



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ヒューマンテクノロジーズ（証券コード：5621）
2026年6月

- | P2 会社概要
- | P9 ビジネスモデルと特徴
- | P17 KING OF TIME について
- | P24 成長戦略と進捗
- | P31 業績動向・その他
- | P42 APPENDIX

会社概要

会社概要

ビジネスモデルと特徴

KING OF TIME について

成長戦略と進捗

業績動向・その他

APPENDIX

社名 株式会社ヒューマンテクノロジーズ

代表者 家崎 晃一

所在地 **【本社】**
東京都 港区 元赤坂 1-6-6
【ショールーム】
東京都 千代田区小川町1-11 千代田小川町クロスタ3F

設立 2011年12月

資本金 860百万円

事業内容 勤怠管理・人事給与を中心としたクラウドサービスの開発及び提供

従業員数 336人（連結）

連結子会社
(議決権所有割合100%)

- ・HumanTechnologies Singapore PTE. LTD.
- ・HumanTechnologies(Thailand)Co.,Ltd.
- ・ITエージェント株式会社
- ・HumanTechnologies Lanka (Pvt) Ltd.※

※現在休眠会社



恵志 章夫 / 代表取締役会長

- 1985年4月 日本アイ・ビー・エム(株) 入社
- 1990年11月 伊藤忠商事(株) 入社
- 1991年4月 伊藤忠テクノサイエンス(株) 出向
- 1996年4月 伊藤忠エレクトロニクス(株) 出向
- 2000年4月 ITエージェント(株) 代表取締役就任
- 2010年6月 ㈱ヒューマンテクノロジーズ (旧㈱ヒューマンテクノロジーズ) 代表取締役就任
- 2011年12月 ㈱H&Tホールディングス (現 当社) 設立 代表取締役就任
- 2020年11月 ニューホライズン(株) 代表取締役就任 (現任)
- 2022年6月 当社 代表取締役会長 (現任)



家崎 晃一 / 代表取締役社長

- 1998年4月 ㈱ジョーサン 入社
- 2001年6月 Singapore Ryosan Private Limited 出向
- 2009年8月 当社 入社
- 2021年6月 当社 取締役
- 2021年9月 ITエージェント(株) 代表取締役就任
- 2022年6月 当社 代表取締役社長 (現任)



篠田 修 / 取締役

- 1985年4月 シャープ(株) 入社
- 1990年10月 太田昭と監査法人 (現 EY新日本有限責任監査法人) 入所
- 1997年1月 フューチャーシステムコンサルティング(株) (現 フューチャー(株)) デルクター就任
- 2005年4月 ㈱ポピンズコーポレーション (現 ㈱ポピンズ) 取締役就任
- 2008年7月 リプレックス(株) 取締役就任
- 2016年8月 公認会計士篠田修事務所 代表 (現任)
- 2018年6月 篠田修税理士事務所 代表 (現任)
- 2019年1月 ㈱エアースクエア 入社
- 2019年10月 当社 入社
- 2021年6月 当社 取締役 (現任)



代表取締役社長
家崎 晃一
KOICHI IESAKI

株式会社ヒューマンテクノロジーズは、創業以来、クラウドコンピューティングを基盤とした業務システムと生体認証技術を融合したサービスを提供してまいりました。

おかげさまで、クラウドの優位性やセキュリティの重要性が広く認知され、多くのお客様にご利用いただいております。

当社は、「お客様の飛躍的な労働生産性向上を目指す」ことを目的として「ヒューマン」、「テクノロジー」、「データ」の力を活用して、お客様の労働生産性向上に貢献し、社会全体の生産性向上に寄与する新たな「価値の創造」を続けてまいります。

また、日本にとどまらず、東南アジアにも事業を展開し、活躍の場を広げております。

一方で、社会と共に前進する企業として、コンプライアンスの遵守に基づいたコーポレートガバナンスを強化し、経営および業務の公平性と透明性を推進するための内部体制を確立しております。これにより、株主の皆様やお客様のご期待に応じるべく尽力してまいります。

今後ともヒューマンテクノロジーズへのご指導ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

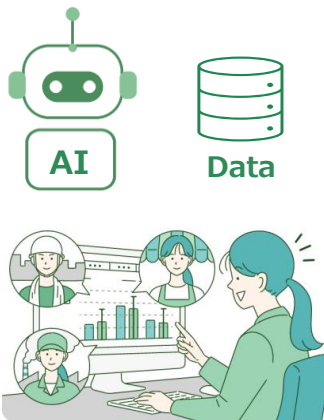
「人時生産性※をお客様と共に考える」

「オペレーションからの解放」

勤怠管理から給与支払までにかか
る時間を圧縮する



データ分析に基づく気付きの提供



「創造的業務への後押し」

人時生産性を向上させる
新たな取り組みの実現に貢献する



※人時生産性：従業員一人が1時間でどれだけ利益を生み出しているかを表す指標。

ARR※1

71.3億円

前期比 +24.1%

課金ID数※3,6

358万ID

前期比 +23.8%

課金社数※3,6

6.1万社

前期比 +23.1%

売上高CAGR※4

20.9%

平均営業利益率※5

14.2%

月次換算解約率※2,6

0.27%

※1：2026年3月の単体KOT-SaaS売上を12倍することにより算出

※2：対象期間（2025年4月1日～2026年3月31日）

※3：2026年3月末時点

※4：2021年度～2025年度の単体売上高の年平均成長率

※5：2021年度～2025年度の単体営業利益率の平均

※6：各用語の定義については、Appendix参照

再掲：KPIの変更について（2025年5月15日発表済み）

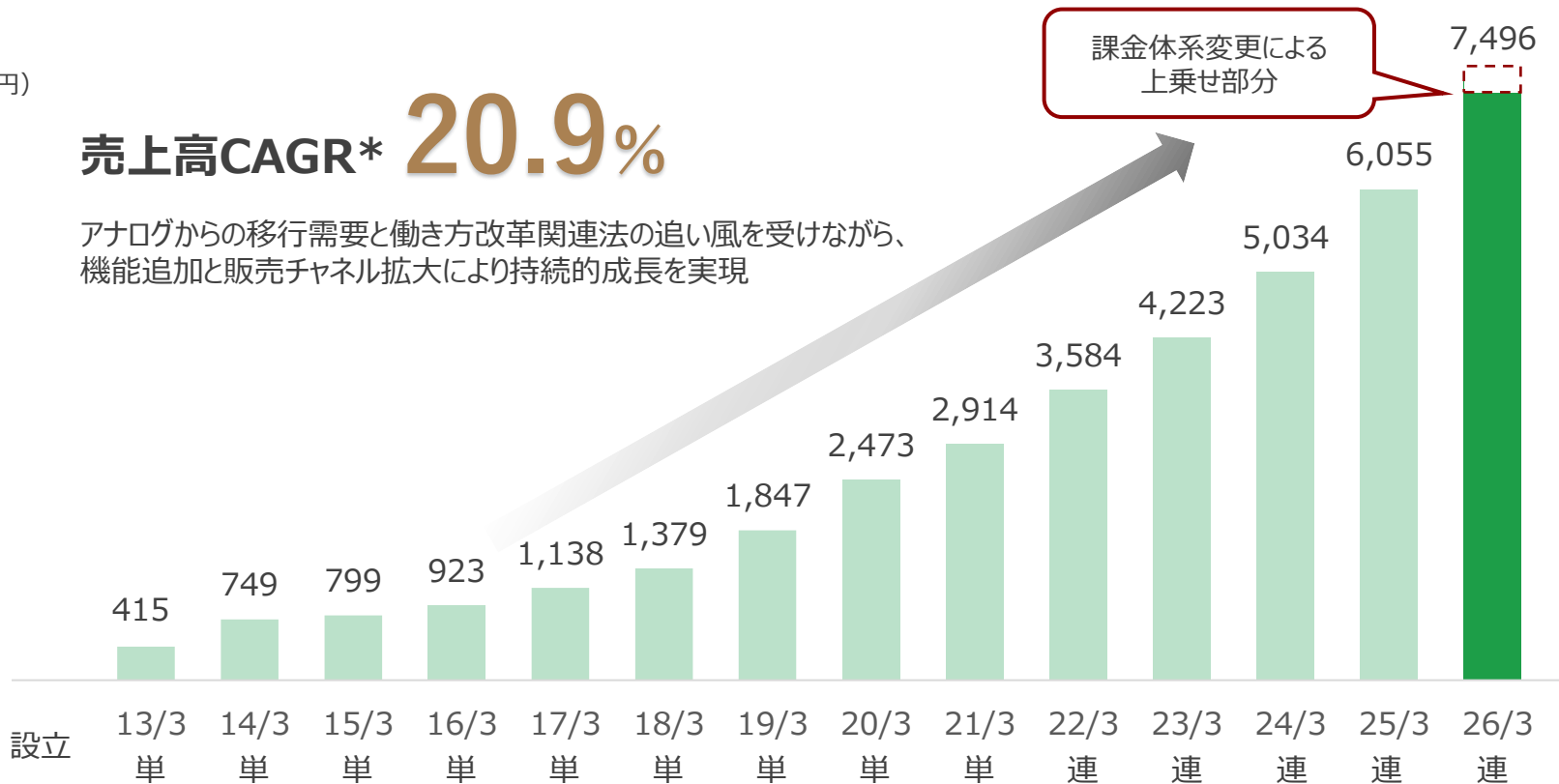
2025年度より「利用ID数」および「利用社数」に代えて、「課金ID数」および「課金社数」を指標として使用しております。これは、2025年度第1四半期において課金体系の変更が概ね完了したことを受け、従来は「利用ID数」「利用社数」に加えて「課金ID数」を併記しておりましたが、売上高との関連性がより高い「課金ID数」および「課金社数」へと一本化することを目的としたものです。

2025年4月の課金体系変更は特段のトラブルなく完了し、
今後は新規顧客獲得・利用拡大・ARPU向上という通常の成長ドライバーに移行する。

(百万円)

