





**rakumo 株式会社**

2026 年 12 月期第 1 四半期決算説明会

2026 年 5 月 21 日

## イベント概要

---

[企業名]	rakumo 株式会社
[企業 ID]	4060
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2026 年 12 月期第 1 四半期決算説明会
[決算期]	2026 年度 第 1 四半期
[日程]	2026 年 5 月 21 日
[ページ数]	37
[時間]	18:30 – 19:25 (合計：55 分、登壇：39 分、質疑応答：16 分)
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	
[登壇者]	1 名 代表取締役社長 グループ CEO 清水 孝治 (以下、清水)

## 登壇

---

**高橋**：皆様、こんばんは。お時間になりましたので、東証グロース市場上場、証券コード 4060、rakumo 株式会社、2026 年 12 月期第 1 四半期の決算説明会を始めさせていただきます。本日 MC を務めます、Every Stock NEWS キャスターの高橋和江です。よろしくお願いいたします。

それでは早速、本日のゲストをご紹介します。

「仕事をラクに。オモシロく。」をビジョンに掲げ、企業の DX と働き方改革を推進されている rakumo 株式会社より、代表取締役社長、グループ CEO、清水孝治さんです。清水さん、本日はよろしくお願いいたします

**清水**：お願いします。

**高橋**：始まる前に、非常に興味深いことをお聞きしたんですけれども。

**清水**：何でしょう。

**高橋**：フクロウを飼われていると。

**清水**：はい。ペットでフクロウを 5 年前から飼っています。モリフクロウという種類なんですけど、本当にかわいくてですね。

**高橋**：なぜフクロウを飼おうと思ったんですか。

**清水**：ハリー・ポッターとかが好きだったんですよね。ハリー・ポッターによく出てきて。妻もフクロウが大好きで、たまたまフクロウカフェに行ったところ、売っていると。もうそこで。

**高橋**：フクロウカフェで。

**清水**：はい。フクロウカフェで売っているんですよ。触れ合えて。

**高橋**：知らなかったです。

**清水**：妻にもう買っちゃおうよと言われて。

**高橋**：買って。

**清水**：はい。そのまま購入させていただいて。家族の一員として。かわいいですが、フクロウってなつかないんですよ。

**高橋**：またワンちゃんとは違うんですね。

**清水**：ワンちゃんとはまた違うので、気性が荒いときはたまに引っかけられたりとか。鋭い爪でという。

**高橋**：痛い。

**清水**：少し痛い。和気あいあいと。きょうは傷がなくてよかったです。

**高橋**：本当にそうですね。ちなみにお休みの日とかは何をされていますか、最近。

**清水**：休みの日は、最近ハマっているのが、寄席に行って落語や漫才を聞いています。

**高橋**：結構いろんなところを巡っているんですか。

**清水**：そうですね。浅草もあれば、池袋もあれば、新宿もあれば。

**高橋**：最近ですか、寄席にはまったのは。

**清水**：3~4カ月前からですかね。好きな友人に誘われて、毎月行くようになりまして。決められた時間で落語家の方とか漫才師の方って、話にオチをつけてまとめるというのが非常にうまいので、私もビジネスで生かせるんじゃないかということで勉強していますので、きょうは何かオチを用意できればいいです。

**高橋**：きれいにまとめていただいて、ありがとうございます。

**清水**：とんでもないです。

**高橋**：フクロウを飼われている、そして寄席にはまっている清水社長ですけれども、プロフィールを見ていきますと、大手のネット企業で12年間新規サービスだったり、事業企画、投資アライアンスに従事して、50以上のプロジェクトを立ち上げたと。

**清水**：はい。

**高橋**：そして、ベンチャー創業後はSaaS事業を展開して、数年でエグジットを実現。そして、AutomagiではAI事業を立ち上げて、約100社に導入し成長を牽引。SREホールディングスでは執行役員。そして2025年にrakumo株式会社の代表取締役役に就任ということで、常にIT×事業成長の最前線を歩んでいらっしゃると思いましたが、2025年にrakumoに参画された理由を教えてください。

**清水**：はい。前職はSREホールディングスにおり、不動産業界のバーティカルSaaSの事業を執行役員として管掌していたんですが、次のステップに何か新しいことをやりたいと考えていた矢先

に、当時 rakumo の創業社長である御手洗さんとはたまたま、昔会ったともありまして、お誘いいただき。実は後任の代表を探していると。すごいエキサイティングな挑戦ができそうだということと、rakumo 自体が非常に成長ポテンシャルが高い企業だったので、チャレンジしようということで rakumo に参画いたしました。

**高橋**：実際、参画されてどうですか。ギャップとかはありましたか。

**清水**：いい意味で成長ポテンシャルが、外から見ている以上にあったというのは感じていました。これから業績の話もさせていただきますが、非常に順調に伸びておりますので。

**高橋**：「優しい声」とコメントがありますけれども。

**清水**：ありがとうございます。

## 「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



1

**高橋**：いろいろ事業についてお伺いさせていただければと思うんですけども、まずこちら。rakumo 社の事業ですが、一言で、Google Workspaceなどを日本の企業がもっと使いやすい形に進化させた SaaS サービスを展開している企業ということですかね。

**清水**：はい。おっしゃるとおりです。私どもの事業が rakumo 事業と、その他事業という二つのセグメントで開示をしておりますが、rakumo 事業が売上の 8 割を占めており主力でして、後ほどご説明しますが、グループウェアと呼ばれるサービスを SaaS として展開しており、サービスの名前が rakumo というサービスで、社名にもなっております。

高橋：Google Workspace と Salesforce、Microsoft と連携しているということですかね。

清水：おっしゃるとおりです。グローバル企業が展開している有名なグループウェアを使いやすくするというのが、私どもの事業の特徴です。

高橋：続いて、それらのプロダクト間の連携が可能ということで、そういった Google Workspace、Microsoft と rakumo のサービスを連携できるということですね。

## — 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、日本企業にとっての使いやすさ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



2

清水：はい。おっしゃるとおりです。海外のグループウェアが Google Workspace、Microsoft（「M365」と呼ばれておりますが）、そうしたグループウェアは海外で作られた製品になりますので、日本の企業様や、いろんなベンダーさんからワークフローとか導入しても、バラバラで連携ができないので使いづらいという声がありましたので、私どもはそれを解決するために rakumo というサービスを提供しております。

高橋：そうすると具体的に、私達のように企業に勤めている身としては、ということが可能になるんですかね、この連携によって。

清水：一つは、いろんな SaaS のサービスを導入されてしまうと、ID・パスワードもそれぞれ別のものを使う、または情報システム管理者の観点から申しますと、企業のいろいろな SaaS が入ってくると、従業員が新しく入ったら、それぞれのサービスに追加しなければいけないとか、組織や部署が変わったら替えなければいけないとか、そうした手間が大手企業ほど非常にかかるという声

ございました。そうしたことは私どものサービスであれば Microsoft や Google Workspace の情報と連携して、一括で全て連携できるというのが特徴です。

**高橋：**なるほど。カレンダーで例えば出張の予定とかを入れたら、そのワークフローの出張申請にも自動で反映されるみたいなことが可能と。

**清水：**そうですね。連携が簡単にできますので、または Google ドライブというところにファイルがあれば、そのファイル、Google ドライブを参照して、すぐにワークフローに添付したりですか、便利に使えるようになっております。

**高橋：**非常に便利ですね。私も確かに Google カレンダーを使っているんですけど、複数人の予定を押さえるときに、もう重なっちゃっていて、すごい見づらいなと思ってたんですけど、そういったものを解決してくださるのが rakumo の強みってことですよ。

**清水：**おっしゃるとおりです。

**高橋：**先ほど海外の仕様と日本仕様は違いがあるというのがありましたけど、具体的にどういった違いがあるんですかね。

**清水：**グループウェアは日本の企業がつくったグループウェアで言うと、サイボウズさんや desknet's さんという会社が非常に有名ですが、そうした国産グループウェアってやはり日本の企業が使いやすいように、カレンダーで言うと組織階層で見られるようになっているとか、あとは社内ポータルが充実しているとか、そういった特徴がございます。

一方で、海外のグループウェア、Google Workspace、Microsoft 365 は、共同作業ができたりとか、あとはいろんな SaaS サービス、Salesforce とかいろいろございますが、そういうものと連携も強いですし、最近は AI が非常に強いと。Gemini や Copilot ですとか。

日本の企業さんはどちらかというと最近、海外のグループウェアを非常に導入される企業さんが増えているんですが、ただ、そうした中で、国産グループウェアのいいところが海外のグループウェアだと逆はないということが課題になっておりますので、そこを国産グループウェアの良さをわれわれの rakumo は海外グループウェア上で実現するというのが特徴でございます。

