

# 2024年度第3四半期 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11月14日  
東証グロース：4060

## 2024年 第3四半期 累計 決算概要

- 2024年第3四半期累計の売上高は、SaaSサービスに注力する目的でソリューションサービス及びITオフショア開発サービスを縮小したものの、価格改定等の施策の進捗によるSaaSサービスの成長（前年同期比19.6%増）を主因として、1,055百万円（同11.3%増）と継続的な増収を達成
- 原価率は前年同期比で0.8pt改善、販管費率は営業部門への投資、研究開発活動の進捗、のれん償却費等の増加などの影響で微増
- 売上高の増加及び高い限界利益率を背景に、EBITAは306百万円（同21.6%増）、営業利益は266百万円（同13.9%増）と増益を達成
- 利益率についても、EBITAマージンは29.0%（同2.5pt増）、営業利益率は25.3%（同0.6pt増）と継続的に向上

## 2024年第3四半期 又は 今後の主要施策等

- rakumo製品の価格改定対応が進捗したことで、SaaSサービスが成長し、利益率やユニークユーザー当たり単価も順調に上昇
- Googleの再販プログラム変更に伴う影響等によりKPIが伸び悩むも、徐々に回復基調を示しており、各種施策の推進により改善を見込む
- 業界セグメント特化型マーケティングの各種施策は順調に進捗し、自治体や医療機関等の事例を公開
- 各新規プロダクトの開発が順調に進捗（25年度リリースを企図）
- 未定としていた業績予想及び当社初となる配当予想を発表
- 中長期におけるキャピタルアロケーション方針の概要を発表

- 
- I. 2024年度第3四半期決算等の状況
  - 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（補足説明資料）
    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年度第3四半期決算等の状況

# 2024年度第3四半期 決算サマリー



- ・2024年度第3四半期における売上高は、SaaSサービスに注力する目的でソリューションサービス及びITオフショア開発サービスを縮小したものの、価格改定等の施策の進捗によるSaaSサービスの成長（前年同期比19.6%増）を主因として、1,055百万円（同11.3%増）と継続的に増収
- ・原価率は前年同期比△0.8ptとさらに改善。販管費率は営業部門への投資、新サービス又は生成AI関連の新機能に関する研究開発活動の進捗、のれん償却費等の各種投資の影響で微増となるも、価格改定等の施策によるSaaSサービスの成長や、当期の投資や施策効果の発現により、来期以降改善していく見込み
- ・売上高の増加及び高い限界利益率を背景に、EBITAは306百万円(同21.6%増)、営業利益は266百万円（同13.9%増）と増益を達成。利益率についても、EBITAマージンは29.0%（同2.5pt増）、営業利益率は25.3%（同0.6pt増）と継続的に向上

	2023年 3Q実績 (千円)	2024年 3Q実績 (千円)	前年同期比 増減率	前年同期比 改善point	2023年3Q / 2023年 通期実績	2024年12月期 業績予想 ※2
売上高	948,317	1,055,243	11.3%	-	73.2%	1,436,258
（SaaSサービス）	851,862	1,019,109	19.6%	-	72.6%	1,388,195
（ソリューションサービス）	39,140	20,781	△46.9%	-	75.4%	23,517
（ITオフショア開発サービス）	57,315	15,353	△73.2%	-	81.9%	24,545
売上原価	335,565	365,158	8.8%	-	72.4%	491,637
（売上原価率）	35.4%	34.6%	-	△0.8 Pt	-	-
販管費	378,419	423,263	11.9%	-	71.7%	590,832
（販管費率）	39.9%	40.1%	-	+0.2 Pt	-	-
EBITA※1	251,776	306,281	21.6%	-	75.3%	406,401
（EBITAマージン）	26.5%	29.0%	-	+2.5 Pt	-	-
営業利益	234,332	266,821	13.9%	-	77.1%	353,788
（営業利益率）	24.7%	25.3%	-	+0.6 Pt	-	-
経常利益	227,967	260,783	14.4%	-	76.8%	347,130
（経常利益率）	24.0%	24.7%	-	+0.7 Pt	-	-
当期純利益	150,240	165,690	10.3%	-	76.5%	242,256
（当期純利益率）	15.8%	15.7%	-	△0.1 Pt	-	-

※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

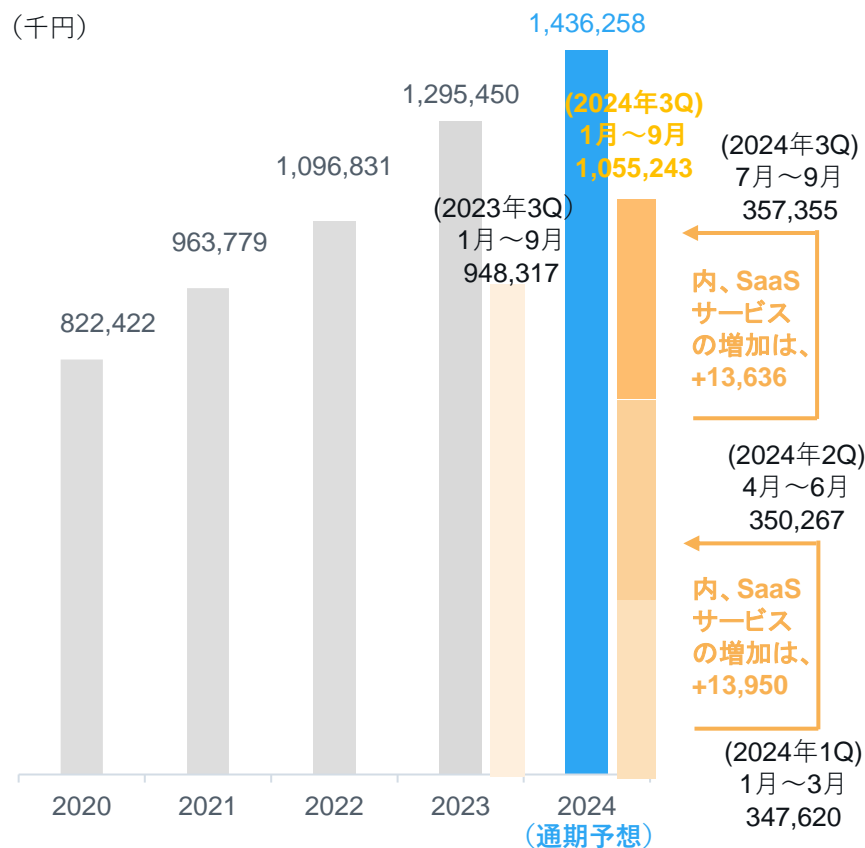
※2: 3Q末時点において、合理的な業績予想数値の算出が可能と判断し、連結業績予想を開示

# 売上高の推移及びサービス別売上高割合：SaaSサービスが順調に成長

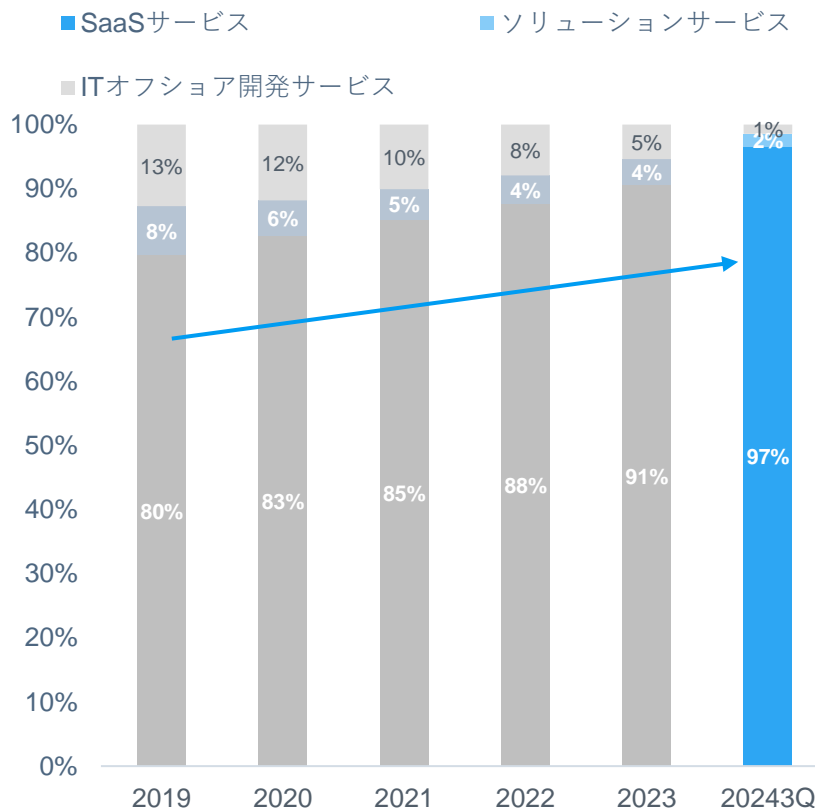


- ・ 3Qにおける売上高は、SaaSサービスに注力する目的でソリューションサービス及びITオフショア開発サービスを縮小したものの、価格改定等の施策の進捗によりSaaSサービスが成長（前年同期比19.6%増）し、1,055百万円（同11.3%増）と継続的に増収
- ・ 当社は積み上げ型のビジネスモデル（決算期後半になるにつれて売上高が増加）であるSaaSサービスが主体であるだけでなく、価格改定効果が4Q分もさらに積み上がる見込み
- ・ 成長率と安定性の両方を兼ね備えたSaaSサービスの売上高割合は約97%とさらに進捗

売上高



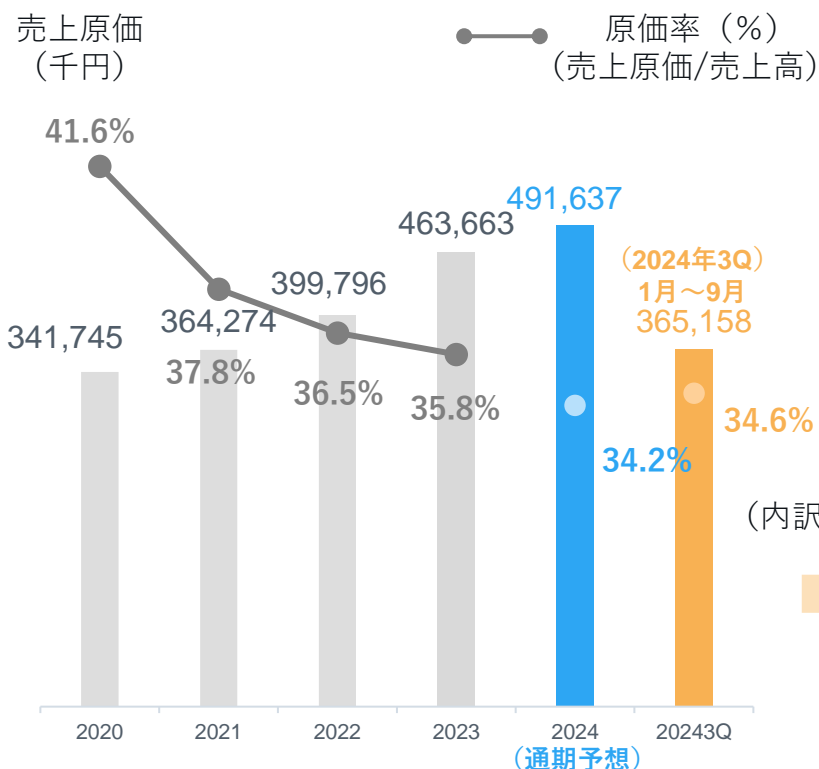
サービス別売上高割合



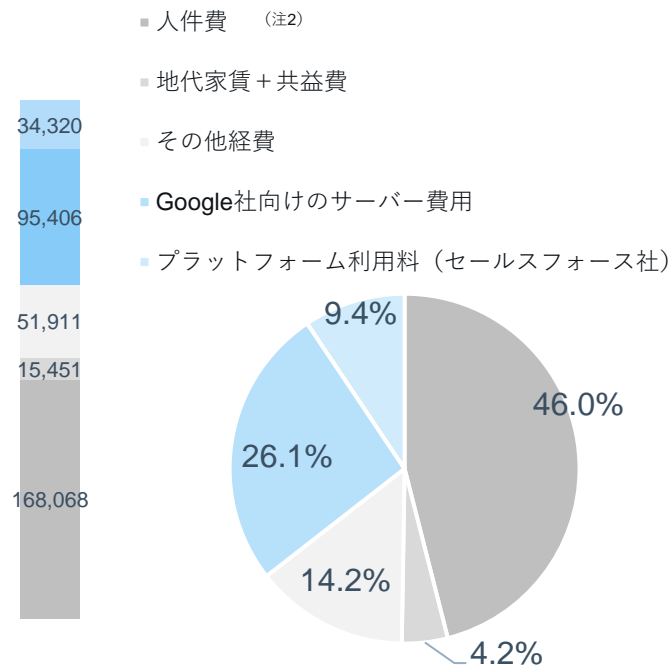
# 売上原価の推移及び構成：原価率がさらに改善

- 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）
- 上期における大幅な円安によるサーバー費用増の影響（前年同期比48.7%増）が大きかったものの、SaaSサービスの順調な成長と固定費を中心とした原価構造により、3Qにおける原価率は34.6%と堅調に改善
- 原価部門におけるSaaSサービスの変動費率<sup>(注1)</sup>から算出されるSaaSサービスにおける限界利益率は約90%と高水準。なお、円安影響が落ち着くことでより高い水準となる見込み

売上原価及び原価率



売上原価の構成比率（2024年3Q実績）

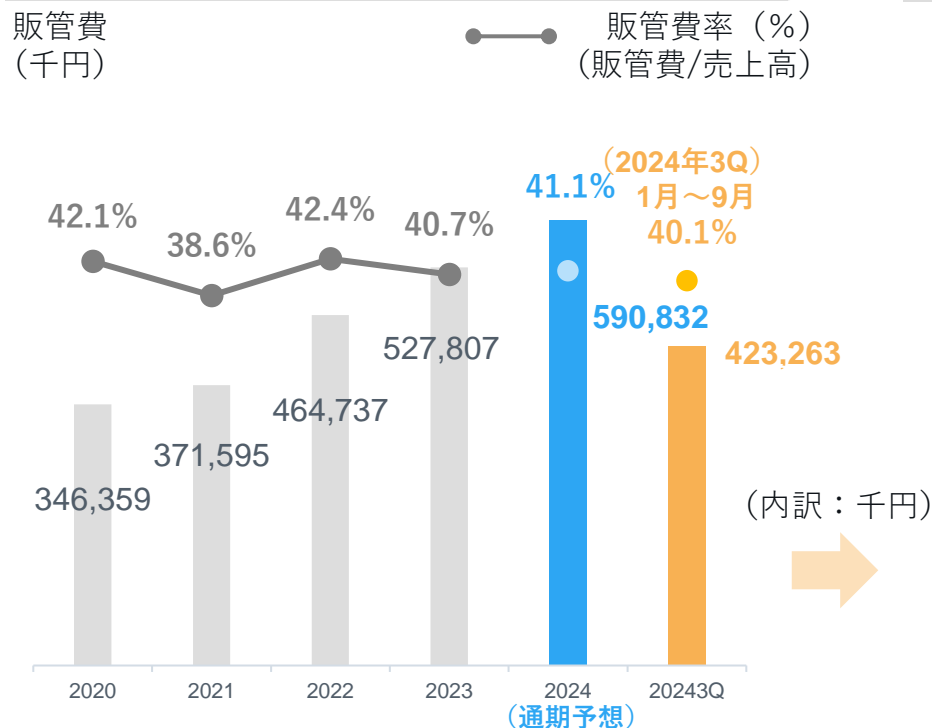


注1：「Google向けのサーバー費用+プラットフォーム利用料（セールスフォース社）÷SaaSサービス売上高」として計算しております。  
 注2：人件費を「労務費-他勘定振替（ソフトウェア資産計上及び研究開発費）+ソフトウェアの減価償却費+通勤費」として計算しております。

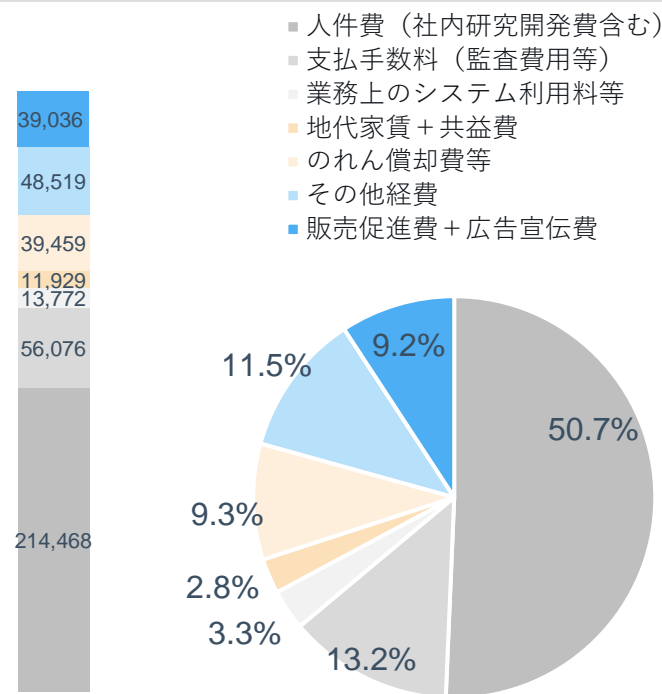
# 販管費の推移及び構成：更なる成長に向けた各種投資を実行

- 当期は業界特化型（自治体デジタル化 支援EXPO [Link](#)等）のイベント等へも積極的に参加
- 販管費率は営業部門への投資（インサイドセールス及びポストセールスの設置等）、新製品又は新機能開発のための研究開発活動、のれん償却費等、イベントへの出展強化などの各種施策や投資の影響で微増（+0.2 pt）となるも、価格改定等の施策によるSaaSサービスや、当期の投資や施策効果の発現により、来期以降改善していく見込み
- 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可能という特性から、「販促費+広告宣伝費」の金額は他社SaaS企業に比して低水準に推移しながらも、売上は継続的に増加。なお、販管費は人件費等の固定費が中心（右下円グラフご参照）

販管費及び販管費率



販管費の構成比率（2024年3Q実績）

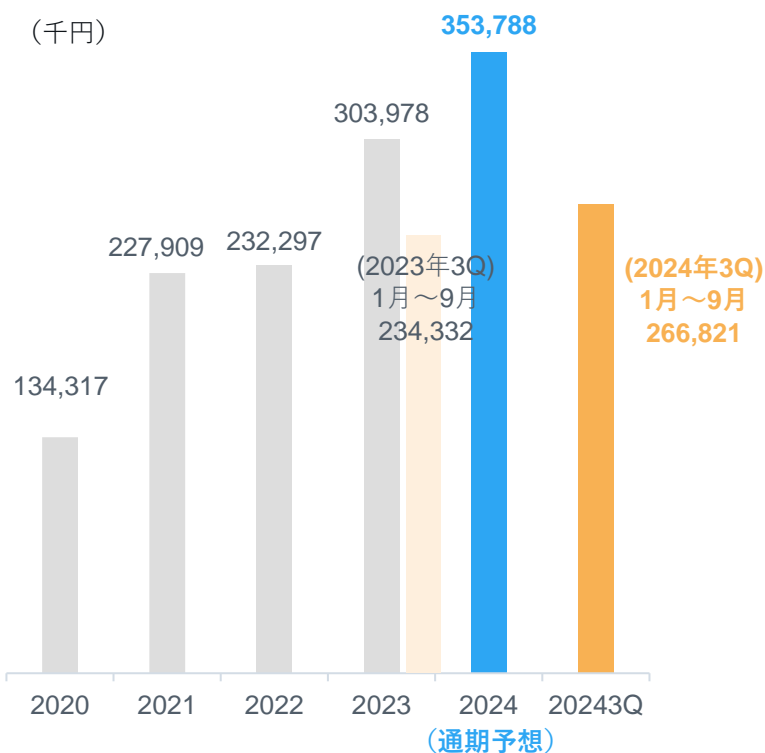




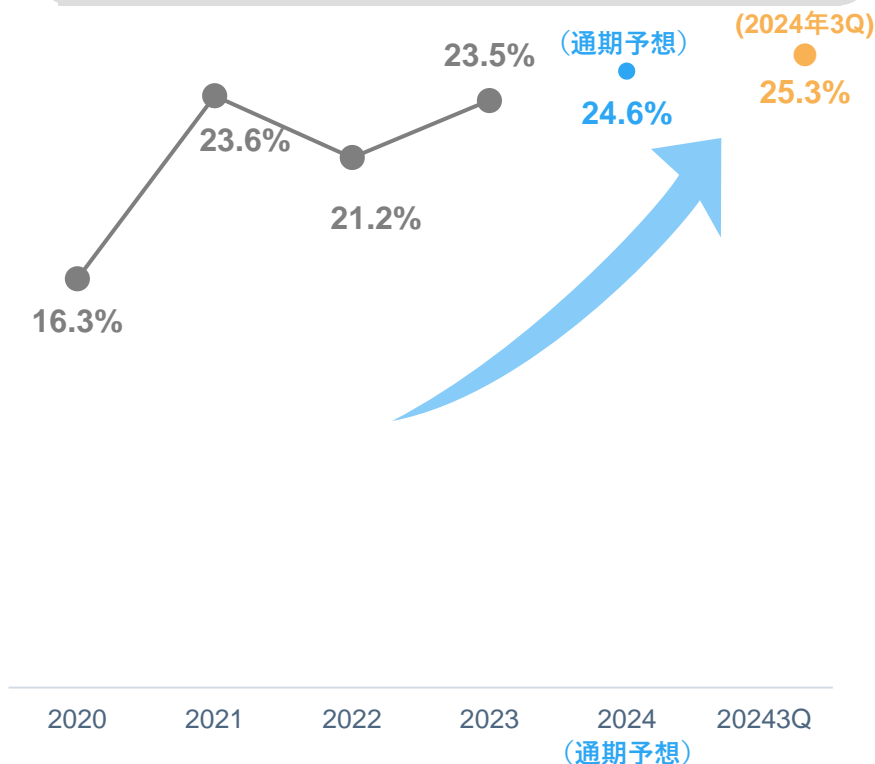
# 営業利益：継続的な増益を達成

- ・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266百万円（前年同期比13.9%増）と継続的な増益を達成
- ・3Qにおける営業利益率は各種施策や投資の実行等によるコスト増はあるも、価格改定や各種施策の進捗によるSaaSサービスの成長により上昇。なお、来期以降は当期の投資効果や価格改定等の施策効果の発現によりさらなる上昇を企図
- ・なお、rakumoでは円高で為替メリットをより享受できることから、為替状況が安定し円高に収束していくことでコスト面・利益面において追い風となるものと思料

