2021年２月18日

各　位

会　社　名　　ｒａｋｕｍｏ株式会社
代 表 者 名　代表取締役社長ＣＥＯ　　御手洗　大祐
（コード番号：4060　東証マザーズ）
問 合 せ 先　取締役ＣＦＯ経営管理部長　西村　雄也
（TEL　050-1746-9891）

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

〇開催状況

開催日時　　2021年２月16日（火）　15：00～16：00

開催方法　　オンラインによるライブ配信

説明会資料　　ｒａｋｕｍｏ株式会社　2020年12月期 決算説明資料

【添付資料】

１．投資説明会において使用した資料

以　上

2020年12月期
通期決算説明資料

rakumo株式会社

（東証マザーズ：4060）

2021年2月12日

通期決算及び業績見通しサマリー

2020年12月期 通期サマリー

- 通期売上高は822百万円（前年対比23.7%増）となり大幅増収
- 特にSaaSサービスの売上高成長率は28.4%となり全体を牽引
- 原価率及び販管費率は前年度対比、それぞれ5.4pt、7.2pt改善
- 結果、営業利益は134百万円（前年対比446.3%増）と過去最高益を達成
- 売上高、各段階利益全てにおいて上方修正後の業績予想を達成。当期純利益については、繰延税金資産の計上もあり、125百万円の着地と業績予想を大幅超過

2021年12月期 業績見通し

- 売上高は1,013百万円（前期対比23.3%増）を見込む
- SaaSサービスの売上成長率は26.0%と引き続き全体を牽引
- 原価率及び販管費率は前年対比、それぞれ3.5pt、1.1pt改善予定
- 結果として、営業利益は212百万円（前年対比58.1%増）を見込む

目次

I. 会社概要・事業概要

II. 2020年12月期の業績結果

III. 主要なKPI（指標）の推移

IV. 2021年12月期の業績予想

V. 成長戦略

VI. Appendix（補足資料）

Ⅰ. 会社概要・事業概要



ユーザーがサービスを
より楽に利用するための
らく
楽

×

ユーザーがサービスを
クラウド上で利用するための
くも
雲

仕事をラクに。オモシロく。

当該ビジョンのもと、企業における業務の生産性・効率性（働き方）の向上に貢献するサービスを提供すべく、クラウド上でサブスクリプション型のビジネスモデルにて事業を展開しております。

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

会社概要

2004年にITコンサルティングとして創業。2010年よりSaaSサービスを展開し、現在まで発展

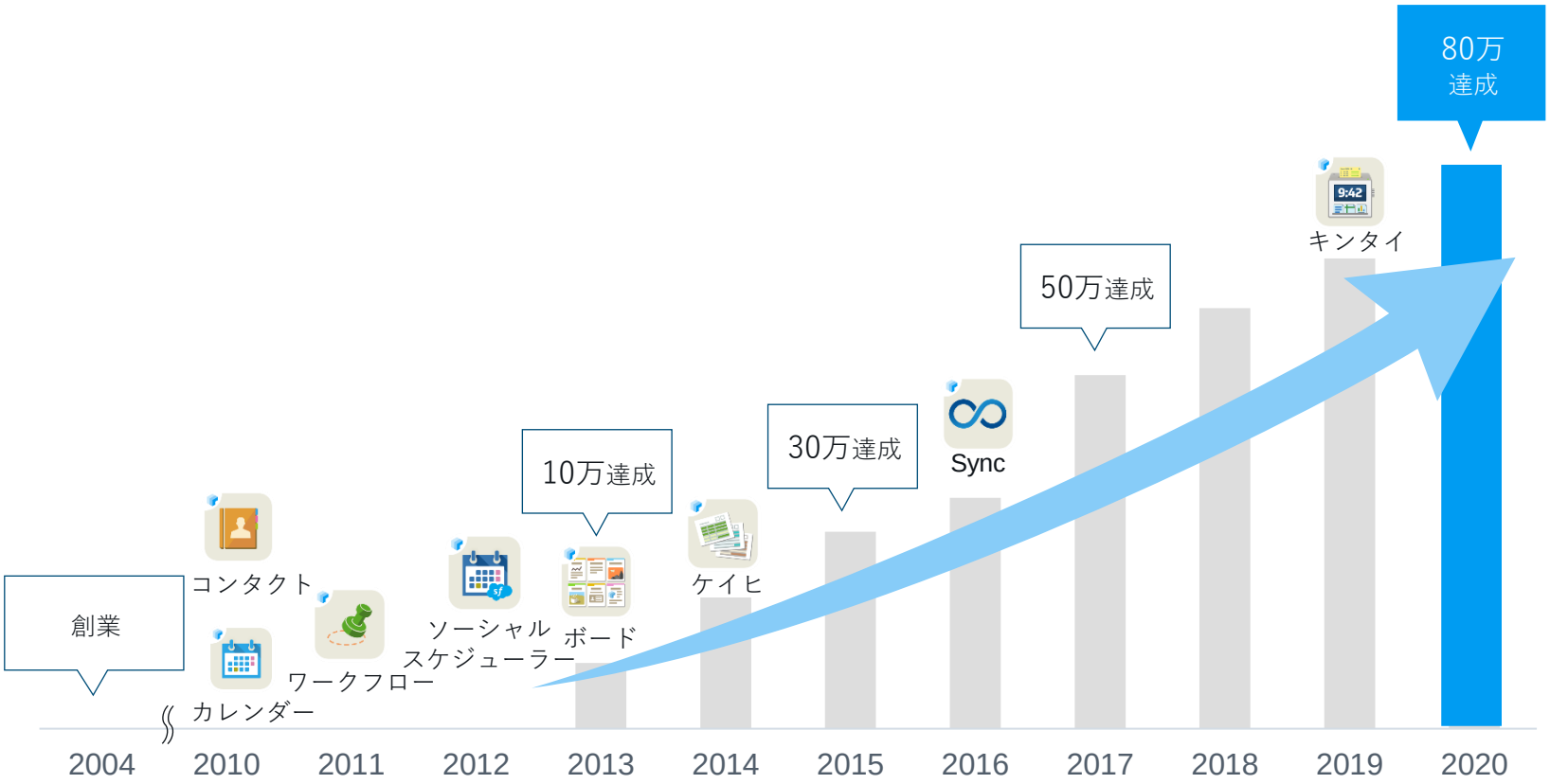
会社名	rakumo株式会社			
本社所在地	東京都千代田区麹町三丁目2番地			
創業	2004年12月17日			
経営陣	代表取締役社長 CEO 取締役 CTO 取締役 COO 取締役 CFO	御手洗 大祐 田近 泰治 川元 久海子 西村 雄也	社外取締役 常勤社外監査役（会計士） 社外監査役 社外監査役（弁護士）	吉川 剛史 秦 美佐子 野口 誉成 江鳩 孝二
従業員数	93名（連結）（2020年12月末時点）（アルバイト含まず）			
連結子会社	RAKUMO COMPANY LIMITED （ベトナム）			
主要株主	当社経営陣、HENNGE株式会社			
主要事業	1. SaaS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：2,005社）（2020年12月末時点）			
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			

Google Cloud Partner
Google Cloud Premier Partner
(Build, Sell, Service)

salesforce available on AppExchange
Salesforce
AppExchange Partner

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、 2020年12月末においてライセンス数86万超にまで拡大
- 2020年12月期は、連結営業利益134,317千円（営業利益率16.3%を達成）となり、過去最高益を達成
- 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の確保に向け取り組む方針



当社サービスの概要

- 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
- SaaS サービスが引き続き売上の 80% 以上を占め、また、IT オフショア開発サービスは長期契約がメインであり、継続的な収益創出力が強み

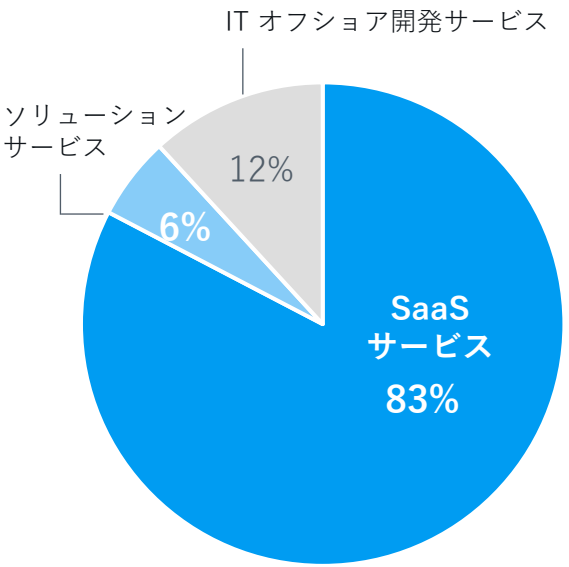
ソリューションサービス

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
2020年 12月期

SaaS サービス

概要：rakumo 製品（Google版・Salesforce版）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。

Google Workspace（旧: G Suite）とは

- 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



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

（ご参考）プロダクトの紹介１ ワークフロー

単価：300円/ID

紹介動画

rakumo

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



（ご参考）プロダクトの紹介２ キンタイ

単価：300円/ID

紹介動画

rakumo

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



（ご参考）当社製品間の連携例

カレンダー × ケイヒ × ワークフロー

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）



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）



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
   （P.44、P. 45、P. 50、P. 51等ご参照）

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）
   （P.10、P. 46等ご参照）

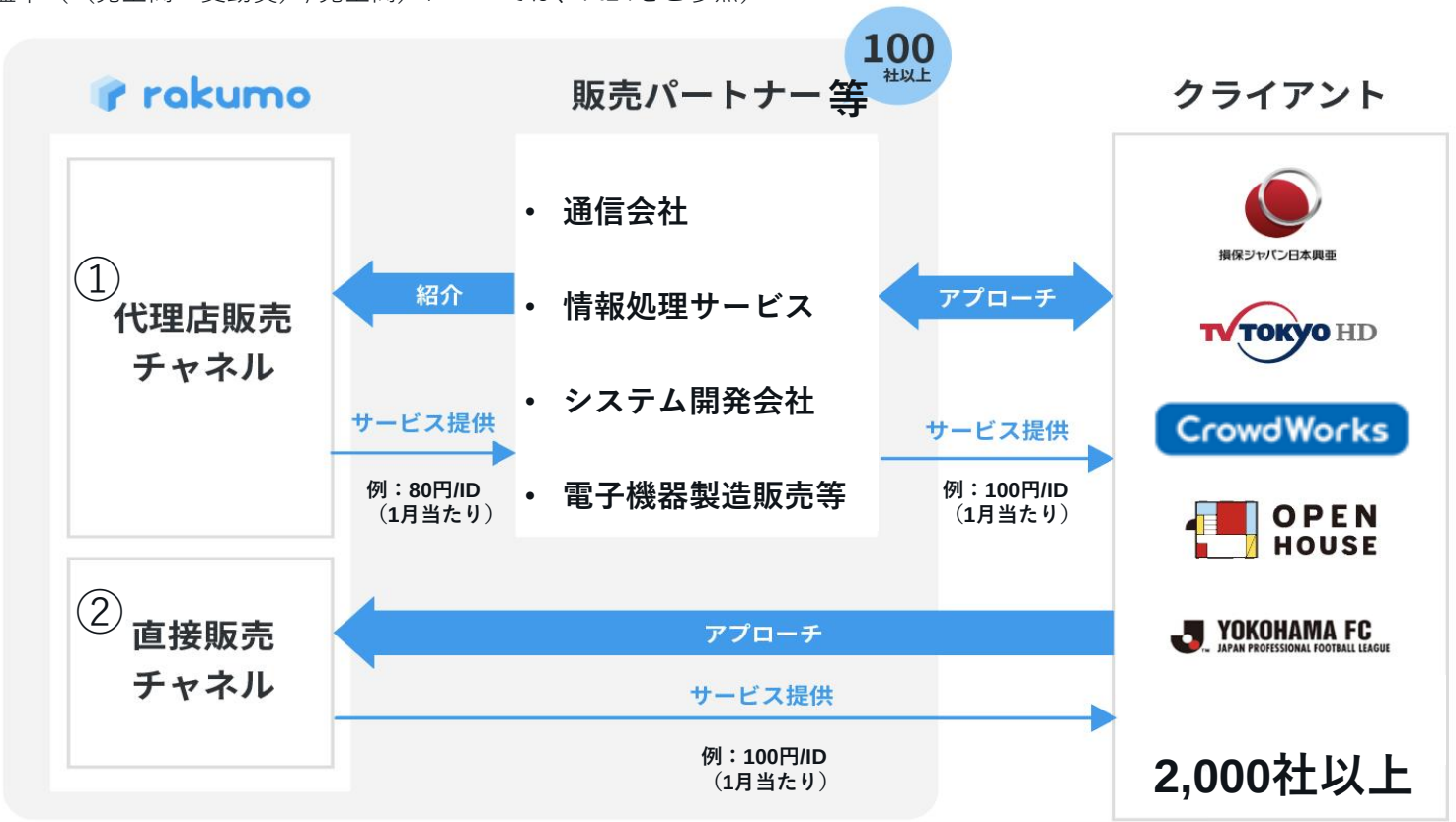
3. 複数サービスをご利用いただくことで、サービス間のデータ・プロセス連携により、業務がより効率的に
   （P.13等ご参照）

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

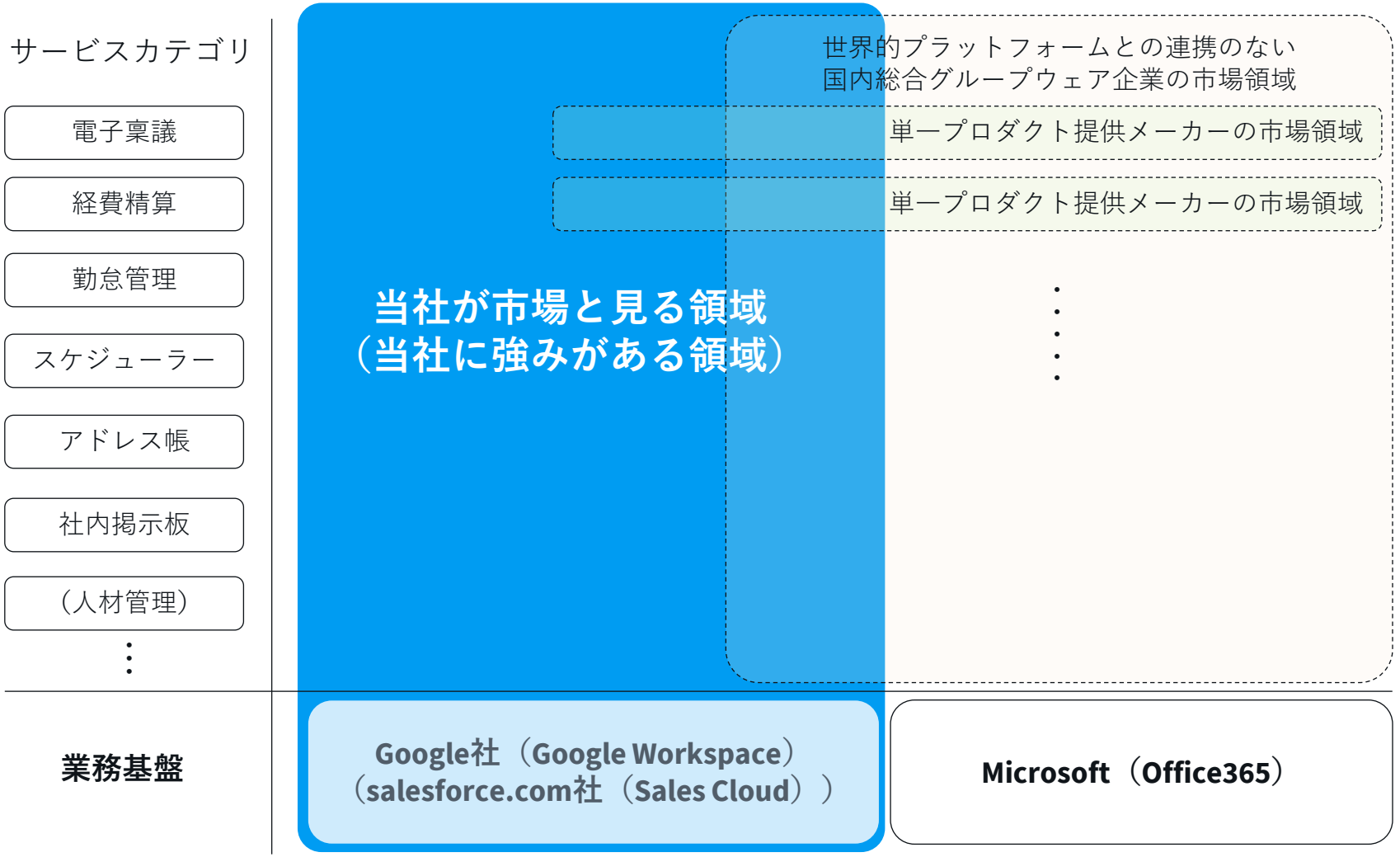
- 当社におけるSaaSサービス追加売上高の多くが、そのまま粗利となる収益構造

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マージン（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、3×80円＋1×100円＝340円が当社の売上高≒収益となる構造）
（限界利益率（（売上高－変動費）/売上高）については、P.24をご参照）



