IR Presentation

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2026年3月27日 l 東証グロース 4060

rakumo

目 次

1. 会社概要・事業概要
2. 2025年度 通期決算等の状況
3. 主要なKPI（指標）の推移
4. 業界動向及び事業環境
5. 成長戦略と進捗状況
6. 中期経営計画の進捗状況
7. 主要なリスク及び対応方針

目 次

1. 会社概要・事業概要
2. 2025年度 通期決算等の状況
3. 主要なKPI（指標）の推移
4. 業界動向及び事業環境
5. 成長戦略と進捗状況
6. 中期経営計画の進捗状況
7. 主要なリスク及び対応方針

1.

会社紹介

仕事をラクに。オモシロく。

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、
クラウド上でサブスクリプション型の
ビジネスモデルで提供

会社名	rakumo 株式会社
代表取締役社長	清水 孝治
設立日	2004年12月17日
本社所在地	東京都千代田区麹町3-2　垣見麹町ビル6階
上場市場	東京証券取引所グロース（証券コード：4060）
資本金	400,629千円（2025年12月末現在）
従業員数	約130名（2025年12月末現在）（連結）
事業内容	・rakumo製品、aloop製品等の開発・販売 ・情報通信機器、ソフトウエアの販売 ・上記に付随した導入支援サービス
グループ会社	株式会社gamba/株式会社DEGINA/株式会社エージェントシェア/RAKUMO COMPANY LIMITED（ベトナム）

役員の紹介

経営・事業ノウハウ、IT技術、財務税務など、バランスの取れた体制を構築

清水 孝治　代表取締役社長 グループCEO

2001年　ニフティ株式会社 入社
2014年　Jibe Mobile株式会社（現Automagi㈱）入社
2014年　同社 取締役
2021年　SREホールディングス株式会社 入社
2023年　同社 常務執行役員
2024年　当社入社 事業担当執行役員COO
2025年　当社　代表取締役社長（現任）

代表取締役がこれまで培った以下の経験や実績を、中計の実行力に転換

1. SaaS事業/AI事業での新規事業開発/推進
2. M&A及びPMI
3. 法人営業を中心とした営業業務全般

石田 和也　取締役CTO プロダクト部長

2005年 株式会社アイ・デザイン・システムズ（現株式会社ディー・ビー・アイ）入社
2010年 当社入社
2020年 当社執行役員プロダクト部長
2022年 当社取締役CTO兼プロダクト部長（現任）

石曽根 健太　取締役CFO

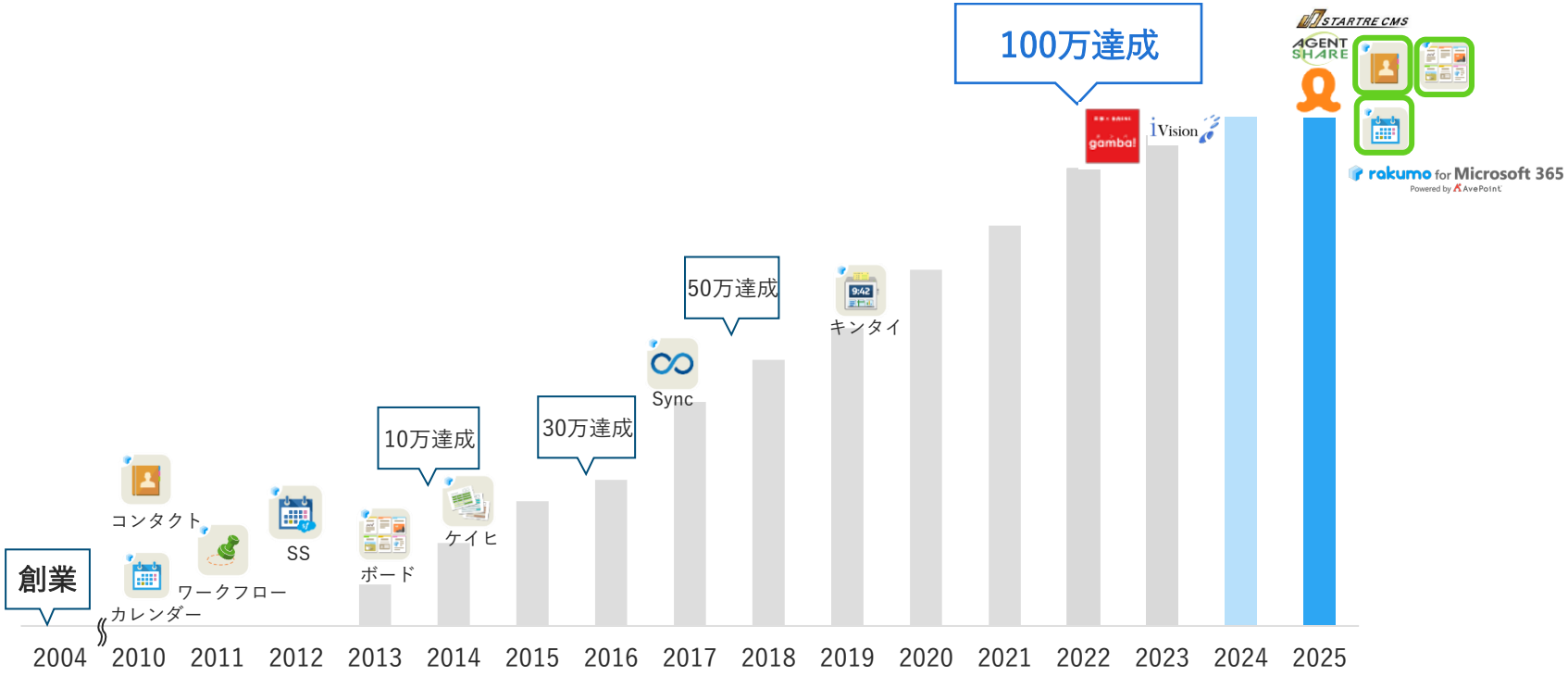
2013年 有限責任 あずさ監査法人入所
2022年 当社入社 経営管理部長
2024年 当社執行役員経営管理部長
2024年 当社取締役CFO（現任）

社外役員（取締役/監査役）

金子 昌史	2024年 当社取締役（現任） 主な経歴：アドバンテッジアドバイザーズ㈱ディレクター
秦 美佐子	2019年 当社常勤監査役（現任） 主な経歴：優成監査法人（現太陽）、秦美佐子事務所設立 所長
野口 誉成	2017年 当社監査役（現任） 主な経歴：日本オラクル、CARTA HOLDINGS常勤監査役
中野 玲也	2024年 当社監査役（現任） 主な経歴： 森・濱田松本法律事務所 パートナー

沿革（開発製品及びライセンス数の推移）

- 2010年にrakumoサービスを開始し、以降堅調な増加を続け、ライセンス数は2025年12月末に約124万にまで拡大
- 2022年からプロダクトを保有する企業のM&Aを開始し、これまで５社を買収しrakumoサービス以外のプロダクトを拡充
- 2025年度の調整後EBITAは585百万円（調整後EBITAマージン32.0%）、連結営業利益は428百万円（営業利益率23.4%）とそれぞれ過去最高益を更新



事業の概要（rakumoサービス）

「Google Workspace」、「Sales cloud」、「Microsoft 365」のプラットフォームをより使いやすく、足りない機能を追加することで、オフィスツールをより楽にご利用いただくためのアドオンツールを提供

rakumo for Google Workspace

Google Workspace のユーザー管理等の基盤を共通利用

グループウェア領域のサービスを提供

勤怠管理
rakumo キンタイ

稟議・申請
rakumo ワークフロー

経費精算
rakumo ケイヒ

スケジュール管理
rakumo カレンダー

社内掲示板
rakumo ボード

連絡先管理
rakumo コンタクト

rakumo for Salesforce

Salesforce を使いやすいグループウェアに進化させる

クラウド拡張ツールを提供

rakumo ソーシャル スケジューラー
カレンダー

rakumo Sync
カレンダー

rakumo for Microsoft 365

Powered by AvePoint

Microsoft 365 のユーザー管理等の基盤を共通利用

グループウェア領域のサービスを提供

スケジュール管理
rakumo カレンダー

社内掲示板
rakumo ボード

連絡先管理
rakumo コンタクト

＋

より使いやすく、より多くの機能を

＋

Google Workspace

資料作成
連絡
データ検索
セキュリティ

Google Workspace
PREMIER
Co-sell & Services Partner

Sales Cloud

ユーザー管理
認証
セキュリティ機能

salesforce
available on AppExchange

AvePoint

rakumo for Microsoft 365でのサービスの

共同開発・販売に関する業務提携契約

＋

Microsoft 365

rakumo製品のラインナップ（紹介動画）

- 幅広い業務支援ツールをGoogle Workspace版、Salesforce版、Microsoft 365版としてクラウド上で提供
- プロダクトのカバー範囲が広く、多種多様なクライアントのニーズに対応可能

	プロダクト名	概要・機能等	動画URL
Google Workspace版	rakumo カレンダー	**共有スケジューラー** Googleカレンダーとの連携、会議室・設備予約、ケイヒ連携	紹介動画
	rakumo コンタクト	**共有アドレス帳** 社員名簿、顧客・取引先情報管理、Gmailとの連携、カレンダー連携	紹介動画
	rakumo ワークフロー	**電子稟議システム** 豊富な承認経路設定、柔軟な申請フォーム作成、ケイヒ・キンタイ連携	紹介動画
	rakumo ボード	**電子掲示板** コメント・リアクション機能、回覧板、アクセス設定、カレンダー連携	紹介動画
	rakumo ケイヒ	**経費精算システム** 運賃・乗換情報連携、定期区間設定、カレンダー・ワークフロー連携	紹介動画
	rakumo キンタイ	**勤怠管理システム** 柔軟な勤務形態設定、ICカード・Web打刻対応、カレンダー連携	紹介動画
Salesforce版	rakumo ソーシャル スケジューラー	**共有カレンダー** Salesforceカレンダーのリデザイン、取引先・商談データ等との紐付け	–
	rakumo Sync	**カレンダー同期サービス** GoogleカレンダーとSalesforceカレンダーの双方向同期サービス	–
Microsoft 365版	rakumo カレンダー	**共有スケジューラー** Outlookカレンダーとの連携、会議室・設備予約	–
	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、Outlookメールとの連携、カレンダー連携	–
	rakumo ボード	**電子掲示板** コメント・リアクション機能、回覧板、アクセス設定、カレンダー連携	–

rakumo製品の価格帯

rakumo

■ 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
※2025年10月１日より一部製品の利用料金改定を実施リンク

	プロダクト名	1 ID 単価（月額）	rakumo Basicパック	rakumo Suiteパック
Google Workspace版	rakumoカレンダー	200円	月額：680円	月額：1,100円
	rakumoコンタクト	130円		
	rakumoワークフロー	500円		
	rakumoボード	300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	-	-
Microsoft 365版	rakumoカレンダー	300円	-	-
	rakumoコンタクト	200円	-	-
	rakumoボード	400円	-	-

※ 上記は税抜表示価格となります。

「rakumo」と「Google Workspace」及び「Microsoft 365」の連携

- Google社又はMicrosoft社が提供する「Google Workspace」又は「Microsoft 365」と合わせて「rakumo」を利用することで、企業内の業務の効率化を実現

ユーザーアカウント・グループ・認証を統合した**「シームレスなデータ連携」**

Google Cloud・Azure 上で稼働する**「強固なセキュリティ」**

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、セールスフォース社及びMicrosoft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」

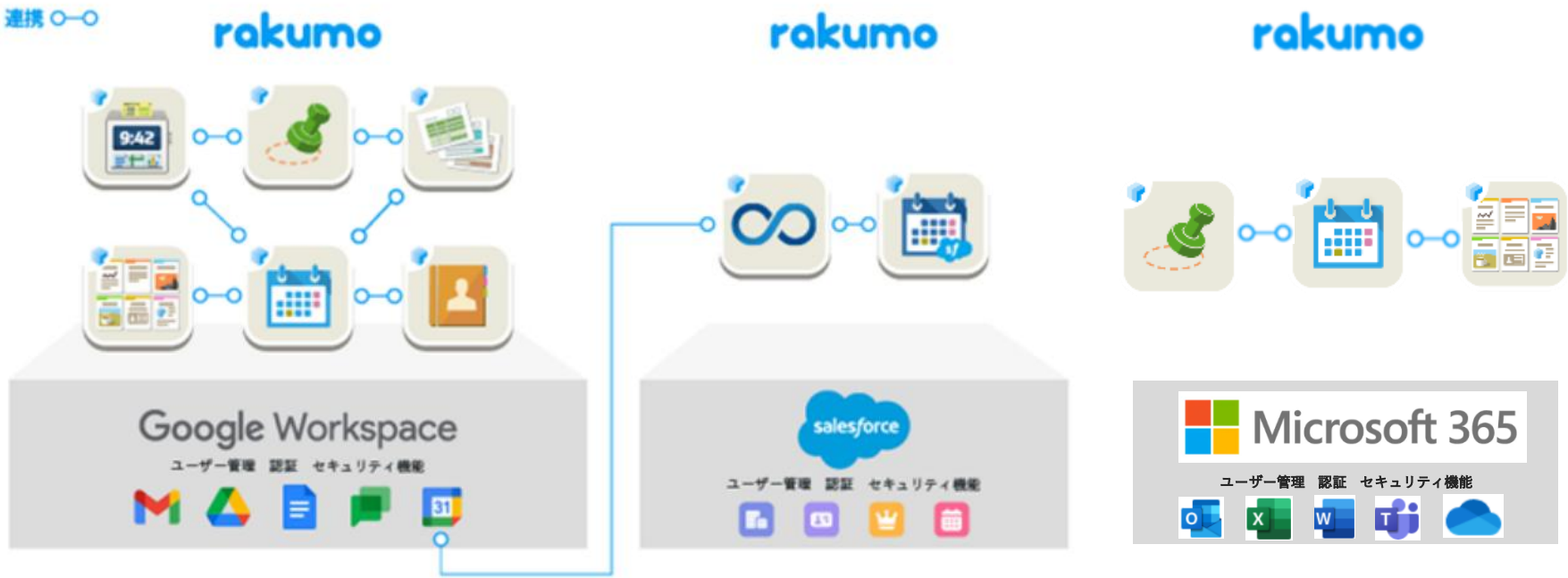
・大手プラットフォーマー自身の開拓だけでなく、大手プラットフォームの販売代理店（販売パートナー）等による市場の開拓が順調に進んでいる状況
・当社自身もGoogle Workspaceの販売代理店となっていることから、Google Workspace導入先へのrakumo製品販売だけでなく、自社でマーケットの拡大を図ること（当社がGoogle Workspaceを販売しマーケットを拡大させたうえで、さらに当社rakumo製品をアドオン（販売）すること）が可能

