



# 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2024年9月

フリー株式会社

01

freeeについて

# free at a Glance

設立

2012年

従業員数<sup>(1)</sup>

1,722人

サブスクリプション  
売上高比率<sup>(2)</sup>

90%+

ARR<sup>(3)</sup>

260億円

有料課金ユーザー企業数<sup>(4)</sup>

53万+ / 19万+

全体

法人

12ヶ月平均解約率<sup>(5)</sup>

1.2% / 0.6%

全体

法人



1. 2024年6月末の連結従業員数

2. 2024年6月期連結会計年度。サブスクリプション売上高(顧客から解約意思を示されない限り継続する自動更新契約から毎月得られる収益)を全売上高で除した比率

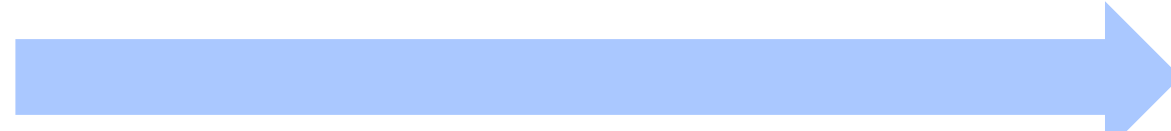
3. Annual Recurring Revenue。2024年6月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍して算出。MRRは対象月の月末時点における継続課金ユーザー企業に係る月額料金の合計額(一時収益は含まない)

4. 2024年6月末時点。有料課金ユーザー企業数には個人事業主を含む

5. 2024年6月末時点。月次解約率(当該月に有料課金ユーザーでなくなったユーザーに関連するARR÷前月末ARR)の過去12ヶ月平均。当社の全顧客セグメントを集計対象としている

# 誰もが自由に経営できる統合型経営プラットフォーム

## 統合型経営プラットフォーム



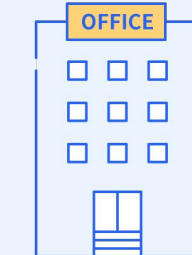
## 販売パートナー



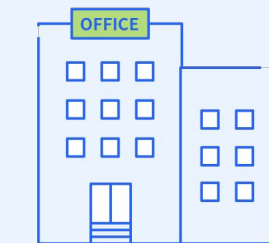
## スモールビジネス 660万社<sup>(1)</sup>



個人事業主  
約**450**万人



**Small**  
(従業員19名以下)  
約**180**万社



**Mid**  
(従業員1,000名以下)  
約**30**万社



1. 個人事業主における潜在顧客数: 国税庁「令和2年申告所得税」に記載の個人事業主数に基づき当社作成。Small及びMidにおける潜在顧客数: 総務省統計局「2016年6月経済センサス活動調査」に記載の各セグメントの法人数に基づき当社作成

## Mission

# スモールビジネスを、 世界の主役に。

freeeは「スモールビジネスを、世界の主役に。」をミッションに掲げ、「アイデアやパッションやスキルがあればだれでも、ビジネスを強くスマートに育てられるプラットフォーム」の実現を目指してサービスの開発及び提供をしております。

大胆に、スピード感をもってアイデアを具現化することができるスモールビジネスは、様々なイノベーションを生むと同時に、大企業を刺激して世の中全体に新たなムーブメントを起こすことができる存在だと考えております。



## Vision

# だれもが自由に経営できる 統合型経営プラットフォーム。



だれもが自由に自然体で経営できる環境をつくるために、「統合型経営プラットフォーム」を開発・提供します。  
バックオフィス業務を統合することで、自動化と業務全体の効率化。さらに経営全体を可視化することで、  
これまでにないスマートかつ最適なアクションまで実行できるプラットフォームへと進化させていきます。  
また外部サービスとも連携したオープンプラットフォームとして、多様なビジネスニーズに対応。  
ユーザーネットワークの中における相互取引の活性化も強化していきます。  
プラットフォームの提供のみならず、スモールビジネスに携わる人の環境そのものを  
より良くしていく取り組みを行うことで、世の中の変化を促します。

# freeeの成長を支えるユニークなカルチャー

## マジ価値2原則



### 社会の進化を担う責任感

社会全体を前に押し進めるべく、社会に信頼される存在であると同時に、本質的であればあえてリスクを取って挑戦していく。



### ムーブメント型チーム

ミッションに共感し集まった仲間たちが自律的にアクションを起こす。その熱狂が伝播することで、より良い相乗効果を生み出していく集団である。

# freeeの成長を支えるユニークなカルチャー

## マジ価値指針



### 理想ドリブン

理想から考える。  
現在のリソースやスキルにとらわれず  
挑戦しつづける。



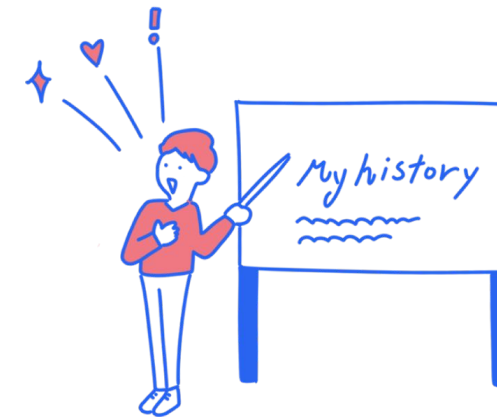
### ジブンゴーストバスター

自分が今向き合いたいジブンゴーストを  
言語化し、それに対するフィードバックを  
貪欲に求め、立ち向かっていく。



### アウトプット → 思考

まず、アウトプットする。  
そして考え、改善する。



### あえて、共有する

人とチームを知る。  
知られるように共有する。  
オープンにフィードバックしあうことで  
一緒に成長する。



### Hack Everything★

取り組んでいることやリソースの性質を  
深く理解した上で、枠を超えて発想する。  
多くのことは楽しいだけでインパクトが  
大きくなる。



02

freeeが目指す  
統合型経営プラットフォーム

# スモールビジネス向けに統合型クラウドERPを提供

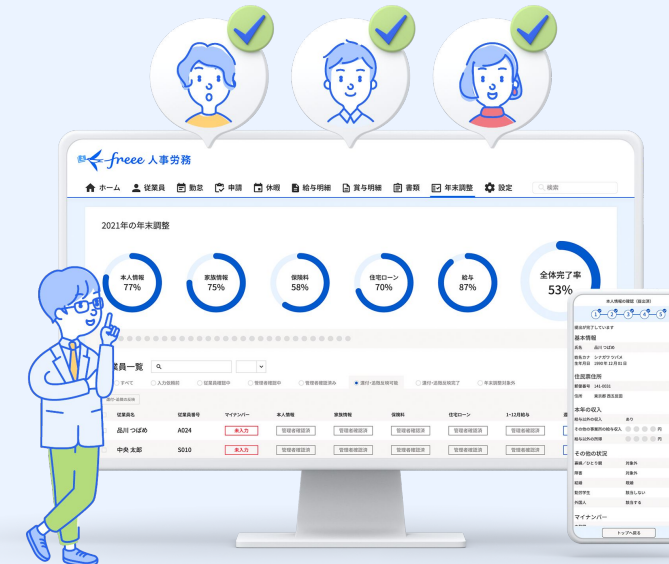
## 統合型クラウド<sup>(1)</sup> 会計ソフト



2013年3月リリース  
日本のクラウド市場シェアNo.1<sup>(2)</sup>

請求書 | 経費精算 | 決算書 | 予実管理 | ワークフロー | 内部統制

## 統合型クラウド人事労務ソフト



2014年10月リリース  
日本のクラウド市場シェアNo.1<sup>(3)</sup>

勤怠管理 | 入退社管理 | 給与計算 | 年末調整 | マイナンバー管理

## その他のプロダクト・サービス



free カード Unlimited



1. クラウドサービス: ソフトウェアやハードウェアを所有することなく、ユーザーがインターネットを経由してITシステムにアクセスし利用できるサービスのこと
2. リードプラス株式会社「検索キーワードから紐解く業界分析: クラウド会計ソフト編」(2022年8月公開、2023年6月更新)
3. クラウド給与計算ソフトの市場シェア: 株式会社MM総研「日本におけるクラウド給与計算ソフトの利用状況調査に関するWeb調査(2016年3月実施)」(N=4,168)

# 日本で唯一の「統合型経営プラットフォーム」



## ユニークな提供価値

- カンタン、自動化
- バックオフィスオートメーション
- 経営者の意思決定をナビゲート
- 組織全体での利用による効率化と内部統制整備
- パブリックAPI<sup>(1)</sup>による拡張性



1. パブリックAPI: 組織内部のみでの利用を想定したAPIをプライベートAPIと呼び、他方で、組織外の主体にも利用を認めるものをオープンAPIと呼ぶ。オープンAPIの中でも、特定の提携企業のみでなく、幅広い外部企業が利用可能なものをパブリックAPIと呼ぶ

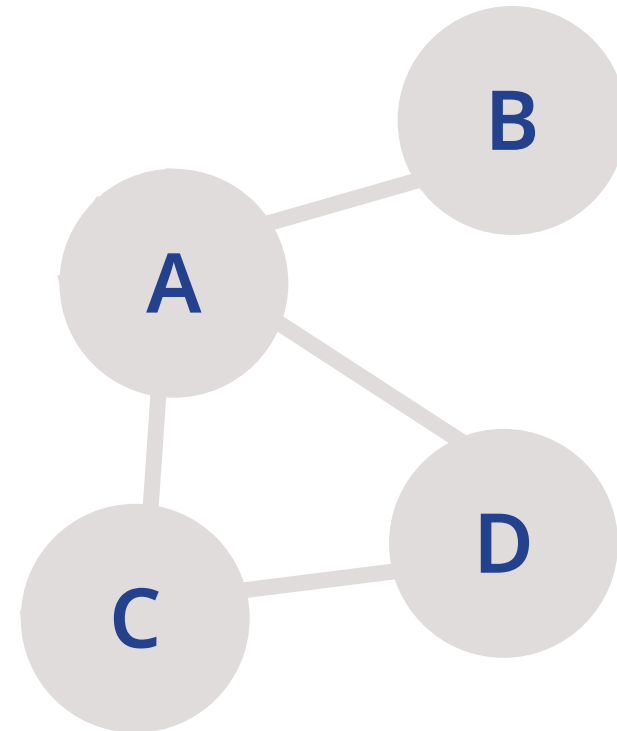
# 「統合」と「連携」によるユーザー体験の違い

統合型ERPにより経営のハードルを下げて、スモールビジネスが自由に経営ができるようにサポート

## 連携 (他社)

## 統合 (free)

- モジュールごとにユーザーインターフェースが違うから慣れるのに 時間がかかる...
- AとBで数値が違うけど、どっちが正しいの？  
うーん、不安だからもう一度確認しなきゃ...



部分的な繋がり

※A, B...:モジュール



A B  
C D

- 初期設定が簡単で、使い方にもすぐに慣れられる
- 他の機能にもリアルタイムでデータが反映されるから、数字を確認する負担がほとんどない
- 経営状況が簡単に分析できて、経営へのヒントがもらえる

1つとして再構成



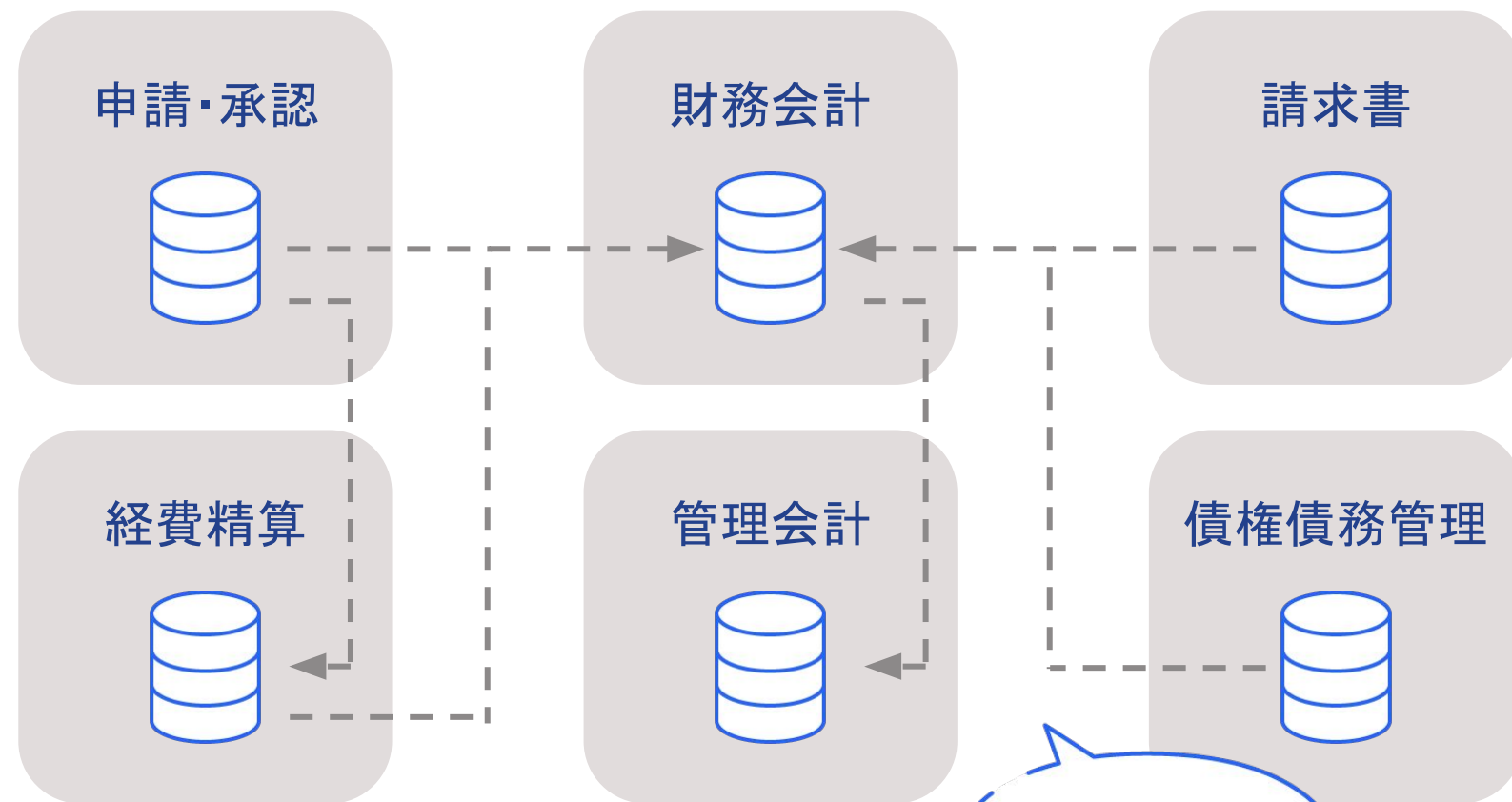
# 「統合型ERP」と「単機能/連携」のアーキテクチャーの違い

free会計は財務会計だけでなく、請求書、経費精算、ワークフロー機能等をカバーする「統合型クラウド会計ソフト

財務会計以外の業務をfree会計で行うことで、自動で会計帳簿が作成される

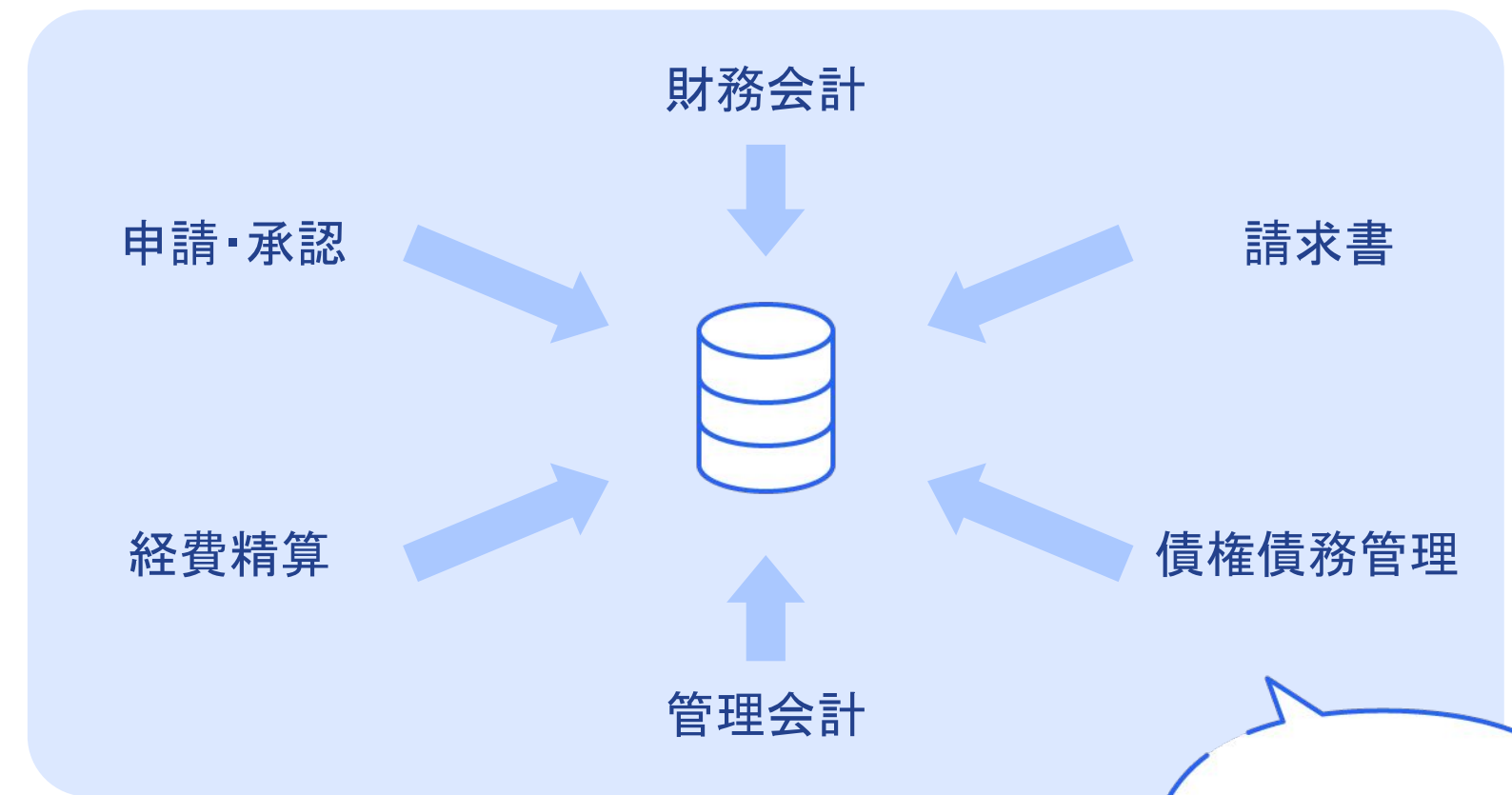
単なる仕訳データのみならず、各取引の取引先、承認履歴、証憑、決済状況等の取引データが同一データベース上で一元管理されるため  
経営・バックオフィス業務の効率化や経営判断の迅速化に貢献

