

# 事業計画及び成長可能性に関する 説明資料



rakumo株式会社

(東証グロース：4060)

2025年3月27日

- 
- I. 会社概要
  - II. SaaSサービスの概要・特徴
  - III. 当社の決算等の状況（収益構造・費用構造含む）
  - IV. 主要なKPI（指標）の推移
  - V. 業界動向及び事業環境
  - VI. 当社の特徴・強みのサマリー
  - VII. 成長戦略と進捗状況
  - VIII. 中期経営計画
  - IX. 主要なリスク及び対応方針

# 1. 会社概要



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。

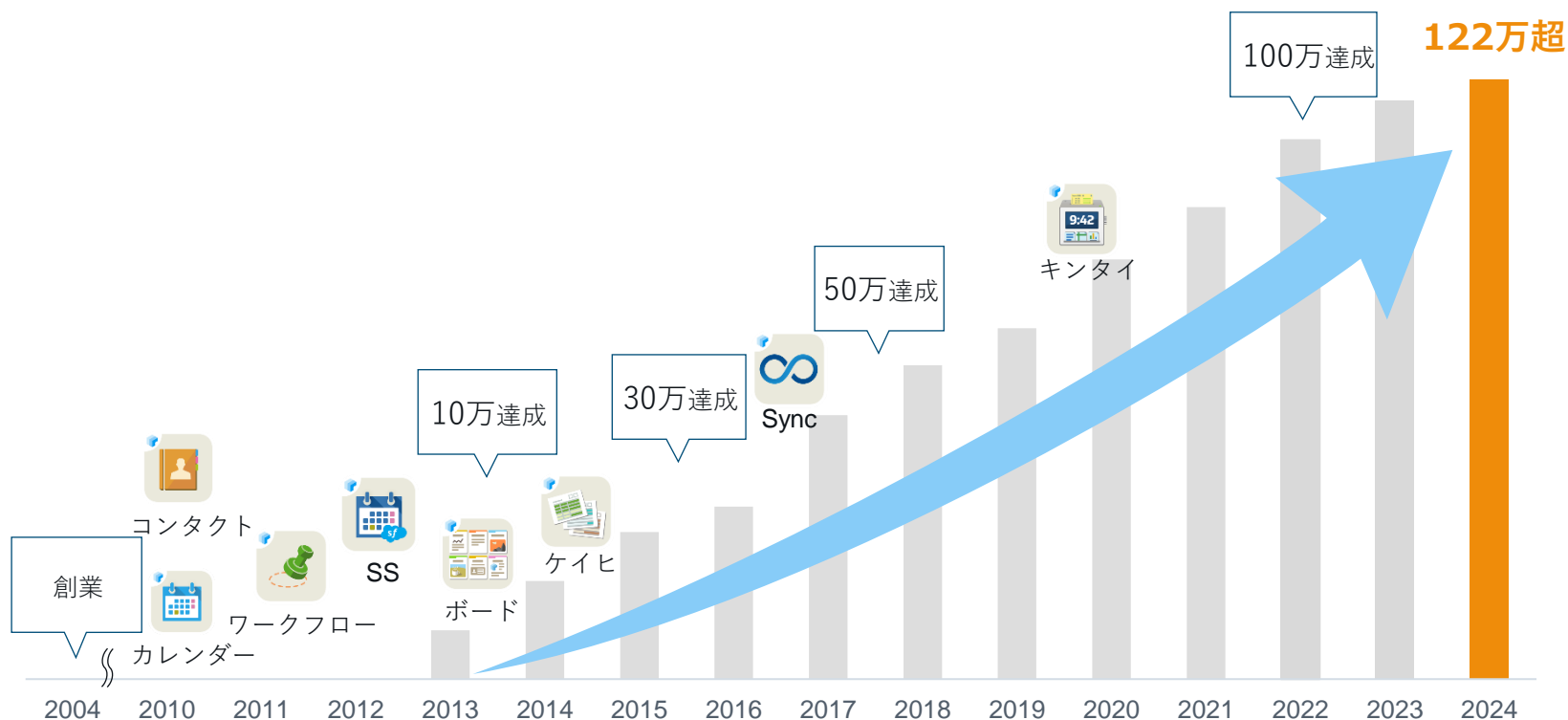
また、多種多様なお客様の共通業務を支援する高品質な IT サービスを、多額なIT 投資コストなしにご利用いただけるよう、お客様が導入しやすいコストで提供することを当社グループの事業方針としております。

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		 Google Cloud Premier Partner (Build, Sell)	 Salesforce AppExchange Partner
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 グループCEO 取締役会長 取締役 CTO 取締役 CFO	清水 孝治 御手洗 大祐 石田 和也 石曾根 健太	社外取締役 常勤社外監査役（会計士） 社外監査役 社外監査役（弁護士）	金子 昌史 秦 美佐子 野口 誉成 中野 玲也
役職員数	約100名（連結）（2024年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、財務税務等、バランスの取れたメンバー体制を構築



## 御手洗 大祐 取締役会長

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  
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  
2024年 株式会社gamba 取締役



## 清水 孝治 代表取締役社長 グループCEO

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)）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）



## 石田 和也 取締役CTO 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）



## 石曾根 健太 取締役CFO 経営管理部長


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gamba 取締役（現任）  
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）



# 経営メンバー（2025年3月25日以降）-社外役員



社外役員についても、経営、事業、財務・税務の知見を有し、ガバナンスにおいても適切な体制を構築



## 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）

# 新経営体制（2025年3月25日以降）でのスキルマトリクス

代表取締役清水孝治が就任した新経営体制では、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	✓			✓	✓

- 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

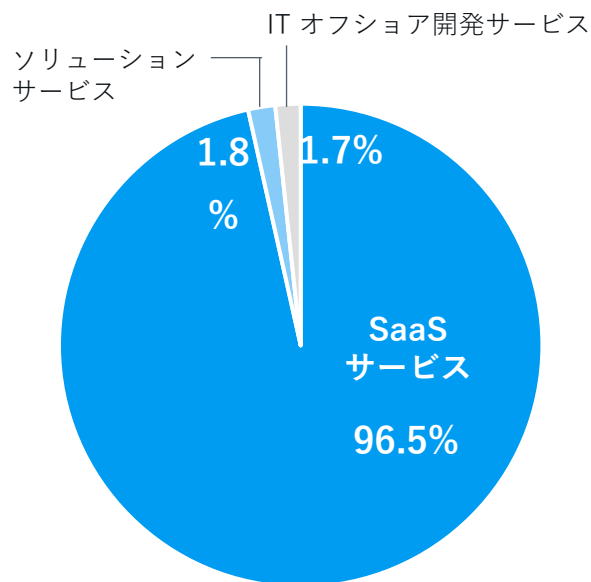
## ソリューションサービス

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

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

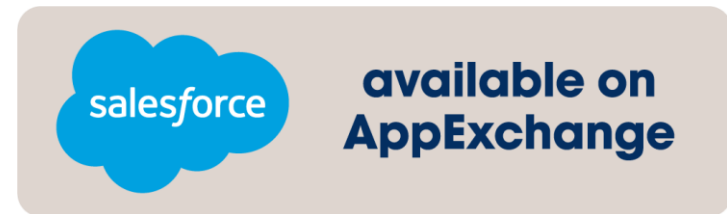
## II. SaaSサービスの概要・特徴

### 1. パートナシップ概要及びプロダクト機能面の特徴

- 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」

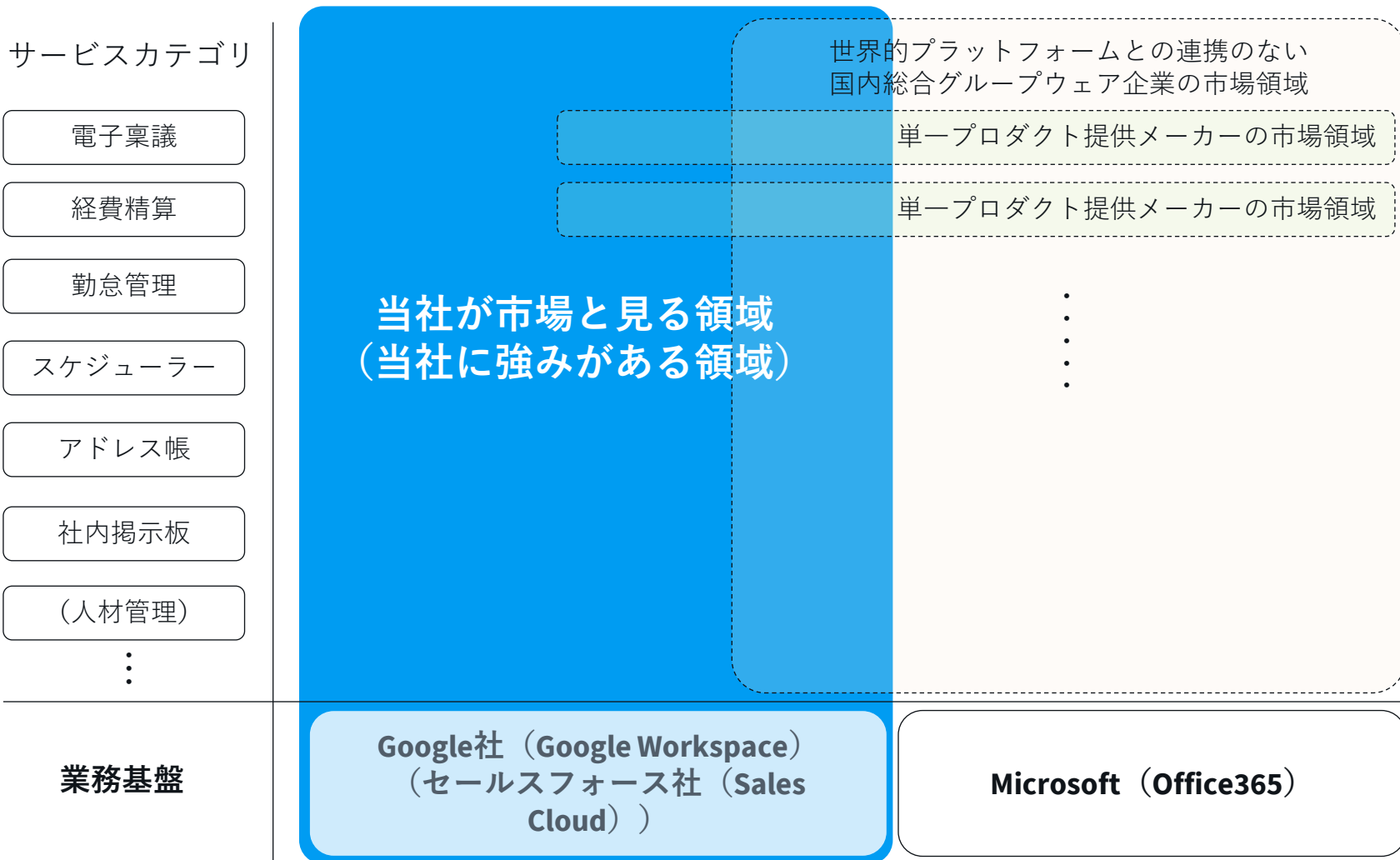
- ・ 大手プラットフォーム自身の開拓だけでなく、大手プラットフォームの販売代理店（販売パートナー）等による市場の開拓が順調に進んでいる状況
- ・ 当社自身もGoogle Workspaceの販売代理店となっていることから、Google Workspace導入先へのrakumo製品販売だけでなく、自社でマーケットの拡大を図ること（当社がGoogle Workspaceを販売しマーケットを拡大させたうえで、さらに当社rakumo製品をアドオン（販売）すること）が可能

## 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

# 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。



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



# rakumo製品のラインナップ (紹介動画)

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

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

# rakumo製品の価格帯

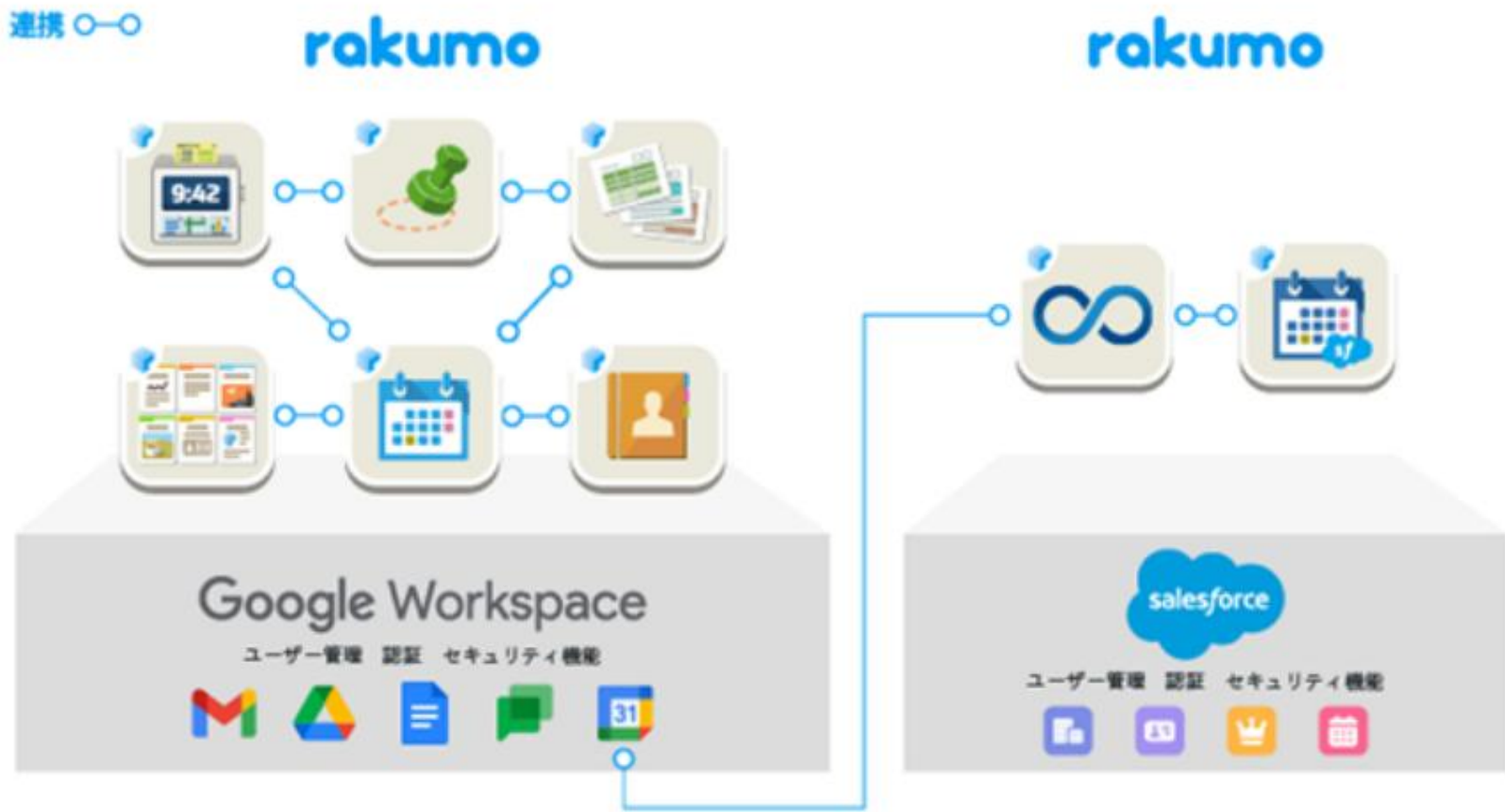
必要な機能単位だけでなく、パッケージ（パック）での提供も可能であり、クライアントにとって最適な価格帯での提供が可能

※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intai	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)

