



2025年12月期 第2四半期 決算説明資料

2025年8月14日

(株)シンカ（証券コード：149A）



ITで 世界をもっと おもしろく

ITを使えば、今までできなかったことができるようになる。

ITを使えば、いつものことがもっと楽にできるようになる。

だから毎日が楽しくなる。だから人生が豊かになる。

私たちシンカは、ITのおもしろさやすばらしさを

すべての人と企業に平等に知っていただくために、

自らITを活用し、そして日々楽しく活動していきます。

カイクラ への思い

シンクタンク時代にコールセンターシステム：CTI※と出会った時、業務効率化の効果の高さに驚いた。

しかし、CTIは非常に高価であったため、世の中にほとんど広まっていなかった。

その後、経営コンサルティング会社に転職し、全国の中小企業の現場を見て衝撃を受けた。

電話での発注、FAXのやり取り。そしてなくならないトラブル。非効率なコミュニケーションとトラブル対応で、生産性の低い作業に時間を取られていた。

このようなコミュニケーションに関する課題を解決するには、ITを導入するしかない。

ただ、ITを導入し、効率化を図っても、冷たい世界になったら意味がない。

トラブルの多い電話自体をなくすのではなくて、電話のトラブルをなくせば、コミュニケーションの温もりを残しつつ、効率化が進むのではないか。

その方法の1つは、CTIだと閃く。

高価なコールセンターのシステムではなく、一般の企業が使いやすい、シンプルでお手頃なCTIを開発し、

それを組み込んだコミュニケーションDXを実現するサービスを作れば、

無駄な作業がなくなり、もっと会話が楽しくなるのではないか。結果、仕事をもっと楽しくなるのではないか。

上記の思いから、私たちはクラウドサービス「カイクラ」を開発いたしました。

~~~~~

現在、ITによるコミュニケーションツールは多様化しており、固定電話だけではなく、携帯電話、メール、SMS、SNS、ビデオ通話など様々な手段が存在しております。コミュニケーションの価値が一層高まっていく中で、いまや「カイクラ」は電話にとどまらず、これら多様なコミュニケーション手段を一元管理し、その履歴を資産として活用できるようにすることで、ますます求められる存在となっています。

私たちはこうした社会の変化に対応し、「カイクラ」の提供を通じて、これからもお客様のコミュニケーションを支援してまいります。

※CTI: Computer Telephony Integrationの略。コンピュータと電話を統合する技術

# About Us

## 会社概要



## 会社概要

|    |                             |
|----|-----------------------------|
| 社名 | 株式会社シンカ（英名：Thinca Co.,Ltd.） |
|----|-----------------------------|

|       |       |
|-------|-------|
| 代表取締役 | 江尻 高宏 |
|-------|-------|

|     |            |
|-----|------------|
| 取締役 | 笹田 直紀（CTO） |
|-----|------------|

|       |                 |
|-------|-----------------|
| 社外取締役 | 阿久津 聡 三木 聡 田邊 愛 |
|-------|-----------------|

|       |       |
|-------|-------|
