2026年12月期第３四半期
決算説明資料

株式会社シャノン
（東証グロース市場：3976）

2026/11/13

SHANON
Marketing is Science

アジェンダ

1	会社概要	P.3
2	SHANON MAの特長	P.5
3	決算サマリー	P.6
4	2026年12月期 3Q累計業績	P.7
5	株主還元 上場来初配当の実施	P.14
6	FY2026アクション	P.16

© SHANON Inc.

会社概要

国産MA No.1奪還に向け、SMB市場の開拓と事業成長を加速
販売チャネルの拡大と製品機能の強化を推進

社名	株式会社シャノン（SHANON Inc.）
上場市場	東証グロース（3976）
設立	2000年8月
代表者名	代表取締役CEO兼COO　山﨑浩史
本社	東京都港区浜松町二丁目2番12号
従業員数	連結181名（2026年9月末時点）





役員構成		
	代表取締役 CEO兼COO	山﨑浩史
	取締役 CFO	友清学
	社外取締役 監査等委員	松原由高
	社外取締役 監査等委員	岡田英明
	取締役 監査等委員	笹岡大志
	執行役員 パートナービジネス担当	角田雄司
	執行役員 セールス担当	中山弥
	執行役員 サービス担当	仲谷崇宏
	執行役員 製品戦略担当	堀譲治
	執行役員 CMO兼グロース担当	浅野哲
	執行役員 CTO	井上史彰

© SHANON Inc.

事業概要

マーケティング領域のクラウドサービスを展開

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

マーケティングクラウド事業
～マーケティングオートメーションによる中長期のマーケティング支援サービス～

SHANON MA

サブスクリプション

主にBtoB企業の
マーケティング活動の
自動化・高度化を支援

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

導入サポートや
運用代行の支援メニューを
豊富にラインナップ

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

プロフェッショナル

マーケティング領域の
コンサルティング・開発支援

マーケティングに関わるコンサルティング、開発、BPOまで一気通貫で支援

メタバース空間を用いたマーケティングサービスを提供

イベントクラウド事業
～展示会等の管理・分析サービス～

SHANON EVENT

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

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

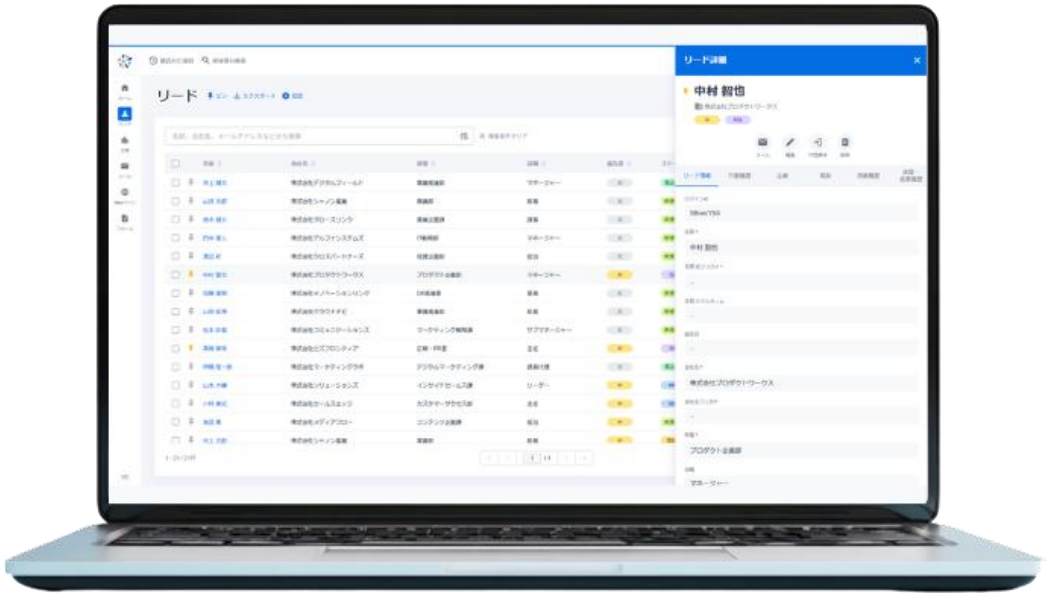
*マーケティングオートメーション（MA）：マーケティング活動全般におけるプロセスの自動化や効率化を支援するシステムの総称

© SHANON Inc.

