2020 年 10 月 14 日

各位

会 社 名　Ｓ　ａ　ｎ　ｓ　ａ　ｎ　株　式　会　社
代表者名　代表取締役社長／CEO　寺　田　親　弘
（コード番号：４４４３　東証マザーズ）
問合せ先　取　締　役　／　ＣＦＯ　橋　本　宗　之
（電 話 番 号：０３-６７５８-００３３）

＜マザーズ＞ 投資に関する説明会開催状況について

当社は、以下の通り、投資に関する説明会を開催しましたので、お知らせします。

○開催状況

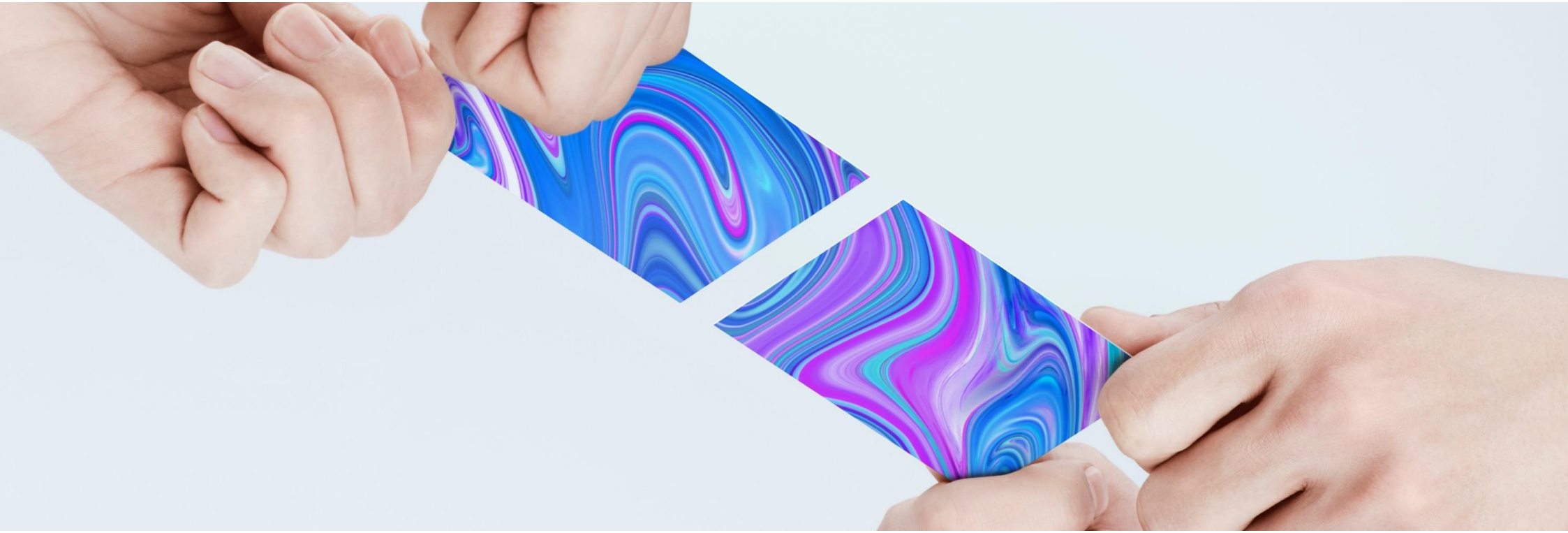
開催日時　2020 年 10 月 14 日　10:00～11:30

開催方法　オンライン形式による開催

説明会資料名　「2021 年 5 月期 第 1 四半期 決算説明資料」及び「Sansan 事業に関する説明資料」

【添付資料】

投資説明会において使用した資料



2021年5月期 第1四半期
決算説明資料

Sansan株式会社

2020年10月13日

免責事項

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の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って、大きく差異が発生する可能性があります。
なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料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。

© Sansan, Inc

目次

1 2021年5月期 第1四半期実績

2 新たな取り組み

3 2021年5月期 通期業績見通し

補足資料

（グループ概要・Sansan事業・Eight事業・その他）

© Sansan, Inc

目次

1 2021年5月期 第1四半期実績

2 新たな取り組み

3 2021年5月期 通期業績見通し

補足資料

（ グループ概要・Sansan事業・Eight事業・その他）

© Sansan, Inc

第1四半期累計実績ハイライト

- **連結売上高は前年同期比18.3%増、連結営業利益は新CMの投入等により減益（広告宣伝費を除く営業利益は前年同期比283百万円の増益）**

売上高：Sansan事業は17.8%成長、Eight事業は23.5%成長
営業利益：Sansan事業は0.6%増、Eight事業は47百万円の赤字縮小
　　調整額は110百万円の赤字拡大

- **通期業績見通しに対して、順調な進捗**

新型コロナウイルス感染症の一定のマイナス影響はあるものの、期初の見立てに変更無し
各段階損益の減益は、新たなテレビCM等の広告宣伝活動や採用強化によるもので計画通り

- **新たな取り組みとして「イベントテック事業」の展開を強化**

ビジネスイベントの運営に関する課題を解決する各種ソリューションを提供
Sansan事業、Eight事業に次ぐ、中長期での収益の柱を目指す

© Sansan, Inc

連結実績の概況

売上高はコロナ禍で一定のマイナス影響は生じたものの、前年同期比18.3%の増収
各段階損益は減益（広告宣伝費を除く営業利益は前年同期比283百万円の増益）

（百万円） 連結業績	2020年5月期	2021年5月期	
	Q1実績	Q1実績	前年同期比
売上高	3,100	3,667	+18.3%
売上総利益 (1)	2,636	3,229	+22.5%
売上総利益率 (1)	85.0%	88.1%	+3.1pt
営業利益	248	193	-22.1%
営業利益率	8.0%	5.3%	-2.7pt
経常利益	192	101	-47.4%
親会社株主に帰属する四半期純利益	106	85	-19.6%
EPS	3.50円	2.75円	-21.5%

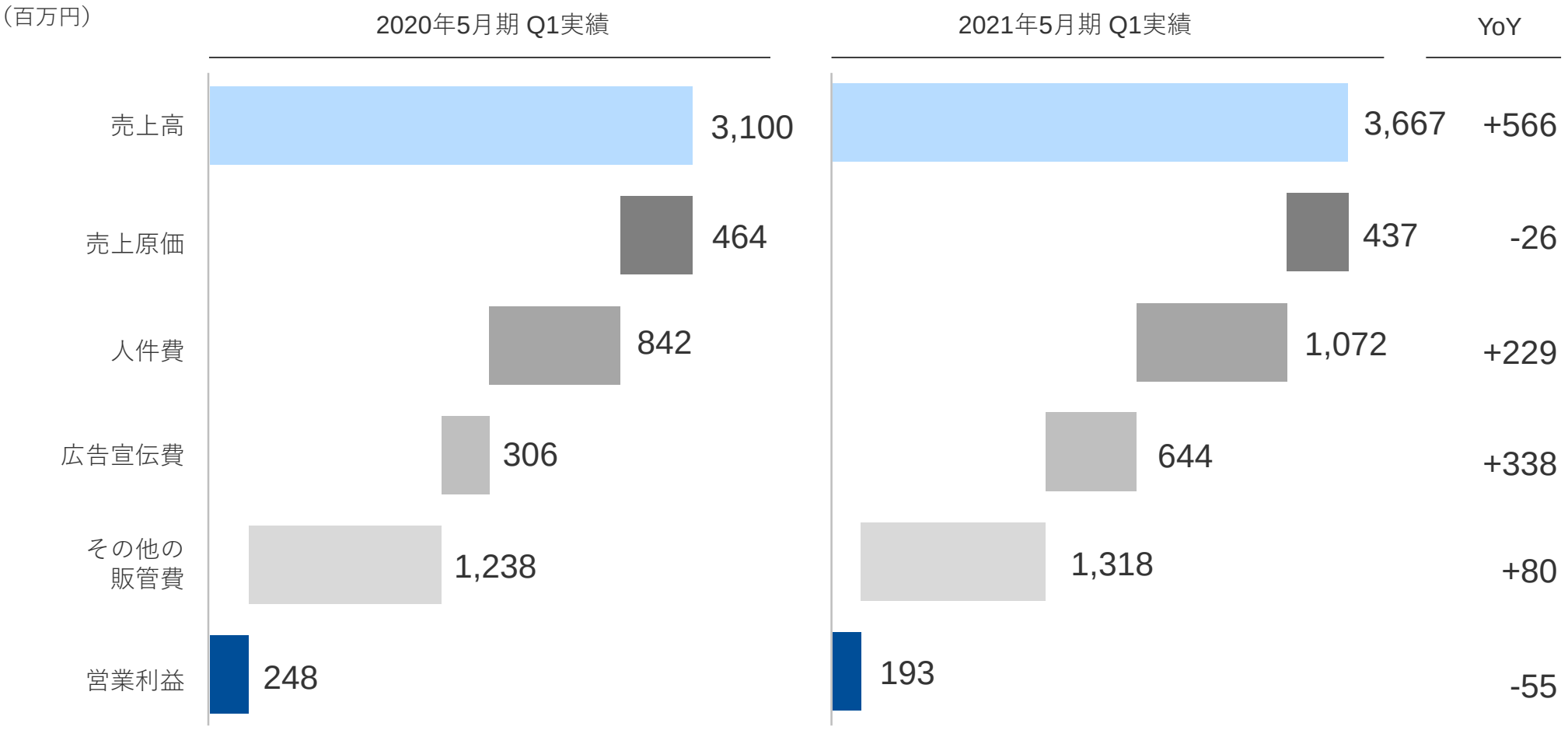
(1) Eight事業における名刺入力費用は販売費及び一般管理費に計上

© Sansan, Inc

連結営業利益の増減要因

新たなテレビCMの投入等による広告宣伝費の増加及び採用強化による人件費等の増加により、営業利益は前年同期比で減益したものの、計画通り

連結売上高～営業利益の状況



© Sansan, Inc

セグメント別実績の概況

Sansan事業、Eight事業ともに増収
営業利益は、Sansan事業は横ばい、Eight事業は赤字縮小

（百万円）	2020年5月期	2021年5月期	
売上高	Q1実績	Q1実績	前年同期比
連結	3,100	3,667	+18.3%
Sansan事業	2,848	3,356	+17.8%
Eight事業	251	311	+23.5%
営業利益			
連結	248	193	-22.1%
Sansan事業	1,264	1,272	+0.6%
Eight事業	-239	-191	ー
調整額	-776	-886	ー

© Sansan, Inc

Sansan事業の概況

売上高は前年同期比17.8%増
営業利益は前年同期比で横ばいになったものの、広告宣伝費の増加によるもので計画通り

（百万円）

Sansan事業	2020年5月期	2021年5月期	
	Q1実績	Q1実績	前年同期比
売上高	2,848	3,356	+17.8%
ストック売上高 (1)	2,538	3,199	+26.1%
営業利益	1,264	1,272	+0.6%
営業利益率	44.4%	37.9%	-6.5pt
「Sansan」契約件数	6,032件	6,969件	+15.5%
契約当たり月次売上高 (2)	156,000円	164,000円	+5.1%
直近12か月平均月次解約率 (3)	0.64%	0.60%	-0.04pt
従業員数	340人	429人	+89人

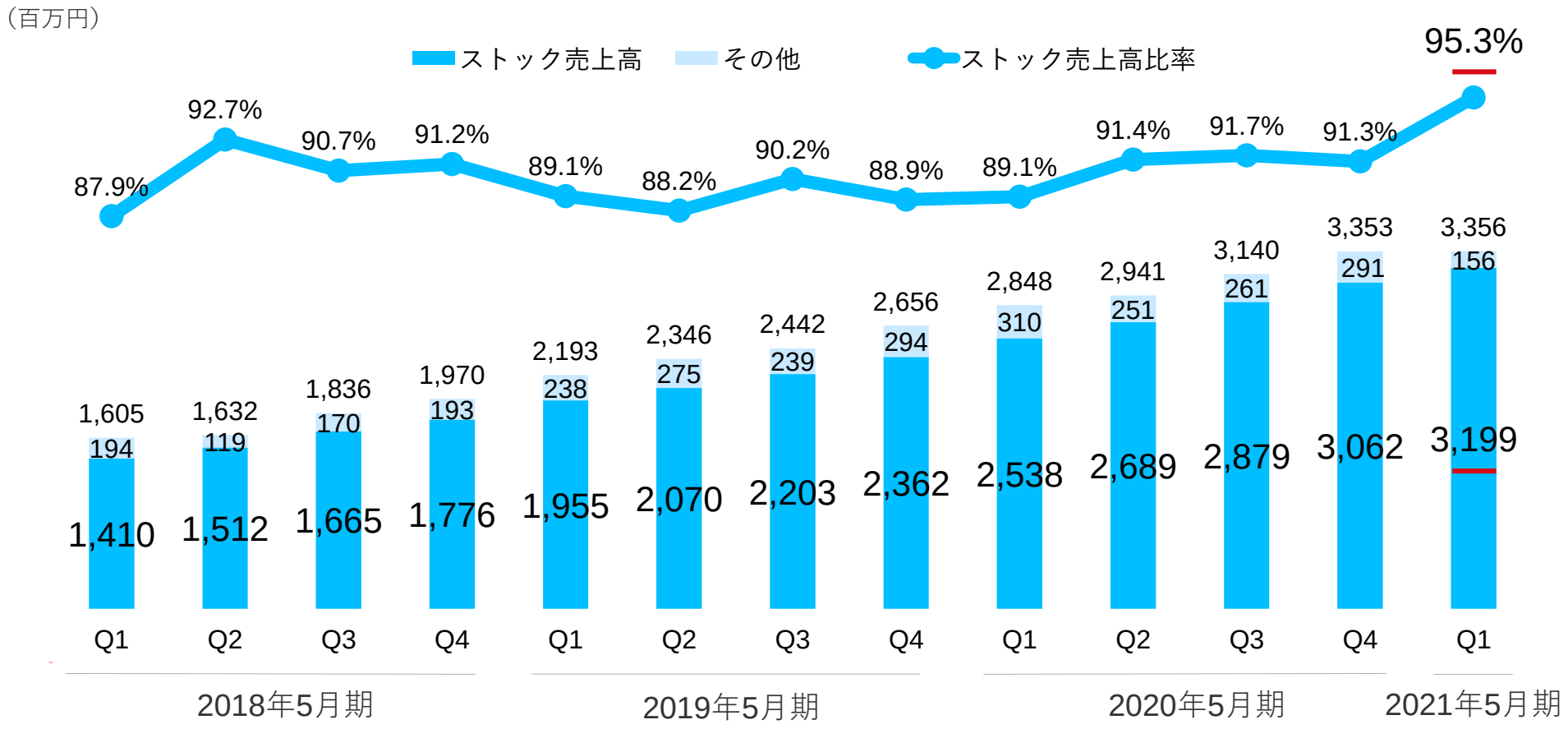
(1) 「Sansan」における固定収入（未監査）
(2) Sansan事業のQ1末月の月次実績（「Sansan」以外の一部の新規サービス等を含む、未監査）
(3) 「Sansan」の既存契約の月額課金額に占める、解約に伴い減少した月額課金額の割合

© Sansan, Inc

Sansan事業：「Sansan」売上高・ストック売上高

ストック売上高は契約件数の堅調な増加を背景に、前年同期比26.1%増と順調に推移

「Sansan」売上高・ストック売上高(1)



