



サイボウズ株式会社

2022 年 12 月期 決算・事業説明会

2023 年 2 月 22 日

イベント概要

[企業名]	サイボウズ株式会社
[企業 ID]	4776
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2022 年 12 月期 決算・事業説明会
[決算期]	2022 年度 通期
[日程]	2023 年 2 月 22 日
[ページ数]	44
[時間]	13:00 - 14:11 (合計：71 分、登壇：41 分、質疑応答：30 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]	6 名 代表取締役社長 青野 慶久 (以下、青野) 取締役 執行役員 人事本部長 兼 法務統制本部長 中根 弓佳 (以下、中根) 取締役 執行役員 経営支援本部長 林 忠正 (以下、林) 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 兼 事業戦略室長 栗山 圭太 (以下、栗山) 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：本日はお忙しい中、サイボウズ株式会社 2022 年 12 月期決算・事業説明会にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。司会進行を務めます、広報の山見と申します。どうぞよろしくお願いたします。

それでは、サイボウズ株式会社代表取締役社長の青野慶久より、2022 年 12 月期の決算内容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	東証プライム[証券コード4776]
従業員数	連結1,115名、単体870名 ※2022年12月末時点 ※役員除く無期雇用（正社員）数

青野：皆様、こんにちは。サイボウズの青野でございます。それでは、2022 年が終わりましたので、決算・事業説明会で、私から事業の説明をさせていただきます。

こちらが、最新の会社概要になります。この 1 年で変わったこととしては、クアラルンプール、マレーシアにアジアの拠点ができました。

それから、従業員数が、これはサイボウズ社内では正社員とは呼ばずに無期雇用という言い方をしますが、この無期雇用の社員数が連結で 1,000 人を超えたことになります。

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

私たちの企業理念です。サイボウズの企業理念は他社さんと違うところがあり、それは何かというと、株主総会で決議されることです。2021年3月の株主総会で決議された企業理念、まさに一番大事なものを株主総会で決めています。

私たちの Purpose、存在意義は、「チームワークあふれる社会を創る」です。そのために私たちは存在する、それが最高最大の私たちの目的なのだを定義しています。

このチームワークあふれる社会はどんな社会なのかを、四つの文化で表現しています。まずは、理想への共感です。チームがあっても、権限で、共感していないのに、お前これやれみたいなことはやめようと、ちゃんと理想に共感しながら、みんなで働こうと。これが一つ目の文化です。

二つ目が、多様な個性を重視です。いろいろな人がいてもかまわないよね、その人たちがチームワークするのだと。言い換えると、人を弾のように扱う、大手 IT 企業が相手の顔も見ずに何千人リストラなどをやりますが、そういうことはしない、ちゃんと一人一人見よと、それがこの多様な個性を重視というところなんです。

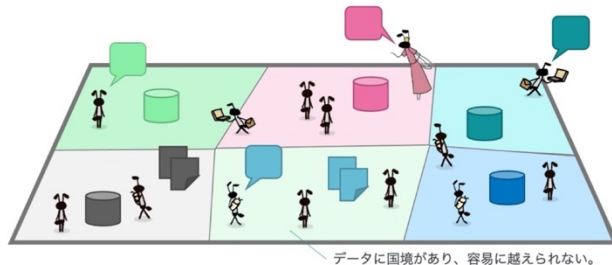
三つ目が、公明正大です。これはオープンに、嘘をつかないことです。言い換えますと、隠しごとをしない、みんなでオープンに情報共有しよう、これが三つ目の私たちの文化です。

そして最後、四つ目の文化が、自立と議論です。チームワークしていても、なかなか人の言うことを聞いてばかり、自分の意見を言わないなど、そうではなくて、働く一人一人が主体的に、僕はこうしたい、もっとこうしたらどうだと意思を持って議論していく文化が大事だよと、この自立と議論を入れています。

この四つの文化が満たされる、こういうチームを世界中に増やしていこうねと、これが私たちの最高最大の目的です。全て、この目的に向かって私たちは行動していきたいと思っていますので、ここはぜひ、ご理解いただければと思います。

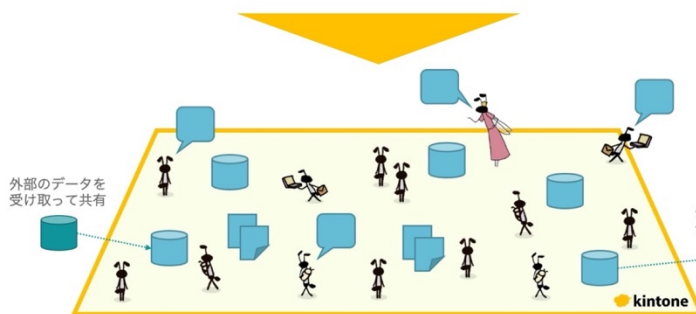


情報共有とチームワーク



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
現場の力を活かせない**



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**

このチームワークあふれる社会を創るためには、情報共有が欠かせません。いろいろなツールを使ってヒソヒソ話して、Eメールだとどうしても情報がオープンにならず、一部の人だけが知っているみたいなことが起きがちです。

そういうツールではなくて、もっともっと多くの人たちがたくさんの情報を共有できる情報共有プラットフォームを提供していきたい、これが私たちの事業につながっています。

サイボウズのクラウドサービス

グループウェア		業務システム構築プラットフォーム	
<p>サイボウズ Office</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>導入延べ 75,000社</p> 	<p>キントーン kintone</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>契約 27,500社</p> 		
<p>サイボウズ Garoon</p> <p>中堅・大規模組織向け グループウェア</p> <p>導入延べ 6,800社</p> 	<p>メール共有システム</p> <p>メールワイス Mailwise</p> <p>チームのメール対応を 一元管理</p> <p>導入延べ 13,000社</p> 		

※2022年12月時点
 ※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

私たちは、主に四つのグループウェア製品を販売しています。一つ目が、サイボウズ Office です。中小企業さんでも簡単に使えるグループウェア、アプリケーション群です。

それから、サイボウズ Office よりももっと大きな、何百人、何千人というお客様に使っていただける Garoon は、カスタマイズ性の高いグループウェアです。

また、サイボウズの主力製品になってきた、kintone は、情報共有アプリケーションを誰でもつくれるアプリケーションプラットフォームです。

最後は、Mailwise です。メールはやはり閉じがちなので、もらったメールをみんなで共有して、みんなで返そうというツールです。

現在、この四つのグループウェアを開発して、提供しています。これが、私たちのメインの事業です。

ノーコードが実現するDXの内製化とそれを支える伴走型エコシステム

cybozu



kintone について、もう少し詳しくビジネスモデルをご紹介します。

テレビCM などでもよくやっていますように、表計算やアナログな業務について、kintone を使うとノーコードでアプリケーションをつくることができます。ノーコードというのはノー、コードで、コードはプログラミングのことで、コーディングと言います。ノーコードで、プログラミングをしなくても、現場の人たちでも、kintone を覚えてもらえればアプリケーションをつくれます。これが、kintone のポイントです。

テレビCM はここだけを言っていますが、実際にはノーコードでアプリをつくっていくと、やりたいことがいっぱい出てくるのですね。もっとこんな機能がほしいな、あのシステムとつなぎたいなど、いろいろ出てくるわけです。

kintone のいいところは、簡単でありながら拡張性が高いので、さまざまなプラグインで機能を拡張できることです。ファミコンのカセットを差すように、プラグインを差すことでkintone をどんどん強く、機能強化できるわけですね。それが、サードパーティーさんはじめ、たくさん存在しています。それから、kintone とつながる外部サービスもどんどん増えてきています。この辺りが、簡単ですがやりたいことがたくさんできる、こういうシステムになっています。

ただ、これを覚えてもらう必要があります。今、よくリスキリングという言葉が使われますが、まさに現場の人たちに、システムをつくるためにリスキリングしていただく必要があるわけです。これを支えていきたいと思っています。これができて初めて、DX が全社規模でできます。内製化という言い方をしますが、自分たちの手によってDXを進めることができる、これが私たちがイメージしているモデルです。

それを支えるために、もちろんパートナーの皆さんが必要です。教えてくれるパートナー、アドバイスしてくれるパートナー、たくさんのパートナーが必要なので、オフィシャルパートナープログラムをつくって育成しています。また、資格制度をつくったり、教育する機関をつくったりしながら、ユーザーの皆様にご覧に学んでいただける後方支援をしていくモデルにしています。

さらに、学んでいただく過程でユーザー同士でつながりたいねと、おたくどうやっているのと、そういうことを情報交換できるように、ユーザーコミュニティもどんどん活性化しようとしています。

例えば、このキンコミ、kintone コミュニティは、オンラインでお互いの悩みを共有して解決していくコミュニティです。それから、kintone Enterprise Circle という大企業様向けのコミュニティや、自治体の職員さんがガバメントで使う kintone、ガブキンという情報交換のためのコミュニティがあります。それから、kintone hive というお互いの良い事例を共有する場や、ほかにも kintone カフェなど、さまざまな場所をつくってお客様同士がつながって、モチベーションを維持しながら学んでいく後方支援をしています。

これを含めて、この全体が kintone なわけですね。ですので、よく kintone とあの製品とどこが違うのかと言われるのですが、kintone は全部入って kintone なのです。ここまでやるからはじめて、お客様の DX が自分たちの手によってできるようになるのですよと、これが私たちのつくっているモデルです。

全社スローガン（2021～2022年）



BET!