「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



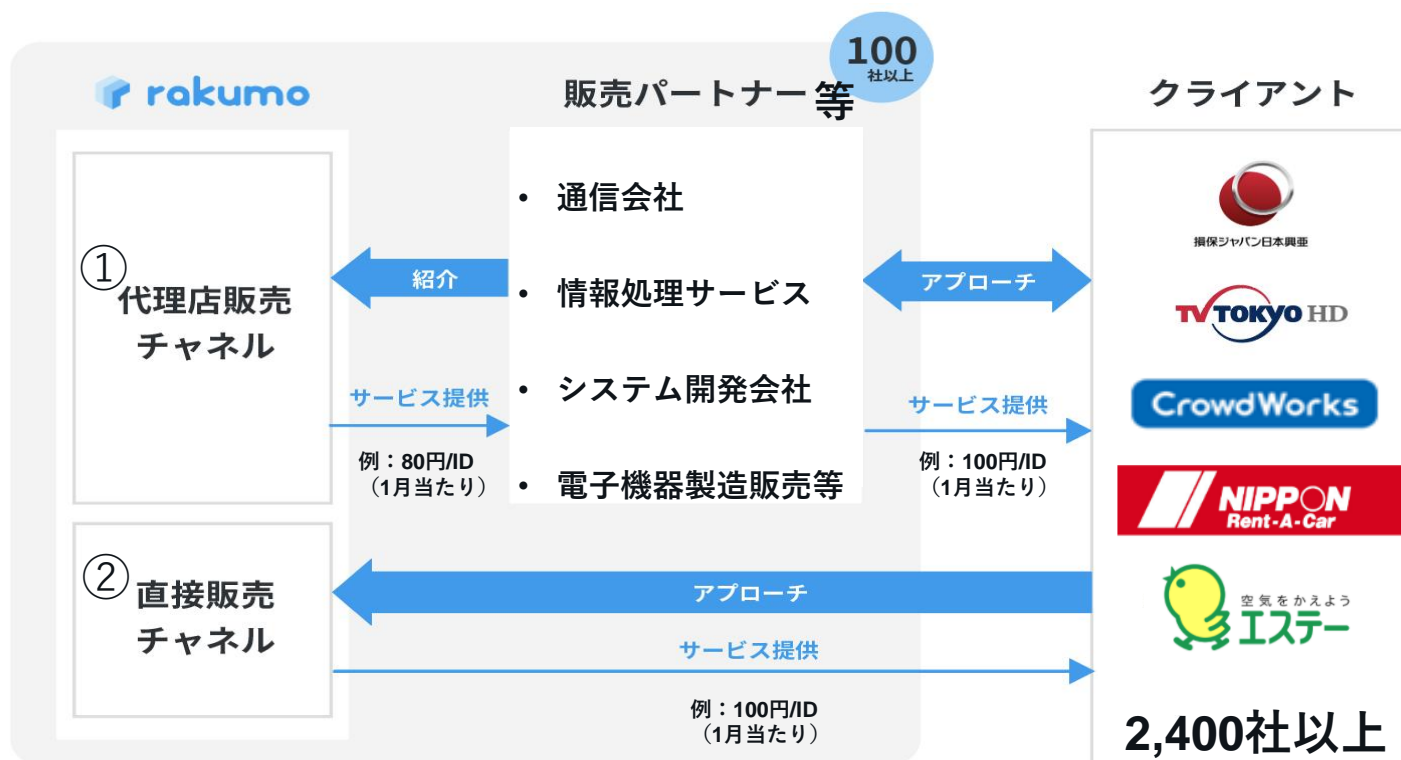
1. Google Workspace/SalesCloudと密接に連携、業務プロセスの効率化、業務の正確性の向上、サービス管理の効率化に貢献
2. お客様の事情に柔軟に対応可能なサービス提供形態と手頃な価格（1サービス1ユーザーより契約可能、初期費用不要、手頃な利用価格）
3. 複数サービスをご利用いただくことで、サービス間のデータ・プロセス連携により、業務がより効率的に

## II. SaaSサービスの概要・特徴

### 2. ビジネスモデル・ビジネス基盤の特徴

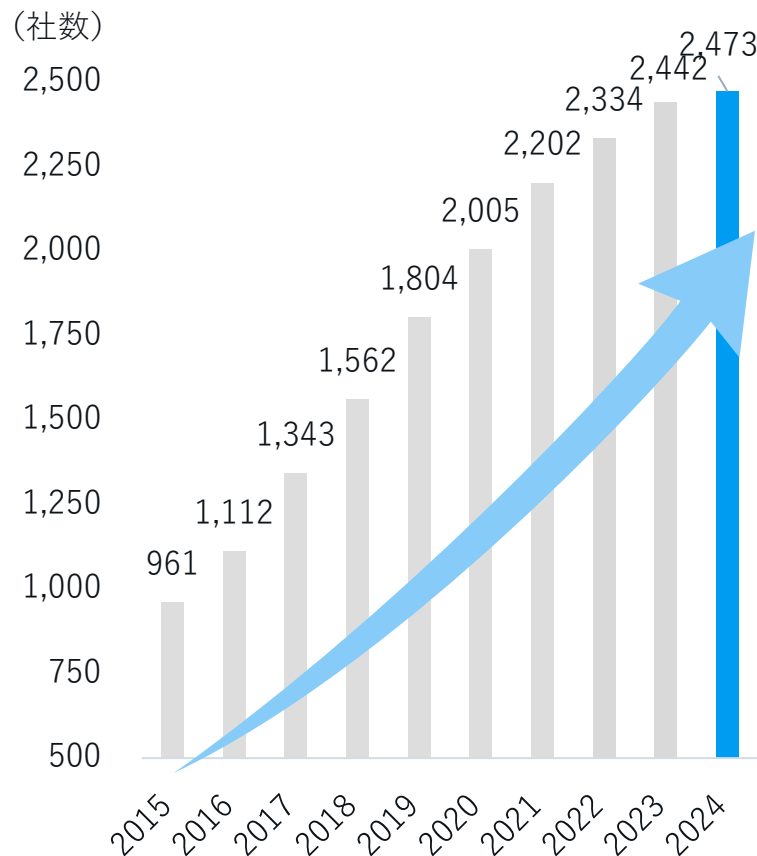
# 販売チャネル毎のフロー及びチャネル毎の収益構造

- 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)

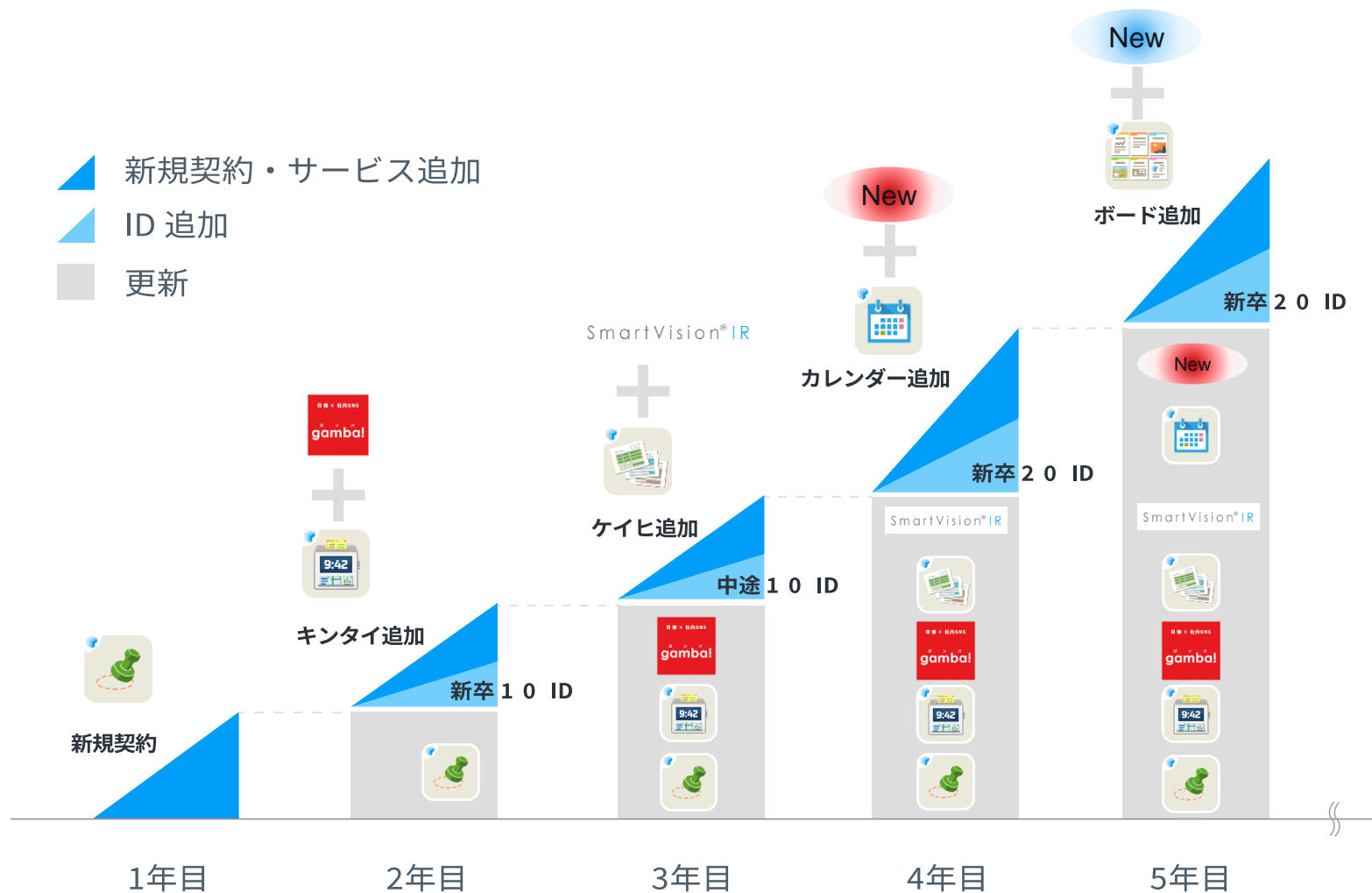
- 新規契約
- 更新



注：2024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



# III. 当社の決算等の状況

(収益状況・費用構造含む)

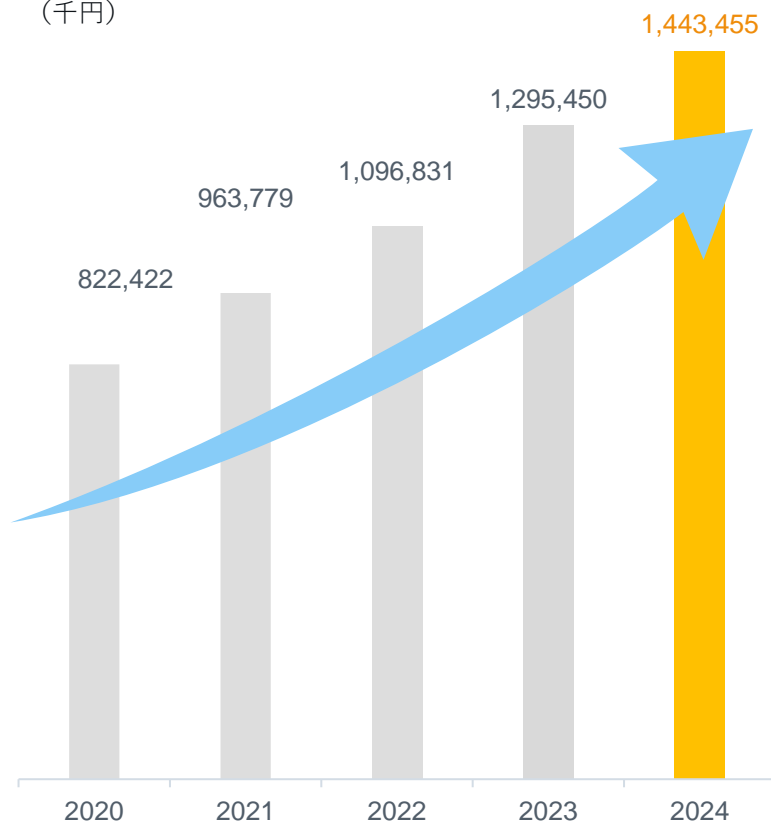
# 売上高の推移及びサービス別売上高割合：価格改定対応が順調に進捗



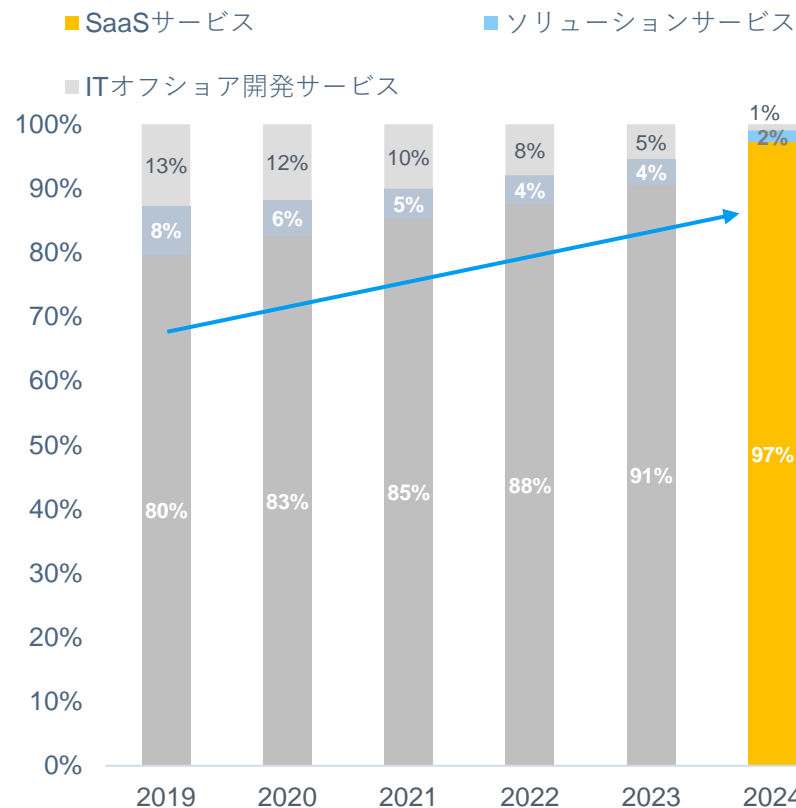
- ・ 2024年通期における売上高は、SaaSサービスに注力する目的でソリューションサービス及びITオフショア開発サービスを縮小したものの、価格改定等の施策の進捗によりSaaSサービスが成長（前期比18.7%増）し、1,443百万円（同11.4%増）と継続的に増収
- ・ 2024年度の業績予想達成率は100.5%
- ・ 成長率と安定性の両方を兼ね備えたSaaSサービスの売上高割合は約97%とさらに伸長

## 売上高

(千円)



## サービス別売上高割合

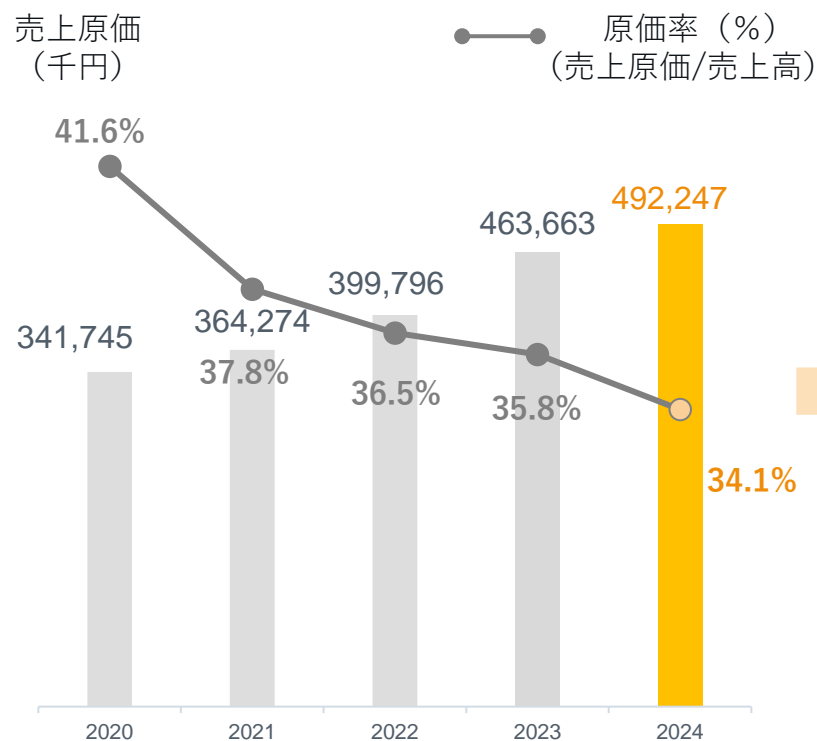




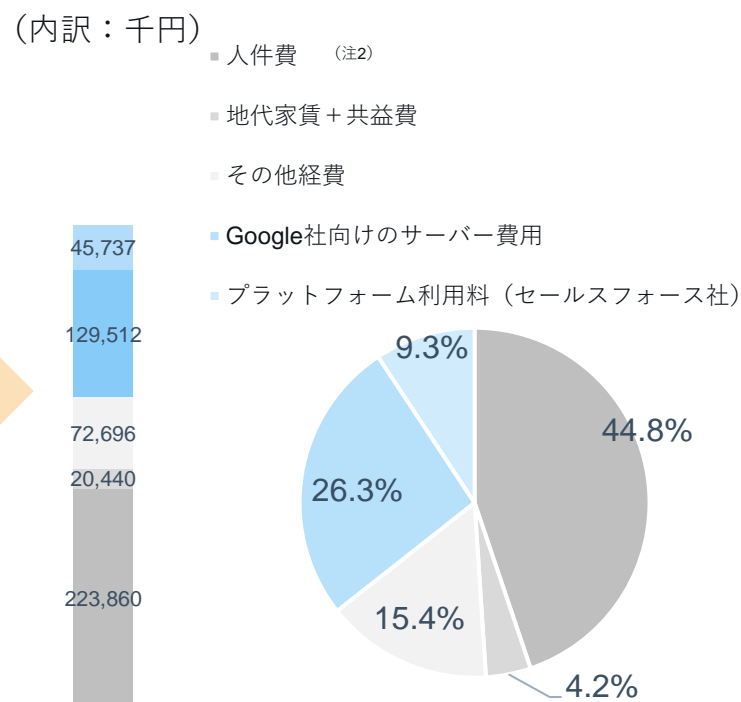
## 売上原価の推移及び構成：原価率はさらに改善

- 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<sup>(注1)</sup>から算出されるSaaSサービスにおける限界利益率は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）



