sansan

統合報告書
2020

2019.06.01 〉 2020.05.31

Sansan株式会社 統合報告書 2020

出会いからイノベーションを生み出す



sansan

© Sansan, Inc.

企業理念「Sansanのカタチ」

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。



Values

仕事に向き合い、仕事を楽しむ

強みを活かし、成果を出す

具体的に想像せよ

意思と意図をもって判断する

遅いより速い方がいい

感謝と感激を大切にする

Lead the customer

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

業績ハイライト

2020年5月期実績

連結売上高の
年間成長率

30.9%

連結売上総利益率

86.4%

（前年同期比+2.1 points）

連結営業利益

757百万円

（前年同期比+1,607百万円）

連結従業員数

713名

（前年同期末比+164名）

※1 Sansan事業の2020年5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
※3 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）
※4 「Sansan」における固定収入（未監査）
※5 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
※6 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月当社調べ）

Sansan事業

「Sansan」契約件数

6,754件

（前年同期末比+16.0%）

契約当たり月次売上高※1

161,000円

（前年同期比+3.2%）

直近12か月平均
月次解約率※2

0.60%

（前年同期比-0.08 points）

市場シェア※3

82.8%

（前年同期比+0.9 points）

ストック売上高の
年間成長率※4

30.0%

Eight事業

「Eight」ユーザー数※5

270万人

（前年同期末比+26万人）

「Eight 企業向け
プレミアム」契約件数

1,535件

（前年同期末比+85.4%）

モバイル名刺
アプリ※6

No.1

BtoBサービス売上高の
年間成長率

139.8%

沿革

2007年　6月　三三株式会社（現Sansan株式会社）を設立

2007年　9月　「Link Knowledge」（現法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」）を提供開始

2012年　2月　名刺アプリ「Eight」を提供開始

2013年　4月　第三者割当増資により約5億円を調達

2013年　8月　「Link Knowledge」を「Sansan」に名称変更

2013年　8月　「Sansan」のテレビCM第1弾を放送開始

2013年　10月　Sansan Corporation（米国デラウェア州）を設立

2014年　3月　本社を東京都渋谷区神宮前に移転し、商号をSansan株式会社へ変更

2014年　5月　第三者割当増資により約14億円を調達

2015年　10月　Sansan Global PTE. LTD.（シンガポール）を設立

2016年　1月　第三者割当増資により約20億円を調達

2017年　7月　第三者割当増資により約42億円を調達

2019年　6月　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

2019年　7月　第三者割当増資により約47億円を調達

2020年　5月　クラウド請求書受領サービス「Bill One」を提供開始

2020年　6月　「Sansan」にて「オンライン名刺」機能を提供開始

2020年　8月　ログミー株式会社を子会社化

2020年　10月　法人向けセミナー管理システム「Sansan Seminar Manager」を提供開始

目次

02　業績ハイライト
04　沿革
05　目次
06　CEOメッセージ
12　価値創造ストーリー
14　ビジネスモデル
16　競争優位性
18　機会とリスク
20　知的資本
22　人的資本
24　社内制度・社内文化
25　CFOメッセージ
26　事業戦略
28　Sansan事業
36　Eight事業
40　新たな取り組み
44　CSV活動
46　コーポレート・ガバナンス
50　役員一覧
52　会社情報／株式情報

編集方針

本統合報告書は、Sansan株式会社の概要、事業戦略及び経営基盤等について、財務情報、非財務情報の両面からステークホルダーの皆さまに簡潔に説明しています。編集に当たっては、国際統合報告評議会（IIRC）が2013年11月に発表した「国際統合報告フレームワーク」等を参照しています。

報告対象期間

2020年5月期（2019年6月1日から2020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って、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。



寺田 親弘
代表取締役社長／CEO

出会いから
イノベーションを生み出す

当社グループは、
「出会いからイノベーションを生み出す」というミッションを掲げ、
企業やビジネスパーソンが抱える
さまざまな課題の解決につながるサービスを展開しています。
現在では、新型コロナウイルス感染症を背景に
人々の働き方が変化する中で
ビジネス上の「出会い」や「つながり」という分野で
新たなイノベーションの創出に努めています。

私たちSansanは
「出会い」というものをテーマに企業活動を営んでおり、
出会いの力を信じているのです。

Sansanが目指す企業像

当社グループのミッションには、「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く」といった強い想いを込めています。

このミッションにあるように、私たちは出会いというものをテーマに企業活動を営んでおり、出会いの力を信じています。おそらく、今から100年前の世界でも、人工知能等が進んだ100年後の世界でも、何か新しいことが始まるときには、人や企業との出会いがあることに変わりはないのではないでしょうか。「出会いからイノベーションを生み出す」ことは、ある意味で出会いの持っている必然性で、イノベーションは人と人との出会い、関わり合いからしか生まれないと考えています。

このミッションを言葉だけで聞くと、あたかも私たちが主人公のように感じるかもしれませんが、そうではありません。むしろ、気付かれないぐらいのインフラやプラットフォームとしての存在であることが私たちの目指す世界です。現時点でも多くの企業に当社サービスの「Sansan」を利用いただいており、誰かと誰かが出会うという日常的な行為の一部に「Sansan」が寄与できた機会もあるかと思います。しかし、おそらく「Sansan」があったからこの出会いがあったとは強く意識されていないはずです。私たちは、出会いのストーリーの中で生活やビジネスに溶け込んでいて、そこにあるのが当たり前のような存在として、出会いの持つ可能性を最大化するプラットフォームをつくっていきたいと考えています。

出会いというものは、起きた後には必然的なものと感じやすいですが、実際には、事象としてはかなり偶然性の高いものだと思います。この出会いに向き合い、出会うべき人や企業同士が出会っていく、あるいはイノベーションにつながるような出会いとなるものを提供していく、そして私たちが出会いをリコメンドしていくというところまで、一歩ずつ踏み出しながら、出会いの価値の最大化を図り、新しい出会いのあり方自体を創出していけるようになることが、私たちが目指す企業像です。



私たちSansanは今、
どこに向かって進んでいるのか。
それは、私たちが提供するサービスが
ビジネスインフラとなっていくことです。

Sansanの現在地

このような想いの下、当社グループは2007年の創業以来、紙の名刺をデータ化することに向き合い、精度99.9%の名刺データ化技術を作り上げてきました。結果として、「Sansan」は法人向けクラウド名刺管理サービス市場で82.8%のシェア※を有するサービスに成長しました。また、連結売上高は創業以来、順調な成長を続けており、2020年5月期には133億62百万円（前年同期比30.9%増）に拡大しました。

正直に申し上げて、創業メンバーを含め当社の社員は皆、「何かを成した」という感覚をまだ持ってはいませんが、このように事業を形づくり、一定の企業規模に成長したことは事実であり、少なからず新しい市場を創ってきたという自負はあります。米国で興った事業の焼き直しでもなければ、既存事業を模倣したわけでもなく、全く新しい文化や習慣の提案を目指し、前例のないビジネスモデルを創造してきたことは実感として持っています。事業を立ち上げた当初、名刺を管理する価値を皆さまに訴求しながら、プロダクトを提供してきました。その裏側では人力も使った名刺データ化の仕組みを作りました。また、お客さまに使ってもらいやすいように、名刺を読み取るスキャナを配り、名刺をスキャンする部隊も作り、あの手この手で当社のバリューチェーンをつなげ、1つひとつの価値を薄皮を重ねるように積み上げてきました。その結果として、現在では市場と言ってもらえる状態になりました。

しかし、「何かを成した」という感覚がないのは、ビジネス上の課題やポテンシャルに対して私たちが現在アクセスできている部分はまだ非常に限られているからです。これまでに絶え間なく続けてきた顧客のニーズを創るという私たちの持っている精神性は、他の事業領域においても通用するものだと思います。流行っているから、主流であるから挑戦しようということではなく、そこに隠れた顧客のニーズが、隠れた顧客の課題が、隠れた市場があるからこそ、新しいイノベーションが生み出せるのではないかということを大前提に事業に向き合ってきましたし、これからもその姿勢に変わりはありません。

現在では、日本の市場におけるクラウドSaaSベンダーの1つとしてご評価いただいている認識はありますので、日本におけるトップランナーとしての自覚を持ちながら、日本の中で、そしてグローバルで通用するクオリティを目指していきたいと考えています。

※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の存在意義／社会価値

当社は創業時から、私たちがチャレンジしたから何かが変わったというインパクトを社会にもたらそうと挑戦してきました。ユニークさや変化、創造というものは創業の頃から、そして創業以前から私が持っていた志でもあります。このような想いの下、私たちは事業を展開してきたわけですが、もし私たちが存在しなければ現在の顧客は、他の商品やサービスを使っていたのではなく、おそらくそういった商品・サービスが無い世界だったかもしれません。これは私たちの存在意義や社会に提供している価値の1つと言えるかもしれません。

また、現在では、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大を背景として、社会や企業活動自体のあり方が大きく問われています。今後は、ウィズコロナの時代と言われるように、現在の環境を前提にリモートワーク等の多様な働き方や非対面・オンラインでの営業活動等といった新たな事業環境への対応、ひいては労働生産性や効率性の抜本的な改善に向けた行動変容等がより求められる社会になっていくことが考えられます。

それではミッションに立ち返り、私たちSansanが今、何を社会に提供できるのか、そして、今後はどのような価値を提供していくべきなのかということを考えると、それはやはり出会いに向き合うことです。これまでに培ってきた私たちの力を、隣接するビジネス領域に展開し、イノベーションを起こすことであると考えています。それは、現在提供しているサービスだけに留まらず、ビジネスプラットフォームとして企業やビジネスパーソンが抱える課題の解決につながるさまざまなソリューションを提供し、さらには、そのサービス価値を拡大・深化させ続けていくことを意味しています。そして、ビジネスインフラとして認識されるサービスを提供していきたいと考えています。

コロナ禍を前提にした現在では、これまで顕在化していなかった、私たちが向き合うべき領域やインパクトをもたらせる領域があります。例えば、オンラインでの出会いの領域です。オンライン上の打ち合わせでは、相手のことを知らない、お互いの情報がスムーズに交換できないといった課題が生じており、このようなこれからの時代における出会いに向き合っていくことで私たちの新たな価値を創造していきたいと考えています。

Sansanのサステナビリティ

社会課題の1つであるデジタル化というものは、社会においても、私たちにおいても継続的に取り組む必要があるものと捉えています。私たちは2020年6月から「オンライン名刺」機能を提供していますが、コロナ禍であるから急に始めたのではなく、何年も挑戦し続けて築いた基盤の上で、情勢を踏まえて顧客やビジネスパーソンの課題を解決しようという想いの下で展開しています。私たちのアプローチとしては、急に「さあ、変えましょう」という話ではなく、古きものと新しいものが交わっていくような世界を実現していくものです。例えば、名刺の分野で具体的に言うならば、紙の名刺やリアルでの名刺交換といったこれまでの行動や価値もこれまでと同等程度に継続しながら、そこにオンラインでの名刺交換という新たな価値や行動様式が加わってくる、そして、社会全体でのデジタル化が順次進んでいく、そのような世界です。

また、環境という観点で、名刺が紙であること自体は、私たちが創業以来ずっと向き合い続けてきたことです。現在、名刺で使用した紙に相当する部分を森に返そうということで、「Sansan」でデータ化した名刺総数が1本の木から作られる名刺枚数に達するごとに1本の樹を被災地に植樹するプロジェクトを行っています。デジタル化を進めた結果として、最終的には紙がなくなり、自然環境を保全することにもつながると思っています。

Sansan事業では「名刺管理から、働き方を変える」ということをブランドメッセージにしており、企業が抱える課題の解決に貢献する企業として、当社においても職場環境の整備や人材育成には積極的な投資を行っています。例えば、日本で注目され始める前からサテライトオフィスを設ける等、ワーケーションや職場環境の多様化に応えるための取り組みを行ってきました。

これまで当社は事業を育む上で、人材を積極的に採用することで成長速度を上げてきたこともあり、人材の確保や育成には注力しています。人材育成という観点では、社内制度は他の企業と比較するとユニークなものが多いかと思います。例えば、社内に専属のコーチがいるという企業は、あまり多くないかと思います。当社では、1つひとつの施策は社員のためだけということではなく、ミッションの実現に向けて、また企業として継続的な事業成長の速度を上げていくためには、どのような社内制度が必要かという観点で考え、各制度を設計しています。私としては、まずは積極的に挑み続けていく環境を整えることが人材を育成する上では重要であると考えています。



事業環境の変化と現状認識

2020年5月期は、コロナ禍の影響と向き合う機会が多くありました。その多くは、見通しを立てづらい状況の中で、どのように事業を運営していくのか、組織を運営していくのかという課題です。結果として、マイナスの影響によって期初の想定よりは成長ができなかったというのが実態ですが、積み上げてきた基盤の強さがあり、一定以上の成長は果たせているのではと考えています。

このコロナ禍は、私たちにとってはリスクでもあり、機会でもあります。短期的に考えると、ビジネスパーソンをはじめとした人々の交流が減ることで、当然名刺交換の機会が減ります。当社のビジネスモデルからすると急激に業績に影響を及ぼすおそれはありませんが、その状態が恒常化していくと影響が出てきます。一方で、当社が現在注力している「オンライン名刺」を普及させる意味ではまたとない機会となります。このように当社グループにとっては、全面的に追い風でもなく、全面的に向かい風でもない状況であり、この変化をチャンスに変えられるのであれば想定以上の成長曲線を描ける可能性があります。今回のコロナ禍は、現存する人々がこれまで感じたことのないような大きな環境変化であると言え、しかもビジネス上の「出会い」や「つながり」という当社がフォーカスしている部分が分断されている状態であるため、現在は変化を成長機会に変えるための勝負所だと感じています。

現在では先ほど述べた「オンライン名刺」に限らず、新たな取り組みにも注力しています。しかし、私としては闇雲にポートフォリオを多角化させ、総合的に事業を展開することを目的としてはいません。私たちSansanとして、社会課題の解決に貢献できる分野があり、当社のミッションに照らして合致している場合であれば積極的に展開する、そして、1つひとつの事業が真にミッションに寄り添って骨太に育つようなものにしていきたいと考えています。そのため、新たな事業展開は短期的な打ち手ということではなく、中長期的な視点で取り組んでいた基盤の上で実行している施策となっています。

