

2024年12月期第1四半期 決算説明資料



ユーザーがサービスを
より楽に利用するための

らく
楽



ユーザーがサービスを
クラウド上で利用するための

くも
雲

2024年5月10日
東証グロース：4060

2024年 第1四半期 決算概要

- 2024年第1四半期の売上高は、SaaSサービスに注力する目的でITオフショア開発サービスを縮小したものの、SaaSサービスの堅調な成長（前年同期比**24.2%**増）を主因として、**347**百万円（前年同期比**18.1%**増）と継続的な増収を達成
- 主要なKPIであるUU数は複数の大規模案件の獲得により、前期末比で**+16**千UUと増加。利用社数についても**+44**社と堅調に増加
- 原価率は前年同期比△**0.6** pt、販管費率は同△**1.1** ptと改善
- 売上高の増加及び高い限界利益率を背景として、EBITAは**102**百万円（前年同期比**40.6%**増）、営業利益は**89**百万円（同**26.1%**増）と大幅な増益を達成
- 利益率についても、EBITAマージンは**29.6%**、営業利益率は**25.8%**となり、前年同期比で各々**4.7**pt及び**1.6**ptと上昇

2024年 第1四半期 における 主要トピック等

- 2024年4月よりrakumo製品の価格改定が開始。現時点では、多くのクライアントからご理解をいただいている状況
- セグメントマーケティングを中心とした各種施策の効果が出てきており、教育機関や自治体等へのrakumo製品の拡販が進捗
- gamba! において生成AIを活用した新機能をリリース
- アイヴィジョン（以下、IV社）におけるコンソーシアム体制の構築により、サービスラインナップの拡充に成功
- 日本情報通信様とのアライアンス強化を発表

I. 2024年第1四半期決算等の状況

II. 今後の施策、事業環境等

III. 今後のサービス展開方針等

IV. Appendix（補足資料）

1. 会社概要・事業概要

2. SaaSサービスの概要・特徴

3. 業界動向

4. 当社の特徴・強みのサマリー

5. 成長戦略

6. 主要なリスク及び対応方針

I . 2024年第 1 四半期決算等の状況

1 「ユニークユーザー（UU）単価の増加」

- a. アドバンテッジパートナーズ（以下、AP社）グループのアドバンテッジアドバイザーズ社（以下、AA社）との資本業務提携を通じた各種施策の検討・推進
- b. 2024年4月より開始したrakumo製品の価格改定の準備・対応
- c. IV社におけるコンソーシアム体制の構築によるサービスラインナップの拡充など、各種施策の検討・実施
- d. Google Workspaceのドル建て仕入から円建て仕入への変更対応の実施
- e. 新規プロダクトローンチに向けた継続的な開発
- f. 既存製品に対する有償オプション機能の検討
- g. 製品間連携の訴求による新規クライアントへのパック販売の推進
- h. 既存大手顧客に対する個別インタビューを通じた追加商談の創出

2 「ユニークユーザー（UU）数の増加」

- a. AP社グループのAA社との資本業務提携を通じた各種施策の検討・推進
- b. IV社におけるコンソーシアム体制の構築によるサービスラインナップの拡充など、各種施策の検討・実施
- c. gamba!における新機能の継続的な開発（日報レビュー機能[リンク](#)、投稿グループ階層化機能、Google ドライブ連携機能など）
- d. 業界セグメント特化型（教育機関、自治体、建設業等）マーケティング施策の実施（例：建設業向け共催セミナーの開催[リンク](#)）
- e. Google Workspace導入企業への各種施策を通じたマーケットシェアの拡大
- f. 新規プロダクトローンチに向けた継続的な開発
- g. 既存製品に対する有償オプション機能の検討
- h. 事例紹介の拡充（アルペン様[リンク](#)、ライフネット生命様[リンク](#)、銀一様[リンク](#)）

3 「解約率の低減」

- a. ITreview、顧客満足度調査、クライアントインタビュー等を通じた継続的な機能開発
- b. 契約直後の顧客及び利用開始直後（～3か月など）のクライアントへのサポート
- c. 稼働率等を鑑みた更新クライアントへのフォロー
- d. もくもく会（WEB会議にて、お客様が「もくもく」と rakumo の設定をすることを支援する会（rakumoサポートメンバーが待機しているため、リアルタイムでの質問・対応が可能））を通じたカスタマーサポートによる課題の発見と活用
- e. 製品の設定・使用方法レクチャー会（ハンズオンセミナー）の強化
- f. 中小規模顧客に対するサポート窓口の認知と情報提供の強化
- g. 既存大手顧客に対する個別インタビューを通じた利用課題の抽出と個別対策の提案

(①-a, ②-a UU単価増及びUU数増施策)

AP社グループのAA社との資本業務提携を通じた各種施策を推進中 

- 前年度に開示している各種施策[リンク](#)をベースとした以下の事項を中心に、AA社の高度な知見を持つメンバーとrakumo社間でプロジェクト化の上で推進中
- rakumoのオーガニック成長戦略（以下(1)～(3)、(5)、(6)）の他、ノンオーガニック（M&A等）（以下(4)）においても随時両社の知見を合わせて推進中

Advantage Advisors

ADVANTAGE
PARTNERS



 rakumo

- (1) rakumo製品の価格改定
- (2) 新規顧客の獲得支援
- (3) 新規サービスの開発支援
- (4) M&A支援（PMI・各種シナジー施策含む）
- (5) 解約防止に向けた顧客体験の向上支援
- (6) 既存顧客に対する追加サービスの拡販支援
- (7) その他 rakumo社とAA社が別途合意する業務

①オーガニック
及び
②ノンオーガニック
の両面から
両社の知見を活かし
rakumoグループの
成長を目指す

rakumo製品の価格改定：概要

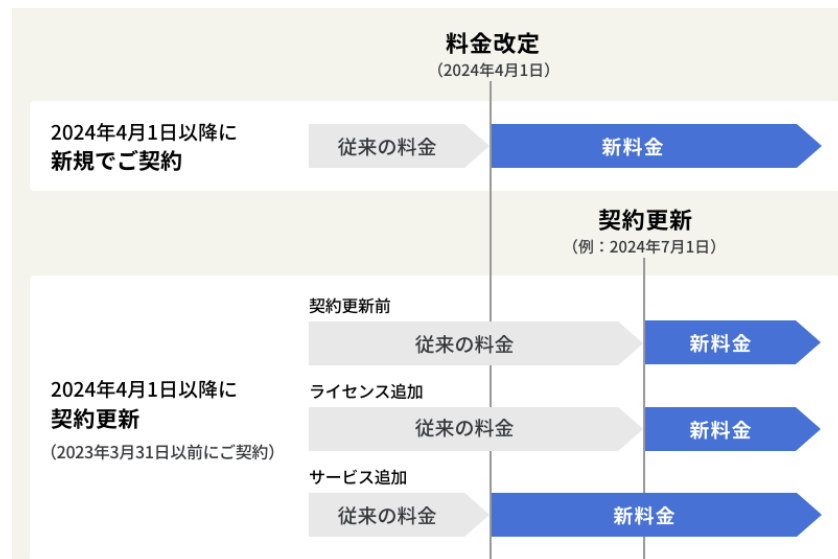
- 2024年4月1日開始の価格改定[リンク](#)に向けた準備及び更新対応を当1Qにて実施
- SaaSは積み上がりビジネスであり、過去にローンチした製品の販売数（ライセンス数）が比較的多くなる傾向あり。結果、本価格改定は当社の売上増に大きく貢献
- 新規クライアントに関しても単価上昇を企図
- 現時点では、多くのクライアントからご理解をいただけている状況

従来の料金と改定後の新料金

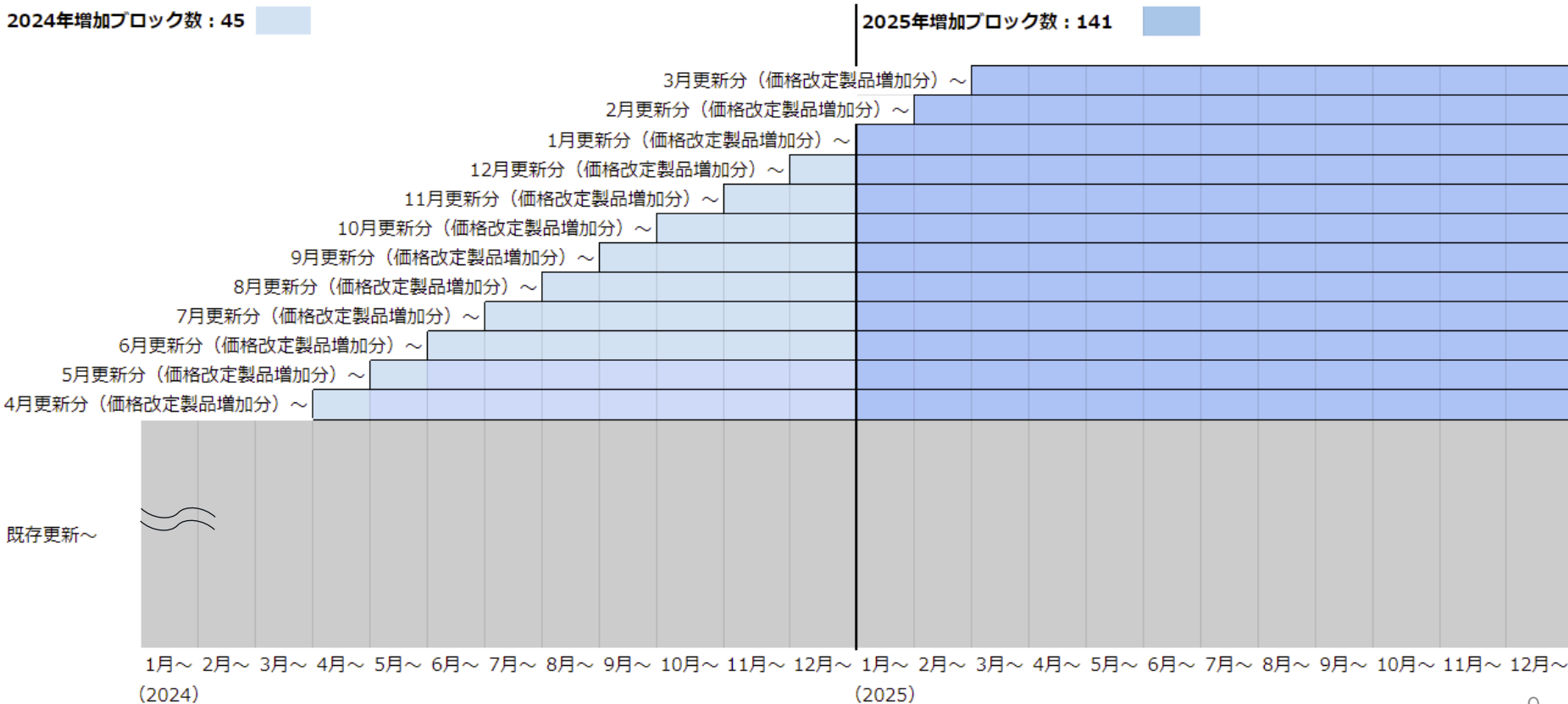
	従来の料金 (1ユーザーライセンス/月)	改定後の新料金 (1ユーザーライセンス/月)
rakumo カレンダー	100円	150円
rakumo ボード	150円	200円
rakumo コンタクト	50円	100円

	従来の料金 (1ユーザーライセンス/月)	改定後の新料金 (1ユーザーライセンス/月)
rakumo Basic パック (rakumo カレンダー / ボード / コンタクト / ワークフロー)	390円	490円
rakumo Suite パック (rakumo カレンダー / ボード / コンタクト / ワークフロー / キンタイ / ケイヒ)	780円	880円

新料金の適用時期



- 2024年4月以降に更新の各既存クライアントにおいて、順次価格改定が開始
- 既存クライアントの売上増加効果は、2025年度（価格改定による増加分） \div 2024年度（価格改定による増加分） \times 3倍強となるイメージであり、価格改定プロジェクトは当社にとって中長期の重要な施策となるものと思料
- なお、現時点では、価格改定の影響が不透明であり、合理的な業績予想の算出が困難であると判断したため、2024年12月期の連結業績予想は未定



(②-d,e UU数増施策)

Google Workspace導入企業への各種施策を通じたシェアの拡大



- ・ Google Workspaceの利用者数 (②) からすると、既存のマーケットだけでも当社製品の導入比率を拡大できる十分な余地がある状況
- ・ 確度の高いマーケットへ積極的にアプローチすることにより、当社のマーケットシェアの拡大を企図。現状も各種施策を検討・推進中

既存マーケットの状況

②日本国内のGoogle Workspace現在の利用者数
500万人⁽¹⁾

①rakumoの現UU (利用者) 数
約58万人⁽²⁾

開拓方針

- ・ パートナーとの協業による大型案件の開拓



- ・ Google Workspace導入企業データベースを活用したピンポイントでのクライアント開拓
- ・ 更に既存マーケットのセグメンテーションを実施の上、各種業界・規模に応じた販売施策を通じたクライアント開拓

出所:

(1) 某アナリスト推定数値 (2021年3月30日発行の某アナリストのレポートより引用)

(2) 当社自社統計

(②-d,e UU数増施策)

(参考) 教育機関を中心にお客様が増加中



・セグメントマーケティングを中心とした施策により各種教育機関でのrakumo製品の活用が進んでいる状況

・当1Qにおいても、大規模な教育機関様との契約を結べており本施策の効果が出てきている状況。また、2Q以降においても複数の教育機関様とのリードが見えてきている状況



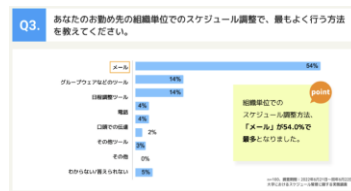
国立大学法人信州大学

等々

(参考) 教育分野におけるセグメントマーケティングの横展開

- ・教育分野で実施したセグメントマーケティングを横展開することで（例：自治体、建設業、医療等）、さらなるrakumo製品の拡販を企図
- ・当1Qにおいても大規模な自治体様との契約を結べており、2Q以降においても複数のリードが見えてきている状況

- ・教育機関向けへの各種調査レポート
 - ✓ 情報共有に関する調査レポート [リンク](#)
 - ✓ スケジュール管理に関する調査レポート [リンク](#)
 - ✓ ワークフローに関する調査レポート [リンク](#)



横展開

- ・その他各種施策
 - ✓ 教育機関の導入事例紹介 [リンク](#)
 - ✓ 業界特化のウェビナー（例：大学組織が活性化するシンプルなDXはじめの一步 [リンク](#)）
 - ✓ 業界コンソーシアム等への参画 [リンク](#)

自治体



建設業



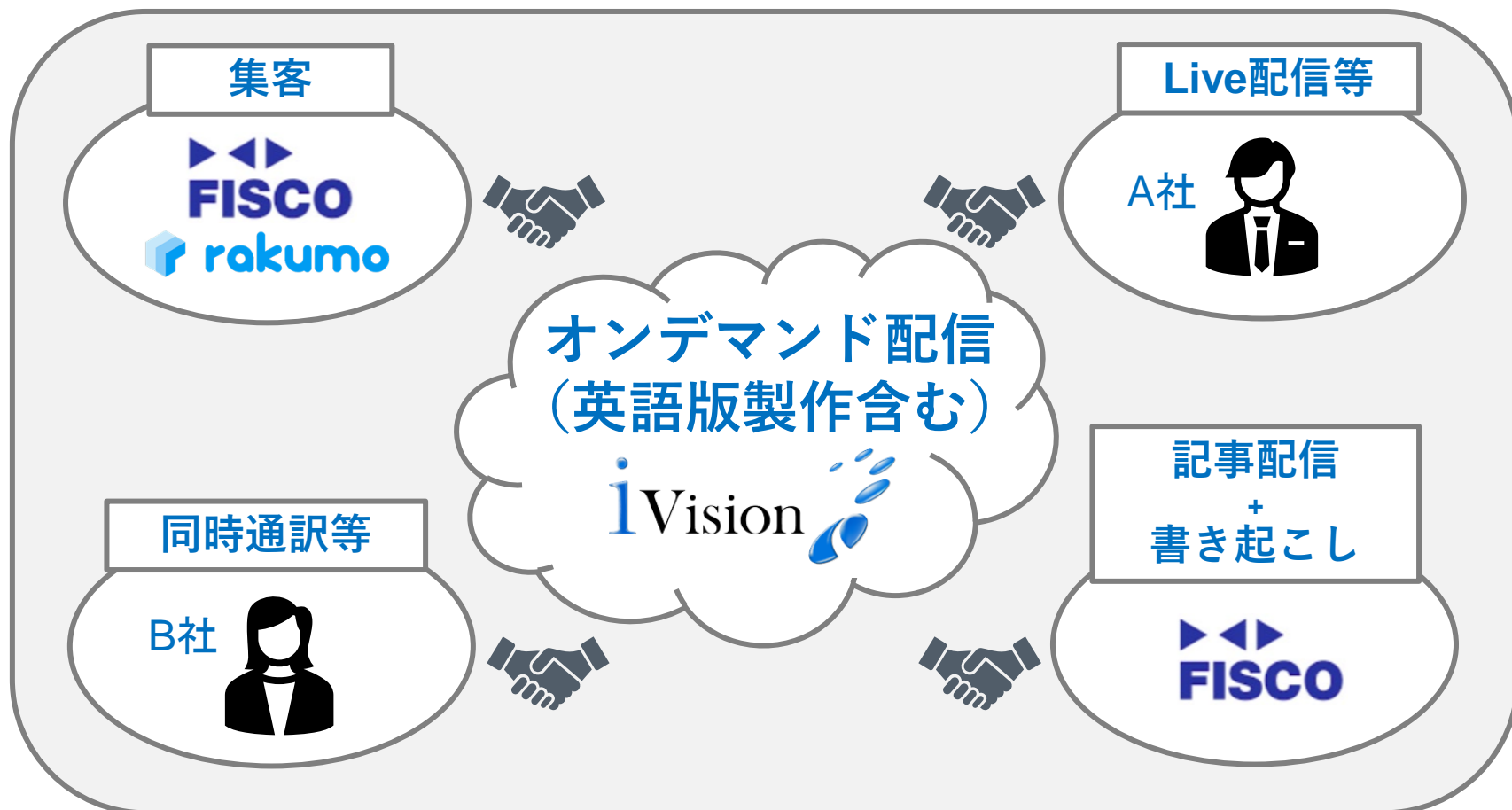
医療



その他

IV社におけるコンソーシアム体制の構築に成功

- ・ コンソーシアム体制を構築することで、IV社の強みである「オンデマンド配信及び英語版製作」等に加えて、「集客」、「Live及びハイブリッド配信」、「同時通訳等」、「記事配信及び書き起こし」等のより幅広いサービスの提供が可能に
- ・ 今後は周知・提案を行っていくことで、既存顧客へのクロスセル及び新規顧客の獲得を企図



2024年第1四半期 決算サマリー



- ・2024年1Qの売上高は、SaaSサービスに注力する目的で、ITオフショア開発サービスを縮小したものの、SaaSサービスの成長（前年同期比24.2%増）を主因として、347百万円（同18.1%増）と継続的に増収
- ・原価率は前年同期比△0.6 pt、販管費率は同△ 1.1 ptと継続的に改善
- ・売上高の増加及び高い限界利益率を背景として、EBITAは102百万円（前年同期比40.6%増）、営業利益は89百万円（同26.1 %増）と大幅な増益を達成
- ・利益率についても、EBITAマージンは29.6%、営業利益率は25.8%となり、前年同期比で各々4.7pt及び1.6ptと大きく上昇

	2023年 1Q実績 (千円)	2024年 1Q実績 (千円)	前年同期比 増減率	前年同期比 改善point	2023年1Q/ 2023年 通期実績
売上高	294,328	347,620	18.1%	-	22.7%
（SaaSサービス）	262,309	325,857	24.2%	-	22.4%
（ソリューションサービス）	9,783	9,938	1.6%	-	18.9%
（ITオフショア開発サービス）	22,236	11,825	△46.8%	-	31.8%
売上原価	104,007	120,902	16.2%	-	22.4%
（売上原価率）	35.3%	34.8%	-	△0.6pt	-
販管費	119,139	136,955	15.0%	-	22.6%
（販管費率）	40.5%	39.4%	-	△1.1pt	-
EBITA ^{※1}	73,200	102,916	40.6%	-	21.9%
（EBITAマージン）	24.9%	29.6%	-	+4.7pt	-
営業利益	71,181	89,763	26.1%	-	23.4%
（営業利益率）	24.2%	25.8%	-	+1.6pt	-
経常利益	69,704	86,644	24.3%	-	23.5%
（経常利益率）	23.7%	24.9%	-	+1.2pt	-
当期純利益	48,060	56,427	17.4%	-	24.5%
（当期純利益率）	16.3%	16.2%	-	△0.1pt	-

※1: 「EBITA = 営業利益 + のれん償却費（PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む）」として算出しております。

※2: 現時点では、価格改定の影響が不透明であり、合理的な業績予想の算出が困難であるため、2024年12月期の連結業績予想は未定としております。

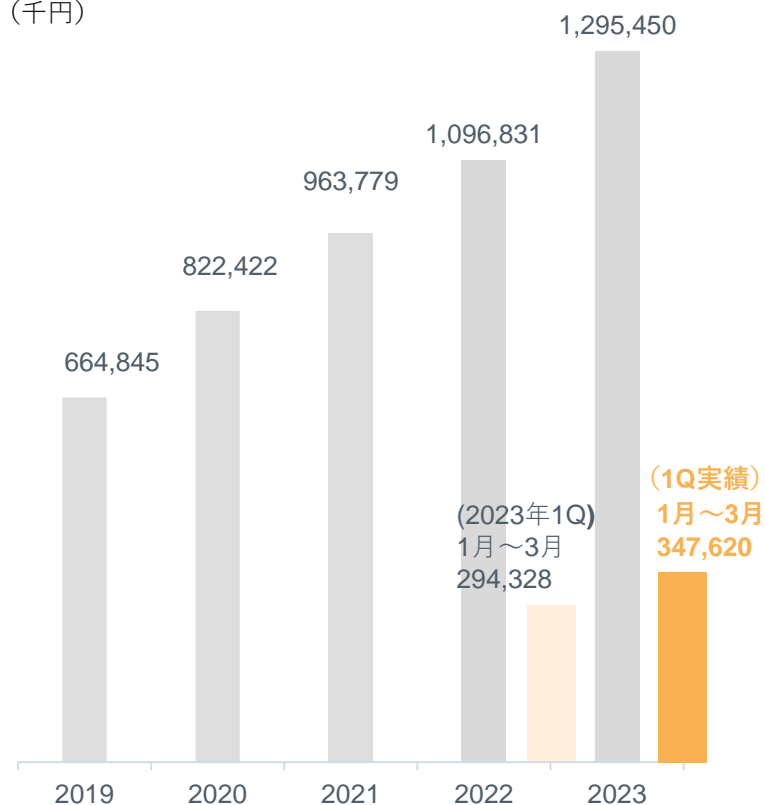
売上高の推移及びサービス別売上高割合：継続的な増収



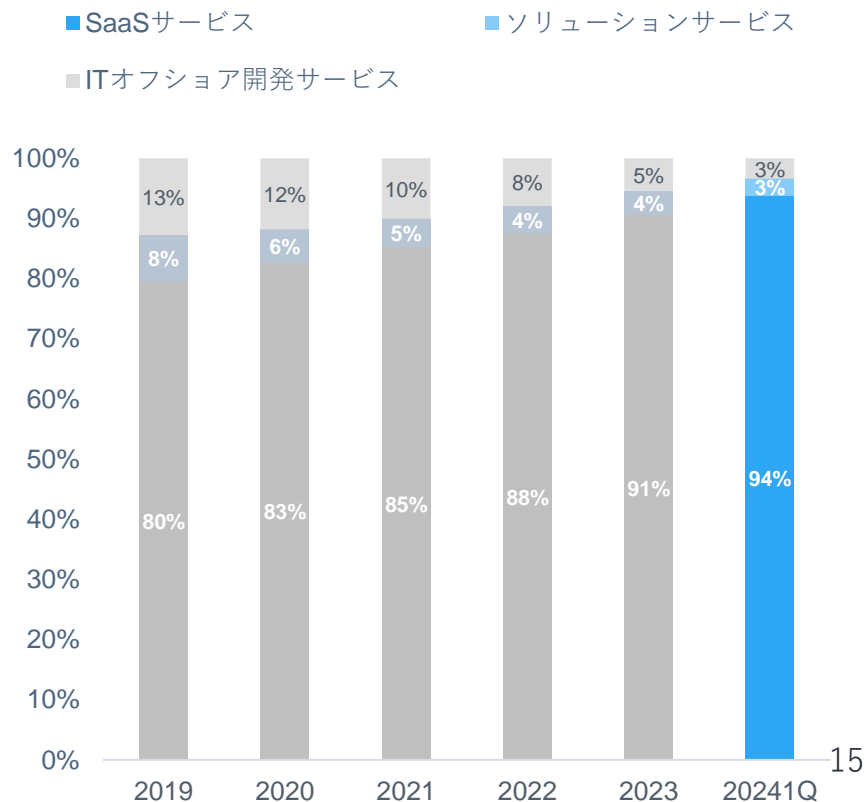
- ・ 2024年1Qにおける売上高は、SaaSサービスに注力する目的で、ITオフショア開発サービスを縮小したものの、SaaSサービスの堅調な成長により、前年同期比+18.1%と増加
- ・ 当社は積み上げ型のビジネスモデル（決算期後半になるにつれて売上高が増加するモデル）であるSaaSサービスが主体であり、期末に近づくにつれて売上高が増加する傾向
- ・ 成長率と安定性の両方を兼ね備えたSaaSサービスの売上高割合は94%近くに到達

売上高

(千円)



