




---

Chatwork株式会社（証券コード：4448）

---

2022年8月12日

A large, thick red rounded square frame that encloses the main title text.

2022年12月期  
第2四半期  
決算説明資料

# INDEX

## 目次

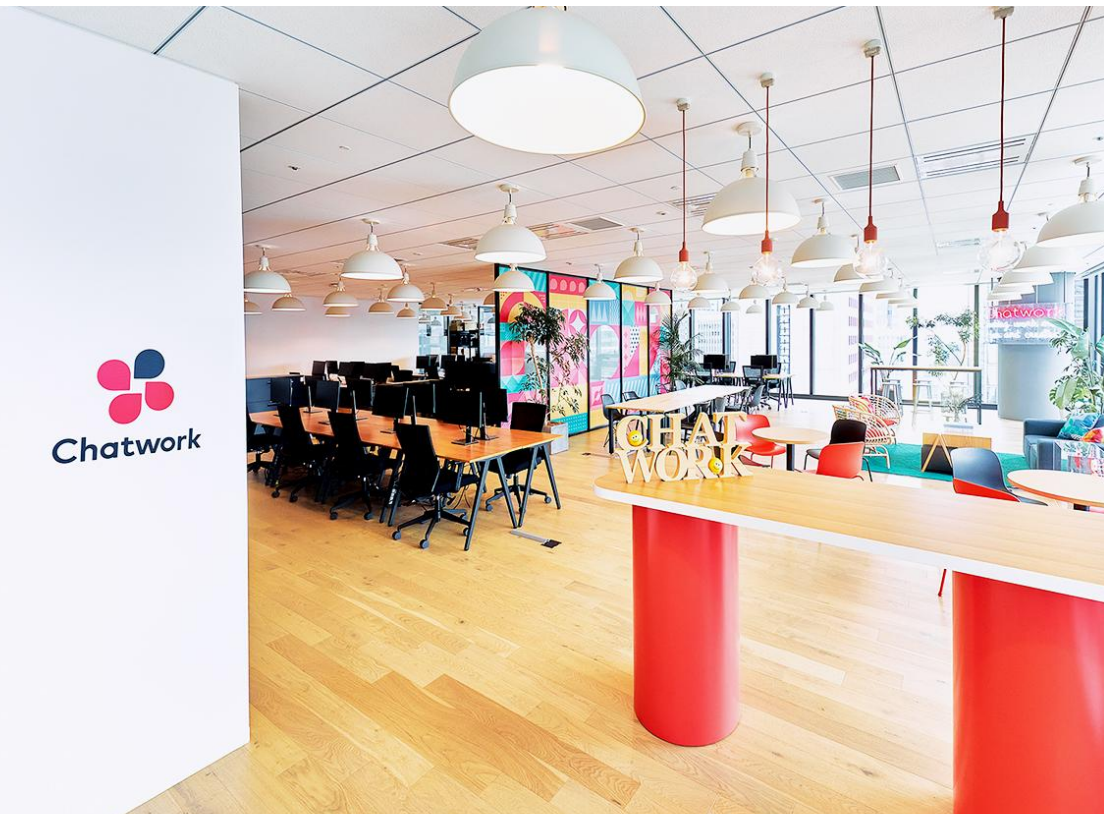
- 1 会社概要
- 2 主要トピック
- 3 中期経営計画の進捗
- 4 2022年12月期 第2四半期 業績
- 5 2022年12月期 業績予想（修正）
- 6 事業概要・中期経営計画
- 7 Appendix

Second Quarter of  
**FY2022**  
**Results**

1

**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  
284名（2022年6月末日時点）

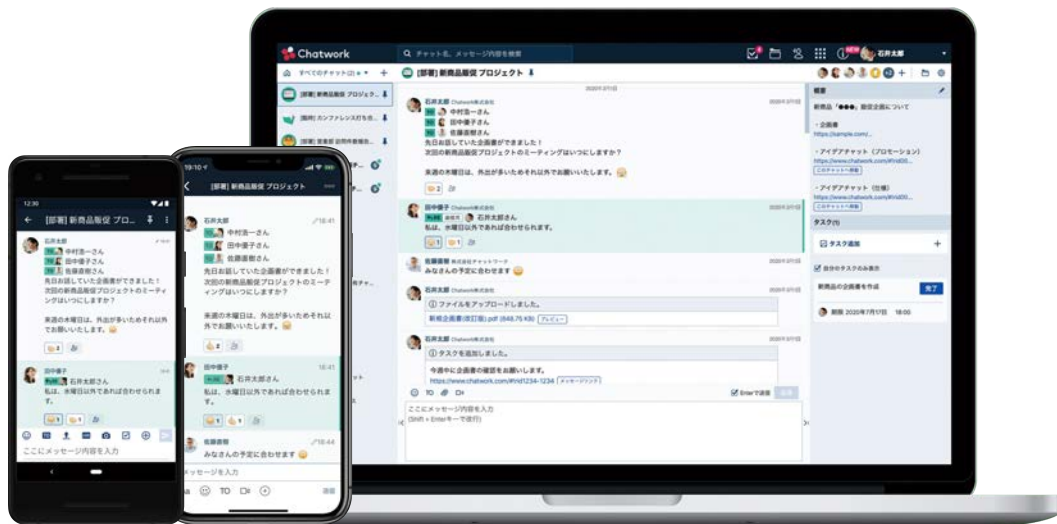
所在地  
東京、大阪、ベトナム、台湾

設立  
2004年11月11日



# 事業概要

- 国内最大級のビジネスチャット「Chatwork」を中心に、複数の周辺サービスを展開<sup>\*1</sup>
- ビジネスチャットのパイオニアであり国内利用者数No.1<sup>\*2</sup>、導入社数は36.5万社<sup>\*3</sup>を突破
- 電話やメールから効率的なチャットへ、ビジネスコミュニケーションの変化を加速させプラットフォーム化を目指す



\*1 Chatworkセグメント以外の事業として、ESET社提供のセキュリティ対策ソフトウェア「ESET」の代理販売事業を展開。安定的な収益貢献となっている

\*2 Nielsen NetView 及びNielsen Mobile NetView 2021年4月度調べ月次利用者 (MAU:Monthly Active User)調査

\*3 2022年6月末時点

# Chatworkが実現したい世界



ブランドムービー

## わかる、はじまる Chatwork

1人ひとりの成功をテクノロジーの力で導き、ビジネスを活性化させる存在になりたいという想いをブランドムービーで表現しています。ぜひ、ご覧ください。

# シゴトがはずむ

コミュニケーションが活性化すると会話がはずむように、  
ビジネスの現場を活性化させていくことで、  
仕事をもっとワクワク、心がはずむものに変えていきたい。

ユーザーの働き方を誰よりも深く理解し、  
いつでも、どんな場所でも、やりたいことに集中できる  
働き方の提供を通して、ビジネスを活性化させる存在へ。

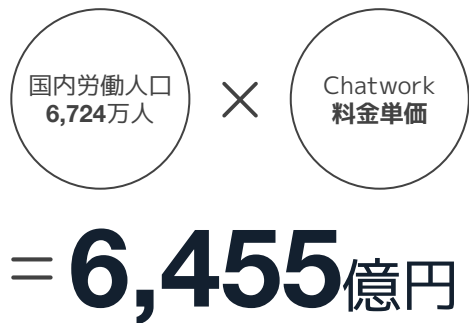


<https://youtu.be/3NHp8caltK0>

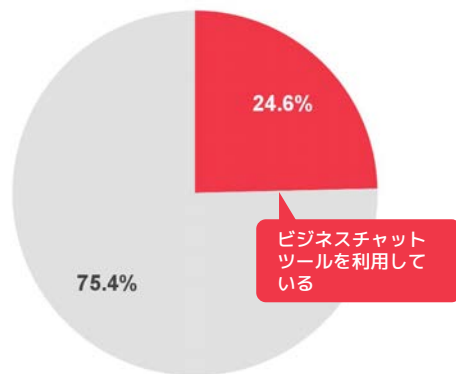
# ビジネスチャットの市場環境

- 潜在市場規模が大きく普及率がまだまだ低い、**成長余地が極めて大きな**高成長マーケット
- 個人の携帯メールがチャットへと切り替わったように、ビジネスメールがビジネスチャットへと**不可逆**に変化が進む
- 近年の社会情勢を受けたテレワーク急増に伴い普及が加速。中小企業市場における普及は今がまさに本格化のフェーズ

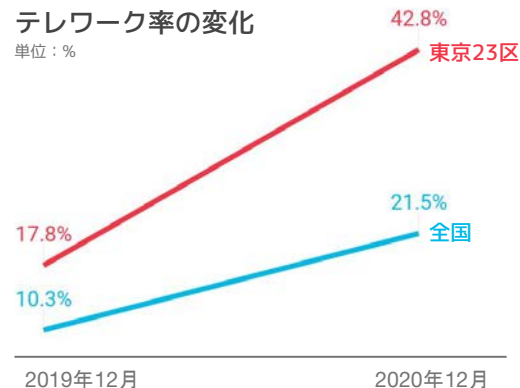
全業種に展開可能な  
潜在市場規模(TAM<sup>\*1</sup>)



未だ低水準に止まる  
ビジネスチャット国内普及率<sup>\*2</sup>



コロナ禍やDX推進の流れを受け  
テレワークが急激に普及<sup>\*3</sup>



\*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 当社依頼による第三者機関調べ、2022年3月調査、n=30,000

\*3 内閣府「第2回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」より



# ビジネスチャット「Chatwork」の強み

- 社外と接続しやすいオープンプラットフォーム型の特徴により、紹介経由でユーザー数が**複利の構造**で増加
- 継続的な機能追加によるプロダクト価値の向上により、**長期にわたりARPU\*1が上昇**している
- 過去履歴やビジネス上の関係性が構築されるため、他ツールへの**乗り換えコストが高く**、**解約率\*2が非常に低い**

## 複利で増加するユーザー数

サービス開始からの  
登録ID数推移

単位：万

534.0万

2012年7月

2022年6月

## 継続的なプロダクト価値の向上による ARPUの上昇

ARPU推移

単位：円

516.2円

2015年1月

2022年6月

## 高い定着率

解約率推移

単位：%

0.4%

2018年7月

2022年6月

\*1 Chatwork利用料の課金IDあたりの平均単価（Average Revenue Per User）

\*2 登録ID数に対する解約率

# ビジネスチャットに留まらない高いプラットフォーム価値

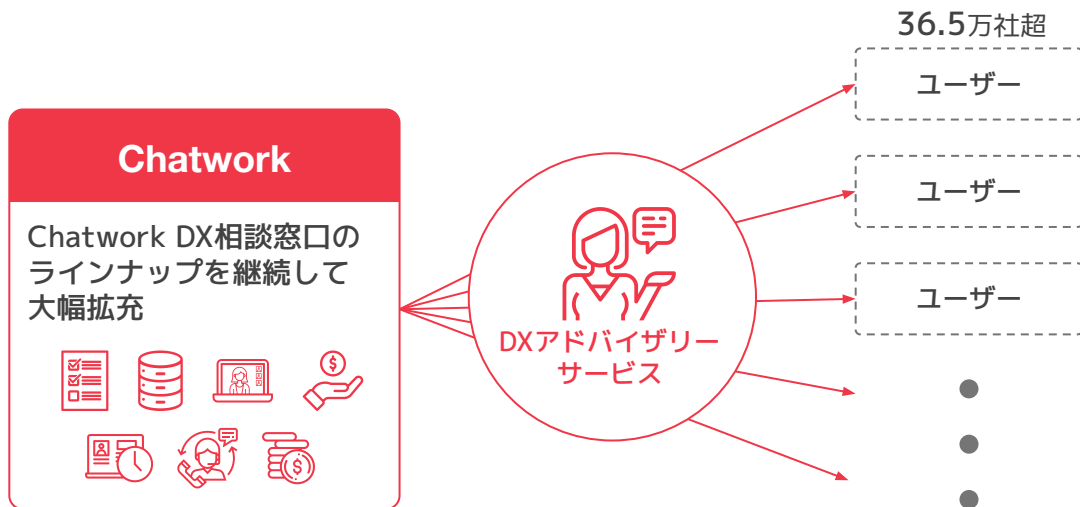
- 全業種・全職種の従業員が業務時間中ずっと使い続けるため、他SaaSと比較して**圧倒的なユーザー接点**を持つ
- この高いプラットフォーム性を活かし、周辺サービス<sup>\*1</sup>の販売を展開。2021年度は**前年比+39.9%**と**大幅成長**
- チャットという**強力なタッチポイント**を有しているため、顧客課題に対して効果的なアプローチ、サービス提供が可能

## 周辺サービスの売上

単位：百万円



## ユーザーへのダイレクトなタッチポイント

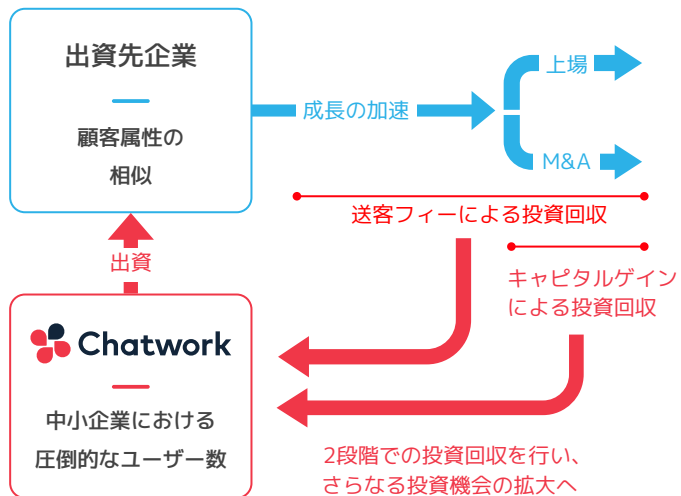


\*1 プラットフォーム事業のうち、M&Aにより取得した事業を除く、送客、広告、アライアンスによるサービスを指す。事業セグメントに関する詳細はAppendixを参照

# Chatworkスーパーアプリファンドの投資戦略

- プラットフォーム戦略を強化するため、2021年度よりCVCとなる「Chatworkスーパーアプリファンド」を開始
- 顧客属性が重なる会社へ投資し提携関係を強化するとともに、Chatworkからの送客を実施。送客フィーにより投資回収を行いながらも、出資先の成長を将来的にキャピタルゲインとしても取り込むことが可能
- すでに4社への投資を実行。実現したシナジー効果をさらなる投資機会の拡大へ繋げる

## シナジーを最大化する投資戦略



## 投資実績



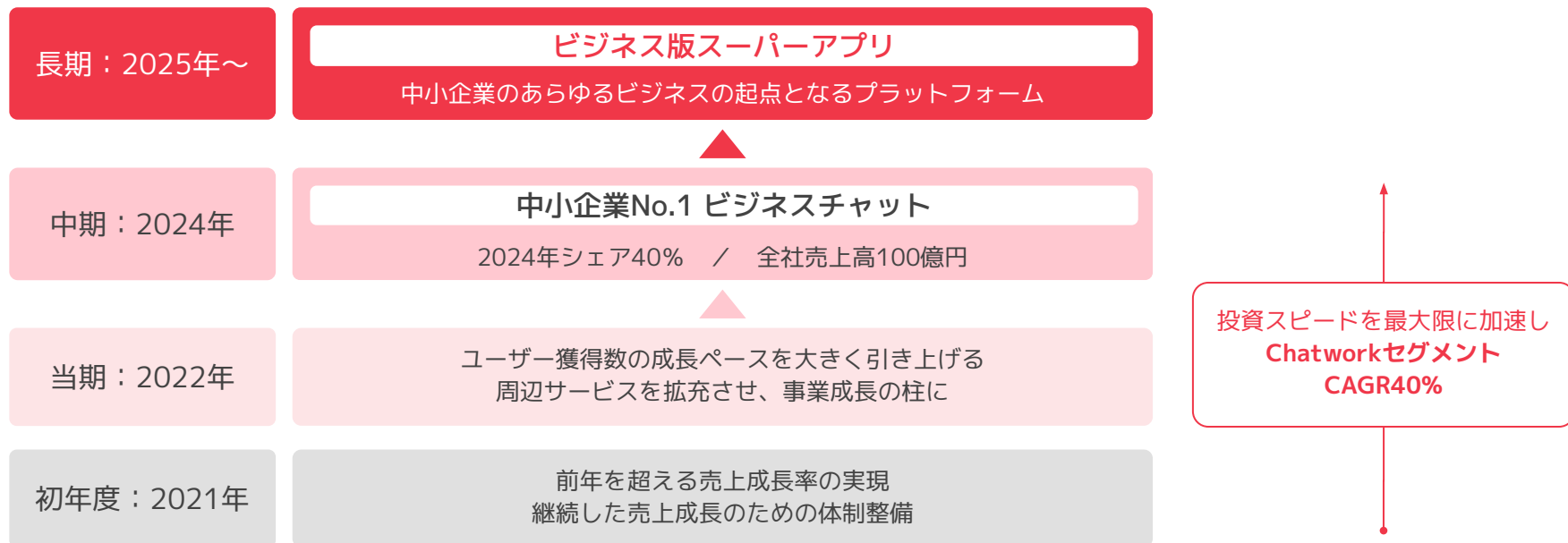
スーパーアプリファンド お問い合わせページ

<https://corp.chatwork.com/ja/cvc-contact/>



# 中小企業No.1からビジネス版スーパーアプリへ

- 2024年までにシェアを拡大し、**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

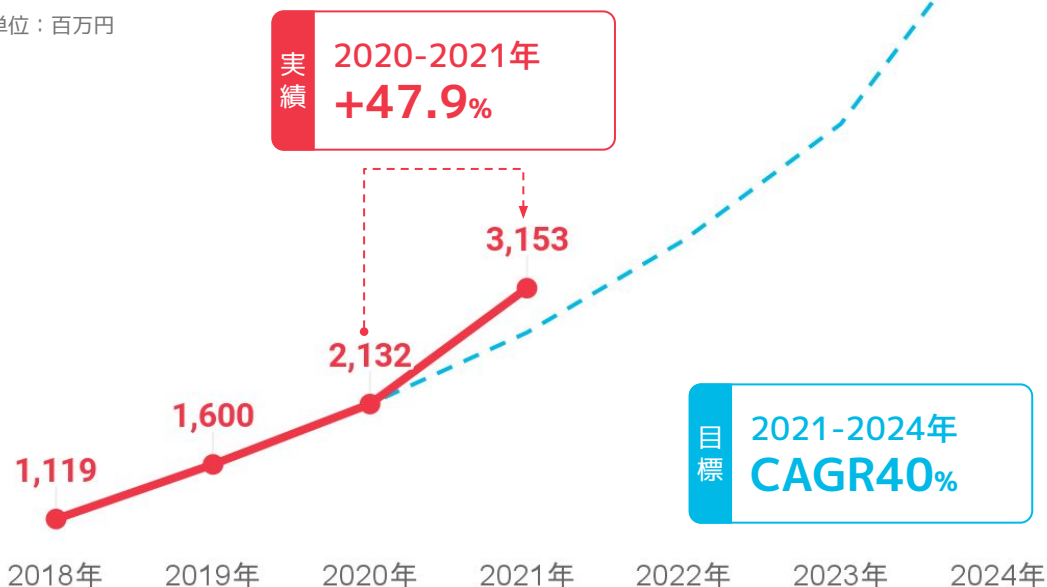


# 目標値を大幅に上回る売上成長を実現

- 主力のChatworkセグメント<sup>\*1</sup>において、2021-2024年でCAGR40%以上の売上成長の実現が目標
- 2021年は前年比+47.9%成長と、達成に向けて大幅に上回るペースで進捗

