



# 先見の芽

## 勤次郎 「4013・グロース」

### 勤怠・就業管理システムを提供 従業員の健康も管理し生産性向上サポート

勤次郎は、勤怠・就業管理システム「勤次郎」をはじめとしたITサービスを提供する。1981年にOA機器販売会社として創業。90年代中旬から磁気カードを使ったタイムレコーダーを開発して勤怠管理の分野に参入し、給与計算、人事管理へと事業を拡張していった。2021年には従来製品を大幅に強化した「Universal勤次郎」をリリース。従業員の健康を管理する機能を合わせもつのが強みだ。今期は売上高40億円を見込む。



**Profile** ●かむら・こうぞう  
1973年2月生まれ、愛知県出身。1997年明治大理工学部卒、ロジック入社。2002年日通システム（現、勤次郎）に入社。18年取締役、19年常務取締役を経て22年代表取締役執行役員社長COO営業本部担当兼サービス本部担当に就任。23年代表取締役執行役員社長COOに就任（現任）、勤次郎ベトナム有限会社社長に就任（現任）。

導入企業数約3000社  
経常利益率12〜14%確保

同社は勤怠・就業管理システム「勤次郎」を主力製品としている。導入中の企業数は約3000社に上る。従業員規模100〜300人をメイン層とし、中小企業から大企業まであらゆる規模の企業に対応している。また顧客の業

種は製造業、卸売業・小売業、医療福祉、建設業を中心に多岐にわたる業種に導入されている。

もともとは、顧客が自前のサーバーを使う「オンプレミス」の仕組みでパッケージソフトの提供を始めた。2010年からインターネットでサービス提供する「クラウド」も投入。現在、クラウドライセ

ンス数は年平均成長率25・5%、クラウド形態での契約社数も24・1%と大きく伸びている。クラウドの場合、カスタマイズなしで大企業まで対応できるのが強みだ。

2022年12月期の連結業績は売上高35億5100万円（前期比6・8%増）、営業利益4億4400万円（同69・8%増）。ここ数年、売



▲「Universal勤次郎」の実際の画面

「医療や運送、建設など働き方が非常に複雑な業種に対応できるよう、きめ細かな機能を搭載しています。今後、人事や給与などの機能を段階的に追加していきたい」（加村光造社長）

中小企業向けには費用を抑えたクラウド勤怠管理「勤次郎Smart」を提供している。24年度にリニューアルを行う攻勢をかける計画だ。

「Universal勤次郎」が競合の勤怠管理システムと大きく異なるのは、勤怠管理と健康管理を一括で行うことができる点だ。パッケージ内に含まれる健康管理システム「ヘルスマライフ」を活用し、働き方と健康に関する情報を統合して分析する。その結果をもとに改善指標を導き出す。「従業員の健康管理を経営課題と捉え、増進を図ることで企業の生産性を上げる『健康経営』をサポートできま

