

会 社 名 株 式 会 社 ラ ク ス
(コード番号：3923 東証マザーズ)
住 所 東京都渋谷区千駄ヶ谷 5-27-11 (本社)
大阪府大阪市北区鶴野町 1-9 (登記上の本店)
代 表 者 名 代表取締役社長 中 村 崇 則
問い合わせ先 取締役戦略企画部長 松 嶋 祥 文
(TEL 050-8880-3200)

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下の通り、投資に関する説明会を開催致しましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開 催 日 時 2020 年 11 月 13 日
開 催 方 法 WEB による開催

説明会資料名 2021 年 3 月期第 2 四半期決算説明資料

【添付資料】

- 1.説明会において使用した資料
- 2.参考資料（説明会質疑応答要旨）

以上



株式会社ラクス
(東証マザーズ：3923)
2021年3月期
第2四半期決算説明資料

ポイント

■ 2021年3月期第2四半期連結業績

- ・ CAGR30%の達成に向け順調に進捗
- ・ 増収効果と効率化効果により前年同期比で大幅増益

■ クラウド事業

- ・ 顧客数が順調に増加しており、増収額の拡大が継続

■ IT人材事業

- ・ 1Q比で稼働率が低下した影響で四半期では赤字を計上
- ・ アサインが計画比で遅れているものの稼働率は7月を底に徐々に回復

■ 2021年3月期計画

- ・ 前期までの成長投資強化が奏功し、CAGR30%を達成の見込み
- ・ クラウド事業が好調に推移したため、計画を上方修正
- ・ 2022年3月期から再び減益も厭わず成長投資を強化する方針

2021年3月期第2四半期 連結業績

2021年3月期第2四半期連結業績サマリー



CAGR30%の達成に向け順調に進捗

前年同期比

売上高

7,074百万円

31.2%増収

営業利益

1,704百万円

152.2%増益

経常利益

1,714百万円

152.8%増益

EBITDA

1,932百万円

125.0%増益

親会社株主に帰属する
当期純利益

1,299百万円

199.7%増益

※EBITDA = 税金等調整前純利益 + 特別損益 + 減価償却費 + のれん償却費 + 支払利息

2021年3月期第2四半期連結業績概要



効率化を追求し、販管費の伸びを抑制

(単位：百万円)

	2020年3月期 第2四半期	2021年3月期 第2四半期	前年同期比
売上高	5,391	7,074	131.2%
売上原価	1,831	2,404	131.3%
売上総利益	3,559	4,670	131.2%
(売上高総利益率)	(66.0%)	(66.0%)	
販売費及び一般管理費	2,883	2,965	102.8%
営業利益	676	1,704	252.2%
(営業利益率)	(12.5%)	(24.1%)	
経常利益	678	1,714	252.8%
(経常利益率)	(12.6%)	(24.2%)	
EBITDA	859	1,932	225.0%
(EBITDAマージン)	(15.9%)	(27.3%)	
法人税	244	624	
(法人税率)	(36.0%)	(32.5%)	
親会社株主に帰属 する四半期純利益	433	1,299	299.7%

人件費及び広告宣伝費の推移



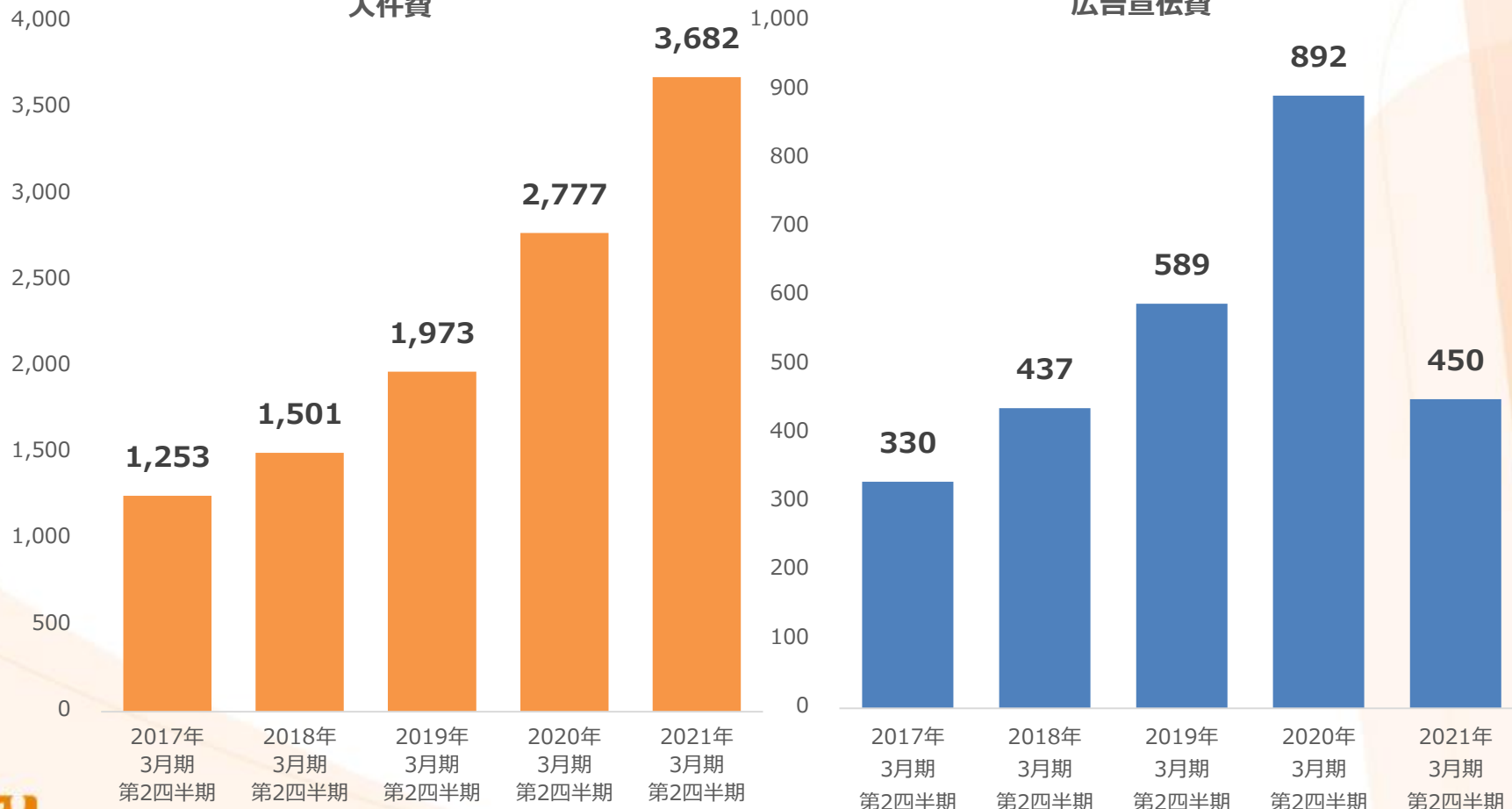
持続的な成長に必要な増員を行いながら、広告宣伝費は効率化を追求

(単位：百万円)

人件費

(単位：百万円)

広告宣伝費

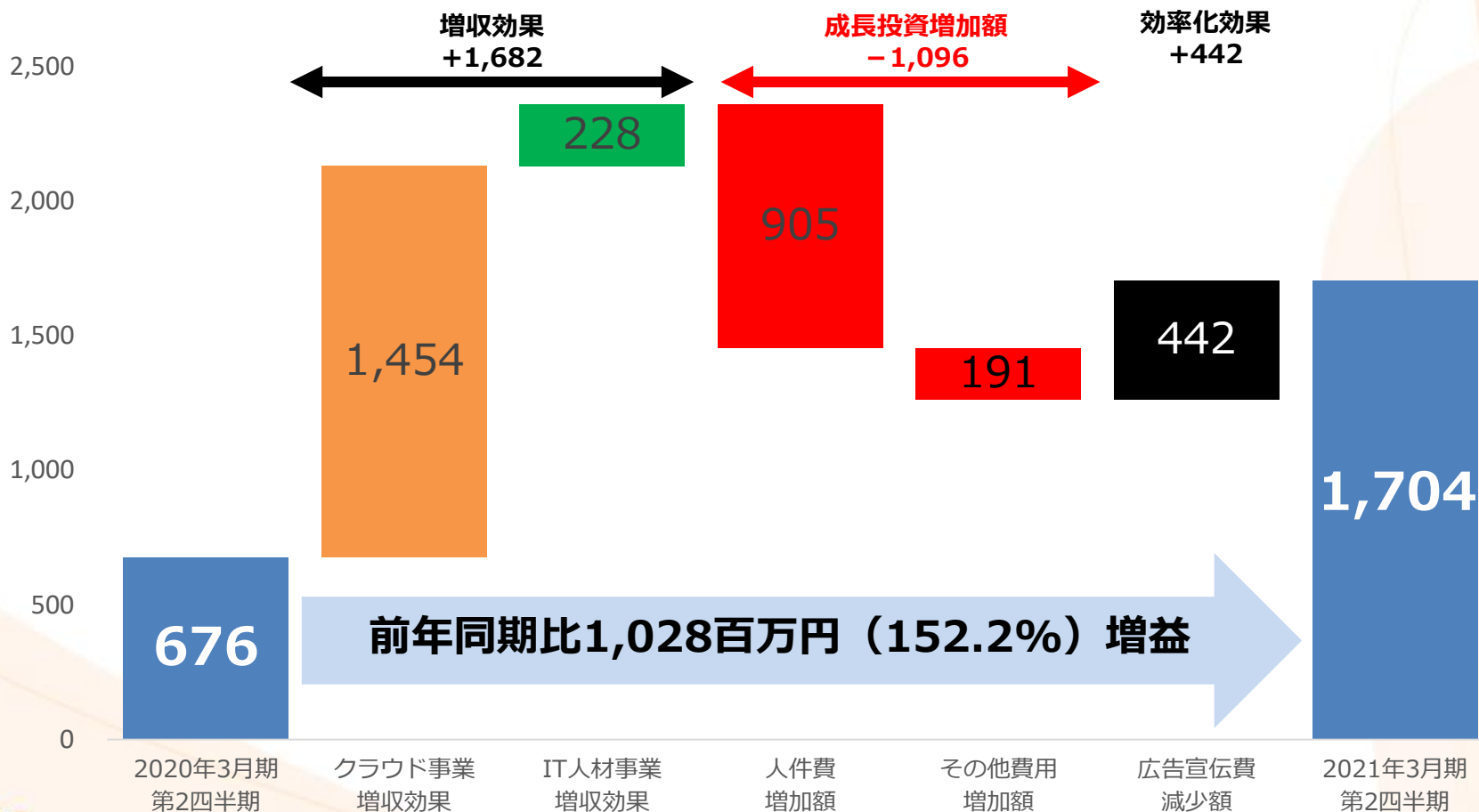


2021年3月期第2四半期連結営業利益増減要因



増収効果と効率化効果により前年同期比で大幅増益

(単位：百万円)



連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2020年3月末	2020年9月末	増減額
流動資産	4,413	6,048	1,634
固定資産	2,625	2,743	117
資産合計	7,039	8,791	1,752
流動負債	1,773	2,542	769
固定負債	72	48	-25
負債合計	1,846	2,591	744
株主資本	5,196	6,206	1,009
その他包括利益累計額	-3	-5	-1
純資産合計	5,192	6,200	1,007
負債純資産合計	7,039	8,791	1,752
自己資本比率	73.8%	70.5%	

キャッシュフロー計算書

(単位：百万円)

	2020年3月期 第2四半期	2021年3月期 第2四半期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	492	1,762	1,270
投資活動によるキャッシュ・フロー	-178	-40	138
フリー・キャッシュ・フロー	313	1,722	1,409
財務活動によるキャッシュ・フロー	-179	-293	-114
現金及び現金同等物の期末残高	2,367	3,924	1,557
減価償却費	99 ^{※1}	137 ^{※2}	37
のれん償却費	81	81	－