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

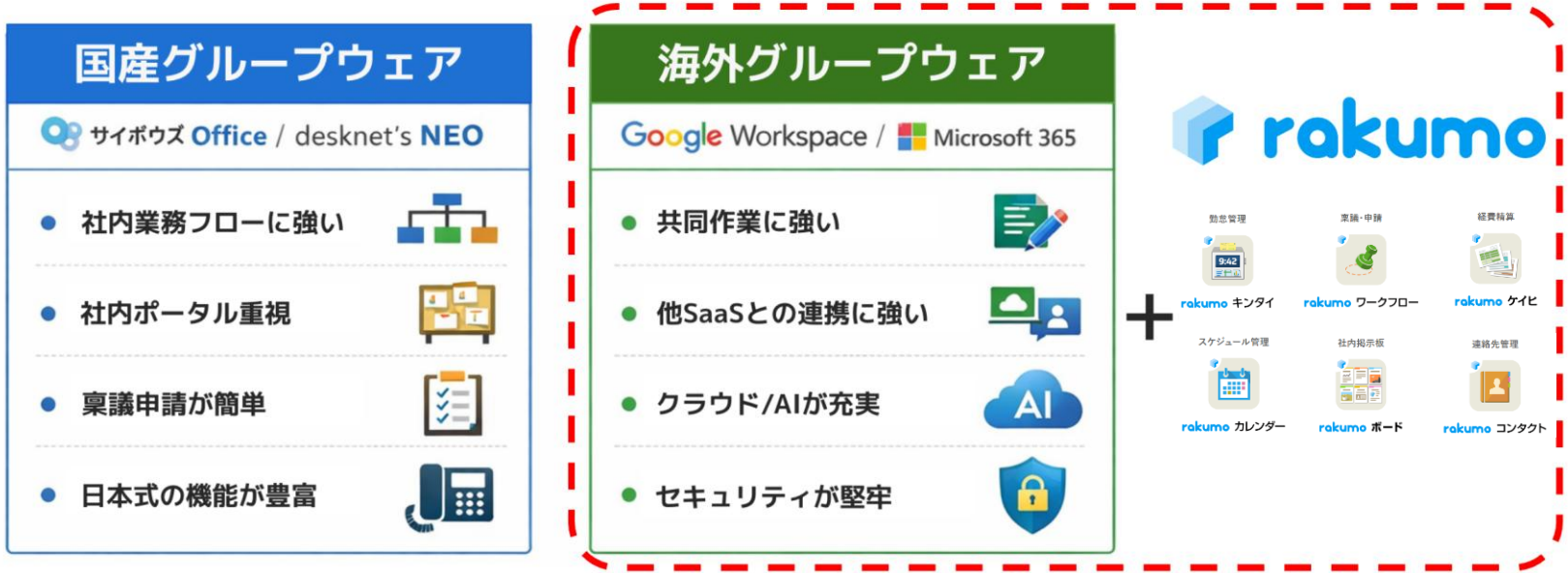
Google Workspace＋Salesforce＋Microsoft 365＋rakumoによるメリット

■ 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、rakumoサービス間での重複入力がないことでミスの低減にも寄与



rakumoサービスの競争優位性 -日本企業にとっての使いやすさを追求

- 日本市場で大きなシェアを獲得している「Google Workspace」「Microsoft 365」は、共同編集作業の容易さ、AI機能が優れているが、<u>日本企業にとっての使いやすさ</u>は国産グループウェアに劣後
- 国産グループウェアの特長である日本企業にとっての使いやすさを追求したUI/UXや機能を、海外グループウェアに付加できるのがrakumoサービスの特長であり強み
- サブスクリプション型の課金システムで、解約率が低く（25年4Q実績で解約率0.67%）、利益が積層的に積み上がっていき安定的な拡大が見込める



rakumoサービスの競争優位性 – Googleカレンダーとの比較①

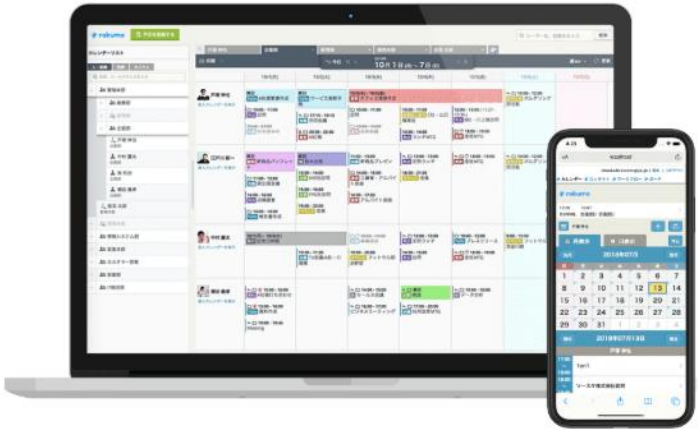
Googleカレンダーは個人主体の使い方にフォーカスされているため、
日本企業にとって必ずしも使いやすい機能、UI/UXではないケースが多い

Google Calendar

- 組織階層表示機能なし
- 部署や設備単位で予定を管理しづらい
- 複数人の予定が重なり確認しづらい

rakumo カレンダー

- 組織階層表示・役職者順表示が可能
- 部署や設備単位での閲覧性向上
- ユーザーごとに予定を表示



rakumoサービスの競争優位性 – Googleカレンダーとの比較②

Googleカレンダーに足りない機能を補い、より使いやすくすることで
顧客の労働生産性を高めるサービスを提供。機能の一例は以下の通り

	機　能	rakumoカレンダー		Googleカレンダー	
		PC	モバイル	PC	モバイル
①	予定種別ごとの色分け	○	○	PC・モバイルともに 該当機能なし	
②	部署・グループでメンバーを表示	○	○		
③	組織階層での部署管理	○	○		
④	部署・メンバーの一括、切替表示 （タブ機能）	○	○		
⑤	カスタムグループの作成、切替表示 （タブ機能）	○	△ （PCで作成したものを表示）		
⑥	複数人の予定の候補日時提案	○	○		

プロダクトの紹介 rakumoカレンダー

単価：200円/ID
紹介動画

rakumo

日本企業の階層型組織に合うようにGoogleカレンダーを再デザインし、
組織の生産性向上を実現するスケジュール管理サービス

rakumo カレンダー

- 組織階層表示・役職者順表示が可能
- 部署や設備単位での閲覧性向上
- ユーザーごとに予定を表示

AIエージェント機能

Google社の生成AI「Gemini」を活用したAIエージェント機能。
カレンダーの日程調整・登録、操作マニュアルの案内など、対話形式の指示で様々な支援を実行

導入事例　株式会社モスフードサービス様

rakumo

Google Workspace の機能不足を補うことで大幅な業務効率化を実現！

株式会社モスフードサービス

業種：飲食業
規模：1001人～ 5000人

課 題

- ☒ 機能集約を目的に導入した **Google Workspace の機能不足**が課題に
- ☒ **Google カレンダー**における**組織階層が使いづらい**

▼

決め手

- ✓ Google Workspace との連携による**スムーズな導入**
- ✓ rakumo 管理画面の**使いやすさ・見やすさ**
- ✓ マニュアル不要で**誰もが直感的に使える rakumo カレンダーのUI**

▼

導入効果

- ✓ **グループの自動連携による組織変更時の大幅な業務効率化**
- ✓ **rakumo カレンダーで迅速かつスムーズな Web会議の開催予約・通知**
- ✓ **部署を横断した複数メンバーに関するスケジュールの視認性向上**

プロダクトの紹介 rakumoワークフロー

単価：500円/ID
紹介動画

rakumo

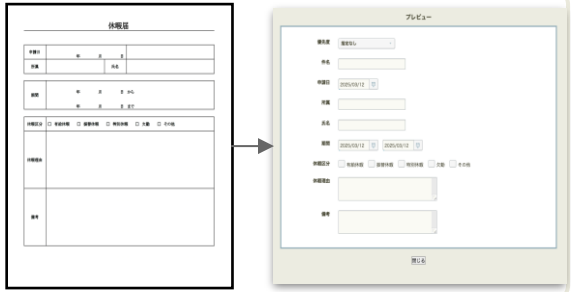
電子稟議システムにより業務効率の向上及びコミュニケーションを活発化

rakumo ワークフロー

- 企業内の様々な業務フローに対応可能
- 申請・承認意思決定がスピーディーに
- AIによるサポート機能

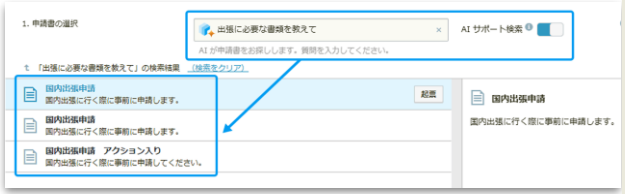
生成 AI を使って画像から申請書ひな型を作成

AIが既存の申請書から自動でひな型を生成し
作成作業を効率化



AIによる申請書検索機能

「出張に必要な手続きは？」といった
自然な質問文でAIが適切な申請書を提案



導入事例　ライフネット生命保険株式会社様

rakumo

オンプレミス型のワークフローシステムを刷新！
ユーザー側・管理者側の双方とも使い勝手が大幅に向上

LIFENET
LIFENET INSURANCE COMPANY

ライフネット生命保険株式会社

業種：保険業
規模：51人～300人

課 題

- 旧ワークフローシステムのサポート終了と機能面の要望などからリプレイスを検討
- フォーム作成ツールが有料で、なおかつ**扱える人材が少なかった**
- **運用・保守に多くの手間やコスト**がかかるオンプレミス型から脱却したかった

決め手

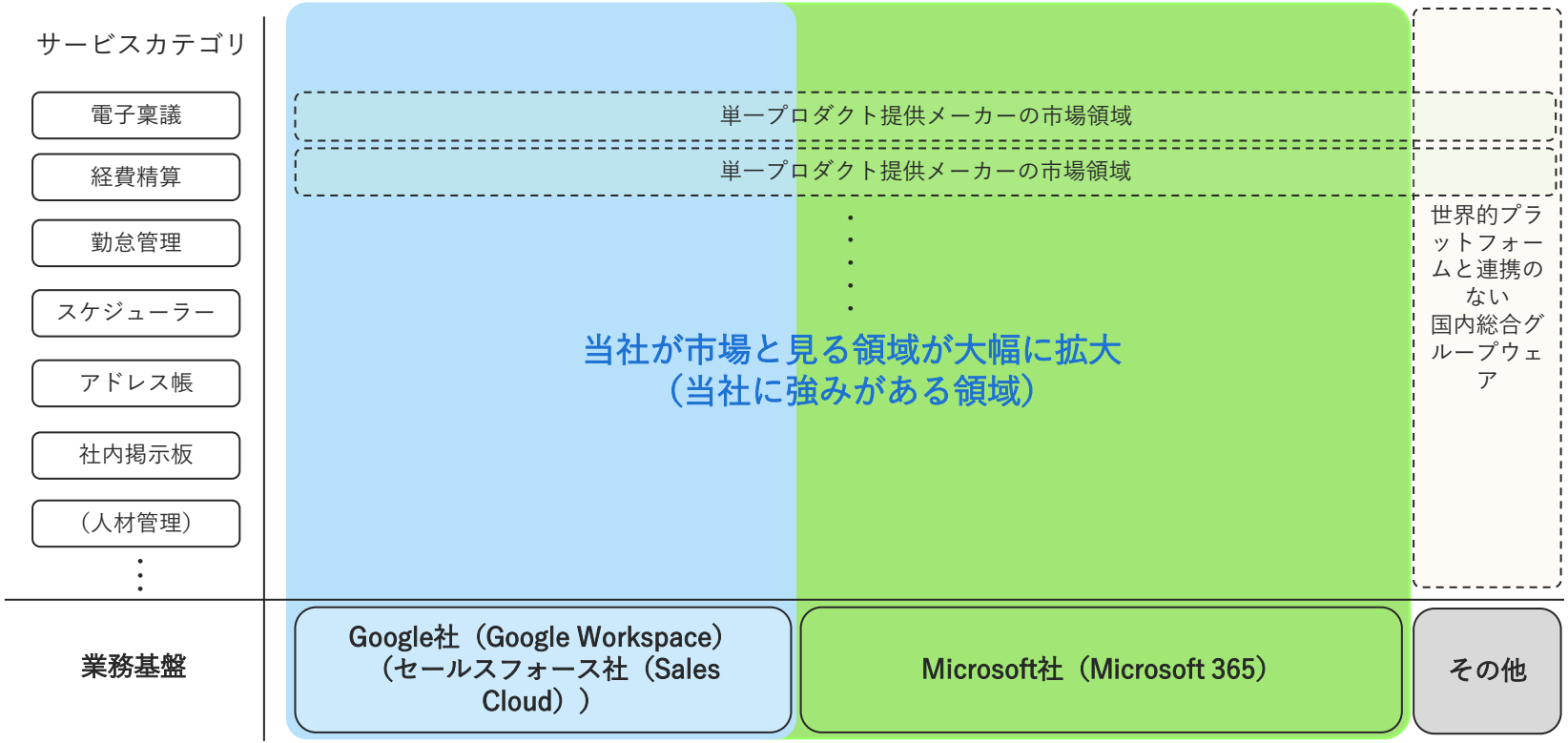
- 社内のワークフロー要件とマッチした**シンプルな各種機能**
- Google Workspace との連携で**アカウント管理が容易**に行える
- **ITリテラシーやスキルに依存せず**誰もが扱える利便性

導入効果

- ユーザー側・管理者側の双方とも**使い勝手が向上**
- 部署ごとに運用担当者を任命し、**メンテナンス業務の負荷分散が可能**に
- ユーザーの入退社や人事異動などに対する**アカウント管理が容易**に
- オンプレミスサーバの**運用・保守にかかる手間やコストを削減**

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がAvePoint Japan社との提携によりMicrosoft365領域へ拡大。これにより顧客範囲の拡大のみでなく、解約率の減少も企図
- 販売パートナーと連携してグループウェアの再販を行うことで市場自体の拡大にも取り組む

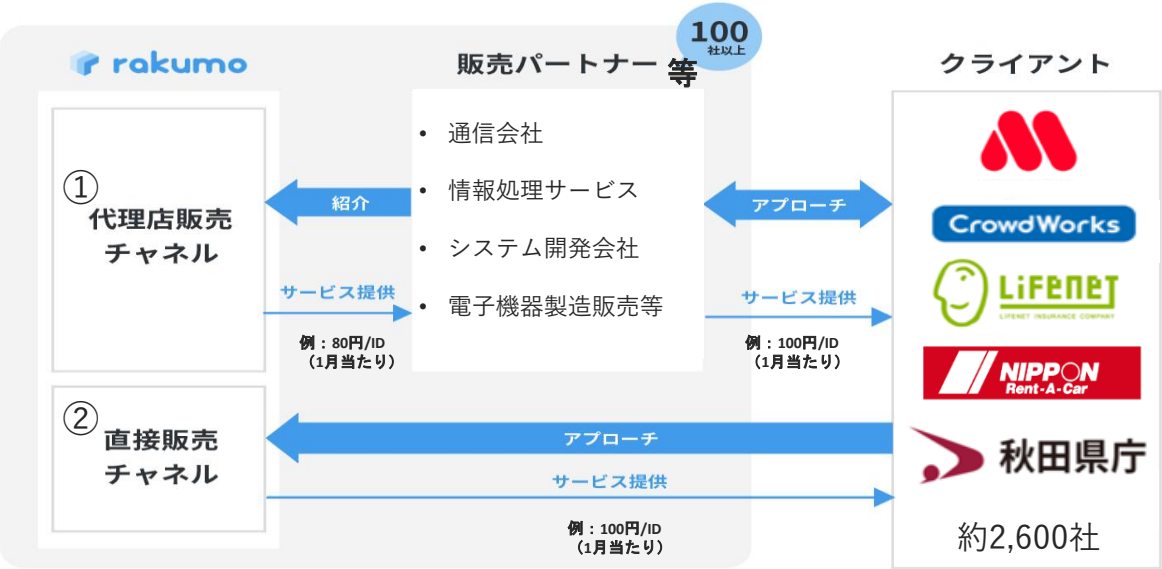


販売チャネル毎のフロー及びチャネル毎の収益構造

- 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でのアプローチ（インバウンド）＋インサイドセールスチーム（アウトバウンド）による直接販売チャネルにより、効果的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）（上記におり高い限界利益率（（売上高－変動費）/売上高）を実現）

- 年間契約や複数月契約が主体であり、契約金額を一括前払いで回収しており、キャッシュフローが安定化



「rakumo for Microsoft 365 」の提供スキーム

- Microsoft 365のプラットフォーム上で「rakumo」シリーズの提供を行うことを目的として、Microsoft 365上でSaaSビジネスを行っており、十分な知見と実績があるAvePoint Japanと業務提携を実施
  - 当社はAvePoint Japanに「rakumo」プロダクトのMicrosoft 365上でのサービス提供/開発/ブランド利用の権利を許諾
  - AvePoint Japanは「rakumo for Microsoft 365」のサービス提供/開発/販売（直接販売/代理店販売）を実施
- 当社の売上計上額は、①AvePoint Japanからのレベニューシェア（1ID販売した際に一定割合が当社に支払われる、支払われた金額≒売上高≒粗利）、②当社が代理店として「rakumo for Microsoft 365」を販売した金額（直接販売だけではなく、代理店経由での再販を含む）の２パターン
- 当社側には開発費/サービス運営費が発生しないため、高い限界利益率（（売上高－変動費）/売上高）を実現

rakumo

強み

- Google/Salesforce社との強固なパートナーシップ
- Google/Salesforceのプラットフォームでのプロダクト開発力
- rakumoシリーズのブランド力

