

2022年9月期第1四半期決算 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19.5%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。

1.2. 販管費が対前年同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、直近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おります。

2021年9月期第4四半期に発表したHENNGE Oneの新機能に関連する広告宣伝投資を引き続き実施したことに加え、営業・カスタマーサクセス活動の強化に伴う人件費や業務委託費が増加するなど、2022年9月期以降の成長に繋げるための活動を中心に、当四半期でも費用を投下いたしました。

1.3. 従業員(アルバイトを含まず)が前期末比で減少している理由は何か。

当四半期では、人員採用が進んではいるものの、入退者数のバランスの悪化により、前期末比で1名減少いたしました。

また、入国制限の影響により、特にHENNGE One開発/研究開発人員について、海外在住内定者の入社が遅延中となっております。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まいります。

2. 通期見通しについて

2.1. 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。

2.2. 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。

2.3. 広告宣伝費以外の営業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。そのため、人員に関連する費用は積極的に投下する方針です。

2021年10月から販売を開始した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。

2.4. 営業利益の進捗率が**44.7%**だが、通期では上方修正しないのか。

第2四半期以降で将来ARR最大化のための積極的な投資活動を行う見通しとなっておりますので、営業利益については通期の見通しに対して順調な進捗であると認識しております。

3. 事業の進捗について

3.1. 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。

3.2. HENNGE Oneの各種KPIIについて

HENNGE株式会社(東証マザーズ:4475) 2022年9月期第1四半期 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、ARR成長率の上昇を目指します

	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間単価	前年比	前年Δ			
	(百万円)	(%)	(百万円)	(社)	(%)	(社)	(人)	(%)	(人)	(円)	(%)	(円)			
FY2015	880	+56.5%	+318	=	399	+72.0%	+167	×	1,095	-7.8%	-93	×	2,015	-1.3%	-27
FY2016	1,288	+46.3%	+407	=	642	+60.9%	+243	×	1,018	-7.0%	-76	×	1,970	-2.2%	-45
FY2017	1,898	+47.4%	+611	=	928	+44.5%	+286	×	1,107	+8.7%	+89	×	1,848	-6.2%	-122
FY2018	2,552	+34.4%	+653	=	1,176	+26.7%	+248	×	1,166	+5.3%	+59	×	1,861	+0.7%	+13
FY2019	3,240	+27.0%	+688	=	1,428	+21.4%	+252	×	1,171	+0.4%	+5	×	1,938	+4.2%	+77
FY2020	3,909	+20.7%	+670	=	1,667	+16.7%	+239	×	1,169	-0.2%	-2	×	2,007	+3.5%	+68
FY2021	4,740	+21.2%	+830	=	1,952	+17.1%	+285	×	1,095	-6.3%	-73	×	2,217	+10.5%	+210
Q1 FY22	4,859			=	2,000			×	1,085			×	2,239		

HENNGE

33

3.2.1. 契約企業数(N)は、順調に推移しているか。

契約企業数(N)の増加は緩やかなスタートとなっています。

2021年9月期第4四半期に発表した新機能及び新プランについて、お客様や販売パートナー様からのご関心は高く、問い合わせも多く受けている状況です。しかしながら、既存のお客様への説明や対応が想定以上にかかってしまい、結果として、新規案件のクロージングに影響が出てしまいました。

新プランに関して新規のお客様だけでなく既存のお客様からもご関心が高いということは良い兆候であると捉えておりますが、今後の新規案件を堅調に獲得していくにあたり、人員体制を一層強化してまいります。

3.2.2. 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。

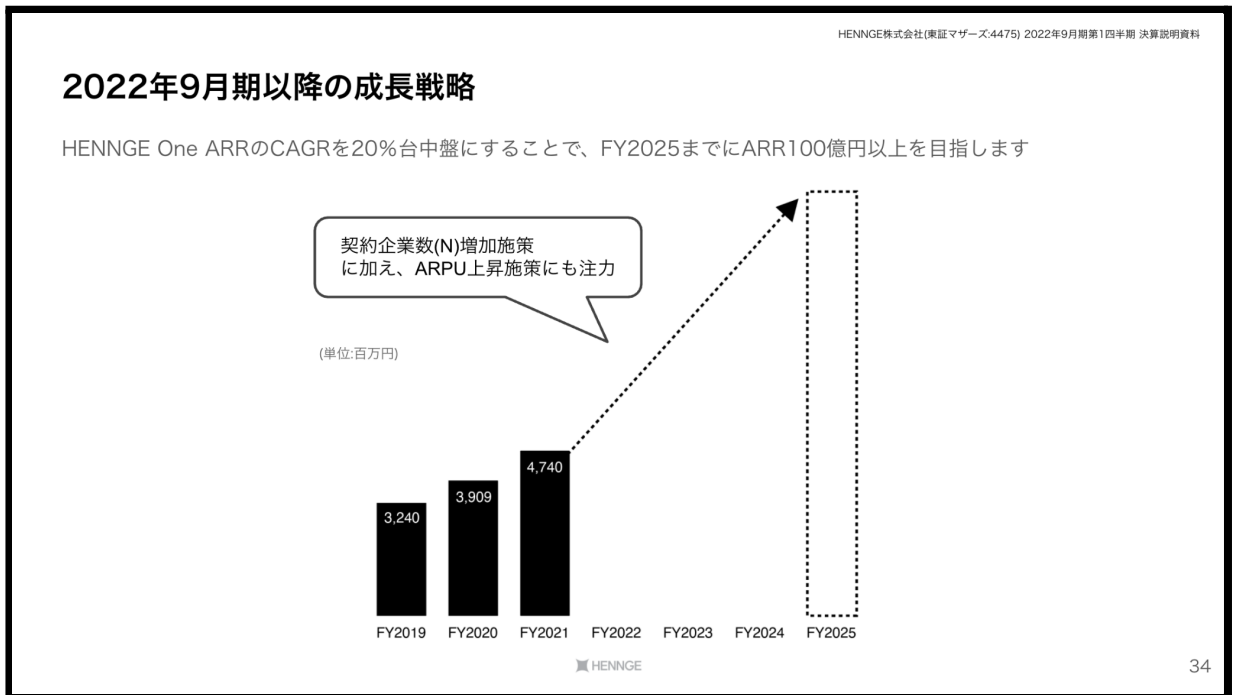
契約企業あたりの平均契約ユーザ数(n)は、当四半期において比較的小規模のお客様への販売が多かったことにより減少いたしました。平均契約ユーザ数(n)は各四半期に獲得・解約される顧客企業規模の構成により変動しうるため、今後も傾向を注視してまいります。

3.2.3. 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。

なお、今期における2021年10月販売開始の新プランがARPUに与える影響は限定的であると見込んでおります。

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。

成長の加速を実現するべく、2021年9月期は、大規模なマーケティング活動を実施するとともに、HENNGE Oneの新機能追加と新プランを発表いたしました。

2022年9月期は、新機能、新プランを主に新規のお客様へ展開していく方針です。2023年9月期には、新規のお客様だけではなく既存のお客様にも展開していく予定です。

このような3つのステップを実施することで、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、今後の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。