| 常勤監査役 | 高橋 京子 |
|-------|-------|

|        |              |
|--------|--------------|
| 非常勤監査役 | 平松 直樹 山添 千加美 |
|--------|--------------|

|     |                                  |
|-----|----------------------------------|
| 所在地 | <b>本 社</b><br>東京都千代田区神田錦町三丁目17番地 |
|-----|----------------------------------|

**大阪支社**  
大阪府吹田市広芝町10番8号

**京都開発センター**  
京都府京都市下京区仏光寺通烏丸 東入上柳町331番地

**福岡開発センター**  
福岡県福岡市博多区博多駅東一丁目1番33号

|    |           |
|----|-----------|
| 設立 | 2014年1月8日 |
|----|-----------|

|     |        |
|-----|--------|
| 資本金 | 391百万円 |
|-----|--------|

|     |            |
|-----|------------|
| 上場日 | 2024年3月27日 |
|-----|------------|

|      |                 |
|------|-----------------|
| 従業員数 | 71名（2025年6月末時点） |
|------|-----------------|

|    |                                            |
|----|--------------------------------------------|
| 許可 | プライバシーマーク認証 10824646<br>電気通信事業者 A-30-16792 |
|----|--------------------------------------------|

# Executive Summary

エグゼクティブサマリ

## エグゼクティブサマリ

売上高

増収



702百万円

前年同期比+18.4%

営業利益

横ばい



36百万円

前年同期比▲1.7%

KPI

- ・ アクティブユーザー拠点数は5,939拠点（前年同期比+14.1%）と順調に増加
- ・ ARPA※1はカイクラ値上げ寄与により、18,550円（同+10.4%）と増加

トピックス

- ・ トヨタシステム連携などによる、自動車業界への販売力強化
- ・ 人材採用好調により、販売組織の強化へ。3Q以降の売上成長を支える体制を構築

※1. ARPA：各年度／四半期の最終月のMRR（月額売上＋従量課金）÷ 当該月のアクティブユーザー拠点数

## 2025年12月期第2四半期 KPIハイライト

売上高

  
**702** 百万円  
(YoY+18.4%)

ARPA※1

  
**18,550** 円  
(YoY+10.4%)アクティブ  
ユーザー拠点数※2  
**5,939** 拠点  
(YoY + 14.1%)

営業利益

  
**36** 百万円  
(YoY▲1.7%)

ARR※3

  
**1,321** 百万円  
(YoY+25.9%)

月次解約率※4,5

  
**0.38%**  
(YoY +0.12point)

※1. ARPA：各年度／四半期の最終月のMRR（月額売上＋従量課金）÷ 当該月のアクティブユーザー拠点数

