



**Collabos**

声をきき、未来をつくる。

# 事業計画及び成長可能性に関する事項の開示

2023年 6月 30日 株式会社コラボス

(東証グロース : 3908)



## 企業理念

# 熱心な素人は玄人に勝る ～新しいことを自分で創めよう～

新しい事を始める時はだれでも素人。

しかし素人だとしても「初めにやった者が勝ち」ということはビジネスの基本的視点です。

私たちは、コールセンターの通信インフラにクラウドというサービス形態を導入した先駆者。

誰もやっていないことをやるというチャレンジ精神を大切に、私達は日々新しい挑戦を楽しんでいます。

## MISSION

### 声をきき、未来をつくる

“絶対”のない、いまのこの社会で大切なのは、

お客さまの声、社会の声に耳を傾けること。

声を大切にし、声に応える技術力を磨き続けることで

コールセンターの、その先を切り開いていくことができると考えています。

## 5つの行動指針

- 1、売上を最大限に伸ばし、経費を最小限に抑える。
- 2、自立、職人の意識を持ち、事業を興すことにより、利益の追求だけでなく人間的に成長することを必達とする。
- 3、初心、感謝、謙遜、思いやり、闘争心の念を忘れず、決して驕り高ぶらず、決して手を抜かず、勤勉、努力を旨とする。
- 4、自分の人生の目標を持ち、自分で考え、自分で行動する。
- 5、家族を大切にする。

私たちは、企業や自治体等で利用されるコールセンターシステムやマーケティングシステムを開発し、月額料金制のクラウド型で提供している会社です。

企業とユーザー間のコミュニケーションデータをシームレスにつなげ、ストレスフリーで、無駄のないコミュニケーションを可能にすることで、通信インフラ企業として社会に貢献してまいります。



- ・多様なチャネルで問い合わせたい
- ・早く回答が欲しい
- ・通話料をかけたくない
- ・問い合わせること自体が手間なので、そもそも問い合わせせずに解決したい



エンドユーザーの期待



**Collabos**

声をきき、未来をつくる。

コミュニケーションの最適化

クラウドサービスの  
開発 / 提供 / 保守

- ・人材不足、人材定着させたい
- ・オペレータースキルの標準化をしたい
- ・コストセンターからの脱却をしたい
- ・顧客満足度を向上したい
- ・VOC（顧客の声）を活用したい
- ・もっと自動化したい



コールセンターの課題

# Agenda



1	会社概要 . . . . .	P.5
2	ビジネスモデル . . . . .	P.8
3	市場環境 . . . . .	P.18
4	競争力の源泉 . . . . .	P.26
5	前中期経営計画の振り返り . . . . .	P.34
6	事業計画 . . . . .	P.38
7	リスク情報 . . . . .	P.49

# 1. 会社概要



## 会社名

株式会社コラボス  
(英語表記 : Collabos Corporation)



## 所在地

東京都千代田区三番町8-1  
三番町東急ビル8F



## 代表取締役社長

茂木 貴雄



## 取得資格・認証

プライバシーマーク付与認定  
ISMS認証 (ISO27001)



## 資本金

324,854千円  
(2023年3月31日現在)



## 設立年月日

2001年10月26日

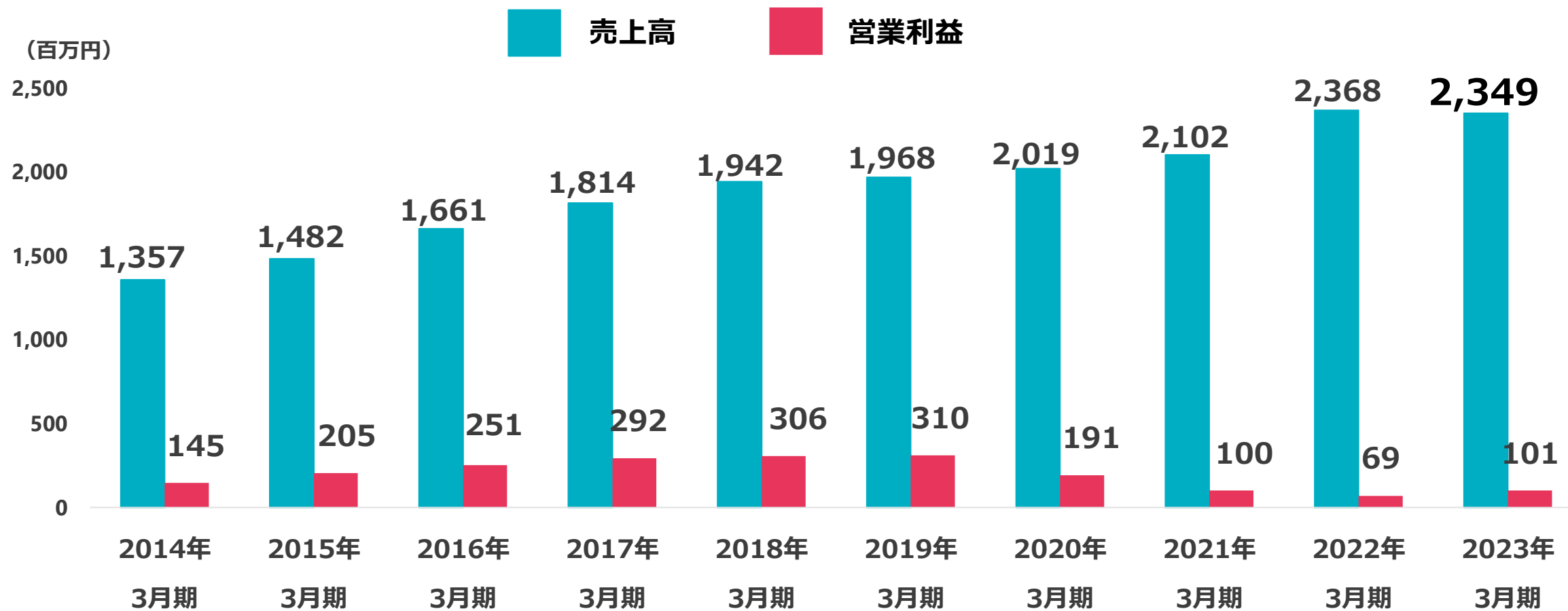


## 製品

コールセンター向け  
クラウドサービス事業



売上高は、連続増収基調であったが、2023年3月期は、コロナ案件の終了により減収。営業利益は、中期経営計画に基づく先行投資等により減少傾向だが、2023年3月期は、賞与、開発関連費用、本社移転による家賃等の販管費が約8,000万円減少し増益。

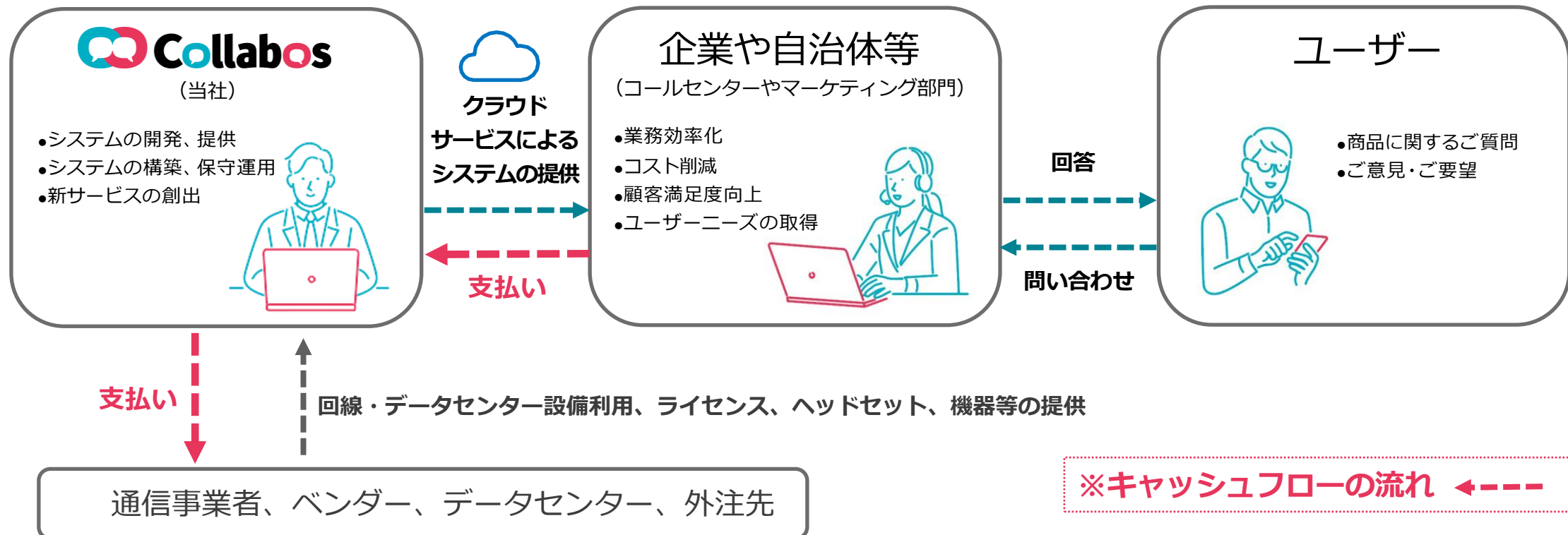


## 2. ビジネスモデル



当社顧客は、お客様相談室や製品問い合わせセンター等のコールセンター部門や販売促進活動を行うマーケティング部門を持つ企業や自治体等です。当社顧客は、当社が開発したシステムを利用し、ユーザーとコンタクトを取ります。

ユーザーとのコミュニケーションチャネルは、全て当社で一括管理し、One to One のカスタマーサポート/コミュニケーションの最適化を実現します。また、システムは当社側で開発・構築・管理するため、高額な初期投資や、手間のかかるシステム保守管理等は一切不要で、必要な時に必要なだけシステムを利用できます。



## IP電話交換機

(PBX / CTI)

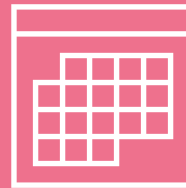


エニブレイス  
**@nyplace**

 **COLLABOS  
PHONE**

## 顧客情報管理

(CRM)



 **COLLABOS  
CRM**

 **COLLABOS  
CRM** OUTBOUND EDITION

 **GROWCE**

## 業務効率化サービス

(音声認識 / AI分析 / FAQ /  
チャットボット)



**AmiVoice**<sup>®</sup>  
Communication Suite provided by コラボス

 **Afullect**

 **TechSee**  
Intelligent Visual Assistance

**GoldenList**

Packet Folder 

 **Challbo**

 **CollasQ**

## IP 電話交換機サービス（PBX/CTI）

電話を受ける・架ける・転送する・自動で振り分ける・稼働率をレポートで把握する等、コールセンター運営に必須な2タイプの電話サービス。在宅勤務にも対応。



**堅牢性・安定性が特徴**  
**AVAYA社製ハードフォン**

世界・国内コンタクトセンター市場でトップクラスのシェアを誇るAVAYA社の交換機を採用。堅牢性・安定性が特徴。

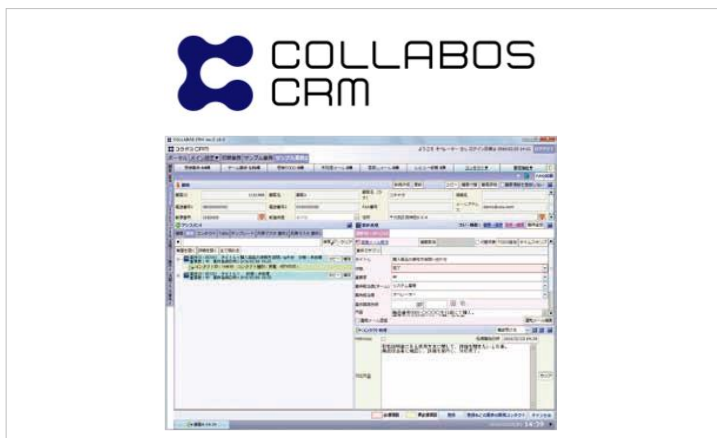


**低価格で手軽に始められる**  
**自社開発のソフトフォン**

@nyplaceと同等の基本機能を搭載し、携帯へのSMS送信等の付加機能も搭載した電話機本体不要のソフトフォン。PCとインターネット環境があれば手軽に始められる低コストで本格的なコールセンターシステム。

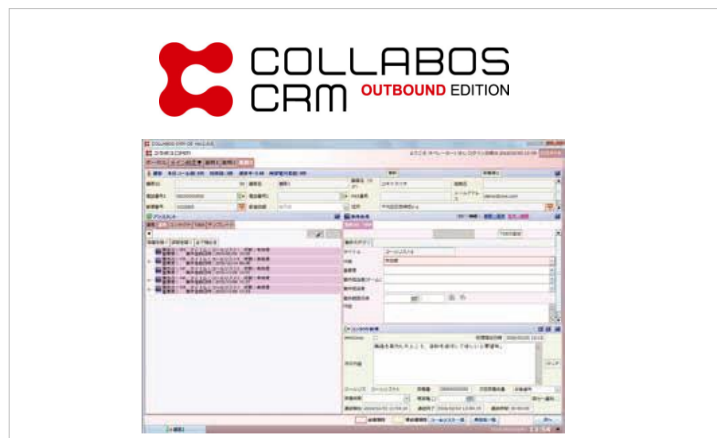
## 顧客情報管理サービス（CRM）

顧客情報や対応履歴を管理。着信時の顧客情報の自動ポップアップ表示等、顧客の購買目的や志向・ニーズ等を属性別に管理可能なコールセンターに特化した顧客管理（CRM）サービス。