## Chatworkセグメント売上推移

単位：百万円



\*1 Chatworkセグメントとは、本業であるアカウント事業並びにプラットフォーム事業を指し、セキュリティ事業は除外する。セグメントに関してはAppendixの事業セグメントの詳細を参照

# KPIハイライト

登録ID数

2Q末時点

**534.0万**

課金ID数

2Q末時点

**59.1万**

導入社数

2Q末時点

**36.5万**

ARR<sup>\*1</sup>

2Q末時点

**40.7億円**

NRR<sup>\*2</sup>

2021年末時点

**122%**

解約率<sup>\*3</sup>

2Q末時点

**0.4%**  
(課金IDのみ：1.2%)

ARPU<sup>\*4</sup>

2Q末時点

**516.2円**

DAU<sup>\*5</sup>

2Q中の最大値

**102.9万**

\*1 Chatworkアカウント事業並びにクラウドストレージ事業のAnnual Recurring Revenue（年間経常収支）、2022年6月末時点のMRRの12ヶ月分。

\*2 Net Revenue Retention Rate。2020年12月末における課金顧客から生じる2021年のストック収入 ÷ 2020年のストック収入

\*3 登録ID数に対する解約率。2021年7月から2022年6月末までの12か月平均値

\*4 Chatworkアカウント事業における、Chatwork利用料の課金IDあたりの平均単価（Average Revenue Per User）

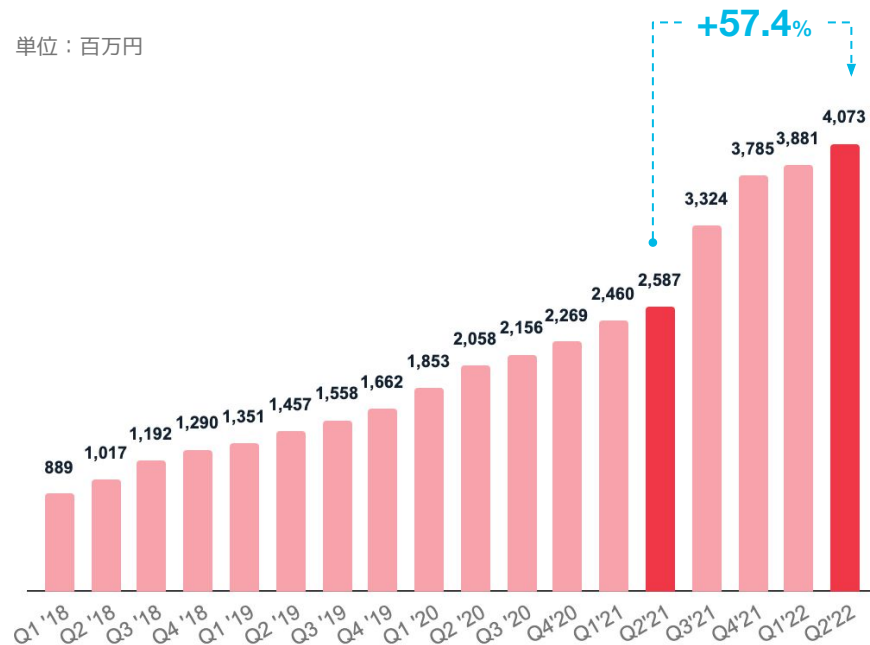
\*5 1日あたりのサービス利用者数（Daily Active User）

# ARRの推移

- 全社のARR\*1は前年同期比で+57.4%と大幅に増加
- M&Aの影響を除いたChatworkセグメントのアカウント事業ARRも前年同期比で+43.1%と順調に増加

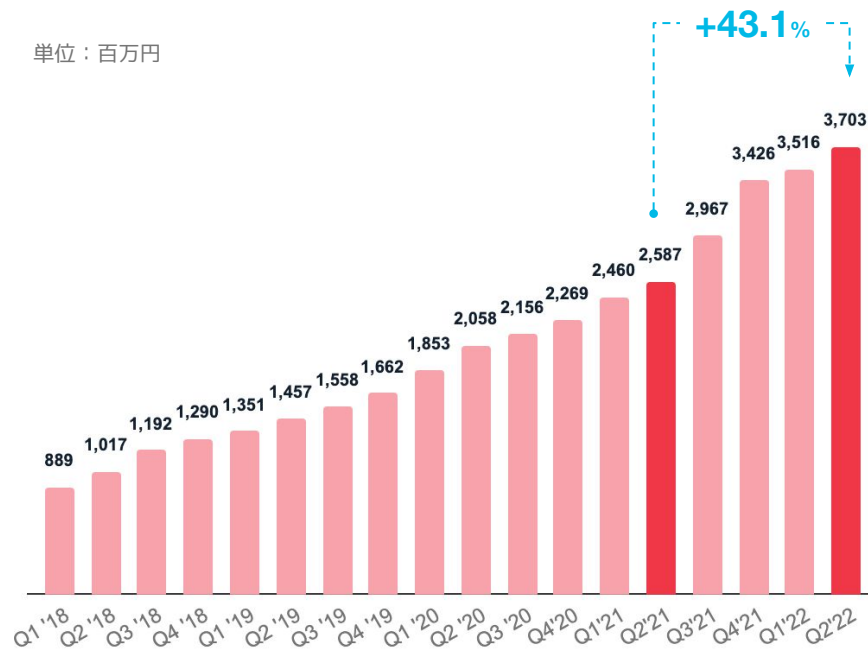
## ARR（全社）

単位：百万円



## ARR（アカウント事業）

単位：百万円



\*1 Chatworkアカウント事業並びにクラウドストレージ事業のAnnual Recurring Revenue（年間経常収支）。詳細はAppendixの「資料内の用語」を参照

Second Quarter of  
**FY2022**  
**Results**

**2**

**主要トピック**



# トピック① コーポレートベンチャーキャピタル(CVC)活動報告

- コーポレートベンチャーキャピタル(CVC)である「Chatworkスーパーアプリファンド」では、順調にシナジーを生み出しており、支援先の成長および当社の売上にも貢献
- Chatworkのプラットフォーム価値を生かし、今後もシナジー効果の高い会社への投資を実施予定



出資時期	2021年7月	2021年12月	2021年12月
出資形態	連結子会社化	マイノリティ出資	マイノリティ出資
事業内容 シナジー	<ul style="list-style-type: none"><li>● クラウドストレージ事業</li><li>● 顧客基盤が中小企業向けであることが共通しており、収益拡大並びにコストカットが可能</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 福祉・医療業界向けに退職金制度や企業型確定拠出年金の導入設計・サポート</li><li>● 当社の医療・介護・福祉業界の顧客基盤を活用した送客が可能</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 採用業務クラウド「採用係長」を提供</li><li>● 当社の主要顧客である中小企業にとって導入しやすいサービスであり親和性が高い</li></ul>
送客・売上実績	5月までの売上実績はおよそ当初想定通り	5月までの送客フィー実績は当初想定を上振れており好調	5月までの送客フィー実績は当初想定を上振れており好調

## トピック② 利用意向の向上を意識した新しいTV CMを再開

- 昨年に引き続き、7月より内容をリニューアルしたTV CMを地方で展開。認知向上に加え、視聴者の利用意向を高めることを目的に新しいクリエイティブを作成し、効果検証を実施
- 今後もシェア拡大における最重要フェーズとして、各種KPIやLTV/CACにて適切に投資対効果を管理しながら、マーケティング投資を行っていく



国内利用者数 **No.1** ビジネスチャット

 Chatwork



**チャットワーク** 

※画面はイメージです  
©2021年4月、ビジネスチャット47サービス社が国内利用者数No.1 (NetView 及び NetView Mobile NetView 調べ)



CMを見る

[https://youtu.be/vscxrsx\\_t8w](https://youtu.be/vscxrsx_t8w)



# トピック③ 新しい働き方に適した全社コミュニケーションのあり方を確立

- 2022年3月に東京オフィスを「WeWork 日比谷FORT TOWER」へ移転。オフィス・自宅・全国のWeWorkを使った新しい働き方“ハイブリッドワークスタイル”を実践
- その新しい働き方にあわせ全社コミュニケーションのあり方もアップデート。半年に一度の全社総会「Cha会」をはじめとする社内イベントは社員の満足度が極めて高く、戦略やカルチャーの共有が進み、競争力の源泉となっている



半期ごと

ハイブリッド開催

半期に一度、終日通じて行う全社総会  
戦略共有や表彰を通じた一体感の醸成



毎月

オンライン配信

月次で行われる全社総会  
情報共有を通じた会社運営の円滑化



毎月

任意視聴

月次で配信される任意参加の視聴番組  
新しい働き方を支援する情報発信の場

Second Quarter of  
**FY2022**  
**Results**

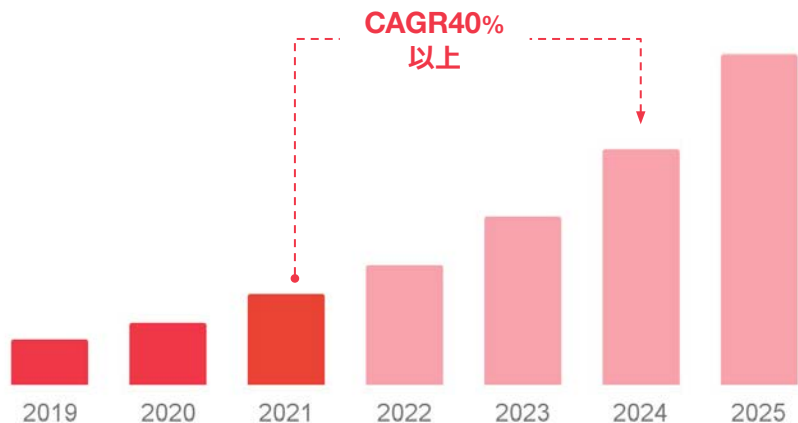
**3**

## 中期経営計画の進捗

# 中期経営計画

- 主力のChatworkセグメント<sup>\*1</sup>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<sup>\*2</sup>を獲得しNo.1**となる
- 2024年度の全社売上目標100億円のうち、4分の1程度を自社サービスの立ち上げやM&Aによる事業買収を含む新規事業によるものと現時点では想定

## Chatworkセグメント 売上計画



## 中小企業向けビジネスチャット市場 (SAM<sup>\*3</sup>) 2024年度目標マーケットシェア

ビジネスチャット普及率<sup>\*4</sup> **50%**



<sup>\*1</sup> Chatworkセグメントとは、本業であるアカウント事業並びにプラットフォーム事業を指し、セキュリティ事業は除外する。セグメントに関する詳細はAppendixを参照

<sup>\*2</sup> 現在のシェア並びに算出方法についてはAppendixを参照

<sup>\*3</sup> 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)。算出方法についてはAppendixを参照

<sup>\*4</sup> 総務省「ICTによるインクルージョンの実現に関する調査研究」における米英の利用率から推定

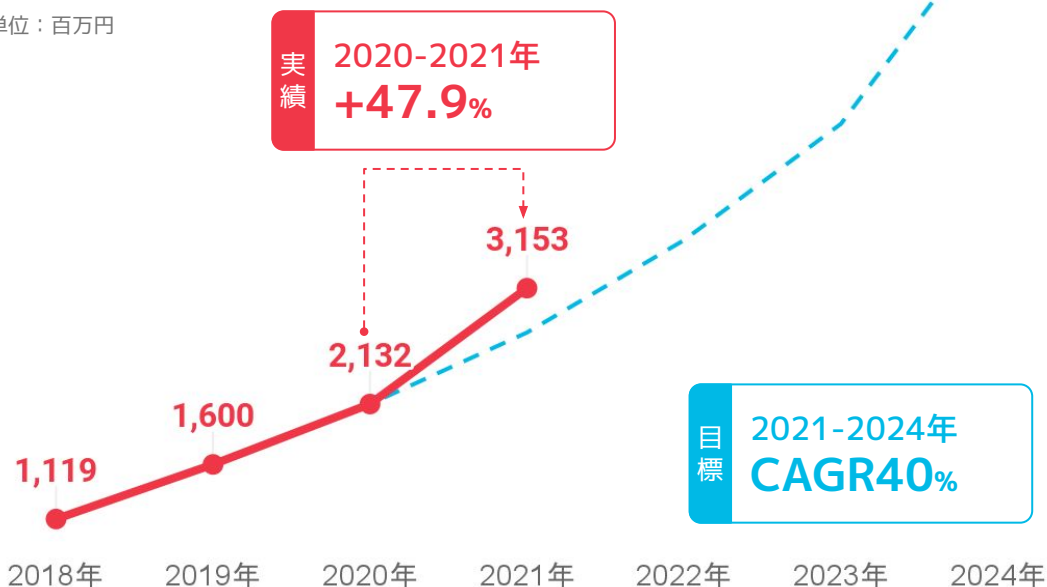
<sup>\*5</sup> 総務省「労働力調査」、中小企業庁「中小企業白書」から当社推計

# 目標値を大幅に上回る売上成長を実現

- 主力のChatworkセグメント\*1において、2021-2024年でCAGR40%以上の売上成長の実現が目標
- 2021年は前年比+47.9%成長と、達成に向けて大幅に上回るペースで進捗

## Chatworkセグメント売上推移

単位：百万円



\*1 Chatworkセグメントとは、本業であるアカウント事業並びにプラットフォーム事業を指し、セキュリティ事業は除外する。セグメントに関する詳細はAppendixを参照

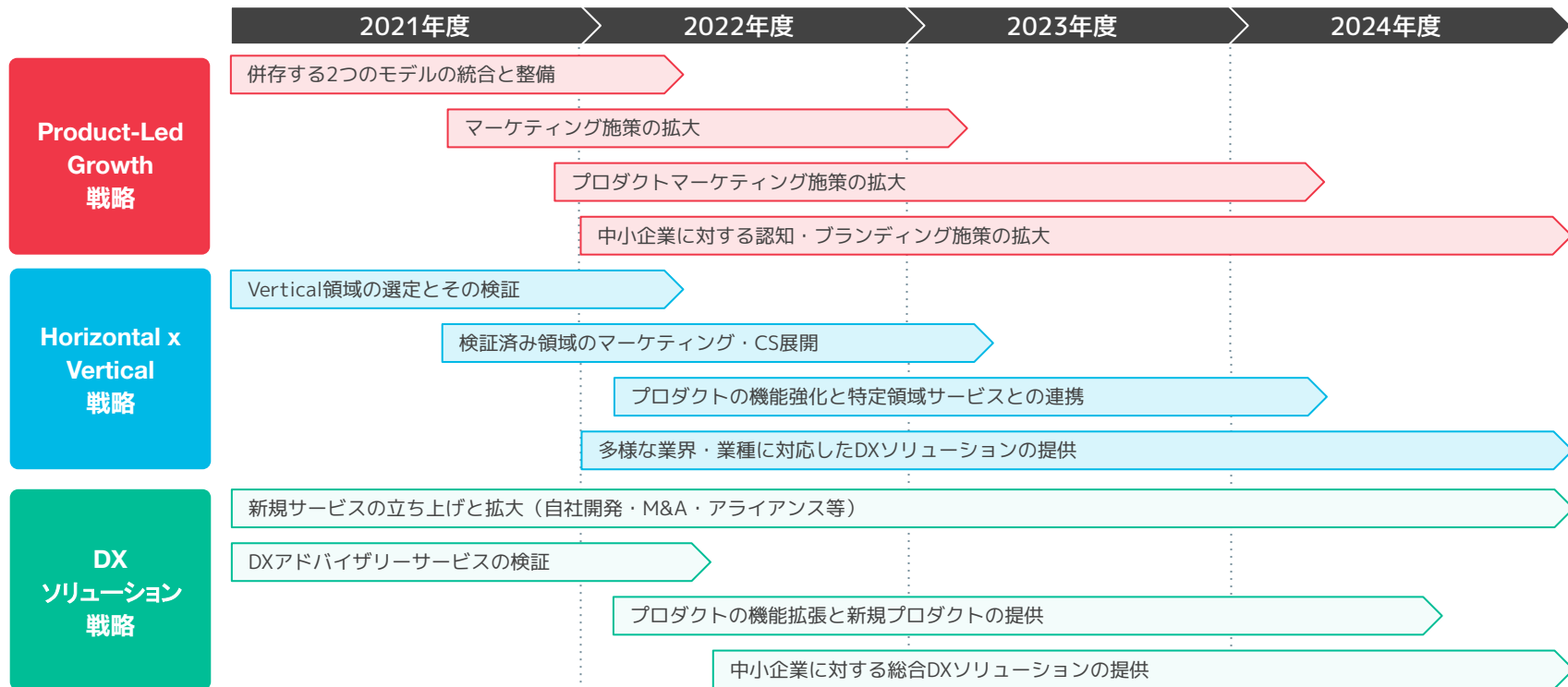
# 中期経営計画における3つの戦略の進捗

## Product-Led Growth 戦略

プロダクト改善施策を実行するための基盤整備が進む。施策の成果でアプリレビューが大幅向上

## Horizontal x Vertical 戦略

顧客セグメントデータを大幅拡充中。特定業界でつくったプロセスの型を他業界へ展開



Second Quarter of  
**FY2022**  
**Results**

4

2022年12月期 第2四半期 業績



# 業績ハイライト

- 最重要指標であるChatworkセグメント売上高は引き続き、中期経営計画の目標である+40%を大幅に超えて伸長
- 昨年度展開したTV CMによる大幅な認知率向上を受けて予算配分を調整した結果、前四半期に引き続き営業損失が縮小
- 課金ID数は59.1万IDと前年同期比+21.5%で引き続き大幅に成長。ARPUは前年同期比+10.8%と増加

