



# 事業計画及び成長可能性 に関する事項の開示

---

2025年6月30日

株式会社コラボス（東証グロース：3908）



# Agenda



1	会社概要 . . . . .	P.3
2	ビジネスモデル . . . . .	P.7
3	市場環境 . . . . .	P.17
4	競争力の源泉 . . . . .	P.24
5	事業計画 . . . . .	P.32
6	リスク情報 . . . . .	P.44

# 1. 会社概要

会社名	株式会社コラボス
設立	2001年10月26日
所在地（本社）	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
事業内容	コールセンターシステム及び マーケティングシステム等のクラウドサービス事業
資本金	349百万円（2025年3月31日現在）

## 取得資格・認証

- ・プライバシーマーク付与認定
- ・ISMS認証（ISO27001）
- ・電気通信事業（届出番号A-13-05032）
- ・電気通信番号使用計画認定（総基番第119号）
- ・ETOC（電話事業者認証機構）  
優良電話事業者認証（登録番号U0031）



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サービスとして提供している会社です。

企業とエンド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社会に貢献します。



## 当社



クラウドサービスの開発 / 提供 / 保守

コミュニケーションの最適化

- ・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

- ・人材不足、人材定着
- ・自動化、生成AI活用
- ・顧客満足度向上、売上向上
- ・VoC（顧客の声）を活用したい



企業

## 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。

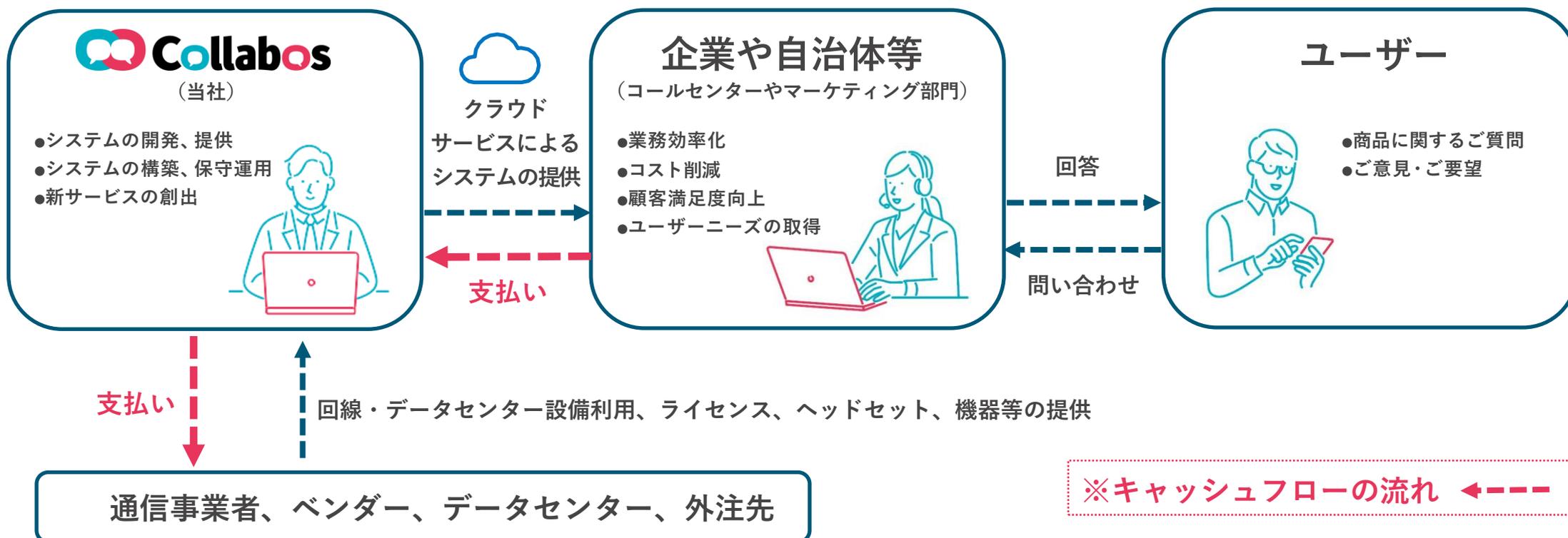
## 5つの行動指針

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。

## 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)



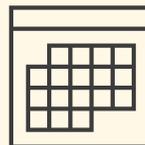
エニプレイス  
**@nyplace**

 **COLLABOS  
PHONE**

 **VLOOM**

## 顧客情報管理

(CRM)



 **COLLABOS  
CRM**

 **COLLABOS  
CRM** OUTBOUND EDITION

## 業務効率化

### マーケティングサービス

(音声認識 / AI分析 / FAQ)



 **UZ**

 **GROWCE**

 **GOLDEN LIST**

**AmiVoice**<sup>®</sup>  
Communication Suite provided by 23&C

 **TechSee**  
Intelligent Visual Assistance

 **Afullect**

 **CollasQ**

**Packet Folder** 

## IP 電話交換機システム (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3タイプの電話システム。在宅勤務にも対応。

エニプレイス  
**@nyplace**



堅牢性・高機能を求める顧客向け  
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。ハードフォン型とソフトフォン型の2タイプを選択可能。

**COLLABOS  
PHONE**



低価格で手軽さを求める顧客向け  
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。

**VLOOM**

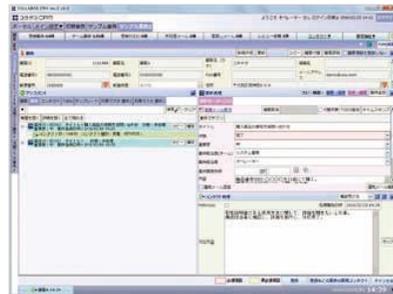


AIコールセンターを求める顧客向け  
自社開発のソフトフォン

音声認識、自動要約、スマホ対応、テキストチャット等の機能を搭載。プラットフォームは、AWSを採用し、完全冗長化構成。UI/UXにもこだわったロケーションフリーで利用可能なAIコールセンターシステム。

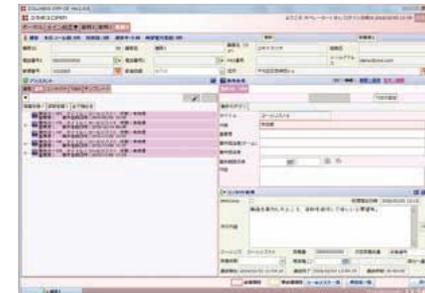
## 顧客情報管理システム（CRM）

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できる顧客情報管理システム。



### 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システム。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。オプションとして、発信者の顧客情報を画面上に自動表示させるポップアップ機能も搭載。



### アウトバウンド型 CRMシステム

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システム。テレセールスやインサイドセールス等の効率化に最適。オプションとして、架電先へ自動発信し、不応答の場合は自動的に次の架電を行うプログレッシブ機能等も搭載。

## 業務効率化・マーケティングサービス

コールセンターで蓄積したデータをAIで分析し、効果的な広告配信やDM等へ活用するマーケティングシステムや業務効率化を促進する各種システムも提供。



### AIマーケティングシステム

コールセンターで蓄積する音声データから顧客の興味・関心をAIで解析し、「興味関心キーワード」を抽出。その抽出結果を基に生成AIの活用により、FAQ、広告テキスト、メルマガ、トークスクリプト等が自動作成されるシステム。



### 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、コールセンターに蓄積される応対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。



### AI顧客分析/リスト作成サービス

当社独自の統計解析技術を使用したデータマイニングツール。企業データを独自解析し、成約見込みの高いリストを作成。ダイレクトメール送付やアウトバウンドコールにおける費用対効果を高め、収益向上に貢献。



### AI音声認識

リアルタイムに音声をテキスト化。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。



### AR映像共有

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。



### あふれ呼の収集

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。



### FAQ

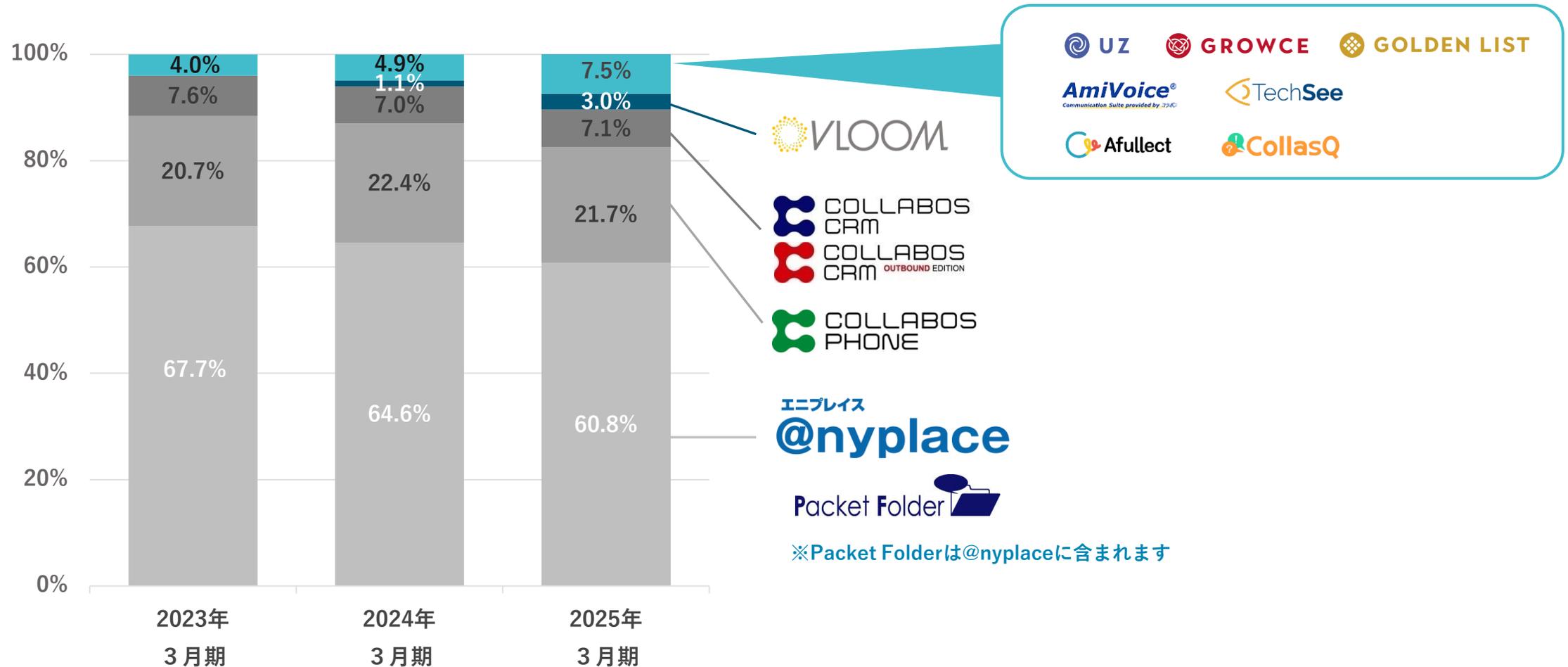
よくある質問を蓄積・活用するシステム。企業ホームページのよくある質問として公開したり、オペレーターが回答する際の検索システムとしても利用可能。



