



2025年12月期 第3四半期 決算説明資料

2025年11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**のではないかな。

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な。結果、仕事をもっと楽しくなるのではないかな。

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 | 394百万円 |
|-----|--------|

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

|      |                 |
|------|-----------------|
| 従業員数 | 71名（2025年9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



1,069百万円

前年同期比+19.3%

営業利益

横ばい



58百万円

前年同期比+8.2%

KPI

- ・ アクティブユーザー拠点数は6,012拠点（前年同期比+11.6%）に増加
- ・ ARPA※1は従量課金の増加やオプション販売により、19,116円（同+12.8%）と順調に増加

トピックス

- ・ 営業基盤整備のため、販売拠点数の伸びは一時的に鈍化  
新規拠点開拓の進捗に一服感が見られた一方で、既存顧客の利用拡大によりARPA（単価）は順調に増加。
- ・ 新規開拓は業界ごとに進捗の濃淡  
モビリティ関連では商談創出フェーズ、他業界では受注が堅調に推移。業界特性に応じた戦略の最適化を進行中。
- ・ 既存ユーザー向けの追加販売が好調  
録音機能・AI関連機能の拡充を背景に、アップセル・クロスセルが堅調に推移。LTV向上に寄与。
- ・ AI機能の継続的リリースが寄与  
8月以降、毎月1機能のリリースを継続。営業現場・ユーザー双方で反響が良好で、製品価値および販売競争力の向上に貢献。

※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3四半期 KPIハイライト



※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3Q 業績概要

## 決算概要 – 2025年12月期第3四半期実績

### 売上高

売上高1,069百万円（YoY+19.3%）と順調に推移。25年2Q比で+366百万円の増加

### 営業利益

人材強化の積極投資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

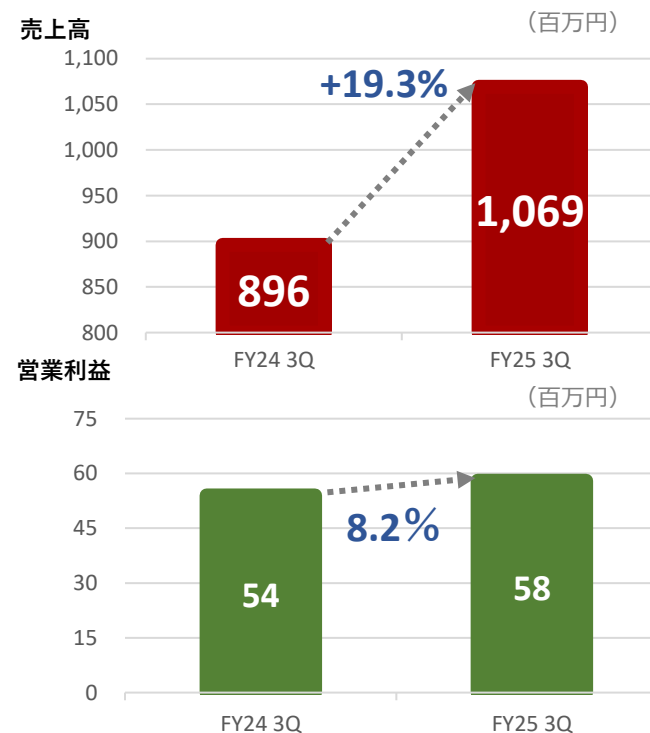
前年1Qに一過性費用（上場関連費用等）を計上したため、3Qは+34百万円の増益

### 当期純利益

特別損益等の計上はなく、3Qは+32百万円の増益

|          | 2024年<br>3Q | 2025年<br>3Q | 増減        | 前年同期比   |
|----------|-------------|-------------|-----------|---------|
| 売上高      | 896         | 1,069       | +173      | +19.3%  |
| EBITDA*1 | 74          | 75          | +1        | +1.4%   |
| 営業利益     | 54          | 58          | +4        | +8.2%   |
| 営業利益率（%） | 6.1%        | 5.5%        | △0.6point | -       |
| 経常利益     | 25          | 59          | +34       | +136.2% |
| 当期純利益    | 13          | 46          | +32       | +239.7% |

※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

当第3四半期の売上高は、**前年同期比+19.3%の増収**となり、引き続き堅調な成長を維持いたしました。  
 一方で、人的資本の拡充やマーケティング活動など、**成長ドライバーとなる分野への積極的な投資を継続的に実行**しております。  
 それにもかかわらず、**前年同期と同水準の黒字を確保**しており、収益性を維持しながらの投資主導型成長を実現しています。  
 第4四半期においても、**トップラインのさらなる拡大を見据えた戦略的投資を継続**し、中期的な成長基盤の強化と将来の収益拡大につなげてまいります。

(百万円)

2024年12月期3Q

2025年12月期3Q

増加率

増加額

原価

売上高

896

1,069

+19.3%

+173百万円

売上原価

157

184

+17.2%

+27百万円

人的資本投資

311

407

+31.0%

+96百万円

販売  
・マーケ費用※1

158

180

+13.9%

+21百万円

販管費

開発関連費用  
※2

57

61

+6.7%

+3百万円

その他販管費

159

179

+12.3%

+19百万円

営業利益

54

58

+8.2%

+4百万円

※1 販売・マーケ活動関連費用は、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

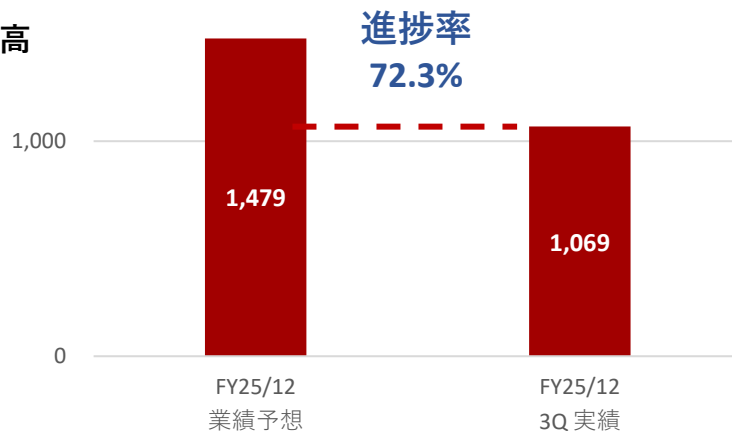
### 2025年12月期業績予想に対してはおおむね順調に進捗。

第3四半期の売上高は、過去最高の四半期売上を記録し、第2四半期比で+366百万円の増加となりました。一方で、通期業績予想に対しては、足元の成長ペースがやや緩やかとなり、売上の伸びが一時的に鈍化する結果となりました。利益に関しては、年間予想をすでに超えています。引き続き第4四半期も積極投資を行う予定のため、最終的な通期業績は年間予想水準での着地を見込んでおります。

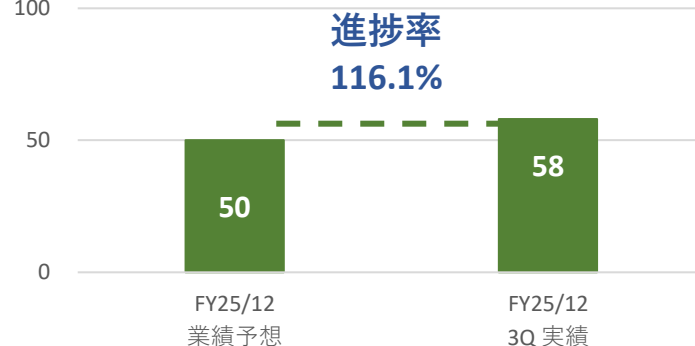
|              | 2024年<br>実績 | 2025年<br>業績予想 | 2025年<br>3Q実績 | 進捗<br>(年間<br>業績予想比) | 参考<br>2024年3Q<br>進捗 |
|--------------|-------------|---------------|---------------|---------------------|---------------------|
| 売上高          | 1,232       | 1,479         | 1,069         | 72.3%               | 73.5%               |
| EBITDA       | 105         | 85            | 75            | 88.0%               | -※                  |
| 営業利益         | 78          | 50            | 58            | 116.1%              | 74.0%               |
| 営業利益率<br>(%) | 6.3%        | 3.4%          | 5.5%          | -                   | -                   |
| 経常利益         | 48          | 49            | 59            | 121.4%              | 56.8%               |
| 当期純利益        | 16          | 24            | 46            | 187.8%              | 59.1%               |

