

出会いからイノベーションを生み出す



# 企業理念

## 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。

## Vision ビジネスインフラになる

水を通す道、電気やガス、インターネットを通す道。  
誰もが利用するさまざまな道が、生活のインフラとして人々を支えています。

私たちはビジネスという世界において、  
誰も考えつかなかったような新たな道になろうとしています。

これまで行けなかった場所。見たこともない景色。それを現実のものにする。

ビジネスの中で誰もが毎日のように通るその道は、  
人と人、企業と企業をつなぎ、イノベーションを生み出していくのです。

## Values 仕事に向き合い、情熱を注ぐ

Lead the customer  
体験を想像する  
意思と意図をもって判断する  
最速を目指す  
強みを活かし、結集する  
感謝と感激を大切に  
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



# 目次

- 002 企業理念
- 003 目次
- 004 編集方針
  
- 005 CEOメッセージ

## 第1章 価値創造ストーリー

- 013 Sansanグループのあゆみ
- 015 価値創造プロセス
- 016 ビジネスモデルと事業ポートフォリオ
- 018 インプットとアウトカムの分析
- 020 培われた競争優位性
- 023 **特集** 長期ビジョンの実現に向けて
- 026 サステナビリティの取り組み
- 030 **特集** サービスが生み出す社会的価値

## 第2章 価値創造に向けた戦略

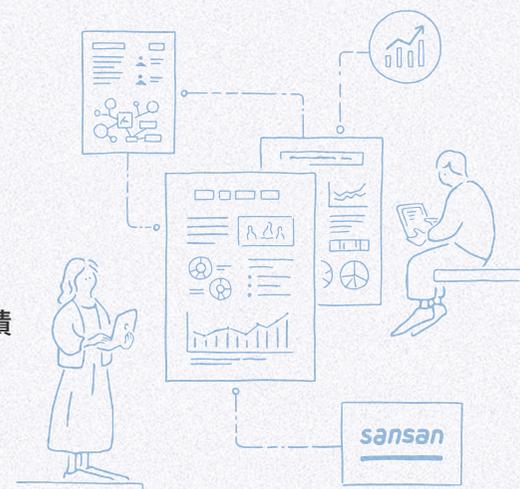
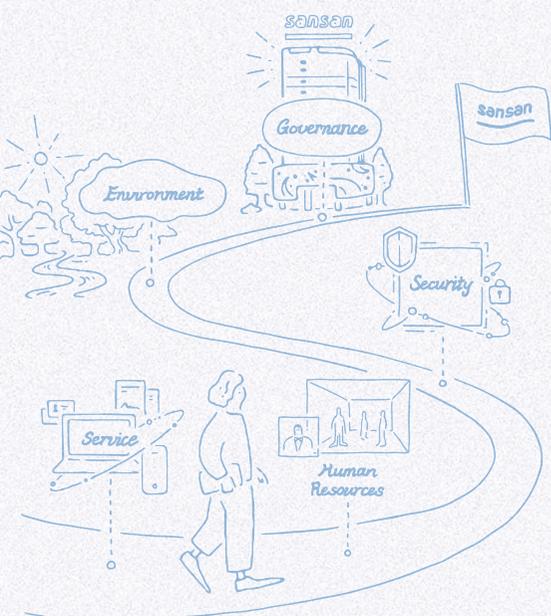
- 035 CFOメッセージ
- 040 中期財務方針
- 042 短期経営実績と計画
- 044 事業別戦略
- 055 CHROメッセージ
- 059 人的資本
- 065 研究開発
- 069 **特集** 海外展開の強化

## 第3章 価値創造の基盤

- 074 情報セキュリティ
- 076 地球環境
- 080 リスクマネジメント
- 082 コンプライアンス
- 084 コーポレートガバナンス
- 090 取締役一覧
- 092 社外取締役メッセージ

## データ

- 097 ESGデータ
- 100 連結財務諸表
- 103 セグメント別実績
- 104 会社・株式情報



# 編集方針

報告対象期間 | 2024年5月期（2023年6月1日～2024年5月31日）

対象組織 | Sansan株式会社及びグループ会社

## 統合報告書2024のポイント

統合報告書2024では、当社グループが目指す将来像をより具体的にお伝えすることができるよう、中長期の時間軸を意識した上で、定量面、定性面ともに開示内容の強化を図りました。また、サステナビリティに対する取り組みが企業価値の向上や事業成長にどのように結び付いているのか、分かりやすい説明に努めました。さらには、これまで会社の文化や風土をお伝えする目的で取締役メッセージを充実させてきましたが、今

回は、より多くの従業員の生の声を追加することで、臨場感のある説明となるよう工夫しました。

また、表紙は、新しいフェーズに入った当社が現在見ている景色や取り組んでいることを描いています。ビジョン達成までの道に見立て、パーパスに対する議論やサービスの進化、企業カルチャーに向き合う従業員等を表現しています。

## ≫ これまでの統合報告書



### □ 統合報告書2020

初めて発行した本書では、会社概要や事業内容、戦略、経営基盤といった基本事項を簡潔に説明することに努めました。



### □ 統合報告書2022

3年目の本書では、価値創造ストーリーをより分かりやすくお伝えするために、社内外のメッセージを中心に生の声の掲載を強化しました。



### □ 統合報告書2021

2年目となった本書では、サステナビリティ方針やESG関連の取り組みといった、非財務情報の掲載を強化しました。



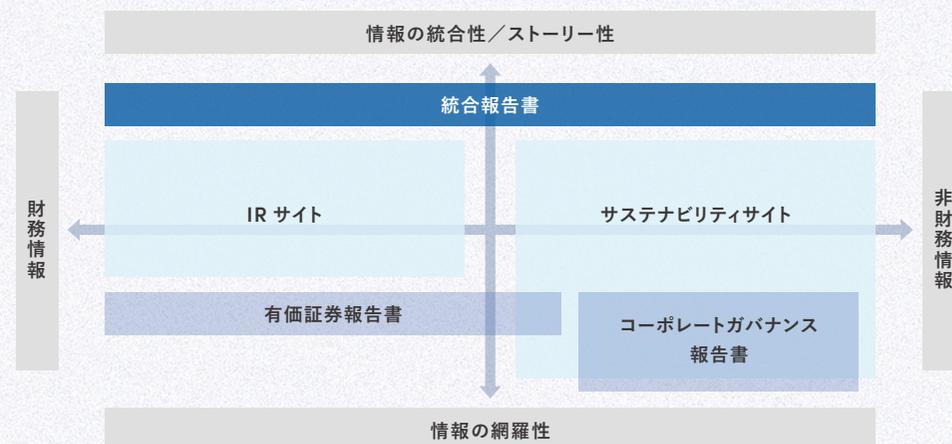
### □ 統合報告書2023

4年目の本書では、価値創造の営みを深くご理解いただけるよう、重要課題（マテリアリティ）を軸に、各種情報を長期・中期・短期のタイムラインで構成しました。

## ≫ 参考にしたガイドライン

- 国際統合報告フレームワーク
- 価値協創ガイダンス
- TCFD提言
- SASBスタンダード
- GRIスタンダード
- WICIリソース
- SDG Compass

## ≫ 情報開示の体系



### ▼ IRサイトはこちらをご参照ください

<https://ir.corp-sansan.com/ja/ir.html>

### ▼ サステナビリティサイトはこちらをご参照ください

<https://jp.corp-sansan.com/sustainability/>

## ≫ 将来の見通しに関する注意事項

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はありません。

CEOメッセージ

# 世界を変える 新しい価値を 生み出し続ける

代表取締役社長／CEO／CPO

寺田 親弘

我々にしか創造できない価値を積み重ね、  
新たなステージで力強い成長を重ねていく

## 2024年5月期の事業環境

2023年5月に、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に移行され、この1年は真の意味でポストコロナの事業環境でした。ちょうど2年前、私は『統合報告書2022』で人と人の対面での出会いがなくなった2022年5月期を振り返り、このコロナ禍を当社グループが大きくギアチェンジして成長機会にしていくことが自身の責務であり、後から振り返った時にコロナ禍の取り組みが大きなターニングポイントになるだろうと申し上げました。そして、Sansan、Bill One、Eightの刷新を進め、2023年5月期には、組織をコロナ禍前の事業部制に戻し、一段高い成長ステージに突き抜けるために、各事業の売上の最大化を図るべく取り組みを進めてきました。

この1年の事業環境を振り返ると、経済全体がコロナ禍から回復する中で、Sansanにとっては名刺利用が戻ってきたという大きな事業変化がありましたし、それはEightにとっても同様でした。また、2023年10月のインボイス制度開始に向けて、強い追い風が吹いていたBill Oneに関しては、それに伴う駆け込み需要がなくなるところも含め、大きな環境変化を経験した1年でした。

また、コロナ禍の中で、例えば、会議から飲み会に至るまで、オンラインを活用したさまざまな試みを多くのビジネスパーソンが経験してきたことで、オンラインとオフラインの使い分けに関するリテラシーが圧倒的に高まったと感じています。企業のDXに対する意欲や積極性は、コロナ禍の中での向き合い方に比べると、より本質的なものに変化してきており、「出会いからイノベーションを生み出す」ことをミッションに掲げる当社においても、お客様のビジネス現場におけるDXを、当社がいかにリードしていけるか、その本質的な価値に向き合ってきました。

## 2024年5月期の振り返り

2024年5月期は売上高、調整後営業利益<sup>[1]</sup>ともに好調に推移しました。当社で最重要視している経営指標は売上高の成長率ですが、2024年5月期は、売上高が期初に公表した業績予想のレンジ(前年同期比28%~32%増)の上限を上回り、前年同期比32.8%増の338億円と成長が加速しました。調整後営業利益も前年同期比81.5%増の17億円と、当初想定していたレンジの中央値を上回る水準を達成しました。

Sansanは、ポストコロナで成長率を再加速していくために、人材採用をしながら営業体制の強化を図りました。この2年間で見て、Sansanの営業生産性<sup>[2]</sup>は約13%改善し、契約件数も非常に力強い伸びを達成しており、堅調な売上成長につなげることができています。

Bill Oneは、ARR<sup>[3]</sup>が期初目標としていた70億円以上を上回り、76億円超となる等、引き続き高成長を示しました。インボイス制度が施行され、外部環境に起因した受注はなくなったものの、「月次決算を加速する」経理DXサービスとしての本質的な価値を訴求し、しっかりと売上高の高成長を継続しました。

Eightは、2023年5月期に四半期ベースでの黒字化を達成し、2024年5月期は通期での黒字化を成し遂げることをテーマとして進めてきました。好調なBtoBサービスでは、契約件数の増加に加えて価格改定も後押ししたほか、BtoCサービスも堅調

に推移し、増収となりました。また、収益性に焦点を当てた事業運営に移行したことで、サービス開始以来、初めて通期での黒字化を実現し、目標を達成しました。Eightの次のターゲットは、売上成長を継続しつつ、本社経費等を配賦したベースでの利益で黒字化を達成することです。

また、海外事業については、まだ十分に事業の状況等を説明していくだけの規模にはなっていませんが、フィリピンのセブにグローバル開発センターを開設し、エンジニアの採用を進めたり、タイのバンコクに営業・販売拠点を開設し、販売を強化したりしており、少しずつ、新規の顧客も増えてきています。

Eightが黒字化し、Bill Oneが新たな事業の柱として力強い成長を見せる中で、今後の中長期を見据え、それに続く次なる成長ドライバーをどのように作っていくかも大きな課題です。クリエイティブサーベイ等のグループ会社も含め、既に複数の新規サービスはありますが、これらを本当に成長軌道に乗せられるかどうかという目線で向き合っていく必要があります。Sansan、Bill Oneに続く第3の柱として育成できると判断すれば、経営リソースを積極的に投下していきますが、今は、そうした投資モードに入れるよう、育てていく段階との認識です。

[1] 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費)

[2] フィールドセールス1人当たりの受注金額

[3] ARR (Annual Recurring Revenue) : 年間固定収入

## 環境の変化を機会として捉え、 事業基盤を強固なものに



## Sansan、Bill Oneの成長戦略

Sansanは、サービスの強化や営業生産性の向上を進めると同時に、2024年5月期は、営業体制の強化に向けた人材採用を進めてきました。フィールドセールスの人員数を約29%増員し、新たに採用した人員の戦力化も進展しつつあります。新規顧客の獲得に加え、既存顧客に対するアップセルも順調に進み、引き続き安定的にネガティブチャーン<sup>[1]</sup>を実現しています。Sansanはコロナ禍を経て、再び事業成長が加速していますが、多くの企業で利用者数はまだ限定的です。現時点でのSansanの利用者数は、日本国内の全労働人口を分母にするとわずか4%程度に過ぎません。日本国内だけでも数十倍の開拓余地が存在しており、新規顧客開拓と同時に、既存顧客におけるアッ

[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が上回った状態のこと

セルにも注力することで、引き続き事業成長の最大化を図っていきます。

Bill Oneはさらなる事業成長に向けて、引き続き営業体制を強化しながら、新たな機能を追加することで、事業領域の拡大にも取り組みます。2020年5月にBill Oneのサービスを提供開始して以降、請求書の受領機能を中心に成長してきましたが、2022年2月には請求書発行機能を搭載し、2023年6月には法人向けクレジットカードを発行して、FinTech領域にも参入しました。2024年6月からは、Bill Oneビジネスカードを用いた経費精算機能「Bill One経費」の提供も開始しており、さらに、2024年9月には、請求書発行から入金消込までを一気通貫で

完結する入金消込機能の提供も始めています。既にBill One経費の営業活動の中で、「立替経費をなくし、月次決算を加速する」というコンセプトには大いに共感していただいております。一定の手応えを感じるほどの好感触を得ています。2024年5月期末で、Bill Oneは2,800件超の有料契約を獲得し、Bill Oneに接点をもつインボイスネットワーク参画企業数は約18万2,000社となりました。しかし、日本国内には約200万社の企業があります。全体の母数に比べると、急拡大を遂げているBill Oneのネットワークはまだ小規模であり、Sansan同様に、現在の数十倍とも言えるほどの大きなターゲット市場を前に、十分な成長余力が残されています。

サービスの本質的な価値に向き合い、  
力強く成長を加速していく



## 2027年5月期までの中期財務方針

当社はこれまで、中期的な売上高見通しに関しては、20%中盤以上の成長率継続を掲げてきましたが、2025年5月期の期初に、3年後の2027年5月期までの中期財務方針として、3年間の売上高CAGR(年平均成長率)22%~27%、2027年5月期の調整後営業利益率18%~23%の見通しを公表しました。当社として、この水準は達成できるという目線で策定し、公表に至っていますが、同時に、この財務方針が、当社の事業成長や投資等、経営として本質的に進めていくことを妨げる要因になってはいけないとも考えています。

公表した内容については、資本市場の皆さまにはポジティブに受け止めていただいております。3年後の事業ポートフォリオのイメージ等についてもご質問を受けます。ただ私は、Sansan、Bill One、Eight等、個々の事業を積み上げて中期的な数値をイメージしているというよりも、私たちの経営リソースを、その都度、最も生産性の高いサービスに振り向けていくことで達成できる数値という捉え方をしています。これは、コロナ禍でSansanの販売に苦戦し生産性が低下した際に、営業リソースの最適化を図るべく、機動的にBill Oneに寄せていくことで成長を果たせたことも、1つの経験値となっています。中期財務方針の公表に当たっては、IR活動の強化を通じて、資本市場の皆さまとのコミュニケーションの機会を増やしてきた中で、こうした当社の成長力に関するシミュレーションについて、当社からある程度、前提となるガイダンスを示す方が良いと判断しました。

2027年5月期の見通し数値については、私たちがこれまで行ってきた営みが継続できる限りにおいては、むしろ上振れも期待できるほどの自信があります。その営みとは、一言で言えば「イノベーション」を生み出すことです。当社の矜持は、私たちにしかできない付加価値を社会に提案し、それをビジネスに変えてきていることです。今この瞬間にも、私たちは「Sansanでこう

いう新しいアングルのソリューションを作れないか」「Bill Oneでこうした課題を解決できるソリューションが生み出せないか」と、1つひとつ、イノベティブな挑戦を続けています。イノベーションを生み出すのはプロダクトです。私自身が、CPO(Chief Product Officer)も兼務する形で、どういったサービスを生み出していくのかということに深くコミットして進めているからこそ、中期的な見通し数値にも自信がもてています。

まずは、2025年5月期の業績見通しとして示した数値に対しても、上振れを狙う意気込みで、しっかりと実績を出していきます。そして、その実績数値を基に、次年度の見通しを策定する時に、今回の財務方針で示した数値よりも強気の見通しが出せるよう、サービスを仕掛けていきます。2025年5月期は、私たちが「Model 4」と呼んでいるBill Oneの機能拡充と、現在仕掛かり中のSansanの新規ソリューションを通じて、サービスの強化、イノベーションの創出をしっかりと実現していきます。



## プロダクトの創造的破壊にも挑む

CEOがCPOを兼務しているからこそ出せる質感もある一方で、CPOとしての職務がフルタイムでないがゆえのマイナス面もあり、歯がゆいところです。イノベーションはプロダクトから起きるものであり、しかるべきCPOを育成していくことは、サクセッションを考える目線でも重要と認識しています。

しかし、CPOとしては、Bill Oneの「Model 4」にたどり着いたことに加え、ここ最近では、自分のもてる時間の全てを振り向けたいくらいの気持ちで、「デジタル名刺」に再度向き合ってきました。現状、SansanユーザーやEightユーザー同士であればデジタル名刺交換は可能です。ただ、まだ世の中のスタンダードにまではなりきれていません。名刺交換をする前に「名刺を使っていますか?」という会話は不要ですが、デジタル名刺交換をするためには「SansanやEightを使っていますか?」という会話が現状は必要だからです。これでは流行りません。私が今、CPOとして最も高い優先度で進めているのは、この「デジタル名刺」を、Sansan、Eightを使っていない層でもスムーズに受け取れる体験の創出です。当社ユーザーが紙の名刺に代わる「準名刺」としてデジタル名刺を相手に渡せる。その体験価値を磨き、企業がデジタル名刺を促進する理由を整理できた時に、そろそろ山を動かせるのではないかと考えています。

当社は紙の名刺をデータ化してきましたが、見方を変えれば、初めはデータだった情報をわざわざ紙に印刷したものを再度データに戻している、と言えます。紙の名刺は確かに便利です。私たちにとってはビジネスの前提でもあります。コロナ禍が明けて、紙の名刺が戻ってきたことで、事業環境も復調しています。それでも、名刺の完全デジタル化をやり遂げたいと思っています。紙の名刺は創造的破壊をすべき対象でもあり、そうしたプロダクトにも挑戦しています。

## 企業カルチャーの継承

中期財務方針を開示しましたが、もし事業成長を阻害する要因があるとするれば、それは、当社においてイノベーションが止まってしまった場合です。今もイノベーション創出に向けて取り組みを続け、生産性の高いサービスにリソースを投下し続けていますが、イノベーションを止めないために重要となるのが、企業カルチャーです。

当社はここ数年、積極的に陣容を拡大してきたため、現在の社員数の半分くらいは、ここ3年以内に入社したメンバーで構成されています。イノベーションを追求する当社の企業カルチャーを維持・強化しながら、新たに入ったメンバーを早期に戦力化して

いくこと。これが、当面の経営課題です。

当社グループはミッションドリブンな企業であることをとても大切にしてきました。果たすべき使命「ミッション」には「出会いからイノベーションを生み出す」を掲げています。このミッションのほか、目指すべき姿「ビジョン」、行動規範や価値観を表した「バリューズ」、そして、当社グループの事業における大前提である「プレミス」といった企業理念を「Sansanのカタチ」と称し、新たに参画した全てのメンバーが理解・共有できるよう、丁寧な研修を実施しています。その研修の一環で、私自身も入社後2、3か月目のメンバーと対話する機会をもっています。そこだけで

カルチャーが維持・強化されているかを測るのは見極めが難しいものの、年に数度行われている、「全社会議」をはじめとした全社員が参加するイベントにおいては、メンバーが一丸となっている様子うかがえ、ミッションドリブンな企業カルチャーはしっかりと維持されていることを確認できています。

CEOという立場上、組織の中で全社員と対話する機会は限られていますが、創業した時から常に変わらずにありたいと思っているのは、自分の半径5メートルの範囲内で起きていることに対してしっかりと向き合っていくことです。言うべきことは言いますし、おかしいと思ったら最前線にも出ていきます。

## 社会に対してどういう存在でありたいか、あるべきか？ パーパスに向き合い濃いカルチャーを継承する



### 100年先の未来を見据えて

企業理念に関しては、この1年をかけて、100年先の当社のあるべき姿を見据え、パーパス(存在意義)についての議論を全社規模で進めています。普段はさまざまな意思決定を可能な限り迅速に進めることを是としていますが、こと、このパーパスの議論に関しては、あえて時間をかけています。

設立から17年、当社はミッションドリブンの企業であることを大切にしながら、イノベーションを止めずに成長し続けることを追求してきました。今後もその方向性に変わりはありませんが、

「ミッション」という言葉にはやはり「コンプリート」するものというニュアンスがあります。100年先を見据えると、もう一段抽象度を高くして、永続的な意味合いをもつ「パーパス」を考えたいと思い、議論をスタートしました。

これまででもミッションやバリューズの見直しに際しては、できるだけ多くの社員を巻き込みながら議論してきました。今回のパーパス議論も、社歴の長さに関係なく、全社員を巻き込んで議論を進めています。パーパスの位置付け、ミッションとの違い、

パーパスの捉え方、パーパスに用いる言葉等、さまざまな角度で議論を進め、ようやくフェーズ3に入ってきたところですが、もちろん、全社員で議論はしていますが、民主的に決めるものでもありません。最終的には全社員の思いを受けた上での経営判断であると思っています。時間軸としては、2024年内に方向性が固まるかどうかという進捗ですが、期限を設けているものでもなく、越年しても構いませんし、議論次第では最終的にパーパスは設けないという判断をしても構わないとも考えています。

## イノベーションの炎を広げていく

コロナ禍を経て事業成長が再加速し、今の当社の成長ステージは、2020年5月期の株式上場を機に突入した第3フェーズとは明らかに異なる、いわば第4フェーズと言える時期に入っています。

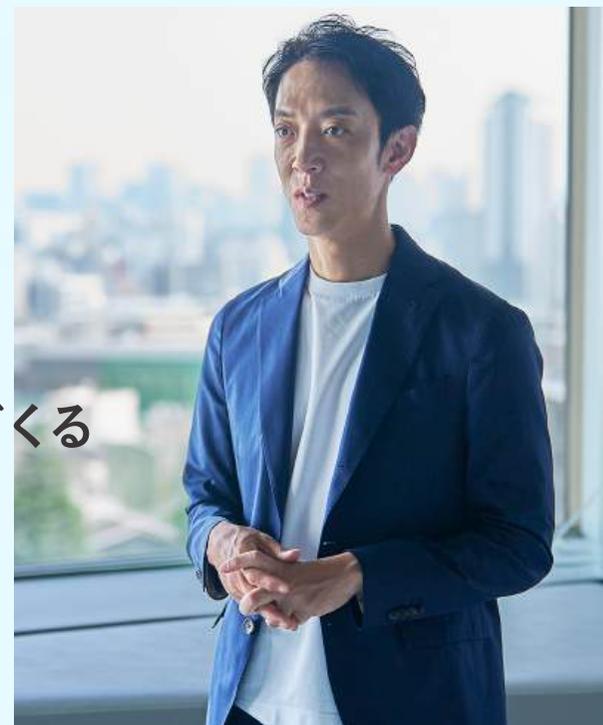
昨年には、100年先の未来像として、「上場企業」「ITサービス」という相対的な位置付けをもちながらも、その領域で絶対的な存在感を示す、オリジナリティにあふれた企業になっていたとの考えをこの『統合報告書』の中で申し上げました。今その考えに変わりはありませんが、そうしたありたい姿を実現するために、常に世界を変える新しい価値を生み出し続けたいと思っています。

イノベーションの機会はたくさん見えており、とにかくそれを広げ続けていく。そこに尽きます。イノベーションは、M&A等に依拠するものではなく、自分たちが作ってきたモノの価値が、社会を変えるレベルになった時に、初めて非連続的に見えるだけで、実態は連続的な取り組みの延長です。ですから、1つひとつのイノベーションを積み重ねていくことが重要です。

私自身は、一度燃えた炎があったら、「それは必ず大きくすることができる。だって燃えているんだから」と信じる、そうした精神論を大事にしなが、名刺のデジタル化に17年向き合ってきました。その考えの中核には、本質的に企業はイノベーションを必要としているという確信があり、そこを起点に、私たちが提供するサービスを改善し続けていくイノベーションの連続が、100年先の当社の姿に通じると考えています。

そして、CEOとしての私の責務は、そうしたイノベーションを起こす起爆剤であり続けることです。しかし同時に、100年の論理で企業のあり方を考えると、起爆剤としての役割が極度に属人化してしまわないようにすることも重要です。

## イノベーションの連続で、 100年先の当社の未来を形づくる



### グロースマインドセットが浸透する組織へ

人材に対しては、変わらず「成果を上げること」を求めています。私はそれこそが、成長機会を提供していることにほかならないことだと、確固たる思いをもっています。今年、社員に対しては、成果に向き合う姿勢として「グロースマインドセット」が必要だと伝えてきました。

グロースマインドセットとは一般に、「人の能力は経験や努力によって伸ばすことができる」という考え方だと説明されます。「自己変容力」「自己成長力」とも言い換えられるかもしれません。自分も含め、1人の人の中にもいろいろな顔があります。私の中にもグロースマインドセットの顔と、その対となるフィックス

トマインドセットの顔があります。1人ひとりの多様な人材が、Sansanという組織・空間に身を置いた時に、自分の中のどちら側が刺激されやすいのか。そう問われた時に、グロースマインドセットの方が刺激される、活性化されるような組織でありたい。そうした企業カルチャーを醸成していく上で、グロースマインドセットと言語化できたことは、1つの大きな進化でした。

そしてそれが当社の持続可能なカルチャーになれば、100年先に向けたサクセッションを考えていく上でも、ある種私たちがもってきたグロースリーダーシップを代替するものが生まれ得ると思います。

## サステナビリティの取り組み

サステナビリティに関しては、私は「事業活動を通じた自然環境の保全」という重要分野のマテリアリティオーナーでもあります。気候変動問題への対応、自然資源の効率的活用という点で、スコープ1+2<sup>[1]</sup>のカーボンニュートラルと、当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数1.2億件という、2030年5月期までの長期目標を掲げています。現時点でのSansanやBill Oneの事業成長は、十分スピードが出ていると思う一方で、1人の地球人として、気候変動問題や自然環境の保全といった人類の生死を分ける課題とを照らして考えた時に、果たしてこれで十分なのか、これで足りているのかと、手応えを得ることが難しいだけに、常に自問しながら、取り組みを進めています。

[1] スコープ1は、当社が所有するオフィスや設備において直接排出されたGHG排出量を集計しています。スコープ2は、各オフィスにて購入した電力や熱エネルギー等の使用を通じて間接的に排出されたGHG排出量を集計しています



## ステークホルダーの皆さまに向けて

上場企業として5年間、ステークホルダーの皆さまと向き合ってきて、企業価値向上のための最大の取り組みは、事業を成長させることであり、それ以上でもそれ以下でもないというのが大前提にあると感じています。今回、当社の未来の成長余地を、正しく資本市場の皆さまに織り込んでいただきたいという思いもあり、中期財務方針や、自己株式取得の発表をしました。そこには、当社の株価がアンダーバリューされている、との思いがあったのも事実です。

CEOとして、国内外の投資家の皆さまとのIRミーティングにも積極的に取り組んできました。特に海外の機関投資家に向けては、当社のようなSaaSが海外にはないため、1つひとつ丁寧に事業環境や取り組みを説明してきたことで、当社に対する理解・評価が広がってきたと感じています。

私たちは、世界を変える新たな価値を生み出すイノベーションを起こし続けていきたいと思っています。1つひとつ、価値を積み上げてきた結果が、事業成長の再加速につながっています。

国内だけでも大きな成長余地がありますが、さらに野心的なことを言えば、グローバルにおいてもイノベーションの炎を広げていきたいと思っていますし、そのためにはあの手この手で何でもしたいと思っています。ステークホルダーの皆さまには、引き続きご支援をいただけますようお願い申し上げます。

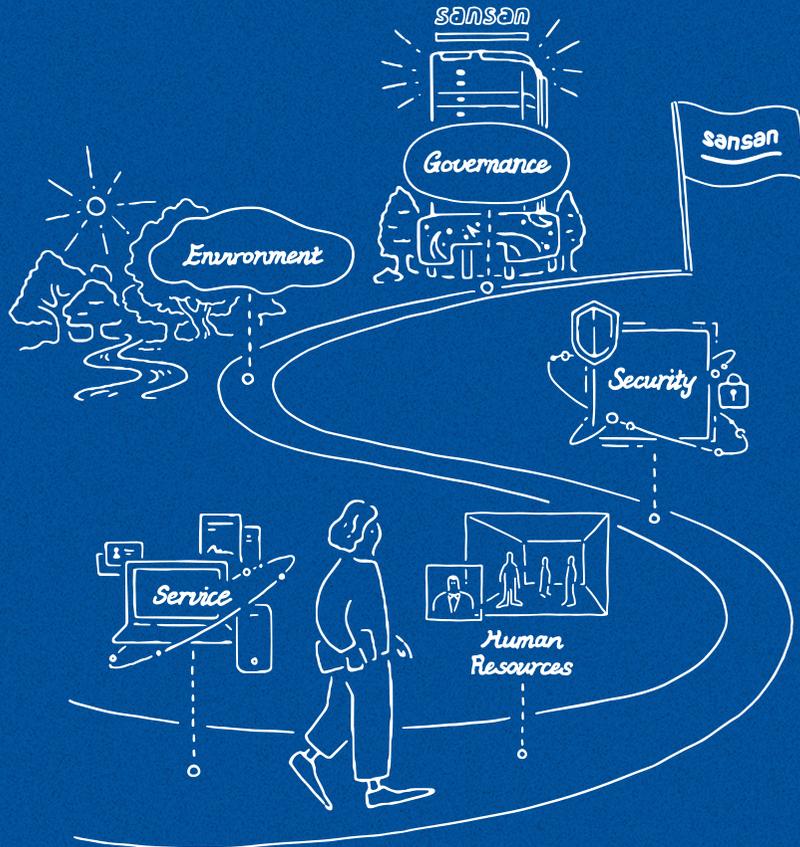
代表取締役社長／CEO／CPO

寺田 親弘

## 第1章

# 価値創造ストーリー

第1章では、当社グループがどのような経営資本を基に、どのような価値を生み出しているのか、ビジネスモデルや競争優位性、サステナビリティに対する取り組み等を交えながら、価値創造のプロセスについて説明しています。また、特集企画として、長期ビジョンの実現に向けた取り組みを掲載しているほか、当社グループが展開するサービスが生み出す社会的価値について、COOにインタビューを実施しています。



## CONTENTS

- |      |                     |      |                            |
|------|---------------------|------|----------------------------|
| P013 | - Sansanグループのあゆみ    | P020 | - 培われた競争優位性                |
| P015 | - 価値創造プロセス          | P023 | - <b>特集</b> 長期ビジョンの実現に向けて  |
| P016 | - ビジネスモデルと事業ポートフォリオ | P026 | - サステナビリティの取り組み            |
| P018 | - インプットとアウトカムの分析    | P030 | - <b>特集</b> サービスが生み出す社会的価値 |

# Sansanグループのあゆみ



当社グループは、革新的なテクノロジーやオペレーションを確立し、企業やビジネスパーソンが抱えるさまざまな課題を解決するサービスを提供してきました。創業17年目となる2024年5月期以降は、売上高成長率が再加速する、一段高い成長ステージに入っています。

- 2007年 6月 三三株式会社設立(現 Sansan株式会社)  
9月 Link Knowledge(現 営業DXサービス「Sansan」)提供開始
- 2012年 2月 名刺アプリ「Eight」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  
8月 SansanのテレビCM第1弾「面識アリ」篇を放送開始
- 2014年 3月 本社を渋谷区へ移転し、商号をSansan株式会社へ変更
- 2015年 10月 グループ会社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
- 2018年 12月 第三者割当増資により約30億円を調達

- 2019年 6月 東京証券取引所マザーズ上場  
公募による募集株式発行により約21億円を調達  
7月 第三者割当増資により約47億円を調達
- 2020年 5月 インボイス管理サービス「Bill One」提供開始  
8月 ログミー株式会社をグループ会社化
- 2022年 1月 契約データベース「Contract One」提供開始
- 2023年 3月 クリエイティブサーベイ株式会社をグループ会社化  
4月 グループ会社Sansan Global Development Center, Inc.(フィリピン)を設立  
6月 株式会社言語理解研究所をグループ会社化
- 2024年 4月 グループ会社Sansan Global (Thailand) Co., Ltd.(タイ)を設立  
9月 渋谷サクラステージに本社を移転

売上高(百万円)\*



\* 各年5月期の売上高(2016年5月期以前は単体売上高、2017年5月期以降は連結売上高)

## 創業期 2008年5月期～2012年5月期

2007年6月に創業し、社内で名刺情報を管理・共有可能なサービス「Link Knowledge(現 Sansan)」の提供を開始しました。また、2012年2月には個人向けに名刺アプリ「Eight」の提供を開始しました。2012年5月期までは、資金調達の手段が限定的であったため、少ない資金でサービス展開に取り組みました。

## 成長期 2013年5月期～2019年5月期

2013年5月期からは、ベンチャーキャピタル市場が活性化し、未上場企業における資金調達の難易度が低下しました。この変化を捉えて、2019年5月期までに累計100億円以上の資金調達を行い、SaaS業界では他社に先駆けてテレビCM等の広告宣伝活動を強化しました。第1弾として放映したテレビCMはアワードを受賞し、国内の注目を集める等、当社及びサービスの認知度向上に大きく貢献しました。

## 革新期 2020年5月期～2023年5月期

2019年6月に東証マザーズ市場に上場した後、現在は東証プライム市場に属しています。既存サービスの堅調な成長と、新たなサービス創出による事業領域の拡大、サービスの多角化により、コロナ禍で事業環境に大きな変化が生じた中においても、売上高の成長を每期継続して実現しました。

## 2024年5月期～

企業のあり方やビジネスパーソンの働き方が大きく変容したコロナ禍を経て、当社グループは今新たなフェーズに入っています。これまで成長を継続してきた結果、事業規模が大きくなり十分な土台が整ったことから、堅調な売上高成長のみならず、利益成長の加速も目指していくとする中期財務方針を発表しました。2024年9月には本社を渋谷サクラステージへ移転し、点にしていた複数の拠点を集約することで、グループの強みを結集して事業成長を再加速していきます。

## サービス沿革



## 名刺管理から、収益を最大化する

クラウド名刺管理サービスから営業DXサービス「Sansan」へとコンセプトを刷新し、機能拡充等によって、さらなる進化を続けています。

売上高 …………… 22,889百万円(2024年5月期)

ハイライト …… 2013年-2023年法人向け名刺管理サービス市場11年連続シェア No.1<sup>[1]</sup> / 契約件数 9,693件(2024年5月期)

サービス・機能等 提供開始年

2007年 Link Knowledge(現 Sansan)提供開始	2016年 帝国データバンクが提供する企業情報連携
2009年 メール一括配信サービス	2018年 Sansan Customer Intelligence <sup>[3]</sup>
2011年 Salesforce <sup>[2]</sup> 連携	2020年 デジタル名刺 / リスクチェック powered by LSEG/KYCC
2012年 国際版Link Knowledge(現 Sansan)	2021年 メール署名取り込み
2013年 Sansanにサービス名称変更 / スマートフォン名刺取り込み	2022年 企業データベース
2014年 スマートフォンアプリ	2023年 新規顧客開拓ソリューション <sup>[4]</sup> / スマート接点管理 / DM送付
2015年 APIを公開、ビジネスインフラを目指しオープン化	2024年 企業データベースに拠点情報追加

[1] 「営業支援DXにおける名刺管理サービスの最新動向2024」(2024年1月 シード・プランニング調査) [2] Salesforceは、Salesforce, Inc. の商標であり、許可の下で使用しています [3] 現 Sansan Data Hub [4] 受注確度の高い営業リストの作成から顧客へのアプローチまでを一貫して行うことができる機能群



## 請求書受領から、月次決算を加速する

インボイス管理サービス「Bill One」は、サービス提供開始から4年でARR<sup>[5]</sup> 76億円(2024年5月時点)を超えるサービスへと急成長しています。

売上高 …………… 6,168百万円(2024年5月期)

ハイライト …… 2022年-2023年 請求書受領サービス市場マーケットシェア2年連続No.1<sup>[6]</sup> / 有料契約件数 2,816件(2024年5月期)

サービス・機能等 提供開始年

2020年 インボイス管理サービス「Bill One」提供開始
2021年 仕訳作成機能 / 請求書原本保管オプション
2022年 請求書発行機能 / 郵送代行 / JIIMA認証 <sup>[7]</sup> 取得
2023年 仕入明細書オプション / 法人カード「Bill Oneビジネスカード」 / 発注データ照合オプション / 適格請求書判定機能
2024年 経費精算機能「Bill One経費」 / 入金消込機能「Bill One発行」

[5] ARR (Annual Recurring Revenue) : 年間固定収入 [6] デロイト トーマツ ミック経済研究所「驚異的な成長を続けるクラウド請求書受領サービス市場」(ミックITレポート2023年11月号) [7] 電子帳簿保存法の法的要件を満たしていると判断したものを認証する制度



## タッチで交換。スマートに管理。

多くの登録ユーザーを背景とした、さまざまな独自のサービスを展開し、2024年5月期にはサービス提供開始後、初となる通期での調整後営業利益<sup>[8]</sup> の黒字化を達成しました。

## □ 名刺アプリ「Eight」

サービス・機能等 提供開始年

2012年 名刺アプリ「Eight」提供開始	2016年 QRコード <sup>[10]</sup> 及びBluetoothでのオンライン名刺交換 (現 デジタル名刺交換) 機能
2013年 名刺交換リクエスト機能 / メッセージ機能	2017年 グループメッセージ機能
2014年 どこでもスキャン	2020年 スキルタグ機能 / オンライン名刺交換機能強化
2015年 フィード機能 / プロフィールページ編集機能 / BtoCサービス「Eightプレミアム」 / 『日本経済新聞 電子版』と連携	2023年 タッチ名刺交換機能
	2024年 カード型デジタル名刺「My Eight Card」

[8] 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費) [9] マクロミル「個人向け名刺アプリに関する調査」(2023年11月)

[10] QRコードは、株式会社デンソーウェーブの登録商標です

売上高 …………… 3,548百万円(2024年5月期)

ハイライト …… 名刺アプリ「Eight」 利用率No.1<sup>[9]</sup> / Eight Team契約件数 4,608件(2024年5月期)

## □ 名刺共有ソリューション「Eight Team」

サービス・機能等 提供開始年

2017年 BtoB「Eight企業向けプレミアム」 (現 Eight Team) 提供開始
2021年 Eightコラボ、Eight企業向けプレミアムをEight Teamに刷新
2023年 HubSpot CRMと機能連携 / 業務開発アプリkintone連携

## □ ビジネスイベント

第1回開催年

2018年 「Meets」
2020年 「Climbers」
2021年 「DX CAMP」 / 「ビジネスIT&SaaS EXPO」
2022年 「日本を変える 中小企業リーダーズサミット」 / 「Startup JAPAN EXPO」
2023年 「Eight Networking EXPO」

# 価値創造プロセス

当社グループでは、社会課題や外部環境を見据えて重要課題に向き合い、ビジネスモデルに各種経営資本を投入することで、さまざまなサービスを生み出しています。これらサービスによって生み出した成果は経営資本の強化につながっており、社会に対する持続的な価値提供が可能なプロセスを構築しています。



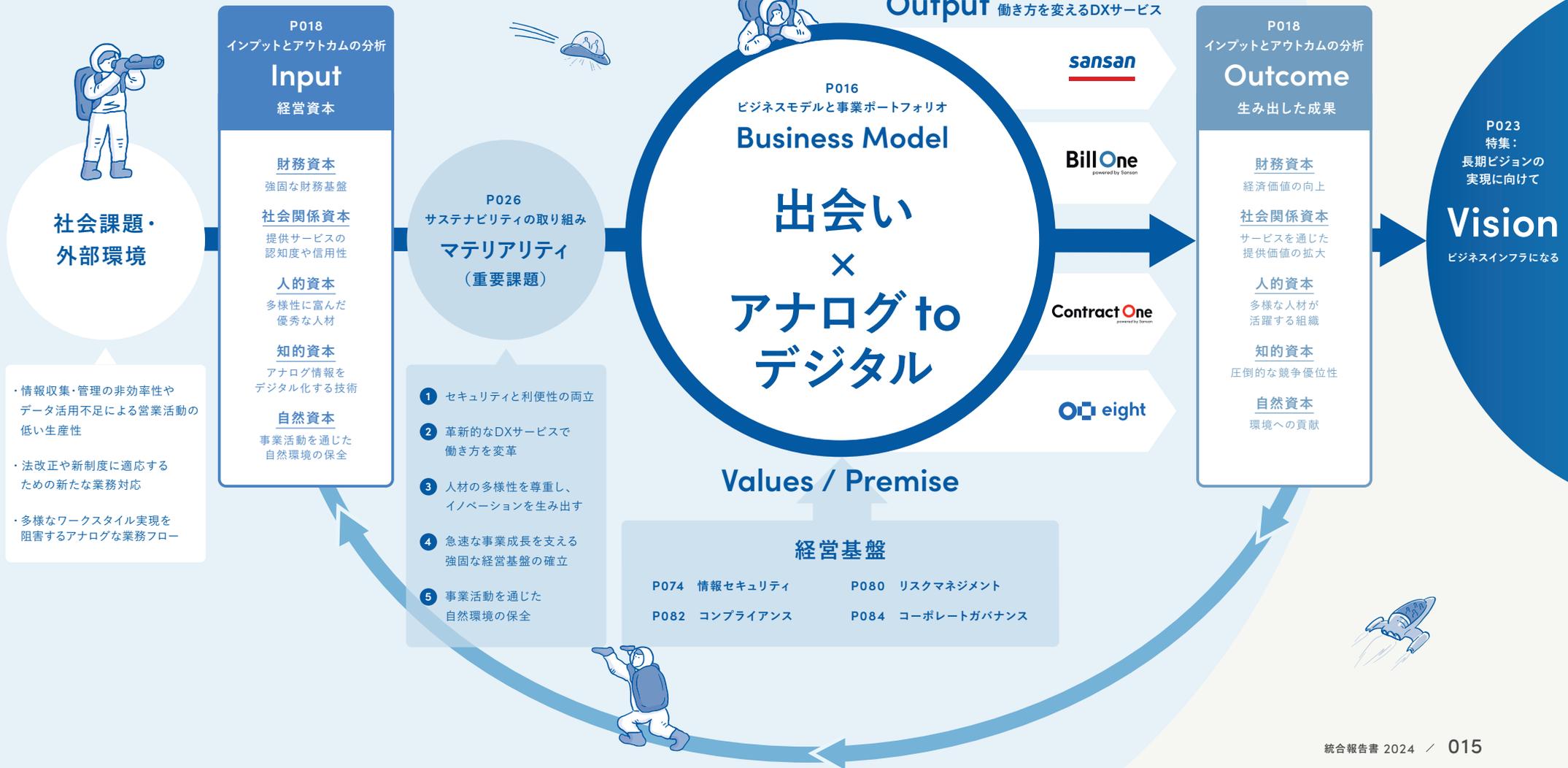
P002 企業理念  
企業理念

## Mission

出会いからイノベーションを生み出す

P044 事業別戦略

Output 働き方を変えるDXサービス



# ビジネスモデルと事業ポートフォリオ

当社グループの主要サービスは、働き方を変えるDXサービスとして、企業や個人のビジネス上の課題を解決し、業務効率化や生産性の向上に寄与するものです。各サービスともに、「人や企業とのつながり」「アナログ情報のデジタル化」に着目している点が共通点として挙げられます。

## 共通するビジネスモデル

当社グループでは、人や企業のビジネスにおける出会いに着目し、その出会いをビジネスチャンスにつなげる、働き方を変えるDXサービスを提供しています。

営業や経理、法務といったビジネス領域においてサービスを提供しており、それぞれ領域は異なれど、各サービスがかかわる業務は人や企業との出会いの結果やつながりに関連したものであるという特徴があります。

また、各サービスともに、高いセキュリティの下で運営されるクラウドベースのソフトウェアとして提供しており、いずれもアナログ情報をデジタル化し、データ活用を促進することで業務の効率化や生産性の向上を実現するものです。例えば、営業領域では紙の名刺をはじめとした顧客との接点情報、経理領域では受領する紙の請求書、法務領域では紙で締結した契約書等のさまざまなアナログ情報のデジタル化が挙げられます。

日本のビジネスシーンや業務フローにはアナログであることに起因する課題が山積



## アナログ情報をデジタル化



## 働き方を変えるDXを実現

しており、デジタル化の遅れがもたらす低い生産性は社会課題にもなっています。今後、社会全体でのDXの進展が予想される中において、当社グループのビジネスモデ

ルには高い持続可能性があるものと捉えています。また、アナログ情報のデジタル化は、テクノロジーだけではなく、人の力を組み合わせた独自の手法によって実現して

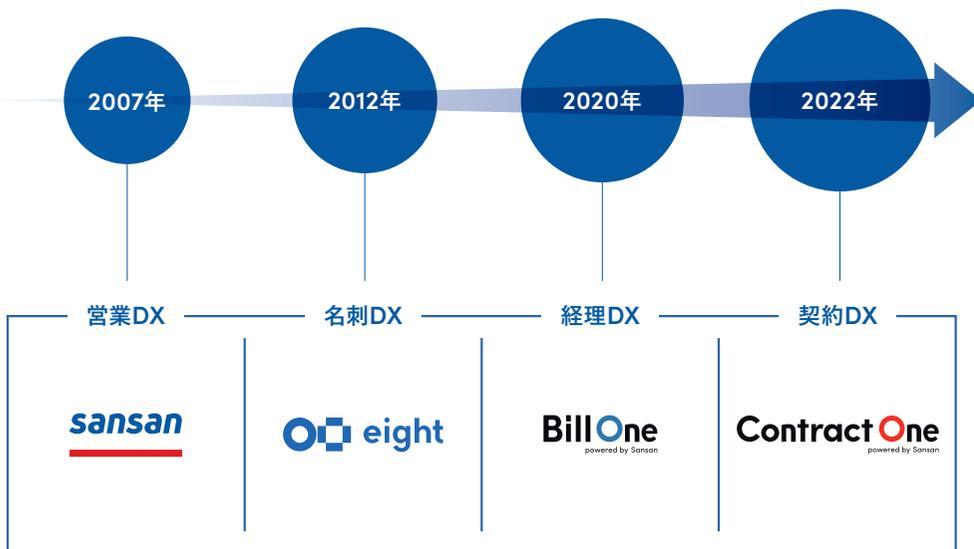
います。この独自の技術やこれまで培ってきたサービスに対する安全性や信用度は、各サービス共通の重要な事業基盤となっています。