売上高CAGR* 20.9%

アナログからの移行需要と働き方改革関連法の追い風を受けながら、
機能追加と販売チャネル拡大により持続的成長を実現



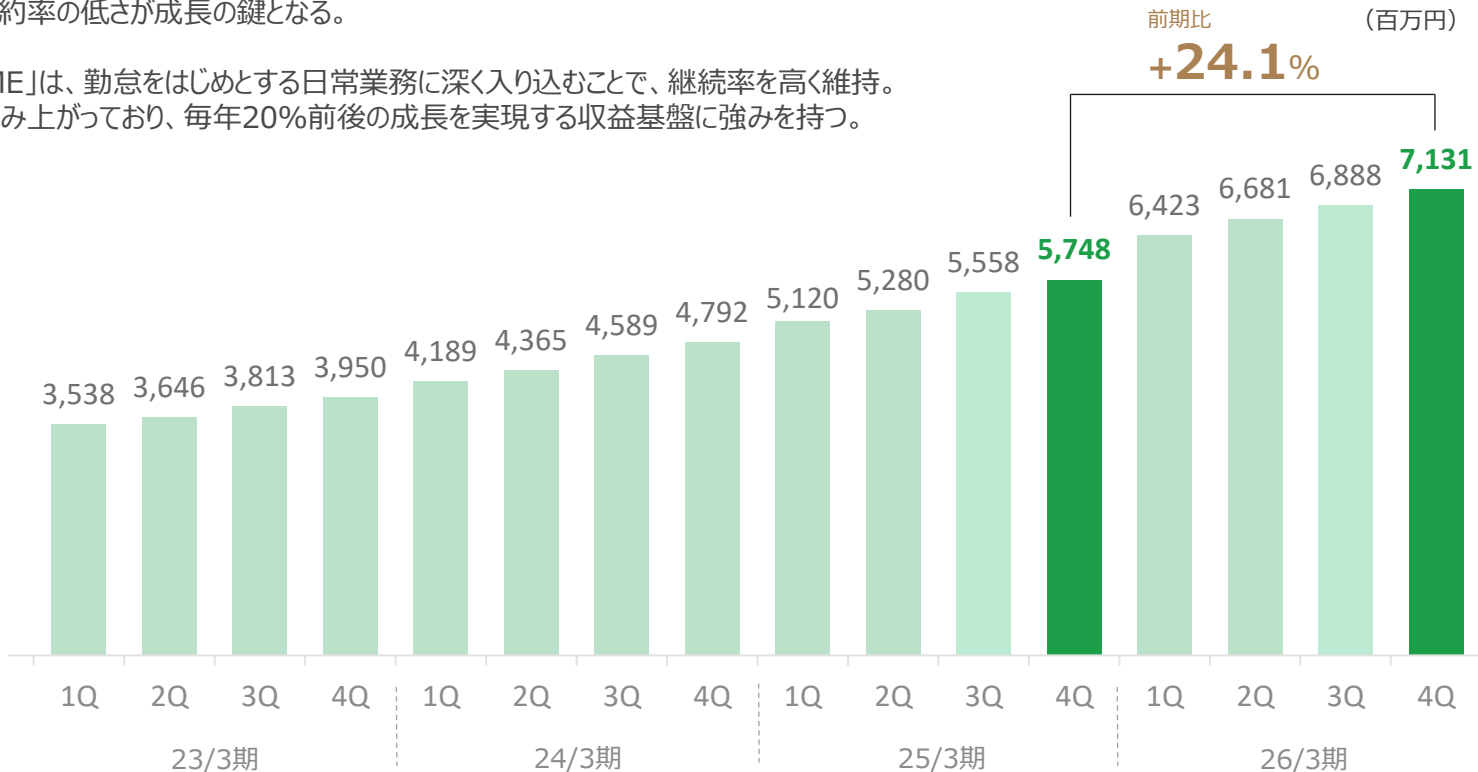
※2021年度～2025年度の単体売上高の年平均成長率

百万円未満切り捨て

安定成長を生むSaaS型収益モデル

SaaS型のストックビジネスは、毎月安定的に収益が積み上がる構造を持ち、ID数の増加と解約率の低さが成長の鍵となる。

「KING OF TIME」は、勤怠をはじめとする日常業務に深く入り込むことで、継続率を高く維持。ARRは堅調に積み上がっており、毎年20%前後の成長を実現する収益基盤に強みを持つ。



ビジネスモデルと特徴

会社概要

ビジネスモデルと特徴

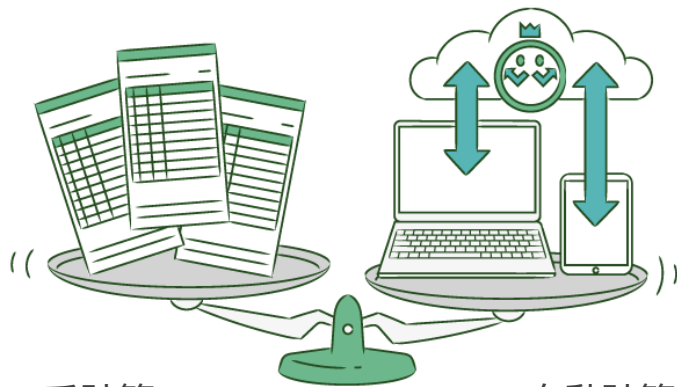
KING OF TIME について

成長戦略と進捗

業績動向・その他

APPENDIX

アナログでは出来ない「打刻の正確性・自動集計・管理集計機能の豊富さ・操作性」などを“KING OF TIME”が実現。アナログからデジタルへのリプレイス需要に対応



手計算

自動計算

不正打刻可能

確実な本人確認

月末締めてから確認

リアルタイム

出社前提

離れたところから

給与ソフトへの手入力

システム連携

紙で保存

データで保管

....

....

勤怠管理サービスの特性

- 全従業員が毎日使う
- 給与計算のために必須
- 利用環境（打刻手段等）が多岐にわたる
- カスタマイズニーズが高い
- 一度導入すると乗り換えは難しい

日常業務に根差した、組織運営の「インフラ的価値」——長期的な利用継続が生まれやすい領域

1

毎日使われる“基幹システム”



勤怠管理は、従業員一人ひとりの「出勤・退勤」に直結する業務であり、**全従業員が日常的に使うシステム**。

利用頻度が高く、業務オペレーションの中に自然に組み込まれており、**高い定着率と解約率の低さ**につながる。

2

法令対応に不可欠な“業務の根幹”



勤怠データは**給与計算や社会保険処理、労務コンプライアンス**を支える基礎情報。

法令改正にも対応できる柔軟性が求められ、**企業の安定運営に欠かせないミッションクリティカル領域**。

3

経営判断を支える
“日々の蓄積データ”



勤怠データは単なる打刻記録ではなく、**働き方の実態を映し出す貴重な情報資産**。労働時間の傾向や残業状況、有休取得率などから、**組織のコンディションを可視化**。

分析・レポート機能と組み合わせることで、**経営判断や人員配置の見直し、現場改善にも役立てることが可能**。

日本の労働法制の複雑さ – 「KING OF TIME」の価値

複雑かつ毎年改正される労働関係法令に対応し続けることは、ソフトウェアを作ること以上に困難。労務管理の高度化は年々増しており、当社の顧客においても、約6割が中小企業であり、自社単独での法令対応は現実的でないケースが多い。

36協定、変形労働時間制、割増賃金の重複計算

日本の勤怠管理は世界有数の複雑さ

法改正は毎年。対応を止めれば違法状態になる

継続的なメンテナンスが不可欠



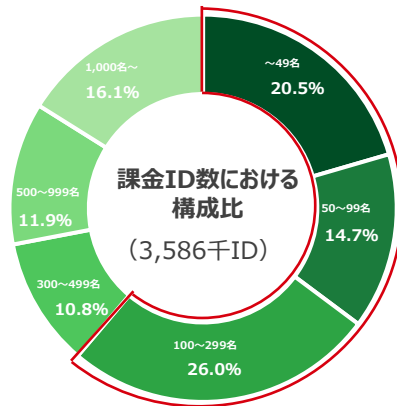
計算を1円間違えれば、それは未払い

給与計算の正確性が法的リスクに直結



KING OF TIME 導入企業の従業員規模別構成

2026年3月末時点 課金ID数ベース



KING OF TIMEの導入企業の約6割が従業員300名未満の中小企業
→専任の労務担当を置けない企業ほど、法改正対応を担うサービスの導入価値が高い

法改正への対応とシステム運用を自社で担うことは、多くの中小企業にとって現実的ではなく、
毎年の法改正を即時かつ正確に反映し続ける「KING OF TIME」の導入価値は高い

TOP3 コンセプト — AI時代にこそ活きる競争基盤

当社が培ってきたTOP3コンセプトは、AIとの共存において、その価値をさらに高め、長年積み重ねてきたパートナーとの共存共栄により「お客様の飛躍的な労働生産性向上」を目指す。

TOP 1

TOPコストパフォーマンス

ワンプライス 300円/IDで全機能提供



AIでツールの選択肢が増えるほど、「何をいくらで使えるか」がシンプルに分かることの価値は高まる。勤怠管理から給与計算まで300円一律で提供できる当社の強みは、この時代にこそ活きる。

TOP 2

TOPセールスチャネル

直販 + 販売店 + OEM の三本柱



多くのパートナー企業がそれぞれのお客様に合わせた形でKOTをお届け。パートナー各社のサービスにKOTが自然に組み込まれることで、お客様との接点が広がり続ける構造である。

TOP 3

TOPパートナーシップ

HR関連SaaS各社との連携エコシステム



オープンAPIによる他社SaaSとの連携を推進。AIの活用が進むほど、正確な一次データ（勤怠データ）の重要性が増し、当社のプラットフォームとの接続ニーズが高まっていく。

TOP3 コンセプト ①TOPコストパフォーマンス



競合他社が機能追加によって月額利用料を段階的に引き上げるアップセル方式を採っている一方で、当社は「ワンプライス戦略」により、競合他社を下回るランニングコストを実現



