つまり高い生産性があれば、こういった心配は無くなります。したがって、現在では、四半期単位でリリースする開発アイテムをどうやったら増やせるのか、組織の生産量をいかに上げていくかに向き合っています。

そして何よりも、事業最大化に応えるには、まだまだ人員が足りていません。技術組織として企業成長に貢献するためにやるべきことの一丁目一番地は、採用だと考えています。当社にはさ

まざまなビジネスデータが集まっていることが強みです。新たに加わっていた方にとっては、そのデータを活用して新たな価値を生み出すということに、やりがいを感じてもらえるのではないのでしょうか。社会貢献という意味でも、我々が日本の技術を牽引したい、活性化したいという想いは、少なからずあります。採用面ではこうした社の価値についても訴えていきたいと思えます。

グローバルでの活躍を目指す

— 海外に開発拠点を置かれています。その狙いや今後の方針については。

2023年、フィリピンのセブ島に開発拠点を立ち上げました。現在は、まだ20名弱ですけれども、できれば2年以内に200名に引き上げたいと考えています。セブ島の拠点は、日本国内の開発リソースを補うというよりは、海外向けのプロダクトを現地で作っていききたいというのが設立の趣旨です。「Sansan」でも「Bill One」でも、海外向けにいろいろとカスタマイズしたり、海外向けの新機能を開発したりということです。当面はシンガポール等、アジア向けに開発していきます。

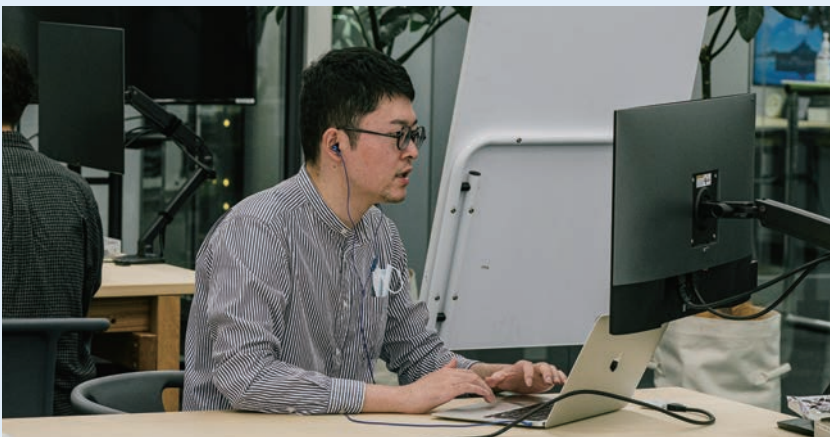
海外拠点の立地を検討し、最終的にフィリピンに決めたのは、英語が堪能な人材が多くいることに加え、優秀なエンジニアの確保が比較的容易だったことが挙げられます。また、国内の平均年齢も若く、ITを学ぶ学生も多いことから、将来的なエンジニア人材の供給増加も期待されます。

セキュリティと利便性の両立

— 重要課題（マテリアリティ）において、「安全かつ安定的なサービスの提供」「データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底」を掲げ、「重大なインシデント件数0件」「個人情報保護士の取得率80%以上の維持」という定量目標を決めた背景等について聞かせてください。

もともと、セキュリティに関しては当社の生命線だと定義していて、企業理念にも「セキュリティと利便性の両立」を掲げています。創業以来、会社として、それくらいしっかりとセキュリティに向き合っており、CISOとしても社内全体への啓蒙を続ける等、責任をもって取り組んでいます。例えば、全社員が参加する会議で月1回、セキュリティトピックスを共有しており、時々のサイバーリスクや他社事例等を取り上げているほか、社員ができるセキュリティ基本対策について説明しています。社員1人ひとりのセキュリティレベルを高めるために、今後も教育や啓蒙活動に力を入れていきます。

また、体制の強化にも取り組んでいます。当社においても世間一般と同様、サイバー攻撃による脅威に日々さらされており、全てのプロダクトを守るために、いかに守備範囲を拡大し、どこ



まで詳細に対応していくのに向き合う必要があります。そこで、2023年には、情報セキュリティ部の中にサイバーセキュリティ専門のグループやセキュリティ関連の認証を取得するためのグループのほか、セキュリティマネジメントグループを設置しました。もちろん、創業以来、部署単位でセキュリティ対策に取り組んできましたが、組織全体を横断的にみる組織を設置することで、全社のセキュリティ対策レベルをより強固にしていくということです。

また、インシデント対応については、セキュリティマネジメントグループが策定するインシデントガイドラインを基に、訓練を実施しています。具体的には、ペネレーションテストという外部から攻撃を受けたことを想定して行うテストです。そこで実際にセキュリティホールを見つけたり、善後策を検討したりしています。また、システムの脆弱性診断については、外部機関も活用しながら、日々取り組んでいます。

重要課題の目標に掲げている「個人情報保護士の取得率80%以上の維持」ですが、当社では役職員への個人情報保護士の資格取得を義務付けており、重要なセキュリティ対策の1つでもあります。実際に約1,400名の組織で、80%以上の資格取得率を達成することはかなり大変なことです。ここは生命線と捉えてしっかり運用しています。当社は個人情報をはじめとしたさまざまなビジネスデータを扱っている事業者であるがゆえに、セキュリティ対策については全社で取り組んでいかなければなりません。

他方で、セキュリティの強化は守りの姿勢であるがゆえに、厳しいルール等で制限を設けることで利便性を損なう可能性もあります。利便性を落として



も安全性を確保するというのではなく、しっかり安全性を確保しつつ、業務効率を落とさない、そのような施策を考えていかなければなりません。極論ですが、「さまざまなサービスやツールを利用しないことが一番のセキュリティ対策」ということになってしまったら本末転倒です。やはり、ITサービスを提供しているSaaS企業として、新しいものをどんどん取り込んでいかなければ成長はないという本質に向き合いながら、セキュリティ対策に取り組む姿勢が大事だと考えています。

世界最強の 技術者集団を目指して

—— 最後に改めて、技術組織の強みについて聞かせてください。

技術力をプロダクトに活かせる開発環境があり、かつその根本となるビジネスデータが高精度で蓄積されているということは、当社の技術組織における大きな特徴です。

そして、比較的ダイレクトに研究開発成果をユーザーに届けられるという点は、当社の強みになっています。現在、盤石な研究開発体制が構築でき

ていると自負していますが、研究員にはデータアナリストや画像認識等に長けた人材がいて、大きな競争力の源泉となっています。当社が意識する研究成果とは、学術的な高度なアウトプットではなく、研究開発がプロダクトそのものの強化につながることです。そのため、プロダクト開発を行うエンジニア組織と研究開発組織の強固な結び付きを重視しており、研究開発の人員がプロダクト開発に参画し、プロダクトエンジニアとともに現実の課題解決に向き合っています。

また、技術者としての成長を叶える環境があることも大きな強みです。社員は一個人として、会社や事業の成長と自分の成長とを重ね合わせてキャリア形成ができるため、成長実感が得られやすいのではないのでしょうか。今後は海外展開も強化していきますので、グローバルに活躍の場が広がっていくと考えています。これら強みを活かして、技術組織をさらに強固なものにしていきたいと思います。

取締役／執行役員／CISO／DPO／
技術本部 本部長

塩見 賢治

研究開発

創業以来、名刺情報を正確にデータ化することに向き合い続けてきた結果、アナログ情報をデジタル化する技術は当社グループの競争優位性の源泉となりました。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、企業と企業が出会った証である請求書や契約書等にまで範囲を拡大しています。このコア技術のさらなる強化及びビジネスデータ活用による新たな価値向上の創出を目的に、当社グループはデータを扱うことに特化した研究開発部を設置しています。

研究開発方針

研究開発部では、コア技術のさらなる高度化と新たなビジネス領域での技術応用に向き合っており、各プロダクトの優位性を生み出しています。また、取り扱うビジネスデータが拡

大する中ではデータの有効活用により多くのさまざまな課題解決に期待できることから、データ活用による提供価値の重要性を強く認識し、研究開発に取り組んでいます。

研究開発体制

2023年5月末時点において研究開発部には30名が在籍しており、多様なバックグラウンドや専門性をもったスペシャリストがメンバーとして活躍しています。例えば、「Kaggle^{*1}」で活躍するようなデータサイエンティストのほか、社会科学や経済学といった文系の研究者も研究員として在籍しており、プロダクトの価値を高める機能の研究開発に取り組んでいます。また、機能やシステムの設計から実装までを担うエンジニアが

所属し、研究開発の成果をいち早くプロダクトで実用化しています。そのほか、データ分析基盤の設計や開発を行うデータエンジニアが所属しており、さまざまなビジネスデータを整備することで、当社グループの事業活動に役立てています。

*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。

研究開発事例

研究開発部の取り組みは、各プロダクトにおいてさまざまな技術的優位性を生み出しているほか、営業活動においても

研究成果が活用されており、会社全体の事業成長に大きく貢献しています。

さまざまな研究開発の取り組み

	画像処理・画像認識	自然言語処理			機械学習			データサイエンス・因果推論	データ可視化 プロダクトマネジメント	
sansan	データ入力の自動化	会社 キーワード	メール署名 取り込み	ニュース 配信	企業ロゴ 抽出	レコメン デーション	名寄せ	ABテスト・ 効果検証	Sansan Labs	
eight		帳票のデータ化								
BillOne										
ContractOne										
新規事業										
営業 (社内課題)				営業効率化			解約阻止・利用促進			

- 「Sansan Labs」

「Sansan」上で研究開発部が開発した実験的な機能を提供する「Sansan Labs」では、生成AI領域においても研究開発を推進しており、GPTの文章生成能力や要約精度の高さを活用した営業・マーケティング活動の効率化に貢献する機能を2023年に実装しました。

「セミナー集客メールメーカー」は、セミナーや展示会等のイ

ベント集客のために行う案内メールの文面を営業部門やマーケティング部門の担当者の代わりに自動で生成します。

「5分で読める有価証券報告書」は、企業の有価証券報告書に記載された経営・組織、市場環境、製品・サービス、ガバナンスの4つのトピックスの課題や現状を要約した5分で確認可能な文章を生成します。

- 「Contract One」でのGPT活用

「Contract One」では、提供価値向上を目的に機能強化に取り組んでおり、2023年には、GPTを活用した契約文書を要約する機能の提供を開始しました。ユーザーは企業名等で必要な契約書を検索し、AI要約のタブに移動するだけで、簡

条書きに近い形で分かりやすく要約された文書を閲覧できます。そのため、法務担当者だけではなく、専門用語に詳しくない営業担当者も契約内容の概要を簡単に把握することが可能となりました。

- Sansan / Bill One事業の営業活動支援

全社横断のデータ基盤に集約したビジネスデータを当社の営業活動に活用する取り組みを行っています。例えば、既存ユーザーへの継続的なフォローを担当するカスタマーサクセス部門向けに、重点的にリソース投下をすべき営業対象をレコメンドする機能や、解約可能性が高いユーザーについての

アラートを通知する機能を開発しました。また、顧客との関係性等を表すヘルススコアの表示や、既存ユーザーのアクセス状況や機能活用の実態等を示す利用状況レポートを自動生成する機能等、さまざまな業務支援に役立つ研究開発を行っています。

成果とスピードを追求する研究開発



技術本部 研究開発部
副部長

大島武徳

Sansanでは、研究開発と事業を結び付け、成果にコミットする姿勢を大切にしています。たとえ技術的評価が高い施策であったとしても、事業の方向性に合致しない場合はほかの最適解を探します。また、研究者が自発的に課題を解決する姿勢も重視しています。研究開発部門の立ち上げ初期は、プロダクト側の要望を基に研究開発に取り組んでいましたが、現在は研究者自身がプロダクトの目指す姿に向き合い、積極的に課題を見つけて解決策を主導しています。例えば、「Bill One」における請求書のデータ化フローでは、請求書の受領やスキャン業務を実際に体験することで、改善のヒントを見つけました。このような姿勢は事業成果だけでなく、研究者にとってのやりがいにもつながっていると実感しています。加えて、研究成果をいち早くプロダクトとして提供することにもこだわっています。「Sansan Labs」の新機能開発では、担当研究者だけでなく、実装するエンジニアとともにチームを組みます。アイデアを機能として提供するまでの期間としては1週間を目指しており、最速を目指せる環境を整えることで、研究開発サイクルのスピードを上げ、事業成果にコミットしています。

情報セキュリティ

クラウドサービスの展開では、多くの場合で利便性とセキュリティは相反関係にあります。ビジネスにおける生産性向上の実現には、双方のバランスを高度に保つことが重要です。当社グループは、企業理念において「セキュリティと利便性を両立させる」を掲げており、優先的に取り組むべき重要分野として設定しています。利便性を確保した上で、データプライバシーの保護や情報セキュリティ対策を講じ、安全性の高いサービス提供を安定的に行います。

重要課題(マテリアリティ)

当社グループでは、2022年に特定した5つの重要分野のうち、「セキュリティと利便性の両立」において、「安全かつ安定的なインフラサービスの提供」と「データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底」を重要課題として掲げています。

