

2021年2月18日

各 位

会 社 名 r a k u m o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)

2020年12月期 通期決算説明会の質疑応答（要旨）について

この質疑応答集は、2021年2月16日に開催いたしました2020年12月期 通期決算説明会（アナリスト・機関投資家向け）にて、ご出席の皆様からいただいた主なご質問をまとめたものです。なお、理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております。

Q. 2020年度はクライアントの増加数が若干少なかったものの、ユニークユーザー数の増加数は変わらず、大企業の契約が多かったものと推察している。顧客規模の変化について教えてほしい。

A. 2020年度は大手顧客の開拓に注力し、導入に多少工数のかかる（ワークフロー、ケイヒ、キンタイなどの）業務系製品のニーズが増加、単価の増加にもつながった。契約社数は例年と比べ伸びが若干減少したものの、大手顧客の開拓に注力した背景もあり、ユニークユーザー数の伸びは例年通りとなった。

今後については、大手に対する導入も熟れてきていることから、より効率よく販売活動を行っていきたいと考えている。

Q. ユニークユーザー当たりの単価は、SaaSサービスの売上高をユニークユーザー数で割ると算出できると考えるが、中期的な見通しについて教えてほしい。

A. ユニークユーザー数の伸びと単価の増加、両面で考えている。

ユニークユーザー数の伸びについては、さらに増加させていきたいと考えている。カレンダーやボード等の導入障壁が低いサービスの拡販を今一度進めていきたい。推移としては継続的に伸びていく状況に変わりないとの認識である。

また、ユニークユーザー当たりの単価については、増加させることができている。新規導入顧客の半数程度はパックで購入いただいているが、単品と比べてパックでの販売は単価が高くなる。一方、既存顧客には前述のとおり導入しやすい製品から販売し、より単価の高い業務系製品の拡販を進めていくことで、単価の伸びも継続させていきたい。

Q. 中長期で目指している売上高水準について教えてほしい。

A. 中期経営計画を発表していないが、SaaSサービスにおいては現状、20～30%の成長を継続できており、今後においても順調に成長を継続していきたい。

Q. 目標としている経営指標について教えてほしい。

A. 売上高と営業利益率が重要な経営指標である。SaaSサービスの成長を中心として売上高を伸ばしていくことと、営業利益率の向上を重視している。

Q. 目指している営業利益水準、営業利益率について教えてほしい。また、今後も足元のトレンドが続いていくか。

A. SaaSサービスにおいては、売上高の伸びに比べて原価は多く発生しない構造となっており、現状の営業利益率の伸びを継続していきたいと考えている。

Q. 先行投資が少額で済み、解約率が低いビジネスと理解しており、新規顧客をさらに獲得するような施策を行ったほうが良いと考えるが、見解をお聞きしたい。

A. 当社の製品特性として、Google社やsalesforce.com社の製品を利用または利用意向のあるお客様に対して提案を行っていく必要があり、ターゲットが限定されているものと認識している。広範なマーケティングコストをかけるよりも、堅実にターゲットとなるお客様にリーチできる費用対効果の高い広告手法を用いていきたいと考えている。

2021年度予算においては、販売促進費および広告宣伝費を増額している。これまではGoogle社のリスティング広告を利用していたが、それ以外の広告媒体の利用や、Google社が主催するイベント、大手代理店主催のイベント等にも出展することで、効果的に費用を用い、堅実な成長につなげていきたい。

Q. Google Workspaceを使用している方と、rakumo製品を使用している方は、根本的に何が異なってくるのか。

A. 当社製品は二つに大別でき、一つは、カレンダーやコンタクト、ボードといった、Google社のプラットフォーム上にもあるサービスをより使いやすくするサービスである。例えばGoogleカレンダーは、日本企業の組織での利用においては使いにくくケースも多く、rakumoカレンダーでは、インターフェイスや機能を追加で提供することで、より利便性を感じていただけるサービスである。

もう一つは、ケイヒやキンタイ、ワークフローといったプラットフォーム上にはないサービスである。これらのサービスを提供することにより、Google社のサービスと連携して、よりスムーズに業務を進めていただける。

Q. rakumoのようにアドオンでサービスを提供しているSaaSプロバイダは多く存在するのか。

A. 非上場の会社でいくつかあるが、そこまで多くはないと認識している。サービス単体での提供ではなく、プラットフォーム販売のための付随サービスでの提供や、部分的なツールでの提供が多いとの認識。プラットフォームの仕様に合わせた製品開発やメンテナンスが必要なため、参入障壁があるものと考えている。

Q. 現在、Google社およびsalesforce.com社のプラットフォーム上においてサービスを展開されているが、市場が限定されているのではないかと懸念している。

A. Google社も継続的にユーザー数を増やしており、年間100万社ずつ増加、2020年において600万社以上のG Suite（現・Google Workspace）利用者数をグローバルにて有している。当社の市場規模も広がっており、ポテンシャルとして今後さらに獲得していける市場があるものと認識している。また、Google Workspaceの市場が広がっているだけでなく、既存のマーケットにおいても開拓の余地が大きいと考えている。

Q. Google Workspaceを利用している顧客の何割がrakumo製品を利用しているのか。

A. 現状、日本におけるGoogle Workspaceの利用者数が公表されていないが、当社は日本におけるGoogle Workspaceの販売代理店と幅広く連携しており、Google Workspaceの利用者数は概ね数百万ユーザーであると推察している。また、rakumo製品は現状、416千人のユニークユーザー数であることから、10%前後のシェアを持っているものと想定している。

当社ではアタッチレートと呼んでいるが、これをいかに高めるかを重視していきたいと考えている。これまでは新規にGoogle Workspaceを利用される顧客の獲得にフォーカスしていたが、既にGoogle Workspaceを利用されている顧客に対するアプローチにも注力していきたい。

Q. グループウェア業界には、多くの競合他社が存在しているが、後発のrakumoはどのようにして勝っていくのか。

A. まず、当社は他社と同時期からサービスを展開しており、後発ではないと認識している。

また、サービスの切り口として、勤怠管理や経費精算、電子稟議システムなど、単一サービスとして提供されている他社とは異なっており、Google Workspaceというプラットフォームを利用しているお客様においては、当社サービスを便利に使用いただけるものと考えている。

具体例として、情報システム部門においてサービスを検討される場合においては、プラットフォームとの連携や全社的な情報システムの一元管理を勘案されることから、当社サービスを支持いただきやすい。一方、経理部門や人事部門等においてサービスを検討される場合は、他社の単一サービスに強みがあるものと認識している。

Q. 今期は新製品のリリースを予定しているか。予定している場合は、どのような製品か。

A. 現時点で具体的な計画があるわけではないが、新型コロナウイルスの影響により、各社がリモートワークを進めていく中で新たな課題が生じてきている。当社は、会社全体にて利用いただけるサービスを提供しているが、リモートワークでも円滑に仕事を進めていけるコミュニケーション系のツールや、人事組織の管理系ツールに関して、研究開発を継続している。

Q. 海外戦略の進捗状況について教えてほしい。

A. 海外においても新型コロナウイルスの影響により、リモートワークが進んでいる。当社はベトナムに子会社を有しているが、ベトナムにおいても厳しいロックダウンが実施された。このような背景の中、SaaSサービスに対するニーズも生じており、製品の開発拠点としてだけでなく、販売拠点としても準備を進めており、まずはGoogle Workspaceの再販を考えている。

以 上