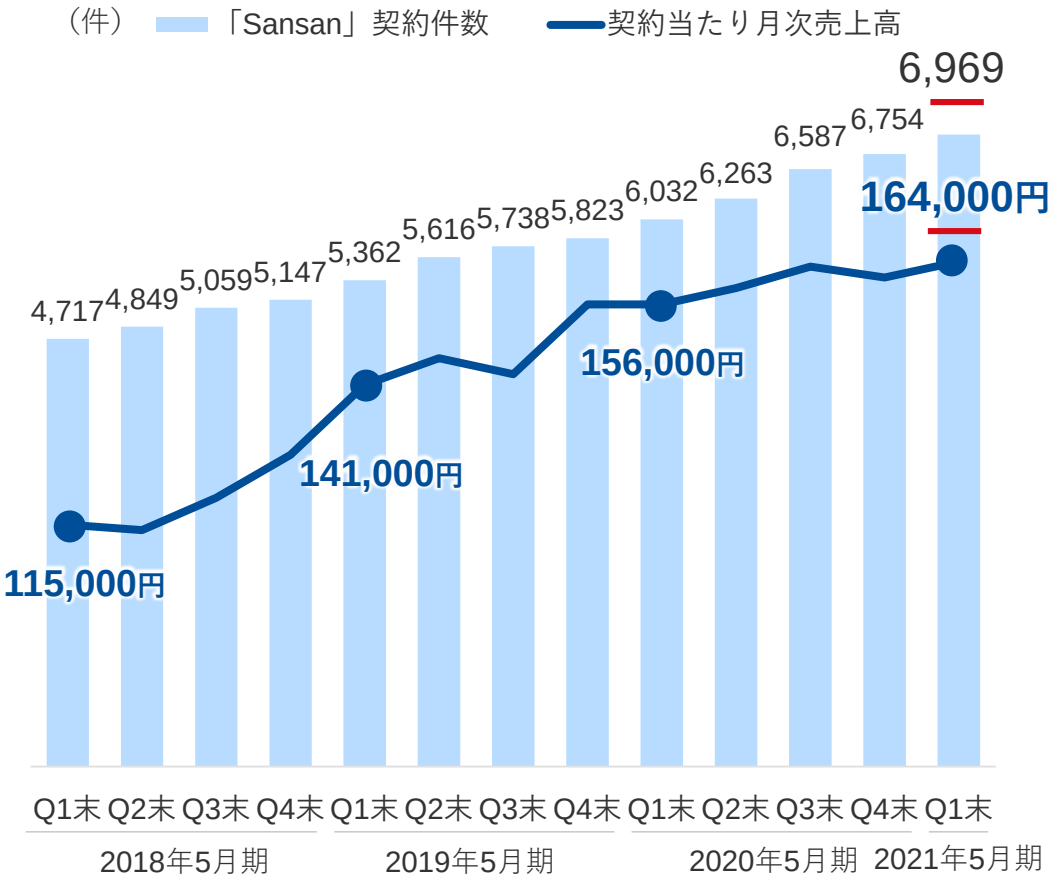
(1)「Sansan」における固定収入（未監査）

© Sansan, Inc

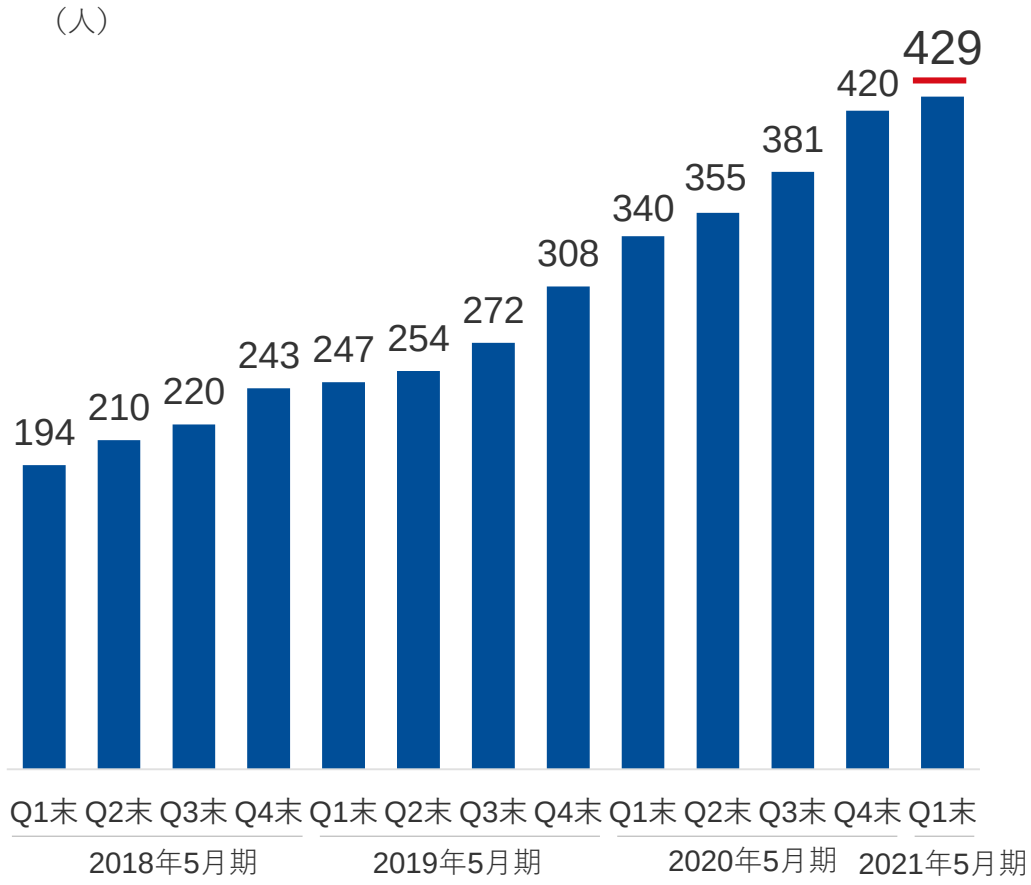
Sansan事業：「Sansan」契約件数・契約当たり月次売上高・従業員数

契約件数は前年同期末比15.5%増、契約当たり月次売上高は前年同期比5.1%増
営業部門を中心とした人員採用は順調に推移

「Sansan」契約件数・契約当たり月次売上高(1)



Sansan事業 従業員数



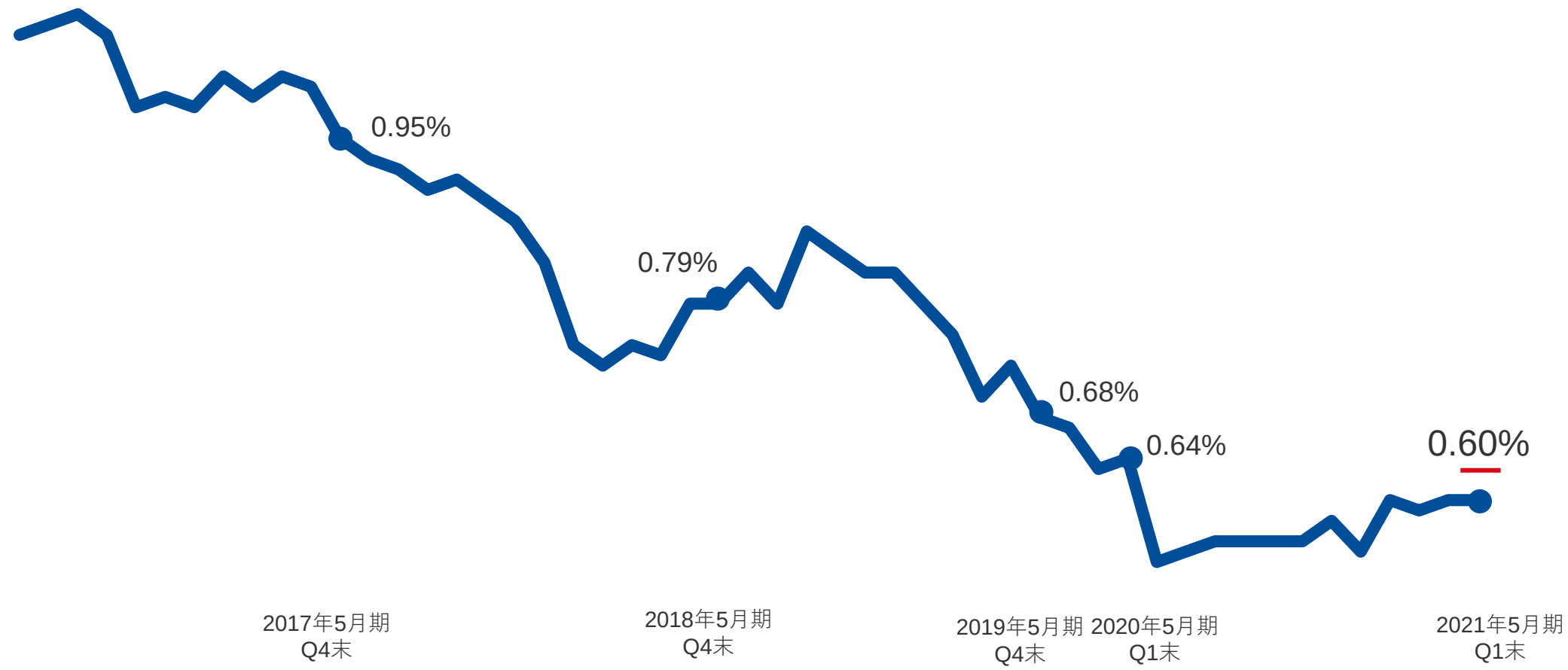
(1) Sansan事業の各四半期末月の月次実績（「Sansan」以外の一部の新規サービス等を含む、未監査）

© Sansan, Inc

Sansan事業：「Sansan」直近12か月平均解約率

直近12か月平均解約率は前年同期比0.04ポイント改善し、低水準を維持

「Sansan」直近12か月平均解約率 (1)



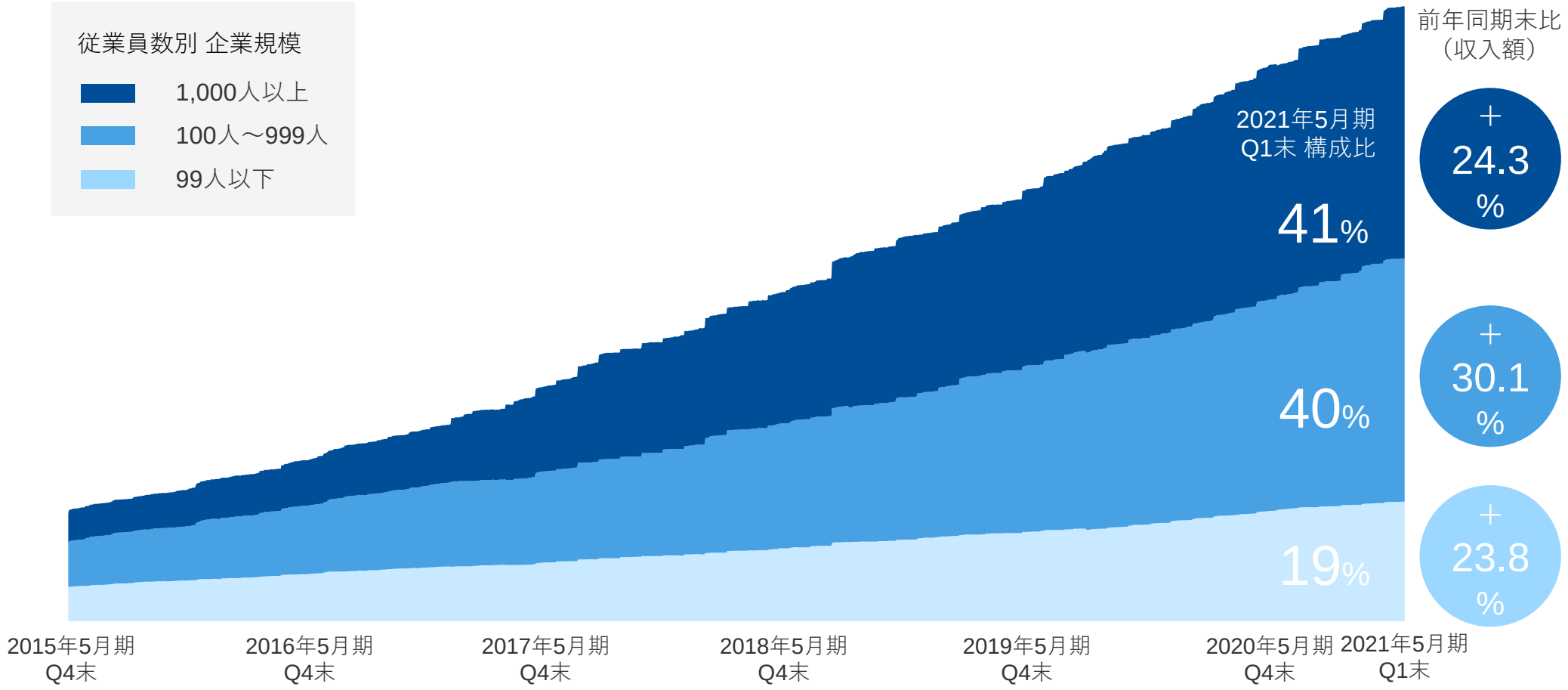
(1) 「Sansan」の既存契約の月額課金額に占める、解約に伴い減少した月額課金額の割合

© Sansan, Inc

Sansan事業：「Sansan」顧客規模別収入構成（ストック収入）

顧客規模別の収入構成比に大きな変化はなし

「Sansan」顧客規模別の収入構成(1)（ストック収入）



(1)「Sansan」の月額課金額を基に作成（未監査）

© Sansan, Inc

Eight事業の概況

BtoBサービス（企業向け有料サービス）の拡大により、売上高が伸長

（百万円）

Eight事業	2020年5月期 Q1実績	2021年5月期 Q1実績	2021年5月期 前年同期比
売上高	251	311	+23.5%
BtoCサービス	72	74	+3.2%
BtoBサービス	179	236	+31.7%
営業利益	-239	-191	―
営業利益率	―	―	―
「Eight」ユーザー数(1)	251万人	276万人	+25万人
「Eight 企業向けプレミアム」(2) 契約件数	991件	1,757件	+77.3%

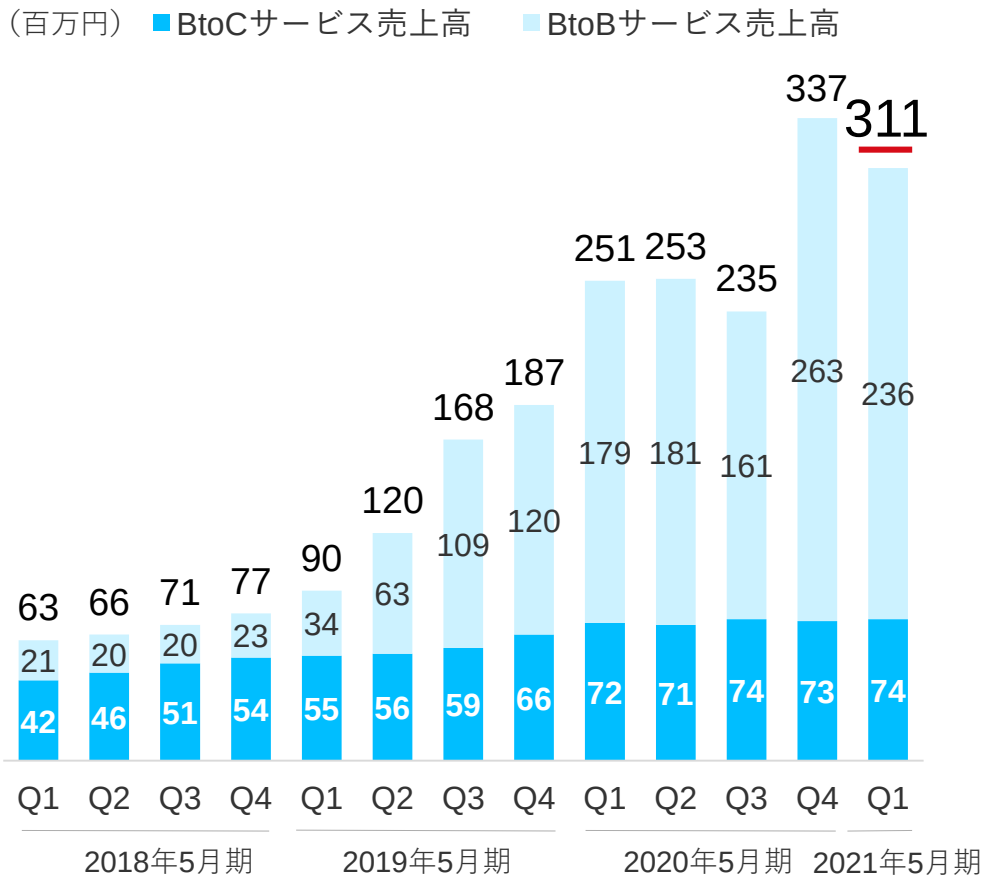
(1) アプリをダウンロード後、自身の名刺をプロフィールに登録した認証ユーザー数
(2) 「Eight」における名刺共有を企業内で可能にするサービスで、従業員数名から20名程度の小規模企業をコア・ターゲットとして展開

© Sansan, Inc

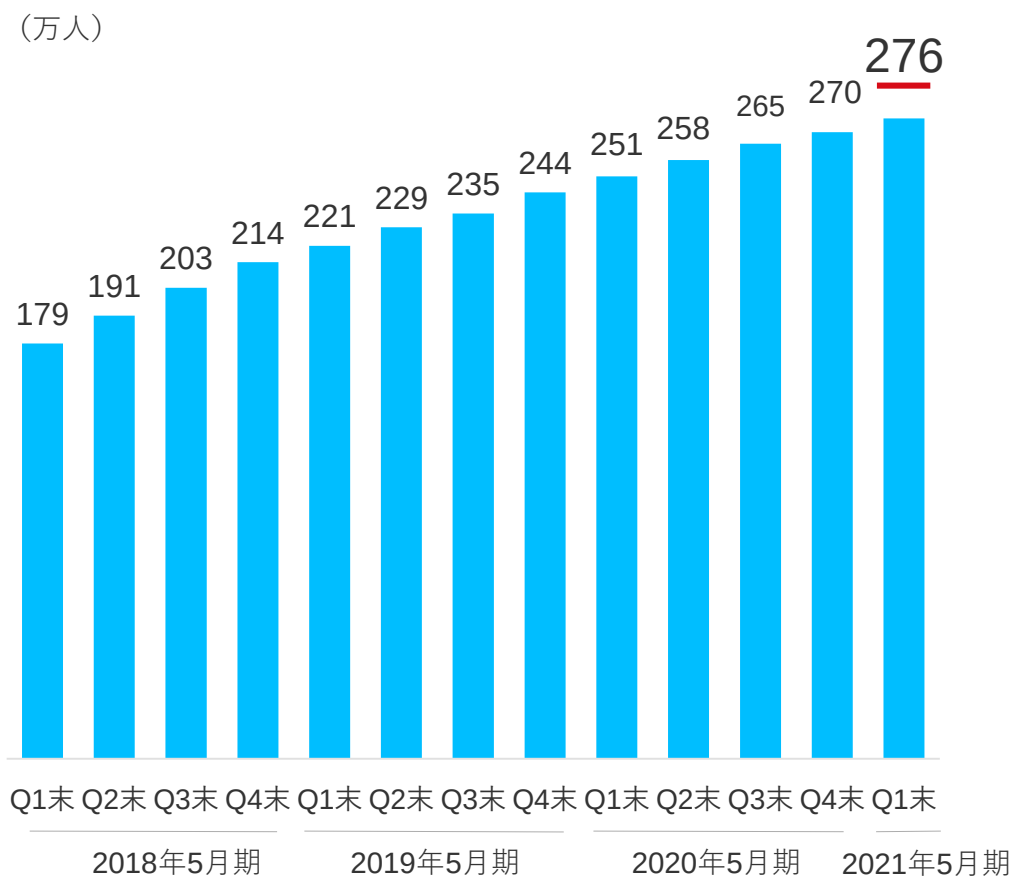
Eight事業：売上高・「Eight」ユーザー数

前四半期に販売した一部の企画型広告サービスの反動影響によって、前四半期比では減収
「Eight」ユーザー数は順調に拡大

売上高 (1)