※1 減価償却費99百万円に、M&Aに伴う顧客関連資産の償却36百万円を含んでいます。

※2 減価償却費137百万円に、M&Aに伴う顧客関連資産の償却36百万円を含んでいます。

クラウド事業

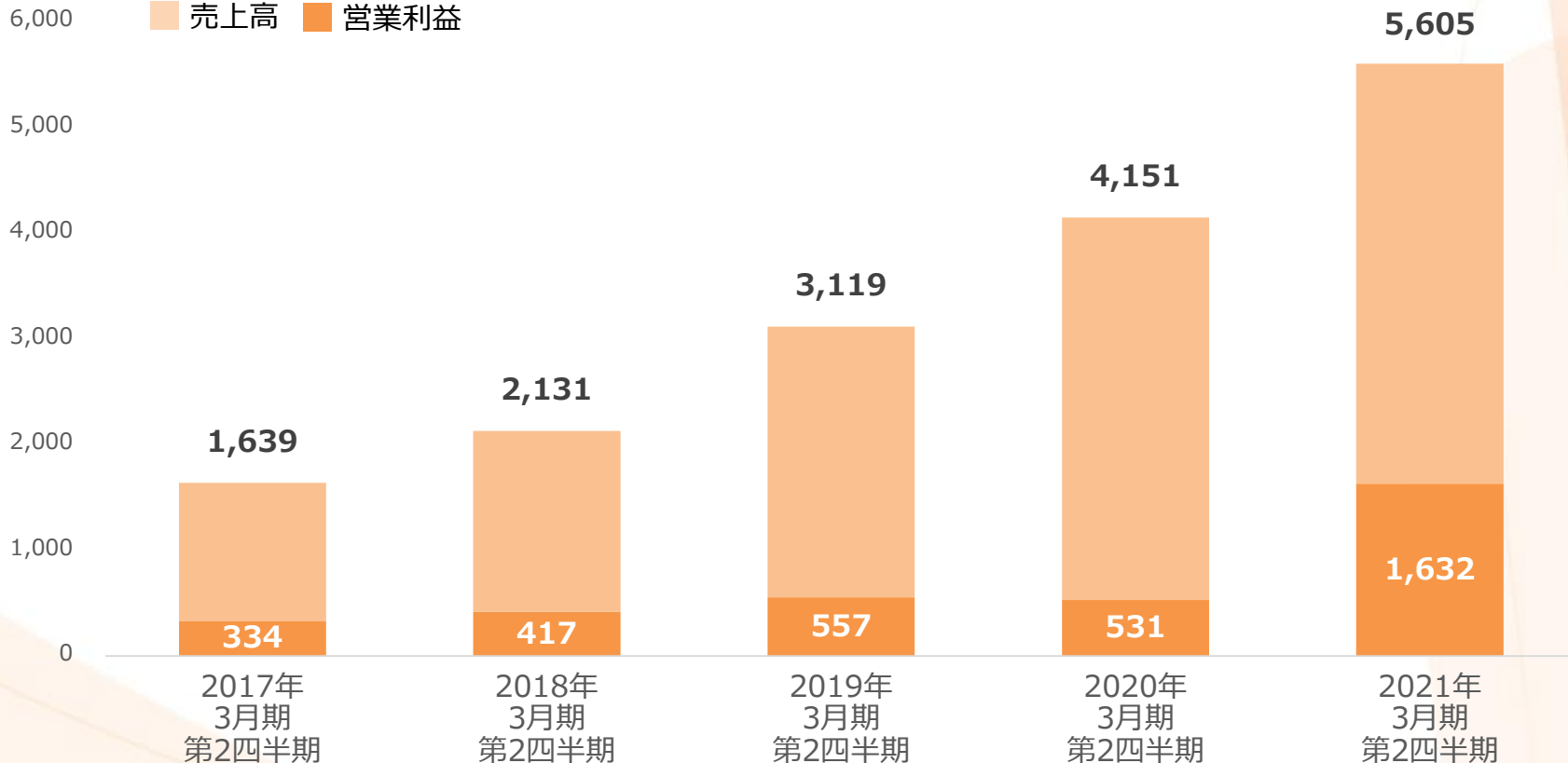
クラウド事業の業績推移



顧客数が順調に増加しており、増収額の拡大が継続

(単位：百万円)

売上高 営業利益



※2019年3月期の期初に遡って間接費用配賦基準を見直しています

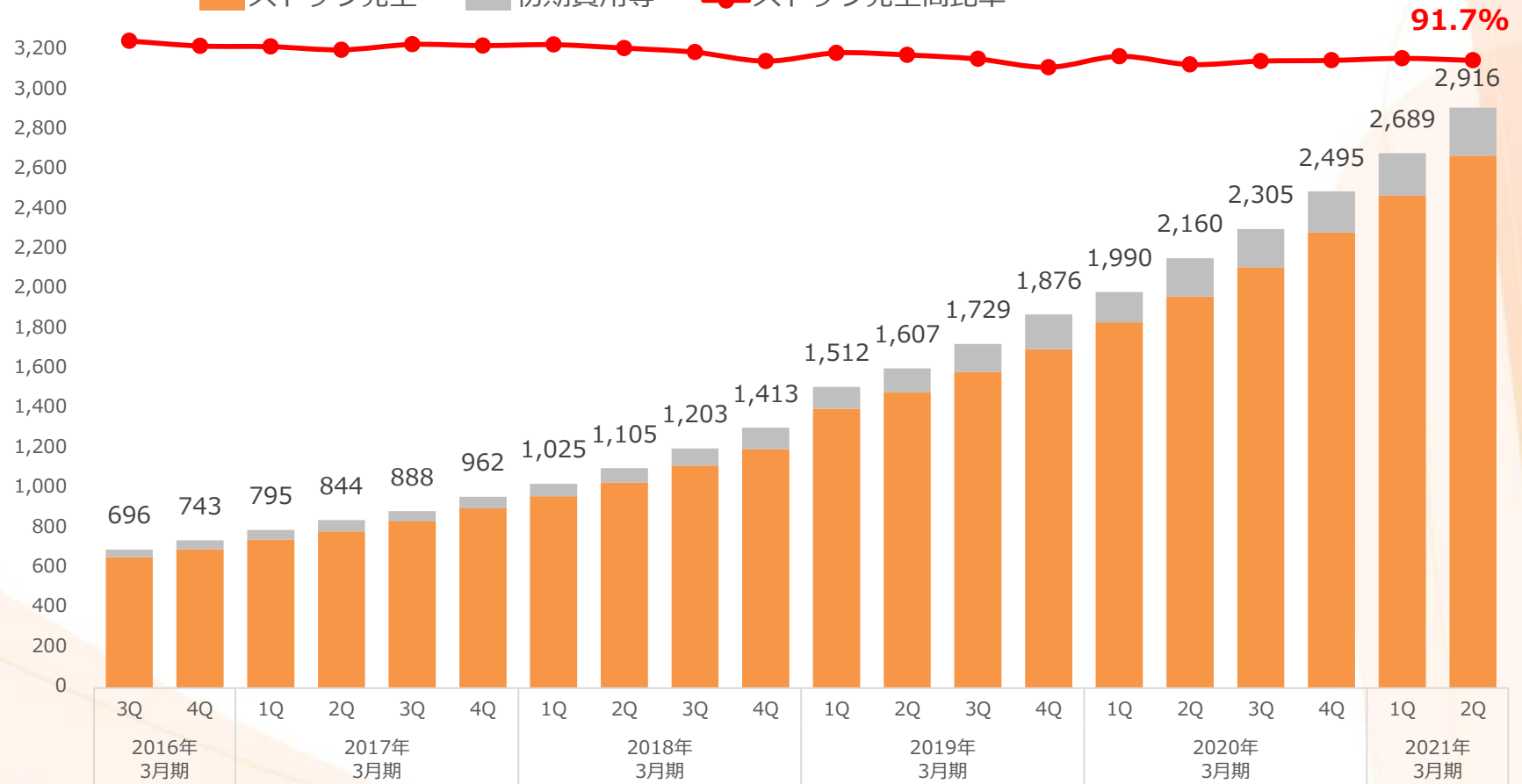
クラウド事業ストック売上高推移



ストック売上高比率は高水準を維持

(単位：百万円)

■ ストック売上 ■ 初期費用等 ● ストック売上高比率



クラウド事業サービス別四半期売上高



主要サービスの高成長が持続

(単位：百万円)

	2021年3月期 第2四半期売上高	前四半期比 増減率	前年同期比 増減率
楽楽精算	1,320	9.6%	38.2%
メールディーラー	487	3.7%	14.7%
メール配信	467	4.9%	23.5%
楽楽販売	300	9.2%	47.9%
楽楽明細	258	21.3%	103.9%
その他	82	1.7%	14.4%
クラウド事業合計	2,916	8.4%	35.0%

