



## **サイボウズ株式会社**

2023年12月期 第4四半期決算説明会

2024年2月27日（火）

## 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]	2023 年 12 月期 第 4 四半期決算説明会
[決算期]	2023 年度 通期
[日程]	2024 年 2 月 27 日
[ページ数]	52
[時間]	13:00 – 14:26 (合計：86 分、登壇：48 分、質疑応答：38 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) 取締役 執行役員 経営支援本部長 林 忠正 (以下、林) 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) 執行役員 事業戦略室長 兼 マーケティング本部長 栗山 圭太 (以下、栗山) 執行役員 開発本部長 佐藤 鉄平 (以下、佐藤) 執行役員 営業本部長 玉田 一己 (以下、玉田)

## 登壇

**司会**：本日はお忙しい中、「サイボウズ株式会社 2023 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。本日、司会を務めます、サイボウズ広報部の吉村と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、サイボウズ株式会社代表取締役社長の青野より、2023 年 12 月期の決算と事業内容についてご報告いたします。

2023年12月期 決算・事業説明会



## 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,成都,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1,276名、単体1,003名 ※2023年12月末時点 ※役員除く無期雇用（正社員）数

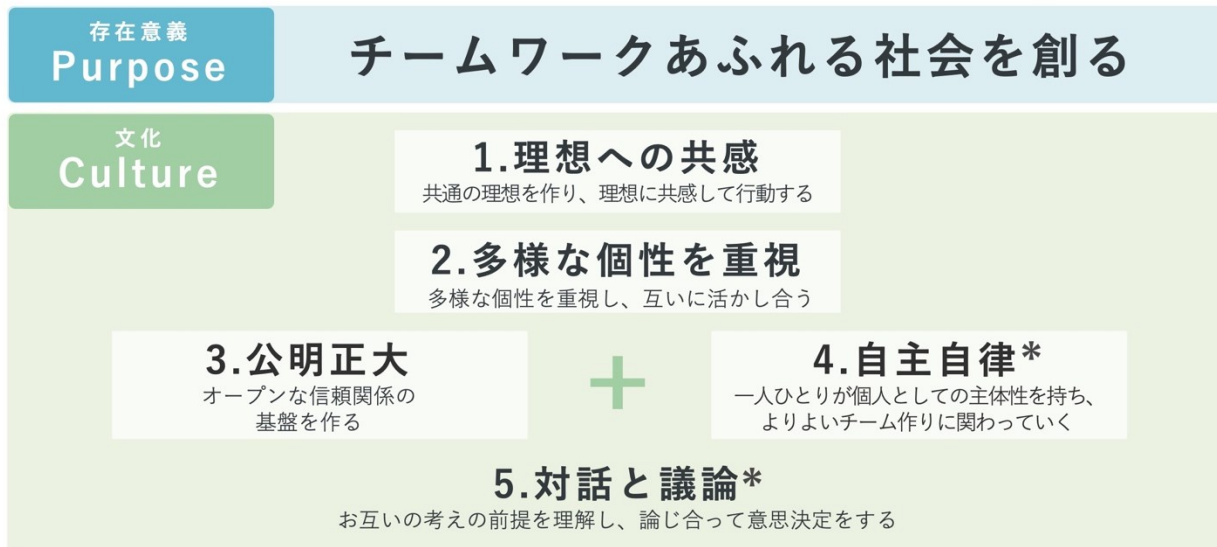
2

**青野**：皆様、こんにちは。サイボウズの青野でございます。私より、2023 年 12 月期の決算と事業の説明をさせていただきます。

まずは、会社概要です。この中で変わったことと言えば、従業員が増えていることでしょうか。単体で無期雇用の社員数が 1,000 人を超えて、全体でも 1,300 人近い規模になってきました。

## 企業理念

\* 2024年3月30日 第27回定時株主総会で付議予定



3

この人数が集まって何をやっているか、私たちの企業理念を紹介します。私たちサイボウズは企業理念に非常にこだわった会社ですので、丁寧に説明させていただきます。

まず、これだけ人数が集まって、私たちはチームワークあふれる社会を創ろうと思っています。まだまだ人間はチームワークが下手くそだと、もっともっといいチームワークができるはずだと、そう信じて、チームワークあふれる社会を創ろうと、これが私たちの存在意義です。

具体的にどうチームワークあふれる社会を創っていくのか、どんなチームを増やしていきたいのか、それがこの下に書いてある Culture です。例えば一つ目は、理想に共感する。チームがあっても同じ理想に向かっていると、目標はあるけれどもあまり共感していないと、これはあまりいいチームではないねと。この理想があってみんなが共感していると、これを大事にしたいカルチャーだねというので、これを1番目に置いています。

二つ目に、多様な個性を重視というのを置いています。いろいろなチームがあり、古い日本企業のように、金太郎飴みたいに個性を無視してみんな一律でというのもいいのですが、これからの時代は多様な個性を重視したほうがいいのではないかと。

また、欧米のように弱肉強食で強いやつだけがチームで勝ち残る、これも悪くないのですが、私たちが創りたいチームワークの理想像としては、いろいろな人がそれぞれの個性を重視して、お互いの個性を活かし合う 21世紀型のチームが増えたほうがうれしいのではないかと、2番目に多様な個性を重視というのを置いています。

ただ、多様な個性を活かすチームワークをやろうと思えば、まず公明正大でないといけないと。お互いがオープンに情報共有して、お互いのことをよく把握していないといけない。さらに、

その情報をもとにお互いが自主自律をする、自分たちで主体性をもってチームワークを改善していく姿勢がないといけないと、ということでこの公明正大と自主自律を置いています。

ただ、これらをやろうと思いましたが、この基盤に必要なのが、お互いに対話して議論していく文化になります。これが私たちのイメージしている、いいチームワークです。

今は、実は4番目と5番目が自立と議論ということで、一つにまとめられていますが、社内で企業理念を見直したほうがいいのではないかという意見があり、議論して、4番に自主自律、5番に対話と議論、この二つのパートに分けて、新しい企業理念にしようとしています。

サイボウズの場合は、この企業理念を大事にしていますから、株主総会での決議事項にしていって、今度の3月30日にある株主総会で付議して決議することになっています。

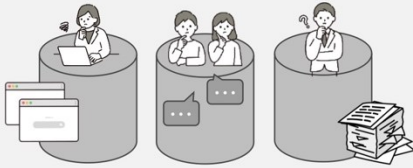
2023年12月期 決算・事業説明会



## 情報共有とチームワーク

**情報がサイロ化している組織**

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

**1つのプラットフォームで共有する組織**

1つのプラットフォームで  
オープンに情報が共有される。  
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

4

こんなチームを増やそうと思いましたが、道具の使い方もそれに沿ったものでないといけません。例えば、アナログな情報共有をしていたら、なかなか公明正大にみんなで情報共有できないのではないかと、IT化が進んだとしても、こんなふうにサイロ化していたらチームワークの分断が起きるのではないかと、組織の壁ができちゃうのではないかと。

私たちが目指しているのは、この右側の世界観です。より多くの人たちが、より多くの情報を一つのプラットフォーム上で共有できる、お互いがその情報を見ながら主体的に活動できるチームワークを目指したいので、これに沿ったツールを提供していきたいと考えています。

# サイボウズのクラウドサービス

2023年12月末時点



\* 上記は、国内契約社数  
 \* 「kintone」は、クラウドのみの販売  
 \* 「サイボウズ Office」、「Garoon」、「メールワイズ」の「導入延べ社数」は、パッケージ版とクラウド版を合算した延べ導入社数

5

そして、私たちが具体的に提供しているグループウェアサービスがこの四つです。中小企業さまでも簡単にいろいろな情報が共有できるようになる「サイボウズ Office」、大企業でも使える「Garoon (ガルーン)」、そして多様な業務を情報共有することができる「kintone (キントーン)」、そしてメールに特化した情報共有サービス「メールワイズ」の4つでやっております。主力商品は、kintone です。kintone はプラットフォームですから、いろいろなアプリをつくって、多様な情報を共有できるようになる、非常に汎用性の高い情報共有基盤です。

# 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



6

そうは言っても、これは誰がどうアプリをつくるのよというところで壁があるわけです。そのために、私たちはさまざまな工夫をしています。

まずは、ノーコードのツールにしていることです。プログラミングしないとシステムがつかれないとなると、いろいろな情報を共有できませんから、ノーコードで、プログラミングを知らない人でもアプリをつくれるようにしています。

さらに、kintone だけではできることが限られるので、パートナーの皆さまと一緒にプラグインで機能拡張したり、外部のサービスをつくっていただいて、それと連携させたりすることでできる範囲を広げています。

ただ、これも現場の担当者が全部把握するのは難しいですから、困ったときは伴走パートナーを付けていただくことで、伴走パートナーをたくさん育成して、現場の人たちを支援するようにします。さらに、ユーザーの人同士がつながっていただいて、ノウハウを共有して、情報交換していただいて、お互い刺激し合って、モチベーションを高めていただくと、ユーザーコミュニティも頑張っつついています。

この辺りを全て頑張ることで、現場の一人ひとりがリスクリングされて、スキルが上がって、そして一人ひとりが DX 人材に育っていく、DX の内製化が進んでいく、これが私たちのイメージしている世界観です。

ちょっと面白いでしょう。単に SaaS をつくっておりますという話ではなくて、私たちは製品とともにこういう世界観をつくって、そしてチームワークあふれる社会をつくっていかうと、これが私たちが今やろうとしていることです。

2023年12月期 決算・事業説明会



## 全社スローガン（2023～2025年）

# 25BT

“2025 and go Beyond with Trust”

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。

こちらが、2023年から2025年まで3年間、私たちが社内で掲げているスローガンです。25BTというものになります。

2021年、2022年は、どちらかという短期で知名度を上げて、認知を上げて、お客様を開拓していこうというスローガンでした。それをいったん切り替え、逆に中期でできることに取り組んでいこうと、2025年以降を見越して中長期的に大きな仕事ができるように準備していこうというのが、この25BTです。

2023年12月期 決算・事業説明会



## 連結売上高・営業利益の推移



9

ここからは、前期の業績をお話しさせていただきます。

まず、売上と利益です。前期は、連結の売上高で254億円、連結の営業利益で33億円でございました。数字で見ますと、過去最高となります。

2021年、2022年は短期の認知を取ろうということで、BET!というスローガンで、広告費なども積極的に投資しましたので一時的に利益が減りましたが、それを定常状態に戻したことで、売上も利益も今までの傾向に戻ってきたこととなります。



## 連結業績推移

連結業績 (単位：百万円)	2022年12月期 実績	2023年12月期 実績	2024年12月期 予想
売上高	22,067	25,432	28,730
営業利益	611	3,394	3,097
経常利益	987	3,579	3,142
当期純利益	66	2,488	2,028
1株当たり 当期純利益	1.45円	52.29円	42.57円
1株当たり配当金	13.00円	14.00円	15.00円

10

前々期、前期、今期の予想まで書いているものです。売上も大体30億円ずつぐらい増えてきていて、今期も前期と同様で、営業利益が30億円強ぐらいで着地するだろうと予想しております。

## 連結業績詳細

連結PL (単位：百万円)	2022年12月期 実績	2023年12月期 実績	
売上高	22,067	25,432	<b>連結売上高</b> 前年比+3,364百万円 前年比+15.2%
売上原価	1,951	2,364	
人件費	7,854	8,828	
広告宣伝費	6,452	4,313	グローバルを見据えた <b>新規事業の創出</b> を目指し、 長期的な <b>研究開発活動</b> を活性化 前年比+228.4%
研究開発費	270	889	
その他	4,927	5,643	
営業利益	611	3,394	<b>連結営業利益</b> 前年比+2,782百万円 前年比+454.9%

11

前期の実績の内訳です。先ほどご紹介したとおり、254億円で、プラス33億円あまりとなります。広告宣伝費が、前々期は64億円使っていたのが43億円と、20億円ぐらい減ったことが利益に大きく影響しています。

一方で、中長期の開発に投資を今は振り向けていて、研究開発費が増えていることは注目していただきたいと思います。これから25BT、25年以降の成長のために、今、研究開発を頑張っています。