業務提携

×

Microsoft 365プラットフォームでのサービスの共同開発

AvePoint

強み

- Microsoft社との強固なパートナーシップ
- Microsoft 365のプラットフォームでのプロダクト開発力

rakumo for Microsoft 365
Powered by AvePoint

rakumoカレンダー、rakumoコンタクト、rakumoボードの販売を開始

（ご参考）

主要な契約企業（一部抜粋）

rakumo

rakumoサービスは、業種・規模・業態を問わず様々な企業で導入

MIXI
CrowdWorks
SoftBank
M3, Inc.
アシスト
Alpen Group スポーツをもっと身近に
Maker's Shirt 鎌倉
BEAMS
REGAL CORPORATION
atré
有隣堂
NIPPON Rent-A-Car
SKY SKYMARK AIRLINES
ハナマルキ
LIFENET INSURANCE COMPANY
SOMPO 損保ジャパン
TV TOKYO HD
WOWOW PLUS INC.
中日新聞社
SUPERHOTEL
学校法人北海道科学大学 +Professional
JWCPE 日本女子体育大学
ZEN大学 ZEN University
秋田県庁
網走 ABASHIRI
足利市 ASHIKAGA CITY
佐久市
志摩市
埼玉県 横瀬町

ユーザー数
1,240,000
ライセンス

契約社数
2,600
社

継続率
99
%

（2025年12月末時点）

（ご参考）

「rakumo for Google Workspace」がItreviewにて連続受賞

「ITreview Grid Award 2026 Winter」において最高位のLeader を8部門で受賞

rakumo（Google Workspace 版）

- グループウェア 総合部門（27期連続）
- Google Workspace拡張機能 総合部門（28期連続）

rakumo ワークフロー

- ワークフロー システム 総合部門（26期連続）
- Google Workspace拡張機能 総合部門（27期連続）

rakumo キンタイ

- 勤怠管理システム 総合部門（15期連続）

rakumo カレンダー

- PC向けカレンダーアプリ/ソフト総合部門（8期連続）

rakumo ボード

- コラボレーションツール 総合部門（15期連続）
- Web社内報 総合部門（14期連続）
- 社内ポータルサイト作成ツール部門（2期連続）

【5年連続 Leader 受賞】

- rakumo （Google Workspace 版） ： グループウェア部門 （8期連続）、Google Workspace 拡張機能部門 （9期連続）
- rakumo ワークフロー ： ワークフローシステム部門 （7期連続）、Google Workspace 拡張機能部門 （8期連続）

【3年連続 Leader 受賞】

- rakumo ボード ： コラボレーションツール部門 （4期連続）、Web社内報部門 （3期連続）
- rakumo キンタイ ： 勤怠管理システム部門 （4期連続）

rakumoサービスの特徴と強みのまとめ

rakumo

- 世界的なクラウドプレーヤーとの連携

  密接に連携するプラットフォーム（Google/ Sales Force/Microsoft）に日本企業にとっての使いやすさを追求したUI/UXや機能を付加・補完することで、顧客の業務生産性の向上に貢献

- 幅広い潜在顧客と成長する市場規模

  国内グループウェア市場シェアの93%を占めるGoogle WorkspaceやMicrosoft 365を導入した企業が潜在顧客と幅広く、国内グループウェア市場は25年度6,365億円から28年度7,401億円へと継続的に成長（25年度対比+16.3%）

- 継続収益モデルと低解約率の料率

  サブスクリプション型の課金システムと低解約率（25年4Qは解約率0.67%）により、安定的な収益性と継続的な成長性を両立

- 柔軟なサービス提供形態と手頃な価格

  顧客の事情に柔軟に対応可能なサービス提供形態（１サービス１ユーザーより契約可能、ソリューションサービスの提供）と手頃な利用価格（初期費用不要、他社と比較しても安価な利用価格）

- サービス間の連携性の高さ

  サービス間の連携性の高さによる業務生産性の向上と、クロスセルによる高い収益性を実現

- 効果的・効率的な販売チャネルの確立

  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直接販売チャネル）

事業の概要（その他のサービス）

HR、経営企画・IR/マーケティング及びコミュニケーション等の各領域にてサービスを提供

HR

退職者や企業と接点を持ったすべての人材を一元管理できる、
パソナと rakumo が共同開発したタレントプール管理ソリューション

人材管理・採用支援ソリューション

aloop

採用のための動画の撮影・編集、動画プレイヤーの提供

SmartVision® HR

人材紹介会社（エージェント）と企業の人事部門向けに
3つのSaaSプロダクトと学生送客支援サービスを提供

AGENT SHARE
人材紹介会社向けアライアンスサービス

AGENT MANAGER
人材紹介情報管理システム

AGENT ACCESS
企業と全国のエージェントを繋ぐ採用支援

AGENT COLLEGE
新卒採用強化型学生送客サービス

経営企画・IR/マーケティング

投資家向けの決算説明会の動画配信など、
サブスクリプション型リカーリングビジネスモデルにて提供

SmartVision® IR

SmartVision®

個人事業主、中小企業が顧客の集客、求人を行うために
効果的なホームページをCMSで構築し提供

STARTRE CMS

※ 2026年3月1日に株式会社DEGINAへ社名変更したことで、
製品名も「DEGINA ONE」に変更

コミュニケーション/その他

社内SNS型日報共有アプリを
サブスクリプション型リカーリングビジネスモデルにて提供

日報共有アプリ
gamba!

必要な教育、会社や商品ごとのマニュアル等をクライアント側で制作、
動画で学ぶことが可能となる動画マニュアルシステムを提供

MEL SmartVision

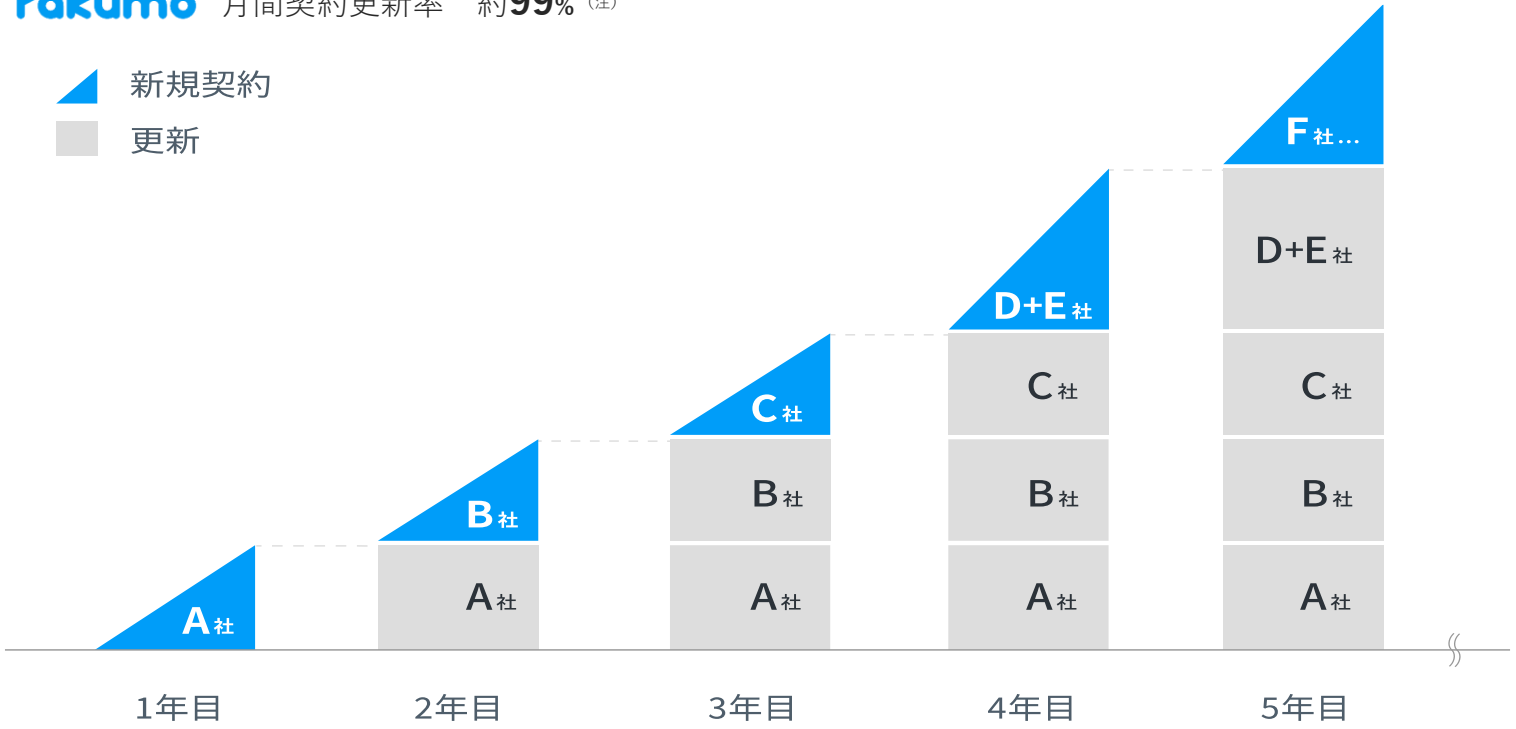
ベトナムを拠点に受託開発及び
ラボ型のシステム開発サービスを提供

ITオフショア開発サービス

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

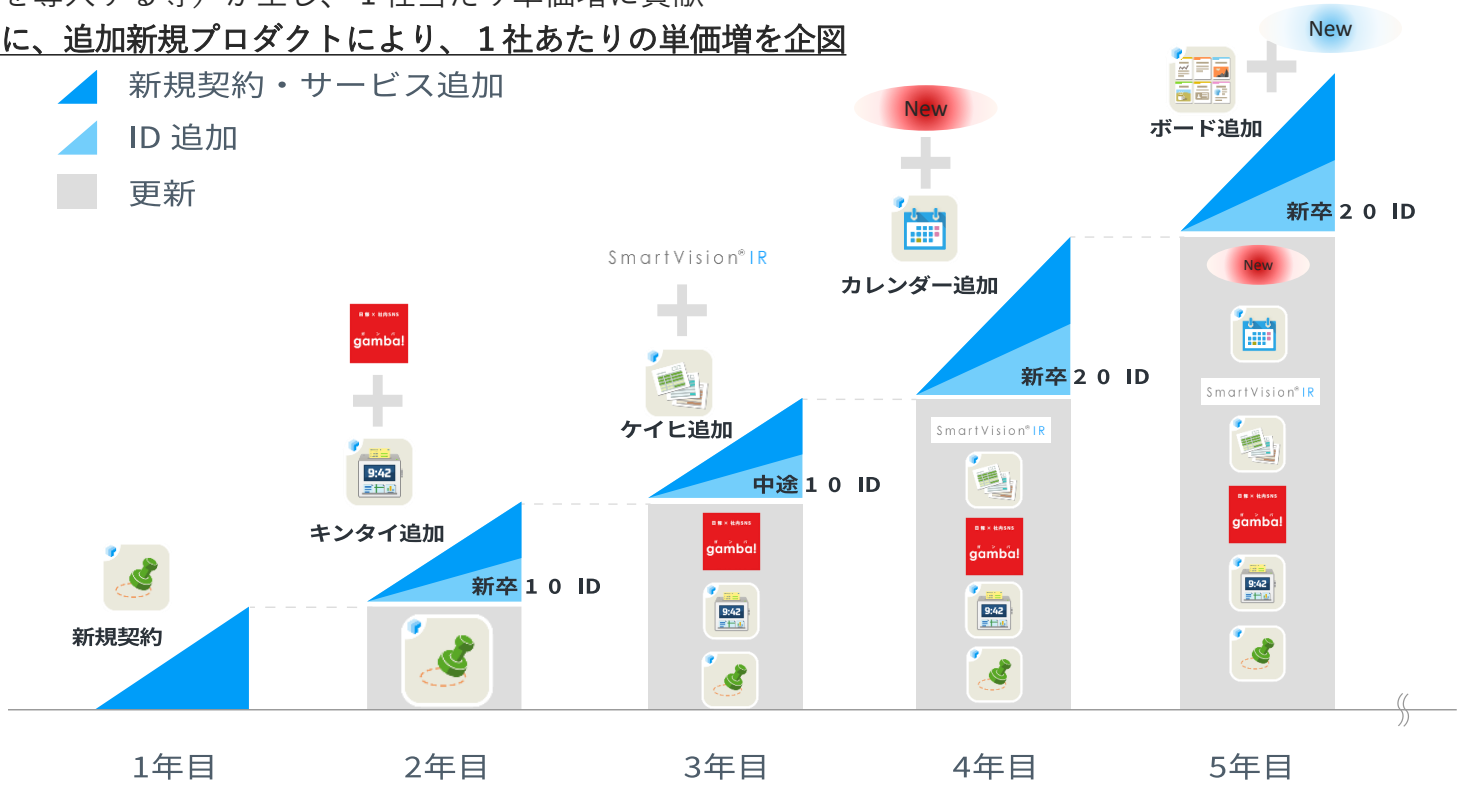
rakumo 月間契約更新率　約99%（注）



注：2025年通期平均の月次契約更新率となります。

1社（クライアント）当たりの単価増加イメージ

- クライアントの成長に伴い、追加ID受注を獲得
- 当社の特徴である広範囲な製品群により、サービス追加（例：ワークフローを導入していたクライアントがカレンダーを導入する等）が生じ、１社当たり単価増に貢献
- **更に、追加新規プロダクトにより、１社あたりの単価増を企図**



目 次

1. 会社概要・事業概要
2. 2025年度 通期決算等の状況
3. 主要なKPI（指標）の推移
4. 業界動向及び事業環境
5. 成長戦略と進捗状況
6. 中期経営計画の進捗状況
7. 主要なリスク及び対応方針
8. Appendix

2.