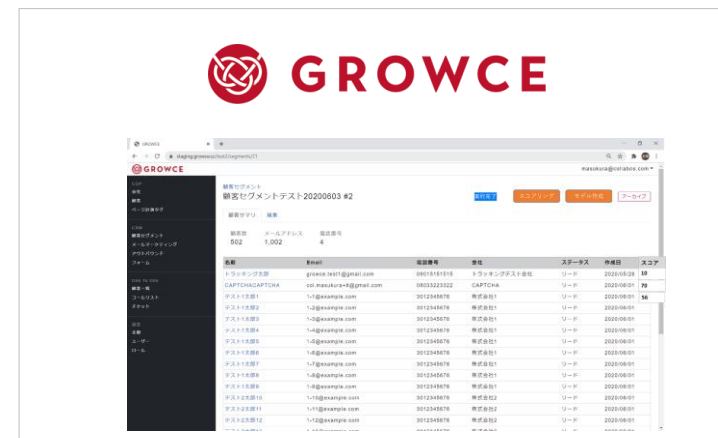
**インバウンド型 CRMシステム**

顧客から電話を受ける受電型のインバウンド業務に特化した管理サービス。顧客情報を一画面で表示し、タブ切り替えにより業務を変更できるため、コールセンターならではの複数業務に最適。LINE連携も可能。



**アウトバウンド型 CRMシステム**

テレアポ等の電話をかける発信型のアウトバウンド業務に特化した管理サービス。テレセールスやインサイドセールス等の効率化に最適。



**統合 CRM マーケティングシステム**

CRMシステムにマーケティングの機能を搭載しており、コールセンターに集まる対応内容等のオフライン情報と、クリック数やサイト内行動等のオンライン情報を一元管理し、コールセンターで蓄積した情報をマーケティング活動につなげるシステム。

## 業務効率化サービス



### AI音声認識 (アミボイス)

AI技術により、リアルタイムに音声テキスト化。回答候補の表示等、応答スピードの向上も実現。通話品質自動評価により、オペレーター評価の透明性を実現。



### あふれ呼の収集 (アフレクト)

電話が繋がらない「あふれ呼」による売上の機会損失や満足度低下を防止するコールバック支援ソリューション。あふれ呼の実数把握や分析の他、留守録やSMS送信、レポート機能も搭載。