**高橋：**サブスクリプション型の課金システムで、解約率が低いってことで、利益が積み上がっていく構造なんですね。

**清水：**はい、おっしゃるとおりです。やはりグループウェアというサービスは、企業の業務の根幹で使われる SaaS になりますので、導入すると、スイッチングコストが高くてなかなか替えられないというのは解約率が低い要因です。

## — 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

**高橋**：実際に具体例を見てみますと、Google カレンダーの比較ですね。非常に私が困っているポイントなんですけれども、こういった形で rakumo カレンダーとなると、組織階層別に表示されて、ぱっと見やすいと。

**清水**：おっしゃるとおりです。Google カレンダーは個人の方に対してまず Google 社がつくったサービスですので、あとから会社でも使えるようになりました。ですので、どちらかという個人の方が使いやすい UI/UX 機能になっておりますが、日本の会社さんですと Google カレンダーのようにバラバラと並んでいると、人が増えることで本当に見にくくなってしまいうんですね、その人の予定が。そうしたところを私どものカレンダーは、ちゃんと大きい企業さんでも使いやすくするというのが特徴になっております。

**高橋**：非常に、この画面だけでもすごい見やすいのがわかりますね。

**清水**：ありがとうございます。

## — 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	○	○		

4

**高橋:** そして、こちらは比較ですけれども、具体的にどういうことができるかということだと思いますが、予定種別ごとの色分け。確かに欲しい機能です。あとは、複数人の予定の候補日時提案というのは何ですか。

**清水:** こちらも複数の人で予定を調整しようとしたときに人を選んで、あとはワンボタン押せば、もうこの日が空いていますという提案と、会議室の空いているところまで一緒に提案してくれます。

**高橋:** いいですね。

**清水:** 調整ってかなり時間かかりますよね、普段。

**高橋:** かかります。あと、会議室戦争もあります。

**清水:** おっしゃるとおりで、そうしたものがボタンを押せば簡単に候補日と、会議室の空いているものも調整してくれるという機能です。

**高橋:** 非常に便利ですね。ありがとうございます。こういったところが事業、そして競合優位性のところになるかと思うんですけれども、続いてビジネスモデルについても伺いさせていただければと思うんですが、rakumoは必要な機能だけを単品で使うこともできますし、複数の必要な機能をパックのような形で組み合わせて使えるってことで、クライアントに合わせて柔軟に導入できるというところが特徴ですね。

清水：はい。

高橋：実際に、どのぐらいの金額から使用できますか。

清水：私どものサービスはこちらにいろいろなものが並んでおりますが、従業員1人当たり月額いくらというサブスクリプションで課金をしております。一番安いものですと rakumo コンタクトといわれる、従業員の名簿みたいなものですね。そうしたものを1人当たり130円で導入できます。他にもカレンダーが200円など、いろいろございまして。

ただ、いろいろ使っていくと高くなってしまいますので、最初は一つのサービスで導入されても、いろいろ使うと高くなるので、ベーシックパックといういくつかのサービスがセットになって、かなり安い680円のものをお使いになる企業さんがだんだん増えてくるという形です。

高橋：これが、ちょっと価格帯がお安くてびっくりしました。だいぶ安いですね。導入を迷っている企業さんにとってはハードルが低く入ることができると。

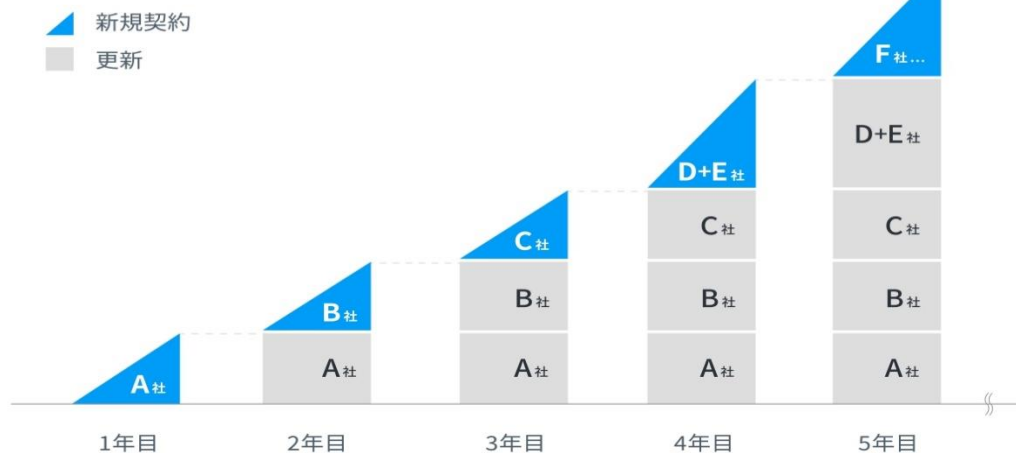
ライセンスサービスの収益イメージ①



### 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

 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。

6

清水：おっしゃるとおりです。結構、本当にエンプラの企業様から、SMBと呼ばれる中小の企業様まで幅広くお使いいただいております。

高橋：そうすると、一度使い始めると更新率としては高いんですかね。解約せずに使い続ける。

清水：そうですね。非常に高く、解約率も1%を切っておりますので。

高橋：新規の契約が決まれば決まるほど、翌年、翌々年に積み上がっていくような、ストック型のビジネスになるんですね。

清水：はい。1年目 A 社さんが契約いただければ、2年目当然 A 社さんの売上がずっと続いていて、2年目 B 社さんがまた入れば、また B 社さんもどんどん積み上がっていくと。このようなビジネスモデルになっております。

高橋：非常に安定したストックビジネスですね。

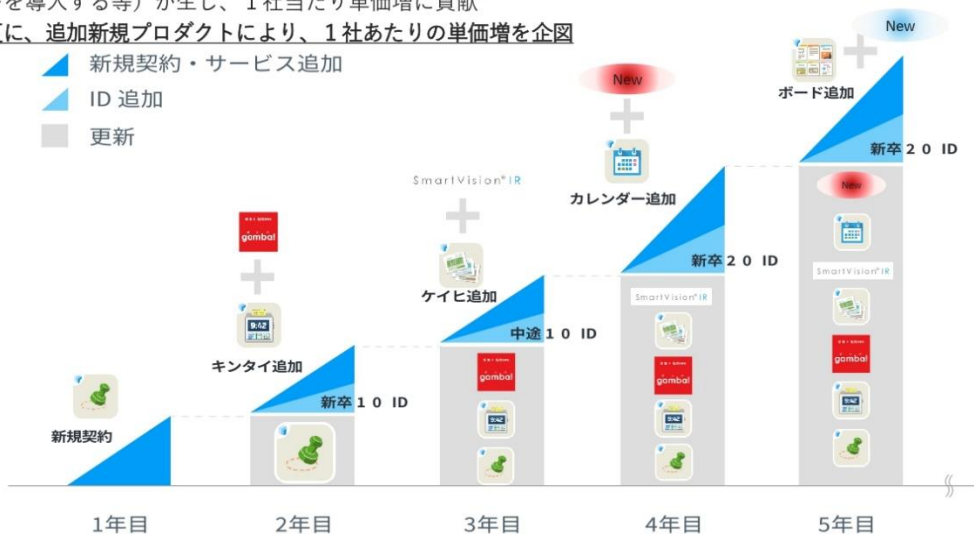
清水：はい。

#### ライセンスサービスの収益イメージ②



### 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



7

高橋：そして、このストックの中でも、1社の中でもだんだん広がっていくんですね。

清水：はい。おっしゃるとおりです。先ほど申し上げましたが大手の企業さんだと、まず一つのサービスで導入することが多いです。一つのサービスが導入されて、非常に使い勝手がいいと他のサービスも入れてみたいということで、クロスセルで2年目新しいサービスが入ります。さらに従業員の皆さんがお使いになるサービスですので、企業さんって大体毎年、新入社員を採用したり中途採用をしたりで人が純増していきますので、そうすると ID 自体もそれに合わせて増やしてくださいと、追加のオーダーが入りますので、どんどん一つの企業さんでも売上が大きくなっていくというビジネスモデルになっています。

高橋：なるほど。勤怠とか経費、カレンダーと、さまざまありますもんね。

清水：はい。

高橋：こういった機能も欲しいとなると、どんどん積み重なってきますもんね。

清水：おっしゃるとおりです。

## ■ 解約率の推移 (rakumo)



- 過年度から解約率1%未満と高い更新率で安定して推移
- 2026年1月より大型アップデートに伴う価格改定対応が本格化するも、計画通りに順調に進捗
- 2026年度より解約率をネット指標のみで開示