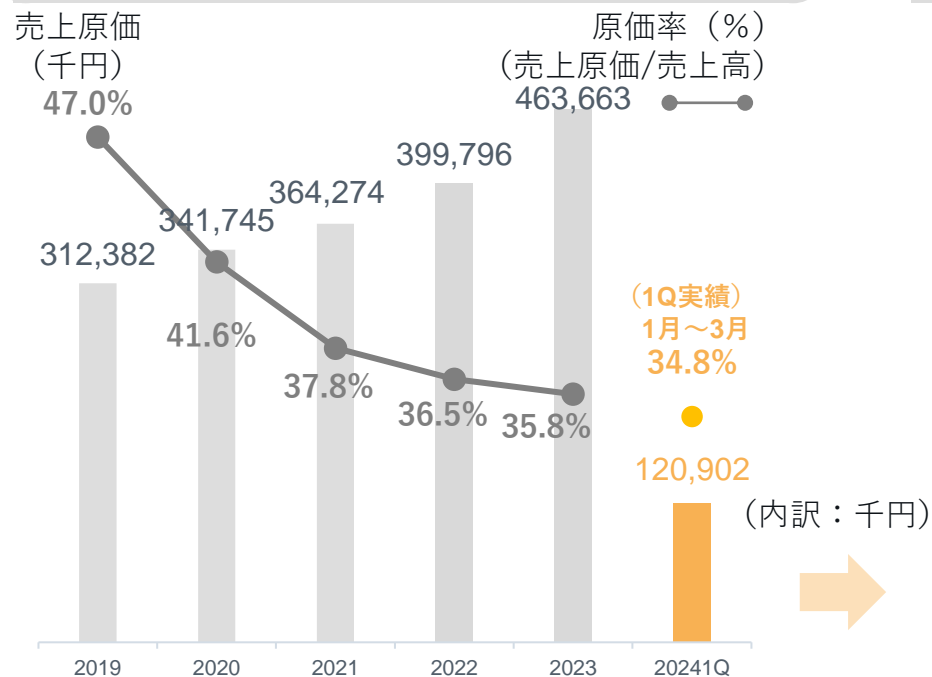
サービス別売上高割合



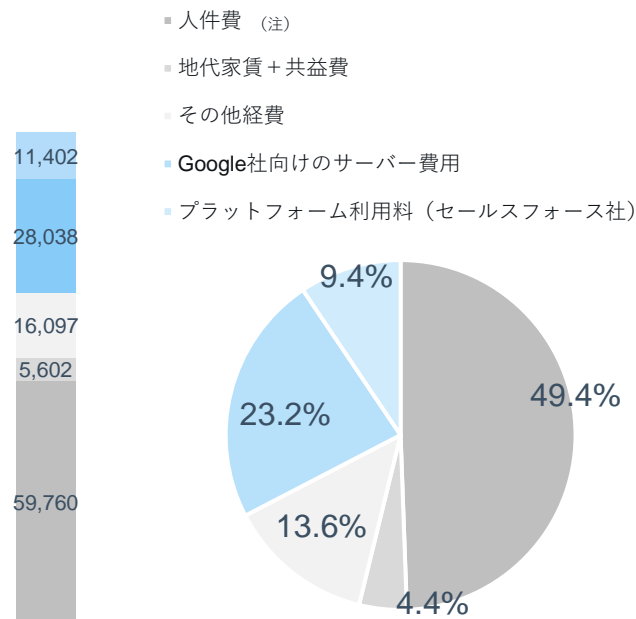
売上原価：継続的な原価率の改善

- ・売上原価は人件費等の固定費が中心（右下円グラフご参照）
- ・SaaSサービスの順調な成長と固定費を中心とした売上原価構造により、原価率は堅調に改善
- ・当1Qにおいては、34.8%と前年同期を上回る低水準にて着地
- ・原価部門におけるSaaSサービスの変動費率（「Google向けのサーバー費用+プラットフォーム利用料（セールスフォース社） ÷ SaaSサービス売上高）は、SaaSサービスにおいて、高い限界利益率(約90%)を実現

売上原価及び原価率



売上原価の構成比率（2024年1Q実績）

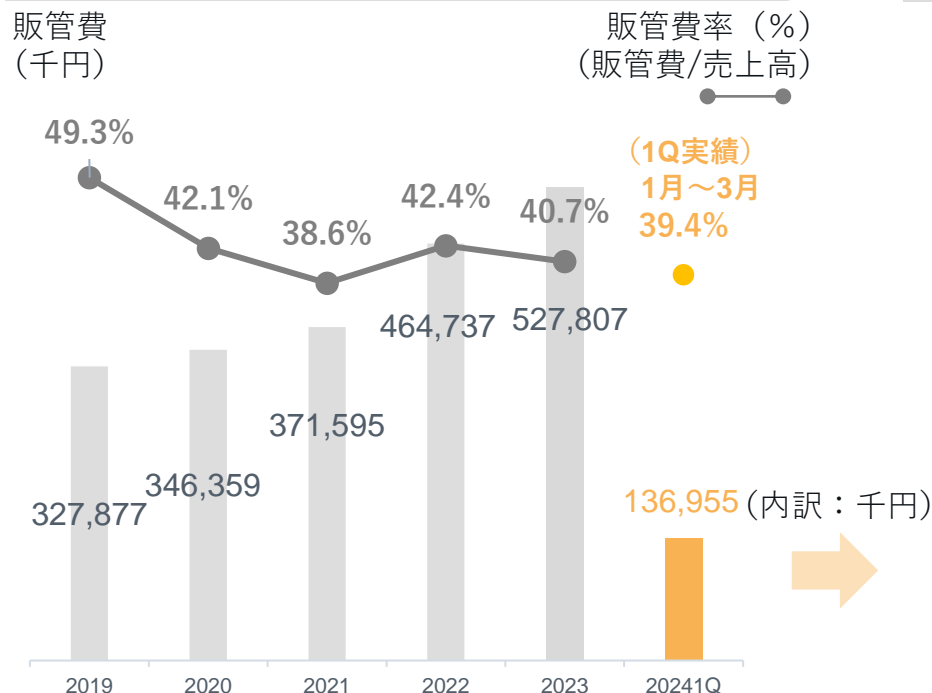


注：人件費を「労務費-他勘定振替（ソフトウェア資産計上及び研究開発費）+ソフトウェアの減価償却費+通勤費」として計算しております。

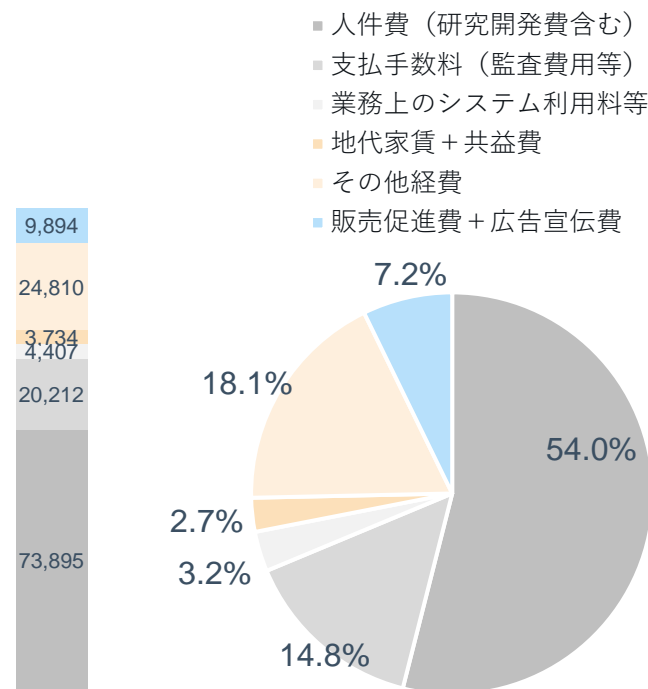
販管費：継続的な販管費率の改善

- ・ 販管費は人件費等の固定費が中心（右下円グラフご参照）
- ・ 当社のビジネスモデル上、費用対効果の高いマーケティングに注力できるという特性があり、「販売促進費+広告宣伝費」の金額は他社SaaS会社に比して低水準に推移しながらも売上高は継続的に増加
- ・ 販管費は固定費が中心であり、売上高の増加と共に引き続き改善傾向にある状況
- ・ 販管費率は39.4%となり、前年同期比で1.1pt改善
- ・ Google社やセールスフォース社関連、業界特化型の各種イベント・展示等へ参加予定

販管費及び販管費率



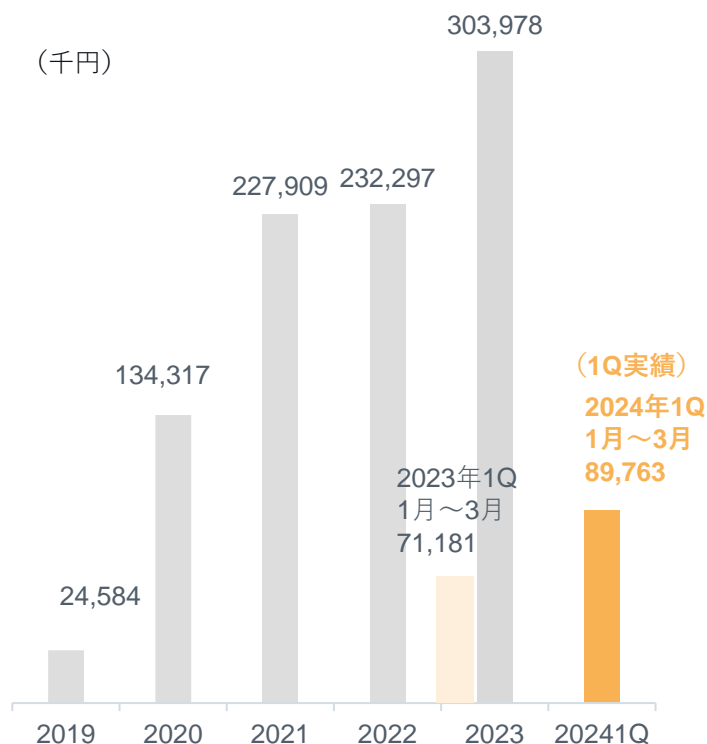
販管費の構成比率 (2024年1Q実績)



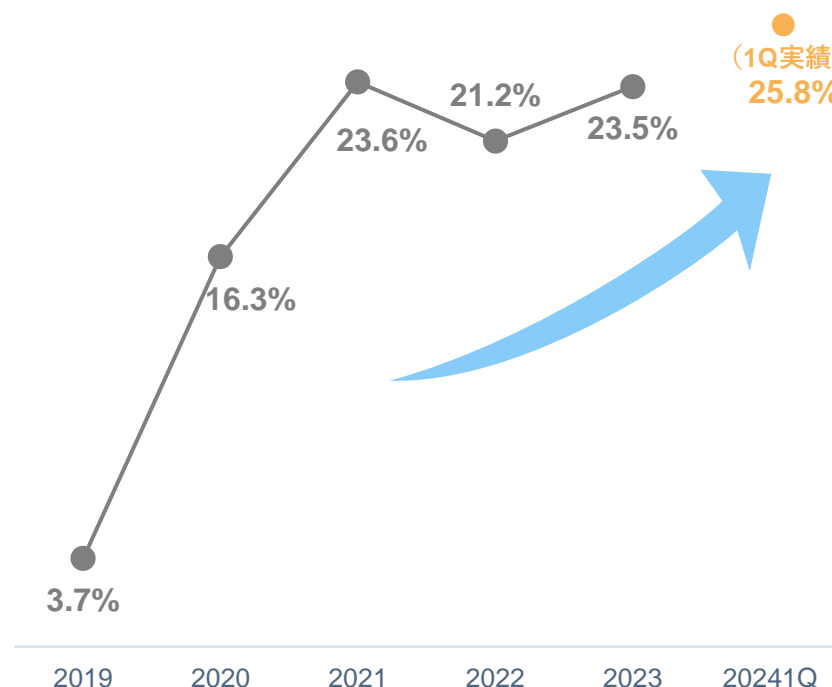
営業利益：継続的な増益及び利益率の向上

- ・売上高の増加及び高い限界利益率を主因として、営業利益は89百万円（前年同期比26.1%増）と継続的な増益を達成
- ・営業利益率は25.8%（同1.6pt増）と、1Qにおける過去最高利益率を達成
- ・2024年4月から価格改定が開始しており、今後も営業利益の増加及び高い営業利益率の確保に向けて取り組んでいる状況

営業利益



営業利益率

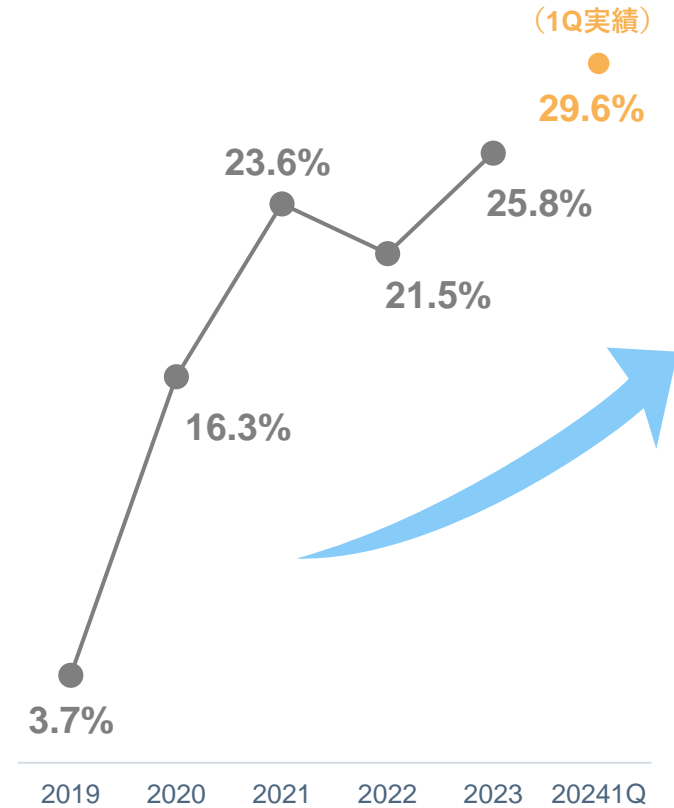
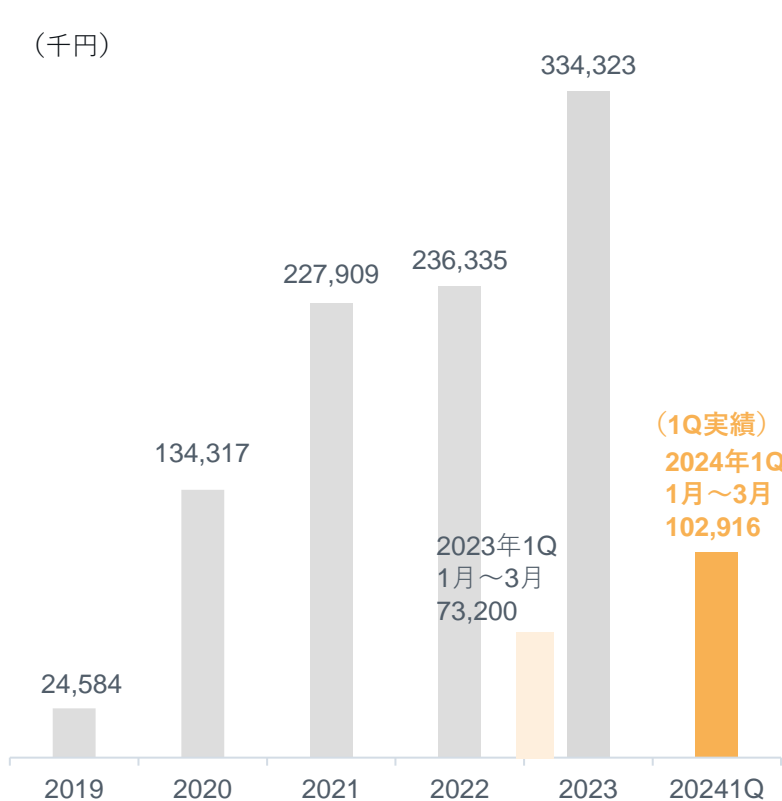


EBITA※：高いEBITAマージンを確保

- ・ キャッシュ・フロー創出力の重要な指標であるEBITAは102百万円（前年同期比40.6%増）と大幅な増益を達成
- ・ 2024年度1QのEBITAマージンは、前年同期比4.7ptと大きく上昇

EBITA

EBITAマージン



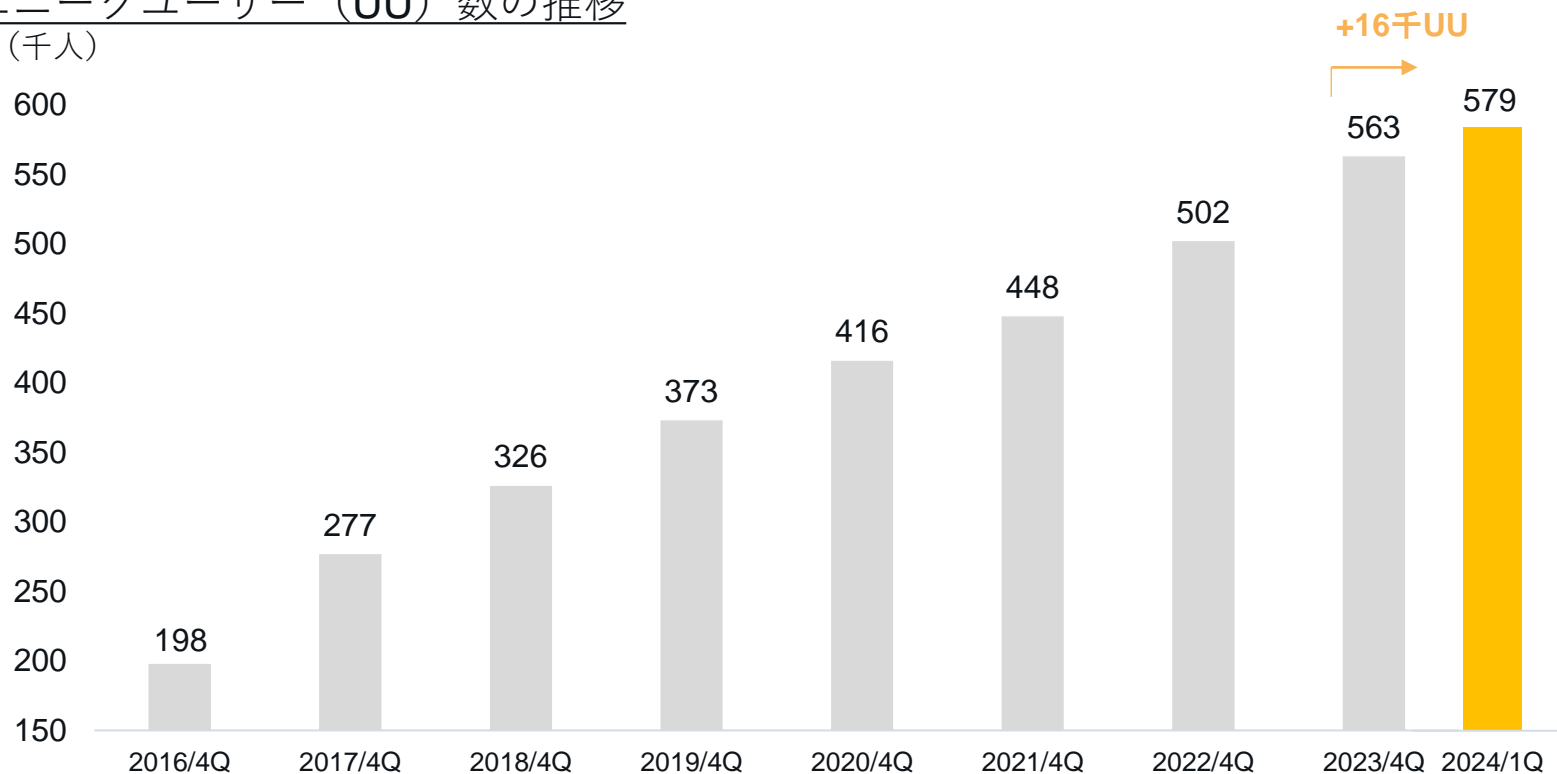
※: 「EBITA = 営業利益 + のれん償却費 (PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む)」として算出しております。

ユニークユーザー（UU）数※の推移：継続的に増加

- ・ユニークユーザー数は每期堅調に増加し、60万ユーザーが見えてきている状況
- ・2024年1Qにおいても着実にUU数が増加し、約58万ユーザーに到達
- ・セグメントマーケティングを中心とした各種施策の効果が出てきており、教育機関、自治体及び建設業等へのrakumo製品の拡販が進んでいる状況。なお、2Q以降においても複数の大型案件が見えてきており、中大型案件中心にUU数の積み上がりを想定

ユニークユーザー（UU）数の推移

(千人)

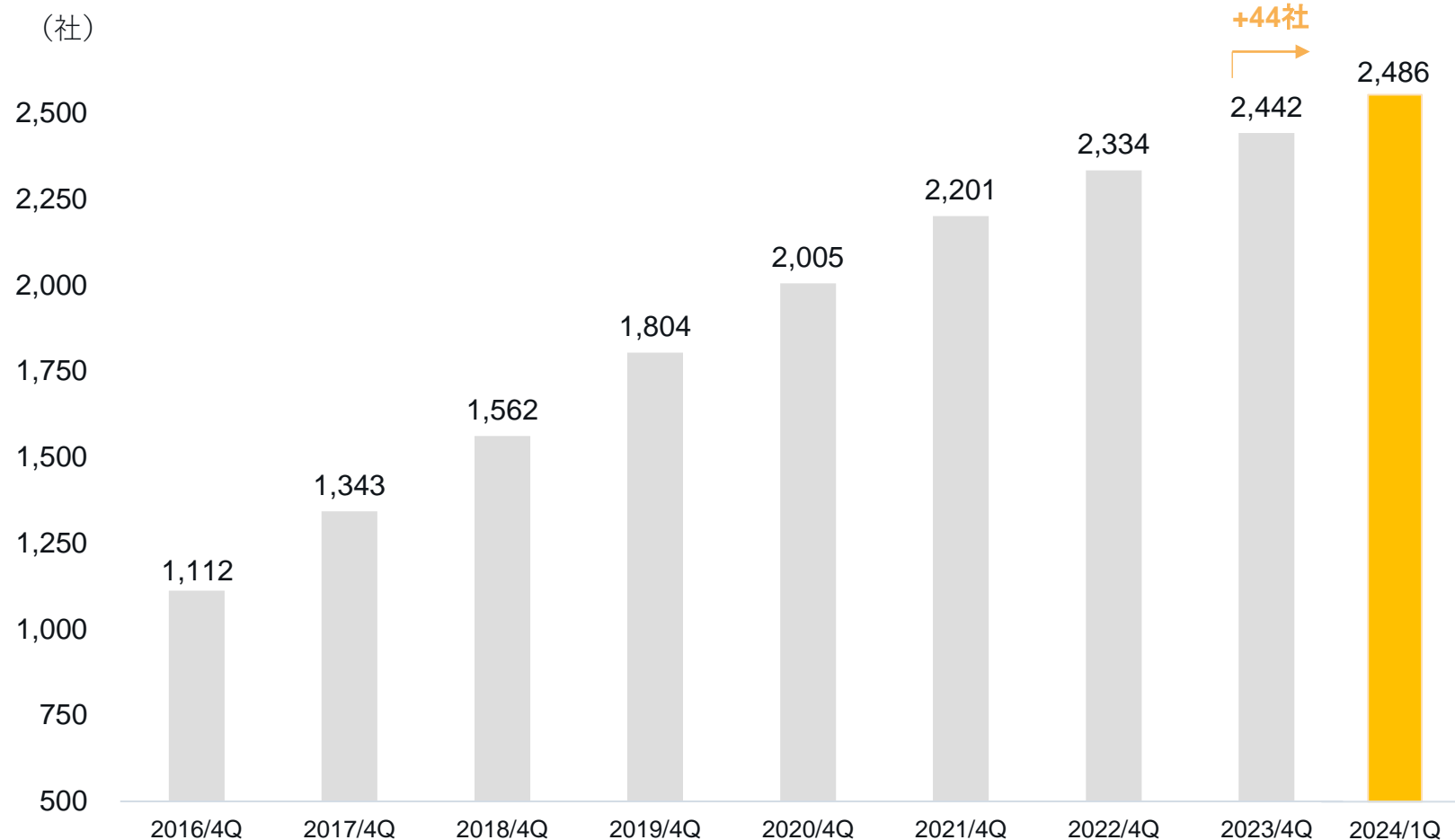


※「ユニークユーザー数」はユーザー数のカウントとなります。例えば、A氏がキintai、ワークフローの二つを使用している場合、1カウントとして算出します。一方、「ライセンス数」は、使用プロダクトの数でカウントし、このケースの場合、2カウントとして算出いたします

