



2021年12月期 第1四半期 決算説明資料

Chatwork株式会社

2021年5月14日

● アジェンダ

1. 会社概要
2. 2021年12月期 第1四半期 業績
3. 主要トピック
4. 中期経営計画における進捗
5. 2021年12月期 業績予想
6. 事業概要
7. 中期経営計画
8. Appendix

01

会社概要

● 会社概要



会社名
Chatwork株式会社

代表取締役CEO
山本 正喜

従業員数
176名（2021年3月末日時点）

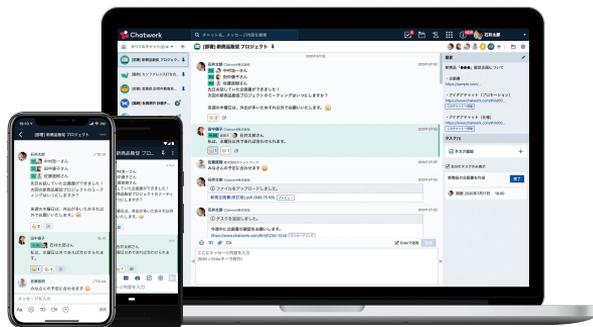
所在地
東京、大阪、ベトナム、台湾

設立
2004年11月11日

● 事業セグメント

- ビジネスチャットツール「Chatwork」事業を中心に展開
- セキュリティ事業は全社の安定的な収益に貢献

Chatwork事業



ビジネスコミュニケーション用
チャットツール「Chatwork」及び
付随サービスの提供

セキュリティ事業



ESET社提供のセキュリティ対策ソフトウェア
「ESET」の代理店販売

2021年12月期 第1四半期 業績

● 業績ハイライト

- 売上高は688百万円（前年同期比 +27.1%）
 - Chatwork事業の売上高は624百万円（前年同期比 +33.6%）
 - 売上総利益は508百万円（前年同期比 +27.3%）
 - 営業利益は-9百万円
-
- 引き続きテレワーク需要の増加により売上高、売上総利益ともに前年同期比で大幅に伸長
 - 中期経営計画に記載の通り**先行投資**として、採用が順調に進んでいることや、広告・マーケティング活動の加速により、営業利益以下の各段階利益は**マイナス**
 - 課金ID数は47.1万IDと前年同期比+14.4%で順調に成長し、ARPUは価格改定の影響により前年同期比+19.8%と大幅に増加

● 業績サマリー

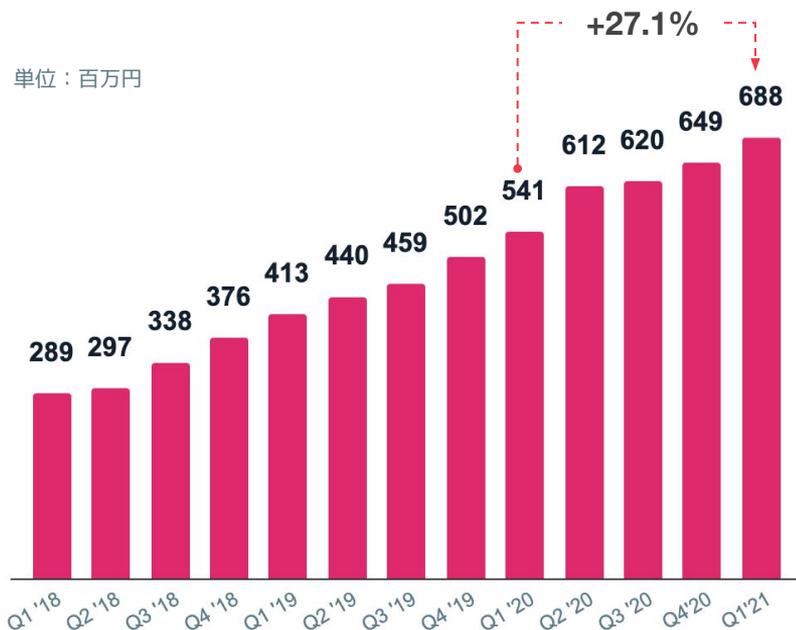
- 売上高は前年同期比+27.1%と引き続き大幅に伸長
- 営業利益以下は先行投資としての人件費・広告宣伝費の増加により、当四半期ではマイナス

単位：百万円	Q1 '20 (前年同期)	Q4 '20 (前四半期)	Q1 '21 (当四半期)	前年同期比	前四半期比
売上高	541	649	688	+27.1%	+6.1%
Chatwork事業売上	467	588	624	+33.6%	+6.1%
売上総利益	399	479	508	+27.3%	+6.0%
売上総利益率	73.7%	73.8%	73.8%	+0.1pt	-0.0pt
営業利益	85	39	-9	-	-
営業利益率	15.8%	6.0%	-	-	-
経常利益	86	36	-8	-	-
純利益	92	-78	-9	-	-

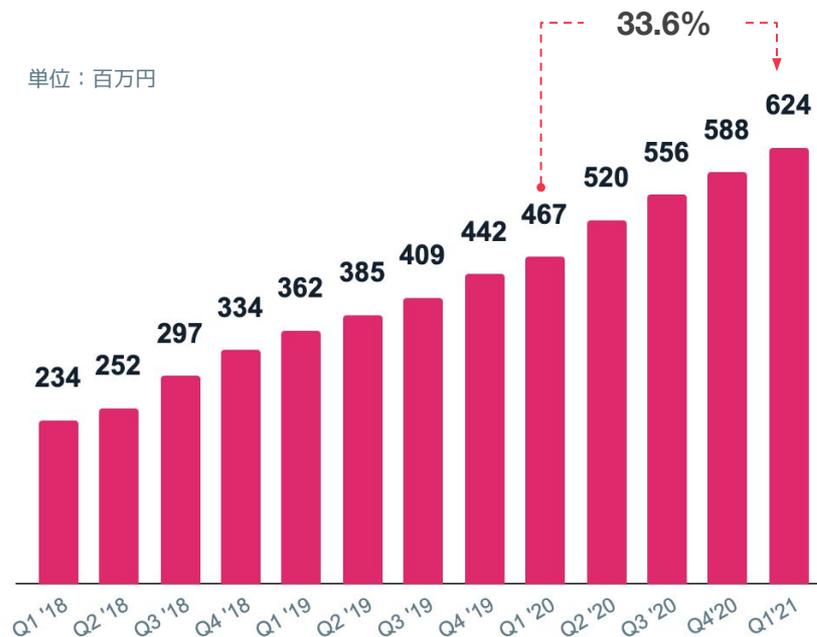
● 売上高推移

- 売上高は前年同期比では、全社で同+27.1%と大きく伸長
- 最重要の経営目標であるChatwork事業の売上高は同+33.6%と高い伸びを継続

売上高（全社）



売上高（Chatwork事業）

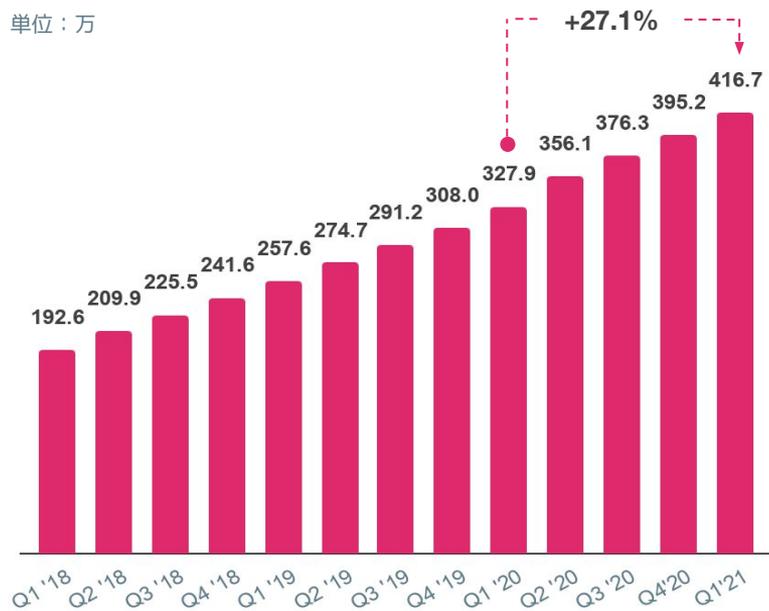


● 登録ID数・DAU数推移

- 登録ID数は416.7万IDと前年同期比+27.1%と増加が継続
- DAU数は89.1万と前年同期比で+19.5%と大きく増加

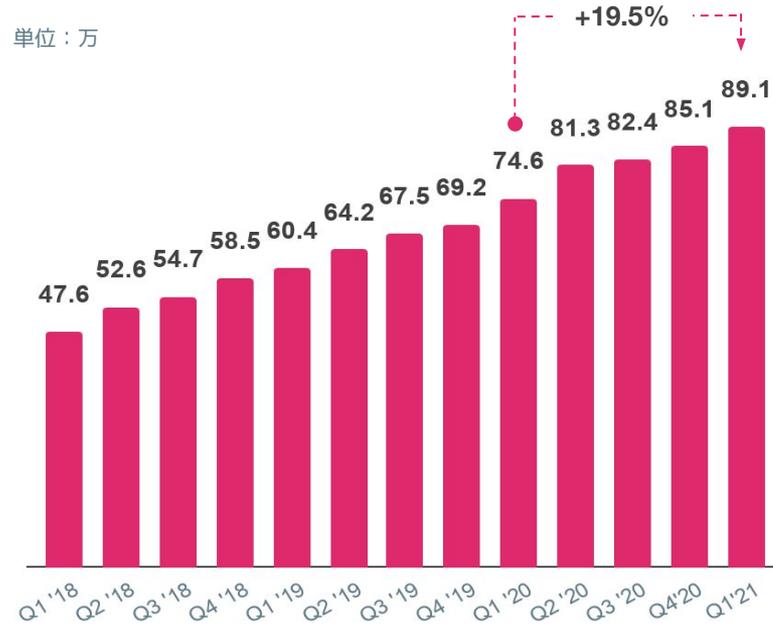
登録ID数

単位：万



DAU数*1

単位：万



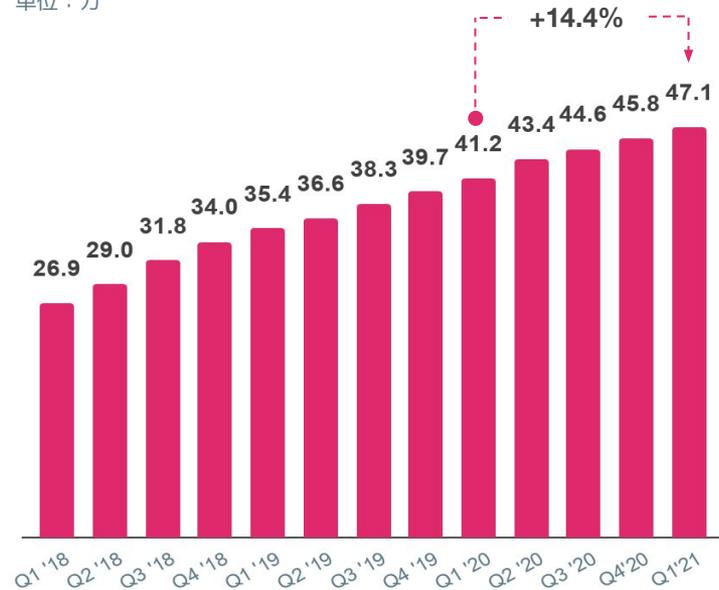
*1 1日あたりのサービス利用者数 (Daily Active User)

● 課金ID数・ARPU推移

- 課金ID数は47.1万を越え、前年同期比+14.4%と増加
- ARPUは前年同期比+19.8%と、価格改定や旧プラン廃止*1により大幅に伸長

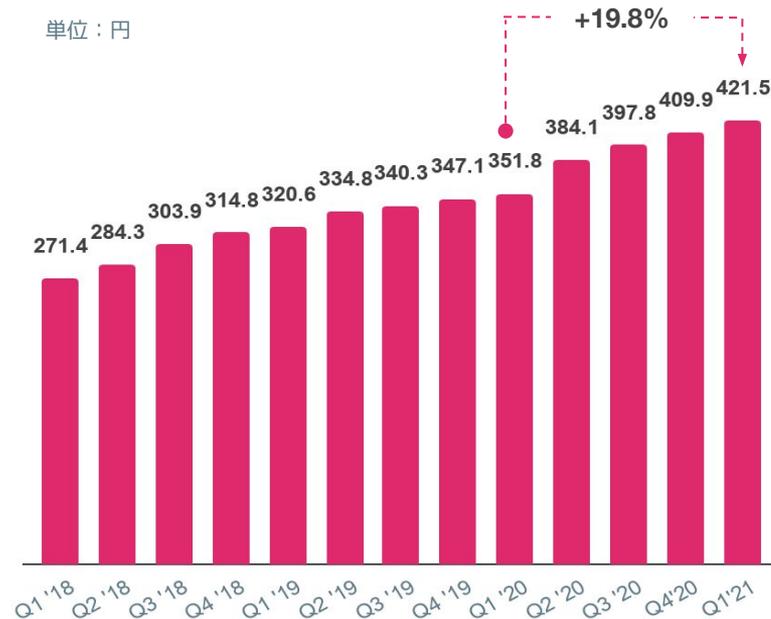
課金ID数

単位：万



ARPU*2

単位：円



*1 2020年2月末に価格改定、2020年4月に旧プランを廃止。詳細はAppendixに記載

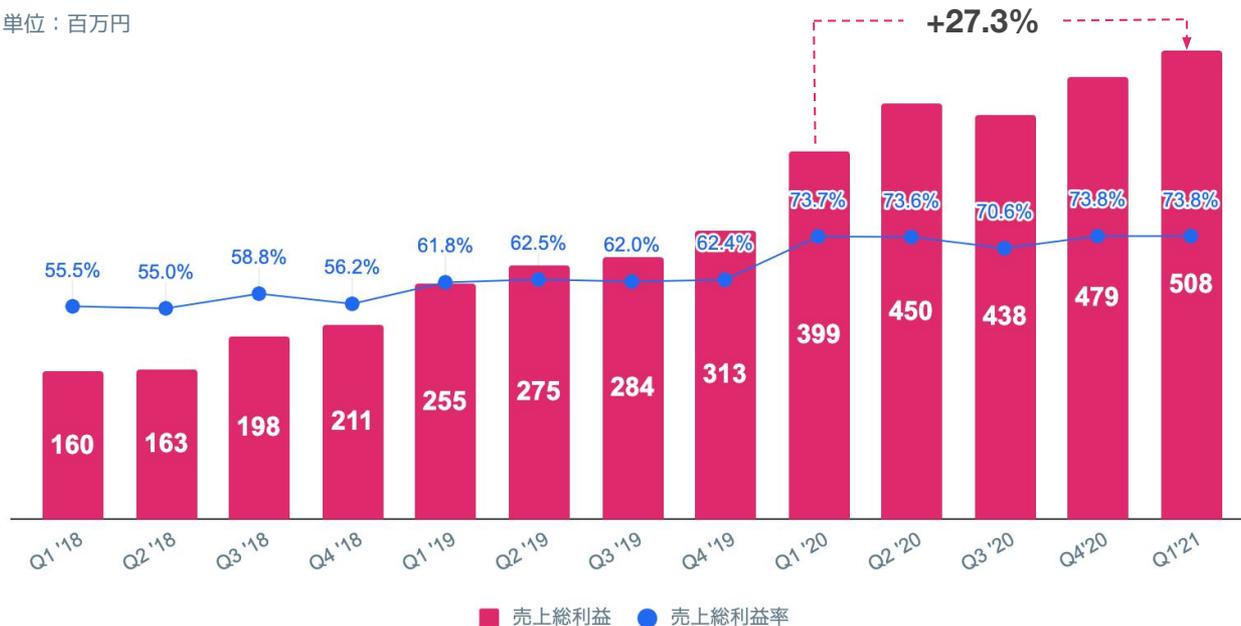
*2 Chatwork利用料の課金IDあたりの平均単価 (Average Revenue Per User)