SHANON MAの特長

AI時代にMAを選び直すなら

SHANON MA



01 Webから展示会・商談まで、顧客情報を一元管理

Web閲覧やメール反応に加え、展示会・セミナー・商談履歴まで、
一人ひとりの顧客に紐づけて時系列で管理。

02 必要な機能から始められる、柔軟な料金プラン

メール配信・フォーム・展示会など、必要な機能から導入し、
事業や運用体制に応じて活用範囲を拡張。

03 導入から運用・改善まで、充実したサポート

専任担当が導入設計から操作レクチャー、改善提案まで伴走。
AIコンシェルジュやAIによるフォーム・LP作成も支援。

© SHANON Inc.

第3四半期累計で歴代最高益を更新
国産MA No.1に向け市場の開拓を推進

FY2026 3Q業績ハイライト

売上高
2,186
百万円

営業利益
歴代最高
470
百万円

ストック型売上高
（サブスク売上）
1,497
百万円

ストック型売上高比率
68.5%
（前年通期は64.0%）

総アカウント数
871件
（前年期末時点：571）

売上高販管費率
46.8%
（経営KPI目標：55%）

- KPIである販管費率55%以下を維持
- 前期末に取得したInnovation X Solutions（IX）の寄与とサブスクリプションの堅調な成長により、ストック型売上比率が上昇
- **上場来初配当**として記念配当1株20円を実施予定

© SHANON Inc.

2026年12月期　3Q累計業績

© SHANON Inc.