## 単機能型会計ソフト



仕訳データ

## 統合型会計ソフト



取引データ  
取引先・承認履歴  
証憑・決済状況等

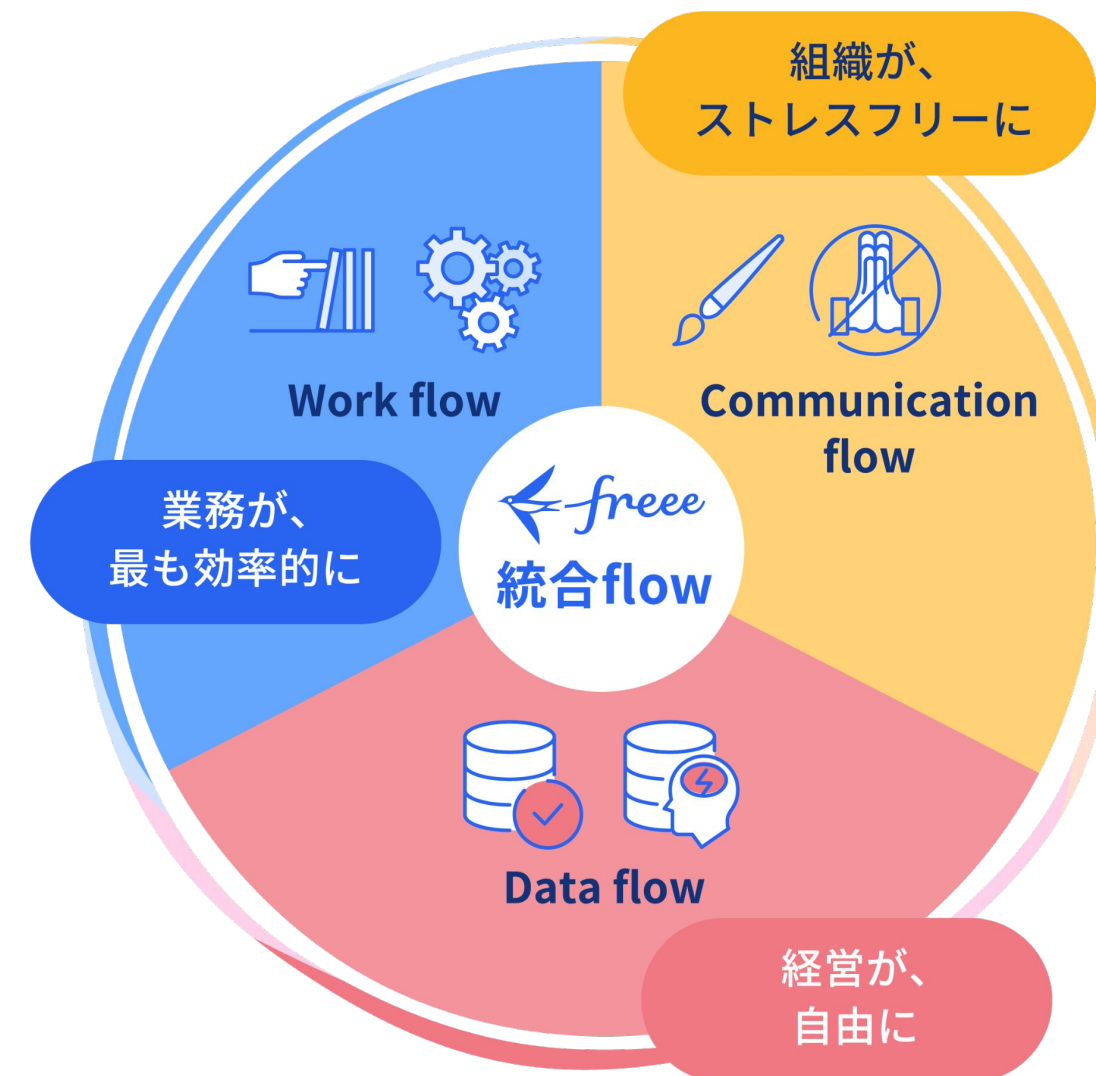
# R&D生産性を向上する技術的基盤としての ”統合flow”フレームワークの確立

統合flow: 分断を解決するプロダクト開発のスピード・インパクトを最大化

## スモールビジネスが直面する分断



## 統合flowに基づくプロダクト開発

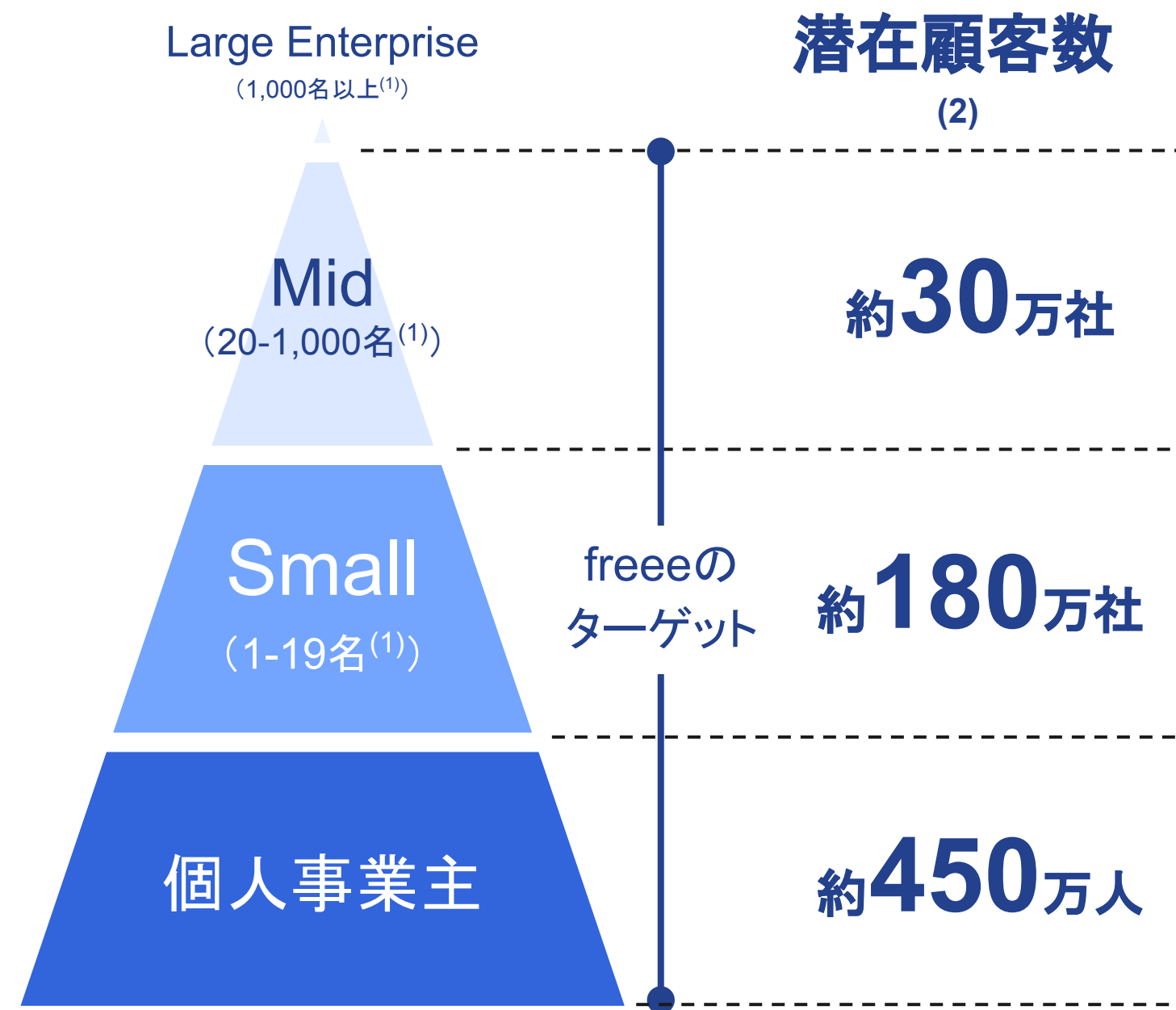


03

## 日本市場の概況

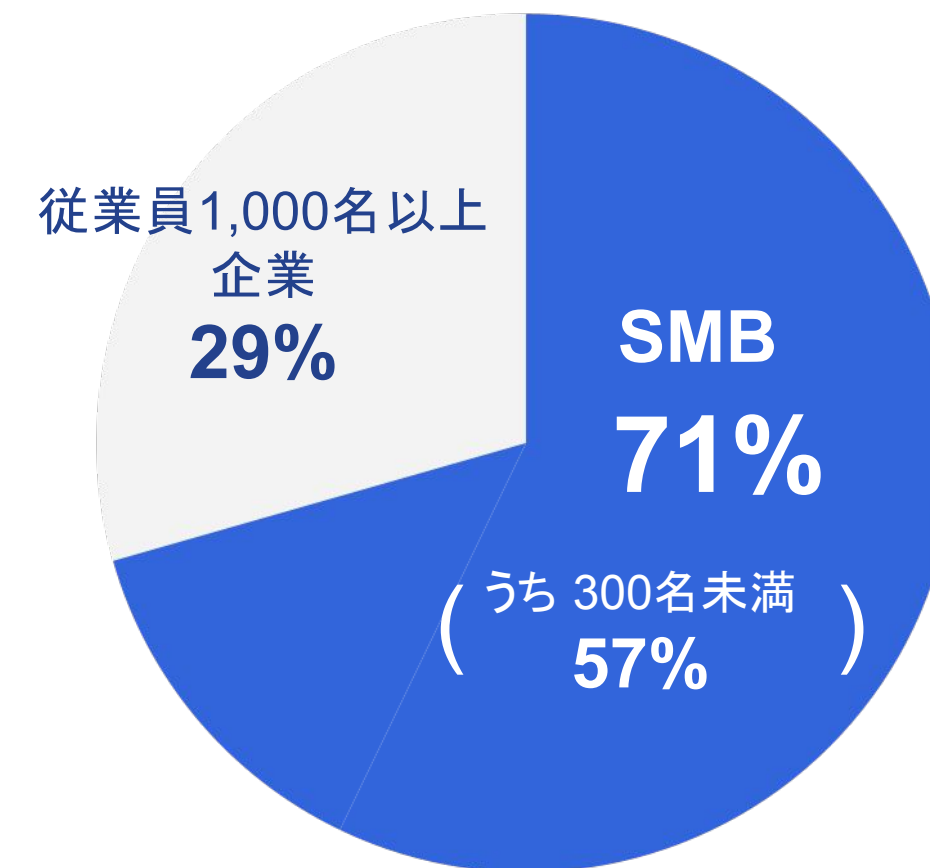
# 潜在顧客 660万・総従業者の 7割超にサービスを提供

## freeeのターゲットセグメント



## 日本の総従業員数約 5,700万人の7割超を スモールビジネスが占める

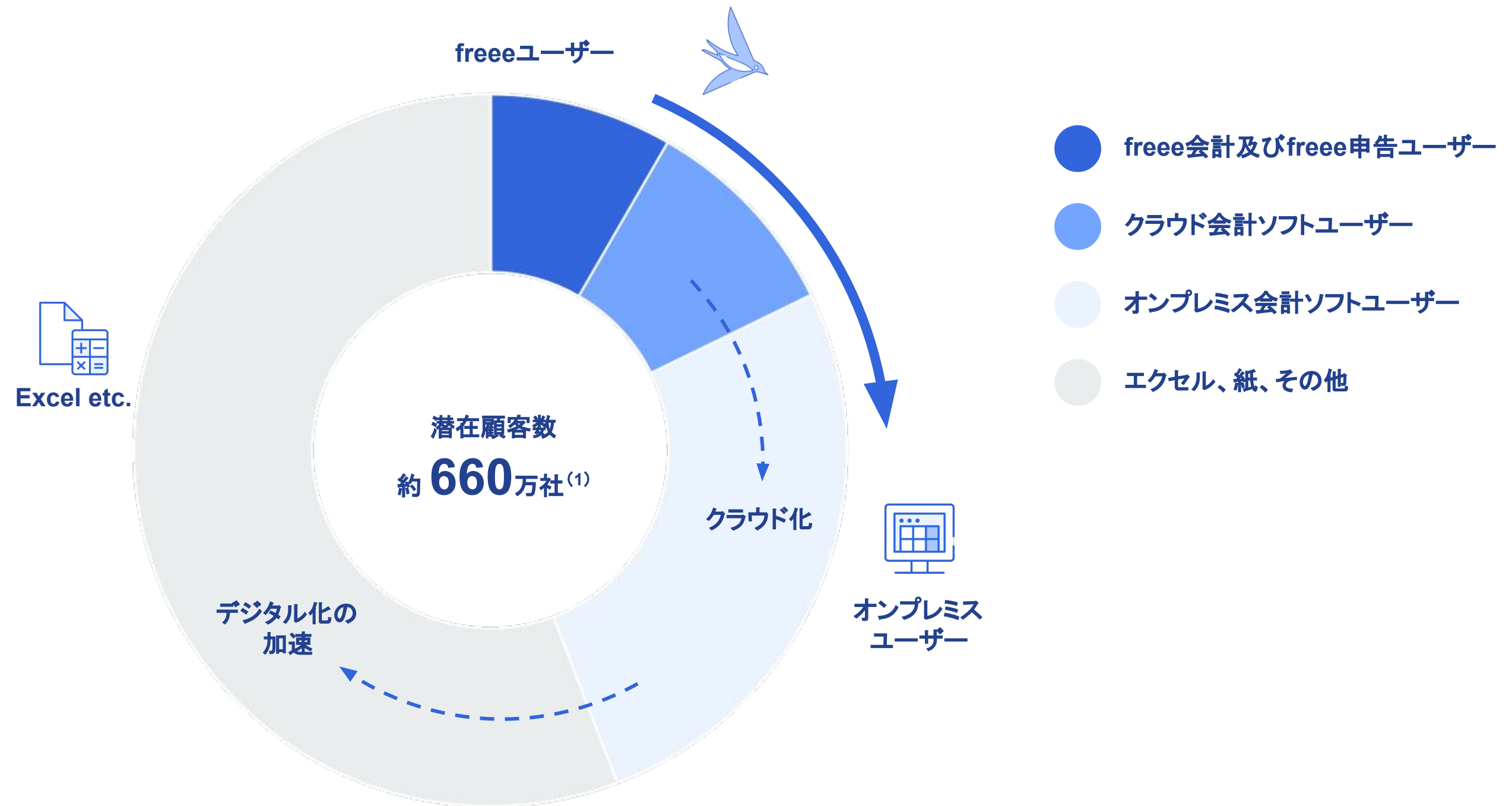
### 企業規模別で見た総従業員数割合<sup>(3)</sup>



1. 従業員数  
 2. 個人事業主における潜在顧客数及び総従業者数: 国税庁「令和4年申告所得税」に記載の個人事業主数に基づき当社作成、Small及びMidにおける潜在顧客数及び総従業者数: 総務省統計局「令和3年経済センサス 活動調査」に記載の各セグメントの法人数及びに基づき当社作成  
 3. 総務省統計局「令和3年経済センサス 活動調査」



# 日本のクラウド会計の浸透率は低く、未だに発展途上



1. 株式会社MM総研「クラウド会計ソフトの法人導入実態調査(2017年8月実施)」及び「クラウド会計ソフトの利用状況調査(2024年3月末)」、International Data Corporation(IDC)「Worldwide Software and Public Cloud Services Spending Guide\_2024V2」から弊社推定。

# プロダクトラインナップ充実に伴い TAMが拡大

## TAM拡大の変遷 (1)(2)



1. TAM: Total Addressable Marketの略称。当社グループが想定する最大の市場規模を意味する用語であり、当社グループが本書提出日現在で営む事業に係る客観的な市場規模を示す目的で算出されたものではない。上記各プロダクトのTAMは、一定の前提の下、下記の外部統計資料をはじめ、プロダクトラインナップ拡充やプラン改定等の当社ビジネスの取り組み状況も踏まえ、国内における全潜在ユーザー企業において各プロダクトが導入された場合の年間支出総金額を当社グループが推計したものであり、その正確性にはかかる統計資料や推計に固有の限界があるため、実際の市場規模はかかる推計値と異なる可能性がある

2. 国内における当社グループの全潜在ユーザー企業において「free会計」及び「free人事労務」が導入された場合の全潜在ユーザー企業による年間支出総金額。全潜在ユーザー企業は、個人事業主と従業員が1,000名未満の法人の合計。「free会計」及び「free人事労務」の全潜在ユーザー企業数(国税庁「令和4年申告所得税」、総務省統計局「令和3年経済センサス 活動調査」)×従業員規模別の「free会計」及び「free人事労務」の想定年間課金額)

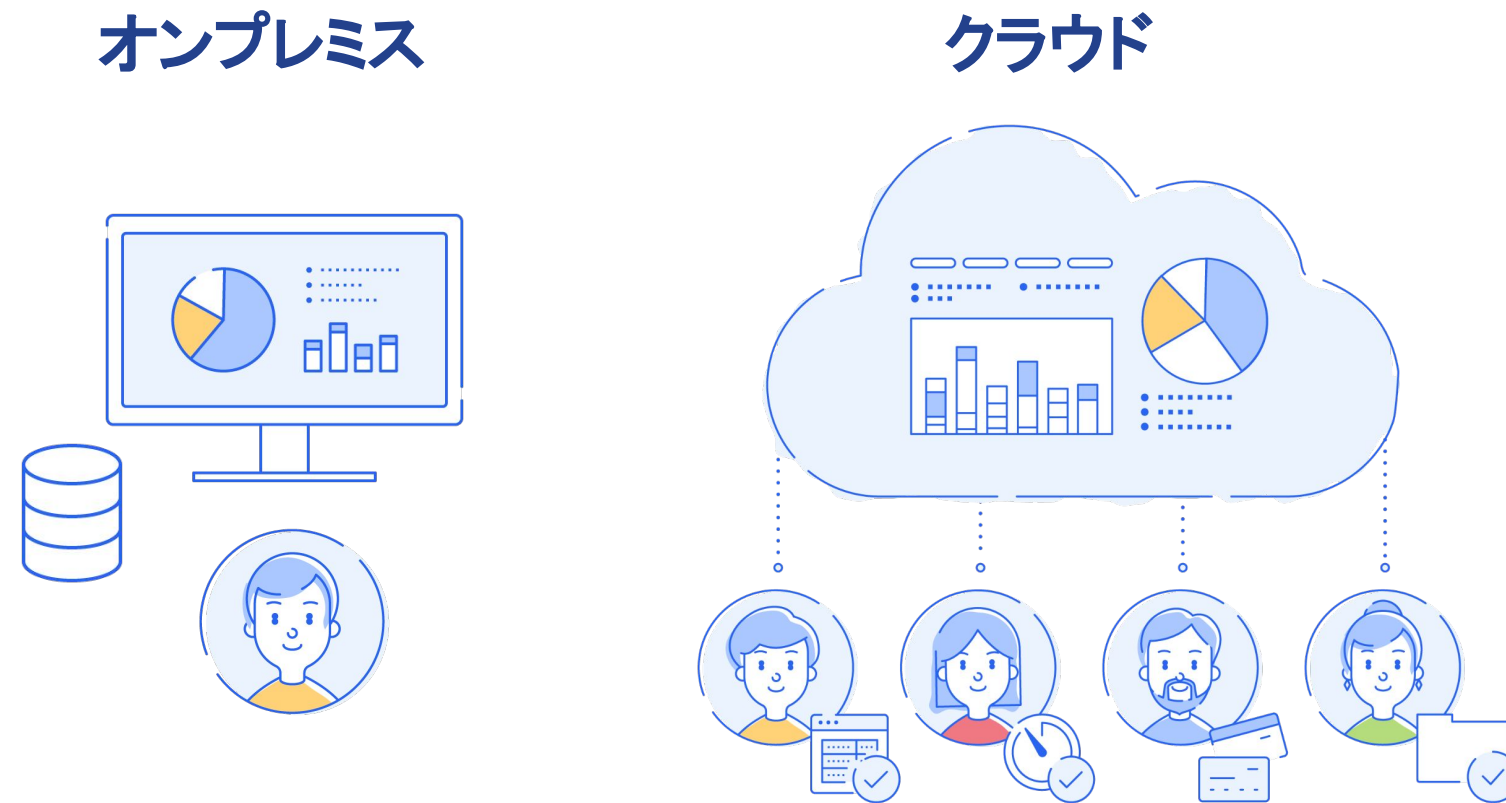
3. free工数管理、free福利厚生を含む。free福利厚生は現在、借上げ社宅サービスのみを展開しており、TAMについても借上げ社宅サービスのみを記載



