



## **サイボウズ株式会社**

2021 年 12 月期決算・事業説明会

2022 年 2 月 24 日

## イベント概要

---

[企業名]	サイボウズ株式会社
[企業 ID]	4776
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2021 年 12 月期決算・事業説明会
[決算期]	2021 年度 通期
[日程]	2022 年 2 月 24 日
[時間]	13:00 – 14:25 (合計：85 分、登壇：51 分、質疑応答：34 分)
[開催場所]	インターネット配信
[登壇者]	6 名 代表取締役社長 青野 慶久 (以下、青野) 執行役員人事本部長 法務統制本部長 中根 弓佳 (以下、中根) 執行役員 ビジネスマーケティング本部長 林田 保 (以下、林田) 執行役員 営業本部長 事業戦略室長 栗山 圭太 (以下、栗山) 執行役員 経営支援本部長 林 忠正 (以下、林) 執行役員 開発本部長 / サイボウズ・ラボ株式会社 代表取締役社長 佐藤 鉄平 (以下、佐藤)

## 登壇

**司会**：それではお時間となりましたので、開会いたします。本日はお忙しい中、サイボウズ株式会社、2021年12月期決算・事業説明会にご出席いただきまして、誠にありがとうございます。司会進行を務めさせていただきます、サイボウズ広報の山見でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

本日の決算事業説明会は、Zoom ウェビナーと YouTube ライブによる同時配信を行っております。

この後、弊社代表取締役社長、青野によるプレゼンテーションを行います。発表中のスライド画面の撮影や、SNS への投稿は可能でございますが、一部スライドの右上に撮影禁止マークを施しております。そのスライドに関しましては、撮影を控えていただくようお願い申し上げます。

またプレゼンテーションの後には、ご視聴の皆様からの質問を受け付けまして、青野もしくはサイボウズ経営陣より回答いたします。お時間の関係で、全てのご質問をお受け付けできない可能性がございます。あらかじめご了承ください。

それでは、サイボウズ株式会社代表取締役社長、青野慶久より、2021年12月期の決算と事業内容についてご報告させていただきます。青野さん、よろしくお願いいたします。



## 会社概要

### サイボウズ株式会社

事業内容	グループウェアの開発・販売・運用 / メソッド事業
代表取締役社長	青野 慶久
創業	1997年8月
所在地	東京都中央区日本橋2-7-1 東京日本橋タワー
拠点	東京,大阪,松山,名古屋,福岡,広島,仙台,札幌,横浜,大宮,上海,深圳,台北,ホーチミン,サンフランシスコ,シドニー,バンコク,クアラルンプールなど
資本金	613百万円
証券取引所	東証一部[証券コード4776] ※2022年4月よりプライム市場へ移行予定
従業員数	連結969名、単体737名 ※2021年12月末時点 ※役員監査役除く無期雇用（正社員）数

**青野**：皆さん、こんにちは。サイボウズの青野でございます。本日は決算事業説明会をご視聴いただきまして、誠にありがとうございます。

それでは私から今から 45 分ぐらい、決算と事業についてご紹介させていただきます。

まずは会社の概要ですけれども、拠点がずいぶん増えてまいりました。今日発表しましたけれども、マレーシアのクアラルンプールでも拠点を持つことになりました。

それで従業員数も増えておりまして、今、無期雇用の従業員数で連結で 969 人ということで、1,000 人近いぐらいの数字になってきました。と言いましても、今だと東京勤務のほとんどの社員は在宅勤務してますから、拠点はあるんですけれども、それぞれ在宅勤務で働いている。それを数えると拠点の数も随分多いぞと、そんな会社になっております。



## 企業理念（2020～）

### Purpose（存在意義）

## チームワークあふれる社会を創る

### Culture（文化）

- **理想への共感**  
共通の理想を作り、理想に共感して行動する
- **公明正大**  
オープンな信頼関係の基盤を作る
- **多様な個性を重視**  
多様な個性を重視し、互いに活かし合う
- **自立と議論**  
自立心を引き出し、議論によって進歩を生み出す

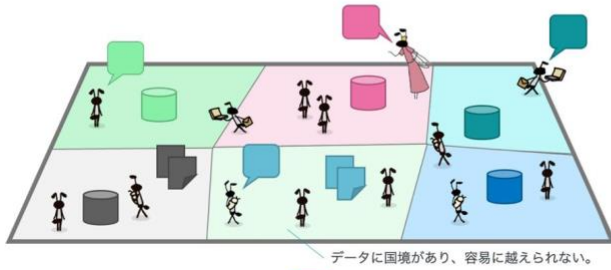
こちらが企業理念になります。2020 年から Purpose と Culture という二つに分けて、企業理念をつくりました。

最近、パーパス経営なんていいですけども、サイボウズも Purpose、何のためにこの会社が存在するんだということで、「チームワークあふれる社会を創る」と。これをやるためにサイボウズは存在するんだという定義をしております。

そのチームワークあふれる社会、これはどんな感じかということで、四つの Culture です。理想への共感。みんなで理想に共感して、多様な個性を重視して、オープンに公明正大に、そして一人一人が自立していくと。そんなこの Culture をもって、チームワークあふれる社会をつくっていきましょうという企業理念をつくっています。

企業理念はほとんどの会社が何かしら持っていると思うんですけど、サイボウズの特徴は、異常にこの企業理念にこだわるところになります。本当にサイボウズ、自由な会社なんですけれども、この企業理念だけは全員が共感して、これに向けてやっていくんだという思いで企業理念を定義して、みんなに共感していただいています。

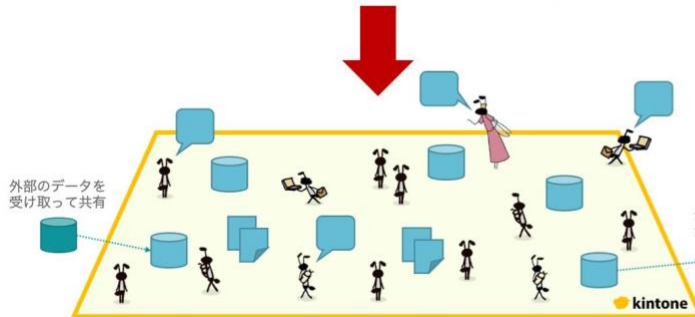
# 情報共有とチームワーク



データや情報、コミュニケーションがチーム毎で分断されていて、組織横断の情報共有ができない。

**情報のサイロ化が進むとともに  
現場の力を活かさない**

データに国境があり、容易に越えられない。



一つのプラットフォームでオープンに共有される。  
現場が主体となって業務改善が進む。

**情報共有でチームワークが向上し  
組織全体の進化を引き起こす**

そのチームワークあふれる社会を創るために、何をしないといけないんだろうかということで、私たちが今進めているのが情報共有のツールの事業になります。みんなが連携して良いチームワークを創造したときに、やっぱり情報共有しながら、お互い情報交換しながら連携プレーしないといけないわけです。そのプラットフォームが要るよねってということになります。

今、残念ながらこれだけITが発達しているにもかかわらず、あまり情報共有できてないよねってというのは、私たちが思ってるところなんです。例えばEメール。皆さん職場で使われてると思いますが、Eメールなんて、言い換えれば、ひそひそ話なわけです。

良いディスカッションがEメールで行われていても、共有されないわけです。ほかの人は見えないこととなります。そういう世界観だと、あんまり良いチームワークじゃないぞと。ちゃんとこの下の絵のように、誰と誰がどんな話をしてるのかまで、みんなでも共有できて、そこに違う人が入ってきたりとか。ほかの部署の仕事の状況なんかもすぐ見ることができる。すぐ、そこに意見することができる。

このオープンでフラットな情報共有の場を広めていくことが大事だと思っていて、私たちはそこを今頑張って、ツールをつくって提供しています。

# サイボウズのクラウドサービス

<p style="text-align: center;">グループウェア</p> <p><b>サイボウズ Office</b></p> <p>中小企業向け かんたんらくらく グループウェア</p>  <p><b>サイボウズ Garoon</b></p> <p>中堅・大規模組織向け グループウェア</p> 	<p style="text-align: center;">業務システム構築プラットフォーム</p> <p><b>キントーン kintone</b></p> <p>ノーコード/ローコードで 業務システムを実装できる プラットフォーム</p>  <p style="text-align: center;">メール共有システム</p> <p><b>メールワイズ Mailwise</b></p> <p>チームのメール対応を 一元管理</p> 
--	--

それが今だと、四つツールを出しています。

簡単にご紹介しますと、サイボウズ Office が中小企業さんの情報共有ツールで、このサイボウズ Office を入れれば、スケジュールから掲示板からワークフローから、サクッとひとつおりの情報共有のアプリがそろそろぞというツールになります。

その大企業さん向けが、Garoon という製品になります。これが比較的、以前からやってる二つの私たちのグループウェア製品になります。

今、力を入れてますのが kintone というものです。これは企業の中でも情報共有したい、情報でもいろんなものがあるよねと。それに合わせて業務アプリを自分たちでつくっちゃえと。ローコードって言い方をしますけれども、プログラミングをほとんどしなくても簡単に業務アプリをつくって、それでチームワークができるようなクラウドサービスがあったらいいんじゃないか。ということで、つくったのがこの kintone。これが今、力を入れている製品になります。

それから右下、これは Mailwise と言いまして、Eメールがそうやって情報共有を妨げてしまうわけですね。受け取ったメールを、みんなで共有しちゃえばいいじゃないかと。みんなで読んで、みんな書いて、こうすることでメールもちゃんと情報共有になるんじゃないかということで、メールに特化した情報共有システムとして Mailwise をやっています。これは本当に、情報共有の第一歩としての製品になります。

こういう四つの製品をもって、今この情報共有を広めていっています。

# サイボウズのエコシステム戦略

外部サービス連携やプラグインで製品機能を拡張



機能拡張プラグイン・連携サービス詳細 <https://kintone-sol.cybozu.co.jp/integrate/search/>

そんな私たちのツールなんです、一つ特徴があるとすると、私たちは基本機能だけに特化していく戦略をとっています。なので、例えば kintone の場合だと、みんなで情報共有するためのデータベースの機能と、そのデータを見ながらコミュニケーションする機能。それからそれをプロセスとして回して、ワークフローを回していく。

この三つの基本機能だけを kintone は押さえて、それを企業さんごとに全然違う、多様なニーズに応じて合わせていくのはパートナー。外部のサービスだとかパートナーさんにカスタマイズしてもらったりとか、こういうエコシステムを広げていくことで、多種多様な顧客ニーズに応えていこうじゃないかと。これがサイボウズのエコシステム戦略にあります。これはサイボウズの大きな特徴になっていると思います。

# サイボウズのエコシステム戦略

周囲のパートナー・ユーザーとともにビジネスを拡大する



なので、私たちのソフトウェアの広げ方は、私たちが頑張ってつくって、私たちが売ると。もちろんそれもやるんですけども、それ以上にパートナーさんが付加価値を付けてくださったり、それからユーザーさん同士が繋がったり。まさにエコシステムにおいて生態系のように広がっていくと。

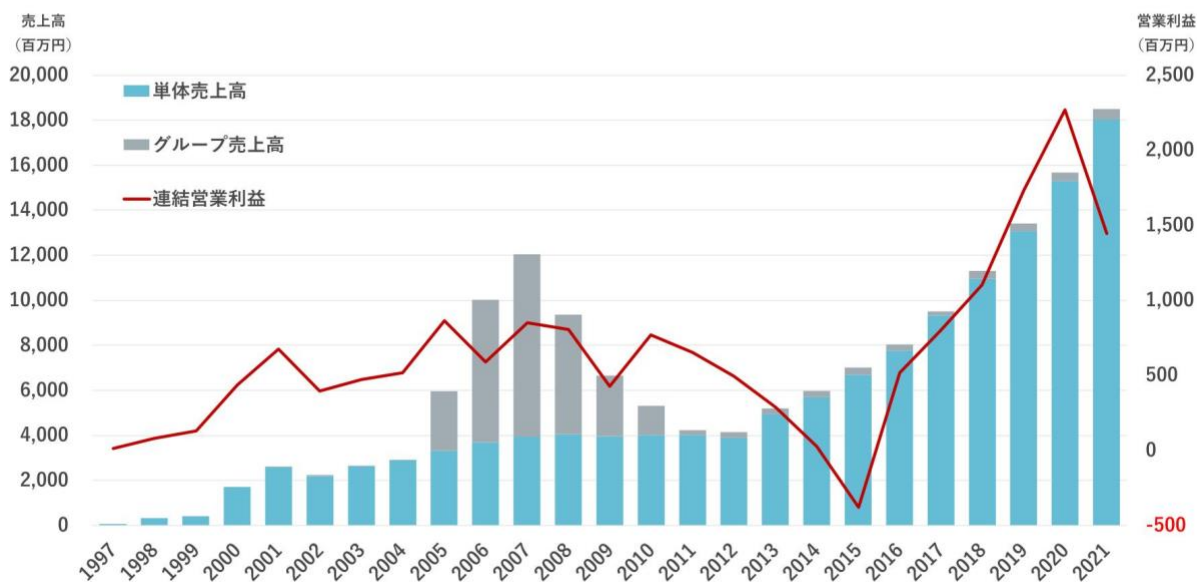
そうすることで、大企業から中小企業までの業種、業態、様々なお客様に対して、それも日本だけでなくグローバルなお客様に対して、この情報共有プラットフォームを広げることができる。という戦略を持っています。これが大きな特徴になります。