また、2023年8月には、各重要課題の2030年5月期における定量的な長期目標を定めており、それぞれ、重大なインシデント発生件数0件、個人情報保護士取得率80%以上の維持の達成に向けて各種施策に取り組んでいます。

マテリアリティ目標

重要分野	重要課題	2030年5月期目標		2023年5月期実績
セキュリティと利便性の両立	安全かつ安定的なインフラサービスの提供	重大なインシデント発生件数	0件	0件
	データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底	個人情報保護士取得率	80%以上の維持	88.0%

管理体制

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、リスクの最小化に努めています。セキュリティ管理体制においては、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位的に対処できるよう、取締役がCISO^{*1}及びDPO^{*2}の役割を担っています。また、横断的な組織として専門部署(情報セキュリティ部)を設置しており、その配下に属するCSIRT^{*3}グループでは、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、サイバー攻撃予兆等を収集し、対応方針や手順を策定しています。そのほか、2007年の会社設立当初より、個人情報マネジメントシステム(PMS)を構築しており、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、さまざまな重要情報を24時間365日監視できる体制を整えています。

*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

情報セキュリティに関する取り組み

当社グループが提供するサービスは、個人情報に該当するさまざまな重要情報の管理や利用をユーザーに対して促進するものであるため、情報の取り扱いについては、経営の最重要項目

に位置付けています。その上で、全役職員に対するセキュリティ教育の徹底や第三者機関認証の取得、さまざまな技術的対策等を進めることで、リスクの最小化を図っています。

- セキュリティに関する教育

当社では、個人情報保護法と安全管理に関する正しい理解を促進するため、全ての役職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、2030年5月期における目標として、取得率80%以上の維持を掲げています。また、入社後一定期間が経過しても未合格の場合には、原則として昇給が保留されるルールを設けています。その他、入社時と年に一度、情報セキュリティと個人情報保護に関する研修を実施し、定期的な知識習得の機会を設けているほか、月に一度、担当

取締役より、セキュリティに関する当社の取り組みやトピックスを全役職員向けに発信する機会等を設けています。加えて、個人情報・機密情報のPCへの格納を禁止する等、情報資産に関する取り扱い手順の運用を徹底しています。内部監査室の取り組みとしては、社員からセキュリティ委員を指名し、社員間でセキュリティに関する相互監査を行う仕組みを運用しており、これらを通じてセキュリティ意識を高めています。

- 第三者機関認証の取得

当社グループでは、ユーザーが安心安全に当社サービスを利用できるよう、第三者機関によるセキュリティ関連の認証取得及び取得後の定期的な更新対応に取り組んでいます。例えば、2007年にはプライバシーマーク制度の認定を取得し、

2022年には「Sansan」「Bill One」において、セキュリティに関する国際規格のISO/IEC 27001を取得しました。これらの認証取得は、情報セキュリティの強化だけでなく、サービスへの信頼性獲得にもつながっています。

- 技術的な対策

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やペネ

トレーションテストの実施等、さまざまなセキュリティ対策に取り組んでいます。

データセンターへの通信は全て暗号化

ファイアウォール機能を設置した上で、外部からアクセスされたデータセンターへの通信は、ユーザー認証HTTPSによる高度な暗号化等を行っています。

脆弱性診断とペネトレーションテスト

外部機関を登用し、システムの脆弱性の特定やサイバー攻撃を踏まえたテストを通じて、セキュリティレベルの確認及び問題点の是正を実施しています。

名刺のスキャン後、端末の画像を削除

「Sansan」の名刺スキャナは、外部侵入を防ぐセキュリティソフトを搭載しており、名刺画像をスキャンした後、端末から画像データを削除しています。

サービスの高可用性

全てのサーバーは、負荷分散がなされており、障害時には迅速なサービス復旧が可能です。また、データセンターの二重化を行い、サービス停止リスクを最小化しています。

CSIRTの取り組み



技術本部 情報セキュリティ部
CSIRTグループ グループマネージャー

河村 辰也

CSIRTでは、さまざまな脅威に対する監視体制を整備しており、外部からの攻撃といった不審事象に対して確実な対応を可能とするため、情報（ログ）を収集・モニタリングしています。不審事象を検知した場合には、対応判断及び対象部署との連携を即時に実行します。また、毎年実施するペネトレーションテストを踏まえて監視プロセスの改善に努めており、現在では、ログ収集の対象をプロダクトにまで拡大しています。加えて、プロダクトのセキュリティ向上に努めており、設計段階からCSIRTとプロダクトが連携することで、早期に安全性確保をしつつ、プロダクト提供後に肥大化しやすい対策コストを最小化する工夫をしています。その他、既存プロダクトへ二要素認証の導入を進める等、セキュリティの見直しを常時行っています。

環境

当社グループでは、地球環境問題への対処は社会・経済の持続的発展のためには極めて重要な取り組みであり、全世界共通の課題であると捉えています。これらの課題解決に向け、脱炭素化社会への移行や森林保全を通じた水資源、生物多様性の保全に取り組むほか、事業活動を通じた自然環境の保全を進めていきます。加えて、当社グループの活動状況を積極的に開示することで、環境に関する社会とのコミュニケーションを推進していきます。

重要課題(マテリアリティ)

当社グループでは、2022年に特定した5つの重要分野のうち、「事業活動を通じた自然環境の保全」において、「気候変動問題への対応」と「自然資源の効率的活用」を重要課題として特定しています。また、2023年8月には、各重要課題の2030年5月期における定量的な長期目標を定めており、ス

コープ1とスコープ2のGHG排出量についてカーボンニュートラルを目指しているほか、紙媒体を介さずにクラウド上でビジネスデータのやり取りが可能な当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数1.2億件の達成に向けて各種施策に取り組んでいます。

マテリアリティ目標

重要分野	重要課題	2030年5月期目標		2023年5月期実績
事業活動を通じた自然環境の保全	気候変動問題への対応	スコープ1+2 ^{*1}	カーボンニュートラル	851t-CO ₂
	自然資源の効率的活用	当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数 ^{*2}	1.2億件	0.1億件

*1 スコープ1は、当社が所有するオフィスや設備において直接排出されたGHG排出量を集計しています。スコープ2は、各オフィスにて購入した電力や熱エネルギー等の使用を通じて間接的に排出されたGHG排出量を集計しています。

*2 「Sansan」「Bill One」「Contract One」「Eight」における該当実績を集計しています。

自然環境の保全に向けた取り組み

当社グループでは、事業活動が自然生態系に与える影響を正しく把握し、適切な配慮や対策を行うことで、自然環境の保全に取り組むことが重要であると捉えています。このような考え方の下、収益の一部を植樹活動に充て、森林保全を通じた水資源や生物多様性の保全に努めていきます。また、当社グルー

プが提供する主要サービスは、アナログ情報をデジタル化することで環境負荷の低減を実現するという共通の特徴を有しています。これらのサービスの普及拡大等、事業活動を通じたDXの推進やペーパーレス化の支援等によって自然環境の保全に貢献していきます。

提供サービスを通じたペーパーレス化支援

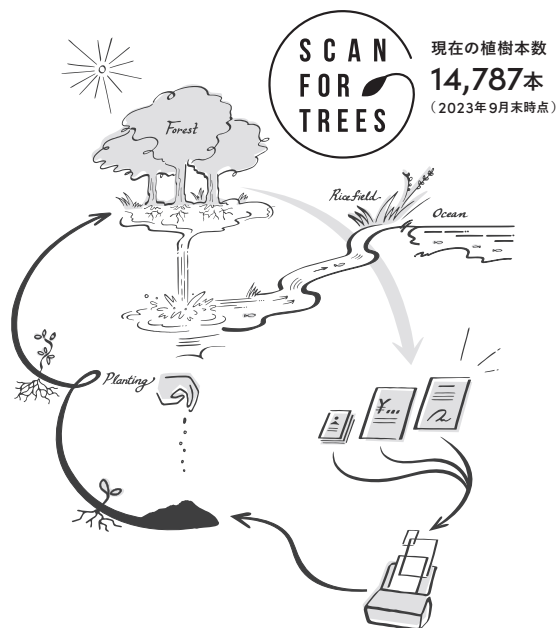
当社グループの主要サービスは、アナログ情報をデジタル化するという共通点を持っており、企業のDXを支援するものです。特に名刺や請求書、契約書といった書類は未だ紙媒体が中心であるために企業は業務効率性の課題を抱えています。「Sansan」「Eight」では、デジタル名刺交換機能を提供し

ているほか、「Bill One」では、クラウド上で請求書の受領や発行業務を可能としています。これらのサービス提供を通じて、紙媒体を介さずにクラウド上でビジネスデータをやり取りすることで、ペーパーレス化を実現し、自然環境の保全に寄与しています。

- 植樹活動「Scan for Trees」

「Scan for Trees」は、当社グループが提供するサービス「Sansan」「Bill One」「Contract One」でデータ化した書類の枚数に応じて、植樹が必要な地域に木を植えるプロジェクトです。

名刺や請求書、契約書等で使われる紙は、多くのケースにおいて元は木からできています。本プロジェクトは、当社グループのサービス利用を通じた森や水等の自然環境を豊かにする取り組みであり、これまで、2011年の東日本大震災で被害を受けた岩手県宮古市や宮城県大崎市、2016年の熊本地震で被害を受けた熊本県上益城郡山都町にて植樹活動を行いました。2016年6月のプロジェクト開始以来、植樹実績は10,000本を超えています。現在では、「Scan for Trees」の対象範囲をデータ化された紙の書類だけではなく、デジタル名刺交換やメール添付等で受領したPDF形式の請求書といった、デジタルで取り込んだ書類も枚数として換算しています。リモートワーク等によってオンライン化が進む今日においても、森林の回復や被災地復興の後押しをしています。



生物多様性



認定NPO法人
環境リレーションズ研究所
理事長

鈴木 敦子

当研究所では、被災林や造林未済地等、森をつくるべき所に樹を植えて里親を募り、地元と交流しながら以後10年間、森を育てるプロジェクト「プレゼントツリー」に取り組んでおり、全国50カ所の森林再生と地域振興に貢献しています。Sansanには「Scan for Trees」を通じて同プロジェクトをご支援いただいております。再生された森の面積は約5haに上ります。同社の皆さまには、心より感謝申し上げます。森には、綺麗な水をつくり、美しい自然と多様な生物を育み、地球温暖化を防止する等、多くの大切な役割があり、国土の7割が森林である日本において、まさに「森づくりは国づくり」です。「ネイチャーポジティブ^{*3}」や「30by30^{*4}」では、生物多様性の保全区域を「自然共生サイト」として国が認定する制度が始まっており、その後「OECD^{*5}」として国際データベースに登録されます。一方、木を伐った後に再植栽ができないはげ地が増えており、それらが森に戻るまでには100年以上かかります。気象災害が頻発化する日本で「OECD」を拓げるには、はげ地の加速度的な削減が必須であり、そのためにも「Scan for Trees」は有効です。「30by30」の実現に向け、当研究所は同社とともに生物多様性に取り組んでいければと思います。

*3 2030年までに生物多様性の損失を食い止め、回復させること

*4 2030年までに陸と海の30%以上を健全な生態系として効果的に保全しようとする目標

*5 国立公園等の保護地域以外で生物多様性保全に資する区域

TCFD提言に基づく開示

当社グループでは、気候変動問題に関して、適切な体制の下で事業上のリスクや機会を把握・監督し、課題への対応力を高めていくことは、安定的な経済発展や生活の基盤確保等を目指して、低炭素経済、ひいては脱炭素社会への移行を進

める上で極めて重要な取り組みであると捉えています。このような考え方の下、当社は気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)が公表する提言に賛同を表明しており、当該枠組みに基づく開示を以下の通り、行っています。

1. ガバナンス

当社グループでは、サステナビリティの実現に資する各種方針や重要事項等については、取締役会で審議し、決定しています。気候変動問題への対応は、当社グループが優先的に取り組むべき重要課題(マテリアリティ)の1つに特定し、責任者である代表取締役の監督の下、IR室やオフィス戦略部、財務経理部等のコーポレート部門で構成され

る気候変動対応プロジェクトを設置し、検討しています。当該プロジェクトにおいて、検討、集計及び特定等がなされた気候変動に係る各種指標や事業上のリスク、機会といった事項は、取締役会が毎年報告を受け、監督しており、事業戦略や計画は、当該重要事項を考慮した上で決定しています。

2. 戦略

当社グループでは、気候変動がもたらす事業環境変化への対応力や適応力を強化するべく、主には、IPCCの共有社会経済経路・代表的濃度経路といったシナリオを利用し、気温上昇を1.5°C(SSP1-1.9)や2°C未満(SSP1-2.6)に抑えた事業環境のほか、4°C上昇(SSP5-8.5)が生じた事業環境を分析しています。その上で特定した事業上のリスク、機会及び対応策は右表の通りです。

なお、分析の対象期間として、現在から2025年までを短期、2030年までを中期、2050年までを長期として設定し、当社グループの全事業を対象範囲としています。また、利益影響度は、年間10億円未満の場合を小、10億円以上30億円未満の場合を中、30億円以上の場合を大として表示しています。

