



サイボウズ株式会社

2024 年 12 月期（第 28 期）本決算 決算説明会

2025 年 2 月 27 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 |
| [イベント名] | 2024 年 12 月期（第 28 期）本決算 決算説明会 |
| [決算期] | 2024 年度 通期 |
| [日程] | 2025 年 2 月 27 日 |
| [ページ数] | 56 |
| [時間] | 13:00 – 14:28 (合計：88 分、登壇：41 分、質疑応答：47 分) |
| [開催場所] | インターネット配信 |
| [登壇者] | 7 名 代表取締役社長 青野 慶久（以下、青野） 執行役員 事業戦略室長 兼 マーケティング本部長 兼 グローバル事業本部長 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 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 開発本部長 佐藤 鉄平（以下、佐藤） 執行役員 エンタープライズ事業本部長 玉田 一己（以下、玉田） 執行役員 営業本部長 清田 和敏（以下、清田） |

登壇

司会：本日は、サイボウズ株式会社 2024 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。本日司会進行を務めます、サイボウズ IR 部の吉川と申します。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、2024 年 12 月期の決算と事業内容についてご報告いたします。

青野さん、よろしくお願いいたします。

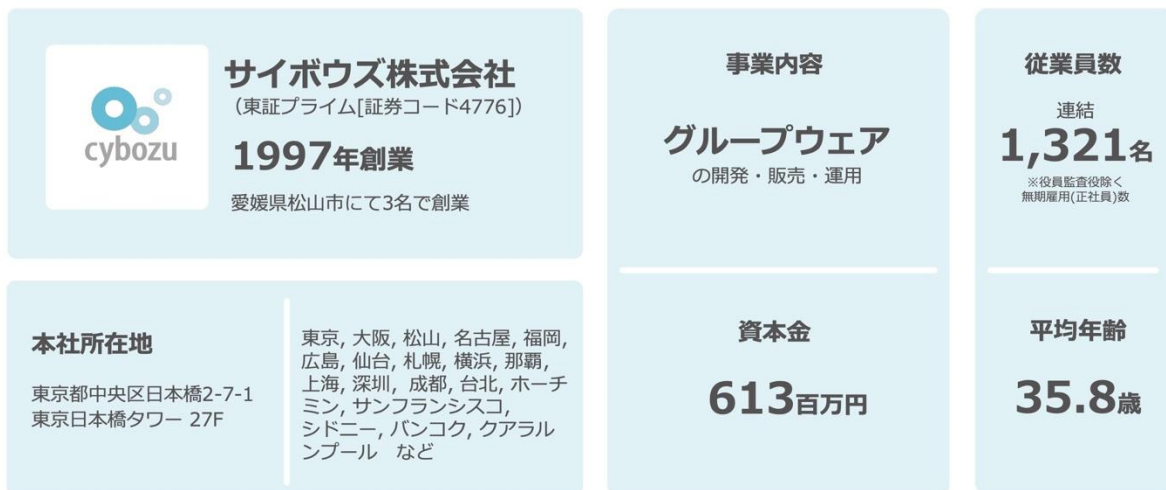
目次

- 01. 会社・事業紹介**
- 02. 2024年12月期 通期業績**
- 03. 2024年度トピックス**
- 04. 2025年12月期 通期業績見通し・中期ターゲット**

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、私より前年度の決算事業を説明させていただきます。

今日は、このような目次で進めさせていただきます。最初に、会社や事業をご紹介し、その後、前期の業績の数字をご紹介します。そして、3つ目には去年のトピックスをいくつか紹介した後、最後に今期の見通し、それから中期に向けてのターゲットの数字などをご紹介します。

会社概要



*上記は2024年12月末時点

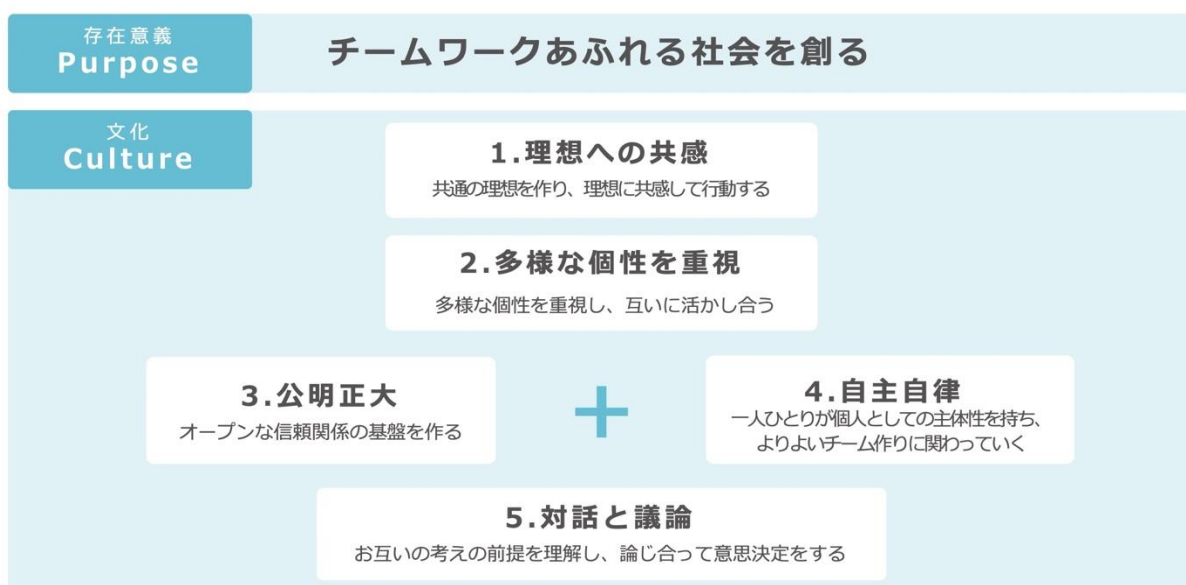


2024年12月期決算説明会 4

まず、会社・事業の紹介です。私たちは、サイボウズ株式会社と言います。1997年創業で、今28年目となります。もうずっと、創業からこのグループウェアの開発・販売をやっており、社員数は、創業当時3名だった社員も1,300人を超えてきたところになります。

また、事業のグローバル化が進んでおりますので、拠点も徐々にグローバル拠点が増えてきたところがトピックとしてあります。

企業理念



2024年12月期決算説明会 5

私たちの企業理念です。ご存じのとおり、サイボウズは非常に企業理念にこだわる会社ですので、ここは毎年恒例ではありますが、丁寧に説明させていただきます。

まず、私たちサイボウズが何のためにあるのか、「チームワークあふれる社会を創る」、これが私たちの存在意義、パーパスです。

では、どんな状態になればそれはチームワークがあふれていると言えるのかということで、この下に5つのカルチャー、これらのカルチャーが広がっている社会になると、それはチームワークあふれているよねということで、この5つのカルチャーを定めています。

ざっくり紹介します。1つ目が、理想への共感です。チームたるもの同じ理想に向かってみんな共感し、そちらを目指していくぞと、これが第1のカルチャーです。

2つ目のカルチャーが、では、理想に向かって目指していく仲間、いろいろな仲間がいてもいいよねと、むしろ多様な個性を重視して活かし合うチームにしたいねと、これが2つ目のカルチャーです。

3つ目が、公明正大と言います。メンバーがうそをつかない、隠さない、オープンな信頼関係の基盤を作る、これが3つ目の公明正大です。

4つ目が、自主自律という言葉にしていますが、一人一人が主体的に仕事に取り組む、チームワークに参加する、この主体性というところで、この自主自律が4つ目のカルチャーです。

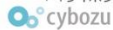
最後に、そんな多様なメンバーが公明正大で主体的に動きながら、対話と議論をもって組織を進化させていく、こういう5つの文化がそろったチームが世界中にあふれているといいねと、これが私たちの企業理念です。これをやるためにこのサイボウズというのは存在するのだと定義し、真剣にこれを目指して頑張っております。

グループウェア事業

情報共有を通じて**チームワークを促進**させる**グループウェア（情報共有プラットフォーム）**を提供

| 業務システム構築プラットフォーム | グループウェア |
|---|--|
| <p>キントーン kintone 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>契約中 37,000社</p> | <p>サイボウズ Office 中小企業向けグループウェア</p> <p>導入延べ 81,000社</p> |
| <p>メール共有システム</p> <p>メールワイズ Mailwise チームのメール対応を一元管理</p> <p>導入延べ 15,000社</p> | <p>サイボウズ Garoon 中堅・大規模組織向けグループウェア</p> <p>導入延べ 8,000社</p> |

*上記は、国内契約社数
*2024年12月末時点の社数
*「kintone」はクラウドのみの販売
*「サイボウズ Office」、「Garoon」、「メールワイズ」は、パッケージ版とクラウド版を合算した延べ導入社数



2024年12月期決算説明会 6

そのチームワークあふれる社会を創るためには、この情報共有の基盤が必要であろうと、今私たちが集中して取り組んでいるのが、このグループウェア事業です。

主に、4つの製品を出しております。ノーコードの開発基盤のkintone、それからグループウェアとしてサイボウズ Office、Garoon、そしてメールの共有システムのメールワイズ、主にこの4つの商品をもって、情報共有基盤を提供しています。

サイボウズNEXT

より多様なユーザーがより多様な情報を扱えるワンプラットフォームへ

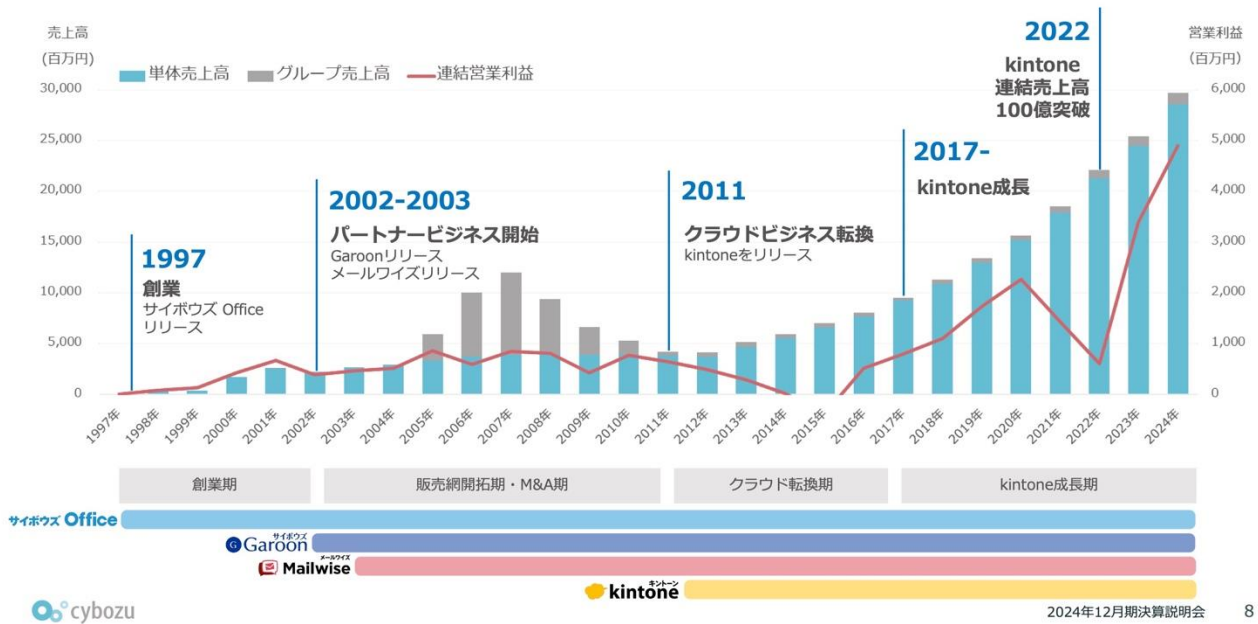


2024年12月期決算説明会 7

そして、この kintone が私たちの主力商品になってきました。この kintone をさらに次の段階に発展させていくぞということで、NEXT という言葉を使って、より多様なユーザーの皆様が、より多様な情報を扱えるプラットフォームを目指していこうと、こういうビジョンを掲げています。

まだまだ、この kintone はある特定の部門で特定の使われ方しかしていない、そういうケースが多いのですが、それをできればもっと部署横断でより多様な人たち、より多様な情報共有をしてもらって、そしてこのチームワークあふれる状態を目指してもらって、これが私たちのビジョンです。