大事なところなんでもう1回おさらいしますと、サイボウズはチームワークあふれる社会をつくると。四つの Culture を広げていくんだという企業理念を掲げていまして、そのために情報共有の基盤を提供していきます。

今4製品ありますけれども、これをこのエコシステムで広げていく。私たちだけではなくて、私たちのパートナーの皆さんとともに、お客様とともに広げていくんだと。これが私たちのビジネスになります。



## 連結売上高・営業利益の推移



それでは、ここから数字のご紹介に入っていきますけれども、これが売上と利益の推移になります。

売上。見てのとおり低空飛行してたんですけども、2011年、12年ぐらいからクラウドサービスが出まして、今、徐々に上がってきているところです。

利益は、この折れ線グラフになるんですけども、それとは連動してません。クラウドサービスを始めて投資をどんどんしてきましたので、2015年に1回赤字になりまして、その後V字回復に上がってきたのが利益になります。

ただ前期に関して言うと、もうちょっとしっかり投資していこうということで、2021年は利益が減っている。これがこのグラフの見方になります。

## 連結業績推移

連結業績 【単位：百万円】	2020年12月期 (実績)	2021年12月期 (実績)	2022年12月期 (予想)
売上高	15,674	18,489	21,730
営業利益	2,270	1,441	345
経常利益	2,272	1,468	401
当期純利益	1,435	551	△429
1株当たり 当期純利益	31.30円	12.03円	△9.35円
1株当たり配当金	11.00円	12.00円	13.00円

具体的に数字を見ますと、真ん中が前期ですけれども、前々期と比べて売上が28億円ぐらい増えてまして、利益が8億円ぐらい減ったと。ざっくりそんな数字になってます。これが今期は売上が30億強ぐらい増えてまして、利益が10億強ぐらい減ると予想をしております。

## 2021年12月期 業績詳細

連結 P L 【単位：百万円】	2020年12月期 実績	2021年12月期 実績	
売上高	15,674	18,489	<b>連結売上高</b> 前年比 <b>+2,815百万円</b> (+18.0%)
売上原価	1,086	1,339	
人件費	5,502	6,315	<b>広告宣伝費に積極投資</b>
広告宣伝費	2,673	4,907	
その他	4,143	4,487	<b>営業利益</b> 前年比 <b>-829百万円</b> (-36.5%)
営業利益	2,270	1,441	

前期の数字をもう少し細かく見ていきます。

売上が 28 億円強ぐらい増えていますが、利益が 8 億円強ぐらい減っていると。何に使ったのかですけど、真ん中、広告宣伝費。もうとにかくサイボウズの製品をもっといろんな人に知ってもらおう。ということで、広告宣伝費に積極投資をしてきたのが昨年になります。

その金額が 49 億円引く 26 億 7,000 万、ですから 22~23 億円ぐらい広告宣伝費を増やして、上積みして宣伝してきたことになります。



## 広告プロモーションの強化

クラウド事業強化に伴い、製品の認知度向上を目的に広告宣伝の積極投資

### 長期スパンでの効果を想定

製品認知を目的にテレビCMを放映。製品特性も加味し、案件化への効果は数年程度要すると想定

### 既存ユーザーやパートナーへの効果

既存顧客への活用促進、kintoneのブランドイメージの醸成、販売パートナーなどのエコシステム活性化の効果

### 採用活動への効果

学生やご家族への認知度も高まり、テレビCM等の広告プロモーションをきっかけに応募するケースが増加

どんな広告を出したかといいますと、具体的には kintone のテレビ CM が一番大きかった投資になります。もしかしたらテレビで見ただけの方もいらっしゃるかと思いますが、「キントーン」っていうやつです。「どクラウドです」っていう、あのテレビ CM をたくさん出させていただきました。

なんであんな広告をしてるのかといいますと、kintone みたいなプロダクトは、ようやくこれから普及期に入って行って、ここからおそらく 20~30 年の間、社会インフラのように広がっていくものだと思っています。そのときには、より多くの人に知っておいてもらわないといけない。一部の詳しい人の製品じゃなくて、本当に大衆の人に知っていただく必要があるだろうということで、先行投資でこういうテレビ CM をさせていただきました。

したがって、もちろんテレビ CM をして、今すぐ買ってくださいお客様も増えてはくるんでしょうけれども。それ以外にこれから情報システムを考えていくような、あんまり慣れてないお客さんもそうですし、もっと若い人なんかが見て、サイボウズっていう会社があるんだって、入社しようかなと思ってくれたりとか。幅広い人たちを対象にこういうテレビ CM を出して、広い認知を獲得して、様々なところで私たちの活動を知っていただく。こんなことをやっております。

あと補足でいきますと、kintone ほどは出してないんですけど、サイボウズ Office。中小企業向けのグループウェアサービスのテレビ CM なんかもさせていただいております。これなんかも、サイボウズ Office なんか 25 年目の製品なんですね。中小企業さんの情報共有のために、ずっと 25 年やってきたわけですけども、まだまだそれでもアナログな会社がいっぱいあるわけです。

例えばここに書いてますように、スケジュールをいまだに手帳に書いて、共有されてない。こういう会社がいっぱいあるわけです。そこを、そろそろなんとかしようぜっていうことで。今までなかなかデジタル化が進まなかった中小企業さんにも、ぜひ知っていただくということで。今までとは全く違う、テレビ CM という媒体を使って、サイボウズ Office の宣伝をさせていただいたりしております。

こういう広告宣伝をたくさんしてますので、利益が減ったことになります。



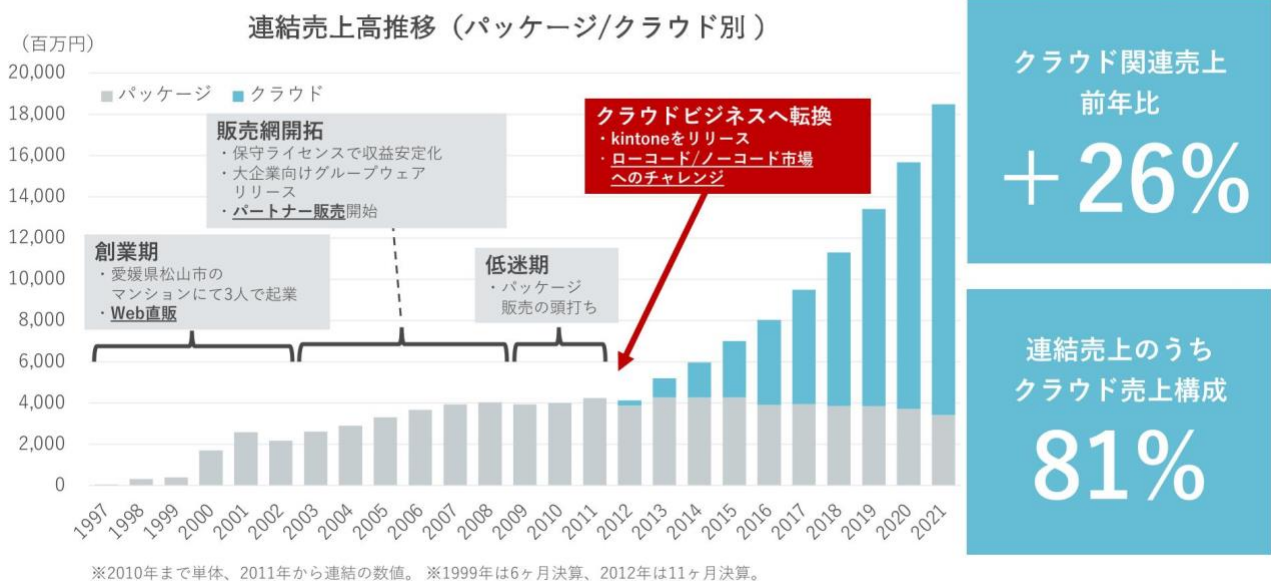
## 財務状況

連 結 B S 【単位：百万円】	2020年12月期	2021年12月期	前年比
資 産	12,235	14,037	+1,802
- 現預金	3,956	4,805	+849
負 債	5,829	7,665	+1,836
- 短期借入金	-	2,200	+2,200
純 資 産	6,405	6,371	-34
- 自己株式	△1,800	△1,800	-0
自 己 資 本 比 率	52.4%	45.4%	-7.0%
1 株 当 た り 純 資 産	139.63円	138.88円	-0.75円

積極的な投資のための  
資金調達を実施

こちらは財務の状況になります。こういった積極投資もありましたので、短期の借入金が増えております。あとはあまり大きな動きはありません。

## クラウドビジネスへ転換して10年、クラウド売上が増加

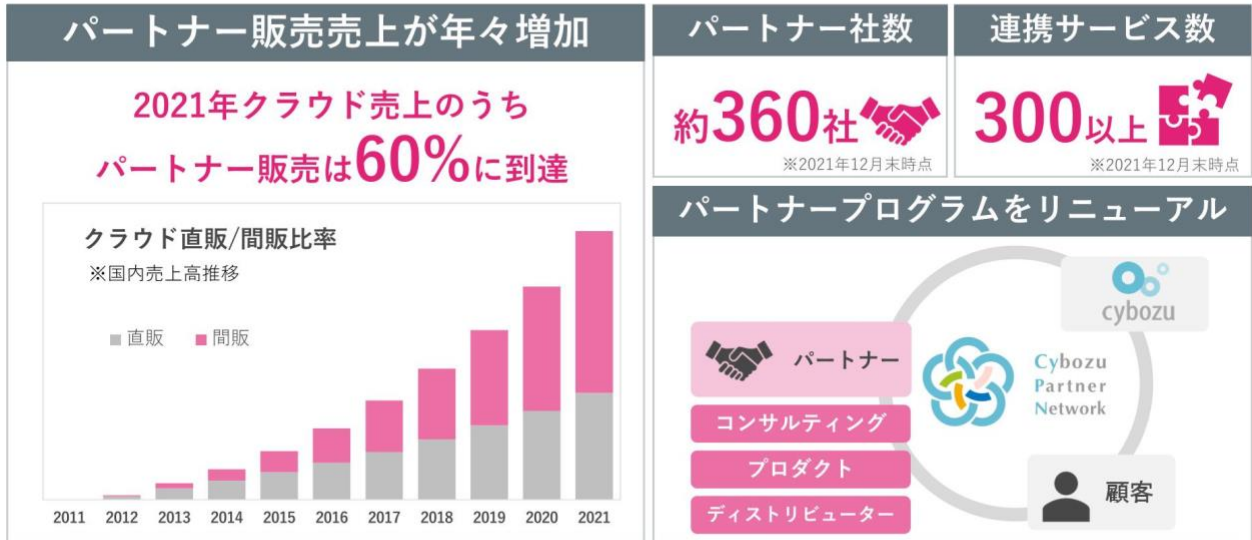


それから、さらに具体的なところで事業を見ていきますと、やっぱり伸びているのがクラウドの事業ということになります。この棒グラフは売上なんですけれども、下の部分、灰色の部分がパッケージの製品になります。上に乗ってます水色の部分がクラウドの売上ということになりますけれども、見てのとおりクラウドの売上が2012年以降、ずっと伸びてきています。これが前年比でプラス26%ということで、成長エンジンになっています。

そしてクラウドの売上が伸びてきましたので、全体の売上のうち81%がクラウドになります。5分の4強は既にクラウドの売上になってると。クラウドサービスの会社になったといえるかと思いません。

ちょっと見にくいんですけども、パッケージがずっと横ばいだったんですが、ちょっと減り始めています。この辺りは、私たちにとって短期的な売上の下げ圧力になってくるかと思いますが、コロナ禍もありまして、お客さんがやっぱりシステムをクラウド化しないといけないということで、パッケージの需要が減って、クラウドに切り替わってきていると認識しております。

# エコシステムによるビジネス拡大



## 相乗効果で利益を上げ、社会貢献につながるビジネスモデルの確立

先ほどご紹介しました、エコシステムによるビジネス拡大を、もう少し詳しく説明させていただくと、左側のグラフのところがクラウドの販売における直接販売と、間接販売の比率になります。

ピンクの部分が間接販売になりますけれども、こちらがぐーっと伸びてきてるわけです。直販も伸びてきてるんですけど、それ以上にパートナー販売が伸びてきてることになります。この辺がサイボウズらしい特徴です。今やクラウドの売上の60%は、パートナーさんが販売してくださってる。私たちが頑張っただけでなく、パートナーさんがどんどん広げてくれるモデルにシフトしつつあります。

パートナーの社数も300社を超えて、連携サービスも300を超えて、あとパートナープログラムというのが以前からあるんですけども、パートナーの皆さんを支援するための制度をリニューアルしました。