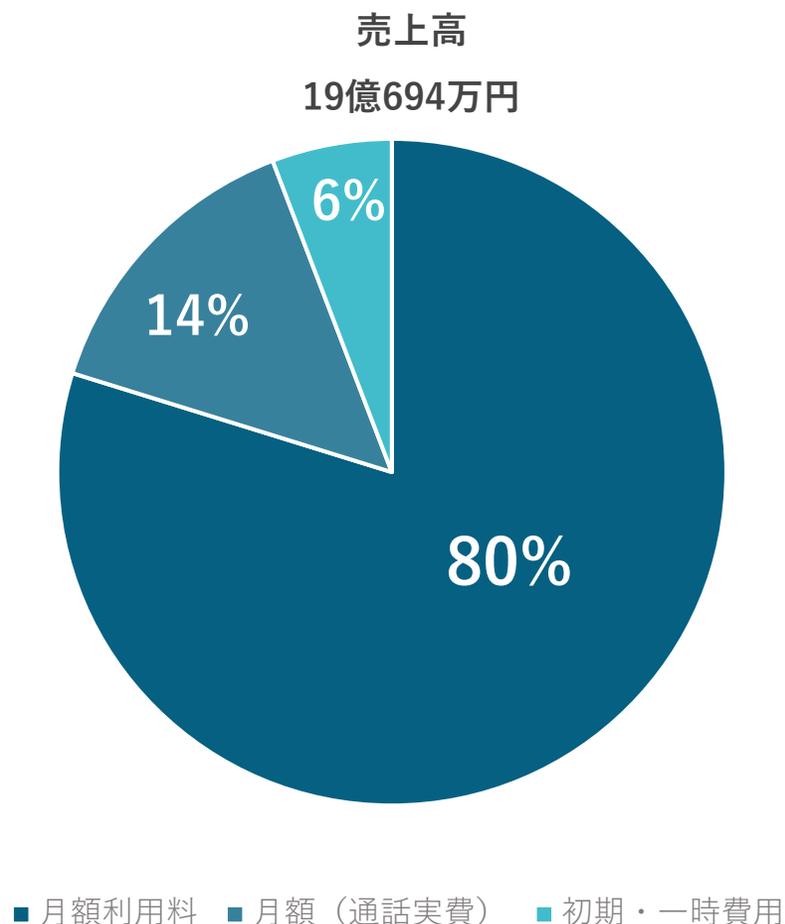
### 通話録音

「@nyplace」利用者向けの高精度な音声通話録音システム。音声ファイルの検索も可能。

- 売上高の約6割は「@nyplace」によるものだが、自社開発の「COLLABOS PHONE」をはじめ「VLOOM」「GROWCE」「UZ」等の割合が増加。
- 「@nyplace」への一極集中リスクから脱却し、**自社ブランドの販売拡大**が進行。



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。



### 初期・一時費用

設計、設定やアカウント発行等に係る初期費用、ヘッドセット、ネットワーク機器等購入費用、営業時間やコールフロー等の設定変更費用等があります。

### 月額利用料（通話実費のみ）

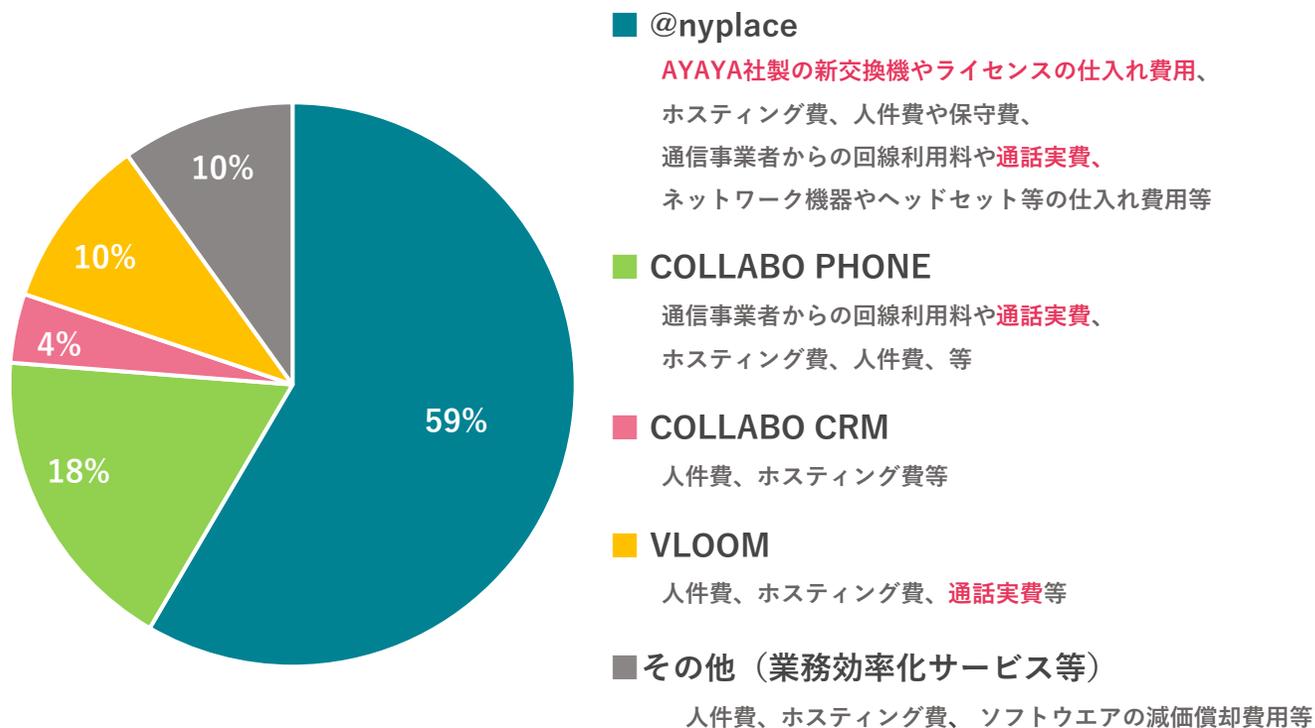
当社名義の電話回線利用時の通話料の実費により若干変動します。

### 月額利用料（通話実費以外）

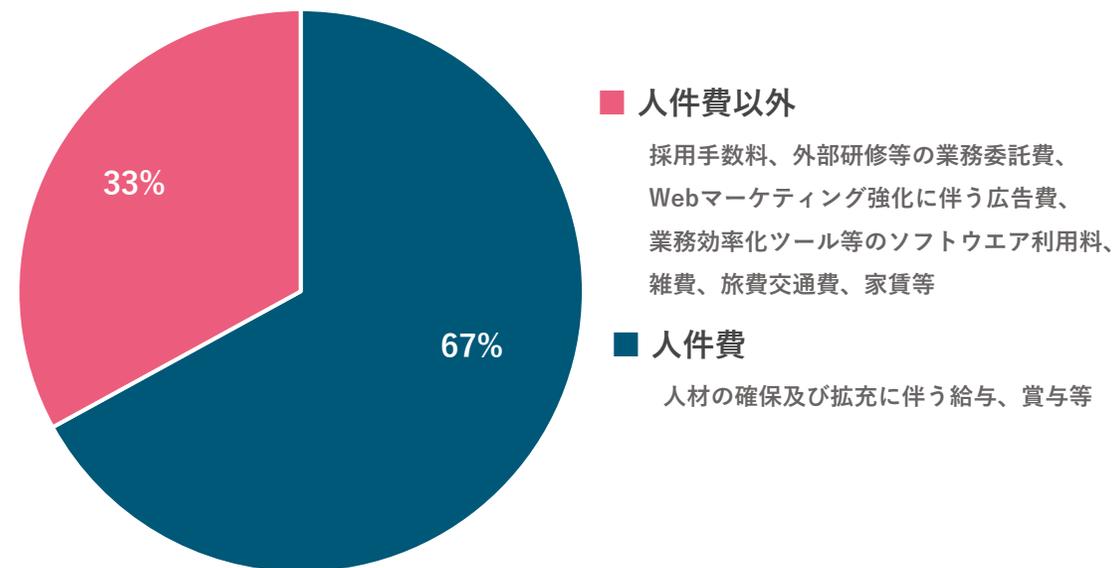
利用席数やID数に応じた課金型で、オプション機能の追加により利用料は変動します。