2026年12月期 3Q累計　損益計算書（連結）

通期予算達成に向けて、売上・利益ともに順調に推移

（百万円）

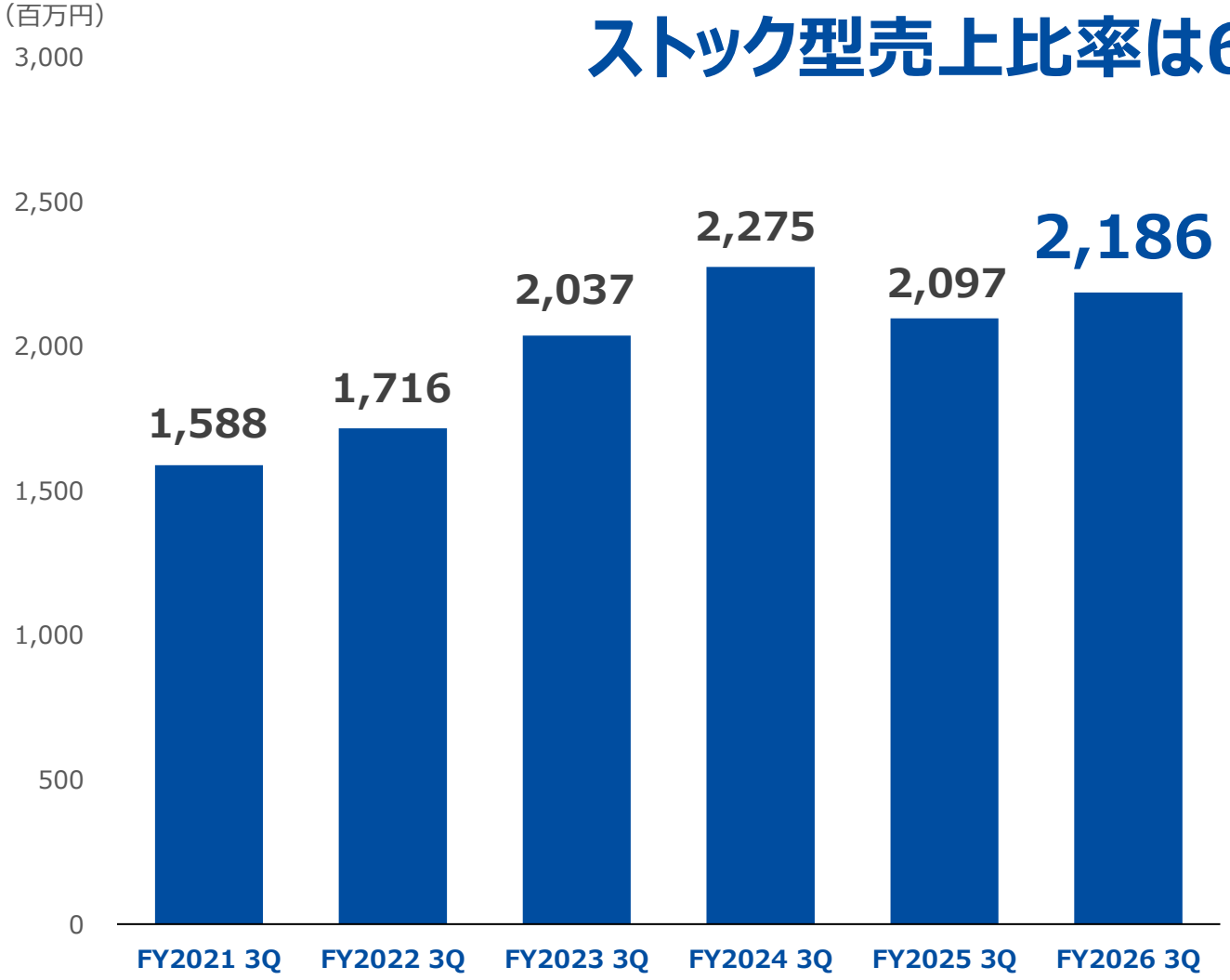
	FY2025 3Q実績（参考）	FY2026 通期公表予算	FY2026 3Q実績	予算進捗率
売上高	**2,097**	**3,000**	**2,186**	**72.9%**
売上総利益	1,360	1,980	1,493	75.4%
（売上総利益率）	64.8%	66.0%	68.3%	
販管費	1,359	1,480	1,023	69.1%
営業利益	**0.098**	**500**	**470**	**94.0%**
経常利益	△58	498	469	94.2%
親会社株主に帰属する当期純損益	△148	600	545	90.8%

※当社は2025年12月期より決算期（事業年度の末日）を変更したため、前年同四半期（2024年11月～2025年7月）と当第３四半期累計期間（2026年1月～2026年9月）では対象期間が異なります。そのため、前年同四半期増減率は記載していません。

© SHANON Inc.

