

2024年度12月期 通期決算説明資料



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12月期 通期サマリー

- 通期売上高は、ソリューション及びITオフショア開発サービスを縮小したものの、価格改定等の各施策の進捗によるSaaSサービスの成長（前期比18.7%増）を主因として、1,443百万円（同11.4%増）と継続的な増収を達成
- 原価率及び販管費率はそれぞれ1.7ptと1.4ptの改善
- 上記の理由を主因として、EBITAは436百万円(同30.4%増)、営業利益は383百万円（同26.1%増）と大幅な増益を達成
- 利益率についても、EBITAマージンは30.4%（同4.4pt増）、営業利益率は26.6%（同3.1pt増）と継続的に向上
- UU数・クライアント数は増加となるも、リセラーマージン対応の影響もあり限定的に推移。解約率は下期において通常の水準に

2025年12月期 業績見通し 及び方針

- rakumo製品の価格改定効果は来期本格的に寄与するが、新商品の開発、営業人員強化等、26年度以降の成長角度を一段上げるための投資を強化
 - 売上高：1,612百万円（前期比11.7%増）
 - 調整後EBITA：500百万円（前期比14.7%増）
 - 営業利益：400百万円（前期比4.4%増）
- 新製品（HR領域）や新機能（AI関連）への投資、リリースを企図（上期目途）
- M&A体制の整備・強化により中大規模案件の獲得を目指す
- 新経営体制による中期経営計画の概要を発表

- 2024年初頭は昨年度のトレンドを引き継ぎ、顧客のハイブリッドワーク対応や業務生産性改善に関するDXニーズから契約数や売上が伸長
- また、2024年度の主要施策の1つであったライセンスプロダクトの価格最適化については、インフレ環境下において多くのクライアントからご理解を頂くことができ、ライセンス売上高及び利益の両面で昨年度を大きく上回る成長を実現
- 一方で、Google Workspace（以下「GWS」という）のリセラーマージン変更により代理店パートナーが既存顧客対応に迫られた関係から、24年度第2四半期にはパートナービジネスの新規案件の縮退、また当社のGWS再販顧客の他社パートナーへのリプレイスが進んだことで、契約社数及びユニークユーザー数が伸び悩んだ
- 下期にはGWSのリセラーマージン変更による影響も段々と落ち着きを見せ、新規案件が徐々にではあるものの回復傾向。特に自治体や医療機関といった公共系の案件を中心にお問い合わせや受注が増加
- 生成AIについてはGoogle社の各種サービスが機能向上し、顧客からの問い合わせも増加傾向にある中、当社においてもAI活用によるサービスの付加価値向上を引き続き検討。また、HR領域の新プロダクトについては、開発体制の整備・着手が進捗し、2025年度の展開に備える

第一部：2024年度連結業績 及び 2025年度連結業績予想

- I. 2024年12月期 決算等の状況
- II. 2025年12月期 業績予想
- III. 2025年12月期 主要な施策

第二部：CEOメッセージ

- I. 新経営体制のご紹介
- II. 中期経営計画の概要

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

第一部：2024年度連結業績 及び 2025年度連結業績予想

I. 2024年12月期 決算等の状況

2024年12月期 決算サマリー：増収・増益を継続



- ・ 通期売上高は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（前期比18.7%増）を主因として、1,443百万円（同11.4%増）と継続的に増収
- ・ 原価率は前期比△1.7pt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、アイヴィジョン社の連結によるのれん償却費等の費用増はあるも、SaaS売上高の順調な成長により、△1.4ptとさらに改善
- ・ 売上高の増加及び高い限界利益率を背景に、EBITAは436百万円(同30.4%増)、営業利益は383百万円（同26.1%増）と大幅な増益を達成。利益率についても、EBITAマージンは30.2%（同4.4pt増）、営業利益率は26.6%（同3.1pt増）と継続的に向上。なお、売上高及び各利益において予算達成

| | 2023年 12月期実績 (千円) | 2024年 12月期実績 (千円) | 前期比 増減率 | 同期比 改善point | 2024年 通期予想 (千円) | 予算達成率 |
|---------------------|-------------------------|-------------------------|------------|----------------|-----------------------|--------|
| 売上高 | 1,295,450 | 1,443,455 | 11.4% | - | 1,436,258 | 100.5% |
| （SaaSサービス） | 1,173,587 | 1,392,967 | 18.7% | - | 1,388,195 | 100.3% |
| （ソリューションサービス） | 51,901 | 26,140 | △49.6% | - | 23,517 | 111.2% |
| （ITオフショア開発サービス） | 69,961 | 24,346 | △65.2% | - | 24,545 | 99.2% |
| 売上原価 | 463,663 | 492,247 | 6.2% | - | 491,637 | - |
| （売上原価率） | 35.8% | 34.1% | - | △1.7 Pt | - | - |
| 販管費 | 527,807 | 567,739 | 7.6% | - | 590,832 | - |
| （販管費率） | 40.7% | 39.3% | - | △1.4 Pt | - | - |
| EBITA ^{※1} | 334,325 | 436,081 | 30.4% | - | 406,401 | - |
| （EBITAマージン） | 25.8% | 30.2% | - | +4.4 Pt | - | - |
| 営業利益 | 303,978 | 383,468 | 26.1% | - | 353,788 | 108.4% |
| （営業利益率） | 23.5% | 26.6% | - | +3.1 Pt | - | - |
| 経常利益 | 296,851 | 375,558 | 26.5% | - | 347,130 | 108.2% |
| （経常利益率） | 22.9% | 26.0% | - | +3.1 Pt | - | - |
| 当期純利益 | 196,434 | 253,026 | 28.8% | - | 242,256 | 104.4% |
| （当期純利益率） | 15.2% | 17.5% | - | +2.4 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

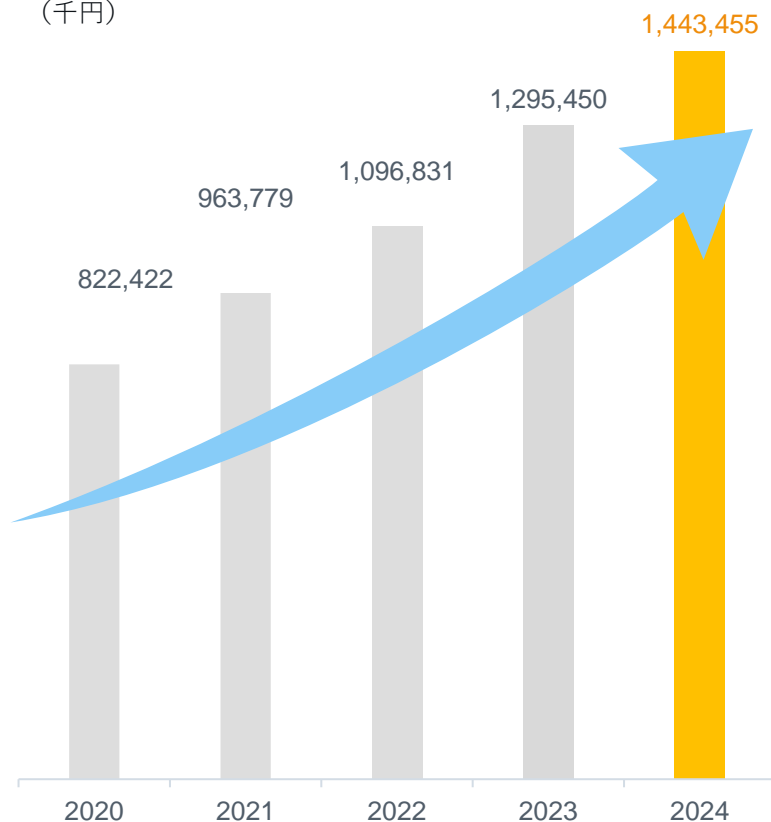
売上高の推移及びサービス別売上高割合：価格改定対応が順調に進捗



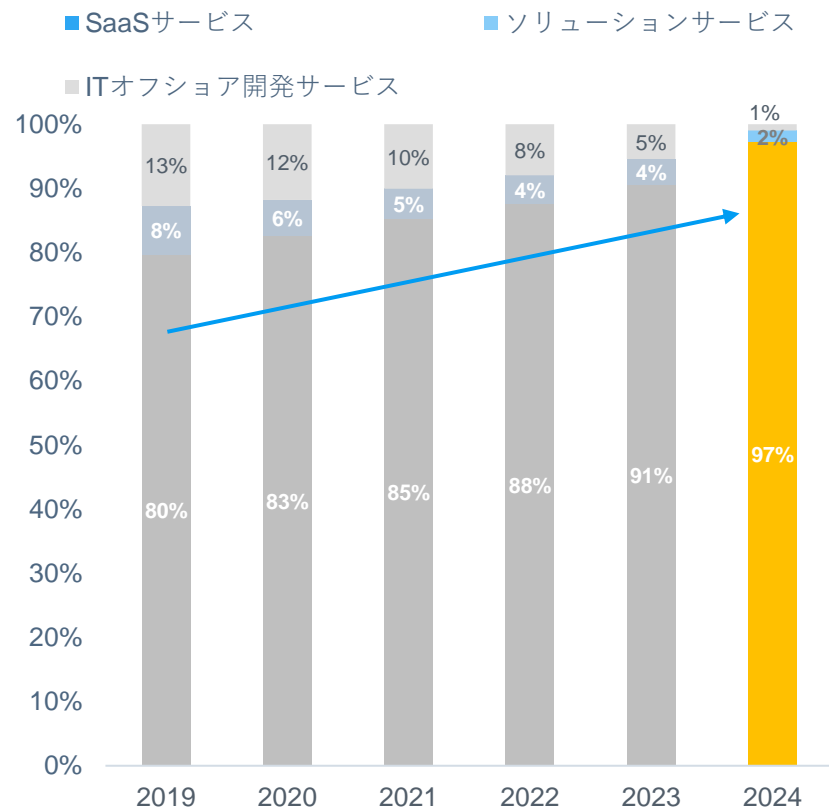
- ・ 2024年通期における売上高は、SaaSサービスに注力する目的でソリューションサービス及びITオフショア開発サービスを縮小したものの、価格改定等の施策の進捗によりSaaSサービスが成長（前期比18.7%増）し、1,443百万円（同11.4%増）と継続的に増収
- ・ 2024年度の業績予想達成率は100.5%
- ・ 成長率と安定性の両方を兼ね備えたSaaSサービスの売上高割合は約97%とさらに伸長

売上高

(千円)



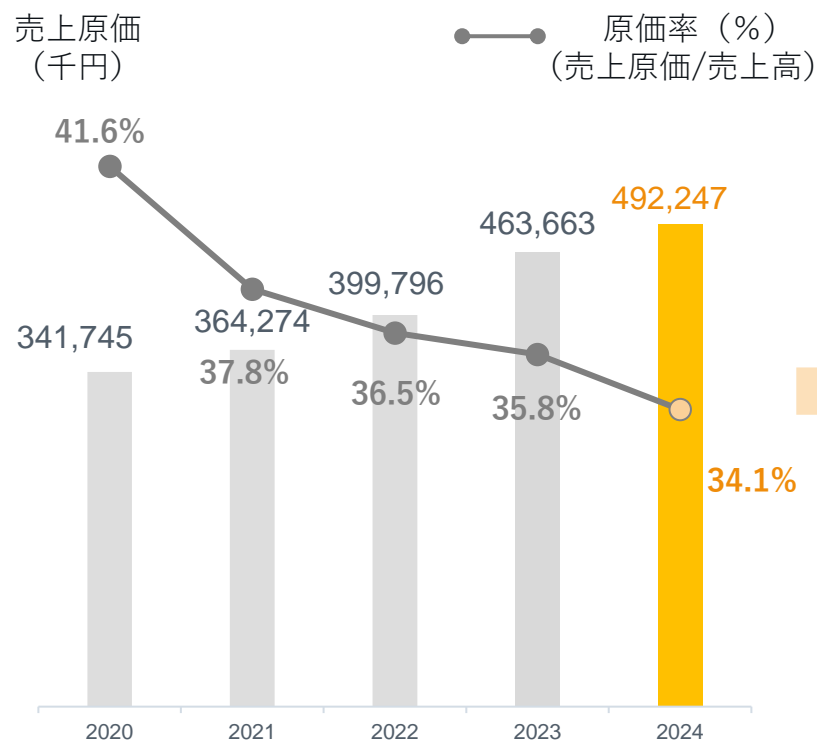
サービス別売上高割合



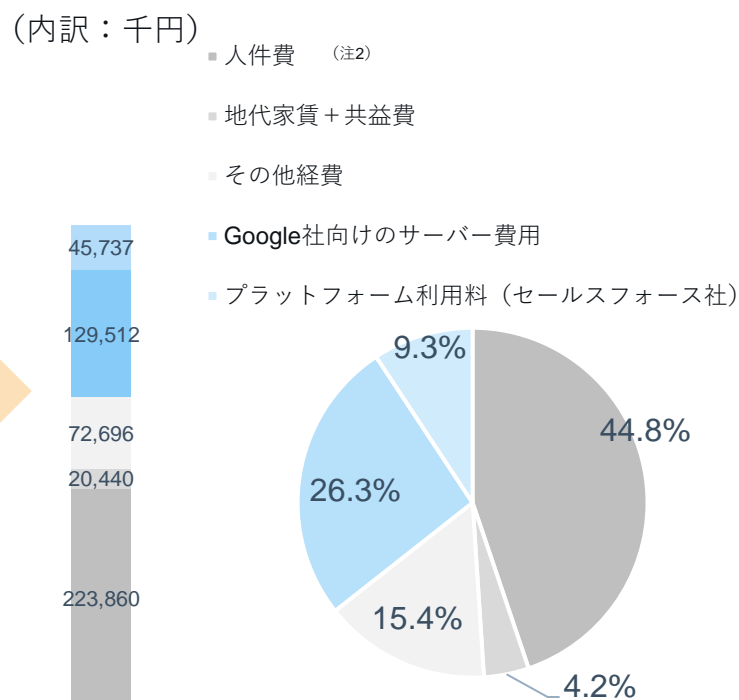
売上原価の推移及び構成：原価率はさらに改善

- 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）
- 大幅な円安の進行等によるサーバー費用増（前期比41.5%増）の影響はあったものの、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、原価率は34.1%とさらに改善（△1.7 pt）
- 原価部門におけるSaaSサービスの変動費率^(注1)から算出されるSaaSサービスにおける限界利益率は87.4%と高水準。なお、円安影響の落ち着き価格改定が進捗すれば、さらに改善していく見込み

売上原価及び原価率



売上原価の構成比率（2024年12月期実績）



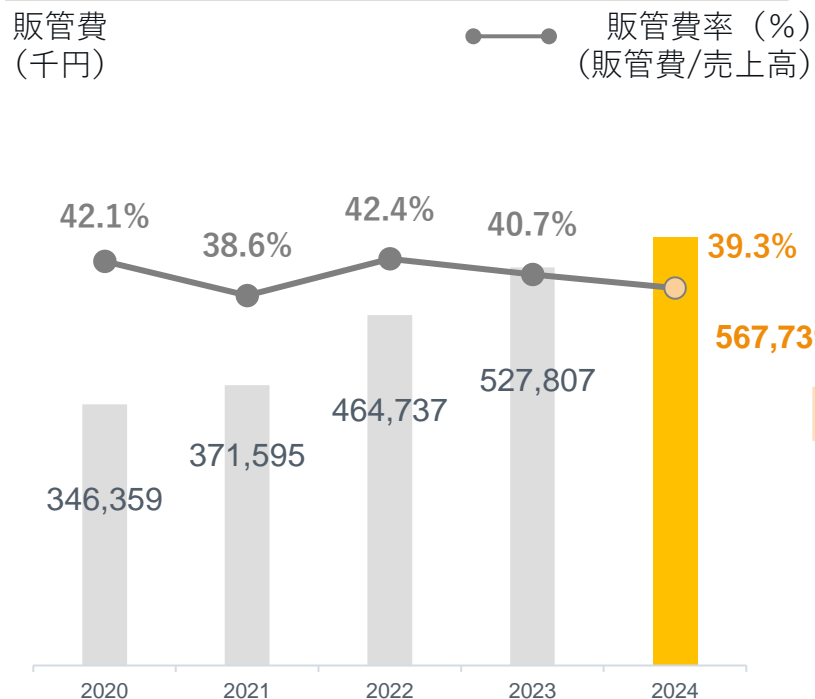
注1：「Google向けのサーバー費用+プラットフォーム利用料（セールスフォース社）÷SaaSサービス売上高」として計算しております。

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

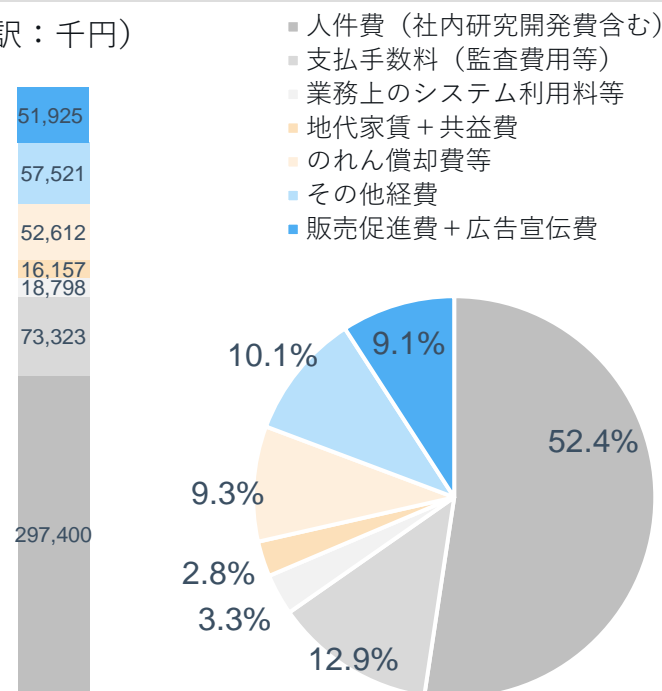
- 販管費の主な増減内容は、のれん償却費等+22百万円（アイヴィジョン）、研究開発費+15百万円（新製品又は新機能開発）、人件費+13百万円、支払手数料△15百万円（M&A関連費用等）となった。また、販管費率は各種施策や投資を行うも売上高の増加による影響が大きく、39.3%と前期比1.4 pt改善
- 当社のビジネスモデル上、費用対効果の高いマーケティングに注力可能という特性から、「販促費+広告宣伝費」の金額は他社SaaS企業に比して低水準に推移しながらも、売上高は継続的に増加。なお、販管費は人件費等の固定費が中心（右下円グラフご参照）

販管費及び販管費率



販管費の構成比率（2024年12月期実績）

(内訳：千円)

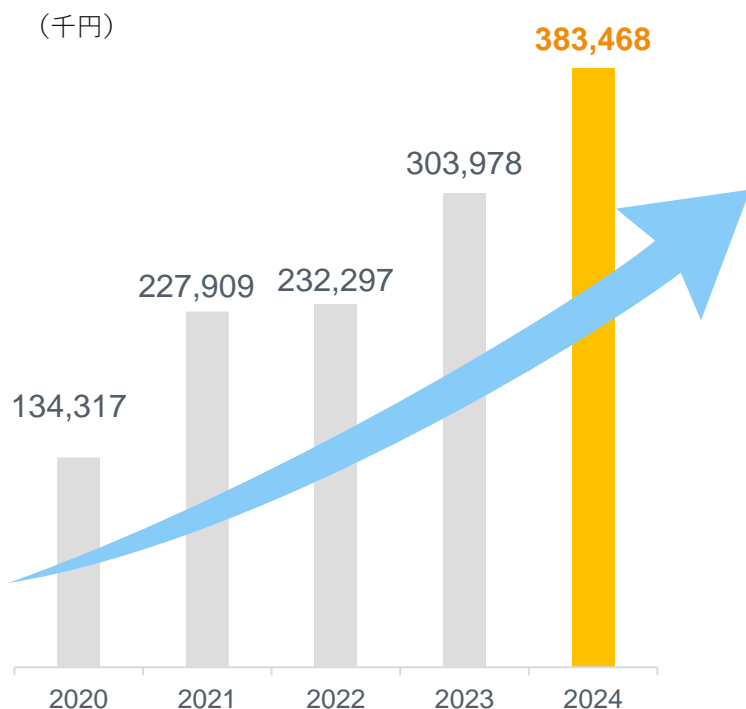


※25年度からはM&A関連費用についても開示予定

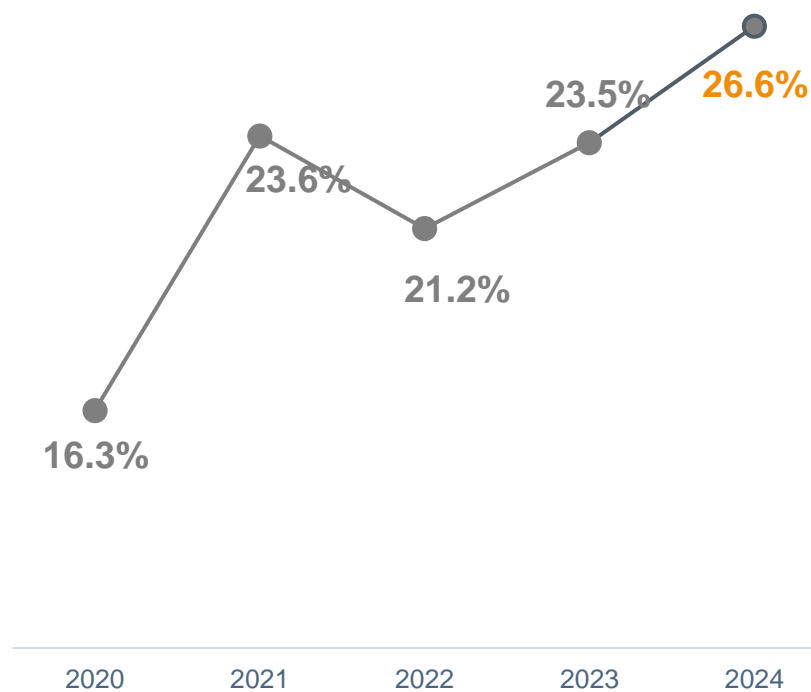
営業利益：継続的かつ大幅な増益を達成

- 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383百万円（前期比26.1%増）と継続的な増益を達成。また、業績予想353百万円（営業利益率24.6%）も達成
- 24年度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のの、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大きく上昇