# SaaSビジネスのスマールビジネス (1)市場ポテンシャルはますます拡大

## クラウドの利用価値は総従業員数に比例

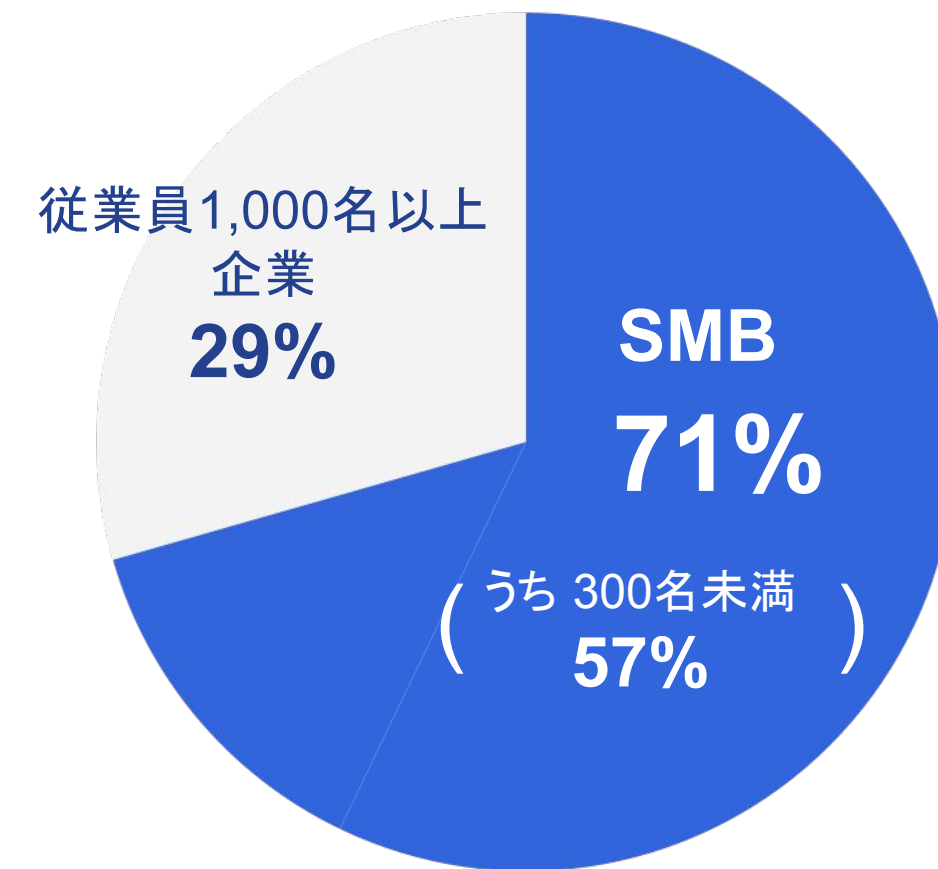
- 従業員が各々IDを持ってアクセスし利用するクラウドの提供価値は利用者数に比例



## 日本の総従業員数の 7割をSMBが占める

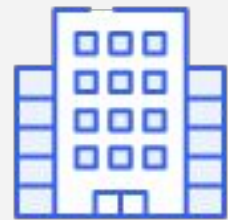
- 日本企業の総従業員約5,700万人のうち、freeのターゲットであるSMB企業の従業員数は70%強を占める

## 企業規模別で見た総従業員数割合 (2)



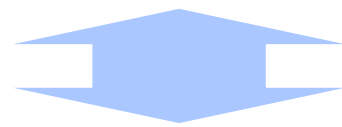
# スモールビジネス市場開拓の鍵は、業務横断の効率化ニーズ対応と収益性の最大化

## ERPソフト市場の特徴



エンタープライズ  
市場

- 高単価
- モジュール型ニーズが大きい：業務が細分化され、業務の部分最適化の重要性が高い
- 複雑な要件



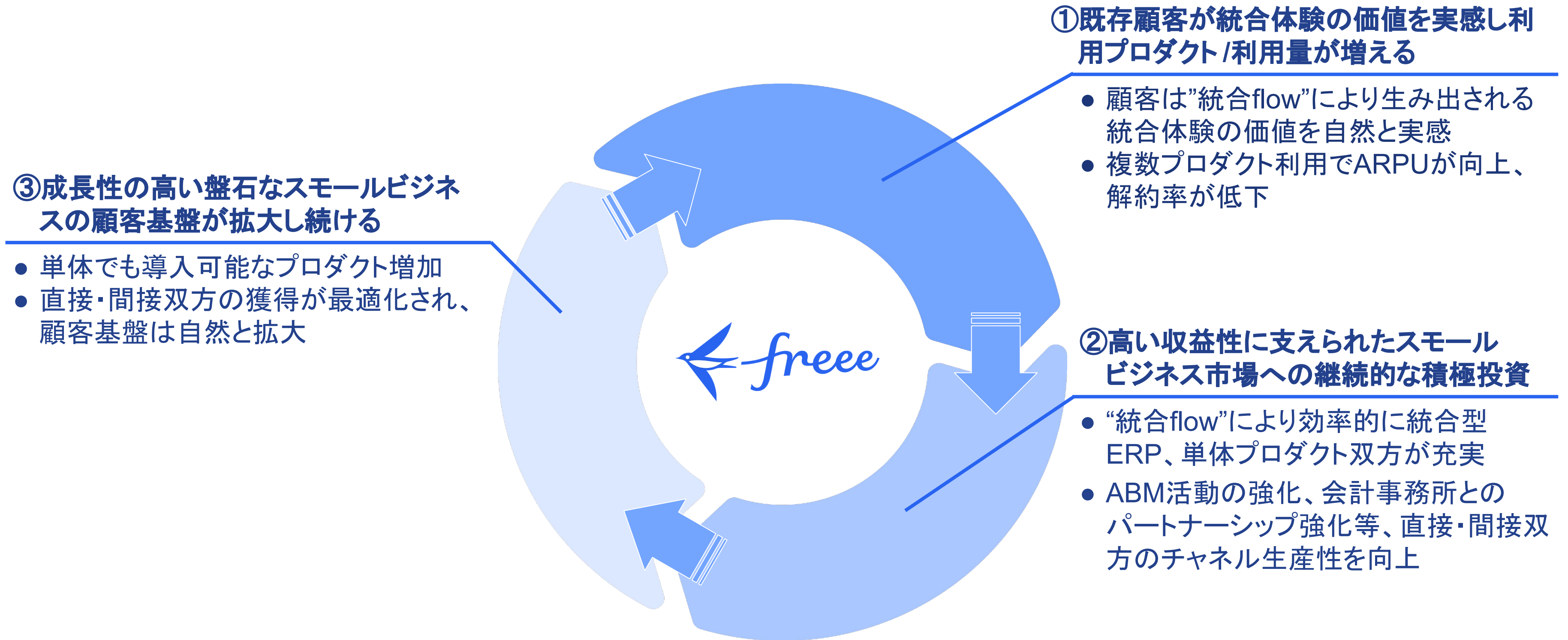
スモールビジネス  
市場

- 低単価
- 統合型ニーズが大きい：人員が限られる中で業務横断の効率化の重要性が高い
- 限られた習熟コスト

## 競争環境への示唆

- 短期的な利益を求め、モジュール型プロダクトでエンタープライズ市場に参入するベンダが増加
- スモールビジネス市場では統合型プロダクトでいかに採算性を確保できるかが重要に

# freeeの統合型プロダクト: 既存顧客の高い収益性がスモールビジネス市場での継続的な積極投資と顧客基盤拡大を実現



freeeだけが日本のスモールビジネスのプラットフォームになれる

04

2024年6月期の  
ビジネスハイライト

# 2024年6月期のハイライト

## 売上高は業績予想通りの 254億円、有料課金ユーザー企業数は 53万社超に伸長

- 売上高はMidセグメントを中心に堅調な成長を見せ、業績予想の25,400百万円に対して25,430百万円で着地
- 有料課金ユーザー企業数は下半期での会計事務所経由の新規獲得増加を伴い、532,637社に

## 中長期成長戦略に基づく投資が順調に進捗、成長投資と収益性確保を両立する準備が整う

- インボイス制度開始前後でMidセグメントの顧客基盤を強化するとともに、新規顧客獲得生産性向上に向けてリードを蓄積
- プロダクトラインナップの充実により、既存顧客へのクロスセルによる収益性向上のポテンシャルが高まる

## 調整後営業利益<sup>(1)</sup>が四半期単位で改善トレンド、2025年6月期は通期で黒字化を見込む

- 2024年6月期の調整後営業利益は業績予想で示した▲8,650~▲7,800百万円のレンジに対し▲7,562百万円で着地
- 2025年6月期は調整後営業利益の改善に伴い調整後フリー・キャッシュ・フロー<sup>(2)</sup>も通期で黒字化する見通し



1. 調整後営業利益(=営業利益+株式報酬費用+M&Aにより生じた無形資産の償却費用+その他一時費用)

2. 一般的なフリー・キャッシュ・フロー(営業活動によるキャッシュ・フロー + 投資活動によるキャッシュ・フロー)に対して、クレジットカード事業で発生する立替金の増減が営業キャッシュ・フローに与える影響を調整したもので、実質的なフリー・キャッシュ・フローを示す。例えば、立替金増加により営業キャッシュ・フローが減少した場合は、その減少額を一般的なフリー・キャッシュ・フローに足し戻す調整を行う

05

## 中長期成長戦略の進捗



# 成長戦略の変化：FY24までに確立した高成長モデルをスケールさせるフェーズへ

## IPO前 (~FY2020)

### シングルプロダクトでの顧客基盤コア形成期

- 単一プロダクトでの新規顧客獲得に依存
- Midセグメント<sup>(1)</sup>進出

freee会計  
法人ユーザー

約**6万社**  
(FY20末時点)

ARRに占める  
Midセグメントの割合

**3%→28%**  
(FY15→FY20末時点)

## IPO ~ 中長期成長戦略前半 (~FY2024)

### 高成長モデルの確立期

- 入口プロダクトの拡大によって新規顧客獲得を加速 (freee人事労務など)
- 複数プロダクトでの統合体験強化 : ARPU向上ポテンシャル上昇
- 新規顧客獲得効率向上: アカウントベースドマーケティング体制への転換等

プロダクト数

**3→21**

(FY20→FY24末時点)

長期利用ユーザーに  
おけるfreee人事労務の  
付帯率<sup>(3)</sup>

**約50%**

(FY24末時点)

期待最大ARPU<sup>(2)</sup>

**約6倍**

蓄積リード数が  
Midセグメント全体の  
企業数に占める割合<sup>(4)</sup>

**約45%**

(FY24末時点)

## 中長期成長戦略後半 (FY2025~)

### 高成長モデルのスケール期

- クロスセル推進: 複数プロダクト導入による統合価値を訴求
- 自動的ARPU向上: 利用ID数やトランザクションの増加を図る
- 効率的に新規獲得強化: 既存顧客からの収益を原資に投資

Net Revenue Retention Rate

**110%**

(FY27末時点目標)

売上高CAGR

**+25-30%**

(FY26-27)

調整後営業利益

**黒字を継続**




1. 従業員が20名以上1,000名未満の法人  
 2. 従業員数50名の企業への導入を想定したプラン、ID数、従量課金の利用量に基づいた試算においてfreee会計利用時のARPUを1とした場合の倍率。実際のARPUは各ユーザーの利用状況に応じて異なる  
 3. 2020年6月期以前に獲得したMidセグメントfreee会計ユーザーのコHORTにおけるfreee人事労務の導入率  
 4. Midセグメントの約30万社のうち、マーケティング活動によって獲得した見込み顧客が占める割合

# 中長期成長戦略における戦略的ターゲットと財務目標値

## 戦略的ターゲット

セールス  
&  
マーケティング



顧客基盤を更に拡大し強固なものに

有料課金ユーザー数  
(2025年6月期末)

**700K+ / 250K+**


合計                  法人

法人  
Net Revenue Retention Rate<sup>(1)</sup>  
(2027年6月期)

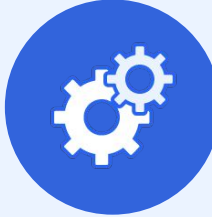
**110%+**

強固な顧客基盤を活かし  
クロスセル/アップセルを加速


研究開発



将来クロスセル/アップセルのための先行投資

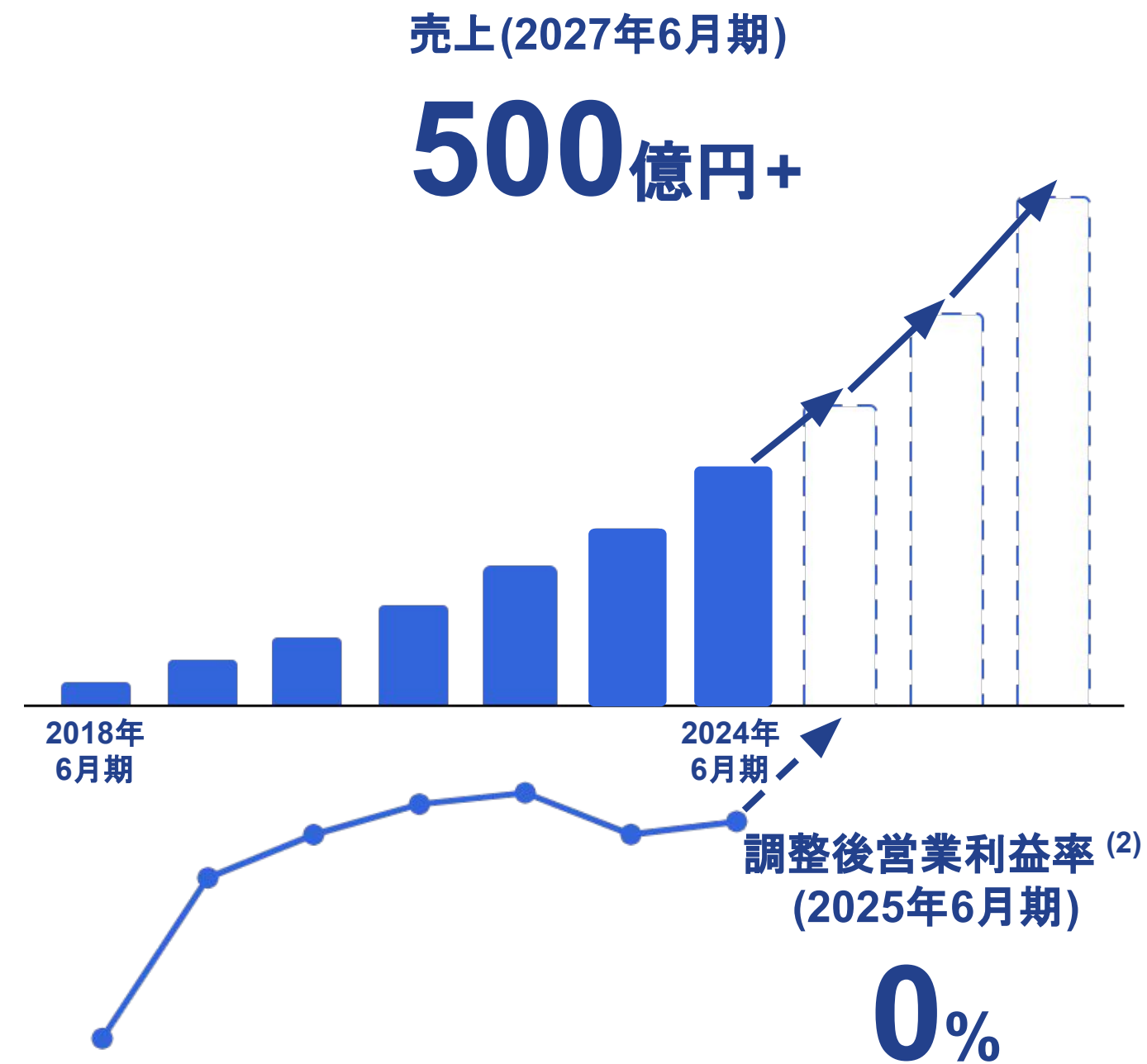


自社開発



M&A

## 財務目標値



1. Net Revenue Retention Rateは、該当期間中に、前期の同期間において顧客であったユーザーの該当期間における売上を前期の同期間における売上で除して算出。なお会計事務所の売上増分は顧問先の売上増加を含む  
 2. 調整後営業利益(=営業利益+株式報酬費用+M&Aにより生じた無形資産の償却費用+その他一時費用)。調整項目の内訳は後掲  
 3. 上記戦略的ターゲット及び財務目標値の前提には、現時点で想定している具体的なM&Aは含まれておりません

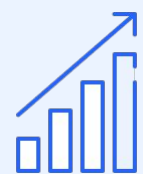
# 財務目標値・戦略的ターゲットに対する進捗

- 2025年6月期までの目標について、調整後営業利益率は通期で黒字化を達成見込み。有料課金ユーザー数については、会計事務所経由の獲得を中心に今後も目標達成に向けて取組は継続するものの、達成時期は2026年6月期以降となる見通し
- その他の中長期的な成長に向けた投資は、自社開発やM&Aによる製品の充実をはじめとして順調に進捗

## 2025年6月期

## 2027年6月期

### 財務目標値



#### 調整後営業利益率<sup>(1)</sup> 0%

達成見込

- 前期比30%の売上高成長により、調整後営業利益黒字化に必要な水準の売上高を確保見込み
- 売上高成長に加え、獲得生産性の向上とコストの最適化により調整後営業利益の改善を見込む