300円/ID

ワンプライス

競合他社※1

追加する機能の
アップセルによる積上げ

勤怠管理



400円～

労務管理



+

400円～

給与計算



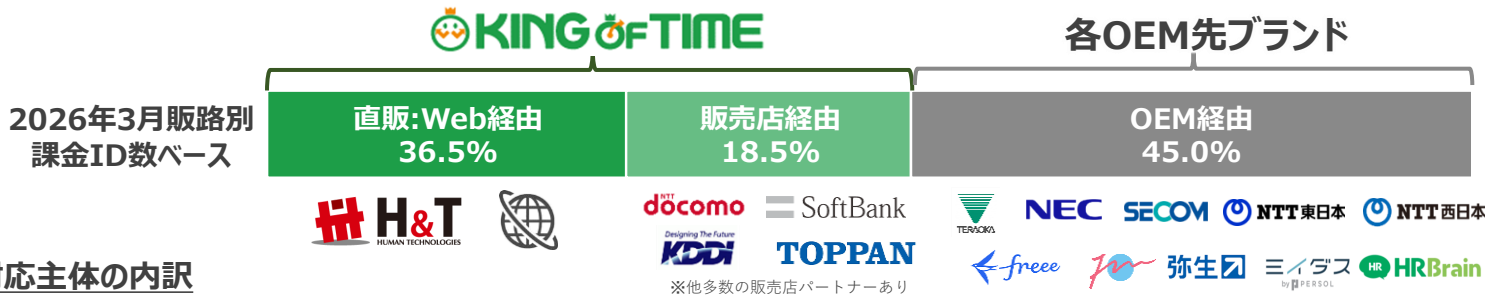
+

400円～

※1：競合他社は、各社公表資料や公式サイト、比較サイト及びパートナーからの評価を基にした、当社と同等の機能やサービスを提供する企業

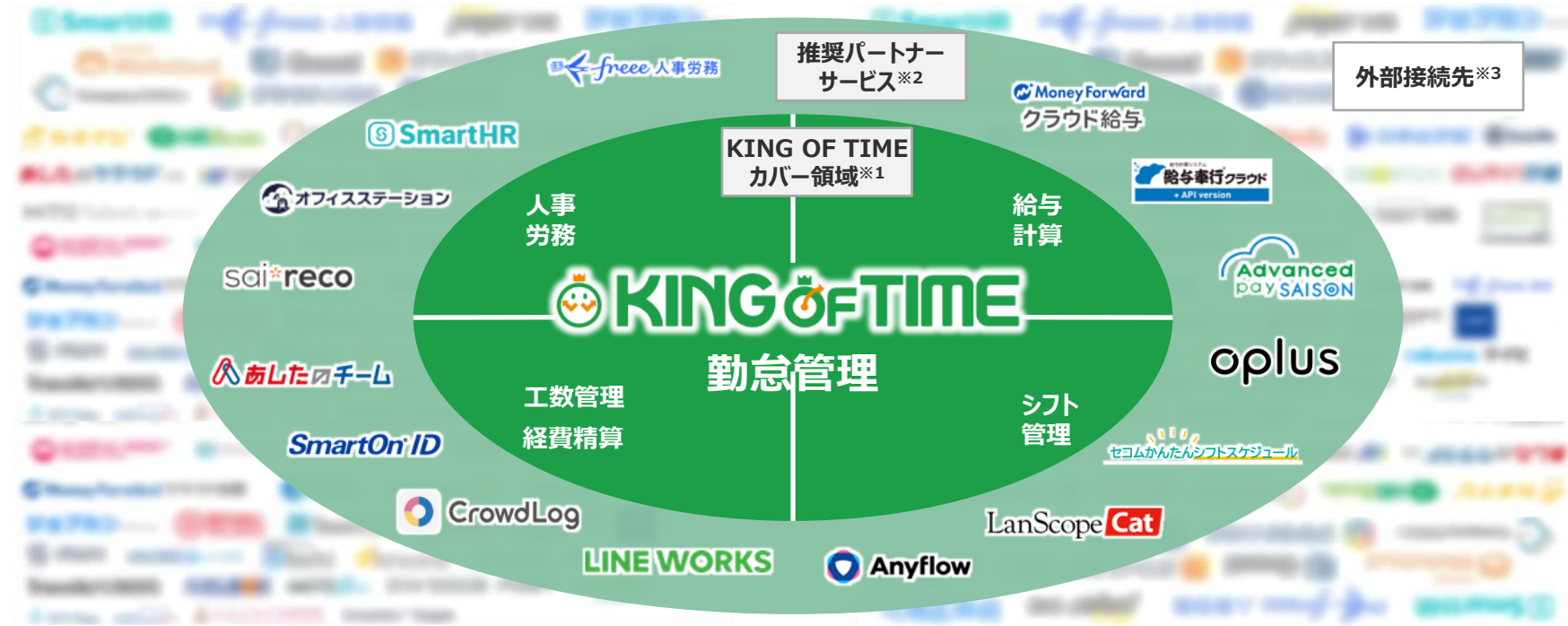
TOP3 コンセプト ②TOPセールスチャネル

各パートナーの強みを活かした「パートナー協業戦略」による柔軟なチャネル展開は、地域・業種特化の販売店や、顧客基盤を持つOEM先との連携によって、現場に即した提案と効率的な拡大を実現。業界内でも稀有な成長モデルとして、当社の持続的な競争優位性を支える基盤となっている



	直販	販売店	OEM
ブランド	当社ブランド (KING OF TIME)	当社ブランド (KING OF TIME)	OEM先ブランド
マーケティング		各販売店	各OEM
営業			
サポート			

HR関連SaaS各社との強者連合の構築
 勤怠管理と親和性の高い他社サービスとデータの自動連携が可能



※1 : “KING OF TIME”のワンプライス内の機能として拡張実装済または直近で拡張が予定されている領域
 ※2 : API連携開発済で連携導入実績が豊富なサービス
 ※3 : “KING OF TIME”の公開WEB API活用やCSV連携で広がる外部サービス群

KING OF TIME について

会社概要

ビジネスモデルと特徴

KING OF TIME について

成長戦略と進捗

業績動向・その他

APPENDIX

多彩な機能をワンプライスで提供。シリーズ製品によるシームレスな連携が、業務効率化を加速。

勤怠管理クラウド市場

11年連続
No.1^{*1}

導入企業数

7万社



KING OF TIME シリーズは

初期費用 0円

月額(税別) 300円/人



KING OF TIME
人事労務

人事管理・WEB給与明細



KING OF TIME
勤怠管理

勤怠管理



KING OF TIME
給与

給与計算・年末調整



KING OF TIME
データ分析

勤怠・生産性分析



KING OF TIME
システムログ

PCログ自動取得

NEW! 有償オプション



KING OF TIME
電子契約

契約締結・書類保管

※1：富士キメラ総研 ソフトウェアビジネス新市場 勤怠管理ソフトSaaS/PaaS市場 利用ID数 2014年度～2024年度実績

※2：Best Software in Japan 2025 TOP 100 受賞

※3：2021-2025 Summer Leader(勤怠管理システム) 5年連続受賞

※4：スマートキャンパ株式会社主催「BOXIL SaaS AWARD 2025」BOXILセクション勤怠管理システム部門で受賞

現場が信頼し、選ばれ続ける「コストパフォーマンス」、「信頼と実績」、「柔軟性」が導入の決め手に。

1

勤怠管理から給与計算まで
“ワンプライス”で使える



KING OF TIMEは、**勤怠管理に加え人事労務・給与計算・データ分析までを一元管理**できるサービス。

初期費用ゼロ・月額300円のワンプライスで、**全機能が利用できる料金体系**が特長。

サービス開始から20年以上手頃なコストで着実に支援してきた実績が強み。

2

20年以上の実績に基づく
“信頼と継続的な進化”



サービス開始以来、多様な業種・業態で**20年以上の導入実績**を蓄積。

法改正や労働環境の変化にも対応し、**コンプライアンスを重視したサービス開発**のもと、スマートデバイスやICカードなど多様な打刻手段にも柔軟に対応。

蓄積されたノウハウとサポート力が高い継続率を支えている。

3

個別カスタマイズ不要
“多様な要件に応える豊富な機能”



就業規則や勤務体系は企業ごとに異なり、**導入時の個別対応・設定調整**が必要。

業務理解力・運用サポート力のあるプレイヤーが優位性を持つ。

KING OF TIMEは、機能のオンオフや設定項目の組み合わせにより、個別開発を伴わず多様な業務要件に対応可能な設計。

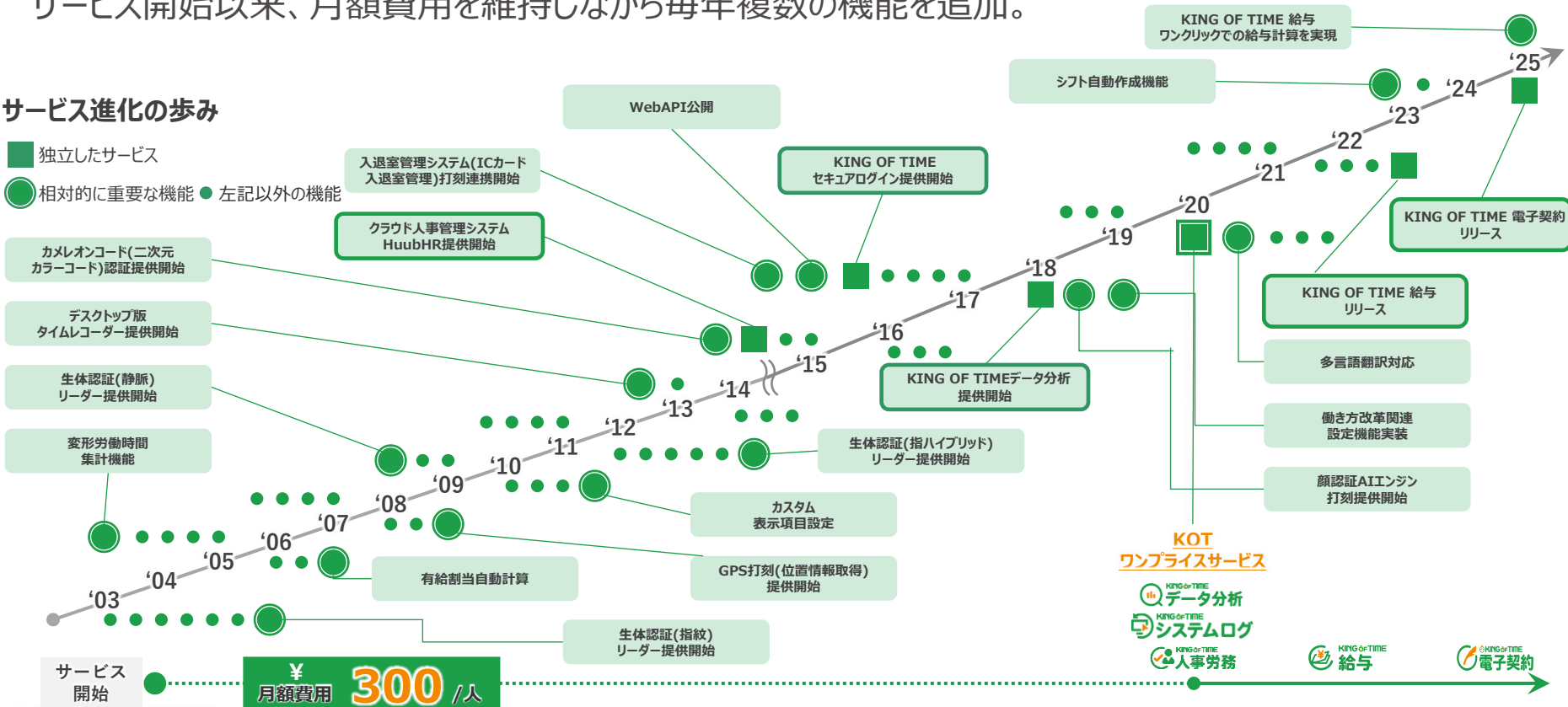
時間をかけ強化してきた多彩な機能

サービス開始以来、月額費用を維持しながら毎年複数の機能を追加。

サービス進化の歩み

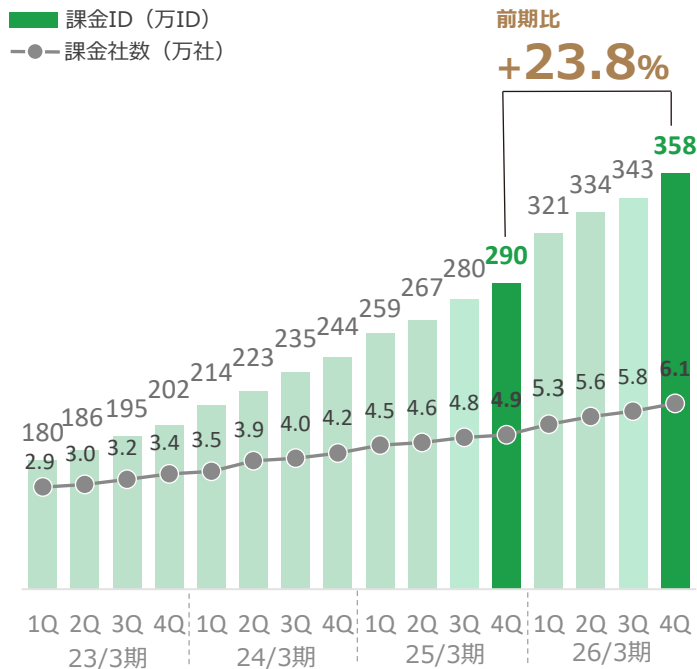
■ 独立したサービス

● 相対的に重要な機能 ● 左記以外の機能

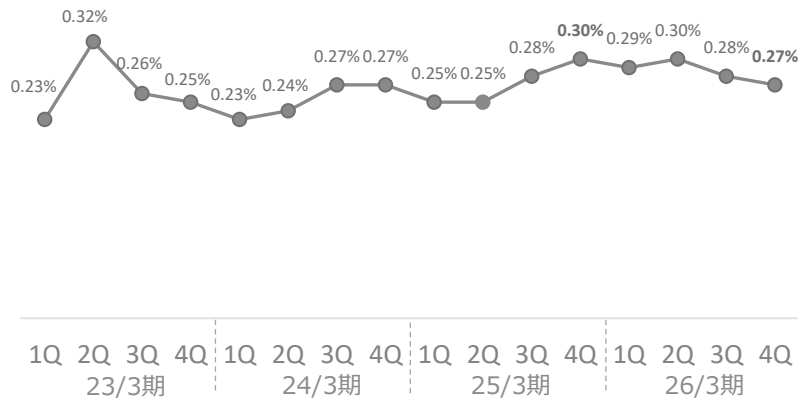


新規顧客の拡大に加え、課金体系変更により、課金対象が拡大し、ID数の増加に寄与。解約率は引き続き低位で安定推移し、顧客基盤の拡大が継続。

【課金ID数及び課金社数推移】



【月次換算解約率の推移】

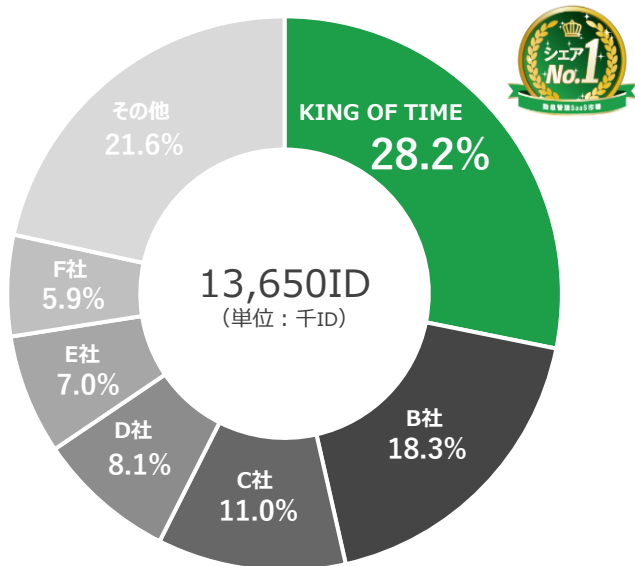


※1：単体売上高の約90.0%をKING OF TIME SaaS売上が占めるため（2026年3月時点）経営上の目標の達成状況を判断する指標として課金ID数・課金社数、月次換算解約率を重要な指標と捉えています。
 ※2：各KPIの定義はAppendixを参照