(百万円)

#### 売上高



#### 営業利益

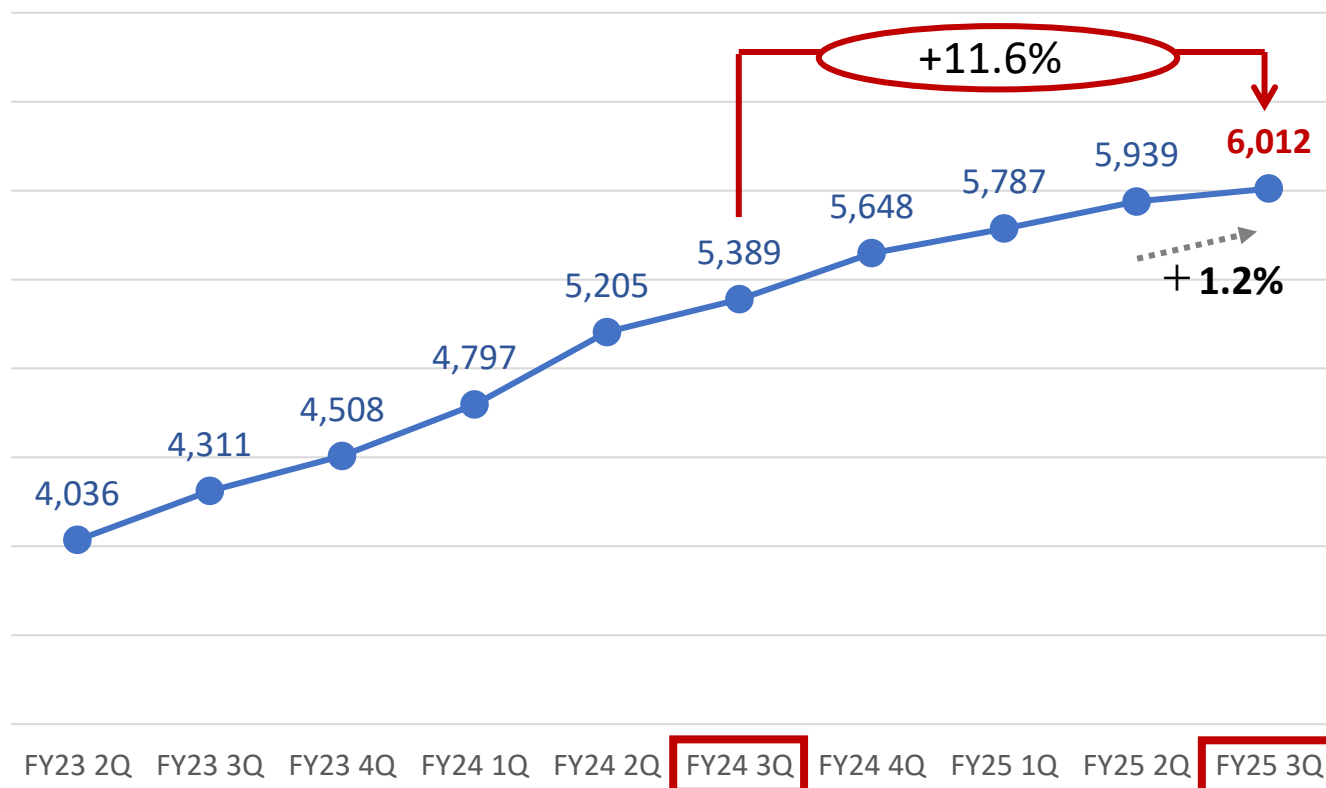


※. 前年はEBITDAについて未公開のため、進捗割合に関しては非公開

## アクティブユーザー拠点数※

全体として堅調な推移を維持しつつも、モビリティ領域における拠点数の伸びが一時的に鈍化するなど、領域ごとに進捗の濃淡が見られました。総じて、第3四半期はモビリティ領域での中期成長に向けた基盤づくりの期間であり、他領域の好調を背景に全社としては安定した成長軌道を維持しております。

下期は、各領域の成果を収益に結びつけるフェーズへ移行し、新体制による収益拡大の具体化を目指してまいります。



■モビリティ部門では、新体制発足後の体制構築および営業基盤整備を進めており、現在は新体制による成果創出に向けた「種まきフェーズ」に位置づけられます。このため、現時点では多拠点展開の受注には至っておらず、**案件のパイプライン拡充と顧客接点強化を優先的に推進**しております。

■一方で、モビリティ以外の領域を担当する各事業部は好調に推移しており、新規受注数は前年を上回る水準を維持しています。

■既存OEMパートナーとの取組は安定しており、引き続き堅調に推移しておりますが、**新規OEM開拓先の案件化・商談化については想定を下回る進捗**となりました。

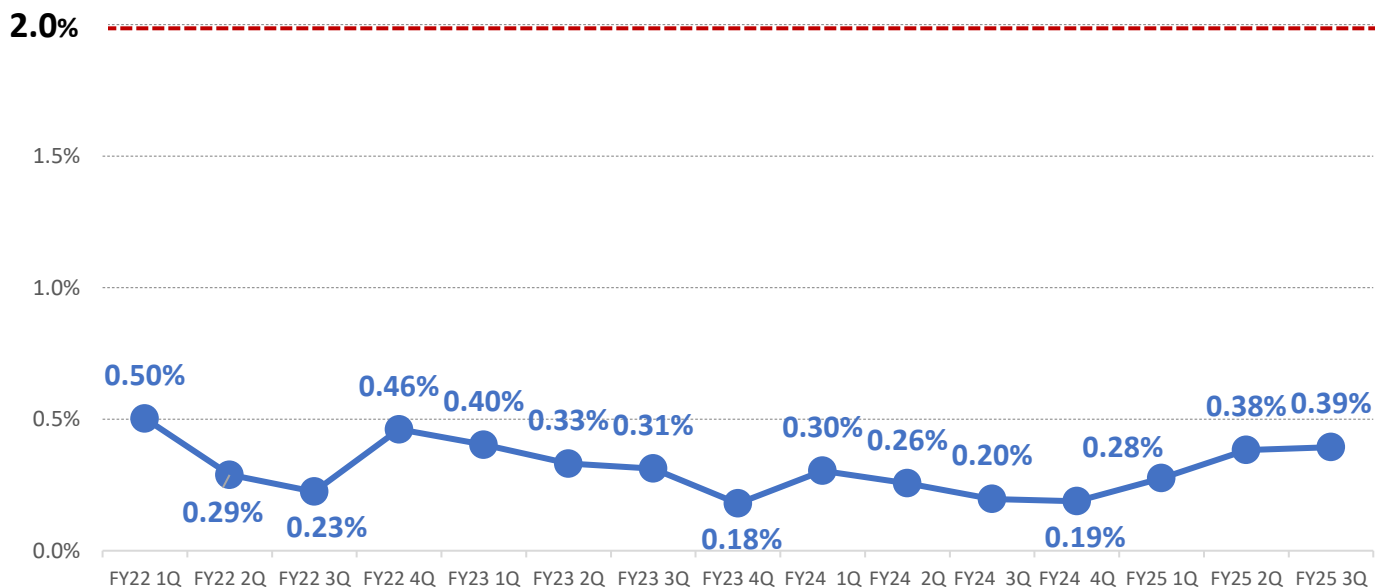
■ディストリビューターとの協業も本格稼働に向けた準備段階にあります。販売支援体制の構築や価格体系の整理など、共同オペレーション設計を完了させ、次期以降の共同販売開始を見据えた最終調整を進行中です。