### 営業利益



### 営業利益率

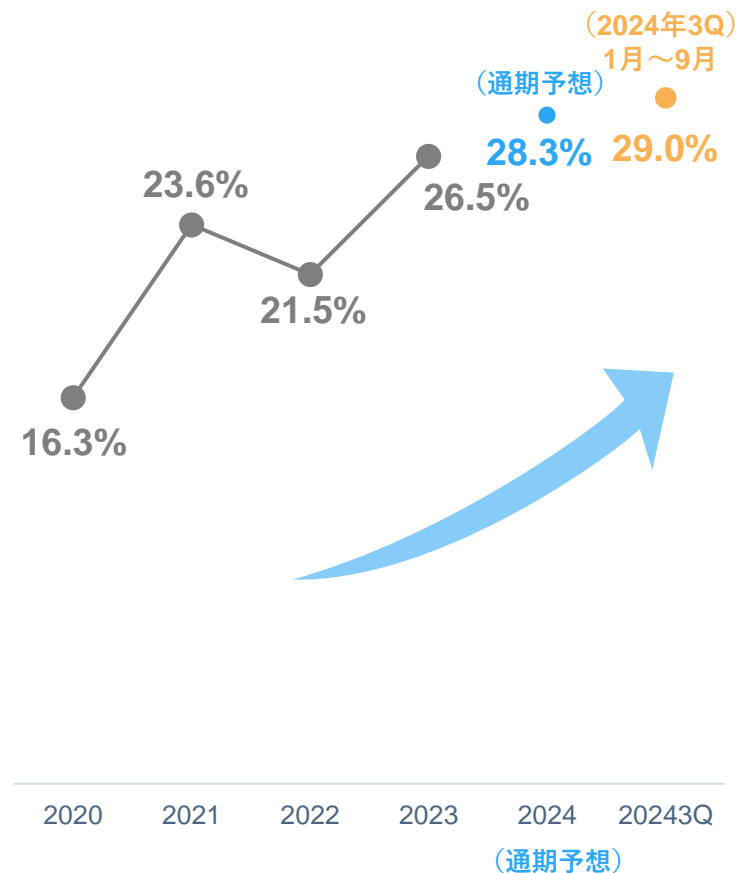
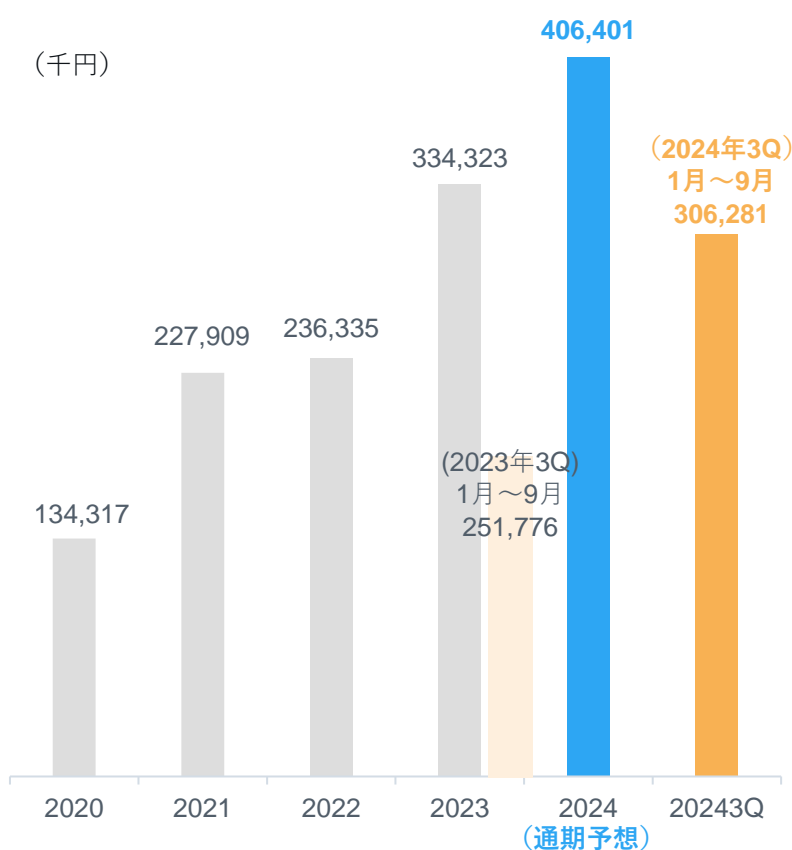


# EBITA※：高いEBITAマージンを確保

- ・キャッシュ・フロー創出力の重要な指標であるEBITAは306百万円（前年同期比21.6%増）と大幅な増益を達成
- ・2024年3QのEBITAマージンは29.0%（同 2.5pt増）と大きく上昇

EBITA

EBITAマージン



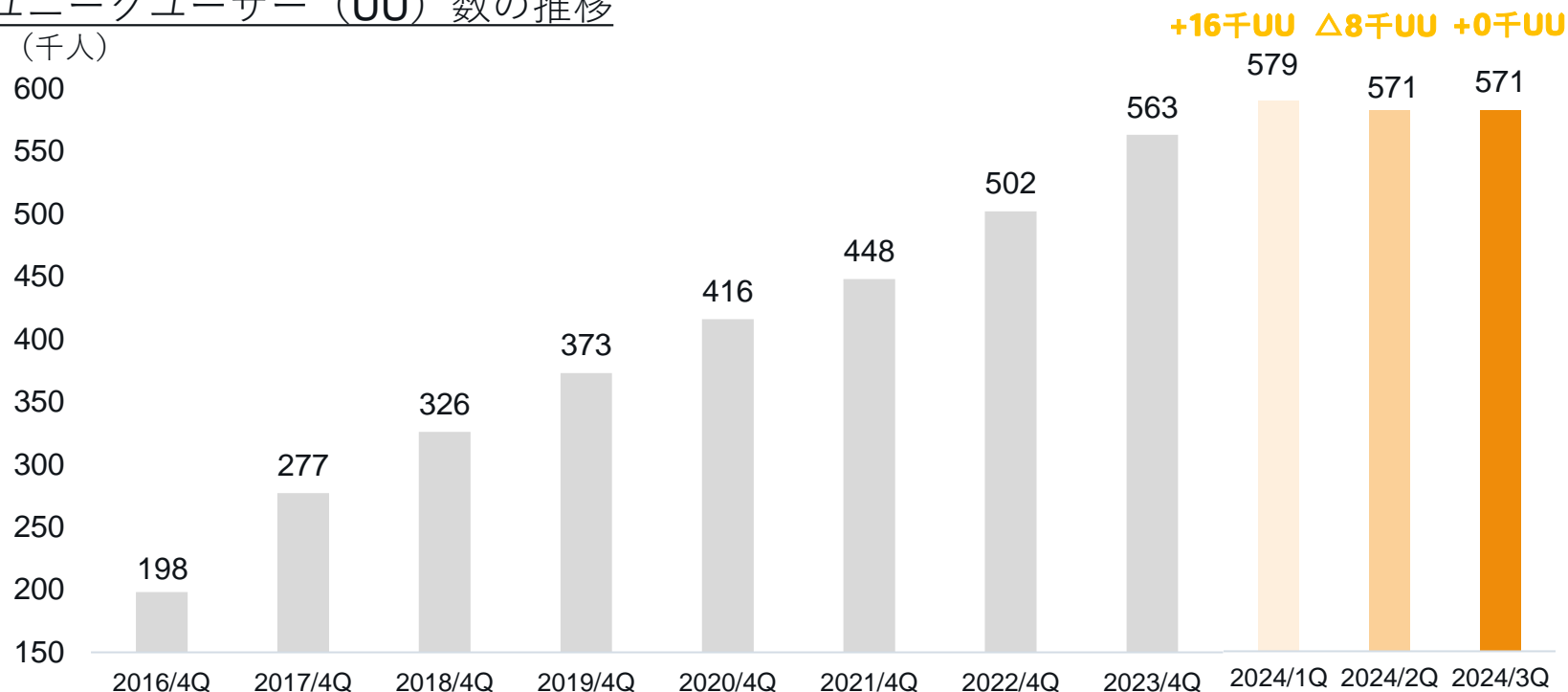
※: 「EBITA = 営業利益 + のれん償却費 (PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む)」として算出しております。

## ユニークユーザー（UU）数※の推移

- UU数は2Q以降不安定な推移となっている状況。これは主に、Googleの再販プログラム変更に伴う影響により、①代理店パートナー企業経由での案件数の減少、②GWS利用顧客の一部が当社から他の代理店パートナー企業へ移行したことでGWSの解約が増加したこと等による
- 一方で、3Qでは微増だがUU数は増加しており、徐々に上記影響が改善している状況と見料
- 業界セグメント特化型マーケティング、営業部門への投資、プロダクトのリリースに向けた開発、既存製品の強化、積極的なM&Aの検討によるプロダクトの獲得等の各種施策を推進することで、4Q以降において伸長させていくことを企図

### ユニークユーザー（UU）数の推移

(千人)



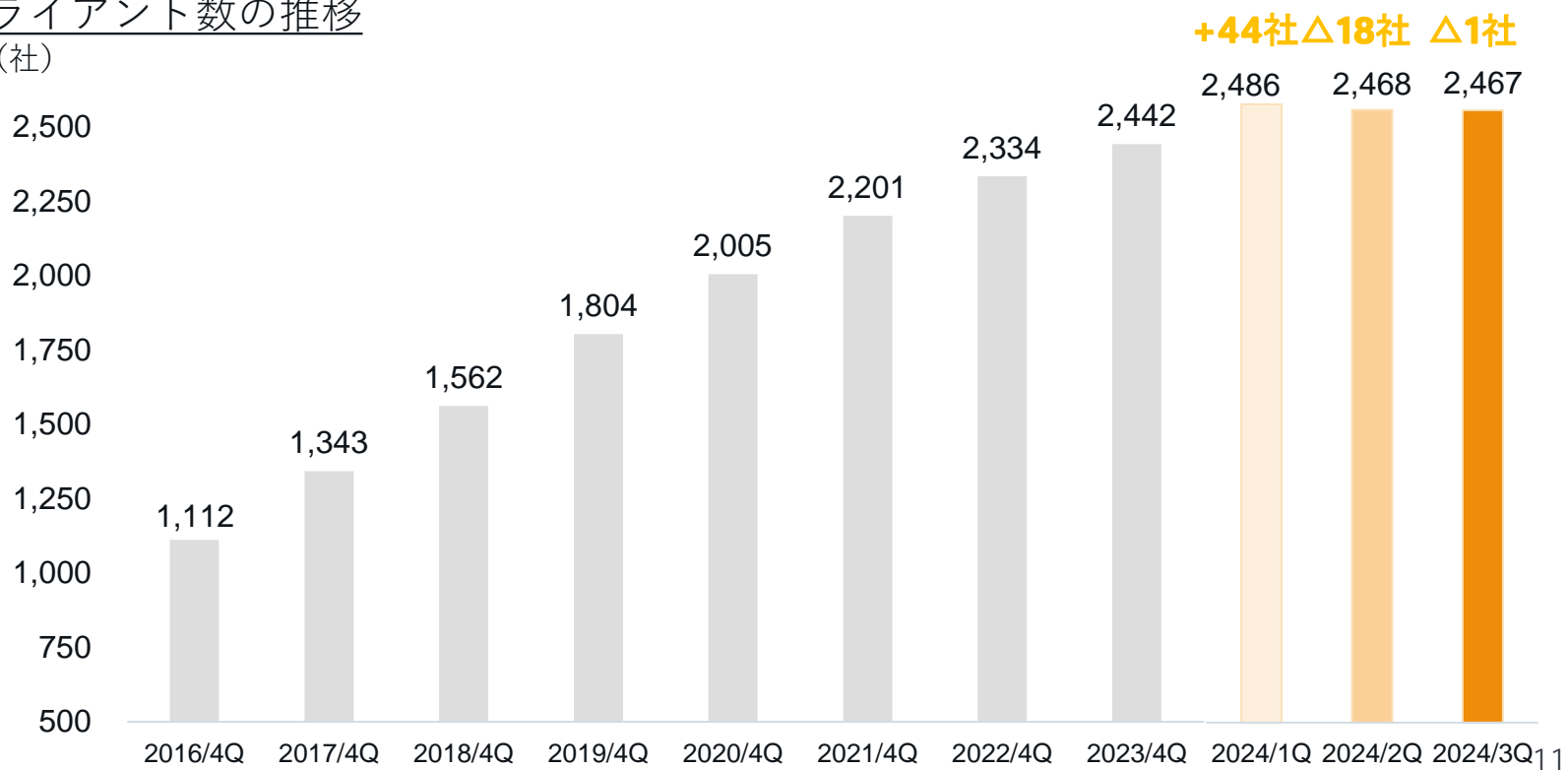
※「ユニークユーザー数」はユーザー数のカウントとなります。例えば、A氏がキンタイ、ワークフローの二つを使用している場合、1カウントとして算出します。一方、「ライセンス数」は、使用プロダクトの数でカウントし、このケースの場合、2カウントとして算出いたします

## クライアント数（利用社数）※の推移

- クライアント数（利用社数）は当1Qまで堅調に増加するも、UU数同様にGoogleの再販プログラム変更に伴う各種影響を受けたこともあり、不安定な推移となっている状況
- 課題感への対応として、営業部門への投資（BDR（Business Development Representative）担当の配置によるアウトバウンド営業の強化、アカウントマネジメントチームの営業部門への再設置、GoogleのAIサービスの販売強化等）、業界セグメント特化型マーケティング施策、新製品又は新機能の開発等の製品力の強化等の各種施策を実施により、今後も中大手を中心としたクライアント数の増加を企図

### クライアント数の推移

(社)

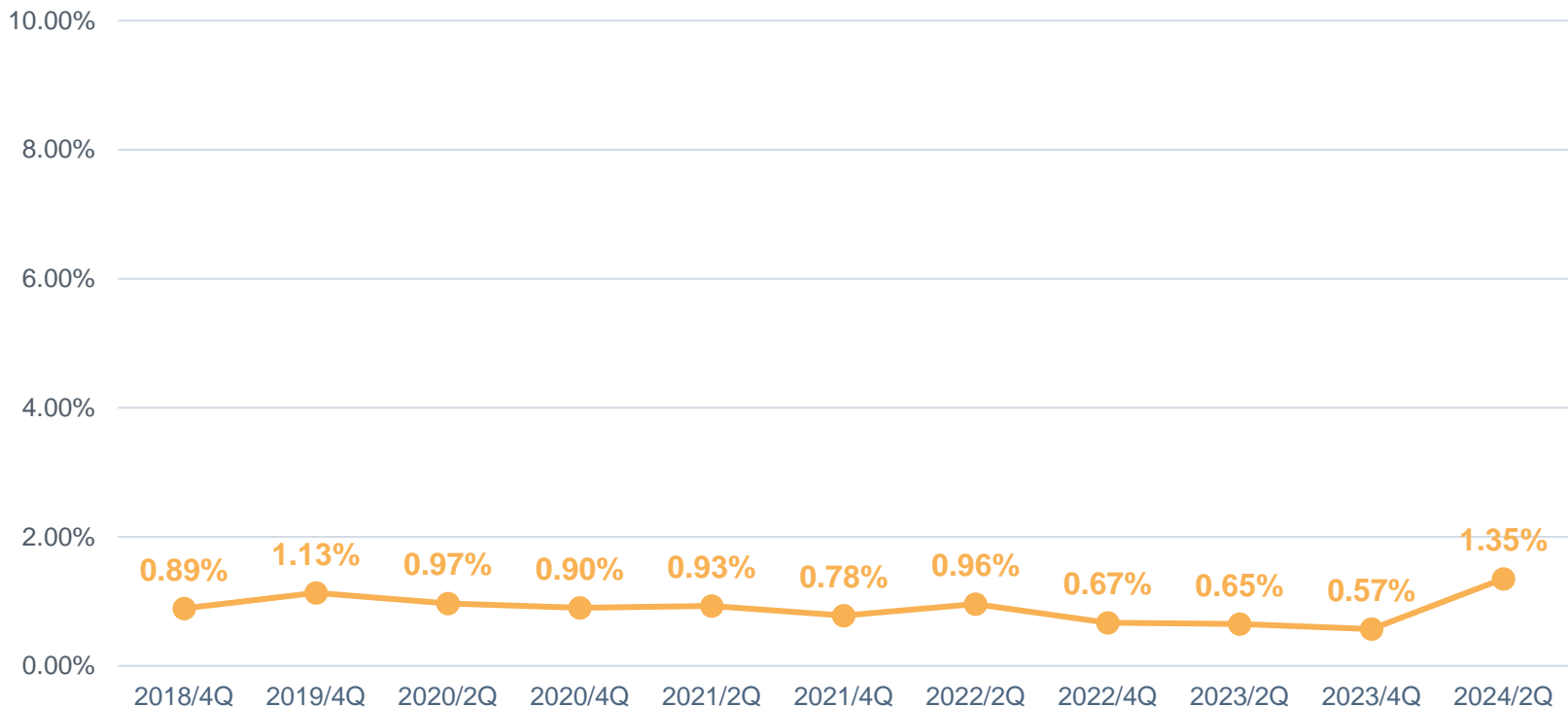


※「クライアント数」は当社のSaaSサービス関連製品をご使用いただいているクライアントの社数となります。

(ご参考)  
解約率の推移

- 業務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%前後で安定的に推移している状況
- Googleの再販プログラム変更に伴う影響もあり、GWSの解約が進んだことを主因として一時的に通期平均1.35%となっているが、G版及びSF版rakumoについては想定と大きな乖離もなく進捗している状況。なお、3Qでは改善方向に推移している状況

解約率の推移 (注1・2)

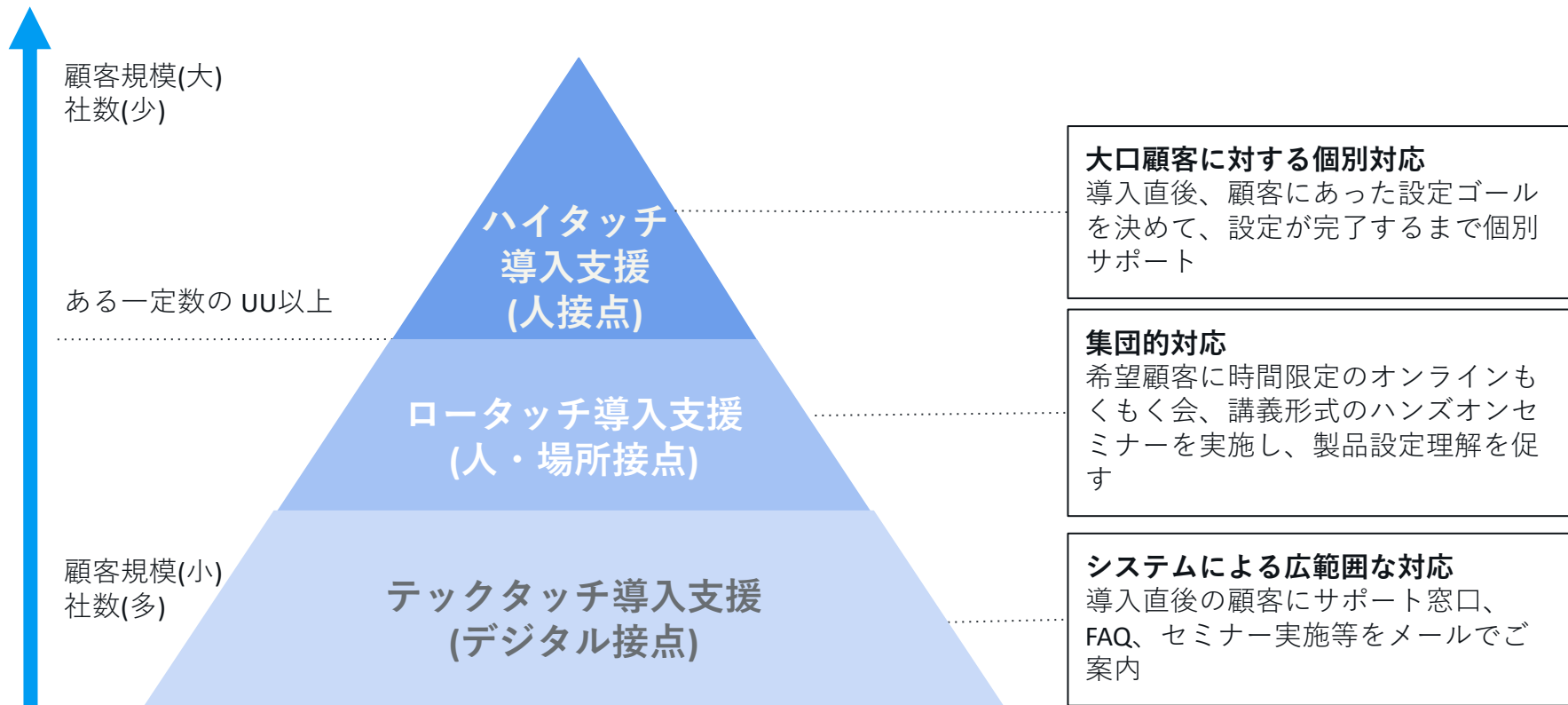


注：

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。

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

- ・ポストセールス部門の設置による大手顧客を中心とした利用状況のモニタリングと適切なフォロー、定期的なカスタマーサクセス活動の推進
- ・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
- ・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



