

# 2024年度第3四半期 決算説明資料（詳細編）



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

2024年11月14日  
東証グロース：4060

## 2024年 第3四半期 累計 決算概要

- 2024年第3四半期累計の売上高は、SaaSサービスに注力する目的で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を縮小したものの、価格改定等の施策の進捗によるSaaSサービスの成長（前年同期比19.6%増）を主因として、1,055百万円（同11.3%増）と継続的な増収を達成
- 原価率は前年同期比で0.8pt改善、販管費率は営業部門への投資、研究開発活動の進捗、のれん償却費等の増加などの影響で微増
- 売上高の増加及び高い限界利益率を背景に、EBITAは306百万円（同21.6%増）、営業利益は266百万円（同13.9%増）と増益を達成
- 利益率についても、EBITAマージンは29.0%（同2.5pt増）、営業利益率は25.3%（同0.6pt増）と継続的に向上

## 2024年第3四半期 又は 今後の主要施策等

- rakumo製品の価格改定対応が進捗したことで、SaaSサービスが成長し、利益率やユニークユーザー当たり単価も順調に上昇
- Googleの再販プログラム変更に伴う影響等によりKPIが伸び悩むも、徐々に回復基調を示しており、各種施策の推進により改善を見込む
- 業界セグメント特化型マーケティングの各種施策は順調に進捗し、自治体や医療機関等の事例を公開
- 各新規プロダクトの開発が順調に進捗（25年度リリースを企図）
- 未定としていた業績予想及び当社初となる配当予想を発表
- 中長期におけるキャピタルアロケーション方針の概要を発表

- 
- I. 2024年度第3四半期決算等の状況
  - II. 今後の施策、事業環境等
  - III. 今後のサービス展開方針等

# I . 2024年度第3四半期決算等の状況

# 2024年度第3四半期 決算サマリー



- ・2024年度第3四半期における売上高は、SaaSサービスに注力する目的で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を縮小したものの、価格改定等の施策の進捗によるSaaSサービスの成長（前年同期比19.6%増）を主因として、1,055百万円（同11.3%増）と継続的に増収
- ・原価率は前年同期比△0.8ptとさらに改善。販管費率は営業部門への投資、新サービス又は生成AI関連の新機能に関する研究開発活動の進捗、のれん償却費等の各種投資の影響で微増となるも、価格改定等の施策によるSaaSサービスの成長や、当期の投資や施策効果の発現により、来期以降改善していく見込み
- ・売上高の増加及び高い限界利益率を背景に、EBITAは306百万円(同21.6%増)、営業利益は266百万円（同13.9%増）と増益を達成。利益率についても、EBITAマージンは29.0%（同2.5pt増）、営業利益率は25.3%（同0.6pt増）と継続的に向上

	2023年 3Q実績 (千円)	2024年 3Q実績 (千円)	前年同期比 増減率	前年同期比 改善point	2023年3Q / 2023年 通期実績	2024年12月期 業績予想 ※2
売上高	948,317	1,055,243	11.3%	-	73.2%	1,436,258
（SaaSサービス）	851,862	1,019,109	19.6%	-	72.6%	1,388,195
（ソリューションサービス）	39,140	20,781	△46.9%	-	75.4%	23,517
（ITオフショア開発サービス）	57,315	15,353	△73.2%	-	81.9%	24,545
売上原価	335,565	365,158	8.8%	-	72.4%	491,637
（売上原価率）	35.4%	34.6%	-	△0.8 Pt	-	-
販管費	378,419	423,263	11.9%	-	71.7%	590,832
（販管費率）	39.9%	40.1%	-	+0.2 Pt	-	-
EBITA※1	251,776	306,281	21.6%	-	75.3%	406,401
（EBITAマージン）	26.5%	29.0%	-	+2.5 Pt	-	-
営業利益	234,332	266,821	13.9%	-	77.1%	353,788
（営業利益率）	24.7%	25.3%	-	+0.6 Pt	-	-
経常利益	227,967	260,783	14.4%	-	76.8%	347,130
（経常利益率）	24.0%	24.7%	-	+0.7 Pt	-	-
当期純利益	150,240	165,690	10.3%	-	76.5%	242,256
（当期純利益率）	15.8%	15.7%	-	△0.1 Pt	-	-

※1: 「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）」として算出

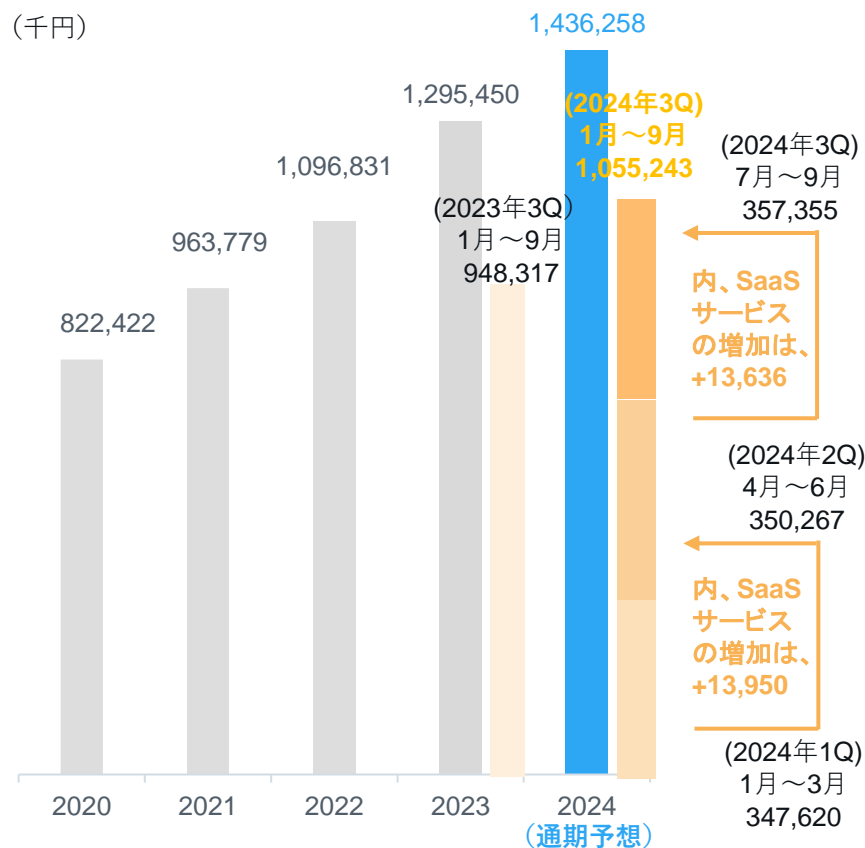
※2: 3Q末時点において、合理的な業績予想数値の算出が可能と判断し、連結業績予想を開示

# 売上高の推移及びサービス別売上高割合：SaaSサービスが順調に成長

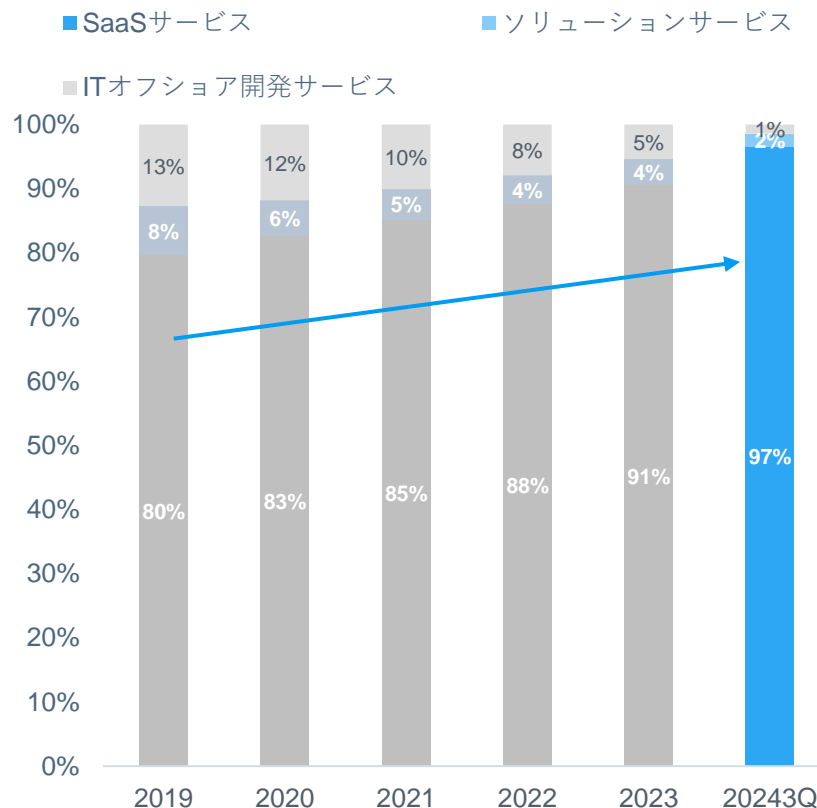


- ・ 3Qにおける売上高は、SaaSサービスに注力する目的でソリューションサービス及びITオフショア開発サービスを縮小したものの、価格改定等の施策の進捗によりSaaSサービスが成長（前年同期比19.6%増）し、1,055百万円（同11.3%増）と継続的に増収
- ・ 当社は積み上げ型のビジネスモデル（決算期後半になるにつれて売上高が増加）であるSaaSサービスが主体であるだけでなく、価格改定効果が4Q分もさらに積み上がる見込み
- ・ 成長率と安定性の両方を兼ね備えたSaaSサービスの売上高割合は約97%とさらに進捗

売上高



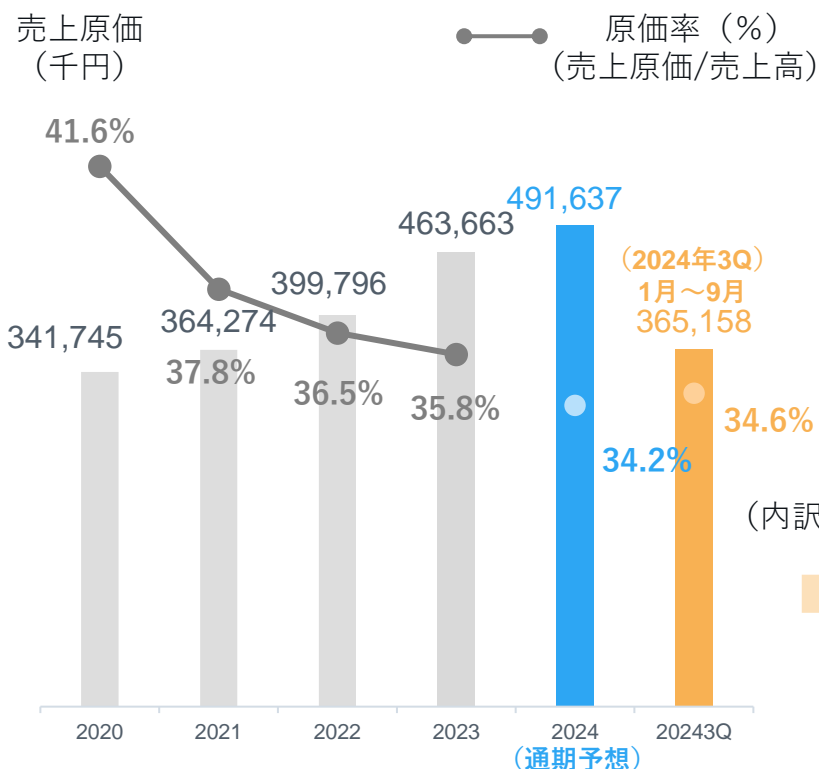
サービス別売上高割合



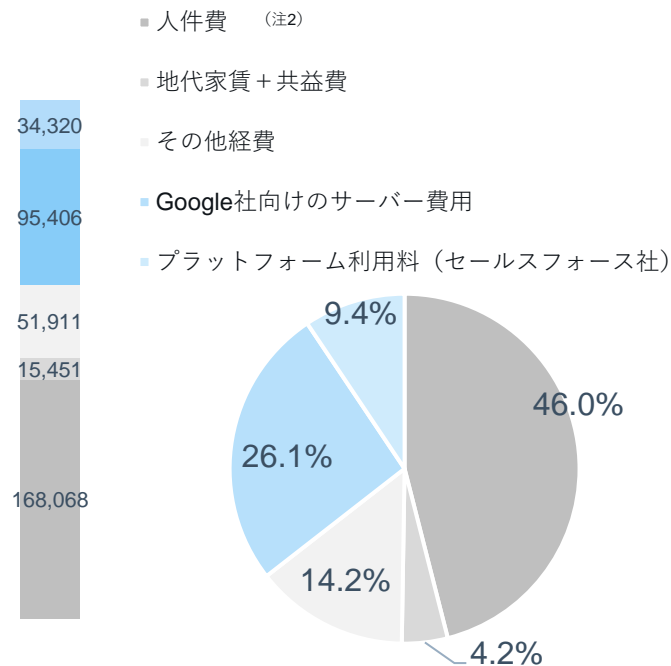
# 売上原価の推移及び構成：原価率がさらに改善

- 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）
- 上期における大幅な円安によるサーバー費用増の影響（前年同期比48.7%増）が大きかったものの、SaaSサービスの順調な成長と固定費を中心とした原価構造により、3Qにおける原価率は34.6%と堅調に改善
- 原価部門におけるSaaSサービスの変動費率<sup>(注1)</sup>から算出されるSaaSサービスにおける限界利益率は約90%と高水準。なお、円安影響が落ち着くことでより高い水準となる見込み