どうリニューアルしたかといいますと。今まではパッケージ製品を扱ってくださるパートナーさんも前提に、パッケージも前提にしたプログラムだったんですけども、ここまで売上も80%がクラウドになってるわけですから、全面的にこのパートナー制度を刷新して、クラウドに特化して。クラウドを伸ばしていくためのパートナー制度に変えさせていただきました。

新メニューも随分豪華になってきてますので、ぜひパートナーになることも含めてご検討いただければと思います。

## 製品別売上高推移 ※2021年12月時点



それからさらに細かく製品別の売上にいきます。創業期からあるサイボウズ Office、着実に成長しています。ただちょっとパッケージが減り始めてますので、この辺が下げ圧力になりますけれども、持続的に売上が上がってきてます。売上の大半はクラウドになってきています。

それから Garoon。大企業さん向けのグループウェアですけども、大企業さんもついにクラウド化が加速しておりまして、パッケージが減少し、クラウドが伸びている構造になっています。私たちとしては大歓迎の構成になってきました。

それから kintone はもともとパッケージがありませんでしたから、クラウドで始めた製品ですから、クラウドでずっと今、伸びてきています。

それから Mailwise、メールを共有する製品も実はクラウドと大変相性が良くて、今や売上の大半はクラウドになっています。こういうふうには、ほとんど売上はクラウドに切り替わってきてることが分かるかと思います。

## 製品別導入実績（2021年12月時点）

<b>kintone</b>	<b>23,000社</b>
<b>サイボウズ Office</b>	<b>72,000社</b>
<b>Garoon</b>	<b>6,400社</b>
<b>Mailwise</b>	<b>11,800社</b>

※kintoneはクラウドのみの販売のため国内契約社数  
 ※他製品は、パッケージ版/クラウド版を合算した国内延べ導入社数

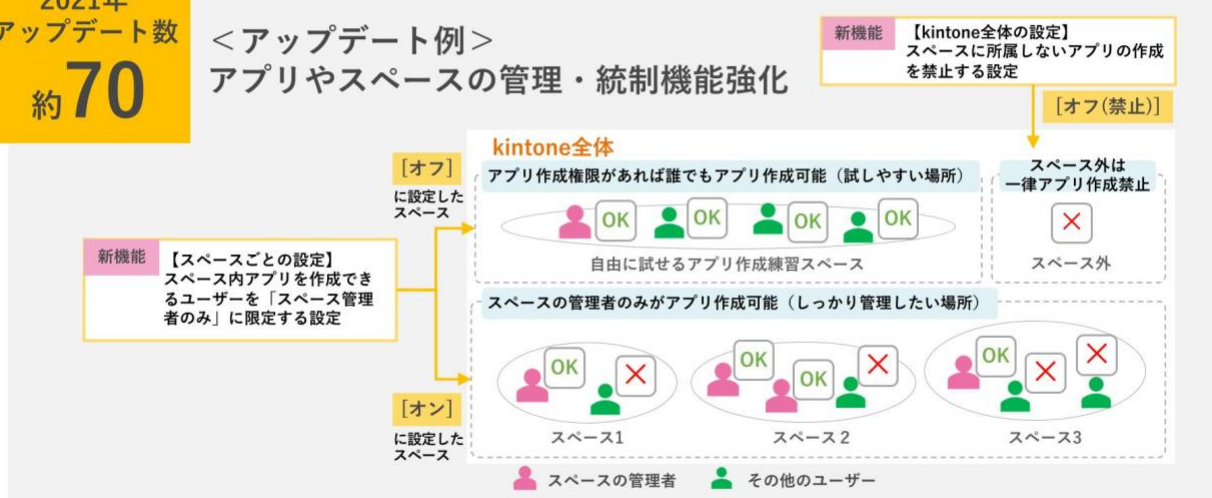
そして導入企業数も順調に増えてきておりまして、今ですと kintone が、今契約してくださってるお客様の数が 2 万 3,000 社を超えたこととなります。おかげさまで順調に増えてきてます。

そうはいつでも、サイボウズ Office のほうが 7 万 2,000 社で多いやんけってことなんですけど、これは実は過去のパッケージ製品も全部含んだ数字になりますから、今のクラウドだけで見ると実は kintone が今も一番多いぐらいになってきています。

## キントーン kintone UI/UX改善や機能強化のアップデート

2021年  
アップデート数  
約 **70**

<アップデート例>  
アプリやスペースの管理・統制機能強化



大規模ユーザーのIT管理ガバナンスに対応し、kintoneの全社利用拡大を促進



その kintone なんですけれども、この1年間もたくさん製品開発をして、アップデートしてきました。

去年アップデートした特徴的な機能をご紹介しますと、こちらの大企業向けのIT管理ガバナンスに対応したのが、一つの特徴になります。kintoneは何が良いかというと、現場の人がどんどん自分の手でアプリをつくれる。ローコード、ノーコードの開発プラットフォームとして、現場の人に支持されるのが良い特徴。なんですけれども、これはちょっと見方を変えると、IT部門の人からすると、勝手につくられたら困るな、みたいなこともあるわけです。

そこで kintone の簡単につくれる特性を生かしながら、かつIT部門の人からすると勝手にめちゃくちゃな使い方はしないでほしいと。これを満たすために、アプリケーションやスペースの管理統制機能を強化しています。

具体的に何ができるかというと、IT部門の人のほうで、みんなアプリつくってもいいけど、このエリアはアプリを勝手につくらないでと。ここは公式のアプリしか置きたくないから、ここで勝手につくるのはやめてとか、制限をかけたたりすることができるようになります。

こうすることで kintone の一番の特徴である、現場の人がどんどんつくれる良さを活かしながら、なおかつ大規模で導入してもカオスにならない、混乱しない。こういうシステム管理ができるようになってきました。



## 連携プラグインで使い方が広がる



### パートナー企業から多数のプラグインをリリース

Garoon×kintoneスケジュール連携プラグイン

Garoon×kintoneワークフロー連携プラグイン

Microsoft 365 Teams連携プラグイン

Zoomミーティング予約連携プラグイン

クラウドサインサービス連携プラグイン

Video会議プラグイン

### サイボウズ提供プラグイン

メール誤送信警告プラグイン

アンケートプラグイン

さらなるスケジュール機能改善やAPI拡充も実施

それから Garoon も最近、大変機能強化が進んでおりまして。具体的にどういう機能強化かというと連携です。スケジュール共有とかワークフローとか、完成されたアプリケーションのようなイメージを持たれる方が多いと思うんですけれども、Garoon はここにどんどん拡張していくことができるんですね。

サイボウズの社内で使ってる Garoon なんか、ものすごいカスタマイズされてますけれども、いろんな製品と連携させたりすることができるようになってきました。その結果、Garoon が拡張可能になりましたので、kintone との併用率が上がってまして、これがなんと 47%。Garoon を買ってるお客様の半分は kintone も導入してくれて、うまく連携しながら使ってくれている。

こういうことが起きていたりとか。それから Microsoft365、多くの会社で導入されているこういう製品とも連携するようになりましたので、併用して使っていただくことができるようになりました。

Microsoft365 とかもいっぱい、いろんな製品が入ってますけれども。スケジュール共有とかワークフローとかポータルとか、この辺はやっぱり Garoon がいいから Garoon を使おうと。あとは連携させようと、こういうことをやるお客様が増えてきました。私たちにとっては、大変良い導入のされ方じゃないかと思っております。



## ISMAP（政府情報システムのためのセキュリティ評価制度）に登録

クラウドサービス運用基盤cybozu.com並びに、cybozu.com上で提供するGaroon及びkintoneが ISMAPクラウドサービスリストに登録

The graphic shows a list of services registered in the ISMAP Cloud Service List. At the top, it lists logos for kintone (キントーン), Garoon (サイボウズ), サイボウズ Office, and Mailwise (メールワイズ). Below the logos are two blue boxes: a light blue one for 'cybozu.com共通認証 (ログ/ユーザー管理/認証機能)' and a darker blue one for 'cybozu.com運用基盤 (サーバー/ストレージ/OS/ミドルウェア)'. A red border highlights the logos and the two boxes.

行政機関が信頼できる安心安全なクラウドサービスの提供を加速

そして続きまして、これをいろいろなところで導入いただくためには、やっぱりセキュリティが大事になってきます。特に自治体さんだとセキュリティレベルを気にされるわけで。それで政府がつくりました制度に ISMAP というのがあります。これが政府の情報システムのためのセキュリティ評価基準みたいなものです。この ISMAP に合格すると、全国の自治体さんが導入しやすくなるという制度です。

なかなかこれは評価基準が厳しくて、私たちも頑張っただけ対応してきたんですけども、おかげさまで昨年 ISMAP に登録していただくことができるようになりました。kintone、Garoon、それからこの基盤の部分辺りは、行政の方々でも安心して使っていただけるサービスとして認識されるようになりました。

これからおそらく政府、自治体での導入も進むと思いますので、こういうセキュリティ基準をクリアしながら、自信を持って提案していきたいと思っております。



## 外部機関による評価



日経コンピュータ 2021年9月2日号  
顧客満足度調査 2021-2022  
クラウド基盤サービス  
(IaaS/PaaS) 部門 3年連続1位



日経BPガバメントテクノロジー  
2021年秋号  
自治体ITシステム満足度調査 2021-2022  
グループウェア/ビジネスチャット部門 1位



日経コンピュータ2022年2月17日号  
パートナー満足度調査 2022  
クラウド情報系サービス部門  
2年連続 1位

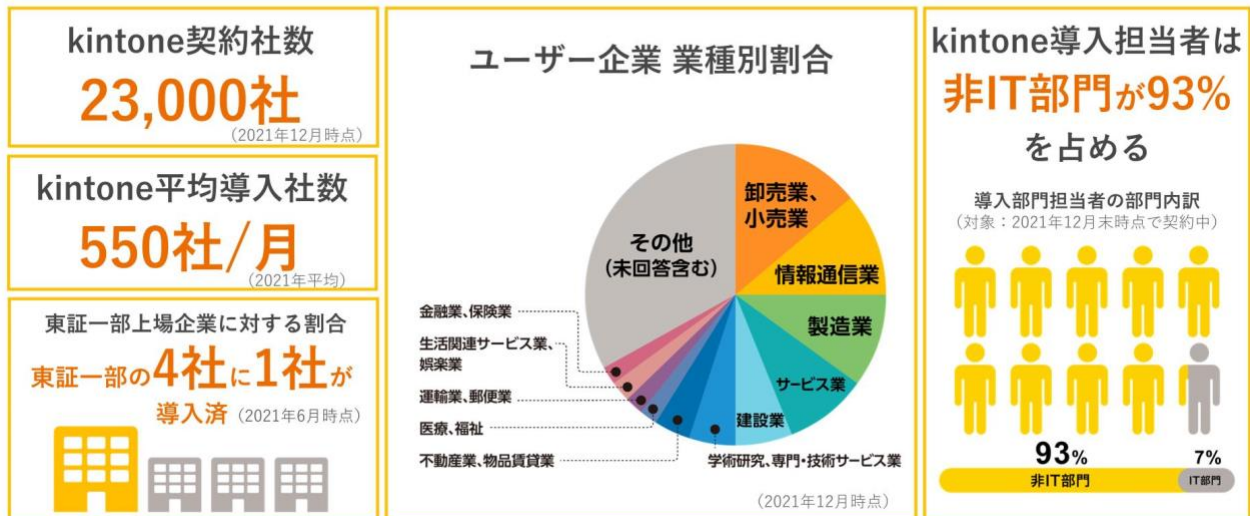
それから続きまして、外部の機関による評価です。

左から紹介していきますと、顧客満足度調査。これは毎年日経コンピュータさんがされてるものです。こちらは IaaS/PaaS 部門で、今年も顧客満足度 1 位をいただきまして、3 年連続 1 位になります。

それから、自治体 IT システム満足度調査でも 1 位をいただいております。さらにパートナー満足度調査も 2 年連続で 1 位をいただいている。ということで、お客様、顧客企業も満足してくださってるし、導入された自治体も満足してくださってるし、システム導入をサポートされてるパートナーの皆さんも満足されてる。ということで、大変バランス良く、誰も犠牲になることなく、満足度の高い状態でシステム導入が進んでいることを実感しております。

こちらはグローバルの評価になります。これは Gartner 社が出してますローコード、ノーコードの、Enterprise Low-Code Application Platforms についての Magic Quadrant という表になりますけれども、こちらでも kintone が 5 年連続で位置づけられていることになります。

## 「現場の人が主体の業務改善」を支援するツールとして利用拡大



kintone が一番の特徴は何かというところ、現場の人が主体的に業務改善できる。これが一番大きな特徴なんです。自分たちで自分たちのシステムつくっちゃえと。今までだとシステム導入するっていったら、IT部門の人にいろいろリクエスト出して、なかなかつくってくれないね、みたいなことが起きたわけですけども。kintone だったら、導入したらすぐに自分たちで業務改善が進められると。これが一番の特徴になります。そういう製品特徴があるので導入担当者のうち、なんと93%はIT部門ではない特徴があります。

面白いですよ。業務アプリケーション開発基盤で、なんと93%がIT部門じゃない人が買っている。すごい面白い特徴を持った製品になります。そして、それがまた業種にかかわらず導入されることも特徴にあります。あらゆる業種の人たちの、あらゆる現場でkintoneが入っていている特徴があります。

