

# 2025年12月期第4四半期 決算説明資料

株式会社シャノン  
(東証グロース市場：3976)

2025/12/12



# アジェンダ

- |   |                              |      |
|---|------------------------------|------|
| 1 | 会社概要                         | P.3  |
| 2 | 2025年12月期業績予想（連結）の修正         | P.5  |
| 3 | 決算サマリー                       | P.6  |
| 4 | グループアセットの再編成                 | P.7  |
| 5 | 2025年12月期4Q累計業績              | P.8  |
| 6 | 国産マーケティングオートメーション市場のNo.1に向けて | P.17 |
| 7 | 直近トピック                       | P.22 |

## 2025年より新体制で経営再スタート 国産マーケティングオートメーションNo.1を目指す

|      |                        |
|------|------------------------|
| 社名   | 株式会社シャノン (SHANON Inc.) |
| 上場市場 | 東証グロース (3976)          |
| 設立   | 2000年8月                |
| 代表者名 | 代表取締役CEO 山崎浩史          |
| 本社   | 東京都港区浜松町二丁目2番12号       |
| 従業員数 | 連結205名 (2025年10月末時点)   |



|      |                         |      |
|------|-------------------------|------|
| 役員構成 | 代表取締役CEO                | 山崎浩史 |
|      | 取締役                     | 大江翔  |
|      | 社外取締役 監査等委員             | 松原由高 |
|      | 社外取締役 監査等委員             | 岡田英明 |
|      | 取締役 監査等委員               | 笹岡大志 |
|      | 執行役員<br>マーケティングクラウド事業担当 | 角田雄司 |
|      | 執行役員<br>イベントクラウド事業担当    | 中山弥  |
|      | 執行役員 CTO                | 井上史彰 |
|      | 執行役員 製品戦略担当             | 堀譲治  |
|      | 執行役員 CFO                | 友清学  |
|      | 執行役員 CMO                | 浅野哲  |

## マーケティング領域のクラウドサービスを展開

企業のマーケティングプロセスを自動化・高度化するSaaS事業（マーケティングオートメーション<sup>\*</sup>）と  
大規模展示会等のイベントDXを支援するイベント事業の二軸で成長

### マーケティングクラウド事業

～マーケティングオートメーションによる中長期のマーケティング支援サービス～

### イベントクラウド事業

～展示会等の管理・分析サービス～

#### サブスクリプション

主にBtoB企業の  
マーケティング活動の  
自動化・高度化を支援

導入サポートや  
運用代行の支援メニューを  
豊富にラインナップ

Webサイトのアクセス履歴等の顧客  
動向から購買確度を推定し、パーソ  
ナライズされた顧客コミュニケーション  
をサポート

マーケティングオートメーションの活用  
支援、運用代行サービスを提供し、  
ユーザーの実践的なマーケティング活  
動をサポート

#### プロフェッショナル

マーケティング領域の  
コンサルティング・開発支援

マーケティングに関わるコンサ  
ルティング、開発、BPOまで  
一気通貫で支援

メタバース空間  
を用いたマーケ  
ティングサービ  
スを提供

大型展示会から企業セミナーまで  
対応可能なカスタマイズ性に優れた  
プラットフォーム

展示会主催社・セミナー主催社向けにイベントの来場  
者管理、分析、レポートまでイベントDXをサポート

<sup>\*</sup>マーケティングオートメーション（MA）：マーケティング活動全般におけるプロセスの自動化や効率化を支援するシステムの総称

2025年12月期業績予想（連結）の修正

1人当たり売上・利益の向上による生産性改善が進行  
営業利益は+150%と営業黒字幅が拡大

|       | 修正前   | 修正後   | 変動額 | 変動率   |
|-------|-------|-------|-----|-------|
| 売上高   | 3,230 | 3,150 | △80 | △2.5% |
| 営業損益  | 20    | 50    | +30 | +150% |
| 営業利益率 | 0.6%  | 1.6%  | -   | -     |
| 経常損益  | △18   | △10   | +8  | -     |
| 当期純損益 | △135  | △90   | +45 | -     |

(百万円)