事業環境の変化に対応し、
既存事業における絶え間ない革新と、
新規事業におけるチャレンジの両軸で
戦略を実行していきます。

Sansanの成長戦略

当社グループはBtoBを中心としたテックカンパニーとして、自らプロダクトと市場を創り、広げていくということを行ってきました。引き続き、潜在力を有する市場を拡大していくための既存事業における絶え間ない革新と、ゼロから新しい市場を創ってきたというノウハウを活かした新たな取り組みにおける、当社グループらしいチャレンジの両方の軸で事業成長を図ります。これらを実行する上では、ウィズコロナ時代を前提とした事業環境の変化に対応するべく、企業のDX（デジタルトランスフォーメーション）推進へ寄与していくことを基本的な戦略としています。

既存事業を進化させるため、2020年3月からはSansan事業における新事業戦略「Sansan Plus」を開始しましたが、これはデータの有効活用によって「Sansan」のビジネスプラットフォームとしての価値をさらに向上させるものです。また、クラウドで請求書のオンライン受領を可能にする「Bill One」や契約書データ化ソリューション「Contract One」といった名刺データ化技術を横展開した新規事業も開始しました。さらには、ビジネスイベントの効率化を図るイベントテック事業も新たに開始しており、これらの事業1つひとつに向き合い骨太に育てていきます。

成長を実現するための投資に関しては、これまで通り機会をきちんと見定めた上で、実行するという方針に変わりはありません。2020年8月にはスピーチや対談、記者会見等を全文書き起こしてログ化し、その情報を多くの人に届けるメディアを運営しているログミー株式会社を子会社化しましたが、今後もこれら投資を積極的に活用し、成長戦略を実行していきたいと考えています。そして、ビジネスインフラとして広く社会に認識される状態をグループ全体で目指してまいります。



価値創造ストーリー

働き方改革やデジタルトランスフォーメーションの推進といった新しい潮流にある中、Sansanグループは企業とビジネスパーソンが抱えるさまざまな課題を、名刺管理をはじめとしたプロダクトやテクノロジー、データを活用して解決しています。

INPUT

投入する経営資源

財務資本

- 現金及び預金　12,815百万円
- 株主資本　10,557百万円

社会・関係資本

- 主な提供サービス
  - 法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」
  - 名刺アプリ「Eight」
  - クラウド請求書受領サービス「Bill One」
- 国内における高いブランド認知度

人的資本

- 従業員数　713名
- 従業員に占めるエンジニア数　180名
- セキュリティ意識向上に対する仕組み
  - 社員に個人情報保護士の資格取得を義務付け
  - CISOの設置

知的資本

- 「データ化」や「データ活用」の研究・開発を行うデータ統括部門DSOC
- 教育・研修のさまざまな仕組み
- データ化に係るテクノロジーとオペレーション（データ化の仕組み）
- AI技術

（2020年5月期）

BUSINESS MODEL

企業理念「Sansanのカタチ」

Mission

出会いからイノベーションを生み出す

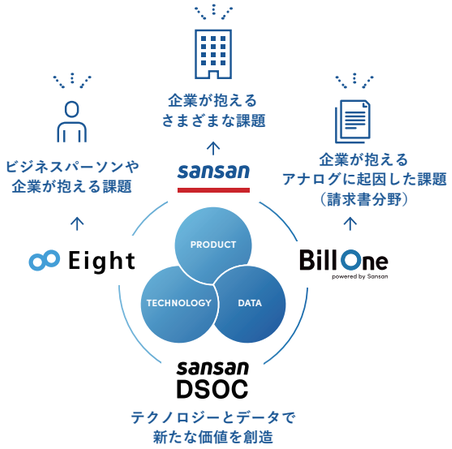
Values

仕事に向き合い、仕事を楽しむ
具体的に想像せよ
遅いより速い方がいい
Lead the customer
強みを活かし、成果を出す
意思と意図をもって判断する
感謝と感激を大切にする
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

ビジネス領域



OUTPUT

生み出した成果

財務資本

- 5年間の年平均売上高成長率　46.8%
- 売上高　13,362百万円
- 売上総利益率　86.4%
- 営業利益　757百万円
- 営業キャッシュフロー　2,822百万円

社会・関係資本

- 「Sansan」「Eight」の合計契約件数　8,000件超
- 「Eight」ユーザー数　270万人超
- 法人向け名刺管理サービス参入企業シェア　82.8%

人的資本

- 国内有数のSaaSの販売・マーケティング人材　283名
- 個人情報保護士取得者　603名
- 女性管理職比率　11.1%

知的資本

- 「Sansan」名刺データ化精度　99.9%
- 特許 7件（出願中11件）

自然資本

- 累計植樹本数　7,227本

（2020年5月期）

OUTCOME & IMPACT

提供する社会的価値

働き方改革の推進

あらゆる業務をクラウド上で可能にすることで、リモートワークといった多様な働き方を促進

企業の生産性向上

アナログ情報のデジタル化により業務を短縮し、効率化

データ活用による新たな営業機会の創出

データ化したビジネス情報の共有や分析により新たなビジネスチャンスを創出

デジタルトランスフォーメーションの推進

名刺をはじめとしたアナログの各種ビジネス情報をデータ化し、資産に変え、企業の課題を解決し、働き方を変える

イノベーションの創造

技術力を活用した新たなイノベーションの創造

先進的技術研究による経済貢献

サービス改善の過程で積み重ねた研究により技術力向上に貢献

SDGsに貢献する分野



ステークホルダー

■ 株主 ■ 従業員 ■ 取引先 ■ 法人ユーザー ■ 個人ユーザー ■ NPO

ビジネスモデル

企業やビジネスパーソンが抱える
さまざまな課題の解決につながるサービスを展開

当社グループは、「出会いからイノベーションを生み出す」というミッションを掲げ、「クラウドソフトウエア」に「テクノロジーと人力による名刺データ化の仕組み」を組み合わせた新しい手法を軸に、名刺管理をはじめとした企業やビジネスパーソンが抱えるさまざまな課題の解決につながるサービスを展開しています。主には、名刺をデータ化し、人と人のつながりを情報として可視化・共有できる法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」を展開するSansan事業と、ソーシャル・ネットワーキング・サービスの仕組みを取り入れ、名刺をビジネスのつながりに変える名刺アプリ「Eight」を展開するEight事業の2つを運営しています。両サービスが取り扱う名刺には大変ユニークな価値があります。名刺は、ビジネスの出会いのシーンで交換される慣習が根強く、そこにはビジネスパーソンを表す正確な情報が記載されています。また、名刺交換の履歴情報自体にも大きな価値があるほか、現在でもほぼ紙のままで使用されており、今後の運用や管理方法には効率化の余地が大きく残されていると考えています。

ビジネスプラットフォーム展開

データを有効活用するビジネスプラットフォーム

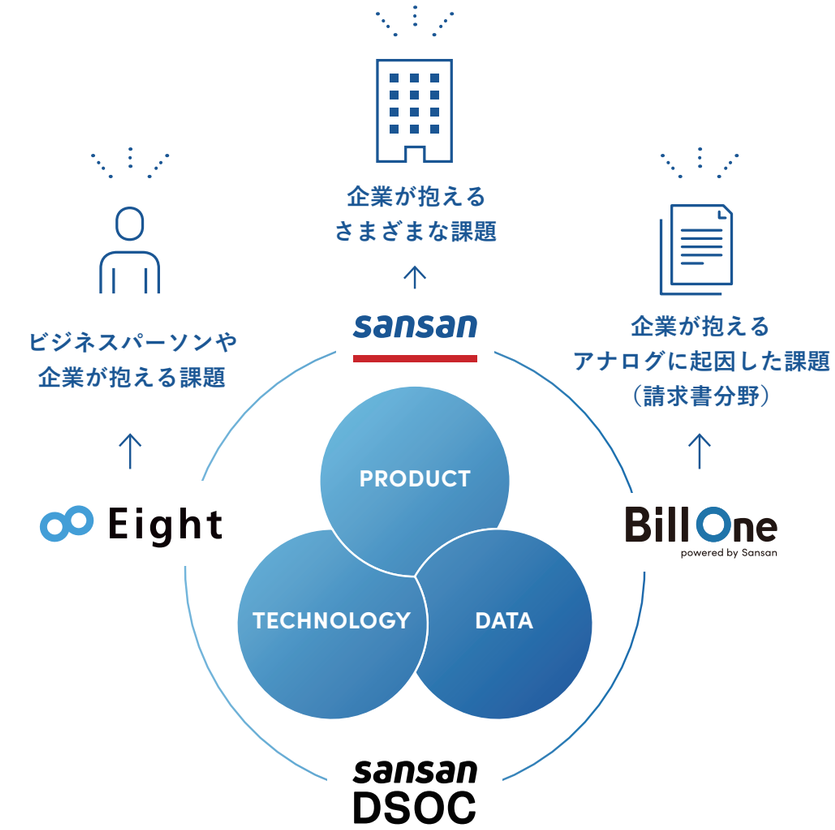
当社グループの主要サービスである「Sansan」は、名刺情報を99.9%の精度でデータ化する機能を軸にさまざまなソリューションを提供しており、データ化されたビジネス上のコンタクト情報を活用してユーザー企業の生産性向上や新たな営業機会の創出といった企業活動の進化や発展を促進・支援するビジネスプラットフォームです。例えば、データ化された名刺情報の管理や検索機能はもちろんのこと、その名刺所有者へのメール配信やその会社との営業案件の管理、さらには、会社に紐づくニュース情報の確認や外部のビジネスツールで管理している契約情報の確認等、さまざまな利便性の高い機能を有しています。

また、主に個人向けに提供している「Eight」では、ユーザーのキャリア変遷にかかわらず、生涯を通じて利用が可能なため、ビジネスライフを通じて取得してきたコンタクト情報を蓄積し、有効活用することができます。

ビジネスプラットフォームとしての特徴

「Sansan」「Eight」には名刺をデータ化するという共通点がありますが、これには大きな可能性があると考えています。まず、名刺は業界や業種を問わず、多くのビジネスパーソンが所有しており、さまざまなシーンで活用されているツールであるため、当社グループのサービスはビジネスプラットフォームとしての条件に適っており、幅広く利用されやすい特徴があります。また、名刺の正確なデータ化を通じて、顧客情報や人物情報、企業情報のデータベースが自動に構築されていくモデルとなっているため、継続利用率が高いという特徴を有します。さらには、企業が利用する多くのビジネスツールは、正しい顧客情報を基に活用されるという性質があるため、それらを手入力することなく、自動で正確性も担保可能な当社グループのサービスは、ビジネスツール群で構成されるエコシステムの入り口に位置することが可能であると考えています。

ビジネス領域



テクノロジーとデータで
新たな価値を創造



競争優位性

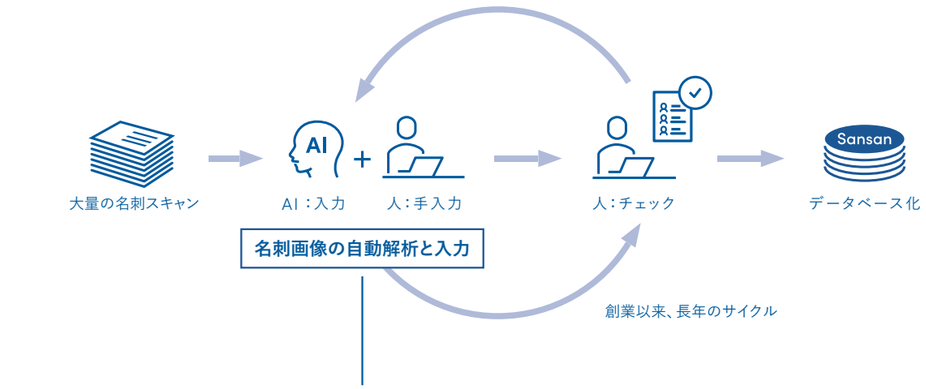
競争力の源泉は名刺データ化精度99.9%を実現する仕組みとテクノロジー

クラウド名刺管理サービスにおける名刺データ化の精度は、サービスの本質的な品質・競争力に資するものであり、「Sansan」では、99.9%の精度を実現しています。当社グループの技術力と独自の仕組みが競争力の源泉であり、競合他社の追随を許さないオペレーションを確立しています。

名刺データ化の仕組みとオペレーション

当社サービスでは、機械学習等によって進化するAIテクノロジーと人による手入力の組み合わせによって、名刺データ化を行っています。現在、光学文字認識技術（OCR）による自動データ化技術が普及しているものの、どのようなOCRを用いても99.9%の精度を実現することはできず、人による手入力でデータ化精度を補完する必要があります。当社グループでは、研究開発部門でのAI技術研究によって機械による自動データ入力の精度を高めるとともに、国内外にいる数十万人以上のオペレーター体制によって、大量の名刺を早く、そして低コストでデータ化するフローを実現しています。

大量の名刺情報を、迅速かつ正確にデータ化



名刺データ化のフロー

ユーザーが専用のスキャナやスマートフォンのアプリケーションで名刺をスキャン・撮影すると、取り込まれた名刺画像が当社に送付されます。その名刺画像は、画像処理技術によって背景処理がなされ、文字を際立たせるホワイトニング等の画像補正処理によって文字が読み取りやすい状態へと加工されます。

次に、名刺上の文字のかたまりを機械による完全自動化で分割した後、会社名・姓名・肩書き・メールアドレス・会社のロゴといった項目毎の分類を実施します。また、セキュリティに配慮し、姓名や電話番号、メールアドレス等を含む画像は、情報として価値が無くなるまで切片化します。

