2026年11月16日

SHANON
Marketing is Science

決算説明資料（通常版）は👉

2026年12月期第３四半期 決算説明資料

スマホ向け サマリ版

株式会社シャノン
（東証グロース市場：3976）

FY2026 3Q業績ハイライト

第3四半期累計で歴代最高益を更新
国産MA No.1に向け市場の開拓を推進

売上高
2,186
百万円
（公表予算進捗：72.9%）

サブスクを中心に
収益構造の質UP

営業利益
470
百万円
（公表予算進捗：94.0%）

歴代最高

3Q累計
過去最高益更新

ストック型売上高（サブスク売上）
1,497
百万円

子会社（IX）
の寄与もあり
大幅に伸長

ストック型 売上高比率
68.5%
（前年通期：64.0%）

比率上昇により
利益率もUP

総アカウント数
871件
（前年期末時点：571件）

既存顧客維持と
SMB市場への参入

売上高 販管費率
46.8%
（経営KPI目標：55%）

目標KPI達成

事業の選択と集中、前期末に取得した Innovation X Solutions（IX）の寄与により ストック型売上高比率が上昇

FY2026 3Q累計 PL

通期予算達成に向けて、売上・利益ともに順調に推移

（百万円）

	FY2025 3Q実績（参考）	FY2026 通期公表予算	FY2026 3Q実績	予算進捗率
売上高	**2,097**	**3,000**	**2,186**	**72.9%**
売上総利益	1,360	1,980	1,493	75.4%
売上総利益率	64.8%	66.0%	68.3%	–
販管費	1,359	1,480	1,023	69.1%
営業利益	**0.098**	**500**	**470**	94.0%
経常利益	△58	498	469	94.2%
親会社株主に帰属する当期純損益	△148	600	545	90.8%

FY2026 3Q累計 セグメント別売上

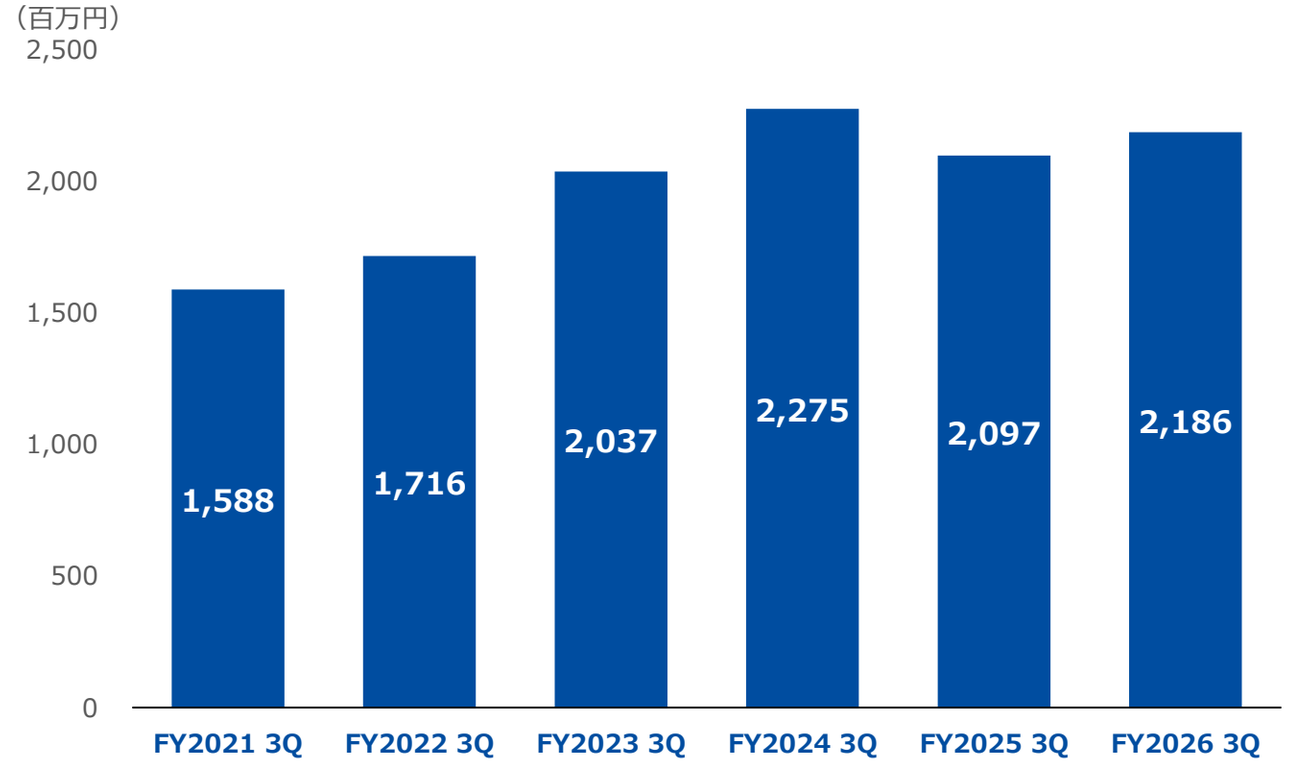
マーケティングクラウド事業は
前期末に取得したIXの寄与もありサブスクを中心に伸長
イベントクラウド事業は想定どおりの進捗