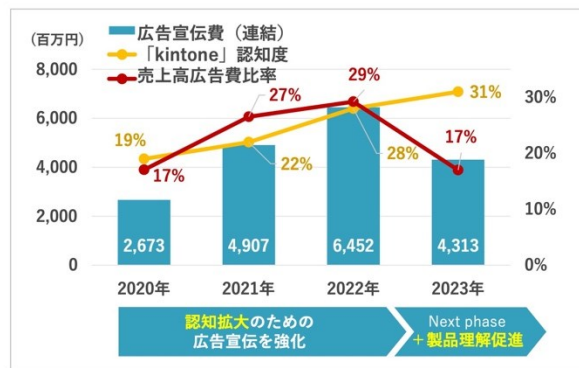
営業利益は、前期は33億円あまりとなりました。

## 広告宣伝投資の効果

「製品**認知拡大**」から、「製品**理解促進**」のフェーズへ

### 広告宣伝費とkintoneの認知度、売上高広告費比率の各実績推移

- ▶ 過去3年で「kintone」を中心に**認知拡大**を目的とした広告宣伝を強化し、**認知度\***は2020年から**12pt上昇**。
  - ▶ 2023年以降は、「kintone」の認知度向上を継続しつつ、並行して**製品理解促進**を強化。
  - kintoneのCMのキャッチコピーは“ノーコードで業務アプリをつくらう”に。**
  - ▶ 2024年も、**製品価値の浸透と売上げ拡大**に向けた**広告宣伝への投資**を予定。
- \* 認知度：サイボウズ独自認知度調査



12

気になる広告宣伝費のところですが、詳細をご紹介しますと、2021年、2022年はkintoneの知名度がまだまだ低かったということで、とにかく認知を取ろうと積極的にテレビCMなどに投資してきました。

おかげさまで、黄色い折れ線グラフのように、kintoneの認知度がずっと上がってきています。これもCMの効果だと思います。だいぶ認知度が上がってきましたので、1回広告宣伝費を定常状態に戻そうと、今度は赤の折れ線グラフのように、売上高広告費の比率が17%から27%、29%と上がってきたのですが、また前期は17%まで戻ったことになります。定常状態まで1回戻してみたということです。

おかげさまで、kintoneのテレビCMがだいぶ浸透して、全国いろいろなところへ行きましたが、kintoneを知っていると、むしろサイボウズよりもkintoneという製品名のほうがよく知られているところまでくることができました。

今期以降は、少しバランスを見ながら考えていきたいなと思います。前期はかなり絞りましたが、テレビCMをはじめ、積極的な広告宣伝費によって得られているものも大きい傾向がありますので、バランスを見ながら、引き続き広告宣伝には力を入れていきたいと思っています。

## 財務状況

連結BS (単位：百万円)	2022年12月期 実績	2023年12月期 実績	前年比
資産	15,907	19,248	3,340
- 現預金	5,124	6,492	1,367
負債	11,277	7,995	△3,282
- 借入金	4,680	—	△4,680
純資産	4,630	11,253	6,623
- 自己株式	△1,800	△1,346	454
自己資本比率	29.1%	58.5%	29.4%
1株当たり純資産	100.93	236.33	135.40

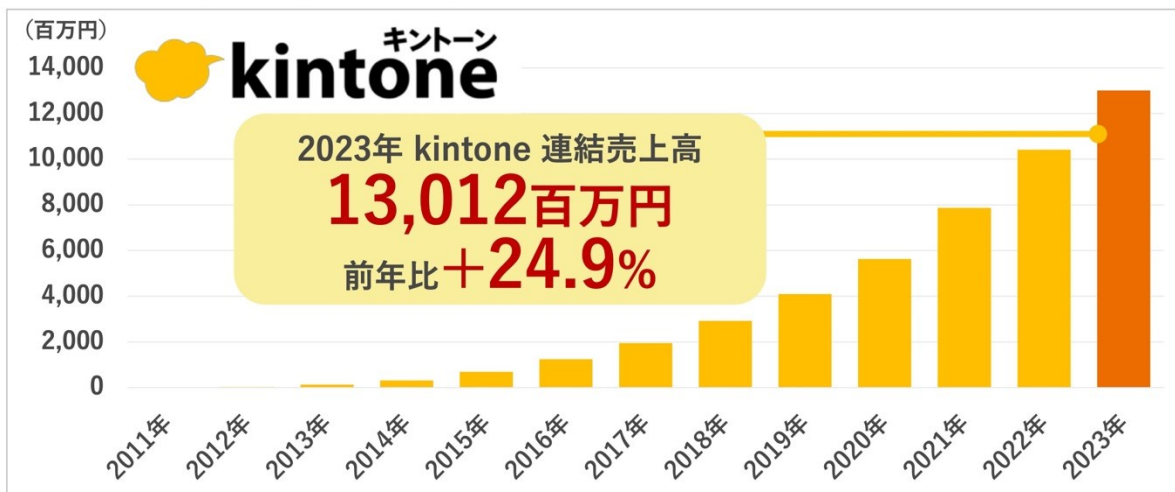
2023年1月に  
自己株式処分による  
払込があったため  
借入金を全額返済

13

続きまして、バランスシートです。大きく変わったところは一つ、借入金のところ。借入金は、前々期末が46億円強ありましたが、前期末はなくなったこととなります。

これは、もちろん会社として利益が出るようになったのもあるのですが、一番大きいのはこちらで、自己株式を一部売却したので、それによって借入金を全額返済することができました。詳しく言いますと、今、業務提携させていただいているリコーさまに私たちの自己株式を買っていただいているということで、それによって借入金が多額返済できたこととなります。

## 製品別 連結売上高推移 kintone 売上高 130億円を突破



\* 「kintone」は、クラウドのみの販売

15

続きまして、事業の詳細と今後の課題についてお話しします。

まず、主力商品の kintone は、前期、売上高で 130 億円を超えることができました。成長率で見ますと、プラス 24.9%となります。おかげさまで、随分売上が積み上がってきたこととなります。

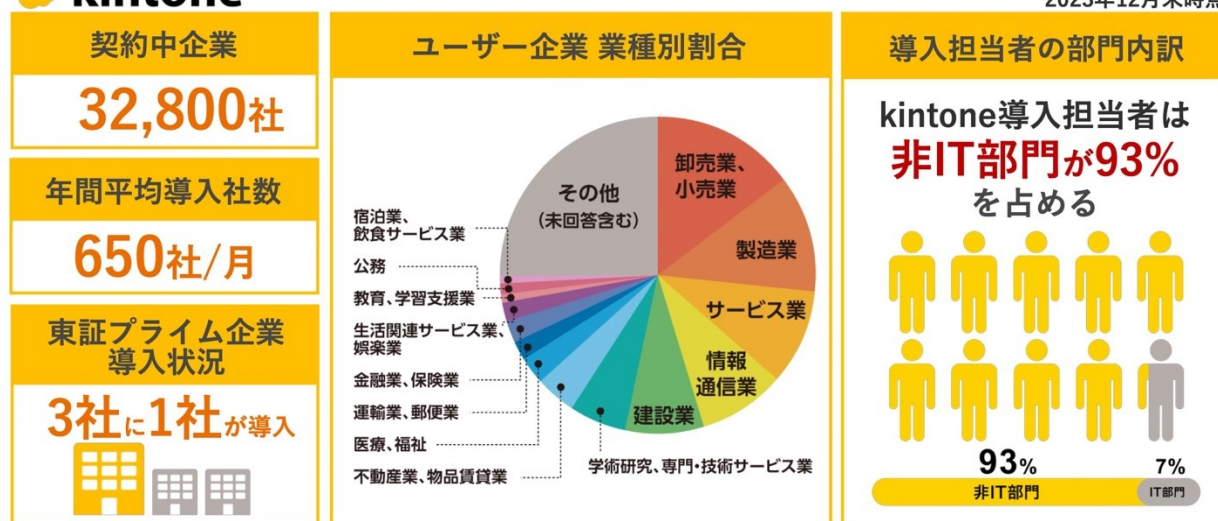
2023年12月期 決算・事業説明会



## ユーザー導入状況



2023年12月末時点



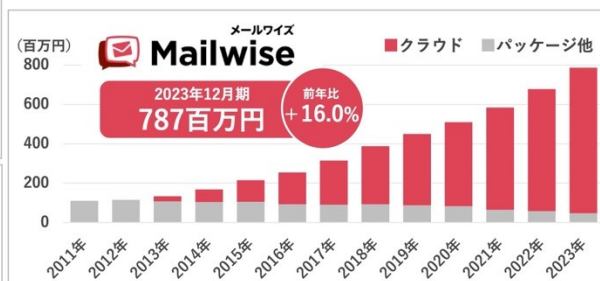
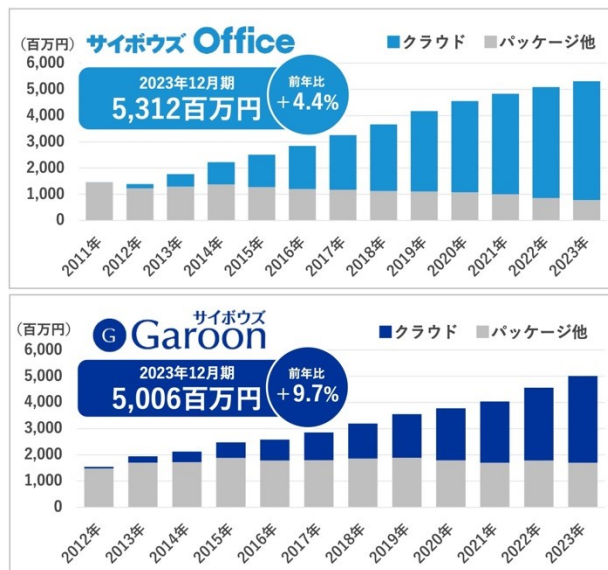
\* 上記は、クラウド契約中のみ

16

2023年12月時点で契約中の企業は3万2,800社で、大体1カ月に650社、毎月新しく kintone ユーザーになっていただいています。東証プライム企業で見ても、3社に1社はどこかの部門で kintone が使われていることになりました。

ユーザー企業の業種も多様です。どこかに偏っているということではなくて、kintone の汎用性の高さを活かして、多様な業種で導入いただいています。また、現場からの支持率が高く、IT部門でなくても気軽に導入できるところも引き続きいい傾向としてあります。

## 製品別 連結売上高推移



17

また、サイボウズ Office、Garoon、メールワイズもクラウド化が進み、おかげさまでそろって成長を続けています。

## 連結売上高推移（クラウド/パッケージ他） クラウド売上 堅調に推移



\*2010年まで単体、2011年から連結の数値。1999年は6ヶ月決算、2012年は11ヶ月決算。

18

その結果、これが全体の売上とクラウドの比率になります。全体の売上のうち 87.6%、254 億円のうち 222 億円はクラウドの売上高となりました。

以前はパッケージのソフトの会社のイメージがあったと思いますが、ここまできますと、クラウドの会社とすることができるとは思いません。

## SaaS経営指標

2023年12月末時点

	ARR <sup>(1)</sup> (百万円)	ARR成長率 <sup>(2)</sup> (前年比)	MRR <sup>(3)</sup> (百万円)	サブスクリプション 売上高比率 <sup>(4)</sup>
連結売上	24,018	+17.5%	2,001	88.3%
単体売上	22,882	+17.4%	1,906	88.7%

## ARRとARR成長率の推移（連結）



▶クラウド連結売上高は過去最高だが、ARR成長率は低下傾向

\*本データは、クラウドのみのデータ

(1) ARR: MRRの12か月分 (Annual Recurring Revenue)

(2) ARR成長率: ARRの前年比成長率

(3) MRR: 月次売上高 (Monthly Recurring Revenue)

(4) サブスクリプション売上高比率: MRRをパッケージ売上を含む全月次売上高で除した比率

19

今日初めて公開する、SaaSの指標です。今まで都合のいい話だけしていたのですが、ちょっと悪い数字をご紹介しますと、ARR、Annual Recurring Revenue、いわゆる1カ月のクラウドの売上を12倍した数字の成長率が下がってきております。

今までは20%以上の成長率できていましたが、前期は17.5%と、クラウドの売上の積み上がりの伸びが低下してきているのが、非常に懸念している傾向として出ています。

## SaaS経営指標 | 単体売上 製品別

2023年12月末時点

	ARR <sup>(1)</sup> (百万円)	ARR成長率 <sup>(2)</sup> (前年比)	MRR <sup>(3)</sup> (百万円)	サブスクリプション 売上高比率 <sup>(4)</sup>	Gross Revenue Churn Rate <sup>(5)</sup> 解約率	Net Revenue Retention <sup>(6)</sup> 売上継続率	ARPA <sup>(7)</sup> (円) 平均売上/1サブドメイン
kintone	13,310	+21.6%	1,109	100.0%	1.28%	107.0%	34,100
サイボウズ Office	4,742	+7.4%	395	86.8%	0.91%	96.2%	16,600
Garoon	3,471	+16.6%	289	68.2%	0.39%	103.1%	116,700
メールワイズ	786	+15.8%	65	95.0%	1.17%	102.1%	7,200