売上高推移

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



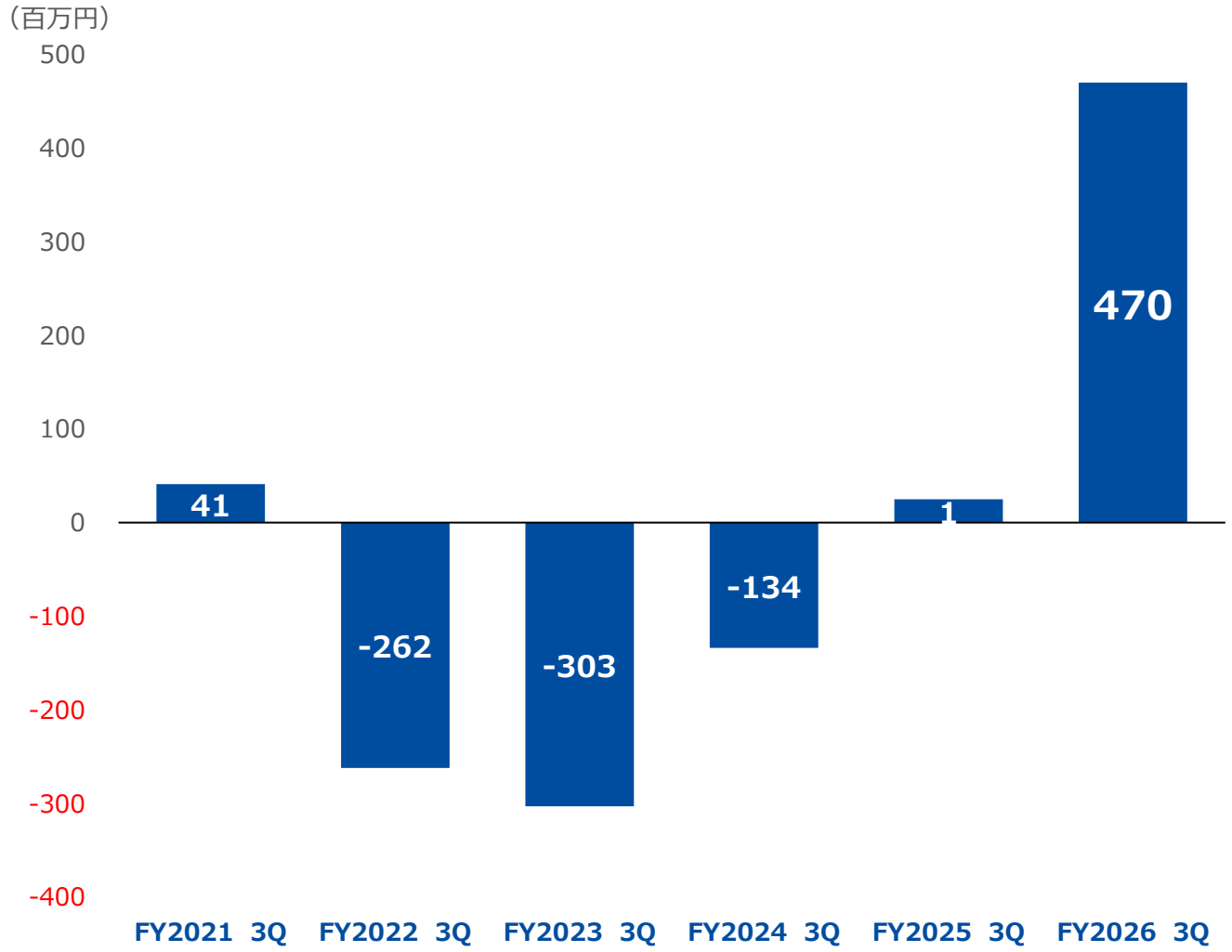
- 不採算事業の整理や経営リソースの集中を進め、主力事業の収益力を強化
- 前期末に取得したInnovation X Solutions（IX）の顧客基盤を活用したアカウント拡大と、既存事業との連携によるシナジー創出を推進

※FY2025 3Qまでは11月～7月を第３四半期会計期間、FY2026 3Qからは1月～9月を第３四半期会計期間。

© SHANON Inc.