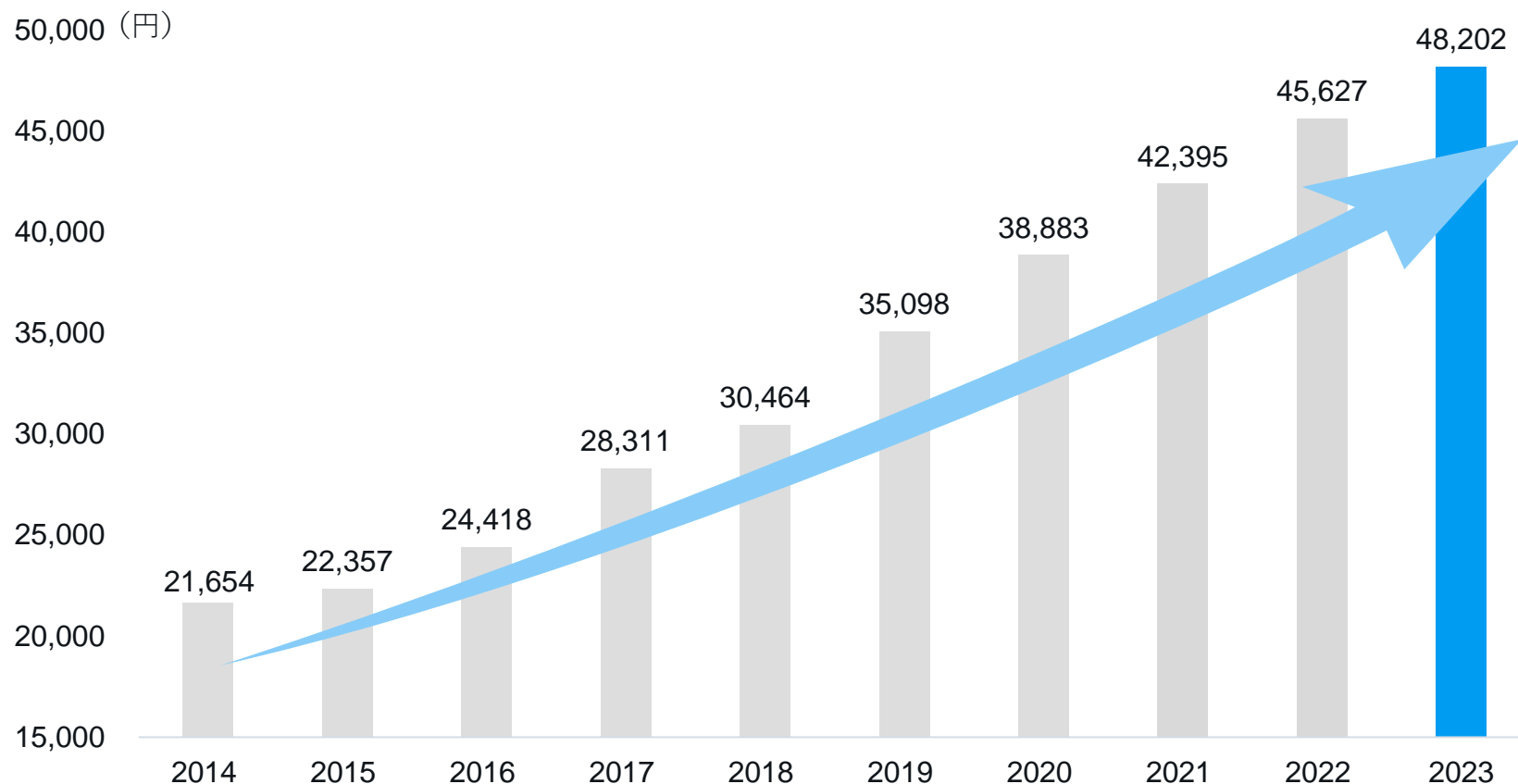
(ご参考)

## 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。

- a. rakumo製品の価格改定対応を継続的に推進
- b. 業界セグメント特化型（教育機関、自治体、建設業、医療等）マーケティング施策（Google Workspace（以下、「GWS」という）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、事例公開（網走市[Link](#)、岡本病院[Link](#)、東北大学病院[Link](#)）等）が進捗
- c. HR系新規プロダクトのローンチに向けた開発が進捗。また、外部パートナーとのコワークにより開発中の新規プロダクトの研究開発活動が大きく進捗。どちらも25年度のリリースを企図
- d. 生成AI関連の新機能の実装に向けた研究開発活動の継続検討・実行
- e. ポストセールス部門の設置による大手顧客を中心とした定期的なカスタマーサクセス活動の強化
- f. BDR（Business Development Representative）を見据えたインサイドセールス体制の強化
- g. Googleの再販プログラム変更に対する各種対応・施策の実施
- h. ハイスキル人材の採用やパートナーリングによりM&A体制を整備



## (a) rakumo製品の価格改定：概要

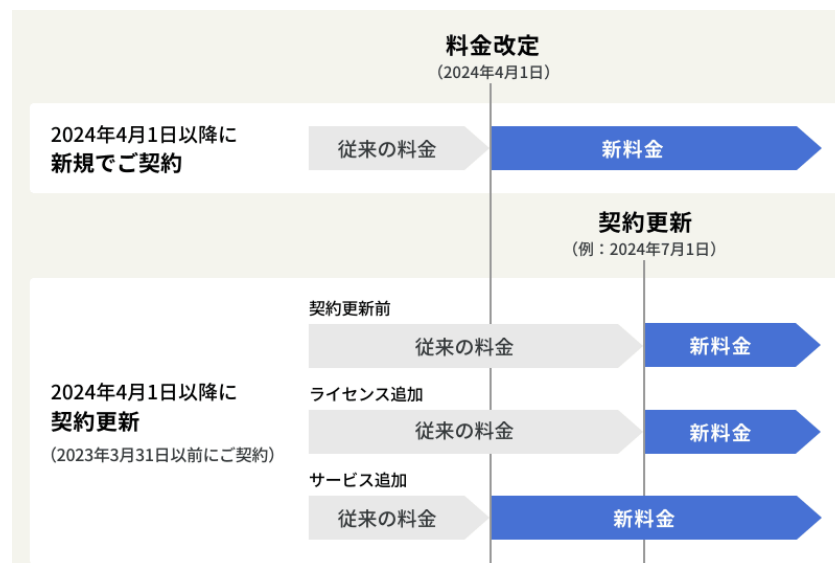
- 第3四半期もrakumo製品の価格改定対応を継続的に実施 [リンク](#)
- 本価格改定は既存及び新規クライアントの両面で売上及び利益増に大きく貢献し、ユニークユーザー当たり単価も着実に上昇
- なお、SaaSサービスは積み上がりビジネスであり、過去にローンチした製品の販売数（ライセンス数）が比較的多くなる傾向あり
- 現時点で一部解約はあるも、多くのクライアントからご理解をいただいております、想定からの大きな乖離はなく進捗している状況

### 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)
<b>rakumo カレンダー</b>	100円	150円
<b>rakumo ボード</b>	150円	200円
<b>rakumo コンタクト</b>	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)
<b>rakumo Basic パック</b> (rakumo カレンダー / ボード / コンタクト / ワークフロー)	390円	490円
<b>rakumo Suite パック</b> (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

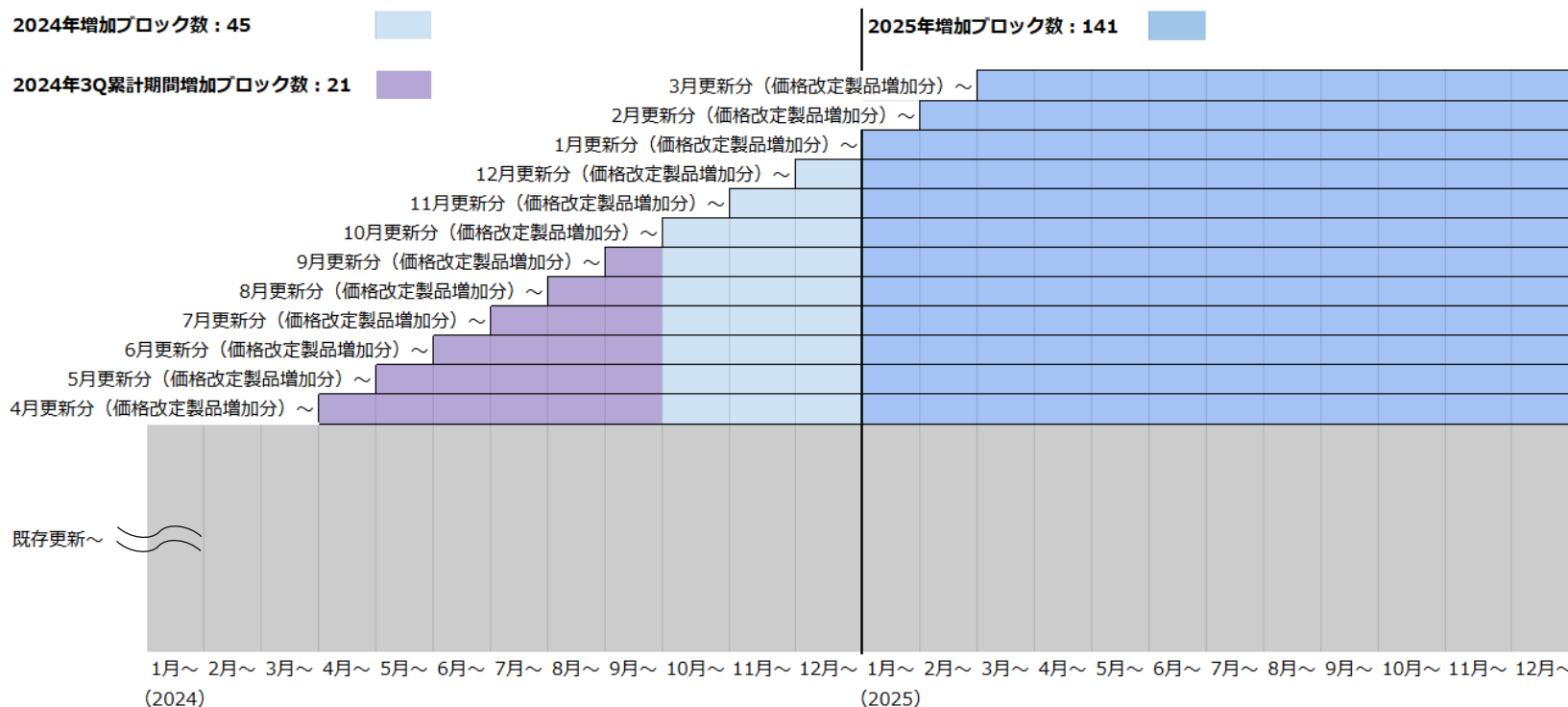


# (a) rakumo製品の価格改定：進捗により各指標が大きく上昇



- 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
- 価格改定の進捗により、SaaS売上高及び利益率の成長だけでなく、UU単価についても着実に上昇
- なお、価格改定及びGoogleの再販プログラム変更に対する対応状況の不透明さから、合理的な業績予想数値の算出が困難であったが、現時点では価格改定実績の積み上げ、Googleの再販プログラム変更の影響が落ち着きを見せてきていることから、合理的な業績予想数値の算出が可能と判断し、連結業績予想を開示することとした

## 売上増加効果イメージ



## (b) 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<sup>(1)</sup>

①rakumoの現UU (利用者) 数  
約57万人<sup>(2)</sup>

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

### 開拓方針

- ・ パートナーとの協業による大型案件の開拓



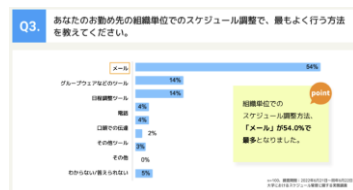
- ・ Google Workspace導入企業データベースを活用したピンポイントでのクライアント開拓
- ・ 更に既存マーケットのセグメンテーションを実施の上、各種業界・規模に応じた販売施策を通じたクライアント開拓

## (b) 教育分野におけるセグメントマーケティングの横展開の推進

- ・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においてrakumo製品の活用が順調に進捗している状況
- ・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

### ・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](#)
- ✓ [スケジュール管理に関する調査レポート](#)
- ✓ [ワークフローに関する調査レポート](#)



横展開

### ・その他各種施策

- ✓ [教育機関の導入事例紹介](#)
- ✓ [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）](#)
- ✓ [業界コンソーシアム等への参画](#)

自治体



建設業



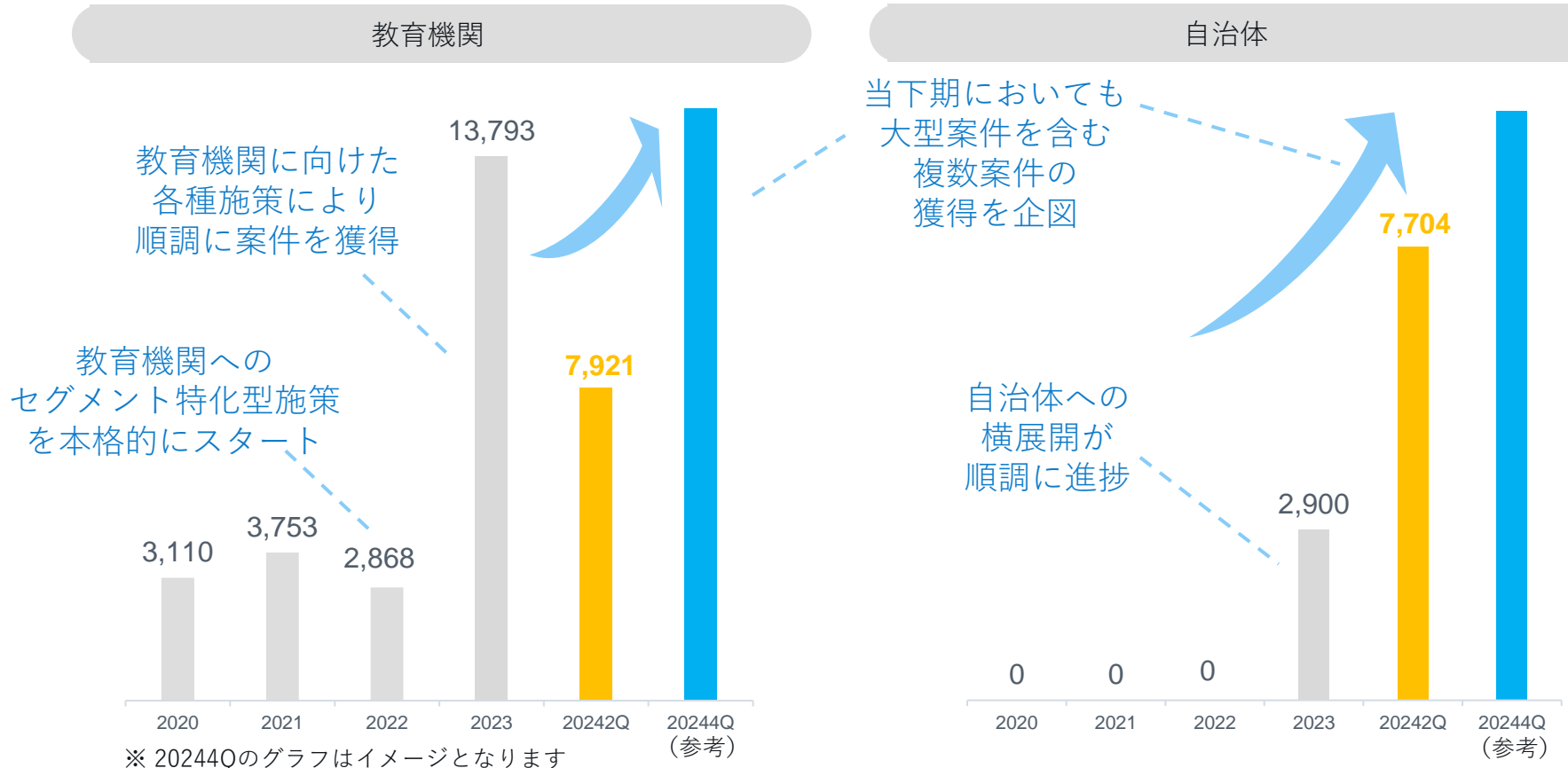
医療



その他

## (b) 教育機関及び自治体における導入が好調に推移

- 教育機関：上期では4,000 IDを超える大型案件を含む複数の案件を獲得。また、リードタイムは長くなる傾向にあるも今後も大型案件の獲得に向けた施策を実行
- 自治体：上期では1,000 IDを超える案件、3Qでも複数案件を獲得。また、4Qにおいても5,000 IDを超える案件等の獲得が見えており、本施策により案件獲得が順調に進捗している状況
- (参考) 2Qまでの教育機関及び自治体におけるライセンス数の推移は以下の通り



## (b) 導入事例の充実①：東北大学病院様

- 東北大学病院様 [リンク](#) の導入事例をリリース
- 東北大学病院の放射線診断科様では、これまでGoogle スプレッドシートにより行っていた複雑なスタッフのアサイン業務をrakumo カレンダーとGAS利用により大幅な効率化を実現



- ✓ 東北大学病院の放射線診断科様では、rakumoカレンダー+API連携機能により、週2日間かかっていた予定調整業務がわずか1時間ほどで終わるようになったほか、各自がカレンダー上で予定を確認できるためスケジュール管理も容易になりました。
- ✓ 複数機能が統合されたグループウェアと違い、rakumo 製品は必要な機能だけを選べるため、コストを抑えられるのがありますね。
- ✓ スタッフの予定調整は、どこの大学病院にも共通する悩みだと思います。今回のrakumoさんとの取り組みが、こうした大学病院における課題を払拭し、適切かつ効率的な労務管理を実現する鍵になれば嬉しいですね。

### 課題

- 多数のスタッフへ業務を割り振る予定調整が手作業に依存していた
- 変形労働時間制という条件下でバランスの良い労務管理が難しい
- Google Workspace の標準機能とGASだけでの完全自動化は困難

### 決め手

- Google Workspace との親和性やAPI連携機能
- 「ラベル」によるカテゴリズで自動割り振りが可能に
- rakumo 製品は必要な機能だけを選べるためコストが抑えられる

### 導入効果

- 週2日間かかっていた予定調整業務がわずか1時間ほどで完了
- 各自がカレンダー上で予定を確認できるためスケジュール管理も容易に

## (b) 導入事例の充実②：網走市様

- 網走市様 [リンク](#) の導入事例をリリース
- 網走市様では、2022年2月に「網走市 DX 推進計画」が策定され、新たな働き方を目指すために、Google Workspaceへの移行を決定。合わせて、Google ドライブにおける課題を解決するため、「rakumo ワークフロー」の利用を開始



### 課題

- Google ドライブでは、網走市の文書管理規定が求める運用管理の点における要件を満たせていない点が課題に

### 決め手

- Google Workspace 上でのシームレスな連携と親和性の高さ
- rakumo 製品間の連携性の高さ

### 導入効果

- rakumo ワークフローにて、Google ドライブへの文書保管前に承認プロセスを組み込むことで、管理規定に則った文書台帳の作成が実現
- rakumo ワークフロー以外にも、Google Workspace と連携する複数の rakumo 製品の採用を決定したことで、庁内の情報共有手段として、更なる業務改善を見込む

## (b) 導入事例の充実③：岡本病院様

- 岡本病院様 [リンク](#) の導入事例をリリース
- 岡本病院様では、院内ネットワークからしか利用できないグループウェアからの脱却、被災時等における迅速なコミュニケーション等の目的を達成するために、Google Workspaceの導入を決定。合わせて、Google Workspaceとの親和性や不足機能の補完等を理由に、2023年6月よりrakumo Basicパック1,380 ID等の契約を開始



- ✓ 岡本病院様は、Google Workspaceとの親和性が高いだけでなく、不足していた機能を低コストで補完できるという点などを理由にrakumoの導入を決定しました。
- ✓ rakumoボードでは、情報系統の統一、双方向的な情報共有により利便性が大幅に向上しています。
- ✓ rakumoワークフローでは、スマートフォンでの申請処理による大幅な利便性の向上、ペーパーレス化によるコスト削減や意思決定スピードの向上、自動化によるコストや人員削減も実現しました。
- ✓ 今後は全国を網羅する医療ネットワークの誕生に向けた取り組みを推進していく予定です。

### 課題

- 院内ネットワークからしか利用できないグループウェア
- 大規模災害など有事の際、職員の安否確認や院内情報の迅速な取得が困難
- 院内における情報共有手段が複数系統あり管理しづらい
- 意思決定スピードを鈍らせ、コストもかかる紙ベースの申請書類

### 決め手

- Google Workspaceとの親和性が高くアカウント管理も容易
- Google Workspaceに不足していた機能を低コストで補完できる
- IT業界における一般的な要素技術だけで扱える

### 導入効果

- 万が一の被災時でも院内・院外を問わず迅速なコミュニケーションが可能に
- 情報系統が統一され、情報の発信側・閲覧側ともに利便性が向上
- スケジュールや空き施設の確認・管理が容易に
- ワークフローにより申請業務の大幅な効率化およびペーパーレス化を実現
- 院内・院外の連絡先を素早く探し出すことが可能に



## (c,d) 各新規プロダクトの開発が大きく進捗

- HR系の新規プロダクトの開発や、生成AI関連の新機能の研究開発活動が進捗
- 外部パートナー（AA社を含む）とのコワークにより、新規プロダクトの研究開発活動が大きく進捗。
- 各新規プロダクトの2025年度リリースに向けた開発活動が本格化

### 【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】



Googleの再販プログラム変更の発表により、代理店としてGoogle Workspaceを再販した際にGoogle社から支払われるマージンの料率が変更された（今回は減額変更）

## 影響

1. Google Workspaceの解約が増加
  - rakumo経由で販売していたGWSが他の代理店パートナー企業へ移行したことで解約が増加
  - なお、GWS再販による販売額は、解約率の算定ではグロスで計算されることから影響は大きい一方で、会計上の売上高は、ネットで計算されることから影響は限定的
2. 代理店パートナーからの案件数が減少
  - 代理店パートナーが上記対応に注力することで、その反面rakumoの販売に掛ける工数が結果的に減少していたものと思料
  - 一方で案件流入数は徐々に回復傾向