2025年度 通期 決算サマリー

- 売上高は価格改定及びM&A等の施策が順調に進捗したことを主因に、1,830百万円（前期比26.8%増）と継続的に成長
- 調整後EBITAは585百万円(同34.0%増）、営業利益は428百万円（同11.6%増）と大幅増益
- 原価はサーバー費用及び製作外注費、販管費は人件費（採用費含む）、のれん償却費等を主因として増加
- 25年度業績予想を達成（売上高+218百万円、営業利益+28百万円、調整後EBITA +85百万円）。修正後通期予想も概ね達成

	2024年 通期実績 （百万円）	2025年 通期実績 （百万円）	前期比 増減率	前期比 改善point	2025年 通期予想 （百万円）	通期予想 達成率
売上高	1,443	1,830	26.8%	–	1,841	99.4%
（rakumoサービス※1）	1,206	1,415	17.3%	–	–	–
（その他サービス）	237	415	75.1%	–	–	–
売上原価	492	541	9.9%	–	543	99.5%
（売上原価率）	34.1%	29.6%	-	△4.5Pt	29.5%	–
販管費	567	860	51.6%	–	869	99.0%
（販管費率）	39.3%	47.0%	-	+7.7Pt	47.2%	–
調整後EBITA※2	436	585	34.0%	–	590	99.1%
（調整後EBITAマージン）	30.2%	32.0%	-	+1.8Pt	32.1%	–
営業利益	383	428	11.6%	–	427	100.1%
（営業利益率）	26.6%	23.4%	-	△3.2Pt	23.2%	–
経常利益	375	428	14.0%	–	423	101.2%
（経常利益率）	26.0%	23.4%	-	△2.6Pt	23.0%	–
当期純利益	253	272	7.6%	–	260	104.5%
（当期純利益率）	17.5%	14.9%	-	△2.6Pt	14.2%	–

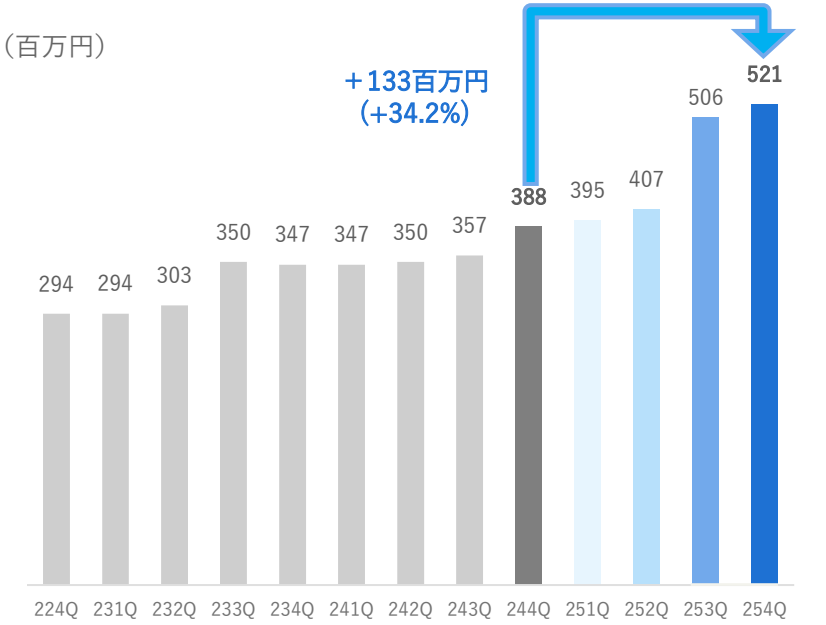
※1「rakumoサービス売上高=rakumo単体ライセンス売上高＋rakumoソリューション売上高」として算出

※2「調整後EBITA=営業利益＋のれん償却費（PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む）　＋株式報酬費用＋一過性のM&A関連費用（仲介費用及びDD費用等）」として算出

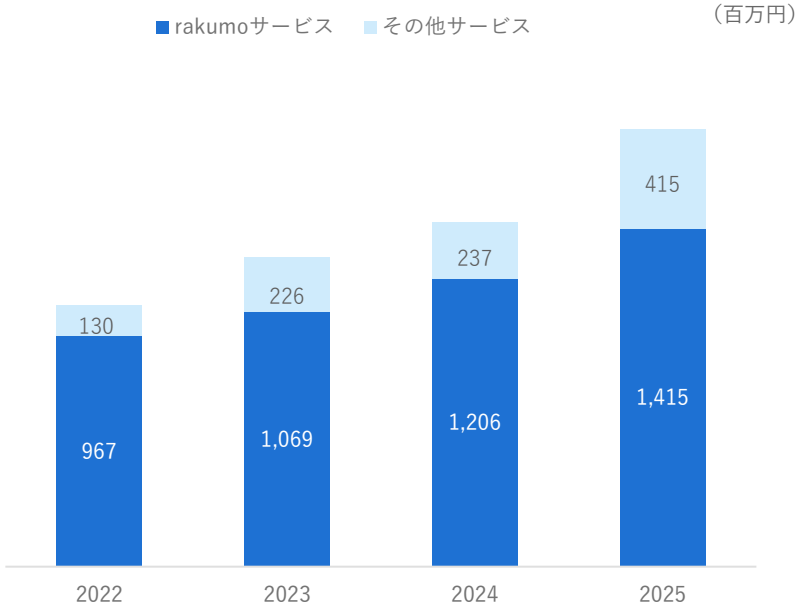
売上高の推移及びサービス別売上高割合

- 2025年度通期における売上高は、24年4月に開始した価格改定対応が一巡したこと、子会社化した2社の連結等の要因により、rakumoサービス※が1,415百万円（前期比17.3%増）、売上高全体は1,830百万円（同26.8%増）と大幅増収
- なお、ソリューションサービス及びITオフショア開発サービスの重要性が低くなったこと、rakumoサービスの重要性が高まったこと等から、サービス別売上高の区分を変更

売上高



サービス別売上高の割合

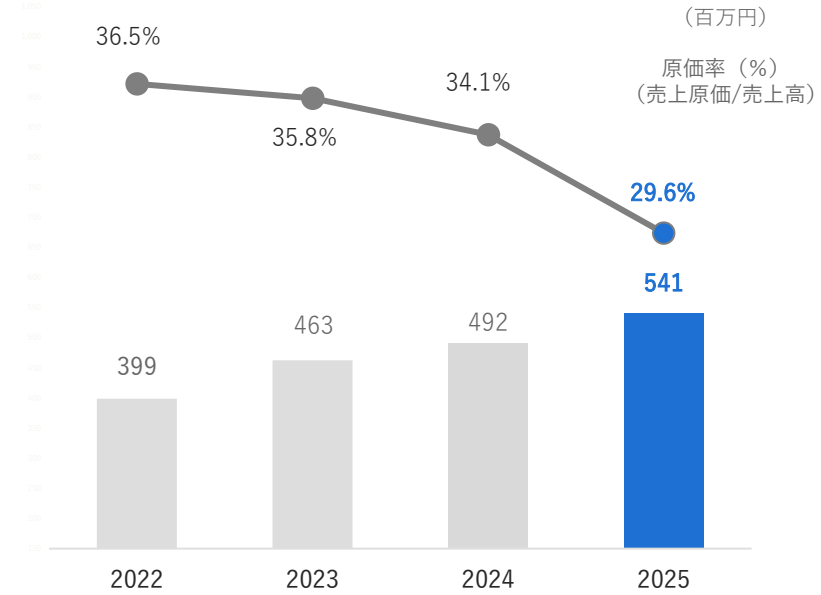


※「rakumoサービス売上高=rakumo単体ライセンス売上高＋rakumoソリューション売上高」として算出

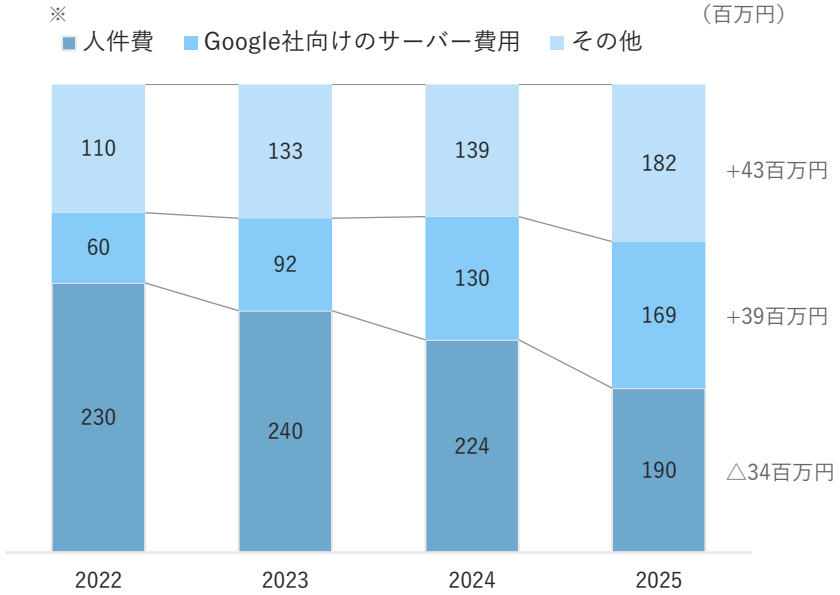
売上原価の推移及び構成

- 主な増減内容は、 人件費は△34百万円減少したものの（他勘定振替高の増加（原価減少要因）+53百万円、ソフトウェア減価償却費の減少△17百万円、労務費の増加+35百万円）、Google向けサーバー費用の増加+39百万円、その他新規に連結した2社の影響で増加。一方で、原価率は29.6％とさらに改善（前期比4.5pt減）
- なお、売上原価における重要な要素として、「人件費」「Google向けサーバー費用」「その他経費」の3区分に再定義（「地代家賃＋共益費」「プラットフォーム利用料」は「その他経費」に含む）

売上原価及び原価率



売上原価項目の推移

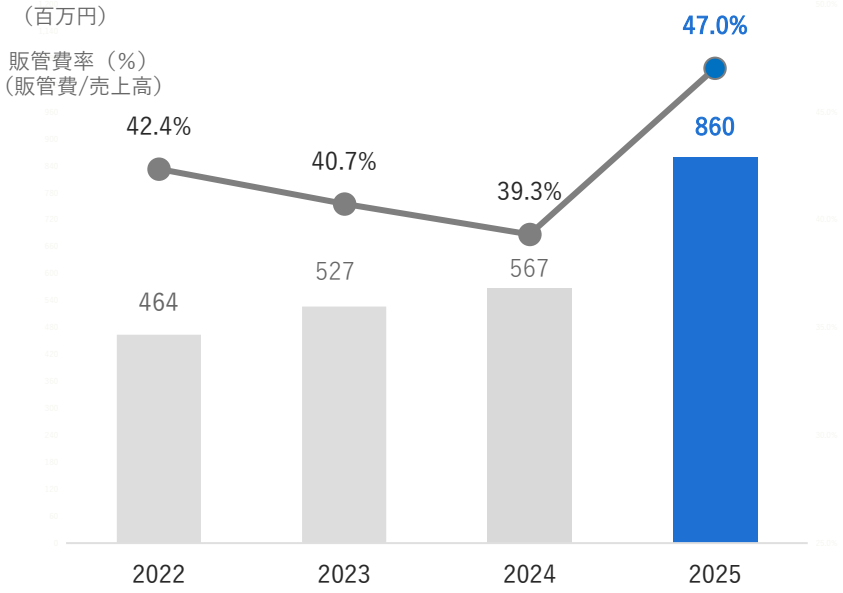


※ 人件費を「労務費 - 他勘定振替（ソフトウェア資産計上及び研究開発費）＋ソフトウェアの減価償却費＋通勤費」として計算しております。

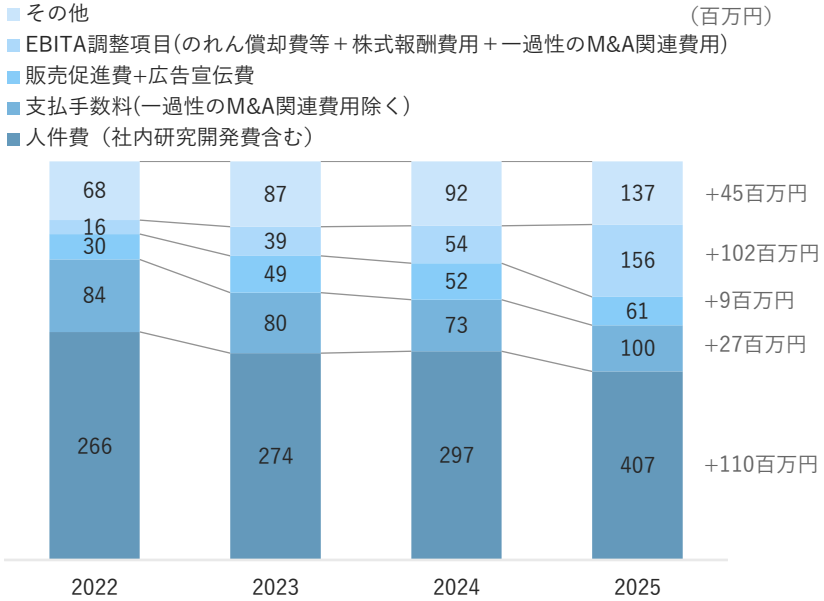
販管費の推移及び構成

- 主な増減内容は、人件費+110百万円（新規連結2社を含む人員増、ベースアップ等）、のれん等償却費+63百万円、支払手数料+27百万円、一過性のM&A関連費用+25百万円、株式報酬費用+15百万円
- 販管費率は47.0%とのれん償却費等を含む新規連結による影響が大きく、前期比で7.7pt上昇
- なお、販管費における重要な要素として、「人件費」「支払手数料」「販促費+広告宣伝費」「EBITA調整項目」「その他」の5区分に再定義（「地代家賃＋共益費」「業務上のシステム利用料等」は「その他経費」に含む）

販管費及び販管費率



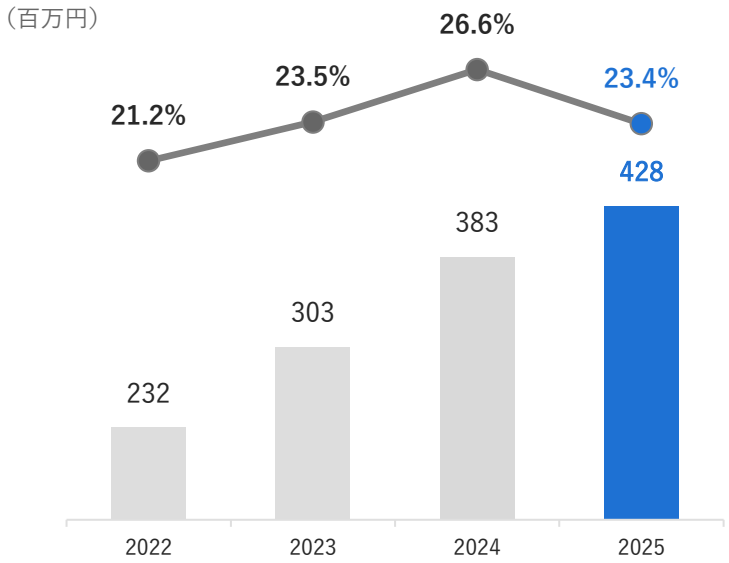
販管費項目の推移



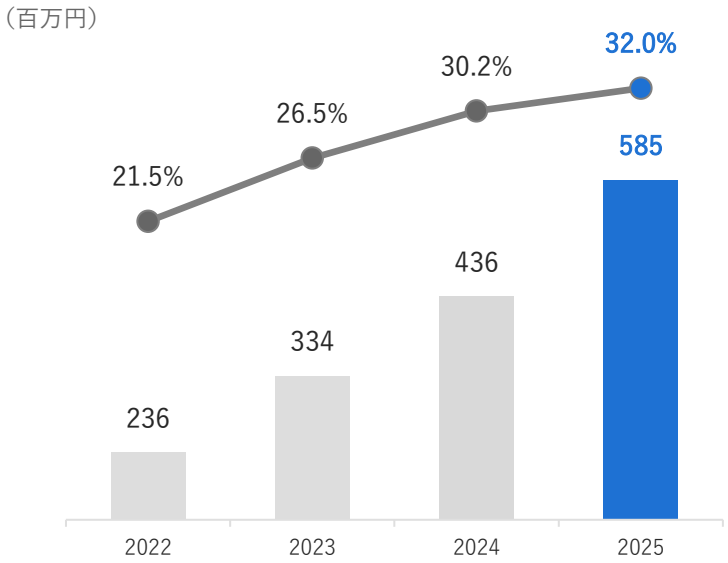
営業利益及び調整後EBITA

- 売上高の増加及び高い限界利益率を主因として、調整後EBITAは585百万円（前期比34.0%増）、営業利益は428百万円（同11.6%増）と大幅増益
- 調整後EBITAマージンは、32.0%（同 1.8 pt増）と過去最高を更新。営業利益率は23.4 %とのれん償却費負担の影響もあり3.2 pt減少したものの、新規連結した2社のPMIを進めていくことで上昇を企図

営業利益及び営業利益率



調整後EBITA※及び調整後EBITAマージン



※「調整後EBITA=営業利益＋のれん償却費（PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む）＋株式報酬費用＋一過性のM&A関連費用（仲介費用及びDD費用等）」として算出

2025年12月期 通期 連結BSサマリー

- 資産合計は4,170百万円と、前連結会計年度末に比べ1,135百万円増加。主にのれん等が1,368百万円増加、現預金が466百万円減少
- 負債合計は2,283百万円と、前連結会計年度末に比べ883百万円増加。主に有利子負債が716百万円、契約負債が80百万円増加
- 純資産合計は1,887百万円と、前連結会計年度末に比べ253百万円増加。主に純利益272百万円、支払配当金34百万円等