（百万円）

	FY2025 3Q実績	FY2026 3Q実績
①マーケティングクラウド事業	**1,692**	**1,799**
①-A サブスクリプション	**1,322**	**1,497**
①-B プロフェッショナル	370	301
②イベントクラウド事業	**405**	**386**
売上高（①+②）	**2,097**	**2,186**

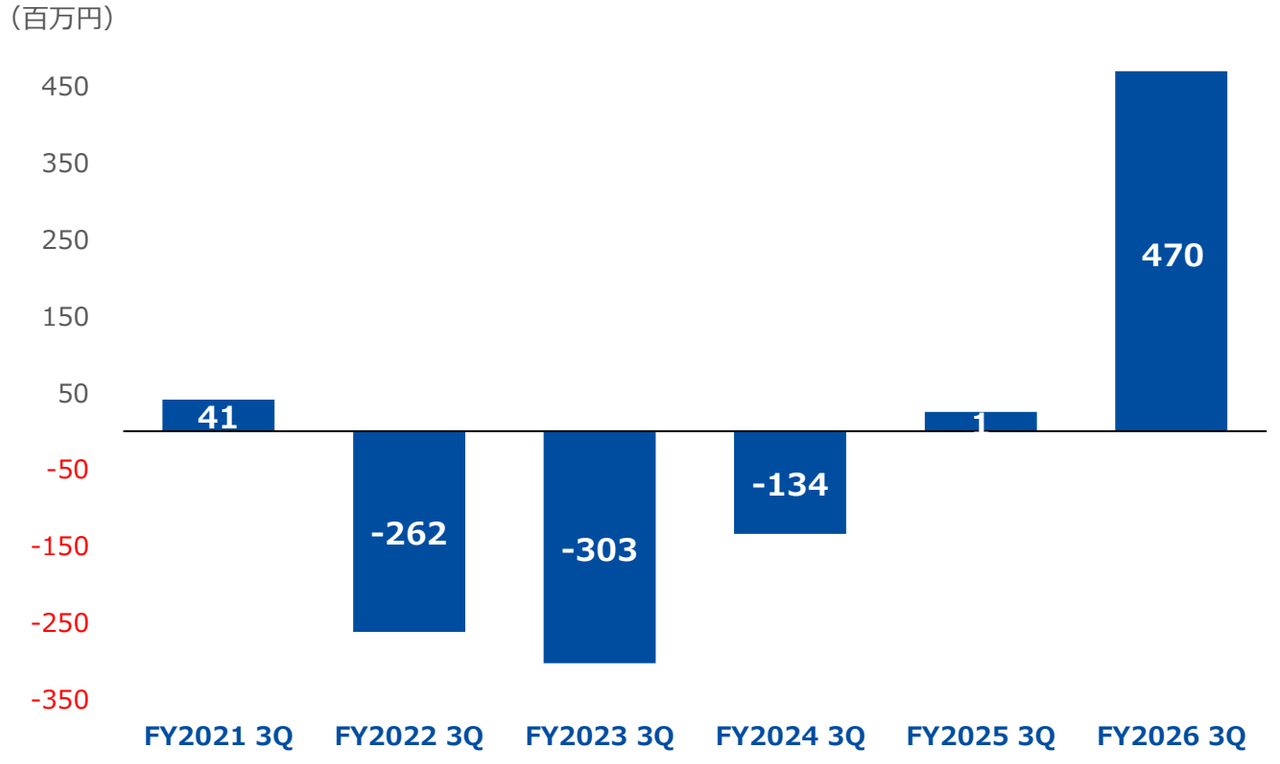
売上高

サブスクリプションを中心に収益構造の質が向上
ストック型売上比率は68.5%に上昇



営業利益

第３四半期累計で過去最高益を更新



株価情報（2026年11月13日終値）

株価	時価総額	最低購入金額
421円	24.9億円	42,100円

次回決算発表（4Q）は2027年2月15日（月）予定

株主還元　上場来初配当の実施

上場10周年を記念して配当を実施予定

上場来初　**1株当たり配当金 20円**　うち 記念配当 **20円**／普通配当 0円（前回予想：0円）

1株当たり配当金	第2四半期末	期末	年間
前回予想（2026年2月13日公表）	0円00銭	0円00銭	0円00銭
今回修正予想	–	**20円00銭**	**20円00銭**
当期実績	0円00銭	–	–
前期実績（2025年12月期）	0円00銭	0円00銭	0円00銭

1. 2027年1月27日に東証上場10周年、設立26年目の節目を迎える