売上原価及び原価率



売上原価の構成比率（2024年3Q実績）



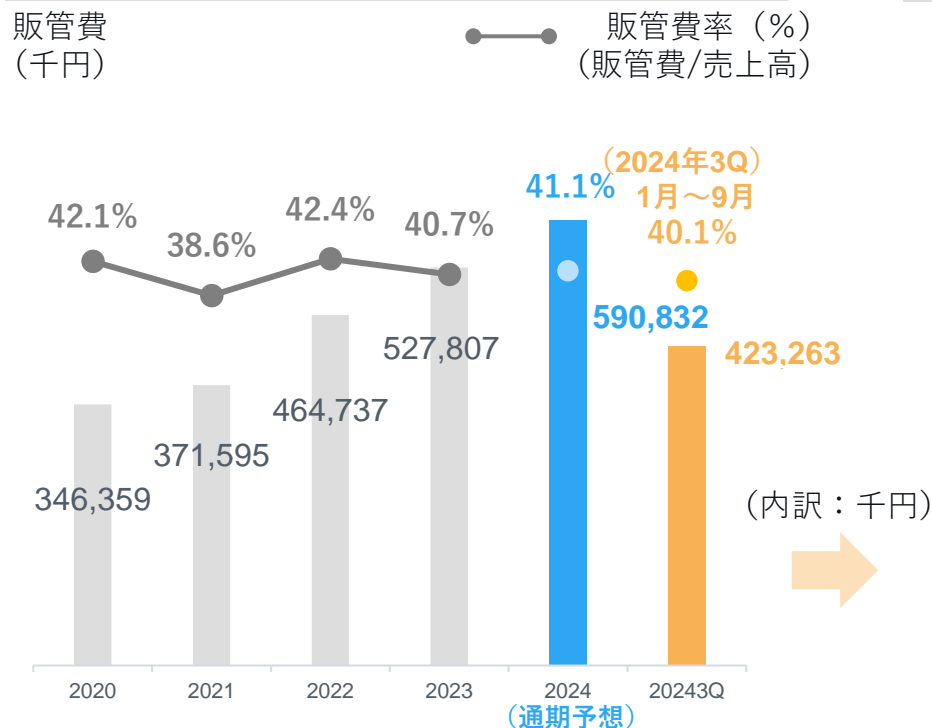
注1：「Google向けのサーバー費用+プラットフォーム利用料（セールスフォース社）÷SaaSサービス売上高」として計算しております。

注2：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。

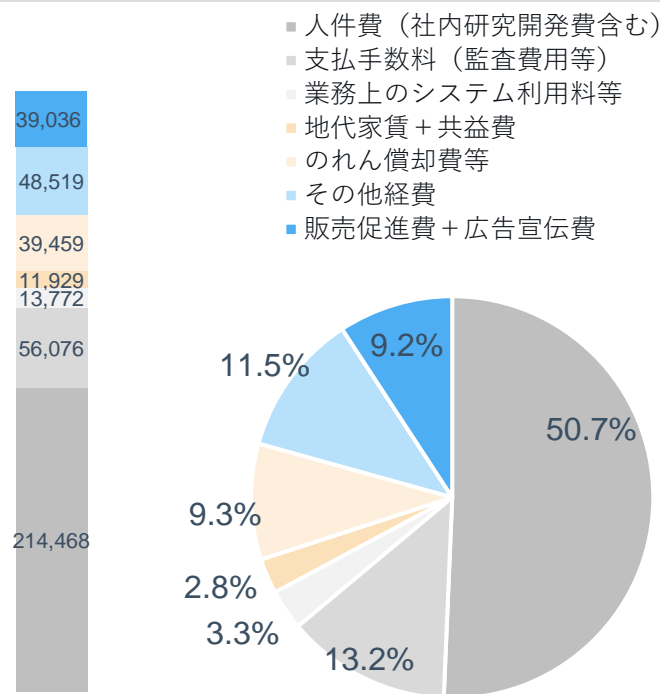
# 販管費の推移及び構成：更なる成長に向けた各種投資を実行

- 当期は業界特化型（自治体デジタル化 支援EXPO [Link](#)等）のイベント等へも積極的に参加
- 販管費率は営業部門への投資（インサイドセールス及びポストセールスの設置等）、新製品又は新機能開発のための研究開発活動、のれん償却費等、イベントへの出展強化などの各種施策や投資の影響で微増（+0.2 pt）となるも、価格改定等の施策によるSaaSサービスや、当期の投資や施策効果の発現により、来期以降改善していく見込み
- 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可能という特性から、「販促費+広告宣伝費」の金額は他社SaaS企業に比して低水準に推移しながらも、売上は継続的に増加。なお、販管費は人件費等の固定費が中心（右下円グラフご参照）

販管費及び販管費率



販管費の構成比率（2024年3Q実績）

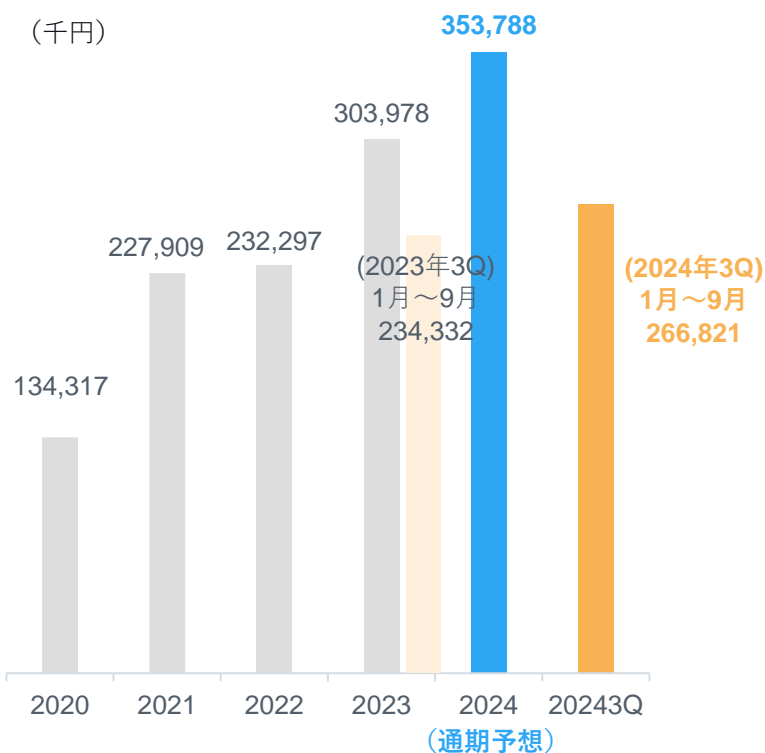




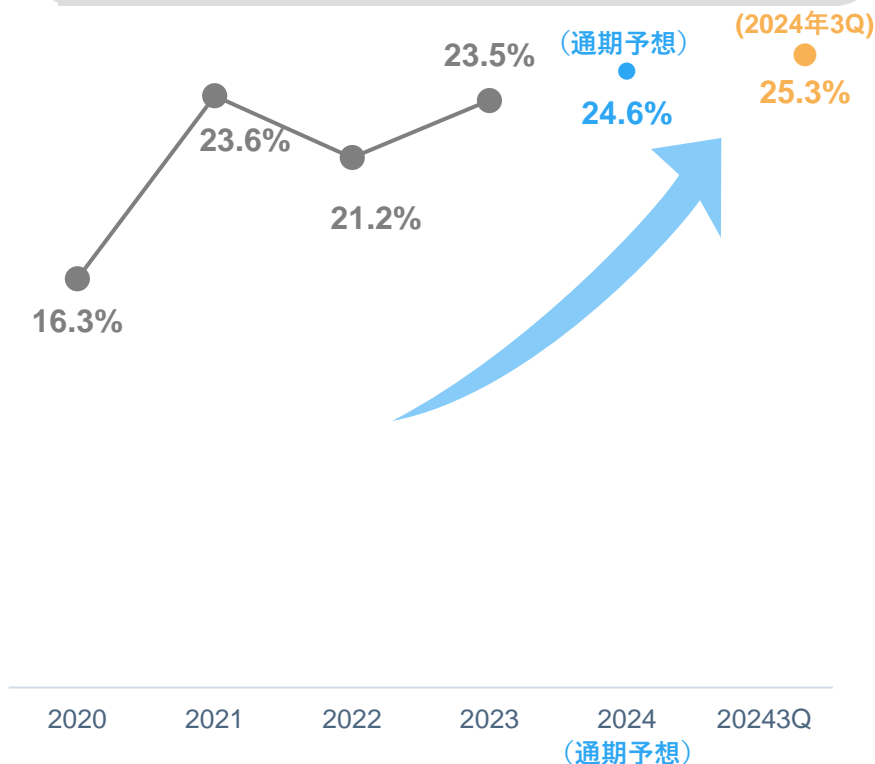
# 営業利益：継続的な増益を達成

- ・売上高の増加及び高い限界利益率を主因として、営業利益は266百万円（前年同期比13.9%増）と継続的な増益を達成
- ・3Qにおける営業利益率は各種施策や投資の実行等によるコスト増はあるも、価格改定や各種施策の進捗によるSaaSサービスの成長により上昇。なお、来期以降は当期の投資効果や価格改定等の施策効果の発現によりさらなる上昇を企図
- ・なお、rakumoでは円高で為替メリットをより享受できることから、為替状況が安定し円高に収束していくことでコスト面・利益面において追い風となるものと思料