解約率の推移※



※ 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  
※ 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  
※ Smart Visionやグループ会社の影響を含めておりません。

8

高橋：なるほど。解約率、先ほど低いというお話がありましたけど、こちらが推移ですかね。

清水：はい。

高橋：確かに1%をずっと切っていますね。

清水：はい。しかも私ども、料金を改定するというを最近行ってまして。2年前に一度料金改定ということで、各プロダクトの価格を上げさせていただいたんです。上げさせていただいたんですが、それでも解約率がほぼ変わらなかったと。

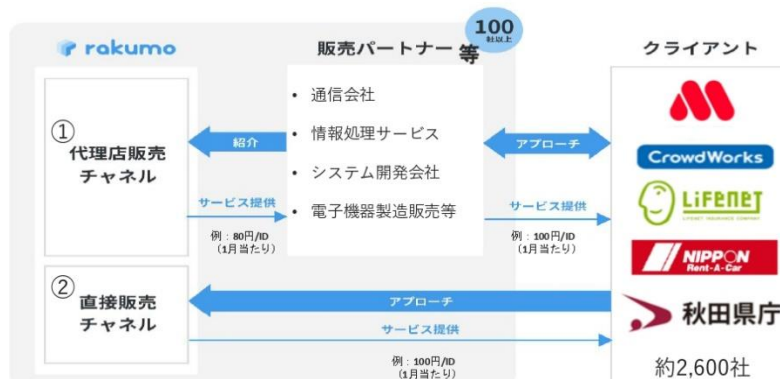
今、足元でも実は今年の1月から既存のお客様、契約更新のタイミングで、平均で30%以上価格が上がるという料金を改定しているんですが、それでもまだ1%を切っておりますので、非常に企業様に対して粘着力が高いサービスとなっております。

高橋：勤怠とか経費とかってなかなか代替が利かないというか、一度導入したら他に替えるスイッチコストみたいな、高いですもんね。

清水：おっしゃるとおりです。

## 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-margin（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、 $3 \times 80円 + 1 \times 100円 = 340円$ が当社の売上高≒収益となる構造）（上記に高い限界利益率（ $(売上高 - 変動費) / 売上高$ ）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



9

**高橋：**続いて、収益構造についてお伺いしていきたいんですけども、直販だけじゃなくて代理店も結構、rakumoさんは強いんですね。

**清水：**はい。私も販売のパートナーの企業様、具体名を挙げるとソフトバンク様ですか、USEN様。そうした会社様にも販売いただけるようになっておりまして、100社、販売パートナーがいらっしゃいます。それらの企業さんが、われわれが直販しなくても、いろんな大きいクライアントから小さい企業様まで獲得いただけるというビジネスモデルになっております。

**高橋：**ちなみに、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と書いてあるんですけど、これはどういうことですか。

**清水：**私も、新しいお客さんが増える、またはIDが追加されても、原価がそれに依じてリニアに変動費として増える構造ではございませんので、新しい売上が立つと9割ぐらいはもう粗利として換算できるということで、限界利益率が高いビジネスモデルとなっています。

**高橋：**収益性がすごい高いですね。

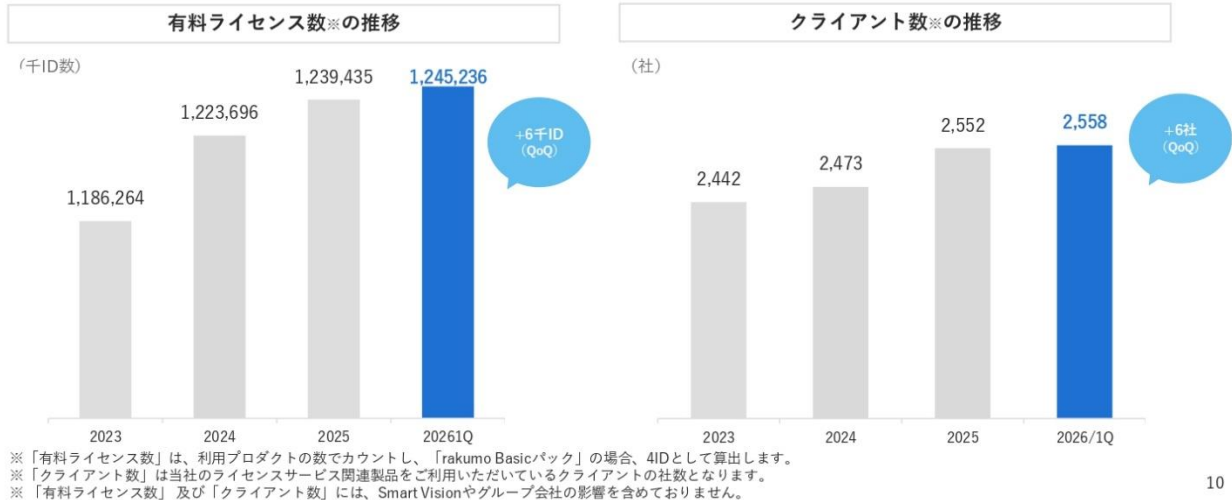
**清水：**はい。おっしゃるとおりです。

**高橋：**そして最後、年間契約や複数月契約が主体ということで。一括前払いで回収しているんですね。

**清水：**はい。ですので、非常にキャッシュフローも安定しています。

## 有料ライセンス数 及び クライアント数の推移 (rakumo)

- 有料ライセンス数は QoQ で6千ライセンス増、クライアント数は QoQ で6社増
- 26年度よりユニークユーザー (UU) 数を有料ライセンス数に変更 (詳細は「KPIに関するQA」を参照)



10

**高橋:** ありがとうございます。そして実際に今、有料ライセンス数やクライアント数はどのように推移しているかをちょっと見ていきます。有料ライセンス数がプラス 6,000ID。こちらが今クォーターの結果ですかね。

**清水:** はい。おっしゃるとおりです。

**高橋:** そしてクライアント数がプラス 6 社となって、順調に増えていますね。

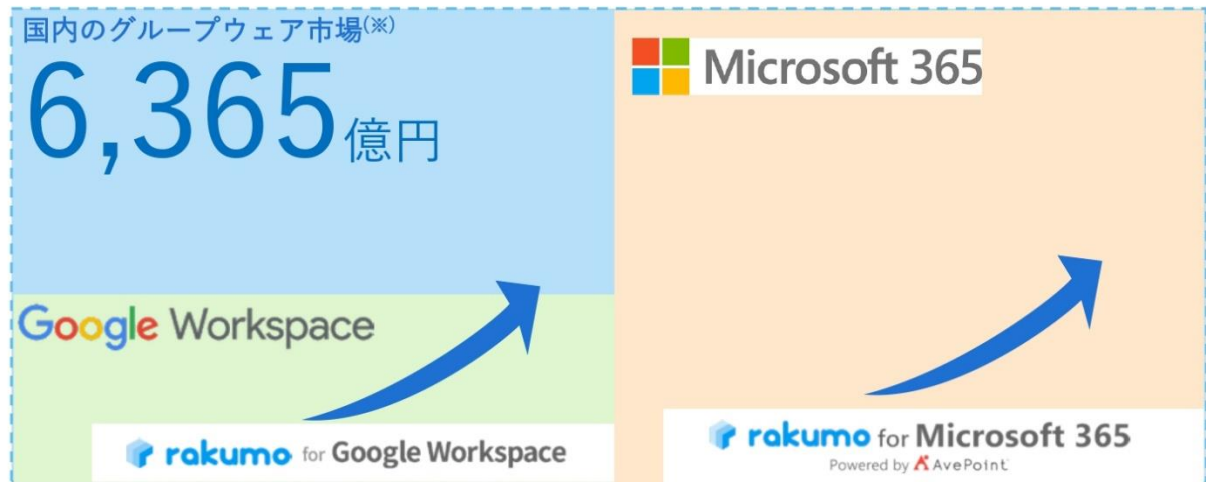
**清水:** 順調に増えておりまして、先ほどパックで購入されるお客様が多いとお話しさせていただきましたが、パックが 1ID680 円月額になりますので、月ベースですと仮に 6,000ID 増えると 400 万、それだけで売上が上がっています。その上がったものが、今後は毎月毎月上がっていきますので、1年に換算すると 5,000 万近く、来年度そのまま積み上がって、また 2Q 積み上がったのがまた来年度積み上がってということになります。

**高橋:** まさに座布団式に積み上がっていくんですね。

**清水:** おっしゃるとおりです。

## — rakumoサービスの市場規模について

- 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%<sup>(※)</sup>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。