その後、機械による自動入力で確定できなかった場合には、人による手動入力にて入力を行います。例えば、メールアドレスに関しては、自社で開発した「DSOC OCR」によって、99.7%で自動での入力処理を行っています。入力過程においては、入力ミスを防ぐために2人以上のオペレーターによって同じ画像の入力を行い、その結果が合致するまで入力工程を行うことでデータ化精度を高めています。また、人による入力の間違いには一定の規則性があることから、分割されたデータを1つの名刺情報に集約した後に、AIでの深層学習等を用いて解析し、データ化精度を補完しています。

この一連のフローでは、名刺1枚当たり約20の工程に細分化することで、一部難易度の高い工程を除いた各作業が簡易になり、世界中の誰でも、どこからでも作業することが可能となっています。人による手入力の場合には、国内外数十万人以上のオペレーターが作業工程に携わっており、大量の名刺を即座にデータ化するフローを実現しています。

そのほか、さらなるデータ化精度の改善に向けた独自の研究を行っており、AI技術を用いた文字の言語判定や会社ロゴの抽出、顔写真の判定等によって、あらゆるデザイン、文字形式であっても高い精度でデータ化できる仕組みを実現しています。

創業から磨き込みを続けるサービスのUI/UX

当社グループは2007年の創業から、法人向け名刺管理サービス市場を自ら創り上げ、当該市場で82.8%の高いシェア※を有するパイオニアとして、市場をリードしています。

サービスを開始して以降、さまざまな独自の構想や利用ユーザーからのフィードバック等を基に、日々、利便性向上や機能の拡充等に取り組んでいます。現在では、名刺管理機能に留まらず、企業の全社員での利用を想定したビジネスプラットフォームとして展開しており、名刺情報・顧客情報を有効に活用した、さまざまな機能を「Sansan」上でスムーズに体験できるUI/UXを実現しています。

※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）

盤石な顧客基盤

サービス開始当初は、中小企業の利用が中心でしたが、マーケティング活動等に注力するにつれて、徐々に大企業での利用も拡大しました。社会的に、より高いセキュリティが求められる金融機関での導入も進む等、2020年5月末時点で業界、業種を問わない6,700以上の契約を有しており、盤石な顧客基盤を構築しています。

経済産業省 Ministry of Economy, Trade and Industry / 徳島県 / 北九州市 CITY OF KITAKYUSHU / MIZUHO / NOMURA
MITSUI&CO. / ITOCHU / TOYOTA / Panasonic / KIRIN
NTT / Orchestrating a brighter world NEC / TEPCO / dentsu / SEVEN-ELEVEN JAPAN

CISO／DSOC 担当取締役メッセージ

アナログ情報をデジタル化する分野では基盤が整っており、次は、データを活かすフェーズです。

取締役／CISO／DPO／DSOC 担当　常樂 諭

Sansanの競争優位性

当社グループがこれまで培ってきた技術の中で特徴的なものとしては、アナログ情報をデジタル化する分野における名刺情報のデータ化オペレーションが挙げられます。名刺という非定型かつ多様なデザインがあるものに対して、OCR（光学文字認識技術）やAI（人工知能）OCRといった技術だけではなく、人力も組み合わせることで、どのような撮影条件下のデータであっても99.9%の精度かつスピーディにデータ化するスキームを作り上げました。人力という面では名刺入力において、さまざまなオペレーターを組み合わせることで、繁閑の波に対応し、コストも抑えられる仕組みになっています。結果として、当社はこのアナログ・デジタル分野で、高い技術力とノウハウを培うことができ、大きな競争優位性になっていると考えています。そして、アナログ・デジタル分野は名刺に限ったものではなく、現在では、これまでの仕組みを活用することで、請求書等のデータ化も実現しています。

また、一般的に研究開発から製品に至るまでの道のりは長いですが、当社グループの場合は、例えば法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」内で、研究成果を早い段階で新たな機能として提供しています。研究成果の製品化を迅速に行える仕組みがあることも当社グループの特徴の1つです。この仕組みによって従来の成長曲線とは異なる進化の流れができており、製品の進化にも寄与していると思います。私としては、本当の意味で事業に貢献する研究を目指しており、所属する研究員にとっても社会に貢献している実感が得やすい環境となっているのではないでしょうか。

Sansanが向き合うリスク

当社グループがリスクとして最も向き合う必要があるのは、情報セキュリティです。企業理念において、Premiseとして「セキュリティと利便性を両立させる」と掲げているように、情報セキュリティに対する意識を経営の中でも優先度の高いものとして位置付けています。当社が最初に設けたCxO（最高責任者）が、CISO（Chief Information Security Officer）であるのは、情報セキュリティへの優先度の表れでもあります。

情報セキュリティに対しては、考え得るほぼ全ての取り組みを実施していますが、当社グループの特徴的な取り組みとしては、ペネトレーションテストが挙げられます。当社のような業態では、一般的には自社のWeb サービスを外部から攻撃するテストを行うことが多いのですが、社員のリテラシーの問題や運用が脆弱なポイントが社内に存在することがあり、そこから大きな問題に発展する危険性があるため、当社では社内システムを抜き打ちで攻撃するテストを行うのです。実際にテストを実施する度に新しい気づきがあり、形式だけの取り組みとならないよう、内部監査の実施には注力しています。また、社員のリテラシーという点では、個人情報の保護は当社の生命線でもあることから、社員に「個人情報保護士」の資格取得を義務付けており、基礎的な知識を取得してもらうようにしています。

Sansanの機会

アナログ情報をデジタル化する技術を培ってきた当社グループでは、これまでも自社のOCRエンジンを開発してきましたが、今後、名刺入力に関しては人手を極力無くしていきたいと考えています。その実現に向けて、AI OCRと呼ばれる領域においても自社開発を行っており、将来的にはさまざまな分野での活用を期待しています。

アナログ・デジタル分野では一定の成果を上げてきましたが、私は当社グループの次なるステップはデータカンパニーになることだと考えています。当社のデータ統括部門DSOC（Data Strategy & Operation Center）では使命を「Activating Business Data」と位置付けており、ビジネスデータを一層活用できる世界を作っていきたいと思っています。データは個々のデータだけでも価値はありますが、融合されることによって飛躍的にその価値が上がります。例えば、ビジネス関係の知人の人事異動や転職といった情報はビジネス機会となり得ます。人や企業に変化が加わったタイミングを適時に捉え、ビジネス機会を増やせる環境を提供したいと思っています。

データベースを構築していくに当たっては、データの収集だけではなく予測も必要になるため、今後は一層、機械学習が重要になってくると感じています。通常の企業であれば開発チームはデータサイエンスや画像処理の専門家等で構成されると思いますが、現在、DSOCに所属する研究者約20名程度の中には経済や社会科学の研究者も含まれています。経済や社会の研究者がメンバーにいることで、解決するべき社会課題や製品を提供する価値といった部分も合わせて研究することができ、多様性を活かすことが可能な特徴的な研究開発体制になっていると思います。このような当社ならではの強みや特徴を活かし、データという観点で新たな機会を追求していきます。

Sansanの次なるステップはデータカンパニーとなり、ビジネス機会を増やすことに貢献することです。



常樂 諭
取締役／CISO／DPO／DSOC 担当

データ統括部門 DSOC

あらゆる出会いに関するビジネスデータと向き合い、新たな価値を創出する組織

DSOC（Data Strategy & Operation Center）は、データ生成を役割とするサービス開発部と、そのデータを活用した研究や新しい技術を開発する研究開発部から構成されるデータ統括部門です。あらゆるビジネスデータに向き合い、出会いのデータベースを構築することで当社サービスの事業成長を支え続けるとともに、研究開発を通して新たな価値を創出することで事業成長をけん引する組織として活動を続けています。

DSOC発足の経緯

以前は、「Sansan」と「Eight」はそれぞれが名刺をデータ化する入力部門を抱えており、各サービスの成長とともに増えていく名刺のデータ化需要に対し、人による手入力を中心にオペレーションを実施していたことから納品までに最大3か月を要する等、データ化の遅延が事業成長の足かせとなっていました。そこで、データ化プロセスが異なる2つのサービスの入力部門を統合し、オペレーションの効率化と機械による自動入力の研究開発を担う部門として、データ統括部門のDSOCを発足させました。また、正確な名刺データ化を実現してきたことから、そのデータを解析し、整理することで新たなサービスや機能を生み出すデータ活用の研究も行っています。そのほか、名刺データや名刺交換に基づくコンタクト情報は大変ユニークな情報であることから研究対象としての魅力が高く、採用の競争力となっており、優秀なエンジニアや研究者が集まる研究組織となっています。

現在では、取り扱うデータは名刺以外にも広がっており、プレスリリースや業績等の企業の公開情報、請求書、契約書といったあらゆるビジネスデータに向き合い、「出会い」そのものに新しいイノベーションを起こすような研究開発によって、当社サービスに新たな価値をもたらし、事業成長を支えています。

有用なデータを生成する取り組み

名刺をはじめとしたあらゆるビジネス情報を正確にデータ化することによって、有用なデータを生成しています。名刺においては、正確な名刺データ化を実現する仕組みとして、オペレーションや画像認識技術等の研究開発・運営を行っており、大量の名刺を正確かつ効率的にデータ化する独自のオペレーションシステム「GEES」を運営しています。「GEES」は、AIを駆使して、スキャンされた名刺画像を分割して作業単位を小さくすることで、精度とセキュリティを担保しながら、世界中の人的リソースを効果的に活用する仕組みとなっています。そのほか、AIのみでデータ化をするスマートキャプチャー技術、名刺画像から姓名、会社名、住所、電話番号、メールアドレス等の項目が記載された領域を推定する技術、名刺のデータ化において発生した誤りの傾向を学習し、ミスが発生している可能性のある名刺を予見する技術や名刺に書かれた文字画像の言語を判定する技術等、独自に研究開発したAIによって、名刺を正確にデータ化しやすい情報にしています。

新たな価値を生み出すデータ活用

生成された正確で大量なデータを用いて、サービスの改善や新しい機能付加、新規事業の創出に向けた取り組みを行っています。例えば、DSOCの研究開発部門が取り組んでいるさまざまなビジネス課題の研究を「Sansan」の新たな機能として体験することができる「Sansan Labs」等を提供しています。そのうちの機能の「同僚ナレッジサーチ」では、キーワードを入力すると、特定の業界や分野についてナレッジを持った同僚を「Sansan」上で検索することができ、プロジェクトメンバーの選定や社内の情報収集等に活用ができます。また、登録した名刺から営業先のキーパーソンを表示する等の営業活動をサポートする機能もあります。このような実際の事業に近い研究開発を行うことで事業成長に貢献しています。

企業のブランドや評判を広く効果的に定量化する指標「Eight Company Score」

ESG投資といった事業の社会的意義や持続性等、企業の財務指標以外の特性に着目し、その評価が高い企業に投資しようという意識が高まっています。「Eight Company Score」は、名刺アプリ「Eight」のユーザーに対するアンケート調査に基づき、これまで数値化されなかったステークホルダーによる企業評価の定量化を実現したスコアです。これまでの研究で、本指標は株主価値、企業業績やリスクとの関連があることが示されており、ESGのSocialと関わりの深いスコアであると私たちは考えています。今後はさらに研究を進め、本指標と企業の成長性や持続可能性との関連性についてより精緻に検証していきます。

優秀なエンジニアリング人材と研究開発

DSOCの研究開発メンバーには、データサイエンティストや機械学習、画像解析、自然言語処理の専門家、Kaggleの Grandmaster※を所持するスペシャリスト、社会科学の知見からネットワーク分析を行う研究員等、多様なメンバーが在籍しています。その優秀なエンジニア・研究者による研究開発で得られた成果や知見を国際学会での発表や研究レポート等で広く共有するほか、世界中の優れた外部識者との共同研究も行っています。

※「Kaggle」では、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が開催されており、日本人では約10名がその上位者のタイトル「Kaggle Grandmaster」を所持しています。

共同研究が国際学会「NetSci 2019」にて受賞

DSOCと外部識者がコラボレーションする共同研究プラットフォーム「Sansan Data Discovery」の取り組みから生まれた、企業間のつながりを可視化するデータビジュアライゼーション「Dawn of Innovation」が、ネットワークサイエンスにおける最大級の国際学会「NetSci 2019」において、ネットワークデータを活用したアートワークの中で最も優れた作品に贈られる「Visualization Prize」を受賞しました。本アートワークでは、横幅約10メートルの3面ディスプレイとマルチチャンネルサウンドシステムによって、イノベーションを導く弱いつながりを強調して可視化しました。







取締役／CHROメッセージ

ミッション実現への想いを原動力に全員で同じ方向に進む、ミッションドリブンな企業風土です。

取締役／CHRO／人事部 担当　大間 祐太

Sansanの人材・組織の特徴

当社グループの人的資本や知的資本といった側面で、最も特徴的だと私が思うのは、ミッションドリブンな環境で組織が構成されていることです。Sansanという会社が何を目指すかがミッションとして明文化されており、全社員が何のためにSansanが存在しているかを言える会社です。そして、ミッションを実現していくための戦略は何か、大事にしている価値観は何かということが、企業文化として浸透していると思います。

このような企業文化を醸成できている1つの要因は、私たちのミッションやバリューズがどうあるべきかを社員全員で議論しているからだと思います。2010年から、2年ごとに私たちは何者なのか、どうあるべきかを全社で議論しています。このように、目指す企業像がしっかりと浸透し、それを成し遂げるために自らが何を為すべきかを自分事にできているのは、特徴的な部分だと感じています。

優秀な人材の確保

当社では「7人8脚」という言葉をよく使いますが、これは、ミッション達成への想いを原動力として全社員で同じ方向に進み、他部署が困難な状況になれば助け合い進んで行くという姿勢を表しています。これまでを振り返ると、事業成長に貢献するたくさんの優秀な人材を継続的に採用できているものと捉えています。それはミッションから、組織、そして、製品に至るまでの全てがつながった状態で共感してもらいやすいストーリーになっていることが大きな要因だと考えています。

また、優秀な人材が持っている優れた知見を組織が吸収し発展していくためには、さまざまな社員間でのコミュニケーションを活性化する必要があると考えています。そのため、当社では部門をまたいだ社員同士が活発に交流できる機会を積極的に創出するだけではなく、多くの社員にこれら機会が活用されるよう、さまざまなユニークな人事施策を設けています。