### AR映像共有 (テックシー)

スマホカメラ/ARを活用したビジュアルサポートツール。現場映像をリアルタイムで共有でき、コミュニケーションの円滑化を実現。アプリインストールも不要。



### AIデータ解析 (ゴールデンリスト)

企業の持つ顧客データから、どの商品が売れるのかを独自解析し、成約見込みの高いリストを作成。テレセールス等のアウトバウンドの費用対効果を高め、収益向上に貢献。



### 通話録音 (パケットフォルダー)

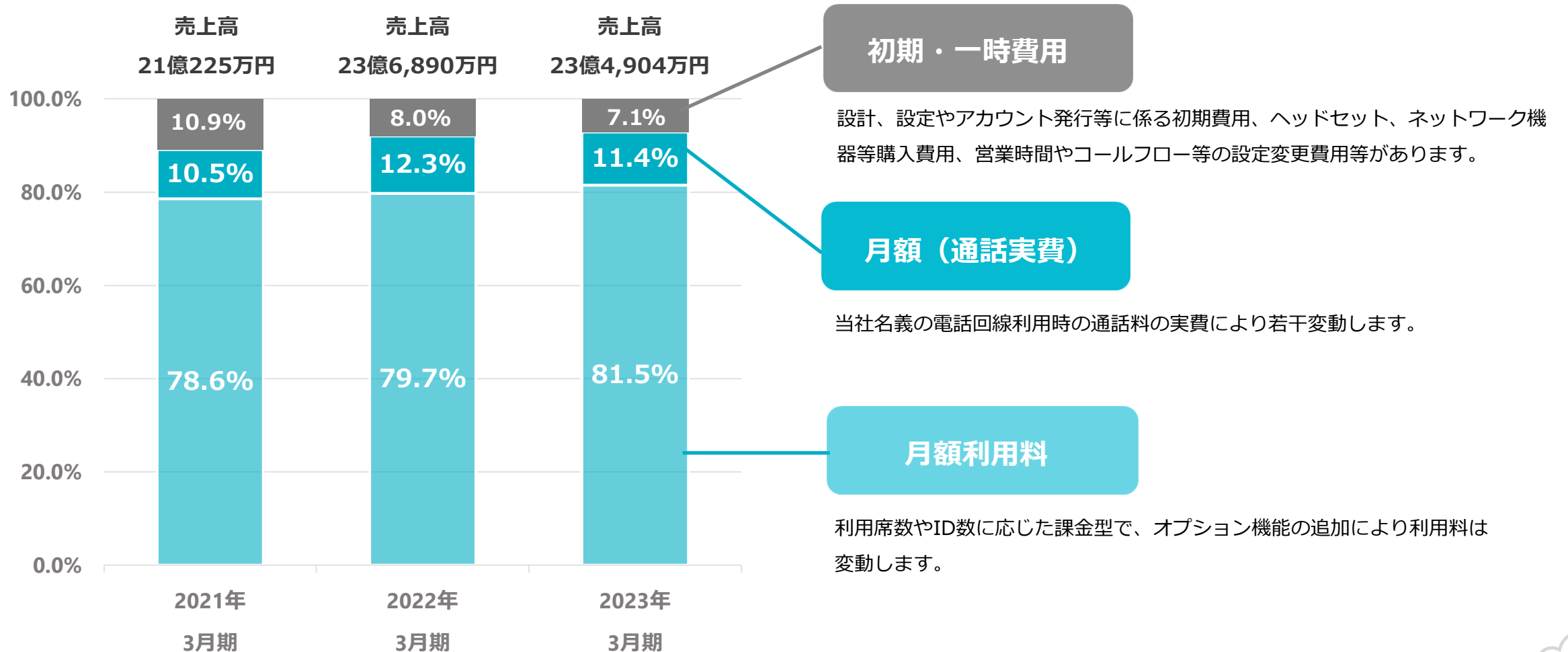


### チャット&チャットボット (チャルボ)

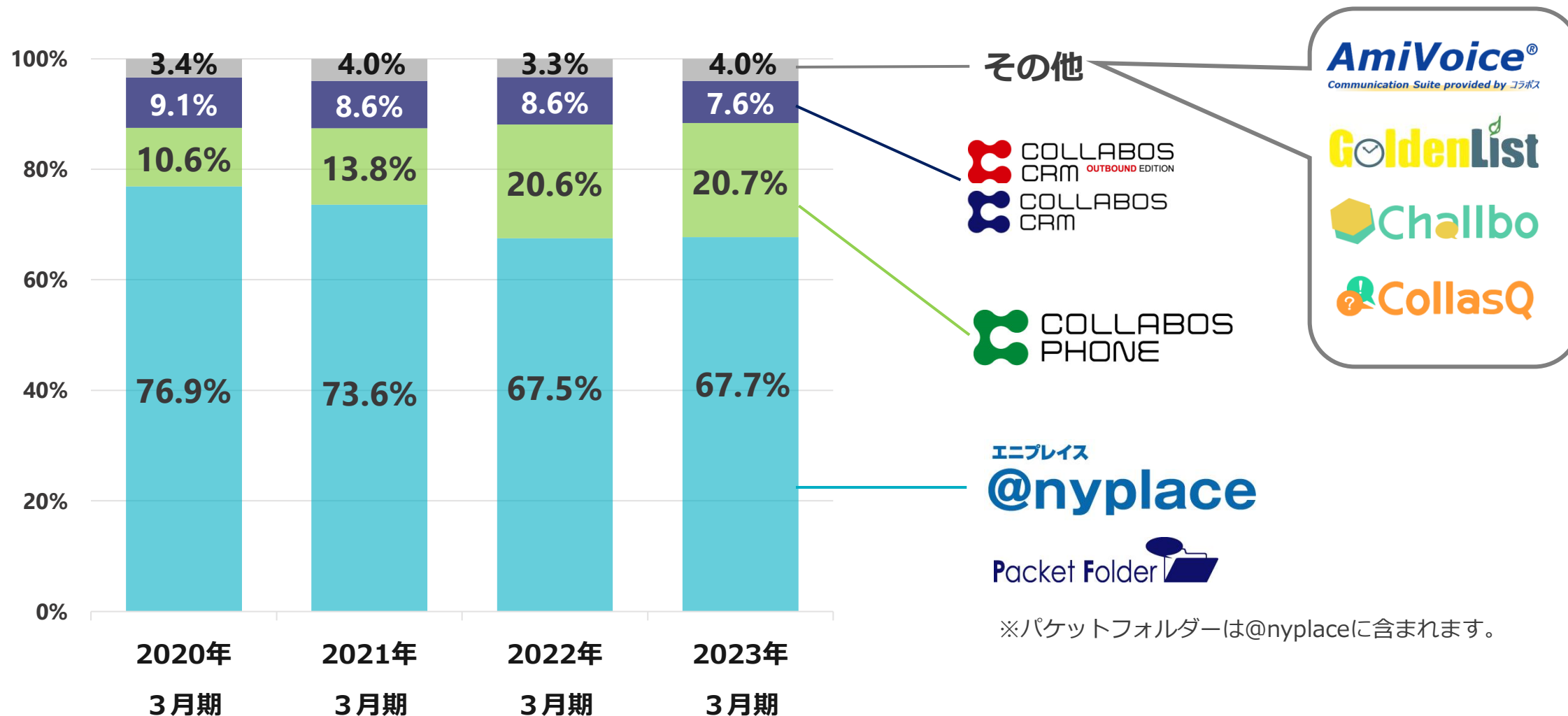


### FAQ (コラスク)

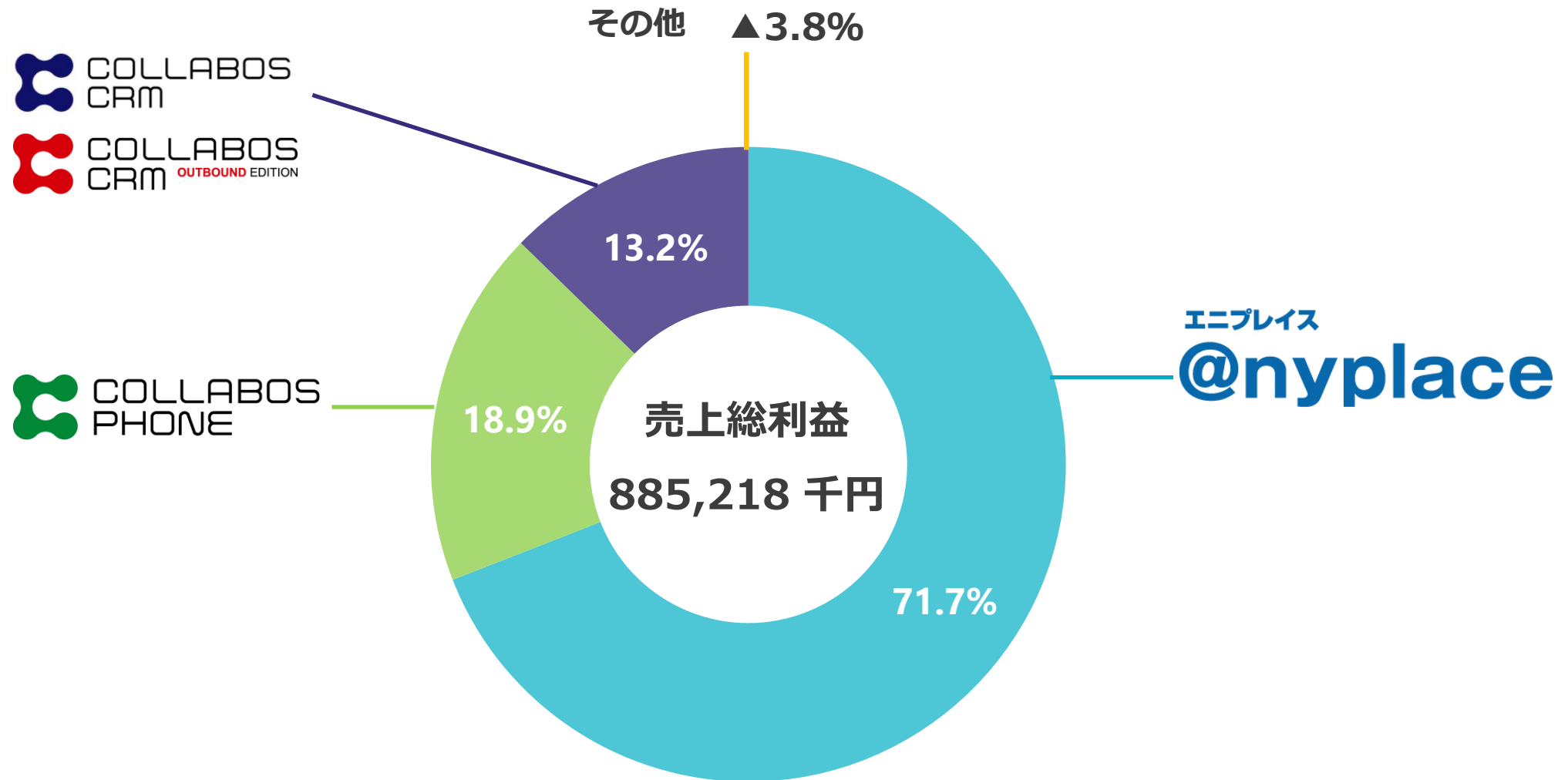
当社の売上高は、約90%以上が月額利用料のストック型ビジネスモデルです。



売上高の約7割は「@nyplace」によるものとなります。



売上総利益 の約7割は「@nyplace」によるものとなります。





2023年3月期の売上原価、販管費及び一般管理費の内訳です。

## 販管費及び一般管理費（人件費以外）

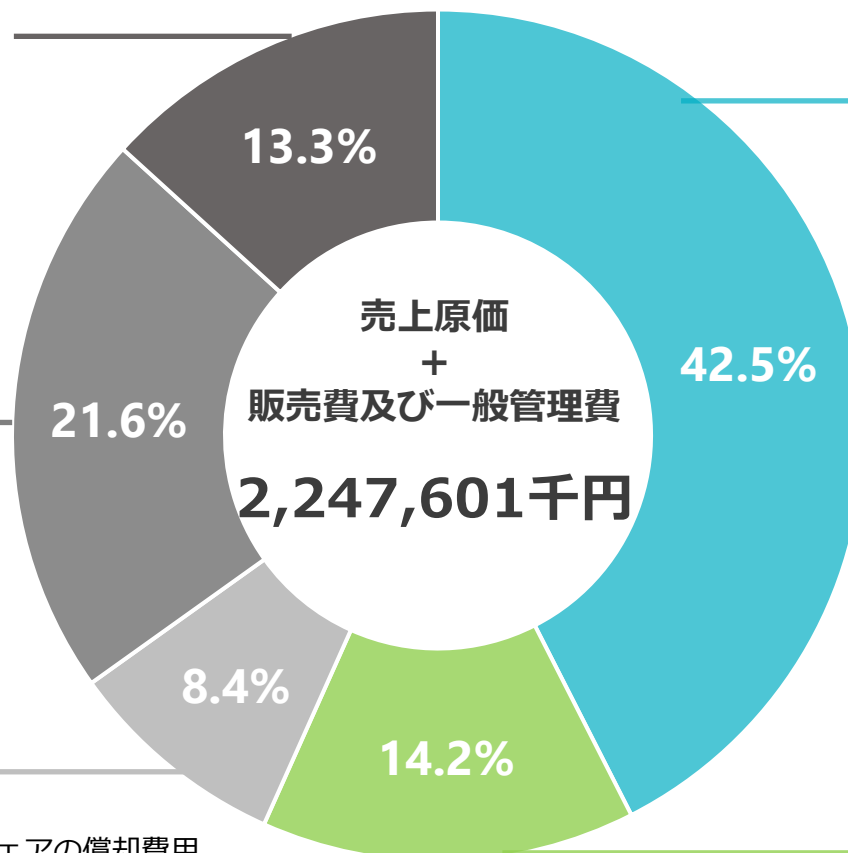
- 中期経営計画の開発に伴う業務委託費
- 本社移転に伴う費用
- 広告費、交通費、交際費、雑費等
- 育成、採用等の費用

## 販管費及び一般管理費（人件費）

- 人材の確保及び拡充に伴う給与、賞与等

## 売上原価(その他)

- 中期経営計画に関する「GROWCE」等のソフトウェアの償却費用
- COLLABOS CRM関連の人件費、ホスティング費用
- 「Amivoice」等のその他業務効率化サービスの仕入れ費用等



## 売上原価 エニプレイス @nyplace

- AYAYA社製の交換機や電話機、ライセンスの仕入れ費用
- データセンターの利用料、各種ホスティング費用
- ネットワーク機器やヘッドセット等の仕入れ費用
- エンジニアの人件費や外注費
- 通信事業者からの回線利用料や通話実費等

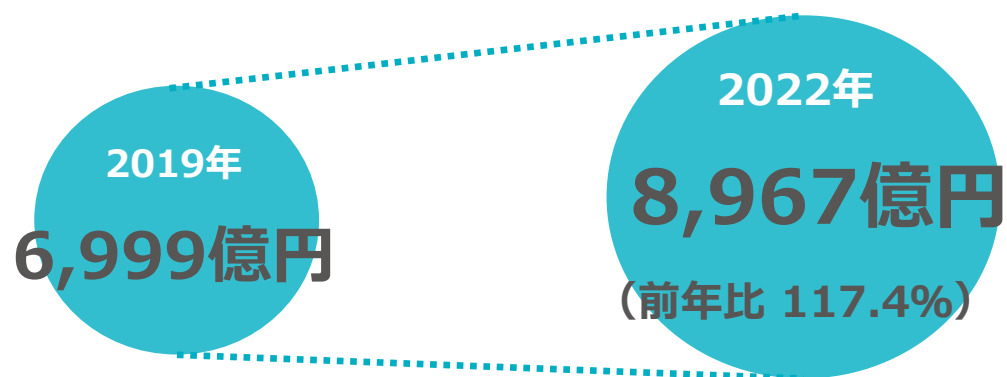
## 売上原価 COLLABOS PHONE

- 通信事業者からの回線利用料や通話実費
- エンジニアの人件費
- バージョンアップ等のソフトウェアの償却費用等

# 3. 市場環境

コールセンターCRMソリューション市場、インターネット広告費の市場共に、市場規模は拡大傾向

## コールセンターCRM ソリューション市場規模



出所：デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社

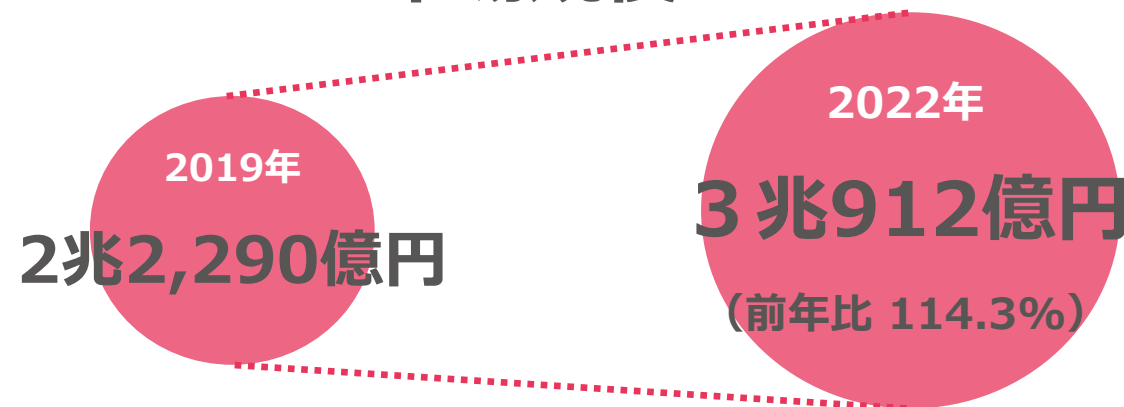
「マーテック市場の現状と展望2021 <クラウド型CRM市場編> 第5版」

(発刊：2021年5月) (<https://mic-r.co.jp/mr/02050/>)

「マーテック市場の現状と展望2022 <クラウド型CRM市場編> 第6版」

(発刊：2022年9月) (<https://mic-r.co.jp/mr/02490/>)

## インターネット広告費の 市場規模



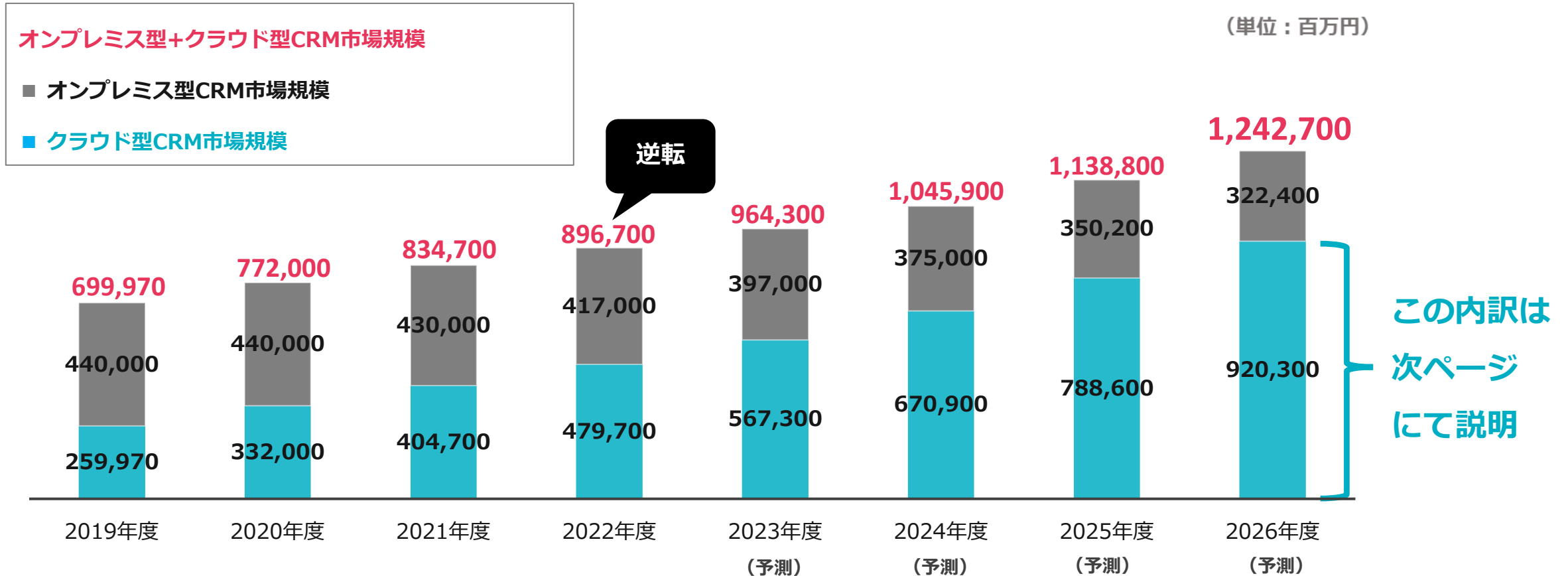
出所：2019年日本の広告費 電通

(<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/0225-010340.html>)

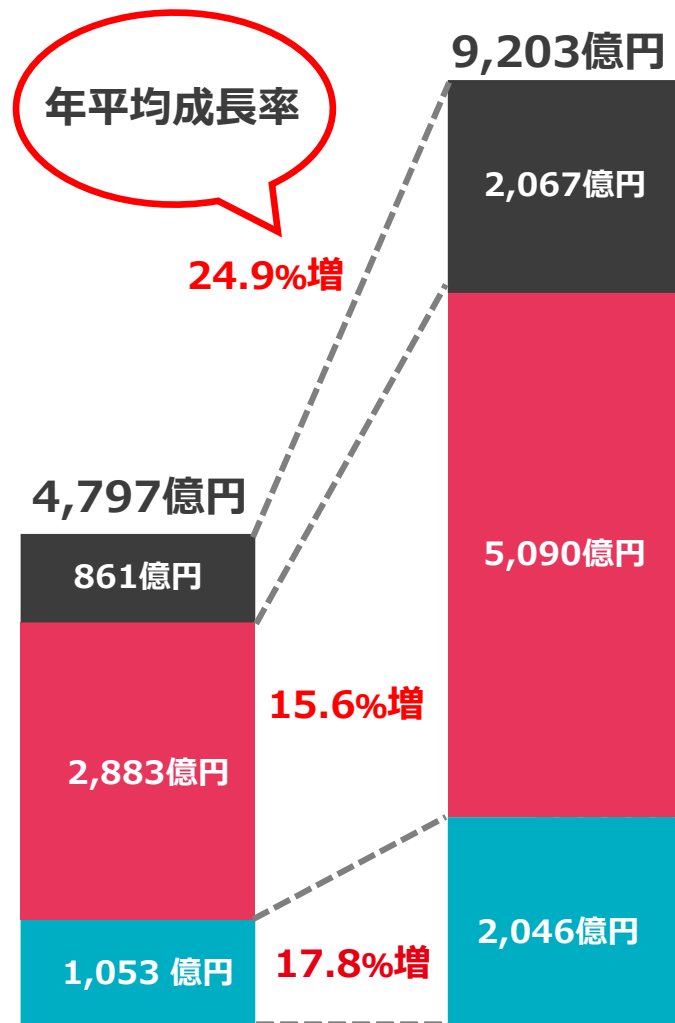
2022年日本の広告費 電通

(<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2023/0224-010586.html>)