3. リスク管理

当社グループでは、各領域の管掌取締役と気候変動対応プロジェクトとの協議の下でシナリオ分析を行い、気候変動に関する事業上のリスクと機会を特定し、重要性の評価や利益影響度の算出、対応策の検討を行っています。当該事項は年次で取締役会に報告され、取締役

会は、これらリスクや対応策といった重要事項を考慮した上で、事業戦略や計画を決定しています。また、気候変動に関する重要なリスクは、内部監査等で実施する全社的なリスク分析の結果と統合し、管理しています。リスク、機会及び対応策は右表の通りです。

4. 指標と目標

当社グループでは、気候変動に関する評価指標としてGHG排出量を選定しており、直近3か年における実績は下表の通りです。

また、2024年5月期において、スコープ1及びスコープ2の削減目標として、2030年までのカーボンニュートラルの実現を新たに掲げました。

今後、目標の達成に向けて各種取り組みに着手していくとともに、スコープ3の削減目標の設定についても、さまざまな内部・外部要因等を踏まえて、総合的な検討を進めていきます。

GHG排出量^{*6*}^{*7*}^{*8}

項目	単位	2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期
スコープ1	t-CO ₂	0	0	0
スコープ2(ロケーション基準)	t-CO ₂	477	639	840
スコープ2(マーケット基準)	t-CO ₂	525	668	851
スコープ1+2(マーケット基準)	t-CO ₂	525	668	851
スコープ3	t-CO ₂	-	15,679	18,638
スコープ1+2+3(マーケット基準)	t-CO ₂	-	16,347	19,489
スコープ1+2+3 GHG排出量原単位(売上高当たり)	t-CO ₂ /億円	-	81.7	78.2

^{*6} Sansan株式会社単体の実績を集計しており、2023年5月期時点で当社グループの事業範囲の97.7%(連結売上高に占める単体売上高の割合)をカバーしています。

^{*7} スコープ1は、当社が所有するオフィスや設備において直接排出されたGHG排出量を集計しています。スコープ2は、各オフィスにて購入した電力や熱エネルギー等の使用を通じて間接的に排出されたGHG排出量を集計しています。スコープ3は、スコープ1及びスコープ2以外のバリューチェーン全体(カテゴリ1から15まで)におけるGHG排出量を集計しています。

^{*8} 集計方法の精緻化に伴い、2022年5月期以前の実績を再計算しています。

気候変動関連のリスクと機会

(1) リスクの特定

種類	シナリオ分析	リスクの内容	発現時期	利益影響度(年間)		対応策	
				1.5°C/2°C未満シナリオ	4°Cシナリオ		
移行リスク	市場	社会全体で環境保護意識が高まり、紙を利用した各種ビジネスツールの利用が漸次的に減少し、デジタル情報の利用が拡大する	紙の名刺や請求書、契約書等をデジタル化し、生産性の向上を実現する当社サービスの一部機能の活用頻度や重要性が低下する	短・中期	小	小	デジタル情報の活用を主軸とした利便性の高い機能を拡充し、プラットフォームとしての価値を向上させることで、アナログ情報のデジタル化による価値と同等以上の付加価値を提供する
		クリーンエネルギーの利用に対する社会要請や需要が拡大し、各種エネルギー価格が高騰するほか、温暖化によって情報通信設備の冷却負荷が増加する	SaaS型のビジネスモデルを中心に事業展開する当社にとって必要不可欠なサーバー価格や電力等の各種エネルギー価格が上昇し、営業費用が増加する	中・長期	小～中	小	サーバーや電力をはじめとした必要資源・資材の調達先を適正化することでコスト削減に努めるほか、省エネの実施によって効率を向上させ、エネルギー使用量を削減する
	法規制	多くの国や地域においてGHG排出量に対する各種規制が強化されるほか、カーボンプライシングとして新たに炭素税や高い税率が導入される	税金負担額をはじめ、カーボンオフセットのための非化石証書やクレジットの購入費用が増加する	中・長期	小	小	再生可能エネルギーの利用拡大や、省エネの実施によるエネルギー効率の向上等によって、税金負担額やカーボンオフセットに係る費用を削減する
物理的リスク	急性	大きな被害につながる集中豪雨や洪水といった自然災害が激甚化かつ頻発化する	利用するサーバーや、紙の請求書等のデジタル化を担う拠点が浸水し、サービス提供が停止するほか、当社が保管するサービス利用企業の書類の汚損が発生し、サービス価値が低下する	中・長期	小～中	小～大	事業継続計画(BCP)の一環として、複数サーバーの利用によるシステムの冗長化、サービス運営上の重要拠点の分散化や緊急時用のマニュアル整備等を行うことで、自然災害時におけるサービスの継続性を確保する

(2) 機会の特定

種類	シナリオ分析	機会の内容	発現時期	利益影響度(年間)		対応策
				1.5°C/2°C未満シナリオ	4°Cシナリオ	
製品/サービス	社会全体で環境保護意識が高まり、紙の利用抑制につながるサービスへの需要が拡大するほか、気温上昇に伴う感染症リスクの高まりによって、非対面・非接触型の事業活動が増加し、デジタル情報活用の重要性が高まる	デジタル情報の活用によってさまざまな業務フローの効率化を実現しながら、紙の利用抑制にもつながる機能を備えた当社の各種DXサービスに対する需要が拡大する	中・長期	小～中	小	デジタル情報の活用を主軸とした利便性の高い機能を拡充し、ユーザーへの提供価値を向上させるほか、営業やマーケティング活動を強化し、さらなる需要を喚起する



第3章

ガバナンス

第3章では、当社グループの持続的な事業成長を支えるガバナンスについて説明しています。社外取締役のインタビューを掲載しているほか、コーポレートガバナンスやコンプライアンス、リスクマネジメントについては、関連する重要課題（マテリアリティ）における定量目標や取り組みを記載しています。

CONTENTS

P76	- 社外取締役メッセージ	P88	- コンプライアンス
P80	- コーポレートガバナンス	P90	- リスクマネジメント
P86	- 取締役一覧		

03



迅速な意思決定を支える モニタリング機能を さらに強化していく

社外取締役 メッセージ

社外取締役／監査等委員
(監査等委員長・
指名報酬諮問委員長)

鈴木 真紀

社外取締役就任から 1年を振り返って

私は2022年8月に社外取締役に就任しました。就任前に、当社は「真面目な会社」だと聞いていましたが、この1年でその意味がよく分かるようになりました。当初私は、常勤の監査等委員がない当社において、社外取締役に對する情報共有体制に懸念を抱いていました。しかしこの点は、監査等委員会

事務局を中心にとっても誠実に対応いただいております。現状、特に大きな問題はないと捉えています。取締役会の中でもCEOの寺田議長が自ら、各議案が執行側でどのような検討がなされてきたのかをご説明されますし、社外取締役がさらなる情報・資料の追加を求めると次の取締役会までに真摯にご対応くださいます。また、社外取締役が呈した疑問をきっかけに、寺田議長が議論の過程を振り返り、社内での検討が不

十分だった点を是正し改善するよう執行側に指示する場面もありました。取締役会で審議すべき事項の整理や見直しについても丁寧に社内で検討されており、取締役会での課題や助言をその場限りとせず、誠実に対応する姿勢がある会社だと感じています。

加えて、取締役会では、社外取締役が忌憚なく意見や提言を述べやすい雰囲気が醸成されています。2022年から社外取締役と執行役員との面談を

実施してきましたが、執行役員の方々からは担当プロジェクトやプロダクトに対する熱い想いととも、中長期的なビジョンやそのビジョン達成に向けた課題を包み隠さず共有いただいています。この熱量や、会社の成長の勢いにも表れている迅速な行動力は、当社のカルチャーであり、取締役会での経営の意思決定スピードの速さにも通じていると感じます。

監査等委員である 社外取締役の役割

社外取締役の役割は、株主からの付託を受けて、会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図る観点から経営を監督することであり、また、そのために忌憚ない意見を述べていくことが重要だと考えます。

私は監査等委員長も務めており、監査等委員は取締役の職務執行を業務監査・会計監査する役割を担っています。この1年、監査等委員長として、社内からの報告や説明を聞いて承認するだけの場とすることのないよう、各監査等委員がその専門的知見を活かして意見を述べ、それらを集約して取締役会へ提言できるよう主導してきました。社外取締役だけの監査等委員会として、社内の内部統制を担当する内部監査室とは特に緊密に連携し、当社の経営に影響を及ぼす可能性のある情報等をいち早く把握できる体制の構築、強化を意識しています。

また、前述した執行役員との面談は、私たち社外取締役が当社への理解を深める上でもとても有意義な機会となっています。

取締役会での迅速な意思決定は、当社の企業価値向上にもつながる部

分ですが、それをうまく回すためにも、適切なモニタリングの遂行が重要です。スピード感のある意思決定の尊重を心がけながらも、各施策がどのように実行され、どのような結果を生み出し、またどのようなリスクを内包しているのか、それらをチェックし検証していくための体制が重要と考えます。

経営を支える モニタリング機能の強化

効果的かつ適切なモニタリング機能を果たすために、コンプライアンス事務局並びに監査等委員会事務局との連携を強化しています。特に、コンプライアンス事務局から共有される内部通報に関しては、個々の事案を丁寧に聞き取ってもらい、内容を精査した上で、個別に解決を図っていくべき事案なのか、それとも社内体制や制度等のシステムに起因した事案なのかを、監査等委員の中で協議し、対応しています。

取締役会で審議するさまざまな案件において、当社が事前に準備する資料からは、メリットやデメリット、リスク等を十分に検証したことが伺え、コンプライアンスの観点上、危ないと感じる議案は多くありません。また、社外取締役からの指摘箇所については早い段階で取締役会に報告され、我々の納得のいく方向に改善しようという意識もみられます。私たちとしても、取締役会等で検討した社内プロジェクトや投資案件は、決議して終わりとするのではなく、その後の報告も求めています。投資案件において当初想定していたリターンやシナジーが思ったように出ていなければ、重ねて今後の戦略を確認する等してモニタリングの強化を図っています。この1年でも、出資先の持分

譲渡に関して譲渡価格の適正性を含めて半年くらい継続審議を行った案件がありました。取締役会が予定されていない日でも、必要と判断すれば監査等委員が集まる機会を使って投資戦略のメンバーから進捗報告をしてもらおう等、機動的かつ柔軟に進めることができたと思っています。

取締役会の 実効性に対する評価

取締役会の実効性に関しては、株主から期待される役割をどれだけ果たしているかという観点から、毎年、全取締役を対象に取締役会の実効性に関するアンケートを実施して評価を行い、その評価結果に基づいたPDCAを回すことでガバナンスの高度化を図っています。取締役会等の責務、規模や構成メンバー、開催頻度、意思決定プロセスについては適切と考えており、また、取締役会に提供される情報についても、個々の議案に関するメリットやデメリット等を多角的に検証した資料が共有されているため、問題ないと考えています。

取締役会の議長を社外取締役ではなく、CEOの寺田社長が務めている点に関しては、今後の当社の成長ステージに応じて検討課題の1つになると思いますが、現時点でそれによって実質的な議論が阻害されていることはありません。

取締役会後に開催する監査等委員会は、通常監査を中心とする審議事項に加え、取締役会で審議した内容についても、個々の監査等委員がそれぞれの知見や専門性から振り返り、疑問や意見、感じたリスク等を自由に議論する機会にもなっています。

指名報酬諮問委員会の設置

2023年5月に任意の指名報酬諮問委員会が新設され、私が委員長に就任しました。取締役の指名、選解任、そして報酬の決定はモニタリングの要であり、委員会の設置を機に報酬の仕組みを整理し、取締役に対して業績連動報酬を新たに導入しました。取締役の指名・報酬等に関する独立性・客観性と説明責任という視点でガバナンスは大きく前進したと捉えています。

今後、当委員会でどれだけ議論を活活性化・充実化させていくことができるかは、私に課せられた課題と認識しており、非財務項目も含めた業績連動報酬の導入や、取締役の指名についても、既存の360度評価を基にどれだけ社外取締役が主体的に意見を加えていくべきなのか、これからの議論が必要です。そして長期的にはサクセッションプランの策定は重要な課題であり、株主の皆さまが納得できるようなプランを作成していきたいと思います。

ガバナンスの高度化に向けた課題

ガバナンスを今後さらに高度化していくためには、さまざまな時間軸で対処すべき課題があります。短期的な検討課題としては、取締役会とは別に、個々の取締役の考えや意見を聞ける場を設けることを提案したいと考えています。取締役会では、完成度の高い資料が共有され、中長期的な経営課題や事業の方向性等も含め、議案についてはしっかりと議論ができていますが、議案と離れたテーマで自由に議論することが時間的制約もあってなかなかできません。執行側の熱い想いや

社外取締役の知見等を取締役会のメンバーで共有しながら、テーマを決めて1人ひとりが自由に論じる場があると、そこから新たな気付きやアイデアも生まれ、モニタリング機能のさらなる高度化にもつながると感じます。社内のマネジメントとともに私たち社外取締役が加わった自由な議論を企業価値の向上に役立てたいと思います。