#### 売上 500億円+

- 戦略的ターゲットに示す顧客基盤、製品の強化をはじめとする中長期のトップライン成長に向けた投資は順調に進捗

### セールス & マーケティング



#### 有料課金ユーザー数 合計700K+/法人250K+

法人数目標達成への取組を継続

- 当初想定通りMidセグメントにおける獲得が順調に推移し、LTVの高い顧客基盤を形成し、売上高は堅調に成長
- Smallセグメントにおけるインボイス制度需要は、弊社の当初想定よりも緩やかに発生。会計事務所チャンネルに注力

#### 法人 Net Revenue Retention Rate<sup>(2)</sup> 110%+

- R&Dの先行投資とM&Aにより、クロスセル/アップセル推進に向けたプロダクトラインナップが充実
- freee人事労務、freee会計のプラン改定で、利用ID数、トランザクション数増加によるNRR向上の基盤も整う

### 研究開発



#### 将来クロスセル/アップセルのための先行投資

概ね完了

- freee販売(自社開発)、sweep、bundle、pasture(M&A)をはじめとしてプロダクトラインナップが充実
- 人事労務領域の強化(freeeサインとの連携や勤怠管理機能の強化、健康管理のリリース)により、従業員ID単位での利用拡大の基礎を確立

- 自社開発、M&A、統合flowのフレームワーク化による開発生産性の向上等、先行投資という観点では2024年6月期まで概ね完了
- 今後も規律あるR&D投資やM&Aを通じてプロダクト強化を継続



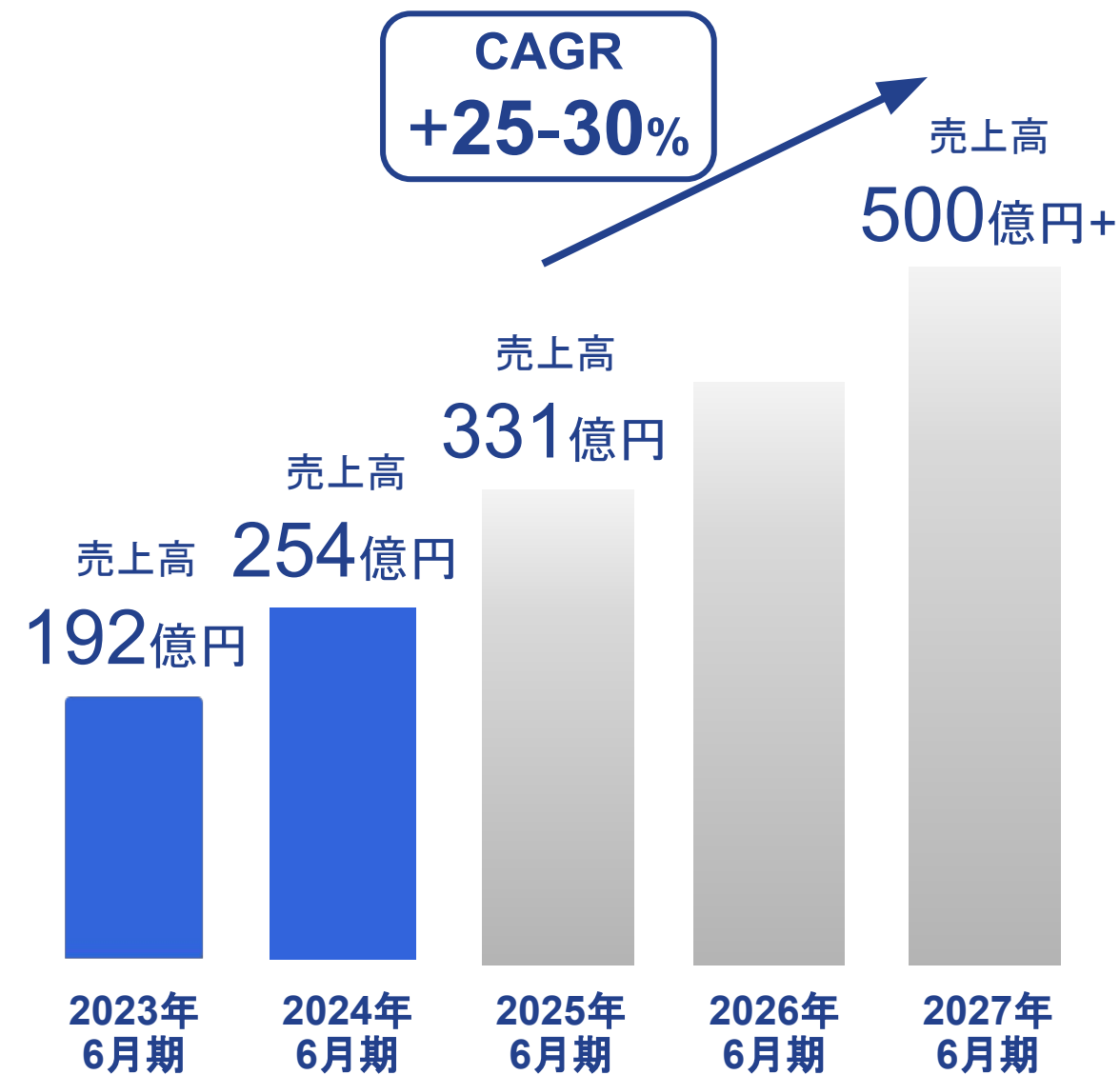
1. 調整後営業利益(=営業利益+株式報酬費用+M&Aにより生じた無形資産の償却費用+その他一時費用)。調整項目の内訳は後掲

2. Net Revenue Retention Rateは、該当期間中に、前期の同期間において顧客であったユーザーの該当期間における売上を前期の同期間における売上から除して算出。なお会計事務所の売上増分は顧問先の売上増加を含む

# 新規獲得生産性とクロスセルポテンシャルの向上が売上高成長に貢献

- 2025年6月期には、中長期成長戦略に基づく投資の成果によって既存顧客の収益性向上と新規顧客の獲得の両輪が機能し、高水準の売上高成長の継続と調整後営業利益<sup>(1)</sup>黒字化に貢献することを見込む
- これまで継続的に取り組んできたChurnの抑制、2024年7月1日から適用を開始したfree会計の法人向けプランをはじめとするプライシングの最適化と併せてトップラインの成長を促す

## 生産性・ポテンシャル向上のトップライン成長への貢献



### 新規顧客獲得の生産性向上

- ① アカウント・ベースド・マーケティング (ABM)による直接チャネルの獲得生産性向上
- ② 会計事務所パートナーシップ強化による間接チャネルの獲得生産性向上

### 既存顧客の収益性向上

- ③ Midセグメントの顧客基盤強化とクロスセルポテンシャルの向上
- ④ 解約率の抑制
- ⑤ 基盤としてのプライシングの最適化



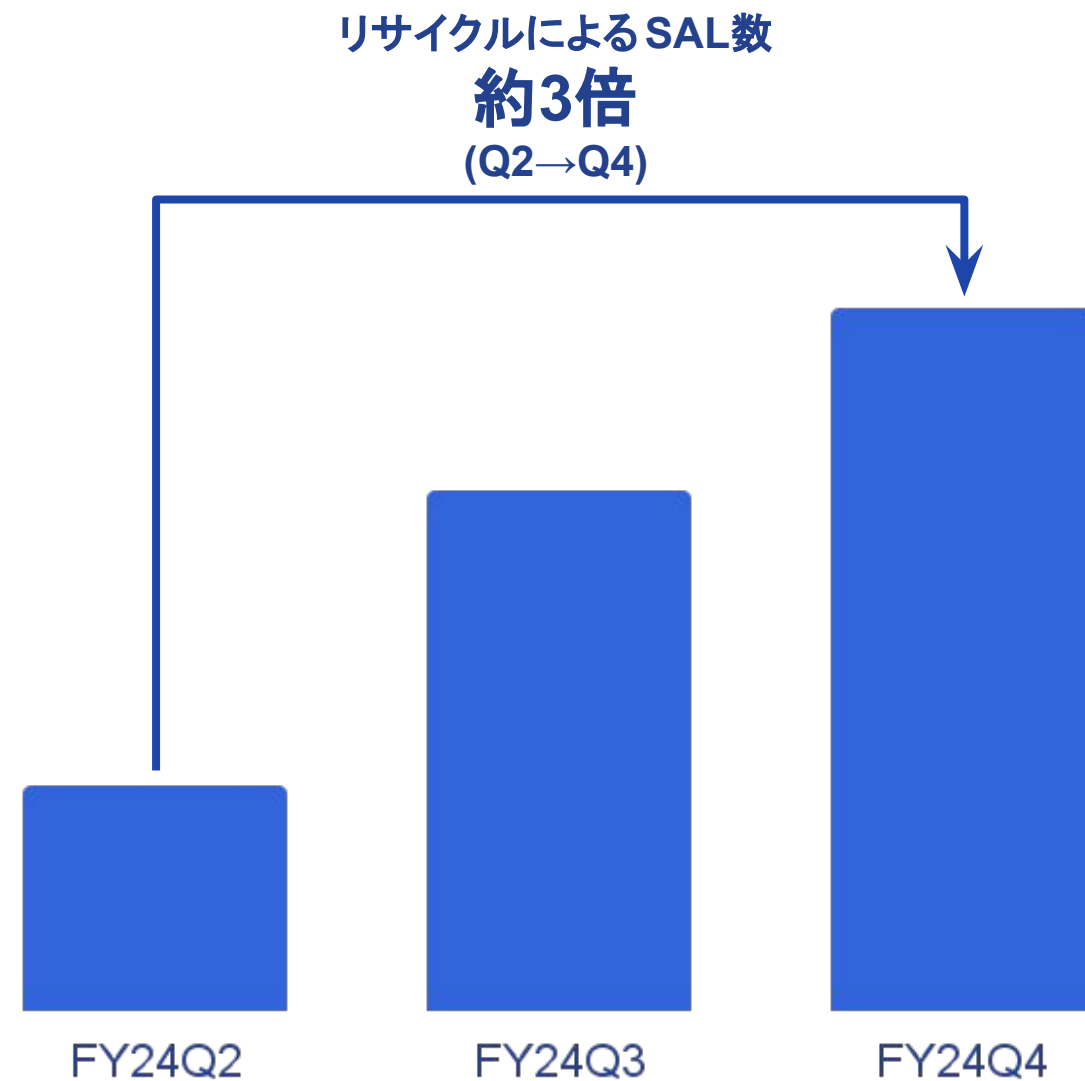
1. 調整後営業利益(=営業利益+株式報酬費用+M&Aにより生じた無形資産の償却費用+その他一時費用)。調整項目の内訳は後掲

① アカウント・ベースド・マーケティング (ABM)による直接チャネルの獲得生産性向上

## ABMオペレーションの確立による短期・中長期の獲得生産性向上

- 蓄積したリード(見込顧客)の情報をもとに商談につなげるABMにより、インボイス制度開始後に広告宣伝費を平常時の水準に戻して調整後営業利益<sup>(1)</sup>を改善する中でも、リードのリサイクルによって獲得したSAL (Sales Accepted Lead)<sup>(2)</sup>の数は順調に増加
- 今後もアセットとして蓄積したリードを効率よくリサイクルするABM体制の強化に取り組み、S&Mの生産性向上を図ることで、既存顧客から得た投資の原資を新規顧客獲得に投資し続けられるモデルの推進を目指す

### 見込顧客リストからのリサイクルによる SAL数の推移



- 連絡先等だけでなく、利用中のソリューションやリプレースの検討時期をヒアリングして情報を蓄積
- 蓄積した情報をもとに適切なタイミングでアプローチして効率よく商談を創出
- ABMオペレーションの確立は、インボイス制度開始前後で獲得したリードからの商談創出による業績への短期的な寄与にとどまらず、中長期的な観点でも獲得生産性の向上に貢献



1. 調整後営業利益(=営業利益+株式報酬費用+M&Aにより生じた無形資産の償却費用+その他一時費用)。調整項目の内訳は後掲  
2. マーケティング活動によって獲得した見込み顧客のうち、商談を実施予定または実施中の見込み顧客

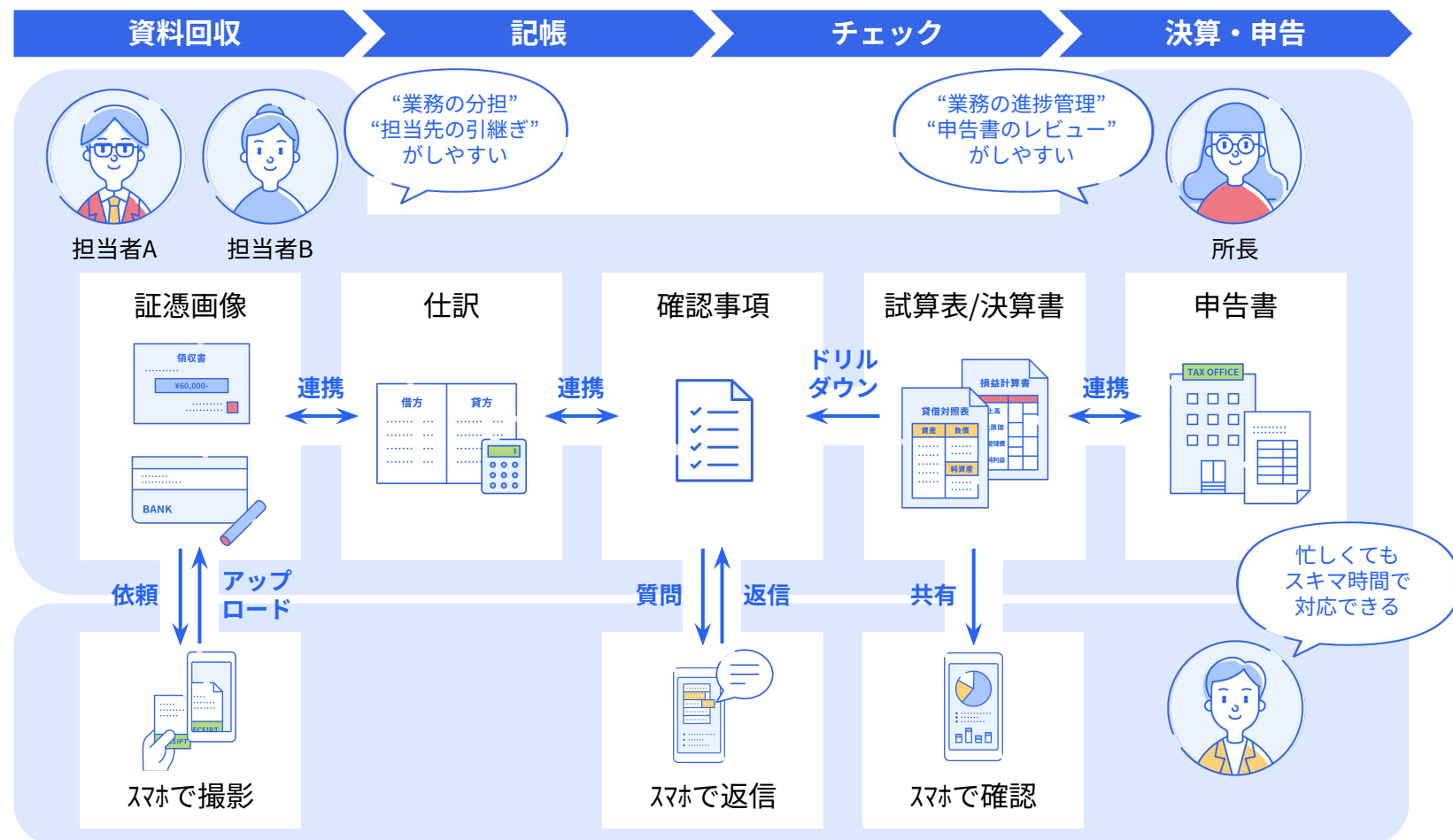
② 会計事務所パートナーシップ強化による間接チャネルの獲得生産性向上

# 会計事務所における本質的な業務効率化への期待の高まり

- 中長期成長戦略により、会計、申告、顧問先管理等の各種機能とUIの強化への投資を加速。会計事務所と顧問先の業務を一気通貫で効率化するプラットフォームとしての価値を向上
- プロダクトの進化に加え、オフラインイベントやサクセス施策の充実等を通じたパートナーシップ強化でより多くの会計事務所への導入を促進

## 会計事務所のプラットフォームとしての機能強化

- 資料回収から決算・申告まで、プロダクトとUIの強化により会計事務所と顧問先の業務を一気通貫で効率化



## 本質的な業務効率化への期待の高まり

- 4度目の開催となった2024年のfree Advisor Dayでは、東京・大阪・福岡の3会場合計で過去最多の約1,250名が来場。freeeのプロダクトによる業務効率化への期待が高まりをみせる



## 会計事務所チャネルを通じたユーザー獲得の加速

- 2024年6月期第3四半期以降、主にSmallセグメントにおいて会計事務所経由の獲得がユーザー企業数の増加に本格的に寄与。ダイレクトチャネルではリーチしにくいユーザー層に効率的にアプローチ
- 今後は国内最大規模の税理士法人への導入も予定し、新規獲得への継続的な貢献が見込まれる

### 有料課金ユーザー企業 (法人)の純増数の推移

件



  
Smallセグメントの  
純増に貢献

  
記帳代行プランの  
導入の推進

- 主にSmallセグメントにおいて、ダイレクトチャネルではリーチしにくいユーザー層に効率的にアプローチ
- 一定のニーズボリュームのある記帳代行に特化したプランの導入が順調に進捗
- 国内最大級の辻・本郷税理士法人において約1,500社の顧問先への導入を予定