## 対応

1. 営業面（直販）の強化
  - 中・大手案件の増加を目的としたBDR（Business Development Representative）担当設置によるアウトバウンド営業の強化
  - アップセルに繋げるアカウントマネジメントチームを営業部門へ再設置
2. プロダクト開発による魅力度の強化
  - HR系新プロダクト
  - 生成AI関連の新機能
  - 外部パートナーとのコワークで開発中の新プロダクト
3. GoogleのAIサービスの販売強化準備
  - 各種トレーニング受講、社内における利用を促進することで、AIサービスの再販に向けた営業体制の構築・強化

## (h) 連続的なM & Aの検討体制の構築が進捗

- rakumo Vietnam社、gamba社及びアイヴィジョン社に続くM&A先の獲得により、新規領域又は既存領域の拡大を目指していく
- ハイスkill人材の採用によりM & Aの検討体制が強化されたことで、連続的なM&Aの実行に向けて推進中
- 提携先のAA社と共に、インバウンド及びアウトバウンドM&Aを強化

### 【インバウンドM&Aの強化】

- a. 自社ルート of 拡大
- b. ソーシングサービスの活用
- c. AA社ルート of 活用

### 【アウトバウンドM&Aの強化】

- a. アプローチセグメント of 再定義
- b. セグメント企業群 of リスト化
- c. 候補先への戦略的アプローチ

- 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）体制の整備が進捗したことで、統合後を含めた安定的な体制を構築



## Advantage Advisors



**A社**



**B社**

統合前: DD

統合後: 経理業務等サポート

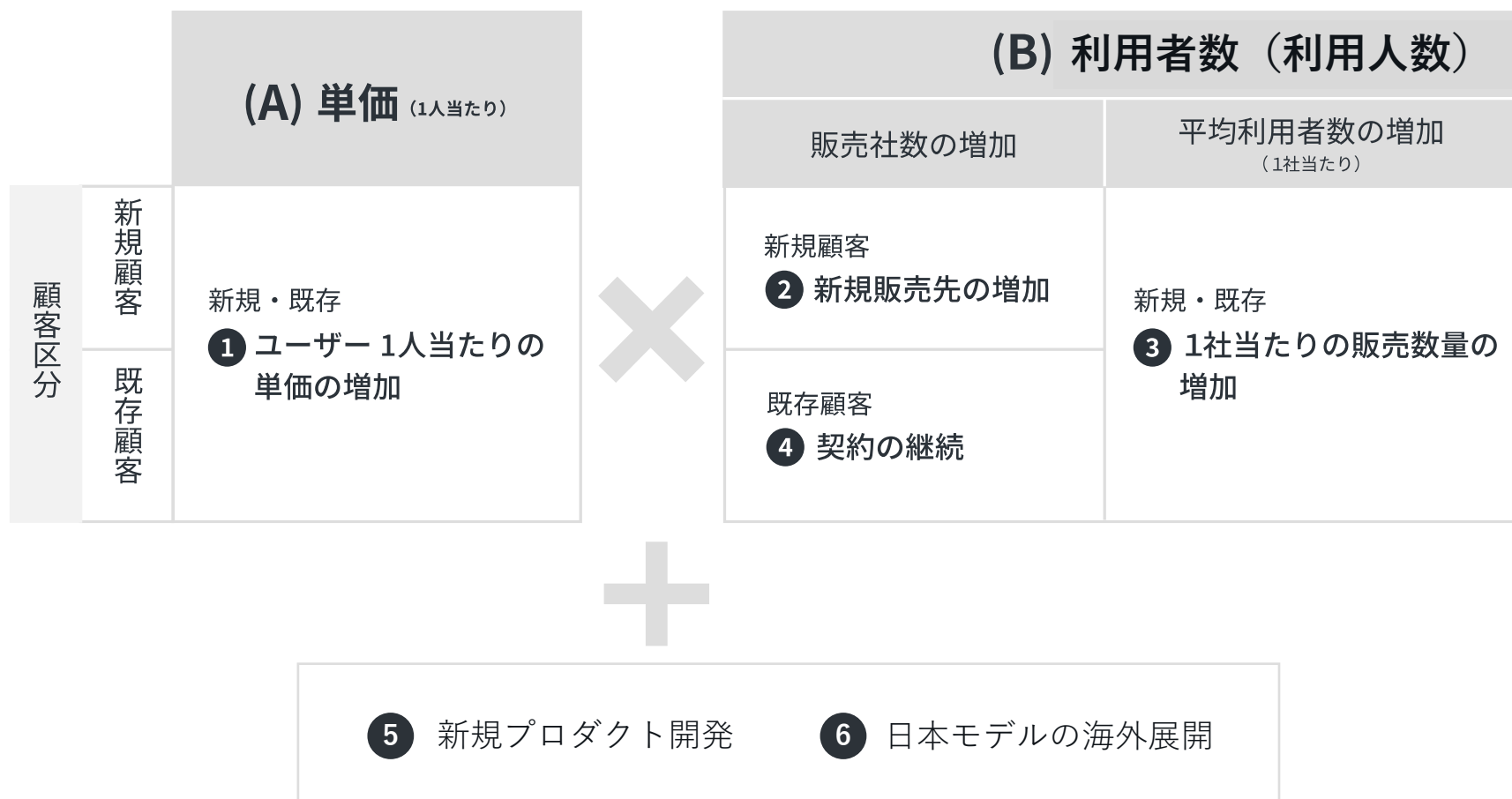
統合前: 経理PMI

統合後: 経理PMI+連結サポート

## 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

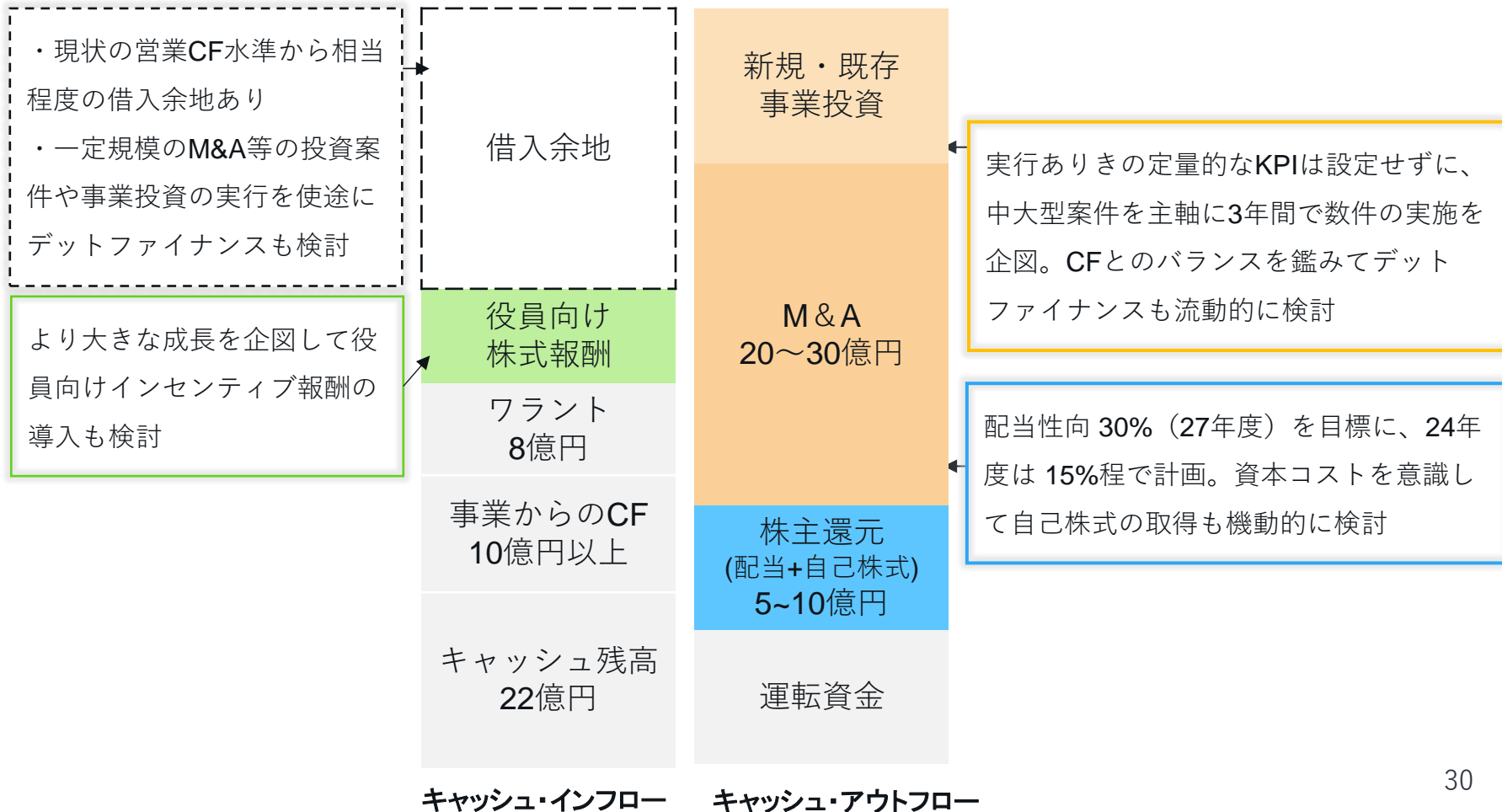


- 今後の中長期を含めた成長戦略の概要については、大きな方針に変更なし
- 当期は継続施策の実行、必要な投資や体制の整備に注力。4Q以降において、特に注力予定の主要施策（継続含む）は以下の通り
  - a. rakumo製品の価格改定対応の継続的な推進
  - b. HR系新規プロダクト及び外部パートナーと協働で開発中の新規プロダクトを25年度のリリースに向けた開発を継続
  - c. 中長期のキャピタルアロケーション方針についての概要を発表
  - d. 生成AI関連の新機能の実装に向けて研究開発活動の継続検討・実行
  - e. 教育機関や自治体向けに順調に進捗している業界特化型セグメントマーケティング施策を建設業や医療等の分野においても横展開を継続
  - f. 強化されたM&A体制にて投資先及び提携先の検討を加速
  - g. ポストセールス部門による大手顧客を中心とした定期的なカスタマーサクセス活動
  - h. BDR（Business Development Representative）を見据えたインサイドセールス体制の構築・運用
  - i. Googleの再販プログラム変更に対する各種対応・施策の継続的な実施
  - j. 製品・サービス関連での連携先を継続的に検討
  - k. ソリューションサービス提供において開発した各種プログラムの横展開を検討


# (c) 中長期のキャピタルアロケーション方針

- キャピタルアロケーション方針を検討するにあたって、より大きな成長に繋がる魅力的な投資機会が多く、M&Aやプロダクト開発等の事業成長を牽引する投資を優先する方針には変更なし
- 一方で、順調な事業成長により業績やキャッシュ・フローが安定してきた状況をふまえ、資本効率も考慮しつつ、成長投資及び株主還元をバランスよく実行していくことを企図

## 今後3年間（2027年12月期まで）のイメージ



(参考)

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

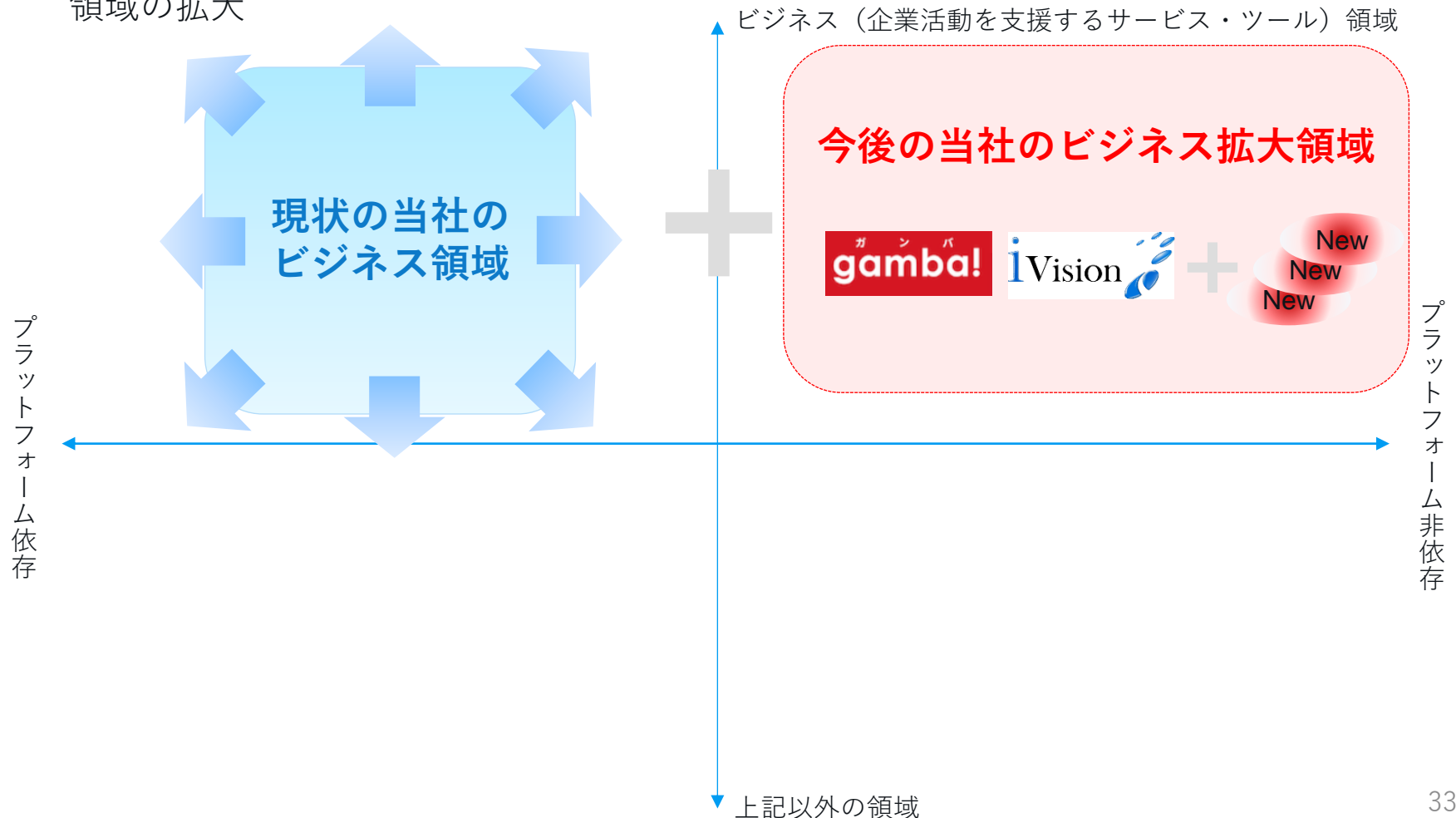
①オーガニック  
及び  
②ノンオーガニック  
の両面から  
両社の知見を活かし  
rakumoグループの  
成長を目指す



### III. 今後のサービス展開方針等

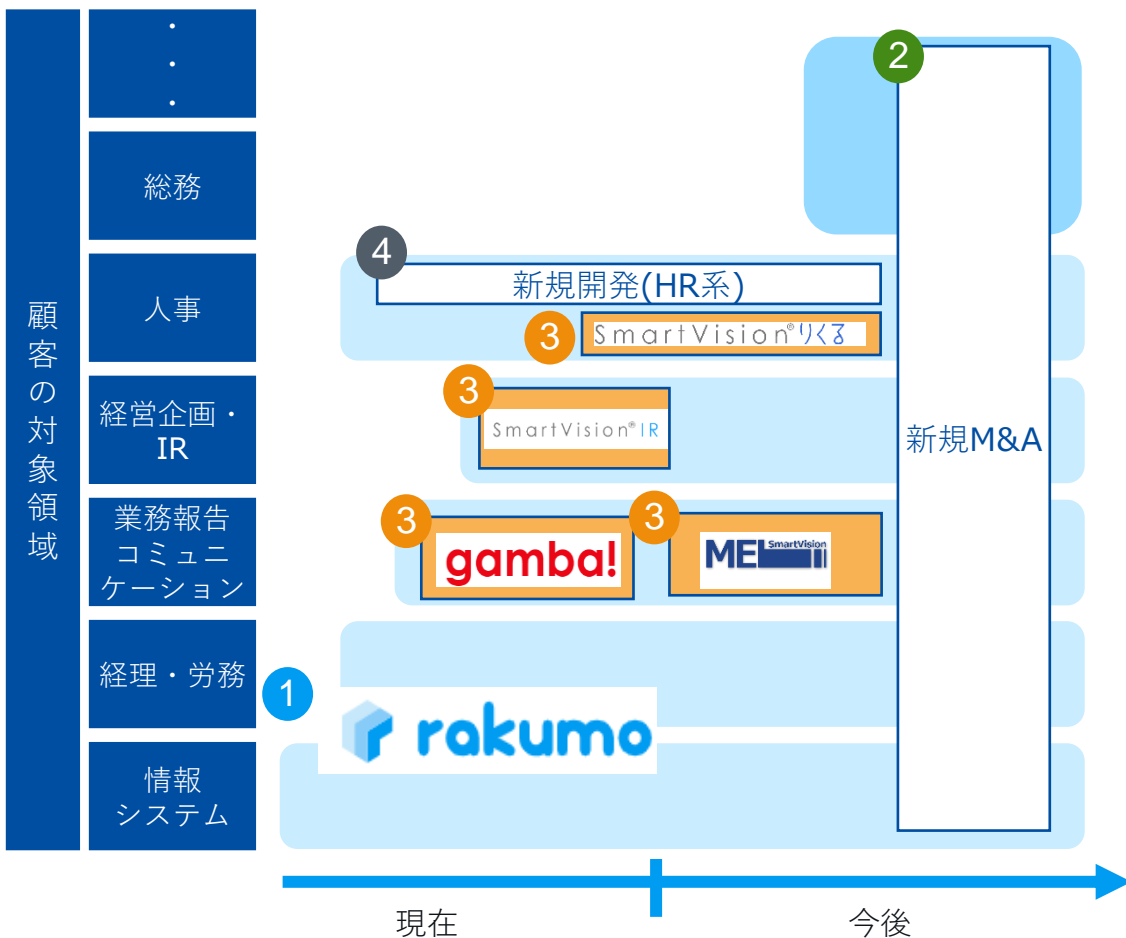
# 当社グループの今後の方針：サービス展開方針

- 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

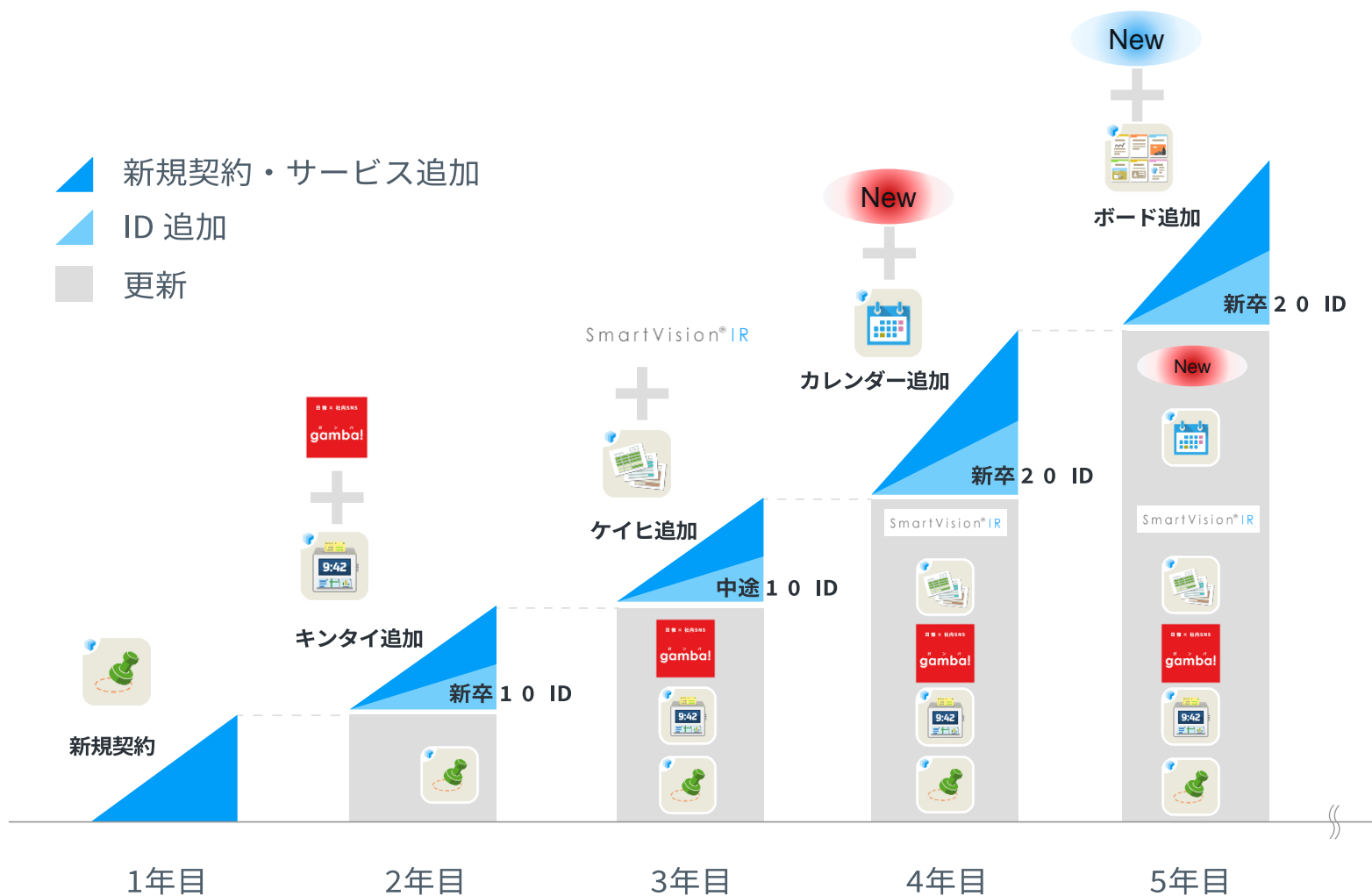


## 事業戦略の実現に向けた活動

- 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トイを導入する等）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 (補足説明資料)