「Eight」ユーザー数 (2)



(1) 2018年5月期の四半期実績は未監査
(2) 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

© Sansan, Inc

目次

1 2021年5月期 第1四半期実績

2 新たな取り組み

3 2021年5月期 通期業績見通し

補足資料
（ グループ概要・Sansan事業・Eight事業・その他）

© Sansan, Inc

イベントテック事業：BtoB領域における「出会い」の場

国内では多くのビジネス展示会や大小さまざまなカンファレンス・セミナーが開催

展示会

大規模カンファレンス

セミナー

発表会

etc…

© Sansan, Inc

イベントテック事業：ビジネスイベントにおける課題

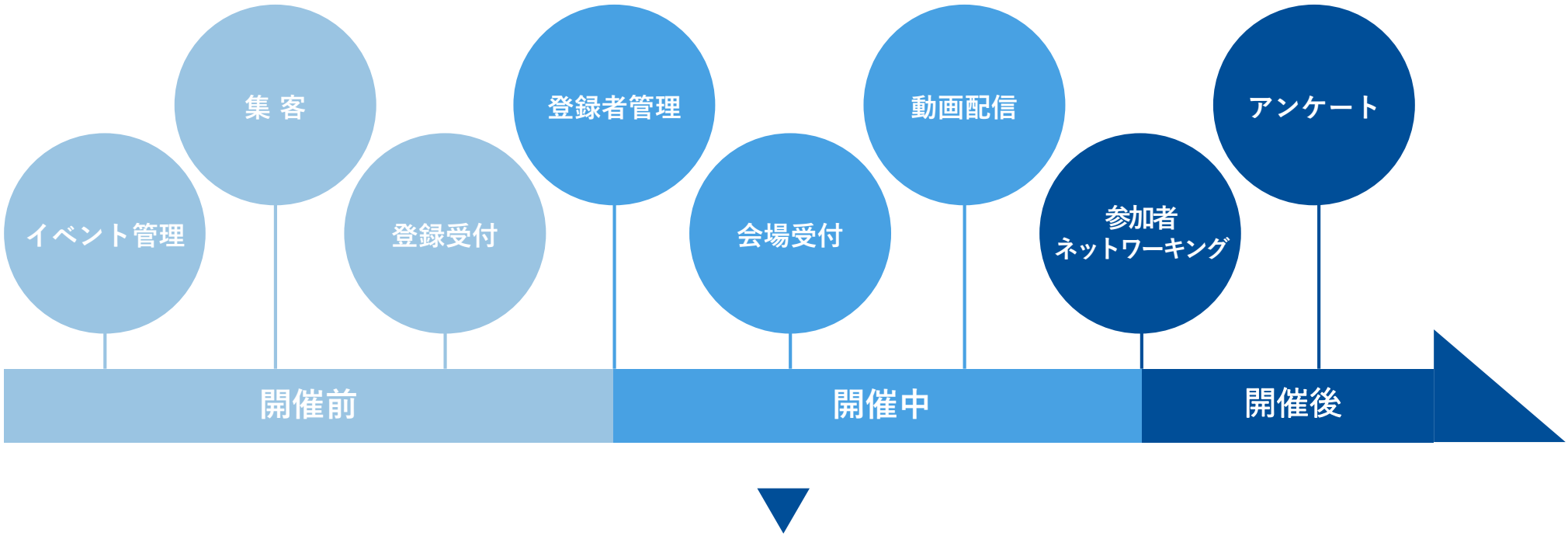
開催前の集客活動から開催後のアンケート実施に至るまで、オフライン・オンライン開催ともにさまざまな課題が山積

	オフラインイベントの課題	オンライン化による新たな課題
開催前	**アナログな集客活動** - DMによる告知 - FAXによる申し込み - アナログなデータ管理	**デジタル化した集客** - Webフォームでの面倒な入力 - 省略した情報や間違った情報 - 正確な参加者の情報が集まらない
開催中	**会場でのオフライン開催** - 受付の行列 - 展示ブースが見つからない - 担当者が不在	**Webツール上でのオンライン開催** - 参加者同士が交流できない - 商談につながらない - 相手がどんな人か分からない
開催後	**アナログなアンケート** - 記入者の情報に不備があり、アンケートが使えない - 参加者の情報を正しく取得していない	**デジタル化したアンケート** - データがバラバラで、統合的に管理されていない - 自社の顧客データベースと連携できない

© Sansan, Inc

イベントテック事業：イベントテックとは

イベント運営にまつわる課題を解決するためのデジタルのソリューションサービス



運営の効率化

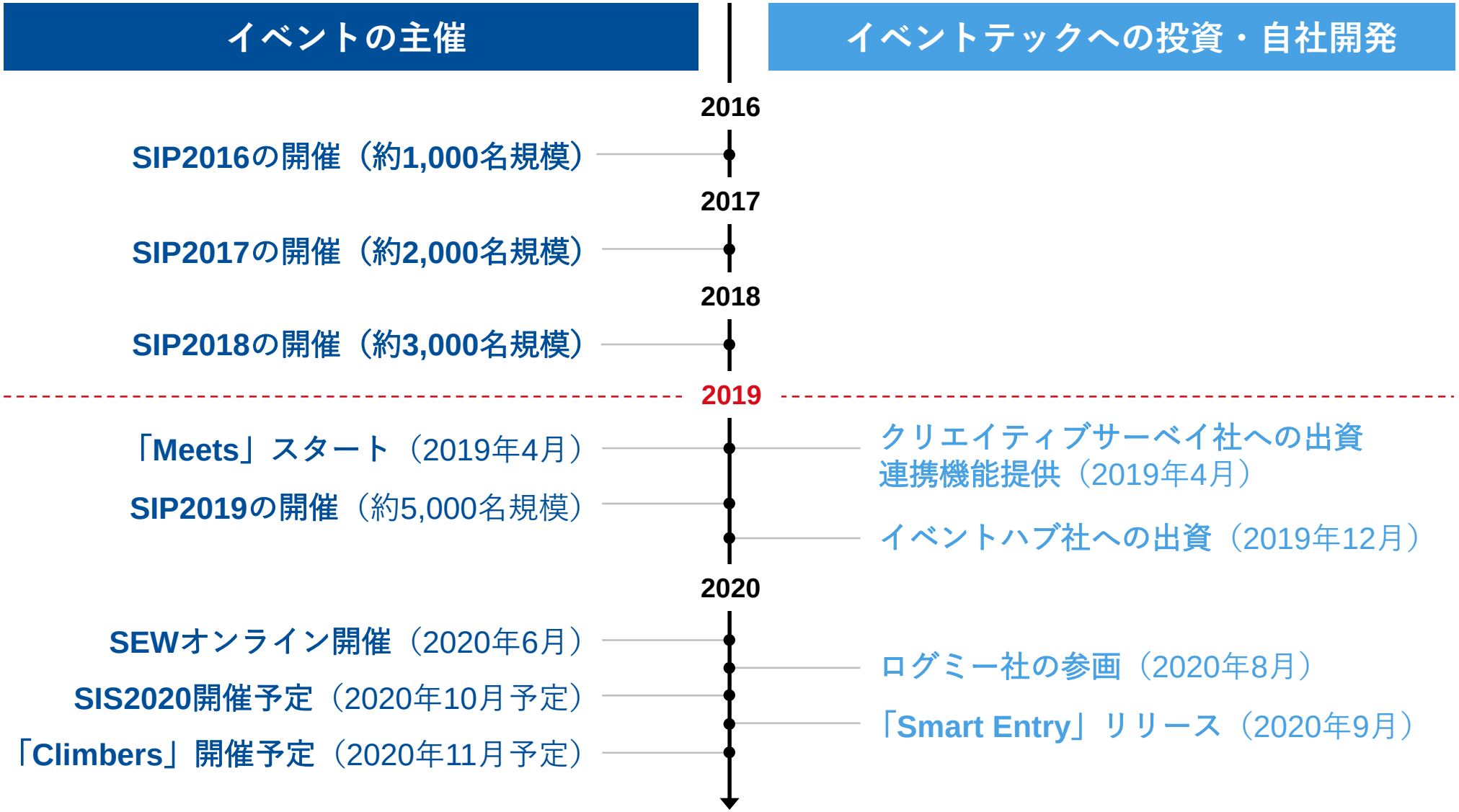
参加者満足度の向上

効果の最大化

© Sansan, Inc

イベントテック事業：これまでのイベントテックに関する取り組み

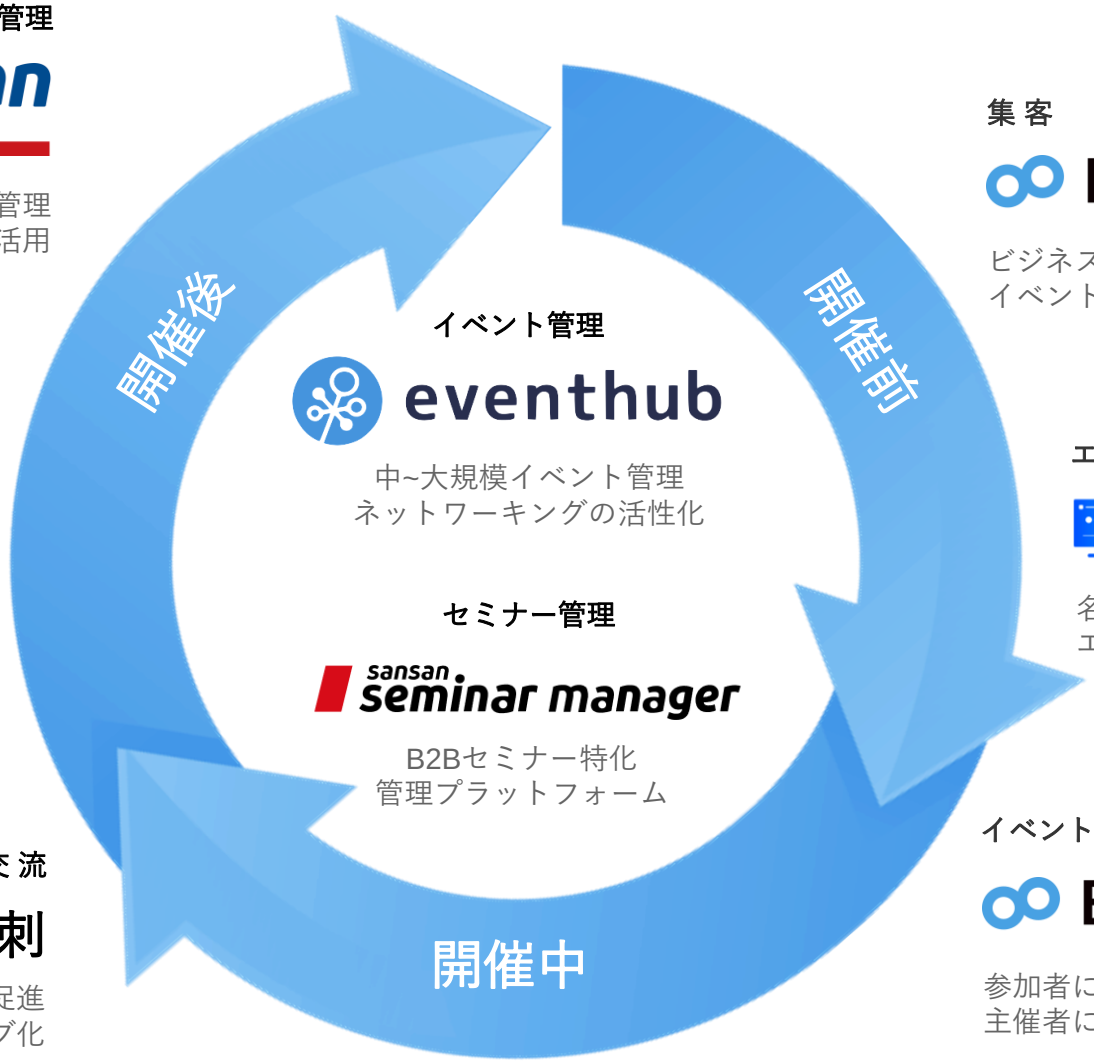
2019年より、イベントテックに関するサービスの自社開発や投資を開始



© Sansan, Inc

イベントテック事業：サービスのポートフォリオ

イベントテックを全方位でサポートできる体制の構築を目指す



参加者管理

sansan

参加者の名刺管理
名刺情報の活用

書き起こし

logmi

イベント内容の書き起こしメディア
非参加者への情報配信

アンケート

CREATIVE SURVEY

イベント満足度の計測
参加者とのコミュニケーション

交流

オンライン名刺

オンラインイベントでの交流の促進
イベント参加者のアクティブ化

イベント管理

eventhub

中~大規模イベント管理
ネットワーキングの活性化

セミナー管理

sansan seminar manager

B2Bセミナー特化
管理プラットフォーム

集客

Eight Ads

ビジネス向け広告による
イベント集客

エントリー

Smart Entry

名刺を使った手軽で正確な次世代の
エントリーシステム

イベント拡散

Eight ONAIR

参加者によるオンラインイベントの発見
主催者による開催イベントの情報発信

© Sansan, Inc

目次

1 2021年5月期 第1四半期実績

2 新たな取り組み

3 2021年5月期 通期業績見通し

補足資料
（ グループ概要・Sansan事業・Eight事業・その他）

© Sansan, Inc

連結業績の見通し

新型コロナウイルス感染症によるマイナス影響の想定に変更なし
成長再加速に向けた投資の強化を図り、来期2022年5月期は売上高成長率30%以上を目指す

（百万円） 連結業績	2020年5月期 通期実績	2021年5月期 通期見通し	2021年5月期 前年同期比
売上高	13,362	15,767 ～16,302	+18.0% ～+22.0%
営業利益	757	757 ～1,010	+0.0% ～+33.4%

(1) 経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益についても黒字の計上を見込んでいますが、現在は中長期的な株主価値及び企業価値の最大化に向けて、積極的な投資を実行しているフェーズであり、一部の営業外損益等の合理的な見積もりが困難であることから、具体的な予想数値の開示は行っていません。

© Sansan, Inc

補足資料

© Sansan, Inc

新型コロナウイルス感染症による影響と主な取り組み

緊急事態宣言解除以降、一定のマイナス影響はあるものの営業活動状況はゆるやかに改善
新しい働き方に対応したサービスや機能の展開を強化

	2020年5月期第4四半期まで（2020年5月以前）	2021年5月期以降（2020年6月以降）
社会状況	- 緊急事態宣言の発出 - 外出の自粛やリモートワークが加速	- 緊急事態宣言解除 - リモートワークを前提とした働き方 - オンラインでの名刺交換ニーズ
全 社	- 在宅勤務にむけた働き方・環境整備 - 投資計画の一部見直し(1)	- 採用計画を一部見直し
Sansan事業	- 新規契約獲得ペースの鈍化(1) - オフライン集客イベントの中止によるリード獲得数の減少(1) - 既存顧客の利用拡大に営業リソースをシフト	- 「オンライン名刺」機能の新搭載 - オンラインセミナーの開催 - リード獲得数や商談数が改善傾向
Eight事業	- ビジネスイベント「Meets」のオフライン開催の中止(1)	- 人材採用活動の鈍化による「Eight Career Design」へのマイナス影響 - 「オンライン名刺」活用の推進

(1) 2020年6月以降にも継続が予想される影響や取り組み

© Sansan, Inc

グループ概要

© Sansan, Inc

ミッション

出会いからイノベーションを生み出す

世界に挑むビジネスプラットフォームへ









© Sansan, Inc

事業概要

企業や個人のビジネス・コンタクトを資産として活用できるプラットフォームを提供

sansan

名刺管理から、働き方を変える

社内の名刺を一括管理することで、企業の成長を後押しするシェアNo.1の名刺管理サービス (1)



- 6,900契約以上の顧客基盤
- 1.0%以下の月次解約率 (2)

Eight

名刺でつながる、ビジネスのためのSNS

取り込んだ名刺から、いつでも活用できる
ビジネスネットワークを構築する名刺アプリ



- No.1モバイル名刺アプリ (3)
- 270万人を超えるユーザー数 (4)

(1) 法人向け名刺管理サービス参入企業シェア（「名刺管理サービスの市場とSFA/CRM関連ビジネス2020 」2020年1月シード・プランニング調べ）
(2) 直近12か月平均の月次解約率。「Sansan」の既存契約の月額課金額に占める、解約に伴い減少した月額課金額の割合
(3) 名刺管理アプリサービスシェア（「主要なビジネスカテゴリの名刺管理サービスを対象としたアクティブユーザー数調査」2018年11月Sansan調べ）
(4) 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