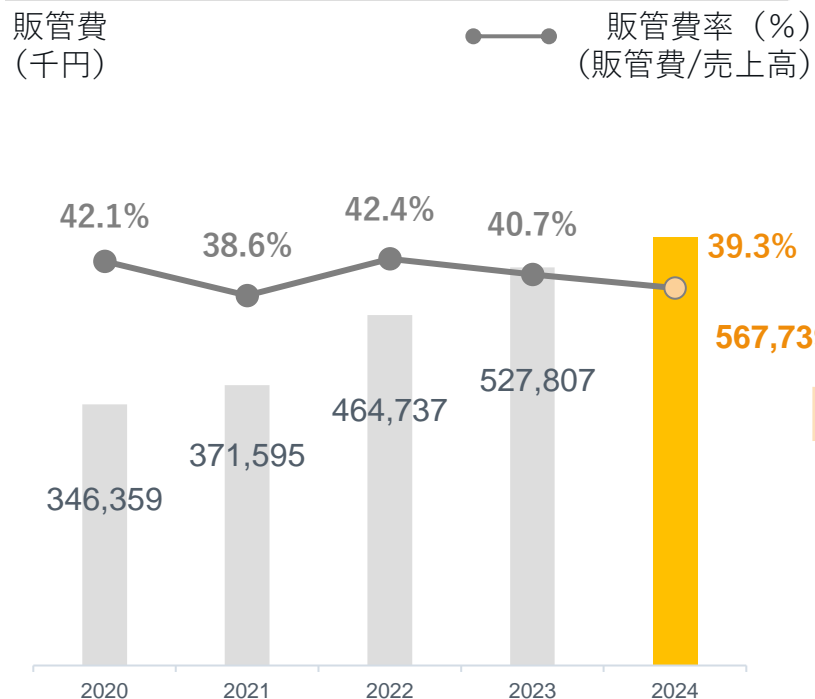
注1：「Google向けのサーバー費用+プラットフォーム利用料（セールスフォース社）÷SaaSサービス売上高」として計算しております。

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

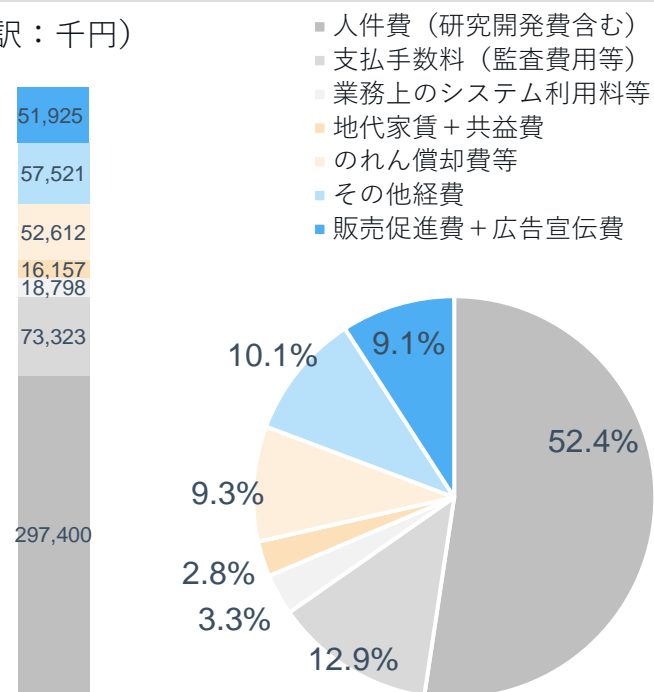
- 販管費の主な増減内容は、のれん償却費等+22百万円（アイヴィジョン）、研究開発費+15百万円（新製品又は新機能開発）、人件費+13百万円、支払手数料△15百万円（M&A関連費用等）となった。また、販管費率は各種施策や投資を行うも売上高の増加による影響が大きく、39.3%と前期比1.4 pt改善
- 当社のビジネスモデル上、費用対効果の高いマーケティングに注力可能という特性から、「販促費+広告宣伝費」の金額は他社SaaS企業に比して低水準に推移しながらも、売上高は継続的に増加。なお、販管費は人件費等の固定費が中心（右下円グラフご参照）

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)

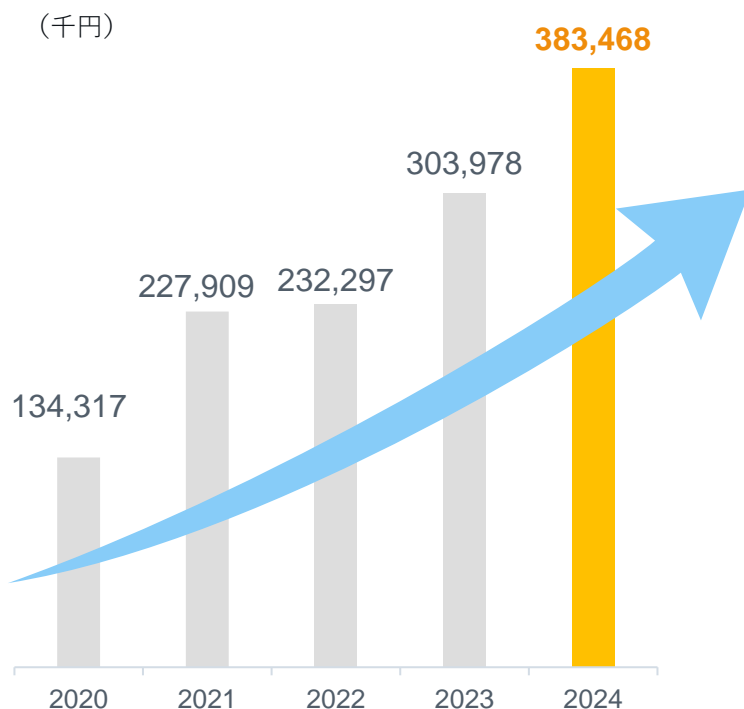


※25年度からはM&A関連費用についても開示予定

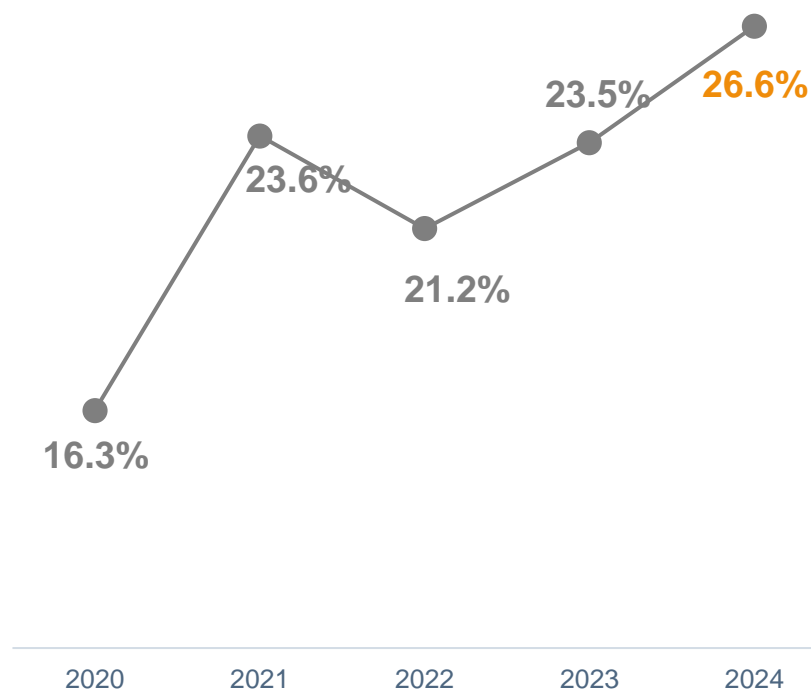
# 営業利益：継続的かつ大幅な増益を達成

- 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

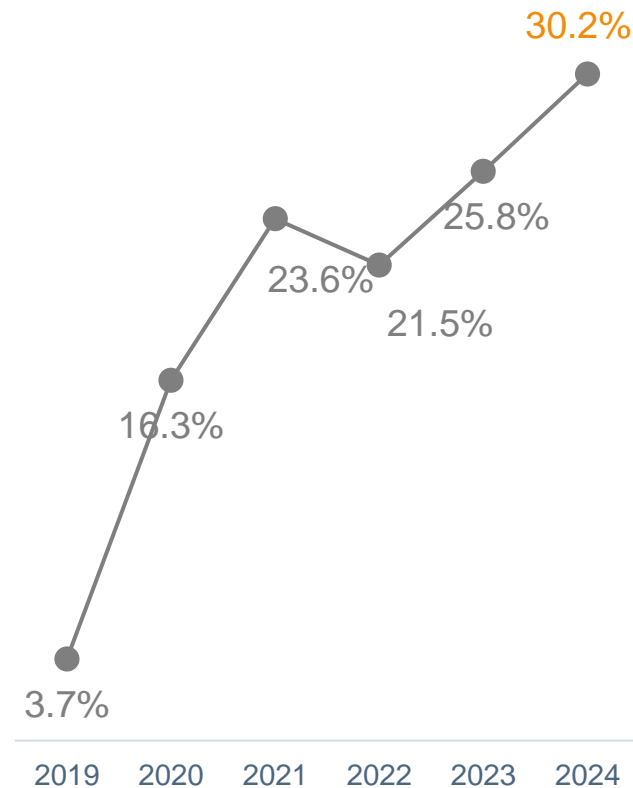
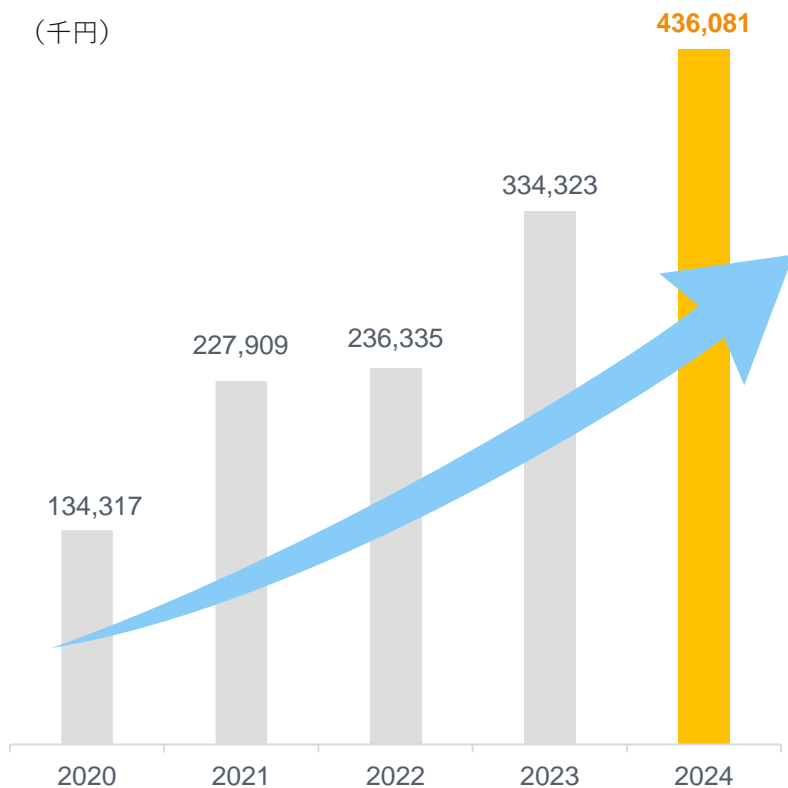


# EBITA※：高いEBITAマージンを確保

- ・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



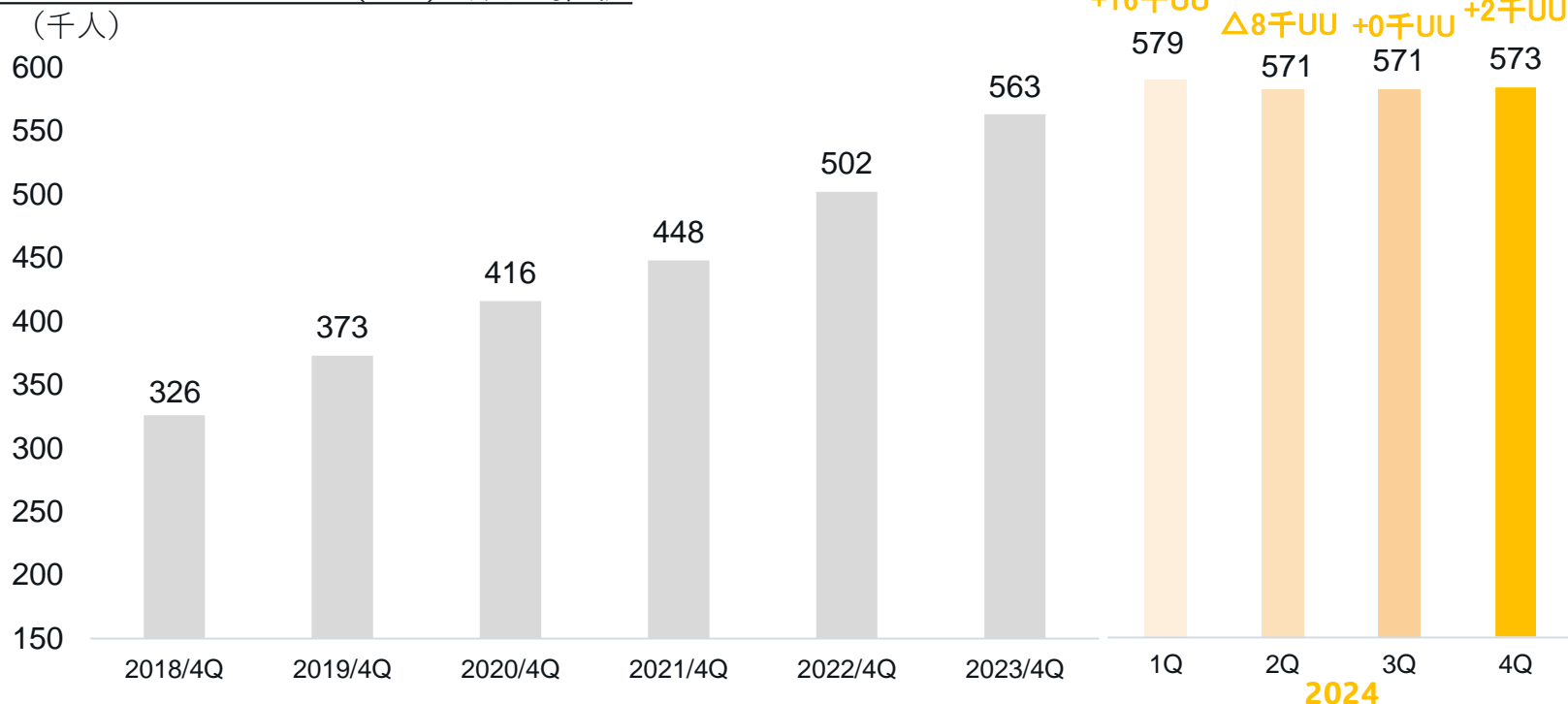
※: 「EBITA = 営業利益 + のれん償却費 (PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む)」として算出しております。

## IV. 主要なKPI（指標）の推移

## 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

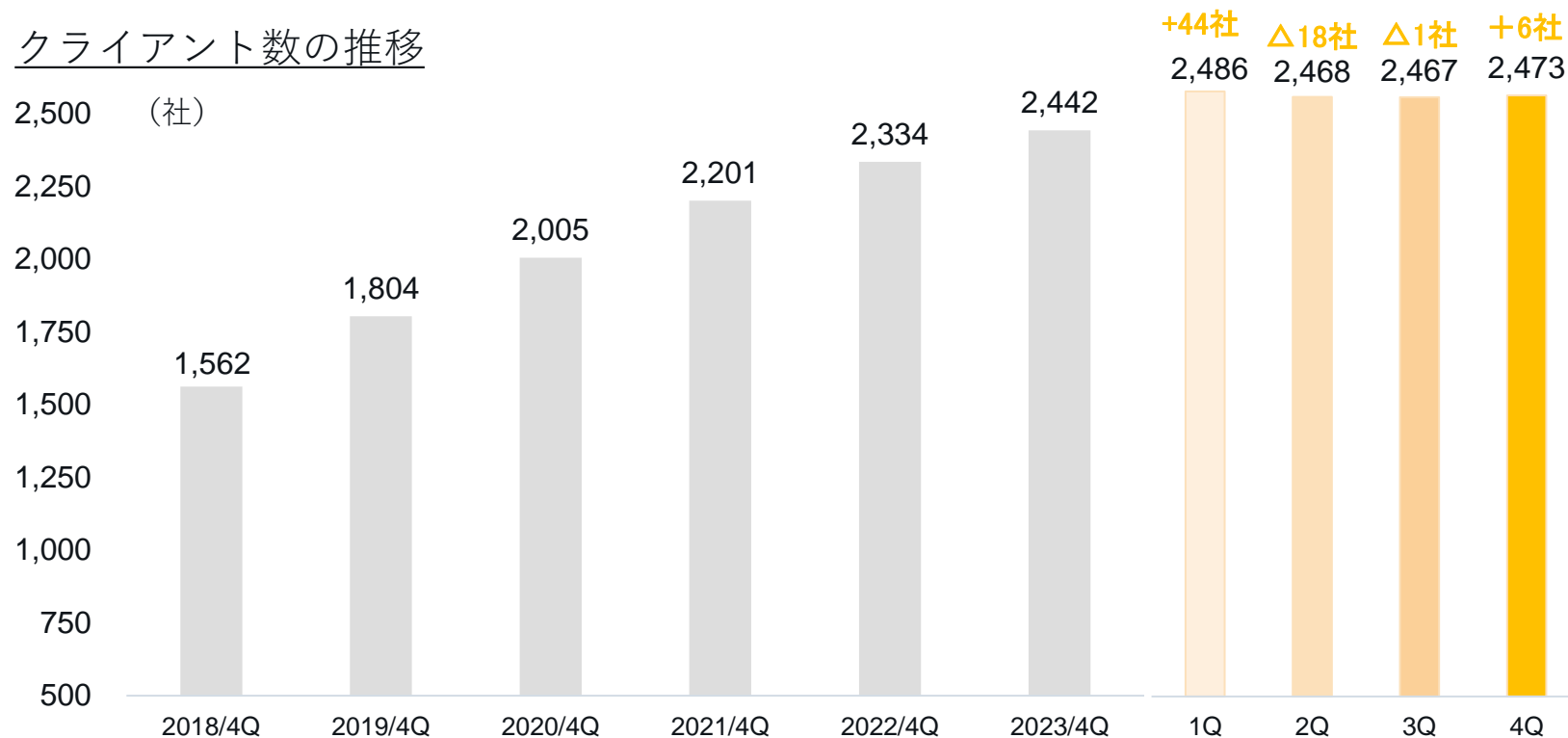


※「ユニークユーザー数」はユーザー数のカウントとなります。例えば、A氏がキンタイ、ワークフローの二つを使用している場合、1カウントとして算出します。一方、「ライセンス数」は、使用プロダクトの数でカウントし、このケースの場合、2カウントとして算出いたします