サイボウズの歩み



そして、もう 28 年目に入ったサイボウズですが、こちらが過去の歩みです。パッケージでスタートしたところから、パッケージでしかもウェブの直接販売というところ、直販からスタートした会社です。

途中で Garoon を作って、パートナービジネスを開始し、そして M&A で苦しんだ時期もありましたが、このクラウドサービスにシフトし、そして kintone を出すことができ、徐々に売上が積み上がってきているというのが今のサイボウズになります。

価格改定について

開発や運用をはじめとした運営全体への投資を拡大し、より良いサービスを提供していくため、2024年11月1日より、クラウドサービスの価格改定を実施。2024年11月から12月の価格改定による影響が、当期業績に反映。

● 価格改定後の月額ライセンス金額（一部抜粋）

| 対象サービス・コース名 | 改定前の価格（税別） | 改定後の価格（税別） |
|------------------------|---------------|---------------|
| kintone ライトコース | 780円 /1ユーザー | 1,000円 /1ユーザー |
| kintone スタンダードコース | 1,500円 /1ユーザー | 1,800円 /1ユーザー |
| サイボウズ Office スタンダードコース | 500円 /1ユーザー | 600円 /1ユーザー |
| サイボウズ Office プレミアムコース | 800円 /1ユーザー | 1,000円 /1ユーザー |
| Garoon（～300ユーザー） | 845円 /1ユーザー | 900円 /1ユーザー |
| Garoon（301～1,000ユーザー） | 800円 /1ユーザー | 900円 /1ユーザー |
| メールワイズ スタンダードコース | 500円 /1ユーザー | 600円 /1ユーザー |
| メールワイズ プレミアムコース | 1,500円 /1ユーザー | 1,800円 /1ユーザー |

それでは、前期の業績をご紹介します。

前期、一番業績に大きな影響を与えたのは、価格改定です。世の中の潮流もあり、私たちのライセンス価格を約2割上げさせていただきました。それが、昨年11月1日より適用になるのですが、その影響もあって、この11月、12月のあたりから売上にこれが反映されてきているということになります。

業績ハイライト

| | | |
|----------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| 連結売上高 29,675 百万円 | 連結クラウド売上高 26,791 百万円 | kintone連結売上高 16,192 百万円 |
| 連結売上高成長率 16.7 % | 連結クラウド売上高比率 90.3 % | kintone連結売上高成長率 24.4 % |

そして、その結果、前期の連結の売上高が 296 億円と、16.7%の成長になり、クラウドの売上高の比率が 90%を超え、そしてこの主力商品の kintone の売上が 161 億円で 24.4%の成長となっています。

連結売上高・連結営業利益



これをグラフにしますと、こんな感じになります。売上が着実に伸びてきていますね。非常に分かりやすいグラフになっています。

毎年 15% ぐらいの成長率でずっとこの 10 年余り成長してきているということで、綺麗な 2 次関数のようなグラフになっています。

ただ、売上のグラフとはまた違い、この赤いほうが連結の営業利益になりますが、こちらはちょっとでこぼこしています。

面白いのは、サイボウズは創業期から黒字を出し続けてきた会社で、ずっと赤字を出さない会社でした。ただ、クラウドを立ち上げるころ、2015 年だけ、ここを思い切って投資しようというので一度赤字にしましたが、また黒字に回復してきています。

そして、この 2021 年、2 年あたりは BET! というスローガンの下に、広告投資も含めて思いきりアクセルを踏んだ時期です。また、これが終わり、利益率が回復し、利益が少し伸びやすい環境にあるのが今のサイボウズになります。

連結業績詳細

| 連結業績 (単位：百万円) | 2023年12月期 (実績) | 2024年12月期 (実績) | 前年比 | |
|------------------|-------------------|-------------------|---------|---------|
| 売上高 | 25,432 | 29,675 | +4,242 | +16.7% |
| 営業利益 | 3,394 | 4,892 | +1,498 | +44.1% |
| 経常利益 | 3,579 | 5,335 | +1,756 | +49.0% |
| 当期純利益 | 2,488 | 3,555 | +1,067 | +42.8% |
| 1株当たり 当期純利益 | 52.29円 | 74.99円 | +22.70円 | +43.4% |
| 1株当たり配当金 | 14.00円 | 30.00円 | +16.00円 | +114.3% |

point

1

価格改定に加えて費用の増加もそれほど大きくなかったため、増収増益となった。売上高は前年比16.7%となり、前期の成長率を上回った

2

増収増益により1株当たりの配当金を30円に増配

こちらが、具体的な数字です。売上高が16.7%の成長、営業利益が44.1%の成長と、利益のほうがやや出やすい状況になっています。

そして、一番下を紹介させてください。サイボウズは配当重視ということで、赤字でも配当を出すと、配当重視でやってきて、この配当が毎年1円ずつぐらい増えていたのですが、今期は利益が多めに出たこともあり、少し配当の水準を上げていこうと、思い切って14円から30円に配当を増やし、今度の株主総会で決議する予定になっています。

連結業績詳細

| 連結PL (単位：百万円) | 2023年12月期 (実績) | 2024年12月期 (実績) | 前年比 | |
|------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| 売上高 | 25,432 | 29,675 | +4,242 | +16.7% |
| 売上原価 | 2,364 | 2,940 | +576 | +24.4% |
| 人件費 | 8,828 | 9,389 | +561 | +6.4% |
| 広告宣伝費 | 4,313 | 5,618 | +1,305 | +30.3% |
| 研究開発費 | 889 | 1,228 | +338 | +38.0% |
| その他 | 5,643 | 5,605 | △37 | △0.7% |
| 営業利益 | 3,394 | 4,892 | +1,498 | +44.1% |

point

- 1 当期は人員増加が少なく、離職率が高かったため、人件費の増加が少なかった
- 2 「kintone」のTVCM等により広告宣伝費が増加
- 3 グローバルを見据えた新規事業の創出を目指し、長期的な研究開発活動の活性化により研究開発費が増加

こちらは、費用です。まず、人件費は昨年やや離職率が高かったこともあり、また採用数も思うほど伸びなかったこともあり、プラス 6.4%と、比較的小さめの成長になっています。

そして、広告宣伝費は逆に 30%増えているということですが、これはどちらかということ 2023 年が一回広告費を絞ろうぜと抑えたところもありましたので、2024 年、前年は定常どおりに戻して、56 億円と、広告宣伝費が増えています。

また、トピックとしては研究開発費、こちらはこれから kintone をグローバル展開していかないといけない、また kintone に次ぐプロダクトも開発していきたいと、研究開発費を多めに充てて開発に取り組んでいるところです。

財務状況

| 連結BS (単位：百万円) | 2023年12月期 (実績) | 2024年12月期 (実績) | 前年比 |
|------------------|-------------------|-------------------|---------|
| 資産 | 19,248 | 21,087 | +1,838 |
| - 現預金 | 6,492 | 5,589 | △902 |
| 負債 | 7,995 | 9,454 | +1,458 |
| - 借入金 | — | — | — |
| 純資産 | 11,253 | 11,633 | +380 |
| - 自己株式 | △1,346 | △4,275 | △2,929 |
| 自己資本比率 | 58.5% | 55.2% | △3.3% |
| 1株当たり純資産 | 236.33円 | 251.69円 | +15.36円 |

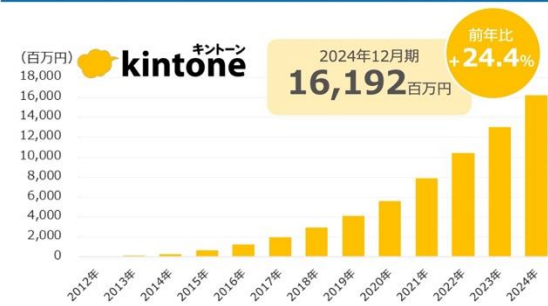
point

1

2024年10月～12月に自己株式
2,929百万円の取得により自己株式
が4,275百万円に増加

バランスシートです。一番大きく変わったところは、自己株式のところですが、こちらはもう発表して実施しましたが、昨年10月から12月にかけて総額30億円を目標に自社株式を買っていきこうと、自己株の取得を行いましたところ、29億2,900万円を購入することができたということで、自己株式が増えています。また、こちらはぜひ戦略的に自己株式を使っていければと思っています。

製品別 連結売上高



こちらが、4つの製品の成長です。それぞれの製品が着実に伸びてきています。特に、このサイボウズのエースとなりました kintone が、24.4%の成長で、161 億円まできたこととなります。

製品別 SaaS経営指標

2024年11月の価格改定もあり各製品のARPAは全体的に上がっているものの、全社基盤が前提のGaroonの単価は高い一方で、kintoneの単価が引き続き課題。

| 製品 | MRR ⁽¹⁾ (2024/12時点) (単位: 百万円) | ARR ⁽²⁾ (MRR×12) (単位: 百万円) | ARR 成長率 ⁽³⁾ | サブスクリプション 売上比率 ⁽⁴⁾ | Gross Revenue Churn Rate ⁽⁵⁾ | Net Revenue Retention ⁽⁶⁾ | ARPA ⁽⁷⁾ (月額) (単位: 円) |
|--------------|--|---|---------------------------|----------------------------------|---|--|--|
| kintone | 1,522.0 | 18,264 | 37.2% | 100.0% | 0.94% | 109.4% | 40,700 |
| Garoon | 351.7 | 4,221 | 21.6% | 70.8% | 0.43% | 102.1% | 129,300 |
| サイボウズ Office | 494.6 | 5,935 | 25.2% | 90.8% | 0.64% | 100.7% | 20,000 |
| メールワイズ | 82.5 | 990 | 25.9% | 96.9% | 1.01% | 101.2% | 8,800 |

*本データはクラウド（単体）のみのデータ

*本データは2024年12月時点の数字

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

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

(3) ARR成長率: ARRの前年比成長率

(4) サブスクリプション売上比率: 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月額売上単価 (Average Revenue per Account)。チーム応援ライセンス、スクール&ペアレンツライセンス、kintoneガストユーザーを除く。

1社が複数のサブドメインを契約することも可



2024年12月期決算説明会 17

こちらは、SaaSの指標です。一番左側から、このMRR、いわゆる Monthly Recurring Revenue と言いますが、1カ月の売上高となります。これが、前年12月、2024年12月の売上がそれぞれこの金額になっていて、これを12倍するとこれくらいということで、今、年間これくらいの売上が立つ製品になっています。

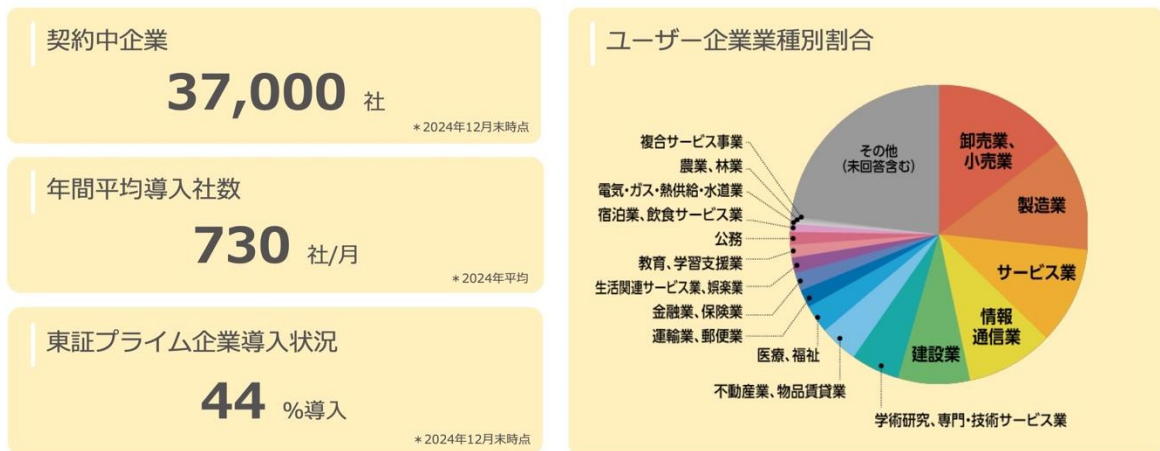
そして、その成長率がこのようになります。これは、価格改定の影響が大きいです。価格改定したので、ぐっとこのMRRが上がって、それによってARRも上がっています。

