

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

rakumo

4060 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年3月24日 (火)

執筆：客員アナリスト

吉林拓馬

FISCO Ltd. Analyst **Takuma Yoshibayashi**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

要約	01
1. 2025年12月期の業績概要	01
2. 2026年12月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	02
会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 事業内容	05
4. 経営陣、株主構成	05
事業概要	06
1. 事業概要	06
2. 「rakumo」サービスの特徴	08
3. ビジネスモデル	09
業績動向	09
1. 2025年12月期の業績概要	09
2. 主要KPIの推移	10
3. 財政状態、キャッシュ・フローの状況	12
今後の見通し	14
1. 2026年12月期の業績見通し	14
2. 業界特化型マーケティング施策の進捗	15
3. Microsoft版「rakumo」の進捗と注力施策	16
4. 「rakumo」サービスにAI機能を実装	17
5. 「SaaSの死」についてのアナリストの見解	17
中長期の成長戦略	18
株主還元策	20

■ 要約

2025年12月期は価格改定が奏功。 コスト増を跳ね返し、2ケタ営業増益を実現

rakumo<4060>は、Google Workspaceのユーザー管理、認証、セキュリティ機能を共通利用し、Google Workspaceの機能を補完する領域(共有カレンダー、共有アドレス帳)から、Google Workspaceにない領域(電子稟議、電子掲示板、勤怠管理、経費精算)までをカバーし、クライアントの効率性向上に寄与するグループウェアサービス「rakumo」をSaaS方式で提供している。Google Workspace自体の利用者数が今後も増加することが見込まれており、Google Workspace導入企業へのマーケットシェアの拡大余地も大きいことから、同社は中長期的に高い売上成長が期待される。

1. 2025年12月期の業績概要

2025年12月期の連結業績は、売上高が前期比26.8%増の1,830百万円、調整後EBITA^{※1}が同34.0%増の585百万円、営業利益が同11.6%増の428百万円、経常利益が同14.0%増の428百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同7.6%増の272百万円となった。サービス別売上高を見ると、rakumoサービスは価格改定効果やクライアント数の増加などにより前期比17.3%増の1,414百万円、その他サービスは(株)スタートレ(現(株)DEGINA)^{※2}及び(株)エージェントシェアの新規連結効果により同75.1%増の415百万円と拡大した。営業利益率は人件費増やのれん償却費などの影響で23.4%と前期比3.2ポイント低下したものの、本業の実力値を示す調整後EBITAマージンは同1.8ポイント改善の32.0%と過去最高を更新した。成長投資を進めながら高い収益性を維持している点がポジティブであり、来期以降の利益成長余地は大きいと判断される。

^{※1} 調整後EBITA = 営業利益 + のれん償却費 (PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む) + 株式報酬費用 + 一過性のM&A関連費用 (仲介費及びデューデリジェンス費用)。また、PPAはPurchase Price Allocationの略で、M&Aにより取得した資産及び賦算を時価評価する会計処理のこと。

^{※2} 2026年3月1日より株式会社DEGINAへ商号変更。

2. 2026年12月期の業績見通し

2026年12月期の連結業績は、売上高が前期比27.3%増の2,330百万円、調整後EBITAが同31.5%増の770百万円、営業利益が同28.5%増の550百万円、経常利益が同26.1%増の540百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同16.8%増の318百万円と高成長が続く見通しである。rakumoサービスは価格改定効果、「rakumo for Microsoft 365」の拡販、自治体案件の獲得などにより前期比25.7%増の1,778百万円を見込んでいる。調整後EBITAマージンは増収効果により同1.0ポイント向上する見通しである。rakumoサービスは価格改定による単価上昇に加え、「rakumo for Microsoft 365」の拡販により数量拡大が進み、単価と数量の両面から成長が期待される。今後は人材や開発への先行投資を継続しながら、高い増益率を維持できるかが中期的な焦点となる。

要約

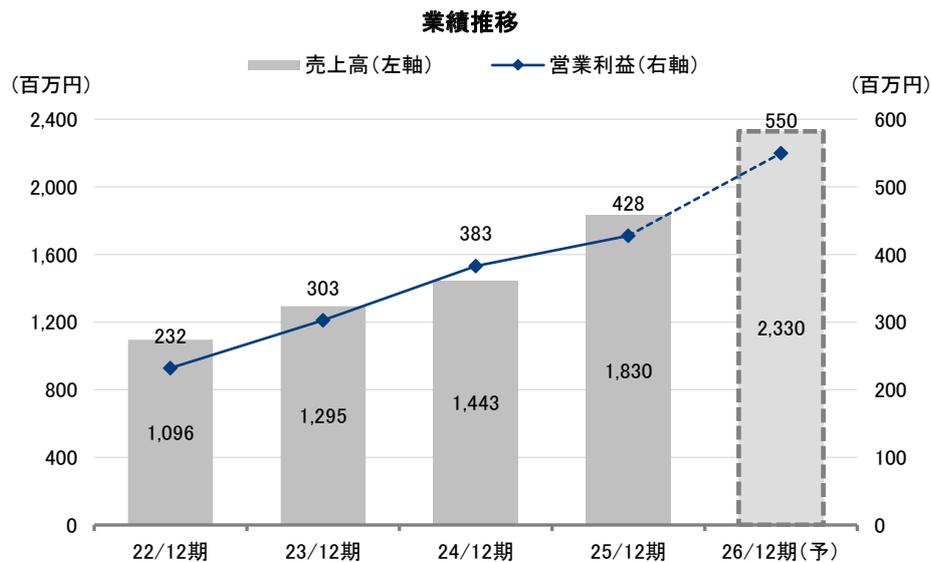
3. 中長期の成長戦略

同社は2025年2月に、2025年12月期から2027年12月期までの中期経営計画を公表した。グループウェア・コラボレーションツール※1での「働き方改革支援」から、生成AIなどのテクノロジーを用いて企業の各組織が抱えている課題を解決する「組織改革支援」への進出を目指している。2027年12月期にはARR※230億円、営業利益7億円などを目標とし、30億円のM&A投資枠を設定した。成長戦略は、既存サービス「rakumo」のグロース、新領域でのプロダクト展開、M&Aの加速の3本柱である。既存サービスでは代理店販売のプロセス改善や直販体制強化、AI機能の追加による競争力強化を図る。新領域では(株)パソナと連携しHR※3テック領域で人材管理・採用支援ソリューション「alooop (アーループ)」を展開し、多様な人材活用支援と成果報酬型モデルによる拡大を進める。M&AではCMS事業を展開するスタートレ (現 DEGINA)、HR領域のサービスを提供しているエージェントシェアを子会社化し、ARRやEBITAへの寄与に加え、顧客基盤やプロダクトの補完関係によるシナジーを見込む。これらの施策は解約率の低いサブスクリプションモデルを基盤とした継続収益強化に直結し、同社はSaaSベンダーから組織改革を支援するソリューションプロバイダーへ進化することで、中長期的な成長基盤を確立する方針である。

※1 組織内のコミュニケーションや情報共有を行うツール。
 ※2 Annual Recurring Revenueの略で、毎年経常的に発生する収益のこと。
 ※3 Human Resourcesの略であり、人的資源のこと。

Key Points

- ・ 2025年12月期はコスト増を価格改定で吸収し、2ケタ営業増益を達成
- ・ 2026年12月期も価格改定効果の寄与により高成長が継続する見通し
- ・ 中期経営計画では2027年12月期にARR30億円、調整後EBITA10億円を目指す。M&Aは既に2件実施