※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

当第3四半期においても、全体の解約率は引き続き低水準で推移しており、安定した顧客基盤を維持しております。値上げ対応などの一時的な要因がなかった中で、前期比ではわずかに解約率が上昇しましたが、依然として業界平均を大きく下回る水準を維持しております。

### BtoB SaaS 目標解約率（中小企業）<sup>\*3</sup>



#### ※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）

このわずかな上昇要因としては、**OEM提供先の1社において、約40拠点分の一括解約が発生したことが挙げられます。**

これは同社の経営方針転換に伴うものであり、当社プロダクトの品質やサポート体制に起因するものではありません。

また、当該OEM先向けは単価の低い提供形態であったため、**売上高（MRR）全体に対する影響は軽微**となっております。

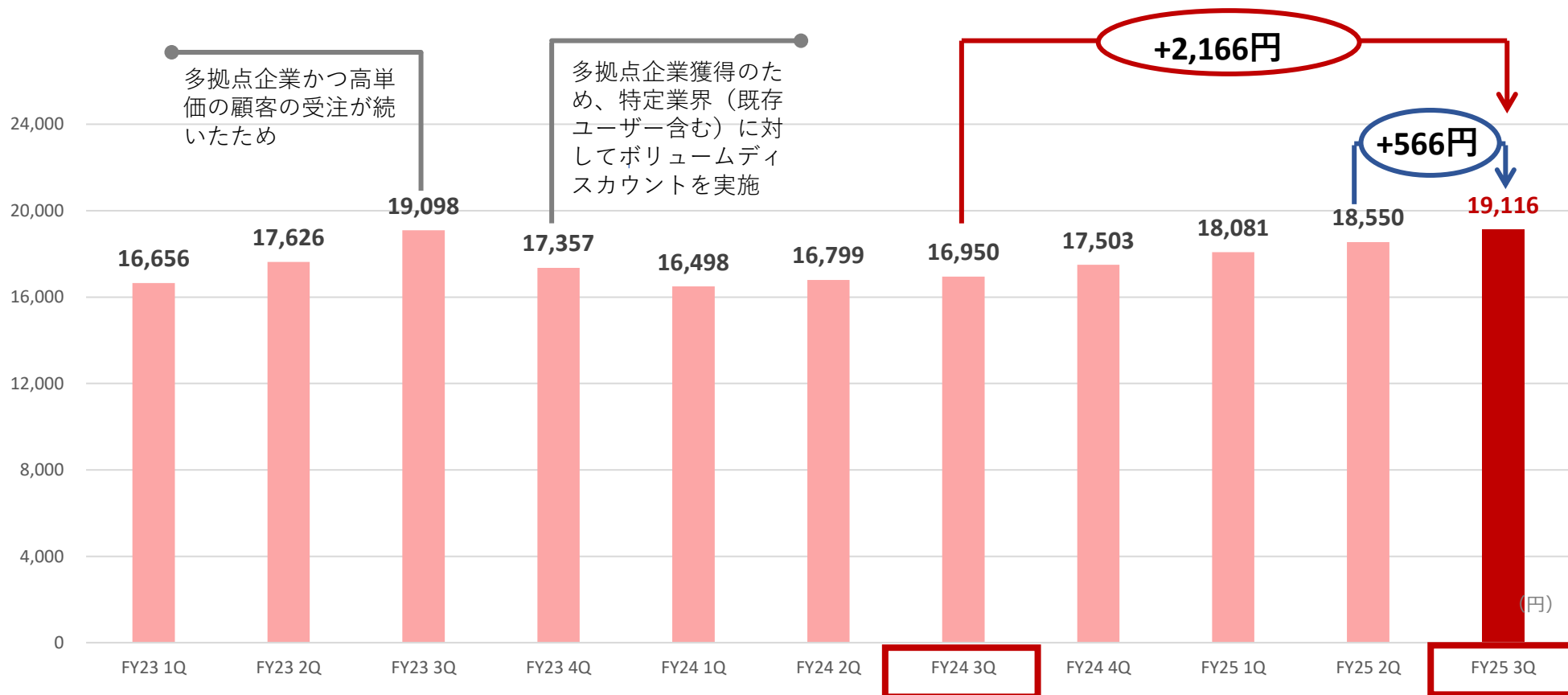
それ以外の顧客における解約動向については、**特段の傾向変化や大口解約は見られず、これまでと同様に安定的に推移しております。**

引き続き、カスタマーサクセス体制の強化やプロダクト利用価値の向上を通じ、**高い継続率の維持とLTV最大化に努めてまいります。**

## ARPA

**ARPAは順調に上昇。**前年同期比で+2,166円（+12.8%）、25年2Q比で+566円（+3.1%）の増加。

既存ユーザー様への追加オプション提案や、従量課金の伸びが大きく寄与。



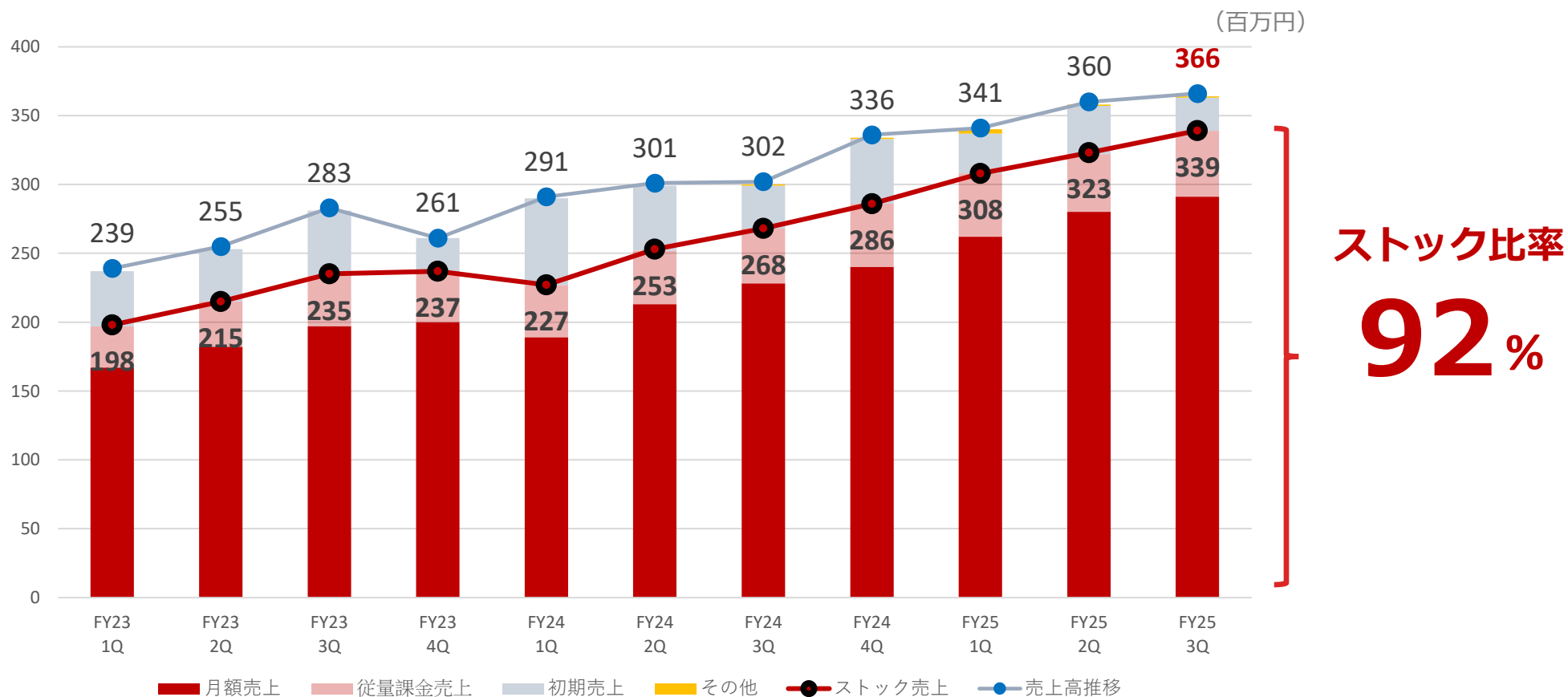
※1. 各年度／四半期の最終月のMRR（月額売上＋従量課金）÷ 当該月のアクティブユーザー拠点数