▶全社基盤が前提の「Garoon」の単価は高いが、製品売上を牽引する「kintone」の単価が課題

\*本データはクラウドのみのデータ

(1) ARR: MRRの12か月分 (Annual Recurring Revenue)

(2) ARR成長率: ARRの前年比成長率

(3) MRR: 月次売上 (Monthly Recurring Revenue)

(4) サブスクリプション売上高比率: MRRをパッケージ売上を含む全月次売上高で除した比率

(5) Gross Revenue Churn Rate: 解約および契約者の減少によるサブドメイン単位の当月損失額を前月売上高で除した解約率 (12月移動平均)

(6) Net Revenue Retention: 1年前の時点で契約していたサブドメインの現時点の月次売上高を1年前の月次売上高で除した、年次収益継続率 (12か月移動平均)

(7) ARPA: 1サブドメインあたりの平均売上単価 (Average Revenue per Account)。チーム応援ライセンス、スクール&amp;ペアレンツライセンス、kintoneゲストユーザーを除外。

1社が複数のサブドメインを契約することも可

20

これを、さらに製品別に分解したものです。kintone、サイボウズ Office、Garoon、メールワイズの4商品で、ARRの成長率がこのようになっています。

これをさらに分解して見ていきますと、すごくシンプルに言いますと、単価掛ける数量になります。その単価が、ARPAと言われるものです。単価を見ていただくと、一番いいのがGaroonです。Garoonは比較的大規模で導入できるグループウェアですので、11万6,700円とそれなりの単価があるのですが、kintoneは3万4,100円と、実は非常に単価が小さい状況が続いております。

もっと言葉を変えて言いますと、kintoneを導入したのだけれども、一部の部門でちょっと使っていますと、10人でしか使っていませんとか、こういう企業さまがたくさんあることになりました。

私たちとしては、kintoneもいろいろなアプリをつくれるのだから、ぜひ全社で使っていただいて、いろいろなアプリをつくっていただいて、最初に話したように、公明正大で自主自律な会社にしてほしいと思うのですが、まだまだ一部の部門の導入にとどまってしまっているのが実際のところなんです。それが、この辺りの単価にも出てきています。

2023年12月期 決算・事業説明会



## より多様なお客さまが、 多様な情報を扱えるプラットフォームを目指して

### 特定部署でのデジタル化

データ同士が分断され、  
効果が限定的に



### 組織全体での情報共有

より迅速な意思決定と  
効率的な業務プロセスを実現



▶ 誰でも簡単に使いやすいローコード・ノーコードツール  
ITの専門知識がなくても、現場主導で改善

21

ですので、私たちの今後の課題、一番大きい課題だと思っているのが、まさにこの特定部署でデジタル化されているものを組織全体に拡げていくということです。部門でしか入っていないものをちゃんと全社に拡げていただくと、これが一番の私たちの課題になってこようかと思えます。

部門でいっぱい入るのは、だいぶ入るようになりました。だいぶ入るようにはなったのですが、それを拡げていくところで、まだまだ課題が大きいことになります。これをやらないと、本当のチームワークあふれる社会とは言えないということで、これをこれから頑張っていきたいと思えます。

## ユーザーDX事例 | 大陽日酸株式会社



22

その活動を始めていて、少しずつ実績も上がってきています。いくつかユーザー企業さまをご紹介します。

まず、大陽日酸さまです。2017年にkintoneを部分的に導入していただいた後、徐々に拡げていただいて、今はグループ53社、約8,000人で約600個のkintoneアプリを運用していただいているということで、これは一つの成功事例だと思います。

そうすることによって、働き方も変わっていきます。働き方が、これだけ情報共有インフラが整備されますと、リモートワークも当たり前になるようになってきたということも聞いております。また、今までだったら、こういうシステムは一部のIT部門の人しかつくれなかったのですが、kintoneをプラットフォームに拡げていただくことで、いろいろな部門のいろいろな人たちがこのアプリをつくれるようになって、どんどんDXが進むようになったと言っています。

ただ、これを進めていただくには、社内で「kintone道場」を開催していただいたりしながら、DX人材を増やしていった結果、このようにDXが進んだ事例になります。こういう企業さまをぜひ増やしていきたいと思っています。



## ユーザーDX事例 | 伊藤忠丸紅鉄鋼株式会社

**国内外約100のグループ会社を含む1,500名を超える規模で  
情報共有基盤ツールとしてkintoneを活用**

<b>デジタル化の遅れ</b> 集計や分析が手作業で業務が非効率的	<b>デジタル活用による業務効率向上</b> 顧客管理/商談管理アプリなどで、約800時間/年を削減 複数言語で、国内外約100社のアンケート収集が可能に 集計や分析が自動化し、業務効率が向上
<b>情報共有に課題</b> 本社からグループ会社への連絡が一方的になりがち	<b>グループ全体で情報共有が可能に</b> 本社とグループ会社間でのコミュニケーションを実現。 現場の声をシステム改善に反映

23

もう一つは、伊藤忠丸紅鉄鋼さまの事例です。こちらも、国内外 100 のグループ会社を含む 1,500 名を超える規模で全体の情報共有基盤として使っていただいております。

具体的に、年間で顧客管理、商談管理アプリだけで約 800 時間、年間で削減できたという顕著な数字も上がってきております。

## ユーザーDX事例

<b>福岡県北九州市</b> 全職員8,000名でkintoneを活用し、デジタル市役所を目指す 2025年までに作業時間10万時間/年を掲げ、市民サービスの向上をさらに加速	<b>全庁導入に向けた施策</b> ▶全職員導入キャンペーン価格 ▶自治体まるごとDXボックス など
<b>アナログ作業中心で人手が足りず</b> 郵送物の開封や手続き、紙の管理などで膨大な人員と時間が必要	<b>デジタル化でコスト削減</b> 導入1年半でシステム費用約22億円相当を削減 職員作業時間 約3.6万時間/年の削減
<b>静岡県三島市教育委員会</b> 市内公立小中学校21校の全教員にkintoneアカウントを配布 校務のデジタル化を推進し、年間1万枚のペーパーレス化を実現	<b>kintone導入自治体数</b> 2023年 約290件 全庁導入件数 前年比12倍
<b>各種調査書類を紙で管理</b> 紙からシステムへの転記作業、紙の保管場所が必要	<b>紙と作業時間の削減を実現</b> 約1万枚/年のペーパーレス化 市内全校職員作業時間 約450時間の削減

\* 全庁導入：総務省が公表する「地方公共団体定員管理調査結果」に示されている、「一般行政計(一般管理+福祉関係)」の人数以上のユーザー数での導入

24

それから、公共でも kintone が拡がりつつあります。いくつかご紹介させていただきます。

まず一つは、福岡県の北九州市さまです。こちらでもまず小規模で導入していたのですが、ついに全職員 8,000 名で kintone を活用するところまでできました。今までやっておりました業務をどんどん DX 化されまして、削減効果も出ています。これから、導入 1 年半で約 22 億円の削減を目指しているということで、kintone を導入して絶大な効果が生まれようとしています。

静岡県三島市教育委員会さまでも導入いただいております、市内公立小中学校 21 校の全教員に kintone のアカウントを配布して、学校をまたがった情報共有をすることで、教育委員会とのやり取りもたくさんありますが、そこをペーパーレス化して、大きく工数を削減できた事例です。

こういった、まさに小さい範囲から大きな範囲に拡げていただくことで、より一層大きな効果が得られると思います。

それを進めるために、全庁導入を私たちは支援していて、全職員導入キャンペーンという、全体で導入してくださいと、その分価格を下げますのでぜひ全体で導入してくださいというキャンペーンをやっていたりしますし、それによって導入される自治体の数も、全庁導入される数も大きく増えています。

特に、全庁導入される件数は前年比で 12 倍、部門でしか入っていなかったものが大きく広がる流れが徐々にできつつあります。

2023年12月期 決算・事業説明会



## より多様なお客さまが、 多様な情報を扱えるプラットフォームを目指して

扱える業務や情報の幅を拡張



☑製品づくり

サイボウズNEXT

部門・組織間の分断を解消



☑価格/サービス設定

全社導入ライセンス

25

と言っても、まだまだやらないといけないことがあります。製品もやらないといけないですし、販売もやらないといけないことがあります。

ということで、今日は二つほど、サイボウズ NEXT という動きと、全社導入ライセンスという動きをご紹介します。

## より多様なお客さまが、 多様な情報を扱えるプラットフォームを目指して

### ✓製品づくり サイボウズNEXT

扱える業務や情報の幅を拡張



### 第一弾 2024年リリース予定 kintone「メール共有オプション」



26

まず、サイボウズNEXTです。より多くの人たちとより多くの情報を共有してもらおうと思うと、いろいろな情報を扱えないといけないわけです。この情報しか使えませんかと言うのだったら、営業部だけでいいやとなるわけですが、いろいろな情報を共有できることで、より多くの人と使ってもらえるようにしようという動きをつくっていきます。

その具体的な流れの一つとして、kintone メール共有オプションというものをつくっています。メールが外から入ってきますよね、それをkintone上で共有しようということです。

kintoneは今までメールを受ける機能はなかったのですが、メールを受ける機能を入れ、それをkintoneの他のアプリとも連携できて、入ってきたメールを全社的に共有できるようにしようという、メール共有オプションを年内にリリースしようと思って、開発、販売の準備を進めています。こういった動きが、サイボウズNEXTです。

## より多様なお客さまが、 多様な情報を扱えるプラットフォームを目指して

### ✓価格/サービス設定 全社導入ライセンス

部門・組織間の分断を解消

 kintone



2024年夏頃 販売開始予定  
「全社導入ライセンス」

大人数全社導入企業向けの  
専用ライセンス

アプリ数の  
上限値の変更



専用  
プラグイン

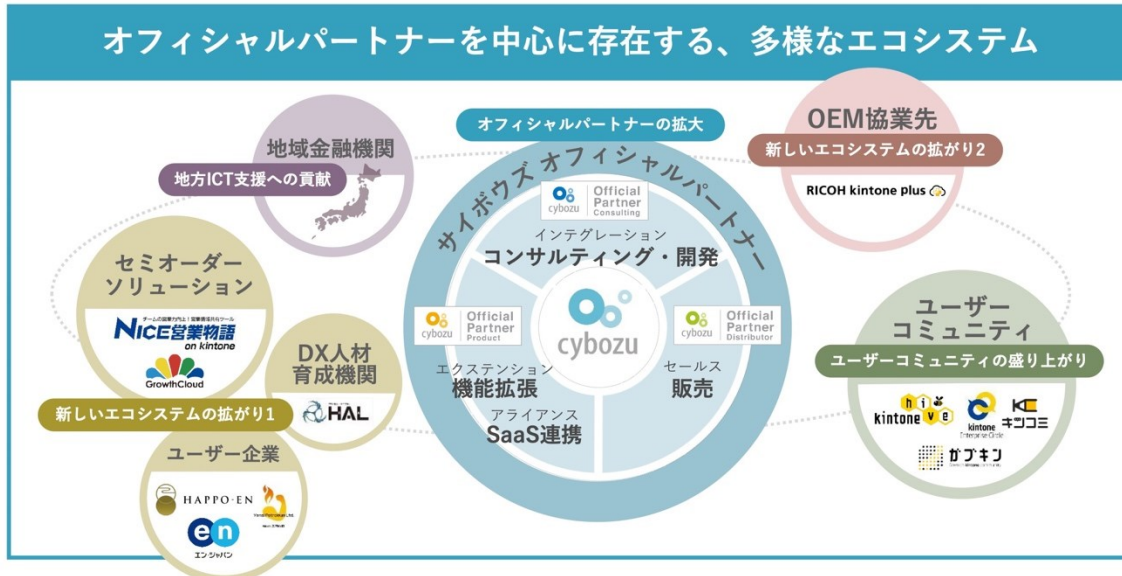


27

もう一つは、全体で導入するときに、それ専用のライセンスがあったほうがいいよねと。それは単に価格だけの話ではなくて、全社で導入するのだったら、例えばアプリ数の上限が、今は kintone は 1,000 個までしかアプリをつくれませんと言っていますが、わが社で全社導入したら 1,000 個では足りないよという期待に応えるために、アプリ数の上限値を上げられるようにしようとしています。