中期的には、社内からの女性取締役の輩出を期待すると同時に、現在積極的に進めている人材の育成にも注視が必要です。人材は事業成長に直結する部分であり、直近では、給与体系を見直したことで社員のモチベーションやエンゲージメント向上につながり、離職率もコントロールできている点を評価しています。一方で、採用後の人材育成については試行錯誤されているようにも感じており、現時点で大きな課題は認識していないものの、パフォーマンス次第ではダウングレードもあるという、よりメリハリの効いた当社の人事評価の仕組みが今後どう影響していくか、人事面で注視すべき点の1つと認識しています。監査等委員会でも、陣容の拡大と組織の拡大に伴う課題の1つとして、休職率、退職率を含め毎回議論しており、内部通報案件の聞き取り調査においても、人事体制に起因したリスクが潜んでいないか、引き続き確認していきます。

また、長期的には、サクセッションプランの策定が課題となっています。現在社内では、例えば100年後を見据えた時のSansanのありたい姿を考えるパーパスの議論が始まっており、社外取締役としてもそうした議論に積極的にかかわることで、後継者人材の育成、サクセッションプランの策定へとつなげていければと考えます。

企業価値の向上に向けて

当社の強みの1つは意思決定スピードの速さにあり、それが経営のさまざまなところに表れています。例えば、さらなる成長実現のために、足元の受注状況等から判断し、社内の営業体制をマルチプロダクト制から事業部制に戻したほか、直近では、信託型ストックオプションに対する対応もその好例です。本件では、当社は権利行使済みの信託型ストックオプションに係る源泉徴収を遡及して実施し、当社グループに在籍する取締役及び従業員等に対して追加的な負担増となる一部を金銭にて補填または代替的な給与として支給することを決定しましたが、これは目先の事象だけではなく、長期的な視点で考えられたものであり、素晴らしいチームワークと決断力の速さがみとれました。社員にも寺田社長自ら説明する誠実な姿勢は、評価できるものだったと思います。

こうした柔軟な判断が奏功することもある一方で、その決断が本当に大丈夫なのか、疑問を投げかけ、多角的な検討を促すのが社外取締役の役割です。会社に成長への勢いがある分、スピーディーな意思決定を阻害したくはありませんが、法的なリスクや意思決定の根拠の確認等、専門性や経験に基づく提言を通じてしっかりとモニタリング機能を果たし、当社の企業価値向上に寄与していきたいと思います。

社外取締役／監査等委員

鈴木 真紀

社外取締役コラム



社外取締役／監査等委員

赤浦 徹

- 取締役会の議論

私は長年のベンチャーキャピタルでの経験から、さまざまな企業のマネジメントと接してきましたが、Sansanの取締役会での、社外役員も自由に意見を述べることのできる雰囲気や、社外からの意見に対して気付きがあれば寺田社長をはじめとした社内取締役がそれをスピーディーかつ真摯に対応する姿勢を高く評価しています。今後のさらなる取締役会の機能向上及びガバナンス高度化に向けて、社内取締役は議論活発化のために徹底した準備をしてしっかりと説明責任を果たし、社外取締役は提供サービスや周辺事業への深い理解醸成を図ることが必要だと考えます。

- リスクマネジメント

Sansanは、企業の重要情報を扱うサービスを提供していることから、情報セキュリティをはじめとしたさまざまなリスクに備えていく必要があります。現時点で予測できるリスクに対して未然防止策や発生時のガイドライン等を整備しているほか、重要課題「データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底」において定量目標を掲げる等、取り組みが充実している印象です。一方で、ビジネス領域の拡大や海外展開により、これまでに対峙したことがない新たなリスクについても注視しなければなりません。徹底した議論を重ねることで、リスクマネジメントを強化していきます。



社外取締役／監査等委員

塩月 燈子

- サステナビリティ

サステナビリティは経営の重要なテーマであり、ステークホルダーからも非常に強い関心が寄せられていると認識しています。Sansanは、2022年から重要課題の設定等、サステナビリティの取り組みに着手しており、2023年には社内取締役がマテリアリティオーナーとして、それぞれ、長期の定量目標を掲げました。まずはできることから着手していく姿勢を評価していますが、本格的なサステナビリティと経営の統合は、まだ始まったばかりです。この取り組みそのものを深化させるために、ステークホルダーの一員として社外取締役からもしっかりと意見を述べていきたいと思っています。



社外取締役／監査等委員

齋藤 太郎

コーポレートガバナンス

当社は、持続的な企業価値及び社会的価値の最大化を実現し、全てのステークホルダーの皆さま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。このような認識の下、当社グループが優先的に取り組むべき重要課題の1つとして、「コーポレートガバナンスの強化」を特定しており、取締役による監督機能の強化や内部統制システムの運用徹底等、さらなる経営の健全性と透明性の確保に向けてさまざまな施策に取り組んでいます。

重要課題(マテリアリティ)

当社グループでは、2022年に特定した5つの重要分野のうち、「急速な事業成長を支える強固な経営基盤の確立」において、「コーポレートガバナンスの強化」を重要課題として特定し

ています。また、2023年8月には、2030年5月期における定量的な長期目標を定めており、女性取締役比率30%以上の達成に向けて各種施策に取り組んでいます。

マテリアリティ目標

重要分野	重要課題	2030年5月期目標		2023年5月期実績
		女性取締役比率	30%以上	
急速な事業成長を支える強固な経営基盤の確立	コーポレートガバナンスの強化	女性取締役比率	30%以上	22.2%

コーポレートガバナンス強化の変遷

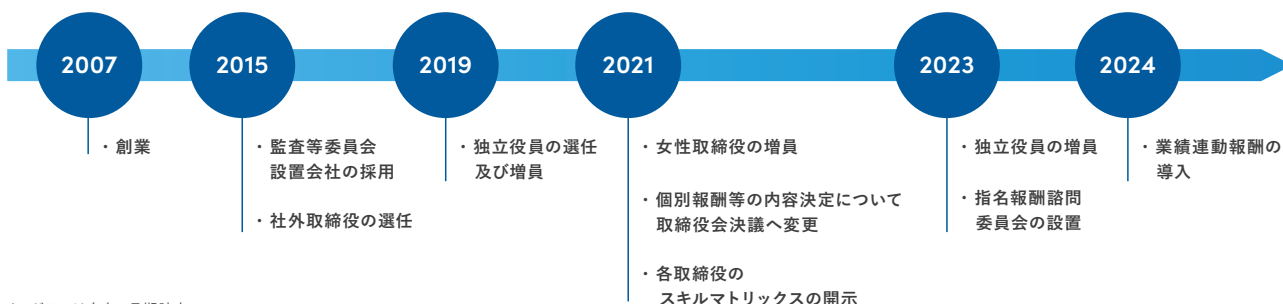
当社は、経営の健全性と透明性の実現に向けて、コーポレートガバナンスの強化に取り組んでいます。

2023年には独立役員の増員を行ったほか、指名及び報酬等に係る取締役会の機能の独立性・客観性を高めるとともに説明責任を強化する目的で、取締役会の任意の諮問機関とし

て指名報酬諮問委員会を設置しました。

また、取締役会のさらなる機能向上を目的に、2024年5月期以降は取締役(監査等委員である者を除く)に対し、事業年度毎の業績向上に対する短期インセンティブ報酬として業績連動賞与を支給することとしています。

コーポレートガバナンス強化の歩み^{*1}



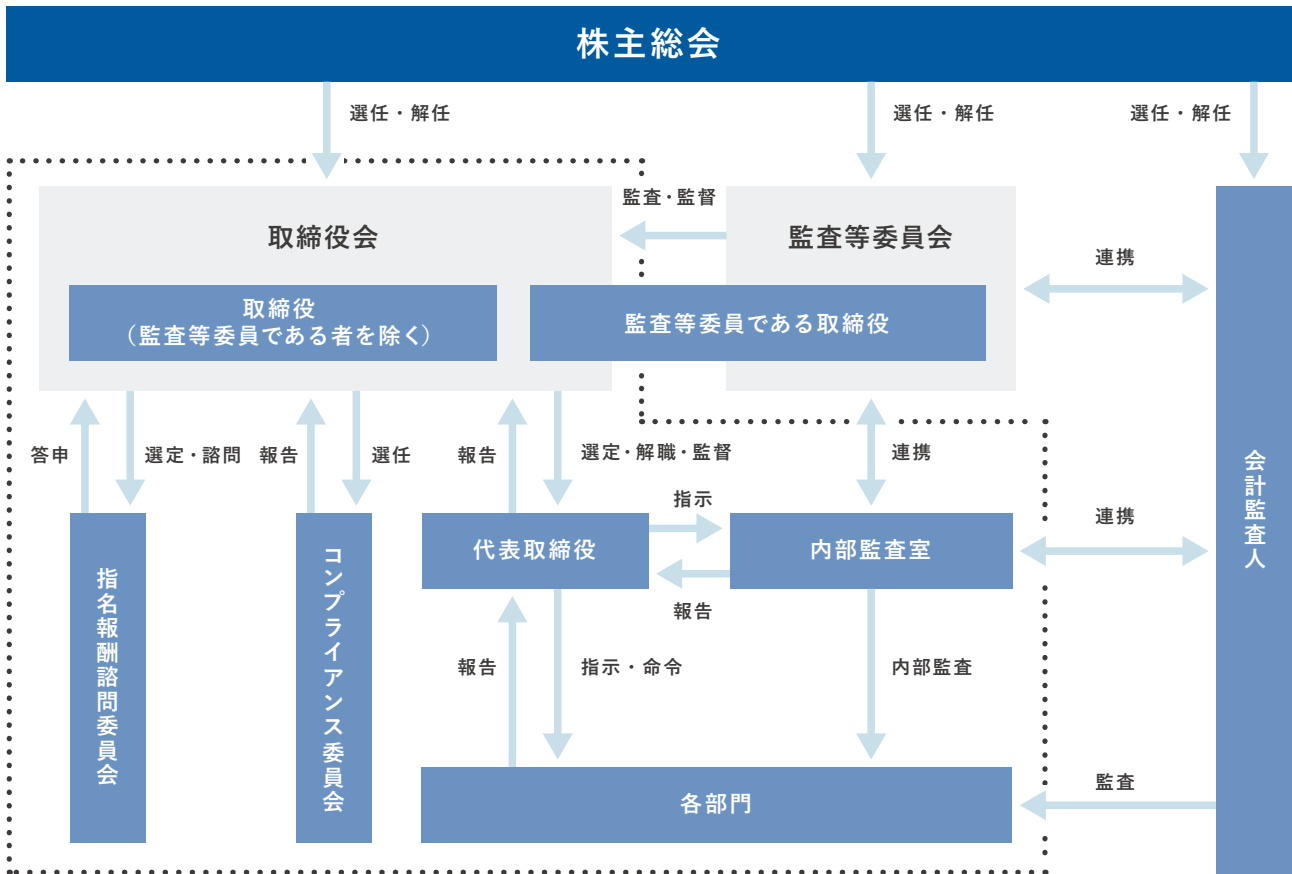
*1 グラフは各年5月期時点

コーポレートガバナンス体制

当社は監査等委員会設置会社であり、任意の委員会として指名報酬諮問委員会を設置しています。当社は、経営の透明性確保や、公正かつ迅速な意思決定を実現する上で、現在の

コーポレートガバナンス体制が取締役会の意思決定・監督機能強化と業務執行の迅速化を両立できる企業統治システムと判断し、現体制を採用しています。

コーポレートガバナンス体制図



コーポレートガバナンス体制の状況

組織形態	監査等委員会設置会社	任意の委員会	指名報酬諮問委員会
取締役	9名(うち社外取締役4名)	取締役へのインセンティブ付与	業績連動賞与の導入 ストックオプション制度の導入
取締役の任期	取締役 1年 (監査等委員である取締役 2年)	会計監査人	有限責任あずさ監査法人
監査等委員である取締役	4名(うち社外取締役4名)	コーポレートガバナンス報告書	サステナビリティサイト (コーポレートガバナンス)

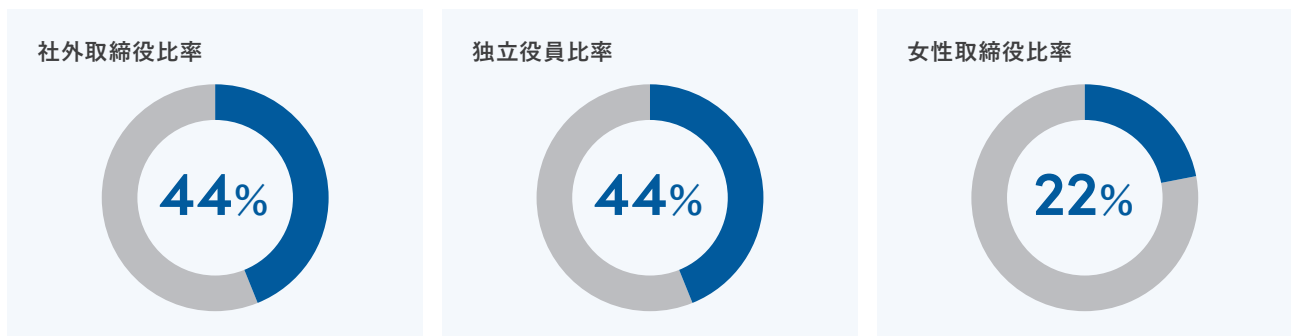
取締役会

当社は、定款により取締役(監査等委員である者を除く)の員数を8名以内、監査等委員である取締役の員数を5名以内とそれぞれ定めており、現在は取締役9名(うち、男性7名、女性2名)を選任しています。取締役会を構成するメンバーについては、経験、知見及び能力等のバランス並びにジェンダーや国際経験を含む国際性、職歴の面を含む多様性に配慮した選任を行っています。ジェンダーについてはその重要性を認識しており、2030年5月期における女性取締役比率30%以上の目標達成を目指します。また、独立社外取締役を1/3以上