※2. APRAは直販、OEMを合わせた数値。直販（カイクラのみ）とOEMを分けたARPAについては今後開示を検討

※3 既存顧客への値上げは契約時期などを考慮し複数回に分けて実施

## 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。引き続き、売上高に対して、高いストック比率を維持。



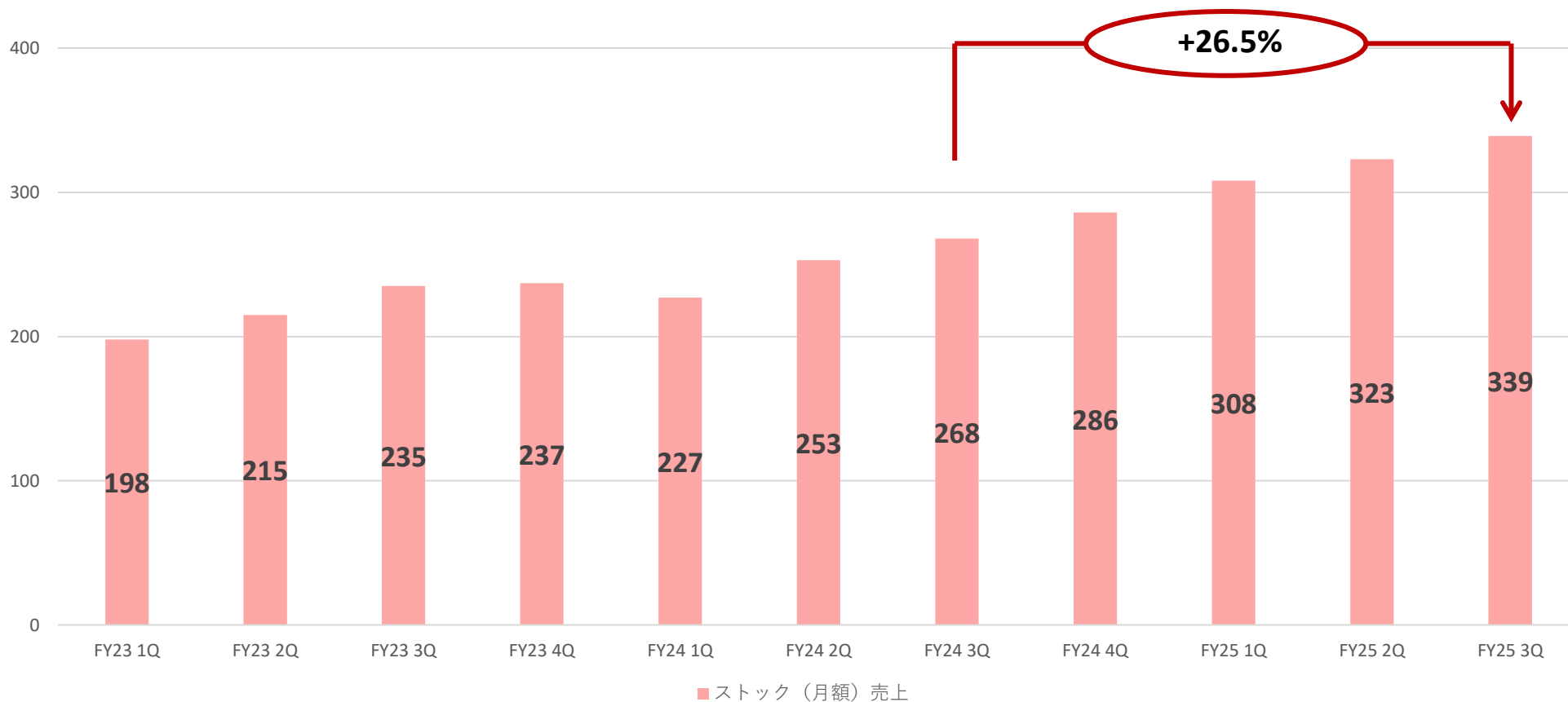
※1. 各四半期会計期間における月額売上と従量課金売上の合計

※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+11.6%、ARPAは同比+12.8%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3Q トピックスの進捗

## 2025年3Qの主要戦略

## 施策の進捗

**自動車業界のシェア拡大**

1

自動車業界における顧客基盤の拡大を目的に、ディーラー向け新規開拓部門およびアップセル専任部門を新設。  
また、自動車業界特化のマーケティング部門およびインサイドセールス部門を組成し、**業界別深耕戦略の強化**を図っています。

**生成AI関連の新機能を毎月リリース**

2

カイクラの提供価値を高めるため、生成AI技術を活用した新機能開発を強化。  
2025年8月以降、**毎月1機能の定期リリース体制**を構築し、ユーザー体験の継続的向上を図っております。

**カイクラフォンの販売再開**

3

音声コミュニケーション領域における新たな収益源確立を目的に、カイクラフォンのバージョンアップ開発を完了。  
ユーザーからのフィードバックを反映し、2025年8月下旬に改良版をリリースいたしました。

ホンダ・ダイハツ向けの新規開拓部門が順調に立ち上がり、既存顧客との接点拡大と新規商談数の増加により、業界内シェアの拡大が進展しております。  
アップセル専任部門についても、既存顧客の単価向上に貢献し、継続収益基盤の強化が進んでおります。  
上期に採用したハイレイヤー人材（部長クラス）の早期戦力化が奏功し、営業組織全体の推進力が大幅に向上。  
一方で、トヨタ系ディーラー向けの開拓活動は現在、商談機会創出フェーズにあり、**下期以降の受注拡大に向けた布石を着実に進行**しております。

カイクラ独自の「コミュニケーションデータ」を活用したAI機能を毎月リリースしており、計画通り順調に進行。  
新機能は音声・テキスト解析を軸とした営業支援・顧客対応機能を中心に展開しており、顧客からの反響も非常に良好です。  
これにより、**新規リード獲得やアップセル提案時の差別化要素としても機能**しており、販売面での寄与が見込まれています。  
今後も継続的に月次リリースを行い、AI領域でのプロダクト競争力を高めてまいります。

8月下旬のリリース後、既存ユーザーを中心に営業を再開し、現時点ではトライアル申込を通じた実運用検証を進めております。  
顧客体験の向上を優先しながら、**プロダクトの完成度と市場適合性（PMF）の確立を目指すフェーズ**にあります。  
また、次期（2026年）には専任の販売組織を新設し、本格的な販売展開に向けた採用活動を開始済みです。  
カイクラフォンは中期的に、当社の次なる収益ドライバーとして位置づけており、**来期以降の売上成長への貢献を見込んでおります。**