クライアント数（利用社数）※の推移：継続的に増加

- ・クライアント数（利用社数）は每期堅調に増加し、2,500社が見えてきている状況
- ・2024年1Qにおいても44社増と着実にクライアント数が増加

クライアント数の推移



※「クライアント数」は当社のSaaSサービス関連製品をご使用いただいているクライアントの社数となります。

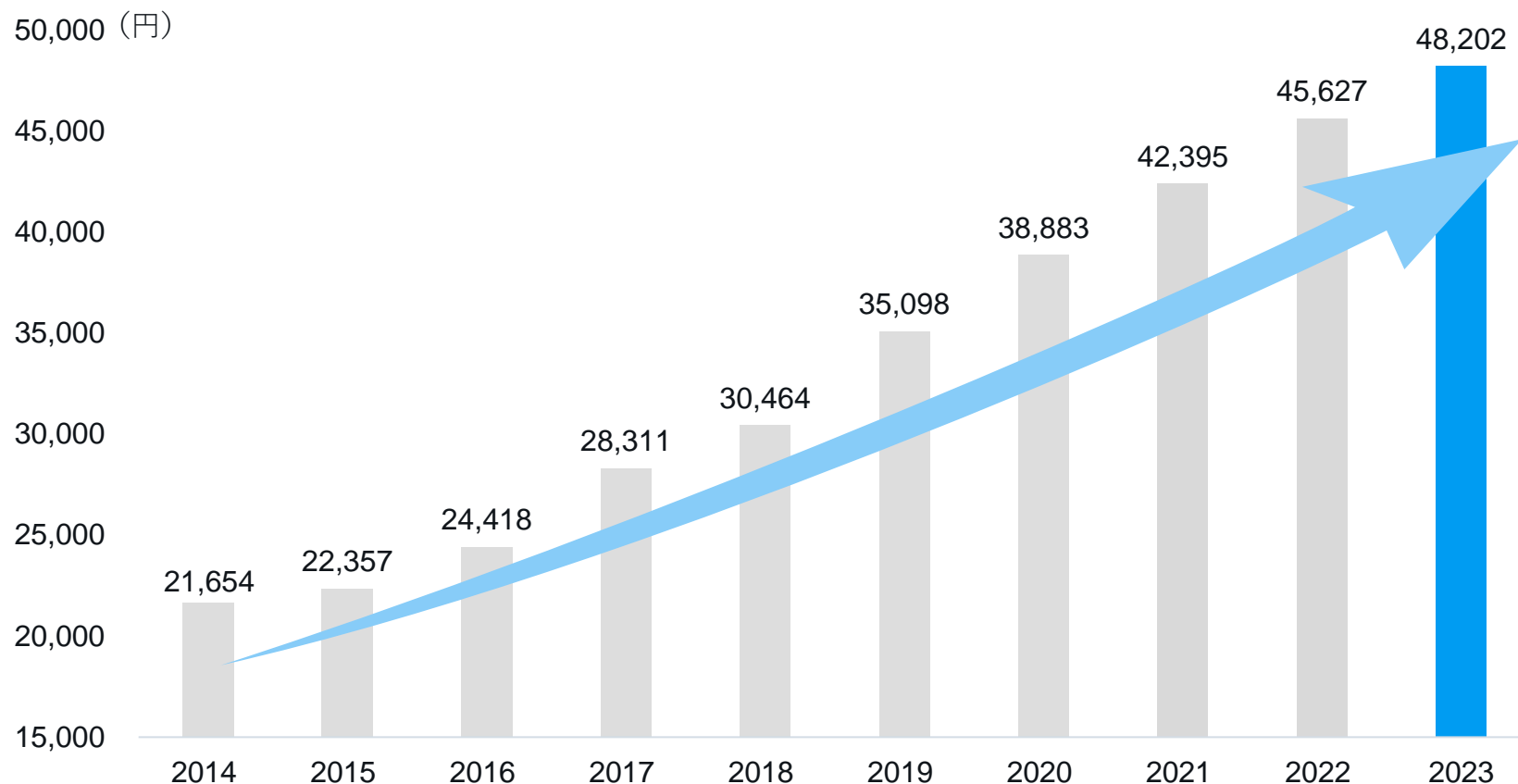
(ご参考)

1社（クライアント）当たりの販売額の推移：毎期増額



・クライアントの成長に伴う追加ID受注及び広範囲な製品ラインナップによるサービス追加を主因として、1社（クライアント）当たりの販売額は増加傾向

1社当たりの販売額（グロスMRR）の推移（注）



注：MRR: Monthly Recurring Revenueの略称です。対象月の月末時点における継続課金ユーザー企業に係わる月額料金の合計額となっております。また、販売額であり、当社が他社ライセンスを販売するにあたっての会計上の売上とは一致いたしません。

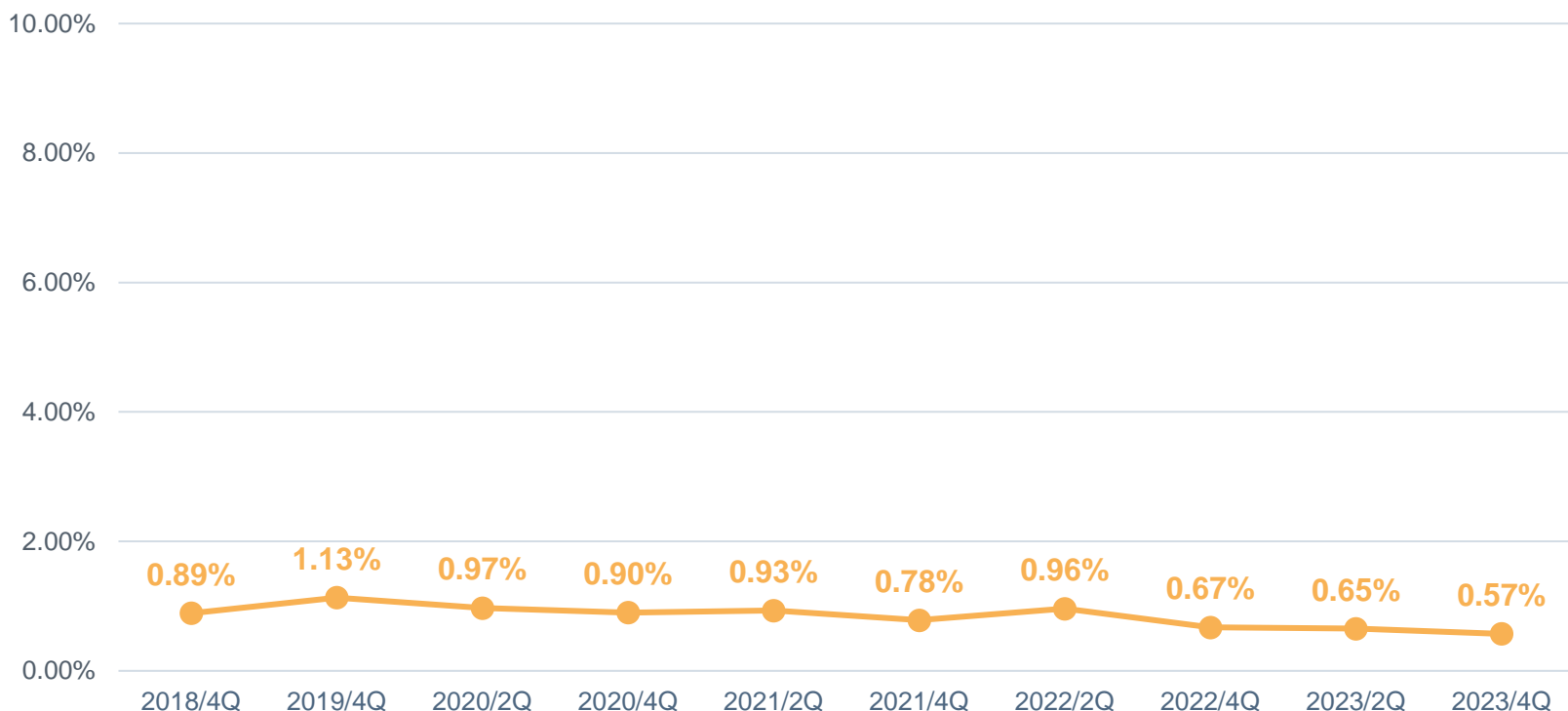
※上記算出においては、gamba社、アイヴィジョン社を含めておりません。

(ご参考)

解約率の推移：継続的な低水準

- 業務の基盤ツールとして使用される製品という特性上、解約されにくい傾向があり、月間解約率は1%未満で安定的に推移している状況
- 継続的な解約率低減施策及びプロダクトマーケットフィット（お客様が満足する製品を最適な市場で提供できている状態）も進み、通期平均0.57%と過去最低水準の解約率（高い更新率）にて着地

解約率の推移（注1・2）



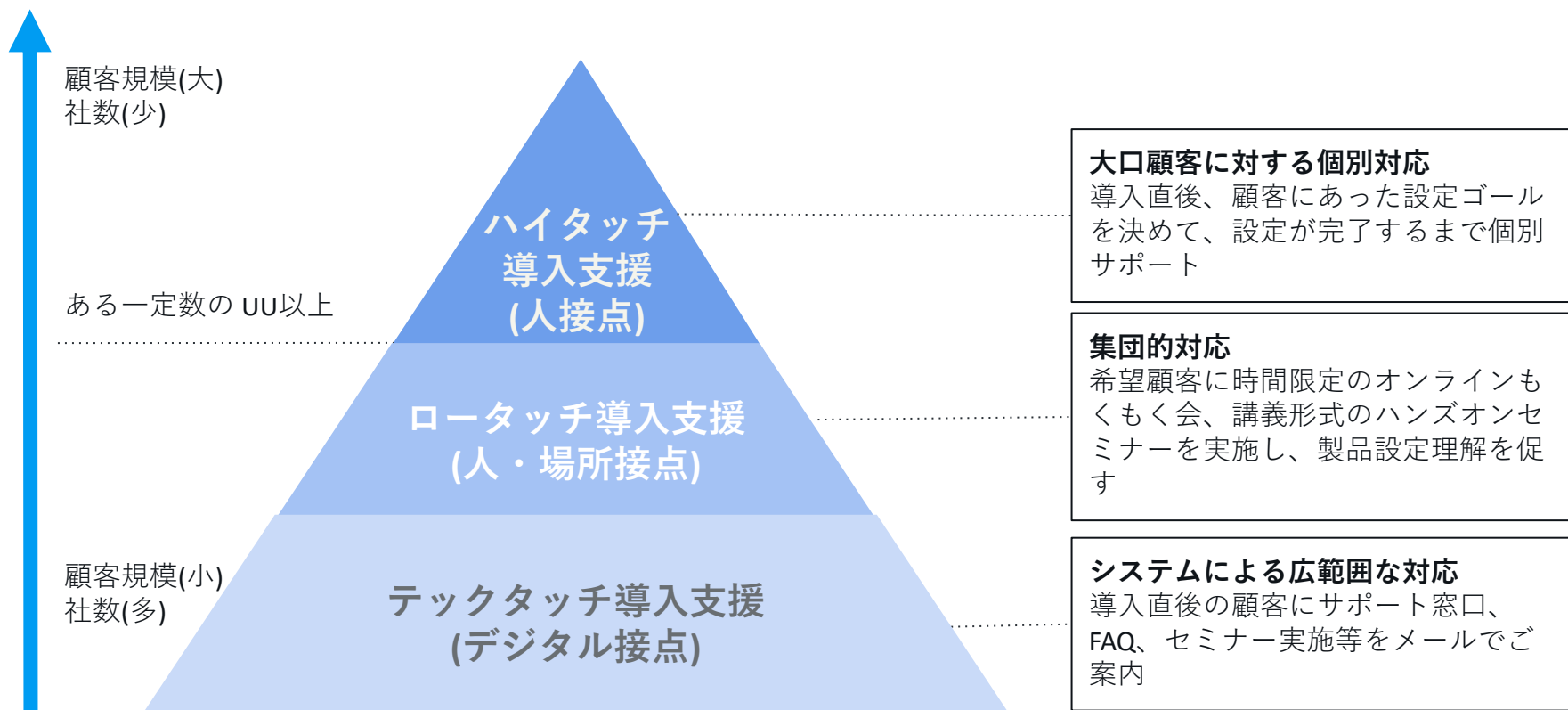
注：

1. 月初販売額に対して解約された販売額の割合を解約率として、算出しております。
2. 上記において算出された解約率の平均値を用いて各通期累計の解約率を算出しております。

(ご参考) 解約率低減に向けた取り組み

お客様の属性に応じた解約率低減に向けた各種取組みを実施

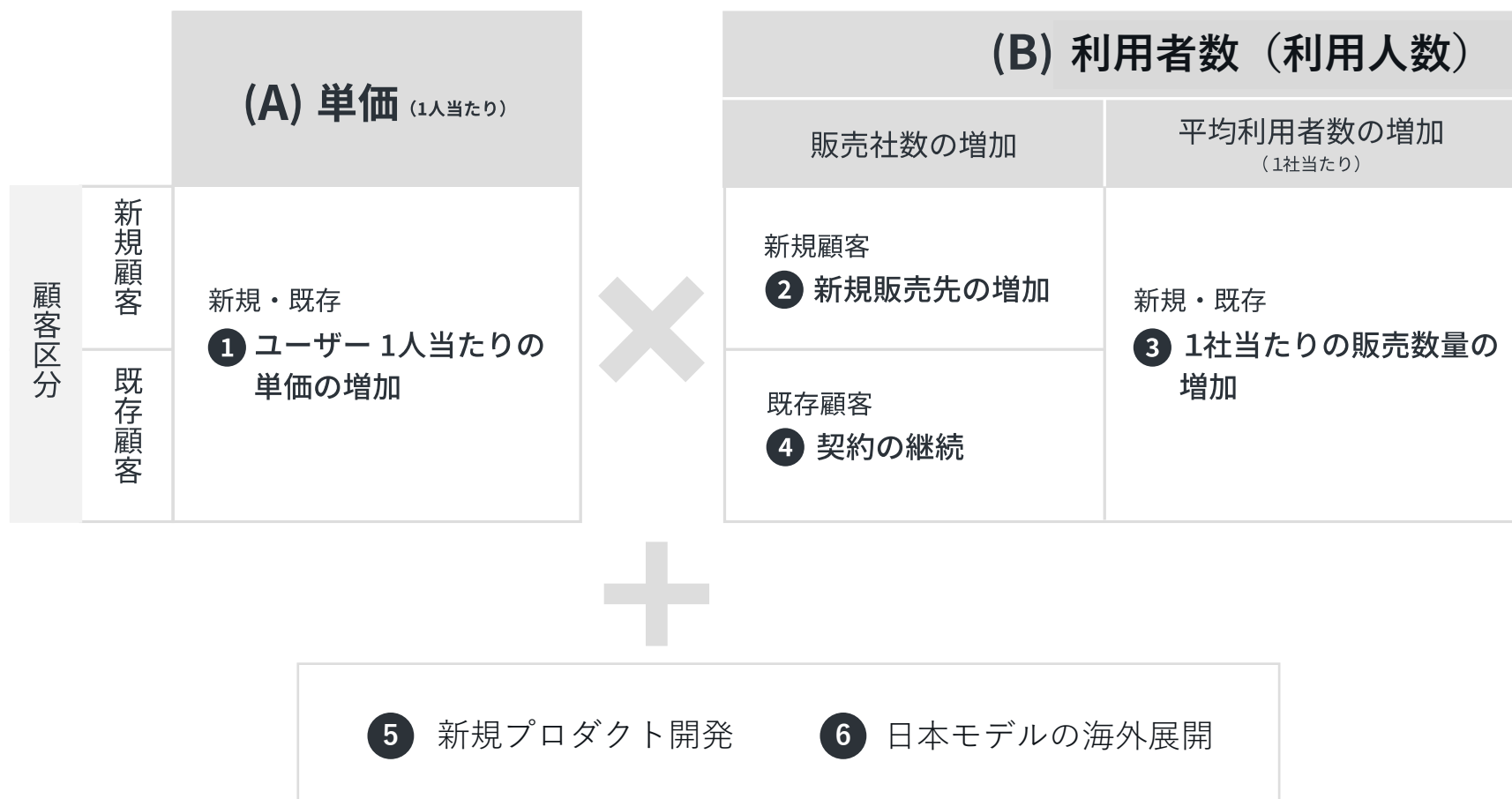
- ・ 中小規模顧客にはロータッチ、テックタッチなサポートを実施
- ・ 要件複雑な大口顧客には人接点を中心としたハイタッチなサポートを実施



II. 今後の施策・事業環境等

今後の主要施策：成長戦略

- (A) 単価及び (B) 利用者数 (利用人数) を増加させる施策により更なる成長を企図
- 新規プロダクト開発による追加クロスセル (複数製品販売) 及び新規クライアント開拓等 (M&A等含む) についても注力



- 今後の中長期含めた成長戦略の概要については、後段の通り、大きな方針に変更なし
- なお、Google Workspaceのリセラーマージンの引き下げが発表された影響で、2Q以降において各種対応・施策を実施していくことを企図
- 2Q以降において、特に注力したい主要施策（継続含む）は以下の通り

1 「ユニークユーザー（UU）単価の増加」

- a. AP社グループのAA社との資本業務提携を通じた各種施策の検討・推進
- b. 2024年4月より開始したrakumo製品の価格改定対応の継続的な推進
- c. プラットフォームに属さない分野を含めた新規プロダクト開発チームの組成及び外部パートナー（AA社を含む）とのコワークによる新規プロダクト検討を加速
- d. IV社における新サービスラインナップの周知と拡販など、各種施策の検討・実施
- e. ポストセールス担当の配置によるアップセルの強化
- f. 新規プロダクトローンチに向けた継続的な開発
- g. 既存製品に対する有償オプション機能の検討
- h. 製品間連携の訴求による新規クライアントへのパック販売の推進
- i. 既存大手顧客に対する個別インタビューを通じた追加商談の創出
- j. Google Workspaceのドル建て仕入から円建て仕入への変更対応

2 「ユニークユーザー（UU）数の増加」

- a. AP社グループのAA社との資本業務提携を通じた各種施策の検討・推進
- b. 日本情報通信社とのアライアンスを強化[リンク](#)
- c. gamba!における新機能のリリース（生成AIを活用した日報レビュー機能[リンク](#)）や、継続的な開発（投稿グループ階層化機能、Googleドライブ連携機能など）
- d. Google Workspace導入企業への各種施策を通じたマーケットシェアの拡大
- e. 業界セグメント特化型（教育機関、自治体、建設業等）マーケティング施策の実施
- f. プラットフォームに属さない分野を含めた新規プロダクト開発チームの組成及び外部パートナー（AA社を含む）とのコワークによる新規プロダクト検討を加速
- g. 各種イベントへの参画・出展（デジタル変革カンファレンス2024[リンク](#)、Google Cloud Next '24、日経クロステックNEXT 関西 2024[リンク](#)、デジタル化・DX推進展（ODEX）[リンク](#)など）
- h. IV社における新サービスラインナップの周知と拡販など、各種施策の検討・実施
- i. 新規プロダクトローンチに向けた継続的な開発
- j. 既存製品に対する有償オプション機能の検討

3 「解約率の低減」

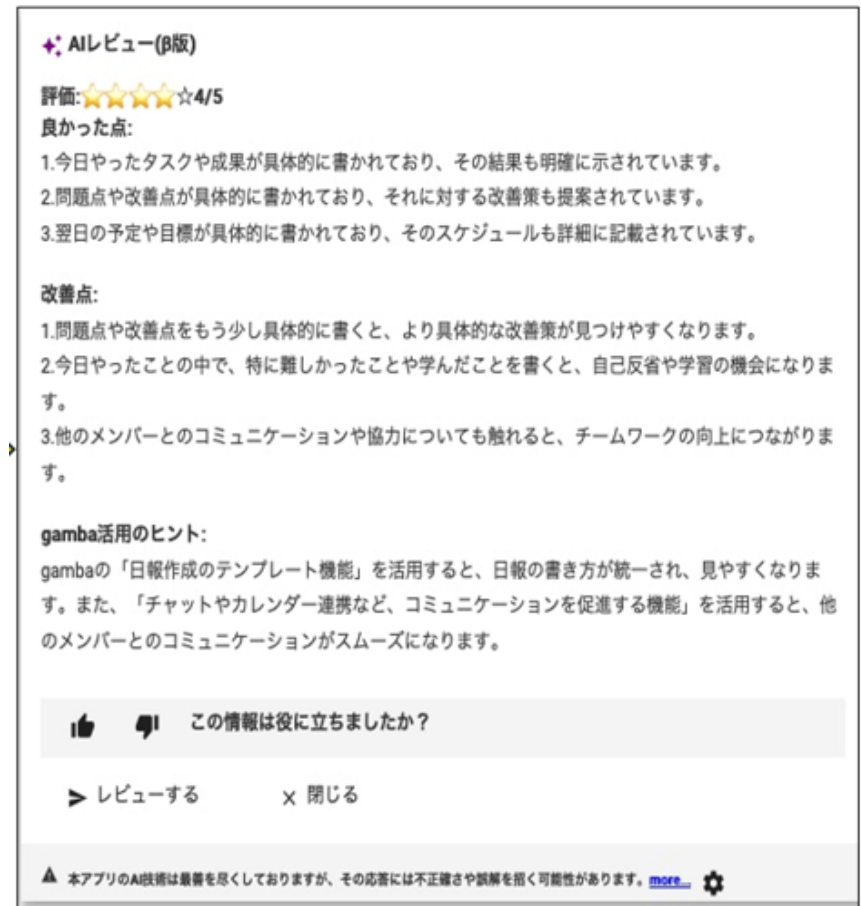
- a. ITreview、顧客満足度調査、クライアントインタビュー等を通じた継続的な機能開発
- b. 契約直後の顧客及び利用開始直後（～3か月など）のクライアントへのサポート
- c. 稼働率等を鑑みた更新クライアントへのフォロー
- d. もくもく会（WEB会議にて、お客様が「もくもく」と rakumo の設定をすることを支援する会（rakumoサポートメンバーが待機しているため、リアルタイムでの質問・対応が可能））を通じたカスタマーサポートによる課題の発見と活用
- e. 製品の設定・使用方法レクチャー会（ハンズオンセミナー）の強化
- f. 中小規模顧客に対するサポート窓口の認知と情報提供の強化
- g. 既存大手顧客に対する個別インタビューを通じた利用課題の抽出と個別対策の提案

- 2024年5月8日にgamba!において、生成AIを活用した「日報レビュー機能」をリリース [リンク](#)
- 今後も継続的な開発及びリリースを予定（投稿グループ階層化機能、Googleドライブ連携機能など）

「日報レビュー機能」の概要及びメリット

- ✓ ユーザーが投稿した日報を、生成AIサービス『ChatGPT』に連携し、詳細な分析を行うことで、日報の質（具体性）と量（充実度）についての具体的なフィードバックを得ることが可能に
- ✓ AIからのフィードバックにより、日報の質が向上することで、メンバーの成長性の向上、日報管理者の現場管理の効率化及びフィードバック負担の軽減が可能になるものと思料

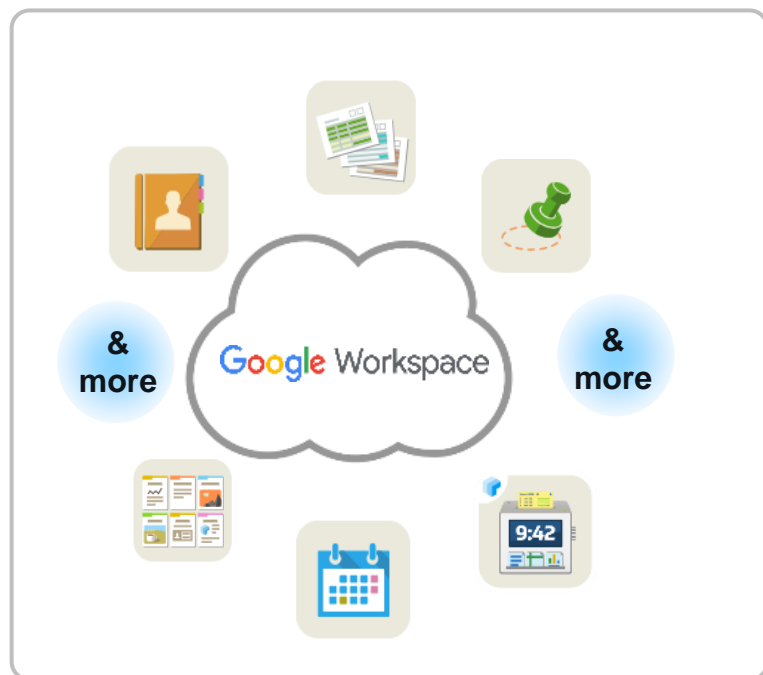
（ご参考）イメージ図



(①-c,f,g、②-f,i,j UU単価増及びUU数増施策)
新規プロダクト開発に向けた体制の強化

- ・ rakumoの企画開発チームを中心としたrakumo関連製品の継続検討・継続開発
- ・ 上記に加えて、プラットフォームに属さない分野を含めた新規プロダクト開発チームの組成及び外部パートナー（AA社を含む）とのコワークによる新規プロダクト検討を加速

【①rakumo関連製品に関する継続開発】



【②外部パートナーとの協業】



- ・ rakumo Vietnam社、gamba社及びアイヴィジョン社に続くM&A先の検討・実行により、新規領域又は既存領域の拡大を目指す
- ・ 提携先のAA社と共に、インバウンドM&Aの強化のほか、アウトバウンドM&Aの強化を実施