© Sansan, Inc

デジタルトランスフォーメーションを実現するサービス

名刺をはじめとした各種アナログなビジネス情報をデータ化し、活用するサービスを展開



© Sansan, Inc

ビジネスプラットフォームとしての特徴

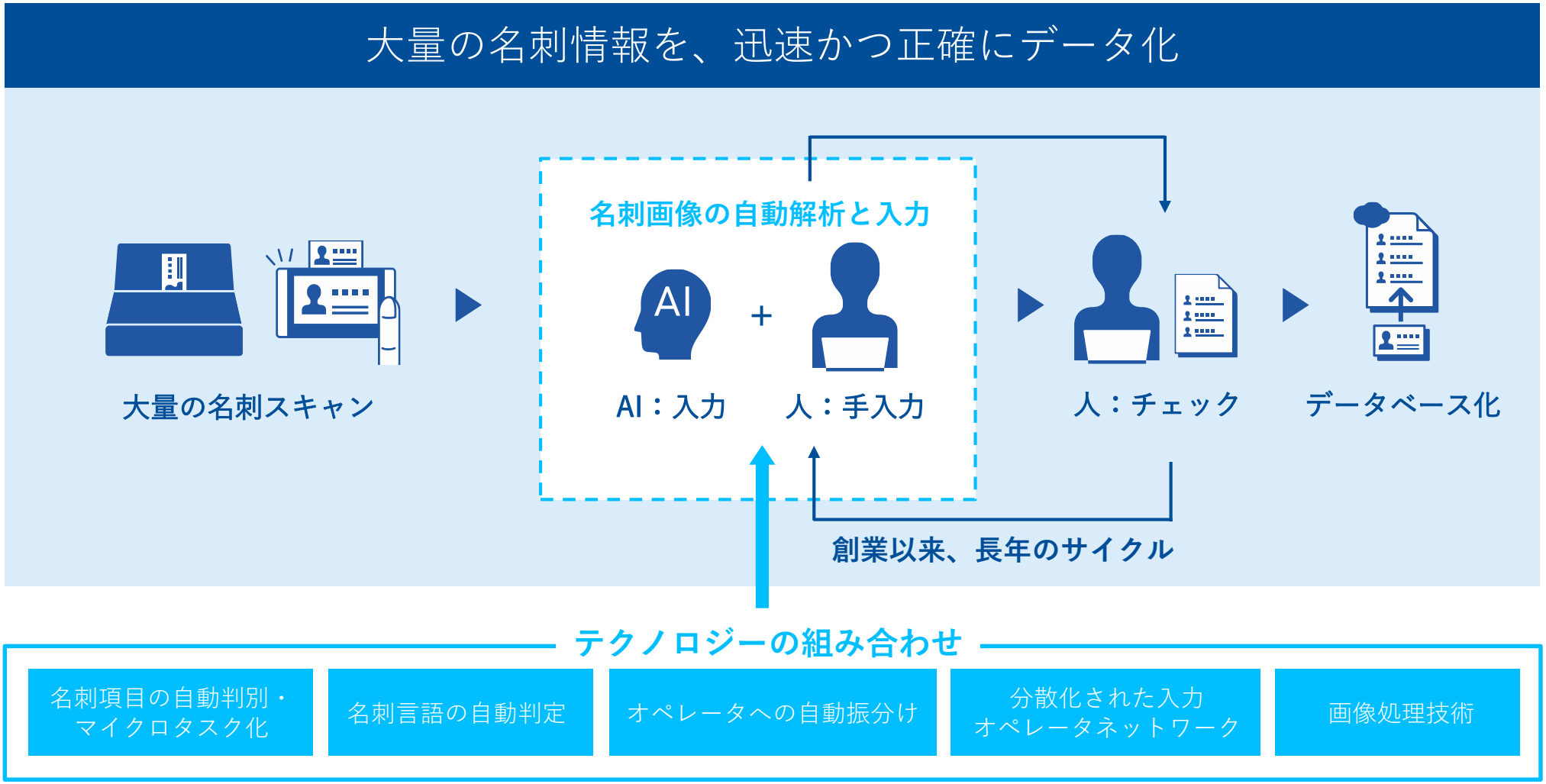
ビジネスプラットフォームとしての強固なポジションを確立し、中長期的な成長機会の多様化を図る



© Sansan, Inc

競争優位性：名刺データ化精度99%以上を実現する仕組みとテクノロジー

競合他社の追随を許さない名刺情報のデータ化オペレーションを確立



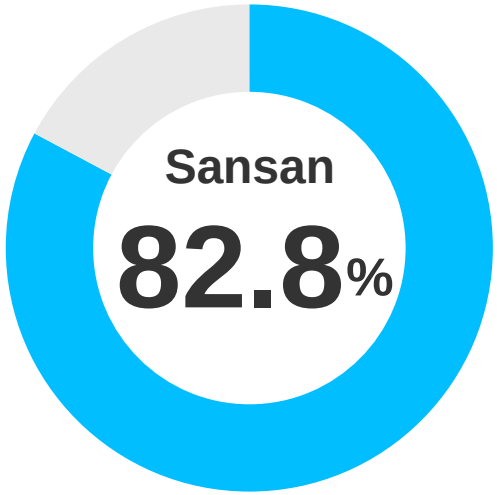
© Sansan, Inc

競争優位性：圧倒的な市場シェアと盤石な顧客基盤

「名刺管理市場」を自ら創りあげてきたことで、圧倒的な市場シェアと多様な顧客基盤を確立

圧倒的な市場シェアと認知度

2018年売上金額シェア (1)





TVCM第5弾
「面識アリ2017」上にやられた篇 (2)



TVCM第8弾
「遠隔でやられた」篇

6,900契約以上の盤石な顧客基盤

経済産業省 Ministry of Economy, Trade and Industry
徳島県
SMBC 三井住友銀行
MIZUHO
MUFG 三菱UFJ信託銀行
MITSUI&CO.
ITOCHU
Marubeni
NOMURA
あなたの未来を強くする 住友生命
TOYOTA
DENSO
Panasonic
LION
EBARA
三井化学
NEVER SAY NEVER ロート製薬
SHISEIDO
KIRIN
掘りだそう、自然の力。 Calbee
dentsu
朝日新聞
NTT
docomo
AKTIO
エネルギー・フロンティア TOKYO GAS
TEPCO
MOL 商船三井
豊田通商株式会社
SEVEN & i HOLDINGS
三菱地所
都市に豊かさと潤いを 三井不動産
東急不動産ホールディングス
子どもたちに誇れるしごとを。 SHIMIZU CORPORATION 清水建設
戸田建設
AGC
NTT DATA
HITACHI Inspire the Next 日立システムズ
FUJITSU 株式会社富士通マーケティング
PASONA

(1) 法人向け名刺管理サービス参入企業シェア（「名刺管理サービスの市場とSFA/CRM関連ビジネス2020 」2020年1月 シード・プランニング調べ）
(2) 第71回広告電通賞サービス・文化部門の最優秀賞受賞

© Sansan, Inc

Sansan事業

© Sansan, Inc

「Sansan」基本機能

企業に眠る名刺をビジネスに使える資産に変える「名刺管理」機能を提供

企業が抱える課題

- 名刺交換情報が社内で共有されていない
- 社内コミュニケーションが円滑にできていない
- 名刺情報が持つ価値に気付けていない

「Sansan」の基本機能

名刺管理・活用

名刺を99.9%の精度でデータ化



主な機能

名刺管理

- 名刺検索機能
- 名刺共有機能
- スマホアプリ機能
- 人物機能
- ニュース配信機能

顧客管理

- 会社検索機能
- 組織ツリー機能
- メール配信機能

利用企業のメリット

生産性向上　業務改善　コスト削減　ビジネス機会の創出

© Sansan, Inc

ビジネスプラットフォーム展開

**名刺管理機能・顧客情報を入り口とした、さまざまな機能を「Sansan」につなぐことで
データ活用を促進し、ビジネスプラットフォームとしての価値向上を目指す**

自社開発追加機能

「Sansan Data Hub」 「同僚コラボレーション」

OpenAPI提供(1)

Marketo / kintone / セールスマネージャーRemix CLOUD / ZOHO CRM / Microsoft Dynamics CRM / Senses / bodais / LF List Finder 有望商談を発掘する / zapier / KONTAKT

外部サービス情報配信

KYODO / ダイヤモンド社 / 東洋経済 / SPEEDA

名刺管理機能

sansan

名刺管理から、働き方を変える

外部サービス・パートナー連携

sansan+

sansan+ APP

REFINITIV / 帝国データバンク / CREATIVE SURVEY / Salesforce (2) / CLOUDSIGN

sansan+ Consulting

accenture

sansan+ Integration

toBe marketing / Realize Make IT Real Business

(1) Sales Force Automation、Customer Relationship Management、 Marketing Automation等の50以上の他社サービスにOpenAPIを提供
(2) Salesforce は salesforce.com, inc. の商標であり、許可のもとで使用しています。

© Sansan, Inc

事業戦略「Sansan Plus」

「Sansan Plus」とは、さまざまな業務を「Sansan」がつなぎ、効率的に管理するビジネスプラットフォーム

さまざまな業務をつなぐ

sansan+

sansan+ APP

「Sansan」に追加できる連携機能群

オプション機能

「反社チェックオプション powered by Refinitiv」
「企業情報オプション powered by 帝国データバンク」
「アンケートオプション powered by CREATIVE SURVEY」
「商談管理オプション for Salesforce」(1)
「契約管理オプション for クラウドサイン」

sansan+ Consulting

「Sansan」サービスを活用し、デジタル化支援を総合的に支援

活用方法をコンサルするパートナー

アクセンチュア株式会社

sansan+ Integration

社内に散らばるデータを統合するためのコンサルティングを実施

データ活用に特化したパートナー

toBeマーケティング株式会社
株式会社リアライズ

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

© Sansan, Inc

Sansan Plus App ：「Sansan」に追加できるオプション機能の一部

「反社チェックオプション powered by Refinitiv」



提供中

名刺をスキャンするだけで自動で反社チェックが可能となり、
チェック漏れ防止やコンプライアンス担当者の工数を大幅削減

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



提供中

BtoB企業のセミナーに必要なアンケート機能を「Sansan」と
連携しながら提供できるアンケートソリューション

「商談管理オプション for Salesforce」 (1)



提供中

「Sansan」上で、社内の人脈情報・取引先企業情報とあわせて、
「Salesforce」の商談情報を把握できる

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

「契約管理オプション for クラウドサイン」



提供中

名刺をスキャンするだけで契約情報を閲覧可能となり、契約
確認業務を短縮化し、法務担当の業務負担を軽減

© Sansan, Inc

「Sansan」料金プラン

全社で利用するプランを基本プランとして提供

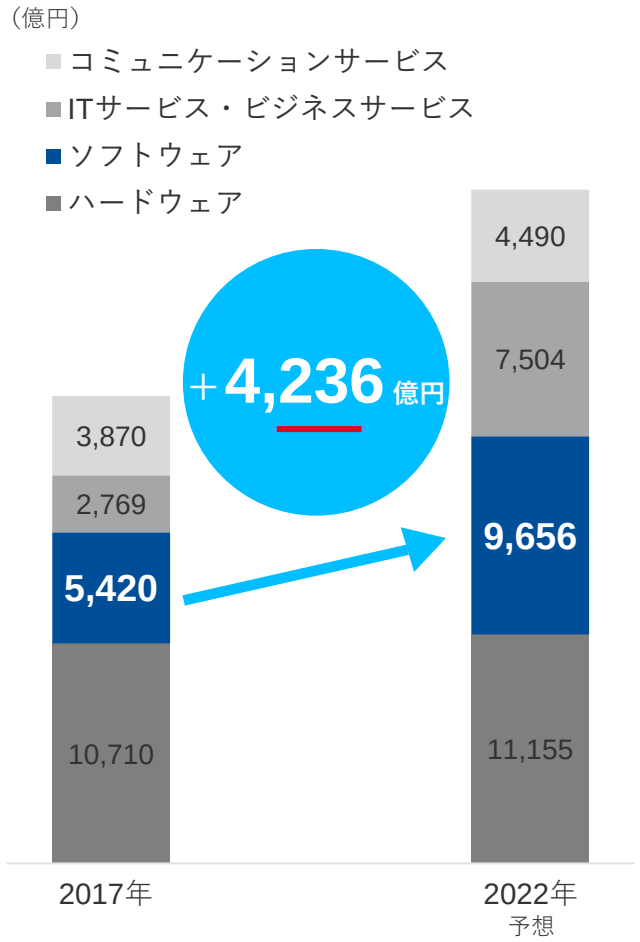
	A. 基本プラン（全社利用）	B. 旧プラン（ID課金）	支払いタイミング
1 初期費用（イニシャルコスト）	ライセンス費用の12か月分 既に保有する全ての名刺をデータ化するための費用	契約ID数に応じて費用 既に保有している名刺のデータ化費用（枚数上限あり）	契約開始時
2 カスタマーサクセスプラン（イニシャルコスト）	個別見積にて導入支援プランを提供 「Sansan」を活用するための導入及び運用支援を行うための費用		契約開始時
3 スキャナ（ランニングコスト）	月額10,000円／台 顧客のオフィスフロア及び拠点数分のスキャナとタブレットを貸出		契約開始時 ＋ 更新時
4 ライセンス費用（ランニングコスト）	月間の名刺交換枚数に応じて設定（年間契約） 1契約当たり月額数万～数百万円	契約ID数に応じて設定（年間契約） ID毎の固定課金（名刺データ化枚数上限あり）	契約開始時 ＋ 更新時

© Sansan, Inc

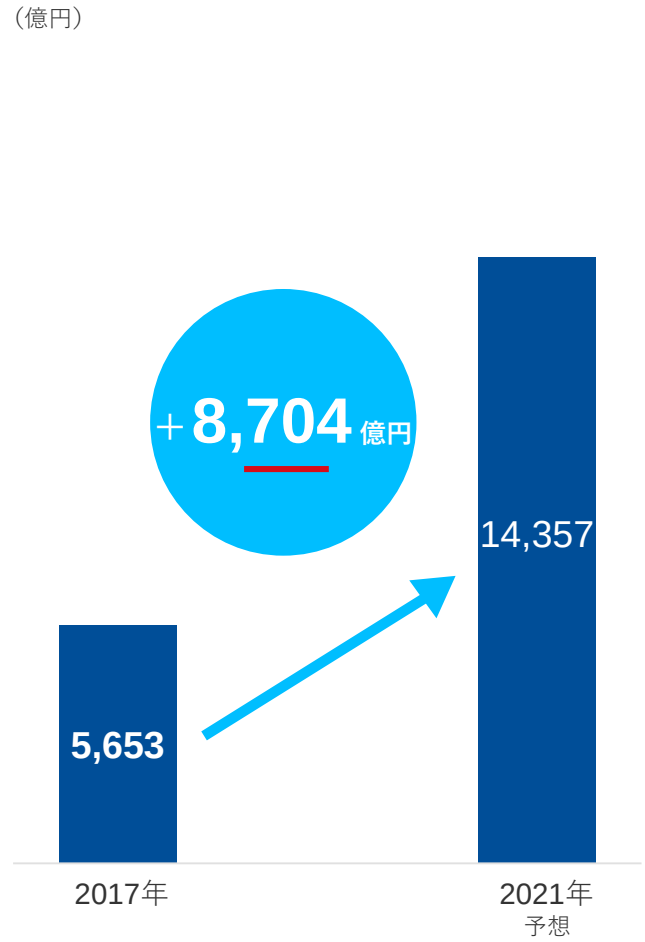
「追い風」となる市場環境

働き方改革とデジタルトランスフォーメーション等が、名刺のクラウド管理ニーズを後押し

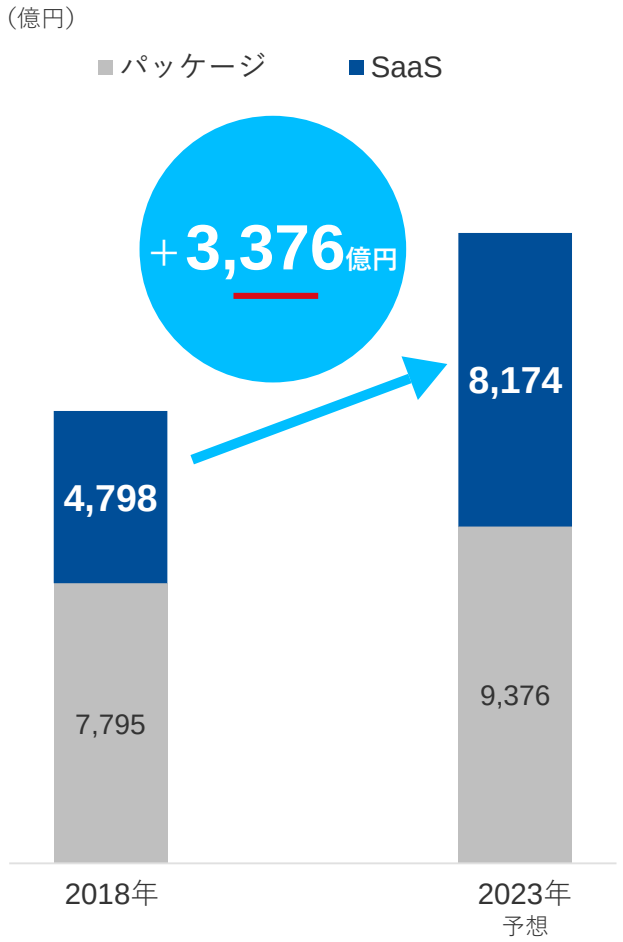
国内働き方改革ICT市場 支出額 (1)



デジタルトランスフォーメーション市場規模 (2)



国内SaaS市場規模 (3)