それをずっと今までやってきましたので、累計で2万3,000社導入いただいていますし、また今、月に大体550社ぐらいが新規で導入いただいております。その結果、今、東証一部上場企業の4社に1社がなんらかの部門で、どこかの部門で導入いただいていると。種まきをして、大企業でも、どこかの部門で使ってもらえるぐらいにはなってきたことになります。

## 企業のDX変革に強いkintone

kintoneだから実現できる、内製化によるスピーディな業務改善



ただ、種まきが今進んでるんですけど、育ってきた会社さんもいっぱいありまして。大企業さんで、もうちょっと大規模でkintoneを使おうという動きも増えています。それが先ほど機能強化でもお話ししましたような、ガバナンスの機能強化にもつながってくるんです。最近だと日清食品グループさん、三菱重工さん、京王電鉄グループさん、星野リゾートさん、Jatcoさんなどなど、サイボウズよりも遥かに大きい企業さんで、大規模で導入いただくことが増えています。

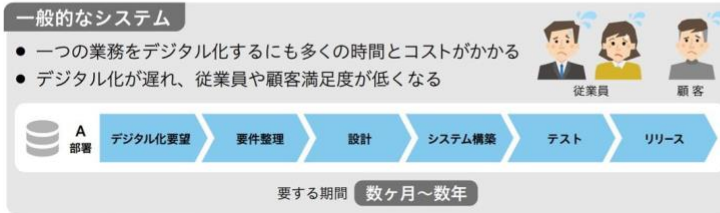
このとき、彼らがすごい喜んでくれるのは何かというと、今までは事業部門の人とIT部門の人って、実はあまり仲が良くなかったと。事業部門の人がシステムをああしろ、こうしろっていうけども、IT部門も忙しいですから、全部聞いてあげることができない。そうすると、なんや俺の話聞いてくれへんな、みたいな感じになるわけです。ちょっと対立みたいになってた。

ところがkintoneを入れると、なんとクラウドでお互い連携しながら、それも現場の事業部門の人にも参加してもらいながら、一緒になってシステム開発ができると。お互い一体のチームになったような感じでシステムがつくれて、それで現場の人も喜んでくれるし、業務改善のスピードも上がったと。こういうことを言ってくださいます。

それによって、さらにビジネスが多少変化しても、どんどんシステムを変えていくことができます。こういうメリットを感じていただいております。



DX部門と事業部門の連携でスピーディーな業務システムの開発・業務改善



- 既存業務をDX部門でデジタル化し、すぐに現場で使ってもらう。最初からデジタル化された環境を提供することで、“ビルド&スクラップ&ビルド”を繰り返す
- 事業部門の声を直接聞いて、欲しい機能をすぐに作り、改良を重ねる。その場で開発することで、kintone理解が利用者の間で進み、コメント機能で相談や依頼も次々と舞い込むように



今日、ご紹介したい事例が三菱重工さんの事例なんです。

今まではこの上の表みたいに、1回システムをつくるぞってなりましたら、数カ月から数年ぐらいかけて現場の人とやり取りしながら、ああでもない、こうでもないと言いながら設計をして、システムを構築してテストして、ようやく使えるようになりましたみたいな。数カ月、数年かけてるうちに随分ニーズも変わってきていたみたいなことが起きてたわけです。

下のように kintone を使えば、それが数日から数週間ぐらいできると。現場の人と一体になってやり取りをしながら、一緒になってシステムをつくることができ、お互いハッピー。こういうことが起きています。

右側の吹き出しを読ませていただきますと、この既存の業務をDX部門でデジタル化して、すぐ現場で使ってもらえるんだと。ビルド&スクラップ&ビルド、つくって直して、またつくってみたいなことを、非常に回転早くやることができると。

事業部門の人が、ここをこうしてほしいんですけどと声を出しても、今までだったらなかなか聞いてくれなかったんだけど、kintoneを使うことですぐ反映させることができる。自分が言ってすぐ改良されて、直って。そうするとちゃんと自分の思うことを言ってよかったなと。つくるほうも対応したら喜んでもらえてよかったなという、良いチームワークの回転が起きているということがあります。

これをぜひ日本中、世界中の企業で起こしていきたいなと。これが kintone が目指しているビジョンになります。

## 自治体におけるkintoneの活用の広がり

### 東京都

医療従事者等向けの新型コロナワクチン接種の管理業務はじめ、全庁的に活用。東京都「シン・トセイ加速化方針」でもkintone活用を明言。

### 神奈川県

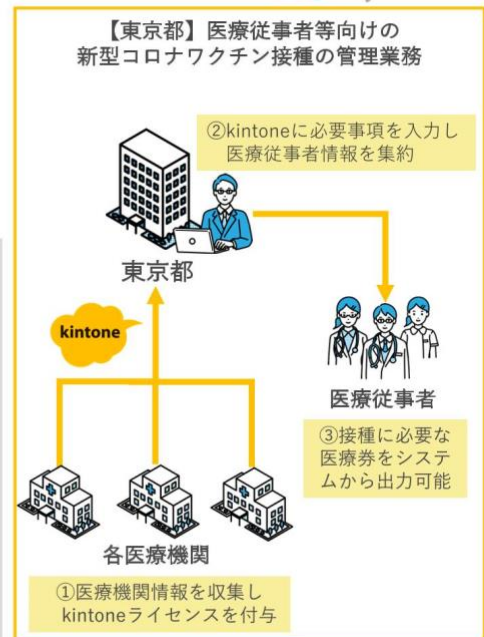
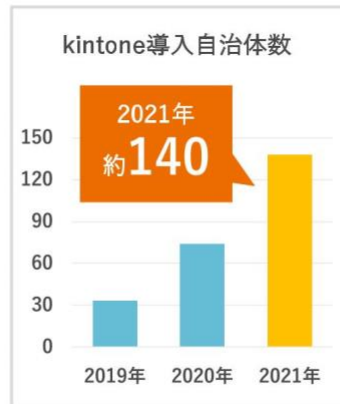
新型コロナ患者の搬送管理

### 広島市

各医療機関への新型コロナワクチン分配オペレーション業務

### 北九州市

全庁的なDX推進に関する連携協定



そんな kintone が最近、自治体での導入が増えてきました。これはサイボウズにとっては結構、画期的なことで。なぜかと言うと、自治体さんのシステムって正直、私たち今まであまり入れてなかったんです。各自治体、それぞれ仲良くされてるベンダーさんがいて、どっちかというとなんか入り切れなかったことがあります。

ところが、これがコロナ禍で自治体の価値観が一変しました。というのはコロナになりましたから、医療従事者向けのシステムとか、患者さん向けのシステムとかを、どんどんスピーディーにつくらないといけないし、スピーディーに改良していかないといけなくなったわけですから。それができるのはやっぱり kintone だよなってことになって。私たち今まであまりお声がかからなかったのが、いきなりお声がけをしていただけるようになりまして、それに対して私たちも全力で対応してきました。

## 自治体におけるkintoneの活用の広がり

### 東京都

医療従事者等向けの新型コロナワクチン接種の管理業務はじめ、全庁的に活用。東京都「シン・トセイ加速化方針」でもkintone活用を明言。

### 神奈川県

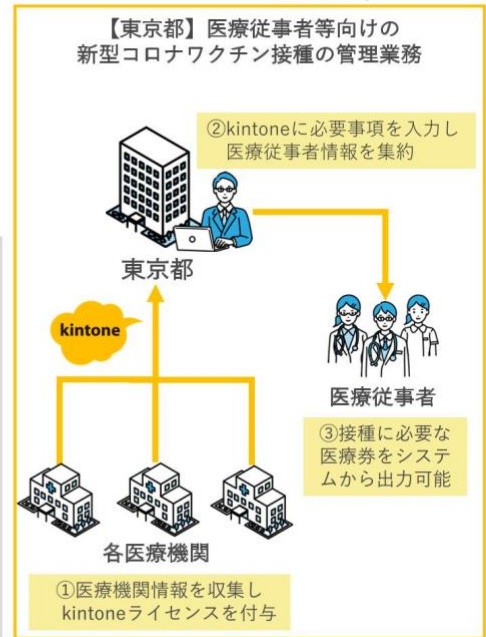
新型コロナ患者の搬送管理

### 広島市

各医療機関への新型コロナワクチン分配オペレーション業務

### 北九州市

全庁的なDX推進に関する連携協定



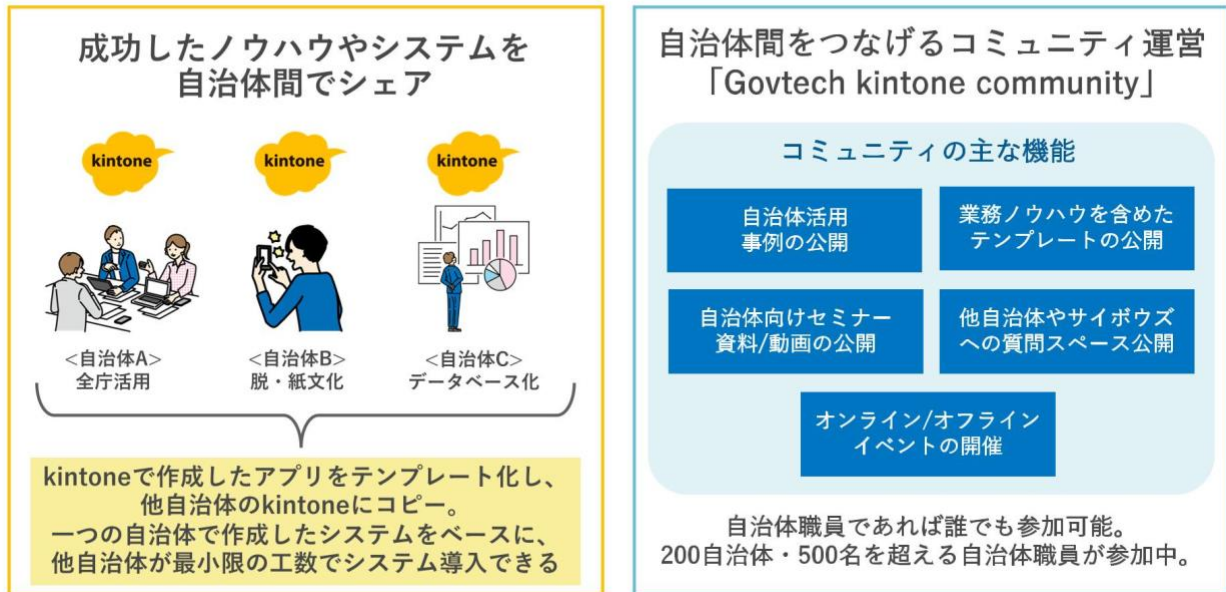
ここに挙げておりますような東京都さん、神奈川県さん、広島市さん、北九州市さんなどなど。今や全国140の自治体さんでkintoneを導入いただいて、コロナ向けのシステム中心に活用いただいております。

これが、何がいいかと言いますと、これで自治体の皆さんもkintoneのような、アプリケーション開発プラットフォームの可能性を感じていただきました。こんなに簡単にシステムが作れるんだったら、コロナじゃないけどあっちの業務でも使えるんじゃないかと。市民との窓口をつくるような業務でも使えるんじゃないかということで、kintoneをプラットフォームに様々なアプリケーションに横展開されつつあります。

北九州市さんだったら、コロナに限らず全庁的なデジタルトランスフォーメーションのために、この機能を使ってくぞということで、連携協定を結んでくれたり。こういうことが起きております。非常に私たちにとって楽しい流れになってきました。



## kintoneだからできる、自治体の「シェアDX」

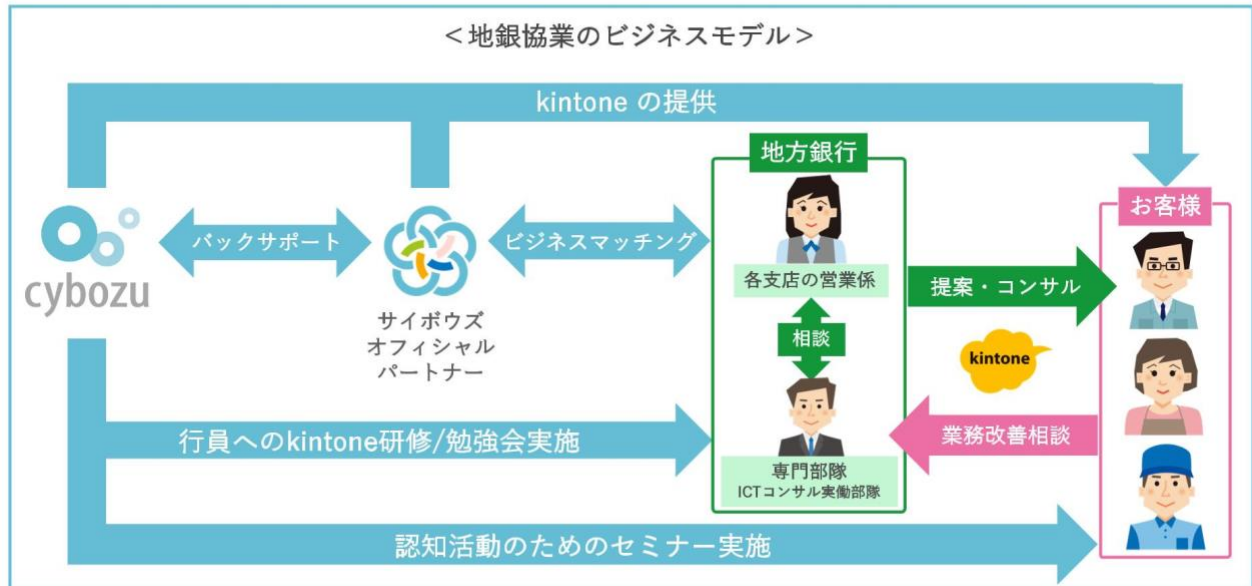


ただ、それを各自治体さんでそれぞれやっていてもいいんですけど、せっかくだったら、頑張った自治体さんのノウハウをほかの自治体さんにも横展開してあげたら、もっとDXのスピードが上がるわけです。それで、私たちもそれを支援できないかということで、こんなコミュニティをつくりました。