## 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。

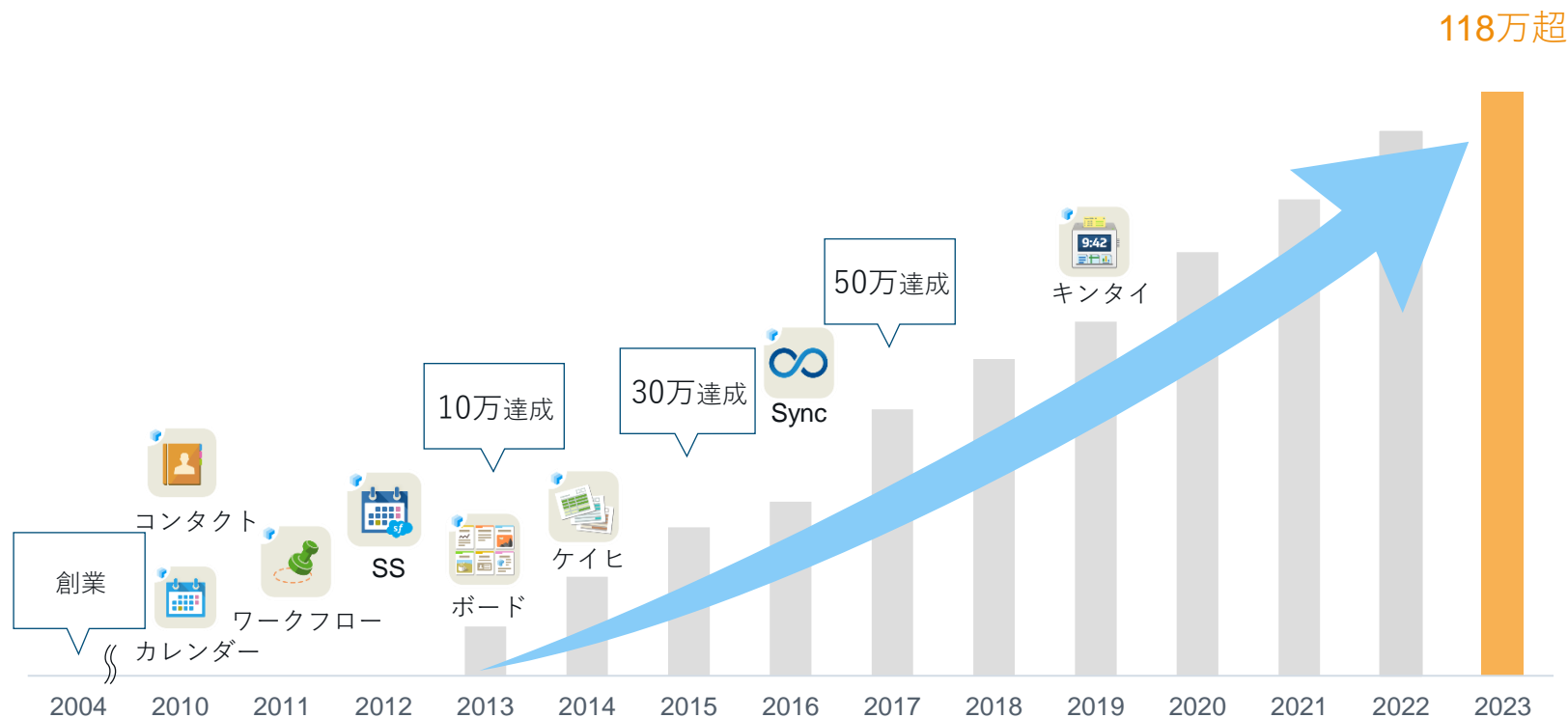


2004年にITコンサルティングとして創業。2010年よりSaaSサービスを展開し、現在まで発展

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	社外取締役 常勤社外監査役（会計士） 社外監査役 社外監査役（弁護士）	金子昌史 秦 美佐子 野口 誉成 中野玲也
役職員数	約100名（連結）（2024年9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：2,467社）（2024年9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

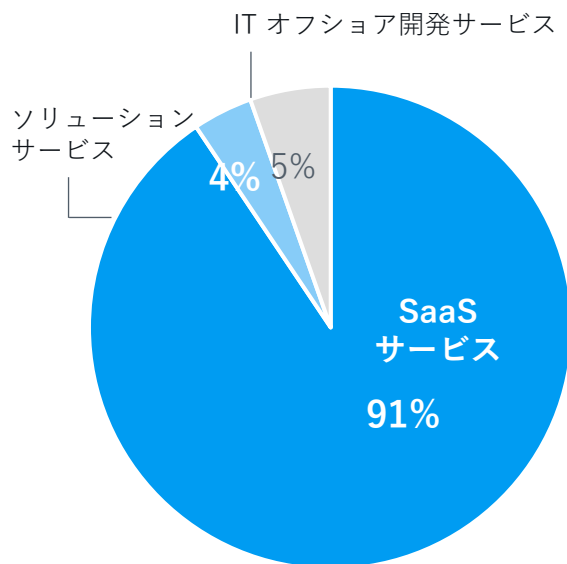
## ソリューションサービス

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

1. 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
2. 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。

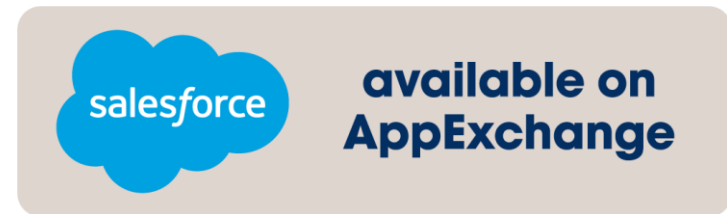
# Appendix（補足説明資料）

## 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	<b>共有スケジューラー</b> Googleカレンダーとの連携、会議室・設備予約、ケイヒ連携	<a href="#">紹介動画</a>
	 rakumo コンタクト	<b>共有アドレス帳</b> 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	<a href="#">紹介動画</a>
	 rakumo ワークフロー	<b>電子稟議システム</b> 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	<a href="#">紹介動画</a>
	 rakumo ボード	<b>電子掲示板</b> 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	<a href="#">紹介動画</a>
	 rakumo ケイヒ	<b>経費精算システム</b> 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	<a href="#">紹介動画</a>
	 rakumo キンタイ	<b>勤怠管理システム</b> 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	<a href="#">紹介動画</a>
Salesforce版	 rakumo ソーシャル スケジューラー	<b>共有カレンダー</b> 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	<b>カレンダー同期サービス</b> GoogleカレンダーとSalesforceカレンダーの双方向同期サービス	—

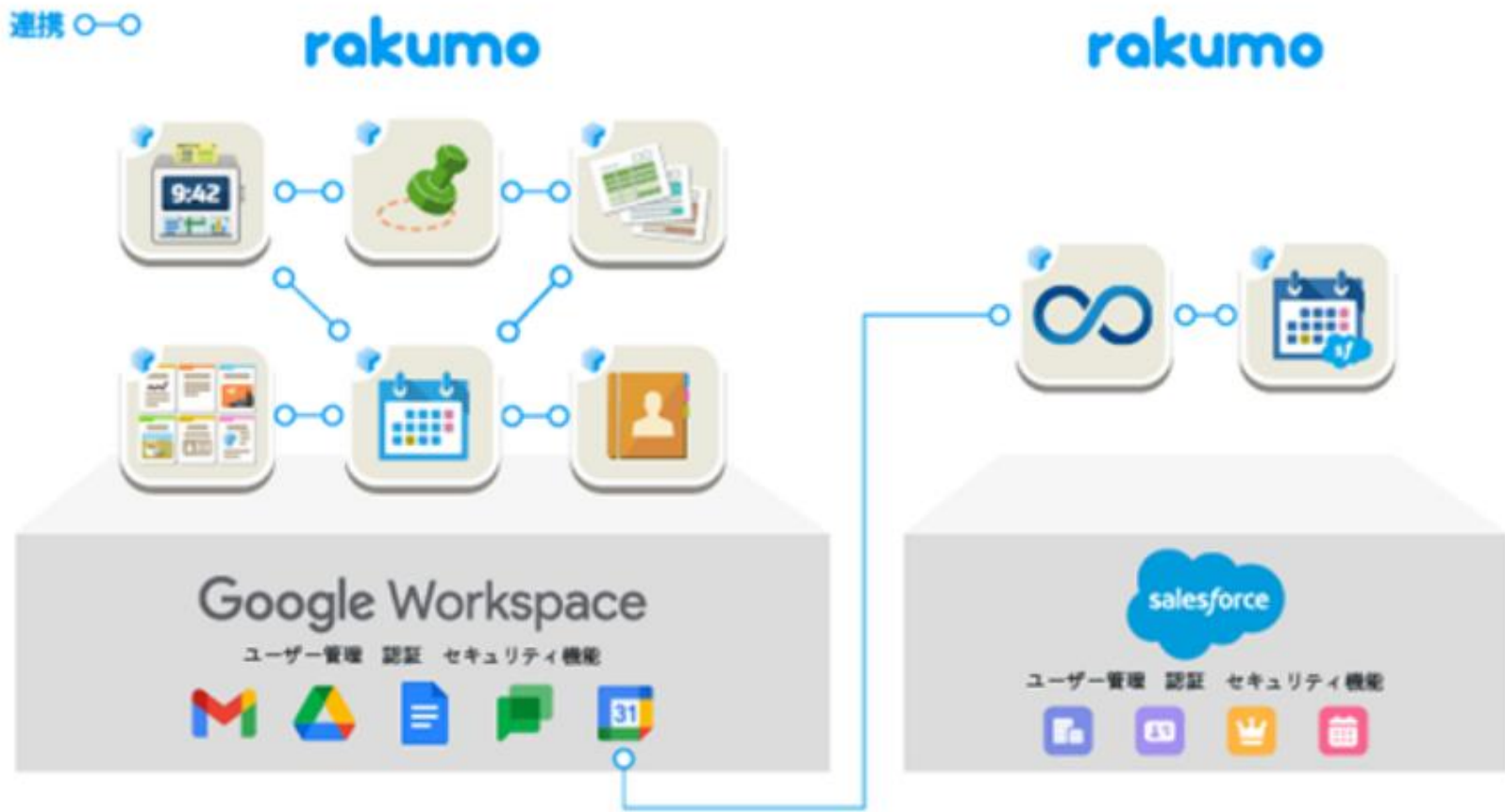
必要な機能単位だけでなく、パッケージ（パック）での提供も可能であり、クライアントにとって最適な価格帯での提供が可能

※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



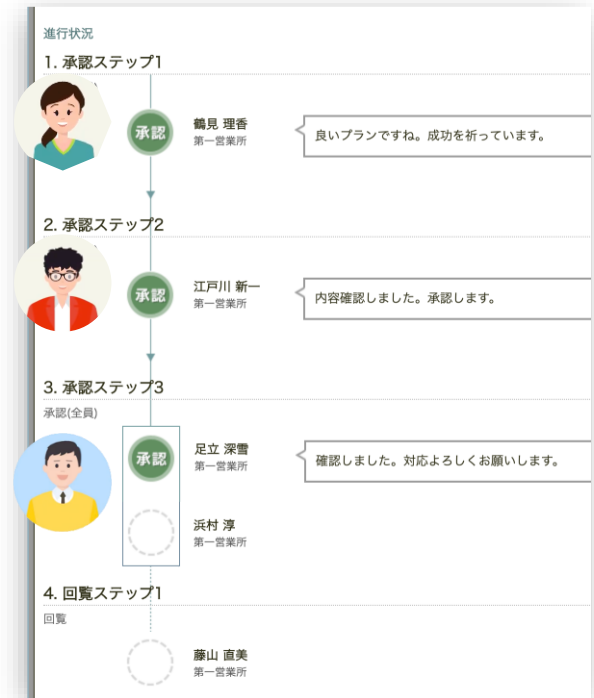
### 2 承認プロセス

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等を分かりやすく表示

「ITreview Grid Award 2024 Fall」において最高位のLeader を7部門で受賞



**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 システム 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

**rakumo カレンダー**

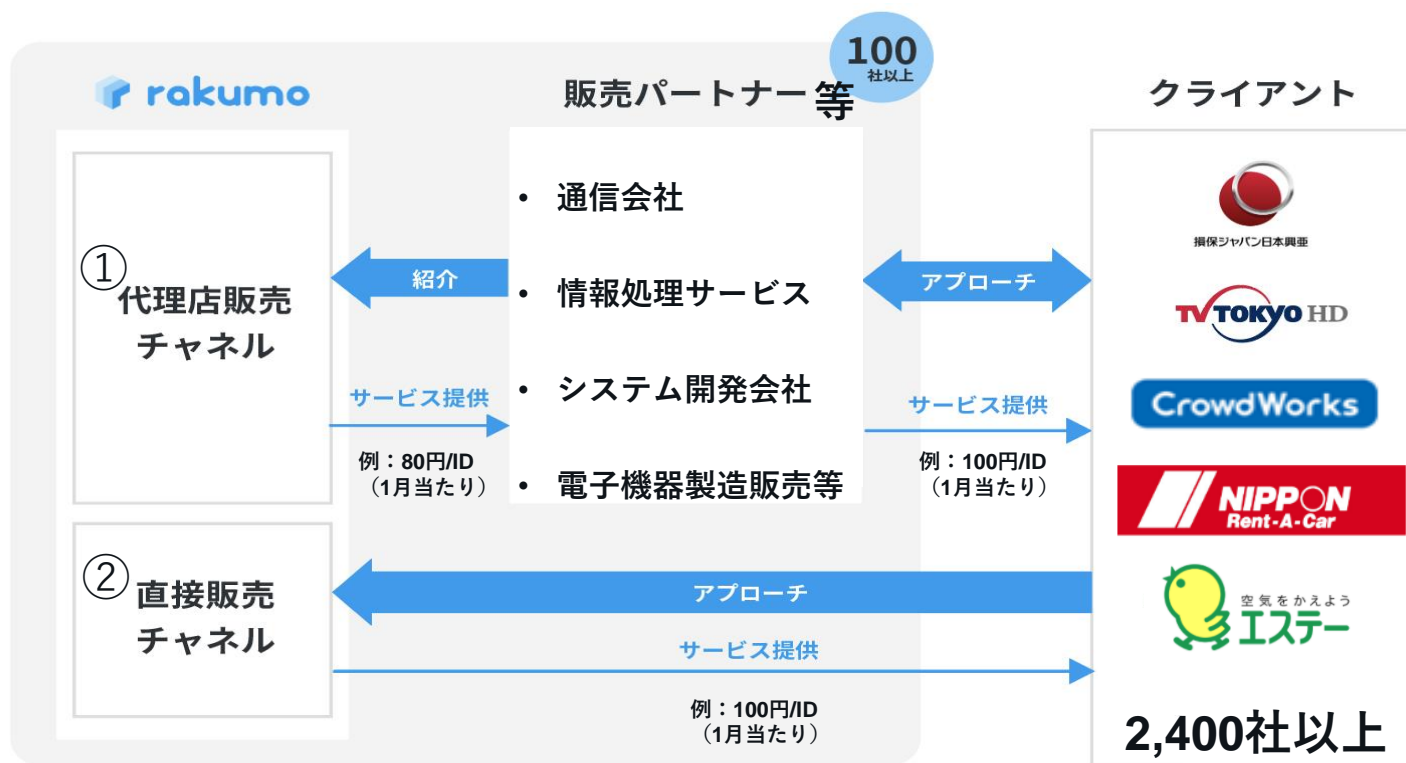
- PC向けカレンダーアプリ/ソフト 総合部門



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

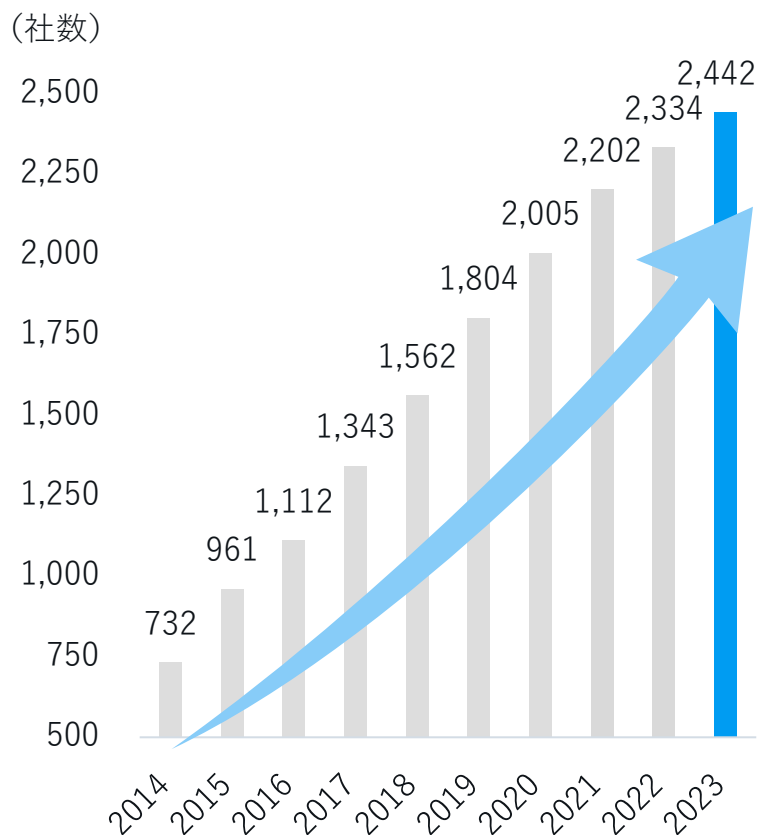
# 販売チャネル毎のフロー及びチャネル毎の収益構造

- 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）

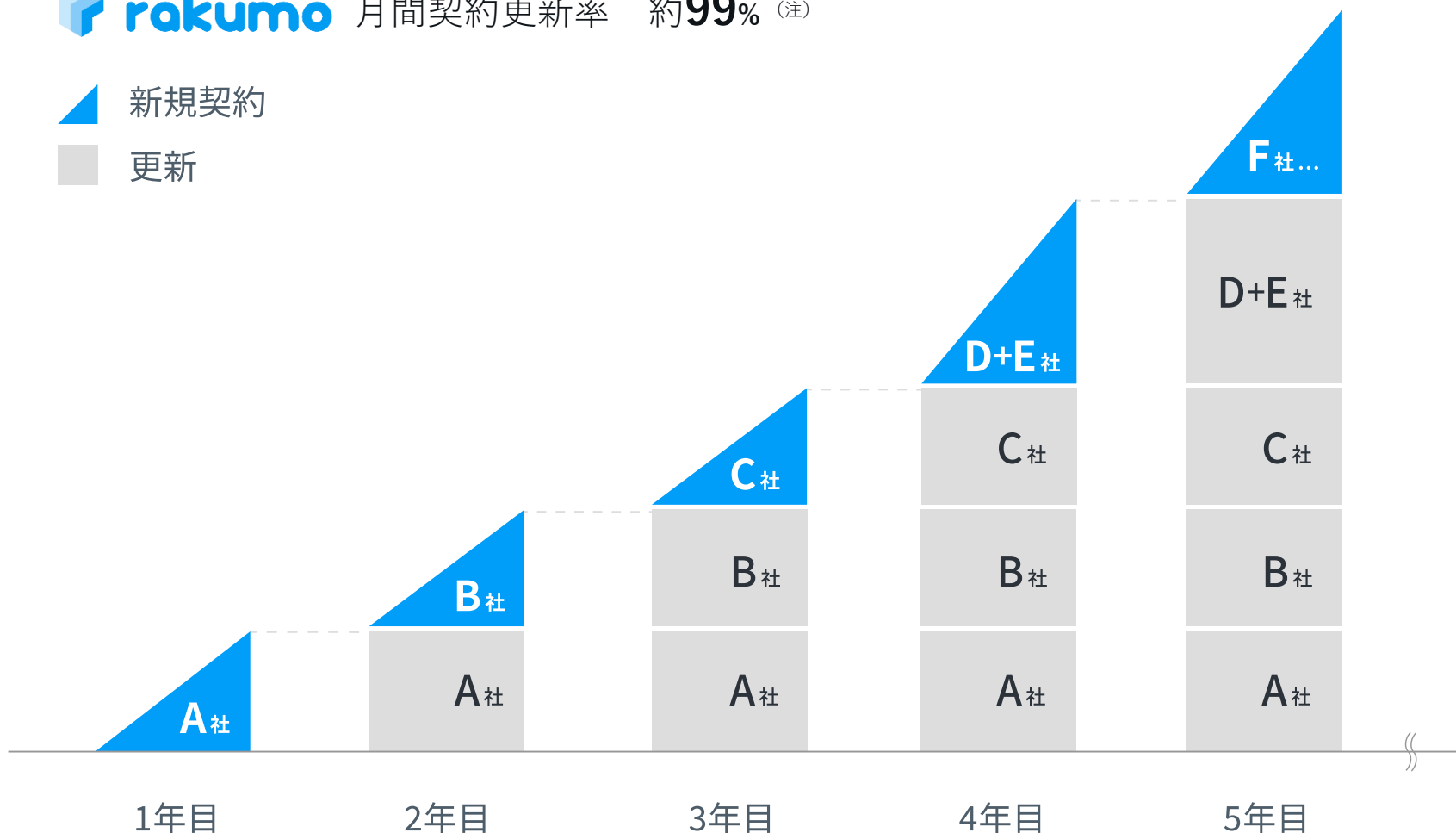


## 全体的なイメージ

- ・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)