※2. アクティブユーザー拠点数：獲得したカイクラユーザーのうち、解約によりカイクラを利用しなくなったユーザーを除いたユーザー数

※3. ARR(Annual Recurring Revenue)：各年度/四半期の最終月のMRR（月額売上＋従量課金）× 12か月

※4. 月次解約率（当該月に解約した拠点数÷前月末のアクティブユーザー拠点数）の会計年度または四半期累計期間における平均

※5 今期より解約率はCustomer Churnに変更（以前はRevenue Churnで算出）



# Business Performance

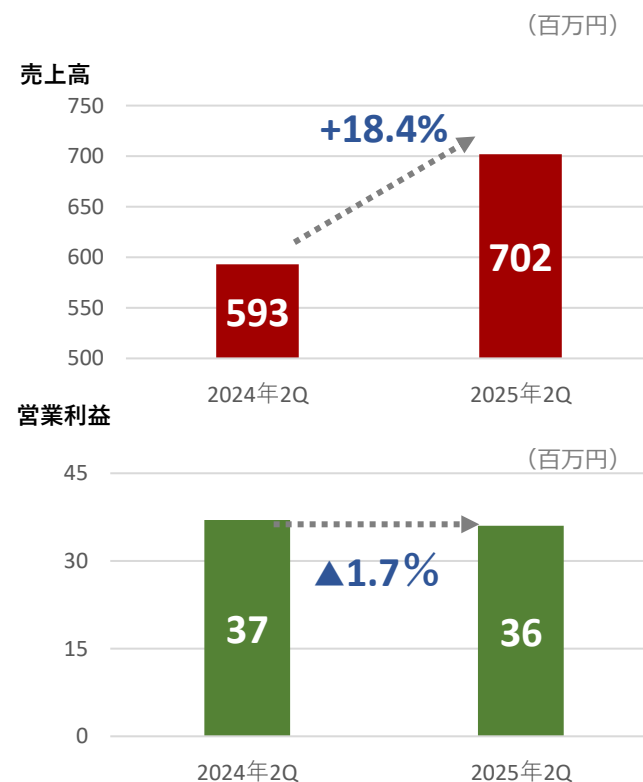
2025年12月期2Q 業績概要

## 決算概要 – 2025年12月期第2四半期実績

|       |                                                    |
|-------|----------------------------------------------------|
| 売上高   | 売上高702百万円（YoY+18.4%）と順調に推移。                        |
| 営業利益  | 人材採用の強化に伴い人件費や採用費の増加といった要因があるも、売上増加により前年同水準の黒字を維持。 |
| 経常利益  | 前年1Qに一過性費用（上場関連費用等）を計上したため、2Qは28百万円の増益。            |
| 当期純利益 | 特別損益等の計上はなく、2Qは26百万円の増益。                           |

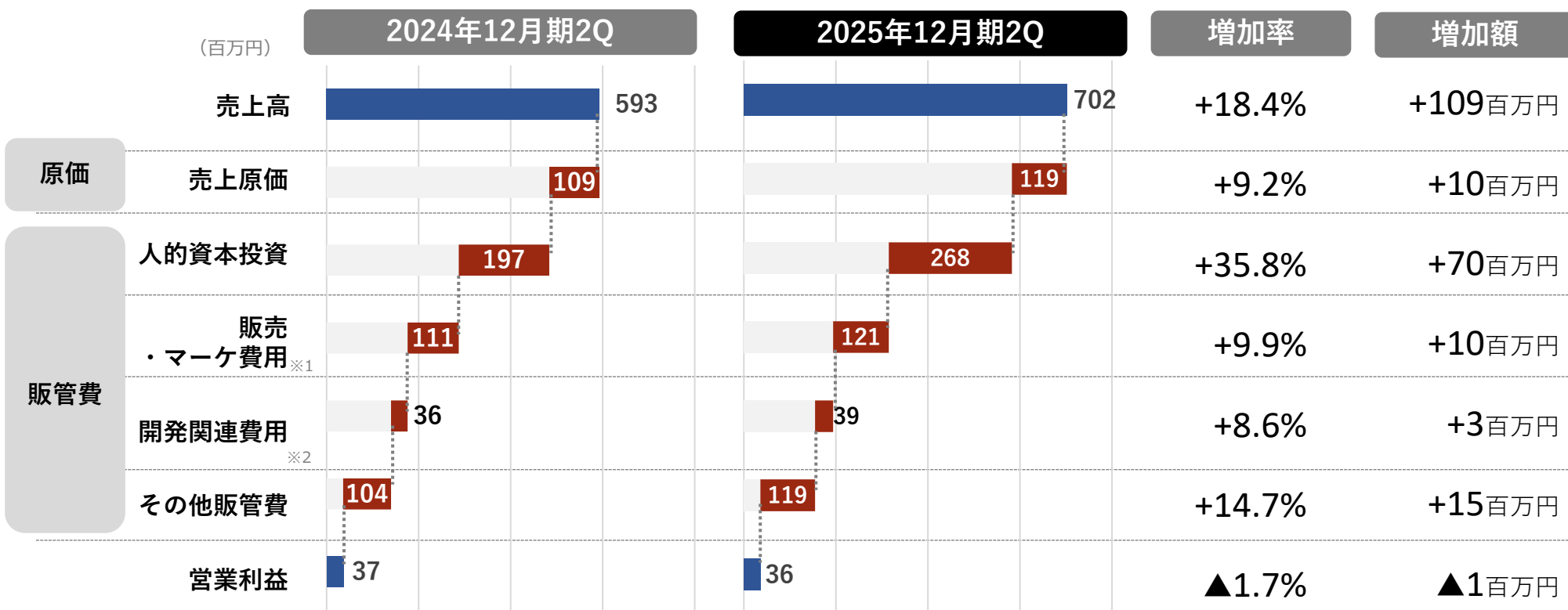
|          | 2024年<br>2Q | 2025年<br>2Q | 増減        | 前年同期比    |
|----------|-------------|-------------|-----------|----------|
| 売上高      | 593         | 702         | +109      | +18.4%   |
| EBITDA*1 | 51          | 46          | △5        | △9.6%    |
| 営業利益     | 37          | 36          | 0         | △1.7%    |
| 営業利益率（%） | 6.2%        | 5.2%        | △1.1point | -        |
| 経常利益     | 8           | 36          | +28       | +358.0%  |
| 当期純利益    | 0           | 27          | +26       | +5694.5% |

※1 EBITDA：営業利益+減価償却費（原価・販管費）にて算出



## 営業利益増減分析

売上は前年同期比+18.4%の増収。人材補強に伴う積極的な人的資本への投資実行も、前年同期と同水準の黒字を確保。トップライン成長に向けて、下期も引き続き積極投資を行う。



※1 販売・マーケティング活動関連費用は、主に広告宣伝費や販売パートナーへの販売手数料、販売・マーケティング活動に関連した外部委託費用などです

※2 開発関連費用は、主に研究開発費や開発活動に関連した外部委託費用などです

## 決算概要 – 2025年12月期業績予想に対する進捗

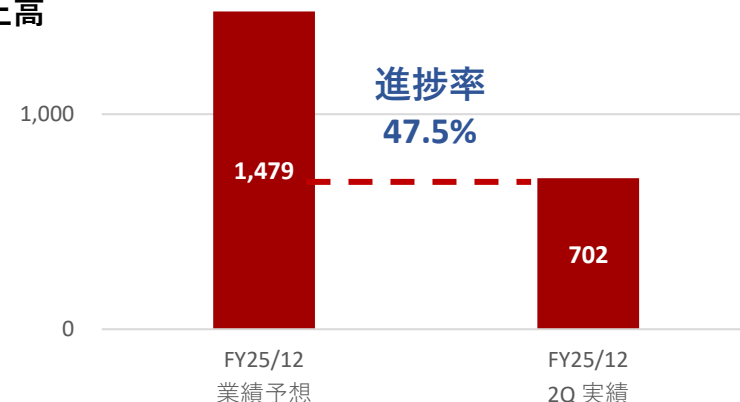