営業利益



営業利益率

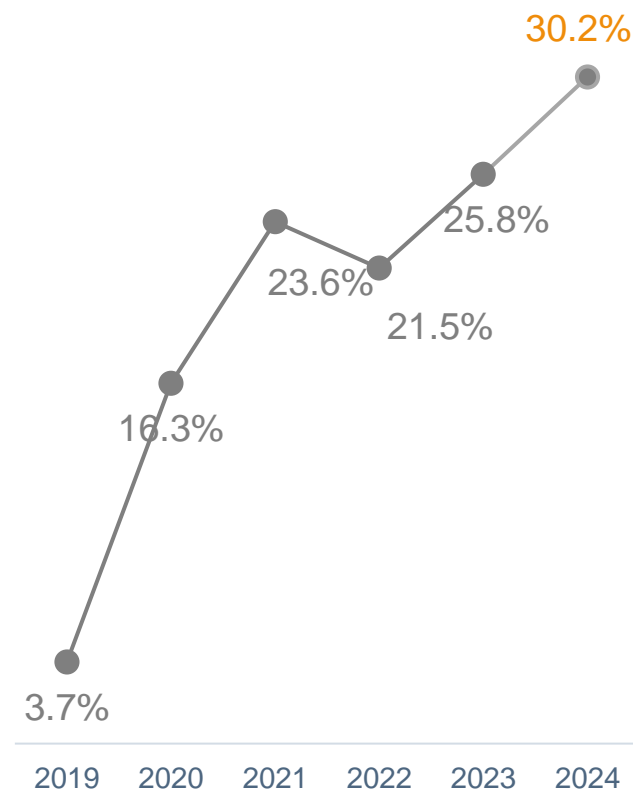
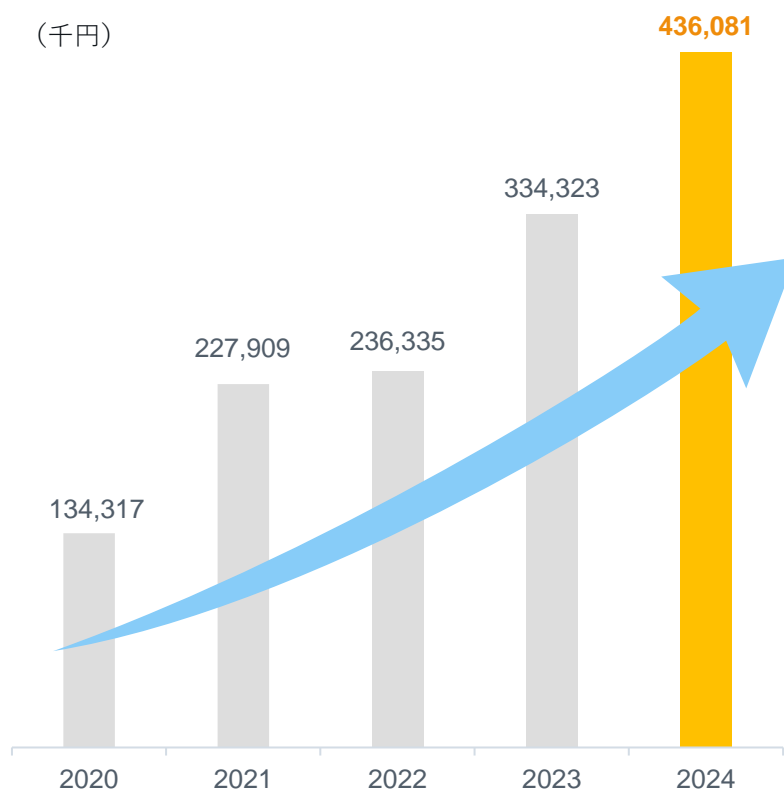


EBITA※：高いEBITAマージンを確保

- ・キャッシュ・フロー創出力の重要な指標であるEBITAは436百万円（前期比30.4%増）と大幅な増益を達成
- ・EBITAマージンは30.2%（同 4.4pt増）と大きく上昇

EBITA

EBITAマージン

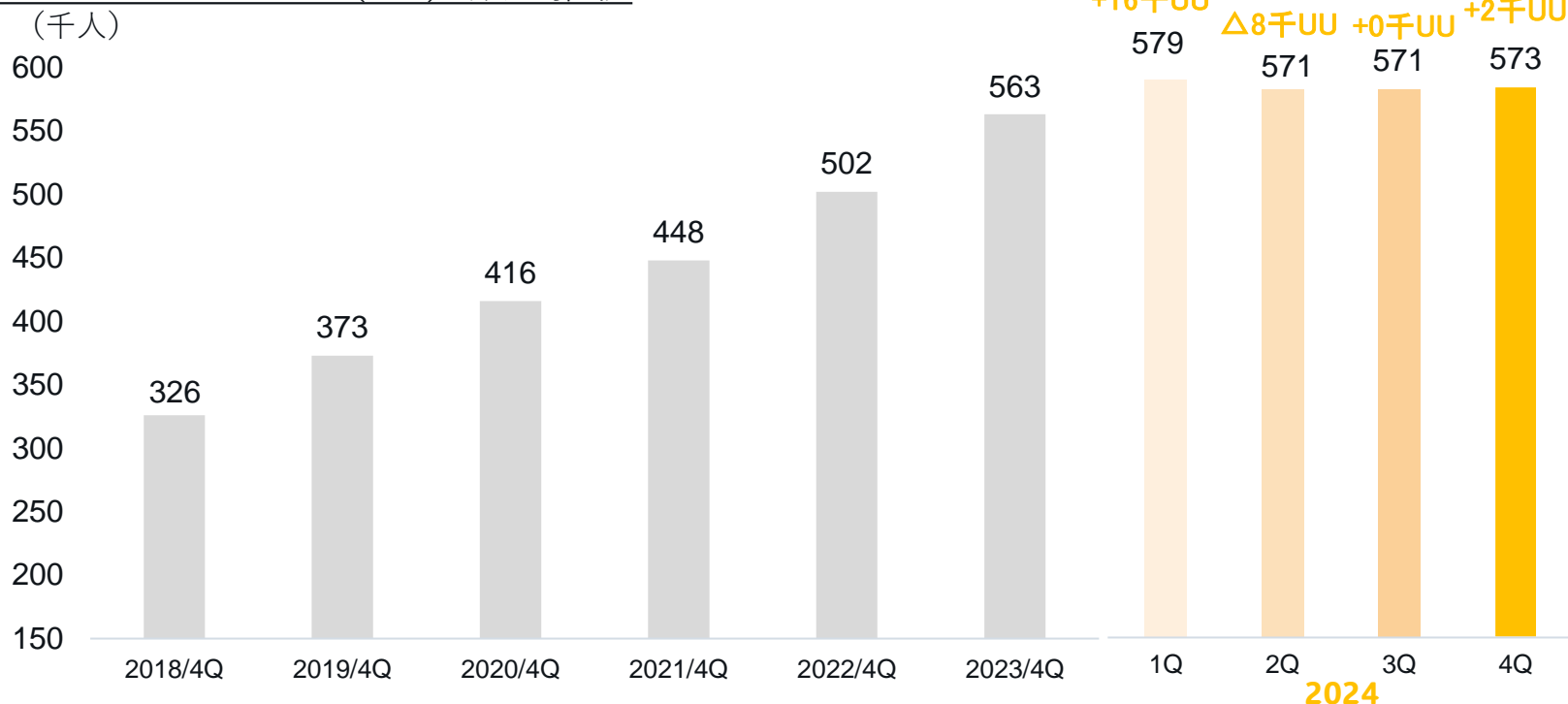


※: 「EBITA = 営業利益 + のれん償却費 (PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む)」として算出しております。

ユニークユーザー（UU）数※の推移

- GWSの再販プログラム変更+価格改定による影響もあり、不安定な推移となっていた。これは主に、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
- 4Q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史料
- 新製品(HR領域)や新機能(AI関連)のリリース、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、M&A先とのシナジーによる顧客拡大等の各種施策を推進することで、来期以降しっかりと伸ばさせていくことを企図

ユニークユーザー（UU）数の推移

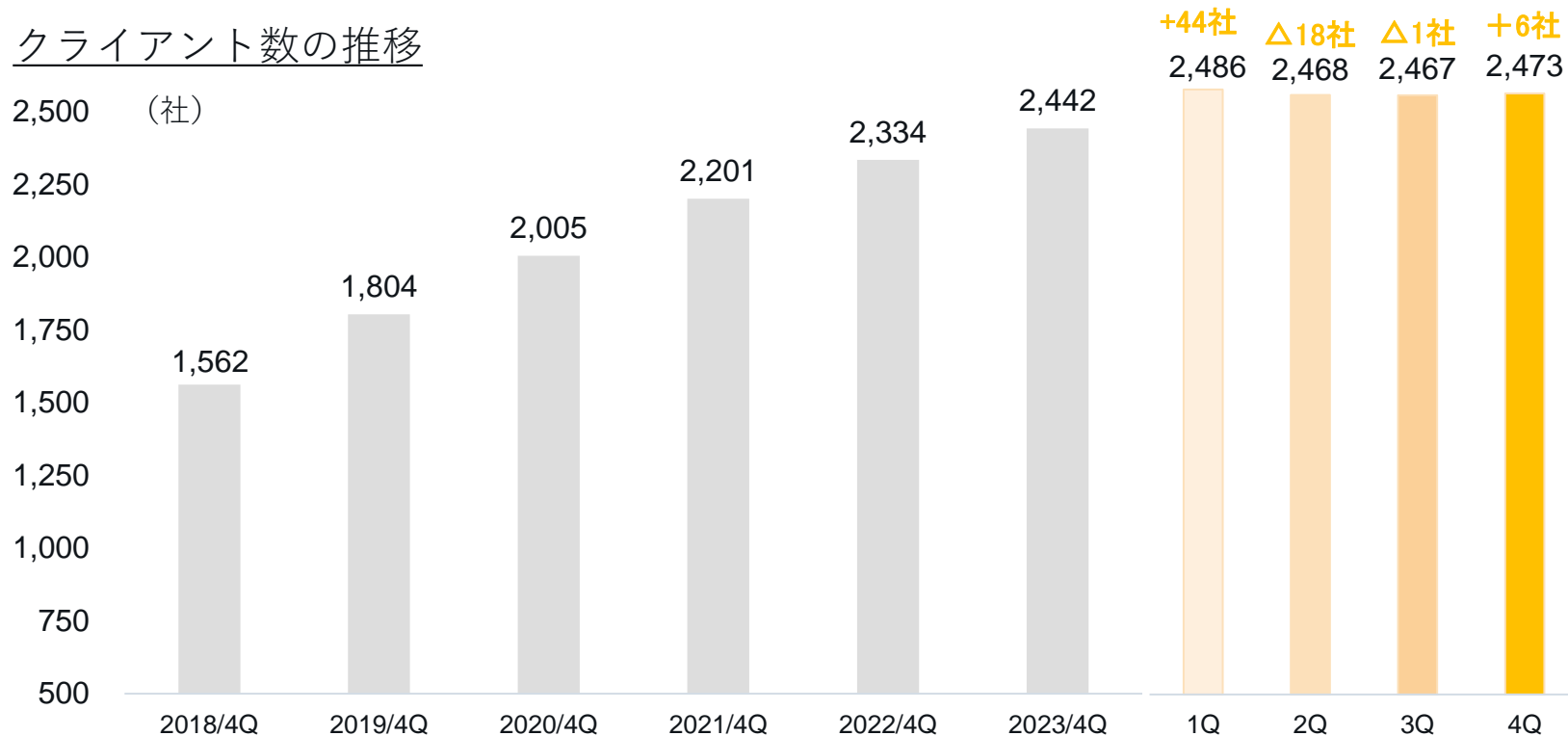


※「ユニークユーザー数」はユーザー数のカウントとなります。例えば、A氏がキンタイ、ワークフローの二つを使用している場合、1カウントとして算出します。一方、「ライセンス数」は、使用プロダクトの数でカウントし、このケースの場合、2カウントとして算出いたします

クライアント数（利用社数）※の推移

- 前述の通り、3QまではGWSの再販プログラム変更+価格改定による影響もあり不安定な推移となっていたが、4Qについては上記影響が段々と落ち着きを見せた。従前の水準への急激な回復は見込んでいないものの、徐々に回復していくことを見込む
- 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による製品力の強化等の各種施策を継続。なお、来期も中大手を中心としたクライアント数の増加を企図

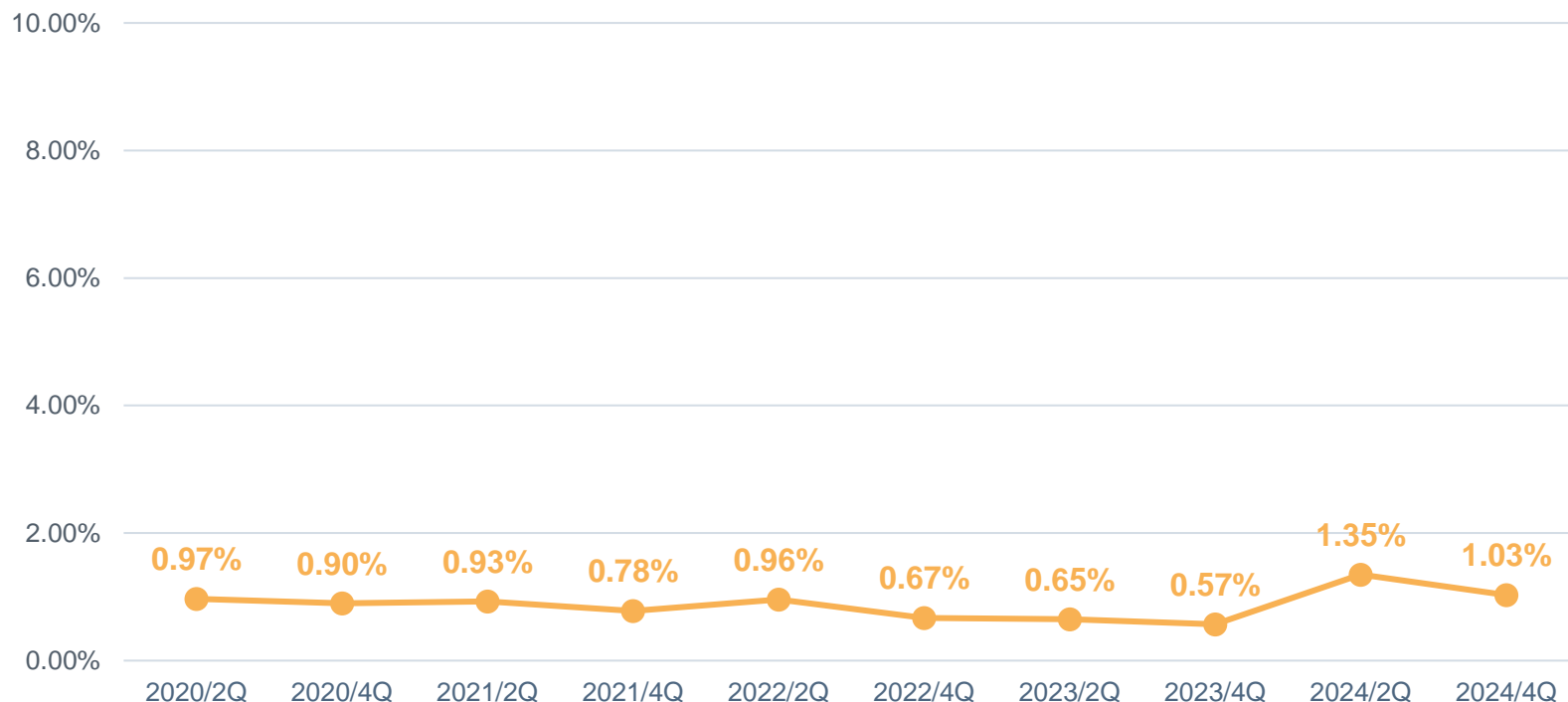
クライアント数の推移



※「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。 **2024**

- 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たが、GWS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2Qにおいては1.35%となった
- 一方で、年間を通してG版及びSF版rakumoについては想定と大きな乖離がなく進捗。また、下期のみでは0.71%と例年との乖離もなく順調に進捗した
- なお、25年度については解約率の開示方法をより理解しやすい形式に修正する予定

解約率の推移 (注1・2)

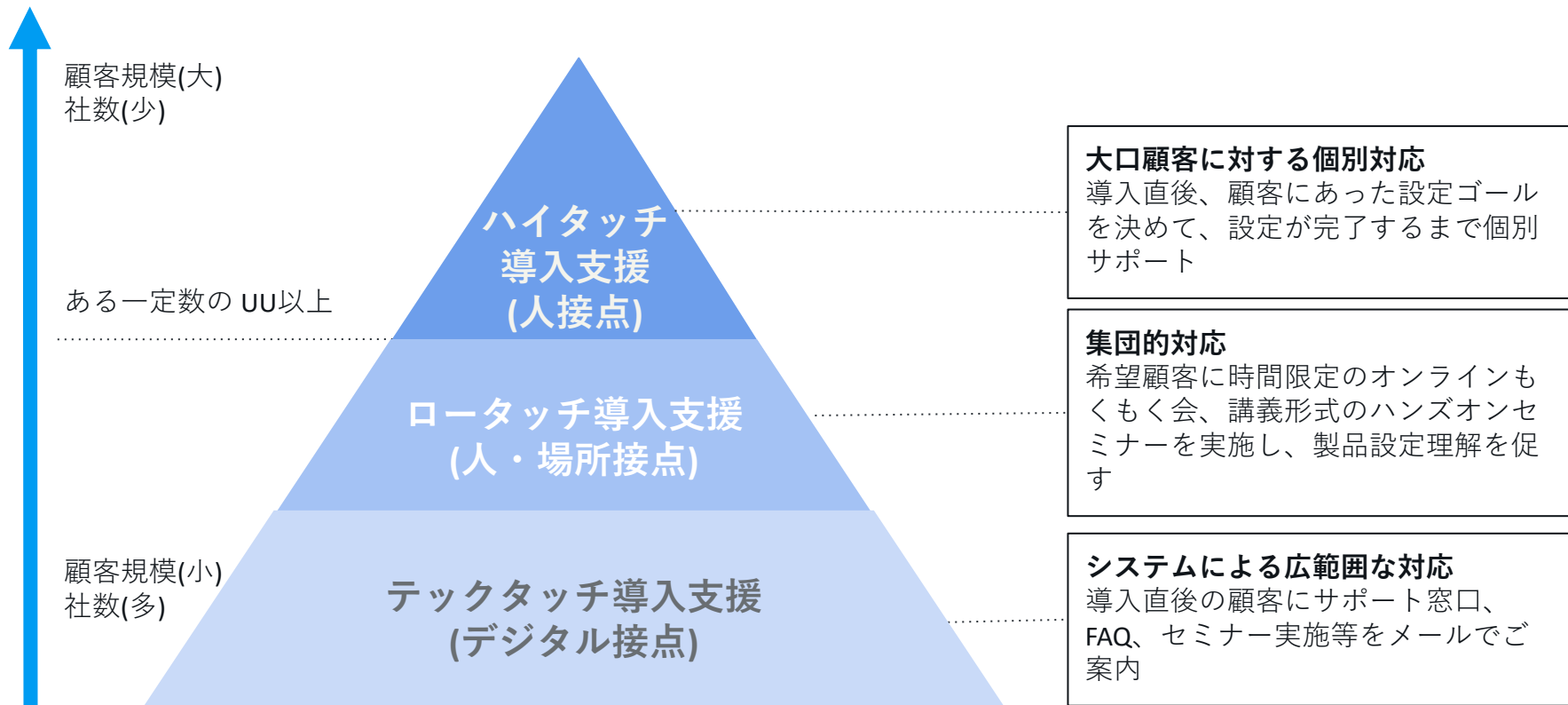


注：

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り組みを実施

- ・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

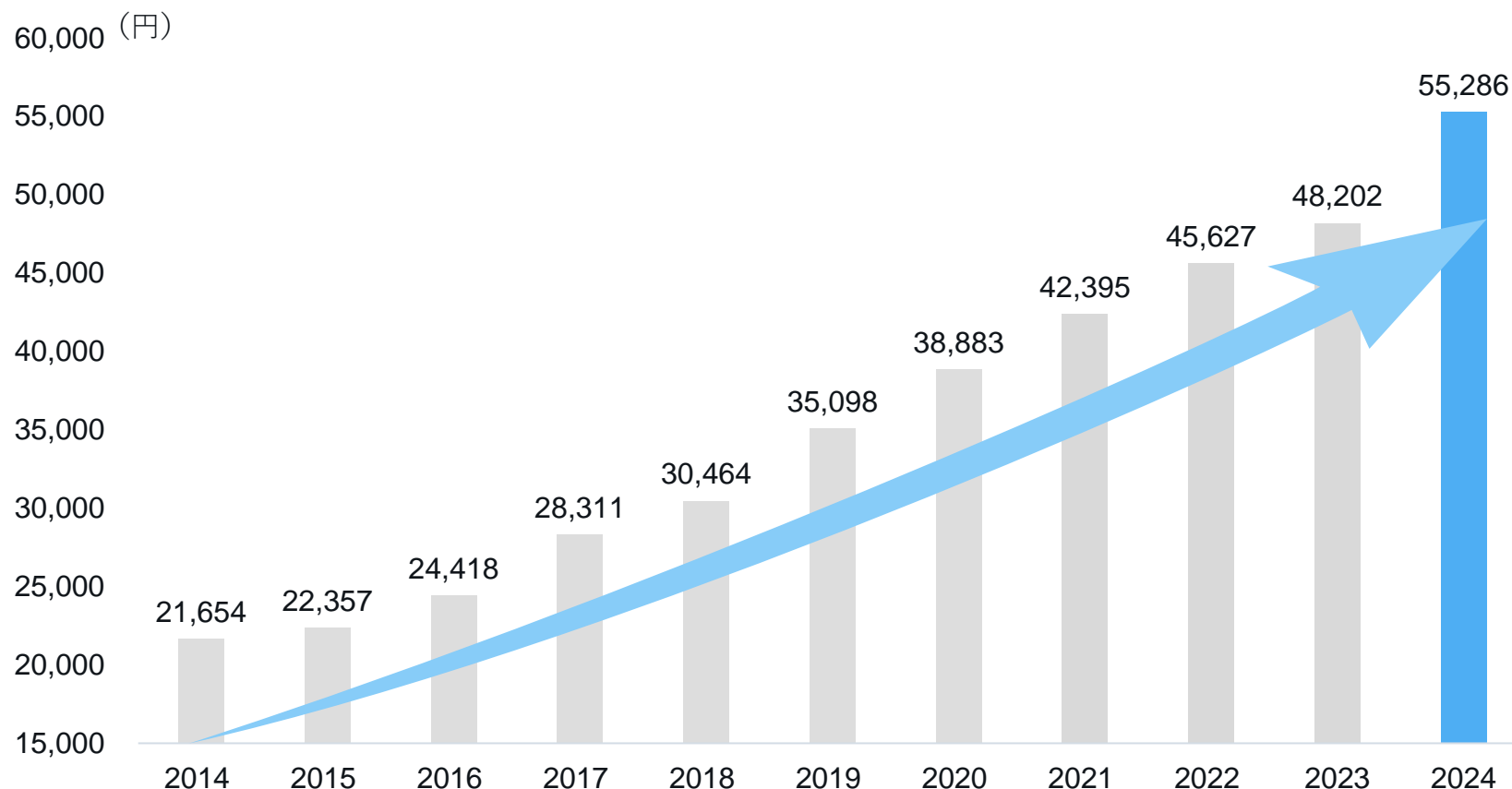


1社（クライアント）当たりの販売額の推移：每期増額



・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、及び価格改定効果を主因として、1社（クライアント）当たりの販売額は大きく増加