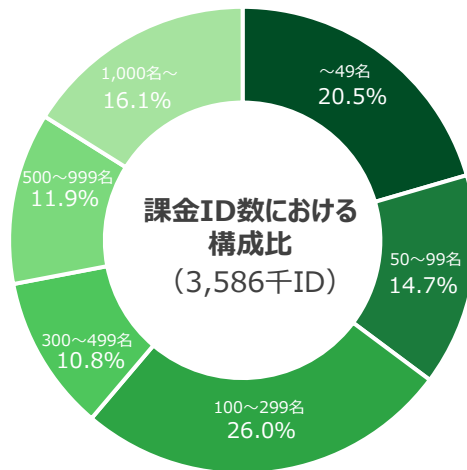
長年の機能開発により、特定の業種や企業規模にとらわれない、幅広い顧客ニーズへの対応力を実現。

この対応力を強みに、労務管理への需要の高まりを背景として導入が拡大し、結果として11年連続でのトップシェア獲得。

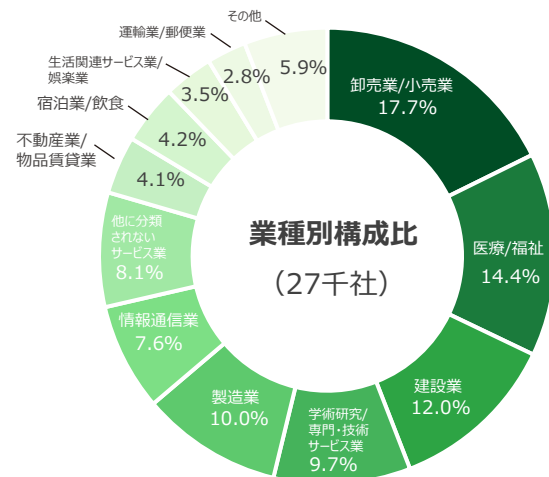
【勤怠管理SaaS数量ベース市場シェア※1】



【従業員数規模別比率】※2



【業種別利用企業数構成比】※3



※1：富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場 2025年版」勤怠管理ソフトSaaS/PaaS市場 利用ID数 2024年度実績 ベンダーシェア

※2：2026年3月末時点において請求対象となる登録のあるID数（課金ID数）に関する比率

※3：2026年3月末の課金企業数のうち、業種の判別が出来ている企業の分布

勤怠管理部門での27期連続のLeader受賞に加え、周辺領域である労務・給与・年末調整においても「High Performer」に選出。単一機能に留まらないマルチプロダクト戦略が奏功し、利便性と機能性の両面でユーザーの支持を獲得。資料請求数1位も獲得し、次なる成長フェーズへの盤石な基盤を構築。



「ITreview Grid Award Winter」※1

「勤怠管理」の部門において
最高位の「Leader」を27期連続受賞

「労務管理」、「給与計算」、「年末調整」システム部門において
「High Performer」を受賞



「2025年下半期 BOXIL資料請求数ランキング」※2

シフト管理システムカテゴリ 総合1位に選出

・同カテゴリにおいて対象期間内（2025年7月1日～2025年12月31日）にユーザーからの資料請求数が最も多かったサービスとして選出。

※1：アイテッククラウド(株) 2026年2月2日発表
※2：スマートキャンブ(株) 2026年2月17日発表

成長戦略と進捗

会社概要

ビジネスモデルと特徴

KING OF TIME について

成長戦略と進捗

業績動向・その他

APPENDIX

「顧客基盤の更なる拡大」と「顧客体験の更なる向上」を両軸に、「課金ID数拡大」と「ARPU拡大」を図るとともに、AIとの協働による生産性向上でコスト効率を高め、収益性のさらなる向上を目指す。

顧客基盤の更なる拡大

— 課金ID数を伸ばす

1 ワンプライス戦略による継続的な顧客獲得



2 Web完結による新規顧客獲得の仕組みづくり



3 OEMパートナー・販売店パートナーとの協業深化



4 就業規則ナビを起点とした土業ネットワークの構築



5 タイを起点としたASEAN市場への展開



顧客体験の更なる向上

— ARPUを引き上げる

SMP*構想について

KING OF TIME を入口に、顧客ごとに最適なサービスをワンストップで提案し、利用深度とARPUの継続的な向上を実現する。

※詳細は次ページへ

最終顧客当たり売上高

¥300

給与計算BPaaS

パートナーサービス

KING OF TIME 電子契約
 電子契約

プレミアムサポート
 (導入～運用を有償で支援)



弊社サービスの利用深度

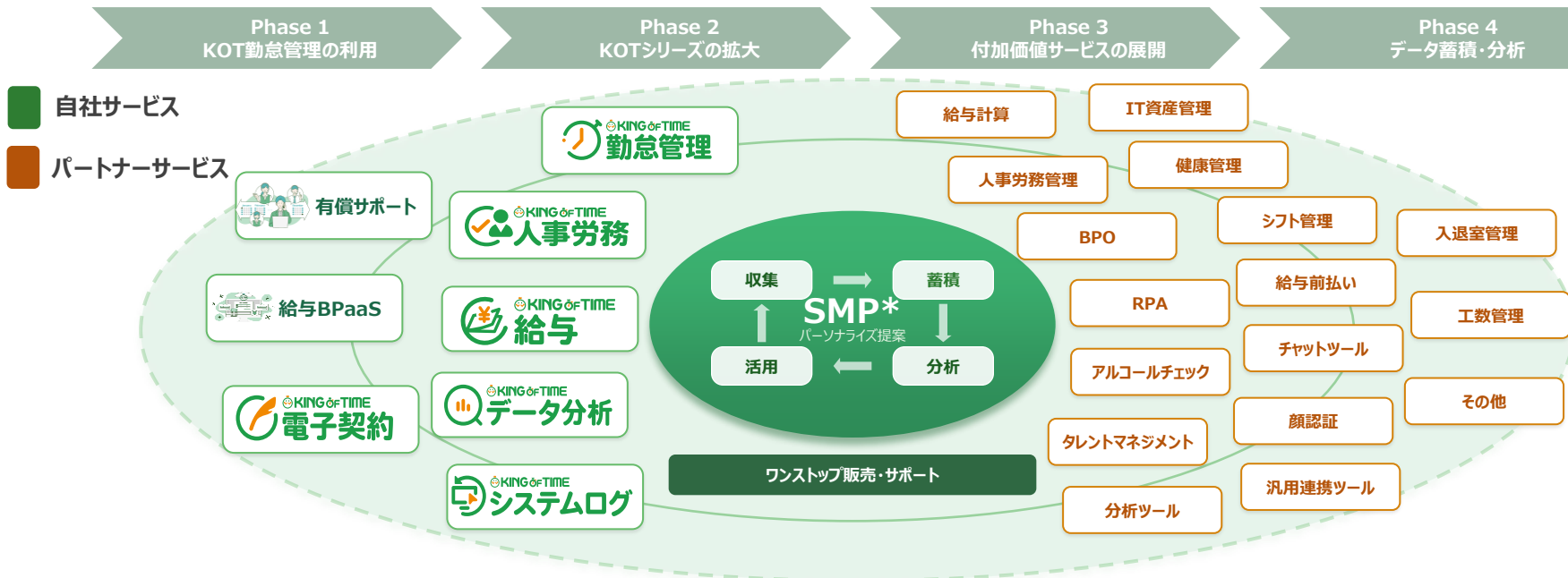


収益性の向上—AIとの協働による生産性向上とコスト効率化

SMP*構想 — データを起点に、最適なサービスを届ける仕組み

KING OF TIME 勤怠管理を入口に、顧客に必要なサービスをワンストップで提供・サポート。

データを活用したパーソナライズ提案を通じて、利用深度の向上と新たな付加価値を実現し、顧客体験のさらなる向上を図る。



AIとの共存によるパーソナライズ提案

350万IDを超える勤怠データを活用し、お客様ごとの課題に応じて最適な自社サービスまたは他社SaaSをご提案。AIとの共存により、より細やかな価値提供を目指す。販売店パートナー・OEMパートナーとの連携も活かし、最適な顧客接点を提供する。

ARPU拡大モデル

300円（勤怠管理を起点にシリーズ製品の拡大）
 + 有償サポート（導入～運用の有償支援）
 + 給与BPaaS / 電子契約 / パートナーサービス

*サブスクリプションマネジメントプラットフォーム（Subscription Management Platform）

「顧客基盤の更なる拡大」と「顧客体験の向上」を両軸に、OEM展開・新サービスリリース・海外展開など複数施策を前進。これらの取り組みを起点に、2027年3月期以降の収益拡大フェーズへ移行する。

顧客基盤の更なる拡大

販売パートナー・OEMパートナーの深化

- 26/3期：弥生（4月）、マイダス（12月）にOEM提供開始
- 27/3期：HRBrainにOEM提供開始。各社顧客基盤を活用した市場拡大が進展中



パートナーサービスとの連携

- 給与・人事労務・採用など周辺HR領域のSaaSとのAPI連携を継続拡充。取扱いサービスは240サービスに拡大（前期比+26）



ASEAN市場の展開

- 2025年9月、タイ向け給与計算サービスをリリース。勤怠管理とのワンストップ提供が完成し、次フェーズとして日系・ローカル企業双方への顧客獲得の拡大を図る

土業ネットワークの構築

- 就業規則ナビの活用と社労士会への展示会や、セミナー参加を通じて土業ネットワークを拡大。土業事務所経由の顧客紹介・共同提案ルートの構築を推進

顧客体験の更なる向上

KING OF TIME 電子契約

- 2025年2月にリリース以降、既存顧客向けクロスセル商材として展開中。接点のなかった既存顧客への提案を拡大

給与計算BPaaS

- 2026年4月から既存顧客向けにサービス案内を開始。ビジネスモデル検証をしながら中期的な収益化を目指す

SMP構想

- データ基盤整備と基本機能の開発を進めている段階。27/3期にデータ基盤整備・基本機能リリースを目指す

収益性の向上

AIとの協働による生産性向上とコスト効率化

- カスタマーサポートの自動化・開発効率化・法改正対応等のAI支援でコスト構造を段階的に改善。無償サポートの人材を有償サポートへシフトし、売上増加とコスト改善を同時に図る取り組みを実行中