もしくは、全社で導入するときにはあの機能が欲しいよねということで、企業で全社導入するときの専用のプラグインを今、開発したりしながら、こういったものをセットで、全社導入ライセンスを用意しようとしています。これは今年の夏に販売開始予定になりますので、ぜひご期待ください。

## サイボウズエコシステムの拡がり



29

次は、エコシステムの拡がりについてお話ししたいと思います。kintoneはエコシステム型のビジネスモデルにしている、本当にこれが長期的に見て一番戦略の根幹になります。

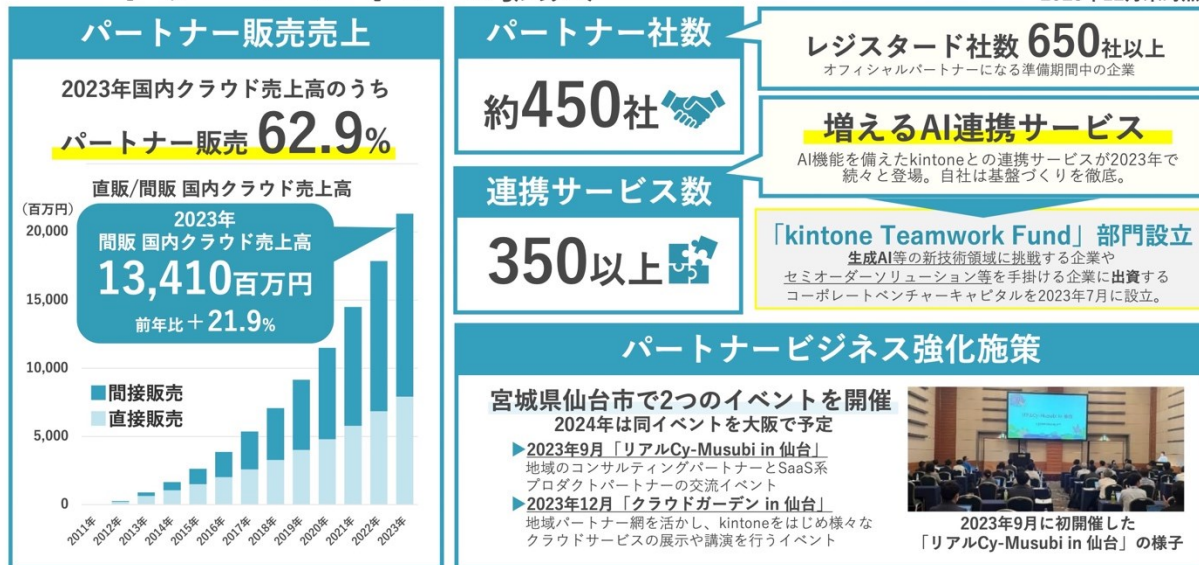
こういうエコシステム、パートナーというと、皆さまがすぐご想像されるのは販売パートナーだと思います。もちろん、これも私たちは頑張っけて育成していますが、kintoneの場合はさまざまな種類のパートナー企業さまを今、育成しようとしています。

例えば、コンサルティング開発のパートナー企業さまや、この周辺に機能を拡張して下さったり他社のSaaSと連携したり、こういったパートナー企業さまもあります。また、金融機関さまとも連携していたり、kintone上でパッケージサービスをつくってくださるようなセミオーダーソリューションと呼んでいる、こういったパートナー企業さまを育成しようとしていたりしています。

また、ユーザー企業さま同士でつながっていたり、kintoneをOEMで提供したりと、非常に多様なパートナー企業さまと、多様なソリューションをつくっています。

## パートナービジネスの拡大

2023年12月末時点



30

このパートナービジネスの全体感でいきますと、今、国内のクラウドのうち62.9%はパートナー企業さま経由で販売できるようになっています。

パートナー企業さまの社数はオフィシャルなもので450社、これに加えてレジスタードと言いまして、オフィシャルパートナーの手前のパートナー企業さまがさらに650社いらっしゃるということで、だいぶパートナーの裾野も広がってきたと思います。

ただ、連携サービスも350を超え、また最近特に話題になっているAI系の連携サービスが非常に増えてきましたので、AI系の連携サービスをこれからも積極的につくっていただくために、「kintone Teamwork Fund」というファンドも設立しています。

また、パートナー企業さま同士のネットワークもとても大事で、パートナー企業さま同士が連携しながら動くとともにシナジーが出ますから、このパートナー企業さま同士を結ぶ「Cy-Musubi（サイムスビ）」というイベントや、そこにお客さまを加えたクラウドガーデンというイベントをやっています。こういったパートナーさま同士がつながるイベントも積極的に開催しています。

## 続々と増えるAI連携サービス

AI機能を備えたkintoneとの連携サービスが2023年以降、次々に登場

### Kore.ai

ワークスアイディ株式会社

### Altone+

株式会社システムズナカシマ

### Front Agent

Umee Technologies株式会社

### mojula for kintone

株式会社バース情報科学研究所

### きんちゃぼ

NDIソリューションズ株式会社

### Associate AIHub for kintone (仮)

株式会社ショーケース

### RICOH kintone plus 附属 AI 活用支援機能(β)

株式会社リコー

### Smart at AI

M-SOLUTIONS株式会社

他

31

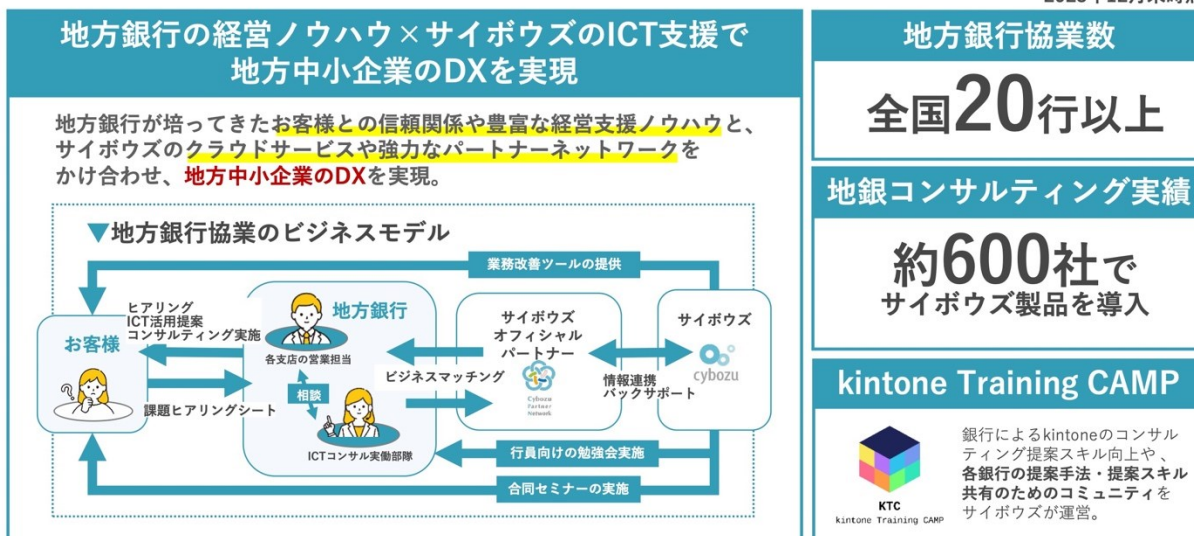
こちらは、今ご紹介した AI 連携サービスです。昨年の「Cybozu Days」というイベントで出展いただいたものを少しリストアップしてみました。

kintone の周辺にも、さまざまな AI 連携があります。例えば、kintone に入ってくるデータをつくらせてくれる、kintone にデータを入れる AI もあります。また、kintone に入っているデータに対して AI 使うことでデータをさらにいいものにしていくものもあります。また、この入っているデータを引き出すために、チャットボットのような形で自然言語で対応しながらデータを引き出す仕組みもあります。また、kintone のアプリケーション自体を生成 AI に助けってもらってつくってもらうものもあります。

本当に多様な AI 連携が kintone 周辺で生まれています。ぜひ、この素晴らしい技術を kintone の周辺でも活かしていきたいと思えます。

## 地方銀行協業開始から6年目に突入、協業数/実績ともに拡大

2023年12月末時点



32

続きまして、地方銀行さまとの協業についてご紹介します。これは6年前からやってきていて、だいぶ実績も出てきましたね。

地方銀行とIT企業が組んで何をするんやということですが、地方に行きますと、地方銀行さまが中小企業さまにたくさんのネットワークを持っていて、そこに対してICTコンサルもこれからしていかないといけない、でもICTを今から銀行員の人たちができるのか難しいと。でも、kintoneであればノーコードですから、銀行員の方でも覚えていただければ、業務を分かっている人であればいい提案ができるだろうと、地方銀行さまとの提携を進めています。

直近の数字でいきますと、全国で20行以上の地方銀行さまと提携しており、既に600社でご提案いただいて、サイボウズ製品が導入されていることになります。

銀行員の方々にICTを覚えてもらわないといけないので、そのための仕組みをつくっていて、これが「kintone Training CAMP」というものです。こういった勉強の機会をつくることで、銀行員の方々にスキルを身につけていただく、こういう取り組みをしています。



## 共同開発やDX人材育成、ユーザーからパートナーになる事例も

### セミオーダーソリューション

Sier企業やITコンサルティング企業等に限らず、多種多様な業界や業種が、「kintone活用ノウハウ」と「自社の独自ナレッジ」を組み合わせ、kintone上に構築した**”独自サービス”を顧客に提供。**

▶例：㈱システムズナカシマ「NICE営業物語 on kintone」、㈱船井総合研究所「グロースクラウド」他

### 共同開発事例

㈱パソナと  
「クラウド型人事管理アプリ」を共同開発  
kintone HR Powered by PASONA

### DX人材育成機関

全国の専門学校や大学など**23校でkintone講座を実施。**  
2023年度の受講生数は約**900人**に上る。今後も  
「kintone」の**ベーシックスキル化**を目指す。

#### 専門学校、大学などでのkintone講座実施校

北海道情報専門学校、日本工学院専門学校、ECCコンピュータ専門学校、  
専門学校HAL、河合塾学園トライデントコンピュータ専門学校、  
麻生情報ビジネス専門学校、武蔵野大学、東京通信大学、大阪産業大学 他

2023年12月末時点

### 製品ユーザー企業がオフィシャルパートナーに

「**社内のkintone活用ノウハウ**」と「**自社の事業ノウハウ**」を組み合わせ、新たな価値として  
**DXビジネスを創出**するという新たな事例。kintoneは**ノーコード・ローコードツール**だからこそ、  
非IT企業でも**自社のナレッジを横展開**することが可能に。

▶例：㈱八芳園、エン・ジャパン(株)、㈱矢内石油 他

33

続きまして、こちらもパートナー企業さまとの取り組みになります。最近始まったのが、セミオーダーソリューションというものになります。

kintone はいろいろとアプリがつくれて便利ですが、言ってもゼロからつくっているとなかなか大変だよねと言うことで、いくつかテンプレートを用意しているのですが、テンプレートだけではなかなか複雑なものできません。ですから、もっとしっかりつくっていただいたソリューションを横展開してもいいのではないかと、今、力を入れているのがこのセミオーダーソリューションです。

例えば、このシステムズナカシマさまの「NICE 営業物語 on kintone」、これはシステムズナカシマさまが今までつくってこられたSFAのノウハウを詰め込んだサービスです。これをセミオーダーとして導入いただくことで、ずっとSFAが完成することになります。

また、kintoneのよさを活かして、セミオーダーですから、直したいときにはそこから直していけるわけです。このパッケージのよさと、自分でつくるよさと、ちょうどその中間のよさをkintoneの上で実現しようとしているのが、セミオーダーソリューションです。

今、人事系のアプリでは、この「kintone HR Powered by PASONA」という製品名で、パソナさまと一緒にセミオーダーソリューションを共同開発しました。こんな動きも出ています。

kintoneをちゃんと勉強していただく機会をつくろうと、さまざまな教育機関の方たちとも連携しております。今、全国の専門学校、大学など23校でkintone講座を開設いただいております。900人の方々がそこでkintoneを学んで社会に出ようとしています。学生に学んでいただくことで、さらに裾野広くkintoneが展開できると思います。