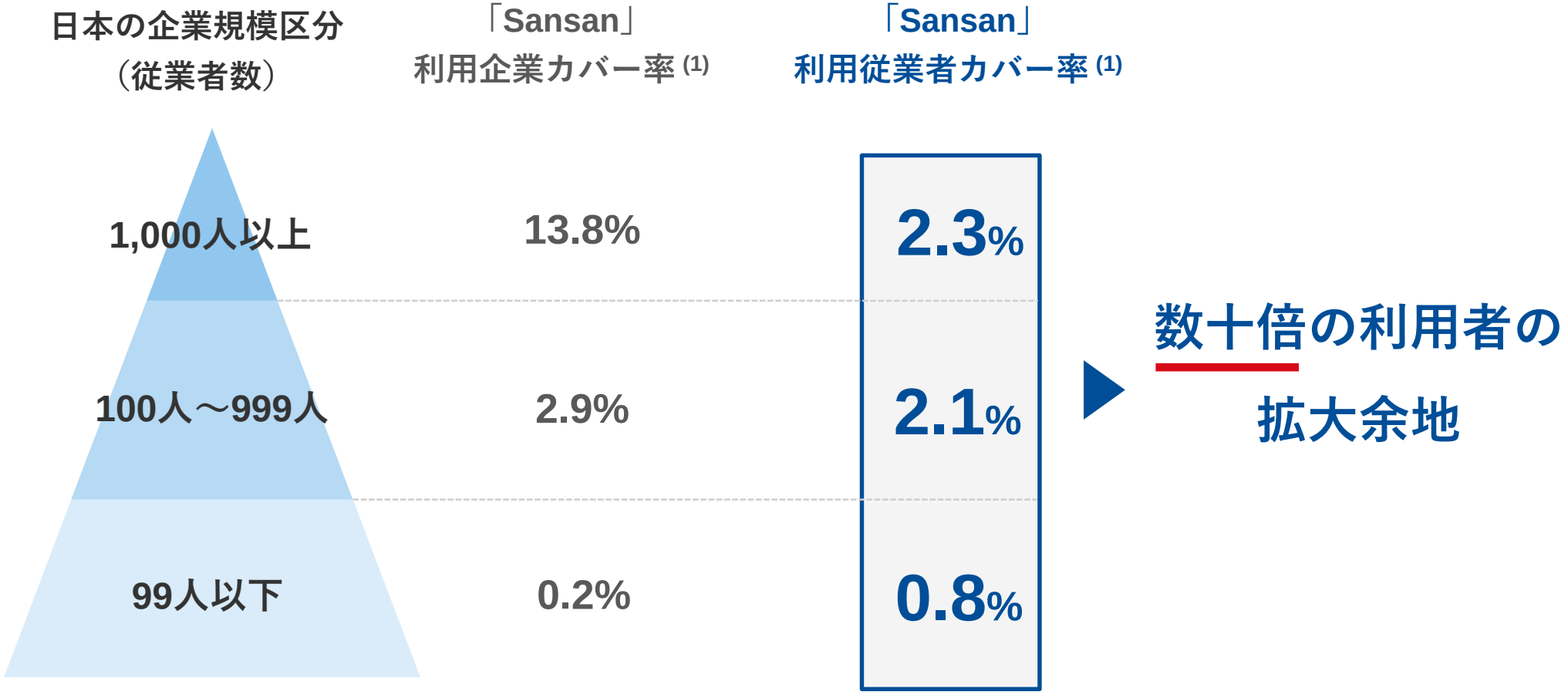


(1) IDC Japan「国内働き方改革 ICT市場予測、2018年～2022年：ハードウェア、ソフトウェア、ITサービス／ビジネスサービス、通信サービス別」、2018年12月
(2) 富士キメラ総研「2018 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」
(3) 富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2019年版」

© Sansan, Inc

「Sansan」の日本国内における潜在市場規模（TAMの考え方）

多くの企業で利用従業者数は限定的であり、日本だけでも数十倍の開拓余地が存在



(1) 分母は総務省統計局「2016年経済センサス活動調査」を基にした数値、分子は2021年5月期Q1末における「Sansan」の契約件数及び合計ID数を基に算出

© Sansan, Inc

契約件数と契約当たり売上高の拡大

契約件数の拡大と契約当たり売上高の拡大で成長を図る

契約件数の拡大 × **契約当たり売上高の拡大**（**既存顧客の利用拡大** ＋ **アップセル機会**）

- 契約件数の拡大
  - ・中堅・大企業向け営業体制の拡充
  - ・ソリューション営業の推進
  - ・地方展開の推進
  - ・グローバル体制の拡充
- 既存顧客の利用拡大
  - ・全社利用の推進（営業部門から全社へ）
  - ・導入支援の充実
  - ・サービス価値の浸透
  - ・「オンライン名刺」の推進
- アップセル機会
  - ・オプション機能の提供
  - ・他社との連携やM&Aを活用

契約件数

2,436（2015年5月期Q4末） ▶ 6,969（2021年5月期Q1末）

約2.9倍

契約当たり月次売上高 (1)

80,000円（2015年5月期Q4末） ▶ 164,000円（2021年5月期Q1末）

約2.1倍

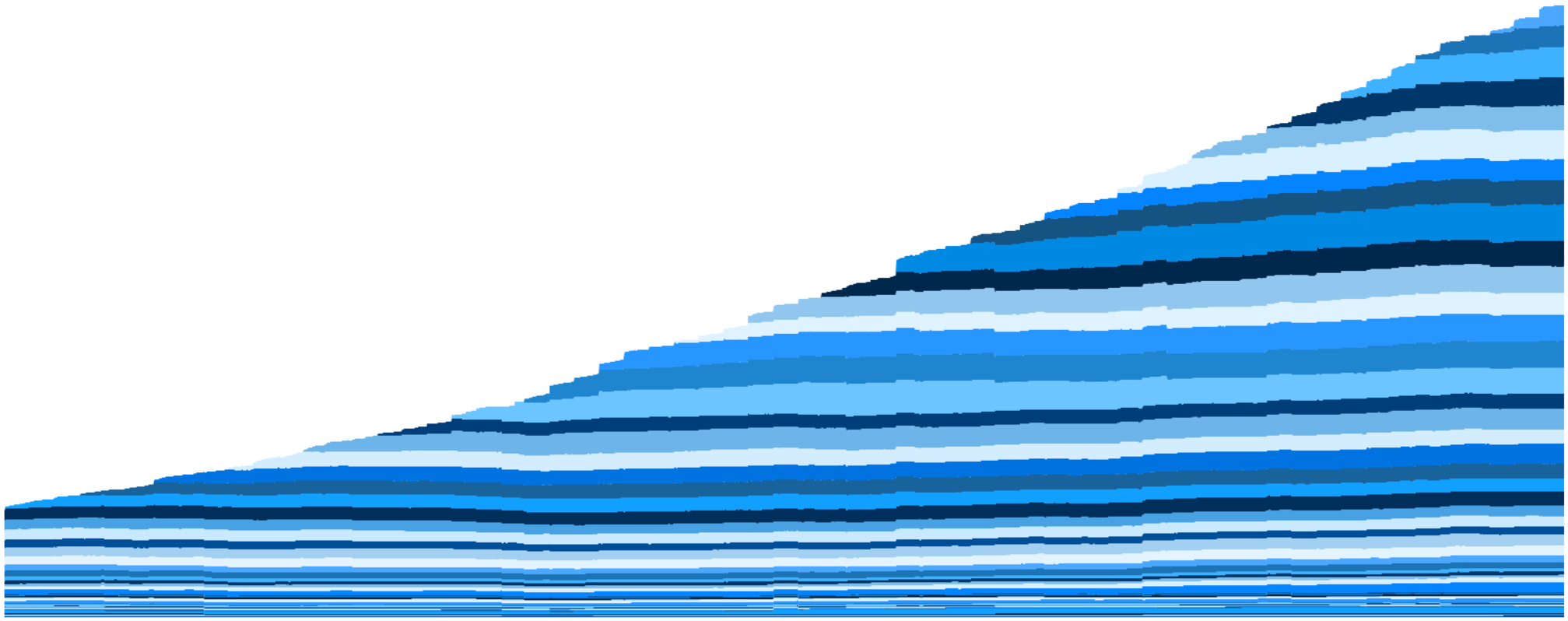
(1) 各四半期末月の月次実績（未監査）

© Sansan, Inc

「Sansan」サービス開始時期別収入構成（ストック収入）

継続的にネガティブチャーン(1)を実現

「Sansan」サービス開始時期別の収入構成(2)（ストック収入）



(1) サービスの解約で減少した収入に対して、既存契約における収入増加分が上回った状態のこと
(2) 「Sansan」の月額課金額を基に作成（未監査）

© Sansan, Inc

Eight事業

© Sansan, Inc

「Eight」サービス概要

国内ビジネスSNSで最大級のアクティブユーザー数を有するプラットフォームを展開

ビジネスパーソンが抱える課題			
	ビジネスの出会いを活かしきれていない	名刺情報に容易にアクセスできていない	ビジネスSNSを活用したいが友人を増やすことが目的ではない

「Sansan」で培ったテクノロジーにより名刺を高い精度でデータ化

ライフタイムで使えるビジネスSNS型のプラットフォームを提供

「プロフィール管理」



「名刺管理」「コミュニケーション」



「企業との関わり」（情報収集）



収益機会	BtoCモデル	BtoBモデル			
	個人向け有料プラン 「Eightプレミアム」	企業向け有料プラン 「Eight 企業向けプレミアム」	広告サービス 「Eight Ads」	ビジネスイベント 「Meets」	採用関連サービス 「Eight Career Design」

© Sansan, Inc

マネタイズプランの強化・推進

BtoBサービス（企業向け有料サービス）の展開を加速・強化

B to B		
企業向けプラン **「Eight 企業向けプレミアム」**	月額固定料金 （年間契約）	「Eight」における名刺共有を企業内で可能にするサービス 従業員数名から20名程度の小規模企業を対象として展開
広告サービス **「Eight Ads」**	配信量に応じた 従量制料金 (1) （期間契約）	「Eight」ユーザーに対して広告を配信できるサービス ビジネスユーザーへの広告配信ニーズをタイムリーに獲得
ビジネスイベント **「Meets」**	イベント1開催に 応じた固定料金 (2)	買い手と売り手をマッチングさせ、生産性を上げるイベント 独自のテクノロジーを活用し、最も適したイベントの集客を実施
採用関連サービス **「Eight Career Design」**	月額固定料金 (3) （期間契約）	「Eight」内の転職潜在層にアプローチ可能な採用関連サービス 採用市場における独自のポジションの確立を目指して価値を提供

B to C		
個人向け有料プラン **「Eightプレミアム」**	月額固定料金	「名刺データのダウンロード」等の追加機能が利用可能なサービス 無料プランを含む「Eight」ユーザー数全体の拡大を図る

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

© Sansan, Inc

その他

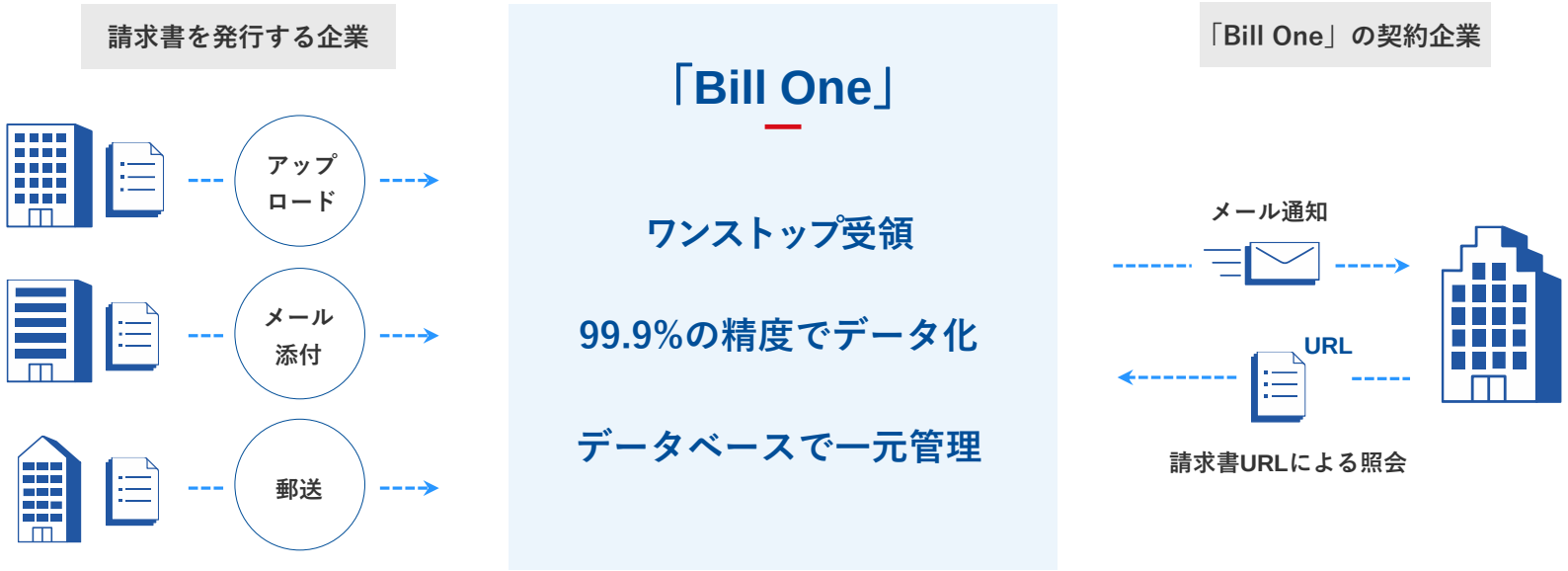
© Sansan, Inc

請求書データ化・オンライン受領サービス「Bill One」

紙やPDFの請求書を99.9%の精度でデータ化し、オンラインで受領できるサービス
コロナ禍におけるリモートワーク・BCP(1)課題解決等に貢献し、企業成長を後押し

あらゆる請求書のオンライン受領・一元管理を可能にする

Bill One
powered by Sansan



提供中 「Bill One」は請求書の受け取りを代行し正確にデータ化、契約企業はオンライン上でデータを閲覧可能に

(1) 事業継続計画

© Sansan, Inc

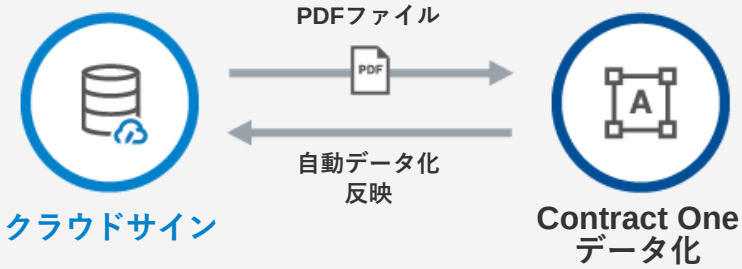
契約書データ化ソリューション「Contract One」

紙やPDFの契約書をデータ化し、管理に必要なデータを整理する機能
弁護士ドットコム社の「クラウドサインAI」に「Contract One」の技術を提供

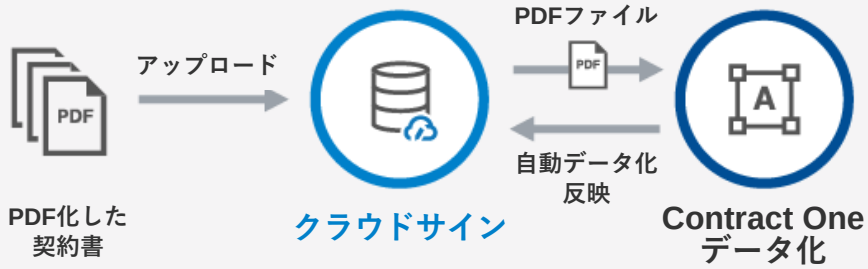
契約書データ化ソリューション

Contract One
powered by Sansan

1. クラウドサインで合意締結した契約書



2. 紙で締結し、PDF化した契約書

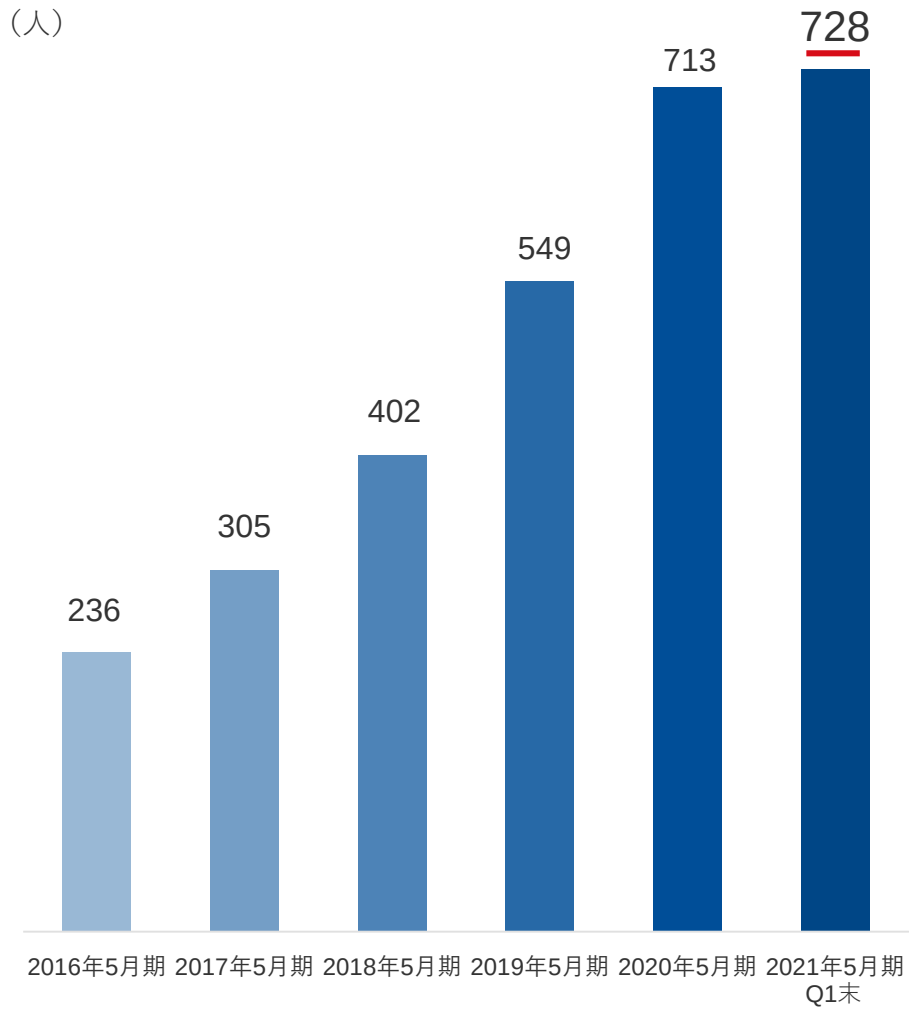


提供中 「クラウドサイン」の契約書と紙の契約の一元管理が可能、企業法務の業務改革や生産性向上を後押し

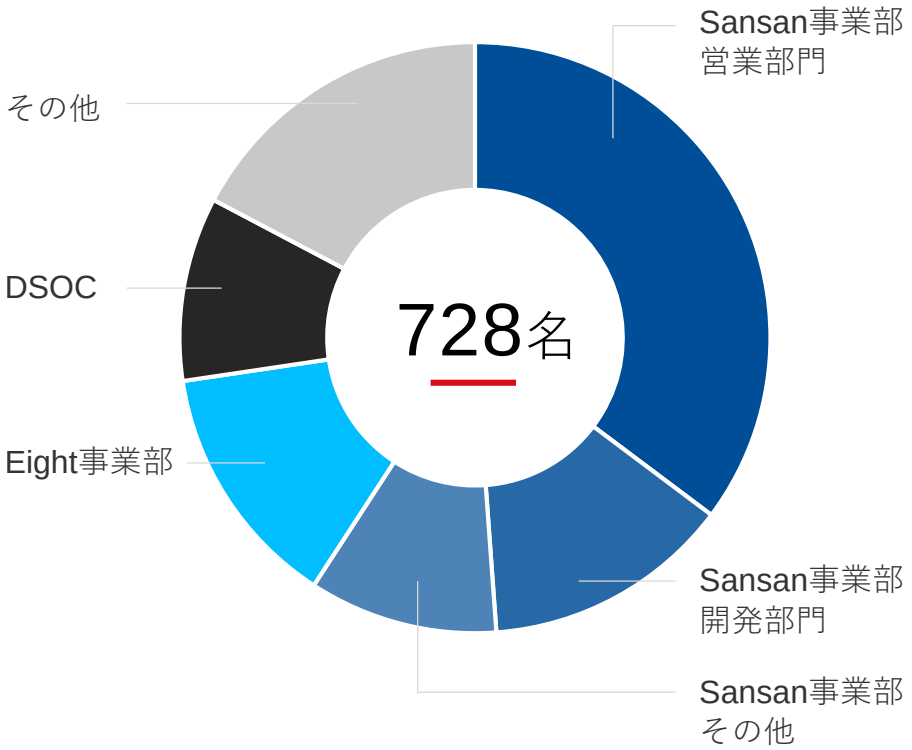
© Sansan, Inc

従業員数の状況

従業員数の推移 (1)