**ポジティブな事業環境の中、赤字を出してでも徹底投資。
世の中のDXブームに追随していく。**

この2年間、全社スローガンとして「BET!」を掲げて取り組んできました。コロナがあり、DXのブームもあり、事業環境的には非常に追い風が吹いていると、赤字を出してもいいから徹底的に投資していくという方針を掲げて取り組んできました。

その結果、売上は引き続き伸びておりますが、「BET!」の方針の下、利益が減少しています。言い換えますと、投資したことになります。

実は、同じようなことを過去にしている、2014年、2015年辺りもクラウドの事業が立ち上がっていく過程で、短期で赤字を出してでもいいからとにかく市場を開拓していく方針でやったことがありました。2021年、2022年も同じように、短期的には利益を減らしてもとにかく市場をつくっていくと、そちらに向けて投資してきました。



連結売上高・営業利益の推移



こちらが、業績の数字になります。これは見ていただいたとおりです。詳しく解説すると、売上が19.4%伸びました。

大体、毎年これくらいの数字です。この10年間ぐらい、ほぼこの15%から20%ぐらいの成長を続けており、例年どおり成長を続けることができました。

連結業績推移

連結業績 【単位：百万円】	2021年12月期 (実績)	2022年12月期 (実績)	2023年12月期 (予想)
売上高	18,489	22,067	25,497
営業利益	1,441	611	2,376
経常利益	1,468	987	2,450
当期純利益	551	66	1,541
1株当たり 当期純利益	12.03円	1.45円	33.59円
1株当たり配当金	12.00円	13.00円	14.00円

2022年12月期 業績詳細

連結P/L 【単位：百万円】	2021年12月期 実績	2022年12月期 実績	
売上高	18,489	22,067	<div style="border: 2px solid blue; padding: 5px;"> <p>連結売上高 前年比 +3,578百万円 (+19.4%)</p> </div>
売上原価	1,339	1,951	
人件費	6,315	7,854	<div style="border: 2px solid yellow; padding: 5px;"> <p>kintoneのテレビCMを 中心に積極投資</p> </div>
広告宣伝費	4,907	6,452	
その他	4,486	5,198	<div style="border: 2px solid blue; padding: 5px;"> <p>連結営業利益 前年比 △829百万円 (△57.5%)</p> </div>
営業利益	1,441	611	

注目は、広告宣伝費です。「BET!」の方針の下、どんどんテレビCMを、お金をかけてでもやろうと、頑張って頑張って広告宣伝投資して、結果的には64億円強の広告宣伝費を使ったことになります。人件費が78億円ですから、非常に広告宣伝にお金を使ったことがお分かりいただけるかと思います。本当にたくさん出させていただきました。

その結果、営業利益は大きく減少しています。

広告宣伝投資の効果

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を強化

広告宣伝費の実績推移

- 直近2年は主にkintoneのテレビCMを中心に広告宣伝を強化。
- 2021年は約49億、2022年には約64億円を投資。



広告宣伝強化による認知度向上

- kintoneの認知度は9ポイント上昇。
- 展示会やセミナー等、製品名を認知した来場者が増加。

kintone認知度
2020年 19% → 2022年 28%
※サイボウズ独自認知度調査

広告宣伝投資の効果は、費用としてはこれくらい増やして、成果を認知度調査すると、以前19%ぐらいだったものが28%まで伸びています。テレビCMをして、非常に多くの方に知っていただけたと思います。営業していても、kintoneですと言うと、ああ、なんかテレビで見たなみたいな、こういうふうに話にも入りやすい、こういう効果も出ています。

財務状況

連 結 B S 【単位：百万円】	2021年12月期	2022年12月期	前年比
資 産	14,037	15,907	1,870
- 現預金	4,805	5,124	319
負 債	7,665	11,277	3,611
- 借入金	2,200	4,680	2,480
純 資 産	6,371	4,630	△1,741
- 自己株式	△1,800	△1,800	△0
自 己 資 本 率	45.4%	29.1%	△16.3%
1 株 当 た り 純 資 産	138.88円	100.93円	△37.95円

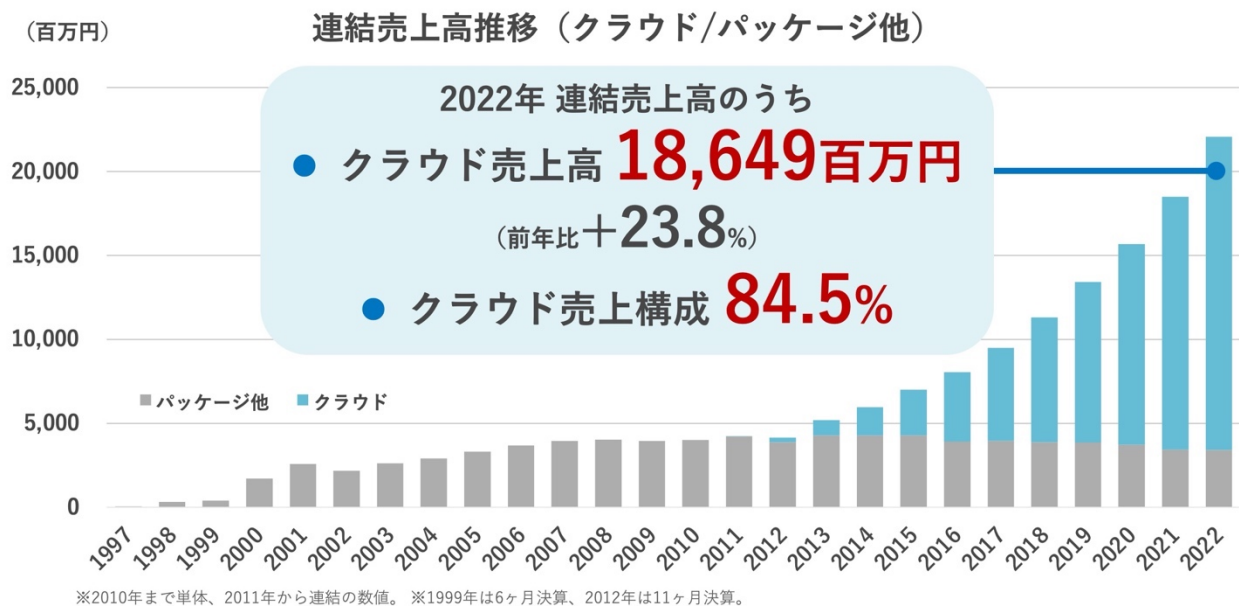
積極投資のため借入による資金調達を実施。
2023年1月に自己株式処分による払込があったため41.8億円を返済。

バランスシートです。特筆すべきは、借入金のところでしょうか。2021年12月期の最後で22億円の借入金だったのが、46億8,000万円まで借入金が増えています。これも、この短期で投資しようと借入し、それで投資してきたことの数字への表れです。

ただ、補足しますと、期が明けて1月に、保有していた自己株式の一部を株式会社リコーさんに売却しました。それによって、45億円ほどキャッシュができ、この借入金のうち41.8億円を返済し、今の数字でいきますと、借入金は随分減っています。



クラウド売上 堅調に推移

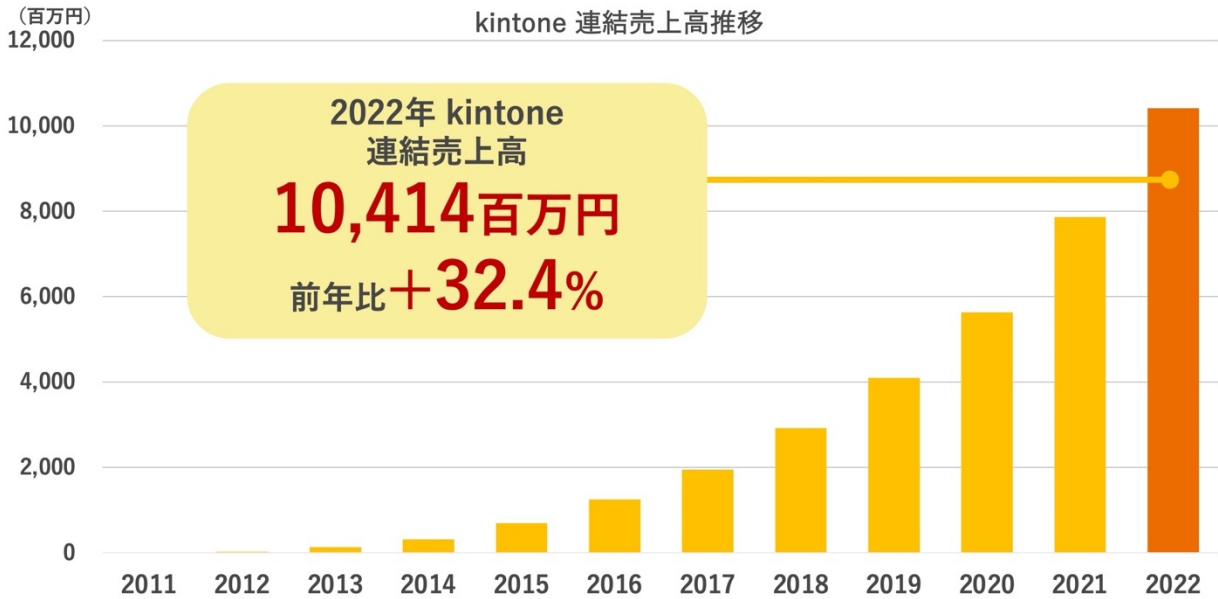


事業を細かく見ていきますと、クラウドの売上高がサイボウズ全体の84.5%を占めるようになっています。水色がクラウドの売上で、大体ほぼほぼクラウドの売上となっています。クラウドの売上高で186億円まで伸びています。

売上高初公表



kintone 売上高 100億円を突破



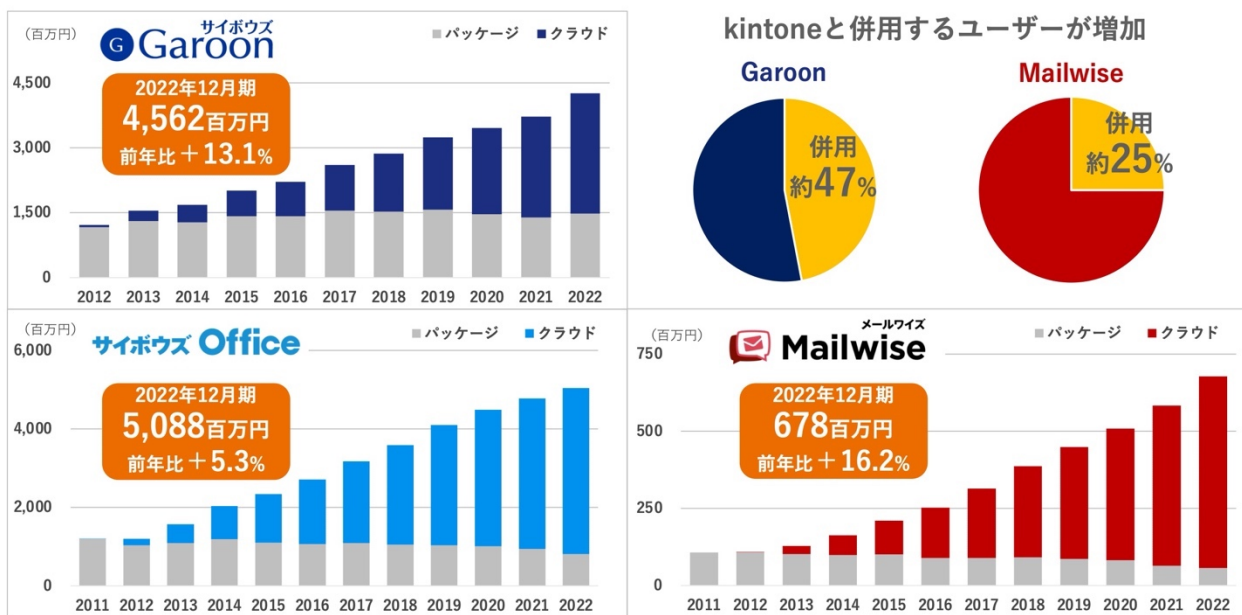
初公表と書いたように、初めて公開する製品別の売上です。今までは戦略的などところもあり、製品別の売上高は出していなかったのですが、今回、kintone が 100 億円の売上を超えたところもあり、公開させていただくことにしました。