連結売上高	1,101百万円（前年同期比 +49.9%）
Chatworkセグメント売上高	1,034百万円（前年同期比 +53.7%）
売上総利益	790百万円（前年同期比 +50.0%）
営業利益	-110百万円

# 業績サマリー

- 全社売上は前年同期比+49.9%、Chatworkセグメント売上高は前年同期比+53.7%と大きく伸長
- 営業損失は前四半期に引き続き縮小

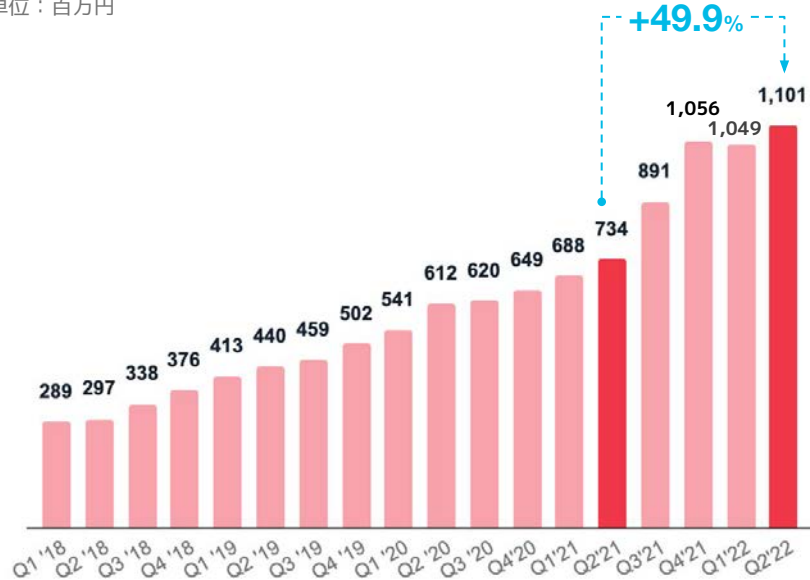
単位：百万円	Q2 '21 (前年同期)	Q1 '22 (前四半期)	Q2 '22 (当四半期)	前年同期比	前四半期比
売上高	734	1,049	<b>1,101</b>	+49.9%	+5.0%
Chatworkセグメント売上高	672	985	<b>1,034</b>	+53.7%	+5.0%
売上総利益	526	753	<b>790</b>	+50.0%	+4.9%
売上総利益率	71.7%	71.8%	<b>71.7%</b>	+0.1pt	-0.1pt
営業利益	-110	-137	<b>-110</b>	-	-
営業利益率	-	-	<b>-</b>	-	-
経常利益	-110	-134	<b>-113</b>	-	-
純利益	-111	-119	<b>-109</b>	-	-

# 売上高推移

- 全社の売上高は前年同期比で+49.9%、最重要の経営目標であるChatworkセグメントの売上高も同+53.7%と大幅に成長
- 前四半期は価格改定に伴う一時金やウェブカンファレンス等のフロー売上が影響し前四半期比で減収となったが、増収トレンドは変わらず順調

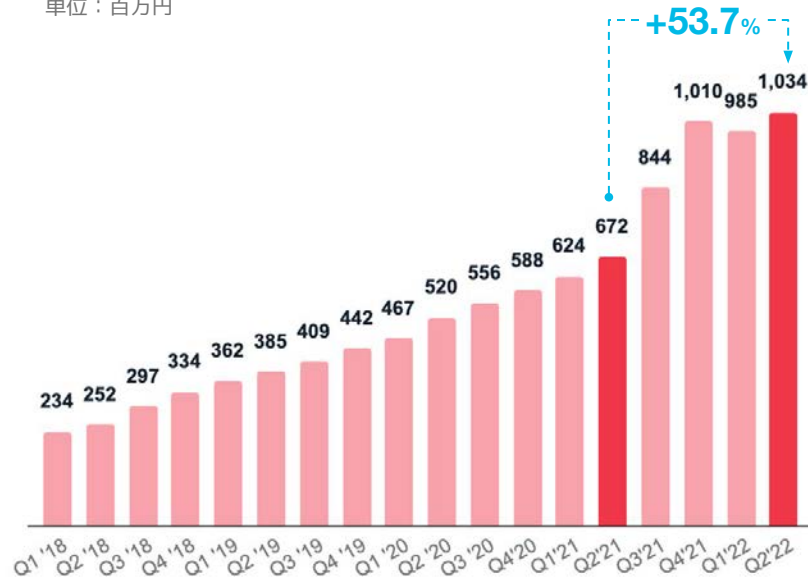
## 売上高（全社）

単位：百万円



## 売上高（Chatworkセグメント）

単位：百万円

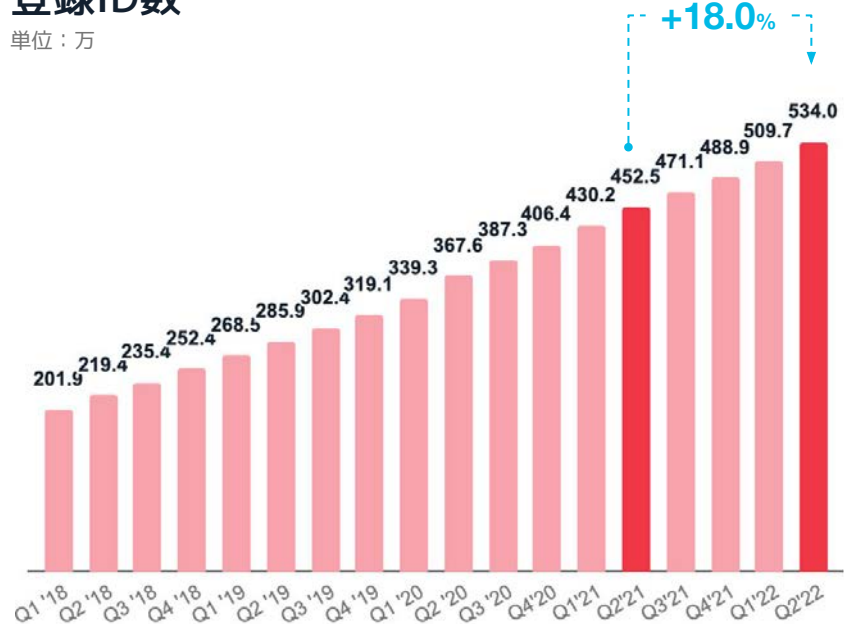


# 登録ID数・DAU数推移

- 登録ID数は534.0万IDと前年同期比+18.0%と増加を継続。四半期での新規獲得数が継続的に伸長
- DAU数は100万IDを突破してからも伸長が継続し、102.9万と前年同期比で+10.2%と順調に増加

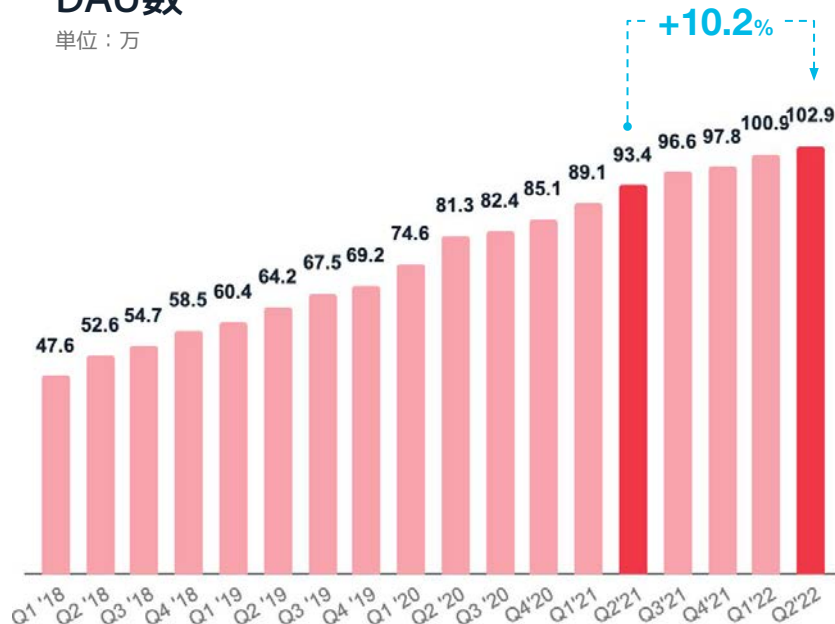
## 登録ID数

単位：万



## DAU数\*1

単位：万



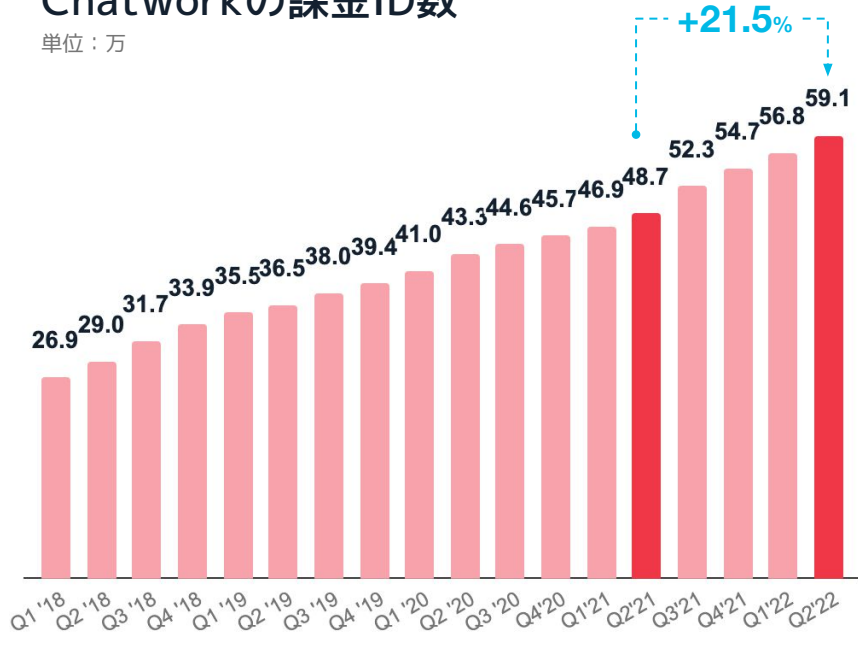
\*1 1日あたりのサービス利用者数 (Daily Active User)

# 課金ID数・ARPU推移

- 課金ID数は59.1万と、前年同期比+21.5%と上昇を継続。フリープランのグループチャット利用制限を変更した昨年7月以降、上昇トレンドが加速
- ARPUは516.2円と、前年同期比+10.8%と順調に向上

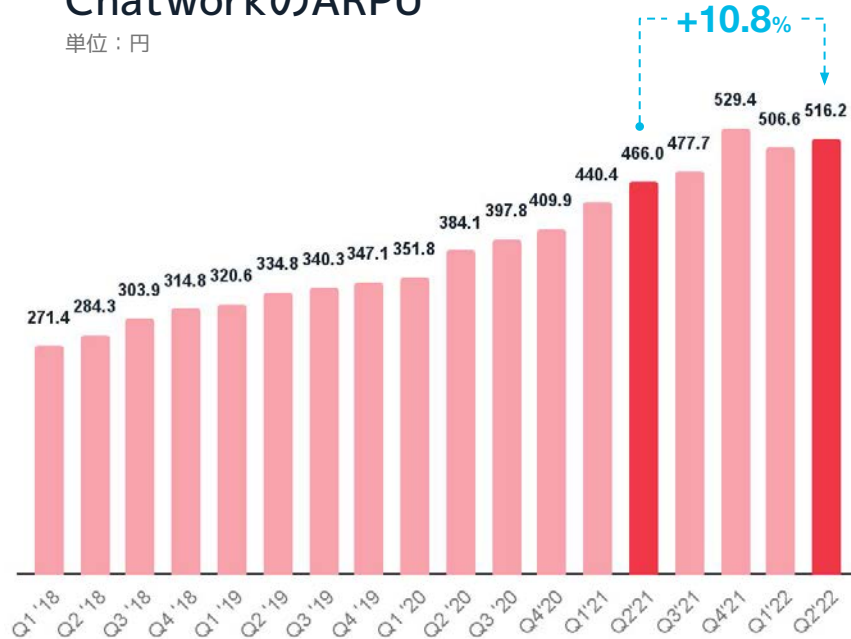
## Chatworkの課金ID数

単位：万



## ChatworkのARPU\*1

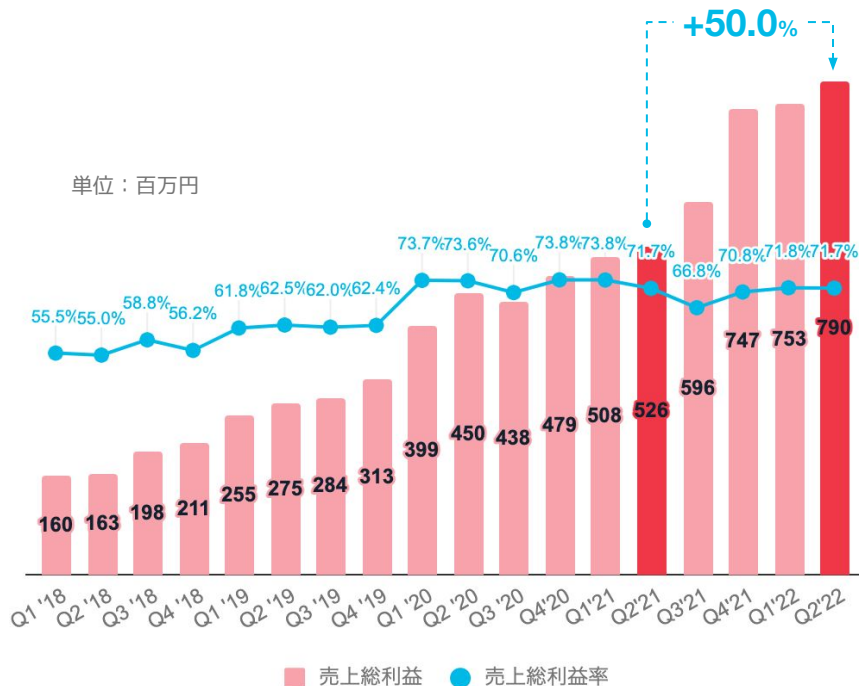
単位：円



\*1 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<sup>\*1</sup>は前年同期比+50.0%増加、売上総利益率は71.7%と前年同期比+0.1ptの増加
- 売上総利益率71.7%と、引き続き高い水準を維持



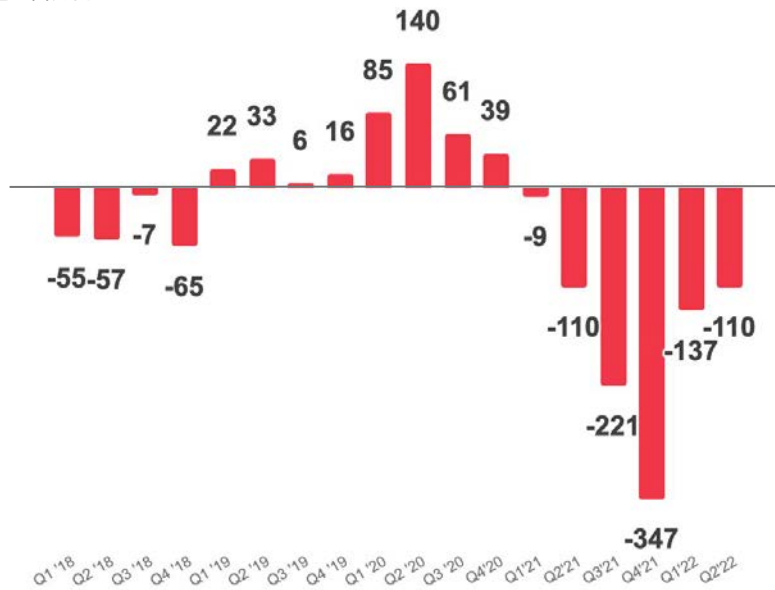
\*1 2020年第1四半期よりシステム原価（開発人件費とサーバー費の一部）の資産計上を開始