出所：<sup>(※)</sup> 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

11

**高橋：**そして、御社が向き合っている市場のところもお伺いさせていただければと思うんですけども。今、グループウェア市場、国内の市場で言いますと2028年には7,401億円まで成長するんですね。

**清水：**はい。結構大きいマーケットになっておりまして、その中でも特にシェアが高いのがMicrosoftさんのMicrosoft 365やGoogle Workspace。大手の企業さんと大体どちらかお使いになっている会社さんが多いですが、そのグループウェアにわれわれアドオンで使っていただくサービスになりますので、マーケットが数千億、その2社で占めているところにどんどんわれわれが浸透していけるという点で、市場規模も大きいと考えております。

**高橋：**MicrosoftとGoogle Workspaceで、シェア率が93%もあるんですね。

**清水：**はい。皆さん、やはりどちらかお使いになられていることが多いと思うんですが、そこをわれわれ、カバーしております。

**高橋：**御社は、その両方とも提携されているということが強みですよ。

**清水：**はい。去年8月まではGoogle Workspaceでしかわれわれ、提供していなかったんですが、去年の9月からMicrosoft 365での提携を開始しましたので、かなり白地が大きい状態になっています。

**高橋：**これはもう飛躍的に売上が伸びるチャンスですよ。

清水：はい。サプライヤーとしてわれわれも取り組んでまいります。

高橋：ちなみにこういった巨大市場ですけれども、具体的にどのような影響余地があると見込んでいますか。

清水：後ほどまたお話ししますが、生成AIというのがどんどん浸透しているのですが、私どものグループウェアでも生成AIというのを取り入れて、グループウェアをより生成AIで使いやすくという機能が評価されております。企業様からも私どものグループウェアが非常に使いやすくなったと。当然生成AIを使っていこうという企業さんの流れもあるので、われわれのグループウェアをどんどん使おうと。そういった引き合いも増えておりますので、われわれにとってもチャンスだと考えております。

高橋：ありがとうございます。今お話を伺っていて、少しちょっと切り込んだお話になっちゃうんですけれども、最近SaaSの死という言葉をよく耳にしていると思っていて。

清水：私も、どこに行っても質問されます。投資家説明会でも。

高橋：Gemini だったり Copilot といったプラットフォーム側の生成AIがどんどん進化していく中で、rakumoさんのそういった機能というのが飲み込まれてしまうんじゃないかという心配をする声もあるんじゃないかと思うんですけど、実際、そのあたりってどうですかね。

(参考)

## — rakumoが生成AIに代替されない理由



- 生成AIは、文書作成、要約、検索、入力補助等で業務効率化に大きく貢献するものの、企業内の業務には、権限管理、承認経路、監査証跡、例外処理、継続運用といった実務要件が存在し、生成AIが不得意とする分野
- rakumoは、Google WorkspaceやMicrosoft 365を基盤に、日本企業の業務プロセスを安全かつ継続的に運用するための業務実行レイヤーを提供。生成AIはこのレイヤーを代替するものではなく、申請・承認・共有・スケジュール調整等の業務を高度化する技術として、rakumoの提供価値を拡張し共存するものと思料

### 業務領域での生成AI/rakumoの強み

#### 生成AIの強み

- ・文章作成 ・文書要約 ・入力補助
- ・検索 ・FAQ対応 ・議事録作成
- ・数値集計/計算 ・画像/動画作成 等

#### rakumoの強み

- ・使いやすいUI/UX ・システム管理者向け機能群
- ・権限管理 ・承認ルート of 厳密な実行
- ・監査証跡の保持 ・組織変更への継続対応
- ・高度なセキュリティ ・全社運用/サポート 等

### 生成AIに代替されない理由

#### 業務プロセスに深く組み込まれている

rakumoシリーズは企業の業務インフラとして全社的に利用されており、生成AIで代替する場合は既存の業務プロセスの移管、社員の再教育、管理者による設定、監査対応まで幅広い対応が必要となり、スイッチングコストが大きい

#### 権限/承認/監査性を扱っている

業務インフラとして利用されるSaaSには、権限の厳密な判定、人間による最終承認、監査対応と説明責任が求められるが、それらは生成AIの不得意な分野であるため代替が困難

12

清水：生成AIの強みとrakumoの強みというのは違うところにあると思っておりまして。生成AIの強みは文章を作ったり要約したり、入力を補助したりという、こういういろんなことが便利にで

きる点です。私どもの強みは何かというと、業務を効率よく行うための企業さんの基盤になっております。その基盤というのはどういうことかと申しますと、システム管理者の方は各企業にいらっしゃいますが、そういう方が使いやすい機能ですとか高度なセキュリティ、権限管理、あとは承認という作業が絶対発生しますので、そういうところのルートを厳密に管理できる点です。

これらは、生成 AI ではまだまだ不得意な領域になっておりますので、私どもの代替されない理由ということでも書いておりますが、生成 AI が弱い、権限・承認・監査に耐え得る機能面であるとか、業務プロセスに深く入り込んでいるというところで、代替されるというよりは、お互い強みを生かしてお互いが使われていくという形で考えております。

**高橋：**なるほど。1社に深く入り込んでいるから、なかなかそこをまるっと AI がのみ込むということは難しい、考えにくいということですかね。

**清水：**はい。

**高橋：**ありがとうございます。ちょっと切り込んだ質問になっちゃったんですけども。

**清水：**いえ。とんでもないです。もっと切り込んでいただいて。

**高橋：**その一方で rakumo さん、AI との共存というお話がありましたけれども、rakumo さんのサービスも AI を取り入れて進化しているんですね。

**清水：**はい。

(参考)

## 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2月にrakumoカレンダーで「rakumoエージェント」機能の提供を開始し、他のプロダクトでの開発を継続中



13

**高橋**：そのあたりもちょっとお伺いしたいんですけども、AIを活用した rakumo エージェントについて、これはどういったものになりますか。

**清水**：私ども生成 AI を活用して、rakumo のグループウェアをより便利に使えるような取り組みを行っております。具体的には Google さんが出している生成 AI の Gemini をわれわれが rakumo に入れて、グループウェアで行う業務を生成 AI に代替してもらうということをやっております。例えば rakumo カレンダーで既に導入している生成 AI の機能では、チャット形式でこの人とこの人の予定、会議室も空いてるところを押さえて、というのを打ち込むと、自動的に探して予定を登録してくれるということを実現しているんです。

**高橋**：便利ですね。

**清水**：ありがとうございます。

**高橋**：なるほど。こういった指示してと言ったら、もうそれが完了するんですね。

**清水**：はい。

**高橋**：コメントもありますけど、AI って結局、かなり応用を利かせないといけないですもんね。

**清水**：おっしゃるとおりです。応用を利かせるところを私どもが簡単に使えるように、われわれの rakumo でも取り込んで今後も、例えば rakumo ワークフローで見積りが他社さんから来て発注しなければいけないときは、われわれの AI にこれでワークフローの申請を出して、というのを依頼すると、申請書も選んでいただいて PDF から金額などを打ち込んで、申請ボタンを押すだけで終わるという機能も出していければと思います。

**高橋**：とても便利ですね。なるほど。本当にまさにのみ込まれるどころか、共存でパワーアップしてますね。

**清水**：そうですね。われわれも生成 AI でどんどん便利になっていくという世界で発展できると思っています。

## Google Cloudの生成AIサービス「Gemini Enterprise」の販売を開始

- Google Cloudが2025年10月から販売開始した企業向けのAIサービス「Gemini Enterprise」の代理販売を4月から開始
- 「Gemini Enterprise」は、「Agent Designer (AI エージェント構築支援機能)」を活用し、マーケティング、財務、人事等の特定業務に特化したカスタムエージェントをノーコードで構築・共有できる他、Google Workspace だけでなく、Microsoft 365 (Teams、SharePoint等) や Salesforce といった外部サービスとも連携し、組織を横断した情報収集や処理が可能
- 「Gemini Enterprise」はMicrosoft 365導入企業からも高いニーズがあるため、「rakumo for Microsoft 365」と合わせて販売することで、1社あたりの単価向上を目指す

GeminiとGemini Enterpriseの比較

サービス名	Gemini	Gemini Enterprise
位置付け	個人向け対話型AIアシスタント	企業向けAIエージェントプラットフォーム
主要な提供先	Google Workspaceユーザー個人（無償版含む）	企業（情報統制が必要な企業）
特徴的な機能	チャット、質問への応答、文章生成、画像生成	左記の機能に加え、エージェント構築、横断検索、業務自動化、厳格なセキュリティ/ガバナンス管理機能等