最後に、これも面白い動きですが、ユーザー企業さまがパートナーに回るという事例が増えております。kintoneを導入して自分たちでDXをやってみた、そうすると社内にDX人材がいっぱい育ってきた、そうしたらこのノウハウを持って社外にも展開できるのではないかと。

例えば、八芳園さまは結婚式場などを運営されていますが、自分たちでやってきたノウハウがいっぱいある、DXが進んでいるブライダル業界を何とかしたいと、なんと八芳園さまがDX事業を立ち上げられ、私たちのイベントにも出展しながら、今、DXを横展開しようとしてくれています。こういうユーザー企業さまの動きも、ぜひ積極的に応援していきたいと思っています。

2023年12月期 決算・事業説明会

新しいエコシステムの拡がり2



## 株式会社リコーとのOEM協業

新たな提供/販売方法により、kintoneの展開を加速

「**RICOH kintone plus**」  
2022年10月発売から約1年で、  
導入企業数**1,000社**を突破！

▼テレビCM等を展開



\*本情報は、株式会社リコーが2023年度の広告に掲載した内容です。  
放映中の期間（2023年度）のみ有効な情報です。

### RICOH kintone plus の特長

- ・リコー複合機との連携機能が標準搭載
- ・独自のプラグイン機能
- ・リコーオリジナルのアプリストア 等

受信したファクスやスキャンした紙文書、散在しがちなファイルをダイレクトに「RICOH kintone plus」に格納でき、一元管理を実現。



34

続きまして、OEMの取り組みです。こちらは、リコーさまと進めているOEMの取り組みです。リコーさまが今までつくってこられた販売ネットワークで、自社商材としてkintoneを提供したいと、kintoneをOEM化していただいて、この「RICOH kintone plus」、私たちは社内で「リコキン」と呼びますが、商材に仕立てていただいて、リコーさまの販売網で販売していただいております。

この「RICOH kintone plus」には普通のkintoneにはない機能も入っていて、リコーさまの複合機との連携機能が標準搭載されていたり、独自のプラグインがあったりします。リコーさまのオリジナルのアプリストアもあります。リコーさまのお客様にはとてもいい商材になっていますので、この「RICOH kintone plus」も、ぜひ知っていただけたらうれしいです。

## ユーザーコミュニティがDXの質を高める

大企業向けkintoneユーザー会  
**「kintone Enterprise Circle」**  
 (略称：kintone EPC)

**各社でのkintone利用推進につなげる**

- ▶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。
- ▶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。



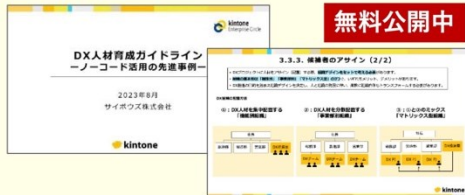
\*参加社数：約25社  
 (ジャトコ株式会社、ロート製薬株式会社 他)

2023年12月末時点

ノーコードツールを活用したDX人材育成方法  
 大企業の実例とともに紹介

2023年8月  
**「DX人材育成ガイドライン」公開**

無料公開中



<https://topics.cybozu.co.jp/news/2023/08/28-18547.html>

**ITの専門知識がなくても  
 DX推進の実現を可能に**

35

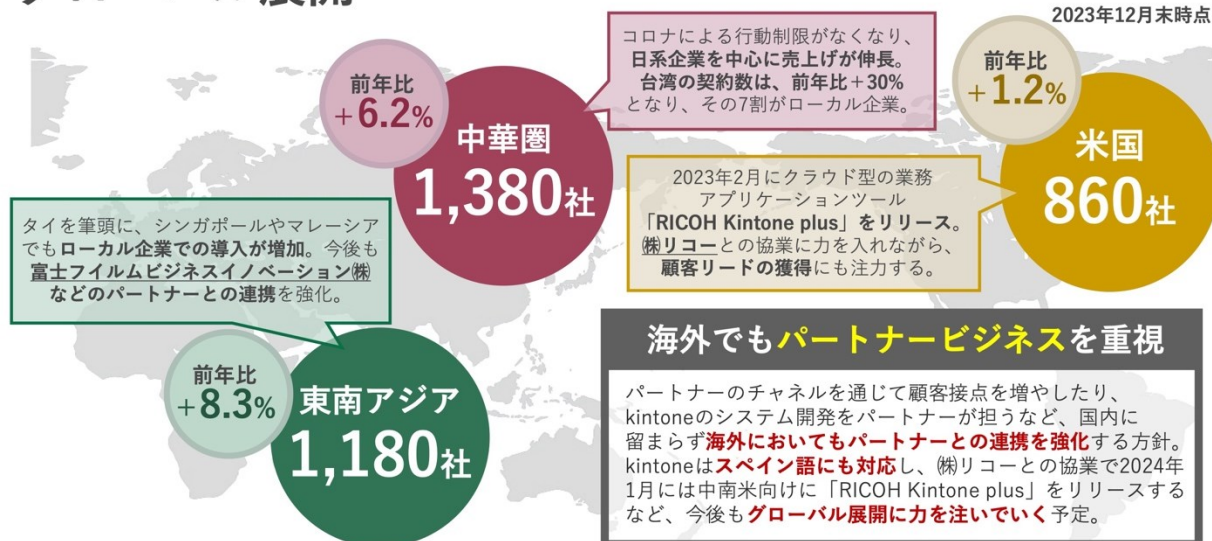
続きまして、今から私たちは大企業の全社導入にも進んでいきたいわけです。そのためには、いいお客様の事例を横展開していく仕組みをつくらないといけないと、今、大規模向けのユーザー会も運営しています。「kintone Enterprise Circle」と言います。「kintone Enterprise Circle」に先進事例企業さまに入って、ノウハウを共有いただいて、スムーズに大企業の中で導入を進めていただけるように運営しています。

それとともに、このノウハウをガイドラインとしてまとめていこうと、「DX人材育成ガイドライン」を作成しました。どうすれば大企業の中で、一部の人だけではなくて、DXでアプリをつくり、システムを改善していける人を増やせるのかと、そのためのノウハウをガイドラインにまとめました。

こちらから無料でダウンロードできるようになっていますので、ぜひご参照いただければと思います。

\*「DX人材育成ガイドライン」は、エン・ジャパン株式会社さまとの共同執筆です。

## グローバル展開



\* 中華圏と東南アジアは延べ導入社数、米国は契約中のサブドメイン数

36

続きまして、グローバル展開についてお話しします。グローバルは、今、戦略の変更などもあり、なかなか厳しい状況ではあるものの、それぞれの市場で何とか売上を伸ばしつつあります。

具体的に紹介します。アメリカでは、今までサイボウズは直接お客様を開拓していました。ですが、今回リコーさまと業務提携することができたので、リコーさまのアメリカの販売ネットワークを使って、この「RICOH Kintone plus」のアメリカ版、アメリカ版を売っていこうと戦略を大きく切り替えて活動を開始しています。まだ結果が出てくるのには少し時間があるかもしれませんが、うまくいきますと、今まで私たちができなかった大きな成長につながると期待しています。

東南アジアでは、富士フィルムビジネスイノベーションさまとの提携を進めています。アジアにも私たちはあまりネットワークがありませんので、富士フィルムビジネスイノベーションさまがお持ちの販売ネットワークで、kintoneをより多く販売していただけるように提携を進めております。

このように、海外でもパートナービジネスを重視しながら、世界中に拡げていきたいと思っております。

補足すると、kintoneのスペイン語対応版が出来ました。スペイン語に対応することで、ラテンアメリカでも販売開始できるようになり、これも「RICOH Kintone plus」でリコーさまと一緒にラテンアメリカ向けの販売も開始します。

## クラウド基盤の品質向上の取り組み



クラウド事業開始2011年より、自社でクラウド基盤の開発と運用を継続  
2025年頃を目途に、最新技術で信頼性を高めた  
自社開発の新クラウド基盤「NECO」へ移行中

38

いくつか、その他の取り組みもご紹介したいと思います。

まずは、クラウド基盤です。こういうクラウドサービスを展開しているとよく言われるのは、Amazon Web Services もしくは Microsoft Azure など、あぁいった欧米の強大なインフラ企業の上に乗っかっているのだらうと、サイボウズが売れば売れるほどあぁいうところにお金が入るのだらうという見方をされることもあります。

サイボウズは非常に面白い特徴があり、サイボウズのクラウドサービスの日本向けのものは全て自社開発、自社運用しています。ですので、私たちがデータセンターを借りて、私たちがサーバーを購入して、私たちの手によってクラウドサービスを構築して提供しているという特徴があります。非常に、ある意味、純和製のクラウドサービスになっているという特徴があります。

今までも頑張って自分たちでやっていたのですが、そろそろ新しい技術で刷新したいと、私たちがまた新しく自社開発した新クラウド基盤、社内で「NECO」と呼んでいます、こちらに移行を進めています。

この最新技術でつくった新クラウド基盤に移行することで、大きくまた信頼性を高めることができます。例えば、障害に強い、障害が起きても復旧が早い、もしくはスケーラビリティに対応しやすい、私たちの運用コストも下げることができる、セキュリティ上も強化されるなど、こういった非常に信頼性の高い基盤にここから移行していきます。

今、実は移行を進めていて、今年は山場になるのですが、2025年もしくは2026年辺りをターゲットに完全移行を進めようとしています。こういった裏方の動きもぜひ知っていただければと思います。

## 外部機関によるセキュリティ評価

### NEW SOC2 Type1保証報告書を受領

海外向けに提供するクラウドサービス「kintone」において、SOC2 Type1保証報告書を2023年12月に受領。米国公認会計士協会（AICPA）が定めたTrustサービス規準のうち「セキュリティ」などに関わる内部統制を外部監査人が評価。

### 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9月以降、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」を、ISMAP（イスマップ）クラウドサービスリストに登録し更新継続中。

### 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 27001:2013** \* 2024年「ISO/IEC 27001:2022」対応予定  
 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、Mailwise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

39

こちらは、外部機関によるセキュリティ評価です。順番的に言うと、下から、基本的なこの「ISMS」認証を取得して、こちらも更新し続けています。

加えて、日本の公共で導入しやすくなる「ISMAP」という、政府情報システムのための評価制度があり、こちらに登録できました。

加えて進めているのが、「SOC2」です。グローバルのセキュリティ認証のようなものがあります。これから kintone をグローバルに展開していくために、「SOC2」のようなグローバルセキュリティ基準への対応も進めております。

## 外部機関による評価 (カスタマーサポート・ユーザー関連)

<p>日経コンピュータ 2024年3月7日号 パートナー満足度調査 2024 クラウド情報系サービス部門 <b>1位</b></p>	 <p>パートナー満足度調査 2024 日経コンピュータ クラウド情報系サービス</p>	<p>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) 2年連続 最高評価の<b>三つ星</b>を獲得</p>
<p>日経コンピュータ 2024年3月7日号 パートナー満足度調査 2024 業務効率化・内製支援ソフト/サービス部門 <b>1位</b></p>	 <p>パートナー満足度調査 2024 日経コンピュータ 業務効率化・内製支援 ソフト・サービス</p>	 <p>3 Stars Quality Service HDI-Japan 2023</p>
<p>日経BPガバメントテクノロジー 2023年秋号 自治体ITシステム満足度調査 2023-2024 グループウェア/ビジネスチャット部門 <b>1位</b></p>	 <p>自治体ITシステム 満足度調査 2023-2024 日経BP ガバメントテクノロジー</p>	<p> cybozu connect.C 2023年6月新会社 「サイボウズ・コネクトシー株式会社」設立 サイボウズ製品のカスタマーサポートを強化</p>

40

続きまして、外部機関の評価もいくつか紹介させていただければと思います。このパートナー満足度調査は今年3月7日号ですから、最新のものになります。このパートナー企業さまの満足度評価で、クラウド情報系サービス部門と業務効率化・内製支援ソフト/サービス部門の二つで1位を取ることができました。非常にパートナー企業さまの満足度の高いサービスが提供できていると思います。