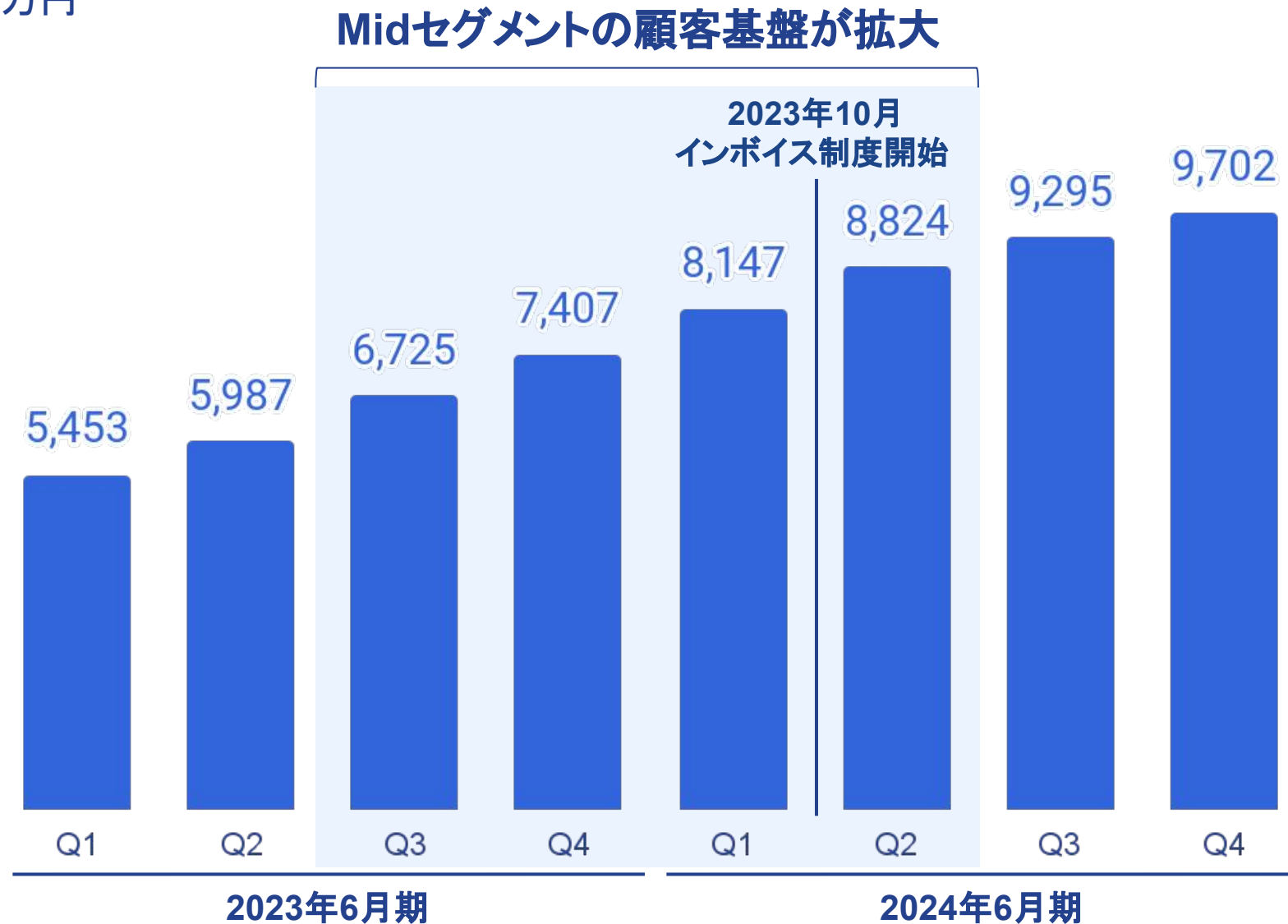
 **辻・本郷 税理士法人**  
HONGO TSUJI TAX & CONSULTING

# Midセグメントの顧客基盤は順調に拡大

- Midセグメント<sup>(1)</sup>のARRは、2023年10月のインボイス制度開始前後の需要増、freee人事労務や入口プロダクトから利用を開始するユーザーの増加を背景として着実に増加
- freee会計とfreee人事労務との間でのクロスセルは引き続き堅調に推移。加えて、freee販売等も含めて3プロダクト以上を導入するユーザーも増加し、クロスセルのポテンシャルが向上

## MidセグメントのARR推移

百万円



顧客基盤の拡大

- Midセグメントにおいては、インボイス制度前後の需要増、freee人事労務や入口プロダクトの堅調な導入により顧客基盤が拡大



会計・人事労務間の着実なクロスセル

- 新規ユーザーが増加する中でも、Midセグメントにおける会計・人事労務間の付帯率は40%前後で安定して推移



ロイヤルカスタマー層の形成

- freee販売等も含めて3プロダクト以上を導入するユーザーも増加し、クロスセルのポテンシャルが向上



1. 従業員が20名以上1,000名未満の法人



## プロダクトラインナップの充実が ARPU上昇のポテンシャルを向上

- プロダクトラインナップの充実により、free会計、free人事労務に加えて複数のプロダクトを導入した場合の最大ARPUは、会計単体を導入した場合の約6倍まで拡大
- IT、コンサルティング等の業種を中心に3つ以上のプロダクトを導入するロイヤルカスタマーが増加

### クロスセルによる ARPU上昇のポテンシャル (イメージ)<sup>(1)</sup>



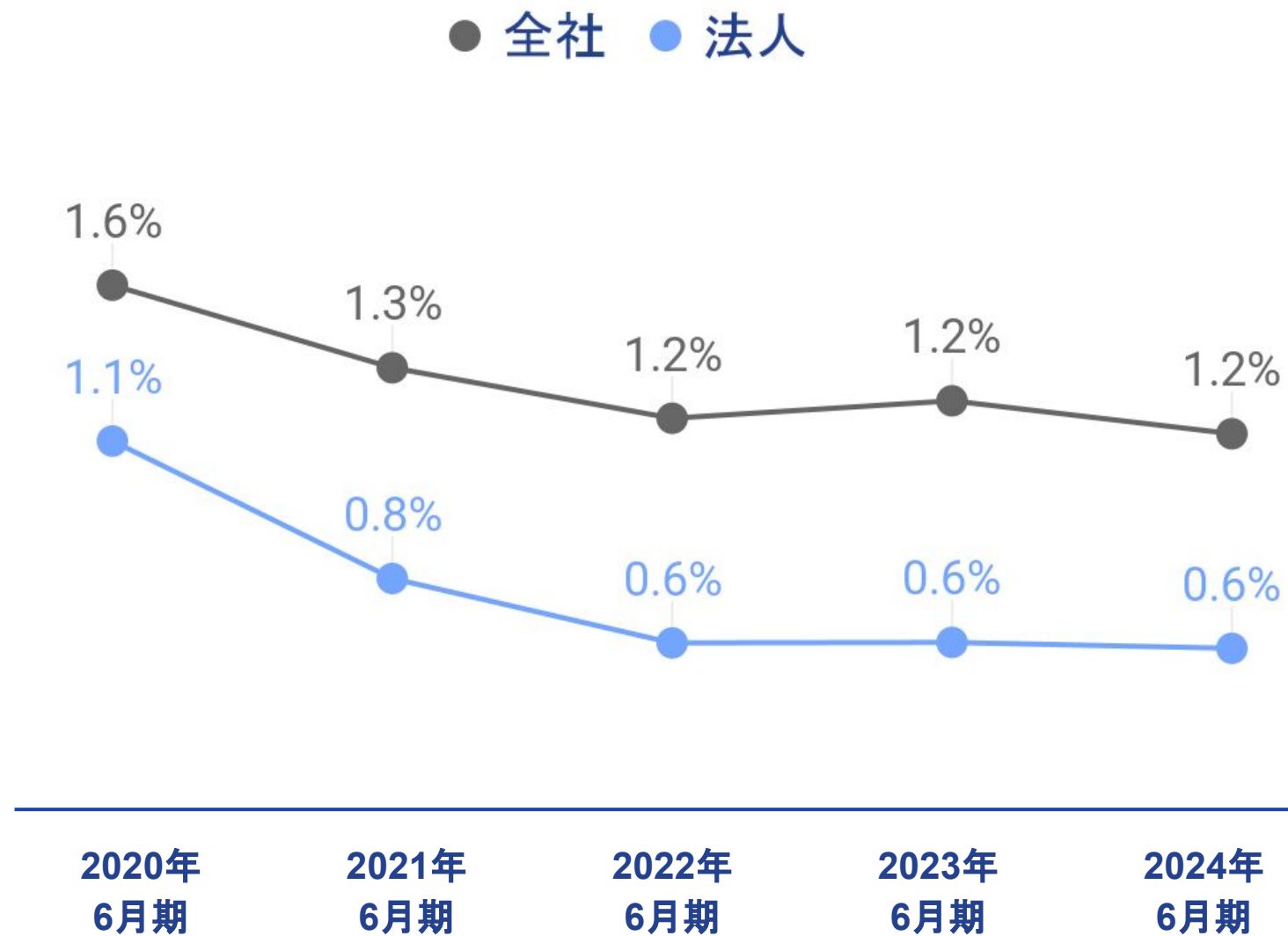
1. 従業員数50名の企業への導入を想定したプラン、ID数、従量課金の利用量に基づいて試算。実際のARPUは各ユーザーの利用状況に応じて異なる  
2. 2024年3月にsweepより名称変更

④ 解約率の抑制

# Churn抑制により安定的な収益拡大を実現

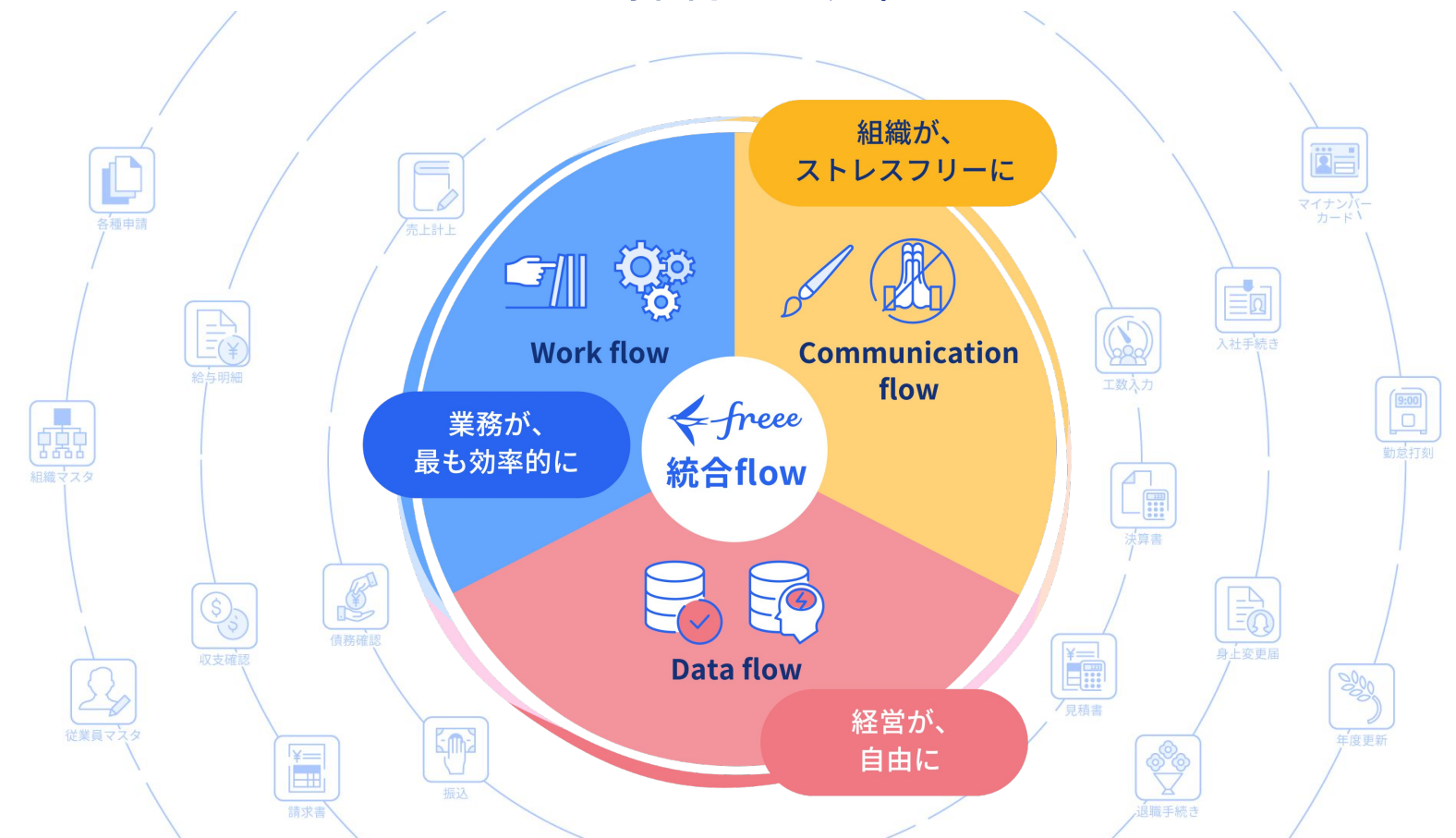
- 2024年6月期の12ヶ月平均解約率は1.2%
  - 法人の解約率はSMB向けSaaSでありながら、エンタープライズ向けSaaSの解約率と比肩するレベルである0.6%と良好な水準で推移
  - 個人事業主セグメントにおいて確定申告期後のChurnを抑制したことにより全社の解約率は改善

## 12ヶ月平均解約率<sup>(1)</sup>



## クロスセルによる Churn抑制効果

クロスセルが解約率を約  $\frac{1}{4}$  に低減<sup>(2)</sup>することを過去実績から確認  
 利用プロダクト数増加に伴う統合体験の更なる向上は  
 Churn抑制にも効果的



1. 月次解約率(当該月に有料課金ユーザーでなくなったユーザーに関連するARR÷前月末ARR)の過去12ヶ月平均。当社の全顧客セグメントを集計対象としている  
 2. 複数プロダクトおよび/または上位プラン(単体購入可能な複数のモジュールがパッケージされたプラン)の利用実績のある法人顧客層における低減効果

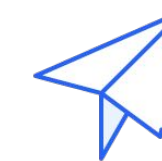
⑤ 基盤としてのプライシングの最適化

# 新しいプライシングで示された盤石な顧客基盤と基盤拡大のポテンシャル

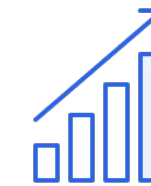
- freee会計の法人向けプランにて、インボイス制度対応向けの機能追加をはじめとする価値向上を反映したプラン改定を2024年2月に発表
- プランと提供機能の再編、基本料金の見直し、請求書の処理枚数や稼働ID数に基づく従量課金方式の導入を通じ、個々のユーザーに提供する価値と価格との一致を図り、より始めやすく、継続利用しやすいプランを追求。2024年7月1日から新プラン適用開始

旧プラン	新プラン <sup>(1)</sup> (2024年7月1日より適用)
<b>エンタープライズ</b>	<b>エンタープライズ</b>
お問い合わせ価格	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 上場・IPO準備企業向けのプラン</li> </ul> お問い合わせ価格
<b>プロフェッショナル</b>	<b>アドバンス</b>
39,800円/月～ (年額477,600円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 従業員50名以上</li> <li>● 会計5ID、給与計算1ID込</li> </ul> 39,780円/月～ (年額477,360円)
	<b>新設</b> <b>スタンダード</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 従業員5～50名程度</li> <li>● 会計3ID、給与計算1ID込</li> </ul> 8,980円/月～ (年額107,760円)
<b>ベーシック</b>	<b>スターター</b>
3,980円/月～ (年額47,760円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 従業員5名程度</li> <li>● 会計3ID、給与計算1ID込</li> </ul> 5,480円/月～ (年額65,760円)
<b>ミニマム</b>	<b>ひとり法人</b>
1,980円/月～ (年額23,760円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 従業員1名</li> <li>● 会計1ID、給与計算1ID込</li> </ul> 2,980円/月～ (年額35,760円)

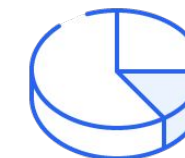
## プラン改定のインパクト最大化に向け 良好な滑り出し



解約率



ARPU



新プランによる価格差を起因とした  
獲得への影響なし

基本料金の改定で主に Smallセグメントにおいて  
2025年6月期末時点でARR10～20億円の押し上げを見込む<sup>(2)</sup>



1. 本ページに記載の料金は基本料金のみ。1ヵ月あたりの料金は年額払い時の1年間の支払額を12等分した金額を掲載。料金表の詳細はAppendixを参照  
2. 2024年2月26日時点での見通し。今後の売上高成長、その他の様々なリスクや不確定要素に左右される可能性があり、実際の結果は異なりうる

06

# 2025年6月期の 業績予想

# 2025年6月期の業績予想

- 売上高は、2025年6月期も新規顧客の獲得及び既存顧客からの売上双方の堅調な成長により、前期比+30.0%の成長を見込む
- 調整後営業利益<sup>(1)</sup>率は、2025年6月期は売上高の拡大及び生産性の改善により、黒字化を見込む

百万円	2024年6月期	2025年6月期	
	(実績)	(業績予想)	
売上高	25,430	33,060	
成長率	32.3%	30.0%	
調整後営業利益	-7,562	1	1,000
調整後営業利益率	-29.7%	0.0%	3.0%
			7,629
			▲ 2.3pt
		7,563	8,562
		29.7pt	32.7pt



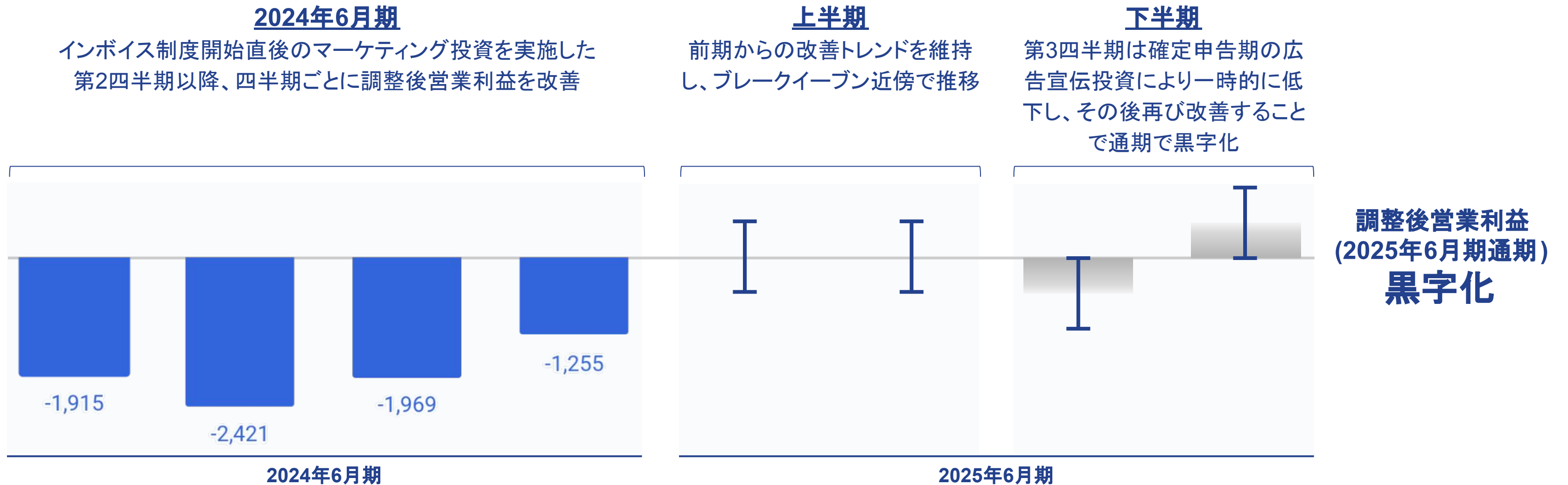
1. 調整後営業利益(=営業利益+株式報酬費用+M&Aにより生じた無形資産の償却費用+その他一時費用)

# 2025年6月期の調整後営業利益黒字化に向けた見通し

- 2024年6月期の第2四半期以降、四半期ごとに調整後営業利益<sup>(1)</sup>を改善するトレンドを維持
- 2025年6月期も改善トレンドを引き続き維持。第3四半期には確定申告期の広告宣伝投資によって一時的に低下した後に再び改善に転じ、通期での黒字化達成を見込む