## 事業領域の拡大

法人向けの名刺管理サービス(現 営業DXサービス)として、2007年に「Sansan」の提供を開始した後、2012年にはサービスの提供対象を個人とした、名刺アプリ「Eight」の展開を始めました。これら名刺管理サービスを運営していく上では、アナログ情報である紙の名刺を低コストかつスピーディーに正しくデジタル化する技術とオペレーションが求められ、その磨き込みを進めてきました。この結果として得られた、アナログ情報をデジタル化する技術とオペレーションを他領域へ展開するこ

とを志向し、経理領域に進出したのが2020年より提供を開始したインボイス管理サービス「Bill One」です。さらには、法務領域にも展開し、2022年からは契約データベース「Contract One」の提供を開始しています。

事業領域の拡大につれて、当社グループのサービスが取り扱うビジネスデータの範囲は大きく拡大しました。今後も、新しい領域に進出していくことで、新たなデータを取り扱う可能性も十分に考えられます。そして、これらデータを有意義な形で連携することができれば、ユーザーに対してよりユニークな価値提供ができるものと考えています。



## 事業ポートフォリオの特徴

当社グループの事業ポートフォリオは、売上高成長率と調整後営業利益率<sup>[1]</sup>がそれぞれ異なるフェーズにある複数のサービスから構成されています。

全体売上高に占める割合が高いSansanは、安定的な売上高成長率と高い調整後営業利益率を実現しています。このSansanで生み出したキャッシュの一部を、売上高成長率の高いBill Oneに投下することで、全体売上高の堅調な成長を実現しています。

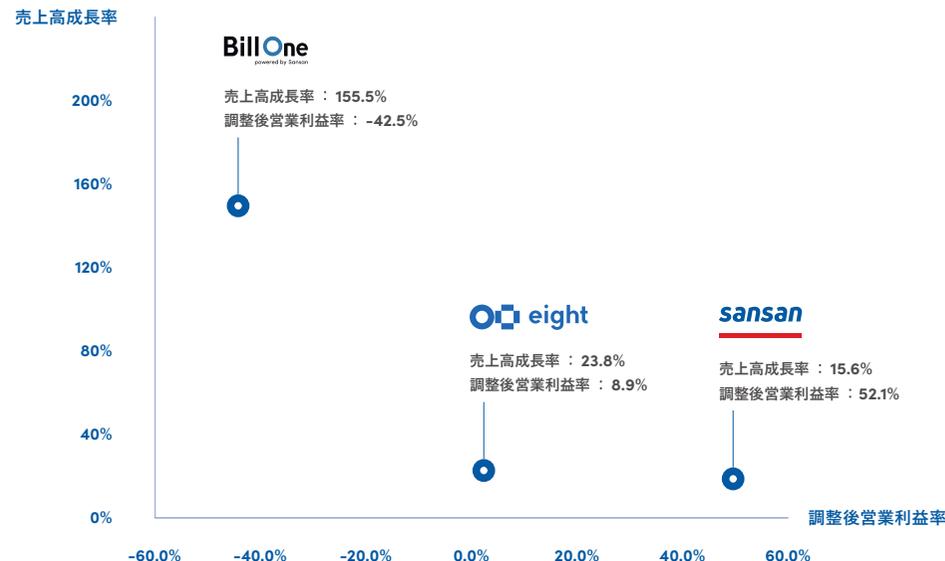
Eightは、全体に占める割合こそ低いものの、安定した売上高成長率を実現する中で黒字の調整後営業利益を計上しており、全体業績の成長に寄与しています。

また、非連続な成長の実現に向けて、有望と判断される新規事業やM&A等にもキャッシュを投下していく予定であり、売上高成長と利益成長の両立が可能な事業ポートフォリオを構築しています。

[1] 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費)

[ 主要サービスの売上高成長率と調整後営業利益率 ]

2024年5月期実績を基に作成。調整後営業利益率は、全社費用を配賦する前の実績



# インプットとアウトカム分析

さまざまな経営資本をビジネスモデルに投入することで生み出した成果を分析し、一覧表形式で整理しています。また、さらなる価値の創出に向けて、現在不足している資本と、その対応策について記載しています。



資本分類	Input 経営資本	Outcome 生み出した成果
財務資本	<b>強固な財務基盤</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>総資産 37,592百万円</li> <li>現金及び預金 24,874百万円</li> <li>株主資本 13,792百万円</li> </ul>	<b>経済価値の向上</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>売上高 33,878百万円</li> <li>親会社株主に帰属する当期純利益 953百万円</li> <li>営業活動によるキャッシュフロー 5,483百万円</li> <li>フリーキャッシュフロー*1 2,303百万円</li> </ul>
社会関係資本	<b>サービスの認知度や信用性</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>主要サービスの高い認知度</li> <li>主要サービスに対する信用性</li> </ul>	<b>サービスの提供価値の拡大</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数 2.4億件</li> <li>当社サービス利用者数 789万人</li> <li>Sansan 市場シェア No.1*2</li> <li>Bill One 市場シェア No.1*3</li> <li>重大なインシデント発生件数 0件</li> </ul>
人的資本	<b>多様性に富んだ優秀な人材</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>連結従業員数 1,899名</li> <li>STEM部門従業員数*4 529名</li> <li>Unipos*5 の利用</li> <li>情報セキュリティ対策</li> </ul>	<b>多様な人材が活躍する組織</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>女性従業員比率*6 36.7%</li> <li>女性管理職比率*6 17.8%</li> <li>リファラル採用比率 10.3%</li> <li>Unipos投稿率 54.3%</li> <li>個人情報保護士資格取得率*6 86.7%</li> </ul>
知的資本	<b>アナログ情報をデジタル化する技術</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>精度99.9%を実現するデジタル化の技術</li> <li>デジタル化を支えるさまざまなテクノロジー</li> </ul>	<b>圧倒的な競争優位性</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>自動デジタル化率の向上</li> <li>当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数 2.4億件</li> </ul>
自然資本	<b>自然環境保全への取り組み</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>主要サービスにおけるペーパーレス機能の提供</li> <li>植樹活動「Scan for Trees」</li> </ul>	<b>事業活動を通じた環境への貢献</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数 0.1億件</li> <li>累計植樹本数 17,606本 (2024年8月時点)</li> <li>スコープ1+2<sup>7</sup> GHG<sup>8</sup> 排出量 999t-CO<sub>2</sub></li> </ul>

\*1 営業活動によるキャッシュフロー+投資活動によるキャッシュフロー \*2 「営業支援DXIにおける名刺管理サービスの最新動向2024」(2024年1月 シード・プランニング調査) \*3 デロイト トーマツ ミック経済研究所「驚異的な成長を続けるクラウド請求書受領サービス市場」(ミックITレポート2023年11月号) \*4 当社及び当社の海外子会社の正社員・契約社員のうち、エンジニア職、研究開発職、クリエイター職を対象として算出しています \*5 Unipos株式会社が提供するピアボーンズ\*を軸とする全従業員参加型のプラットフォームサービスを利用しています \*6 当社の単体実績を記載しています \*7 スコープ1は、当社が所有するオフィスや設備において直接排出されたGHG排出量を集計しています。スコープ2は、各オフィスにて購入した電力や熱エネルギー等の使用を通じて間接的に排出されたGHG排出量を集計しています \*8 GHG (Greenhouse Gas) : 温室効果ガス



資本分類	不足資本と対応策	関連するマテリアリティ（重要課題）
財務資本	<p>中期財務方針に沿った経営を行っていく上で、既存事業の運営に必要な資金は十分に確保していますが、法人向けのBill Oneビジネスカードの利用が想定以上に急拡大した場合や、一定以上のキャッシュが必要な新たな事業を創出した場合、または、M&amp;Aを積極的に活用した場合には、保</p> <p>有する現預金以上のニーズが発生し、資金の不足が生じる可能性があります。そのため、資本市場との適切なコミュニケーションを実行することで、採用し得る資金調達手段の多様性や柔軟性を継続的に高めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 生産性向上に寄与するDXサービスの推進</li> <li>□ 革新的なビジネスインフラの創造</li> </ul>
社会関係資本	<p>当社グループが提供するサービスは、市場を創造しながら成長する新たなコンセプトのものが多いため、サービス自体の認知度が不足する可能性があります。そのため、広告宣伝活動を継続的に強化し、ブランド力や認知度の維持、向上に努めます。また、重要なデータを多く扱うサービスにお</p> <p>いて、万が一、インシデントが発生した場合、今後の販売の際に必要な信用性が不足する可能性があります。そのため、情報セキュリティ対策を経営の最重要事項に位置付け、あらゆる対策を全従業員で講じることで、各サービスにおけるセキュリティリスクを最小化しています。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 生産性向上に寄与するDXサービスの推進</li> <li>□ 革新的なビジネスインフラの創造</li> <li>□ 安全かつ安定的なインフラサービスの提供</li> <li>□ データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底</li> <li>□ コーポレートガバナンスの強化</li> <li>□ コンプライアンスの徹底</li> </ul>
人的資本	<p>中期財務方針として設定した見通し数値は、営業部門を中心に従業員数が一定程度拡大していくことを前提としているため、現時点の従業員数のままでは、事業成長に必要な人的資本が不足します。そのため、数ある経営資本の中でも人的資本に対する投資を最優先しています。多様な採用</p> <p>チャネルを活用しながら、当社の企業理念や事業内容に共感する優秀な人材をより多く採用し、その後、高い意欲を持って働ける環境や仕組みの整備、構築を進めています。なお、2025年5月期においては、新卒・中途を含めて、合計で約550名の人材採用を計画しています。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 人材の採用・育成・活躍推進</li> <li>□ ダイバーシティ・エクイティ&amp;インクルージョンの推進</li> <li>□ データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底</li> </ul>
知的資本	<p>既存事業の運営のさらなる効率化や海外での展開拡大、または、新規領域への進出や新規サービス創出のためには、既存技術の高度化はもちろんのこと、事業成長につながる新たな技術を獲得していく必要があり、現状ではこれらが不足しています。そのため、さまざまな分野における経</p> <p>験や知識を保有する優秀な技術者の採用や、世界各国における先端技術への投資・モニタリング等を通じて、技術力の向上に取り組んでいます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 安全かつ安定的なインフラサービスの提供</li> <li>□ データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底</li> </ul>
自然資本	<p>当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数について、2030年5月期に1.2億件という目標を設定していますが、現時点の実績はまだ低水準であり、環境にもたらすポジティブな影響の絶対量は不足しています。当社サービスの普及拡大がそのまま環境へのポジティブな効果につながる</p> <p>ものであるため、積極的な事業拡大に取り組みます。また同時に、スコープ1及びスコープのカーボンニュートラルの実現に取り組むことで、事業拡大におけるネガティブな影響の削減も進めています。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 気候変動問題への対応</li> <li>□ 生産性向上に寄与するDXサービスの推進</li> <li>□ 自然資源の効率的活用</li> <li>□ 革新的なビジネスインフラの創造</li> </ul>

# 培われた競争優位性

大量のアナログ情報を迅速かつ正確にデジタル化する技術は、さまざまな領域に適用が可能な当社グループ最大の競争優位性です。テクノロジーと人の手によるオペレーションを効率的に組み合わせることで、OCR<sup>[1]</sup>技術だけでは不可能な99.9%の精度を実現しています。

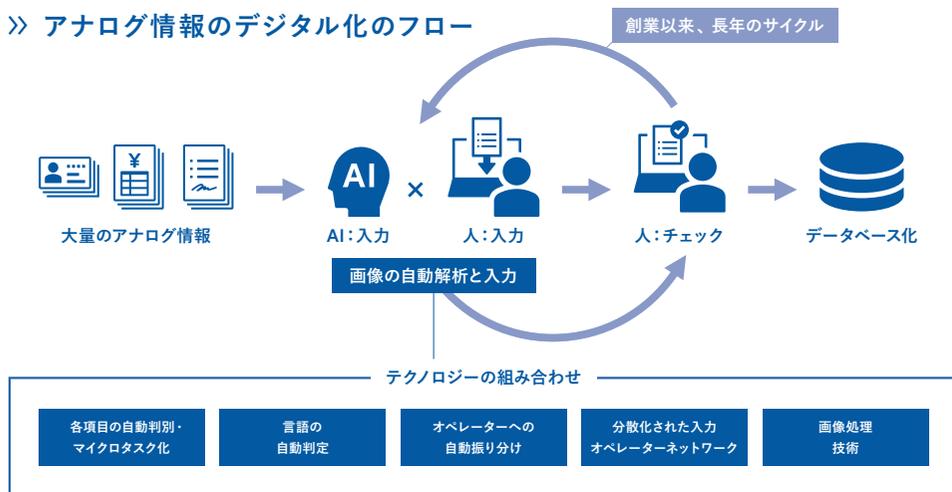
[1] OCR (Optical Character Recognition/Reader) : 光学文字認識技術

## 大量のアナログ情報をデジタル化する仕組み・テクノロジー

事業規模やサービス領域の拡大とともに、名刺や請求書といった、当社サービスがデジタル化するアナログ情報は年々増え続けています。当社グループでは、これまで人の手による補正を加えることで99.9%のデジタル化精度を実現してきましたが、デジタル化処理のみならず、例えば、Bill Oneの請求書代理受領サービスでは、必ず人の手で封筒を開封する必要があり、増え

続ける流入量に対応し、スピーディーにデジタル化するためには最適なオペレーションの構築も不可欠です。AI技術の研究等によって、自動デジタル化率を高めながら独自のオペレーションを構築することで、全体の効率を高めると同時に、低コストかつスピーディーで正確なデジタル化を実現しています。

### ≫ アナログ情報のデジタル化のフロー

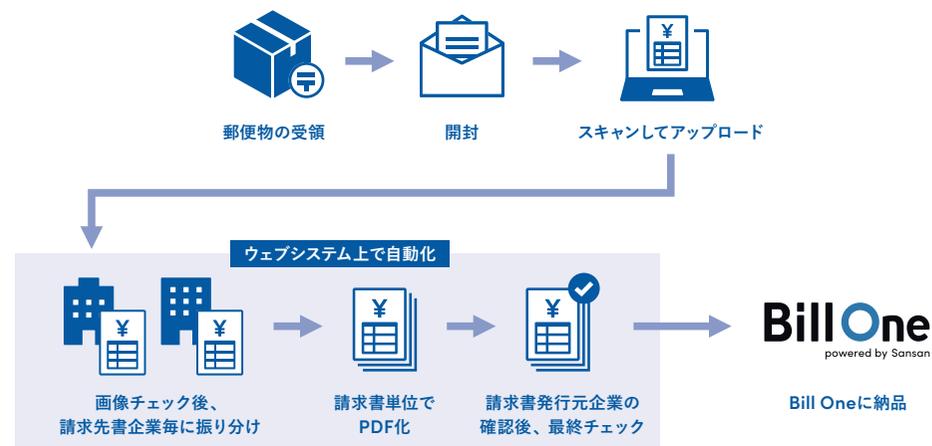


### ≫ 複数サービスのデジタル化プロセスを支える「幕張スキャンセンター」

幕張スキャンセンターの設立は、Sansan、Bill One等、複数サービスのスキャン業務を統合し、テクノロジーとオペレーションの融合により、アナログ情報のデジタル化能力を大幅に向上させる取り組みです。従来、請求書のデジタル化は、人の手による割合が大きく、封筒の開封や企業毎の振り分け、請求書とその他文書の振り分け、スキャン等、多くの工程を要していました。また、請求書は月初や休日明けの平日に流入が大幅に増加する傾向にあり、カレンダーの影響を受けるため、短期的な人員の確保や教育に課題が生じていました。

複数サービスのスキャン業務を統合したことで、サービス毎の繁閑の波を吸収した柔軟な対応が可能となりました。オペレーションの最適化のみならず、同時にスキャンの各工程において、物理的な工程を限りなく少なくし、ウェブシステム上で処理できる部分を増やすことで、スペースや人員を増やすことなく、スケラビリティをさらに向上させています。幕張スキャンセンターは効率的で柔軟な処理能力をもつ統合オペレーションセンターとして、当社グループの複数サービスの成長を支える重要な役割を果たしています。

### [ 進むオペレーションの自動化 ]



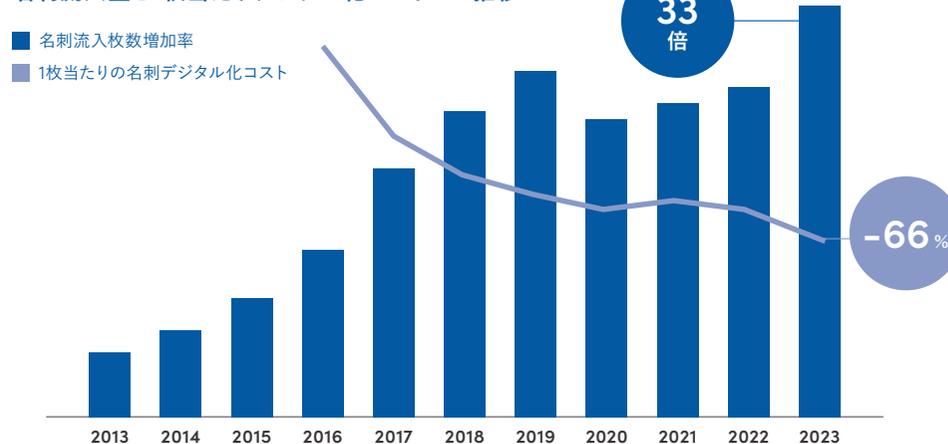
## 高精度なデジタル化とスピードの両立を支える研究開発

アナログ情報の正確かつ迅速なデジタル化は、研究開発部門でのAI技術研究や、データ化オペレーション部門での仕組み作り、システム開発等によって支えられています。名刺に特化して開発を進めてきたOCRエンジン「NineOCR<sup>[1]</sup>」の進化により、Sansanにおける自動デジタル化率は大きく

向上しており、名刺デジタル化技術をコア技術としてBill OneやContract One等の他領域へ拡張し、高度なデジタル化オペレーションの構築に取り組んでいます。

[1] Sansanが培ってきたデジタル化ノウハウをOCRエンジンに展開することにより開発された、名刺に特化した独自のOCRエンジン

## 名刺流入量と1枚当たりデジタル化コスト<sup>\*1</sup>の推移<sup>\*2</sup>



\*1 Sansanにおける流入枚数とコスト \*2 デジタル化コストが最も高い時点からの推移

## 独自のデジタル化オペレーションシステム

独自のオペレーションシステム「GEES」「Bill One Entry」により、大量のアナログ情報をセキュアな状態で、正確かつ効率的なデジタル化を実現しています。

**名刺デジタル化システム「GEES」** 独自のOCRエンジン「NineOCR」の進化により、Sansanの名刺自動デジタル化率は大きく向上しています。



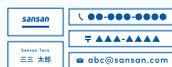
### 1 スキャン・撮影

ユーザーが名刺をスキャンもしくはスマートフォンで撮影すると、取り込まれた名刺画像が当社のデータセンターに送付されます。



### 2 画像処理

名刺画像は、画像処理技術により背景処理がなされ、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。



### 3 項目の分類

名刺上の文字の塊を機械によって自動判別し、分割した後、その塊を会社名・姓名・肩書・住所・メールアドレス・会社のロゴといった各項目へ分類します。



### 4 切片化

分類した項目には、姓名や電話番号、メールアドレス等が含まれるため、セキュリティに配慮し、個人情報を含む画像は、情報として価値がなくなるまで切片化します。



### 5 データ入力

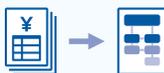
項目毎に機械処理によって自動でデータ入力を行います。機械による自動入力でのデジタル化を確定できなかった場合には、人が手で入力を行います。「NineOCR」の進化により自動化率が向上しています。

**請求書デジタル化システム「Bill One Entry」** 企業毎に異なるフォーマットや帳票に記載されている多くの数字や日付の中から、支払い処理に必要な情報を正確に識別しデジタル化しています。



### 1 データ受領

ユーザーが請求書をアップロード、またはBill Oneセンターに郵送された請求書をオペレーターが代理でアップロードすると、請求書画像が当社のデジタル化センターに送付され、独自のOCRと学習エンジンにより請求先企業を特定し、企業毎のデジタル化プロセスに入ります。



### 2 デジタル化項目特定

請求書の画像からデジタル化すべき箇所と、それが口座情報や登録番号、金額や支払期日等、経理処理に必要ななどの項目に該当するかを、各項目に特化した複数のエンジンを組み合わせて特定します。



### 3 AI×人により正確にデジタル化

AIによる自動化で大量の情報を素早くデジタル化しつつ、機械による自動入力に正確でない判断される場合には人が手で入力を行います。



### 4 データ補正

請求書において散見される間違い項目<sup>[2]</sup>を独自のルールを参照して特定し、単純にデジタル化しないようエラー判定を行います。

[2] 20XX年2月31日のような、実際にはない日付が記載されている場合等

## 》名刺に特化した独自開発のOCRエンジン「NineOCR」の進化

NineOCRは、当社が培ってきたデジタル化ノウハウをOCRエンジンに展開することにより開発された、名刺に特化した当社独自のOCRエンジンです。NineOCRにより、名刺における自動デジタル化効率とユーザー体験は大きく向上しました。一般的なOCRエ

ンジンは、対象となる画像により精度にばらつきが生じますが、NineOCRは、定型・不定形や撮影された環境を問わず、高い精度でデジタル化が可能です。これまでのデジタル化範囲であった氏名とメールアドレスに加え、名刺に記載されたその他項目（役職、会社

名、住所、URL等）においても、高い精度でのデジタル化が可能になっただけでなく、0.3秒での即時納品<sup>[1]</sup>を実現しました。これにより、ユーザーが名刺を取り込んでからすぐにメールを出したり、電話をかけたといったことが可能になり、ユーザー体験の向上に

大きく寄与しました。NineOCRの進化は、当社グループの競争力を強化するのみならず、ユーザーのビジネスシーンにおける生産性向上にも寄与しています。

[1] NineOCRの機能上のデジタル化速度。ユーザーへの納品速度とは異なります

## 》デジタル化を支えるさまざまなテクノロジー

### □ 画像認識技術

独自に開発した画像認識技術やAIの活用によって、アナログ情報を高速かつ高精度でデジタル化しています。

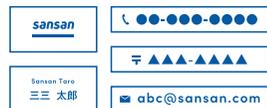
#### スマートキャプチャー

撮影してから数秒で結果をユーザーに届けことが可能。



#### 項目セグメンテーション

文字を読み取らずに、名刺のデザインから項目を判定。



### 言語判定

文字を読み取らずに言語を判定。



### ミスタイクディテクター

誤りの傾向を学習してミスの可能性を予測。



### □ 名寄せ技術

同姓同名、同一企業の情報を識別・結合してデータを整理する技術です。



## [ COLUMN ] テクノロジー × オペレーションの進化で支援するDX

ユーザーがDXのスタート地点に立つためには、それぞれがもつアナログ資産をデジタル化し、活用できる情報に変換する必要があります。デジタル化は、生産性や業務効率等をはじめとしたユーザーが抱えるさまざまな課題を解決するための入り口であり、近年その重要性はますます高まっています。

ユーザーが、デジタル化に期待する最も分かりやすい価値は精度とスピードであり、私たちには、正確かつスピーディーにデジタル化し、かつ、その価値を安定して提供し続けることが求められています。当社グループの強みの1つは、このデジタル化の精度にあり、99.9%の精度を担保するためには、人の力が不可欠です。創業当初、Sansanの名刺デジタル化は全て手作業で行われており、名刺1枚に対して、2名のオペレーターが入力するデータが完全に一致するまで入力作業をすることで、その精度を担保していました。しかしながら、創業から17年が経過し、事業成長に伴い増え続けるアナログ情報の流入量に対して、スピードを維持しながらセキュアにデジタル化を行うためにはテクノロジーの活用が不可欠でした。

ユーザーの期待は明確ですが、その実現方法には正解も前例もありません。だからこそ、期待される価値に真摯に向き合い、理想の状態を描きながら改善を積み重ねていくことが重要です。当社グループが17年間で積み上げてきたノウハウと仕組みは、書類から有用な情報を特定し、正確に入力するテクノロジーだけでなく、紙の書類をスキャンして電子データに変換するスキャンオペレーションにも及びます。今後も、オペレーショナルエクセレンスのモデルの1つとして、社内外から認知・評価される仕組みとなるよう磨き込みを続け、ユーザーの期待に応えるのみならず、社会のDX推進をリードし、支えていきます。



技術本部 Digitization部 部長  
永井 晋平

# 長期ビジョンの実現に向けて

当社グループのサービスが全てのビジネスパーソンにとって当たり前となるよう、データ戦略やサービス間連携といったさまざまな取り組みを進めています。また、100年200年先の未来のビジネスシーンにおける当社グループのあり方や存在意義に目を向け、全従業員による「パーパス議論」を開始しています。

## ビジネスインフラになる

創業当初に掲げていたミッションは、「『名刺データベースの三三』として、企業とそこに働く個人々人に対して、新たな価値の創造と生産性向上に資する情報サービスを提供し、21世紀の日本の未来づくりに貢献する。」というものでした。そこからいくつかの変遷を経て、2012年に「名刺」を「ビジネスの出会い」と捉え直し、「ビジネスの出会いを資産に変え、働き方を革新する」というミッションを新たに掲げ、事業を展開してきました。新しい文化も、新しいビジネスも、あらゆるイノベーションは、人や企業との出会いの結果から生まれます。この出会いの力で社会にイノベーションを起こし、革新的な価値を生み出したいという思いの下、事業活動を行ってきました。

そして、2021年に当社グループは創業以来、初めてビジョンを掲げました。当時は、Sansanで培ってきたアナログ情報をデジタル化する独自のテクノロジーとオペレーションといったさまざまな経営資本を背景に、サービスの多角化を始めた頃でした。企業と企業の出会いの結果である請求書に着目

## Vision

### ビジネスインフラになる

水を通す道、電気やガス、インターネットを通す道。  
誰もが利用するさまざまな道が、生活のインフラとして人々を支えています。

私たちはビジネスという世界において、  
誰も考えつかなかったような新たな道になろうとしています。

これまで行けなかった場所。見たこともない景色。それを現実のものにする。

ビジネスの中で誰もが毎日のように通るその道は、  
人と人、企業と企業をつなぎ、イノベーションを生み出していくのです。

したBill Oneのサービス提供を開始したのもその頃です。培ってきたコアコンピタンスをもってビジネスシーンでの非効率なアナログな業務を革新し、さらには出会いのシーンそのものを変えていく、名刺以外にもビジネスにおける出会いの結果と広く捉え直したことで、事業としての可能性は大きく広がりました。

一方、事業領域が広がり、従業員数が増え、上場を経て、当社グループを取り巻くステークホルダーが日々増加を続ける中で、私たちがどのような存在で、何を目指しているかに今一度向き合い、社会に対して明示する必要があると考えるに至り、「ビジネスインフラになる」というビジョンを掲げました。こ

のビジョンによって、私たちが体現すべき姿がより明確になるとともに、ミッションを含めた当社の企業理念に対する従業員の理解度が向上し、企業としての成長を加速させる大きなきっかけになりました。

## 「パーパス」に向き合う

当社グループにとって、ミッションドリブナカルチャーは成長の源泉であり、強みでもあります。全従業員が同じミッションに向き合っているからこそ、大きな成長を遂げてきたと考えています。また、毎年その年のフェーズに応じた向き合うべきテーマを設定しており、常に時代の変化を取り入れて適応しながら、強みを強化したり、弱みを補ったりすることで、成長の原動力となる新しいカルチャーの醸成に取り組んでいます。2021年に掲げたビジョン「ビジネスインフラになる」は、成長期であった2015年のテーマとして掲げたものでもありました。

2024年5月期には、当社グループの社会的な存在意義である「パーパス」に向き合うことにしました。当社グループのミッション・ビジョン・バリューズは、時代の変化に応じて変えていくことを是としており、創業以来、全従業員で行う「カタチ議論」を経て、何度も改訂を重ねてきました。つまり、未来においては「出会いからイノベーションを生み出す」「ビジネスインフラになる」という、現在のミッションやビジョンは変わっている可能性もあるものと捉えています。このような考えの下、強みであるミッションドリブナカルチャーを大きく進化させ、さらなる成

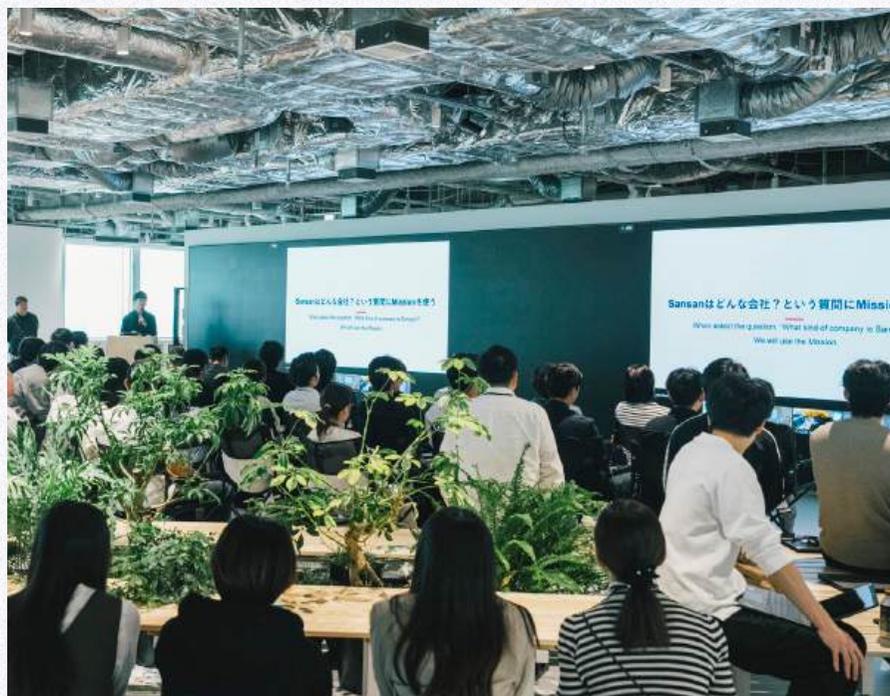
長を実現していくには、変わることなく、未来につなげていきたい、SansanグループのDNAともいべき存在意義や本質的な価値に目を向ける必要があると考えたのが、パーパスに関する議論を始めた背景です。

企業理念の議論においては、取締役のトップダウンで決めるのではなく、全従業員で向き合うプロセスそのものを大切にしています。この「パーパス議論」は、「自分たちこそが未来のSansanグループを形づくって

く」ことへの意識を期待して、2024年入社の新卒社員の入社時研修の中でキックオフしました。その後、全従業員を職種や部門、社歴等をミックスした246チームに分け、延べ4,233時間をかけて、「100年先のSansanグループがどんな価値を生み出しているか」「未来につながる存在意義とは何か」といったテーマに対して議論を重ねました。

全従業員での議論プロセスを経た後は、各チームの代表者やシニアマネジメント層で

の議論を行い、各段階のアウトプットを洗練した上で最終的には取締役を中心とした経営層での議論に入ります。現在、議論はまだ途中段階にあり、明確な言葉としてのアウトプットまでには至っていませんが、全従業員が議論の過程で当社グループの存在意義や強み等について自身の言葉で語れるようになっており、企業カルチャーの強化において重要な機会になっていると評価しています。



## 「ビジネスインフラ」が実現する未来

当社グループのサービスが「ビジネスインフラ」になった状態としては、ビジネスフローの多くが当たり前のように当社グループのサービスを前提としている未来——言い換えると、ビジネスパーソンが毎日、当社グループの何かしらのサービスを使っていること、そしてそれが便利であるとも思わず、当たり前の状態になっていることが挙げられます。

例えば、Sansanのルート検索を使って訪問先企業へ移動しながら、Contract OneやBill Oneでその会社との契約状況や取引関係を確認し、Sansanの企業データベースで、最新のニュースや業績、同僚との接点情報等を調べ、対面したら、SansanやEightのデジタル名刺交換で複数名との名刺交換を瞬時に済ませ、スムーズに本題に入るような世界です。

事業領域の拡大に伴い、当社グループが取り扱うビジネスデータの種類や量は、大幅に増加しました。一例として挙げた前述の未来の実現に向けては、単一のアナログ情報から単一のビジネスデータを生成し整理・活用するのみならず、多種多様かつ膨大なビジネスデータを有機的に連携させた革新的なサービスやデータ活用の機会を提供す

ることが必要であると考えています。そして、そこに人や企業の出会いを重ね、当社グループならではの提供価値を最大化していくこと、これらが「ビジネスインフラになる」未来を実現し、さらなる事業成長を遂げるためには重要であると捉えています。

具体的には、営業DXサービス「Sansan」では、企業や人に関するさまざまな情報や、自社との接点情報等を有効に活用できる機能を提供しており、ユーザー企業における営業生産性の向上や収益の最大化に貢献しています。インボイス管理サービス「Bill One」では、一連の経理業務において活用できるデータを生成・整理することで、煩雑な業務の効率化に大きく貢献しています。また、契約データベース「Contract One」では、契約情報を正確にデータ化し、そこから読み取れる相手企業との契約内容や取引履歴、関係性等を全社で活用できる機能を提供しています。これまでは、各サービスに閉じた形で、有効にデータ活用ができる機会を提供してきましたが、中長期的には、サービス間で連携してデータ活用ができる機会を提供することで、サービスや保有するデータの価値を、飛躍的に高めていくことを目指していきます。

SansanとContract Oneの連携は既に開始しており、Sansanに蓄積された名刺やメール等の人との接点情報やさまざまな企業・人物情報と、Contract Oneに蓄積された取引先や期間、取引内容といった情報を組み合わせると、ビジネスにおける活用効果がより高いものになります。Sansanの観点では、契約の締結履歴がその企業との接点情報として新たに加わることになります。また、接点としてだけでなく、これまでに、その会社とどういった契約の下で、どのようなビジネスを行ってきたかが確認できるようになるため、自社の営業活動に活用することが可能となります。そして、Contract Oneの観点では、Sansanの中にある企業情報やリスクチェック機能を活用することで、契約を締結する前段階の精査等を効率的に進

めることが可能となります。

このようなデータ連携を進めて、最終的に全てのサービスを意味ある形でつなげることができれば、当社がビジョンとして掲げる、ビジネスインフラとしての価値を提供できるものと考えています。また、それは、私たちが社会に提供すべき本質的な価値にもつながります。紙の名刺や請求書といった出会いやその結果をデジタル化し、活用することでイノベーションを生み出し、未来につなげ、価値あるものに変えていく。当社グループのサービスが全ての企業やビジネスパーソンにとって当たり前の存在となり、遠く先の未来でもビジネスの成長を支え続けるインフラとして機能することを目指していきます。



# サステナビリティの取り組み

事業活動を通じた社会課題解決への貢献が持続可能な社会の構築に寄与し、ひいては当社グループの持続可能な成長や企業価値向上につながるものと考えています。事業環境や経営状況、事業ステージ等を考慮した上で、全てのステークホルダーとの協働・連携を通じ、サステナビリティの実現に向けた各種活動を推進します。

## サステナビリティにおけるガバナンス

当社は、環境・社会・ガバナンスの面で、当社グループが優先的に取り組むべきマテリアリティ(重要課題)を特定し、各マテリアリティに対して、2030年5月期における

定量的な目標を設定しています。また、それぞれに対して当社取締役をマテリアリティーオーナー(責任者)に任命し、その監督の下で対応方針や取り組み内容を検討していま

す。検討内容を含む、サステナビリティの実現に資する事項については、取締役会が毎年報告を受けて監督しており、重要事項については、取締役会で審議し、決定しています。また、サステナビリティ対応におけるリスク等については、経営や事業に重大な

影響を及ぼすリスク等と同義、あるいは密接な関係にあると捉えており、分析や把握については、全社的なリスク管理の一環として実施しています。

## マテリアリティの特定

2022年の取締役会でのマテリアリティの特定は、次のプロセスに基づいて実施されました。

特定プロセス

1

### マテリアリティ候補の選定

SASB(Sustainability Accounting Standards Board)スタンダードやSDGs(持続可能な開発目標)におけるゴール、ターゲットといった国際ガイドラインや原則を参照し、当社グループの業態に鑑みて候補となり得る項目を全て列挙しました。その上で、当社取締役や一部の機関投資家とESGをテーマにした議論の場を設け、そこで得た意見やフィードバックを反映し、当社グループに関連性が高いマテリアリティ候補を選定しました。

特定プロセス

2

### 各候補の重要性評価

特定プロセス①で選定した各候補について、取締役会に報告の上で、これらの中から、当社グループにおけるマテリアリティを選定することで合意しました。選定の方法として、「持続可能社会を実現する上での社会(ステークホルダー)にとっての重要性」と、「当社グループがビジョンの達成や事業成長を実現する上での重要性」の2軸の観点で、社外取締役を含む全取締役が個別に評価し、その集計結果を基に議論を行うこととしました。

特定プロセス

3

### 取締役会での議論・決定

特定プロセス②における評価結果を集計し、取締役会に報告の上で、それぞれの重要度や内容に関する議論、審議を行い、5つの分野に整理される10のマテリアリティを特定しました。また、その後、それぞれのマテリアリティに対する責任者を任命した上で、2030年5月期における定量目標を設定し、取締役会で議論・審議の上で、決定しました。

## マテリアリティの内容

5つの分野に整理される10のマテリアリティを特定し、それぞれに対して取締役をマテリアリティオーナーに任命しています。

## 重要分野（1）

セキュリティと  
利便性の両立

利便性を確保した上で、全従業員を対象としたデータプライバシーの保護や情報セキュリティ対策を講じ、安全性の高いサービス提供を安定的に行います。

## □ マテリアリティ

- 1 安全かつ安定的な  
インフラサービスの提供
- 2 データプライバシーの  
保護と情報セキュリティの徹底



## □ マテリアリティオーナー

取締役／執行役員／CIO\*1/  
CISO\*2／DPO\*3／技術本部 本部長/  
Eight事業部 事業部長  
塩見 賢治



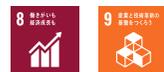
## 重要分野（2）

革新的なDXサービスで  
働き方を変革

ビジネスインフラになるべく、当社の強みであるデータ化技術を活用し、社会・経済の生産性を大きく向上させる革新的なDXサービスの開発・提供に取り組みます。

## □ マテリアリティ

- 3 生産性向上に寄与する  
DXサービスの推進
- 4 革新的な  
ビジネスインフラの創造



## □ マテリアリティオーナー

取締役／執行役員/  
COO\*4  
富岡 圭



## 重要分野（3）

人材の多様性を尊重し、  
イノベーションを生み出す

出会いの力でビジネスの課題解決につながるイノベーションを生み出すため、多様性に富んだ全ての人材が活躍できる機会の創出や環境の整備を推進します。

## □ マテリアリティ

- 5 人材の採用・育成・活躍推進
- 6 ダイバーシティ・エクイティ&  
インクルージョンの推進



## □ マテリアリティオーナー

取締役／執行役員/  
CHRO\*5  
大間 祐太



## 重要分野（4）

急速な事業成長を支える  
強固な経営基盤の確立

コーポレートガバナンスの強化やコンプライアンスの徹底により、事業成長を支える経営基盤の強化を推進します。

## □ マテリアリティ

- 7 コーポレートガバナンスの強化
- 8 コンプライアンスの徹底



## □ マテリアリティオーナー

取締役／執行役員/  
CFO\*6  
橋本 宗之



## 重要分野（5）

事業活動を通じた  
自然環境の保全

DXの推進やペーパーレス化の支援、環境に配慮したサービスの導入等、事業活動を通じて気候変動問題への対応に取り組むことで、自然環境の保全を推進します。

## □ マテリアリティ

- 9 気候変動問題への対応
- 10 自然資源の効率的活用



## □ マテリアリティオーナー

代表取締役社長/  
CEO\*7／CPO\*8  
寺田 親弘



\*1 CIO (Chief Information Officer) : 最高情報責任者 \*2 CISO (Chief Information Security Officer) : 最高情報セキュリティ責任者 \*3 DPO (Data Protection Officer) : データ保護責任者 \*4 COO (Chief Operating Officer) : 最高執行責任者 \*5 CHRO (Chief Human Resources Officer) : 最高人事責任者 \*6 CFO (Chief Financial Officer) : 最高財務責任者 \*7 CEO (Chief Executive Officer) : 最高経営責任者 \*8 CPO (Chief Product Officer) : 最高プロダクト責任者

## マテリアリティの2030年目標と取り組み状況

2023年の取締役会において、各マテリアリティに対する評価指標と2030年5月期における定量目標を決定しました。サステナビリティ対応については、より長期的な視点で捉え、野心的な目標を設定した上で、毎期振り返りながら各種施策に取り組むことが重要であると考えており、進捗状況を定量的に分析できるようにしています。

	重要分野(1)		重要分野(2)		重要分野(3)				重要分野(4)			重要分野(5)	
	セキュリティと利便性の両立		革新的なDXサービスで働き方を変革		人材の多様性を尊重し、イノベーションを生み出す				急速な事業成長を支える強固な経営基盤の確立			事業活動を通じた自然環境の保全	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>安全かつ安定的なインフラサービスの提供</li> <li>データプライバシーの保護と情報セキュリティの徹底</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>生産性向上に寄与するDXサービスの推進</li> <li>革新的なビジネスインフラの創造</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>人材の採用・育成・活躍推進</li> <li>ダイバーシティ・エクイティ&amp;インクルージョンの推進</li> </ol>				<ol style="list-style-type: none"> <li>コーポレートガバナンスの強化</li> <li>コンプライアンスの徹底</li> </ol>			<ol style="list-style-type: none"> <li>気候変動問題への対応</li> <li>自然資源の効率的活用</li> </ol>	
評価指標	重大なインシデント発生件数	個人情報保護士の資格取得率	当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数	当社サービスの利用者数	リファラル採用比率	Unipos*2投稿率	女性管理職比率	女性従業員比率	女性取締役比率	重大なコンプライアンス違反件数	コンプライアンス関連の研修受講率	GHG*3 排出量スコープ1+2*4	当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数
2030年5月期長期目標*1	0件	80%以上の維持	5億件	2,000万人	35%	80%	30%以上	45%以上	30%以上	0件	100%	カーボンニュートラル	1.2億件
2024年5月期実績*1(前年同期比)	0件(-)	86.7%(-1.3pt)	2.4億件(+27.5%)	789万人(+37.7%)	10.3%(-2.7pt)	58.1%(-1.5pt)	17.8%(-)	36.7%(+1.8pt)	22.2%(-)	0件(-)	100%(-)	999t-CO <sub>2</sub> (+17.4%)	0.1億件(+44.0%)
主な施策	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報の取り扱いや保護を経営の最重要項目に位置付け、あらゆる施策を全役職員で実施</li> <li>入社前の案内や社内研修を通じた、個人情報保護資格への理解浸透 →P074 情報セキュリティ</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>サービスの販売力強化に向けた営業体制の強化</li> <li>サービスの需要喚起を目的としたマーケティング活動の強化</li> <li>新機能の追加や既存機能のアップデートによるサービスの利便性向上 →P030 特集: サービスが生み出す社会的価値 →P044 事業別戦略</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>リファラル採用比率向上に向けた社内イベント及びキャンペーンの強化</li> <li>Uniposの利用促進と定着化に向けた全社文化浸透のための企画実行</li> <li>女性管理職比率向上に向け、多様なロールモデルの創出と研修の強化</li> <li>女性従業員比率向上に向け、多様な社員の活躍状況の広報強化とライフイベント支援施策の実施 →P055 CHROメッセージ →P059 人的資本</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>取締役選任方針の適切な見直しや、女性執行役員比率の向上等による母集団の形成</li> <li>全役職員に対するコンプライアンス教育・啓蒙の徹底 →P035 CFOメッセージ →P082 コンプライアンス →P084 コーポレートガバナンス</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>GHG排出量の削減に向けた各種取り組みへの着手・強化</li> <li>当社サービスにおけるデジタル情報活用機能の拡充、利便性の向上 →P005 CEOメッセージ →P076 地球環境</li> </ul>	

\*1 当社単体の目標・実績を記載しています \*2 Unipos株式会社提供のピアボーナス®を軸とする全従業員参加型のプラットフォームサービスを利用しています \*3 GHG (Greenhouse Gas) : 温室効果ガス \*4 スコープ1は、当社が所有するオフィスや設備において直接排出されたGHG排出量を集計しています。スコープ2は、各オフィスにて購入した電力や熱エネルギー等の使用を通じて間接的に排出されたGHG排出量を集計しています

## ステークホルダーエンゲージメント

持続的な事業成長や企業価値の向上を目指していく上では、さまざまなステークホルダーの皆さまとのエンゲージメントを通じて、当社グループに対する期待や懸念、要望等を的確に把握し、経営や事業活動に反映していくことが重要であると考えています。このような考え方の下、ステークホルダーの皆さまとの信頼関係や協働関係の構築に向け、各種取り組みを積極的に推進しています。

