

新市場の挑戦者たち

シャノン

[3976・マザ]

マーケティングクラウドとイベントクラウドの2軸成長へ

クラウド型マーケティングシステムを活用し、マーケティング支援やイベント管理といったサービスを提供するのがシャノン（3976）だ。前々期（2018年10月期）までは市場の競争にフィットさせられず2期連続で赤字だったが、前期は売上高が過去最高の18億5500万円、利益は黒字回復となった。今後は主力事業のシェア拡大に努めるほか、祖業のイベントマーケティングサービスでも投資を促進。2軸体制を通じ、今期は利益面2桁増を目指す。



中村健一郎社長

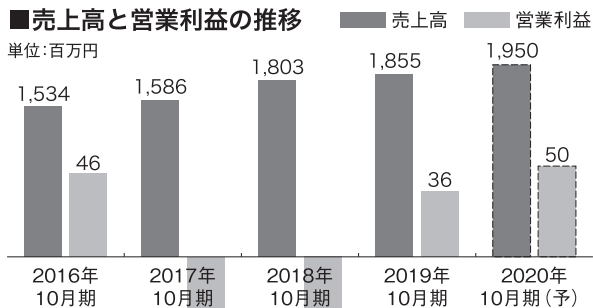
Profile●なかもむら・けんいちろう
1977年生まれ、慶應義塾大学卒。2000年にシャノンを設立し、同社代表取締役就任（現任）。17年、一般社団法人シーコンソーシアム理事長就任（現任）。

2000年に設立した同社の起源は、このイベント支援事業。今では広く普及したバーコード型来場管理などを開発したのが、このシャノンだ。約20年の実績を誇り、現在では東京モーターショーといった大型イベントにも参入。MA事業・EM事業を合わせた取引先数は、NTTコミュニケーションズ社やサイボウズ社など大手企業を中心に、900社以上に上る。

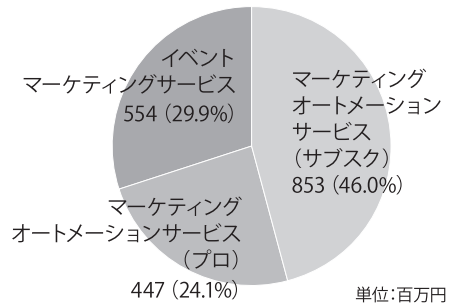
MAサブスクが堅調に推移
前期売上高をサービス別にみると、MAサービスは全体

の70%。うち、66%が「MAサブスクリプション（MAサブスク）」、34%が「MAプロフェッショナル（MAプロ）」となった。MAサブスクとは、同社のMAシステムを月額で使用できるサービス。一方のMAプロは、初期設定代行やトレーニングなどが含まれたサービスとなる。

各サービスの対前期比をみると、MAプロは前期比減となった一方で、MAサブスクは同20.5%増と躍進した。同社は、人的コストがかかるMAプロよりも、安定収益の基盤であるMAサブスク比率



■サービス別売上高（2019年10月期）

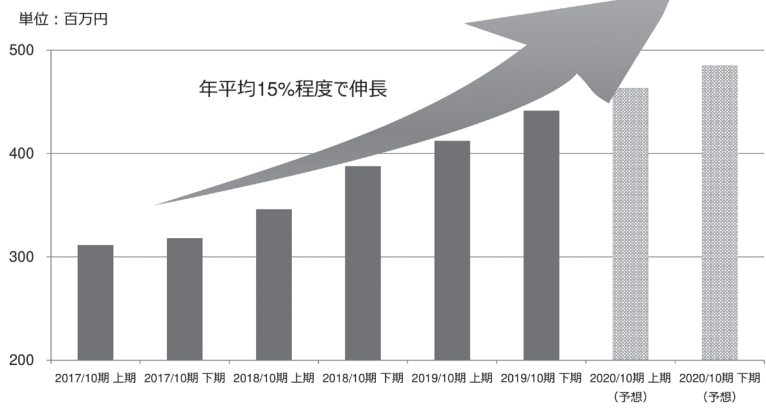


高利益率のEM事業も強化
前期売上高の残り30%は、EM事業。昨今のコロナウイルスを起因としたイベント自

「現状は、主にIT分野などのイベントへのサービス提供が多くはなっていますが、食品関連など、まだまだ積極的にサービスを提供できてい

ない分野もありますので、今後は他の分野のイベントにも積極的に導入していきたいと考えています。これまではMAサービス・EMサービスの両方同時に投資する余力はありませんでしたが、MAサブスクで手応えを感じ始めた今こそ、EMサービスでもアクセルを踏みます。両サービス共に収益力を強化し、売上高利益率を2年で10%まで押し上げたい」（同氏）

■MA-サブスクリプション売上の推移（半期毎の推移）



※2020年3月13日の取材時点

株式データMEMO			
直近株価	1,028円	(20.3/31終値)	
年初来高値	1,890円	(20.1/7)	
年初来安値	860円	(20.3/10)	
時価総額	15億円		
PER	37.3倍	PBR	3.12倍

2019年10月期	連結業績	前期比
売上高	18億5500万円	2.9%増
営業利益	3600万円	—
経常利益	2600万円	—
当期純利益	2400万円	—

2020年10月期	連結業績予想	前期比
売上高	19億5000万円	5.1%増
営業利益	5000万円	36.4%増
経常利益	4600万円	73.2%増
当期純利益	4000万円	62.5%増

値動き