14

**高橋**：そして、もう一つ AI のトピックスがありましたけど、こちらは Google Cloud の生成 AI サービス、Gemini Enterprise の販売を開始ということで、これはこういったものになりますか。

**清水**：Google が提供する Gemini の、企業用サービスが Gemini Enterprise というサービスです。

**高橋**：企業用なんですね。

**清水**：おっしゃるとおりです。そうしたものを使いたいという企業さんのニーズに応えるために、Google さんの商品ではありますが、われわれが代理店として売れるような取り組みも開始しております。当然 rakumo を使っていただいているお客様が中心になるんですが、そうしたお客様に、さらに Gemini Enterprise でもっと便利にいろんな業務をしましょうという、われわれが生成 AI の定着を導入支援するという取り組みも行っていきます。

**高橋**：具体的にどういうことができるんですか。

**清水**：この Gemini Enterprise は、企業向けの内部のエージェントをつくれるようなアシスタント機能が充実していますので、例えば企業内で Google Workspace が導入されていれば、こういうメールが来たらメールの内容を要約して Google ドキュメントにまとめて、例えば部署のメンバーにも資料を展開するのを自動化するなど。そういうエージェントを簡単につくれるようなノーコードの仕組みがあったりします。

**高橋**：なるほど。ノーコードでそういうエージェントができるということですね。

清水：おっしゃるとおりです。

高橋：ありがとうございます。

ここまで詳しく事業内容や、ビジネスモデルについてお伺いしてきましたけれども、本題のほうですね。直近の先日発表されました2026年12月期の第1四半期の決算を見ていきたいと思えます。

## 2026年度 第1四半期 決算概要及び主要トピックス



### 2026年度 第1四半期 決算概要

- rakumoサービスの売上高が411百万円と前年同期比で10.5%増と順調に推移
- rakumoサービスの成長・価格改定効果を主因として、調整後EBITA<sup>(※)</sup>は171百万円（同22.3%増）、営業利益は120百万円（同10.1%増）と大幅な増益を達成
- 調整後EBITAマージンは31.9%（同3.5pt減）、営業利益率は22.5%（同5.2pt減）と減少
- クライアント数、有料ライセンス数は継続的に増加
- 26年度業績予想に対して順調に進捗（売上高23.0%、調整後EBITA22.2%、営業利益21.9%）

### 主要トピックス

- 「rakumo for Google Workspace」の大型アップデートに伴う価格改定が計画通り進捗
- 「rakumoワークフロー for Microsoft 365」の開発を開始。26年度第4四半期中の提供開始を予定
- 「rakumoカレンダー」で社外との日程調整機能を26年3月30日にリリース
- Google Cloudの生成AIサービス「Gemini Enterprise」の販売を4月9日より開始
- サイバーソリューションズ社及びラクス社との協業を開始

※ 「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

15

2026年12月期1四半期、売上高プラス35.5%と大幅達成です。

では、決算をちょっと見ていきますと、売上高が5億3,500万円、前年同期と比べて35.5%増加、営業利益が1億2,000万円。こちらは前年同期と比べて10.1%増加。そして最終利益が6,700万円、前年同期と比べて5.6%減少となりましたけれども、決算を振り返っていかがでしたでしょうか。

清水：1年前と比べると、売上のトップラインが非常に伸びているというのは計画どおりになっております。売上が大きく伸びた要因は二つございまして、一つはrakumoのサービス自体が当然新規のお客様が増えて伸びているのと、あとは既存のお客様に対して、先ほども申し上げましたが、1月から契約更新のタイミングで料金が新しい料金になって、単価が上がるということが寄与しております。

もう一つは、M&Aにもわれわれ力を入れておりまして、昨年2社M&Aを行いました。その2社の売上は昨年の第1四半期ではまだ取り込まれていない状態で、今年は第1四半期に取り込まれてますので、この二つの要因でトップラインが大きく伸びております。

**高橋：**なるほど。先ほど既存のアップセルがうまく寄与して、解約率もそこまで影響なく価格転嫁できてるといことで、利益率も上がっていますもんね。営業利益が10.1%増加とありますけれども、最終利益が若干マイナスなんですけど、何か要因はあるんですか。

**清水：**はい。こちらはM&Aを行ったためのれんが発生しますので、そののれんが税務上損金に算入されませんので、それで税率がちょっと高くなり、その分最終利益が去年のれんが少ない時期と比べると減ってしまっているというところなんです。こちらについてもM&AのPMIが進むごとに当然最終利益も上がっていきますし、トップライン、営業利益もクォーターごとに上がっていくので、1年前と比べると第2四半期以降はだんだんプラスの方向に働いていくと計画しております。

**高橋：**なるほど。ここまで問題ないといえますか、一時的な要因ということがありますかね。

**清水：**はい。

**高橋：**では、今期の主要トピックとして、rakumo for Google Workspaceの大型アップデートに伴う価格改定が計画どおりに進捗。

そして、rakumo ワークフロー for Microsoft 365の開発を開始。こちらが2026年度第4四半期中の提供開始を予定。

そして、rakumo カレンダーで社外との日程調整機能をもうリリース済みなんです。2026年3月30日にリリース。

そして、先ほどご説明いただいたGoogle Cloudの生成AIサービス、Gemini Enterpriseの販売を4月9日より開始。

最後は、サイバーソリューションズ社とラクス社との協業を開始、というような複数のトピックスがありましたけれども、この中で一番気になるのが、サイバーソリューションズ社とラクス社との協業を開始という点をそれぞれ教えていただきたいんですが。まずはサイバーソリューションズ社との協業を開始は、どういう目的でどういったシナジーがあるんですか。

(事業関連)

## サイバーソリューションズ社との協業を開始

- 法人向けメールセキュリティサービスを手がけるサイバーソリューションズ社と協業し、当社の既存顧客へクラウドメールサービス「Cloud Mail SECURITYSUITE」の販売を4月16日より開始
- メール経由でのサイバーセキュリティ被害が増加傾向にある昨今において、セキュリティに対する既存顧客のニーズに対応し、1社あたりの単価向上を目指す

### 「Cloud Mail SECURITYSUITE」の特長



- ① メール受信脅威対策・標的型攻撃対策  
迷惑メールや未知のウィルスへの対応、なりすまし対策など受信メールの脅威を包括的に防御
- ② メール送信時の情報漏洩・誤送信対策  
PPAP対策を実現する添付ファイル分離配送から時間差配信、上長承認等メール送信時の情報漏洩対策を実現
- ③ メール・Teamsチャットアーカイブ  
メール本文や添付ファイルだけでなくTeamsチャットでも長期間アーカイブ、監査時に有効に活用可能

16

**清水：**はい。サイバーソリューションズ社さんもグロース上場されている SaaS の企業で、セキュリティの SaaS で非常にお客さんも多く強みがございます。

私どもの rakumo のサービスというのが、企業様の導入の窓口が情報システム部門になります。当然セキュリティで良い商品ないのかという引き合いも、情報システム部門の方からいただきますが、私ども単独ではセキュリティの提供サービスを行っておりませんので、そうした意味で、サイバーソリューションズ社さんと提携することによって、私どものお客様にサイバーソリューションズ社さんのサービスを提供して、単価を上げていこうという取り組みがこちらです。

**高橋：**なるほど。新たにセキュリティという分野が加わったということですね、rakumo のサービスに。

**清水：**おっしゃるとおりです。

**高橋：**具体的な機能としては、メール受信の脅威対策。

**清水：**はい。今はメールからフィッシングやなりすましで、セキュリティが何かリスクにさらされて情報が漏洩するという起因のものが多いんですけど、そこに対してサイバーソリューションズ社は当然ブロックできるサービスになっておりまして。Google Workspace の Gmail とか、Microsoft 365 の Outlook のメールに対応しているので、私どものお客さんにも非常に相性が高い形になっていると思います。

(事業関連)



## ラクス社との戦略パートナーとしての連携を開始

- バックオフィス業務向けのSaaSを提供するラクス社と、お互いのサービス販売を行う戦略パートナーとしての取組みを4月20日より開始。当社の電子稟議サービス「rakumoワークフロー」をラクス社が取次販売を行い、ラクス社の経費精算サービス「楽楽精算」を当社が取次販売または代理販売を実施
- 今回の連携により、両社の強みをいかした製品ラインナップを相互に提案・提供することで、顧客の業務課題に対するより幅広い選択肢の提供が可能に



両社の新規顧客・既存顧客に対して、社内稟議から経費精算までをデジタル化する提案が可能に

17

**高橋：**そしてラクス社ですね。一見競合なのかなと思ったんですけども、これはこういった目的とシナジーがあるんですか。

**清水：**ラクスさんの楽楽精算という経費を計算するための SaaS サービスがございますが、経費を精算するときって、事前にこういう経費を懇親会で使うというような稟議を取って、使用後に楽楽精算で経費を上げるとか、そういうことが多い中で、ラクスさんが楽楽精算を営業している中で、ワークフローの SaaS も欲しいという声が多かったと。