## 四半期ごとの調整後営業利益の見通し (イメージ)

百万円



1. 調整後営業利益(=営業利益+株式報酬費用+M&Aにより生じた無形資産の償却費用+その他一時費用)

# 各投資項目の対売上高比率の見通し (1)

- 2024年6月期の各投資項目の対売上高比率は概ね想定通り、従業員数は1,722名で着地
- 2025年6月期は、売上高の拡大及び生産性の改善双方をドライバーにSG&Aの対売上高比率の改善を図り、通期で調整後営業利益<sup>(2)</sup>の黒字化を目指す。なお、2025年6月期の従業員数は、中長期での成長を見据え緩やかに増加し、1,800~1,900名に着地する見込み

2023年6月期 実績		2024年6月期 実績		2025年6月期 見通し	
COGS	売上高対比 16.4%	17.5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 長期財務モデルに沿う推移                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 概ね売上高に連動</li> </ul> </li> </ul>	15-20%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 長期財務モデルに沿う推移                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 概ね売上高に連動</li> <li>○ 黒字化に伴い、ソフトウェア資産の資産化が再開見込み</li> </ul> </li> </ul>
調整後 R&D	売上高対比 35.7%	32.8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 若干改善                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 開発キャパシティを引き続き前倒しで拡充</li> </ul> </li> </ul>	15-20%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大きく改善                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2024年6月期より緩やかな人員数増加</li> <li>○ 黒字化に伴う、ソフトウェア資産の資産化再開(R&amp;D対売上高比率にポジティブ影響)</li> </ul> </li> </ul>
調整後 S&M	売上高対比 69.4%	66.7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 若干改善                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ インボイス制度による潜在的な需要などを捉えるための投資を継続                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>■ セールスキャパシティの前倒し増強</li> <li>■ マーケティングへの投資</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	54-60%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大きく改善                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2024年6月期までに前倒し採用したセールス人員の習熟</li> <li>○ インボイス制度対応需要後における適正なマーケティング投資</li> </ul> </li> </ul>
調整後 G&A	売上高対比 15.9%	12.8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 若干改善                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2025年6月期以降に向けた、積極的な前倒し採用活動</li> </ul> </li> </ul>	9-10%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大きく改善                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2024年6月期までの全社的な組織拡大が一巡</li> </ul> </li> </ul>



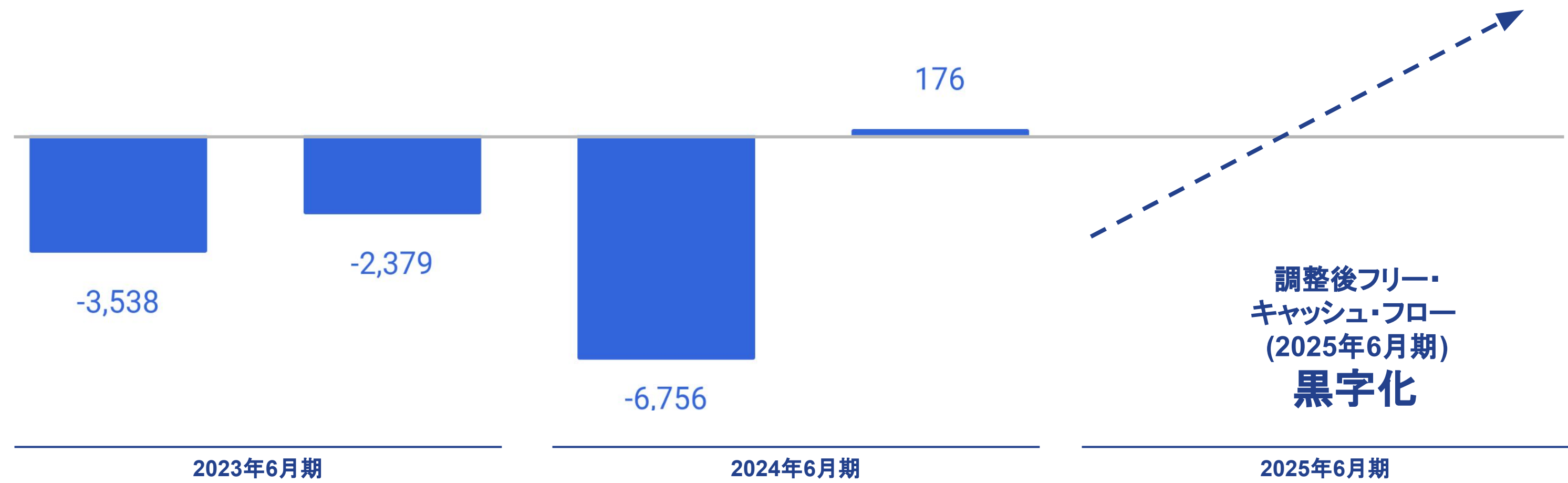
1. 各項目の対売上高比率のレンジは本書提出日現在における見通し。今後の売上高成長、投資の進捗、その他の様々なリスクや不確定要素に左右される可能性があり、実際の結果は上記の数値と異なりうる  
 2. 調整後営業利益(=営業利益+株式報酬費用+M&Aにより生じた無形資産の償却費用+その他一時費用)

# 2025年6月期の調整後フリー・キャッシュ・フロー<sup>(1)</sup>の見通し

- 2025年6月期の調整後フリー・キャッシュ・フローは、調整後営業利益<sup>(2)</sup>の改善に伴い通期で黒字化する見通し  
サブスクリプションビジネスを中心とする事業からキャッシュを創出し中長期成長に向けた投資を実施できるフェーズに
  - ITツール関連の前払費用が発生する上期に減少し、前受収益の計上額が大きい下期に増加する季節性を有する
  - インボイス制度等関連施策への広告宣伝投資に伴うキャッシュアウトが発生し始めた2023年6月期下期以降、季節性を見せながらも改善するトレンドを見込む

## 半期ごとの調整後フリー・キャッシュ・フローの見通し (イメージ)

百万円



1. 一般的なフリー・キャッシュ・フロー(営業活動によるキャッシュ・フロー + 投資活動によるキャッシュ・フロー)に対して、クレジットカード事業で発生する立替金の増減が営業キャッシュ・フローに与える影響を調整したもので、実質的なフリー・キャッシュ・フローを示す。例えば、立替金増加により営業キャッシュ・フローが減少した場合は、その減少額を一般的なフリー・キャッシュ・フローに足し戻す調整を行う  
 2. 調整後営業利益(=営業利益+株式報酬費用+M&Aにより生じた無形資産の償却費用+その他一時費用)



# 長期財務モデル

	FY19	FY20	FY21	FY22	FY23	FY24	長期
売上総利益率	78.2%	77.4%	79.5%	80.7%	83.6%	82.5%	80%-85%
調整後 R&D <sup>(1)(2)(3)</sup> 対売上高比率	35.9%	28.4%	25.6%	25.8%	35.7%	32.8%	17%-20%
調整後 S&M <sup>(1)(2)(4)</sup> 対売上高比率	78.3%	66.8%	58.8%	53.9%	69.4%	66.7%	30%-35%
調整後 G&A <sup>(1)(2)(5)</sup> 対売上高比率	22.8%	19.7%	17.5%	17.7%	15.9%	12.8%	8-10%
調整後 営業利益率	-58.9%	-37.5%	-22.4%	-16.8%	-37.4%	-29.7%	20%-30%

1. 調整項目の内訳は後掲
2. 2022年6月期以降の各数値は2021年12月1日譲渡の「資格スクエア事業」を除くプラットフォーム事業のみの数値
3. Research and Developmentの略称。研究開発に係るエンジニアの person 費や関連する経費及び共通費等の合計
4. Sales and Marketingの略称。販売促進に係る広告宣伝費やセールス人員の person 費や関連する経費及び共通費等の合計
5. General and Administrativeの略称。コーポレート部門の person 費や関連する経費及び共通費等の合計



07

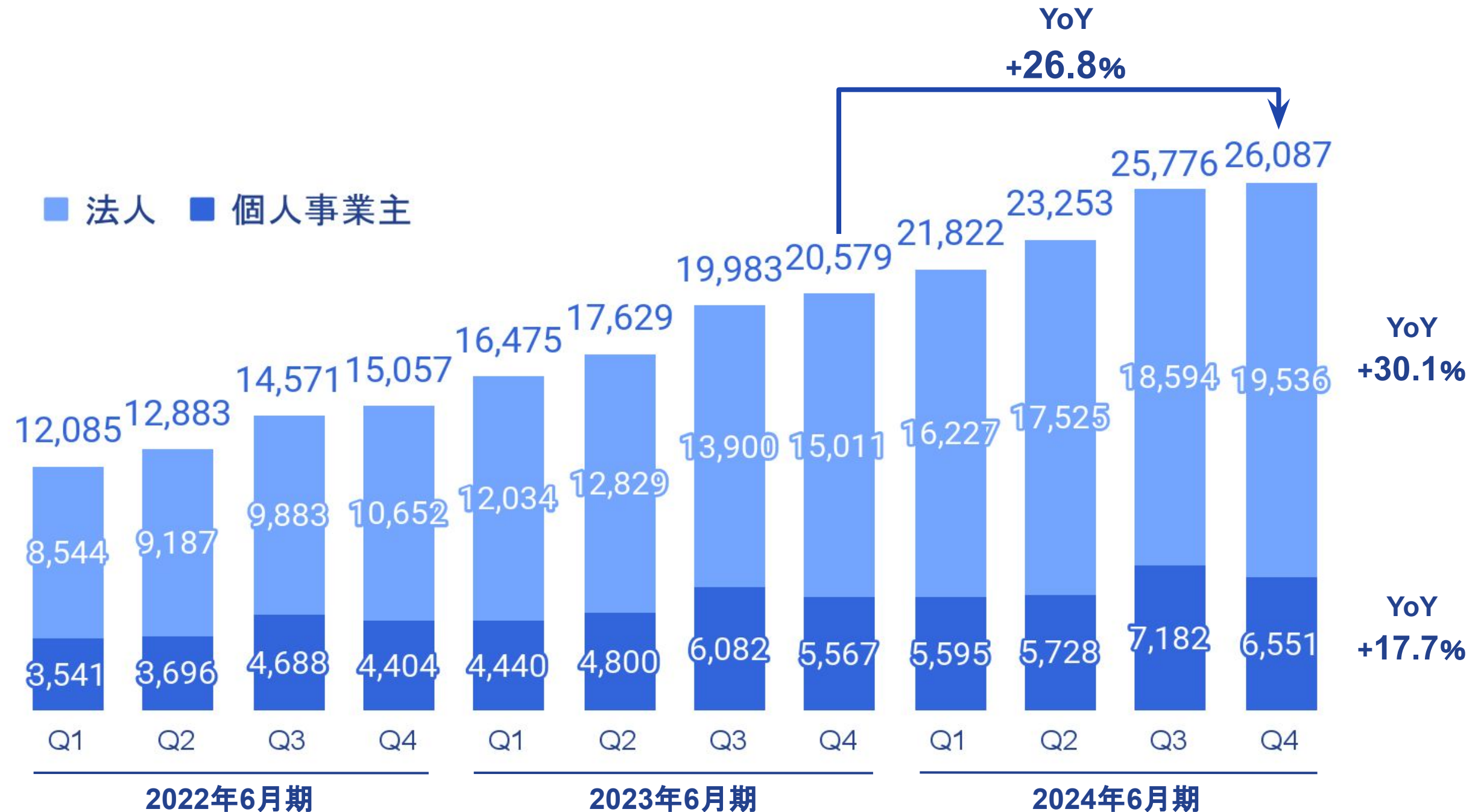
財務実績

# ARR

- ARRは、前年同期比+26.8%の26,087百万円
  - 法人セグメントは、既存顧客からの売上増加を背景に、前年同期比+30.1%と堅調に推移
  - 個人事業主セグメントは、確定申告期の季節性により第4四半期のARRは前四半期比で純減したものの、前年同期比+17.7%と好調に推移

## ARR(四半期末) (1)(2)(3)

百万円



1. ARR: Annual Recurring Revenueの略称。各期末月のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍して算出。MRR: Monthly Recurring Revenueの略称。対象月の月末時点における継続課金ユーザー企業に係る月額料金の合計額(一時収益は含まない)  
 2. 2022年6月期以降はfreeサイン及びtaxnote、2023年6月期以降はMikatus、2023年6月期第3四半期以降はsweep、2024年6月期第1四半期以降はWhy、2024年6月期第2四半期以降はpastureも連結対象  
 3. 法人: 個人事業主以外の有料課金ユーザー企業(会計事務所等のパートナー企業も含む)

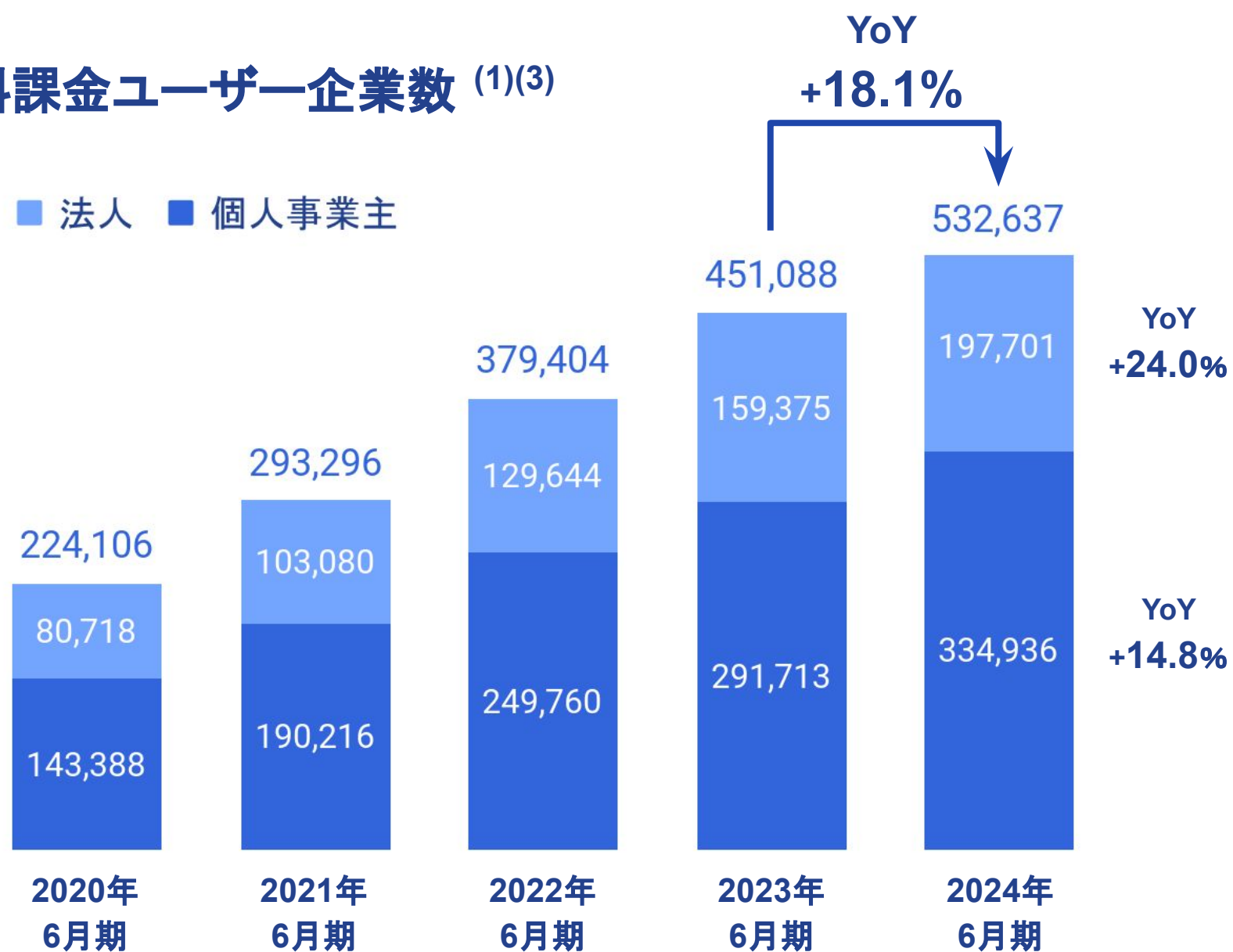
# 有料課金ユーザー企業数及び ARPU

- 有料課金ユーザー企業数は、法人セグメントにおいて会計事務所経由の獲得が増加したことで堅調に推移し、前年同期比+18.1%の532,637件
- ARPUは、会計事務所経由の獲得が増加したものの引き続きMidセグメントの貢献の高まりにより、法人セグメントでは前年同期比+4.9%の98,816円