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

多種多様なクライアントにSaaSプロダクトを提供するIT企業

1. 会社概要

同社は東京都千代田区に本社を置き、企業向けSaaSプロダクトの提供や、ベトナムを拠点としたITオフショア開発などを行うIT企業である。Google LLCやSalesforce<CRM>といった世界的なクラウドプレイヤーとの強固なパートナーシップを背景に、主力のSaaSプロダクトである「rakumo」シリーズの販売拡大を進めている。売上の基盤は国内であり、2025年12月末時点で2,552社の多種多様なクライアントにサービスを提供している。

なお、会社名やサービス名になっている「rakumo」は、ユーザーがサービスをより楽に利用するための「楽(らく)」とユーザーがサービスをクラウド上で利用するための「雲(くも)」を掛け合わせたものである。また、同社は「仕事をラクに。オモシロく。」をビジョンに、企業における業務の生産性・効率性(働き方)向上に貢献するサービスを提供すべく事業展開していることが特徴である。

2. 沿革

同社の前身となる(株)日本技芸は、2004年に設立された。設立当初は受託業務やインターネットコンサルティングなどを中心にサービス展開していた。2008年の世界的な金融危機をきっかけにクラウド技術を活用した新しい事業へと業態転換を図り、2010年4月に現在の主力プロダクトである「rakumoカレンダー」、同年8月には「rakumoコンタクト」のサービス提供を開始した。その後も「rakumoワークフロー」「rakumoボード」「rakumoケイビ」「rakumoキintai」など様々なプロダクトを開発し、利便性や導入のしやすさなどに伴い、ライセンス数は順調に拡大している。2020年9月に東京証券取引所マザーズ市場へ株式を上場(2022年4月にグロース市場へ移行)した。

同社は、既存領域の売上成長のみならず、ビジネス領域の拡大も積極的に検討している。社内SNS型日報アプリ「gamba!(ガンバ)」をクラウド上でサブスクリプション型リカーリング収益モデルで提供している(株)gambaを2022年6月に、IR動画や会社紹介・サービス紹介動画を中心とした映像制作・配信事業を手掛ける(株)アイヴィジョン※1を2023年7月に連結子会社化した。また、2025年に入ってから、7月に自社開発のCMS※2を提供するスタートレ(現 DEGINA)を、8月には人材紹介会社向けアライアンスサービスなどのHR領域のITサービスを展開するエージェントシェアの全株式を取得し、連結子会社化した。今後も他社サービスとの連携強化や、M&Aの実行による事業拡大を目指している。

※1 2026年1月1日付で同社に吸収合併。

※2 Contents Management Systemの略であり、専門的な知識がなくてもWebサイトのコンテンツ(テキスト・画像・テンプレートなど)を保存・管理できるシステムのこと。

会社概要

沿革

年月	主な項目
2004年12月	東京都渋谷区にて(株)日本技芸を設立。Web関連システム・サービスの受託開発ビジネスを開始
2010年 4月	グループウェア「rakumo」シリーズ第1号、Googleカレンダーをリデザインした「rakumoカレンダー」のサービス提供を開始
2010年 8月	社内外の連絡先を一元管理できる共有アドレス帳「rakumoコンタクト」をリリース
2011年 5月	申請・承認・回覧などの機能を有した電子稟議システム「rakumoワークフロー」をリリース
2012年 7月	出退勤打刻機能を有した「rakumoタイムレコーダー」をリリース
2012年 8月	Salesforceカレンダーと連携した「rakumoソーシャルスケジューラー」をリリース
2013年 7月	掲示板型情報共有ツール「rakumoボード」をリリース、10万ライセンス達成
2013年 8月	ネットイヤーグループ(株)による同社連結子会社化
2014年11月	クラウド型経費精算ソリューション「rakumoケイヒ」をリリース
2015年 1月	20万ライセンス達成
2015年11月	rakumo株式会社に商号変更
2015年12月	30万ライセンス達成
2016年 5月	SalesforceカレンダーとGoogleカレンダーの双方向同期を可能にする「rakumo Sync」をリリース
2017年 5月	40万ライセンス達成
2017年 8月	ネットイヤーグループ(株)との資本関係解消
2017年 9月	50万ライセンス達成
2018年 4月	AOI Systems Vietnam Co., Ltd.の全持分を取得し連結子会社化、RAKUMO COMPANY LIMITED (ベトナム) に商号変更、60万ライセンス達成
2019年 5月	70万ライセンス達成
2019年 7月	多様な勤務形態に対応した勤怠管理システム「rakumoキンタイ」をリリース
2020年 9月	東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
2020年10月	80万ライセンス達成
2021年 4月	90万ライセンス達成
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分見直しにより、グロース市場に移行
2022年 5月	100万ライセンス達成
2022年 6月	(株)gambaの全株式を取得し連結子会社化
2023年 5月	アドバンテッジアドバイザーズ(株)と事業提携契約の締結、当該会社の関連ファンドに対して新株予約権及び無担保転換社債型新株予約権型社債
2023年 7月	(株)アイヴィジョンの全株式を取得し連結子会社化
2025年 4月	(株)パソナと業務提携契約の締結
2025年 5月	人材管理・採用支援ソリューション「aloop」をリリース
2025年 7月	(株)スタートレ(現(株)DEGINA)の全株式を取得し連結子会社化
2025年 8月	(株)エージェントシェアの全株式を取得し連結子会社化
2025年 9月	AvePoint Japan(株)と業務提携契約の締結

出所：有価証券報告書、会社リリースよりフィスコ作成

会社概要

3. 事業内容

2025年12月期のサービス別売上高構成比は、主力のrakumoサービスが77.3%、その他サービスが22.7%となった。その他サービスは、HR、経営企画・IR、マーケティング、コミュニケーションなど周辺領域をカバーする。HR分野では、退職者を含む接点人材を一元管理する人材管理・採用支援ソリューションや採用動画の撮影・編集や動画プレイヤーの提供などを行う。経営企画・IR分野では、決算説明会の動画配信をサブスクリプション型リカーリングビジネスモデルで展開する。マーケティング分野ではCMSを活用して個人事業主や中小企業の集客や求人に資するホームページを構築する。コミュニケーション分野では、社内SNS型日報共有アプリや動画マニュアルシステムを提供するほか、ベトナム拠点で受託開発及びラボ型開発にも対応する。

サービス概要

サービス名	概要
rakumoサービス	「rakumo」製品 (Google Workspace版、Salesforce版、Microsoft 365版) などの開発・販売サービスのほか、他社ライセンスの代理店販売を実施
その他サービス	HR、経営企画・IR、マーケティング及びコミュニケーション等に関するサービスを提供

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

4. 経営陣、株主構成

同社創業者で取締役会長である御手洗大祐 (みたらいだいすけ) 氏は、横浜国立大学を卒業後、NTT<9432>へ入社し、1999年9月にWebメディアサービス事業を手掛けるバックテクノロジーズ (株) を創業した (その後、米国企業へ売却)。2004年に、同社の前身である日本技芸を創業した。2025年12月末時点で同社株式を963,600株、発行済株式総数の16.53%を有する最大株主となっている (このほか、同氏の資産管理会社である (株) 創世が保有する368,000株、発行済株式総数の6.31%も間接的に所有)。