	2024年12月末（百万円）	2025年12月末（百万円）	前期末比増減額（百万円）	前期末比増減率（%）
流動資産	2,390	2,013	△378	△15.8%
（現預金）	2,284	1,818	△466	△20.4%
（売掛金）	51	168	117	230.2%
固定資産	636	2,151	1,516	237.9%
有形固定資産	19	32	13	61.4%
無形固定資産	537	2,008	1,471	273.7%
（のれん＋顧客関連資産）	438	1,806	1,368	312.0%
（ソフトウェア（仮勘定を含む））	98	201	103	103.6%
投資その他の資産	79	110	32	39.9%
繰延資産	8	5	△3	△29.5%
資産合計	3,035	4,170	1,135	37.4%
流動負債	820	1,101	281	34.2%
（買掛金）	45	61	16	33.9%
（契約負債）	613	693	80	13.1%
固定負債	580	1,182	602	103.7%
負債合計	1,400	2,283	883	63.0%
純資産合計	1,634	1,887	253	15.4%
負債純資産合計	3,035	4,170	1,135	37.4%
有利子負債(転換社債型新株予約権付社債含む)	500	1,216	716	143.2%

目 次

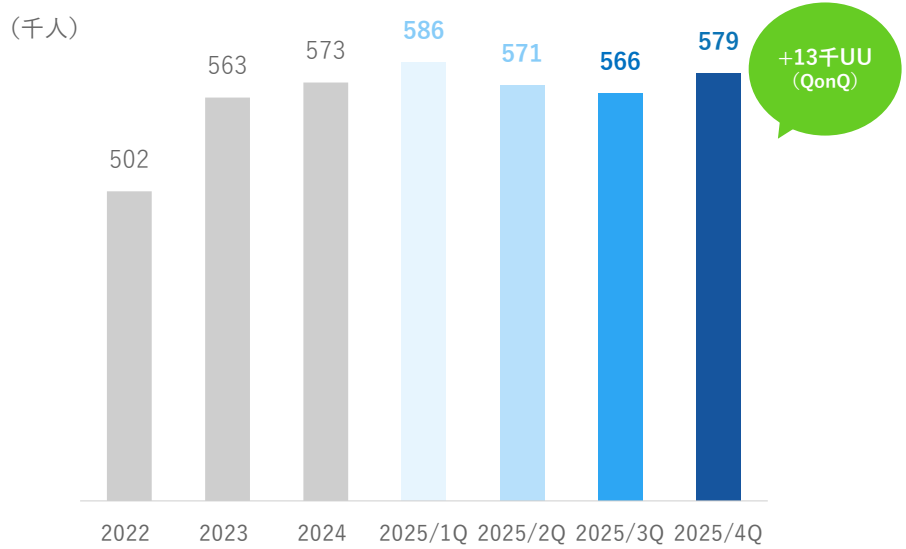
1. 会社概要・事業概要
2. 2025年度 通期決算等の状況
3. 主要なKPI（指標）の推移
4. 業界動向及び事業環境
5. 成長戦略と進捗状況
6. 中期経営計画の進捗状況
7. 主要なリスク及び対応方針
8. Appendix

3.

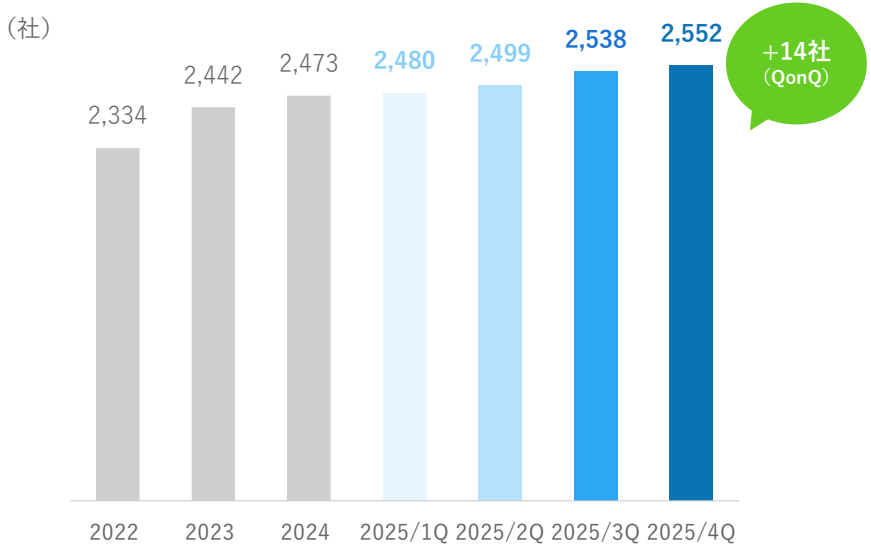
ユニークユーザー（UU）数及びクライアント数の推移

- UU数は7千UUを含む複数の大型案件があったことで QonQ で13千UU増
- クライアント数は QonQ で14社増とそれぞれ順調に進捗
- なお、来期以降はUU数及びクライアント数の指標を、より適切な指標の開示へと変更予定

ユニークユーザー（UU）数※の推移



クライアント数※の推移

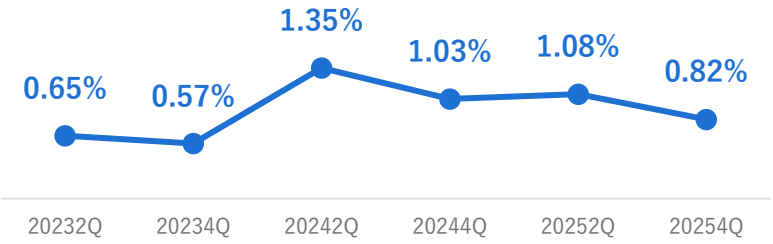


※「ユニークユーザー数」はユーザー数のカウントとなります。例えば、A氏がキンタイ、ワークフローの二つを利用している場合、1カウントとして算出します。
　一方、「ライセンス数」は、利用プロダクトの数でカウントし、このケースの場合、2カウントとして算出します。
※「クライアント数」は当社のライセンスサービス関連製品をご利用いただいているクライアントの社数となります。

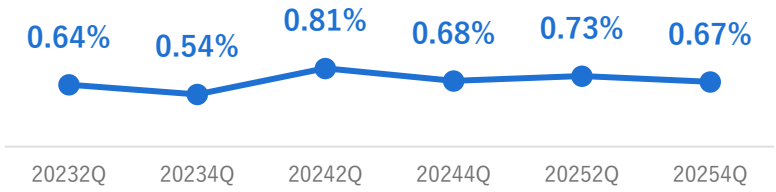
解約率の推移

- グロス指標でも1%未満へと低下し高い更新率を維持。ネット指標では過年度から高い更新率で安定して推移
- 大型アップデートに伴う価格改定を行うも、大きな解約もなく順調に進捗
- なお、2026年度からは解約率をネット指標のみで開示予定

解約率の推移（Gross）※1



解約率の推移（Net）※2

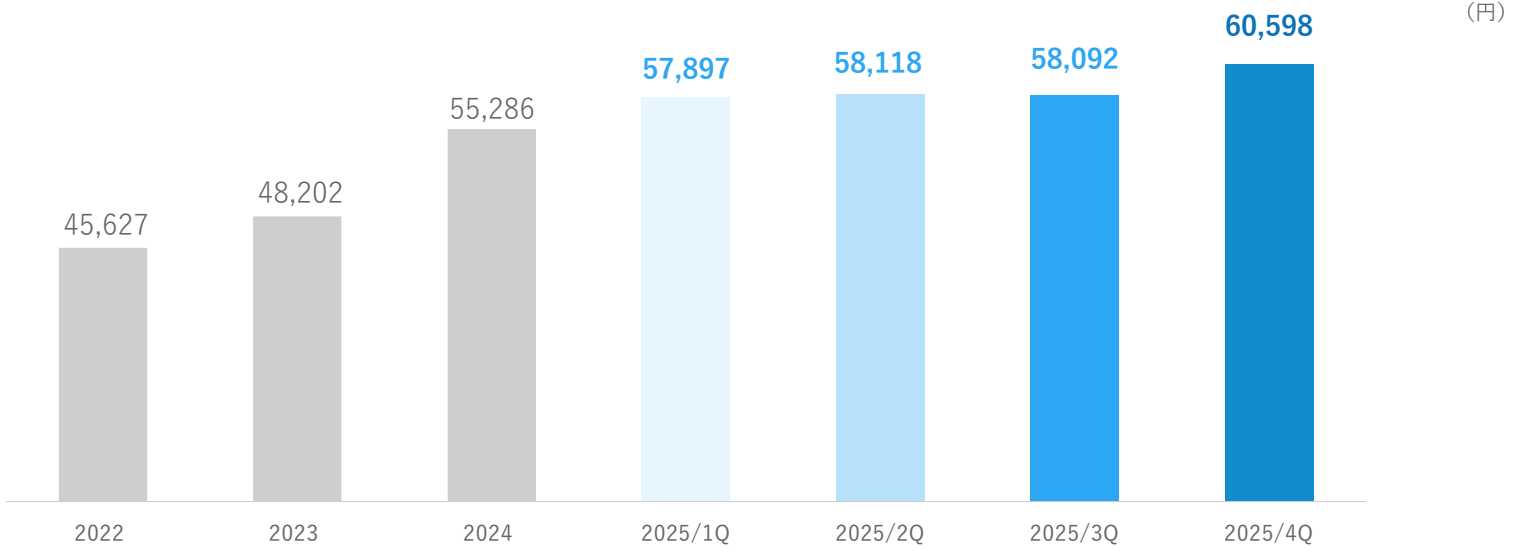


※1 月初販売額に対して解約された販売額の割合を解約率として算出
※2 月初売上高に対して解約された売上高の割合を解約率として算出
※3 上記において算出された解約率の平均値を用いて各通期累計の解約率を算出

１社（クライアント）当たりの販売額の推移

- 2024年４月からの価格改定効果を主因として、2024年度末から10%程の上昇を達成
- 大型アップデートに伴う価格改定効果を主因として、 26年度以降も継続的な増加を見込む

1社（クライアント）当たりの販売額（グロスMRR）の推移※



※ 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。なお、上記算出においては、gamba社、アイヴィジョン社、スタートレ社及びエージェントシェア社を含めておりません。

目 次

1. 会社概要・事業概要
2. 2025年度 通期決算等の状況
3. 主要なKPI（指標）の推移
4. 業界動向及び事業環境
5. 成長戦略と進捗状況
6. 中期経営計画の進捗状況
7. 主要なリスク及び対応方針
8. Appendix

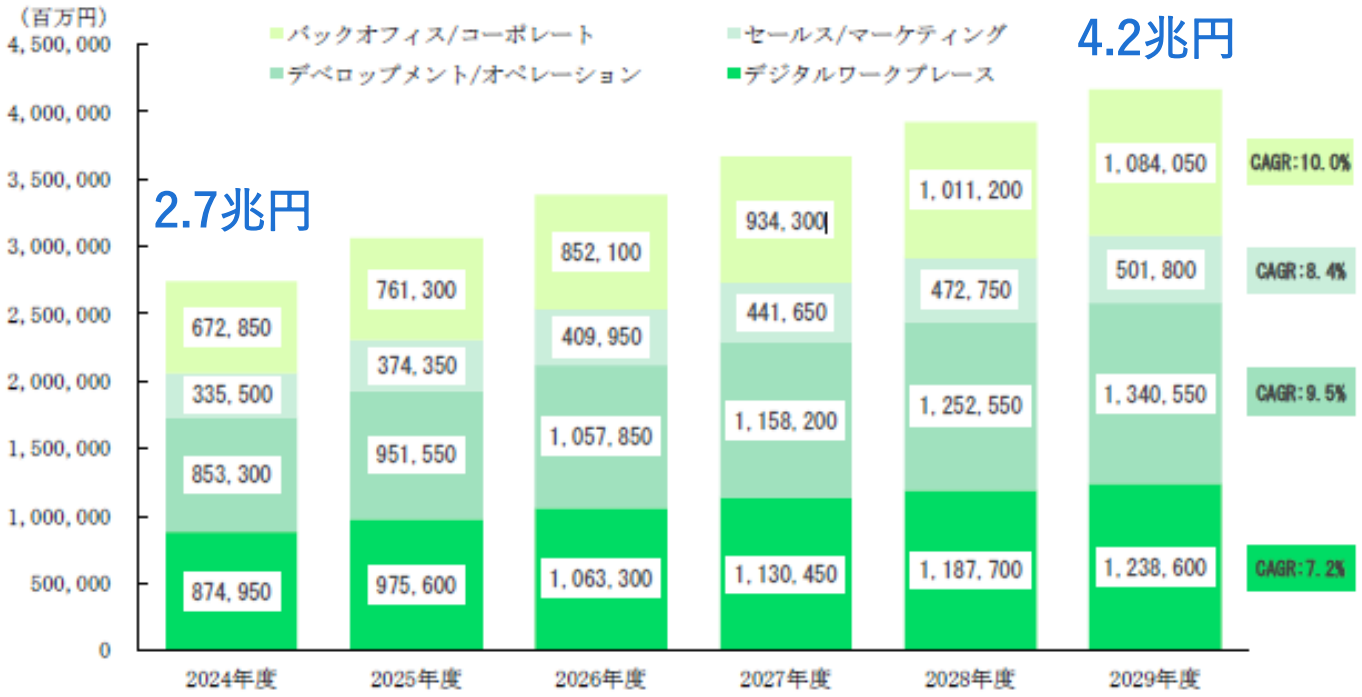
4.

ソフトウェア市場の現状と将来展望 -カテゴリー別市場規模の推移

rakumo

■ rakumoが事業展開をしているソフトウェア市場の規模は24年度の2.7兆円から29年度の4.2兆円とCAGRで約9%の継続的な成長を見込む

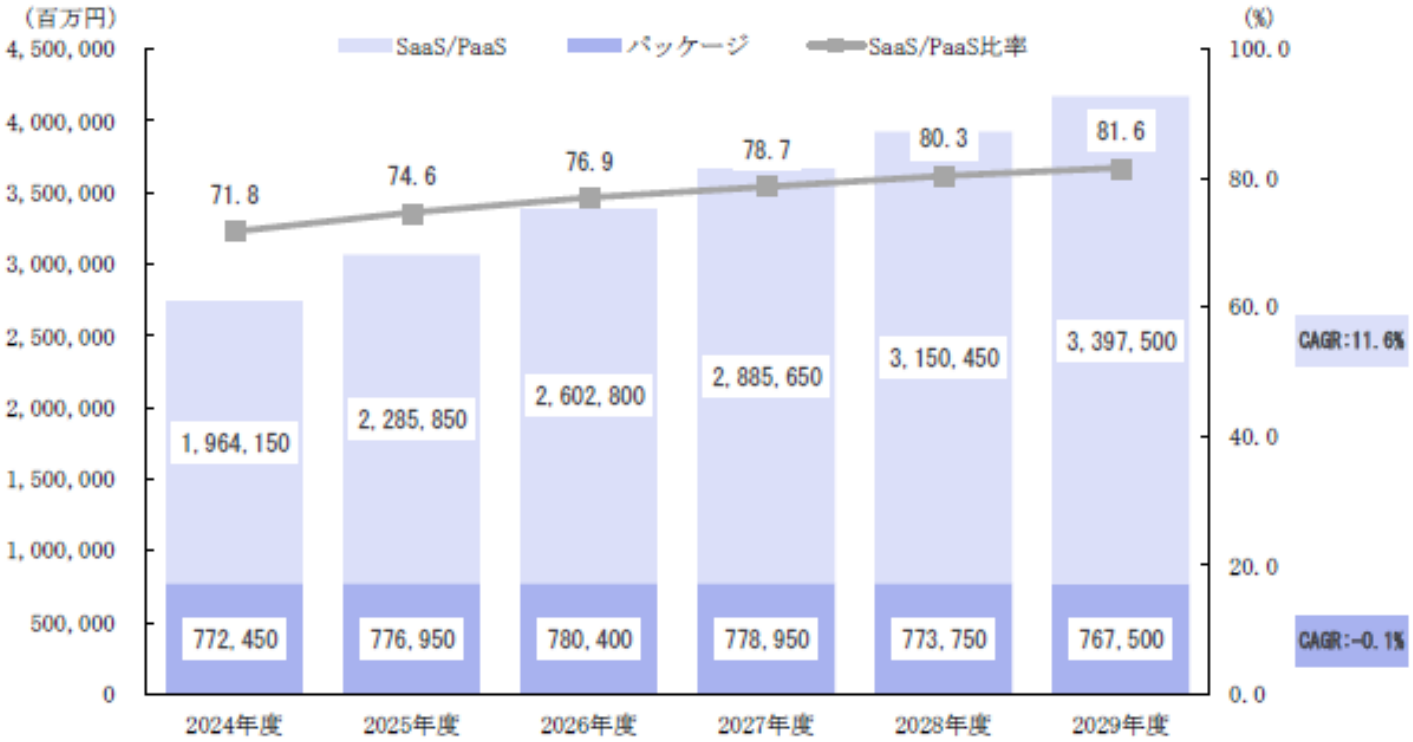
【カテゴリー別市場規模推移】



出所：富士キメラ総研　「ソフトウェアビジネス新市場2025年版」　ソフトウェア市場の現状と将来展望より抜粋

ソフトウェア市場の現状と将来展望 - 提供形態別市場規模の推移

- rakumoが対象とするSaaS領域はCAGRで約12%と継続的な成長を見込む
- パッケージからのシフト、SaaSの新規導入により、SaaS 市場は好調な推移を維持