Govtech kintone community。私たちガブキンなんて言い方をしますが、まさにガバメント向けのkintoneコミュニティ、ユーザーコミュニティみたいなものをつくりました。そうすると、こっちの自治体さんではkintoneを使ってこんなチャレンジをしました。こんなところが難しかったです。ここがポイントだと思います。こんなノウハウをお互い共有して。業務は似ているところがありますから、参考にしながらデジタルトランスフォーメーションを効率良く、まさに自治体をつないでチームワークで進めていくと。日本中の自治体をつないで、チームワークで進めていく。という展開を今、図っております。

つくりましたアプリケーションなんか結構、ほかの自治体でも似たようなことやってるところありますから。僕らがつくったアプリのテンプレート化したので、誰か良かったら使ってくださいみたいなことをすると、アプリ開発も実は誰かがやってくれたノウハウをそのまま移転できる。ということで、kintoneをプラットフォームにしたDXの横展開を、ぜひ進めていきたいと思っています。

## 地銀連携を仕組み化し、新たなパートナーチャネル拡大へ



そして次、また違う切り口で興味深いお話をしてみたいと思うんですけども。

地方銀行さん、ございますよね。日本中にいろんな地方銀行さんがいらっしゃるわけですけども。ビジネスとしては今後、結構厳しいという言われ方をされています。なぜかと言うと、金利もずっと落ちてきていますし、少子高齢化もありまして、なかなか借り手がない問題もあって。あれ、これ銀行なのに金融機関としてはあんまり儲かっていかないかもしれないねみたいな、こんな社会的な評価を受けているわけです。

じゃあ、どういうふうに彼らがビジネスをトランスフォームしていけばいいのか。そこで私たちが提案してるのは、もちろん金融業の強みを持ちながらも、ぜひITのコンサルをしてくださいよという提案を、地方銀行さんにさせていただいております。

これはどんなスキームかと言うと、ここに書いてありますように、地方銀行の行員の方々が、地元の中企業さんはじめ、こういう企業さんに対して、kintoneなんかを使ったIT活用、コンサルを提案して。

それで地方に行きましたら、IT化の進んでない企業さんたくさんありますから、ちょっと私たちの業務の悩み聞いてくださいよって言って。そしたら、なんとこの銀行さんが、今までだったら金融以外の話は聞いてくれなかったのに、僕らITの相談にも乗れますよ、こんなふうにしたらどうですか、kintoneでこんなアプリつくったらどうですかって、相談に応じてあげることで、さらにお客様からの信頼を勝ち得ることができるし、そこに付随して発生する金融のビジネスなんかも展開できるようになるというものです。

ただ、地方銀行さんはITのプロじゃありませんから、相当難しいことを言われたらどうするかという、私たちが今まで育ててきましたサイボウズのオフィシャルパートナーが後方で支援しまし

て、難しい技術的なお話があれば、ぜひ私たちのパートナーが後方支援しますよと。こんなスキームをつくることで、日本全国の IT 化が遅れた中小企業さんを、一気に DX していこうという動きになります。

## 銀行



### 地銀だからこそできる地域への寄り添い、そして地方経済の活性化へ



### IT活用提案を通して、地方中小企業の生産性向上や働きやすい企業創生を実現

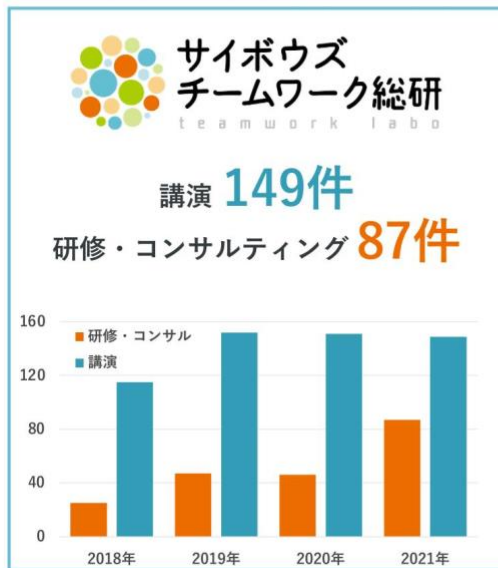
この動きが実は実績が上がりつつありまして、10 行の地方銀行さんと提携して、協業をさせていただいております。そして今、始めて 4 年間経ちましたけれども、既に 300 社以上に地方銀行さんのコンサル経由で、私たちのソフトウェアが販売されていくことも起きています。

また、この流れが加速してきましたので、銀行さんに IT スキルをどんどん身につけていただかないといけない。ということで、kintone のトレーニングのための仕組みをつくりまして。これで銀行の行員の皆さんにスピーディーに IT を学んでいただいて、提案手法を学んでいただいて、すぐ現場でお客様の相談に乗ってもらえるようにトレーニングしていく。こんな、後方支援も行っております。

こうすることで、私たちはもっともっと地方を活性化できると思うんです。やっぱり日本の地方に行きましたら、見ていましたら、昔ながらの仕事をやっぱり変えられないで、なかなかそれで効率が上がらなくて。若者も去ってっちゃうし、地方が衰退していく大きな要因になっちゃってると思います。

だからそこを地方銀行さんと組むことで、どんどんどんどん地方の DX を進めて、効率を上げて、若者も楽しく暮らせるような町にしていける。このお手伝いができればと思っています。

# “サイボウズ”を広げる活動



## 災害支援 サイボウズ kintoneで被災地を支援する「災害DX」

現場レベルで業務改善ができるkintoneだからこそ災害現場で活用

- 現場に応じて柔軟にシステムを改良し、被害状況や支援物資、ボランティア募集など**必要情報を素早く共有**
- クラウドだからこそ、場所やデバイスを問わず情報共有でき、**被災地のリモート支援**が可能に

◆◆災害時におけるITを活用した支援活動等に関する包括協定◆◆

防災協定を全国展開

- 調布市
- 長野県社協
- 静岡県社協
- 広島県社協
- 横浜市社協
- 茨城県社協 など

あとご紹介したいのが、サイボウズ、今日ご紹介してきたように、情報共有のツールを中心に提供しておりますけれども。それと併せてツールだけではなくて、どういうふうに会社という組織、風土を変えていけばいいのか。制度を変えていけばいいのか。そういったところもノウハウとして持っております。

それをチームワーク総研という、私たちメソッド事業と呼んでいますけれども、チームワークを上げるために人が何を学ばないといけないのか、人がどう変わらないといけないのか。それをノウハウとして提供する事業を始めております。

こちらは今まで講演を中心にやってたんですけれども、公演がご存じのとおり、コロナ禍でなかなか、できない。やってもオンライン開催しかできないということで、公演はずっとこのコロナ禍以降、横ばいになってるんですけども、研修やコンサルティングの依頼がずいぶん増えておりました。研修・コンサルティングが今伸びてきていて、メソッド事業も今拡大しつつあるフェーズに入ってきました。

ぜひデジタル化だけではなくて、人間のほうも変わっていかないといけない。人間をどう変えていけばいいのか。こういう情報共有社会に向かって、どう組織を変えていけばいいのか。こんな悩みもぜひサイボウズにご相談いただきましたら、チームワーク総研で承って、ご対応していければと思っております。

右側にいきますと、こちらは災害の復興支援になります。こちら皆さん、なんとなく認識されるとは思いますけども、日本は災害がもともと多い国で、さらに災害が大きくなっているということがあります。地震もあれば大雨もあれば、様々な災害が起こりやすくなっているといます。

災害が起きたらどうしないといけないかという、もちろん、誰がどこで何を困ってるのか情報を共有して、スピーディーに対応していかないといけないわけですが、いきなり災害が起きてから、今から情報共有を始めましょうという遅いわけです。

事前に準備しておかないといけないということで、災害をいかにデジタル化するのかというか、災害復興支援をいかにデジタル化するかを、自治体さんと組みながら今進めております。

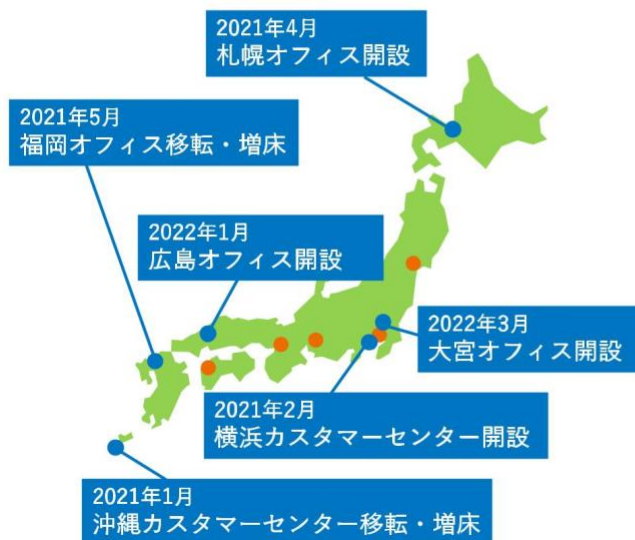
事前にツールも使い慣れていただいて、どこにどんな避難所があって、どんな物資がどこにいくつあるんだと。そういう情報を共有して、普段から使い慣れていただくことで、もし災害が起きたときにも、みんなで情報共有開始だと。ボランティアを募集しないといけない、ホームページを立ち上げないといけない、発信しないといけない。それもデジタルで、スムーズに災害支援ができるようにしていく取り組みをしております。

これが今、だいぶ私たちもかたちができてきてまして。防災協定を結んでるんですけども、たくさんの自治体、社協と組みながら全国展開をしていっているところです。この辺りもぜひ興味があれば、お声がけをいただきましたら、私たちのビジネスとしてはあまりお金になるものではないんですけども、日本の国土をしっかり守って、私たちも災害に強い国家にしていくために、こういった活動も加速できればと思っております。



## 国内拠点および人員採用の拡大

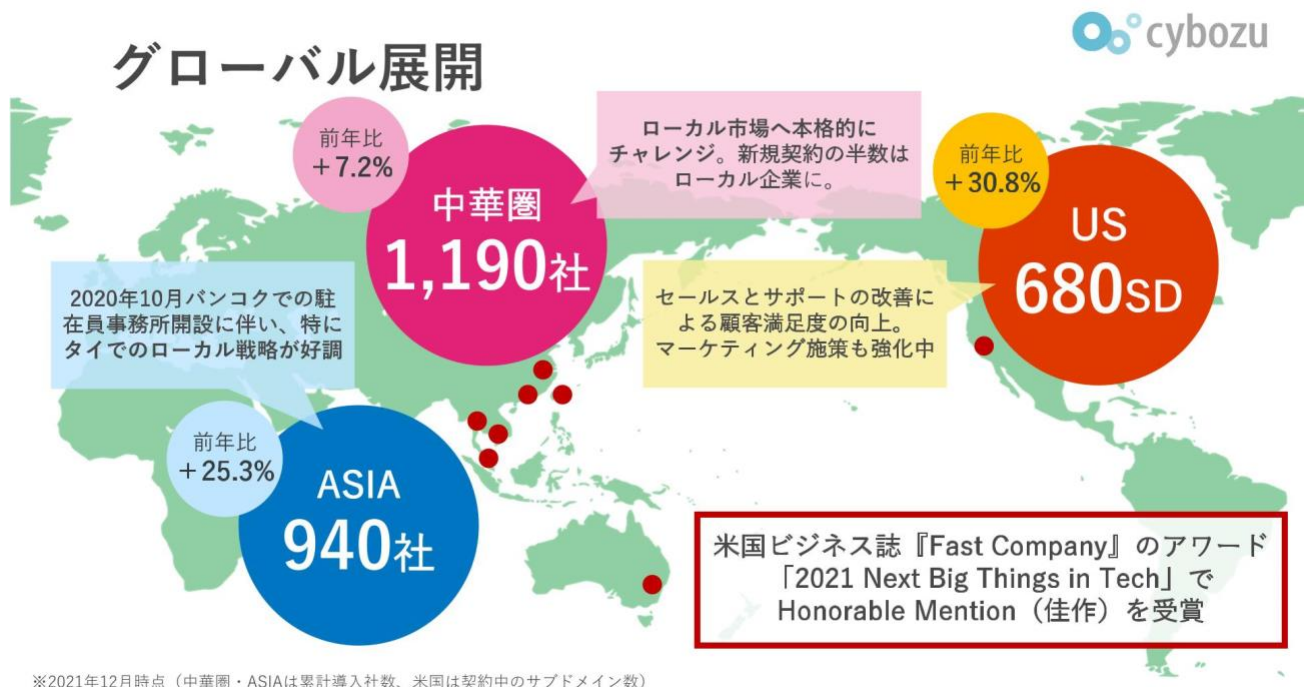
製品サポート体制や販売・営業サポート体制を強化



続きまして、これは私たちの組織の話になりますけれども、人数も増えてきましたが、オフィスも随分増えてまいりました。この1年間だけでもこんなにたくさんオフィスが開設されたり、移転されたり、増床されたりしております。