【①インバウンドM&Aの強化】

紹介ルート増加に向けて着手

- ・ 自社ルートの強化
- ・ AA社ルートの活用



【②アウトバウンドM&Aの強化】

AA社との協働

- ・ アプローチセグメントの検討
- ・ セグメント企業群のリスト化
- ・ 候補先への戦略的アプローチの実施

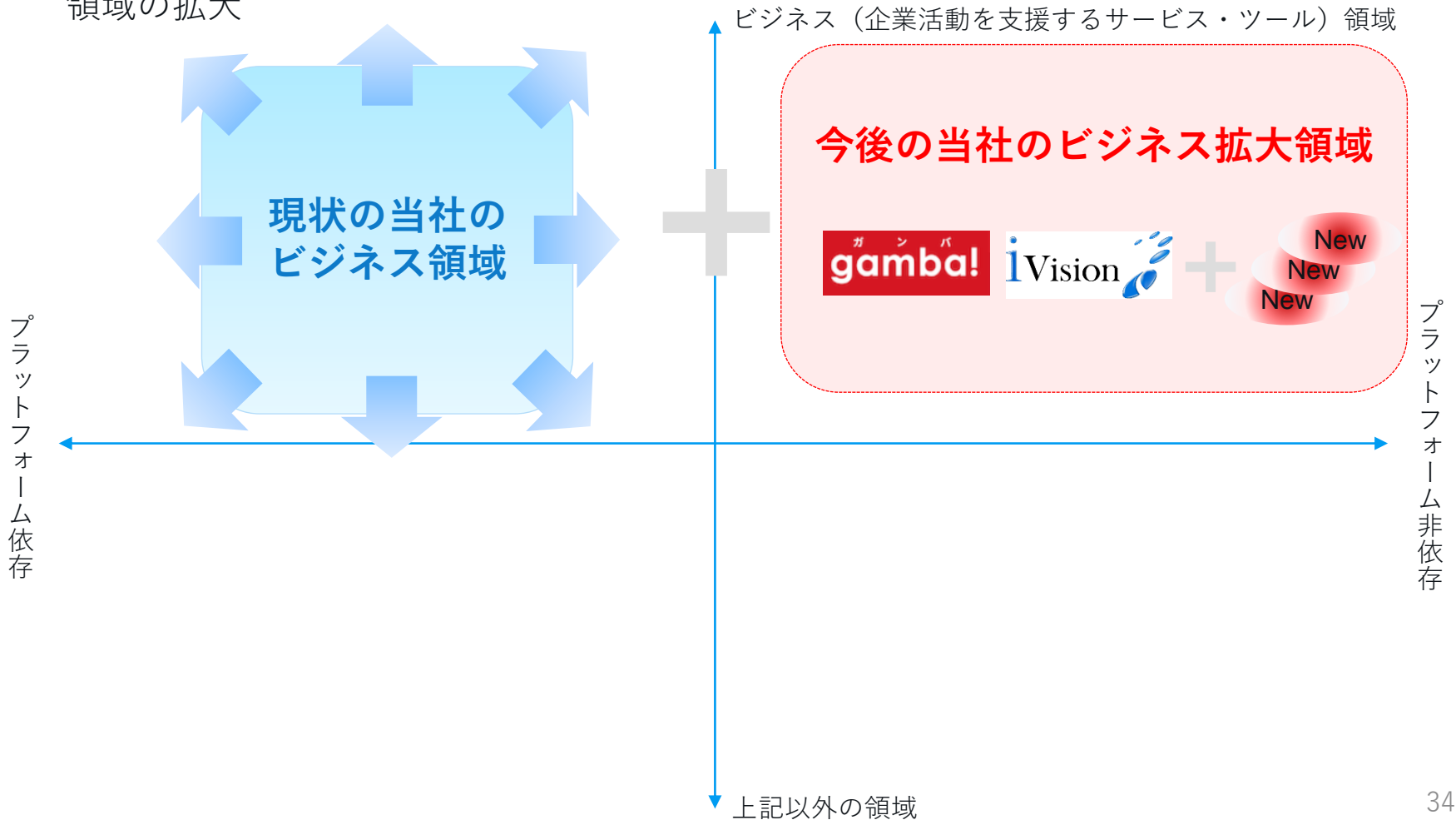


- ・ **M&A**検討チームの組織化による迅速性及び対応力の向上
- ・ 外部のパートナーリング含めた守りと攻めの**PMI**（**M&A**後の統合プロセス）体制の強化

III. 今後のサービス展開方針等

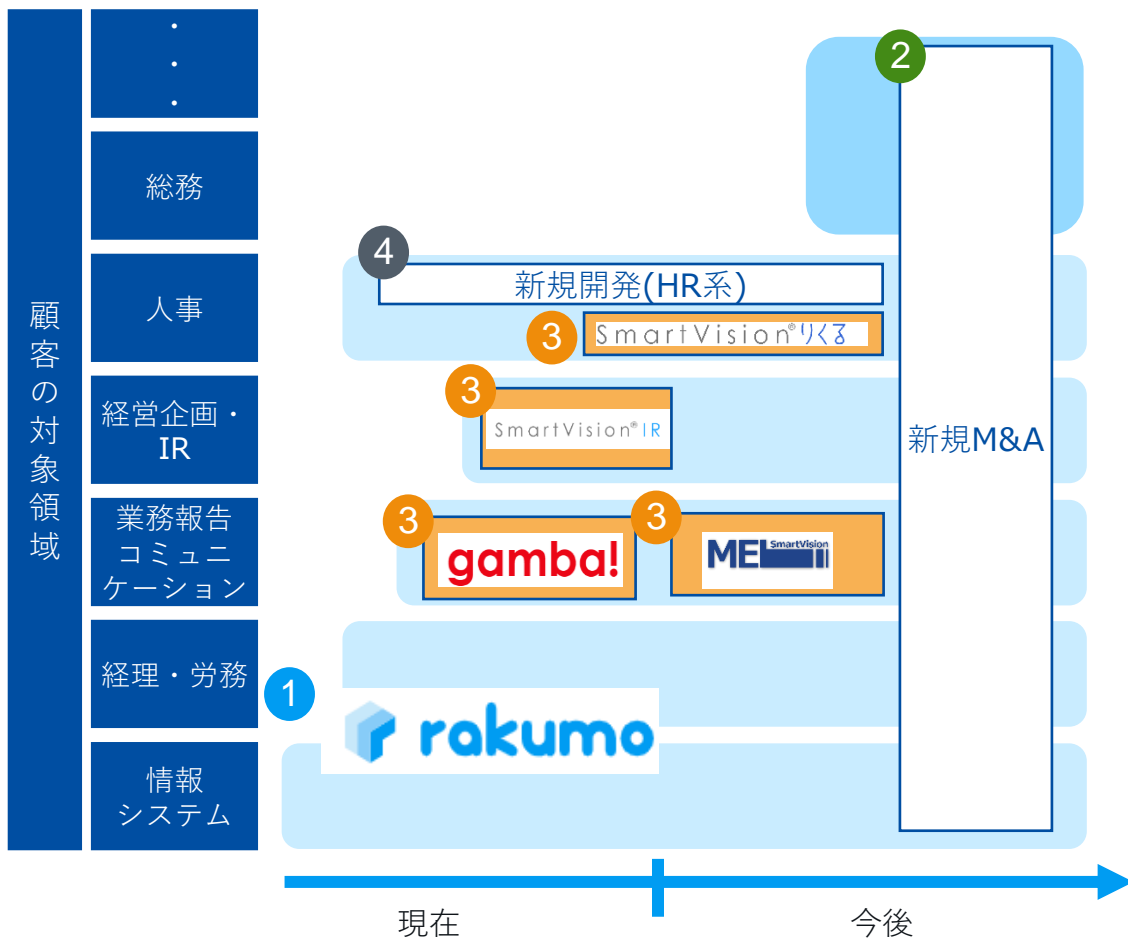
当社グループの今後の方針：サービス展開方針

- 今後の新サービス開発及び投融資等を通じて、Google Workspace、Salesforceプラットフォーム上の強化
- プラットフォーム非依存のビジネスSaaS（企業活動を支援するサービス・ツール）領域の拡大



事業戦略の全体像

- サービス提供領域 • 企業活動を支援するサービス・ツールを様々な部門に
- サービス未提供領域 提供し、複数のストック型事業を有する企業を目指す
- M&Aによって獲得 • 新規開発 + M&Aを軸にサービスラインを拡充する方針

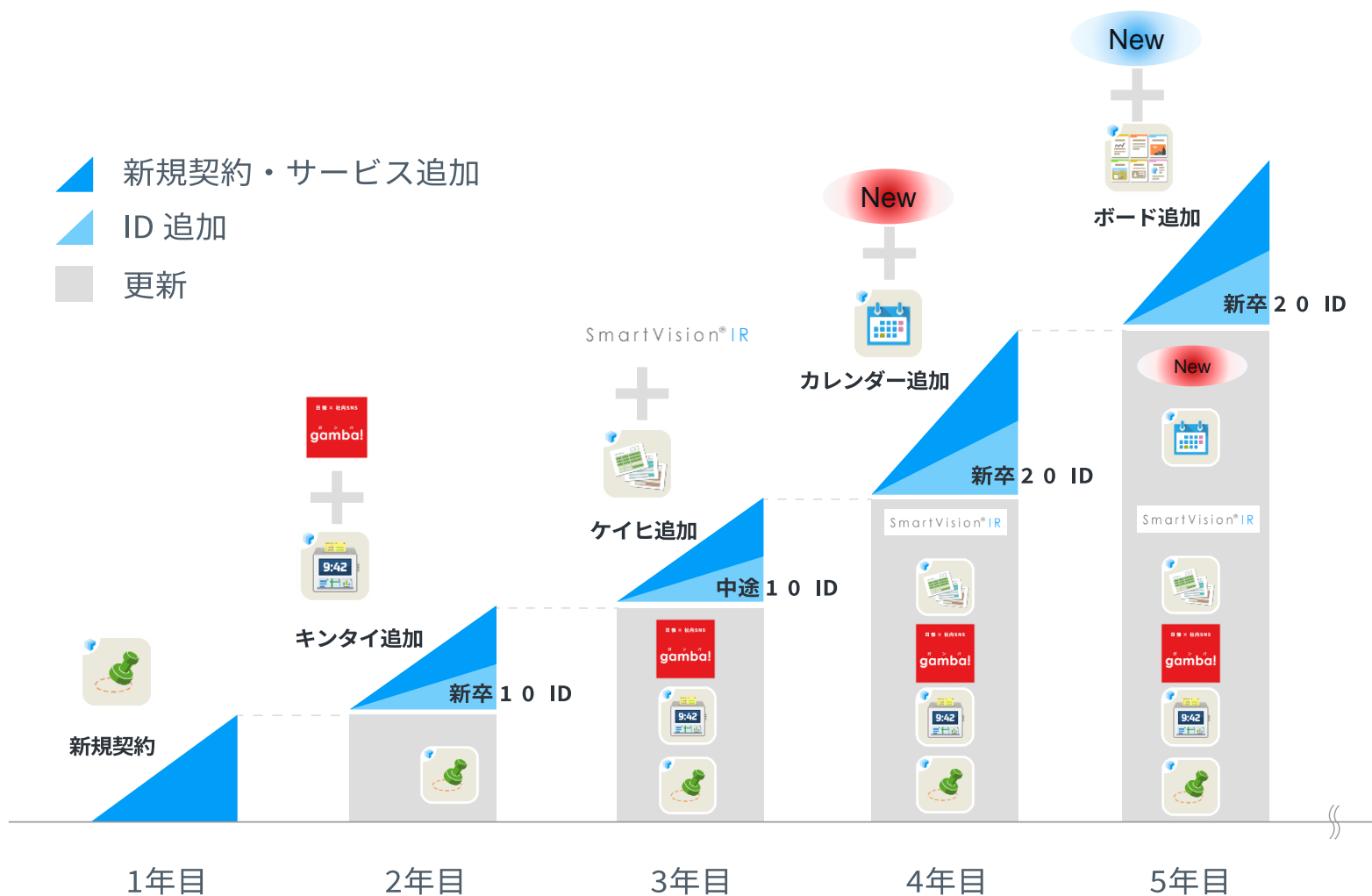


事業戦略の実現に向けた活動

- 1 **既存事業の成長加速**
 - 新規顧客の獲得の加速
 - 既存顧客に対する追加サービスの拡販
 - 解約防止に向けた顧客体験の向上
- 2 **新規M&A加速によるサービスライン拡大**
 - M&A候補先の検索機能の強化
 - M&A候補先の検討プロセスの強化
- 3 **M&A先のPMI高度化によるシナジー最大化**
 - gamba社、IV社のPMI推進・成長加速
 - 新規M&Aを見据えたPMI機能の高度化
- 4 **新規サービス開発によるサービスライン拡大**
 - 顧客ニーズ調査、市場調査の高度化
 - サービス開発プロセスの高速化・高度化

1社（クライアント）当たりの単価増加イメージ

- ・クライアントの成長に伴い追加ID受注を獲得
- ・当社の特徴である広範囲な製品群により、サービス追加（例：ワークフローを導入していたクライアントがキンタイを導入する等）が生じ、1社当たり単価増に貢献
- ・更に、追加新規プロダクトにより、1社あたりの単価増を企図





仕事をラクに。オモシロく。

煩わしさが仕事をつまらなくする。

もしも自分の仕事に集中できるなら。

「つまらない」が「オモシロい」に変わるとしたら。

さあ。rakumoで新しい働き方を。



Appendix (補足資料)

1. 会社概要・事業概要



ユーザーがサービスを
より楽に利用するための

らく
楽



ユーザーがサービスを
クラウド上で利用するための

くも
雲

仕事をラクに。オモシロく。

当該ビジョンのもと、企業における業務の生産性・効率性（働き方）の向上に貢献するサービスを提供すべく、クラウド上でサブスクリプション型のビジネスモデルにて事業を展開しております。

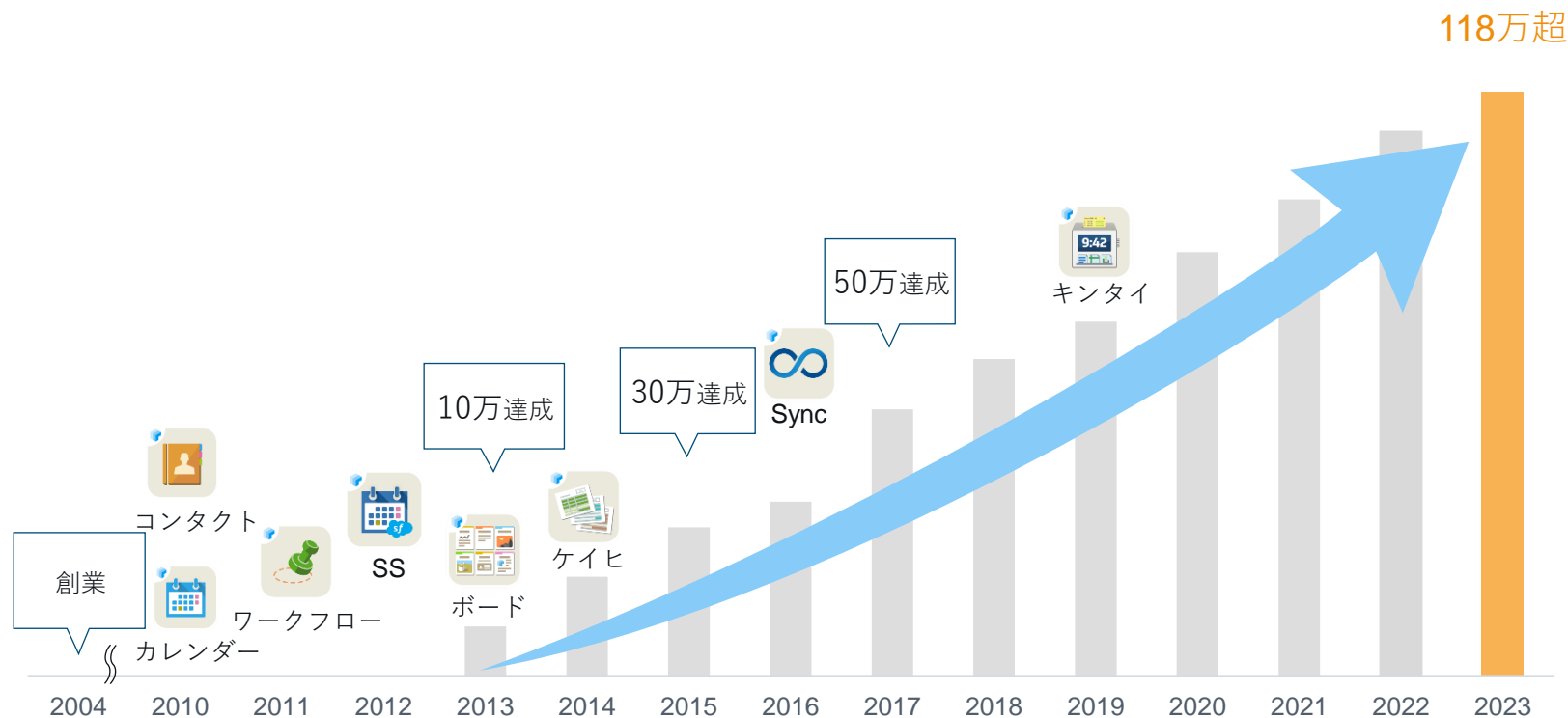
また、多種多様なお客様の共通業務を支援する高品質な IT サービスを、多額なIT 投資コストなしにご利用いただけるよう、お客様が導入しやすいコストで提供することを当社グループの事業方針としております。

2004年にITコンサルティングとして創業。2010年よりSaaSサービスを展開し、現在まで発展

会社名	rakumo株式会社			
本社所在地	東京都千代田区麹町三丁目2番地			
創業	2004年12月17日			
経営陣	代表取締役社長 CEO兼COO 取締役 CTO 取締役 CFO	御手洗 大祐 石田 和也 石曾根健太	 Google Cloud Premier Partner (Build, Sell)	 Salesforce AppExchange Partner
社外取締役	金子昌史 秦 美佐子 野口 誉成 中野玲也			
常勤社外監査役 (会計士)				
社外監査役				
社外監査役 (弁護士)				
役職員数	約100名 (連結) (2024年3月末時点) ※役員等含む			
連結子会社	RAKUMO COMPANY LIMITED (ベトナム)、株式会社gamba、株式会社アイヴィジョン			
主要株主	当社経営陣、HENNGE株式会社			
主要事業	1. SaaSサービス 2. ソリューションサービス 3. ITオフショア開発サービス	自社プロダクトをメインに各種ライセンスサービスを提供 自社プロダクトの導入支援をメインにコンサルティングサービスを提供 ラボ開発 (クライアントのニーズに応じたチーム組成) をメインにベトナム子会社を通じてIT開発サービスを提供		
クライアント	多種多様なクライアントにサービスを提供 (導入企業数: 2,486社) (2024年3月末時点) ※rakumo単体のクライアント数となります。			
販売代理店	100社以上の販売代理店 (販売パートナー) 等との関係を構築			

当社の沿革（開発製品及びライセンス数の推移）

- 多種多様なクライアントのニーズに対応しながら様々なプロダクトを市場にタイムリーに提供し、2022年12月末においてライセンス数110万超にまで拡大し、その後も堅調に増加し、2023年12月末においては、118万超に拡大
- 2023年度は連結営業利益303,978千円（営業利益率23.5%を達成）となり、過去最高益を更新
- 今後も引き続きライセンス数の拡大及び更なる営業利益の確保に向けて取り組む方針



経営・事業ノウハウ、IT技術、ガバナンス等、バランスの取れたメンバー体制を構築



御手洗 大祐 代表取締役社長 CEO兼COO

1996年 日本電信電話入社
1999年 バックテクノロジーズ設立 代表取締役
2004年 当社設立 代表取締役社長（現任）
2005年 アイススタイル 社外取締役
2018年 RAKUMO COMPANY LIMITED 会長（現任）
2023年 株式会社アイヴィジョン 代表取締役社長（現任）
2024年 株式会社gamba 取締役（現任）



石曾根 健太 取締役CFO

2013年 有限責任 あずさ監査法人入所
2022年 当社入社 経営管理部長
2023年 株式会社アイヴィジョン 取締役（現任）
2024年 当社執行役員経営管理部長
2024年 当社取締役CFO兼経営管理部長（現任）
2024年 株式会社gamba 取締役（現任）



石田 和也 取締役CTO兼プロダクト部長

2005年 株式会社アイ・デザイン・システムズ（現株式会社ディー・ビー・アイ）入社
2010年 当社入社
2013年 当社プロダクト部長
2020年 当社執行役員プロダクト部長
2022年 当社取締役CTO兼プロダクト部長（現任）



秦 美佐子 常勤社外監査役（公認会計士）

2005年 優成監査法人（現太陽）入所
2010年 秦美佐子事務所設立 所長（現任）
2019年 当社常勤監査役（現任）

金子 昌史 社外取締役

2009年 JPモルガン証券株式会社入社
2015年 株式会社ストライプインターナショナル入社
2018年 株式会社アドバンテッジパートナーズ入社後、
アドバンテッジアドバイザーズ株式会社出向
2023年 アドバンテッジアドバイザーズ株式会社
ディレクター（現任）
2024年 当社取締役（現任）

野口 誉成 社外監査役

1996年 日本オラクル入社
2014年 CARTA HOLDINGS常勤監査役（現任）
2017年 当社監査役（現任）

中野 玲也 社外監査役（弁護士）

2012年 森・濱田松本法律事務所入所後、
パートナー就任（現任）
2019年 株式会社Amazia社外取締役（現任）
2024年 当社監査役（現任）

- IT ビジネスソリューション事業として、3つのサービスを展開し、クライアントの多種多様なニーズに対応
- 継続性と成長率の高いSaaS サービスが主要サービスであり、売上高全体の約 91%に達している状況

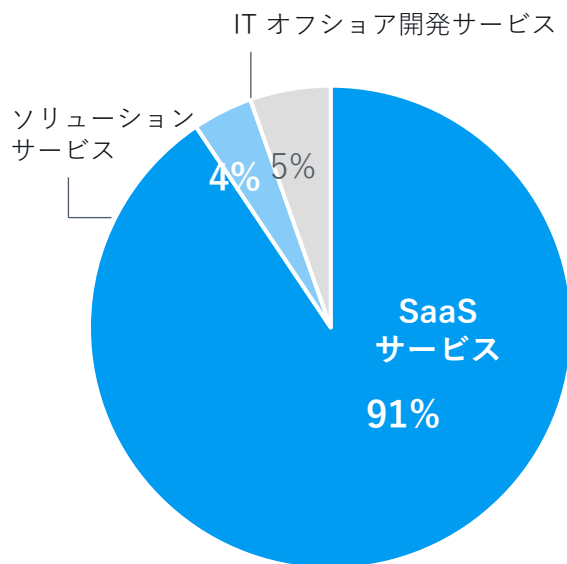
ソリューションサービス

概要：当社及び他社SaaS サービスの導入支援や業務支援等のソリューションサービスを展開

特徴：SaaS サービスの新規契約・サービス追加に応じて、継続的な収益が期待される

IT オフショア開発サービス

概要・特徴：ラボ型※開発をメインとして継続的な収益が期待される



サービス別売上高構成
2023年 12月期

SaaS サービス

概要：rakumo 製品（Google Workspace版・Salesforce版）、gamba!製品、Smart Vision製品の開発・販売サービスの他、他社ライセンスの代理店販売を実施

特徴：
サブスクリプション型リカーリングレベニューモデル

- サービス料金を顧客企業の使用期間及びユーザー数に応じて定期定額契約（サブスクリプション型）として受領
- 低解約による継続的な収益モデル（リカーリングモデル）を実現。結果として継続的な積上りビジネスを確立

※「ラボ型」のシステム開発では、顧客ごとに特定のエンジニアを確保し、専属のチームを組成の上、一定期間継続的に開発業務を行います。チームメンバーが固定されていることにより、企業独自の開発要件やノウハウ等の蓄積も可能となり、人材確保や人件費面以外においてもコスト削減メリットが期待できます。

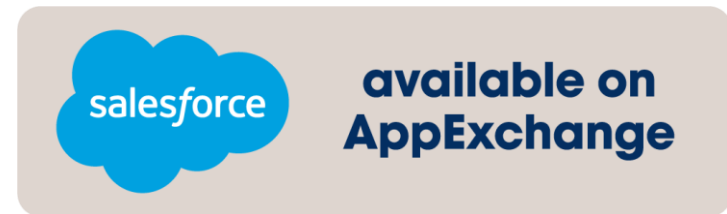
Appendix（補足資料）

2. SaaSサービスの概要・特徴

- Google社が提供する世界的なクラウドサービスであるGoogle Cloud上において、「Google Workspace版rakumo」を提供
- セールスフォース社が提供する世界的なクラウドサービスであるSales Cloud上において、「Salesforce版rakumo」を提供



Google Cloud Premier Partner
(Build, Sell)



Salesforce AppExchange Partner

1 「世界的な信用力・知名度」

- ・ Google社及びセールスフォース社は共に世界的なクラウドプレーヤーとして突出した信用力・知名度を保持しており、当該世界的なプラットフォームプレーヤーとの関係は、当社にとってビジネス上非常にプラスに働いている状況

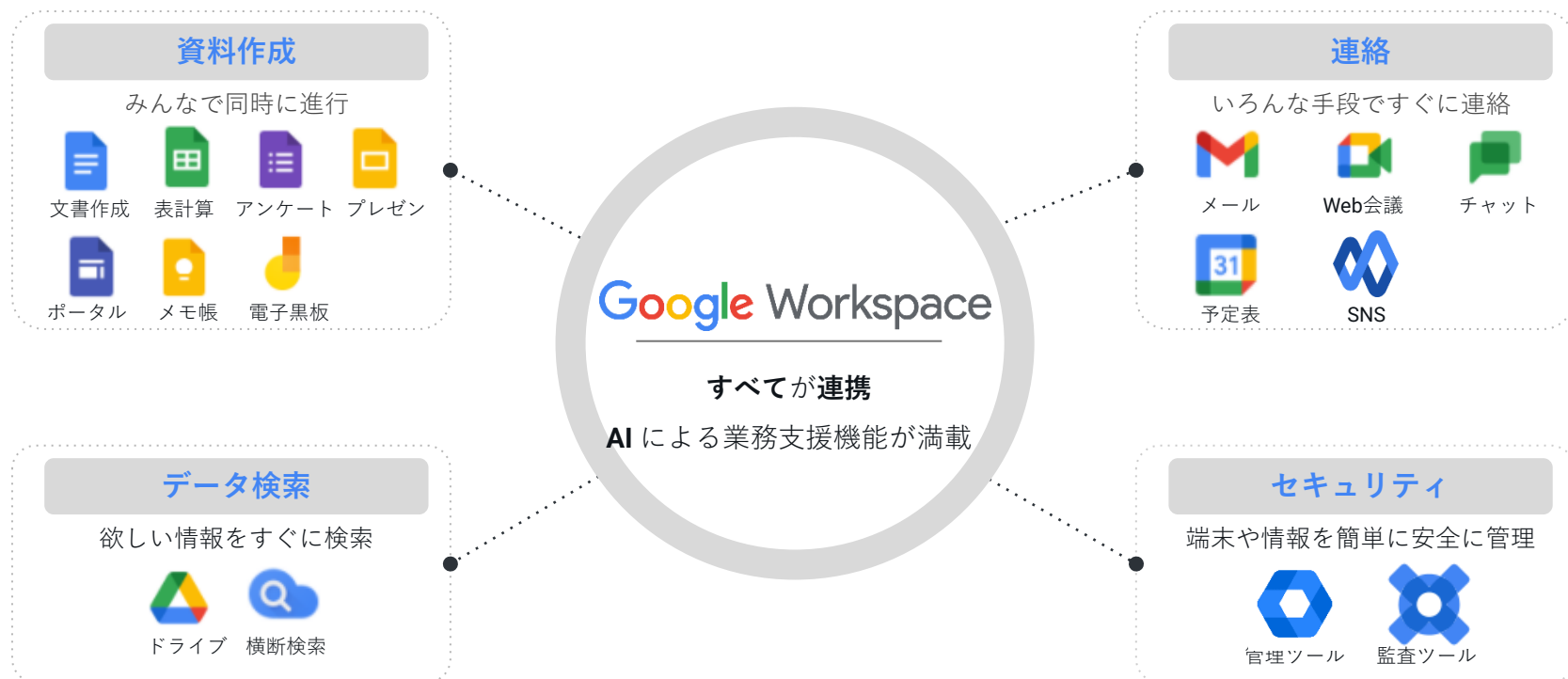
2 「市場の継続的な拡大」

- ・ 大手プラットフォーム自身の開拓だけでなく、大手プラットフォームの販売代理店（販売パートナー）等による市場の開拓が順調に進んでいる状況
- ・ 当社自身もGoogle Workspaceの販売代理店となっていることから、Google Workspace導入先へのrakumo製品販売だけでなく、自社でマーケットの拡大を図ること（当社がGoogle Workspaceを販売しマーケットを拡大させたうえで、さらに当社rakumo製品をアドオン（販売）すること）が可能