## 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

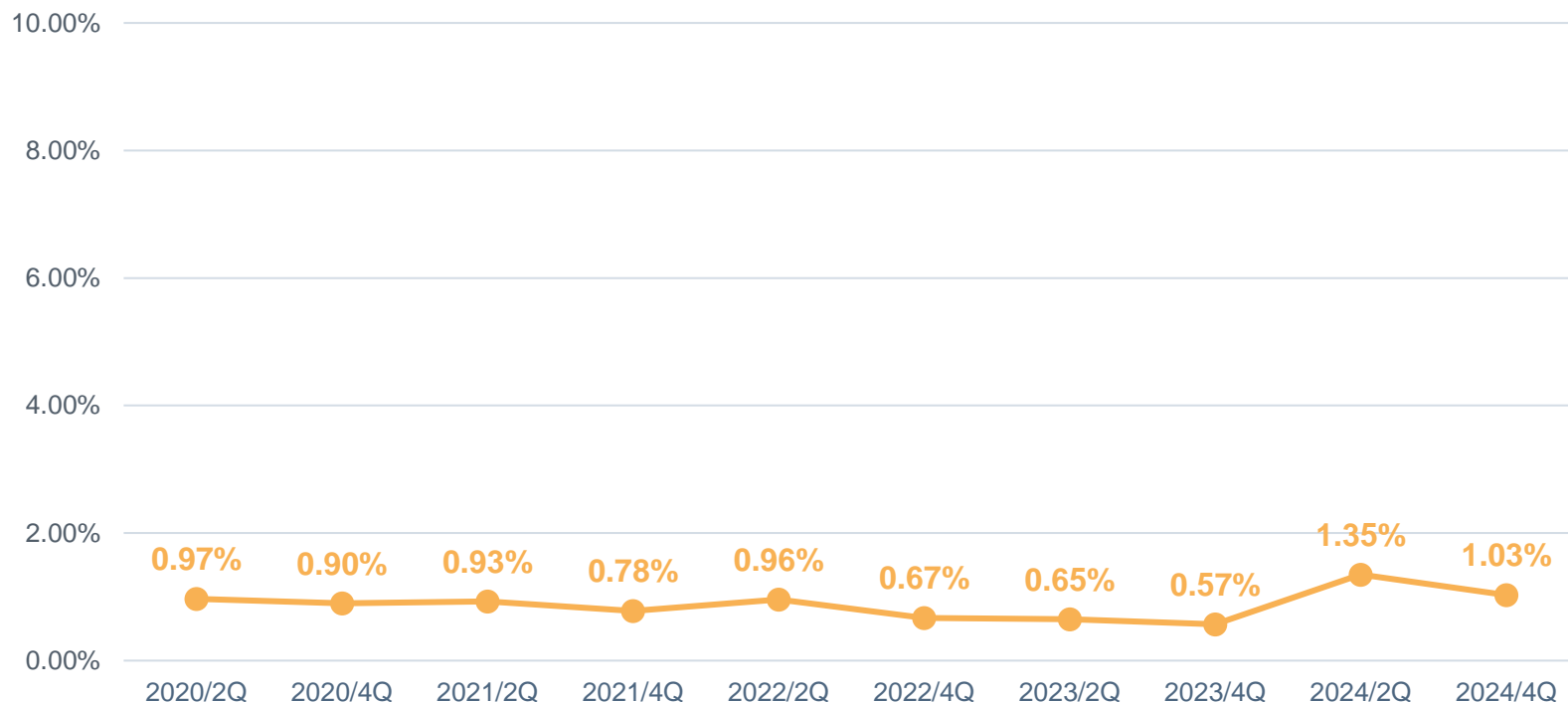
### クライアント数の推移



※「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：

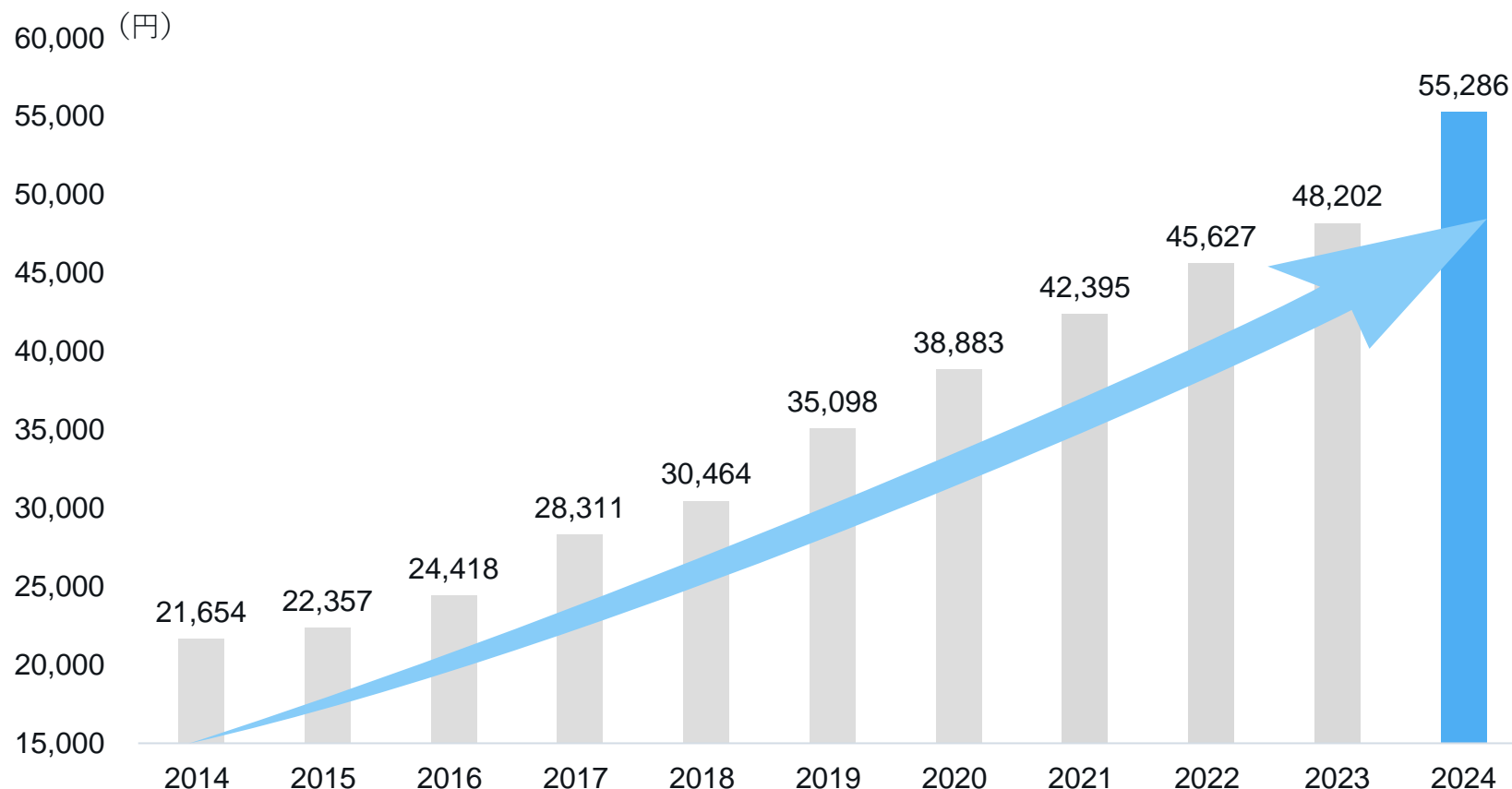
1. 月初販売額に対して解約された販売額の割合を解約率として、算出しております。
2. 上記において算出された解約率の平均値を用いて各通期累計の解約率を算出しております。



# 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。

# V. 業界動向及び事業環境

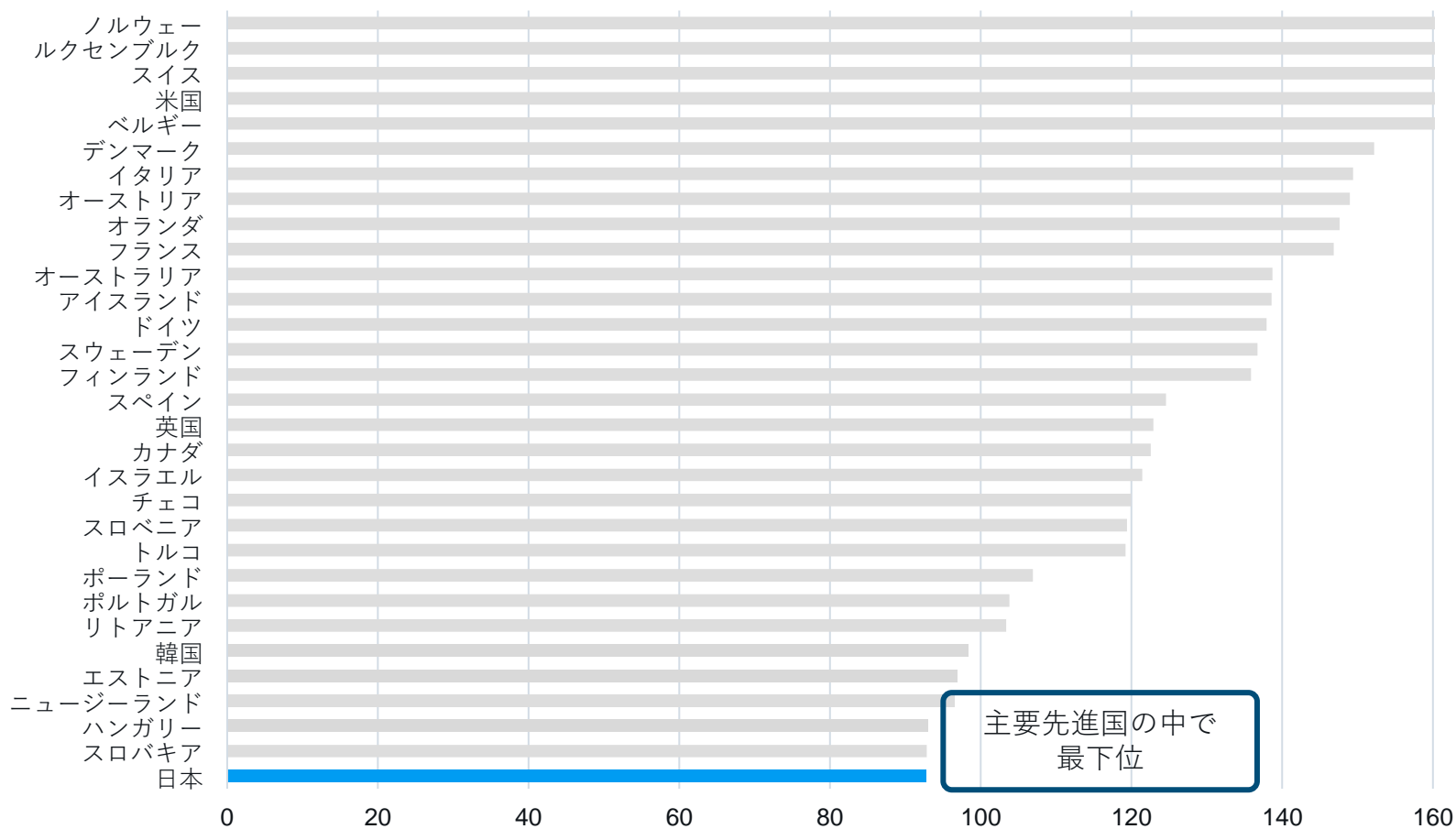
## 1. マクロ的視点からの業界動向

# 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

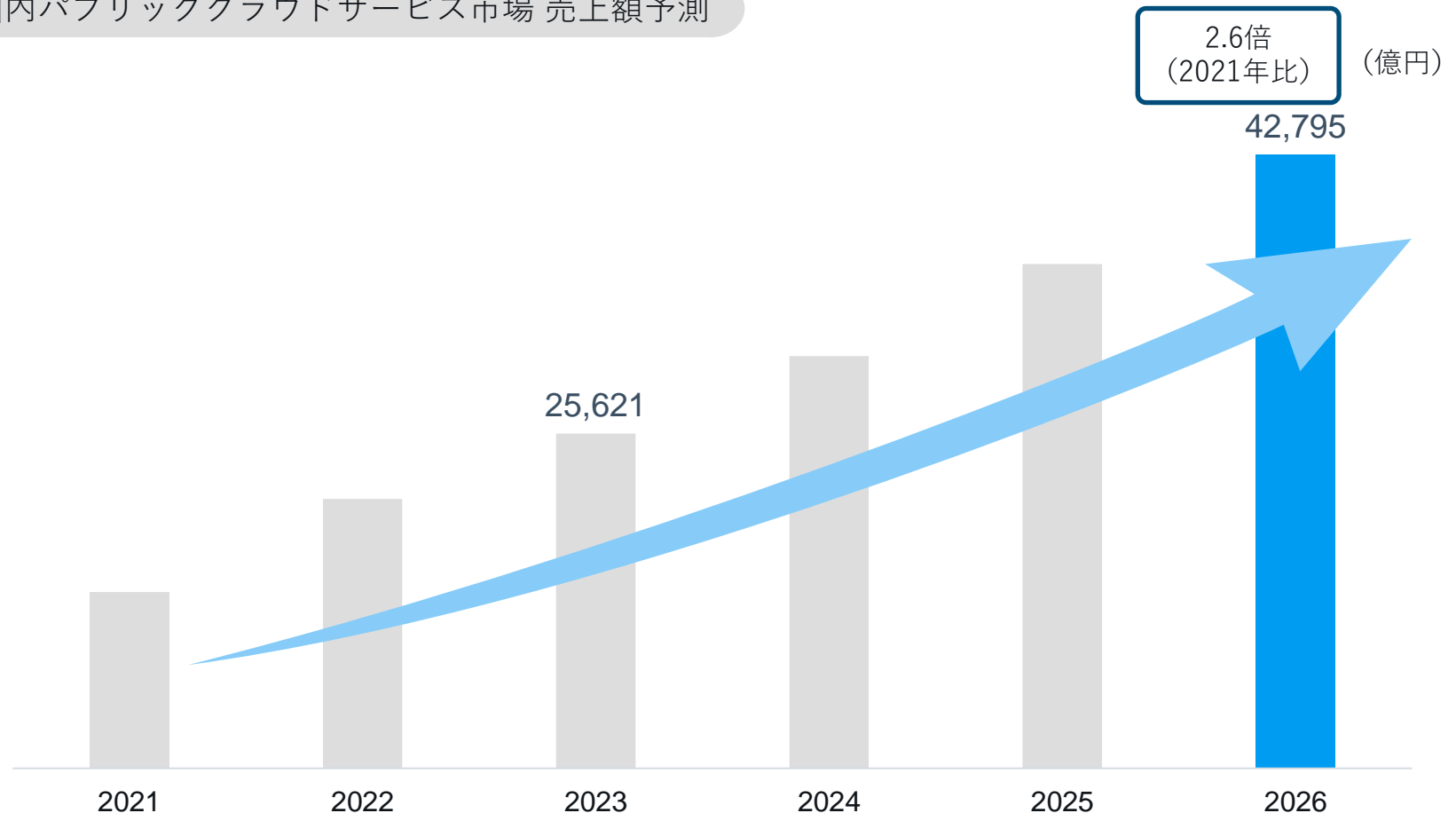
働き方改革やデジタル等の政府重点政策と、労働生産性向上・業務のデジタル化に寄与する製品を提供している当社ビジネスとの方向性は一致