選任することとし、監査等委員である取締役として財務・会計に関する相当程度の知見のある者を1名以上選任することとしています。

当社は、定時株主総会招集通知等に取締役候補者のスキルマトリックス及び各候補者の選任理由を記載し、当社が備えるべき経営陣のスキル構成を開示しています。また、独立社外取締役には自身が企業経験をもつ者や現任において他社の取締役を兼任する者を含めており、自社によらない意見具申が期待できる体制を整えています。

取締役の構成



- 取締役会の活動状況

2023年5月期において、当社は取締役会を17回開催しており、取締役の出席状況は100%でした。経営計画、事業及び投資戦略といった会社成長に資する根本的な議題をはじめ、

売上最大化を実現するための組織改編及び人事戦略、重要課題(マテリアリティ)の特定等のサステナビリティ関連事項やガバナンスに関する事項について審議しました。

監査等委員会

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、その全員が独立社外取締役です。監査等委員である取締役には、法務や会計等の専門知識や、他の企業の役員経験をもち、企業経営について独立した観点を有する者が含まれており、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、取締役会等

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・監督を行うことを目的に、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。

- 監査等委員会の活動状況

2023年5月期において、当社は監査等委員会を13回開催しており、監査等委員の出席状況は100%でした。監査方針

及び計画や、取締役(監査等委員である者を除く)の指名、報酬に関する意見形成について主に議論したほか、監査等委

員である取締役の選任議案に関する同意等について審議しました。

また、監査等委員会と各業務執行取締役及び代表取締役

とのディスカッションを開催し、各業務執行取締役の管掌範囲の状況や代表取締役の経営方針の確認を行った上で監査等委員会としての意見を述べました。

指名報酬諮問委員会

当社は、2023年5月1日に指名報酬諮問委員会を設置しました。指名報酬諮問委員会は取締役会の決議によって選任された3名以上の委員で構成され、委員会の独立性を確保するため、その過半数を独立社外取締役とし、委員長は独立社外取締役である委員の中から委員会の決議によって選任していま

す。指名報酬諮問委員会は、取締役の指名、選解任、取締役（監査等委員である者を除く）の報酬に関する事項、その他取締役が諮問する事項について事前に審議し、取締役会に答申を行います。取締役会は委員会の答申内容に基づいて、取締役会にて決定することとしています。

- 指名報酬諮問委員会の活動状況

指名報酬諮問委員会の設置は2023年5月1日であり、2023年5月期における当委員会の開催回数は1回、委員の出席状況は100%でした。具体的な検討内容として、取締役の指名に

関する方針と手続き及び取締役（監査等委員である者を除く）の報酬等に係る決定方針と手続きに関する事項について審議しました。

主な取り組み

当社は、コーポレートガバナンスのさらなる高度化を図るべく、取締役会の機能向上を目的とした取締役会の実効性評価

の実施や、透明性の高い経営に向けた各種方針の策定等、さまざまな取り組みを行っています。

- 取締役会の実効性評価

株主より取締役会に委嘱された経営等について、毎年、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。

2023年5月期の実効性評価では、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。本調査結果では、アンケートの主項目である「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、取締役会等の実効性は確保されていると判断しました。

その上で、取締役のトレーニングの一環として中長期的な経営課題や事業の方向性に関する議論の機会を設け、社外取締役の知見を取り込んだ多角的な視野の醸成及び経営基盤のさらなる強化を図るほか、社外取締役の事業内容及び事業の方向性の理解を深める情報提供及び取締役会審議に資する資料・情報提供の拡充等を行い、当社の事業規模や上場企業としての社会的責任等に鑑みた取締役会の実効性向上に関する継続的な取り組みを行ってまいります。

- 取締役報酬の決定方針とプロセス

当社は、取締役（監査等委員である者を除く）の報酬等に係る決定方針につき、指名報酬諮問委員会への諮問を行った後、その答申内容に基づいて取締役会において決定しています。2023年7月開催の取締役会において、2024年5月期以降の取締役（監査等委員である者を除く）の報酬等に係る決定

方針を一部変更し、短期のインセンティブ報酬である業績連動賞与を支給する旨及び株主総会の承認決議を条件として取締役（監査等委員である者を除く）の個別報酬として非金銭報酬である株式報酬型ストックオプションを付与する旨の決議を行っています。

基本報酬(固定の金銭報酬)及び業績連動報酬に関する取締役の個別報酬等の額または算定方法の決定

取締役(監査等委員である者を除く)に対する個別の金銭報酬等として、基本報酬(固定の金銭報酬)及び事業年度毎の業績向上に対する短期のインセンティブ報酬としての業績連動賞与を支給します。取締役(監査等委員である者を除く)の個別基本報酬額は、株主総会にて決議された報酬総額の限度内において、各取締役の職責や業務執行状況及び会社業績や経済状況等を勘案し、毎期、更新・決定するものとします。取締役(監査等委員である者を除く)の個別業績連動賞与額

非金銭報酬の導入及び決定

取締役(監査等委員である者を除く)の個別報酬等として、中長期のインセンティブ報酬としての株価条件付ストックオプション及び株式報酬型ストックオプションを付与する場合があります。これらのストックオプションについては、経営環境や他社における報酬水準等を踏まえ、取締役のパフォーマンス及び貢献意欲を最大化させ、かつ株主価値との連動性をより強化し、適切ナリスクテイクが図られるようなインセンティブとなるべく、基本報酬との割合の決定並びに適切な制限及

取締役報酬等の支給・付与の時期や条件の決定

取締役の報酬等のうち、固定報酬は月例とし、取締役(監査等委員である者を除く)の個別報酬等として導入する業績連動賞与については、毎年一定の時期に一括して支給します。また、株価条件付ストックオプション及び株式報酬型ストックオプションは、過去の付与実績

報酬等の内容決定に関する事項

取締役(監査等委員である者を除く)の個別報酬等は、指名報酬諮問委員会への諮問を行った後、その答申内容に基づいて取締役会にて決定します。なお、取締役(監査等委員である者を除く)に対する株価条件付ストックオプション及び株式報酬型ストックオプションを発行す

は、株主総会にて決議された報酬総額の限度内において、各事業年度の業績目標値に対する達成度合いに応じて0%~200%の範囲で算出し、各取締役の職責等を勘案した上で、毎期、更新・決定するものとします。各事業年度の業績目標値には当社において最も重要な経営指標である連結売上高を用います。なお、監査等委員である取締役の個別基本報酬額は、株主総会において決議された報酬総額の限度内において、監査等委員全員の協議により決定しています。

び条件設定を行うものとします。また、その他取締役の個別報酬等として非金銭報酬制度を導入する場合には、取締役会の決議を要するものとします。当該報酬制度を導入する際には、その内容及び金額(算定方法)の決定方針並びに個別報酬等を構成する各報酬の割合について、指名報酬諮問委員会への諮問を行った後、その答申内容に基づいて取締役会にて決定します。

や在任年数等を踏まえ、支給・付与の時期を検討するものとします。なお、報酬として支払われるべき費用が別途発生する場合にはこの限りではありません。

る場合、株主総会決議を得るものとし、株主総会議案の内容については、指名報酬諮問委員会への諮問を行った後、その答申内容に基づいて取締役会にて決定します。

- 取締役候補者の選解任方針とプロセス

当社は、定款で取締役(監査等委員である者を除く)は8名以内、監査等委員である取締役は5名以内と定めており、取締役会構成メンバーは、経験、知見及び能力等のバランス並びに多様性を考慮した選任を行っています。

取締役(監査等委員である者を除く)候補者の指名に当たっては、担当事業に関する豊富な知識と経験並びに担当事業を通じた会社への高い貢献度が期待でき、取締役としての職務を全うし企業価値の向上に資する人材を選定する方針としています。

監査等委員である取締役候補者の指名に当たっては、他の会社の役員経験を有する者や企業法務、会計及びコンプラ

イアンスに精通する法律専門家等、各自の実務経験に基づく企業経営に関する豊富な知見を活用し、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。

取締役候補者の指名手続については、代表取締役社長が上記方針に適合する人材として提案する候補者について、指名報酬諮問委員会への諮問を行った後、その答申内容に基づいて取締役会にて決定しています。取締役会は各取締役の業務執行状況を監視・監督し、その要件を満たしていないと判断した場合には、指名報酬諮問委員会へ事前に諮問を行い、取締役会はその答申を踏まえて当該取締役の解任について審議することとしています。

- 内部統制

当社は、「内部統制システムに関する基本方針」に基づき内部統制システムを構築するとともに、運用の徹底を図ることで、コーポレートガバナンスの維持・強化に努めています。

本方針においては、取締役及び従業員は当社の企業理念に則り、高い倫理観に基づく適正な企業活動を行うことが定められています。

また、代表取締役社長直轄に独立組織である内部監査室を設置しており、内部統制システムの運用徹底に取り組んでいます。具体的には、同室による内部監査を実施し、法令や定款、社内規程等に基づく業務執行が行われているかを定期的に確認し、発見された課題については、随時改善を図るよう指示及び改善状況の確認を行います。

- 取締役のトレーニング方針

当社では、取締役による経営監督・監査が十分に機能するよう、取締役会資料の事前配布・説明及び関連情報の提供により、取締役会での審議の充実化に努めています。また、社外取締役で構成される監査等委員会において、円滑な職務遂行を支援する目的で専任の事務局員を配置しています。

当該事務局員による主要会議への参加、重要書類の閲覧等を通じて、監査等委員会の要請に応じた報告や情報提供を適時に実施しています。その他、取締役に対する第三者機関による研修の機会を提供しており、その費用は会社負担としています。

- グループガバナンスの強化

子会社への経営関与に関する基本方針として、「子会社管理規程」を制定し、当該規程に基づき子会社との間で経営管理契約を締結する等、グループガバナンスの強化につながる

体制整備に努めています。また、子会社の法令、定款、社内規程等の遵守状況について、当社の内部監査室による定期監査を実施しています。

- 税務に関する考え方

当社グループでは、国や地域社会の発展に寄与するべく、高い倫理観と責任感の下、税務コンプライアンスの維持、向

上に努め、公正な納税を行います。具体的には、事業活動を行う全ての国・地域に適用される法令や規制を遵守します。

税務に関する対応	<ul style="list-style-type: none"> ・ 税務プランニングにより税務リスクを軽減し、適切な税務申告と納税を行い、納税者の責任を果たします。 ・ 実体の伴わない事業体によるタックスヘイブンの利用等、租税回避を意図した税務プランニングや濫用的で事業目的に沿わない恣意的な租税回避は行いません。 ・ 国外関連取引に適用する取引価格は、各国または地域の関連法令及び独立企業原則にしたがって算定します。 ・ 税務当局からの情報開示要請等に真摯に対応し、良好な関係を維持します。 ・ 税務の解釈が不明瞭な取引については、顧問税理士等を交えた十分な検討を行い、取り扱いの明確化に努めます。
-----------------	--

- 株主との建設的な対話

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値向上のためには、株主を含む投資家と積極的な対話を行い、当社に対する期待や懸念、要望等を的確に把握し、得られた洞察を経営や事業活動に適切に反映させていくことが重要であると認識しています。

2023年5月期においては、機関投資家との面談が可能な複数のカンファレンスへの参加や、CEO及びCFOによる海外

の機関投資家訪問等、双方向での対話が可能な面談機会の積極的な創出に取り組みました。この結果、2023年5月期における面談件数は、国内機関投資家127件、海外機関投資家180件、証券会社アナリスト54件、その他15件となり、合計376件となりました。また、機関投資家向けの決算説明会を4回開催したほか、個人投資家向けの説明会を1回開催しました。

株主との建設的な対話に関する方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 株主との対話全般については、取締役／執行役員／CFO／コーポレート本部担当役員が統括するIR担当部署が原則対応することとした上で、合理的な範囲でCEOやCFOについても対話に臨んでいます。 ・ 建設的な対話実現に向けて、IR担当部署は関連部署と連携し、意見交換や情報収集を定期的に行う体制を構築しています。また、自社の株主構造の把握のため、毎年5月末における株主名簿に基づく実質株主の判明調査を行っています。 ・ CEO及びCFOを話者とする、アナリスト・機関投資家向けの決算説明会や個人投資家向け説明会を定期的で開催し、当社ホームページ上で当該情報の開示を行っています。 ・ 対話において把握した株主の意見や懸念についてはIR担当部署が取りまとめた上で、適宜取締役会へ報告し、関係各部署と対応を協議しています。 ・ インサイダー情報の適切な管理に当たっては、「適時開示規程」及び「内部者取引管理規程」を制定し、その定めに基づく運用を行っています。
-------------------------	--