営業損益推移

第３四半期累計で過去最高益を更新



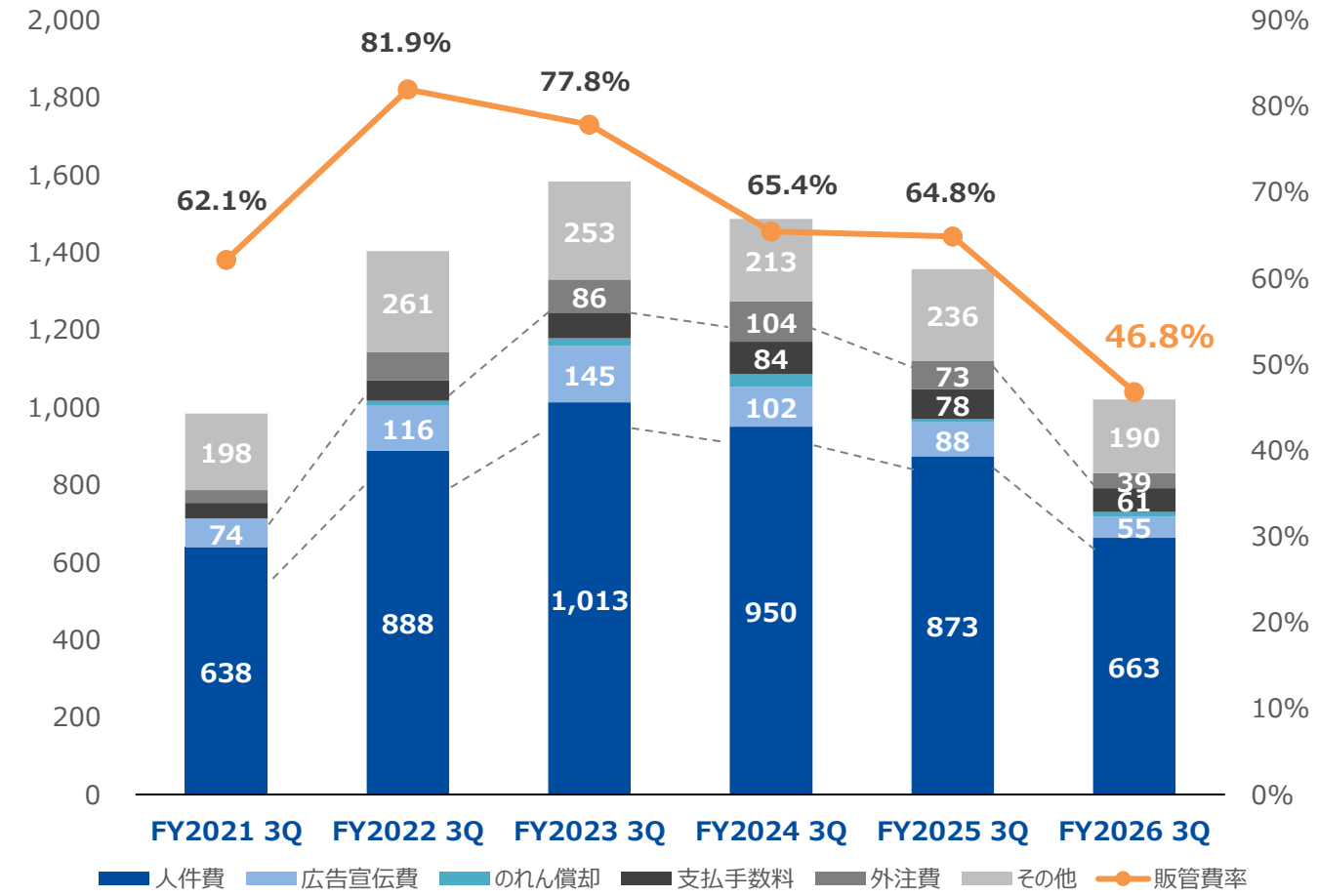
- 不採算事業の整理に加え、販管費の抑制やAI活用による業務効率化を継続。IXの業績寄与もあり、営業利益が大幅に改善

※FY2025 3Qまでは11月～7月を第３四半期会計期間、FY2026 3Qからは1月～9月を第３四半期会計期間。

© SHANON Inc.

売上高販管費率の推移

販管費率40%台で着地
2Qに続き目標KPIである55%以下を維持



- 採用抑制や業務における積極的なAI活用による生産性向上による人件費や外注費の削減、広告宣伝施策の見直し等のコスト管理を徹底したことが寄与

※FY2025 3Qまでは11月～7月を第３四半期会計期間、FY2026 3Qからは1月～9月を第３四半期会計期間。

© SHANON Inc.