- 売上原価の約6割は「@nyplace」が占める。各サービス、ホスティング費用や人件費、通話実費が中心。
- 販売費及び一般管理費は人件費等の固定費が中心。

### 売上原価の構成比率（2025年3月期実績）



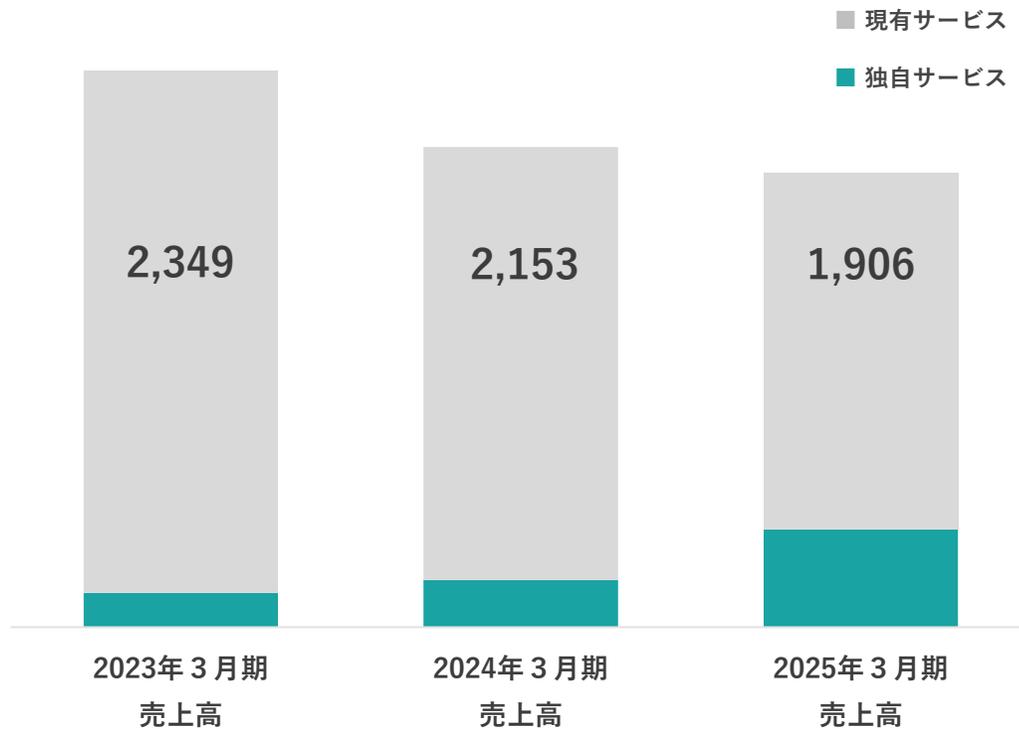
### 販売費及び一般管理費の構成比率（2025年3月期実績）



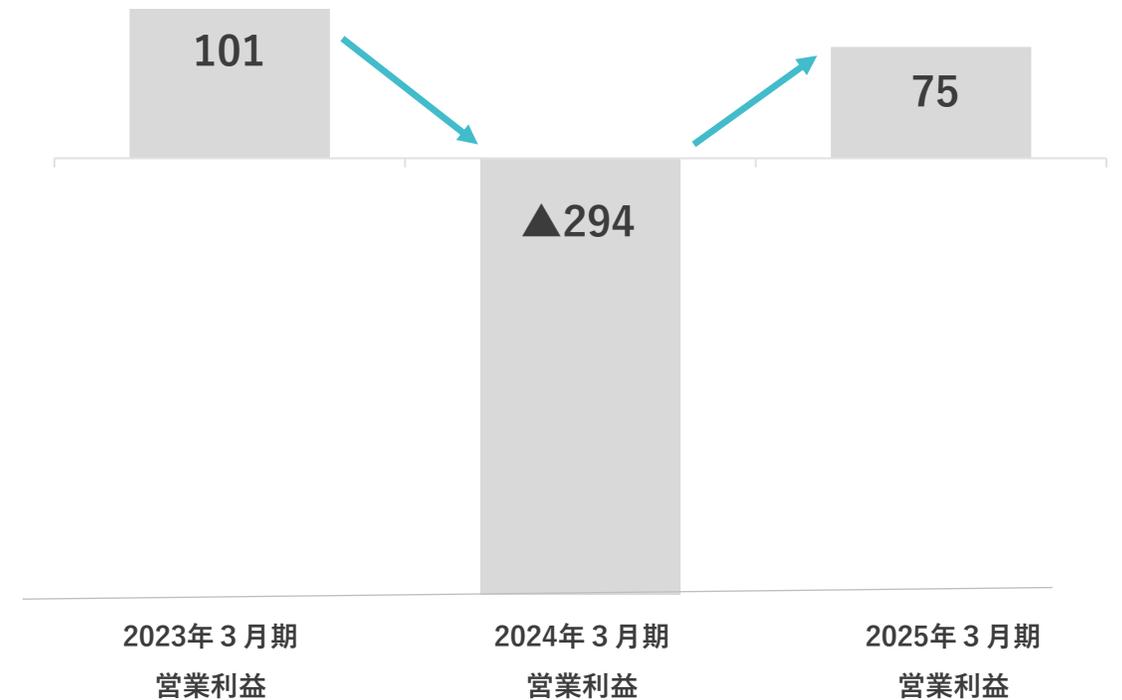
- 2025年3月期の売上高は、新サービス「VLOOM」や「UZ」等の新規獲得がある一方で、「@nyplace」等の  
 現有サービスにおける特定の大口顧客の業務縮小、並びに既存顧客における大幅なコスト削減等の影響により**減少**。
- 利益については、全社的な「コスト改善施策」の取り組み結果により、**黒字へ転換**。

(単位：百万円)

売上高

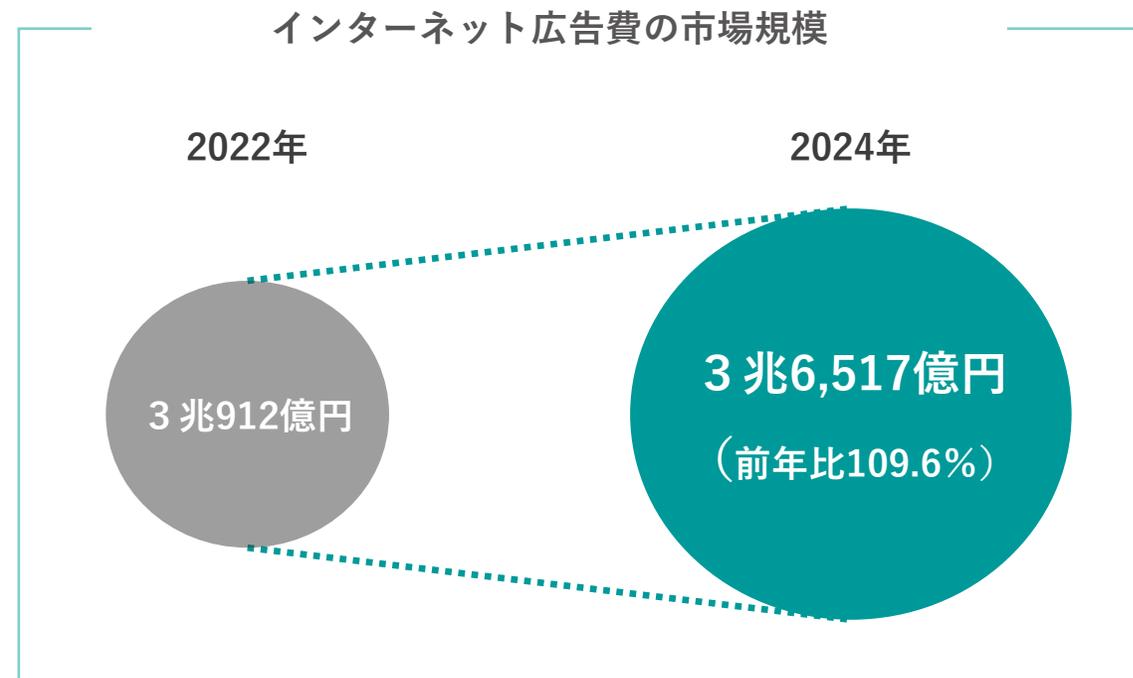
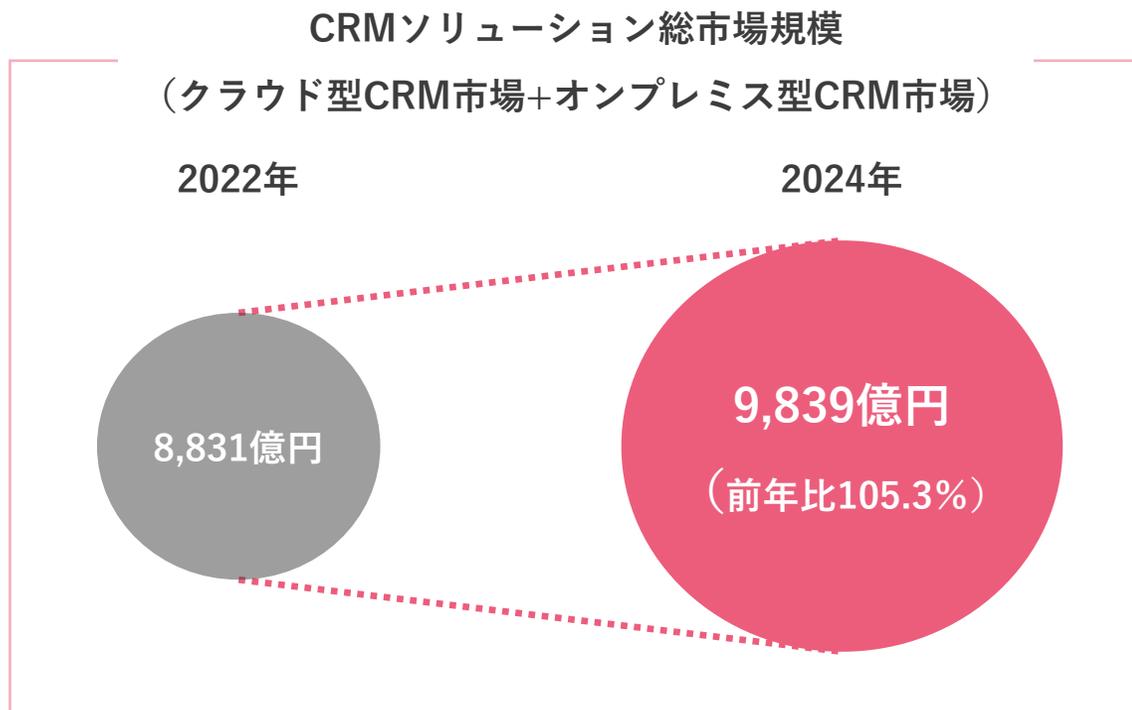