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

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

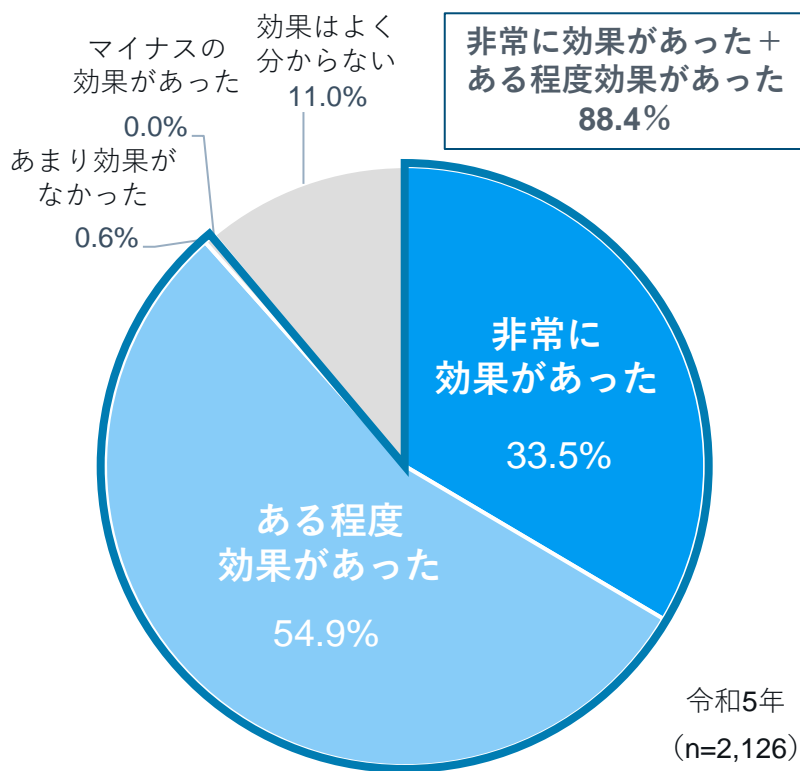
国内パブリッククラウドサービス市場 売上額予測



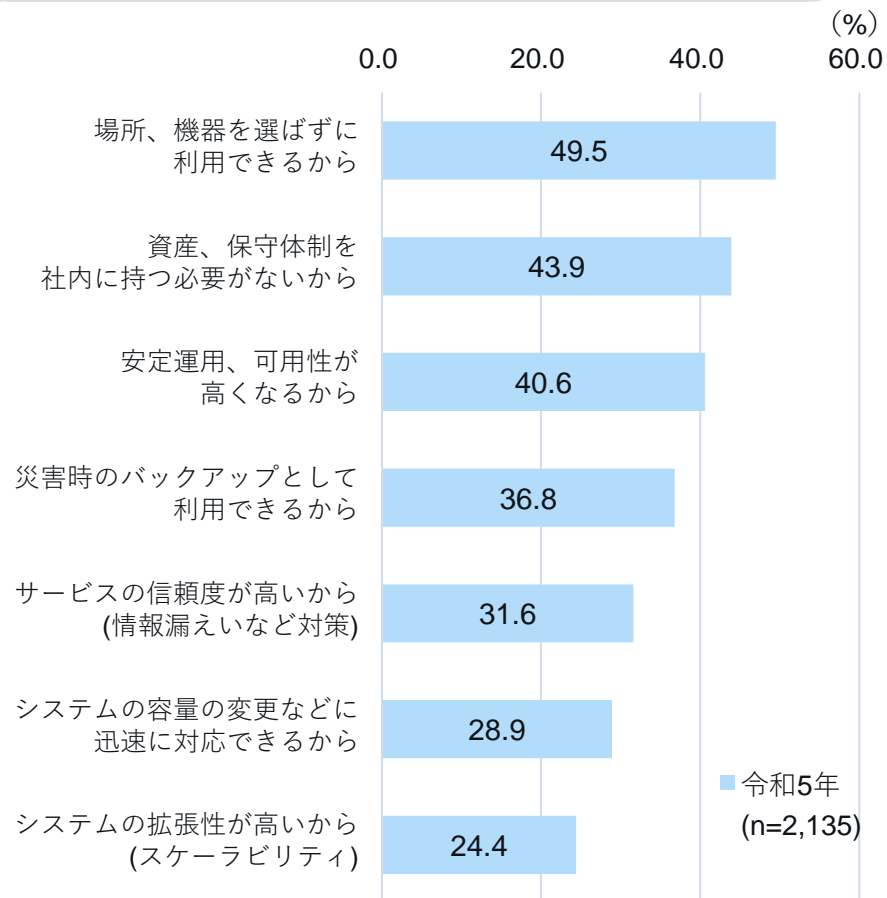
# クラウドサービスを利用する理由・効果

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

### クラウドサービスの効果

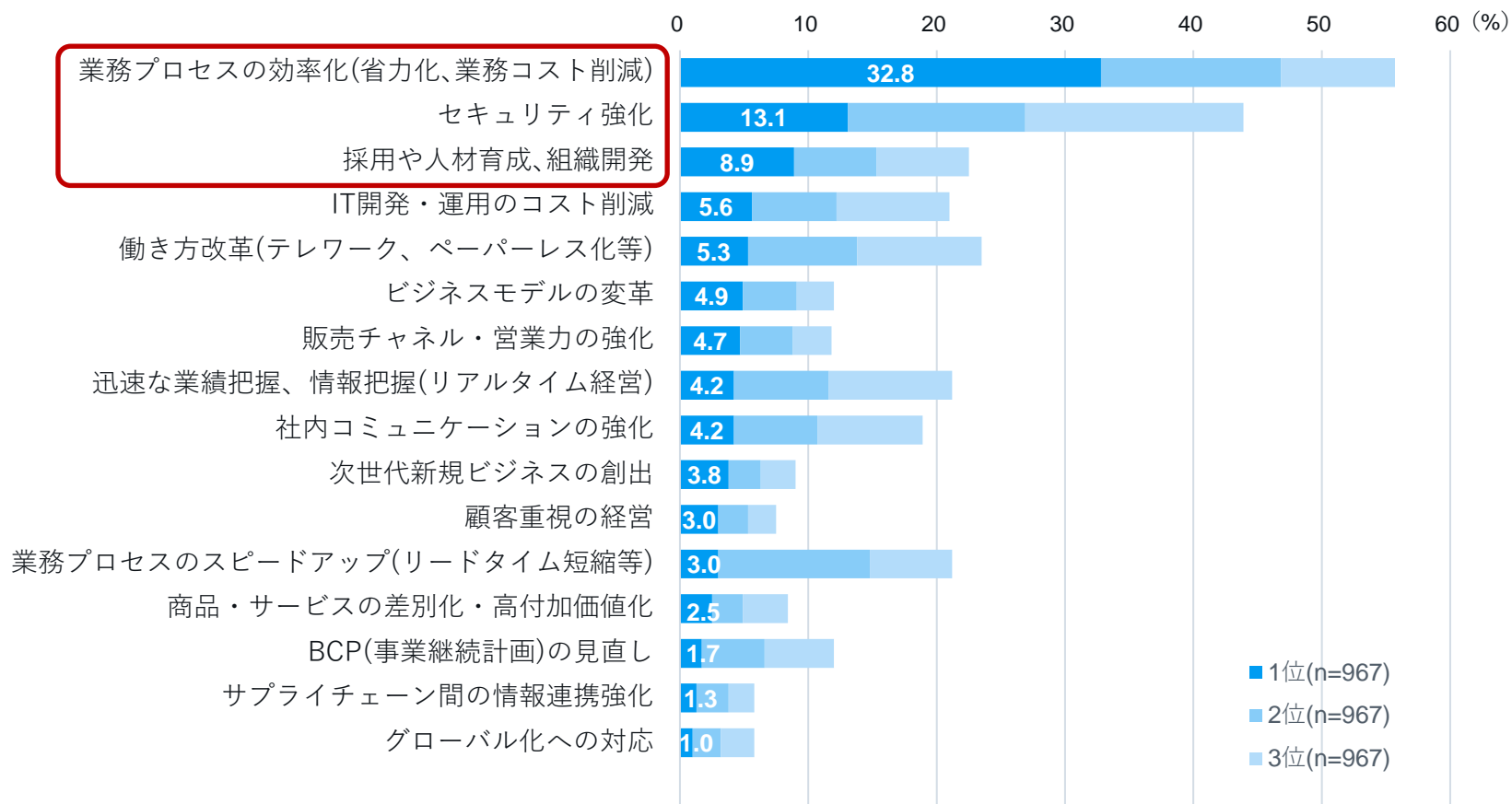


### クラウドサービスを利用する理由（複数回答）



- 多くの企業がIT投資により、業務プロセス効率化や、セキュリティ強化、採用や人材育成等の経営課題を解決したいと考えている

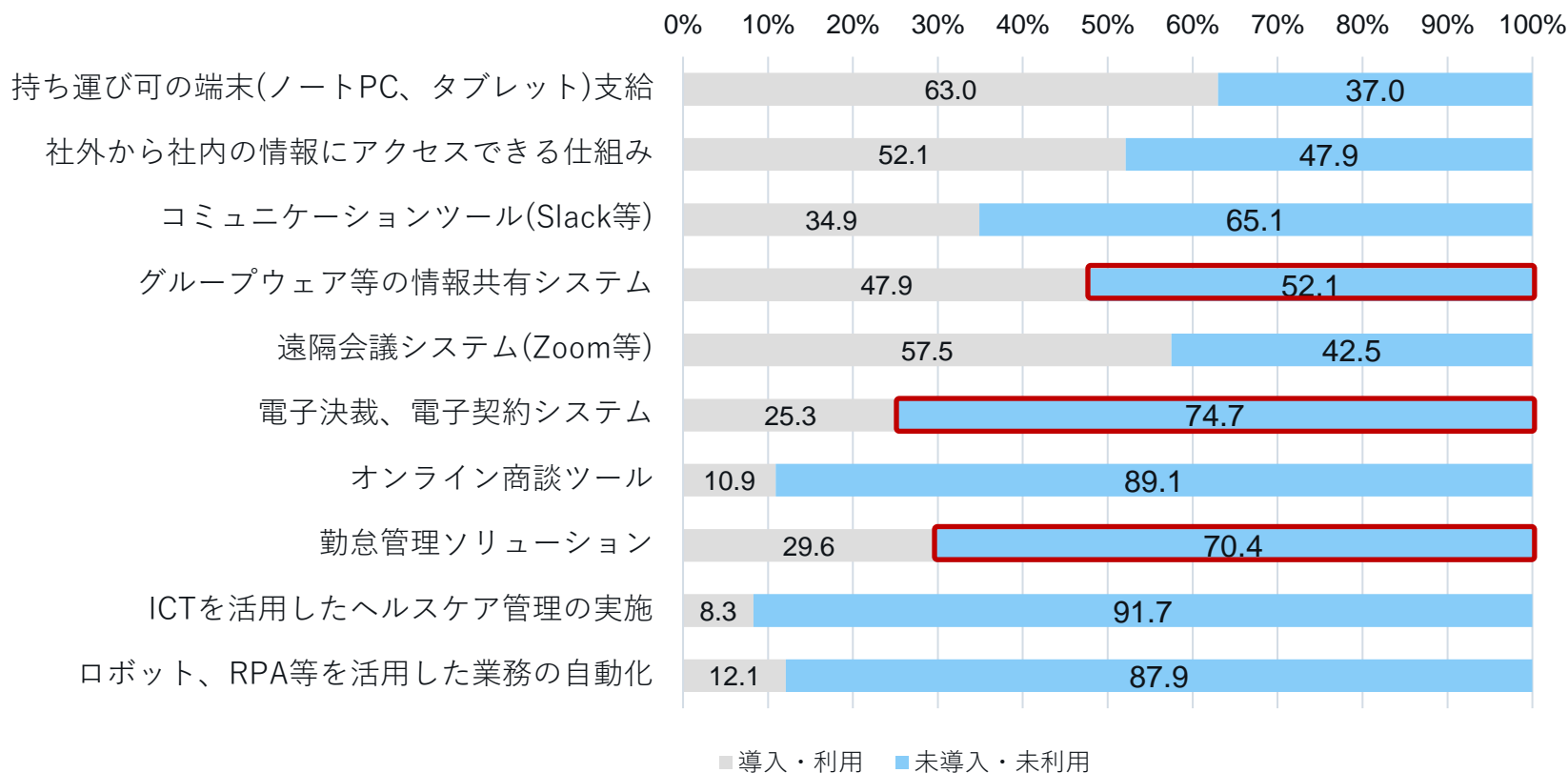
## IT投資で解決したい短期的な経営課題（1位の降順）



# 働き方改革関連の国内ICTツール導入余地

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

## 「働き方改革」関連でのICT導入・利用状況（日本）

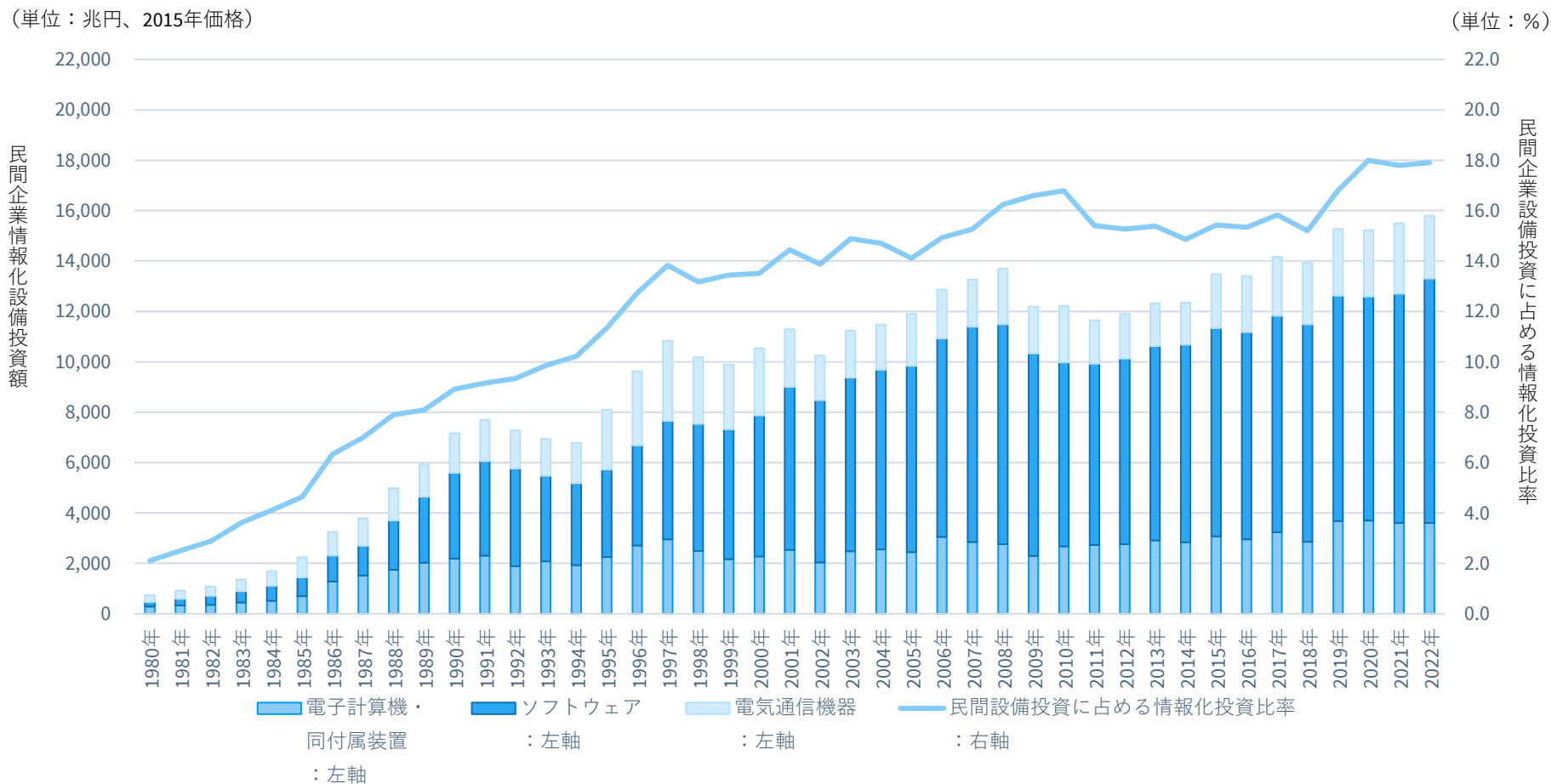




# 我が国の情報化投資の推移

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

## 我が国の情報化投資の推移

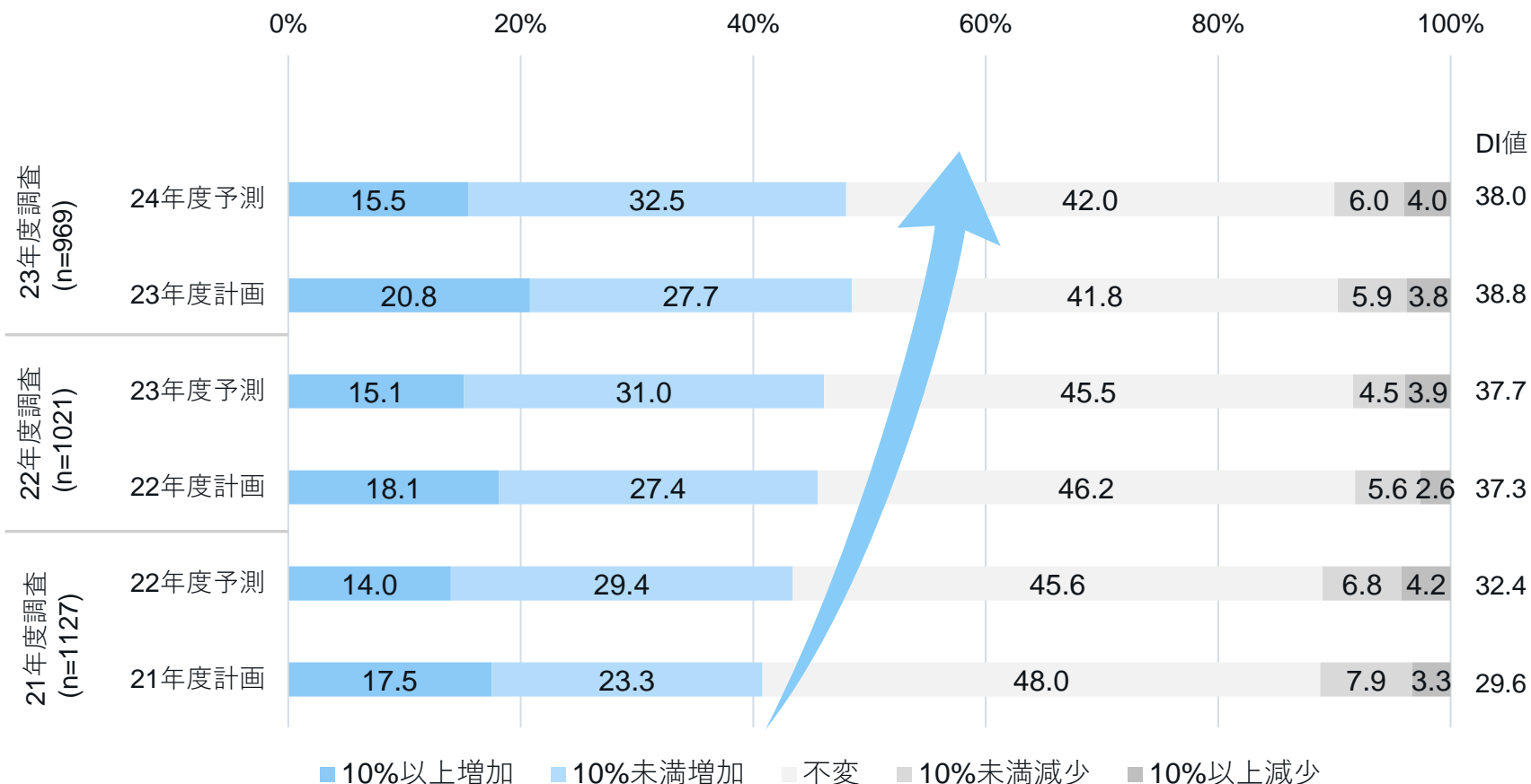


出所：総務省「令和6年版情報通信白書」(2024)より作成

# 年度別IT予算の増減

- 国内企業における年度別IT予算は増加傾向

年度別IT予算の増減

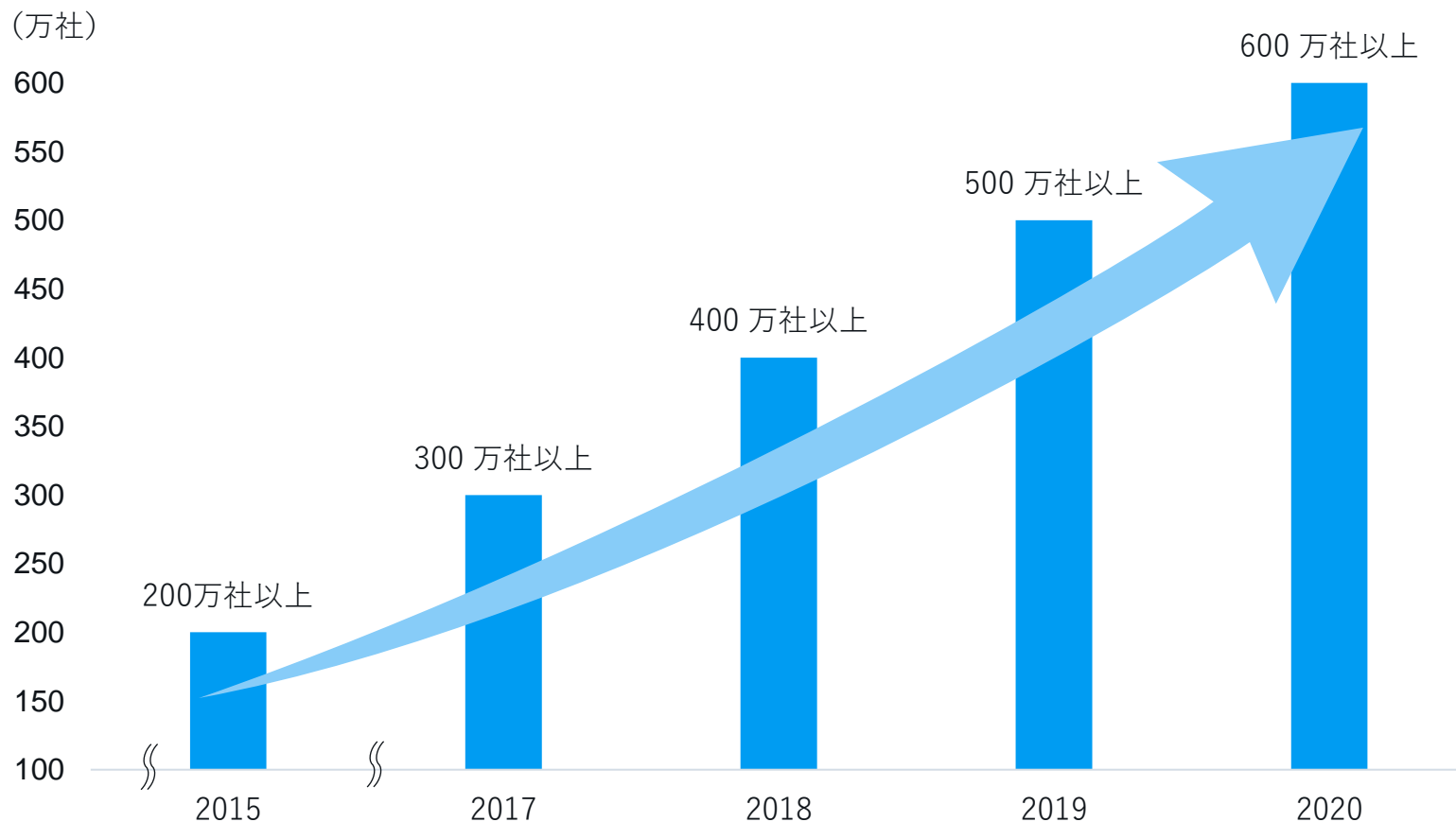


# V. 業界動向及び事業環境

## 2. 当社サービス周りの事業環境

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

## Google Workspace<sup>※</sup>の販売推移



出所：Google社 公表資料等

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

# Google Workspaceの大手企業の導入事例



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

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

出所：Google社 公表資料等

注：

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

## 既存のマーケット（下図①及び②の比較）について

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

## 将来のマーケット（下図①・②及び③の比較）の拡大について

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

③日本国内の正規の職員・従業員数  
3,606万人<sup>(1)</sup>

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

①rakumoの現UU(利用者)数  
約57万人<sup>(3)</sup>

出所：

(1) 総務省統計局（国内統計：雇用形態別雇用者数、2023年12月）

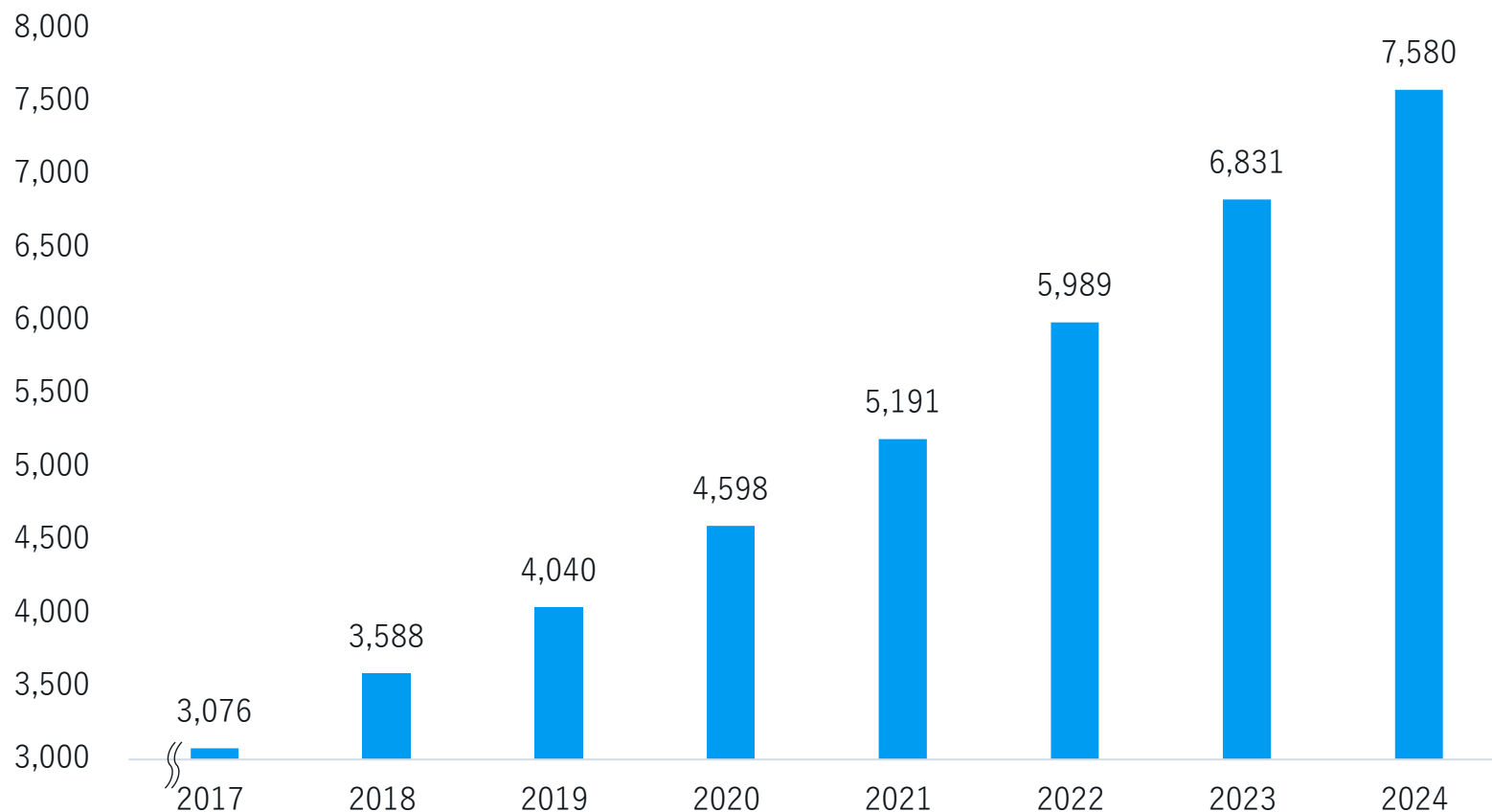