CRM市場の市場規模については、自社でシステムを保持・構築するオンプレミス型がダウントレンドであるのに対し、当社が提供するクラウド型はアップトレンドで推移。クラウド型の市場規模は、2026年には9,203億円になると予測。



※出所：デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「マーテック市場の現状と展望2022 <クラウド型CRM市場編> 第6版」（発刊：2022年9月）  
<https://mic-r.co.jp/mr/02490/>



## アプリケーション層

フロントエンドで消費者とコミュニケーションをするFAQ、マルチチャネル、チャットボット、音声認識等、AIと相性のいいツール群の市場層。

## ソリューション層

CRMのデータベースを活用して連続的にコミュニケーションを図ることを目的としたSFAやCRM等の市場層。

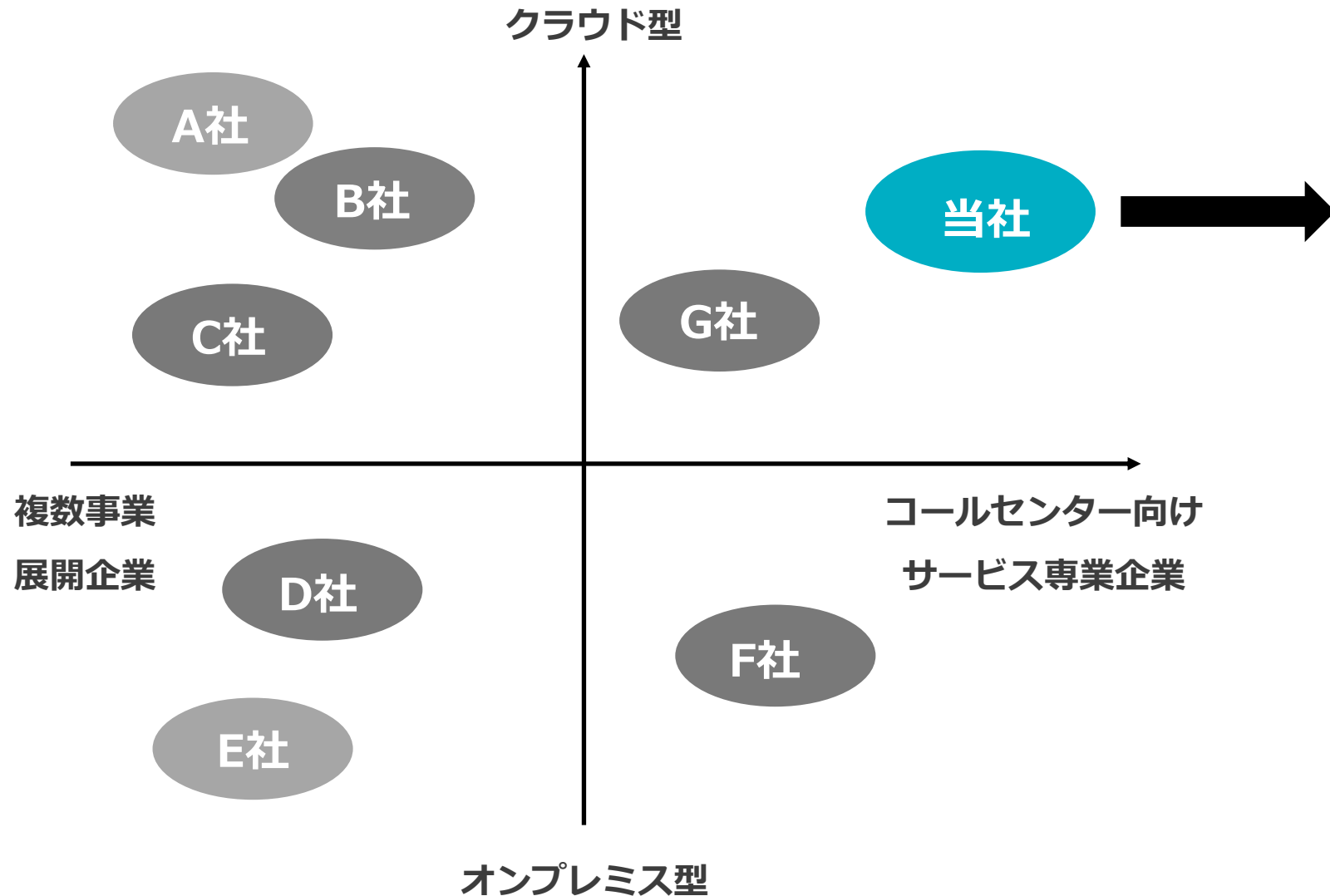
## インフラ層

当社の売上高の約9割が属するコールセンターシステム等の市場層。

### 当社対応サービス



※出所：デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「マーケティング市場の現状と展望2022<クラウド型CRM市場編>第6版」（発刊：2022年9月）  
<https://mic-r.co.jp/mr/02490/>  
 ※年平均成長率は、2022年～2026年の5年間の数字を基に算出しております。



<ユニークな提供価値>



創業以来、20年間一貫して、  
コールセンターサービスへ  
「ヒト・モノ・カネ」を一点集中

## コンタクトチャネルの多様化

チャットやLINE等のSNSの普及により、従来の電話やメールだけではなく、FAQやチャットボット等、多様なチャネルからの問い合わせが増加。コールセンターのデジタルシフトが加速しており、マルチチャネルへの対応が急務。

## 在宅コールセンターの普及

新型コロナウイルス感染拡大の状況下において、コールセンター内の3密回避、事業継続計画（BCP）等の観点から在宅勤務の導入ニーズが高まっており、ソーシャルディスタンスの維持やクラスター対策としても今後更に導入が進む傾向。

## 自動回答、自己解決の普及

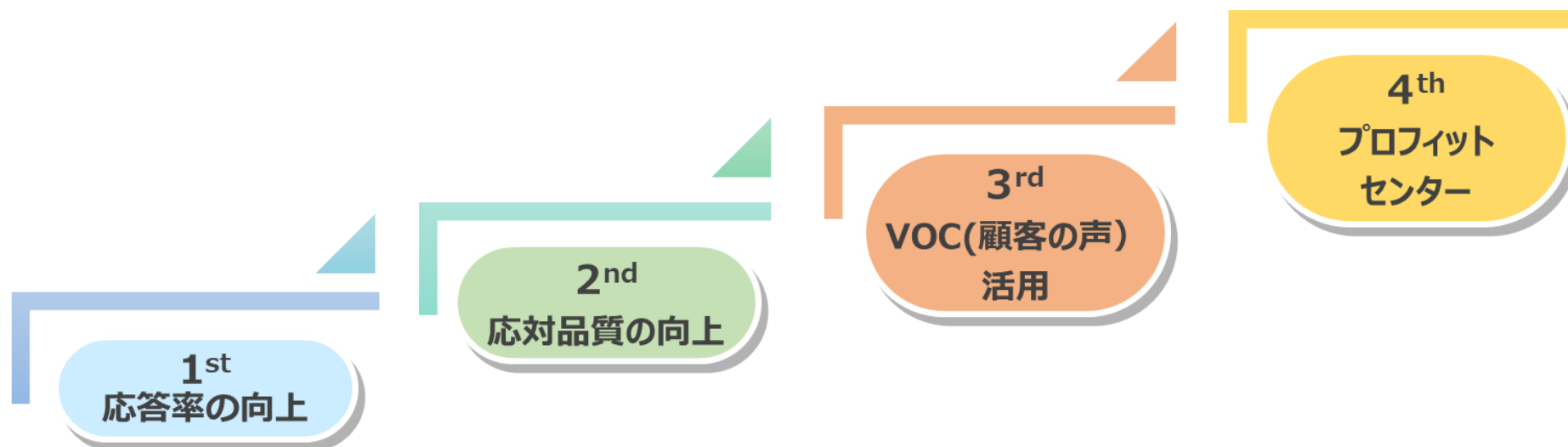
少子高齢化に伴う労働力人口不足に加え、働き方改革による労働時間の短縮等により、コールセンター業務を効率化するサービスが増加。オペレーターの高い離職率や育成等の問題解決にもつながる策として、人を介さずに自己解決を促すチャットボット、FAQ、SMSの活用等、自動化サービスが普及。

## マーケティング活用

大勢の消費者を対象としたマスマーケティングから、一人ひとりのニーズや購買履歴に合わせたOne to Oneマーケティングに時代が変化。コールセンターに集まる情報をAIで分析させることで、効果的な販売に結び付ける等、コールセンターのシステムの高度化・多様化が進んでいる。

## コストセンターからプロフィットセンターへ

多くのコールセンターの現場は以下1stと2ndの段階に留まっているのが現状で、企業によっては**コストセンター**と捉えられるケースもある。しかし、今後のコールセンターが目指す姿は、以下3rdや4thのように、顧客の声を全社で共有し、サービスの改善や製品の開発へ活用させ、直接売り上げに貢献する**プロフィットセンター**へと変化していく。

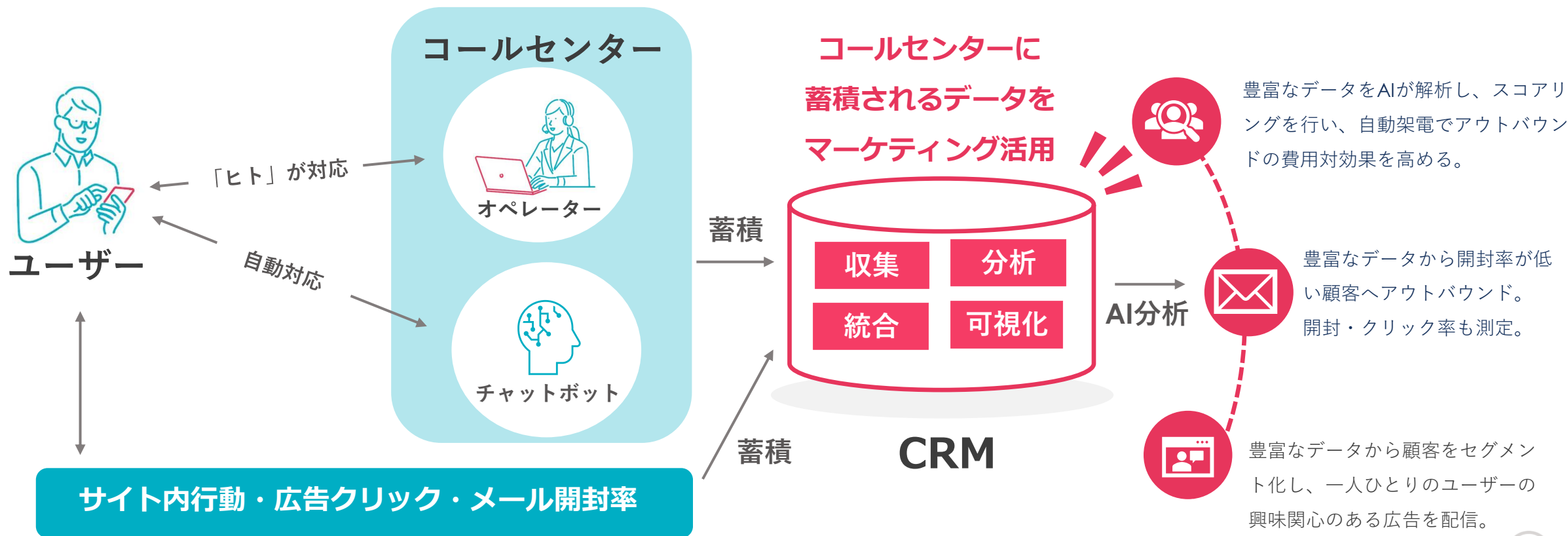


定義	応答率を高める。入電数に対して適切な応答率を確保。	一次回答率を高める。顧客満足度を高める。	顧客の声を、サービス改善や製品の開発などに活用。	付加価値を提供し収益を拡大し経営に貢献。解約防止、リピート率向上等で売上に貢献。
----	---------------------------	----------------------	--------------------------	--



## AI化とマーケティング活用が加速

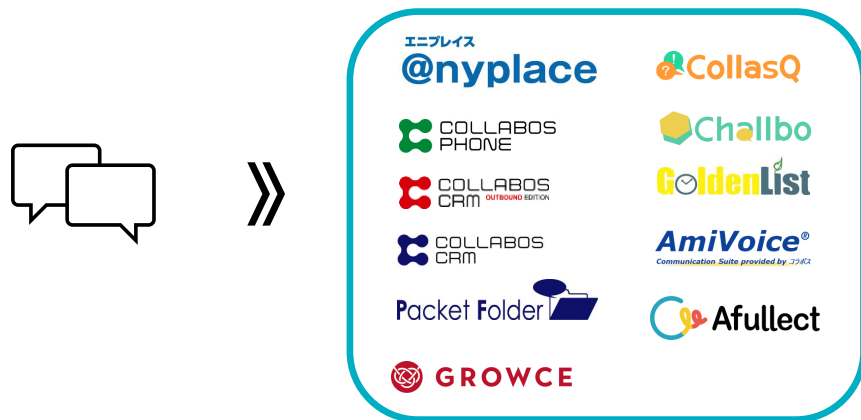
少子高齢化や人手不足により、労働集約的な「ヒト」による対応から、顧客との接点を自動化、AI化する動きが加速。また、コールセンターシステムは、蓄積したデータをAIで分析し、効果的な広告配信やDM等により、販売拡大に結び付ける等、企業の売上・利益に直接貢献するためのマーケティング機能搭載型へ変化。