昨年の kintone の売上高が 104 億円で、前年比で 32.4%成長と、随分大きい規模になってきました。日本にもいろいろな SaaS 企業さんがあると思いますが、製品 1 個だけで 100 億円売れている企業はそんなに聞かないので、それなりに国内でも強い製品に育ってきたかなと思います。

売上高初公表



製品別 連結売上高推移 ※2022年12月時点



kintone と同時に、他の製品の売上高も公開させていただきます。サイボウズ Garoon、中堅、大企業向けのグループウェア製品で 45 億円、サイボウズ Office、中小企業様向けのグループウェアで 50 億円、Mailwise、メールを共有するグループウェアで 6 億 7,000 万円です。

大体、これくらいの規模でビジネスしているとお伝えさせていただきます。一応全部伸びており、全てのプロダクトがクラウド中心に切り替わってきております。

中堅、大企業様向けの Garoon はまだまだパッケージで、お客様のもとでオンプレミスで動かしておられる方も多いですが、それでも売上の規模としてはクラウドのほうが大きくなってきています。少し補足すると、kintone と併用するユーザーさんも増えています。例えば、Garoon をクラウドで使っておられるお客様は、半分ぐらいが kintone と併用しているというデータも上がってきています。



セキュリティ信頼向上の取り組み

強固なセキュリティ対策と安定した運用基盤で、安心安全な製品提供へ



クラウドサービスを提供していてよく聞かれるのは、セキュリティです。ここに関しては、私たちも重点的に投資しています。

特徴があるとすると、インフラのところですか。多くの SaaS 企業さんは、例えば AWS や Microsoft Azure など、他社さんのクラウドインフラ上でアプリケーションを動かしていたりします。ですが、サイボウズの場合は、日本向けのクラウドに関しては自分たちでデータセンターを借りて、自分たちでサーバーを買ってきて、自分たちの手によって運用しているところもあり、なかなか手間をかけています。その分、非常に強固な、サービスレベルも高いものが提供できていると思います。

そして、そのインフラを外部の機関と連携しながら、さらにレベルを上げる取り組みや、他社さんのサービスと組み合わせることでさらにセキュリティレベルを上げる取り組みをしています。それ

から、製品の中でもきめ細かなアクセス管理機能によってセキュリティレベルを上げる工夫を続けています。



外部機関による評価（セキュリティ）

政府情報システムのためのセキュリティ評価制度（ISMAP）に登録

2021年以降、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。

情報セキュリティマネジメントシステム「ISMS」認証取得

- ISO/IEC 27001

認証登録範囲：自社開発クラウドサービスの運用基盤の設計、構築、保守／社内情報システム基盤の設計、構築及び運用保守／クラウドサービス、オンプレミス製品及び社内システムの開発
認証登録番号：IS 577142

- ISO/IEC 27017

認証登録範囲：cybozu.com、Garoon、kintone、サイボウズ Office、メールワイズの提供に係るクラウドサービスプロバイダとしてのシステム運用・保守に係る ISMS クラウドセキュリティマネジメントシステム
認証登録番号：CLOUD 715091

外部機関の評価です。主立ったところでは、ISMAP です。これは日本政府の調達のためにつくられたセキュリティ評価制度で、こちらに認証いただき登録しています。

もう少しグローバルな、ISMS という規格も取得しております。

外部機関による評価 （カスタマーサポート・ユーザー関連）



HDI格付けベンチマーク
対応記録毎/モニタリング評価（電話）

最高評価の三つ星を獲得



日経コンピュータ 2022年9月1日号
顧客満足度調査 2022-2023
クラウド基盤サービス（PaaS）部門

第1位



日経コンピュータ
クラウド基盤サービス(PaaS)部門

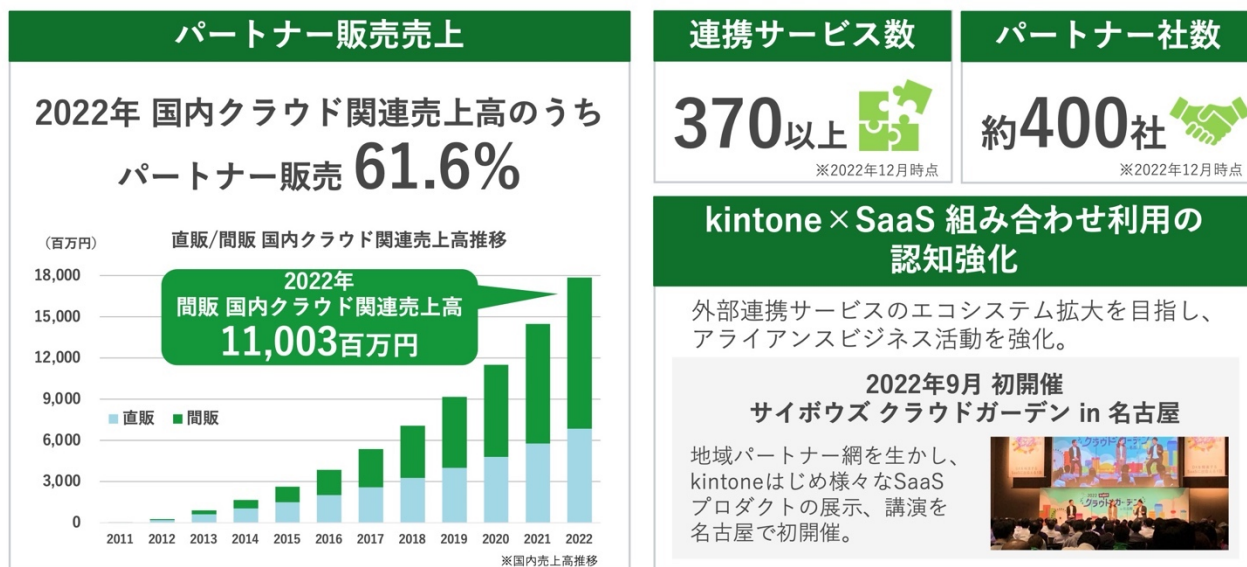
今度は逆に、お客様寄りのところでは、この HDI さんの格付ベンチマークはなかなか三つ星が、4 点満点で 3.5 点以上の平均の点数を取っていないと取れない、非常に厳しい格付になります。おかげさまで、サポートのレベルを上げてきた結果、この三つ星を獲得できました。

さらに、日経コンピュータさんが毎年されている顧客満足度調査でも、PaaS 部門で kintone が顧客満足度 1 位をいただいています。

そして、こちらはグローバルで、調査会社の Gartner さんが出している Magic Quadrant の中でも Enterprise Low-Code Application Platforms、大企業様向けのローコード/ノーコードのアプリケーション開発基盤に、6 回連続で kintone が位置づけられている、こういう実績も上がってきています。

売上高初公表

パートナービジネスの拡大



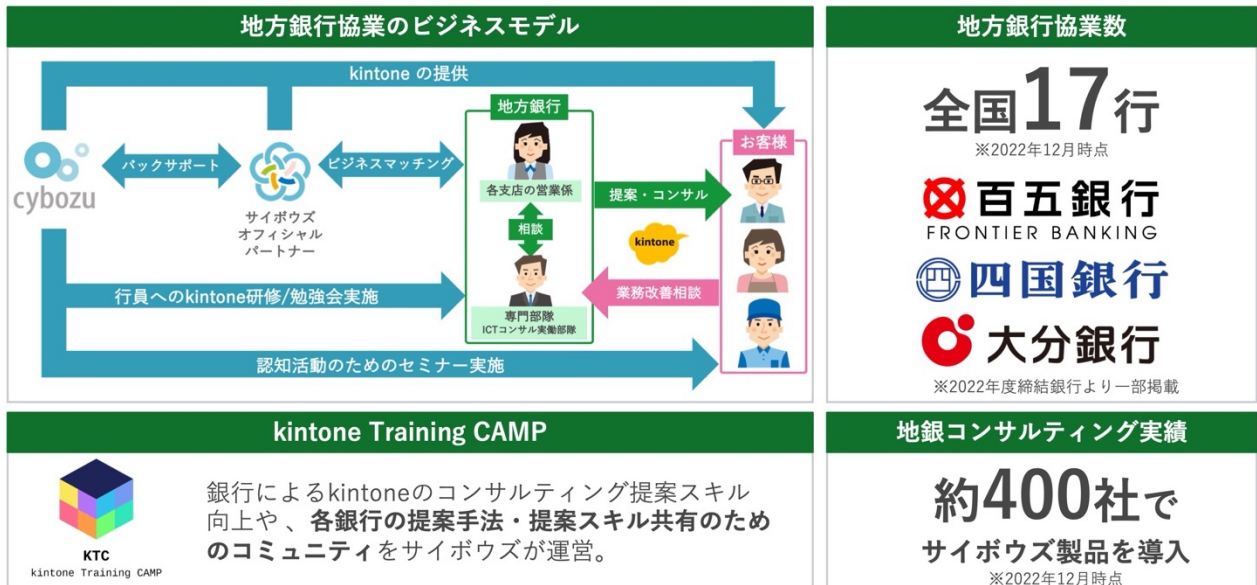
こちらも売上の金額は初公開になります。サイボウズの一つの特徴は、クラウドのサービスでありながら、パートナーさん中心でビジネスしているという、非常にユニークなところでは。

具体的に数字を見ますと、パートナーさん経由の売上高が国内のクラウド売上のうちの 61.6%、半分以上がパートナーさん経由で売れていることになります。

しかも、グラフで見ていただいておりますのとおり、パートナーさんの売上が非常によく伸びています。サイボウズ直販も伸びてはいるのですが、それ以上にパートナーさん経由の販売が伸びています。そして、パートナーさん経由の販売で 110 億円を突破しています。

先ほどご紹介した、kintone と連携するサービスの数も 370 を超え、パートナーさんの数も 400 社までできました。そして、サイボウズクラウドガーデンという、パートナーさんとサイボウズのエコシステムのイベントも始まっています。

地方銀行がサイボウズ製品を提案、地域企業のDXを後押し



パートナー企業というと、既存のシステムインテグレーターさんを想像されるかと思うのですが、サイボウズのパートナーはそこにとどまりません。

例えば、地方銀行さんです。既に全国で17の地方銀行さんと組んで、銀行員さんがkintoneを使ってICTコンサルティングして下さっている実績も上がっています。

既に400社でICTコンサルティングしていただいている、もう導入までいっていると、こういう実績も上がっています。

これは非常に面白いので紹介させていただきます。地方に行きますと、IT企業さんもそんなに多くないわけですね。それによって、今まで地方に行けば行くほどIT化が遅れる傾向にありました。

これはなんとかしたいなと、どうすれば地方の中小企業さんのデジタル化をもっと加速できるかなと思ったときに、銀行さんと組むのがいいのではないかと。地方銀行さんは日本にたくさんあり、また、銀行員の方々はプログラミングができるわけではないですが、kintoneのようなノーコードの業務アプリツールだったら、勉強してもらえればできるのではないかと。お客様にとっても信頼は厚いですし、業務のことはよく分かっておられるので、地方銀行の銀行員さんと組むとうまくいくのではないかと、何年か前から始めている取り組みです。