ステークホルダー	お客様	株主・投資家	取引先・パートナー	従業員	地域社会・NPO
<b>取り組みの概要</b>	お客様に、安心・安全なサービスを安定的に提供し、課題解決につながる新しい価値提供を継続できるよう努めています。	株主の皆さまの期待に応えるべく、正確かつ公平な情報開示のほか、双方向での対話が可能な機会の積極的な創出等に取り組んでいます。	公平・公正な取引の下、取引先やパートナーと適切な連携関係や情報管理体制を構築し、安心・安全なサービス提供に努めています。	ミッションやビジョンの実現に向け、多様性に富んだ従業員が活躍できる機会や環境の整備に努めています。	「これからのために、今からできることを」をコンセプトに、地域社会の一員として、本業を通じた社会課題の解決、共通価値の創造に取り組んでいます。
<b>主な取り組み例</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ カスタマーサクセス部による日常的なサポート</li> <li>■ サービスのお問い合わせ窓口の設置</li> <li>■ ホームページやソーシャルメディア等を通じた情報発信</li> <li>■ 各種イベントやセミナーの開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 株主総会や決算発表、適時開示等を通じた情報発信</li> <li>■ 機関投資家及び個人投資家向けの各種説明会の開催</li> <li>■ 統合報告書の発行</li> <li>■ IRお問い合わせ窓口の設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 購買活動を通じた日常的なコミュニケーション</li> <li>■ コンプライアンス・リスクチェックの徹底</li> <li>■ 購買等に関する業務規程の整備</li> <li>■ 業務委託先の安全管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 全従業員参加型の企業理念に対する議論や見直しの機会設定</li> <li>■ エンゲージメントサーベイの実施</li> <li>■ 各種社内制度・相談窓口の整備</li> <li>■ 研修やセミナーの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sansan for NPO</li> <li>■ Scan for Trees</li> <li>■ こどもめいしプロジェクト</li> <li>■ 神山まるごと高専支援</li> <li>■ 日本承継寄付協会 Will for Japanプロジェクト支援</li> <li>■ よいこ for CSR</li> </ul>

### ≫ 株主・投資家との建設的な対話に関する方針

株主との対話全般については、IR担当部署が原則対応することとした上で、合理的な範囲でCEOやCFO、その他事業責任者も対話に臨んでいます。建設的な対話の実現に向けて、IR担当部署は社内各部署及びグループ会社と連携し、意見交換や情報取集を定期的に行う体制を構築しているほか、自社の株主構造の把握のため、株主名簿に基づく実質株主の判明調査を行っ

ています。そのほか、CEO及びCFOを話者とする、アナリスト・機関投資家向けの決算説明会や個人投資家向け説明会を定期的に開催し、当社ホームページ上で当該情報の開示を行っています。これらの対話を通じて把握した株主の意見や懸念については、IR担当部署が取りまとめた上で、適宜取締役会へ報告し、関係各部署と対応を協議しています。

### ≫ 2024年5月期の主なIR活動実績

2024年5月期においては、複数のカンファレンスへの参加や、CEO、CFO及びIR担当部署による海外機関投資家の直接訪問、双方向での対話が可能な説明会の新規創出等、積極的なIR活動を行いました。この結果、2024年5月期における機関投資家・アナリストとの対話件数は、国内機関投資家121件、海外機関投

資家242件、証券会社アナリスト38件の合計401件となりました。また、このほかにも、機関投資家・アナリスト向けの説明会として、決算説明会を4回、CEOミーティングを1回、集中的な事業説明の場であるIR Dayを1回開催したほか、個人投資家向けの説明会を2回開催しました。

# サービスが生み出す社会的価値

当社サービスが社会に提供する価値は、アナログ情報のデジタル化を通じて、社会全体の生産性を大きく向上させていくことであると考えています。

また、革新的なサービスであり続けることで、ビジネスにおけるインフラとして機能していくことも、当社グループが提供すべき価値として捉えています。

## ミッションを通じて 社会的価値を生み出す

取締役／執行役員／COO

富岡 圭

### 私たちの創出する社会的価値とは

「出会いからイノベーションを生み出す」。私たちは創業以来、ミッションに向き合い、成長を遂げてきました。私はCOOとして、ミッションの実現を当社の売上・利益の成長に結び付けることにこだわってきました。

私たちが社会に生み出す価値にはさまざまなものがあります。その1つは、世の中をより良くするイノベーションを創出することです。イノベーションは、多様なアイデアをもった人と人とが会うことから生まれます。当社の提供するサービスを通じて、これまで気づき得なかった出会いがあることに気付くことができる。出会うべき人と出会える。これはまさに、「出会いからイノベーションを生み出す」というミッションそのものです。

またもう1つ、大きな社会的価値を生み出しているのが、サービスを通じて、ビジネスパーソンや企業・組織の価値創出を後押しすることです。社会には多様な課題が山積しており、各企業や公的機関等の組織、そこで働くビジネスパーソンらが日々、それぞれの認識する課題の解決に向かっています。こうした社会課題の解決に取り組む際に阻害要因となっているのが、いわゆる「ムダ」です。当社のサービスは、アナログな業務の中にある「ムダ」をデジタル化することで排除していく思想で開発しています。サービスを通じて、ビジネスパーソンの限りある時間を、より価値ある業務に使えるようにして、社会にイノベーションを生み出すことを後押しする。そうした価値貢献もあります。

## 不可逆なビジネスインフラになる

当社サービスの生み出す価値が、社会に伝わり、広がっていることを私が実感するのは、やはり、新規顧客の獲得や既存顧客の契約更新があった時です。これら1つひとつが積み重なる度に、素直にうれしく感じます。しかし、その広がりが日本だけに閉じているのは、私たちが真に社会にイノベーションを生み出しているとは言えません。その意味で、海外のお客さまにも当社サービスをご利用いただけているシーンを目にとると、価値の広がりをより強く実感できます。

2024年5月期で特に印象深かったのが、株式会社竹中工務店様のタイの現地法人でBill Oneを導入いただけたことです。タイでは、日本以上に紙や手書きサインの文化が根強く残っており、業務上のほとんどの書類が紙でやり取りされています。竹中工務店様のタイ現地法人では、これまで建設工事を進める各現場に経理担当者を常駐させ、資材供給や運送等の多種多様な取引先から受け取る紙の請求書を、現場で管理・処理していました。

私自身も当社スキャンセンターで受け取る、同社の月に2,000件以上もの紙の請求書を仕分けする作業を視察しましたが、フォーマットも統一されていない中で大量の請求書の管理・処理は、現場に相当な手間と負荷をかけており、これまで

のアナログな処理のままでは、人的ミスが発生しやすいという課題が生じていました。私は、その大量の請求書の束がBill Oneによってデータ化されていくという、お客様にとって初めてのシーンに立ち会ったのですが、それはまさに、当社サービスが社会的価値を生み出す瞬間だったように思います。当初は、過去の業務フローや習慣を変えなければならないことへの心理的な抵抗もありましたが、導入までに複数回の研修会を開催する等、準備を進めました。そして、一度利用しさえすれば、元の紙ベースでの請求書のやり取りに後戻りしたいとは思えなくなる。そのようなイノベーションが起きました。

社会に価値を生み出すプロセスは、このように一步一步、お客様も含めて皆で突破していくことが大事だと思います。そして、この地道なプロセスを経ることで、初めて、当社サービスが「ビジネスインフラ」として社会に定着・浸透していくのだと感じています。

## 働き方を変革する

革新的なDXサービスを通じて人々の働き方を変革させていくことは、当社が向き合う重要分野の1つです。当社では、この分野におけるマテリアリティ(重要課題)に関して、2030年5月期までに、「当社サービスでのアナログ情報のデジタル化件数5億件」「当社サービス利用者数2,000万人」の2つの目標を掲げています。

アナログ情報のデジタル化は、創業以来、当社が培ってきた最も強いコアコンピタンスです。依然、紙ベースでのアナログ業務が社会に多く残る中で、私たちのDXサービスは、どれだけ「ムダ」を排除でき、業務効率化に貢献できたのか、ビジネスパーソンが本来向き合うべき業務に時間を使えるよう貢献できたのか。それを測る分かりやすい指標として、アナログ情報のデジタル化件数を設定しました。同時に、どれだけ多くの人が

デジタル化によって業務効率化を図れたのかという視点から、当社サービス利用者数も指標に設定しました。

2024年5月期は、当初想定した以上に進捗が見られ、デジタル化件数は2.4億件、サービス利用者数は789万人と、悪くない数値を出せたと評価しています。残り6年間での目標達成は、引き続きチャレンジングではありますが、サービス利用者数を増やし、事業が成長した結果、当社の企業価値が向上しているのであれば、自信を持って社会に価値を生み出していると断言できると思います。

## 事業成長でインパクトをもたらす

昨年の統合報告書では、事業戦略を「最適化から最大化へ」と転換したことをお話ししました。2024年5月期は、各サービスとも最大化に向けてしっかり前進したと評価しています。

今後、Sansanは、企業情報データベースを拡充することで、営業DXサービスとしての認知を広げていきます。また、将来的には、海外でも企業情報データベースを軸に営業DXサービスへと進化させたいと思います。Bill Oneは、国内では請求書の「受領」「発行」、そして法人カードを軸にした「経費精算」の3本柱で、月次決算を加速させるサービスへと昇華させると同時に、海外では、会計制度や商習慣等の各国・地域の特性・ニーズに対応したソリューションとなることを通じて旺盛な需要を取り込み、成長加速を図ります。Contract Oneは第2のBill Oneと言えるような成長を目指します。また、それに続く新サービスについても検討していきます。

これからも当社事業を着実に成長させ、その結果として、定性・定量の両面から社会にインパクトを生み出していきたいと思っています。

取締役/執行役員/COO

富岡 圭



## Sansanが提供する社会的価値

[ CASE\_1 ]

### 全社を横断する顧客データベースの構築



#### 株式会社神戸製鋼所

同社はSansanを導入し、Salesforce<sup>[1]</sup>と組み合わせることで、全社横断の顧客データベースを構築し、さまざまな業務における工数削減とデータ活用によるDX推進に成功したユーザー企業です。

同社では、顧客情報の管理が属人的になっていたことで、必要な情報にすぐにアクセスできないケースが多発していました。そのため、多くの取引で培った人脈という資産を全社で有効活用するためには、顧客情報を網羅するデータベースと、それを効果的に使える環境の整備が必要となっていました。また、営業施策の一環として行っていた顧客へのメールマガジンの配信が効果的にできていなかったという課題もありました。

Sansanをトライアル導入し、利用する社員にヒアリングした結果、使いやすさや文字認識の精度が好評であったことに加え、名刺管理業務等で年間約4,000時間の工数削減効果が見込まれたことから、全社導入に至りました。メール配信についても、これまでは宛先にアドレスを1件1件入力することが必要でしたが、Sansanに備った機能を活用することで、その作業工数が削減されたほか、メー

ル送付後も、開封率等のデータをSansan上で閲覧することができるようになりマーケティング業務においても役立っています。そのほか、営業に行く前に、訪問先の企業情報や最新のニュース、過去のコンタクト歴等の必要な情報を効率的に集められるようになり、より組織力を活かした営業活動を行うための基盤整備につながりました。

[1] Salesforceは、Salesforce, Inc. の商標であり、許可の下で使用していません。



[ CASE\_2 ]

### デジタルマーケティングのための基盤構築



#### 株式会社静岡銀行

株式会社静岡銀行は、Sansanを導入することで顧客データベースを整備し、また他部署や上司の人脈を活用できる環境を構築したことで、生産性を向上させながら、デジタルマーケティングの効果拡大に成功したユーザー企業です。

同行の課題の1つは、顧客情報の管理やコミュニケーションが属人的であることでした。そこでSansanの全行導入を決定し、データ化された名刺情報をスマートフォンで確認できる環境を整備して、業務の効率化と営業力の強化を図りました。また、デジタルマーケティングを行っていくための顧客データベースを整備するという狙いもありました。

Sansanの導入後は、名刺情報を行内で共有できるようになり、担当者レベルでの「人対人」のつながりを可視化できるようになったことで、他部署や上司の人脈等を営業活動に活かせるようになりました。さらに、1人当たり月に15分ほどかけていた、紙の名刺を探したり整理したりする工数を削減することができました。加えて、データ化した名刺の枚数はSansan導入から1年4か月で30万枚を超え、アプローチできるメールアドレスの数は約10倍にな

りました。

Sansanの導入によって、これまでで稼ぐスタイルで獲得してきた、属人化していた情報をデータ化し、デジタルマーケティングに活用できるようにしたことは、今後につながる大きな成果となりました。同行は、次のステップとして、デジタルマーケティングの手法を通じて、確度の高い見込み顧客をどのように見極めていくのか検討することに取り組んでいます。



## Bill Oneが提供する社会的価値

### [ CASE\_1 ] 請求書のスキャンをなくすことによる請求書業務の効率化



#### 株式会社 明治

株式会社 明治は、Bill Oneの導入によって、紙の請求書をスキャンするために必要な月900時間分の工数を削減し、請求書関連業務を効率化することで、会社全体の生産性向上を実現したユーザー企業です。

同社では、会社全体の生産性向上を目指して、会計システムの刷新や経理関連証憑類の完全ペーパーレス化を行ってきましたが、ひと月に社内で扱う請求書約2万枚のうち、1万5,000枚が紙の請求書であり、そのスキャン作業に想定以上の工数がかかるという問題が発生していました。その工数を実証実験等によって推計すると、全社規模で月900時間にも上っていました。この課題解決に向けてBill Oneを導入した結果、紙の請求書のうち、約70%がBill Oneを通じて受け取れるようになり、スキャン工数を大幅に削減できました。

また、以前は、請求書を受け取る各現場当事者が請求書を管理していたものの、テレワークが普及したこともあり、当事者が出社しておらず請求書が確認できないケースや、逆に、メールや郵便物の確認、請求書への押印のためだけに当事者が出社し

なければならないといったケースが生じていました。Bill Oneを導入した後は、グループ化機能を利用することにより、メンバー間で請求書の情報やステータスを共有できるようになりました。

Bill Oneの活用等により、経理業務全体の効率化を進めたことで、ペーパーレス化や業務時間の大幅な削減が実現できた同社は、現在、より本質的な業務に集中できるような環境の構築や適切な人員配置に取り組んでいます。



### [ CASE\_2 ] 紙の請求書処理におけるミスや非効率な業務の削減



#### 株式会社ユニオン

株式会社ユニオンは、Bill Oneを導入することで、紙の請求書の処理漏れや二重支払いといったミスのほか、原本管理における非効率な業務の削減に成功したユーザー企業です。

同社は、取り扱う請求書のほとんどが紙であるために、非効率な作業が多く発生しているという課題を抱えていました。また、業務フローとして、社内の規定フォーマットである支払依頼書に手書きした上で承認の押印をもらい、提出していたため、その提出を忘れてしまったり、上長が不在で押印がなされずに期限を過ぎてしまったりと、処理漏れも発生していました。加えて、メールで受領していた一部の電子請求書を紙に出力して処理していたことから、処理済みであるにもかかわらずもう一度出力してしまい、二重に支払ってしまうリスクもありました。

Bill One導入後は、オンラインで請求書の受領やステータス管理ができるようになったため、業務フローが効率化され、これらのリスクは減少しました。また、請求書のファイリング作業が大幅に減ったことも導入効果として挙げられます。以前は、約

300枚の紙の請求書を原本として保管するため、全てをひもで綴ってファイリングする作業が発生していましたが、現在はBill One上で保管できるため、紙の請求書を原本として扱うケースを大幅に減少させることができました。加えて、課題であった請求書の紛失や処理漏れのリスクをなくすことができたほか、社内の規定フォーマットに記入する工数がなくなったことで、社員の生産性向上にもつながっています。



## 第2章

# 価値創造に向けた戦略

第2章では、新たに掲げた中期財務方針を掲載した上で、その目標達成に向けた財務戦略や事業別の戦略、直近の実績について、CFOや各事業責任者のメッセージを交えて説明しています。また、CHROメッセージとともに人的資本に対する取り組みを紹介しているほか、研究開発の施策について掲載しています。さらには、特集企画として、当社グループの海外展開状況についてまとめています。



## CONTENTS

P035 - CFOメッセージ

P040 - 中期財務方針

P042 - 短期経営実績と計画

P044 - 事業別戦略

P055 - CHROメッセージ

P059 - 人的資本

P065 - 研究開発

P069 - **特集** 海外展開の強化

# 売上・利益成長の 確度が高まり 強固な体制で新たな フェーズに向かう



## CFOメッセージ

取締役／執行役員／CFO

橋本 宗之

## 2024年5月期の振り返り

2024年5月期を一言で総括すると、非常に良い1年だったと評価しています。昨年の『統合報告書2023』で、私は会社全体が成長加速に向けて非常に良い状態にあると申し上げましたが、当期の業績は期初に立てた計画を、売上高、調整後営業利益<sup>[1]</sup>ともに余力をもって達成することができました。

2024年5月期の1年間の売上成長については前年同期比28.0%増～32.0%増のレンジで見通していました。しかし、実績は前年同期比32.8%の増収となる338億78百万円となり、M&Aによる新規連結分を除いたオーガニックでの成長率も30.2%と、当初想定レンジの上限を超えた成長を達成しました。ARR<sup>[2]</sup>も前年同期から30.9%増の332億70百万円と好調に伸長しました。調整後営業利益は、売上高の大幅な伸長を背景に、前年同期比81.5%増の17億9百万円となりました。期初の見通しに対しても、レンジの中央値を上回る実績となりました。成長戦略として当期は積極的に人員採用を進めた結果、人件費は前年同期比36.2%増と売上高成長率を上回るスピードで拡大しましたが、広告宣伝費の増加率が19.0%増に留まったことから、調整後営業利益率としては、前年同期から1.3pt改善の5.0%となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益は、純損失を計上した前年同期から大幅に改善し、9億53百万円(前期は1億41百万円の損失)となりました。経常利益が大きく増益となったことに加え、投資有価証券評価損980百万円を計上した前年同期に比べ特別損失の額が減少し、法人税等調整額を計上したこと等が主要因です。業績面は、資本市場からご期待いただいていた結果をしっかりと達成できたと思います。また、社員のモチベーション等、会社全体の雰囲気もとても良い状況にあり、総じて満足のいく1年間だったと評価しています。

[1] 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費)

[2] ARR (Annual Recurring Revenue) : 年間固定収入

## 各サービスの評価と課題

2024年5月期は、売上最大化に向けて人員の増強もアグレッシブに進めてきました。営業DXサービス「Sansan」は、当初想定していた以上に増員の効果を出すことができ、契約件数の伸長が、堅調な売上成長に結びつきました。従来の名刺管理サービスから脱却した営業DXサービスとして、サービス内容についても進化を続けているほか、人的資本の投下に対するリターンも実現することで、着実に事業成長を続けています。

名刺アプリ「Eight」については、前期第4四半期に、初めて四半期ベースでの黒字化を達成し、当期は、通年での黒字化をターゲットとしてきました。サービス内容についても、収益性に焦点を当てて選択と集中を行い、フォーカスを強める領域とそうでない領域とを明確化しました。そうした事業運営に移行したことも寄与し、当初の期待通り、サービス開始以降初めて、通期での黒字化を果たしました。BtoBサービス、BtoCサービスともに堅調に成長していますが、Eightの中で名刺管理サービスを行うEight Teamと、イベント事業が特に売上成長をけん引しており、Eightの事業全体としての土台もかなり整ったと思います。

インボイス管理サービス「Bill One」については、2023年秋からのインボイス制度の施行対応に向けた追い風は確かにあり、そこに向けた駆け込み需要もありました。2024年5月期のBill Oneの成長速度は年度後半にかけて多少鈍化しましたが、それでも、ポストインボイス制度の成長スピードは想定通りで、むしろこの1年を通して、追い風以上の成長を実現したとの感触があります。Bill OneのARRは、期初目標に掲げていた70億円の水準を上回る76億80百万円となり、直近12か月の平均月次解約率も0.33%と極めて低い水準を維持しています。Bill Oneの展開領域も、請求書の受領領域に加え、昨年からはBill Oneビジネスカードも始まりましたが、2024年6月以降はBill One経費、Bill One発行とラインアップの拡充を進めました。これらの新た

	(百万円)	2023年5月期	2024年5月期		(ご参考)2024年5月期	
		通期実績	通期実績	前年同期比	Q4実績	前年同期比
売上高	連結	25,510	33,878	+32.8%	9,644	+31.5%
	Sansan/Bill One事業	22,516	29,948	+33.0%	8,278	+31.7%
	Eight事業	2,867	3,548	+23.8%	1,267	+24.5%
	その他	198	519	+161.3%	140	+163.3%
	調整額	-72	-137	-	-42	-
調整後営業利益 <sup>*1</sup>	連結	942	1,709	+81.5%	595	+227.3%
	Sansan/Bill One事業	7,005	8,675	+23.8%	2,386	+32.0%
	Eight事業	-170	314	-	321	+792.1%
	その他	-36	-79	-	-17	-
	調整額 <sup>*2</sup>	-5,856	-7,201	-	-2,095	-

\*1 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費)

\*2 報告セグメントに配賦していない全社費用の金額で、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費。2025年5月期第1四半期より、一定の規則に則り、各セグメントに配賦

に拡充する領域・機能の業績貢献は、これからになります。2024年5月期に積極的に人材の採用を進め、新たに加わった人材が今後戦力として立ち上がってきますから、新機能を揃えたBill Oneを、より強固な営業体制を通じて展開していくことで、ますます成長が期待できると考えます。

そのほか、2023年5月期にグループ化したクリエイティブサービス社がしっかりと通期で業績貢献したほか、契約データベース「Contract One」についても着実に契約件数が増加しました。

## 2025年5月期の業績見通し

2025年5月期の売上高については、Sansanが前年同期比16.0%増~17.0%増、Bill Oneが同60.0%増~70.0%増、Eightが同32.0%増~38.0%増を見込み、全体では前年同期から27.0%~30.0%の増収となる430億26百万円~440億42百万円のレンジを見込んでいます。

調整後営業利益は、前年同期から76.2%~157.6%の増益と

なる30億12百万円~44億4百万円のレンジを見込んでおり、調整後営業利益率としては、前年同期から2.0pt~5.0ptの改善を見込みます。

2025年5月期の主要コストに関しては、これまで通り人件費と広告宣伝費の増加を見込んでいますが、上半期にかけて、本社移転に伴う費用増も見込んでいます。主には移転関連費用や移転前後での二重家賃等が発生する見込みですが、これらは2026年5月期以降には発生しない性質のものになります。

## 「中期財務方針」の公表と位置付け

2024年5月期の決算発表のタイミングで、2025年5月期から2027年5月期にかけての3年間の中期財務方針を公表しました。2022年5月期の決算発表では、2023年5月期から2025年5月期の3年間に、「20%台以上の売上高成長率」「毎期の調整後営業利益率の向上」を目標とする中期的な財務目標を掲げていましたが、公表から2年を経て、当初掲げていた目標をほ

ば達成できる姿が見えてきたことが、今回の新たな中期財務方針の発表に至った主な背景です。

これまでの開示からさらに踏み込んで、具体的な利益水準についても定量的に公表したことで、発表後、マーケットの皆さまからは前向きに受け止めていただいたと感じています。これまで資本市場でのコンセンサスとなっていた当社の3年間の成長の姿と、私たちが「3年間でこれくらいの事業成長、利益成長は達成できそうだと」考えていた水準との間にかかなりの乖離を感じていたので、今回の中期財務方針においては、より定量的に踏み込んだガイダンスをお示しすることでそのギャップを埋める必要があると思っていました。加えて2024年5月期には、Eightがしっかりと通期での黒字化を実現し、インボイス制度施行後のBill Oneについても成長継続の形が見えてきました。これまで以上に業績見通しが立ちやすくなったことも、定量的な利益ガイダンスを含めた財務方針の公表を後押しする要素となりました。

また、私たちがこの3年間の数値目標を「中期財務方針」と呼称していることにも理由があります。ほかの上場企業等で発表されている「中期経営計画」は、中期で注力する事業戦略がまずあって、その戦略を基に数値を積み上げることで目標数値が策定されているケースが多いと思います。しかし私たちは、中期的な数値を公表することで事業戦略やアクションを変えることはなく、むしろこの財務方針で示した数値は、これまでの事業方針でこのまま進めていくと、3年後にはどのくらいの売上・利益が出るかという目安を示したに過ぎません。また、売上成長率を最大化するために常に最適な投資配分を検討・実行していくことから、事業毎に数値を積み上げて策定したものではないので、事業別の内訳はありませんし、社内において事業管理用に使うものでもありません。一般的な「中期経営計画」と混同されることのないよう、呼称を「中期財務方針」とし、その上で、社内においては、ここで示した数値ラインよりは、はるかに高い目標数値を掲げて、その達成を目指しています。

## 売上成長に対するリスクと機会

今回の中期財務方針では、2027年5月期までの売上高CAGR（年平均成長率）を22.0%～27.0%と公表しました。その結果、2027年5月期の売上高は615億18百万円～693億96百万円と見通しています。

調整後営業利益率については、売上成長に必要な投資を実行しながらも、これまで以上のスピードで成長を図り、2027年5月期には18.0%～23.0%を目指します。当社が最重要視している経営指標は、これまで通り売上成長率であることに変わりありません。しかし、事業規模が拡大し、利益を安定して生み出せる財務基盤となったことを踏まえ、利益率についても十分拡大させていける土台が整ったと考えています。

先述したように、これは当社が既存の延長線で事業運営を続けた場合に達成できると見込む水準として開示したものです。言い換えると、当社が今、いろいろと仕込んでいる新たな取り組みは、業績見通しを上振れさせるための打ち手であり、新規のサービス開発、Bill Oneの新領域、さらには潜在的なM&A等はこの見通しの中に織り込んでいません。

仮に、見通しが下振れる要因となり得るリスクを挙げるとしたら、社員1人当たりの生産性が落ちることだと考えます。生産性の維持は、仕組みで担保できる部分と、1人ひとりの意識の問題の両側面があります。特に意識の部分は、人材採用をこれだけ積極的に進め、陣容が急拡大していく中で、これまでの当社の企業風土やカルチャーが薄れ、大企業病にかかってしまうと、生産性が低下し得るリスクとなるでしょう。創業以来、大切にしてきたミッションドリブンな企業のカルチャーや理念については、新たに当社に入社してくる全社員とも丁寧に共有し、継続的な研修も実施しています。

また、当社が成長を再加速していることが、優秀な人材の確保にもつながっており、日々、会社全体のムードやモチベーショ

ンが良くなっていることを実感しています。新たなものを生み出していこうという挑戦意欲や、既存のものをさらに改善していこうという機運にあふれており、現状のステータスから、このリスクが発現する可能性は非常に低いと考えています。

## 事業ポートフォリオ

当社の主要サービスは、売上高成長率、調整後営業利益率のフェーズがそれぞれ異なります。

Sansanは、2024年5月期には、当社売上全体の68%を占めています。その売上高成長率は、2023年5月期の15.0%増からさらに加速し、当期は15.6%増となりました。調整後営業利益率(本社経費等配賦前)は52.1%と高い収益力を実現しています。2025年5月期においても売上成長は16.0%増～17.0%増とさらに加速を見込んでおり、売上成長率の加速に伴って、調整後営業利益率もさらに高まると見えています。

ここ数年、急成長を遂げてきたBill Oneは、2024年5月期に当社売上高の18%を占める規模になりました。当期の売上高は、前年同期比155.5%増に拡大しています。しかし今後は、規模が大きくなるに伴って、同水準の成長率を維持するのは難しくなり、よりモデレートな成長率になっていきます。サービス開始から間もない現時点では、収益化に至っていませんが、年度が進捗するにつれて収益率が高まっていくと見込んでいます。2023年に開始したBill Oneビジネスカードも着実に伸長しています。当社のバランスシートも強固になってきているため、現時点で資金調達の実用性はありますが、一刻も早く、資金調達を検討するようなステージにまで規模を拡大させたいと思っています。

当社売上全体の10%を占めるEightは、当期の売上高成長率は前年同期比23.8%増と、期初公表したガイダンスを大きく上

回って着地しました。それでもこの1年間は通期での黒字化に向けて、一部、選択と集中で縮小したサービスもあるため、以前と比べるとこの成長率はやや控えめになりました。利益については黒字化を実現し、調整後営業利益率は8.9%となりました。Eightについては引き続き、売上成長と収益性ともにさらなる向上を追求できると考えており、2025年5月期は、前年同期比32.0%増~38.0%増の売上成長を目指します。

## キャピタルアロケーション

キャピタルアロケーションに関しては、将来的なキャッシュフローの規模は見通しにくいところがあるものの、これまで以上に収益力が高まっていくことを前提に考えています。投資効率の高い事業への成長投資を軸としながら、当期に開始した株主還元維持・拡大にも目配りをして資本を投下していく方針です。

成長投資については、当期にEightが通期で黒字化を果たしているため、今後はSansan、Eightから創出されるキャッシュの一部を、高成長が続くBill Oneに投じていく形です。

成長投資の具体的な中身については、人員の採用と広告宣伝

活動が主軸であることに変わりありません。2024年5月期は、とにかく人員採用に重点的にアセットを投下してきましたが、2025年5月期は、採用した人材の育成に注力するフェーズと捉えており、2024年5月期に比べると、よりモデレートな採用の実行を予定しています。キャピタルアロケーションを判断する上で、私たちが重視している指標は、「営業人員1人当たり受注金額」等の人材の生産性や営業の効率性指標と、顧客のライフタイムバリューです。

広告投資も引き続き投下していきますが、売上とインラインで投下するのではなく、増加スピードはかなりモデレートになります。人件費も広告宣伝費も、売上高に占める比率は今後下がっていきます。

また、M&Aや新規事業領域への出資等についても、引き続き機会に応じて検討していきます。新規事業領域では、2020年にグループ会社化した書き起こしメディアを手がけるログミー社が、Eightの事業成長を後押しする等、既にシナジー効果を創出しています。こうしたグループ企業も含め、事業基盤の整ってきた新規事業の中で、既に将来的な成長が期待できるという感触を得ているものもあります。進捗を見ながら追加投資につ

いても判断していきます。

なお、現時点において、当社では特にM&Aや新規事業に対して、投資枠を設けることはしていません。是々非々で、適切なタイミングに必要なだと判断した投資をしていけるよう、ある程度の余力を残しながら、投資判断することとしています。

## 株主還元

当社は事業成長フェーズにあり、財務体質の強化に加えて内部留保の充実を図り、事業拡大のための投資を強化していくことが、株主の皆さまに対する最大の利益還元につながると考えています。この考えに変更はありません。

2024年5月期は好調な業績結果となったことに加え、中期財務方針で示したように、売上成長に向けた投資を継続しながらも、利益成長を加速できる確度が高くなったことから、株主の皆さまに対する還元が可能な財務状況になったと判断しました。足元の株価動向やストックオプションの発行による株式の希薄化率等も総合的に勘案し、株主還元の一環として、3億円を上限に自己株式の取得を実施しました。

当社の財務状況は総じてかなり強化されてきています。2024年5月期は過去最高規模の人材採用を行い、そうした投資を踏まえても、利益成長を確実に遂げ、手元のキャッシュも248億円まで積み上がってきました。自己株買いの上限は3億円程度と、まだ小規模な還元ではありますが、会社としての事業ポートフォリオが確立してきて全体の収益性と見通しの確度が上がったこと等から、今後も引き続き、機動的に自己株買いの実施を検討していきます。中期的には、定量的な株主還元方針の開示についてもお示ししたいと思いますし、中期的に当社の利益成長ステージがさらに一段フェーズが変わった際には、配当を通じた株主還元が実施できるようにしたいと思います。

### [ キャッシュフローの創出 ]



<sup>\*1</sup> 営業活動によるキャッシュフロー+投資活動によるキャッシュフロー <sup>\*2</sup> 本社移転に伴う数金の支出を除くと、フリーキャッシュフローは42億円(フリーキャッシュフローマージン:12.6%)

## 資金調達

資金調達の必要性については、前述した2024年5月末の手元キャッシュの水準に加え、営業キャッシュフローも十分創出できていることから、事業運営上の必要資金は十分に確保できていると判断しています。当社グループの認知度や信用度も向上しており、資金流動性や堅調な業績等を背景にした財務基盤から、資金調達環境はこれまで以上に整ってきています。

国内に「金利のある世界」が戻ってきましたが、上述のことからその影響はほとんどありません。バランスシートも健全であり、今後、当社の成長加速につながる大型M&Aや、Bill Oneビジネスカード等による追加的な資金需要が生じた際には、自己資金に加え、金融機関からの借り入れやエクイティファイナンス等、多様な調達手段の中から、その時に最適と判断し得る手段を柔軟に検討していく考えです。

なお、市況に関連しては為替もこの1年、急激に円安が進行する等、環境変化が見られています。当社の海外事業の規模はまだ限定的であり、今後は海外事業の成長も図っていきますが、現時点では、海外の伸びを圧倒的に上回る成長を国内事業から期待できること等から、為替変動が当社グループの業績に与える影響は非常に軽微と考えます。

## コーポレートガバナンスの強化とコンプライアンスの徹底

当社グループが掲げたマテリアリティ(重要課題)の中で、私は「コーポレートガバナンスの強化」と「コンプライアンスの徹底」について責任を負っています。

この1年間を振り返ると、ガバナンスの面ではかなりの進捗がありました。2023年5月に指名報酬諮問委員会を設置してから1年が経過し、その間、取締役(監査等委員である者を除く)の報

酬を一部変更し、短期インセンティブ報酬としての業績連動賞与と、個別報酬として非金銭報酬である株式報酬型ストックオプションを付与することとしました。また、報酬に影響する業績ターゲットについても、従来からの売上加え利益も含む形となりました。経営陣の報酬は、コーポレートガバナンスにおける優先検討事項の1つだと思しますので、そこで必要な施策を導入できたことは一歩前進だと評価しています。加えて、2024年8月の株主総会での承認を経て、独立役員である社外取締役と社内取締役の構成比が5:5となりました。また、2024年5月から取締役会メンバーが初めてフリーディスカッションの場をもつ取り組みを開始しました。中期財務方針はもちろん、他の成長企業のケーススタディ分析等、フリーディスカッションではより長期的な視点での議論が活性化しており、ガバナンスの高度化によって、持続的な企業価値の向上にも寄与していると思います。

また、コンプライアンスの徹底に関しては、現状目標を達成できており、引き続き現水準の維持に向けて、体制整備やさまざまな取り組みを実施していくことが重要だと考えます。

## ステークホルダーの皆さまとの対話

当社グループは、日本のSaaS業界を代表する先駆者として、これまで存在しなかったサービスを提供する、パイオニア精神を大切に成長してきました。

2019年に上場して以来、積極的なIR活動を実施しており、2024年5月期は1年間で欧州・米国・アジアの3拠点で直接訪問し、海外機関投資家の皆さまとの対話の機会を多く得ることができました。Sansan、Bill Oneを提供する裏側にある、アナログ情報をデジタル化する技術等の知的資本についても、より多くの投資家の方にご理解いただけており、非常に良くスタディされている機関投資家の方が増えていること、そして国内外ともに

投資家層が広がりを見せていることに、CFOとしてうれしく思っています。

ここ2年間、売上の最大化に舵を切った成果が表れ、当社の売上成長率が再加速を見せています。2024年5月期は、久しぶりに売上成長率が30%を超え、利益に貢献する事業も複数になりました。この点でも、当社の成長ステージは一段、上がったと感じています。

企業としての成長実現が、優秀な人材の確保にも寄与しており、社員1人ひとりが成長を感じながら、いきいきとモチベーション高く業務に向き合っている姿を日々、目にしています。こうした感覚的な手応えを、業績に結び付ける形で定量的に説明することは難しいものの、私の中ではさらなる成長に向けた確固たる自信もっています。

2024年秋には本社オフィスを渋谷に移転しました。渋谷はベンチャー企業が日本有数のテック企業へと育てているエリアでもあり、新本社からはグローバルテック企業の日本本社も目に入ります。エリア全体がもつ成長の勢いと同時に、当社の相対的な成長ステージの若さも感じながら、日本のSaaS業界のリーディングカンパニーとして、新たなマーケットを開拓しながら成長を続けていきます。

取締役/執行役員/CFO

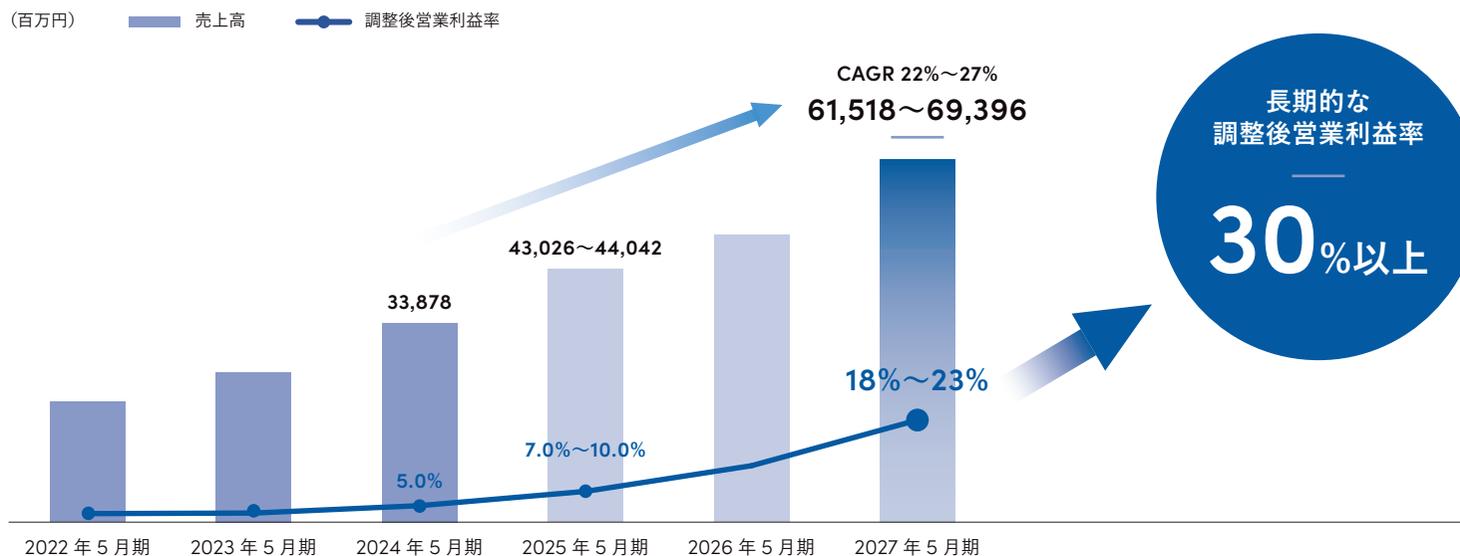
橋本 宗之



# 中期財務方針

中長期的な株主価値及び企業価値の最大化に向けて、新たに2025年5月期から2027年5月期にかけての中期財務方針を設定しました。売上高の堅調な成長を継続させながら、必要な投資を行ってもなお、これまで以上に調整後営業利益<sup>[1]</sup>の成長を加速させていきます。

[1] 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費)



## 中期財務方針

当社グループでは、2023年5月期の期初において、2023年5月期から2025年5月期にかけて売上高成長と調整後営業利益成長の両立を目指す中期財務目標を公表していましたが、これまでの堅調な業績進捗を踏まえ、2025年5月期の期初において、今後

3年の方針を掲げました。

新たな中期財務方針の下、2025年5月期から2027年5月期にかけては、堅調な売上高成長の継続と調整後営業利益の成長加速を目指します。最も重要な経営指標である売上高については、3年CAGR(年平均成長率)22%から27%を見込みます。また、調整後営業利益は、売上高成長のために必要

な投資を行った上でも成長を加速させ、2027年5月期における調整後営業利益率として18%から23%を目指します。

中長期的な主要コストの見通しとして、売上原価率はBill Oneの収益性改善により、低下していくことを見込んでいます。また、売上高S&M<sup>[2]</sup>比率や売上高G&A<sup>[3]</sup>比率は、過去のトレンドに沿って低下していくも

のと捉えており、長期的な調整後営業利益率は、30%以上を達成できるものと考えています。

[2] S&M (Sales and Marketing) : 広告宣伝費や販売促進に関連する人件費、共通費用の合計値

[3] G&A (General and Administrative) : コーポレート部門の人件費や関連する共通費用等の合計値

## 中長期的な経営戦略

事業毎に適切な業績評価指標を設定した上で、戦略を立案し実行しています。Sansan/ Bill One事業では、SansanとBill Oneそれぞれの広大な潜在市場規模に鑑みて、売上高の最大化を最重要指標としながら、同時に調整後営業利益の成長スピードの向上に取り組んでいます。

また、Eight事業では、より収益性を重視した事業運営を行っており、効率的に売上高を伸長させながら、着実に調整後営業利益を成長させていくことが重要であると捉えています。

さらに、これら戦略を進めていくためには、優秀な人材を多数採用し、人材の多様性の確保が必要なほか、セキュリティリスクへの対応や技術力の強化等も重要であり、全事業共通の取り組みに位置付けて、積極的に推進しています。そのほか、アナログ情報をデジタル化する技術を中心とした、これまで培ってきた競争優位性を軸とした新規サービスの創出や、既存事業におけるキャッシュの創出力を背景としたM&Aの積極的な活用等によって、非連続な成長の実現にも取り組んでいます。

### ≫ 優秀な人材の採用・育成と多様性の確保

持続的な成長のためには、多岐にわたる経歴をもつ優秀な人材を多数採用し、営業体制や開発体制を整備していくことが重要であると捉えています。当社グループの企業理念や事業内容に共感し

た優秀な人材が、高い意欲をもって働ける環境や仕組みを構築しながら、人材の多様性確保を進めていきます。

### ≫ セキュリティリスクへの対応

提供サービスを通じて個人情報をはじめとした重要な情報資産を多く取り扱っているため、情報管理体制を継続的に強化していくことが重要であると捉えています。現在においても、情報セキュリティ方

針や個人情報保護方針等を策定した上で、情報資産を厳重に管理する等、情報保護については万全の注意を払っていますが、今後も社内体制や管理方法の強化・整備を行っていきます。

### ≫ 技術力の強化

アナログ情報を正確にデジタル化する技術は、当社グループが保有する大きな競争優位性であり、当社グループが手がけるさまざまなサービスの成長を支える共通基盤でもあることから、継続的

な改善、強化が重要であると捉えています。国内外の優秀な技術者の採用や先端技術への投資・モニタリング等を通じて、技術力のさらなる向上に取り組みます。

### ≫ 新規サービスの創出

アナログ情報をデジタル化する技術を中心に、これまで既存サービスで培った強みや知見を他領域に展開することで、企業のDXを促進する新たなサービスを創出してきました。今後も、デジタル化

による大きな効率化の余地が残されているビジネス領域において新規サービスを創出し、提供の拡大を図っていきます。

### ≫ M&Aの活用

当社が保有する経営リソースや事業運営ノウハウを有効活用することで、グループ各社の企業価値向上につながる施策を推進し、シナジーの創出に取り組めます。また、主要サービスの成長に必要な投資を実行しながらも、既に安定した営業キャッ

シュフローやフリーキャッシュフロー<sup>[3]</sup>を創出できていることから、今後のさらなる成長に向けてM&Aの活用を重要な成長戦略の1つに位置付けており、積極的な検討を進めていきます。

### ≫ 広大な潜在市場へのアクセス

DXへの意識改革や働き方の変化、SaaSビジネスへの関心の高まり等によって、当社サービスに関連するDX市場は拡大が続いています。DX市場は、2030年度に8兆350億円(2023年度見込比4兆153億円増<sup>[1]</sup>)、国内SaaS市場は、2027年度に2兆990億円(2023年度見込比6,862億円増<sup>[2]</sup>)の規模に達すると予想されています。

当社グループのサービスが取り扱う名刺や請求書といった書類は、現在でも紙のまま利用されている機会が多く、業務効率化の余地が大きく残されています。各サービスの潜在市場規模を推測すると、Sansanは、日本国内の総労働人口を対象

として捉えた場合、2024年5月末時点での利用者数の割合は約4%に留まっており、広大な開拓余地が残されていると考えています。また、Bill Oneでは、2024年5月末時点で2,816件の有料契約を有していますが、日本国内に存在する約200万社が対象となるサービスであることを考えると、そのカバー率は極めて僅少であり、広大な開拓余地が存在していると捉えています。

[1]「2024 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編/企業編」富士キメラ総研

[2]「ソフトウェアビジネス新市場 2023年版」富士キメラ総研

[3] 営業活動によるキャッシュフロー+投資活動によるキャッシュフロー

# 短期経営実績と計画

2024年5月期は、売上高、調整後営業利益<sup>[1]</sup>ともに好調に推移し、特に売上高は通期見通しのレンジ上限を超える実績となりました。

2025年5月期は、堅調な売上高成長を継続させ、事業成長に必要な投資をした上でも調整後営業利益率の向上を図っていきます。

[1] 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費)

(百万円)	2024年5月期		2024年5月期	
	通期見通し	前年同期比	通期実績	前年同期比
売上高	32,653~33,674	+28.0%~+32.0%	33,878	+32.8%
Sansan/ Bill One事業	29,046~29,835	+29.0%~+32.5%	29,948	+33.0%
Sansan	22,664~22,861	+14.5%~+15.5%	22,889	+15.6%
Bill One	5,673~6,156	+135.0%~+155.0%	6,168	+155.5%
Eight事業	3,153~3,354	+10.0%~+17.0%	3,548	+23.8%
調整後営業利益	1,240~1,852	+31.7%~+96.6%	1,709	+81.5%
調整後営業利益率	3.8%~5.5%	+0.1pt~+1.8pt	5.0%	+1.3pt

## 2024年5月期実績

2024年5月期の計画においては、Sansan、Bill Oneの新規受注の状況や、Bill Oneのオプション機能であるBill Oneビジネスカードの利用状況、成長戦略である人材採用の進捗等のさまざまなケースを想定した上で、合理的に考え得る範囲でのレンジを設定しており、売上高は前年同期比28.0%増から32.0%増、調整後営業利益は同31.7%増から96.6%増、調整後営業利益率は同0.1pt増から1.8pt増を見通していました。このような中、Sansan/ Bill One事業では、主に人員採用による営業体

制の強化やサービスの機能拡充のほか、市場環境やサービスの強化状況等を踏まえ、価格体系の適正化等に取り組みました。また、Eight事業では、収益性に焦点を当てる事業運営方針の下、通期での調整後営業利益の黒字化に取り組み、ビジネスイベントサービスの強化やEight Teamの価格見直し等を実施しました。