社員のエンゲージメントの向上

私たちは毎月、社員からの人事に関するアンケートを集めており、回答をいくつかの項目で指標化し、社員のエンゲージメントを定量化して把握しています。何かしらの人事施策を行った際にはそれらの指標を分析・活用し、次の施策に活かしています。人事の領域においては、感覚的に定性面だけで判断してしまうことがありがちですが、定性的な評価だけでは、実態とかけ離れていることが多々あるため、定量化することで従業員エンゲージメントを適切に判断することにしています。また、現状の当社はまだ成長途上の段階にありますが、今後の企業規模の拡大も踏まえ、高いパフォーマンスを示す社員に対しては、早いタイミングでの重要な役職への抜擢等も検討しています。このように、企業の成長フェーズに合わせた人事施策を行うことで社員のエンゲージメント向上を図りながら、社員全員が成長できる環境の整備に取り組んでいます。

報酬体系

持続的に事業成長を遂げていくためには執行力を高めることが何よりも重要であると考えています。その一助とするべく、報酬制度や評価制度は適宜見直しを行っています。まずは、2020年7月に、執行役員以上の経営層に対する業績目標連動型募集新株予約権（有償ストック・オプション）の発行を決定しました。有償ストック・オプションの目的としては、当然のことながら経営層の直接的なコミットを高めることです。企業価値向上に結びつく事業計画を経営陣が確実に実行するためのインセンティブ制度になっていると考えています。

次に、社員の報酬・評価制度においては、変動賞与制やミッショングレード制度（役割等級制度）を導入しており、現在の成長フェーズに合致した評価体系になっていると考えています。このミッショングレード制度は、実績評価だけで社員に報いるのではなく、今後の期待値も含めて報いる設計となっており、期待や役割に基づく抜擢人事や報酬の変更を行うことができ、社員1人ひとりの成長にレバレッジをかけることができます。また、周囲の社員が同僚を定量的に評価する360度の評価制度も導入しており、これによって周囲の期待に応え続けて高い成果を上げた人材は、相応の報酬や役割が与えられることになります。そして、このように期待をかけた社員の成長が、次は周囲や他部門の社員の成長にも波及・寄与し、組織全体の一段高い成長実現に結びつけることができればと考えています。

企業としての成長フェーズに合わせた人事施策を実行することで社員のエンゲージメントを向上させ、事業成長に貢献します。

企業成長を支える制度・仕組み

生産性を向上し、社員1人ひとりの成果を最大化

当社グループが掲げるミッションを実現し、事業成長を加速させていくためには、社員1人ひとりがミッションやバリューズ等について深く理解・共感をした上で各成果を最大化し、持続的な成長を続けていくことが必要不可欠であると考え、働く社員の生産性の向上を目的とした環境整備に取り組んでいます。

会社理解や社内コミュニケーションの活性化を促進する制度・仕組み

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で、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。

Know Me

異なる業務に携わっている社員同士が３人１組で食事をする場合に飲食費を補助する制度を設定しています。社内交流を活性化し、業務の質を高めることに寄与しています。

Sansan TV

会社理解の促進ツールとして、社内のさまざまな取り組みや活躍社員のインタビュー等をビデオコンテンツでまとめた映像版社内報を配信しています。

社員の知識習得や技術向上を目的とした教育・育成制度

コーチャ

社員のビジネススキルを高めることを目的に、ビジネスコーチの専門資格を持つ社員から、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。スキルアップを希望する社員の成長課題を発見し、具体的な行動計画の設定までをコーチが後押しします。

Geek Seek

エンジニア職や研究職、デザイナー職の社員向けに知識習得や業務効率向上に必要な書籍、ツールの購入やイベント等の参加にかかる費用を補助する制度です。幅広い知識習得や技術向上の後押しをすることで、サービスの品質向上につなげることを目的としています。

多様なワークスタイルを可能とする制度

イエーイ

業務内容に合わせて働く環境を調整できる在宅勤務制度です。柔軟な勤務形態を設け、業務の生産性を向上させることを目的としています。

どにーちょ

平日の勤務日を休日に振り替えることができる制度です。出社日を各自が調整可能にすることで、業務の生産性向上を目的としています。

MOM

保育園料の全額補助や子供の送り迎え時のタクシー代を補助する制度を設け、産休・育休を取得した社員の職場復帰を後押ししています。

KISS

ベビーシッターや家事代行サービスに係る費用の補助をする制度を設けており、育児中の仕事と子育ての両立をサポートしています。



取締役／CFOメッセージ

財務健全性の確保と成長投資の推進により企業価値及び株主価値の向上を目指します。

取締役／CFO／財務経理部 担当　橋本 宗之

2020年5月期実績と2021年5月期見通し

上場初年度である2020年5月期は、連結売上高の前年同期成長率30.9%、そして全ての段階損益において黒字化を達成しました。新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、第4四半期の業績にはマイナスの影響が生じてしまいましたが、Sansan事業における営業体制の強化やサービスの利便性の拡充といった成長戦略を推進することができました。

2021年5月期については、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、売上高成長率は一時的に鈍化する見込みですが、成長率の再加速に向けた投資の強化を図り、2022年5月期の売上高成長率は30%以上を目指しています。

売上高の成長に向けた投資の考え方

これまで当社グループは、主に既存サービスのさらなる認知度の向上や既存顧客のサービス利用拡大に向け、テレビCMを中心としたマーケティング活動、Sansan事業の営業人員及びエンジニアの拡充を目的とした人材採用に投資をしてきました。今後はこれらの投資に加え、さらなる成長実現への施策として、新しく提供した「オンライン名刺」機能の普及拡大や当社がこれまで培ってきた独自のテクノロジーを活用した新規事業展開の加速を目的とした投資も充実させていく予定です。また、成長を実現するに当たっては、M&A等も積極的に活用していきたい考えです。

健全な財務体質

現在は成長機会に応じて機動的な投資を実行しているフェーズであるため、投資有価証券の取得等によってフリー・キャッシュフローは年度により大きく増減することがありますが、投資有価証券の取得による支出を除いた数値でフリー・キャッシュフローを算出した場合には、2020年5月期には通期でプラスに転じています。

また、連結売上高の9割を占めるSansan事業は、継続的な収入が見込めるサブスクリプションモデル（月額課金）を中心としたビジネスモデルとなっています。加えて、「Sansan」サービスは、直近12か月平均の月次解約率が1.0%以下の低水準に留まっていることや年間契約といった特徴を有していることから、将来の業績予測が比較的容易であり、安定した成長が見込めるモデルとなっています。

当社グループは、2019年6月に東証マザーズに上場しましたが、その際に新株発行及びオーバーアロットメントの実施に伴う第三者割当増資によって約68億円の資金調達を行ったことから、2020年5月期末の現預金は約128億円となっており、安定した財務基盤を構築しています。

事業戦略

Sansan事業とEight事業の成長実現と独自のテクノロジーを活用した新たな取り組みの創出

当社グループの事業は、名刺をデータ化し、人と人のつながりを情報として可視化・共有できる法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」を展開するSansan 事業と、ソーシャル・ネットワーキング・サービスの仕組みを取り入れ、名刺をビジネスのつながりに変える名刺アプリ「Eight」を展開するEight事業の2つのセグメントで構成されています。Sansan事業は、2020年5月期の連結売上高の約92%を占めており、グループの収益の柱として堅実な成長を続けています。また、Eight事業は、収益化に向けてさまざまな施策を実行している先行投資のフェーズにありますが、BtoBサービスを中心に売上高の成長が続いています。そのほか、2つの既存事業で培ったアナログ情報をデジタル化する独自のテクノロジーや仕組みを名刺以外の分野に活用した新規事業を開始しています。

2つの事業セグメント

Sansan事業



「Sansan」は、社内にある全ての名刺を集約し、ビジネスプラットフォームとして活用できる法人向けクラウド名刺管理サービスです。

Eight事業



「Eight」は、取り込んだ名刺から、いつでも活用できる自分だけのビジネスネットワークを構築する名刺アプリです。

事業戦略の概要

当社グループが手掛ける事業は、Sansan事業及びEight事業それぞれが成長段階にあることから、現在は連結売上高の成長を重視した経営を行っています。「Sansan」「Eight」の各サービスの成長実現はもとより、請求書等の名刺以外の分野やイベントテックといった新たな領域で、これまで培ってきた仕組みや独自のテクノロジーを活用した新規事業の創出にも積極的に取り組んでいます。これらの既存事業や新たな取り組みを推し進めるに当たっては、マーケティング活動や人材採用の強化に加え、M&A等を活用した成長投資を含め、さまざまな施策を積極的に実施することによって、企業価値の最大化を目指していきます。

Sansan事業	「オンライン名刺」機能の利用拡大	契約件数と契約当たり売上高の拡大	ビジネスプラットフォーム価値の向上
Eight事業	BtoBサービスのマネタイズ強化	「オンライン名刺」機能の利用拡大	
新たな取り組み	クラウド請求書受領サービス「Bill One」	イベントテック事業	

Sansan事業の主な戦略

「Sansan」の利用率は、日本国内に存在する企業数や従業者数でみた場合にはまだ低水準であり、潤沢な売上高の成長余地が残されていると考えています。そのための戦略として、契約件数と契約当たり売上高の拡大に取り組んでいます。契約件数の拡大に向け、営業体制の強化を図っているほか、既存顧客の利用拡大の促進やオプション機能の導入等による契約当たり売上高の拡大にも取り組んでいます。

また、新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、新しい働き方として、オンラインでの名刺交換に対する社会的なニーズが高まっています。「オンライン名刺」機能の普及を推進することは、企業活動の後押しをするとともに、「Sansan」の既存契約の利用拡大や利用継続率の改善、さらには新規契約獲得等につながるものと考えています。そのほか、「Sansan」のアプリケーション上で機能するさまざまなオプション機能を追加することで、データ活用を促進し、生産性向上を実現するビジネスプラットフォームとしての価値向上を目指します。

Eight事業の主な戦略

Eight事業は先行投資フェーズであり、収益化に向けてさまざまな施策を実施していきます。事業全体でのマネタイズを加速するべく、企業向けの名刺管理サービス、広告サービス、ビジネスイベント、採用関連サービスといったBtoBサービスの展開を強化するほか、「オンライン名刺」機能の利便性を向上させること等で、ユーザー数のさらなる拡大を目指します。

新たな取り組み

「Sansan」や「Eight」で培った99.9%の精度で名刺をデータ化する技術を他の領域に活用した新規事業を開始しており、クラウド請求書受領サービス「Bill One」等の展開を強化していきます。

また、ビジネスイベントの主催者や運営者向けに、イベントテックサービスとして、各種セミナーやイベントの開催から、開催中、開催後に至るまでの各工程の課題を解決可能なソリューションを提供しています。新規サービスの開発に加えて、当社グループ内のさまざまな既存サービスを組み合わせることで、イベントテック領域における取り組みを加速、強化していきます。

新規事業を積極的に創出することで、中長期的な業績向上の新たなドライバーにしていきたいと考えています。



富岡 圭
取締役／Sansan事業部 担当

Sansan事業

「名刺管理から、働き方を変える」という
コンセプトに基づいて顧客価値を向上させます。

取締役／Sansan事業部 担当　富岡 圭

Sansanのコンセプト

Sansan事業において最も重要視しているのは、顧客価値を向上させることです。私は、その時々のニーズに合わせて仕様を変更できるというソフトウエアの性質から、ソフトウエアはコンセプトが大事だと以前から考えてきました。しかし、仕様を変更する際に軸がないと、結果として他社と似た製品となり、顧客から必要とされなくなります。コンセプトとは顧客に提供する価値とも言えますが、法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」においては、「名刺管理から、働き方を変える」をメッセージとしており、それはビジネス上のさまざまな課題を解決し、企業の働き方を変えていくということです。「出会いからイノベーションを生み出す」というミッションの下、このコンセプトを軸にしていることが「Sansan」の強みだと考えています。

また、「Sansan」では12か月平均の月次解約率が0.60%（2020年5月末実績）と低いことも特徴です。もともと名刺管理というものは、世の中に無いサービスでしたので、創業1年目から1社1社というよりも、1人ひとりの顧客価値を向上させるためには、どのようにすれば良いかを考え抜き、実行してきた積み重ねがこの結果につながっているものと思います。

Sansan事業が問われていること

Sansan事業のマーケットポテンシャルは十分にあり、どのように広げていくかが課題としてあります。コロナ禍を含め世の中が変化していく状況下、これを機に私たちのコンセプトやサービスをいかに進化させられるかが問われていると思います。これらを実現するためにも、私たちは2020年6月から「オンライン名刺」機能を提供していますが、この機能をいかに普及させるかが重要であると考えています。出会いの形にイノベーションを起こせるかは、創業以来、最大のテーマでしたが、コロナ禍によって大きなチャンスが到来しているのです。しかしながら、コロナ禍によってデジタル化が加速することはあると思いますが、ビジネス上の習慣であるリアルな名刺交換という文化を変えるためには、地道な努力や時間も必要だと思っています。したがって、機能性の向上だけではなく、利用機会やユーザー体験の創出にも積極的に取り組んでいきます。

「出会い」「つながり」からの発展性

現在は「オンライン名刺」を普及させることに特に注力していますが、データ活用の利便性をさらに高め、「Sansan」のビジネスプラットフォームとしての価値を向上させていく戦略にも取り組んでいます。2020年3月から開始している事業戦略「Sansan Plus」によって、業務効率を向上させるさまざまな利便性の高い機能を「Sansan」に追加していることは、顧客価値を縦軸に深掘りしている戦略と言えます。横軸の展開としては、「Sansan」とは別のサービスになりますが、これまで培ってきた名刺データ化技術を活用した、クラウド請求書受領サービスの「Bill One」や契約書データ化ソリューションの「Contract One」といった新規事業が挙げられます。