営業利益



# 3. 市場環境

## CRMソリューション総市場規模、インターネット広告費の市場共に、拡大。



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 2024年度版クラウドCRM市場編 (第8版)」

(発刊：2024年12月12日) (<https://mic-r.co.jp/mr/03290/>)

出所：2022年日本の広告費 電通

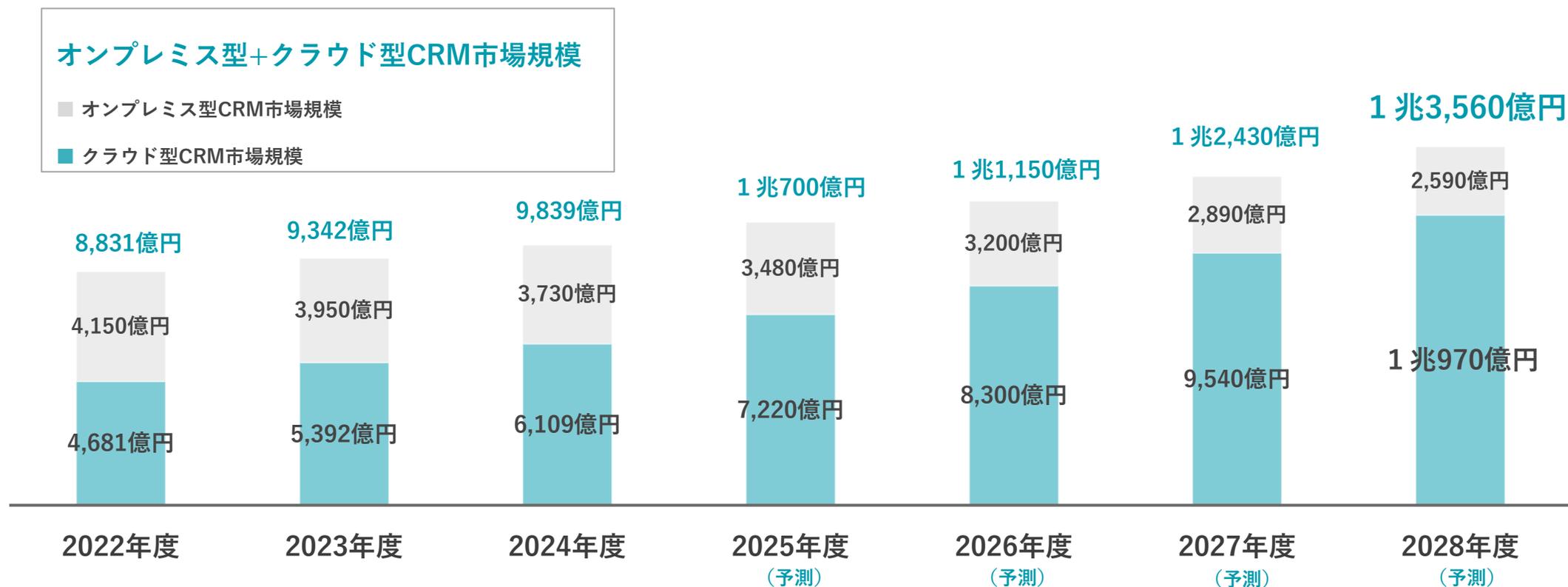
(<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2023/0224-010586.html>)

2024年日本の広告費 電通

(<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0227-010853.html>)

オンプレミス型は、ダウントレンド。

クラウド型はアップトレンドで、2028年度には、1兆970億円になると予測。



※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 2024年度版クラウドCRM市場編（第8版）」（発刊：2024年12月12日）（<https://mic-r.co.jp/mr/03290/>）

## ノンボイス系システムの需要増加

ユーザーニーズの多様化を背景に、コールセンターの問い合わせ窓口は、従来の電話やメールだけではなく、メール、チャット、チャットボット、ボイスボット、Webフォーム、SNS、FAQ等のノンボイス系システム（音声を使わないコミュニケーション手段）の需要が増加。

## ロケーションフリーの定着

新型コロナウイルス感染拡大後も、事業継続計画（BCP）等の観点から在宅勤務は、引き続きニーズとして存在。オペレーターの人材確保やES向上（従業員満足度）においても有効なため、ロケーションフリーで利用できるサービスが当たり前になってきている。

## 生成AIや音声認識等のAI技術が進展

オペレーターの人材不足や人件費の高騰を背景に、コールセンター業務のAI化が加速。生成AIや音声認識等による通話の自動要約、オペレーターの自動評価等のIT技術が進展。音声データと生成AIの連携によるFAQの自動生成等、AIで業務の効率化を図り、オペレーターの離職率低下や定着率UPにつなげる動きが増加。

## VoC（顧客の声）の活用が活性化

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。企業が保有している顧客データや問い合わせ履歴をAIに解析させ、CS向上や販売促進につなげる等、マーケティングへの活用が本格化。

- コールセンターは、コストセンターからプロフィットセンターへ変化。
- 多くのコールセンターの現場は、以下1stと2ndの段階（応答率と応対品質向上）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。
- 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

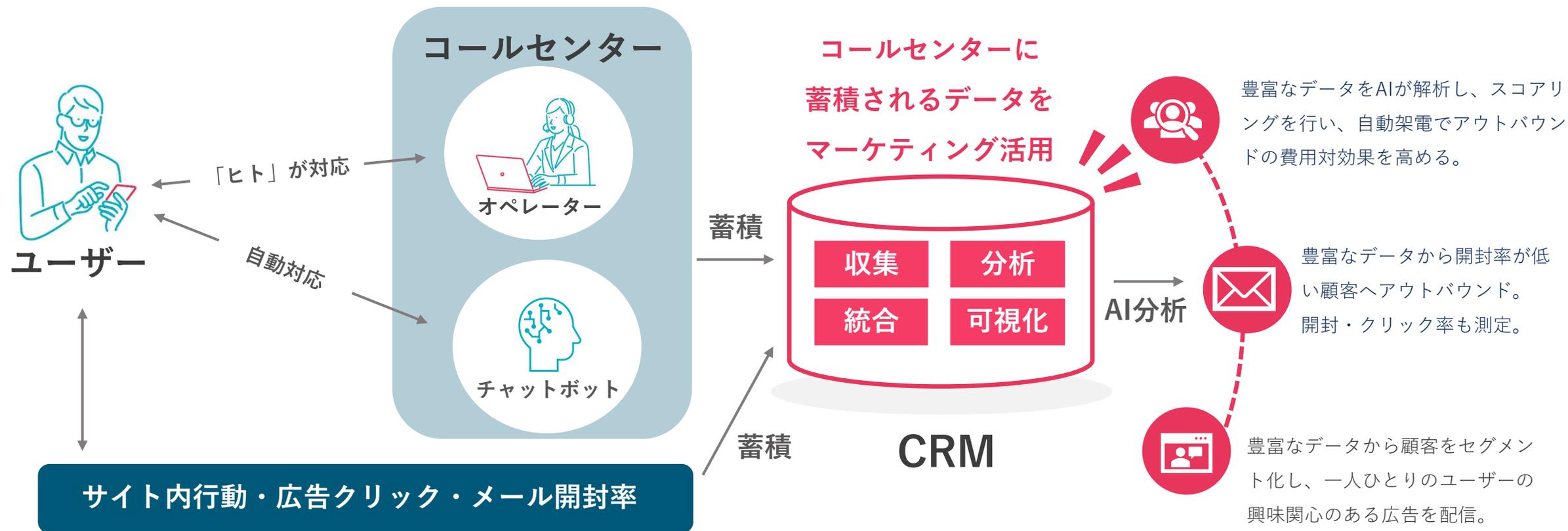
- 応答率を高める。
- 入電数に対して適切な応答率を確保。

- 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。
- 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。