### 2025年12月期業績予想に対しては順調に進捗。

SaaSビジネスのストック型収益モデルにより、売上は下期に偏重する傾向。第2四半期の実績は、この成長軌道を着実に示しており、当初計画に沿って順調に推移。

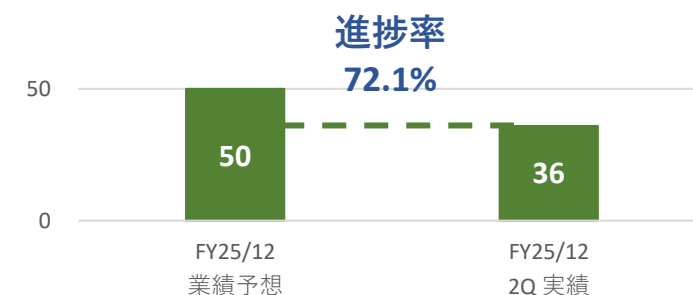
|              | 2024年<br>実績 | 2025年<br>業績予想 | 2025年<br>2Q実績 | 進捗<br>(年間<br>業績予想比) | 参考<br>2024年2Q<br>進捗 |
|--------------|-------------|---------------|---------------|---------------------|---------------------|
| 売上高          | 1,232       | 1,479         | 702           | 47.5%               | 48.6%               |
| EBITDA       | 105         | 85            | 46            | 55.0%               | -※                  |
| 営業利益         | 78          | 50            | 36            | 72.1%               | 50.7%               |
| 営業利益率<br>(%) | 6.3%        | 3.4%          | 5.2%          | -                   | -                   |
| 経常利益         | 48          | 49            | 36            | 74.6%               | 18.2%               |
| 当期純利益        | 16          | 24            | 27            | 110.6%              | 0.0%                |

(百万円)

### 売上高



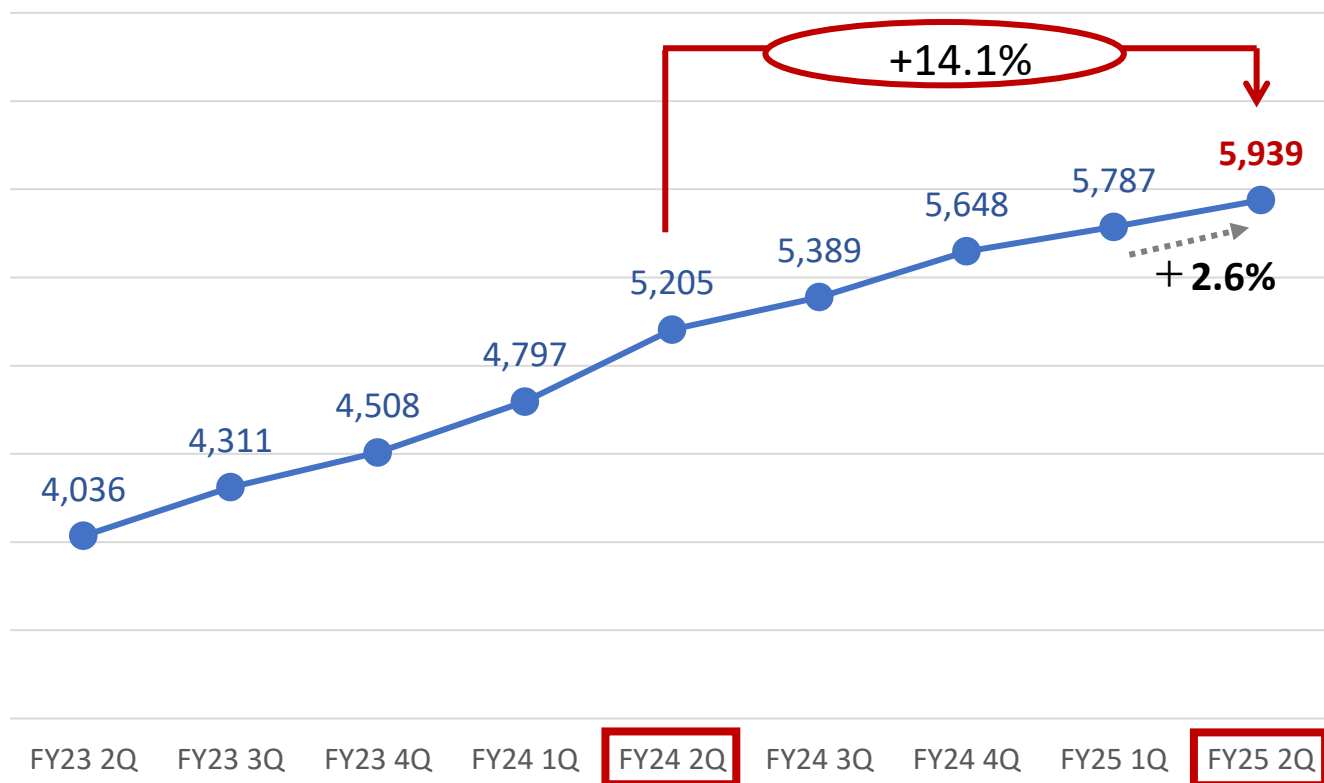
### 営業利益



※. 前年はEBITDAについて未公開のため、進捗割合に関しては非公

## アクティブユーザー拠点数

アクティブユーザー※の拠点数は、前年同期比では+14.1%、25年1Q比では+2.6%で着地。



### 拠点数分析

#### 拠点数はゆるやかに増加

- 新たに業務提携を開始したOEMの立ち上がりが若干軟調。拠点数の増加率に影響があるものの、売上単価が安いいため、売上影響は軽微。
- ディストリビューターとの連携が計画よりビハイインド。想定よりも立ち上がりに時間がかかるため、中長期で販売戦略を立案。

※1. アクティブユーザー拠点数：獲得したカイクラユーザーのうち、解約によりカイクラを利用しなくなったユーザーを除いたユーザー数

## 解約率

月次解約率※1,2は引き続き低水準で着地。

## BtoB SaaS 目標解約率（中小企業）\*3

2.0%



※1. 今期より解約率はCustomer Churnに変更（以前はRevenue Churnで算出）

※2 月次解約率（当該月に解約したユーザー数÷前月末アクティブユーザー拠点数）の当該会計期間／四半期累計期間における平均値