これがどんどんうまくいって、17行まで増えています。昨年、パートナーになっていただいた銀行は、百五銀行さんという三重県の銀行、四国銀行さんという高知県の銀行、大分銀行さんなどです。なぜか西側の銀行さんが多いのですが、こういった地方銀行さんと組んで、地方の中小企業のデジタル化を促進していく取り組みをしています。

また、kintone Training CAMP といって、まさに銀行員さんにリスキリングしていかないといけないので、そのための仕組みもつくり、運営して進めています。

協業事例



株式会社パソナとの協業でリスキリング支援

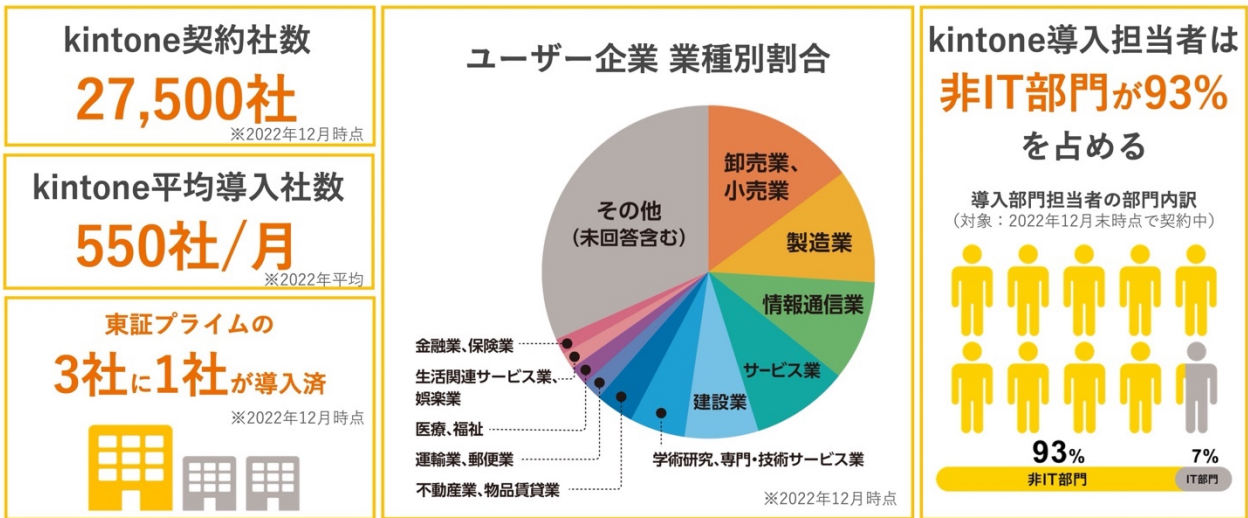
派遣登録社員がkintoneスキルを身につけ、DX人材として派遣先へ



もっともっとたくさんの方々にリスキリングしていきたいと、昨年パソナさんと提携し、派遣に登録された社員さんに kintone を覚えていただいて、DX 人材になって派遣先へ行っていただく取り組みを始めています。

そのために、kintone 認定資格講座をつくり、派遣に登録している方のリスキリングを進めて、それを企業様に送り込む取り組みも始まっています。これによって、また日本の DX 化が加速されることを期待しています。

ユーザー導入状況



最新の kintone の導入状況です。今まさに使っていただいている契約社数で 2 万 7,500 社、大体、毎月 550 社が kintone を導入しています。

そして、中小企業さんだけではなくて、東証プライムに上場されている企業でも、3社に1社は導入いただいていることとなります。これは去年、確か4社に1社と言っていたと思いますが、今年は3社に1社まで来たこととなります。

3社に1社と言いましても、大企業全体で kintone を使っているお客様はまだまだ少なく、まだまだ一部の部門導入にとどまっておりますが、東証プライムに上場している大企業さんでも、部分的には kintone が入ってっていると、今後育てていこうと思っているところになります。

真ん中は、業種別です。業種はあまり関係なく、どの業種でも入っていける製品になります。

面白いのが、kintone を導入いただいている担当者が情報システム部門だけではなくて、実は非 IT 部門のほうが圧倒的に多く、現場で支持されています。先ほどご説明したように、ノーコードでアプリをつくれますから、必ずしもプロでもなくてもいいわけです。いろいろな部署で使ってみたいと、導入いただいている現実があります。

ユーザーコミュニティがDXの質を高める

エンタープライズ企業向け
kintoneユーザー会

kintone Enterprise Circle (略称：kintone EPC)

- 参加社数：約20社 ※2022年12月時点
(エン・ジャパン株式会社、日本航空株式会社 等)
- ユーザー同士で自社の課題や取り組みをアウトプットし、フィードバックや有益な情報、ノウハウを共有。
→各社でのkintone利用推進につなげる
- 企業や組織の枠を超え、ユーザー間のチームワークを醸成



“ITガバナンス構築が必要”というkintone EPCでの声をもとに
ユーザー企業・外部アドバイザーと議論を重ね、

2022年7月 kintoneガバナンスガイドラインを公開



https://kintone.cybozu.co.jp/jp/governance_guideline/

柔軟で効果的なガバナンスで
DXの内製化を推進

その中でも、全社的に導入いただける大企業さんも増えてきました。そこで昨年、kintone Enterprise Circle という、大企業で大規模で使っていただいているお客様同士でコミュニティをつくっていく取り組みが始まっています。今、20社ほど参加いただいております。ユーザー会の会長をエン・ジャパンさんに、副会長を日本航空株式会社さんに務めていただいて、お互いの情報を交換しながらノウハウを高めていく取り組みをしています。

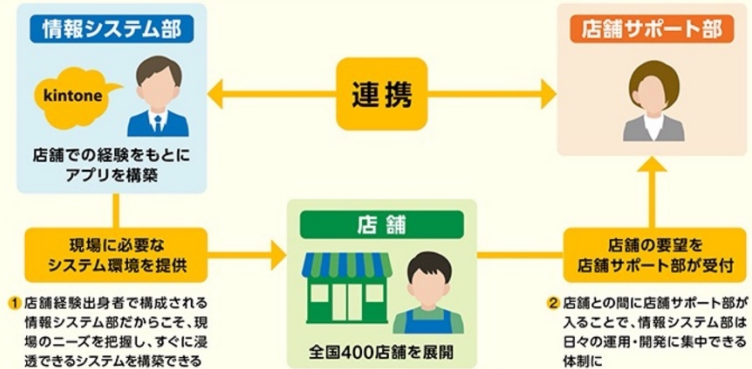
こういうふうに大企業のシステム部門の方々が意見交換する中で、kintone をこうやったらうまく大企業の中でも広めていけるのではないかと、そのノウハウをkintone ガバナンスガイドラインとかたちでまとめました。これはとても大事なのです。kintone みたいな、現場が便利でどんどん使う製品の場合、一歩間違えると無法地帯になっていくリスクもあるわけです。だからといってあまり規制をかけ過ぎると、現場の人のせっかくのノウハウがアプリケーションに反映されないの、バランス感が難しいわけですね。

このノウハウをkintone ガバナンスガイドラインにまとめて、現場も嬉しい、情報システム部門もちゃんとガバナンスを維持できるガイドラインをつくっています。これは無料で公開していますので、ぜひ、よかったら見てください。

kintoneで店舗システムの大部分を素早く内製化

- 店舗経験を活かして業務アプリを構築
- 65個*の業務アプリをkintoneで構築
*2023年1月時点
 - 購買履歴や接客記録などのお客様の顧客カルテを構築
 - ラケット等の加工管理システムを2週間で構築
 - アウトドア用品の中古買取システムを2ヶ月で構築
 - 受注管理システムを2ヶ月で構築
 - アルバイト採用システムを構築
- 大幅なコストダウンとスピードアップを果たす

約400店舗の業務システムを効率的に運用するための体制



<https://kintone-sol.cybozu.co.jp/cases/alpen.html>

現場業務を知っているメンバーが業務システムを構築することでDXの内製化へ繋がる

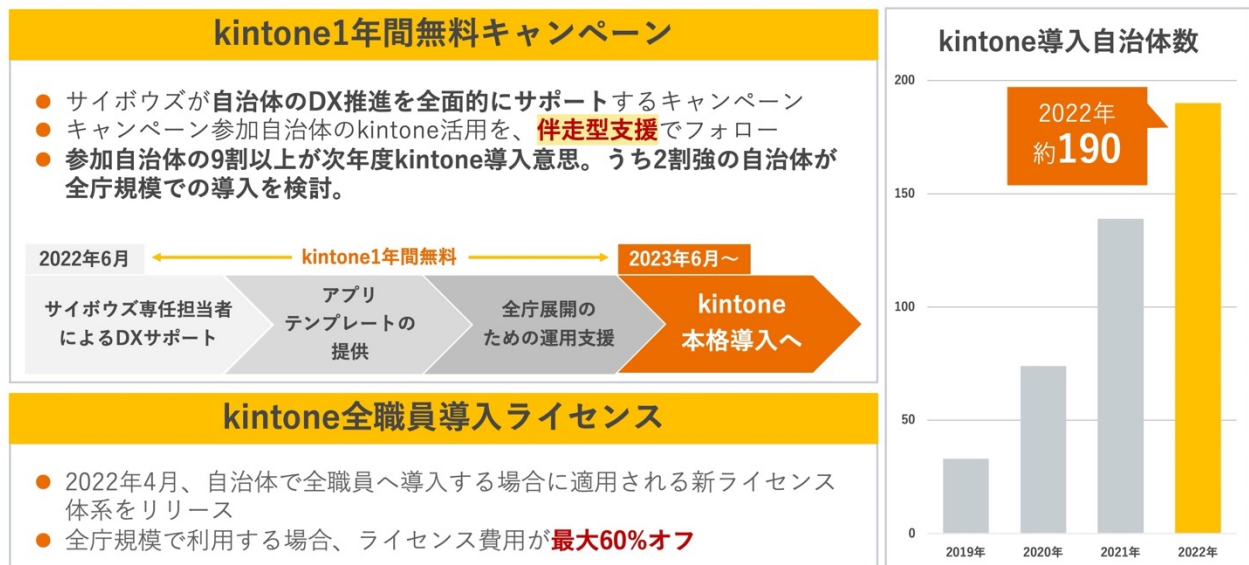
昨年の大企業さんの事例ではアルペンさんを、一つ取り上げさせていただければと思います。アルペンさんは全国 400 店舗で運営されており、400 店舗もあると、非常に連携も大変なわけです。それを、kintone をインフラにして、店舗で使う業務システムの基盤にいただいています。

例えば、顧客カルテです。例えば、ゴルフ好きのお客様がどんなことでお悩みなのか、前回どんなものを買ったのか、こういう情報を顧客カルテとしてまとめていくシステムや、ラケットなどの加工管理システム、アウトドア用品の中古買取システム、受注管理システムなど、まさに基幹的なアプリケーションを、2 週間や 2 カ月といった短期間で作り上げておられます。