営業利益



営業利益率

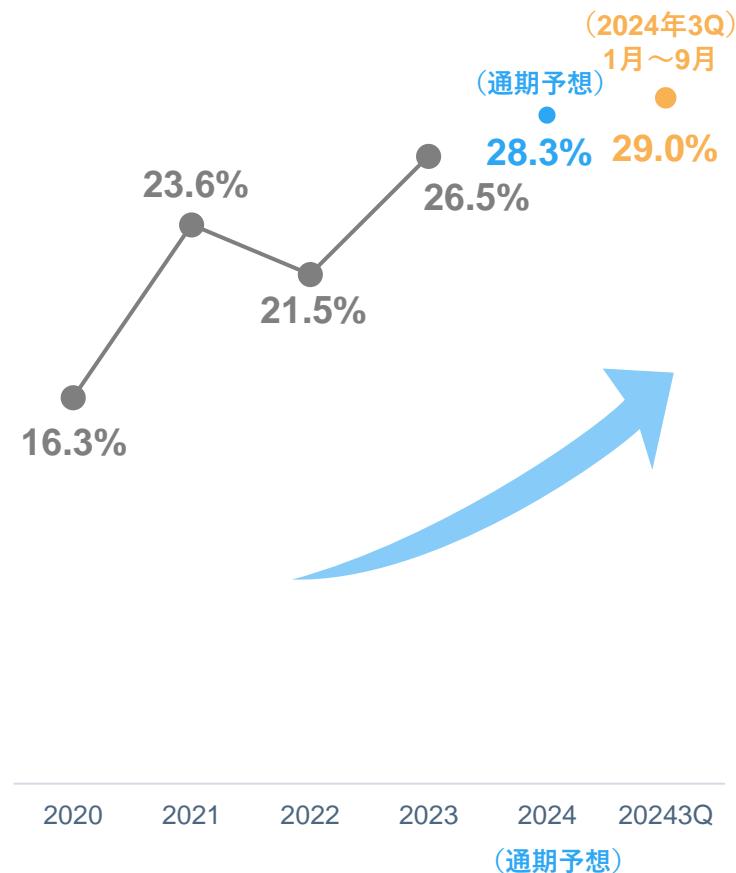
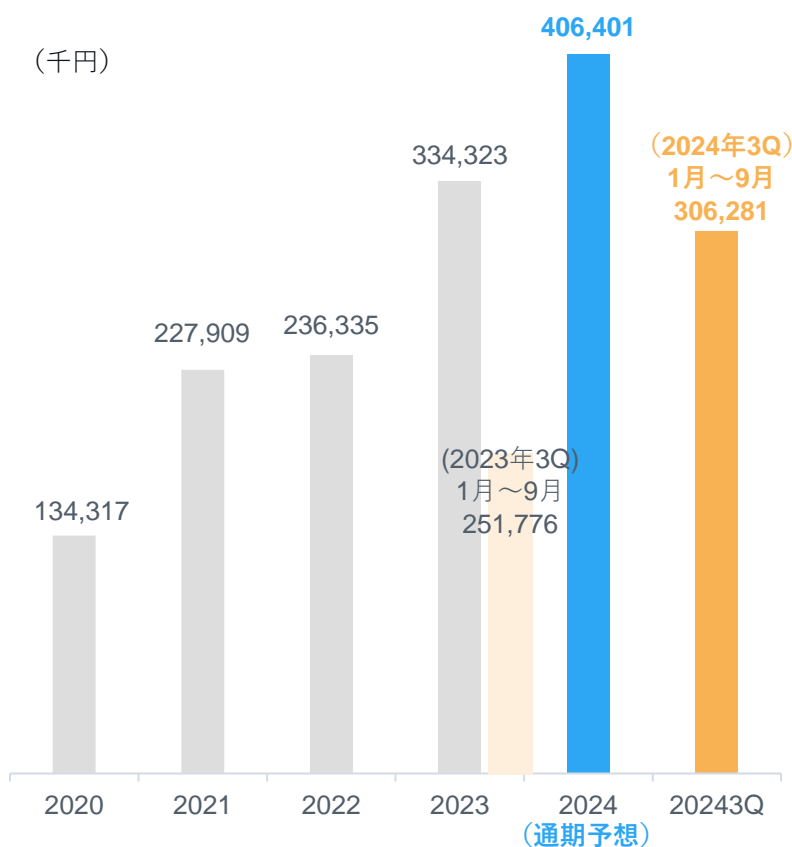


# EBITA※：高いEBITAマージンを確保

- ・キャッシュ・フロー創出力の重要な指標であるEBITAは306百万円（前年同期比21.6%増）と大幅な増益を達成
- ・2024年3QのEBITAマージンは29.0%（同 2.5pt増）と大きく上昇

EBITA

EBITAマージン



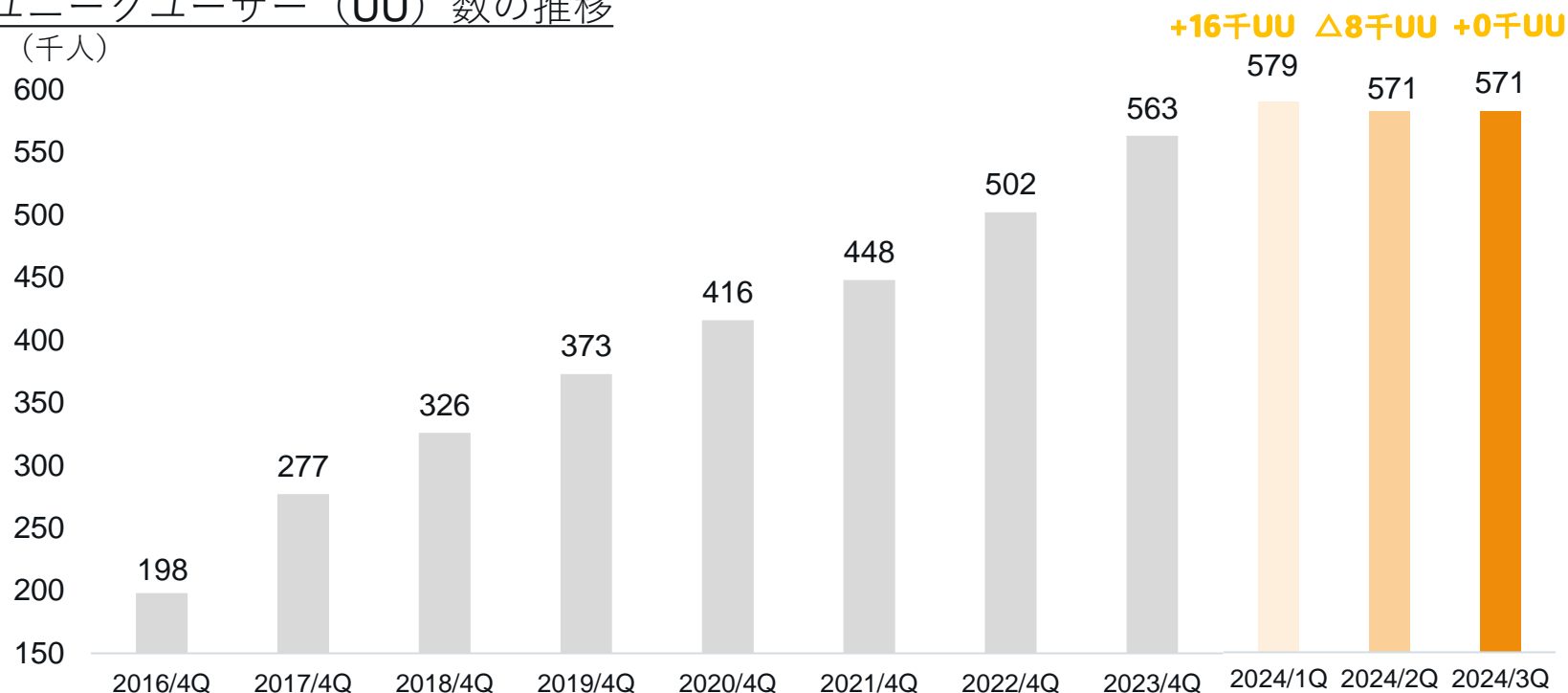
※: 「EBITA = 営業利益 + のれん償却費 (PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む)」として算出しております。

## ユニークユーザー（UU）数※の推移

- UU数は2Q以降不安定な推移となっている状況。これは主に、Googleの再販プログラム変更に伴う影響により、①代理店パートナー企業経由での案件数の減少、②GWS利用顧客の一部が当社から他の代理店パートナー企業へ移行したことでGWSの解約が増加したこと等による
- 一方で、3Qでは微増だがUU数は増加しており、徐々に上記影響が改善している状況と見料
- 業界セグメント特化型マーケティング、営業部門への投資、プロダクトのリリースに向けた開発、既存製品の強化、積極的なM&Aの検討によるプロダクトの獲得等の各種施策を推進することで、4Q以降において伸長させていくことを企図

### ユニークユーザー（UU）数の推移

(千人)



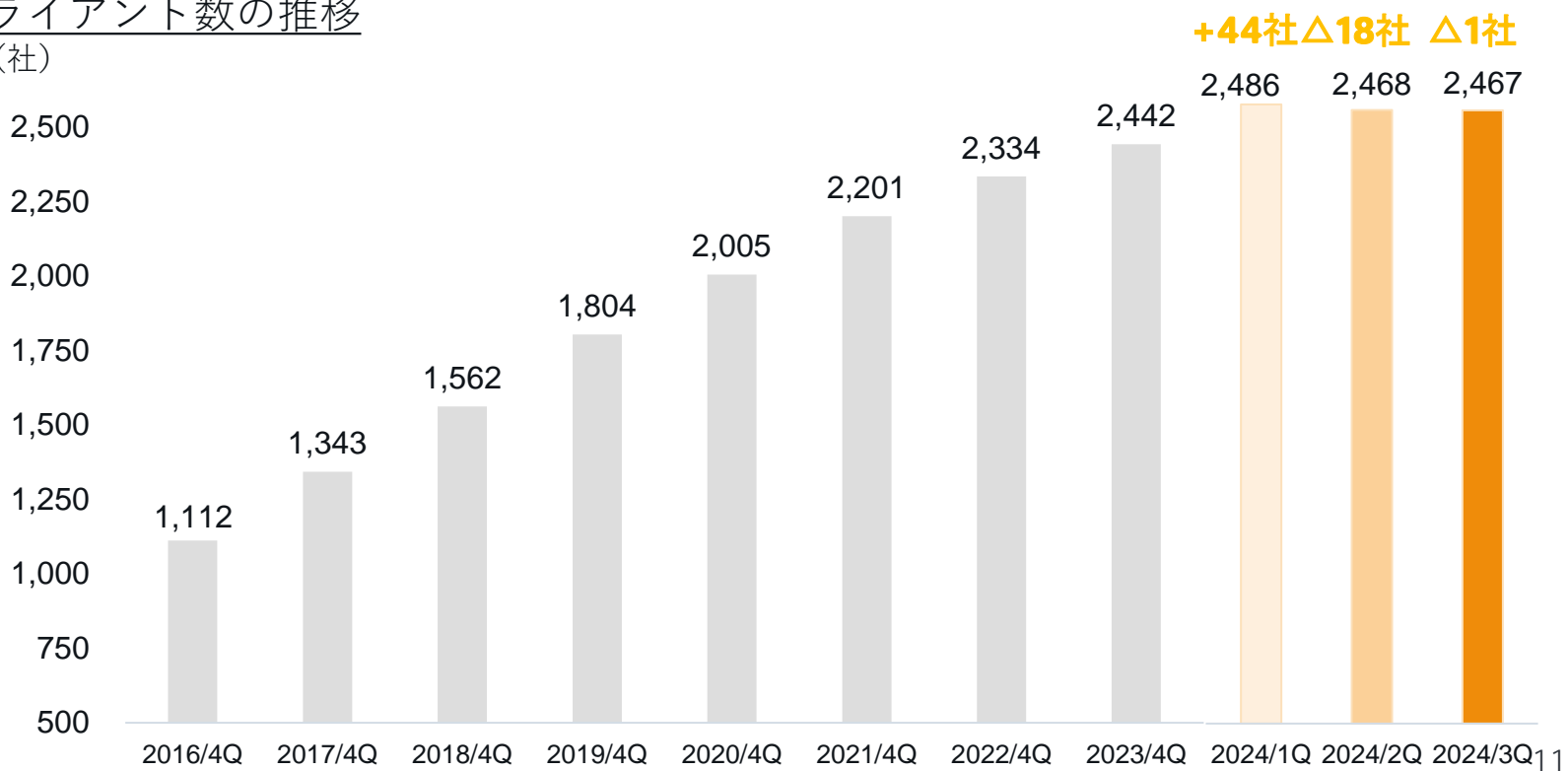
※「ユニークユーザー数」はユーザー数のカウントとなります。例えば、A氏がキンタイ、ワークフローの二つを使用している場合、1カウントとして算出します。一方、「ライセンス数」は、使用プロダクトの数でカウントし、このケースの場合、2カウントとして算出いたします