## 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。



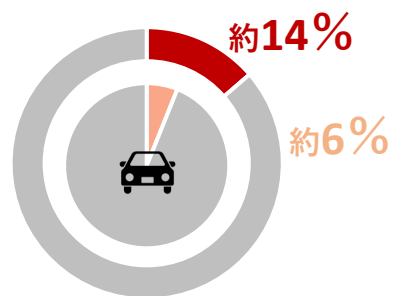
### モビリティ 事業部の組成



## 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



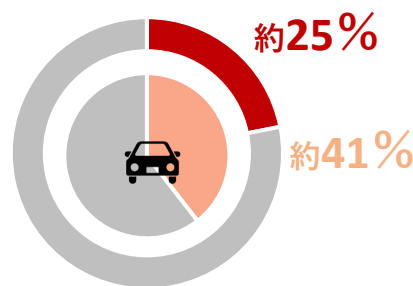
■ ディーラーシェア ■ 拠点数シェア

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



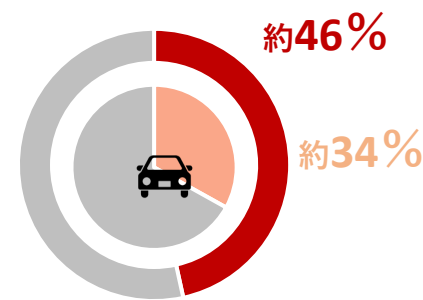
■ ディーラーシェア ■ 拠点数シェア

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8月

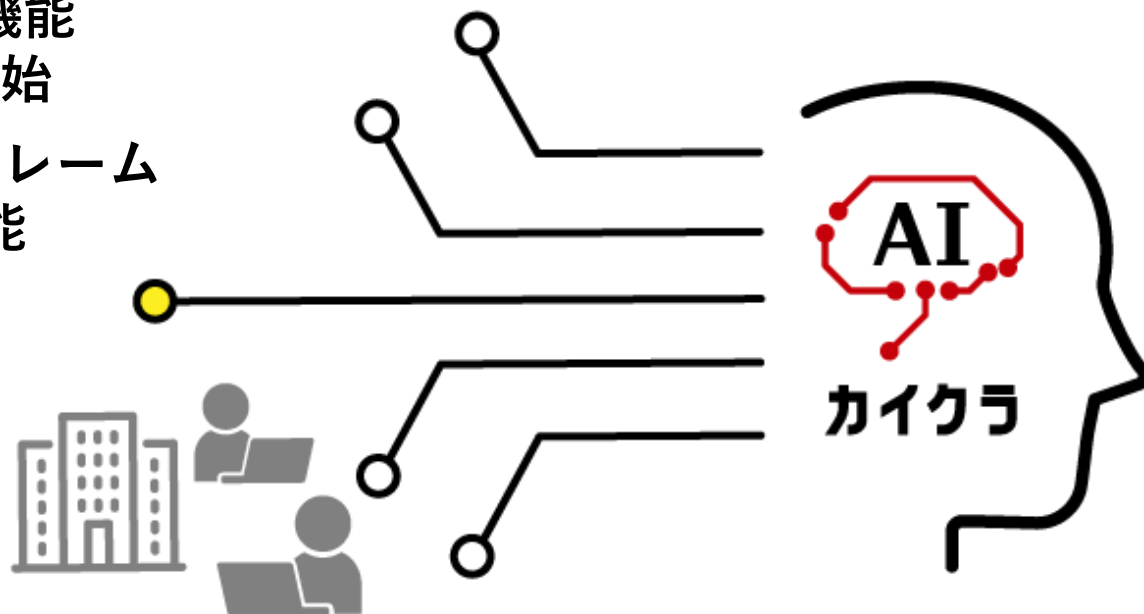
**AI自動要約機能  
無償提供開始**

2025年9月

**カスハラ・クレーム  
判断機能**



**2025年10月以降も  
継続的に新機能リリース**



カイクラユーザーが持つコミュニケーションデータを分析し、  
カイクラユーザーに最適化したAI機能を提供  
例) コミュニケーションの特徴分析機能

## 2025年12月期 第4四半期 トピックス

### ① AI機能リリースの強化

#### -1 AI機能の毎月リリースの継続

AI機能の開発・提供については、8月以降毎月1機能のリリースを継続しており、カイクラの特徴であるコミュニケーションデータと生成AI技術を組み合わせた実用的な機能を順調に展開しております。これにより、ユーザー体験の向上とともに、カイクラ全体の付加価値向上と競争優位性の強化が進んでおります。

#### -2 通話録音オプションの販売強化

AI機能の多くは会話内容の自動分析を中心とするため、録音データの利用が前提となります。この構造を踏まえ、録音機能を未利用の既存ユーザー様に対してアップセル施策を展開しており、付随的な契約拡大とARPA向上に寄与しております。

### ② モビリティ業界への販売強化

ホンダ・ダイハツディーラー向けについては、販売基盤の構築を完了し、現在は販売強化フェーズに移行しております。これまでに培った営業ノウハウと顧客ネットワークを活かし、エリアカバレッジの拡大と既存顧客への深耕を同時に進めることで、さらなるシェア拡大を目指しています。

一方で、トヨタディーラー向けの販売基盤については現在構築中であり、全国レベルでの販売網確立を視野に入れた体制整備を進めています。特に、販売代理店との協業体制の構築を重点テーマとしており、地域特性を踏まえたパートナーモデルを確立することで、今後の全国展開に向けたスケール基盤を整備してまいります。

### ③ カイクラフォン販売のテストマーケティング強化

当第3四半期は、既存ユーザー様を中心にテストマーケティングを継続的に実施し、サービス機能のフィードバックを収集しております。これにより、製品の機能性やユーザビリティの精度を高めながら、来期の本格展開に向けた改善を進めております。

## 2025年12月期 3Q決算について高い関心が予想される事項

### Q1 第3四半期の売上が業績予想に対して75%未満となっているが、業績予想の達成は問題ないか？

A：当社の主力であるSaaS事業は、ストック型の収益構造を採用していることから、例年、売上は下期偏重型の傾向にあります。これは、四半期を追うごとにストック売上が積み上がるためであり、過去の実績からも第4四半期に最も売上が伸長する傾向が確認されています。

特に、当社は解約率が極めて低水準で安定推移していることから、契約の積み上げ効果が確実に反映され、ストック収益が下期に向けて増加する構造となっております。

したがって、第3四半期時点では売上進捗が一時的に緩やかに見えるものの、通期での見込みに大きな変動はございません。現時点では、通期予算水準の確保を基本シナリオとしつつ、一部下振れの可能性も織り込みながら、その達成に向けて計画的な対応を進めていると認識しております。

引き続き、下期における新規契約の積み上げおよびアップセルの促進を通じ、安定的な成長と収益目標の達成を目指してまいります。

### Q2 前年同期と比較すると拠点数の伸びが鈍化しているがその原因は何か。また、通期の拠点数の成長率は想定通り進捗する予定か？

A：拠点数の伸びについては、8月より組成したモビリティ領域の専門チームが本格稼働段階にあり、特にトヨタディーラー向けの営業基盤の構築を進めていることが要因です。現在は販売体制整備とパートナー連携強化のフェーズにあり、新規開拓営業の本格展開はこれからとなります。

また、新規OEMパートナーおよびディストリビューターとの協業ビジネスの立ち上がりに時間を要していることも、一時的な拠点数成長の鈍化に影響しています。これらの取り組みは、中長期的な事業拡大を見据えた戦略投資フェーズとして位置づけており、今後の拡大余地は十分にあると考えております。

さらに、特定の販売パートナーの新規獲得ペースが一時的に鈍化している一方で、ターゲットを自治体案件の強化へとシフトしたことにより、案件数自体は維持しているものの、受注までのリードタイムが長期化していることが確認されています。

これらの要因から、第3四半期時点では拠点数の伸びが一時的に緩やかとなりましたが、第4四半期以降は新体制の営業活動が本格化する見通しです。

通期では、計画水準におおむね沿った進捗で推移するものと見込んでおります。



## 2025年12月期 3Q決算について高い関心が予想される事項

### Q3 AI機能のリリースは順調か？その反応や売上への影響はどのように考えているか？

A：AI関連機能の開発およびリリースは、8月以降、毎月1機能のペースで計画通り順調に進行しております。

リリースした機能はいずれも、サイクルが強みとするコミュニケーションデータを活用した実用的な内容であり、ユーザー様からの反響も非常に良好です。

また、営業現場でも提案時の訴求力が高く、製品価値をわかりやすく伝える武器として機能しております。

今期リリースしているAI機能については、すべて無償提供としており、AI機能単体での直接的な売上貢献はありません。

一方で、これらのAI機能は「録音オプション」をご利用中のユーザー様のみが利用可能であるため、既存顧客へのアップセル（録音機能の追加契約）につながる効果が確認されています。