詳細は、2025年12月12日付「通期業績予想の修正に関するお知らせ」参照

# 過去最高の営業利益を達成 来期の戦略フェーズに向けた成長基盤整備が進行

## FY2025 4Q業績ハイライト

売上高

2,740

百万円

(前年同期比△14.5%)

営業損益

過去最高

53

百万円

(前年同期比105百万円改善)

ストック売上高  
(サブスク売上)

1,769

百万円

(前年同期比+9.8%)

ストック型売上  
比率

64.6%

(前年同期比14.3pt上昇)

解約率<sup>\*</sup>  
(件数ベース)

1.1%

(前年同期時点：1.3%)

売上高  
販管費率

63.6%

(経営KPI目標：55%)

- ・ 販管費コントロールにより  
営業黒字を維持
- ・ 事業の選択と集中により  
ストック型売上比率が上昇

\* 直近12か月の月次解約率の平均値

## 2026年1月より「List Finder」事業を完全統合 事業移管準備は完了

イノベーショングループ



広告事業  
譲渡

全株式  
取得

INNOVATION<sup>\*1</sup>

「ITトレンド」を営むオンラインメディア企業

Innovation X<sup>\*2</sup>

「List Finder」を含む複数SaaS事業を  
展開するITソリューション企業

- **MA事業「List Finder」を統合**  
来期より収益貢献を開始
- **広告事業の譲渡**  
グループ内で広告事業の成長加速に向け、「ITトレンド」を営むメディア子会社に事業を移管済み

\*1：株式会社Innovation & Co.

\*2：株式会社Innovation X Solutions

# 2025年12月期 4Q累計業績

---



# FY2025 4Q累計 損益計算書（連結）

## 高収益事業への集中と生産性向上により営業黒字は拡大 経常利益の黒字化も目前

（百万円）