「Sansan」の顧客価値の深化という意味では、「オンライン名刺」の展開はかなり前倒しで実行しており、大きな鍵を握っていると考えています。「オンライン名刺」は、出会いの情報が最初からデジタル化されているため、ネットワーク効果が非常に高いものになります。そして、将来的には「Sansan」の縦軸と先ほど述べた横軸の他サービスは徐々に結びつくと考えており、つまり、「オンライン名刺」が普及していけば「つながり」の情報が溜まり、横軸に展開する他のサービスにもプラスに働くものと考えています。

当社サービスの最大の特徴は「つながり」のデータを取り扱っているということであり、それはビジネスの分野では企業と企業のつながりのデータを意味します。私たちは「出会い」「つながり」というキーワードを軸に展開していける領域においては、成功する可能性を高く秘めていると捉えており、将来的に当社サービスは、さまざまなアプリケーションの裏側やつなぎの部分に入り、あまり気づかれないけれど、インフラのように重要な役割を担う存在になりたいと考えています。例えば、現在「Sansan」のオプション機能として提供している「Sansan Data Hub」は、さまざまなサービスをつなぎ、データ統合を可能とするものです。このように、顧客が目にする機会はあまりなくても、さまざまなサービスのハブとなるビジネスプラットフォームを構築することができれば、より強固な基盤が構築できると考えています。

**「オンライン名刺」機能の普及拡大と、
データ活用の価値の最大化を追求していきます。**

名刺管理から、働き方を変える
法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」

Sansan事業では、「名刺管理から、働き方を変える」をコンセプトとした、名刺をデータ化し、人と人のつながりを情報として可視化・共有できる法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」を提供しています。「Sansan」の販売対象は、個人ユーザーではなく企業であり、また、企業内の全社員が利用するビジネスプラットフォームとして基本設計しています。



「Sansan」の主な機能

●名刺管理・共有・検索	●案件管理
●会社マスタ情報	●コンタクト管理
●人物マスタ情報	●「Sansan Data Hub」
●組織ツリー生成	●名刺関連API
●帝国データバンク連携	●メルマガ配信
●人事異動情報配信	●社内連絡帳
●ニュース配信	●社内メッセージ
●決算短信分析レポート	●セキュリティ管理
●営業支援 One to One メール配信	●その他管理機能

サービス概要

「Sansan」は、99.9%の精度で名刺をデータ化する機能を有しており、ユーザー企業は名刺をスキャンするだけで、正しくデータ化された名刺情報に基づくさまざまな利便性の高い機能を利用することができます。例えば、名刺データの管理・検索機能を使うことで、これまでは紙の名刺での管理や検索等に費やしていた非効率な時間を大幅に短縮することができ、生産性の向上や営業活動の効率化が可能となります。また、各社員が所有する名刺情報を、会社内・組織内で共有することを基本設計にしていることから、埋もれていた人脈を可視化し、会社の資産として有効活用することにつながります。また、最新の人物情報が通知される人事異動ニュース配信や一括メール配信機能等の幅広い顧客管理機能を備えています。

そのほか、さまざまなオプション機能も提供しており、自社開発や外部サービスとの連携によって、正しくデータ化された名刺情報・コンタクト情報をより有効活用できるビジネスプラットフォームとして展開しています。

料金モデル

ユーザー企業内における全社員で利用するプランを基本プランとして提供しています。ユーザー企業においてデータ化される名刺の枚数を基に算出されるライセンス料金に、オプション機能の利用料金やスキャナレンタル料金等が加算されたものが月額利用料金となります。そのほか、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。

今後の戦略

「Sansan」は、法人向けクラウド名刺管理サービス市場で82.8%のシェア※1を有しており、パイオニアとして市場をリードしています。しかしながら、日本国内に存在する企業数や従業者数でみた場合には、「Sansan」のカバー率はまだ低水準であり、国内における総従業者数に占める「Sansan」利用者数の割合は約2%に留まっています。したがって、潤沢な売上高の成長余地が残されていると考えており、そのための戦略として、主に次のことに取り組んでいます。

「オンライン名刺」機能の利用拡大

新型コロナウイルス感染症の拡大以降、接触を前提としないビジネスコミュニケーションが求められ、オンライン上での会議や面談が増加している一方で、対面での名刺交換ができないことで、「名前が分からない」「キーパーソンが誰か分からない」「営業活動の効率性が低下してしまった」といった課題が生じています。「オンライン名刺」は、このような企業が現在直面している課題を解決するソリューションとなっており、新たな働き方・行動様式を支援する機能として、利用拡大に取り組んでいきます。

契約件数と契約当たり売上高の拡大

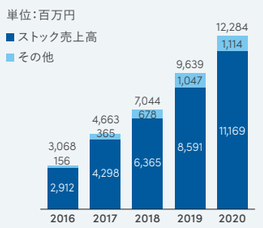
契約件数の拡大に向けては、大企業向けの営業体制の拡充や地方展開の推進等の営業体制の強化に取り組んでおり、営業社員1人ひとりの生産性向上を目的としたオンボーディングプログラムや研修の充実化を図っています。
また同時に、契約当たり売上高の拡大に向けて、例えば、営業部門や秘書室等、限定的な利用となっているユーザー企業に対する全社利用の推進や初期導入及び運用に関する支援サービスの充実に加え、新たな付加価値を提供するオプション機能の拡充にも取り組んでいます。

ビジネスプラットフォーム価値の向上

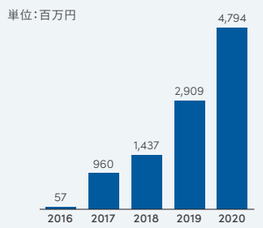
「Sansan」では、他社サービス・外部ツールとのOpenAPI等を活用した連携機能や、外部サービスから情報を取得し活用できる機能等を提供することで、これまでもユーザーの利便性の向上を追求してきました。
これらの展開に加え、ビジネスの過程で発生するさまざまな情報や業務を「Sansan」上に集約できるオプション機能を提供することで、ビジネスプラットフォームとしての価値向上を目指しており、自社サービスや他社サービスをオプション機能として追加できる「Sansan Plus」の展開を進めています。

Sansan事業の実績（各年5月期）

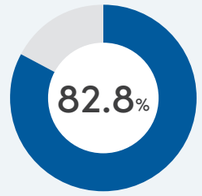
売上高



営業利益

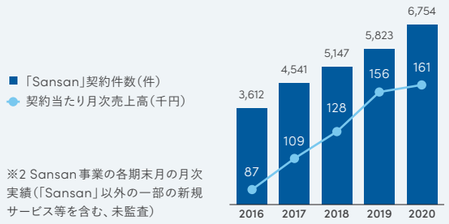


市場シェア※1



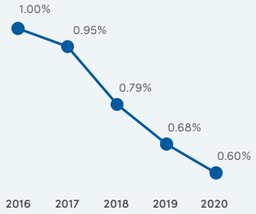
※1 法人向け名刺管理サービス参入企業シェア（「名刺管理サービスの市場とSFA/CRM関連ビジネス2020」2020年1月 シード・プランニング調べ）

「Sansan」契約件数と契約当たり月次売上高※2



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

「Sansan」の直近12か月平均解約率※3



※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（各期末月の実績）

さまざまな業務をつなぐ「Sansan Plus」

「Sansan」では、正しくデータ化された名刺情報・顧客データをさまざまな業務に有効に活用することができるビジネスプラットフォームとしての展開を強化していますが、「Sansan Plus」はその展開を推進する事業戦略です。「Sansan」上に登録された名刺情報を検索するというこれまでの行動ではなく、「Sansan」上に登録された名刺情報を使って、「何か」を検索するという行動をコンセプトとしています。例えば、法務部門やコンプライアンス部門で管理している契約情報や反社情報といったさまざまな個別の情報が、スキャンされた名刺情報に集約され、「Sansan」上で確認することができます。これにより、これまで社内での確認作業等に長時間を要していた各種業務の短縮化を図ることができる等、あらゆる業務をデジタル化し、最適化することが可能となります。

「Sansan Plus」を構成する3つの概念

「Sansan」のビジネスプラットフォーム展開を強化していくに当たり、利用企業によって異なるさまざまなビジネス上の課題解決に応えていくためには、当社が保有していないシステムや機能、各種ノウハウを持つパートナーと連携することも重要な戦略であると捉えています。「Sansan Plus」は、「Sansan Plus App」「Sansan Plus Consulting」「Sansan Plus Integration」の3つの概念で構成されており、これらによって、他社企業のサービスと連携した各機能を「Sansan」上にオプションとして追加することや、デジタル化の支援、データの活用に関するコンサルティング等を推進しています。

Sansan Plus App

「Sansan」サービス上に、他社企業のサービス等と連携した機能をオプション機能として、追加できる連携機能群です。「Sansan」に登録した名刺情報を入り口として外部サービスと連携することにより、各種業務の短縮化や最適化といった、これまでになかった価値や機能を提供します。例えば、名刺をスキャンするだけで、反社データやコンプライアンス情報を「Sansan」上で確認できる「反社チェックオプション powered by Refinitiv」や契約情報を「Sansan」上で確認できる「契約管理オプション for クラウドサイン」といったオプション機能を提供しています。

Sansan Plus Consulting

名刺管理機能をはじめ、案件管理といった顧客管理機能やメール配信機能等の「Sansan」のさまざまな基本機能に加え、「Sansan Plus App」で提供するオプション機能等を用いて、企業の各種業務のデジタル化やデータ活用に向けた総合的なコンサルティング支援を行います。コンサルティングを行うパートナーとして、アクセンチュア株式会社と連携しています。

Sansan Plus Integration

企業がデジタル化を推進するためには、社内のデータを効果的に統合し、1つのマスターデータを構築することが必要です。しかしながら、ビジネスツールで管理されているデータは、同じ取引先情報でもデータが散在しているために最新状態になっていなかったり、同一ツール内でも取引先情報が重複して登録されていたりする等、データマネジメントに課題を抱える企業は少なくありません。「Sansan Plus Integration」は、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であり、パートナーとしてtoBeマーケティング株式会社及び株式会社リアライズと協業しています。

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」
「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」

※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+ 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

Sansan Plus App:「Sansan」に追加できるオプション機能

反社チェックオプション powered by Refinitiv



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



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※



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

契約管理オプション for クラウドサイン



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

新たに注力する「オンライン名刺」機能

「Sansan」では、リモートワークやオンラインでの働き方が急速に拡大していることを背景に、2020年6月より「オンライン名刺」機能の提供を開始しました。本機能を活用することで、ユーザーは自身の名刺情報を手軽にオンラインで送付でき、相手の名刺を受け取ることも可能となります。本機能の普及は、「Sansan」のビジネスプラットフォーム価値を向上させていく戦略の中でも重要な施策と位置付けており、さまざまな取り組みを進めています。



機能提供の背景と考え方

新型コロナウイルス感染症の拡大防止対策として、接触を前提としない働き方が求められる中、各企業が在宅勤務制度の導入やリモートワークを可能とする環境整備等に取り組んだ結果、急速にオンラインでのコミュニケーションが増加しました。その結果、オンラインでの会議や商談では、「出席者の役職や部署名等の正確な情報が確認できない」「キーパーソンが誰なのか分からない」といった問題から、「営業効率が低下してしまった」等の課題が生じているといわれています。

名刺には、役職や所属といった正確な人物情報が記載されているほか、名刺交換には、いつ・誰と誰が出会ったのかという重要なコンタクト情報が含まれています。「Sansan」が2020年6月から提供を開始した「オンライン名刺」機能は、企業が現在直面している課題に対するソリューションとなっており、名刺や名刺交換が持つこれまでの価値を毀損することなく、新たな働き方を推進し、企業の営業力や受注率の向上に貢献できる機能となっています。これまで行われてきた紙媒体でのリアルな名刺交換という商習慣を変え、この「オンライン名刺」をいかに普及拡大させていくかが最大の課題であると認識しており、自社開発や他社サービスとの連携による機能の改善のほか、利用促進につながる取り組みを実施していく予定です。

機能の概要

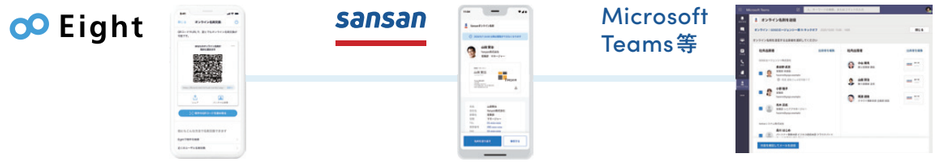
「Sansan」ユーザーであれば、誰でも自身のオンライン名刺のURLを生成することができ、誰にでも簡単に自身のオンライン名刺を送付することができます。氏名、メールアドレス、肩書だけでなく、プロフィール画像を登録すれば、その写真データも併せて送付可能です。相手が「Sansan」ユーザーや「Eight」ユーザーであった場合には、簡単な操作で相互に「オンライン名刺」を受領、交換することが可能です。一方、「Sansan」や「Eight」ユーザーでなかった場合でも、名刺情報を画像やvCard形式で受け取ることが可能です。名刺を送り返す場合には、専用のURLやQRコード※1にアクセスし、紙の名刺を撮影またはフォームに情報入力することで、相手への返送が可能となります。

「オンライン名刺」は、会議の参加者に事前にメールで共有できたり、オンラインミーティングツールのチャット機能上で送付できたりするほか、イベントやセミナー時に複数の人とも1つのURLから同時に名刺交換ができる等、さまざまなシーンで活用することが可能です。

※1 QRコードは、株式会社デンソーウェーブの登録商標です。

「オンライン名刺」の利用拡大に向けた取り組み

現在は「オンライン名刺」機能の利用拡大に向け、利便性の向上を目的とした自社・他社サービスとの連携強化のほか、オンラインビジネスイベントといった、利用促進につながる機会の提供等に取り組んでいます。



「Eight」との連携

2020年8月には、返送機能等の強化を目的に、当社サービスである名刺アプリ「Eight」との連携機能を実装し、「Sansan」と「Eight」ユーザー間で「オンライン名刺」のスムーズな受け取りや返送を可能としました。