これはBCPの観点でもとても大事で、もし大きな災害が起きても、ほかの地域でカバーできることで、できるだけ私たちが全国にオフィスを構えながら、分散で働けるようにしていきたいと思っています。

この右側のグラフが離職率と社員数になりますけれども、おかげさまで離職率は大体5%ぐらいでとどめることができ、社員数が増えてきています。最近特に加速度的に増えてます。これが国内の状況です。



それからグローバルの話に移します。おかげさまでこちらも、ブレイクとはとてもいいがたいんですけれども、着実にグローバル展開も進めてきております。

例えば、中華圏は前年比でプラス7.2%、そんなに大きくないように見えますけれども、実はこの中華圏は日系企業さんだけではなくて、ローカル企業に実はチャレンジをしております。ローカル企業さんから、中国企業から注文が取れるようになってきた。こういうことが起きていたりとか、アジアもそろそろ1,000社に近づいております。

それからアメリカも、前年比で30%プラスぐらい顧客が増えてきているところになります。アメリカの有名なビジネス誌であります『Fast Company』、ここの「Next Big Things in Tech」で kintone を選んでいただいたり。こんなことも起きております。

# 伴走型サービスでユーザーアプローチを強化

## kintone で現場の人が自ら業務改善をできるように



US市場動向	Kintone Corp.
<p><b>aPaaS市場が盛況</b> 当初シャドーITとみなされたが、IT部門の認知・利活用が進みメインストリーム化</p> <p><b>後発で参入する競合企業が急増</b> 市場拡大とともにaPaaS企業への資金調達が進捗</p> <p><b>ビジネスモデルは各社模索中</b> 顧客数増加の一方で、既存システム構築との差別化やサブスクリプション課金に合わせた顧客サポートが今後の成否を握る</p>	<p><b>伴走型サービス</b> プロダクトアウトに頼らず、マーケットインの思考で、プレセールス段階からユーザーの課題に寄り添い、継続的なサービスを提供</p> <p><b>ユーザーからの評価</b> 「製品の柔軟性」と「伴走型サービス」で顧客の業務改善を実現</p> <div data-bbox="715 667 991 846"><p><b>Volvo Trucks North America</b></p><p>社内研修の専任者が、教育プログラムや進捗管理をkintoneで実現</p></div> <div data-bbox="1034 667 1385 857"><p>ビジネスソフトウェアのレビュー・比較サイト「G2」での評価も増加</p><div data-bbox="1043 734 1225 790"><p>★★★★★ Nov 30, 2021 "Great Database Software"</p></div><div data-bbox="1251 734 1385 790"><p>★★★★★ Oct 16, 2021 "Big Fan of Kintone"</p></div><div data-bbox="1075 801 1310 857"><p>★★★★★ Mar 12, 2021 "Great management application"</p></div></div>

<https://www.g2.com/products/kintone/reviews>

その中でも、特に力を入れているのがアメリカになります。というのは、やっぱりアメリカはとにかく世界中のIT企業が集まってきているわけで。本当にトップオブトップで、常にオリンピックが開催されているような市場になります。

そういうところで私たちもちゃんと腕試しをしていかないと。国内でちょっと売れていると天狗になってしまいますし、井の中の蛙になってしまって、気づけば、黒船がきたときには時既に遅しみたいな。日本のIT企業業界はそういうのを繰り返しますから。

私たちは自らもアメリカ市場に打って出ると。世界最高峰の人たちと勝負する。こういう活動をしたくて、アメリカの市場に力を入れております。実際に今、アメリカの市場で何が起きているかというとkintoneのような、これはaPaaSと言うんですけども、こういった業務アプリケーション開発基盤の市場が、おかげさまで伸びてきております。

競合もものすごい数で出てきていますし、そのうちのいくつかは本当に強いベンチャーが出てきています。ただ、どこもまだそんなに儲かっている状況ではなくて。みんな今、切磋琢磨しながら群雄割拠している感じです。

一例を挙げるとmonday.comという会社がありまして、スーパーボウルというアメリカのアメフトの集大成の試合ですけど、そこで広告を彼らが出したと。まさに私たちのaPaaS業界からスーパーボウルに広告をする会社が出てきたと。それぐらい、人もお金も集まってきている状況になってきました。

なので、残念ながら私たちがアメリカですぐ勝ちますとか、そんなことはいえる状況ではありませんが、先ほどのように、おかげさまで着実にお客様自体は増えておりますから、ぜひ引き続きアメリカ市場への投資は続けていきたいと思っております。

お客様から評価いただいているのが、やっぱり kintone はモノも良いけど、ちゃんとお客さんが困ったことに対して、Kintone Corporation (米国子会社) の人たちが寄り添ってくれて嬉しいよみたいな評価をいただいています。製品も良いけども、伴走してくれる。お客さんにとって、悩みの相談相手にちゃんとなってくれる。ということで、高い評価をいただいています。ビジネスソフトのレビューサイトなんかでも、高めの評価をいただくことも起きています。

また有名な、会社名で出させていただくと Volvo さん。Volvo さんのところで、トラックの会社で導入いただいたりすることも起きておりますから、決してサイボウズもアメリカ市場で、まだまだ大赤字ではありますけれども、見込みがないわけじゃないです。ちゃんと高い評価をいただきながら、少しずつお客さんを増やしてきているということです。

継続的にチャレンジしていきたいし、こうやってチャレンジすることで、日本のビジネスのほうも磨かれていくと。世界レベルに追いつけ、追いこせの高い視点を持って改善していく。こういうマインドも継続して持てるようにしていきたいと思っています。



## 東南アジア市場の販売強化



本日 (2月24日) 11時プレスリリース公開

2022年3月 東南アジア初の営業拠点を  
マレーシアの首都クアラルンプールに開設



Kintone Southeast Asia Sdn. Bhd.  
オフィス外観

駐在員事務所があるタイに加えて  
英語圏から活動を強化

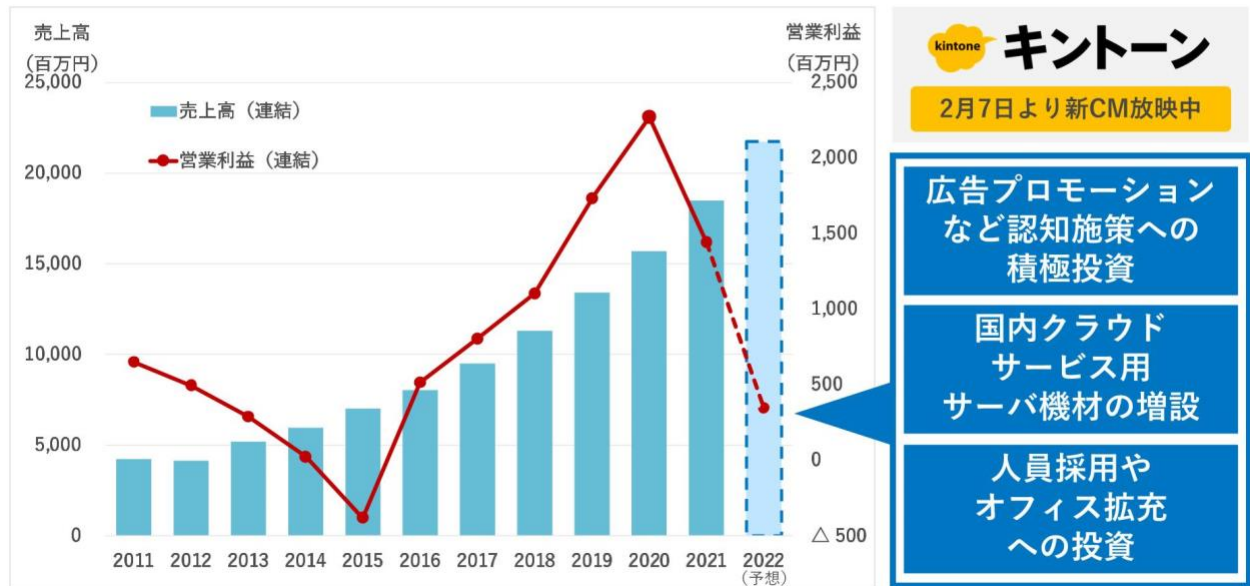
だいぶ終盤になってきましたけれども、続きましてアジアのお話をいたします。まさに今日 11 時にプレスリリースを出させていただきましたが、マレーシアの首都クアラルンプールに開設させていただくことになりました。

ただ、これはマレーシア向けの営業のためだけではないんです。これは東南アジアの国々をより広く面でサポートしていくために、駐在事務所ではなくて営業拠点として、クアラルンプールに開設しまして。そこを中心にヘッドクォーターのようにしながら、東南アジアをカバーして、営業フォローしていこうという体制にシフトすることにしました。



この辺りもアジアのお客様は増えていますから、私たちとしてもより面で、より効率良く営業活動するために、こういった営業拠点を拡大することになりました。

## 積極投資でさらなるクラウドビジネス拡大へ



今期のお話をいたしますと、今期の売上はさらに上がる見込みですけれども、利益は先ほど申しましたように、10億強ぐらい減るんじゃないかと予想しております。

これは何に使うのかなんですけど、まずは kintone のテレビ CM。今年以上にどんどんプロモーション活動をやっていきたいと思っていますし、また、ちょっとインフラへの投資を加速したいと思っています。クラウドの基盤の部分への投資を加速していきたいと思っています。

## 次世代クラウド基盤で今後のクラウドビジネス成長を支える

2011年「cybozu.com」リリースから10年、ユーザー拡大を見据えてクラウド基盤を刷新



cybozu.com (クラウドサービスプラットフォーム)

既存クラウド基盤 “Forest”

次世代クラウド基盤 “Neco”

スケールや運用コストなどの課題

大容量

伸縮自在

対応力

無停止メンテ

価格競争力



多くのユーザー・データでの安定した運用、サービス開発力の向上へ

今日はこれを最後にご紹介したいんですけども。サイボウズというと、ちょっと派手な宣伝とかが目立つのか分からないけど、実は結構コアなエンジニアがたくさんいまして、テクノロジー企業という側面もあります。

私たちがやっている一つの特徴が、クラウドのインフラを自分たちで構築して、運用してることがあります。クラウドの基盤というと今、世の中に出ております IaaS を使うと。これが一般的かもしれないけども、サイボウズはちゃんとクオリティの高いものを低価格で提供するには、インフラ部分を自分たちでやらないといけないんじゃないかということで、クラウドの基盤の部分も構築、運用を自分たちでやっています。

それが今までは、この Forest という基盤を自分たちでつくって運用していたんですけども、これも 10 年以上経ちまして、随分古くなってきてまして、問題もいろいろ見えてきました。具体的に言いますと、今みたいにどんどん、どんどんお客様が増えてきて、ユーザー数も拡大してくるようになってくると、なかなか拡大ペースに追いついていかないぞ、運用が大変だぞということで、一番新しいテクノロジーをもって、新しいクラウド基盤。私たちの社内では Neco って呼んでいますけれども、こういう基盤を刷新しまして。

そっちにこれから移し替えていくことをする、その投資をしたいと思っています。これは投資をするとどんな良いことがあるかといいますと、シンプルにいいですと私たちの運用が相当楽になります。今までだったらスケールアップ、ハードウェアの成長とかで何とかカバーしていたのが、スケールアウトという分散型の構成を取ることができるようになって、それによって大規模なお客様がきてもスムーズに対応できると。私たちがそんなに頑張らなくても、システムのほうでスケールアウトしてくれる仕組みが入ります。こういう特徴を持ったクラウド基盤に刷新していきます。

そこにたくさんお金を投資させてくださいということになります。しばらくは Forest と Neco と両方の運用になりますから、二重でお金がかかっちゃうと。それがここから数年で起きることなんですけど、この投資をぜひご理解いただきまして。うまく移行が進みました暁には、今までよりもより低価格で、より高品質なクラウド基盤を提供できるようになりますから、ぜひご理解をいただければと思います。