● 売上総利益・売上総利益率推移

- 売上総利益*1は前年同期比+27.3%増加、売上総利益率は73.8%と前年同期比+0.1ptの改善
- 順調なエンジニア採用継続により原価は上昇しているものの、効率化が進み売上総利益率は小幅改善を継続

売上総利益・売上総利益率

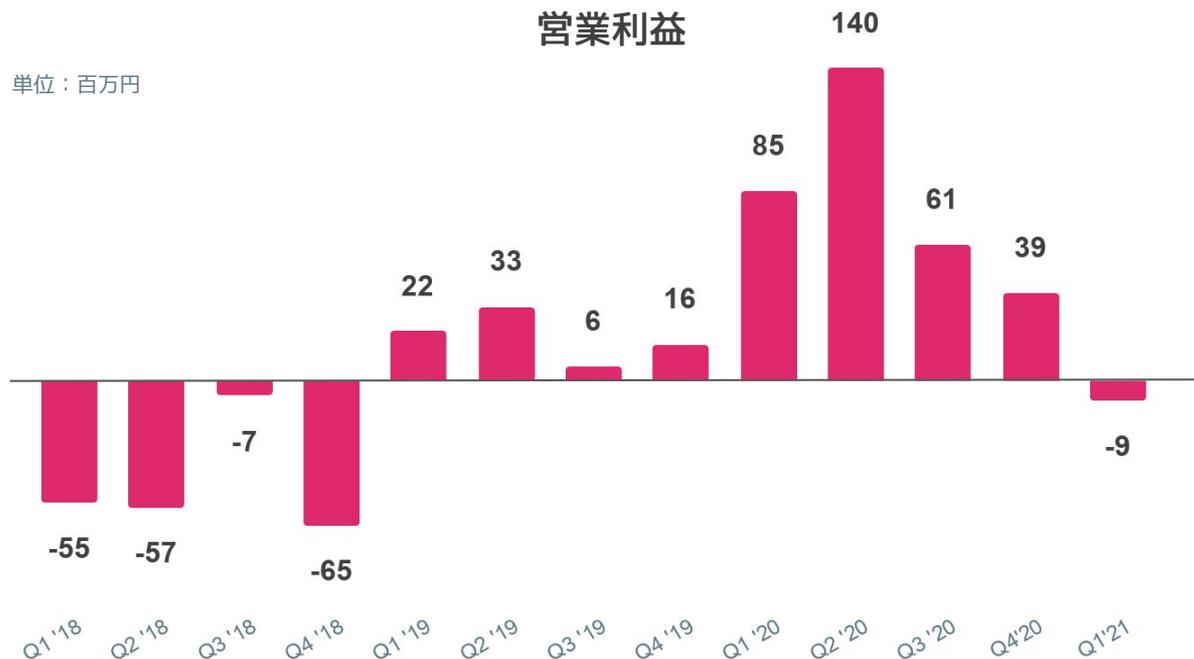
単位：百万円



*1 2020年第1四半期よりシステム原価（開発人件費とサーバー費の一部）の資産計上を開始

● 営業利益推移

- 中期経営計画に記載の通り、先行投資としての人件費および広告宣伝費が増加したことにより、営業利益は当四半期単体でマイナス
- 今後も、シェア拡大における最重要フェーズとして投資スピードを最大限加速していく方針

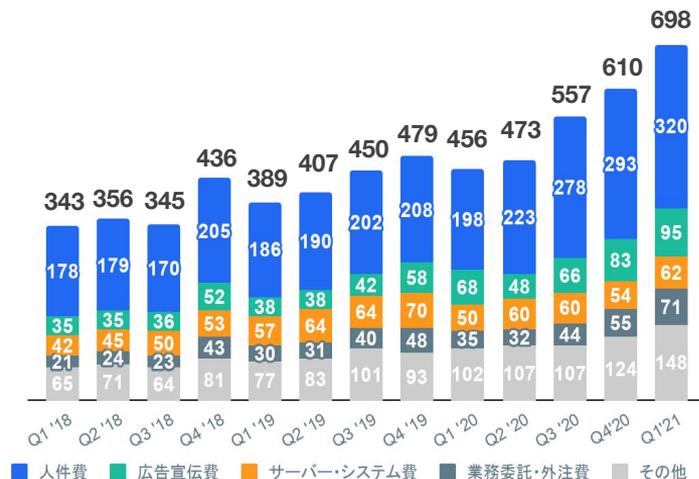


● 費用構成推移

- エンジニア、カスタマーサクセス、インサイドセールスの採用が共に順調に進んでおり、人件費が増加
- マーケティング人員体制が整ったことで広告宣伝活動を積極化しており、広告宣伝費が増加

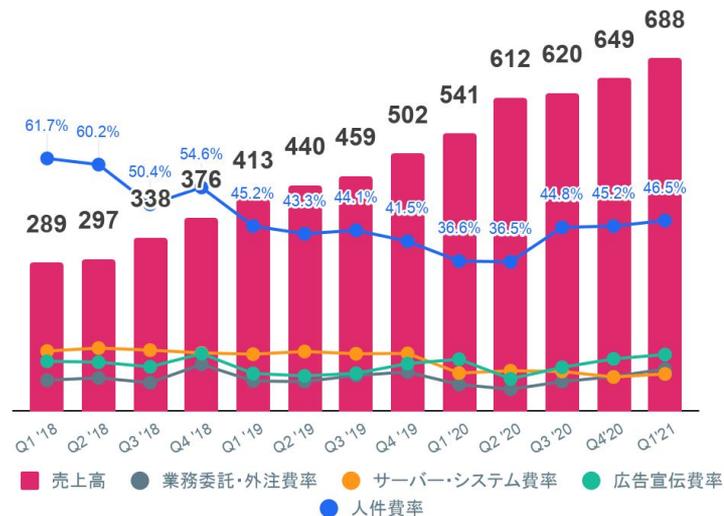
費用構成

単位：百万円



売上に対する費用構成比

単位：百万円

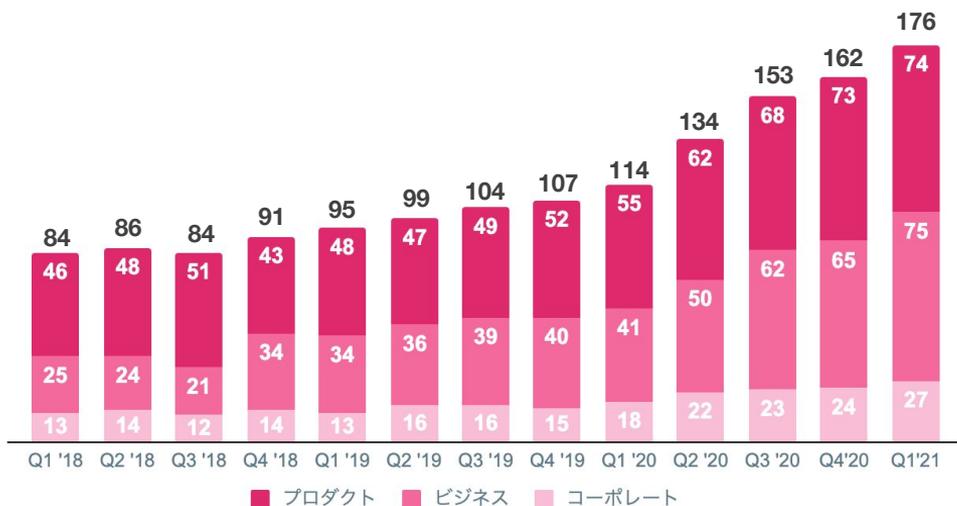


● 従業員数推移

- 採用は順調に進んでおり、当四半期は14名の純増
- 当期はCMOを含むシニアマネジメント層が新たに参画し、組織体制の強化が大幅に進捗

従業員数推移

単位：名



新CMO経歴



ビジネス本部
セールス・マーケティングユニット
CMO兼ユニット長

大森 勇輝

大学卒業後、アパレル・飲食業界を経て楽天株式会社に入社しECコンサルタントとして活躍。2010年に成果報酬型のECコンサルティング事業で起業。2015年に製造派遣大手のUTグループ株式会社に転職し、グループ全社を横断する採用部門の立ち上げに参画。採用マーケティングの仕組みを構築し、年間10万人以上の応募者を獲得することに成功。2017年4月同社執行役員に就任。年間1万人の正社員採用を実現し、事業成長に大きく貢献するとともに、中期経営計画の早期達成や東証一部上場にも寄与。2021年1月にChatworkに入社し、CMOとしてセールス・マーケティングを管掌。

03

主要トピック

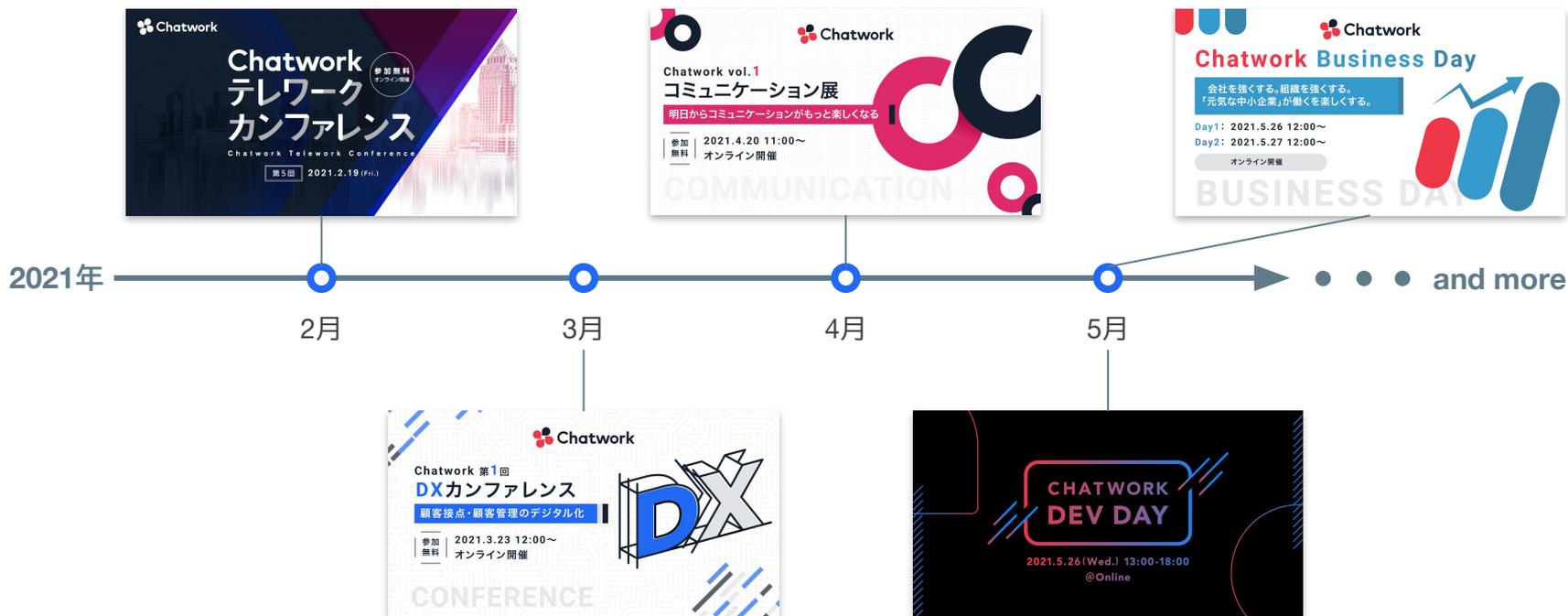
● 個人向けプランを組織向けプランに統合

- 個人向けのパーソナルプランにおいて、新規申し込みを2021年1月末日に終了。既存のパーソナルプランユーザーはそのまま継続利用可能
- 組織向けのビジネスプランにおける最低利用人数を撤廃し、個人や少人数組織でのビジネスプラン利用を可能とした
- 5人未満での組織利用を促進するとともに、料金プランのシンプル化、開発コストの低減、顧客単価の向上をはかる



● 大型カンファレンスの実施を拡大

- 今期は数千人規模の大型カンファレンスを10回以上開催予定（2020年は4回実施）。いずれも多数の協賛企業が参画
- オンラインが主流となった時代に最適なマーケティング手法を積極的に活用することで、ユーザー数のさらなる拡大を狙う



● オンライン学習コンテンツ「Chatwork School」の提供開始

- 2021年3月、初期設定や操作方法を解説したオンライン学習コンテンツ「Chatwork School」の提供を開始
- Chatworkの活用方法を、動画やドキュメントを用いて目的別のコースの形で提供し、ユーザーのセルフ・オンボーディング（初期活用）を支援する
- ユーザーの受講状況は想定以上で、今後もこのような支援を通じてアクティブ化・有料化を促していく



● DX推進を支援する「Chatwork DX相談窓口」を提供開始

- 2021年4月、DXソリューション戦略の一環として「Chatwork DX相談窓口」の提供を開始
- DX推進について専任の担当者が無料診断をおこなった上で、最適なサービスを個社ごとに提案するサービス
- 今後も提案するサービス数を拡充することでARPU向上をはかり、プラットフォーム価値の向上を進める



● 新任社外取締役として宮坂友大氏が就任

- 2021年3月度実施の株主総会で決議され、社外取締役として当社に参画
- ベンチャーキャピタリストとして多数の優れたスタートアップ企業へと投資してきたご経験をもとに、当社の今後の事業戦略および投資・アライアンス戦略において、知見を共有頂くことを期待
- 今後も様々な観点から、コーポレートガバナンスの強化を継続していく