外部サービス「Microsoft Teams」※2との連携

「Microsoft Teams」ユーザーは、同サービスのカレンダー機能から、オンライン商談の前に、手軽に「Sansan」の「オンライン名刺」交換機能を利用できるようになりました。「Microsoft Teams」は、「Microsoft365」※3において、チームワーク実現のコラボレーションハブとして機能するアプリケーションとして、世界で毎日7,500万人以上に利用されています（2020年4月）。

※2 Microsoft、Microsoft 365、Microsoft Teamsは、米国Microsoft Corporationの米国及びその他の国における登録商標または商標です。
※3 Microsoft 365は、Microsoft Corporationが提供するサービスの名称です。

ビジネスカンファレンスの自社開催

2020年6月に開催したフルオンラインでのビジネスカンファレンス「Sansan Evolution Week」では、ビジネスに役立つ最先端のテクノロジーやソリューション等をライブ配信し、オンライン上で6,000名以上の参加者が集まりました。「オンライン名刺」機能の利用促進を目的に、来場者同士だけでなく、スピーカーやスポンサーとも「オンライン名刺」交換を実施できる仕様にしたところ、3,000回を超える「オンライン名刺」交換が行われました。



Eight事業

個人が有する人脈を最大限活用できる
ビジネスネットワークとしての価値を向上させます。

取締役／Eight事業部 担当　塩見 賢治

Eight事業の立ち上げ経緯

私は、創業時は法人向けのSansan事業で開発に携わっていたのですが、創業から3年ほど経った頃、名刺交換の習慣を変え、世の中を変えていくには相当な時間を要するという考えに至りました。また、名刺のデータ自体は会社の資産ではありますが、人脈自体は個人が有していると捉えることもできます。そこで、名刺交換に係るサービス展開においては、法人と個人の両面で可能性を模索するべきだと考え、個人向けのサービスを提供するために生まれたのがEight事業です。個人が保有する連絡先はさまざまな場所に保管されているため、それらを統合して、管理できるようなソリューションを目指しました。

Eight事業の強み

私はビジネスパーソンが個人で利用するツールの中で、ニュース系メディアを除いて考えた場合には、当社グループの名刺アプリ「Eight」は最も利用価値が高いサービスの1つであると思っています。提供開始から8年以上が経ち、試行錯誤を続けてきた成果として一定以上のユーザー数や認知度を獲得できていることは、現時点でのアドバンテージです。「Sansan」ブランドも含めて、当社グループのサービスはユーザーの方の貴重な情報をお預かりするサービスであるため、安心して利用いただけることが重要で、そのイメージが浸透してきていることは基礎的な体力がついているということだと思います。

Eight事業の課題

「Eight」サービスを展開する上では、ユーザー数を増やすことは当然不可欠で、ネットワークとしての価値を向上させることが必要です。しかし、ネットワーク価値を高めることばかりに投資を行うと、事業としての収益化が難しくなるため、これらの両輪を回していく必要があります。現在では、ビジネスプラットフォーマーとしての価値を向上させるための核となる部分と、その周辺にサービスを展開しているため、適切なバランスをとっていくことが重要です。

現状のコロナ禍は、事業にとって追い風の状況であるとも捉えています。もともと、「Eight」はアナログからデジタルへの移行をテーマにしたサービスですが、紙の名刺が不要でオンラインでの名刺交換を求められる現在の流れは、私たちが目指していた世界と合致します。このようなデジタル化の波にしっかりと乗り、必要な修正をしながら、「Eight」が持つ機能を全面的に押し出し、ニーズを捉えていく考えです。例えば、採用関連サービスでは、データの質を一層高めなければなりません。自らのスキルがアピールできる場として整備することができれば、よりサービスの価値を向上させることができると考えています。

デジタル化による価値向上に向けて

現在提供しているBtoBサービスには、企業向けの名刺管理サービス、広告サービス、ビジネスイベント、採用関連サービスの4つがありますが、これらをバランスよく伸ばしていく方針です。事業の収益化を考えるに当たっては、まずはBtoBサービスを伸ばしていくことが重要です。一方で、個人向け有料プラン「Eightプレミアム」についても強化していきたいと考えています。ビジネスパーソンがライフタイムで使用できるサービスとして、個人での利用においても「Eight」のプロフィール名刺をより活用していくことは可能だと考えていますので、新しい仕掛けを作っていきたいと思います。

当社は、現状でもアナログとデジタルをつなぐ役割は担えているとは思いますが、デジタルとデジタルでのやり取りという面では、まだ価値を十分に提供できていないという自覚があります。将来的に私が目指しているのは、例えば、デジタルでのやり取りによって簡単に出会いを記録できるようになること、そして、必要な時に、必要な手段で、それらを思い出せる環境を作ることです。ビジネスでのつながりはたくさんある一方で、弱いつながりも多く、埋もれがちです。街中で見覚えのある方を見かけても、顔と名前が一致せず、声をかけるのを躊躇した経験が多くの方にあると思いますが、その場で名前を教えてくれる機能があれば状況は変わります。日常の何気ない場面を変えることも1つのイノベーションの創造だと思うのです。このような、誰にでもあるような出会いの課題を私は解決していきたいと思っています。

マネタイズを加速させ、将来的にはSansan事業に次ぐ大きな収益の柱へと成長させていきます。



塩見 賢治
取締役／Eight事業部 担当

名刺でつながる、ビジネスのためのSNS
名刺アプリ「Eight」

Eight事業では、「名刺でつながる、ビジネスのためのSNS」をコンセプトとした、単なる名刺管理だけではない、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の仕組みを取り入れた新しいビジネスネットワークサービスとして、名刺アプリ「Eight」を提供しています。「Eight」を利用する際にはユーザー登録が必要となりますが、企業が契約する「Sansan」とは異なり、個人として登録するものです。「Eight」の活用によって、ビジネスパーソンが抱える「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」といった課題を解決することができます。



No.1モバイル名刺アプリ※1

270万人を超えるユーザー数※2

「Eight」の主な機能

- ●名刺管理
- ●プロフィール管理
- ●メッセージ機能
- ●「オンライン名刺」機能
- ●つながった人の近況情報の通知

※1 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月当社調べ）
※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

サービス概要

「Eight」は、個人向けの名刺アプリとしてサービスを提供しており、基本機能は無料で利用することができます。ユーザーは、専用のアプリケーションで名刺を撮影するだけで、データ化された名刺情報をクラウド上で管理することが可能となります。また、自分自身の過去の名刺の登録や職務経験、スキル等を追加することもでき、ビジネスライフを通じて自身のプロフィール管理が可能となります。また、データ化した名刺の保有者も「Eight」ユーザーであった場合にはアプリケーション上でつながることができるため、相手の名刺情報に変更があった場合には自動で通知が届いたり、メッセージ機能を通じて連絡ができたりといったネットワーク機能を活用することができます。そのほか、PC・スマートフォンどちらでも利用可能な「オンライン名刺」機能を備えています。「Eight」上で自身の「オンライン名刺」のURLを発行することで、簡単に相手に送付することができます。また、「QRコード※3付きバーチャル背景」を生成し、オンラインミーティングツール上での自身の背景として設定・活用することも可能です。なお、「オンライン名刺」は、「Eight」ユーザーでなくとも、画像データやvCard形式で情報をダウンロードすることができます。

※3 QRコードは、株式会社デンソーウェーブの登録商標です。

有料サービス・料金モデル

「Eight」の基本機能は無料で提供していますが、個人向け及び企業向けに複数の有料サービスを提供しています。

BtoBサービス

企業向け有料プラン「Eight 企業向けプレミアム」（月額固定料金／年間契約）

「Eight」を利用して、企業での名刺管理が行えるサービスです。社内の「Eight」ユーザー間で名刺情報の共有や検索、閲覧が可能となります。従業員が数名から20名程度の小規模企業を中心として展開しており、販売対象や機能ともに「Sansan」と差別化されています。

広告サービス「Eight Ads」（配信量に応じた従量制料金※4／期間契約）

「Eight」ユーザーに対して広告配信ができるサービスです。「Eight」のタイムライン内への広告配信や独自の取材・編集による企業タイアップ広告等を通じて、タイムリーにビジネスユーザーの認知を獲得することができる仕様となっています。

ビジネスイベント「Meets」（イベント1開催に応じた固定料金※5）

リード獲得等の課題を持つ企業に対し、当社独自のテクノロジーを活用して最適な集客を可能にするイベントサービスです。「Eight」ユーザーのビジネスネットワークから興味関心や動向等を解析し、優良な見込み顧客と企業をマッチングさせます。

採用関連サービス「Eight Career Design」（月額固定料金※6／期間契約）

「Eight」に登録しているユーザーに対して、企業がアプローチできる採用関連サービスです。「Eight」独自のテクノロジーによる最適な人材候補の推奨のほか、直接連絡できる機能等、転職潜在層の人材に効果的なタイミングでアプローチできる仕組みを提供しています。

BtoCサービス

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や無料プランよりも早くデータ化ができる優先入力等の追加機能が利用可能となるサービスです。

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

今後の戦略

「Eight」は、日本国内でNo.1のモバイル名刺アプリ※1として、多くの登録ユーザーがいますが、基本機能は無料で提供しており、事業全体としてはまだ投資が先行するフェーズにあります。したがって、収益化に向けて、主に次のことに取り組んでいます。

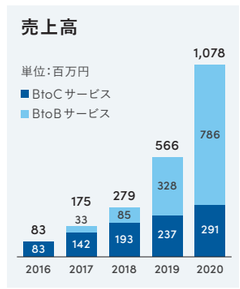
BtoBサービスのマネタイズ強化

各有料サービスのマネタイズ強化に向けて、商品力や営業力強化のほか、新たなマネタイズプランの創出等に取り組んでいます。また、2020年8月には、ログミー株式会社を子会社化し、中長期的な成長実現に向けて、Eight事業の傘下にて事業運営を行っています。

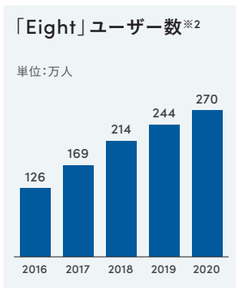
「オンライン名刺」機能の利用拡大

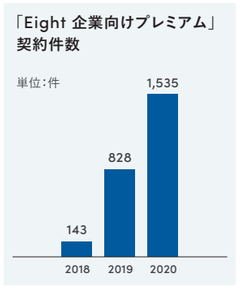
「オンライン名刺」機能の利便性向上等による、ユーザー数のさらなる拡大に取り組んでいます。2020年8月には、「Sansan」との連携機能を強化し、「Sansan」と「Eight」ユーザー間での「オンライン名刺」交換がスムーズにできるようにしました。

Eight事業の実績（各年5月期）









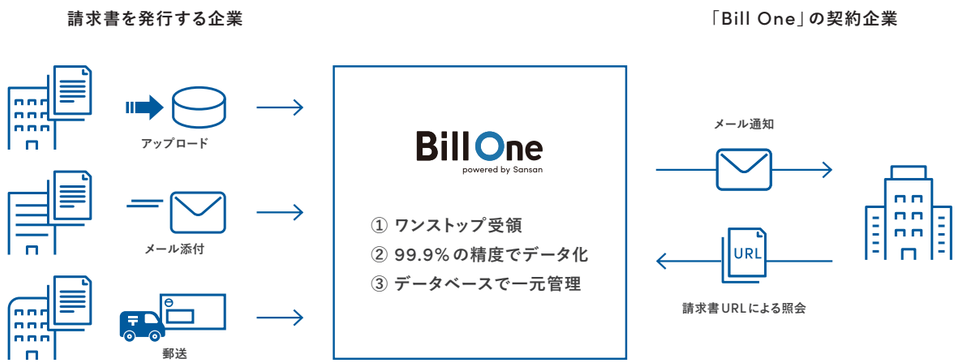
新規事業展開の加速

アナログ情報をデジタル化する技術を活用した新規事業「Bill One」

コロナ渦においては、接触を前提としない企業経営が求められており、その実現に向けては、デジタルトランスフォーメーションの推進が喫緊の課題となっています。この社会課題の解決に向け、既存事業で培ってきた正確な名刺データ化技術、すなわちアナログ情報をデジタル化する技術や仕組みを他の分野に活用した新サービスを開始しました。当社グループでは、さまざまな分野や観点で企業の支援を行いながら、これら新たな取り組みを中長期的な成長ドライバーにしていきたいと考えています。

サービス概要

「Bill One」は多数の拠点や部門にばらばらに届いていた紙やPDFの請求書を99.9%の精度でデータ化し、オンラインで一元管理できるサービスです。紙の請求書は、「Bill One」が代理で受け取った上でスキャンし、メール添付の請求書は、「Bill One」が自動に添付ファイルを抽出して、データ化します。したがって、請求書を受け取る企業はあらゆる請求書のオンライン受領が可能となり、発行する企業も従来通りの形式で請求書の送付ができるため負担がかかりません。



① ワンストップ受領

請求書の発行企業には、従来通りに請求書を送付してもらうだけで、請求書を「Bill One」が集約します。

② 99.9%の精度でデータ化

これまで名刺を正確にデータ化し続けてきた「Sansan」の技術とオペレーションノウハウによって、99.9%という高い精度で請求書をデータ化します。

③ データベースで一元管理

データ化された請求書は、専用のデータベースで一元管理できます。紙で管理するよりも検索が容易になり、さらに他のシステムと連携させて活用することもできます。

導入メリット

リモートワークの実現

昨今の新型コロナウイルス感染拡大防止のために、企業はリモートワークへの移行を迫られている中、請求書関連業務に関しては、紙媒体を受領・処理するために出社が強いられるなど、大きな課題があります。「Bill One」は請求書の受け取りから内容確認、支払い承認まで、請求書に関する業務をオンラインで実施することができます。さまざまな拠点や部門に届く請求書の対応のために社員を出勤させる必要がなくなり、リモートワークの実現を後押しします。