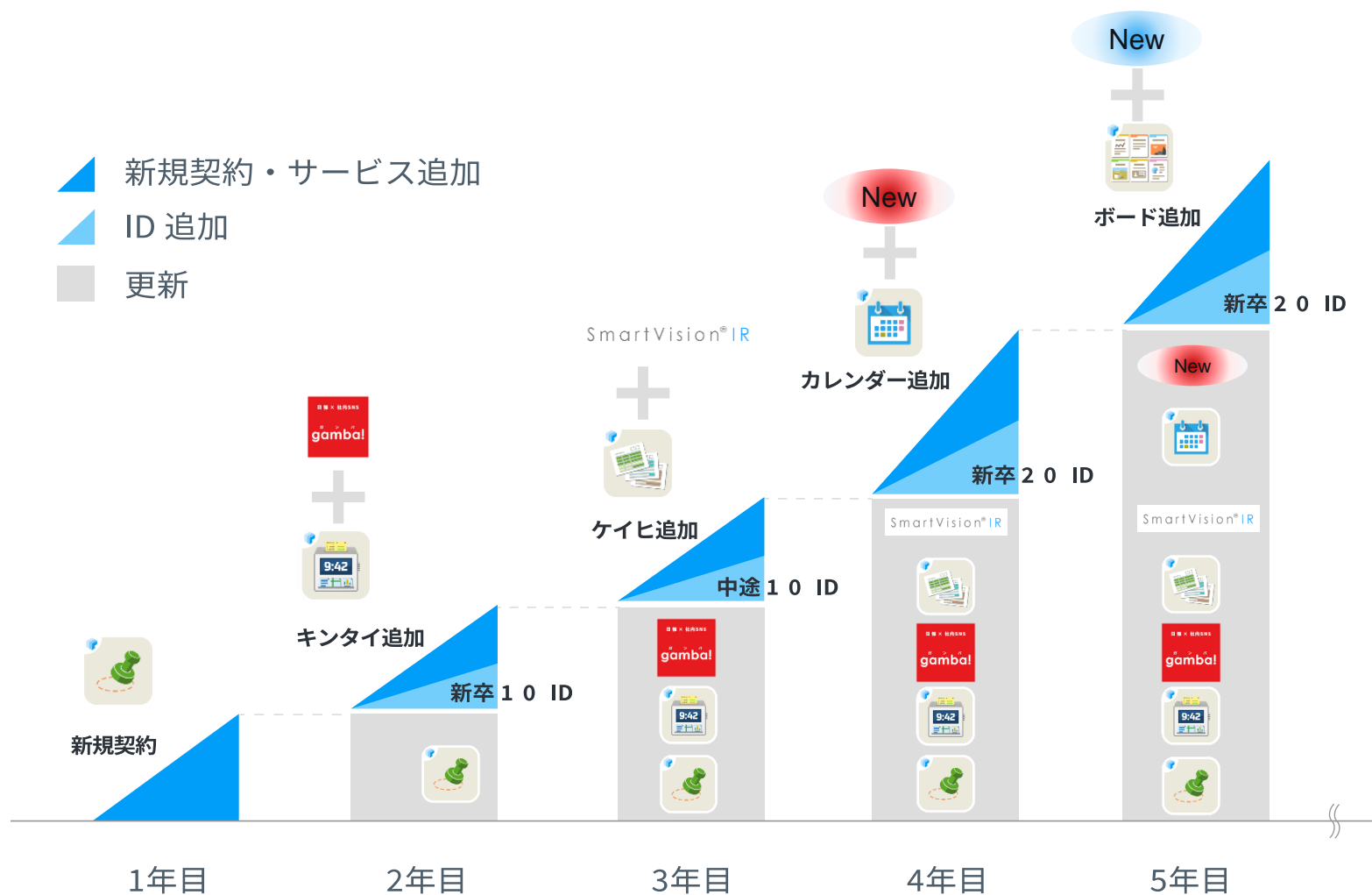
- 新規契約
- 更新



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 (補足説明資料)

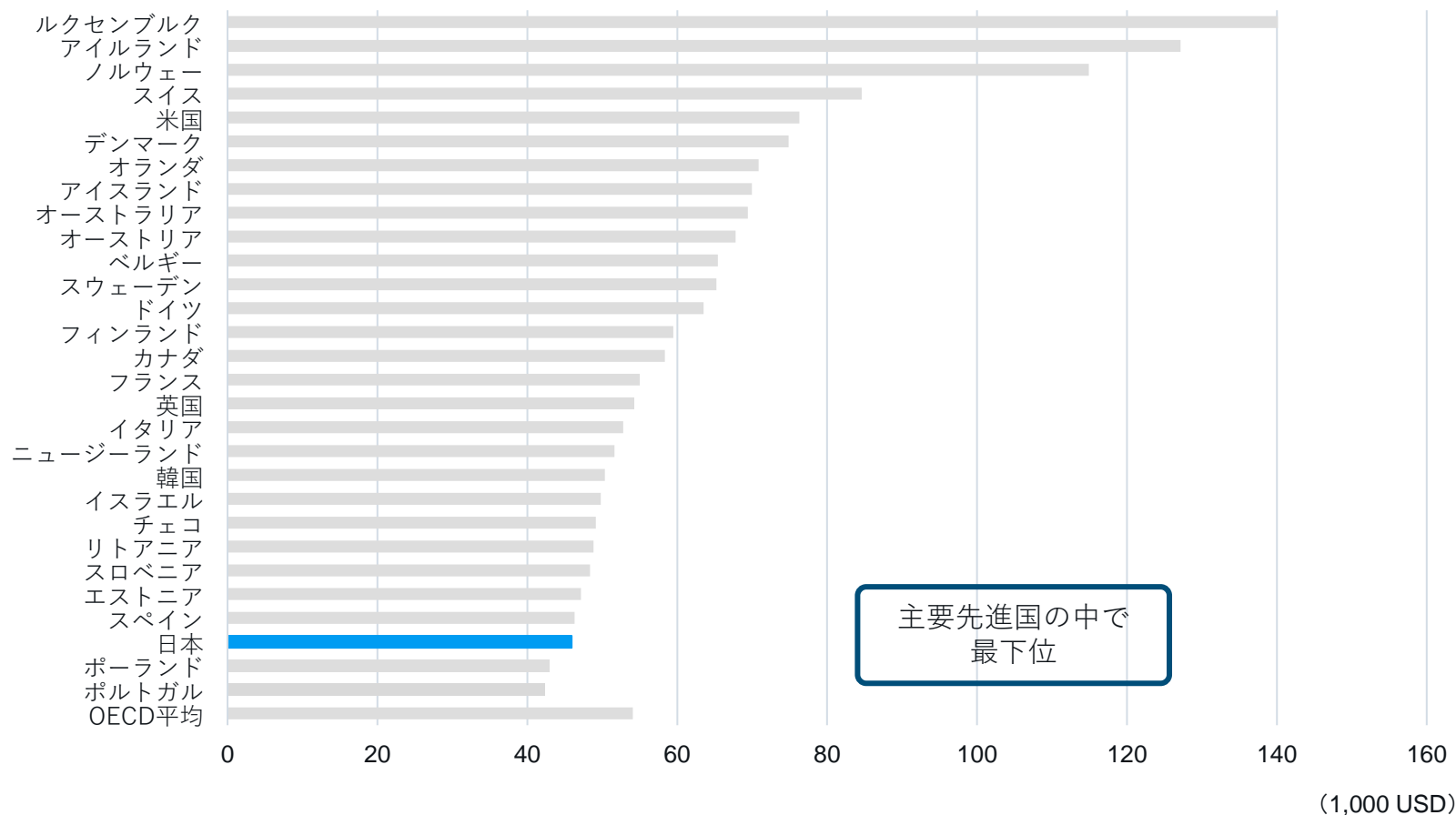
## 3. 業界動向

# 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

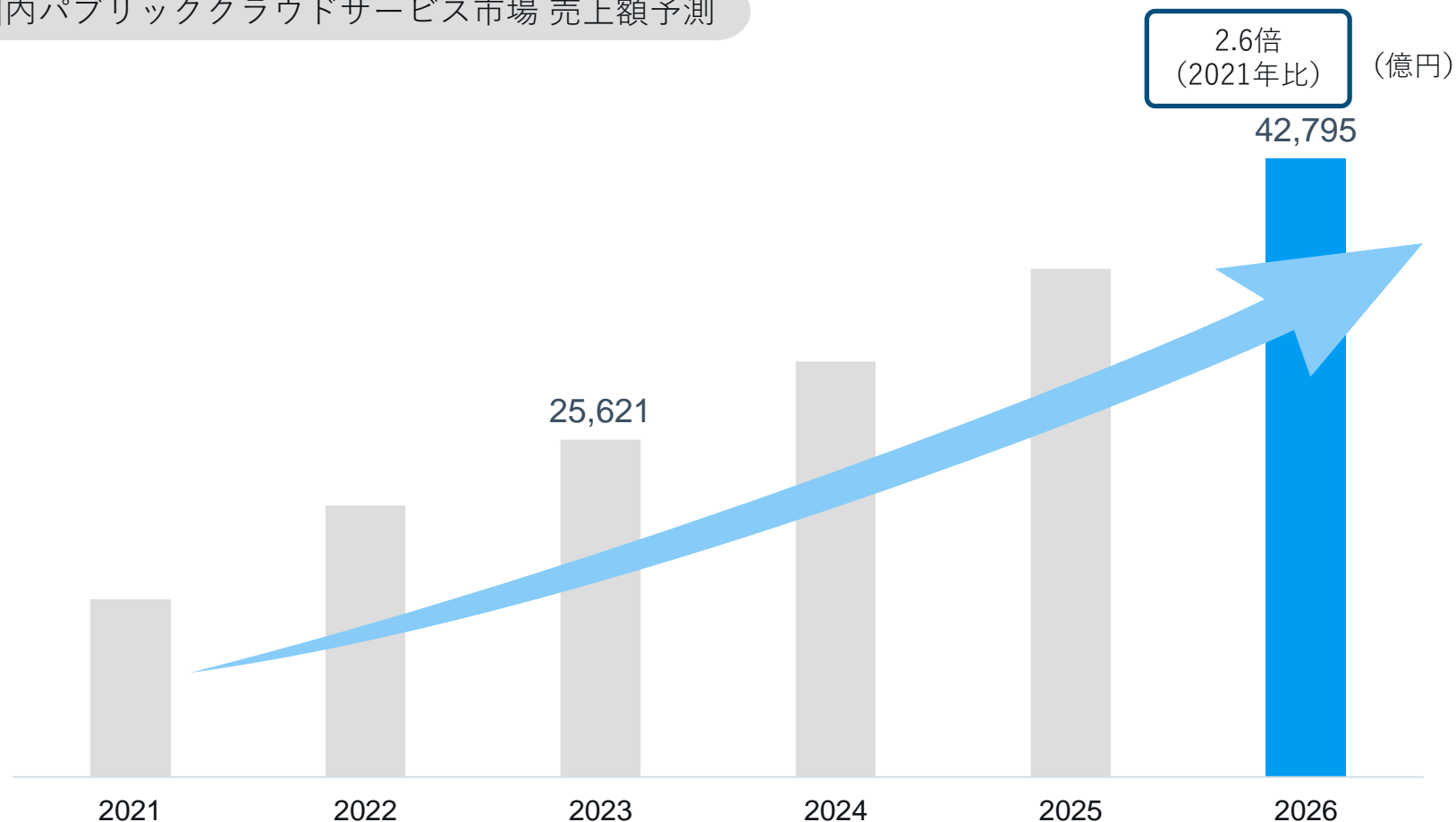
## 社会課題への対応を通じた持続的な経済成長の実現

(1)豊かさを実感できる「所得増加」及び「賃上げ定着」	賃上げの促進、 <b>三位一体の労働市場改革</b> 、価格転嫁対策
(2)豊かさを支える中堅・中小企業の活性化	<b>人手不足への対応</b> 、中堅・中小企業の稼ぐ力、輸出・海外展開
(3)投資の拡大及び革新技術の社会実装による社会課題への対応	<b>DX</b> 、GX・エネルギー安全保障、フロンティアの開拓、科学技術の振興・イノベーションの促進、資産運用立国
(4)スタートアップのネットワーク形成や海外との連結性向上による社会課題への対応	<b>スタートアップの支援・ネットワークの形成</b> 、海外活力の取り込み、大阪・関西万博の推進
(5)地方創生及び地域における社会課題への対応	<b>デジタル田園都市国家構想と地方創生の新展開</b> 、 <b>デジタル行財政改革</b> 、地方活性化及び交流の拡大、農林水産業の持続可能な成長及び食料安全保障
(6)幸せを実感できる包摂社会の実現	共生・共助・女性活躍社会づくり、安全・安心で心豊かな国民生活の実現
(7)持続的な経済成長の礎となる国際環境変化への対応	外交・安全保障、経済安全保障
(8)防災・減災及び国土強靱化の推進	防災・減災及び国土強靱化、東日本大震災、能登半島地震等からの復旧・復興



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

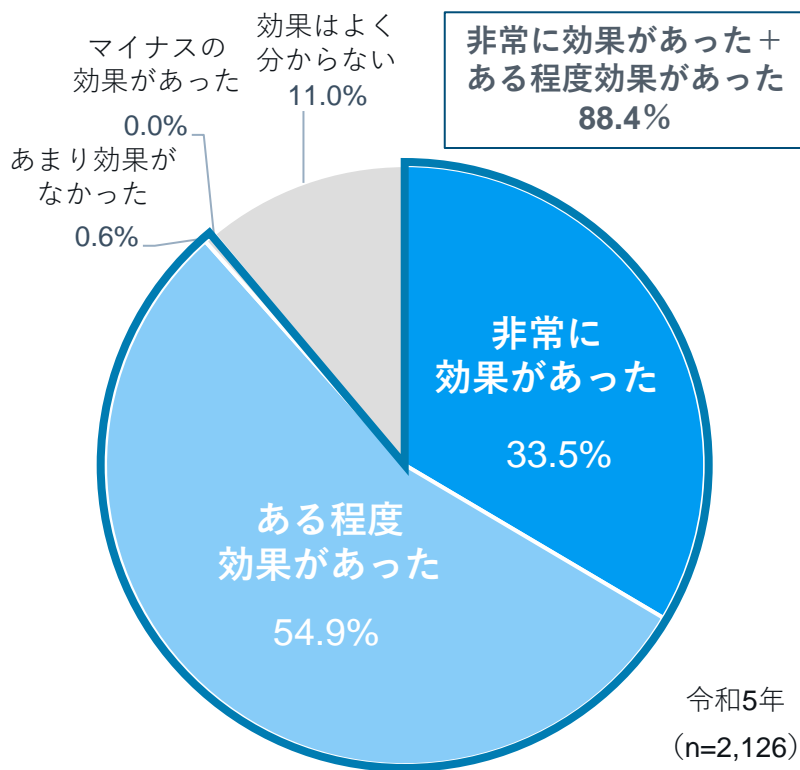
国内パブリッククラウドサービス市場 売上額予測



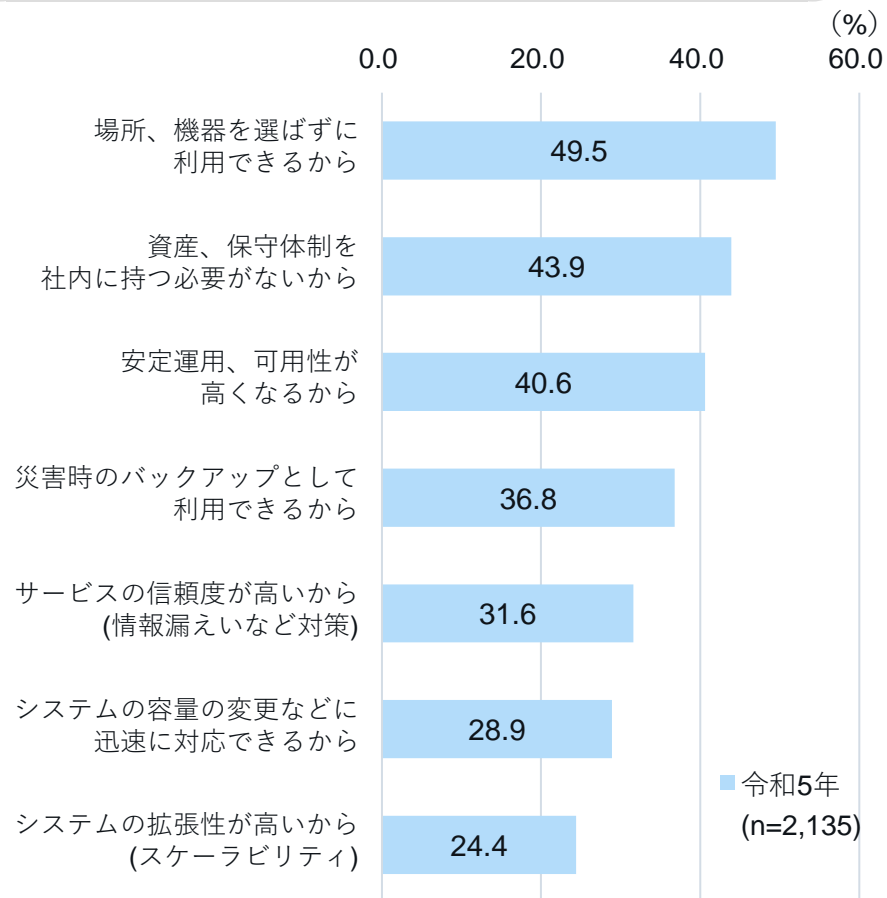
# クラウドサービスを利用する理由・効果

- 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

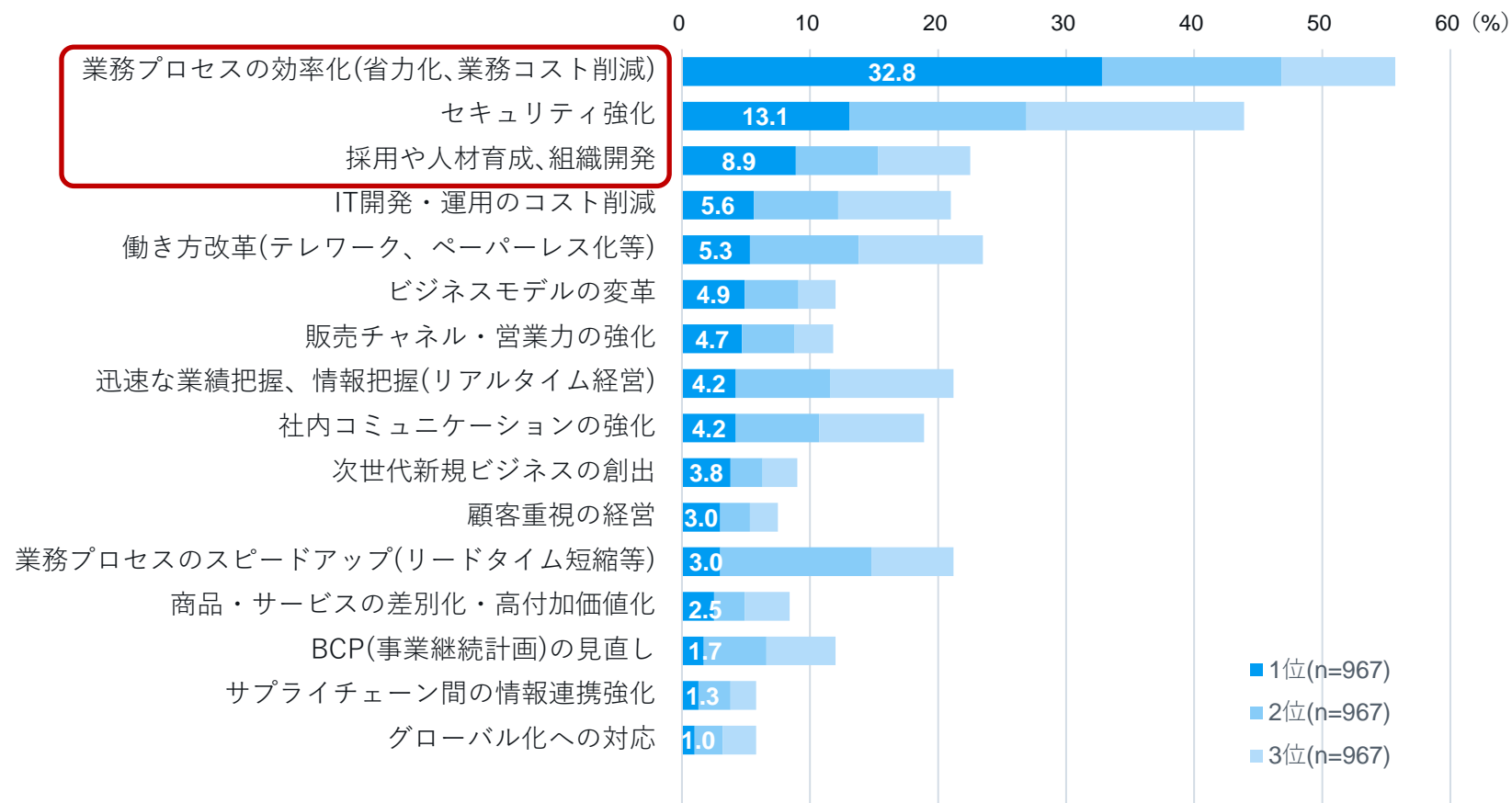


### クラウドサービスを利用する理由（複数回答）



- 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、採用や人材育成等の経営課題を解決したいと考えている