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。

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

第一部：2024年度連結業績 及び 2025年度連結業績予想

II. 2025年12月期 業績予想

2025年12月期 業績予想サマリー

- 売上高は、1,612百万円（当期比11.7%増）と大幅な増収を企図。新製品(HR領域)や新機能(AI関連)への投資、営業体制の強化など成長投資を増やし、26年度以降の大幅な増収増益を計画。なお、ソリューション及びITオフショア開発サービスは、25年度も縮小していく方針
- 原価率1.8ptの改善を見込むも、販管費率は3.6ptの上昇を見込む（増減要因は後述）
- 調整後EBITA及び営業利益は、それぞれ16百万円（当期比14.7%増）、63百万円（当期比4.4%増）と継続的な増益を予想

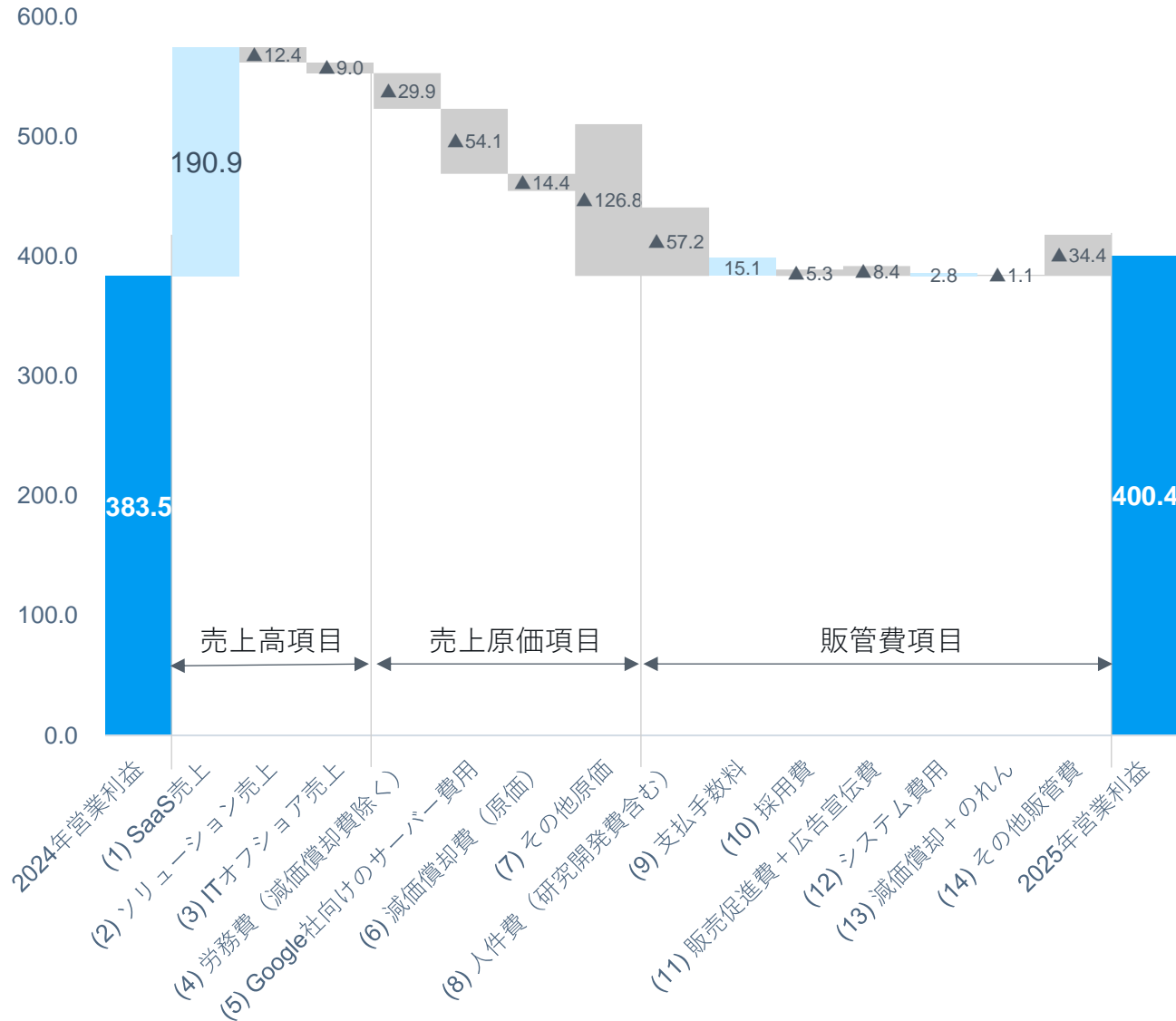
| | 2024年12月期 実績 (千円) | 2025年12月期 業績予想 (千円) | 増減率 or 改善ポイント | 増減額 (千円) |
|-----------------------|-------------------------|---------------------------|---------------------|-------------|
| 売上高 | 1,443,455 | 1,612,956 | 11.7% | 169,501 |
| (SaaSサービス) | 1,392,967 | 1,583,844 | 13.7% | 190,877 |
| (ソリューションサービス) | 26,140 | 13,778 | △47.3% | △12,362 |
| (ITオフショア開発サービス) | 24,346 | 15,333 | △37.0% | △9,013 |
| 売上原価 | 492,075 | 520,542 | 5.7% | 28,467 |
| (売上原価率) | 34.1% | 32.27% | △1.8Pt | — |
| 販管費 | 567,747 | 692,041 | 21.9% | 124,294 |
| (販管費率) | 39.3% | 42.91% | +3.6Pt | — |
| 調整後EBITA [※] | 436,245 | 500,000 | 14.7% | 63,755 |
| (EBITA マージン) | 30.2% | 31.00% | +0.8Pt | — |
| 営業利益 | 383,632 | 400,373 | 4.4% | 16,741 |
| (営業利益率) | 26.6% | 24.82% | △1.8Pt | — |
| 経常利益 | 375,730 | 396,350 | 5.4% | 20,620 |
| (経常利益率) | 26.0% | 24.57% | △1.4Pt | — |
| 当期純利益 | 253,516 | 259,324 | 2.5% | 5,808 |
| (当期純利益率) | 17.6% | 16.08% | △1.5Pt | — |

※ 調整後EBITA=連結営業利益+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）+株式報酬費用+一過性のM&A関連費用（仲介費及びDD費用）

(ご参考)

2025年12月期の主要項目の増減額及び増減の要因・施策等

(百万円)



増減の主要な要因・施策等

(売上高)

- (1)SaaS：価格改定効果等で増加企図
- (2)ソリューション：縮小する方針
- (3)ITオフショア：縮小する方針

(売上原価)

(4) 労務費

- ・既存人員のベース給料アップ
- ・新規プロダクト人員採用

(5) サーバー費用

- ・SaaSの成長や円安等により増加

(6) 減価償却費

- ・償却費負担の減少による影響

(7) その他原価

- ・新製品開発のための業務委託・派遣費用が増加等

(販管費)

(8) 人件費

- ・既存人員のベース給料アップ
- ・営業及び経営管理人員の採用

(9) 支払手数料

- ・インサイドセールスの強化等

(10) 採用費

- ・プロダクト/営業/経営管理人材採用

(11) 販売促進費+広告宣伝費

- ・自治体向けの強化、新サービスにおける販促・広告の実施

(14) その他販管費

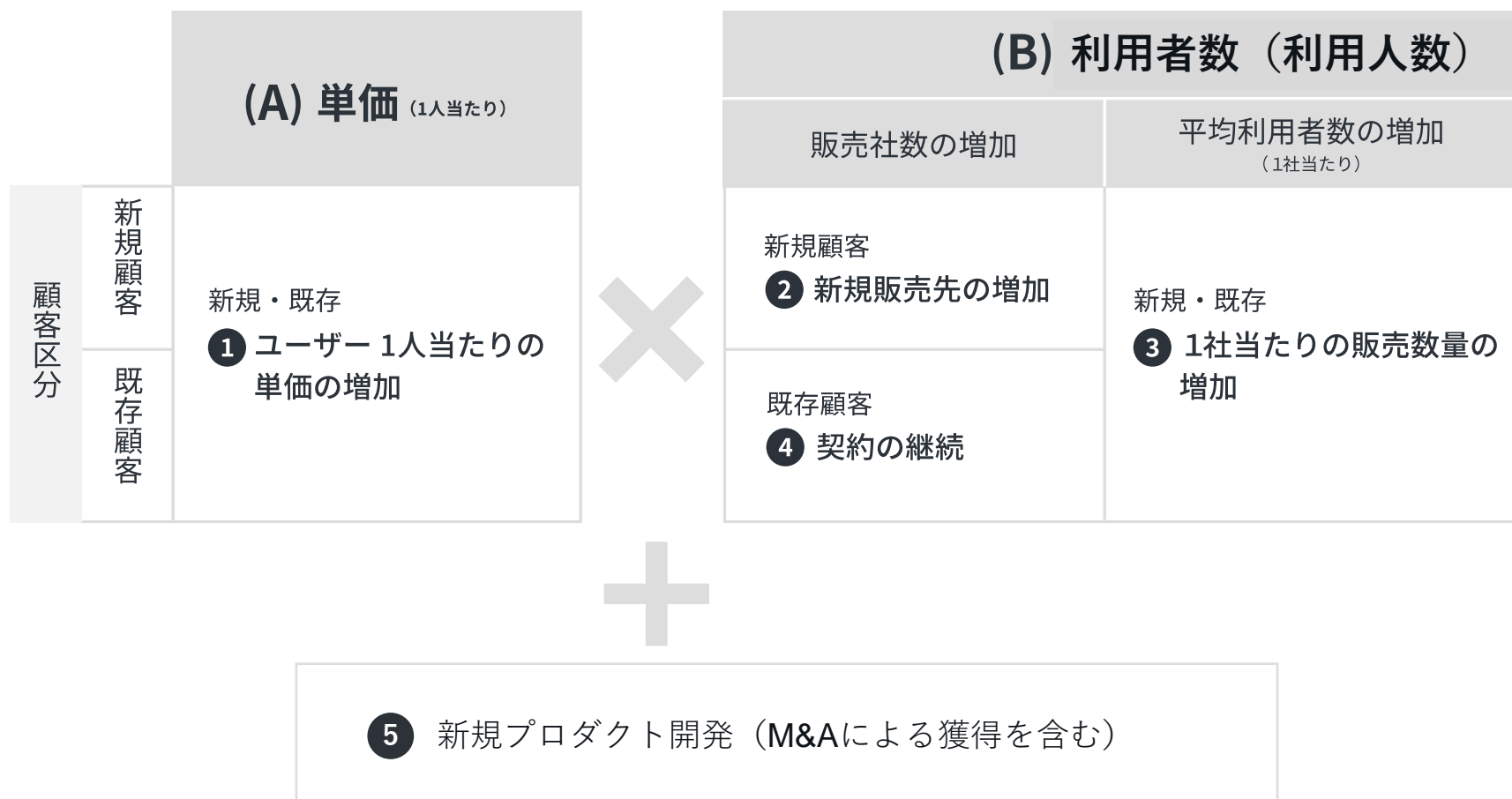
- ・有償SO発行に伴う株式報酬費用等

第一部：2024年度連結業績 及び 2025年度連結業績予想


III. 2025年12月期 主要な施策

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

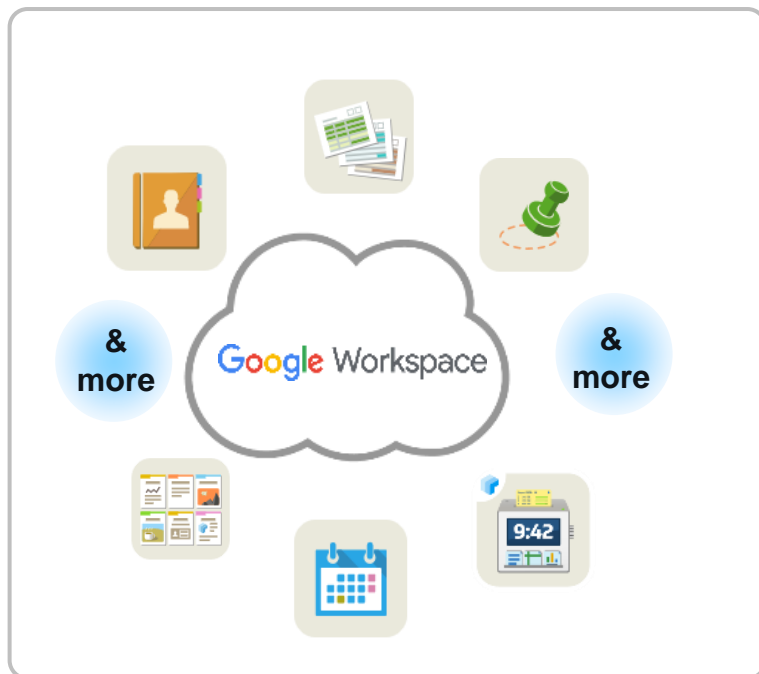


- a. 外部パートナーと協働で開発中のHR系新製品にリソースを優先的に投入することで上期のリリースを企図。また、生成AI関連の新機能を25年2Qにてリリース予定。なお、上記と別軸で開発中のrakumo新製品は上記2件にリソースを集中させたことから26年度中のリリースを目指す
- b. M&A体制の整備・強化により中大規模案件の獲得を目指す
- c. BDR（Business Development Representative）を見据えたインサイドセールス体制強化を本格化
- d. 業界セグメント特化型（教育機関、自治体、建設業、医療等）マーケティング施策（GWS導入企業データベースを活用したピンポイントでのクライアント開拓、事例公開（足利市[Link](#)、網走市[Link](#)）、自治体向けホワイトペーパーの展開等）のさらなる展開
- e. rakumo製品の価格改定対応を継続的に推進

(a) パートナーと協働で開発中の新製品+AI新機能の開発が大きく進捗 

- パートナーと協働で開発中のHR領域の新製品(②)は、リソースを優先的に投入したことで大きく進捗。25年上期頃のリリースを企図
- AI関連の新機能の開発も大きく進捗。25年1Qでのリリースを予定
- 開発中のrakumo新製品(①)は、上記2件の開発にリソースを集中させたことから26年度のリリースを企図

【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社が提供する生成AIプラットフォームを活用し、
当社サービス向けのAI機能を2024年11月より開発を開始
—25年度第1四半期中に第1弾のAI機能をリリース予定

Google社の
生成AIプラットフォーム

 Gemini

 Vertex AI

システム連携

 rakumo for Google Workspace



rakumo コンタクト



rakumo カレンダー



rakumo ワークフロー



rakumo ボード



rakumo キンタイ



rakumo ケイヒ

- 生成AIにより、以下のような付加価値機能の提供を企図
 - ① 目的の情報を探す際にAIがサポート
例) ワークフローのどの申請書を使えばいいかAIが提案
 - ② 画像から必要な情報を抽出しAIが情報入力
例) 領収書画像のデータからAIが経費情報を入力
 - ③ AIが高度な作業を代行
例) 関係者に最適な日程をAIが自動で調整し予定入力

(b) 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

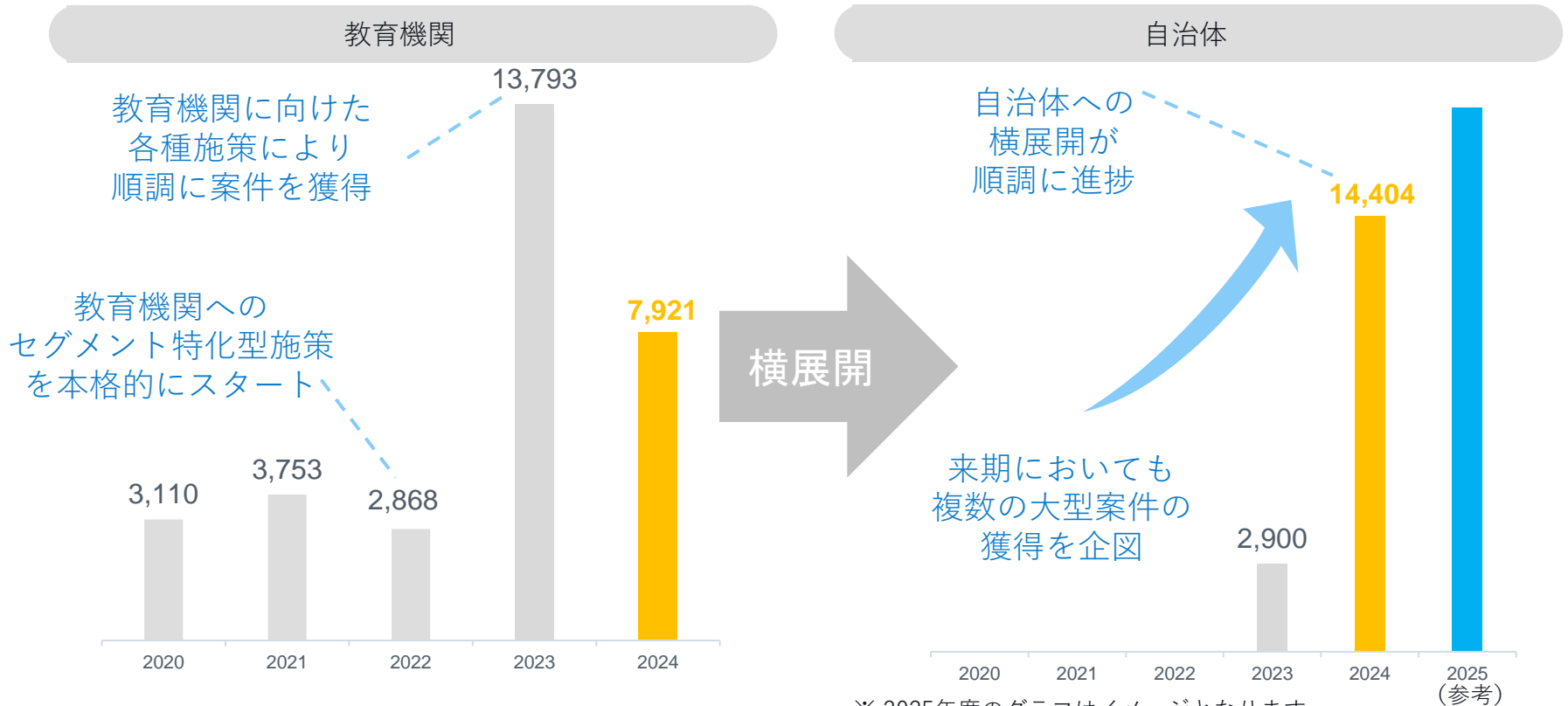
統合前: 経理PMI

統合後: 経理PMI+連結サポート

(d) 教育分野からの横展開が自治体において好調に推移

- 民間企業と比べるとリードタイムが長くなる傾向があり、計画通りにクロージングまでいかないケースもある中、教育分野からの横展開が順調に進捗
- 自治体：当期は1,000 IDを超える大型案件を複数獲得し、本施策により順調に案件を獲得。また、来期においても5,000ID超の案件を含む複数の大型案件獲得を企図しており、来期は自治体への展開を拡大しつつ、建設業や医療機関への横展開にも注力していく

(参考) 教育機関及び自治体におけるライセンス数の推移



- 足利市様[リンク](#)の導入事例をリリース
- 足利市様では、運用保守にかかるコストやBCP対策の観点からオンプレミス環境の見直しを図るべく、rakumo サービスとGoogle Workspaceを導入した結果、業務効率が大幅に向上

課題

- コストやBCP対策の観点で見直しが必要だったオンプレミス環境
- **Google Workspace** にはワークフローや掲示板機能が非搭載

決め手

- 低コストで**Google Workspace**の機能を補完できる
- ITリテラシに依存せず誰にでも使いやすいUI
- **Google Workspace** のアカウントで統合管理ができる利便性

導入効果

- 申請・承認処理の効率化・スピード化を実現
- 予定の入力・確認だけでなく設備予約なども容易に
- サムネイル表示やグループ分けなど掲示板の自由度がアップ
- 人事異動におけるアカウント管理の手間も削減

- 網走市様[リンク](#)の導入事例をリリース
- 2022年2月に策定された「網走市 DX推進計画」が、業務効率化に加え紙の保管スペースやコスト削減にもつながることから、rakumo ワークフローとGoogle Workspaceを導入
- 申請・承認に関する業務効率とスピードも飛躍的に向上し、今後はrakumo ワークフローの適用範囲拡大や、出張・外勤先など庁舎外からの利用も視野に