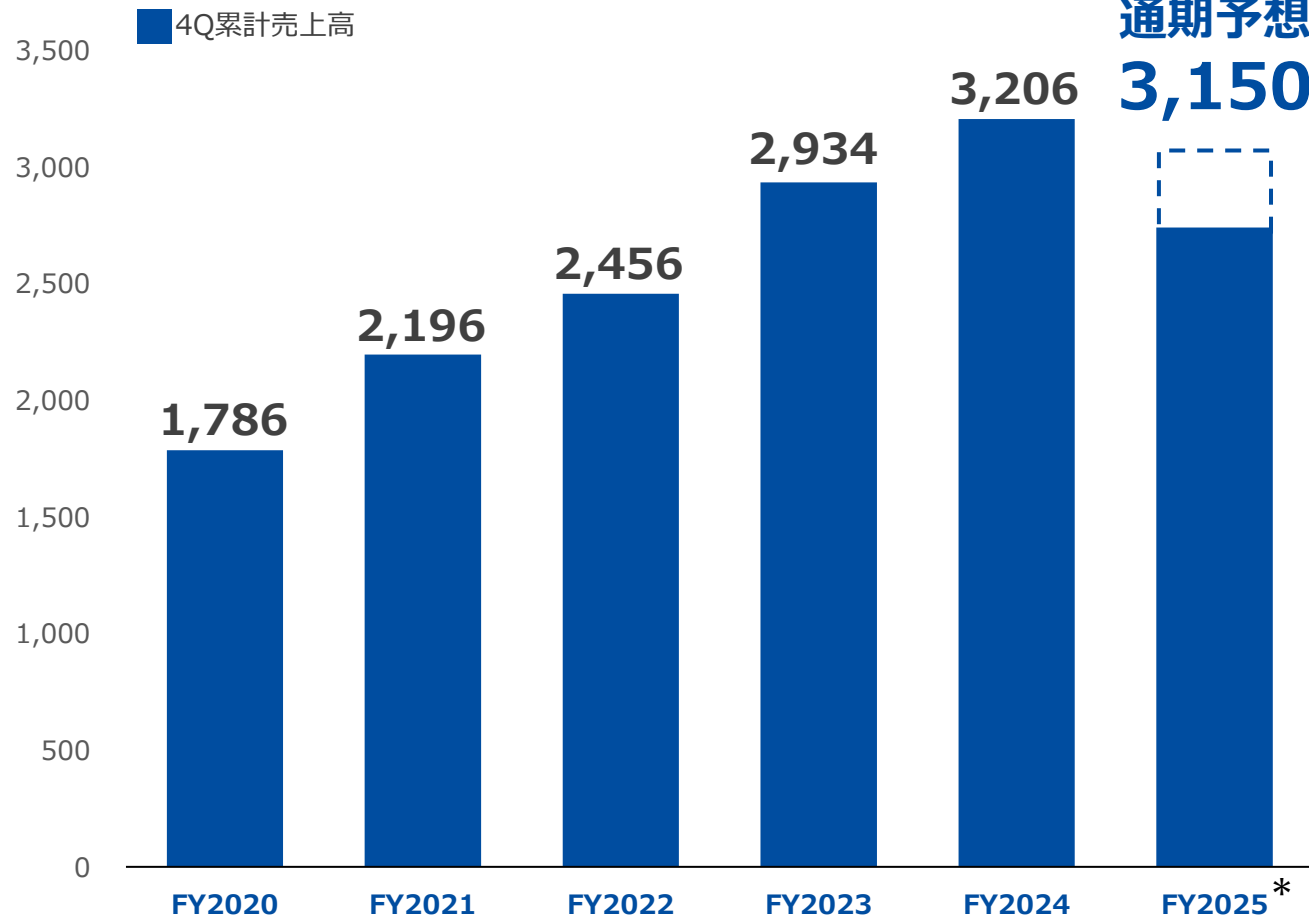
|                      | FY2024<br>4Q累計 | FY2025<br>4Q累計 | 変動額         | 変動率    |
|----------------------|----------------|----------------|-------------|--------|
| 売上高                  | 3,206          | 2,740          | △466        | △14.5% |
| 売上総利益                | 1,931          | 1,797          | △134        | △7.0%  |
| （売上総利益率）             | 60.2%          | 65.6%          | +5.4pt      | —      |
| 販管費                  | 1,983          | 1,743          | △240        | △12.1% |
| 営業損益                 | △51            | <b>過去最高</b> 53 | <b>+105</b> | —      |
| 経常損益                 | △53            | △4             | +48         | —      |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純損益 | △101           | △83            | +17         | —      |