## 4. 競争力の源泉

## 1. 製品開発

お客さまの「声」をダイレクトに製品開発へ反映



## 2. クラウド型

低コスト・短納期・メンテナンスフリーで導入可能



初期費用を大幅に削減

短納期で導入

毎月の増減に対応

システム管理もお任せ

## 3. 実績

多様な業種で積み上げてきた実績



## 4. 営業力

コールセンターに特化した営業サポート

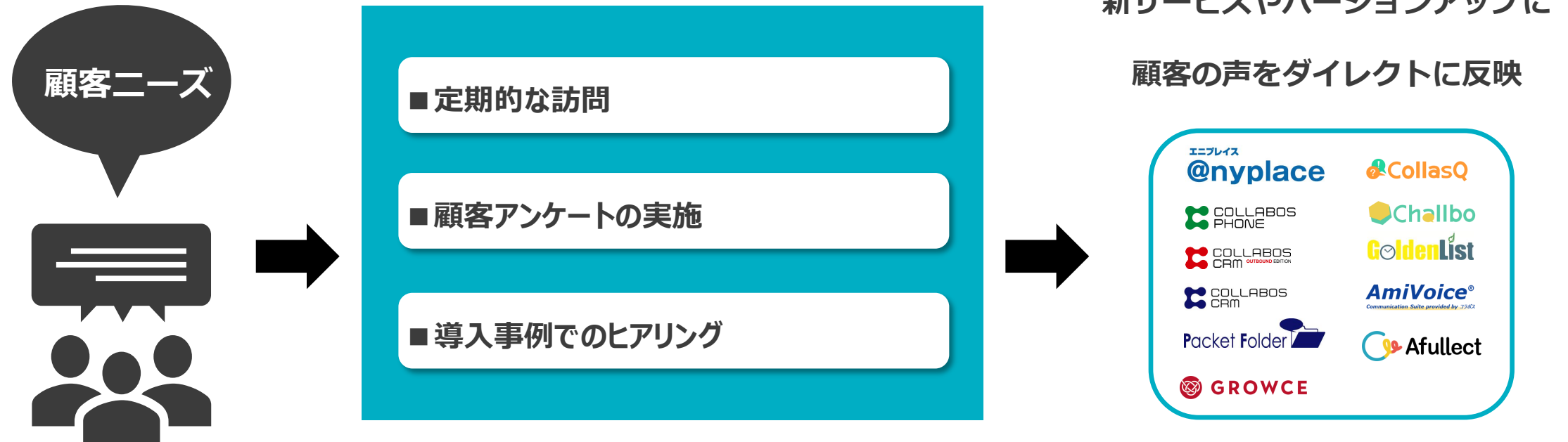


コールセンターを熟知

「顧客理解が早い」「提案内容が適切」

お客様にあったコールフローや運用、導入時の通信事業者とのスケジュール調整や、業務開始後の統計レポート分析の方法等、クライアントに密着したサポートを実施。

直販が9割。顧客ニーズをダイレクトに取り入れ、サービスをエンハンスできる能力



## 顧客が抱えるニーズ

在宅勤務への対応



人手不足への対応



マルチチャネルへの対応



データをマーケティング活用



## 解決する新サービスを開発

2020年 新サービスリリース



2021年 新サービスリリース



2023年 新サービスリリース



## <クラウドサービス導入の4つのメリット>

### 導入初期費用が抑えられる

オンプレミス型と比べて、自社でシステムを保持する必要がないため、システムの購入費用、導入サポート費用、それに関係する人件費などの企業の初期投資を大幅に削減することが可能です。

### 短納期での導入

オンプレミス型と比べて、短期間でコールセンターを構築することができます。運用開始まで、およそ6ヶ月もの短縮が可能となりキャンペーン窓口などの短期間のご利用にも柔軟に対応できます。

### 毎月の席数増減に対応

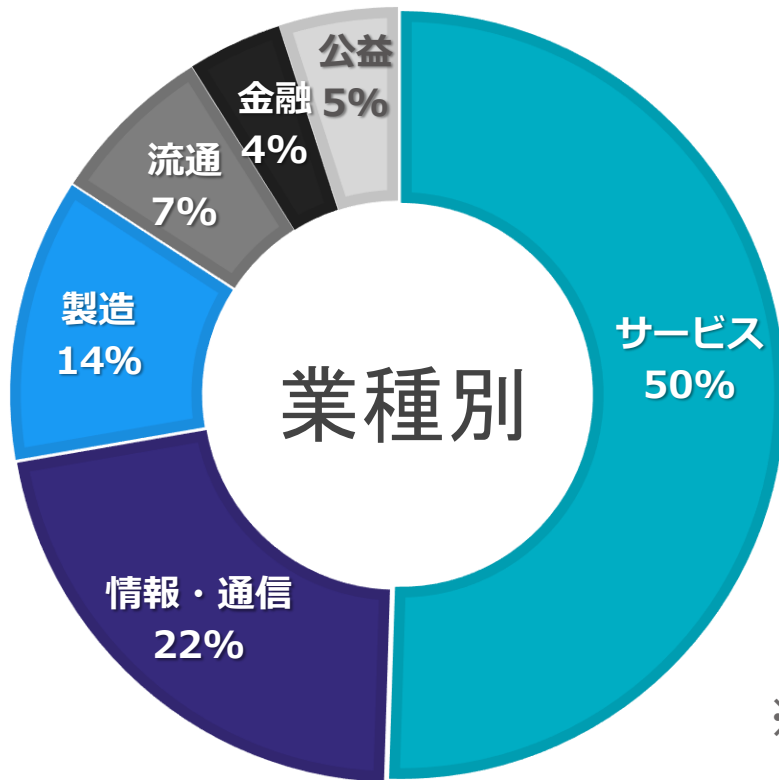
席数に応じた月額課金制のため、変動する業務量に合わせ毎月の席数を増減でき、フレキシブルにコストを調整できます。オンプレミス型と比べて、導入後もシステムのキャパシティを臨機応変に変えることで、機会損失や無駄な設備投資を防止できます。

### 保守メンテナンスはお任せ

手間のかかるシステムの保守管理やバージョンアップ、メンテナンスのための作業員は不要で全てお任せできます。常に最新のサービスが利用可能で、優れたセキュリティと専任技術者による管理体制を誇る安心安全の保守サービスが利用できます。

### ＜導入企業の業種＞

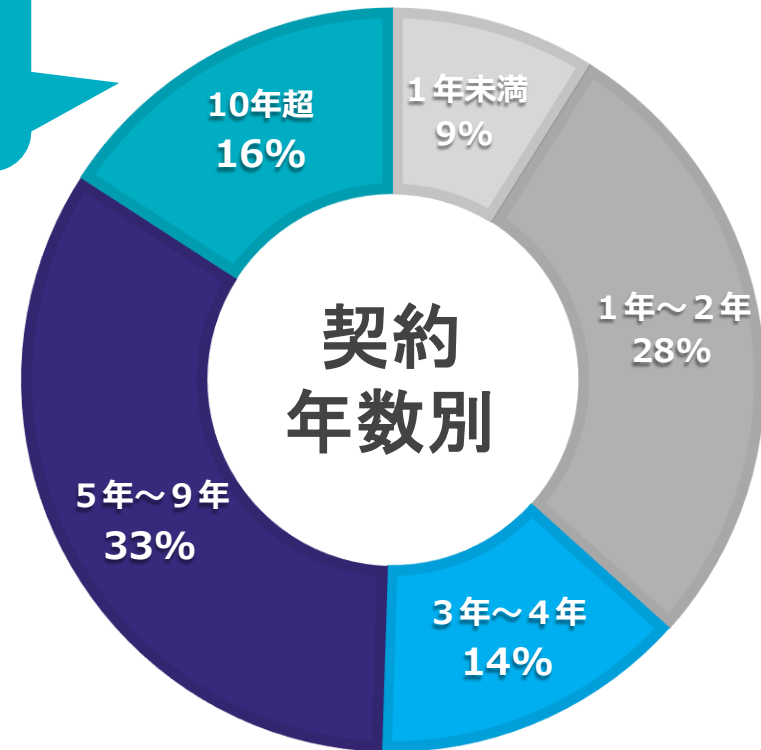
サービス業（主にテレマーケティング、アウトソーシング等）を中心に幅広い業種で導入。



### ＜導入企業の契約年数＞

インフラサービスのため、年々長期契約のウェイトが高まっている。

10年以上利用率  
16% (+1%)



※2023年3月末現在

※現在契約いただいている顧客の契約年数となり、「1年未満」は2023年3月末時点で契約年数が1年未満の顧客となります。

導入企業（一例）

5席前後の小規模コールセンターから300席超の大規模コールセンターまで、約1,000拠点の導入実績。常時11,000席以上が稼働。





## 顧客ロイヤリティを高める顧客サポート

これまでに蓄積した独自ノウハウを基に、システムの提供だけでなく、顧客のパートナーとして一緒に課題に向き合い解決します。

顧客関係性が強い + 満足度が高い = **顧客単価** × **席数** × **継続期間** が上昇

サービスを利用

スピード・丁寧な営業

当社担当者の親身な対応への信頼性が上昇。

トラブル対応力

トラブル発生時の対処が迅速。何かあった時にすぐに相談できる安心感を与える。

コールセンターに強い営業

コールセンターを熟知しているので、顧客理解が早い。話が早く、提案内容が適切なため新しいことも相談しやすい。

+αの価値の提供

互いに案件を紹介したり、協業パートナーとして、顧客へ一緒に提案してくれる。

真のファン

システム提供だけでなく、その先のコールセンターが抱えている課題と一緒に向き合う営業スタイル。

## 5. 前中期経営計画（2021年3月期～2023年3月期）の振り返り

## 3つの成長戦略

### 戦略①

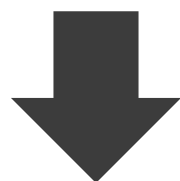
現有サービスへの新ITソリューション（チャット・ボット・FAQ・SMS）追加開発

### 戦略②

AI技術を活用した新コールセンターソリューションのリリース

### 戦略③

コールセンターに集まるデータを活用したマーケティング事業領域への参入



これらのアクションにより

**2023年3月期の売上高目標 28億円の達成を目指す**

戦略①と③は、当初の目標期限の前にサービスリリースを完了。

戦略②は、当初の目標期限から約1年延期となったが、2023年夏にサービスリリース予定。

戦略①

チャット/チャットボット  
FAQ、SMS

戦略②

AI技術を活用した  
新コールセンターソリューション

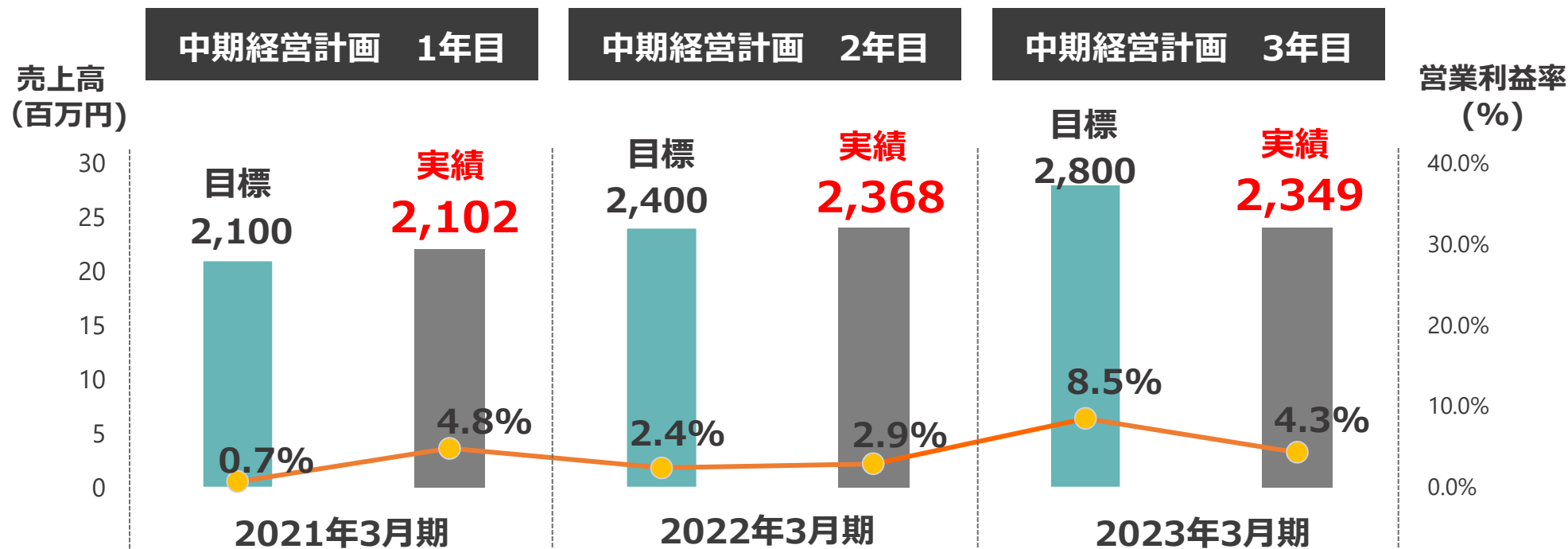
戦略③

デジタルマーケティングツール  
「GROWCE」

当初の目標	実績
2021年3月末までにサービスリリース	2020年10月29日に全てリリース完了。 以降、機能追加などを順次実装予定。
2022年3月末までにサービスリリース	市場のニーズを捉えたサービス機能や内容の拡充等に伴い、開発内容を変更。かつ、品質強化を目的として、テストレベルを引き上げことで、リリースを約1年延期。2023年夏までにサービスリリース予定。
2022年3月末までにサービスリリース	2021年12月24日にリリース完了。 以降、機能追加などを順次実装予定。