(2) 某アナリスト推定数値（2021年3月30日発行の某アナリストのレポートより引用）

(3) 当社自社統計

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)



## VI. 当社の特徴・強みのサマリー

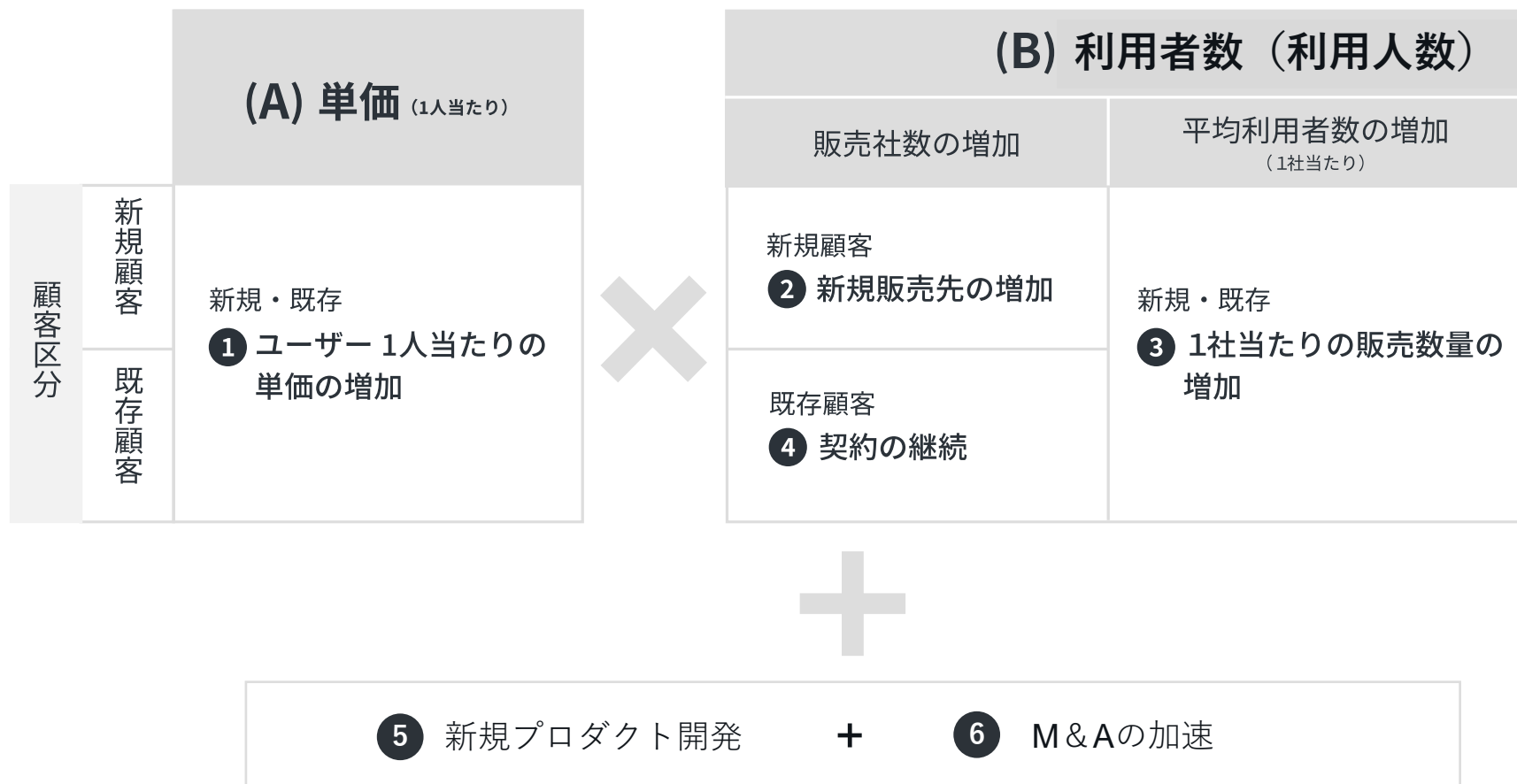


- 1 時流に乗った（拡大が見込まれる）クラウド上でのサービス展開・製品ラインナップ
- 2 安定性と成長性を兼ね備えた世界的なクラウドプレーヤーが提供するプラットフォーム上でのビジネス展開
- 3 2つの販売チャネルによる効率的に売れる仕組みの確立（販売パートナーとの密な連携及びインバウンドを主体とした自社販売チャネル）
- 4 安定性と成長性を両立させる継続収益モデル（サブスクリプション型リカーリングレベニューモデル※）の確立

※「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。

## VII.成長戦略と進捗状況

- (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
- なお、24年度までは「日本モデルの海外展開」についても主要な成長戦略としていたが、海外に市場を展開するよりも国内市場をより拡大していくことが、企業価値の最大化に向けてより優先度が高いものと判断し、25年度は「M&Aの加速」を成長戦略に設定

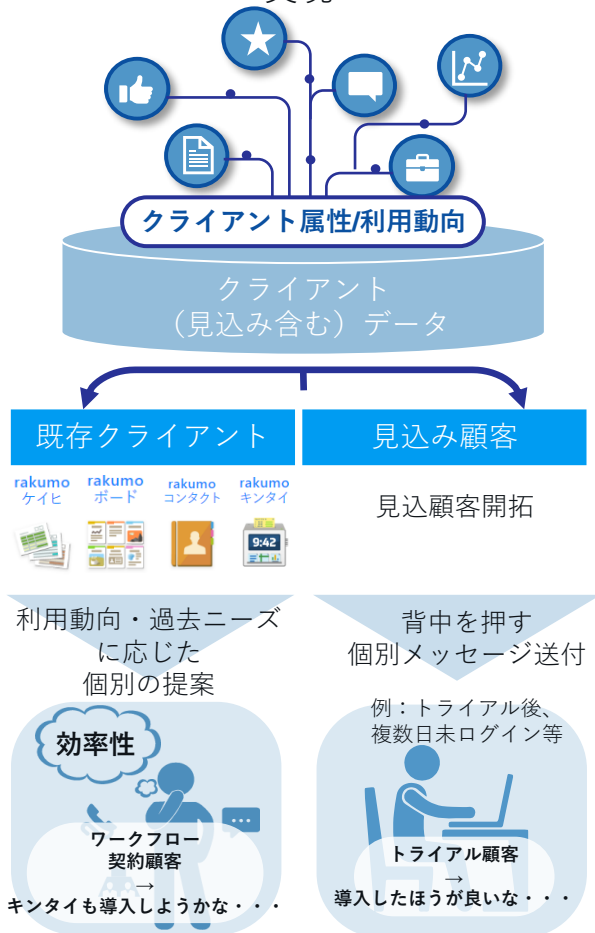


# 2024年度における成長戦略の進捗状況

成長戦略項目	施策等	進捗状況／結果等
ユーザー1人当たりの単価の増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ rakumo製品の価格改定を実施</li> <li>▪ パック製品販売及び各種クロスセルを実施</li> </ul>	ユーザー1人当たり(UU)単価が大きく向上
販売社数の増加：新規販売先の開拓	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 業界特化型のマーケティング施策の実施（GWS導入企業への施策を通じたマーケットシェア拡大）</li> <li>▪ 新規販売パートナー開拓及び既存販売パートナーとの関係強化</li> </ul>	GWSのリセラーチェンジの影響もあり、販売社数及びUU数は不安定な推移となった。また、解約率も通期で1.03%と上昇するも、下期では0.71%と例年の水準まで落ち着きを見せた
1社当たりの販売数量（利用人数）の増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 中大手クライアントへカスタマーサクセス活動の強化を通じたアップセル及びクロスセルの実施</li> </ul>	
契約の継続	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ カスタマーサポート、カスタマーサクセスに注力</li> <li>▪ 既存サービスの各種機能開発の継続的な実施</li> </ul>	
新規プロダクト開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 企画開発チームを中心とした新規プロダクト開発の継続検討</li> <li>▪ 外部パートナーを含めた新規プロダクト開発チームの組成</li> </ul>	各種プロダクトのローンチに向けた開発を行い、生成AI機能は25年3月26日にリリース。HR系新規プロダクトは、上期中のリリースを予定
日本モデルの海外展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ VietnamにてGoogle Workspaceの代理店販売ライセンスを取得</li> </ul>	Vietnamリソースはrakumo開発に集中させることを優先し、左記の施策等については保留