また、新規営業においてもAI機能の付加価値が評価され、提案の受注率向上やリード獲得効率の改善に寄与しております。

今後は、AI機能を継続的に拡充しながら、ユーザー体験の向上とともにプロダクト全体の競争力強化・LTV向上を目指してまいります。

### Q4 営業利益がすでに通期の予想を超えているが、着地はどれくらいを見込むのか？

A：営業利益については、第3四半期時点で通期業績予想をすでに上回る水準となっております。これは、上期から継続して効率的な経営運営を実現できたことに加え、売上の伸長により固定費負担が相対的に軽減されたことが主な要因です。

一方で、第4四半期においても積極的な先行投資を継続する方針です。

特に、人材面ではハイレイヤー層を含む営業職・エンジニア職の採用を進めており、組織体制の拡充と次期の成長基盤の強化を図っております。

また、人材投資に加え、リード獲得およびブランド認知向上を目的としたマーケティング費用の強化も実施する計画です。

そのため、最終的な通期業績は年間予想水準での着地を見込んでおります。

短期的には利益を抑制する一方で、これらの戦略的投資は中長期的な収益拡大に資するものであり、持続的な成長のための布石と位置づけております。



# Strategy for Growth

## 成長戦略

## 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

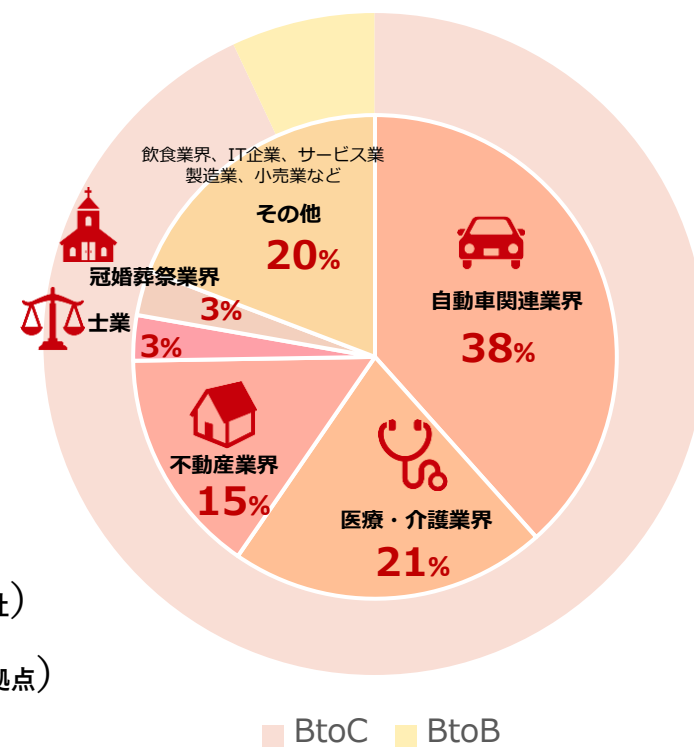
5,648 拠点

2024年12月末時点

3,080 社 (+191社)

6,012 拠点 (+364拠点)

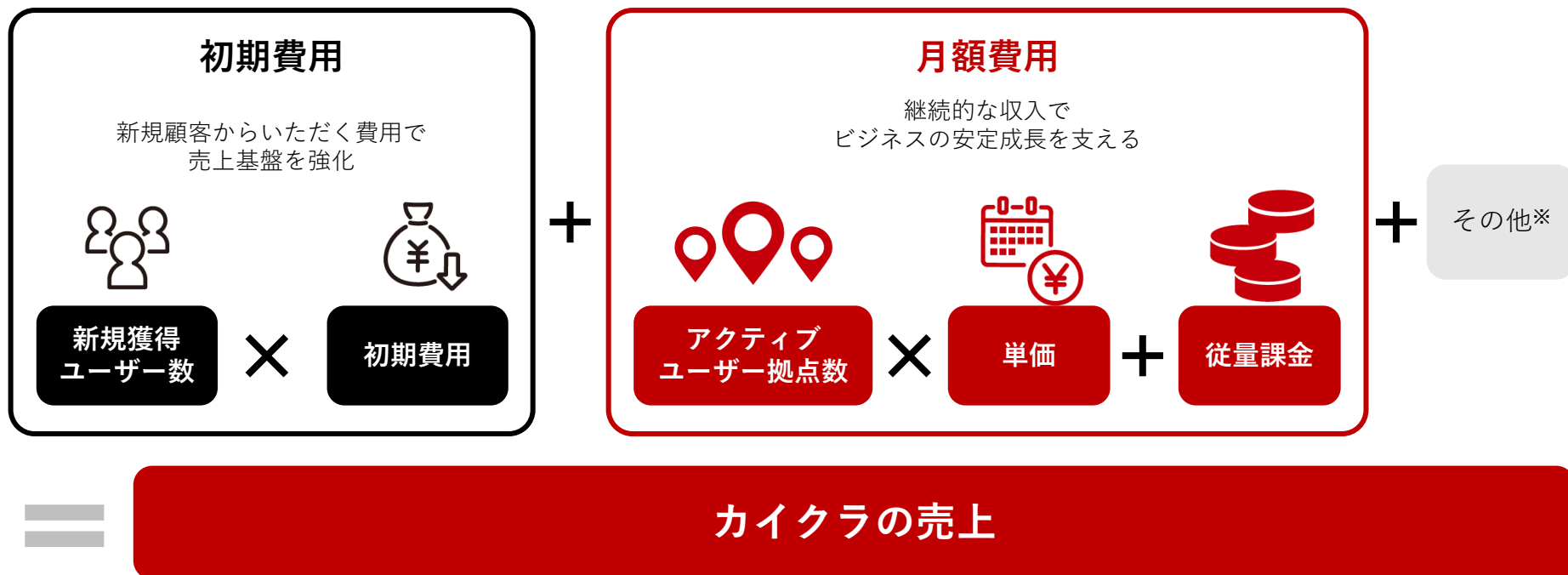
2025年9月末時点

導入企業の業種割合  
(2025年9月末)

## 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

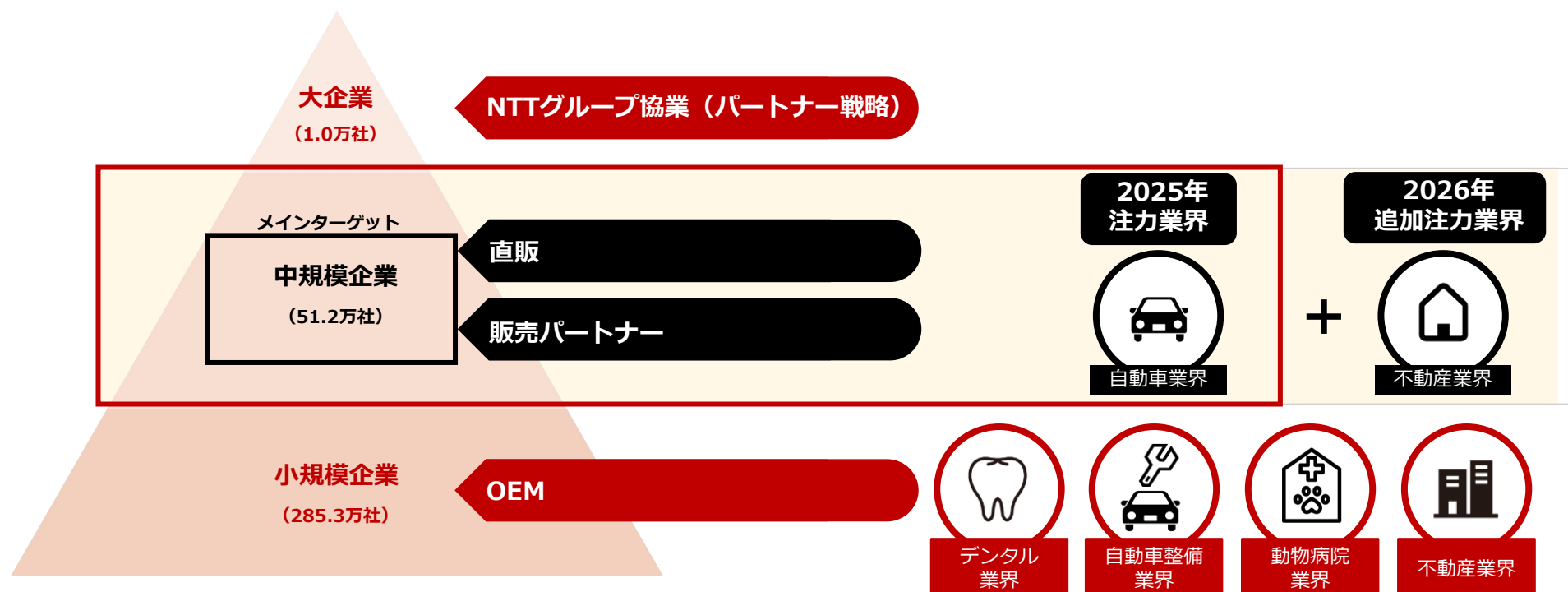
「アクティブユーザー拠点数増加」と「単価（ARPA）向上」の2軸を追求。  
2025年は継続してアクティブユーザー拠点数を増加させることに加え、単価（ARPA）の向上にも注力していく。