3 「参入障壁」

- ・ プラットフォームの仕様に合わせた製品開発及びメンテナンスが必要（プラットフォームのAPI 及びデータに関する開発・運用上の知見並びに当社サービスのUI デザインへの落とし込み、リアルタイムでの同期等）
- ・ 当社製品のラインナップは、カバー範囲及び数共に一定程度の規模に達しており、先行者利得が享受できる状況

- 業務上、必要不可欠な業務基盤サービス
- クラウド上にてサービスが提供されており、文書作成、表計算、プレゼン資料、メール、ビデオ会議、チャット、ファイルサーバーなど、現在のビジネスにおいて必要な業務基盤ツールをパッケージにて提供
- 個人の業務だけでなく、チーム連携を必要とする業務（「資料作成」、「連絡」、「データ検索」）をより効率的に、高いセキュリティレベルで実施することが可能



rakumo製品のラインナップ (紹介動画)



- 幅広い業務支援ツールをGoogle Workspace版及びSalesforce版としてクラウド上で提供
- プロダクトのカバー範囲が広く、多種多様なクライアントのニーズに対応可能

	プロダクト名	概要・機能等	動画URL
Google Workspace版	 rakumo カレンダー	共有スケジューラー Googleカレンダーとの連携、会議室・設備予約、ケイヒ連携	紹介動画
	 rakumo コンタクト	共有アドレス帳 社員名簿、顧客・取引先情報管理、Gmailとの連携、カレンダー連携	紹介動画
	 rakumo ワークフロー	電子稟議システム 豊富な承認経路設定、柔軟な申請フォーム作成、ケイヒ・キンタイ連携	紹介動画
	 rakumo ボード	電子掲示板 コメント・リアクション機能、回覧板、アクセス設定、カレンダー連携	紹介動画
	 rakumo ケイヒ	経費精算システム 運賃・乗換情報連携、定期区間設定、カレンダー・ワークフロー連携	紹介動画
	 rakumo キンタイ	勤怠管理システム 柔軟な勤務形態設定、ICカード・Web打刻対応、カレンダー連携	紹介動画
Salesforce版	 rakumo ソーシャル スケジューラー	共有カレンダー Salesforceカレンダーのリデザイン、取引先・商談データ等との紐付け	—
	 rakumo Sync	カレンダー同期サービス GoogleカレンダーとSalesforceカレンダーの双方向同期サービス	—

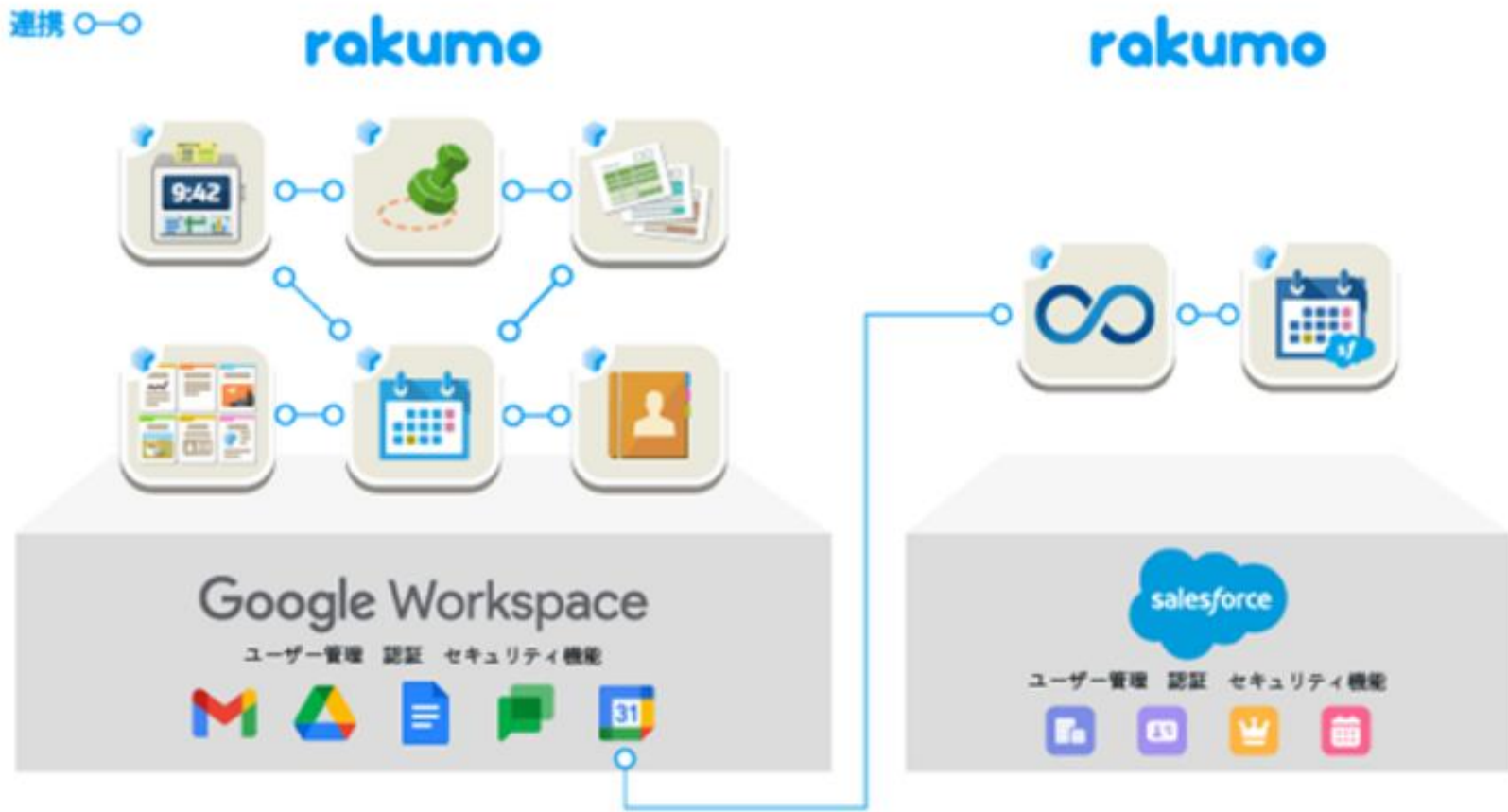
必要な機能単位だけでなく、パッケージ（パック）での提供も可能であり、クライアントにとって最適な価格帯での提供が可能

※2024年4月1日より一部製品の利用料金を改定しております[リンク](#)

	プロダクト名	1 ID 単価 (月額)	rakumo Basicパック	rakumo Suiteパック
Google Workspace版	 rakumoカレンダー	150円	月額：490円    	月額：880円      
	 rakumoコンタクト	100円		
	 rakumoワークフロー	300円		
	 rakumoボード	200円		
	 rakumoケイヒ	300円		
	 rakumoキンタイ	300円	-	
Salesforce版	 rakumoソーシャル スケジューラー	900円		
	 rakumo Sync	400円		

※ 上記は税抜表示価格となります。

プロダクト間の連携が可能であり、重複入力が不要となるなど、ユーザー（使用者）に便利さと効率性を提供。さらに重複入力がないことからミスの低減にも寄与



プロダクトの紹介1 ワークフロー

電子稟議システムにより業務効率の向上及びコミュニケーションを活発化

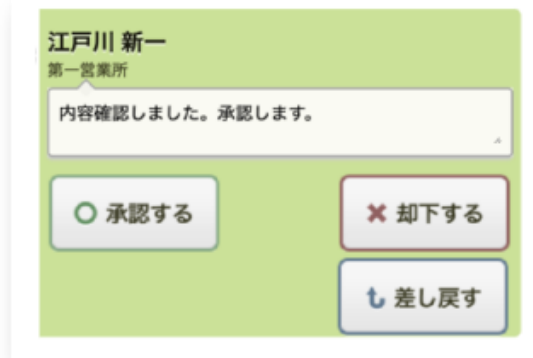
1 稟議申請

誰でも簡単に申請書を作成可能



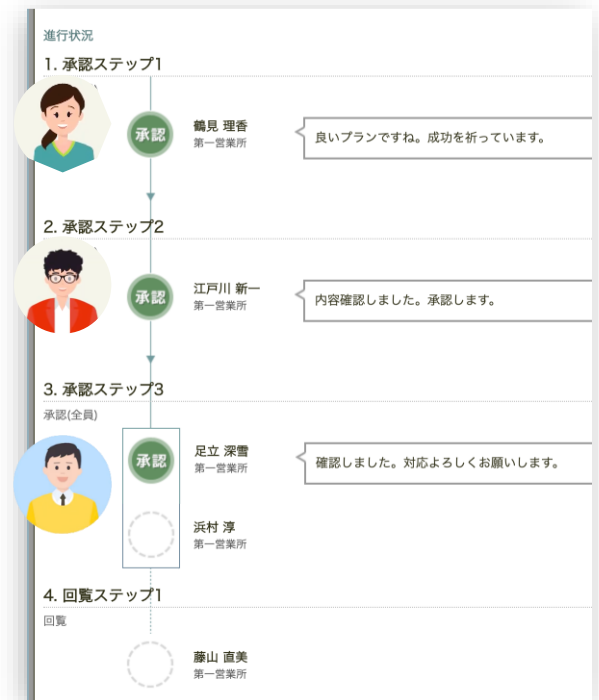
2 承認プロセス

いつでも、どこでも、
タイムリーな申請・承認が可能



3 承認の進行状況の確認がいつでも可能

コメント機能によるコミュニケーション活発化にも貢献



プロダクトの紹介2 キンタイ

勤怠管理システムにより勤怠状況の見える化及び勤怠登録等の効率化を実現

- ユーザーが一画面で直感的に自分自身の労働状況（労働時間、有給取得状況等）の把握が可能
- 多様な打刻手法による労働時間の登録及び各種申請（休暇等）手続きの効率化に貢献

日付	勤務パターン	出勤時刻	退勤時刻	休憩時間	実働時間	備考	申請	7	9	11	13	15	17	19	21
12/1 (日)							+								
2 (月)	通常	8:58	19:34	1:00	9:36		+		[Green bar representing work hours]						
3 (火)	通常	8:48	19:31	1:00	9:43				[Green bar representing work hours]						
			19:06	1:00	8:25				[Green bar representing work hours]						
			19:47	1:00	9:46				[Green bar representing work hours]						
							1		[Grey bar representing leave]						

多様な打刻方法
いつでも、どこでも容易に正確な時間登録が可能



**一つの画面から
各種申請が容易に可能**

休暇申請 休日出勤申請
深夜勤務申請 遅刻早退申請

**労働時間、時間外労働時間、有給休暇
の取得状況等がいつでも見られる**

所定労働日数	20日	時間外労働時間	7:11	深夜労働時間	0:00	有給休暇 (年休+特休)	残り8日
所定労働時間	160:00	法定内	7:11	休日労働時間	0:00	代休・休日	残り0日
実労働日数	19日	法定外	0:00	所定休日	0:00	有給取得時間 (年休・特休など)	8:00
実労働時間	159:11	みなし	33:00	法定休日	0:00	無給・欠勤・遅刻・早退	0:00

最終集計時刻: 2020年2月17日 15:39

製品間連携により重複入力・重複対応がなくなり、効率性が向上し、かつ、ミスが減少

rakumoカレンダーへ外出予定を登録

① カレンダーに行先を入力

② カレンダー上で経路選択
(経路・費用の自動検索)

③ カレンダー上に自動登録
(移動時間も自動ブロック)

rakumoワークフローと連動

⑤ 稟議申請・承認
(自動連携・追加入力不要)

rakumoケイヒと連動

④ 経費に交通費・交通経路が自動登録
(定期区間費用自動控除)

(ご参考) プラットフォームとの補完関係

- 当社がサービスを展開するプラットフォームのターゲット市場は世界であり、ローカライズ（国別又はアジア等の地域特性を考慮）された当社サービスとの補完関係が高い状況
- プラットフォーム提供先がローカライズすることにより生じるデメリット（世界での販売が困難になる等）を当社のようなアドオンツール提供サービス会社が補完することにより、クライアントニーズに沿った製品・サービスの提供が可能

< rakumo カレンダーの補完機能例 >

(チーム組織で使いやすく)

(スケジュール調整を容易に)

部署やプロジェクト等、自由に設定が可能であり、仕事に合わせた各メンバーのスケジュールを把握可能

組織が階層表示され、ワンクリックで当該組織メンバーの構成及びスケジュールの閲覧が可能

各メンバー及び会議室を選択し、予定調整のスケジュール画面を開くことで、容易にスケジュール調整が可能に

(個人スケジュールの週表示及び当社他製品との連動)

該当スケジュールにマウスを合わせることで瞬時に概要表示

電車の移動時間を含めて表示 (rakumo ケイヒ と連動)

電車の移動時間の前後を薄色でブロック表示 (rakumo 経費 と連動)

予定種別を設定可能、色分けで会議の実施方法を分かりやすく表示

「ITreview Grid Award 2024 Winter」においても各種Award を受賞



rakumo (Google Workspace 版)

- グループウェア 総合部門
- Google Workspace拡張機能 総合部門

rakumo ワークフロー

- ワークフロー 総合部門
- Google Workspace拡張機能 総合部門

rakumo キンタイ

- 勤怠管理システム 総合部門

rakumo ボード

- コラボレーションツール 総合部門
- Web社内報 総合部門
- 社内ポータルサイト作成ツール 総合部門



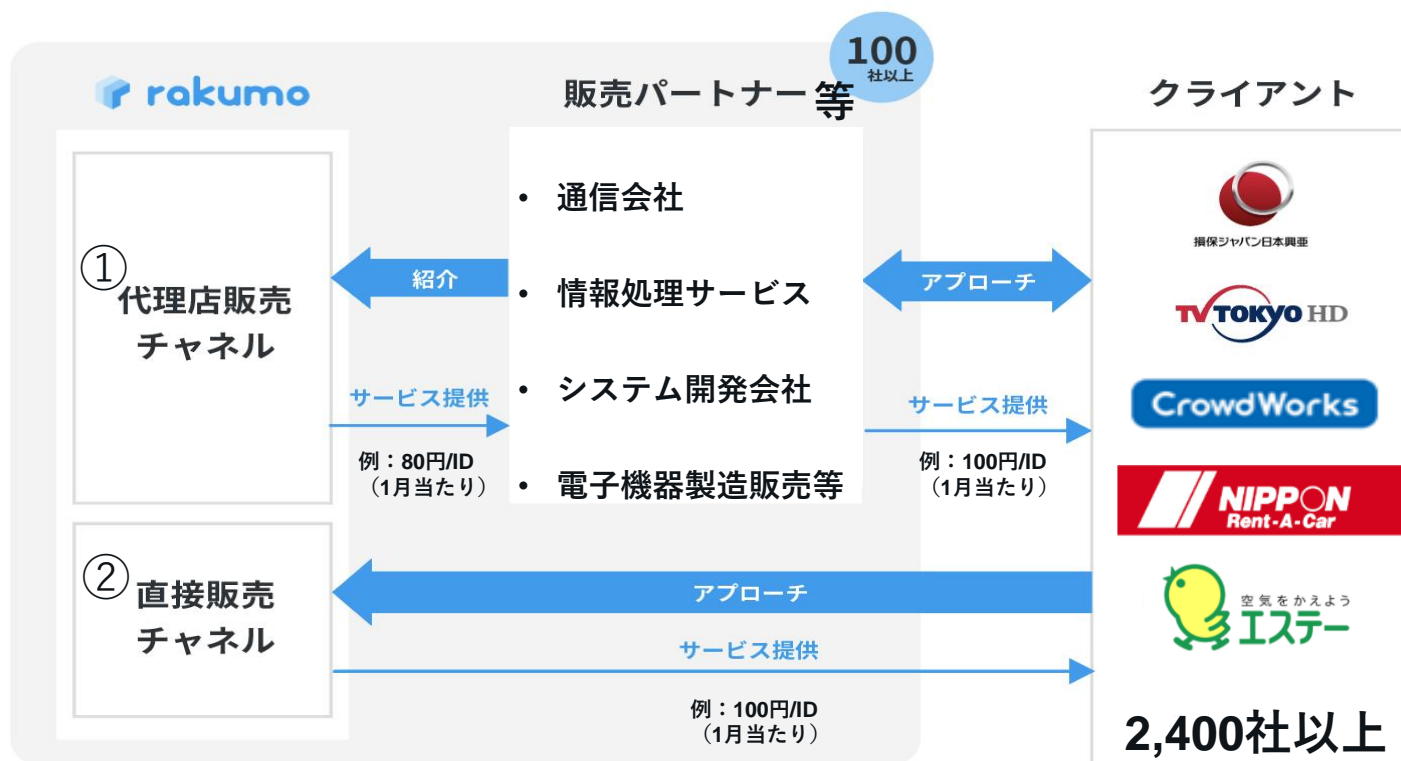
rakumo カレンダー

- カレンダーソフト 総合部門

1. Google Workspace/SalesCloudと密接に連携、業務プロセスの効率化、業務の正確性の向上、サービス管理の効率化に貢献
2. お客様の事情に柔軟に対応可能なサービス提供形態と手頃な価格（1サービス1ユーザーより契約可能、初期費用不要、手頃な利用価格）
3. 複数サービスをご利用いただくことで、サービス間のデータ・プロセス連携により、業務がより効率的に

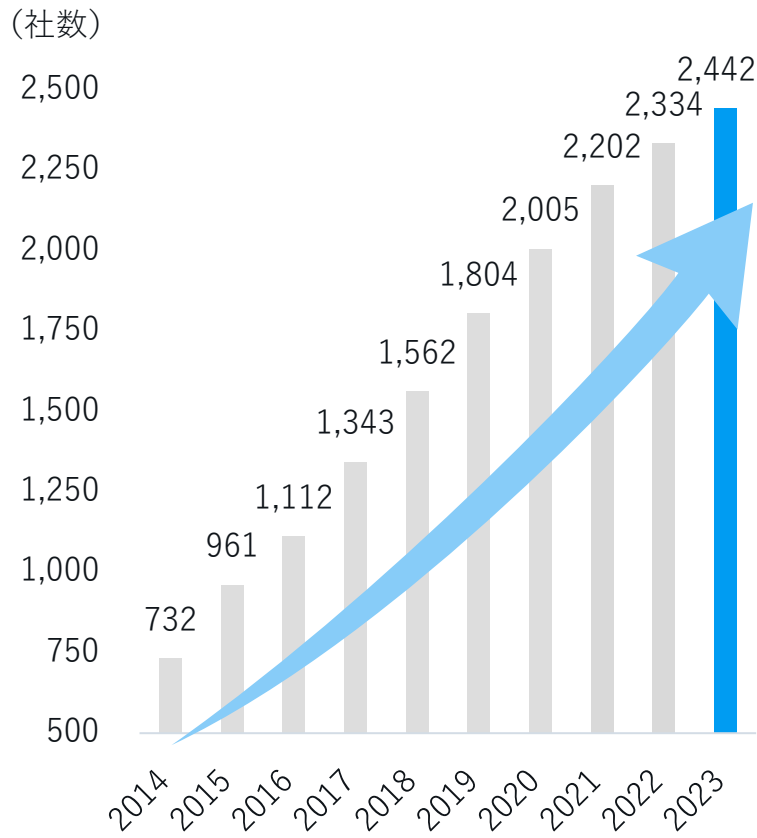
販売チャネル毎のフロー及びチャネル毎の収益構造

- ①販売代理店（販売パートナー）との密な連携、及び、②効果的なマーケティング施策によるクライアントからのネット経由からのアプローチ（インバウンド）を主体とした直接販売チャネルにより、効率的に売れる仕組みを構築
- 当社におけるSaaSサービス追加売上高の多くが、そのまま粗利となる収益構造
当社の売上高計上額は、販売パートナーへの卸値（以下の図では80円/ID）となっているため、会計上の売上高及び営業費用には、販売パートナー経由の-margin（以下の図では100円-80円=20円）は含まれず、売上高≒粗利となるイメージ
（例：販売パートナー経由で3ID及び直接販売で1ID販売した場合においては、 $3 \times 80円 + 1 \times 100円 = 340円$ が当社の売上高≒収益となる構造）
（上記におり高い限界利益率（（売上高-変動費）/売上高）を実現）
- 年間契約や複数月契約が主体であり、契約金額を一括前払いで回収しており、キャッシュフローが安定化



業種・規模を問わず、多種多様な2,400社以上（本資料提出時時点）のクライアントにサービスを提供

利用クライアント数（社）の推移



クライアント（大企業～ベンチャー企業まで）

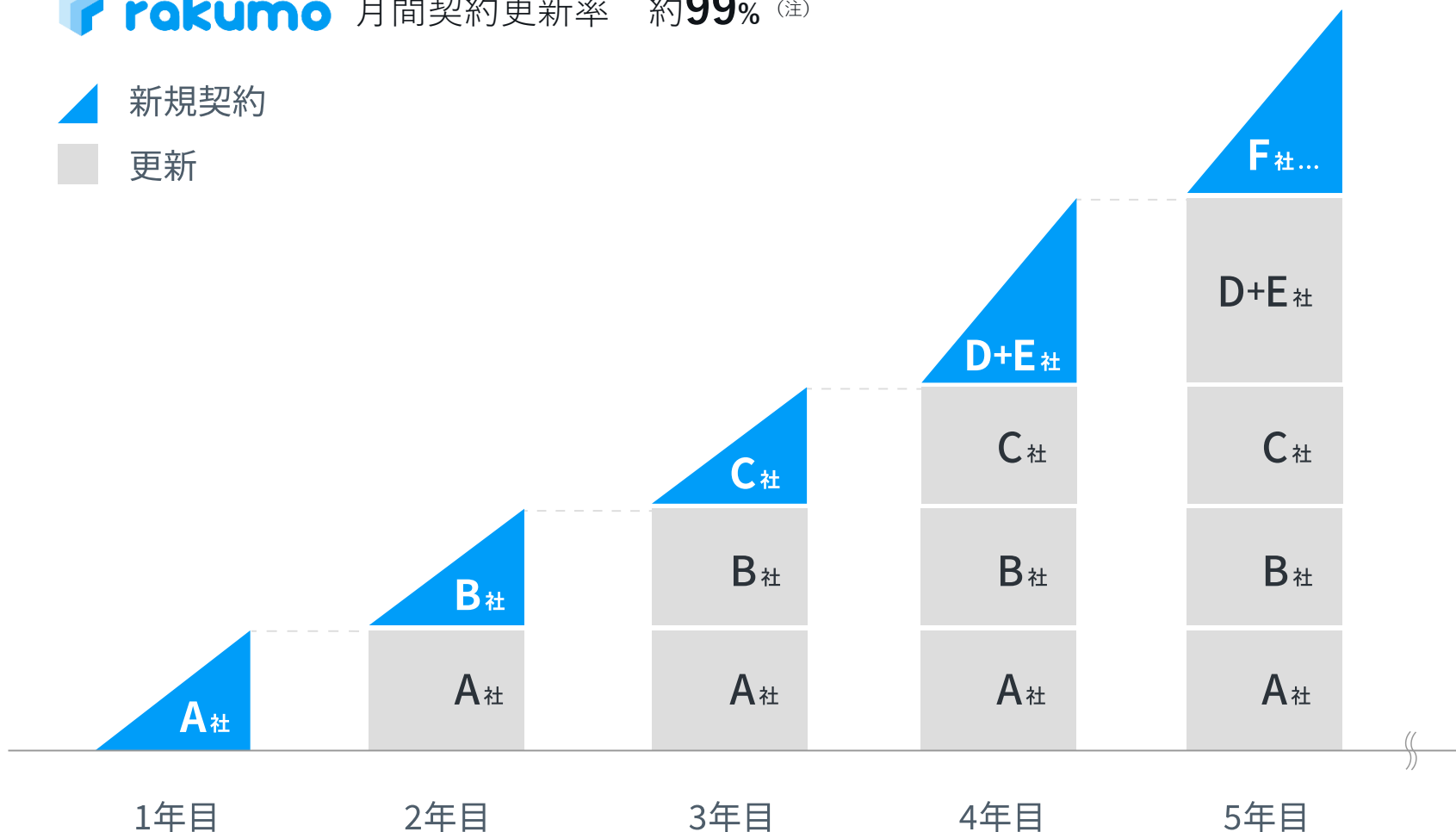


全体的なイメージ

- ・新規契約が翌年度の売上拡大に貢献し（積上げモデルにより）、安定性と成長性を実現
- ・高い契約更新率（低解約率）により、新規契約の大半が翌年度以降も売上に貢献