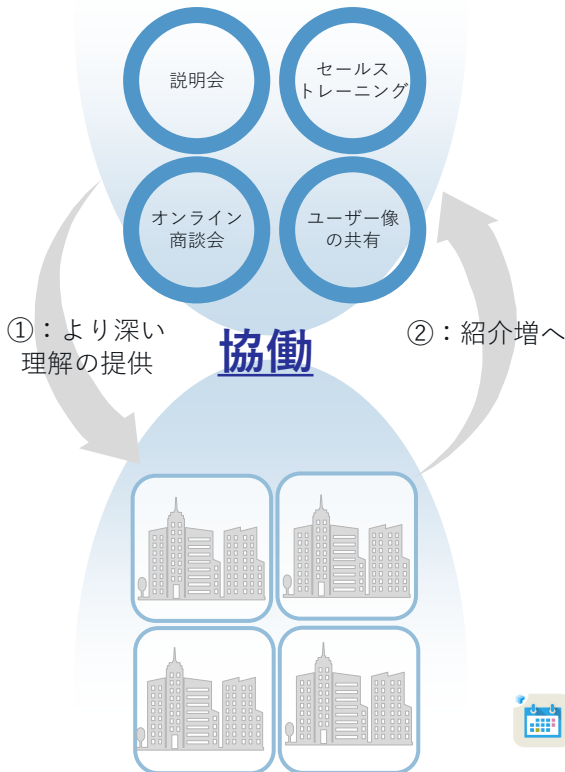
## クロスセル※の実現

- ・ 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



## 価格最適化

競合他社、経済状況、人件費等のコスト動向や継続的な機能開発による付加価値の向上等の状況を鑑みた価格最適化の実行

## 新規プロダクト開発

新規プロダクト開発（情シス・人事分野でのテクノロジー領域、Salesforce関連製品、AIやデータ活用を通じた新機能等）による付加価値の向上やさらなるクロスセルの実現



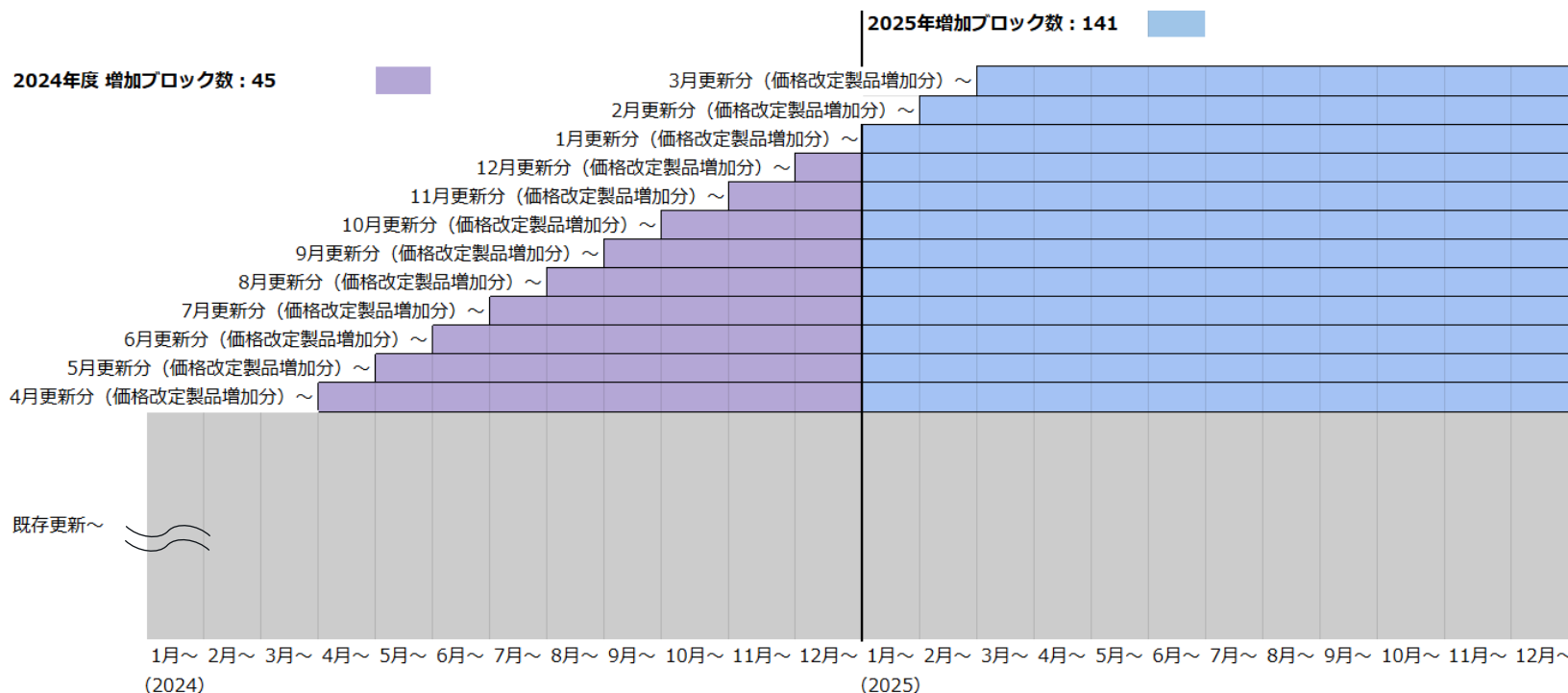
※クロスセル：追加サービスを販売することです（例：ワークフローを使用されているお客様がキントイを新たに契約するケースなどが該当いたします）。

## (参考) 2024年4月からrakumo製品の価格改定を開始

- 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）  
 $\div$  2024年度（価格改定による増加分） $\times$  3倍強となるイメージであり、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%）

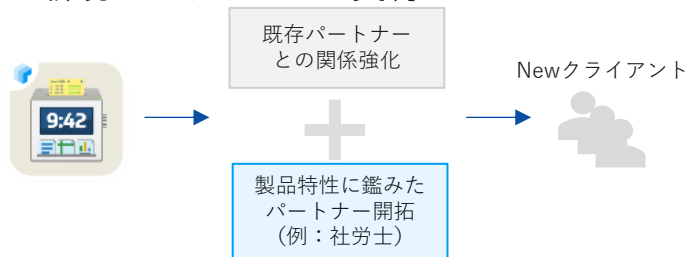
### 売上増加効果イメージ



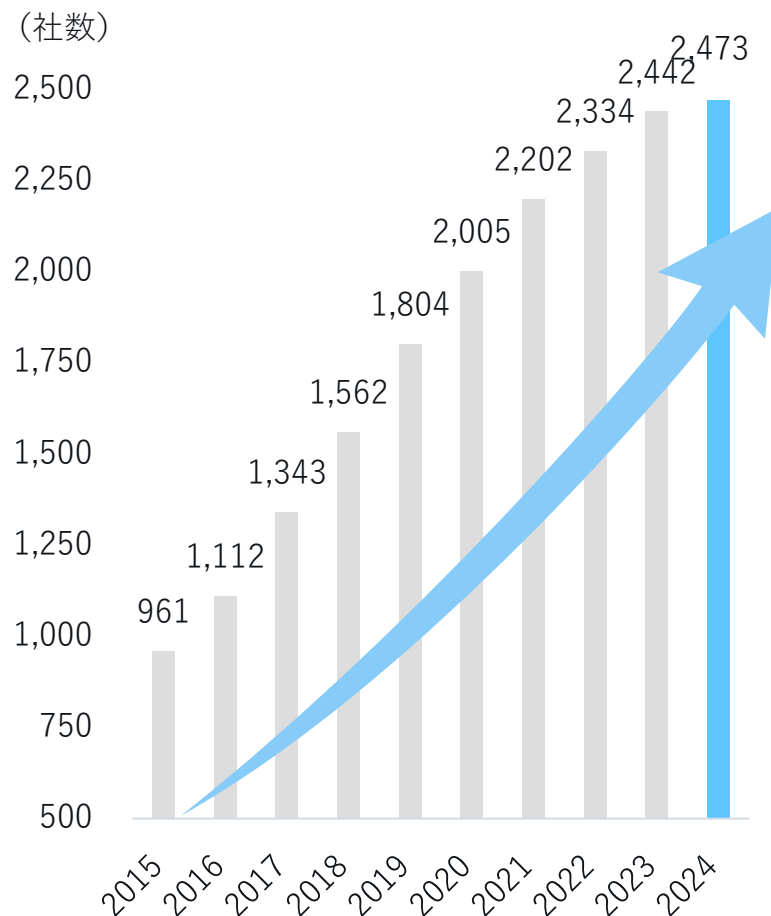
新たな販売戦略（自社販売体制強化、各種マーケティング施策を含む）を通じた新規販売先の開拓

## 主要な戦略

1. BDR体制の構築等による自社販売体制の強化
2. 業界セグメント特化型（教育、自治体、医療、建設等）マーケティング等の各種施策の実行により、Google Workspace利用企業に向けて費用対効果を意識した能動的なアプローチを継続的に実行
3. 新規販売パートナーの開拓及び既存販売パートナーとの関係強化
  - 新パートナープログラム発足による代理店営業への認知向上による案件創出強化
  - 製品特性に応じた新規代理店パートナーや新規にGoogleビジネスを開始するパートナー企業の開拓又は顧客開拓力のある新規パートナーとの契約



## クライアント数の推移

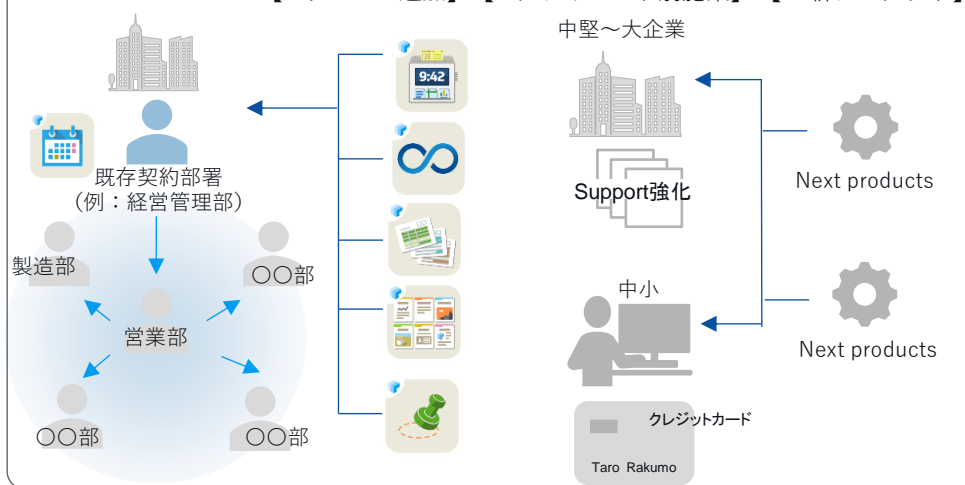


## 販売戦略及びプロダクト開発を通じた1社当たりの販売数量（利用人数）の増加

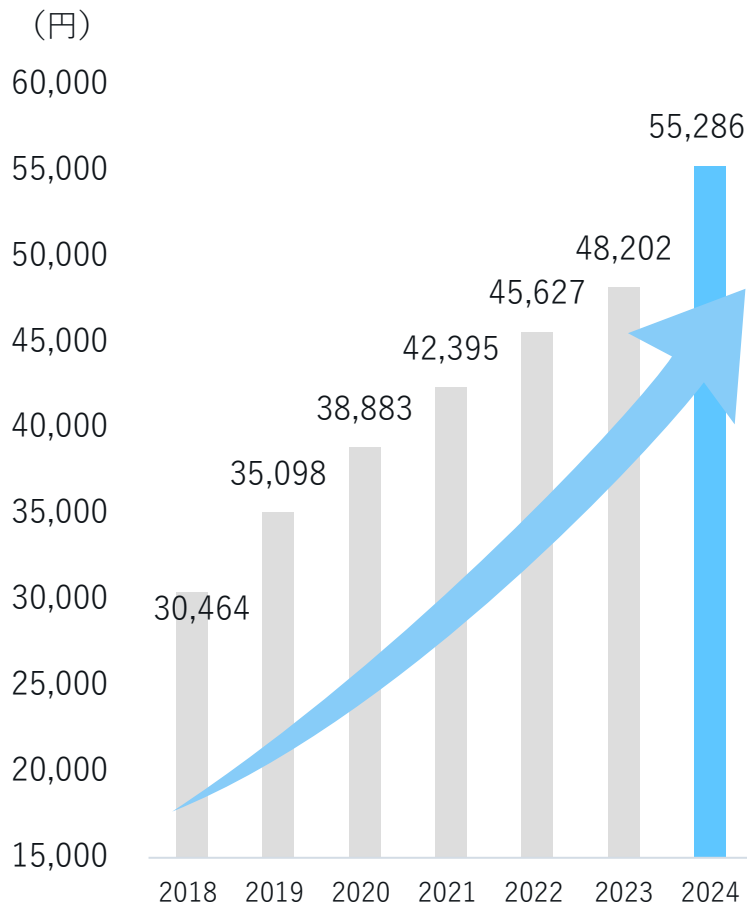
### 主要な戦略

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

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



### 1社当たりの販売額（MRR）の推移（注）



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



他社連携や機能開発により付加価値を向上及びカスタマーサポート、カスタマーサクセスに注力することで、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、新機能開発及び新製品のリリースにより、より仕事をラクに！

既存領域

New

& more & more

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

## 顧客離脱分析

契約更新時のミーティング開催や、低利用顧客への定期的な顧客フォローアップの実施による顧客離脱率の低減

導入1~2年目企業

一般的に、長く使えば使うほど、ビジネス基盤として活用

ビジネス基盤にまで至っていない企業の利用分析をしてフォロー

低利用

利用が少なくなってしまうとビジネス基盤として地位低下

ビジネス基盤にまで至っていない企業の利用分析をしてフォロー

月間契約更新率 約99%

更に契約更新率をUP

## クライアントニーズ汲み上げ

クライアント満足の最大化

調査実施

継続的なNPS（クライアント満足度調査）の実施と活用

仕事の不満点を常に製品へ反映し、仕事の不快をラクに

ITreview活用

ネット上で、サービスのレビューが頻繁に行われている状況

製品開発や認知度向上に活用

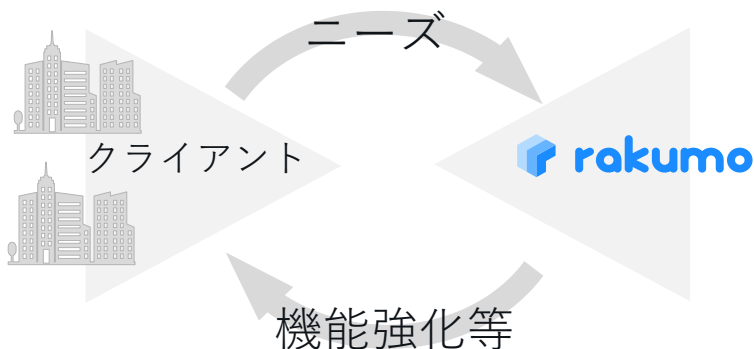
更に仕事をラクに！

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

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



### 新規プロダクトの獲得

- ・ rakumo開発チーム及び外部パートナーと連携しての新規プロダクト開発（情シス・人事分野でのテクノロジー領域、Salesforce関連製品、AIやデータ活用を通じた新機能等）
- ・ 新領域（HRなど）で知見/実績のある企業との業務提携
- ・ 投融資（M&A等）を通じた新規プロダクトの獲得及び開発力の強化



## (参考) rakumoにおける開発体制及び開発状況の概要

- パートナーと協働で開発中のHR領域の新製品(②)は、2025年上期中のリリースを予定しており、リリースに向けた開発を継続中
- AI関連の新機能については、第一弾を25年3月26日にリリース。第二弾以降の開発も継続して実施中
- 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

—2025年3月26日に第1弾をリリース (次ページご参照)