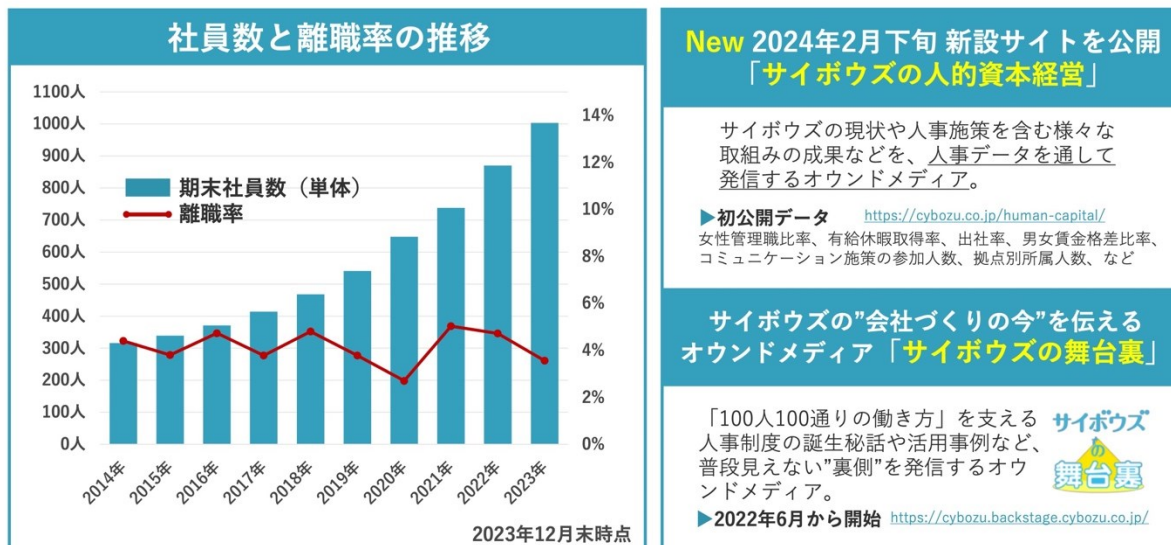
また、自治体のITシステムは満足度も高いということで、今、盛り上がっている公共市場のほうでも満足度高く提供できています。

コールセンターも最高の三つ星と、これはなかなか取れないのですが、高い評価をいただいております。

ただ、お客さまの増加とともにお問い合わせが増えており、私たちもこれからさらにコールセンターの体制を強化していきたいと、昨年6月に、コールセンターを後方支援する、「サイボウズ・コネクトシー株式会社」を専門で立ち上げました。こちらで、より一層クオリティの高いコールセンター運用を目指していきます。

ガートナーによる、「Enterprise Low-Code Application Platforms の Magic Quadrant」にも、7年連続で kintone が位置付けられております。

## 人事・組織関連のアップデート



41

話が変わり、今度は人事・組織のお話になります。このグラフのように、おかげさまで社員数が持続的に増えており、離職率も5%弱ぐらいを維持できております。おかげさまで、安定的に社員を増やすことができっております。

サイボウズは、働き方改革をはじめ組織の運営でもさまざまなチャレンジをしており、こういったノウハウも情報公開していこうと、オウンドメディア、サイボウズの舞台裏で私たちの取り組みについてご紹介させていただいております。

それとともに、新しく公開になりました、人的資本経営の指標を含め、人事データを通して情報発信を進めようと、こちらの新しいサイトを立ち上げました。こちらのサイトでは、今まで公開していなかった、女性の管理職比率の推移や有給取得率、男女の賃金格差、こういったものまで公開しています。

私たちは多様な個性を重視する経営をずっとしており、こういった人事情報を基に、より一層強い経営をしていきたいと思っておりますので、またぜひ見ていただいて、フィードバックいただければと思います。



## コーポレートガバナンスのアップデート 社内外の立場から取締役候補を選出し、ガバナンス維持へ

### 取締役メンバー構成（2024年度取締役候補者）

社外取締役	その他の取締役
<p>2023年度から引き続き渡邊氏に再任いただく予定。新たに教育改革の促進、社会起業家の育成、教育格差是正など幅広い分野で活躍されている熊平氏に就任いただく予定。</p> <div data-bbox="276 555 411 678">  <p><b>熊平 美香</b> <span style="color: red;">新任</span> 昭和女子大学キャリアカレッジ学院長 一般社団法人21世紀学び研究所 代表理事</p> </div> <div data-bbox="276 696 411 819">  <p><b>渡邊 裕子</b> <span style="color: green;">再任</span> HSW Japan, Partner and Co-founder 888 NY Consulting, LLC, Founder and Owner</p> </div>	<p>法定・事務観点より、代表取締役1名と社内投票により3名を取締役候補に選出。</p> <div data-bbox="850 544 986 678">  <p><b>青野 慶久</b> 代表取締役社長 <span style="color: green;">再任</span></p> </div> <div data-bbox="1118 544 1254 678">  <p><b>岡田 陸</b> 人事本部 <span style="color: red;">新任</span></p> </div> <div data-bbox="850 696 986 819">  <p><b>森岡 貴和</b> 組織戦略室 <span style="color: green;">再任</span></p> </div> <div data-bbox="1118 696 1254 819">  <p><b>田岡 朋弥</b> 経営支援本部 <span style="color: red;">新任</span></p> </div>

42

続きまして、コーポレートガバナンスのお話に移ります。具体的に言うと、取締役となります。この制度をまた大きく変えようとしています。

今までは社内で情報共有を進めておりますから、みんなで取締役というのが私の考え方です。誰もが取締役になったつもりで、お互い監視、監督していこうという発想で、こういう制度でコーポレートガバナンスを運営してきたのですが、これくらい人数が多くなってくると、なかなか全員で取締役をするのが難しくなってきました。

具体的には、例えばある社員が不祥事を起こしてしまったときに、全社で情報共有できるかということなかなか難しく、一部の限られた人たちで情報共有して、その対処方法を議論して決めていくことになってしまいます。そうすると、みんなで取締役というのがなかなか難しくなってきたことがあります。

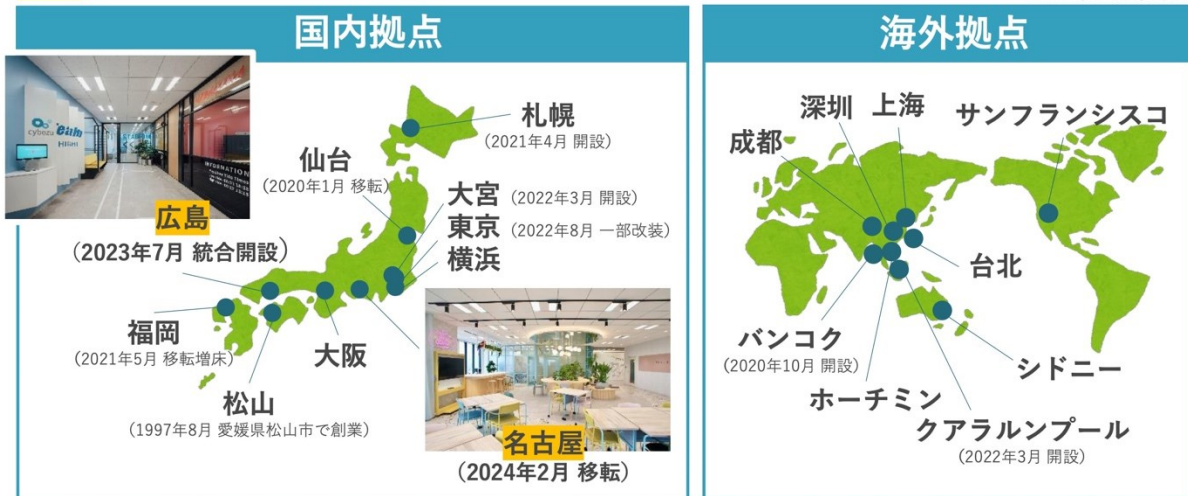
ですので、そのためにもこの取締役の役割を変更しようと、こういった共有しにくい問題に対しても、ちゃんとそこに関与して、適切なプロセスを踏んで、誰か1人の経営者によって不平等なことが起きていないかをチェックしてもらうということで、新たに非公開案件に対する質問責任を果たす、こういう役割を取締役に担っていただいて、それに沿って今、人選を進めています。

社外取締役には熊平美香さんを新しく加えようとしていますとともに、社内側のメンバーも新しく、若いメンバーも立候補していただきましたので、こういった複雑な社内の問題にも若い頃から携わって視点を上げていただくと、こういった取締役体制をつくらうとしています。

## 国内10都市、海外9都市の拠点

：2023年以降に開設・移転増床等を実施した拠点

2023年12月末時点



43

オフィスの状況です。人数が増えるとともにオフィスも少しずつ拡張しており、近いところでは、広島オフィスが昨年新しくなりました。非常にきれいな、広島駅の近くにオフィスが出来ました。

続きまして、今年の2月には名古屋のオフィスをリニューアルして、随分大きいオフィスにしました。新しくできた中日ビルに入り、こちらでエコシステムを名古屋から拡大していけるような、新しいオフィスをつくりました。

そして、海外拠点も少しずつ強化が進んでいます。近いところではバンコクが出来たり、それからマレーシアのクアラルンプールが出来たりしています。徐々にグローバルに販売していくための拠点も拡充しています。

## 国内外で頻発する災害へのIT支援

### 無償ライセンスと災害復旧のIT支援を提供

現場レベルで業務改善ができるサイボウズのITサービスを活用し  
柔軟なシステムで被災地・災害現場を素早く支援

#### 災害支援ライセンス

▶ 6ヶ月間、サイボウズが提供する  
全クラウドサービスを無償提供

#### 災害支援チーム

▶ 2020年に社内有志を募り、  
災害現場IT支援チームを結成

#### 災害支援パートナー

▶ 自治体、社会福祉協議会、  
パートナーとの連携を強化

#### 活用シーン

- ☑ 災害発生時の情報の集約・整理・発信
- ☑ 災害現場のマッチング
- ☑ 支援活動の効率化 等

### 災害ボランティアセンター向け 研修テキストを出版



導入から活用のコツまで  
一冊で学べる

44

続きまして、ちょうど正月に災害があったりしましたので、災害の話もさせていただければと思います。

こういう情報共有のシステムは、災害時も非常に効果を発揮します。どこで誰が何で困っているのか、そういう情報をちゃんとデジタルで集約して、効率よく支援していかないといけないと、私たちは東日本の大震災以降、さまざまな大きな災害があるたびにメンバーが行って、現地で協力しながら kintone の活用を進めてきました。

だいぶノウハウもたまってきました。すぐに活用いただけるようなライセンス体系を用意したり、すぐに後方支援に入れるような災害支援チームという支援チームを社内で結成したり、また一緒に手伝ってくださるパートナーも集め、私たちの力だけでは足りないところをパートナー企業さまと一緒に動けるようにしていたり、こうすることで災害が起きてもスムーズに対応いただけるように頑張っていました。

正月の能登の震災の話でいきますと、1月1日に地震が起き、その直後に内閣府から直接サイボウズに話がきました。手伝ってくれないかと、現地は大変なことになっていて、自治体も残念ながら被災してしまったので機能していないということでした。自衛隊と組み、自衛隊の方々が奥能登の地域を回って避難所を見に来るのですが、その避難所で得られた情報をスマートフォンもしくはタブレットから kintone に入力いただいて、中央で全体を把握するシステムをつくりました。

これによって、たくさんある避難所で、この避難所では何が何個足りない、こちらの避難所では何が何個足りない、そういう情報を集めて、中央から効率よくダイレクトに支援できるシステムをつくりました。

また、1月の下旬ぐらいからはボランティアが入れるようになりましたので、今度は全国のボランティアをしたい人の受付システムを、これも kintone ベースでつくっています。ボランティアの人を受け付けて、この人にどこに行ってもらおうか、何を頑張ってもらおうかと、ボランティアの人たちをチームマネジメントする仕組みも、この kintone ベースのものをご提供させていただいています。

このように災害が起きて、非常に迅速にシステムをつくらないといけない、その状況に合わせてどんどん作り直さないといけないときに、まさに kintone のようなものが大活躍します。こういう社会インフラのためには、私たちの事業を頑張っていきたいと思っています。

一つ加えますと、災害時にボランティアセンターを運用するわけですが、そこの型が出来てきましたので、それをテキストにまとめました。これをお読みいただくと、災害が起きたときにどうすればうまくボランティアセンターが運用できるのかというノウハウ集になっていますので、こういったものも、ぜひご拝読いただければと思います。

2023年12月期 決算・事業説明会



## 全社スローガン（2023～2025年）

# 25BT

“2025 and go Beyond with Trust”