この結果、2024年5月期の業績は、売上高は前年同期比32.8%増と好調な実績となり、公表したレンジ見通しの上限を超過しました。また、調整後営業利益は売上高の伸長等により、前年同期比81.5%増、調整後営業利益率

は同1.3pt増の5.0%となり、レンジの中央値を超える実績となりました。サービス別では、Sansanの売上高は前年同期比15.6%増となり、堅調な成長が継続しました。なお、第4四半期における新規受注金額は過去最高額となり、今後もさらなる売上成長が期待できます。また、Bill Oneの売上高は前年同期比155.5%増となり、高成長が継続しました。

インボイス制度が開始された2023年10月以降も着実に成長しており、事業年度を通じて好調な実績となりました。Eight事業は、価格見直しを行った中でも、Eight Teamの契約件数が順調に増加したほか、イベントビジネスも好調な実績となる等、サービス開始以降、初めての通期での調整後営業利益の黒字を達成しました。

## 調整後営業利益の増減要因

2024年5月期においては、人材採用を強化したこと等に伴い、人件費が前年同期比で36.2%増加(同3,488百万円増)しました。一方で、広告宣伝費は前年同期比19.0%増(同627百万円増)に留まり、売上

高成長率を下回ったこと等により、調整後営業利益は前年同期比81.5%増(同767百万円増)、調整後営業利益率は同1.3pt改善しました。

(百万円)	[ 2023年5月期 通期実績 ]	[ 2024年5月期 通期実績 ]	前年同期増減額	前年同期増減率
売上高	25,510	33,878	+8,368	+32.8%
売上原価	3,683	5,064	+1,380	+37.5%
人件費	9,635	13,123	+3,488	+36.2%
広告宣伝費	3,306	3,934	+627	+19.0%
その他の販売費	7,943	10,047	+2,103	+26.5%
調整後営業利益	942	1,709	+767	+81.5%

(百万円)	2024年5月期		2025年5月期	
	通期実績	前年同期比	通期見通し	前年同期比
売上高	33,878	+32.8%	43,026~44,042	+27.0%~+30.0%
Sansan/Bill One事業	29,948	+33.0%	37,734~38,483	+26.0%~+28.5%
Sansan	22,889	+15.6%	26,552~26,781	+16.0%~+17.0%
Bill One	6,168	+155.5%	9,870~10,486	+60.0%~+70.0%
Eight事業	3,548	+23.8%	4,683~4,896	+32.0%~+38.0%
調整後営業利益	1,709	+81.5%	3,012~4,404	+76.2%~+157.6%
調整後営業利益率	5.0%	+1.3pt	7.0%~10.0%	+2.0pt~+5.0pt

## 2025年5月期計画

2025年5月期においては、売上高はSansanの堅調な成長やBill Oneの高成長の継続等を見込むことから、前年同期比27.0%増から30.0%増となる見通しです。セグメント別では、Sansan/Bill One事業の売上高は、2024年5月期に新たに採用した営業人員の戦力化が進展すること等から、前年同期比26.0%増から28.5%増、うちSansanは、同16.0%増から17.0%増、Bill Oneは、同60.0%増から70.0%増を見込みます。また、Eight事業の売上高は、好調なイベントサービスやEight Teamが成長をけん引することで、前年同期比32.0%増から38.0%増を見込んでいます。

販管費の主な内訳として、営業体制の強化を目的に継続して人員採用に取り組む

ものの、採用数は前年同期比で減少する見込みであることから、人件費は前年同期比で約29%前後の増加となる見込みです。また、広告宣伝費は前年同期比で約16%前後の増加を見込んでいます。その他、本社移転に伴い地代家賃の増加や移転関連費用の発生を見込んでいます。このため、調整後営業利益は、前年同期比76.2%増から157.6%増、調整後営業利益率は同2.0pt増から5.0pt増と、利益の成長ベースが加速する見込みです。

なお、Sansan、Bill Oneの価格体系の適正化による効果を正確に予測することが困難であることから、2025年5月期においても合理的に考え得る範囲で、レンジでの開示を採用しています。

## ≫ 本社移転に伴うコストの見通し

2025年5月期の第1四半期から第2四半期にかけて本社移転を行う予定です。本社移転に伴い、移転関連費用として、現在の本社における加速償却費や修繕費等の一時的な費用が生じるほか、移転

期間中に生じる二重家賃により、地代家賃が一時的に増加する見込みです。これらの結果、本社移転に伴う一時的なコストとして、約7億円を見込んでいます。

[ COLUMN ]

### 出会いの象徴である「桜」をシンボルにした 渋谷サクラステージへ本社移転

これまで、本社周辺に点在していた複数の拠点を集約し、全サービス、社員の強みを結集して事業成長をさらに加速させ、今後の人員増に対応できる環境を整備することを目的に、渋谷サクラステージに本社を移転しました。

渋谷サクラステージは、毎年、桜まつりで賑わう等、出会いの象徴である「桜」をシンボルにした渋谷区桜丘町に竣工したオフィスビルです。当社の「出会いからイノベーションを生み出す」というミッションとの親和性の高い立地となっており、今後とも渋谷区桜丘町から、全社一丸となってグローバルに通用するサービスを発信し、「ビジネスインフラになる」というビジョンの実現を目指していきます。



渋谷駅に隣接する、渋谷サクラステージに本社を移転。

# 事業別戦略

当社グループは、中期財務方針の下、Sansanの堅調な成長とBill Oneの高成長の継続、Eightの収益拡大を目指しています。また、Contract Oneをはじめとした新たなサービスの立ち上げや、グループ会社の各サービスの成長についても継続的に取り組んでいます。

## セグメント構成

当社グループの報告セグメントは、Sansan／Bill One事業とEight事業の2つで構成されています。

Sansan／Bill One事業は、連結売上高の8割超を占める当社グループの主要セグメントです。中でも、創業事業である営業DXサービス「Sansan」は、連結売上高の68%を占めています。また、2020年5月に提供を開始したインボイス管理サービス「Bill One」は、高

い成長率が継続しており、2024年5月期においては連結売上高の18%を占めるまでになりました。そのほか、2022年1月に提供を開始した契約データベース「Contract One」等が属しています。

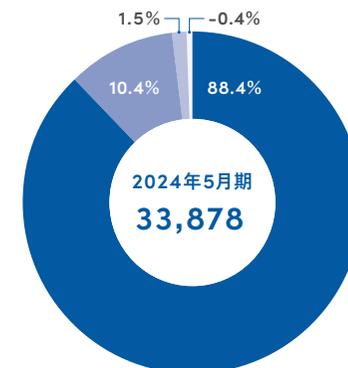
Eight事業は、連結売上高の10%を占めるセグメントです。主には、名刺アプリ「Eight」を展開しており、370万人以上の登録ユーザーを有しています。このユーザーネットワークを活用して、法人向けサービスの提供を行うことで、収益の拡大を図っています。

## [ 連結売上高の構成<sup>\*2</sup> ]

(百万円)

■ Sansan／Bill One事業 ■ Eight事業 ■ その他 ■ 調整額

\*2 セグメント間の内部売上高または振替高（連結消去）は調整額に計上



## >> 各セグメントに属する主なサービス

Sansan／Bill One事業			
Sansan	営業DXサービス		名刺管理から、収益を最大化する 名刺や企業情報、営業履歴を一元管理して全社で共有できるようにすることで、売上拡大とコスト削減を同時に実現する営業DXサービス
Bill One	インボイス管理サービス		請求書受領から、月次決算を加速する あらゆる請求書をオンラインで受け取り、企業全体の請求書業務を加速するインボイス管理サービス
その他	契約データベース		現場の習慣を変える、契約データベース あらゆる契約書を正確にデータ化し、日常的に契約データを活用できる環境を作ることで、管理部門だけでなく事業部門の習慣も変える契約データベース
	マルチチャネルフォーム		あらゆる接点で営業機会を逃さない あらゆる接点で顧客の声を収集し、顧客体験の継続的な改善活動をサポートするマルチチャネルフォーム
Eight事業			
BtoCサービス	名刺アプリ		タッチで交換。スマートに管理。 価値ある出会いをタッチでつなぎ、つながった相手の異動・転職等の情報が自動で更新され、近況をスマートに把握できるビジネスのための名刺アプリ
BtoBサービス	イベント書き起こしサービス	  	世界をログする。世界を変える。 記者会見やイベント、対談等を全文書き起こしてログ化し、価値ある情報をより多くの人へ届けるためのイベント書き起こしサービス

## [ 連結売上高と調整後連結営業利益 ]

(百万円)	2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期	前年同期比
連結売上高	20,420	25,510	33,878	+32.8%
Sansan／Bill One事業	18,105	22,516	29,948	+33.0%
Eight事業	2,213	2,867	3,548	+23.8%
その他	126	198	519	+161.3%
調整額	-25	-72	-137	-
調整後連結営業利益	730	942	1,709	+81.5%
Sansan／Bill One事業	5,752	7,005	8,675	+23.8%
Eight事業	-355	-170	314	-
その他	-22	-36	-79	-
調整額 <sup>*1</sup>	-4,643	-5,856	-7,201	-
調整後連結営業利益率	3.6%	3.7%	5.0%	+1.3pt
Sansan／Bill One事業	31.6%	31.1%	29.0%	-2.1pt
Eight事業	-	-	8.9%	-
その他	-	-	-	-

\*1 報告セグメントに配賦していない全社費用の金額で、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費。2025年5月期第1四半期より、一定の規則に則り、各セグメントに配賦

## Sansan/Bill One事業

Sansan/Bill One事業には、創業事業である営業DXサービス「Sansan」や、インボイス管理サービス「Bill One」、契約データベース「Contract One」のほか、グループ会社のクリエイティブサーベイ株式会社のサービスが属しています。Sansanの堅調な成長とBill Oneの高成長がともに継続し

たことにより、2024年5月期の売上高は、前年同期比33.0%増となりました。調整後営業利益<sup>[1]</sup>については、売上高成長を目的とした営業人員の採用や、マーケティング活動の強化により利益率は低下したものの、売上高の伸長により前年同期比23.8%増となりました。

[1] 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費)

### [ Sansan/Bill One事業の実績 ]

(百万円)	2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期	前年同期比
売上高	18,105	22,516	29,948	+33.0%
Sansan	17,214	19,793	22,889	+15.6%
Bill One	826	2,414	6,168	+155.5%
その他	64	308	889	+188.1%
調整後営業利益	5,752	7,005	8,675	+23.8%
調整後営業利益率	31.8%	31.1%	29.0%	-2.1pt

## 営業DXサービス「Sansan」

2007年に提供を開始した営業DXサービス「Sansan」は、「名刺管理から、収益を最大化する」をコンセプトに、名刺や企業情報、営業履歴を一元管理して全社で共有できるようにすることで、売上拡大とコスト削減を同時に実現します。

名刺管理から、収益を最大化する

**sansan**

## 》 サービス概要

企業のもつ接点情報は、非常に重要な資産ですが、個人が独自かつアナログな方法で管理しているため、有効に活用されていないケースが多く存在します。Sansanでは、名刺情報のほか、メールやウェブサイトからの問い合わせ等、顧客とのさまざまな接点情報をSansan上に蓄積し可視化できます。また、これまでの接点の有無にかかわらず、100万件以上の企業情報が閲覧可能です。そして、これらの情報を組み合わせることで利用企業独自のデータベースが構築できます。Sansanを利用すると、名刺関連の業務を効率化し生産性を向上させることでコストを削減できるとともに、接点情報を有効活用することでビジネス機会を最大化し、売上拡大につなげることが可能です。例えば、新

規の営業先を効率的に発見できるようになるほか、営業先企業の最新情報を社内で共有することによって、営業担当者個人の営業力を強化することができます。また、外部システムと連携させてデータを活用することで、高度な営業戦略の立案、実行が可能となり、組織全体の営業成果の最大化につなげることができます。

料金モデルとしては、Sansanを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。ユーザー企業の規模や用途に応じて算出されるライセンス費用に、スキャナーレンタル料等が加算されたものが月額利用料となります。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。



### ポジショニング

Sansanは、これまでテレビCMをはじめとした積極的な広告宣伝活動を展開してきたことで、日本国内において高い認知度を有しています。また、サービス開始以来培った国内トップレベルのSaaS経営ノウハウの下、盤石の顧客基盤を構築しており、業界・業種を問わず、中小企業から数万人規模の大企業にまで、幅広く利用されています。

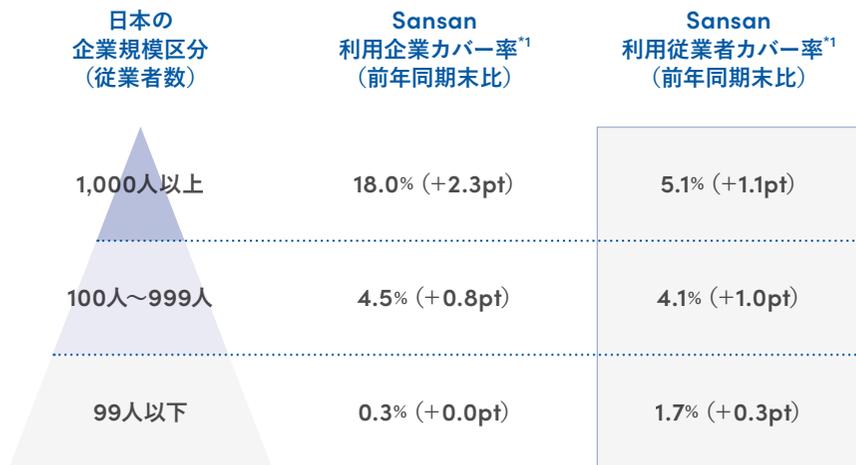
この結果、法人向け名刺管理サービス市場における売上高シェアは82.4%<sup>[1]</sup>と圧倒的なポジショニングを確立しており、サービスに対する高い信用度も獲得しています。

[1] 「営業支援DXにおける名刺管理サービスの最新動向2024」(2024年1月 シード・プランニング調査)

### 潜在市場規模

Sansanは、日本国内で圧倒的な市場シェアを有しているサービスですが、利用企業のカバー率はまだ低水準であり、大きな開拓余地が存在しています。また、利用していた場合においても、基

本プランとして提供する全社員利用にはなっていないケースもあることから、日本国内の総労働人口でみた場合の開拓余地はさらに大きいものと捉えています。



\*1 分母は総務省統計局「令和3年経済センサス活動調査」を基にした数値、分子は2024年5月期末におけるSansanの契約件数及び合計ID数を基に算出

### 2024年5月期実績

2024年5月期においては、人材採用による営業体制の強化のほか、市場環境やサービスの強化状況等を踏まえ、価格体系の最適化や料金設定の見直しを行いました。この結果、主要なKPIの実績として、契約件数は前年同期末比8.1%増、契約当たり月次ストック売上高は同7.1%増と

なりました。直近12か月平均月次解約率は、前年同期比0.02pt減の0.42%となり、1%未満の低い水準を維持しました。これらの結果、Sansanの売上高は、前年同期比15.6%増の堅調な実績となりました。

Sansan 主要なKPI	2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期	前年同期比
契約件数	8,488件	8,969件	9,693件	+8.1%
契約当たり月次ストック売上高	170千円	184千円	197千円	+7.1%
直近12か月平均月次解約率 <sup>*2</sup>	0.62%	0.44%	0.42%	-0.02pt

\*2 サービスの既存契約のMRRに占める、解約に伴い減少したMRRの割合

### 成長戦略

Sansanは、2022年から実施してきたサービス内容の刷新やアフターコロナにおける需要回復といったさまざまな効果によって、2022年6月から2024年5月までの約2年間で、直近12か月平均の営業生産性<sup>[2]</sup>が約13%改善しました。この生産性向上を背景に、直近では営業体制の強化に取り組み、フィールドセールスの人員数を約2年間で約29%増員しました。また、新規顧客の獲得だ

けではなく、既存顧客における売上拡大にも取り組んでおり、サービス解約で減少した収入よりも、既存契約における収入増加の方が上回った状態である、いわゆるネガティブチャーン<sup>[3]</sup>の状態を安定的に実現しています。

[2] フィールドセールス1人当たりの受注金額

[3] 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が上回った状態のこと

## COLUMN

## 当社グループの柱であるSansan事業においてシンプルで力強い成長を続けていく

Sansanは創業以来、名刺を起点とした人脈管理を強みとしていますが、現在では「名刺管理から、収益を最大化する」営業DXサービスとして、大きく進化を遂げています。名刺交換やメールのやり取りがデータ化され、人物にまつわるつながりが可視化されるといった人脈管理機能の充実はもとより、名刺交換をしていなくとも閲覧可能な100万件を超える企業情報や20万件の役職者情報、メール・電話・商談の接点を全社で共有・活用できる活動情報等、その機能を拡充しています。

コロナ禍の収束に伴い、ビジネスシーンはオフラインに戻り、名刺管理を中心とした従来のニーズはしっかり戻ってきている一方、企業データベースを活用した営業ターゲット策定等のデータベース関連の機能のニーズも増えてきており、今後は一層営業活動において、なくてはならないツールになると確信しています。

## — 2024年5月期を振り返って

売上高は、前年同期比15.6%増となりました。当社グループの中で一番大きな事業であるSansanにおいて、売上高の成長率を加速させられたことは大きなプラスであり、総じてポジティブな結果だったと捉えています。

好調な要因として、まずは「名刺管理が

ら、収益を最大化する」サービスへ刷新したことが挙げられます。新たな機能や情報の拡充のみならず、既存の機能を整理したことで、我々が掲げる営業DXサービスがどういったものであるかを再定義し、Sansanで売上を伸ばしたり、営業生産性を上げたりすることができるということを、シンプルに訴求できるように刷新しました。同時にライセンス体系の最適化と料金設定の適正化を実施し、それに伴って販売戦略も顧客規模に応じたものに変更を行い、営業生産性の向上にも取り組みました。また、期初に営業体制の強化を行い、新規採用した営業社員の戦力化が進展したことも大きな要因です。

## — 2025年5月期の取り組み

進行期の戦略においては、これまでに進めたライセンス体系の最適化や価格の適正化の実行が大きな鍵となります。2024年2月から新ライセンス体系での営業を開始しており、2025年5月期の業績への寄与を見込んでいます。新ライセンス体系での新規契約を足元で進めていますが、既存顧客のライセンス変更も力強く進めています。新規採用に伴い営業体制は強化されているので、1人当たりの営業生産性の向上も見込んでおり、それぞれの相乗効果で力強い成長を目指していきます。

## — さらに成長に向けて

Sansanは、「名刺管理から、収益を最大化する」をコンセプトに、ユーザーの事業成長を徹底的に追いかけ、2024年5月末では9,693件の契約を獲得しています。ただ、まだまだ営業DXサービスとして我々が提供

できる価値の全てを訴求できているとは思っていません。まずは営業DXサービスとして、名刺管理の延長線上にある「顧客管理」においてしっかりと市場の認知をとっていきたいと考えています。100万件を超える企業情報や拠点情報を基に営業戦略を組み立て、アプローチすべきリストの作成ができ

る。「顧客管理」としてSansanのサービス価値をしっかりと訴求し、かつ機能そのものも拡張していくことで、ユーザーの営業活動にとって、より一層必要とされるサービスになることを目指していきます。



執行役員/Sansan事業部  
事業部長

小川 泰正

## インボイス管理サービス「Bill One」

2020年に提供を開始したインボイス管理サービス「Bill One」は、「請求書受領から、月次決算を加速する」をコンセプトに、会社全体における経理業務の効率化を促進することで経営の意思決定スピード向上を支援します。

### 請求書受領から、月次決算を加速する

**Bill One**  
powered by Sansan

#### ≫ サービス概要

経理業務においては、未だ紙の請求書を取り扱う機会が多いため、郵送物の管理や社内承認のための回覧、支払い作業のための請求書内容のデータ入力等、アナログで非効率な業務が山積しています。また、紙の請求書を受領するために出社する必要もあり、多様な働き方実現の大きな阻害要因にもなっています。

インボイス管理サービス「Bill One」は、紙やPDFといったさまざまな形式で届く全ての請求書をBill Oneが代理で受領した上で高い精度でデータ化するため、ユーザーは自らデジタル化のための作業をすることなく、初めから正しくデータ化された請求書情報にアクセスすることが可能

です。そして、請求書内容の確認や承認作業といった、各種業務フローをクラウド上で完結することができます。加えて、請求書情報は検索性の高いデータベースとして一元管理されることから、データを活用したコストコントロールや営業機会の創出等を通じて将来的な収益の最大化にもつなげることができます。

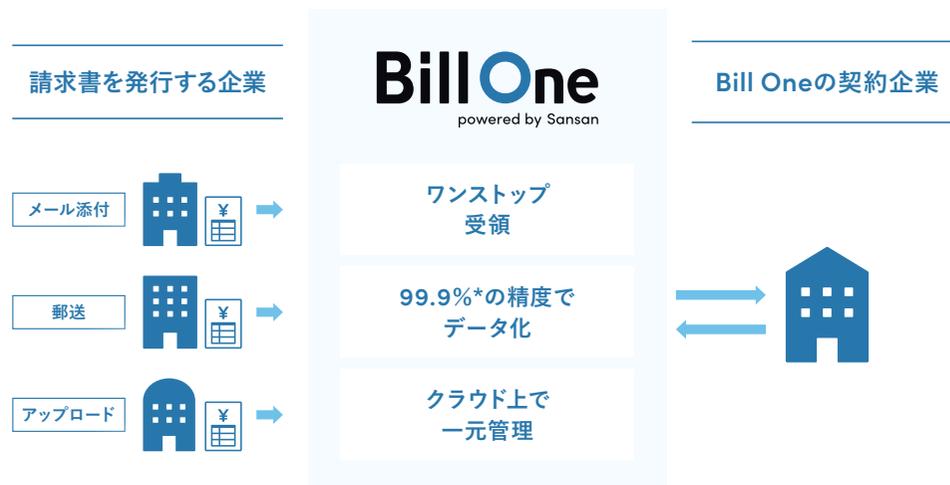
また、会計システム等の他社サービスとの連携や各種オプション機能の拡充にも取り組んでおり、請求書の発行機能や郵送代行機能等があります。

2023年6月には法人カード「Bill Oneビジネスカード」の提供を開始しましたが、2024年6月に

はこの法人カードを用いることで、従業員の立替経費をなくすことを目的としたBill One経費の提供を開始し、2024年9月には請求書発行から入金消込までを一気通貫で完結することを可能とするBill One発行の提供を開始しました。

受領サービスにおける料金モデルとしては、環

境構築やカスタマーサクセスによる支援等が含まれる初期費用と、データ化する請求書の枚数を基に算出される月額費用とで構成されるプランを提供しています。なお、請求書発行や経費精算等の機能は、受領サービスとは別の料金モデルにて提供しています。



\* 当社が規定する条件を満たした場合のデータ化精度

#### ≫ ポジショニング

Bill Oneは、Sansanでこれまで培ってきたアナログ情報を正しくデジタル化する技術や、サービス運営に対する高い信頼性等を背景に、大手金融機関やメーカー等、業種・業界を問わず、中小企業から数万人規模の大企業にまで、幅広く利用されています。

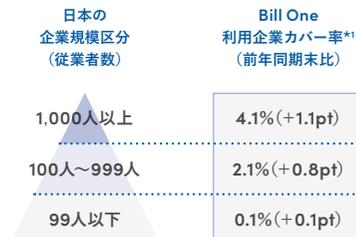
この結果、日本国内におけるクラウド請求書受

領サービス市場で売上高シェアNo.1<sup>[1]</sup>を獲得しています。

[1] デロイト トーマツ ミック経済研究所「驚異的な成長を続けるクラウド請求書受領サービス市場」(ミックITレポート2023年11月号)

## ≫ 潜在市場規模

Bill Oneは、業種や業態を問わず、全企業を利用対象とするサービスであることから、日本国内にある約200万社の企業がターゲットになると考えています。既に請求書受領サービス市場においてシェアNo.1を獲得していますが、この200万社からみると利用企業カバー率は極めて低水準であることから、大きな開拓余地が残されていると捉えています。



\*1 分母は総務省統計局「令和3年経済センサス-活動調査」を基にした数値、分子は2024年5月期末におけるBill Oneの契約件数を基に算出

## ≫ 2024年5月期実績

人材採用を中心とした営業体制の強化に取り組んだほか、市場環境やサービスの強化状況等を踏まえ、価格体系と料金設定の適正化を行いました。この結果、主要なKPIの実績として、中堅・大企業をはじめとした新規契約の獲得が順調に進んだことから、有料契約件数は前年同期末比78.1%

増、有料契約当たり月次ストック売上高は同13.5%増となりました。直近12か月平均月次解約率は、前年同期比0.31pt減の0.33%となり、1%未満の低い水準を維持しました。これらの結果、Bill Oneの売上高は前年同期比155.5%増となり、高成長が継続しました。

Bill One 主要なKPI	2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期	前年同期比
MRR*2	116百万円	316百万円	640百万円	+102.5%
有料契約件数	776件	1,581件	2,816件	+78.1%
有料契約当たり月次ストック売上高	149千円	200千円	227千円	+13.5%
直近12か月平均月次解約率*3	0.49%	0.64%	0.33%	-0.31pt

\*2 MRR (Monthly Recurring Revenue) : 月次固定収入 \*3 サービスの既存契約のMRRに占める、解約に伴い減少したMRRの割合

## ≫ 成長戦略

Bill Oneでは、引き続き人材採用による営業体制の強化や採用後の戦力化に向けた施策を継続していくほか、サービスのさまざまな機能拡充に

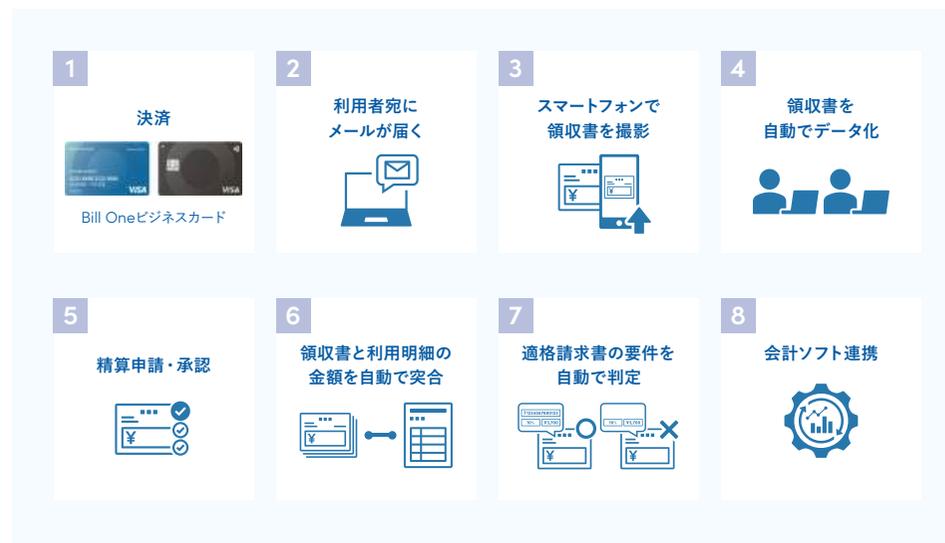
よる展開領域の拡大にも取り組めます。

2024年6月からは、新たにBill One経費の提供を開始しました。このサービスは、従来の立替

経費精算処理を効率化するだけでなく、2023年6月に提供開始した法人カード「Bill Oneビジネスカード」を活用することで、立替経費そのものをなくすことを目指しています。これにより、請求

書支払以外でも支払業務が効率化され、さらなる月次決算の加速を実現するものとなっており、中長期的なBill Oneの成長に寄与するものと考えています。

### [ 経費精算のフロー ]



### [ Bill One経費の主な提供価値 ]

#### 1 立替経費の廃止・削減

現金使用に伴うさまざまなコストを削減。立替による個人の金銭負担を軽減し、不適切な経費利用リスクを排除

#### 2 オンラインで完結

領収書の提出から承認、仕訳、証憑の保管まで、経費精算に必要な対応をオンラインで完結

#### 3 法対応業務の自動化

「電子帳簿保存法・インボイス制度」への対応で発生する業務を自動化

[ COLUMN ]

## 当社グループの強みを結集し、非連続な成長を実現するBill One

Bill Oneは、「月次決算を加速する」ことを実現するサービスです。経理業務をDXするサービスはさまざまありますが、そのほとんどが困っている個々のことを便利にするというコンセプトであるものだと感じています。ですが、Bill Oneが提供する価値は、その上段の「月次決算を加速する」ということ。それは企業にとっての生命線であり、経営の意思決定にかかわるものです。主力である請求書の受領に関する機能はもとより、6月にサービス提供を開始したBill One経費、9月以降に提供を開始したBill One発行も同様のコンセプトを掲げています。

### —— 2024年5月期を振り返って

2020年のサービス提供開始から4年が経過しましたが、2024年5月期は、インボイス制度開始という大きなムーブメントがあり、それがいったん終わった中で、いかに販売の機会を捉えて成果に変え、かつその反動影響を最小に抑えるかという、Bill Oneの提供する「月次決算を加速する」価値の本質が問われる1年だったと振り返っています。期初にARR<sup>[1]</sup>70億円という前年の2倍に当たる目標を掲げていましたが、結果、期中でARR目標を75億円に上方修正し、なおかつそれを上回る76億円

の実績を上げることができました。

### —— 2025年5月期の取り組み

この先のさらなる成長に向けて、2024年5月期に大きく営業体制の強化を行いました。進行期も引き続き採用を強化する方針は継続します。2024年5月に提供を開始したBill One経費の「立替経費をなくし、月次決算を加速する」というコンセプトへの反応は良く、小規模ながら専門の販売部隊も今期から立ち上げ、ここからさらにスケールアップを目指していけると考えています。現在のメイン機能である請求書受領サービスは、機能の進化とともに実施した価格の適正化をしっかりと適用し、Bill One全体の成長を盤石のものとするため、足元を一層固めていきます。請求書の発行業務及び発行後の入金消込業務を効率化するBill One発行も2024年秋以降のサービス提供開始を目指し、機能開発を進めてきました。

### —— さらなる成長に向けて

Bill Oneが力強い成長を続けてきた背景には、Sansanで培ったデジタル化技術はもちろん、質の高い採用を叶えるブランド力やプロダクト開発力、金融機関からの要請にも耐え得るセキュリティ、さらには



執行役員／Bill One事業部  
事業部長

大西 勝也

事業投資を継続できる体力等、まさに当社グループの強みを結集した結果であると考えています。経理DXの領域は多くのプレイヤーがさまざまな機能を展開しており、この先ますます競争は激化すると予想していますが、今後も、アナログ情報を正確にデジタル化するテクノロジーとオペレーションをはじめとした当社グループの

強みを武器に、単純な経理業務の効率化を叶えるサービスではなく、月次決算を加速するためのサービスであることをぶれさせずに成長させていきます。

具体的には、引き続き請求書受領の領域に重点を置き、人員や開発リソースを投下し、圧倒的なシェアを勝ち取っていきます。また、ここからは組織としてのス

ケールアップも重要になってくると考えており、生産性をいかに向上させ、維持できるかが大切です。事業のアウトカムである営業1人当たりの生産性を高い基準で保つことに注力し、同時に受領機能に次ぐ急成長を遂げる周辺領域のサービス開発も視野に入れながら、非連続な成長を目指していきます。

[1] ARR (Annual Recurring Revenue) : 年間固定収入

## 契約データベース「Contract One」

2022年に提供を開始した契約データベース「Contract One」は、「現場の習慣を変える、契約データベース」をコンセプトに、紙や電子形式のあらゆる契約書をデータ化し、企業の収益創造に貢献します。

### 現場の習慣を変える、契約データベース

# Contract One

powered by Sansan

#### ≫ サービス概要

現在では、電子形式での契約も普及しつつありますが、紙での契約書のやり取りを希望する企業も存在し、紙と電子が混在することで契約書管理業務が煩雑化しています。紙の契約書はユーザーが当社に送るだけでContract Oneが代理でスキャンし、正確にデータ化します。また、電子での契約はベンダーとの機能連携等により、Contract OneがPDF形式の契約書をデータ化するため、ユーザーは契約情報が集約されたデータベースを構築できます。そして、データベースから契約情報を活用することで、契約内容の遵守だけではな

#### ≫ 成長戦略

Contract Oneは、現在サービスの立ち上げに注力している段階であり、2024年5月末時点の契約件数

く、市場環境や戦略等に応じて契約内容を見直すといった、契約締結後における業務を効率的に行うことができるようになり、営業機会の創出や収益の最大化につなげることが可能です。

料金モデルとしては、専用コンサルタントによる導入支援や既存契約書のデータ化等に係る初期導入費用のほか、ユーザー企業においてデータ化される契約書の枚数を基に算出される月額費用で構成されるプランを提供しています。

は222件となっています。

ユーザーへの提供価値向上を目的にさまざまな機

能強化に取り組んでおり、例えば、2024年3月には、関連する契約を自動でひも付ける「契約ツリー」と、契約の有効性を自動で判定する「契約状況判定」機能の提供を開始しました。俯瞰的な契約管理によって、属人的な契約管理によるリスク軽減や全社的な

契約業務の効率化が可能になります。今後も、機能拡充をはじめとしたさまざまな取り組みを進めることで、販売を強化し、グループ全体の成長へのさらなる寄与を狙います。

## マルチチャネルフォーム「Ask One」

マルチチャネルフォーム「Ask One」は、「あらゆる顧客接点で、営業機会を逃さない」をコンセプトに、BtoB企業の商談化率、受注率、契約継続率の向上を実現します。

### あらゆる顧客接点で営業機会を逃さない

# Ask One

powered by Sansan

#### ≫ サービス概要

企業と顧客との間には、さまざまな接点がありますが、それらは個別に管理されており、有効活用できていない接点が多く存在します。

Ask Oneは、オンライン、オフライン、社内外問わず、あらゆる顧客接点の入力インターフェースを統合し、企業のもつ接点情報を一元管理することで、顧

客の声を逃すことなく営業機会に変えることを可能とするマルチチャネルフォームです。

基本機能は同じものですが、明確にターゲットを分けるマルチブランド戦略を推進しており、主にBtoB企業向けにAsk One、BtoC企業向けにCREATIVE SURVEYの2つのサービスを提供しています。

## Eight事業

Eight事業には、名刺アプリ「Eight」やグループ会社のログミー株式会社が属しています。中小企業向け名刺管理サービス「Eight Team」やビジネスイベントが事業成長を

けん引したことで、2024年5月期の売上高は23.8%増となりました。また、調整後営業利益は、売上高の伸長に加え、収益性に焦点を当てた事業運営に移行していたことから、事業開始以来、初めて通期での黒字を達成しました。

### [ Eight事業の実績 ]

(百万円)	2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期	前年同期比
売上高	2,213	2,867	3,548	+23.8%
BtoCサービス	286	303	347	+14.7%
BtoBサービス	1,927	2,563	3,200	+24.8%
調整後営業利益	-355	-170	314	-
調整後営業利益率	-	-	8.9%	-

## 名刺アプリ「Eight」

2012年にサービス提供を開始した名刺アプリ「Eight」は、「タッチで交換。スマートに管理。」をコンセプトに、個人ユーザーの名刺交換や管理を支援し、生産性の向上を実現します。また、企業に対しても、名刺管理サービスやEightのネットワークを活用した各種サービスを提供することで、さまざまなビジネス課題の解決に貢献します。

タッチで交換。スマートに管理。



### » サービス概要

Eightは、個人利用を主体とするアプリです。利用開始時に自身の名刺を登録するとアカウントが作成され、基本機能を無料で利用できるようになります。また、過去の名刺を登録することで、ビジネスライフを通じた自身のプロフィールを作成し、管理することができます。その他、交換した名刺を登録し、相手もEightユーザーであった場合には、Eight上でつながることができ、相手の登録状況に応じて、昇進や異動、転職等の情報が自動で更新されるため、近況を把握することが可能となります。

技術の急速な発達やクラウドサービスの普及等により、オンライン上で業務が完結できるようになっていることから、今後は、紙の名刺ではなく、デジタルでの名刺交換をしたいというニーズが高

まっていくものと予想しています。Eightには、お互いのスマートフォンをかざすだけで瞬時に名刺交換が可能なデジタル名刺交換機能を搭載しており、Eightユーザーではないビジネスパーソンとも、QRコード<sup>[1]</sup>やURLの読み取りにより、デジタルでの名刺交換が可能です。

ビジネスモデルとしては、個人向けと企業向けに有料サービスを提供しています。個人向け有料サービスでは、名刺管理のプレミアム機能を提供しています。また、企業向け有料サービスでは、主にEightユーザーを集客し、出展企業から出展料を得るビジネスイベントのほか、中小企業向け名刺管理サービス「Eight Team」等を提供しています。

[1] QRコードは、株式会社デンソーウェアの登録商標です



## ≫ 2024年5月期実績

BtoCサービス(個人向け有料サービス)においては、コロナ禍収束に伴うビジネスの正常化やデジタル名刺交換等の機能拡充により、Eightユーザー数は前年同期末比41万人増の372万人となり、売上高は前年同期比14.7%増となりました。また、BtoB

サービス(企業向け有料サービス)においては、Eight Teamの契約件数が前年同期比24.4%増となったほか、大型のビジネスイベントの開催等、各種サービスのマネタイズ強化に取り組んだ結果、売上高は前年同期比24.8%増となりました。

Eight 主要なKPI	2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期	前年同期比
Eightユーザー数*	310万人	331万人	372万人	+41万人
Eight Team契約件数	2,819件	3,703件	4,608件	+24.4%

\* 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

## ≫ 成長戦略

2024年5月期に調整後営業利益の黒字化を達成しましたが、今後も収益性に焦点を当てた事業運営を継続していきます。引き続き、好調なビジネスイベントの強化やEight Teamの堅調な成長を目指します。

また、2024年5月には、NFCチップを内蔵したデジタル名刺「My Eight Card」をリリースしました。

Eightの名刺情報を登録し、スマートフォンをカードにかざしてもらうだけで、自身の名刺を渡すことが可能となります。Eightの短期的な業績に寄与するものではありませんが、将来的なデジタル名刺の普及、ひいては当社サービスが広くインフラのように利用される社会の実現に寄与するものと期待しています。



## イベント書き起こしサービス「ログミー」

ログミーシリーズは、「世界をログする。世界を変える。」をコンセプトに、さまざまな場での発信を全文書き起こしすることで、良質なコンテンツを埋もれさせず世の中に流通させます。これにより、ビジネスにかかわる全ての人に正確な情報を届け、人々の知識と教養を高め、新たな可能性を引き出すことで、世界をより良いものに変えていきます。

世界をログする。世界を変える。

 logmi Biz  
ログミー

 logmi Finance  
ログミー

 logmi Tech  
ログミー

## ≫ サービス概要

さまざまな場で発信される良質なコンテンツには、その場に参加した人以外には発信されないことから、埋もれてしまっているものが多いです。

ログミーシリーズは、そうした優れたスピーチや対談等を全文書き起こしてログ化し、価値ある情報をビジネスにかかわる全ての人に届けるためのイベント書き起こしサービスです。

ITやイノベーション、企業等をテーマにしたイベ

ントやカンファレンスの内容を情報感度の高いビジネスリーダー層に届けるログミーBizや、アナリスト、機関投資家向けの決算説明会等の情報を、個人投資家を中心とした幅広いステークホルダーに届けるログミーFinance、最新テクノロジーからエンジニアのスキル、キャリアアップに役立つ情報を提供するログミーTechの3つのサービスを提供しています。

## [ COLUMN ]

## ビジネスイベントのあり方をテクノロジーの力で革新する「Event DX」

展示会やカンファレンスが全盛期の活況を取り戻しつつある中、Eightのイベント主催事業も一段と成長が加速しています。

コロナ禍を経て人はフィジカルな出会いの重要性にあらためて気付かされ、また企業活動においてもフィジカルなタッチポイン

トこそがいかに新規営業にレバレッジを効かせていたかを深く実感する契機となりました。この結果、多くの企業が出会いの場であるイベントの価値を再認識し、参加にギアを入れることにつながったことが大きな要因とも言えます。

他方、来場者に対しては、開催地域を問わないオンラインイベントがコロナ禍で無数に開催されたことにより、効率的に情報を得る手段が多様化したことで、従前の展示会を筆頭に、会場に足を運ぶべき理由をきっちりと表現しきる必要が高まっているとも考えています。Eightが手がけるイベントは、知識や情報を得るだけでなく「出会い」に本質的な価値を置き、しかも偶然ではない必然の出会いを提供することを目指しています。その革新性は、独自のテクノロジーを駆使したレコメンドーションを用いて、出展者・来場者ともにターゲットと効率的に出会える生産性の高い環境を作り出すことにあります。

## — 2024年5月期を振り返って

そうしたEightだからこそ実現できるBtoBイベントの価値を評価いただき、2024年5月期は、過去最も手応えを感じた力強い成長を遂げた1年となりました。イベントビジネスは、前年同期比で51%成長し、Eight事業として初の通期黒字化を大きくけん引しました。「必然のビジネスの出会い」があることを実感いただいた結果、出展者のリピート率も上がり、出展面積の拡大等のアップセルにもつながっています。また、2024年5月期はそうした実

績の面だけでなく、名刺アプリ「Eight」を活用したイベント体験の元年と言える1年でした。「Startup Japan」や「Eight EXPO」といった主催展示会では、イベント来場にEightアプリが必要です、という入場体験に全面的に切り替えることで、会場内を「紙の名刺がいらぬ展示会」と表しタッチ名刺交換を標準化することに成功しました。

この結果、名刺交換の記録をデジタル化したり、名刺交換のハードルを低くしたりすることで出会いを促進する等、これまでにない展示会体験を生み出しました。まさにイベントDXをEightアプリとの融合で大幅に進歩させた1年であったとも言えます。

## — 2025年5月期の取り組み

この2年で立ち上げてきた新規イベントが成功してきたことでリピート率が上がり、継続した売上の循環サイクルができてきました。先述の展示会事業は特に好調で、目的が明確な来場者と呼ぶ技術が高まったことで出展者からの評価が極めて高く、次回以降展示面積を増やしたいという声が多く上がっています。「DX CAMP」シリーズは、東京だけでなく大阪での開催が成功し、地方展開に手応えを感じており、2025年5月期に向けては福岡や名古屋等

での開催ニーズに応える方針です。また「Meets」シリーズは「経営企画部 戦略サミット」「経理部 戦略サミット」等、部署を絞ったニッチで濃密なイベントが成功を収めており、異なる職種への横展開を進めていきます。既存イベントの力強い成長のみならず、新しいイベントを立ち上げようとしており、それらが中長期的な成長エンジンとなることを期待しています。

## — さらなる成長に向けて

これまで、何が勝ち筋かを確かめるために新しいやり方を数多く試してきた中で、ようやくEight流のイベント主催のあり方や成功法則が見極められてきました。今後は、小さなものを多く開催するのではなく、1つひとつの規模を大きく太くしていくフェーズに入ってきたと考えています。イベントビジネスは、数百人より数万人、スポンサーが数社より数百社といったように大規模に開催することの方が、利益率が乗算的に高くなるため、スケラビリティを意識した運営に舵を切っていきます。一方、規模は大きくなくとも、「DX CAMP」シリーズのように、エグゼクティブだけを少数集める、粗利率が極めて高いビジネスモデルも実現できており、いずれも成長の両輪としてますます確立させていきます。



執行役員 / Eight事業部  
Event Business部 部長

石本 卓也

# 人事で事業成長を加速する



## CHROメッセージ

取締役／執行役員／CHRO

大間 祐太

## 人事が企業価値向上に果たす役割

当社には、ミッションやビジョン、バリューズ等の企業理念をまとめた「Sansanのカタチ」がありますが、人事本部にも同じように、人事担当メンバーが向き合うものを言語化した「人事本部のカタチ」があります。「人事本部のカタチ」は既にバージョン3.1にまで進化していますが、そこに明記している人事本部の使命は、「人と組織の可能性を広げ、事業成長を加速させる」ことです。

営業畑でキャリアを積んできた私は、当社に入社後も5年ほど営業を担当していましたが、2015年に営業から人事部門に異動を命じられ、今に至っています。私は当時から、人事はコスト部門ではなく、プロフィット部門だと考えていました。今も、人事は事業成長に最もレバレッジをかけることのできる部門の一つだと思っています。これは、私の前任の人事担当役員も同じ考えでしたし、今、人事本部に所属するメンバーも、事業成長を加速させる存在でありたいという思いを全員が共通しています。

昨年の『統合報告書2023』で、私は「意思と意図をもって人事施策を進める」とお話ししましたが、人事本部のメンバーが新たな企画を上げてきた時には、なぜその企画が事業成長に資すると思うのか、その意思と意図を必ず確認します。また、その施策にゴーサインを出した後も、本当に事業成長に資する施策になっているかどうかを、常に問い続けています。人事本部が当社の成長を引っ張っていくという考えがぶれることはありません。

## 売上・利益の双方の成長に貢献する

人事本部が事業成長への貢献を考える上で意識しているのは、SaaS企業の成長性と収益性を測る指標として使われること多い「Rule of 40(40%ルール)」、つまり売上高成長率と当社

の指標である調整後営業利益<sup>[1]</sup>率の合計が40%を超えているかどうかです。売上成長は人材を採用することでけん引できますが、拡大する組織の中で利益成長を図るには、人材効率を高めることが重要です。

2024年5月期に当社が売上成長に向けて行った最大の投資が人材採用でした。中でも注力したのが、営業社員の採用です。新卒・中途を含め、過去にないほど採用にアクセルを踏み、この1年間で約620名の新たな人材を獲得しました。2024年5月期は、当初想定以上の売上成長を果たすことができましたが、その業績に人事施策は確実に貢献できたと思います。

利益成長に関しては、人材の生産性が重要です。営業社員1人当たりの受注金額に関連する指標「戦力化係数」を分析しながら、人材効率の向上を図っています。2024年5月期は、新たに採用した人材の早期育成施策として、各事業部内に事業部長の参謀的な位置付けでHRBP(Human Resource Business Partner)という人事関連組織を設けました。そして、このHRBPに所属する人事責任者が、採用から採用後の人材の組織への定着・戦力化に至るまで、一連の受け入れプロセス(オンボーディング)を一気通貫で行う体制としました。HRBPには、各事業部のハイパフォーマーセールス人材を計6人配置しましたが、営業部門の新規入社者が単月で40人規模になることもあった中で、HRBPを軸に人材効率を高められた結果、売上成長に加え、利益成長にも貢献できたと評価しています。