請求書業務の早期化

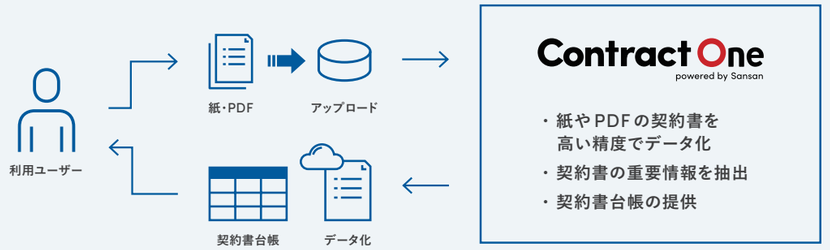
国内に流通している請求書は、発行する企業に応じてさまざまなフォーマットがあり、無数に存在しています。「Bill One」は、これら無数のフォーマットの請求書を「Sansan」の名刺データ化技術を応用することにより、正確にデータ化し、「Bill One」上で請求書データを閲覧可能にします。これにより、経理担当者は、請求書のデータ化と並行して、請求書画像を見ながら仕訳作業や支払い処理等を進行できます。また、受領状況を網羅的に確認できることで手戻りがなくなり、月次決算の早期化につながります。さらに、いつでも請求書を簡単に検索・照会できるため、監査対応もスムーズに行えます。

組織の生産性向上

「Bill One」の利用により、総務や事務担当者による郵送物の開封や振り分け、請求書の回収・受け渡し等の作業が不要になり、組織全体の生産性向上に貢献します。また、請求書データの分析やRPAと組み合わせることによる定型業務の自動化等、さらなる活用によって、コストコントロールや営業機会の創出等の将来の収益最大化につなげることができます。

契約書データ化ソリューション「Contract One」

「Contract One」は紙やPDFの契約書をデータ化し、必要項目を整理、集約することで一元管理を可能にするソリューションです。これにより契約書の検索性・共有の効率性を上げ、契約内容の分析と改善を可能にすることで、企業法務の生産性向上を後押しします。本技術を弁護士ドットコム株式会社の「クラウドサインAI」に提供しています。



・データ化による、法務業務や契約業務の改善・向上
・リスクマネジメント

ビジネスイベントやセミナー運営を
デジタルで支援するイベントテック事業

日本国内においては、展示会やセミナー等のさまざまなビジネスイベントが開催されており、BtoB領域において、人や企業が出会う場所として必須なものであると捉えています。しかし、ビジネスイベントには、イノベーションを必要としている部分が多くあり、コロナ禍において急激にイベントのオンライン化が進んでいることから、新たな課題も生まれています。イベントテックとは、イベントの運営効率化や参加者の満足度向上、そして効果の最大化を図るために、テクノロジーを用いてイベント運営の課題を解決するためのソリューションです。海外では、コロナ禍以前からこの領域に注目が集まっており、イベント管理ソフトウエアの市場だけでも、全世界で5,000億円の規模があるといわれています。当社では、これまでイベントの自社開催やイベントサービスの提供に取り組む中で、イベントテックの必要性を強く感じ、出資や自社開発といった形でイベントテック領域への参入準備をしてきました。今後、新規サービスの開発に加えて、当社グループ内のさまざまな既存サービスを組み合わせ、事業展開を強化していくことで、本事業を中長期的には、Sansan事業、Eight事業に次ぐ収益の柱にしていきたいと考えています。

イベント開催におけるさまざまな課題

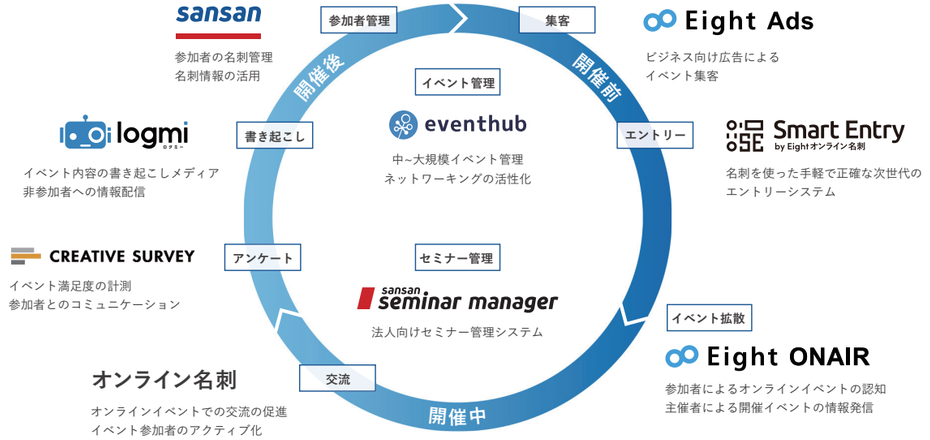
まず、イベント開催前の集客活動は、オフラインの場合、DMによる告知やFAXでの申し込み等のアナログな集客活動が主流です。集めた参加者情報の管理は、紙や手入力のExcel等によるもので手間がかかっているケースが散見され、マーケティングに必要な正確な見込み顧客の情報が集まらず、せっかくのイベントが効果的なマーケティング施策につながらないという課題があります。オンライン開催においても、参加者にとってWebフォームでの情報入力は手間であり、省略した情報や間違った情報を入力するケースが多く発生しています。

次に、開催中においては、特に大規模な展示会等のオフラインイベントでは受付に時間がかかり、目的のブースの場所が分からない、担当者が不在で会話ができないといったケースが見受けられます。また、オンラインにおいては、参加者同士が交流できない、商談につながらないといった課題があります。

そして、開催後においては、紙でアンケートを取得したものの、記入者情報の不備や不完全な参加者情報によって信頼性の低いアンケート結果となってしまうことがあります。また、デジタルのアンケートであっても、統合的に管理されていなければ、自社の顧客データベースと紐づけることは難しいといった課題があります。



ビジネスイベント運営にまつわる課題を解決するサービスポートフォリオ



当社グループでは、2019年より、出資や自社開発等を通じてイベントテック領域への参入を準備してきました。出資の事例としては、セミナーやイベントの満足度調査等に利用するアンケートサービスのクリエイティブサーベイ株式会社やイベントプラットフォームである株式会社EventHub等が挙げられます。また、2020年8月には、セミナーやイベントの書き起こしメディアを運営するログミー株式会社を子会社化しました。自社開発では、イベントへの参加登録を簡単に実現する「Smart Entry」や簡単にセミナー開催や運営を行うことができる法人向けセミナー管理システム「Sansan Seminar Manager」の提供を開始したほか、「Eight」のビジネスネットワーク上でイベントの拡散や集客が可能な「Eight ONAIR」を開発しています。

この結果、セミナー・イベントの管理から、開催前、開催中、開催後に至るまでの各工程の課題を解決する各種サービスのポートフォリオを構築することができました。現在は、個別サービスの集合体ですが、中期的には統合パッケージとしても提供し、イベントを支えるテクノロジーを全方位でサポートできる体制を構想しています。日本国内においては、イベントテック事業は新たに創造していく市場となりますが、3年を目途に、各種サービスの合計で3,000社の導入企業数を目指しています。

法人向けセミナー管理システム「Sansan Seminar Manager」

従来、ビジネスイベントやセミナーの開催においては、「手軽に開催できない」「正確な来場者登録・管理ができない」等の課題がありました。「Sansan Seminar Manager」は、これらの課題に対して、募集ページ作成から来場者フォーム、受付、ウェビナーの開催及びアンケート集計までの一連のオペレーションを提供することで、質の高いセミナー運営と正確な来場者データベースの構築を実現し、ユーザー企業の効率的・効果的なセミナー運営を支援します。



CSV活動

本業を通じて社会課題の解決に貢献

当社グループでは、持続的に事業を成長させていくことが社会課題を解決、ひいては株主価値及び企業価値の最大化につながると考え、「いつか」ではなく、「いま」等身大でできることから始めようというコンセプトの下、「NOW」という名称の本業を通じた社会課題を解決するCSV活動に取り組んでいます。

「いつか」でなく「いま」

会社が成長してからではなく、成長途上にある今から、本業を通じた課題解決につながる行動を始めることが大切だと考えています。

等身大の支援

支援活動は継続性が重要であると認識し、事業活動に取り組む中で身の丈に合った支援を続けていきます。

企業理念を体現する

事業活動と同様に、「NOW」においても当社グループのミッションやバリューズ等の企業理念を体現できるCSV活動を行います。

SDGs（持続的な開発目標）に対する考え方

当社グループの国連で採択されたSDGsに対する考え方や取り組みを整理したものです。

女性の活躍を支援する制度・環境	当社グループが掲げるミッションを実現し、事業成長を加速するためには、社員1人ひとりが成果を最大化し、持続的成長を続けていくことが重要であると考え、働く社員の生産性の向上を目的とした環境整備に取り組んでいます。女性の活用の点では、女性の産前産後休業・育児休業取得者の早期職場復帰の後押しとして、保育園料の全額補助やタクシー代補助による入園・通園支援制度、子供を持つ女性社員の仕事と育児の両立をサポートすることを目的としたベビーシッター料の補助制度を設けています。
サービス提供を通じて企業の課題を解決し、働き方の変革に貢献	当社グループのサービスは、さまざまな業務の遂行をクラウド上で可能にするビジネスプラットフォームであり、企業のリモートワークといった多様な働き方を促進し、業務短縮化による企業の生産性向上やデータ活用による新たな営業機会の創出等に貢献しています。
情報技術社会への貢献	当社グループでは、名刺をはじめとした機密性の高いビジネス情報を扱う上で、情報セキュリティを重要な課題と位置づけ、情報漏洩防止策を講じ、安全性の確保に取り組んでいます。また、研究開発部門において、データ化とデータ活用の仕組みについて技術研究を重ねており、毎年複数の研究レポートを発表しています。この技術力を活用し、新たなイノベーションの創造に貢献していきます。
植樹活動による森林保全「Scan for Trees」	持続的な事業活動のためには、社会課題である自然資本の回復が重要であると捉え、本業を通じたCSV活動「Scan for Trees」に取り組んでいます。「Sansan」でデータ化した名刺総数が、1本の木から作られる名刺枚数に達するごとに、1本の樹を国内の被災地等に植樹しており、現在の植樹合計本数は、7,227本に達しています。（2020年8月1日現在）
企業のコンプライアンスを強化する機能提供	「Sansan」のオプション機能の1つとして、「Sansan」に取り込まれた名刺データに対し、反社会的勢力との関わりを網羅的に検知する機能を提供しています。「Sansan」ユーザーは、専用のスキャナやスマートフォンのアプリで名刺をスキャンするだけで、自動的に反社チェックができ、法務担当者の工数を削減するとともに属人的な取引可否判断を回避し、経営リスクを最小化します。本機能の提供により、各企業のコンプライアンス強化をサポートします。
NPO活動を支援する取り組み「Sansan for NPO」	「Sansan」の長期利用が可能になるように、特別に料金プランをカスタマイズしたプランをNPO法人向けに提供しています。さまざまなNPO活動の支援を通じて、社会課題の解決に貢献していきます。

Scan for Trees

法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」でデータ化した名刺総数に応じて、1本の木から作られる名刺枚数に達するごとに1本の樹を植えており、これまで岩手県宮古市、宮城県大崎市の国内の被災地等にて植樹活動を行いました。サービスの原点である名刺を通じて、森林の回復及び被災地の復興の後押しをしています。





植樹活動2019 宮城県大崎市

宮城県大崎市の採草跡地は、2011年の東日本大震災以降、地元農家の畜産業撤退から牧草地の需要減少によって、採草されることなく放置されていました。この採草地の一画にて、2019年11月に計300本の植樹を実施しました。この植樹活動によって、植えた木々が何十年もかけて成長し、放置された牧草跡地が自然の森に戻ることによって、森が育む豊かな水資源が大崎市の耕土を潤し、人々の暮らしに還元されます。

Sansan for NPO

当社の提供するサービスを通じて、NPO法人の活動を支援しています。数名規模から大企業、官公庁まで幅広く導入されている、法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」を、NPO法人向けに長期継続できるように特別に料金プランをカスタマイズし、NPOプランとして提供しています。NPO法人が社会貢献活動をするに当たっては、行政や支援者との長期関係構築が重要である一方、人脈管理へのリソースは潤沢ではないという課題があります。人脈の管理・共有に留まらず、名刺を起点としたさまざまな機能を備えた「Sansan」を導入しやすい料金プランにすることで、NPO法人の社会貢献活動を後押しします。

特定非営利活動法人日本ブラインドサッカー協会

「視覚障がい者と健常者が当たり前に混ざり合う社会を実現すること」というビジョンの追求の中で、ブラインドサッカー認知度向上に向けた集客への活用を目的に2010年から「Sansan for NPO」をご利用いただいています。導入後、属人化していた人脈の共有と営業活動の見える化が可能となり、集客に向けた業務フローの改善と生産性向上を実感するとともに、「Sansan」のメール配信機能等を用いたマーケティング活動を行った結果、メディアへの露出が増えたというお声をいただいています。

よいこ for CSR

「よいこ for CSR」は、社員が企画・実施する公共性の高い活動を支援する取り組みです。社員3名以上のグループにおいて社会貢献活動を行う場合、CSR活動のための特別休暇の付与、活動費用の補助、全国にある各事業拠点の利用許可等といった補助制度を設けています。本取り組みは、「NOW」を通じた当社の社会価値の向上と社員同士の交流を促進することによる生産性向上を目的としています。