社外取締役 宮坂 友大

ネット総合金融グループの金融持株会社SBIホールディングスを経て、2006年に住友信託銀行とSBIグループの出資による（現）住信SBIネット銀行の立ち上げに参画。2008年よりGMO VenturePartnersに参画し、2012年に取締役及びパートナー就任。2021年3月よりChatwork社外取締役に就任。

04 中期経営計画における進捗

● 中期経営計画における進捗

- 前回発表した中期経営計画は、3つの戦略がそれぞれ順調に進捗

1

Product-Led Growth^{*1}
戦略

- CRM基盤の設計に着手、検証を実施中。効率的なカスタマーサクセスやユーザー数拡大によるプラットフォーム価値向上を目的とし、早期実装を目指す
- 大型カンファレンスを複数開催するなど、マーケティングを拡大・積極化

2

Horizontal x Vertical
戦略

- コミュニケーション構造が異なる複数の業界について、専門チームによる業界ごとの業務プロセスや課題の研究が進行中
- 研究から得られた考察を元に、ビジネスチャットの活用方法を型化すべく、現在営業現場で検証中

3

DXソリューション
戦略

- DXアドバイザリーサービスの第一弾として、ユーザー向けのDX相談窓口サービスを4月に開始。顧客の状況に合わせた最適なDXサービスの提案を行う

*1 Product-Led Growth とは、米国で注目されているSaaSの成長戦略。プロダクトを通して顧客獲得を行う。PLGの代表例にZoom、Shopify等があり、非PLG企業と比べ顕著に高い成長率を実現。総利用ユーザー数が多く、口コミで広がるサービスであることが必要で、当社サービスではPLGによる成長戦略を実践。詳細はP49を参照

● 中期経営計画における進捗

- 3つの戦略それぞれについて新しい大型施策を開始
- 今後も中期経営計画の達成に向けて新たな取り組みを継続してローンチ予定

大型カンファレンスの実施



Chatwork Schoolの提供開始



DX相談窓口サービスの提供開始



2021年12月期 業績予想

● 2021年12月期 業績予想

- 前回開示した業績予想を継続
- Chatwork事業の売上高成長を、引き続き最重要の経営目標とする
- 中期経営計画の一年目としての2021年12月期の業績予想は、Chatwork事業の売上高成長を前期比35%以上、
全社売上高を同30%以上の成長とし、いずれも前期を上回る成長を目指す

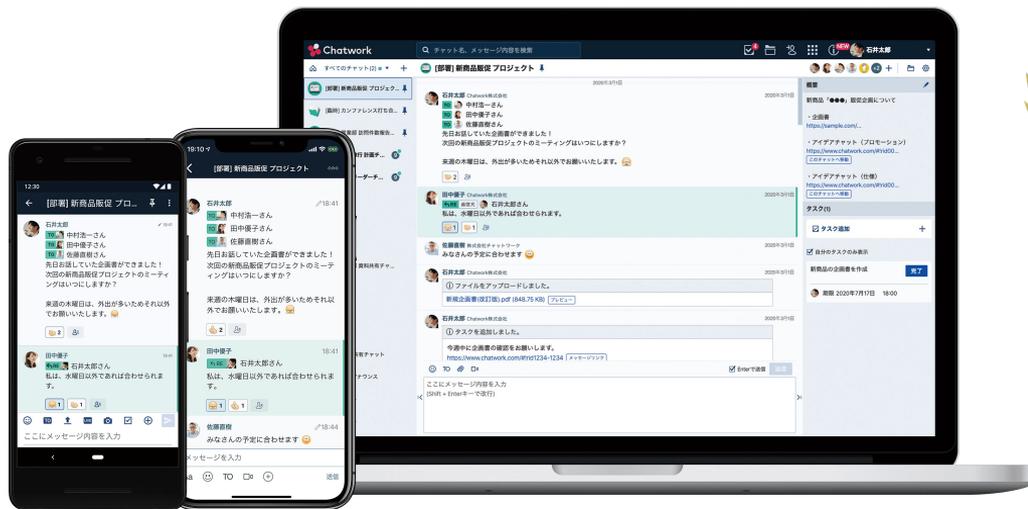


06

事業概要

● ビジネスチャットツール「Chatwork」とは

- 効率的なチャットによりメール・電話・会議の非効率性を解消
- 2011年3月からサービス提供するパイオニアであり、ビジネスチャット国内利用者数No.1*1
- 導入社数は30.9万社*2を突破



効率的に情報共有できる
グループチャット



仕事の見える化ができる
タスク管理



見落としがなくなる
ファイル管理

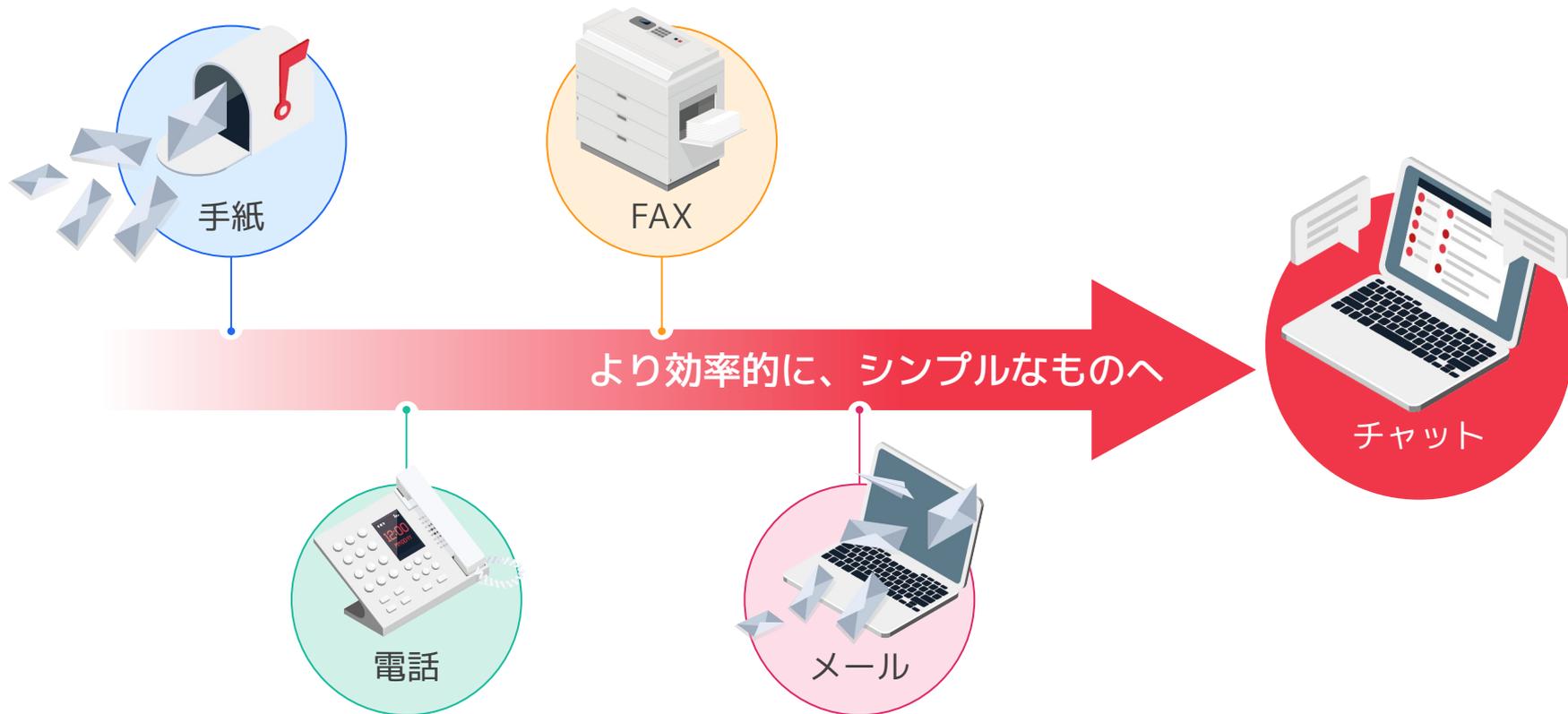


いつでも会議ができる
ビデオ/音声通話

*1 Nielsen NetView 及びNielsen Mobile NetView 2020年6月度調べ月次利用者 (MAU:Monthly Active User)調査。調査対象44サービスはChatwork株式会社にて選定

*2 2021年3月末時点

● コミュニケーションツールの変化



冗長なメールによる生産性低下

【ご挨拶】先日はどうも有り難うございました。今後ともどうぞよろしく
お願いいたします。

 石井 太郎 / Chatwork株式会社 10:57 (0分前)
To 中村 浩一

中村様

いつもお世話になっております。
Chatwork株式会社の石井でございます。

先日のカンファレンスではお声がけいただき、
大変有り難うございました。

弊社の田中からも以前より中村さんのお話を伺ってございましたため、
突然ではありましたが、お会いでき大変ありがたかったです。

今後私からも担当業務に関連してご連絡させていただくことがあるかと思ます。
その際はどうぞよろしくおねがいします。

さて、田中にご質問いただいております件、担当は私となりますので、
石井より回答させていただきます。

◆納期について
・弊社内で調整ののち、ご要望通り今週中、ということで対応可能です。
・納品はチャット経由でよろしかったでしょうか？御社ご指定のルールがあればご教示ください。

それでは、どうぞよろしくお願いいたします。

--

● _____ ●
| Chatwork株式会社 <https://corp.chatwork.com/ja/>
● _____ ●
| 石井 太郎
| Chatwork ID: <http://chatwork.com/xxxxxx>
● _____ ●

宛先
お決まりの挨拶&自己紹介
先日のお礼と何の件かについて
伝えたい部分
お決まりの締め
署名

● ビジネスチャットによる効率性の向上



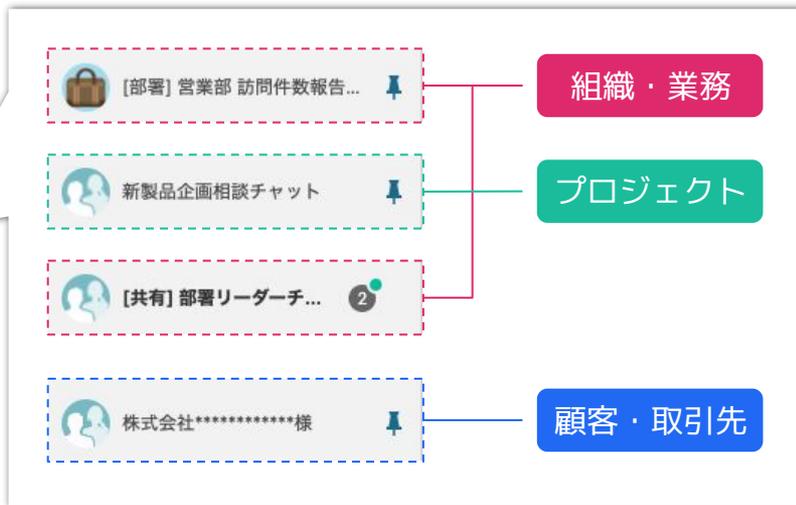
過去のやりとり
& 参加メンバー情報

伝えたい部分

● ビジネスが加速するクラウド会議室



目的に応じてグループチャット(会議室)を作成



- グループチャット内で必要なメンバーと複数人と同時にやり取りができ、情報共有がスムーズにできる
- 複数のプロジェクトなど、同時に相談でき会議の効率化につながる
- 顧客や取引先とも密なコミュニケーションが取れるので、心理的な距離が近づく

● プラン・料金

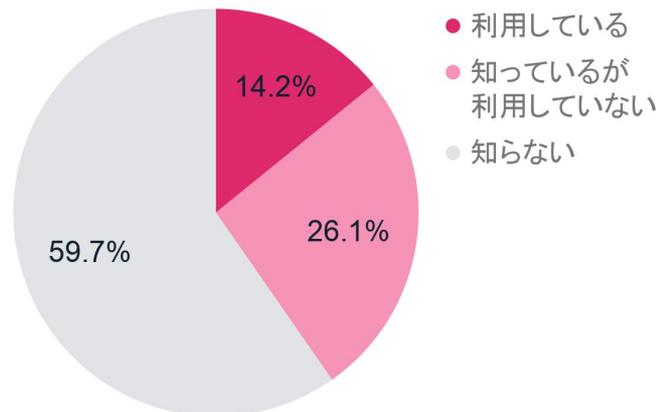
フリー 無料で試したい企業・個人向け	ビジネス 業務で利用したい企業・個人向け	エンタープライズ 管理機能を強化したい企業向け
1ユーザー/月	1ユーザー/月（年間契約）	1ユーザー/月（年間契約）
¥0	¥500	¥800
	月額契約の場合は¥600/月	月額契約の場合は¥960/月
CONTACT無制限	CONTACT無制限	CONTACT無制限
累計14グループチャット	グループチャット無制限	グループチャット無制限
1対1での ビデオ通話 / 音声通話	複数人での ビデオ通話 / 音声通話	複数人での ビデオ通話 / 音声通話
2段階認証	2段階認証	2段階認証
5GBストレージ	10GBストレージ / 1ユーザー	10GBストレージ / 1ユーザー
—	ユーザー管理機能	ユーザー管理機能
—	—	セキュリティ管理機能

* 従来提供していたパーソナルプランの新規お申し込みは2021年1月末日に終了。ビジネスプランの最低利用人数を5人以上から1人に変更し、個人でもビジネスプランの利用を可能とした。すでにパーソナルプランを利用しているユーザーはそのまま継続利用が可能

● ビジネスチャットをとりまく環境

- 新型コロナウイルスの影響で、テレワーク需要は大きく拡大しビジネスチャットの普及は急速に進みつつある
- ビジネスチャットの国内普及率は14.2%^{*1}。半年前の調査（12.5%）から普及率が順調に伸びており、マーケットの拡大が継続していることがわかる

ビジネスチャットツールの利用状況



ビジネスチャットの潜在市場規模（TAM）^{*2}



^{*1} 当社依頼による第三者機関調べ、n=30,000

^{*2} 実現可能な最大の市場規模（Total Addressable Market）。外部統計資料や公表資料、当社保有のデータを元に当社が想定する市場を推察した市場規模であり、客観的な市場規模を示すものではありません