# 売上高推移

## 一過性要因に伴う売上減はあるものの 業務効率化の進展により影響は最小限に

(百万円)

4,000

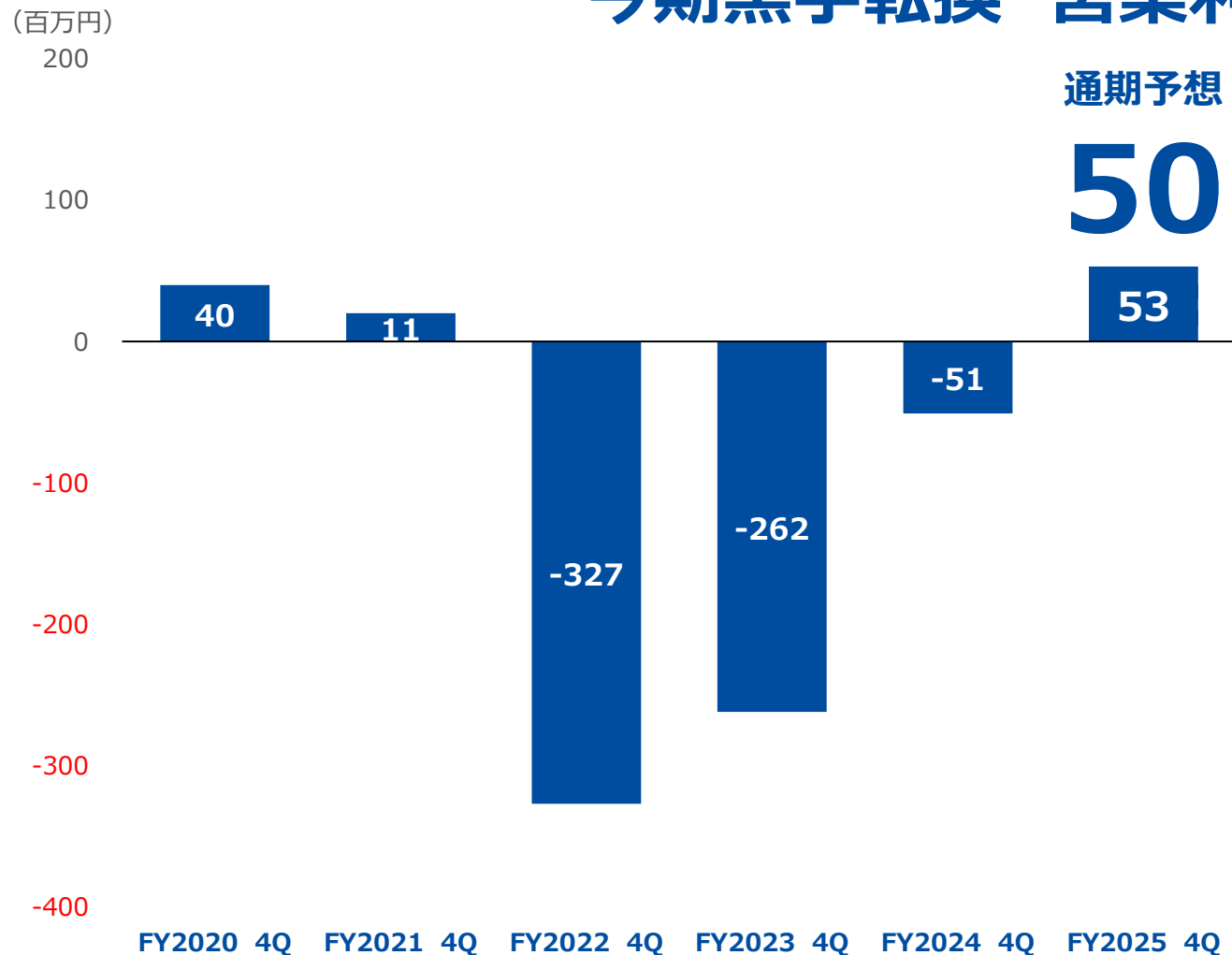


- 従来からのコスト先行型の売上成長をやめ、利益率改善と持続的成長基盤の強化を推進
- 前期の子会社売却や当期の広告事業の譲渡、大型案件の収束により売上高は減少

\* 2025年4月の臨時株主総会にて決算期を変更した影響により14か月決算

# 営業損益推移

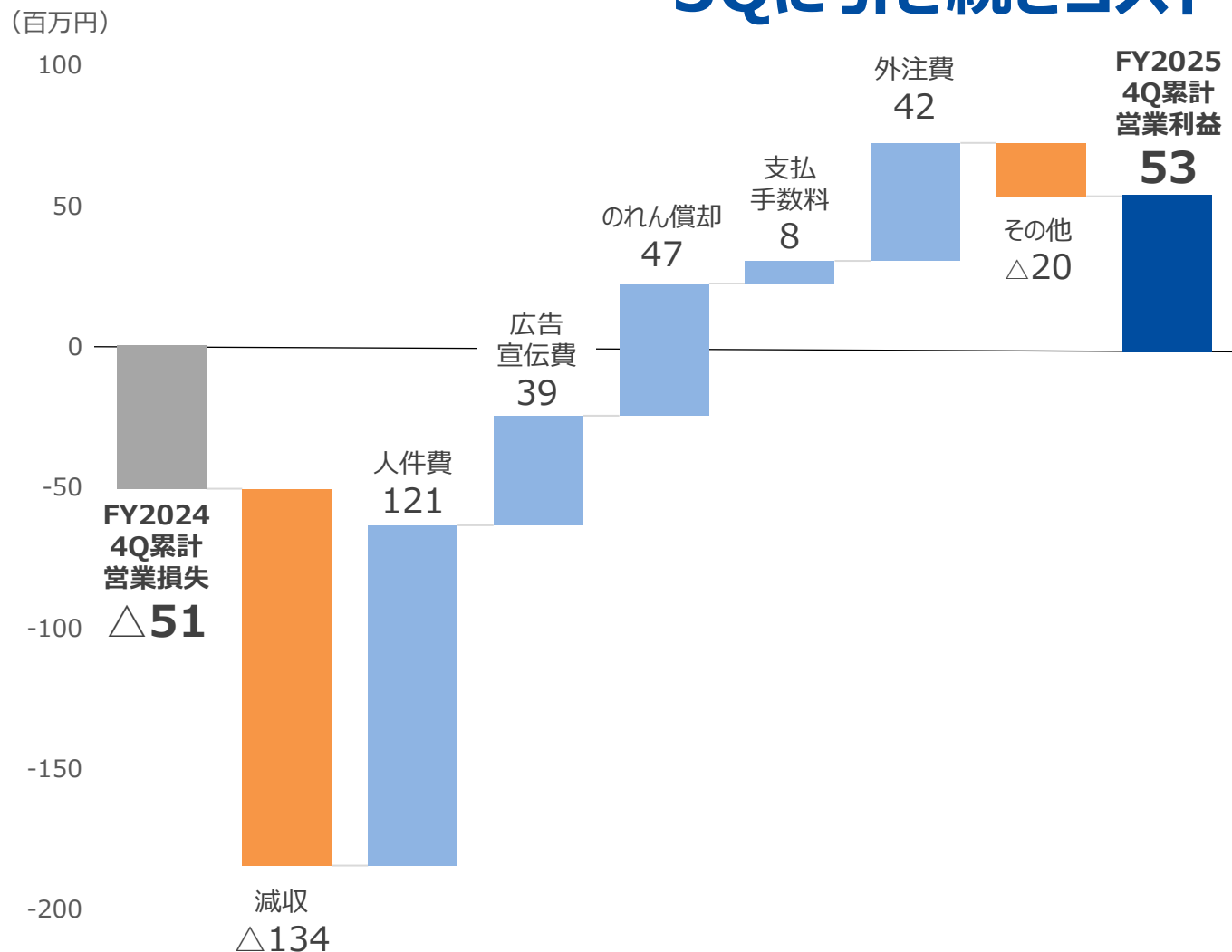
## 今期黒字転換 営業利益は過去最高



- 前期より取り組んできた不採算事業の整理、販管費コントロールにより、FY2021以来4期ぶりの黒字化
- 従来予想の20百万円を大幅に上回る53百万円での着地

# 営業損益分解

## 組織体制の変更・広告施策の見直しにより 3Qに引き続きコストを大幅削減

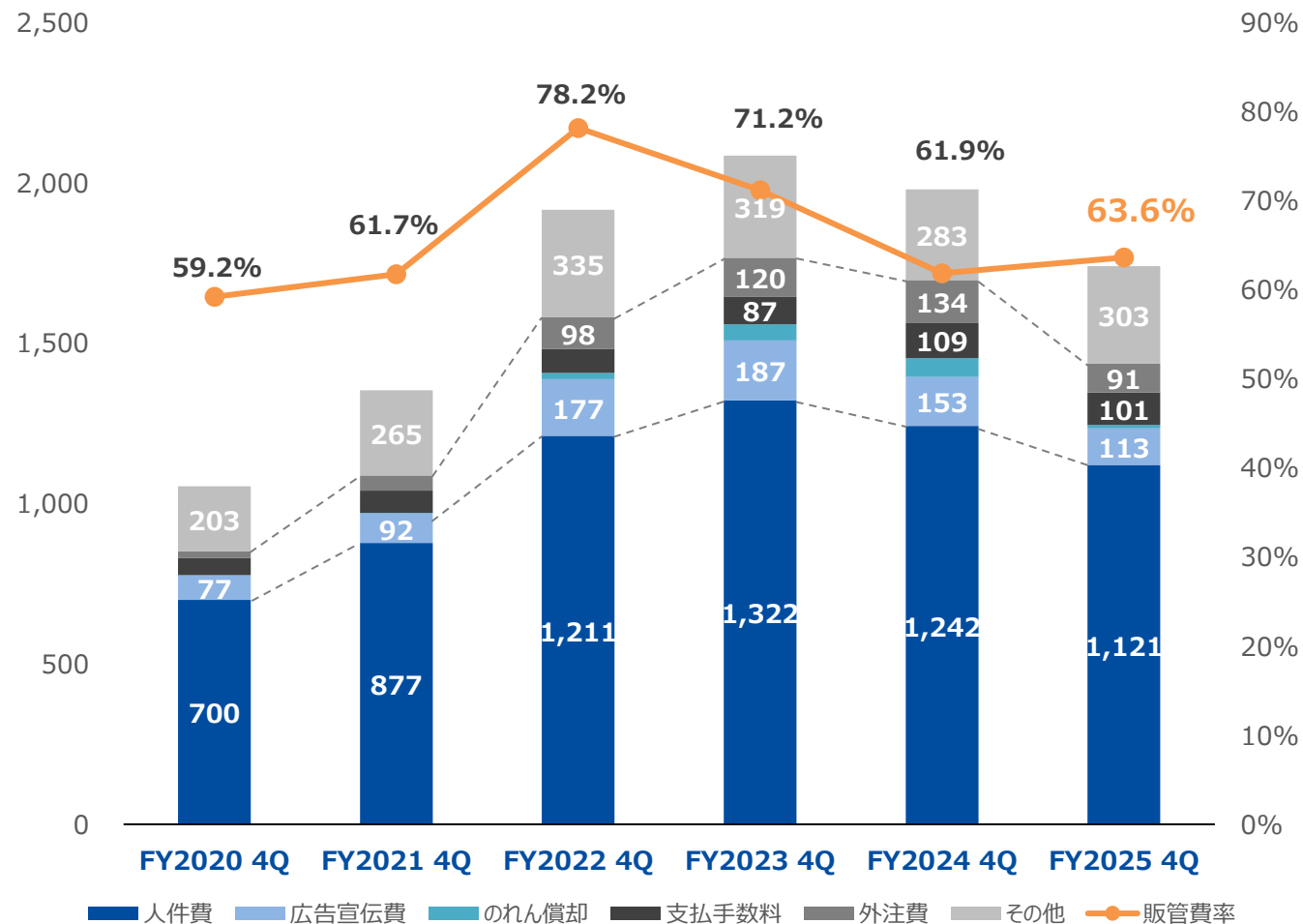


- マーケティングクラウド事業における大型案件の収束、前期の子会社売却の影響による減収
- 組織体制の見直し、中途採用の停止による人件費影響が寄与
- 広告宣伝施策及び営業体制の拡大路線の見直しが黒字化を後押し

# 売上高販管費率の推移

## 目標KPI 55%達成に向け販管費率改善を継続

(百万円)