# 営業利益推移

- 昨年度展開したTV CMにより大幅な認知率向上を達成。より獲得効率を向上させるため予算配分を調整した結果、前四半期に引き続き営業損失が大幅に縮小
- 引き続き、中期経営計画におけるシェア拡大の最重要フェーズとして機動的な投資を継続する方針

## 営業利益

単位：百万円

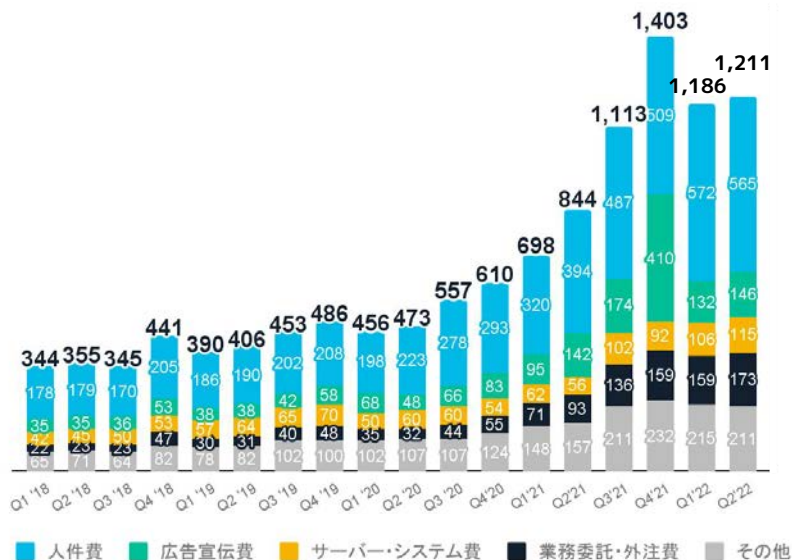


# 費用構成推移

- 順調な組織拡大により人件費は計画通り、広告宣伝費は獲得効率をコントロールしつつ一定の水準感で着地
- 引き続き中期経営計画における最重要フェーズとして機動的な投資を実施する方針

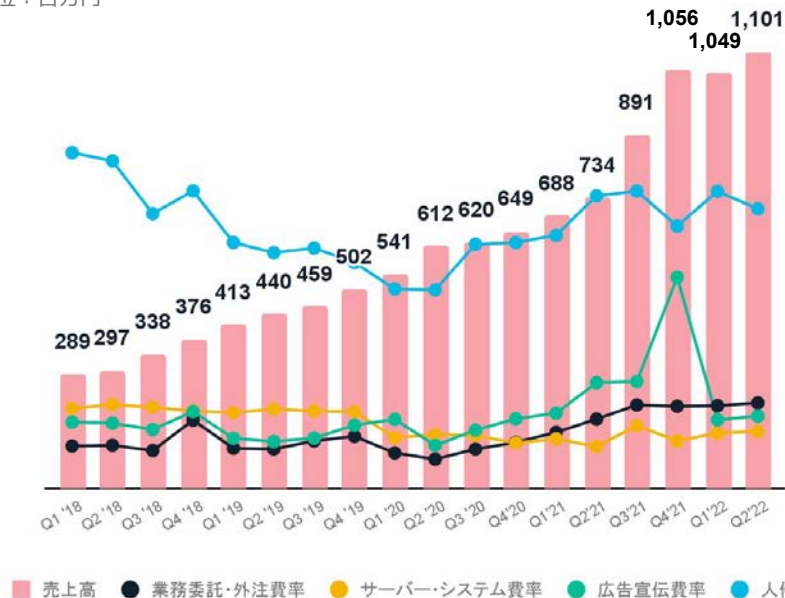
## 費用構成

単位：百万円



## 売上に対する費用構成比

単位：百万円



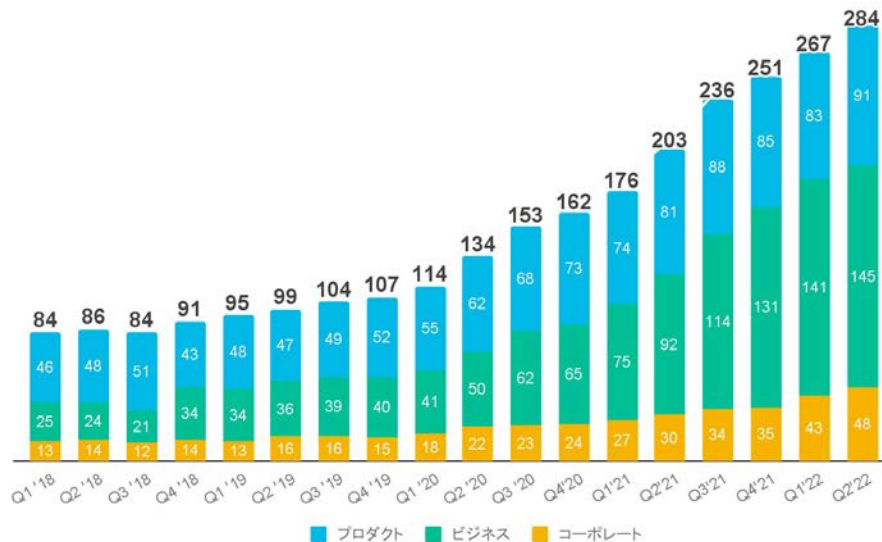


# 従業員数推移

- 引き続き採用は順調に進んでおり、当四半期は+17名の純増
- 前四半期は組織フェーズの変化に伴う離職が出たことで離職率が上昇したが、当四半期は改善

## 従業員数推移

単位：名



## 離職率\*1推移



\*1 過去12ヶ月の平均離職率。2022年2Q離職率=2021年7月から2022年6月までの退職者÷2021年6月時点の従業員数

Second Quarter of  
**FY2022**  
**Results**

5

2022年12月期 業績予想（修正）

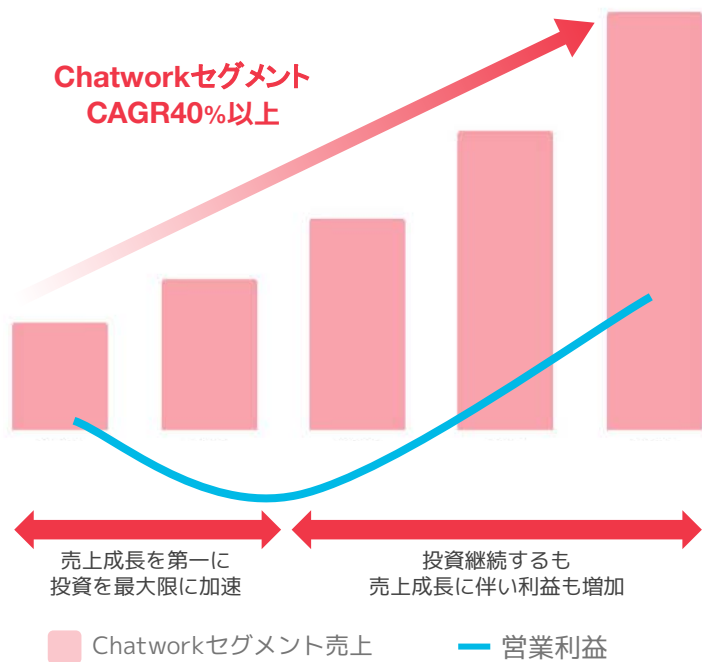
# 2022年12月期 業績予想（修正）

- 当期が進行するのに伴い、業績予想を成長率での開示からレンジでの開示へと修正
- 主力のアカウント事業でARRで昨年対比+43%の高成長を実現する非常に好調な進捗となったものの、プラットフォーム事業ではM&AおよびPMIの体制構築に注力し、最重要のChatworkセグメントで+35%~+40%の成長となる見込み
- シェア拡大のため人件費・広告宣伝費への積極投資を行い、前期に引き続き利益は赤字となる見通し

単位：百万円	2021年12月期 実績	2022年12月期 前回業績予想	2022年12月期 業績予想	前期比
売上高	3,372	前期比 +35%	<b>4,451 ~ 4,552</b>	+32.0% ~ +35.0%
Chatworkセグメント	3,153	前期比 +40%	<b>4,256 ~ 4,414</b>	+35.0% ~ +40.0%
売上総利益	2,378	-	<b>2,949 ~ 3,065</b>	+23.9% ~ +28.8%
売上総利益率	70.5%	-	<b>66.2% ~ 67.3%</b>	-4.2pt ~ -3.2pt
営業利益	-688	-	<b>-1,086 ~ -944</b>	-
経常利益	-705	-	<b>-1,082 ~ -940</b>	-
当期純利益	-696	-	<b>-1,047 ~ -905</b>	-

# 利益及び投資に関する考え方

## 事業成長と利益イメージ



- SaaSにおける新規顧客獲得コスト（セールス・マーケティング費用）は、次年度以降にも続く月額課金の売上を獲得するためのコストであり、**将来への投資**と考えられる
- 中期経営計画で示したように、今が**投資の最重要フェーズ**であることから、認知広告などの広告宣伝費を大きく増やし、中長期的な成長を確かなものとする
- 但し認知広告を含めたマーケティング費用については、各種KPIやLTV/CACにて適切に投資対効果を管理していく

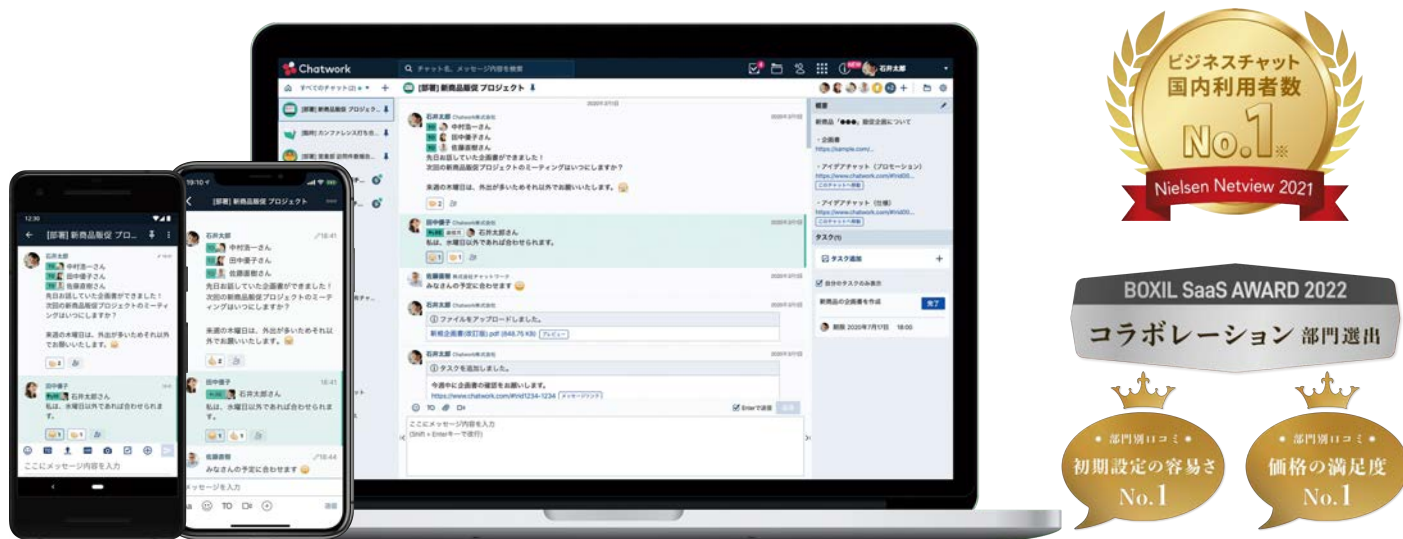
Second Quarter of  
**FY2022**  
**Results**

6

## 事業概要・中期経営計画

# 事業概要

- 国内最大級のビジネスチャット「Chatwork」を中心に、複数の周辺サービスを展開\*1
- ビジネスチャットのパイオニアであり国内利用者数No.1\*2、導入社数は36.5万社\*3を突破
- 電話やメールから効率的なチャットへ、ビジネスコミュニケーションの変化を加速させプラットフォーム化を目指す



\*1 Chatworkセグメント以外の事業として、ESET社提供のセキュリティ対策ソフトウェア「ESET」の代理販売事業を展開。安定的な収益貢献となっている

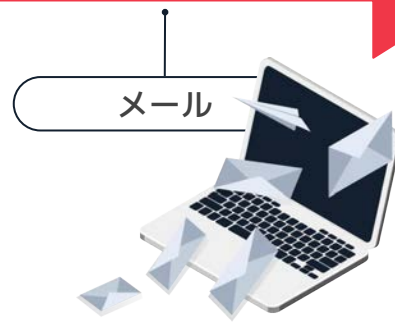
\*2 Nielsen NetView 及びNielsen Mobile NetView 2021年4月度調べ月次利用者 (MAU:Monthly Active User)調査

\*3 2022年6月末時点

# コミュニケーションツールの変化



より効率的に、シンプルなものへ



# 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ひます。  
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した件、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

- ・弊社内で調整のち、ご要望通り今週中、ということに対応可能です。
- ・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ひいたします。

--

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

宛先

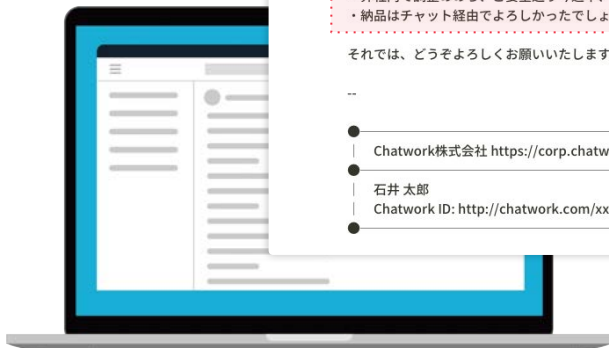
お決まりの挨拶&自己紹介

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



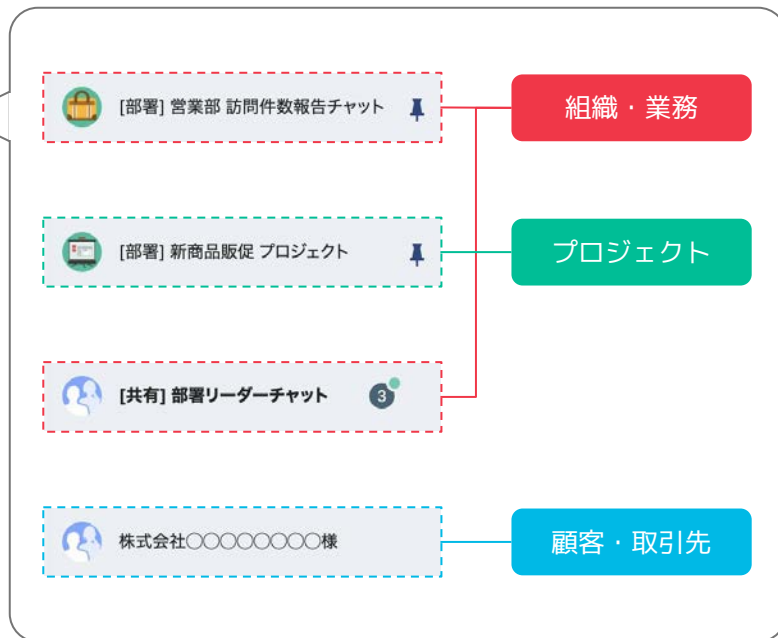
過去のやりとり  
& 参加メンバー情報

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

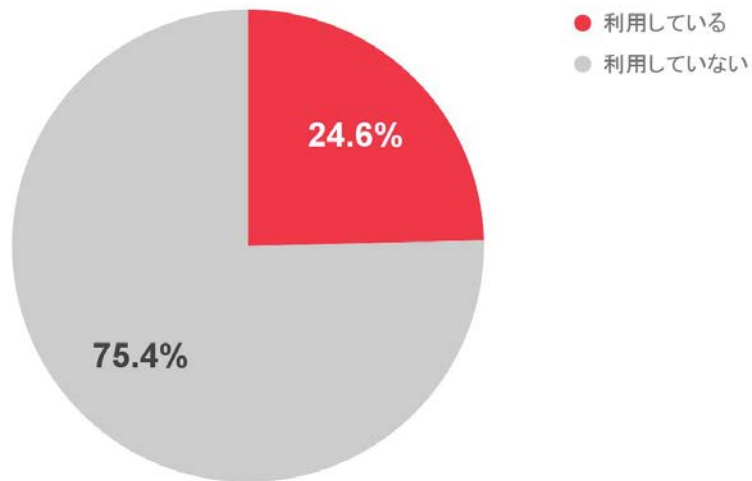
フリー 無料で試したい企業・個人向け	ビジネス 業務で利用したい企業・個人向け	エンタープライズ 管理機能を強化したい企業向け
1ユーザー/月	1ユーザー/月（年間契約）	1ユーザー/月（年間契約）
¥0	¥500 月額契約の場合は¥600/月	¥800 月額契約の場合は¥960/月
CONTACT無制限	CONTACT無制限	CONTACT無制限
累計7グループチャット	グループチャット無制限	グループチャット無制限
1対1での ビデオ通話 / 音声通話	複数人での ビデオ通話 / 音声通話	複数人での ビデオ通話 / 音声通話
2段階認証	2段階認証	2段階認証
5GBストレージ	10GB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	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