## 会社の在り方をアップデート



Digital Transformation



Corporate Transformation

- 経営判断に対する全社員からの助言プロセスを導入
- 社内公募による取締役候補者の選出
- 改正会社法に伴う社外取締役の設置

3月5日(土)13時～ 「サイボウズ株主本部会2022」 オンライン開催  
サイボウズの今後のコーポレートガバナンスについて、株主含む視聴者から助言を募るIRイベント

視聴申し込み受付中 <https://page.cybozu.co.jp/-/kabunushi2022>

最後のページになります。こういった様々な活動してきたサイボウズですけども、一つ言えることは、この会社は DX に取り組む会社であります。ようやく日本企業もデジタル化に目覚め、デジタルトランスフォーメーションを起こしていかないといけない。DX を支援する会社で、それも 25 年やってきたし、今も私どもの中心に置いて DX をやっています。

ただ、デジタルトランスフォーメーションを本当にやり切るためには、使う組織側も進歩しないといけない、人間側も進歩しないといけない。これが私たちの思っているところなんです。せっかく良い情報共有のプラットフォームがあっても、組織が情報を隠すような風土だとかを持っていたら、全然使えないわけです。残念ながら活かされない。ツールするとともに、組織のほうも進歩させないといけない。

なので、私たちは CX、コーポレートトランスフォーメーションも、ぜひ支援していきたいと思っています。それをお客様に提案する前に、まずは自分たちでちゃんとやると。どういう組織のあり方が 21 世紀に必要なようになってくるんだと。こういうツールを使いこなせる会社はどういう組織なんだと、それを社内で様々な実験をしています。

去年話題になりました取締役を社内公募するみたいなのも、CX の一つの私たちのチャレンジになります。去年だと、助言プロセスで、全ての意思決定に対して全社員から意見を求めることができるような基盤をつくって、まさに組織風土改革みたいなこともやっています。

コーポレートトランスフォーメーション、CXをもってDXを成功させる。この両輪を回せるのは、実はサイボウズしかないんじゃないかと私は思っているんです。DXとともにCXができる。こんな両輪をもって、チームワークあふれる社会を創っていきたいと思っております。

私からのプレゼンテーションは以上です。

一番下も宣伝しておいたほうがいいのかな。そんなサイボウズですけども、今度3月5日、株主の皆さんと会議をしようということで、サイボウズ株主本部会を開催いたしますので、こちらもぜひご興味があれば申し込んでいただければと思います。

以上で、私のプレゼンテーションを終わらせていただきます。ご清聴ありがとうございました。

## 質疑応答

---

**司会 [Q]**：それでは、Zoom ウェビナーご視聴の方からのご質問を承りますので、ご質問のある方は挙手ボタン、もしくは Q&A ボックスへのご質問のご登録をお願いいたします。

では、私のほうで読み上げさせていただきます。質問、2 点ございます。

まず 1 点目、kintone のテレビ CM など、広告宣伝費の投資効果について、どのように考えていらっしゃるか教えてください。またそれを踏まえて、今後の広告宣伝の方針についてもお聞かせください。

まず、こちらの 1 点目に回答できればと思うのですが。

**青野 [M]**：こちらはこのプロモーションを担当しております、ビジネスマーケティング本部、林田からご回答させていただきたいと思います。

**林田 [A]**：こんにちは。サイボウズでマーケティングを担当しております、林田と申します。

テレビ CM の効果なのですが、基本的には案件数だったり、今後の売上に対して貢献していくものと思っています。

例えば kintone という製品ですと。大体、半数以上のお客様、これはアンケートで分かったことなんですけれども、初めて検討してから導入されるまで 1 年以上かかっていることが分かっておりまして。やはり BtoB 商材であることもありまして、1 度見てから検討して、社内で稟議を通してと、それなりの時間がかかります。今やっている CM で実際にお客様が導入されるまでは、それなりの時間がかかると想定しています。

ちなみに、やはり CM を流してから、私どものサイトの訪問者数は順調に伸びておりますので、一応予定どおり、少し時間はかかりますけれども、結果が出てくるんじゃないかなと考えております。ありがとうございます。

**青野 [Q]**：今後も出していくかは。

**林田 [A]**：今後も、そうですね。しばらくやっぱり、できれば数年ぐらい出しながら、本当にたくさんのお客様に知っていただけたらいいなど、私は思っています。

**司会 [Q]**：ではもう 1 点、ご質問を承っておりますので、読み上げてまいります。

同じく広告宣伝に関する質問ですが、今期業績は 2 期連続の減益見通しを出されました。今期も広告宣伝費などの投資を積極化されるということだと思っておりますが、なぜこのタイミングで投資のアクセルを踏まれる判断をしたのかについて、お考えをお聞かせください。

**青野 [M]**：こちら引き続き、林田さんからお願いします。

**林田 [A]**：引き続き、回答させていただきたいと思います。

この時期ということと言えますと、やはりサイボウズ含めて、ほかの企業もそうなんですけれども、今いろいろ広告をたくさん出しています。

また青野の話にもあったと思うんですけど、今パートナーさんを含めて非常に多くの方が提案いただいております。やはり今、広告を出して、お客様に提案して、お客様が検討する流れで言うと、今一番、私どもフルパワーでパートナーさんと一緒に提案できる体制になっていまして。この機会に、一気に導入いただけるお客様を増やしていきたいと思っています。

そういう意味で、ここはちょっと勝負どころなんじゃないかなというところで、いろいろがっつりと投資をさせていただいているところです。ありがとうございます。

**青野 [A]**：補足させていただきますと、私もサイボウズを起業してから 25 年目になるわけですけども。本当にこの日本企業さん、自治体さんにもっと IT 化を進めて情報共有を進めて、仕事を効率化しましょうよって言い続けてきた 25 年なんですけれども、ようやくそこに話を聞いてもらえるようになったと。こんな感覚があるんですね。

DX って、ようやく日本全国が気づいて、日本全国の皆さんが気づいて、やっぱり取り組まないといけないんだと。この何十年か、日本はデジタル敗戦国なんていわれちゃっているけれども、真剣に取り組まないといけないんだと。そういう時期だと思うんですね。

そういうときに私たちも kintone のような強いサービスを出すことができ、それを全国に展開するためのパートナーネットワークをつくってきて、今勝負でしょうということ。ここで僕たちがアクセルを踏まなかったら、いつ踏むんだと。次また 25 年後かもしれないぞと、そんな感じに思っているんですね。

なので、ぜひここを皆さんの機運が高まっているときに、ぜひやりましょうと背中を押すようなプロモーション活動をできればと思っています。

**司会 [M]**：ありがとうございます。では挙手の方からのご質問も受け付けておりますので、ポップアップが表示されましたらミュート解除いただき、ご質問をお願いいたします。

**記者 A [Q]**：青野さんに二つ。一つは最後のインフラのお話で。かつて、アメリカで AWS をインフラに使う動きをされていたと思いますが、結果的に自社のものをおやりになるということで。いわゆるパブリッククラウドの AWS とか Microsoft Azure とかはもう使わないと決められたのでしょうか。というのが一つ。

もう一つは kintone のお話で、前半のところ kintone は社会インフラになっていくという非常に象徴的な発言がありましたけれども、改めてその思いを簡潔にお聞かせいただければと。その二つです。よろしくをお願いします。

**青野 [A]**：ありがとうございます。一つ目は少し技術的なお話になりますけれども、AWS で動く部分と自社クラウドで動く部分と、これは両輪でやり続けます。これは逆に両方できることが僕た

ちの強みじゃないかと思っていますので、両方やりたいと思います。これは自社クラウドを構えるとなりましたら、もちろんそこは大きな投資が要りますから、それに見合うだけの顧客を獲得しておかないと、かえってマイナスの投資になってしまいます。

なので、これから進出していく海外のところは、AWSなどのパブリッククラウドを使って展開していく。そして、もしそこで十分お客様が増えてきたと、これから先は自社でクラウドを構えたほうがコストメリットもありそうだとしたら、自分たちで構えるという両方でいきたいと思っています。

こうすることでスピーディーにグローバルに展開することもできますし、また規模が大きくなってきましたら規模の経済を生かしてコストメリットを出していくことができると。この両方をねらいにいくということで、引き続きダブルで投資していきたいと思っています。

1点目、よろしいでしょうか。

**記者 A [M]**：はい、ありがとうございます。2点目をお願いします。

**青野 [A]**：社会インフラのところなんですけれども、私たちもコロナがくるまでは、社会インフラになります、となかなか言えなかったと思います。ただそこで起きたのは、この国土で暮らしている人たちがいかに情報共有をしなければならないか。これから起きる災害でありますとか、それからおそらく教育のところも同じようなことが起きています。教育も情報共有が不十分であるがために、苦しい子どもたちを救ってあげられないことがたくさん起きています。

なので、本当に私たちがより良い社会をつくっていくためには、もっとより多くの人たちが情報共有のツールを当たり前使えるようにして、チームワークでその地域の問題を解決していくと。こういう社会にしていけないといけないうるんです。それを僕たちのツールを使えばできるんじゃないかなと思うんです。

そういう提案をあまり今までできていなくて。どっちかという企業の内を強くしましょう、強くしましょう、と言っていたんですけども。これからはそれだけではなくて、もっと自治体を含めて、NPO含めて、社会のインフラとして、私たちのクラウドを使っていきますと。こういう提案も加速させていきたいんです。

そうすると、まさに私たちがイメージしているような、チームワークあふれる社会が広がってくるんじゃないか。という期待感を持って、社会インフラという言葉を使わせていただきました。

ぜひ、やっぱり日本の社会インフラをやるのは、国産の企業じゃないとできないだろうっていう思いもありますから。ぜひサイボウズが名乗りを上げて、しっかり期待に応えられるように頑張っていきたいと思っています。

**記者 A [M]**：ありがとうございました。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。ではそのほか、ただ今 Zoom ウェビナーご視聴の方で、ご質問はよろしいでしょうか。では、ここからは YouTube をご視聴の皆様からのご質問に移らせていただきます。では質問を読み上げさせていただきます。

来月の1日にマレーシア法人を開設されるそうですが、業績へのインパクトはどれくらいあるのでしょうか。また東南アジア初の営業拠点ということで、東南アジアのほかの国にも拠点を増やす予定はありますでしょうかというご質問です。ありがとうございます。

**青野 [M]**：それではこちらはグローバルの営業体制ということですので、営業本部の栗山さんから回答をお願いします。

**栗山 [A]**：営業本部長の栗山です。ご質問お二つですけれども。

一つ目は今日のプレスリリースに書かせていただきましたけれども、2025 年末で 5,000 社の有償契約を目指すことになっております。現状が 940 社強ですから、4 年間で 4,000 社を新たに獲得することになりますので、業績のインパクトとして、それなりに大きな数字になってくるんじゃないかなと思っております。

2 点目が今マレーシアに東南アジアのヘッドクォーターとしてつくって、活動を開始します。この活動の中で必要であれば、必要な国に支店というかたちで進出していきたいなと思っております。

東南アジア全域、結構行きやすいですから、マレーシアから東南アジア地域全体をカバーできるのであれば、そのままにしようかなと思っていますし、あったほうがよければつくっていく。状況に合わせて柔軟に考えていきたいなと思っております。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。では、続いての質問に移らせていただきます。

昨年に比べると株価が下がっておりますが、それに対策を講じる予定はありますかというご質問です。

**青野 [M]**：こちらは、それでは経営企画の林よりお答えさせていただきます。

**林 [A]**：経営支援本部の林と申します。財務経理の責任者をしております。

株価の件なんですけれども。こちらは確かに現状、下がってはいるのですが、どちらかというと地政学的なリスクであったり、各国の金利政策といったマクロ的な要因によるものが大きくて、われわれの固有の事業活動によるものではないのかなと判断しております。海外の大型の SaaS 銘柄も含めてなんですけれども、IT 企業も全般下がっているところで、今のような判断をしております。

なので、これに対して特段現状、何か対策をすることは考えておりません。またわれわれの先ほどからも投資を進める話があったかと思うのですが、こちらの投資は本業からの収益をベースにやっております。現在、株式での調達とかを視野に入れた上での投資を今、しているわけではございませんので。その意味でも、特段の対策は現時点では考えていない状況になります。以上になります。



**司会 [Q]**：ありがとうございます。では続いて、次の質問に移らせていただきます。

続きまして、株式の分割や併合はお考えではありませんかという質問をいただいております。

**青野 [M]**：こちら林さん、続けてお願いします。

**林 [A]**：続いて質問、お答えさせていただきます。こちらも特に現状は考えておりません。適切な流通が阻害されるような株価になってきたときには、また改めて考えさせていただこうかなと思っております。現状、そのような状態ではないかなと思っておりますので、特段の対策は考えておりません。以上です。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。では、次の質問に移ります。

こちら株価についてです。以前、株価が上がった際はバブってると Twitter で発言されましたが、現在強烈に株価が下がっている点について何かコメントはありますかというご質問です。

**青野 [A]**：これは私が3年ぐらい前ですかね。株価が急激に上がっているときに、バブってきたぞ、みたいなことを Twitter でお話をさせていただいて。それが多くの人たちにとって不快なものであったということで、大変反省しています。それについてもう1回、またここでいうと、もう1回不快な発言になってしまいそうなので、避けたいと思いますけれども。