取締役一覧



氏名	寺田 親弘	富岡 圭	塩見 賢治	大間 祐太
役職	代表取締役社長／CEO ^{*1} ／CPO ^{*2}	取締役／執行役員／ COO ^{*3} ／Sansan事業部・ Bill One事業部 担当	取締役／執行役員／ CISO ^{*4} ／DPO ^{*5} ／技術 本部・Eight事業部 担当	取締役／執行役員／ CHRO ^{*6} ／人事本部 担当
重要な兼職の状況	－	Sansan Global Pte. Ltd. CEO Unipos(株) 社外取締役	Sansan Global Development Center, Inc. President	－

経歴	<p>大学卒業後、三井物産(株)に入社。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を行い、帰国後は子会社の経営管理などに従事する。2007年にSansan(株)を創業し、営業DXサービス「Sansan」をはじめとした「働き方を変えるDXサービス」を提供。2021年、東証一部(現東証プライム)上場。</p>	<p>日本オラクル(株)に入社し、上海やバンコクを拠点にグレーターチャイナ(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、営業DXサービス「Sansan」の事業を指揮する。現在はCOOとしてSansanをはじめ、BtoB SaaS事業を統括。2023年から、Sansan Global Pte. Ltd.のCEOに就任。</p>	<p>(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・開発責任者などを務めた後、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、技術本部の本部長として技術戦略や組織強化を指揮。2023年からSansan Global Development Center, Inc.の代表取締役社長に就任。</p>	<p>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。</p>
----	---	--	--	--

取締役就任時期	2007年6月	2007年6月	2007年6月	2019年8月
---------	---------	---------	---------	---------

所有株式数 ^{*8}	41,432,920株	4,160,000株	2,320,000株	90,300株
---------------------	-------------	------------	------------	---------

取締役会出席状況				
2023年5月期	17 / 17回	17 / 17回	17 / 17回	17 / 17回

所属委員会

監査等委員会

指名報酬諮問委員会



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



サステナビリティ



●を付けた主な理由・経験

・当社創業者／代表取締役社長
・米国での事業会社勤務
・神山まるごと高等専門学校
理事長

・当社共同創業／取締役
・アジアを中心とした事業会社勤務

・当社共同創業／取締役
・当社CISO、DPO及び技術組織
担当役員
・米国での事業会社勤務

・当社取締役
・当社CHRO
・事業会社での取締役



橋本 宗之

取締役／執行役員／
CFO^{*7}／コーポレート本
部担当

Unipos(株) 社外取締役

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プライベート・エクイティ投資に携わり、2017年にSansan(株)へ入社。現在は、CFOとして財務戦略を指揮する。



鈴木 真紀

社外取締役／監査等委員

社外 独立

佐藤真太郎法律事務所 弁護士

弁護士。2003年よりTMI総合法律事務所に勤務した後、ニューヨーク州弁護士に登録。2017年、佐藤真太郎法律事務所へ入所し、2021年から第二東京弁護士会に所属。2022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などに関する専門的な知識を有し、法律や多様性の観点から提言を行う。



赤浦 徹

社外取締役／監査等委員

社外 独立

インキュベイトファンド(株)代表取締役／(株)エスプール 社外取締役／(株)ダブルスタンダード 社外取締役／(株)jig.jp 社外取締役／(株)ispace 社外取締役

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。



塩月 燈子

社外取締役／監査等委員

社外 独立

(株)サイバーエージェント 取締役 常勤監査等委員

(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。



齋藤 太郎

社外取締役／監査等委員

社外 独立

(株)dof代表取締役／(株)CARTA HOLDINGS 社外取締役／フォースタートアップス(株) 社外取締役／(株)ZOZO 社外取締役

(株)dof代表取締役。コミュニケーションデザイナー。(株)電通に勤務した後、(株)dofを設立し、2009年から現職。2022年8月、Sansan(株)の社外取締役に就任。コミュニケーションデザイナーとしての豊富な職務経験と複数企業の役員として得た見識を踏まえ、経営全般についての提言を行う。

2020年8月

2022年8月

2007年8月

2021年8月

2022年8月

81,200株

0株

1,720,000株

0株

0株

17 / 17回

13 / 13回

17 / 17回

17 / 17回

13 / 13回

・当社取締役
・当社CFO
・日本国内及び米国でのM&Aや資金調達のアドバイザー業務

・日本／ニューヨーク州弁護士
・企業法務やコンプライアンス、労務に関する法的知見の保有

・国内外に展開するベンチャーキャピタル業の代表取締役

・事業会社での常勤監査役
・会計士補
・法務博士(専門職)

・事業会社の代表取締役
・米国での在任経験

*1 最高経営責任者 *2 最高プロダクト責任者 *3 最高執行責任者 *4 最高情報セキュリティ責任者 *5 データ保護責任者 *6 最高人事責任者 *7 最高財務責任者 *8 2023年5月末時点

コンプライアンス

当社グループでは、企業理念に則り、高い倫理観に基づく適正な活動を行うことを基本方針として掲げ、自らの生み出す付加価値を競争力の源泉として、公正正大かつ責任あるビジネス展開に努めることが重要であると考えています。このような考えの下、当社グループが優先的に取り組むべき重要課題の1つとして、「コンプライアンスの徹底」を特定しており、コンプライアンスに対する社員1人ひとりの意識の浸透のために、さまざまな取り組みを行っています。

重要課題(マテリアリティ)

当社グループでは、2022年に特定した5つの重要分野のうち、「急速な事業成長を支える強固な経営基盤の確立」において、「コンプライアンスの徹底」を重要課題として特定しています。また、2023年8月には、各重要課題の2030年5月期にお

ける定量的な長期目標を定めており、重大なコンプライアンス違反件数0件、インサイダー取引規制やハラスメント防止といったコンプライアンス関連の研修受講率100%の達成を目指して、各種施策に取り組んでいます。

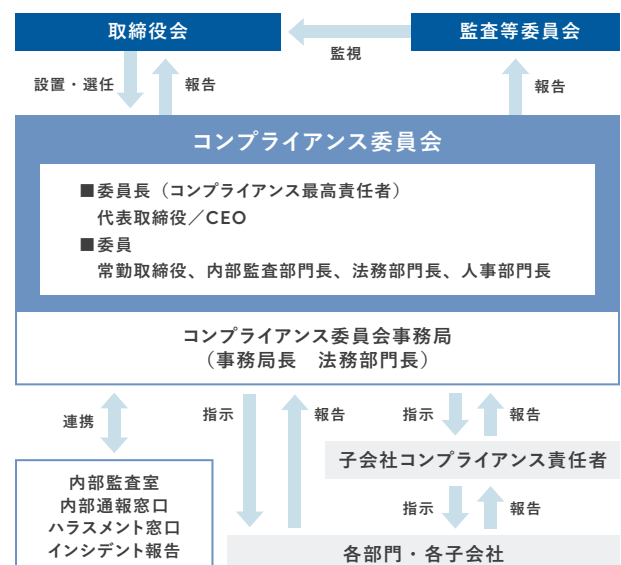
マテリアリティ目標

重要分野	重要課題	2030年5月期目標		2023年5月期実績
		重大なコンプライアンス違反件数	0件	0件
急速な事業成長を支える強固な経営基盤の確立	コンプライアンスの徹底	コンプライアンス関連の研修受講率	100%	100%

管理体制

当社では、コンプライアンス実行の最高責任者である代表取締役社長を委員長として、常勤取締役、内部監査部門長、法務部門長、人事部門長で構成されるコンプライアンス委員会を設置しています。同委員会は、方針・施策の策定や状況のモニタリングを行う等、当社のコンプライアンスについて統括しており、具体的には、コンプライアンス推進に向けた体制や仕組みをまとめたプログラムを設計し、PDCAサイクルを運用しています。

また、グループ各社で発生したコンプライアンス違反についてもコンプライアンス委員会事務局に報告される仕組みを整備しています。コンプライアンス委員会は年1回の開催を原則としていますが、不祥事が発生した場合等は必要に応じて随時開催します。



法令遵守に向けた取り組み

当社グループでは、コンプライアンスに関する基本事項を定めた「コンプライアンス規程」の下、不正・違反検知の仕組

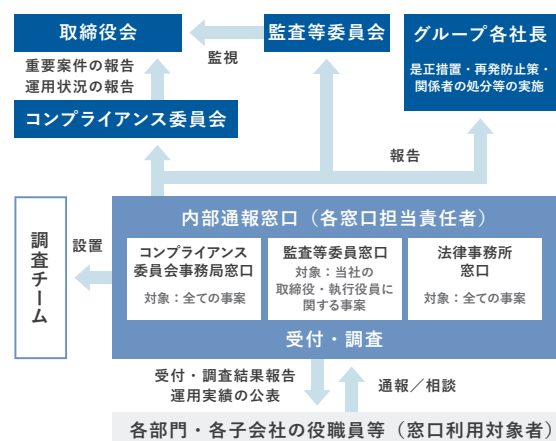
みや役職員向けの周知・トレーニングといったさまざまな施策に取り組むことで、コンプライアンスの徹底に努めています。

- 内部通報窓口の設置

法令違反やそのおそれがある行為等の情報を迅速に把握し対応するために、内部通報制度を設けており、利用対象は全グループ会社の従業員(契約社員や派遣社員、パート・アルバイト)及び退職者を含みます。内部通報窓口には、内部監査室が対応する社内窓口のほか、法律事務所へ外部委託した社外窓口、監査等委員会が対応する社外窓口の3つがあります。各窓口においては、公益通報者保護法に基づき、通報段階での内容やプライバシーは保護され、通報者が不利益な扱いを受けないように運営を徹底しているほか、社外窓口においては会社との独立性を完全に確保しています。また、内部通報窓口とは別に、ハラスメント相談窓口を人事本部に設置し、守秘義務の下で安心して社員がハラスメントに関して相談できるように運営しています。

内部通報の運用

各相談窓口では、メールや専用フォーム、郵送等のいずれかの方法を選択し、匿名での通報も可能です。窓口担当者は、通報受領後にコンプライアンス委員会及び監査等委員会に報告した上で、公正かつ公平な調査を実施します。違法行為が発見された場合には、必要な是正措置及び再発防止措置を講じます。



内部通報件数(件)

2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期
9	11	14

- 内部監査の実施

代表取締役の直下にある内部監査室が、各部門・組織の社内規定やコンプライアンスの遵守状況等について定期的に監査を行っています。具体的には、業務改善に向けた指摘や

網羅的監査

内部監査室は、当社の事業活動における組織運営や業務プロセスを対象として、業務執行状況及び資産・設備の管理状況等が適正に執行・管理されているか、内部監査という独立かつ客観的な立場で包括的に確認しています。

指導並びに状況確認を実施し、監査結果を代表取締役及び被監査部門に報告しています。また、監査等委員会及び会計監査人と定期的な連携の場を設け、情報を共有しています。

セキュリティ監査

内部監査室は、当社のセキュリティに関して、個人情報保護マネジメントシステム(JIS)のほか、情報資産を扱う情報システム管理業務が適正に整備・運用されているか、内部監査という独立かつ客観的な立場で確認しています。

コンプライアンスに関する研修の実施

全役職員を対象に、各種ハラスメント防止に関する研修を実施し、ハラスメントの発生要因となる「職場内の優位性の悪用・認識不足」「価値観の理解や知識の不足」といった事項や、ハラスメントを未然に防ぐための具体的な方法等に対する

正しい理解の醸成に取り組んでいます。また、内部者取引管理規程を定めた上で、インサイダー取引規制に関するセミナーや研修を定期的実施する等、全役職員の法令遵守に対する意識や知識の向上に努めています。

- リスクマネジメント

当社グループの経営・事業上のリスクには、名刺や請求書といった企業の重要情報を扱うサービスを提供しているため、個人情報の取り扱いやシステムの整備等、情報セキュリティに関するものが挙げられます。また、インターネットの利用環境や技術革新、ユーザーの行動変容といった不確実性の高いリスクも存在しています。これらのリスクに対して、管理体制や対応策の整備に努めており、急速な事業成長を支える経営基盤の強化に取り組んでいます。

リスク管理

当社グループでは、経営に重大な影響を及ぼす可能性があるさまざまなリスクに対して、その発生可能性を認識した上で、リスク管理体制や各リスクへの対応手法について整備してい

ます。また、当社グループの事業を取り巻く環境の変化を踏まえ、リスクについては定期的な見直しをしており、リスク発生の回避を含めた対応策を検討しています。

- リスクの把握・分析

当社グループでは、内部監査規程にしたがって内部監査計画を策定し、内部監査プロセスで定期的にリスク把握及び分

析をしており、発生頻度や影響度の観点からリスク評価を行い、リスクの未然防止や早期発見に努めています。

- インシデントガイドライン

当社グループでは、災害や事故、不正アクセス、脆弱性の問題等のサービス提供に係るインシデントが発生した場合に備え、各部署においてインシデントに対する体制・指揮命令系統や判断基準、対応手順に関するガイドラインを定めて

います。具体的には、インシデントの種別を機密性・完全性・可用性という3つの観点で種別し、それぞれの対応について優先度を設定した上で、各部署におけるインシデントの判断・対応の意思決定者を定めています。