※3 SaaS ビジネスの目安とすべき月次解約率（Tomasz Tunguz Venture Capitalist at Theory Ventures “The Innovator’s Dilemma for SaaS Startups” を参照）

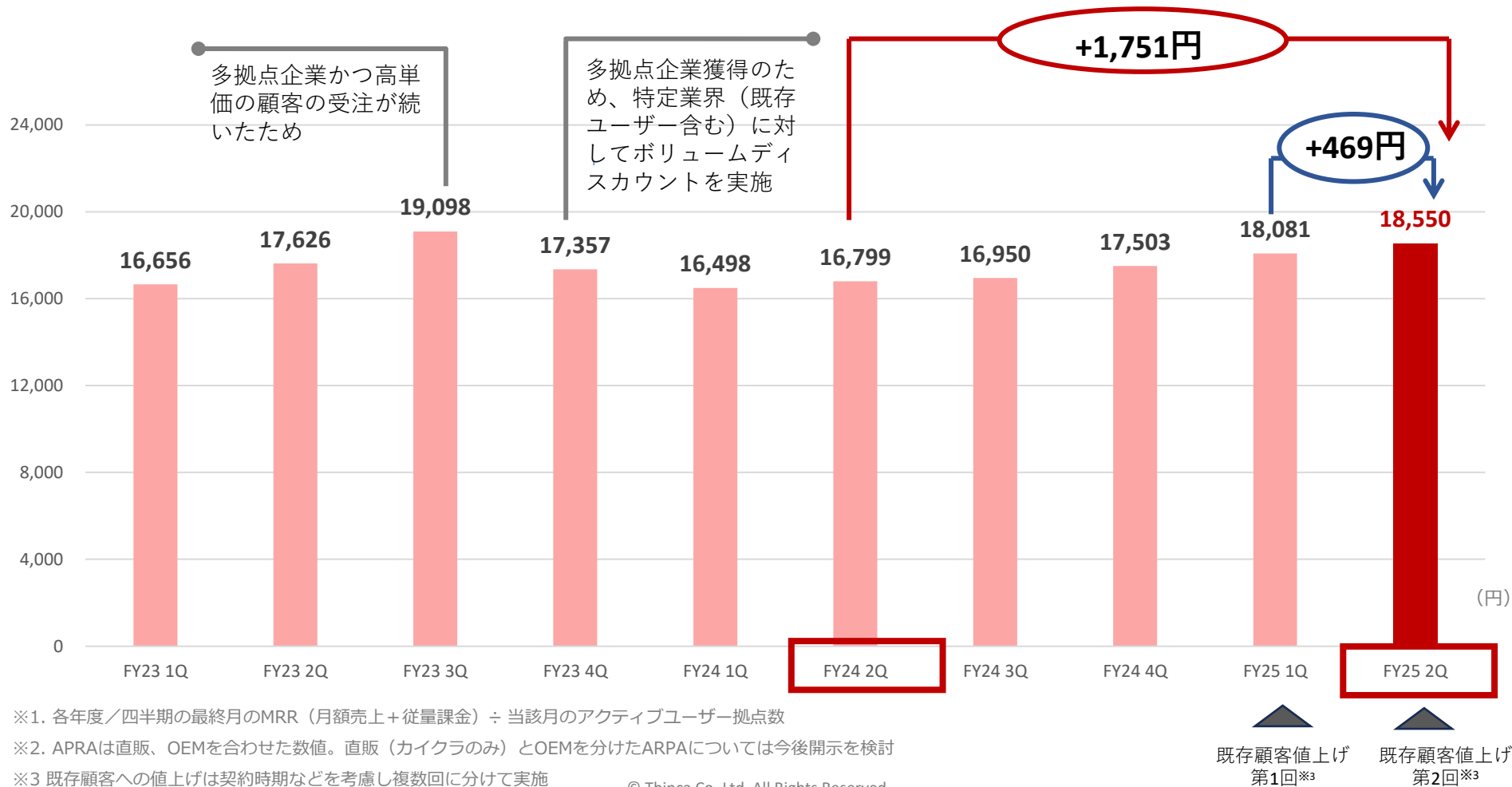
## 2Q（0.38%）解約要因

- 導入店舗の閉鎖や電話廃止などの電話対応の変更に伴う解約が、**2Qの解約件数のうち約36%**を占めるも、解約件数自体が少なく軽微
- 25年2Qも一部の既存ユーザーに対して値上げを実施したが、値上げ起因による解約は、**2Qの解約件数のうち約5%**にとどまる

## ARPA

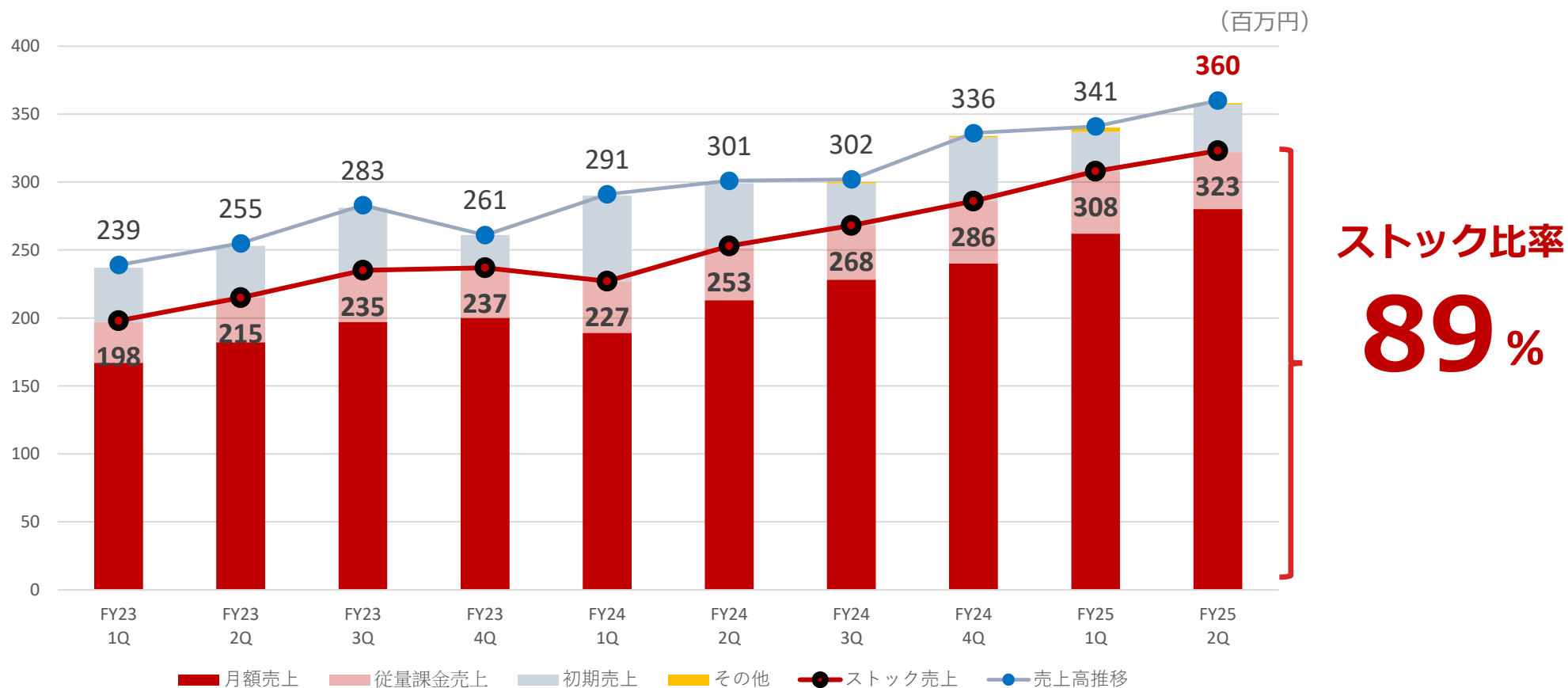
**ARPAは順調に上昇。**前年同期比で+1,751円（+10.4%）、25年1Q比で+469円（+2.6%）の増加。

2025年2月、4月に既存ユーザーの値上げを実施したため、10%超の単価アップを実現。



## 売上高推移（四半期）

四半期として過去最高の売上高を計上。



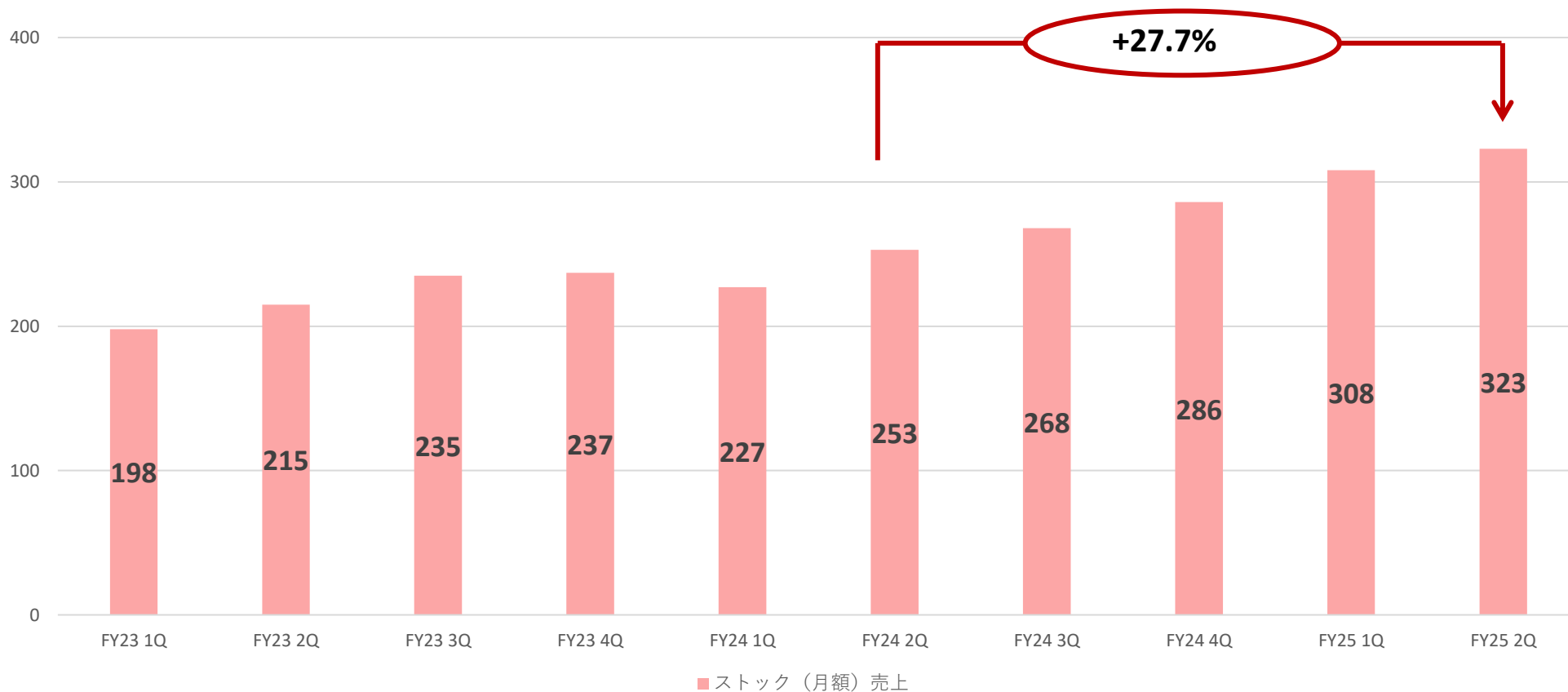
※1. 各四半期会計期間における月額売上と従量課金売上の合計

※2. 2023年は四半期財務諸表を作成していないため、2023年第1四半期～第4四半期の数字は参考値です



## ストック売上(月額売上+従量課金売上)推移

四半期としてストック売上は過去最高。月額売上を構成するKPIであるアクティブユーザー拠点数は前年同期比+14.1%、ARPAは同比+10.4%成長。**月額売上は目標とする+30%に近い成長を実現。**



## 2025年12月期2Q トピックスの進捗

## 2025年2Qの主要戦略

## 施策の進捗

**トヨタシステム連携**

- 1 トヨタディーラーの約9割が導入しているSFAシステムとの連携を開始。カイクラとトヨタディーラーの顧客データの紐づけが可能となり、新規顧客開拓及び連携費用のアップセルを目指す。

6月下旬からシステム連携開始。3Q以降はトヨタディーラー専門部隊を組成し、今まで以上の拡販を目指す。

具体的な販売戦略はP.22以降で言及。

**新プランの販売開始**

- 2 「カイクラストANDARDプラン」だけでなく、「通録単体」プランなど顧客ニーズに合わせて3つのプランから選択可能に。

プラン拡充により販売の間口を広げることに成功。プランが比較できることで、より最適な提案が可能に。3Q以降では顧客ニーズに合わせたプランの販売を実施。

**販売部門のハイレイヤー人材の採用及び組織強化**

- 3 更なる売上成長を目指すべく、販売部門のハイレイヤー採用を強化。販売部門組織全体の強化及び注力業界への営業力強化を行い、下期に向けて売上を加速。

販売部門にて取締役等の経験がある部長クラスの人材を2名採用。3Qにも販売部門の部長クラス人材1名の入社が確定。3Qに販売部門を再編し、販売体制強化を行う。

**イタンジ株式会社へのOEM提供開始**

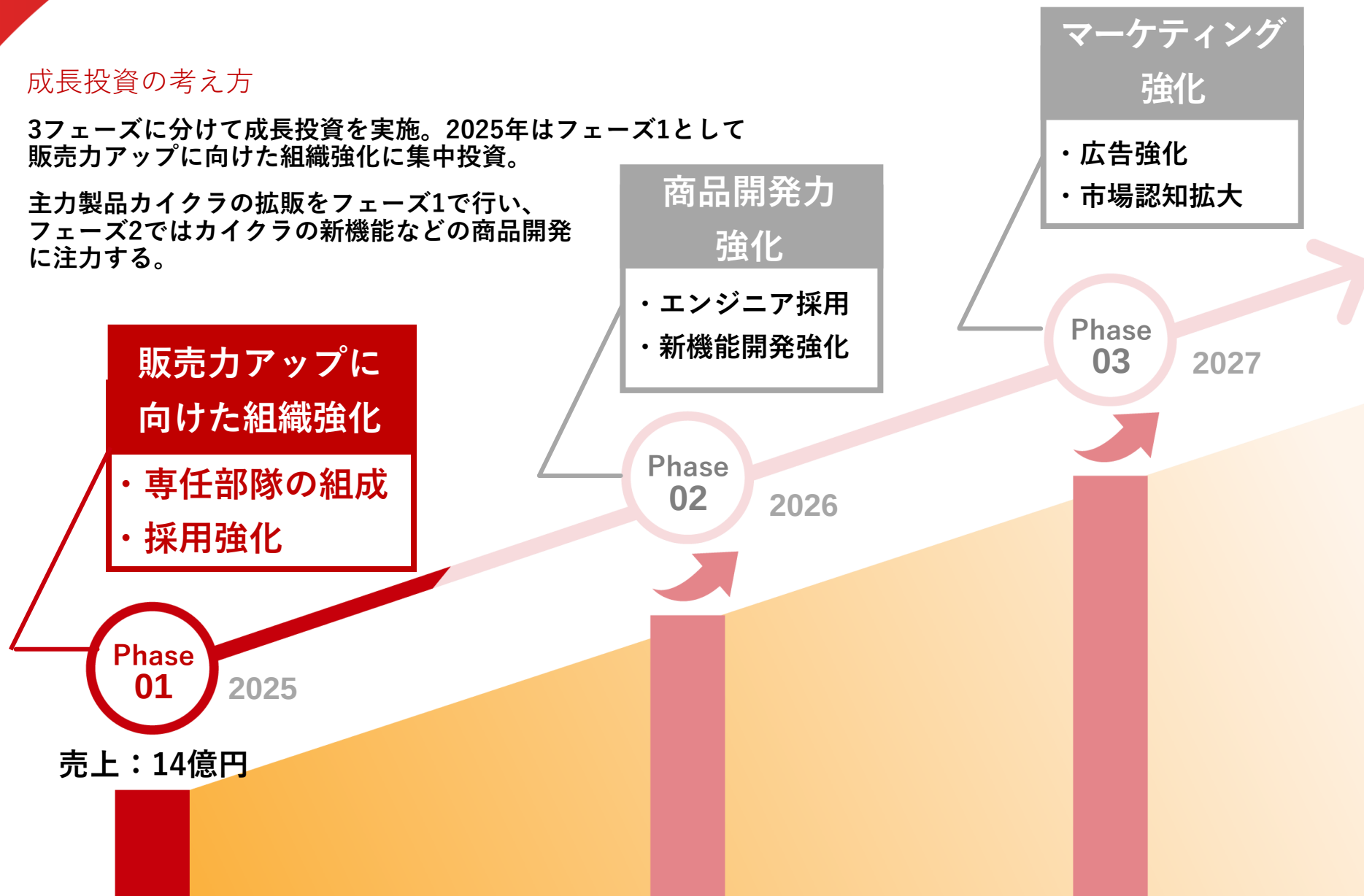
- 4 2025年4月に不動産賃貸仲介事業の営業支援システムを提供する「イタンジ株式会社」と業務提携。OEM提供を開始。

現在は慎重に市場反応の検証を進めている。3Q以降の本格展開を見据え、再度販売計画の策定を推進。

## 成長投資の考え方

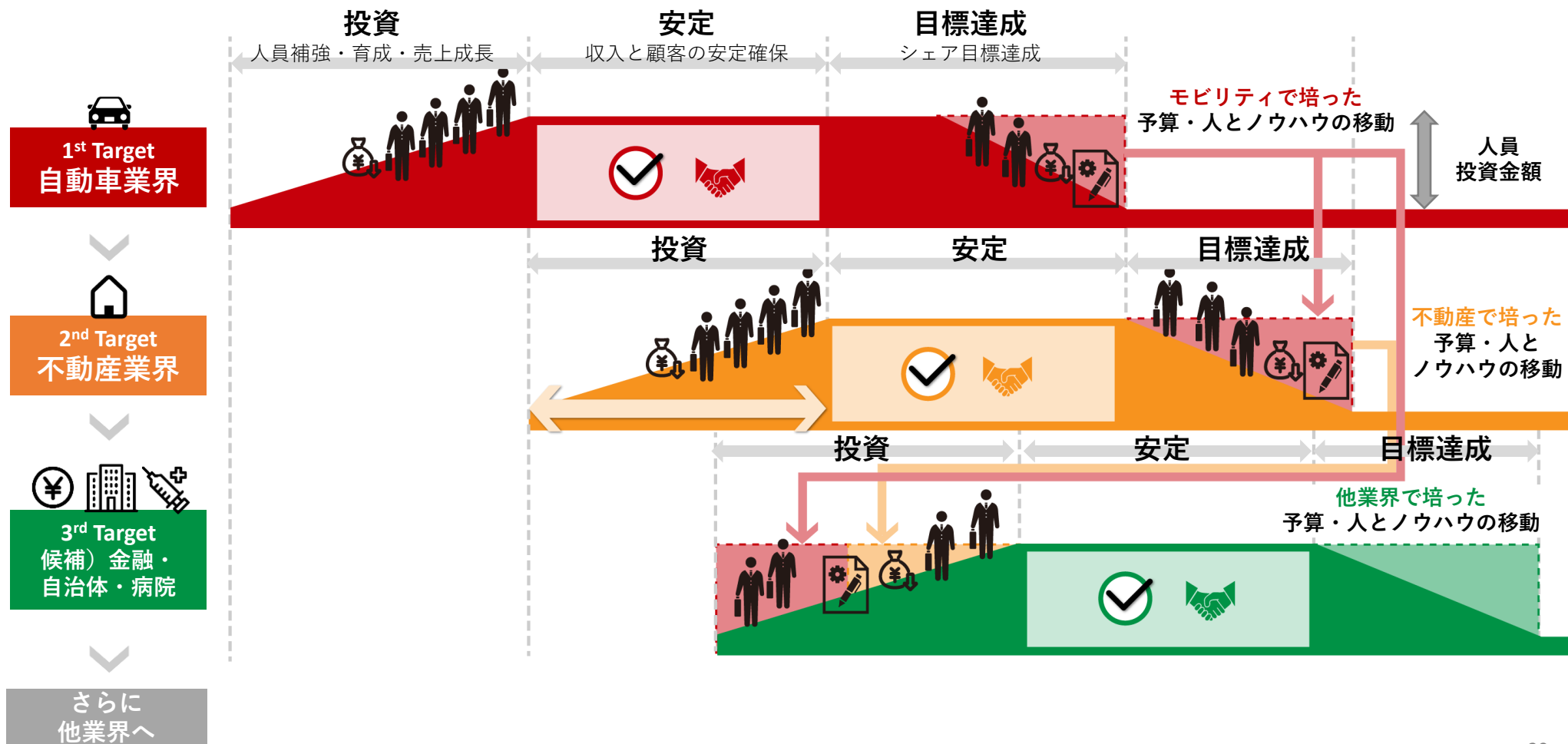