月間契約更新率 約**99%** (注)

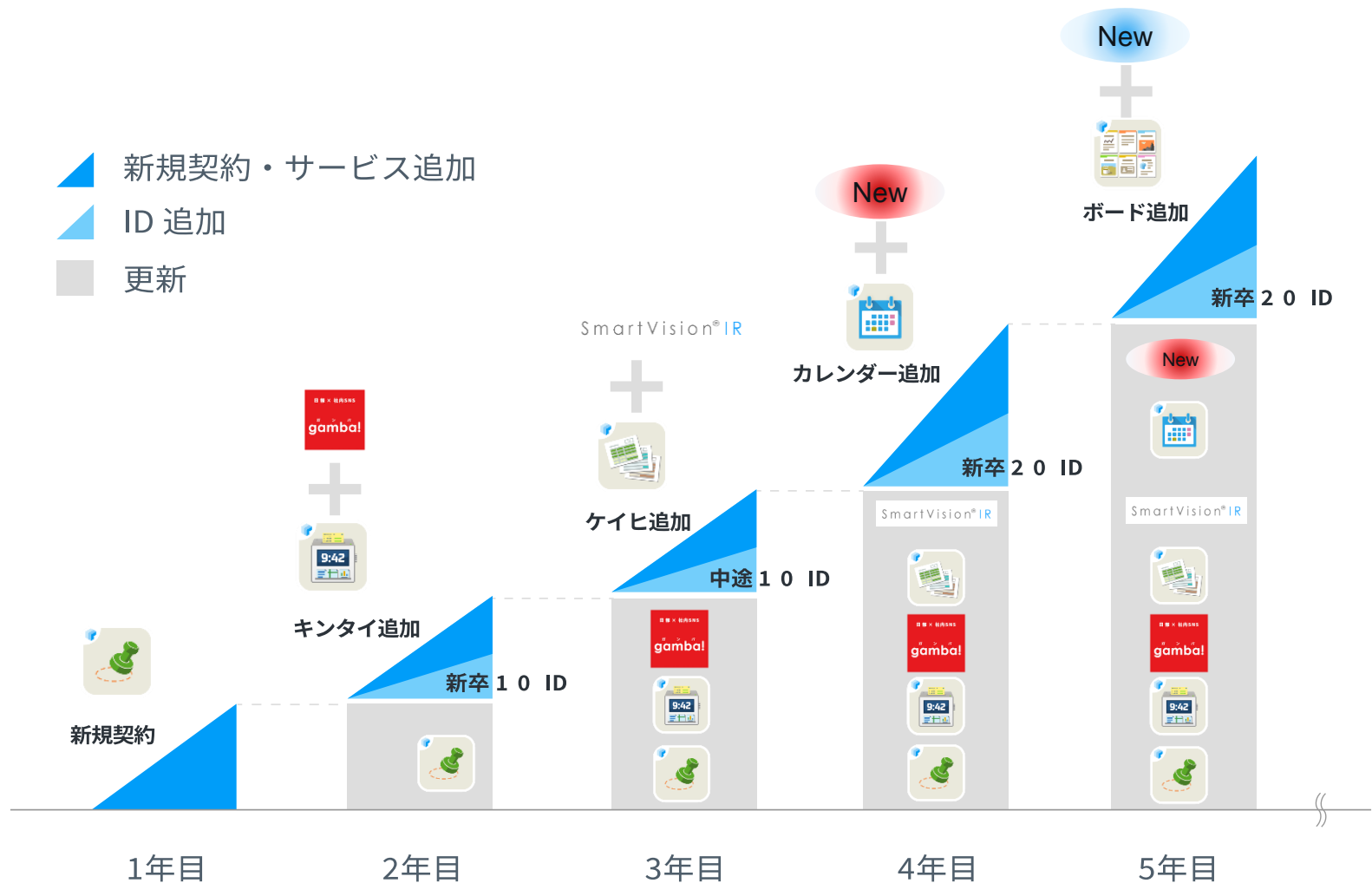
新規契約
 更新



注：2023年通期平均の月次契約更新率となります。

1社（クライアント）当たりの単価増加イメージ

- ・クライアントの成長に伴い追加ID受注を獲得
- ・当社の特徴である広範囲な製品群により、サービス追加（例：ワークフローを導入していたクライアントがキンタイを導入する等）が生じ、1社当たり単価増に貢献
- ・更に、追加新規プロダクトにより、1社あたりの単価増を企図



Appendix (補足資料)

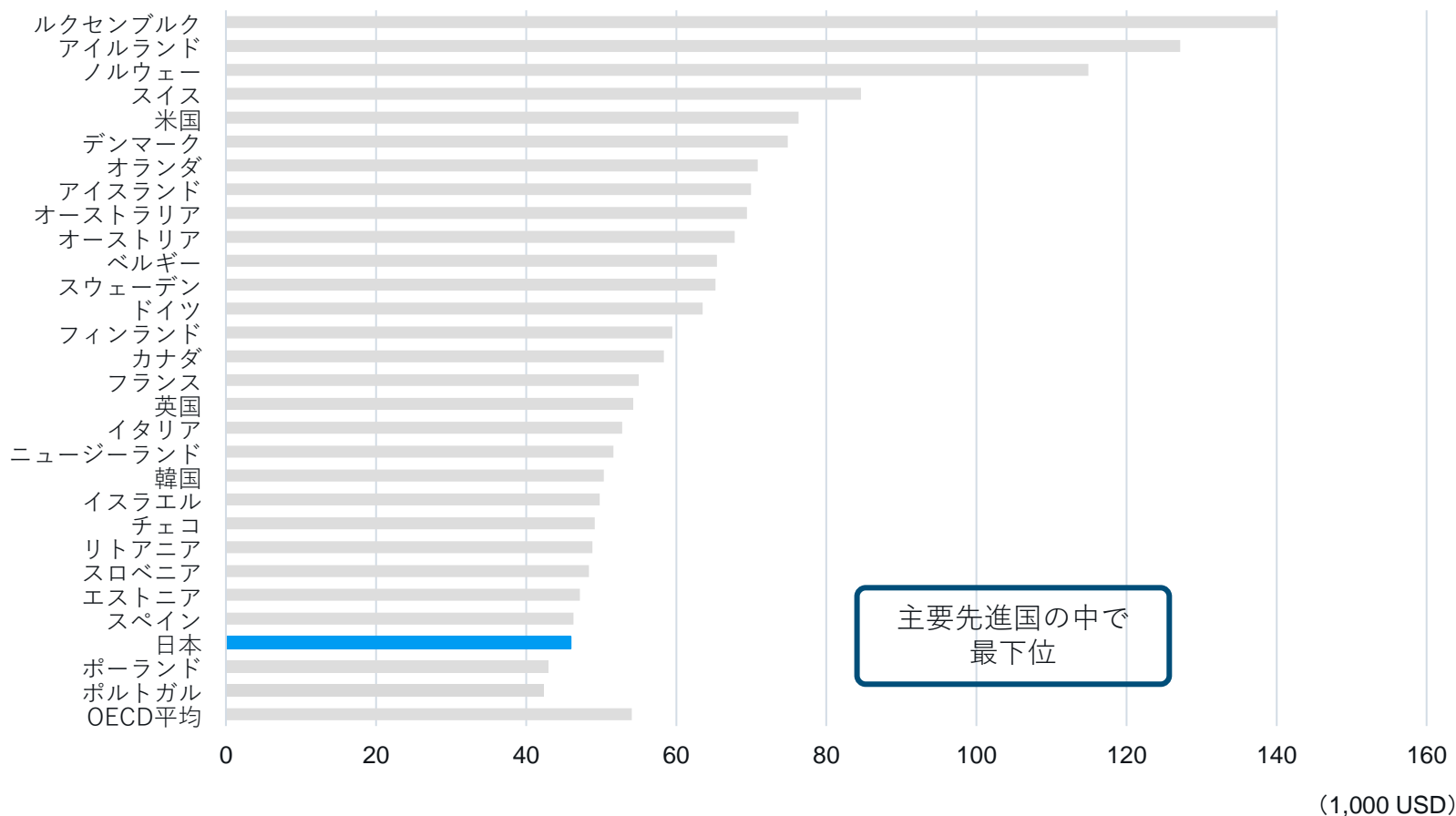
3. 業界動向

日本社会が求められている労働生産性

日本は長年OECD加盟諸国の中で、1人当たりの労働生産性が低く、効率的な働き方（労働生産性の向上）が求められている。順位で見るとOECD加盟38カ国中27位と低い状況が継続

OECD加盟国の労働生産性（2022年）

※就業者1人当たりが生み出す成果



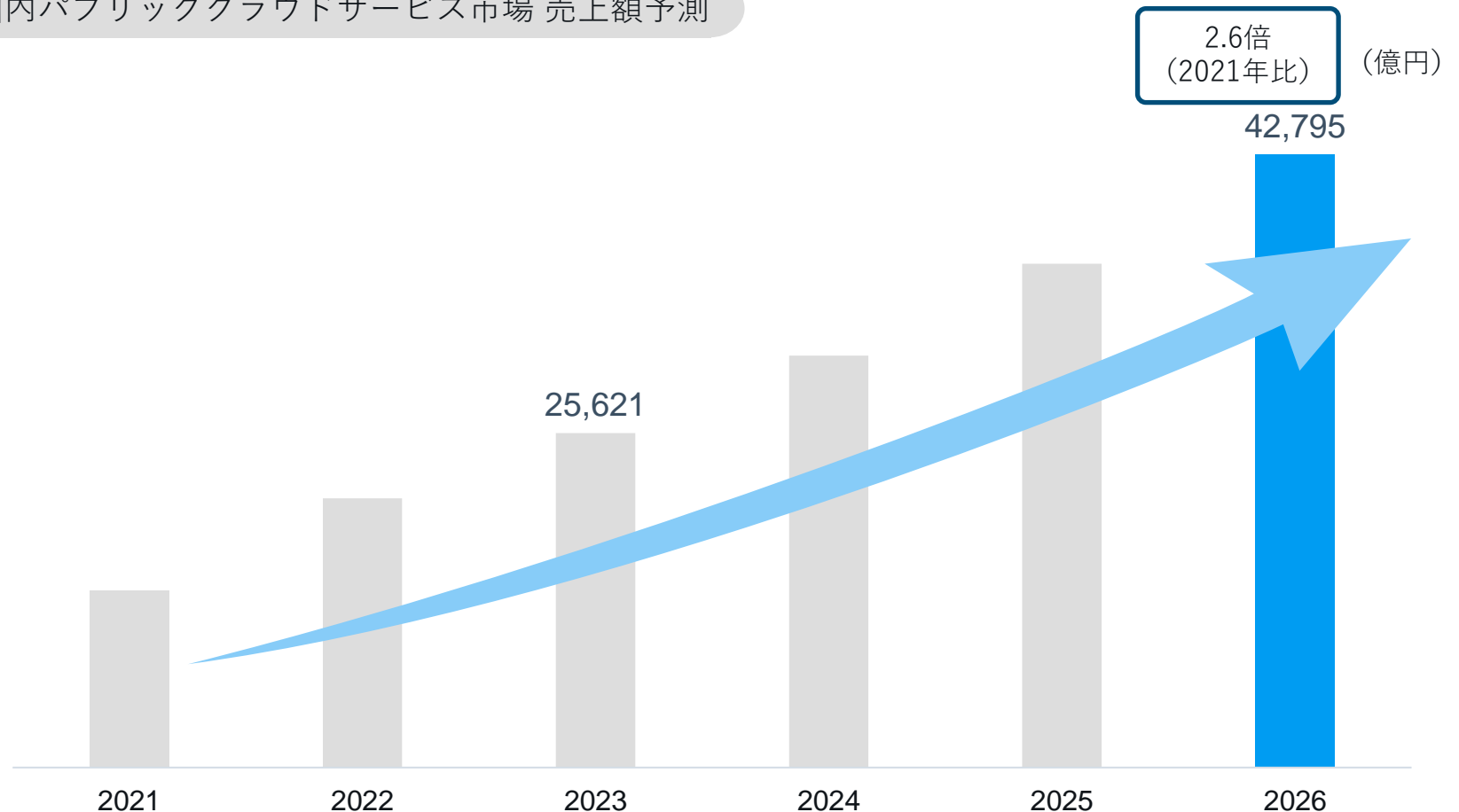
働き方改革やデジタル等の政府重点政策と、労働生産性向上・業務のデジタル化に寄与する製品を提供している当社ビジネスとの方向性は一致

新しい資本主義の加速

(1)三位一体の労働市場改革による構造的賃上げの実現と「人への投資」の強化、分厚い中間層の形成	三位一体の労働市場改革	リ・スキリングによる能力向上支援、個々の企業実態に応じた職務給導入、成長分野への労働移動円滑化
	家計所得の増大と分厚い中間層の形成	非正規雇用労働者の処遇改善、最低賃金の引上げ、資産運用立国の実現、資産所得倍増プランの実行
	多様な働き方の推進	多様な働き方を選択できる環境整備、国家公務員のデジタル環境整備・働き方改革等、働き方改革の一層の推進
(2)投資の拡大と経済社会改革の実行	官民連携による国内投資拡大とサプライチェーンの強靱化、GX・DX等の加速、スタートアップの推進と新たな産業構造への転換・インパクト投資の促進、官民連携を通じた科学技術・イノベーションの推進、インバウンド戦略の展開	
(3)少子化対策・こども政策の抜本強化	加速化プランの推進（リ・スキリングへの直接支援、共働き・共育ての推進：多様な働き方と子育ての両立支援）、こども大綱の取りまとめ（こども政策DXの推進）	
(4)包摂社会の実現	女性活躍（多様で柔軟な働き方の推進、女性デジタル人材の育成、女性登用加速化）、共生・共助社会づくり、就職氷河期世代支援、孤独・孤立対策	
(5)地域・中小企業の活性化	デジタル田園都市国家構想の実現、個性をいかした地域づくりと関係人口の拡大（スタートアップ支援、テレワーク活用、サテライトオフィス環境整備）、「シームレスな拠点連結型国土」の構築と交通の「リ・デザイン」、中堅・中小企業の活力向上、物流の革新（物流2024年問題等への抜本的・総合的対策）、文化芸術・スポーツの振興	

2026年の国内パブリッククラウドサービス市場規模は、2021年比2.6倍の4兆2,795億円へ拡大見通しであり、引き続き高い成長性が見込まれる

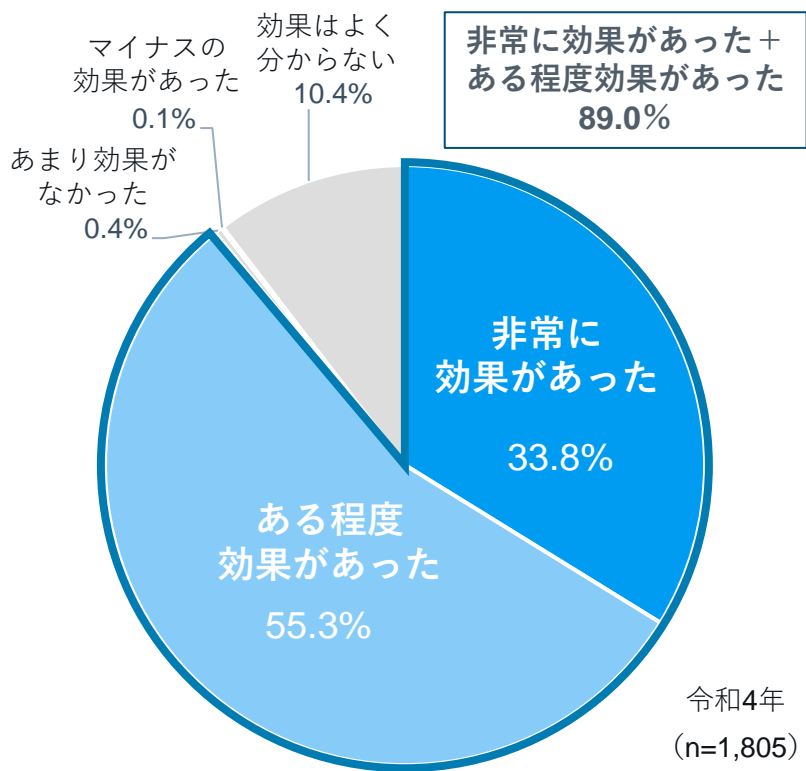
国内パブリッククラウドサービス市場 売上額予測



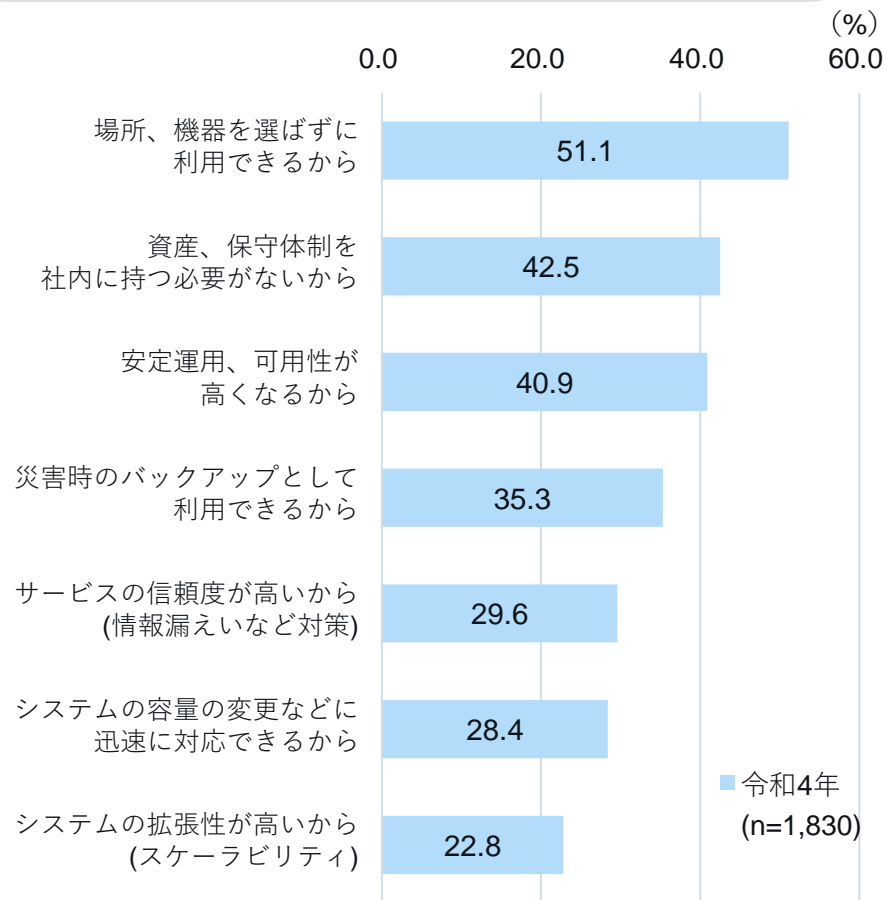
クラウドサービスを利用する理由・効果

- 約89%の企業がクラウドサービスの効果を実感している
- クラウドサービスを利用する理由は「場所、機器を選ばずに利用できる」が最も多い

クラウドサービスの効果

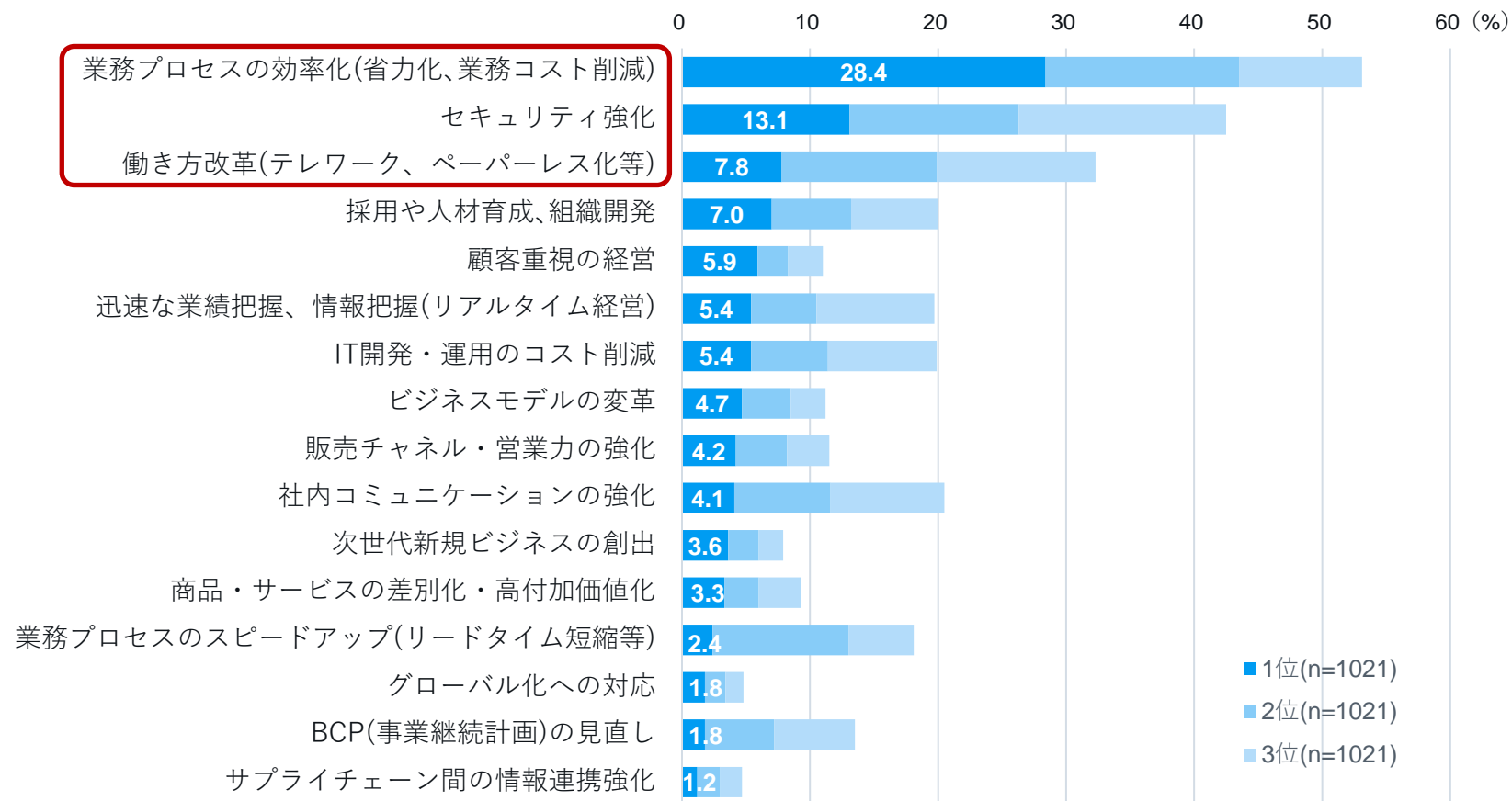


クラウドサービスを利用する理由（複数回答）



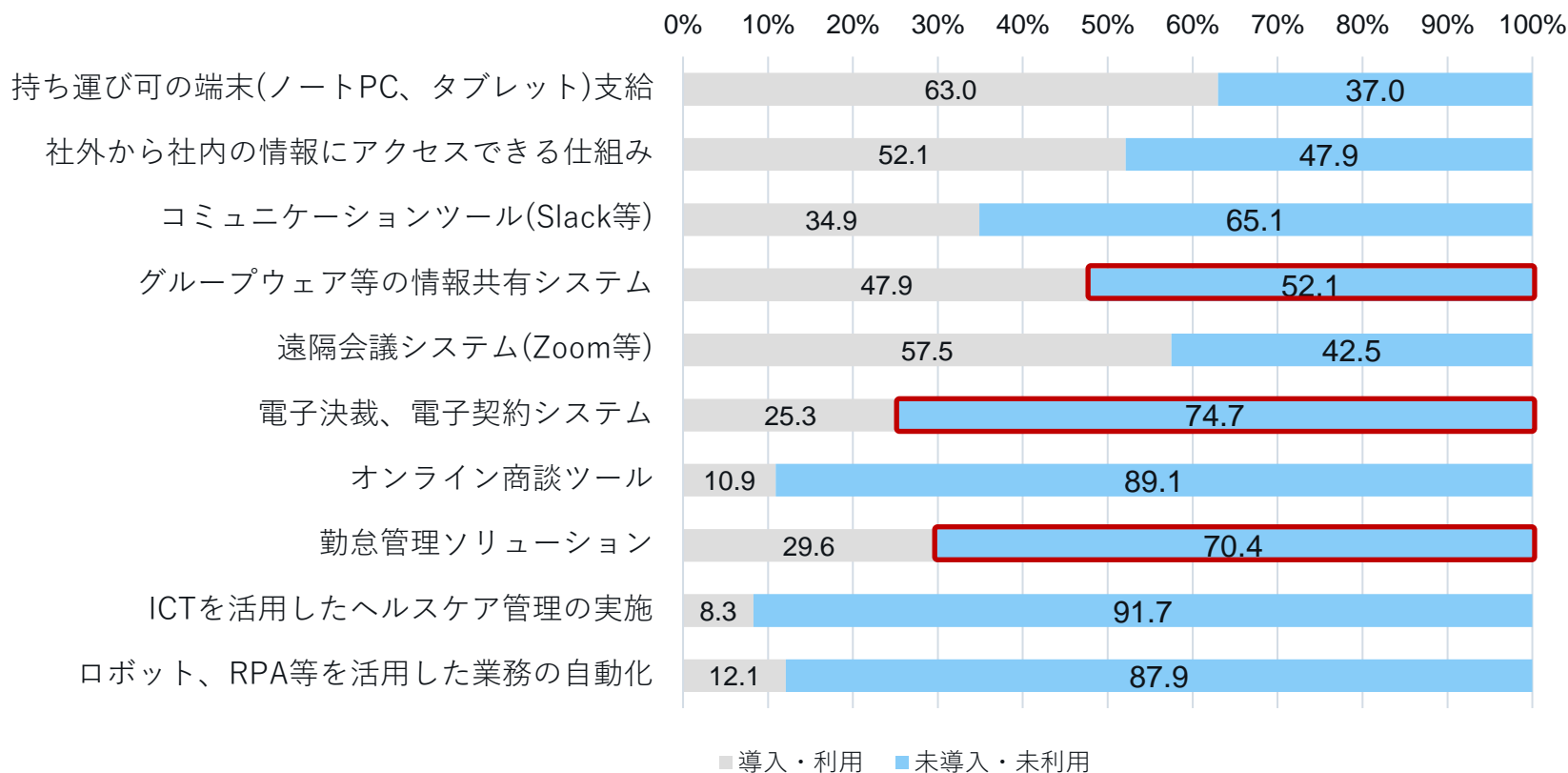
- 多くの企業がIT投資により、業務プロセス効率化や、セキュリティ強化、働き方改革等の経営課題を解決したいと考えている