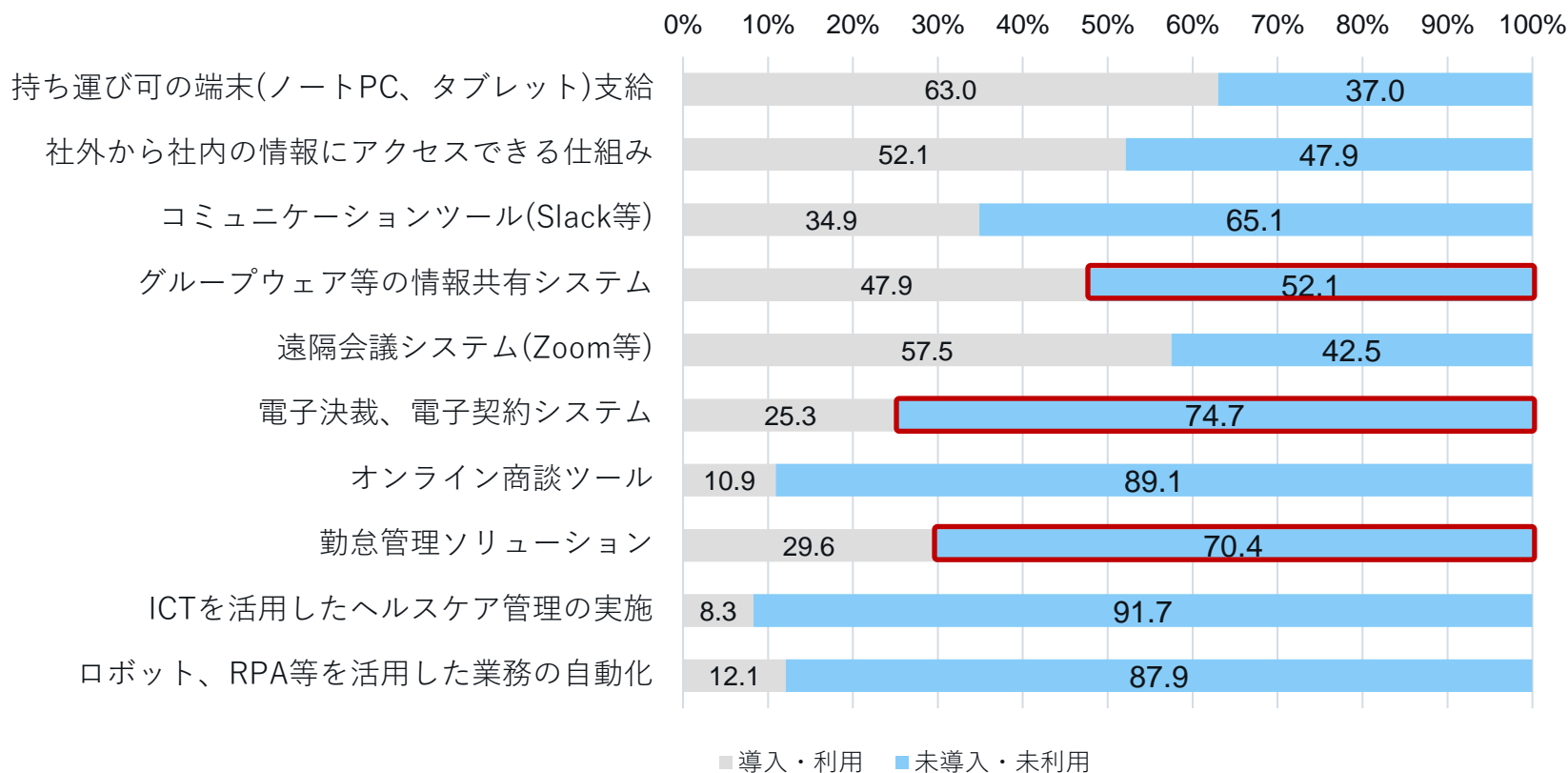
## IT投資で解決したい短期的な経営課題（1位の降順）



# 働き方改革関連の国内ICTツール導入余地

- 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

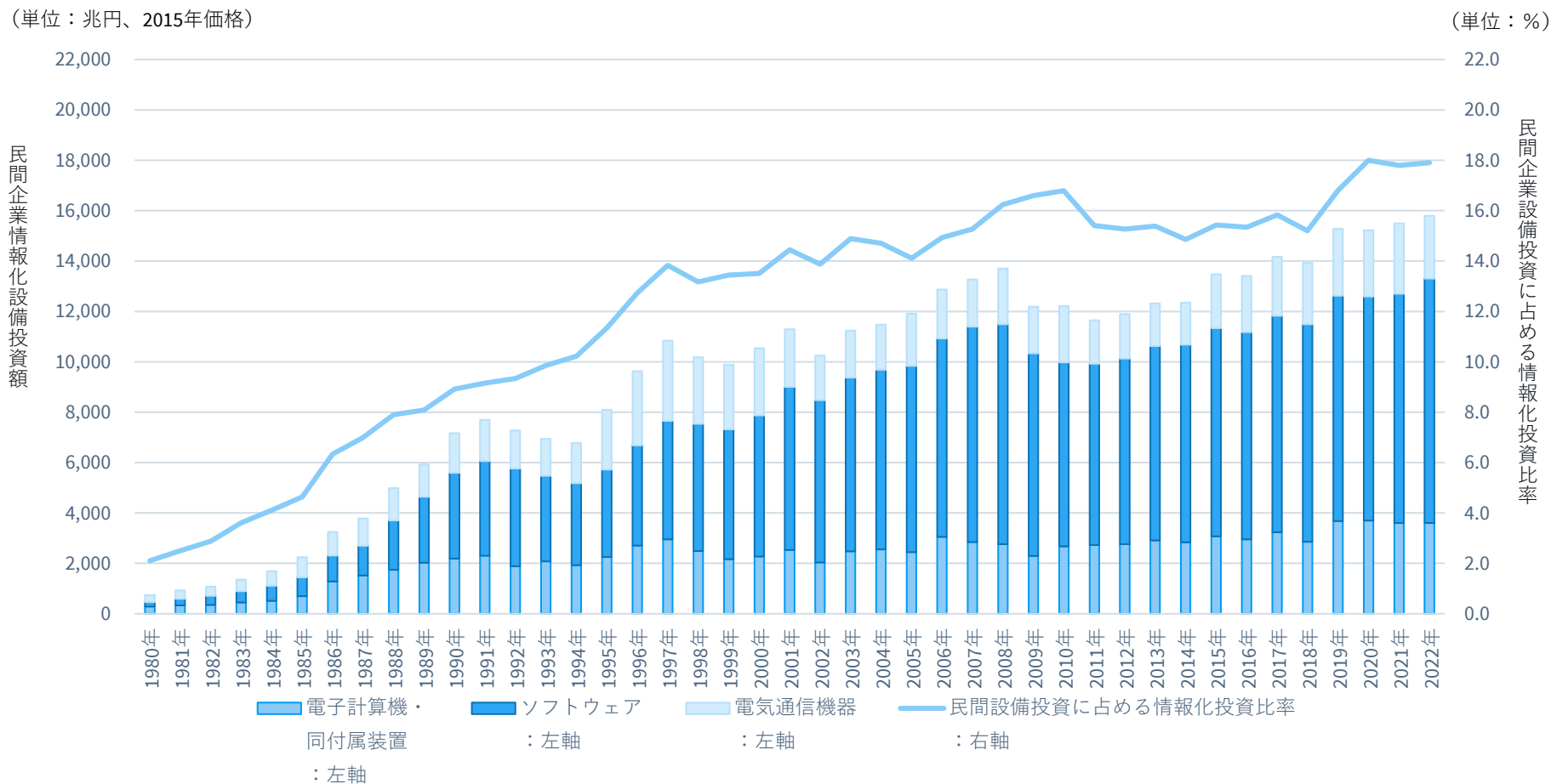
## 「働き方改革」関連でのICT導入・利用状況（日本）



# 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

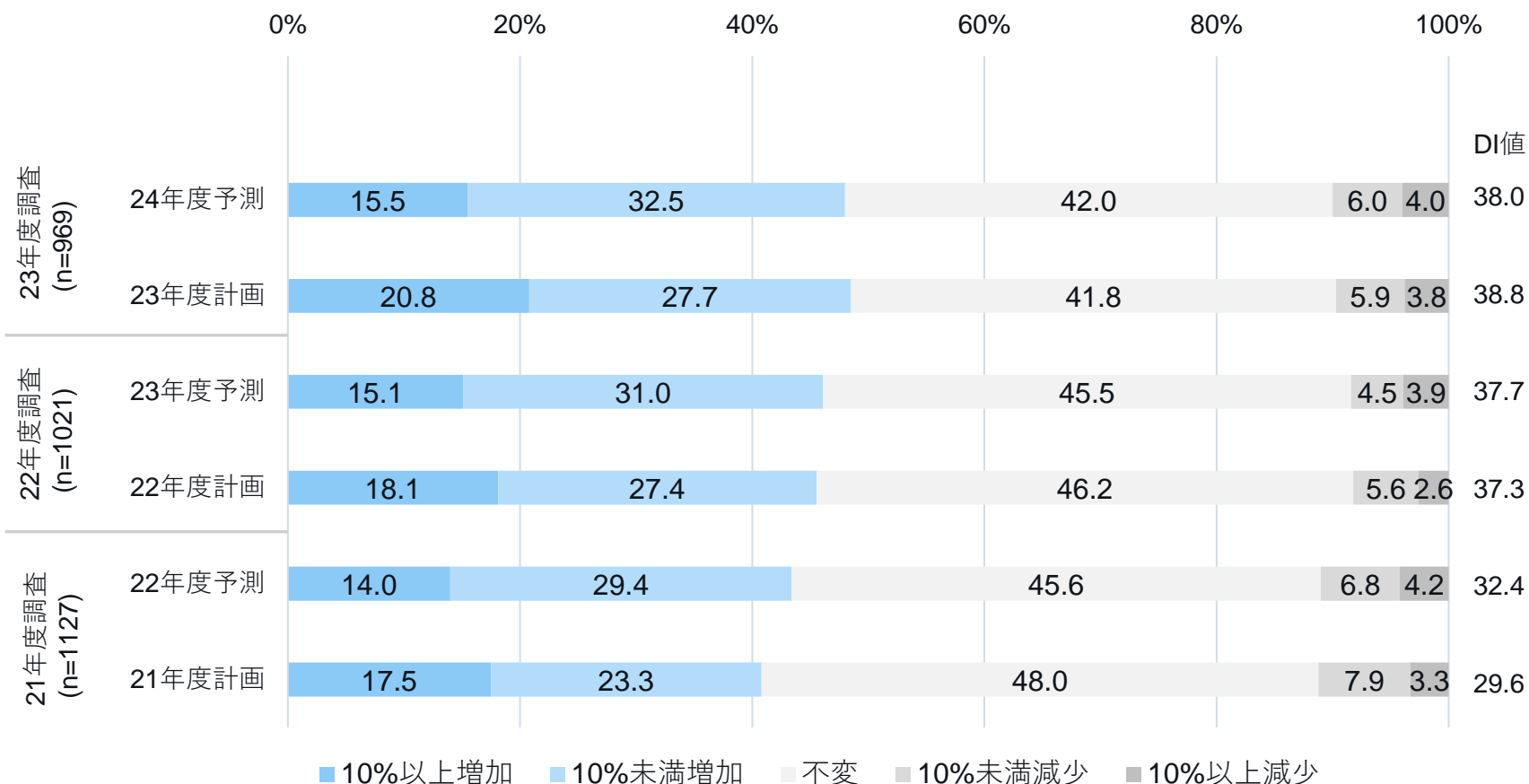


出所：総務省「令和6年版情報通信白書」（2024）より作成

# 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

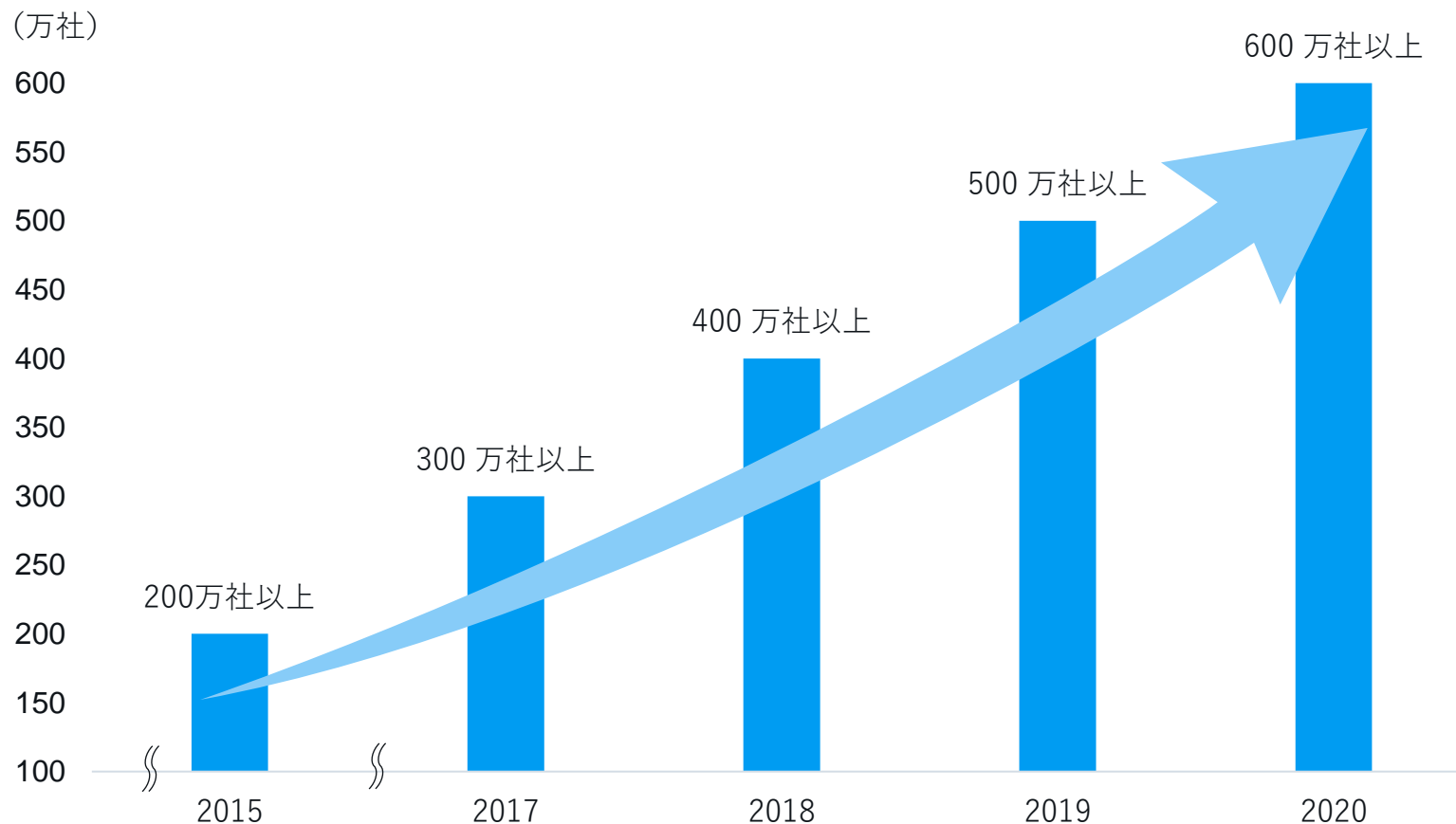
年度別IT予算の増減



出所：一般社団法人 日本情報システム・ユーザー協会「企業IT動向調査報告書 2024」より作成

Google社の公表資料によるとGoogle Workspace<sup>※</sup>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<sup>※</sup>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"><li>A社（従業員数：45,000人以上）</li><li>B社（従業員数：14,000人以上）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>C社（従業員数：30,000人以上）</li><li>D社（従業員数：1,500人以上）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>E社（従業員数：7,500人以上）</li><li>F社（従業員数：6,000人以上）</li></ul>
鉱業・建設業	不動産	食品・飲料
<ul style="list-style-type: none"><li>G社（従業員数：8,500人以上）</li><li>H社（従業員数：4,000人以上）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>I社（従業員数：3,000人以上）</li><li>J社（従業員数：2,500人以上）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>K社（従業員数：15,000人以上）</li><li>L社（従業員数：500人以上）</li></ul>
テクノロジー	飲食店	その他の業界
<ul style="list-style-type: none"><li>M社（従業員数：1,000人以上）</li><li>N社（従業員数：1,500人以上）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>O社（従業員数：2,500人以上）</li><li>P社（従業員数：2,000人以上）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>エネルギー/公共事業</li><li>ヘルスケア/ソーシャルケア</li><li>専門業</li><li>政府機関等</li></ul>

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  
3,606万人<sup>(1)</sup>

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

①rakumoの現UU（利用者）数  
約56万人<sup>(3)</sup>

出所：

(1) 総務省統計局（国内統計：雇用形態別雇用者数、2023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）

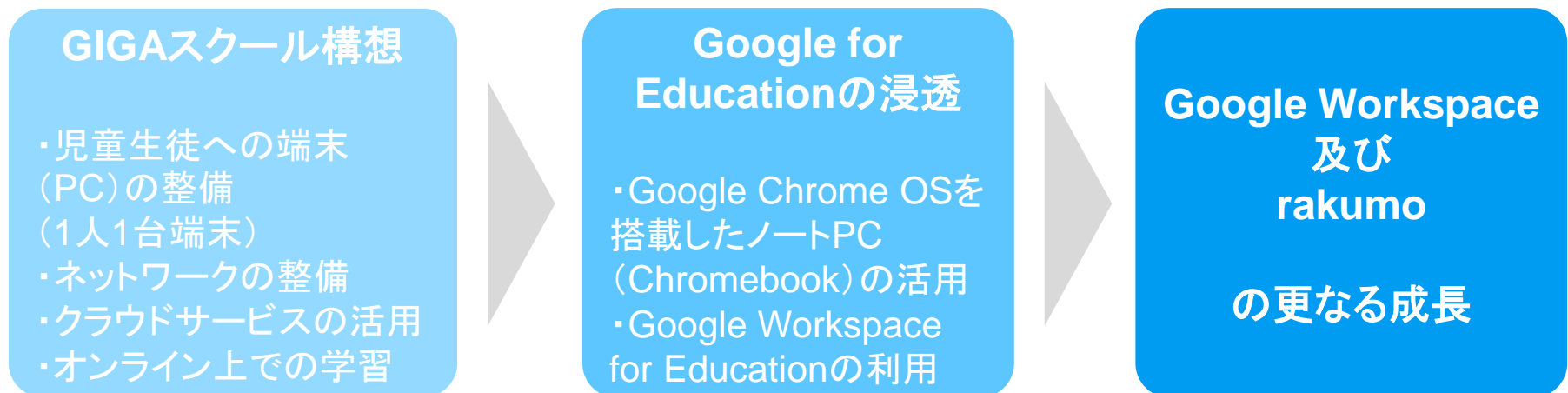
(3) 当社自社統計

(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）

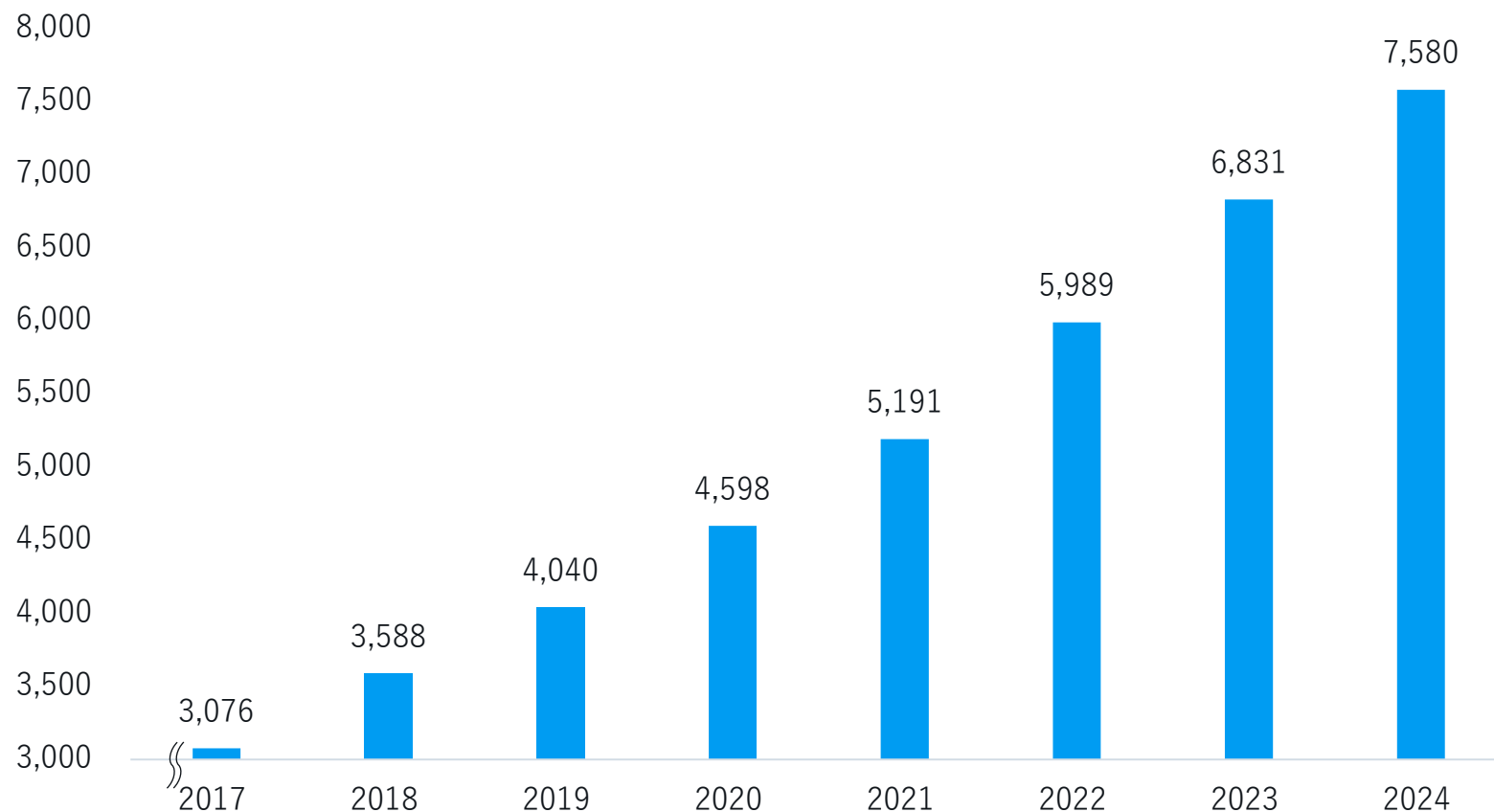


※ 児童生徒向けの1人1台端末と、高速大容量の通信ネットワークを一体的に整備し、多様な子どもたちを誰一人取り残すことなく、公正に個別最適化された創造性を育む教育を全国の学校現場で持続的に実現させる構想を言います。