FY2026 3Q累計　セグメント別売上高

マーケティングクラウド事業は前期末に取得したIXの寄与もありサブスクリプションを中心に伸長
イベントクラウド事業は想定どおりの進捗で、通期予算達成に向けて順調に推移

（百万円）

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

※当社は2025年12月期より決算期（事業年度の末日）を変更したため、前年同四半期（2024年11月～2025年7月）と当第３四半期累計期間（2026年1月～2026年9月）では対象期間が異なります。そのため、前年同四半期増減率は記載していません。

FY2026 3Q 貸借対照表（連結）

継続的な利益計上と資産・負債の整理により、財務基盤の健全性が向上

（百万円）

	FY2025 期末実績	FY2026 3Q実績	変動額	変動率
流動資産	1,400	1,743	342	124.5%
うち現金及び預金	1,009	1,331	321	131.9%
固定資産	597	695	98	116.5%
資産合計	**1,998**	**2,439**	**440**	**122.1%**
流動負債	977	885	△92	90.6%
固定負債	34	19	△15	56.2%
負債合計	**1,012**	**904**	**△107**	**89.4%**
株主資本	972	1,516	544	155.9%
純資産合計	**986**	**1,534**	**548**	**155.6%**
負債純資産合計	**1,998**	**2,439**	**440**	**122.1%**

© SHANON Inc.

株主還元　上場来初配当の実施

© SHANON Inc.

株主還元　上場来初配当（上場10周年記念配当）の実施

上場10周年を記念し、上場来初となる配当を実施予定

2026年12月期　期末配当予想

1株当たり配当金

20円

上場来初

うち 記念配当 **20円**／普通配当 0円
（前回予想：0円）

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

記念配当実施の背景

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

※配当予想は本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づくものであり、実際の配当金は今後の様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。
※詳細は、2026年11月13日付「2026年12月期 配当予想の修正（上場来初配当・上場10周年記念配当）に関するお知らせ」参照。

FY2026アクション

© SHANON Inc.

FY2026アクション

国産MA No.1に向けてアカウント数を拡大

2025年12月期

経営再建フェーズ
早期の黒字転換

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

2026年12月期

国産MA No.1奪還へ
ターゲット市場を拡大

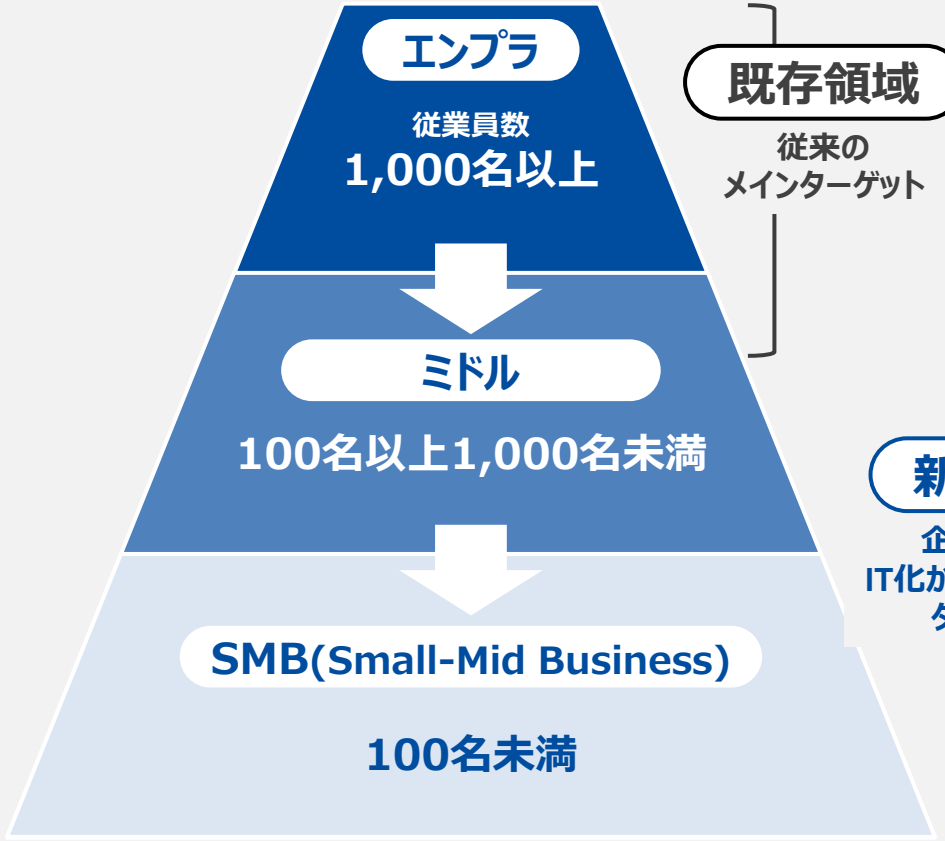
- サービスプランのラインナップ
- 販売体制の変更
- 製品力強化（UI/UX改善、AI実装でより使いやすい製品へ）