- 大手企業はオンプレミス型の提供が多いが、メンテナンス等が手間の為、**オンプレミスの市場は減少**している。
- 当社は、**上場企業であり、20年以上の提供実績**があることから**信頼性が評価**され、**大企業からの引き合いも多い**。
- 電話機能の**PBX**や顧客情報管理機能の**CRM**の両方をサービスとして取り揃えている企業は、**ほぼ当社のみ**（当社調べ）。
- **プロフィットセンター化**に寄与するマーケティングサービス等、**コールセンターに特化したオンリーワンなラインナップ**が強み。

	当社	大手企業	非上場企業
サービス提供形態	クラウド型	オンプレミス型が中心 クラウド型もあり	クラウド型
顧客層	中小企業から大企業	中小企業から大企業	中小零細企業が中心
席数規模	5席～200席が中心	50席～500席以上が中心	5席～200席が中心
サービス提供実績	20年以上の実績	20年以上の実績	10年以下の実績が多数
提供サービス	PBXもCRMも提供 サービスの種類が豊富 マーケティングサービス等	CRMは、 提供無しが多い	CRMは、 提供無しが多い

## 4. 競争力の源泉

## 1. 製品開発、サービスラインナップ

直販が9割。顧客の「声」をダイレクトに製品開発へ反映  
コールセンターに必要な機能は、全てワンストップで提供



## 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

フレキシブルにコストを調整

保守メンテナンスは不要

## 3. 実績

多様な業種で積み上げてきた実績



メーカー



製薬



小売製造



金融



テレマーケティング  
アウトソーシング



不動産



ソフトウェア  
情報サービス



官公庁自治体



旅行

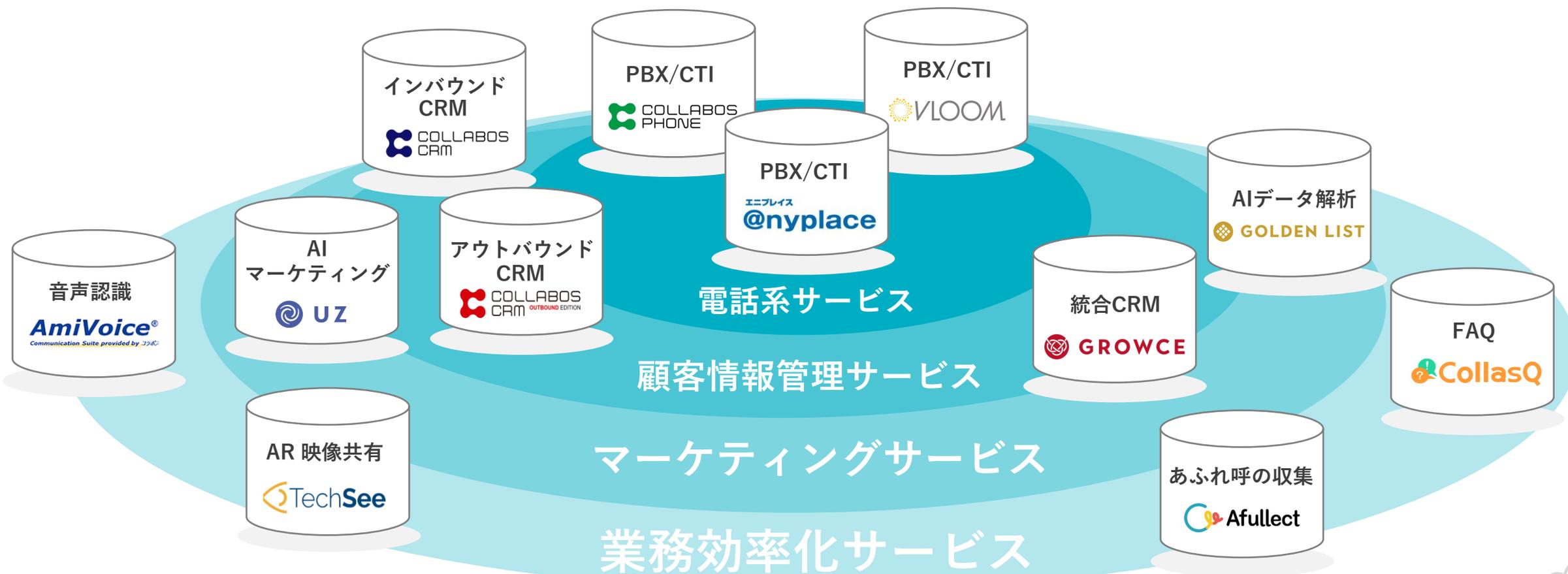
## 4. 営業力

顧客ロイヤリティを高める顧客サポートを重視



これまで蓄積した独自ノウハウを基に、システムの提供だけではなく、顧客のパートナーとして一緒に課題に向き合い解決する営業スタイル

- 直販が9割。顧客の「声」をダイレクトに製品開発へ反映。
- 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サービスを展開。
- コールセンター運営に必須なサービスだけでなく、営業活動やマーケティング施策に貢献するサービスまでワンストップで提供。
- DXを実現する当社独自のサービス連携が強み。



- 通話内容の自動テキスト化、自動要約や回答候補の自動表示等のAI活用でコールセンターの生産性を向上させるサービスを提供。
- 音声データを用いた「興味関心キーワード」の抽出、生成AIとの連携によるFAQやトークスクリプト等の自動作成、アウトバウンドの費用対効果をUPするAI解析ツール等、売上・利益に直接貢献するマーケティングサービスを提供。



両方を提供できることが当社の差別化戦略

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  
マーケティングサービス



通話内容の  
自動要約

通話内容の  
自動テキスト化

FAQの自動  
ポップアップ

架電後の  
SMS自動送信

回答候補の  
自動表示

通話品質の  
自動評価

興味関心ワードを  
抽出し広告へ活用

メール配信、  
クリック率等測定

Webサイト  
アクセス計測

FAQ、メルマガ、  
トークスクリプト等を自動作成

ニーズが高く見込み  
のある顧客の発見

<クラウドサービス導入の4つのメリット>

初期費用を  
大幅に削減

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やそれに関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。

短納期で導入

オンプレミス型と比べて、短期間（約6ヶ月の短縮）でコールセンターを構築することが可能。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可能。

フレキシブルに  
コストを調整

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て毎月の席数を増減でき、フレキシブルにコストを調整可能。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。

保守メンテナンス  
は不要

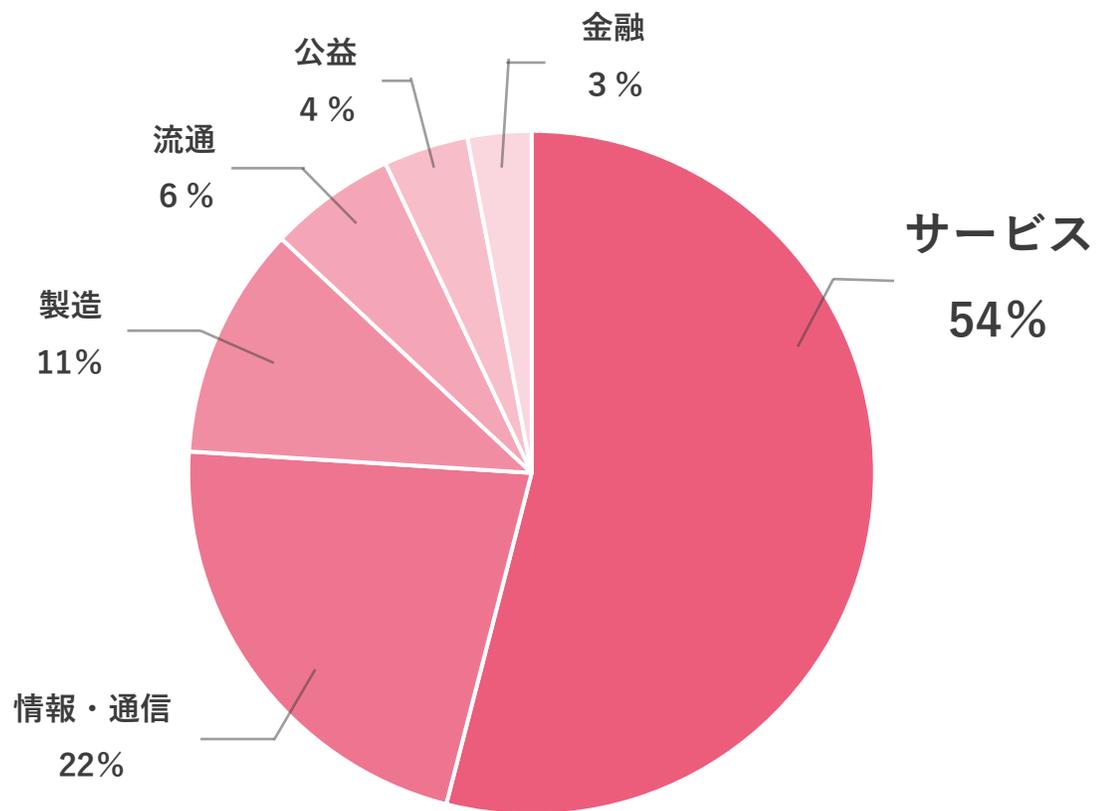
手間のかかるシステムの保守管理やバージョンアップ、メンテナンスのための作業員は不要。優れたセキュリティと専任技術者による管理体制で、常に最新のサービスが利用可能。