代表取締役社長グループCEOの清水孝治 (しみずこうじ) 氏は、2025年3月25日に現職に就任した。清水氏はSREホールディングス<2980>の元 常務執行役員であり、新規事業開発や事業経営に強みを持つ。SaaS事業、AI事業の開発・推進、M&A/PMI、法人営業分野など多面的な知見を有しており、これまでの豊富な経験と幅広い見識に基づき、持続的成長による企業価値のさらなる向上を目指している。なお、同社の取締役は社内4名、社外1名の合計5名で構成されている。

■ 事業概要

Google・Salesforce・Microsoftのグループウェアを拡張するツールを提供

1. 事業概要

同社はITビジネスソリューション事業の単一セグメントである。なかでも、サブスクリプション型であり、継続成長率の高いrakumoサービスが主力である(2025年12月期の売上高構成比は77.3%)。Google及びSalesforceとパートナーシップを結び、両社のクラウド上でGoogle Workspace版「rakumo」Salesforce版「rakumo」を提供している。加えて、AvePoint Japanとの業務提携により、2025年9月よりMicrosoft 365版「rakumo」の提供を開始した。クライアントはベンチャー企業から大企業まで業種、規模を問わず幅広く、2025年12月末時点のクライアント数は2,552社(前期末比79社増)と着実に増加している。

Google Workspace版「rakumo」では、Googleが提供するグループウェア「Google Workspace」と連携し、機能拡張したアドオンツールとして提供している。Google Workspaceは一般ユーザー向けに提供開始されたこともあり、「rakumo」は企業がGoogle Workspaceを利用する際に不足する機能の補完や、より使いやすい画面の設計、より便利に利用できる機能を追求し、提供している。具体的には、共有スケジューラー「rakumoカレンダー」、共有アドレス帳「rakumoコンタクト」、電子稟議システム「rakumoワークフロー」、電子掲示板「rakumoボード」、経費精算システム「rakumoケイヒ」、勤怠管理システム「rakumoキンタイ」の6つのサービスを提供している。同様にSalesforce版「rakumo」では、共有カレンダー「rakumoソーシャルスケジューラー」と、カレンダー同期サービス「rakumo Sync」を提供している。

「rakumo」の価格はプロダクトごとに細分化している。「rakumoカレンダー」は1つのIDにつき月額200円(税抜き。以下、同)、「rakumoコンタクト」は同130円、「rakumoワークフロー」は同500円、「rakumoボード」は同300円、「rakumoケイヒ」は同300円、「rakumoキンタイ」は同300円となっている。また、複数のプロダクトをまとめて購入するパッケージプロダクトも取り揃えており、「rakumoカレンダー」「rakumoコンタクト」「rakumoワークフロー」「rakumoボード」の4つのプロダクトが利用できる「rakumo Basicパック」は同680円、全6プロダクトが利用できる「rakumo Suiteパック」は同1,100円となっている。

同社は2025年7月にGoogle Workspace版「rakumo」一部製品及びパックの利用料金を改定すると発表した。料金改定の背景は、大型アップデートによるサービス価値の向上である。今回のアップデートでは、GoogleのAI技術「Gemini」や「Vertex AI」を活用したAIエージェント「rakumoエージェント」を新たに搭載し、業務効率やユーザー体験を大幅に向上する。また、既存顧客から要望が多かったカレンダーで社外とのスケジュール調整を効率化する日程調整機能や、ワークフローのコメント・ディスカッション機能などの新機能も追加する。加えて、従来は有償オプションとして提供していた一部機能を標準搭載とするため、ユーザーにとっては一段と利便性が高まる。なお新規契約に関しては2025年10月1日からすべて新料金体系へ移行しており、既存契約は2026年1月1日以降に契約更新のタイミングを迎えたものから順次切り替えている。利用料金改定は「rakumoカレンダー」「rakumoコンタクト」「rakumoボード」「rakumoワークフロー」と、それらを含む「rakumo Basicパック」「rakumo Suiteパック」で行う。

事業概要

同社はGoogle Workspace版及びSalesforce版に加え、新たにMicrosoft 365版展開を本格化している。Microsoft 365プラットフォームにおいてグループウェアSaaS「rakumo」シリーズを提供するため、AvePoint Japanと業務提携を行った。AvePoint JapanはMicrosoftとの強固なパートナー関係を有し、Microsoft 365環境におけるプロダクト開発力に強みを持つ。同社はこのパートナーシップを活用し、Microsoft 365ユーザー向けに最適化した「rakumo」プロダクトの開発と販売体制の構築を進めている。

同社は2025年9月、Microsoft 365対応の「rakumoカレンダー」及び「rakumoコンタクト」を提供開始し、2026年2月には「rakumoボード」の提供も開始した。今後は他プロダクトのMicrosoft 365対応についても検討を進めており、ラインナップの拡充によりクロスセル機会の拡大を図る方針である。国内ではMicrosoft 365の導入企業が増加しており、Google Workspace版で培った機能開発力やUI設計の知見を横展開することで、新たな顧客層の開拓が可能になると見込まれる。販売面では、2026年2月に(株)USEN Smart Works及びソフトバンク<9434>との間で「rakumo for Microsoft 365」の再販を開始した。両社は法人向けにMicrosoft 365の導入支援やライセンス販売を手掛けており、既存顧客基盤を活用した拡販が期待される。Google Workspace版に依存しないマルチプラットフォーム戦略を確立することで、市場ポジションの強化と中長期的な成長基盤の拡大を目指す考えである。

「rakumo」サービスラインナップ及び価格帯

	プロダクト			価格(月額)		
	名称	概要	機能等	1ID単価(月額)	rakumo Basic パック	rakumo Suite パック
Google Workspace版	rakumo カレンダー	共有 スケジューラー	Googleカレンダーとの連携、会議室・設備予約、ケイヒ連携	200円	680円	1,100円
	rakumo コンタクト	共有アドレス帳	社員名簿、顧客・取引先情報管理、Gmailとの連携	130円		
	rakumo ワークフロー	電子稟議システム	豊富な承認経路設定、柔軟な申請フォーム作成、ケイヒ・キンタイ連携	500円		
	rakumo ボード	電子掲示板	コメント・リアクション機能、回覧板、アクセス設定	300円		
	rakumo ケイヒ	経費精算システム	運賃・乗換情報連携、定期区間設定、カレンダー・ワークフロー連携	300円	-	
	rakumo キンタイ	勤怠管理システム	柔軟な勤務形態設定、ICカード・Web打刻対応、カレンダー連携	300円	-	
Salesforce版	rakumo ソーシャル スケジューラー	共有カレンダー	Salesforceカレンダーのリデザイン、取引先・面談データなどの紐付け	900円	-	-
	rakumo Sync	カレンダー同期サービス	GoogleカレンダーとSalesforceカレンダーの双方向同期サービス	400円	-	-
Microsoft 365版	rakumo カレンダー	共有 スケジューラー	Outlookカレンダーとの連携、会議室・設備予約	300円	-	-
	rakumo ボード	電子掲示板	コメント・リアクション機能、回覧板、アクセス設定	400円	-	-
	rakumo コンタクト	共有アドレス帳	社員名簿、顧客・取引先情報管理、Outlook mailとの連携	200円	-	-