面白いのは、これをつくっている人たちが、決してどこからかきたスーパープロフェッショナルではなくて、実際に店舗で働いていた方が情報システム部門にきて、ちゃんと店舗の意見を反映させた上でアプリをつくって、店舗と対話して、それをまた改善サイクルに戻しています。まさに、現場主導のアプリケーションの作り方をしているので、DX がとてもうまく回っていると、こういう事例が出てきております。

いいですね、いわゆる内製化というものです。こういう大企業さんをこれからも増やしていきたいと思っています。

kintoneによる自治体DXを推進



次は、自治体さんです。このグラフを見ると、現在 190 の自治体さんで kintone を導入いただいております。

3年前、2019年くらいは本当に数十しかない状況でした。言い換えると、自治体さんは私たちにとってなかなかお客様にしづらいところがありました。クラウドをそもそも導入できない、なかなかいろいろな業者さんが入っていて私たちが入っていけない、そういう面がありました。

ですが、コロナをきっかけに自分たちの手でどんどんシステムをつくっていかないと、スピードが上がらないよと、そういうことに目覚めていただいた自治体さんがたくさん出てきました。それで、自治体さんでの kintone 導入が進んでいます。

私たちが投資できないかと、大盤振る舞いですが、kintone1年間無料キャンペーンをやっております。kintone を全面的に入れてくれるのであれば、1年間ライセンス料はいりませんよというキャンペーンをしており、約 50 の自治体さんに参加いただいて、kintone の導入を進めています。まだ利用されていない自治体さんがいたら、ぜひ、応募いただければと思います。

導入後もなんとライセンス費用が最大 60%オフになると、サイボウズにとってはあまり大きなビジネスにはならないかも分かりませんが、それでも私たちも日本発の企業で、日本が沈んでいくことは許せませんからね。とにかく、日本の自治体を DX 化していく、ここにコミットしていきたいと思っています。

省庁への展開

kintoneによる省庁DX

- 自治体のみならず省庁にもkintoneを導入いただき、**業務DXや情報共有の効率化**を目指す
- 多忙な官僚は自ら内製する時間の確保が困難
→**パートナー企業による伴走型支援の普及**を目指す

事例 省庁A

パートナー伴走型支援
によるkintone導入で
90%以上のコスト削減

事例 省庁B

全国各自治体との
情報共有基盤として
kintoneを導入

2023年4月より、省庁職員の出向を受け入れ

- 省庁職員の出向を受け入れ、**省庁向けkintone導入拡大のための体制を強化**。
- 2020年より自治体職員の派遣受け入れも実施しており、**公共分野でDXを推進する人数を増やす**という社会的意義にも繋げる。

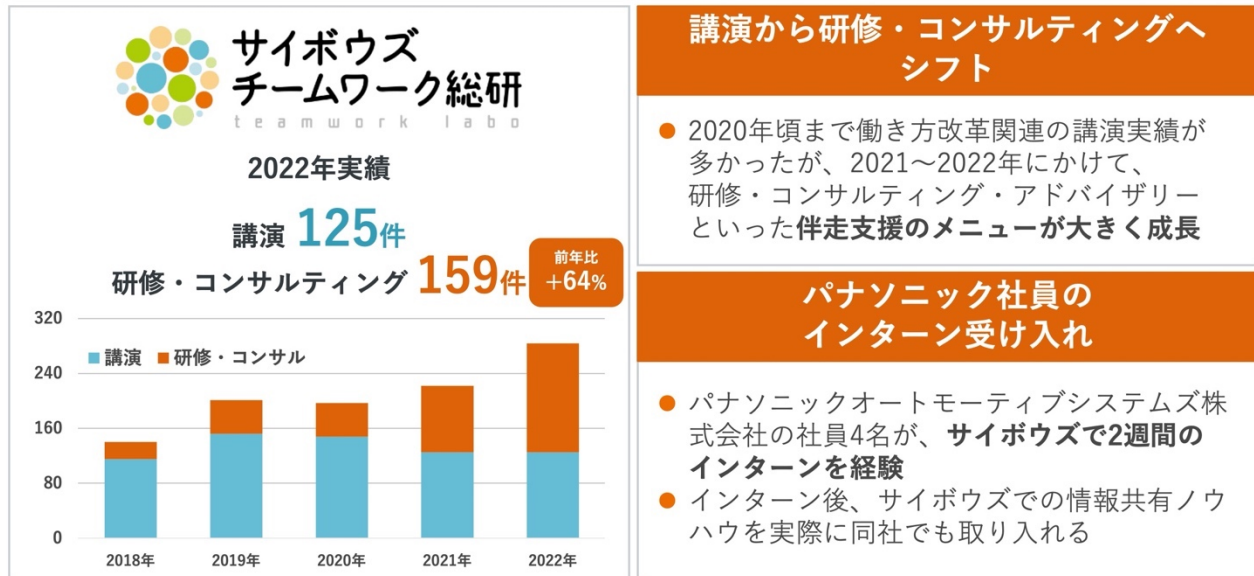


中央省庁でも kintone の導入が進み始めています。いくつかの省庁さんでは既に入っています。

また、今年4月からは省庁の職員を受け入れ、サイボウズで kintone はじめ DX を学んでいただいています。DX だけではないですね、組織のあり方、こういうツールを活用できるのはどういう組織なのだろうということも学んで、戻っていただいて、その組織改革から DX までを進めていただく取り組みもしています。

サイボウズはもちろん kintone というツール、グループウェアというツールを提供しているのですが、併せて、こういう情報が共有された組織はどういう組織なのか、どう運営していけばうまく組織が回るのかという組織運営ノウハウもぜひ、伝えていきたいです。昔のようなトップダウンで言うことを聞けみたいな組織ではなくて、みんなで情報共有しながら、主体的に議論しながらやっていく組織はこうつくるのだよと、ここまでぜひ、伝えていきたいのですね。

組織改革メソッドを伴走支援で展開

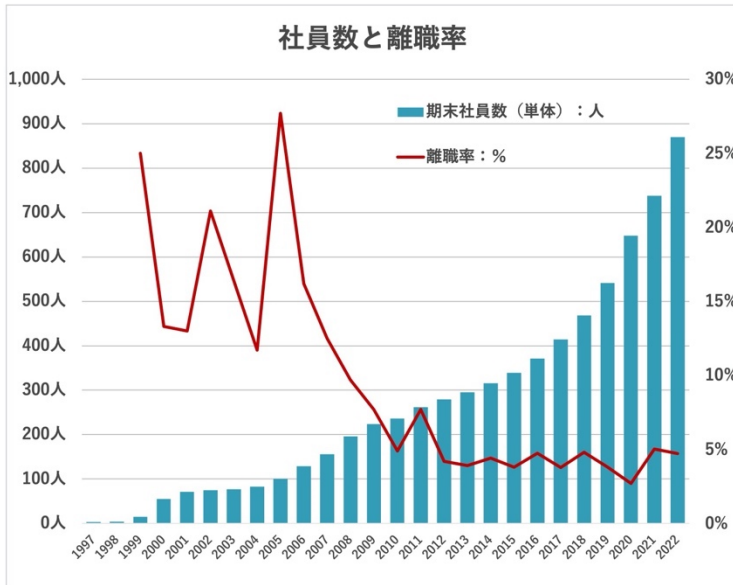


そのために始めたのが、サイボウズチームワーク総研というブランドです。チームワーク総研という組織をつくり、お客様からいただいた講演依頼や研修やコンサルティングの依頼を受け付けています。

2018年頃に立ち上げたのですが、その後コロナでなかなか講演も行けないし、研修もできないみたいなことになっていて、昨年からようやくもう一度成長軌道に乗せることができました。講演で125件、研修コンサルティングで159件と、だいぶサイボウズの中でも目立った事業に育ちつつあります。

また、パナソニックさんと一緒に、パナソニックの人事の社員の方を私たちが受け入れて、組織運営ノウハウを学んで、また戻っていただくこともしています。

人事・組織関連のアップデート



2022年8月
東京オフィス一部リニューアル

人数増加や昨今の働き方を踏まえ、東京オフィスの執務エリアを一部リニューアル。



**グローバル持株制度を
海外拠点へ拡大**

**海外拠点含む直接雇用メンバーへ
インフレ特別手当を支給**

**新本部 New Business Division
設立**

人事系の情報です。赤い折れ線グラフが、離職率です。創業期はとても離職率が高かったのですが、働き方の多様化に取り組み、離職率は約5%を10年ぐらい推移しております。IT企業としては随分低い離職率に抑えられているのではないかと思います。青いグラフは、社員数ですね。単体の無期雇用の社員数は順調に増えています。

人事的なトピックをいくつか挙げています。東京の日本橋のオフィスを随分リニューアルしました。それまではなんとなく小ぎれいな、フリーアドレスのオフィスにしていたのですが、出勤率も下がり、出勤しても普通に働くよりは部屋にこもってビデオ会議する機会も増えましたので、大きくリニューアルしました。みんなが働くところはカフェのようにして、その代わりに個室をたくさん作り、こもってビデオ会議ができるオフィスにリニューアルしました。

それから、サイボウズの持株制度はユニークですが、それをグローバルに広げる取り組みをしています。

こちらは話題になりました、インフレ手当ですね。1年前ほどからガッとグローバルでインフレがきたので、早めに手当を出そうと、海外拠点を含めてインフレ手当を出しています。

それから、New Business Division という、kintone の次のプロダクトをつくるための本部をつくりました。こういう動きがあります。

コーポレートガバナンスのアップデート

3つの立場から均等な人数で取締役候補を選出し、ガバナンス維持へ挑戦

取締役メンバー構成（2023年度取締役候補者）

社外取締役（公募2名）	社内取締役（経営陣互選2名）	社内取締役（社内投票2名）
<p>2021年3月1日に施行された改正会社法による社外取締役設置の義務化に伴い、2022年度より社外取締役を設置。</p>	<p>法定・事務観点より、代表取締役1名と執行役員1名から取締役候補を選出。</p>	<p>全社員から立候補を募り、社内投票により上位2名を取締役候補を選出。</p>
<p>北原 康富 株式会社ナーチュア代表取締役社長 名古屋商科大学大学院 マネジメント研究科（MBA） 教授・博士（学術）</p> 	<p>青野 慶久 代表取締役社長</p> 	<p>森岡 貴和 チームワーク総研</p> 
<p>渡邊 裕子 HSW Japan, Partner and Co-founder 888 NY Consulting, LLC, Founder and Owner</p> 	<p>林 忠正 執行役員 経営支援本部長</p> 	<p>神崎 優子 開発本部</p> 

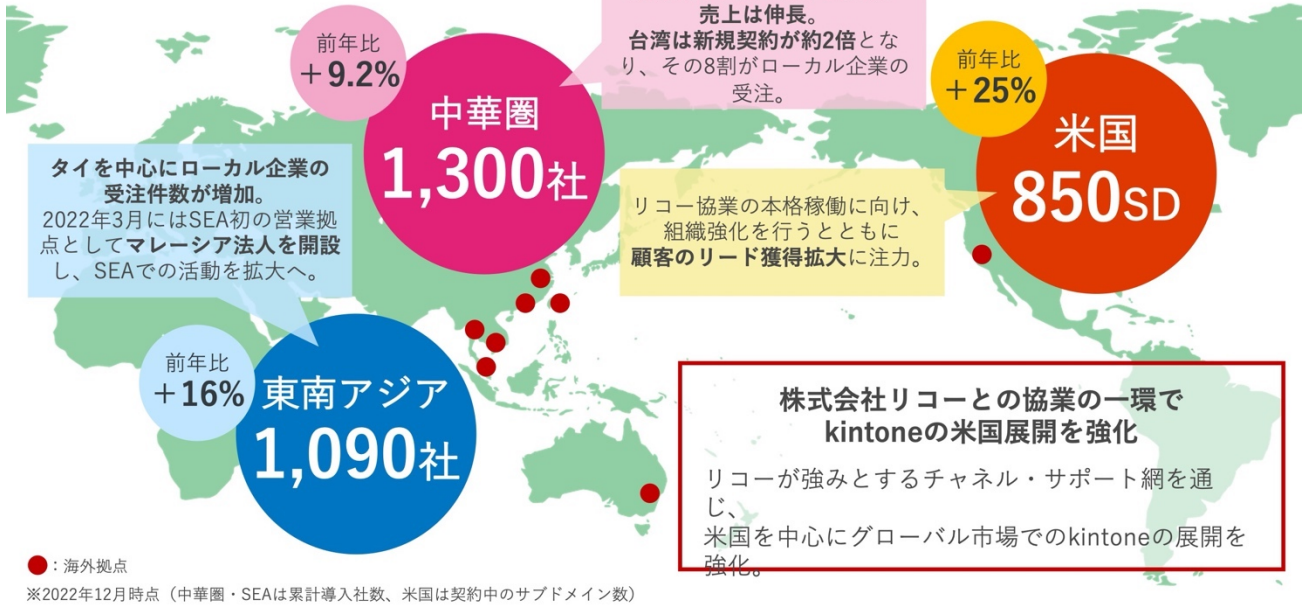
こちらは、取締役についての取り組みです。2年ほど前は完全社員公募制で、17人ほど取締役に
なってもらったりしましたが、来月の株主総会ではこういう構成で取締役を選んでいただこうか
と思っています。

簡単に紹介しますと、真ん中の私と林忠正さんが、いわゆる事務的な意味での取締役に入ります。
また、社外取締役の方です。1年前に就任していただいた、名古屋商科大学でビジネススクールを教
えておられる北原さんにビジネス、イノベーションのスペシャリストで入っていただきます。ま
た、渡邊裕子さんはニューヨークで働いておられ、海外の視点をちゃんと持ち込んでもらうために
社外取締役に入っていただいています。

それから、社内取締役は社内投票で2名選んで、なっていただこうかと思って進めております。以
前、営業副本部長だった森岡さんと、開発にいる神崎さんの2人に立候補いただいて、社内投票の
結果、この2人が社内取締役にいいのではないかと、選ばれましたので、この2人を交え、6人体
制で来年は取締役を進めていこうと思っています。

こうするとバランスがいいなと思っているのですよね。どうしても取締役は、出世して最後にとい
うことになり、この人たちをけん制するにはどうしたらいいんだとなるわけです。この人たちをけん
制するためには、社外の人に入っていただくとともに、現場の人たちの意見がちゃんと反映され
るようにしたい。いいバランスで6人の取締役が選ばれるのではないかと、期待していま
す。

グローバル展開



グローバル展開です。中華圏は、特に中国はゼロコロナ政策で営業活動がかなりできないことがあり、伸びが若干弱まっておりますが、その中でも台湾は新規契約が2倍に伸びています。特に、ローカルの企業に支持されるようになってきました。

また、東南アジアも着実に伸びています。先ほどご紹介したように、マレーシアに法人をつくって、アジアのヘッドクォーターにして活動していこうとしています。

アメリカは「BET!」という方針の下に、頑張っておくセルを踏んだのですが、それでもなかなか苦戦しています。ただ、発表したように、リコーさんとグローバル販売を組むことができ、今年アメリカで Ricoh USA さんのネットワークを使って、kintone を拡販していくことが決まっています。もちろん1年、2年ぐらいでは結果がなかなか出ないかもしれませんが、ちゃんと売れる体制ができたときには、アメリカの kintone のお客様は飛躍的に伸びていくのではないかと期待しています。

ここまでが実績になります。

25BT

“2025 and go Beyond with Trust”

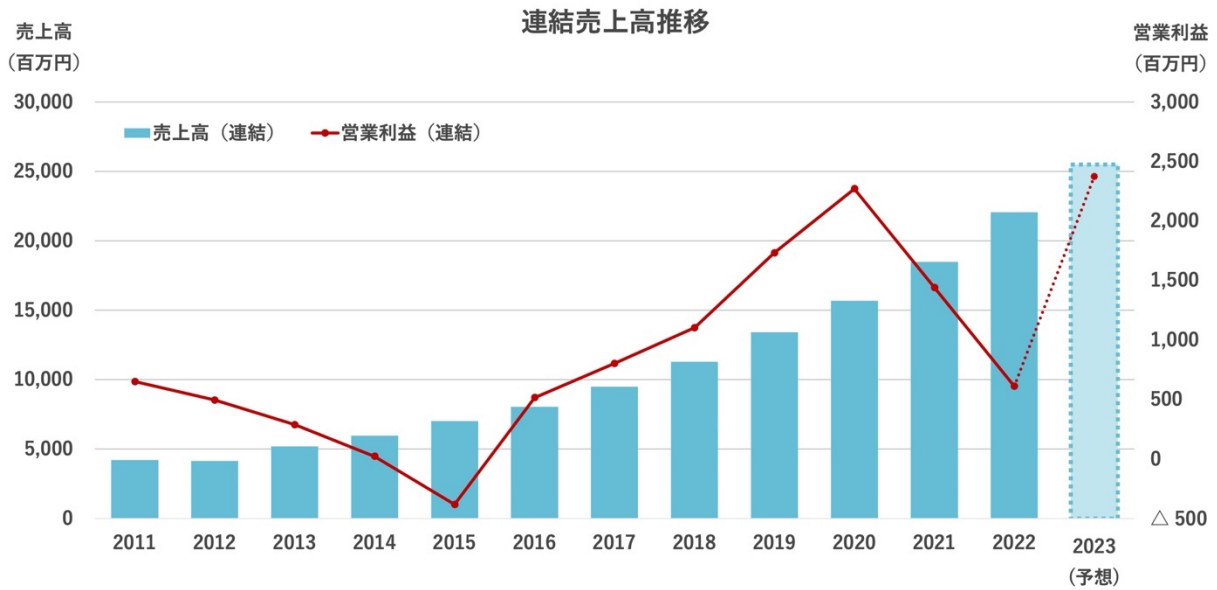
**3年後の2025年をひとつのマイルストーンとし、
さらにその先を見据えた取り組みを、信頼を大切に進めていこう。**

次に、全社スローガンを変えましたので、ご紹介したいと思います。去年、一昨年は「BET！」ということで短期投資を増やそうと言っていました。

2023、2024、2025 の3年間は、“2025 and go Beyond with Trust”、この「25BT」を全社スローガンとして進めています。

25ということ、要は1年単位で見るとのことですね、まず3年見ろと。go Beyondなのでその先も見よう、3年先を見てそこから5年、10年先を見て、短期的な投資というよりも、その先の事業拡大を見据えた上で取り組んでいこうと。そして、with Trust はしっかり信頼を積み上げながら進めていこうと、こういう方針にしました。

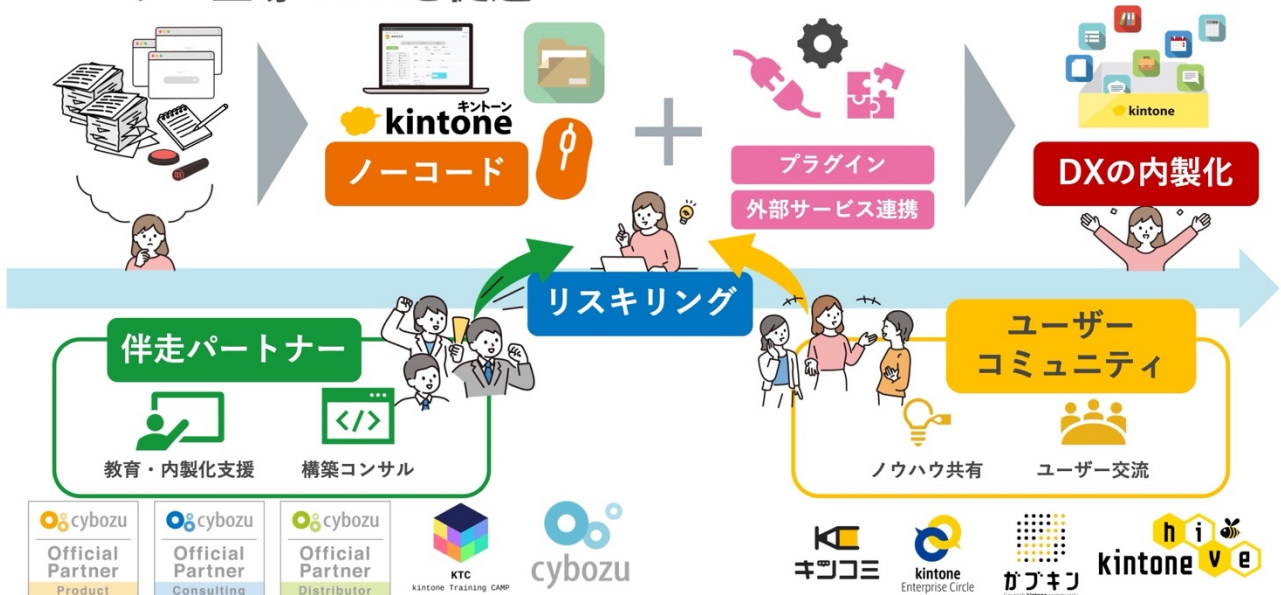
さらなるクラウドビジネス拡大へ



こういう方針にすると、どちらかというと短期の投資よりは中長期の投資のほうが増えてきます。ということで、今期の業績の予想はこのようになっています。

売上はいつもどおり 15%ぐらい増えますが、短期の投資というよりは中長期の投資に回すということで、利益が再び戻ってくるという予想をしております。もちろん状況によって柔軟に変えていくつもりですが、現時点ではこのように予想して事業を進めています。