IT投資で解決したい短期的な経営課題（1位の降順）



- 総務省の調査によると、電子決済システム、勤怠管理ソリューションの未導入・未利用企業は70～75%程であり、これからさらなる導入が進むのではないかと推察
- また、グループウェア等の情報共有システムも50%以上が未導入・未利用の状況であり、グループウェアの拡大も継続するものと推察

「働き方改革」関連でのICT導入・利用状況（日本）

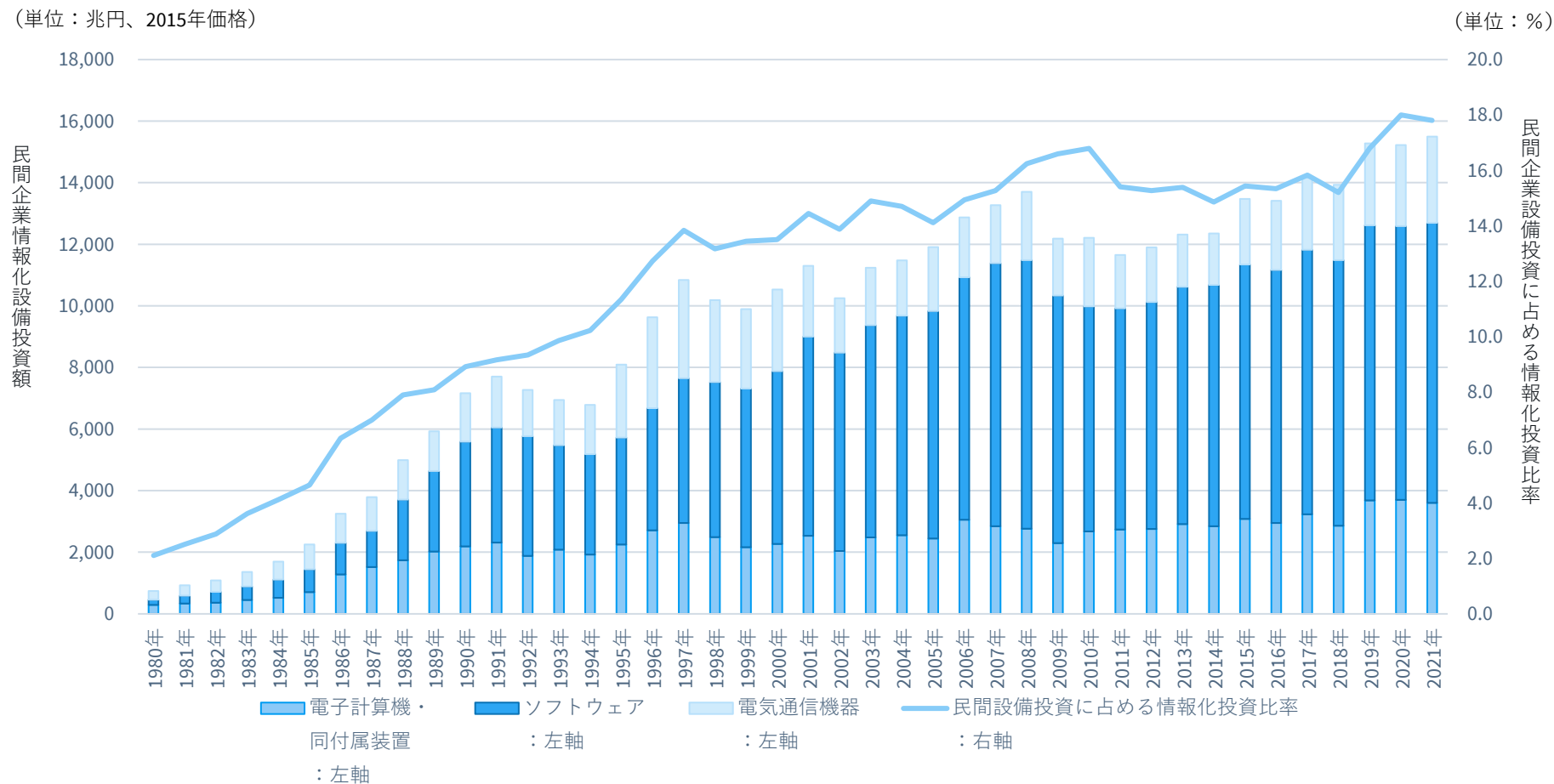


我が国の情報化投資の推移

- 民間企業における情報化設備投資額は増加傾向
- また、民間企業の設備投資に占める情報化投資比率も増加傾向

我が国の情報化投資の推移

(単位：兆円、2015年価格)

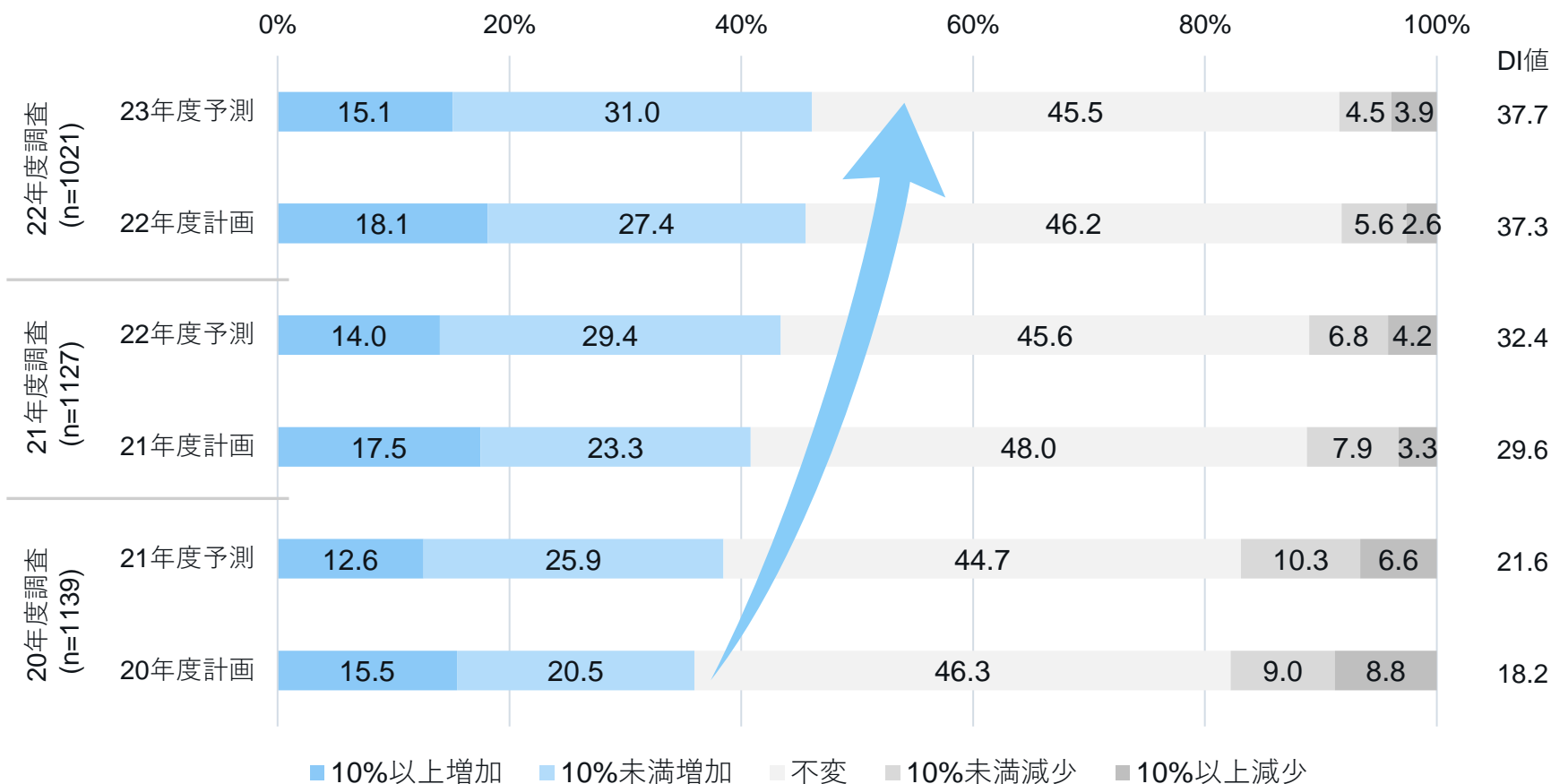


出所：総務省「令和5年版情報通信白書」(2023)より作成

年度別IT予算の増減

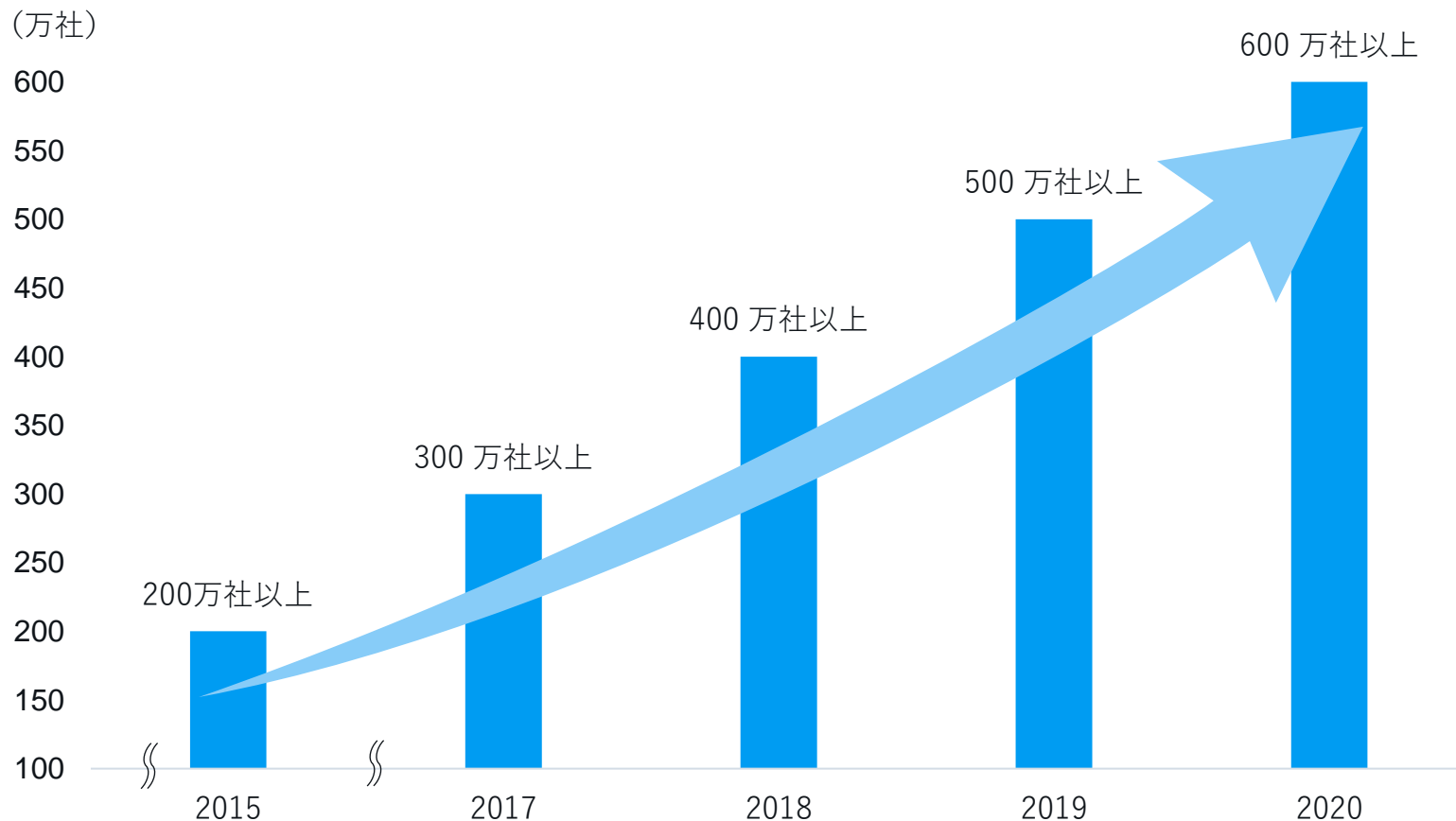
- 国内企業における年度別IT予算は増加傾向

年度別IT予算の増減



Google社の公表資料によるとGoogle Workspace[※]の利用社数は、毎年大幅に増加しており、当該プラットフォーム上に製品展開をする当社の今後の更なる成長が期待される

Google Workspace[※]の販売推移



出所：Google社 公表資料等

※ 過去の公表資料では、G Suite（現Google Workspace）という商標にて発表されております。

Google Workspaceの大手企業の導入事例



- Google社公表情報[※リンク](#)によれば、中小及びベンチャー企業その他、多種多様な業種の大手企業がGoogle Workspaceを導入している状況が読み取れる
- Gmail（セキュリティ及び容量問題）、ドライブ（ファイルサーバーの管理・容量問題）、共同編集ツール、テレビ会議システム、検索機能等を通じた業務効率化及びコスト削減（ペーパーレス含む）を目的として導入されている印象

製造業	旅行・運輸	小売業・卸売業
<ul style="list-style-type: none">A社（従業員数：45,000人以上）B社（従業員数：14,000人以上）	<ul style="list-style-type: none">C社（従業員数：30,000人以上）D社（従業員数：1,500人以上）	<ul style="list-style-type: none">E社（従業員数：7,500人以上）F社（従業員数：6,000人以上）
鉱業・建設業	不動産	食品・飲料
<ul style="list-style-type: none">G社（従業員数：8,500人以上）H社（従業員数：4,000人以上）	<ul style="list-style-type: none">I社（従業員数：3,000人以上）J社（従業員数：2,500人以上）	<ul style="list-style-type: none">K社（従業員数：15,000人以上）L社（従業員数：500人以上）
テクノロジー	飲食店	その他の業界
<ul style="list-style-type: none">M社（従業員数：5,000人以上）N社（従業員数：1,500人以上）	<ul style="list-style-type: none">O社（従業員数：2,500人以上）P社（従業員数：2,000人以上）	<ul style="list-style-type: none">エネルギー/公共事業ヘルスケア/ソーシャルケア専門業政府機関等

出所：Google社 公表資料等

注：

- 本資料は、Google社の公表資料等を基に当社が把握できる範囲内で作成したものであり、実際のデータと差異が生じる可能性があります。
- 従業員数については、当社が把握できる範囲内で記載したものであり、当該すべての従業員がGoogle Workspaceを使用しているとは限りません。また、導入企業は、当社が代理店として販売している先ということではありません。

既存のマーケット（下図①及び②の比較）について

・ Google Workspaceの推定利用者数（②）からすると、既存のマーケットだけでも当社製品の導入率を上昇出来る余地が十分にあると考えられる

将来のマーケット（下図①・②及び③の比較）の拡大について

・ 世界的なGoogle Workspaceの利用社数は堅調に増加しており、クラウド利用の促進が顕著な日本においてもGoogle Workspaceの更なる導入が進むものと考えられ、将来のマーケット動向は良好。なお、今後のGIGAスクール構想による市場拡大にも期待

③日本国内の正規の職員・従業員数
3,544万人⁽¹⁾

②日本国内のGoogle Workspace現在の利用者数
500万人⁽²⁾

①rakumoの現UU（利用者）数
約56万人⁽³⁾

出所：

(1) 総務省統計局（国内統計：雇用形態別雇用者数、2022年12月）

(2) 某アナリスト推定数値（2021年3月30日発行の某アナリストのレポートより引用）

(3) 当社自社統計

(ご参考)

GIGAスクール構想※及び当社ビジネスへの影響



- ・文部科学省が打ち出したGIGA（Global and Innovation Gateway for All）スクール構想により、ICT（Information and Communication Technology）（情報通信技術）を基盤とした先端技術の活用が教育分野から広がりを見せている
- ・Google社によると日本国内のGIGAスクール構想対象自治体の約半数がGoogle Chrome OSを搭載したノートPC（Chromebook）を選択しているという発表もあり、Google for Educationが国内の教育分野で広がりを見せることが推察される
- ・上記の結果、Google for Educationのクラウドサービスと多くの部分で重複する機能を持つGoogle Workspaceへの利用が促進されることが予想される

結果として、当社が展開するGoogle Workspace版rakumoの
長期的かつ継続的な成長を予想（現状も教育機関のお客様が増加中）

GIGAスクール構想

- ・児童生徒への端末（PC）の整備（1人1台端末）
- ・ネットワークの整備
- ・クラウドサービスの活用
- ・オンライン上での学習

Google for Educationの浸透

- ・Google Chrome OSを搭載したノートPC（Chromebook）の活用
- ・Google Workspace for Educationの利用

Google Workspace 及び rakumo

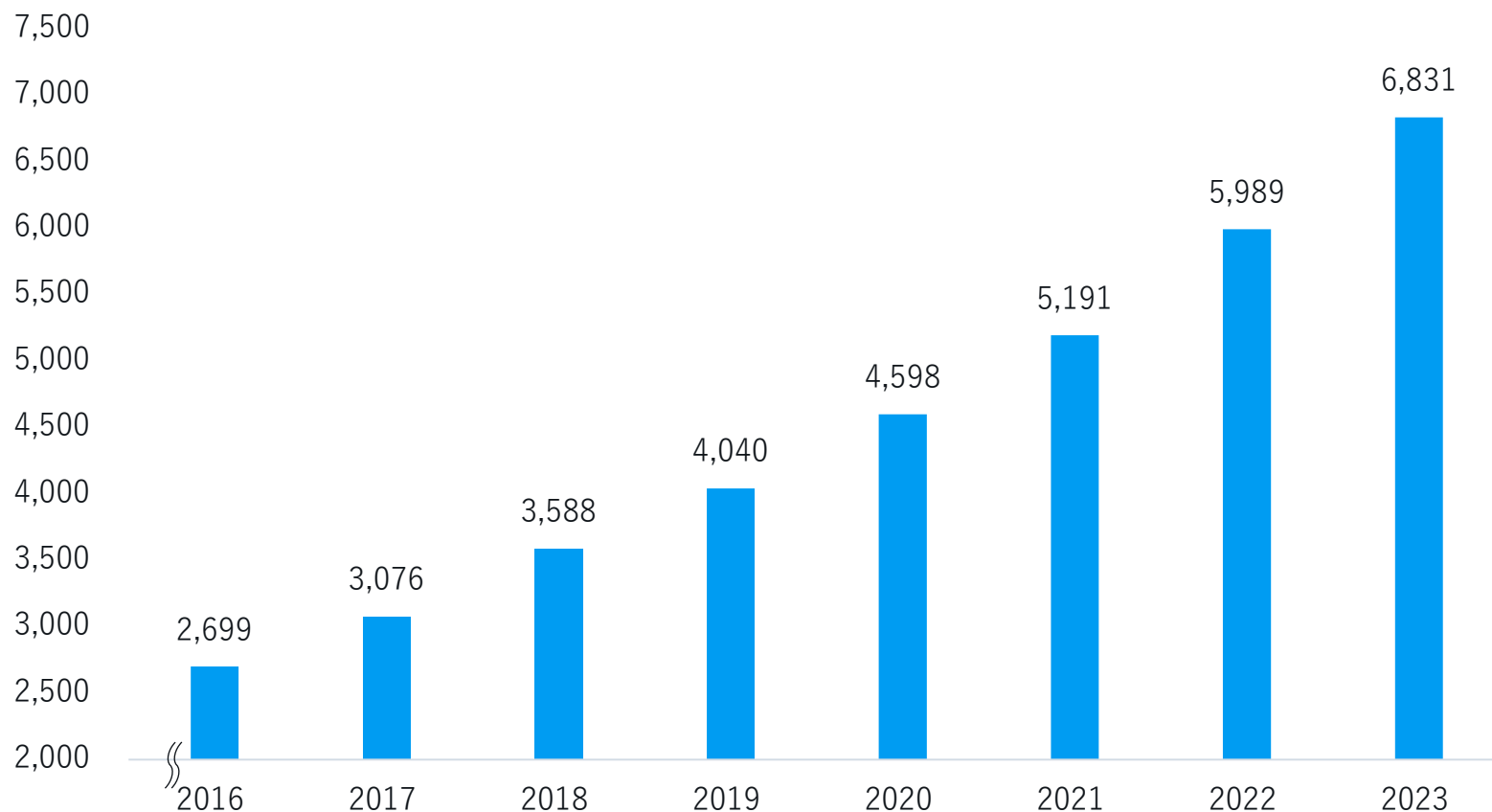
の更なる成長

※ 児童生徒向けの1人1台端末と、高速大容量の通信ネットワークを一体的に整備し、多様な子どもたちを誰一人取り残すことなく、公正に個別最適化された創造性を育む教育を全国の学校現場で持続的に実現させる構想を言います。

セールスフォース社の公表資料によるとSales Cloudの売上は、毎年大幅に増加しており、当該プラットフォーム上に製品展開をする当社の今後の更なる成長が期待される

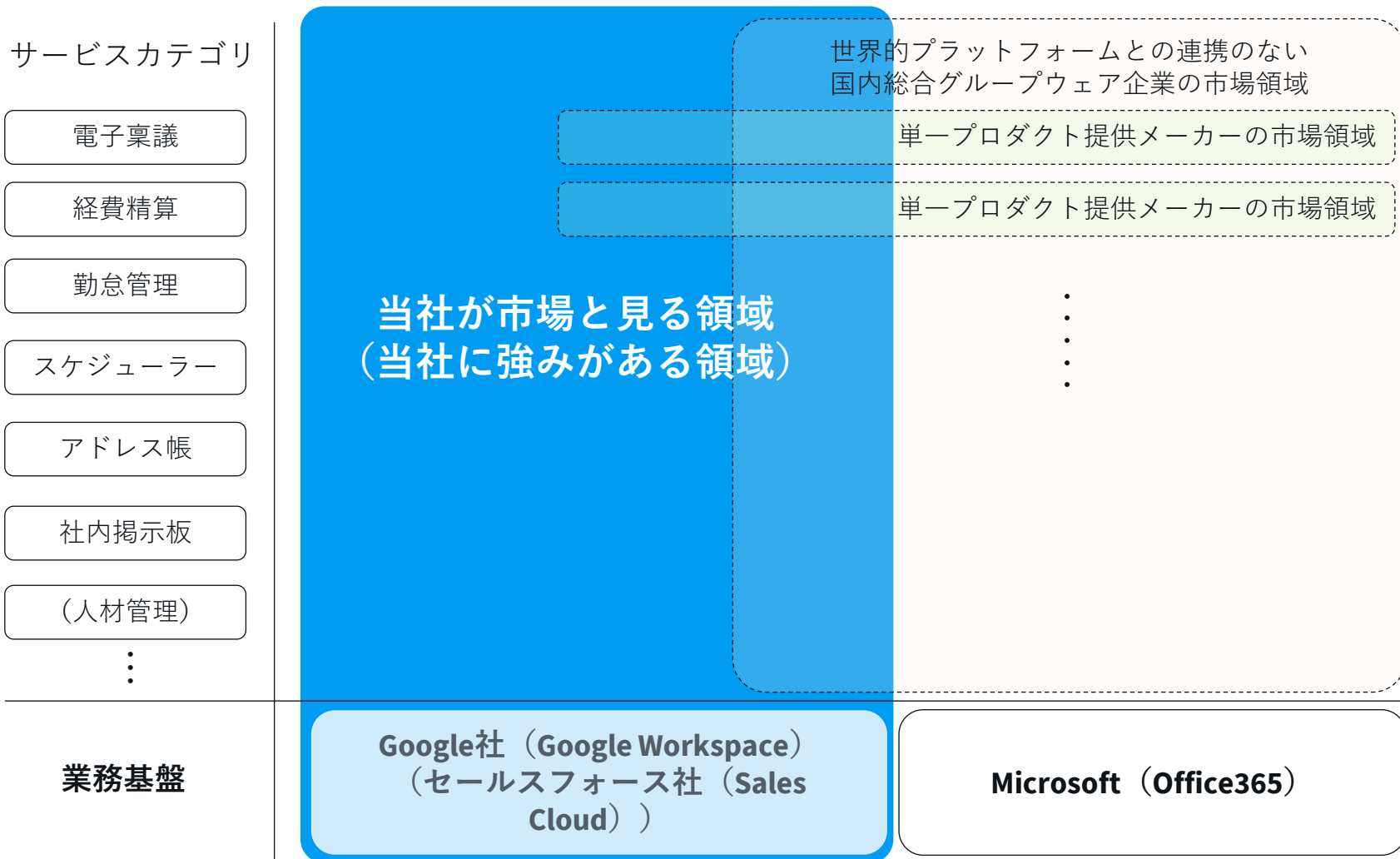
Sales Cloudの売り上げ推移

(USD million)



当社の市場におけるポジショニング

- 当社がターゲットとする業務基盤を利用する顧客においては、当社サービスの優位性（業務基盤との強固な連携）が発揮される（以下青枠箇所）
- 当社もGoogle Workspaceの再販を行うことで、市場自体の拡大に取り組むことが可能