# クライアント数（利用社数）※の推移

- クライアント数（利用社数）は当1Qまで堅調に増加するも、UU数同様にGoogleの再販プログラム変更に伴う各種影響を受けたこともあり、不安定な推移となっている状況
- 課題感への対応として、営業部門への投資（BDR（Business Development Representative）担当の配置によるアウトバウンド営業の強化、アカウントマネジメントチームの営業部門への再設置、GoogleのAIサービスの販売強化等）、業界セグメント特化型マーケティング施策、新製品又は新機能の開発等の製品力の強化等の各種施策を実施により、今後も中大手を中心としたクライアント数の増加を企図

## クライアント数の推移

(社)

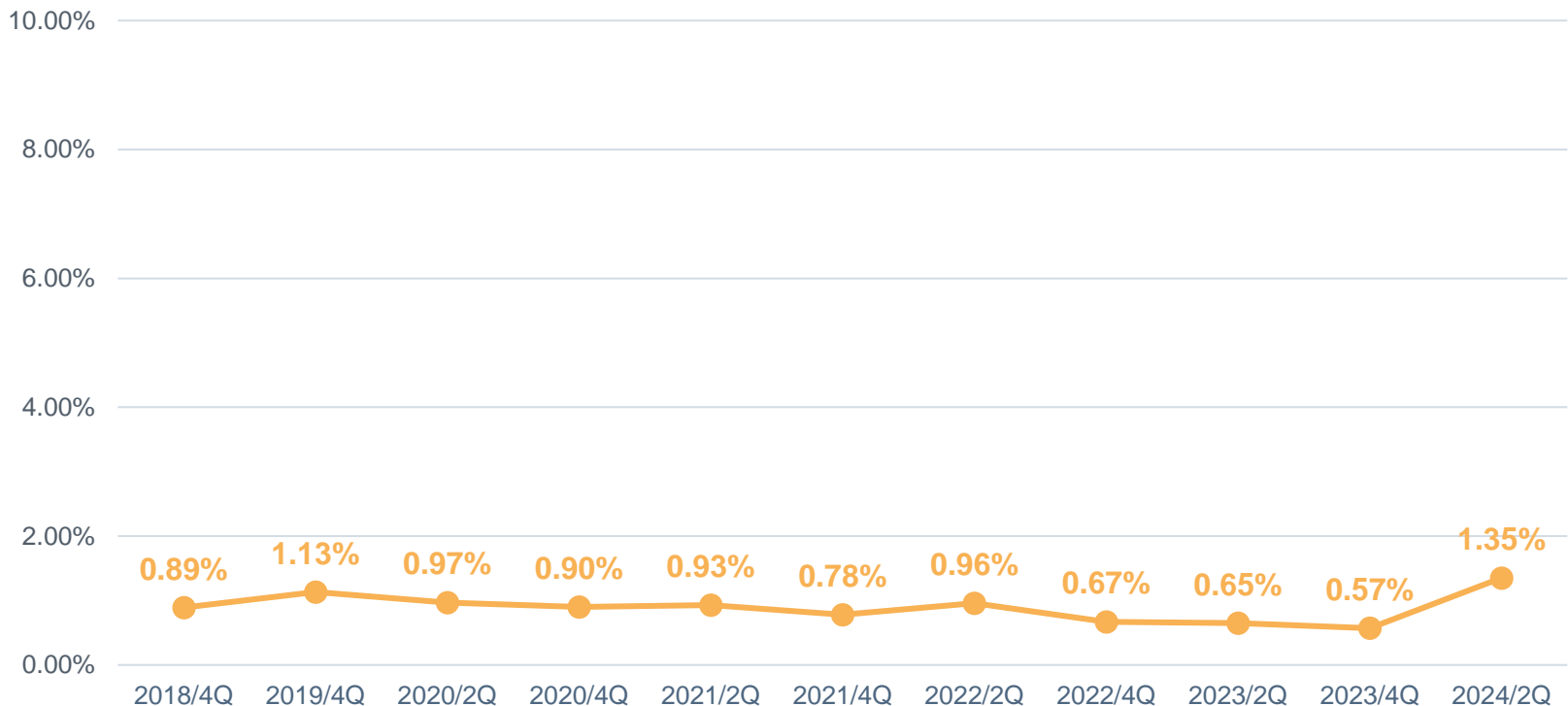


※「クライアント数」は当社のSaaSサービス関連製品をご使用いただいているクライアントの社数となります。

(ご参考)  
解約率の推移

- 業務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
- Googleの再販プログラム変更に伴う影響もあり、GWSの解約が進んだことを主因として一時的に通期平均1.35%となっているが、G版及びSF版rakumoについては想定と大きな乖離もなく進捗している状況。なお、3Qでは改善方向に推移している状況

解約率の推移 (注1・2)

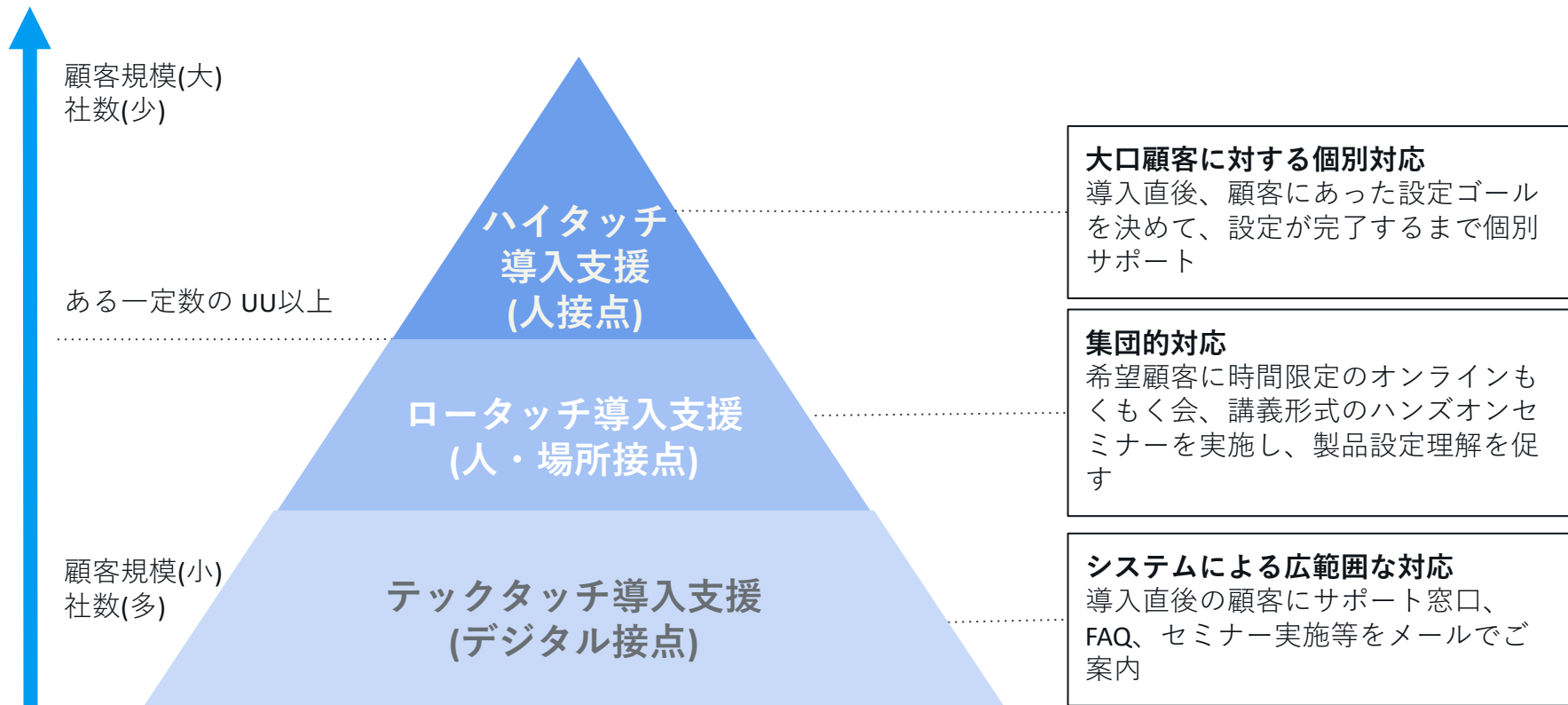


注：

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。

お客様の属性に応じた解約率低減に向けた各種取組みを実施

- ・ポストセールス部門の設置による大手顧客を中心とした利用状況のモニタリングと適切なフォロー、定期的なカスタマーサクセス活動の推進
- ・要件複雑な大口顧客には人接点を中心としたハイタッチなサポートを実施
- ・中小規模顧客にはロータッチ、テックタッチなサポートを実施



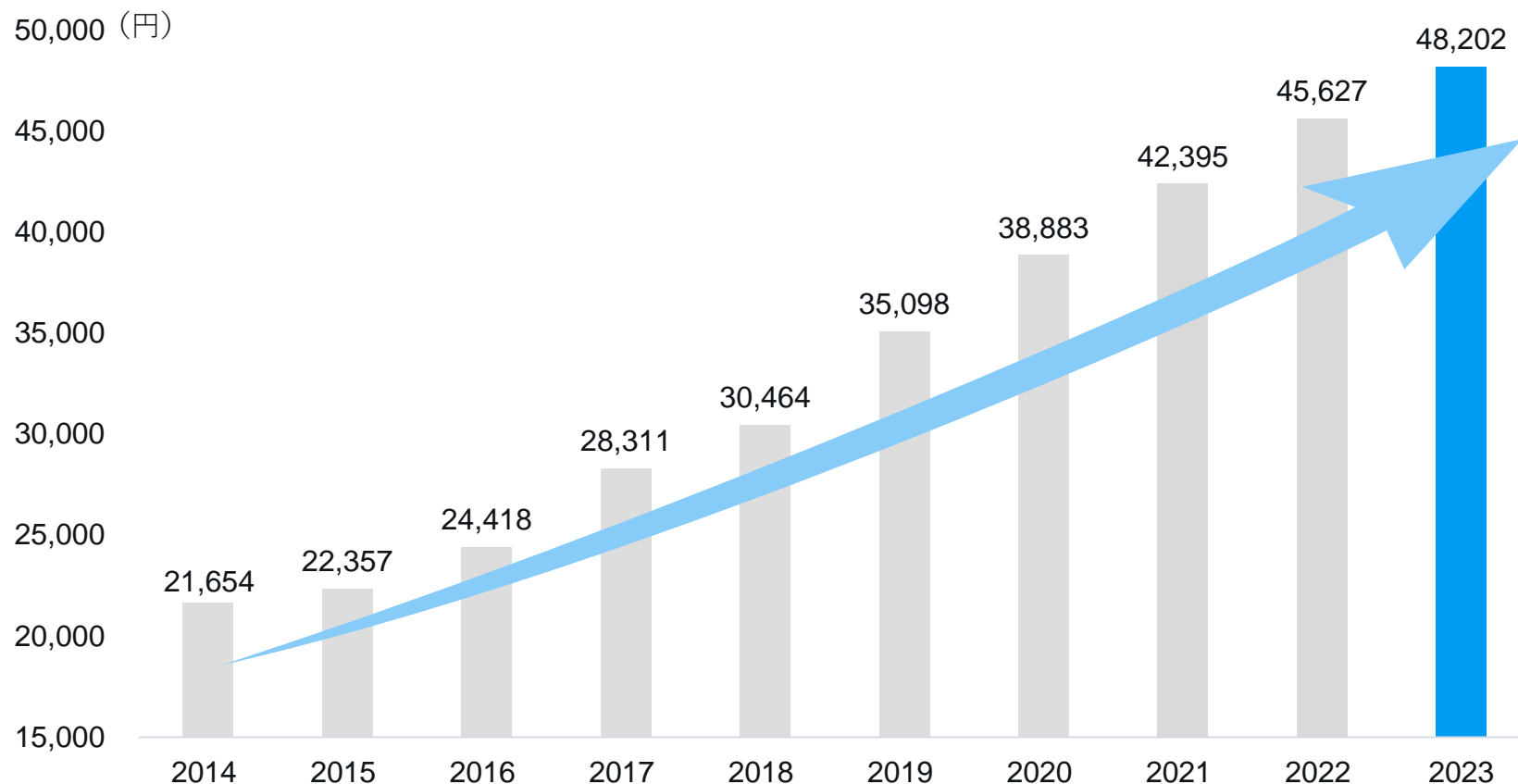
(ご参考)