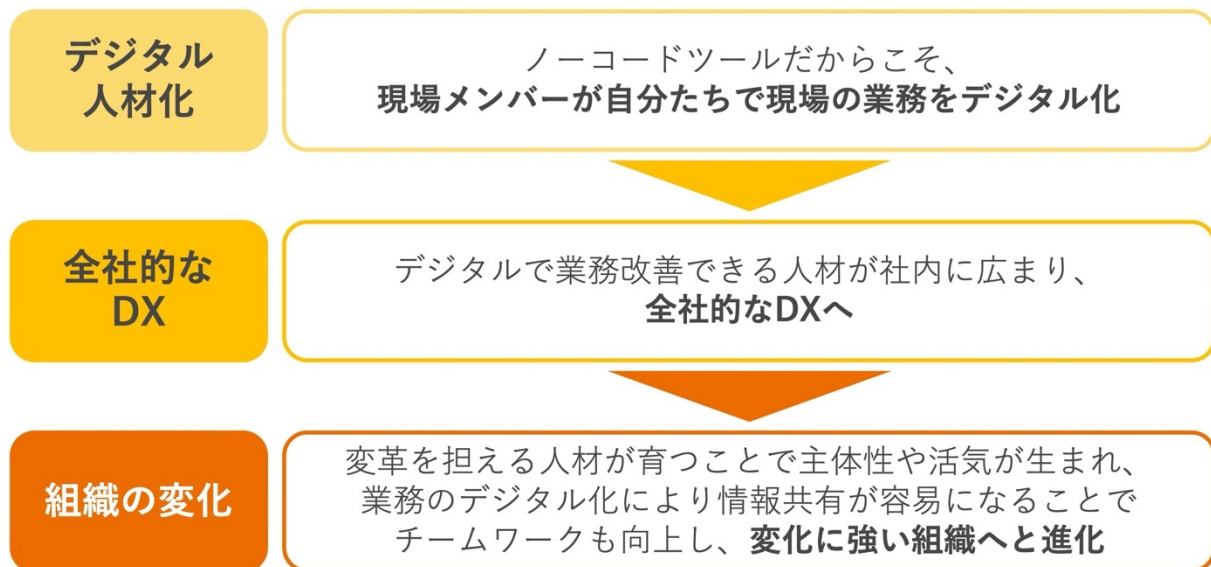
充実かつ強固なエコシステムを築き、ユーザー主導のDXを促進



最後に、これを見てください。kintone は製品だけではないです。周辺のプラグインや外部サービス、そして、リスクリングを支えるパートナーさんやユーザーコミュニティを全部含めて、kintone のエコシステムになります。

これが私たちの強みだと思っていますし、これを広げていくことで現場の人たちが自分たちで DX を進められる、そんなチームワークあふれる DX が進むと思っています。

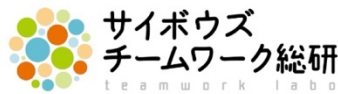
ノーコードをきっかけに、 連続的なトランスフォーメーションを創出



これが進んだあかつきには、自分たちで DX ができるようになり、まさに変化に強い組織になっていきます。現場の人たちが自分の思考で、自分の主体性でもって、自分の手によって変化していける組織になると思います。

単に、アナログな仕事がパソコンに向かうようになりましたという話ではなくて、アジャイルに動く、この失われた 30 年を取り戻す、変化に強い組織に進化させていくこと、これが私たちのイメージしている顧客バリューです。

チームワークあふれる社会を創る



もう一度、企業理念です。私たちがやりたいのはこの「チームワークあふれる社会を創る」こと、そのためのプロダクト、そのためのエコシステム、そして、そのためのメソッドを提供し続けていきたいと思っております。

私からの事業説明は、以上とさせていただきます。

質疑応答

司会 [Q]：質疑応答のお時間に移らせていただきます。それでは、Q&A ボックスでご質問いただいているので、先に取り上げさせていただきます。

パートナービジネスの部分で2点、質問です。一つ目から読み上げます。

間接販売の比率が6割を超えているとのことですが、直接、間接販売の比率について、目標値などはございますか。こちらが1点目です。

2点目に、本日は非IT系のパートナーのお話を中心でしたが、今後はこのような非IT系パートナーの拡充に力を入れるお考えでしょうか。もしくは、IT系のパートナーの皆様に期待したいことはございますか。

1点目の直接販売、間接販売の比率の目標値についてご回答をお願いします。

栗山 [A]：ご質問ありがとうございます。営業本部長の栗山です。

比率については明確な目標値は定めておりませんが、パートナー売上比率が50%を切らないように目安を置いています。上限や明確な目標値として置いているわけではないのですが、目安として、営業本部内で共通認識として50%を切らないように動くことを考えております。

もう1点が、非IT系のパートナーをどんどん増やしていこうと思っているわけではなくて、今回は金融機関さんとクラウド製品の相性がいいと、非IT系だからというよりも、市場と製品の間を見て非常に相性がいいため、そこと提携するということです。この3年ぐらい取り組んできて、ようやく昨年実績が出てきたということで、そのようなかたちで考えております。非IT系をどんどん増やしたいわけではないです。

もう1点の、IT系のパートナーさんに期待することは、お客様へ最終的に届けるところ、よくインプリとかSIと呼ばれたりしますが、ここのニーズが変化してきているのが実感としてあります。今までであれば、お客様に要求を投げて仕様書を書いてと、いわゆるウォーターフォールのかたちのものがアジャイルに変わっていく流れ、これはかなり長いこと言われているのですが、ようやく現実に起こり始めました。

ですので、このお客様のサービスに合わせてアジャイルなかたちで伴走型のSIといいますか、そういったものを提供いただけるパートナー様と多くお付き合いしたいなと思っております。また、そのノウハウを提供して、そこがビジネスになるようにという支援が動き始めています。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。こちらも2点ありますが、先に1点目から読み上げます。

IT業界では人材の獲得競争が激化しています。人件費や採用費を積み増す予定はありますか。

2点目は、特徴的な人事制度や働き方を取り入れていることが、人材のつなぎとめだけでなく人材獲得の面でも効果を出していると言えるでしょうか。

中根 [A]：人事を担当しております、中根です。

まず、1点目の人件費の積み増しは、採用費の積み増しについては予定しています。過去3年でいきますと、大体グローバルで13%前後、採用して人数を増やしていて、それに伴って人件費投資も増やしています。それだけではなくて、日本もグローバルでそうですが、徐々に1人当たりの給与水準が上がっています。サイボウズもそこをしっかりと、市場を見ながら上げていますので、その分でも人件費をしっかりと投資しています。よって、採用費についても投資の金額を上げていきます。これが1点目です。

2点目は、制度について、離職率の点が3%から5%に抑えられているところからご質問いただいたのかなと思うのですが、人材獲得に関しても間違いなくいい効果を出しています。特に、コロナを経て、今では採用面接の中でリモートワークができることを大前提にして、人材獲得できていることが実感としてあります。

単に個人がリモートワークできるだけではなくて、大切なことは、リモートワークしながらいいチームワークで、高い成果を上げられるかだと思っています。私たちもこのコロナの中で試行錯誤して、リモートあるいはリアルに会社に来てという、このハイブリッドな働き方の中で、生産性を上げる働き方ができるようになってきました。これも、一つは人材獲得もそうですし、維持という点でも功を奏しているかなと感じております。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。次の方も2点、質問をいただいております、まず1点目を読み上げます。

今期業績は大幅な増益予想になっていますが、その要因について教えてください。増収効果のほか、テレビCMや人材採用などの投資を抑えるということでしょうか。

2点目に、マクロ環境の悪化で投資しづらくなっていると指摘する声もありますが、このタイミングで増益予算を組まれた理由について教えてください。

林 [A]：財務経理を担当しております、林と申します。1点目、2点目、どちらも今期の増益予想についてということですので、まとめてお答えさせていただきます。

理由としては、ご質問いただいた内容にもありましたとおり、21年、22年は「BET!」という方針に基づいて、短期で認知を一気に拡大させる方針の下で、大きく広告宣伝に投資しました。こちらを、23年以降は「25BT」、先ほど青野から最後にスローガンの発表があったように、中長期の投資に振り替えるかたちに、戦略を大きく方針転換しております。

どちらかというところ、ご指摘いただいた人件費は、削減というよりはむしろ中長期で増やしていく方向性にはなっており、今期は21年、22年と大きく投資してきた広告宣伝を抑えることで、増収効果と合わせて増益の予想を出させていただいていると、そういう結論になっております。

司会 [Q]：続いてのご質問にまいります。

青野さんへ質問を一つ。kintone のさらなる普及拡大に向けて、今後最大のリスクは何だと考えられておりますか。

青野 [A]：kintone 拡大のリスク、国内と海外と少し分けてお話ししたいと思います。国内に関しては、日本市場自体がまだまだ DX が遅れているということで、DX の機運がもし停滞しますと、その影響を受けるかと思っています。ただ、現時点では DX 意欲も高く、私たちも手応えとしてはまだまだ伸ばしていけるのではないかと思います。

グローバルに関しては、逆に拡大していく自信がないと、これが実態かと思っています。とにかく今までも中華圏、アジア、アメリカで投資しながら進めてきました。本当にほふく前進のように少しずつお客様を獲得してきて、アメリカで 850 社、中華圏、アジアで 1,000 社ずつぐらいお客様が付いてくれました。

これを伸ばしていくには、日本と同じように強いエコシステムが必要だと思っています。そういった意味では、今回、リコーさんとグローバルで提携できたことは非常に拡大の期待ができるポイントになるかと、ただこれからですので、頑張っていきたいと思っています。日本のクラウドベンダーがグローバルで活躍しているのは、今までも例がないことですので、なんとか実績を出していきたいと思っています。

司会 [Q]：それでは、一般のご視聴からのご質問に移らせていただきます。質問を読み上げます。

決算短信にプロダクトごとの売上の開示があり、今回初めて kintone の前期の売上高が 100 億円を超えたことが公表されました。これまでは競合を意識し、情報を出さない方針と認識しておりましたが、どのような戦略の変更があったのでしょうか。

林 [A]：財務指標に関してのご質問、ありがとうございます。

サイボウズの基本方針としては、社内外の情報格差を可能な限り少なくするという方針を持っていますが、その方針と競合戦略上の観点の二つでせめぎ合っていた、それがこの数年の現状なのかなと思っています。

kintone が 100 億円を超える規模、一つの段階をクリアしたところで、サイボウズの詳細な事業構造を世の中につまびらかにして、皆さんの信頼を得ることによって、エコシステムや事業の拡大により資するのではないかと、今回数字を開示する判断に至りました。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

ASCII のリコーとの共同取材にて、kintone の売上高を 2025 年までに 3 倍にしたいとのご発言がありました。2021 年の kintone 売上高が約 80 億円なので、2024 年には 240 億円規模にしていくというお考えでしょうか。その実現可能性と、その時点での kintone の海外売上高比率のイメージがあれば教えてください。