す。当社専属の保健師が顧客の健康経営をサポートするサービスなども行っています」（同氏）

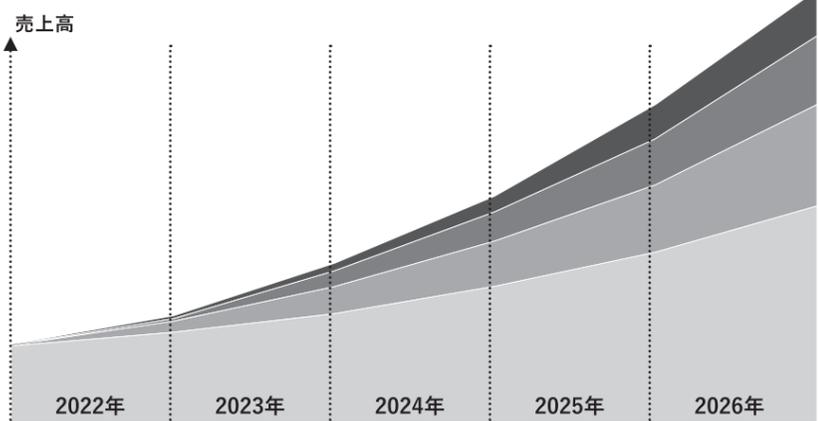
約90万ライセンスをクラウド化  
クラウド売上約54億円増見込む

23年12月期の連結業績予想

戦略D  
戦略C  
戦略B  
戦略A

#### ■成長戦略

戦略A	メイン事業	HRM事業の新規顧客獲得を加速
戦略B	メイン事業	自社オンプレユーザー90万ライセンスをクラウド化
戦略C	新規事業	クラウド基盤事業の進化によるサービス強化
戦略D	新規事業	AI分析を核としたプラットフォームビジネス



※同社資料より作成

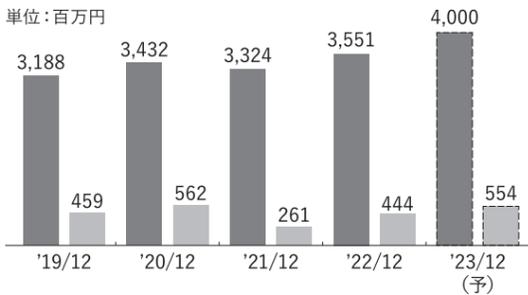
は売上高40億円（前期比12・7%増）、営業利益5億5400万円（同24・7%増）。第1四半期業績は売上、利益とも計画通りに着地。クラウド月次平均解約率は0・23%と低位安定している。成長戦略はA〜Dの4つ

で構成される（左上図を参照）。戦略Aは、主に「Universal勤次郎」を提供するHRM事業での新規顧客獲得の加速。同社の営業は販売代理店のパートナー販売が7割で、直販が3割の比率だ。今後は直販の割合を高め、利益率を向上させる。パートナーという外部要因に左右されない経営体質に変わるメリットもある。

「当社の営業は、あらゆる業種業態に対する提案のノウハウを蓄積してきているので、顧客企業にとってベストな勤怠・就業管理の仕方を提案できます。単なる製品紹介だけでなくコンサルティング的な営業ができるのが強みです。そのための人材教育には力を入れていきます。直販の最初の段階から一人で顧客に提案できるようにするまで約3年かけている」（同氏）

戦略Bは、「Universal勤次郎」をきっかけに、旧製品のオンプレミス約90万ライセンスのクラウドへの移行を進める。ユーザー14万人のうち約8割に当たる。その際クロスセル（※）により、ライセンス当たりの

#### ■売上高と営業利益の推移

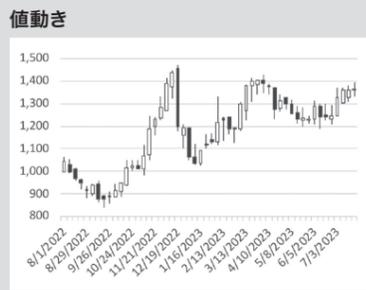


単価を現状の約350円から500円以上に高める計画だ。これによりクラウドライセンス売上は約54億円の増加が見込まれる。戦略CとDは新規事業。戦略Cではクラウド事業、戦略DではAI分析を核としたプラットフォームビジネスを推進する。

2022年12月期 連結業績		前期比
売上高	35億5,100万円	6.8%増
営業利益	4億4,400万円	69.8%増
経常利益	4億3,700万円	79.0%増
当期純利益	3億4,000万円	87.0%増

2023年12月期 連結業績予想		前期比
売上高	40億円	12.7%増
営業利益	5億5,400万円	24.7%増
経常利益	5億4,500万円	24.7%増
当期純利益	3億6,700万円	20.6%増



株式データMEMO	
直近株価	1,362円 (23.7/28終値)
年初来高値	1,425円 (23.4/3)
年初来安値	1,026円 (23.1/18)
時価総額	138億円
PER	30.68倍
PBR	1.53倍
配当利回り	1.28%
決算期	12月

※顧客が購入を希望している商品と組み合わせて使うことのできる商品をあわせて提案すること