3フェーズに分けて成長投資を実施。2025年はフェーズ1として販売力アップに向けた組織強化に集中投資。

主力製品カイクラの拡販をフェーズ1で行い、フェーズ2ではカイクラの新機能などの商品開発に注力する。



## ターゲット市場の明確化と戦略的アプローチ

リソースを集中させる市場を決め、人材採用等の積極投資を実行。目標となる市場シェアを達成したら、次の市場へリソースを移動させ、市場を活性化させる。ノウハウとリソースを新市場に移動させることで、全体的な市場シェア拡大を狙う。



## 2025年12月期 3Q トピックス

「カイクラ」の販売機会の更なる拡大に向け、以下の新規の取り組みを2025年12月期第3四半期以降に開始

### ① 自動車業界のシェア拡大

#### -1 モビリティ事業部の組成

自動車業界に特化した部門を組成。自動車ディーラーの新規開拓特化部門や、アップセル専任部門を組成。また自動車業界に特化したマーケティング及びインサイドセールス部隊も組成し、全方位から自動車業界の売上拡大を支援する体制を構築。

#### -2 主要自動車ディーラーのシェア拡大

トヨタ、ホンダ、ダイハツといった主要自動車ディーラーのシェア拡大を目指す。2024年7月にダイハツの総合営業支援システム「Dios」との連携、2025年6月にトヨタディーラーの約9割が利用するSFAシステムとの連携が完了。新規拠点の獲得と、携帯通録やSMSなどの単価アップも目指す。

### ② 生成AI関連の新機能を毎月リリース

カイクラをより便利にお使いいただくため、生成AI関連の機能強化及び新機能を定期的にリリース。8月より毎月の新機能リリースを実施予定。

### ③ カイクラフォンの販売再開

リリース時、一部の既存ユーザーにご利用いただき、意見や要望を収集。そのフィードバックに基づき、バージョンアップ実施のため一時販売を停止。

8月下旬にバージョンアップ版をリリースし、既存ユーザーへの販売を開始。並行して開発体制の強化を進める。

## 2025年12月期3Q トピックス～①：自動車業界のシェア拡大～モビリティ事業部の組成

販売部門の専門性を高めることで販売力を強化。新規拠点獲得部隊とアップセル部隊を明確に分け、顧客のニーズを徹底して理解し、提案・販売ができる組織へ。



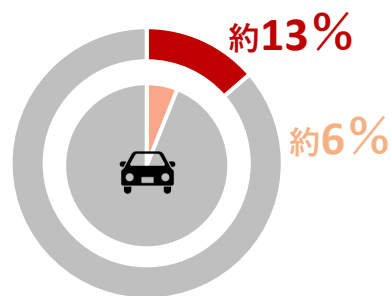
### モビリティ 事業部の組成



## 2025年12月期3Q トピックス～①：自動車業界のシェア拡大～主要自動車ディーラーのシェア拡大

注力業界として定めた「自動車業界」への販売を一層強化。主要自動車ディーラーを中心にシェア拡大を目指す

### トヨタ



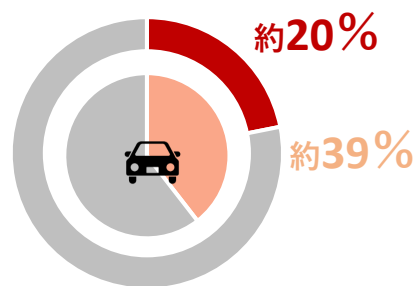
■ ディーラーシェア ■ 拠点数シェア

特徴：1社あたりの拠点数が他メーカーと比べても多く、ディーラー数は全国で約5000拠点ありポテンシャルあり

現状：導入社数はまだ少なく、トヨタ独自のシステム活用を重要視している

戦略：トヨタシステム連携をフックに、ディーラーシェア拡大を目指し、拠点シェアを拡大

### ホンダ



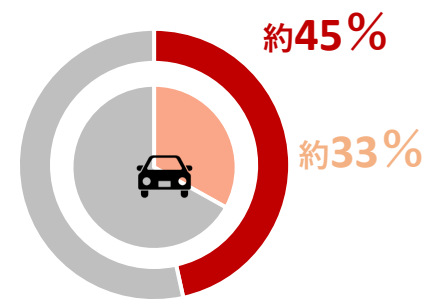
■ ディーラーシェア ■ 拠点数シェア

特徴：1社1拠点のディーラーが多く、メーカー主導のもと、ディーラー統合が加速

現状：大型ディーラーでの導入実績もあり、拠点シェアも高い

戦略：地域で中核的なディーラーをターゲットに、今後ディーラー統合を視野にいたしたシェア拡大を目指す

### ダイハツ



■ ディーラーシェア ■ 拠点数シェア

特徴：各県1~2社とディーラー数は少ない  