私どもは rakumo ケイヒというサービスを提供しているんですが、楽楽精算さんのほうが実は機能的には結構充実していて、価格もちょっと高いんですが、私どものお客様のほうでも、rakumo ケイヒより、もっとこういう機能を充実したサービスあれば、そっちを使いたいという声ございましたので、ワークフロー、電子稟議と経費のサービスというのは、そもそも相性が良いプロダクトなので、両社でそれぞれのお客さんに合わせて販売しようという主旨がこちらの取り組みです。

**高橋：**そういった目的があるんですね。確かに相性がいいですね。

**清水：**はい。

**高橋：**具体的に、これはもう動いているんですか。

**清水：**はい。もう開始いたしましたして、お互いの営業がそれぞれのお客さんにサービスを提案しています。先方のお客さんには rakumo ワークフローを、われわれは楽楽精算の提案を、という営業活動を開始しております。

高橋：効果は結構ありますか。

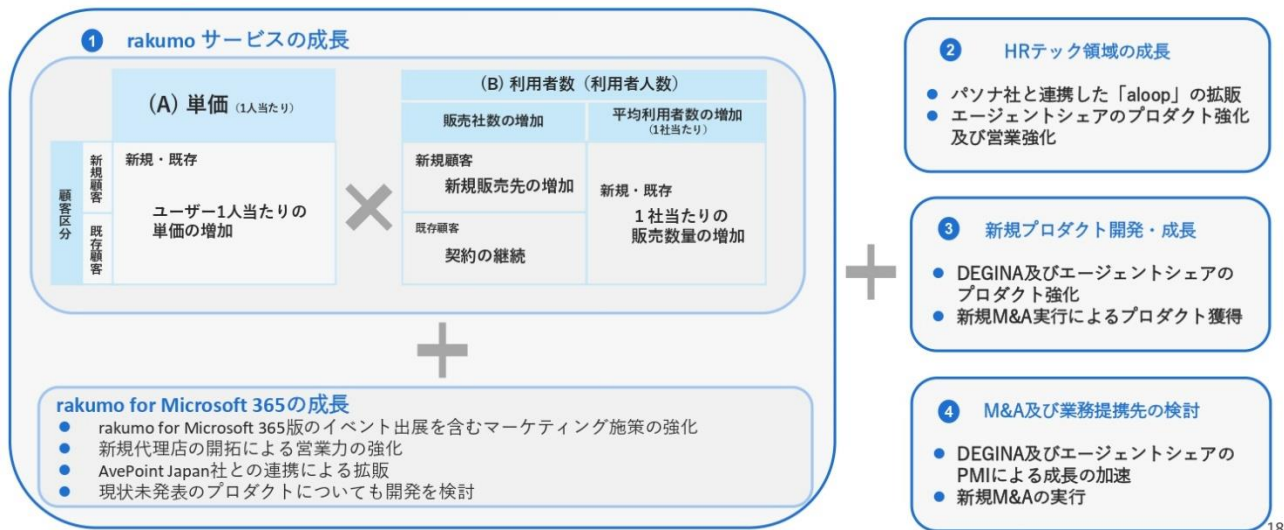
清水：お客様の反応はやはり良いですね。楽楽精算って既にブランド力がありますので、そういうのを rakumo 経由で扱っているんだ、という反応が非常にございます。

高橋：ありがとうございます。

## 成長戦略



- ① rakumo 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
- ② HR テック領域の成長、③新規プロダクト開発・成長、④M&Aの実行も合わせて進めることで大幅な成長を企図



では、ここからは成長戦略もお伺いできればと思うんですけども、成長戦略として四つ挙げられているかと思います。

まず rakumo サービスの単価と利用人数の増加といったところ、二つ目が HR テック領域の成長、そして、三つ目が新規プロダクトの開発成長、四つ目が M&A の実行。HR テック領域の成長というのは、これは rakumo 社にとって新たな領域の挑戦ですよ。

清水：はい。おっしゃるとおりです。

高橋：これも事業ですかね。

清水：はい。少子高齢化で、どうしても労働人口が減っていくという大きなトレンドがございますので、alooop という HR テックのサービスを昨年リリースいたしました。何かと申しますと、企業で退職した方であるとか、従業員の友人の方をタレントプールという、今後入社していただけるかもしれないという方で、企業が囲い込めるようなサービスになっております。パソナ社という人材

ソリューションの大手企業と提携いたしまして、パソナさんがかなり営業面では販売いただいているというサービスです。

**高橋**：なるほど。今後この HR 領域を伸ばしていきたいと。

**清水**：そうですね。新しい成長領域として取り組みを行っております。

**高橋**：なるほど。そして、M&A。先ほども売上高が伸びた要因に M&A とおっしゃっていただけけれども、これも踏み込んで聞いてもいいですか。

**清水**：はい。お願いします。

## 2026年12月期 第1四半期 連結BSサマリー



- 資産合計は4,207百万円と、前連結会計年度末に比べ37百万円増加。主に現預金が79百万円増加、のれん等が45百万円減少
- 負債合計は2,302百万円と、前連結会計年度末に比べ18百万円増加。主に契約負債が89百万円増加、有利子負債が28百万円減少
- 純資産合計は1,905百万円と、前連結会計年度末に比べ19百万円増加。主に純利益67百万円、配当金の支払52百万円等

	2025年12月末 (百万円)	2026年3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	2,013	2,106	92	4.6%
（現預金）	1,818	1,897	79	4.3%
（売掛金）	168	179	11	6.3%
固定資産	2,151	2,096	△54	△2.5%
有形固定資産	32	30	△1	△4.0%
無形固定資産	2,008	1,986	△21	△1.0%
（のれん+顧客関連資産）	1,806	1,761	△45	△2.5%
（ソフトウェア（仮勘定を含む））	201	225	24	11.9%
投資その他の資産	110	79	△32	△28.7%
繰延資産	5	4	△1	△19.5%
資産合計	4,170	4,207	37	0.9%
流動負債	1,101	1,123	23	2.1%
（買掛金）	61	71	10	16.2%
（契約負債）	693	782	89	12.9%
固定負債	1,182	1,178	△5	△0.4%
負債合計	2,283	2,302	18	0.8%
純資産合計	1,887	1,905	19	1.0%
負債純資産合計	4,170	4,207	37	0.9%
有利子負債（転換社債型新株予約権付社債含む）	1,216	1,188	△28	△2.3%

20

**高橋**：連結 BS サマリーというのを拝見させていただいたんですけども、この連結 BS サマリーというのが、資産とか負債や純資産などの財務状態をまとめた連結貸借対照表のことだと思うんですけども。

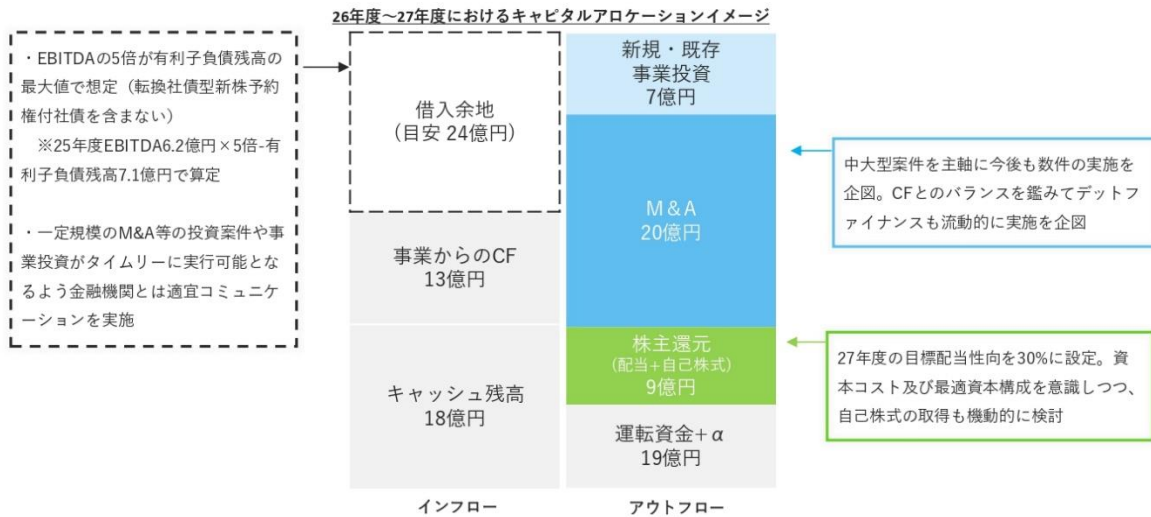
こちらをちょっと見てみますと、一番下に文章としてありますが、純資産が19億500万円。そして、前の連結会計年度末と比べて1,900万円増加したというところはポジティブなところかなと思うんですけども、併せて真ん中の負債のところを見ていきますと、負債が23億200万円ですかね。前の連結会計年度末に比べて1,800万円増加しています。