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（詳細P.50・P.52ご参照）
- 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



大手プラットフォームと強固な関係を築くことによる優位性

1 「**世界的な信用力・知名度**」

・Google社及びsalesforce.com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マー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
（P.10、P. 36～P. 38、P. 61～P. 64等ご参照）

2 安定性と成長性を兼ね揃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
（P.9、P. 36～P.38、P. 44、P. 45等ご参照）

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）
（P.15等ご参照）

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
（P.23、P.32、P. 48、P. 49等ご参照）

※「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。

Ⅱ. 2020年12月期の業績結果

2020年の事業環境等

- コロナウイルス感染拡大の兆候が見られた当社第2四半期期初に当たる4月に、全国的に緊急事態宣言が発出され、大企業を中心として全社的なリモートワーク体制の整備が中心課題となった。PCの全社配布やネットワーク環境の整備、ビデオ会議システムの導入など基礎的なIT投資が優先され、SaaSなどへの投資は順延されるケースが多かった印象

- 一方、同時期の中小企業においては、迅速に円滑にリモートワークを進めるための環境整備が進み、主にワークフローやボードといったサービスを中心に、旺盛な需要が発生し、大企業の検討遅延による売上減を補完

- 緊急事態宣言が解除された第3四半期においては、前期に発生した中小企業の超過需要は落ち着きを見せる一方、検討が遅延していた大企業の契約検討が再開され、大企業の契約が増加

- コロナウイルスの流行をきっかけとして、企業のリモートワーク対応検討が広がり、2021年度においても2020年度と同様に、企業規模に関わらず生産性を向上させるための業務サービスに対して需要が継続する見通し。当該傾向は、コロナウイルス感染拡大の増減に関わらず、国内企業が目指している生産性向上の観点から継続的に続くものと想定

2020年12月期 決算サマリー

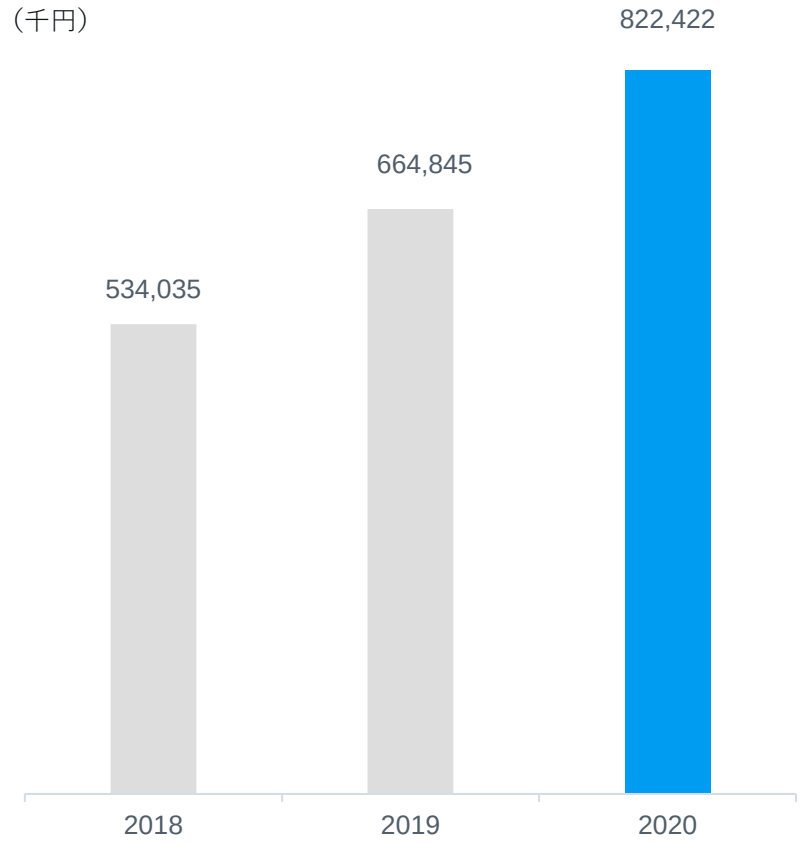
・ 2020年12月期の売上高は、SaaSサービスの成長（28.4%）を主因として前年同期比23.7%増
・営業費用（売上原価及び一般管理費）は固定費が中心であり、売上原価率及び販管費率は、それぞれ前年同期比5.4pt及び7.2ptの改善
・上記の結果、2020年12月期の段階利益（営業利益等）は前年同期比大幅増となり最高益を達成
・上方修正後の業績予想数値に対しても、売上高、各段階利益とも全て達成

	2019年12月期 実績 (千円)	2020年12月期 実績 (千円)	前年同期比 増減率	前年同期比 改善point	2020年 通期予想 (千円)	通期予想 対比増減率
売上高	664,845	822,422	23.7%	－	820,343	0.3%
（SaaSサービス）	529,461	679,811	28.4%	－	678,820	0.1%
（ソリューションサービス）	50,690	45,359	△10.5%	－	44,433	2.1%
（ITオフショア開発サービス）	84,693	97,251	14.8%	－	97,088	0.2%
売上原価	312,382	341,745	9.4%	－	348,568	△2.0%
（売上原価率）	*47.0%*	*41.6%*	－	*△5.4pt*	*42.5%*	－
一般管理費	327,877	346,359	5.6%	－	345,148	0.4%
（販管費率）	*49.3%*	*42.1%*	－	*△7.2pt*	*42.1%*	－
営業利益	24,584	134,317	446.3%	－	126,625	6.1%
（営業利益率）	*3.7%*	*16.3%*	－	*+12.6pt*	*15.4%*	－
経常利益	20,195	113,084	460.0%	－	105,483	7.2%
（経常利益率）	*3.0%*	*13.8%*	－	*+10.7pt*	*12.9%*	－
当期純利益	△38,394	125,222	－	－	93,090	34.5%
（当期純利益率）	*△5.8%*	*15.2%*	－	*+21.0pt*	*11.3%*	－

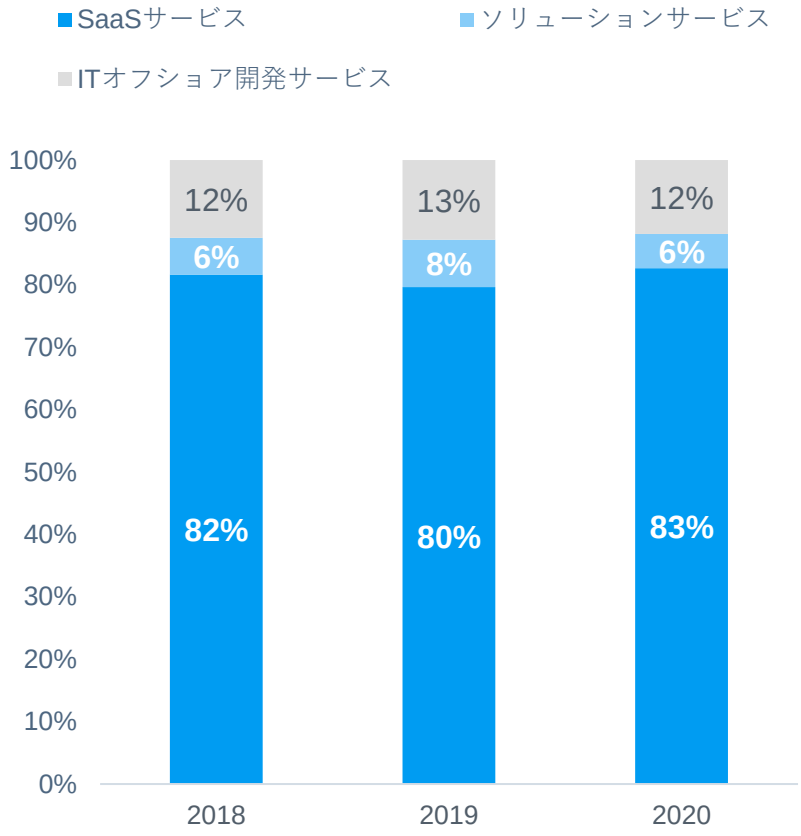
売上高の推移及びサービス別売上高割合

・主力のSaaSサービスが牽引し、毎期堅調に売上高を拡大
・成長率と安定性の両方を兼ね揃えたSaaSサービスの売上高割合は80%以上と堅調に推移

売上高



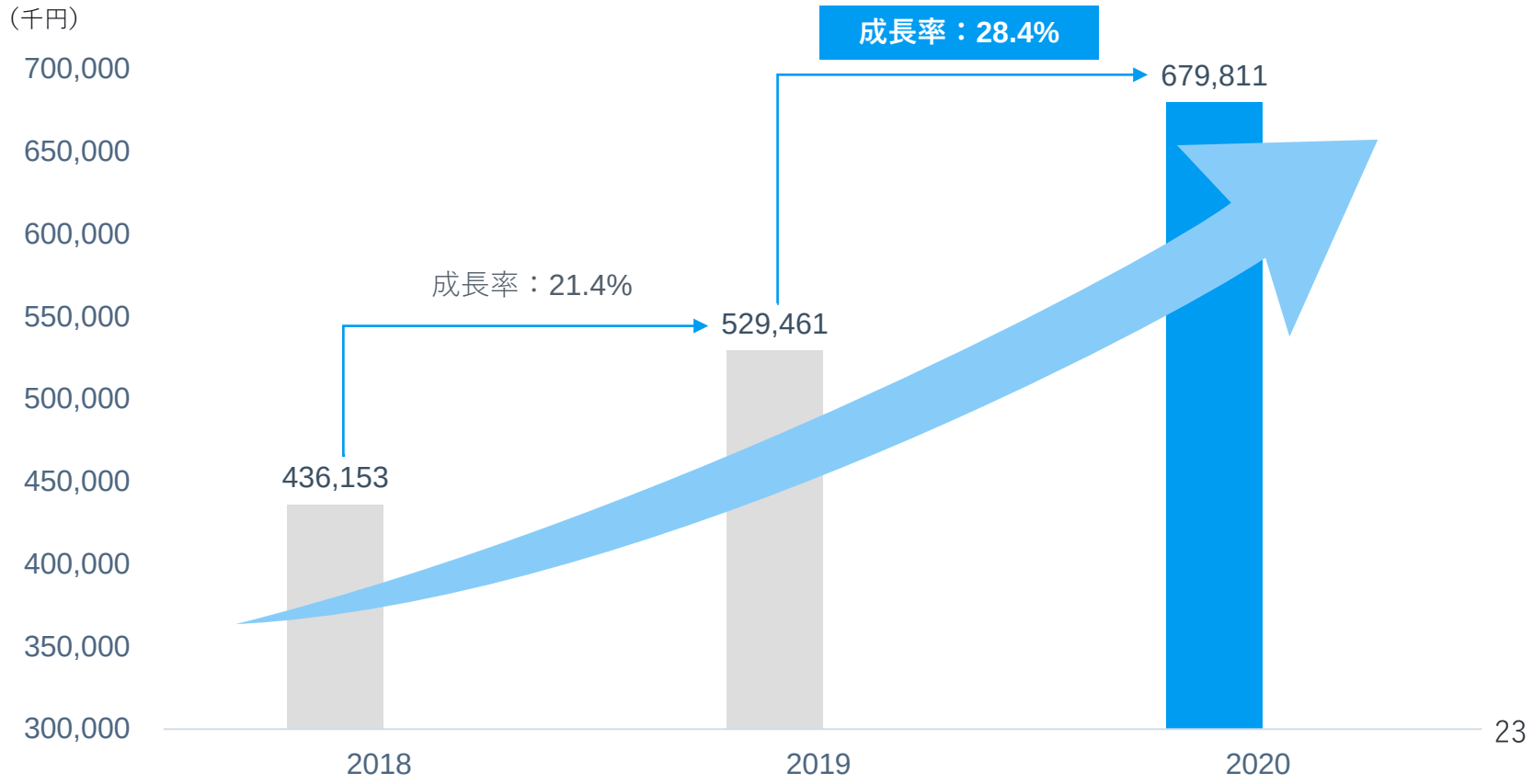
サービス別売上高割合



SaaSサービスの売上高推移

・安定性と成長性を兼ね揃えた当社のメインサービスであるSaaSサービスは、毎期堅調に売上高を増加させており、2020年12月期は前期と比較して高い成長（前期21.4%⇒今期28.4%）を実現

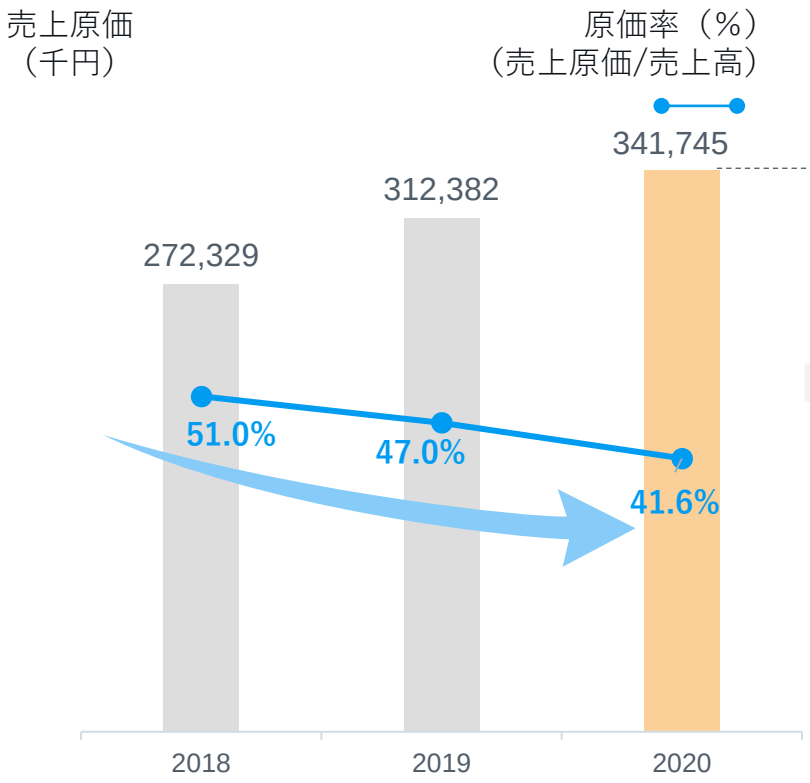
・来期以降も当社のSaaSサービスを成長させるために、販売パートナー及びプラットフォームパートナー（Google社、salesforce.com社）との関係強化及びマーケティングを含む更なる効率的な自社販売体制を構築していく方針



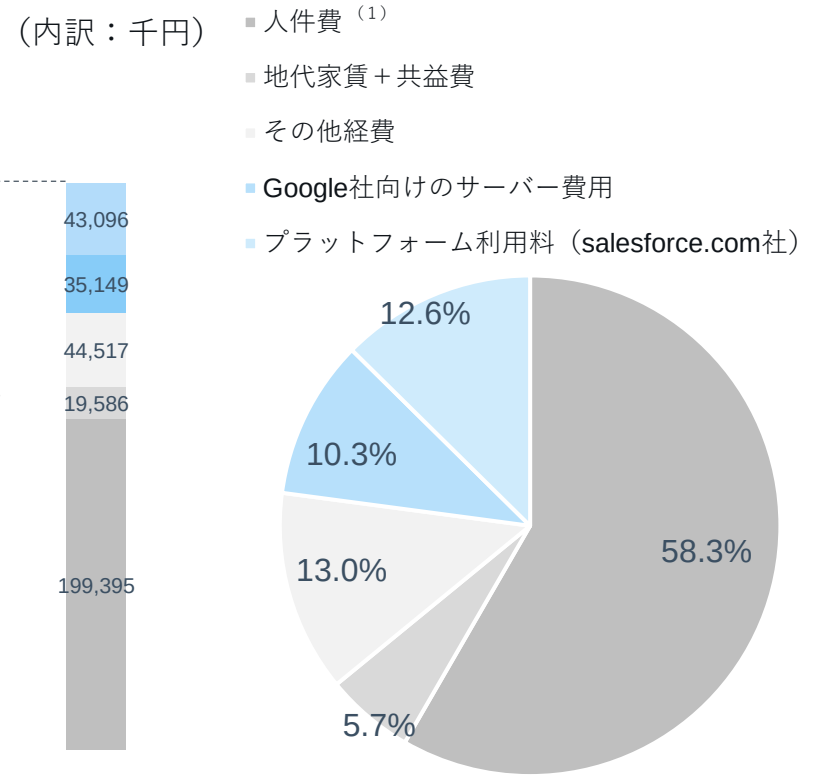
売上原価

・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）
・売上高の順調な成長及び売上原価構造等により、原価率は堅調に改善
・原価部門におけるSaaSサービスの変動費率（「Google向けのサーバー費用+プラットフォーム利用料（salesforce.com社）÷SaaSサービス売上高）は、前期末時点で11.5%となり、SaaSサービスにおいて、高い限界利益率（88.5%）を実現

売上原価及び原価率



売上原価の構成比率（2020年12期実績）

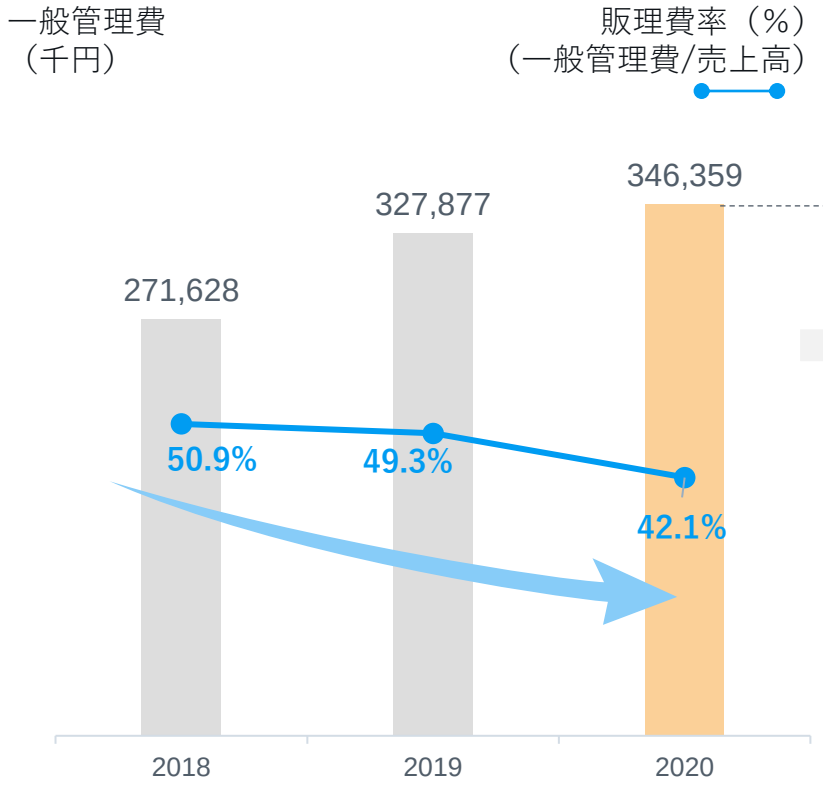


注１：人件費を「労務費 - 他勘定振替（ソフトウェア資産計上及び研究開発費）＋ソフトウェアの減価償却費＋通勤費」として計算しております。

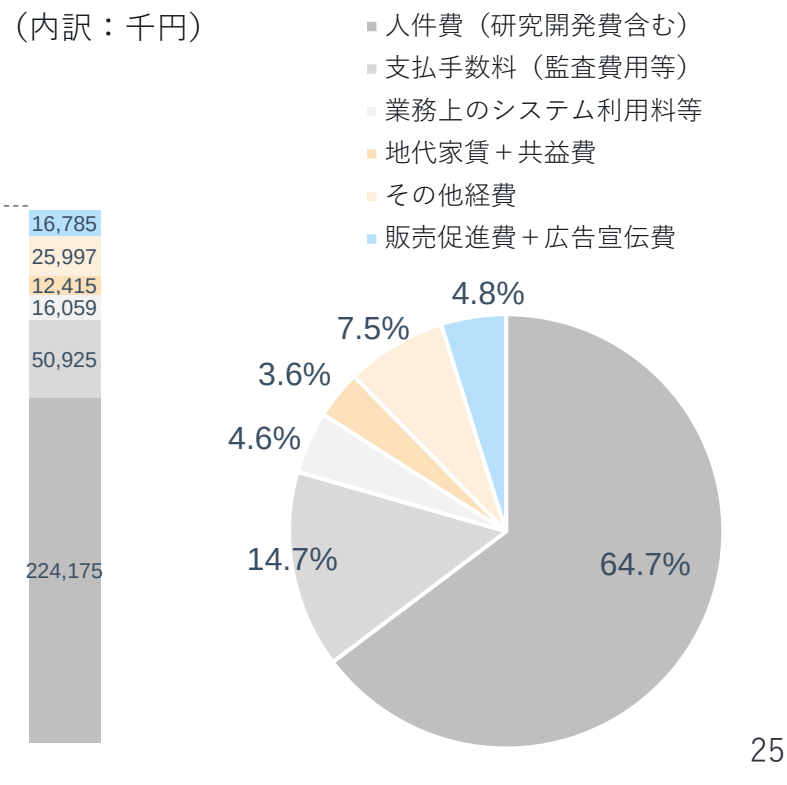
一般管理費

・一般管理費は人件費等の固定費が中心（右下円グラフご参照）
・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できるという特性があることから、「販売促進費＋広告宣伝費」の金額は他社SaaS会社に対して低水準に推移しながらもSaaSサービスの売上高は堅調に増加（P.23ご参照）
・売上高の順調な成長及び一般管理費の固定費を中心とした構造等により、販管費率（49.3%→42.1%）は堅調に改善

一般管理費及び販管費率



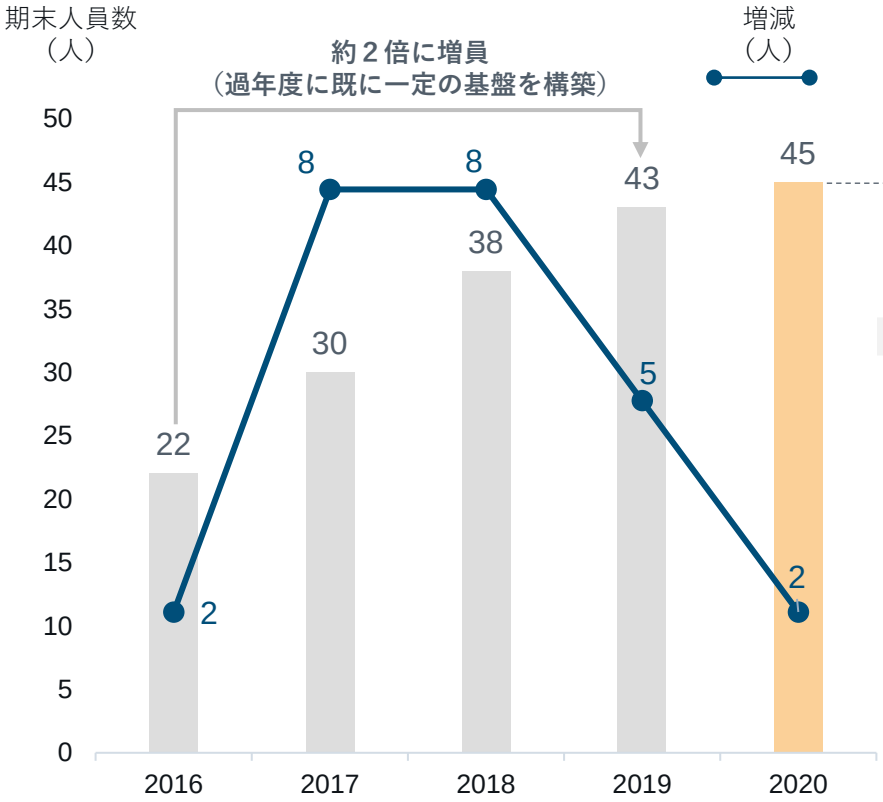
一般管理費の構成比率（2020年12月期実績）



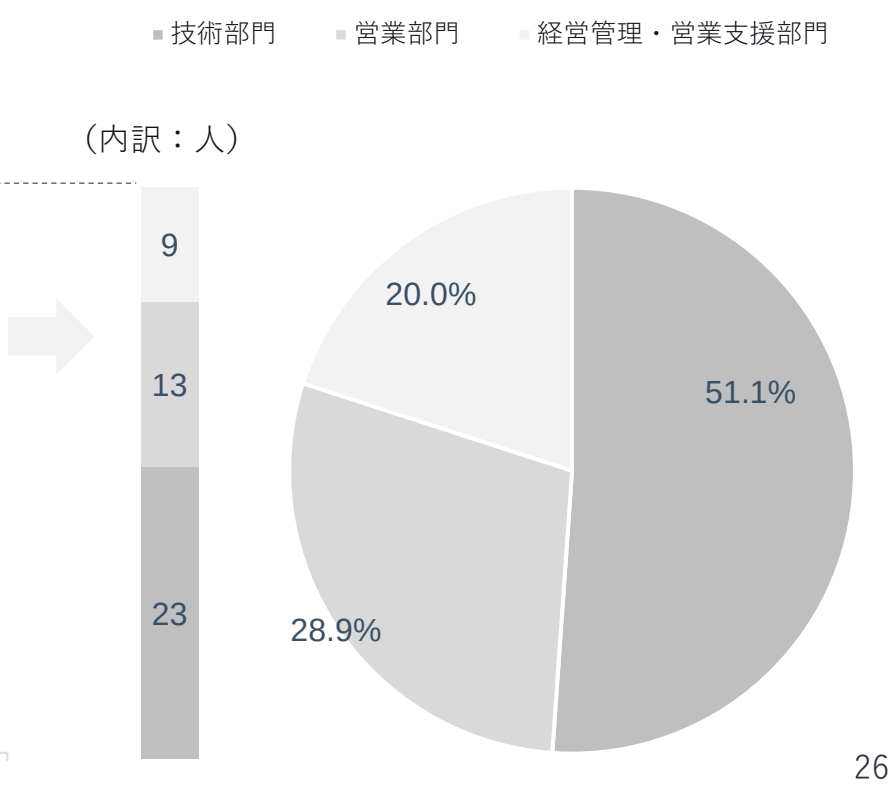
コスト構造の補足：従業員数の推移及び従業員構成（単体）

・当社の営業費用（売上原価＋一般管理費）の構造の中心は人件費であり、2017～2019年に既に一定程度の基盤を整えた状況（2016年の人員数から約２倍に増員）
・上記理由により、原価率及び販管費率が改善
・なお、従業員構成は、SaaSサービス開発の根幹である技術部門に50%超の人員を配置しており、大規模開発を除けば、継続的な製品開発が可能

従業員数の推移（単体）



従業員構成（単体）

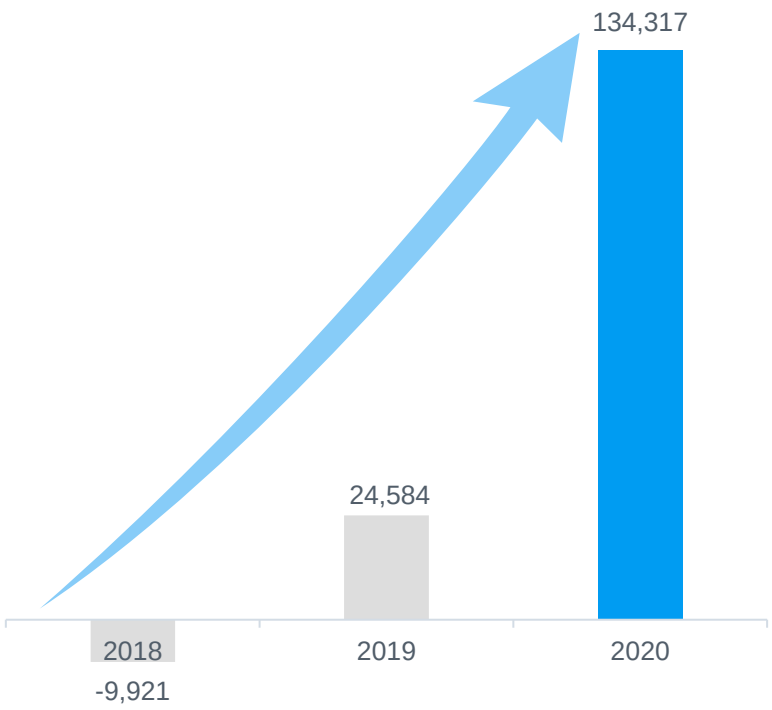


営業利益

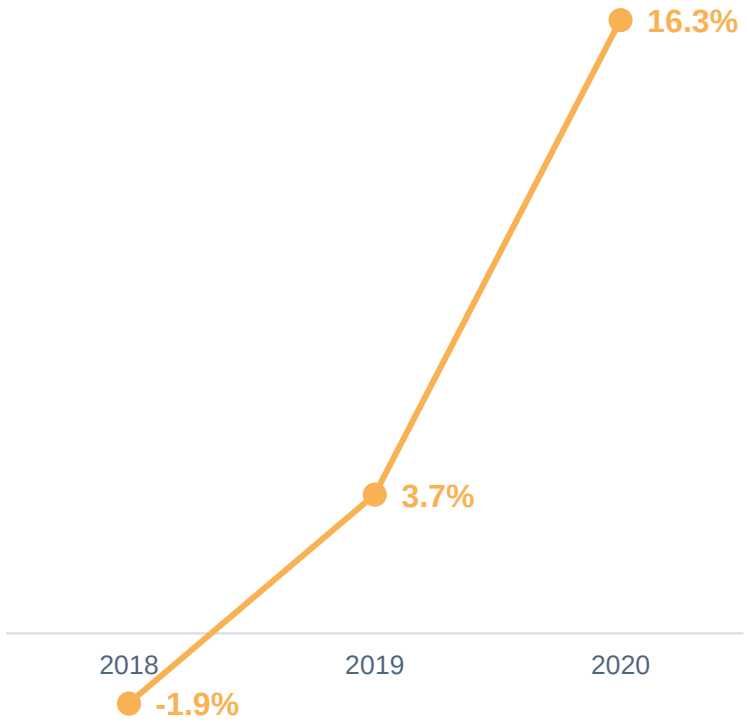
・2019年に利益創出フェーズに入り、2020年には大幅に営業利益を創出
・前述の売上高の進捗及び営業費用の低下に伴い、営業利益率が大幅に改善
・今後も引き続きSaaSサービスを主体とした売上高の増加及び更なる営業利益の確保に向け取り組む方針

営業利益

（千円）



営業利益率

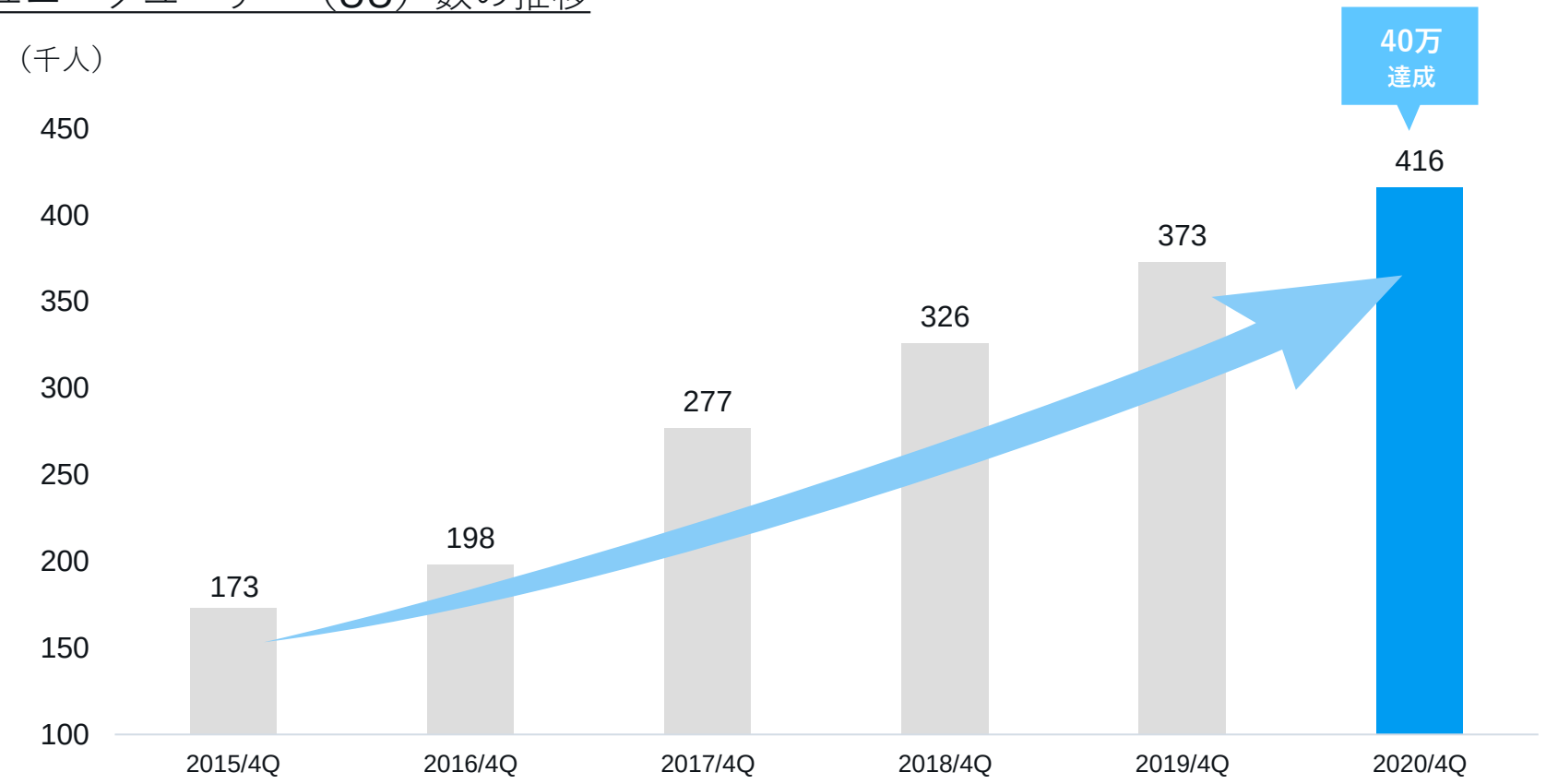


III. 主要なKPI（指標）の推移

ユニークユーザー（UU）※数の推移

・ユニークユーザー数は毎期堅調に増加し、40万ユーザーを達成
・引き続き、新規クライアントの開拓、部門導入先への全社導入及び販売パートナークライアントのrakumo製品未導入先へのアプローチ等の施策を実施し、UU数の増加へ注力

ユニークユーザー（UU）数の推移

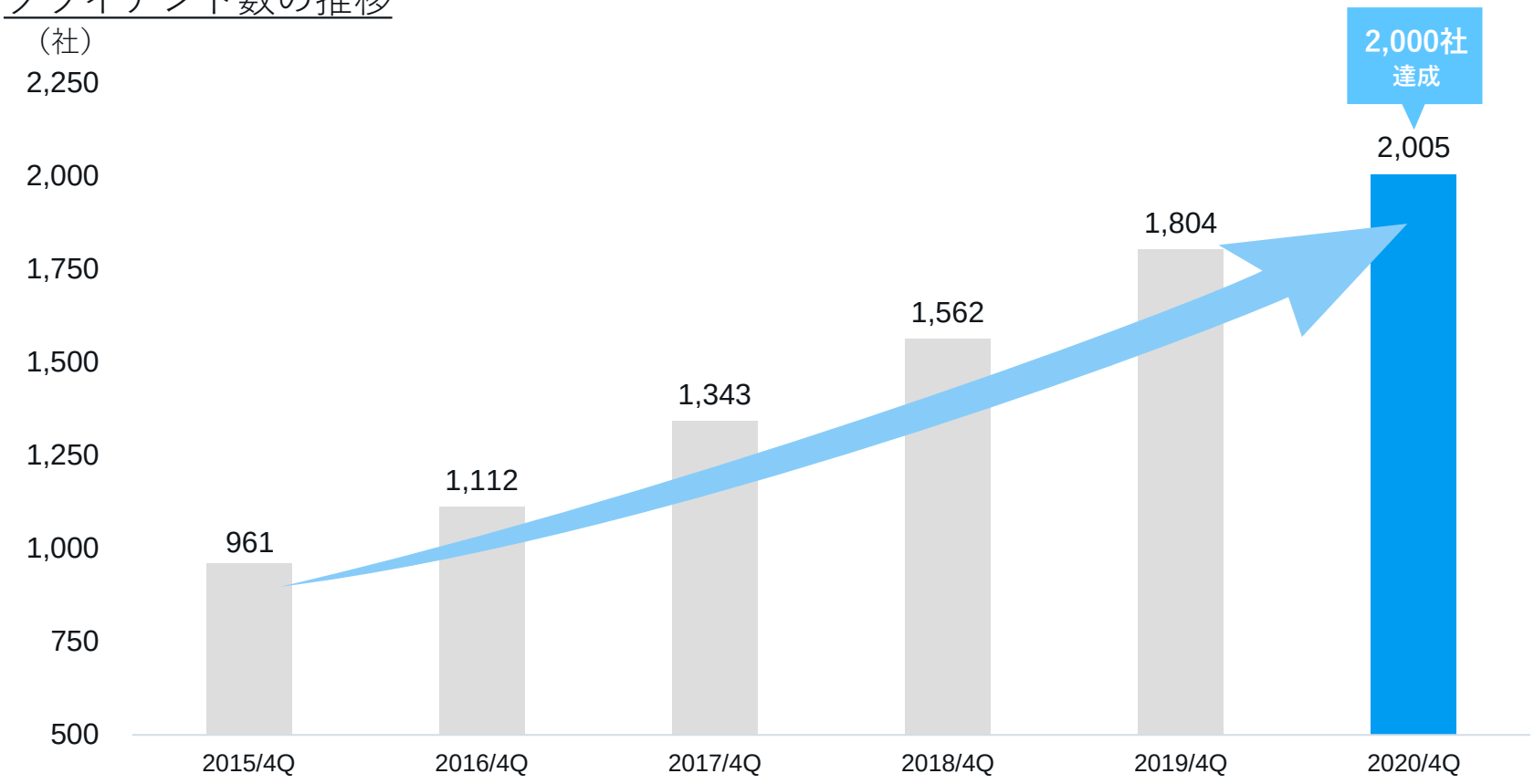


※「ユニークユーザー数」はユーザー数のカウントとなります。例えば、A氏がキンタイ、ワークフローの二つを使用している場合、1カウントとして算出します。一方、「ライセンス数」は、使用プロダクトの数でカウントし、このケースの場合、2カウントとして算出いたします

クライアント※数の推移

・クライアント数は毎期堅調に増加し、2020年において2,000社を達成
・引き続き、2つの販売チャネル体制（P.15ご参照）の利点を活かし、クライアントの新規開拓に注力

クライアント数の推移

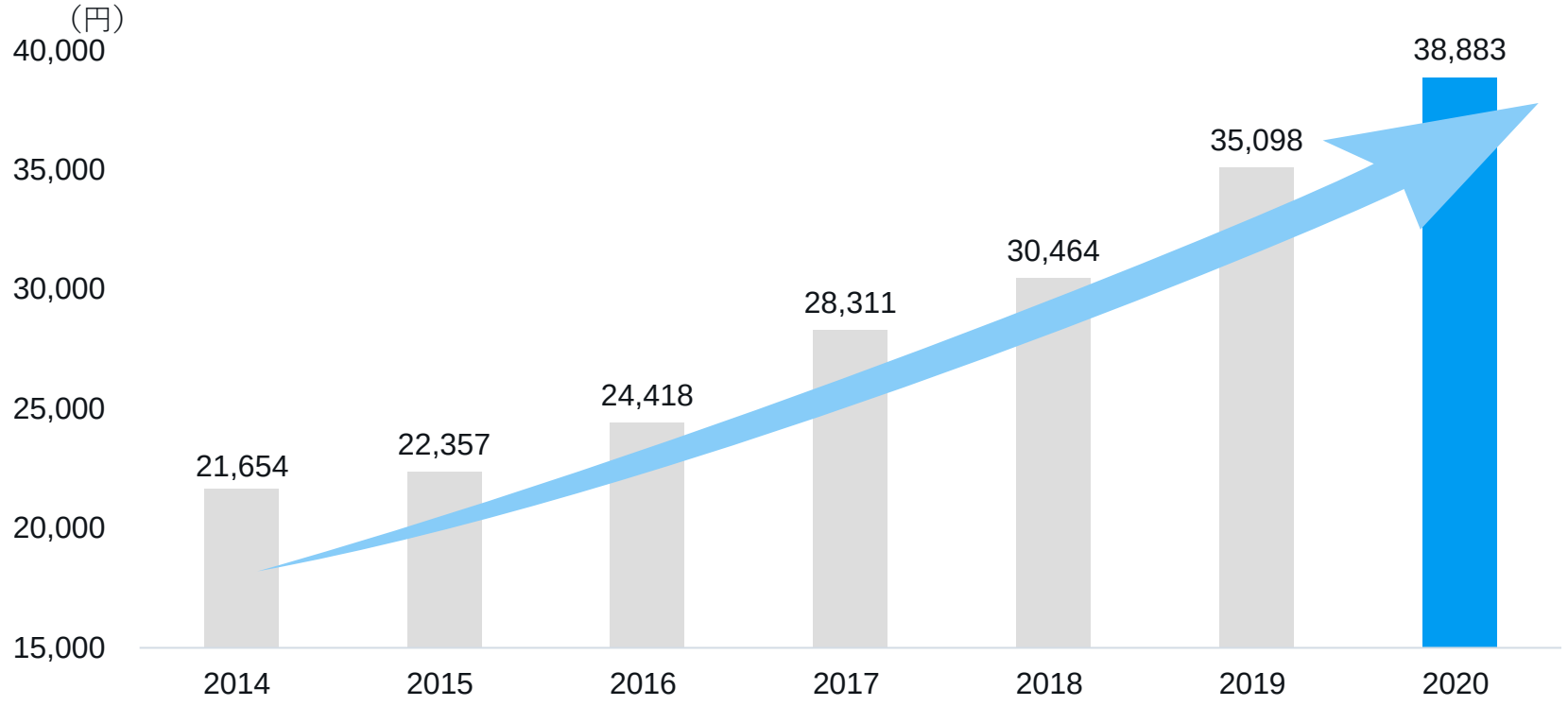


※「クライアント数」は当社のSaaSサービス関連製品をご使用いただいているクライアントの社数となります。

1社（クライアント）当たりの販売額の推移

・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を主因として、1社（クライアント）当たりの販売額は増加傾向
・引き続き、当社のプロダクトラインナップ及び製品間連携を生かした販売戦略（新規クライアントにはパック（P.46ご参照）を販売、既存クライアントにはクロスセル（追加サービス販売））を継続し、1社当たりの販売額増加に向け注力

1社当たりの販売額（グロスMRR）の推移（注）

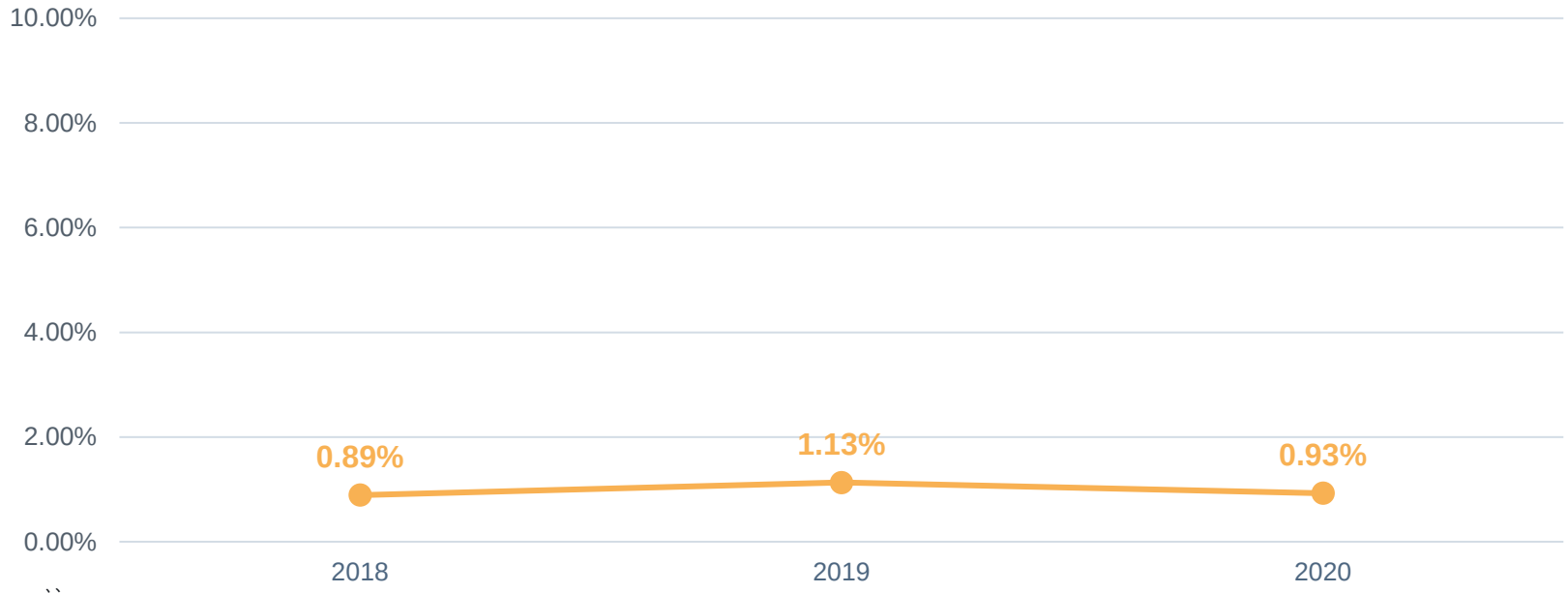


注：MRR: Monthly Recurring Revenueの略称です。対象月の月末時点における継続課金ユーザー企業に係わる月額料金の合計額となっております。また、販売額であり、当社が他社ライセンスを販売するにあたっての会計上の売上とは一致いたしません。

解約率の推移

- 業務の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る状況
- 2020年12月期における月次平均解約率は1%を切る水準で推移。サービスサイトの拡充（各製品のスタートアップガイド拡充※リンク、キンタイ向けケーススタディ（設定）の充実※リンク）、オンラインWeb説明会※リンク、クライアントのニーズを加味した機能拡充等、各種施策を実施。
- 引続き解約先の分析等を継続の上、効果的な対策を継続していく方針

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。

IV. 2021年12月期の業績予想

2021年12月期 業績予想サマリー

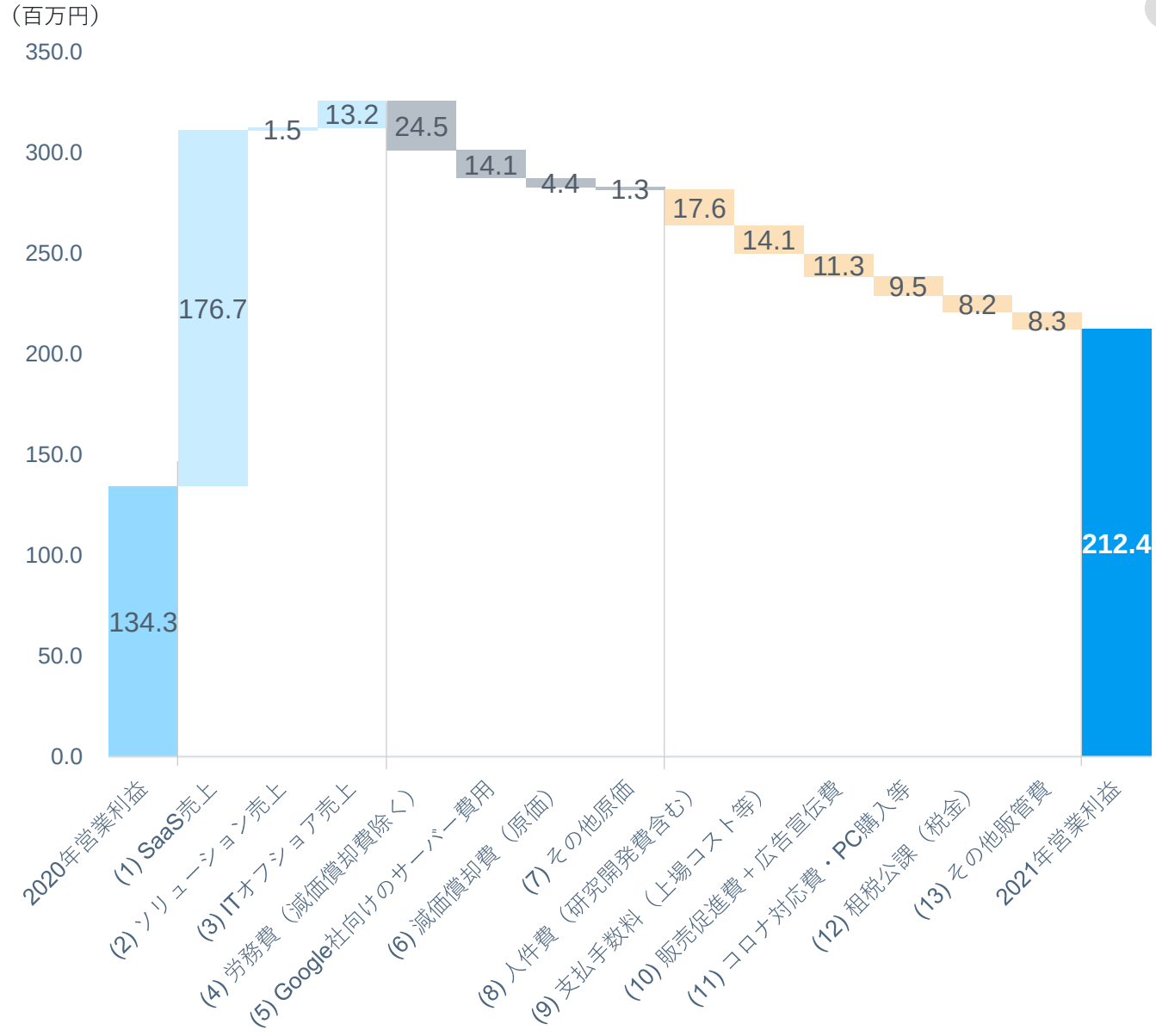
・2021年12月期の売上高は、SaaSサービスの成長（26.0%）を主因として、1,013百万円（前年同期比23.3%増）を予想

・営業費用（売上原価及び一般管理費）は固定費が中心であり、売上原価率及び販管費率は、それぞれ前年同期比3.5pt及び1.1ptの改善予想

・上記の結果、2020年12月期の段階利益率（営業利益率等）は各指標とも上昇を見込み、前年度対比各段階利益とも高い成長を企図（経常利益85.8%増を企図）

	2020年12月期 実績 (千円)	2021年12月期 業績予想 (千円)	前年同期比 増減率	前年同期比 改善point
売上高	822,422	1,013,855	23.3%	－
（SaaSサービス）	679,811	856,556	26.0%	－
（ソリューションサービス）	45,359	46,829	3.2%	－
（ITオフショア開発サービス）	97,251	110,470	13.6%	－
売上原価	341,745	386,072	13.0%	－
（売上原価率）	*41.6%*	*38.1%*	－	*△3.5pt*
一般管理費	346,359	415,360	19.9%	－
（販管費率）	*42.1%*	*41.0%*	－	*△1.1pt*
営業利益	134,317	212,422	58.1%	－
（営業利益率）	*16.3%*	*21.0%*	－	*+4.6pt*
経常利益	113,084	210,157	85.8%	－
（経常利益率）	*13.8%*	*20.7%*	－	*+7.0pt*
当期純利益	125,222	179,107	43.0%	－
（当期純利益率）	*15.2%*	*17.7%*	－	*+2.4pt*

2021年12月期の主要項目の増減額及び増減の要因・施策等



増減の主要な要因・施策等

(1)〜(3) 売上高
・マーケットの拡大及び各種パートナーとの協働・自社販売チャネルでの追加販売施策等を見込み、SaaSサービスを中心にトップラインの増加を企図
・ITオフショアについては、SaaSサービスとのシナジー（クライアント基盤の活用）を実現させ、若干の増加を企図

(4) 労務費・(8) 人件費
・既存人員のベース給料アップ
・若干名の追加採用（代理店販売戦略担当等）
・コロナ感染予防等も配慮に入れた在宅勤務手当の支給等

(5) サーバー費用
・Google版rakumoの成長により、変動費であるサーバー費用増

(9) 支払手数料
・上場維持コスト（監査費用、信託コスト等）を中心に固定費増

(10) 販売促進費＋広告宣伝費
・費用対効果の高い販促費・広告費の追加（リスティング広告媒体の追加等）

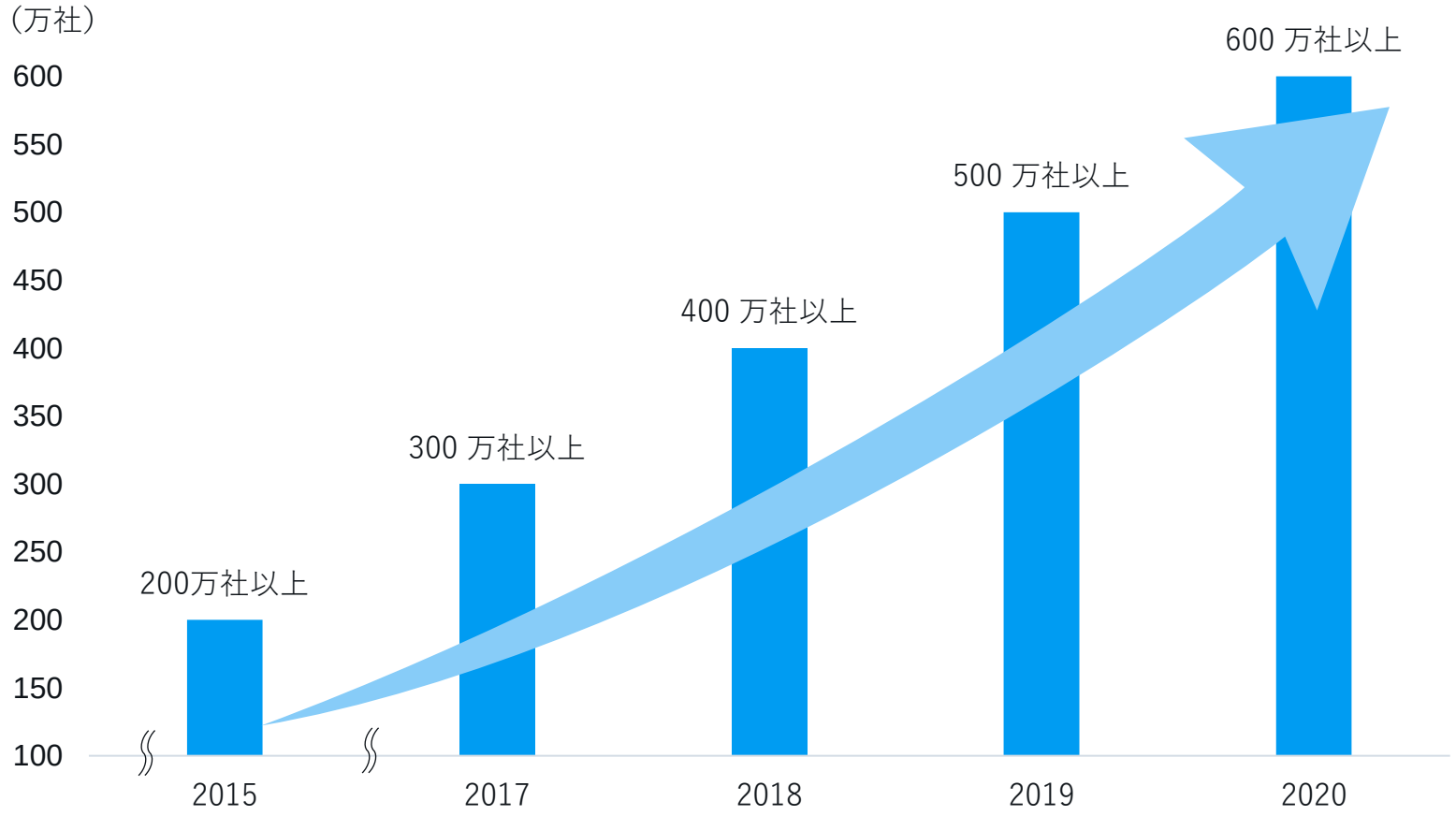
(11) コロナ対応・PC購入等
・コロナを踏まえたオフィス内のレイアウト変更及び予備PCの購入等

(12) 租税公課（税金）
・税務上、大会社になったことに伴う外形標準課税の増加等

（ご参考）Google社：G Suite※の販売状況

Google社の公表資料によるとG Suite※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

G Suite※の販売推移



出所：Google社 公表資料等

※ 現在は、Google Workspaceにサービスが変更されておりますが、過去の公表資料ということもあり、G Suiteにて記載しております。

（ご参考）
G Suite（現：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の他、多種多様な業種の大手企業がG Suite（現：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
・A社（従業員数：45,000人以上）	・C社（従業員数：30,000人以上）	・E社（従業員数：7,500人以上）
・B社（従業員数：14,000人以上）	・D社（従業員数：1,500人以上）	・F社（従業員数：6,000人以上）
鉱業・建設業	**不動産**	**食品・飲料**
・G社（従業員数：8,500人以上）	・I 社（従業員数：3,000人以上）	・K社（従業員数：15,000人以上）
・H社（従業員数：4,000人以上）	・J社（従業員数：2,500人以上）	・L社（従業員数：500人以上）
テクノロジー	**飲食店**	**その他の業界**
・M社（従業員数：5,000人以上）	・O社（従業員数：2,500人以上）	・エネルギー/公共事業 ・ヘルスケア/ソーシャルケア ・専門業 ・政府機関等
・N社（従業員数：1,500人以上）	・P社（従業員数：2,000人以上）	

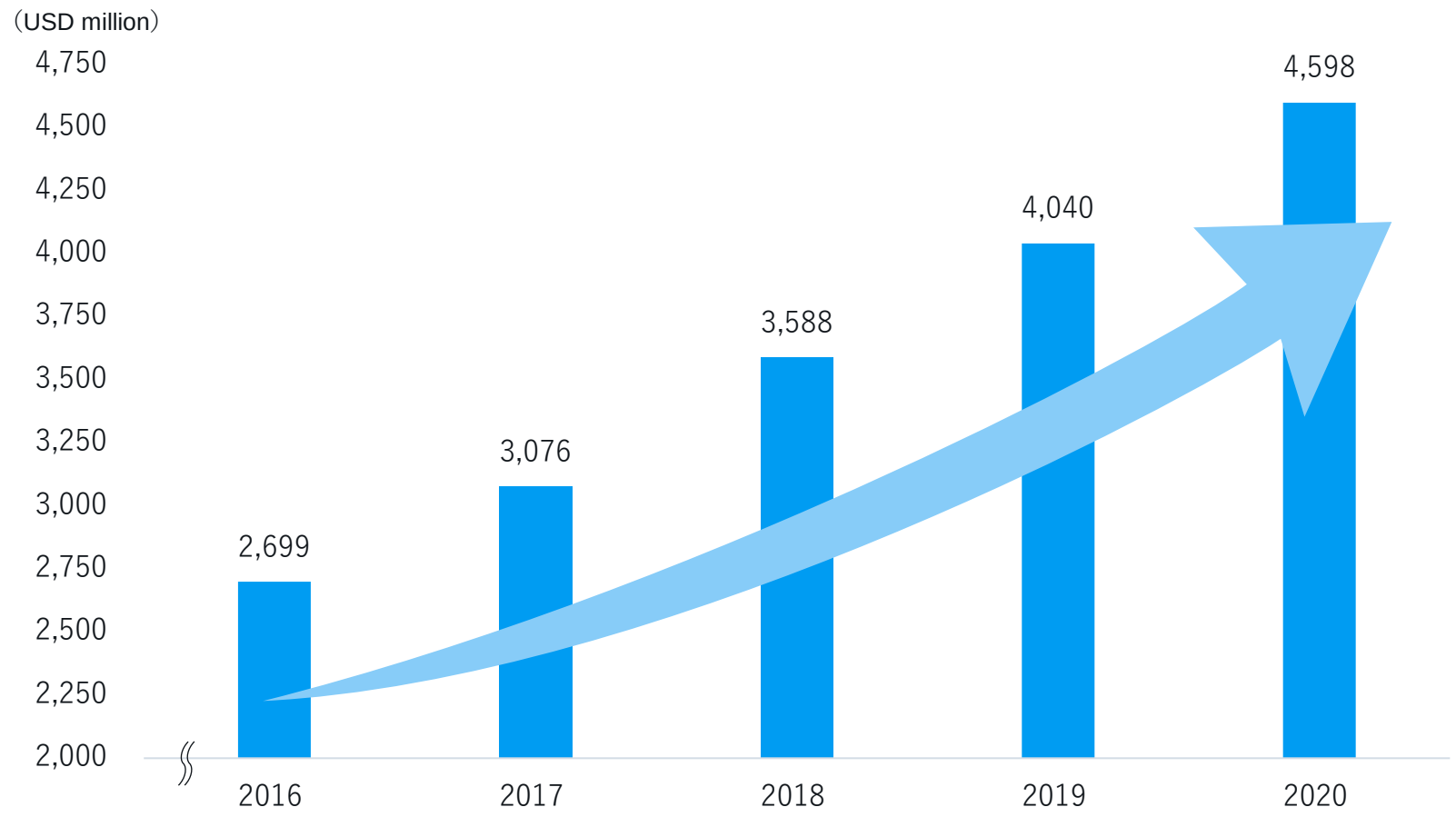
出所：Google社 公表資料等

注：
1. 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。
2. 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G Suite（現：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。

（ご参考）salesforce.com社：Sales Cloudの販売状況

salesforce.com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



出所：salesforce.com社 Annual Report （2018, 2019, 2020）等

Ⅴ. 成長戦略

成長戦略

- （A）単価及び（B）販売量（Volume）を増加させる施策により更なる成長を企図
- 中長期的には、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）・新規クライアント開拓、日本モデルの海外展開による新規マーケットの開拓を企図

顧客区分	(A) 単価（1人当たり）	(B) 販売量（Volume）	
		販売社数の増加	平均利用者数の増加（1社当たり）
新規顧客	新規・既存 1 ユーザー 1人当たりの単価の増加	新規顧客 2 新規販売先の増加	新規・既存 3 1社当たりの販売数量の増加
既存顧客		既存顧客 4 契約の継続	

＋

5 新規プロダクト開発　　6 日本モデルの海外展開

成長戦略：今期の主要な施策

- 今後の中長期含めた成長戦略の概要については、P.54～P.59の通り、大きな方針に変更なし
- なお、今期特に注力したい主要施策は以下の通り

1 「ユーザー１人当たり（UU）単価の増加」

・新規クライアントには、当社製品の製品間連携を訴求し、パック（P.46ご参照）をメインとして販売

・既存クライアントには、マーケティングオートメーション※等も活用の上、クロスセル（追加サービス販売）を実施

2 「ユニークユーザー（UU）数の増加」

・販売パートナーとの協働・関係強化（例：ダイワボウ情報システム社とのアライアンス強化※リンク）

・プラットフォームパートナー（Google社、salesforce.com社）との関係強化による顧客開拓

・費用対効果の高いマーケティング追加施策の実施（例：リスティング広告媒体の追加等）

3 「解約率の低減」

・使用状況分析等を実施し、既存取引先をフォロー

・大手既存クライアントへの定期的なフォロー

・クライアントニーズを汲み取った機能開発（製品間連携含む）及び他社製品との更なる連携（例：電子サイン会社との連携）

※「マーケティングオートメーション」とは、マーケティング業務を自動化することで業務効率化、生産性向上を図る手法です。クライアントを特定し、それぞれに対して適切なマーケティングアプローチを行うことによって、商材に対する興味・関心、購買意欲を喚起させることに役立ちます。

rakumo

仕事をラクに。オモシロく。

煩わしさが仕事をつまらなくする。

もしも自分の仕事に集中できるなら。

「つまらない」が「オモシロい」に変わるとしたら。

さあ。rakumoで新しい働き方を。



Appendix（補足資料）

1. SaaSサービスの概要・特徴

世界的なクラウドプレーヤーとのパートナーシップ

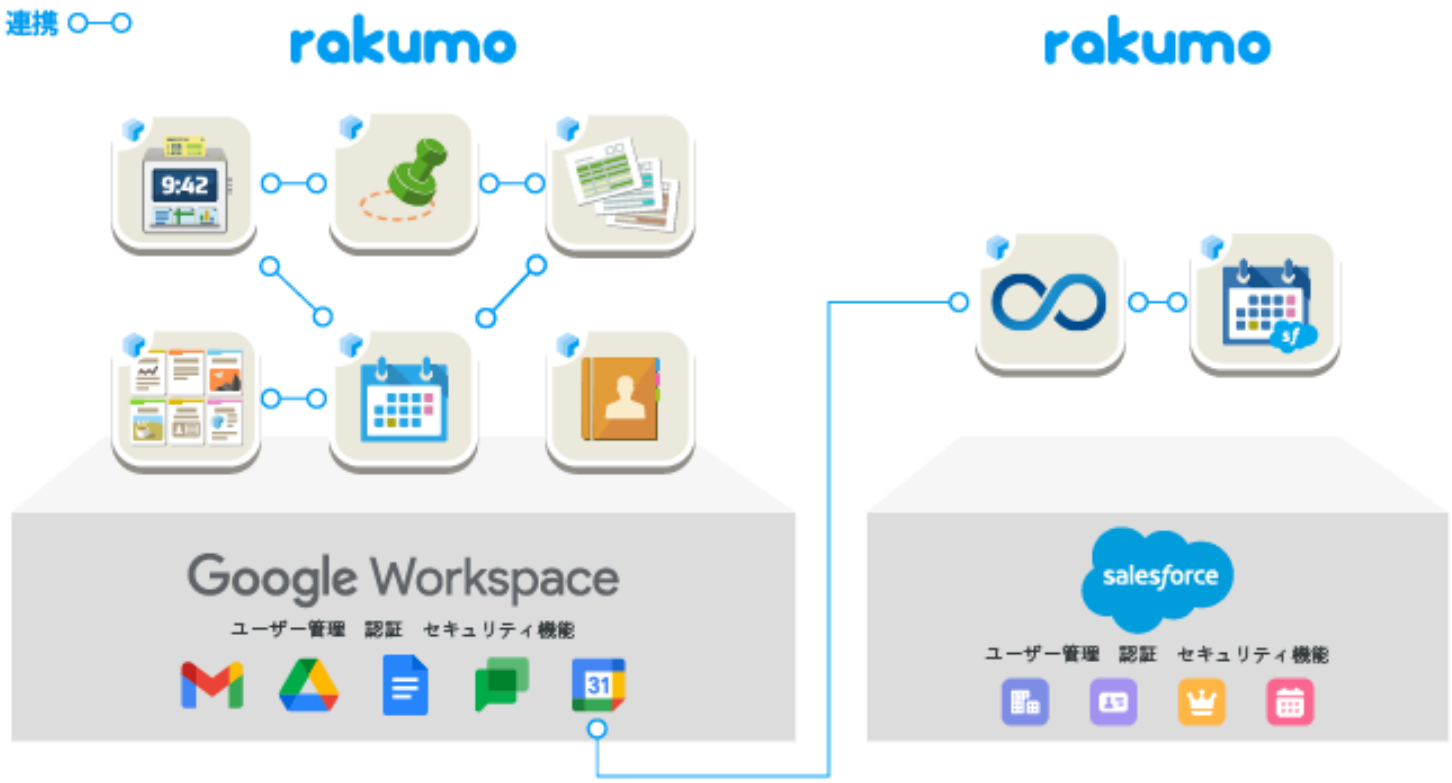
- Google社が提供する世界的なクラウドサービスであるGoogle Workspace上において、「Google版rakumo」を提供
- salesforce.com社が提供する世界的なクラウドサービスであるSales Cloud上において、「Salesforce版rakumo」を提供

Google Cloud Premier Partner
（Build, Sell, Service）

Salesforce AppExchange Partner

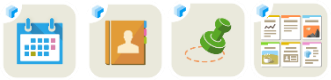
Google Workspace ＋ Salesforce ＋ rakumo

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



rakumo製品の価格帯

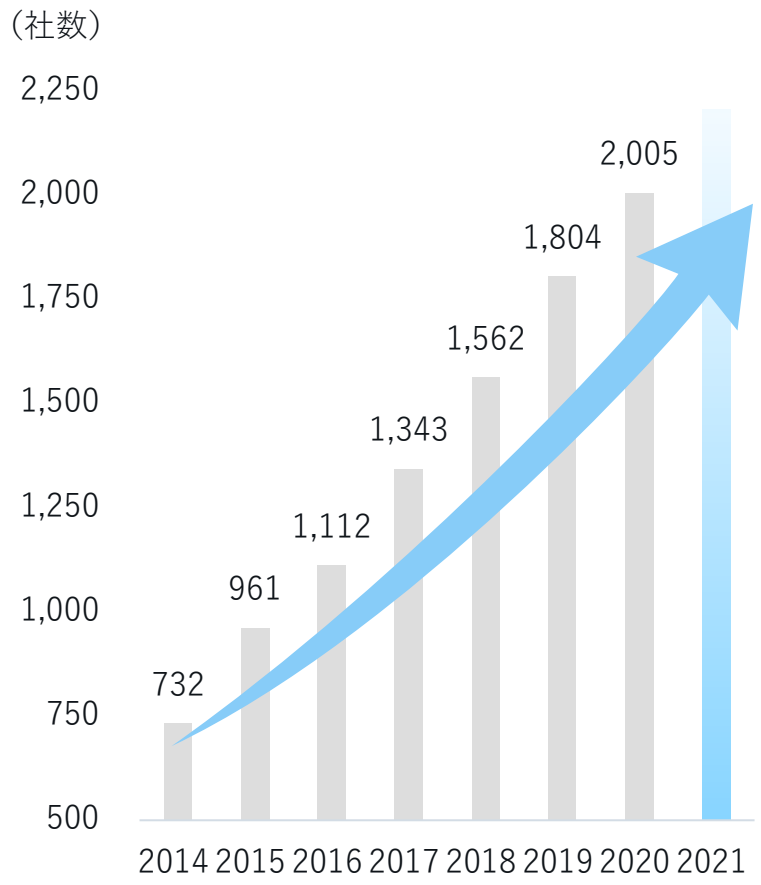
必要な機能単位だけでなく、パッケージ（パック）での提供も可能であり、クライアントにとって最適な価格帯での提供が可能

	プロダクト名	1 ID 単価（月額）	rakumo Basic パック	rakumo Suite パック
Google版	rakumoカレンダー	100円	月額：390円 	月額：780円 
	rakumoコンタクト	50円		
	rakumoワークフロー	300円		
	rakumoボード	150円		
	rakumoケイヒ	300円	-	
	rakumoキンタイ	300円	-	
Salesforce版	rakumoソーシャル スケジューラー	900円		
	rakumo Sync	400円		

顧客基盤

業種・規模を問わず、多種多様な2,000社以上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

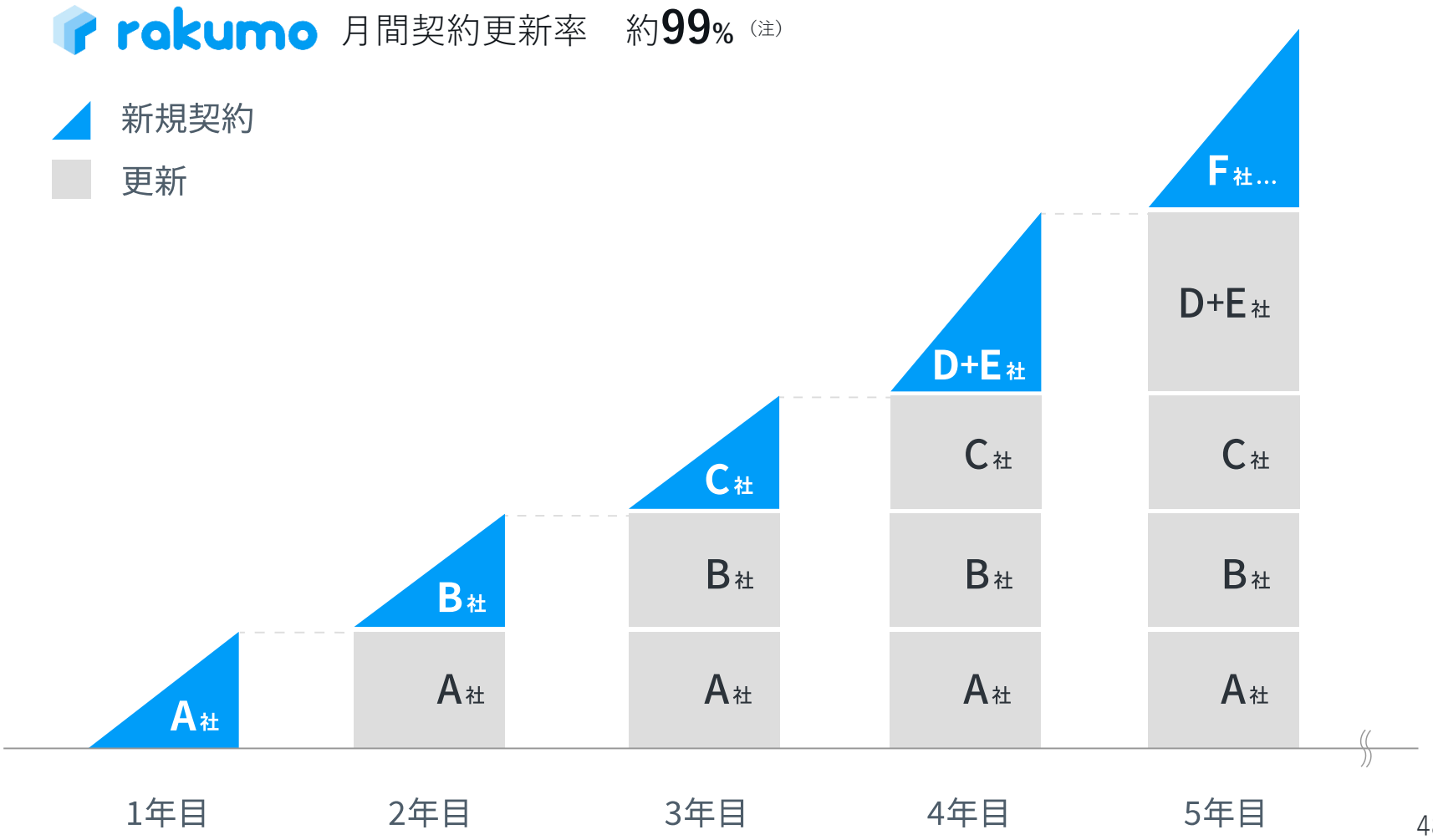


クライアント（大企業～ベンチャー企業まで）

損保ジャパン日本興亜
TV TOKYO HD
WOWOW PLUS INC.
YOKOHAMA FC JAPAN PROFESSIONAL FOOTBALL LEAGUE
埼玉高速鉄道
OPEN HOUSE
mixi GROUP
CrowdWorks
サンメディカル
HENNGE
MOBILE INTERNET CAPITAL
沖縄国際大学 Okinawa International University
株式会社 識学
SHOWCASE
Jalux

全体的なイメージ

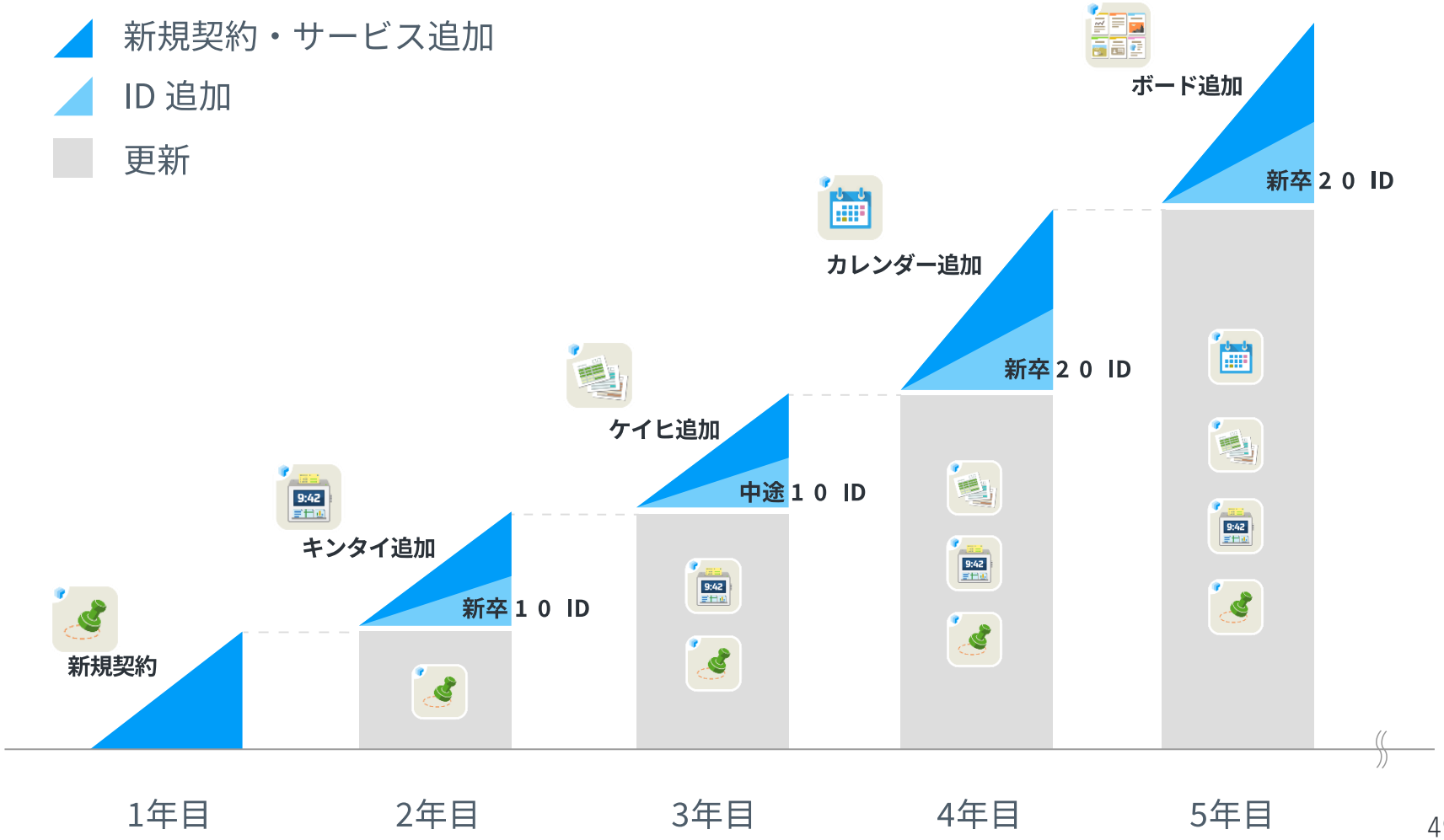
・新規契約が翌年度の売上拡大に貢献し（積上げモデルにより）、安定性と成長性を実現
・高い契約更新率（低解約率）により、新規契約の大半が翌年度以降も売上に貢献



注：2020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）当たりのイメージ

・クライアントの成長に伴い追加ID受注が見込め、売上単価増が期待される
・更に、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



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



※「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。

プラットフォームとの補完関係

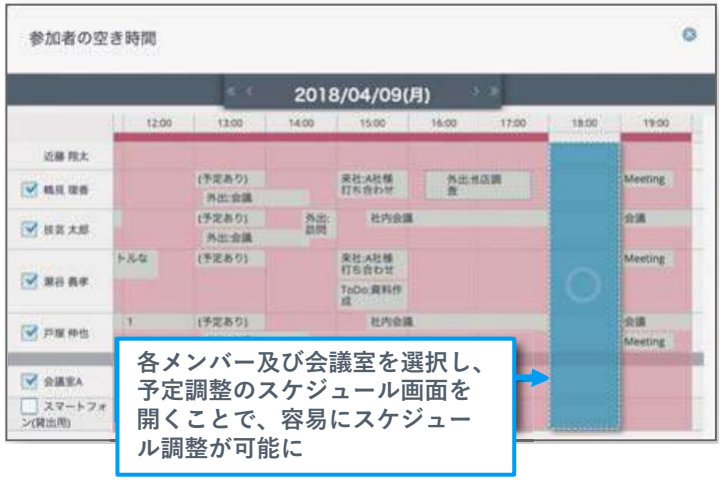
- 当社がサービスを展開するプラットフォームのターゲット市場は世界であり、ローカライズ（国別又はアジア等の地域特性を考慮）された当社サービスとの補完関係が高い状況
- プラットフォーム提供先がローカライズすることにより生じるデメリット（世界での販売が困難になる等）を当社のようなアドオンツール提供サービス会社が補完することにより、クライアントニーズに沿った製品・サービスの提供が可能

＜rakumoカレンダーの補完機能例＞

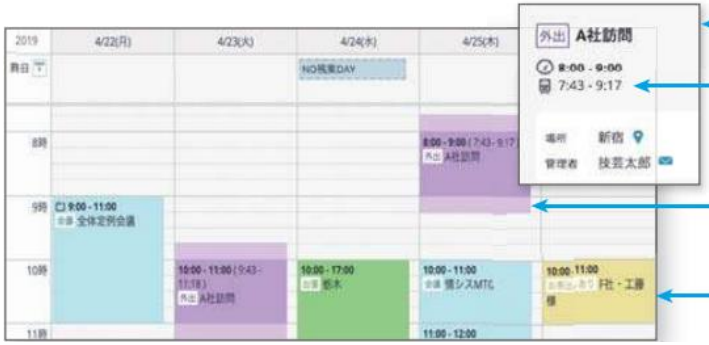
（チーム組織で使いやすく）



（スケジュール調整を容易に）



（個人スケジュールの週表示及び当社他製品との連動）



該当スケジュールにマウスを合わせることにより瞬時に概要表示

電車の移動時間含めて表示（rakumo経費と連動）

電車の移動時間の前後を薄色でブロック表示（rakumo経費と連動）（P.13ご参照）

予定種別を設定可能、色分けで会議の実施方法等を分かりやすく表示

（ご参考）製品導入のきっかけ及びお客様からの声

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

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

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

2 「他社からの乗り換え」

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

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

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

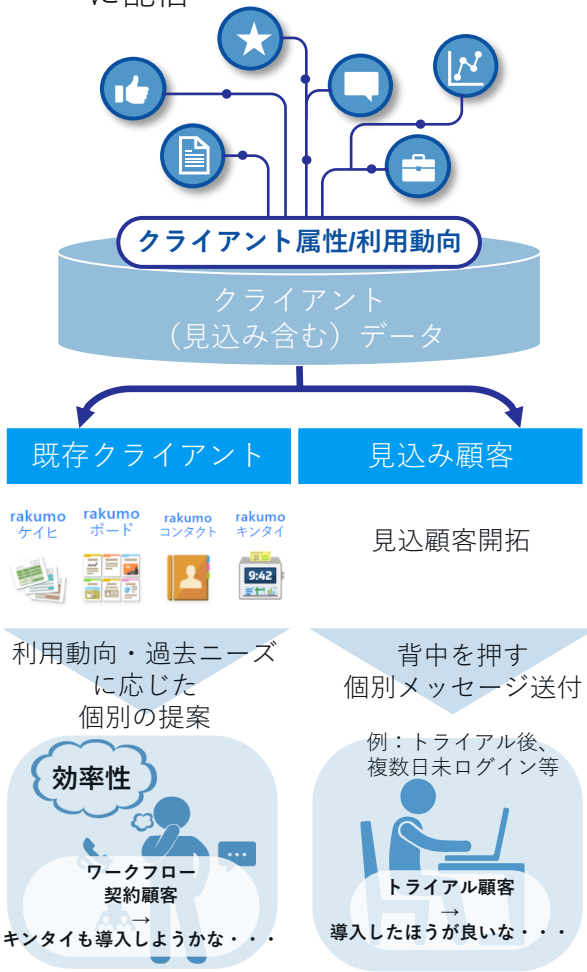
Appendix（ご参考資料）

2. 成長戦略の概要

成長戦略 1 ユーザー1人当たりの単価の増加

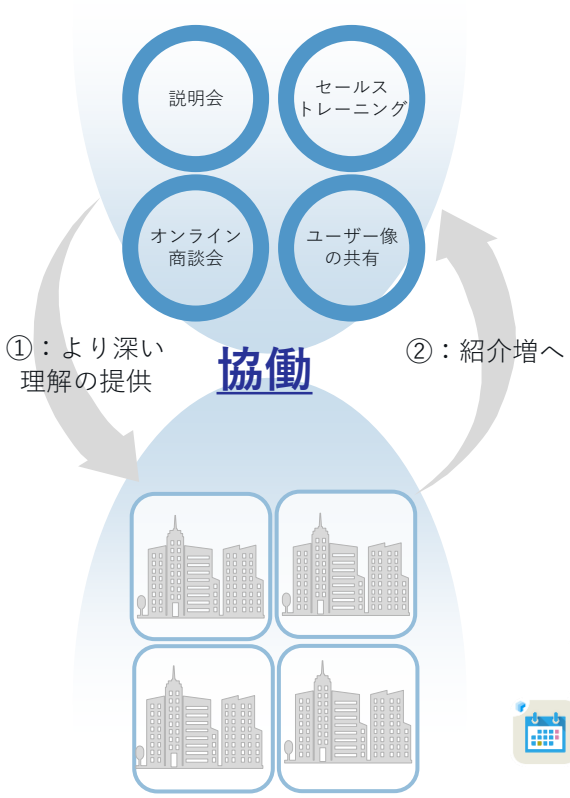
クロスセル※の実現

- 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



販売パートナーとの協働

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



新規プロダクト開発

- 新規プロダクト開発（人事分野でのテクノロジー領域、Salesforce関連製品、データ活用を通じた新規サービス等）による更なるクロスセルの実現



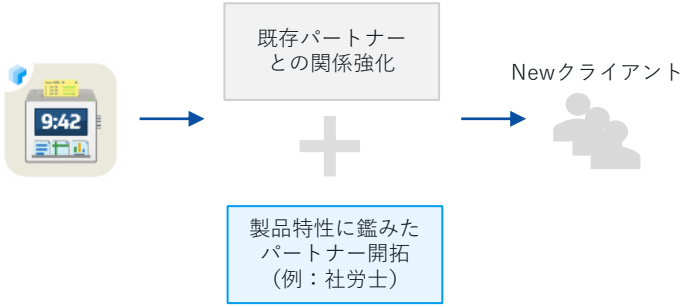
※クロスセル：追加サービスを販売することです（例：ワークフローを使用されていたお客様がキンタイを新たに契約するケースなどが該当いたします）。

成長戦略 2 販売先の増加：新規販売先の開拓

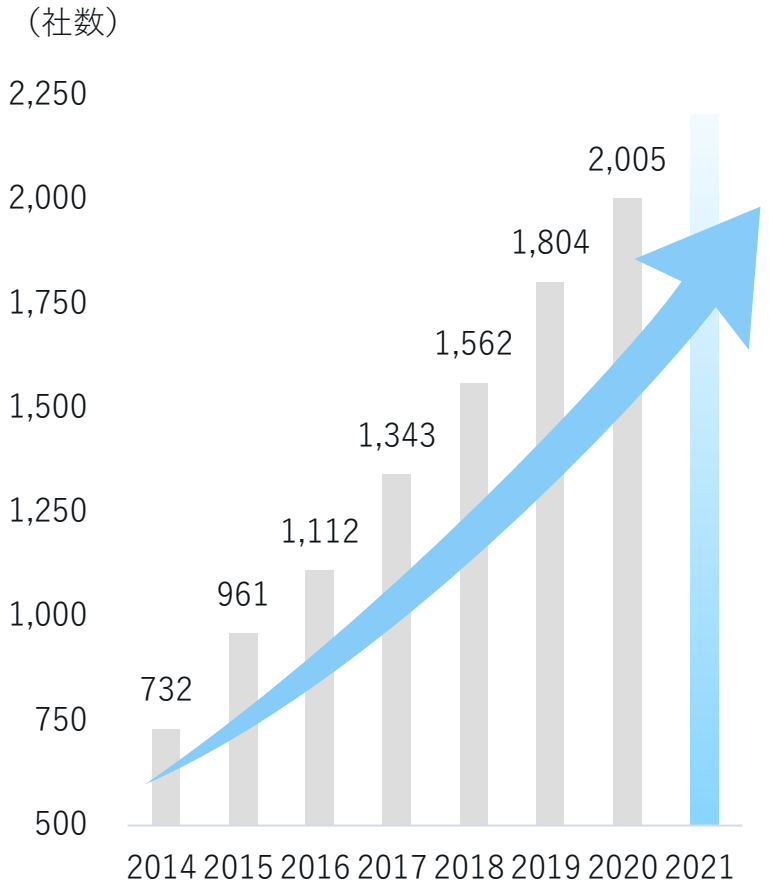
新たな販売戦略（マーケティング施策を含む）を通じた新規販売先の開拓

主要な戦略

1. 新たなマーケティング施策の実施
   - マーケティングオートメーションの活用（クライアントの属性/利用動向を分析・分類し、個々のクライアントに即した情報提供を自動的に配信）
   - 費用対効果を意識し、適切な認知度向上策の検討・実行
2. 販売パートナーとのリレーション強化
   - 展示会やセミナー等を実施等、パートナーに合わせた対応を実施
   - 製品特性に応じた新規代理店パートナー開拓を実施



クライアント数の推移

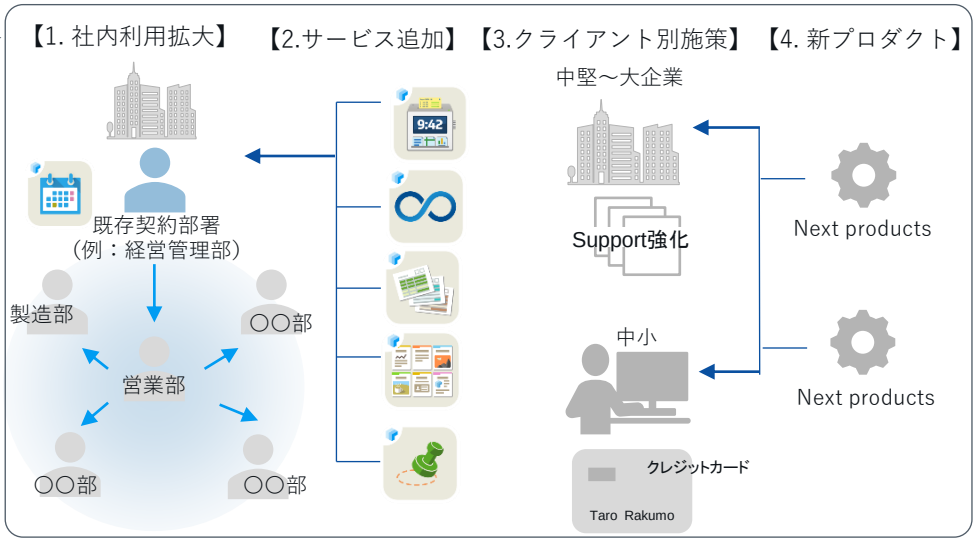


成長戦略 3 1社当たりの販売数量の増加

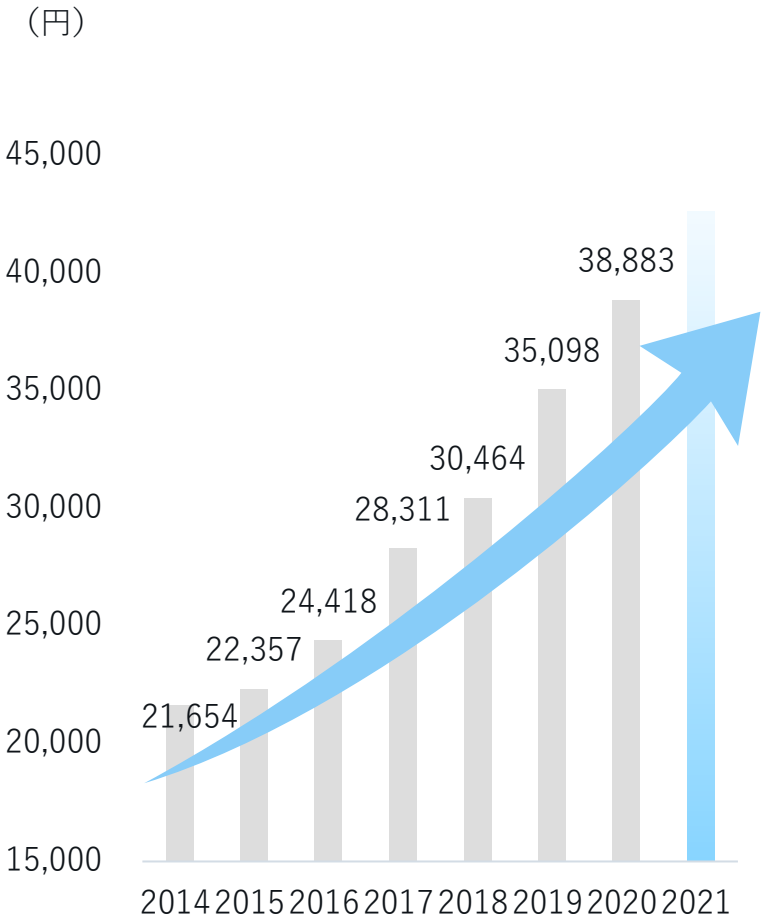
販売戦略及びプロダクト開発を通じた1社当たりの販売数量の増加

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。

成長戦略 4 販売数量の増加：契約の継続

他社連携及びクライアントの状況を把握し、更なる継続更新率の向上を企図

他企業との連携

- システム連携により、更にしごとをラクに！

既存領域

Google Workspace

salesforce

New

slack

2020/5 提供開始



& more & more

顧客離脱分析

- 顧客離脱の低減

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

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

IT Review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

連携の推進により、rakumo内でビジネス完結可能なビジネスプラットフォームの実現を目指す

月間契約更新率 約99%

更に契約更新率をUP

更に仕事をラクに！

そして仕事を面白く

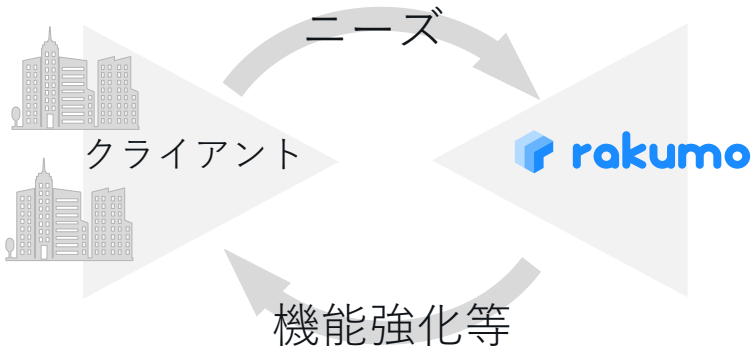
成長戦略 5 新規プロダクト開発

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、中長期的には更なる新規プロダクト開発を企図

既存プロダクトの追加機能

既存サービスの継続的なブラッシュアップ

SaaSの特徴である継続利用を高める為に業務効率化に繋がる顧客の声を製品に反映



新規ラインナップの強化

新規プロダクト開発（人事分野でのテクノロジー領域、Salesforce関連製品、データ活用を通じた新規サービス等）



成長戦略 6 日本モデルの海外展開

1. 東南アジアを中心としたライセンス事業の拡大

- 2020年初頭のコロナウイルス感染拡大により全世界的に顕在化した法人の業務継続を意識したリモートワーク対応ニーズの拡大を捉え、特に成長著しいASEAN地域において、ライセンス事業の拡大を模索
- ASEAN地域内でも経済成長率が高く、当社も拠点を有するベトナムにおいて、当社サービス及びパートナー企業のプラットフォームサービスの販売を検討



2. ASEAN地域における独自ライセンス商材の開発・提供

- 当社のライセンスサービス開発知見を活かし、当社のオフショア拠点であるベトナムにおいて、地域向けの法人向け独自サービスの開発、販売を促進

Appendix（ご参考資料）

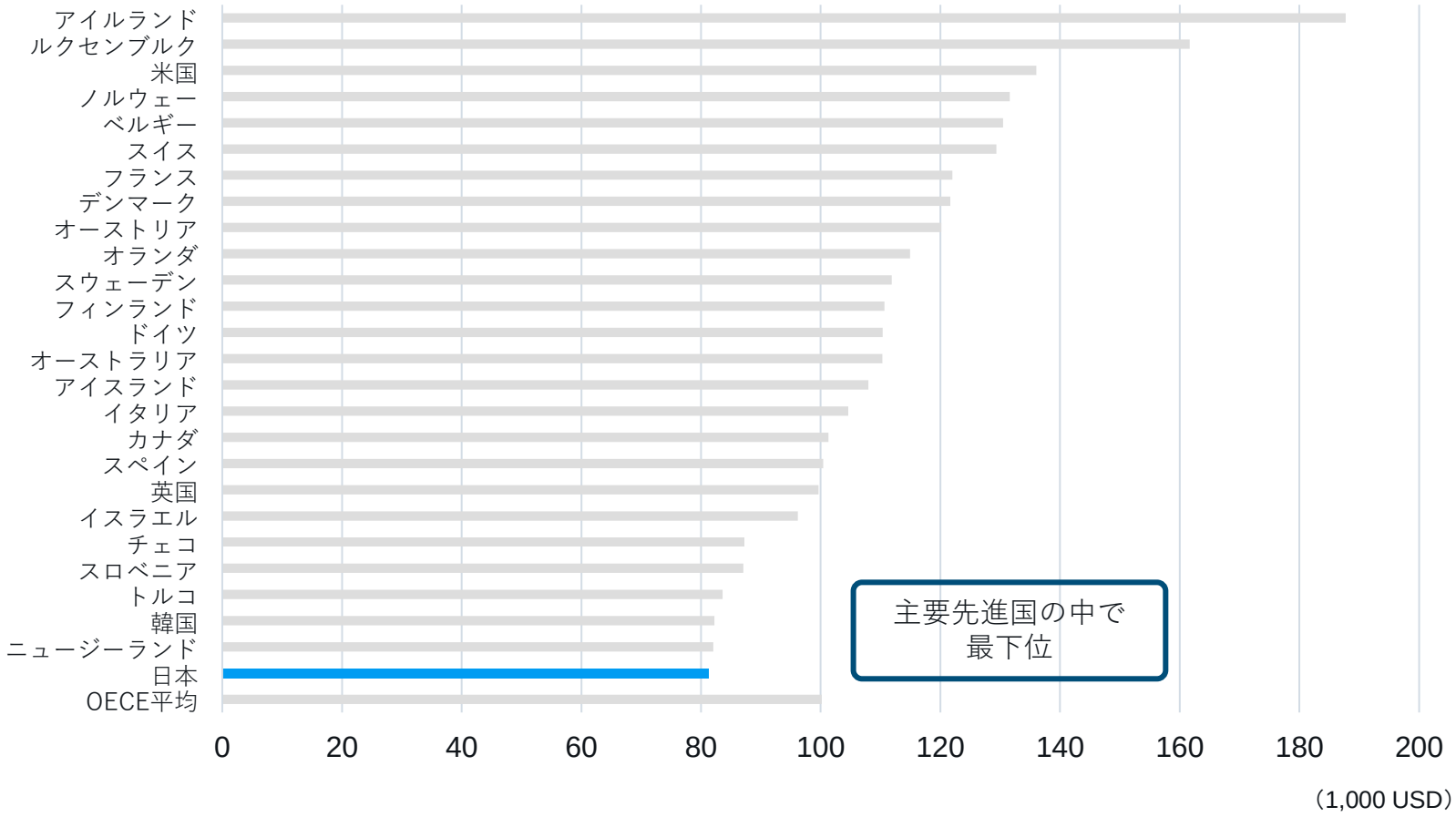
3. 業界動向

日本社会が求められている労働生産性

日本は長年OECD加盟諸国の中で、1人当たりの労働生産性が低く、効率的な働き方（労働生産性の向上）が求められている。順位でみると OECD 加盟 37カ国中 26 位と 1970 年以降最も低い状況

OECD加盟国の労働生産性（2019年）

※就業者1人当たりが生み出す成果



出所： 公益財団法人 日本生産性本部「労働生産性の国際比較 2020」

日本社会が目指している働き方

日本は、働き方改革を通じて、労働生産性の向上及び柔軟な働き方（テレワーク）等を追及しており、クラウド業務支援ツールを提供する当社のビジネスと方向性が一致

働き方改革の概要

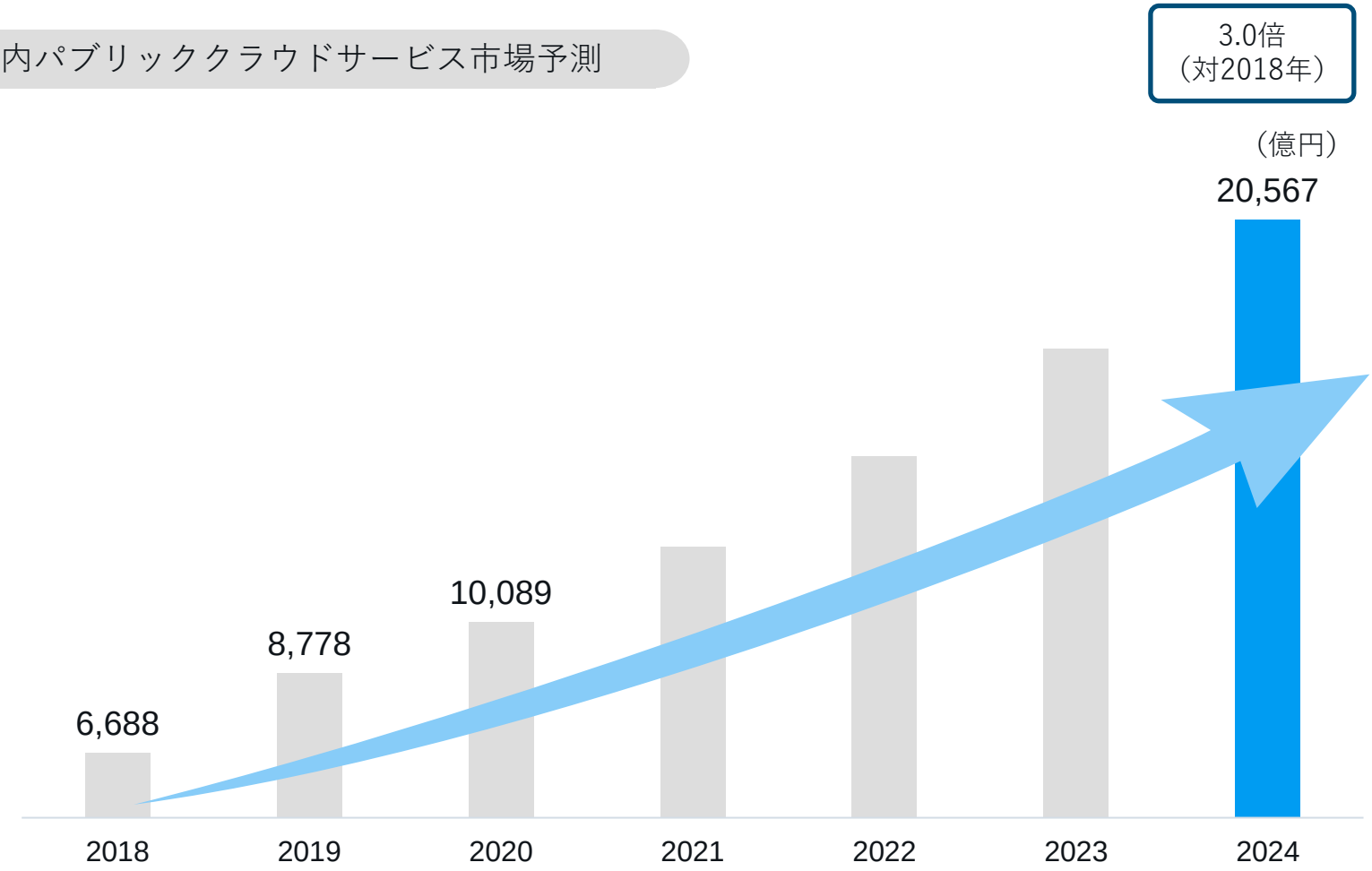
No.	項目	詳細
1	非正規雇用の処遇改善	・同一労働同一賃金の実効性を確保する法制度とガイドラインの整備 ・非正規雇用労働者の正社員化などキャリアアップの推進
2	賃金引上げと労働生産性向上	・企業への賃上げの働きかけや取引条件改善・生産性向上支援など賃上げしやすい環境の整備
3	長時間労働の是正	・法改正による時間外労働の上限規制の導入 ・勤務間インターバル制度導入に向けた環境整備 ・健康で働きやすい職場環境の整備
4	柔軟な働き方がしやすい環境整備 ・テレワークを導入していない企業 83.8% ・国内クラウドソーシング市場規模 2013 年　215 億円 2014 年　408 億円 2015 年　650 億円	・雇用型テレワークのガイドライン刷新と導入支援 ・非雇用型テレワークのガイドライン刷新と働き手への支援 ・副業・兼業の推進に向けたガイドライン策定やモデル就業規則改定などの環境整備
5	病気の治療、子育て・介護等と仕事の両立、障害者就労の推進	・治療と仕事の両立に向けたトライアングル型支援などの推進 ・子育て・介護と仕事の両立支援策の充実・活用促進 ・障害者等の能力を活かした就労支援の推進
6	外国人材の受入れ	・外国人材受入れの環境整備
7	女性・若者が活躍しやすい環境整備	・女性のリカレント教育など個人の学び直しへの支援や職業訓練などの充実 ・パートタイム女性が就業調整を意識しない環境整備や正社員女性の復職など多様な女性活躍の推進 ・就職氷河期世代や若者の活躍に向けた支援・環境整備の推進
8	雇用吸収力の高い産業への転職・再就職支援、人材育成、格差を固定化させない教育の充実	・中途採用の拡大に向けた指針策定・受入れ企業支援と職業能力・職場情報の見える化 ・給付型奨学金の創設など誰にでもチャンスのある教育環境の整備
9	高齢者の就業促進	・継続雇用延長・定年延長の支援と高齢者のマッチング支援

出所：首相官邸 HP「働き方改革実行計画（概要））」より（2017年3月28日働き方改革実現会議決定）

国内パブリッククラウドサービス市場の成長

2024年の国内パブリッククラウドサービス市場規模は2018年比3.0倍の2兆567億円へ拡大見通しであり、引き続き高い成長性が見込まれている状況

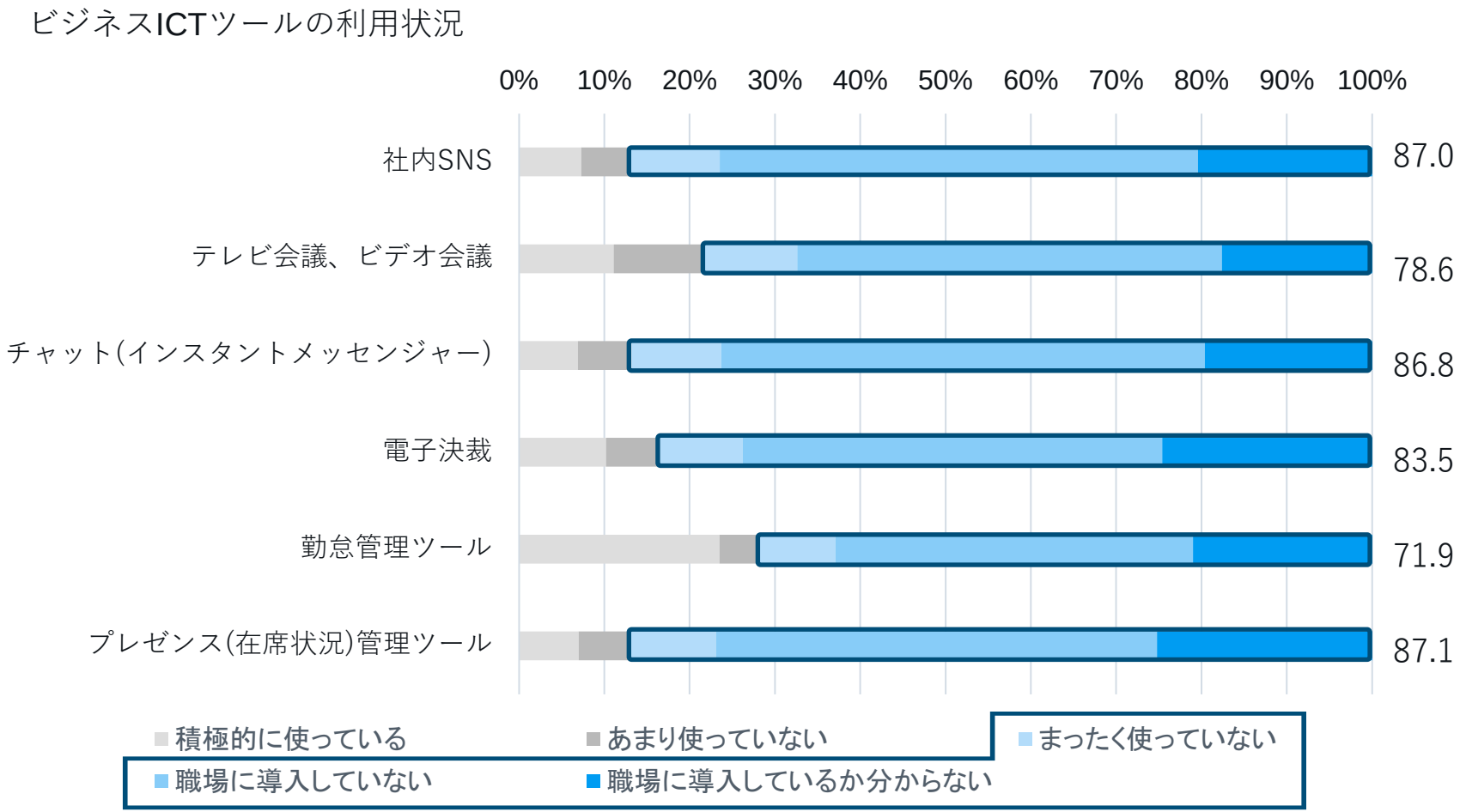
国内パブリッククラウドサービス市場予測



出所：IDC Japan 株式会社「国内パブリッククラウドサービス市場予測、 2020 年～2024 年」

国内ビジネスITツールの拡大余地

総務省の統計によると国内ビジネスITツールの未使用状況は70〜90%程度であり、市場の拡大余地がある状況



出所：総務省 「ICTによるインクルージョンの実現に関する調査研究」 (2018)

補足資料

経営メンバー

経営・事業ノウハウ、IT技術、ガバナンス等、バランスの取れたメンバー体制を構築



御手洗 大祐 代表取締役社長 CEO

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 日本技芸（現当社） 設立 代表取締役社長（現任）
2005年 アイスタイル 社外取締役
2018年 rakumo Company Limited（ベトナム） 会長（現任）



田近 泰治 取締役 CTO

1994年 パロアルト入社
2000年 バックテクノロジーズ入社
2006年 当社入社後、現在に至る



西村 雄也 取締役CFO

2005年 三井住友銀行の法人部門に入行
2007年 野村證券の投資銀行部門に入社
2018年 当社入社後、現在に至る



川元 久海子 取締役COO

1997年 日本オラクル入社
2016年 キリバ・ジャパン入社
2018年 当社入社後、現在に至る



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）

吉川 剛史 社外取締役

1989年 日本電信電話入社
2005年 日本オラクル入社
2017年 Y‘s Resonance設立 代表取締役 （現任）
2017年 当社監査役就任後、現在に至る

野口 誉成 社外監査役

1996年 日本オラクル入社
2014年 VOYAGE GROUP常勤監査役（現任）
2017年 当社監査役（現任）

江鳩 孝二 社外監査役（弁護士）

2006年 佐藤総合法律事務所入所
2014年 北浜法律事務所入所後、2016年パートナー就任
2019年 当社監査役（現任）

IT Reviewでの表彰

「ITreview Grid Award 2021 Winter」の5部門でAward を受賞



rakumo（Google Workspace 版）
- グループウェア部門
- Google Workspace拡張機能部門

rakumo ワークフロー
- ワークフロー部門
- Google Workspace拡張機能部門



rakumo ケイヒ
- 経費精算部門
- Google Workspace拡張部門

rakumo カレンダー
- カレンダーソフト部門

Salesforce版 rakumo
- カレンダーソフト部門

ディスクレーマー

- 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。