また、パフォーマンスの高い営業人材は、人材採用でも大きな力を発揮します。特に、こだわりをもって採用を進めている当社が求める人材は、他社からも内定を得ているような候補者であることがよくあります。そのような候補者に、当社を選んでもらえるように働きかけていくアプローチは、受注獲得に向けて顧客に魅力ある提案を行う営業活動に類似しています。2024年5月期は、トップセールス人材をサービスの営業からあえて外して、人材の採用からオンボーディングまでを推進する活動に振

り向けたことがとても大きかったと思います。

2025年5月期も相応の規模で人材採用を続けていきます。しかし、採用のペースは少し落とし、むしろ、一気に増えた人員の人材効率向上により注力して、利益成長に結び付けていきます。連結で2,000人を超える人材が、その戦力化係数を1%でも2%でも高められれば、そのことによる業績へのインパクトは非常に大きくなると期待しています。

[1] 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費)

## 全社員が「グロースマインドセット」を 発揮する組織へ

人員規模が一気に拡大したことによって、これまで当社が大切にしてきたミッションドリブンのカルチャーが薄まることであってはけません。入社直後に「Sansanのカタチ」に集中的に触れるSCOP(Sansan Culture Onboarding Program)は、ミッションドリブンのカルチャーを持続させるための重要な仕組みと考え、継続しています。1人ひとりの人材採用は、当社のカルチャーへのフィット感も含めて判断していますが、入社直後の5日間、人事本部が預かる形で当社の価値観についてディスカッションすることで、当社へのフィット感をより高められるようにサポートしています。

企業カルチャーに関してはこの1年、組織の持続的成長という視点から、50年後、100年後にどういう会社でありたいか、どういう会社として見られたいかといったパーパス議論を社内を進めてきました。それは、もし仮に、寺田が社長の役割を外れるとしたら、それは当社がどのような環境になった時なのかという、次世代へのサクセッションを考える上で必要な組織文化を考えることにもつながりました。もちろん短期で、寺田が当社の経営を誰かにバトンタッチする予定はないのですが、この1年間、未来の当社を描きながら必要な組織文化を議論し、



そして、それを「グロースマインドセット」だと定義できたのは、大きな前進だったと思います。

当社は創業当初から「世界を変える」「イノベーションを起こす」と、魂を込めて目指す旗印を言語化し、そこに向けて邁進してきました。その裏では、CEOの寺田をはじめとした役員らが、社員が「そんな高い目標設定をするんですか!?!」と思うような高い目標を掲げ、「そこまで行くぞ」「自分たちならできる」と語り続け、組織成長を促してきました。できるようになったことも多々ありますが、できなかった時もそこから学びを得て、今度はそれをどうできるようにしていくか、次のステージにつなげようとしてきました。その意味で、当社には既にある程度の「グロースマインドセット」がカルチャーとして醸成されています。高い目標を前に、「そんなのはできないよ」と疲弊したくなる気持ちや声に引っ張られるのではなく、チャレンジングな目標の達成にどうやって近づいていこうかと、ポジティブに捉えて、自らの成長に変えていく。全ての社員がそうした「グロースマインドセット」を備え、ボトムアップでそれを発揮していく。そうした強力な組織を目指していきたいと思います。

## 社員エンゲージメントの向上

社員エンゲージメントに関しては、過去3年、継続してサーベイを実施してきました。2024年5月期は大変うれしいことに、過去最高水準のエンゲージメントスコアとなりました。エンゲージメントスコアは、新入社員が多くなると高く出る傾向にありますが、圧倒的に相関が高い要素となるのが業績です。2024年5月期においては、売上高成長の再加速を実現した、その事業部の成長の勢いは、事業部だけでなくバックオフィスを含めた全社に波及しており、それが高い組織エンゲージメントに表れていると分析します。

また、もう1つ、社員が自社を他人に薦められるかどうかを指標化したeNPS<sup>SM</sup><sup>[1]</sup>も、日系企業の平均がマイナス40からマイナス50と言われる中、2,000人近い規模に拡大した当社は、プラスマイナス0近辺にまで改善しました。多くの社員が、Sansanグループの一員であることを誇らしく感じている証左でもあり、とてもうれしく思います。

[1] eNPS<sup>SM</sup>は「Employee Net Promoter Score (エンプロイー・ネット・プロモーター・スコア)」の略称で、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリクス・システムの登録商標です。当社で働くことへの「推奨者」の割合から「批判者」の割合を差し引いた数値を、eNPS<sup>SM</sup>として算出しています

## マテリアリティの達成に向けて

人材の採用・育成・活躍推進は当社のマテリアリティの1つであり、2030年5月期までに「リファラル採用比率35%」を目標の1つに掲げています。リファラル採用者の数は着実に増えてきていますが、2024年5月期は全体の採用者数が多い中で、その比率は伸び切れてはならず、10.3%の実績となりました。

また、称賛のメッセージを送り合うUnipos<sup>[2]</sup>の投稿率は、目標80%に対し、58.1%の実績となりました。Uniposの投稿では、称賛メッセージとともに「#仕事に向き合い、情熱を注ぐ」「#意思と意図をもって判断する」といったようにハッシュタグを付けられるのですが、今年は「#グロスマインドセット」というハッシュタグも生まれ、グロスマインドセットを発揮している人材のエピソードとともに称賛するムーブメントも起きています。

もう1つのマテリアリティである、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進に関しては、2030年までに女性管理職比率30%以上、女性社員比率45%以上を目標に掲げています。2024年5月期末の女性管理職比率は、前期と同じ17.8%であるため、今後は多様なロールモデルの創出を進め、キャリアア

スを示す取り組みを強化します。また、今年の6月には、女性執行役員が1名増えて2名になりました。女性社員比率は、人材市場に技術バックグラウンドをもつ女性の数そのものが少ない中、2024年5月期は、36.7%となり、前期の34.9%から徐々に増えつつあります。

[2] Unipos株式会社が提供するピアボーナス<sup>®</sup>を軸とする全従業員参加型のプラットフォームサービスを利用しています

## ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンは、2023年に新設したDEI & Wellnessグループを中心に、公平性の担保を重視しながら推進しています。

ジェンダーの多様性に関しては、慶弔見舞金等の人事施策を、同性パートナーとの事実婚でも適用しているほか、LGBTQ当事者の方を招いた講演会を開催する等、多様性に対する社内啓発活動を進めています。

国籍の多様性は、セブのグローバル開発センターの陣容が70名規模にまで拡大しており、グループ全体で着実に進展していると考えます。

障がい者雇用については、社員数が急拡大する中で法定雇用率を遵守するだけでなく、配属先についても、事業貢献の高い業務・職種での採用を積極化しています。当社のコアコンピタンスである「アナログ情報のデジタル化」を行うオペレーションセンターを、規模の拡大に合わせて千葉県千葉市に移設しており、そこで活躍いただける障がい者の採用を強化しています。

新卒採用に関しては、当社自体のプレゼンスも上がってきている中で、新卒初任給を年収560万円と業界トップクラスの報酬水準に引き上げたことで、2025年4月入社予定の新卒者は前年の70人から120人に大きく拡大し、応募数も1.4倍となりました。入社後のパフォーマンス分析では、特に営業に配属した新卒社員



のパフォーマンスが非常に高く、パフォーマンスの高い新卒採用者のプロモーション速度は中途採用者の1.3倍となっています。成長速度の加速が期待できる新卒採用に関しては、引き続き人材の質に高い水準を求めながら、さらに強化していく考えです。

## 人事面での課題認識

今後、検討すべき人事面での課題の1つは、部門・職種最適での設計が望ましい人事施策をどう進めていくかです。2024年5月期は、特に営業職の採用に注力しましたが、事業を運営していく上では、技術職やクリエイター職、バックオフィス等、全ての職種で人材の増強を図る必要があります。営業とエンジニアとでは、1人ひとりのバックグラウンドや働き方等も大きく異なり、評価制度や報酬に関するサーベイ等、既存施策における課題を幅広く抽出しながら、職種や部門毎に最適化した人事制度の構築を検討していきます。

もう1つの課題は、ミッショングレード(社内における役割等級)が高い役職者層で確認されている、男女間賃金格差の是正です。育児・介護等と両立しながら時短で働く社員に対して、既存の制度では賃金差が生じざるを得ないことが、格差の要因だと考えています。出産・育児休業後に復職した女性社員は、希望すれば時短勤務等の働き方を選択できますが、そのことで彼女たちが「働き方を制限せざるを得ない」と思うことのないような人事施策の打ち手があるはずだと考えています。特に、「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、同じ空間・同じ場所で働く人たちが出会うことに価値を見出している当社には、どうしてもオフィスセントリックで「出社文化」の風土が浸透しています。育児との両立を図りたい社員の中には、出社日数を週3回に減らしても、ハードルを感じる社員もいるでしょう。時短やフレックス勤務制度からさらに踏み込んだ勤務形態も許容できるような業務設計が可能になれば、男女間賃金格差



の是正につながると思いますし、そういう取り組みをしなければならぬと認識しています。そうした施策を導入することで業務上、生じ得る課題等をしっかり精査し、前向きに検討していきます。

## ステークホルダーに向けて

2020年からのコロナ禍では、リモートワークが常態化し、人と人が全く出会わない、名刺交換をしない状況になり、当社はいつ吹き飛んでもおかしくない会社の1つだと思った方もいらしたと思います。コロナ禍では確かに一時的に成長率は落ちましたが、その中でも私たちは成長に向けて走り続け、アフターコロナの社会が見えてきた2023年は、「突き抜ける」をテーマに掲

げ、成長率を再加速しました。そして、組織の規模もグッと拡大しました。「突き抜ける」ことができた今、私たちは新たに「グロースマインドセット」を掲げ、さらにフェーズを変えにいています。新たなフェーズに入り、見える景色も変わる。そうした兆しを私は既に感じています。CHROとして、規模が拡大した組織と、価値創出の源泉である人に向き合い、人的資本の最大化・最適化を通して、2025年5月期も、そしてこれからも事業成長に大きく貢献していきます。

取締役／執行役員／CHRO

大間 祐太

# 人的資本

人材は最も重要な経営資本の1つであり、これまでの高成長を実現できたのは、優秀な人材の活躍によるものと捉えています。

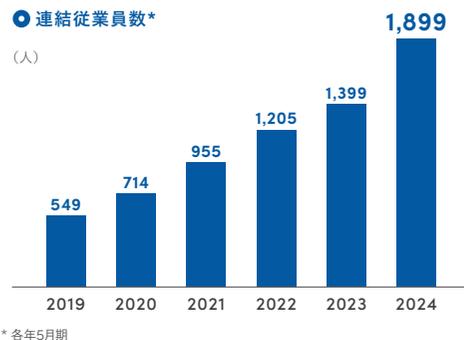
今後のさらなる成長に向け、人材の採用・育成・活躍推進やダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進といった各種施策を進めていきます。

## 事業成長に資する人材の採用・育成

当社グループでは、重要な成長戦略の一環として、積極的な人材採用を進めてきました。2024年5月期末の連結従業員数は1,899名となり、開発や営業、バックオフィス等のさまざまな組織は、多様なバックボーンをもった優秀な人材で構成されています。

当社グループの強みの1つは、急拡大する組織においても、ミッション・ビジョンに共感し、それを体現できる企業カルチャーを維持していることです。採用の際には、高い専門性やスキルを保有している点だけではなく、当社の理念やカルチャーへのマッチ度合いを重要視しています。私たちの掲げる企業理念と、自らのありたい姿が合致する人材ほど、入社後に活躍できる可能性が高いと考えており、これまでミッションドリブンな企業風土を

構築・維持してきたことが採用活動においても効果的に機能し、多くの優秀かつ多様な人材の採用を実現してきました。また、優秀な人材の採用だけではなく、各社員の多様な知見やアイデアを活かし、周囲のさらなる成長につなげる人材育成・活躍推進に関する制度や環境の整備にも取り組んでいます。



が採用を主導するのではなく、現場の採用力を強化する必要があると考え、HRBP<sup>[1]</sup>組織を設置しています。HRBP組織は、各事業部内に設置されており、事業戦略に基づく組織特有のニーズを深く把握することで、それぞれの組織に最適な採用計画の立案や育成、評価等を人事本部と連携しながら実施しています。HRBP組織の設置により、各事業の特性に合わせた柔軟な人材戦略を展開できるようになり、事業部毎に最適な人材の採用を可能にしています。

一方で、採用活動のオペレーション部分においては、部門横断の業務企画組織を人事本部配下に立ち上げ、全体の採用オペレーションを統合しました。これにより、部門に最適な採用とその効率性の向上を実現しています。また、採用力を強化するために、全職種・全事業部共通して、採用ブランドの形成と情報発信の強化を行っています。

[1] HRBP (Human Resource Business Partner) : 事業部門の経営者や責任者のパートナーとして事業成長を人と組織の面からサポートする役割を担う

## リファラル採用の強化

当社では、2015年より、社員による採用紹介制度「マイミク」を導入しており、採用紹介時における会食費用の負担や採用決定時の謝礼金支給等を通じて、リファラル採用を推進しています。マイミクを通じた採用決定率は、通常の選考に比べて大幅に高く、最も重要な成長戦略である人材採用に大きく貢献しています。また、社員自らが「一緒に働きたい」と思う人材に対してアプローチしていくため、マイミク経由の入社者は通常選考と比べて、ミスマッチが起りにくく、早期退職率が低い傾向にあります。そのほか、マイミクを推進する上では、自身の大切な友人や知人に対して当社を入社先として紹介するほど当社に良い印象をもった社員の存在が不可欠であることから、リファラル採用率は組織状態を定量的に測

定する1つの指標としても重視しています。2024年5月期におけるリファラル採用比率は10.3%となっており、マイミク制度の充実化や全役職員の利用を促進することで、2030年5月期での35%達成を目指しています。

リファラル採用推進に当たっては、各フロアに複数台設置しているデジタルサイネージや社内向けの動画コンテンツを活用して認知度を上げ、社員が積極的にマイミクを利用するよう促しています。また、採用候補者と社員の交流を図るためのイベント「Sansan Bar」を月に一度開催しており、毎回50人以上の参加者を集めています。これらの施策を通じて、より多くの優秀な人材を紹介・採用できる体制を構築しています。

## 組織の拡大を支える採用体制

2023年6月、当社はさらなる事業成長を見据えて組織改編を実施しました。各サービスの営業を1つの組織に集約した体制から、サービス毎の営業組織に分けた事業部体制へと変更し、リソースの「最適化」

から、売上高の「最大化」へと大きく方針を転換しました。これに伴い、人材の採用・確保を経営の最重要課題と位置付けました。

大規模な採用を推進するためには、人事本部だけ

## » 人材育成・活躍推進への取り組み

組織が急拡大している中で、生産性を落とすことなく、維持・向上させていくには、1人ひとりの成長を加速することが最も重要な施策であると考え、採用後の育成・活躍推進に積極的に取り組んでいます。

人事評価制度として「ミッショングレード制度」を採用し、業務上の権限や責任、処遇等を等級によって定めています。この等級は、これまでの実績だけでなく、今後の期待値に応じて決定することで、個人の成長にレバレッジをかけています。また、人事評価においては、四半期毎に設定する目標に基づいて

個人の貢献度を評価しており、360度評価の仕組みを採用しています。この仕組みにより、直属の上長だけでなく、同僚や他部門の関係者からの評価やフィードバックを総合的に反映させることで公平な評価を実現し、社員の成長促進と組織全体のパフォーマンス向上につなげています。そのほか、月に1回、正社員や契約社員に対してエンゲージメントサーベイを実施し、回答の分析結果をセルフマネジメントや組織マネジメント、全社的な社内制度・施策の立案等に活用しています。

## » エンゲージメントを高める取り組み

### [ 個人に対する施策 ]

- Geek Seek (書籍購入や勉強会参加補助)
- Jump! (社内公募制度)
- OYACO (育児と仕事の両立支援制度)

### [ 周囲に対する施策 ]

- 強マッチ (キャリアサマリや性格診断を含む自己紹介の共有)
- 見つカッチ (Uniposによるピアボーナス<sup>®[1]</sup>)
- よいこ (社内部活)

### [ 組織に対する施策 ]

- オフィスセントリック
- マイミyak採用 (リファラル採用)
- カルチャー重視の採用

- コーチ&キャリアトーク (コーチング、キャリア相談)
- 低用量ピル費用全額負担
- エンゲージメントサーベイ

- Sansan Value Star (社員表彰制度)
- Know Me、ヨリアイ (飲み会補助制度)
- コーチャチーム (グループコーチング)

- カタチ議論 (全社員参加の理念浸透活動)
- 長期インターンシップ

[1] ピアボーナス<sup>®</sup>はUnipos株式会社の登録商標です

### [ COLUMN ]

## エンゲージメントと生産性向上のための人事施策

当社グループには、ユニークな人事制度が多くありますが、その全ては「1人ひとりの生産性向上につながる」「個人の成長が会社の成長につながる」「個人が成長を促すこと」を意識して設計しています。制度設計においては、個人に対する施策、周囲との関係性に対する施策、会社全体の組織の施策の3階層で設計し、全方位的な成長を支援しています。

1人ひとりの働きがいや自己成長を促す支援として、上司との1on1やOKR<sup>[2]</sup>の導入、社歴や年功序列によらない評価制度(ミッショングレード制)等に加え、社内公募やキャリアのアドバイスを通して、自身の強みを生かした新たな業務へのチャレンジを後押しする「Jump!」、キャリアや成長に悩んだ時に1対1でコーチングを受けることができる「コーチャ」等の制度を用意しています。

また、バリューズに「強みを活かし、結集する」と掲げている通り、チームで成果を最大化するためには一緒に働く周囲のメンバーとの関係性構築も重要と捉えています。入社時に全社員がエニアグラム<sup>[3]</sup>とストレングスファインダー<sup>[4]</sup>を実施し、それ

ぞれの強みを部門内で発表する「強マッチ」のほか、その情報をタレントマネジメントツール上に自身の強みとして掲載し、社内へ公開しています。タレントマネジメントツールには他にもキャリアサマリも掲載しており、1人ひとりの強みやキャリアを可視化して社内へ共有することで、社内横断での関係構築を支援しています。

また、複数名でのコーチング「コーチャチーム」を希望するチームで受講することができ、相互理解の促進のみならず、チームで目指すべき方向性を策定するワークショップとしても利用されています。

組織に関連する施策では、月に2回、全社員が参加する「S1会議」を実施しており、会社の方針やカルチャーを全社員に共有する場として設計しているほか、半期末毎に半日間かけて行う全社会議も開催しており、各部門長からの事業の総括や方針の共有を全社員に向けて行っています。

[2] OKR (Objectives and Key Results) : 目標と主要な結果  
 [3] 習慣的思考や行動パターンなどについて9つに分類する性格診断ツール  
 [4] 米國ギャラップ社の開発した個人の才能を34の資質に分類する才能診断ツール



人事部 Employee Success部  
部長  
平山 鋼之介

## 》 未来につながるIT人材の育成

当社グループは、2023年に開校した私立高等専門学校「神山まるごと高専」の支援をしています。社会を切り拓く「モノをつくる力で、コトを起こす人」の育成を掲げる同校に対して、未来のイノベーターを創出していく支援をすることで、当社グループのミッションである「出会いからイノベーションを生み出す」の実現や、これからの世の中を変えていくIT人材の育成支援につなげていきたいと考えています。

具体的には、当社はスカラシップパートナー<sup>[1]</sup>の一社として参画しており、複数の学生をSansan奨学生として支援しています。当社グループから、営業や事業企画、デザイナー、エンジニア等、多様な職種若手社員がメンターとして参加し、学生たちに年間を通じたサポートプログラムを提供しています。プログラムの内容は学年によって異なり、学校が設定し

た課題を基に活動方針を策定し、支援を行います。

現在、神山まるごと高専には2年生までが在籍しており、1年生には「企業の魅力を紹介するプレゼンテーション」、2年生には「強みを活かした将来の事業を考案する」という課題が与えられており、プレゼンテーションやデザインといったノウハウのみならず、企業の仕組みや必要な機能、サービスの成り立ち等、メンターたちがそれぞれの知識や経験を提供しています。これらの支援は同時に、メンターとして参加する社員自身の成長促進にもつながっており、将来的には、管理職候補として活躍することが期待される等、当社グループの人材育成にも寄与しています。

<sup>[1]</sup> 学費の実質無償化を目的として奨学金基金への拠出・寄付を行った企業



[ COLUMN ]

### 新卒育成プログラム「TOP GUN」

新卒の採用・育成には成長戦略の一環として力を入れています。当社の経営理念をDNAとして育った人材が将来的にマネジメントレイヤーとなることで、外的な働きかけがなくとも自発的に内部からカルチャーが強化されていくサイクルを期待しており、2024年5月期は74名の新卒社員を採用しました。

基礎的な入社研修を終えた後、総合職メンバーは「TOP GUN」という成果研修プログラムに入ります。研修のための課題を用意するのではなく、その年度の実際の事業課題の中から、1人ひとりの成果や成長が直接的に事業成長に重なるミッションを設定しています。2024年の新卒社員の課題は「Bill Oneにおいて、特定業種から新たな成長ドライバーを作り、1人当たりが獲得するMRR<sup>[2]</sup>の目標を達成する」でした。

新卒総合職社員48名が職種を問わず複数名ずつのグループに分かれ、目標達成に向けた戦略構築をはじめとして、アポイントメントの獲得・商談・クロージング・カスタマーサクセス部門への連携と

いった受注のための一連のプロセスを自分たちで行います。TOP GUNプロジェクト推進の体制としては、実際に各事業部等の現場組織で高いパフォーマンスを出している社員がマネージャーとして関わり、ビジネスプロセスのみならず、サービスの強みやカルチャーの理解をも促すことで、即戦力としての育成と長期にわたる活躍を支援します。

1人当たりのMRR目標を達成することは、並大抵のことではありません。ましてやビジネスに実際に触れたことのない中では、失敗をたくさんします。ですが、その失敗の積み重ねこそが成長の機会だと思っていますし、何か1つの壁を突破できたことが成功体験となり、自信につながるものだと思います。早いサイクルでステップアップしていくためには1人のビジネスパーソンとして、一定の期間で一定の成果、それも高い成果を求めるところこそが圧倒的な成長につながると考えています。

<sup>[2]</sup> MRR (Monthly Recurring Revenue) : 月次固定収入



執行役員/人事部 採用統括部  
部長  
長 幸次郎

## 人的資本の土台となる企業カルチャーの醸成

当社グループではミッションドリブンなカルチャーを大切にしており、ミッション、ビジョン、バリューズを「Sansanのカタチ」と総称していますが、加えて、より短期の視点で向き合うべきテーマを毎年掲げています。

2024年のテーマは「グロースマインドセット」です。組織拡大が続く中では、1人ひとりの成長が事業成長のドライバーとなり、会社全体の成長に直接的につながっていくものだ

と考えており、個人のグロースマインドセットとミッションをはじめとした企業理念が掛け合わさることで、当社グループの人的資本の土台ともなるカルチャーが醸成されていきます。そのため、入社時とはもとより、さまざまな機会を通じて社員1人ひとりが企業カルチャーや毎年のテーマに向き合う場を設ける等、各種研修の実施を強化しています。

### ≫ 「SCOP」 Sansan Culture Onboarding Program

組織拡大に伴い、現在では全社員の半数程度が直近3年以内に入社したメンバーで構成されています。さまざまなバックグラウンドをもって入社した社員を最速で活躍できるようにするには、当社グループのミッション、ビジョン、バリューズといった企業理念や価値観と、1人ひとりのキャリアや成長をいかに早期に重ねていけるかが重要であると捉えています。

そのため、入社初日から5日間通して行う「SCOP」の中で、2日間を企業理念や価値観の理解促進のための時間として活用しています。さらに、現場に配属後も入社から半年間は、月に1度SCOPの一環として、ミッション、ビジョン、バリューズについて自部門や他部門のマネジャーとの対話や役員との対話の機会を設け、より深く体得できるよう目指しています。

5日間プログラム	当社グループの基礎知識を学びます。
カタチ研修 (CEO) / カタチサロン (取締役) / カタチサロン (執行役員)	CEOや取締役、執行役員から「Sansanのカタチ」に関する考えを聞きます。
カタチバ (グループマネジャー)	グループマネジャーとともに、自身の業務と照らし合わせ、「Sansanのカタチ」に関する考えを言語化します。
カタチオフサイトミーティング	これまでの研修を踏まえ、「Sansanのカタチ」について自分の言葉で語ることで、理解を深めます。

### ≫ 全社会議によるカルチャーの浸透

企業理念に向き合い、未来を語る場として、全社員が参加する会議を毎月2回開催しており、サービス提供を行う上で重要なセキュリティ意識を高めること、バリューズへの理解を深めること、ミッション、ビジョンに向き合うこと等を目的としています。四半期毎にCEOが目標に対する実績を振り返り、次四半期の方針や目標について話すほか、決算内容や各サービスの最新状況、その年のテーマやミッション、ビジョン、バリューズに関連した話題等を経営層や管理職、一般社員が話す等、さまざまなコンテンツを組み込んでおり、会社の方針や状況、カルチャー等に

ついて、全社員が等しく理解できるように設計しています。



### ≫ 「SVS」 Sansan Value Star表彰

その年度のテーマとバリューズを最も体現した人・チーム・プロジェクトを「Sansan Value Star」として、また、新卒社員の中で最速で成果を出した人を新人賞として、半年に一度開催している全社会議の中で表彰しています。表彰の際には、上司や同僚が受賞に至った理由が分かるエピソードを紹介した

り、後日、社内の広報媒体で詳細ストーリーを配信したりする等、単に表彰するだけではなく、どのような課題に対して、どのようにアプローチすることで成果を残したのか、ほかの社員が学びや刺激を受けるコンテンツにしています。

### ≫ 「Unipos」の活用

ピアボーナス<sup>®</sup>を軸とする全社員参加型のプラットフォーム「Unipos」を活用し、企業文化の浸透や社員のエンゲージメント向上を図っています。Uniposは、社員が互いの業務上の貢献に対して称賛コメントとチップを送り合い、良い行動を全社で可視化するサービスです。ミッション、ビジョン、バリューズのほか、その年度のテーマに基づくさまざまなタグとともにUniposへ投稿することができ、単に感謝を直接伝えるのではなく、企業理念や会社の方向性に関連

した行動を全社員に対して可視化するため、企業理念や文化の浸透に資するものと位置付けています。マテリアリティに対する定量目標の1つとして、2030年5月期までに投稿率80%の達成を目指すことにしており、2024年5月期での投稿率は58.1%でした。さらなる活用促進に向け、定期的にUniposの投稿の中から最も企業理念等を体現した行動を表彰し、社内に周知する等の広報活動を行っています。

[1] ピアボーナス<sup>®</sup>はUnipos株式会社の登録商標です

## [ COLUMN ]

## グループ会社におけるミッションの再定義

グループ会社である言語理解研究所とログミーにおいて、事業環境や社会的使命の変化に対応するためにミッションの再定義に取り組みました。社会にどのような価値を提供するかについて社員それぞれが異なる視点をもっていたため、当社が培ってきた議論のプロセスを活用しながら、各社員が「自分たちは何のために仕事をしているのか」「社会的使命とは何か」という根本的な問いに向き合いそれを言語化することで、最終的にはミッション、ビジョン、バリューの策定を目指しており、現在はまずミッションが確定した段階にあります。

言語理解研究所では、丸1日かけて集中的に実施しましたが、根底の理念は共有しているものの、やはり必ずしも皆が1つの方向を向いていないことが分かりました。同社の技術の強みは、例えば「やばい」という言葉が、ポジティブかネガティブか、どちらの意味で使われているのか、前後の文脈から判断できる高度な知識データベースを構築していることです。その強みを共有していても、それが社会にどのようなインパクトを与え得るか、ないしは、与

えたいかという点では同じ方向を向いておらず、1日かけて議論する中で「言葉の価値を最大限に引き出し、顧客の想像を超え続ける」ことだと定義することができました。

ログミーでは、「世界をログする。世界を変える。」というミッションを掲げていますが、今回は、ログミーFinance事業を対象に半日のワークショップを行い、同事業のコアな提供価値について議論しました。その結果として、質疑応答も含めて正確で透明性が高い形で全部記録されているログミーFinanceの決算発表会の書き起こしを読めば、IR資料だけでは伝わらない背景や考えまでを理解できてその会社に投資しやすくなる、つまりは「全ての人にIRを開放する」ことこそが当事業の提供価値であると定義しました。

当社のみならず、グループ会社においても、それぞれの強みを活かしたミッションを策定し、グループ社員が丸一丸となってこれに向き合うことを通じて、事業成長の源泉となる企業カルチャーの醸成を支援していきます。



執行役員/CCO\* /  
コーポレートブランディング室  
室長  
室 健

\* CCO(Chief Communication Officer):最高コミュニケーション責任者

## ダイバーシティ・エクイティ&amp;インクルージョンの推進

経歴やジェンダーといった特定の属性によることなく、積極的に優秀な人材を採用・登用する方針の下、全ての社員に対して公平な評価及び登用の機会を設けています。社員1人ひとりの強みを活かすことを重視し、誰もが最大限に能力を発揮できる環境やチームと

しての成果を最大化できる就労環境の整備、各種社内制度の設計を行っており、経歴やジェンダー、国籍といった特定の属性で判断することなく、1人のプロフェッショナルとしてフェアに向き合うことを徹底しています。

## 》 多様な人材の活躍支援

重要分野として「人材の多様性を尊重し、イノベーションを生み出す」ことを掲げており、多様性に富んだ全ての人材が活躍できる機会の創出や、さまざまな環境の整備を行っています。また、2030年5月期

における女性管理職比率30%以上、女性社員比率45%以上の目標達成<sup>[1]</sup>に向けて、女性の活躍支援にも力を入れています。

[1] 当社単体の目標・実績を記載しています

## □ Colorful Talk

互いの背景を知ることが多様な人材の活躍支援の第一歩であり、社内の多様性の見える化を目指し、「ダイバーシティからイノベーションを生み出す」をテーマとして、社内でのキャリアチェンジや男性社員の育休体験談等、十人十色のキャリアや働き方を紹介するコンテンツを配信しています。

## □ OYACO

Sansanで働く「親(OYA)」を応援し、仕事にコミットするための支援として、認可外保育園料の差額補助のほか、保活コンシェルジュ、学童保育料の補助等を行っており、仕事と育児の両立を支援しています。

## □ 低用量ピル費用全額負担

月経・PMS症状等をケアし、日々のパフォーマンス向上と生産性向上を後押しすることを目的として、オンライン診察による低用量ピルの処方会社負担で受けられるサービスを導入しています。このサービスは、1人ひとりの労働損失を抑える一助となっています。

## □ 各種相談窓口

有資格者によるキャリアカウンセリングのほか、産休・育休、育児・子育て、看護・介護といったライフイベントに関する相談が受けられる窓口を設置しています。さらに、LGBTQに関連したジェンダー相談や、産婦人科経験のある産業医との面談、社外カウンセリング等、個々の状況に応じて活用できる多様な窓口を用意しています。

## 多様な文化を受け入れる職場環境の構築

グループ会社として、フィリピンにSansan Global Development Center, Inc.を設立したこと等により、2024年5月期末の外国籍社員比率は6.2%となりました。社内資料やアナウンスには英語を併記し、全社員向けの会議では英語の同時通訳、バイリンガル社員による諸手続きのサポートを行っているほか、日本と同じSCOPを導入し、カル

チャーの融合を図っています。また、海外での事業展開や外国籍社員の増加を背景に、言語学習支援制度「OCEAN」を設けました。この制度では、英語または日本語の学習を対象に、スクール講師とのレッスン代や参考書購入代等の費用を補助しています。



### [ COLUMN ]

#### 障がい者雇用と活躍支援

当社では、2014年から障がい者雇用を開始し、2022年、2023年と連続して障がい者の法定雇用率を達成していますが、単に法定雇用率を満たすということではなく、事業に直結する業務で採用しています。障がい者雇用では、それぞれの特性に対して理解や配慮があること、業務自体が特性とマッチしていることが大切だと言われていますが、当社では、雇用開始当初より、根底には社員として等しくミッション実現のための成果を求める、という思いをもってしています。これは、当社のバリューズ「強みを活かし、結集する」の通り、雇用のための仕事を作るのではなく、既存の業務で、強みを生かせるところで採用したいとするポリシーに基づくものです。

現在では、データ入力部門を中心に採用していますが、どういった特性の方がどのような業務で強みを生かせるのか、長く活躍してもらえるか、求人設計をどうすべきか、どのような支援が必要か、手探りで進めて今の形にたどり着くまでには長い時間がかかりました。当初は名刺のデータ化業務

を中心として採用していましたが、名刺のデータ化業務は、一定の習熟が見られれば、在宅勤務が可能な一方、習熟するまでの研修期間が比較的長期にわたるため、通勤が可能な方にしかフィットしない、という側面があります。そこで、名刺とはデータ化のプロセスが異なり、研修期間を短縮することができたBill One、Contract Oneにおける請求書や契約書等のビジネス文書のデータ化及び画像処理業務に雇用を広げています。

定着支援には、人事部のメンバーが専任で当たり、それぞれの特性に配慮したオンボーディングプログラムや、障がいのある方が無理なく業務を理解し、疑問点をため込まずに質問できる体制を構築しています。一定の研修期間を終えた後はフルリモートでの勤務が可能な体制にする等、安定的に安心して働ける環境を整えており、入社から10年が経つメンバーもいます。また、強みを発揮することをフェアに求め、障がい者雇用であってもデータ入力業務においては同じ評価軸・期待値での就業となっています。



人事部 Employee Success部  
DEI & Wellnessグループ  
グループマネージャー

我妻 小夜子

# 研究開発

創業以来、名刺情報を正確にデータ化することに向き合い続けてきた結果、アナログ情報をデジタル化する技術は当社グループの競争優位性の源泉となりました。この技術により生成されるビジネスデータを活用し、新たな価値を創出することを目的に、当社グループはデータを扱うことに特化した研究開発部を設置しています。

## 研究開発方針

研究開発部ではOCR<sup>[1]</sup>技術や名寄せ技術といったコア技術のさらなる高度化と新たなビジネス領域での技術応用に向き合っており、研究開発のみならず、各サービスに対応するアプリケーションの提供・運用までを手がけ、各サービスの優位性を生み出しています。

事業成長を推進する組織であることを念頭に、他部門との連携を大切にしながら、ユーザーのニーズやフィードバックを踏まえ

て改善を行い、次の研究の方向性を決定して、社内外の生産性向上を目指し、ユーザードリブンと技術ドリブンの両方のアプローチを採用しています。

また、取り扱うビジネスデータが拡大する中では、データを有効活用することで、より多くのさまざまな課題解決が期待できることから、その提供価値の重要性を強く認識し、中長期的な各サービスへの寄与を目的とした研究開発にも取り組んでいます。

[1] OCR(Optical Character Recognition/Reader):光学文字認識技術

## 研究開発体制

2024年5月末時点において研究開発部には59名が在籍しており、多様なバックグラウンドや専門性をもったスペシャリストがメンバーとして活躍しています。自然言語処理や機械学習、Kaggle<sup>[2]</sup>でGrandmasterを所持するようなデータサイエンティストのほか、社会科学や経済学、政治学といった文系の研究者も研究員として在籍しており、サービスの価値を高める機能の研究開発に

取り組んでいます。また、機能やシステムの設計から実装までを担うエンジニアが所属し、研究開発の成果をいち早くサービスで実用化しています。そのほか、データ分析基盤の設計や開発を行うデータエンジニアが所属しており、さまざまなビジネスデータを整備することで、当社グループの事業活動に役立てています。

[2] 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のことで、日本人では約10名がその上位タイトル「Kaggle Grandmaster」を所持しています

### [ 研究開発からサービスに対応するアプリケーション提供・運用例 ]



### [ 主な研究開発分野 ]



### [ さまざまなビジネスデータの整備・活用のフロー ]



## 研究開発事例

研究開発部の取り組みは、各サービスにおいてさまざまな技術的優位性を生み出しているほか、豊富なビジネスデータを活用し

たサービス間の連携による提供価値の向上や、新たなビジネスアイデア創出にもつながっています。また、営業活動においても研究成果が活用されており、会社全体の事業成長に大きく貢献しています。

### [ さまざまな研究開発の取り組み ]

	画像処理・画像認識	自然言語処理	機械学習	データサイエンス・因果推論	データ可視化・プロダクトマネジメント
sansan		メール署名取り込み 会社キーワード	ニュース配信 企業ロゴ抽出 レコメンデーション		Sansan Labs
eight				A/Bテスト・効果検証	
BillOne	データ入力の自動化			名寄せ	
ContractOne		帳票のデータ化			
新規事業			営業効率化		
営業(社内課題)				解約防止・利用促進	

## 新たなAI-OCR「Viola」開発

従来一般的なOCRでは、単純に文字を読み込むことはできても、名刺における氏名や住所がどれかを判断することはできませんでしたが、生成AIの出現により、氏名の判断が可能になりました。しかし、高機能な生成AIを用いても、名刺情報の判断は不完全であり、研究開発部では、将来的なサービスへの実装を見据えて独自の生成AI「Viola」を開発しました。

Violaは文字を読むことに特化しており、当社グループが蓄積してきた文書画像を学習データとして使用し、高精度な文字認識能力とデータ化のルールの理解を実現しています。例えば、前後の処理をせずに、高精度に「氏名」「メールアドレス」「会社名」等を認識し読み込むことができるほか、新しい言語に対応する必要がある場合には、膨大な量のデータを1営業日

で学習して検証することができます。

当社グループが誇る各サービスのデジタル化システムは、それ自体が非常に高精度なものです。人が介入して品質を担保している部分があるため、オペレーションの設計や人の管理には一定のコストがかかります。同じく、研究開発部が独自に開発した、名刺に特化したOCR「NineOCR<sup>[1]</sup>」は既に完全に単独で

の名刺読み込みを実現しており、ViolaとNineOCRという2つの独自開発のOCRの活用により、これまでかかっていたコストを抑えながら、さまざまなサービスにおける文書のデジタル化を加速させていきます。

[1] Sansanが培ってきたデジタル化ノウハウをOCRエンジンに展開することにより開発された、名刺に特化した独自のOCRエンジン

## 》 Sansan Labs

Sansan上で、研究開発部が開発した実験的な機能を提供するSansan Labsでは、多くのユーザーのニーズに基づいて開発するのではなく、生成AI等の先進的な技術を使用したものや、特定のユーザーに特化した機能を迅速に形にし、実証実験を通じてトレンドを作り出すことを目的としています。Sansan Labsはスピード重視の方針の下、年間で50個のアプリ開発を目標とし、1個当たりおおよそ1か月で企画か

らリリースまで行っており、Sansan上に蓄積されたビジネスの接点情報を、営業の効率化や営業戦略の高度化、提案の質の向上等、さまざまな活動に活用できる実験的な機能をいち早く提供しています。

迅速な開発サイクルと実験的アプローチを通じて、将来的にはSansanの製品ラインアップを拡充し、潜在的なニーズを捉えて市場のトレンドに素早く対応することを目指しています。

### [ Sansan Labsの活用シーン(例) ]



### 》 営業活動支援

研究開発部では社内にもさまざまな営業活動支援機能を提供しており、本社横断のデータ基盤に集約したビジネスデータを当社の営業活動に活用する取り組みを行っています。

既存ユーザーへの継続的なフォローを担当する

カスタマーサクセス部門向けに、重点的にリソース投下をすべき営業対象をレコメンドする機能や、解約の可能性が高いユーザーについてのアラートを通知する機能を開発しました。また、顧客との関係性等を表すヘルススコアの表示や、既存ユーザー

のアクセス状況や機能活用の実態等を示す利用状況レポートを自動生成する機能等、業務支援に役立つ研究開発を行っています。

テクニカルサポート/カスタマーサクセス部門における社内問い合わせ対応においても生成AIを活用し、問い合わせ者に正確な情報を回答するのみならず、回答がない場合には解決にたどり着けるための関連情報を提供することで、社内問い合わせ対応における工数削減を目指しています。

用し、問い合わせ者に正確な情報を回答するのみならず、回答がない場合には解決にたどり着けるための関連情報を提供することで、社内問い合わせ対応における工数削減を目指しています。

### [ Sansan利用状況レポート ]

Sansanを利用する各企業の利用状況を要約したレポートをワンクリックで出力できるアプリケーション。ユーザー企業の利用状況の良い点や改善点が一目で分かり、活用推進のためのアイデアを提供します。カスタマーサクセス部門の工数削減のみならず、ユーザー企業の支援にも効果を見込める効率的なツールです。

**Sansan環境構築レポート**

管理者設定状況

利用回数 (単位)	47	キヤンセル期間中 (MAU) (%)	0.0%
メール連携 (設定済: 6/6)	設定済 14.3%	デジタル連携 (設定済: 4/4)	設定済 100%

管理者設定が完了しているか、確認しましょう

- 利用想定ユーザーが全て追加されていますか？
- スキマは100%稼働していますか？
- メール連携設定は全ユーザー設定完了していますか？
- デジタル連携設定は全ユーザー設定完了していますか？
- 各ユーザーごとの発見の名前をSansanに取得し完了に設定完了ですか？
- システム管理画面でユーザー設定することも可能です。

ユーザー初期対応状況

ユーザー割合	データベース	初回対応回数 (単位)	138
初回ログイン済 (割合)	68.0%	名刺連携件数 (平均) (単位)	2.0
初回ログイン済 (割合)	14.9%	メール連携件数 (平均) (単位)	0
デジタル連携済 (割合)	100%	デジタル連携件数 (平均) (単位)	4

ユーザーの初期対応が完了できているか、確認しましょう

- 初回ログイン済み/初回取り込み済みの履歴は、80%以上が対応完了の履歴です
- 名刺連携件数 (平均) は、300件以上が対応完了の履歴です
- いずれかが未完了の場合は、以下記事内の手順を参考に、改めてユーザーへ働きかけましょう

**Sansan環境構築レポート**

AAAA株式会社 御中

Score 28

Scoreとは

Score目安基準

項目	前社との改善率	判定	改善目安
スキマ稼働率	0.0%	✖	全ユーザーのスキマ稼働率を100%に引き上げ、全ユーザーのスキマ稼働率を100%に引き上げてください。
メール連携稼働率	4.5%	✖	全ユーザーのメール連携稼働率を100%に引き上げてください。
デジタル連携稼働率	2.1%	△	全ユーザーのデジタル連携稼働率を100%に引き上げてください。
初回ログイン率	66.0%	△	初回ログイン率を80%以上に引き上げてください。
初回取り込み率	14.9%	✖	初回取り込み率を30%以上に引き上げてください。
名刺登録件数 (平均)	2.0	✖	名刺登録件数を3.0以上に引き上げてください。
メール連携 (MAU)	0.0%	✖	メール連携稼働率を100%に引き上げてください。
スマートフォン (WAL)	0.0%	✖	スマートフォン連携稼働率を100%に引き上げてください。
名刺取り込み (WAL)	0.0%	✖	名刺取り込み率を30%以上に引き上げてください。
企業情報更新 (WAL)	2.1%	✖	企業情報更新率を100%に引き上げてください。

**Sansan環境構築レポート**

ユーザーランキング

月次利用率 Top10 ユーザー

月次利用率 Top10 部署

総名刺登録件数 Top10 ユーザー

総名刺登録件数 Top10 部署

利用が好調・不慣れなユーザーと部署を確認しましょう

利用想定ユーザー・部署のランキング上位でない場合は、以下をご確認ください

- ランキングをユーザー向けに公開しましょう
- ランキングが発表となり、Sansan利用のモチベーションとなり、再稼働を持ってもらうきっかけとなります
- ヘビーユーザーのメッセージを、他ユーザー向けに公開しましょう

Sansanの機能や設定方法についてもっと知りたい方は、以下コンテンツも活用ください

- Sansanの機能や設定方法についてもっと知りたい方は、以下コンテンツも活用ください
- Sansan User Center - Sansanのヘルプセンター
- Sansan User Center - Sansanのヘルプセンター

## [ COLUMN ]

## 研究開発でプロダクトの未来をリードする

研究開発部では「プロダクトファースト」の姿勢を大切にしています。技術開発・向上のための研究開発ではなく、プロダクトがもっている課題を把握し、その課題を解決するための技術を開発・提供しています。プロダクトにしっかり貢献するためには、一番に成果の大きさを意識します。限られたリソースの中で、どこに着手すれば最も大きな成果、つまりユーザビリティの向上、ひいては事業成長につながるか。アナログ情報のデジタル化技術は当社の競争優位性の源泉ですが、OCRにおいては、名刺を認識し、数秒でデータ化の結果をユーザーに届ける「スマートキャプチャー」、画像から姓名や企業名等の項目領域を推定する「項目セグメンテーション」等、さまざまな技術を開発してきました。また、人によるチェック等を通じて判明したデータ化の誤りを、AIを用いて解析し、一定の規則性を導くことで、データ化精度の向上にも取り組んでいます。プロダクトファーストを突き詰めてきた結果、当社グループが磨くべきコア技術とも言える名刺の自動デジタル化精度やスピードは他の追随を許さない強固なものになりました。

今ある課題を解決するのみならず、現在ではプロダクトビジョンの実現にもチャレンジしています。例えば、急成長を続けるBill Oneにおいては、数年先の需要の予想を立て、「既存のリソースや技術ではここまでではできないが、これ以降は立ちゆかない」「ではそのためにこういうアプローチをしましょう」という、単純な技術だけに頼らない提案も各部署を巻き込んで行い、プロダクトが数年先にありたい姿に対して方向性を示していきます。新しい取り組みとして、Contract Oneでは研究開

発部員がプロダクトのプロダクトマネージャーを兼務しています。プロダクトマネージャーの仕事は、サービスとしての企画や戦略、設計、開発、販売に至るまで、ロードマップを策定し、そこから必要な機能開発をしていきますが、そういう考え方をもちた技術者を育成していくことにより、直近の課題のみならず中期的にも研究開発の視点でサポートできるようにしていきます。