2022年のタイ進出以降、日系企業での導入実績を積み上げながら現地ニーズを検証。
勤怠管理と給与計算のワンストップ提供体制が整い、日系・ローカル企業双方への顧客獲得の拡大を図る。

タイ法人の歩み

- **2022.8**
タイへ現地法人開設/日系企業への導入を足掛かりに進出開始
- **2023-2024**
日系企業を中心に徐々に導入実績を積み上げる中、タイ市場では勤怠管理 + 給与計算のセット需要が強いことを確認。
- **2025.9**
現地事業検証で確認したニーズを踏まえ、**タイ向け給与計算システムをリリース**。
追加料金なしで勤怠 + 給与のワンストップ提供が完成。
- **2025.12**
ASEAN市場向けに設計した**モバイルアプリをリリース**。
直感的な「選択型UI」で言語や習熟度を問わず利用可能。
- **2026-**
日系企業での実績積み上げを通じて勝ちパターンを確立しつつあり、勤怠管理・給与計算・ASEANモバイルの提供体制も完成。次フェーズとして日系・ローカル企業双方への顧客獲得の拡大を図る。



ASEAN向けモバイルアプリ



タイ向け給与計算システム

サービス導入実績

NAGASHIMA OHINO & TSUNEMATSU
長島・大野・常松 法律事務所



KING OF TIMEの価値を高め、安心して提供し続けるための2.9億円の追加投資。

主なAI関連投資 1.6億円

社内業務効率化

AIとの協働により開発・サポート業務の生産性を向上させ、人員増を抑えながらサービス品質を高める。

データ分析基盤

350万IDを超える勤怠データをAIで分析し、お客様ごとの課題に応じた最適なサービス提案を可能にする。利用深度の向上とARPU拡大の基盤として整備を進める。

SMP機能*へのAI活用

自社・他社サービスの最適な組み合わせをAIが支援することで、顧客接点の質と提案精度を高め、プラットフォームとしての価値向上を図る。

主なセキュリティ関連投資 1.3億円

データ保護基盤の強化

従業員データをお預かりする責任に応え、外部からの不正アクセスや攻撃に対する防御基盤を継続的に強化する。

連携環境のセキュリティ強化

パートナー企業や外部サービスとの連携が広がるなか、接続経路を含めたセキュリティ水準を統一的に引き上げる。

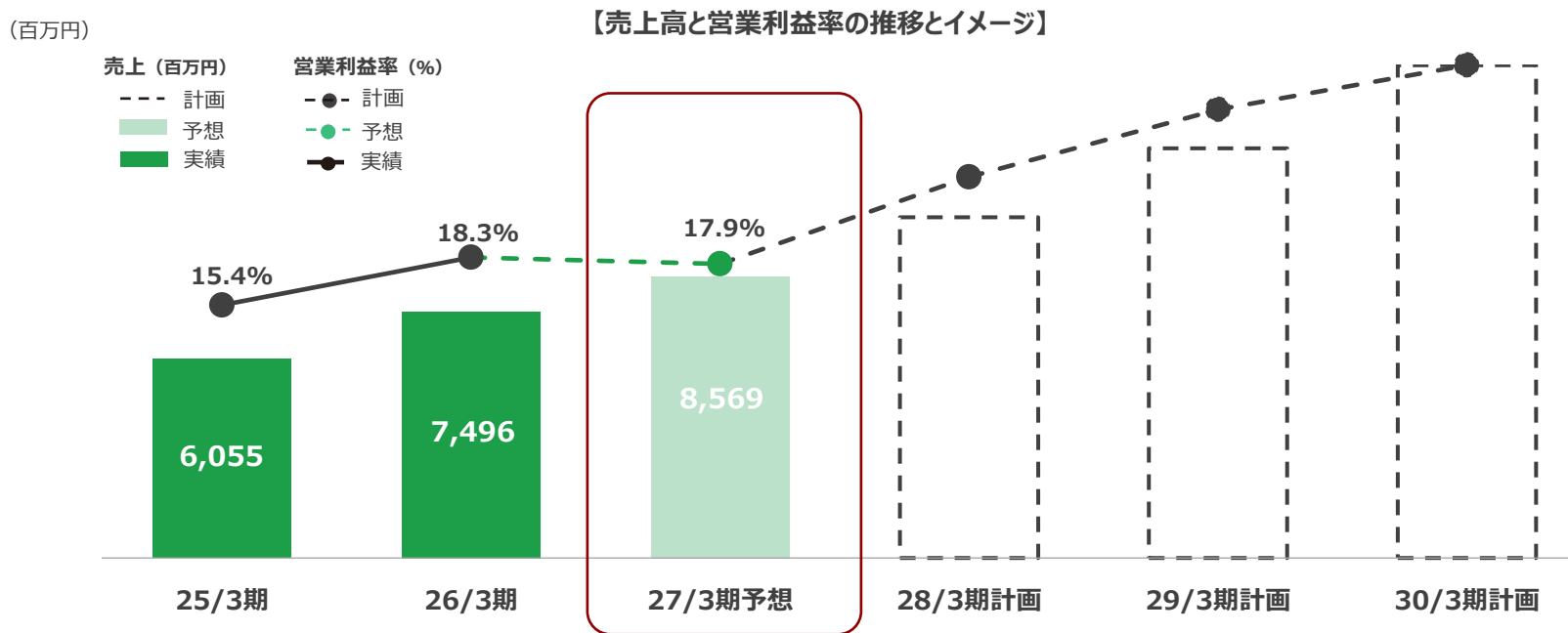
内部統制・監査基盤の整備

操作ログの取得・保全と内部監査の仕組みを強化し、万が一の際にも迅速な追跡・対応が可能な体制を構築する。

AIと共存しながら、お客様のデータを安全にお預かりし、より良いサービスを提供し続ける。

収益顕現イメージ

従来、2028年3月期での営業利益率30%達成を目指していたが、持続可能な成長実現に向けた戦略的投資を優先することを判断。翌期以降、営業利益率を着実に改善させながら、**2030年3月期での営業利益率30%程度の達成を目指す。**



業績動向・その他

会社概要

ビジネスモデルと特徴

KING OF TIME について

成長戦略と進捗

業績動向・その他

APPENDIX

当期は、課金体系変更の計画通りの完了と継続的な新規導入拡大を背景に、売上・利益ともに計画を上回る水準で着地。売上成長とコスト管理の徹底により、成長性と収益性の両立が着実に進展。

売上高

7,496百万円

前期比 **+23.8%**

業績達成率 **103.2%**

営業利益

1,370百万円

前期比 **+47.2%**

業績達成率 **106.6%**

●売上高+23.8%、通期計画を103.2%で上回る着地

ID数の順調な拡大に加え、2025年4月に完了した課金体系変更（登録人数課金への移行）が課金ID数の伸長と売上底上げに大きく寄与し、通期計画を103.2%を達成した。

●課金ID数+22.8%、需要拡大が継続

アナログ管理（紙・Excel）からの移行需要と、労務管理高度化・法制度対応ニーズが引き続き拡大。解約率も低位安定しており、着実な導入拡大が続いた。

●営業利益+47.2%、成長と収益性の両立が進展

KOT SaaSの売上拡大に加え、継続的なコスト管理の徹底が奏功。プロダクトの成長と収益性改善の両立が進んだ。

●OEM展開により、次期への基盤を構築

各領域で強みを持つパートナー企業へのOEM提供をはじめとする、強力なエコシステムの構築が進展した。

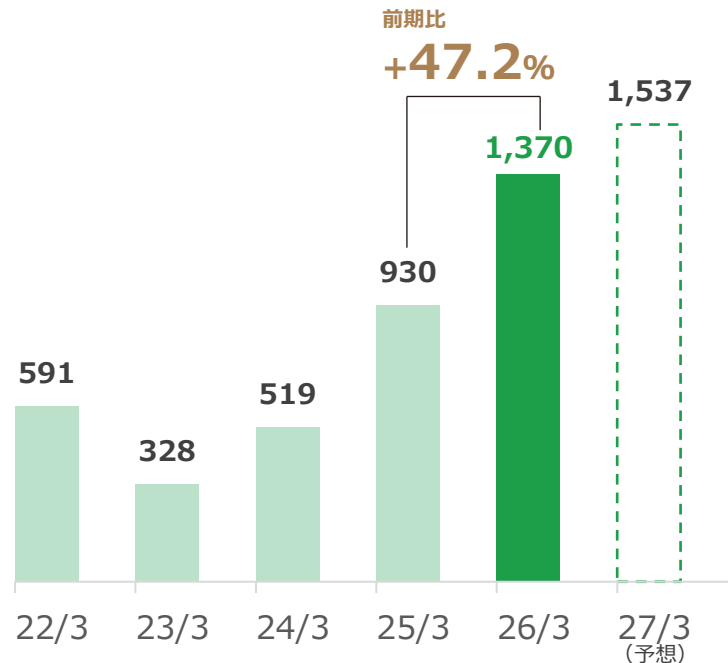
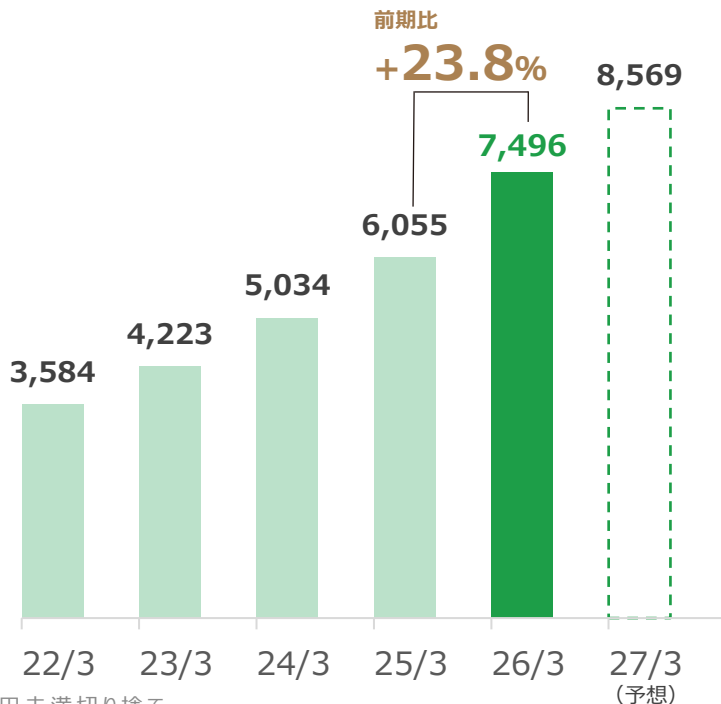
売上高+23.8%、営業利益+47.2%と通期計画をともに上回る着地。
 売上成長とコスト管理の徹底により、成長性と収益性の両立が着実に進展。

(百万円)

【売上高の推移】

(百万円)