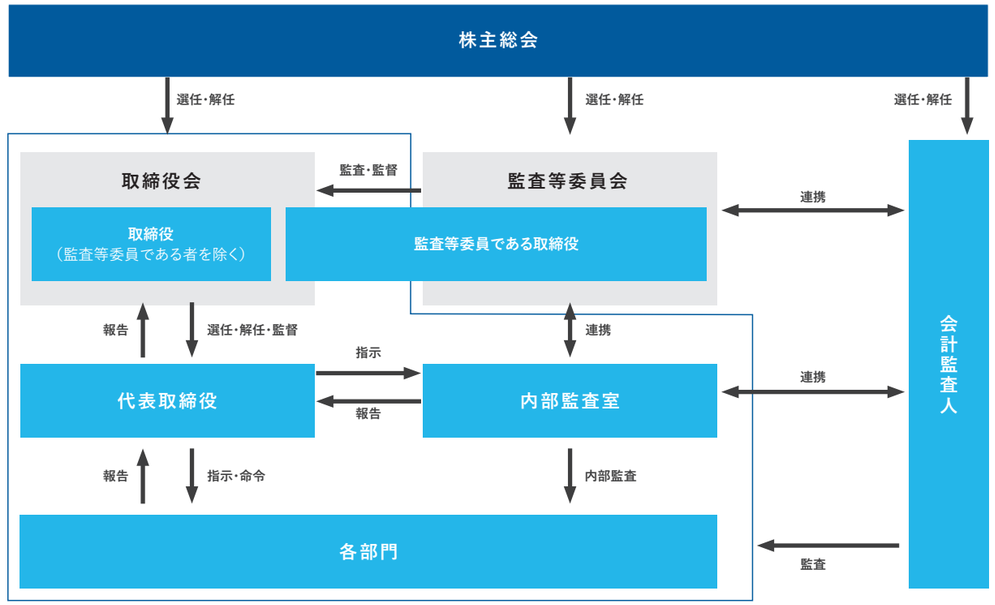


コーポレート・ガバナンス

経営の健全性・透明性の確保を目的とした体制構築

当社グループは、持続的な企業価値の最大化と社会への貢献を実現し、全てのステークホルダー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。このような考えの下、取締役による監督機能を強化することで、コーポレート・ガバナンスの一層の充実を図り、経営の健全性と透明性をさらに向上させることを目的として、当社は監査等委員会設置会社制度を採用しています。監査等委員会の設置により、経営の意思決定と業務執行の監理監督において透明性を確保するとともに、取締役会において定めた「内部統制システムに関する基本方針」に基づいて内部統制システムを構築して運用の徹底を図り、コーポレート・ガバナンスの維持・強化に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制図



取締役会

当社の取締役会は、監査等委員である取締役4名を含む取締役10名で構成されており、監査等委員である取締役は全員が社外取締役です。社外取締役には、他の会社の役員経験を有する者や企業法務及びコンプライアンスに精通する法律専門家等を招聘しています。各自の豊富な実務経験に基づく企業経営に関する知見を活用するとともに、より広い視野に基づいた経営意思決定と社外からの経営監視を可能とする体制作りを推進しています。

取締役会は、効率的かつ迅速な意思決定を行えるよう、定時取締役会を原則毎月1回開催するほか、必要に応じて臨時取締役会を開催しています。社外取締役は、2020年5月期に開催された全ての取締役会に出席し、助言・提言を行いました。

監査等委員会

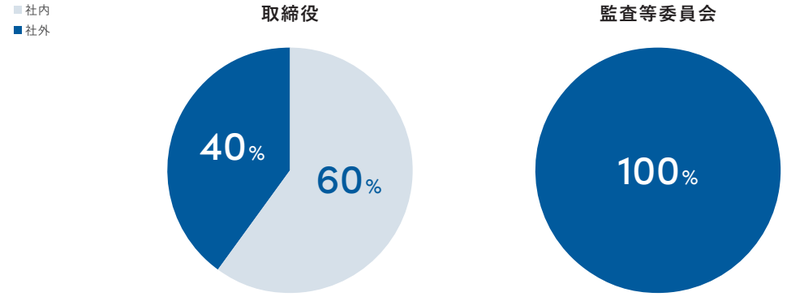
当社の監査等委員会は、監査等委員である取締役4名によって構成され、その全員が社外取締役です。監査等委員である取締役には弁護士や他の企業の役員経験を持ち、企業経営について独立した観点を有する者も含まれており、各々の職業倫理の観点で経営監視が行われる体制を整備しています。監査等委員である取締役は、取締役会やその他において、取締役の職務執行について適宜意見を述べています。

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・監督を行うため、監査計画に基づき監査を実施し、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。

2020年5月期における社外取締役の取締役会及び監査等委員会への出席状況

氏 名	取締役会	監査等委員会
横澤　靖子	100%	100%
赤浦　徹	100%	100%
本多　央輔	100%	100%
石川　善樹	100%	100%

社外取締役比率（2020年5月期）



社外取締役・独立役員

監査等委員である取締役4名全員は、会社法における社外取締役です。社外取締役の選任に当たっては、他の会社の役員経験を有する者や企業法務及びコンプライアンスに精通する法律専門家等、各自の豊富な実務経験に基づく企業経営に関する知見を活用した経営全般に対する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。また当社グループは、社外取締役2名を独立役員として選定しており、株式会社東京証券取引所の定める独立役員に関する基準等を参考に選任しています。

社外取締役と選任理由



横澤 靖子 独立

社外取締役／監査等委員

TMI総合法律事務所 カウンセル弁護士として、企業法務やコンプライアンス等に関する専門的な知識を有しており、また大手IT企業への出向経験を通じたビジネス知見を持ち合わせていることから、当社事業領域への理解を踏まえた意見具申等を期待して選任しています。当社との間には、人的関係、資本的関係または取引関係その他の利害関係はありません。



赤浦 徹

社外取締役／監査等委員

インキュベイトファンドのゼネラルパートナーとして、ベンチャーキャピタル事業での長期の職務経験と他の会社での役員としての豊富な経験及び幅広い見識を有しており、経営全般についての助言・提言を期待して選任しています。2020年5月末で、当社普通株式を430,000株保有しているほか、同氏が間接的に関係しているファンドに対して当社も出資を行っていますが、その他、人的関係、資本的関係または取引関係その他の利害関係はありません。



本多 央輔

社外取締役／監査等委員

DCMベンチャーズのゼネラルパートナーとして、ベンチャーキャピタル事業における多彩な職務経験と他の会社における役員としての豊富な経験及びそれらを通じて培われた幅広い見識を有しており、経営全般についての助言・提言を期待して選任しています。また、同氏の所属するDCMベンチャーズが運用するファンドであるA-Fund, L.P.、DCM Ventures China Fund(DCM VII), L.P.及びDCM VII, L.P.のそれぞれが保有する当社株式の総数は、2020年5末時点において普通株式2,770,000株ですが、その他、人的関係、資本的関係または取引関係その他の利害関係はありません。



石川 善樹 独立

社外取締役／監査等委員

医学博士並びにデータサイエンティストとして、データ分析・活用領域における専門的かつ豊富な知識を有しており、また自身も創業並びに経営に携わる事業会社での職務経験を通じて培われた経営者観点での助言・提言を期待して選任しています。なお、当社の取締役就任以前より、同氏が所属する会社に対して当社グループはコンサルティング業務や分析業務等を委託していましたが、当社の取締役選任に当たり、それらの契約を解消しています。その他、人的関係、資本的関係または取引関係その他の利害関係はありません。

株主総会の活性化及び議決権行使の円滑化に向けての取り組み

株主総会招集通知の早期発送	第13回定時株主総会より開催日の3週間前までの早期発送に努めています。
集中日を回避した株主総会の設定	当社の株主総会を開催する8月には、過度な集中日はないと考えていますが、より多くの株主が参加できるよう、集中日を避けた開催日となるよう留意しています。
電磁的方法による議決権の行使	株主の皆さまによる積極的な議決行使を行っていただくため、第13回定時株主総会より、インターネットを通じた議決権の行使が可能となっています。
議決権電子行使プラットフォームへの参加その他機関投資家の議決権行使環境向上に向けた取り組み	第13回定時株主総会より、株式会社ICJが運営する機関投資家向け議決権電子行使プラットフォームの利用を開始しています。
招集通知(要約)の英文での提供	当社ホームページ等にて、英語版の招集通知を日本語版と同日に掲載しています。
その他	株主の皆さまの総会議案の十分な検討期間を確保し、株主総会の活性化及び議決権行使の円滑化を図るべく、第13回定時株主総会より招集通知を発送に先立ち当社ホームページへ掲載しています。

IRに関する活動状況

ディスクロージャーポリシーの作成・公表	株主・投資家の皆さまに透明性・公平性・継続性を基本にした情報提供に努めており、IR活動の基本方針、情報開示方法について当社ホームページに掲載しています。
個人投資家向けに定期的説明会を開催	今後検討すべき事項として考えています。
アナリスト・機関投資家向けに定期的説明会を実施	四半期毎に年4回、代表取締役社長や取締役によるアナリスト・機関投資家向け決算説明会を実施し、業績や経営方針等を説明しています。また、当該説明会の模様は、スクリプト(文章の書き起こし)形式にて当社ホームページに掲載しています。
海外投資家向けに定期的説明会を開催	英語スクリプト付き決算説明資料を当社ホームページに掲載しています。また、定期的に欧州、米州、アジア等の海外機関投資家との電話会議・カンファレンス等を行っており、2019年11月には、代表取締役社長及び執行役員による北米の機関投資家訪問を実施しました。
IR資料をホームページに掲載	当社ホームページに決算短信、適時開示資料、有価証券報告書、四半期報告書、株主総会招集通知、株主総会プレゼンテーション資料、決算説明資料、決算補足資料等を掲載しています。主なIR資料については、和文とともに英文も同時に開示しています。
IRに関する部署(担当者)の設置	IR担当役員:取締役／CFO／財務経理部 担当 橋本 宗之 IR担当部署:IRグループ

役員一覧

取締役（監査等委員である者を除く）



寺田 親弘
代表取締役社長／CEO

三井物産株式会社に入社。情報産業部門に配属された後、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に従事する。帰国後、社内ベンチャーの立ち上げや関連会社への出向を経て、2007年にSansan株式会社を創業。



富岡 圭
取締役／Sansan事業部 担当

日本オラクル株式会社に入社し、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年の共同創業時から法人向け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。



塩見 賢治
取締役／Eight事業部 担当

株式会社物産システムインテグレーション（現・三井情報株式会社）で、大手携帯キャリア向けのメールシステムの設計・開発責任者等を務めた後、2007年にSansan株式会社を共同創業。現在は、名刺アプリ「Eight」の事業責任者として事業戦略を指揮する。



常樂 諭
取締役／CISO※1／DPO※2／DSOC※3 担当

2007年にSansan株式会社を共同創業し、法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」のプロダクト開発を統括。現在は名刺のデータ化やデータ活用の研究開発部門であるDSOCのセンター長を務めながら、CISOとして社内のセキュリティー施策を推進する。



大間 祐太
取締役／CHRO※4／人事部 担当

人材系企業へ入社し、採用コンサルティング事業の立ち上げを経験し、独立。その後、採用領域のベンチャー企業の立ち上げに携わる。2010年にSansan株式会社へ入社し、営業部門のマネジャー、人事部長を務める。2019年より取締役／CHROに就任し、人材価値を高めるための人事戦略を指揮する。



橋本 宗之
取締役／CFO／財務経理部 担当

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投資業務に携わり、2017年にSansan株式会社へ入社。2020年より取締役／CFOに就任し、財務戦略を指揮する。

監査等委員である取締役



横澤 靖子
独立

社外取締役／監査等委員

TMI総合法律事務所カウンセル弁護士。2002年、第一東京弁護士会に登録し、TMI総合法律事務所に入所。大手IT企業への出向を経て、2017年から現職。2018年8月、Sansan株式会社の社外取締役に就任。企業法務やコンプライアンス等に関する専門的な知識を有し、法律的観点を踏まえた提言を行う。



赤浦 徹
社外取締役／監査等委員

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式会社（現・株式会社ジャフコ）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株式会社の社外取締役に就任。経営全般についての提言を行う。



本多 央輔
社外取締役／監査等委員

DCMベンチャーズゼネラルパートナー。三菱商事株式会社に入社後、エイパックス・グロービス・パートナーズ株式会社（現・株式会社グロービス・キャピタル・パートナーズ）を経て、現職。2018年4月、Sansan株式会社の社外取締役に就任。多数の投資経験及び役員経験から、経営全般についての提言を行う。



石川 善樹
独立

社外取締役／監査等委員

予防医学研究者、博士（医学）。行動科学やデータサイエンス等を専門とする一方、複数の事業会社で取締役として創業・経営に携わる職務も経験。2019年1月、Sansan株式会社の社外取締役に就任。データ分析・活用領域における知見に加え、経営者観点を踏まえた提言を行う。

執行役員

池上 光一
執行役員／総務法務部 担当

石本 卓也
執行役員／Eight事業部
マーケティングソリューション部 部長

大津 裕史
執行役員／CPO／プロダクト戦略開発室 担当

大西 勝也
執行役員／Bill One事業部 事業部長

小川 泰正
執行役員／Eight事業部
Eight Career部 部長

加藤 容輔
執行役員／Sansan事業部
エンタープライズ営業部 部長

千住 洋
執行役員／Sansan事業部Global Sales Development部 部長／Sansan Global PTE. Ltd. CEO

田中 陽
執行役員／オフィス戦略部 担当／
Sansan事業部 副事業部長

田邉 泰
執行役員／CBO※5／
ブランドコミュニケーション部 担当

西澤 恭介
執行役員／Sansan事業部事業企画部 部長／
同セールスディベロップメント部 部長／
同カスタマーサクセス部 部長

林 佑樹
執行役員／新規事業開発室 担当

藤倉 成太
執行役員／CTO

※1 CISO: Chief Information Security Officer
※2 DPO: Data Protection Officer
※3 DSOC: Data Strategy & Operation Center
※4 CHRO: Chief Human Resources Officer
※5 CBO: Chief Brand Officer

独立　独立役員

会社情報（2020年5月31日時点）

商　号	Sansan株式会社
設　立	2007年6月11日
所在地	表参道本社 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-52-2 青山オーバルビル 13F
従業員数	713名（連結）
資本金	6,236百万円

コーポレートサイトのご案内





https://jp.corp-sansan.com

株式情報（2020年5月31日時点）

基本情報

証券コード	4443
上場証券取引所	東京証券取引所　マザーズ市場
事業年度	6月1日から翌年5月31日まで
剰余金の配当の基準日	中間配当　11月30日 期末配当　5月31日
定時株主総会	事業年度終了後3か月以内
株主名簿管理人	東京証券代行株式会社
単元株式数	100株
公告の方法	電子公告により行う※

※ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行う

株式の状況

発行済株式総数	31,138,853株
株主総数	2,844名

所有者別分布状況