網走市



課題

- 保管スペースやコスト面の課題があった紙ベースでの文書管理
- **Google Workspace** にはノーコード開発のワークフローや掲示板機能が非搭載

決め手

- 低コストで**Google Workspace** の機能を補完可能
- 大学や独立行政法人での利用実績があった

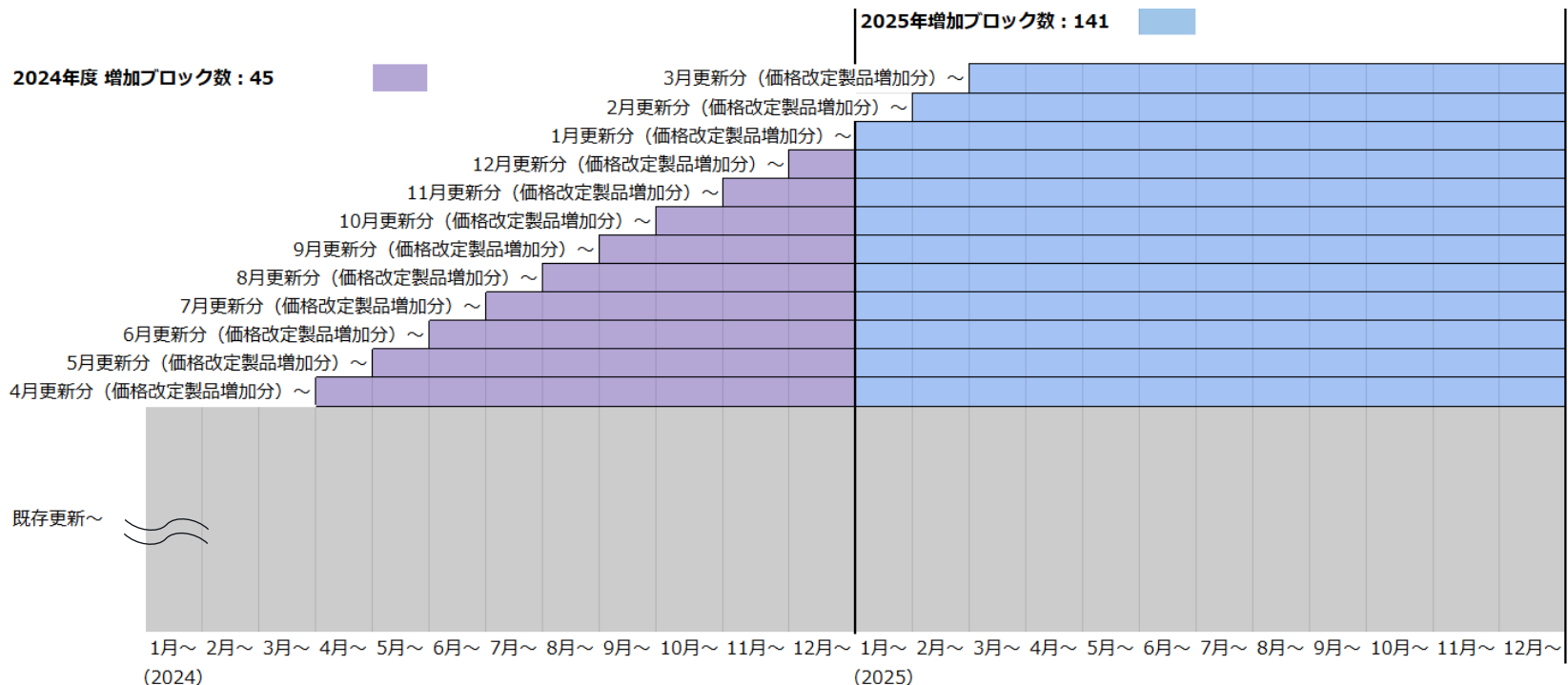
導入効果

- 紙の使用量が前年度比で約**3割**削減
- 申請・承認に関する業務効率とスピードが飛躍的にアップ
- 掲示板に投稿された情報の一覧性が高く、使い勝手も向上
- 会議室などの設備予約が容易に

(e) rakumo製品の価格改定

- 24年度は多くのクライアントからご理解をいただいたおかげで、想定からの大きな乖離はなく進捗。25年度も継続的に対応を実施[リンク](#)
- 既存クライアントの売上増加効果は計算上、2025年度（価格改定による増加分）
≒2024年度（価格改定による増加分）×3倍強となるイメージであり、2025年度ではより大きな貢献となる見込み
- 価格改定の進捗により、SaaS売上高及び各利益率が成長しただけでなく、UU単価についても着実に上昇
（参考：UU単価(単体)）24年度：171.5円、23年度：150.4円（前期比+14.0%）

売上増加効果イメージ



第二部：CEOメッセージ

Ⅰ．新経営体制のご紹介

新代表取締役社長（候補）のご紹介

- 2025年12月期の経営体制については、本日公表しました「代表取締役の異動及び取締役候補者の選任に関するお知らせ」の通り、現代表取締役社長の御手洗 大祐が取締役会長となり、現執行役員の清水 孝治が代表取締役社長とする後述の経営体制にてマネジメント予定（第21期株主総会にて取締役に選任予定）
- 今回の経営体制の変更は、SaaS事業のグロース、新領域でのプロダクト展開及びM&Aの加速といった中長期的な成長戦略に関する知見や経験が、より豊富であるメンバーに代表権を移行することが、今後の企業価値の最大化にとって重要であると考えたため。



代表取締役社長 グループCEO（予定）

清水 孝治

- 2001年4月 ニフティ株式会社 入社
- 2014年4月 Jibe Mobile株式会社（現Automagi株式会社）入社
- 2014年7月 同社 取締役
- 2021年1月 SREホールディングス株式会社 入社
- 2023年6月 同社 常務執行役員
- 2024年10月 当社入社 事業担当執行役員COO（現任）
- 2024年10月 株式会社アイヴィジョン 取締役（現任）

旧役職

執行役員COO

新役職

代表取締役社長
グループCEO

代表取締役選任の背景

中長期的に企業価値を最大化していくために重要と考えている以下の分野における幅広い経験や実績と、当社執行役員での業務実績を考慮して選任

- SaaS事業やAI事業での新規事業開発・推進
- M & A 及びPMI
- 法人営業を中心とした営業業務全般

新経営体制（予定）でのスキルマトリクス

新代表取締役候補の清水孝治が就任した場合の新経営体制では、各分野における知識と経験のあるバランスの良い構成となるものと思料



| 氏名 | 御手洗大祐 | 清水 孝治 | 石田 和也 | 石曾根 健太 | 金子 昌史 |
|--------------|-------|---------|--------|--------|-------|
| 地位 | 取締役会長 | 代表取締役社長 | 取締役CTO | 取締役CFO | 社外取締役 |
| 企業経営 | ✓ | ✓ | | | |
| 経営戦略 | ✓ | ✓ | | | ✓ |
| テクノロジー（SaaS） | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| テクノロジー（AI） | | ✓ | ✓ | | |
| 組織・人事労務 | ✓ | ✓ | | ✓ | |
| 会計・ファイナンス | | | | ✓ | ✓ |
| M&A・PMI | | ✓ | | ✓ | ✓ |
| ガバナンス | ✓ | | | ✓ | ✓ |

※ 2025年2月14日に開示しました「代表取締役の異動及び役員を選任に関するお知らせ」の通り、2025年3月25日開催の第21回 定時株主総会において付議する予定です。

第二部：CEOメッセージ

II. 中期経営計画の概要

FY27までの数値コミットメント

ARR

30 億円

※ 24年度対比+179%

調整後EBITA

10 億円

※ 27年度

営業利益

7 億円

※ 27年度

配当性向

30 %

※ 27年度

中期経営計画の概要

これまでの「働き方改革支援」から、
企業の各組織が抱える課題を生成AIなどのテクノロジーで解決する
「組織改革支援」へと進出します。

戦略・方針

グループウェア・コラボレーションツールでのオフィスワーカーの働き方支援から、サービス領域の拡張（HRテックなど）、技術領域の拡張（生成AIなど）に進出することで、組織改革支援を目指します（27年度で6,200億円の市場規模の予測）。

重点取り組みテーマ

事業の成長を加速させるために、「既存SaaSプロダクトの継続的な成長」「新領域（HRテックなど）でのプロダクト展開」「M&Aの加速」を重点取り組みテーマとして設定し、注力を行う方針。

株主還元の強化

配当性向については、FY27年度までに30%以上に引き上げる見込み。株主還元合計額は、今後3年間で10億円を目指す方針で、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計画。

新経営体制

2025年12月期の経営体制については、現代表取締役社長の御手洗 大祐が取締役会長となり、中長期的な事業の成長戦略に関する知見や経験が豊富な現執行役員清水 孝治が代表取締役社長とする変更を実施（第21期株主総会にて取締役に選任予定）。

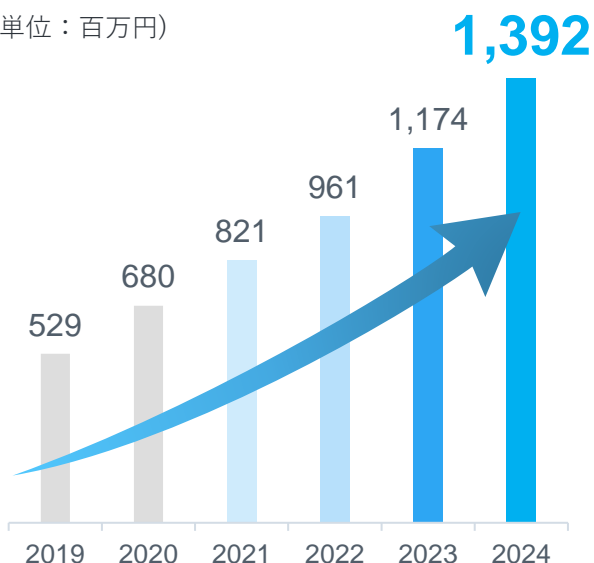
オフィスで働く「人」にフォーカスし、
Google、セールスフォースのプラットフォーム上で
新しい働き方を実現するためのSaaSプロダクトを展開。
オフィスワーカーに一定の影響を持つ規模まで成長。

SaaS事業が大きく成長

売上規模は10億円を超え、全社売上に占める割合が97%になり事業の柱に。

SaaS事業の売上推移

(単位：百万円)



オフィスワーカーへの浸透

3600万人⁽¹⁾の国内の正規職員・従業員
に対する当社のSaaS利用シェアは
16%に到達

ユニークユーザー数

57.3万人

契約社数

2,473社

※24年12月末時点

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)

これまでの「働き方改革支援」から、
企業の各組織が抱える課題を生成AIなどのテクノロジーで解決する
「組織改革支援」へと進出します。

これまで

オフィスワーカーの新しい働き方を支援

グループウェア

コラボレーションツール



オフィスワーカー



目指す姿

オフィスワーカーに関する社会課題を
テクノロジーで解決

グループウェア

HR SaaS

AI

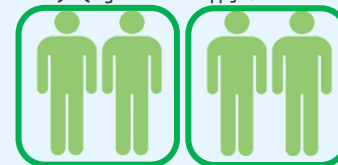
コラボレーション
ツール

リモートワーク
支援SaaS



人事

情シス



オフィスワーカー

外部環境の変化・加速

新しい働き方の広がり

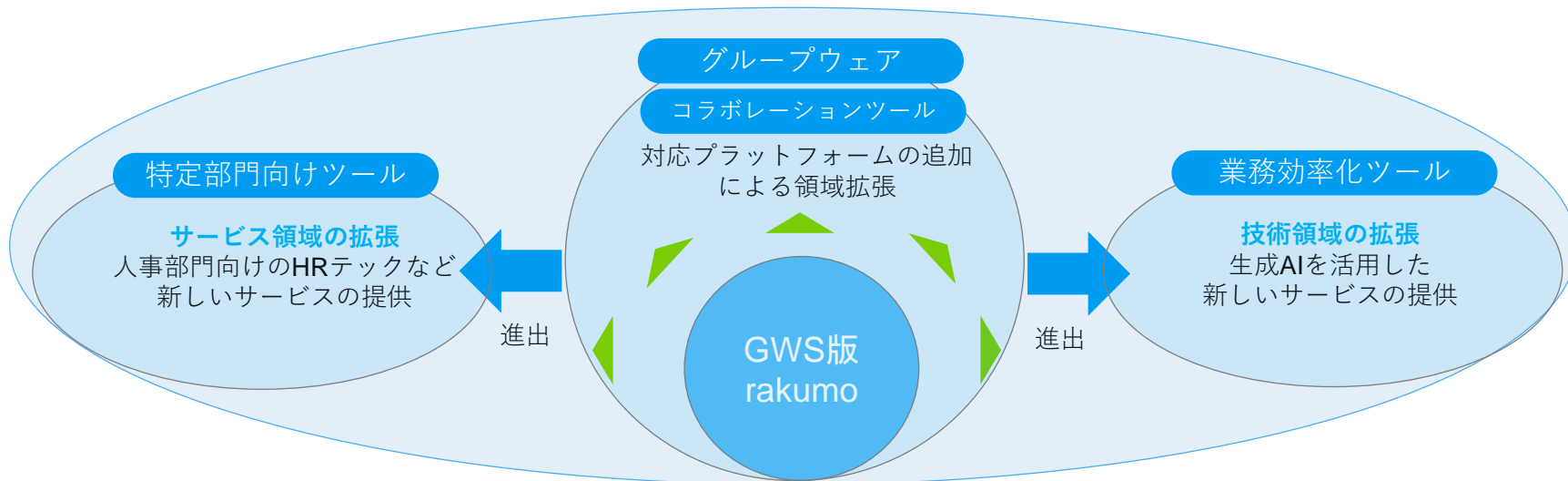
労働力減少社会

生成AIの登場

仕事をラクに。オモシロく。

次の**いつもの**働き方へ。

「組織改革支援領域」への事業拡大



なぜできるのか？

開発力・技術力

PFパートナー

販売パートナー

顧客資産

中長期戦略

既存
プロダクト
付加価値向上

新規
プロダクト
の展開

M&Aの
取組の加速

成長性

ARR

30 億円

※ 24年度対比+179%

収益規模

調整後EBITA

10 億円

※ 27年度

収益規模

営業利益

7 億円

※ 27年度

成長投資

M&A投資枠

30 億円

※ 25年度～27年度合計

株主還元

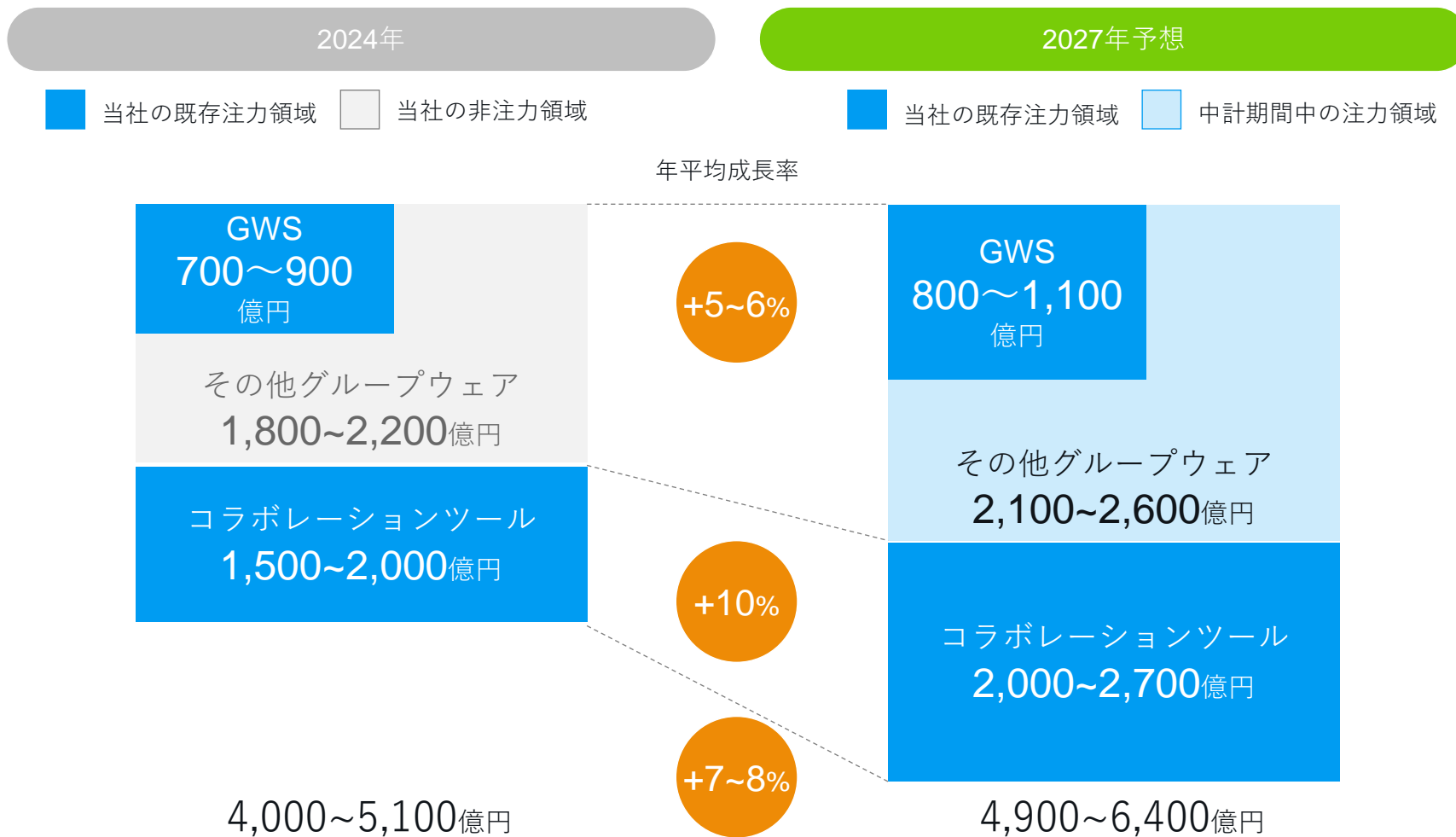
配当性向

30 %

※ 27年度

TAMの広がり

- 既存領域においては、引き続き高い成長率でTAMが拡大していくと見込む
- 中計期間中にGWS外のグループウェアについても新サービスの展開を通じて取り込みを図る



3つの重点取り組みテーマに対して、以下のアクションを2024年4Qから開始し、生成AIを活用した機能開発着手など一定の成果が出始めている状況。

| | 重要課題 | 中期計画達成に向けたアクション |
|-------------------|------------------|---|
| 既存rakumo のグロース | 新規顧客獲得 | 販売パートナー向けプログラム改定による代理販売プロセスの改善、BDRチームの立上げによる直販強化など |
| | プロダクトの 複線化 | 販売パートナーと協働でのプロダクト創出プログラムの実施、ベトナム子会社でのアジャイルなプロダクト開発など |
| | AIを活用した 機能の追加 | 生成AIの調査/開発の拡充、プラットフォームとの技術連携の強化など |
| 新領域での プロダクト展開 | 新規プロダクト の立上げ | 新領域（HRなど）で知見/実績のある企業との業務提携、新プロダクト立ち上げのための事業開発/営業/開発チームの構築など |
| M&Aの 加速 | 有望企業の 開拓 | M&A仲介企業のネットワーク拡大、デューデリ/買収/PMIを迅速に実行できる内部/外部の専門人材チームの構築など |

ビジョン実現のために、
これまでの事業で培ってきた以下の強みをフルに活用。

顧客資産

- 57万人のオフィスワーカーにライセンスを提供
- 全社IDを取得できる稀有なSaaSのポジション

パートナー連携

- プラットフォーマーとの強固な関係
- 100社を超える販売パートナーとの協力関係

ビジョン

仕事をラクに。オモシロク。

- rakumo(GWS版)はITreview Grid Awardのグループウェア総合部門で23期連続でLeader受賞
- 解約率1%未満の高い満足度のプロダクト開発実績

開発力

- クロスボーダーを含む過去3件のM&A・PMI実績

組織力

中期経営計画目標の概要

新規事業と既存事業への投資及びM&Aへの投資をバランスよく行いながら、売上高及び利益の両面での成長を計画

(単位：百万円)

| | PY23 (前期実績) | CY24 (当期実績) | FY25 (中計1年目) | FY27 (中計最終年) |
|------------|----------------|----------------|-----------------|-------------------|
| SaaS売上高 | 1,173 | 1,392 | 1,612 | 3,200 (+1,808) |
| 営業利益 | 303 | 383 | 400 | 700 (+317) |
| 調整後EBITA ※ | 334 | 436 | 500 | 1,000 (+564) |

各中計年度において計画している重要な施策等は、以下の通り

FY25

- rakumoサービスに生成AIを活用した新機能を複数実装
- HR分野の新サービスをリリース(初年度は費用先行で計画)
- M&A / PMIのための体制強化
- M&Aを1件実施 (中大規模案件をメインターゲット)

FY26

- rakumoシリーズに新サービスを追加
- HR分野の新サービスが黒字化
- M&Aを1件実施 (中大規模案件をメインターゲット)

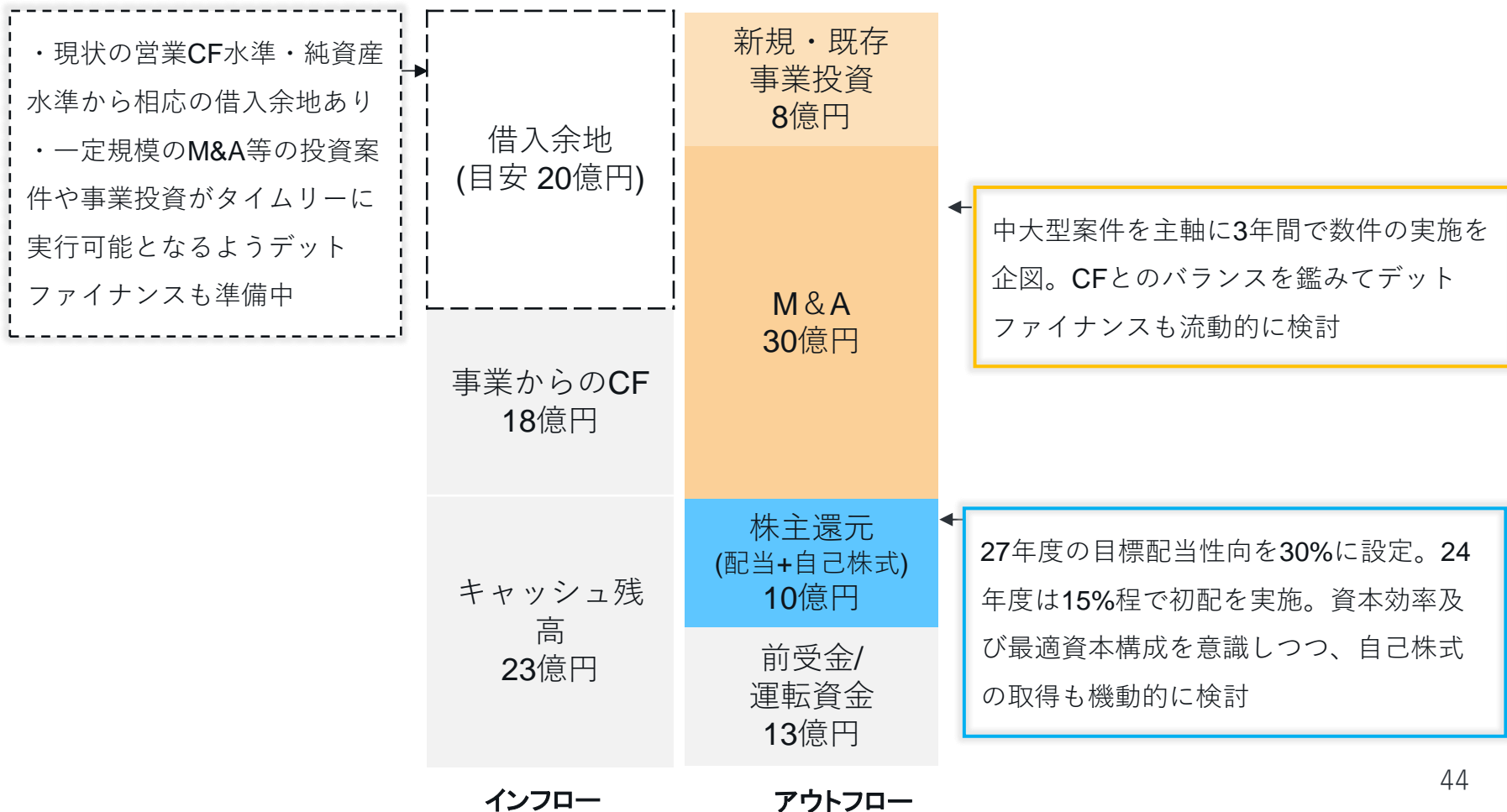
FY27

- rakumoシリーズの対応プラットフォームを拡大
- HR分野の新サービスの収益拡大
- M&Aを1件実施 (中大規模案件をメインターゲット)