© SHANON Inc.

アクションプラン概要

ミドル～SMB領域のアカウント増狙う

TAM*拡大



既存領域
従来の
メインターゲット

新規領域
企業数が多く
IT化が完了していない
ターゲット層

	プランの拡充	販売体制変更
既存領域	デジタル・アナログの両面で マーケティングを展開する 企業向けのプラン スタンダード　エンプラ	営業力で成長 展示会等でリードを獲得し、 数か月のリード期間を経て 高単価の受注を獲得
新規領域	ターゲット層のニーズに応じて 機能を選別した廉価プラン デジタル シャキーン	製品力で成長 デジタルマーケティングを 起点に製品認知をいち早く 獲得し、最小限の営業 工数で多数の受注を獲得 （製品力の強化事例） UI/UXアップデート AIとの対話によるフォーム 生成 etc.

※TAM：Total Addressable Marketの略で、獲得できる可能性のある全体の市場規模を意味します。

© SHANON Inc.

（アクション1）メール配信ツール「SHANON MAIL」の提供開始



無料のメール配信ツールで
マーケティング市場への入口を拡大

- 初期費用、月額費用0円
  配信先3,000件まで配信通数は無制限
- 専門知識がなくても利用できる
  メール作成、配信、効果測定機能を搭載
- メール配信を入口として顧客接点を拡大
  企業の成長段階に応じて「SHANON MA」の
  有料プランへ誘導

※詳細は、2026年10月19日付「シャノン、メール配信ツール「SHANON MAIL」を無料で提供開始」参照。

（アクション2）ライバーとの業務提携による新サービスの共同展開



リアルな商談の場を
成果につながる「体験空間」へ変革

- AI、XR、ライブ配信などを活用し、
  従来にない体験型の商談空間を創出
- 体験を通じて生まれた来場者の関心をデータ化し、
  接客、商談、成約後のフォローに活用
- MAとのデータ連携やBtoC市場への展開を通じ、
  イベント事業の収益機会を拡大

※詳細は、2026年11月5日付「シャノン、ライバーと業務提携契約を締結。リアルな商談の場を、成果につながる「体験空間」へ変革」参照。

© SHANON Inc.