注：価格は税抜き

出所：決算補足説明資料、ホームページよりフィスコ作成

事業概要

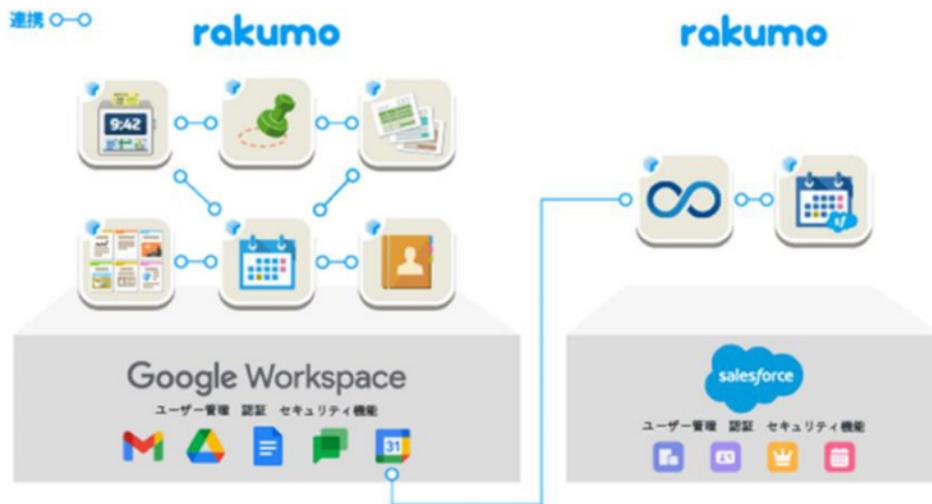
2. 「rakumo」サービスの特徴

同社の事業は、Google、Salesforce及びAve Point Japanとの強固なパートナーシップを基盤としている。このため、Google、Salesforce及びMicrosoftのプラットフォームの仕様に合わせた製品開発及びメンテナンスが重要となる。ただし、同社は、多岐にわたるサービスラインナップとカバー範囲を確立しており、これが新規参入に対する障壁となっている。

同社が提供するGoogle向けSaaSサービスは、Google Workspace上で提供される業務支援ツールで、カレンダーや経費精算などプロダクトのカバー範囲も広く、多種多様なクライアントのニーズに対応可能な柔軟性を持つ。また、製品間のシームレスな連携により、重複入力や重複対応が不要となり、ユーザーの効率性の向上や作業ミスの低減につながっている。加えて、「rakumo」の導入によりセキュリティを確保しながらスムーズな業務運営が実現できる点も、企業にとって大きな価値となっている。こうした多機能かつ統合的なサービスは顧客の利便性を高め、長期的な利用を促している。結果として、同社は高い顧客定着率を維持しており、安定したサブスクリプション収益基盤を形成している。

同社が再販するMicrosoft向けSaaSサービスの特徴は、Google版rakumoと同様、現状はMicrosoft 365上でカレンダーを含めた3つのプロダクトを展開している。また、AvePoint Japanと連携して次のプロダクトの開発及び販売についても検討を進めている。なお、Google版の提供に加えてMicrosoft版を再販できるようになったことにより、Google Workspaceを利用していないことで「rakumo」の販売ができなかった顧客に対しても販売ができるようになったこと、プラットフォームの変更により解約となっていた顧客への解約抑制にもつながることなど多面的な業績への寄与が期待される。

複数サービスを利用した場合のサービス間のデータ・プロセス連携イメージ



出所：決算補足説明資料より掲載

事業概要

3. ビジネスモデル

主要サービスである「rakumo」の収益モデルは、ユーザー数に応じた継続的なサービス提供を前提とするサブスクリプション型である。収益が継続的に積み上がるストック型ビジネスとしての安定性を持ちながら、新規契約数の増加により高い成長も見込める。また、年間契約が主体で料金を一括前払いで回収するため、キャッシュ・フローの安定性が高いことも特徴である。

また、販売代理店（販売パートナー）との密な連携に加え、インターネット経由の直接販売（インバウンド）の両軸で販売を実施することで、効率的な販売体制を構築している。販売パートナーへの卸値が同社の売上高計上額となるため、会計上の売上高や営業費用にはマージンが含まれない。これにより、SaaSサービスの売上高の多くがそのまま売上総利益となり、高収益な事業構造を実現している。

業績動向

2025年12月期はコスト増を価格改定で吸収し、2ケタ営業増益を達成

1. 2025年12月期の業績概要

2025年12月期の連結業績は、売上高が前期比26.8%増の1,830百万円、調整後EBITAが同34.0%増の585百万円、営業利益が同11.6%増の428百万円、経常利益が同14.0%増の428百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同7.6%増の272百万円となった。

サービス別売上高を見ると、rakumoサービスは価格改定効果やライセンス数の増加などにより前期比17.3%増の1,414百万円、その他サービスはスタートレ（現 DEGINA）及びエージェントシェアの新規連結効果により同75.1%増の415百万円と拡大した。なお、今回よりソリューションサービス及びITオフショア開発サービスの重要性が低くなったこと、rakumoサービスの重要性が高まったことからサービス別売上高の区分を変更している。

売上原価は、円安の影響によるGoogle向けサーバー費用の増加や子会社2社の新規連結影響があったものの、生成AI機能などのサービス開発に関わるコストを資産計上したことで前期比9.9%増となり、売上原価率は29.6%と同4.5ポイント改善した。販管費は同51.6%増の860百万円となり、販管費率は47.0%と同7.7ポイント上昇した。主な増加要因は、人件費（子会社2社を含む人員増、ベースアップなど）が同110百万円増、のれん等償却費が同63百万円増、支払手数料が同27百万円増、一過性のM&A関連費用が同25百万円増などである。

この結果、営業利益率は23.4%と前期比3.2ポイント低下したものの、本業の実力値を示す調整後EBITAマージンは同1.8ポイント改善の32.0%と過去最高を更新した。成長投資を進めながら高い収益性を維持している点がポジティブであり、来期以降の利益成長余地は大きいと判断される。

業績動向

2025年12月期業績の概要

(単位：百万円)

	24/12期		25/12期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	1,443	-	1,830	-	26.8%
rakumoサービス	1,206	-	1,414	-	17.3%
その他サービス	237	-	415	-	75.1%
売上原価	492	34.1%	541	29.6%	9.9%
売上総利益	951	65.9%	1,289	70.4%	35.5%
販管費	567	39.3%	860	47.0%	51.6%
調整後EBITA	436	30.2%	585	32.0%	34.0%
営業利益	383	26.6%	428	23.4%	11.6%
経常利益	375	26.0%	428	23.4%	14.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	253	17.5%	272	14.9%	7.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 主要KPIの推移