## 1社（クライアント）当たりの販売額の推移：毎期増額



・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

### 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。

※上記算出においては、gamba社、アイヴィジョン社を含めておりません。

- a. rakumo製品の価格改定対応を継続的に推進
- b. 業界セグメント特化型（教育機関、自治体、建設業、医療等）マーケティング施策（Google Workspace（以下、「GWS」という）導入企業データベースを活用したピンポイントでのクライアント開拓、事例公開（網走市[Link](#)、岡本病院[Link](#)、東北大学病院[Link](#)）等）が進捗
- c. HR系新規プロダクトのローンチに向けた開発が進捗。また、外部パートナーとのコワークにより開発中の新規プロダクトの研究開発活動が大きく進捗。どちらも25年度のリリースを企図
- d. 生成AI関連の新機能の実装に向けた研究開発活動の継続検討・実行
- e. ポストセールス部門の設置による大手顧客を中心とした定期的なカスタマーサクセス活動の強化
- f. BDR（Business Development Representative）を見据えたインサイドセールス体制の強化
- g. Googleの再販プログラム変更に対する各種対応・施策の実施
- h. ハイスキル人材の採用やパートナーリングによりM&A体制を整備



## (a) rakumo製品の価格改定：概要

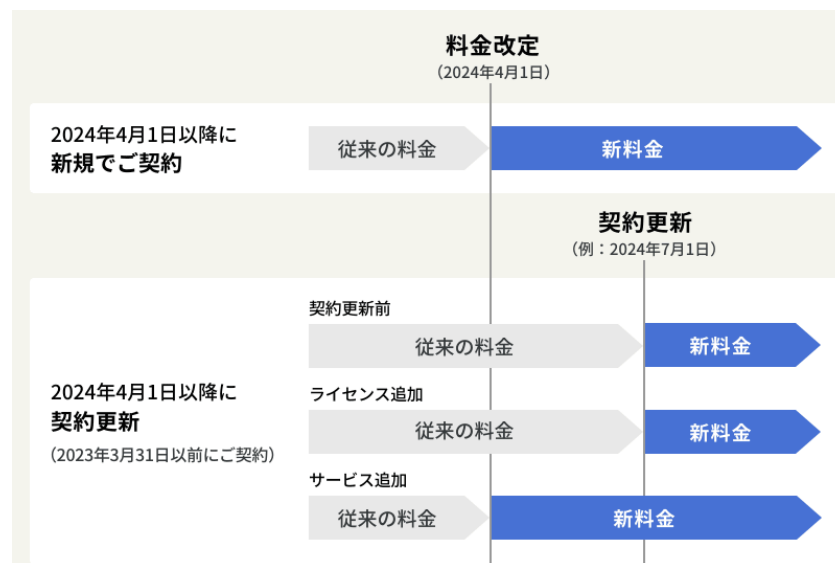
- 第3四半期もrakumo製品の価格改定対応を継続的に実施 [リンク](#)
- 本価格改定は既存及び新規クライアントの両面で売上及び利益増に大きく貢献し、ユニークユーザー当たり単価も着実に上昇
- なお、SaaSサービスは積み上がりビジネスであり、過去にローンチした製品の販売数（ライセンス数）が比較的多くなる傾向あり
- 現時点で一部解約はあるも、多くのクライアントからご理解をいただいております、想定からの大きな乖離はなく進捗している状況

### 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)
<b>rakumo カレンダー</b>	100円	150円
<b>rakumo ボード</b>	150円	200円
<b>rakumo コンタクト</b>	50円	100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)
<b>rakumo Basic パック</b> (rakumo カレンダー / ボード / コンタクト / ワークフロー)	390円	490円
<b>rakumo Suite パック</b> (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)	780円	880円

### 新料金の適用時期

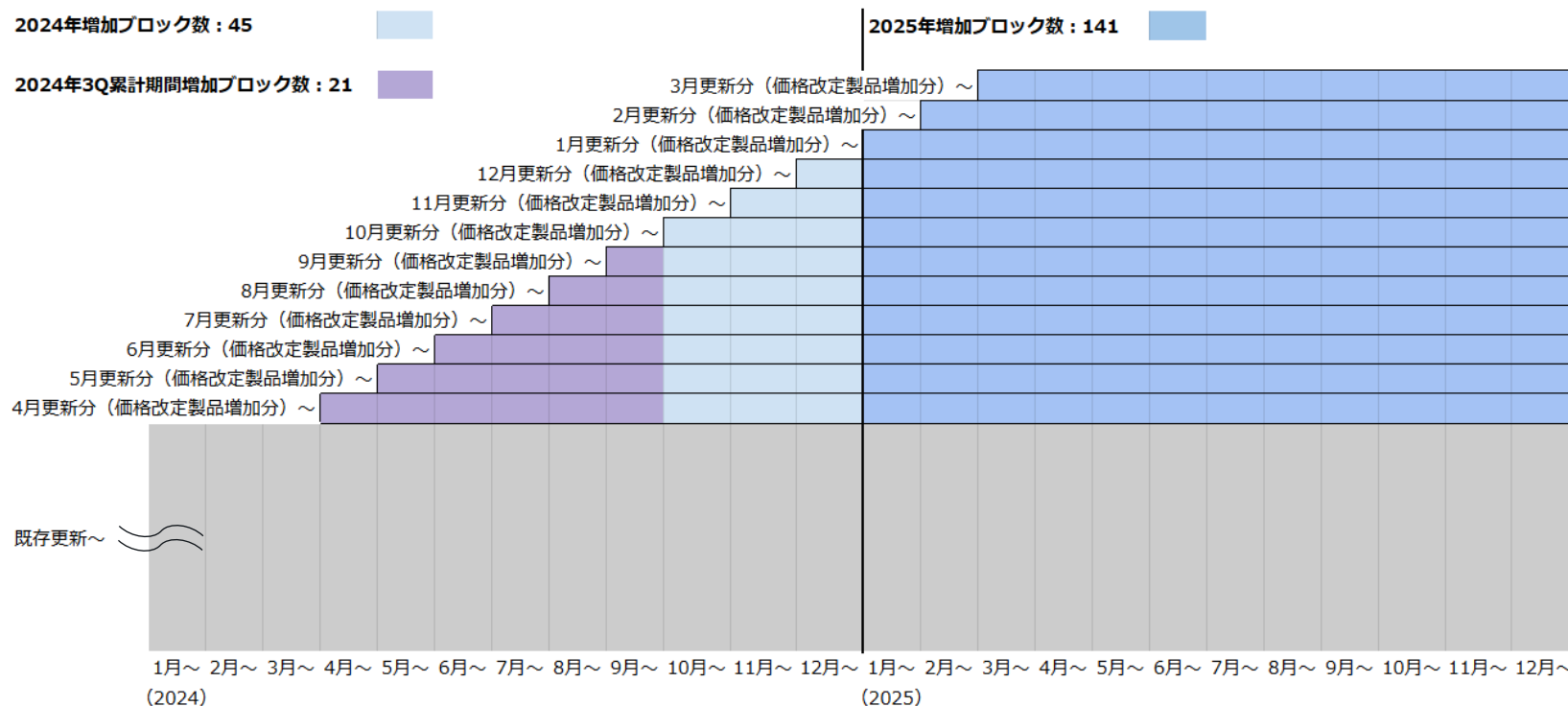


## (a) rakumo製品の価格改定：進捗により各指標が大きく上昇



- 既存クライアントの売上増加効果は、2025年度（価格改定による増加分） $\div$ 2024年度（価格改定による増加分） $\times$ 3倍強となるイメージであり、価格改定プロジェクトは当社にとって中長期の重要な施策となる
- 価格改定の進捗により、SaaS売上高及び利益率の成長だけでなく、UU単価についても着実に上昇
- なお、価格改定及びGoogleの再販プログラム変更に対する対応状況の不透明さから、合理的な業績予想数値の算出が困難であったが、現時点では価格改定実績の積み上げ、Googleの再販プログラム変更の影響が落ち着きを見せてきていることから、合理的な業績予想数値の算出が可能と判断し、連結業績予想を開示することとした

### 売上増加効果イメージ



## (b) Google Workspace導入企業への各種施策を通じたシェアの拡大



- ・ Google Workspaceの利用者数 (②) からすると、既存のマーケットだけでも当社製品の導入比率を拡大できる十分な余地がある状況
- ・ 確度の高いマーケットへ積極的にアプローチすることにより、当社のマーケットシェアの拡大を企図。現状も各種施策を検討・推進中

### 既存マーケットの状況

②日本国内のGoogle Workspace現在の利用者数  
500万人<sup>(1)</sup>

①rakumoの現UU（利用者）数  
約57万人<sup>(2)</sup>

出所：

(1) 某アナリスト推定数値（2021年3月30日発行の某アナリストのレポートより引用）

(2) 当社自社統計

### 開拓方針

- ・ パートナーとの協業による大型案件の開拓



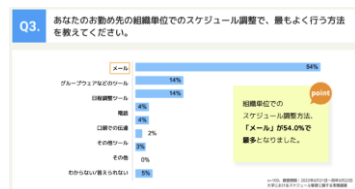
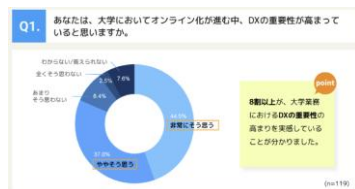
- ・ Google Workspace導入企業データベースを活用したピンポイントでのクライアント開拓
- ・ 更に既存マーケットのセグメンテーションを実施の上、各種業界・規模に応じた販売施策を通じたクライアント開拓

## (b) 教育分野におけるセグメントマーケティングの横展開の推進

- ・セグメントマーケティングを中心とした施策により各種教育機関においてrakumo製品の活用が順調に進捗している状況
- ・教育分野で実施したセグメントマーケティングを横展開することで（例：自治体、建設業、医療等）、さらなるrakumo製品の拡販を企図

### ・教育機関向けへの各種調査レポート

- ✓ 情報共有に関する調査レポート[リンク](#)
- ✓ スケジュール管理に関する調査レポート[リンク](#)
- ✓ ワークフローに関する調査レポート[リンク](#)



横展開

### ・その他各種施策

- ✓ 教育機関の導入事例紹介[リンク](#)
- ✓ 業界特化のウェビナー（例：大学組織が活性化するシンプルなDXはじめの一步[リンク](#)）
- ✓ 業界コンソーシアム等への参画[リンク](#)