2. 不採算事業の整理・販管費の適正化と生産性向上により利益率が改善
3. 株主の皆様への感謝を込め、上場来初の配当として実施

FY2026アクション

国産MA No.1に向けてアカウント数を拡大

2025年12月期

経営再建フェーズ　早期の黒字転換

- 不採算事業の整理
- 販管費のコントロール
- 生産性改善
- IX社の株式取得（ロールアップ）

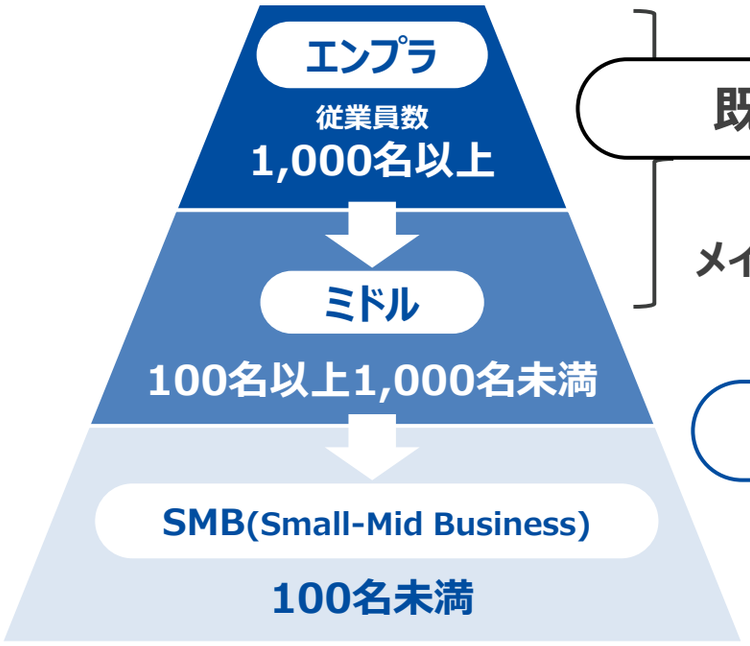
2026年12月期

国産MA No.1奪還へ ターゲット市場を拡大

- サービスプランのラインナップ
- 販売体制の変更
- 製品力強化（UI/UX改善、AI実装）

FY2026 アクションプラン

ミドル～SMB領域のアカウント増狙う



既存領域

従来の
メインターゲット

新規領域

企業数が多く
IT化が完了していないターゲット層

プランの拡充

デジタル・アナログの両面で
マーケティングを展開する
企業向けのプラン

スタンダード　エンプラ

ターゲット層のニーズに応じて
機能を選別した廉価プラン

デジタル　シャキーン

販売体制変更

営業力で成長

展示会等でリードを獲得し、
数か月のリード期間を経て
高単価の受注を獲得

製品力で成長

デジタルマーケティングを起点に
製品認知をいち早く獲得し、
最小限の営業工数で受注を獲得

有償アカウント拡大　進捗状況