※メール配信は配配メールとクルメル、ブラストメールの合算値となります。

※クラウドに加えオンプレミス等の売上も含んでおります。

楽楽精算累計導入社数推移



新規受注が順調に推移し、1Qの遅れを挽回

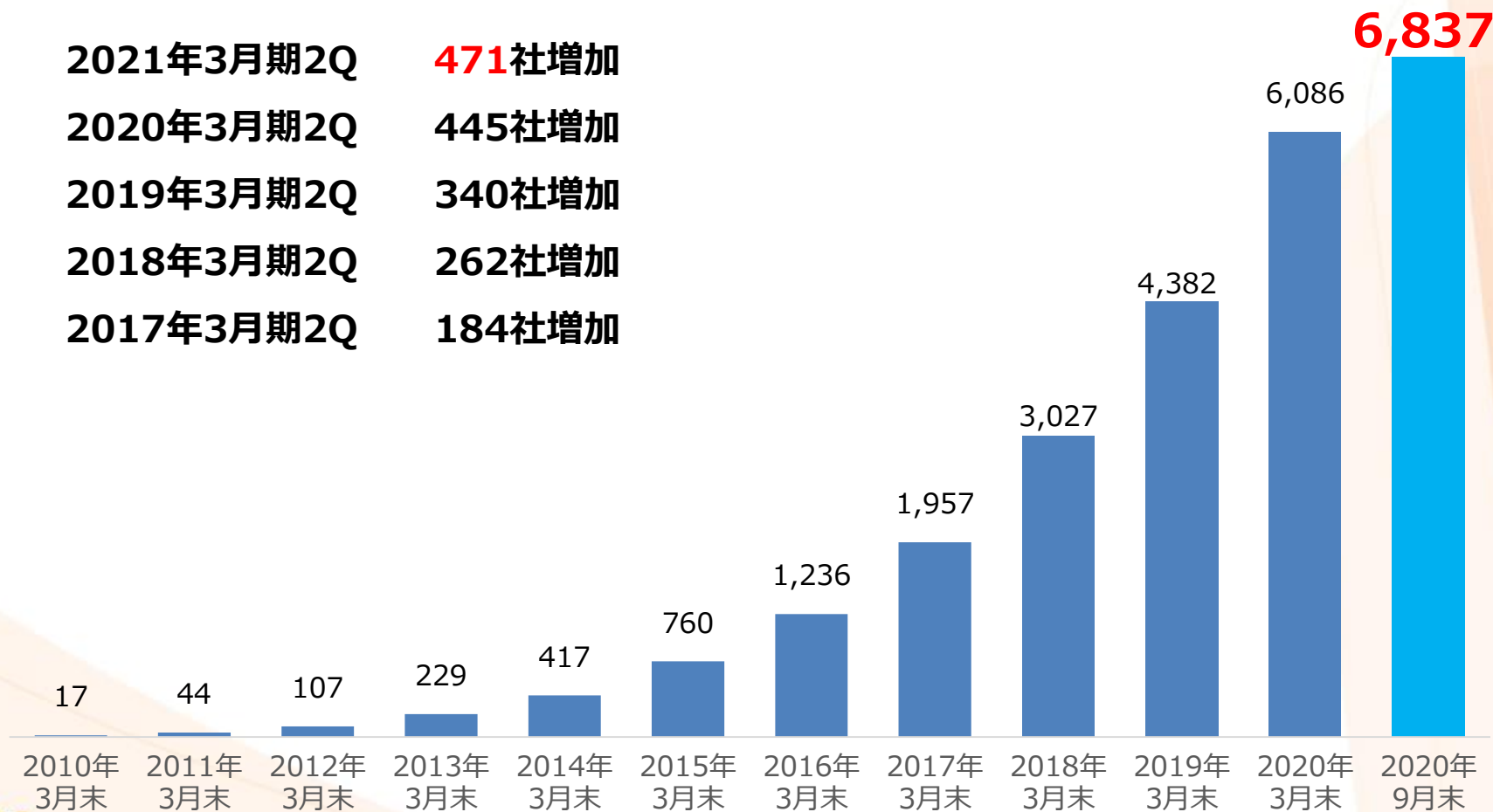
2021年3月期2Q **471社増加**

2020年3月期2Q 445社増加

2019年3月期2Q 340社増加

2018年3月期2Q 262社増加

2017年3月期2Q 184社増加



楽楽精算の売上高推移

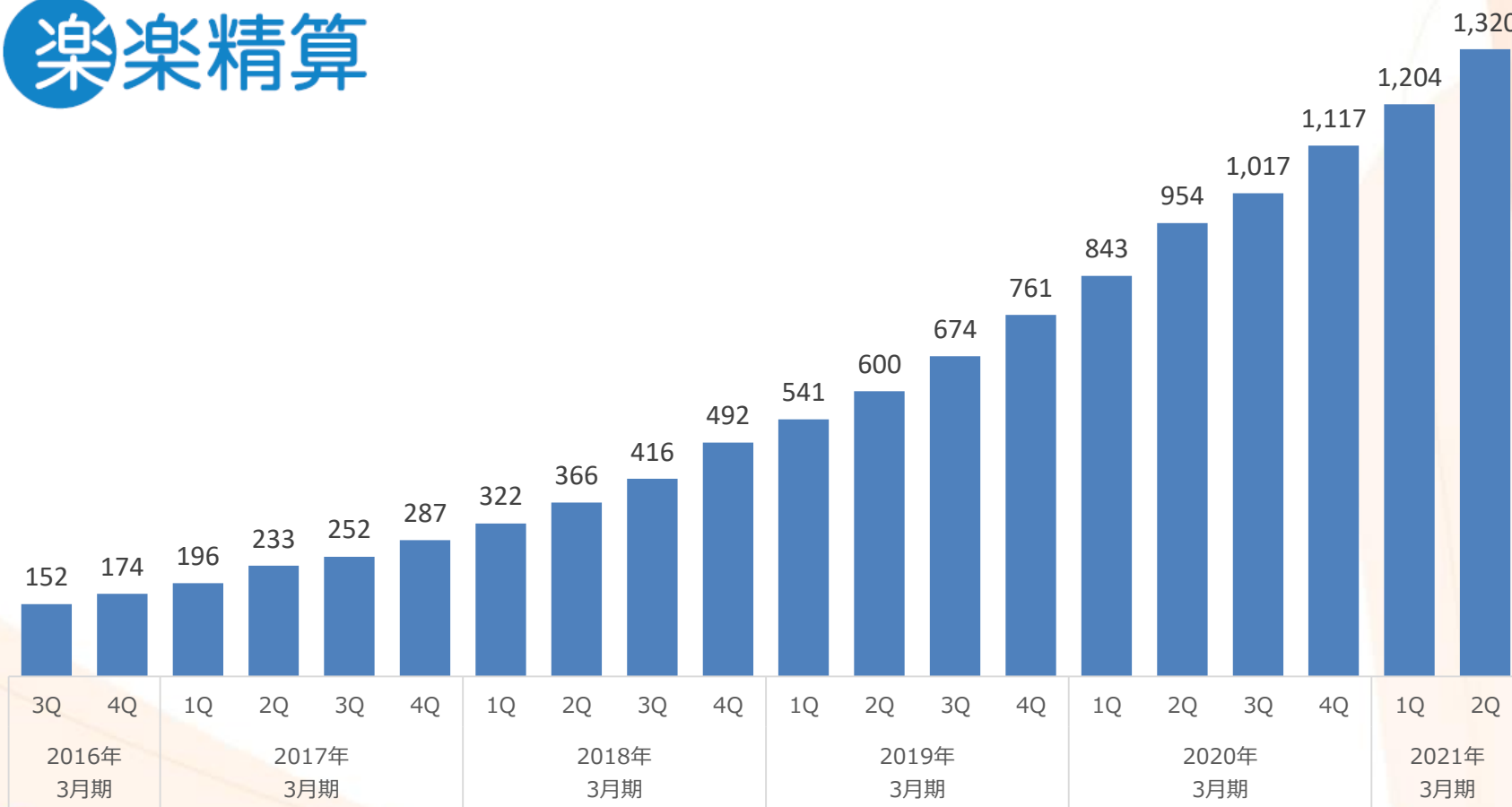
※クラウドのみの売上



安定的な高成長が持続



(単位：百万円)



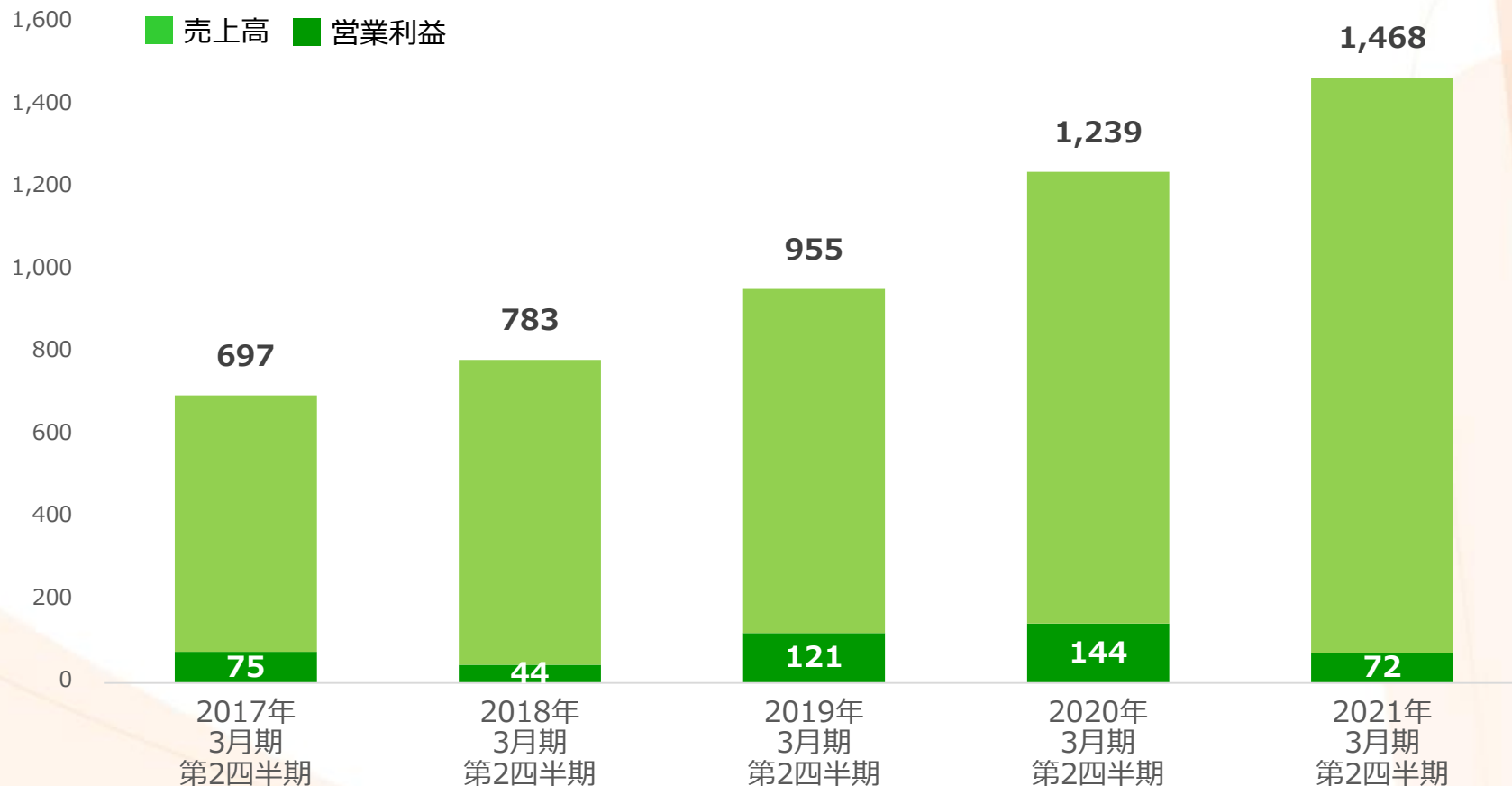
IT人材事業

IT人材事業の業績推移



1Q比で稼働率が低下した影響で四半期では赤字を計上
アサインが計画比で遅れているものの稼働率は7月を底に徐々に回復

(単位：百万円)



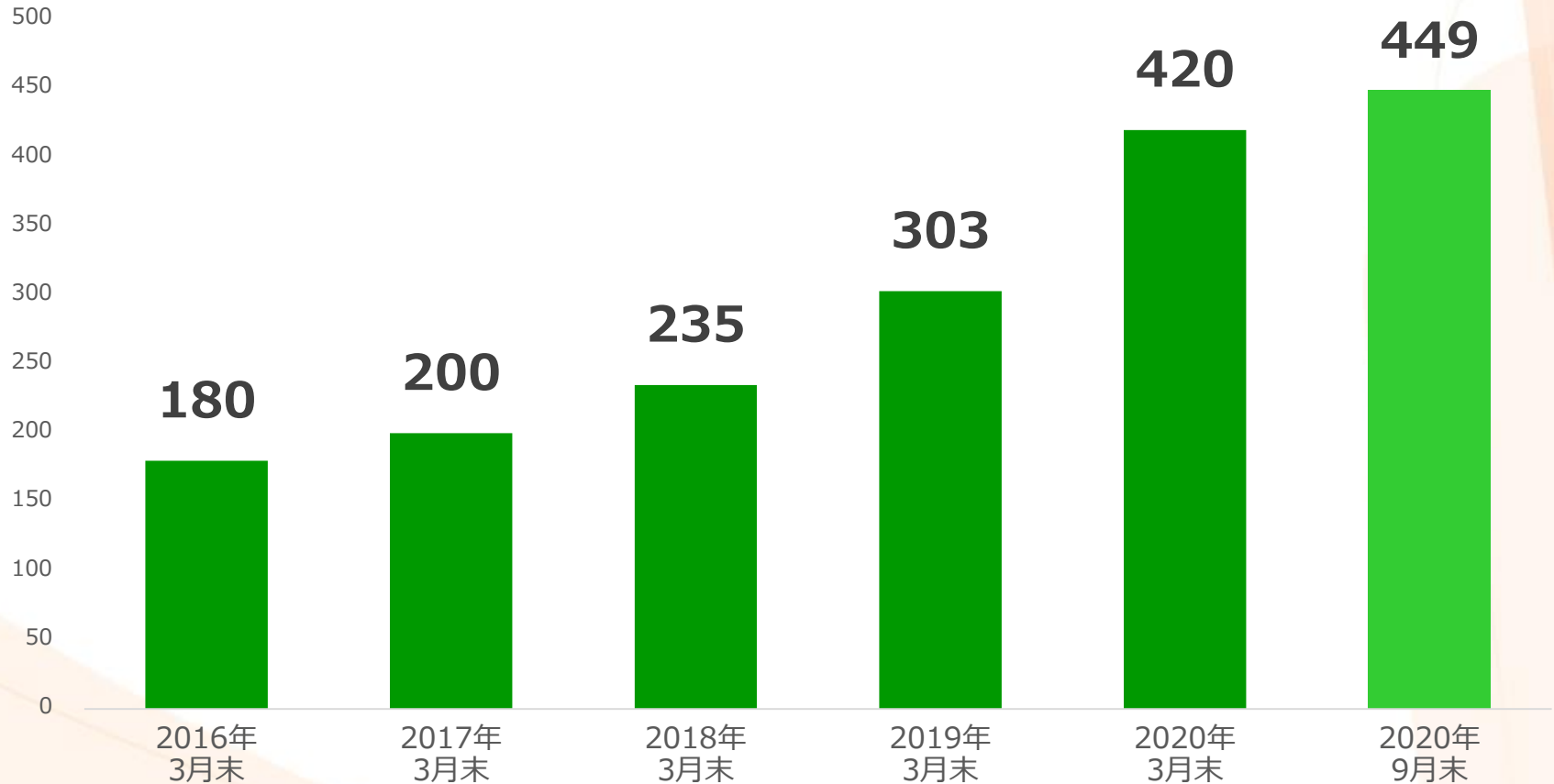
※2019年3月期の期初に遡って間接費用配賦基準を見直ししています

IT人材事業エンジニア数の推移



採用を停止しているため、1Q比でエンジニア数が微減

(単位：人)



※育成期間中のエンジニアを含みます。

2021年3月期 連結業績計画

経営方針と成長戦略



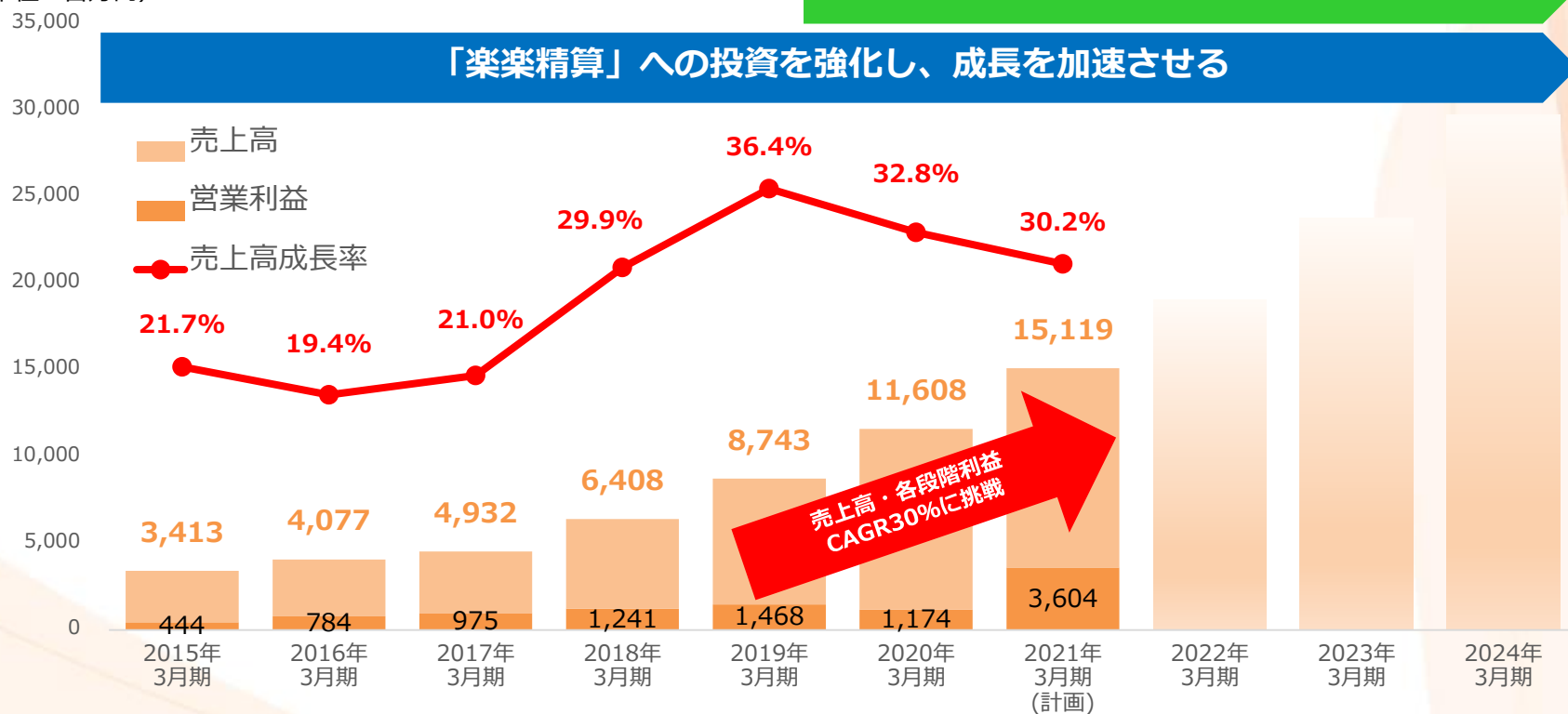
前期までの成長投資強化が奏功し、CAGR30%を達成の見込み
2022年3月期から再び減益も厭わず成長投資を強化する方針

クラウドの新サービスを追加

「楽楽明細」への投資も強化

「楽楽精算」への投資を強化し、成長を加速させる

(単位：百万円)



売上高・各段階利益
CAGR30%に挑戦

成長投資強化

効率化

成長投資強化

...