自治体



建設業



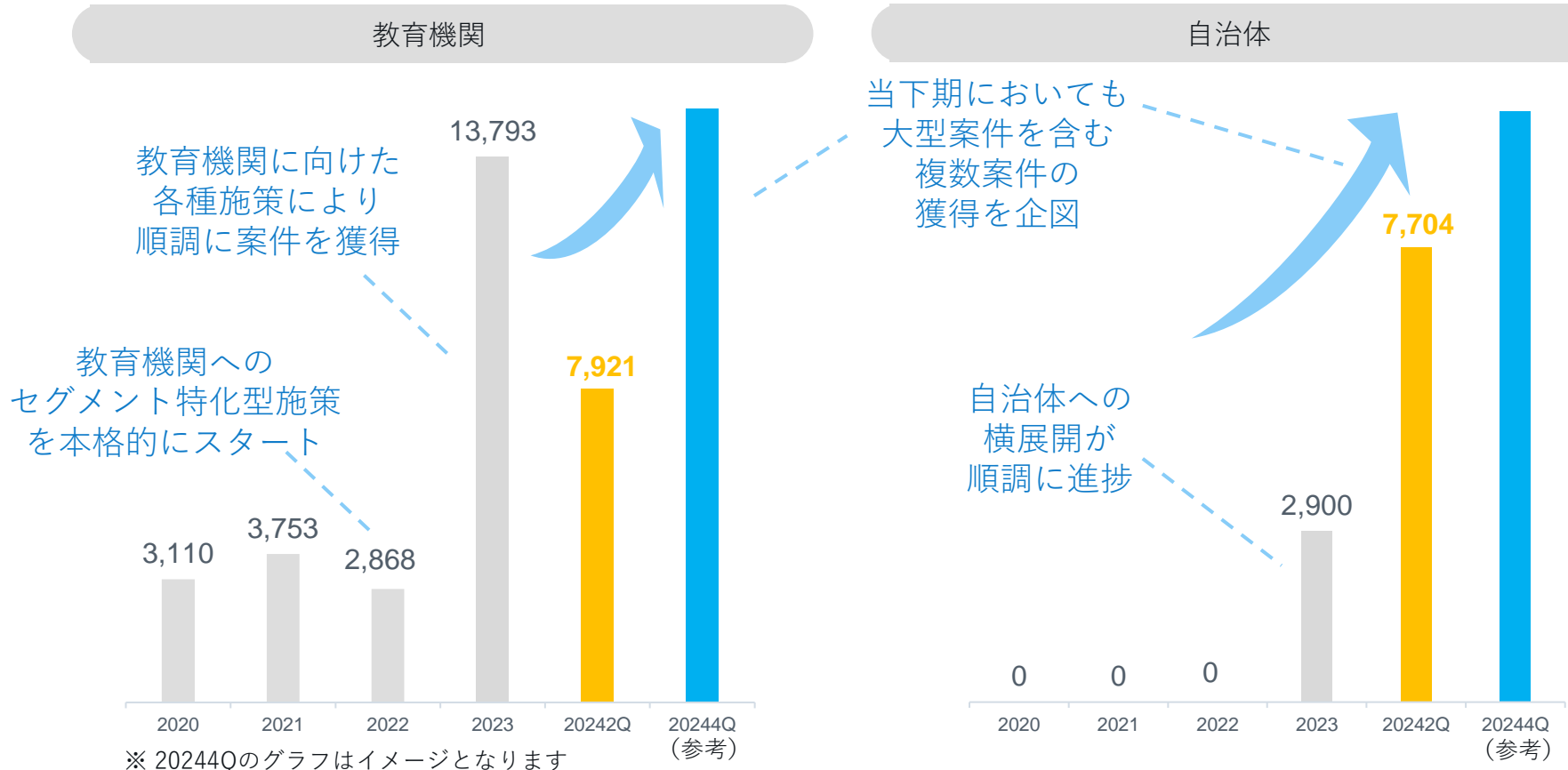
医療



その他

## (b) 教育機関及び自治体における導入が好調に推移

- 教育機関：上期では4,000 IDを超える大型案件を含む複数の案件を獲得。また、リードタイムは長くなる傾向にあるも今後も大型案件の獲得に向けた施策を実行
- 自治体：上期では1,000 IDを超える案件、3Qでも複数案件を獲得。また、4Qにおいても5,000 IDを超える案件等の獲得が見えており、本施策により案件獲得が順調に進捗している状況
- (参考) 2Qまでの教育機関及び自治体におけるライセンス数の推移は以下の通り



## (b) 導入事例の充実①：東北大学病院様

- 東北大学病院様 [リンク](#) の導入事例をリリース
- 東北大学病院の放射線診断科様では、これまでGoogle スプレッドシートにより行っていた複雑なスタッフのアサイン業務をrakumo カレンダーとGAS利用により大幅な効率化を実現



- ✓ 東北大学病院の放射線診断科様では、rakumoカレンダー+API連携機能により、週2日間かかっていた予定調整業務がわずか1時間ほどで終わるようになったほか、各自がカレンダー上で予定を確認できるためスケジュール管理も容易になりました。
- ✓ 複数機能が統合されたグループウェアと違い、rakumo 製品は必要な機能だけを選べるため、コストを抑えられるのがありますね。
- ✓ スタッフの予定調整は、どこの大学病院にも共通する悩みだと思います。今回のrakumoさんとの取り組みが、こうした大学病院における課題を払拭し、適切かつ効率的な労務管理を実現する鍵になれば嬉しいですね。

### 課題

- 多数のスタッフへ業務を割り振る予定調整が手作業に依存していた
- 変形労働時間制という条件下でバランスの良い労務管理が難しい
- Google Workspace の標準機能とGASだけでの完全自動化は困難

### 決め手

- Google Workspace との親和性やAPI連携機能
- 「ラベル」によるカテゴリズで自動割り振りが可能に
- rakumo 製品は必要な機能だけを選べるためコストが抑えられる

### 導入効果

- 週2日間かかっていた予定調整業務がわずか1時間ほどで完了
- 各自がカレンダー上で予定を確認できるためスケジュール管理も容易に

## (b) 導入事例の充実②：網走市様

- 網走市様[リンク](#)の導入事例をリリース
- 網走市様では、2022年2月に「網走市 DX 推進計画」が策定され、新たな働き方を目指すために、Google Workspaceへの移行を決定。合わせて、Google ドライブにおける課題を解決するため、「rakumo ワークフロー」の利用を開始



### 課題

- Google ドライブでは、網走市の文書管理規定が求める運用管理の点における要件を満たせていない点が課題に

### 決め手

- Google Workspace 上でのシームレスな連携と親和性の高さ
- rakumo 製品間の連携性の高さ

### 導入効果

- rakumo ワークフローにて、Google ドライブへの文書保管前に承認プロセスを組み込むことで、管理規定に則った文書台帳の作成が実現
- rakumo ワークフロー以外にも、Google Workspace と連携する複数のrakumo製品の採用を決定したことで、庁内の情報共有手段として、更なる業務改善を見込む



## (b) 導入事例の充実③：岡本病院様

- 岡本病院様 [リンク](#) の導入事例をリリース
- 岡本病院様では、院内ネットワークからしか利用できないグループウェアからの脱却、被災時等における迅速なコミュニケーション等の目的を達成するために、Google Workspaceの導入を決定。合わせて、Google Workspaceとの親和性や不足機能の補完等を理由に、2023年6月よりrakumo Basicパック1,380 ID等の契約を開始



- ✓ 岡本病院様は、Google Workspaceとの親和性が高いだけでなく、不足していた機能を低コストで補完できるという点などを理由にrakumoの導入を決定しました。
- ✓ rakumoボードでは、情報系統の統一、双方向的な情報共有により利便性が大幅に向上しています。
- ✓ rakumoワークフローでは、スマートフォンでの申請処理による大幅な利便性の向上、ペーパーレス化によるコスト削減や意思決定スピードの向上、自動化によるコストや人員削減も実現しました。
- ✓ 今後は全国を網羅する医療ネットワークの誕生に向けた取り組みを推進していく予定です。

### 課題

- 院内ネットワークからしか利用できないグループウェア
- 大規模災害など有事の際、職員の安否確認や院内情報の迅速な取得が困難
- 院内における情報共有手段が複数系統あり管理しづらい
- 意思決定スピードを鈍らせ、コストもかかる紙ベースの申請書類

### 決め手

- Google Workspaceとの親和性が高くアカウント管理も容易
- Google Workspaceに不足していた機能を低コストで補完できる
- IT業界における一般的な要素技術だけで扱える

### 導入効果

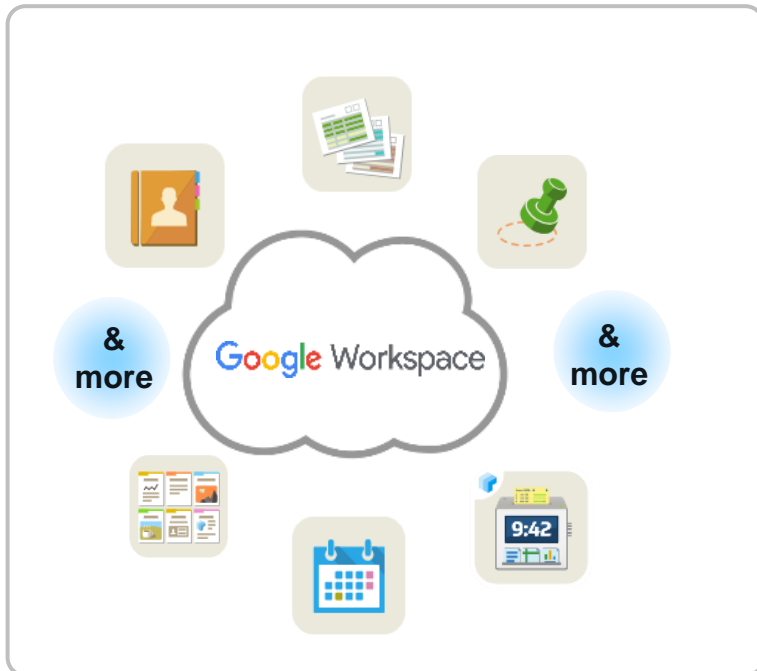
- 万が一の被災時でも院内・院外を問わず迅速なコミュニケーションが可能に
- 情報系統が統一され、情報の発信側・閲覧側ともに利便性が向上
- スケジュールや空き施設の確認・管理が容易に
- ワークフローにより申請業務の大幅な効率化およびペーパーレス化を実現
- 院内・院外の連絡先を素早く探し出すことが可能に



## (c,d) 各新規プロダクトの開発が大きく進捗

- HR系の新規プロダクトの開発や、生成AI関連の新機能の研究開発活動が進捗
- 外部パートナー（AA社を含む）とのコワークにより、新規プロダクトの研究開発活動が大きく進捗。
- 各新規プロダクトの2025年度リリースに向けた開発活動が本格化

### 【①rakumo関連製品に関する継続開発】



### 【②外部パートナーとの協業】



Googleの再販プログラム変更の発表により、代理店としてGoogle Workspaceを再販した際にGoogle社から支払われるマージンの料率に変更された（今回は減額変更）

## 影響

1. Google Workspaceの解約が増加
  - rakumo経由で販売していたGWSが他の代理店パートナー企業へ移行したことで解約が増加
  - なお、GWS再販による販売額は、解約率の算定ではグロスで計算されることから影響は大きい一方で、会計上の売上高は、ネットで計算されることから影響は限定的
2. 代理店パートナーからの案件数が減少
  - 代理店パートナーが上記対応に注力することで、その反面rakumoの販売に掛ける工数が結果的に減少していたものと思料
  - 一方で案件流入数は徐々に回復傾向

## 対応

1. 営業面（直販）の強化
  - 中・大手案件の増加を目的としたBDR（Business Development Representative）担当設置によるアウトバウンド営業の強化
  - アップセルに繋げるアカウントマネジメントチームを営業部門へ再設置
2. プロダクト開発による魅力度の強化
  - HR系新プロダクト
  - 生成AI関連の新機能
  - 外部パートナーとのコワークで開発中の新プロダクト
3. GoogleのAIサービスの販売強化準備
  - 各種トレーニング受講、社内における利用を促進することで、AIサービスの再販に向けた営業体制の構築・強化