今後3か年のキャピタルアロケーション方針

- 魅力的な投資機会が多く、M&Aやプロダクト開発等の大きな成長を牽引する事業投資を優先する方針に変更なし
- 一方で、キャッシュ・フロー安定化を踏まえ、資本効率も考慮しつつ、株主還元をバランスよく実行

今後3年間（2027年12月期まで）のイメージ

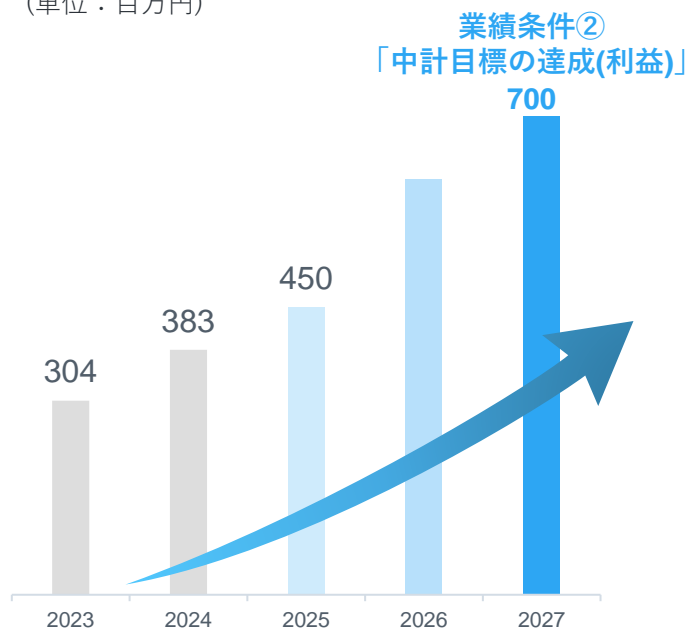


中期経営計画目標の達成に向けたインセンティブ設計を導入

- 中長期的な企業価値向上に向けて、株主の皆様と一層のインセンティブの共有を進めることを目的として、中期経営計画の目標達成を行使条件に設定した業績連動型新株予約権を取締役及び執行役員に発行予定
- 短期目標（2025年12月期）、中期目標（2027年12月期）の業績目標の達成を目指しつつ、株主価値最大化へのコミットを示すため、株価目標も設定（2027年12月期の株主総会当日までに株価2,000円に到達）
- 発行株式総数は最大139,000株（最大希薄化率2.3%）、対象者は社内取締役及び執行役員（計4名）を予定

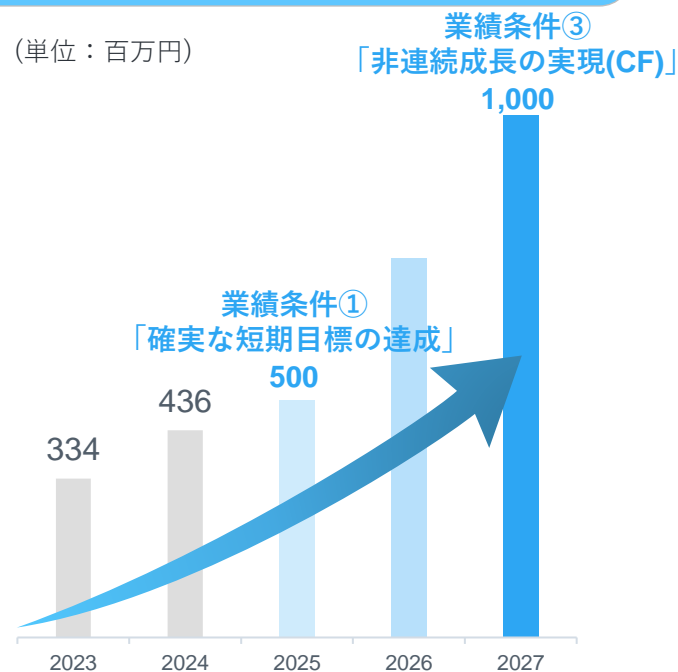
業績条件（営業利益）

（単位：百万円）



業績条件（調整後EBITA）

（単位：百万円）



※ 詳細は、2025年2月14日に開示しました「有償ストックオプション（第9回新株予約権）の発行に関するお知らせ」を参照ください。



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。

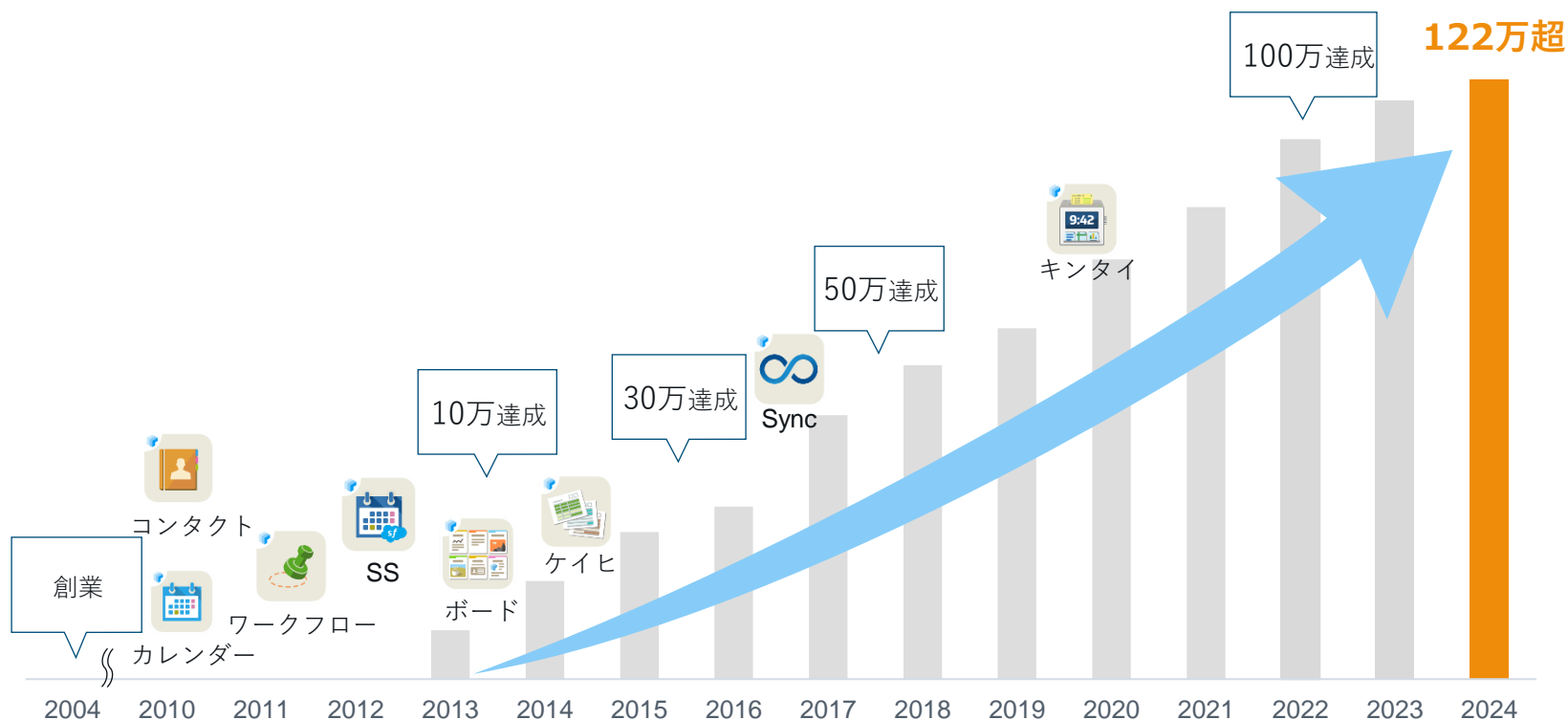
また、多種多様なお客様の共通業務を支援する高品質な IT サービスを、多額なIT 投資コストなしにご利用いただけるよう、お客様が導入しやすいコストで提供することを当社グループの事業方針としております。

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 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） |
| 役職員数 | 約100名（連結）（2024年12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：2,473社）（2024年12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、堅調な増加を続け、2024年12月末においては122万超にまで拡大
- 2024年度の連結営業利益は383,468千円（営業利益率26.6%を達成）、EBITAは436,081千円（EBITAマージン30.2%）とそれぞれ過去最高益を更新
- 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及びEBITA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 97%に達している状況

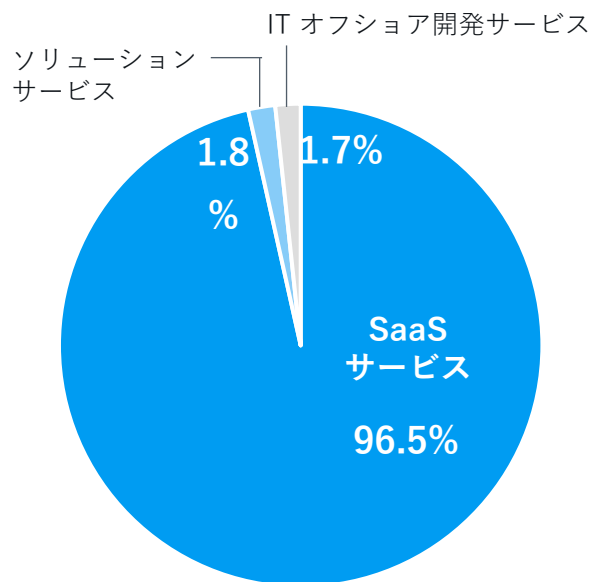
ソリューションサービス

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
2024年 12月期

SaaS サービス

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

特徴：
サブスクリプション型リカーリングレベニューモデル

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

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

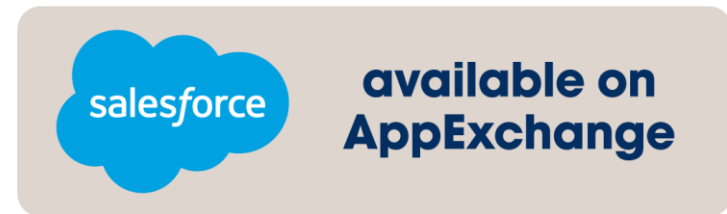
Appendix（補足説明資料）

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

rakumo製品の価格帯

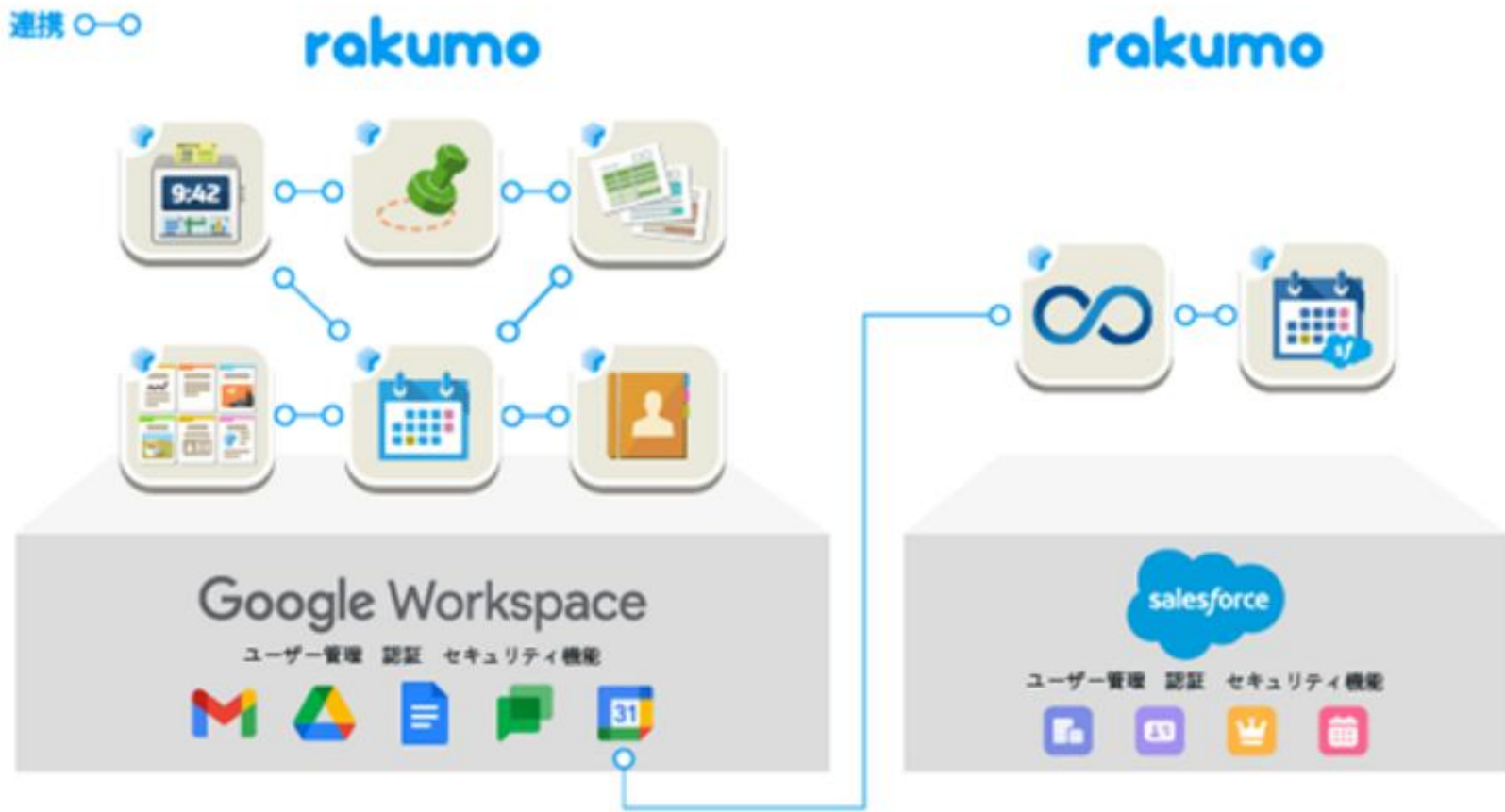
必要な機能単位だけでなく、パッケージ（パック）での提供も可能であり、クライアントにとって最適な価格帯での提供が可能

※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



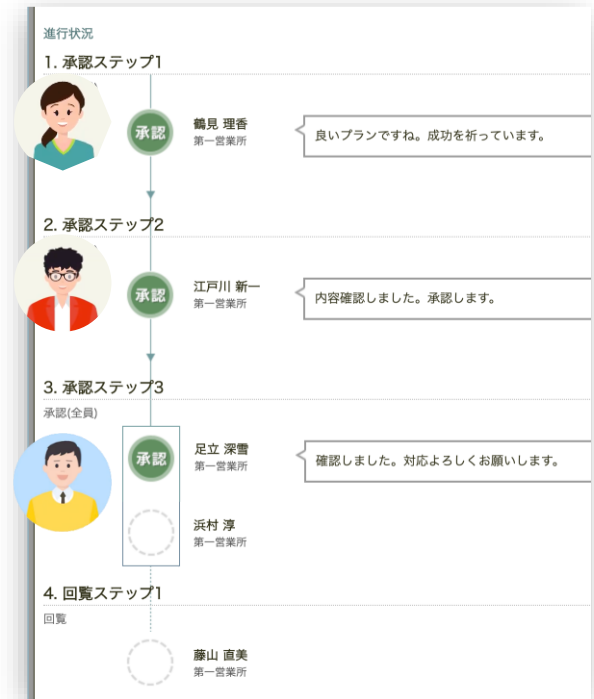
2 承認プロセス

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 2025 Winter」において最高位のLeader を8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 カレンダー