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

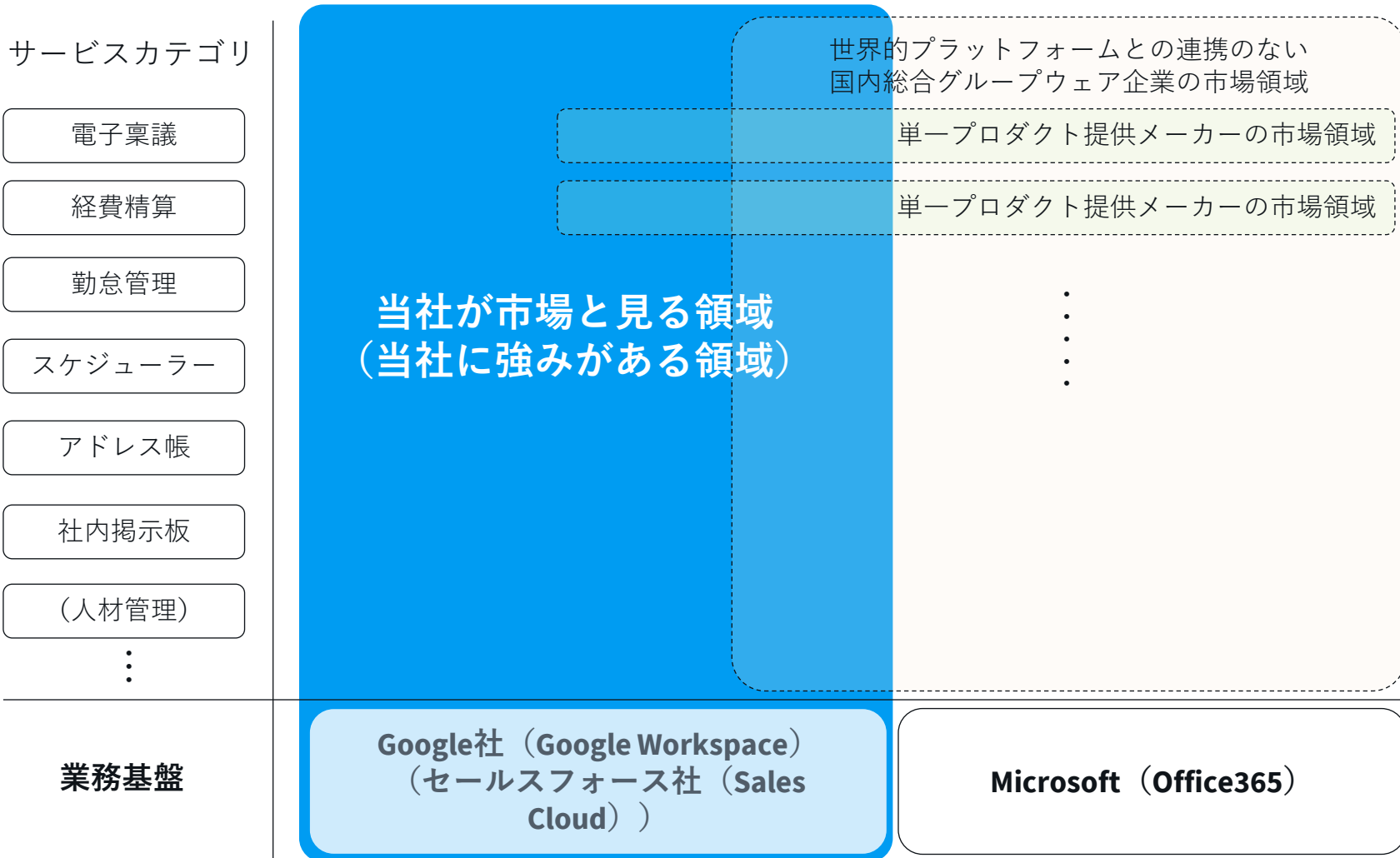
## Sales Cloudの売り上げ推移

(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（補足説明資料）

## 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

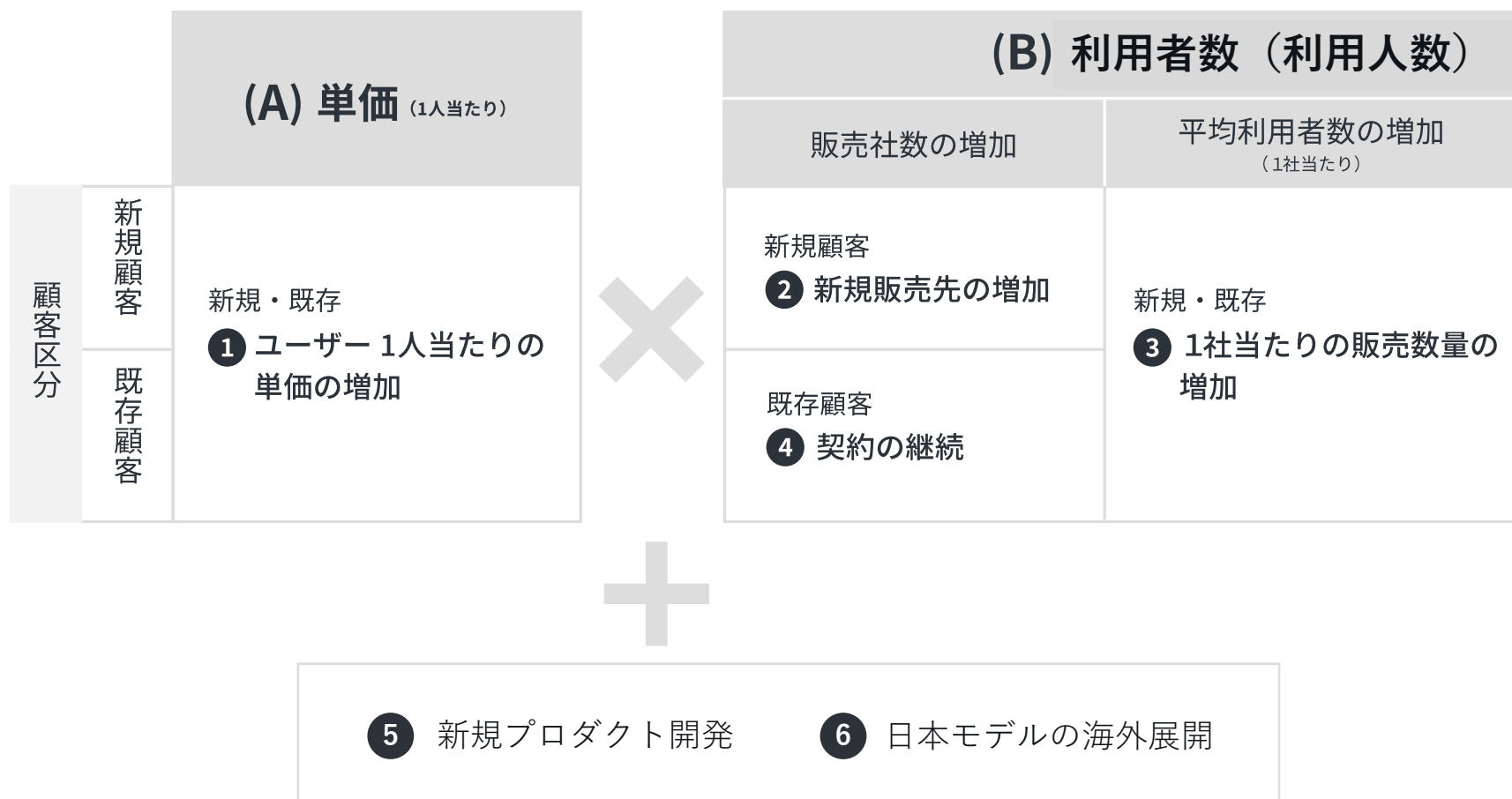
※「サブスクリプション型リカーリングレベニューモデル」：サービス料金を使用期間やユーザー数等に応じて定期定額契約（サブスクリプション）として課金することで、継続的な収益（リカーリングレベニュー）を得るビジネスモデルを言います。



# Appendix (補足説明資料)

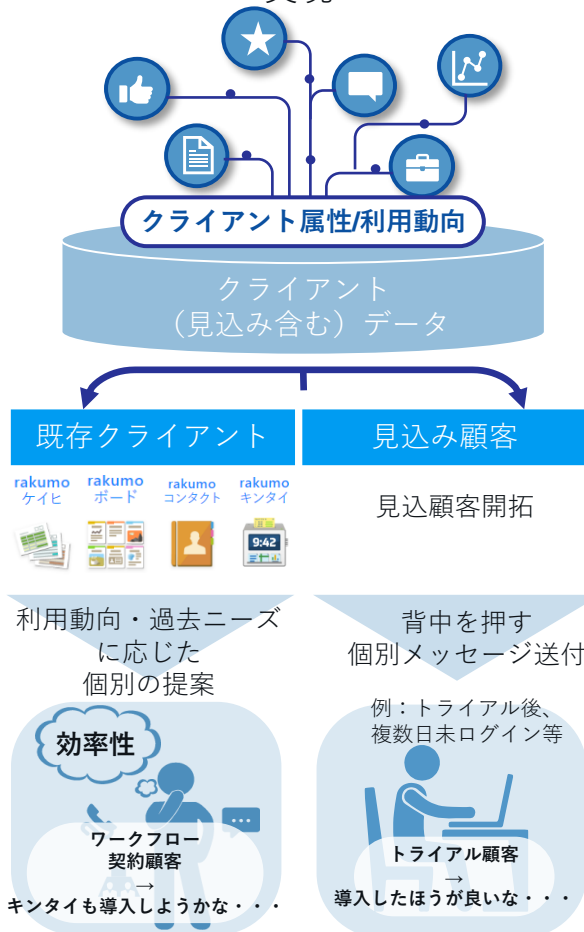
## 5. 成長戦略

- (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) に関しても注力



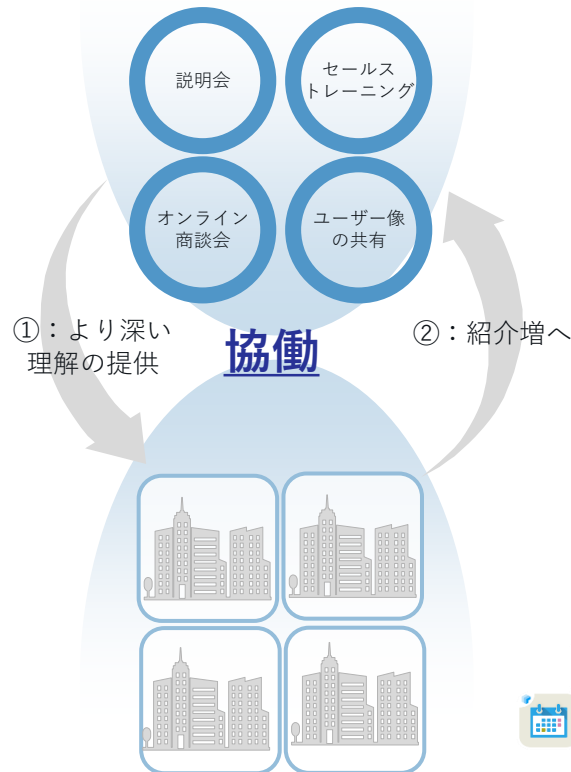
## クロスセル※の実現

- ・ 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



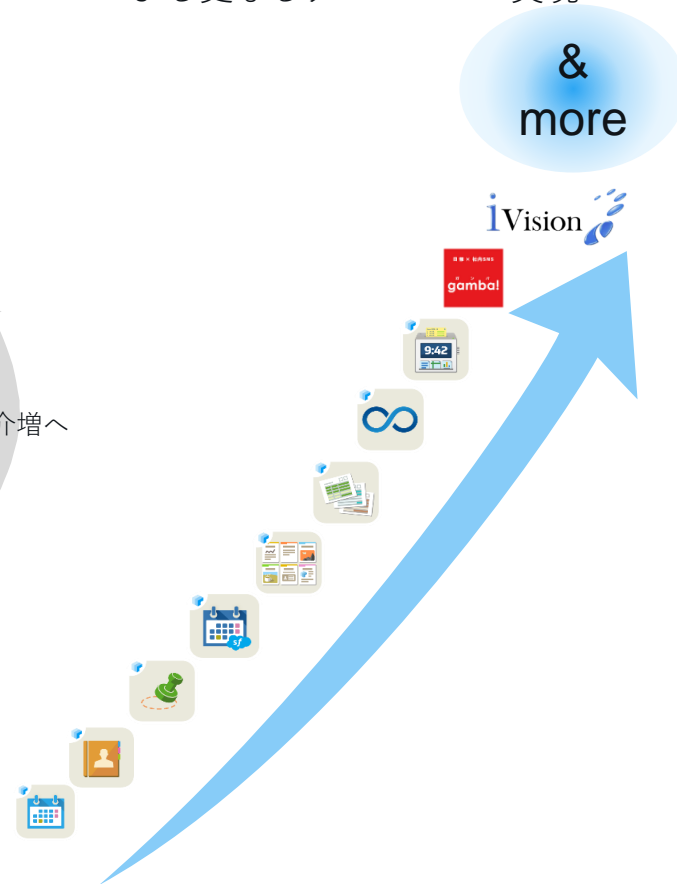
## 販売パートナーとの協働

- ・ 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



## 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

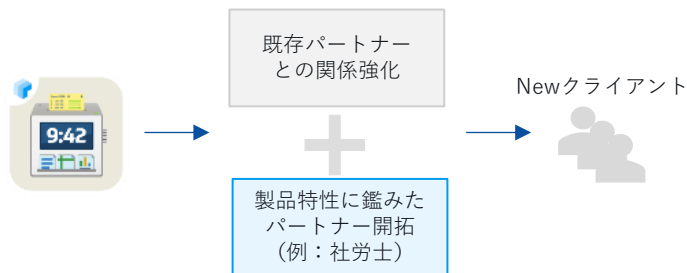


※クロスセル：追加サービスを販売することです（例：ワークフローを使用されていたお客様がキントイを新たに契約するケースなどが該当いたします）。

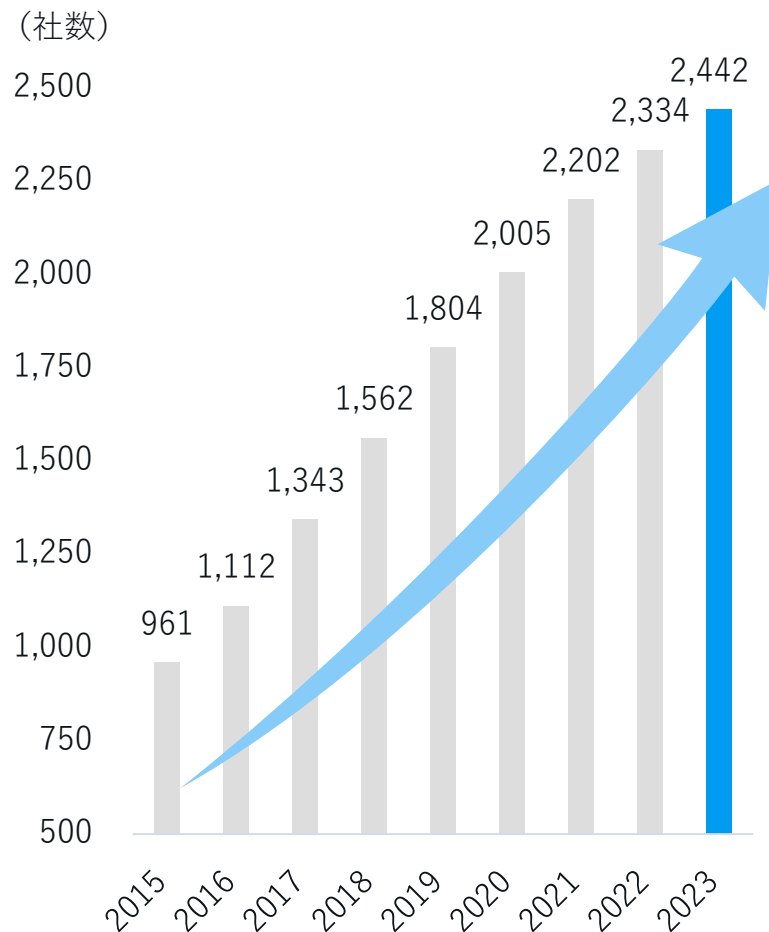
新たな販売戦略（自社販売体制強化、各種マーケティング施策を含む）を通じた新規販売先の開拓

## 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

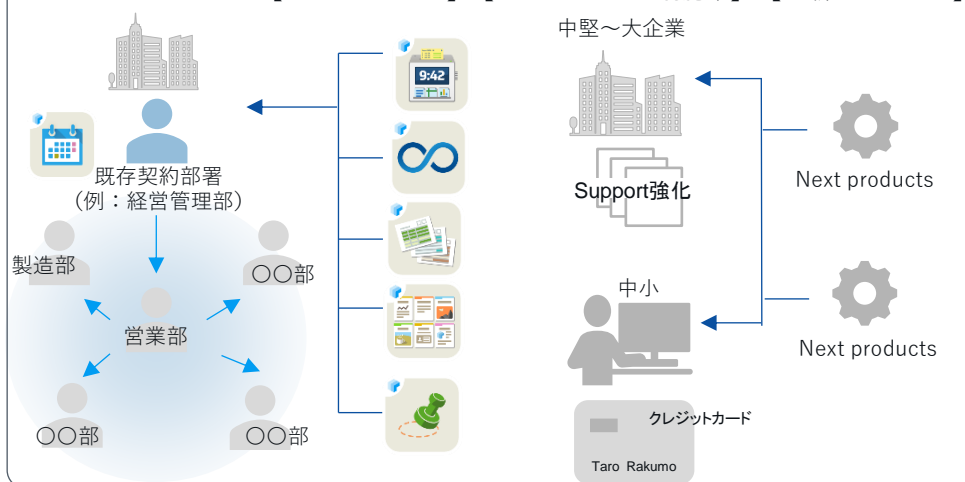


## 販売戦略及びプロダクト開発を通じた1社当たりの販売数量（利用人数）の増加

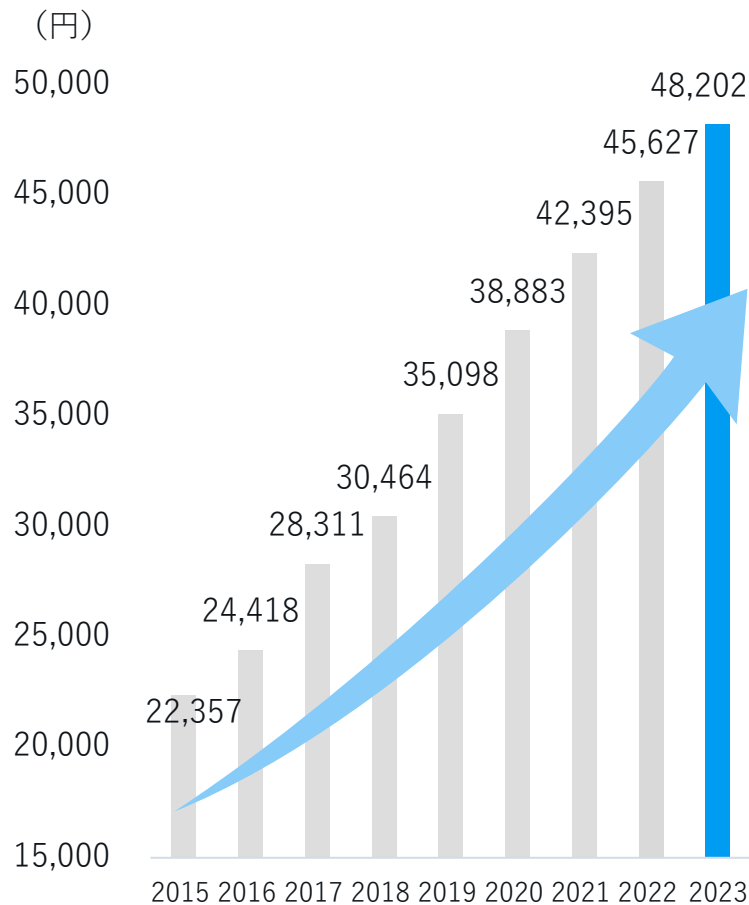
### 主要な戦略

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

- クライアント満足度の最大化

<p>既存領域</p>	<p>New</p>	<p>導入1~2年目企業</p> <p>一般的に、長く使えば使うほど、ビジネス基盤として活用</p> <p>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</p>	<p>低利用</p> <p>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</p> <p>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</p>	<p>調査実施</p> <p>継続的なNPS（クライアント満足度調査）の実施と活用</p> <p>仕事の不満点を常に製品へ反映し、仕事の不快をラクに</p>	<p>ITreview活用</p> <p>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</p> <p>製品開発や認知度向上に活用</p>
-------------	------------	---	---	--	---

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！

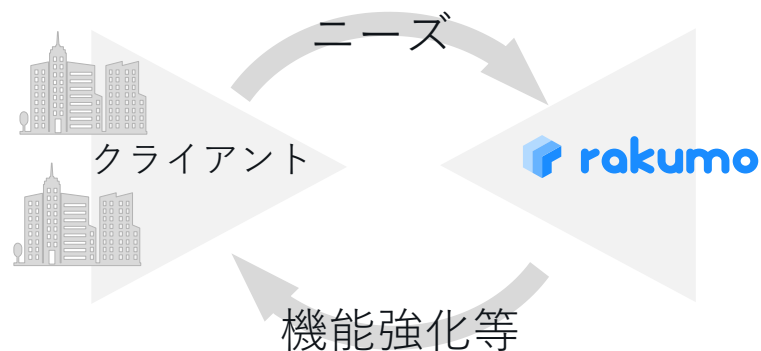
そして仕事を面白く

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  
生成AI技術を取り入れた新機能の開発

⇒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（補足説明資料）

## 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。