もちろん、それと同時に、生成AI等の新しい技術が次々と生まれている中においては、そうした新しい技術をどうプロダクトに用いて、より高い価値を提供できるようになるか、概念や実証も研究開発部が行っていきます。研究開発から大きな成果につなげるための多様な人材やクオリティの高いデータがそろっているからこそ実現可能なビジョンがあると言えます。研究開発部では、プロダクトファーストの視点から、何がプロダクトにとって必要かを理解し、顕在化している課題の解決や先々のプロダクトビジョンの実現まで、事業成長にとって重要なものを、技術を使って支援し、ユーザーに提供するサービスを強く支え、プロダクトの未来をリードしていきます。

技術本部 研究開発部  
部長

大島 武徳



## [ COLUMN ]

## 持続的なチャレンジを生み出す新規事業開発

新規事業を考える時には、当社グループのミッション「出会いからイノベーションを生み出す」を強く意識しています。ミッションを達成するためには、さまざまなチャレンジをし続ける必要があり、その手段の1つが新規事業開発であると考えています。単なるデジタル化や業務効率化といった事業開発ではなく、社会に付き合い、新たな価値を提案し、ビジネスのあり方を革新することを使命としています。当社グループの新規事業開発の強みは、研究開発により培われてきた、机上の空論ではない、プロダクトの社会実装を前提とした技術基盤があることです。それをさらに活用して、次の革新的なサービスを生み出していきたいと考えています。

例えば、Contract Oneは当社が培ってきた、アナログ情報を正確にデジタル化する技術を基に、初めは「紙」で存在している契約書を、クラウド上で正確な契約書データに変換・保存し、一元的な管理・活用を可能にしています。この契約書データを整備するためには、業務の効率化を実現しながら、実際の業務に落とし込んだ運用までを行う必要があります。したがって、私たちが紙の契約書の製本から押印・郵送業務の代行までを行い、その後データ化することで、全ての契約書管理を同じサービス上で完結できるようにしています。

私たちが目指しているのは、ビジネスのあり方を革新していくことです。契約書に関連するクラウドサービスと言うと、押印作業をデジタル化するものを最初に想起しがちですが、デジタル化するメリットの本質は、その中身の活用こそあると考えています。契約データを活用することで、より効率的な

ビジネスの推進やリスクの低減といった、「ビジネスを革新する」我々ならではの価値を提供しています。

「ビジネスにおける出会い」を示すデータとして、創業より名刺に付き合いビジネスを展開してきましたが、そこに請求書、契約書といった出会いの意味や結果を加えることで、さらなるビジネスの進化を遂げていくことができると考えています。実際に、SansanとContract Oneを連携することで、Sansan上で管理された人や企業のつながりのデータとともに、契約情報の一覧の確認ができるようになる等、サービスを通じて提案可能な価値に相乗効果が出てきています。

人と人、企業と企業のつながりが重なった時に、当社グループであるからこそ生み出せる新たな価値を、研究開発を通じて発見する。それを新規事業として新たなサービスにして、さらなるイノベーションを生み出し、つなげていく。これからも「出会いからイノベーションを生み出す」ため、持続的なチャレンジによってサービスを開発し、社会と事業の成長に貢献していきます。

執行役員／CBDO\*  
林 佑樹



\* CBDO (Chief Business Development Officer) : 最高事業開発責任者

# 海外展開の強化

当社グループでは、「ビジネスインフラになる」というビジョンを国内外で実現するべく、かねてより海外展開を進めてきました。

2023年には海外市場向けの機能開発に特化したSansan Global Development Center, Inc.を開設し、さらなる海外展開の加速を進めています。

## 海外展開のあゆみ

ビジネスシーンにおいて、名刺は世界中に存在することから、海外展開は当初から掲げる目標であり、創業9年目となる2015年に海外子会社である、Sansan Global Pte. Ltd.（シンガポール）を設立しました。シンガポールには日本とよく似た名刺交換文化があり、既に日本国内で当社サービスを利用している企業が多く進出していたことや、東南アジア地域におけるさまざまな意思決定権をもつ地域統括会社が多いこと、英語圏であること等から、営業・販売拠点をシンガポールに設立し、まずは日系企業をターゲットとして営業DXサービス「Sansan」の展開を進めてきました。

2020年に日本国内において、インボイス管理サービス「Bill One」の提供を開始しましたが、海外においては、コロナ禍によって名刺交換機会が著しく減少していたことを受け、Bill Oneを主軸とした展開に移行しました。

ASEAN諸国の中でも、タイでは納税証明書や領収書等において手書き署名や原本の保管が必要である等、商習慣や制度上、多

くの紙の書類が使われています。ASEAN先進国の中で唯一、請求書の紙の原本保管が義務付けられており、実際、Bill Oneで取り扱う請求書のうち、紙の利用が95%を占めている状況にあります。

一方で、タイ政府は2018年から電子インボイスの導入を促進する政策を進めており、

多くの経理業務で紙と電子の請求書が混在する結果となっています。こうした状況に鑑みて、今後タイでは経理業務の生産性向上を目的とした請求書のデジタル化ニーズが増え、市場規模の拡大が期待されることから、2024年にSansan Global (Thailand) Co., Ltd.を設立し、営業体制のさらなる強化

を行いました。

現在ではセールス、カスタマーサクセス、コーポレート、データ化センター等の各部門をシンガポール・タイそれぞれの現地に擁し、SansanとBill Oneを合わせると、アジアでは15か国、全世界64か国でユーザーを獲得しています。

- Sansan / Bill One
- Sansan
- Bill One



## 海外展開を加速させるグローバル開発センター

海外市場で新たなビジネスを展開するには、グローバルなニーズに対応できる開発リソースが必須です。既存のサービスを展開する場合においても、現地の商習慣や制度に即した開発(ローカライズ)が必要となりますが、日本だけではなく、グローバルでもそういったリソースを潤沢に確保し、ユーザーのニーズを先取りした機能開発を行うために、

2023年にフィリピンにグローバル開発センターである、Sansan Global Development Center, Inc.を開設しました。

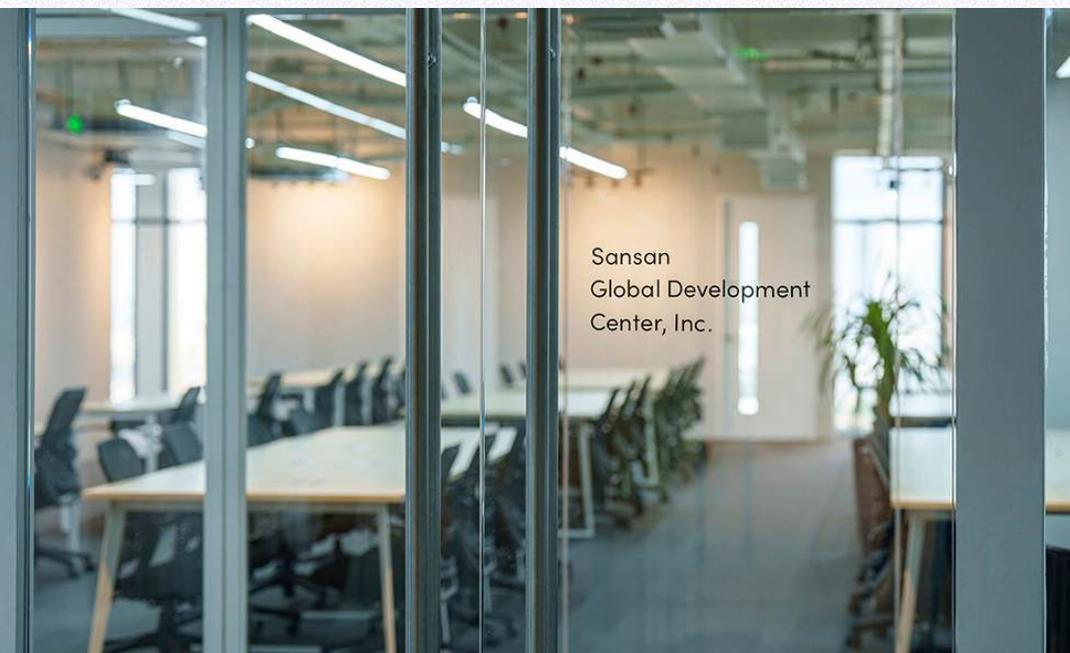
フィリピンのソフトウェアエンジニアは、プロジェクトベースのアウトソーシング型の雇用形態が多い傾向にあり、雇用の不安定さや企業と人材の需要と供給のバランス、セキュリティの観点等において課題があります。グ

ローバル開発センターは、そうした委託型のオフショア開発<sup>[1]</sup> 拠点ではなく、日本の開発組織からは独立したものとして存在しており、日本のメンバーとコミュニケーションも取りながら、海外メンバーが主に海外向けの機能開発を行っています。

フィリピン国内では、ソフトウェアエンジニアは、会計士等を抑えてパイロットに次いで2番目に給与水準が高い職種であり、ハイクラス人材を採用し定着させるために、福利

厚生やスキルアップのためのプログラムについて、日本の開発組織と同じものを一部取り入れる等、力を入れています。また、セブのビジネスパーク地区に最大100名を収容できるオフィスを構え、社員同士の交流ができるレクリエーションエリアを備える等、働きやすい環境を整備しており、今後、事業のニーズに応じてさらなる採用を予定しています。

[1] ソフトウェア等の開発業務をよりコストの低い海外の企業や子会社・法人に委託すること



Sansan  
Global Development  
Center, Inc.

### [ COLUMN ]

### Bill Oneの海外展開戦略

シンガポールでBill Oneの展開を開始した当初は、オンラインのセミナーでペーパーレス等を題材にしながらく見込み顧客を獲得していました。しかし、いざ利用が始まると、電子帳簿保存法のような統一された制度のある日本とは異なり、業界毎に請求書受領から支払いまでのワークフローや必要機能が違うことが分かりました。Bill One自体も、まだサービス提供開始から間もない頃で、機能も少なく、海外向け開発リソースも限られていたことから、既存の機能でソリューションとして成り立つ業界を探し、そこに営業・開発リソースを注力することが、最も市場に受け入れられる近道と考えました。

利用企業の中でも、建設業界は、数多くある建設現場に直接請求書が届き、その仕分けのために担当者を派遣して本社とのやり取りを行っている状況でした。煩雑なだけでなく紛失リスクも高く、か

つ協力会社への支払い漏れに対し政府からペナルティが科せられることがある等、請求書関連業務に多くの課題を抱えていました。そこで建設業界に焦点を当てて製品開発、顧客開拓、利用深化を図ることにしました。結果的に1つの業界に絞ったことで、業務理解が広がり、導入効果を最大化することができました。

シンガポールの建設業の顧客をベースに進めてきた業界特化型の市場開拓は、導入事例を生み、その成功事例がタイやその他の国での利用を誘引しました。結果的に現在は、シンガポール、タイをフォーカス地域としながらも、ケニア、カンボジア、バングラデシュ等を含めた多数の国での展開が進んでいます。また、業界特化のアプローチを他業界にも拡大し、タイでは建設業界のみならず製造業種等への展開も始めています。

## 世界のビジネスを変える 海外展開を本格始動へ

取締役／執行役員／CIO／CISO／DPO／  
技術本部 本部長／Eight事業部 事業部長

### 塩見 賢治



### 創業時から構想していた海外展開

当社は創業当初から、「日本発で世界に対してITサービスを展開していく」という思いをもって事業を進めてきました。私自身、20年ほど前に約2年間、米国で仕事をしていた経験がありますが、当時からIT系は米国発が主流で、日本は周回遅れといった印象がありました。日本の製造業は世界に誇るプレゼンスを確立していますが、ITの領域となると、世界を席捲するような日本企業が存在していない。そのことに、大きな課題を感じ

ていました。

IT人材の質や量の面で、日本が見劣りしているとは思えません。しかし、サービスの展開となるとうまくいっておらず、そもそも、人材を含め、日本のIT企業が海外に出て行っていない。やはり、我々自身が日本の外に出て行ってグローバルテックになるんだ。そういう意気込みで事業を進めないといけないと考えてきました。

Sansan、Eight、Bill Oneと、当社が展開する主要サービスは、いずれも多くのビジネスシーンにおいて未だ残るアナログ

情報をデジタル化し、データとしての活用を推進することで、企業やビジネスパーソンの業務効率化や生産性向上だけでなく、ビジネスシーンをも変えていくものです。ビジネスシーンは日本国内に限りません。各国共通の課題に対応したサービスを展開することで、日本のみならず世界のビジネスシーンを変え、さらにはより良いものに進化させる。そうした責務も感じています。

創業から17年、企業として成長を続け、相応の事業基盤を確立した今、いよいよ海外事業を本格化していく準備が整いまし

た。現在は私自身の時間の3~4割を、フィリピン・セブに新設したグローバル開発センターの強化・拡充のために使っています。ここ1~2年で当社の海外事業展開が進むにつれ、技術本部内でもマネジャー層を中心に、英語を再学習する人、将来的に海外で働きたいと手を挙げる人が出てきました。世界を見据え、総じて目線が上がってきたと実感しています。私個人の思いとしては、いずれ当社売上の半分が海外からとなるような規模を目標にして事業拡大を進めていきたいと思っています。

## 海外向けサービス開発をセブで

当社は、2015年にシンガポールに子会社を設立後、2023年にフィリピン・セブにグローバル開発センターを開設しました。2024年4月には、タイ・バンコクに開設していた駐在員事務所を現地法人化しています。当社の海外展開は、ようやく軌道に乗り始め、まさにこれから大きく飛躍していくステージにあります。

海外ではこれまで、各国に進出する日系企業向けのサービス提供を基本戦略としてきました。現時点で、アジア・パシフィック地域を中心に計64か国で当社サービスをご利用いただいています。しかしこれから、本格的に海外事業をスケールさせていくには、日系企業等を足掛かりとしながらも、各国のローカル

企業の多くに当社サービスをご利用いただけるようにしなければなりません。そのためには、サービスを現地のニーズや法律に即したものに改変・進化させていく体制が不可欠です。その役割を担うのが、セブに開設したグローバル開発センターです。

フィリピンは、人口の平均年齢が20代半ばと若く、国としての大きな成長の勢いを感じます。人の熱量も高く、仕事を通して自分自身が成功したいと考える人材が多くいます。同国経済の中心地は圧倒的に首都マニラですが、セブはIT教育に力を入れる都市の1つで、大きな大学が3校あります。都市の規模の割に、エンジニア人材を多く輩出している一方で、製造業に比べるとIT企業の進出は少なく、マニラほど競争が激化した状況がありません。また、セブに進出している米大手IT企業やIT系コンサル企業の中で人材の流動も見られ、当社が英語圏で初めて開発センターを設置するのに最適だと判断しました。

グローバル開発センターは既に70名体制に拡充し、各国向けのローカル対応ができる技術基盤も整いつつあります。UI（ユーザーインターフェース）の設計や仕様の理解等、言語の壁なく、開発した機能をそのままデリバリーできる点は、英語圏で開発するメリットだと感じます。当社のコアコンピタンスの1つは、アナログ情報をデジタル化する技術にあります。ローカル言語への対応は各国現地に対応しながら、各国共通で解決できる部分の技術開発については、日本並びにセブのグローバル開発センターで集約して進めていく体制を構築します。

## トップクラス人材の確保で、 現地の旺盛な需要を取り込む

国・地域によって言語・文化・習慣は異なるものの、名刺管理や請求書管理に対するニーズは共通しています。当社サービスを、ローカルニーズに合わせてアジャストしていくことで、海外市場でも確実に勝負になるとの手応えを既に感じています。そ

の中でも請求書管理に対しては、国・地域に関係なく共通して旺盛な需要を確認できており、そこに対してBill Oneを提供していくことで、海外事業の拡大加速を図っていきます。

海外では、現地固有のニーズや法規制等をタイムリーに把握し、対応する力も重要ですが、国内同様に優秀な人材を確保することが事業拡大に不可欠なポイントです。技術本部ではこの2年間、国内の人材採用・育成に注力してきましたが、その結果、質・量ともに過去最高水準の人員体制が整ったと自負しています。海外でも、「世界のビジネスを変える、技術者集団であれ」という技術本部が掲げる理念の下、質を重視して、ハイクラス人材の採用に注力しています。既に、ビジネスシーンそのものを変えていくというテーマに魅力や可能性を感じ、当社のミッション・ビジョン・バリューズに共感した人材が集まっています。スモールベンチャーよりは大きな仕事ができ、ビッグテックよりは自分自身の成長と会社の成長をより重ねて考えられることが、当社で働くことの魅力だと感じてもらえているように思います。

事業が急成長する中、技術本部本部長としては、まだまだ事業要求に十分開発が応えきれていないことを課題に感じています。それに対しては、海外も含め、しっかりと最高の人材を集めることで解決していきたいと思っています。そして海外では、当社サービスが現地企業にしっかりと価値を提供し、広く受け入れられたと言える水準を目指して開発を進め、海外売上の拡大に貢献したいと思っています。

取締役／執行役員／CIO／CISO／DPO／  
技術本部 本部長／Eight事業部 事業部長

塩見 賢治



## 第3章

# 価値創造の基盤

第3章では、コーポレートガバナンスに関する取り組みを中心に、情報セキュリティに対する施策や地球環境問題への対応、リスクマネジメント状況やコンプライアンス対応といった当社グループの価値創造プロセスを支えるさまざまな基盤について説明しています。また、当社グループが抱える課題やその取り組み状況等について、社外取締役全員のメッセージを掲載しています。

## CONTENTS

P074 - 情報セキュリティ

P076 - 地球環境

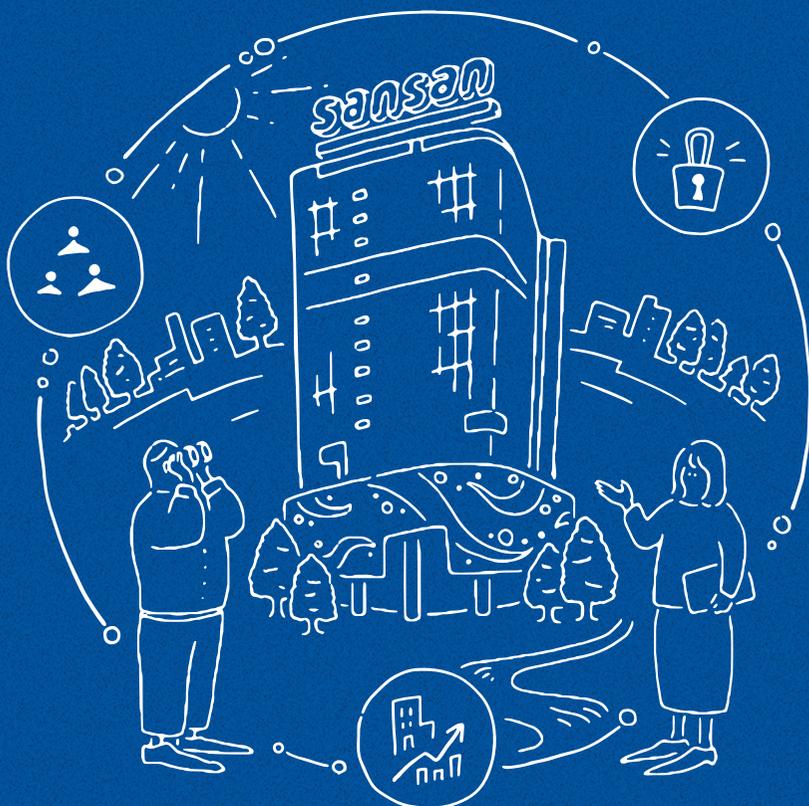
P080 - リスクマネジメント

P082 - コンプライアンス

P084 - コーポレートガバナンス

P090 - 取締役一覧

P092 - 社外取締役メッセージ



# 情報セキュリティ

当社グループが提供するサービスは、さまざまなデータの管理や利用を促進するものであるため、情報の取り扱いや保護を経営の最重要項目に位置付けています。その上で、あらゆる対策を全役職員で講じることでセキュリティリスクを最小化し、安全性の高いサービス提供を安定的に行っています。

## 情報セキュリティ体制

プライバシーリスクやセキュリティリスクに対して迅速かつ全方位的に対処できるよう、取締役がCISO<sup>[1]</sup>、DPO<sup>[2]</sup>及び個人情報保護管理者の役割を担っています。また、グループを横断する情報セキュリティ、サイバーセキュリティに関する専門部署として、情報セキュリティ部を設置しています。情報セキュリティ部ではCSIRT<sup>[3]</sup>機能を有するほか、SOC<sup>[4]</sup>を内製して運用しており、継続的な監視、脅威の分析を行っています。

その他、プロダクトセキュリティチームを設置し、自社プロダクトのセキュリティ強化と脆弱性への対応を行っています。2007年の会社設立当初より、個人情報保護マネジメントシステムを構築し、社内におけるデータ保護の取り扱いに関する環境を整備するとともに、最新セキュリティ技術を駆使して、さまざまな重要情報を24

時間365日監視する体制を整えています。

情報セキュリティ部、各プロダクトの開発責任者はともにCISOの直下に配置され、CISOに統括されています。CISOは、経営会議に参加してセキュリティやリスク状況について定期的に報告し、経営層のレベルで情報セキュリティ及びサイバーセキュリティに関する重要な意思決定を行っています。

また、CISOの諮問機関として、情報セキュリティ部長及びプライバシーにおけるコンプライアンスを統括する総務法務部長と隔週1回の情報セキュリティ・プライバシー委員会を開催し、会社を取り巻く環境等の脅威分析と各種リスク対策等の検討、見直しを行っています。

[1] CISO (Chief Information Security Officer) : 最高情報セキュリティ責任者

[2] DPO (Data Protection Officer) : データ保護責任者

[3] CSIRT (Computer Security Incident Response Team) : 情報セキュリティを脅かす可能性のある事象やシステムの脆弱性に関する情報、サイバー攻撃予兆等を収集し、対応方針や手順を策定するチーム

[4] SOC (Security Operation Center) : ネットワークやシステムを24時間365日体制で監視し、ログ収集と分析、インシデントが発生した際の対応策の提案を行う専門チーム

## 各種規程の制定と目的

情報セキュリティに関する規程やルールの整備、各サービスに定めたガイドラインを通じて、情報漏えいやサイバー攻撃等の想定される各リスクに対す

### □ 個人情報保護規程

日本工業規格「JIS Q 15001」を当社が満たすことを目的に、個人情報の適切な取り扱いに関する手続きを定めています。

### □ プロダクトのセキュリティガイドライン

各サービスが備えておくべきセキュリティ機能とその運用についての指針をサービス毎に定めています。

## セキュリティに関する教育

当社では、さまざまな取り組みを通じて個人情報保護法と安全管理に関する正しい理解を促進し、全社のセキュリティ意識を高めていくだけでな

### □ 個人情報保護士の資格取得

全ての役職員に取得を義務付け、入社後一定期間が経過しても未合格の場合には、原則として昇給が保留されるルールを設定しています。

### □ 役職員の意識向上

月に一度CISOを務める取締役より、セキュリティに関する取り組みやトピックスを全役職員向けに発信しています。

る管理体制や統制体制の強化を進めています。また、それぞれについて年に一度棚卸しを行い、最新性を保っています。

### □ 情報資産管理規程

情報資産が適切かつ安全に管理され、有効に活用されることを目的に、情報資産の管理に関する手続きを定めています。

### □ 情報システムの技術的 安全管理に関するルール一覧

情報システムの技術的安全管理に関するルールを定めています。

く、役職員1人ひとりのセキュリティレベルを高めるために、今後も教育や啓蒙活動に力を入れていきます。

### □ 定期的な学習機会

入社時と年に一度、情報セキュリティと個人情報保護に関する研修を全役職員に実施しています。

### □ 情報資産取り扱い手順の運用徹底

情報資産の機密性に応じて区分を明確にし、それぞれについて管理策を定義した上で実施を徹底する仕組みとして、社員からセキュリティ委員を指名し、社員間で相互監査を行っています。

## 情報セキュリティに関する取り組み

体制やルールの整備のみならず、全役職員に対するセキュリティに関する教育の徹底や第三者機関認証の取得、さまざまな技術的

対策等を進めることで、リスクの最小化を図っています。

## 脅威への防衛体制

複雑化しているサイバーセキュリティ、情報セキュリティ上の脅威に対し、ユーザーの安心を得た上で重要データを預かり、サービスの提供を行うため、防御、監視活動並びにそれを支える体制を構築しています。

ネットワークの通信制御を含めた多層防御のアーキテクチャを採用しており、各端末ではEDR<sup>[1]</sup>を導入して、異常検知時には自社

のSOCにて速やかに調査・対応を行える体制を整備しています。

また、新設されたプロダクトセキュリティチームでは、各サービスの開発から一貫したセキュリティ向上に取り組んでいます。その他、CSIRTを組織し、インシデント発生時には即座に対応できる体制を整えています。

[1] EDR (Endpoint Detection and Response) : 通信ネットワークに接続されたPCやサーバー等の端末・機器において脅威を継続的に監視して対応する技術

## ≫ 「ISMAP for Low-Impact Use (ISMAP-LIU)」

政府情報システムのためのセキュリティ評価制度 (Information system Security Management and Assessment Program : ISMAP) は、調達時のセキュリティ水準の確保を図り、円滑な導入に資することを目的に、日本政府が求めるセキュリティ要求を満たしているクラウドサービスをあらかじめ評価・登録する制度です。「ISMAP-LIU」は、リスクの小さな業務・情報の処理に用いるSaaSを対象とする仕組みの名称であり、管理基準は、「JIS Q

27001」「JIS Q 27002」「JIS Q 27014」「JIS Q 27017」等を基礎として作成され、インシデント対応に関連する内容を中心に国際規格及び統一基準に含まれない観点については、「SP 800-53」を参照して構成されています。2024年9月、当社の営業DXサービス「Sansan」がクラウドサービスとして初めてISMAP-LIUクラウドサービスリストに登録されました。

## ≫ 自社のSOCによる監視活動

外部ベンダーと協力し、サイバー攻撃に対して24時間365日の監視活動を行い、異常検知時は速やかに調査・対応を実施しています。また、社内の情報機器に対する不正行為を予防する監視活動を行っています。

## ≫ 定期的な脅威への対策実施

各サービスへの脆弱性診断及びペネトレーションテストを定期的実施しています。その際、社内環境においてもペネトレーションテストを実施しており、役職員に対しては標的型攻撃メールやBCP<sup>[2]</sup>訓練をしています。

[2] BCP (Business Continuity Plan) : 事業継続計画

## 取得認証

### ≫ 「プライバシーマーク」

当社の個人情報保護マネジメントシステム (PMS) の運用は、日本工業規格「JIS Q 15001:2017 (個人情報保護マネジメントシステム-要求事項)」をベースにした審査基準によって評価されており、2007年に認定を取得しています。PMSを導入することで、リスクを顕在化させないための取り組みや、万が一事故等が発生した場合の体制や対応手順の整備、緊急事態への適切な対応と再発防止による管理体制の強化をしています。

### ≫ 「ISO/IEC 27001」「ISO/IEC 27017」

情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) に関する国際規格である「ISO/IEC 27001」、クラウドサービスの提供や利用に対して適用されるクラウドセキュリティに関する国際規格である「ISO/IEC 27017」を取得しています。なお、Sansanにおいて、「ISO/IEC 27701」の取得を目指しており、世界標準のプライバシー保護マネジメントシステムの構築を進めています。

[ COLUMN ]

### 情報セキュリティ部の取り組みと理念

情報セキュリティ部は「SaaS業界をけん引する存在になる」ことを掲げており、自社のセキュリティレベルを業界最高水準にすることに留まらず、ベストプラクティスや学びを社内外に積極的に共有し循環させていくことで、業界全体のセキュリティ水準を引き上げる存在になることを目指しています。

2023年には、新たな取り組みとしてプロダクトセキュリティチームを新設しました。各サービスや機能の開発プロセスでは、最終のテスト段階での脆弱性診断だけでなく、「セキュリティ・バイ・デザイン<sup>[3]</sup>」の思想の下、設計の初期段階からセキュリティチームが関わっており、そもそも脆弱性のない安心安全なサービス開発を推進しています。また、毎年実施しているペネトレーションテストでは、2023年はほぼ侵害を許さことなく終えることができており、国内有数のホワイトハッカーにも侵害を許さない検知能力、防御能力は業界でも最高レベルであると自負しています。

コロナ禍以降、企業のDXが急速に進むことで社

会全体のセキュリティリスクが高まっています。強固なセキュリティは、顧客や取引先に対して安心を提供するのみならず、デジタル社会の発展に不可欠なものであり、企業の枠を超えて社会全体に多大な利益をもたらします。

私たちは、これからも積極的なセキュリティ対策を推進し、安全で信頼できるサービスを提供し続けます。そして、そうした私たちの取り組みは、社会全体のDXを支え、持続可能な未来を創造する原動力になるものと信じています。

[3] プロダクトのセキュリティを企画・設計段階から確保するための方策

技術本部 情報セキュリティ部  
部長

竹脇 竜



# 地球環境

当社グループでは、事業活動そのものであるDXサービスの提供を通じて、社会におけるペーパーレス化の支援等を行い、自然環境の保全につなげています。また、これら活動状況を積極的に開示することで、環境に関する社会とのコミュニケーションを推進しています。

## 環境マネジメントの基本的な考え方

地球環境問題への対処は、社会や経済の持続的発展のために極めて重要な取り組みであり、全世界共通の課題であると捉えています。このような考え方の下、当社グループが優先的に取り組むべき環境面でのマテリアリティ(重要課題)として、「気候変動問題への対応」「自然資源の効率的活用」を特定しています。

これらの課題解決に向け、電力消費量の削減や環境に配慮したサービスの導入等を

進めることで、脱炭素化社会への移行に寄与していきます。

また、収益の一部を森林再生活動に充てることで水資源や生物多様性の保全に努めるほか、提供するDXサービスを通じて、社会におけるペーパーレス化の支援を行う等、事業活動を通じた自然環境の保全を進めていきます。

## 自然環境の保全に向けた取り組み

当社グループが提供する主要サービスは、ビジネスフロー上に存在する紙媒体を中心としたアナログ情報を効率的にデータに変換し、その活用を促進することで、利用企業のDXの進展に寄与するものです。

提供するサービスには、紙媒体等を介することなく、初めからデジタル情報を活用することで、商習慣の刷新や新たな業務フローの構築が可能な機能が備わっているこ

とから、当社グループのサービスの普及率が高まること、つまりは当社グループの事業活動そのものが環境負荷の低減、ひいては自然環境の保全につながるものと捉えています。その他、収益の一部を植樹活動に充てることで、森林再生を通じた水資源や生物多様性の保全を行っています。

## 提供サービスを通じたペーパーレス化支援

主要サービスでは、紙媒体を介さずにクラウド上でビジネスデータをやり取りできるようにすることで、ペーパーレス化の実現を支援しています。

営業DXサービス「Sansan」にはデジタル名刺機能が備わっており、本機能を使えば、Sansanユーザー同士はもちろんのこと、相手がユーザーではない場合でも、QRコード<sup>[1]</sup>やURL等によって、紙の名刺を介することなくオンライン上で名刺交換が可能となります。加えて、名刺アプリ「Eight」には、Sansanと同様の機能のほか、ユーザー同士がスマートフォンをかざすだけで簡単に名刺交換が可能なタッチ名刺交換機能も搭載しています。また、イ

ンボイス管理サービス「Bill One」では、紙媒体以外での請求書の発行や受領を促進しており、本サービスで取り扱う大半の請求書がPDF形式となっています。

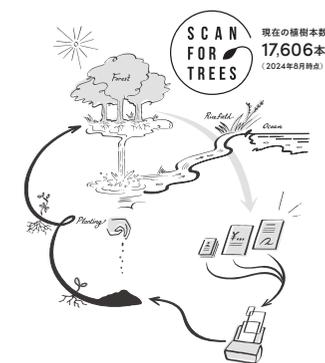
これら取り組みの推進に当たり、2030年5月期までの野心的な定量目標として、当社サービスにおけるペーパーレス機能の利用件数1.2億件を掲げています。2024年5月期においては、主要サービスの順調な普及拡大や新機能の追加等により、同件数の実績は0.1億件(前年同期比44.0%増)となり、目標に向けて着実に進展しました。

[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

## 植樹活動「Scan for Trees」

主要サービスであるSansan、Bill One、Contract Oneで取り扱う名刺や請求書、契約書で使われている紙は、多くのケースにおいて元は木から作られています。この点に着目し、当該サービスを通じてデータ化された書類の総数が、1本の木から製造できる枚数に達する度に植樹が必要な地域に木を植えています。

これまで、2011年の東日本大震災で被害を受けた岩手県宮古市や宮城県大崎市、2016年の熊本地震で被害を受けた熊本県山都町にて植樹を行いました。現在では、本プロジェクトのさらなる推進を目的に、データ化した書類の定義を、紙だけでなく、デジタル名刺やPDF形式の請求書にも拡



大しており、2016年6月のプロジェクト開始以降、植樹実績は17,606本を超えています(2024年8月時点)。今後も、森林再生を通じた水資源や生物多様性の保持、向上に努めていきます。

## 「Scan for Trees」活動レポート

「Scan for Trees」では、認定NPO法人環境リレーションズ研究所が展開する、森の再生と周辺地域の振興を支援するプロジェクト「Present Tree」を通じて植樹活動

を行っています。これまで全国3か所で合計17,606本(2024年8月時点)の植樹を行い、累計50名の当社グループ社員が植樹活動に参加しました。

### ≫ 2016年 岩手県宮古市での植樹

岩手県宮古市の川井地区にある植栽地「Present Tree in 宮古」で植樹活動を開始しました。宮古市の沿岸部はリアス式海岸、山間部は高山植物に恵まれ、農林漁業が盛んな地域ですが、2011年に発生した東日本大震災は、沿岸部の漁業に甚大な被害をもたらしました。植栽地はサケの遡上で有名

な閉伊川の水源に近い場所にあるため、植樹によってできた森は清らかな水を海に注ぎ、豊かな漁場の再生につながります。活動を開始してからの2年間で約2,500本の植樹を行い、植樹完了を記念して「名刺の森」の看板を設置しました。この木々の成長とともに、漁場の活性化が期待できます。

### ≫ 2018年 宮城県大崎市での植樹

2018年より、宮城県大崎市の植栽地「Present Tree in みやぎ大崎」で植樹活動を行っています。大崎市には、広大で肥沃な米どころと、多様な動植物を含む豊かな生態系があります。東日本大震災の影響等で使われなくなった畜産業の採草牧草

地等に植樹を行い、活動開始から現在まで、植樹本数は9,000本を超えました。この森はやがてきれいな水を育み、荒雄川と江合川下流の米作りや生態系を支えています。

### ≫ 2020年 熊本県山都町での植樹

2020年より、熊本県山都町の植栽地「Present Tree in くまもと山都」での植樹活動を開始しています。山都町には、国宝である通潤橋があり、そこから送られる水で有機農業が発展し、豊かな生態系が育まれています。2016年に発生した地震と豪

雨によって橋や棚田に被害が生じ、復興作業が今も続いています。これまで、この棚田を見下ろす伐採跡地に4,500本を超える植樹を行っており、多様な生物を守ることにつながっています。



上/「Present Tree in 宮古」の植樹後の様子(2019年9月撮影) 下/「Present Tree in みやぎ大崎」での植樹活動の様子(2019年10月撮影)

## TCFD提言に基づく開示

当社グループでは、気候変動問題に関して、適切な体制の下で事業上のリスクや機会を把握、監督し、課題への対応力を高め、安定的な経済発展や生活の基盤確保等を目指して脱炭素社会への移行を進める上で、極めて重要な取り組みである

と捉えています。このような考え方の下、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)が公表する提言に賛同を表明しており、当該枠組みに基づく開示を以下の通り、行っています。

### ≫ 1. ガバナンス

サステナビリティの実現に資する各種方針や重要事項等については、取締役会で審議し、決定しています。気候変動問題への対応は、当社グループが優先的に取り組むべきマテリアリティ(重要課題)の1つに特定し、責任者である代表取締役社長の監督の下、IR・サステナビリティ推進部及び財務

経理部に検討しています。気候変動にかかわる各種指標や事業上のリスク、機会といった事項は、取締役会が毎年報告を受け、監督しており、事業戦略や計画は、当該重要事項を考慮した上で決定しています。

### ≫ 2. 戦略

気候変動がもたらす事業環境変化への対応力や適応力を強化するべく、主には、IPCC<sup>[1]</sup>の共有社会経済経路・代表的濃度経路といったシナリオを利用し、気温上昇を1.5°C(SSP1-1.9)や2°C未満(SSP1-2.6)に抑えた事業環境のほか、4°C上昇(SSP5-8.5)が生じた事業環境を分析しています。その上で特定した事業上のリスク、機会及び対応策はP79(図2・3)の通りです。

なお、分析の対象期間として、現在から2025年

までを短期、2030年までを中期、2050年までを長期として設定し、当社グループの全事業を対象範囲としています。また、利益影響度は、年間10億円未満の場合を小、10億円以上30億円未満の場合を中、30億円以上の場合を大として表示しています。

[1] IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) : 気候変動に関する政府間パネル

### ≫ 3. リスク管理

各領域の管掌取締役とIR・サステナビリティ推進部及び財務経理部との協議の下でシナリオ分析を行い、気候変動に関する事業上のリスクと機会を特定し、重要性の評価や利益影響度の算出、対応策の検討を行っています。当該事項は年次で取締役

役に報告され、取締役会ではこれらリスクや対応策といった重要事項を考慮した上で、事業戦略や計画を決定しています。また、気候変動に関する重要なリスクは、内部監査等で実施する全社的なリスク分析の結果と統合し、管理しています。

### ≫ 4. 指標と目標

気候変動に関する評価指標としてGHG<sup>[2]</sup>排出量を選定しており、直近3か年における実績は(図1)の通りです。また、スコープ1<sup>[3]</sup>及びスコープ2<sup>[4]</sup>の削減目標として、2030年までのカーボンニュートラルの実現を掲げており、目標の達成に向けて各種取り組みに着手していくとともに、スコープ3<sup>[5]</sup>の削減目標の設定についても、さまざまな内

部・外部要因等を踏まえて、総合的な検討を進めています。

[2] GHG (Greenhouse Gas) : 温室効果ガス

[3] 当社が所有するオフィスや設備において直接排出されたGHG排出量を集計

[4] 各オフィスにて購入した電力や熱エネルギー等の使用を通じて間接的に排出されたGHG排出量を集計

[5] スコープ1及びスコープ2以外のバリューチェーン全体(カテゴリ1から15まで)におけるGHG排出量を集計

【図1\*】

項目	単位	2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期
スコープ1	t-CO <sub>2</sub>	0	0	0
スコープ2(ロケーション基準)	t-CO <sub>2</sub>	639	840	1,021
スコープ2(マーケット基準)	t-CO <sub>2</sub>	668	851	999
スコープ1+2(マーケット基準)	t-CO <sub>2</sub>	668	851	999
スコープ3	t-CO <sub>2</sub>	15,679	18,638	21,509
スコープ1+2+3(マーケット基準)	t-CO <sub>2</sub>	16,347	19,489	22,508
スコープ1+2+3 GHG排出量原単位(売上高当たり)	t-CO <sub>2</sub> /億円	81.7	78.2	69.3

\* Sansan株式会社単体の実績を集計しており、2024年5月期の実績は当社グループの事業範囲の96.0%(連結売上高に占める単体売上高の割合)をカバーしています

【図2】 リスクの特定

種類	シナリオ分析	リスクの内容	発現時期	利益影響度(年間)		対応策	
				1.5°C/2°C未満シナリオ	4°Cシナリオ		
移行リスク	市場	社会全体で環境保護意識が高まり、紙を利用した各種ビジネスツールの利用が漸次的に減少し、デジタル情報の利用が拡大する	紙の名刺や請求書、契約書等をデジタル化し、生産性の向上を実現する当社サービスの一部機能の活用頻度や重要性が低下する	短・中期	小	小	デジタル情報の活用を主軸とした利便性の高い機能を拡充し、プラットフォームとしての価値を向上させることで、アナログ情報のデジタル化による価値と同等以上の付加価値を提供する
		クリーンエネルギーの利用に対する社会要請や需要が拡大し、各種エネルギー価格が高騰するほか、温暖化によって情報通信設備の冷却負荷が増加する	SaaS型のビジネスモデルを中心に事業展開する当社にとって必要不可欠なサーバー価格や電力等の各種エネルギー価格が上昇し、営業費用が増加する	中・長期	小～中	小	サーバーや電力をはじめとした必要資源・資材の調達先を適正化することでコスト削減に努めるほか、省エネの実施によって効率を向上させ、エネルギー使用量を削減する
	法規制	多くの国や地域においてGHG排出量に対する各種規制が強化されるほか、カーボンプライシングとして新たに炭素税や高い税率が導入される	税金負担額をはじめ、カーボンオフセットのための非化石証書やクレジットの購入費用が増加する	中・長期	小	小	再生可能エネルギーの利用拡大や、省エネの実施によるエネルギー効率の向上等によって、税金負担額やカーボンオフセットに係る費用を削減する
物理的リスク	急性	大きな被害につながる集中豪雨や洪水といった自然災害が激甚化かつ頻発化する	利用するサーバーや、紙の請求書等のデジタル化を担う拠点が浸水し、サービス提供が停止するほか、当社が保管するサービス利用企業の書類の汚損が発生し、サービス価値が低下する	中・長期	小～中	小～大	事業継続計画(BCP)の一環として、複数サーバーの利用によるシステムの冗長化、サービス運営上の重要拠点の分散化や緊急時用のマニュアル整備等を行うことで、自然災害時におけるサービスの継続性を確保する

【図3】 機会の特定

種類	シナリオ分析	機会の内容	発現時期	利益影響度(年間)		対応策
				1.5°C/2°C未満シナリオ	4°Cシナリオ	
製品/サービス	社会全体で環境保護意識が高まり、紙の利用抑制につながるサービスへの需要が拡大するほか、気温上昇に伴う感染症リスクの高まりによって、非対面・非接触型の事業活動が増加し、デジタル情報活用の重要性が高まる	デジタル情報の活用によってさまざまな業務フローの効率化を実現しながら、紙の利用抑制にもつながる機能を備えた当社の各種DXサービスに対する需要が拡大する	中・長期	小～中	小	デジタル情報の活用を主軸とした利便性の高い機能を拡充し、ユーザーへの提供価値を向上させるほか、営業やマーケティング活動を強化し、さらなる需要を喚起する

# リスクマネジメント

名刺や請求書等の重要情報を扱うサービスを提供しているため、当社グループの経営・事業上のリスクには、情報セキュリティに関するものが挙げられます。当社グループでは、特定されたあらゆるリスクに対して管理体制や対応策の整備に努めており、急速な事業成長を支える経営基盤の強化に取り組んでいます。

## リスク管理

当社グループでは、経営に重大な影響を及ぼす可能性があるリスクに対して、その発生可能性を認識した上で、リスク管理体制やリスク対応の手法について整備しています。また、当社グループの事業を取り巻く環境の変化を踏まえ、リスクの発生回避及び発生した場合の対応を実施しています。

### 》 リスクの把握・分析のプロセス

当社グループでは、内部監査規程にしたがって内部監査計画を策定し、内部監査プロセスにおいて全ての部署が定期的にリスクの見直しを行い、年度毎に抽出されたリスクの評価と対応計画を取りまとめたリスク分析表を作成しています。各部署が作成したり

リスク分析表は、内部監査部門が集計した上で、代表取締役社長に報告しており、必要に応じて代表取締役社長と各部署の責任者がリスクへの対応計画について議論することができる体制となっています。

### 》 インシデントガイドライン

当社グループでは、災害や事故、不正アクセス、脆弱性の問題等のサービス提供にかかわるインシデントが発生した場合に備え、各部署においてインシデントに対する体制・指揮命令系統や判断基準、対応手順に関するガイドラインを定めています。

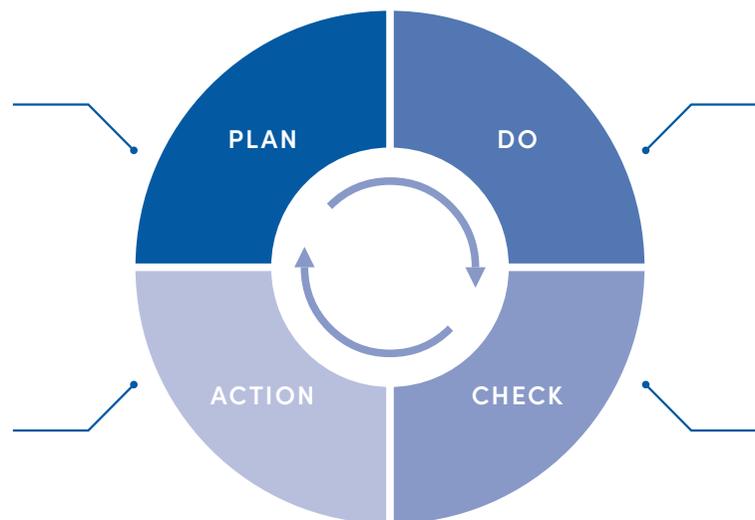
具体的には、インシデントを機密性・完全性・可用性という3つの観点で種別し、それぞれの対応について優先度を設定した上で、各部署におけるインシデントの判断・対応の意思決定者を定めています。