人員構成 (2)



(1) 2016年5月期は単体実績、2017年5月期以降は連結実績
(2) 2020年8月31日現在

© Sansan, Inc

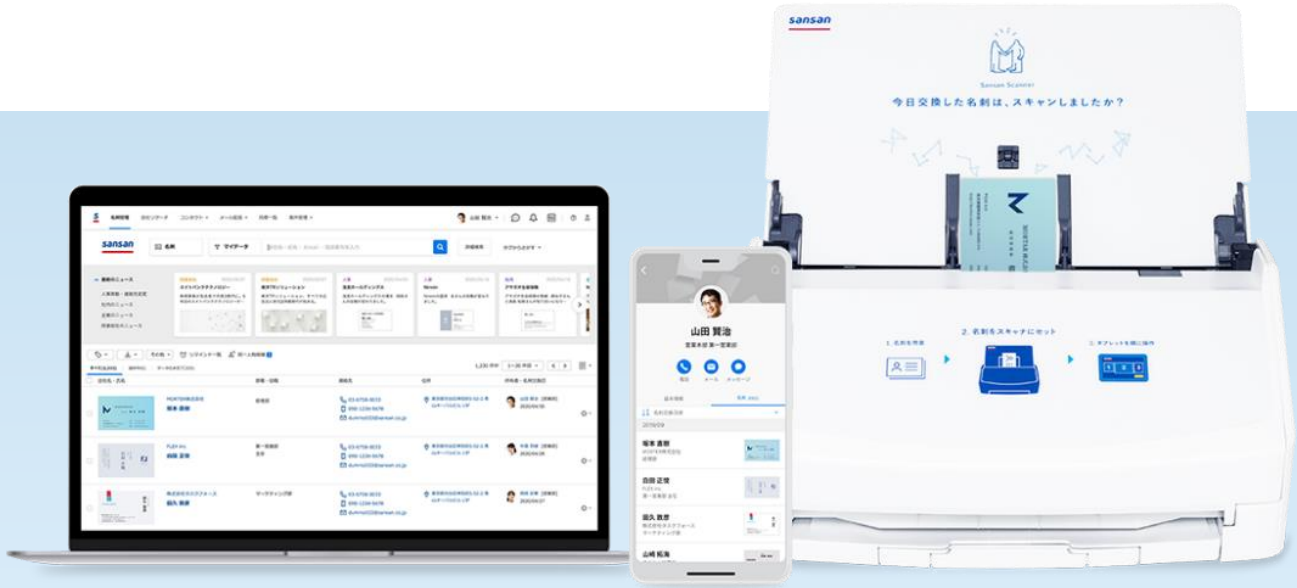
会社概要 (1)

社　　名	Sansan株式会社 （英語表記 Sansan, Inc.）
設　　立	2007年6月11日
所 在 地	表参道本社 東京都渋谷区神宮前5-52-2 青山オーバルビル 13F
拠　　点 所 在 地	支店：大阪、名古屋、福岡 サテライトオフィス：徳島、京都、新潟、北海道
子 会 社	シンガポール：Sansan Global PTE. LTD. アメリカ：Sansan Corporation
代 表 者	寺田 親弘
従業員数	728名（2020年8月31日現在）
資 本 金	62億36百万円
売 上 高	13,362百万円（2020年5月期）
株主構成	金融機関14.58%、証券会社0.85%、その他の法人1.40%、外国法人等33.50%、 個人その他49.66%

(1) 2020年5月31日現在

© Sansan, Inc


sansan



Sansan事業に関する説明資料

Sansan株式会社

2020年10月14日

自己紹介



富岡 圭 Kei Tomioka

Sansan株式会社
取締役／Sansan事業部 事業部長

慶應義塾大学環境情報学部を卒業後、日本オラクル株式会社へ入社。九州地方の担当を経て、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、Sansan株式会社を共同創業。創業時からクラウド名刺管理サービス「Sansan」の事業部長を務め、現在はグローバル展開も統括する。

© Sansan, Inc

目次

1 Sansan事業の概要

2 Sansan事業の強み・特徴

3 今後の成長戦略

© Sansan, Inc

目次

1 Sansan事業の概要

- 「Sansan」サービスの概要
- 名刺の持つユニークな価値
- 「Sansan」の導入メリット
- 「Sansan」の料金プラン
- 「Sansan」サービスの沿革
- 業績推移
- 主要指標

2 Sansan事業の強み・特徴

3 今後の成長戦略

© Sansan, Inc

「Sansan」サービスの概要

企業のビジネスコンタクトを資産として有効活用できるビジネスプラットフォーム

sansan

名刺管理から、働き方を変える

社内の名刺を一括管理することで、企業の成長を
後押しするシェアNo.1の名刺管理サービス (1)



「名刺読み取り用の専用のタブレットやスキャナ」
（スマートフォンのアプリからも読み取り可能）

法人向けクラウド名刺管理サービス
名刺を99.9%の精度でデータ化

「Sansan」の主な機能

- 名刺管理・共有・検索
- 会社マスタ情報
- 人物マスタ情報
- 組織ツリー生成
- 帝国データバンク連携
- 人事異動情報配信
- ニュース配信
- 決算短信分析レポート
- 営業支援 One to Oneメール配信
- 案件管理
- コンタクト管理
- Sansan Data Hub
- 反社チェックオプション
  powered by Refinitiv
- アンケートオプション
  powered by CREATIVE SURVEY
- 商談管理オプション
  for Salesforce
- 契約管理オプション
  for クラウドサイン
- 名刺関連API
- メルマガ配信
- 社内連絡帳
- 社内メッセージ
- セキュリティ管理
- その他管理機能

(1) 法人向け名刺管理サービス参入企業シェア（「名刺管理サービスの市場とSFA/CRM関連ビジネス2020」2020年1月 シード・プランニング調べ）

© Sansan, Inc

名刺の持つユニークな価値

- 名刺は、**業界や業種を問わず、あらゆるシーンで活用**されるもの
- 名刺には、氏名や会社・組織・役職名、連絡先等、その人を表す
  正確な情報が記載
- いつ、誰が、なぜ、名刺交換をしたかという
  名刺交換情報自体にも大きな価値
- 名刺情報・顧客情報は、さまざまなビジネス管理ツールとの連携性や拡張性が高く、
  エコシステムの中心（入口）
- 名刺は、現在でもほぼ紙のままであり、今後の運用・管理方法には、
  効率化の大きな余地

© Sansan, Inc

「Sansan」の導入メリット

企業の課題に応じ、「名管理から、働き方を変える」さまざまな導入メリットを提供

社員の生産性向上	• 名刺情報を99.9%の精度で自動データ化 • 名刺の管理、検索時間の短縮
既存業務の効率化	• 既存業務を「Sansan」プラットフォーム上に集約 • 外部ツールとの連携
営業の強化	• 名刺情報の社内共有による、新規営業機会の創出 • コンタクト情報の記録・共有
コンプライアンスの強化	• 反社チェックの自動化による経営リスクの最小化 • 顧客情報の一元管理
マーケティングの加速	• 名寄せ技術によるデータの整理・統合・リッチ化 • 外部ツールでの有効活用
社内連携の活性化	• 社内連絡帳・メッセージ機能 • 所有名刺分析に基づく、同僚の得意分野の可視化

© Sansan, Inc

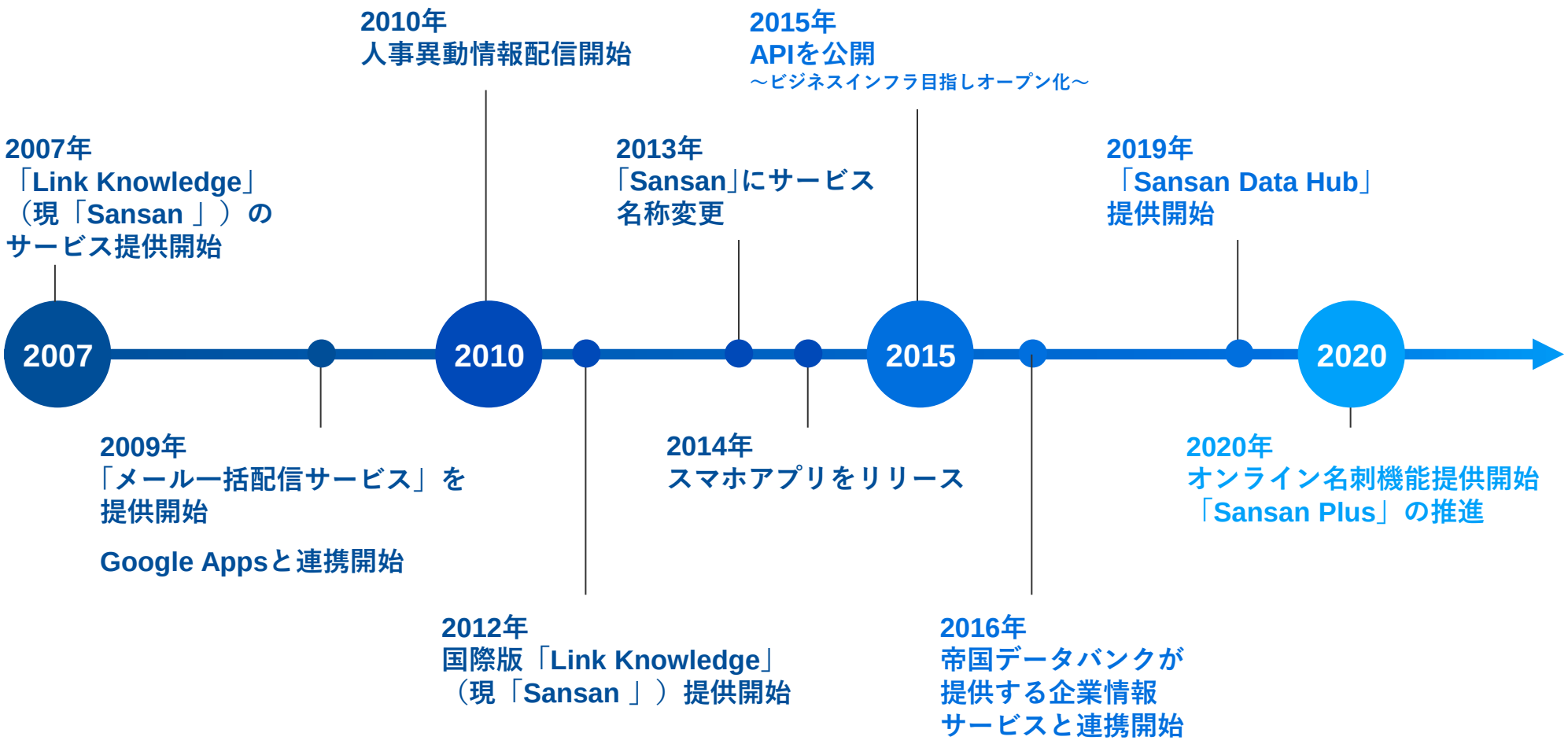
「Sansan」の料金プラン

企業内における全社員での利用を前提とした料金プランを基本プランとして提供

	A. 基本プラン（全社利用）	B. 旧プラン（ID課金）	支払いタイミング
1 初期費用（イニシャルコスト）	**A）ライセンス費用の12か月分** 既に保有する全ての名刺をデータ化するための費用	**B）契約ID数に応じた費用** 既に保有している名刺をデータ化する費用（枚数上限あり）	契約開始時
2 カスタマーサクセスプラン（イニシャルコスト）	**A, B共通）個別見積にて導入支援プランを提供** 「Sansan」を活用するための導入及び運用支援を行うための費用		契約開始時
3 スキャナ（ランニングコスト）	**A, B共通）月額10,000円／台** 顧客のオフィスフロア及び拠点数分のスキャナとタブレットを貸出		契約開始時 ＋ 更新時
4 ライセンス費用（ランニングコスト）	**A）名刺交換枚数に応じて設定（年間契約）** 1契約当たり月額数万～数百万円	**B）契約ID数に応じて設定（年間契約）** ID毎の固定課金（名刺データ化枚数上限あり）	契約開始時 ＋ 更新時