- PC向けカレンダーアプリ/ソフト 総合部門

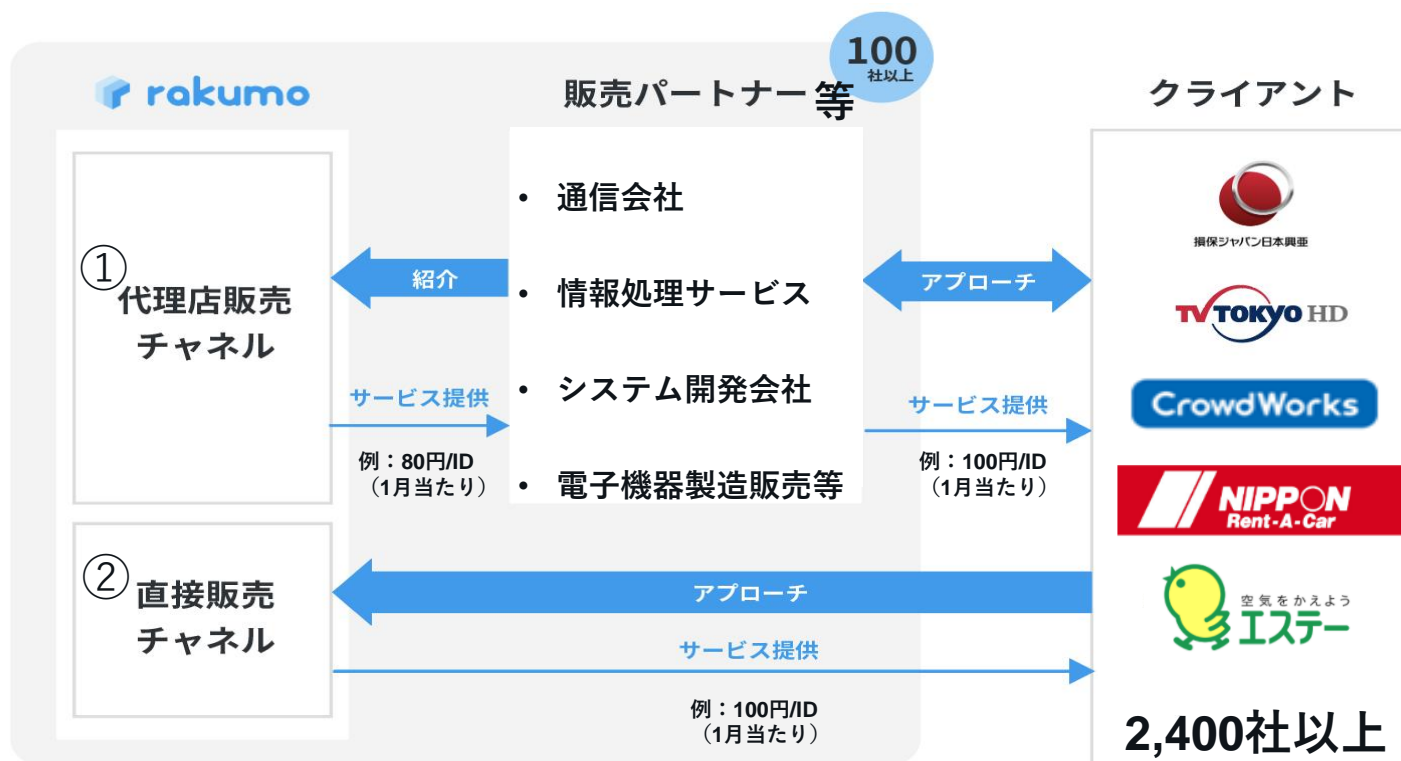
rakumo ボード

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

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

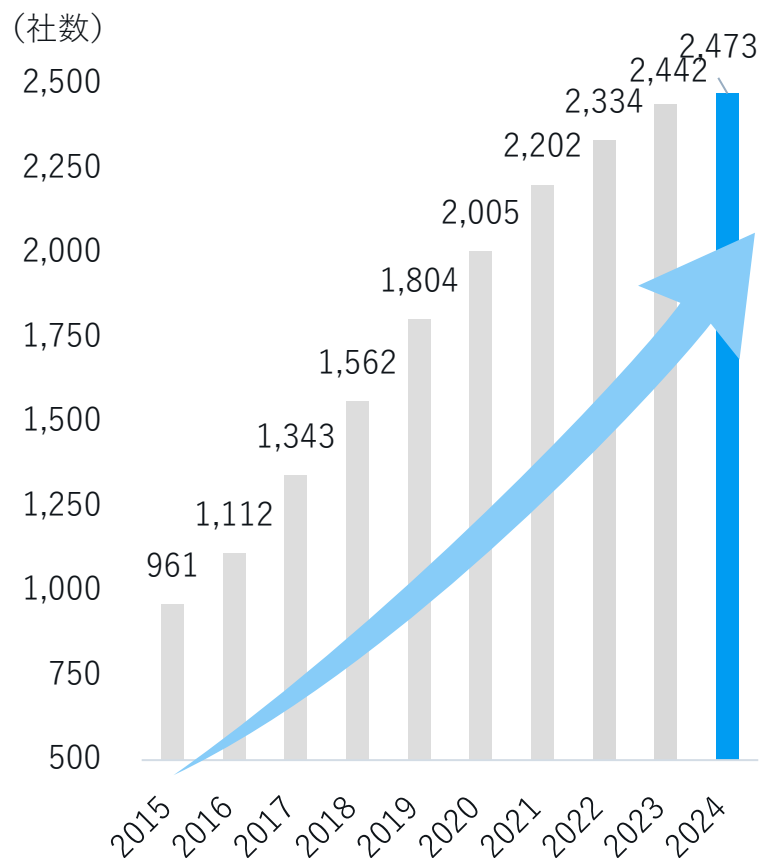
販売チャネル毎のフロー及びチャネル毎の収益構造

- 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）

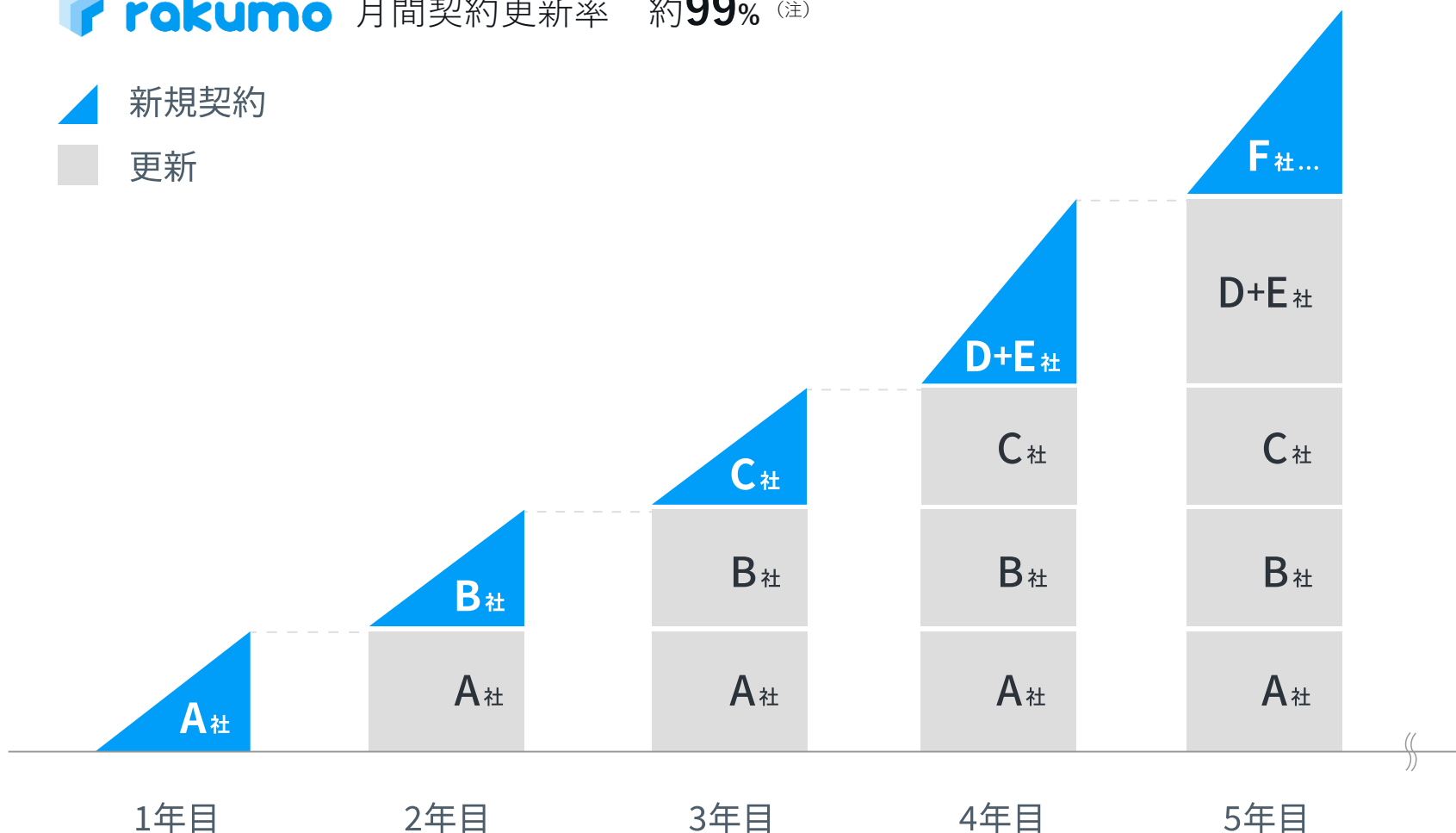


全体的なイメージ

- ・ 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)

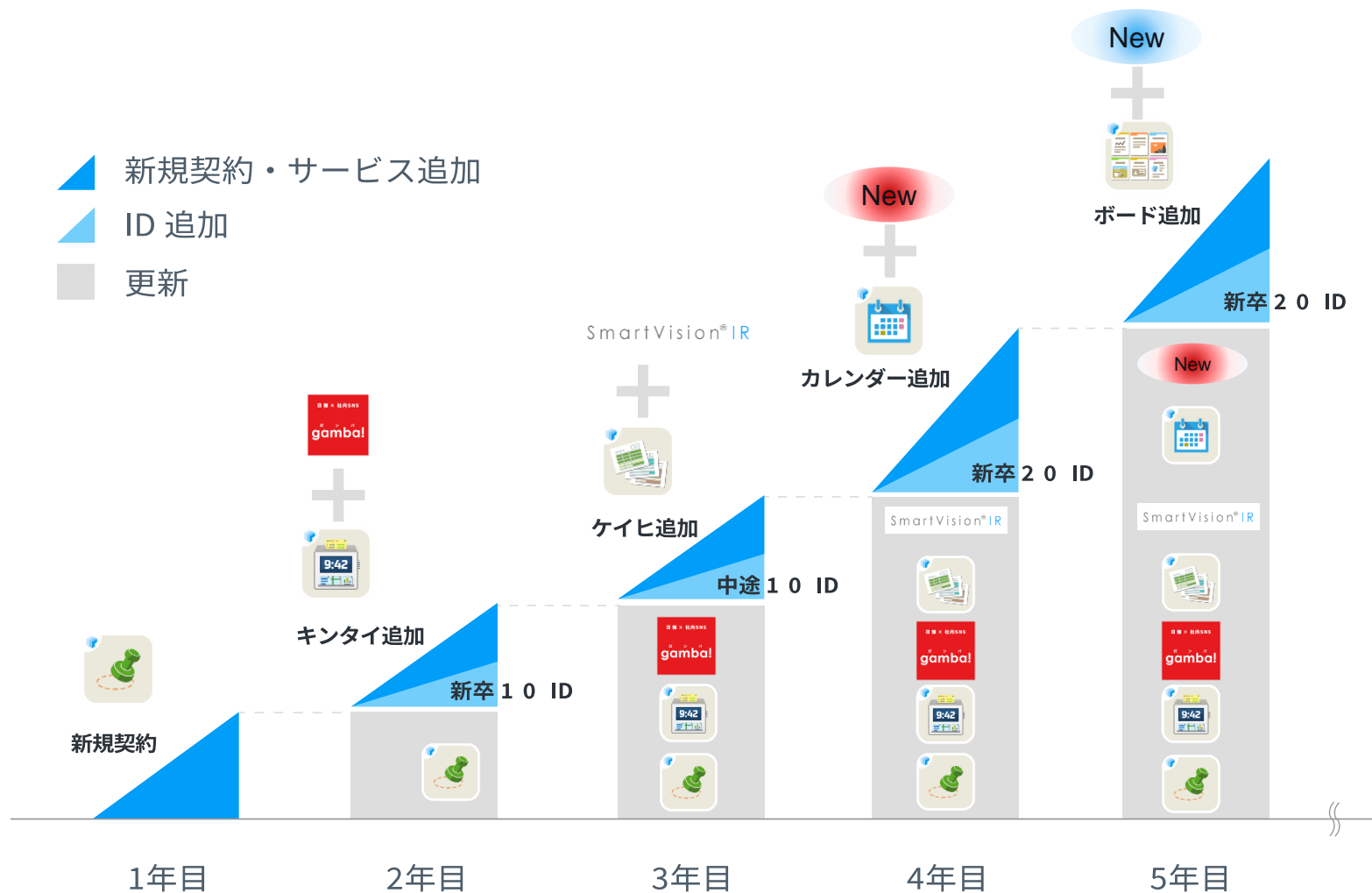
- 新規契約
- 更新



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)

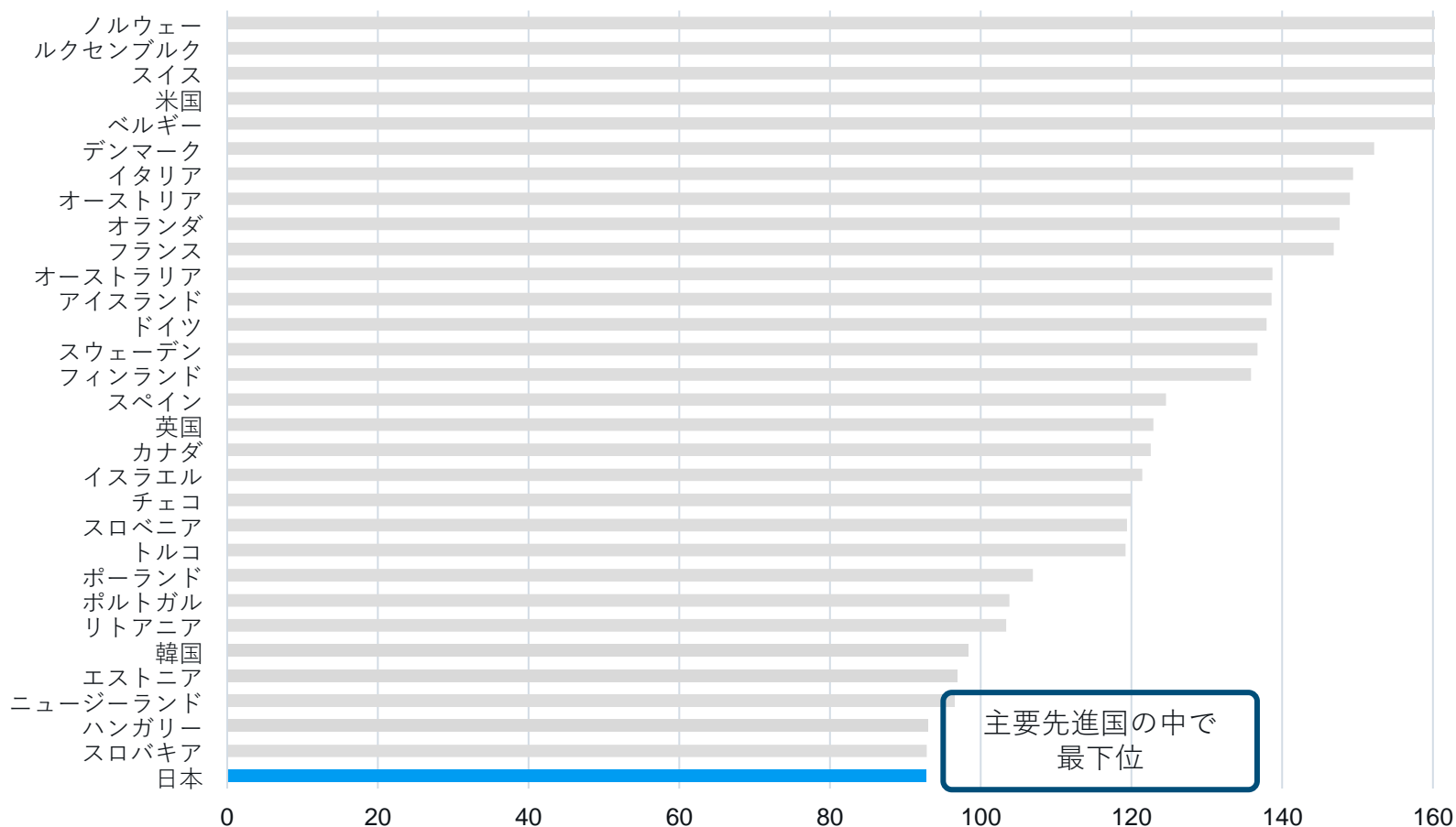
3. 業界動向

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32位と低い状況が継続

OECD加盟国の労働生産性（2023年）

※就業者1人当たりが生み出す成果



主要先進国の中で最下位

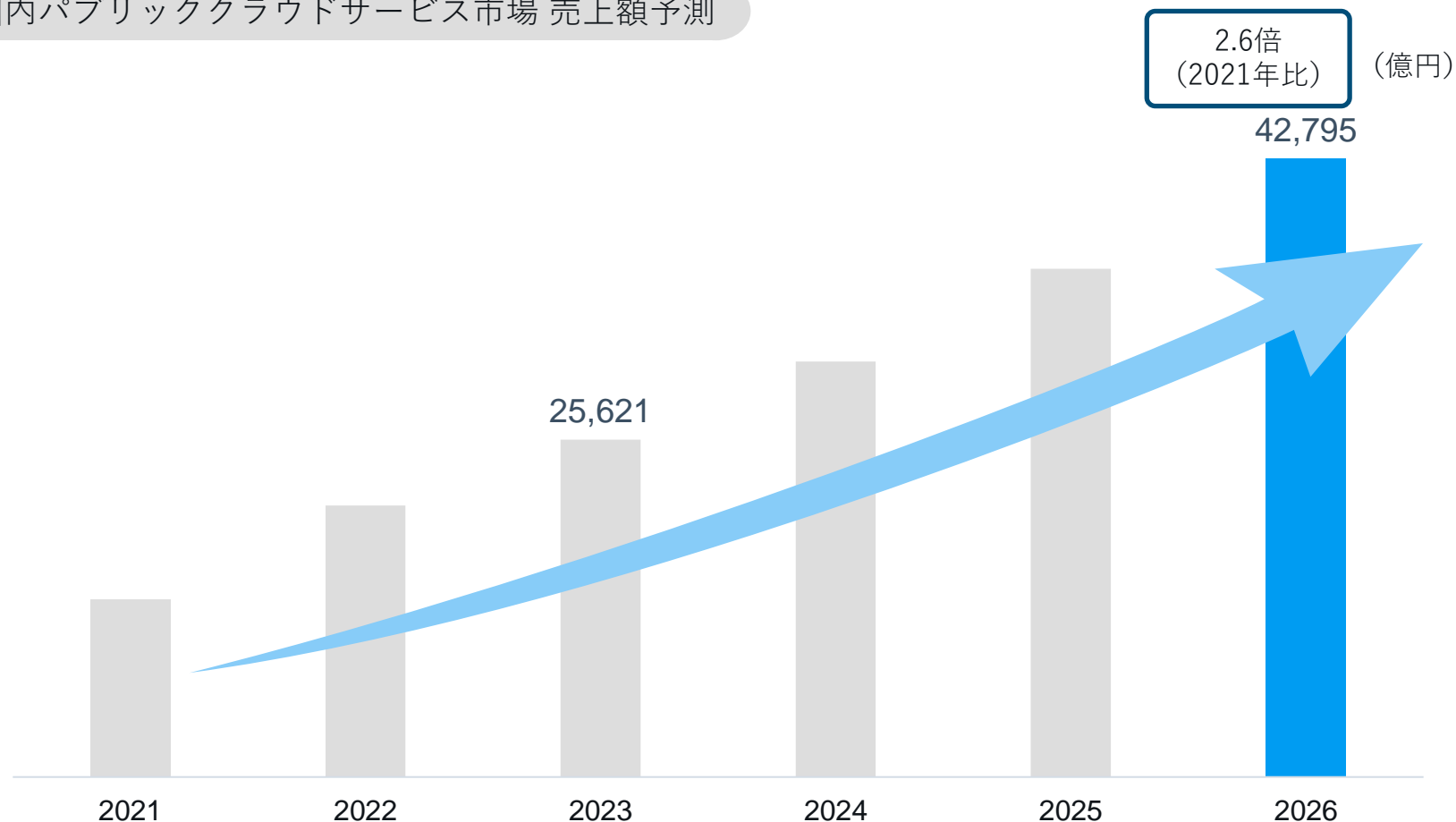
働き方改革やデジタル等の政府重点政策と、労働生産性向上・業務のデジタル化に寄与する製品を提供している当社ビジネスとの方向性は一致

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、 三位一体の労働市場改革 、価格転嫁対策 |
| (2)豊かさを支える中堅・中小企業の活性化 | 人手不足への対応 、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 | DX 、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 | スタートアップの支援・ネットワークの形成 、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 | デジタル田園都市国家構想と地方創生の新展開 、 デジタル行財政改革 、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