- FY2022以降の事業拡大を見据えた採用、広告宣伝の拡大方針を転換
- 55%の目標達成に向け、グループ連携による生産性向上の効果を期待

# FY2025 4Q累計 セグメント別売上高

サブスク・イベントの両事業が好調に推移  
プロフェッショナル事業は想定範囲での減収

(百万円)

|                | FY2024<br>4Q累計 | FY2025<br>4Q累計 | 変動額  | 変動率    |
|----------------|----------------|----------------|------|--------|
| ①マーケティングクラウド事業 | 2,724          | 2,235          | △488 | △17.9% |
| ストック売上         |                |                |      |        |
| ①-A サブスクリプション  | 1,611          | 1,769          | +158 | +9.8%  |
| ①-B プロフェッショナル  | 1,112          | 466            | △646 | △58.1% |
| ②イベントクラウド事業    | 482            | 504            | +21  | 4.5%   |
| 売上高 (①+②)      | 3,206          | 2,740          | △466 | △14.5% |

※FY2025より事業セグメントを変更しているため、FY2024 4Q累計は新セグメントに調整した値

## FY2025 業績予想（連結）

### 収益重視の経営方針へ移行 通期営業黒字への転換が目前

（百万円）

|         | FY2024 10月期<br>実績 | FY2025 12月期*<br>予想 | 変動額  | 変動率   |
|---------|-------------------|--------------------|------|-------|
| 売上高     | 3,206             | 3,150              | △56  | △1.7% |
| 営業損益    | △51               | 50                 | +101 | -     |
| （営業利益率） | -                 | 1.6%               | -    | -     |
| 経常損益    | △53               | △10                | +43  | -     |
| 当期純損益   | △101              | △90                | +11  | -     |