© Sansan, Inc

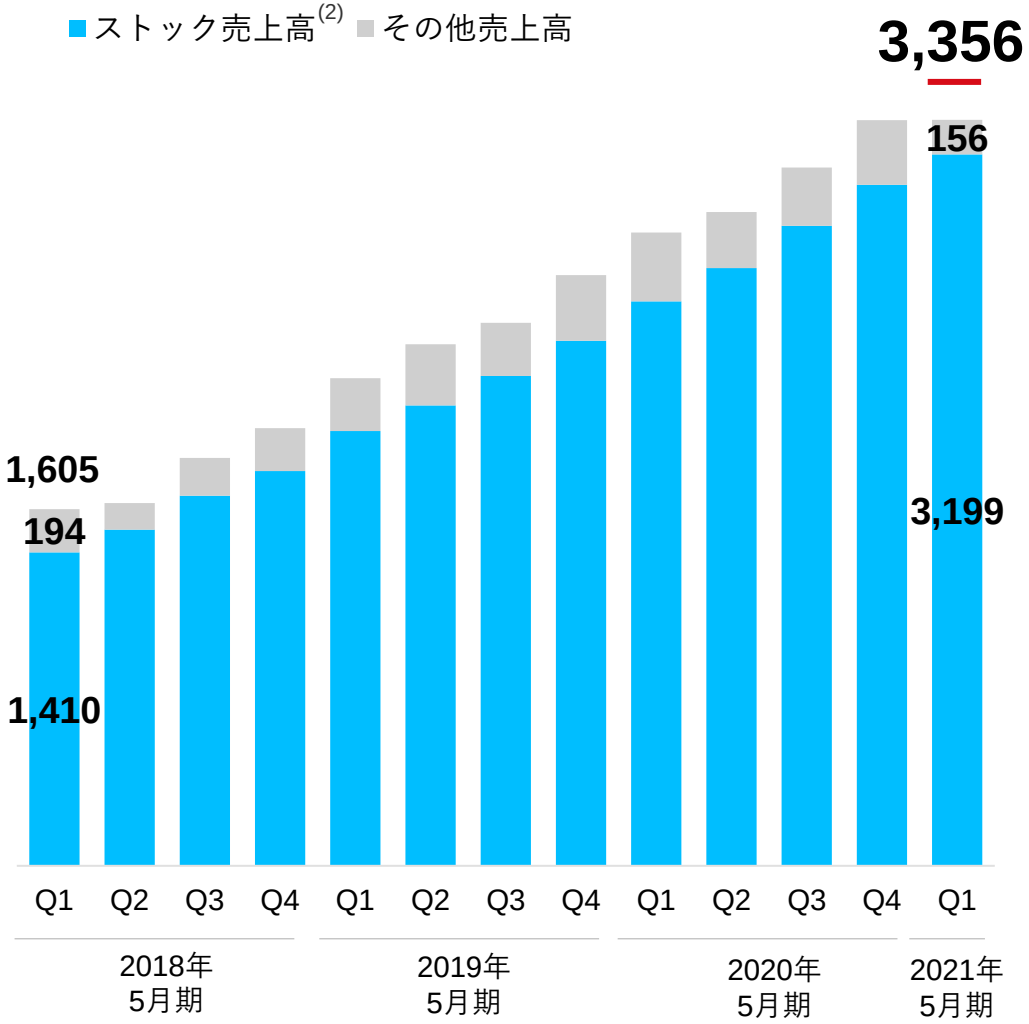
「Sansan」サービスの沿革



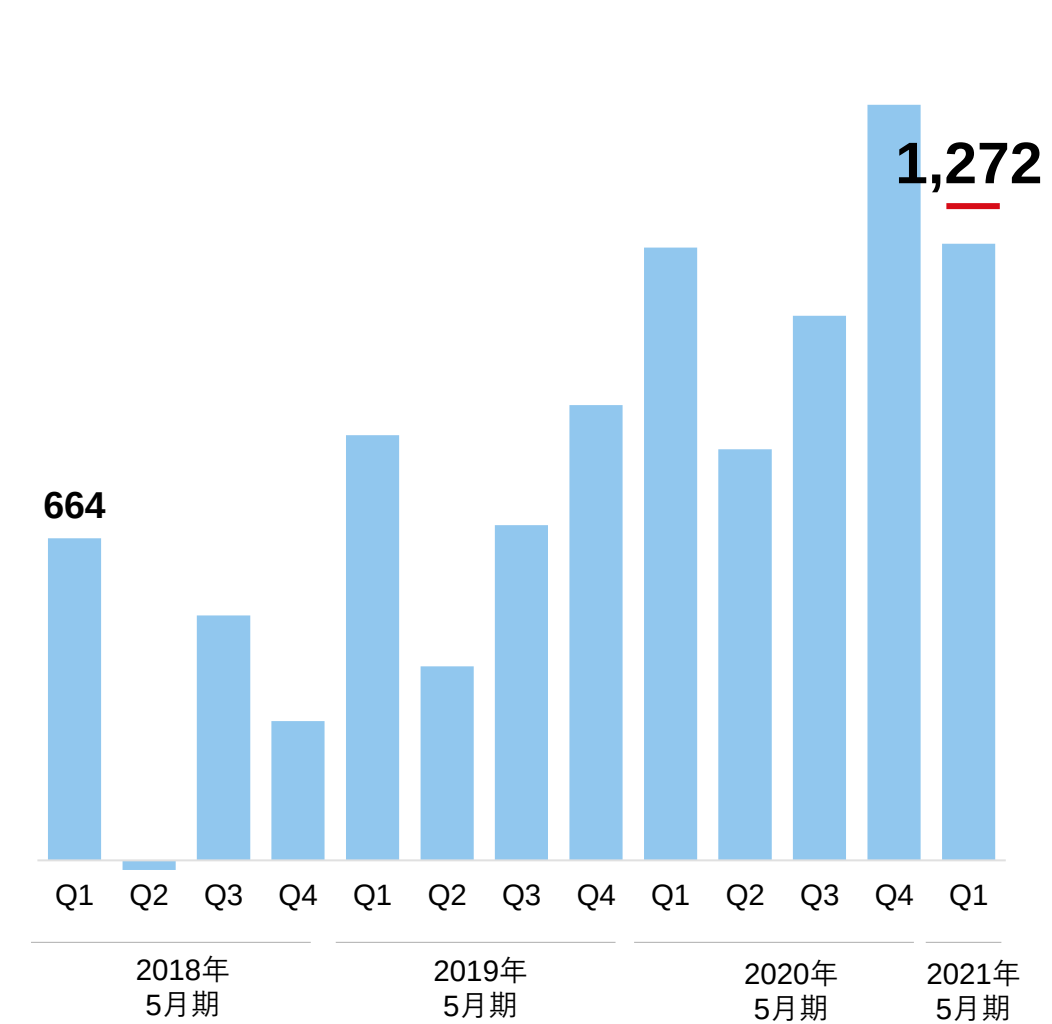
© Sansan, Inc

業績推移(1)

Sansan事業 売上高



Sansan事業 営業利益

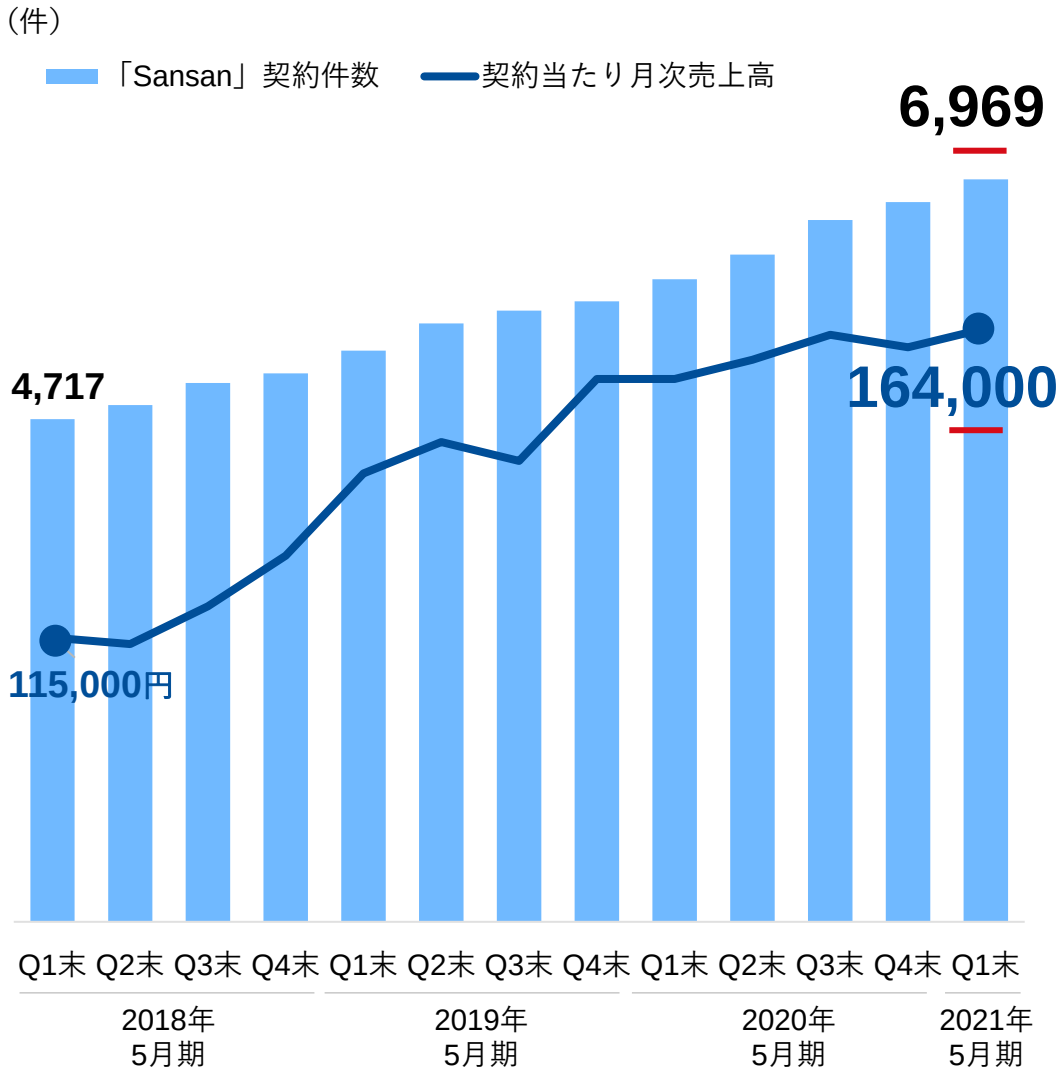


(1) 2018年5月期以前は未監査
(2) 「Sansan」における固定収入（未監査）

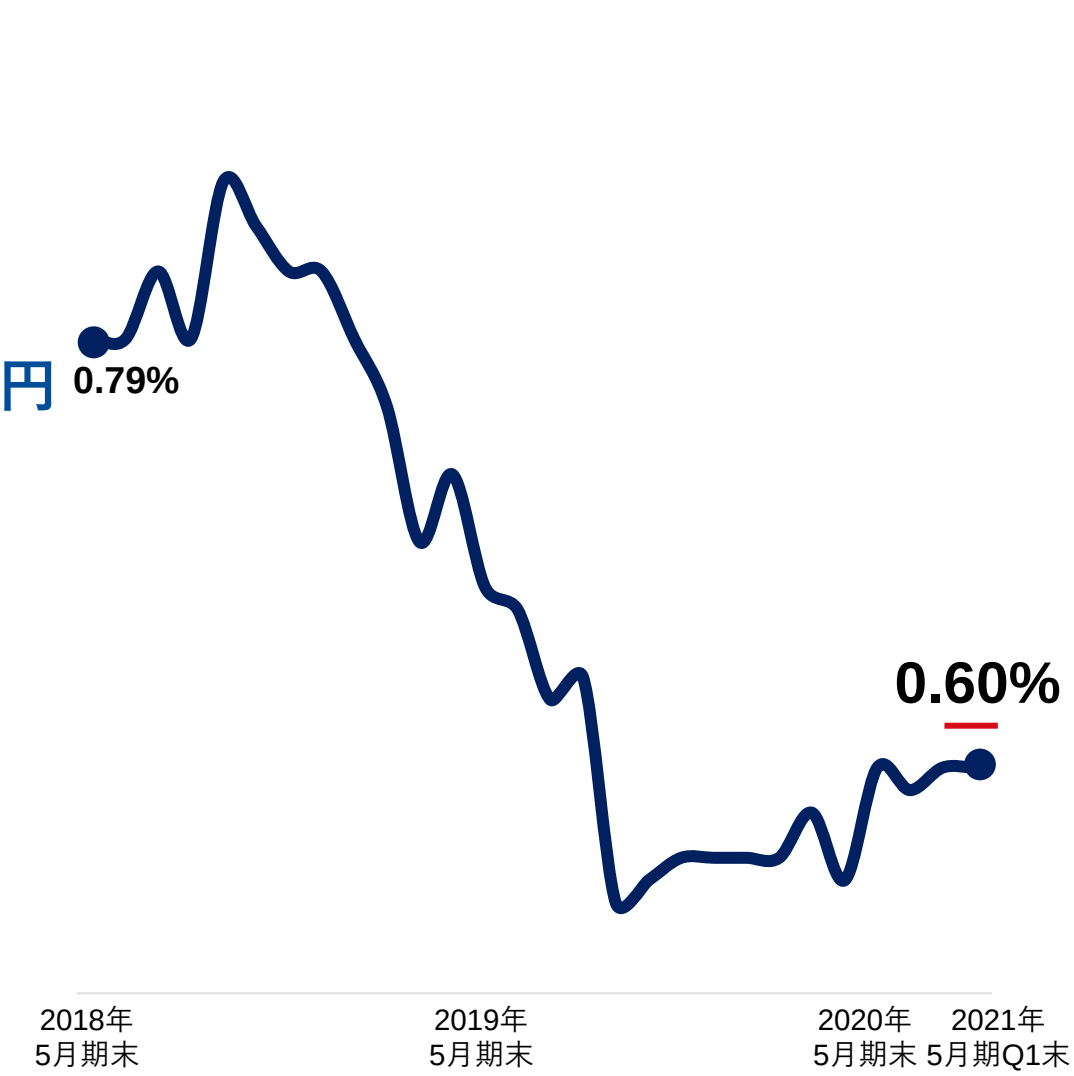
© Sansan, Inc

主要指標

「Sansan」契約件数・契約当たり月次売上高 (1)



「Sansan」直近12か月平均月次解約率 (2)



(1) Sansan事業の各四半期末月の月次実績（「Sansan」以外の一部の新規サービス等を含む、未監査）
(2) 「Sansan」の既存契約の月額課金額に占める、解約に伴い減少した月額課金額の割合

© Sansan, Inc

目次

1 Sansan事業の概要

2 Sansan事業の強み・特徴

- 現在のポジショニング
- 競争優位性 -データ化精度99.9%を支えるテクノロジーとオペレーション-
- 競争優位性-ビジネスプラットフォームとしての機能性-
- Sansan事業部門の体制
- Sansan営業部門の人員数推移
- 「Sansan」の営業体制・手法
- 事業運営において重視している主なポイント

3 今後の成長戦略

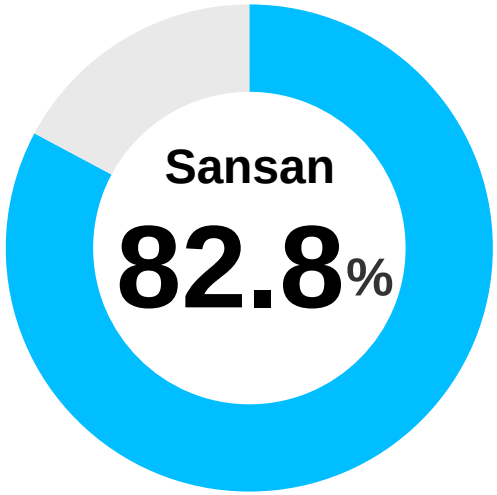
© Sansan, Inc

現在のポジショニング

「名刺管理市場」を自ら創り上げてきたことで、圧倒的な市場シェアと多様な顧客基盤を確立

圧倒的な市場シェアと認知度

2018年売上金額シェア (1)





TVCM第5弾
「面識アリ2017」上にやられた篇 (2)



TVCM第8弾
「遠隔でやられた」篇

6,900契約以上の盤石な顧客基盤

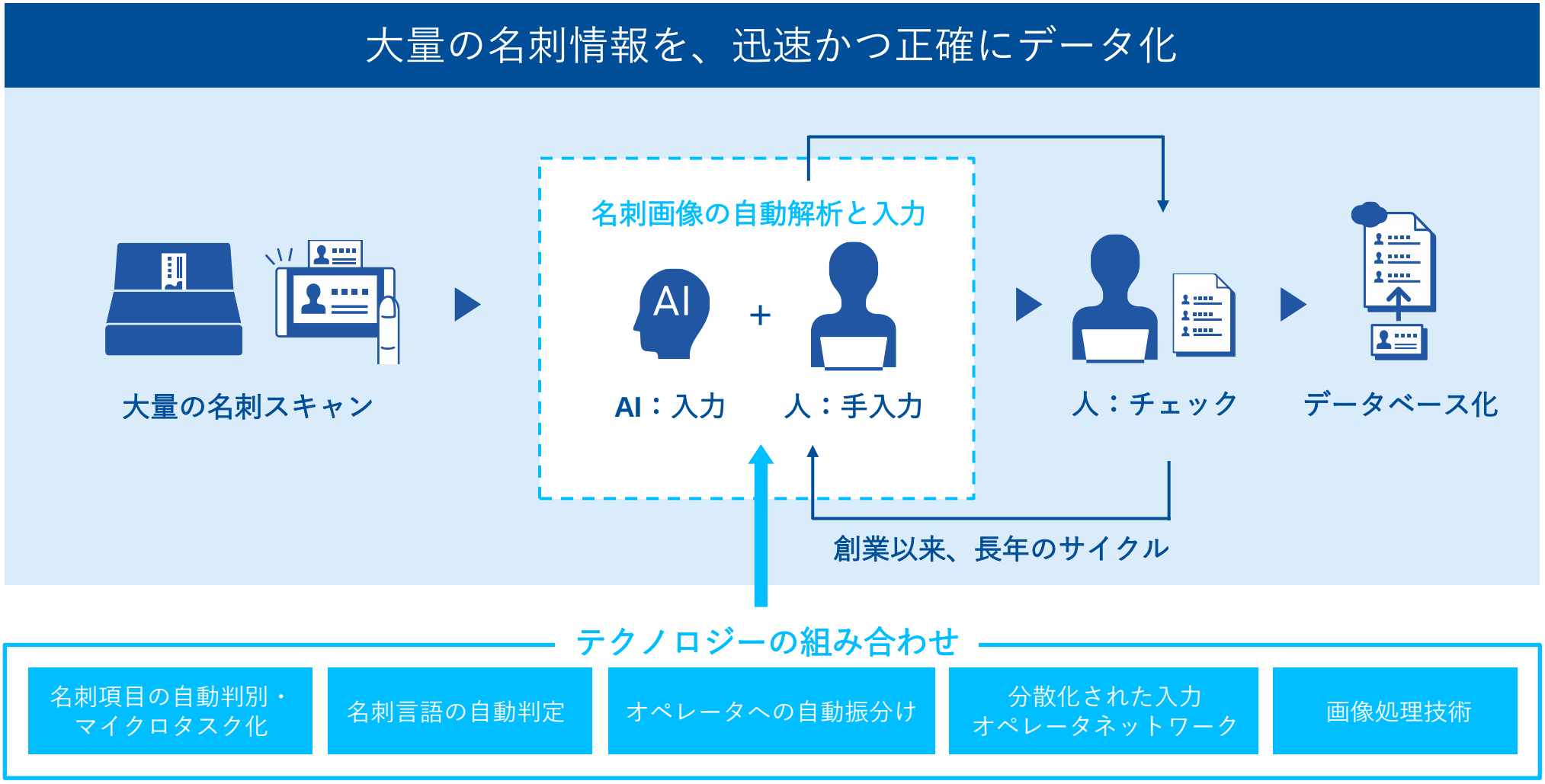
経済産業省 / 徳島県 / SMBC 三井住友銀行 / MIZUHO
MUFG 三菱UFJ信託銀行 / MITSUI&CO. / ITOCHU / Marubeni
NOMURA / 住友生命 / TOYOTA / DENSO
Panasonic / LION / EBARA / 三井化学
ロート製薬 / SHISEIDO / KIRIN / Calbee
dentsu / 朝日新聞 / NTT / docomo
AKTIO / TOKYO GAS / TEPCO / MOL 商船三井
豊田通商株式会社 / 7&i HOLDINGS / 三菱地所 / 三井不動産
東急不動産ホールディングス / 清水建設 / 戸田建設 / AGC
NTT DATA / HITACHI Inspire the Next 日立システムズ / FUJITSU 富士通マーケティング / PASONA