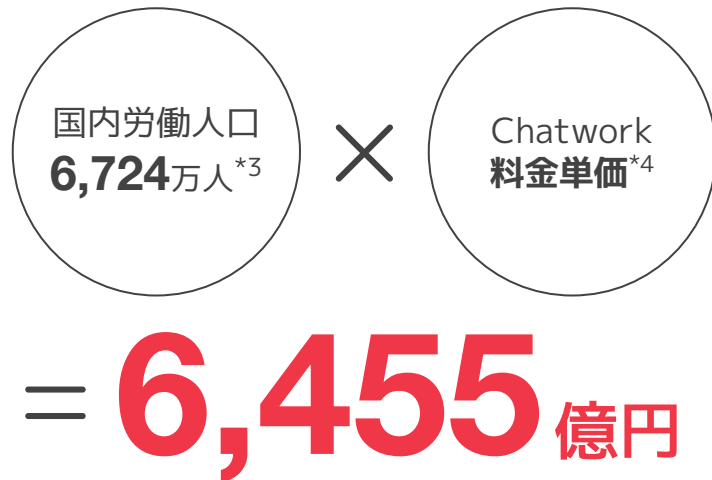
# ビジネスチャットをとりまく環境

- 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24.6%<sup>\*1</sup>。半年前の調査（15.6%）から普及率が劇的に伸長
- 中小企業における普及率は大企業と比較して低く、当社のターゲットである中小企業マーケットは今後本格的に普及が拡大するフェーズとなる見込み

## 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）<sup>\*2</sup>



<sup>\*1</sup> 当社依頼による第三者機関調べ、2022年3月調査、n=30,000

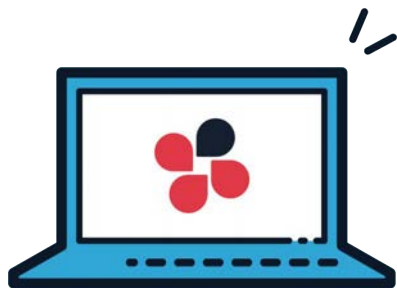
<sup>\*2</sup> 実現可能な最大の市場規模（Total Addressable Market）。外部統計資料や公表資料、当社保有のデータを元に当社が想定する市場を推察した市場規模であり、客観的な市場規模を示すものではありません

<sup>\*3</sup> 総務省統計局「労働力調査」より。2019年平均の就業者数

<sup>\*4</sup> 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

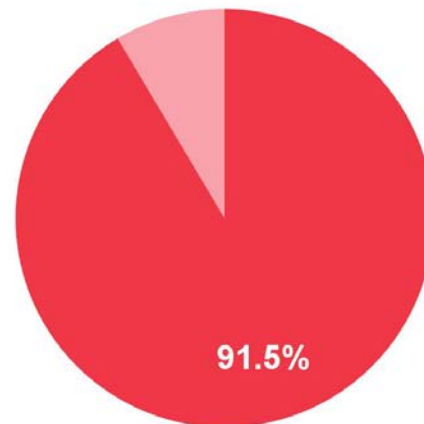
# 中小企業マーケットにフィット



## 中小企業マーケット

- ITに詳しい人が社内に少ない
- ITにかけられる予算がない
- 取引先や顧問先と同じツールを使いたい

## Chatworkの企業規模別 有料ユーザー割合

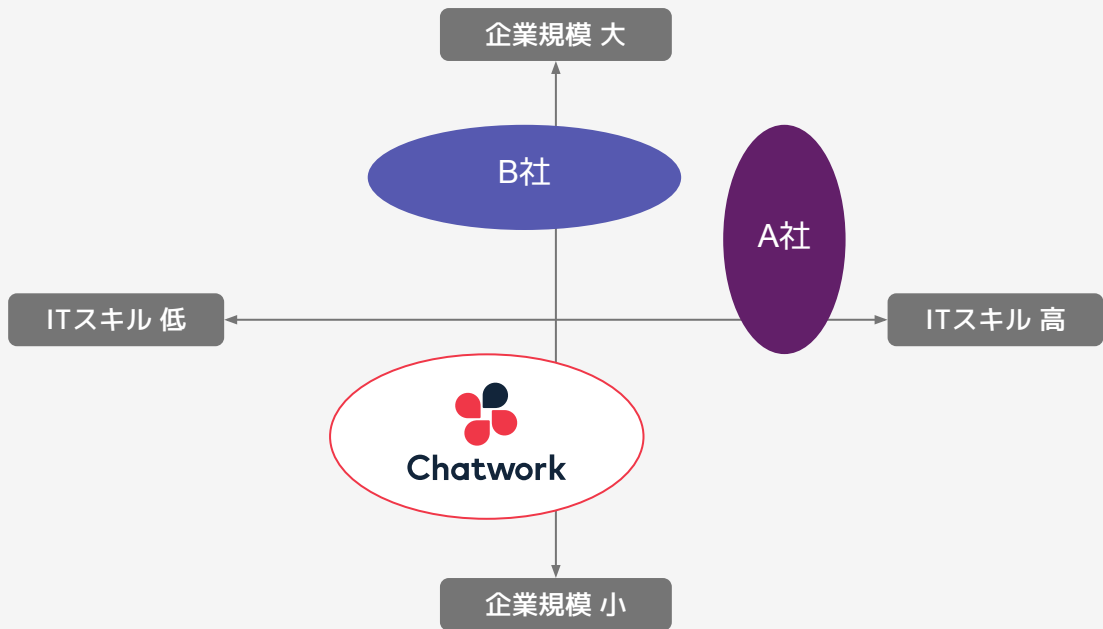


● 300人まで ● 301人以上

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91.5%を占める<sup>\*1</sup>  
※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

## ターゲット層



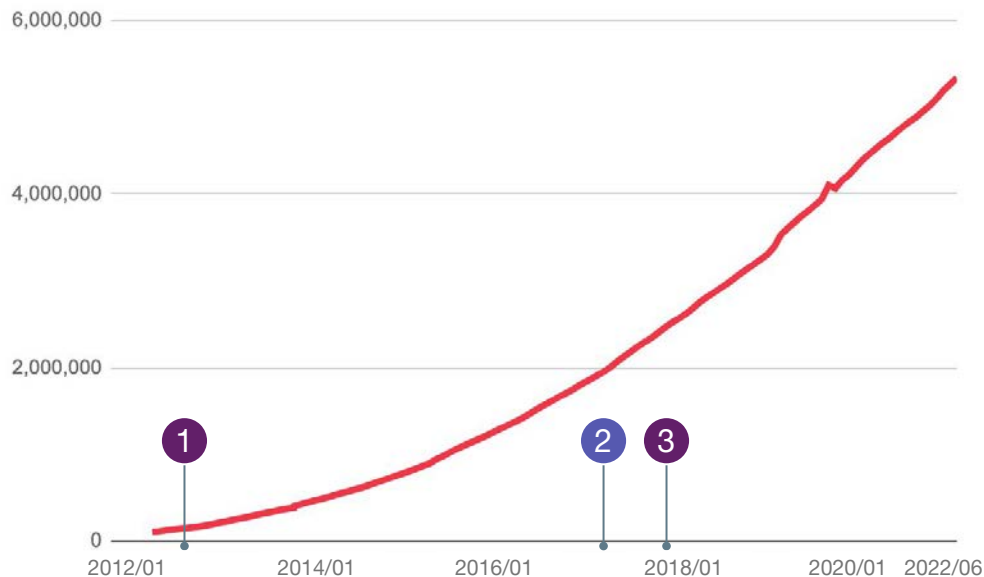
- 主要な競合は2社あるが、各社の中心となるターゲット層は異なっている
- ビジネスチャットの市場浸透率が低いため、各社がそれぞれの領域で新規に市場開拓を進めている状況

# 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おこなう。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

## Product-Led Growth

戦略

- 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



特徴

- 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

## Sales-Led Growth

- 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

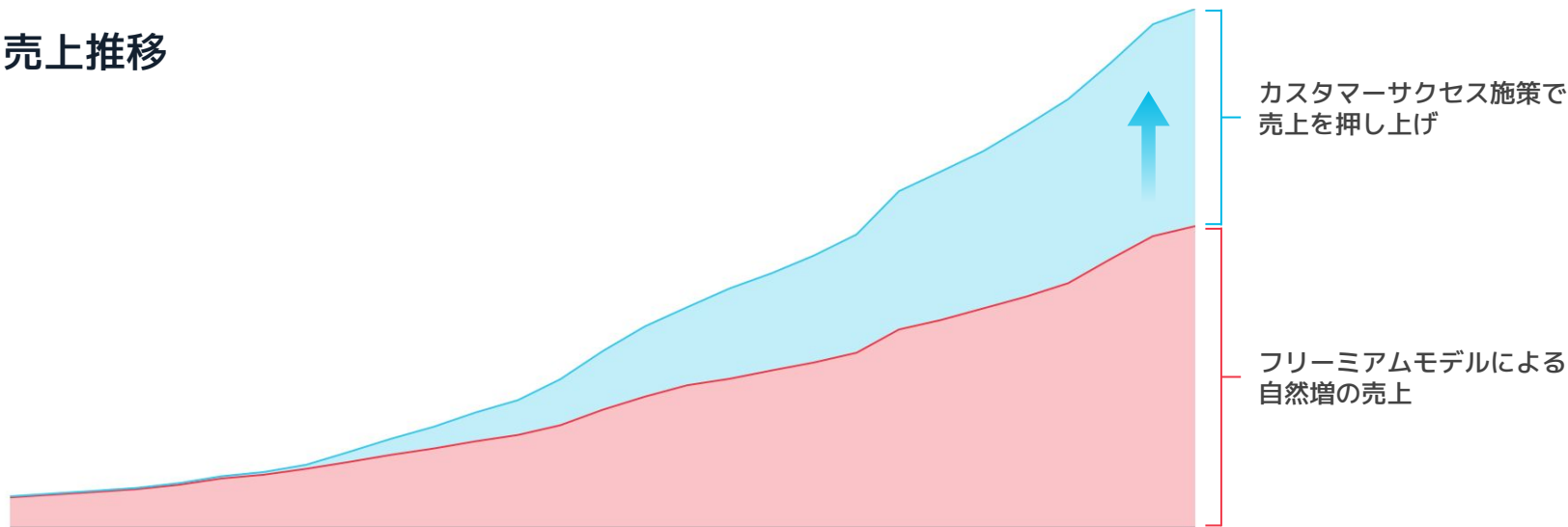


- セールスの人員数に依存し、労働集約的
- セールスにより、都度アップセル、クロスセルをおこなってっていく必要がある

# 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

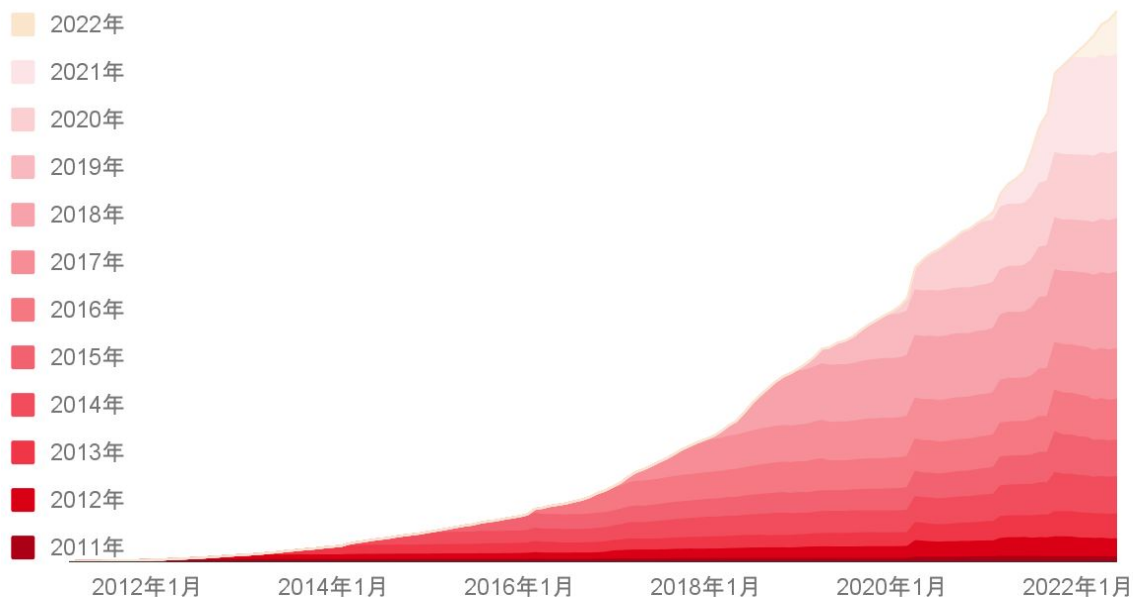
- サービス開始当初より、無料で使えるプランを広く利用してもらい、活用が進むと機能制限があり有料化する  
フリーミアムモデルを採用
- 2015年以降、初期利用のサポート(オンボーディング)や、活用促進(カスタマーサクセス)を実施することにより、自然に増え続けるフリーミアムの売上成長を押し上げることに成功 (=Product-Led Growth戦略)

## 売上推移



# 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<sup>\*1</sup>は122%<sup>\*2</sup>と高水準を維持
- 月次継続率は99.6%<sup>\*3</sup>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」

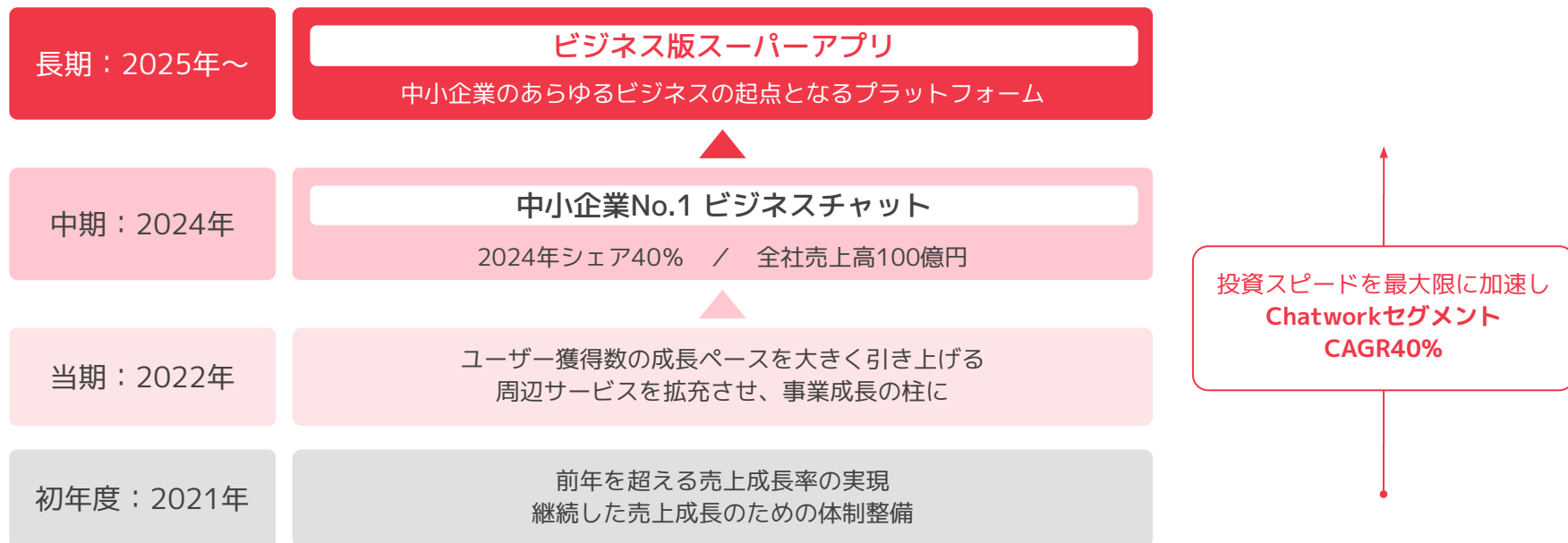
\*2 2020年12月末における課金顧客から生じる2021年12月末時点におけるストック収入 ÷ 2019年12月末時点から2020年12月末時のストック収入

\*3 「1-解約率」。解約率は登録ID数に対する解約率。2021年7月から2022年6月末までの12か月平均値

# 中期経営計画

# 中小企業No.1からビジネス版スーパーアプリへ

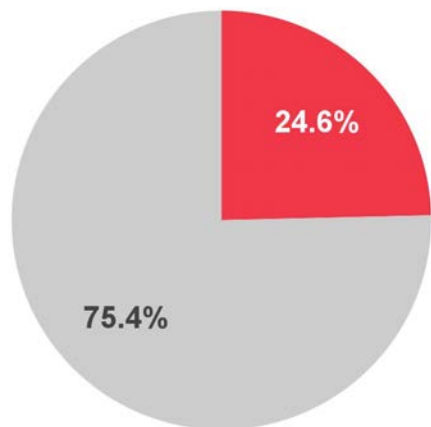
- 2024年までにシェアを拡大し、**中小企業No.1ビジネスチャット**のポジションを確立する
- 2025年以降で、中小企業市場における圧倒的なシェアを背景に、あらゆるビジネスの起点となる**ビジネス版スーパーアプリ**としてプラットフォーム化していく
- 2021～2024年の中期をシェア獲得における**最重要フェーズ**と捉え、投資スピードを最大限に加速