## (h) 連続的なM & Aの検討体制の構築が進捗

- rakumo Vietnam社、gamba社及びアイヴィジョン社に続く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
- ハイスkill人材の採用によりM & Aの検討体制が強化されたことで、連続的なM&Aの実行に向けて推進中
- 提携先のAA社と共に、インバウンド及びアウトバウンドM&Aを強化

### 【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. AA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

- 外部のパートナーリング含めた守りと攻めのPMI（M&A後の統合プロセス）体制の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



## Advantage Advisors



**A社**



**B社**

統合前: DD

統合後: 経理業務等サポート

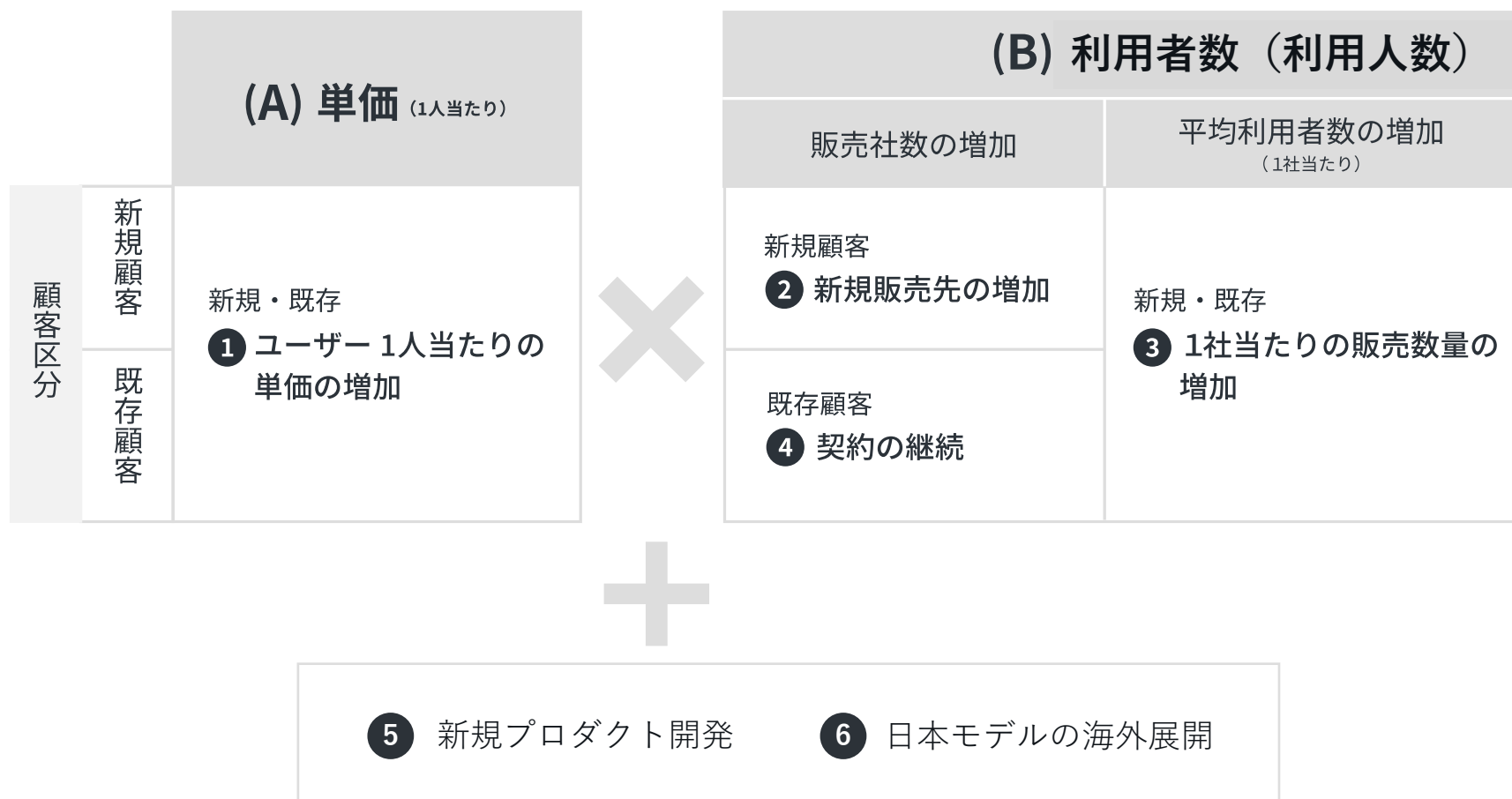
統合前: 経理PMI

統合後: 経理PMI+連結サポート

## II. 今後の施策・事業環境等

# 今後の主要施策：成長戦略

- (A) 単価及び (B) 利用者数 (利用人数) を増加させる施策により更なる成長を企図
- 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) 及び新規クライアント開拓等 (M&A等含む) についても注力

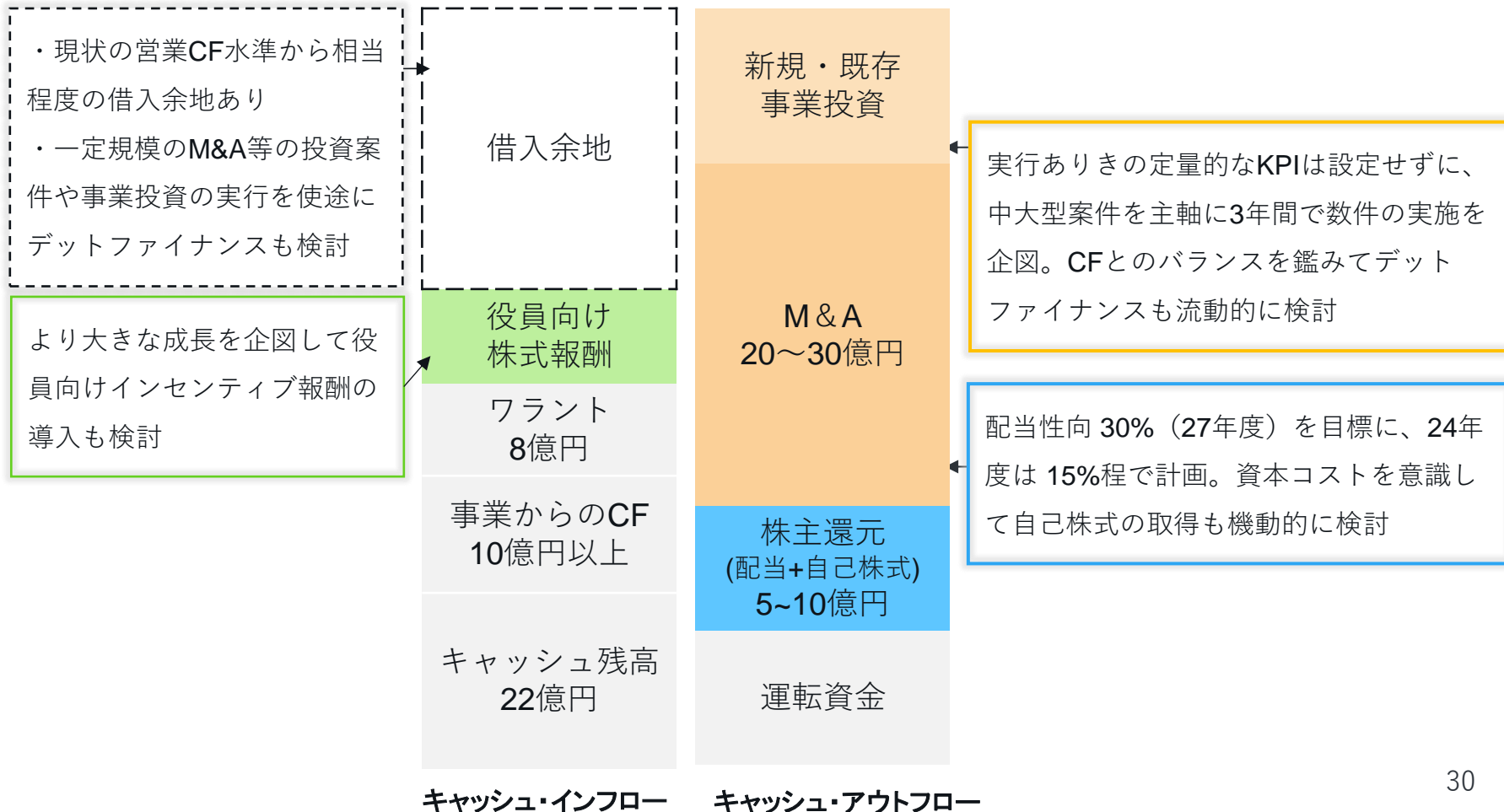


- 今後の中長期を含めた成長戦略の概要については、大きな方針に変更なし
- 当期は継続施策の実行、必要な投資や体制の整備に注力。4Q以降において、特に注力予定の主要施策（継続含む）は以下の通り
  - a. rakumo製品の価格改定対応の継続的な推進
  - b. HR系新規プロダクト及び外部パートナーと協働で開発中の新規プロダクトを25年度のリリースに向けた開発を継続
  - c. 中長期のキャピタルアロケーション方針についての概要を発表
  - d. 生成AI関連の新機能の実装に向けて研究開発活動の継続検討・実行
  - e. 教育機関や自治体向けに順調に進捗している業界特化型セグメントマーケティング施策を建設業や医療等の分野においても横展開を継続
  - f. 強化されたM&A体制にて投資先及び提携先の検討を加速
  - g. ポストセールス部門による大手顧客を中心とした定期的なカスタマーサクセス活動
  - h. BDR（Business Development Representative）を見据えたインサイドセールス体制の構築・運用
  - i. Googleの再販プログラム変更に対する各種対応・施策の継続的な実施
  - j. 製品・サービス関連での連携先を継続的に検討
  - k. ソリューションサービス提供において開発した各種プログラムの横展開を検討


## (c) 中長期のキャピタルアロケーション方針

- キャピタルアロケーション方針を検討するにあたって、より大きな成長に繋がる魅力的な投資機会が多く、M&Aやプロダクト開発等の事業成長を牽引する投資を優先する方針には変更なし
- 一方で、順調な事業成長により業績やキャッシュ・フローが安定してきた状況をふまえ、資本効率も考慮しつつ、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企図

### 今後3年間（2027年12月期まで）のイメージ



(参考)

AP社グループのAA社との資本業務提携を通じた各種施策を推進中 

- 前年度に開示している各種施策[リンク](#)をベースとした以下の事項を中心に、AA社の高度な知見を持つメンバーとrakumo社間でプロジェクト化の上で推進中
- rakumoのオーガニック成長戦略（以下(1)～(3)、(5)、(6)）の他、ノンオーガニック（M&A等）（以下(4)）においても随時両社の知見を合わせて推進中

Advantage Advisors

ADVANTAGE  
PARTNERS



 rakumo

- (1) rakumo製品の価格改定
- (2) 新規顧客の獲得支援
- (3) 新規サービスの開発支援
- (4) M&A支援（PMI・各種シナジー施策含む）
- (5) 解約防止に向けた顧客体験の向上支援
- (6) 既存顧客に対する追加サービスの拡販支援
- (7) その他 rakumo社とAA社が別途合意する業務