現状：顧客支援システム（Dios）と連携が行われたことで、ディーラーシェア増加

戦略：導入後の事例を展開し、未導入ディーラーへアプローチと、導入済みディーラーのアップセルも同時に行い拠点数シェア拡大を目指す

2025年度末までに

拠点数シェア15%

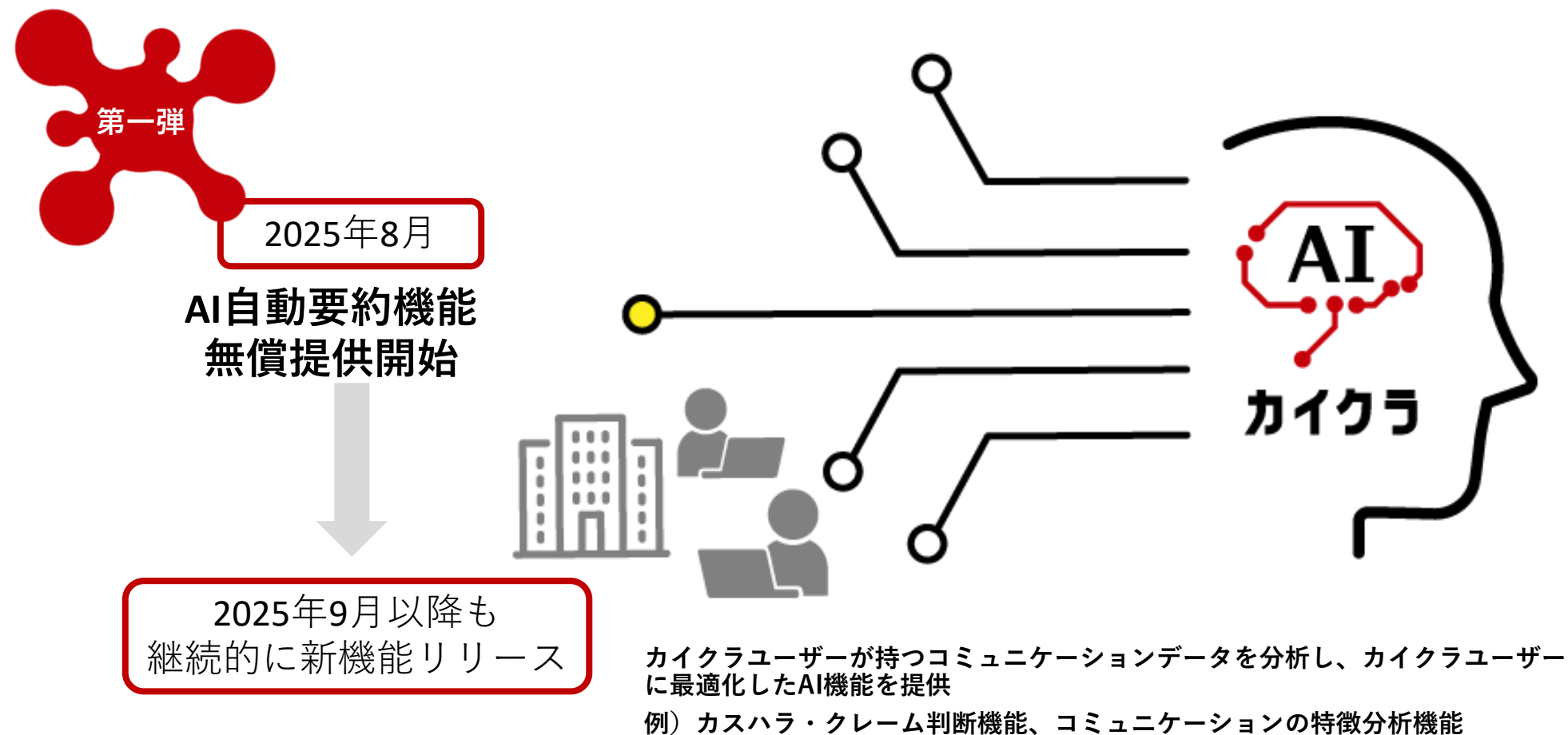
拠点数シェア45%

ディーラーシェア50%

## 2025年12月期3Q トピックス～②：生成AI関連の新機能を毎月リリース

生成AIを活用した新機能を毎月リリース。

専門的な知識や高額な費用を必要とせず、すべての企業が気軽に生成AIの力を活用する世界を実現する。





## 2025年12月期2Q決算について高い関心が予想される事項

### Q1 第2四半期の売上が業績予想に対して50%未満となっているが、業績予想の達成は問題ないか？

A：現時点では業績予想通りに進捗しており、業績予想達成に問題はないと考えています。当社はSaaSビジネスのストック型収益モデルにより、売上は下期に偏重する傾向があり、売上に関しては下期にかけて増加する見込みです。利益については、人材獲得などに引き続き積極投資を行うため、通期計画通りの着地を見込んでおります。

### Q2 前年同期と比較すると拠点数の伸びが鈍化しているように見えるが、上期の拠点数の伸びは想定通りか。また、下期の拠点数の成長率は想定通り進捗する予定か？

A：上期の受注拠点数は多拠点企業の受注が獲得できず、計画より若干の下振れで着地しました。一方、下期は多拠点企業の多いモビリティ業界に特化することで、計画通りに進捗する見込みです。また、前年同期はモビリティ及び不動産業界にて多拠点企業の複数受注があったため、拠点数が大幅に増加しております。

### Q3 自動車業界を主力業界と定めた理由はなにか？

A：当社製品との親和性が高く、十分にご活用いただける業界であるため、自動車業界を主力業界と決めました。現時点での業界シェアが一番高く、また、カイクラはBtoCビジネスにおいて高単価の商材を扱い、購買頻度が低く、顧客との関係構築が重要視される事業との相性が高いことが特徴です。こうした事業特性・顧客特性を踏まえ、主力業界として選定しております。

### Q4 東京都でカスハラ防止条例が4月から施行されたが、カイクラのカスハラ対策ニーズなどはあるか？

A：カスハラ関連のニーズは高まっており、今後もさらに拡大すると想定しています。実際に、カスハラ関連のセミナーへの多数のご参加や高い反響があり、販売プランの拡充により東京都のカスハラ防止対策奨励金に対応できるプランも販売しております。

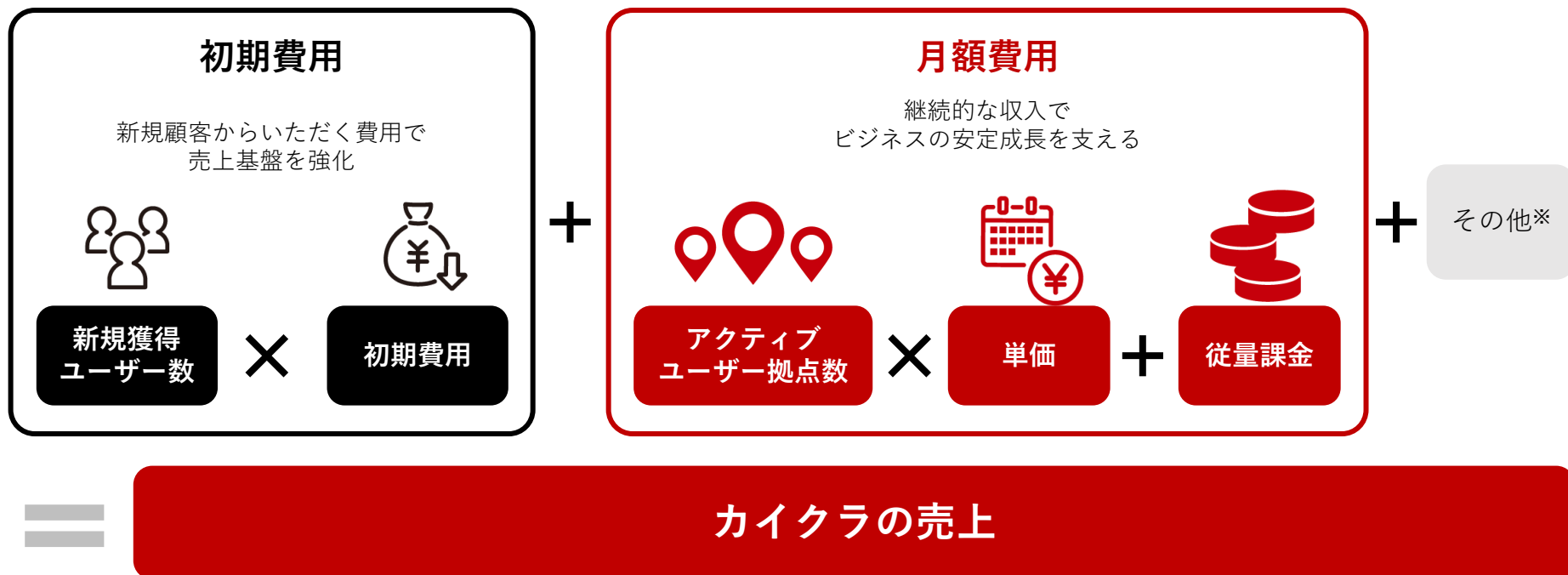
# Strategy for Growth

## 成長戦略

## カイクラの売上の構成

カイクラの売上は、**新規獲得ユーザーからの初期費用**と、**アクティブユーザー拠点数に応じた月額費用**、そして**その他の売上**で構成されます。これは、新規顧客獲得と既存顧客深耕による、バランスの取れた持続的成長戦略を示しています。

### × + 売上の公式 =



※当社の機能はNTTドコモビジネス（旧NTTコミュニケーションズ）の製品に搭載され、「カイクラforオフィスリンク」として販売されています。売上に応じてNTTドコモビジネスから手数料を受け取り、当社の会計上は「その他売上」として計上されます。その他システム連携費用などが含まれます。

## 成長戦略

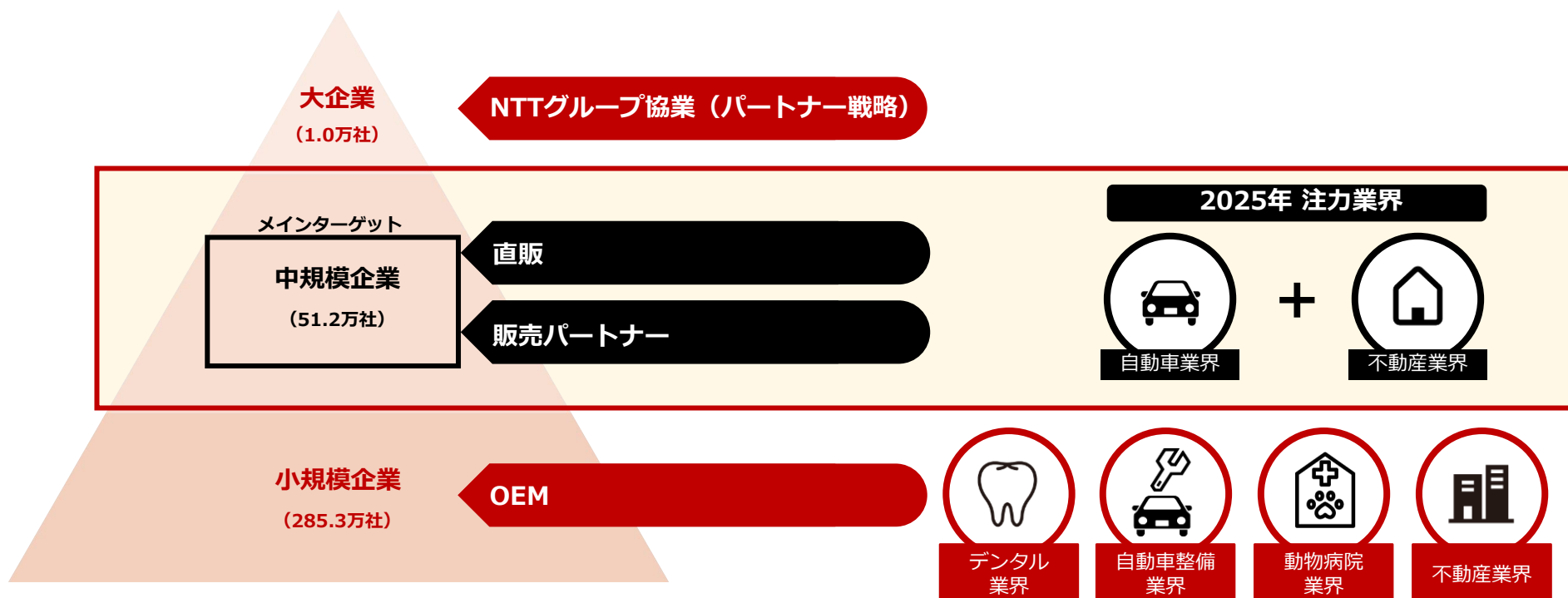
「アクティブユーザー拠点数増加」と「単価（ARPA）向上」の2軸を追求。  