中期目標CAGR30%の状況



売上高、各段階利益ともに目標を超過する見込み

(単位：百万円)

	2018年 3月期 (実績)	CAGR 30%値	2021年 3月期 (計画)	差異	3年間の 平均成長率
売上高	6,408	14,080	15,119	1,038	33.1%
粗利益	4,123	9,060	10,103	1,042	34.8%
営業利益	1,241	2,726	3,604	877	42.7%
経常利益	1,247	2,741	3,617	875	42.6%
EBITDA	1,357	2,982	4,070	1,087	44.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	874	1,922	2,720	797	45.9%

2021年3月期連結業績計画



クラウド事業が好調に推移したため、計画を上方修正

(単位：百万円)

	2020年3月期 (実績)	2021年3月期 (計画)	前期比
売上高	11,608	15,119	130.2%
売上原価	3,945	5,016	127.1%
売上総利益	7,662	10,103	131.9%
(売上高総利益率)	(66.0%)	(66.8%)	
販売費及び一般管理費	6,487	6,498	100.3%
営業利益	1,174	3,604	306.9%
(営業利益率)	(10.1%)	(23.8%)	
経常利益	1,177	3,617	307.2%
(経常利益率)	(10.1%)	(23.9%)	
EBITDA	1,561	4,070	260.7%
(EBITDAマージン)	(13.4%)	(26.9%)	
法人税	369	1,100	
(法人税率)	(31.6%)	(28.9%)	
親会社株主に帰属 する当期純利益	799	2,720	340.2%

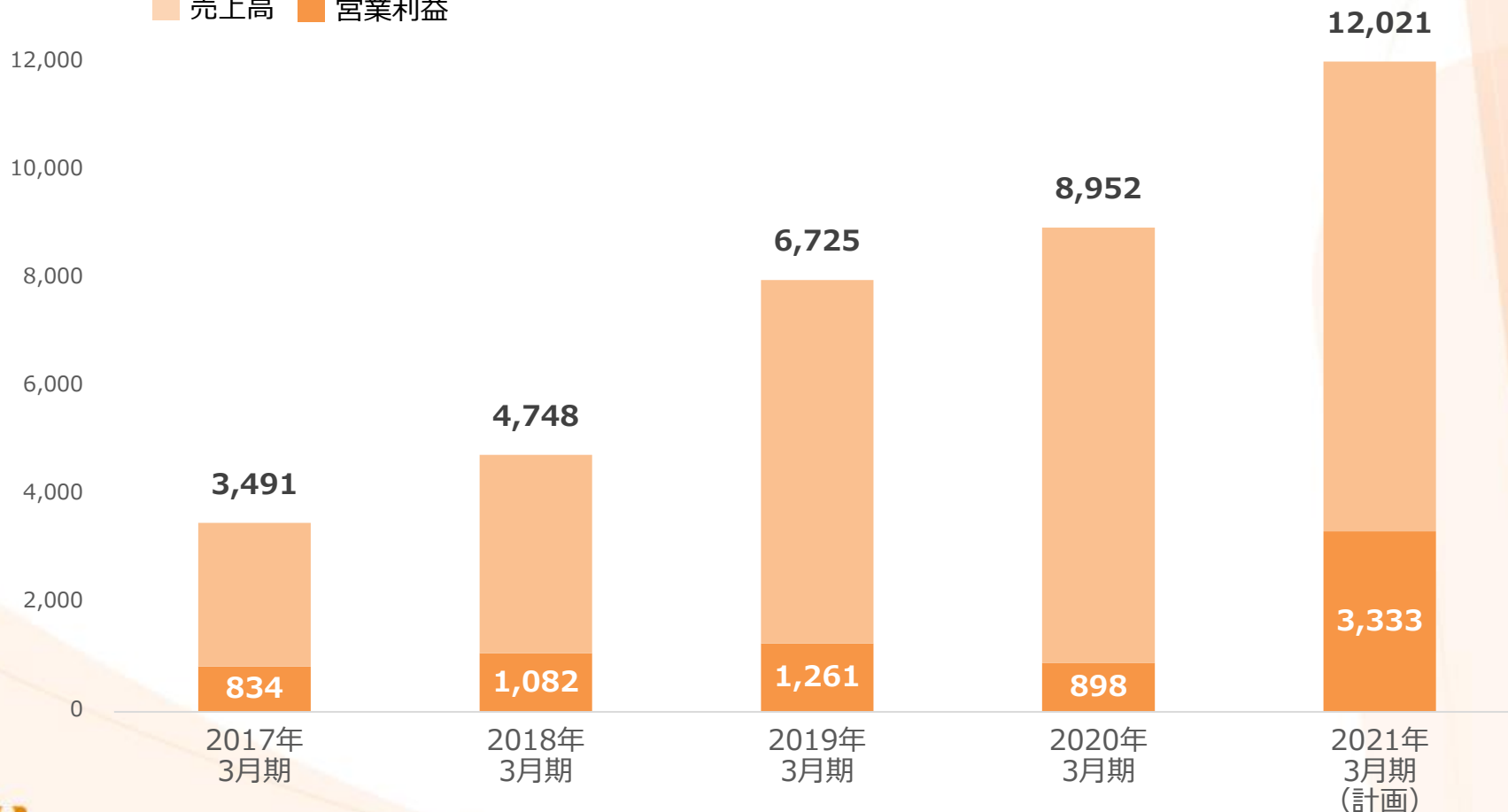
クラウド事業の業績推移



緊急事態宣言解除後は新規受注が好調に推移し、当初計画を超過

(単位：百万円)

売上高 営業利益



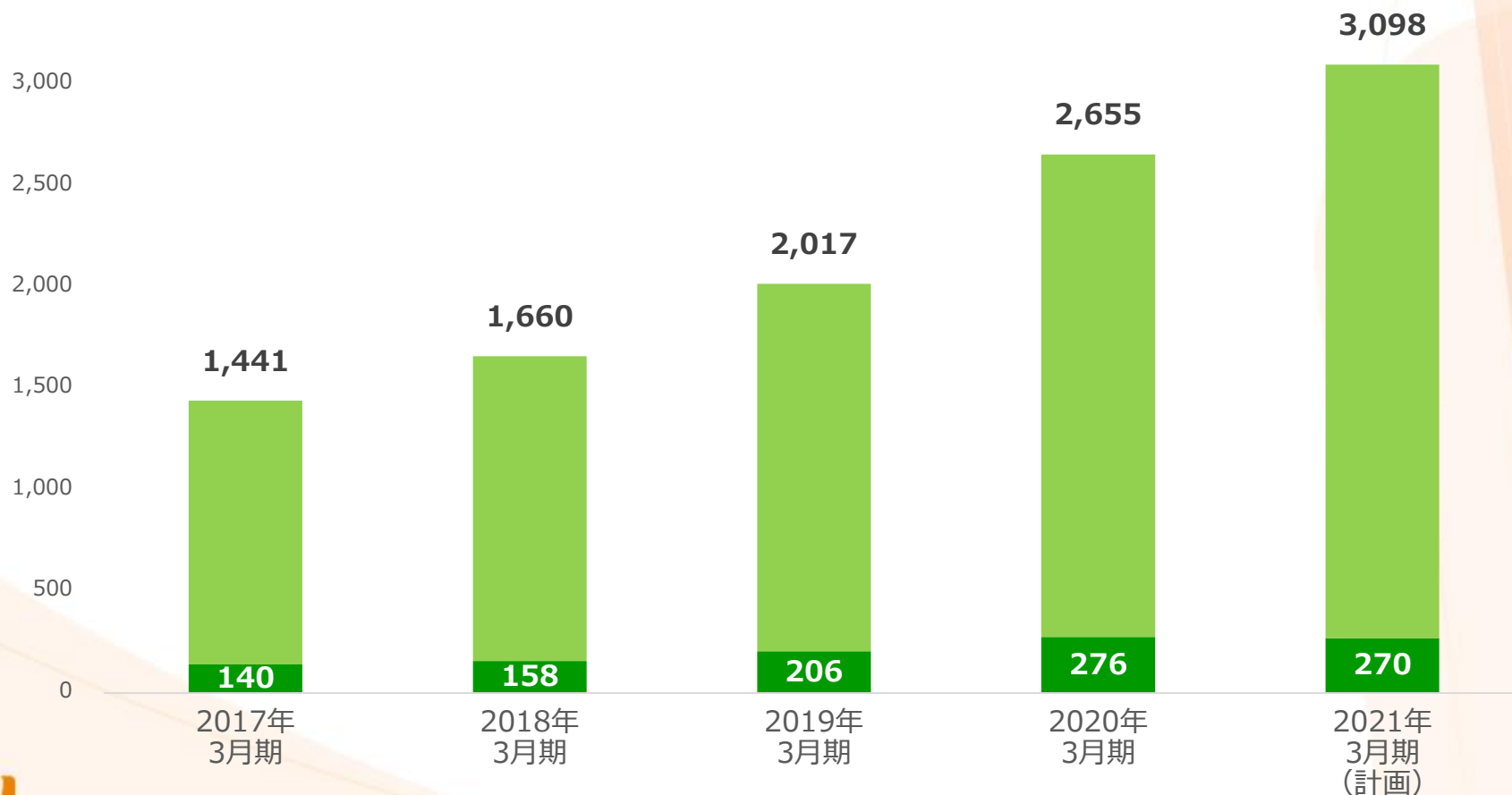
IT人材事業の業績推移



稼働率の回復が想定より鈍く、当初計画比で売上高、営業利益とも下方修正

(単位：百万円)

■ 売上高 ■ 営業利益



人件費及び広告宣伝費の計画



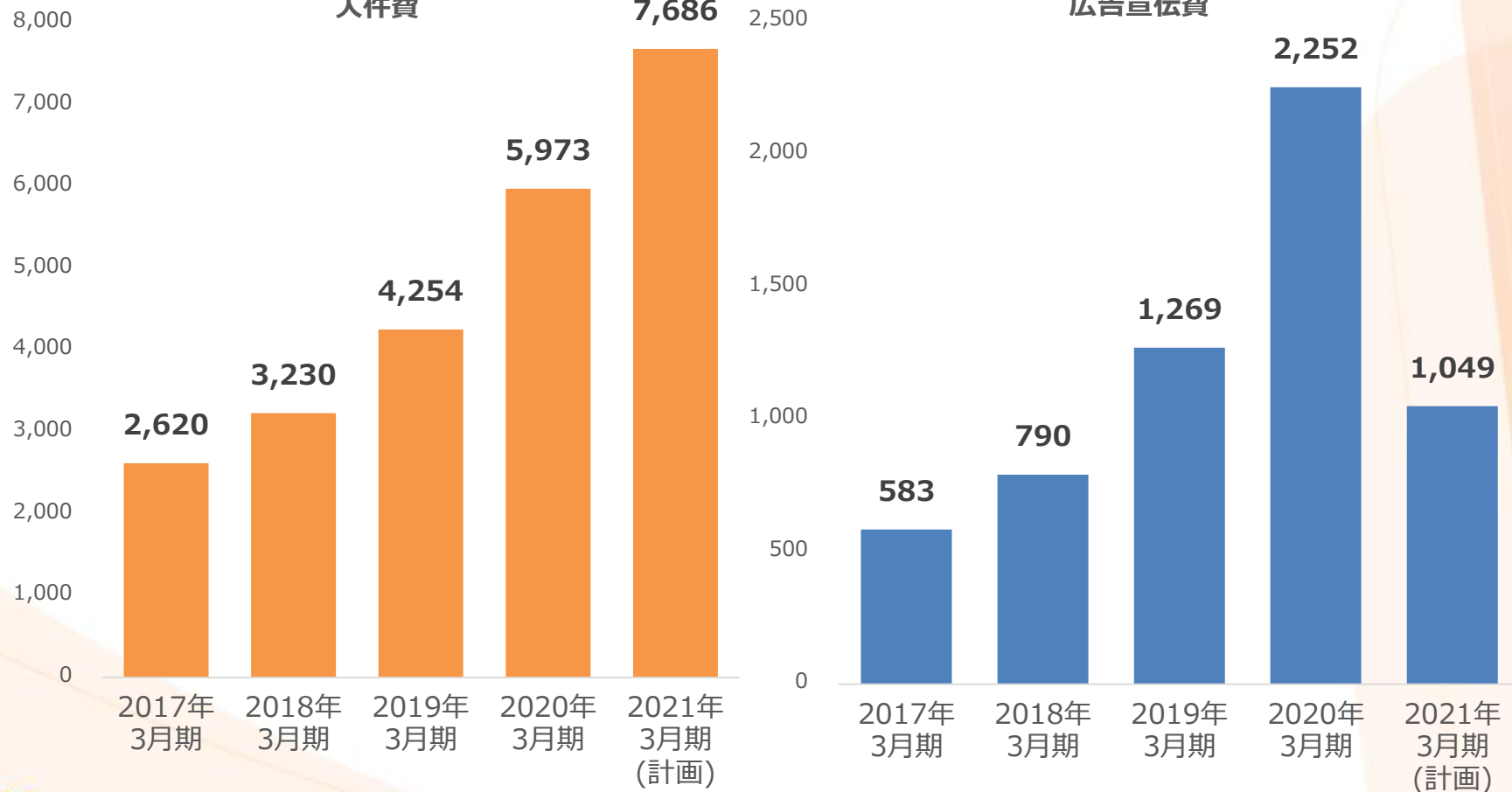
今期は効率化を推進するものの、来期からは再度成長投資を強化する方針

(単位：百万円)