\* 2025年4月の臨時株主総会にて決算期を変更し、10月期決算から12月期決算に変更。現進行期は2024年11月から2025年12月までの14か月決算

# FY2025 4Q 貸借対照表（連結）

## 今期のレガシー資産・負債整理の効果により 財務基盤は健全化

（百万円）

|                | FY2024<br>通期 | FY2025 <sup>*</sup><br>4Q末 | 変動額           | 変動率           |
|----------------|--------------|----------------------------|---------------|---------------|
| 流動資産           | 1,376        | 1,360                      | △15           | △1.1%         |
| うち現金及び預金       | 763          | 1,028                      | 265           | 34.8%         |
| 固定資産           | 783          | 577                        | △206          | △26.3%        |
| <b>資産合計</b>    | <b>2,169</b> | <b>1,939</b>               | <b>△230</b>   | <b>△10.6%</b> |
| 流動負債           | 986          | 971                        | △15           | △1.6%         |
| 固定負債           | 1,235        | 38                         | △1,196        | △96.9%        |
| <b>負債合計</b>    | <b>2,222</b> | <b>1,009</b>               | <b>△1,212</b> | <b>△54.6%</b> |
| 株主資本           | △68          | 916                        | 984           | —             |
| <b>純資産合計</b>   | <b>△52</b>   | <b>929</b>                 | <b>981</b>    | <b>—</b>      |
| <b>負債純資産合計</b> | <b>2,169</b> | <b>1,939</b>               | <b>△230</b>   | <b>△10.6%</b> |

\* 2025年4月の臨時株主総会にて決算期を変更し、10月期決算から12月期決算に変更。現進期は2024年11月から2025年12月までの14か月決算



# 国産マーケティングオートメーション市場No.1に向けて

---

### 早期の黒字転換・利益志向経営

高収益事業  
に集中

サブスク売上成長率  
(直近5期CAGR実績)

+ **13.4%**  
を継続

聖域なき  
コスト改革

売上高販管費率

**55%**未満

営業黒字  
へ転換

営業利益の中期目標KPI

**10%**超

## 信用・技術革新・体制変革の3アプローチ

### 戦略的重点施策

#### 株主価値向上 へのコミットメント

経営企画/IRの強化、  
中計の策定開始、  
EPS/PERを意識  
した経営

#### AIネイティブ化

生成AIを徹底活用  
した事業運営・プロ  
ダクト設計への  
転換

#### 新機軸の プロダクト戦略

従来とは異なる  
営業戦略・体制  
による事業ポート  
フォリオの拡大

## 利益回復と事業ポートフォリオ再編による 飛躍への転換

### ヒト（人材・体制）

- ・ 人事/報酬制度を見直し成長志向の組織へ転換
- ・ 適正な稼働率、人員配置による費用対効果の最大化
- ・ 業績目標/株価条件付き有償SOの発行<sup>\*1</sup>

