

2022年9月期第3四半期決算 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19.0%増となり、通期連結業績見通しに対して順調に進捗しております。

1.2. 従業員(アルバイトを含まず)の採用状況に改善は見られたか。

当四半期では、入国制限が徐々に緩和され、HENNGE One開発/研究開発人員を中心に海外在住内定者が4月以降順次入社したことに加えて、採用活動が順調に進捗した結果、2021年9月期末比で27名増となりました。一定の改善は見られたものの、上半期での入退社数のバランス悪化の影響により、営業やカスタマーサクセスを中心に引き続き人員不足の状況にあります。

2. 事業の進捗について

2.1. HENNGE Oneの各種KPIについて

HENNGE株式会社(東証グロース:4475) 2022年9月期第3四半期 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)
FY2014	563	=		232	×		1,187	×		2,042		
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
Q3 FY22	5,371	=		2,139	×		1,067	×		2,352		

HENNGE

2.1.1. 契約企業数(N)は、順調に推移しているか。

契約企業数(N)については、営業人員不足などの影響が継続しておりますが、徐々に復調傾向にあります。

新ライセンス体系に関して、既存のお客様からもご関心が高いことは良い兆候であると捉えておりますが、今後も新規案件を堅調に獲得していくため、人員体制を強化してまいります。

2.1.2. 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。

販売パートナー様との連携強化を進めるなど、販売地域を拡大してきたことに伴いリーチできるお客様が多層的になってきておりますが、当四半期においては比較的小規模のお客様への販売が多かったことにより、契約企業あたりの平均契約ユーザ数(n)は減少いたしました。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。

2.1.3. ARPUが上昇傾向であるのはなぜか。

ARPUについては、前四半期に引き続き、ライセンス体系の刷新により新規のお客様が従来よりも高単価な新ライセンス体系でご契約いただいていること、また当初想定していたよりも多くの既存のお客様が新ライセンス体系へ移行してくださっていることなど、複合的な要因で上昇いたしました。

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通期売上高としては、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. HENNGE One事業の今後の見通しについてどう考えるか。

2021年10月からの新機能追加・新ライセンス体系導入により、HENNGE Oneのサービス内容が充実し、それに伴いARPUも上昇傾向にあります。しかしながら、第1四半期から申し上げております通り、新規顧客獲得の体制構築に課題が残っております。(本課題に対する具体的施策は「3.4 人員計画の今後の見通しについてどう考えるか。」をご参照ください。)

結果として、当期のARRの年間成長率は20%を若干下回る可能性があり、同時に、売上高も通期連結業績見通しに対して若干未達となる可能性があります。期末に向けてまだ時間はございますので、引き続き目標達成に向けた活動を実施してまいります。

3.3. 広告宣伝費の今後の見通しについてどう考えるか。

直近、新型コロナウイルス感染症感染再拡大の可能性のあるものの、第4四半期も来期以降

のARRの獲得に繋がるマーケティング投資をさらに推し進める計画となっており、広告宣伝費は通期連結業績見通しに沿った着地となる見込みです。

3.4. 人員計画の今後の見通しについてどう考えるか。

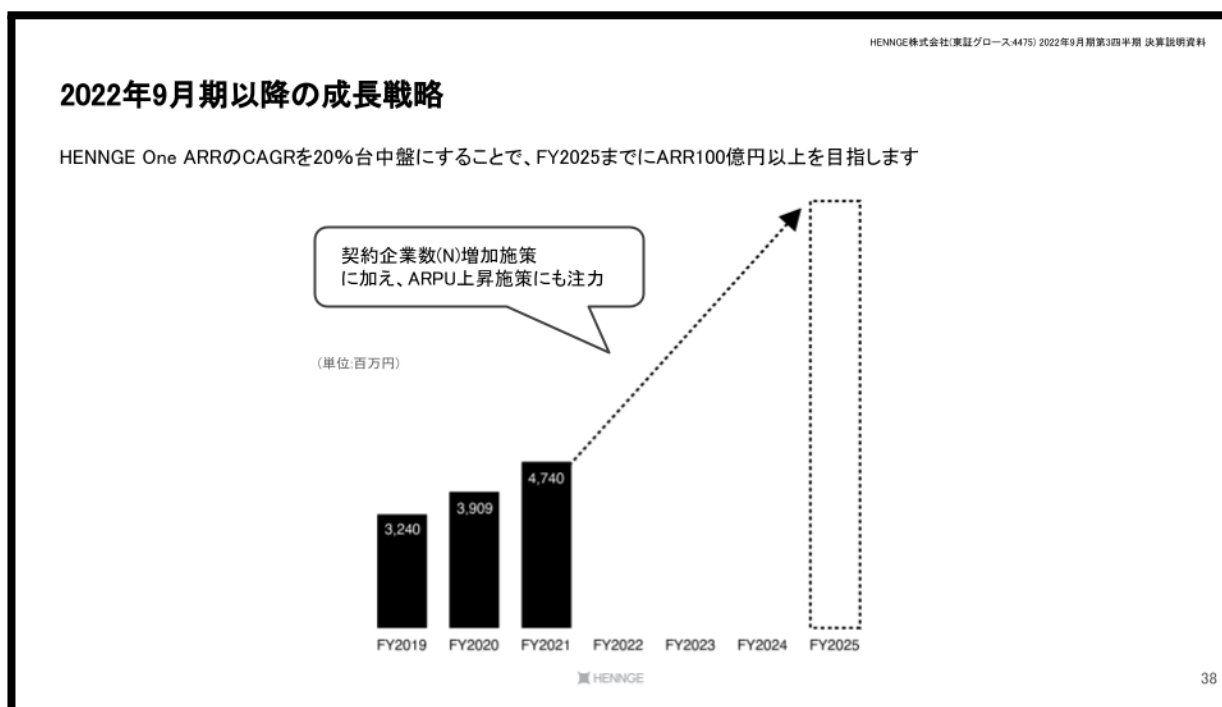
入国制限の緩和により海外採用が再開しましたが、入退社数のバランスが悪化しており、営業やカスタマーサクセスを中心に、計画通りに人員を充足できておりません。結果として、当期の人員の純増数は前期並みとなり、期初方針で目指していた50人純増には届かない見込みです。

ブランド力とリテンションの向上に資するような施策の一環として、2022年7月からB2B SaaS企業の中でのトップクラスの給与水準を目指すよう社内制度の見直しなどを行い、より強固な組織の体制構築を目指してまいります。

3.5. 営業利益の進捗率が110.0%だが、通期業績予想は修正しないのか。

第4四半期で、将来のARR最大化のための積極的なマーケティング活動を行う予定であり、営業利益については通期連結業績見通しに沿った着地となる見込みです。

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の新機能追加と新ライセンス体系を発表いたしました。

2022年9月期は、新機能、新ライセンス体系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。

現在、新規のお客様への展開が想定よりも遅れているものの、既存のお客様への展開が想定よりも若干早まっております。当初計画通り、既存のお客様の新ライセンス体系への移行の大部分は2023年9月期以降になると見込んでおり、全体としての成長シナリオに変更はありません。

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。

5. その他

5.1. 最近の外国為替市場での円安進行が事業に与える影響はあるか。

クラウドインフラ利用料は主に米ドル建てで支払っております。為替予約等を実施しているため、今後、急激に円安が進行した場合でも、当期の売上原価には影響しないものの、来期以降の業績に一定の影響を及ぼす可能性があります。

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。