【営業利益の推移】



※百万円未満切り捨て

着実な顧客拡大と継続的なサービス強化等を背景に、売上・利益ともに堅調に推移。

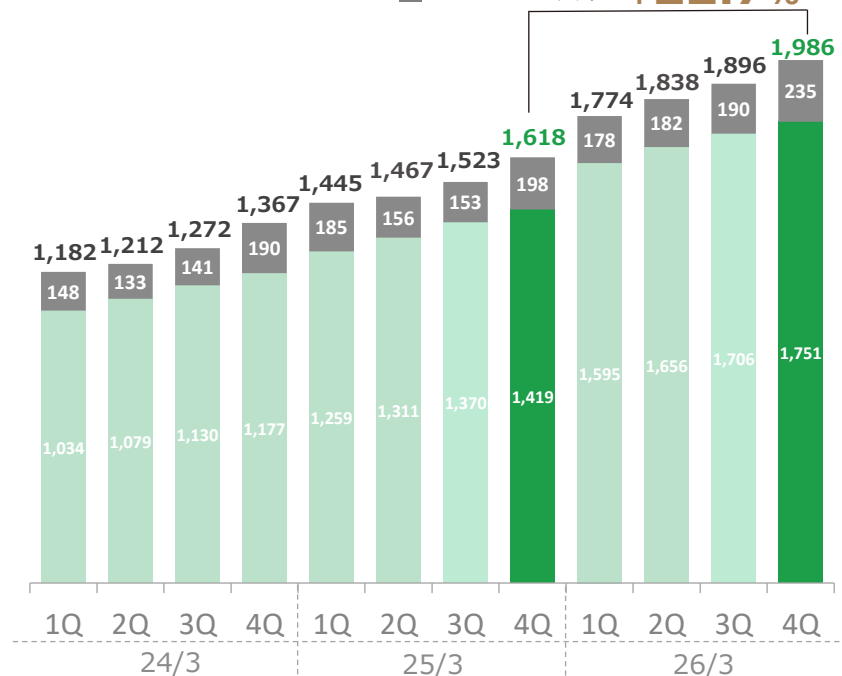
【売上高の推移】

前年同期比

+22.7%

(百万円)

■ KOT-SaaS ■ KOT-SaaS以外



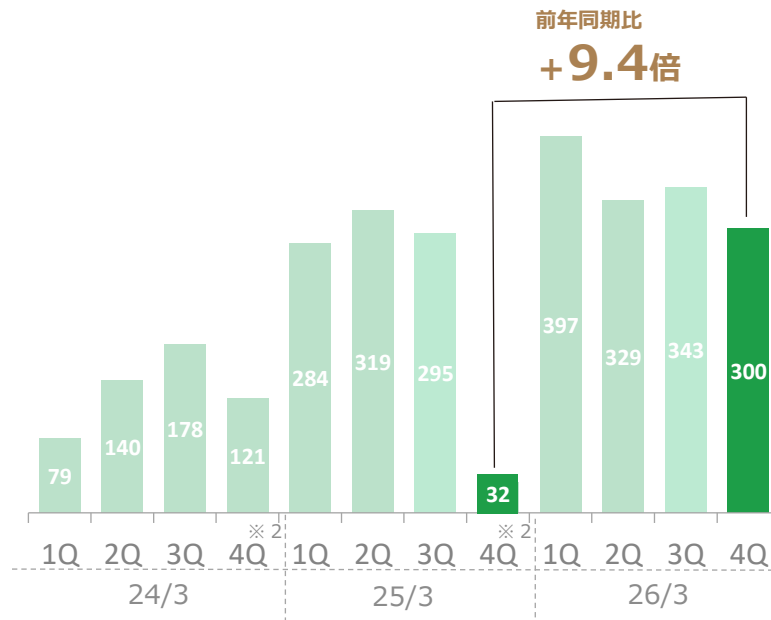
【営業利益の推移】

(百万円)

【参考】前期4Qが32百万円と低水準なのは、決算賞与・開発費・販売促進費等の投資を下期に集中計上したため。当期は2Qより投資を開始し、3Q・4Qにかけて積み上がった。前期4Qとの比較で9.4倍という大きな伸びは、投資タイミングの違いなどによるもの。

前年同期比

+9.4倍



※1：百万円未満切り捨て

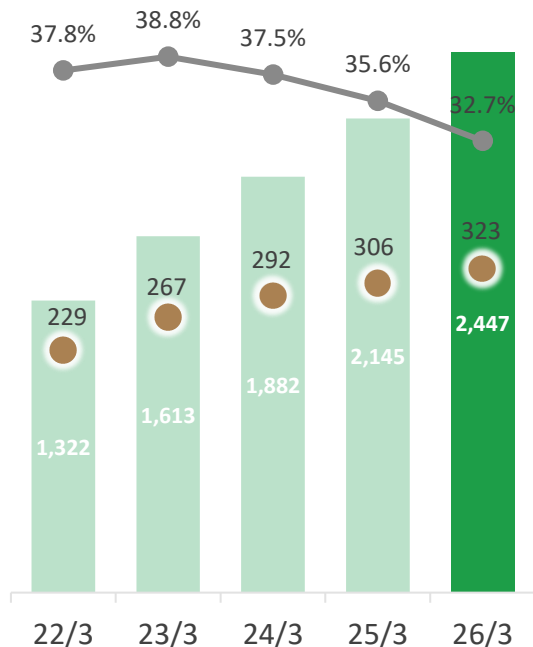
※2：主な投資項目（決算賞与、開発費、販売促進費等）

主要コストの推移

売上高の成長が各コスト増を吸収し、人件費・販促費の売上高比率は低下。
外注費はARPU向上施策・ASEAN向け給与サービスの機能拡充による増加。全体としてコスト効率の改善基調が継続。

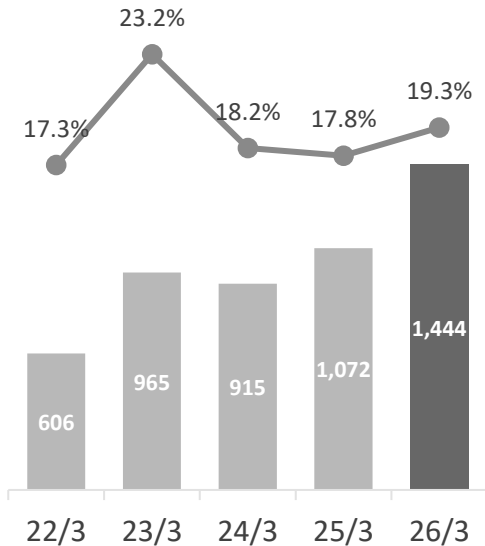
(百万円)

■ 人件費 ● 人件費率 ● 従業員数 (人)



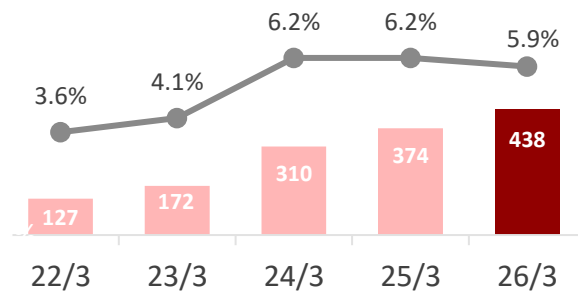
(百万円)

■ 外注費 ● 外注費率



(百万円)

■ 販促費 ● 販促費率



※数値はすべて単体ベースで売上原価及び販管費の合計

※各率は売上高に対する比率

2026年3月期（累計）要約連結貸借対照表



【連結貸借対照表】

(百万円)

	2025年3月期 期末	2026年3月期 期末		2025年3月期 期末	2026年3月期 期末
流動資産	4,944	5,912	流動負債	1,456	1,517
現金及び預金	3,974	3,645	未払金	148	82
売掛金	761	934	未払法人税等	286	197
有価証券等	—	1,048	契約負債	210	333
前払費用	174	241	固定負債	—	—
固定資産	942	876	負債合計	1,456	1,517
無形固定資産	468	371	純資産合計	4,431	5,270
総資産合計	5,887	6,788	自己資本比率(%)	75.3	77.6

※百万円未満切り捨て

【連結損益計算書】

(百万円)

	2025/3期	2026/3期
売上高	6,055	7,496
前期比増減率(%)	20.3	23.8
売上総利益	4,184	4,850
売上総利益率(%)	69.1	64.7
販売費・一般管理費	3,253	3,479
営業利益	930	1,370
営業利益率(%)	15.4	18.3
経常利益	935	1,383
税金等調整前当期純利益	935	1,383
法人税等合計	279	367
親会社株主に帰属する当期純利益	655	1,016

【連結キャッシュ・フロー計算書】

(百万円)

	2025/3期	2026/3期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,025	935
投資活動によるキャッシュ・フロー	△234	△2,390
財務活動によるキャッシュ・フロー	△142	△196
現金及び現金同等物の増減額	649	△1,628
現金及び現金同等物の期首残高	3,324	3,974
現金及び現金同等物の期末残高	3,974	2,345

※百万円未満切り捨て

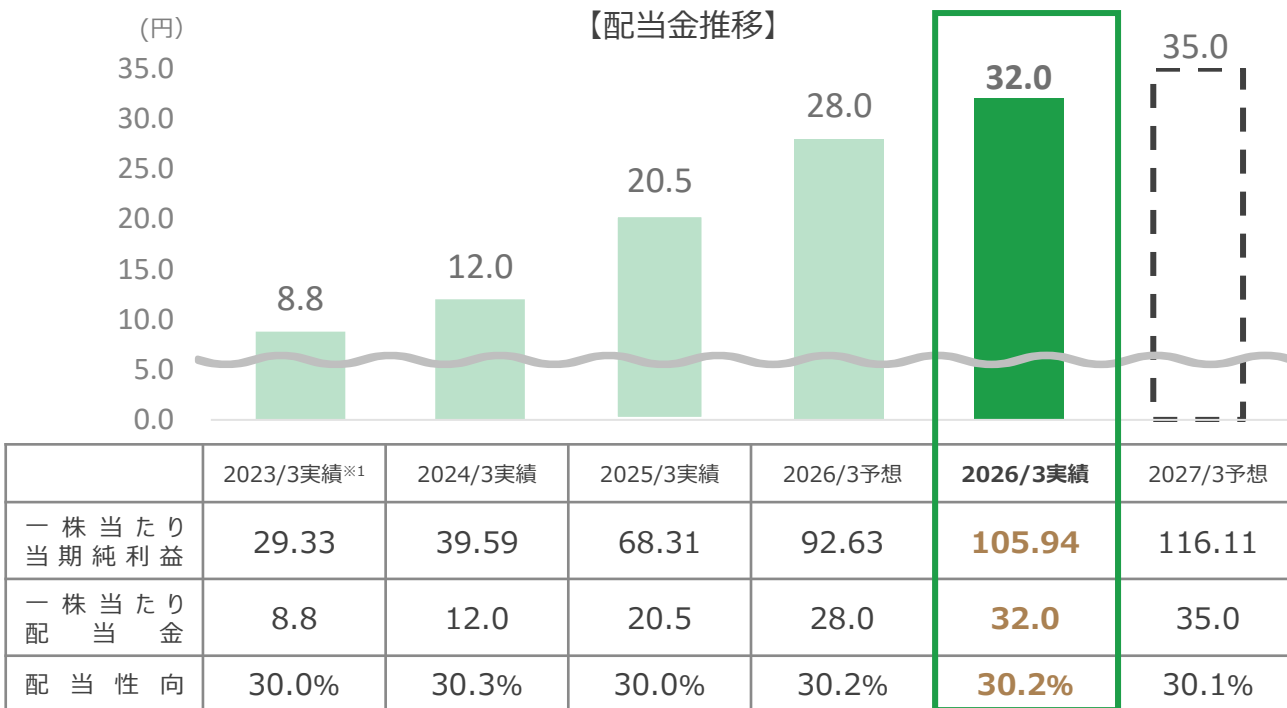
2027年3月期 業績予想

2027年3月期は、AI関連1.6億円・セキュリティ関連1.3億円の計2.9億円の戦略投資を織り込んだ計画。
KING OF TIMEの価値を高め、安心して提供し続けるための投資を優先しながら、持続可能な成長基盤を構築する。

(百万円、%)