300席超の大規模コールセンターから5席前後の小規模コールセンターまで、約1,100拠点以上の導入実績。



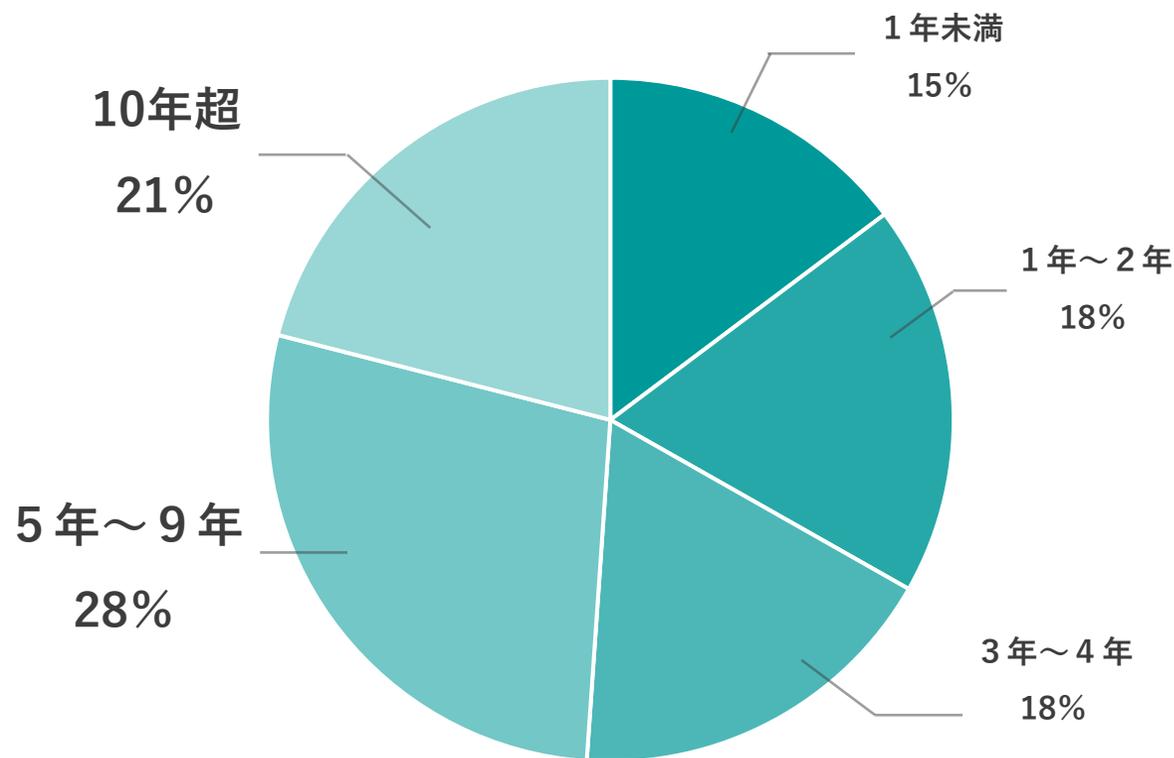
## 業種別

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



## 契約年数別

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。



※2025年3月末現在

20年間にわたり、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、一緒に顧客の課題に向き合い解決する営業スタイル

「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。

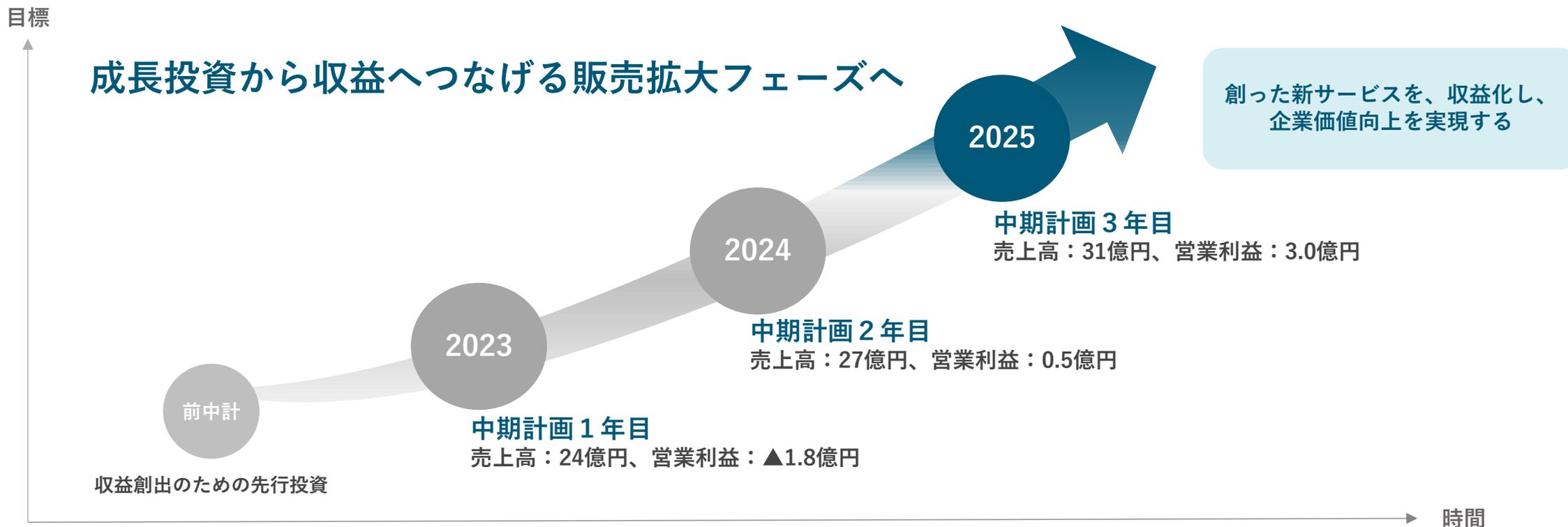
+ αの価値提供

互いに案件を紹介したり、協業パートナーとして、一緒に顧客へ提案してくれる。

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顧客課題と一緒に向き合う営業スタイル。

# 5. 事業計画



## 2つの成長戦略

### 1 「@nyplace」の安定成長

- ・システムバージョンアップにより、高付加価値サービスへ転換
- ・自動化/効率化の追求により体制を最適化し、利益最大化に努める

### 2 「@nyplace」以外の独自サービスの飛躍成長

- ・新サービス（VLOOM等）で、徹底してシェア獲得
- ・新マーケティングサービスで、新規市場へ進出
- ・全サービスの連携と統合による競合凌駕

### 中期経営計画 2年目の振り返り

- ・2つの成長戦略による販売拡大と、業績回復に向けた追加施策として、抜本的なコスト構造の改革を実施。
- ・売上高は、AI、音声認識、DX化、VoC活用等のニーズの高まりにより「VLOOM」「UZ」等の独自サービスの売上は増加するも、「@nyplace」等の既存の大口顧客における大幅なコスト削減の減席が想定以上となり、挽回に至らず目標数値は未達成。
- ・営業利益については、業績回復に向けた追加施策である抜本的なコスト構造の改革が奏功し、黒字へ転換。

## 成長投資から収益へつなげる販売拡大フェーズへ

— 創った新サービスを、収益化し、企業価値向上を実現する —



## 戦略① 「@nyplace」の安定成長

「@nyplace」は、当社売上高の約6割を占める根幹サービス。バージョンアップ、作業自動化、コスト削減により、収益基盤であるサービスの着実な安定成長を保つ。

### 施策① システムバージョンアップにより、高付加価値サービスへ転換

- ・ 新機能及びサービス拡張、基盤強化のためのバージョンアップを実施し、既存顧客の移行計画を遂行。

### 施策② 自動化/効率化の追求により体制を最適化、利益最大化に努める

- ・ 顧客自ら交換機の各種設定変更が可能となる設定変更ツールのバージョンアップや関連するドキュメント類のWeb化により、自動化及び効率化を実現。
- ・ データセンター機器等のリソースの最適化による固定費削減も実施し、前事業年度比で@nyplaceの売上総利益率が4.9%改善。

## 戦略② 独自サービスの飛躍成長

今後のコールセンターシステムは、AI活用と蓄積したデータをマーケティング活動へ活用する動きが加速。

それらの強みを持った「VLOOM」「UZ」「GROWCE」「GOLDEN LIST」等でマーケットを深耕、開拓、売上最大化。

### 施策① 新サービス（VLOOM等）で、徹底してシェア獲得

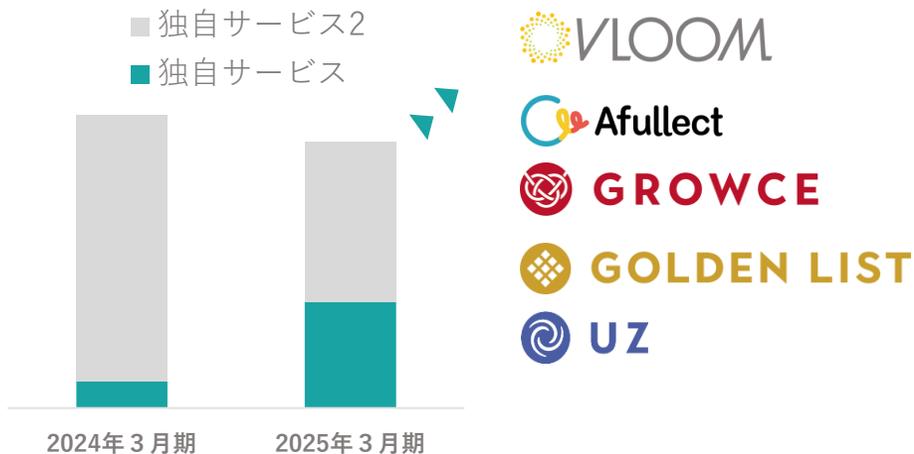
- AIコールセンターシステム「VLOOM」は、売上高57百万円と、前事業年度比で148%増加。
- AI音声認識需要、在宅環境や海外拠点での利用といった柔軟性や拡張性が求められるニーズの増加により受注拡大。