大型案件の解約及び成長戦略②のリリース遅延により、売上高目標は未達成。

開発費等の先行投資は、成長戦略②のリリース延期はあるものの、当初の開発計画自体は概ね完了。



開発費等の投資額 (損益計算書計上額)	中計 1 年目	中計 2 年目	中計 3 年目	合計
計画	2.0億円	3.0億円	4.0億円	9.0億円
実績	0.8億円	2.3億円	6.2億円	9.3億円

※一部、発注分も含む

# 6. 事業計画

# 成長投資を収益へつなげる販売拡大フェーズへ

前中期経営計画で成長投資し、創った新サービスを、  
確実に収益へつなげ、企業価値向上を実現する。

企業価値向上



## 2つの戦略による成長イメージ

**戦略①**：当社の売上高の主軸である@nyplaceにおいて、交換機のバージョンアップと体制の最適化により、収益基盤である当社サービスの着実な成長を保つ。



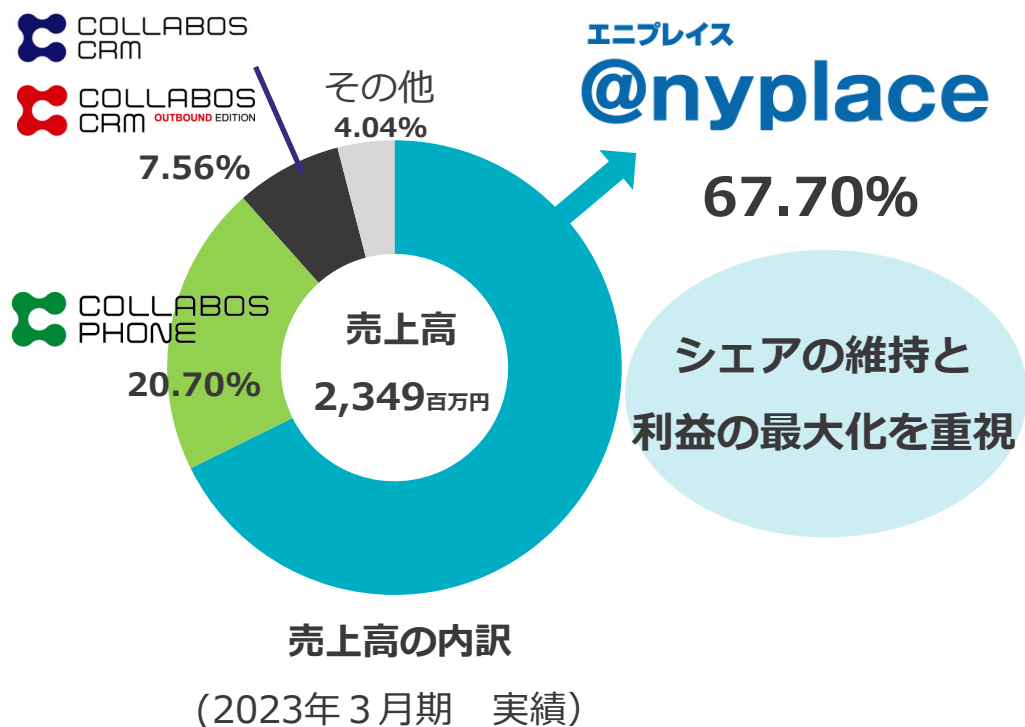
**戦略②**：前中期経営計画で開発した新サービス（コールセンターシステムのAI化+マーケティング活用）を含めた当社独自サービスで、新市場を開拓。多様性、拡張性を低価格で求めるマーケットニーズに対応できる、成長期のサービスで収益の最大化を目指す。





# 戦略① @nyplaceの安定成長

従前から根強いニーズのある電話系サービス「@nyplace」は、当社売上高の約7割を占める根幹サービス。今後も交換機のバージョンアップと体制の最適化により、収益基盤であるサービスの着実な安定成長を保つ。



## 付加価値の高いサービスへ転換させ差別化

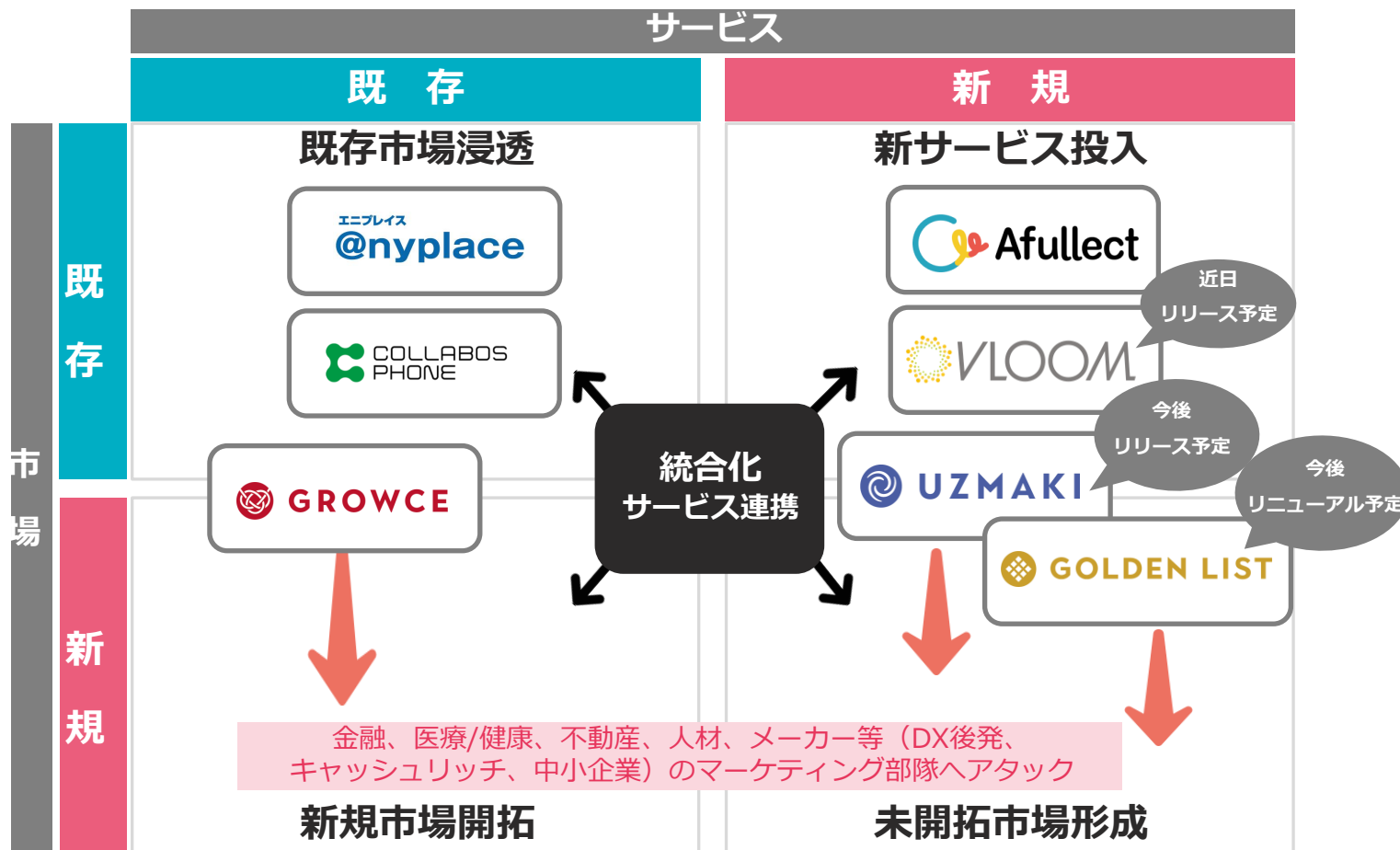
新機能及びサービス対応範囲の拡張、基盤強化、SIP対応や他システムとの連携機能強化のために、交換機（PBX）のシステムバージョンアップを実施。新交換機を構築し、顧客を新交換機へ移行。既存顧客への高付加価値化及び安定供給を実現し、サービスの差別化を図る。

## 自動化/効率化の追求により体制を最適化し、利益最大化へ

当社サービスの独自性を高めるために、新サービス創出部隊へ経営資源（人材等）を再配置するために、根幹サービスにおける作業の自動化や効率化を行う。（例、顧客ポータルサイトやFAQの充実等）

戦略② 独自サービスの飛躍成長

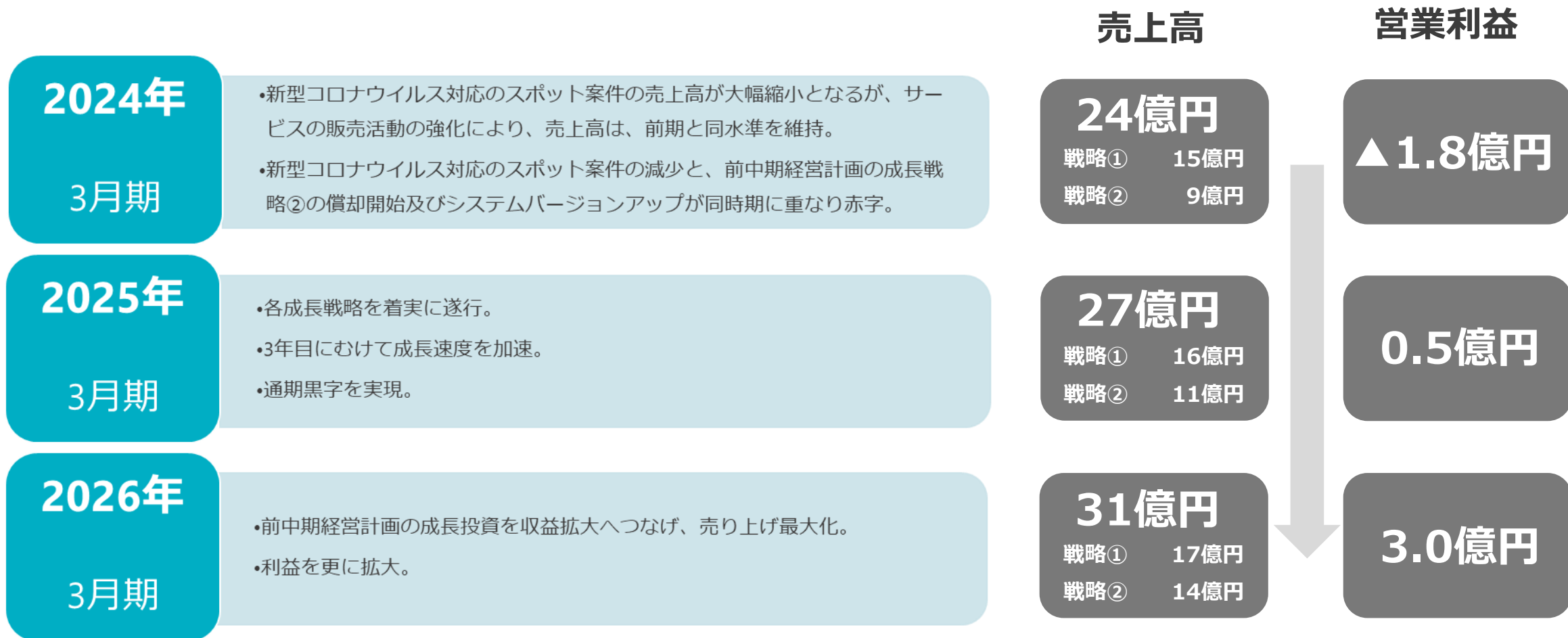
成長期のサービスでマーケットを深耕、開拓、売上最大化



- 新サービス投下、既存市場を更に深耕  
今年4月にリリースした「Afullect」と、近日リリース予定の「VLOOM」で既存市場を更に開拓する
- マーケティングサービスで新規市場を開拓  
マーケティング活用型サービスである「GROWCE」、「GOLDEN LIST」、「UZMAKI」で新規市場を開拓
- 全サービスの連携と統合  
全サービスの連携と統合により、当社独自のサービスを確立