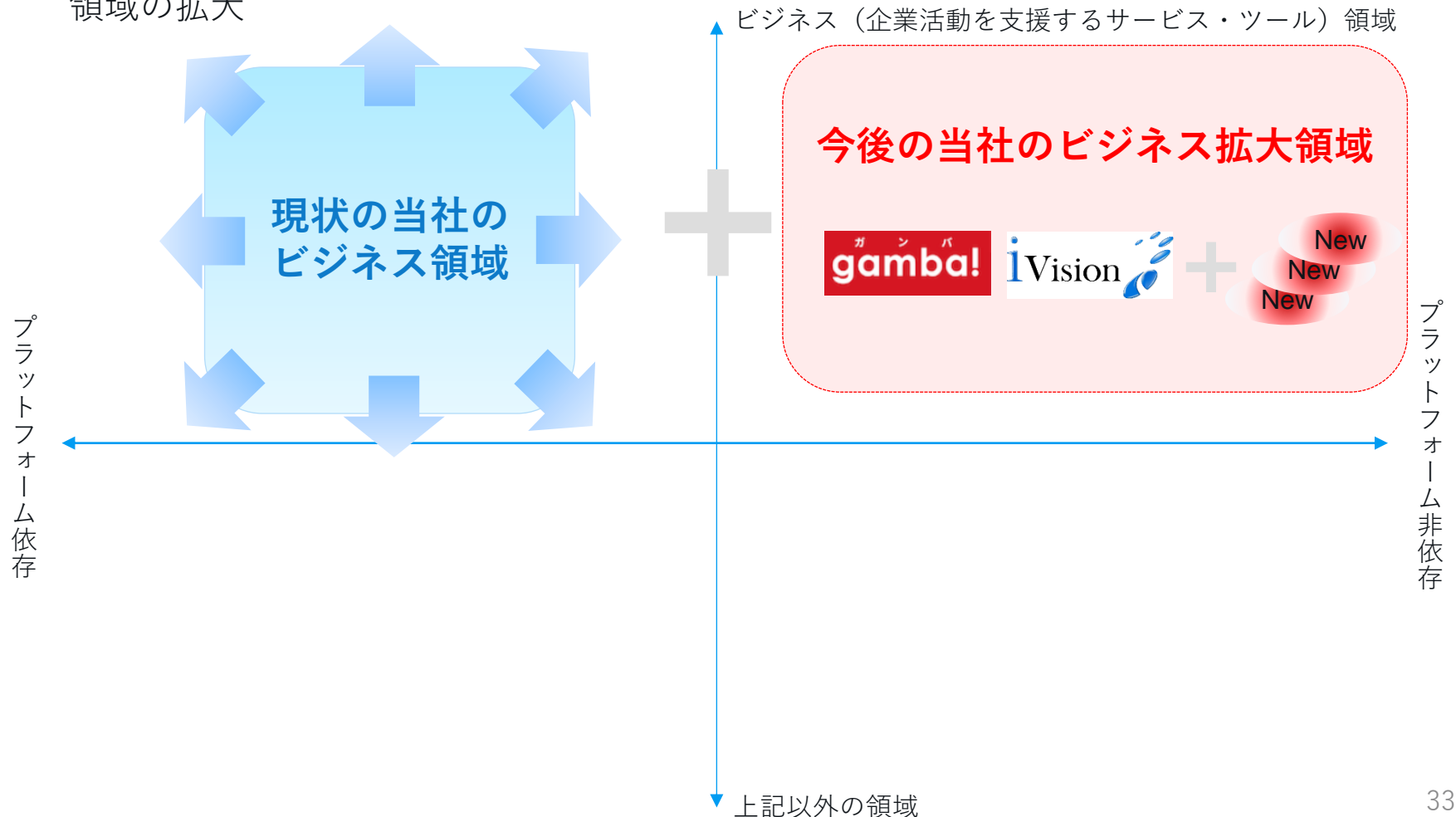
①オーガニック  
及び  
②ノンオーガニック  
の両面から  
両社の知見を活かし  
rakumoグループの  
成長を目指す



### III. 今後のサービス展開方針等

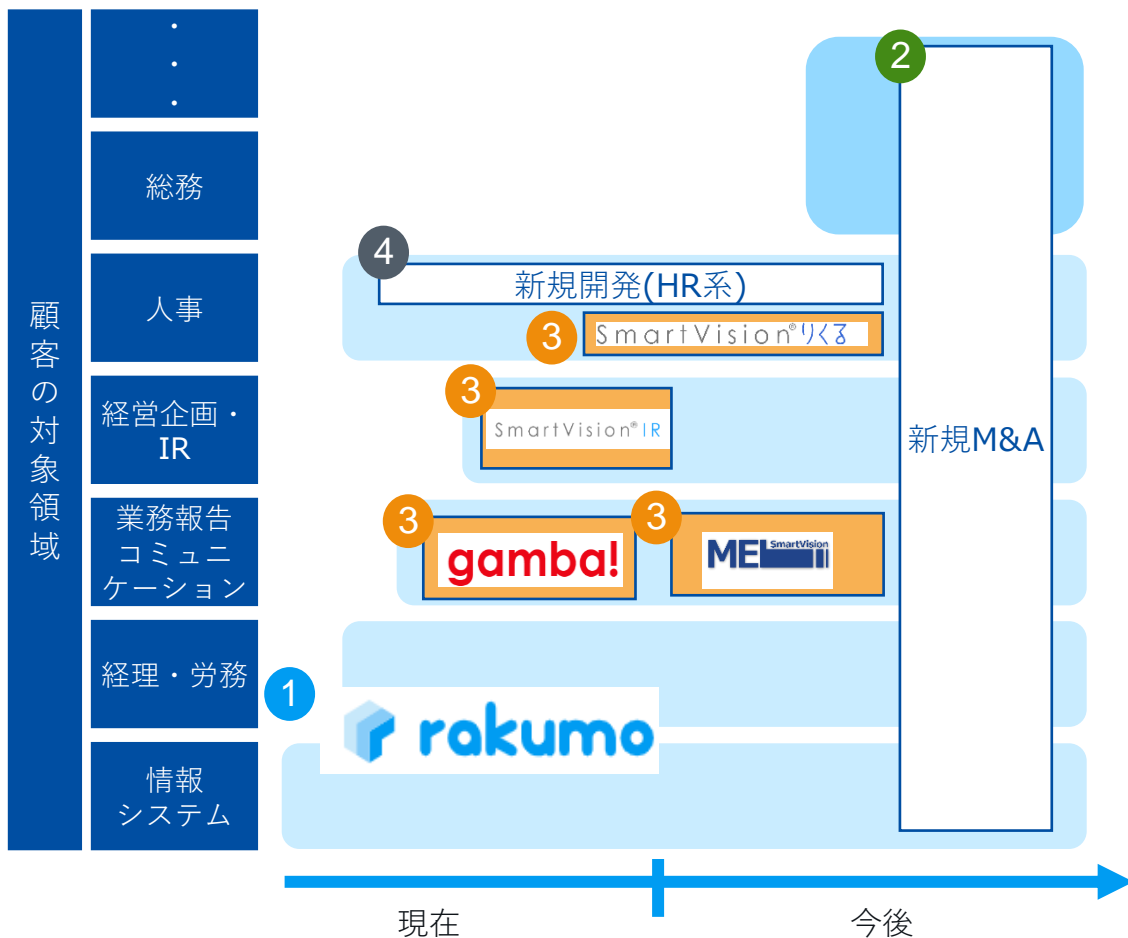
# 当社グループの今後の方針：サービス展開方針

- 今後の新サービス開発及び投融資等を通じて、Google Workspace、Salesforceプラットフォーム上の強化
- プラットフォーム非依存のビジネスSaaS（企業活動を支援するサービス・ツール）領域の拡大



## 事業戦略の全体像

- サービス提供領域
  - サービス未提供領域
  - M&Aによって獲得
- ・企業活動を支援するサービス・ツールを様々な部門に提供し、複数のストック型事業を有する企業を目指す
- ・新規開発 + M&Aを軸にサービスラインを拡充する方針

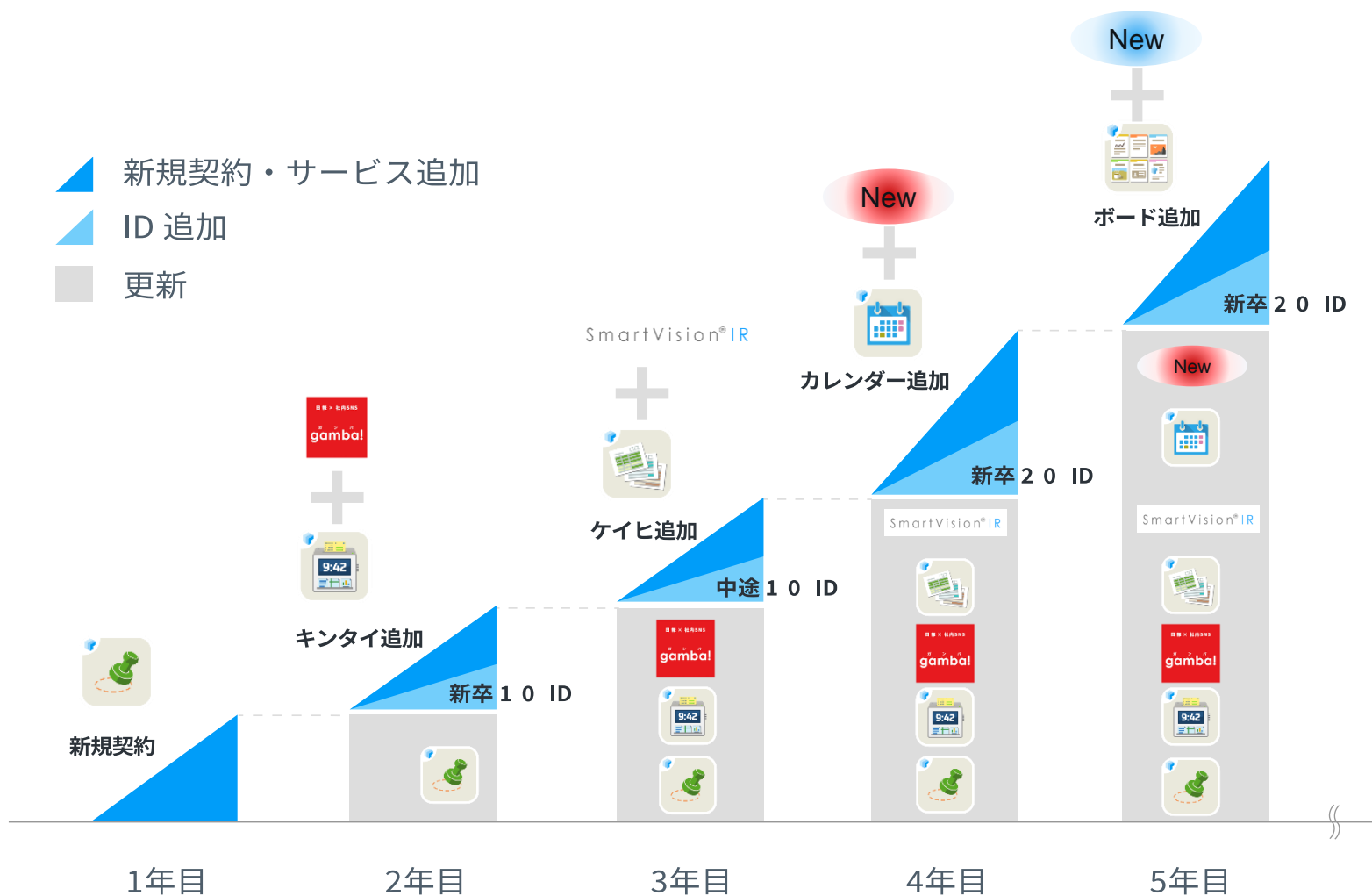


## 事業戦略の実現に向けた活動

- 1 **既存事業の成長加速**
  - 新規顧客の獲得の加速
  - 既存顧客に対する追加サービスの拡販
  - 解約防止に向けた顧客体験の向上
- 2 **新規M&A加速によるサービスライン拡大**
  - M&A候補先の検索機能の強化
  - M&A候補先の検討プロセスの強化
- 3 **M&A先のPMI高度化によるシナジー最大化**
  - gamba社、IV社のPMI推進・成長加速
  - 新規M&Aを見据えたPMI機能の高度化
- 4 **新規サービス開発によるサービスライン拡大**
  - 顧客ニーズ調査、市場調査の高度化
  - サービス開発プロセスの高速化・高度化

# 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キントイを導入する等）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





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。



- 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。