栗山 [A]：こちらの質問は、私からお答えします。

こちらにあります 24 年が、先ほど私も記事を拝見したのですが、25 年ですね。23 年、24 年、25 年の 3 年をイメージした発言になりますので、25 年の売上をイメージしております。そこで、まだ正確な数字はつめている途中ですが、大体記載いただいている 240 億円に近い規模をイメージしております。

実現可能性は今の市場環境や kintone の状況などを見ますと、簡単に、楽にいけるわけではないですが、不可能かと言われるとそうでもないくらいの数字かなというのが今の実感です。

海外の売上高比率は、予測では 10%から 15%の間ぐらいになっておりますが、実際に目指している数字としては 20%近くまでは思っておりますので、そちらで回答とさせていただきます。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

リコーとの資本業務提携は、直近の戦略の中でも大きな打ち手に感じました。期待が高まる半面、ほかのパートナーとの軋轢が生じる懸念を不安に思います。例えば、3 大パートナーで、リコーだけ自社ブランドの kintone があり、おそらく経済条件も異なるとなると、不公平感が生じかねません。パートナー間において不公平感を感じさせない施策はあるのでしょうか。また、差がつかないように、富士フイルムビジネスイノベーション、大塚商会などにも自己株を割り当てる検討はされないのでしょうか。

栗山 [A]：こちらの質問には、引き続き私がお答えします。

今回の提携に関しては、グローバルに力を入れることを見据えて、先ほどの青野の発表にもありましたとおり、今年は米国での活動に注力していくこととなります。当然、国内での活動もあるのですが、われわれとしてはグローバルの市場を見越した提携と認識しております。

国内の市場に関して、3 大パートナーと書かれていて、非常によくご存じだと思いますが、影響があるのかないのかで言いますと、影響がないように配慮したかたちになっております。また、自由な競争を阻害する要因は全て排除したかたちで提携を進めていると、われわれは考えております。顧客層も当然違いますし、日々の活動も違いますので、ダイレクトな影響がすぐにあるかということ、そうではないということです。

割り当てに関してはお相手のある話ですので、われわれが持っていても先方にいらないとわれればそうなりますし、可能性がゼロかと言われるとそうではないものとは思いますが、現時点ではそういったお話は一切上がっていないとお答えさせていただきます。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

kintone の海外展開について、大きく二つの資本政策が考えられると認識しています。一つは、100%子会社である Kintone Corporation に外部の資本を直接受け入れて、セールス&マーケティング費用を捻出する。二つ目は、リコーのようにパートナーなどに残りの自己株を割り当て、資本を充実させたサイボウズ本体からの追加出資を行い、100%を堅持する。上記の一つ目、二つ目、いずれのパターンが現状のお考えに近いのでしょうか。

林 [A]：私から回答させていただきます。

海外事業展開と、そのための資本政策ですね。現状から言いますと、これまで増資等で調達してきた資金と見込んでいる事業収入の中で事業展開を実施していく想定ですので、1番、2番とも現状では特に考えておりません。ただ、質問にあったように、1番、2番、どちらの可能性が高いかと言うと、今のサイボウズを取り巻く状況からすると2番が近いのではないかなと考えております。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

リコーに割り当てた後でも、保有する自己株式は514万株あると思います。今後も自己株式の処分を考えるのであれば、時価総額を高めたいほうが処分時に得られる資本が厚くなりますが、適正な企業価値を株式市場に伝える施策などは考えているのでしょうか。

ラクス、マネーフォワード、freee、Sansanなど、競合のクラウド関連企業と比較すると、サイボウズは不当に割安になっており、サイボウズの魅力が株式市場に伝わっていないと感じます。特に国内外の機関投資家が保有しやすくなる改善策があれば教えてください。

最後にお願ひですが、IRは上場企業の責務でもありますし、少なくとも上場企業が一般的に取り組んでいる決算説明資料の半期ごとの開示、および半期ごとの決算説明会の開催に取り組んでいただけますと、一サイボウズファンとしても知る機会が増えて嬉しいのですが、いかがでしょうか。

林 [A]：ご質問とご意見、ありがとうございます。

株価に関しては適切に事業を推進していく中、また同じく適切にIRを進めていく中で、適切どころに収れんしていくのではないかと考えておりますので、現時点で個別具体的な株価施策を考えているかという点、今は考えてはおりません。

一方で、IRのあり方については皆さんからのご要望を踏まえて、これからわれわれももう一段、積極的に行っていきたいかなとは思っております。直近でいうと、具体的なところでは、9月に機関投資家向けのグループミーティング等を開催して、事業内容等の質疑応答に答えさせていただきたいかなとは思っております。詳細が決まり次第、Web等でお知らせしますので、今しばらくお待ちください。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

2022年に、10年以上にわたりサイボウズのコーポレートブランディングに携わっておられた方が退社されましたが、組織上、ガバナンス上の問題が背景にあったりはしないのでしょうか。

中根 [A]：こちらに関しては、私からご説明させていただきます。

まず、個人にかかわることですので、詳細については差し控えさせていただければと思います。ただ、ご質問いただいた組織上、ガバナンス上の問題によるものではないことはご回答させていただきます。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

来期の業績予想について質問です。来期の業績が好調な理由としては、ただひたすら売上や利益の追求をするのではなく、次のステージを見据えた投資、認知度向上のための広告展開などを行ったことが主な要因だと考えていますが、会社側の見解としては何が功を奏したとお考えでしょうか。

林田 [A]：サイボウズ、ビジネスマーケティング本部の林田と申します。

ご質問いただいたとおり、私どもの活動としては広告展開を頑張ってきてきました。ただ、市場環境としてはノーコード/ローコード市場の確立、それから DX の内製化が世の中の流れとしてあったのではないかなと。この辺りの相乗効果があって、功を奏してきたのではないかなと考えております。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

青野社長の Twitter は、効果的な広報や宣伝ができるほど影響力はないですが、問題発言すると炎上するという、サイボウズにとってはリスクしかないと思いますが、どのように考えていますか。イーロン・マスクのように、炎上しても会社の広告宣伝費が不要くらいカリスマ性や影響力があればいいですが、というご質問です。

林田 [A]：こちらも回答させていただければと思います。

実は、ご指摘いただいたようなところは社内でもそういった声はありまして、昨年末に大体、有志社員数十人、それから青野を含めてこの問題についていろいろ話し合いました。それで、表現についていろいろ直すべきところもあるのではないかなと、青野に修正してもらって、多分今の Twitter の発言は以前と全くトーンが違っているものだろうなと思います。

ただ、私ども社員の個々の理想や活動について、個人の責任において発言するところは特に禁止していなくて、そういった活動は、これから青野だけではなくていろいろな社員が引き続き行っていくものと思います。それで、問題が起こったときは、本当に隠さずに社内で話し合いながら解決していきたいと思っております。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

青野社長の政治活動で、意見の違う相手に対して Twitter 上で、あなたのネトウヨな発言があなたの上司に見つかったら大変ですねという差別的な発言をして敵を多くつくっている点は、本当にサイボウズにとって迷惑にしかならないのですぐにやめてください。株主だけでなく、OpenWork でのサイボウズ社員の口コミでも評判が悪いです。会社としては、このような発信はどう考えていますかというご質問です。

林田 [A]：こちらも林田から回答させていただきます。

先ほどお話ししたところと同じように、社内でもやはりいろいろ声が上がってきますので、それを聞きながら都度都度話し合っ、直すべきところは直すかたちで、これからも対応していきたいと思っております。

青野 [A]：少し、すみません。私の Twitter の発言がかなり問題を起こしていることは認識しており、直すべきところは直しながら改善していきたいと思っております。ただ、イーロン・マスクを目指しているわけではなくて、あくまでもチームワークあふれる社会を創るために、相手が誰であったとしても言うべきことは言うとして、その言い方に関してはより洗練されたレベルの高いものにしていきたいと思っております。引き続き、ご意見、ご指導いただければと思います。ありがとうございました。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

リコーが株主になったことで、ほかの複写機メーカー系代理店経由の売上が減るリスクは気にしなくてよいでしょうか。

先ほどの回答と重複するかもしれませんが、もう一度お願いいたします。

栗山 [A]：おそらく先ほどいただいた質問と同じかなとは思いますが、国内の市場に関しては十分に配慮して活動しておりますので、大きな影響はないと現時点では考えております。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

東証プライムのコンセプトと真逆の、売上を捨てるなどの発言をしていますが、なぜ東証プライムを選んだのですか。また、投資家との対話を反映された事例は過去 1 年でありますか。

林 [A]：林からお答えさせていただきます。

売上を捨てるというよりは、売上の前に会社としての理想があることをお伝えしている認識であり、売上を全く重要視していないわけではなく、捨てるという概念で認識しているわけではないところをお伝えできればなと思っております。

また、個別の機関投資家の皆様との面談はそれほど回数を重ねておりません。オープンな場でディスカッションさせていただいた内容の中で、われわれの事業方針のご理解を深めていただいたり、ご質問にお答えする場は設けているのですが、これからはなるべく機関投資家の皆様との対話も一段踏み込んでするために、先ほど申し上げたようなグループミーティング等を実施していきたいなと思っております。

直近、皆さんのお声を反映したところは、先ほどご質問にもあった、売上の製品別の開示は、機関投資家の皆様のみならず個人の投資家の皆さんからもご要望があったところなので、戦略等も踏まえて今回開示に至っております。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

製品別の売上、パートナー経由の売上などの数値を今回初めて開示された理由はどういったものでしょうか。例えば、競合他社のサービスに伍する規模になったので、具体的な数字を出すことがデメリットにはならず、逆にメリットになる状況になったのでしょうか。

林 [A]：林です。

先ほどと重複した内容になるかと思うのですが、われわれとしては、もともと社内外で情報格差をなるべくなくしたいと思っている一方で、競合との戦略上の配慮もあり、これまでは開示、公開に至っていなかった経緯があります。ただ、先ほども申し上げたとおり、kintoneは100億円という一つの大台を超えたところで、サイボウズの事業構造を皆さんにより一段解像度高く理解いただくことで、サイボウズに対しての信頼を得たり、あるいは事業を推進することに役立つのではないかと、公開しております。

司会 [Q]：続いての質問にまいります。

サイボウズ役職員の SNS 利用指針を整備されるとしていましたが、公表はいつになるのでしょうか。

林田 [A]：林田です。

整備する方向ですが、現時点でまだまとまっていないところもあり、公表の時期についてはまだ考えておりません。いろいろ発言がある中で、どこまで OK かなどがありますし、どちらかというところ、社員としては理想に向かってこうしたいという発言が多いので、それを禁止する、どこまで厳しいものにするか、その辺りをいろいろ検討しております。現時点で公表する時期が決まっていないこと、申し訳ありません。

司会 [M]：それでは、現時点で追加のご質問がございませんので、これにて質疑応答を終了させていただきます。ご質問いただいた皆様、本当にありがとうございました。

サイボウズ株式会社 2022 年 12 月期決算・事業説明会は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