2025年は継続してアクティブユーザー拠点数を増加させることに加え、単価（ARPA）の向上にも注力していく。



## 成長戦略

## ～契約数（拠点数）増加施策～

企業規模別の3つの販売戦略による拠点数アップ施策。



引用：中小企業庁 中小企業・小規模事業者の数（2021年6月時点）の集計結果

[https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/chu\\_kigyocnt/2023/231213chukigyocnt.html](https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/chu_kigyocnt/2023/231213chukigyocnt.html)

## 導入実績



導入企業数 / 拠点数 (いずれもアクティブユーザー)

2,602 社

4,508 拠点

2023年12月末時点

2,889 社

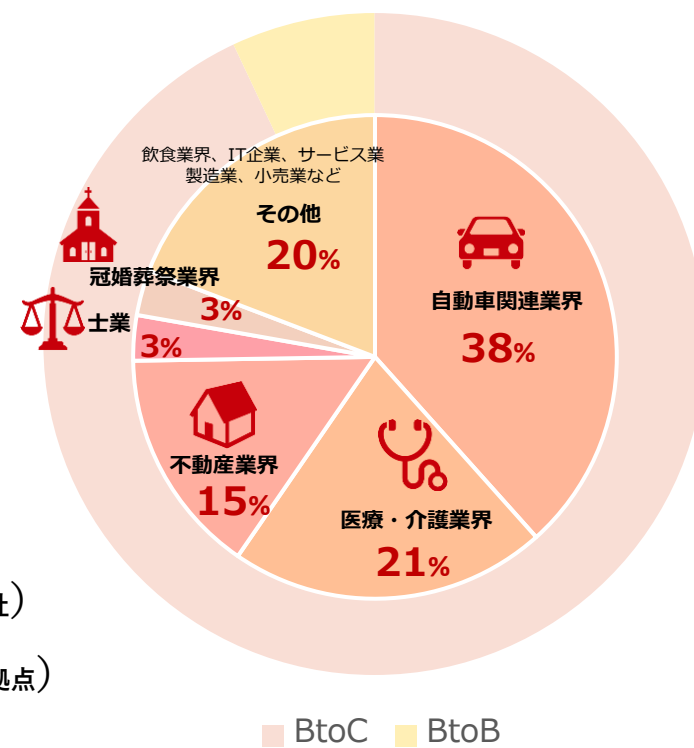
5,648 拠点

2024年12月末時点

3,020 社 (+131社)

5,939 拠点 (+291拠点)

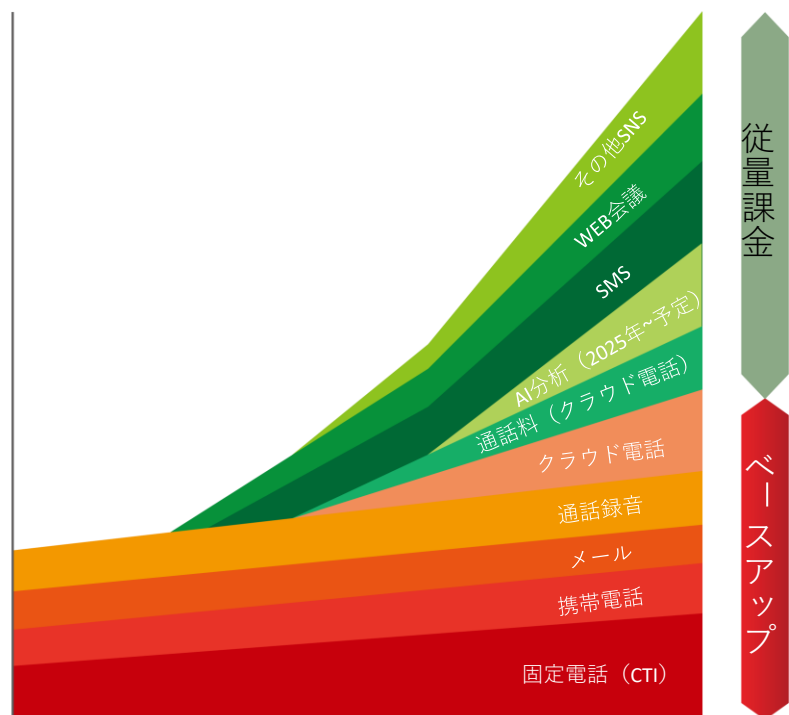
2025年6月末時点

導入企業の業種割合  
(2025年6月末)

## 成長戦略

## ～単価（ARPA）向上施策～

新たなコミュニケーションチャネルを有料オプションとして追加することによる単価アップ。



## 3 カイクラフォン

## 2 従量課金の使用量増加

効果的な使い方をノウハウとして蓄積。  
ユーザー様へノウハウ横展開により、  
使用量アップを狙う。

## 1 チャンネルの追加

## 従量課金



WEB会議



テキスト化



SMS



LINE

## コミュニケーションに関わるチャネルの追加



さいごに

## IR Note・メールマガジンの登録をお願いいたします。

投資家及び株主をはじめとする様々なステークホルダーの皆さまに向けて情報発信を進めております。  
ぜひ、IR Noteやメールマガジンを通して、より一層当社へのご理解・ご関心をいただけますと幸いです。  
ぜひご登録をお願いいたします。

IR Note

LINE公式アカウント

登録  
方法



[https://note.com/thinca\\_2025](https://note.com/thinca_2025)



<https://lin.ee/73DyPGA>

目的  
・  
内容

- ・ 適時開示/プレスリリース情報のまとめ
- ・ 決算内容のまとめ及び補足情報の発信
- ・ 投資家向け説明会のご案内
- ・ 当社理解を深めていただくためのコンテンツの発信

- ・ プレスリリース・適時開示のお知らせ
- ・ 決算説明会・セミナー・投資家向け説明会のご案内
- ・ IRに関するお問い合わせ（2025年末運用開始予定）



## 免責事項

本資料は、情報提供のみを目的として作成されたものであります。

本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。当社は、記載内容に重要な変動がある場合を除き、本資料の記述を修正する予定はありません。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれております。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。





ITで 世界をもっと おもしろく