(1) 法人向け名刺管理サービス参入企業シェア（「名刺管理サービスの市場とSFA/CRM関連ビジネス2020 」2020年1月 シード・プランニング調べ）
(2) 第71回広告電通賞サービス・文化部門の最優秀賞受賞

© Sansan, Inc

競争優位性 -データ化精度99.9%を支えるテクノロジーとオペレーション-

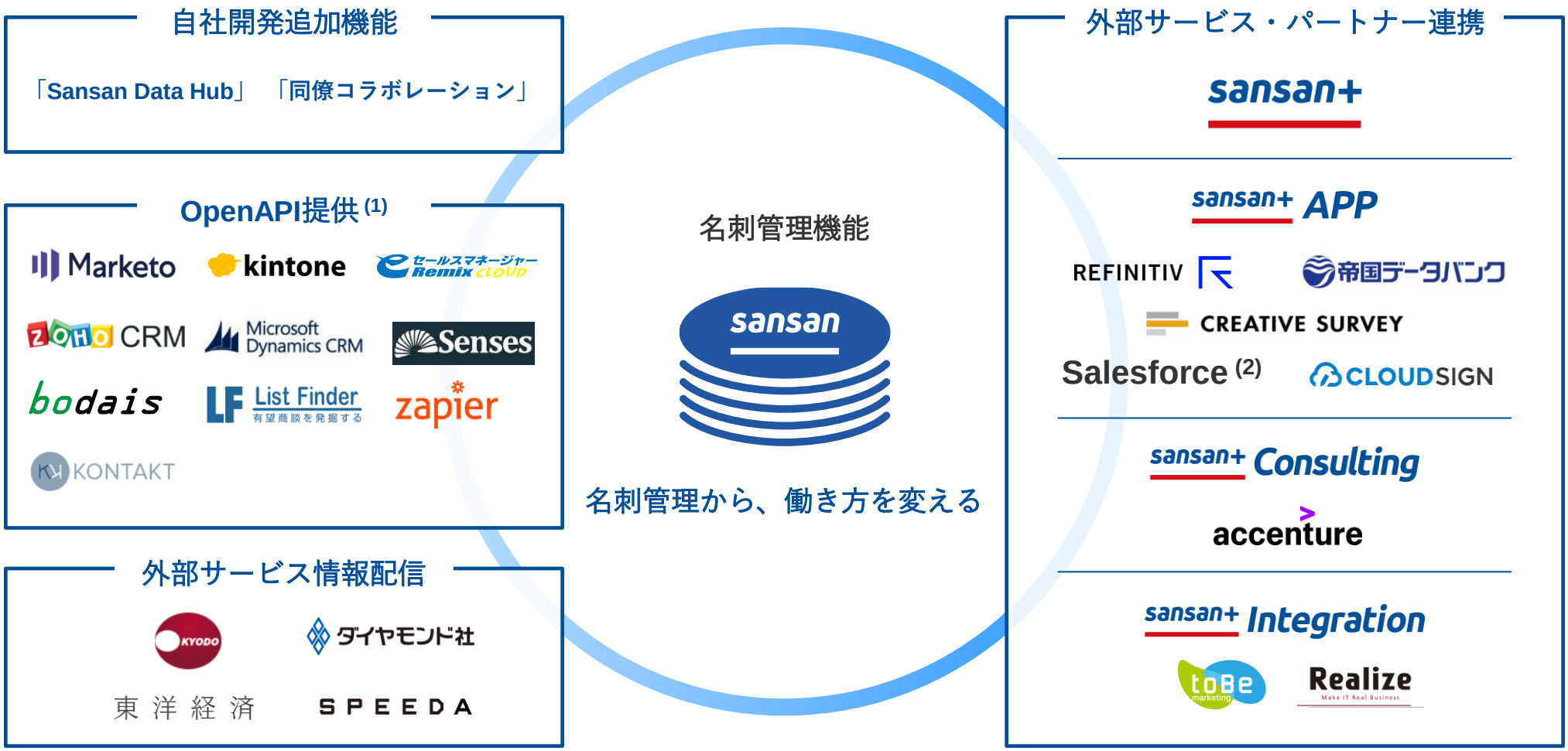
スピードと正確性を両立させた独自のアナログ情報のデータ化オペレーションを確立



© Sansan, Inc

競争優位性 -ビジネスプラットフォームとしての機能性-

名刺管理機能や顧客情報を入り口に、さまざまな業務・機能を「Sansan」上に集約



(1) Sales Force Automation、Customer Relationship Management、 Marketing Automation等の50以上の他社サービスにOpenAPIを提供
(2) Salesforce は salesforce.com, inc. の商標であり、許可のもとで使用しています

© Sansan, Inc

Sansan事業部門の体制

Sansan事業部門の組織体制 (1)

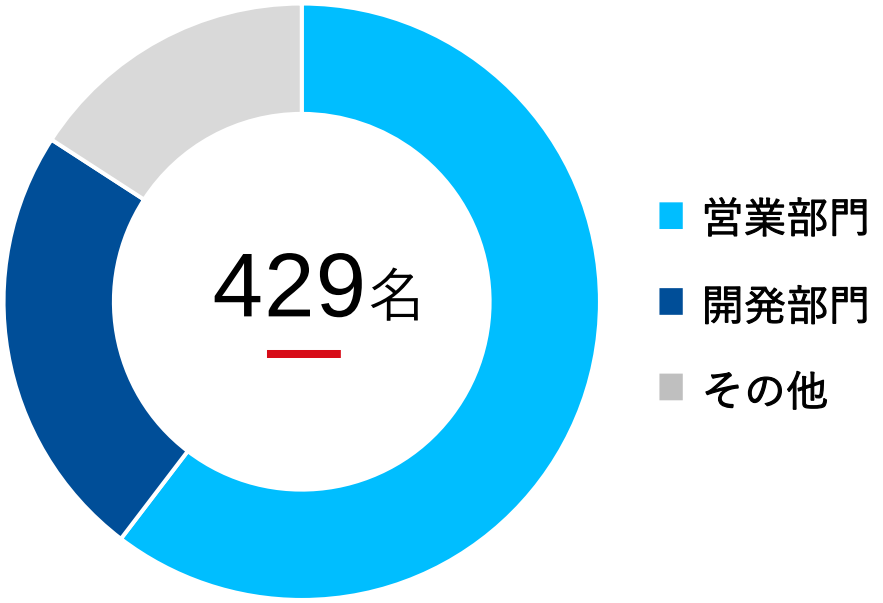
- 事業企画部
- マーケティング部
- Sansan Plus推進部
- Global Sales Development部

営業部門

- セールス ディベロップメント部
- MB営業部
- エンタープライズ 営業部
- SB営業部
- 西日本営業部
- パートナー営業部
- カスタマーサクセス部

- プロダクト開発部

Sansan事業部門の人員構成 (2)

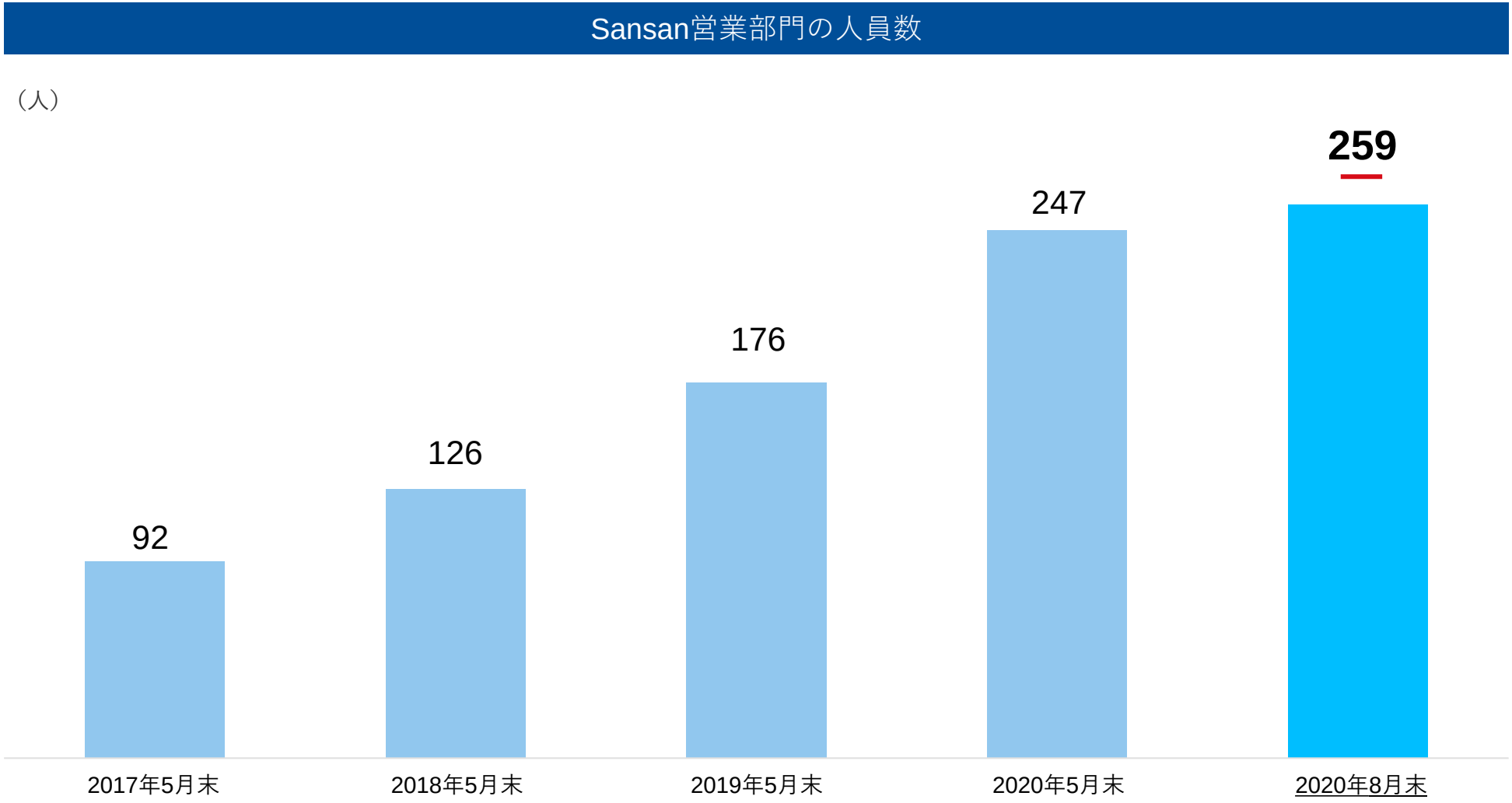


(1) 2020年9月1日現在
(2) 2020年8月31日現在

© Sansan, Inc

Sansan営業部門の人員数推移

2019年5月期下期より、営業人員の採用強化に着手



© Sansan, Inc

「Sansan」の営業体制・手法

大きく3つのプロセス・役割に分解し、営業効率・生産性の向上を実現



- 獲得した見込み顧客（リード）に対する非訪問営業（電話・オンライン等）
- 問合せ（インバウンド）対応
- 直接の商談機会の設定

- 直接訪問を中心とした営業
- 顧客の課題解決に向けたリューション型の営業
- 契約調整から契約締結まで
- 契約獲得後の一部顧客に対するアップセル提案

- 新規契約後の導入サポート
- 日々の利用率モニタリングによる課題解決サポート
- 一部の顧客に対するアップセル提案

© Sansan, Inc

事業運営において重視している主なポイント

1

新規受注額の獲得状況

2

解約率（低水準の維持）

3

営業社員の採用数及び1人当たりの生産性

4

重要機能の利用・普及状況

© Sansan, Inc

目次

1 Sansan事業の概要

2 Sansan事業の強み・特徴

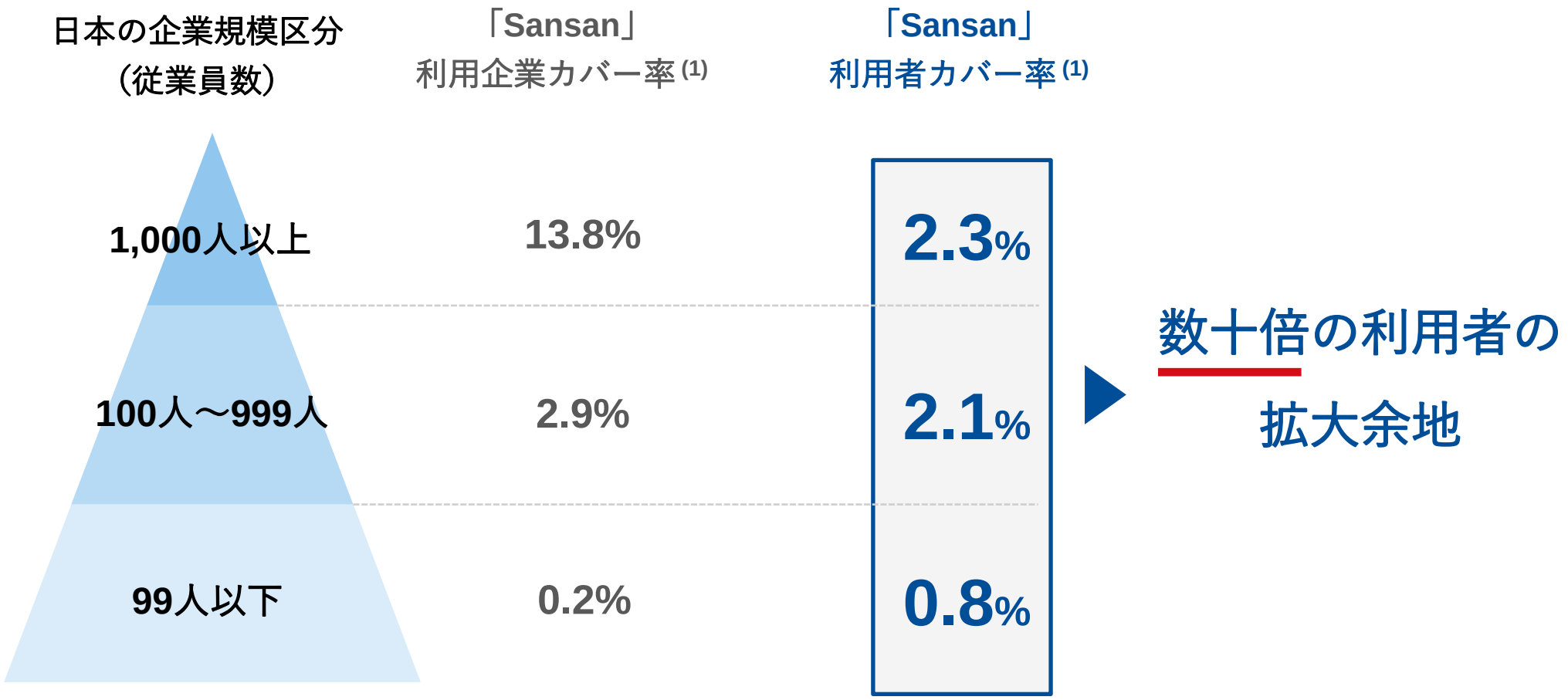
3 今後の成長戦略

- 「Sansan」の日本国内における潜在市場規模（TAMの考え方）
- 売上高成長の要因分解
- 成長実現に向けた主な施策

© Sansan, Inc

「Sansan」の日本国内における潜在市場規模（TAMの考え方）

「Sansan」の利用者数は限定的であり、日本だけでも数十倍の開拓余地が存在



(1) 分母は総務省統計局「2016年経済センサス活動調査」を基にした数値、分子は2021年5月期Q1末における「Sansan」の契約件数及び合計ID数を基に算出

© Sansan, Inc

売上高成長の要因分解

契約件数の拡大と契約当たり売上高の拡大で成長を図る

契約件数の拡大 ×

- 中堅・大企業向け営業体制の拡充
- ソリューション営業の推進
- 地方展開の推進
- グローバル体制の拡充

契約当たり売上高の拡大

既存顧客の利用拡大 ＋ **アップセル機会**

既存顧客の利用拡大
- 全社利用の推進
- 導入支援の充実
- サービス価値の浸透
- 「オンライン名刺」の推進

アップセル機会
- オプション機能の提供
- 他社との連携やM&Aを活用

契約件数

2,436 ▶ 6,969

(2015年5月期Q4末) (2021年5月期Q1末)

約2.9倍

契約当たり月次売上高(1)

80,000円 ▶ 164,000円

(2015年5月期Q4末) (2021年5月期Q1末)

約2.1倍

(1) Sansan事業の各四半期末月の月次実績（「Sansan」以外の一部の新規サービス等を含む、未監査）

© Sansan, Inc

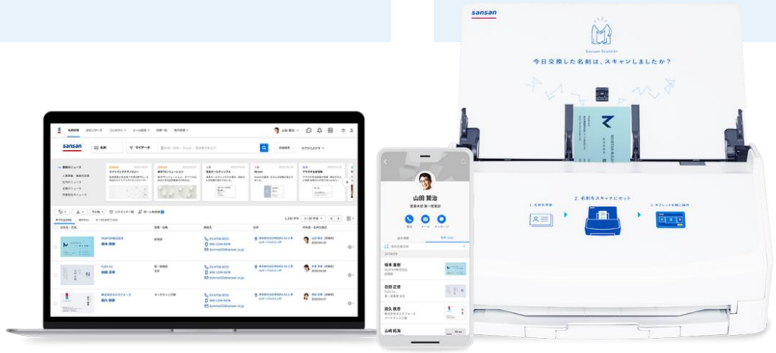
成長実現に向けた主な施策

「オンライン名刺」
機能の普及拡大

「Sansan」プラット
フォーム価値の向上

営業体制・採用の
強化

営業社員1人当たり
生産性の向上



© Sansan, Inc


sansan