## 3年後の定量指標

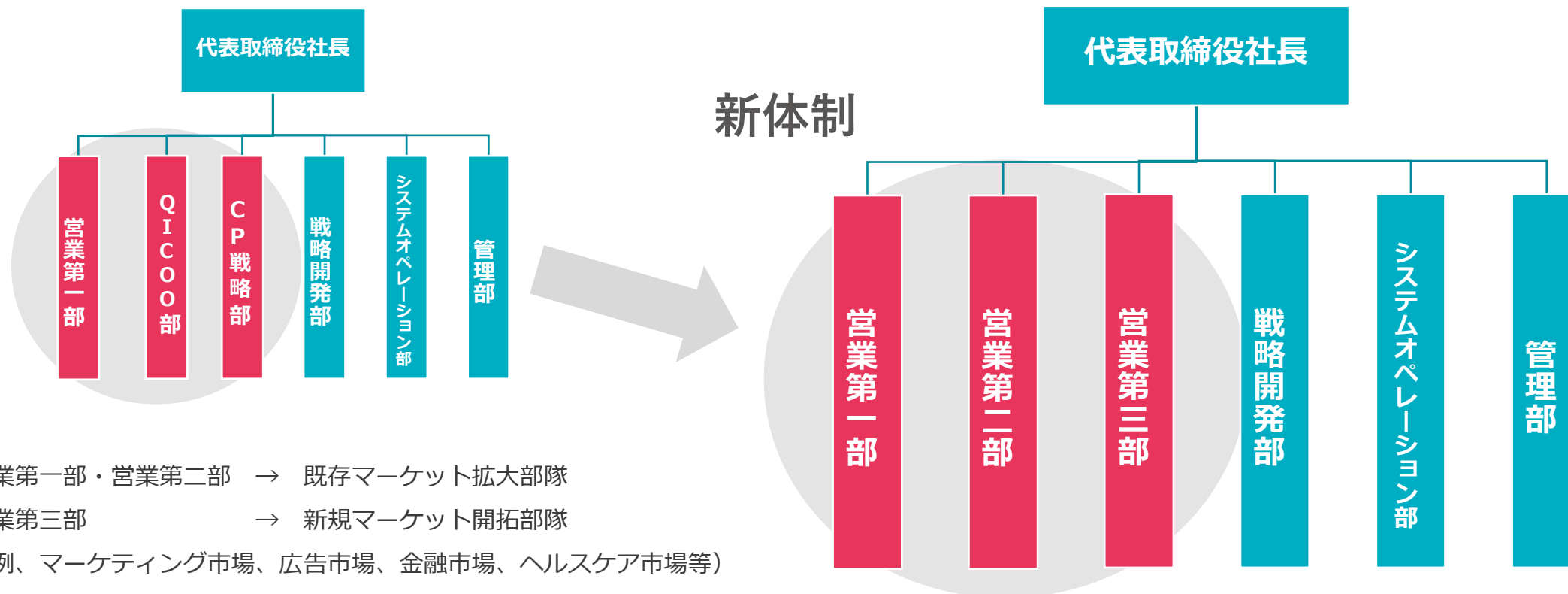
成長投資の結果、2026年3月期 通期は、売上高31億円、利益率9.7%以上へ成長させる。



※上記の2024年3月期の売上高と営業利益は、2023年5月10日公表の業績予想と同じ金額となります。

# 新マーケット・既存マーケットの拡大

営業部を3部制へと変更し、各サービス専任の集中販売型の専任営業から全サービスを営業全体で販売するソリューション提案型営業へ変更。そのため、1商談で最大12サービスの販売機会の創出となり、セット販売の推奨で顧客単価UPをねらい、新規マーケット開拓及び既存マーケットの拡大に努める。



## Webリード数増加、サービスサイト強化



コラボスブログ  
定期的に投稿中



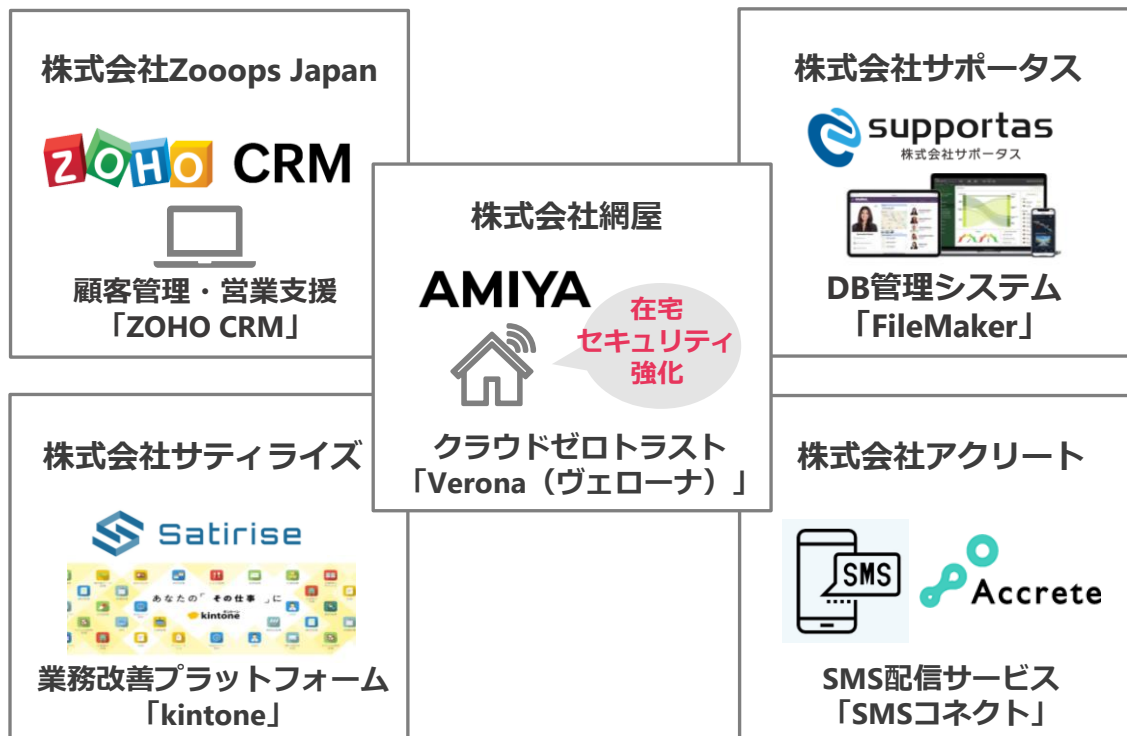
- ➡SEO施策により、セッション数、CV数の増加を図る
- ➡SEOコンサルティングの活用
- ➡オンライン担当者の専任化
- ➡リターゲティング広告、リスタイング広告
- ➡オンラインイベントやセミナー開催



# サービス力強化と販路拡大を実現

昨年より、他社サービスとの連携や販売パートナー契約締結を積極的に開始。今後は、顧客や仕入れ業者等との協業も積極的に進め、サービス力の強化と販路拡大をさらに推進させる。

## 既に協業・連携企業及びサービス



## 今後の協業・連携予定 (例)





# コラボスなら全てワンストップで提供

AI活用で生産性向上を実現  
するサービス



売上・利益に直接貢献する  
サービス



- 通話品質の自動評価
- 架電後のSMS自動送信
- FAQの自動ポップアップ
- 回答候補の自動表示
- 通話内容の自動テキスト化
- 通話内容の自動要約

- 興味関心単語を用いた広告配信
- スコアリング結果後の自動架電対応
- 開封率が低い顧客へアウトバウンド  
開封・クリック率も測定

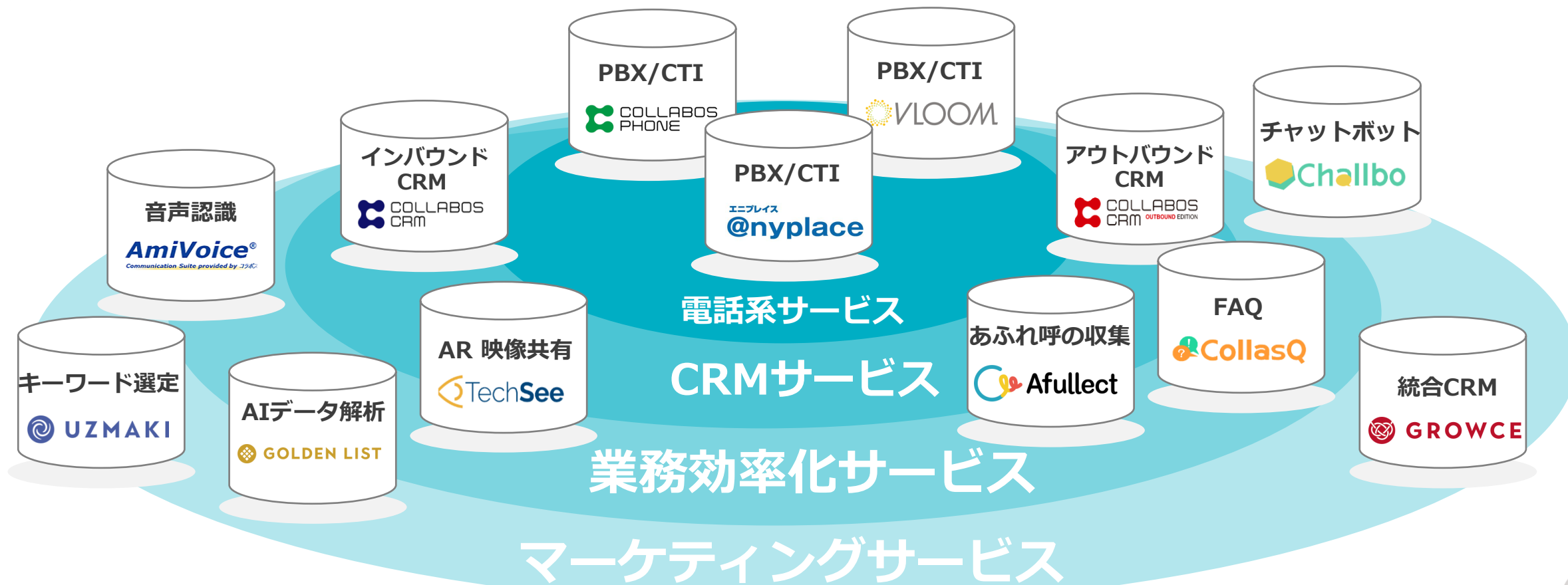


## コラボスの差別化戦略

両方を提供できるのはコラボスだけ

DXを実現するコラボス独自のサービス連携

電話系サービスを中心に  
顧客とのコミュニケーションデータがシームレスにつながる





# 7. リスク情報

項目	主要なリスク	リスク対応策
<p><b>特定サービス 依存のリスク</b></p>	<p>売上高の約7割を占める「@nyplace」は、AVAYA社の日本法人である日本アバイア(株)の代理店を通じて、周辺機器及び備品を調達しており、製品の調達が困難になる等、不測の環境変化等の事態に陥った場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>「COLLABOS PHONE」や中期経営計画の新たなサービス「GROWCE」「VLOOM」等、新たに当社の柱となる製品拡充に向け、積極的な開発投資を実施。また、幅広い業種・業態・規模への顧客提案を行い利益創出を実施。</p>
<p><b>自然災害等による システム障害の リスク</b></p>	<p>本社と、当社が契約するデータセンターは、東京都を中心とした首都圏近郊と福岡県に設置しており、自然災害等の発生により、当社システムを保管しているデータセンターが損傷し、電力供給停止等の事態が起こった場合、サービス提供停止の可能性がある。</p>	<p>事業の信頼性・安定性を重視し、設備及びネットワークの管理に細心の注意を払い運営。データセンターに設置している機器・構成については稼働負荷の物理的かつ理論的な軽減を実行し、万一トラブルが発生した場合は、短時間で復旧できるように復旧テストやリスク管理体制を整備。</p>
<p><b>システム不具合の リスク</b></p>	<p>一般的に高度なシステムにおいて、大小はあるものの欠陥発生を完全に解消することは不可能であり、予期せぬシステム不具合が発生し、当社が適切に解決できなかった場合、サービス提供が困難になる可能性がある。</p>	<p>当社エンジニア職人員の確保、拡充及び研修等による技術力の向上に努める。外部ベンダーの知識やノウハウも活用し開発・保守及び運用体制の充実を図り、システム不具合の発生を未然に防ぐ体制の構築に努める。</p>

