

## 2021年9月期 通期決算 Q&A

### 1. 連結業績について

- 1.1. 主力事業である**HENNGE One**事業の通期の売上高成長率について、どう考えているか。  
2021年9月期のHENNGE One事業の売上高成長率は前期比20.4%増となり、通期の見通しに対して順調に進捗いたしました。
- 1.2. 通期の販管費が前期比で上昇した理由は何か。  
当社グループは、将来の複数年にわたり当社グループに収益をもたらす性質をもつHENNGE OneのLTV最大化の観点から、当期の営業利益の水準にこだわりすぎることなく費用を投下し、将来のARR獲得を積極的に行う方針をとっています。  
2021年9月期においては、第2四半期で大規模な広告宣伝投資を実施したことに加え、2022年9月期以降の成長に繋がると考えられる活動を中心に、当第4四半期でも引き続き費用を投下いたしました。
- 1.3. 当第4四半期の人件費、業務委託費、広告宣伝費、その他の販管費が前四半期比で増加した理由は何か。  
当第4四半期では積極的な採用活動を実施したことで「その他の販管費」が、2021年8月に発表した新機能追加に関連するイベントや広告の実施したことで広告宣伝費が、また活性化された営業・カスタマーサクセス活動の対応を行ったことで業務委託費等が、それぞれ増加いたしました。また、従業員に対してリモートワークに係る手当の一時金を支給したことなどにより人件費等も第3四半期と比べ増加しております。
- 1.4. **HENNGE One**の研究開発人員数が前期末比で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。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、前期末と比べ減少しております。現在のところ、直近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。
- 1.5. カスタマーサクセス人員数が前期末比で増加していない理由は何か。  
第3四半期中にプロダクトの強化等を目指して実施した組織変更によりカスタマーサクセス職の一部が事業開発等に異動したことで、カスタマーサクセス職自体が増加していないように見えますが、採用は順調に推移いたしました。

## 2. 事業の進捗について

### 2.1. 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。

### 2.2. HENNGE Oneの各種KPIについて

成長戦略の進捗												
(HENNGE One)												
短期的にはNの増加、中長期ではARPUの上昇に注力し、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数	前年比	前年Δ	契約ユーザあたりの年単価	前年比	前年Δ	
(百万円)	(%)	(百万円)	(社)	(%)	(社)	(人)	(%)	(人)	(円)	(%)	(円)	
FY2014	563		=	232		x	1,187		x	2,042		
FY2015	880	+56.5%	+318	=	399	+72.0%	+167	x	1,095	-7.8%	-93	
FY2016	1,288	+46.3%	+407	=	642	+60.9%	+243	x	1,018	-7.0%	-76	
FY2017	1,898	+47.4%	+611	=	928	+44.5%	+286	x	1,107	+8.7%	+89	
FY2018	2,552	+34.4%	+653	=	1,176	+26.7%	+248	x	1,166	+5.3%	+59	
FY2019	3,240	+27.0%	+688	=	1,428	+21.4%	+252	x	1,171	+0.4%	+5	
FY2020	3,909	+20.7%	+670	=	1,667	+16.7%	+239	x	1,169	-0.2%	-2	
FY2021	4,740	+21.2%	+830	=	1,952	+17.1%	+285	x	1,095	-6.3%	-73	
										+10.5%	+210	

#### 2.2.1. 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。

#### 2.2.2. 契約企業あたりの平均契約ユーザ数(n)が減少しているのはなぜか。

契約企業あたりの平均契約ユーザ数(n)は、第1四半期での比較的特殊な用途でサービスを利用いただいていた大規模ユーザの解約があったこと、第3四半期に首都圏以外の地域でのパートナー企業との連携強化を図ってきた結果SSOニーズのある中小企業へのアプローチが進んできたこと等により微減いたしました。当第4四半期では比較的大規模のお客様への販売が進んだことで平均契約ユーザ数(n)は微増いたしました。平均契約ユーザ数(n)は各四半期に獲得・解約される顧客企業規模の構成により変動するため、今後も傾向を注視してまいります。