^{*3} 総務省統計局「労働力調査」より。2019年平均の就業者数

^{*4} エンタープライズプラン単価800円/ユーザーの12ヶ月分

● 当社サービスの特徴

誰もが簡単に使える



- ITを専門としないビジネス職をメインターゲットとして、機能やインターフェイスを設計
- 複雑なカスタマイズが不要で誰もが簡単に利用可能

オープンプラットフォーム



- 社内外をひとつのアカウントでシームレスにやりとり可能なオープンプラットフォーム型を採用
- 取引先やお客様との間で利用する事例が多数

フリーミアム

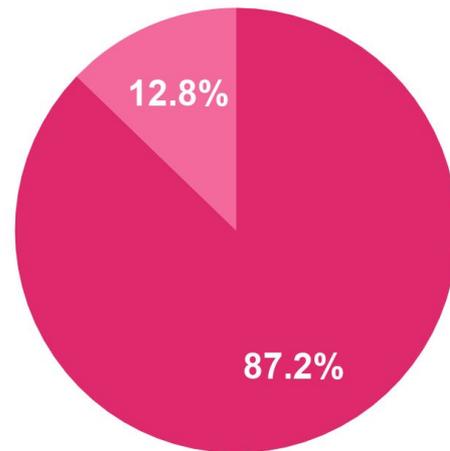


- 無料で期限がなく使い続けられ、活用が進むことで有料となる"フリーミアム"モデルでサービス提供
- 無料のプランがあることで、取引先やお客様にも気軽に勧められる

● 中小企業マーケットにフィット



Chatworkの企業規模別 有料ユーザー割合



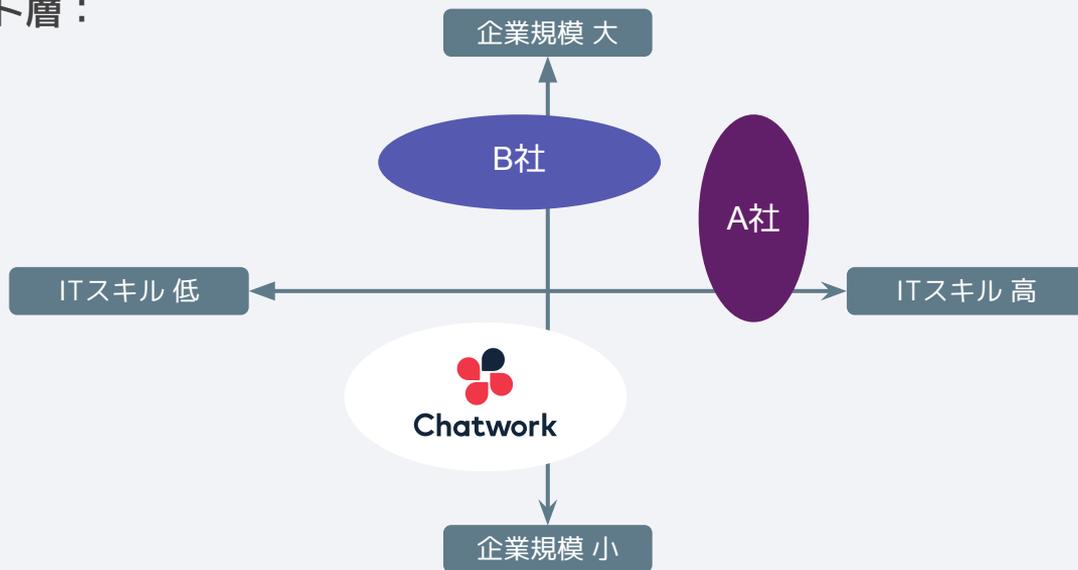
● 300人まで ● 301人以上

有料ユーザーのうち、ユーザー数ベースで
300人以下の契約が87.2%を占める*1
※中小企業が大半であり、個社依存が少なく安定

● 業界におけるポジショニング

- 主要な競合は2社あるが、各社の中心となるターゲット層は異なっている
- ビジネスチャットの市場浸透率が低いため、各社がそれぞれの領域で新規に市場開拓を進めている状況

ターゲット層：

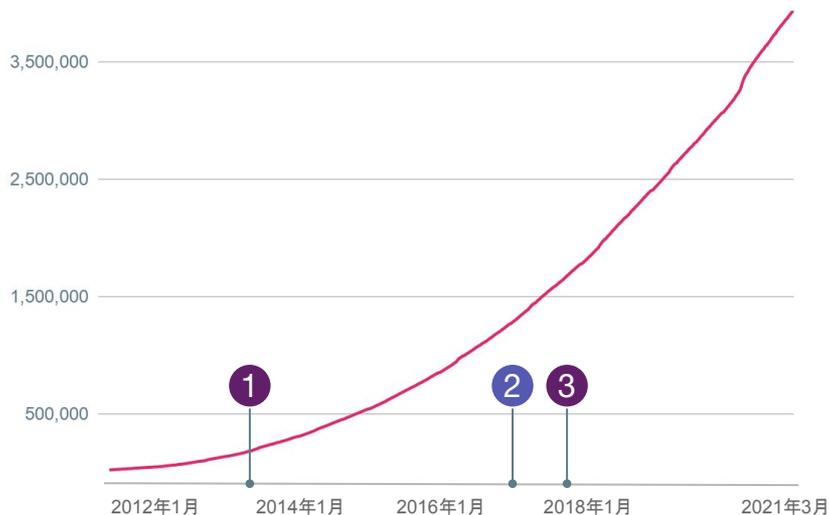


● 当社サービスの強み

複利でユーザー数が伸び続けるサービス構造

- 社内外がシームレスにつながるオープンプラットフォームと、無料からはじめられるフリーミアムの特性により、お客様・取引先と使いやすいため、紹介によりユーザーが複利の構造で広がり続けている
- 競合他社の参入も、ユーザー数の伸びには影響していない

サービス開始からの登録ID数推移



競合他社の参入時期

- 1 2013年8月
A社 リリース
- 2 2017年3月
B社 リリース
- 3 2017年11月
A社 日本語版リリース

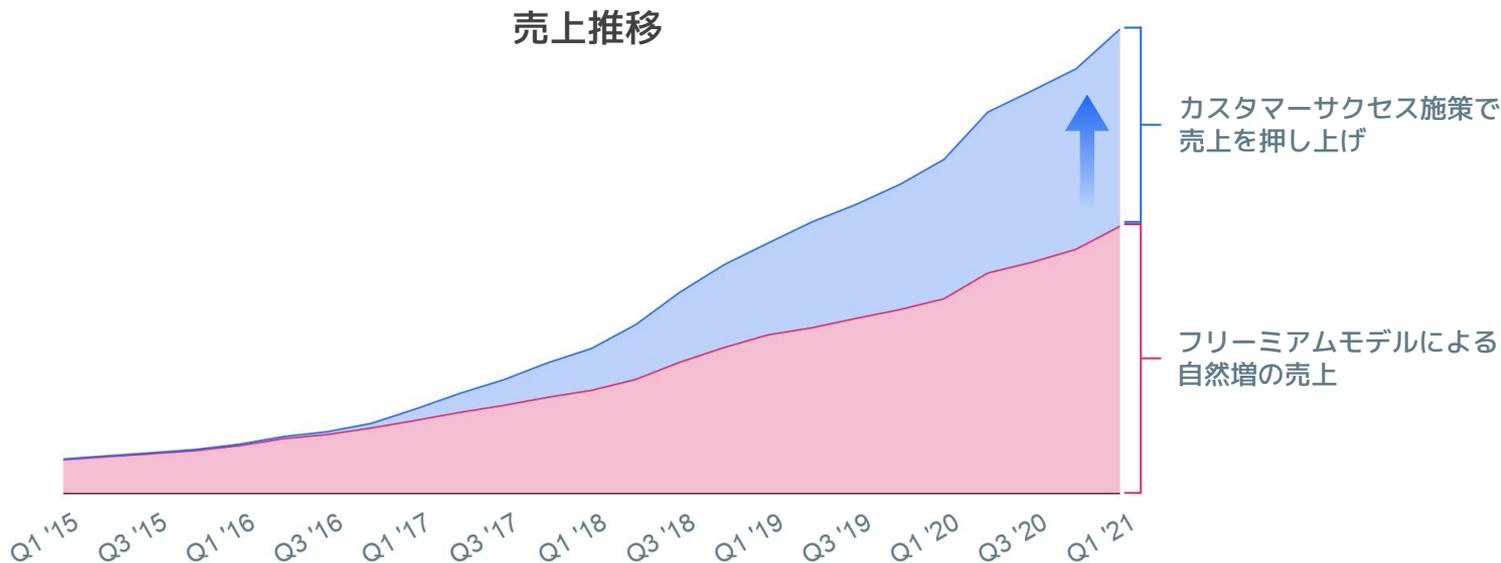
● 「Product-Led Growth」 によるサービス成長を実践

- **Product-Led Growth** (以降PLG) とは米国で注目されているSaaSの成長戦略で、プロダクトを通して顧客獲得を行う。旧来型のセールスが牽引する成長戦略を **Sales-Led Growth** と呼び区別している
- PLGの代表例にZoom、Shopify等があり、非PLG企業と比べ顕著に**高い成長率**を実現。総利用ユーザー数が多く、口コミで広がるサービスであることが必要で、当社サービスではPLGによる成長戦略を実践



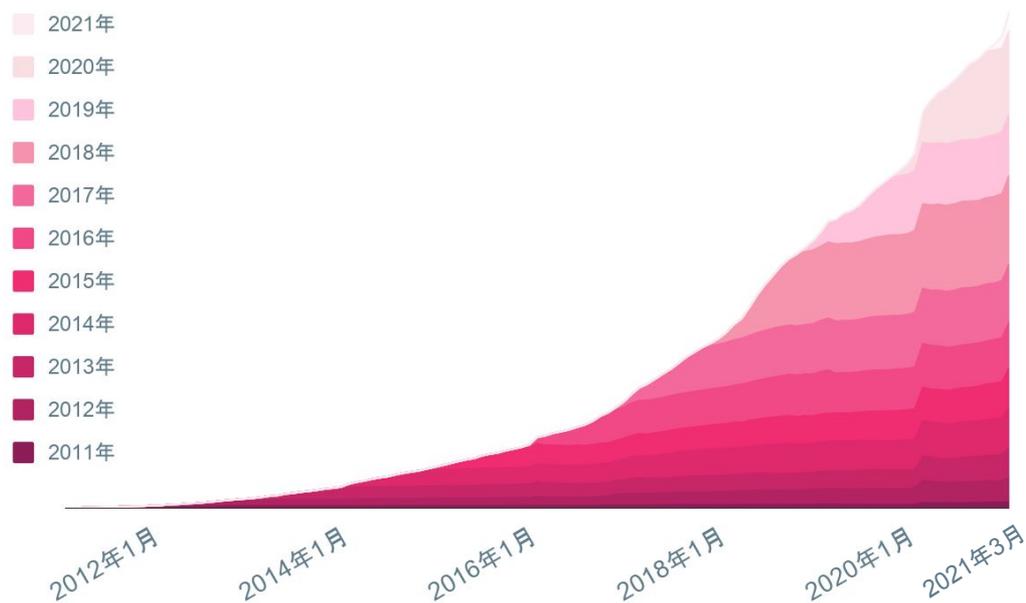
● プロダクトによる自然成長を、カスタマーサクセス施策により加速

- サービス開始当初より、無料で使えるプランを広く利用してもらい、活用が進むと機能制限があり有料化する **フリーミアムモデル**を採用
- 2015年以降、初期利用のサポート(オンボーディング)や、活用促進(カスタマーサクセス)を実施することにより、自然に増え続けるフリーミアムの売上成長を押し上げることに成功 (=Product-Led Growth戦略)



● 利用開始年度ごとのユーザー収益推移

- 解約に伴う減少収益を、社内の利用ユーザー増などの増加収益が上回っている（ネガティブチャーンを実現）
- ネットレベニューリテンションレート*¹は120%*²と高水準を維持
- 月次継続率は99.7%*³と非常に高い水準



*1 「N-1期末時点における課金顧客から生じるN期末時点におけるストック収入」÷「N-1期末時点におけるストック収入」

*2 2019年12月末における課金顧客から生じる2020年12月末時点におけるストック収入 ÷ 2018年12月末時点から2019年12月末時のストック収入

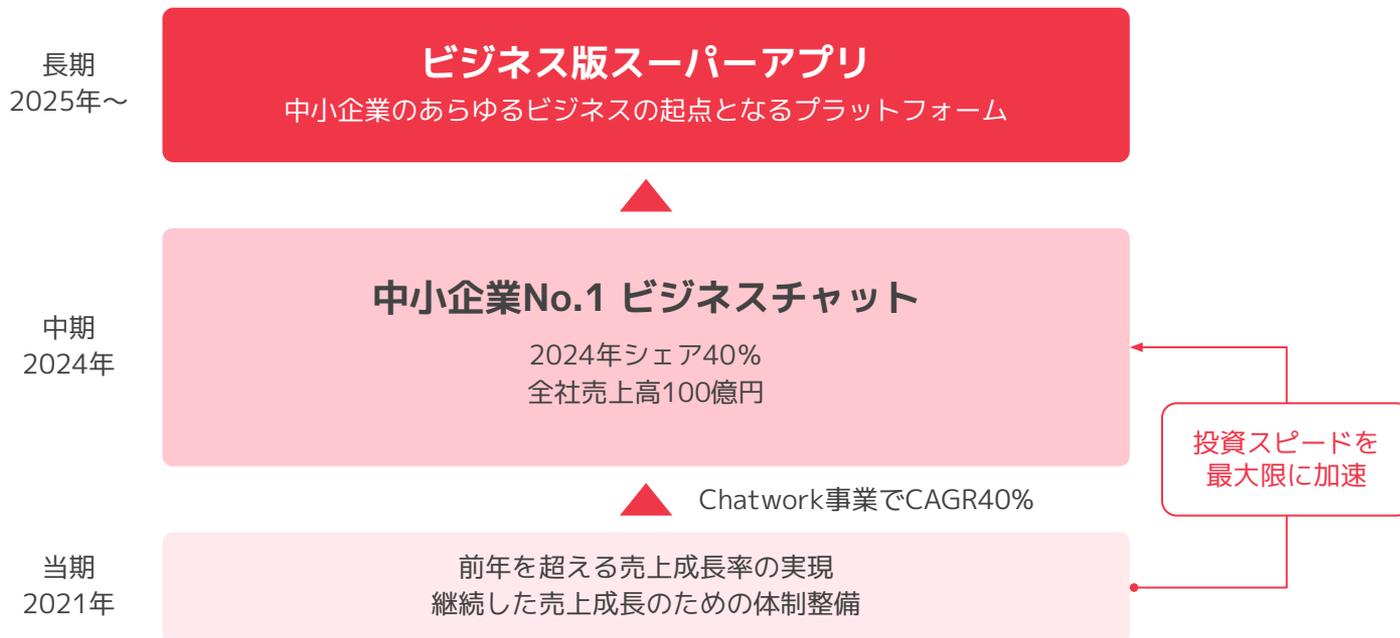
*3 「1-解約率」。解約率は登録ID数に対しての解約率。2020年4月から2021年3月末までの12か月平均値

07

中期経営計画

● 中長期方針

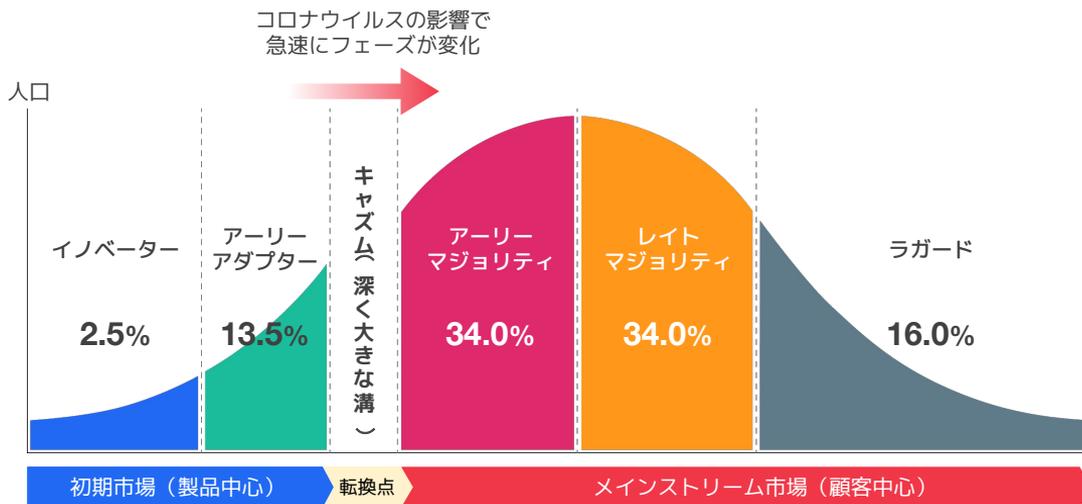
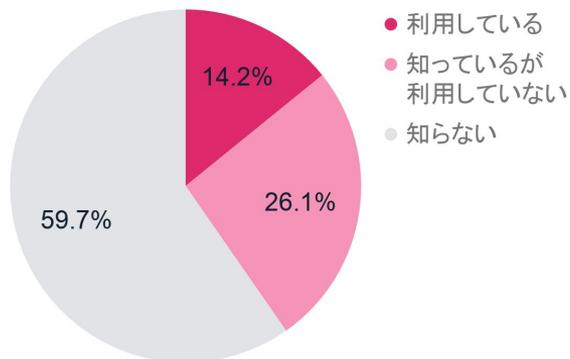
- 2021～2024年でシェアを拡大し、**中小企業No.1ビジネスチャット**のポジションを確立する
- 2025年以降で、中小企業市場における圧倒的なシェアを背景に、あらゆるビジネスの起点となる**ビジネス版スーパーアプリ**としてプラットフォーム化していく
- 2021～2024年の中期をシェア獲得における**最重要フェーズ**と捉え、投資スピードを最大限に加速



● 2021～24年を最重要フェーズとする背景

- DXの大きなトレンドがあるなか、昨年からの新型コロナウイルスの影響でテレワークが一気に普及。ニューノーマルとも呼ばれる**働き方の根本的な変化**が発生
- 現在ビジネスチャットの普及率は14.2%^{*1}ほどで、今後3年で普及の壁である**キャズムを超える**^{*2}可能性が高い
- ビジネスチャットは他ツールへの乗り換えコストが高く、顧客の**最初のビジネスチャット**として選ばれることが今後のシェア獲得に非常に重要

ビジネスチャットツールの利用状況



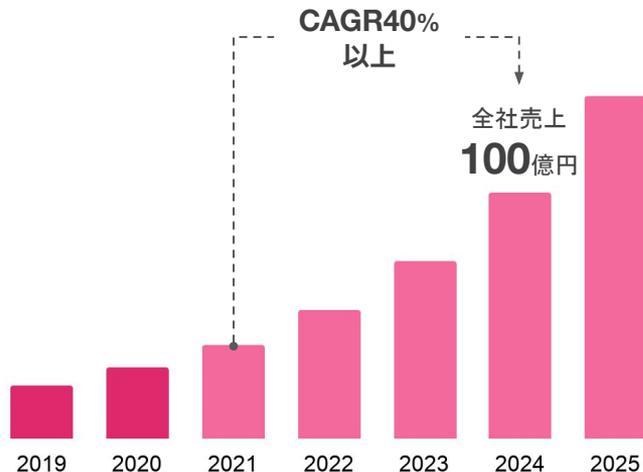
*1 当社依頼による第三者機関調べ、n=30,000

*2 ジェフリー・ムーアが提唱する「キャズム理論」において、ハイテク業界の新品・新技術が市場に浸透していく際に、初期市場からメインストリーム市場への移行を阻害する深い溝のこと

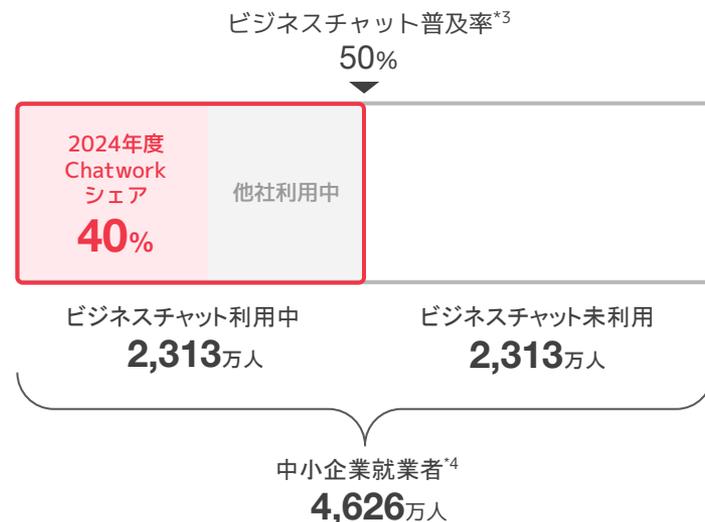
● 中期経営計画

- 主力のChatwork事業^{*1}において、2021-2024年でCAGR40%以上の売上成長を実現する
- 2024年度に全社売上100億円、中小企業向けビジネスチャット市場で40%のシェアを獲得しNo.1となる

Chatwork事業 売上計画



中小企業向けビジネスチャット市場 (SAM^{*2}) 2024年度目標マーケットシェア



*1 アカウント事業並びに広告事業、プラットフォーム事業を本業であるChatwork事業とし、セキュリティ事業は除外する

*2 TAMのうち注力顧客セグメントの需要を示している指標 (Serviceable Available Market)

*3 当社調査によるビジネスチャット浸透率から推計

*4 総務省「労働力調査」、中小企業庁「中小企業白書」から当社推計

● 中期経営計画における戦略

- 2024年で中小企業No.1ビジネスチャットとなるため、中心となる3つの戦略を推進する

1

Product-Led Growth^{*1}
戦略

- プロダクト自身が事業成長を加速する、高効率なProduct-Led Growth戦略を推進
- 強みである紹介でのユーザー増を加速させ、強力なカスタマーサクセス体制を構築

2

Horizontal x Vertical
戦略

- 業界理解を深化させ、顧客課題を共に解決するコミュニケーションプロセスを構築
- 業界を問わないコミュニケーション機能に、業界特化の課題解決を組み合わせる

3

DXソリューション
戦略

- チャットをプラットフォームとしたDXソリューション事業を展開
- スーパーアプリ構想に向けた周辺事業の拡張により、提供価値の最大化を進める

^{*1} Product-Led Growth とは、米国で注目されているSaaSの成長戦略。プロダクトを通して顧客獲得を行う。PLGの代表例にZoom、Shopify等があり、非PLG企業と比べ顕著に高い成長率を実現。総利用ユーザー数が多く、口コミで広がるサービスであることが必要で、当社サービスではPLGによる成長戦略を実践。詳細はP49を参照

中期戰略

1

Product-Led Growth 戰略

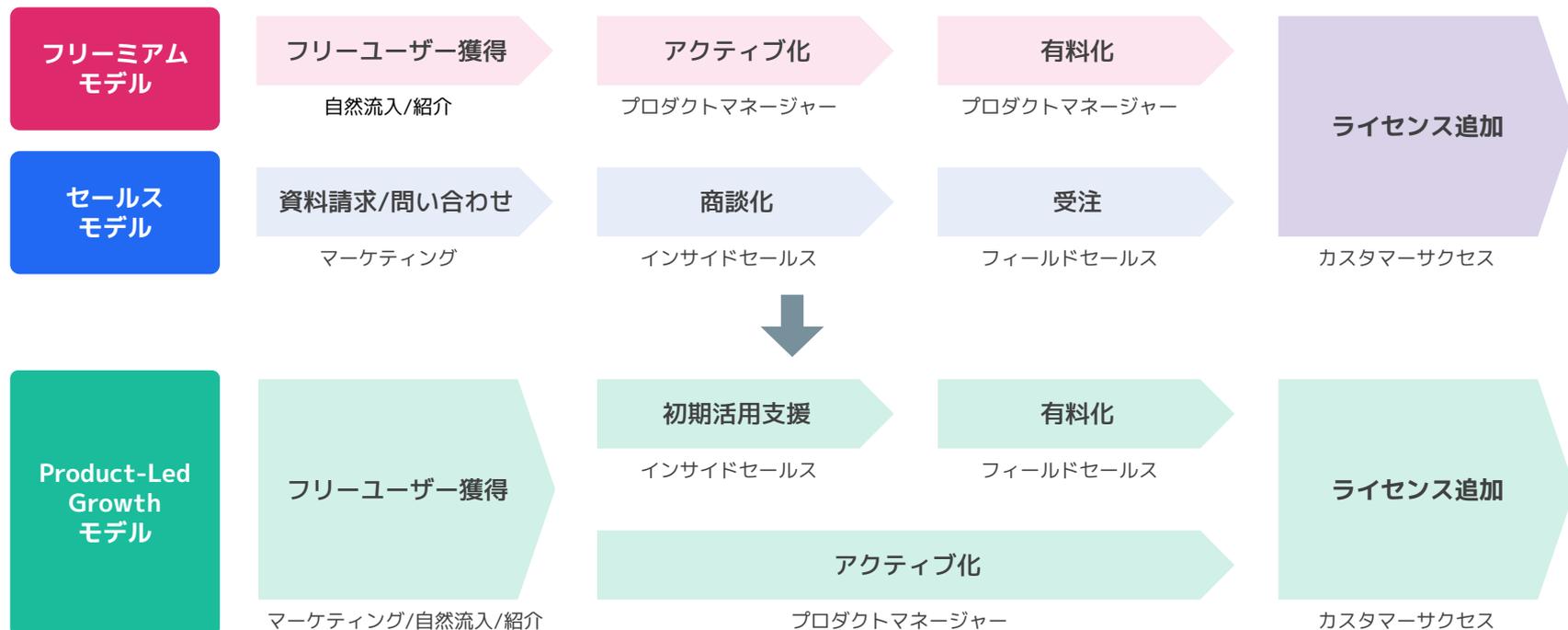
● Product-Led Growthとは

- **Product-Led Growth** (以降PLG) とは米国で注目されているSaaSの成長戦略で、プロダクトを通して顧客獲得を行う。旧来型のセールスが牽引する成長戦略を **Sales-Led Growth** と呼び区別している
- PLGの代表例にZoom、Shopify等があり、非PLG企業と比べ顕著に**高い成長率**を実現。総利用ユーザー数が多く、口コミで広がるサービスであることが必要で、当社サービスではPLGによる成長戦略にフィット

	Product-Led Growth	Sales-Led Growth
戦略	<ul style="list-style-type: none">● プロダクトを通じて価値を伝えることでユーザー数と売上を拡大● プロダクト/カスタマーサクセスの改善が重要	<ul style="list-style-type: none">● セールスやマーケティング活動を通して売上を拡大● セールス/マーケティングの改善が重要
特徴	<ul style="list-style-type: none">● 口コミにより広がり、高レバレッジで成長● ユーザーのプロダクト活用度が上がると、ARPUがあがっていく構造	<ul style="list-style-type: none">● セールスの人員数に依存し、労働集約的● セールスにより、都度アップセル、クロスセルを行っていく必要がある

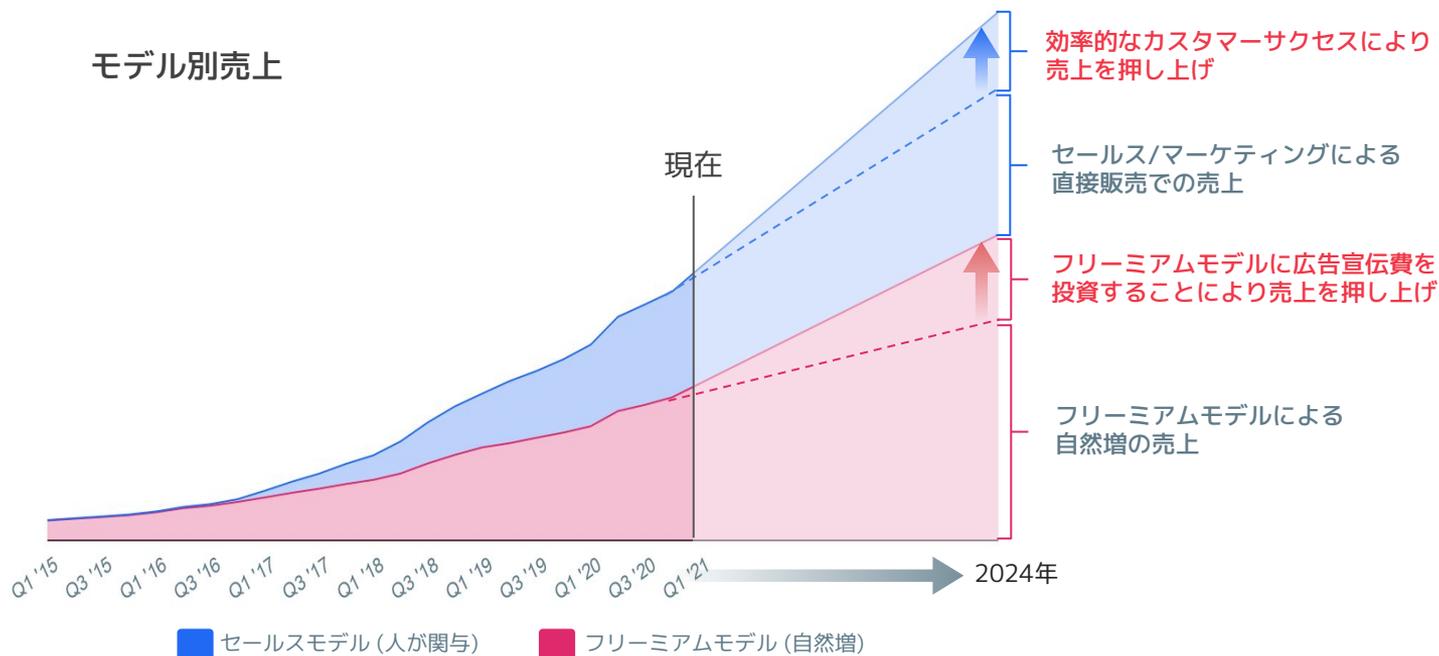
● PLG戦略 = 2つの成長エンジンを1つに

- オンラインで自然増するフリーミアムモデルと、直接販売のセールスモデルを1つに統合する
- フリーでまず利用してもらい、**セールスがすでに利用しているユーザーの有料化**を進めていく



● PLG戦略での成長イメージ

- 自然流入と紹介が中心だったフリーユーザーに対し、広告宣伝費を投資して大きくユーザー数の拡大を狙う
- セールスのプロセスをカスタマーサクセスへと転換。ユーザーの利用状況に応じた高度なデータ分析を行い、システムによる自動化を含めた効率的なカスタマーサクセスを行う
- フリーを含めたユーザー数拡大を進めることにより、スーパーアプリ構想のプラットフォーム価値向上を実現



中期戰略

2

Horizontal x Vertical 戰略

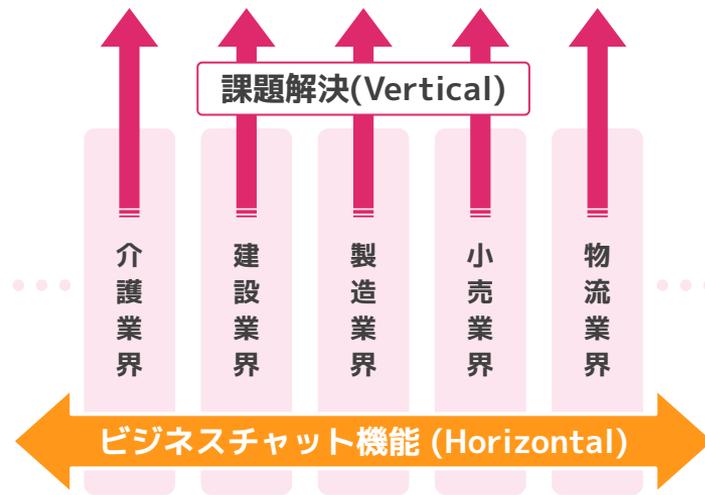
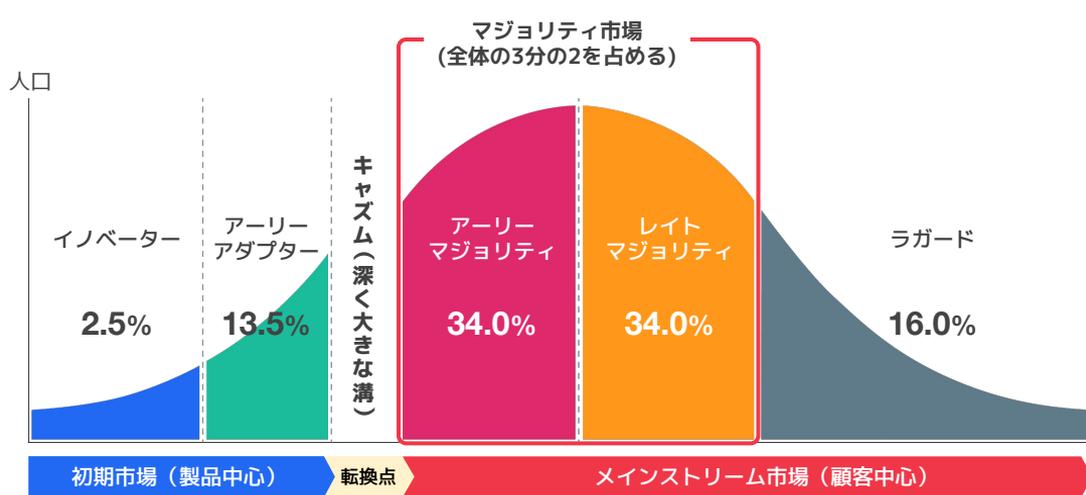
● Horizontal SaaS と Vertical SaaS

- SaaSには業界に関係なく利用できるHorizontal SaaSと、特定の業界に特化したVertical SaaSの2つが存在
- 汎用的に利用できるHorizontal SaaSが広く普及しつつあるが、業界固有の課題解決には工夫やカスタマイズなど高いリテラシーが必要で、Vertical SaaSのようなカスタマイズ不要の業界特化型SaaSが登場してきている
- Chatworkは代表的なHorizontal SaaSのひとつとなっている

	Horizontal SaaS	Vertical SaaS
特徴	<ul style="list-style-type: none">● 業界に関係なく、ある業務において、どんな企業でも利用可能なSaaS● 汎用性が高いが、特定の課題解決のためには工夫やカスタマイズが必要	<ul style="list-style-type: none">● 特定の業界用に特化し、業界固有の課題解決が可能なSaaS● 汎用性はないが、特化した領域では工夫やカスタマイズなしに課題解決可能
例	<ul style="list-style-type: none">● ビジネスチャット● 会計● CRM	<ul style="list-style-type: none">● 工務店向け施工管理● 歯科医院向け予約管理● 介護事業者向け経営支援

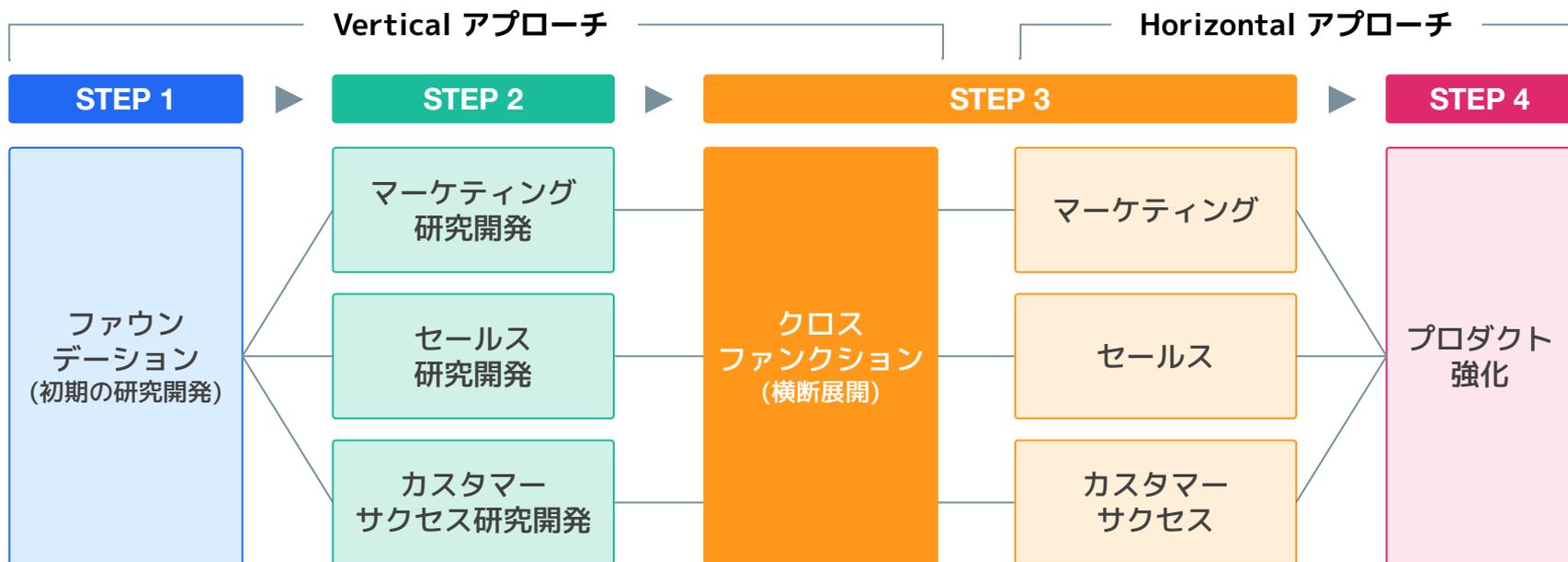
● Horizontal x Vertical戦略とは

- 今後、市場はキャズムを超え、顧客自身が現場での実用性を重視する「**マジョリティ市場**」へと進む
- ビジネスチャットという業界を問わない(Horizontal)なプロダクトを土台に、専門チームにより業界理解を深化させ、顧客課題を共に解決する(Vertical)コミュニケーションプロセスを構築
- Horizontal SaaSの**広さ**と、Vertical SaaSの**深さ**を併せ持つサービス展開を志向



● オペレーションの全体像

- 国内に地盤を持つベンダーである強みを活かし、専門チームにより業界理解を進めていく。業界ごとの業務プロセスや課題を研究し、ビジネスチャットの活用方法を型化していく
- 型化された知見をマーケティング/セールス/カスタマーサクセスプロセスへと展開することで、**圧倒的に実用性が高い提案**が可能に。プロダクトの機能強化にも取り入れ、業界特化型SaaSとの連携も強化



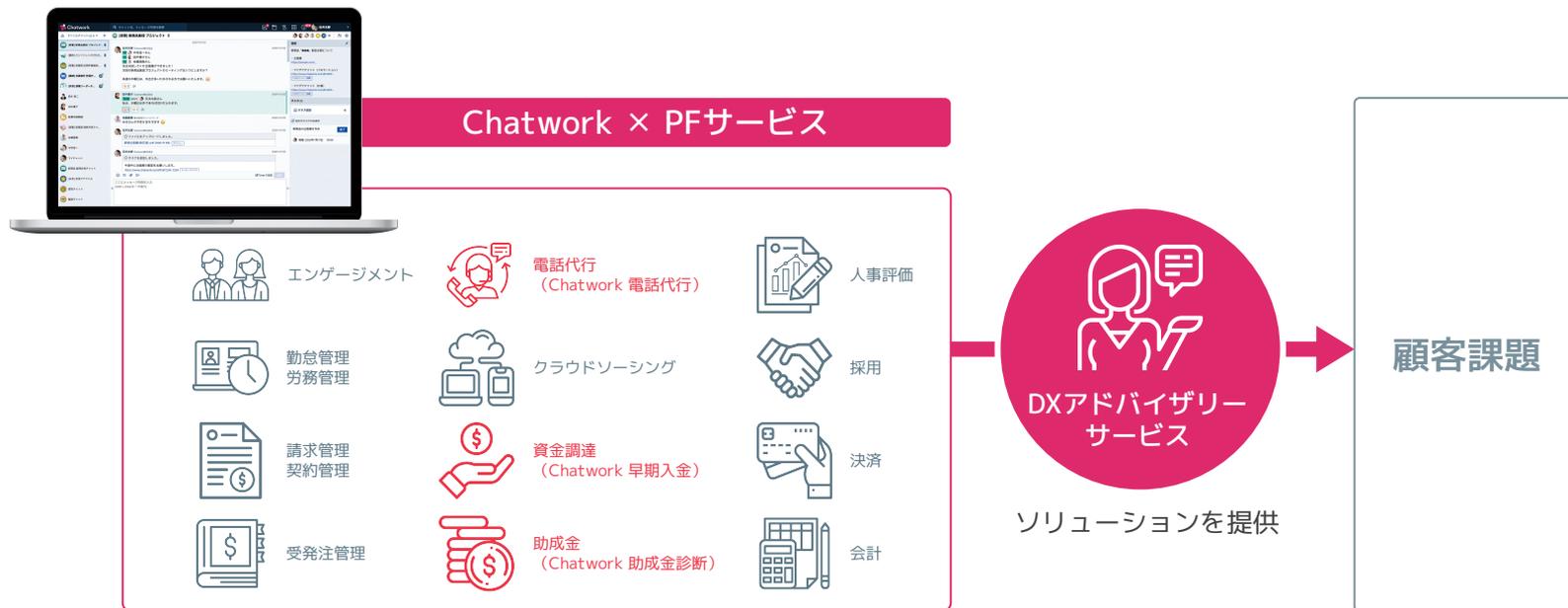
中期戦略

3

DXソリューション 戦略

DXソリューション戦略とは

- ビジネスチャットのシェア拡大を進めるとともに、並行してDXソリューションビジネスを展開
- 多様なサービスと提携し、ビジネスチャットをかけた**独自の新規サービス**(PFサービス)を拡充
- カスタマーサクセス部門による**DXアドバイザリーサービス**を介して、顧客課題へのソリューションをPFサービスと組み合わせて提供する

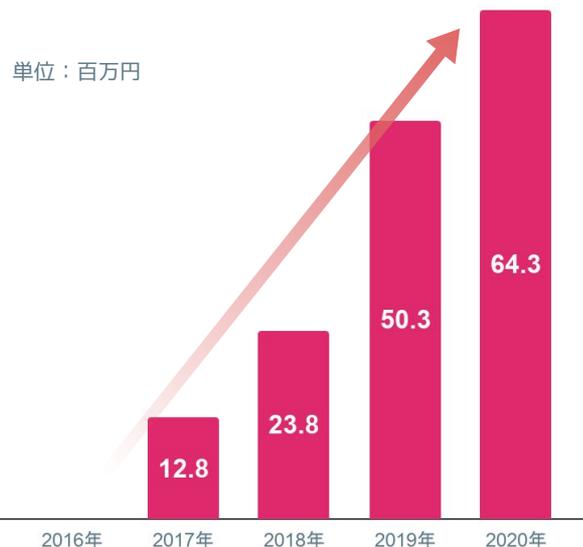


* 赤字は2021年3月時点でサービス提供済み

● すでに実績のあるPFサービスを大幅に拡大

- PFサービスの提供は2016年より展開しており、**順調な成長**を続けている
- PFサービス利用の約半数がフリーユーザーからで、**アカウント課金に依存しない**収益構造を生み出すことが可能
- Chatworkの成長とともにユーザー数が増えプラットフォーム価値が大きく向上。今後、アライアンス・資本業務提携などを通してラインナップを**大幅に拡充**していく

PFサービスの売上



現在展開しているPFサービス



Chatwork 電話代行

教育された専門のオペレーターがあなたに代わって電話を受け、チャットで報告してくれる電話代行サービス



Chatwork 助成金診断

助成金の選定から受給までをチャットで完結できる、助成金申請サポートサービス

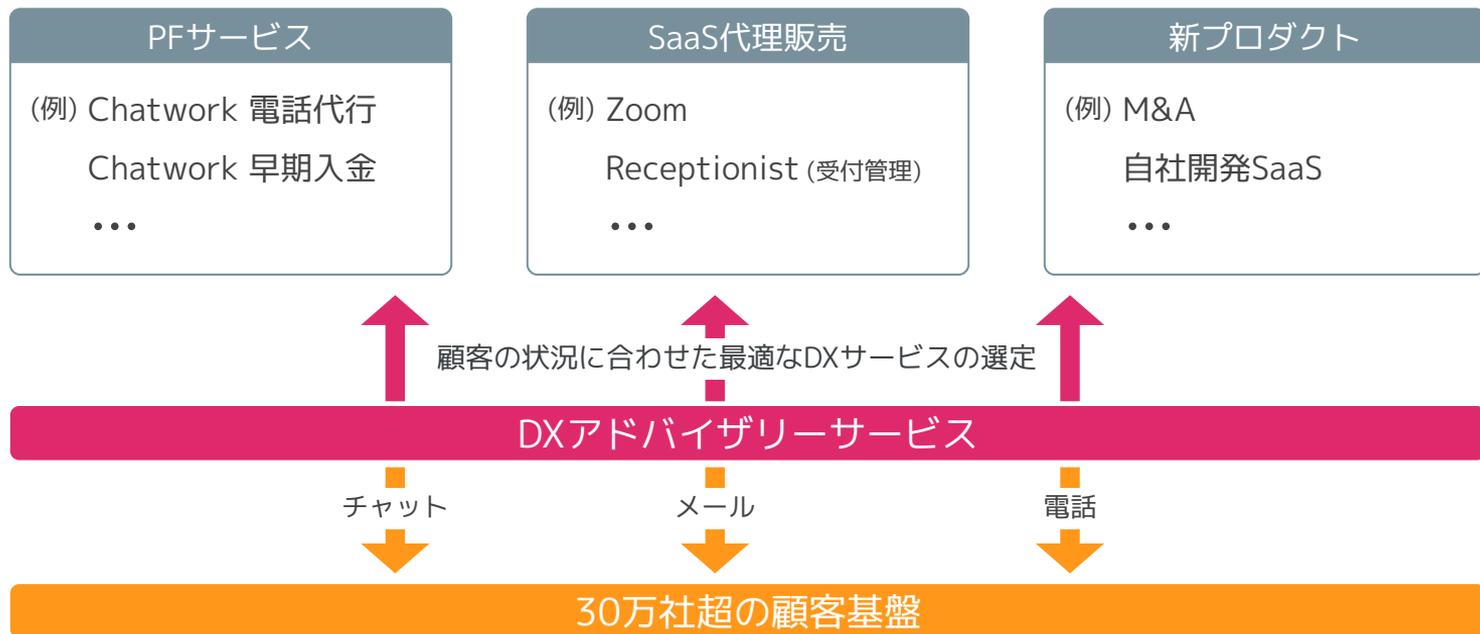


Chatwork 早期入金

取引先に対して保有する売掛金を譲渡いただくことで、早期に資金化するファクタリングサービス

● DXアドバイザーサービスを展開

- カスタマーサクセス部門によるDXアドバイザーサービスを立ち上げ、**チャットでのタッチポイント**という強力なコミュニケーションチャネルを活用し、効率的なアプローチ、サービス提供を行う
- PFサービス以外にも、Zoomなど連携しやすい**SaaSの代理販売**、M&Aや自社開発で立ち上げる**新プロダクト**なども幅広く取り扱っていく



長期ビジョン、ロードマップ

● 長期ビジョン

Chatworkはビジネス版スーパーアプリへ

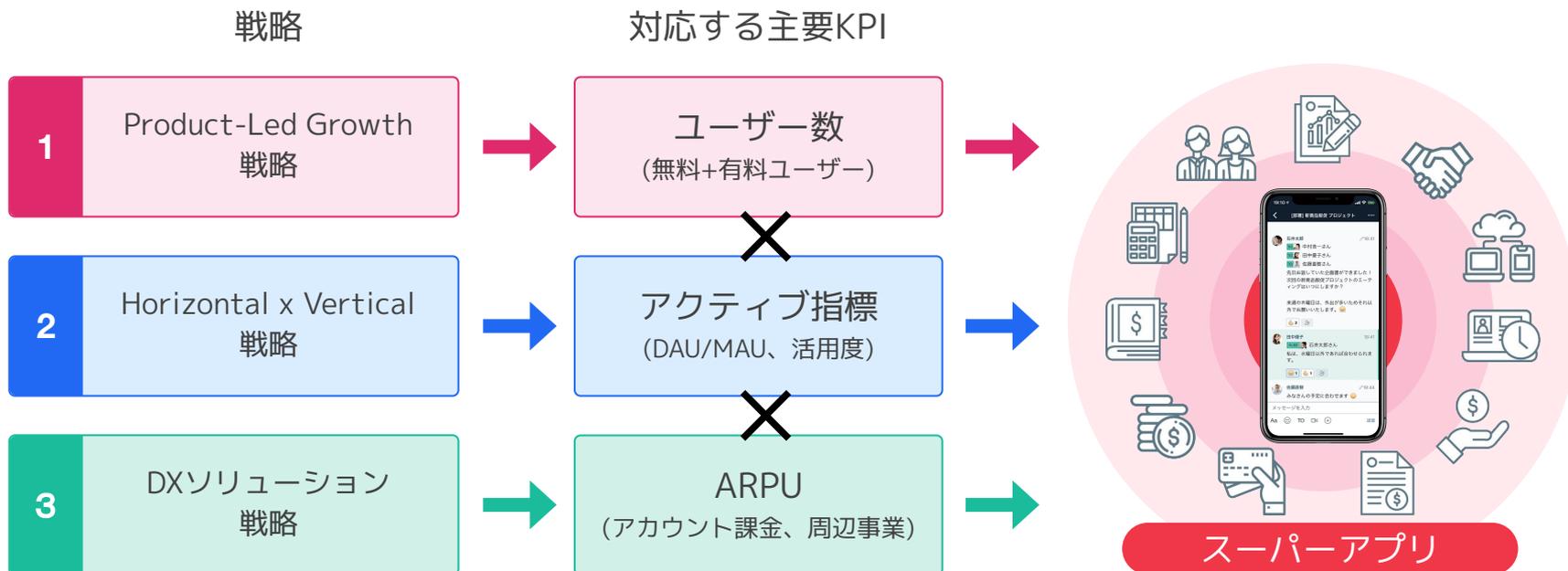
- スーパーアプリ = プラットフォーム化し、あらゆるビジネスの起点になるアプリ
- ビジネスチャットは、他SaaSと比較して圧倒的に滞在時間が長く、プラットフォーム価値が高い
- Chatworkはオープンプラットフォームとして、様々なサービスやユーザー同士の連携が容易



* 赤字は2021年3月時点でサービス提供済み

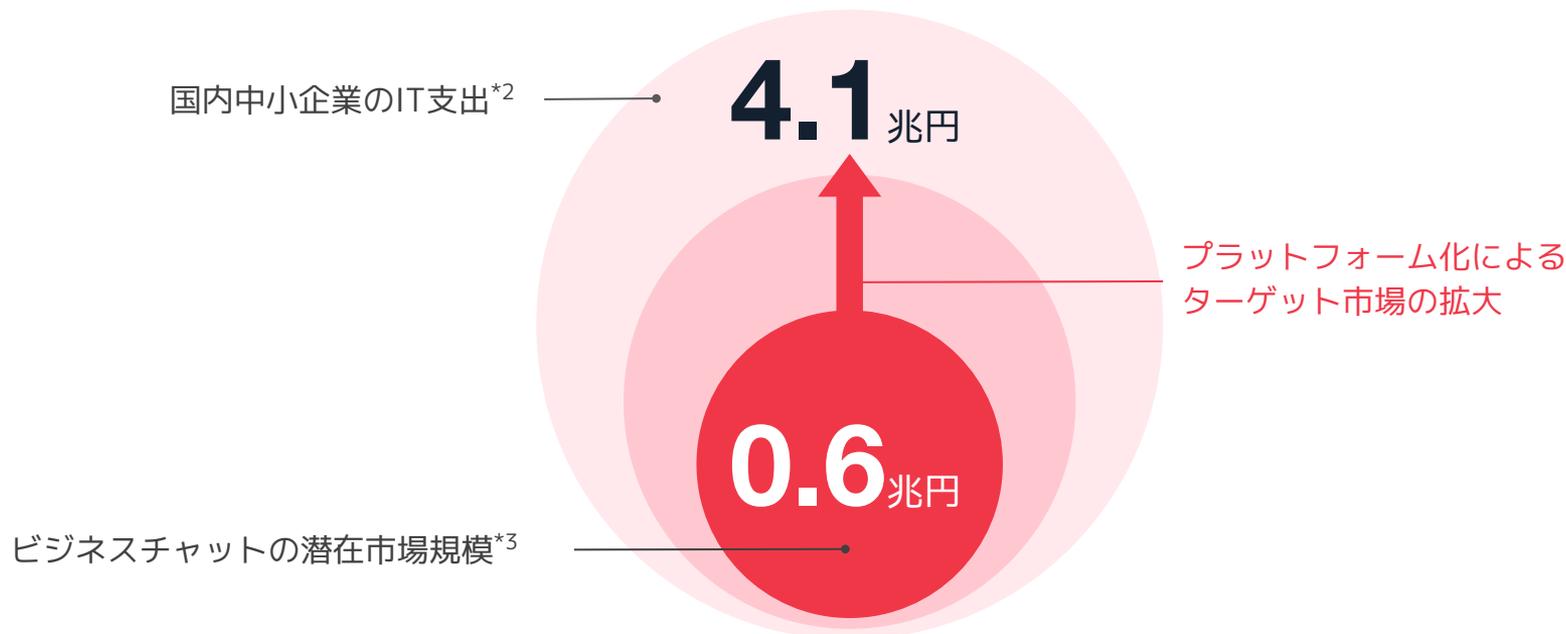
● 3つの戦略を遂行することで、ビジネス版スーパーアプリを目指す

- 有料ユーザー数 x ARPU という今までの主要KPIを、**ユーザー数 x アクティブ指標 x ARPU** へと転換
- ユーザー数の拡大と、ユーザーのアクティブ度を向上させることでプラットフォーム価値を向上させ、そのプラットフォームへ新サービスを含めた価値提供を進めARPU向上をはかっていく



● ビジネス版スーパーアプリを含めた潜在市場規模（TAM^{*1}）

- スーパーアプリへと成長することで、対象となる市場がビジネスチャットのための市場から、国内の中小企業のIT支出全体へと拡大し、その規模は**4.1兆円**に上る

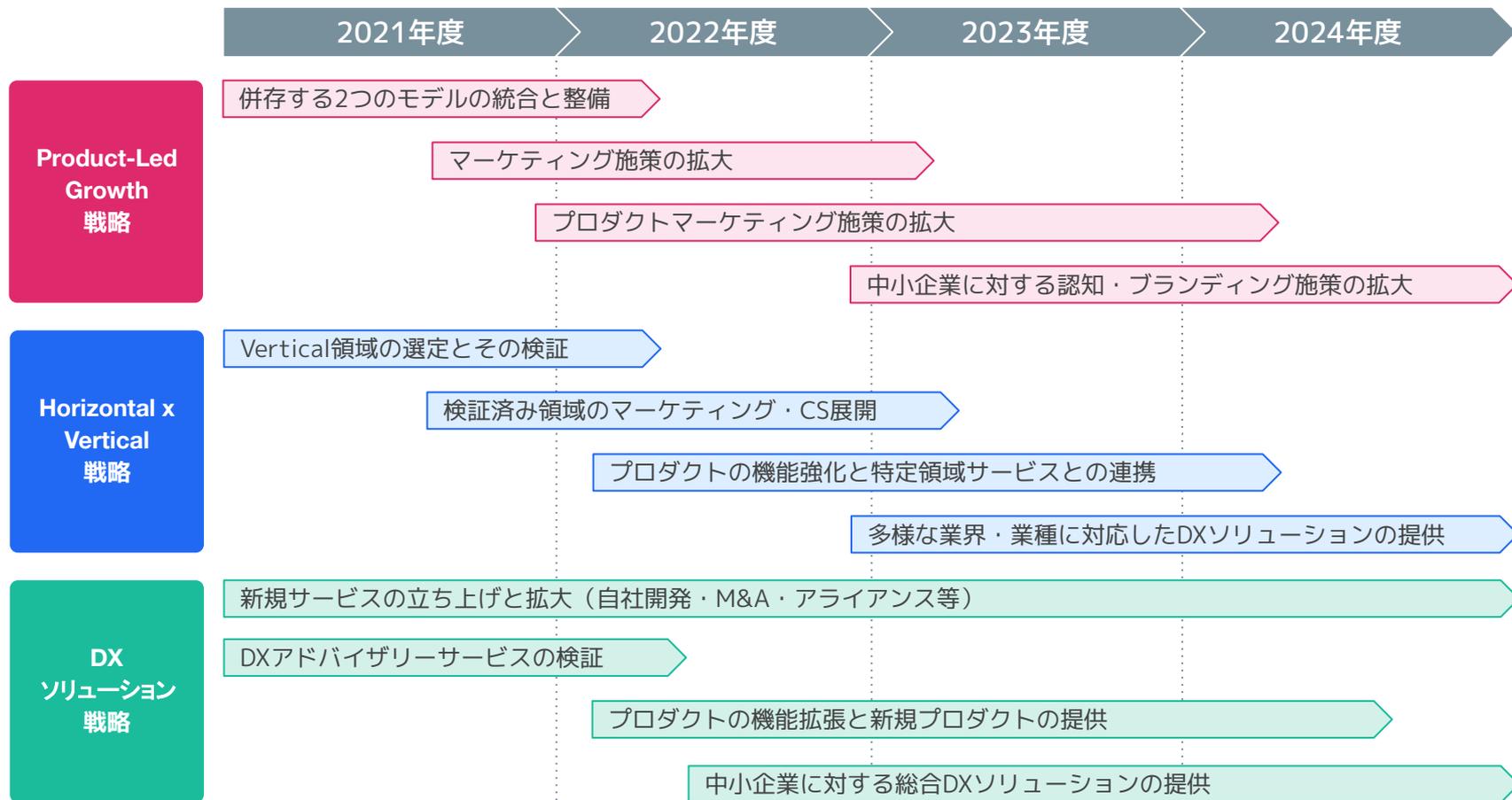


*1 実現可能な最大の市場規模（Total Addressable Market）。外部統計資料や公表資料、当社保有のデータを元に当社が想定する市場を推察した市場規模であり、客観的な市場規模を示すものではありません。