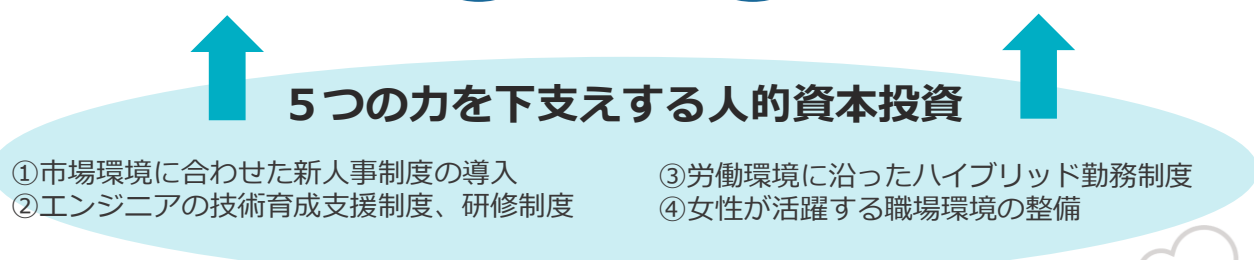
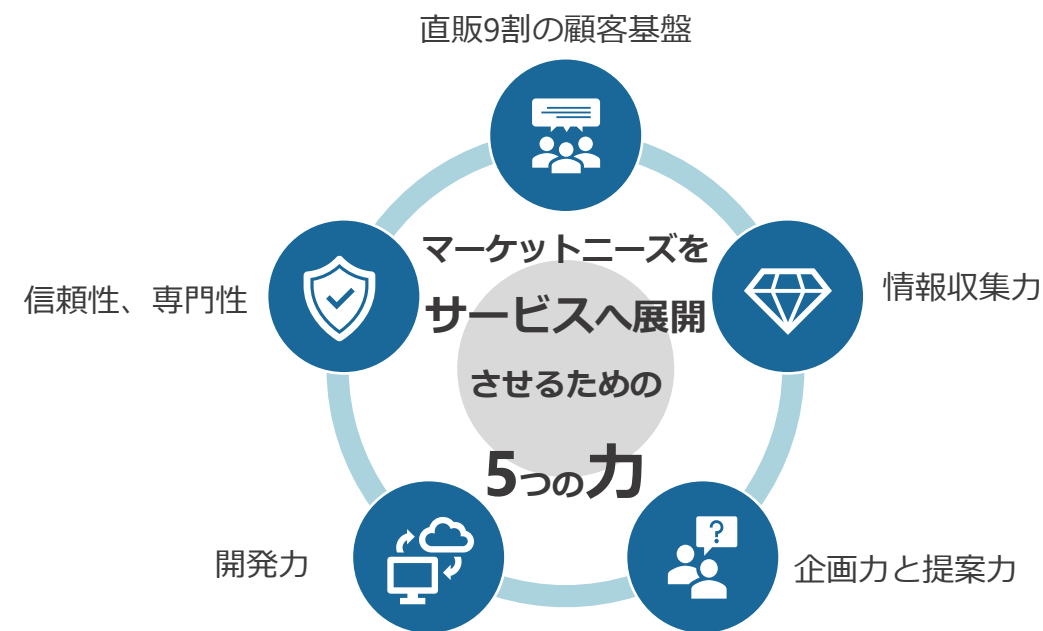
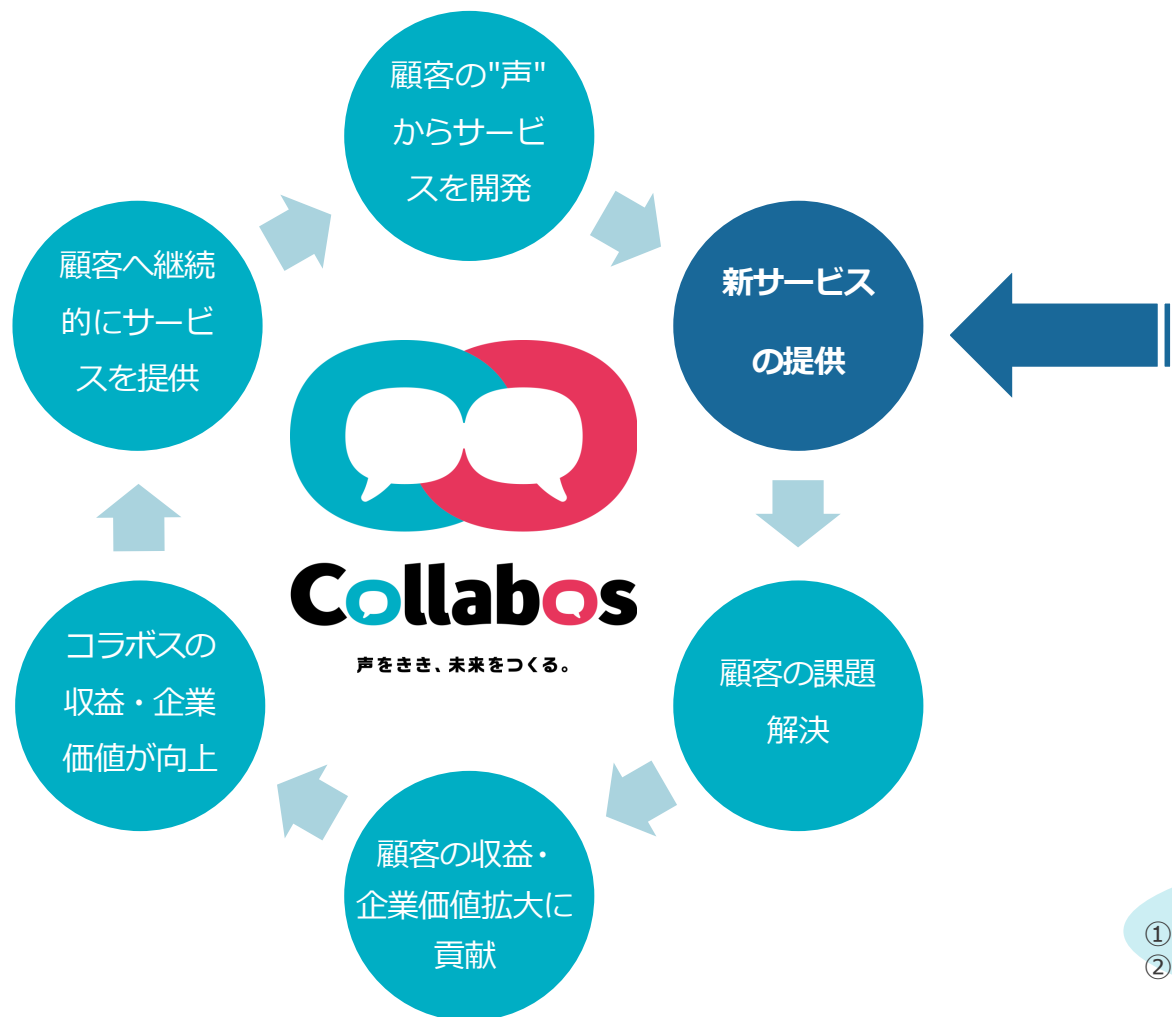
項目	主要なリスク	リスク対応策
<p>新規事業及び 新サービス開発 のリスク</p>	<p>市場ニーズに対応した新たな機能及びサービスの開発、新規事業領域参入の取り組みにおいて、計画通りに進捗しなかった場合、また、想定し得ないような技術革新が起きた場合、あるいは当初期待した通りの成果を上げることができなかった場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性がある。</p>	<p>更なる事業成長及び利益創出に向け、新機能や新サービスの開発、新規事業領域への参入を実施するために、それらの専門分野に精通した人材の確保及びノウハウや実績があるパートナー企業との協業、市場動向の把握、エンジニアの新たな技術要素の取得支援等を実施することで対応する。</p>
<p>買収及び事業提携 のリスク</p>	<p>経営の効率化と競争力強化のため、企業買収や資本参加を含む投資、他社との業務提携等により、事業の拡大を行う場合に、活動が円滑に進まず、当初期待したとおりの効果が得られない可能性がある。</p>	<p>M &amp; A や業務提携については、事業における相乗効果などを勘案した上で検討することで対応する。</p>
<p>事業環境のリスク</p>	<p>インターネットやクラウド等に関する新たな規制やその他予期せぬ要因等により、急激な変化に見舞われ、使用環境への制限等を通して事業成長が阻害される可能性がある。競合他社等により先進的な技術革新があり、当社の対応が遅延した場合には当社の事業に影響を及ぼす可能性がある。</p>	<p>クラウド、ビッグデータ等関連市場の変化に応じた関連サービスを多角的に展開することで対応する。クライアントへのアンケート、訪問等の日々の営業活動の中でニーズを集約しながら、積極的な技術投入を行い、競争力のある独自のサービスを構築することで対応する。</p>

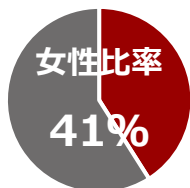
項目	主要なリスク	リスク対応策
<p>市場競争について</p>	<p>成長市場のため、大手システムエンジニアリング会社や、通信事業者等の競争力の高い企業などの新規参入企業の増加による競争激化により、新規顧客の獲得の低下や既存顧客の解約、単価の下落が生じる可能性がある。</p>	<p>健全な競争の下で、早期に事業参入をしたパイオニアとしてのメリットを活かしながら、他社より市場ニーズに合致したサービス等を開発・展開し、差別化を図ることで対応する。</p>
<p>顧客のクラウドサービス利用方針変更のリスク</p>	<p>顧客がクラウドサービスの利用方針を変更し、自社でのシステム運営に切り替えた場合、当社のサービスを解約する可能性がある。</p>	<p>コールセンターシステム等のクラウド提供だけでなく、ビッグデータ等関連市場のマーケティング事業など関連サービスを多角的に展開することで対応する。</p>
<p>感染症のリスク</p>	<p>流行の再拡大や新ウイルスの蔓延等により、景気後退に伴うIT投資の減速等が発生した場合、新規顧客への営業活動や2023年5月に公表した「中期経営計画」が計画通り進捗しない可能性がある。</p>	<p>営業活動のオンライン化等、出社によるオフィスワークと在宅によるテレワークを組み合わせた勤務形態をとっており、今後の市場環境を注視しながら事業運営に取り組むことで対応する。</p>

※その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照ください。

# Appendix

当社は、顧客が抱えている課題を解決するサービスを提供し続けることで、顧客の企業価値向上に貢献し、それが当社の企業価値向上につながり、顧客へ継続的なサービスを提供できるというライフサイクルを重視しています。また、業務提携先とのパートナーシップやコラボレーションを推進し、多様化・複合化する顧客ニーズに対応することを重視しています。





## 男女平等に活躍できる職場環境

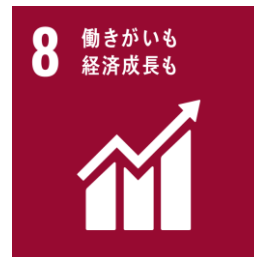
正社員・正職員に占める女性の割合は41%、**全国平均27.4%※**と比べ**10%以上**高い割合で従事しています。

## 女性管理職は20%

「女性活躍推進法」に基づき、女性管理職を増やすことを目標としており、現在、管理職全体のうち、**約20%**が女性となっています。（課長相当職以上（役員を含む。）管理職に占める女性の割合：全国平均12.3%※、情報通信業10.6%※）



※厚生労働省／令和3年度雇用均等基本調査：https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/71-r03/02.pdf



## 育児休業からの復職率

短時間勤務制度や育児・介護休暇等、出産・育児休業後も「利用しやすく働きやすい」職場環境を重視しています（**男性の育児休業取得実績**もあり）。

## 独自の表彰制度の運用・表彰を継続的に実施

ワークモチベーションアップとして、年に1度、業務内容やプロジェクトの大小にかかわらず、会社の業績に直結しない功績を表彰する独自の表彰制度を運用しています。



## 高価なシステムを手軽に安価で多くの人へ提供

従来のコールセンターシステムは、自社で構築するのが主流で、高額で膨大な初期投資と膨大な時間が必要でした。当社は、安価でより手軽に多くの企業が利用できるよう、クラウド型で提供しており、顧客の持続可能なインフラ構築に貢献しています。

## 開発従事者の増加、技術能力の向上

顧客が利用する当社システムの高度化に対応するため、エンジニアの技術育成支援及び研修制度を導入し、技術力向上のための資格取得奨励及び人材育成に努めています。また、人材開発支援助成金制度なども活用しています。



## 消費電力やCO2排出量が少ないシステムを採用

当社がクラウド型で提供するシステムは、世界トップレベルのエネルギー効率を実現する環境対応型大規模データセンターに設置しており、最新鋭の外気空調システム『GreenMall®』を採用することで、空調消費電力やCO2排出量の大幅削減を実現しています。

## ペーパーレス化やクールビズの取り組み

オフィスでの環境対策、在宅ワークの推奨に伴い、オフィスのスリム化を目指しております。また、ペーパーレス化、クールビズ等の取り仕組みも実施しております。

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により今後変動すること可能性があります。

従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性が存在しますことを、予めご了承ください。

**※本資料は、年1回6月末に更新・開示いたします。**

### 〈お問合せ先〉

株式会社コラボス

管理部 総合企画課 IR担当

TEL:03-5623-3473 ir@collabos.com





**Collabos**

声をきき、未来をつくる。