グループウェア※業界における当社特有のポジショニング



- 当社は業務基盤ツール（例：文書作成、表計算、プレゼン資料、メール、ビデオ会議、チャット、ファイルサーバー等々）を提供するGoogle社の製品であるGoogle Workspaceと連携していることにより、グループウェア業界の中で、ユニークな（特有の）ポジショニングを確保
- 当社のようなグループウェア製品を展開する上場大手企業は存在するが、上記の通り、当社は、「Google Workspace（業務基盤ツール） + rakumo（グループウェア）」として捉えることができ、大手と違った領域での多種多様なクライアントニーズへの一元的なサービス提供が可能
- Google Workspace上で当社同様に製品を展開する企業は一部存在するが、当社の製品ラインナップ及び製品の質等を鑑みると当社に優位性があるものとする

Google Workspace

すべてが連携

AIによる業務支援機能が満載

資料作成

みんなで同時に進行



連絡

いろんな手段ですぐに連絡



データ検索

欲しい情報をすぐに検索



セキュリティ

端末や情報を簡単に安全に管理



rakumo for Google Workspace

Google Workspace のユーザー管理等の基盤を共通利用

グループウェア領域のサービスを提供

勤怠管理



rakumo キンタイ

稟議・申請



rakumo ワークフロー

経費精算



rakumo ケイビ

スケジュール管理



rakumo カレンダー

社内掲示板



rakumo ボード

連絡先管理



rakumo コンタクト

※「グループウェア」：企業など組織内のコンピューターネットワークやインターネットを活用し、組織メンバーのコミュニケーション円滑化や情報共有、業務効率化等を支援するためのソフトウェアを言います。

- お客様が当社製品・サービスを検討・導入するきっかけは以下のように大別される
- なお、rakumo導入の決め手としては、Google Workspaceとの連携（管理運用コストの削減）及び見やすさ（UIの良さ）・使いやすさが多くあげられている状況

1 「Google Workspace（業務基盤ツール）+ rakumo（グループウェア）」 を活用した本格的な業務効率化

- Google Workspaceの導入と共に、当社のグループウェアを導入し、本格的な業務効率化に移行

2 「他社からの乗り換え」

- Google Workspaceとその他大手総合グループウェア等を保有することに伴う二つのシステムの運用管理コストの削減及び費用削減メリットを享受するために、当社のグループウェアを導入
- 個別複数グループウェア製品（例：勤怠管理、稟議システム、スケジュール管理等）の運用管理コスト及び費用削減メリットを享受するために、当社のグループウェアを導入

3 「Google Workspace + rakumo製品」既存導入企業によるサービス追加

- 当社製品の使いやすさ及び製品間連携等を評価いただいたうえで追加のサービスを導入

Appendix（補足資料）

4. 当社の特徴・強みのサマリー

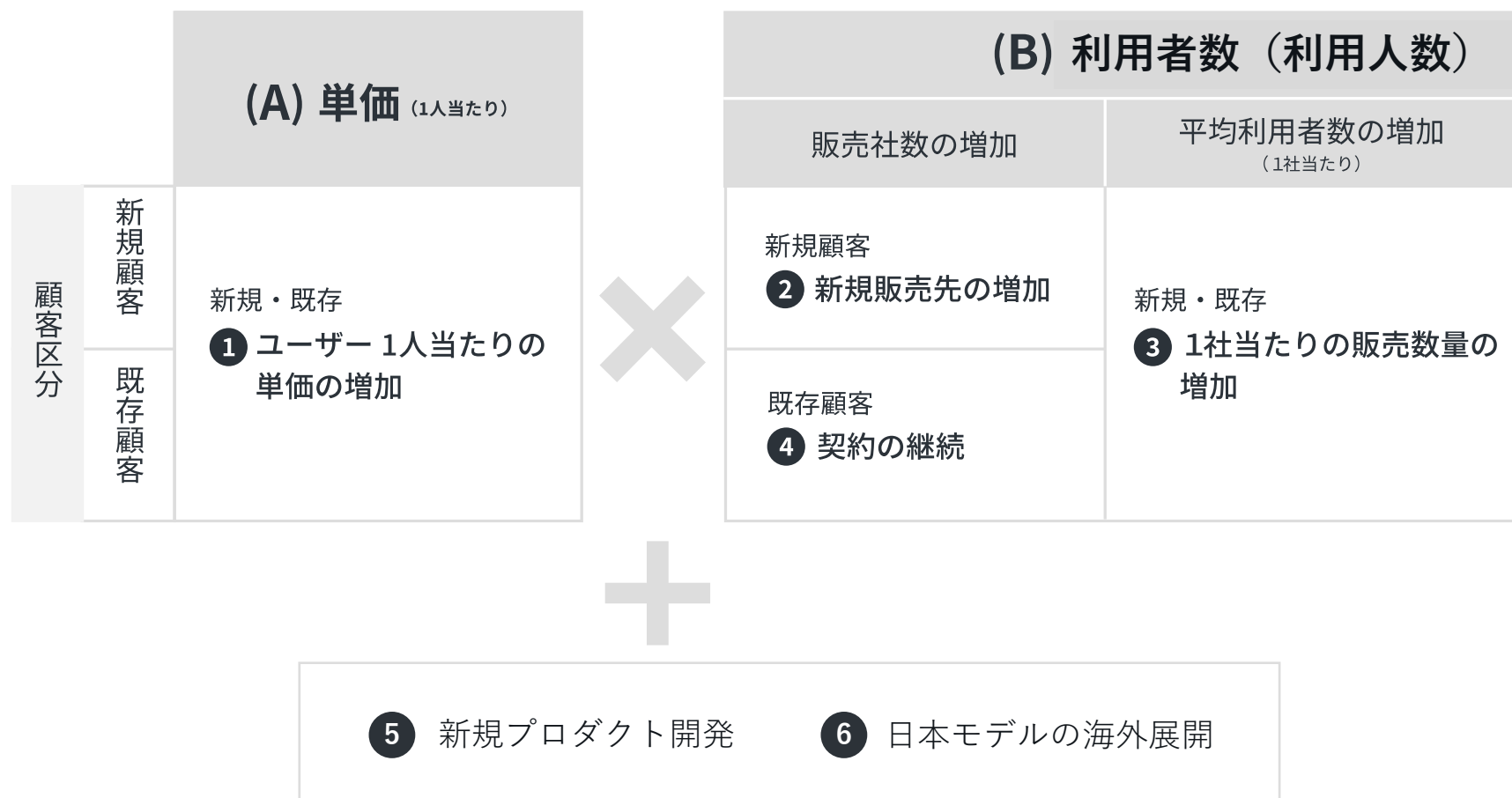
- 1 時流に乗った（拡大が見込まれる）クラウド上でのサービス展開・製品ラインナップ
- 2 安定性と成長性を兼ね備えた世界的なクラウドプレーヤーが提供するプラットフォーム上でのビジネス展開
- 3 2つの販売チャネルによる効率的に売れる仕組みの確立（販売パートナーとの密な連携及びインバウンドを主体とした自社販売チャネル）
- 4 安定性と成長性を両立させる継続収益モデル（サブスクリプション型リカーリングレベニューモデル※）の確立

※「サブスクリプション型リカーリングレベニューモデル」：サービス料金を使用期間やユーザー数等に応じて定期定額契約（サブスクリプション）として課金することで、継続的な収益（リカーリングレベニュー）を得るビジネスモデルを言います。

Appendix (補足資料)

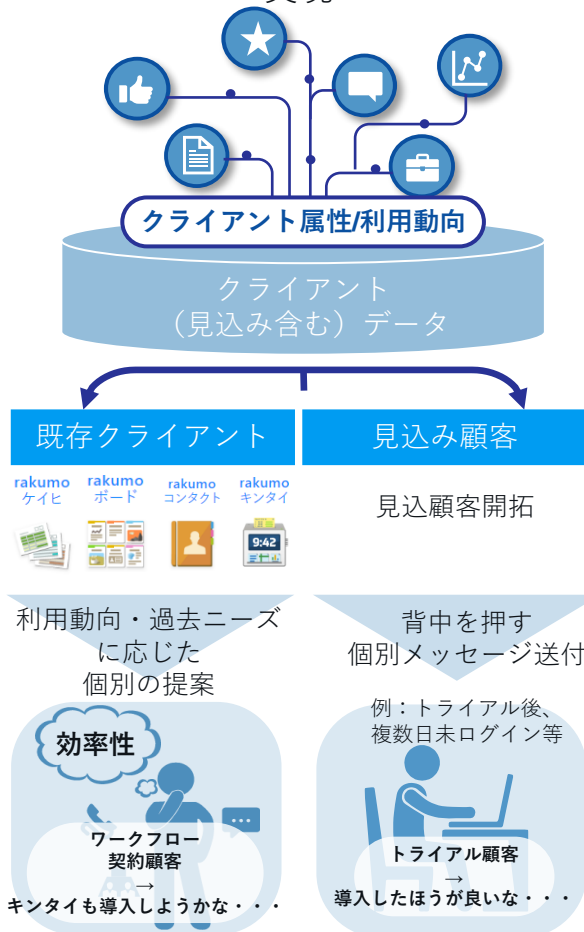
5. 成長戦略

- (A) 単価及び (B) 利用者数 (利用人数) を増加させる施策により更なる成長を企図
- 新規プロダクト開発による追加クロスセル (複数製品販売) 及び新規クライアント開拓等 (M&A等含む) についても注力



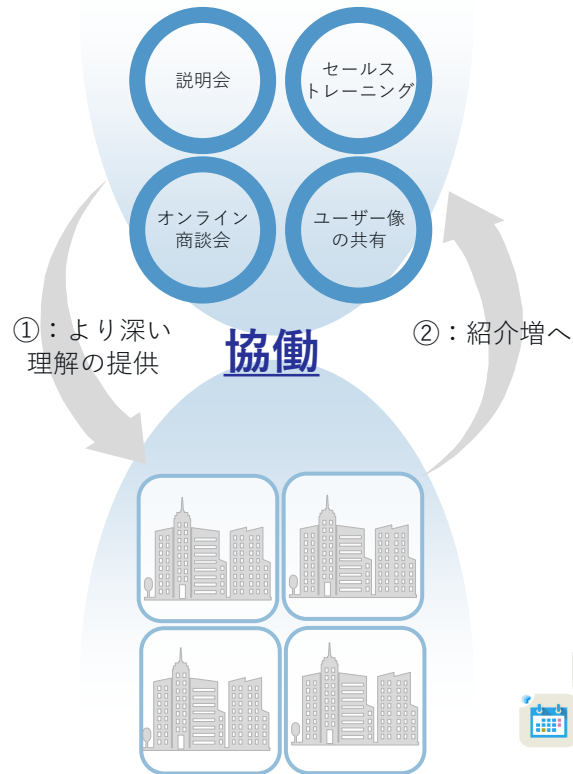
クロスセル※の実現

- ・ クライアントの属性/利用動向を分析・分類し、個々のクライアントに即した情報提供を自動的に配信
- ・ アップセル担当の配置によるクロスセルの実現



販売パートナーとの協働

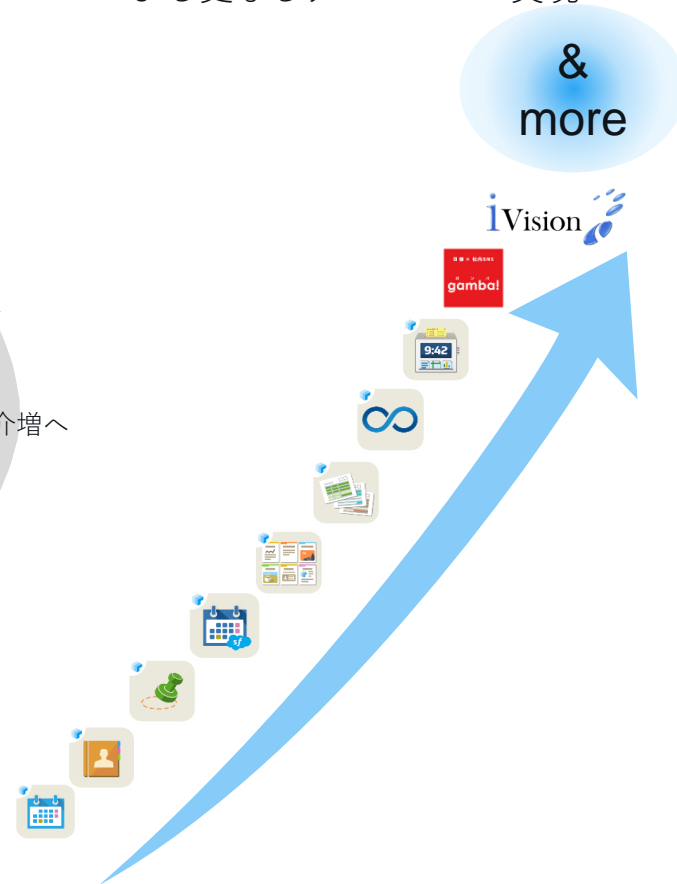
- ・ 販売パートナーへの個別施策を通じた販売パートナーのクライアントに対する提案力の向上による紹介増



※クロスセル：追加サービスを販売することです（例：ワークフローを使用されていたお客様がキンタイを新たに契約するケースなどが該当いたします）。

新規プロダクト開発

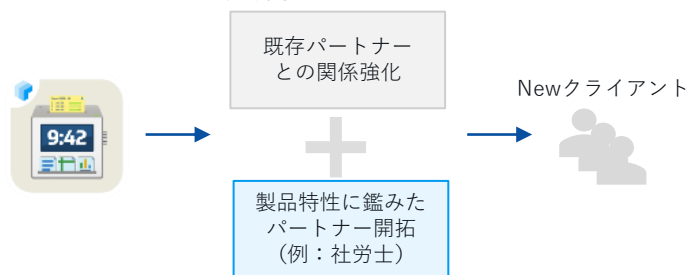
- ・ 新規プロダクト開発（人事分野でのテクノロジー領域、Salesforce関連製品、データ活用を通じた新規サービス等）による更なるクロスセルの実現



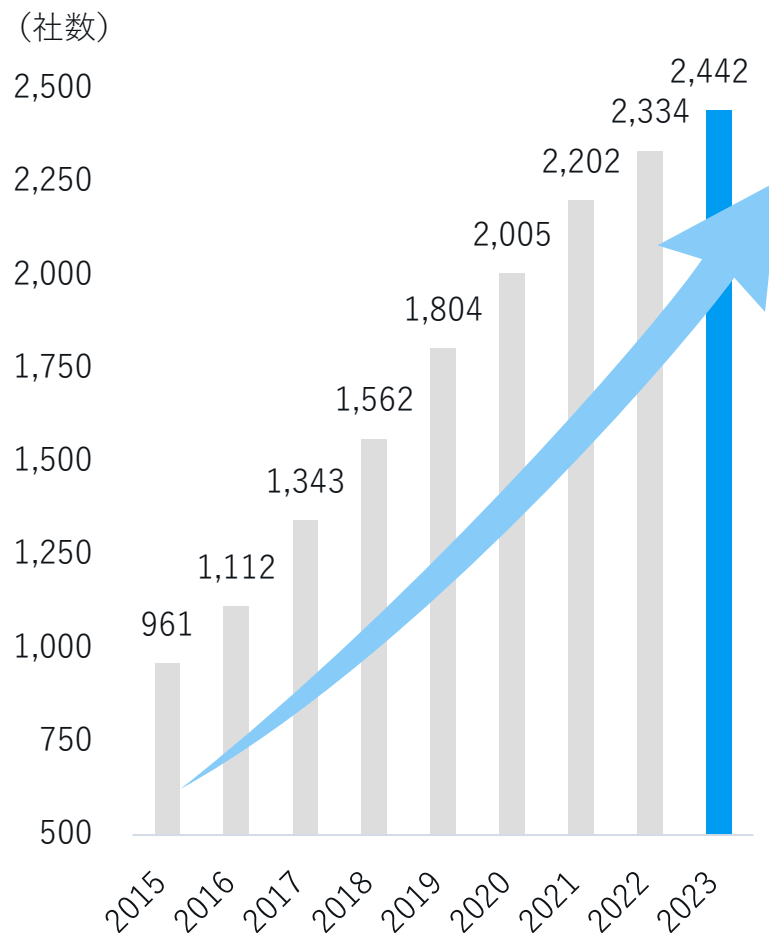
新たな販売戦略（自社販売体制強化、各種マーケティング施策を含む）を通じた新規販売先の開拓

主要な戦略

1. 自社販売体制の強化
2. 新たなマーケティング施策の実施
 - マーケティングオートメーションの活用（クライアントの属性/利用動向を分析・分類し、個々のクライアントに即した情報提供を自動的に配信）
 - 費用対効果を意識し、適切な認知度向上策の検討・実行
3. 販売パートナーとのリレーション強化
 - 展示会やセミナー等を実施等、パートナーに合わせた対応を実施
 - 製品特性に応じた新規代理店パートナー開拓又は顧客開拓力のある新規パートナーとの契約



クライアント数の推移

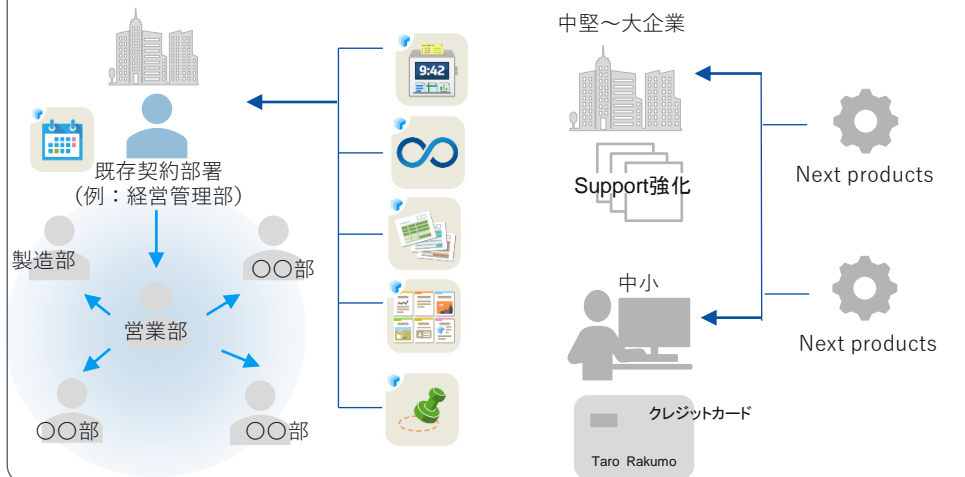


販売戦略及びプロダクト開発を通じた1社当たりの販売数量（利用人数）の増加

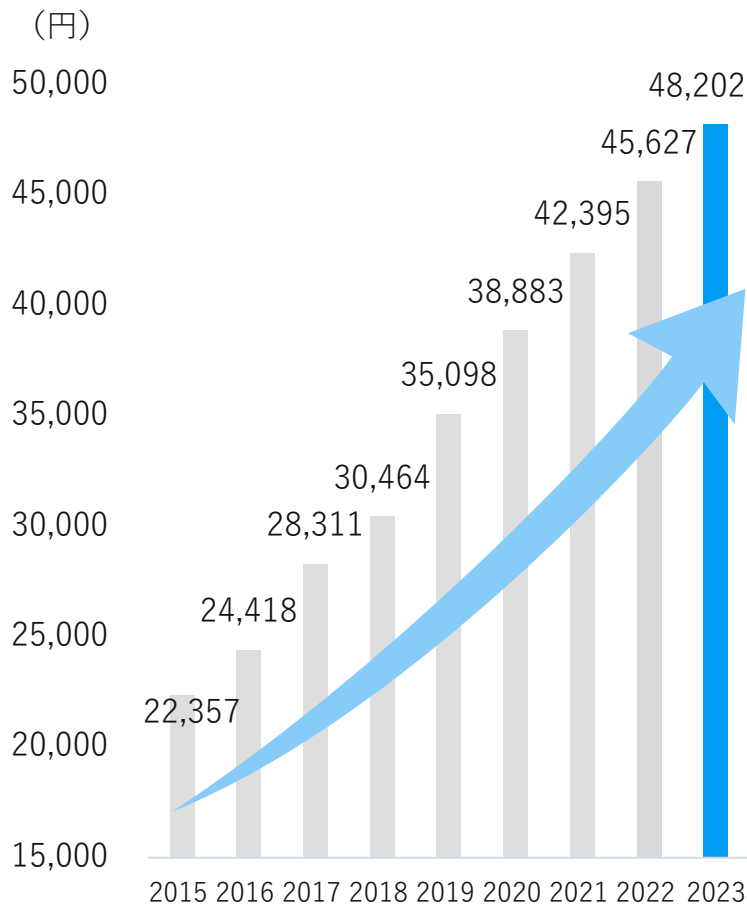
主要な戦略

1. 部門導入先への全社導入に向けたアプローチ
2. サービスの追加提案
3. 顧客に応じた効率的、効果的な販売戦略の実行
 - 中堅～大企業：ソリューション営業の強化
 - 中小企業：クレジットカードによるオンライン決済等、ネット上での手続きの完結
4. クライアントニーズを鑑みたプロダクト開発

【1. 社内利用拡大】 【2. サービス追加】 【3. クライアント別施策】 【4. 新プロダクト】



1社当たりの販売額（MRR）の推移（注）



注：MRR: Monthly Recurring Revenueの略称です。対象月の月末時点における継続課金ユーザー企業に係わる月額料金の合計額となっております。また、販売額であり、当社が他社ライセンスを販売するにあたっての会計上の売上とは一致いたしません。

他社連携及びクライアントの状況を把握し、更なる継続更新率の向上を企図

他企業との連携

- システム連携により、更に仕事をラクに！

顧客離脱分析

- 顧客離脱の低減

クライアントニーズ汲み上げ

- クライアント満足の最大化

既存領域

New

導入1~2年目企業

一般的に、長く使えば使うほど、ビジネス基盤として活用

ビジネス基盤にまで至っていない企業の利用分析をしてフォロー

低利用

利用が少なくなってしまうとビジネス基盤として地位低下

ビジネス基盤にまで至っていない企業の利用分析をしてフォロー

調査実施

継続的なNPS（クライアント満足度調査）の実施と活用

仕事の不満点を常に製品へ反映し、仕事の不快をラクに

ITreview活用

ネット上で、サービスのレビューが頻繁に行われている状況

製品開発や認知度向上に活用

連携の推進により、rakumo内でビジネス完結可能なビジネスプラットフォームの実現を目指す

月間契約更新率 約99%

更に契約更新率をUP

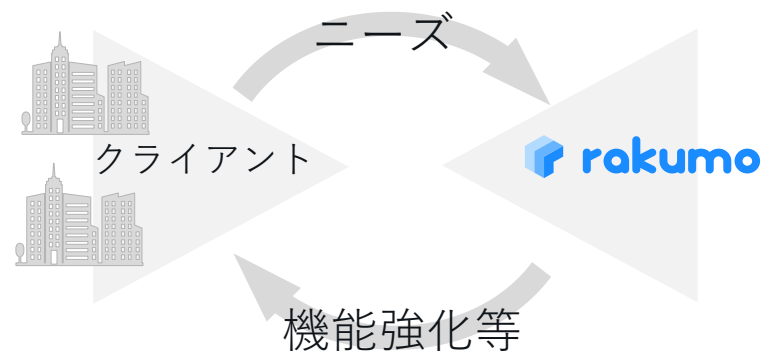
更に仕事をラクに！

そして仕事を面白く

クライアントニーズに適応した既存プロダクトの追加機能開発のみならず、新規プロダクト開発・M&A等にも注力

既存プロダクトの追加機能

既存サービスの継続的なブラッシュアップ
 SaaSの特徴である継続利用を高める為に業務効率化に繋がる顧客の声を製品に反映



新規ラインナップの強化

- ・新規プロダクト開発（人事分野でのテクノロジー領域、Salesforce関連製品、データ活用を通じた新規サービス等）
- ・投融資（M&A等）を通じた新規プロダクトの獲得



1. 東南アジアを中心としたライセンス事業の拡大

- 2020年初頭のコロナウイルス感染拡大により全世界的に顕在化した法人の業務継続を意識したリモートワーク対応ニーズの拡大を捉え、特に成長著しいASEAN地域において、ライセンス事業の拡大を模索
- ASEAN地域内でも経済成長率が高く、当社も拠点を有するベトナムにおいて、当社サービス及びパートナー企業のプラットフォームサービスの販売を検討

2. ASEAN地域における独自ライセンス商材の開発・提供

- 当社のライセンスサービス開発知見を活かし、当社のオフショア拠点であるベトナムにおいて、地域向けの法人向け独自サービスの開発、販売を促進



Appendix（補足資料）

6. 主要なリスク及び対応方針

認識するリスク及び対応方針

- ・本書提出日現在において、当社グループにおける成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスク及び対応方針は以下の通り
- ・その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照

リスク項目	リスクの概要	顕在化の可能性／時期	顕在化した場合の影響度	対応方針
Google社及びセールスフォース社との関係	両社の方針変更により、当社グループの事業に影響が生じる可能性	低／不明	大	現時点において両社が日本から撤退する予定はなく、今後も積極的に両社とのコミュニケーションを継続し、良好な関係維持に努める
技術革新への対応	技術革新や顧客ニーズへの対応遅れ、新技術対応のため想定を超える投資が必要となる可能性	中／不明	中	最新の技術動向や環境変化に関する情報収集、優秀な人材の確保や教育によるノウハウの蓄積等に積極的に取り組み、技術革新や顧客ニーズの変化に迅速に対応できるよう努める
競合	競合企業や新規参入企業との競争激化により、当社グループが想定している事業展開が図れなくなる可能性	中／中長期	中	製品開発力の強化や継続的な製品改修・サービス品質の向上等により、競争力の維持に努める
海外展開	海外の商習慣や事業環境差異に対応しきれない可能性、マーケット開拓や収益化が想定通り進まない可能性	中／中長期	小	事前の調査等十分な対策を練った上で進めていく予定

- 本書には、当社に関連する見通し、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。
- 当社は、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います。