### 施策② 新マーケティングサービスで、新規市場へ進出

- 「GROWCE」は、医療・ヘルスケア分野へアタック。健診奨励業務での業務効率化提案等により売上が増加。
- 「GOLDEN LIST」は、保険関連業務のアウトバウンドコールの費用対効果向上の案件等により売上が増加。
- 「UZ」は、生成AIとの連携によるFAQやトークスクリプトの自動生成がニーズを捉え新規案件獲得が増加。
- 成長期であるこれらの独自サービスについては、商品力を高めるバージョンアップをタイムリーに実行しサービス力を強化。

業績回復に向けた追加施策である「コスト改善施策」の取り組み結果

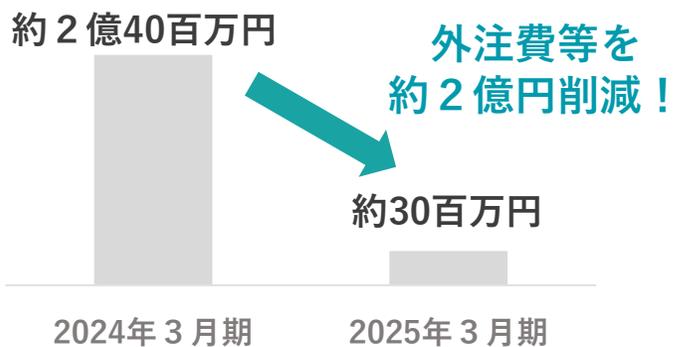
独自サービスの売上比率が拡大



各サービス環境に沿った  
生産プロセスの効率化や経営資源の再配置を実施

黒字化を実現！

「コスト改善施策」の取り組み結果



- ✓ 業務の内製化、自動化を推進することにより外注費を削減
- ✓ ネットワーク機器や保守費、通信原価等の仕入れ原価の価格交渉
- ✓ データセンターラックの整理や回線整理による固定費削減
- ✓ 販売価格の適正化（設定変更費用増額・販売価格の値上げ）
- ✓ 変動費の抑制（交通費、交際費等）

戦略1

戦略2

「@nyplace」の安定成長

戦略1

戦略2

独自サービスの飛躍成長

+

「生産効率の向上」「サービス提供体制に合わせたコスト構造の改善」を  
コンセプトとしてコストの最適化を継続。

販売拡大へ向けた取り組みとして、以下の営業戦略を推進いたします。

### サービス間の連携強化

コールセンターシステムに蓄積された**通話データ**や**CRM情報**をAIで解析。生成AIとの連携により、FAQや広告コピー、営業リストを**自動生成**し、コールセンターの**プロフィット化**に貢献。

### 既存顧客に対するDX化推進の提案

既存顧客に定期的なヒアリングや課題解決提案を行い、**人手不足解消**や**業務効率化のためのDX提案**を行い、アップセル・クロスセルを推進。

### オンライン集客の強化

ブログ投稿やセミナー、広告運用活用で**オンライン経由のリード獲得**と**新規開拓を強化**。事例訴求により新市場の開拓を推進。

### 市場ニーズに沿ったサービス力強化

市場ニーズを反映した**新機能開発**や他社連携でサービス力を強化。**成長領域サービスの機能アップデート**を実行。

### 業界特化型の営業展開

保険・医療・ヘルスケア分野や、地域金融・通販業界など**特定業界に特化した営業活動を展開**。業界別ニーズに応じた提案で拡販を図る。

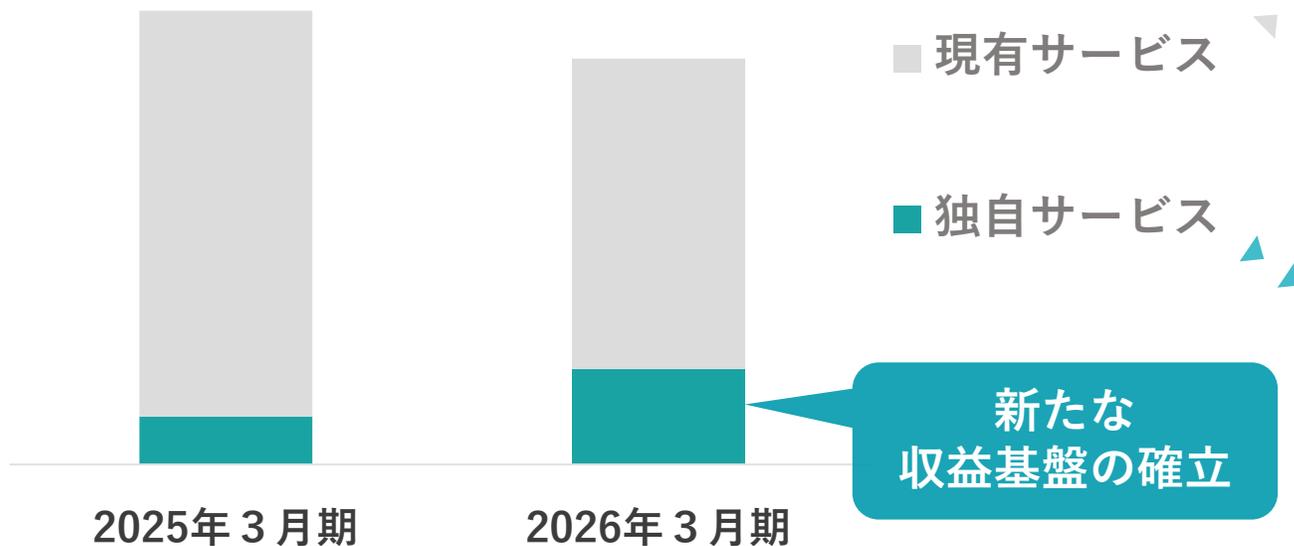
- 売上高は、生成AIや音声認識技術等のニーズが高まり、独自サービス「VLOOM」「UZ」等の販売拡大が本格化。一方で、前期からの「@nyplace」等の現有サービスの減少影響により、前事業年度比で2億36百万円の減収予想。
- 利益は、「生産効率の向上」「サービス提供体制に合わせたコスト構造の改善」をコンセプトとしてコストの最適化を継続。

(単位：百万円)

	2025年3月期 (実績)		2026年3月期 (予想)		前期比	
	第2四半期	通期	第2四半期	通期	第2四半期	通期
売上高	983	1,906	830	1,670	▲15.6%	▲12.4%
営業利益	36	75	10	21	▲72.5%	▲72.2%
経常利益	34	102	8	17	▲76.6%	▲83.5%
当期(四半期)純利益	65	144	6	16	▲90.8%	▲89.0%

※今後、業績予想の修正が必要と判断した場合には、速やかに開示いたします。

- 2026年3月期は、「独自サービス」の販売拡大が本格化。  
売上高全体の20%を占める**新たな収益基盤として成長を見込む。**
- 「現有サービス」は前事業年度の減収影響等により当初想定を上回る減収ではあるものの、減少傾向は概ね下げ止まり。  
「独自サービス」の収益拡大により、上昇トレンドへの転換を図る。



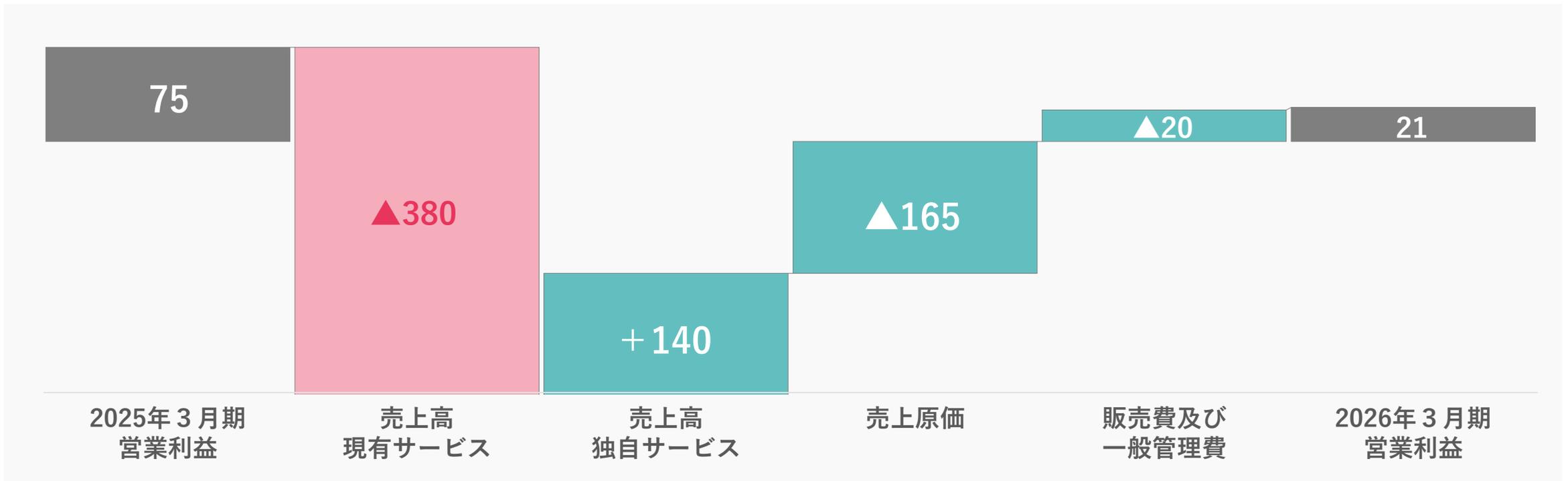
特定の大口顧客の業務縮小、既存顧客における大幅なコスト削減、独自サービスへの切替に伴う顧客単価の減少により、  
**約3億80百万円の減少**を見込む