人件費

(単位：百万円)

広告宣伝費

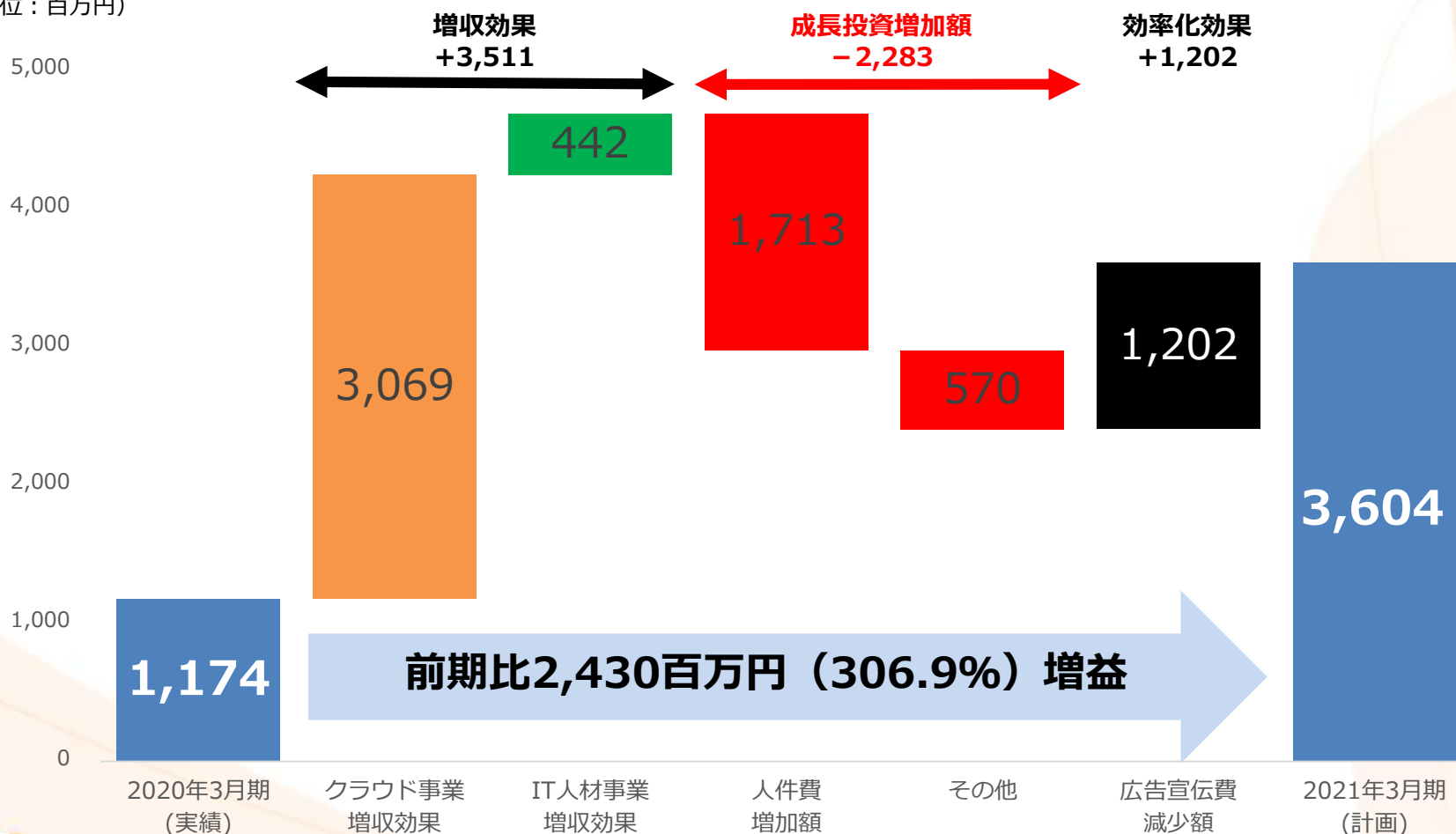


2021年3月期連結営業利益増減要因



持続的な成長に必要な増員を行いつつ、広告宣伝費は大幅に抑制する計画

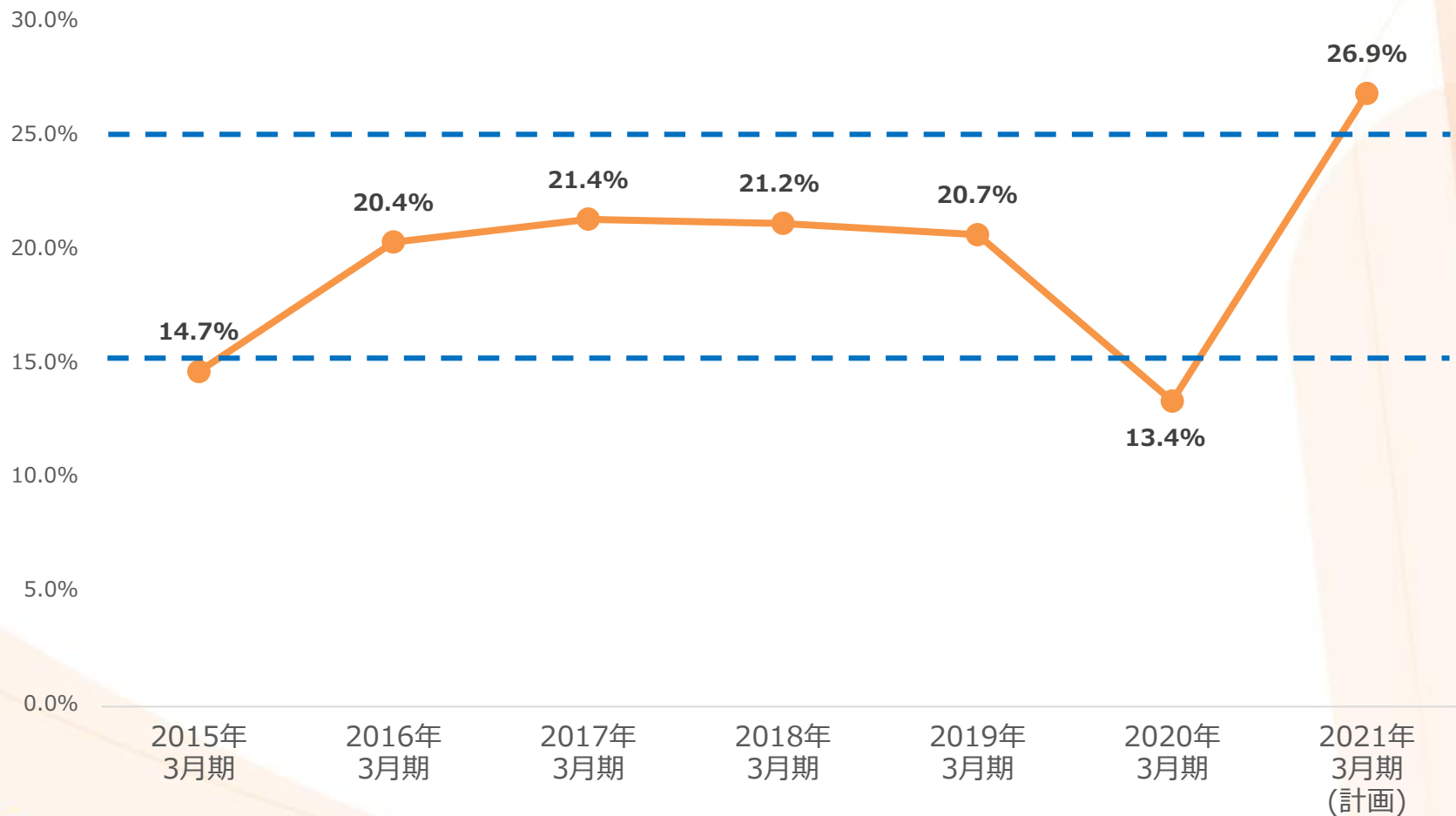
(単位：百万円)



【重要指標】 EBITDAマージン推移



販管費の効率化による大幅な増益を見込んでおり、目安の上限を超過



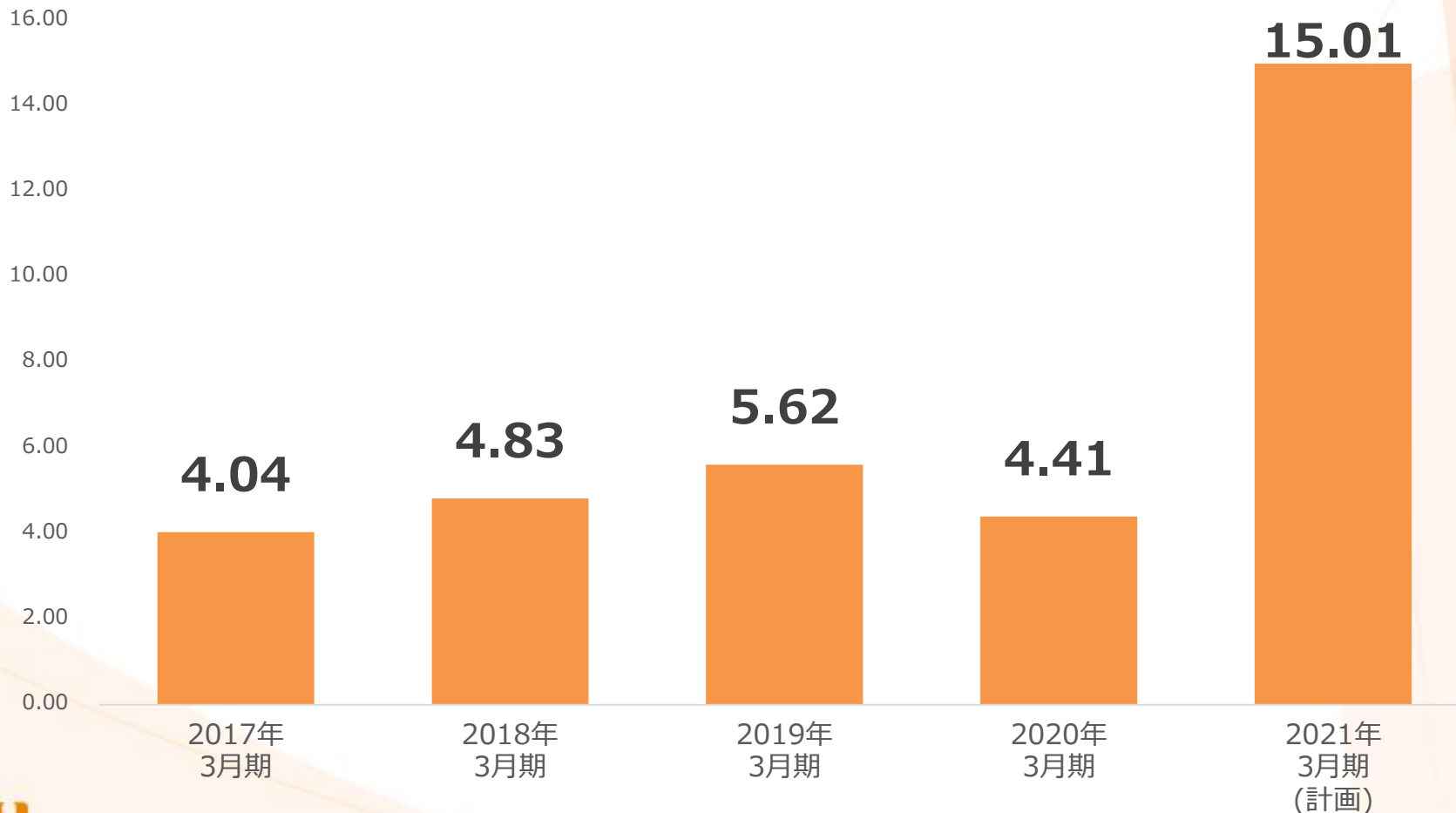
【重要指標】 一株利益（EPS）推移

※分割遡及後の数値



今後も中長期のEPS成長を最重要視

(単位：円)