—第2弾以降も継続的に開発中

Google社の  
生成AIプラットフォーム



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 ケイビ

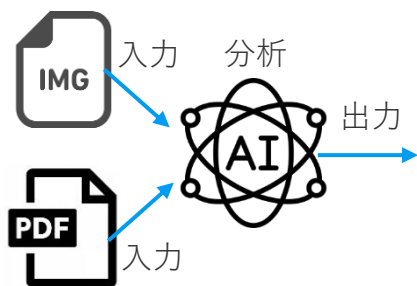
■生成AIにより、以下のような付加価値機能の提供を企図

- 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

## 電子稟議システム「rakumoワークフロー」で、 生成AIを活用した2つの機能の提供を2025年3月26日に開始 [\(Link\)](#)

### 申請書ひな型作成機能

紙の申請書を撮影した画像やPDF形式の申請書類をアップロードするだけで、生成AIがその内容を解析し、rakumoワークフローの申請書ひな型（テンプレート）を自動で作成



生成AIが生成した申請書プレビュー

プレビュー

優先度	既定なし
件名	
申請日	2025/03/12
所属	
氏名	
期限	2025/03/26
休暇区分	<input type="checkbox"/> 有給休暇 <input type="checkbox"/> 振替休暇 <input type="checkbox"/> 特別休暇 <input type="checkbox"/> 欠勤 <input type="checkbox"/> その他
休暇理由	
備考	

### 申請書ひな型のAIサポート検索機能

従来のキーワード検索と比べて柔軟な申請書ひな型の検索が可能に。例えば、「出張に必要な手続きは？」や「パソコンを買いたい」といった質問文で、目的に合った申請書を検索結果として提示

- 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
- ハイスキル人材の採用により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. 自社ルートの拡大
- b. ソーシングサービスの活用
- c. AA社ルートの活用

### 【アウトバウンドM&Aの強化】

- a. アプローチセグメントの再定義
- b. セグメント企業群のリスト化
- 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

## VIII. 中期経営計画

## 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、前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前執行役員清水 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、総会終了後の取締役会にて代表取締役社長に選任）。



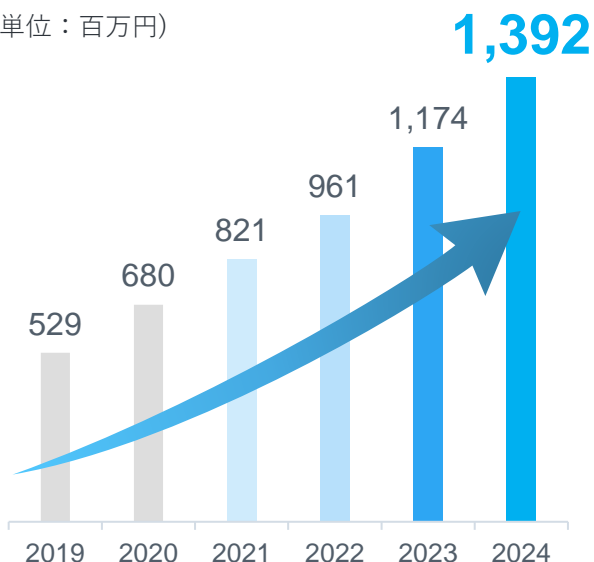
オフィスで働く「人」にフォーカスし、  
Google、セールスフォースのプラットフォーム上で  
新しい働き方を実現するためのSaaSプロダクトを展開。  
オフィスワーカーに一定の影響を持つ規模まで成長。

## 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<sup>(1)</sup>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  
1.6%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

コラボレーション  
ツール

AI

HR SaaS

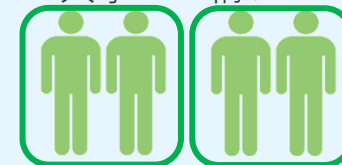
リモートワーク  
支援SaaS



オフィスワーカー

人事

情シス



外部環境の変化・加速

新しい働き方の広がり

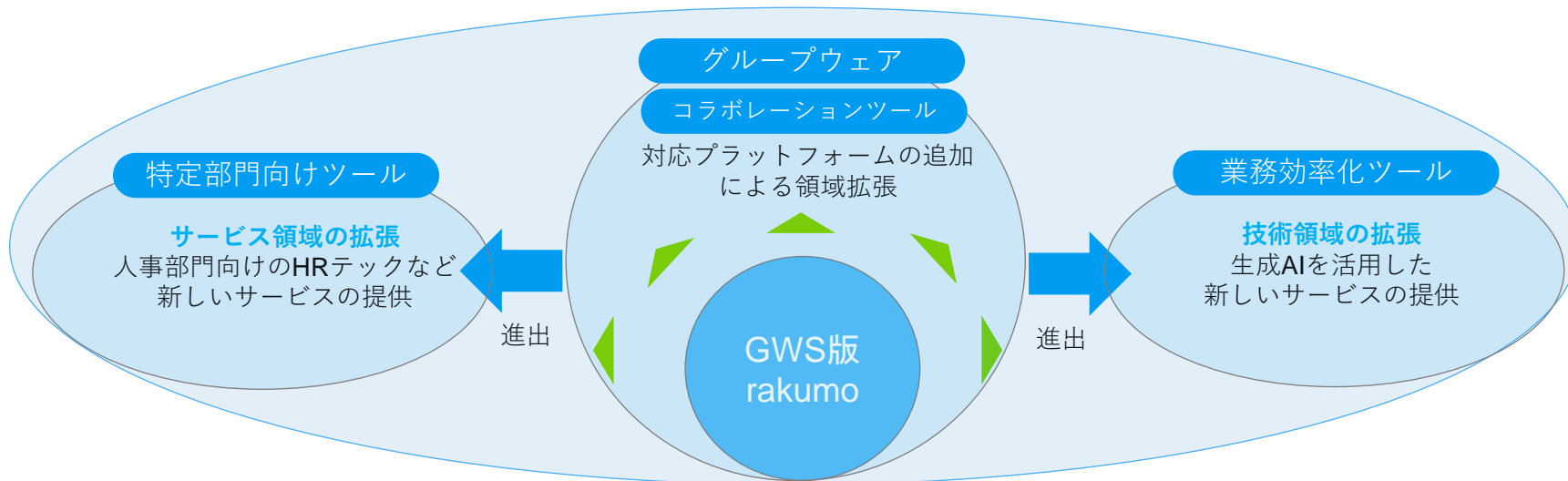
労働力減少社会

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

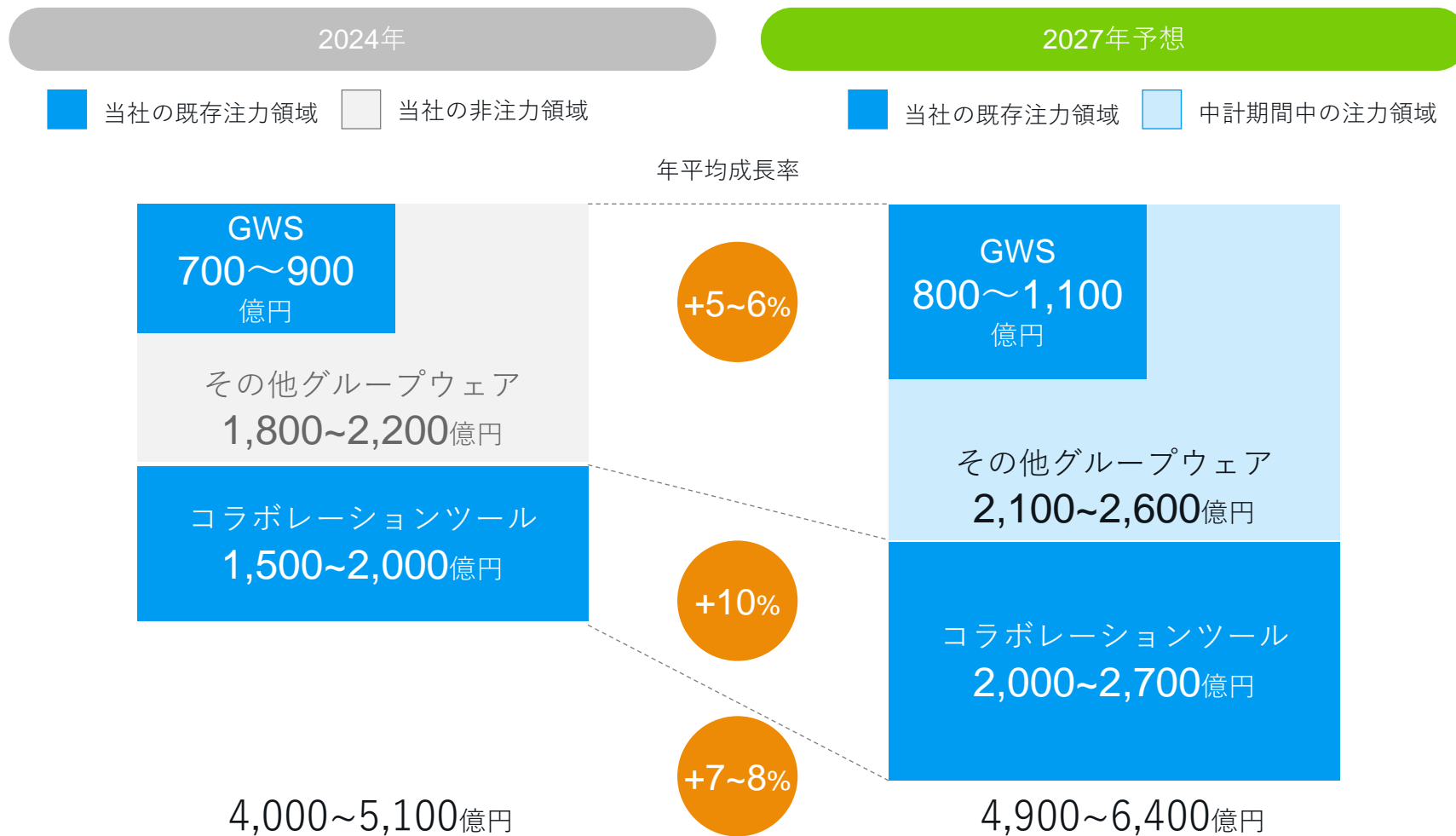
配当性向

**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	1,583	3,000 (+1,608)
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

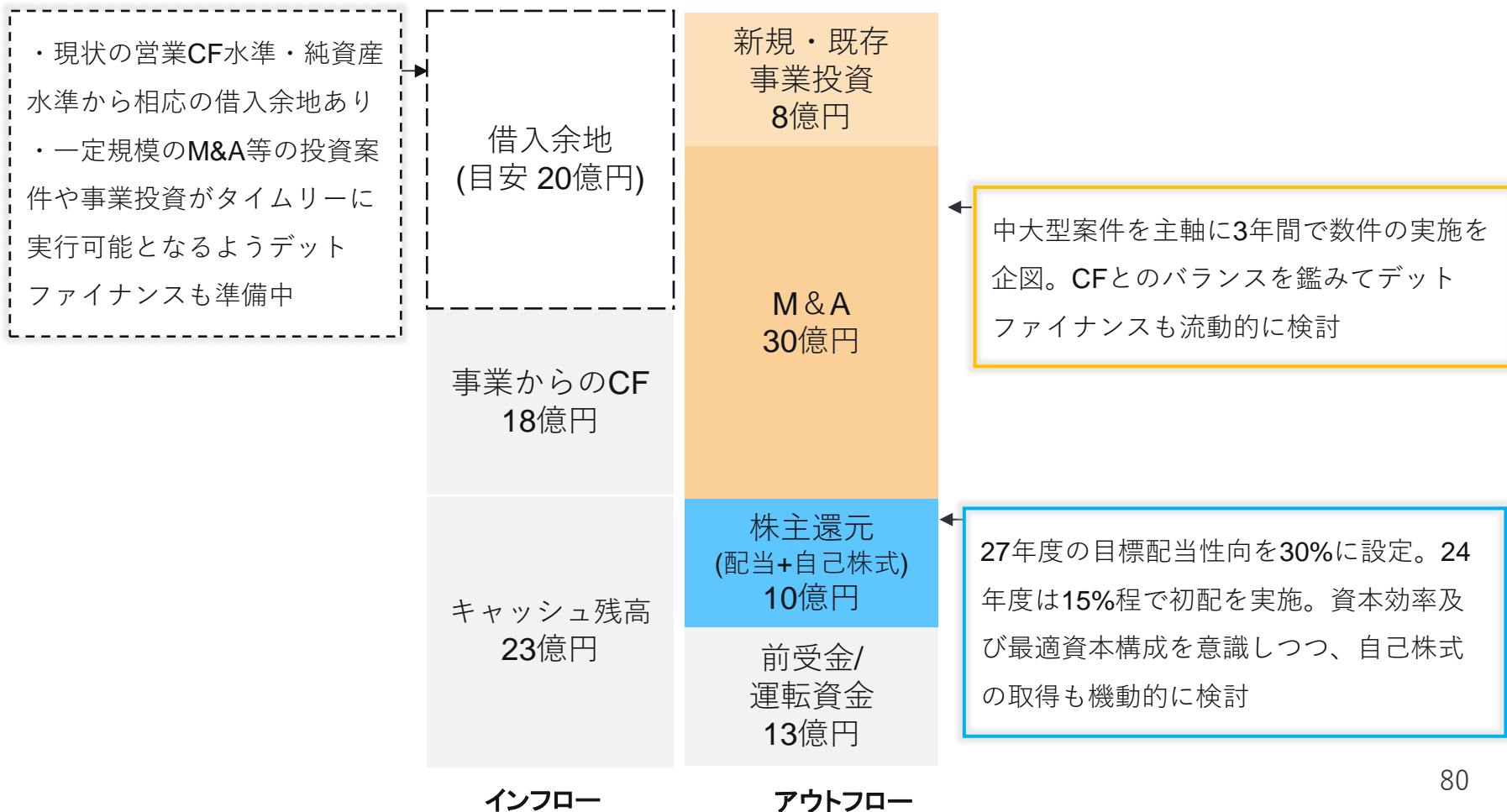
- rakumoシリーズの対応プラットフォームを拡大
- HR分野の新サービスの収益拡大
- M&Aを1件実施 (中大規模案件をメインターゲット)



# 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

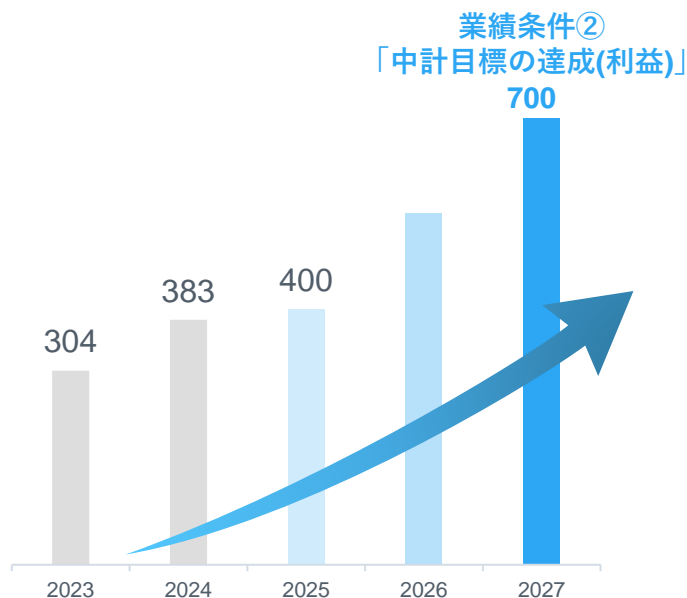


# 中期経営計画目標の達成に向けたインセンティブ設計を導入

- 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

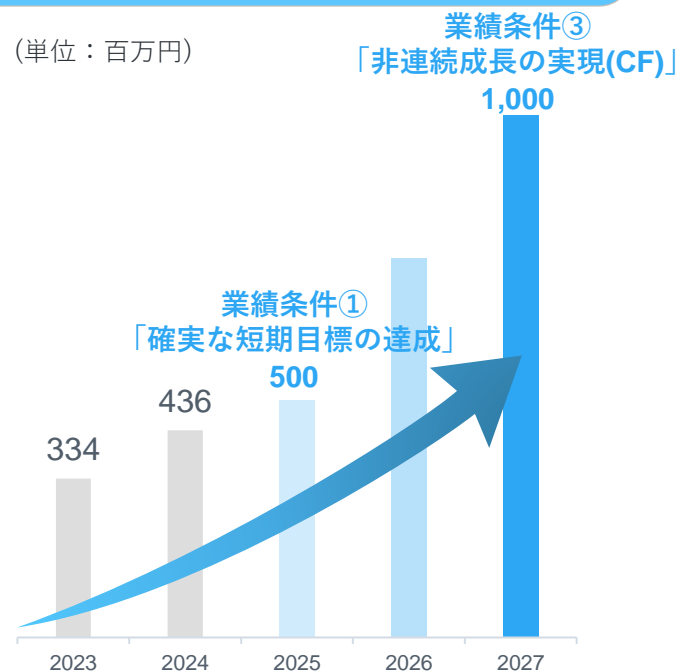
## 業績条件（営業利益）

（単位：百万円）



## 業績条件（調整後EBITA）

（単位：百万円）



※ 詳細は25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 [\(Link\)](#)」を参照ください。

## IX. 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



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。



- 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。
- 当該資料の進捗状況を含む最新の内容については、通期決算発表後の3月頃に開示することを予定しております。