やっぱり事業をしております、私たちは日々の仕事をこつこつやっているだけなんですけれども。それとは連動しないかたちで株価が上がったり下がったりすると、そういうのは経験してきました。サイボウズも、そういう意味では上場して20年以上経ちますから、ずっと株価が上がったり下がったりを見ながら、私も経営してきたわけなんですけれども。

今、下がっていることに対しては、ああ、下がっているなという受け止め方です。それぐらいしかできません。

先ほど林さんに説明していただいたとおり。世の中の動きもありますし、もしかしたら私たちの活動について納得がいけない方がいらっしゃるのかもしれないし、また一部の人が売却したくてしているのかもしれないし。本当にいろんな要因で株価が下がっているんだと思います。

私たちがそれに対してできることは、日々こつこつチームワークあふれる社会に向けて活動していくことしかありませんので、これからもそれをやりますと。それが長い目で見て、多くの方に評価いただければ嬉しいですと。そういうコメントにさせていただきます。少し大人になったかなと思いますけれども、以上です。

**司会 [Q]**：では続いての質問にまいります。海外の事業が収益化してくるのは、いつ頃でしょうか、というご質問です。

**青野 [M]**：ご質問ありがとうございます。収益化という言葉はどう取るかもありますけれども、先ほどのように売上は上がってきていますけれども、利益が出るのはいつぐらいでしょうか。という、そんな意味で捉えればよろしいでしょうか。

こちら、営業の栗山さんからお願いします。

**栗山 [A]**：では私から回答します。既に売上としては海外事業として億単位の売上がありますので、黒字を出そうと思えば、費用を絞ればいつでも出せる状態にはなっているんですけども。ねらいがもうちょっと拡大をねらっているのと、世界的にシェアで表れるぐらいまで、事業として伸ばしたいという思いでやっていますので。当面は特に売上と費用をバランスさせるつもりも、今のところは考えてなく、顧客獲得を優先してやっていきたいと思っております。

全体の財務状況等もあり、先ほどの林がその辺りを見ているので、おいおい危ないぞということであれば、止めてくれるとは思っています。それまでは顧客獲得をとにかくしていくところを優先したいなと思っております。以上です。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。では続いての質問にまいります。

プロモーションについてです。テレビCM以外で力を入れようと考えている広告媒体や、方法はありますか、というご質問です。

**青野 [M]**：こちら林田さん、お願いできますか。

**林田 [A]**：林田です。あえて言えば、ネット広告だったり、イベントは力を入れていきたいと思っておりますが、基本的には割と広めにやりたいと思っております。例えば屋外の広告もそうですし、新聞広告もそうですし、広めにやりたいと思っております。

理由としては、やはりお客様の日常のいろんな場面でサイボウズの広告を目にする機会を増やして、本当に何度も見て思い出していただく。そういうこともねらっていますので、あえて言えばそういう絞りはありますけれども、なるべく広く出していきたいと思っております。ありがとうございます。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。では、次の質問にまいります。

今は投資フェーズなのは理解いたしました。投資フェーズは赤字転落まで続くのでしょうか。それと長期利益率のイメージ感を教えてくださいということです。

**青野 [A]**：二つ、赤字までいくのかということと、長期の利益率のイメージ感ですね。

赤字までいくかどうかは、分かりません。また今期アクセルをさらに踏んでみまして、手応えがもしあれば、さらに加速しようぜ。ということで投資する可能性もございますし、これぐらいが適正かなと思ったら、それぐらいでとどめておく可能性もありますし。

逆に、これは踏み過ぎたと思ったら引っ込めることもあるかと思っております。その辺で来期という意味での利益率は、また変わってくるんじゃないかと思っております。

長期の利益率のイメージと言われますと、実はこれもまだ持っていないで。どれぐらいがいいか、正直なところは分かりません。私が何を見ながら利益率を上げ下げ、投資のアクセルの踏み具合を変えているかということ、企業理念がありまして。チームワークあふれる社会を創るという大きな

ビジョンがあって、それに今まったくいけていないわけですね。本当に日本の国の中でちょっと情報共有ツールが売れてきたぐらい、これぐらいの感じなわけです。

この企業理念、世界中をチームワークあふれる社会を創るために僕たちが今、何をしないとイケないんだらうかと。ここが踏みどきだと思ったら踏みますし、これはちょっと僕たちやりすぎだぞ。と思ったら止める。それが長期的にどうなっていくのかは、正直今の段階ではなんとも想像がつかないです。

ただ一つ言えるのは、大きなビジョンを掲げている割に全然できていることは少ないわけです。なので基本的には、アクセルをできるだけ踏んでいくと。世界でチームワークが良くなって困っている人たちを想像しながら、できるだけ早く彼らをチームワークが良い状態に持っていくんだと。

そういう想いで事業はしていきたいと思っておりますので、そういう意味でいくと、あまり短期的にすごい利益率になるのを期待されると、肩透かしになってしまう可能性もあるかと思えます。

以上、よろしいでしょうか。

**司会 [Q]**：では、次の質問にまいります。

取締役社内公募を去年実施し、何人もの取締役が出てきたかと思いますが、その効果やその後について、どうなったものなのでしょうか、というご質問です。

**青野 [M]**：こちらも経営支援の林さんから、ご回答をお願いできますでしょうか。

**林 [A]**：経営支援本部、林です。取締役会の事務局の責任者もやらせていただいておりますので、私から回答させていただきます。

取締役の公募なのですが、こちら単体にフォーカスするといいますか、サイボウズとしては新しいガバナンスに挑戦している中の一環の取り組みになります。どういう取り組みかという、徹底した情報共有と、それに基づく質問責任、回答責任をしっかりと経営陣含めて、全社的に果たしていく中で、会社の従業員全員で議論しながら、経営の意思決定だったり事業意思決定をしていこうと。そういうガバナンスの取り組みの一環になります。

その中で昨年は公募をさせていただいて、社内から 17 名の立候補者があったので、そのメンバーに特に法的な役割も含めて、取締役を担っていただいている状態になっています。

結果としてどうなったかと言いますと。結構さすがに皆さんがどんどん意見ください、というプラットフォームを、社内でも併せて整えさせていただきましたので。経営会議でいろいろ議論した内容について、社員の皆さんからたくさん活発な意見をいただいた上で、経営会議ではいったん決めたとはいえ、方向性をこうしたらどうかと出した議論を、皆さんの意見を踏まえて変えるぐらいの感じで。活発な議論みたいなものは社内で行われるかたちにはなっています。

そういう意味でいうと、自分たちが目指しているガバナンスに対して、一歩ずつ進めている感じはあるのかなとは思っております。以上です。

**司会 [Q]**：では、次の質問にまいります。

在宅が多いとのことですが、その割に拠点をつくって固定費が増えている感じがします。在宅勤務と拠点増加に関して補足説明をいただけますでしょうかというご質問です。

**青野 [M]**：それでは、こちらは人事総務部門を担当しております、中根さんから回答をさせていただきますでしょうか。

**中根 [A]**：人事総務を担当しております、中根と申します。

ご質問いただいたとおり、リモートワークが非常に弊社でも定着しておりまして、われわれのグループウェアを使いながら、各自がいろんな拠点、あるいは在宅で仕事をしております。

一方で、われわれ人員数が毎年12%から13%拡大している現状もあります。それを考えると、人員の拡大に比例してオフィスを増やすということを、しなくてよくなった点では、まず将来コストの削減にはつながっております。

先ほど青野のプレゼンにありましたとおり、たくさんの拠点の開設をしております。これは多くは営業拠点になります。この営業拠点に関しましては、われわれ2年間リモートワークをしてきたわけなんですけれども、やっぱりリモートワークにも良さもあれば、デメリットという点もございます。

営業も、かなりリモート営業を増やしているわけなんですけれども、それでも地場に根づいた営業であったりですとか、あとパートナーさんに対してのメッセージ、お客様に対してのメッセージ。私たちが大宮地域に営業部隊を持って、そこでこの地域で増やしていきたいんだというメッセージをお伝えするであったり。あるいはそこにいるパートナーさんや、その地域で活動しているメンバーのコミュニケーションという点でいきますと、リモートだけでは十分できない部分があります。

ですので、私たちはリモートとリアルでの活動をうまく融合させて、良い点を取り入れてハイブリッドワークというかたちで、今後も続けていきたいと思っております。以上になります。

**司会 [Q]**：では続いての質問にまいります。

マレーシアの営業拠点とタイ駐在所の違いは、どんなところでしょうかというご質問です。では、こちら栗山さんより回答させていただきます。

**栗山 [A]**：営業本部長、栗山です。こちらは、駐在事務所はできることが限られている中で、支店にするか法人にするかしないと、営業活動が行えないことがあります。

まずタイに試しにということで駐在の事務所をつくって、人を採用してということをしていたんですけれども、東南アジアの事業を本格的に拡大していくタイミングで、法人をつくったことになります。以上です。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。では次の質問にまいります。

こちらと同じく東南アジアに関する質問ですが、タイの駐在所がなぜ営業拠点に発展しなかったものでしょうかというご質問です。

**栗山 [A]**：この後、海外系の質問が続きますので、続けて私から回答させていただきます。

これは東南アジアに法人をつくるときに、どこにつくるのかをいろんな観点から検討しました。タイもちろん候補になっていますし、そのほかシンガポール、マレーシア、その他の国もいろいろと調査をしました。

いくつかの観点で、資本的なところで100%でつくれるかどうかであるとか、あとは採用のしやすさであるとか。最終的には英語を公用語ないしは準公用語としている国にしようということで、マレーシアに決定したことになっています。タイもちろん検討しました。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。では次の質問にまいります。

マレーシアでは日系企業への売上と非日系企業への売上比率は、こういった割合でしょうかというご質問です。

**栗山 [A]**：これはマレーシア限定というか、東南アジア全体ということなんですかね。両方とも同じような傾向ではあるんですけども、今のところ、売上の主と呼べるまともりは、やっぱり日系になっています。

一昨年、去年辺りからローカルの活動を強化し始めて、少しずつ割合が増えていると。正確な割合は非公開にしているんですけども、少しずつ割合が増えているということです。

先ほど申し上げた5,000社に関しては、これはもちろんローカル企業を中心として獲得していく目標値となっておりますので、今後、比率としてはローカルのほうが主になっていくことを目指して、活動してまいります。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。では次の質問にまいります。こちらと同じくです。

マレーシアやタイは何人の人員で頑張られていて、3年後にはどれくらいにしたい気持ちでしょうかというご質問です。

**栗山 [A]**：マレーシアに赴任する予定の人間、プレスリリースに載っていましたが、中澤という人間が赴任するんですが、彼の事業計画書の中では3年後には30人と書いていましたので。気持ち的には30人と一応言っておきます。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。では次の質問にまいります。

個人の株主です。まだ実用化まで時間はかかると思いますが、量子コンピューター、量子暗号通信が広まると、サイボウズに大きな影響が出ると思います。技術的に素人の私ですが、今からこれらに対応する準備をしていますかというご質問です。

**青野 [M]**：こちらのご質問については、開発本部の佐藤さんからご回答させていただきたいと思います。

**佐藤 [A]**：開発本部長の佐藤です。今現在で量子コンピューターであるとか、量子暗号技術に具体的に取り組んでいるところはないですが、サイボウズの開発ではサイボウズ・ラボという研究開発組織がありまして。

そちらでこういった先端技術の研究は各分野でやっておりますので、今後、サイボウズの事業に関連してくるようなところがあれば、そういったところで取り組めればよいかなと思っております。

**青野 [A]**：ありがとうございました。補足させていただきますと、本当にこういった技術的な大きな変革が、私たちにとって脅威でもありチャンスでもあり、しっかりウォッチしながら対応していきたいと思っています。

サイボウズ・ラボが本当に私たちにとっては重要な組織でして、サイボウズがこうやってパッケージのソフトから、おかげさまでスムーズにクラウドのほうに事業を転換できたのは、このサイボウズ・ラボというインフラのコンピューターサイエンスに詳しいメンバーが、たくさんいてくれたおかげだと思っております。

最近だと、量子は分からないんですけども、メタバースなんていう言葉が今流行ってまして。仮想空間でやり取りするのが当たり前の時代になってくると、これはまさにグループウェアにとっては大きな変革になるかもしれないということで、引き続き注視しながら自分たちに取り込めないか、製品に取り込めないかということも含めて、検討していきたいと思っています。

ご質問ありがとうございました。

**司会 [M]**：では、質問は以上となりますので、これにて質疑応答タイムを終了とさせていただきます。

最後にご案内となります。本日の説明会資料や動画でございますが、後日弊社公式サイト内のIRページに公開いたします。また右下にお問合せ一覧ページのご案内があるのですが、こちらは本日質問は全て取り上げさせていただきましたので、後日回答というところはないのですが、こちらのIRお問合せ一覧ページ、弊社日頃IR宛にお出しいただいている質問を、回答とともにこちらのページに一覧で公開しておりますので、よろしければご覧いただければと思います。

では、これにてサイボウズ株式会社、2021年12月期決算事業説明会を以上とさせていただきます。最後までご視聴いただきまして、誠にありがとうございました。

[了]

---

## 脚注

1. 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