【重要指標】株主還元

※分割遡及後の数値

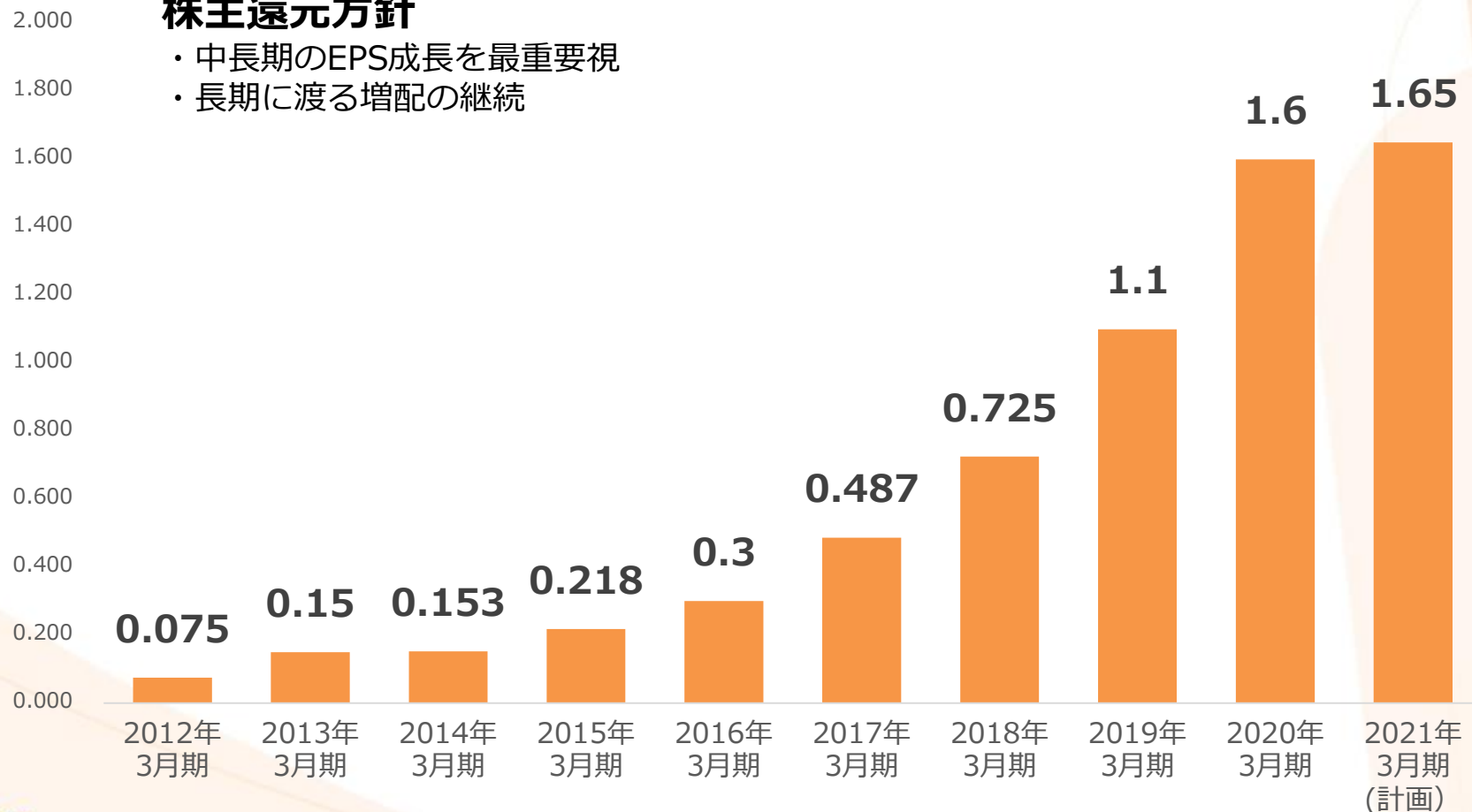


9期連続増配を計画

(単位：円)

株主還元方針

- ・ 中長期のEPS成長を最重要視
- ・ 長期に渡る増配の継続



Appendix

(参考)クラウド事業サービス別売上高推移



メール配信の成長率はM & Aの影響が一巡し、巡航速度に

(単位：百万円)

		2016年 3月期	2017年 3月期	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期
楽楽精算	売上高	577	978	1,601	2,579	3,935
	増減率	81.8%	69.9%	63.8%	61.1%	52.6%
メールディーラー	売上高	1,000	1,141	1,339	1,538	1,733
	増減率	10.5%	14.1%	17.3%	14.9%	12.7%
メール配信	売上高	526	657	939	1,410	1,574
	増減率	22.1%	25.1%	42.8%	50.2%	11.6%
楽楽販売	売上高	267	343	445	598	867
	増減率	28.7%	28.5%	29.8%	34.4%	44.9%
楽楽明細	売上高	14	70	150	326	552
	増減率	397.2%	413.1%	114.6%	118.4%	68.8%
その他	売上高	333	302	274	273	292
	増減率	-11.5%	-9.7%	-9.2%	-0.4%	6.8%
クラウド事業合計	売上高	2,714	3,491	4,748	6,725	8,952
	増減率	21.3%	28.5%	36.0%	41.7%	33.1%

※メール配信は配配メールとクルメル、ブラストメールの合算値となります。(2018年3月期はブレインメール2ヵ月分含む)
 ※クラウドに加えオンプレミス等の売上も含んでおります。

(参考)クラウド事業サービス別LTV推移



LTVの最大化にサポートチームが大きく貢献

(単位：円)	2016年 3月期	2017年 3月期	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期
楽楽精算	8,310,722	9,790,391	10,405,262	10,800,545	14,004,503
メールディーラー	2,625,492	4,112,810	3,823,875	4,156,660	3,789,798
メール配信	1,040,173	1,084,527	1,180,323	1,035,117	1,218,522
楽楽販売	5,246,983	5,054,024	5,210,540	8,282,573	8,120,258
楽楽明細	—	7,781,983	5,211,834	13,016,007	9,412,375