	2026年3月期 実績		2027年3月期 予想		増減比	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	7,496	100.0	8,569	100.0	1,073	14.3
KOT-SaaS	6,709	89.5	7,615	88.9	906	13.5
その他	786	10.5	953	11.1	166	21.2
営業利益	1,370	18.3	1,537	17.9	166	12.2
経常利益	1,383	18.5	1,547	18.1	163	11.8
当期純利益	1,016	13.6	1,113	13.0	97	9.6

株主利益の最大化を重要な経営目標の一つとして認識しており、配当性向30%を目途に経営成績に応じた配当を実施していく方針。この方針のもと、2026年3月期においては、前回予想を上回る1株あたり4.0円の増配（前回予想：28.0円 → 決定額：32.0円）を実施。



※1：2023年9月8日付で1株→300株に株式分割 配当金は調整後

項目	詳細	当初計画	3カ年累計	FY23実績	FY24実績	FY25実績
システム開発						
➤ 電子契約サービス	課金機会の拡大を目的	244	311	118	193	—
➤ SMP※1	販売店を活用した新たなECビジネスの拡大を目的	57	270	13	70	186
➤ 給与計算 (国内)	KING OF TIMEの機能強化の一環	209	184	27	157	—
➤ 給与計算 (国外)				—	69	132
マーケティング費						
➤ Web販促費	顧客基盤拡大のためのWebマーケティング及び主要な販売店・OEM向けの販売促進費	300	390	—	150	240
➤ マス広告※3	KING OF TIMEシリーズの認知度向上のためのテレビCM等	310	—	—	—	—
子会社への投融資						
➤ 海外市場開拓	タイ子会社への投融資 KING OF TIMEのローカライズのための開発	200	200	50	100	50
合計		1,651※2	1,557	208	740	609

※1：SMP：サブスクリプションマネジメントプラットフォーム（Subscription Management Platform）P26参照

※2：IPO時（2023年3月期）の当初計画における資金使途の合計は上記項目計1,320百万円（調達総額1,651百万円との差額331百万円は運転資金に充当を計画）、表中の1,651百万円は調達総額を記載

※3：テレビCM等の出稿見合わせにより、マーケティング費は計画610百万円に対し実績390百万円。差額220百万円はシステム開発費の上振れ等に充当。調達総額との差額94百万円は今後の成長投資に充当

事業活動に関するリスク	リスク概要	発生可能性	影響度	当社の対応方針
システムトラブルについて	災害や外的攻撃によるシステム障害により、サービス運営に支障が出るリスク	中	大	外部専門業者による脆弱性診断、データの多重化や定期的にバックアップを取る等の予防策の強化に努めております。
重大な不具合について	システムの重大な不具合により、想定外のコスト発生や信用の失墜、損害賠償責任が発生するリスク	中	大	サービスの企画・開発・保守までの標準プロセスを想定し、リリースごとに品質チェックを実施すること等によりリスクの低減を図っております。
サイバーセキュリティ管理体制について	大規模に個人情報や機密情報が漏洩した場合、信用の失墜や損害賠償の費用が発生するリスク	高	大	ISMSやPマーク等の情報セキュリティの認証基準を維持した上、さらに情報セキュリティ管理の強化に努めてまいります。
内部管理体制の構築について	業容拡大に内部管理体制の構築が追い付かないことにより生ずるコンプライアンス等のリスク	中	大	社内規定等の運用を向上させることに並行して、リスク・コンプライアンス管理委員会や内部監査等によるモニタリングの強化に努めております。
生成AIの進化に伴うリスクについて	AIを活用した新興競争参入・顧客のAI内製化進展等により競争優位性が損なわれるリスク	高	大	AI関連投資を積極的に実行し、社内業務効率化、データ分析基盤の構築、SMP機能へのAI活用を推進。技術進化への対応力強化に継続して取り組んでおります。
中期営業利益率目標の見直しに係るリスクについて	営業利益率30%達成時期を2030/3期に見直し。AI関連・セキュリティ投資の効果発現が遅延した場合、目標のさらなる後ろ倒しリスク	高	中	AI関連（約1.6億円）・セキュリティ関連（約1.3億円）の戦略的投資を優先実行しつつ、投資効果の進捗を四半期毎にモニタリングし、収益性改善に取り組んでおります。

※有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載の内容のうち、発生可能性・影響度のいずれかが「高」または「大」の主要なリスクを抜粋して記載することとしました。その他のリスクは同報告書を参照

APPENDIX

会社概要

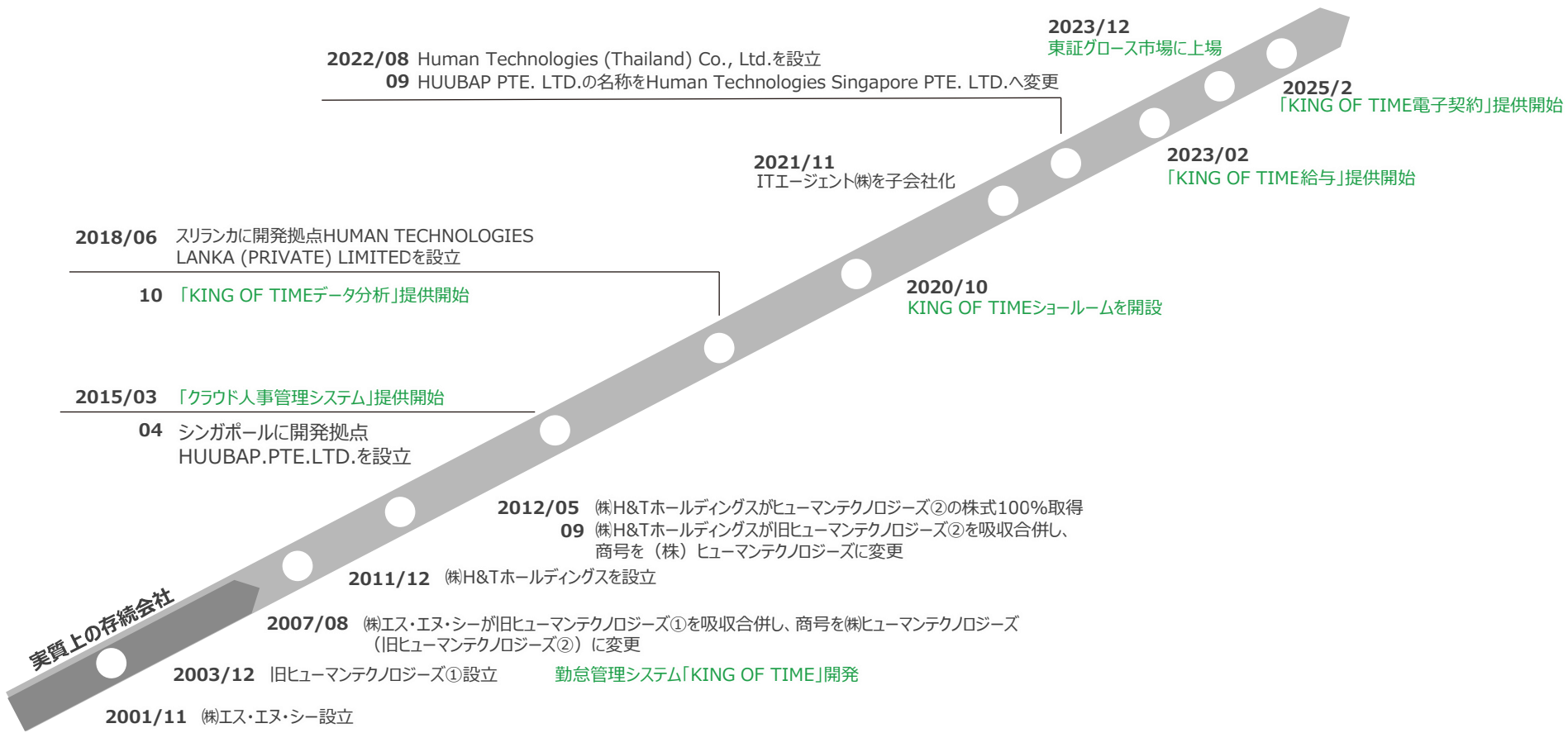
ビジネスモデルと特徴

KING OF TIME について

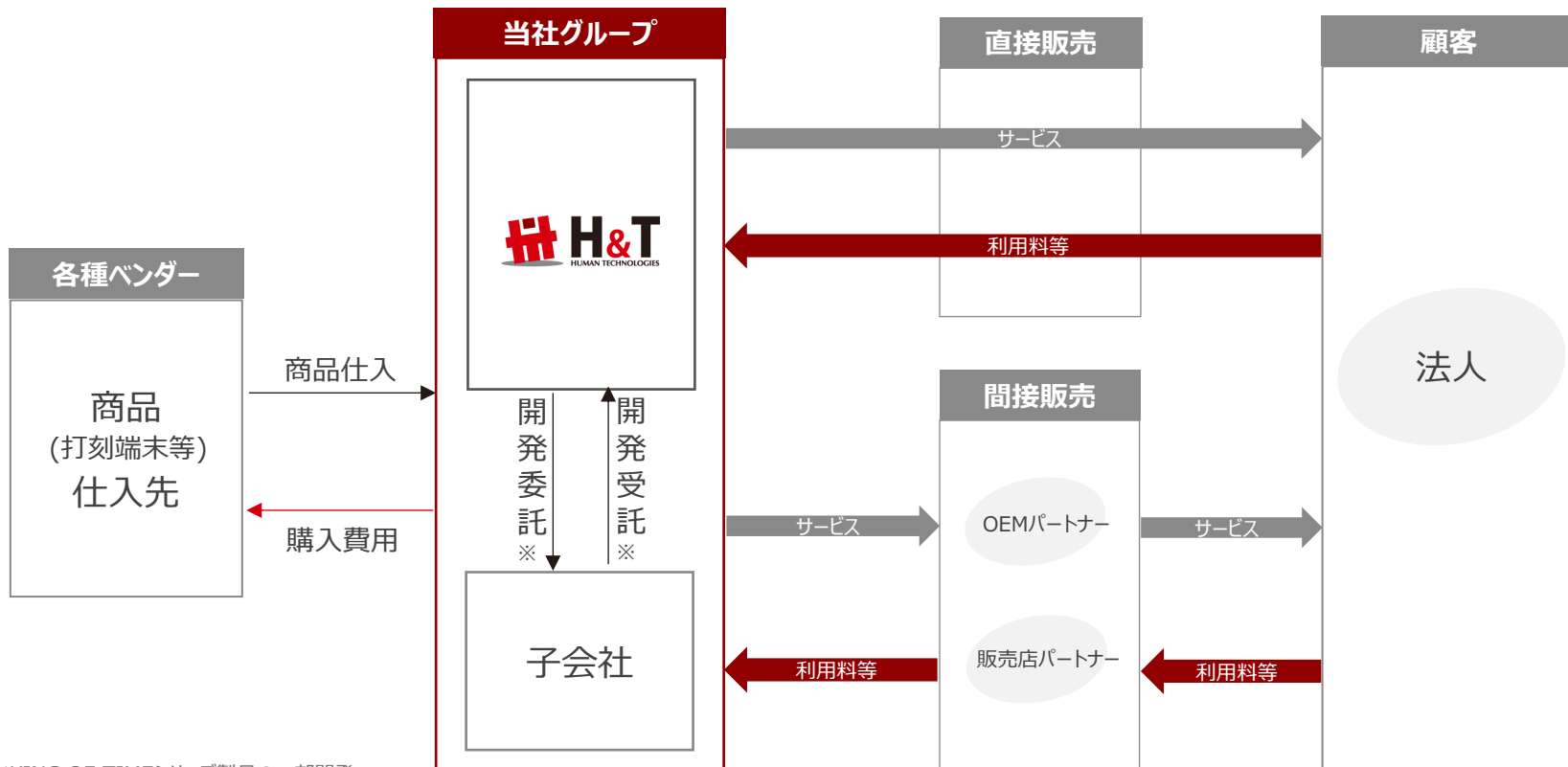
成長戦略と進捗

業績動向・その他

APPENDIX



販売チャネルは、「直販」「販売店」「OEM」の三本柱で構成され、特性を活かした柔軟な営業体制を構築。外部パートナーやベンダーとのリソースとの連携により、高効率な顧客獲得戦略を実現。