出所：富士キメラ総研　「ソフトウェアビジネス新市場2025年版」　ソフトウェア市場の現状と将来展望より抜粋

rakumoサービスの市場規模について①

- 国内のグループウェア市場は25年度6,365億円、28年度には7,401億円まで成長（25年度対比+16.3%）
- Google/Microsoftの2社で93%(※)の市場シェアを占める。両社のグループウェアを導入した企業が、日本企業特有の使い勝手/機能を求める際に当社のプロダクトが導入されるため、市場における当社プロダクトの成長余地は大きい

国内のグループウェア市場(※)

6,365億円

Google Workspace

rakumo for Google Workspace

Microsoft 365

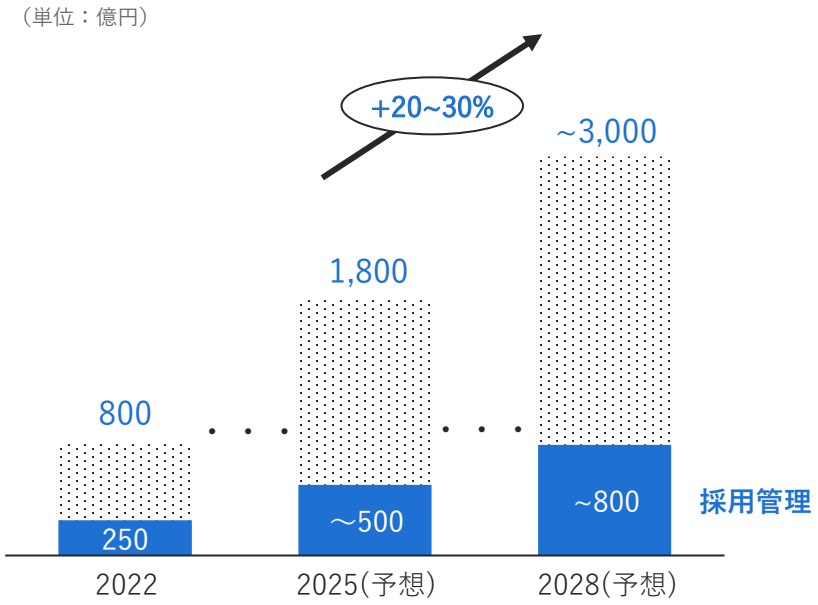
rakumo for Microsoft 365
Powered by AvePoint

出所：（※） 富士キメラ総研 「ソフトウェアビジネス新市場2025年版」 2025年市場規模数値より抜粋

HR領域でのプロダクト拡充 (HR Tech 領域 (特に採用領域)の市場の展望)

■ HR Tech領域、特に採用領域は、労働人口減少による人材獲得のニーズ、それに伴う採用コスト/工数の圧縮・効率化のニーズを捉えて堅調な市場成長を見込む

HR Tech クラウド市場規模の予想



採用管理

採用領域のニーズ/市場動向

採用領域でも引き続き
市場/ニーズの拡大を見込む

- 中途採用のさらなる拡大
- 人手不足の中で優秀人材の獲得ニーズ
- 採用コスト/工数の効率化・抑制ニーズ
- タレントマネジメントへの期待
- AIを活用した機能拡充
- 複数プロダクトを絡めた人事トータルソリューションへの期待

出典：HRTechクラウド市場の実態と展望 2024年度版｜デロイト トーマツ ミック経済研究所

目 次

1. 会社概要・事業概要
2. 2025年度 通期決算等の状況
3. 主要なKPI（指標）の推移
4. 業界動向及び事業環境
5. 成長戦略と進捗状況
6. 中期経営計画の進捗状況
7. 主要なリスク及び対応方針
8. Appendix

5.

2025年度における成長戦略の進捗状況

rakumo

成長戦略項目	施策等	進捗状況／結果等
ユーザー1人当たりの単価の増加	■ rakumo製品の価格改定対応を実施 ■ パック製品販売及び各種クロスセルを実施 ■ 新規プロダクトを開発	■ 価格対応等が一巡、ユーザー1人当たり単価が大きく上昇
販売社数の増加： 新規販売先の開拓	■ 業界特化型のマーケティング施策の実施 ■ 新規販売パートナー開拓及び既存販売パートナーとの関係強化 ■ BDR体制の構築等による自社販売体制の強化	■ 販売社数は継続的に増加 ■ 1社当たりの販売数量は、前期から継続したGWSのリセラーチェンジの影響や会社解散・統合・事業縮小等の一時的な事由での解約が重なったものの、自治体等の大型案件を獲得をしたことで前期末比で増加 ■ 価格改定はあったものの、解約率の大幅な上昇はなく低解約率で推移
1社当たりの販売数量（利用人数）の増加	■ 中大手クライアントへのカスタマーサクセス活動強化を通じたアップセル及びクロスセルの実施	
契約の継続	■ カスタマーサポート、カスタマーサクセスに注力 ■ 既存サービスの各種機能開発の継続的な実施	
新規プロダクト開発	■ プロダクトの複線化（販売パートナーと協働でのプロダクト創出プログラムの実施、ベトナム子会社でのアジャイルなプロダクト開発の実行） ■ AIを活用した機能の追加（生成AIの調査/開発の拡充、プラットフォーマーとの技術連携の強化など） ■ 企画開発チームを中心とした新規プロダクト開発の継続検討	■ AvePoint社と連携して、Microsoft 365版rakumoをリリース ■ AIアシスタント機能「rakumoエージェント」をリリース ■ パソナ社と連携して「aloop」をリリース
M＆Aの加速	■ 提携先のAP社とインバウンド及びアウトバウンドM&Aの強化 ■ 外部のパートナーリング含めたM&Aの安定的な検討体制の構築	■ 新規に2社を連結 ■ ソーシング体制を強化

成長戦略

- ①rakumoサービスの成長を主軸に、(A)単価及び(B)利用者数(利用人数)を増加させること、「rakumo for Microsoft 365の成長」施策により更なる成長を企図
- ②HRテック領域の成長、③新規プロダクト開発・成長、④M&A及び業務提携先の検討を進めることで大幅な成長を企図

1 rakumo サービスの成長

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

×

＋

rakumo for Microsoft 365の成長

- rakumo for Microsoft 365版のイベント出展を含むマーケティング施策の強化
- 新規代理店の開拓による営業力の強化
- AvePoint Japan社との連携による拡販
- 現状未発表のプロダクトについても開発を検討

＋

2 HRテック領域の成長

- パソナ社と連携した「aloop」の拡販
- エージェントシェアのプロダクト強化及び営業強化

3 新規プロダクト開発・成長

- スタートレ社及びエージェントシェア社のプロダクト強化
- 新規M&A実行によるプロダクト獲得

4 M&A及び業務提携先の検討

- スタートレ社及びエージェントシェア社のPMIによる成長の加速
- 新規M&Aの実行

① rakumoサービスの成長

以下の通り、Ⓐユーザー1人当たり単価の増加、Ⓑ販売社数/ID数の増加、Ⓒ契約の継続及びⒹパートナーと連携したMicrosoft版rakumoの拡販に分解の上で、 rakumoサービスの成長について推進していく

A ユーザー1人当たり単価の増加

1. **価格改定対応の継続的な実行**
2. パック製品販売の強化を継続
3. 新規プロダクト開発による付加価値の向上やクロスセルの実現
4. 顧客との定例コミュニケーションの増加等カスタマーサクセス活動の強化によるアップセル及びクロスセルの実現

B 販売社数/ID数の増加

1. **業界セグメント特化型（自治体、教育、医療、建設等）マーケティング等の継続**
2. 販売パートナー向けプログラム改定による代理販売プロセスの改善・強化
3. BDRチームの強化やスタートレ営業チームと連携した販売力強化

C 契約の継続

1. **親和性の大きい他企業との連携等によるrakumoサービス自体の魅力度を強化**
2. 顧客との定例コミュニケーションの増加等カスタマーサクセス活動の強化や、顧客需要の大きい機能等の調査に基づく機能開発により付加価値の向上と継続率の向上

D Microsoft版rakumo

1. **AvePoint Japan社と連携した拡販の強化（26年度本格化）**
2. 代理店パートナーの拡充
3. カレンダー、コンタクト及びボードに続くプロダクトのリリースに向けた検討を継続

大幅アップデートに伴う一部 rakumo 製品の価格改定（Link）

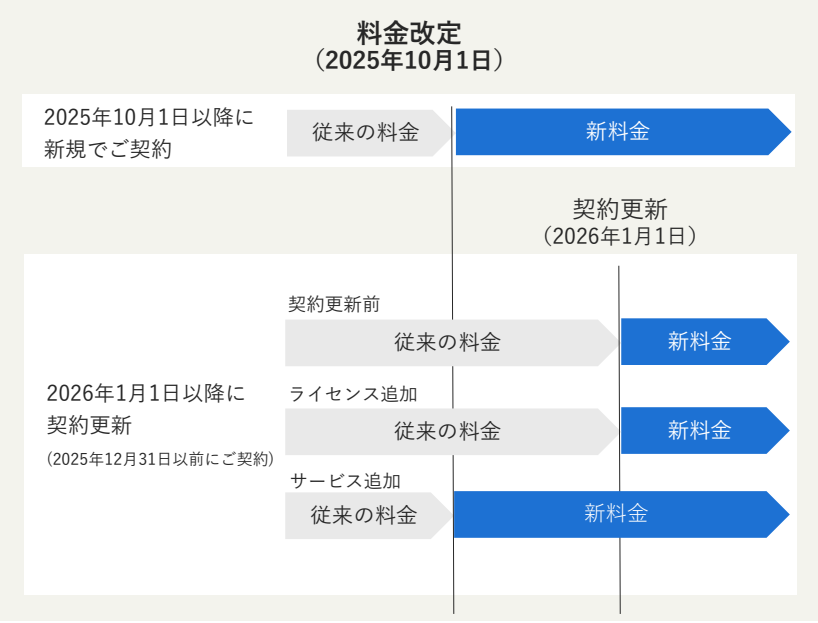
- 「rakumo for GWS」の大幅アップデートや、生成AIを活用した機能強化、複数の有償オプションの標準化等に伴い、25年10月より一部rakumo製品の利用料金改定対応を実施
- 現時点において、多くのクライアントからご理解をいただいており、想定からの大きな乖離はなく進捗。 26年度も継続的に対応を実施

従来の料金と改定後の新料金

	従来の料金（1ユーザーライセンス / 月）	改定後の新料金（1ユーザーライセンス / 月）
rakumo カレンダー	150 円	200 円
rakumo ボード	200 円	300 円
rakumo コンタクト	100 円	130 円
rakumo ワークフロー	300 円	500 円

	従来の料金（1ユーザーライセンス / 月）	改定後の新料金（1ユーザーライセンス / 月）
rakumo Basic パック（rakumo カレンダー / ボード / コンタクト / ワークフロー）	490 円	680 円（通常料金 1,130 円）約40% OFF
rakumo Suite パック（rakumo カレンダー / ボード / コンタクト / ワークフロー / キンタイ / ケイヒ）	880 円	1,100 円（通常料金 1,730 円）約37% OFF

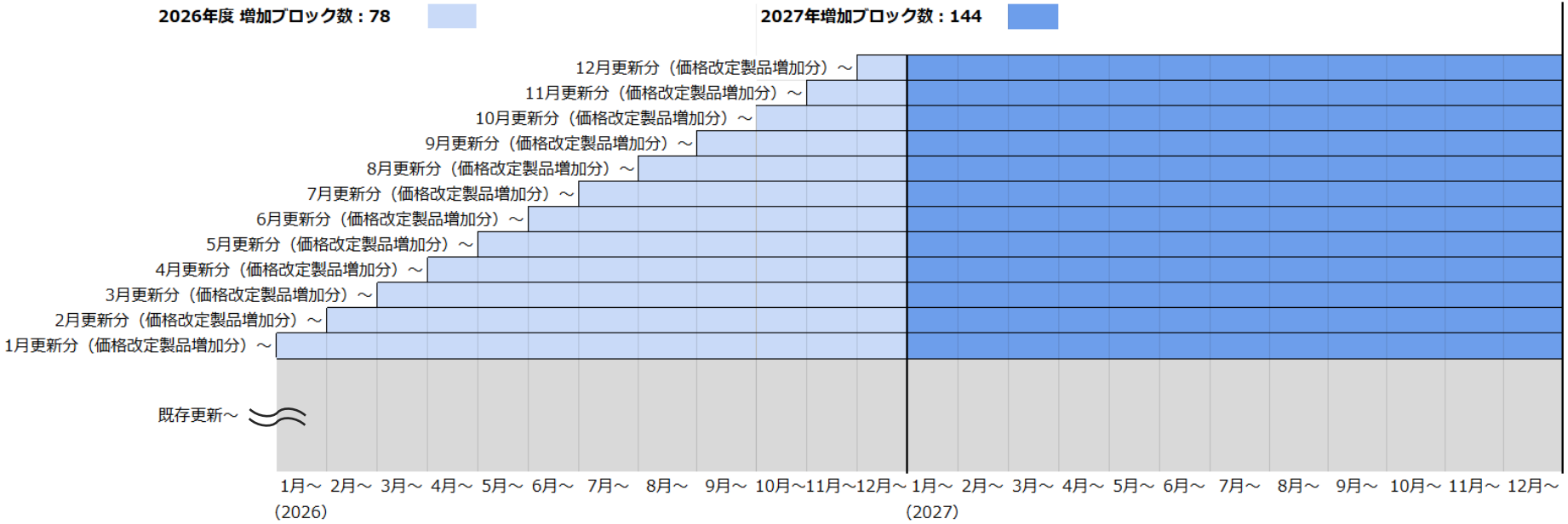
新料金の適用時期



一部 rakumo 製品の価格改定効果のイメージ

- 価格改定の進捗によりライセンス売上高及び各利益率が成長するだけでなく、ライセンス当たり単価も大きく上昇予定
- 価格改定による既存クライアントの売上増加効果は、主に2026年度から寄与し、フルに寄与するのは2027年度となる

売上増加効果イメージ



AvePoint Japan社との業務提携及びrakumo for Microsoft 365の提供

- 2025年9月～12月の期間で、しっかりとパイプライン・受注が積み上がっている状況
- 2026年2月にUSEN Smart Works社、ソフトバンクグループとの「rakumo for Microsoft 365」の再販を開始。さらにパイプラインの積み上げが加速する見込み