※LTV（ライフタイムバリュー）＝1顧客から得られる生涯収益（平均利用額×想定平均利用年数×粗利益率）

※メール配信にはブラストメールの数値を含んでおりません。

※楽楽明細の2016年3月期のLTVについては正確な算出が困難であるため記載しておりません。

沿革

アイディーブースト（現当社）設立

ITエンジニアスクール事業開始

クラウド事業（メールディーラー発売）開始

IT人材事業を開始

エクスピット株式会社を子会社化

エクスピット株式会社を吸収

株式会社ラクスに社名変更
楽楽精算販売開始

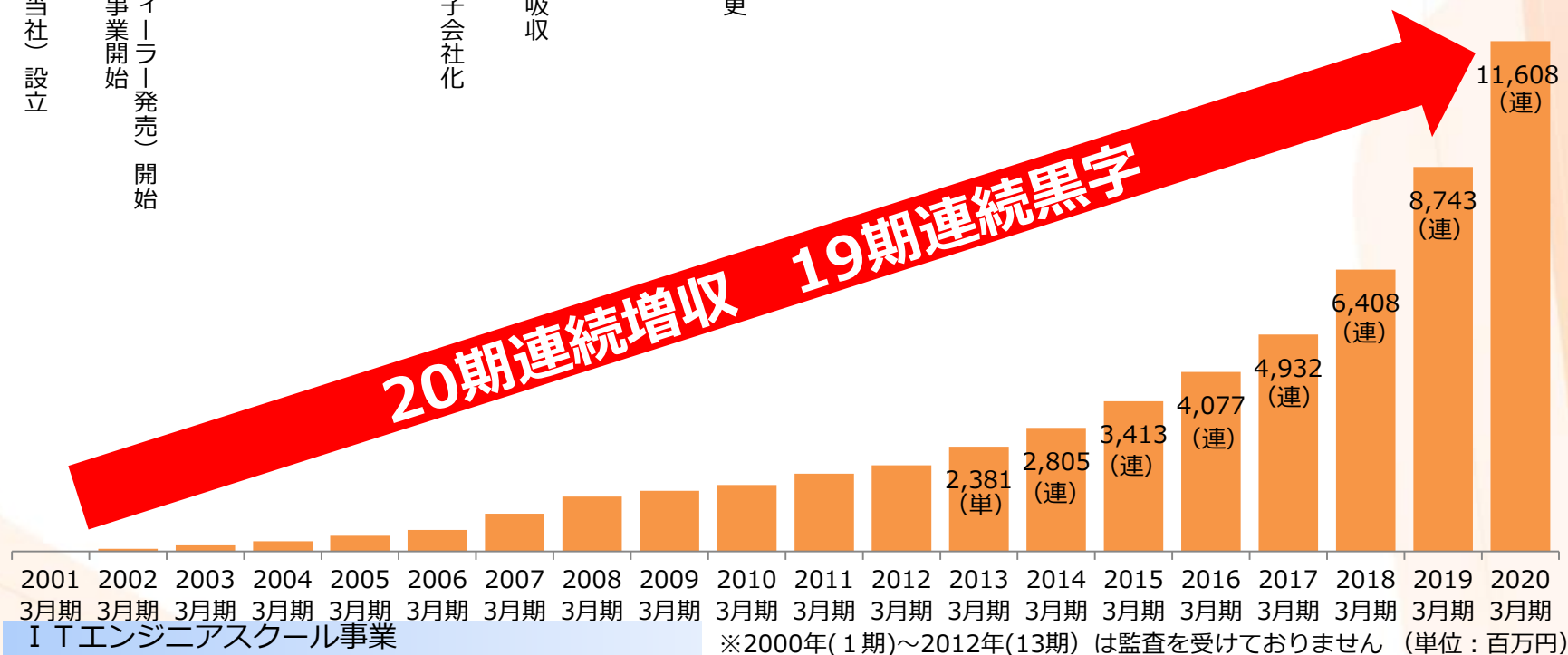
アメリカに子会社設立

ベトナムに子会社設立

アメリカ子会社売却

東証マザーズ上場

ブレインメール子会社化



クラウド事業

IT人材事業

楽楽精算

楽楽精算

製品概要：交通費・経費精算システム

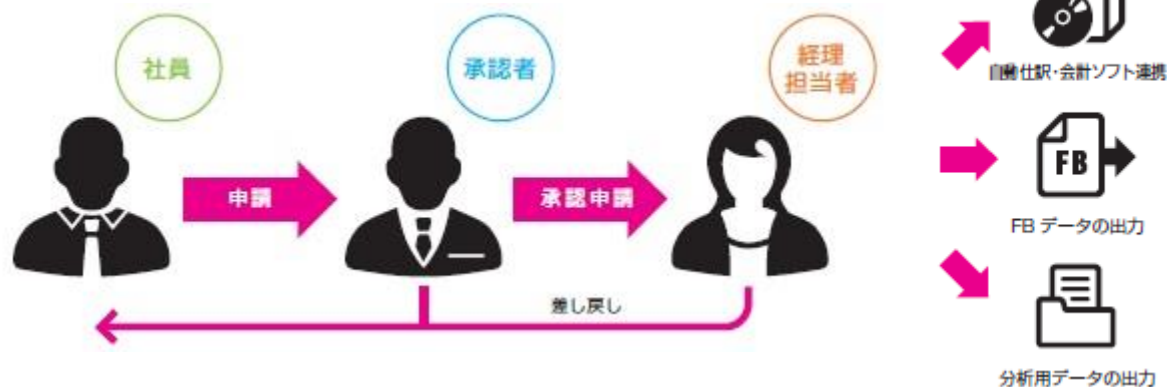
主要顧客：従業員数50名から1,000名の企業（全業種）

営業先部門：経理部門

用途：交通費や経費精算の効率化

料金体系：利用人数課金+オプション

販売開始：2009年7月



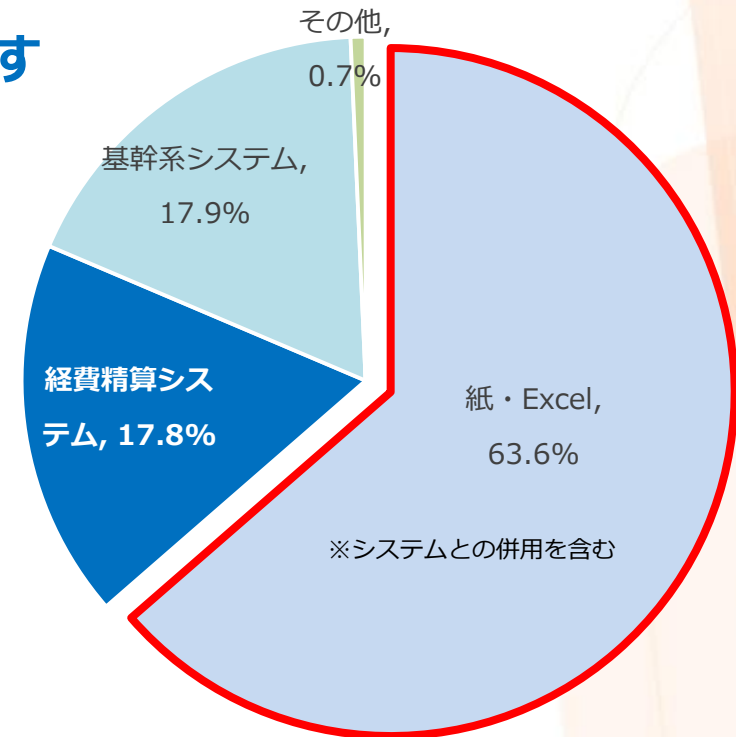
クラウド経費精算システムのターゲット市場

ターゲットは 10万社、700億円市場 10万社の内、最低 2万社の獲得を目指す

日本国内の中小企業約 400万社の内
従業員数 50名から 1,000名の 10万社が
楽楽精算のターゲット

今後、紙やExcelで経費精算をしている63.6%の
企業63,600社を中心に楽楽精算の導入を目指す

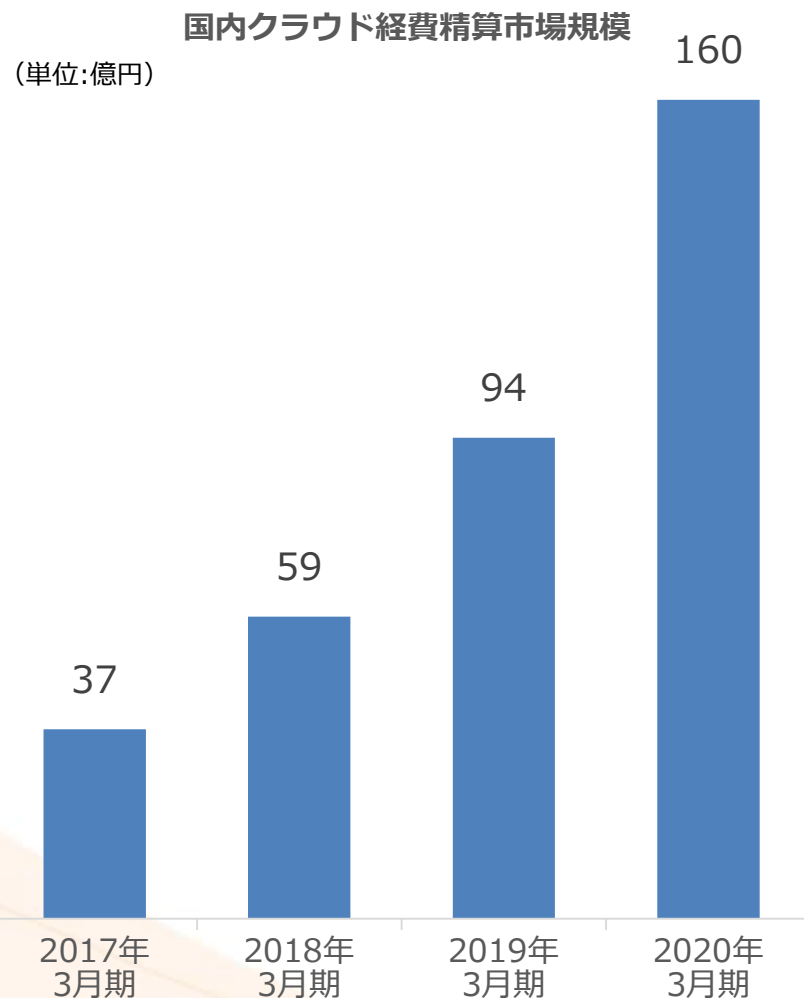
紙やExcel（ワークフローシステムの併用含む）等、非効率な方法で経費精算をしている企業の比率は依然高く、経費精算システムの導入余地は大きい



出所：2020年2月実施、経理部門向けアンケート

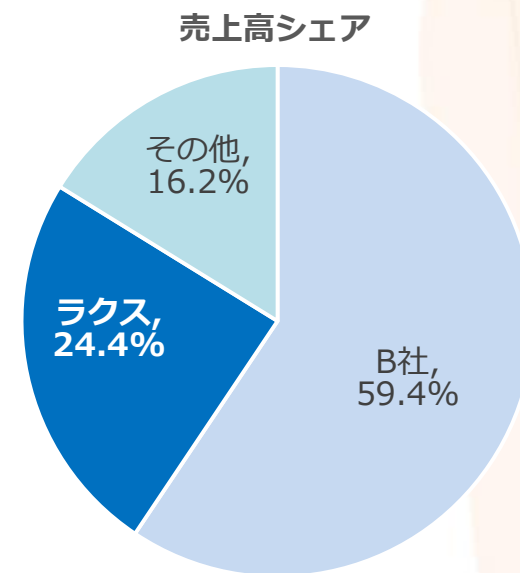
クラウド経費精算システム市場

※出所：各種データから当社調べ



クラウド経費精算システム導入社数ランキング (2019年12月末時点)

1位	ラクス	楽楽精算	5,560社
2位	A社		1,300社
3位	B社		1,005社
4位	C社		780社
5位	D社		140社



※B社は大企業向けで単価が高いため売上高シェアが高い

楽楽明細

楽楽明細

製品概要：電子帳票発行システム

主要顧客：全業種

営業先部門：経理部門

用途：請求/領収書発行、納品書発行、支払明細発行等の効率化

料金体系：帳票発行件数+オプション

販売開始：2013年8月



メールディーラー



製品概要：問い合わせメール共有・管理システム

主要顧客：EC事業者、コールセンター事業者、その他BtoC事業者

営業先部門：カスタマーサポート部門

用 途：問い合わせメール対応の品質向上と効率化

料金体系：メール保存通数課金+オプション

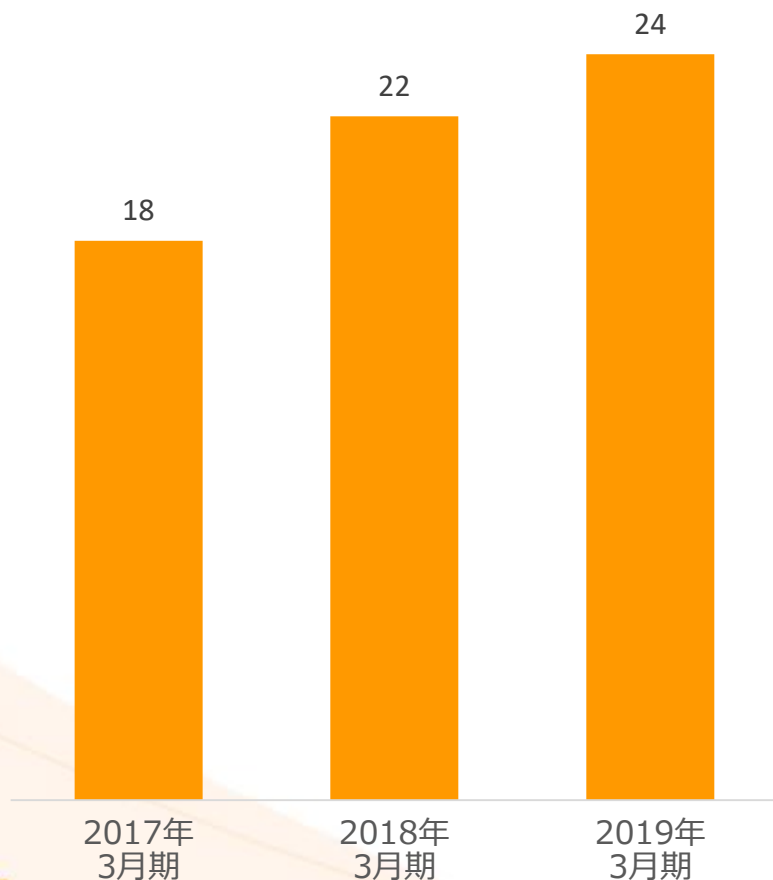
販売開始：2001年4月



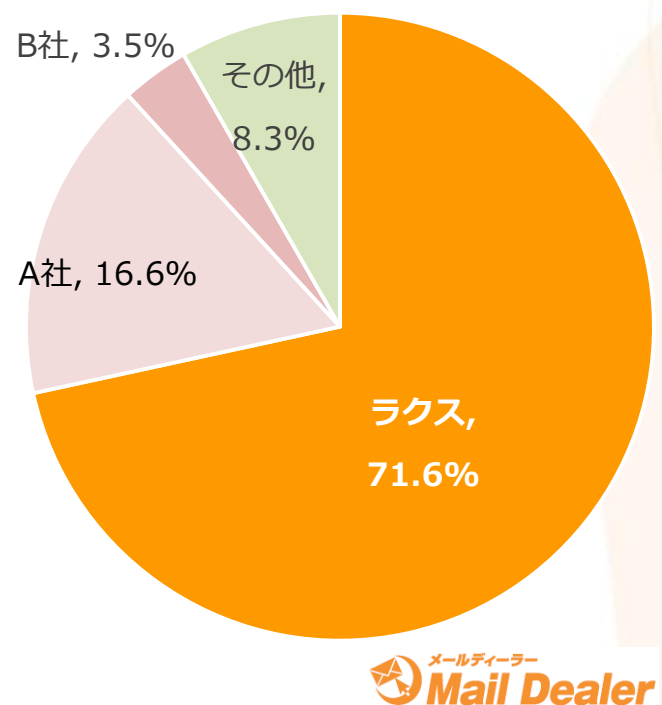
クラウドメール処理システム市場

※出所：各種データから当社調べ(2020年3月時点)

国内クラウドメール処理システム市場
(単位:億円)



売上高シェア



メールディーラー
Mail Dealer

その他のサービス①

配配メール

製品概要：メール配信システム

主要顧客：大量のメール配信を行うBtoC事業者、BtoB事業者

営業先部門：マーケティング部門、営業部門

用 途：販促メールやメールマガジン配信の効率化

料金体系：登録アドレス数課金+オプション

販売開始：2007年5月

Curumeru

製品概要：システム連携用メール配信システム（メール配信エンジン）

主要顧客：顧客データベースと連動させて大量のメール配信を行う事業者

営業先部門：マーケティング部門、営業部門

用 途：販促メールやメールマガジン配信の効率化

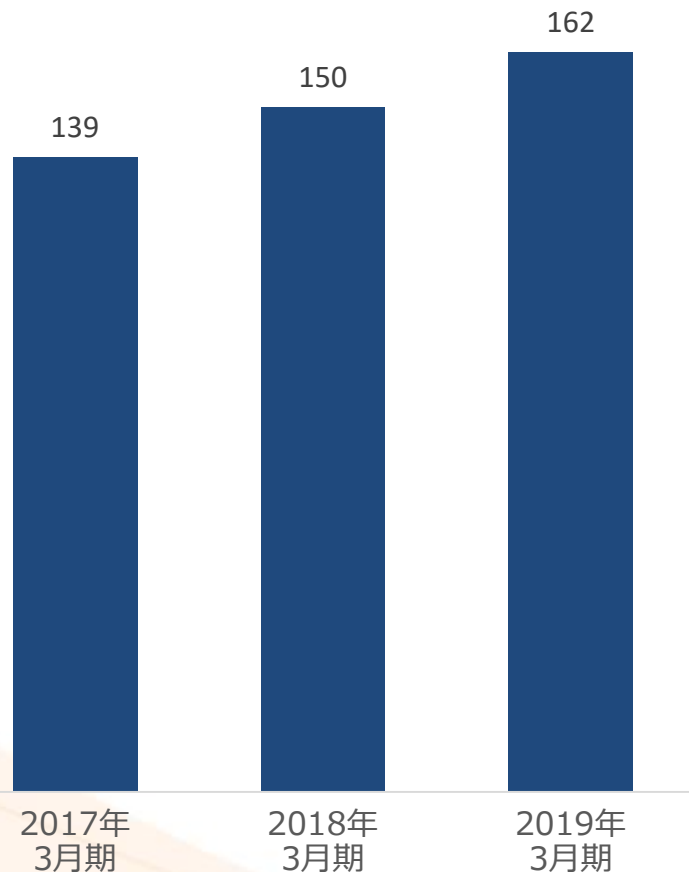
料金体系：配信通数課金+オプション

販売開始：2011年6月

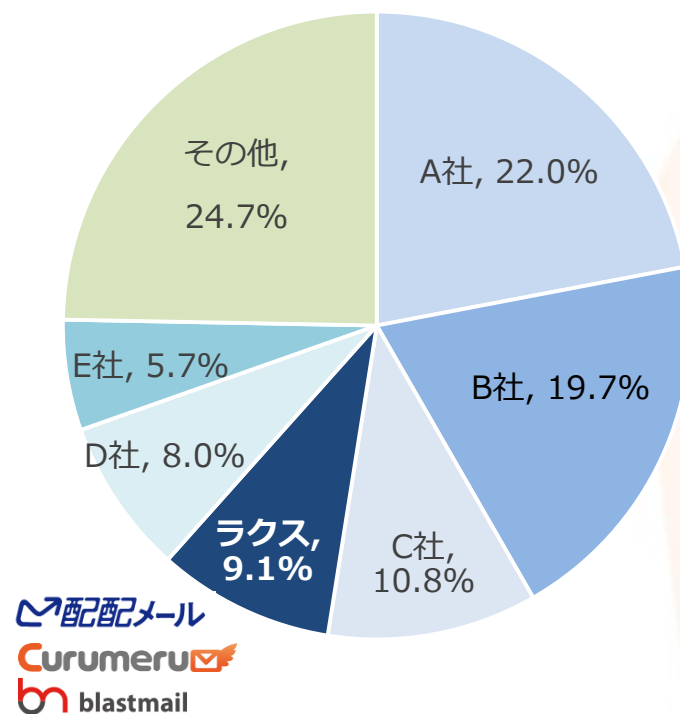
クラウドメール配信システム市場

※出所：各種データから当社調べ(2020年3月時点)