(1) クライアント数及びユニークユーザー数

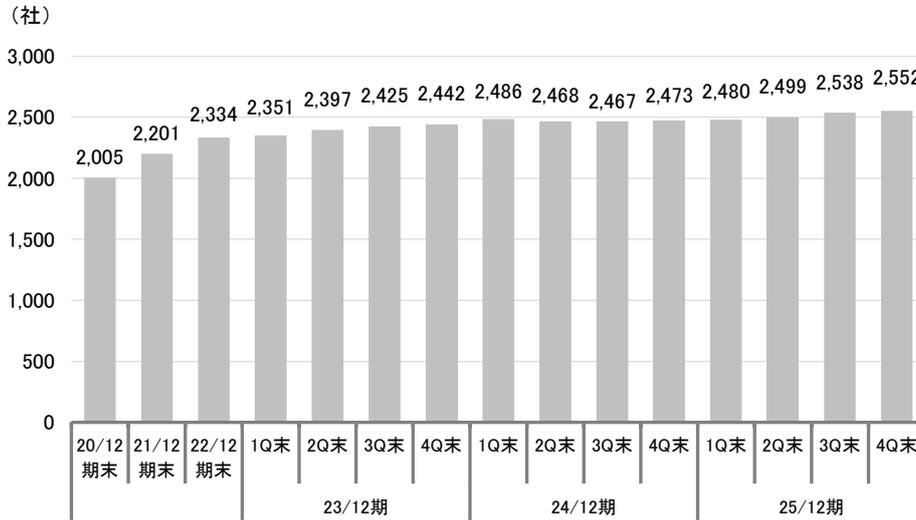
同社のクライアント数は、2024年12月期末が2,473社に対し、2025年12月期末は前期末比79社増の2,552社と積み上がった。また、1クライアント当たりの月額販売額は大型アップデートに伴う価格改定効果などにより、2024年12月期末が55,286円に対し、2025年12月期末は同9.6%増の60,598円と拡大した。

2025年12月期末のユニークユーザー数は579千人と前期末比6千人増、前四半期末比では13千人増となった。第2四半期、第3四半期は一部顧客における会社解散・統合・事業縮小、Microsoft 365への移管等の一過性要因による解約が重なったことで低調に推移したものの、第4四半期は自治体案件を含む複数の大規模案件の受注獲得によりユニークユーザー数は回復基調に転じた。

なお、2026年12月期からは数量に関するKPIとして、従来のクライアント数及びユニークユーザー数に代えて、ライセンス数を開示する方針である。ライセンス数とは、実際に利用しているユーザーの人数ではなく、各ユーザーが利用しているプロダクトごとの契約数を合算して算出する指標である。

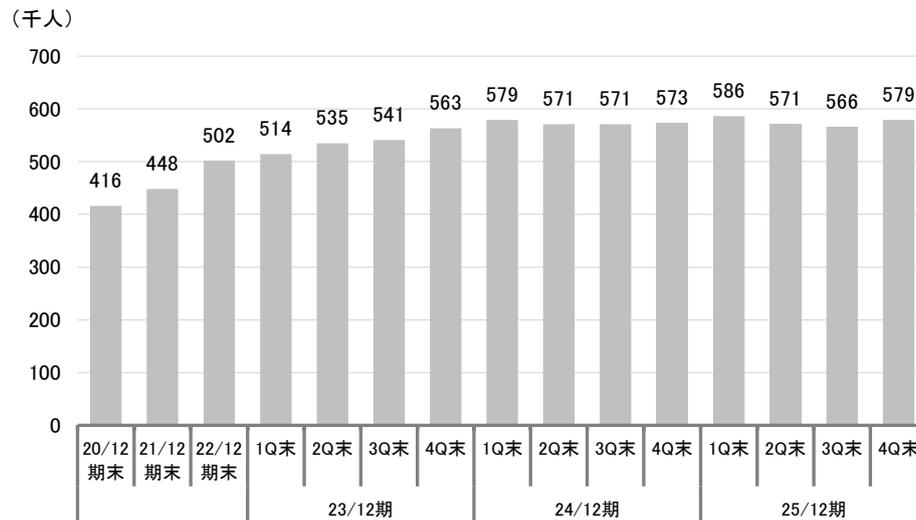
業績動向

クライアント数の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ユニークユーザー数の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

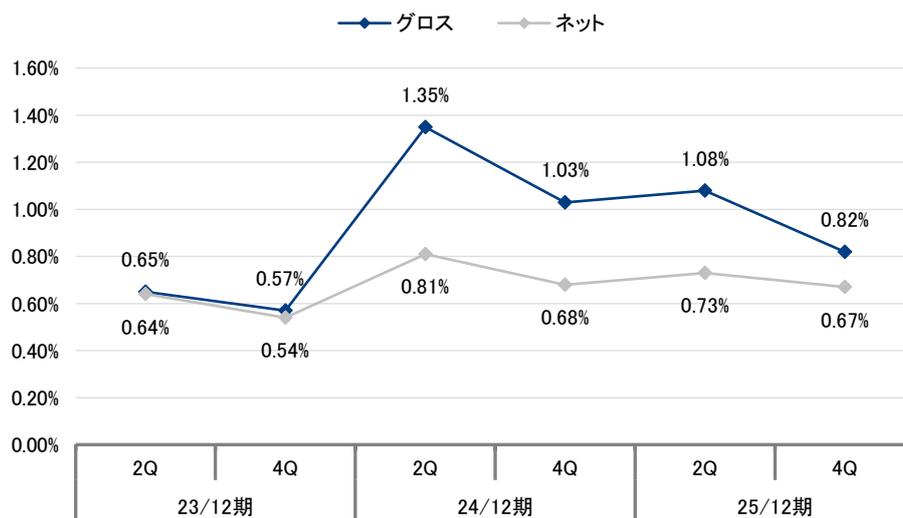
業績動向

(2) 解約率

解約率は既存クライアントの離脱状況を示すKPI指標である。同社は2025年12月期より、解約率をグロスとネットの双方で公表している。グロス解約率は、解約によって失われた売上高の割合を示し、サービスの安定性や顧客の継続率を測るうえで重視される。一方、ネット解約率は、解約による売上減少に加え、既存顧客からのアップセルやクロスセルによる売上増加も加味して算出されるため、既存顧客基盤の売上拡大余地を映し出す指標と言える。

2025年12月期の実績は、グロス解約率が前年同期比0.21ポイント低下の0.82%、ネット解約率が同0.01ポイント低下の0.67%となり、いずれも改善した。大型アップデートに伴い価格改定を実施したものの、解約率は安定的に推移している。なお、開示項目の適正化を検討した結果、2026年12月期より解約率はネット指標のみ開示する予定である。

グロス及びネットの解約率の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

成長投資により資産拡大、健全な財務基盤と安定した収益力で持続的成長へ

3. 財政状態、キャッシュ・フローの状況

2025年12月期末の資産合計は前期末比1,135百万円増加の4,170百万円となった。主に固定資産が1,514百万円増加したことによるもので、これは子会社取得に伴いのれんが1,384百万円増加したことが要因である。

負債合計は前期末比882百万円増の2,283百万円であった。これは、主に長期借入金(1年内返済予定の長期借入金を含む)716百万円、契約負債が80百万円増加したことによる。

業績動向

純資産合計は前期末比252百万円増の1,887百万円となった。これは、親会社株主に帰属する当期純利益の計上により、利益剰余金が237百万円増加したことによる。

主な財務指標を見ると、自己資本比率は44.8%と引き続き安定的な水準を維持している。のれんの増加により総資産は拡大したが、自己資本の積み上げも着実に進んでおり、財務の健全性は保たれている。SaaSを主力とするビジネスモデルであることから、継続課金収入が安定的にキャッシュを生み出す構造にあり、一定の借入金増加があっても財務リスクは限定的と見ている。ネットキャッシュは602百万円と前期末比1,181百万円減少したものの、主因は子会社買収に伴う支出である。事業基盤の拡充を目的とした投資であり、既存事業の収益力が低下したわけではない。当期純利益の計上により利益剰余金は増加しており、内部留保は着実に積み上がっている。長期借入金は増加しているものの、自己資本比率の水準や安定的な営業キャッシュ・フローの創出力を踏まえれば、レバレッジは過度ではない。のれんの増加に伴う減損リスクには留意が必要であるが、子会社の収益貢献が計画どおりに進めば財務への負担は限定的であろう。