#### □ リスク分析表を作成

- リスクの抽出、洗い出し
- リスク評価
- 対応計画とリスクオーナーを決定
- 代表取締役社長への報告

#### □ リスク対応計画の改善

- 発生したインシデントを基にリスク対応計画を改善
- リスク影響度を見直し、次年度以降のリスク評価を是正



#### □ 対応計画の実施

- リスクオーナー主導による、リスクの軽減、回避、転嫁等の対策実施

#### □ リスクモニタリング

- リスク分析表に基づいて、インシデントの有無を確認
- 内部監査において、各部門が適切にリスク対応計画を実施しているかを確認

事業等のリスク

種別	項目	リスク内容	対応
情報セキュリティリスク	(1) 個人情報の取り扱いについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>自然災害や事故、外部からの悪意による不正アクセス行為及び内部の故意または過失による顧客情報の漏洩、消失、改ざんまたは不正利用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報保護マネジメントシステムの構築、運用</li> <li>プライバシーマーク付与の認定</li> <li>「ISO/IEC 27001」「ISO/IEC 27017」の認証取得</li> <li>全従業員への個人情報保護士資格の取得義務付け</li> <li>国内外の新たな法的規制等に関する情報収集及び必要な対策の実施</li> <li>法令遵守の徹底及び業務委託先の安全管理</li> </ul>
	(2) 設備及びネットワークの安定性について	<ul style="list-style-type: none"> <li>火災、地震等の自然災害や外的破損、人的ミスによるシステム障害、その他、予期せぬ事象による当社グループの設備及びネットワーク利用への支障発生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>複数のサーバーによる負荷の分散や定期的なバックアップ</li> <li>リアルタイムのアクセスログチェック機能やソフトウェア障害を即時に通知する仕組みの整備</li> <li>障害発生時を想定した復旧訓練</li> </ul>
サービスリスク	(3) サービス等の不具合について	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社グループのアプリケーション、ソフトウェアやシステムにおける各種不具合の発生</li> <li>当社グループ事業の運用に支障をきたす致命的な不具合の発見</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>信頼度の高い開発体制の構築、維持</li> <li>サービスのインシデントガイドラインの策定と実施</li> </ul>
外部環境リスク	(4) インターネットの利用環境について	<ul style="list-style-type: none"> <li>インターネットの利用に関する新たな規制の導入や弊害の発生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インターネットに関する法的規制等の情報収集及び課題抽出と解決策の実行</li> </ul>
	(5) クラウド事業について	<ul style="list-style-type: none"> <li>クラウドサービス自体の大幅な需要低迷</li> </ul>	
	(6) 技術革新への対応について	<ul style="list-style-type: none"> <li>技術革新等への対応遅延</li> <li>予想外の開発費等の発生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新たな提供価値の創造</li> <li>新技術の積極的な投入</li> <li>特許取得等による知的財産権の保護</li> <li>M&amp;Aや資本業務提携の推進</li> </ul>
	(7) 競合について	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存事業者や新たな参入事業者との競争激化</li> <li>画期的なコンセプトの他社サービス出現による競争激化</li> </ul>	
	(8) 自然災害について	<ul style="list-style-type: none"> <li>地震や台風等の大規模自然災害による事業の遅延や停止</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>BCP<sup>1</sup>マニュアルの策定</li> </ul>

種別	項目	リスク内容	対応
投資リスク	(9) 広告宣伝活動等の先行投資について	<ul style="list-style-type: none"> <li>広告宣伝活動の方針や計画変更による大幅な支出増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>広告宣伝活動の費用対効果のモニタリング</li> </ul>
	(10) 企業買収等の投資について	<ul style="list-style-type: none"> <li>買収や出資後における事業計画の遅延</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>対象企業に対する十分なデューデリジェンスの実施</li> <li>対象企業に対するモニタリングやフォローアップの徹底</li> </ul>
	(11) システムインフラ等への投資について	<ul style="list-style-type: none"> <li>サービスの安定運用のための、予期せぬハードウェアやソフトウェアへの追加投資</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>外部からのアクセスに関するモニタリングの徹底</li> <li>事業拡大に応じた適切なシステムインフラ投資の設計</li> </ul>
人的リスク	(12) 経営管理体制の確立について	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業規模に応じた事業体制や内部管理体制構築の遅延</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>業容や従業員の増加に合わせた内部管理体制整備の徹底</li> </ul>
	(13) 人材の育成及び確保について	<ul style="list-style-type: none"> <li>優秀な人材の不足</li> <li>Sansan/ Bill One事業の営業人材の確保遅延や流出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極的な人材採用</li> <li>社内育成等による体制強化</li> <li>労働環境の整備</li> </ul>
	(14) 特定の人物への依存について	<ul style="list-style-type: none"> <li>代表取締役社長である寺田親弘の業務継続が困難となる何らかの事象の発生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>同氏に過度に依存しない体制の整備</li> <li>役員間の相互情報共有や経営組織の強化</li> </ul>
法的リスク	(15) 法令について	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外における新たなプライバシー関連法規の制定、インターネット関連事業者を規制する法律及び事業環境の拡大に伴い関連する法律等による影響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>法的規制等の情報収集及び課題抽出と解決策の実行</li> </ul>
	(16) 知的財産権の侵害等について	<ul style="list-style-type: none"> <li>第三者からの特許権侵害や商標権侵害を理由とする損害賠償請求や差止請求</li> <li>第三者による当社グループが保有している知的財産権の侵害</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>特許事務所を通じた特許権侵害調査の実施</li> <li>商標の出願、登録</li> <li>法的措置の実施</li> </ul>
海外リスク	(17) 海外展開について	<ul style="list-style-type: none"> <li>対応が困難な海外特有のリスク発生</li> <li>海外事業の収益化の遅延</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業展開地域の情報収集及び課題抽出と解決策の実行</li> <li>適切な事業計画の策定</li> </ul>
その他	(18) インセンティブの付与について	<ul style="list-style-type: none"> <li>発行するストックオプションの行使による既存株主の株式価値の希薄化<sup>2</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場環境や既存株主への影響等を十分に考慮したストックオプションの設計</li> </ul>

<sup>1</sup> BCP(Business Continuity Plan): 事業継続計画 \*2 2024年8月8日時点でのストックオプションとしての付与株式数は発行済株式総数の2.77%に当たる3,494,576株

# コンプライアンス

当社グループは、企業理念に則り、高い倫理観に基づく活動を行うことを基本方針とし、公明正大かつ責任あるビジネス展開への努めが重要であると考えています。

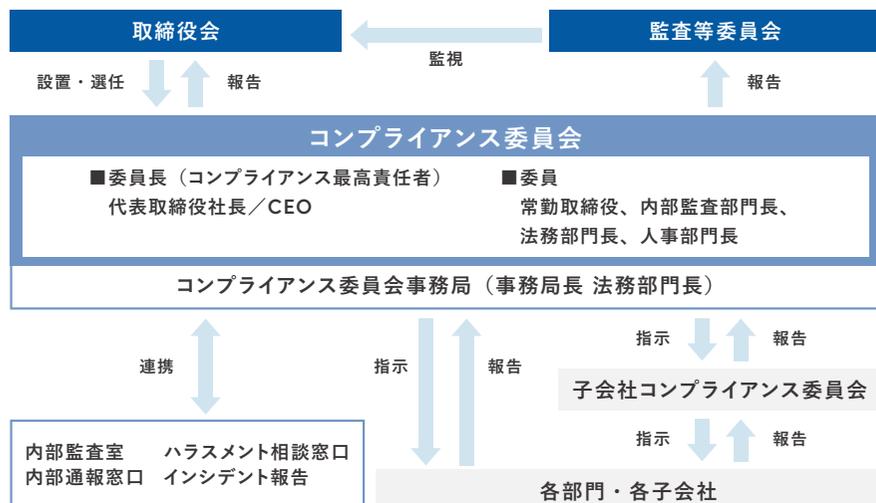
このような考えの下、コンプライアンスに対する社員1人ひとりの意識を高めるために、さまざまな取り組みを行っています。

## コンプライアンス体制

基本事項を定めたコンプライアンス規程の下、コンプライアンス委員会を設置しています。本委員会は、コンプライアンス実行の最高責任者である代表取締役社長を委員長として、常勤取締役、内部監査部門長、法務部門長、人事部門長で構成され、方針・施策の決定や状況のモニタリング等、当社グループのコンプライアンスについて統括しています。具体的には、コンプライア

ス推進に向けた体制や仕組みをまとめたプログラムを設計し、PDCAサイクルを運用しています。

また、グループ各社で発生した違反についてもコンプライアンス委員会事務局に報告される仕組みを整備しています。コンプライアンス委員会は、年2回開催しているほか、不祥事が発生した場合等は必要に応じて随時開催します。



## 法令遵守に向けた取り組み

コンプライアンス規程及びコンプライアンス委員会で策定したプログラムに基づき、不正や違反検知の仕組み、役職員向けの周知やトレーニングといった、さまざまな施策に

取り組んでいます。

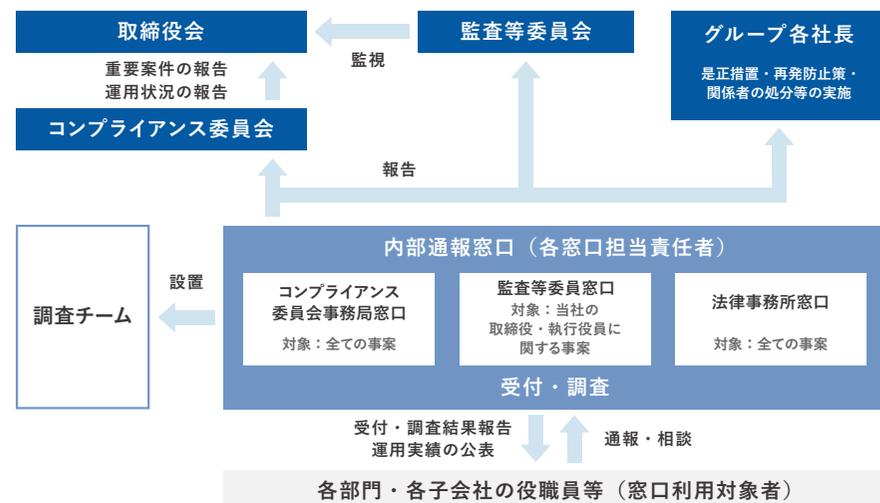
これらの施策を通じてコンプライアンスの徹底に努め、急速な事業成長を支える経営基盤の強化に取り組んでいます。

## 内部通報制度

社内における法令違反や、そのおそれがある行為等に関する情報を迅速に把握し対応を図る目的で、内部通報制度を設け、内部通報制度規程を制定し

運用しています。

全グループ会社の役職員（契約社員や派遣社員、パート・アルバイト、請負契約その他の契約に基づ



いて従事する者を含む)及び退職者が利用可能な内部通報窓口として、コンプライアンス委員会事務局が対応を行う社内窓口のほか、外部の法律事務所に委託した社外窓口と監査等委員である社外取締役だけで構成する社外窓口の3つを設置しており、メールや専用フォーム、郵送等のいずれかの方法を選択し、匿名での通報が可能です。窓口担当者は通報受領後にコンプライアンス委員会及び監査等委員会に報告した上で、公正かつ公平な調査を実施します。違法行為が発見された場合には、必要な

是正措置及び再発防止措置を講じ、当該行為者を就業規則の定めに基づき処分します。また、窓口及び調査業務を行う者を指定し守秘義務を定めることにより、通報者を特定する情報や通報内容等の情報管理を徹底し、通報者を保護しています。

内部通報制度規程において、通報者に対する解雇等の不利益な取り扱いを禁止し、万一通報者に対する不利益な取り扱いが認められた場合は救済・回復措置を講じるとともに、当該行為者を就業規則に基づき処分する旨を定めています。

[ 内部通報件数 ]

2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期
9件	11件	14件	20件

≫ 贈収賄防止

国内外での事業展開を加速する上で、贈収賄に関する意識を高めることは重要な事項であると捉えており、贈収賄防止に関する基本原則と具体的な行動指針を定めています。本邦刑法・不正競争防止法、米国海外腐敗行為防止法、英国贈収賄禁止法を含む国内外の贈収賄禁止法令に抵触する行為

を決して許さず、本行動指針を通じて、贈賄等(ファシリテーションペイメントを含む)防止のために全力を尽くします。

▼ 贈収賄防止に関する基本方針  
<https://jp.corp-sansan.com/anti-bribery/>

≫ 反社会勢力への対応

社会の秩序や安全に脅威を与える暴力団、暴力団員、暴力団準構成員、暴力団関係企業、総会屋、社会運動等標ぼうゴロ、特殊知能暴力集団等、その他これらに準ずる反社会的勢力及び団体に対する基本方針を定め、反社会的勢力との関係

を遮断することの社会的責任、コンプライアンス及び企業防衛の観点からの重要性を十分に認識し、当社グループの全ての役職員がこれを遵守することによって、業務の適切性と安全性の確保に努めます。

≫ 人権尊重への対応

日本国内はもとより世界でのビジネス展開・拡大を志向する上で、人権の尊重は極めて重要な要素であると捉えており、人権尊重の取り組みを推進する指針として基本方針を定め、取締役会がその内容を承認しています。

▼ 人権に関する基本方針  
[https://jp.corp-sansan.com/human\\_rights/](https://jp.corp-sansan.com/human_rights/)

≫ 各種研修の実施

全従業員を対象にコンプライアンスに関する研修を定期的実施することで、法令遵守に対する意識や知識の向上に努めています。

▼ 研修の取り組み状況  
<https://jp.corp-sansan.com/sustainability/esgdata/>

≫ 内部監査

代表取締役社長の直下にある内部監査室が、各部門・組織の社内規程やコンプライアンスの遵守状況等について定期的に監査を行っています。具体的には、業務改善に向けた指摘や指導並びに状

況確認を実施し、監査結果を代表取締役社長及び被監査部門に報告しています。また、監査等委員会及び会計監査人と定期的な連携の場を設け、情報を共有しています。

≫ 網羅的監査

当社の事業活動における組織運営や業務プロセスを対象として、業務執行状況及び資産・設備の

管理状況等が適正か、内部監査という独立的かつ客観的な立場で包括的に確認しています。

≫ セキュリティ監査

当社のセキュリティに関して、個人情報保護マネジメントシステム(JIS Q 15001:2023)のほか、情報資産を扱う情報システム管理業務が適正に整

備・運用されているか、独立的かつ客観的な立場で確認しています。

# コーポレートガバナンス

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捉えています。

そのため、経営の健全性と透明性をより向上させていくことを目的に、コーポレートガバナンスの一層の充実に取り組んでいます。

## コーポレートガバナンスの変遷

当社は創業後、2016年5月期に監査等委員会設置会社を採用し、社外取締役を4名選任しました。そして、2020年5月期には、独立役員の選定と増員を行い、独立性の確保・向上に努めました。また、2022年5月期には、女性取締役を2名とし取締役構成の

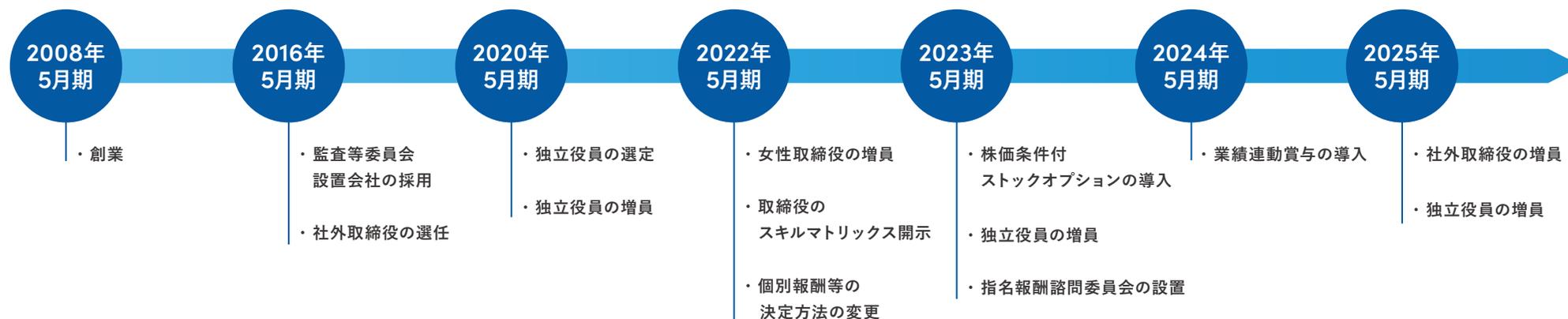
多様化を図り、取締役のスキルマトリックスを開示したほか、取締役（監査等委員である者を除く）の個別報酬等の決定方法を代表取締役一任から取締役会決議に変更しました。2023年5月期には、株主との価値共有と取締役の中長期的インセンティブを高め

るために、株価条件付ストックオプションを導入しました。また、独立役員を4名に増員したほか、指名及び報酬等に係る取締役会の機能の独立性や客観性を高めるとともに説明責任を強化する目的で、取締役会の任意の諮問機関である指名報酬諮問委員会を設置しました。

2024年5月期においては、取締役（監査

等委員である者を除く）に対し、事業年度毎の業績向上に対する短期インセンティブ報酬として業績連動賞与を導入しました。そして、2025年5月期からは、取締役会のさらなる意思決定及び監督機能向上と独立性の確保を目的に、社外取締役及び独立役員を5名に増員しています。

## ≫ コーポレートガバナンス強化のあゆみ

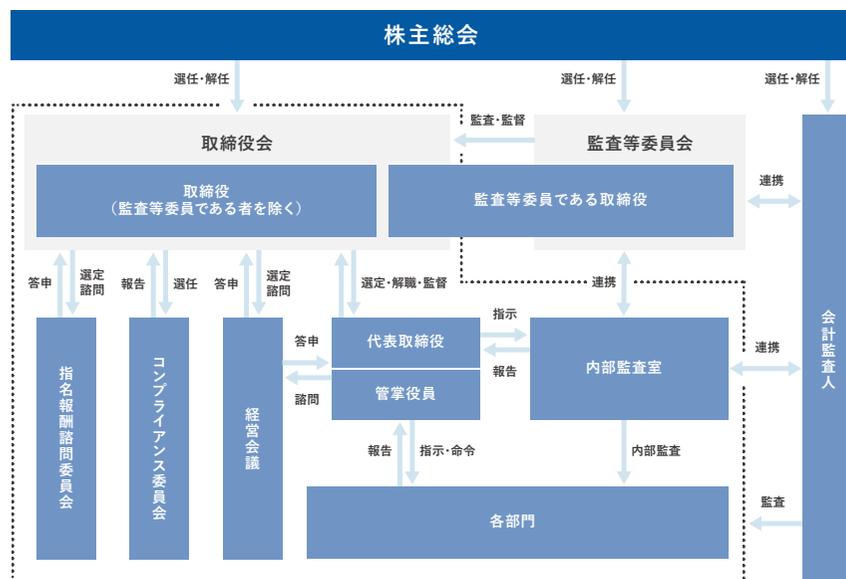


## コーポレートガバナンス体制<sup>[1]</sup>

当社は監査等委員会設置会社であり、任意の委員会として指名報酬諮問委員会と、業務執行に係る諮問機関として経営会議を設置しています。経営の透明性確保や、公正かつ迅速な意思決定を実現する上で、現在のコーポ

レートガバナンス体制が取締役会の意思決定・監督機能強化と業務執行の迅速化を両立できる企業統治システムであると判断し、採用しています。

[1] 2024年8月31日現在（2025年5月期）の情報を記載しています



## 取締役会<sup>[1]</sup>

当社の取締役会は、取締役（監査等委員である者を除く）7名（うち、社外取締役2名）、監査等委員である取締役3名（3名ともに社外

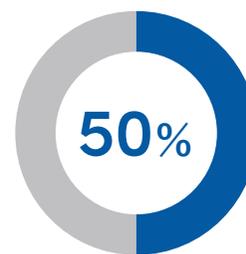
取締役）の取締役10名（常勤取締役5名、社外取締役5名）で構成しています。

取締役会を構成するメンバーは、経験、知

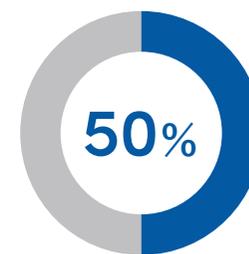
見及び能力等のバランスや、ジェンダーや国際性、職歴、年齢の面を含む多様性に配慮した選任を行っています。ジェンダーについては、その重要性から、2030年5月期における女性取締役比率30%以上を目標とし、経営方針、事業内容等を踏まえた取締役会の適

正規模との両立を目指しています。また、独立社外取締役を3分の1以上選任することとし、監査等委員である取締役として、財務・会計に関する相当程度の知見のある者を1名以上選任することとしています。

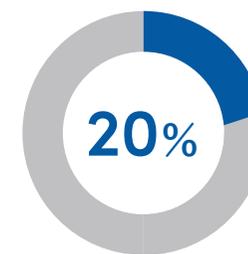
### ≫ 取締役の構成<sup>[1]</sup>



社外取締役比率



独立役員比率



女性取締役比率

### ≫ 取締役会の活動状況

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おり、法令及び定款に則り、経営計画をはじめとした重要事項についての審議・決定並びに業務執行取締役からの報告を受け、業務執行状況についての監督を行っています。

2024年5月期における取締役会の開催回数は15回、取締役の出席状況は99.3%となりました。取締役会では、経営計画や事業戦略をはじめ、サステナ

ビリティに関する事項やコンプライアンス及びガバナンスに関する事項、組織や人事戦略に関する事項等、幅広いテーマについて審議しました。また、2024年5月期より、取締役会の活性化及び取締役のトレーニングを目的に、取締役会終了後にフリーディスカッションをする場を設定しており、そこでは中長期的な当社の企業価値向上に資するさまざまな施策やそれらに基づくシミュレーション等、活発な議論を行いました。なお、2024年7月に開示した中期財務方針は、これらの議論を経た上で策定しています。

## ≫ 取締役会の実効性評価

株主より取締役会に委嘱された経営等について、期待される役割をどの程度果たしているか評価する取り組みとして、毎年、取締役会実効性評価を行っています。取締役会が評価結果に基づき、自らPDCAサイクルを回すことにより、コーポレートガバナンスの高度化を図っています。

2024年5月期の実効性評価では、全取締役を対象にアンケートを実施し、その調査結果について監査等委員会による協議及び意見表明を得た上で、取締役会にて審議を行い、認識の共有及び改善方針を決定しました。調査結果では、アンケートの主項目である「取締役会等の責務」「取締役会の規模と構成メンバー」「取締役会の開催頻度等」「取締役会の意思決定プロセス」及び「取締役会に

提供される情報の品質」について、適切または概ね適切であると評価する意見が多く、当事業年度の取締役会等の実効性は確保されていると判断しました。

また、前事業年度の実効性評価結果に基づき、当事業年度から開始した取締役会終了後のフリーディスカッションについて、一定の導入効果があったとの意見や継続を期待する声が多く寄せられました。これを受け、テーマ設定や運営面でさらなる改善を行い、各取締役の多様な視点、知見及び経験に基づいた活発な意見交換の場としていきます。これにより、各取締役の知見向上を図るとともに、取締役会の意思決定機能及び監督機能の強化につなげ、一層の取締役会の実効性向上を目指します。

## 監査等委員会<sup>[1]</sup>

監査等委員会は、監査等委員である取締役3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、弁護士や財務及び会計の知見を有する者、企業経営の経験を有する者が含まれており、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。

[1] 2024年8月31日現在（2025年5月期）の情報を記載しています

## ≫ 監査等委員会の活動状況

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、取締役の職務執行を含む日常的活動の監査・監督を行うことを目的に、毎月1回開催し、監査計画に基づいた監査を実施しています。そのほか、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。

2024年5月期における監査等委員会の開催回数は13回、監査等委員の出席状況は100%となりました。監査等委員会では、監査方針や監査計画のほか、取締役の職務執行状況の監査、内部統制システ

ム監査、取締役会の実効性評価結果、コンプライアンス・内部通報制度の運用状況等について審議、報告及び討議を行いました。また、監査等委員と代表

取締役社長との間で十分な意思疎通を図り、相互認識を深める目的で、監査上の重要課題等をテーマに意見交換を実施しました。

## 指名報酬諮問委員会

取締役の指名・報酬に係る取締役会の機能と独立性・客観性に関する説明責任を強化する目的で、独立社外取締役の適切な関与を得ることとし、任意の委員会として指名報酬諮問委員会を設置しています。

指名報酬諮問委員会は、取締役会の決議によって選任された3名以上の委員で構成します。委員会の独立性を確保するため、その過半数を独立社外取締役とし、委員長は独立

社外取締役である委員の中から委員会の決議によって選定しています。

指名報酬諮問委員会は、取締役の指名、選解任、取締役（監査等委員である者を除く）の報酬に関する事項、その他取締役会が諮問する事項について事前に審議し、取締役会に答申を行い、取締役会は答申内容に基づいて決定することとしています。

## ≫ 指名報酬諮問委員会の活動状況

2024年5月期における指名報酬諮問委員会の開催回数は3回、委員の出席状況は100%となりました。指名報酬諮問委員会では、第16回定時株主総会における取締役候補者選定に関する事項や、取締役（監査等委員である者を除く）の報酬に係る決定

方針、決定手続き及び個別報酬に関する事項のほか、第16回定時株主総会での取締役（監査等委員である者を除く）の報酬議案に関する事項について審議しました。

## 経営会議

業務執行に係る諮問機関として経営会議を設置し、取締役会及び管掌役員等の適正かつ迅速な業務執行に資する体制を整備しています。経営会議は、常勤取締役及び管掌役

員全員で構成され、必要に応じて開催するとともに、諮問事項により構成員以外の者の招聘を行う等、業務執行及び意思決定の機動性と柔軟性を意識した運用を行っています。

## 取締役報酬の決定方針とプロセス

取締役（監査等委員である者を除く）の報酬に係る決定方針については、指名報酬諮問委員会への諮問を行った後、その答申内容に基づいて取締役会において決定しています。監査等委員でない取締役（社外取締役を除く）の報酬等は、固定の金銭報酬である基本報酬、短期のインセンティブ報酬である業

績連動賞与並びに中長期インセンティブ報酬である株価条件付ストックオプション及び株式報酬型ストックオプションから構成しています。なお、監査等委員でない社外取締役及び監査等委員である取締役の報酬等は、その役割と職務を勘案し、固定の金銭報酬である基本報酬のみとしています。

### ≫ 基本報酬（固定の金銭報酬）及び業績連動報酬に関する取締役の個別報酬等の額または算定方法の決定方針

監査等委員でない取締役（社外取締役を除く）に対する個別の金銭報酬等として、基本報酬（固定の金銭報酬）及び事業年度毎の業績向上に対する短期のインセンティブ報酬としての業績連動賞与を支給します。監査等委員でない社外取締役に対しては基本報酬（固定の金銭報酬）のみを支給します。

監査等委員でない取締役の個別基本報酬額は、株主総会にて決議された報酬総額の限度内において、各取締役の職責や業務執行状況及び会社業績や経済状況等を勘案し、毎期、更新・決定するものとします。また、監査等委員でない取締役（社外取締役を除く）の個別業績連動賞与額は、株主総会にて決議された報酬総額の限度内において、各事業年度の業績目標値に対する達成度合いに応じて、各取締役の職責等を勘案した上で、毎期、更新・決定するものとします。各事業年度において、計算の基礎となる個人別の賞与基準額と、業績目標値の達成度

合いに応じた支給係数を設定し、賞与基準額に支給係数0%～200%の範囲で乗じて計算される額を支給します。各事業年度の業績目標値には、重要な経営指標とする売上高及び調整後営業利益<sup>[1]</sup>を用います。業績目標値の達成度合いが100%の場合における金銭報酬全体に占める業績連動賞与総額の割合は、15%程度を目安とします。

なお、監査等委員である取締役の個別基本報酬額は、株主総会において決議された報酬総額の限度内において、監査等委員全員の協議により決定しています。

[1] 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用（のれん償却費及び無形固定資産の償却費）

### ≫ 非金銭報酬の導入及び決定方針

監査等委員でない取締役（社外取締役を除く）の個別報酬等として、中長期のインセンティブ報酬としての株価条件付ストックオプション及び株式報酬型ストックオプションを付与する場合があります。

これらのストックオプションについては、経営環境や他社における報酬水準等を踏まえ、取締役のパフォーマンス及び貢献意欲を最大化させ、かつ株主価値との連動性をより強化し、適切なリスクテイクが図られるようなインセンティブとなるべく、基本報酬

との割合の決定並びに適切な制限及び条件設定を行うものとします。また、その他取締役の個別報酬等として非金銭報酬制度を導入する場合には、取締役会の決議を要するものとします。当該報酬制度を導入する際には、その内容及び金額（算定方法）の決定方針並びに個別報酬等を構成する各報酬の割合について、指名報酬諮問委員会への諮問を行った後、その答申内容に基づいて取締役会にて決定します。

### ≫ 取締役の報酬等の水準・支給・付与の時期や条件の決定方針

取締役の報酬等は、外部調査機関の役員報酬データベースを活用し、当社と同程度の事業規模及び関連する業種・業態に属する企業の報酬水準を参考として設計します。取締役の報酬等のうち、固定報酬は月例とし、業績連動賞与については、毎年一定の時期に一括して支給します。また、株価条件付

ストックオプション及び株式報酬型ストックオプションは過去の付与実績や在任年数等を踏まえ支給・付与の時期及び条件等を検討するものとします。なお、報酬として支払われるべき費用が別途発生する場合にはこの限りではありません。

### ≫ 報酬等の内容決定に関する事項

監査等委員でない取締役の個別報酬等は、指名報酬諮問委員会への諮問を行った後、その答申内容に基づいて取締役会にて決定します。なお、監査等委員でない取締役（社外取締役を除く）に対する株価条件付ストックオプション及び株式報酬型ストックオプションを発行する場合、株主総会決議を得るものとし、株主総会議案の内容については、指名報酬諮問委員会への諮問を行った後、その答申内容に基づいて取締役会にて決定します。

また、当社は報酬制度とは別のインセンティブ手段として、中長期的な当社の株主価値及び企業価値向上への誘因を目的に、連結売上高を指標とする業績目標の達成を条件とする有償の「業績目標連動型募集新株予約権」を当社取締役（監査等委員である者を除く）及び執行役員に対し導入しています。各対象者への付与数は、役職及び期待役割（ミッショングレード）等に応じて決定しています。

## 取締役候補者の指名及び取締役の解任の方針とプロセス

当社は、定款において取締役（監査等委員である者を除く）は8名以内、監査等委員である取締役は5名以内と定めており、取締役会を構成するメンバーについては、経験、知見

及び能力等のバランス並びに多様性に配慮した選任を行っています。また、取締役候補者の指名に当たり、取締役会への出席率として75%以上を確保することを求めています。

### 》 取締役（監査等委員である者を除く）の候補者の指名方針

常勤取締役は、管掌事業・分野に関する豊富な知識と経験をもち、管掌事業・組織をけん引するとともに、適切な意思決定と経営監督が期待できる人材を選任する方針としています。また、社外取締役は、

ほかの会社の役員経験や高度な専門性、高い見識に基づき、客観的かつ専門的な観点から適切な意思決定、経営監督及び経営助言が期待できる人材を選任する方針としています。

### 》 監査等委員である取締役の候補者の指名方針

企業経営、財務、会計、ファイナンス、企業法務及びコンプライアンス等に関する高度な専門性や豊富な経験を活用した適切な意思決定、並びに取締

役の職務執行の監査及び監督、経営全般に対する意見具申が期待できる人材を選任する方針としています。

### 》 取締役候補者の指名・解任のプロセス

代表取締役社長が方針に適合する人材として提案する候補者について、指名報酬諮問委員会への諮問を行った後、その答申内容に基づいて取締役会にて決定しています。また、取締役会の決定に当たっては、事前に取締役（監査等委員である者を除く）候補者については監査等委員会からの意見を、監査等委員である取締役候補者については監査等委員会の同意をそれぞれ得ています。

取締役会は、各取締役の業務執行状況を監視・監督し、その要件を満たしていないと判断した場合には、指名報酬諮問委員会へ事前に諮問を行い、取締役会はその答申を踏まえて当該取締役の解任について審議することとしています。

### 》 取締役候補者に求めるスキル項目

経営方針、経営戦略の実行のために取締役会が スキルの多様性やバランスを考慮した上で取締役を備えるべきスキルとして、次の6つのスキルを特定し、 選任することとしています。

スキル項目	スキル項目の選定理由	スキル項目の定義
企業経営	経営環境が大きく変化する中において、さまざまなビジネス課題を抱える企業やビジネスパーソンの働き方を変え、DXを促進するサービスを展開し、当社の持続的な成長と社会課題の解決を実現するためには、企業経営に関する経験や経営幹部として事業部・本部等の組織をマネジメントした経験をもつ取締役が必要であると考えています。	取締役の経験、経営幹部としての組織運営の経験
データ領域・情報セキュリティ	利便性と安全性の高い安定的なサービス並びに当社の強みであるデジタル化技術を活用した革新的なDXサービスを開発・提供するためには、データ領域に関するビジネス経験や情報セキュリティに関する豊富な知識・経験をもつ取締役が必要であると考えています。	IT・SaaS業界におけるビジネス・技術開発・研究開発経験、情報セキュリティに関する業務・マネジメント経験
財務・会計	財務報告の適正性の確保や財務基盤の構築、新規事業・研究開発・M&A等の成長投資のためには、ファイナンスに関するビジネス経験や財務・会計に関する知識・経験をもつ取締役が必要であると考えています。	企業経営における財務・ファイナンス・会計に関する知識・業務経験・マネジメント経験
法務	コーポレートガバナンスの強化やコンプライアンスの徹底により事業成長を支える経営基盤の強化を推進するためには、コーポレートガバナンスや法務・コンプライアンス分野に関する知識・経験をもつ取締役が必要であると考えています。	コーポレートガバナンス・法務・コンプライアンスの知識・業務経験・マネジメント経験
人事労務・人材開発	人材の採用・育成・活躍とダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンを推進し、多様性に富んだ全ての人材が活躍できる機会の創出や環境の整備を行うためには、人材開発分野でのビジネス経験や人事労務分野に関する豊富な知識・経験をもつ取締役が必要であると考えています。	人材育成・組織開発・人事労務に関する知識・業務経験・マネジメント経験
グローバル経験	DXサービスの海外事業の推進、開発力・技術力の強化等の経営に関わる重要な意思決定や監督を行うためには、グローバルビジネス経験や海外の事業環境に関する豊富な知識・経験をもつ取締役が必要であると考えています。	海外赴任・駐在・在住の経験、海外事業・海外投資等のビジネス経験

## 取締役のサポート体制

取締役による経営監督及び監査が十分に機能するよう、取締役会資料の事前配布、説明及び関連情報の提供を行い、取締役会での審議の充実を図る対応を行っています。また、社外取締役で構成される監査等委員会には、その円滑な職務遂行を支援する専任の事

務局員を配置し、当該事務局員による主要会議への参加、重要書類の閲覧等を通じて、監査等委員会の要請に応じた報告や情報提供が適時に行われています。また、取締役に對する第三者機関による研修の機会を提供し、その費用は会社負担としています。

## グループガバナンス

子会社に共通して適用するグループ方針等を整備しているほか、子会社への経営関与に関する基本方針として子会社管理規程を制定し、当該規程に基づき子会社との間で経営管理契約を締結する等、グループガバナンスの

強化につながる体制整備に努めています。また、子会社の法令、定款、社内規程等の遵守状況について、当社の内部監査室による定期監査を実施しています。

## 政策保有株式

当社は、保有目的が純投資目的である投資株式と、純投資目的以外の目的である投資株式の区分について、専ら株式の価値の変動または株式に係る配当によって利益を受けることを目的とする投資株式については純投資目的である投資株式とし、それ以外の投資株式については、純投資目的以外の目的である投

資株式と判断しています。  
保有目的が純投資目的以外の目的である投資株式の取得の検討に際しては、「事業上のシナジーがある等、中長期的な当社の企業価値向上につながるものか」「当社の財務健全性に悪影響を与えないか」「保有比率及び取得額が合理的に必要な範囲を超えていない

か」といった事項を踏まえ、取締役会において保有の合理性及び保有の可否を検証しています。なお、当社はコーポレートガバナンスの観点から、単に安定株主を確保することを目

的とした株式の政策保有を行いません。また、仮に政策保有を行う場合は、その保有の合理性及び適正性について取締役会で精査の上で実施するものとします。

## 役員区分毎の報酬等の内容<sup>[1]</sup>

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額 (百万円)			対象となる 役員の数 (名)
		固定報酬	業績連動報酬	ストック オプション	
取締役 (監査等委員及び社外取締役で ある者を除く)	305	229	14	61	5
社外取締役 (監査等委員)	23	23	-	-	4

[1] 2024年5月期実績

## 監査公認会計士等に対する報酬の内容

区分	2023年5月期		2024年5月期	
	監査証明業務に 基づく報酬 (百万円)	非監査証明業務に 基づく報酬 (百万円)	監査証明業務に 基づく報酬 (百万円)	非監査証明業務に 基づく報酬 (百万円)
当社	32	-	37	-
連結子会社	-	-	-	-
計	32	-	37	-

# 取締役一覧

氏名 生年月日	寺田 親弘 1976年12月29日生	富岡 圭 1976年5月26日生	塩見 賢治 1970年8月12日生	大間 祐太 1983年9月27日生	橋本 宗之 1982年1月10日生
役職	代表取締役社長/CEO*1/CPO*2	取締役/執行役員/COO*3/ Sansan事業部・Bill One事業部 担当	取締役/執行役員/CIO*4 /CISO*5/ DPO*6/技術本部・Eight事業部 担当	取締役/執行役員/CHRO*7/ 人事部 担当	取締役/執行役員/CFO*8/ コーポレート本部 担当
重要な兼職の状況	-	Unipos(株) 社外取締役	-	-	Unipos(株) 社外取締役
経歴	大学卒業後、三井物産(株)に入社し、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を行った後、帰国後は子会社の経営管理等に従事。2007年に当社を創業し、営業DXサービス「Sansan」をはじめとした働き方を変えるDXサービスを提供。2021年、東証一部(現 東証プライム)上場。2023年に開校した私立高専「神山まると高等専門学校」の理事長に就任。	日本オラクル(株)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年に当社を共同創業し、営業DXサービス「Sansan」の事業を指揮。現在はCOOとしてSansanをはじめ、BtoB SaaS事業を統括。2023年に、Sansan Global Pte. Ltd.のCEOに就任。	(株)物産システムインテグレーション(現 三井情報(株))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年に当社を共同創業し、2012年から名刺アプリ「Eight」の事業責任者を務める。現在は、技術本部長として技術戦略や組織強化を指揮。2023年に、Sansan Global Development Center, Inc.の代表取締役社長に就任。	人材系企業で採用コンサルティング事業の立ち上げを経験し、その後、独立。取締役として採用領域のベンチャー企業立ち上げに携わる。2010年に当社へ入社し、営業部門のマネジャー、人事部長を務める。現在は、CHROとして人材価値を高めるための人事戦略を指揮。	外資系証券会社に入社し、東京及びニューヨークで、約9年間M&Aや資金調達のアドバイザリー業務に従事。その後、(株)日本政策投資銀行のグループ企業でプライベートエクイティ投資に携わり、2017年に当社に入社。現在は、CFOとして財務戦略を指揮。
取締役就任時期	2007年6月	2007年6月	2007年6月	2019年8月	2020年8月
所有株式数*9	9,415,900株	4,160,000株	2,285,000株	138,112株	179,192株
取締役会出席状況*10	15/15回	15/15回	15/15回	15/15回	15/15回
所属会議・委員会	経営会議	経営会議	経営会議	経営会議・指名報酬諮問委員会	経営会議
保有するスキル/多様性	企業経営	●	●	●	●
	データ領域・情報セキュリティ	●	●	●	-
	財務・会計	-	-	-	●
	法務	-	-	-	●
	人事労務・人材開発	-	-	-	●
	グローバル経験	●	●	●	-
●を付けた主な理由・経歴	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 当社創業者/代表取締役社長</li> <li>□ 米国での事業会社勤務</li> <li>□ 神山まると高等専門学校理事長</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 当社共同創業者/取締役</li> <li>□ 当社COO及び事業部門統括</li> <li>□ グループ会社CEO</li> <li>□ アジアを中心とした事業会社勤務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 当社共同創業者/取締役</li> <li>□ 当社CISO/DPO/技術本部 担当</li> <li>□ グループ会社代表取締役社長</li> <li>□ 米国での事業会社勤務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 当社取締役</li> <li>□ 事業会社の取締役</li> <li>□ 当社CHRO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 当社取締役</li> <li>□ 当社CFO</li> <li>□ 当社法務部門担当役員</li> <li>□ 日本及び米国でのM&amp;Aや資金調達のアドバイザリー業務</li> </ul>
担当するサステナビリティ上の重要分野	事業活動を通じた自然環境の保全	革新的なDXサービスで働き方を変革	セキュリティと利便性の両立	人材の多様性を尊重し、イノベーションを生み出す	急速な事業成長を支える強固な経営基盤の確立
選任理由	当社創業以来、一貫して代表取締役を務め、長年の経営経験を有するとともに、CEOとして、当社の事業全般に関する戦略立案及び業務執行における強いリーダーシップを発揮し、適時適切な意思決定や経営監督の実現を図っているため。	当社を共同創業し、COO及び管掌役員として、当社の主要事業であるSansan/Bill One事業の成長をけん引するほか、国内外の事業展開を推進する等、営業部門における知見を活かして事業拡大及び売上最大化に貢献しているため。	当社を共同創業し、Eight事業管掌役員として、同事業のサービス拡大及びマネタイズを推進するほか、CISO及び技術本部管掌役員として、開発部門及び情報セキュリティ部門をけん引し、プロダクトの強化を通じた事業拡大及び売上最大化に貢献しているため。	CHRO及び人事本部の管掌役員として、実践的な人材育成及び採用に係る戦略立案、並びに実行責任を担い、拡大・多様化する組織において難易度が高まる人事施策及び制度の整備を推進し、事業成長に必要な不可欠な人的資本の拡充及び事業拡大に貢献しているため。	CFO及びコーポレート本部管掌役員として、財務戦略の指揮及び業績管理を通じて事業計画の達成に貢献したほか、投資戦略及びコーポレート部門の統括・組織運営を通じて事業拡大及びコーポレートガバナンスの強化に貢献しているため。

氏名	赤浦 徹	齋藤 太郎	鈴木 真紀	塩月 燈子	代田 常浩
生年月日	1968年8月7日生	1972年11月24日生	1977年7月4日生	1973年1月9日生	1982年9月22日生
役職	取締役 <span>社外</span> <span>独立</span>	取締役 <span>社外</span> <span>独立</span>	取締役／監査等委員 <span>社外</span> <span>独立</span>	取締役／監査等委員 <span>社外</span> <span>独立</span>	取締役／監査等委員 <span>社外</span> <span>独立</span>
重要な兼職の状況	(株)エスプール 社外取締役／(株)jig.jp 社外取締役／インキュベイトファンド(株) 代表パートナー／(株)ispace 社外取締役／(株)ダブルスタンダード 社外取締役	(株)dof 代表取締役／(株)CARTA HOLDINGS 社外取締役／(株)CC 取締役／フォースタートアップス(株) 社外取締役／(株)ZOZO 社外取締役	佐藤真太郎法律事務所 弁護士／nmsホールディングス(株) 社外取締役 監査等委員／長谷川香料(株) 社外監査役	(株)サイバーエージェント 取締役 常勤監査等委員	-
経歴	インキュベイトファンド(株) 代表パートナー。日本合同ファイナンス(株)(現 ジャフコグループ(株))にて投資育成業務に従事した後、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、当社の社外取締役に就任し、経営全般についての提言を行う。	(株)dof代表取締役。コミュニケーションデザイナー。(株)電通に勤務した後、(株)dofを設立し、2009年から現職。2022年8月、当社の社外取締役に就任。コミュニケーションデザイナーとしての豊富な職務経験と複数企業の役員として得た見識を踏まえ、経営全般についての提言を行う。	弁護士。2003年よりTMI総合法律事務所にて勤務した後、ニューヨーク州弁護士に登録。2017年、佐藤真太郎法律事務所へ入所し、2021年から第二東京弁護士会に所属。2022年8月、当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、法律や多様性の観点から提言を行う。	(株)サイバーエージェント取締役。会計士補、法務博士(専門職)。日本航空(株)にて勤務した後、(株)サイバーエージェントの常勤監査役を経て、2017年から現職。2021年8月、当社の社外取締役に就任。会計や法務の知見と事業会社での経験を通じ、監査や多様性の観点から提言を行う。	リーマン・ブラザーズ証券(株)、パークレイズ・キャピタル証券(株)を経て、Evernote Corporationに入社。同社で複数領域での副社長職を歴任した後、WiL, LLC.でパートナーを務める。2024年8月、当社の社外取締役に就任。豊富な経験を基に投資・財務・コーポレートガバナンスの観点から提言を行う。
取締役就任時期	2007年8月	2022年8月	2022年8月	2021年8月	2024年8月
所有株式数	1,720,000株	0株	0株	0株	0株
取締役会出席状況	15/15回	14/15回	15/15回	15/15回	-
所属会議・委員会	指名報酬諮問委員会	指名報酬諮問委員会	監査等委員会・指名報酬諮問委員会	監査等委員会	監査等委員会
保有するスキル／多様性	企業経営	●	-	●	●
	データ領域・情報セキュリティ	-	-	-	-
	財務・会計	-	-	-	●
	法務	-	-	●	●
	人事労務・人材開発	-	-	●	-
	グローバル経験	●	●	●	-
●を付けた主な理由・経緯	□ 国内外に展開するベンチャーキャピタル事業の代表取締役	□ 事業会社の代表取締役 □ 米国在住経験	□ 日本／ニューヨーク州 弁護士 □ 企業法務やコンプライアンス、労務に関する法的知見の保有	□ 事業会社の取締役／監査役 □ 会計士補 □ 法務博士(専門職)	□ 米国事業会社でのVice President □ M&Aや資金調達のアドバイザー業務 □ ソフトウェア・インターネット分野のベンチャーキャピタル投資
担当するサステナビリティ上の重要分野	-	-	-	-	-
選任理由	ベンチャーキャピタル事業における長期の職務経験と、他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、客観的かつ専門的な観点から適切な意思決定や経営監督、並びに経営全般や企業投資に関する経営助言を期待できるため。	ブランディング及びコミュニケーションデザインに関する長期の職務経験と、他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、客観的かつ専門的な観点から適切な意思決定及び経営監督並びに経営全般及びコーポレートガバナンスに関する経営助言を期待できるため。	他社での役員としての経験のほか、弁護士としての企業法務やコンプライアンス等に関する専門的な知識並びに判例を通じた事例への豊富な見識を有しており、当社取締役の職務執行の監査及び監督に加えて、当社経営に対し多様性を含めた有意義な意見具申を期待できるため。	会計士補資格及び法務博士(専門職)の学位を保有し、会計・監査・法務に関する幅広い見識を活かした事業会社での豊富な経験等を有しており、当社取締役の職務執行の監査及び監督に加えて、当社経営に対し多様性を含めた有意義な意見具申を期待できるため。	国内外のM&Aや資金調達、スタートアップ投資等による豊富な経験及び幅広い見識のほか、財務・会計に関する相当程度の知見を有しており、当社取締役の職務執行の監査及び監督に加えて、当社経営に対し投資・財務・コーポレートガバナンスの観点を含めた有意義な意見具申を期待できるため。