## 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。



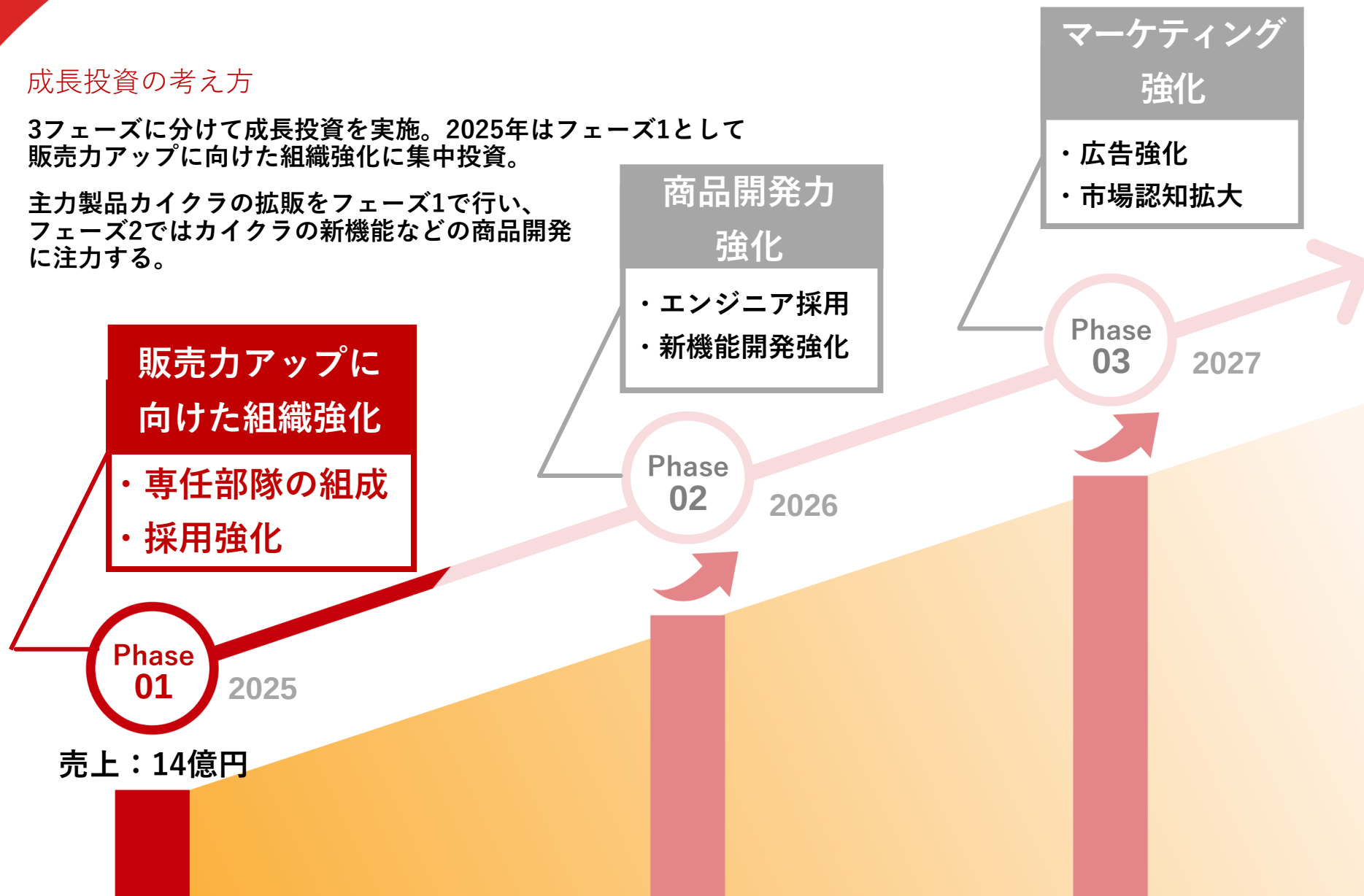
引用：中小企業庁 中小企業・小規模事業者の数（2021年6月時点）の集計結果

[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)

## 成長投資の考え方

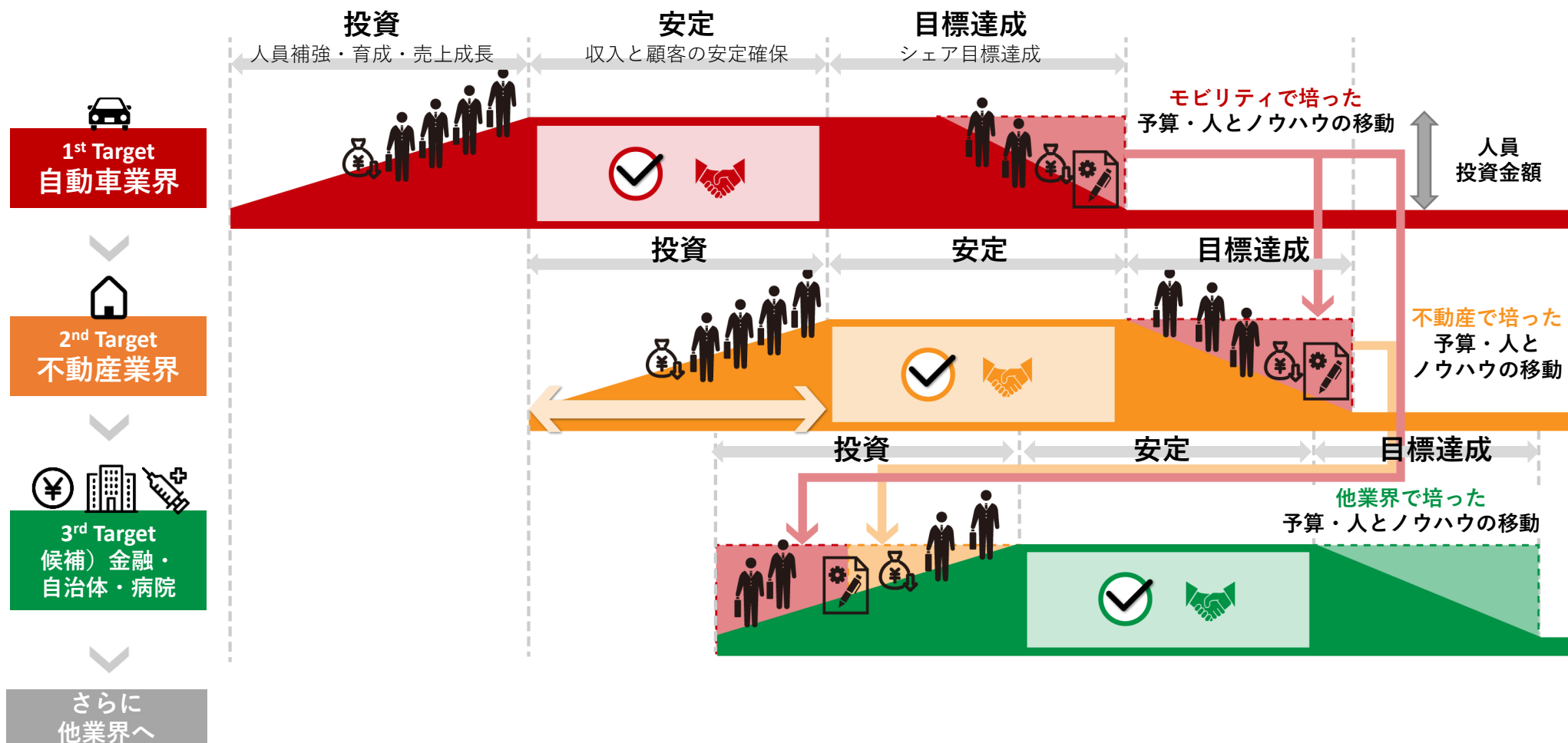
3フェーズに分けて成長投資を実施。2025年はフェーズ1として販売力アップに向けた組織強化に集中投資。