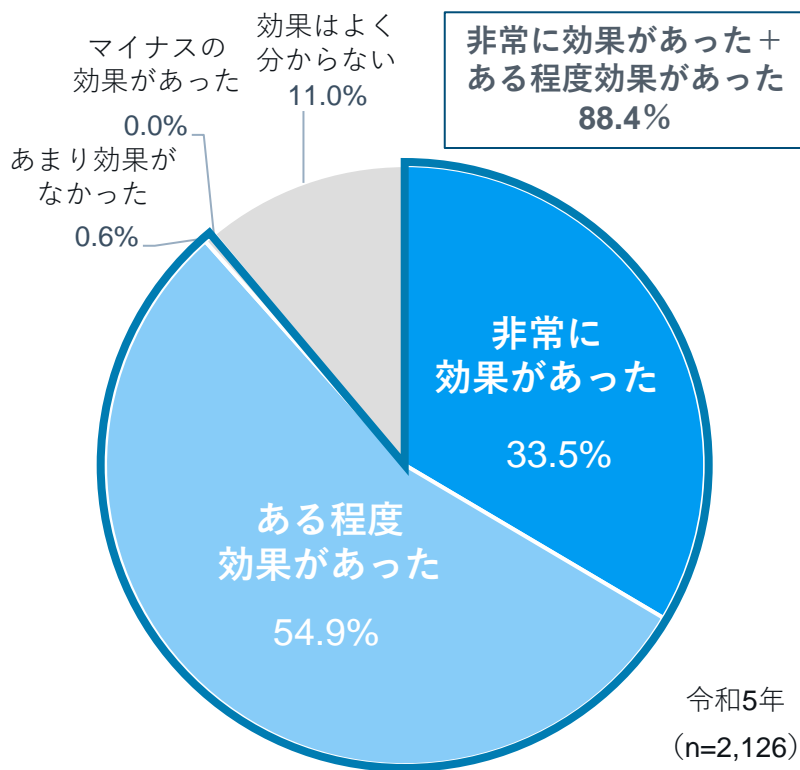
国内パブリッククラウドサービス市場 売上額予測



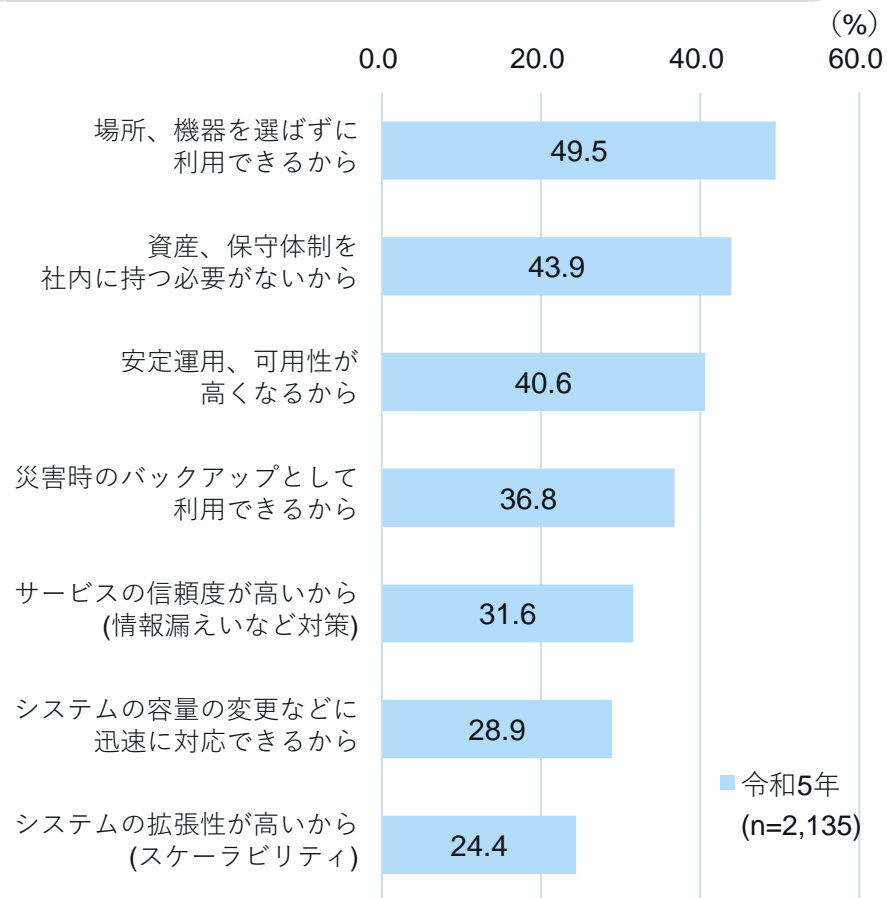
クラウドサービスを利用する理由・効果

- 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

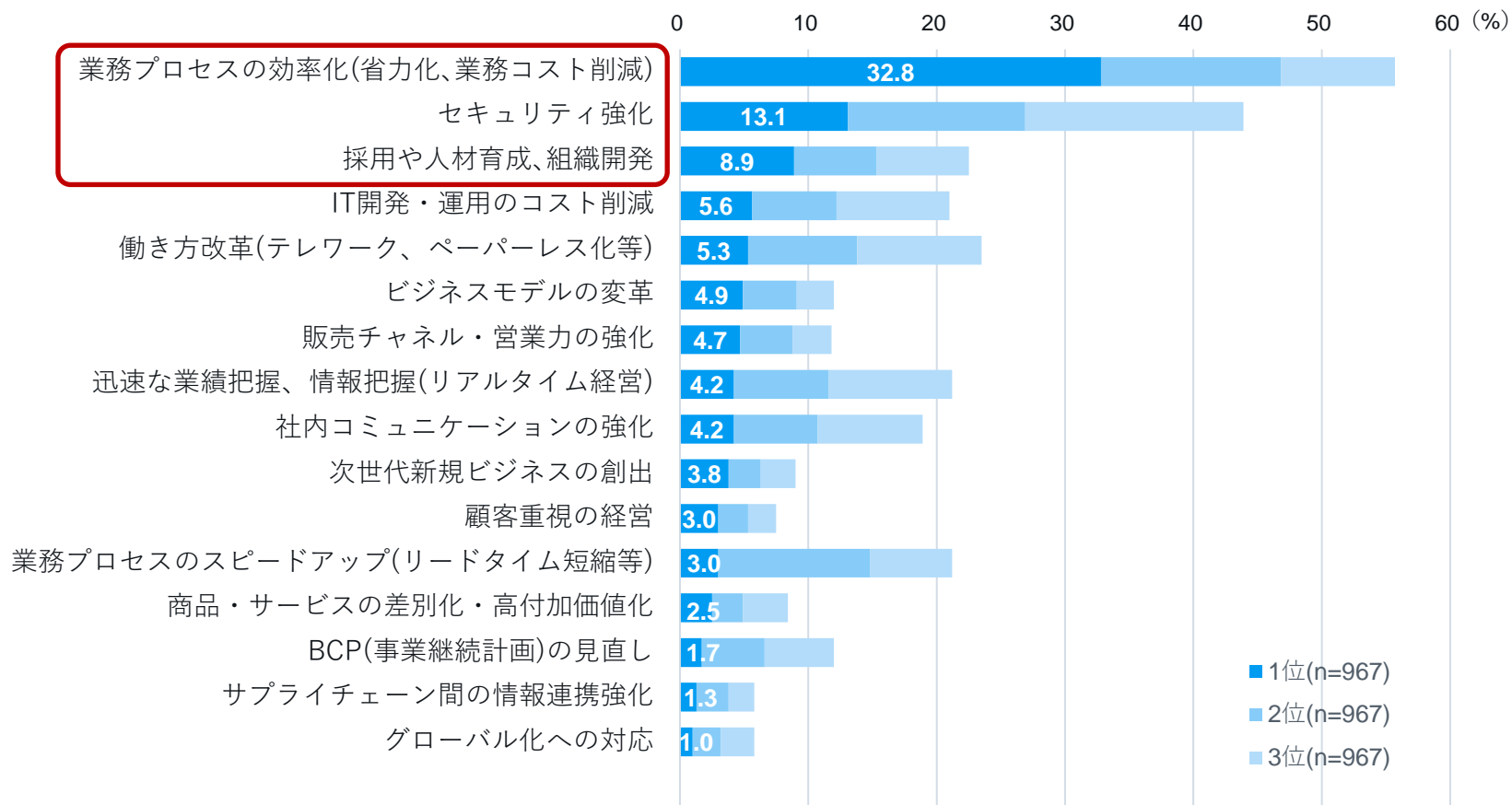


クラウドサービスを利用する理由（複数回答）



- 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

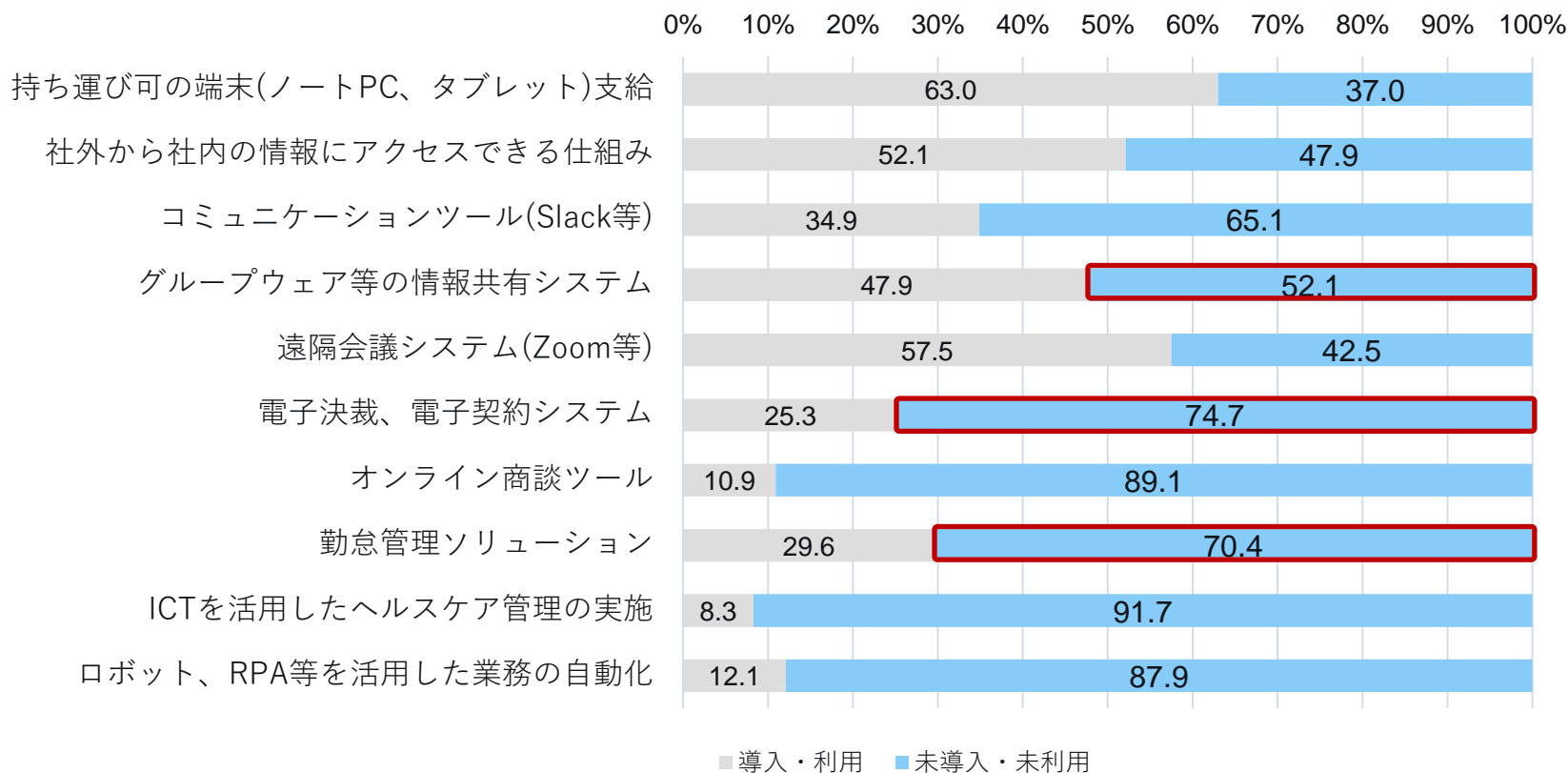
IT投資で解決したい短期的な経営課題（1位の降順）



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）

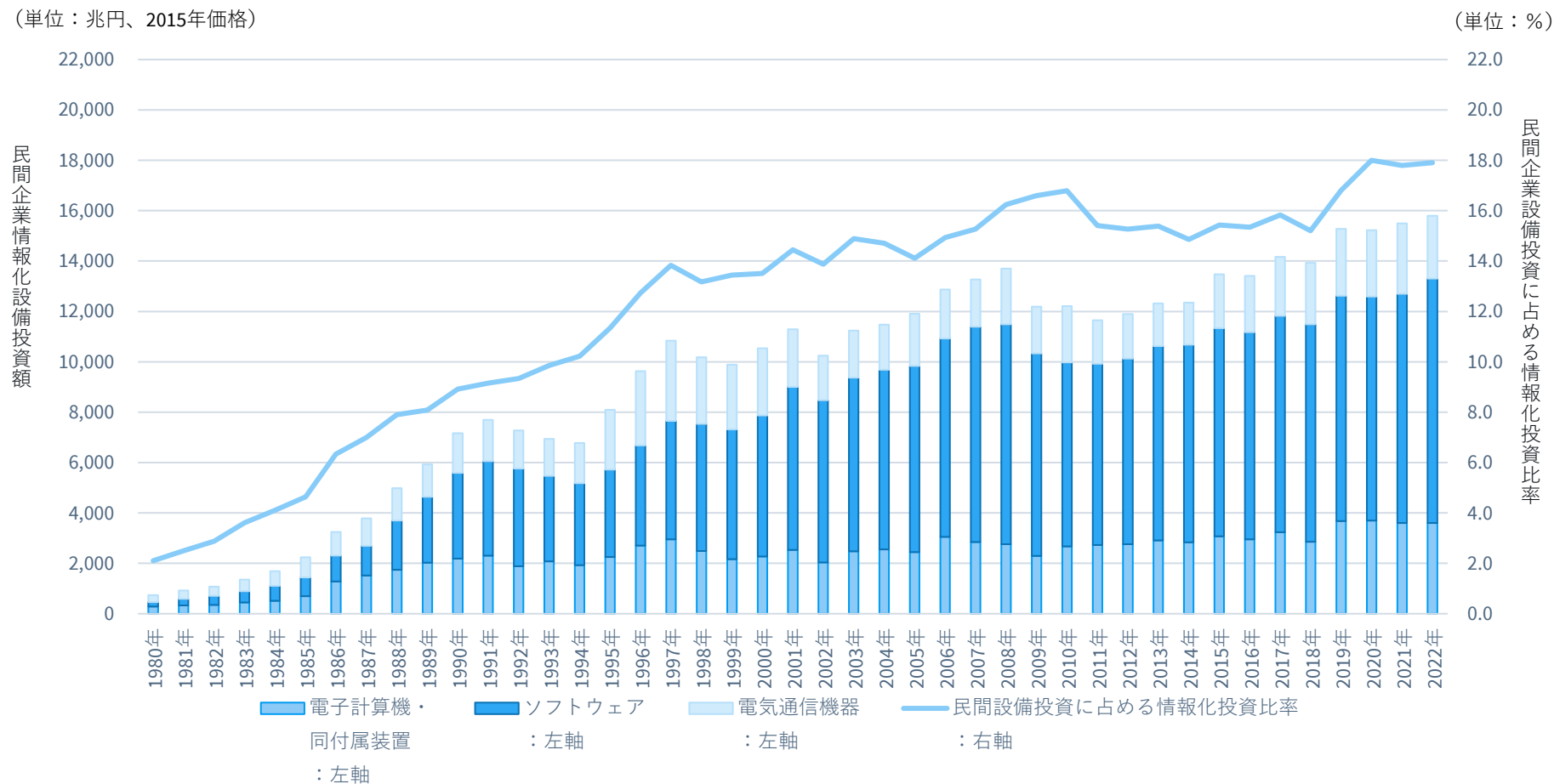


我が国の情報化投資の推移

- 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

(単位：兆円、2015年価格)