#### 2.2.3. ARPUが上昇傾向であるのはなぜか。

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。

### 3. 2022年9月期 通期業績見通しについて

#### 3.1. HENNGE One事業の2022年9月期の売上高についてどう考えるか。

2022年9月期のHENNGE Oneの売上高成長率は、新プランの販売により受注を伸ばすことで前期比21.8%での増収を見込んでおります。

#### 3.2. 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。

#### 3.3. 広告宣伝費の投下方針についてどう考えるか。

新サービスの認知向上のための広告宣伝(ネット広告、雑誌広告、交通広告、TVCM等)を実施するほか、新型コロナウイルス感染症終息の可能性も考慮しリアルイベントやオンラインイベントでの露出を図るなど、一点集中でない形で状況を踏まえた多層的な顧客アプローチを試みます。

なお、この費用投下は、2022年9月期以降のHENNGE One ARRの伸びを作るための活動と位置付けております。

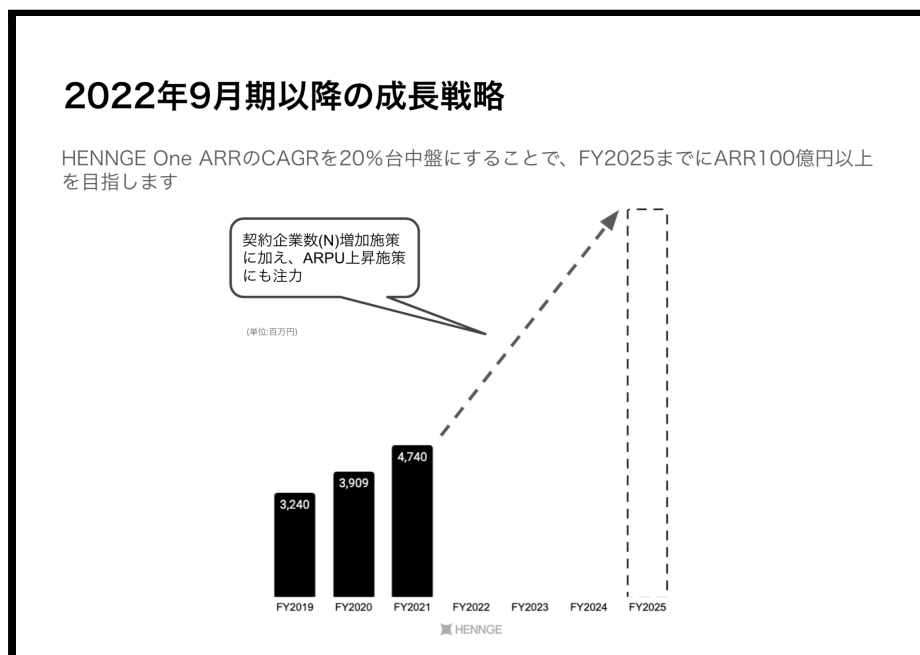
#### 3.4. その他の費用のかけ方についてどう考えるか。

今後の成長のための全方位的な採用を行い、全社で50名以上の純増を目指します。

2021年10月から販売を開始するHENNGE Oneの新プラン販売促進のため、営業職とカスタマーサクセス職を重点的に増強しつつ、人員の充足までは業務委託も並行して活用し、顧客対応のためのリソース確保を最優先いたします。

なお、この費用投下は、特に既存のお客様の2022年9月期以降での新プランのご利用促進に効いてくるものと考えております。

## 4. 2022年9月期以降の成長戦略について



### 4.1. HENNGE One事業の中長期的な成長についてどう考えるか。

2022年9月期以降も積極的なマーケティング投資を行い、ニューノーマル下で拡大する機会を捉えることで、HENNGE Oneの中期的なARR成長の加速を目指してまいります。

2021年9月期の大規模なマーケティング活動や2022年10月に発売を開始する新プランの販売開始により、2022年9月期からは新しい成長トレンドを作り出し、「N」と「ARPU」を上昇させることで、CAGR 20%台半ばでの中期的なARR成長を目指してまいります。

HENNGE OneのARRは、2025年9月期までに100億円以上の水準を目指してまいります。

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。