※KING OF TIMEシリーズ製品の一部開発

売上高及び営業利益の実績推移※

(単位：百万円、千ID、円/ID)

	21/3 期	増減率/ 構成比	22/3 期	増減率/ 構成比	23/3 期	増減率/ 構成比	24/3 期	増減率/ 構成比	25/3 期	増減率/ 構成比	26/3 期	増減率/ 構成比
連結売上高	-	-	3,584	-	4,223	17.8	5,034	19.2	6,055	20.3	7,496	23.8
単体売上高	2,914	17.8	3,498	20.0	4,160	18.9	5,016	20.6	6,031	20.2	7,476	24.0
KOT-SaaS	2,526	26.5	3,111	23.1	3,684	18.4	4,411	19.7	5,346	21.2	6,695	25.2
月平均課金ID 数	1,266	24.9	1,545	22.0	1,874	21.3	2,255	20.3	2,701	19.8	3,353	24.1
ID単価	166	1.2	168	0.9	164	(2.4)	163	(0.1)	165	(1.2)	166	(0.6)
その他	383	(19.2)	385	0.5	473	22.8	602	27.3	685	13.2	781	14.1
連結売上原価	-	-	950	26.5	1,224	29.0	1,617	32.1	1,870	30.9	2,645	35.3
連結販管費	-	-	2,042	57.0	2,670	63.2	2,897	57.6	3,253	53.7	3,479	46.4
単体営業費用	2,147	73.7	2,926	83.6	3,798	91.3	4,439	88.5	5,083	84.3	6,082	81.3
人件費	1,008	34.6	1,322	37.8	1,613	38.8	1,882	37.5	2,145	35.6	2,447	32.7
外注費	337	11.6	606	17.3	965	23.2	915	18.2	1,072	17.8	1,444	19.3
販促費	80	2.7	127	3.6	172	4.1	310	6.2	374	6.2	438	5.9
その他	721	24.7	870	24.9	1,047	25.2	1,331	26.5	1,490	24.7	1,752	23.4
連結営業利益	-	-	591	16.5	328	7.8	519	10.3	930	15.4	1,370	18.3
単体営業利益	767	26.3	572	16.4	362	8.7	576	11.5	947	15.7	1,394	18.7

※百万円未満切り捨て 各期の“増減率/構成比”の枠囲みは構成比

売上高及び営業利益の実績推移（四半期会計期間） ※1※2



(単位：百万円、千ID、円/ID)

	23/3期				24/3期				25/3期				26/3期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
連結売上高	996	1,025	1,100	1,100	1,182	1,212	1,272	1,367	1,445	1,467	1,523	1,618	1,774	1,838	1,896	1,986
単体売上高	975	1,010	1,086	1,087	1,177	1,208	1,267	1,362	1,439	1,461	1,517	1,612	1,768	1,835	1,892	1,980
KOT-SaaS	872	902	938	970	1,032	1,076	1,127	1,174	1,256	1,307	1,366	1,415	1,591	1,654	1,702	1,746
月平均課金ID数	1,740	1,838	1,929	1,989	2,110	2,204	2,310	2,394	2,549	2,671	2,754	2,855	3,176	3,314	3,406	3,516
ID単価	167	164	162	163	163	163	163	163	164	165	165	165	167	166	167	166
その他	103	108	148	117	145	131	139	188	183	153	151	196	177	181	189	233
連結売上原価	274	259	335	354	415	404	386	411	439	401	427	602	547	655	696	746
連結販管費	574	637	721	737	688	668	707	833	721	746	801	983	829	853	857	939
単体営業費用	815	896	1,035	1,050	1,087	1,047	1,081	1,223	1,156	1,135	1,223	1,568	1,367	1,501	1,546	1,666
人件費	374	387	423	429	447	452	466	516	481	498	512	652	539	602	608	696
外注費	174	227	261	302	269	228	197	219	220	227	249	376	311	363	364	404
販促費	37	38	52	45	58	61	64	126	75	72	92	133	105	108	115	107
その他	228	243	298	273	311	305	352	361	378	337	368	406	410	426	457	458
連結営業利益	148	127	44	7	79	140	178	121	284	319	295	32	397	329	343	300
単体営業利益	160	114	50	37	90	160	186	139	283	325	294	44	400	334	346	313

※1：百万円未満切り捨て

※2：23/3期1Q～24/3期2Qは参考値

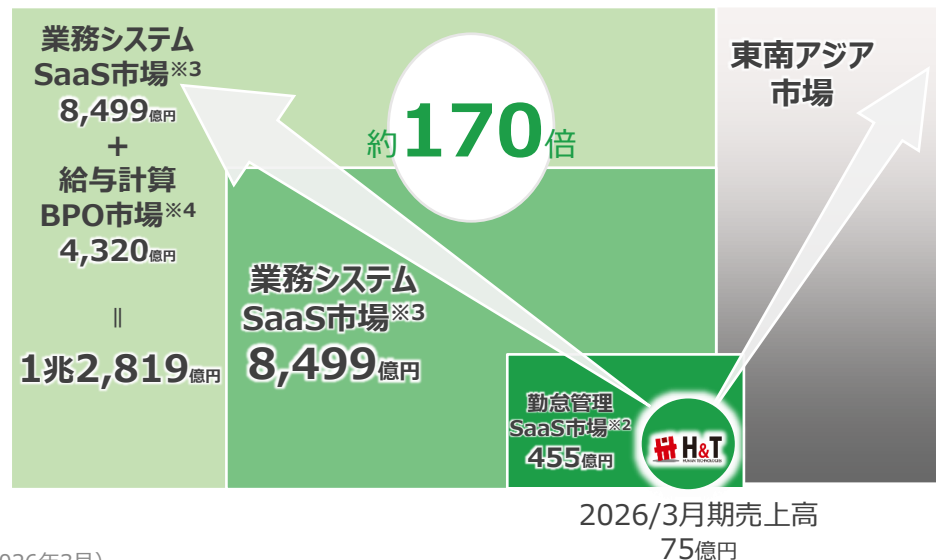
勤怠管理サービスにおいてトップシェアを確立しつつも、当社のサービスが届いているのは労働力人口全体の一部にとどまっており、依然として大きな成長余地が存在。

高い市場ポテンシャルを背景に、**ワンプライス戦略の徹底を通じて、就業人口の10%の獲得を目指す。**

わが国の労働力人口ベースのTAM※1



勤怠管理を起点としたHRサービスの潜在市場規模



※1：Total Addressable Marketのこと。わが国の労働力人口。総務省[労働力調査(2026年3月)]

※2：(株)富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2025年版」(2025年7月22日発刊) 勤怠管理SaaS市場(2029年度予測)

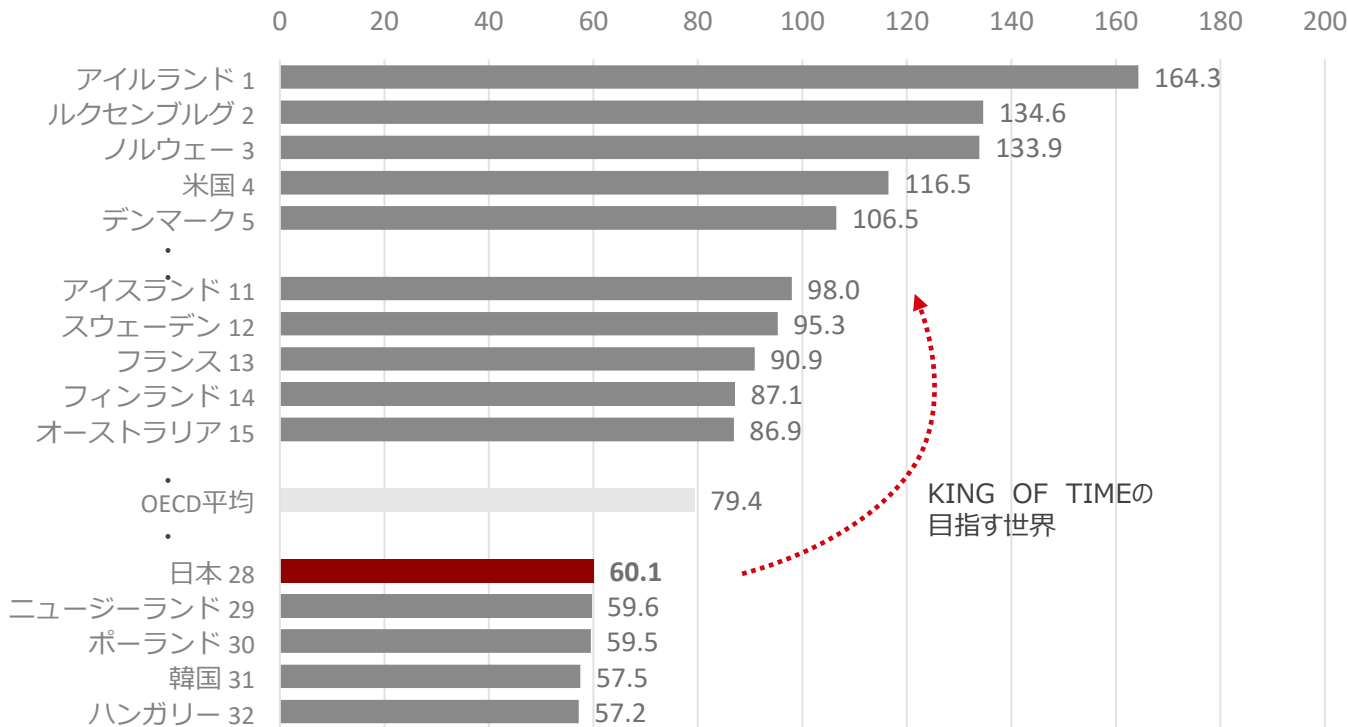
※3：(株)富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2025年版」(2025年7月22日発刊) 各業務システムSaaS市場合計(2029年度予測)

※4：(株)矢野経済研究所「2026 人事・総務関連業務のアウトソーシングビジネス調査レポート」(2026年3月26日発刊) 給与計算BPO市場(2025年度予測)

自分に合った働き方の中で一人一人の生産性向上が求められる

OECD加盟国の時間当たり労働生産性（2024年/38ヶ国比較）

単位：購買力平価換算USDドル



KING OF TIMEの
目指す世界

※「労働生産性の国際比較 2025」（公益財団法人 日本生産性本部 2025年12月22日公表）

課金社数

調査対象月において請求対象となる登録のある社数。

課金ID数

調査対象月において請求対象となる登録のあるID数。

月次換算 解約率

年次解約率の月次換算値。年次解約率は、調査対象月の1年前に請求があり、調査対象月に請求のない企業を調査対象月までの1年間に解約した企業とみなし、“解約企業の調査対象月の1年前の請求ID数”÷“調査対象月の1年前の全企業の請求ID数”により算出。

ARR

Annual Recurring Revenueの略。毎年安定的に得ることができる1年分の収益額（対象期末月のKOTSaaS売上高を12倍することにより算出）

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社及び当社グループの関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません

また、本資料に含まれる当社及び当社グループ以外に関する情報は、公開情報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及び当社グループ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

次回の当資料のアップデートは2027年6月に開示を行う予定です

株式会社ヒューマンテクノロジーズ

人時生産性をお客様とともに考える