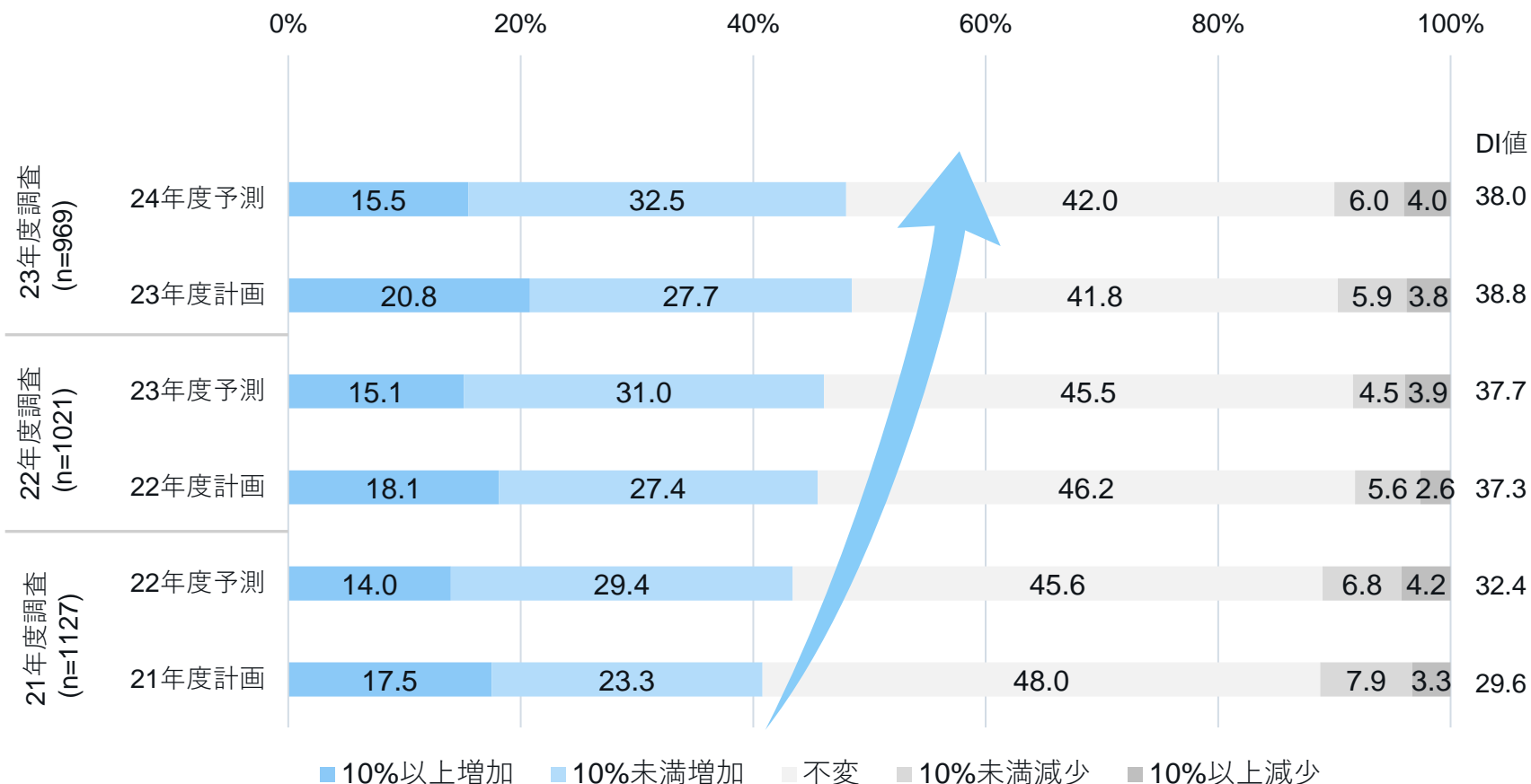


出所：総務省「令和6年版情報通信白書」(2024)より作成

年度別IT予算の増減

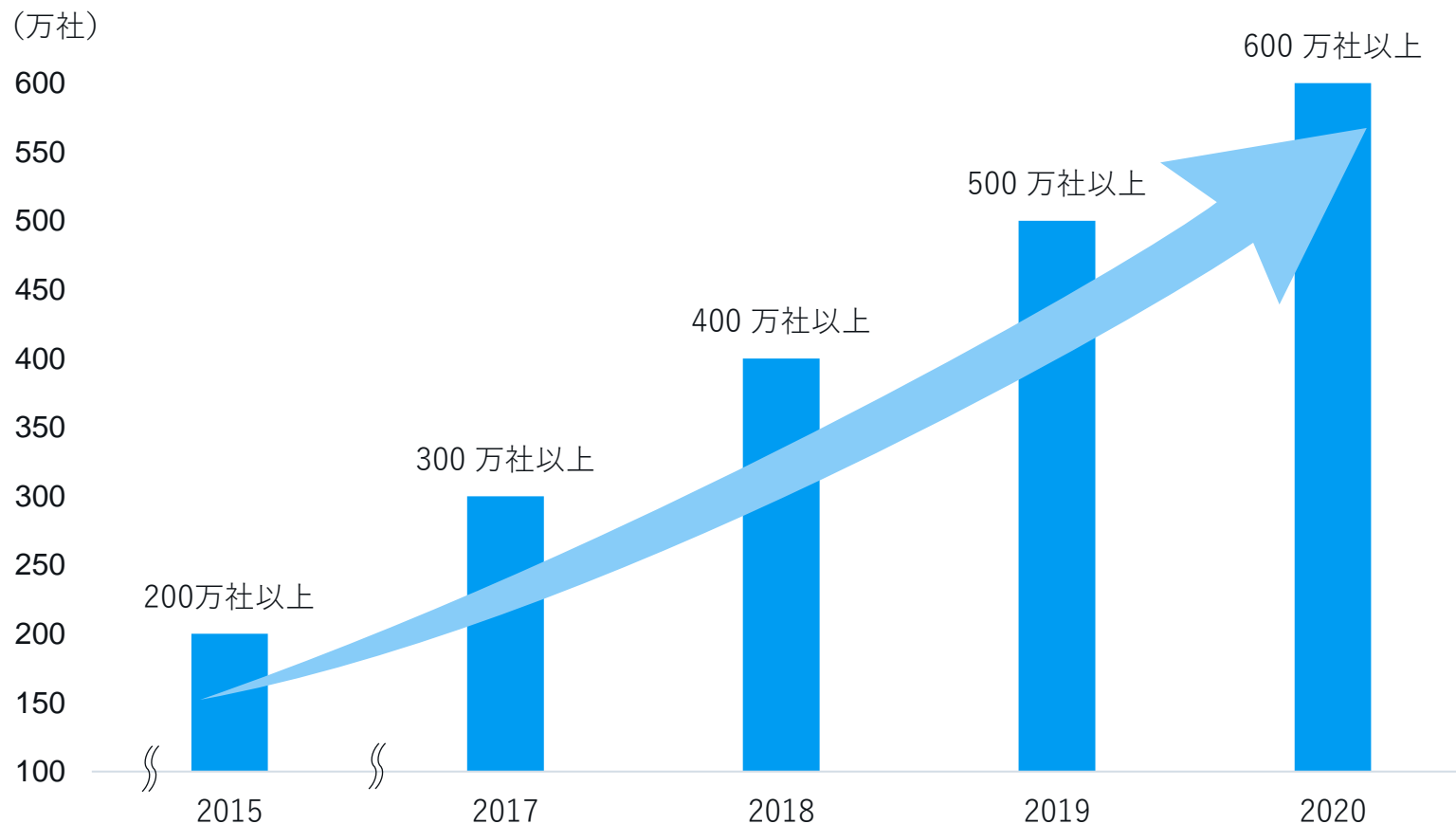
- 国内企業における年度別IT予算は増加傾向

年度別IT予算の増減



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

Google Workspace[※]の販売推移



出所：Google社 公表資料等

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

Google Workspaceの大手企業の導入事例



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

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

出所：Google社 公表資料等

注：

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

既存のマーケット（下図①及び②の比較）について

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

将来のマーケット（下図①・②及び③の比較）の拡大について

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

③日本国内の正規の職員・従業員数
3,606万人⁽¹⁾

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

①rakumoの現UU（利用者）数
約57万人⁽³⁾

出所：

(1) 総務省統計局（国内統計：雇用形態別雇用者数、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）

GIGAスクール構想

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

Google for Educationの浸透

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

Google Workspace 及び rakumo

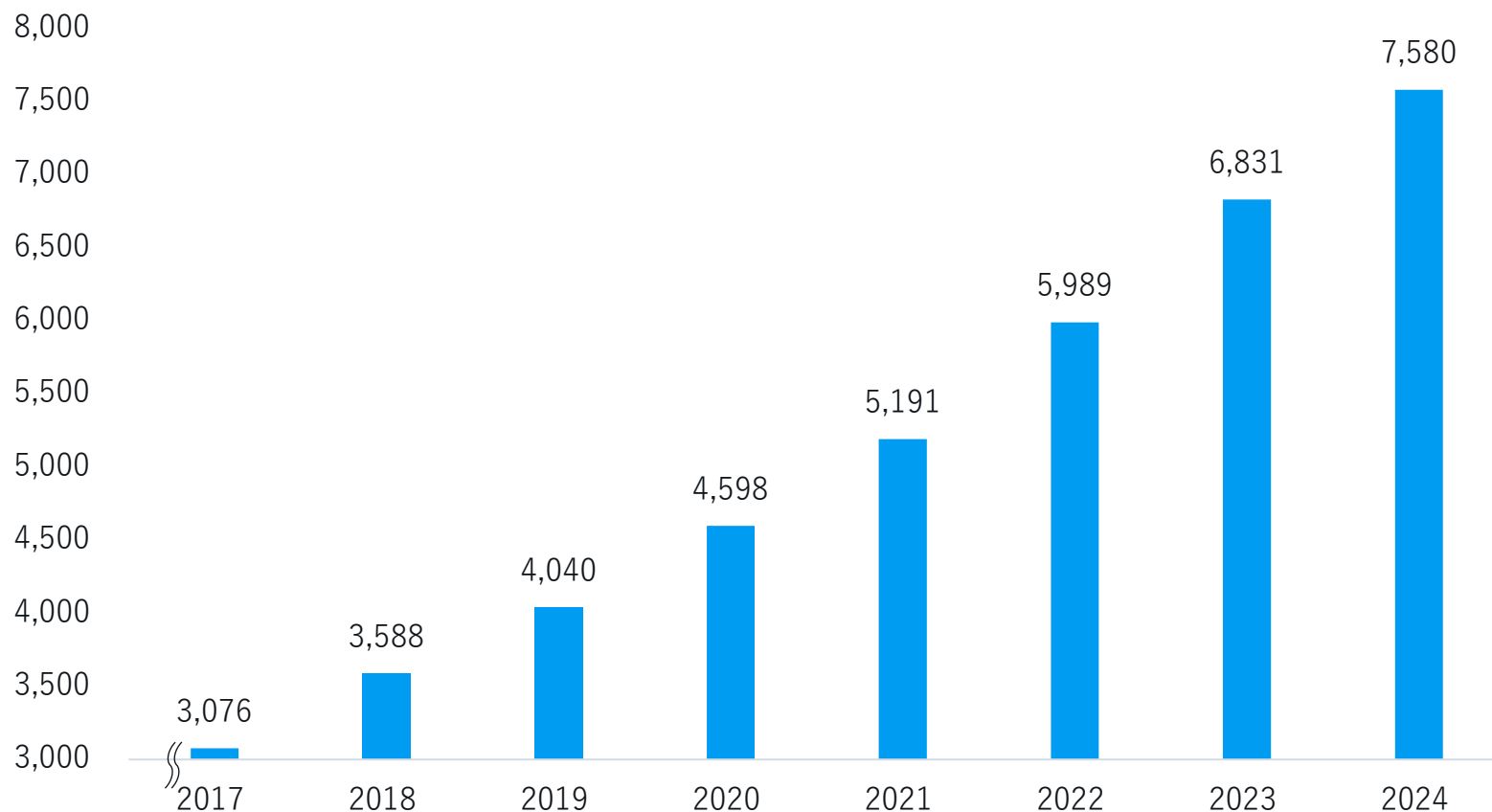
の更なる成長

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

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

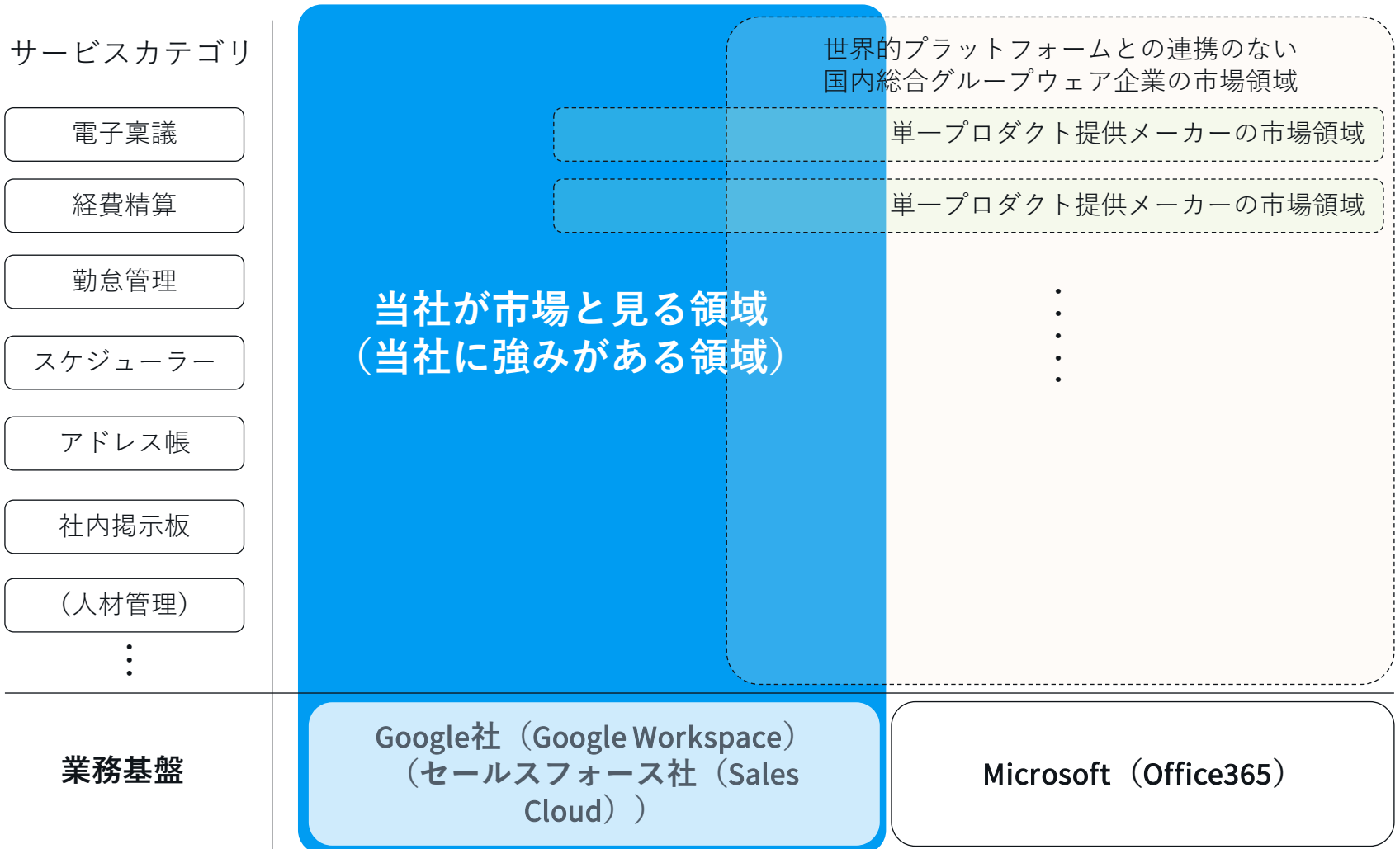
Sales Cloudの売り上げ推移

(USD million)



当社の市場におけるポジショニング

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



グループウェア※業界における当社特有のポジショニング



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

Google Workspace

すべてが連携

AIによる業務支援機能が満載

資料作成

みんなで同時に進行



連絡

いろんな手段ですぐに連絡



データ検索

欲しい情報をすぐに検索



セキュリティ

端末や情報を簡単に安全に管理



rakumo for Google Workspace

Google Workspace のユーザー管理等の基盤を共通利用

グループウェア領域のサービスを提供

勤怠管理



rakumo キンタイ

稟議・申請



rakumo ワークフロー

経費精算



rakumo ケイビ

スケジュール管理



rakumo カレンダー

社内掲示板



rakumo ボード

連絡先管理



rakumo コンタクト

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

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

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

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

2 「他社からの乗り換え」

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

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

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

Appendix（補足説明資料）

4. 当社の特徴・強みのサマリー

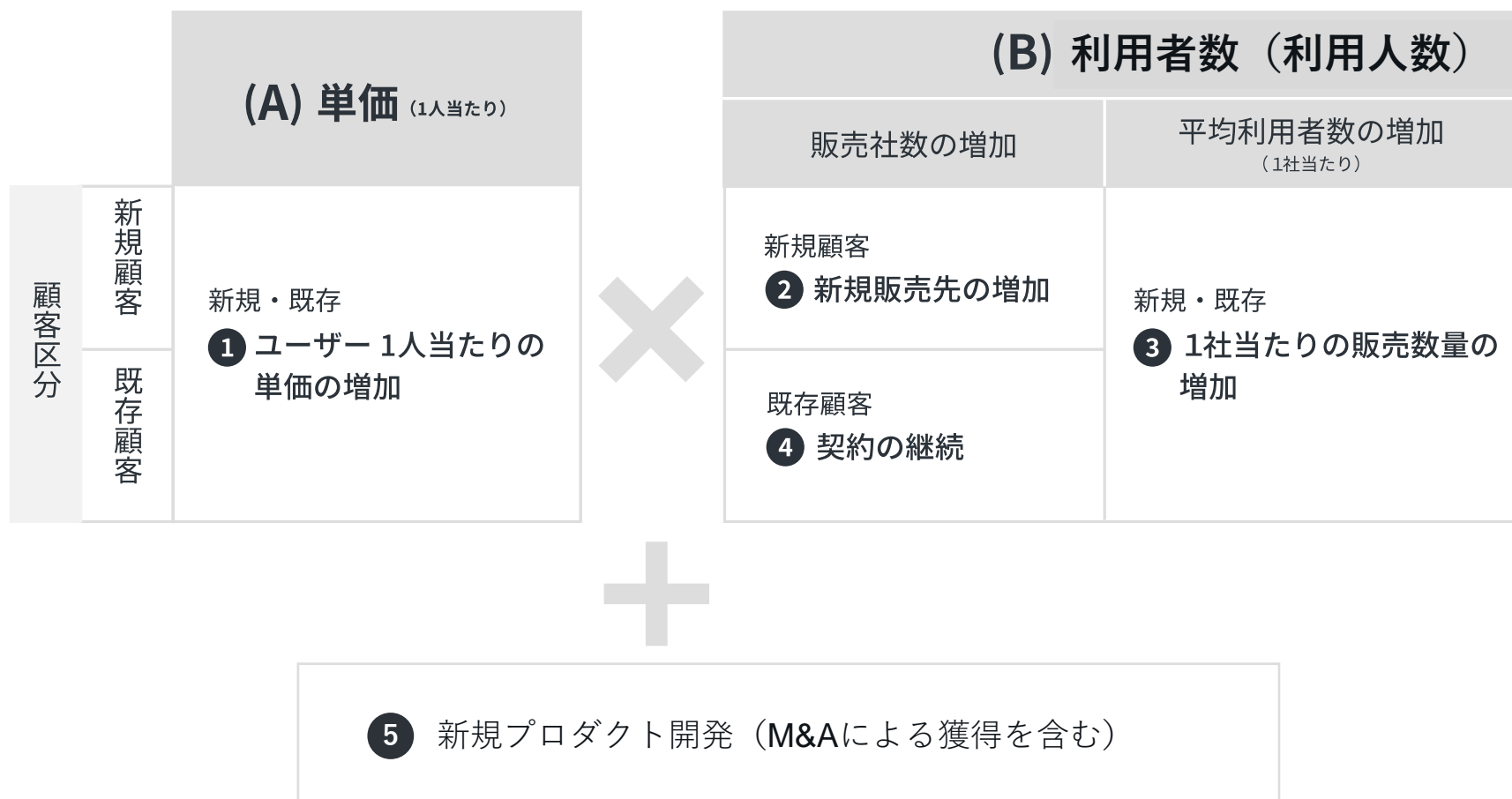
- 1 時流に乗った（拡大が見込まれる）クラウド上でのサービス展開・製品ラインナップ
- 2 安定性と成長性を兼ね備えた世界的なクラウドプレーヤーが提供するプラットフォーム上でのビジネス展開
- 3 2つの販売チャネルによる効率的に売れる仕組みの確立（販売パートナーとの密な連携及びインバウンドを主体とした自社販売チャネル）
- 4 安定性と成長性を両立させる継続収益モデル（サブスクリプション型リカーリングレベニューモデル※）の確立

※「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)

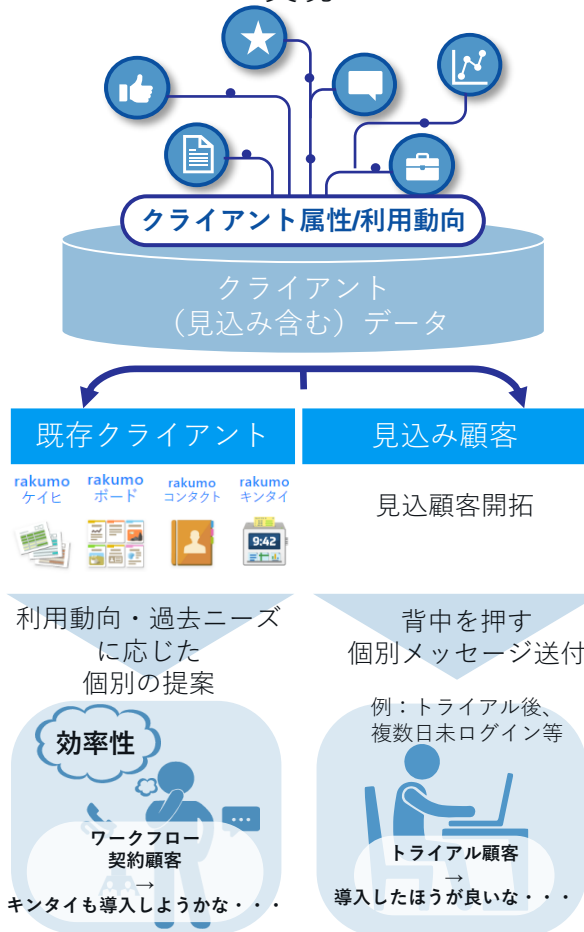
5. 成長戦略

- (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) についても注力



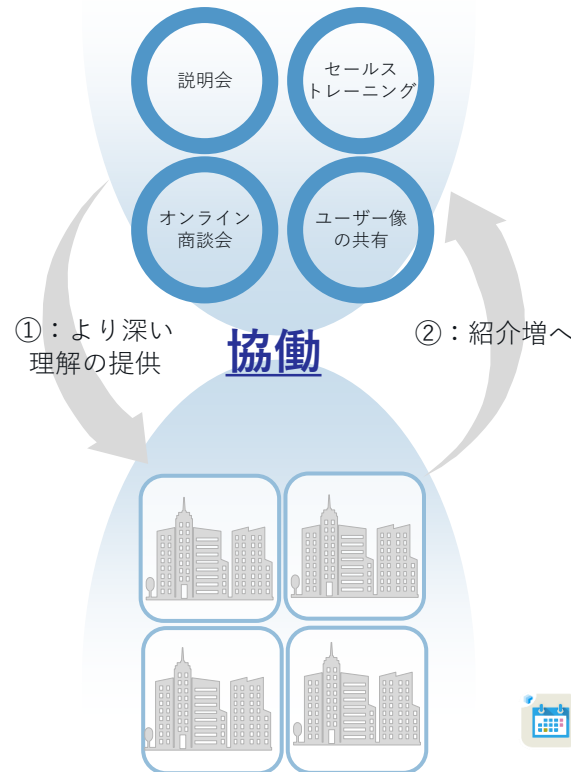
クロスセル※の実現

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



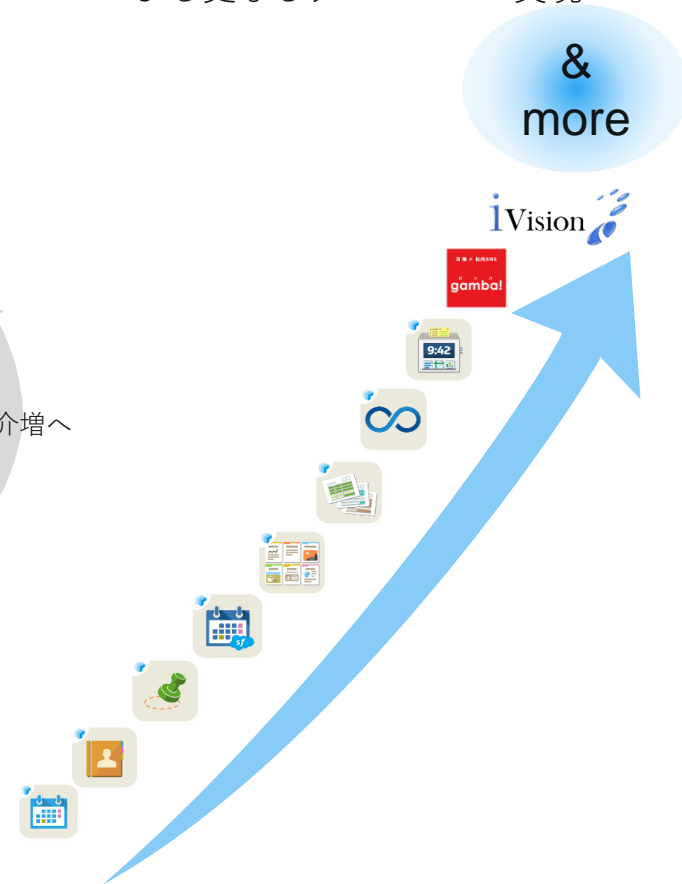
販売パートナーとの協働

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



新規プロダクト開発

- ・ 新規プロダクト開発（HR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

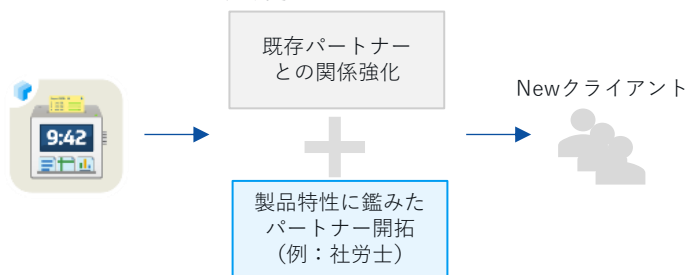


※クロスセル：追加サービスを販売することです（例：ワークフローを使用されていたお客様がキントイを新たに契約するケースなどが該当いたします）。

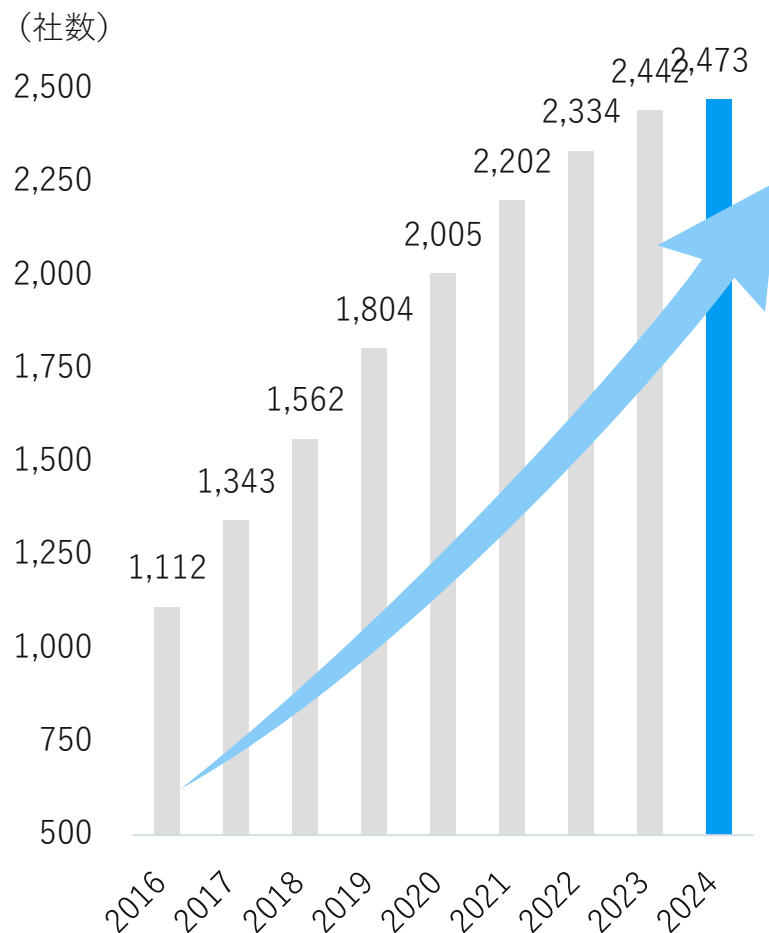
新たな販売戦略（自社販売体制強化、各種マーケティング施策を含む）を通じた新規販売先の開拓

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

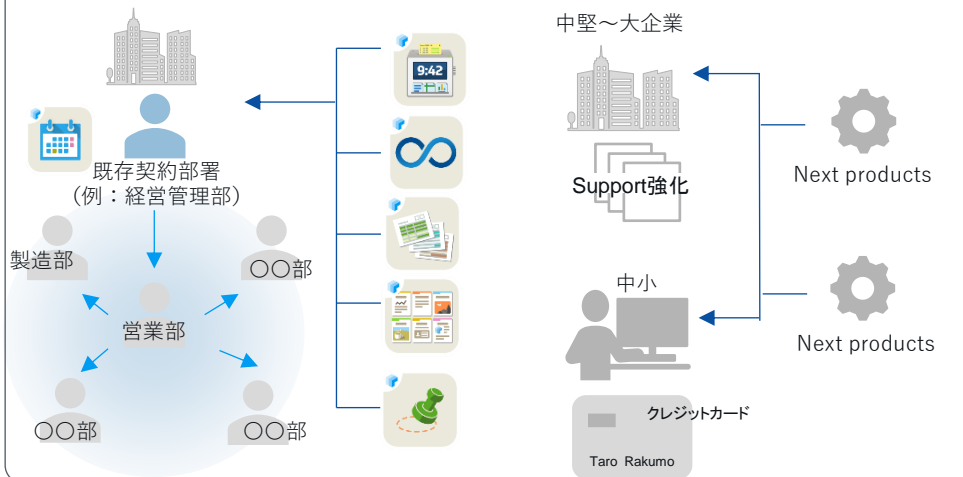


販売戦略及びプロダクト開発を通じた1社当たりの販売数量（利用人数）の増加

主要な戦略

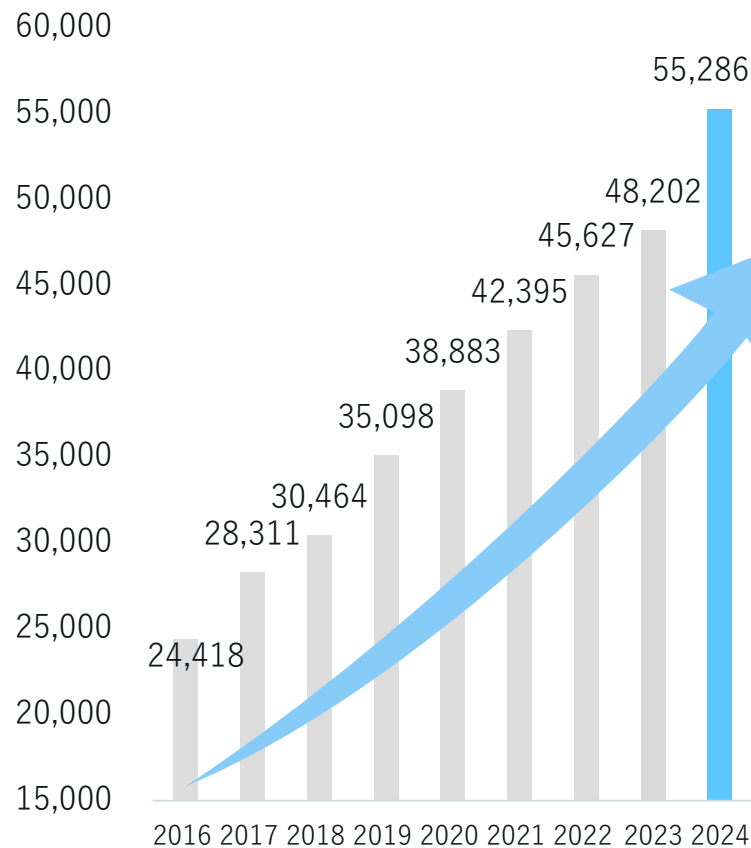
1. 部門導入先への全社導入に向けたアプローチ
2. サービスの追加提案
3. 顧客に応じた効率的、効果的な販売戦略の実行
 - 中堅～大企業：ソリューション営業の強化
 - 中小企業：クレジットカードによるオンライン決済等、ネット上での手続きの完結
4. クライアントニーズを鑑みたプロダクト開発

【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）

（円）



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！

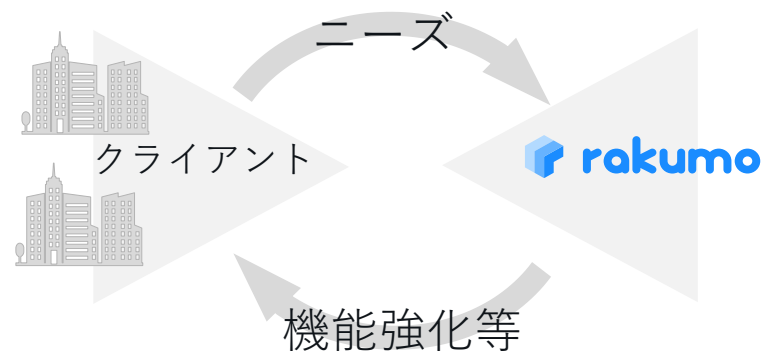
そして仕事を面白く

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（HR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



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 |
| のれん等の減損リスク | 連結貸借対照表に計上されているのれん等及び今後M&Aにより計上されうるのれん等が将来の収益性の低下により減損損失が計上される可能性 | 中／中長期 | 中 | 企業価値の算定等の事前調査を十分かつ適切に行い、合理的な判断を行っていけるよう努める |

- 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。