大規模災害時におけるBCP対応

大規模な災害等の緊急事態に備えて、事業を継続するための体制や具体的な行動計画を含む事業継続計画（BCP）を策定しており、人員配置やライフライン遮断時における代替運用等、緊急事態に対応する体制を整えています。

具体的には、本社所在地で震度6以上の地震が発生した場合や、マネジメント間で協議し決定した場合に、BCPを全社に適用します。BCPが発令されると、事前に定めた各部署のマニュアルにしたがって、事業継続・

早期再開に向けたBCP対応に集中します。各部署は、それぞれの業務継続のための戦略や対策について、大規模災害が発生した場合の被害想定・影響度分析・復旧目標・代替案等を考慮してマニュアルを作成しており、定期的に見直しを図っています。

また、人命保護及び災害時の安定的な業務稼働を目的とした災害対応マニュアルを定めており、「社員の安全」を第一とした、有事下での組織体制や対応策を定めています。

- 事業等のリスク

種別	項目	リスク内容	対応
情報セキュリティリスク	(1) 個人情報の取り扱いについて	<ul style="list-style-type: none"> 自然災害や事故、外部からの悪意による不正アクセス行為及び内部の故意または過失による顧客情報の漏洩、消失、改ざんまたは不正利用 	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報保護マネジメントシステムの構築、運用 「プライバシーマーク」付与の認定 ISMS、ISO27017の認証 全従業員への個人情報保護士資格の取得義務付け 国内外の新たな法的規制等に関する情報収集及び必要な対策の実施 法令遵守の徹底及び業務委託先の安全管理
	(2) 設備及びネットワークの安定性について	<ul style="list-style-type: none"> 火災、地震等の自然災害や外的破損、人的ミスによるシステム障害、その他予期せぬ事象による当社グループの設備及びネットワーク利用への支障発生 	<ul style="list-style-type: none"> 複数のサーバーによる負荷の分散や定期的なバックアップ リアルタイムのアクセスログチェック機能やソフトウェア障害を即時に通知する仕組みの整備 障害発生時を想定した復旧訓練
サービスリスク	(3) サービス等の不具合について	<ul style="list-style-type: none"> 当社グループのアプリケーション、ソフトウェアやシステムにおける各種不具合の発生 当社グループ事業の運用に支障をきたす致命的な不具合の発見 	<ul style="list-style-type: none"> 信頼度の高い開発体制の構築、維持、サービスのインシデントガイドラインの策定と実施
外部環境リスク	(4) インターネットの利用環境について	<ul style="list-style-type: none"> インターネットの利用に関する新たな規制の導入や弊害の発生 	<ul style="list-style-type: none"> インターネットに関する法的規制等の情報収集及び課題抽出と解決策の実行
	(5) クラウド事業について	<ul style="list-style-type: none"> 画期的なコンセプトの他社サービス出現による競争激化 クラウドサービス自体の大幅な需要低迷 	<ul style="list-style-type: none"> 新たな提供価値の創造 新技術の積極的な投入 特許取得等による知的財産権の保護 M&Aや資本業務提携の推進
	(6) 技術革新への対応について	<ul style="list-style-type: none"> 技術革新等への対応遅延 予想外の開発費等の発生 	
	(7) 競合について	<ul style="list-style-type: none"> 既存事業者や新たな参入事業者との競争激化 	
投資リスク	(8) 広告宣伝活動等の先行投資について	<ul style="list-style-type: none"> 広告宣伝活動の方針や計画変更による大幅な支出増加 	<ul style="list-style-type: none"> 広告宣伝活動の費用対効果のモニタリング
	(9) 企業買収等の投資について	<ul style="list-style-type: none"> 買収や出資後における事業計画の遅延 	<ul style="list-style-type: none"> 対象企業に対する十分なデューデリジェンスの実施 対象企業に対するモニタリングやフォローアップの徹底
	(10) システムインフラ等への投資について	<ul style="list-style-type: none"> サービスの安定運用のための、予期せぬハードウェアやソフトウェアへの追加投資 	<ul style="list-style-type: none"> 外部からのアクセスに関するモニタリングの徹底 事業拡大に応じた適切なシステムインフラ投資の設計
人的リスク	(11) 経営管理体制の確立について	<ul style="list-style-type: none"> 事業規模に応じた事業体制や内部管理体制構築の遅延 	<ul style="list-style-type: none"> 業容や従業員の増加に合わせた内部管理体制整備の徹底
	(12) 人材の育成及び確保について	<ul style="list-style-type: none"> 優秀な人材の不足 Sansan/Bill One事業の営業人材の確保遅延や流出 	<ul style="list-style-type: none"> 積極的な人材採用 社内育成等による体制強化 労働環境の整備
	(13) 特定の人物への依存について	<ul style="list-style-type: none"> 代表取締役である寺田親弘の業務継続が困難となる何らかの事象の発生 	<ul style="list-style-type: none"> 同氏に過度に依存しない体制の整備 役員間の相互情報共有や経営組織の強化
法的リスク	(14) 法令について	<ul style="list-style-type: none"> 国内外における新たなプライバシー関連法規の制定やインターネット関連事業者を規制する法律等による影響 	<ul style="list-style-type: none"> 法的規制等の情報収集及び課題抽出と解決策の実行
	(15) 知的財産権の侵害等について	<ul style="list-style-type: none"> 第三者からの特許権侵害や商標権侵害を理由とする損害賠償請求や差止請求 第三者による当社グループが保有している知的財産権への侵害 	<ul style="list-style-type: none"> 特許事務所を通じた特許権侵害調査の実施 商標の出願、登録 法的措置の実施
海外リスク	(16) 海外展開について	<ul style="list-style-type: none"> 対応が困難な海外特有のリスク発生 海外事業の収益化の遅延 	<ul style="list-style-type: none"> 事業展開地域の情報収集及び課題抽出と解決策の実行 適切な事業計画の策定
その他	(17) インセンティブの付与について	<ul style="list-style-type: none"> 発行するストックオプションの行使による既存株主の株式価値の希薄化^{*1} 	<ul style="list-style-type: none"> 市場環境や既存株主への影響等を十分に考慮したストックオプションの設計

*1 2023年7月31日時点でのストックオプションとしての付与株式数は発行済株式総数の2.76%に当たる3,459,544株



データ

CONTENTS

P93 - ESGデータ

P101 - セグメント別業績

P97 - 連結財務諸表

P102 - 会社・株式情報

ESGデータ

- 環境^{*1}

	単位	2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期
エネルギー消費量				
電気	MWh	728	1,044	1,399
ガス ^{*2}	千Nm ³	68	84	107
総エネルギー消費量 ^{*3}	GJ	10,361	14,193	18,643
水消費量^{*4}				
総取水量	m ³	2,329	4,096	6,425
上水	m ³	237	290	461
中水	m ³	2,091	3,805	5,963
GHG排出量^{*5}				
スコープ1	t-CO ₂	0	0	0
スコープ2 (ロケーション基準)	t-CO ₂	477	639	840
スコープ2 (マーケット基準)	t-CO ₂	525	668	851
スコープ1+2 (マーケット基準)	t-CO ₂	525	668	851
スコープ3	t-CO ₂	-	15,679	18,638
カテゴリ1:購入した製品・サービス	t-CO ₂	-	12,270	15,147
カテゴリ2:資本財	t-CO ₂	-	2,098	1,631
カテゴリ3:スコープ1、2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	t-CO ₂	-	133	175
カテゴリ4:輸送、配送(上流)	t-CO ₂	-	107	141
カテゴリ5:事業から出る廃棄物	t-CO ₂	-	13	16
カテゴリ6:出張	t-CO ₂	-	85	310
カテゴリ7:雇用者の通勤	t-CO ₂	-	165	330
カテゴリ8:リース資産(上流)	t-CO ₂	-	-	-
カテゴリ9:輸送、配送(下流)	t-CO ₂	-	-	-
カテゴリ10:販売した製品の加工	t-CO ₂	-	-	-
カテゴリ11:販売した製品の使用	t-CO ₂	-	-	-
カテゴリ12:販売した製品の廃棄	t-CO ₂	-	0	0
カテゴリ13:リース資産(下流)	t-CO ₂	-	805	884
カテゴリ14:フランチャイズ	t-CO ₂	-	-	-
カテゴリ15:投資	t-CO ₂	-	-	-
その他	t-CO ₂	-	-	-
スコープ1+2+3 (マーケット基準)	t-CO ₂	-	16,347	19,489
スコープ1+2+3 GHG排出量原単位 (売上高当たり)	t-CO ₂ / 億円	-	81.7	78.2

*1 上表では、当社単体の実績を集計しており、2023年5月期時点で当社グループの事業範囲の97.7%(連結売上高に占める単体売上高の割合)をカバーしています。

*2 ガス消費量は、消費量の把握が可能な一部オフィスにおける実績を用いてオフィス面積当たり消費量を算出した上で、当該数値にガス利用が可能な全オフィスの総面積を乗じて算出しています。

*3 総エネルギー消費量は、省エネ法に基づく算出方法を用いた上で、電気とガスの消費量の合計値で算出しています。

*4 水利用量は利用量の把握が可能な本社オフィスにおける実績を用いて従業員1人当たり利用量を算出した上で、当該数値に総従業員数を乗じて算出しています。なお、集計方法の精緻化に伴い、2022年5月期以前の実績を再計算しています。

*5 スコープ1は、当社が所有するオフィスや設備において直接排出されたGHG排出量を集計しています。スコープ2は、各オフィスにて購入した電力や熱エネルギー等の使用を通じて間接的に排出されたGHG排出量を集計しています。スコープ3は、スコープ1及びスコープ2以外のバリューチェーン全体(カテゴリ1から15まで)におけるGHG排出量を集計しています。なお、集計方法の精緻化に伴い、2022年5月期以前の実績を再計算しています。

- 社会^{*6}

	単位	2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期
従業員構成				
従業員数	人	934	1,172	1,326
女性比率	%	34.2	33.6	35.2
外国籍比率	%	3.0	2.6	2.6
日本国外勤務者比率 ^{*7}	%	1.0	0.8	0.7
障がい者雇用比率 ^{*8*9}	%	1.6	2.4	2.6
STEM部門従業員数 ^{*10}	人	313	404	420
女性比率	%	12.1	13.1	13.1
クリエイター職女性比率	%	46.9	53.8	55.6
ビジネス職従業員数 ^{*11}	人	614	766	897
女性比率	%	45.1	44.5	45.0
管理職数	人	145	182	202
女性比率	%	14.5	16.5	17.8
人材採用				
新卒採用人数	人	34	70	74
女性比率	%	23.5	28.6	25.7
中途採用人数	人	231	260	232
女性比率	%	31.2	34.0	41.4
リファラル採用比率	%	-	-	12.0
その他の人材関連^{*12}				
平均勤続年数	年	2.6	2.8	3.1
男性	年	2.7	2.8	3.1
女性	年	2.6	2.9	3.2
平均年間給与	円	6,275,941	6,661,892	7,063,337
男性	円	6,580,904	6,988,923	7,431,655
女性	円	5,549,397	5,896,162	6,244,215
平均年齢	歳	33.6	32.4	32.4
男性	歳	33.8	32.6	32.7
女性	歳	33.1	32.0	32.0

	単位	2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期
退職率	%	6.3	9.8	12.9
男性	%	7.2	10.2	13.8
女性	%	4.2	8.8	10.7
有給休暇取得率 ^{*9}	%	60.6	68.6	75.1
育児休業取得率	%	58.5	74.5	73.2
男性	%	39.3	61.8	64.8
女性	%	100.0	100.0	100.0
育児休業後復職率	%	100.0	100.0	100.0
男性	%	100.0	100.0	100.0
女性	%	100.0	100.0	100.0
「Unipos」投稿率 ^{*13}	%	59.4	62.3	59.6
「Unipos」での称賛投稿数 ^{*13}	件	約36,000	約49,000	約45,000
「Unipos」での賞賛された従業員比率 ^{*13}	%	83.3	86.0	84.7
エンゲージメントサーベイ平均回答率	%	87.6	85.8	82.6
ストレスチェック平均回答率	%	80.1	71.7	77.9
研修関連				
「カタチ」関連研修の総参加時間 ^{*14}	時間	—	—	約5,600
「Geek Seek」への投資額 ^{*15}	百万円	25	39	43
従業員間交流施策への投資額	百万円	3	5	12
社内コーチング延べ参加人数	人	—	—	約800
情報セキュリティ関連				
個人情報保護士取得率	%	81.8	82.3	88.0
重大なインシデント発生件数	件	0	0	0

*6 上表では、原則として当社及び当社子会社のSansan Global Pte. Ltd.の正社員・契約社員を対象として算出しています。また、人数や比率は各期末時点の実績で算出しています。