## 新たなガバナンス体制下で 議論をさらに活性化し、 モニタリング強化に努めていく



### 社外取締役メッセージ

社外取締役／監査等委員  
(監査等委員長・指名報酬諮問委員長)

鈴木 真紀

### ガバナンスの高度化に向けて

私が社外取締役兼監査等委員長に就任してから2年が経ちました。当社のガバナンスの実効性については、従前から評価してきましたが、2024年5月期は、そのさらなる高度化に不可欠な議論の活性化に向けて2つの取り組みを進め、結果、モニタリング機能の強化につなげています。

取り組みの1つは、取締役会での議題にメリハリを付けたことです。資料等で内容が十分に理解できる議題に関しては説明を極力省略し、深い議論が必要な議題により多くの時間を割くように変更しました。結果、議論がより活性化し、その質が高まりました。ほかの取締役からも同様の評価を得ています。もう1つは、下期から、取締役会後にフリーディスカッションの時間を設けたことです。例えば、時価総額1兆円を目指すとした場合のシミュレーションや中期の財務方針等、10年後、20年後の未来を見据えた自由なディスカッションができています。その未来の実現に向けて、必要となる経営資本や達成の時間軸、方法等に結論が出たわけではありませんが、他社の事例も含めさまざまなシミュレーションを共有して役員同士の目線を合わせ、有意義な議論を今も続けています。

### 取締役会等での議論

この1年の取締役会を振り返ると、自己株式の取得や本社移転に係る事項等、活発に議論を交わしてきました。自己株式の取得においては、足元の株価動向やストックオプションによる希薄化率、株主還元の方法といった視点はもちろん、買い付け総額の妥当性や今後の還元方針の打ち出し方等について、社外取締役からもさまざまな提言を行いました。

取締役会での議論をさらに活性化するには、執行側の考えや経営課題に対する理解が欠かせません。そこで私は昨年、監査

等委員長として、執行役員面談を実施しました。業務上の懸念点に加え、ここ数年でかなり人員を拡大したことから、現場の社員の様子や人材育成の進捗についてもヒアリングしました。各部署とも工夫を凝らした育成施策を進めており、特に問題ないことを確認できました。

## 新たなガバナンス体制

8月の株主総会での承認を経て、新たに1名の社外取締役が加わり、社外取締役は計5名と、社内取締役と同数になりました。また、全ての社外取締役が監査等委員を兼務していたこれまでの体制を変更し、5名の社外取締役のうち2名は、監査等委員ではない社外取締役となりました。社外取締役の中で役割を分けることで、これまで以上に個々の専門性や知見を、当社経営のモニタリング強化に活かしていけるようにしたいと思います。

また、取締役会のダイバーシティの観点では、当社は2030年5月期までに女性取締役比率30%以上という目標を掲げており、この点にはまだ課題が残っています。達成に向けては、社内からの女性取締役の輩出にも取り組む必要があると考えます。女性執行役員は現在、これまでの1名から2名に増えており、将来的な社内の女性取締役の登用につなげてほしいと期待しています。

## 監査等委員会について

当社には、常勤の監査等委員がいないことから、監査等委員会と内部監査室とが緊密に連携していくことが重要だと考えています。これまで、内部監査の結果を踏まえて質問や意見交換等を進めてきましたが、今後は、監査等委員長と事務局・内部監査室との間で定期的にミーティングを開催し、内部監査

の方針についてもより綿密に事前に協議する体制を構築していきます。

また、これまで監査等委員長として進めてきた執行役員面談には、私以外の監査等委員も参画するようにしていきたいと思っています。そして、執行役員面談や監査等委員会で得られた情報については、適宜、監査等委員ではない社外取締役とも共有・連携していける運営体制を構築したいと考えています。

## 指名報酬諮問委員会について

指名報酬諮問委員会では、新任の社外取締役の選任を含め、2024年8月以降の新たな取締役会体制について議論してきました。また、サクセッションプランについては、具体的な策定には至っていないものの、2024年5月期には、社内において100年先を見据えたパーパスの議論が進んでいると取締役会で報告を受けています。サクセッションプランに対する執行側の意識は高まってきており、今後、引き続き検討を進めていきます。

## 企業価値向上に向けて

当社経営の特徴の1つに、CEOの強いリーダーシップの下で非常にスピーディな意思決定が行われ、着実に成長を遂げているところが挙げられます。一般的に、何かをやめる時の決断は、何かを始める時の決断に比べて難しく、躊躇もしがちですが、コロナ禍でのリソース最適化等を目指した組織改編やその後の元の組織体制への回帰、さらには不採算事業からの撤退等、うまくいかなそうな時にそれを早期に見極め、やめる決断を下す、そのスピードを高く評価しています。経営の軸として、社会課題をどう解決していくかを真摯に追求する姿勢は、会社全体にも波及・浸透しており、社員1人ひとりが高い感度で課題解決に必要なシステムを作り上げる実行力を有しているところに、



当社の強みを感じます。財務方針の議論の中からは、経営陣の数字に対する非常にシビアな姿勢も伝わってきており、今の当社経営に、大きな課題や不安を感じてはいません。

私の役割は、スピーディかつ柔軟な判断を尊重しながら、意思決定の根拠や法務リスク等について、適宜提言をしていくことだと認識しています。強いリーダーシップの下、その経営判断を間違ってしまったり、違う方向に向かってしまったりすることのないよう、しっかりとモニタリングをすることが、私を含めた全社外取締役の責務です。

中期財務方針を示し、当社のフェーズは変わったように感じます。中期財務方針を継続できるよう、しっかりとモニタリングし、同時に進化を続ける当社サービス等への理解を深めた上で、経営に資する助言を行い、企業価値の向上に貢献していきたいと思っています。

社外取締役／監査等委員  
(監査等委員長・指名報酬諮問委員長)

鈴木 真紀

## [ COLUMN ]

## 企業価値向上のための施策

私は、長年ベンチャーキャピタル事業に携わってきたことや、ほかの複数の事業会社での社外取締役としての経験があるため、当社での主な役割として、M&Aをはじめとした投資案件はもとより、経営全般に対する助言や監督が求められていると捉えています。

2024年7月に公表した中期財務方針の策定に当たっては、機関投資家からの開示要請が高まっているという、IR活動で得られたフィードバックを全取締役が正しく把握した上で、それを公表することで得られる効果だけではなく、逆に生じてしまう制約、つまりは、公表する見通し数値が足かせとなってしまう、事業成長のための思い切った挑戦がしにくくなるリスクに至るまで、さまざまな側面から議論を交わしました。利益見通しの開示が論点となりましたが、複数のシミュレーションを通じて、最終的には、売上高成長に向けた投資を続けながらも十分な利益が出せる体制が整っていることの確認ができたため、企業価値向上のためには開示すべきだとの結論に至りました。

また、2024年7月から8月にかけて自己株式の取得を行いました。これは、当社としては初めてとなる、株主還元の一環として実施したものでした。取得株数や金額等の内容を決めていく過程では、株主還元に位置付ける施策であるならば、還元方針についても深く議論すべきだとの提言を行い、今回は同時タイミングでの策定及び開示には至らなかったものの、中期的には定量的な方針を公表する予定とした上で、議論を継続する運びとなりました。

私はこれまで、監査等委員も務めていましたが、2024年8月の第17回定時株主総会以降は社外取締役に専念しています。そのため、株主の皆さまから期待されているであろう、私自身がより関与していくべき分野やテーマに対して、一層向き合う時間や力を確保できるようになったと考えています。2025年5月期においても、経営の透明性と健全性の確保に寄与しながら、さらなる企業価値向上を実現できるよう取り組んでいきます。



社外取締役  
赤浦 徹

## [ COLUMN ]

## 取締役会における議論の活性化

私は、2022年8月に初めて当社の社外取締役／監査等委員に就任し、2024年8月の定時株主総会以降は、社外取締役としての職務に当たっています。これまでの私自身のキャリアを通じて、ブランディングやコミュニケーションデザイン領域のほか、複数企業での社外取締役としての経験を多く積んできたため、当社においては、主に経営全般やコーポレートガバナンスに関する事項で助言や監督をしていきたいと考えています。

当社の取締役会に対する印象としては、これまで社外取締役を含めて発言しやすい雰囲気があり、各議案に対しても十分な議論がなされている認識もっています。しかしながら、さらに議論を活性化していくことで、取締役会の質が向上する余地は残されていると考えていたため、取締役会の実効性評価の機会等を通じて、全取締役がより自由に発言できる機会の創出に取り組んでみてはどうか、という提言を行いました。

この提言が1つのきっかけとなり、2024年5月期の後半には、取締役会終了後にフリーディスカッ

ションの機会が設けられ、設定したテーマに基づいた自由な議論が始まりました。この議論を通じて、社内取締役が果たす説明責任の向上や、社外取締役の当社サービスへの深い理解醸成が実現できていると感じています。また、2024年7月の中期財務方針の公表にもつながりました。そのほかにも、取締役会の運営方法として、より議論すべき議題が明確化されるようになったことも議論の活性化につながっており、これら全ての施策が取締役会の質や機能向上の観点で有益であったと評価しています。

また、そのほかのさまざまな機会を通じて、企業やサービスのブランディングに係る事項からマーケティング領域における人材戦略に至るまで、幅広い議論をCEOと行うこともできています。今後も、私自身のみならず、全取締役がさらに役割を果たしていける高度なガバナンスを実現しながら、当社の成長に向き合っていきたいと考えています。



社外取締役  
齋藤 太郎

## [ COLUMN ]

## 透明性のある有益な情報開示

当社の社外取締役／監査等委員に就任し、現在4期目を迎えています。私自身は、20年以上にわたってほかのIT企業の常勤役員を務めてきましたが、変化の激しいこの業界においては、環境変化を的確に捉え、事業と組織とを迅速に対応させていくことが必要不可欠です。これまでの会計や監査、法務領域における経験を活かし、取締役の職務執行の監査・監督に加えて、まだ少ない女性取締役の1人として、多様性の観点も含めた有意義な意見を述べていきたいと考えています。

2024年5月期の後半から2025年5月期にかけて、当社の企業価値は少しずつ向上しており、より多くの株主の皆さまから期待をされているものと思います。機関投資家や個人投資家といった属性、そして国内、海外といった地域等によらず、全てのステークホルダーとのコミュニケーションの基本は、まずは公平かつ正確で、タイムリーな情報開示にあるものと考えています。

このような中、過年度の決算短信や有価証券報告書に記載した1株当たり純資産の算定方法に誤り

があったことが判明し、2024年8月に訂正開示をしたことには、真摯に向き合う必要があります。1株当たりの指標は重要な情報であり、社内での作成・確認プロセスだけではなく、会計監査の観点からもしっかりと振り返りを促し、再発防止に向けた取り組みに対する助言や監督を行っていきます。

社外取締役、そして監査等委員の基本的な役割は、社内での利害関係にとらわれることなく、独立的な立場から経営を監督し、意見を述べ、中長期的な企業価値の向上に貢献していくことだと考えています。社会で目にする大きな企業不祥事も、解き明かしてみると、社内の悪しき慣習や企業文化に根差している部分が多くあると思います。当社がこのような状態に陥ることなく、現在の企業文化を維持・向上できるようにしていく上でも、社外取締役の役割は重要であり、常にこの基本に立ち返って職務に当たっていききたいと考えています。



社外取締役／監査等委員

塩月 燈子

## [ COLUMN ]

## 事業フェーズに応じた適切なガバナンス

私は、2024年8月の第17回定時株主総会での承認をもって、新たに当社の社外取締役／監査等委員に就任しました。これまでの経歴を簡単にご紹介すると、米国の証券会社やグローバルファンドにおいて、国内外のM&Aや資金調達、スタートアップ企業への投資等に携わってきたほか、米国のソフトウェア企業で副社長としての職務に当たってきました。

当社は、2019年に上場して以降、主要事業であるSansanを堅実に伸ばしながら、Bill Oneを新規で創出し、高成長させてきました。また、そのほかの新規サービスの創出に取り組みながら、現在では、FinTech領域への進出や開発拠点を含めた海外展開を本格化させる等、多角的な事業成長を目指す新しいフェーズに入っているものと捉えています。加えて、今後は重要な成長戦略の1つに位置付けられる、M&Aの積極的な活用も考えられます。

このようなフェーズにおいては、成長につながる機会を逃すことなく的確に捉えて、しっかりと実績につなげていく必要があるため、事業執行スピード

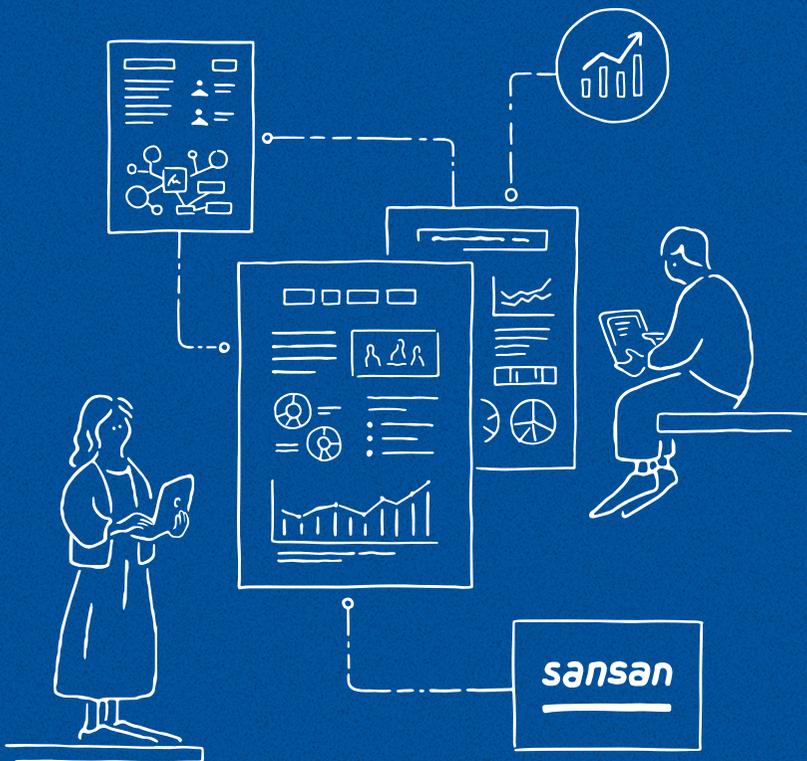
をいかに上げられるかが重要となってきますが、それと同時に、採り得る選択肢が多いからこそ、ガバナンスのあり方についても重要性が増してくるものと考えています。また、事業成長を実現し、企業価値を向上させていくことで、当社のステークホルダーは今まで以上に拡大します。結果として、当社のガバナンスについて、株主の皆さまから問われる機会もより増えていくものと思われ、考慮すべき観点や内容も多様化していくのだと認識しています。

これらの課題に対して、事業会社での職務経験等も活かしながら、事業執行と監督という両面のバランスも意識した上で、社外取締役として求められる助言や監督機能を果たしていく所存です。また、2024年8月以降は、役割の明確化等を目的に、監査等委員会の構成メンバー数が減少しています。私はその監査等委員の1人として、重責にしっかりと応えていきたいと考えています。



社外取締役／監査等委員

代田 常浩



# データ

ESG データや連結財務諸表、セグメント別実績等を長期データ形式で掲載しています。

## CONTENTS

---

P097 - ESGデータ

P103 - セグメント別実績

P100 - 連結財務諸表

P104 - 会社・株式情報

## ESGデータ

[ 環境\*1 ]

	単位	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
<b>エネルギー消費量</b>					
電気	MWh	728	1,044	1,399	1,719
ガス*2	千Nm <sup>3</sup>	68	84	107	120
総エネルギー消費量*3	GJ	10,361	14,193	18,643	22,399
<b>水使用量*4</b>					
総取水量	m <sup>3</sup>	2,329	4,096	6,425	6,722
上水	m <sup>3</sup>	237	290	461	572
中水	m <sup>3</sup>	2,091	3,805	5,963	6,149
<b>GHG*5排出量</b>					
スコープ1*6	t-CO <sub>2</sub>	0	0	0	0
スコープ2*7(ロケーション基準)	t-CO <sub>2</sub>	477	639	840	1,021
スコープ2(マーケット基準)	t-CO <sub>2</sub>	525	668	851	999
スコープ1+2(マーケット基準)	t-CO <sub>2</sub>	525	668	851	999
スコープ3*8	t-CO <sub>2</sub>	-	15,679	18,638	21,509
<b>カテゴリ 1</b>					
購入した製品・サービス	t-CO <sub>2</sub>	-	12,270	15,147	18,854
<b>カテゴリ 2</b>					
資本財	t-CO <sub>2</sub>	-	2,098	1,631	498
<b>カテゴリ 3</b>					
スコープ1、2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	t-CO <sub>2</sub>	-	133	175	206
<b>カテゴリ 4</b>					
輸送、配送(上流)	t-CO <sub>2</sub>	-	107	141	127

	単位	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
<b>カテゴリ 5</b>					
事業から出る廃棄物	t-CO <sub>2</sub>	-	13	16	13
<b>カテゴリ 6</b>					
出張	t-CO <sub>2</sub>	-	85	310	427
<b>カテゴリ 7</b>					
雇用者の通勤	t-CO <sub>2</sub>	-	165	330	425
<b>カテゴリ 8</b>					
リース資産(上流)	t-CO <sub>2</sub>	-	-	-	-
<b>カテゴリ 9</b>					
輸送、配送(下流)	t-CO <sub>2</sub>	-	-	-	-
<b>カテゴリ 10</b>					
販売した製品の加工	t-CO <sub>2</sub>	-	-	-	-
<b>カテゴリ 11</b>					
販売した製品の使用	t-CO <sub>2</sub>	-	-	-	-
<b>カテゴリ 12</b>					
販売した製品の廃棄	t-CO <sub>2</sub>	-	0	0	0
<b>カテゴリ 13</b>					
リース資産(下流)	t-CO <sub>2</sub>	-	805	884	961
<b>カテゴリ 14</b>					
フランチャイズ	t-CO <sub>2</sub>	-	-	-	-
<b>カテゴリ 15</b>					
投資	t-CO <sub>2</sub>	-	-	-	-
その他	t-CO <sub>2</sub>	-	-	-	-
スコープ1+2+3(マーケット基準)	t-CO <sub>2</sub>	-	16,347	19,489	22,508
スコープ1+2+3 GHG排出量原単位(売上高当たり)	t-CO <sub>2</sub> /億円	-	81.7	78.2	69.3

\*1 当社単体の実績を集計しており、2024年5月期時点で当社グループの事業範囲の96.0%(連結売上高に占める単体売上高の割合)をカバーしています \*2 消費量の把握が可能な一部オフィスにおける実績を用いてオフィス面積当たり消費量を算出した上で、当該数値にガス利用が可能な全オフィスの総面積を乗じて算出しています \*3 省エネ法に基づく算出方法を用いた上で、電気とガスの消費量の合計値で算出しています \*4 利用量の把握が可能な本社オフィスにおける実績を用いて従業員1人当たり利用量を算出した上で、当該数値に総従業員数を乗じて算出しています \*5 GHG(Greenhouse Gas):温室効果ガス \*6 当社が所有するオフィスや設備において直接排出されたGHG排出量を集計しています \*7 各オフィスにて購入した電力や熱エネルギー等の使用を通じて間接的に排出されたGHG排出量を集計しています \*8 スコープ1及びスコープ2以外のバリューチェーン全体(カテゴリ1から15まで)におけるGHG排出量を集計しています

[ 社会<sup>1</sup> ]

	単位	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
<b>従業員構成</b>					
従業員数	人	934	1,172	1,326	<b>1,782</b>
女性比率	%	34.2	33.6	35.2	<b>36.4</b>
外国籍比率*2	%	3.0	2.6	2.6	<b>6.2</b>
日本国外勤務者比率	%	1.0	0.8	0.7	<b>4.5</b>
障がい者雇用比率*3*4	%	1.6	2.4	2.6	<b>2.4</b>
STEM部門従業員数*5	人	313	404	420	<b>529</b>
女性比率	%	12.1	13.1	13.1	<b>14.9</b>
クリエイター職女性比率	%	46.9	53.8	55.6	<b>60.0</b>
ビジネス職従業員数*6	人	614	766	897	<b>1,243</b>
女性比率	%	45.1	44.5	45.0	<b>45.7</b>
管理職数	人	145	182	202	<b>215</b>
女性比率	%	14.5	16.5	17.8	<b>18.1</b>
<b>人材採用</b>					
新卒採用人数	人	34	70	74	<b>74</b>
女性比率	%	23.5	28.6	25.7	<b>36.5</b>
中途採用人数	人	231	260	232	<b>546</b>
女性比率	%	31.2	34.0	41.4	<b>37.7</b>
リファラル採用比率	%	-	-	12.0	<b>12.9</b>
<b>その他の人材関連*7</b>					
平均勤続年数	年	2.6	2.8	3.1	<b>2.8</b>
男性	年	2.7	2.8	3.1	<b>2.8</b>
女性	年	2.6	2.9	3.2	<b>2.8</b>

	単位	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
平均年間給与	円	6,275,941	6,661,892	7,063,337	<b>7,516,251</b>
男性	円	6,580,904	6,988,923	7,431,655	<b>7,999,431</b>
女性	円	5,549,397	5,896,162	6,244,215	<b>6,578,935</b>
平均年齢	歳	33.6	32.4	32.4	<b>32.0</b>
男性	歳	33.8	32.6	32.7	<b>32.4</b>
女性	歳	33.1	32.0	32.0	<b>31.3</b>
退職率	%	6.3	9.8	12.9	<b>9.9</b>
男性	%	7.2	10.2	13.8	<b>10.5</b>
女性	%	4.2	8.8	10.7	<b>8.9</b>
有給休暇取得率*4	%	60.6	68.6	75.1	<b>74.0</b>
育児休業取得率	%	58.5	74.5	73.2	<b>70.9</b>
男性	%	39.3	61.8	64.8	<b>53.7</b>
女性	%	100.0	100.0	100.0	<b>100.0</b>
育児休業後復職率	%	100.0	100.0	100.0	<b>98.5</b>
男性	%	100.0	100.0	100.0	<b>97.8</b>
女性	%	100.0	100.0	100.0	<b>100.0</b>
「Unipos*8」投稿数	%	59.4	62.3	59.6	<b>58.1</b>
「Unipos」での称賛投稿数	件	約36,000	約49,000	約45,000	<b>48,862</b>
「Unipos」での称賛された従業員比率	%	83.3	86.0	84.7	<b>82.7</b>
エンゲージメントサーベイ平均回答率	%	87.6	85.8	82.6	<b>79.5</b>
eNPS <sup>SM</sup> *9 (職場に対する推奨度)	%	-	-	-12.5	<b>-0.6</b>
ストレスチェック平均回答率	%	80.1	71.7	77.9	<b>76.4</b>

\*1 原則として当社及び全ての海外子会社の正社員・契約社員を対象として算出しています(国内子会社を除く)。また、人数や比率は各期末時点の実績で算出しています  
\*2 2024年5月末時点で、日本を含む21か国の国籍を持つ従業員が在籍しています \*3 当社の正社員・契約社員・アルバイトを対象として算出しています \*4 3月期決算の期間(4月から翌年3月)に読み替えて算出しています \*5 当社及び当社の海外子会社の正社員・契約社員のうち、エンジニア職、研究開発職、クリエイター職を対象として算出しています \*6 STEM部門以外の正社員・契約社員を対象として算出しています \*7 正社員を対象として算出しています \*8 Unipos株式会社提供のピアボーナス®を軸とする全従業員参加型のプラットフォームサービスを利用しています \*9 eNPS<sup>SM</sup>は「Employee Net Promoter Score (エンプロイー・ネット・プロモーター・スコア)」の略称で、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。当社で働くことへの「推奨者」の割合から「批判者」の割合を差し引いた数値を、eNPS<sup>SM</sup>として算出しています

## [ 社会 ]

	単位	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
<b>研修関連</b>					
「カタチ」関連研修の総参加時間*1	時間	－	－	約5,600	約15,000
「Geek Seek」への投資額*2	百万円	25	39	43	43
従業員間交流施策への投資額	百万円	3	5	12	16
社内コーチング延べ参加人数	人	－	－	約800	748
<b>情報セキュリティ関連</b>					
個人情報保護士取得率	%	81.8	82.3	88.0	86.7
重大なインシデント発生件数	件	0	0	0	0
情報セキュリティ関連研修の総参加時間	時間	－	－	－	5,181
<b>その他</b>					
寄付・協賛金等の支出	百万円	9	11	19	23

\*1 企業理念等について議論する機会への全従業員の参加時間を合計しています \*2 STEM部門従業員に対する書籍やツール購入、イベント参加時における補助金額を集計しています

## [ ガバナンス\*3 ]

	単位	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
<b>取締役会*4</b>					
取締役数	人	10	9	9	9
女性比率	%	10.0	22.2	22.2	22.2
社外取締役比率	%	40.0	44.4	44.4	44.4
独立役員比率	%	20.0	33.3	44.4	44.4
取締役会開催回数	回	17	17	17	15
出席率	%	100.0	99.4	100.0	99.3

	単位	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
<b>監査等委員会</b>					
監査等委員である取締役数	人	4	4	4	4
女性比率	%	25.0	50.0	50.0	50.0
社外取締役比率	%	100.0	100.0	100.0	100.0
独立役員比率	%	50.0	75.0	100.0	100.0
監査等委員会開催回数	回	13	12	13	13
出席率	%	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>コンプライアンス</b>					
内部通報件数	件	9	11	14	20
重大なコンプライアンス違反件数	件	0	0	0	0
汚職や贈賄等に関する法的措置を受けた件数	件	0	0	0	0
行動規範・倫理基準に対する違反件数	件	0	0	0	0
贈収賄	件	0	0	0	0
個人情報の漏えい・データの盗難・紛失件数*5	件	0	0	0	0
コンプライアンス関連研修受講率	%	100.0	100.0	100.0	100.0
コンプライアンス研修受講率	%	－	－	－	100.0
贈収賄防止研修受講率	%	－	－	－	100.0
人権尊重に関する研修受講率	%	－	－	－	100.0
個人情報保護・情報セキュリティ研修受講率	%	100.0	100.0	100.0	100.0
インサイダー取引規制研修受講率	%	100.0	100.0	100.0	100.0
ハラスメント防止研修受講率	%	100.0	－	100.0	100.0
入社時研修受講率	%	100.0	100.0	100.0	100.0
政治献金	円	0	0	0	0

\*3 当社単体の実績を算出しています。また、人数や比率は各期末時点の実績で算出しています \*4 監査等委員である取締役を含む数値で算出しています \*5 個人情報保護委員会等各国規制当局に報告した件数を集計しています

## 連結財務諸表

## [ 連結貸借対照表 ]

(百万円)

資産の部	2017年 5月期	2018年 5月期	2019年 5月期	2020年 5月期	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
<b>流動資産</b>								
現金及び預金	2,004	3,546	5,627	12,815	12,389	15,432	21,114	<b>24,874</b>
売掛金	165	207	318	441	571	756	1,180	<b>1,229</b>
前払費用	460	255	322	410	469	478	604	<b>884</b>
貸倒引当金	-5	-4	-2	-3	-4	-3	-32	<b>-34</b>
その他	38	157	30	176	117	194	341	<b>715</b>
<b>流動資産合計</b>	<b>2,668</b>	<b>4,166</b>	<b>6,298</b>	<b>13,840</b>	<b>13,542</b>	<b>16,856</b>	<b>23,207</b>	<b>27,671</b>
<b>固定資産</b>								
有形固定資産合計	113	164	406	414	504	806	770	<b>520</b>
無形固定資産合計	498	602	835	926	1,209	1,147	1,533	<b>1,610</b>
ソフトウェア	497	601	834	925	1,023	917	827	<b>691</b>
のれん	-	-	-	-	185	229	706	<b>919</b>
投資その他の資産合計	208	365	1,538	7,639	9,053	7,481	5,689	<b>7,790</b>
投資有価証券	-	-	1,093	6,941	8,344	6,262	3,705	<b>3,799</b>
繰延税金資産	-	-	-	145	-	416	595	<b>950</b>
その他	-	365	444	697	708	803	1,388	<b>3,039</b>
<b>固定資産合計</b>	<b>820</b>	<b>1,132</b>	<b>2,780</b>	<b>8,979</b>	<b>10,768</b>	<b>9,435</b>	<b>7,993</b>	<b>9,920</b>
<b>資産合計</b>	<b>3,489</b>	<b>5,299</b>	<b>9,079</b>	<b>22,819</b>	<b>24,310</b>	<b>26,292</b>	<b>31,200</b>	<b>37,592</b>

(百万円)

負債の部	2017年 5月期	2018年 5月期	2019年 5月期	2020年 5月期	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
<b>流動負債</b>								
短期借入金	296	13	18	20	200	-	-	-
1年内返済予定の長期借入金	113	94	133	1,267	1,085	477	558	<b>930</b>
前受金	2,100	2,798	3,923	5,289	6,719	8,199	10,729	<b>13,660</b>
未払金	320	654	770	596	1,175	1,081	1,929	<b>1,701</b>
その他	278	259	584	1,161	1,062	1,749	1,764	<b>2,712</b>
<b>流動負債合計</b>	<b>3,109</b>	<b>3,819</b>	<b>5,428</b>	<b>8,335</b>	<b>10,243</b>	<b>11,507</b>	<b>14,982</b>	<b>19,004</b>
<b>固定負債</b>								
長期借入金	190	127	233	3,892	879	2,547	2,838	<b>3,549</b>
繰延税金負債	-	-	-	-	571	-	-	-
その他	16	39	43	38	31	144	188	<b>266</b>
<b>固定負債合計</b>	<b>207</b>	<b>166</b>	<b>277</b>	<b>3,931</b>	<b>1,482</b>	<b>2,691</b>	<b>3,027</b>	<b>3,815</b>
<b>負債合計</b>	<b>3,316</b>	<b>3,986</b>	<b>5,706</b>	<b>12,267</b>	<b>11,725</b>	<b>14,199</b>	<b>18,009</b>	<b>22,819</b>
<b>純資産の部</b>								
株主資本	179	1,315	3,369	10,557	10,892	11,832	12,454	<b>13,792</b>
その他の包括利益累計額	-6	-2	-7	-15	1,623	112	206	<b>213</b>
新株予約権	-	-	10	10	65	142	457	<b>638</b>
非支配株主持分	-	-	-	-	2	5	72	<b>128</b>
<b>純資産合計</b>	<b>172</b>	<b>1,312</b>	<b>3,372</b>	<b>10,552</b>	<b>12,584</b>	<b>12,093</b>	<b>13,190</b>	<b>14,772</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>3,489</b>	<b>5,299</b>	<b>9,079</b>	<b>22,819</b>	<b>24,310</b>	<b>26,292</b>	<b>31,200</b>	<b>37,592</b>

[ 連結損益計算書 ]

(百万円)

	2017年 5月期	2018年 5月期	2019年 5月期	2020年 5月期	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
売上高	4,839	7,324	10,206	13,362	16,184	20,420	25,510	<b>33,878</b>
売上原価	1,026	1,435	1,597	1,821	1,992	2,515	3,683	<b>5,064</b>
売上総利益	3,812	5,888	8,608	11,541	14,192	17,904	21,827	<b>28,814</b>
売上総利益率	78.8%	80.4%	84.3%	86.4%	87.7%	87.7%	85.6%	<b>85.1%</b>
販売費及び一般管理費	4,590	8,950	9,458	10,783	13,455	17,272	21,627	<b>27,477</b>
調整後営業利益*1	-778	-3,061	-849	757	785	730	942	<b>1,709</b>
調整後営業利益率	-	-	-	5.7%	4.9%	3.6%	3.7%	<b>5.0%</b>
営業利益	-778	-3,061	-849	757	736	631	199	<b>1,337</b>
営業利益率	-	-	-	5.7%	4.6%	3.1%	0.8%	<b>3.9%</b>
営業外収益	9	10	16	8	106	1,042	328	<b>49</b>
営業外費用	11	26	58	330	468	705	405	<b>163</b>
経常利益	-780	-3,077	-891	435	375	968	122	<b>1,224</b>
特別利益	-	-	4	-	0	105	817	<b>40</b>
特別損失	3	1	50	100	4	165	1,035	<b>409</b>
税金等調整前当期純利益	-784	-3,078	-937	335	370	908	-96	<b>855</b>
法人税、住民税及び事業税等	6	7	7	-4	189	56	60	<b>-61</b>
親会社株主に帰属する当期純利益	-790	-3,085	-945	339	182	857	-141	<b>953</b>
親会社株主に帰属する当期純利益率	-	-	-	2.5%	1.1%	4.2%	-	<b>2.8%</b>
EPS(円)*2	-11.79	-42.11	-10.10	2.75	1.47	6.87	-1.13	<b>7.59</b>

(百万円)

	2017年 5月期	2018年 5月期	2019年 5月期	2020年 5月期	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
販売費及び一般管理費	4,590	8,950	9,458	10,783	13,455	17,272	21,627	<b>27,477</b>
広告宣伝費	1,573	4,478	2,831	2,022	2,824	2,969	3,306	<b>3,934</b>
人件費*3	1,476	1,946	2,743	4,237	5,435	7,724	9,635	<b>13,123</b>
サーバー・PC費用等	303	513	735	844	1,008	1,285	1,719	<b>2,055</b>
地代家賃	235	308	523	693	810	921	1,059	<b>1,153</b>
採用費	107	182	338	443	489	678	636	<b>1,222</b>
株式報酬関連費用	-	-	-	-	33	72	702	<b>260</b>
企業結合に伴い生じた費用 (のれん償却額+無形固定資産の償却費)	-	-	-	-	15	25	39	<b>111</b>
その他	895	1,520	2,272	2,542	2,838	3,594	4,528	<b>5,616</b>

\*1 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費) \*2 2021年12月1日付で普通株式1株を4株とする株式分割を行っており、2017年5月期の期首に分割されたと仮定し、EPSを算定しています \*3 社員給与手当、社員賞与、社員賞与引当金繰入、退職給付繰入額、社員法定福利費が含まれます

[ 連結キャッシュ・フロー計算書 ]

(百万円)

	2017年 5月期	2018年 5月期	2019年 5月期	2020年 5月期	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
営業活動によるキャッシュ・フロー								
税金等調整前当期純利益	-784	-3,078	-937	335	370	908	-96	855
減価償却費	236	366	459	615	691	768	898	889
投資有価証券売却益	-	-	-	-	-32	-979	-291	-24
持分法による投資損益	-	-	-	51	285	609	287	-
売上債権の増減額	-60	-41	-111	-118	-121	-183	-391	-16
前払費用の増減額	-100	204	-67	-84	-50	12	-101	-265
未払金の増減額	-122	333	50	-108	620	-90	780	-239
前受金の増減額	896	697	1,125	1,366	1,401	1,479	2,423	2,928
法人税等の支払額	-3	-6	-7	-7	-246	-144	-471	-215
その他	137	-85	560	824	346	743	810	1,571
営業活動によるキャッシュ・フロー	198	-1,609	1,072	2,822	3,011	3,123	3,848	5,483
投資活動によるキャッシュ・フロー								
有形固定資産の取得による支出	-91	-72	-316	-260	-273	-468	-200	-217
無形固定資産の取得による支出	-250	-408	-574	-535	-636	-453	-480	-348

(百万円)

	2017年 5月期	2018年 5月期	2019年 5月期	2020年 5月期	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
投資有価証券の取得による支出	-	-	-1,093	-5,901	-336	-2,555	-359	-572
投資有価証券の売却による収入	-	-	-	-	1,680	3,224	1,406	67
その他	-34	-198	-298	-491	-985	-760	998	-2,109
投資活動によるキャッシュ・フロー	-376	-679	-2,282	-7,189	-551	-1,014	1,364	-3,180
財務活動によるキャッシュ・フロー								
短期借入金の純増減額	89	-283	4	2	173	-200	-140	-
長期借入による収入	200	50	290	5,460	-	3,250	900	1,800
長期借入金の返済による支出	-130	-131	-145	-686	-3,220	-2,190	-527	-717
株式の発行による収入	-	4,206	2,989	6,820	152	209	307	367
その他	-7	-15	-6	-32	-7	-159	-17	-18
財務活動によるキャッシュ・フロー	151	3,826	3,132	11,563	-2,902	909	523	1,431
現金及び現金同等物に係る換算差額	-3	4	0	-1	2	3	4	10
現金及び現金同等物の増減額	-29	1,541	1,922	7,194	-440	3,021	5,739	3,744
現金及び現金同等物の期首残高	2,033	2,004	3,546	5,468	12,663	12,223	15,245	20,985
現金及び現金同等物の期末残高	2,004	3,546	5,468	12,663	12,223	15,245	20,985	24,729

## セグメント別業績

## [ セグメント別損益計算書 ]

(百万円)

	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
売上高	16,184	20,420	25,510	33,878
<b>Sansan/ Bill One事業</b>	14,605	18,105	22,516	29,948
<b>Sansan</b>	14,519	17,214	19,793	22,889
Sansan ストック*1	13,811	16,349	18,688	21,509
Sansan その他	707	865	1,104	1,379
Bill One	84	826	2,414	6,168
その他	1	64	308	889
<b>Eight事業</b>	1,582	2,213	2,867	3,548
BtoCサービス	296	286	303	347
BtoBサービス	1,286	1,927	2,563	3,200
その他	-	126	198	519
調整額	-3	-25	-72	-137
<b>調整後営業利益*2</b>	785	730	942	1,709
<b>Sansan/ Bill One事業</b>	5,290	5,752	7,005	8,675
<b>Eight事業</b>	-732	-355	-170	314
その他	-	-22	-36	-79
調整額*3	-3,772	-4,643	-5,856	-7,201
<b>調整後営業利益率</b>	4.9%	3.6%	3.7%	5.0%
<b>Sansan/ Bill One事業</b>	36.2%	31.8%	31.1%	29.0%
<b>Eight事業</b>	-	-	-	8.9%
その他	-	-	-	-

## [ セグメント別KPI ]

(百万円)

	2021年 5月期	2022年 5月期	2023年 5月期	2024年 5月期
<b>Sansan/ Bill One事業</b>				
<b>Sansan 契約件数 (件)</b>	7,744	8,488	8,969	9,693
<b>Sansan 契約当たり月次ストック売上高 (千円)</b>	162	170	184	197
<b>Sansan 直近12か月平均月次解約率*4</b>	0.63%	0.62%	0.44%	0.42%
<b>Bill One MRR*5 (百万円)</b>	19	116	316	640
<b>Bill One 有料契約件数 (件)</b>	188	776	1,581	2,816
<b>Bill One 有料契約当たり月次ストック売上高 (千円)</b>	105	149	200	227
<b>Bill One 直近12か月平均月次解約率*4</b>	-	0.49%	0.64%	0.33%
<b>Eight事業</b>				
<b>Eight ユーザー数*6 (万人)</b>	292	310	331	372
<b>Eight Team 契約件数 (件)</b>	2,253	2,819	3,703	4,608

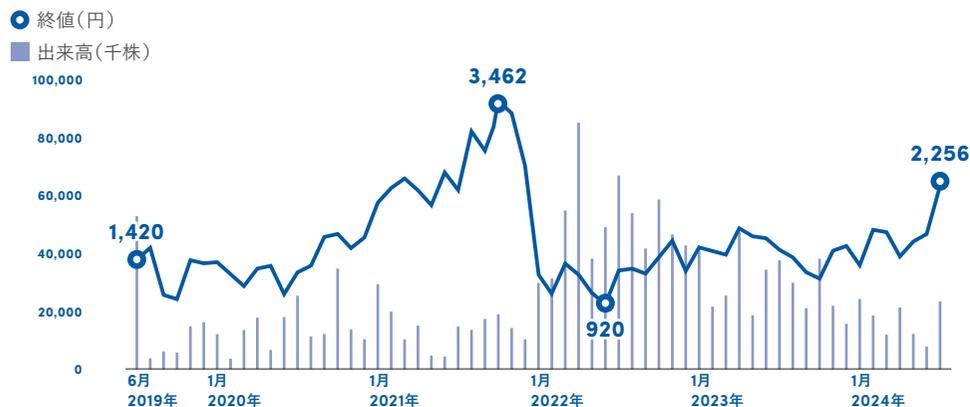
\*1 Sansanにおける固定収入 \*2 営業利益+株式報酬関連費用+企業結合に伴い生じた費用(のれん償却額及び無形固定資産の償却費) \*3 報告セグメントに配賦していない全社費用の金額で、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費。2025年5月期第1四半期より、一定の規則に則り、各セグメントに配賦 \*4 サービスの既存契約のMRRに占める、解約に伴い減少したMRRの割合 \*5 MRR (Monthly Recurring Revenue) : 各四半期末の月次固定収入 \*6 アプリをダウンロード後、自身の名刺をプロフィールに登録した認証ユーザー数

# 会社・株式情報

## 会社情報

商号	Sansan株式会社
本社所在地	〒150-6228 東京都渋谷区桜丘町1-1 渋谷サクラステージ 28F
グループ会社	Sansan Global Pte. Ltd.(シンガポール) Sansan Global Development Center, Inc.(フィリピン) Sansan Global (Thailand) Co., Ltd.(タイ) ログミー株式会社 株式会社ダイヤモンド企業情報編集社 クリエイティブサーベイ株式会社 株式会社言語理解研究所
設立	2007年6月11日
資本金	6,774百万円(2024年5月31日時点) 1,899人(2024年5月31日時点)

## ≫ 株価・出来高推移\*



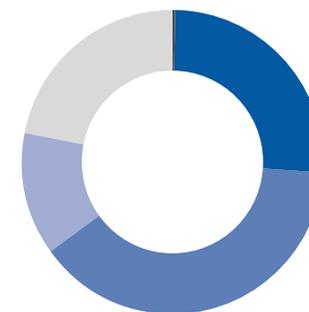
\* 2021年12月1日付で普通株式1株を4株とする株式分割を行っており、過去の実績にも遡及して反映しています。

## 株式情報<sup>[1]</sup>

証券コード	4443
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
事業年度	6月1日から翌年5月31日まで
株主名簿管理人	東京証券代行株式会社
単元株式数	100株
発行済株式総数	125,835,416株
株主総数	7,286名

## ≫ 所有者別分布状況

個人その他	21.49 %
外国人	39.12 %
金融機関	12.99 %
その他国内法人	26.14 %
証券会社	0.25 %



## ≫ 大株主の状況

株主名	保有株式数	保有比率
株式会社CNK	32,809,100株	26.07%
JPLLC CLIENT ASSETS-SK J	11,311,935株	8.99%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	10,636,500株	8.45%
寺田 親弘	9,415,900株	7.48%
MSCO CUSTOMER SECURITIES	9,064,300株	7.20%
PERSHING - DIV. OF DLJ SECS. CORP.	4,579,500株	3.64%
富岡 圭	4,160,000株	3.31%
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	3,897,100株	3.10%
塩見 賢治	2,285,000株	1.82%
MSIP CLIENT SECURITIES	1,835,500株	1.46%

[1] 2024年5月31日時点

## 外部評価

ESG		MSCI ESGレーティング AA評価	MSCI*	企業が環境(Environment)・社会(Social)・ガバナンス(Governance)のリスクをどの程度管理できているかを分析し評価する、MSCI ESG格付。
		FTSE Blossom Japan Index 選出	FTSE	グローバルなインデックスプロバイダーであるFTSE Russellが作成し、環境、社会、ガバナンス(ESG)について優れた対応を行っている企業のパフォーマンスを測定するために設計されたもので、サステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されており、年金積立金管理運用独立行政法人(GPIF)のESG投資銘柄選定に活用されている。
		FTSE Blossom Japan Sector Relative Index 選出		
統合報告書		Traditional Annual Report部門 Silver賞受賞	MerComm, Inc. [International ARC Awards]	米国の独立評価機関であるMerComm, Inc.が主催する世界最大規模のアンニュアルレポートコンペティション。
	—	改善度の高い統合報告書	年金積立金管理運用独立行政法人(GPIF)	GPIFが国内株式の委託運用機関に対し「優れた統合報告書」と「改善度の高い統合報告書」の選定を依頼し、各機関がそれぞれ最大10社を選出するもの。
コーポレートサイト		総合部門 最優秀サイト	日興アイ・アール 全上場企業ホームページ 充実度ランキング	国内上場企業3,970社のホームページを対象に、「分かりやすさ」「使いやすさ」「情報の多さ」の3つの視点で設定した164の客観的な評価項目に基づき、企業のステークホルダーが情報を取得し、状況を把握するための要素をどの程度備えているかを調査したもの。
		優良賞	大和インベスター・リレーションズ 大和インターネットIR表彰 2023	国内上場企業4,048社のホームページを対象に、『5T&C』:Timely(適時性)、Transparent(透明性)、Traceable(追跡可能性)、Trustworthy(信頼性)、Total(包括性)+Communication(双方向性)の考え方の下、調査・評価したもの。

\* THE USE BY SANSAN, INC. OF ANY MSCI ESG RESEARCH LLC OR ITS AFFILIATES ("MSCI") DATA, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT, RECOMMENDATION, OR PROMOTION OF SANSAN, INC. BY MSCI. MSCI SERVICES AND DATA ARE THE PROPERTY OF MSCI OR ITS INFORMATION PROVIDERS, AND ARE PROVIDED 'AS-IS' AND WITHOUT WARRANTY. MSCI NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI.

## ホームページのご案内

コーポレートサイト <https://jp.corp-sansan.com/> 株主・投資家情報 <https://ir.corp-sansan.com/ja/ir.html> サステナビリティ <https://jp.corp-sansan.com/sustainability/>

***sansan***