国内クラウドメール配信システム市場
(単位:億円)



売上高シェア



※ラクスのシェアは配配メール、Curumeru、ブラストメールを合算して算出しています。

その他のサービス②

楽楽販売 / 働くDB

製品概要：事務処理やデータ処理の自動化が可能なWebデータベースシステム

主要顧客：全業種

営業先部門：全部署

用途：販売管理、顧客管理、工程管理、案件管理等の効率化

料金体系：利用ユーザー数+データベース数+オプション

販売開始：2008年10月（楽楽販売としては2019年11月より）

【IT人材事業】 ビジネスモデル



IT人材事業の特徴

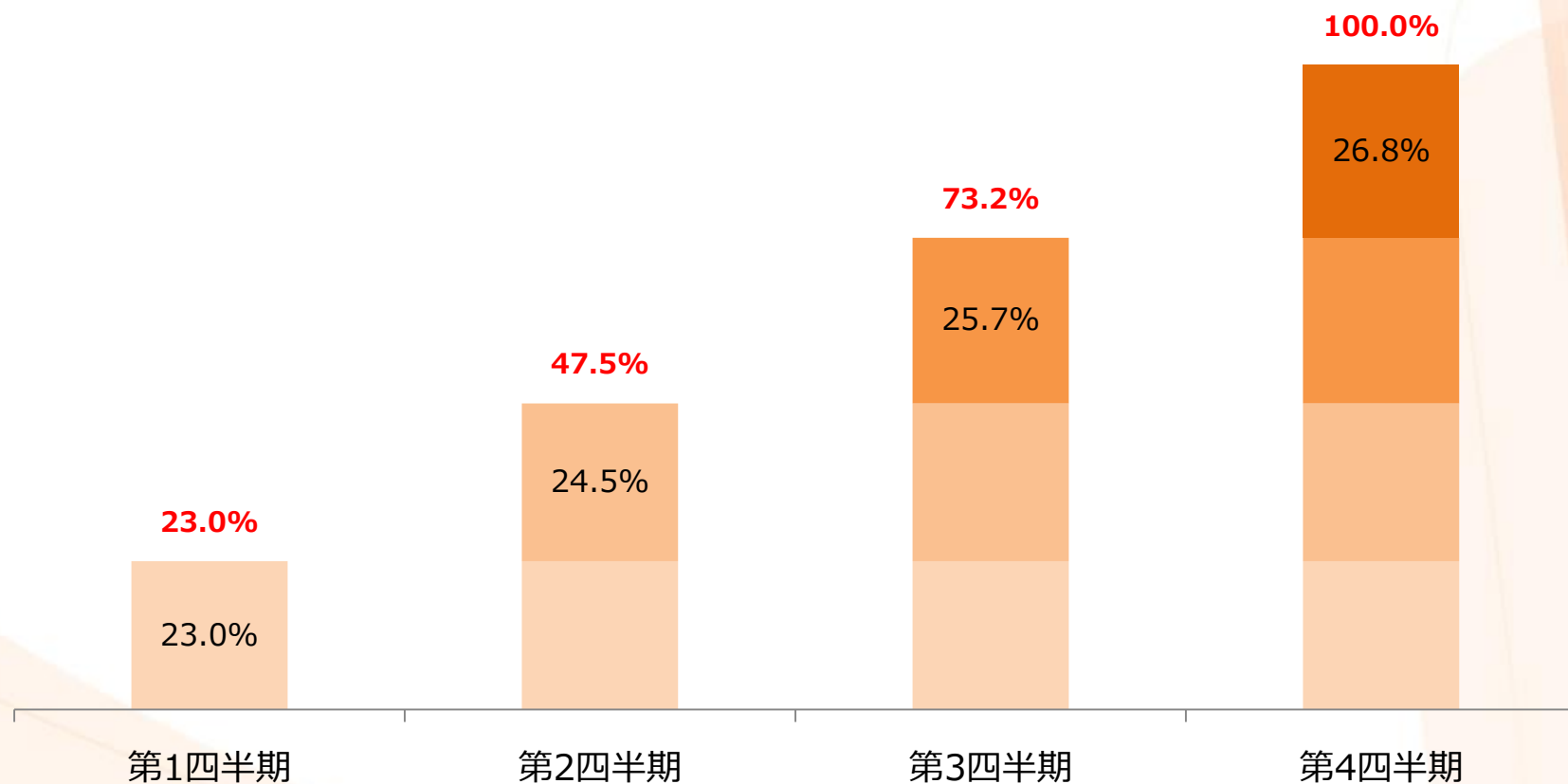
- ◆ 未経験者のエンジニア適性判定ノウハウ
- ◆ エンジニア育成ノウハウ

技術領域

- ◆ Javaプログラマー
- ◆ インフラエンジニア

【クラウド事業】 売上進捗イメージ

ストックビジネスを展開しているため第4四半期の寄与度が大きくなる



IRメール配信



投資家の皆様とのコミュニケーションのため、IRメールを配信しています

メールアドレスを[こちら](#)から登録するだけで、
ラクスの最新IRニュースがタイムリーに配信されます

①社長の決算コメントをIRメール限定で配信

(※) 決算発表毎

②「月次売上高のお知らせ」のコメントを配信

IRメールに登録

携帯・スマホはこちらから



本資料につきましては、投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。

将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を確認された上で、ご利用ください。

業界等における記述につきましても、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させて頂くものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。

2021 年 3 月期第 2 四半期決算説明会質疑応答要旨

Q：来年度の成長投資強化について、再び販管費を大きく増加させて売上高成長の引き上げを図る方針の中で、楽楽明細や楽楽販売への成長投資を増やすとのことだが、これらのプロダクトに関して、前期の楽楽精算並みに広告宣伝費を増やして、効果的な顧客獲得につながる段階にあるのか。

A：楽楽明細は問合せ、受注ともに増加しておりマーケットの拡大期にあると考えている。楽楽明細や楽楽販売は来期以降、販管費をしっかりと増やして、今まで以上に受注を獲得していきたい。

Q：長期的な成長の観点で、新規プロダクトにおける成長戦略について教えて欲しい。楽楽精算や楽楽明細を提供し始めたときと環境は異なり、例えば労務や勤怠のような最近の新サービスでは、必ずしも先行者とはいえないなかではどのような成長戦略、勝ちパターンが想定されると考えているのか。

A：確かに、楽楽労務や楽楽勤怠は後発になると認識している。過去にはメール配信は後発であったが、マーケットシェアの一定量獲得出来ているので、1 位になれない可能性はあるが、同じように収益化は可能だと考えている。最終的にはリソース量の勝負になってくると考えており、楽楽精算等で生み出している収益が他社に対してアドバンテージになってくると考えている。その中でサービスがしっかりと評価されれば、販管費を思いきり投入してマーケットシェアを奪っていくことが可能なのではないかと考えている。

Q：通期計画がさらに上振れする可能性について教えて欲しい。

A：ビジネスモデルをご理解いただいている方は、売上高は上振れる可能性はあるものの、ここから残りの月数が減ってくる中で幅は上下とも大きくない。一方で利益面に関しては、費用の未消化は発生し得る。いわゆる人の採用が想定より進まないことは常に起こり得るものの、来期以降の成長のためにしっかり採用をしていきたいと考えて全社一丸となって進めていく。

Q：コロナ前、コロナ中、コロナ後で顧客ニーズ、顧客獲得ベースや獲得方法の変化があれば教えて欲しい。

A：緊急事態宣言中は受注に遅れが発生したものの、足元では概ね堅調に推移している。楽楽明細やメール配信は引き続き好調に推移しており、それ以外の製品に関してもコロナ禍の影響はあまり受けていないと考えている。今後は DX を進めていく、どこでも働けるようにしていく流れになると思うので、少しずつ追い風になっていくと期待している。

Q：新商品、楽楽勤怠や楽楽労務の足元の状況、今後の方針について教えて下さい。

A：足元では、お客様のニーズに応えていくところを一生懸命やっているような状況で売上とか利益に貢献してくるような状況ではない。

Q：策定中とは存じますが、次期中期経営計画について期間や成長率などの考え方を教えて下さい。

A：何もしなければ成長率大きく下がるところまで今の業績がきており、来期はしっかり投資を強化して、減益になることもいとわず、極端なことを言えば減益を目指してしっかり投資をしていくことで売上高を少しでも高く出したいというかたちでは考えています。先ほど中長期の方針でご説明した通り、例えば3年ならどうなのか、5年ならどうなのかを含めて、色々検討している。

Q：競合環境について教えてください。某競合企業がミドルサイズ顧客をターゲットとして経費精算サービスなどにも強化していると思いますが状況をどのように認識しているのか。

A：楽楽精算に関しては、ターゲットである従業員数50名から1,000名の企業の獲得競争では優位に立っていると認識しており、競合関係において脅威は感じていない。

Q：広告宣伝費を抑制してもクラウド事業が堅調な理由を教えてください。

A：前期迄に実施した施策や成長投資強化の効果が出ていると考えている。一方、現状で十分だとは考えていないので、来期以降再びしっかりと広告宣伝費を投入していったって、トップラインの成長を作って行きたい。

Q：楽楽明細などが大きく伸びた要因として、日々の工夫があるとのことだが具体的な事例があれば教えてください。

A：個別で、何かの施策や工夫が効いたというよりは、一つ一つ細かく数値管理しながら、その改善を図っているところが結果として大きな成果につながってきている。

Q：電子インボイス推進協議会での仕様策定などの動きについて、進捗が見られるか。

A：今のところはそこまで大きな進捗があるとは聞いてはいない。

Q：メール配信の伸びは努力と工夫とのことだが、市場環境の変化、特に新規の顧客などで特徴的な動きはあったか。

A：問合せが増加しており、それをしっかりと受注につなげていく工夫を色々としている。対競合上、具体的なことは差し控えたいが、競合比較で当社の成長率が高いので工夫、努力が効いていると考えている。

Q：来期以降、楽楽販売と楽楽明細に力を入れていくとのことだが、ライフタイムバリューと獲得コストのバランスはどう変わっていくのか。

A：SaaSの方程式に従ってやっていくが、今期よりも積極的に投資を強化していきたいと考えている。具体的なバランスについては対競合上差し控えたい。

Q：来期の成長投資について人件費と広告宣伝費のイメージを教えてください。今期は広告宣伝費を絞っても減速しなかったとのことだが、逆に広告を増やせば加速できるのか。

A：広告宣伝を増やせばすぐに加速できるわけではない。増員と広告宣伝費の増額はバランスを見ながら進めて行かないと効果は出ないので、採用が非常に重要だと考えている。

Q：テレワーク化でオフィスを縮小する動きもあるが、増員を進める中で方針や考え方を教えてください。

A：急速に人員を増加させているので、組織に根づかせて、文化を共有して、その上でノウハウも共有して成長させていく必要がありオフィスなしでは難しいと考えている。

Q：SaaS 市場が拡大する中、長期的に見て競合比で大きく成長するために一番重要なことはなにか。

A：採用と育成につきる。

Q：日本政府の DX 推進の動きに関して、具体的なインパクトはあるか。

A：追い風にはなるであろうと思うが、コントロールできるものでもないので、追い風は受けつつも、それがあろうがなかろうが前に進んでいけるように、自分たちが望む速度で進んでいけるようにしていかなければいけないと考えている。

Q：来期以降の中期的な EBITDA マージンに対する考え方、15%から 25%のレンジとの考え方が適正という考え方に変わりないか。

A：環境が変わってきたので再検討が必要だと考えている。

Q：大企業と中小企業では、SaaS の導入などに関する意欲に温度差、時間差はあるか。

A：温度差、時間差みたいなのはあったが、温度差、時間差はなくなってきつつあると認識している。

Q：解約率に変化はあるか。

A：大きな変化はない。

Q：デジタル庁設置、そのほか国の方針や政策について、中長期でどのような期待を持っているか教えてください。

A：デジタル庁に関しては、それが呼び水もしくはきっかけになって DX が加速していけばいいと期待している。先程も申し上げたように、マクロはコントロールできないので、自分たちでできることをしっかりやって、前に進んでいく必要があると考えている。その上で追い風が吹けば、更に加速すると思う。

Q：順調にクラウド事業が伸びているが、成長のボトルネックになっている部分はあるか。

A：ボトルネックみたいなものがあるとすれば、教育の仕組みの整備になる。採用は足元では順調に推移しており、増員したメンバーをしっかりと仕組みに定着させて、その上で、各セールス、カスタマーサクセス、マーケティング、開発のどれであったとしても、パフォーマンスを上げてもらうためには、教育の仕組みをもっと良いものにしていく必要があると考えている。