2025年度 営業活動実績

25年9月～12月の営業実績は以下の通り。

- パイプライン：39社
- 受注：2件
- 販売ライセンス数：464ID

26年1月以降も順調にパイプライン、受注を積み上げている状況

拡販のための26年度注力施策

- rakumoサービスの既存販売パートナーと、「rakumo for Microsoft 365」の再販契約を締結：26年2月にUSEN Smart Works、ソフトバンクグループとの契約が完了
- Microsoft 365を販売する企業との販売パートナー契約の締結
- Microsoft 365利用企業が来場する展示会への積極的な出展
- rakumoサービスの紹介ページをリニューアルし、「rakumo for Microsoft 365」の訴求力を強化

rakumo for Microsoft 365の提供サービスについて

rakumo

- 「rakumo for Google Workplace」と同様のインタフェース・機能をMicrosoft 365上で実現

スケジュール管理
rakumo カレンダー for Microsoft 365

どの組織にもフィットする、使いやすいカレンダー

- 直感的に使えるUIでマニュアルいらず
- 複数人の予定が見やすい
- 運用管理やメンテナンスがラク

連絡先管理
rakumo コンタクト for Microsoft 365

社員名簿として管理できる共有アドレス帳

- 管理者が一括で管理することができる組織アドレス帳
- スマホからメール・電話が可能
- クラウドなので端末に情報を残さずセキュリティも万全

rakumo for Microsoft 365の提供サービスについて

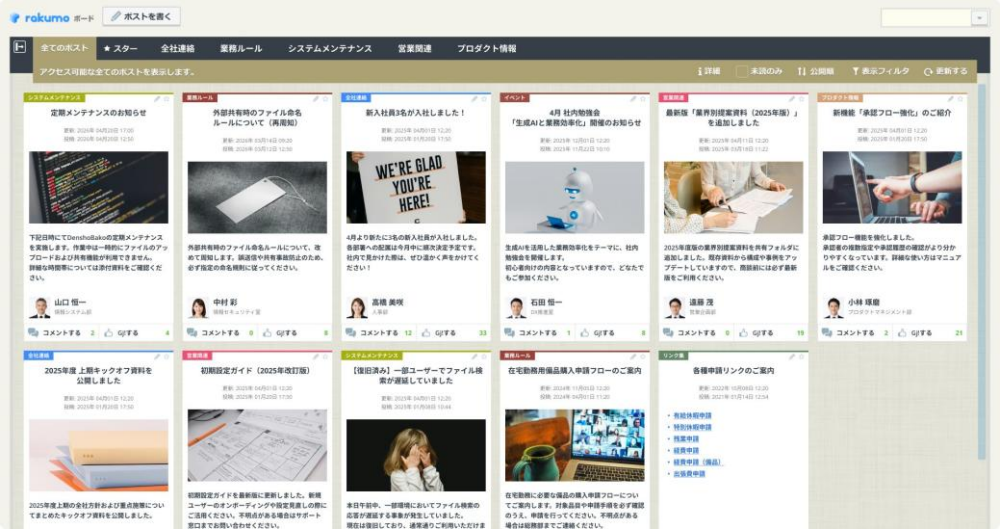
rakumo

- 「rakumo for Google Workplace」と同様のインタフェース・機能をMicrosoft 365上で実現

社内掲示板
rakumo ボード for Microsoft 365

社内掲示板・ポータルで、情報発信を双方向に

- 社内の情報伝達・コミュニケーションを促進・活性化
- 見やすく、使いやすいので情報発信・共有・活用が簡単
- ポータルサイトも簡単構築できる



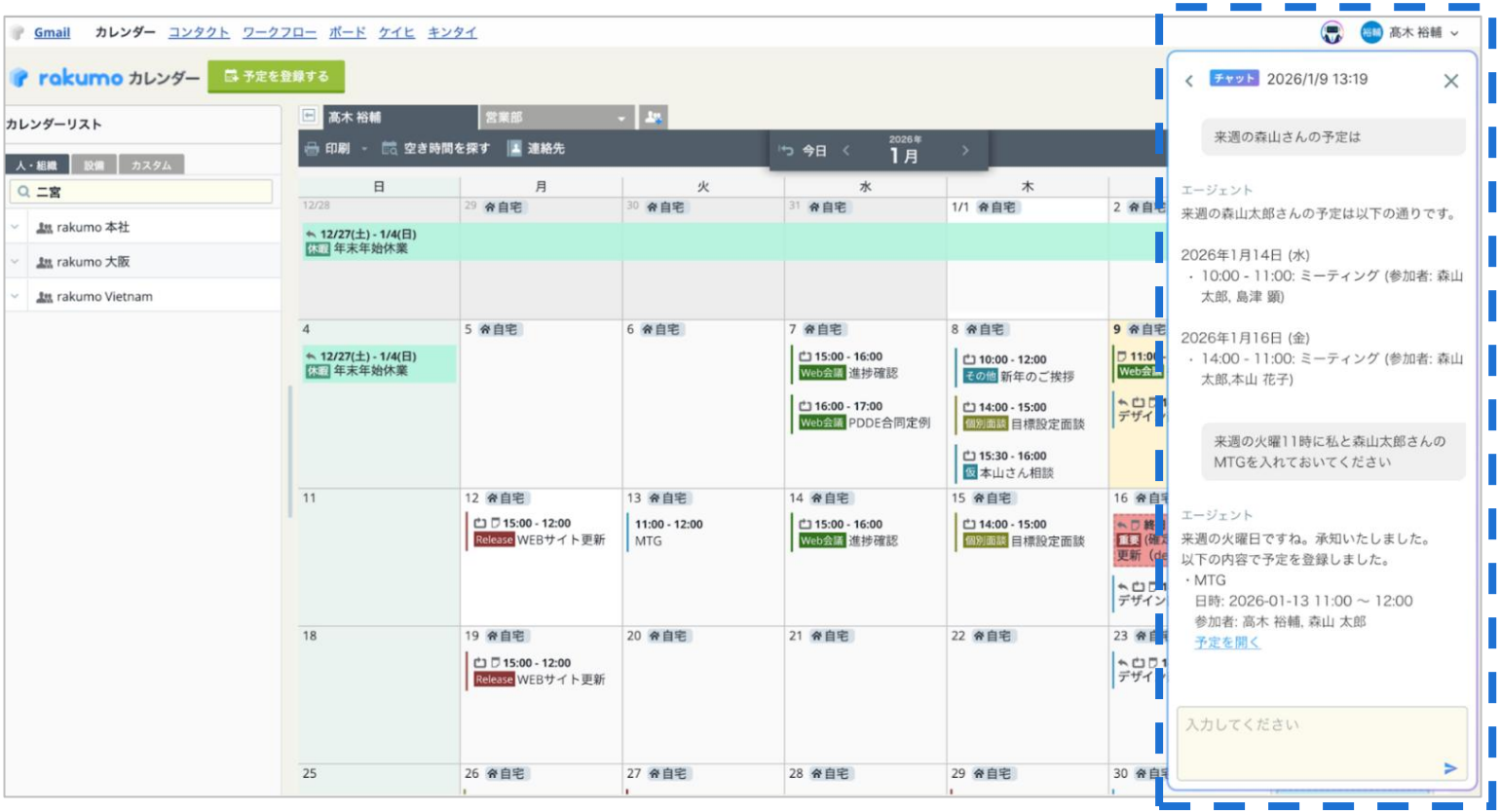
AIを活用した「rakumo エージェント」について

- 「rakumo for Google Workspace」に、Googleの高度なAI技術（Gemini、Vertex AIなど）を活用したエージェント機能の実装を開始
- 第一弾として2026年2月にrakumoカレンダーで「rakumoエージェント」機能を提供開始

rakumo エージェント：rakumo カレンダーでの提供開始

rakumo

rakumoカレンダーにrakumoエージェントが常駐し、自然な会話での予定の登録/確認、空き時間や過去の予定の検索、時間の使い方の集計、操作のサポート/Q&Aなど、日々の業務を秘書のようにサポートします。



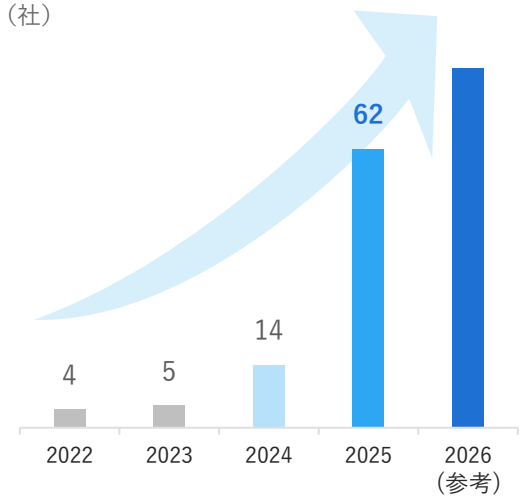
業界特化型セグメントマーケティング施策が好調に推移

- 初めて都道府県庁である秋田県庁様からの受注を獲得するなど、複数の大型案件を受注
- 大型案件となりやすいものの、民間企業と比べるとリードタイムが長くなる傾向があり、 当期の商談による26年度受注見込みの大型案件が複数ある状況

主な自治体顧客

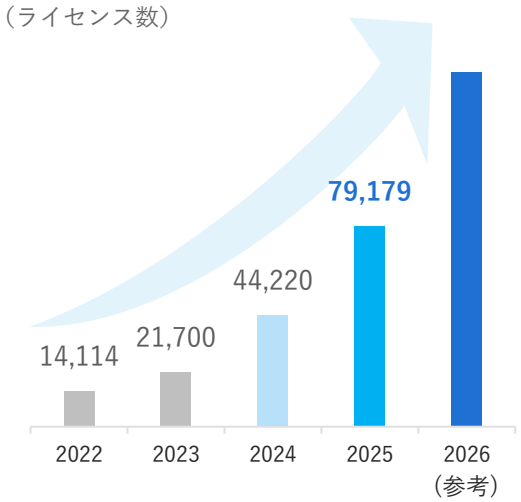
秋田県庁
佐久市
埼玉県 横瀬町
おいしいまち 網走 ABASHIRI
足利市 ASHIKAGA CITY
志摩市

商談数の推移（単年）



※ 2026年度のグラフはイメージとなります

ライセンス数の推移（累積）



※ 2026年度のグラフはイメージとなります

② HRテック領域の成長

- 人材管理・採用支援ソリューションサービス「aloop」、人材紹介会社向けアライアンスサービス「AGENT SHARE」及び採用動画サービス「SmartVision HR」等の各プロダクトのクロスセル等によりシナジー創出を企図
- 業務提携パートナーであるパソナ社との連携を強化
- M&Aによる新規サービス又は新規プロダクトの獲得も並行して進行

退職者や企業と接点を持ったすべての人材を一元管理できる、
パソナと rakumo が共同開発したタレントプール管理ソリューション

人材管理・採用支援ソリューション

aloop

採用のための動画の撮影・編集、動画プレイヤーの提供

SmartVision® HR

人材紹介会社（エージェント）と企業の人事部門向けに
3つのSaaSプロダクトと学生送客支援サービスを提供

AGENT SHARE
人材紹介会社向けアライアンスサービス

AGENT MANAGER
人材紹介情報管理システム

AGENT ACCESS
企業と全国のエージェントを繋ぐ採用支援

AGENT COLLEGE
新卒採用強化型学生送客サービス

主に下記の施策を実行

- 各プロダクトの拡販/営業力の強化
- 各プロダクトにおけるクロスセルの実行
- 代理店の拡充
- AIを活用した機能拡充

＋

業務提携パートナーとの連携の強化

PASONA

＋新規提携先の検討

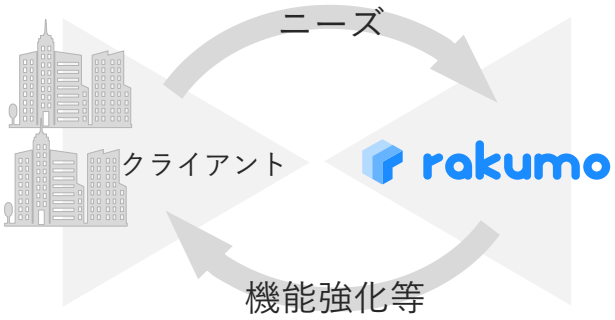
M&Aによる
新規サービス/新規プロダクトの獲得

③ 新規プロダクト開発・成長

クライアントニーズに適応した既存プロダクトの追加機能開発のみならず、新規プロダクト開発・M&A等にも注力

既存プロダクトの追加機能

- プロダクトの複線化（販売パートナーと協働でのプロダクト創出プログラムの実施、ベトナム子会社でのアジャイルなプロダクト開発の実行）
- AIを活用した機能の追加（生成AIの調査/開発の拡充、プラットフォーマーとの技術連携の強化など）
- 既存サービスの継続的なブラッシュアップ
- SaaSの特徴である継続利用を高める為に業務効率化に繋がる顧客の声を製品に反映



新規プロダクトの獲得

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

④ M&A及び業務提携先の検討

- rakumo Vietnam、gamba、アイヴィジョン、スタートレ及びエージェントシェアに続くM&A先の獲得により、新規領域又は既存領域の拡大を目指していく
- 良い案件に出会う機会を増やすべくプロアクティブリサーチを活用することでソーシング活動を強化
- ハイスキル人材の採用やパートナーの拡充により社内及び社外の両面でのM＆A体制が強化されたことで、連続的なM&Aの実行により非連続的な成長を実現していく

【インバウンドM&Aの強化】

a. 自社ルートの拡大
b. ソーシングサービスの活用
c. アドバンテッジ社ルートの活用

【アウトバウンドM&Aの強化】

a. アプローチセグメントの再定義
b. セグメント企業群のリスト化
c. 候補先への戦略的アプローチ

外部のパートナリング含めた守りと攻めのPMI（M&A後の統合プロセス）体制整備が進捗したことで、統合後を含めた安定的な体制を構築

rakumo

ADVANTAGE PARTNERS

A社
統合前：DD
統合後：経理業務等サポート

B社
統合前：経理PMI
統合後：経理PMI+連結サポート

C社
統合前：ソーシングサポート
統合後：PMI全般のアドバイス

スタートレ及びエージェントシェアのPMIの進捗状況

rakumo

■ 両社のPMIの進捗状況は以下の通り。26年度も継続してPMIを実行

	スタートレ	エージェントシェア
1 事業開発	● 相互の顧客基盤を活用したクロスセルの実行 ● 新商材(MEO、営業/デザイン代行）の導入 ● 大手信販会社との契約による利益率改善 ● 自社での信販実施による利益率改善 ● WEB商談の導入等による顧客範囲の拡大	● 相互の顧客基盤を活用したクロスセルの実行 ● 大手人材会社と連携による顧客紹介/求人強化 ● アドバンテッジパートナーズによる顧客紹介 ● rakumoやスタートレによる営業力強化
2 プロダクト開発	● 新CMSへのアップグレードによる生産性向上 ● AI機能の開発による商品力の強化 ● アポイントツールの開発による営業力の強化	● AGENT SHARE及びAGENT ACCESSの機能強化 ● AGENT COLLEGEの大幅なバージョンアップ
3 経営管理	● 収益認識基準に従い売上高を純額表示に変更、売上高に回収可能性を反映 ● 財務分析によるコストの最適化	● 収益認識基準に従い一部売上高を純額表示に変更 ● 財務分析によるコストの最適化

目 次

1. 会社概要・事業概要
2. SaaSサービスの概要・特徴
3. 2025年度 通期決算等の状況
4. 主要なKPI（指標）の推移
5. 業界動向及び事業環境
6. 成長戦略と進捗状況
7. 中期経営計画の進捗状況
8. 主要なリスク及び対応方針

7.

(参考)中期経営計画 エグゼクティブサマリー

rakumo

FY27までの数値コミットメント

ARR	調整後EBITA	営業利益	配当性向
30 億円	10 億円	7 億円	30 %
※ 24年度対比+179%	※ 27年度	※ 27年度	※ 27年度

中期経営計画の概要

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

戦略・方針

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

重点取り組みテーマ

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

株主還元の強化

配当性向については、FY27年度までに30%以上に引き上げる見込み。株主還元合計額は、今後3年間で10億円を目指す方針で、成長投資及び株主還元をバランスよく実行していくことを計画

新経営体制

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

中期経営計画の進捗状況①

rakumo

■ 中期経営計画（25年度～27年度）で掲げた各目標値がそれぞれ順調に進捗

	目標値	進捗状況	補足説明
ARR	30億円	21.5億円 （進捗率71.7%）	■ ライセンスサービスが順調に進捗 ■ M&Aにより連結した2社により大きく増加 ■ オーガニック+ノンオーガニックの両輪で成長を企図
調整後EBITA	10億円	5.9億円 （進捗率58.5%）	■ 25年度の業績目標である5億円を達成 ■ M&Aにより連結した2社が大きく貢献
営業利益	7億円	4.3億円 （進捗率61.3%）	■ 25年度の業績目標である4億円を達成 ■ 26年度はrakumo for Microsoft 365及び価格改定効果による利益率の上昇を企図
M&A投資額	30億円	16.5億円 （進捗率55.0%）	■ 25年7月にスタートレ社を、25年8月にエージェントシェア社をグループ化 ■ 26年度も継続してM&Aは重要な戦略として実行
配当性向	30%	19.2% （25年度配当9円/株）	■ 25年度配当9円/株÷EPS46.8円で算定 ■ 株主優待制度の新設を発表。総還元率の上昇を企図

※「調整後EBITA=営業利益＋のれん償却費(PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む）)＋株式報酬費用＋一過性のM&A関連費用(仲介費用及びDD費用等)+株主優待費用」として算出。
なお、株主優待制度の新設に伴い、26年度より調整項目に株主優待費用を追加（詳細は2026年2月12日公表の適時開示資料「株主優待制度の新設に関するお知らせ」を参照）

中期経営計画の進捗状況②

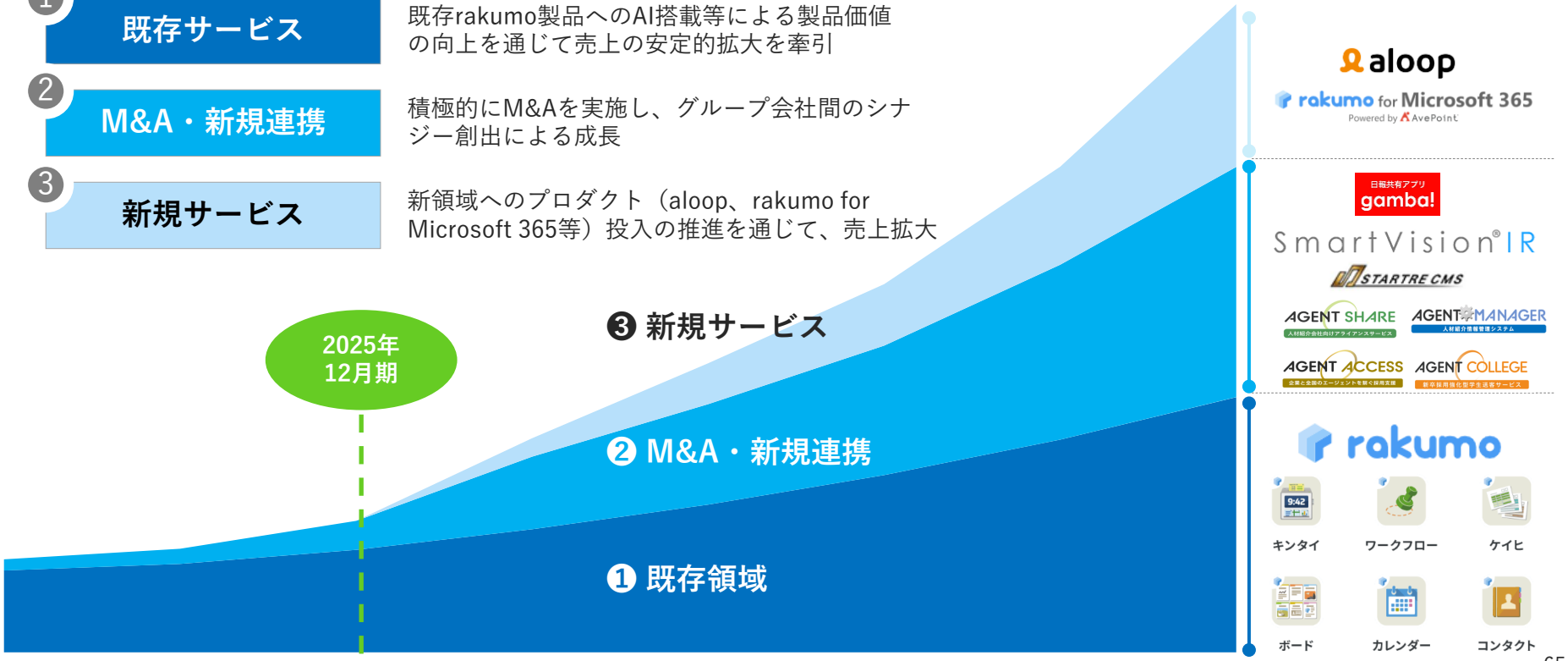
■ 中計の達成に向けた①～③の各目標が25年度期末時点においてそれぞれ順調に進捗

	25年度において実行したアクション	26年度において実行予定のアクション
1 既存rakumoのグロース	● 大幅アップデート等に伴う一部rakumo製品の価格改定を実施 ● 生成AI機能を複数プロダクトで追加 ● 業界特化型マーケティング施策の実行による自治体案件等の獲得が好調に推移	● 「rakumoエージェント」のリリースを含む大幅アップデート等によるrakumo製品の価格改定対応を継続 ● 好調な業界特化型マーケティング施策を継続 ● 業務提携パートナーの発掘と提携によるシナジーの創出 ● スタートレ社及びエージェントシェア社の顧客基盤を活用したクロスセルの実行
2 新領域でのプロダクト展開	● AvePoint Japan社との業務提携及び「rakumo for Microsoft 365」のリリース ● パソナ社との業務提携及び「aloop」のリリース ● 2件のM&A実施により新規プロダクトを獲得	● AvePoint Japan社や代理店と連携した「rakumo for Microsoft 365」の拡販 ● パソナ社と連携した「aloop」の拡販 ● M&Aによる新規プロダクトの獲得
3 M&Aの加速	● 連続的なM&Aの実現に向けた外部パートナーを含めた体制を構築 ● スタートレ社及びエージェントシェア社のM&Aを実行 ● M&A実行のためのデットファイナンスを実施	● スタートレ社及びエージェントシェア社のPMIによるシナジーの創出 ● 外部パートナーと連携したダイレクトアプローチによる、より積極的な案件発掘に注力

中長期的な成長イメージ

既存サービスのオーガニック成長に加え、既に取り組んでいるM&Aの継続的な実施、HRテックやMicrosoftプラットフォーム向けサービスなどの新規領域への事業展開で更なる成長を目指す

1. **既存サービス**
   既存rakumo製品へのAI搭載等による製品価値の向上を通じて売上の安定的拡大を牽引
2. **M&A・新規連携**
   積極的にM&Aを実施し、グループ会社間のシナジー創出による成長
3. **新規サービス**
   新領域へのプロダクト（aloop、rakumo for Microsoft 365等）投入の推進を通じて、売上拡大



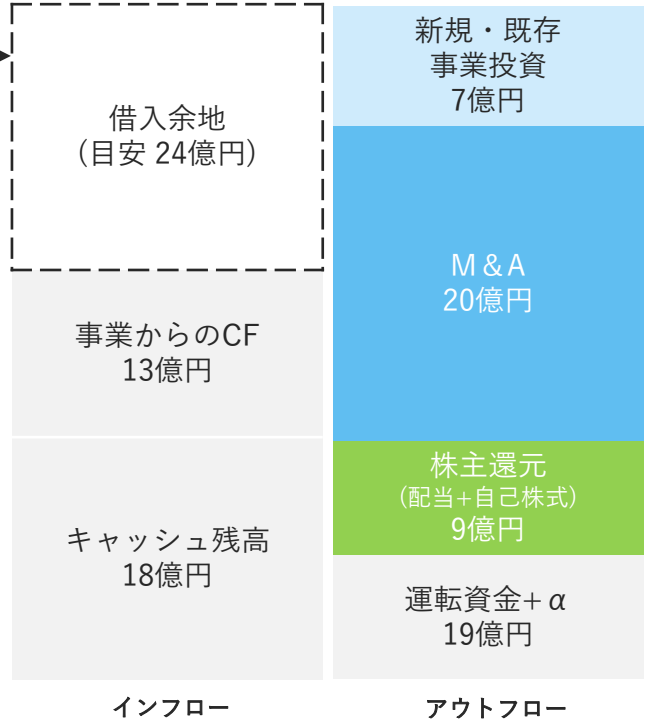
今後２か年のキャピタルアロケーション方針

- M&Aやプロダクト開発等の大きな成長を牽引する事業投資を優先する方針は継続
- キャッシュフローが安定している状況を踏まえ、資本コストも考慮して、配当、自己株式の取得や株主優待制度の実施などを含めた株主還元施策をバランス良く実行していきたい

26年度～27年度におけるキャピタルアロケーションイメージ

・EBITDAの5倍が有利子負債残高の最大値で想定（転換社債型新株予約権付社債を含まない）
　※25年度EBITDA6.2億円×5倍-有利子負債残高7.1億円で算定

・一定規模のM&A等の投資案件や事業投資がタイムリーに実行可能となるよう金融機関とは適宜コミュニケーションを実施



中大型案件を主軸に今後も数件の実施を企図。CFとのバランスを鑑みてデットファイナンスも流動的に実施を企図

27年度の目標配当性向を30%に設定。資本コスト及び最適資本構成を意識しつつ、自己株式の取得も機動的に検討

株主優待制度を新設

- 当社株式への投資魅力度を高め、より多くの皆様に中長期的に応援していただくことを目的に2026年6月末日を初回基準日として、年２回の株主優待制度を開始
- 今後も株主優待利回りの向上や、長期継続保有株主様への優待内容の拡大など、優待制度の拡大も検討していく
- なお、今後もより積極的に優待制度を進めていく目的で、株主優待費用を調整後EBITAの調整項目に追加予定

株式優待制度の概要

対象の株主様	各基準日時点の株主名簿において 500株以上保有の株主様を対象
基準日	6月末/12月末の年2回
優待内容	①各基準日にデジタルギフト® 7 ,500円分 (年間で合計15,000円分)を進呈 ②継続保有期間は無し

2026年2月10日時点の株価による
配当+年間株式優待利回り
4.03%

デジタルギフト®の交換先の一例

PayPay マネーライト／Amazon ギフトカード／楽天ポイント／dポイント／au PAY ギフトカード／QUO カードPay／FamiPay／JAL PAY／WAONポイント／nanacoギフト／楽天Edy／Pontaポイント／Visa e ギフト／Vプリカ／Google Play ギフトコード／Uber Eats ギフトカード　等

※交換先につきましては、今後変更となる可能性がございます

※１ 詳細については、2026年2月12日公表の適時開示資料「株主優待制度の新設に関するお知らせ」をご確認ください
※２ 配当+年間株式優待利回りは、2026年2月10日時点の終値（1,093円）を元に最低取得単位である500株保有の場合で、優待金額15,000円+配当金額7,000円（26年度配当予想14円×500株）で試算しています

目 次

7.

1. 会社概要・事業概要
2. 2025年度 通期決算等の状況
3. 主要なKPI（指標）の推移
4. 業界動向及び事業環境
5. 成長戦略と進捗状況
6. 中期経営計画の進捗状況
7. **主要なリスク及び対応方針**
8. Appendix

認識するリスク及び対応方針

- 本書提出日現在において、当社グループにおける成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があると認識する主要なリスク及び対応方針は以下の通り
- その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照

リスク項目	リスクの概要	顕在化の可能性／時期	顕在化した場合の影響度	対応方針
Google社及びセールスフォース社等との関係	両社の方針変更により、当社グループの事業に影響が生じる可能性	低／不明	大	現時点において各社が日本から撤退する予定はなく、今後も積極的に両社とのコミュニケーションを継続し、良好な関係維持に努める
技術革新への対応	技術革新や顧客ニーズへの対応遅れ、新技術対応のため想定を超える投資が必要となる可能性	中／不明	中	最新の技術動向や環境変化に関する情報収集、優秀な人材の確保や教育によるノウハウの蓄積等に積極的に取り組み、技術革新や顧客ニーズの変化に迅速に対応できるよう努める
競合	競合企業や新規参入企業との競争激化により、当社グループが想定している事業展開が図れなくなる可能性	中／中長期	中	製品開発力の強化や継続的な製品改修・サービス品質の向上等により、競争力の維持に努める
のれん等の減損リスク	連結貸借対照表に計上されているのれん等及び今後M&Aにより計上されうるのれん等が将来の収益性の低下により減損損失が計上される可能性	中／中長期	中	企業価値の算定等の事前調査を十分かつ適切に行い、合理的な判断を行っていけるよう努める

目 次

1. 会社概要・事業概要
2. 2025年度 通期決算等の状況
3. 主要なKPI（指標）の推移
4. 業界動向及び事業環境
5. 成長戦略と進捗状況
6. 中期経営計画の進捗状況
7. 主要なリスク及び対応方針
8. Appendix

8.

用語の定義、解説①

本書記載内容に対する理解を容易にするために、また、正しい理解をいただくために、本書で使用する用語の定義と解説を以下に記載します。

	用語	用語の定義、解説
1	ライセンスサービス	「サブスクリプション型リカーリングレベニューモデル」で提供される自社グループ及び他社のライセンスビジネス
2	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
3	SaaS	Software as a Serviceの略称。クラウドで提供されるソフトウェアサービスのこと。 ユーザー側でソフトウェアを保有するのではなく、サービス提供側がソフトウェアの機能をクラウド上で提供し、インターネットを介してユーザーがサービスを利用する形態
4	クラウド	クラウドコンピューティングの略語で、従来のようにユーザー側でサーバーやソフトウェア等を保有するのではなく、インターネットを介してサービスを利用するもの。サーバー等の初期費用や、ソフトウェアも含めたシステム全体の開発・保守・運用負担を抑えることが可能
5	GWS	Google Workspaceの略称。Google社が提供するクラウド型ビジネス業務基盤ツール
6	サブスクリプション	ソフトウェアのライセンス契約方式においては、売買ではなく特定期間内の使用権を販売する方式のこと。料金は定額で、契約期間内においては、ソフトウェアのアップデートなどは追加料金を支払うことなく受けることが可能

用語の定義、解説②

本書記載内容に対する理解を容易にするために、また、正しい理解をいただくために、本書で使用する用語の定義と解説を以下に記載します。

	用語	用語の定義、解説
7	リカーリングレベニュー	継続収益。リカーリングビジネスにより得られる収益のこと。リカーリングは「繰り返される」「循環する」という意味。リカーリングビジネスとは、一度の取引で完了するのではなく継続して取引をおこない、安定した収益を得ることができるビジネスモデル
8	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
9	Microsoft 365	Microsoft社が提供する、Word、Excel、PowerPointなどのOfficeアプリと、Teams、OneDrive、メールなどの統合型クラウドサービス
10	PMI	正式名称はPost Merger Integration（ポスト・マージャー・インテグレーション）。M&A（合併・買収）成立後に、2つの企業の経営、業務、意識（文化）を統合し、シナジー（相乗効果）を最大化させるプロセスのことをいう
11	スタートレ	2025年７月１日付で当社の連結子会社となる。創業間もない企業の「はじめの一歩」をお手伝いするをスローガンに、個人事業主、中小企業が顧客の集客、求人を行うために効果的なホームページをCMSで構築し提供。2026年3月1日にて株式会社DEGINAへ社名変更
12	エージェントシェア	2021年９月創業、2025年８月１日付で当社の連結子会社となる。「HR（Human Resource）×テクノロジー（Technology）で未来を創造する」というビジョンを掲げ、人材紹介会社向けアライアンスサービス「AGENT SHARE」等3つのSaaSプロダクトと学生送客支援サービスの計4つのサービスを提供

（ご参考）

当社SNSアカウントのご紹介

当社では、下記アカウントにて決算情報やプレスリリース等を随時発信しております。是非フォローのうえ、最新情報をご確認ください。

X（旧Twitter）

Facebook

YouTube

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。

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