*7 2023年5月末時点で、日本を含む19カ国の国籍を持つ従業員が在籍しています。

*8 当社の正社員・契約社員・アルバイトを対象として算出しています。

*9 3月期決算の期間(4月から翌年3月)に読み替えて算出しています。

*10 STEM部門の従業員数は、エンジニア職、研究開発職、クリエイター職を対象として算出しています。

*11 ビジネス職の従業員数は、STEM部門以外の正社員・契約社員を対象として算出しています。

*12 正社員を対象として算出しています。

*13 Unipos株式会社が提供するピアボーナスを軸とする全役職員参加型のプラットフォームサービスを利用しています。

*14 企業理念等について議論する機会への全従業員の参加時間を合計しています。

*15 STEM部門従業員に対する書籍やツール購入、イベント参加時における補助金額を集計しています。

- ガバナンス^{*16}

	単位	2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期
取締役会^{*17}				
取締役数	人	10	9	9
女性比率	%	10.0	22.2	22.2
社外取締役比率	%	40.0	44.4	44.4
独立役員比率	%	20.0	33.3	44.4
取締役会開催回数	回	17	17	17
出席率	%	100.0	99.4	100.0
監査等委員会				
監査等委員である取締役数	人	4	4	4
女性比率	%	25.0	50.0	50.0
社外取締役比率	%	100.0	100.0	100.0
独立役員比率	%	50.0	75.0	100.0
監査等委員会開催回数	回	13	12	13
出席率	%	100.0	100.0	100.0
その他				
内部通報件数	件	9	11	14
重大なコンプライアンス違反件数	件	0	0	0
コンプライアンス関連研修受講率	%	100.0	100.0	100.0
インサイダー取引規制研修受講率	%	100.0	100.0	100.0
ハラスメント防止研修受講率	%	100.0	-	100.0
入社時研修受講率	%	100.0	100.0	100.0

*16 上表では、当社単体の実績を算出しています。また、人数や比率は各期末時点の実績で算出しています。

*17 監査等委員である取締役を含む数値で算出しています。

連結財務諸表

- 連結貸借対照表

(百万円)

資産の部	2017年 5月期	2018年 5月期	2019年 5月期	2020年 5月期	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期
流動資産							
現金及び預金	2,004	3,546	5,627	12,815	12,389	15,432	21,114
売掛金	165	207	318	441	571	756	1,180
前払費用	460	255	322	410	469	478	604
貸倒引当金	-5	-4	-2	-3	-4	-3	-32
その他	38	157	30	176	117	194	341
流動資産合計	2,668	4,166	6,298	13,840	13,542	16,856	23,207
固定資産							
有形固定資産合計	113	164	406	414	504	806	770
無形固定資産合計	498	602	835	926	1,209	1,147	1,533
ソフトウェア	497	601	834	925	1,023	917	827
のれん	-	-	-	-	185	229	706
投資その他の資産合計	208	365	1,538	7,639	9,053	7,481	5,689
投資有価証券	-	-	1,093	6,941	8,344	6,262	3,705
繰延税金資産	-	-	-	145	-	416	595
その他	-	365	444	697	708	803	1,388
固定資産合計	820	1,132	2,780	8,979	10,768	9,435	7,993
資産合計	3,489	5,299	9,079	22,819	24,310	26,292	31,200

(百万円)

負債の部	2017年 5月期	2018年 5月期	2019年 5月期	2020年 5月期	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期
流動負債							
短期借入金	296	13	18	20	200	-	-
1年内返済予定の長期借入金	113	94	133	1,267	1,085	477	558
前受金	2,100	2,798	3,923	5,289	6,719	8,199	10,729
未払金	320	654	770	596	1,175	1,081	1,929
その他	278	259	584	1,161	1,062	1,749	1,764
流動負債合計	3,109	3,819	5,428	8,335	10,243	11,507	14,982
固定資産							
長期借入金	190	127	233	3,892	879	2,547	2,838
繰延税金負債	-	-	-	-	571	-	-
その他	16	39	43	38	31	144	188
固定資産合計	207	166	277	3,931	1,482	2,691	3,027
資産合計	3,316	3,986	5,706	12,267	11,725	14,199	18,009
純資産の部							
株主資本	179	1,315	3,369	10,557	10,892	11,832	12,454
その他の包括利益累計額	-6	-2	-7	-15	1,623	112	206
新株予約権	-	-	10	10	65	142	457
非支配株主持分	-	-	-	-	2	5	72
純資産合計	172	1,312	3,372	10,552	12,584	12,093	13,190
負債純資産合計	3,489	5,299	9,079	22,819	24,310	26,292	31,200

- 連結損益計算書

(百万円)

	2017年 5月期	2018年 5月期	2019年 5月期	2020年 5月期	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期
売上高	4,839	7,324	10,206	13,362	16,184	20,420	25,510
売上原価	1,026	1,435	1,597	1,821	1,992	2,515	3,683
売上総利益	3,812	5,888	8,608	11,541	14,192	17,904	21,827
売上総利益率	78.8%	80.4%	84.3%	86.4%	87.7%	87.7%	85.6%
販売費及び一般管理費	4,590	8,950	9,458	10,783	13,455	17,272	21,627
調整後営業利益 ^{*18}	-778	-3,061	-849	757	785	730	942
調整後営業利益率	-	-	-	5.7%	4.9%	3.6%	3.7%
営業利益	-778	-3,061	-849	757	736	631	199
営業利益率	-	-	-	5.7%	4.6%	3.1%	0.8%
営業外収益	9	10	16	8	106	1,042	328
営業外費用	11	26	58	330	468	705	405
経常利益	-780	-3,077	-891	435	375	968	122
特別利益	-	-	4	-	0	105	817
特別損失	3	1	50	100	4	165	1,035
税金等調整前当期純利益	-784	-3,078	-937	335	370	908	-96
法人税、住民税及び事業税等	6	7	7	-4	189	56	60
親会社株主に帰属する当期純利益	-790	-3,085	-945	339	182	857	-141
親会社株主に帰属する当期純利益率	-	-	-	2.5%	1.1%	4.2%	-
EPS (円) ^{*19}	-11.79	-42.11	-10.10	2.75	1.47	6.87	-1.13
販売費及び一般管理費	4,590	8,950	9,458	10,783	13,455	17,272	21,627
広告宣伝費	1,573	4,478	2,831	2,022	2,824	2,969	3,306
人件費	1,282	1,689	2,411	3,701	4,745	6,758	8,349
サーバー・PC費用等	303	513	735	844	1,008	1,285	1,719
地代家賃	235	308	523	693	810	921	1,059
採用費	107	182	338	443	489	678	636
株式報酬関連費用	-	-	-	-	33	72	702
企業結合に伴い生じた費用 (のれん償却額+無形固定資産の償却額)	-	-	-	-	15	25	39
その他	1,088	1,777	2,618	3,079	3,577	4,560	5,814

*18 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費)

*19 2021年12月1日付で普通株式1株を4株とする株式分割を行っているため、2017年5月期の期首に分割されたと仮定し、EPSを算定しています。

- 連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	2017年 5月期	2018年 5月期	2019年 5月期	2020年 5月期	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期
営業活動によるキャッシュ・フロー							
税金等調整前当期純利益	-784	-3,078	-937	335	370	908	-96
減価償却費	236	366	459	615	691	768	898
投資有価証券売却益	-	-	-	-	-32	-979	-291
持分法による投資損益	-	-	-	51	285	609	287
売上債権の増減額	-60	-41	-111	-118	-121	-183	-391
前払費用の増減額	-100	204	-67	-84	-50	12	-101
未払金の増減額	-122	333	50	-108	620	-90	780
前受金の増減額	896	697	1,125	1,366	1,401	1,479	2,423
法人税等の支払額	-3	-6	-7	-7	-246	-144	-471
その他	137	-85	560	824	346	743	810
営業活動によるキャッシュ・フロー	198	-1,609	1,072	2,822	3,011	3,123	3,848
投資活動によるキャッシュ・フロー							
有形固定資産の取得による支出	-91	-72	-316	-260	-273	-468	-200
無形固定資産の取得による支出	-250	-408	-574	-535	-636	-453	-480
投資有価証券の取得による支出	-	-	-1,093	-5,901	-336	-2,555	-359
投資有価証券の売却による収入	-	-	-	-	1,680	3,224	1,406
その他	-34	-198	-298	-491	-985	-760	998
投資活動によるキャッシュ・フロー	-376	-679	-2,282	-7,189	-551	-1,014	1,364
財務活動によるキャッシュ・フロー							
短期借入金の純増減額	89	-283	4	2	173	-200	-
長期借入による収入	200	50	290	5,460	-	3,250	900
長期借入金の返済による支出	-130	-131	-145	-686	-3,220	-2,190	-527
株式の発行による収入	-	4,206	2,989	6,820	152	209	307
その他	-7	-15	-6	-32	-7	-159	-17
財務活動によるキャッシュ・フロー	151	3,826	3,132	11,563	-2,902	909	523
現金及び現金同等物に係る換算差額	-3	4	0	-1	2	3	4
現金及び現金同等物の増減額	-29	1,541	1,922	7,194	-440	3,021	5,739
現金及び現金同等物の期首残高	2,033	2,004	3,546	5,468	12,663	12,223	15,245
現金及び現金同等物の期末残高	2,004	3,546	5,468	12,663	12,223	15,245	20,985

セグメント別業績

- セグメント別損益計算書

(百万円)

	2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期
売上高	16,184	20,420	25,510
Sansan / Bill One事業	14,605	18,105	22,516
「Sansan」	14,519	17,214	19,793
「Sansan」ストック ^{*20}	13,811	16,349	18,688
「Sansan」その他	707	865	1,104
「Bill One」	84	826	2,414
その他	1	64	308
Eight事業	1,582	2,213	2,867
BtoCサービス	296	286	303
BtoBサービス	1,286	1,927	2,563
その他	-	126	198
調整額	-3	-25	-72
調整後営業利益	785	730	942
Sansan / Bill One事業	5,290	5,752	7,005
Eight事業	-732	-355	-170
その他	-	-22	-36
調整額	-3,772	-4,643	-5,856
調整後営業利益率	4.9%	3.6%	3.7%
Sansan / Bill One事業	36.2%	31.8%	31.1%
Eight事業	-	-	-
その他	-	-	-

- セグメント別KPI

(百万円)

	2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期
Sansan / Bill One事業			
「Sansan」契約件数 (件)	7,744	8,488	8,969
「Sansan」契約当たり月次ストック売上高 (千円)	162	170	184
「Sansan」直近12か月平均月次解約率 ^{*21}	0.63%	0.62%	0.44%
「Bill One」JMRR ^{*22} (百万円)	19	116	316
「Bill One」有料契約件数 (件)	188	776	1,581
「Bill One」有料契約当たり月次ストック売上高 (千円)	105	149	200
「Bill One」直近12か月平均月次解約率 ^{*21}	-	0.49%	0.64%
Eight事業			
「Eight」ユーザー数 ^{*23} (万人)	292	310	331
「Eight Team」契約件数 (件)	2,253	2,819	3,703

*20 「Sansan」における固定収入(未監査)

*21 各サービス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

*22 Monthly Recurring Revenue(各四半期末の月次固定収入)

*23 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

会社・株式情報

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
グループ会社	Sansan Global Pte. Ltd. (シンガポール) Sansan Global Development Center, Inc. (フィリピン) ログミー株式会社 株式会社ダイヤモンド企業情報編集社 クリエイティブサーベイ株式会社 株式会社言語理解研究所
設立	2007年6月11日
資本金	6,633百万円(2023年8月31日時点)

株式情報 ^{*2}

証券コード	4443
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
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	125,410,584株
株主総数	8,050名

所有者別分布状況



*1 2023年10月31日時点

*2 2023年5月31日時点

大株主の状況

株主名	保有株式数	保有比率
寺田 親弘	41,432,920株	33.04%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	17,183,400株	13.70%
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	6,486,100株	5.17%
富岡 圭	4,160,000株	3.32%
MSIP CLIENT SECURITIES	3,484,900株	2.78%
DCM Ventures China Fund(DCM VII),L.P.	3,314,000株	2.64%
MLI FOR CLIENT GENERAL OMNI NON COLLATERAL NON TREATY-PB	2,412,276株	1.92%
塩見 賢治	2,320,000株	1.85%
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505303	2,200,200株	1.75%
株式会社CNK	2,047,080株	1.63%

外部評価

- ESG

当社は、MSCI社が提供する「MSCI ESGレーティング」においてA評価を獲得しました。また、当社は、FTSE社が提供するESG（環境、社会、ガバナンス）評価の高い日本企業のパ

フォーマンスを測定するために設計された指標である「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に選出されました。

- 統合報告書

「Sansan株式会社 統合報告書2022」は、年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）の運用機関から「優れた統合報告書」と「改善度の高い統合報告書」に選出されたほか、米国の独立

評価機関であるMerComm, Inc.が主催する「International ARC Awards」において、PDF Version of Annual Report部門のBronze賞を受賞しました。

- コーポレートサイト

当社のコーポレートサイトは、日興アイ・アール株式会社が公表した「2022年度 全上場企業ホームページ充実度ランキング調査」において、総合表彰の優秀サイトに選出されました。本

調査は、同社が全上場企業のホームページに関する充実度等の調査及び評価を独自の視点で行うもので、毎年公表されています。

ホームページのご案内

- ・コーポレートサイト <https://jp.corp-sansan.com/>
- ・IR情報 <https://ir.corp-sansan.com/ja/ir.html>
- ・サステナビリティ <https://jp.corp-sansan.com/sustainability/>

sansan