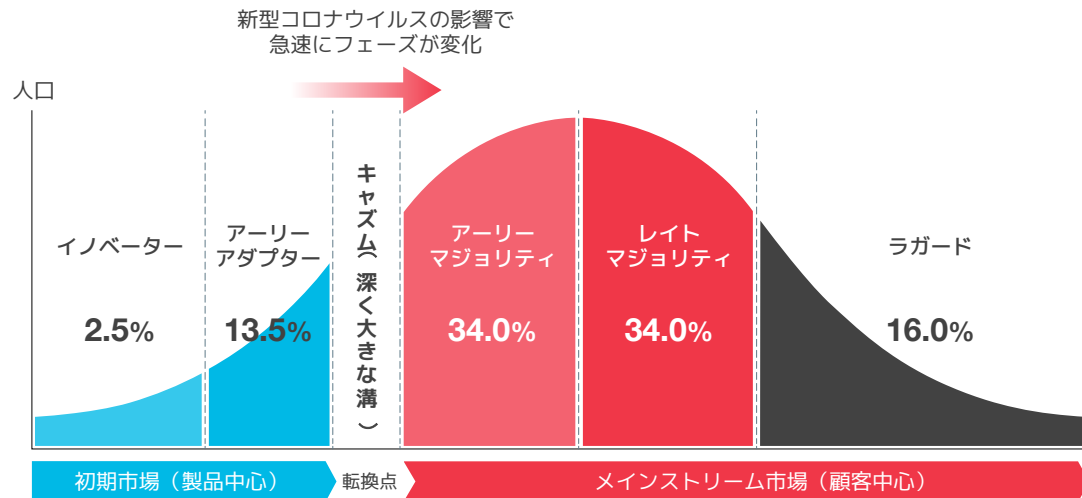
# 2021～24年を最重要フェーズとする背景

- 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24.6%<sup>\*1</sup>ほどで、普及の壁であるキャズム<sup>\*2</sup>を超え、マジョリティ市場に広がり始めている。一方、中小企業における普及率は大企業と比較して低く、今後本格的に普及が拡大するフェーズとなる見込み
- 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



- 利用している
- 利用していない



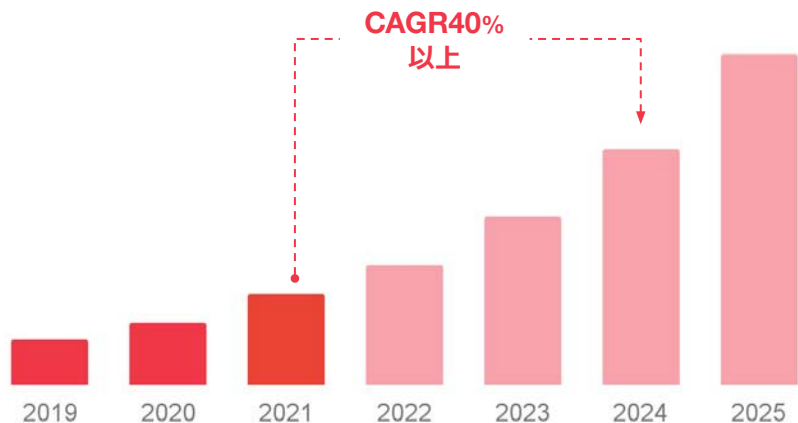
\*1 当社依頼による第三者機関調べ、2022年3月調査、n=30,000

\*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セグメント\*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
- 2024年度の全社売上目標100億円のうち、4分の1程度を自社サービスの立ち上げやM&Aによる事業買収を含む新規事業によるものと現時点では想定

## Chatworkセグメント 売上計画



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

ビジネスチャット普及率\*2 50%



\*1 Chatworkセグメントとは、本業であるアカウント事業並びにプラットフォーム事業を指し、セキュリティ事業は除外する。セグメントに関する詳細はAppendixを参照

\*2 総務省「ICTによるインクルージョンの実現に関する調査研究」における米英の利用率から推定

\*3 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、顧客課題をとも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おこなう。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、ロ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



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おこなう。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

戦略

- 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



特徴

- 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

## Sales-Led Growth

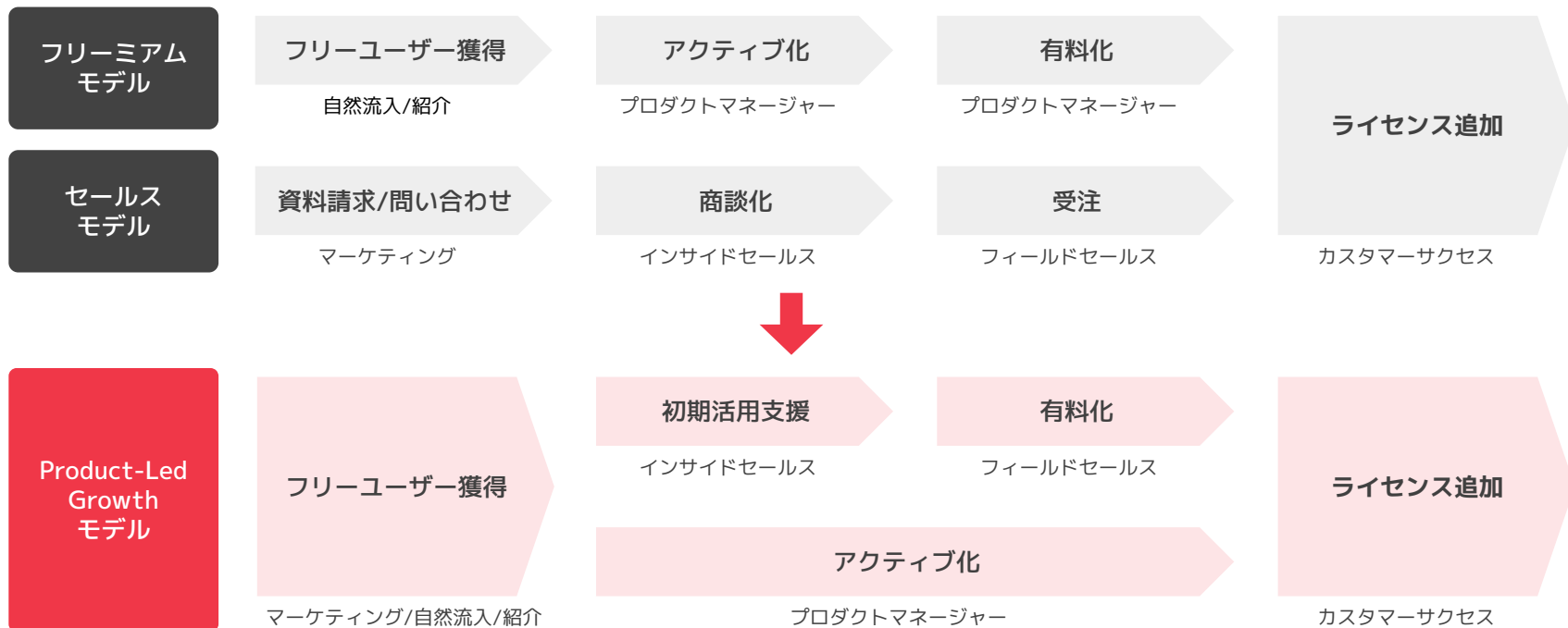
- セールスやマーケティング活動を通して売上を拡大
- セールス/マーケティングの改善が重要



- 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、クロスセルをおこなって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

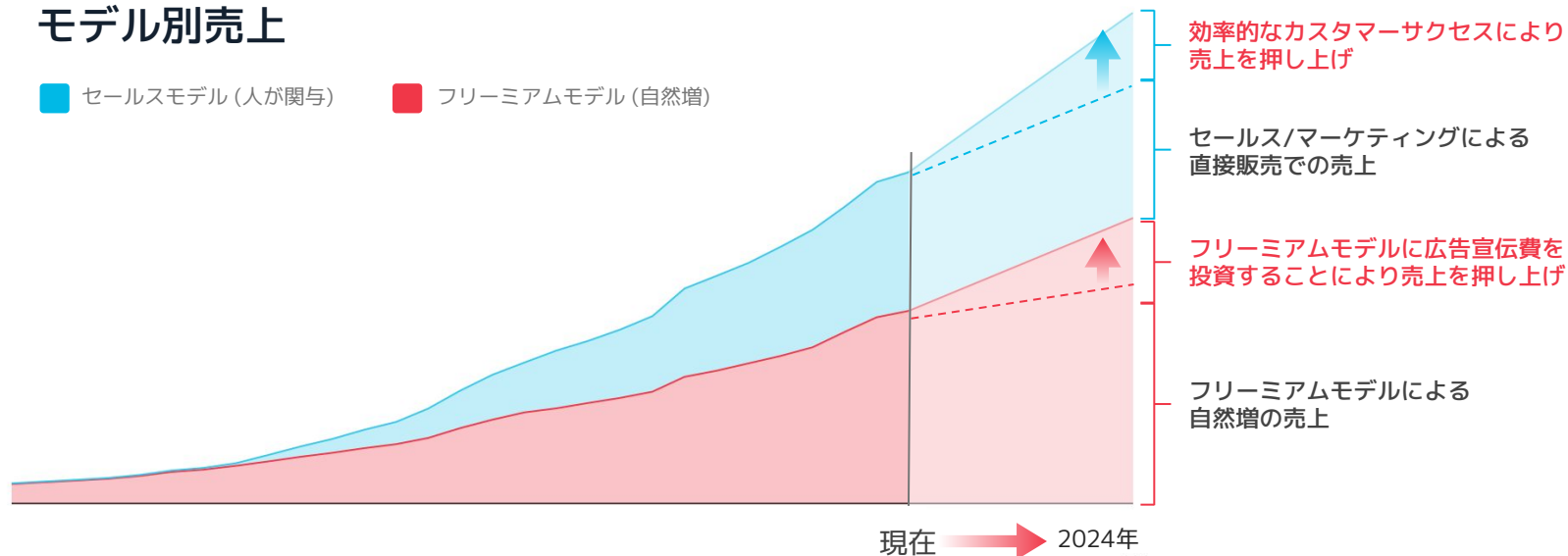
- オンラインで自然増するフリーミアムモデルと、直接販売のセールスモデルを1つに統合する
- フリーでまず利用してもらい、**セールスがすでに利用しているユーザーの有料化**を進めていく



# 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おこない、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おこなう
- 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

## モデル別売上



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

戦略

- 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

特徴

- ビジネスチャット
- 会計
- CRM

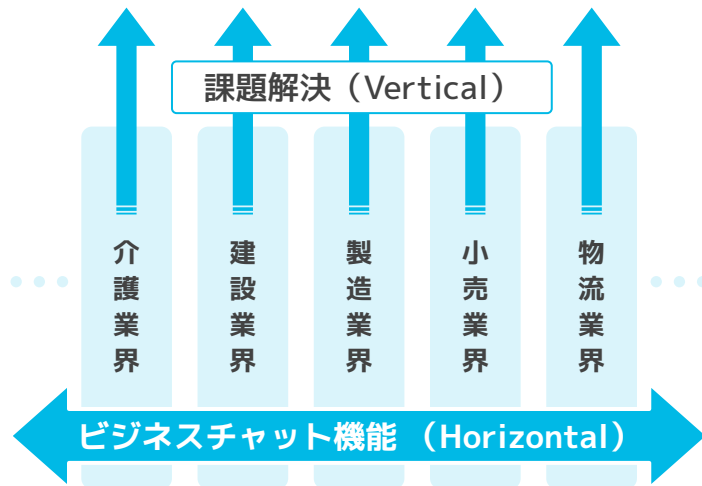
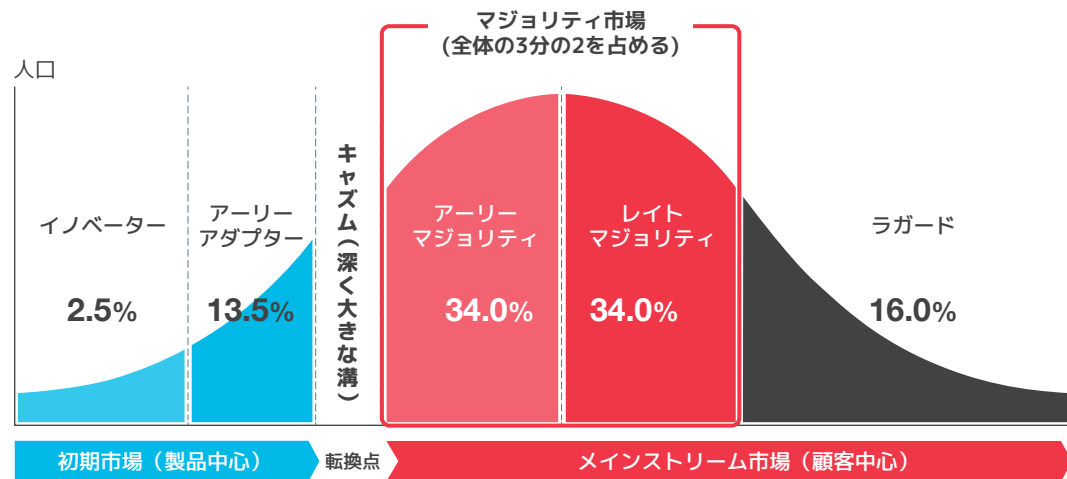
## Vertical SaaS

- 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

- 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

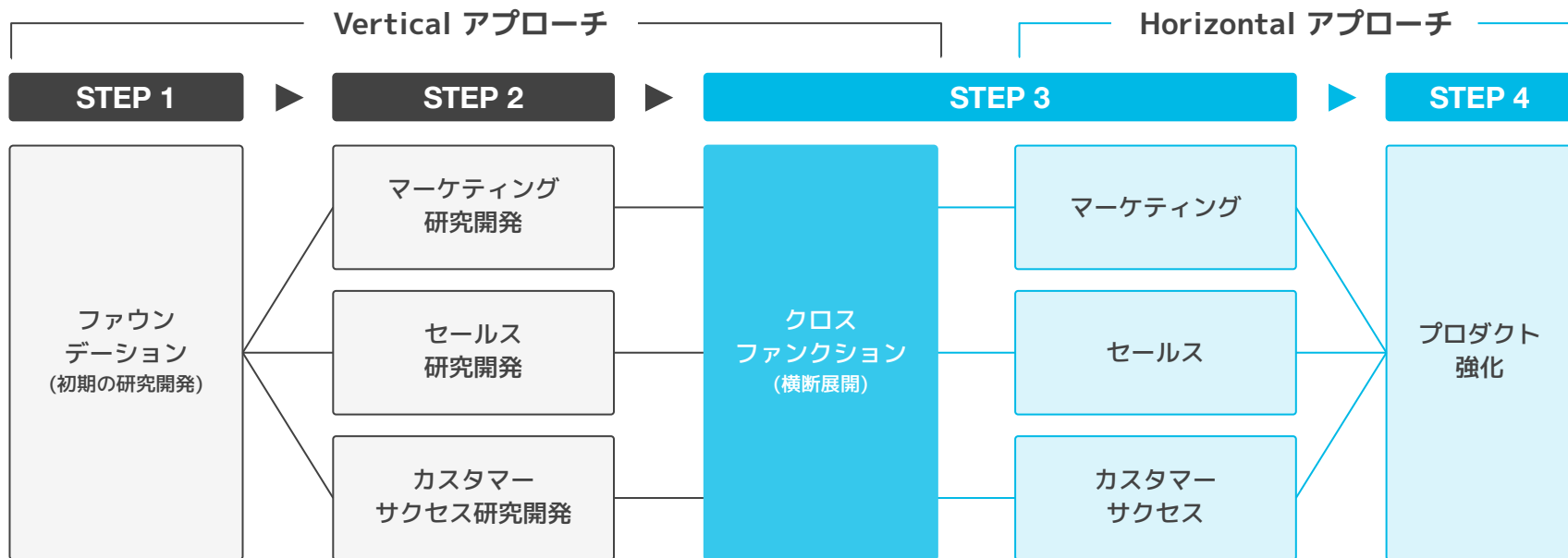
# Horizontal x Vertical戦略とは

- 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**」へと進みつつある
- 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、顧客課題をともに解決する (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



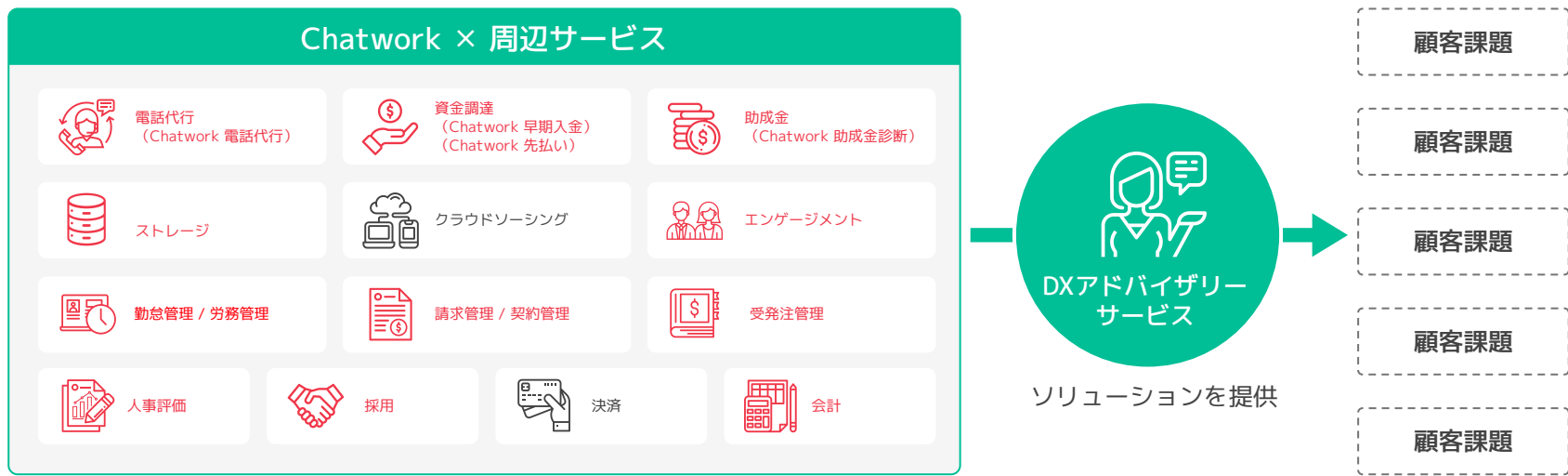


中期戦略 3

# 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**を拡充
- カスタマーサクセス部門による**Chatwork DX相談窓口サービス**を介して、顧客課題へのソリューションを  
周辺サービスと組み合わせて提供する



