

2021年9月期第2四半期決算 Q&A

1. 連結業績について

1.1. 主力事業であるHENNGE One事業の売上高成長率について、どう考えているか。

当四半期では、HENNGE One事業の売上高成長率は前年同期比20.4%増となり、通期の見通しに対して順調に進捗しております。

今後の市場の拡大に対応するために、今期は積極的な先行投資を行うことで契約企業数(N)、ARPUの上昇でARR成長速度の変曲点を作りだし、2021年以降のHENNGE One ARRの年間20%以上の持続的成長を実現したいと考えております。

1.2. 販管費が前年同四半期よりも大きく上昇している理由は何か。

当四半期、2021年2月に大規模デジタルイベントHENNGE NOW!を開催いたしました。また、このイベントへの集客を目的としたテレビCMやウェブ・交通広告等も実施したことで、広告宣伝費は前年同期に比べ大幅に高くなりました。これにより、販管費も前年同期に比べ、大きく上昇いたしました。

1.3. HENNGE Oneの研究開発人員数が前四半期よりも減少している理由は何か。

HENNGE Oneの研究開発職に関しては、7割以上が海外から採用された社員で構成されております。直近では新型コロナウイルス感染症の影響により入国ができない内定者がでている等の理由により、四半期で減少いたしました。

現在のところ、今期の研究開発活動に大きな影響はないものと考えておりますが、引き続き状況を注視して参ります。

1.4. 営業キャッシュ・フローが約5億円のマイナスとなった理由は何か。

2021年9月期上半期は、HENNGE Oneサービスで利用しているIaaS関連費用の前払いや、HENNGE NOW!イベント等の広告宣伝関連費用の支払いがあったことにより、営業キャッシュ・フローが過去2年と比べて大幅にマイナスとなりました。

現預金は前年同期比で堅調に増加しており、財務状況は健全であると認識しております。

2. 実施した広告宣伝活動について

2.1. HENNGE NOW!イベントと付帯する一連の広告宣伝活動の手応えはどうだったか。

HENNGE NOW!イベントの開催だけでなく、集客を目的としたテレビCMやウェブ・交通広告等の積極的な広告宣伝活動を行い、当初の計画通り、HENNGE NOW!の来訪者数は1万人超と

なりました。また、クラウド導入を検討している全国の企業様、およびパートナー企業様に幅広くリーチすることができたと考えております。

現在、現場では2月のイベントにご来訪のお客様へのフォローアップをしているところであり、まだイベントの効果についてお伝えできるタイミングではありませんが、現場の活動量は増えてきており、良い滑り出しができてきている状況であると認識しております。

2.2. 当期投下する広告宣伝費の効果はいつからあらわれると想定するか。

HENNGE Oneの商談開始から受注までのリードタイムは、平均でおおよそ6か月程度です。そのため、2021年9月期の広告宣伝費の効果の大部分は、2022年9月期以降の売上高に反映されてくるものと考えております。

3. 通期見通しについて

3.1. プロフェッショナル・サービス及びその他事業の売上高が減少する見通しなのはなぜか。

現在プロフェッショナル・サービス及びその他事業の売上高の多くを構成しているのは、従来より販売してきたオンプレミス製品であり、その大部分は段階的に販売を終了する計画となっております。

SaaS型のサービス展開にも取り組んでいるものの、プロフェッショナル・サービス及びその他事業全体の売上高としては、オンプレミス製品の販売終了の影響による減収を想定しております。

3.2. リードが多く獲得できたとして、現在の人員体制で対応できるのか。

今期は年間を通して全社で約30人の人員増を目指しており、営業及びカスタマー・サクセス部門を中心に積極的な増員を計画しております。採用は順調に推移しているものの、人員不足が今後の成長のボトルネックにならぬよう、採用は引き続き強化していきたいと考えております。

3.3. 営業費用の通期見通しに対する進捗は順調か。

広告宣伝費を除いた営業費用に関しては、通期見通しに対する進捗率が50%未満となっておりますが、下半期には人材採用等、将来のための投資を積極的に行っていく計画であり、営業費用の投下は概ね計画通りに進捗しております。

4. 事業の進捗について

4.1. 新型コロナウイルス感染症の拡大による影響はあるか。

社内では、新人教育等で試行錯誤が続くものの、概ねリモートワーク中心のワークスタイルが定着しております。一方で、渡航制限等の影響により、グローバル人材の入社やグローバルインターンの受入れ等に遅延が発生しております。

なお、今後仮に景気が後退した場合には、お客様によるサービスの解約や利用縮小の可能性も考えられるため、引き続き状況を注視していきたいと考えております。

4.2. HENNGE Oneの各種KPIについて

HENNGE株式会社(東証マザーズ:4475) 2021年9月期第2四半期決算説明資料

成長戦略の進捗

(HENNGE One)

短期的にはNの増加、中長期ではARPUの上昇に注力することで、2021年9月期に変曲点を作り、2022年9月期以降でのARR成長率上昇を目指します。

	ARR			N			n			ARPU		
	ARR	前年比	前年Δ	契約企業数	前年比	前年Δ	契約企業あたりの平均契約ユーザー数	前年比	前年Δ	契約ユーザーあたりの年間単価	前年比	前年Δ
	(百万円)	(%)	(百万円)	(社)	(%)	(社)	(人)	(%)	(人)	(円)	(%)	(円)
4Q FY14	563		=	232		x	1,187		x	2,042		
4Q FY15	880	+56.5%	+318	399	+72.0%	+167	1,095	-7.8%	-93	2,015	-1.3%	-27
4Q FY16	1,288	+46.3%	+407	642	+60.9%	+243	1,018	-7.0%	-76	1,970	-2.2%	-45
4Q FY17	1,898	+47.4%	+611	928	+44.5%	+286	1,107	+8.7%	+89	1,848	-6.2%	-122
4Q FY18	2,552	+34.4%	+653	1,176	+26.7%	+248	1,166	+5.3%	+59	1,861	+0.7%	+13
4Q FY19	3,240	+27.0%	+688	1,428	+21.4%	+252	1,171	+0.4%	+5	1,938	+4.2%	+77
4Q FY20	3,909	+20.7%	+670	1,667	+16.7%	+239	1,169	-0.2%	-2	2,007	+3.5%	+68
2Q FY21	4,324		=	1,813		x	1,106		x	2,156		

HENNGE

32

4.2.1. 契約企業数(N)は、順調に推移しているか。

契約企業数(N)は堅調に増加していると認識しております。

4.2.2. ARPUの上昇の要因は何か。

新規獲得契約の単価が上昇傾向にあり、全体のARPUも上昇傾向にあります。

4.2.3. 大口顧客の解約や、販売代理店の販売方針変更などによる今後のARR急減のリスクについてはどのように考えているか。

ARPA(契約企業1社あたりの平均契約金額)が上昇する傾向はみられているものの、当四半期末日時点において、ARRの大部分を構成している大口顧客やパートナー企業は存在せず、販売先の分散度合いは健全であると認識しております。現時点においては、解約によるARRの急減リスクは限定的だと考えております。

以上

免責事項

本書には、当社グループに関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社グループは、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。

当社グループ以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しております。

本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売りつけの申込み又は買付けの申込みの勧誘(以下、「勧誘行為」という。)を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。