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。

46

最後に、今後の展望についてもう一度お話しして終わりたいと思います。

まず、この2023年、2024年、2025年の3年間は、私たちは中長期的な成長に向けての投資だということで、25BTというスローガンを掲げて取り組んでいます。ぜひ、2025年からもう一度強い成長ができるように頑張っていきたいと思っています。

## より多様なお客さまが、 多様な情報を扱えるプラットフォームを目指して

### 特定部署でのデジタル化

データ同士が分断され、  
効果が限定的に



### 組織全体での情報共有

より迅速な意思決定と  
効率的な業務プロセスを実現

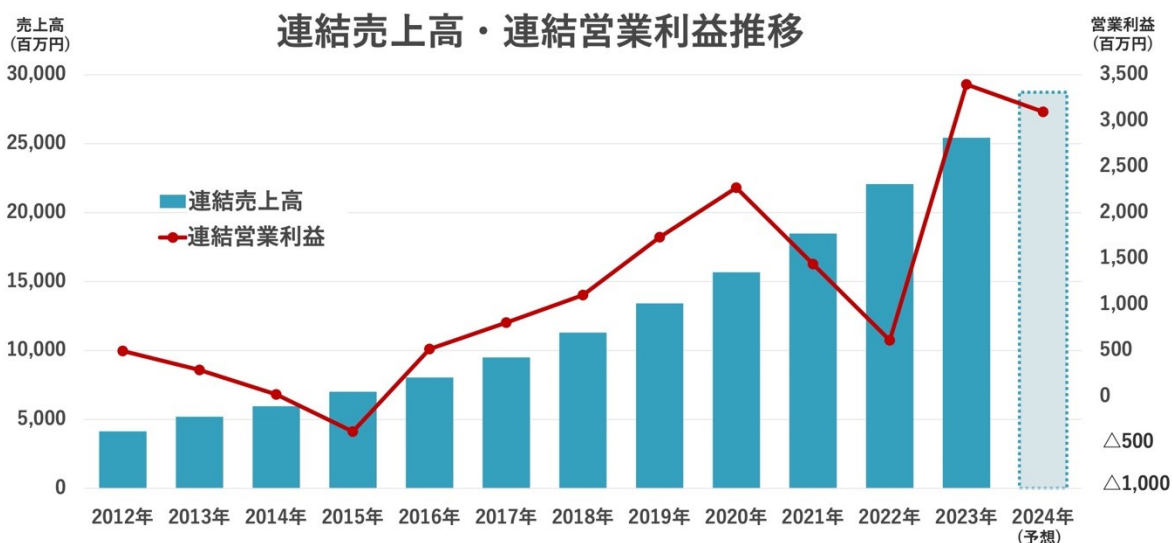


▶ 誰でも簡単に使いやすいローコード・ノーコードツール  
ITの専門知識がなくても、現場主導で改善

47

そして一番大きな課題が、特定の部門で入っているものをより組織全体に横展開していただくことです。かなり部門には入っていきけるようになりましたが、これを全社のDX基盤にしていただく、情報共有基盤にしていただくと、この動きこそが25年以降にとっては一番大きな動きだと思えます。これに向けて頑張っていきます。

## 積極投資でさらなるクラウドビジネス拡大へ



48

そして、これが今期の業績予想になります。売上高が280億円強、利益でいくと30億円強ぐらいで着地する予想を立てております。

以上、私から決算と事業の説明をさせていただきました。ご清聴ありがとうございました。

## 質疑応答

---

**司会 [M]**：それでは、質疑応答の時間に移ります。

**質問者 [Q]**：ご説明ありがとうございました。

価格改定についてご質問させてください。昨年、Salesforce が価格改定しており、本年 4 月から Microsoft も 20%の引き上げを計画しているという話になっていると思います。サイボウズにおいても価格改定することが三つの点で効果的かなと考えているのですが、現状で取り組んでいないと思うので、なぜ取り組んでいないのかをお聞きしたいです。

具体的な効果として得られるものとして、一つ目が、類似サービスに対して価格が低いと思いますので、顧客の納得が得られやすいのではないかと考えています。2 点目が、適正価格にすることで機能強化と従業員の賃上げなど、このようなものも持続可能になることです。3 点目が、利益水準を拡大することで、今 AI 時代に突入していて、AI サーバーへの投資などが強化できているので、ここは他社に追随して価格改定することの利点が大きいのではないかと考えています。ご見解をお願いします。

**司会 [M]**：ご質問いただき、ありがとうございます。事業戦略室長より回答します。

**栗山 [A]**：価格改定についてのシミュレーションは何度も行って、この価格で改定したパターンではこうなるというシミュレーションは手元にある状態です。

結論から申し上げますと、見送っている理由は、確かにアメリカの会社をはじめとした他社が単純値上げをたくさん行っているのは認識しているのですが、新しいプランをつくりたいと考えております。顧客への提供価値を高めたプランをつくって、そこに新しい金額を付けるところを検討して、単純値上げというのはお客様のためにならないとスルーしているのが現状です。

**質問者 [Q]**：今の点について、新たな料金プランを用意するということですが、差し支えない範囲で、どのようなプランを考えているのかを細かく教えてください。

**栗山 [A]**：現状、外部に公開している部分はないので、また公開できる段階になればお伝えしていきたいと考えております。今、ちょうど計画中のものとなります。

**質問者 [M]**：ありがとうございます。

**司会 [M]**：ご質問いただきありがとうございました。続いて Zoom ウェビナー、Q&A ボックスのご質問に移らせていただきます。質問は 2 点です。1 点目から読み上げます。

**質問者 [Q]**：2025 年 12 月期に減益を見込んでいる要因について詳しく教えてください。最も大きな要因は何でしょうか。また、その要因は今期どの四半期に発生してくると考えたほうがいいでしょうか。

**司会 [M]**：まず、1 点目のご質問への回答をお願いします。経営支援本部長より回答します。

**林 [A]**：経営支援本部の林です。最初に、2025 年ではなくて 2024 年の 12 月期かと思っておりますので、それを念頭に答えさせていただきます。

最も大きな要因ということですが、要因としては大きく二つありますので、二つとも答えさせていただきます。一つ目は、この 3 年間、積極的に人材採用を続けてきていますので、こちらによる人件費の増加が大きな要因の一つではあります。二つ目が、先ほどの決算・事業説明で青野からも説明があったように、今期また一段の広告宣伝にも費用を投下すると意思決定しておりますので、この二つが大きな要因になります。

**質問者 [Q]**：2025 年頃の新たなクラウド基盤への移行について、今期から来期にかけて P/L に与える影響について教えてください。

**林 [A]**：先ほど青野からも説明があったと思いますが、「NECO」という新基盤への移行の準備を今、整えております。そのための機材の購入を今、恐らく 4 月から 5 月に大きなものを想定しておりますので、その後、減価償却費が新しく発生する形で、P/L への影響が出ます。

**質問者 [Q]**：米国など、海外事業についてお聞きしたいと思います。海外を含む全社の業績の連結の数字から国内単体の業績を引いた連単差から、ここ 7 年ぐらいで海外事業において 80 億円ほどの赤字が積み重なっているかなと認識しています。それに対して、前期の売上はわずか 8 億円となっているので、率直に言いまして 80 億円の投資は失敗だったと言えるかなと思っております。

今期も 10 億円の赤字を計画していることになっていると思うのですが、これらの赤字がどのように企業価値向上に貢献するのかを説明していただきたいと思います。また、米国の事業はいつぐらいに黒字に転換できるのか、この見通しについても教えてください。

**青野 [A]**：80 億円の投資に対して 8 億円の利益、失敗かと言われると失敗だと思います。ただ、これも成功したときにどれくらい大きなリターンが得られるのか、例えばアメリカでクラウドサービスでどこかの一角に入ることができたら、どれくらいサイボウズの企業価値が上がるのだろうと考えると、僕は一概に失敗とも言えないと、これはチャレンジしなければ得られないわけですよ。

もし、これがリターンの小さいものであれば、全く撤退すればいいと思いますが、これは当たれば大きい、宝くじを引くような感覚だと思うのです。ですので、私の中では適切にチャレンジし続けることをやらないといけないと思います。ですので、毎年 10 億円ぐらいのマイナスを出しながらも、ちゃんとチャレンジし続ける姿勢でこれからも臨みたいと思っています。

もし逆にこれは行けるぞという手応えが出ましたら、多分 10 億円では利かないと思います。もっと思い切り資金を調達して、思い切りアクセルを踏みます。ご存じかと思いますが、アメリカのクラウド企業は毎年 100 億円、200 億円の赤字を出しながら売上を伸ばしていく、こういうビジネス

をするわけですから、私たちも、もしかしたらうまくいったら、逆にそういうビジネスにシフトしていく可能性もあるとご理解いただきたいと思います。

あくまでも私たちが掲げている企業理念が、チームワークあふれる社会を創るということなので、グローバルを視野に今後もチャレンジしていきたいと思います。

**質問者 [Q]**：今のお話ですと、引き続き 10 億円ほどの赤字は向こう数年にわたって継続されるイメージを受けました。リコーさまとの協業によって、自前のリソースではなく、大企業のリソースを使ってマーケティングなども行えるようになってきていると認識しているので、赤字を減らしていくこともできるのかなと思っていたのですが、なぜ 10 億円ほどの赤字が必要なのでしょう。

**話者 [A]**：費用は基本的に 2 種類で、人件費と広告費です。人件費に関しては、営業と SE、それからスタッフということですが、主には営業と SE となります。この人員は今、ほとんどがリコーさまとの協業の支援、サポートに回っていて、全米プラス南米の支援で、人数がそれなりにいます。立ち上がってくるとビジネス規模に比して人数は少なくて済むのがパートナービジネスの特徴ですが、立ち上げ時はビジネス規模よりも人がたくさん必要になるというのが、パートナービジネスとしては必要になっています。

では、広告費は何に使っているのかというと、二つあります。一つは、引き続きパートナービジネスが完全に立ち上がり切るまでは直販も続けたいと思っていますので、直販のための広告費です。もう一つは、kintone の価値向上というか、ブランディングという意味を込めての費用で、人件費と広告費を合わせて今、お金を使っている分があります。

それに対して売上が小さいので 10 億円の赤字となるのですが、費用自体は、売上が増えても増えるものではない費用と認識していますので、売上が増えてくれば、必然的にこの赤字幅は縮小してくるのかなと思っています。

ただ、先ほど青野が申し上げたとおり、今の形ではなくて、本当に勝負しに行くときはかなりのお金が必要になると思っていますので、それは今の固定の費用とは別で勝負しに行くときの費用で、また別枠と考えています。今の延長でいくと、売上が伸びてくれば同時に費用が増えることはないで、その幅は縮小していく、そういう構造かなと思います。

**質問者 [Q]**：黒字化のめどの時期だけでもいいのでご説明をお願いしたいのですが、いかがですか。

**青野 [A]**：私からお答えしますと、黒字化のめどは立っておりませんし、立ててもおりません。むしろ黒字化を目指し始めたら僕たちは市場を見切ったというイメージでしょうか。あくまでもアメリカで勝つためには、日本とは全然違う規模の成功を目指していますので、今、短期、中期で見えている黒字化のめどはありません。

**質問者 [Q]**：あくまで売上が伸びていくと赤字幅は縮小していくという、黒字化を志向しているわけではなく、売上高の拡大を志向している、このように理解してよろしいですか。

**青野 [A]**：おっしゃるとおりです。トップラインを上げていくのがアメリカでのチャレンジです。



**質問者 [M]**：ご説明ありがとうございました。

**質問者 [Q]**：パートナーによる売上の比率につきまして、22年は61.6%だったのに対し、23年は62.9%となっております。伸び悩んでいると見ることも、着実に成長しているとも見えます。サイボウズとしてはこの数字をどう受け止めておりますでしょうか。ここからの拡大についてはどのように取り組んでいきますか。

**司会 [M]**：こちらは、営業本部長より回答いたします。

**玉田 [A]**：営業本部の玉田でございます。

先ほどご質問がありましたように、昨年度からの数字は比較的近い数字かなと思います。決算資料の中のグラフにあったように、直販は正比例的に伸びていて、間販は2次関数的に伸びているところがあります。ここはコントロールしてやっている数字はないですが、必然的にパートナービジネスのほうスケールしていく形になるかなと思いますので、この数字比率が上がっていくのはあり得るかなと思っております。