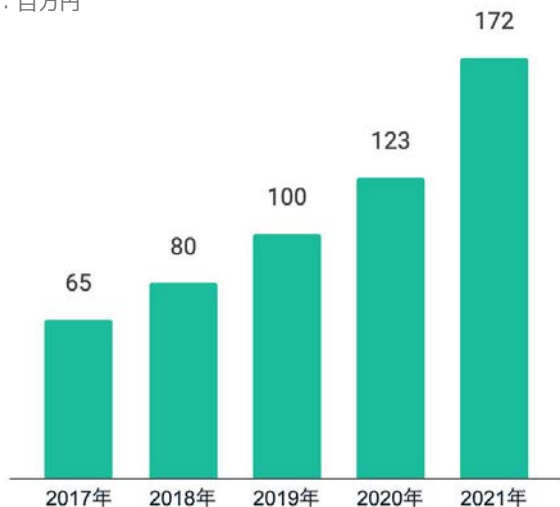
\* 赤字は2022年5月13日時点でサービス提供済み

# すでに実績のある周辺サービスを大幅に拡大

- 周辺サービスは引き続き**順調な成長**を続けている
- 周辺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

## 周辺サービスの売上

単位：百万円

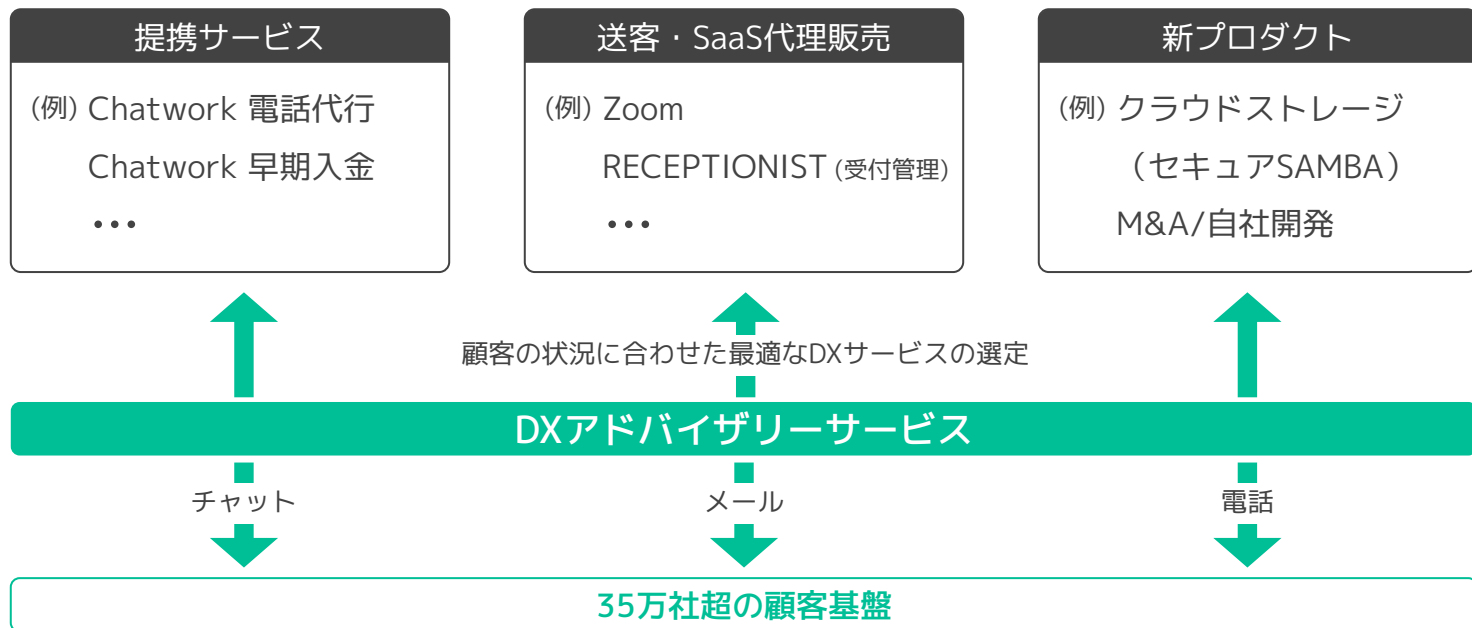


## 現在展開している周辺サービス



# 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、サービス提供をおこなう
- 提携サービス以外にも、**提携先への送客**、**SaaS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



STRATEGY

**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

### コラボレーション（情報）



タスク管理  
プロジェクト管理



ストレージ



CRM/SFA



ドキュメント管理



Web会議



カレンダー

### HR（ヒト）



エンゲージメント



人事評価



採用



電話代行  
(Chatwork 電話代行)



クラウド  
ソーシング



勤怠管理  
労務管理

### ファイナンス（カネ）



資金調達  
(Chatwork 早期入金)  
(Chatwork 先払い)



助成金  
(Chatwork 助成金診断)



決済



請求管理  
契約管理



受発注管理

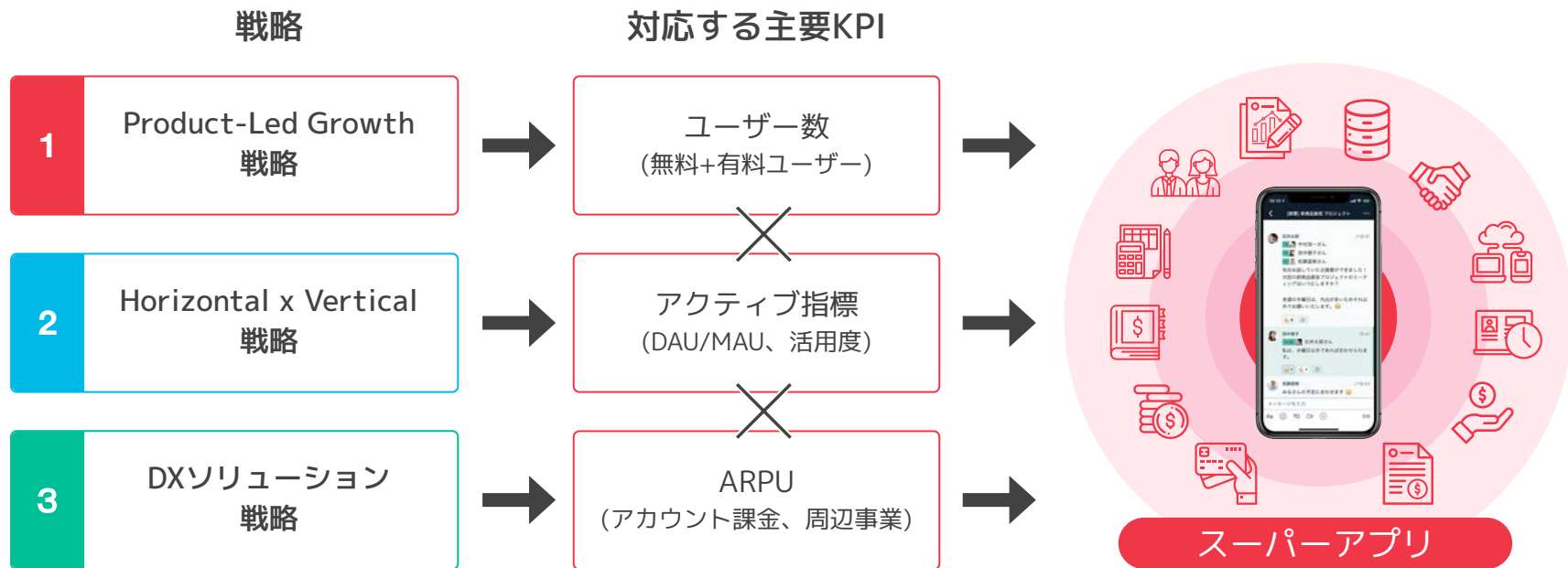


会計



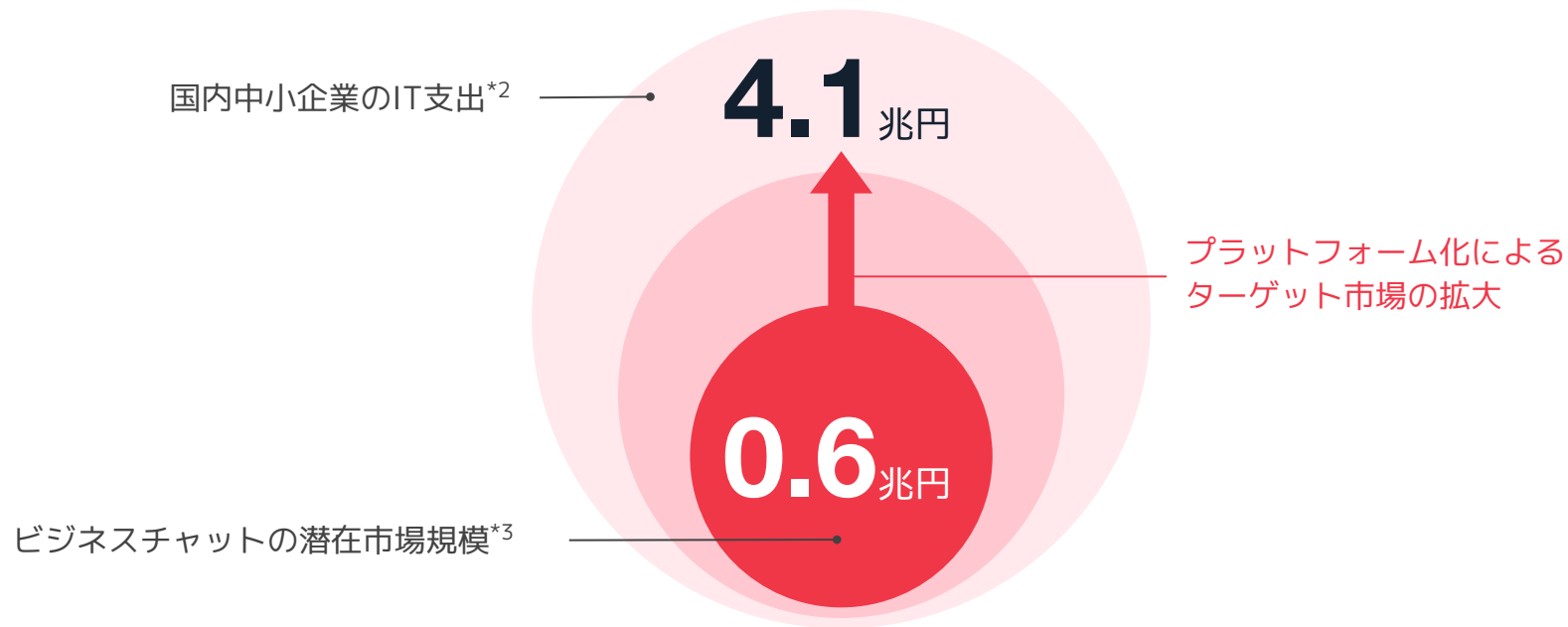
# 3つの戦略を遂行することで、ビジネス版スーパーアプリを目指す

- 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<sup>\*1</sup>）

- 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



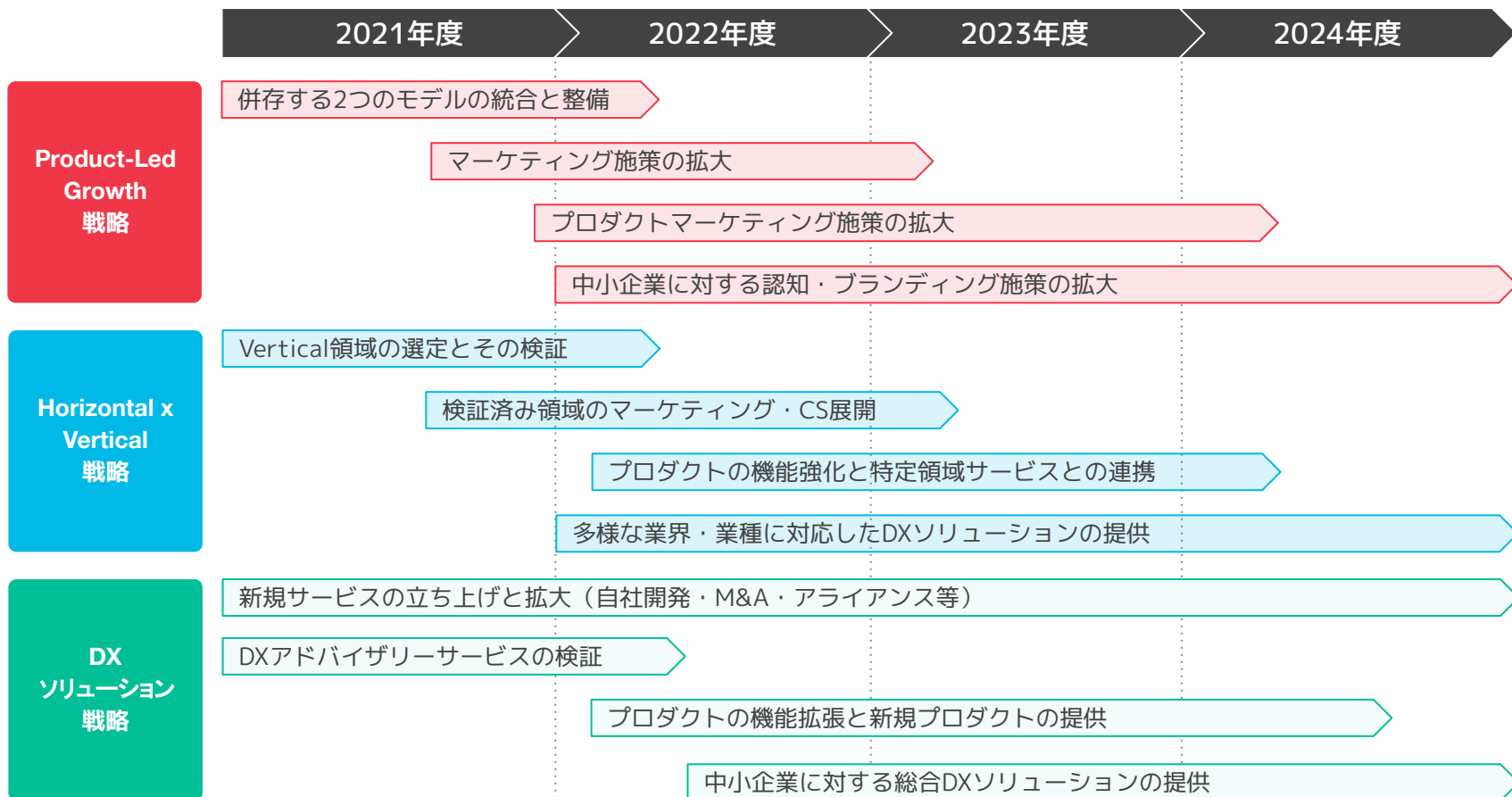
\*1 実現可能な最大の市場規模（Total Addressable Market）。外部統計資料や公表資料、当社保有のデータを元に当社が想定する市場を推察した市場規模であり、客観的な市場規模を示すものではありません

\*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<sup>\*1</sup>」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/](https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/sustainable_development_goals/)）

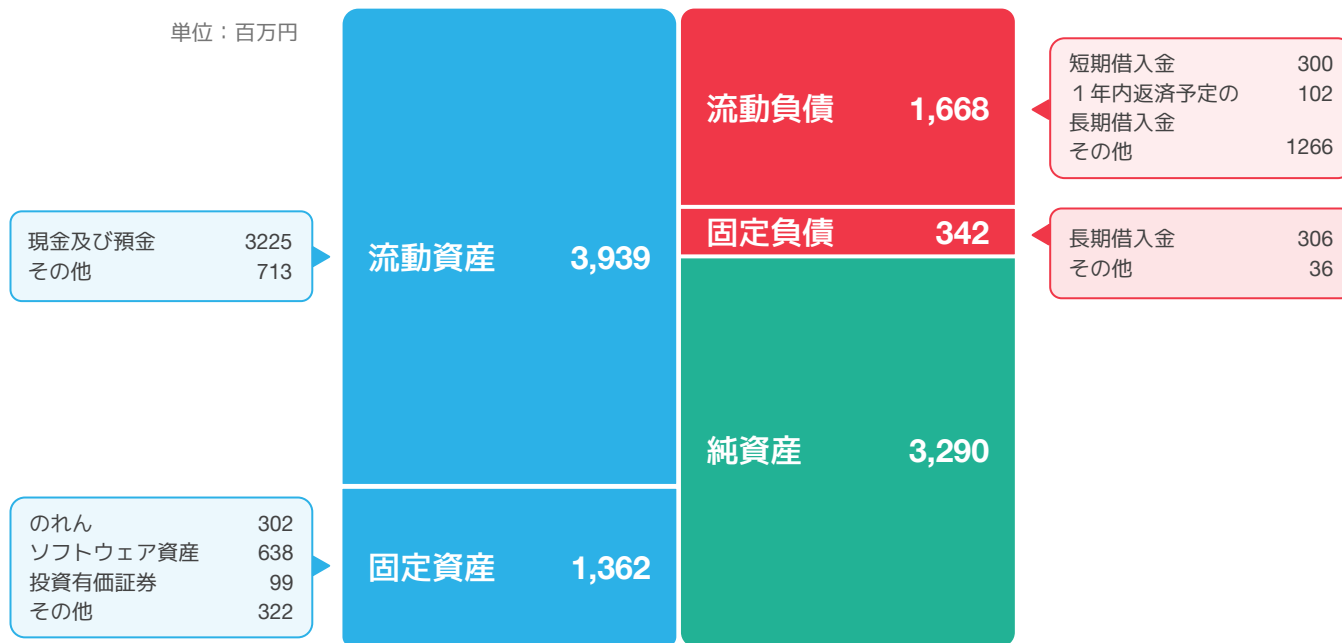
Second Quarter of  
**FY2022**  
**Results**