（アクション3）「シャキーンくん」を活用した認知拡大・販売促進活動



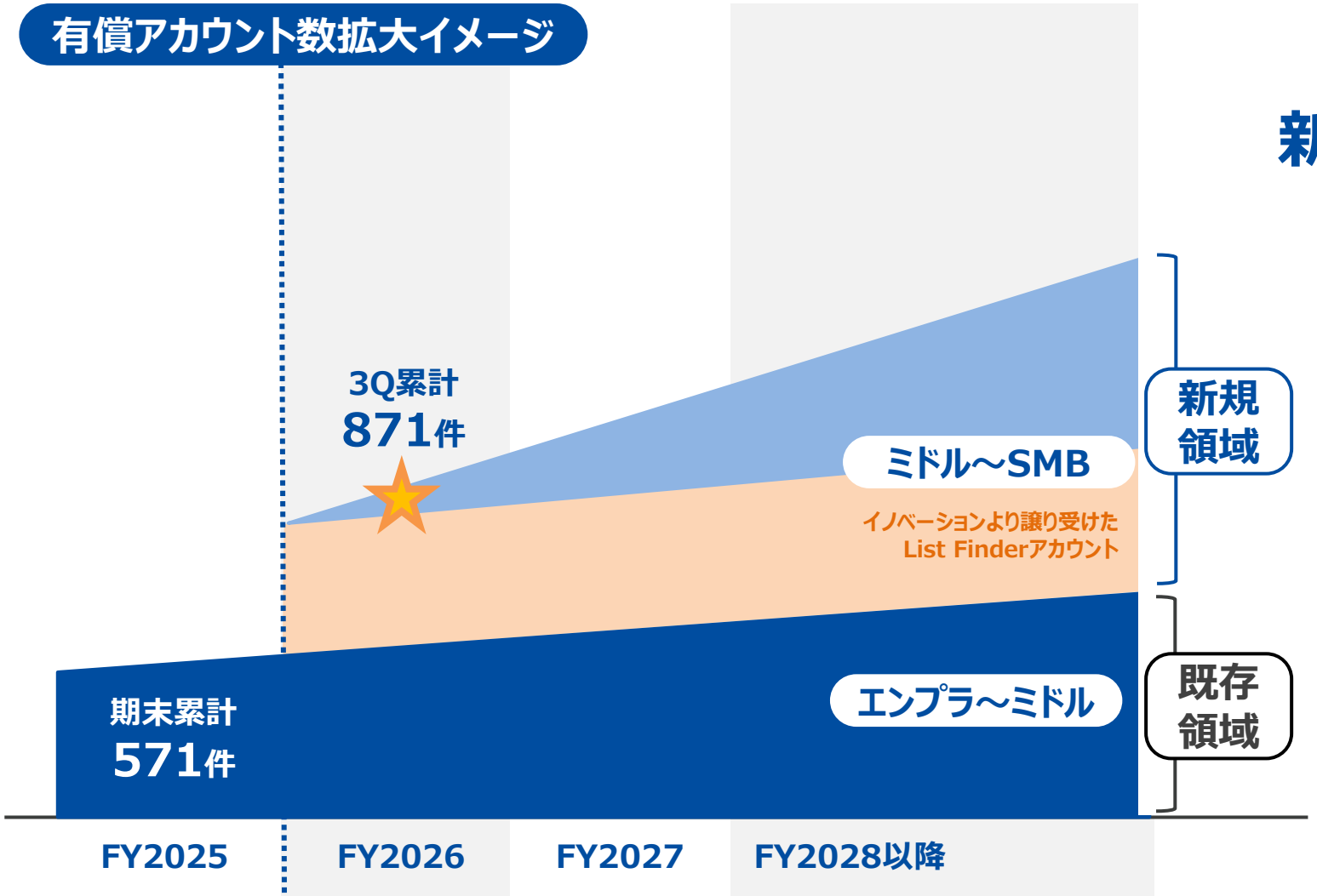


キャラクター施策とパートナー連携で SMB市場での認知・導入を拡大

- 公式マスコット「シャキーンくん」が「ゆるバース2026」に初出場し、65位にランクイン
- 外部パートナーとの連携を通じて、サービスの販売体制を強化
- 公式Youtube「シャキーンチャンネル」を開設
  開設から約1カ月半で累計5.5万回再生を突破

※弊社公式Youtube「シャキーンチャンネル」はこちら。

アカウント拡大 進捗状況



既存顧客の維持と新たな顧客接点の拡大を推進

- List Finder（LF）アカウントを譲り受け、3Q末時点では871アカウント
- LFアカウント数は減少傾向にあるものの、SHANON MAへのリプレイス施策により外部流出を一部抑制
- 無償アカウントの獲得にも注力し、SMBを中心とした新たな顧客接点の拡大を目指す

© SHANON Inc.

SHANON
Marketing is Science

ir@shanon.co.jp

Disclaimer

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