ちょっとストレートに聞くと、M&Aのような企業成長のための投資というのは確かにわかる一方で、借金が増えているというか、負債が増えているというのは大丈夫なのかという見方をする投資家さんもいらっしゃるかもしれないと思ひまして。

## ■ 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



21

これはどういった考え方で財務規律を保たれているのかというあたりを教えてくださいたいんですけども。

**清水：**承知しました。私どもも財務規律はもちろん注意をして行っておりまして、今年と来年度におけるお金が入ってきて積み上がる部分と、使っていく部分をスライドで表示したものになりますが、2年間で事業からのキャッシュフロー13億、ストックビジネスなのでもう大体見えております。あとはキャッシュ残高18億ありまして、合わせると31億ございます。さらに銀行からの借入の余地も24億円、目安としてはございますので、資金的にはまあまあ余裕があります。

それに対して、今後もM&Aするとしてもマックスで20億お金がこれぐらいあるという金額に比べても、全然M&Aの20億って大きい金額ではございませんし、運転資金もそんなに大きくかからない事業構造になっておりますので、自己資本比率が40%を切らないように、われわれもそこは考えながら、キャピタルアロケーションを考えております。

**高橋：**自己資本比率40%を切らないように設定しているということで、これを聞けて安心された投資家さんも多いかと思ひます。踏み込んだ質問もありがとうございます。

## 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、今後も株主還元施策を強化していく方針から、上記に加えて自社株式取得や配当の強化についても検討していく

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3月31日時点の株価による  
配当+年間株式優待利回り  
**4.22%**

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3月31日時点の終値(1,043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

22

そしてもう一つ、投資家さんが注目しているポイントといえば、株主還元だと思います。御社は今年の2月に株主優待制度の新設を発表されたということで、ちょっと驚いたんですけれども、配当と年間株式優待利回りが3月31日時点で4.22%。これ、結構高いなと思ったんですけれども、あらためてこの株主優待制度の新設について、具体的な内容だったりとか、あとは今後の株主還元の方針についても教えていただきたいです。

**清水：**承知しました。私ども、成長企業でありながら、投資家の方にはしっかりと還元していきたいと思っておりますので、成長と株主の皆様への還元、両立させたいと思っております。優待を初めて新設しまして、配当は開始していたんですが、それだけではなくて優待を開始することで、もっと皆さんに注目いただいて還元したいということで始めました。

ただ、優待についてはまだどれぐらい皆様に興味を持っていただいて株主が増えるかという様子見の意味合いもありますので、この優待で私どもも今後もっと利回りを上げないということもございませんので、様子を見ながら、もっと優待も強化したり、いろいろな株主の皆様への還元を考えていきたいと思っております。

**高橋：**というと、今後も継続方針ということですかね。

**清水：**そうですね。状況を見ながら優待は継続方針と考えております。

**高橋：**ありがとうございます。

ということで、ここまでいろいろお伺いしていきましたが、ここで訂正がございます。先ほどご紹介した決算資料について東証の市場区分をスタンダードと表示しておりましたが正しくはグロースとなります。大変失礼いたしました。お詫びして訂正いたします。

## 質疑応答

---

**高橋 [M]**：ここからは質疑応答にまいりたいと思います。ルーム Q&A や YouTube のチャット欄にてご質問を受け付けておりますので、皆さん、どしどし送っていただければと思います。

早速一つ目の質問です。

**質問者 [Q]**：グループウェア市場のシェアの 93%が Microsoft と Google Workspace という話がありましたけど、残りの 7%は何を使っているんですかね。

**清水 [A]**：サイボウズさんのサイボウズ Office とか Garoon とか、あとは desknet's さんのサービスとか、国産のグループウェアで、昔からあるようなサービスを使っている企業さんが残り 7%ぐらいですね。

**高橋 [Q]**：ほぼほぼはもう海外の Microsoft、Google Workspace なんですね。

**清水 [A]**：そうですね。

**高橋 [Q]**：こういう 7%の部分が上がってくるってことはないんですかね。

**清水 [A]**：今のところトレンドとしては毎年こういった割合が下がってきて海外のグループウェアにリプレースされていますので、また盛り返すのは今のところちょっと兆候としては見えないと思っております。

**高橋 [M]**：では、二つ目の質問にまいりたいと思います。

**質問者 [Q]**：Microsoft 版 rakumo の営業状況は順調でしょうか。

**清水 [A]**：こちらは順調に推移しております。いろんな要因あるんですが、例えば私どものお客様が Google Workspace で rakumo をお使いいただいている中、会社の方針で Google Workspace から Microsoft 365 に切り替えるというお客さんも実は結構いらしたんですね。そうすると、rakumo も解約に、Microsoft 版がないから解約になってしまうんですが、そこで受け皿ができて、Microsoft に移行されてもお客様が rakumo も使えるようになりました。今まで使っていた rakumo が好きだったからそのまま使うよ、というお客さんが実は結構出ていてですね。

そうすると、自動的に解約にならずに、むしろ ID としてはそのまま維持できますし、あとは Microsoft 365 を売っていただいている販売パートナー、今までお付き合いがなかったパートナーとも話をしているのですが、こうしたグループウェアは非常に Microsoft のマーケットでもニーズ

があるので、ぜひ売らせてほしいということで、かなりのパートナーさんからこれは売れるという声をいただいています。今、1Q でどれくらい売っていますというのは発表していませんが、結構 ID 数としては増えてきています。

**高橋 [Q]**：そこの取りこぼしを防いだといいますか、Microsoft に替わったとしても買い続けられるというメリットで、だいぶ利益としては大きいですね。

**清水 [A]**：そうですね。はい。

**高橋 [M]**：続いて三つ目の質問にまいります。

**質問者 [Q]**：第 1 四半期から子会社 2 社が加わって、売上が一気に跳ね上がってますね。これら子会社の業績の進捗や rakumo 本体とのクロスセルといったシナジーは計画どおり順調に進んでいますか。

**清水 [A]**：ありがとうございます。業績としては、まず 1Q はわれわれが計画していたとおりのグループ会社の売上、利益でした。ただ、われわれが考えているようなシナジーはまだまだ弱いと思っております。子会社が持っているプロダクト、SaaS の製品だったりするんですが、それとわれわれの rakumo の SaaS をクロスセルしていこうという計画があったんですが、今はどちらかというと、それぞれの子会社のプロダクトをもっとわれわれがシステム面でも協力することで、強化して製品力を上げようみたいな取り組みをメインで行っております。

あとは、われわれ、いろんな企業さんとネットワークがあるので、そうした企業さんとの子会社、相性が良いパートナーさんがいたら、どんどん紹介してアライアンスをしていく取り組みを行っておりますので、まずは子会社に強くなってもらってその後、お互いの商品が売れるようなシナジーを出していきたいという形で考えております。

**高橋 [Q]**：なるほど。今の段階としては、子会社のこの 2 社の売上を加速させるというのが第 1 目標ってことですね。

**清水 [A]**：はい。

**高橋 [Q]**：この先に、今の rakumo とのサービスのシナジーが生まれて、またパワーアップしていくというようなことですか。

**清水 [A]**：はい。そのように考えております。

**高橋 [M]**：なるほど、わかりやすいです。ありがとうございます。

続いて四つ目の質問にまいります。

**質問者 [Q]**：3年後、Garoon、desknet's、rakumo のシェアはどれぐらいになると想定していますか。

**清水 [A]**：シェアについては開示を控えているので何とも申し上げられないんですが、ただ動きとしては Garoon のサービス、desknet's のサービスなどのオンプレミスのもが現在企業で使用されているケースは実は多いんですね。そこのサポートが切れるという発表をしているので、そうすると移行する必要があると出てくるので、移行先として Google Workspace や Microsoft 365 を入れると。ただ、使い勝手が日本のグループウェアのほうがいいというので、併せて rakumo を使いたいという引き合いも今は増えてきており、そういった意味では、われわれのシェアが上がっていくんじゃないかと考えております。

**高橋 [Q]**：ちなみにオンプレミスとはどういうものですか。

**清水 [A]**：専門用語でした。クラウドというのは、クラウド上にソフトウェアがあってそれを利用するという形式なんですけど、オンプレミスというのは企業の内部などへサーバーを立てています。クラウドではなくて企業のサーバー内でグループウェアを使えるようにしたりするという、セキュリティは高いんですが、汎用性に欠けるといいますか、クラウドに比べると使いづらいという、そうした提供形態が国内のグループウェアではまだ残っているという形です。

**高橋 [Q]**：なるほど。それがクラウド移行しなければならない会社が増えていると。

**清水 [A]**：おっしゃるとおりです。

**高橋 [Q]**：ということで、ただ、外国のものだとちょっと使いづらいから日本企業に合っている rakumo のサービスを使いたいという需要が増えているということですかね。

**清水 [A]**：おっしゃるとおりです。

**高橋 [M]**：では続いての質問にまいります。

**質問者 [Q]**：今期の自治体の売上は、2025 年度に比べどれぐらい伸びそうですか。

**清水 [A]**：私ども自治体向けの営業やマーケティングにかなり力を入れておまして、民間の企業と比較すると自治体のクラウド利用というのが遅れてきますので、その流れがちょうど昨年から来ていると思っております。

昨年、秋田県庁さんとか大きい自治体に私どもの rakumo を導入し、かなり積極的にマーケティングを自治体さん向けに行いました。大体自治体は、入札などを行いますので1年ぐらいは導入まで時間がかかります。昨年、大きくマーケティングを行った大型案件などが、今年にだいぶ刈り取り

が進むと思っていますので。具体的にどれぐらいというのは申し上げられないんですが、昨年よりはさらに導入数が進んで、売上も自治体だけでそれなりに大きくなると考えております。

**高橋 [Q]**：ちなみに自治体に力を入れたのはどうしてなんですか。

**清水 [A]**：自治体は、民間企業よりグループウェアの切り替えが遅れています。実は自治体の中でも多く利用されているのが、先ほど申し上げたサイボウズさん(Garoon)や desknet's さんなんですね。そうしたものから Google や Microsoft へ切り替える動きが出ています。それでも国内のグループウェアがいいから、併せて rakumo を入れようという流れが自治体の中で来ておりまして、われわれも実績があります。自治体は、他の自治体で使われているという事実が大きく判断材料になるところで、われわれの実績が増えているため、結構引き合いが来ているという状況です。

**高橋 [Q]**：自治体はまだ紙文化が多く、IT 化が遅れてるというのもあるので、確かに日本企業のノウハウが強い rakumo さんとの相性はいいですね。

**清水 [A]**：はい。

**高橋 [Q]**：ちなみに自治体戦略というところで他に何か言える範囲で今、取り組んでることはあるんですか。

**清水 [A]**：今言えることとしては、Microsoft に取り組んだのが非常によかったなと思っていました。やはり自治体で、Microsoft の Word とか Excel とか当然使っていますので、Google はちょっと使いづらいと。引き続き Microsoft を使いたいんだという自治体もたくさんいらっしゃる中で、今までだったら Microsoft に rakumo は対応していないから駄目でしたが、もう Google でも Microsoft でもどちらを選ばれても、現在はわれわれ導入できますので。施策としては Microsoft 版に対応したことが、自治体向けの営業でも今年はだいぶプラスに寄与しそうだと思っています。

**高橋 [Q]**：Microsoft の影響が大きいんですね。

**清水 [A]**：そうですね。

**高橋 [M]**：続いての質問にまいります。

**質問者 [Q]**：aloop の売上の影響は現時点でどのぐらいでしょうか。

**清水 [A]**：はい。aloop 自体は昨年からサービス開始してパソナさんが主に営業をしてくれていますが、最近 Sun Asterisk さんというプライム上場企業にも導入したというリリースを出ささせていただきました。売上としてはまだまだ rakumo に比べると小さいんですが、ただ大手企業が最も関心を示しています。人手不足って、大手企業が今は結構気にされていて、新しい HR テックは何か

ないのかというのを探されていて、そうしたものが入り始めていますので、まだ今期は小さくても来期以降、売上を大きく伸ばしていこうと取り組みを行っています。

**高橋 [Q]**：なるほど。そうなるalmazは、大手から戦略としては攻めていくような感じですかね。

**清水 [A]**：おっしゃるとおりです。

**高橋 [M]**：ありがとうございます。

では、続いての質問にまいります。

**質問者 [Q]**：数年後、AI が進化して、rakumo が必要なくなる可能性はないですか。

**清水 [A]**：先ほど rakumo の強みというのを申し上げましたが、やはりどうしても業務の深いところに入っていたり、権限管理である承認フローを管理したりですとか、監査に耐え得るというところで、われわれがまだアドバンテージがあると思います。ただ、考えられるのは、もしかしたら生成 AI が rakumo を使うという世界は数年後、来るかもしれないと思ってまして。例えば生成 AI にこういうことやってという指示を出すと、もうその会社さんには rakumo が入っていて、AI が代わりに rakumo でいろいろ実行すると。また、そうなったとしても、従業員の方に対しては課金をしていこうと考えておりますので、それで便利になったとしても、われわれの売上は下がらないんではないかと今のところは考えております。

**高橋 [Q]**：その発想はなかったです。生成 AI が rakumo を使う時代が来ると。

**清水 [A]**：もしかしたらそういうのが当たり前になってくるかもしれない。

**高橋 [M]**：続いての質問にまいります。

**質問者 [Q]**：今後積み上がった潤沢な資金を、M&A などの成長投資と将来的な株主還元はどう配分していく方針ですか。

**清水 [A]**：M&A と株主の皆様への還元を考えておりますが、M&A の難しいところは良い案件があればできるんですが、良い案件がない場合もございます。そうすると当然、資金が積み上がっていったら、われわれとしては資金効率が悪くなってしまいますので、そうした場合は、やはり株主還元積極的に投資をしたいと思っております。どれぐらいの割合かというのは申し上げにくいんですが、ただ、株主還元もかなり力を入れていくつもりで考えておりますので、皆様にご期待いただければと思っております。

**高橋 [Q]**：M&A の状況によって、そこはちょっと変わってくるということですね。

**清水 [A]**：そうです。それでも株主還元もかなりの資金を今、キャピタルアロケーションで考えておりますので。

**高橋 [Q]**：そこちょっと期待ですね、株主の皆様にとっては。

**清水 [A]**：そうですね。われわれは優待、配当、あとはまだ行っておりませんが自社株買いという選択肢もあり、検討を進めております。

**高橋 [M]**：続いての質問にまいります。

**質問者 [Q]**：ラクス社との連携の話ですね。楽楽精算との連携によって、新規の顧客獲得にどれぐらいインパクトを見込んでいますか。

**清水 [A]**：ラクスさんって楽楽精算で数万社お客さんがいらっしゃいますので、われわれの 2,600 社の規模より非常に大きく、そうした企業さんに対して、ラクスさんが rakumo ワークフローを営業いただけるというのは、結構インパクトがあるのではないかと考えています。

ただ、ラクスさんが考えているのが、やはりワークフローって大きい企業さんほどニーズがありますので、大きい企業さんから攻められていくと。社数としては大きい企業さんってそんなにすごい獲得できるものではないと思うんですが、1社獲得できれば ID 数が多く、売上のインパクトも大きいので、社数というよりは売上インパクトが結構出たらいいなと私どもも期待しております。どれぐらいというのは申し上げられないので大変申し訳ないんですが。

**高橋 [Q]**：大手の基盤があるラクスなので、そことの協業が大きいですね。

**清水 [A]**：はい。われわれなんかより時価総額もすごい大きい企業さんで。

**高橋 [M]**：ありがとうございます。

ということで、たくさんのご質問をいただきましたけれども、こちらでお時間の関係で、以上とさせていただきます。ありがとうございます。

それでは、最後にご覧いただいている視聴者の皆様、そして株主の皆様にメッセージをお願いいたします。

**清水 [M]**：きょうはお忙しい中、ありがとうございました。私ども 3 カ年の中計計画、来年度 27 年度 12 月期が最終年度になります。来年度 12 月期で営業利益 7 億円という計画を掲げております。今年が 5.5 億の営業利益計画に対して、まだ大きく伸ばす計画でおりまして、さらに配当性向も 30% を目標としております。私ども、本当に株主の皆様に還元をしながら成長を両立させたいと思っておりますので、注目いただけると幸いです。

高橋 [M]：清水社長、本日はありがとうございました。

清水 [M]：こちらこそありがとうございました。

高橋 [M]：それでは、以上で東証グロース市場上場、証券コード 4060、rakumo 株式会社の 2026 年 12 月期第 1 四半期の決算説明会を終了とさせていただきます。

皆様、ご視聴いただきありがとうございました。

[了]

---

### 脚注

1. 音声不明瞭な箇所については[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

## 免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、株式会社JPX 総研（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。