**7**

**Appendix**

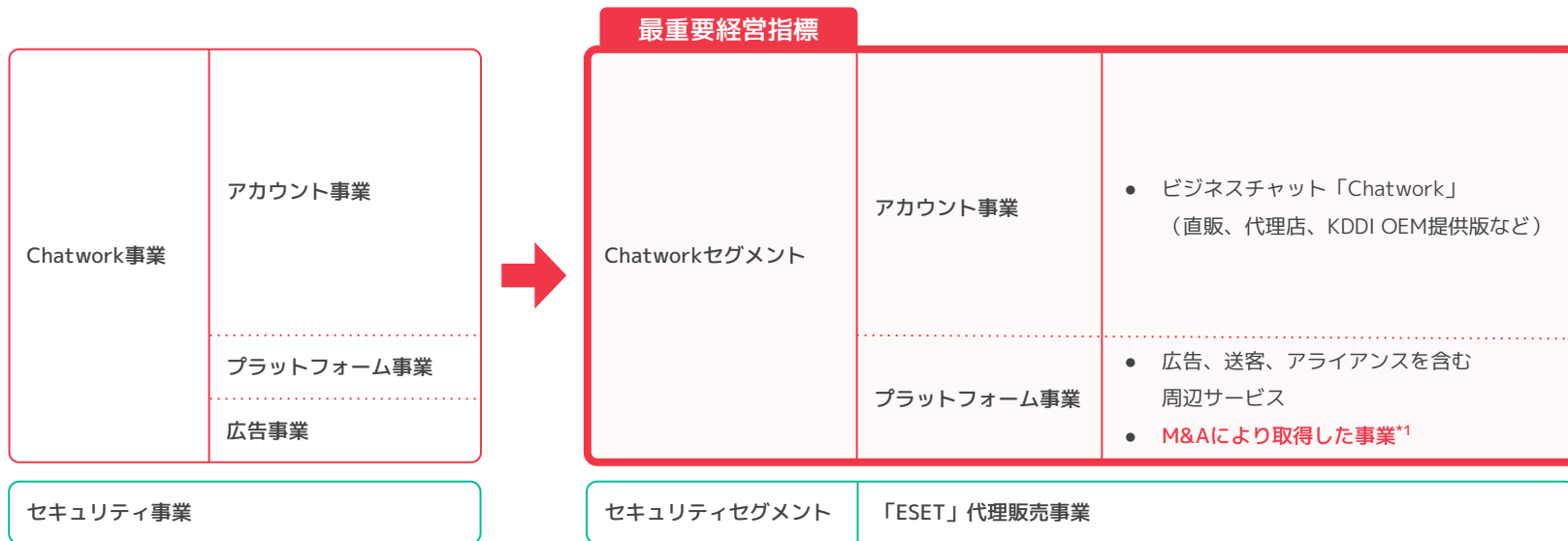
# バランスシートの状況

- 2021年12月に20億円の増資を実施。中期経営計画の目標達成に向けて、積極的な投資を行うため資金を調達
- 中期経営計画におけるシェア拡大の最重要フェーズとして機動的な投資を実施していることから現在は営業赤字となっているが、健全な財務基盤を維持



# 事業セグメントの詳細

- 2021年第3四半期より、7月に取得したクラウドストレージ事業が連結対象となり、事業セグメントを下記のように整理
- クラウドストレージ事業はChatworkセグメント内のプラットフォーム事業に算入
- 最重要の経営指標はChatworkセグメントの売上成長であり、2021-2024年でCAGR40%以上の売上成長を実現する



\*1 現時点ではクラウドストレージ事業を指す

# ID数の定義変更について

- 2022年12月期第1四半期より、ID数をより正確性が高く実態に即した定義に変更し、過去実績を含めて新定義での開示を実施
- 売上・各段階利益は影響なく、従来開示から変更なし。登録ID数は増加、課金ID数は減少となり、ARPUは上昇

## ID数の定義の変更点

無料ID	<ul style="list-style-type: none"><li>株主優待やNPO法人等、無償提供しているIDを追加</li></ul>
課金ID	<ul style="list-style-type: none"><li>無料でのトライアルを除いた実際の契約数に変更</li><li>契約数の算出日時をより実態に即したものに變更</li></ul>
解約率	<ul style="list-style-type: none"><li>一部のケースで計上されていなかったIDを算入</li><li>解約の対象をより実態に即したものに變更</li></ul>

## 定義変更による数値への影響

売上高 各段階利益	従来開示数値から変更なし
登録ID数	従来開示数値から増加 例：2021年4Q 476.1万→488.9万 (+12.8万)
課金ID数	従来開示数値から減少 例：2021年4Q 54.9万→54.7万 (-0.2万)
ARPU	課金ID数の減少により、従来開示数値から増加 例：2021年4Q 528.1円→529.4円 (+1.3円)
解約率	解約数の増減により、従来開示数値から増減 例：2021年4Q 全体の解約率 0.3%→0.4% (+0.1pt) 有料IDの解約率 1.9%→1.3% (-0.6pt)

# 資料内の用語

## ARPU Average Revenue Per User

---

利用料の課金 IDあたりの平均単価

## ARR Annual Recurring Revenue

---

毎年継続して発生する収益

MRR (Monthly Recurring Revenue、毎月繰り返し得ることのできる売り上げ) の 12倍

## DAU Daily Active User

---

1日あたりのサービス利用者数

## サブスクリプション

---

定額料金を支払い利用するコンテンツやサービスの料金形態

## NRR Net Revenue Retention Rate

---

既存顧客の売上を前年比で維持できているかを計る指標。売り上げ維持率

## TAM Total Addressable Market

---

実現可能な最大の市場規模

## スーパーアプリ

---

プラットフォームとなる一つのアプリの中に、さまざまな機能を統合して、あらゆる場面で活用できる統合的なアプリ

## LTV/CAC

---

1ユーザーを獲得するための採算を示す指標

LTV (顧客が生涯にわたって製品に費やす金額) と CAC (1人の新しい顧客を獲得するためのコスト) の比率

## SaaS Software as a Service

---

クラウドで提供されるソフトウェアサービス

## Horizontal SaaS

---

業界に関係なく利用できる SaaS

## Vertical SaaS

---

特定の業界に特化した SaaS

## PLG Product-Led Growth

---

プロダクトを通して顧客獲得をおこなう高効率な SaaS成長戦略

# 旧プラン変更並びに無料プランの制限変更を実施

## 旧プランを廃止し、新料金体系へ移行

- 現在の価格より20%廉価な旧プランを廃止し、2021年7月以降の更新日から新プランへと移行
- KDDI社OEM版で月額191円にて提供していた旧プランを廃止し、2021年10月から月額800円の新プランへ変更
- 長期にわたり旧価格にて提供している顧客に対し、価格の適正化としてご理解をお願いした

## フリープランのグループチャット利用制限を変更

- 2021年7月、フリープランの利用制限を累計14個から7個に変更し、課金ポイントの変更を実施
- 料金体系の見直しを継続的におこなうことで、顧客単価の向上をはかる





# 料金体系を変更

- 現在の価格より20%廉価な旧プランを廃止し、2021年7月以降の更新日から新プランへと移行
- KDDI社OEM版で月額191円にて提供していた旧プランを廃止し、2021年10月から月額800円の新プランへ統合
- 長期にわたり廉価な旧価格にて提供している顧客に対し、価格の適正化としてご理解をお願いした

## ビジネスプラン・エンタープライズプラン

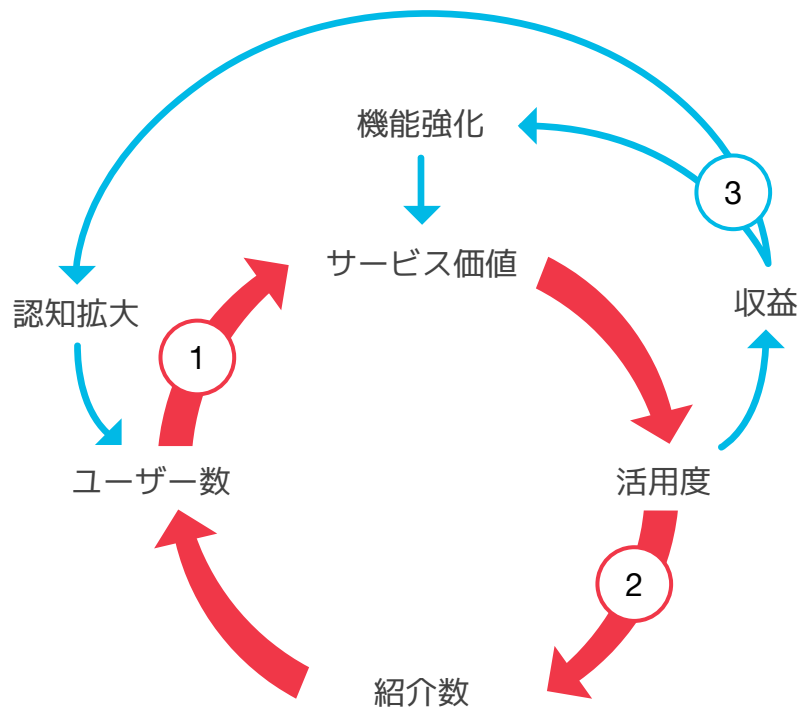
現在の料金		New! 改定日以降の料金	
ビジネス 1ユーザーあたり	エンタープライズ 1ユーザーあたり	ビジネス 1ユーザーあたり	エンタープライズ 1ユーザーあたり
年間契約 ¥500/月	年間契約 ¥800/月	年間契約 ¥600/月	年間契約 ¥960/月
年間契約 ¥5,000/月	年間契約 約¥417/月	年間契約 ¥6,000/年	年間契約 ¥9,600/年
		¥500/月	¥800/月

## KDDI社OEM提供版

旧プラン	New! 新プラン
販売価格 (2012年6月～2016年3月)	販売価格 (2021年10月～)
基本料 (契約ごと) ¥4,743/月	基本料 (契約ごと) <b>無料</b>
ID利用料 (IDごと) ¥191/月	ID利用料 (IDごと) ¥800/月

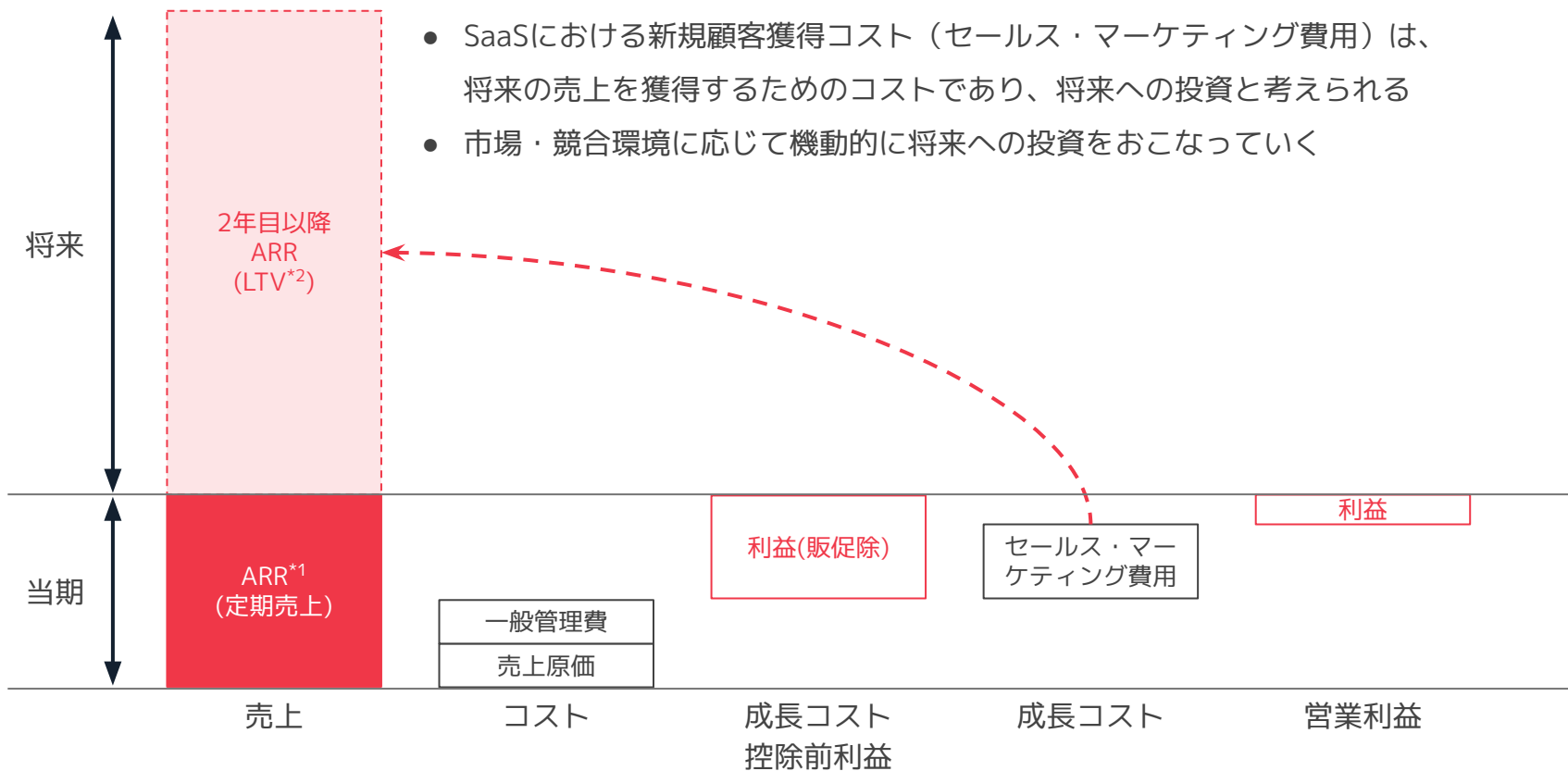
# 好循環が加速するサービス構造

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<sup>\*1</sup>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

<sup>\*1</sup> 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カランキングやアワードに選出

# 50

Technology **Fast 50**  
2021 Japan **WINNER**

**Deloitte.**

デロイト トーマツ グループ  
**2021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 トーマツ グループ  
2021年 日本テクノロジー Fast 50」に  
86.2%の成長率で3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CFO 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。



取締役COO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年に株式会社エス・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いた後、2022年4月に取締役COOに就任。

## 経営メンバー 執行役員



### 副社長執行役員CNO 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、常務取締役役に就任。2016年にCMO、2019年3月に取締役副社長COOに就き、ビジネス部門を統括。2022年4月副社長執行役員CNO（Chief Networking Officer）に就任し、社長補佐として経営判断および事業推進の支援、社内外ネットワークの発展を担っている。



### 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。



## 社外取締役・監査役



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。



社外常勤監査役 **菅井 毅**

日本長期信用銀行、世界銀行等で金融業務に従事した後、CFOとしてJストリームの東証マザーズ上場、セキュアード・キャピタル・ジャパンの東証1部への指定替えを指揮。その後も豊富な知識と経験を活かして、様々な業界のスタートアップ企業の経理財務、法務総務、人事、IR等の管理部門を指導。2017年11月Chatworkの常勤監査役に就任。



社外非常勤監査役 **山田 啓之**

2001年AZX Professionals Group創設パートナーCFO就任。2007年クックパッド（東証一部）取締役就任以降、2013年Fringe81（現Unipos株式会社、東証マザーズ）監査役就任（現任）、2014年ラクスル（東証一部）監査役就任、2015年カオナビ（東証マザーズ）監査役就任（現任）等、これまで数多くの上場企業の取締役、監査役を歴任。2016年1月にChatworkの社外非常勤監査役に就任。



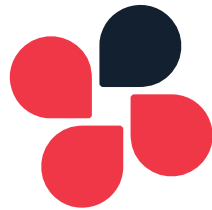
社外非常勤監査役 **村田 雅幸**

1991年大阪証券取引所に入社。2003年同所執行役員に就任し、大証ヘラクレス市場の立ち上げ責任者となる。東証・大証の統合後、2013年6月東京証券取引所執行役員に就任、上場推進部門などを担当する。2018年4月よりPUBLIC GATE LLCを設立し、上場を目指す経営者のメンタリングをおこなう。2019年3月にChatworkの社外非常勤監査役に就任。

# 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**