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

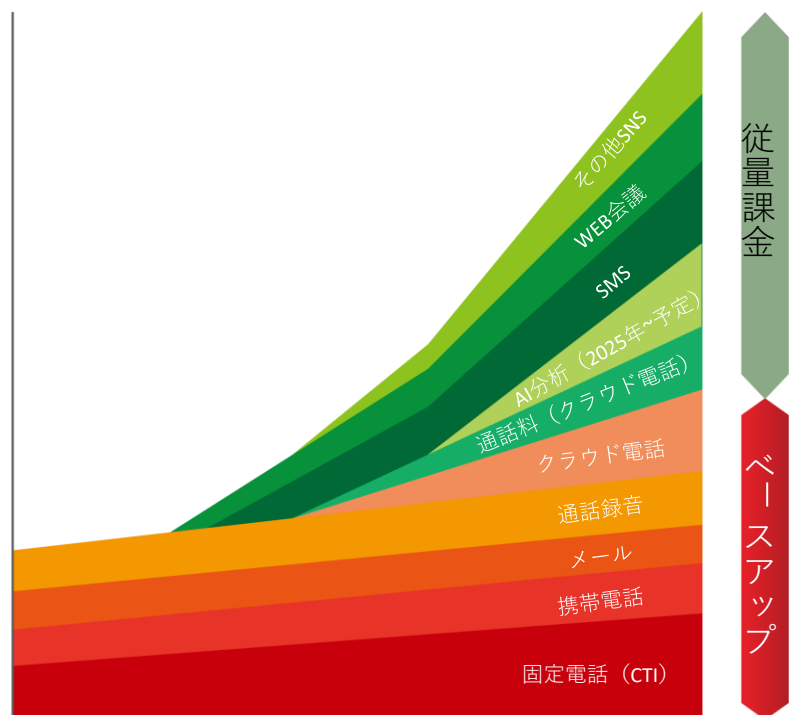
リソースを集中させる市場を決め、人材採用等の積極投資を実行。目標となる市場シェアを達成したら、次の市場へリソースを移動させ、市場を活性化させる。ノウハウとリソースを新市場に移動させることで、全体的な市場シェア拡大を狙う。



## 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





## 販売強化戦略

### ① モビリティ業界への販売強化

来期以降は、モビリティ業界を中心とした販売強化を重点テーマとして位置づけ、**トヨタ・ホンダ・ダイハツを主要ターゲットディーラーとする専門チームを中心に販売拡大を推進**してまいります。  
これら注力ブランドにおいては、拠点シェア60%の達成を当面の目標とし、達成後はチームを他のブランドディーラーへ順次展開し、**日産・スズキ・マツダ・輸入車ディーラーなどへの販売強化**を図る計画です。

また、ディーラー専用のマーケティング施策にも注力しており、**セミナーや展示会などの開催を通じたリード獲得とブランド浸透の促進**を進めてまいります。  
これに伴い、マーケティング投資を拡大し、**自動車メーカーとの連携強化の推進**も計画しています。

さらに、**ディーラー向けの全国販売網を確立するため、販売代理店との協業体制の強化**にも取り組んでおります。

既存ユーザーのディーラーに対しては、AI機能を中心としたアップセル施策を推進し、**LTVの向上と収益基盤の強化**を目指します。

今後リリース予定の新機能群においても、AIを中心とした差別化要素を強化し、「**一度使うと手放せない**」**カイクラの提供価値を確立**してまいります。

これにより、モビリティ業界全体における存在感を高め、**中長期的な市場シェア拡大と収益成長の両立**を実現してまいります。

## 販売強化戦略

### ② 不動産業界業界への販売強化

当社では、2026年以降の重点成長領域のとして、ディーラー業界に加え、**不動産業界を戦略業界に位置づけ**、本格的な販売強化に取り組んでまいります。

2025年第3四半期より不動産専門部門の組成を開始しており、**組織責任者を含む不動産業界出身人材の採用を行っております。**

これにより、業界特性を深く理解した体制の下で、顧客課題に即した提案力の強化を図ります。

また、**直販体制の拡充に加え、マーケティング領域への投資を強化**し、リード獲得やブランド認知向上を加速してまいります。

これまで当社は不動産業界の中でも不動産管理業を中心に導入を拡大してまいりましたが、今後は**市場規模の大きい売買・賃貸領域にも積極的に展開**する方針です。

さらに、販売拡大を一層推進するため、**新たな協業パートナーとのアライアンスを開拓**し、販売チャネルの多様化とスケール拡大を進めていきます。

これらの取り組みにより、不動産業界におけるカイクラの導入拡大を加速させ、**中期的な売上成長と業界ポジションの確立**を目指してまいります。

### ③ カイクラフォン販売の販売強化

来期以降は、販売専門チームの新設を予定しており、営業・サポート・マーケティングを一体化した体制を構築することで、販売体制の強化と市場浸透の加速を図ります。

また、カイクラフォンは、CTI機能を標準装備し、録音時間が無制限で、AI機能も搭載しているなど、当社の主力サービス「カイクラ」と同等の利便性を備えたクラウド電話として展開しております。

これらの特長を活かし、高い競争力を有する販売戦略を進めることで、中期的には新たな収益の柱としての成長を目指してまいります。

## 販売強化戦略

### ④ AI機能のアップセル強化

当社の主力サービス「カイクラ」は、電話・チャット・メールなど複数のコミュニケーションチャネルを統合し、顧客との会話を一元的に管理できる点が最大の特長です。  
この強みを活かし、カイクラだからこそ蓄積できるコミュニケーションデータを活用したAI機能を積極的にリリースしております。

これまでのAI機能は無償オプションとして提供してまいりましたが、**2026年以降は有償オプションとしての展開を開始し、AI機能を収益化の新たな柱へと育成していく計画です。**

AIが解析する膨大なコミュニケーションデータをもとに、**顧客対応の兆候把握や営業機会の発見など、従来見えなかったインサイトの提供**を進めています。

これにより、単なる業務効率化にとどまらず、**カイクラユーザー様の顧客対応・営業活動における新たな体験価値の創出**を実現してまいります。

また、**アップセル部門**が既存ユーザー様への導入促進を強化。これにより、**ARPAの持続的な向上**を実現する体制を構築しております。

今後も、AIを活用した付加価値の最大化を通じて、**顧客満足度と収益性の双方を高めるプロダクト戦略**を推進してまいります。

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10月から運用開始中）

## 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