## 有料課金ユーザー企業数 (1)(3)

件

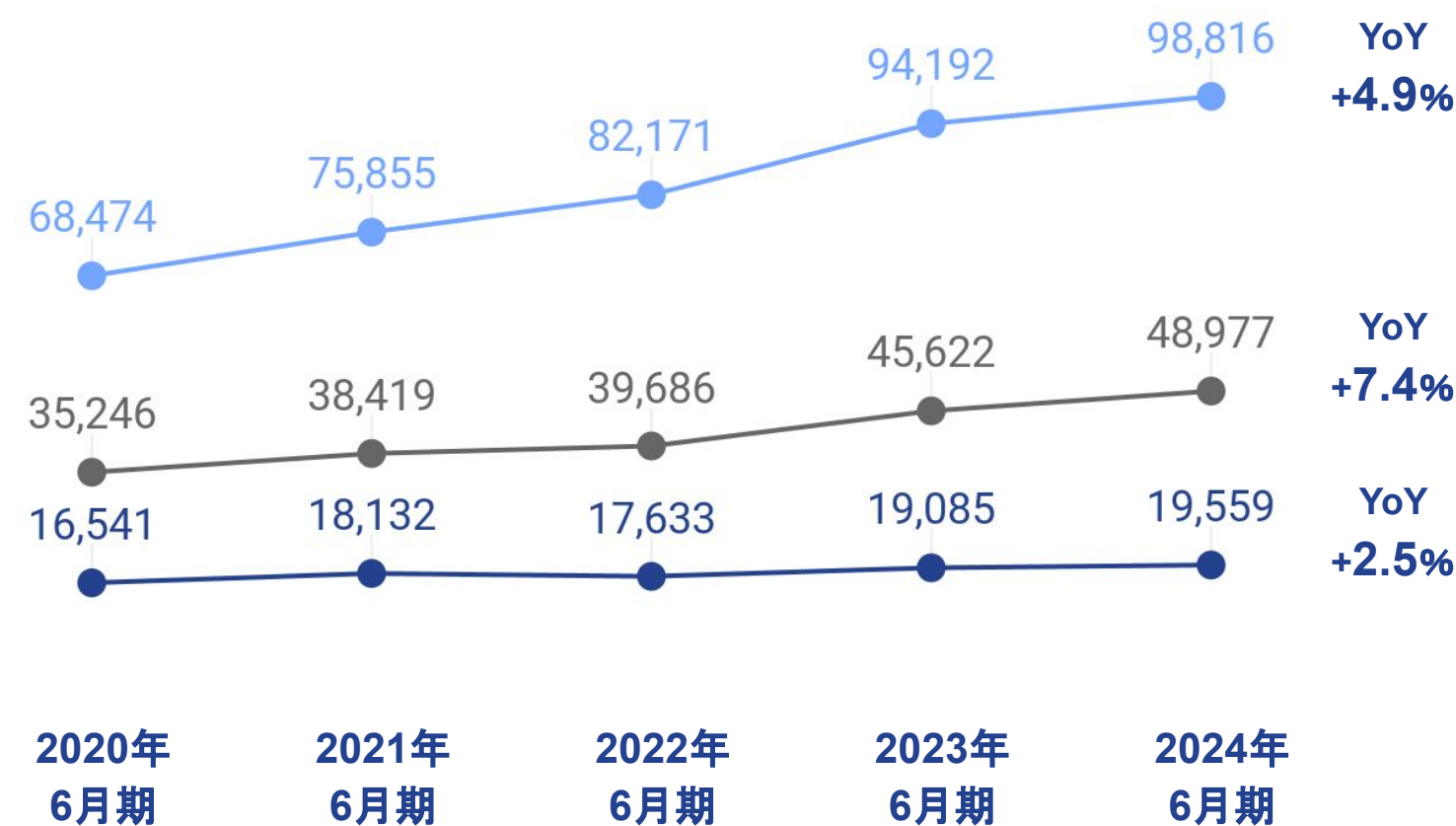
■ 法人 ■ 個人事業主



## ARPU (2)(3)

円

● 全体 ● 法人 ● 個人事業主



1. 有料課金ユーザー企業数: 当社グループのサービスを利用する個人事業主と法人の双方を指す

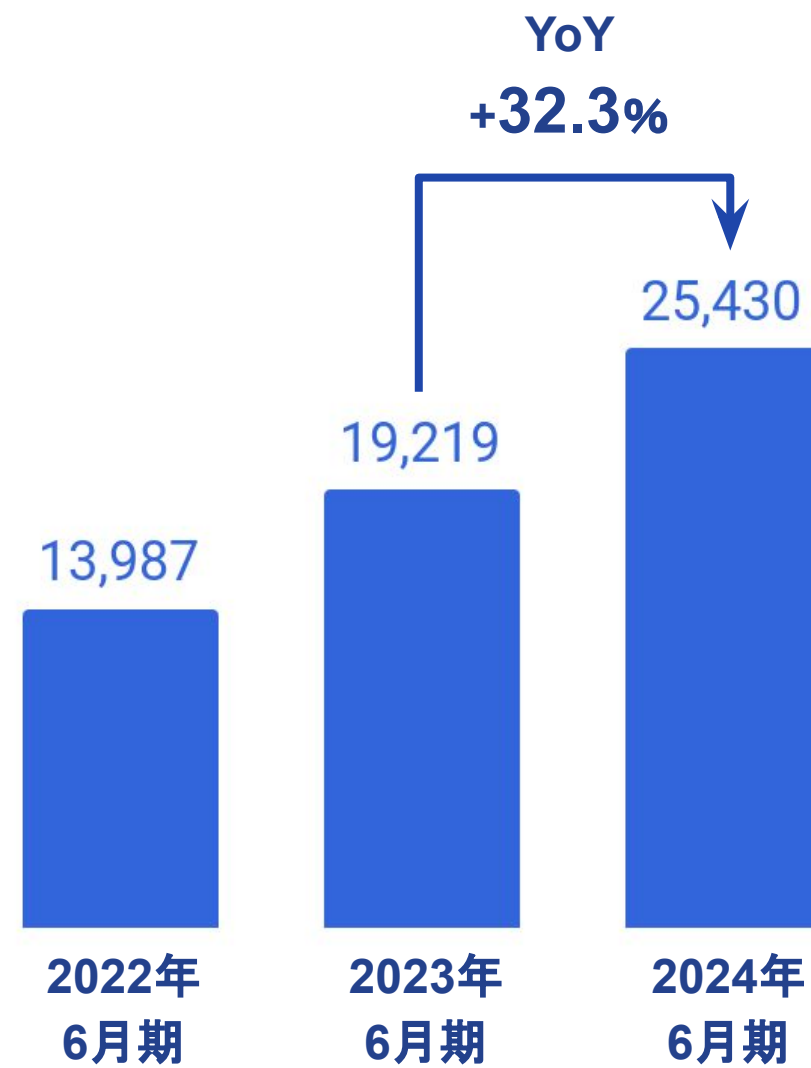
2. ARPU: 1有料課金ユーザー企業当たりの平均単価。各四半期末時点における合計ARRを有料課金ユーザー企業数で除して算出

3. 2022年6月期以降はfreeeサイン及びtaxnote、2023年6月期以降はMikatus、2023年6月期第3四半期以降はsweep、2024年6月期第1四半期以降はWhy、2024年6月期第2四半期以降はpastureも連結対象

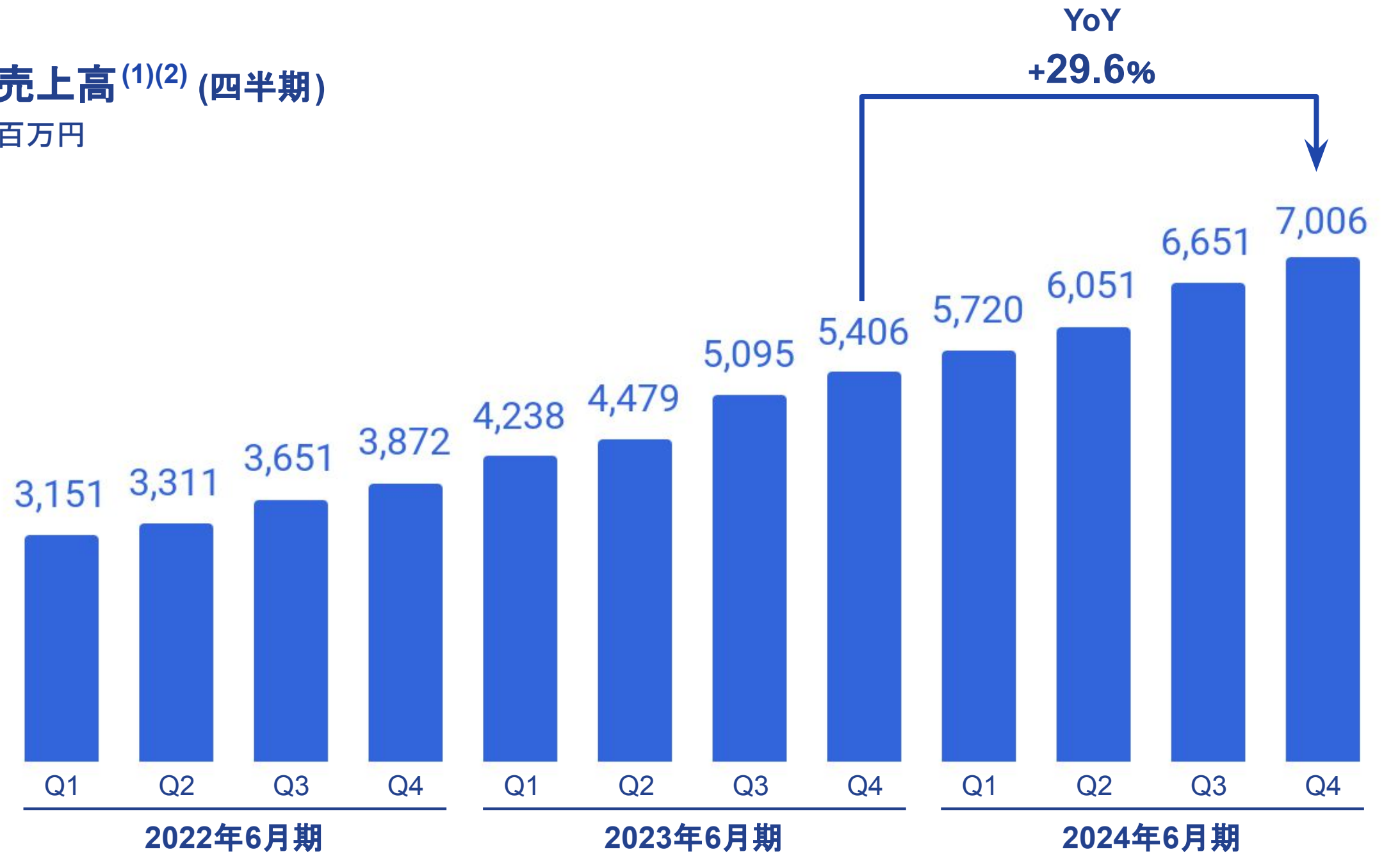
# 売上高

- 2024年6月期の売上高は前年同期比+32.3%の25,430百万円

売上高<sup>(1)(2)</sup> (年度)  
百万円



売上高<sup>(1)(2)</sup> (四半期)  
百万円



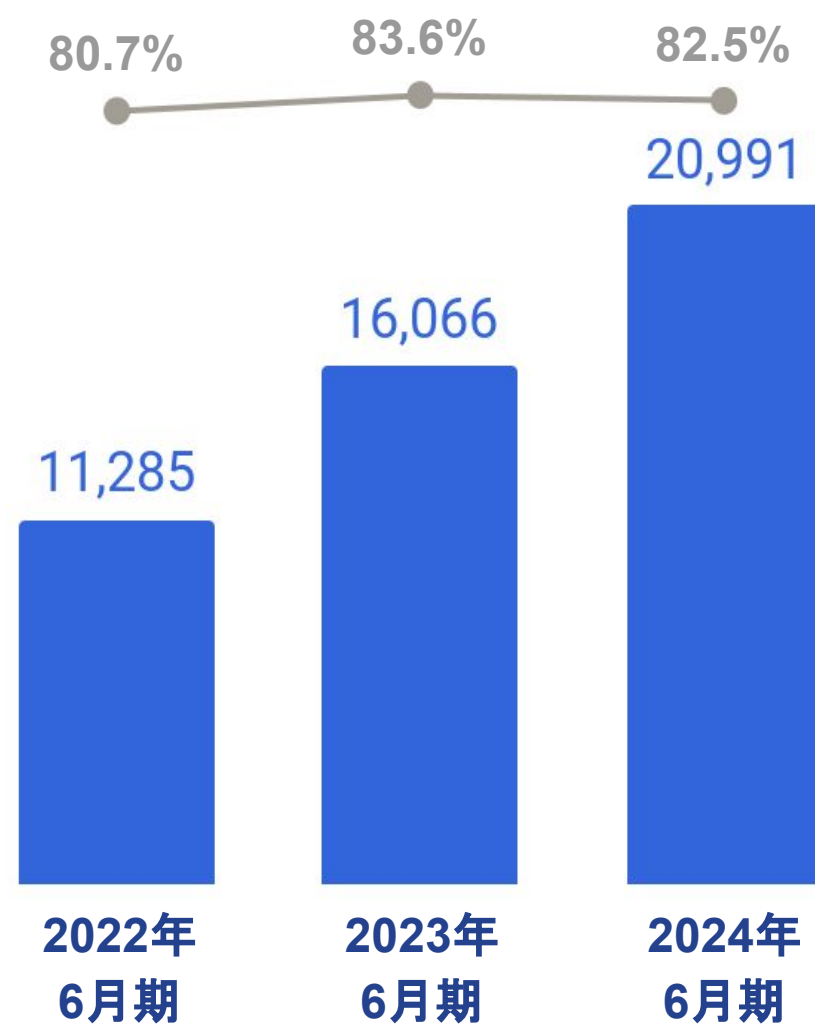
1. 2022年6月期以降の売上高は2021年12月1日譲渡の「資格スクエア事業」を除くプラットフォーム事業のみの売上高  
2. 2022年6月期以降はfreeサイン及びtaxnote、2023年6月期以降はMikatus、2023年6月期第3四半期以降はsweep、2024年6月期第1四半期以降はWhy、2024年6月期第2四半期以降はpastureも連結対象

# 売上総利益

- 2024年6月期の売上総利益は20,991百万円、売上総利益率は82.5%

売上総利益<sup>(1)(2)</sup> (年度)

百万円



売上総利益<sup>(1)(2)</sup> (四半期)

百万円

— 売上総利益率

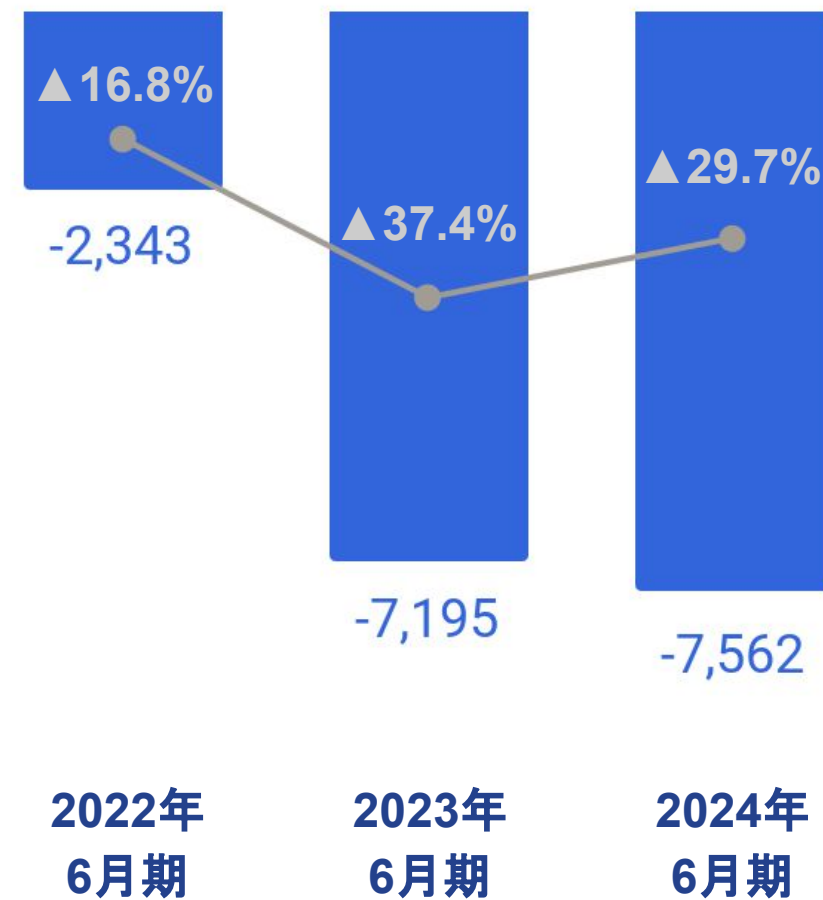


1. 2022年6月期以降の売上総利益及び売上総利益率は2021年12月1日譲渡の「資格スクエア事業」を除くプラットフォーム事業のみの数値  
 2. 2022年6月期以降はfreeサイン及びtaxnote、2023年6月期以降はMikatus、2023年6月期第3四半期以降はsweep、2024年6月期第1四半期以降はWhy、2024年6月期第2四半期以降はpastureも連結対象

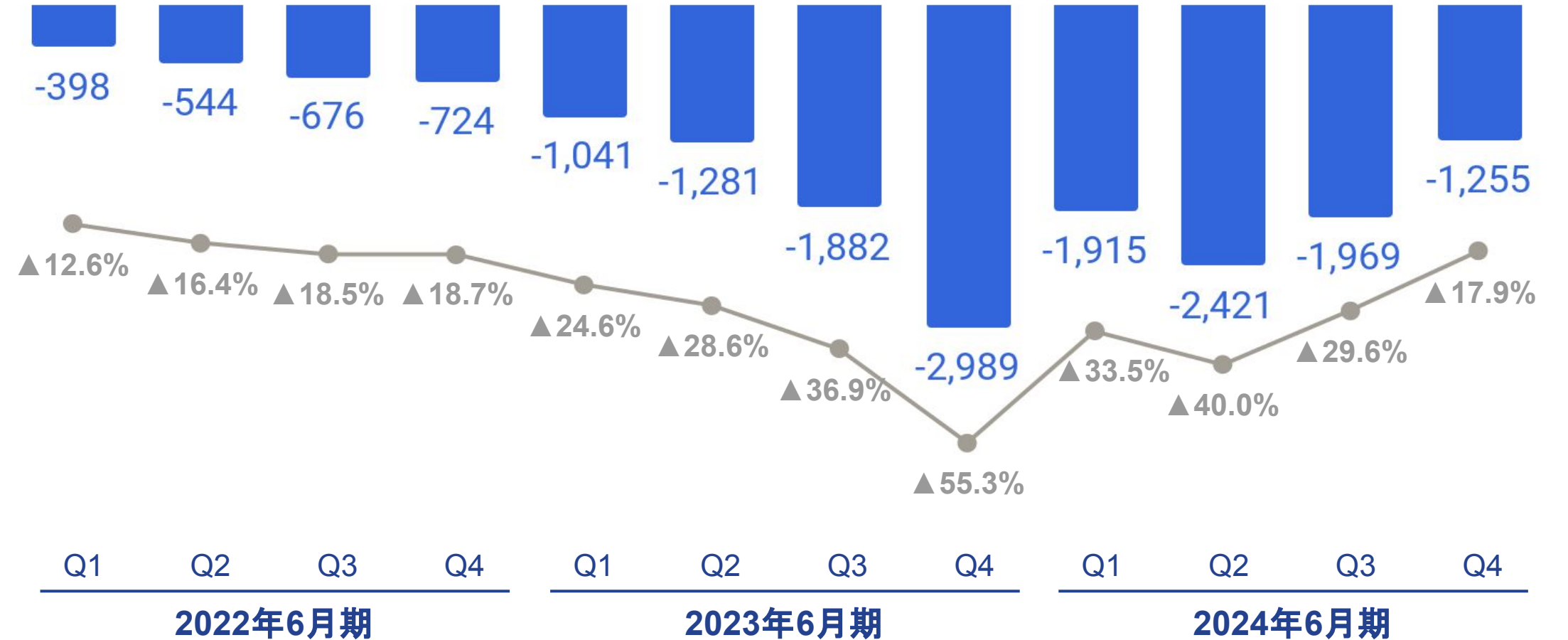
# 調整後営業利益

- 2024年6月期の調整後営業利益は▲7,562百万円、前年度比+7.7 ptsの▲29.7%
  - インボイス制度等関連施策への広告宣伝投資が一巡したことにより、2024年6月期下期から調整後営業利益の改善フェーズに入る。第4四半期は、確定申告関連施策への広告宣伝投資が発生した前四半期から改善しており、2025年6月期通期での調整後営業利益黒字化に向けてオントラックで推移

調整後営業利益<sup>(1)(2)(3)</sup> (年度)  
百万円



調整後営業利益<sup>(1)(2)(3)</sup> (四半期)  
百万円



1. 調整後営業利益(=営業利益+株式報酬費用+M&Aにより生じた無形資産の償却費用+その他一時費用)。調整項目の内訳は後掲  
 2. 2022年6月期以降の調整後営業利益及び調整後営業利益率は2021年12月1日譲渡の「資格スクエア事業」を除くプラットフォーム事業のみの数値  
 3. 2022年6月期以降はfreeeサイン及びtaxnote、2023年6月期以降はMikatus、2023年6月期第3四半期以降はsweep、2024年6月期第1四半期以降はWhy、2024年6月期第2四半期以降はpastureも連結対象