### モノ（事業）

- ・ グループ内外との連携増により成長機会を創出
- ・ 主力のMA事業の構造転換、ロールアップ
- ・ 中小企業市場の開拓と新製品の投入

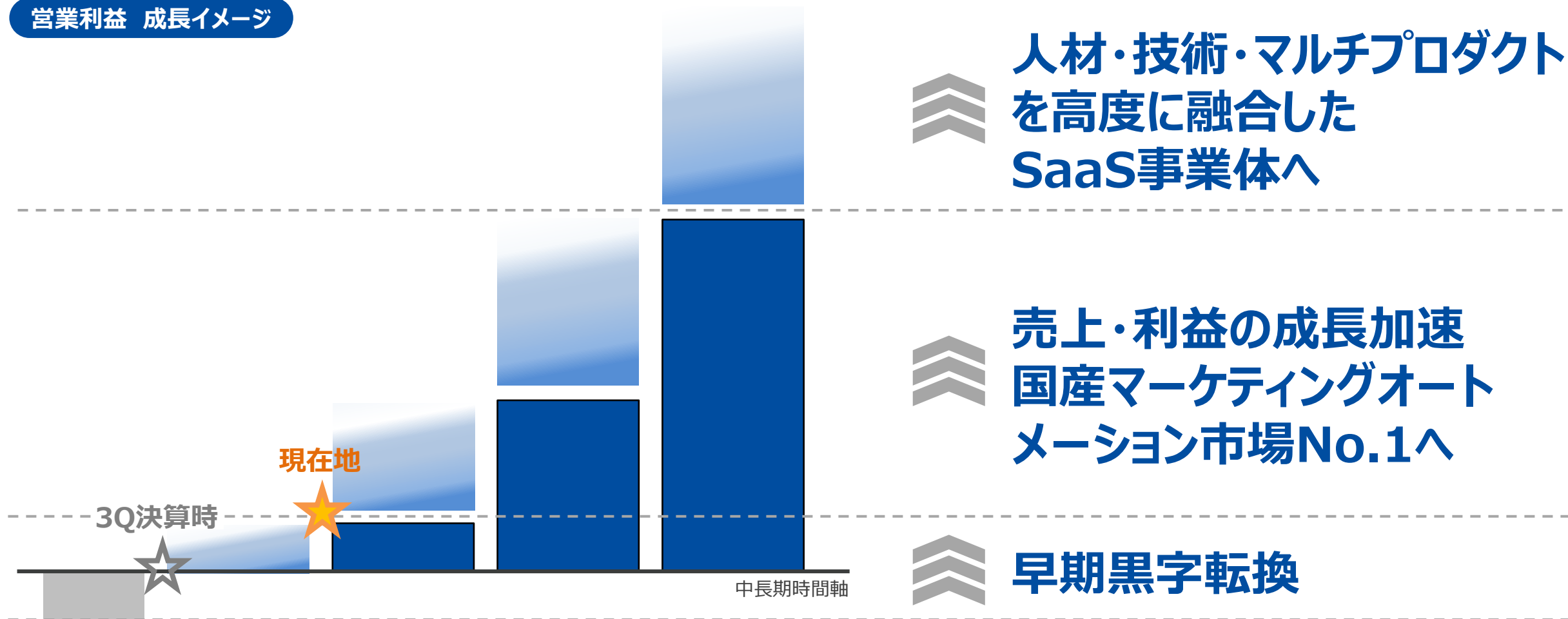
### カネ（資本）

- ・ 黒字経営による資本増強
- ・ 業績管理精度の向上により先手の事業企画と資本活用
- ・ M&Aに向けた資金調達体制、ネットワーク構築

<sup>\*1</sup> 2025年9月12日付「募集新株予約権（業績目標及び株価条件付き有償ストック・オプション）の発行に関するお知らせ」を参照

## 再建＋成長アクションを一斉着手し成長前倒し

営業利益 成長イメージ



# 直近トピック

---

# ビジネスデータベース「Sansan」と連携開始 日本市場におけるABM普及を促進



- 名刺や企業情報、営業履歴を一元管理できる「Sansan」とシステム連携開始
- 企業・部門・拠点を包括的に捉える「面のアプローチ」を行うABM（アカウントベースド・マーケティング）の普及に貢献

詳細は、2025年10月27日付ニュースリリース「[シャノン、ビジネスデータベース「Sansan」と連携開始 日本市場におけるABM普及を促進](#)」参照



[ir@shanon.co.jp](mailto:ir@shanon.co.jp)

#### Disclaimer

- ・ 本資料において提供される資料及び情報は、いわゆる「見通し情報（forward-looking- statements）」を含みます。将来の見通しに関する記述は、現在入手可能な情報に基づく当社または当社の経営陣の仮定及び判断に基づくものであり、既知または未知のリスク及び不確実性が内在しています。また、今後の当社事業を取り巻く経営環境の変化、市場の動向、その他様々な要因により、これらの記述または仮定は将来実現しない可能性があります。
- ・ これらリスクや不確実性には一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動等、一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- ・ 本資料は当社の株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資判断を行う際は投資家ご自身の判断において行っていただきますようお願い致します。