*2 IDC Japan「国内SMB IT市場予測」より。2018年度国内SMB IT市場

*3 国内労働人口〔総務省統計局「労働力調査」より。2019年平均の就業者数〕×エンタープライズプラン単価800円×ユーザーの12ヶ月分

● 中期戦略ロードマップ



● 当社ミッションと社会課題への取り組み

コーポレート ミッション

働くをもっと楽しく、創造的に

人生の大半を過ごすことになる「働く」という時間において、ただ生活の糧を得るためだけではなく、1人でも多くの方がより楽しく、自由な創造性を存分に発揮できる社会を実現する



解決したい 社会課題

- 多すぎる会議や電話による割り込みなど、非効率なコミュニケーションによる生産性の低下
- ビジネス移動や紙の資料配布によって発生する時間のロスや環境負荷

当社の取り組み

- ビジネスコミュニケーションを効率化し、付加価値創造につながる仕事に集中できる環境をつくりだす
- 時間と場所の制約を減らし、移動時間を削減するとともに、働き方の多様化に貢献

当社が貢献する「SDGs*1」目標/ターゲット

8 働きがいも
経済成長も



すべての人のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）を推進する

15 陸の豊かさも
守ろう



陸上生態系の保護、回復および持続可能な利用の推進、森林の持続可能な管理、砂漠化への対処、土地劣化の阻止および逆転、ならびに生物多様性損失の阻止を図る

*1 持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals: SDGs）。詳細については以下参照（https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/sustainable_development_goals/）

08

Appendix

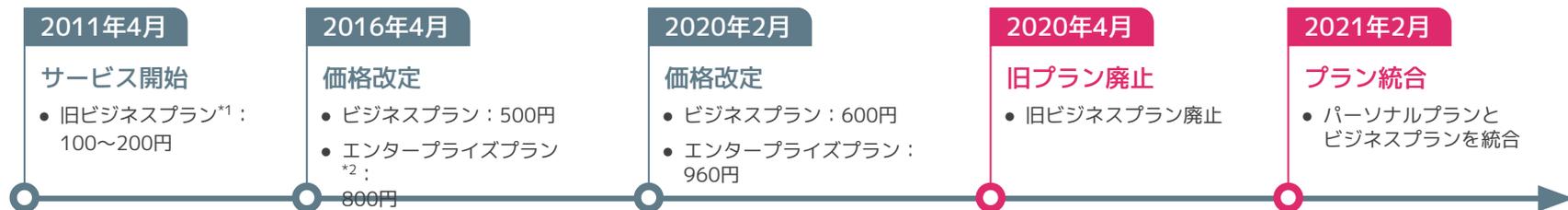
● 価格改定、旧プラン廃止の概要

2020年4月に旧プランを廃止し、新料金体系へ移行

- 2011年4月～2016年3月まで提供していた旧ビジネスプランを廃止
- 旧ビジネスプランをご利用のユーザーへは、2020年4月以降の更新日から新料金を適用
- 旧ビジネスプランは長期にわたり大幅に安い価格で提供されており、価格の適正化としてご理解をお願いした

2021年1月に個人向けプランを組織向けプランへ統合

- 個人向けのパーソナルプランにおいて、新規申し込みを2021年1月末日に終了
- 既存のパーソナルプランユーザーはそのまま継続利用可能
- 組織向けのビジネスプランにおける最低利用人数を撤廃し、個人や少人数組織でのビジネスプラン利用を可能とした

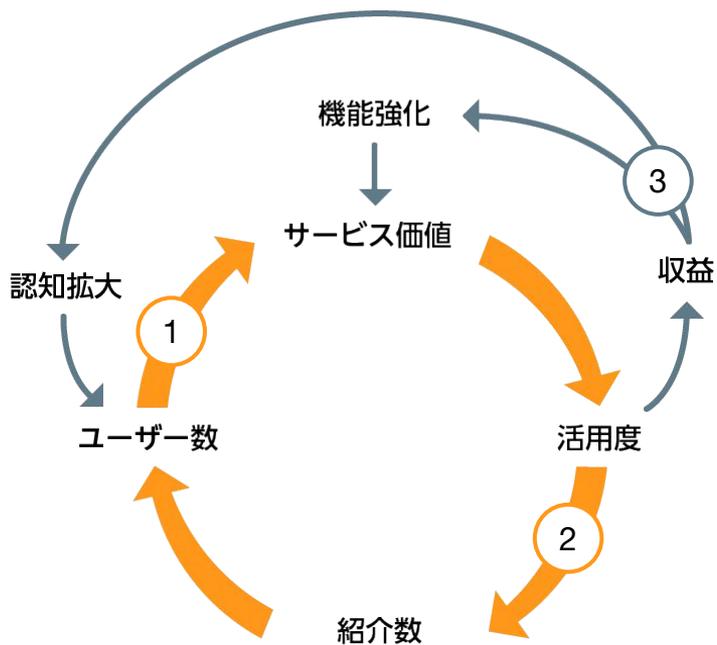


*1 2011年4月リリース時のビジネスプランは現在と料金体系が異なり、「ビジネス10 (10IDパック)」は1IDあたり200円、「ビジネス100 (100IDパック)」は1IDあたり100円と契約プランによって1IDあたりの料金が異なります。2016年の価格改定以降は、ID数 x プラン価格 の料金体系となります。

*2 エンタープライズプランは2016年11月より新設

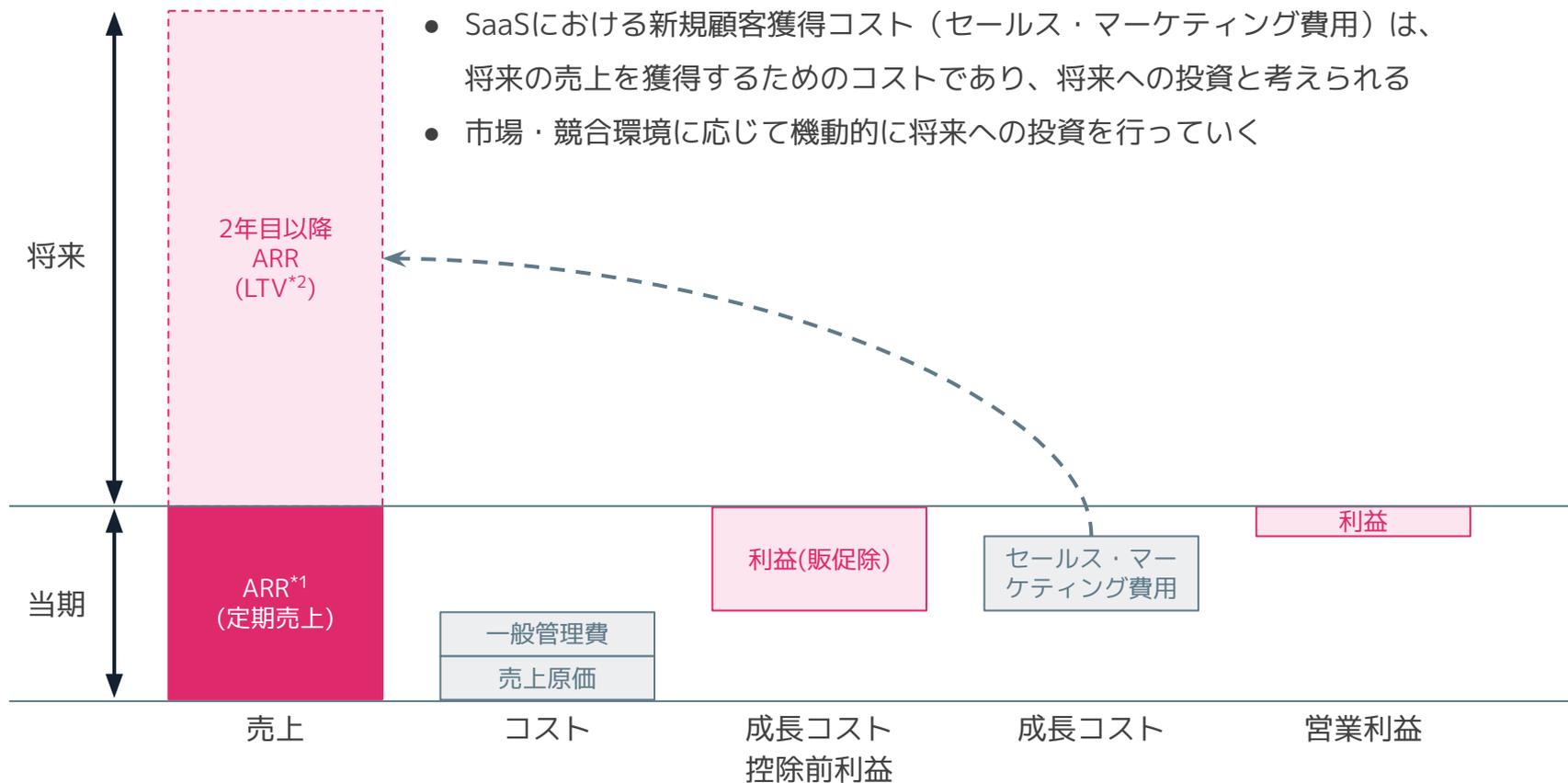
● 好循環が加速するサービス構造

サービス成長の好循環サイクルを、収益を投資することでさらに加速可能



- 1 ユーザー数が多いことがサービス価値につながる (ネットワーク効果)
- 2 サービス価値に伴い活用度が上がることで、社外ユーザーの紹介や社内での利用ユーザー数が増え、ユーザー数が増加する
- 3 活用度が上がると収益が増加する事業モデルとなっており、その収益を認知拡大と機能強化へと再投資することで、サイクルがさらに加速

● コスト構造 – 投資の考え方



*1 年間経常収支。毎年決まって発生する1年間の収益、売上（Annual Recurring Revenue）

*2 顧客生涯価値。顧客がサービスを使ううえで、生涯合計でどのくらいの金額を使うかの指標（Life Time Value）

株主優待制度のご案内

より多くの皆様に当社のサービスをご利用頂くことにより、
当社への理解を更に深めるとともに末長く会社の成長を
応援していただけますと幸いです。



対象となる株主さま

- 毎年6月30日現在、および12月31日現在の当社株主名簿に2回（6ヶ月）以上連続して
当社株式の1単元（100株）以上の保有が記載されている株主さまが対象となります

ご優待の内容

- 当社有償提供のパーソナルプラン*1を、1株主番号に対して1ID贈呈いたします
- 当社株式を保有いただいている期間において、月額料金を無償とさせていただきます

*1 2021年1月まで提供していた個人向けのプランとなります。機能・詳細につきましてはお問い合わせください

● 高い業績成長により国内有力ランキングやアワードに選出

50

Technology Fast 50
2020 Japan WINNER

Deloitte.

デロイト トウシュ トーマツ リミテッド
2020年日本テクノロジー Fast 50

日本国内のTMT業界の企業を対象にした
過去3決算期の収益に基づく成長率のランキング、
「デロイト トウシュ トーマツ リミテッド 2020年
日本テクノロジー Fast 50」に
87.5%の成長率で2年連続ランクイン



GREAT COMPANY AWARD 2020
業績アップ賞

一般財団法人船井財団主催
グレートカンパニーアワード2020
業績アップ賞

9,000社を超える選考対象から特に優れた
「グレートカンパニー」6社を選出。
当社は業界を牽引した功績と比類のない業績成長を称える
「業績アップ賞」を受賞

● 経営メンバー 代表取締役



代表取締役CEO 山本 正喜

大学在学中にEC studio(現Chatwork株式会社)を2000年に創業。以来、技術を統括するCTOとして多数のサービス開発に携わり、2011年3月にクラウド型ビジネスチャット「Chatwork」を企画しリリース。エンジニアとして開発を主導しながら、事業責任者として会社の主力事業へと育て上げる。2018年6月、同社の代表取締役CEOに就任。第45回「経済界大賞」にて「ベンチャー経営者賞」を受賞。

CEOとしての強み

- コアプロダクト「Chatwork」初期における企画・開発・事業責任者を担当
- 創業期からの取締役として、技術開発・事業運営・コーポレート業務を幅広く管掌
- **技術に強いCEO**として、技術トレンドを深く読み込んだ意思決定が可能

● 経営メンバー 取締役



取締役副社長COO 山口 勝幸

SI・制作会社勤務を経て、ITサービス提供事業会社でサービスと組織マネージメントに従事。2008年にChatworkに入社後、常務取締役に就任。2016年にCMO（Chief Marketing Officer）としてビジネス部門の統括に就いた後、2019年3月、取締役副社長COOに就任。マーケティング、セールス、事業開発などの部門を統括する最高執行責任者としてビジネス本部を管掌。



取締役CFO兼コーポレート本部長 井上 直樹

早稲田大学卒。戦略系コンサルのローランドベルガーやデル等を経て、2008年リクルートに入社、新規事業開発やM&Aに従事。2012年にIndeed買収を担当、その後PMIのためアメリカに駐在、2015年からはTreatwell買収後のPMI担当としてイギリスに駐在。帰国後2017年11月よりCFOとしてChatworkに入社。2019年3月取締役CFOに就任。



執行役員CTO兼プロダクト本部長 春日 重俊

明治大学経営学部を卒業後、電通国際情報サービスに入社、大手企業の基幹会計システム導入の経験を積む。その後リクルートに入社、新規事業の業務に従事し、組織マネジメント・サービス企画・BPRなどに携わり、2016年1月にChatworkに開発本部長として入社。2020年7月に執行役員CTO兼プロダクト本部長に就任。



執行役員CHRO兼ピープル&ブランド本部長 西尾 知一

京都大学文学部卒業。2001年日本放送協会入局、放送記者として、司法、自治体、スポーツなどを取材。2007年シナジーマーケティングに入社、IPO業務に携わり、その後管理本部長としてコーポレート業務全般を統括、バックオフィスからM&Aまで幅広い分野に従事。2017年より、Chatworkに入社し、2020年7月より執行役員CHRO兼ピープル&ブランド本部長に就任。



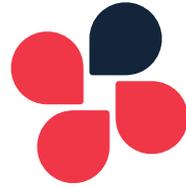
執行役員CSO兼ビジネス本部長 福田 升二

2004年伊藤忠商事に入社。インターネット関連の新規事業開発・投資業務に携わる。2013年にエス・エム・エスに入社。介護事業者向け経営支援サービス「カイポケ」や介護職向け求人・転職情報サービス「カイゴジョブ」などを中心とする介護領域全体を統括する。2018年に同社執行役員に就任。2020年4月より、Chatworkに入社し、2020年7月に執行役員CSO兼ビジネス本部長に就任。

● 本資料の取り扱いについて

本資料の取り扱いについて 本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動する可能性があります。当社は、本資料の情報の正確性あるいは完全性について、何ら表明及び保証するものではありません。

働くをもっと楽しく、創造的に



Chatwork