以上を踏まえると、積極的な成長投資を実行しつつも、財務の健全性と流動性は十分に確保されていると考える。今後は買収効果の顕在化と営業キャッシュ・フローの拡大が進めば、財務体質は一段と強化されよう。

連結貸借対照表及び主要財務指標

(単位：百万円)

	22/12期	23/12期	24/12期	25/12期	増減額
流動資産	1,528	1,985	2,390	2,013	-376
現金及び預金	1,435	1,888	2,284	1,818	-465
売掛金	47	49	51	168	117
固定資産	248	672	636	2,151	1,514
有形固定資産	20	22	19	32	12
無形固定資産	151	573	537	2,008	1,470
投資その他の資産	77	76	79	110	31
資産合計	1,776	2,670	3,035	4,170	1,135
流動負債	603	733	820	1,101	280
買掛金	33	43	45	61	15
契約負債	433	524	613	693	80
短期借入金 (1年内返済予定の長期借入金含む)	40	10	0	111	111
固定負債	20	571	580	1,182	602
転換社債型新株予約権付社債	0	500	500	500	0
長期借入金・社債	10	0	0	605	605
負債合計	624	1,305	1,400	2,283	882
(有利子負債)	50	510	500	1,216	716
純資産合計	1,152	1,365	1,634	1,887	252
財務指標					
【安全性】					
自己資本比率	64.9%	50.9%	53.6%	44.8%	-8.8pp
ネットキャッシュ	1,385	1,378	1,784	602	-1,181

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2025年12月期の営業活動によるキャッシュ・フローは510百万円の収入、投資活動によるキャッシュ・フローは子会社株式の取得などにより1,579百万円の支出、フリー・キャッシュ・フローは1,068百万円の支出であった。現金及び現金同等物は前期末比465百万円減少した。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	21/12期	22/12期	23/12期	24/12期	25/12期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	286	275	351	463	510
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-53	-92	-357	-70	-1,579
財務活動によるキャッシュ・フロー	11	-47	455	-3	606
フリー・キャッシュ・フロー (a)+(b)	232	182	-6	392	-1,068
現金及び現金同等物の期末残高	1,239	1,384	1,837	2,233	1,767

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2026年12月期も価格改定効果の寄与により高成長が継続する見通し

1. 2026年12月期の業績見通し

2026年12月期の連結業績は、売上高が前期比27.3%増の2,330百万円、調整後EBITAが同31.5%増の770百万円、営業利益が同28.5%増の550百万円、経常利益が同26.1%増の540百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同16.8%増の318百万円と高成長が続く見通しである。

サービス別売上高を見ると、rakumoサービスは価格改定効果、「rakumo for Microsoft 365」の拡販、自治体案件の獲得などにより前期比25.7%増の1,778百万円、その他サービスは連結した子会社業績の通期寄与及び事業シナジー、「aloop」の拡販などにより、同32.9%増の552百万円を見込んでいる。

費用面について、売上原価は前期比24.8%増の675百万円を見込んでいる。内訳を見ると、人件費は人員増、ベラスアップ、子会社分の通期寄与により同50百万円増、Google向けサーバー費用は利用量の増加などにより同49百万円増などである。販管費は同28.3%増の1,105百万円を見込んでいる。内訳を見ると、人件費は同120百万円増、のれん償却費等は同66百万円増などである。

これらの結果、営業利益は前期比28.5%増となり、営業利益率は増収効果により同0.2ポイント向上する見通しである。主力SaaSの安定的な積み上げに加え、子会社の通期寄与が重なり、事業規模と収益水準がともに次の段階へ移行しつつある。rakumoサービスは価格改定による単価上昇に加え、「rakumo for Microsoft 365」の拡販により数量拡大が進み、単価と数量の両面から成長が期待される。費用増を吸収して営業利益率も改善する計画であり、収益モデルのレバレッジが着実に働き始めていると評価できる。今後は人材や開発への先行投資を継続しながら、高い増益率を維持できるかが中期的な焦点となろう。

今後の見通し

2026年12月期業績見通し

(単位：百万円)

	25/12期		26/12期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
売上高	1,830	-	2,330	-	27.3%
rakumoサービス	1,414	77.3%	1,778	76.3%	25.7%
その他サービス	415	22.7%	552	23.7%	32.9%
売上原価	541	29.6%	675	29.0%	24.8%
売上総利益	1,289	70.4%	1,655	71.0%	28.4%
販管費	860	47.0%	1,105	47.4%	28.3%
調整後EBITA	585	32.0%	770	33.0%	31.5%
営業利益	428	23.4%	550	23.6%	28.5%
経常利益	428	23.4%	540	23.2%	26.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	272	14.9%	318	13.6%	16.8%

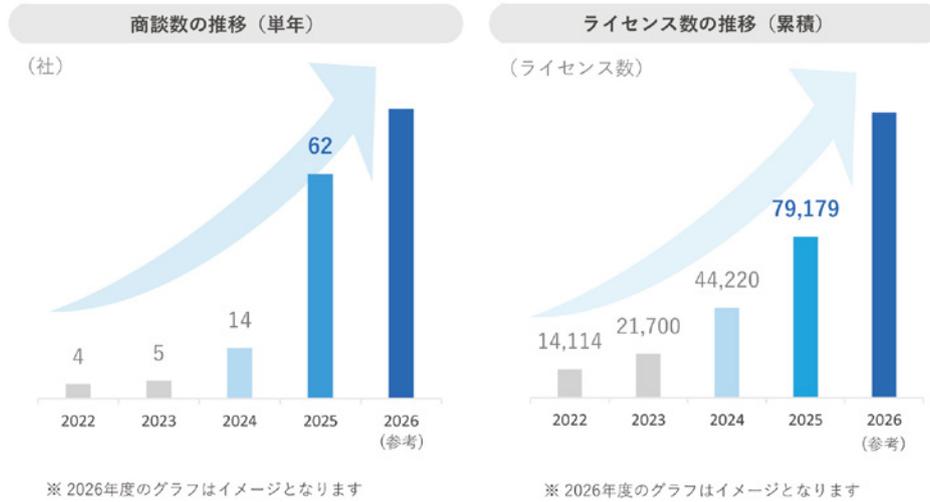
出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 業界特化型マーケティング施策の進捗