そして、チャーンレート、いわゆる解約率はそれほど大きな変化はありません。一つ、私たちの課題の数字を紹介すると、このkintoneの単価、ARPAと言いますが、この1サブドメイン当たりの単価が、Garoonと比べるとまだまだずいぶん小さいのが私たちの課題です。

まだまだこのkintoneが部門で使われていて、Garoonのように全社的に使われていないので、ユーザー当たりの単価はkintoneのほうが高いのですが、このサブドメイン当たりの単価で見ますとkintoneのほうがずいぶん小さくなってしまっているということで、ぜひこのkintoneもより多くの人に全社的に使っていただくのが私たちの課題です。

kintone 導入状況

kintoneの契約中企業は順調に増加。価格改定前の需要増もあり、当期の平均導入社数は730社/月となり、前期から80社/月の増加。東証プライム企業の導入状況も前年から増加し44%に。



そして、kintone の導入状況は、契約企業数が 3 万 7,000 社を超えました。

それから、大体月に 730 社ぐらいの方が、この kintone の新しいお客様になってくださっていることとなります。ただ、730 というこの数字については、恐らく 1 年後にはずいぶん下がっているだろうと思われます。

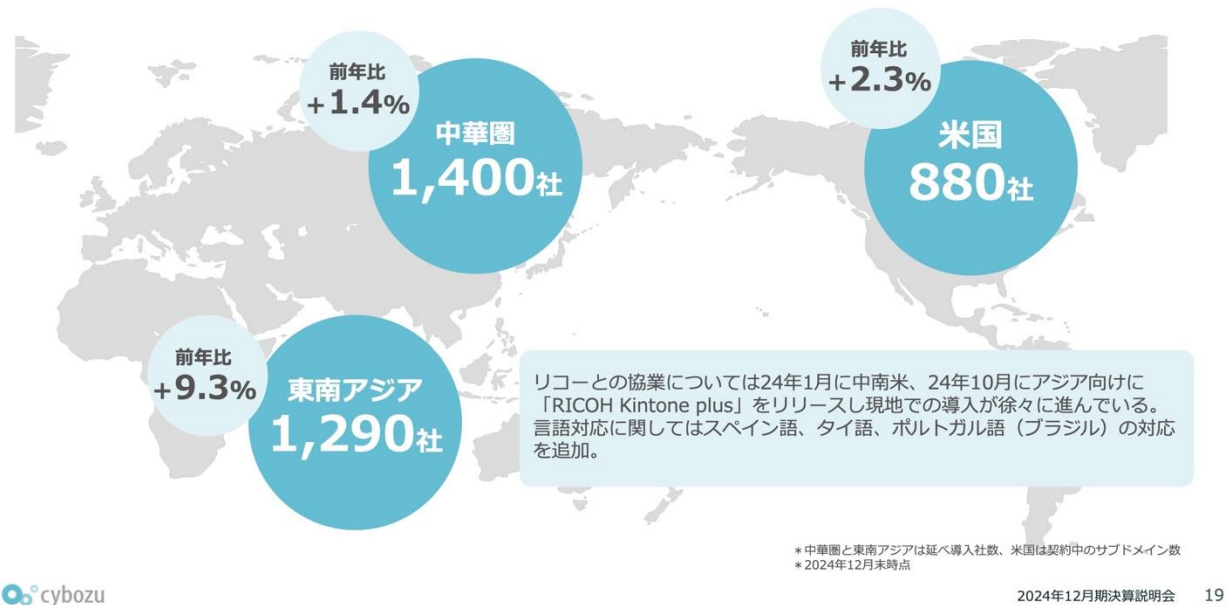
というのは、まず一つは価格改定し、値上げを行いましたので、なかなか新しいお客様の獲得は今までどおりのペースではいかないだろうということと、最低ユーザー数を 5 だったものを 10 に上げて、それによって最初に導入するときの価格が上がってしまったということで、恐らく今まではたくさんの方々々に新規で導入はいただけないだろうと思っています。

もちろん、私たちもマーケティング活動して、そこは伸ばしていく努力はしますが、なかなか今年に関して言うとちょっと厳しいなというところを感じているのがこの導入社数です。

そして、3つ目が東証プライム企業の導入状況です。去年 3 社に 1 社と言っていたと思いますが、それがさらに増え、今東証プライム企業のうち 44%に、何らかの形でどこかの部門では使っていたところまでできました。

そういう意味では、ビジネスのほうはやや中小企業から大企業にシフトしてきているというのが、今のサイボウズの特徴かと思えます。そして、導入される企業の業種に関しては、今までどおり非常に多様なお客様に使っていただけるようになっています。

グローバル 導入状況



グローバルのお話もさせていただきます。主に3つのエリア、米国、中華圏、東南アジアでグローバル展開しており、順調なのは、比較的東南アジアの顧客数が伸びてきています。

この中華圏に関しては、中国のデータ保護法もあり、なかなか中国の現地企業に販売するのが難しい時期がありましたので、この日系の企業、特に大手にシフトしたこともあり、社数ベースでの伸びが1.4%にとどまってしまいました。

また、米国も今までは比較的直販をメインにやっていたところを、パートナー販売に思いきり切り替えていこうと、パートナーの育成に取り組んでおり、その影響もあり、前年比で2.3%という比較的小さな成長にとどまっているところがあります。このあたりも、パートナーをしっかり育成して、また成長率を上げていきたいと思っています。

面白いトピックとしては、kintoneの多言語化が進んでいます。昨年に関しては、スペイン語、タイ語、そしてポルトガル語に対応を進めてきて、南米でも発売を開始することができました。一部、南米の国々でkintoneを導入いただけるという事例も出てきています。このあたりも、ぜひ伸ばしていきたいと思っています。

以上が、前年の業績の数字でした。

プロダクト・ビジネス トピックス

01

● 全社・大規模導入の推進

- kintone「ワイドコース」のリリース
- kintoneの全社・大規模導入事例

02

● kintoneの導入・活用用途の拡大

- AIへの取り組み
- メール共有オプションのリリース
- 自治体でのkintone活用の拡大

03

● エコシステム拡大への取り組み

- パートナー・連携サービス数の増加
- kintone Teamwork Fund
- OBCとの協業体制構築

04

● 信頼性強化に向けた取り組み

- クラウドインフラ基盤の信頼性向上
- 新たにSOC2 Type2保証報告書を受領

全社・大規模導入の推進

kintone「ワイドコース」のリリース

1,000ユーザー以上の大規模利用に対応するため、専用機能を追加し、利用可能なアプリ数・スペース数・APIリクエスト数を拡大した「ワイドコース」を2024年7月にリリース。

| コース内容 | ライトコース | スタンダードコース | ワイドコース |
|--------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 価格 (税抜き) | 月額1,000円 /1ユーザー | 月額1,800円 /1ユーザー | 月額3,000円 /1ユーザー |
| 最小契約 ユーザー数 | 10ユーザー | 10ユーザー | 1,000ユーザー |
| アプリ数 | ~200個 | ~1,000個 | ~3,000個 |
| スペース数 | ~100個 | ~500個 | ~1,000個 |
| APIリクエスト数/日 (1アプリごと) | × | 1万/日 | 10万/日 |
| 外部サービスとの連携 プラグイン・拡張機能 | × | ○ | ○ |
| 大規模利用向け機能 | × | × | ○ |

大規模利用向け機能



ポータル拡張

組織・グループ別の表示制御、カテゴリ分類などの機能



プロセス管理強化

プロセスフローの可視化、コメント付与などの機能



アプリ分析

組織別アプリ保持状況分析、アプリ関連図表示などの機能

ここからは、前年のトピックスをいくつか拾っていきたいと思います。大きく4つのトピックでお話しします。

1つ目が、全社・大規模導入の推進ということで、kintoneの課題である、いかに多くのユーザーに使ってもらえるかという取り組みを紹介します。

一つは、kintone もいわゆる大企業での導入が増えてきました。大企業で大人数で使うとなりますと、今までよりも制限がネックになってくるのが分かりました。

例えば、このアプリケーションの数、kintone では 1,000 個まで作れるのですが、大企業で大人数で使うと足りないぞということで、これを 3,000 個に伸ばし、スペース数や API のリクエスト数も上限をかなり上げたバージョンを作り、それをワイドコースとして大企業向けに販売開始することができました。

また、大企業ならではのニーズ、例えばポータルを拡張したり、プロセス管理を強化したり、それからたくさん作られたアプリケーション分析したり、こういったニーズに応えるための付加機能も付け、ワイドコースとして発売開始し、徐々に売れ始めています。

全社・大規模導入の推進

kintoneの全社・大規模導入事例

kintoneの全社・大規模導入事例が徐々に増えている状況。kintoneを全社・大規模導入することで、より全社最適な業務効率化と情報共有の最適化を実現。



こちら、全社導入の事例も積極的に取って広げていきたいと思っています。今年ご紹介したいのは、阪急阪神不動産さんです。こちらも、もう 1,000 名に DX 基盤として導入いただいて、いろいろな方がたくさんアプリを作られるということでご活用いただいています。

それから、ダイドーグループさんにも DX のプラットフォームとして導入いただいて、既になんと 450 ものアプリケーションが開発されて、活用されているとのことでした。

また、自治体さんの導入事例は、逆に今まで、例えば北九州市さんや神戸市さん、東京都さん、埼玉県さんなど、大きい所が多かったのですが、こういった佐賀県小城市さんや長崎県西海市さんなど、こういったいわゆる地方の自治体でも DX 基盤として導入いただいてご活用いただけるケース

も増えてきました。この職員の方々がアプリケーションを作られて、非常にペーパーレスや作業時間の短縮に取り組んでおられます。

kintoneの導入・活用用途の拡大

AIへの取り組み — 「kintone AIアシスタント（仮称）」β版の発表—

kintoneの検索機能と検索拡張技術（RAG）を組み合わせた「kintone AIアシスタント（仮称）」のβ版を2024年11月に発表。これによりkintoneのデータを生成AIと組み合わせて検索でき、より効率的なデータ活用が可能に。25年度にはその他AI機能も合わせて、ラボとしてリリース予定。



cybozu

2024年12月期決算説明会 26

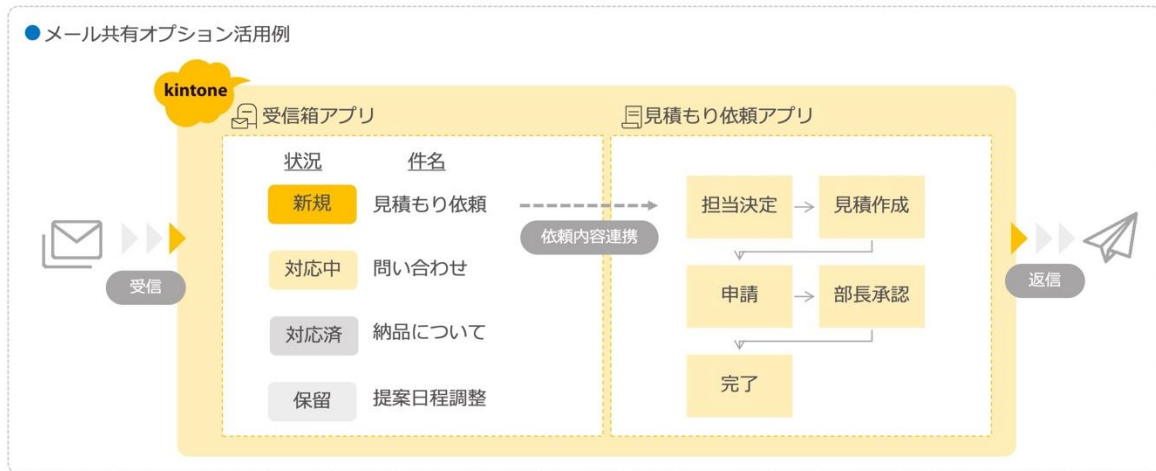
kintone の導入・活用用途の拡大ということで、いくつかトピックでご紹介します。1つ目が、生成AIの取り組みです。昨今の生成AIの発達を受け、kintoneもAI対応していこうと、昨年秋、RAGという検索拡張技術をkintoneに実装しました。

これを使いますと、このkintoneに入っているデータを基に生成AIを作ることができます。例えば、kintoneにお客様導入事例をデータベースとして作って、それを生成AIのRAGの技術を使い、例えばkintoneに対してこんな事例ありますかと、例えば製造業に提案するのだけれども、こんな提案は過去にありましたかと聞くと、こういうのがありましたよと教えてくれる、こんな事例がありましたよというのを教えてくれると。

こういうRAGという技術を使った生成AI活用が、kintoneでできるようになりました。これを、今まだ発売は開始してないのですが、β版として希望されるお客様にご提供し、その活用状況などを見ながら商品化を進めていく予定にしています。

メール共有オプションのリリース

2024年10月に「メール共有オプション」をリリース。情報の出入り口として重要なメール情報をkintoneに集約し、kintone上で管理している業務情報と紐づけることで情報の一元管理と業務のスピーディな対応が可能に。

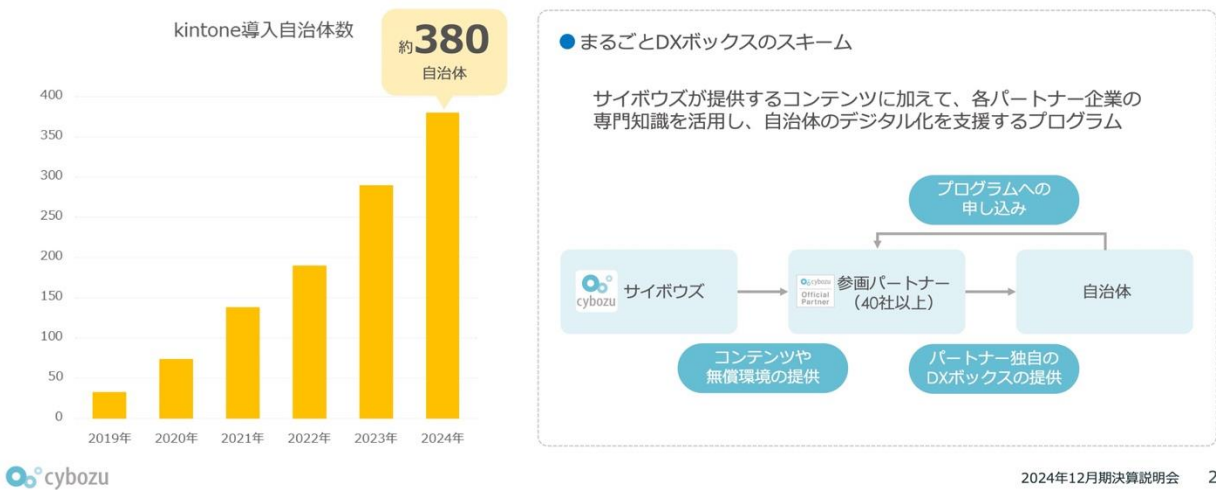


メール共有オプションをリリースしました。今までの kintone はメールの受信・送信ができなかったのですが、このメール共有オプションを使っていただきますと、メールを kintone で受信し、それをみんなで共有し、そしてまた担当からメールで kintone 上からメールで返すことができるようになりました。これが、メール共有オプションです。

さらにいいのが、これが kintone のアプリと連携しますので、例えば見積もりしてくださいみたいなメールが入ってきたときに、ワンクリックで kintone にデータを登録し、そしてワークフローを回し、そしてそれが承認されたらまたメールで返すという、こういったメールとアプリケーションがシームレスに連携して使えるメール共有オプションをリリースすることができました。

自治体でのkintone活用の拡大

自治体のkintone導入数は380自治体を突破。前年から約100自治体の増加。
23年度から開始した「まるごとDXボックス」の参画パートナー企業は40社を超え、自治体エコシステムも拡大中。



自治体での活用についても、力を入れてマーケティング活動しています。2019年、コロナ前までは自治体でkintoneが使われることは非常に珍しかったのですが、コロナでクラウドを使ってノーコードで高速に開発できる環境が必要になったこともあり、それが認知されることにもなり、今380を超える自治体で使っていただけるようになってきました。

そして、これくらいの数になってくると、私たちだけではなかなか対応が難しいので、40社以上のパートナー企業を集め、自治体様向けにいい提案ができるフォーメーションを組んで、提案しています。これは、まるごとDXボックスと言い、自治体で丸ごと導入いただこうという企画を進めています。

パートナー・連携サービス数の増加

パートナービジネスは年々拡大しており、オフィシャルパートナー社数は500社、連携サービスは400サービスを突破。AI関連の連携サービスも増加。パートナー売上高は16,587百万円（前年比+23.7%）、売上高比率は64.7%に。



エコシステムについてのお話をします。この kintone のビジネスは、パートナー様がいて、エコシステムを作って広がっていくビジネスモデルになっています。

ですので、さまざまな、多様なパートナーの皆様がどんどん増えていくと、これがビジネスモデルとしてはとても大事になります。そして、昨年またパートナーの企業様が増え、ついに 500 社を超えるところまでできました。

また、連携サービスは 400 を超え、AI 関連だけでももう 10 以上のサービスが発売開始されていると、ここまできています。

そして、パートナー様経由の販売の数も増えており、間接販売の比率も、クラウドの中の 64.7% はパートナー経由の販売になりました。

このエコシステムの拡大が私たちのビジネスの根幹ですので、引き続き広げていきたいと思っています。

kintone Teamwork Fund

kintone Teamwork Fundはアーリーステージ以降のスタートアップ企業を中心に支援し、エコシステムの更なる拡大を目指す。24年度は合計4社に出資し、その中の1社、法律事務所向けクラウドサービスを提供する株式会社FISTBUMPについては、セミオーダー型kintoneサービス「クラウドバランス」を支援。



エコシステムを拡大するに当たって、パートナーによってはなかなかお金が足りなくて kintone ビジネスが始められないところもありますので、そこを資金で支援しようと、kintone Teamwork Fund を立ち上げました。これを使い、kintone 周辺のビジネスを立ち上げやすくしようという企画です。前年度は 4 社に出資し、kintone 周辺のビジネスを広げていただいています。

主に、こういう 3 つの領域で頑張るパートナー様を応援しようと思っています。まずは、生成 AI のような新技術を kintone 周辺で頑張ってくれるパートナー様、2 つ目が業種特化、業界特化、例えばこちらある FISTBUMP さんの、法律事務所向けのパッケージを kintone で作り、これはセミオーダー型のサービスとして、クラウドバランスというセミオーダー型の kintone サービスにして販売してくださっています。

こういった業種・業界向けの特化ソリューションを作ってくださるパートナー様、もしくは私たちがまだいけない、グローバルで一緒にチャレンジしてくれるパートナー様に kintone Teamwork Fund から出資し、一緒にビジネスを広げていく、一緒にエコシステムを拡大していく取り組みをしています。

OBCとの協業体制構築 — 「kintone」 × 「奉行クラウド」 連携機能の提供開始—

株式会社オービックビジネスコンサルタント（OBC）が提供する基幹システム「勘定奉行クラウド」とkintoneの連携機能を共同で企画し、2024年10月よりOBCから提供を開始。サイボウズは、本提供を皮切りに、kintoneと基幹システムの連携による「Fit to Company Standard」の実現を推進。



そして、このエコシステムと言いますと、去年大きく前進したのが基幹システムとの連携です。皆様もよくご存じかと思いますが、OBCさん、勘定奉行クラウドとkintoneが密連携できるようになりました。

この勘定奉行の基幹システムに入っている売上のデータ、もしくは費用のデータを勘定奉行のメニューの中から簡単にkintoneにデータを移行し、そしてkintoneのほうで、例えば予実の管理をしたり、もしくは費用の分析をしたり、分類したり、グラフにしてみたり、こういったことが簡単にできるようになりました。

この基幹システムと情報システムは、なかなか交われそうで交われないものだったのですが、データ的には陸續きになり、非常に低価格で柔軟な基幹システムと周辺システムが作れる時代が近づいています。ぜひ、これは今年も広げていきたいと思っています。

クラウドインフラ基盤の信頼性向上

クラウド事業開始の2011年より、自社でクラウドインフラ基盤の開発と運用を継続。最新技術で信頼性を高めた自社開発の新クラウドインフラ基盤「Neco」移行も順調に進行中。



4つ目が、信頼性強化に向けた取り組みです。まずご紹介したいのが、インフラの強化です。サイボウズは、クラウドのインフラを自社で開発し自社で運用しています。IaaS という、他社さんのサービスを買ってきて、その上に自社サービスを構築されている会社も多いですが、私たちの場合はクラウドインフラから自社で開発、運用しています。

今、クラウドの基盤をちょうど刷新しているところです。6、7年前から取り組んでいて、Kubernetes というクラスターの大規模運用の環境を整えて、1,000 台規模の、非常に大規模な Kubernetes の運用環境を開発し、それを今運用ベースに乗せています。

実は、もう皆様がお使いの kintone も、アプリケーションの部分やデータベースの部分は新しいクラウドインフラのほう、私たちは Neco と呼んでいますが、Kubernetes ベースの Neco 環境に移行して動いています。そして、非常に安定度の高い、信頼性の高い運用を行っています。このあたりも私たちにとって非常に強みになっています。

このクラウドインフラとなりますと、外資系の企業から買っている企業は多いのですが、そうすると、円安になってしまうと基盤の値段が上がり、結局それがなかなか企業の業績のマイナス要素につながってることがあります。

ですが、サイボウズの場合はこのクラウド基盤の環境も自社で開発して自社で運用していますから、自分たちで原価がコントロールできるということで、このあたりも実はサイボウズが利益が出やすくなっている一つの理由になります。

新たにSOC2 Type2保証報告書を受領

SOC2 Type2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 Type2保証報告書を2024年8月に受領。SOC2 Type2保証報告書は、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第三者の立場として評価したもの。

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 27001:2022
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

認証の取得なども引き続き頑張っています。下からいきますと、ISMS も引き続き取得を続けており、また ISMAP と言われる、日本の政府情報システムのためのセキュリティー評価制度も獲得し、更新し続けています。

そして、最近新たに取り組んでいるのが、このグローバルのセキュリティ認証ということで、SOC2 と言われるグローバル標準のセキュリティー基準の SOC2 Type2 に今チャレンジし、保証報告書を受領できるところまでいきました。このあたりも、グローバル展開していく上では必須になってきますので、グローバル認証にもチャレンジし続けたいと思っています。

以上、事業の重要トピックをご紹介しました。

コーポレート トピックス

01

● 人的資本情報の開示

- ・ 社員数と離職率の推移
- ・ 人的資本経営ページの公開

02

● 組織変更とコーポレートガバナンス

- ・ 事業状況に合わせた新たな組織体制
- ・ 取締役メンバー構成とガバナンス

03

● 新たな拠点の開設

- ・ タイ法人設立と那覇コンタクトセンターの設置

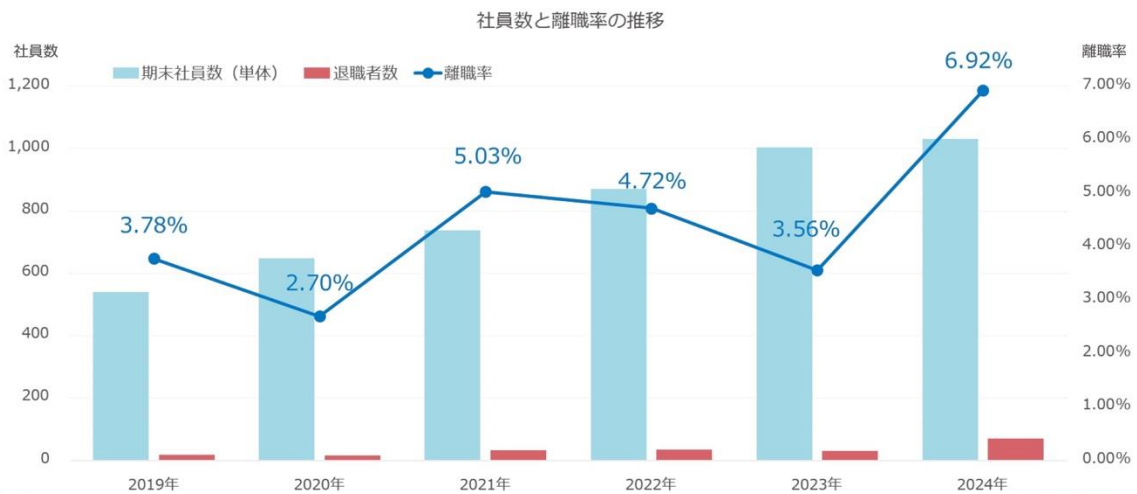
04

● 外部機関からの評価獲得

- ・ 顧客満足度調査で高評価を獲得
- ・ 「プラチナ企業」ランキング1位を獲得

社員数と離職率の推移

社員数（単体・無期雇用）は1,000名を超え、当期の離職率は前年より+3.36ポイント増加。とくに、コロナ禍入社
の社員の離職が目立つ結果となった。



続いて、会社のトピックスもいくつかご紹介したいと思います。

1つ目が、人的資本情報についてです。社員数からご紹介します。青い棒グラフが社員数で、折れ線グラフが離職率です。

昨年のトピックでいきますと、社員数があまり増えなくて、離職率が上がったことがあります。それまでの離職率は大体5%もしくは2、3%台のときもあるのがこの5年ぐらいの推移だったのですが、ぽこっと6.92%まで離職率が上がったのが去年の特徴です。

内訳を見ますと、コロナ入社でかなり大量に採用したのですが、なかなかマネジメントが行き届かなくて辞めてしまったということも多く、今そこは対策を打ちながら、リモートワークが中心の会社にはなってしまいましたが、なんとか皆さんが楽しく働き続けられる環境づくりに、今課題を設定して取り組んでいるところです。

人的資本情報の開示

人的資本経営ページの公開

サイボウズの人的資本経営ポリシーや、チームと人を支援する施策、各種データを人的資本経営ページにて公開。大前提である「チームの生産性と個人の幸福の両立」を目指し、「100人100通りの働き方」から「100人100通りのマッチング」に変更。

● サイボウズの人的資本経営ページ



変更前

「100人100通りの働き方」

変更後

「100人100通りのマッチング」



詳細はこちら> <https://cybozu.co.jp/human-capital/> 2024年12月期決算説明会 39

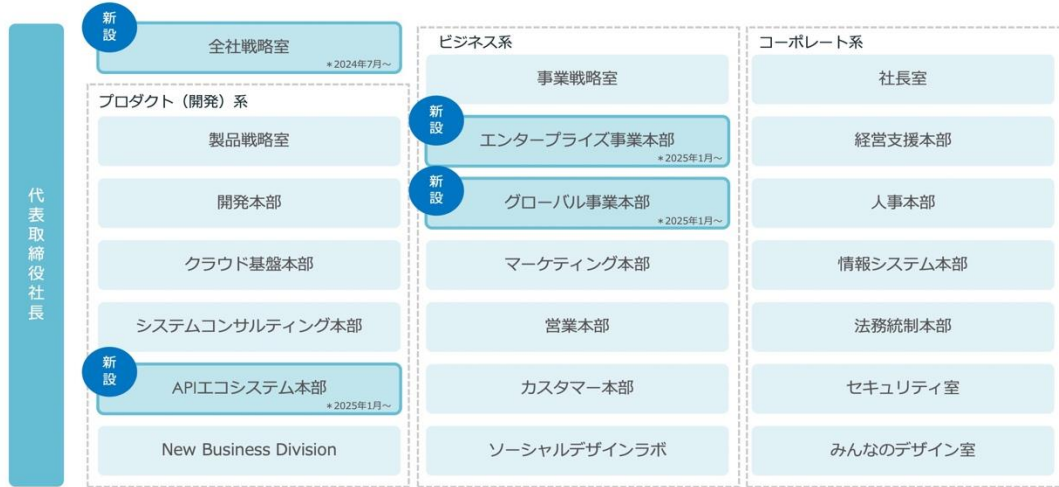
そして、この人的資本のホームページを立ち上げ、このあたりの数字も公開しています。例えば、先ほどの離職のデータもそうですが、女性管理職比率や男性の育休取得率など、こういった数字も人的資本の経営ページで公開しています。

そして、一つのトピックは、今までサイボウズは、100人100通りの働き方というブランドで認知していただいていたのですが、これを換えようと、これはちょっと勘違いを生むぞと。

100人100通りの働き方ができるというよりも、100人100通りのマッチングをした上でそれぞれの働き方が決まってくるということで、単に個人が主張して自由な働き方を選べるというよりは、組織の生産性と合わせてマッチングした上で、それぞれが働きやすい働き方を選択していかうと言葉を変えて、これからはうたっています。

事業状況に合わせた新たな組織体制

「グローバル事業本部」「エンタープライズ事業本部」については、今後、グローバル市場及びエンタープライズ市場へのビジネス推進をより一層強化していくため、本部として新たに設置。



組織を変えたところをご紹介します。サイボウズは本部制を取っていて、主に職能本部をつくっていたのですが、さらに3つの本部が増えました。

一つは、APIエコシステム本部です。エコシステム拡大とともに、技術的などところでエコシステムを支援していこうという本部が新設されました。

また、ここが職能とは違って、顧客カテゴリーによって、顧客の属性によって販売支援体制を変えていこうと、エンタープライズ事業本部という大企業向けの本部ができたのと、グローバル事業本部という海外のお客様向けにマーケティング機能を集めようという、この2つの本部が新設されました。合計3つ本部が増えたことになります。

ご覧のとおり、本部がずいぶん増え、そうなると、今度は本部横断の議論や意思決定がなかなか難しくなってくるぞと、昨年、全社戦略室という本部横断の戦略意思決定の議論の場をつくりました。これが、全社戦略室です。こちらは私が室長を務めていますが、私と他のメンバーとで本部横断の議論すべきテーマを引っ張ってきて、意思決定し、スムーズに本部連携できる組織体制に変更しました。

取締役メンバー構成とガバナンス

社外取締役については、『エフェクチュエーション 優れた起業家が実践する「5つの原則」』の著者でもある吉田氏に新たに就任いただく予定。また、取締役の監督責任であるみんなで取締役（通称：みんなとり）制度の24年度総登録数は400件を超え、前期の1.4倍に。

*2025年3月開催の第28回定時株主総会にて付議予定

| 社外取締役 (2025年度候補者*) | その他の取締役 (2025年度候補者*) | |
|--|--|---|
|  <p>熊平 美香 再任 昭和女子大学ダイバーシティ推進機構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> |  <p>青野 慶久 再任 代表取締役社長</p> |  <p>岡田 陸 再任 人事本部</p> |
|  <p>吉田 満梨 新任 神戸大学大学院経営学研究科准教授</p> |  <p>田岡 朋弥 再任 経営支援本部</p> |  <p>永岡 恵美子 新任 マーケティング本部</p> |

みんなとりとは

みんなとりとは、『Culture（行動指針）に関するガバナンス』の仕組みであり、社員全員（みんな）が取締役となり、Cultureに沿った行動が浸透しているかをチェックする制度。年に1度、各本部長へのフィードバックをアプリに登録。

取締役も、少しずつバージョンアップしています。サイボウズにおいては、取締役はサイボウズの大事にしているこのカルチャーを取り締まっていく、カルチャー違反がないか、そこに取締役の仕事として、取締役に取り組んでいただこうと、取締役の構成やその業務内容などもバージョンアップしています。

そして、今度の3月の株主総会では、新たに2人の取締役が誕生する予定になっています。一人が、吉田満梨さんと言います、彼女はエフェクチュエーションという本を書かれた著者でもあります。非常に将来の見通しが立てづらい、不確実性の高い社会においてどのように組織を運営していったらいいのか、そこについてのプロフェッショナルです。吉田さんには、サイボウズのカルチャーに非常にいい影響を与えてくださると期待しています。

もう一人が、永岡恵美子さんと言います、サイボウズで地域クラウド交流会という地方創生のイベントをやっている、ソフトウェア事業とは少し離れた事業をやっていた方です。

こういった、非常に多様性のある取締役の布陣が組めそうです。岡田さん、田岡さんのような、まだ入社からそんなにたっていない20代の若手から、私のようなベテランも含め、非常に多様性に富むいい取締役体制がつかれるのではないかと期待しています。

タイ法人設立と那覇コンタクトセンターの設置

タイの日系企業および現地企業に向けてkintoneの販売・マーケティング活動を強化のため、タイ法人「Kintone (Thailand) Co., Ltd.」をバンコクに設立。また、ユーザー数増加に伴う製品サポート強化を目的に、メール・電話・チャットサポート等の窓口業務に特化した那覇コンタクトセンターを開設。



続いて、拠点についてです。まずは、タイのバンコクに Kintone(Thailand)という子会社をつくりました。今まではバンコクでは駐在事務所として、あまり営業活動はできなかったのですが、現地法人を作り、そしてオフィスも構えて、本格的に営業活動ができるようになりました。

もう一つ、那覇にコールセンターの拠点をつくりました。今までも業務委託の形で沖縄ではやっていたのですが、問合せが日々増え続けており、このために体制を強化しないといけないと、那覇に私たちのオフィスを構え、業務委託先と私たちのメンバーも参加し、新たにコンタクトセンターを強化していく取り組みをしています。これが、拠点の取り組みです。

顧客満足度調査で高評価を獲得

複数の外部機関から高い評価を獲得。日経コンピュータの顧客満足度調査とパートナー満足度調査においては、4つの部門で1位を獲得。

| 日経コンピュータ 2024年9月5日号 顧客満足度調査 2024-2025 | 日経コンピュータ 2025年3月6日号 パートナー満足度調査 2025 | 2024年「HDI格付けベンチマーク」 クオリティ格付け(センター評価：電話) |
|---|---|--|
| <p>業務効率化・内製支援ソフト/サービス部門 1位 グループウェア/ビジネスチャット部門 1位</p>  <p>顧客満足度調査 2024-2025 日経コンピュータ 業務効率化・内製支援ソフト/サービス部門 顧客満足度調査 2024-2025 日経コンピュータ グループウェア/ビジネスチャット部門</p> | <p>業務効率化・内製支援ソフト/サービス部門 1位 クラウド情報系サービス部門 1位</p>  <p>パートナー満足度調査 2025 日経コンピュータ 業務効率化・内製支援ソフト/サービス パートナー満足度調査 2025 日経コンピュータ クラウド情報系サービス</p> | <p>最高評価3つ星</p>  <p>3 Stars Quality Service HDI-Japan 2024</p> |

最後は、外部機関からの評価についてご紹介します。昨年秋の顧客満足度調査、業務効率化・内製支援ソフト/サービス部門で1位、グループウェア/ビジネスチャット部門でも1位と、シンプルに言いますと、kintoneも1位、サイボウズ Office・Garoonも1位ということで、顧客満足度については非常にいい結果を出すことができました。

そして、パートナー満足度調査はまだ調査結果が出てはやはやですが、こちらでも2部門で1位と、これも非常にパートナー満足度も高い実績を出すことができました。

そして、コンタクトセンターの格付けも、今年も最高評価の3つ星を取ることができたということで、顧客満足度も高いし、パートナー満足度も高いし、コンタクトセンターも非常に評判がいいということで、外部評価は非常に高いものが出ています。

「プラチナ企業」ランキング1位を獲得

サイボウズが、日本経済新聞のプラチナ企業ランキングで1位を獲得。プラチナ企業ランキングは、「働きやすさ」と「働きがい」の両方が高い企業を評価。

● 日本経済新聞抜粋

| プラチナ企業 上位100社 | | 1年後売上高増減率(%) | PBR (倍) |
|---------------|-------------------|--------------|------------|
| 1位 | サイボウズ | 19.4 | 21.26 |
| 2 | コスモスイニシア | 14.9 | 0.45 |
| 3 | MIXI | 20.4 | 0.99 |
| 4 | 味の素 | 18.2 | 2.76 |
| 5 | メルカリ | 17.0 | 11.35 |
| 6 | CARTA HOLDINGS | 0.5 | 1.47 |
| 7 | robot home | 32.5 | 1.96 |
| 8 | 日本新薬 | 4.9 | 2.63 |
| 9 | エイチーム | ▲13.3 | 1.36 |
| 10 | アクシスコンサルティング | 23.6 | — |
| 11 | BEENOS | 8.9 | 1.35 |
| 12 | 北国フィナンシャルホールディングス | — | 0.52 |
| 13 | リブセンス | 13.8 | 2.30 |
| 14 | フィデアホールディングス | — | 0.25 |
| 15 | アステラス製薬 | 17.2 | 2.22 |

プラチナ企業TOP100 御社やライバルはランクイン？ (2024年5月7日)

—前略—

日本経済新聞が国内最大級の会社情報の口コミサイトにある社員らの投稿から、上場企業約2300社の労働環境と業績を分析した。

—中略—

働きやすさは高いが、働きがいは低い企業を「ホワイト」、逆に働きやすさは低いが、働きがいは高い企業を「モーレツ」と分類した。両方とも高い企業を「プラチナ」、両方とも低い企業を「ブラック」と類型化した。全体に占める比率はモーレツが29%で最多だった。プラチナは24%、ホワイトは20%だった。

—後略—



詳細はこちら> <https://www.nikkei.com/article/DGXZQUC1199M0R10C24A400000/> 2024年12月期決算説明会 47

さらに、日経新聞さんからプラチナ企業ランキングという調査が出ました。こちらは、最近働きやすい会社は多いけれども、働きやすいだけではなく、働きがいも大事だろうと、この働きやすさと働きがいを両立できている会社はないのかと、彼らが調査し、そして上場企業の2,300社の中から、なんとサイボウズが1位ということで、働きやすさについても働きがいについても高い会社と高い評価をいただきました。

このように、非常に高い外部評価をいただいています。顧客満足度、パートナー満足度、コールセンターの評価、それから従業員にとっても働きやすさ、働きがいの高い会社ということで、経営者の私としては非常に鼻が高いということになります。

ですが、メンバーと話していると、青野さん、サイボウズはそんなに働きやすくないし、働きがいもないですよと言われ、まだまだ伸びしろがあるのだなと思って、頑張っていこうと思っているところです。こういうものは、ちょっと油断するとどんどん落ちていくものですから、引き続き気を引き締めて、働きやすく働きがいもあって、顧客もパートナーも喜ぶ会社にしていきたいと思えます。

2025年12月期 通期業績見通し

来期の着地予想は売上高36,004百万円、営業利益8,437百万円の見通し。来期も高水準な成長を維持できるように事業への積極投資を実施。

| 連結業績 (単位：百万円) | 2024年12月期 (実績) | 2025年12月期 (予想) | 前年比 | |
|------------------|-------------------|-------------------|---------|--------|
| 売上高 | 29,675 | 36,004 | +6,329 | +21.3% |
| 営業利益 | 4,892 | 8,437 | +3,545 | +72.4% |
| 経常利益 | 5,335 | 8,494 | +3,159 | +59.2% |
| 当期純利益 | 3,555 | 5,904 | +2,349 | +66.1% |
| 1株当たり 当期純利益 | 74.99円 | 127.77円 | +52.78円 | +70.4% |
| 1株当たり配当金 | 30.00円 | 40.00円 | +10.00円 | +33.3% |

最後は、今期、そして中期の目標数字、見通しについてお話しします。まず今期、2025年12月期は、売上は約360億円、営業利益で84億円を予想しています。

前年比でいくと、売上で21.3%、営業利益で72%と、非常に高い数字になっていますが、これは最初にお話しした価格改定の影響が大きいため、これから毎年こういう状況が続くかというという話ではなくて、一時的に高い数字になると予想しています。

そして、利益水準がまた一段階上がり、配当も増やしていこうということで、この30円に続き、次は40円と、プラス10円ぐらいの増配を予定しています。

中期ターゲット



中期の目標についてもご紹介します。今このように安定的に売上が成長していますので、恐らく2028年、3年後には450億円強ぐらいの売上になることが予想できます。

ただ、私たちはもっと頑張りますので、恐らく480億円から500億円ぐらいまではいけるのではないかと、こういう予測値を今回出させていただきました。

ただ、これも社内的にはもうちょっと高いところに目標を置きたいぞと、509億円という数字を目標値として置かせていただきました。いけるかはそれほど自信がある数字ではないのですが、この2023年が254億円ですから、この2倍ぐらいを目標に、5年間で2倍ぐらいは成長したいねと、この509億円をターゲットの数字にし、この中期の目標としたいと思います。

中期の注力活動

1

大規模導入・全社導入の推進

とくにエンタープライズ市場の大規模導入に向けた機能強化に加えて、マーケティング・営業活動も強化

2

より多様な人がより多様な情報を扱えるプラットフォームへの進化

kintone導入・活用用途の拡大に向け、AI技術への投資、機能強化・アドオンサービスの開発を実施

3

グローバルで戦える製品展開に向けた研究開発の継続

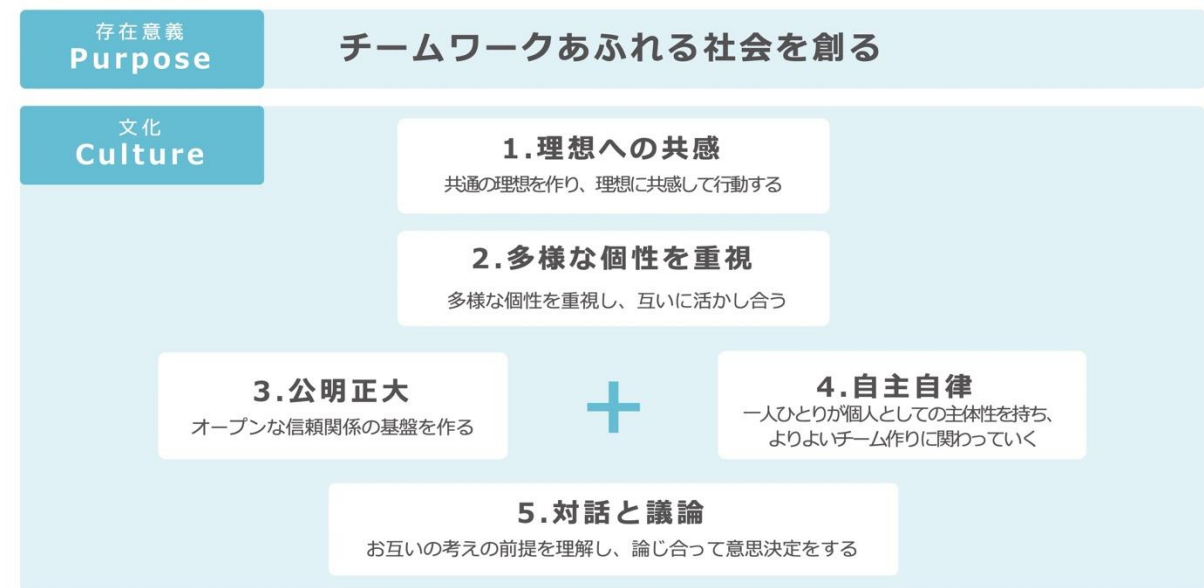
この中期で509億円を目指していくためには、まだまだ努力が必要です。一番大事なのはここです。

今、部門でしか使っていただけていないkintoneを全社で導入いただく、もしくは大規模な導入をいただく、このあたりを頑張っていくのが第1です。

そして、それをやるためにも、より多様な人たちがより多様な情報を扱えるプラットフォームとしてこのkintoneを進化させていかないといけない。そのためには、ガバナンスの機能も必要でしょうし、こういうAIのような最新技術も必要でしょうし、周辺の機能強化も必要になってくると思います。このあたりにしっかり取り組んでいこうというのが2つ目のテーマです。

3つ目が、これが日本で売れているだけではチームワークあふれる社会はできませんから、グローバルに広げていこうと、そのためにkintoneのグローバル化も含め、グローバルなエコシステム構築も含め、このグローバル展開に向けて活動を継続していくのが3つ目の課題です。

企業理念



最後に、私たちが何のためにこのグループをやっているのかと、それはチームワークあふれる社会を創るためです。

チームワークがあふれている状態はどういうものかという、こういった情報共有サービスをフル活用していただき、オープンに情報共有し、一人一人が主体的に動く、そしてそれぞれの個性が活かされて一つの目標に向かってみんなで頑張っている、その中で対話と議論もされている、こういったチームワークあふれている組織を一つでも多く広げていく、これが私たちの理念です。

以上で、私からの業績と決算の説明になります。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、質疑応答のお時間に移ります。それでは、最初の質問です。質問を読み上げます。

質問者 [Q]：月次に関する質問です。毎年1月は伸び率がわずかに低下していると思うのですが、この要因は何ですか。

林 [A]：業績管理と財務経理を担当しております、経営支援本部の林と申します。

いただいている質問は、恐らく前月比等での数字のことなのかなと推察させていただきます。企業のシステム投資のタイミングが、3、6、9、12という月が積極的にされるということで、1月がやや低めに出ている傾向はあるかなと思っています。

司会 [M]：ご質問ありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：今回、グローバル展開のページで、USは去年の860社から880社、2.3%増になっていますが、リコーさんとの協業は現在も組織強化で準備段階でしょうか。また、2022年4月にリコーさんとの協業で、2026年3月までに100億円規模のkintoneの売上を目指す、2025年までにkintoneの売上高を3倍に伸ばしたいと言われていましたが、この件はどうなっていますか。

栗山 [A]：グローバル事業本部長として回答します。

リコーさんとの協業は、アメリカだけではなくて、日本、アジア、各地で行われていますが、アメリカは若干苦戦しているというのがご指摘のとおりです。その他、南米・タイ辺りは非常に順調に協業が進んでいると認識しています。南米・タイの成功事例をもって、またアメリカの事業を盛り上げていくと、こういった形で進めていきたいと思っています。

目標数値に関しては、リコーさん内部で作ったものと、われわれが作ったものがありますが、発表自体はリコーさんが発表している数字になりますので、ここで私からの回答は控えさせていただきます。

清田 [A]：営業本部長の清田です。

日本の協業状況においては引き続きとても順調な状態で進んでおり、日本においては売上を含めて引っ張っていききたいと思っていますので、よろしくお願いいたします。

司会 [M]：ご質問ありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：フジテレビへの広告出稿を差し止めたと理解していますが、その費用は他の広告施策に充てる予定でしょうか。

栗山 [A]：マーケティング本部長の栗山です。

ご指摘のとおりで、広告出稿、テレビCMをするとき、GRPという数字を見て出稿するのですが、GRPをここまでもっていくという数字で設定していますので、フジテレビさんの出稿を取りやめた分はその他でそこまで持っていくと、このような考え方で出稿していきたいと思っています。

ありがとうございます。

司会 [M]：ご質問ありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：海外事業について、世界線と社長は述べていますが、海外事業は赤字が拡大しており、売上の伸びも芳しくありません。以前、社長も海外事業は宝くじのようなものと述べていました。

今後、海外事業へ投資を拡大するには多額の投資を必要とすると思いますが、果たして大きな成長が望めるのでしょうか。実際投資を行って、年間でどの程度ずつ売上を伸ばせると考えていますか。また、どの程度の投資を必要としますか。大まかでいいので、計画や見通しを教えてください。

青野 [A]：私からご回答申し上げます。

まず、赤字が拡大しているのかと言われますと、今短期的には赤字が縮小している状態にあります。戦略の見直しなども行い、2021年、22年ほどの投資を行っておりませんので、売上が伸びてきている分だけ赤字額も減っている状況にあります。

一方で、このままほふく前進を続けるかと言いますと、どこかでもう一度勝負をかけにいきたいと思っています。それが、具体的な計画を今お話しできるかということ、まだそれは少しお話しするには時期が早いかなと思っています。

ただ、ご覧のとおり、おかげさまでずいぶんこのサイボウズは利益が出しやすい会社になってきました。従いまして、グローバルで勝負するための財務的な余力ができつつある状況かと思っています。タイミングを見て、しっかりチャレンジしていくと、それが私たちが企業理念で掲げているチームワークあふれる社会を創ることにつながっていくと思いますので、諦めずにここはチャレンジしていきたいと思っています。

どれくらい大きな成長が見込めるかという点、それは日本には人口が1億数千万人しかいなくて、世界で見ると70億人、80億人いるわけですから、圧倒的に大きな市場が待っていると信じてこれからは頑張っていきます。

司会 [M]：続いての質問です。

質問者 [Q]：今年は配当を大幅に増やしていただき、ありがとうございます。今まで毎年増配と言いつつも1円ずつしか増えてこなかったため、今年も1円しか増えないのではないかと心配していました。

取りあえず安心したものの、今までの1円ずつしか増えてこなかったことから、来年以降また1円ずつしか増えないのではないかと案じています。つきましては、配当性向やDOE下限の設定を通じて業績を適切に配当に反映していただけると、長期にわたって御社の株を安定して持つことができるのですが、そのことについて御社の考えをお聞かせください。

林 [A]：経営支援本部の林です。

株主の皆様への還元の最大化を果たそうとすると、事業の中長期的な成長が一番重要になってくるのかな、基礎になってくるのかなと思っています。SaaS事業の機動性の重視といいますか、投資における機動性の重要性から、常に状況を見ながら必要な投資を行っていきたいと考えていますので、DOEや配当性向といったデジタルなターゲットを今のところ設定する予定はありません。

ただ、事業の状況を見ながら、事業の成長によって発生した利益については、株主の皆さんには適切に還元していきたいと考えており、今期も利益の大幅な増加が見込まれることから、30円という大きな増配をさせていただいております。また、来期に関しても、今のところ40円と、今期プラス10円の増配を配当の予想としては出しておりますので、こちらでご理解いただければなと思っています。

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す。続いての質問です。

質問者 [Q]：チームワークに関する質問です。世界の分断が叫ばれる昨今、サイボウズが提唱するチームワークでどのように世の中を変えていきたいですか。また、チームワークの結束を高めるためにサイボウズのグループウェアを利用する以外に私たちができることは何だとお考えでしょうか。ご回答よろしくお願いします。

青野 [A]：非常に深いテーマのご質問、ありがとうございます。私の個人的な意見になりますが、非常に今世界で分断や対立が増えているように思い、非常に残念に思いますし、自分たち自身の力不

足を感じています。その中でも、今自分たちができることを一つ一つやっていかないといけないと思っています。

まずは、このサイボウズという組織がチームワークあふれる状態であること、そして私たちが成功し続けることで、皆さんがこういうチームワークがいいチームワークなのだとして理解していただいて、まねしていただいて、いいチームが増えていく、まずはこれをやらないといけないと思います。

そして、社会にぜひ広めていきたい考えとしては、一人一人多様であるという、この前提をまだまだ私たちは認識できていないのではないかと思います。世の中にはたくさんの人たちがいると、たくさんの方々の考え方がいると、そしてその人たちが、違うけれども、お互い幸せに生きられるといいねというビジョンを社会全体として持てれば、今のような対立や分断は減らせるのではないかと思います。これについては、自分の残りの人生全てかけて取り組んでいきますので、引き続き一緒に頑張っていきましょう。

ご質問ありがとうございました。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：kintone AI アシスタントについての導入時期目安および価格目安について、どのくらいのものを想定されているか教えてください。

佐藤 [A]：kintone AI アシスタントは、冒頭説明でもありましたように、昨年の Cybozu Days で発表した、kintone の AI を使った RAG の機能です。発表後、クローズドβの募集を行いましたところ、非常に多くのお客様から応募いただいた状況で、現在その応募いただいたお客様の中から数十社のクローズドβを実施している最中です。

今、フィードバックをいろいろといただいて、さらに改善しているところです。年内、そう遠くないうちにオープンに使える状況にしていきたいと思って、準備を進めています。ただ、価格についてはいろいろとまだ検討していますので、今日は回答を差し控えますが、お待ちいただければと思います。

ありがとうございます。

司会 [M]：ご質問ありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：クラウドのサーバー移行はどれくらい進んでいるのでしょうか。

佐藤 [A]：恐らくサーバー移行というのは、Cybozu Days なんかでもお話しした Neco というサイボウズの新しいインフラ基盤への刷新のことかなと思います。こちら、段階的に進めているもので、計画どおり順調に進んでいます。

一例としては、昨年は主要なコンポーネントの一つであるデータベースサーバーの移行が完了しています。それから、今年、年明けにちょうど kintone のアプリケーションサーバーの移行が完了しています。ですので、皆様が使っている kintone のアプリケーションや、その裏で動いているデータベースは既に新しい Neco 基盤というインフラで動いている状態になります。

まだいくつかのコンポーネントや、Garoon、Office といったサービスについては移行の準備中というか、移行作業中ですので、引き続き順調に進めていきたいと思っています。

司会 [M]：ご質問ありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：昨年コロナ時に採用した社員のフォローが不十分で、離職が多かったとのことですが、具体的な離職原因はどういったものが多いとお考えでしょうか。また、辞めた社員はエース級が待遇に不満で辞めたのか、実力不足の社員が業務に付いていけなくて辞めたのか、どちらが多いとお考えでしょうか。

サイボウズさんは社員に優しいことで有名なので、なんとなく前者なのかなとイメージしましたが、そのあたりがご説明では分からなかったのもう少し詳しくお話しいただけるとありがたいです。

中根 [A]：人事の中根です。

まず、去年、離職率が6%台になったのですが、一つの要因として、一昨年は離職率が3%台と低かったものの反動がきているかなと思っています。ご質問いただいた内容、いろいろあるのですが、何が多かったかという点、一言で言うのは非常に難しいということになります。社員も多様ですので、多様な個人の一人一人の希望とマッチングしなかった、まさに100人100通りのマッチングの部分でマッチングしなかったものと思っています。

例えば、特徴的だなと思ったものの一つとしては、コロナ禍中に留学ができなかった、今はそれがかなえられそうだからそちらにチャレンジしたいという社員がいたりもしました。一方で、先ほど青野がご紹介したように、コロナ禍入社メンバーがうまく組織にフィットしなくて、組織戦略の変更や事業戦略の変更にはフィットしていかなかったよというメンバーがいたのも事実です。

このあたりについては、われわれが組織上の課題もあると思いますので、マネジャー一丸となって、よりよいチームワークで経営できるように改善していきたいなと思っています。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：kintone と基幹系システムとの連携のお話がありました。エンタープライズの拡大に向けても、基幹系システムとの連携を OBC 様以外にも拡大することは重要かと存じます。

一方で、基幹系を手掛けるベンダーは自社で SoE や分析系のツールを用意していることも多いのではないのでしょうか。そういったツールとの競合において、kintone の優位性や顧客に訴求できるポイントはどのあたりにあると考えますか。

清田 [A]：営業本部の清田です。ご質問ありがとうございます。

記載のとおりで、OBC 様との連携のところ、発表がありましたが、既に他のパッケージ、基幹メーカー様との協業は進んでいますし、エンタープライズにおいてはメーカー同士でつながる方法もあるかもしれないですし、間の Sler さんと組む方法もあるかと思います。いろいろな方法で、さまざまな基幹メーカーさんとの協業は進めていきたいと思っています。

その中で、kintone の優位性のお話がありましたが、kintone については、現場の方が自分たちで業務システムを作るところが大きな特徴になっていて、そこが強みになっています。今回の連携においては、現場でシステムを作るのだけれども、バックオフィス側のデータとつながってない、ここをつなげにいくといったところを目的に行っています。

そうすることによって、例えば顧客マスタを、kintone 側で作ったものを二重登録、今ではシステムがつながってないので、データ化はされているのですが二重登録が発生したり、もしくはバックオフィス側で持っている売上データや予算の実績データを全社員が見られるとちょっと効率上がるよねといったところをつなげて価値を生む協業になっていて、この部分、お客様の価値を増やしていきたいと思っていますので、ご期待ください。

司会 [M]：続いての質問です。

質問者 [Q]：昨年は離職率が微増だったとのことですが、2025 年の採用計画については何か施策などありますか。

中根 [A]：中根です。

今年の採用計画については、まさにコロナ中の 2020 年、2023 年までの増員ほどではないですが、引き続き人員は増強していきたいと思っています。辞めた人員をただ単純に増強するわけでももちろんなく、事業戦略に合わせて増強するとともに、業務の効率化も進んでいますので、事業の変化に合わせて採用を進め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。続いての質問です。

質問者 [Q]：昨年は米国への投資を宝くじと青野さんが表現されてきました。そこは修正はなく、サイボウズとして宝くじという認識で挑んでいるということでしょうか。

青野 [A]：こちらのご質問は、私がお答えします。

宝くじだという認識でやっていますと言うと、元も子もないのですが、いわゆるこれは例え話ですので、何かが一緒に何が違うから、これは比喩になるわけです。では、何が一緒に何が違うかを、何が宝くじで何が宝くじではないかと思っているかということ、アメリカで成功するのはそんなに簡単な話ではないよと、宝くじを当てるぐらい難しいことなのだよというのが、まず同じであると思います。

私の知る限り、日本からアメリカに行って成功したビジネスソフトの会社は一社もないと思います。当たったことのない宝くじと言うこともできるわけです。当たる確率がそんな高いと思ってやっているわけではないと。文化的なところもあるし、IT に対する考え方も、投資の金額も、人材の多さも含めて、日本から行くのは本当に大変なことなので、簡単ではないところが同じだということになります。

それで、違うところは何かと言われますと、宝くじの場合だと当たる確率は運任せとなるのですが、私たちの米国事業の場合は、当たる確率は自分たちで上げにいけることになります。こうやっていろいろな経験をしながら、いろいろパートナーを増やしながらか、経験を蓄えながらか、私の中ではどんどん当てられる確率が上がってきていると思います。これをしっかり掘り続けることで、必ず世界で一番大きな市場のアメリカ市場でも成功を収めるのが、私がイメージしていることです。

司会 [M]：続いての質問です。

質問者 [Q]：中計の提示をありがとうございます。成長がイメージしやすいです。500 億円の売上達成時の海外売上高比率の数字やイメージがありましたらお願いします。

栗山 [A]：ご質問ありがとうございます。

今のところ、開示基準に達してないために、海外売上高比率は非公開にしているのですが、内部的には目標値は持っており、できるだけ早く開示基準に達するぐらいの事業規模にはしたいなと思っています。ですが、それ以上に日本の事業が伸び率が大きいので、それに追い付かないと、なかなかパーセンテージで言うと伸びてこないです。国内事業と同じぐらいの伸びを目指して、28 年ぐらいまでは目標として掲げて動いていきたいなと思っています。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：2025 年 12 月期の連結業績予想の営業利益率がこれまでより飛躍的に高くなる理由について教えてください。

林 [A]：経営支援本部の林です。

こちらの内容は、先ほど青野からも事業説明のところであったかと思いますが、去年 11 月に値上げ、価格改定させていただいております。その影響が一番大きく出てくるのが今期からということで、営業利益率も大きく改善する形になっています。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：28 年 12 月期までの成長について、25 年 12 月期会社計画の売上高から CAGR10%から 12%程度である模様、26 年 12 月期には価格改定効果を剥落しますが、3 つの注力活動でどこがけん引しますか。

栗山 [A]：事業戦略室長の栗山です。

3 つとももちろん重要ですので、そこに大きな優先順位はないのですが、あえて付けるとすると、エンタープライズの領域で kintone の導入がかなり進んできていますので、ここで数字を上げていきたいなというところが一点。

もう一点は、先ほどの説明の中で青野から、導入範囲がもう少し広がって、全社導入でというお話があったのですが、ここも注力的なポイントとなっていますので、その 2 点、エンタープライズの領域で全社導入を進めていく、これを組み合わせて成長率を維持していくのが計画になっています。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：28 年 12 月期、売上高 509 億を達成する場合の営業利益率はどれくらいでしょうか。

林 [A]：経営支援本部の林です。

509 億の数字については、予測を超えてさらに目指すべきハードなターゲットということで設定しています。この数字を達成するためにどんな投資が必要なのかをまさに検討しているところで、現時点で、その時点での営業利益率等でお答えできるお話は今のところございません。

司会 [M]：続いての質問です。

質問者 [Q]：エンタープライズ導入の拡大に関連して、エンタープライズを得意とするパートナーの開拓がうまく進んでいない状況があるとお話を以前にうかがいました。大企業の IT パートナーである Sler などにとっては、商材としての kintone があまり魅力的に感じられていない面もあ

るかと思存じます。この点をいかに手当てし、大規模ユーザーを獲得していくお考えでしょうか。パートナー戦略の方針なども含めてお聞かせください。

玉田 [A]：エンタープライズ事業本部長の玉田です。

情報の時期と内容にもよるのですが、私たちの認識としては、今エンタープライズを得意とされているパートナーさんもいらっしゃると思いますが、ここが苦戦しているという認識、解釈は今はしていない状況です。

その中で、大手の Sler さんなど、そういったところとまだ組めていないのも事実の一つとしてはありますので、そこに関しては、先ほどのお話にあったような ERP 連携、今大手の Sler さんは大手企業の中で基幹システム中心のビジネスをされているかと思うのですが、そこでの連携を深めていく中で使っていただく動機など、そういったことが増えてくるかと思存じます。

ですので、その中で戦略の重なりを作って、パートナー企業とウィンウィンの関係をつくっていきけるように取り組んでいきたいと思存しています。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：28 年 12 月期の 509 億円目標を達成するときに、グローバルでの売上高は何億円程度を想定しているか。

栗山 [A]：これは、先ほどのグローバルで何パーセントというのと同じ質問かなと思存するのですが、ここ自体は公表してないというのが、先ほどの回答と同じ回答になります。

司会 [M]：続いての質問です。

質問者 [Q]：広告について、御社はテレビ CM をやっていますが、御社の製品は対企業のもので、費用対効果が乏しいのではないかという印象を持っています。テレビ CM をやることに対しての費用対効果の測定等をされたことはありますか。

栗山 [A]：先ほどから、マーケティング本部長、事業戦略室長、グローバル事業本部長で、身分を変えながら回答しているので、何者だと思われているかもしれないですけども。

これに関しては、全ての広告投資をしている会社が、テレビ CM は明確にこれだということを測るのは難しいと言われている分野です。ネット広告はクリック率ですごく分かりやすいものになっているのですが、われわれもこれは指標を設けて、テレビ CM をやっている期間、やってない期間のあらゆる数字を比較して効果を測定しています。

実際、テレビ CM やっている期間に重要な指標が伸びることがはっきりと出ています。ですので、テレビ CM を強化する方針を取っており、いろいろな数字を見ながら、効果がなくなれば当然引っ込みますし、効果があるということであればさらに投資する方針で行っ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。続いての質問です。

質問者 [Q]：AWS や Azure のようなプラットフォームに kintone を取り込ませれば、kintone のグローバル利用という夢はかなうのではないのでしょうか。個人的には無理に急がないでほしいのですが、急ぐのであれば長いものに巻かれたいと無理だと思えます。

青野 [A]：まず、プラットフォームとの関係性ですが、先ほどご紹介したように、この kintone やサイボウズ Office のようなクラウドサービス、自社のクラウド開発運用でやっているのですが、それは実は日本向けのクラウドサービスとなります。

グローバル向けの kintone は、kintone.com という実は別の URL で、こちらは AWS 上で動いているものになりますので、実はグローバル展開しやすいように、kintone も 2 つ持っているということです。

では、AWS 上で動かせばグローバルで売れるのかというと、そんなに甘い話でもなくて、冒頭にご紹介したように、kintone にはエコシステムがあり、いろいろなパートナー様と共に付加価値を付けながら広げていく、こういうビジネスモデルになっています。

ですので、もちろんグローバルで動かせるのも大事なのですが、グローバルのそれぞれの地域において有力なパートナー企業さんと組んでエコシステムを形成していくという次のステップが必要になってきます。もうこのあたりはまだまだ私たちもエコシステムを強化しないといけないところですので、しっかり広げていきたいと思います。まさに巻かれる長いものをどんどん探してアプローチ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。続いての質問です。

質問者 [Q]：kintone の最低利用ユーザーが 5 ユーザーから 10 ユーザーへの引き上げになりましたが、中小企業への導入はどうお考えですか。お話の中で大企業への取り組みを強めるメッセージがありましたが、中小や零細企業への導入はどう考えられているのかお聞かせ願いたいです。

清田 [A]：こちらについては、われわれ、チームワークあふれる社会を創ると掲げていますので、当然 10 名以下のお客様においても大切な、重要なマーケットとして捉えています。それもあり、例えばサポートにおいては、当然 10 名以下のお客様であっても何度でも問合せを受けていただい

でもしっかり対応すると、営業においてもしっかり対応させていただいて導入を進めるといったところで大切に対応しています。

また、従業員 10 名いないのだけれどもというお客さんも当然いらっしゃるのですが、kintone においては、最近自社だけではなくて、取引先の方と 1 つの kintone を使って情報共有する、もしくは業務を共有する形で、企業間利用もすごく進んでおりますので、そういった形で、10 名いないのだけれどといったお客様においても、さまざまな利用価値を訴求して提案を進めています。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：先ほど社長のお話の中で、連携製品プラグインが 400 を超えたとお話があった一方で、最低利用ユーザーの上限を上げたことや、価格改定の影響で今後は多少増加が鈍化するようなお話があったかと思います。この話については、各種パートナー企業に影響があると思いますが、そのあたりはどのようにお考えですか。

司会 [M]：まず 1 つ目の質問から、営業本部長の清田より回答します。

清田 [A]：これは、値上げするとそういう可能性もあるよねといったところの話になるのですが、実情は、新規の契約はもっと伸ばしていきたいなどは当然思っております。実は kintone のユーザー追加、小さく入れてどんどん部署を広げていくこの活動においては、今年に入って非常に力強い形で、いろいろな会社様に kintone の利用拡大を行っていただいております。

ですので、パートナー企業の方々も、いったん kintone が入っているところに対して利用拡大していく、そこに対していろいろなサービスを提供していくといったところでは、非常にビジネスとしては順調にしているかなと思います。当然鈍化していくとビジネスには影響がありますので、そこはしっかりと対応していきたいと思っています。

司会 [M]：続きの 2 つ目の質問を読み上げさせていただきます。

質問者 [Q]：エンタープライズ領域を目指していくと、kintone 単体では要件を満たさないようなことが出てくるのではないかと思います。その場合、kintone の機能として乗せるのか、それともパートナー企業のプラグインをセットで提案していくのか、どちらになりますか。

司会 [M]：こちらの質問に関しては、エンタープライズ事業本部長の玉田より回答します。

玉田 [A]：玉田でございます。

エンタープライズの領域に関して、これまでも提案してきているところもあり、その中では単体で実現できない部分に関してはパートナーさんと一緒に提案して、プラグインやソリューションを組

み合わせて提案することも行ってきており、場合によっては一部スクラッチ的なアプローチをすることもあったりします。

また、長期の部分に関しては、要件の中で本体に組み込むべきものは引き続き現場の情報をフィードバックしながら協調して開発に活かしていこうという動きをしていきますので、双方、両輪でこれから取り組んでいこうと思っています。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：青野社長のお話の中で、kintone の次の製品という話がありました。具体的なものはまだまだ先になるかと存じますが、チームワークあふれる社会を創るために、どのような領域の製品が必要になってくるとお考えでしょうか。

青野 [A]：ご質問ありがとうございます。

まだどのような領域でどのような製品を提供するか、公表できる段階ではないのですが、実は領域はあまり考えていなくて、本質的に世の中の人たちがより良いチームワークをできるためにどんな商品が作れるのだろうか、こんな考え方で物を作っています。

例えば、kintone が出てきた時に、あれを何と呼ぶのかって、実は領域もあまり定まっていなくて、グループウェアのようだけれども、開発ツールのようでもある、最近でこそそのノーコード開発基盤なんて言われるようになりましたが、当時はまだ領域がなかった分野になるかと思います。

今度考えていることも、新しい技術を使って、グローバルで、中小企業から大企業まで、企業の中だけではなくて企業を超えて情報共有できる、こんな基盤をどう作るのか、こういう視点で物作りをしていきたいと思っています。

ありがとうございました。

司会 [M]：続いての質問です。

質問者 [Q]：競合はマイクロソフトやセールスフォースという最強の企業になると以前おっしゃっていましたが、競合の製品と比べて kintone が勝っているものは何でしょうか。kintone の強みは個人的には原価率の低さとエコシステムだと思っていますが、他にございますか。

清田 [A]：マイクロソフトさんは非常に強いですね。なのですが、結構マイクロソフトさんも使っているし、kintone も使っているお客様が大半というか、非常に多くいらっしゃいまして、お話を聞くと、情報システム部門でみんなに使ってもらうものを提供すると、一方的に提供して使ってもらうみたいなところは他社さんのものを使われます。

また、そうではなくて現場で自分たちで業務改善を進めたいのだといったところで kintone を使われるケースがあり、そこで同じ会社であっても、現場でやるのか、それとも情報システム部門で行うのかの違いで差別化は非常にできていますので、このあたりは戦えている部分かなと思います。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：価格改定効果はかなりの部分、今期に出るとのことかと思いますが、26 年度に残る部分はあるのでしょうか。これは、今期比でどのくらいのインパクトがあるのか共有いただければ幸いです。

栗山 [A]：直接的なインパクト、改定によるインパクトと言いますと、1 年間となりますので、昨年 11 月からスタートして、今年 2025 年の 10 月までが直接的なインパクトがあるものになります。

それ以降に関しては、それ以降といいますか、それ以外に関しては単純にライセンスの単価が上がることになりますので、26 年以降も続くという言い方が適切か分かりませんが、顧客単価が上がっていく意味では、26 年以降も影響があると、改定の一時的な効果としては、12 カ月が影響範囲になりますので、25 年で終了するというのがご回答になるかと思います。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：海外戦略についてももう少し詳しく教えてください。現状の課題はどのようなところにあるのか、そのために今取り組んでいることについて教えてください。

栗山 [A]：これは詳細にお話しすると非常に長くなってしまいますので、1 個だけ例に取ってお話ししたいと思います。昨年、マレーシアでサラワク州の SDEC という会社と提携を発表しました。これはプレスリリースも行っておりますので、中身を見ていただければと思います。

われわれが海外でやりたいことが、あの SDEC との提携のようなことを狙っていると、そのために活動して、顧客ベースを作り、現地で営業マーケティングを育てると、そして、この提携をしたときにしっかりと成果を出せるようにということを狙って地道にこつこつと活動しています。

顧客ベースが増えてくると、ああいったお話のチャンスが増えてくると、いろいろなお話をいただくことが増えており、これはマレーシアだけではなくて、アメリカでもタイでも同じようなことが起こっています。狙っているのは、SDEC との提携のようなものを増やしていきたいというのが、今考えている戦略の一つとなります。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：昨年 11 月以降のクラウド売上を値上げする以前の月と比較すると、売上増加が 20% を下回ってしまうのですが、値上げに対して解約したり契約人数を減らしたりするケースがあるのでしょうか。

清田 [A]：清田です。

解約などそういったものは想定よりは少なく、順調にきていて、恐らくこの値上げのタイミングで、われわれ月額契約があれば、年間でまとめた契約もあり、その年間の契約に切り替えるといったお客様が発生していた要因かなと思いますので、そんなにネガティブな要因とはわれわれとしては捉えていません。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：昨年と比べて IR に変化を感じていますが、社内で何か議論があったのでしょうか。また、機関投資家との面談などの予定はありますか。

林 [A]：ありがとうございます。

実は議論があり、ちなみに昨年からというか、一昨年にこの議論をさせていただき、昨年結構大きくスタンスを変えています。体制も人員も強化しており、機関投資家の皆さんからの面談も可能な限り受けさせていただいています。

去年いただいた要望で、中期の見立てがほしいというご要望をたくさんいただきましたので、今日の説明でも中期の見立てを盛り込ませていただいています。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：25 年 12 月期の会社計画に基づく営業利益率は 23.4% で、24 年 12 月期からのジャンプアップは価格改定効果が大きいとのこと。28 年 12 月期の営業利益率は未定とのことですが、28 年 12 月期に至るまで、営業利益率の水準は高まっていく方針ですか。それとも、25 年 12 月期の営業利益率は高く、今後は同水準もしくは低下していくことを想定しているか、利益の見方はどちらが近いですか。

林 [M]：先ほども同様の質問、28 年の質問をいただいたと思うのですが、今まさに 509 億のターゲットを達成するために必要な投資が何かを考えているところで、どちらが高くなるのか低くなるのかを現時点で申し上げられる状況ではありません。ご了承ください。

司会 [M]：続いての質問です。

質問者 [Q]：2024 年秋の価格改定で顧客深耕、1 社当たりのユーザー数の拡大の取り組みを進める方向にかじを切られたのだと思いますが、その効果がいつくらいに出てくるのか、月次売上や KPI で変化が確認できるのはどのくらいのタイミングになるのか、現状のイメージを共有いただければ幸いです。

栗山 [A]：こちらの質問は、顧客深耕だけにかじを切ったというのがこの価格改定の目的ではないということになります。先ほど EP に注力すると言いましたが、それは今の活動にさらに立つということであって、今の活動から EP にシフトするという意味ではないとご理解いただければと思います。ですので、価格改定によってわれわれの活動、戦略、ターゲット自体が大きく変わったということではないのかなと思っています。

司会 [M]：ご質問いただきありがとうございます。

以上をもちまして、質疑応答を終了させていただきます。本日回答し切れなかった質問に関しては、IR 問合せ一覧ページにて後日公開する予定です。

最後にご案内させていただきます。本日の説明会資料や動画は、後日弊社公式サイト内の IR ページにて公開いたします。また、追加でご質問のある方は、IR 問合せ窓口より受け付けておりますので、そちらよりお問合せください。

これにて、サイボウズ株式会社 2024 年 12 月期決算事業説明会を終了させていただきます。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