生成AIや音声認識技術等のニーズの高まりを背景に、  
**約1億40百万円の増加**を見込む

新たな  
収益基盤の確立

- 売上高は、現有サービスで3億80百万円の大幅減少見込み。一方、独自サービスの販売加速で1億40百万円の増加を見込む。
- 当事業年度も生産効率の向上、サービス提供体制に合わせたコスト構造の改善をコンセプトとしてコストの引き締めを継続。
- 現有サービスにおいては主に「@nyplace」の提供にかかる保守費及びホスティング費用等の仕入れ原価の抑制や、成長領域への人材の再配置、内製化の推進等によりコストコントロールを実施。

(単位：百万円)



### 前提状況

- 当社の中期経営計画は、**定量的な数値目標（売上高・営業利益）**とそれを実際に達成するための**定性的な目標（2つの成長戦略）**の大きく2つから構成。
- 中期経営計画は数値目標だけでなく、定性目標を含めた計画であり、2つの成長戦略については方針を変更していない。
- 今期の業績予想は、足元の状況を保守的に反映したものの。

### 今後について

- 中期経営計画の**定性目標**である「@nyplace」の**安定成長**と、**独自サービスの飛躍成長**という2つの成長戦略については、今後も実施することには変わりはない。
- 重点施策のコスト改善施策においては、経営資源の再配置等によるコスト削減が、確実に結果に結びついている。
- 今期は独自サービスによる新たな収益基盤の確立期と考えており、「VLOOM」「UZ」「GROWCE」「GOLDEN LIST」等の販売拡大により、上昇トレンドへの転換を図る。



そのため、中期経営計画自体の方針は変更しない。

## 6. リスク情報

項目	主要なリスク	リスク対応策
----	--------	--------

**特定サービス  
依存のリスク**

売上高の約6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る。

「COLLABOS PHONE」や中期経営計画における独自サービス「VLOOM」「GROWCE」「UZ」等、新たに当社の柱となる製品の開発とリリースを実施しており、幅広い業種・業態・規模への顧客提案により利益創出を図る。

**自然災害等による  
システム障害の  
リスク**

本社及び当社が契約するデータセンターの多くは、首都圏近郊にあるため、想定外の大規模災害等の発生により都市機能の一切が麻痺した場合、当社の事業継続が困難になる可能性があります。

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。

**システム不具合の  
リスク**

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。

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。

項目	主要なリスク	リスク対応策
----	--------	--------

**新規事業及び  
新サービス開発  
のリスク**

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つた場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性がある。

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。

**買収及び事業提携の  
リスク**

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。

M & 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。

**事業環境のリスク**

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。

生成AI、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。

項目	主要なリスク	リスク対応策
----	--------	--------

**市場競争について**

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。

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。

**顧客のクラウドサービス利用方針変更のリスク**

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。

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。

**情報漏洩のリスク**

当社は、多数の個人情報及び企業情報を保有しており、情報機器の誤作動や操作ミス等により個人情報や企業情報が漏洩した場合、損害賠償責任の負担、社会的信用の失墜等が発生し、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性がある。

情報漏洩への取り組みとして、プライバシーマークの取得や、情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）の認証を取得しており、情報資産のリスク分析と対策の他、社内教育による従業員の意識向上等を図ることで情報漏洩の防止に努める。

※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。

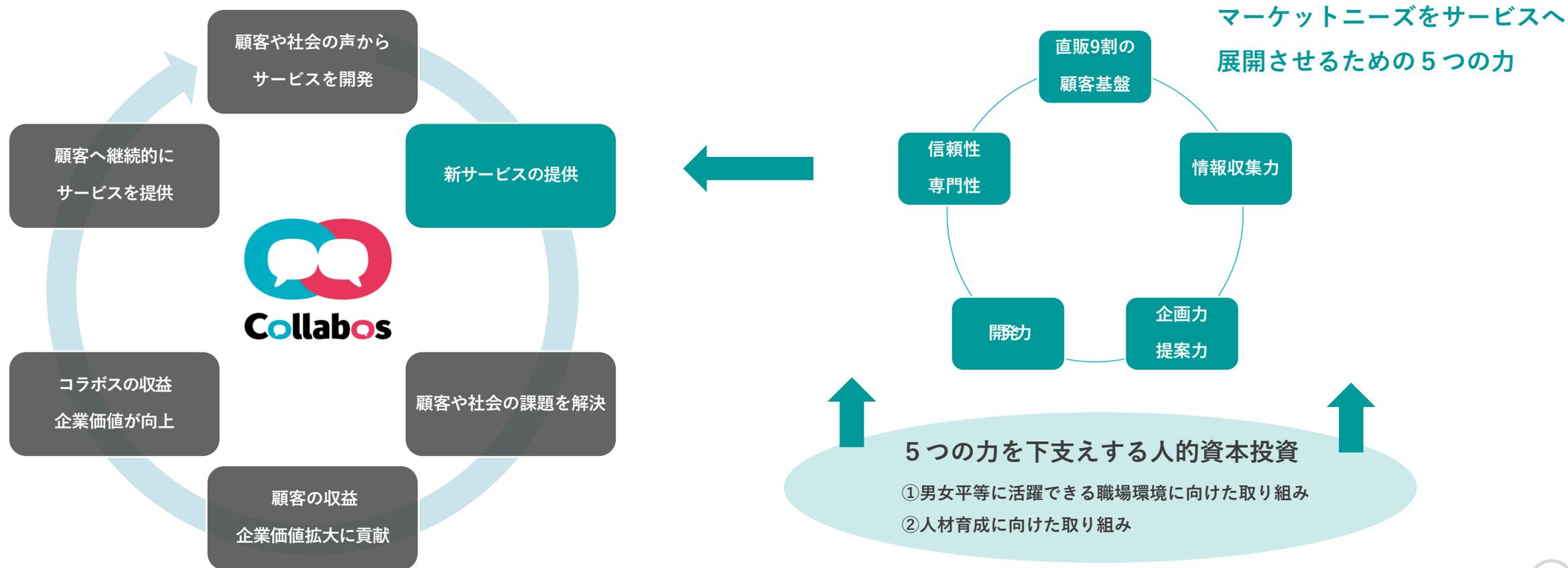
# Appendix



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。



5 ジェンダー平等を  
実現しよう



## 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38%、  
全国平均27.3%※と比べ10%以上高い割合で従事。

※厚生労働省/令和5年度雇用均等基本調査

## 女性管理職は30%以上

「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にしており、  
管理職全体のうち約30%が女性。（課長相当職以上（役員を含む。）  
全国平均12.7%※、情報通信業12.2%※と比べ高い割合で従事。）

8 働きがいも  
経済成長も



## 男性の育児休業取得実績もあり

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。女性の育児休業取得率及  
び復職率はともに高く、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。

9 産業と技術革新の  
基盤をつくろう



## 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あった。当社は、顧客の持  
続可能なインフラ構築に貢献するため、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。

## 高度IT人材の育成

事業戦略を加速的に実現するために、人材開発投資を重視。高度かつ最  
先端のスキルを習得するためのエンジニア育成支援制度を設置。研修受  
講や自己学習の時間を業務時間内に確保。

13 気候変動に  
具体的な対策を



## 本社オフィスの使用電力は100%再生可能エネルギー

本社オフィスのテナントビルは、循環型社会実現に向けた取り組みが非  
常に充実しており、オフィスの使用電力は、100%再生可能エネルギー  
で賄われている。ゴミのリサイクル分別も徹底して実施。

## 再利用でゴミを減らす

ネットワーク機器やサーバー等の廃棄は、確実にデータを消去した後に、  
分解して再利用する等、ゴミを減らす取り組みを実施。リサイクル業者  
は、JEITAなどのガイドラインに準拠し、大手企業も採用する業者に依頼。

※その他の取り組み及び詳細は、コーポレートサイトの「[サステナビリティへの取り組み](#)」をご覧ください。

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。

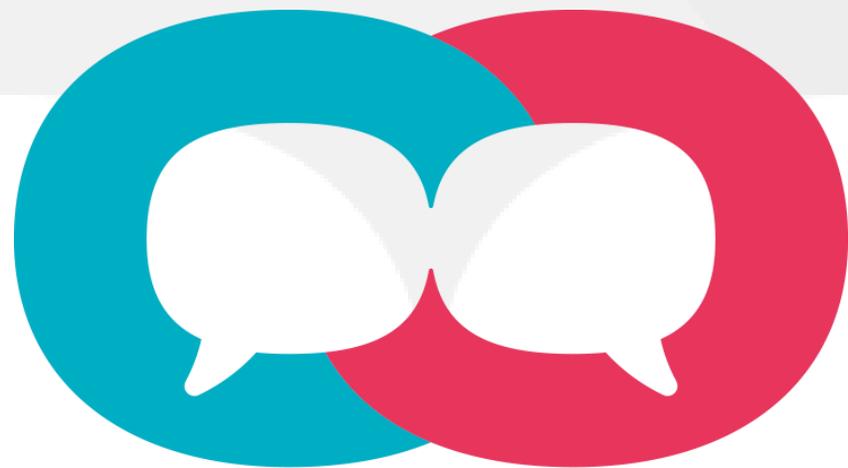
従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性が存在しますことを、予めご了承ください。

**※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 IR担当

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



**Collabos**

声をきき、未来をつくる。