同社は、教育機関・自治体・建設業・医療など業界セグメントに特化したマーケティング施策による、効率的なクライアント獲得を進めている。具体的には、Google Workspace導入企業のデータベースを活用したピンポイントでのクライアント開拓、自治体向けホワイトペーパーの展開、建設業向けセミナーの開催、各業界セグメントに強い代理店との連携などを実施している。特に自治体分野での進展が顕著である。2025年12月期末の自治体向けライセンス数は前期末比34,959ライセンス増の79,179ライセンスと急拡大した。公共分野におけるクラウド活用の広がりや、自治体内の情報共有・申請承認業務の効率化ニーズを取り込んだ成果である。商談数も前期比48件増の62件と大幅に増加し、パイプラインは着実に積み上がっている。初の都道府県庁案件として秋田県庁から受注を獲得するなど、1件当たりの規模拡大も進んでいる。都道府県レベルでの導入実績は他自治体への波及効果が見込まれ、ブランド力向上にも寄与するだろう。自治体案件は民間企業と比べて意思決定プロセスが長く、リードタイムも長期化しやすい傾向がある一方で、1件当たりのライセンス数は大きく、導入後の継続率も安定的である。2025年12月期に商談が進行している大型案件の中には2026年12月期の受注が見込まれる案件が複数含まれており、足元では案件化から受注までの管理体制を強化し、成約率の向上を図る段階にある。業界特化型のアプローチは、単なる新規開拓にとどまらず、顧客単価の向上と解約率の低減にも寄与する戦略である。自治体分野で確立した営業モデルや導入実績は他業界への横展開が可能であり、中長期的な成長ドライバーとして期待される。

今後の見通し

教育機関及び自治体におけるライセンス数の推移



3. Microsoft版「rakumo」の進捗と注力施策

同社は、主力グループウェア「rakumo」の対応プラットフォーム拡大を成長戦略の1つとして掲げている。従来はGoogle Workspace向けサービスを中心に展開してきたが、2025年9月にMicrosoft 365対応の「rakumoカレンダー」及び「rakumoコンタクト」を、2026年2月に「rakumo ボード」の提供を開始し、顧客基盤の拡張に着手した。国内では日本マイクロソフトが展開するMicrosoft 365の導入企業が大企業から中堅・中小企業まで広がっており、同領域への本格参入は中長期的な成長余地の拡大につながる施策である。

立ち上がりの営業実績として、2025年9月から12月のパイプラインは39社、受注は2件、販売ライセンス数は464IDとなった。サービス開始直後の実績としては堅調な滑り出しであり、2026年1月以降もパイプライン及び受注は積み上がっている模様である。既存のrakumoユーザーとは異なる顧客層へのアプローチが進んでいる点が評価される。

販売体制の強化も進展している。2026年2月には、USEN Smart Works及びソフトバンクとの間で「rakumo for Microsoft 365」の再販契約を締結した。両社は法人向けにMicrosoft 365の導入支援や運用サポートを手掛けており、同社サービスとの親和性は高い。既存のrakumo販売パートナーとの再販契約も順次進めており、チャネル拡充による案件創出力の向上が見込まれる。

2026年12月期は、Microsoft 365を販売する企業との新規パートナー契約の締結を推進する方針である。加えて、Microsoft 365利用企業が来場する展示会へ積極的に出展し、認知度向上とリード獲得を図る。自社サイトにおいても紹介ページを刷新し、「rakumo for Microsoft 365」の機能や導入メリットをわかりやすく訴求している。製品認知の向上と販売チャネルの拡大を同時に進めることで、ライセンス数の着実な積み上げを目指す戦略である。

4. 「rakumo」サービスにAI機能を実装

同社は主力サービスであるrakumoにおいて、AIを活用した機能拡充を中期的な成長ドライバーに位置付けている。Googleが提供する生成AI基盤である「Gemini」及び「Vertex AI」を活用し、各プロダクトへのAI実装を開始した。Google Workspaceと高い親和性を持つ同社サービスに生成AIを組み込むことで、日常業務に密着した高度な自動化と利便性向上を図る方針である。第1弾として2026年2月にrakumoカレンダーへ「rakumoエージェント」機能を提供開始した。rakumoカレンダー上に常駐するエージェントが自然言語での対話に対応し、予定の登録や確認、空き時間や過去予定の検索、時間の使い方の集計、操作方法の案内やQ&Aなどを担う。ユーザーは従来の画面操作に加え、会話ベースでスケジュール管理を完結できるようになり、業務効率は一層と高まる。

今後はカレンダーにとどまらず、ワークフローや掲示板など他プロダクトへの展開も視野に入れると見られる。各種データを横断的に活用することで社内手続きの自動化や情報検索の高度化が進み、顧客企業の業務プロセス全体に波及効果が及ぶ可能性がある。同社は今後もAI活用を軸に製品競争力を高め、ストック型収益の持続的成長を目指す考えである。

5. 「SaaSの死」についてのアナリストの見解

2026年初頭、AIの急速な進化を背景に、従来のSaaSビジネスモデルが根本的な変化を迫られているとの観測が市場で強まった。特に米国のAI企業であるAnthropicが2026年1月30日に発表した「Claude」の新機能を契機に、SaaSがAIに代替されるのではないかと懸念が急速に広がった。同日以降、米国市場ではSaaSを中心としたソフトウェア関連銘柄が急落し、「SaaSの死」という言葉が投資家の間で語られる事態となった。今回の市場反応の背景には、AIが単なる業務効率化ツールの枠を超え、従来SaaSが提供してきた個別機能そのものを包括的に代替し得る存在として認識され始めた点がある。生成AIは自然言語を介して複数の業務アプリケーションを横断的に操作できる可能性があり、画面UIを前提とする従来型SaaSの存在意義に疑問が投げかけられた。定額課金モデルに依拠するSaaS企業にとって、利用形態の変化は中長期的な収益構造にも影響を及ぼしかねないとの見方が広がった。

もっとも、SaaSが直ちに不要になるわけではない。企業の業務プロセスは複雑であり、基幹データベースや権限管理、ワークフロー設計などは高い信頼性と継続的な運用体制を要する。AIは強力なインターフェースとなり得るが、その背後で安定的に稼働する業務基盤の重要性はむしろ高まる可能性がある。AIとSaaSは対立関係ではなく、レイヤーの異なる補完関係にあるとの見方もできる。

この点において、同社は単なる既存機能の提供にとどまらず、AIを活用したサービス高度化に取り組むことで競争力の強化を図っている。業務効率化や情報活用の高度化を目的とした機能開発は、AI時代における付加価値創出の方向性と整合的である。SaaS全体に対する悲観的な見方が強まる局面は、AIを取り込んだ次世代型SaaSへの転換を進める企業にとっては評価修正の余地を内包する局面でもあろう。株式市場の不安は短期的な株価変動要因となり得るが、中長期的にはAIを前提としたサービス進化を遂げられる企業が再評価される可能性が高い。

■ 中長期の成長戦略

2027年12月期にARR30億円、調整後EBITA10億円を目指す。 M&Aは2件完了

同社は2025年2月に、2025年12月期から2027年12月期までの中期経営計画を公表し、中計1年目が終了した。中期経営計画では、グループウェア・コラボレーションツールでの「働き方改革支援」から一歩進め、生成AIなどのテクノロジーを用いて、企業の各組織が抱える課題を解決する「組織改革支援」への進出を目指している。

2027年12月期の目標数値は、ARRは2024年12月期比179%増の30億円、調整後EBITAは同129.3%増の10億円、営業利益は同82.5%増の7億円、配当性向は30%を掲げている。また、3年間のM&A投資枠として30億円を計画している。

重点取り組みは、既存サービス「rakumo」のグロース、新領域でのプロダクト展開、M&Aの加速の3点である。既存サービスのグロースにおいては、自治体を中心としたマーケティングへの注力、新規顧客の獲得に向けた代理店販売プロセスの改善や直販体制の強化を進めるとともに、販売パートナーと協働したプロダクト拡充により、クロスセルを促進する方針で進めている。また、生成AIの調査・開発が進捗し、AIアシスタント機能「rakumoエージェント」のリリース、大幅な機能アップデートに伴う一部rakumo製品の価格改定、継続的な機能強化等により、プロダクト価値をさらに高めていく。「rakumo」シリーズの競争力や収益力を強化し、安定的な成長を確保する戦略である。