このところはコントロールせずに、自然体ですが、間販ビジネスが拡大していくフェーズというのは早いのではないかと見積もっております。

**質問者 [Q]**：先ほどの質問に関連してうかがわせてください。今期の広告宣伝費の支出はどの四半期に寄りそうでしょうか。広告宣伝費に関しての質問です。

**青野 [M]**：偏りがあるかということですね。

**栗山 [A]**：マーケティング本部長も兼任しています、私から回答します。

多分一番費用計上として多いのは第4四半期になると思いますが、平均的に使っていきたいなと今年は思っております。ただ、第4四半期はイベントが多くなりますので、一番多くなるのは第4四半期なのかなと思います。

**質問者 [Q]**：AI関連への投資についてお聞きしたいです。前期の研究開発費が約9億円で、広告投資については43億円投じておられます。これを見るとAI関連への投資が少し甘いように感じてしまいます。広告よりもAI機能の開発を強化するなどして、kintone自体にAI機能を付与する、追加する考えはないのでしょうか。

**司会 [M]**：ご質問いただきありがとうございます。こちらは開発本部長より回答します。

**佐藤 [A]**：今ご質問いただきましたAI関連については、昨年「Cybozu Days」でも少し紹介したように、社内で現在研究開発を行っている段階です。当然kintoneに蓄積されているデータをAIにいかにか活用していくかは、これからわれわれも出していきたいところです。

投資金額というところでは、恐らくAIについての多くの場合、金額に跳ねているところはサーバー、あるいはモデルの学習構築コストだとは思いますが。今のところ、われわれはモデル構築自体に

たくさん投資しているわけではなくて、どちらかという AI をいかに活用していくかが中心になっていますので、金額にそこまで跳ねていない感じにはなっています。

今後どうなっていくかは、これから動向を見ながら研究開発を行っていきたいと思いますし、プロダクトにもそういった機能が反映され、発表できるようにしていきたいと思っております。

**司会 [M]**：ご質問いただきありがとうございます。続きまして、YouTube ライブご視聴の皆様からのご質問に移らせていただきます。それでは、順番に読み上げさせていただきます。

**質問者 [Q]**：1点、今期の売上高予想についてうかがいます。前年比 13%増収予想ですが、何十億円も広告宣伝費をかけておられるのをやめた場合、どれくらいの成長率になる予測でしょうか。これくらいの増収に対してここまで広告宣伝費が必要なのか懸念しております。

**栗山 [A]**：短期の部分で必要かと言われると、今年やめたからといって、では今年の成長率が急に下がるかということ、そんなことはないと思っています。この広告費の内訳を見ていくと、短期の部分、それから中長期で kintone のブランドを上げたり、認知度を向上させていく部分、それから海外の投資の部分、もしくは kintone ではなくてサイボウズという会社のブランディングを向上させるための費用、いろいろな費用が混ざっています。

この中の短期の部分のご質問だと認識しています。では、短期の部分は今年やめたから今年の売上が急に下がるかということ、そんなことはないですが、これは中長期的に効いてくる部分で、必要な部分であると思いい投資を続けています。

**質問者 [Q]**：外国人投資家も新規に日本株を買ってきているようですが、御社は 1on1 やスモールミーティングの件数など、ご状況はいかがでしょうか。

**林 [A]**：1on1 やスモールミーティングの実施状況について答えさせていただきます。

昨年までは青野が対応する形で、極めて限定的に実施しておりました。今期に関しては私に対応する形で、昨年よりは増やして対応していきたいなと思っています。実際にお問い合わせもいくつかいただいている状況にはなっております。

ただ、せっかくわれわれはこういったミーティングに対応するのであれば、できれば他の機関投資家や株主の皆さまにも状況をご理解いただきたいなと思っております。ですので、インタビューにお答えさせていただく場合は、できればその内容を公開させていただくところに同意いただく方に対応させていただく方針で今も考えております。

**質問者 [Q]**：株主です。保有銘柄で貴社ほど上場している意味が分からないところはありません。あらためて上場していることの意味を教えてください。また、株価と資本コストを意識した経営について、IR 面で強化するお考えはありますか。

**林 [A]**：まず、上場している意味で申し上げますと、広く市場を通じてサイボウズの事業や理念についてご理解いただける株主の皆さまに集まっていただくというところでは、非常に大きな価値が

あるのではないかと考えております。また、事業的な信頼度や、採用面でのブランディングでも大きな価値があるのではないかと、上場については考えております。

資本コストや株価を意識した経営については、従前お話しさせていただいているとおり、サイボウズとしては持続的な事業の成長こそが株主の皆さまにとってのリターンを最大化できるのではないかと考えております。WACC や ROIC といった資本コストの指標、数字も集計は一応してはおるのですが、そこに過度な重きを置いた経営判断など、事業意思決定は今のところしていない状態です。

一方で、東証等からこういったものについての注力というか、IR についての注力についての要望が出ていることも認識しておりますので、こちらについては今後の開示の仕方等を含めて検討していきたいと考えております。

**質問者 [Q]**：トヨクモとの連携、関係性を教えていただければ幸いです。

**玉田 [A]**：トヨクモ社との関係は、今、連携するサービスのパートナーということで協業させていただいております。多くの案件でご一緒する機会も多いですが、引き続き製品間の連携という意味では、それを強化していきたいと思えます。

トヨクモクラウドコネクトという会社が出来ていて、そこは大型の案件をされるとうかがっております。そこについては情報交換しながら、より安心して使っていただけるビジネスを先方でもされるということですので、そこに向けてわれわれも必要な情報を提供して、よりよい協業関係を引き続き続けていく形で進めております。

**質問者 [Q]**：ドリーム・アーツ社は、ノーコードツールで競合にはなりますか。ドリーム・アーツは大型の単価が大きい顧客が多いと、開示資料にはありました。

**玉田 [A]**：ご指摘のように、ドリーム・アーツ社と競合するケースも案件によってはございますので、競合ということになると思えます。お客様によっては、ご存じの方は競合になりますし、そうではないケースもありますので、ここはケース・バイ・ケースだと思えますが、ご指摘のように大型の案件等で競合するケースはあるかと思えます。

**質問者 [Q]**：リコー様などの連携について、1 年前からあまり進捗が芳しくないように感じます。大企業との連携については今後も継続するのでしょうか。自社での取り組みや M&A など、異なる方針、戦略は検討されているのでしょうか。

**栗山 [A]**：協業の責任者をしております、私から回答します。

1 年前からだいぶ進捗しており、日本での取り組みで言うと、先ほどありましたように、1 年間で 1,000 社以上ということもあります。また、海外でも次々リリースを計画して、アメリカはリリース済み、それから南米、アジアも準備しています。

まだ結果が出ていないのでプロセスですが、だいぶ勉強会なども進んで、各地に kintone の説明ができる人員が増えてきたりと、私の認識としては、これから売上の拡大をしないと進んだと言えないかもしれないですが、プロセスとしてはこの1年間でかなり前進した協業になっているのではないかと感じております。日本では既に結果も出てきているので、海外にそれを展開していくところを急いでやりたいなと思っております。

**質問者 [Q]**：海外で想定よりサービスが広がらない要因として、何が問題だと受け止めておりますか。

**栗山 [A]**：これも日本と比較してなかなか厳しい状況であるということです。一昨年のアメリカの状況で言いますと、多い月では30社以上のお客さまが kintone を買ってくれると、買ってくれるやり方は、ある程度 US のメンバーと一緒に見つけることができました。kintone 自体が US のマーケットで製品として全く戦えないかということ、そんなこともないというのが、これも US のメンバーと案件を分析しながら、十分 kintone が戦えることも認識しました。

ただ、30件を取るやり方が、結構お金がかかるやり方だったので、これを継続するのは厳しく、違うやり方を考えないといけないと、その中でリコーさまとの協働を進めています。ですが、案件を発生させるためのノウハウとやり方が足りていないところが今、一番厳しい戦いをしているところだということになっています。実際に案件が出て、お客さまに提案するフェーズになると、クロージング率としては結構高い数字になっているのが、これは過去の集計上持っているものになります。

今、課題となっているのは、クロージングのところではなくて、その前の案件を発生させるところ、ここに今年はいろいろな施策を準備して、できるだけたくさん案件を出して勝負ができると、勝負さえすれば結構 kintone で勝てることも、自信を持って US のメンバーとも話ができておりますので、そこで戦っていきたいなと思っております。案件発掘が課題になっているというのがお答えです。

**質問者 [Q]**：ガバナンス面でいろいろと試行錯誤されてきましたが、若手社員にも取締役が十分に務まるのか、どのように周囲でサポートするのかお聞かせください。

**青野 [A]**：若手とベテランをまず組み合わせていくことになります。若手だけで孤立させないように、ベテラン社員、それから社外の取締役を含めて支援していくつもりです。また、それだけではなくて、経営支援部門、人事部門からもサポートしていただいて、ぜひ若手の取締役の学びにつながるように応援していきます。

**質問者 [Q]**：部門から組織全体での情報共有を目指すとのことですが、全社導入ライセンスの他にはどのような対策を考えていますか。拡がりのイメージを教えてください。

**玉田 [A]**：今、部門で入っているケースが多いところに対して、アプローチする専任の組織をつくって活動しています。営業の中にもそういった組織がありますし、カスタマーサクセスという、既存のお客様を見ているチームもあります。

ですので、その取り組みの中で増やしていきつつ、全社的なスコープで活動されている組織に対して、いろいろ情報提供させていただいたり、拡げていく活動をしていますので、それをもって全社導入につなげていきたいと考えております。

**質問者 [Q]**：インドへの進出の予定はありますか。

**栗山 [A]**：今のところは予定しておりません。いい話があれば全く否定するものではないですが、現時点では計画がないです。

**質問者 [Q]**：株価や企業価値向上は長期的に見てほしい、長期的に見てくれる人に株主になってほしいというお考えであれば、中期経営計画を出さないと筋が通らないと思いますが、出されるお考えはないでしょうか。

**青野 [A]**：誤解もあるようなので、そこをご説明しながら話したいと思います。長期的に見てくれる人に株主になってほしいというよりも、圧倒的に優先度が高いのは、私たちの企業理念に共感している人になってほしいということです。

チームワークがあふれる社会を創る、こんなチームが世の中に増えるといいなと思っている人に株主になってほしいというのが一番の想いとしてあります。そういう方々に株主になっていただくことで、私たちの活動もより活性化すると思っていますので、一番のポイントはそこになります。

二つ目は、株価よりも配当というのが私たちの方針です。株価は私たちでコントロールしづらいですが、配当は私たちの事業を運営していく中で増やしていくこともできますので、株価よりも配当ということで、この金銭的なリターンに関しては、ぜひ配当を一つの指標としてお話ができればと思います。

今日ご紹介できませんでしたが、配当が毎年増え続けていると、増やし続けることが今のところできています。恐らくこれは日本のこういった同業他社の中でも珍しい会社ではないかと思えます。そこを見ていただきたいということになります。

その中で、共感される中で短期的なお付き合いでも、中期的なお付き合いでもいいと思いますが、一番はまずは企業理念に共感して、金銭的なリターンはぜひ配当でということで、もっと配当を増やせという、そういうフィードバックもいただきたいなと思っています。

その中で、中期経営計画ですが、社内で経営計画とは呼んでいませんが、中期で見通しを立てながらビジネスはしております。この辺りの情報をどう出していくのかは今後の課題とさせていただきたいと思うのですが、ぜひ中長期的な見通しも含めて、皆様とコミュニケーションできるようにしていきたいと思っています。

**司会 [M]**：ご質問いただきありがとうございます。次の質問で最後とさせていただきます。

**質問者 [Q]**：決算説明資料は決算発表、短信と同時に出していただきたいのですが、できないのでしょうか。

林 [A]：同時に出せないかということですが、今日の決算事業説明会の資料に関しては、ギリギリまで最新の情報を盛り込んでお出ししたいと思っていますので、現時点で同時に出すことは、今のところは考えておりません。一方で、本日公開させていただきました SaaS の指標に関しては、手前で取ることもできますので、逆に短信で開示する情報を充実させる方向で今後は検討していきたいと思っています。

司会 [M]：ありがとうございました。以上をもちまして、質疑応答を終了いたします。

これにて、サイボウズ株式会社 2023 年 12 月期決算事業説明会を終了いたします。お忙しい中、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. 音声が不明瞭な箇所に付いては[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