# 主要なリスク

以下は、事業遂行において重要な影響を与える可能性があるとして認識している主要なリスクです。その他のリスク情報については、有価証券報告書「第一部【企業情報】第2【事業の状況】2【事業等のリスク】」をご参照ください。

## クラウド関連市場について

当社グループのプラットフォーム事業は、売上高の大部分をクラウドサービスのサブスクリプション売上高が占めています。国内のBtoB向けのクラウド関連市場は従来型の会計ソフト・人事労務ソフトと比べて発展途上段階にあり、当社グループは当該市場が今後も拡大していくことが事業展開の前提であると考えております。当社グループでは、今後もクラウド関連市場の順調な成長を見込んでおりますが、クラウドサービスに関連して、今後新たな法的規制の導入、技術革新の停滞などの要因により、クラウドサービスの導入が想定通りに進捗せず、クラウド関連市場の成長が阻害される場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

## 技術革新、規制変更等への対応について

当社グループのプラットフォーム事業においては、顧客であるスモールビジネスのニーズに対応したサービスの拡充・開発を適時かつ継続的に行うことが重要です。とりわけ、クラウドサービスを取り巻く技術革新のスピードは大変速く、先端的なニーズに合致するクラウドサービスを提供し続けるためには、常に先進的な技術ノウハウを獲得し、当社グループの開発プロセス・組織に取り入れていく必要があります。このため、当社グループは、エンジニアの採用・育成や創造的な職場環境・開発環境の整備を進めるとともに、技術的な知見・ノウハウの取得に注力しております。しかしながら、かかる知見やノウハウの獲得に困難が生じた場合、技術革新に対する当社グループの対応が遅れた場合又は競合他社がより優れたサービスを展開した場合には、当社グループの競争力が低下する可能性があります。更に、新技術への対応のために追加的なシステム投資、人件費などの支出が拡大する可能性があります。このように、当社グループが技術革新に対して、適時かつ適切に対応することができなかった場合には、当社グループの技術力低下、それに伴うサービスの質の低下、そして競争力や業界での地位の低下を招き、また、対応のための支出の増大により、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

また、会計、税務、人事労務その他の規制に関する変更により、当社グループのサービスについて重大な修正を要し、又は販売が延期若しくは中止となる場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

## 先行投資から得られる効果が期待通りに実現しないリスクについて

当社グループが運営する事業は、先行的に研究開発費及び広告宣伝費を投下し、サービス開発とユーザー獲得を進めることが必要なものであり、当社グループは、創業以来赤字を継続しております。当社グループは、今後も、収益性の向上に努めながら先行的な投資を継続する方針であるものの、2025年6月期においては、高水準な売上高成長を維持しつつ、開発費用やユーザーの獲得費用等の対売上高比率を改善させ調整後営業利益で黒字化を見込んでおります。

当社グループは、海外の同業他社等を参考に、売上に対して適切な比率の額を研究開発費として先行投資し、将来的なサービスの競争力を維持・向上させることに努めておりますが、研究開発活動をより確実に成果に結びつけるため、新規のサービスを小規模に開始し、市場の反応を確認しながら改善していく方法を採用しております。また、顧客獲得活動についても先述のとおりLTV/CACを投資判断の重要指標として、Net Revenue Retention Rateを獲得した顧客からの収益増加の状態を示す重要指標として計測・把握し、日々活動の効率を向上させております。

しかしながら、経営環境の急激な変化、その他「事業等のリスク」に記載のリスクの顕在化等により、こうした確実性を担保する努力にも関わらず、これらの先行投資が想定どおりの成果に繋がらなかった場合、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

また、当社グループは、目標とする経営指標の見込みや財務方針等を掲げることがありますが、かかる経営指標の見込みや財務方針等は、経済状況の変化、経営環境、ユーザー企業のニーズの変化、他社との競合、技術革新の動向、法規制の変更及び為替変動等に係る多くの前提に基づいて作成されています。





# Appendix

# ARR、有料課金ユーザー企業数及び ARPU

	2022年 6月期				2023年 6月期				2024年 6月期			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>ARR<sup>(1)</sup></b>	<b>(百万円)</b>											
	<b>12,085</b>	<b>12,883</b>	<b>14,571</b>	<b>15,057</b>	<b>16,475</b>	<b>17,629</b>	<b>19,983</b>	<b>20,579</b>	<b>21,822</b>	<b>23,253</b>	<b>25,776</b>	<b>26,087</b>
個人事業主	3,541	3,696	4,688	4,404	4,440	4,800	6,082	5,567	5,595	5,728	7,182	6,551
法人	8,544	9,187	9,883	10,652	12,034	12,829	13,900	15,011	16,227	17,525	18,594	19,536
<b>有料課金ユーザー企業数<sup>(2)</sup></b>	<b>(件)</b>											
	<b>313,206</b>	<b>327,034</b>	<b>384,871</b>	<b>379,404</b>	<b>386,655</b>	<b>399,420</b>	<b>464,157</b>	<b>451,088</b>	<b>458,196</b>	<b>472,375</b>	<b>543,370</b>	<b>532,637</b>
個人事業主	203,963	211,607	263,270	249,760	250,632	257,139	313,978	291,713	291,243	296,083	357,834	334,936
法人	109,243	115,427	121,601	129,644	136,023	142,281	150,179	159,375	166,953	176,292	185,536	197,701
<b>ARPU<sup>(3)</sup></b>	<b>(円)</b>											
	<b>38,586</b>	<b>39,395</b>	<b>37,861</b>	<b>39,686</b>	<b>42,611</b>	<b>44,138</b>	<b>43,052</b>	<b>45,622</b>	<b>47,626</b>	<b>49,226</b>	<b>47,437</b>	<b>48,977</b>
個人事業主	17,361	17,468	17,808	17,633	17,719	18,668	19,371	19,085	19,211	19,346	20,071	19,559
法人	78,214	79,593	81,275	82,171	88,477	90,169	92,563	94,192	97,195	99,409	100,218	98,816



1. Annual Recurring Revenue。MRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍して算出。MRRは対象月の月末時点における継続課金ユーザー企業に係る月額料金の合計額(一時収益は含まない)
2. 有料課金ユーザー企業数: 当社グループのサービスを利用する個人事業主と法人の双方を指す
3. ARPU: 各事業年度末又は各四半期末時点における合計ARRを有料課金ユーザー企業数で除して算出

# プラットフォーム事業の連結損益計算書

百万円	プラットフォーム事業 <sup>(1)</sup>			
	2021年 6月期	2022年 6月期	2023年 6月期	2024年 6月期
<b>売上高</b>	<b>10,258</b>	<b>13,987</b>	<b>19,219</b>	<b>25,430</b>
成長率	48.8%	36.4%	37.4%	32.3%
<b>売上原価</b>	<b>2,100</b>	<b>2,701</b>	<b>3,153</b>	<b>4,439</b>
対売上高比率	20.5%	19.3%	16.4%	17.5%
<b>売上総利益</b>	<b>8,158</b>	<b>11,285</b>	<b>16,066</b>	<b>20,991</b>
売上総利益率	79.5%	80.7%	83.6%	82.5%
<b>調整後販売費及び一般管理費</b>	<b>10,459</b>	<b>13,629</b>	<b>23,261</b>	<b>28,554</b>
対売上高比率	102.0%	97.4%	121.0%	112.3%
調整後R&D <sup>(2)</sup>	2,630	3,606	6,864	8,332
対売上高比率	25.6%	25.8%	35.7%	32.8%
調整後S&M <sup>(3)</sup>	6,031	7,541	13,337	16,974
対売上高比率	58.8%	53.9%	69.4%	66.7%
調整後G&A <sup>(4)</sup>	1,798	2,481	3,059	3,246
対売上高比率	17.5%	17.7%	15.9%	12.8%
<b>調整後営業利益</b>	<b>-2,301</b>	<b>-2,343</b>	<b>-7,195</b>	<b>-7,562</b>
調整後営業利益率	-22.4%	-16.8%	-37.4%	-29.7%



1. 当社グループの事業全体から、サイトビジットの提供する「資格スクエア」事業(2021年12月に売却)を除いたもの
2. Research and Developmentの略称。研究開発に係るエンジニアの person 費や関連する経費及び共通費等の合計
3. Sales and Marketingの略称。販売促進に係る広告宣伝費やセールス人員の person 費や関連する経費及び共通費等の合計
4. General and Administrativeの略称。コーポレート部門の person 費や関連する経費及び共通費等の合計

# プラットフォーム事業の損益計算書(調整表)

R&D <sup>(1)</sup> 百万円	2022年	2023年	2024年	2022年 6月期				2023年 6月期				2024年 6月期			
	6月期	6月期	6月期	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>R&amp;D</b>	<b>3,606</b>	<b>6,864</b>	<b>8,332</b>	<b>828</b>	<b>851</b>	<b>927</b>	<b>999</b>	<b>1,599</b>	<b>1,632</b>	<b>1,729</b>	<b>1,903</b>	<b>1,994</b>	<b>2,069</b>	<b>2,050</b>	<b>2,218</b>
-) 株式報酬費用	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-) M&Aにより生じた無形 資産の償却費用	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-) その他一時費用	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>調整後R&amp;D</b>	<b>3,606</b>	<b>6,864</b>	<b>8,332</b>	<b>828</b>	<b>851</b>	<b>927</b>	<b>999</b>	<b>1,599</b>	<b>1,632</b>	<b>1,729</b>	<b>1,903</b>	<b>1,994</b>	<b>2,069</b>	<b>2,050</b>	<b>2,218</b>
対売上高比率	25.8%	35.7%	32.8%	26.3%	25.7%	25.4%	25.8%	37.7%	36.4%	33.9%	35.2%	34.9%	34.2%	30.8%	31.7%
対売上高比率(調整後)	25.8%	35.7%	32.8%	26.3%	25.7%	25.4%	25.8%	37.7%	36.4%	33.9%	35.2%	34.9%	34.2%	30.8%	31.7%

S&M <sup>(2)</sup> 百万円	2022年	2023年	2024年	2022年 6月期				2023年 6月期				2024年 6月期			
	6月期	6月期	6月期	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>S&amp;M</b>	<b>7,541</b>	<b>13,337</b>	<b>16,974</b>	<b>1,566</b>	<b>1,804</b>	<b>2,090</b>	<b>2,080</b>	<b>2,160</b>	<b>2,742</b>	<b>3,618</b>	<b>4,816</b>	<b>3,804</b>	<b>4,542</b>	<b>4,544</b>	<b>4,083</b>
-) 株式報酬費用	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-) M&Aにより生じた無形 資産の償却費用	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-) その他一時費用	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>調整後S&amp;M</b>	<b>7,541</b>	<b>13,337</b>	<b>16,974</b>	<b>1,566</b>	<b>1,804</b>	<b>2,090</b>	<b>2,080</b>	<b>2,160</b>	<b>2,742</b>	<b>3,618</b>	<b>4,816</b>	<b>3,804</b>	<b>4,542</b>	<b>4,544</b>	<b>4,083</b>
対売上高比率	53.9%	69.4%	66.7%	49.7%	54.5%	57.3%	53.7%	51.0%	61.2%	71.0%	89.1%	66.5%	75.1%	68.3%	58.3%
対売上高比率(調整後)	53.9%	69.4%	66.7%	49.7%	54.5%	57.3%	53.7%	51.0%	61.2%	71.0%	89.1%	66.5%	75.1%	68.3%	58.3%



1. Research and Developmentの略称。研究開発に係るエンジニアの人的費用や関連する経費及び共通費等の合計  
2. Sales and Marketingの略称。販売促進に係る広告宣伝費やセールス人員の人的費用や関連する経費及び共通費等の合計

# プラットフォーム事業の損益計算書(調整表)

G&A <sup>(1)</sup> 百万円	2022年	2023年	2024年	2022年 6月期				2023年 6月期				2024年 6月期			
	6月期	6月期	6月期	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>G&amp;A</b>	<b>3,198</b>	<b>3,783</b>	<b>4,070</b>	<b>683</b>	<b>647</b>	<b>805</b>	<b>1,062</b>	<b>947</b>	<b>862</b>	<b>962</b>	<b>1,010</b>	<b>994</b>	<b>1,005</b>	<b>1,108</b>	<b>961</b>
-) 株式報酬費用	405	670	736	41	84	133	146	123	165	194	187	156	181	221	176
-) M&Aにより生じた無形 資産の償却費用	231	0	0	95	17	59	59	0	0	0	0	0	0	0	0
-) その他一時費用	79	53	87	28	12	6	32	6	4	3	38	2	37	54	-6
<b>調整後 G&amp;A</b>	<b>2,481</b>	<b>3,059</b>	<b>3,246</b>	<b>517</b>	<b>534</b>	<b>605</b>	<b>824</b>	<b>817</b>	<b>692</b>	<b>764</b>	<b>784</b>	<b>835</b>	<b>786</b>	<b>833</b>	<b>790</b>
対売上高比率	22.9%	19.7%	16.0%	21.7%	19.6%	22.1%	27.4%	22.3%	19.3%	18.9%	18.7%	17.4%	16.6%	16.7%	13.7%
対売上高比率(調整後)	17.7%	15.9%	12.8%	16.4%	16.1%	16.6%	21.3%	19.3%	15.5%	15.0%	14.5%	14.6%	13.0%	12.5%	11.3%

調整後営業利益 <sup>(2)</sup> 百万円	2022年	2023年	2024年	2022年 6月期				2023年 6月期				2024年 6月期			
	6月期	6月期	6月期	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>営業利益</b>	<b>-3,060</b>	<b>-7,919</b>	<b>-8,386</b>	<b>-563</b>	<b>-658</b>	<b>-876</b>	<b>-961</b>	<b>-1,171</b>	<b>-1,451</b>	<b>-2,080</b>	<b>-3,215</b>	<b>-2,074</b>	<b>-2,640</b>	<b>-2,245</b>	<b>-1,425</b>
+ ) 株式報酬費用	405	670	736	41	84	133	146	123	165	194	187	156	181	221	176
+ ) M&Aにより生じた無形 資産の償却費用	231	0	0	95	17	59	59	0	0	0	0	0	0	0	0
+ ) その他一時費用	79	53	87	28	12	6	32	6	4	3	38	2	37	54	-6
<b>調整後営業利益</b>	<b>-2,343</b>	<b>-7,195</b>	<b>-7,562</b>	<b>-398</b>	<b>-544</b>	<b>-676</b>	<b>-724</b>	<b>-1,041</b>	<b>-1,281</b>	<b>-1,882</b>	<b>-2,989</b>	<b>-1,915</b>	<b>-2,421</b>	<b>-1,969</b>	<b>-1,255</b>
営業利益率	-21.9%	-41.2%	-33.0%	-17.9%	-19.9%	-24.0%	-24.8%	-27.6%	-32.4%	-40.8%	-59.5%	-36.3%	-43.6%	-33.8%	-20.3%
調整後営業利益率	-16.8%	-37.4%	-29.7%	-12.6%	-16.4%	-18.5%	-18.7%	-24.6%	-28.6%	-36.9%	-55.3%	-33.5%	-40.0%	-29.6%	-17.9%



1. General and Administrativeの略称。コーポレート部門の人員費や関連する経費及び共通費等の合計  
 2. 調整後営業利益(=営業利益+株式報酬費用+M&Aにより生じた無形資産の償却費用+その他一時費用)

# 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書

## 連結貸借対照表

百万円

	2022年 6月期	2023年 6月期	2024年 6月期
<b>流動資産合計</b>	<b>45,718</b>	<b>41,210</b>	<b>38,431</b>
現金及び預金	42,546	36,405	31,750
<b>固定資産合計</b>	<b>1,694</b>	<b>1,576</b>	<b>1,521</b>
<b>流動負債合計</b>	<b>10,766</b>	<b>14,053</b>	<b>21,385</b>
前受収益	6,296	8,940	11,356
<b>固定負債合計</b>	<b>217</b>	<b>1,673</b>	<b>1,614</b>
<b>純資産合計</b>	<b>36,428</b>	<b>27,059</b>	<b>16,952</b>

## 連結キャッシュ・フロー計算書

百万円

	2022年 6月期	2023年 6月期	2024年 6月期
<b>営業活動による キャッシュ・フロー</b>	<b>-1,069</b>	<b>-4,753</b>	<b>-6,767</b>
<b>投資活動による キャッシュ・フロー</b>	<b>-4,483</b>	<b>-1,935</b>	<b>-1,088</b>
<b>財務活動による キャッシュ・フロー</b>	<b>451</b>	<b>543</b>	<b>3,705</b>
現金及び現金同等物 の増減額	-5,096	-6,141	-4,154
<b>現金及び現金同等物 の期首残高</b>	<b>47,143</b>	<b>42,046</b>	<b>35,905</b>
<b>現金及び現金同等物 の期末残高</b>	<b>42,046</b>	<b>35,905</b>	<b>31,750</b>



# 海外公募増資に係る資金使途の充当状況

- 2021年4月に実施した海外公募増資に係る資金使途の充当状況は以下のとおりです

資金使途	2021年6月期 充当額	2022年6月期 充当額	2023年6月期 充当額	2024年6月期 充当額
統合型経営プラットフォームにおける新サービス及び機能の強化、あるいは顧客獲得を企図した買収、出資、事業立ち上げ等の投資に係る資金 <sup>(1)</sup>	3,300百万円	4,500百万円	10,000百万円	6,191百万円
セールス・マーケティング活動に係る広告宣伝費・販売促進費及び人件費	1,800百万円	3,000百万円	3,200百万円	-
サーバー関連費用及びカスタマーサポートに係る人件費	300百万円	1,200百万円	1,500百万円	-



1. 2021年3月25日「海外募集による新株式発行及び株式の海外売出しに係る発行価格及び売出価格等の決定に関するお知らせ」に記載の通り、2024年6月期以降は自社開発を通じた新サービス及び機能の強化を実現するための運転資金及びエンジニアの採用・育成を含む研究開発活動に充当

## 免責事項

本資料は、フリー株式会社(以下「当社」といいます)の企業情報等の提供のために作成されたものであり、国内外を問わず、当社の発行する株式その他の有価証券の勧誘を構成するものではありません。

本資料には、当社に関連する見通し、計画、目標などの将来に関する記述がなされています。これらの記述には、「予想」、「予測」、「期待」、「意図」、「計画」、「可能性」やこれらの類義語が含まれることがありますが、これらに限られるものではありません。これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報をもとに、本資料の作成時点における当社の判断に基づいて記載したものであり、また、一定の前提(仮定)の下になされています。そのため、これらの記述または前提(仮定)は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の結果はこれと大幅に異なる可能性があります。したがって、これらの将来に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。

また、本資料に記載されている当社以外の企業等に関する情報は、公開情報または第三者が作成したデータ等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について、当社は何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」については2025年9月に開示する予定です。