次に新領域でのプロダクト展開では、2025年5月にパソナと提携し、HRテック領域で人材管理・採用支援ソリューション「aloop (アーループ)」の提供を開始した。同サービスはアルムナイや内定辞退者、社員の友人・知人など、企業と接点がある人材の情報を一元管理し、多様な人材活用を実現する仕組みを備えている。従来の採用チャネルだけでは人材確保が困難な時代において、即戦力となり得る周辺人材の活用は注目を集めており、「aloop」はその需要を捉えたソリューションと言える。加えて、パソナのコンサルタントが伴走し採用業務を代行することにより、人事部門の負担軽減も可能にする。課金体系は成果報酬型であり、企業は初期投資を抑えながら柔軟に利用できる点も特長である。同社は今後もパソナとの連携を深化させ、HRテック領域での展開を広げ、日本企業の持続的な人材戦略を支援していく考えである。

中長期の成長戦略

M&A戦略については、代表取締役社長の清水氏が旗振り役となってM&Aを進めている。2025年12月期は2件を実施しており、いずれも中期成長に直結する案件である。2025年7月にはCMSの提供を中心に事業展開するスタートレ(現 DEGINA)を買収した。スタートレは中小企業や個人事業主向けに「STARTRE CMS」を提供しており、累計3,100社超の導入実績を持つ。動画埋め込み、Instagram連携、ヒートマップ分析などの機能を備え、集客や求人領域で高い付加価値を提供している。強みは新規開拓営業の知見、CMS領域でのビジネスノウハウ、安定的な財務基盤、低解約率のサブスクリプションモデルなどである。同社にとっては、新商材の獲得、Web商談の導入による契約数の拡大、大手信販会社との契約による利益率改善、顧客基盤の相互活用によるクロスセルの実行、ベトナム開発拠点によるスタートレ(現 DEGINA)のプロダクト強化などのシナジーの創出を進めている。財務面でも継続的なPMI(買収後の統合プロセス)を進めることで、安定的な収益源として中長期的な成長が期待される。同年8月には、HR領域で人材紹介会社向けサービスを展開するエージェントシェアを子会社化した。エージェントシェアの主力サービス「AGENT SHARE」は、全国の人材エージェントが求人・求職者情報を共有して自動マッチングできる仕組みであり、リリースから3年で累計500社超と契約し、求人件数約50,000件を扱うネットワーク型サービスに成長した。安定したサブスクリプションモデルであることから収益基盤の強固さも特筆される。同社にとっては、大手人材会社との連携による顧客紹介/求人強化、アドバンテッジパートナーズやrakumoによる顧客紹介や営業力強化、顧客基盤の相互活用によるクロスセルの実行、ベトナム開発拠点によるプロダクト強化などのシナジーの創出を進めている。また、HR領域での事業基盤強化と「aloop」との補完的な関係といった戦略的意義、さらにはクロスセルの余地も大きい。財務的にも継続的なPMI(買収後の統合プロセス)を進めることで、中長期的な成長が期待される。

このように、同社の成長戦略は既存サービスの進化、新領域であるHRテック領域の拡大、そして積極的なM&Aによる事業ポートフォリオの拡張という三位一体の施策により構成されている。特に注目すべきは、いずれの施策も単なる売上規模の拡大ではなく、継続収益モデルの強化に直結している点である。自社開発とM&Aを組み合わせながら、解約率の低いサブスクリプション型サービスを複数保有することにより、ARRの持続的成長と利益の安定化を同時に実現する戦略となっている。

また、生成AIを中心としたテクノロジー活用を軸に、プロダクトの高度化と付加価値向上を進めており、単なる業務効率化ツール提供から、企業経営や組織改革に資するソリューションベンダーへと進化する方向性を鮮明にしている。こうした戦略により、同社は国内SaaS市場における競争優位を強化しつつ、中長期的な成長基盤を確立していくものと期待される。

■ 株主還元策

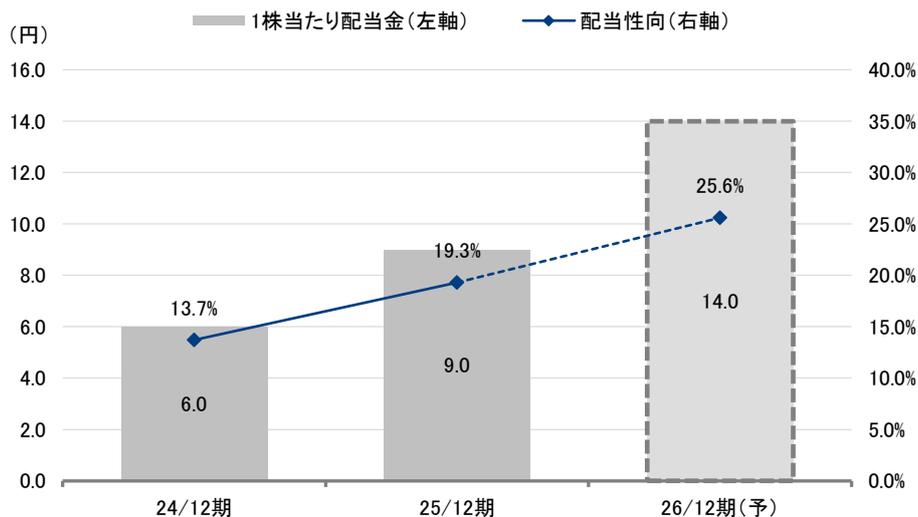
2026年12月期より株主優待制度を新設

同社は順調な事業の成長状況を踏まえ、成長投資を実行しつつも利益還元の開始が可能と判断したことから、2024年12月期より株主還元策として配当を開始した。2025年12月期の1株当たり配当金は9.0円、配当性向は19.3%となった。2026年12月期は1株当たり配当金を前期比5.0円増の14.0円とする計画であり、配当性向は25.6%を見込んでいる。利益成長に連動した増配方針であり、株主還元を段階的に引き上げる姿勢がうかがえる。中計では株主還元の強化を重要施策の1つに位置付けており、2027年12月期までに配当性向30%以上への引き上げを目標としている。今後3年間で株主還元総額10億円を目指す方針であり、成長投資と利益還元の両立を図る。

加えて、2026年6月末日を初回基準日として株主優待制度を新設する。対象は各基準日時点で500株以上を保有する株主であり、基準日は6月末及び12月末の年2回である。優待内容は各基準日にデジタルギフト7,500円分、年間合計15,000円分を進呈するもので、継続保有期間の条件は設けていない。交換先はPayPayマネーライト、Amazonギフトカード、楽天ポイント、dポイントなどであり、利便性の高い設計である。2026年3月10日時点の株価を基にした配当と年間株主優待を合算した利回りは4.02%となる。

同社は今後、優待利回りの向上や長期保有株主への内容拡充も検討する方針である。株主優待費用を調整後EBITAの調整項目に追加する予定であり、投資家に対して実態収益力を明確に示す姿勢も評価される。配当の増配方針と優待制度の導入により、個人株主層の拡大と中長期保有の促進が期待される。

1株当たり配当金及び配当性向



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項 (ディスクレマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp