



(株)シンカ【証券コード：149A】

2025年12月期

通期決算説明資料

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

2026年2月13日





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。

Thinca

会社概要

社名	株式会社シンカ（英名：Thinca Co.,Ltd.）	設立	2014年1月8日
代表取締役	江尻 高宏	資本金	397百万円
取締役	笹田 直紀（CTO）	上場日	2024年3月27日
社外取締役	阿久津 聡 三木 聡 田邊 愛	従業員数	75名（2025年12月末時点）
常勤監査役	高橋 京子	許可	プライバシーマーク認証 10824646 電気通信事業者 A-30-16792
非常勤監査役	平松 直樹 山添 千加美		
所在地	本 社 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		

01 | エグゼクティブサマリ

02 | 当社株価評価に対する振り返り 及び 顧客価値最大化に向けた大幅投資
2026年12月期業績予想

03 | 2025年12月期 決算概要

04 | 2025年12月期 業績推移

05 | 事業計画および成長可能性に関する事項

AGENDA

The background is a solid red color. A large, white, abstract swoosh or brushstroke graphic starts from the right edge and curves towards the left, partially overlapping the text.

01

エグゼクティブサマリ

決算概要 期間累計（2025年1月～2025年12月）

積極投資により増収減益

売上高 **1,464** 百万円 ↑ 前年同期比 **18.8%**

売上総利益 **1,199** 百万円 ↑ 前年同期比 **18.1%**

営業利益 **60** 百万円 ↓ 前年同期比 **△23.0%**

当期純利益 **42** 百万円 ↑ 前年同期比 **167.2%**

主要KPIの状況（一部を抜粋）

主要KPIは順調に成長

ARPU **38,119** 円 ↑ 前年同期比 **11.4%**

顧客数 **3,182** 社 ↑ 前年同期比 **10.1%**

ARPA **19,557** 円 ↑ 前年同期比 **11.7%**

アクティブ
ユーザー
拠点数 **6,202** 拠点 ↑ 前年同期比 **9.8%**

ARR ※ **1,455** 百万円 ↑ 前年同期比 **22.7%**

平均月次解約率 **0.3** % ↑ 前年同期比 **0.07pt**

※これまでMRRで開示しておりましたが、年間収益であるARRの方が年間計画におけるストック収益額を計算しやすいことから、ARRを指標とした開示に変更しております。

業績予想との差異 (百万円)

期初予想に対して増益

期初予想

今回実績

売上高

1,479 ▶ 1,464 $\triangle 1.0\%$

営業利益

50 ▶ 60 $+19.0\%$

経常利益

49 ▶ 62 $+25.5\%$

当期純利益

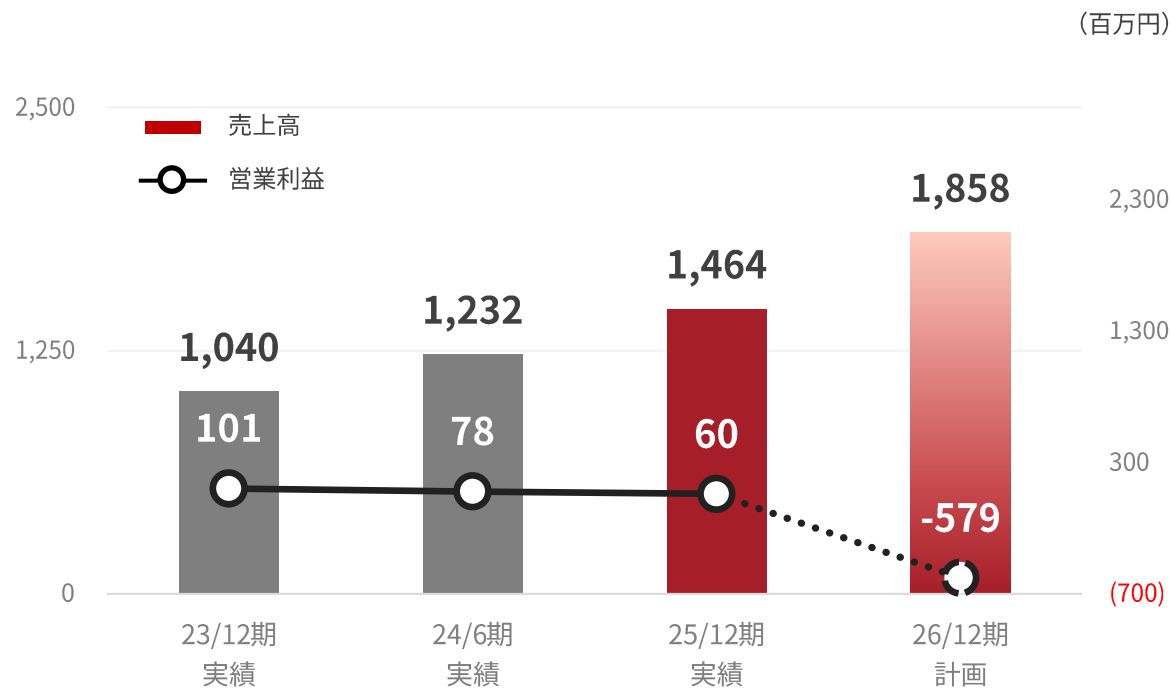
24 ▶ 42 $+73.3\%$

増益の主な要因

- ① 顧客獲得効率が想定を上回った
- ② 税金費用が想定を下回った



大胆な成長投資を計画するため、2026年12月期の利益計画は一時的に赤字を予定。
売上高は、上場後で最も高い26.9%の成長を計画。



2026年12月期は26.9%増収

売上高 : 1,858百万円

営業利益 : △579百万円

成長投資額

約**984**百万円※

前年比2.7倍

成長投資内容

- ① 人材採用
- ② AI関連投資
- ③ 広告宣伝費

※成長投資は、研究開発費、支払手数料、広告宣伝費、人件費の増分、研修費を和して算出



カイクラ

新規リリース

AI会話スコアリング機能

AI自動発着信タグ付け機能

大幅アップデート

AI感情ラベリング機能

AI搭載新機能を続々とアップデート

02

当社株価評価に対する振り返り
及び 顧客価値最大化に向けた大幅投資
2026年12月期業績予想

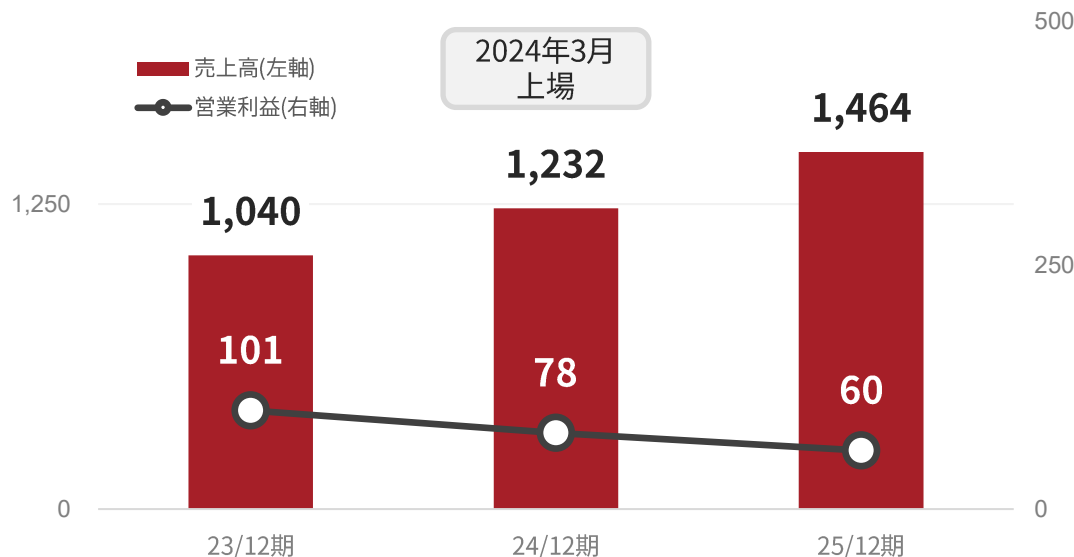
現在の時価総額は、**当社の中長期的な成長ポテンシャルを十分に反映していない水準**であると認識している。
グロース市場上場企業として、**成長の確度・資本効率・情報開示の質において、さらなる向上が必要**。

時価総額は25億～35億のレンジで低位



その理由は、黒字にこだわってきた結果、**大胆な成長投資に踏み切れていない**と結論づけた

売上高成長率と営業利益率に課題



PERが高い理由：利益少額

将来成長性を評価されているわけではない。

上場来平均PER

87.6倍

2026年1月末時点

売上高成長率 **18.8%**
前年同期比

営業利益率 **△23.0%**
前年同期比

Thinca VISION 2030

2030年12月期 目標

売上高

6,500百万円
以上

営業利益

1,500百万円
以上

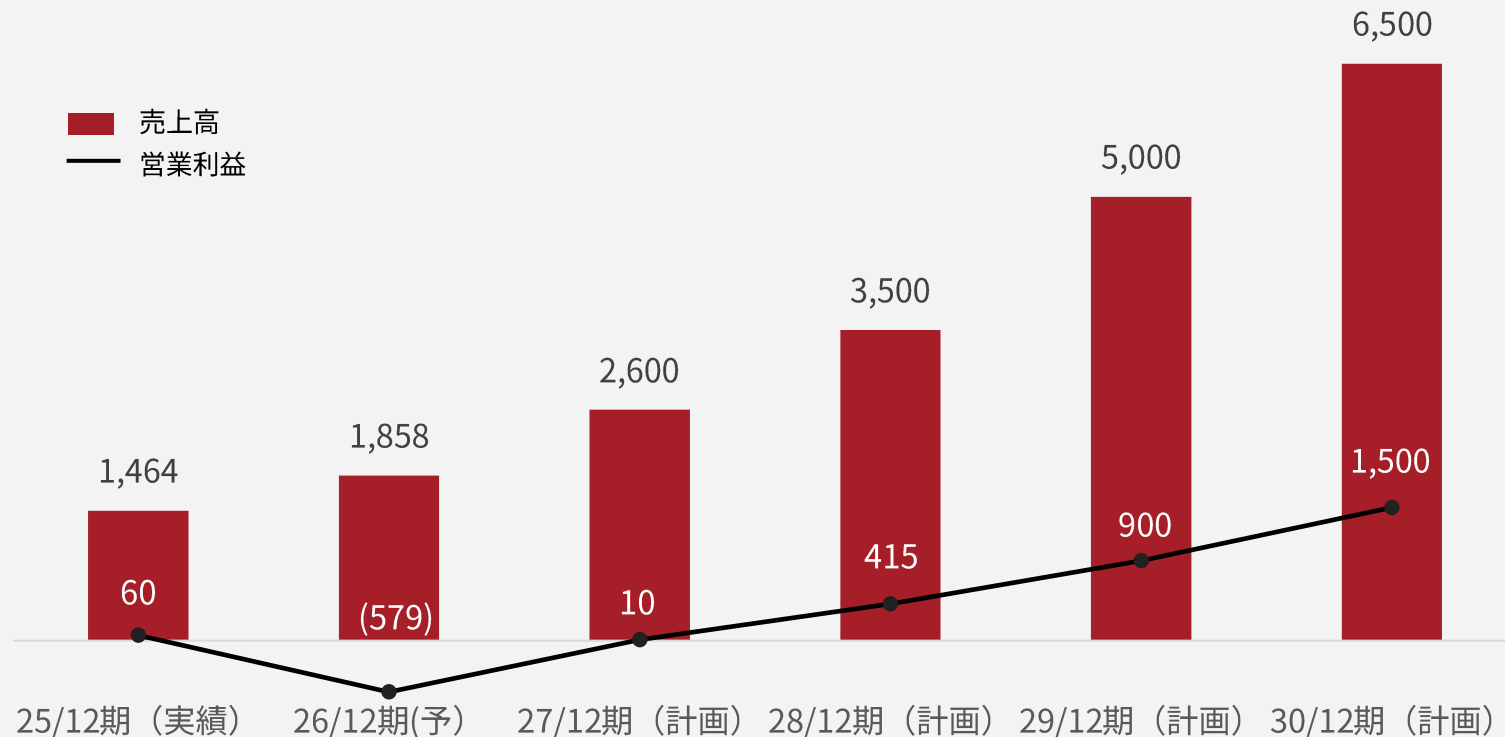
PER

15倍
以上

コミュニケーション・シンギュラリティ構想を実現し
顧客企業の対話課題をAIで加速解決する

顧客価値拡大と将来キャッシュフローの積み上げの結果として、
時価総額100億円を早期に達成させる

2026年度は赤字となるが、来期以降に回復し
ストック型収益モデルとして中長期的に利益率の改善を計画する



コミュニケーション・シンギュラリティ構想

成長投資：重点戦略

①

顧客開拓の
スピードアップ

セールス・マーケ先行投資

②

アップセル・クロスセル
による顧客単価向上

AI投資

③

M&A

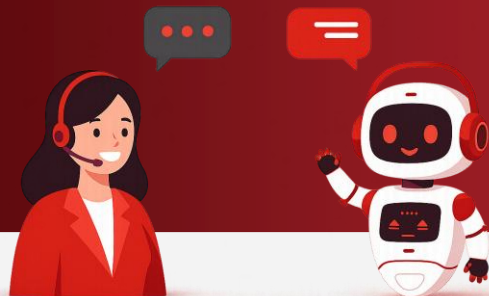
組織能力拡大

コミュニケーション シンギュラリティ

6億件以上
の会話データ



生成AI



AI投資の内容

AI駆動型
開発

カイクラ
AI機能

新AIサービス
開発

リアル（対面）
商談記録

統計・分析機能

AIによる分析
改善アドバイス

クライアントごとに
特化したAI構築

一時的な赤字を恐れず、**投資対リターンが合理的に計算できる**テーマを中心に先行投資することで
成長スピードと**将来キャッシュフローの最大化**を狙う



26年12月期は、大胆に成長投資を行うことから、一時的な赤字を恐れず
営業への先行投資と、単価を上げるためのAIへの先行投資を優先と位置付ける

(百万円)	2026年12月期 予想	YoY 前年同期比
		増減比
売上高	1,858	+26.9%
売上総利益	1,466	+22.3%
営業利益	△579	-
営業利益率	-	-
成長投資額 ※1	984	+174.1%
当期純利益	△546	-

成長投資の重点項目

- ① 営業人材採用
- ② AI関連投資

成長投資を優先するため
無配を計画

配当：0円

※1. 成長投資額は、研究開発費、支払手数料、広告宣伝費、人件費の増分、研修費を和して算出

Thinca VISION 2030実現に向けた過去最大規模の成長投資額

02 Earning
Forecast



Thinca VISION 2030実現に向け、2026年12月期を「非連続な成長への転換点」と位置づけ、前年比+174.1%となる9億8,400万円の成長投資を実行

(百万円)	2025年12月期	2026年12月期	増加率	増加額
成長投資額	359	984	+174.1%	+625百万円
支払手数料・ 支払報酬料※1	97	402	+315.0%	+305百万円
人的資本投資増分※2	93	253	+174.2%	+160百万円
採用・研修費	57	143	+152.8%	+86百万円
広告宣伝費	66	102	+51.3%	+34百万円
研究開発費	47	85	+82.2%	+38百万円

※1 管理部門経費を除き、事業成長に直接寄与する費用のみを算出

※2 成長投資として、前期人件費からの増分金額のみ算出

成長投資の内訳

AI投資3.50億円

営業人材投資2.00億円

その他人材投資1.50億円

広告宣伝費1.00億円

カイクラ研究開発費1.85億円

支出の可逆性分析 Low Risk Structure

- 可逆 59.1% (採用・研修/広告/R&D/人的資本増分)
- 準可逆 40.9% (支払手数料・支払報酬料)
- 不可逆 0.0% (サンクコストのリスクなし)

投資資金の原資と財務方針

自己資金の活用

上場時のキャッシュインを含めた手元現金を有効活用。安定した財務基盤を維持。

外部調達抑制

現時点では借入・増資等の大規模調達は想定せず。

※事業成長に資する資本業務提携等は除く

財務の健全性を維持しながら
成長投資を実行

投資継続の判断基準

現金下限ルール (厳守)

現預金 5.0億円を維持

四半期ゲート設計 (KPI管理)

定量的な投資対効果を可視化し、進捗が計画を下回る場合は戦略を最適化。

新規MRR

AI利用率

ARPU/ARPA

解約率

毎月のキャッシュフローモニタリングによる厳格な運用

強固な収益基盤を背景に、溢れる需要を確実に捕捉し、AIによるARPA成長を最大化する



投資可能な強固な基盤

ストック比率
90%

解約率 (Churn)
0.16%

ARPA成長率
+11%

顧客数成長率
+10%



十分なキャッシュ保有：

健全なキャッシュフローに基づき、
リスクを限定した上での攻めの投資
が可能。



機会損失の即時解消

❗ 営業人員不足による取りこぼし

✅ 営業成約率は高い水準を維持

✅ 広告効率は良好（LTV/CAC適正）

STRATEGIC FOCUS

「需要不足ではない」

ボトルネックは供給力（人員）のみ。
投資が即座に売上へと直結するフェーズ。



AIによる成長の非連続化

生成AIの進化と実装

カイクラへの生成AI機能実装により、
提供価値を劇的に向上。有償オプショ
ンの開発を加速。

企業のAI受容性の高まり

「AI導入は不可避」という市場の機運
が、これまでにないスピードでのアッ
プセルを容易にする。

→ AI実装がダイレクトにARPA向上に寄与



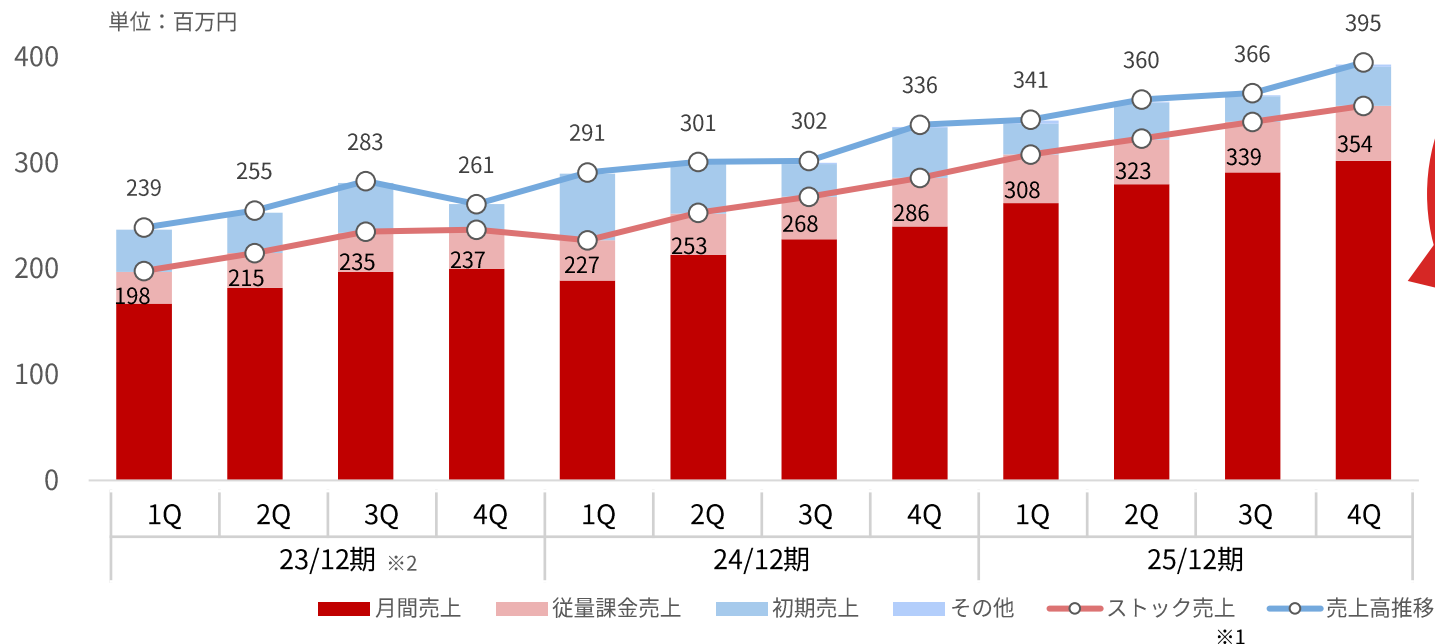
03

2025年12月期 決算概要

顧客獲得効率が改善し売上高・売上総利益はともに+18%の成長一方で、営業利益は成長投資に費用を計上したため減益

(百万円)	2025年12月期 通期実績	YoY 前年同期比	過去実績	
		増減比	2024年12月期	2023年12月期
売上高	1,464	+18.8%	1,232	1,040
売上総利益	1,199	+18.1%	1,015	867
営業利益	60	-23.0%	78	101
営業利益率	4.1%	-2.2pt	6.3%	9.7%
当期純利益	42	+167.2%	16	108

四半期として過去最高の売上高を計上
売上高に対して、4Qも引き続き高いストック比率を維持



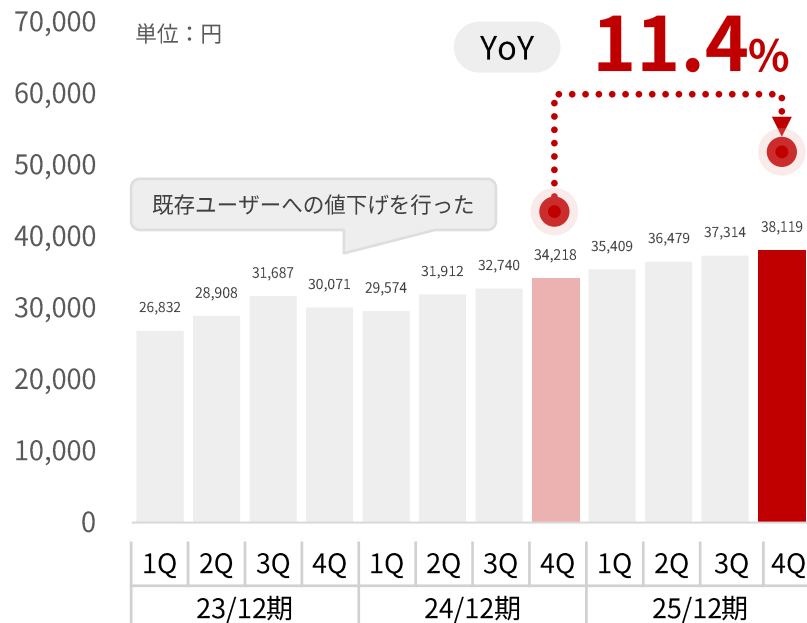
ストック比率
(FY25 4Q)

90%

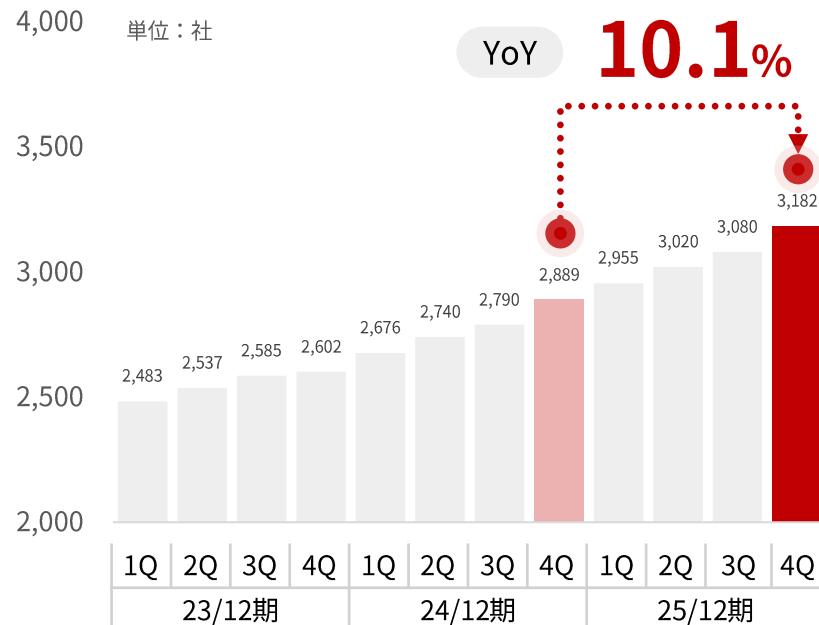
※1. 各四半期会計期間における月額売上と従量課金売上の合計 ※2. 2023年は四半期財務諸表を作成していないため、2023年第1四半期～第4四半期の数字は参考値です

既存顧客向けのアップセルの影響でARPUは+11.4%の38,119円へ増加
顧客数も新規開拓が進み、3,182社まで増加

ARPUの推移 ※1



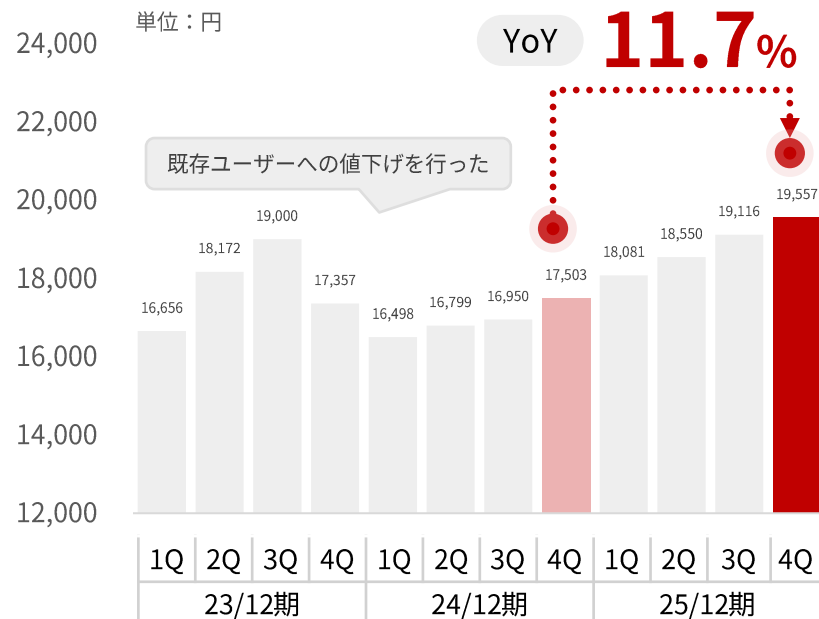
顧客数の推移



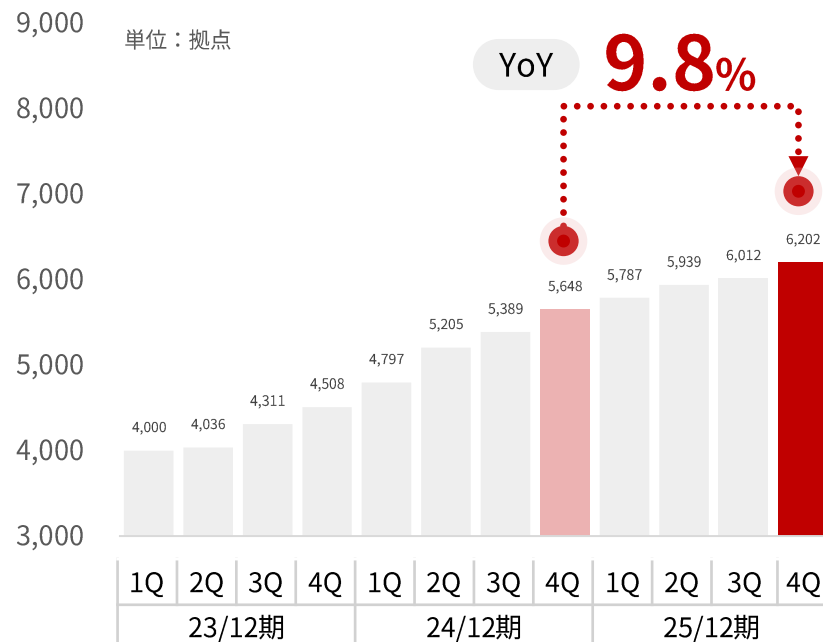
※1：MRR（Monthly Recurring Revenue：月間経常収益）を顧客数で除した数値

通録機能サービスなどオプションの導入が進み、ARPAは19,557円へ増加
アクティブユーザー拠点数も既存他拠点での導入が進み、順調に増加し6,202拠点へ

ARPAの推移 ※1

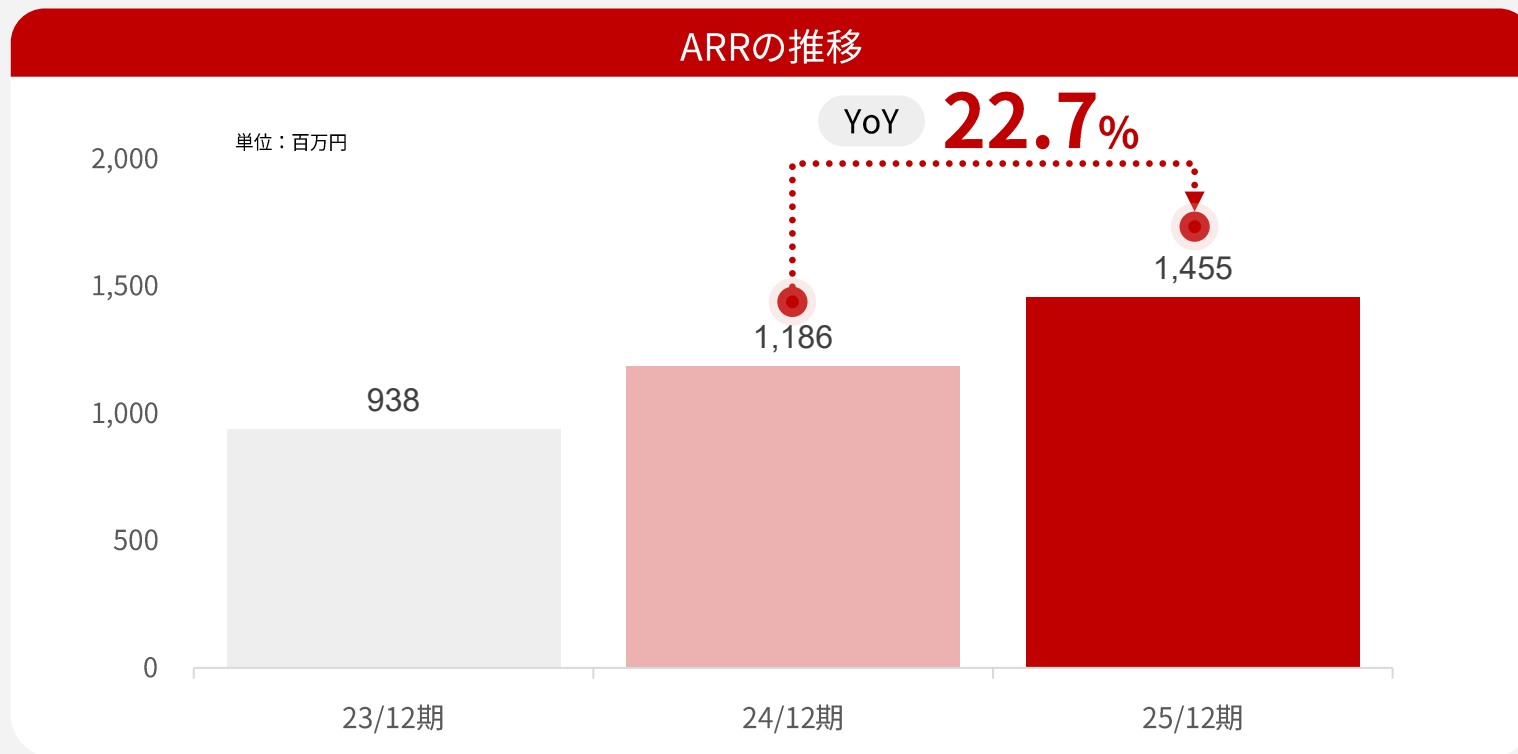


アクティブユーザー拠点数の推移



※1. ARPA：各年度の最終月の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

ARPAの上昇およびアクティブユーザー拠点数の増加により、ARR_{※1}は+22.7%の14億5,500万円へ増加

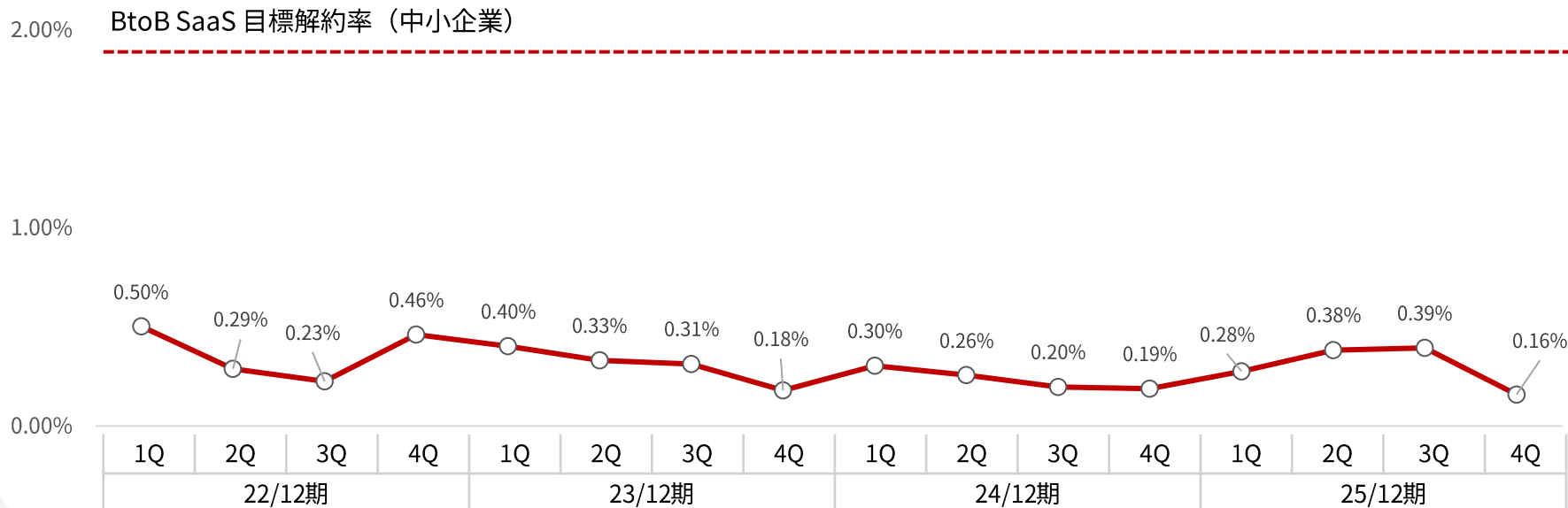


※1. ARR：各年度の最終月のMRR（月額売上＋従量課金）×12（か月）

※これまでMRRで開示しておりましたが、年間収益であるARRの方が年間計画におけるストック収益額を計算しやすいことから、ARRを指標とした開示に変更しております。

1Q、2Qは値上げによる影響、3QにOEM提携先の1社で約40拠点の一括解約が発生し解約率が悪化
その後4Qにおいては、大きな解約はなく計画範囲で推移

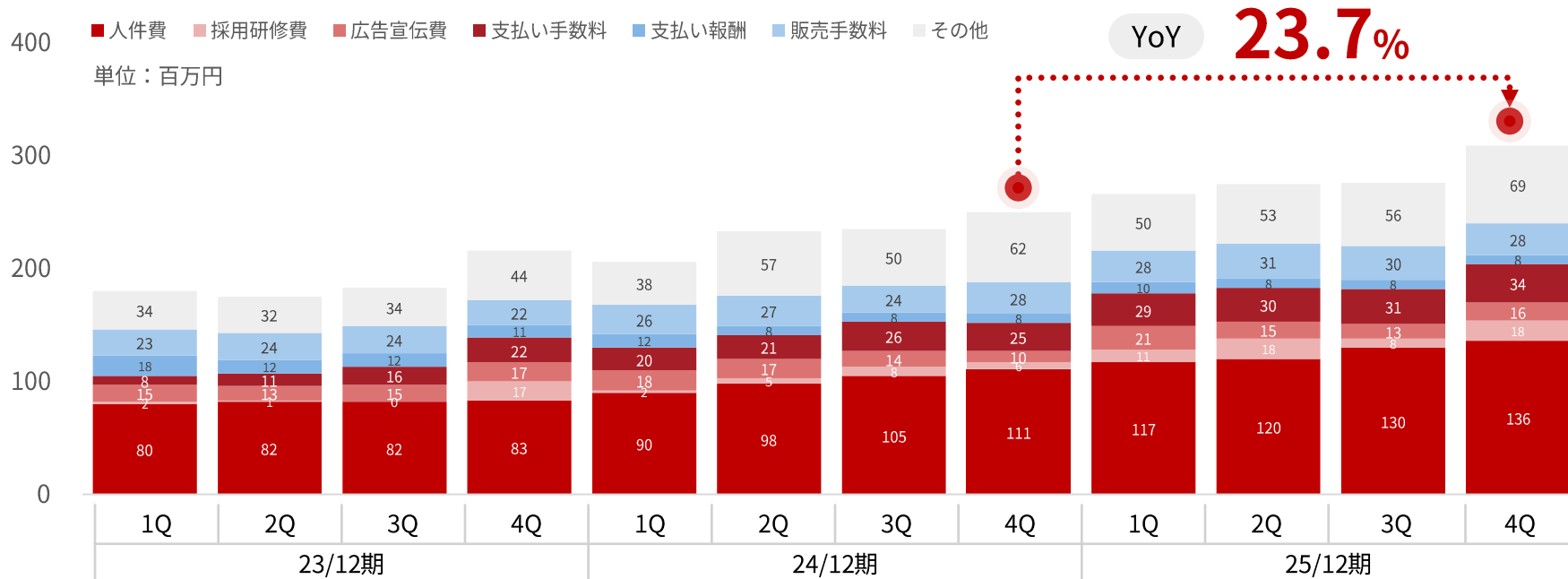
月次解約率※1



※1 月次解約率（当該月に解約したユーザーに関する MRR ÷ 前月末MRR）の会計年度または四半期累計期間における平均

営業人員への採用、AIなどへの研究開発・投資で費用を計上。25年12月期は約3.6億円の成長投資を実施
今後も成長投資と事業規模拡大へ向けた費用を計上する

販管費



2025年4Qの主要戦略

施策の進捗

2025年8月以降、毎月1機能のペースでAI関連機能のリリースを継続しております。

カイクラに蓄積された豊富なコミュニケーションデータと生成AIの親和性を活かし、実用性の高い機能を着実に展開しております。

-1 AI機能リリースの強化

これまでにリリースしたAI機能は無償提供とし、プロダクト全体の付加価値向上および競争優位性の強化を図っております。

2026年以降は、有償AI機能の提供開始を計画しており、顧客単価(ARPU)の向上および収益基盤のさらなる強化に寄与してまいります。

これまでにリリースしたAI機能は、主に会話内容の自動分析を中心とした機能であり、利用にあたっては録音オプションの契約が前提となります。

-2 通話録音オプションの 販売強化

この特性を活かし、録音機能を未導入の既存顧客に対するアップセル施策を強化した結果、多拠点展開企業における録音オプションの新規受注に成功するなど、付随的な契約拡大を実現しております。

これにより、ARPA(拠点単価)の向上および収益基盤の強化に着実に寄与しております。

2025年4Qの主要戦略

施策の進捗

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おいては、販売が順調に進捗し、シェア拡大を実現しております。今後も圧倒的シェアの確立を目指すとともに、AI機能の展開による顧客単価(ARPA)の向上を推進してまいります。

トヨタディーラー向けについては、販売強化に向けた基盤構築フェーズにあります。パートナー企業との協業モデルの確立およびトヨタ関連システムとの連携強化を進めており、2026年の本格展開開始を予定しております。

また、新たにスズキディーラー向け販売を開始し、既に受注実績を創出しております。今後は販売モデルの確立を進め、2026年におけるシェアの早期拡大を目指してまいります。

3 カイクラフォン販売の テストマーケティング強化

8月下旬の改良版リリース以降、既存顧客を中心に営業活動を再開し、現在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。

カイクラの強みであるコミュニケーションデータ基盤を活かしたクラウド電話として、他社との差別化を実現する独自機能の開発を推進しております。

2026年の本格販売開始に向けては、専任チームの組成を開始しており、採用活動も順調に進捗し、既にメンバーの採用が決定しております。体制強化を図りながら、事業化を加速してまいります。

生成AI機能の月次リリースを継続（2025年8月～12月）
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

2025年9月

クレーム・カスタマ
判定機能

2025年10月

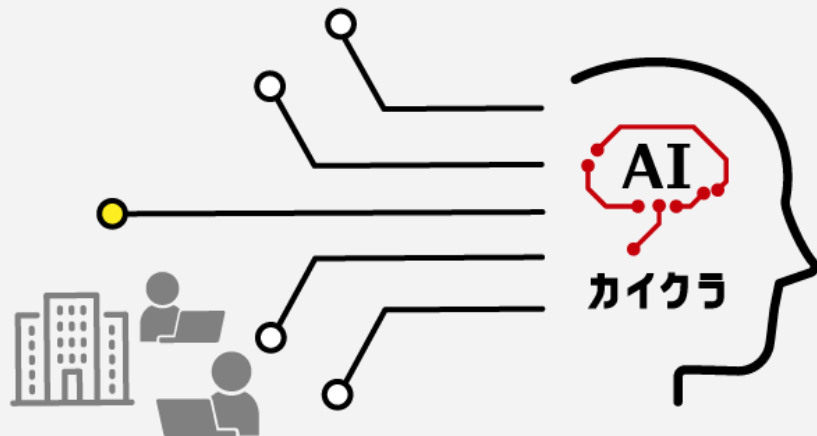
会話品質判定機能

2025年11月

AI自動発着信タグ付け機能

2025年12月

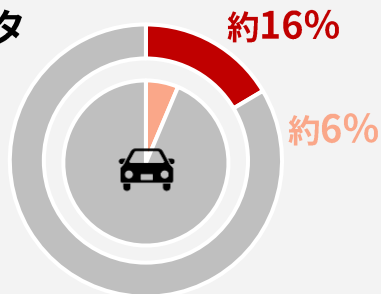
AI感情ラベリング機能
大幅アップデート



2026年12月期も
継続的に新機能をリリース予定

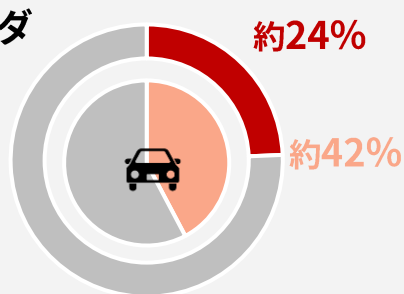
主要自動車ディーラーを中心にシェア拡大

トヨタ



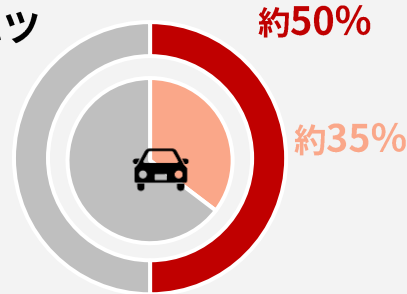
- 特徴： 1社あたりの拠点数が他メーカーと比べても多く、ディーラー数は全国で約5000拠点ありポテンシャルあり
- 現状： 導入社数はまだ少なく、トヨタ独自のシステム活用を重要視している
- 戦略： トヨタシステム連携をフックに、ディーラーシェア拡大を目指し、拠点シェアを拡大

ホンダ



- 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



- 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

期初目標の達成状況

	期初目標	現在実績	達成状況
トヨタ	拠点数シェア 15%	約6%	継続中 (42%)
ホンダ	拠点数シェア 45%	約42%	継続中 (93%)
ダイハツ	ディーラーシェア 50%	約50%	達成 (100%)



04

2025年12月期 業績推移

(百万円)	2025年12月期 通期実績	YoY 前年同期比	過去実績	
		増減比	2024年12月期	2023年12月期
売上高	1,464	+18.8%	1,232	1,040
売上総利益	1,199	+18.1%	1,015	867
営業利益	60	-23.0%	78	101
営業利益率	4.1%	-2.2pt	6.3%	9.7%
当期純利益	42	+167.2%	16	108

(百万円)	2025年12月期		2024年12月期
	実績	増減額	実績
流動資産	1,126	21	1,105
現金及び預金	984	12	972
固定資産	153	30	123
有形固定資産	42	1	41
無形固定資産	79	25	54
資産合計	1,279	51	1,228

(百万円)	2025年12月期		2024年12月期
	実績	増減額	実績
流動負債	232	△18	250
短期借入金	60	△30	90
負債合計	232	△18	250
純資産合計	1,047	69	978
負債純資産合計	1,279	51	1,228



05

事業計画および成長可能性に関する事項



カイクラ

企業のコミュニケーションを見える化する
クラウドサービスです。

Our Business

事業内容

AIコミュニケーション統合プラットフォーム： カイクラ

特徴：コミュニケーション履歴と顧客情報を自動で紐づけて、管理する

① コミュニケーション履歴統合：カイクラコミュニケーション

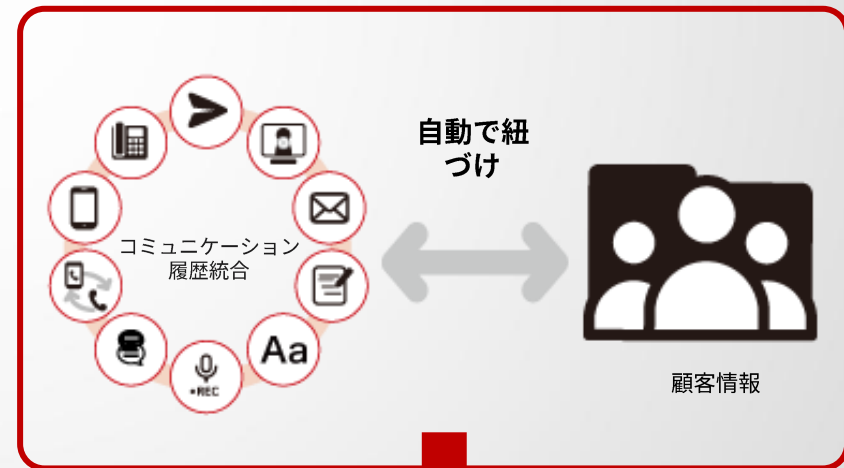
さまざまなコミュニケーションを自動的に記録し、自動で整理、顧客情報と紐づけた上で、クラウド上で一元管理します。

② クラウドCTI：カイクラCTI

固定電話への着信時に、コミュニケーション履歴と顧客情報を自動で紐付け、パソコンやタブレットへ自動的にポップアップします。

③ クラウド電話：カイクラフォン

カイクラから電話の発着信ができます。オフィス以外でも電話の発着信が可能です。



①コミュニケーション履歴統合：カイクラコミュニケーション

会話が見える

固定電話や携帯電話、SMS、メール、ビデオ通話、LINEなど、さまざまなコミュニケーションの履歴を自動的に整理し、顧客情報と紐づけた上で、クラウド上で一元管理します。複数のコミュニケーションを管理することで、“会話”を正しく捉えることができます。

また、固定電話、携帯電話で行われた音声通話は自動で録音するとともに、自動でテキスト化を行います。さらに、以下のような切り口でAI分析をすることができます。

- ・要約 通話内容を自動で文字起こしたテキストを自動で要約できます
- ・感情ラベリング 通話内容から感情の起伏を読み取り、「喜び」や「怒り」といったラベリングを行います
- ・タスク抽出 通話中に発生する多くのタスクやフォローアップ事項を自動で抽出することができます



②クラウドCTI：カイクラCTI

顧客が見える

固定電話への着信時に、
紐づけられた顧客情報とコミュニケーション履歴を
PCやタブレットに自動的にポップアップします。

検索する手間が省け、顧客対応が効率化されます。
また、顧客を特定して電話対応を開始できるため、
上質なおもてなし対応が可能です。



③ クラウド電話：カイクラフォン

CTI標準装備のクラウド電話

PCやスマートフォンアプリを用いて、
カイクラから固定電話の発着信が可能です。

オフィス以外でも固定電話の発着信が可能なため、
テレワークや外出先での効率的な電話対応が実現できます。

カイクラフォンの特徴はすでにカイクラCTIが搭載されている
ことです。

クラウドCTIがすでに搭載されているクラウド電話のため、
電話着信時に顧客情報とコミュニケーション履歴を自動的に
表示させることができ、効率的な電話対応やおもてなし対応を
可能とします。

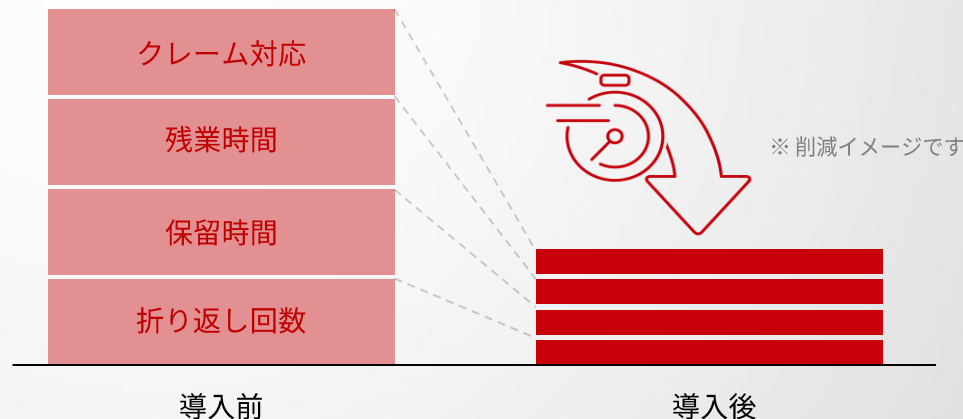


カイクラの3つの導入効果

① 顧客対応の効率化

カイクラの導入で、煩雑なコミュニケーションコストを圧縮できます。

例えば、顧客検索の手間の削減、言った言わないの削減、MA機能による一斉自動連絡など、顧客対応時の手間を大幅に削減できます。



顧客へのおもてなし対応が実現

② CS向上※1

クレーム対応がスムーズに

③ ES向上※2

電話対応業務

顧客の名前や問い合わせ内容の再確認、顧客情報の検索などの業務が大幅に削減されることから、**電話業務が約40%削減**された※3

顧客対応業務

折り返し対応時に担当がすぐわかる、電話が繋がるまで折り返すのではなくSMSで連絡など、**顧客対応にかかっていた時間が70%削減**された。家賃未払いの督促業務を電話からSMSに変更したところ、**督促業務が75%削減**できた※3

案内連絡業務

これまで郵送DMや電話で案内を送っていたが、SMSの一斉送信や予約機能を使うことで、**案内業務が50%削減**できた※3

※1 CS: 顧客満足度 (Customer Satisfaction)

※2 ES: 従業員満足度 (Employee Satisfaction)

※3 当社調べ: 特定のカイクラユーザー様からのフィードバックに基づく

カイクラ活用のイメージ

顧客から
電話着信時

電話対応時

対応内容
確認・記録

カイクラユーザー

オフィス・店舗に電話着信時、
パソコンやタブレットに
顧客情報を**自動でポップアップ**します。

電話に出る前に顧客名が分かるため、
心の準備をして電話に出ることが
できます。

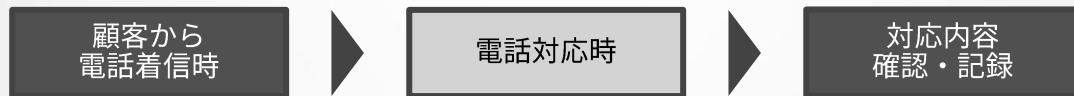


顧客



架電

カイクラ活用のイメージ



カイクラユーザー



電話対応する場合は、ポップアップ画面をクリックすることで、詳細な顧客情報が表示されます。この**顧客情報**には、**それまでのコミュニケーション履歴が紐づけ**されており、顧客情報と合わせてコミュニケーション履歴を参照することが可能です。

株式会社シンカ 甲斐 孝子 さん

カイクラ ユーザー
貝和 蔵人様
090-1111-XXXX

顧客情報を編集

顧客タグ
新田中 田中 田中

通信回数
本日通信回数 : 1回
前回通信 : 2022/09/12(金)

salesforce chatwork

顧客データ

性別	男	生年月日	1976年12月31日	顧客状況	顧客
住所	東京都千代田区神田錦町X丁目X番地				
会社名	シンカ自動車株式会社				
自社担当	営業 田中 幸助				
前回折衝	2021年7月15日 タブレット10台を提案				
契約実績	CTIシステム、入室管理システム				
決裁権	有り				
前任者	貝和 政次様(090-2222-3333)				
趣味・嗜好	ゴルフ、テニス、釣り				
家族構成	妻、息子二人(大学生と中学生)				
備考	古くから社長のお知り合いの方です。人同士のコミュニケーションを大事にされます。CTIシステム導入、運用に際しては、かなりのご尽力をいただき、結果的に弊社製品のアップデートに有益なFDBを得られた経緯があります。				
懸念事項	XXXX株式会社様ではかねてより〇〇の効率化について問題を抱えており、弊社製品xxの導入をご検討いただいたことがありますが、△△のため実現にいたっていません。				

顧客



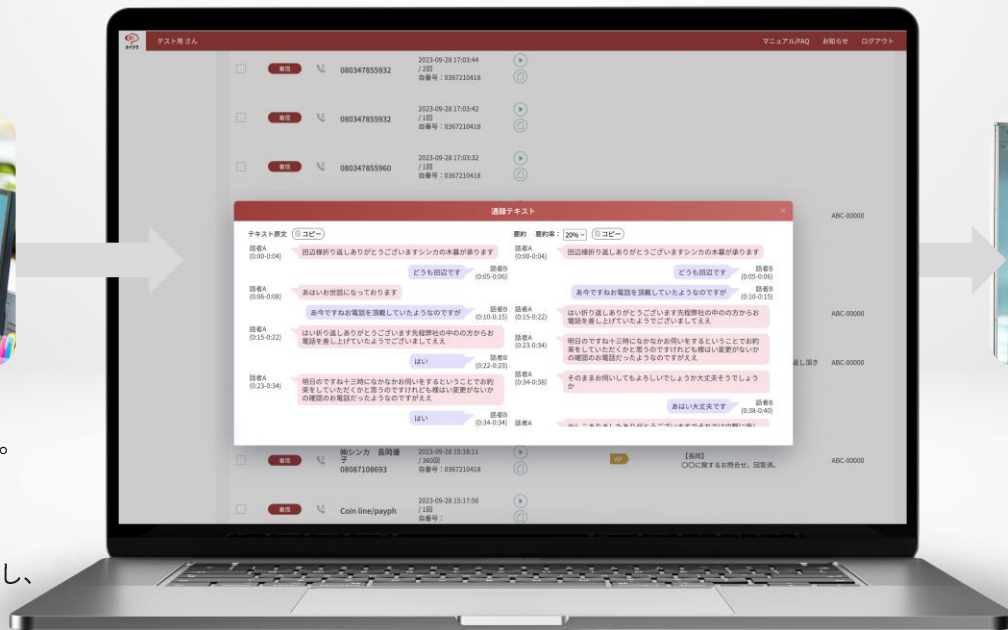
サイクル活用のイメージ



サイクルユーザー



音声は録音し、
話者を分離して**テキスト化**します。
テキスト化した内容は、
生成AIによって要約されます。
電話内容の記録を残す手間をなくし、
「言った言わない」という
トラブルも削減できます。



顧客

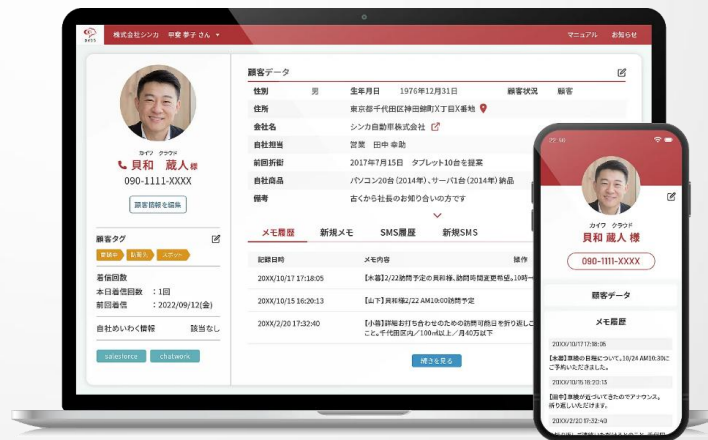


使いやすいカイクラ

使いやすく、見やすいユーザインターフェース

用途がひと目で分かるデザインや、
マニュアルを見なくても使える仕様で、
ITが苦手な人でも利用しやすい設計です。

パソコンだけでなく、タブレットやスマートフォンなど、
さまざまなデバイスでカイクラを利用することができます。



ポップアップですぐに着信がわかる



わかりやすい画面デザイン



顧客データを見ながら他の画面も開ける



スマートフォンでも自動で録音

カイクラへの顧客情報入力

入力作業が極めて容易

さまざまな手法で顧客情報をカイクラに入力できるため、入力作業の手間が極めて少ないことが特徴です。

コミュニケーション履歴は自動で、顧客情報は自動/半自動※1で入力できるため、運用コストが少なく使いやすい仕様です。



Web APIによる自動連携

CRM※2やSFA※3、基幹システムなどのクラウド型システムとカイクラはAPIによる連携が可能です。リンクボタンをクリックすることで連携先システムの顧客画面を瞬時に呼び出すことができます。

※1. CSV取込もしくはバッチ処理等の対応を指す

※2. CRM: Customer Relationship Managementの略。顧客との関係性、コミュニケーションを管理し、自社の従業員と顧客の関係性を一元的に把握することを目的とする

※3. SFA: Sales Force Automationの略で、「営業支援システム」を指す



CSV取り込み

外部システムやツールともCSVを用いてデータの入力・出力することが可能です。



バッチ連携

スケジューリングして夜間に顧客情報を一括で取り込むなど、バッチ連携も可能です。取り込むデータは入れ替え／差分のどちらも可能です。

導入しやすい料金体系

拠点単位のライセンス体系

カイクラのライセンスは個人単位ではなく、拠点単位です。

そのため、1つの拠点内で何人でも使おうとも料金は変わりません。

オフィスや店舗にかかってくる電話は誰が取るかわかりません。カイクラをその拠点のあらゆる人が使える体系にすることで、カイクラの効果が発揮されます。

何人でも使っても拠点あたりの料金は変わらない。

まさに、オフィスや店舗で導入しやすいのがカイクラです。

- ・メール連携、LINE WORKS連携が標準で付与されています。
- ・録音時間は無制限です。
- ・通話の生成AI要約が標準で付与されています。

使い方が広がる有料オプション

SMS送信機能やビデオ通話機能、音声テキスト化機能、LINE連携機能は、従量課金のため、利用量に応じた費用が発生します。

(税別)

1拠点 1番号あたり	初期費用			月額費用	
	初期費用	設置費用	機器送料	月額費用	レンタル費
	300,000円	30,000円	1,000円	50,000円	1,000円

2拠点以降 1番号あたり	初期費用			月額費用	
	初期費用	設置費用	機器送料	月額費用	レンタル費
	200,000円	30,000円	1,000円	40,000円	1,000円

従量課金オプション			
カイクラSMS 71文字以上で送る場合は 66文字毎に1通となります ※月間の送信数に応じた従量課金制	カイクラWeb会議 ※通話時間に応じた 従量課金制	音声テキスト化	LINE連携（月額費用） ※月間の送信数に応じた従量課 金制
1-99通：18円 100-999通：15円 1,000通-2,999通：12円 3,000通-4,999通：11円 5,000通-：10円	通話3分：10円 録画3分：20円	1分：20円	~5,000通：2円 ~30,000通：1.5円 ~50,000通：1.3円 ~100,000通：1円 ~200,000通：0.9円 ~500,000通：0.7円 ~1,000,000通：0.5円

導入しやすい料金体系

携帯通録の料金体系

携帯電話ごとのライセンス体系で、必要な人のみ契約できます。

例えば、営業部門だけ、マネージャー層だけ、新人だけなど、契約の仕方は自由です。

携帯電話は個人での利用のため、必要な個人分だけ契約するライセンスとなっています。

コストを最適化しやすく、導入しやすいサイクルです。

(税別)		
初期費用	月額費用	音声テキスト化
スマホ台数 ×1,000円	スマホ台数× 500円 録音時間無制限	従量課金制 1分：20円

※別途で携帯キャリア様へお支払いが発生します。
※携帯電話について基本料やその他料金が発生します。

導入しやすい料金体系

カイクラフォンの料金

ID毎の価格設定となっており、クラウド電話を導入しやすい価格でご提供いたします。

標準でCTI機能（カイクラCTI）が搭載されています。

※外線番号やIDの追加、削除は別途料金はかかりません。

（税別）

カイクラフォン単体 （カイクラフォンのみの契約）

初期費用		月額費用	
初期費用	基本ID発行料	月額費用	基本ID利用料
50,000円	1,000円/1ID	10,000円	1,000円/1ID

カイクラフォンID追加 （既にカイクラ・カイクラフォンを ご契約の方）

初期費用		月額費用	
初期費用	基本ID発行料	月額費用	基本ID利用料
—	1,000円/1ID	—	1,000円/1ID



別途料金

本サービスを利用するにあたり、SIPトランク提供者が提供する外線番号の発行と回線契約が必要になるため、SIPトランク提供者への支払いも発生します。

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

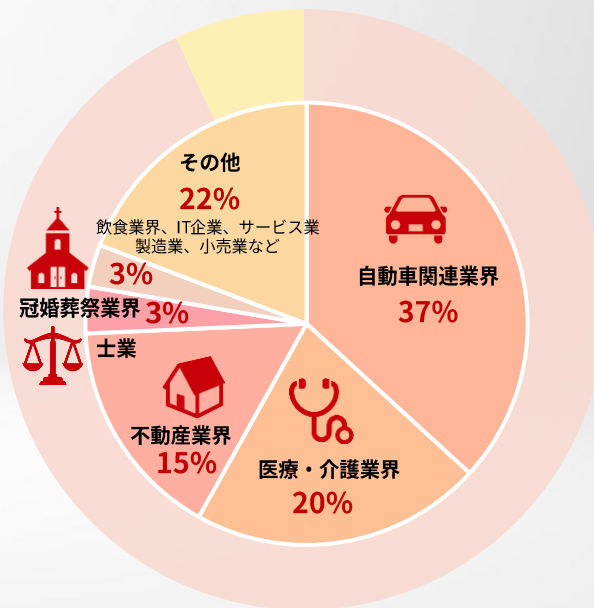
2024年12月末時点

3,182 社 (+293社)

6,202 拠点 (+554拠点)

2025年12月末時点

導入企業の業種割合
(2025年12月末)



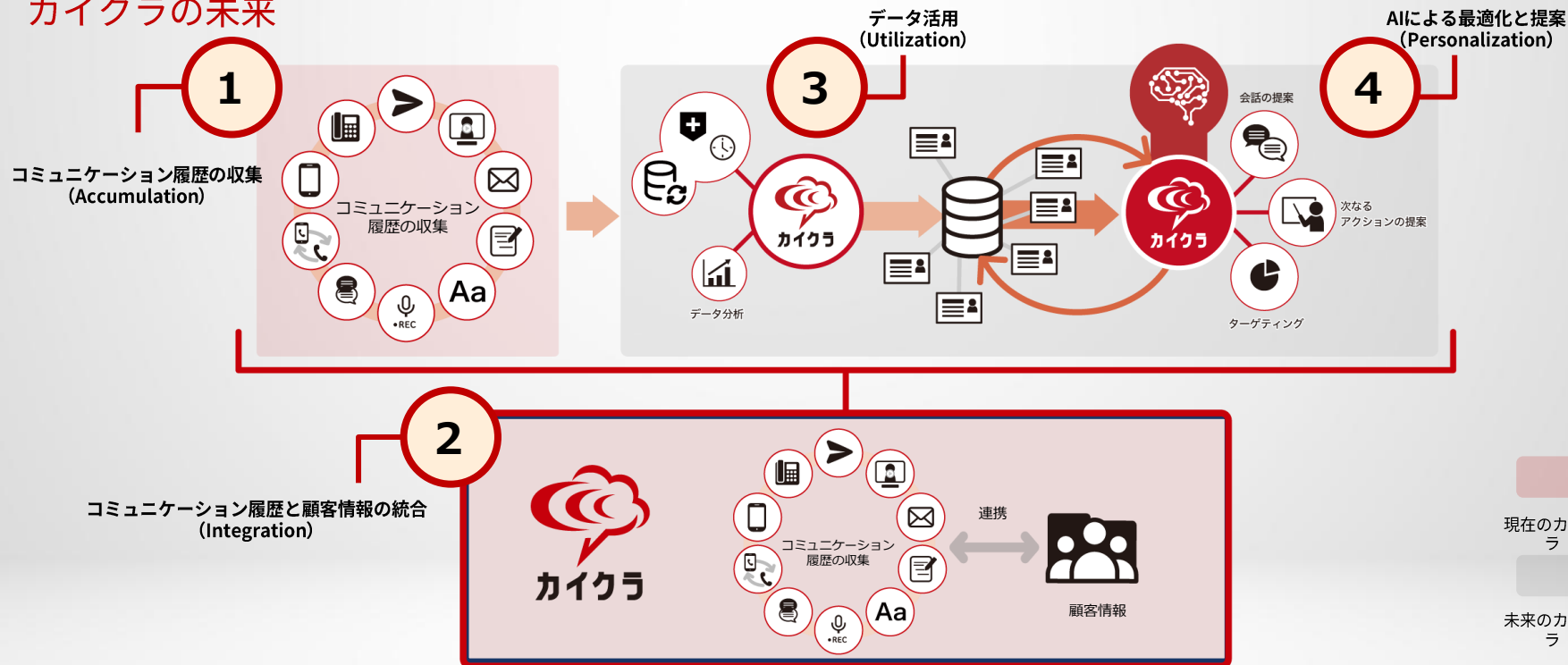
BtoC BtoB

導入実績

カイクラは全国47都道府県でご利用いただいております。



カイクラの未来



1 コミュニケーション履歴の収集 (Accumulation)
様々なチャネルで行われたコミュニケーションを自動で収集

2 コミュニケーション履歴と顧客情報の統合 (Integration)
収集したコミュニケーション履歴と顧客情報を自動で紐づけ・統合



3 データの活用 (Utilization)
コミュニケーションデータ以外についてもカイクラに集約し、データ分析して活用

4 AIによる最適化と提案 (Personalization)
顧客対応をAIにより顧客ごとに最適化し、提案

カイクラの見据えるTAM、SAM、SOM

顧客とのコミュニケーションが発生する会社・事業所がターゲットとなるため、見据える市場が広大。

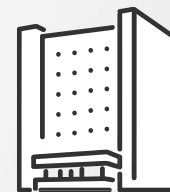
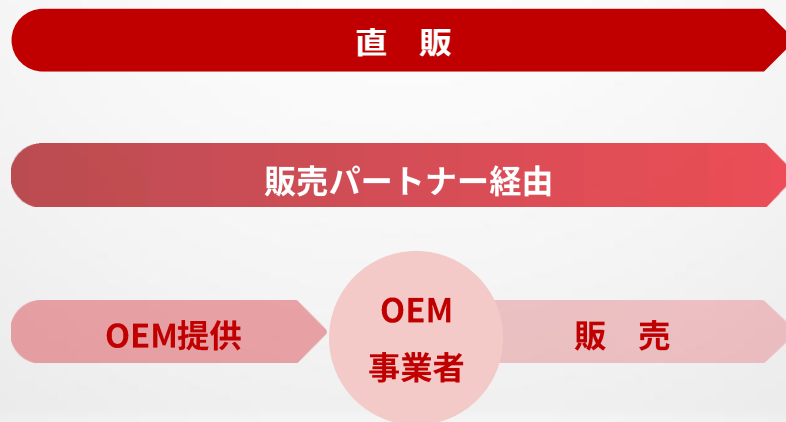


※1. SOM：当社のこれまでの注力業界の最大の市場規模を表しており、自動車小売業、金融業・保険業、不動産賃貸業・管理業、宿泊業・飲食店、医療・福祉業等の事業所数（「令和3年経済センサス-活動調査」より抽出）に当社のARPA実績（17,503円。2024年12月時点、OEMを含む）を乗じて算出。

※2. SAM：カイクラのニーズがあると考えられる最大の市場規模を表しており、小売業、金融業・保険業、不動産業・物品賃貸業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業、医療・福祉業等のカイクラ導入実績のある業種の事業所数（「令和3年経済センサス-活動調査」より抽出）に当社のARPA実績（17,503円。2024年12月時点、OEMを含む）を乗じて算出。

※3. TAM：カイクラが参入できる可能性のある全体の市場規模を表しており、SAMに卸売業、建設業、製造業、情報通信業、教育・学習支援業、学術研究・専門・技術サービス業等の顧客とのコミュニケーションが頻繁に発生すると考えられるが「カイクラ」がほとんど導入されていない業種の事業所数（「令和3年経済センサス-活動調査」より当社が判断）に当社の料金体系（2025年2月からの料金）を乗じた金額を加えて算出。

複数のユーザー獲得チャネル



企業・店舗系



個店系
(スモールビジネス事業者)

飲食店／美容院／接骨院
歯科医院／リフォーム 等

販売パートナーは、NTTグループ様をはじめ、地銀（14行）、大塚商会様、SB C&S様、船井総合研究所様、地域密着のOA販社様、システム会社や士業など、全国に販売網を築いております。

価格面でカイクラ導入が難しいスモールビジネス事業者へは、カイクラの一部機能をエンジン提供するOEM提供により、OEM事業者を通じてカイクラサービスを利用いただいています。

当社契約先は「OEM事業者」であり、「OEMユーザー」は当社の直接の契約先ではありません。

カイクラ導入事例



自動車ディーラー

株式会社ホンダモビリティ南関東 様

「カイクラ」を導入し、予想以上の従業員満足度向上を実現
お客様とスムーズに要件に入ることができるようになり、
電話対応における不安を解消

導入前の課題

- 電話対応は「大変で当たり前」という認識
- 新入社員は携帯電話の利用を通じて知っている人しか通話をしてこなかった。そのため、会社の固定電話で、知らない方と話すことへの精神的負荷が高かった



導入後の成果

- ポップアップ機能で顧客特定が可能になり、心理的な不安が解消
- メモ機能を使い電話内容を記録することで、だれでも同じクオリティで顧客対応が可能に



カイクラ導入効果

- ES向上につながり、アンケートでも「カイクラがないと困る」と社員の8割が回答
- 店舗自らカイクラを使いこなそうと積極的な行動を喚起し、電話対応向上に向けて社員自ら動き出した

カイクラ導入事例



不動産

ハウスコム株式会社 様

全店舗に導入して電話対応にかかる時間を大幅削減
着信時ポップアップ機能で顧客満足度と従業員満足度を向上

導入前の課題

- 電話対応にかかる時間の多さ
- 着信から顧客特定までにかかる時間の長さ



カイクラ

導入後の成果

- ポップアップ機能により、ワンクリックで顧客管理システムに移管し、顧客特定までの時間を大幅短縮
- WEB会議システムはオンライン内見等にも活用でき、機能の拡張性も高い



カイクラ導入効果

- 電話対応時間を約20%削減
- 顧客特定が迅速に行えることにより、お客様をお待たせすることなく、顧客満足度の向上及び従業員の安心感（ES向上）に寄与

カイクラ導入事例



不動産

株式会社レオパレス21 様

全国の賃貸センター全店舗にカイクラを導入
徹底的な顧客満足度向上施策の実施

導入前の課題

- 店舗スタッフはシフト制のため、口頭では伝達漏れが起き、他の担当者の場合、お客様に同じことを繰り返し聞くという事態が発生
- 電話対応履歴が残らないため、「たらいまわしにされた」というクレームも発生



カイクラ

導入後の成果

- 電話対応履歴が残るため、担当以外でも対応が可能になり、顧客満足度が向上
- 着信履歴機能で、店舗休業日翌日にスムーズな折り返し電話が可能



カイクラ導入効果

- 電話対応クオリティが上がり、電話のやり取りに関するクレームが減少
- 店舗の電話対応評判が向上し、顧客満足度の向上に寄与

Source of Competitive Power

競争力の源泉

(背景) ビジネスにおいて、まだまだ電話（アナログコミュニケーション）が重要な理由

固定電話は無くなることはありません。むしろビジネスの現場には必要不可欠なのです。



絆づくり

社内・社外の絆づくりはアナログコミュニケーションの上に成り立っています。



地域密着の企業の重要な繋がり

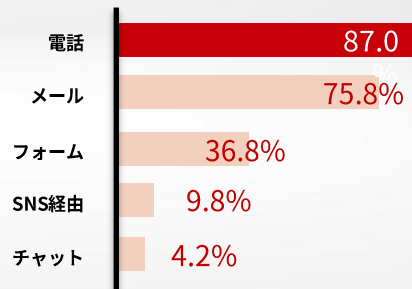
地域に密着した企業の多くは、コミュニティを形成しています。そうした中でこそ、アナログコミュニケーションは重要な役割を果たします。

雑談が大事

新たなビジネスのきっかけはちょっとした雑談ということが多々あります。雑談の中にあるヒント、雑談から生まれる意気投合など、ビジネスにつながるきっかけがアナログコミュニケーションにはたくさんあります。



お客様からの問い合わせを受け付けている方法



固定電話の必要性

- ✓ 社会的信頼性の裏付けになる
- ✓ 法人用銀行口座の開設に有利
- ✓ 事務手続の負担を軽減

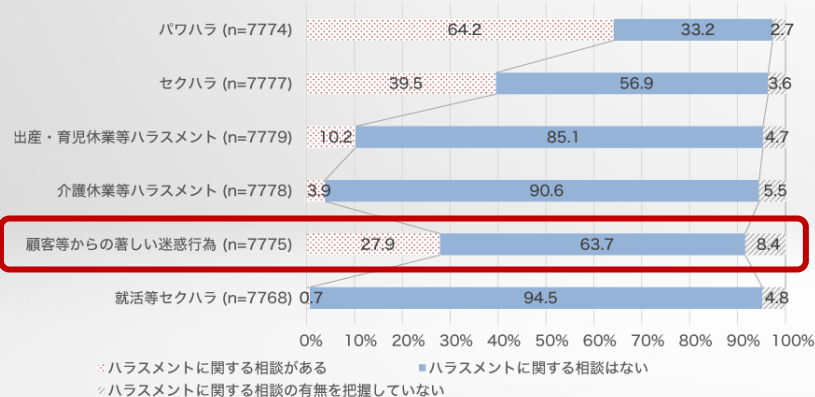
調査実施機関：楽天インサイト(株)

(背景) ビジネスにおける電話トラブルの実態

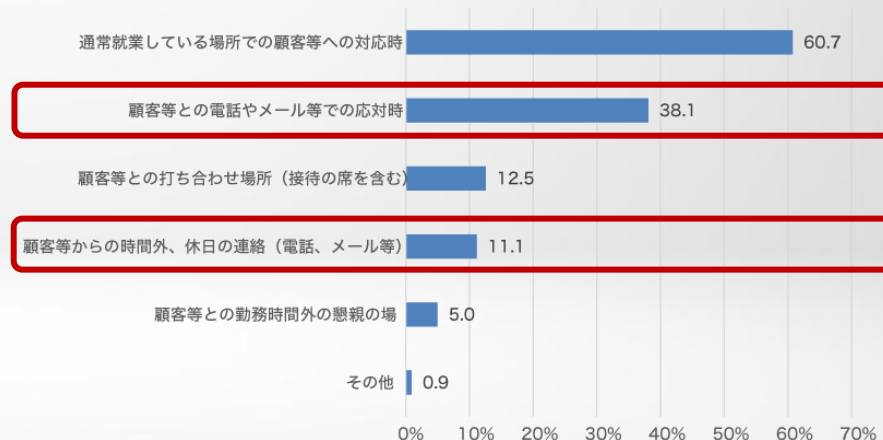
顧客からの迷惑行為であるカスタマーハラスメント（以下カスハラ）のビジネス上の重要性が増しています。

過去3年間で企業に相談のあったハラスメントの中でカスハラは上位3位に入り、またカスハラをうけた場面では、電話やメール等での応対時が約49%となっています。

過去3年間のハラスメントの相談有無
(ハラスメントの種類別)



顧客等からの著しい迷惑行為を受けた場所



商品力：カイクラが現場で選ばれる3つの理由

1. 現場で必要とされている電話の履歴を記録するコミュニケーションプラットフォーム。
幅広い固定電話環境に対応できること、そして固定電話だけでなく携帯電話も取り込んでいることがカイクラの強み。

固定電話

幅広い環境で利用可能



カイクラCTI

カイクラコミュニケーション

現在の固定電話の環境を変えず

CTI機能の追加が可能。

現在の電話環境を変えたくない方、クラウド電話への移行を考えている方など、**幅広い要望に対応可能。**



カイクラフォン

現在の固定電話の環境を
クラウド電話に移行可能。

さらに、カイクラの機能も利用可能。

携帯電話

会話内容の自動取得・一元管理が可能

メリット



いつでも
どこでも

デメリット



状況が見えない
ブラックボックス化



カイクラ

×

docomo
Softbank
au

カイクラは3大キャリアと連携することで、
携帯電話の“ブラックボックス化”の問題を解決。

商品力：カイクラが現場で選ばれる3つの理由

2:

幅広いコミュニケーションを自動記録
顧客情報と紐づけしたうえで自動で整理・一元管理

自動記録



かかってきた電話を自動で録音※。
しかも、AIが自動でテキスト化。
電話だけでなく、SMSやメール、ビデオ通話の
履歴も自動で記録。
その都度履歴を入力する手間は必要ありません。

自動整理



顧客ごと、時系列ごとに、
記録したコミュニケーション履歴を自動で整理。
幅広いコミュニケーション履歴と顧客情報を紐づける
ことで、見たい履歴にすぐにアクセスできます。

一元管理

クラウド上に
安全に一元管理。



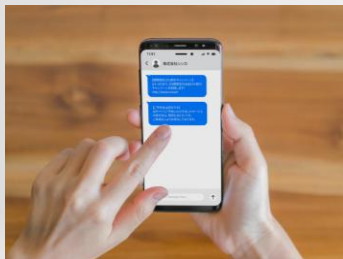
※ 特許取得済（特許番号：特許第7454167号）

通話録音のブロックリスト。特定の電話番号先の場合には録音しない機能

商品力：カイクラが現場で選ばれる3つの理由

3: 複数チャネルをスムーズに連携 デジタルとアナログをシームレスにフル活用

SMS → 固定電話 の連携



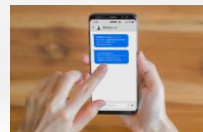
- ① SMSを自動送信
- ② それをみて、顧客が会社（お店）に電話をかける



- ③ SMS送信履歴を含んだ顧客情報がポップアップ
電話がスムーズに

固定電話 → ビデオ通話 の連携

- ① 電話着信
- ② ビデオ通話へ誘導するSMS送信
※ 固定電話をしながらSMSが送れます※



- ③ SMSを受信した顧客が
電話 → ビデオ通話へスムーズに移行

※ 特許取得済（特許番号：特許第6667683号）

オフィスで固定電話をかけながら、電話相手の携帯電話にSMSを送れる機能

ターゲット力：カイクラの強み



コミュニケーション
チャンネル

単一もしくは限定されたチャンネル

幅広いコミュニケーションチャンネルに対応

CTI
→サービスの継続性

他社のサービスへのコミュニケーションの
乗り換えが前提

現在利用している環境を変更せずに利用可能

クラウド電話

電話のクラウド化に対応

電話のクラウド化に加え、
カイクラフォンはCTIが標準装備

クラウド電話
→顧客情報との
紐づけ

コミュニケーション履歴と顧客情報の紐づけが困
難

コミュニケーション履歴と顧客情報を自動で紐づ
け



手間なし！
楽！



これら全てを備えているサービスは他にはなく



はユニークなポジションを確立

3つの参入障壁（固定電話について）

カイクラは、固定電話や携帯電話、SNS、メールなどさまざまなコミュニケーションチャンネルを、環境を変えずに自動で取り込むことが特徴です。

この中でも特に固定電話については、「**固定電話の環境を変えずに取り込めること**」が大きな参入障壁となっています。

1つ目の障壁

環境を変えず利用できるアダプターを開発するスキル

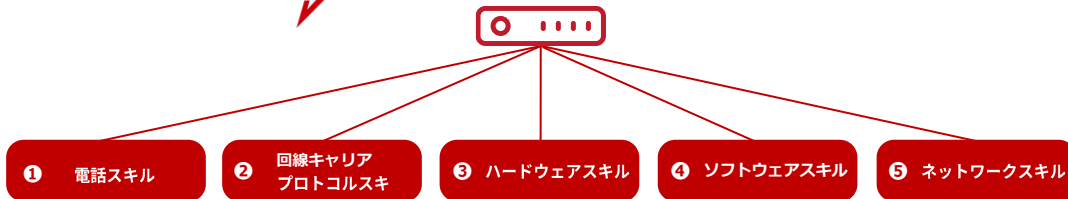
自動車や不動産など、BtoC企業では、代表電話の電話番号を変更したくないと考えています。

カイクラアダプターは、こういった現場のよくある事情を考慮して開発しました。

電話番号を変えることなく、電話環境を変更することはありません。



カイクラアダプター開発に
必要な5つのスキル



参考）他社の保有スキル例

・クラウドPBXの開発 = ①+④+⑤

・ITベンチャー = ④+⑤

2つ目の障壁

アダプター設置のための
全国規模の工事網の構築

自社で工事スキルを保有する人材を確保したり、
全国設置をカバーする工事業者と契約するには
それなりの時間と労力がかかります。

3つ目の障壁

心理的な障壁（学習コストの高さ）

一般的なITベンチャー企業は、ソフトウェア開発スキルとは全く別の電話回線等のスキルをわざわざ学ぶことに積極的ではありません。

また、ハードウェア関連の開発をすることも嫌がる傾向にあります。

開発力：マーケットインとプロダクトアウトの両輪による成長モデル



創業以来、毎月バージョンアップを実施。

まさに、時流に合わせ、カイクラユーザーのニーズに応え、“進化する”サービス。

ユーザー対応力：カイクラユーザーに寄り添ったカスタマーサクセス

カイクラの活用度を上げるために、専門のカスタマーサクセスチームがカイクラユーザーに寄り添って伴走します。

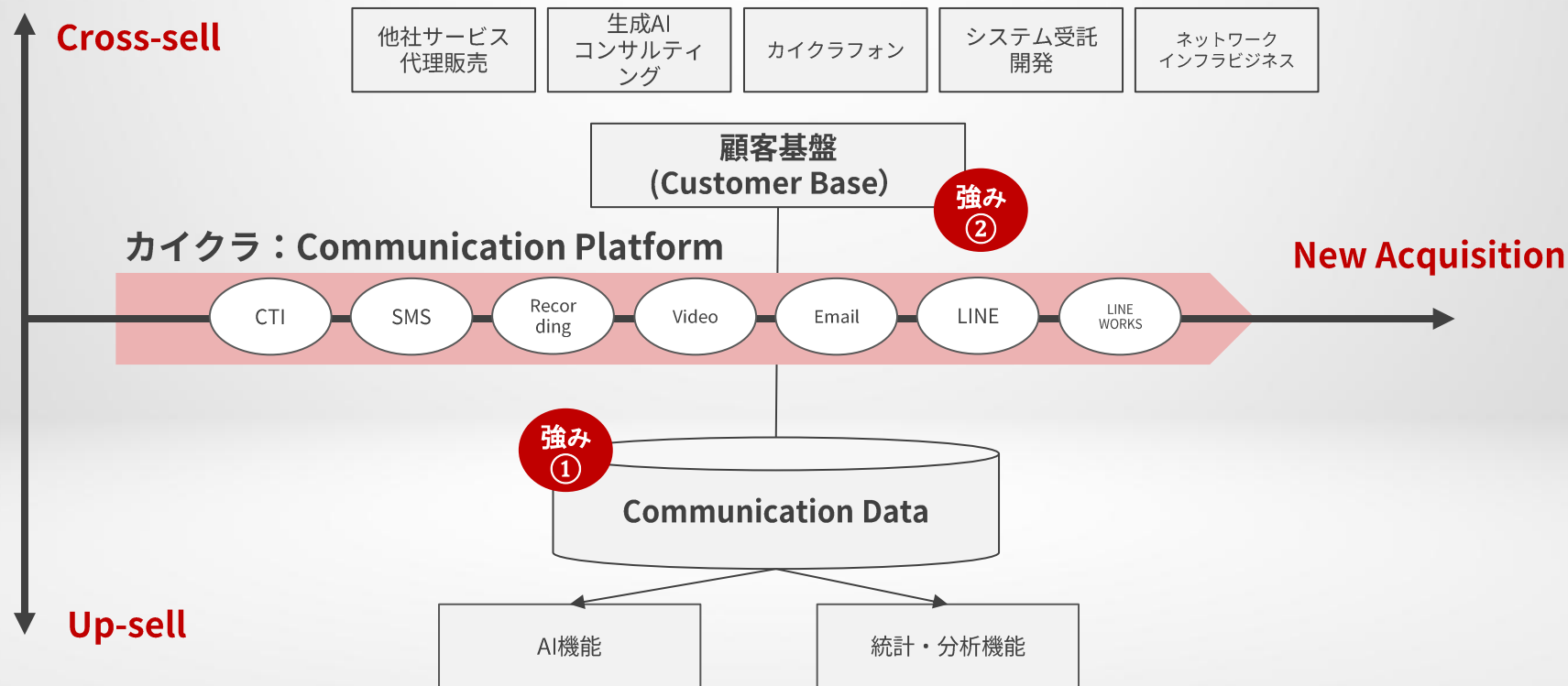
オンボーディング	導入から1ヶ月は、カイクラをスムーズにご利用開始いただけるように、シンカの担当メンバーがつき、勉強会や質問回答を行い、伴走いたします。
カイクラ勉強会	さらに活用してもらうように定期的に勉強会を実施しています。 勉強会は、週1回実施しており、オンラインでもオフラインでもどちらでも参加できます。 勉強会の様子は動画配信しており、いつでもご覧いただけます。 勉強会テーマは、「ユーザー編」と「管理者編」があります。
豊富なマニュアル	カイクラのマニュアルは、カイクラ画面からいつでも参照できます。 マニュアルは、資料だけでなく、動画も豊富に準備しています。
アウトバウンドコール	当社より、定期的にカイクラユーザーに電話をかけて様子をお聞きしています。 「困っていることはないか」「使えていないことはないか」「ご要望はないか」。 使えていない場合は、シンカの担当がすぐにフォローに動きます。 いただいたご要望は、シンカの開発メンバーがバージョンアップ候補として管理します。
情報発信	定期的に情報発信を行っています。 カイクラの便利な使い方、ユーザーの導入事例、新機能の連絡など、メルマガやセミナーでカイクラユーザーにお役立ち情報をお届けしています。

低い解約率を実現できている理由です。

Strategy for Growth


成長戦略

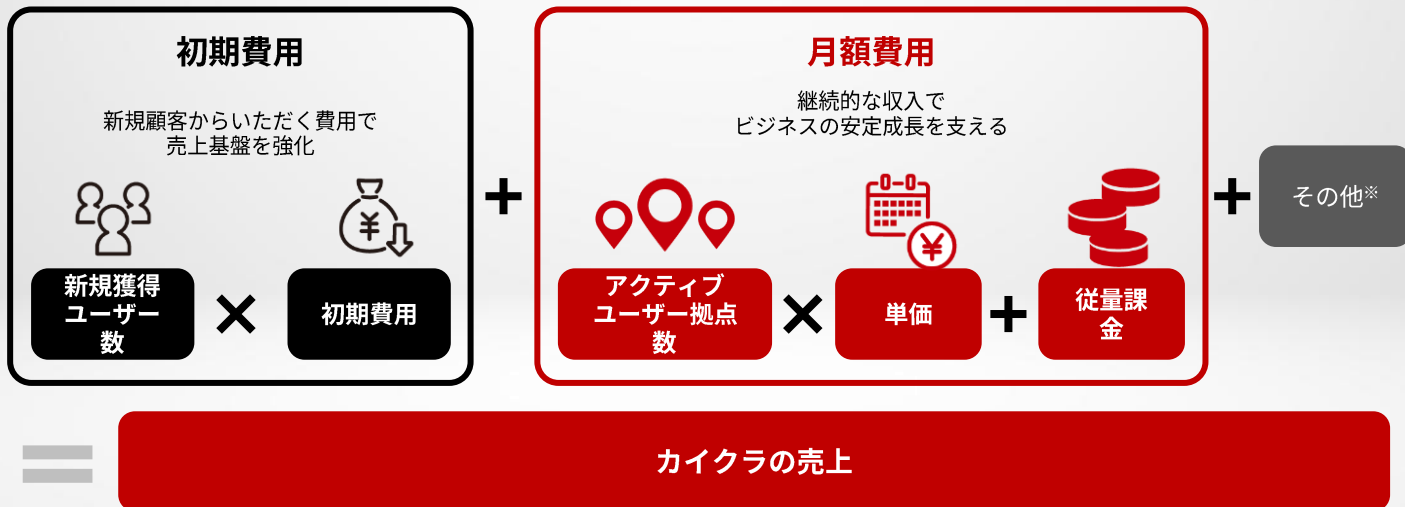
新規開拓はカイクラで実現 顧客単価アップは、シンカの2つの強みを活かした、アップセル・クロスセルで実現



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。

新規開拓戦略

企業規模別の3つの販売戦略を実施

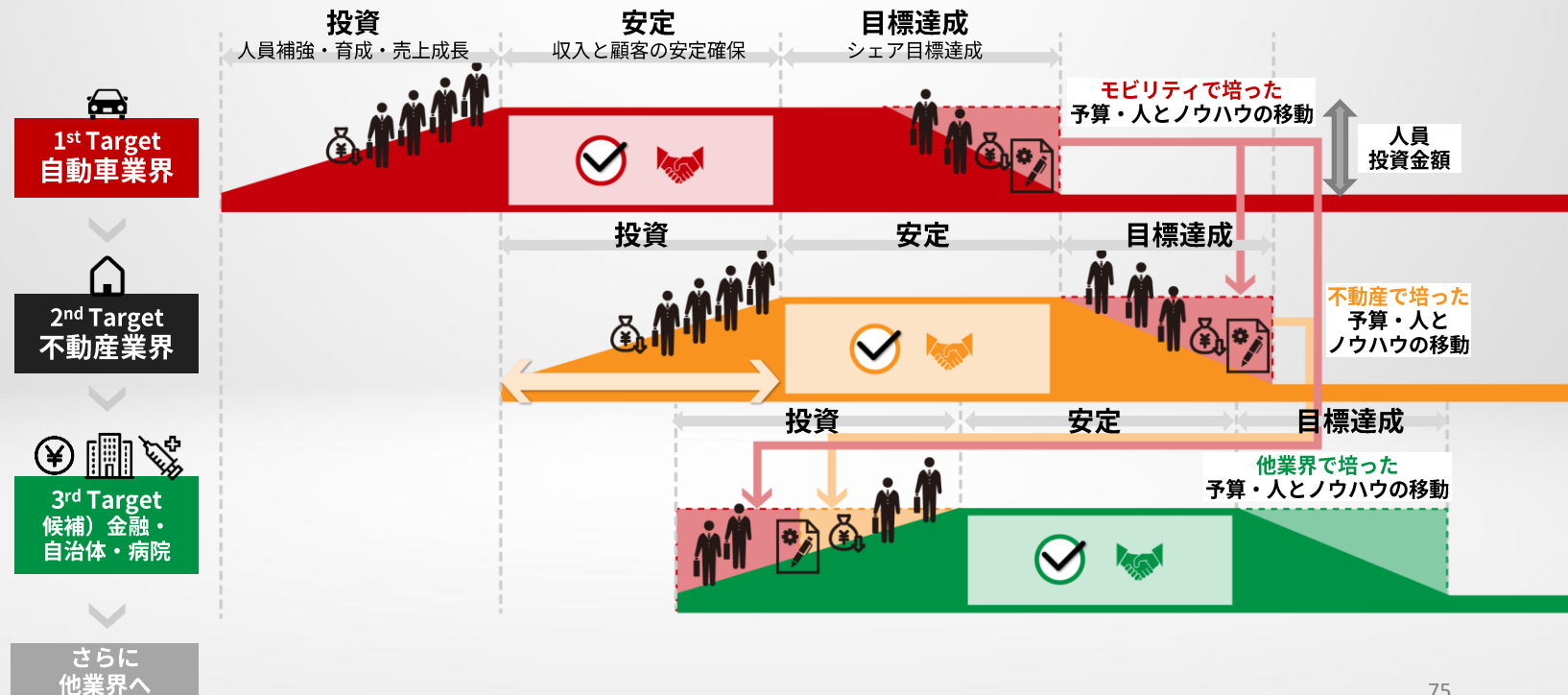


引用：中小企業庁 中小企業・小規模事業者の数（2021年6月時点）の集計結果

https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/chu_kigyocnt/2023/231213chukigyocnt.html

直販の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、次の市場ヘ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。



販売戦略：直販 (特定業界の深掘り)

モビリティ 業界

トヨタ・スズキとの連携を強化。すでにトップシェアを獲得しているホンダ・ダイハツを含む4大メーカーを重点ターゲット化。
今後リリースする対面録音とAI機能のアップセルを強化。
引き続き、メーカーとの連携強化を行う。

リアルエステート 業界

2026年より専門部署を立ち上げ。2025年7月に事業部長を採用し、多拠点企業へ販売注力。

第三市場の開拓

医療、人材、冠婚葬祭業界を次なる柱として調査・開拓を開始。
受注はすでに一定数はあるため、AI機能で解決できる課題の大きさとマーケットサイズにより検討する。

～契約数（拠点数）増加施策：大規模企業～

大手有名企業へのリーチ

NTTグループとのセット販売強化

NTT東日本・NTT西日本と「販売・注文取次に関する業務委託契約」を締結済。

NTT東日本とは「ひかりクラウドPBX」とのセット販売モデルを展開。

2025年より「ひかりクラウド電話」との連携も開始し、NTT商材との統合提案を強化。

NTTドコモビジネスと「顧客開拓契約」を締結済。

同社サービス「オフィスリンク®」向けに専用アプリ「カイクラ for オフィスリンク」を開発・提供。オフィスリンク®とのセット販売を継続している。

NTTドコモビジネスのソリューションサイト「ビジネスプラス」へ掲載。同社代理店網を通じた販売チャネルを構築。

ひかりクラウドPBX
ひかりクラウド電話



オフィスリンク®



協業強化に向けたシンカの取り組み

NTTグループとの協業を推進する専門組織「NTTチーム」を設置。定例ミーティング、営業同行、NTTグループ内での認知向上施策（定期勉強会の実施）を継続。加えて、拠点訪問を定期的に実施し、現場レベルでの連携を強化。

専任のマーケティングチームが、NTTグループと共催セミナーおよびWeb広告を共同展開。営業・マーケティングの両面から販売拡大を推進。

※1「ひかりクラウドPBX」NTT東西が提供する、内線通話機能とPBX機能をクラウド上で実現するサービス

※2「ひかりクラウド電話」NTT東日本・西日本が提供する、PCやスマートフォン専用アプリを使って、オフィスの固定電話番号（0A3J番号）での発着信をどこでも可能にするクラウドサービス

※3「オフィスリンク®」お客さまの電話交換設備（PBX）とドコモのネットワークをつなぎ、ドコモの携帯電話がオフィスの内線として使えるサービス

～契約数（拠点数）増加施策：中規模企業～

販売代理店契約による販路拡大

ディストリビューターとの販売モデルの構築中

中小企業に強固な顧客基盤を持つ大手ディストリビューターとの協業を強化。

大塚商会と2024年7月より販売代理店契約を締結。

地域密着型の中小企業に向けたDX推進を共同展開。

同社主催展示会へ継続出展し、販売モデルの高度化を推進。

SB C&Sと2024年8月より販売代理店契約を締結。

中小企業向けDXに加え、AX（AIトランスフォーメーション）推進を軸としたセット提案を展開。

同社が持つ公共機関・民間企業・教育機関ネットワークを通じ、従来未開拓だった顧客層への販路を拡張。

～契約数（拠点数）増加施策：小規模企業～

広がるOEMのマーケット

デンタル業界において1,200医院超への導入実績を確立（2025年12月末時点）。

当該領域で構築したOEM展開ノウハウを基盤に、**2025年度よりOEM特化組織を立ち上げ**、OEMパートナーの売上最大化に向けた伴走支援を開始。
自動車整備会社向けOEMが立ち上がり、安定的な増収モデルを構築。

今後は本成功モデルを業種横断で標準化し、小規模事業者が多数存在するマーケットへ拡大する。

現在



デンタル業界



動物病院業界



保険代理店業界



美容業界



マッサージ業界



自動車整備業界



不動産業界



クリニック業界



整体業界



飲食業界

顧客単価（ARPU）・拠点単価（ARPA）の向上戦略

単価向上施策では、シンカの2つの強みを活かす

強みを活かすことにより、ローコストでスピーディな単価アップを実現する

強み①

膨大な
コミュニケーションデータ
を保有

コミュニケーションデータと生成AIの高い親和性を
活かし、カイクラ独自のAI機能を順次リリース。
引き続き、毎月リリースを目指す。

さらに、対面商談データの取得を開始したことで、
営業領域に特化したAI機能の開発・リリースを加速。
これにより、顧客接点データの網羅性を高め、
プロダクト価値のさらなる向上を図る。

強み②

全国3,000社を超える顧客基盤
へのリーチ力

既存顧客との良好な関係により、カイクラ以外のサ
ービスをクロスセルを行う。

- ① カイクラフォン
- ② 新AIサービス
- ③ 生成AI導入支援コンサルティング

コミュニケーションデータを活用したカイクラAI機能

2026年2月

リアル商談記録

対面商談の自動記録機能をリリース。オンライン・オフライン統合管理へ。

2026年3月以降

営業商談分析

AIロープレアバターや自動スコアリングで、受注率アップを支援。

2026年下期

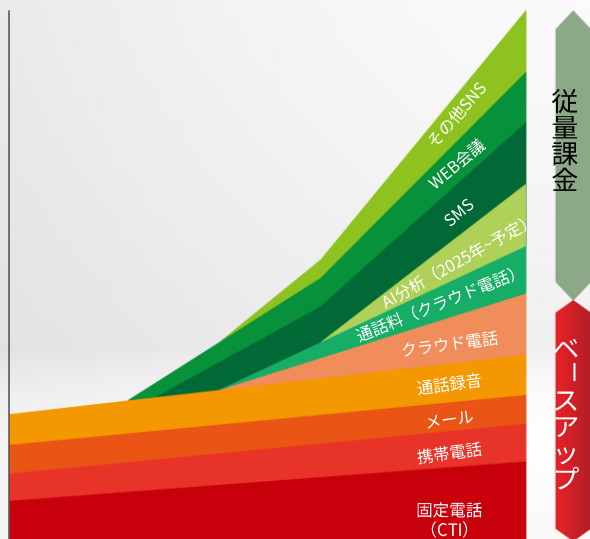
統計・分析機能

会話データの可視化を順次リリース。管理業務の効率化を実現。

カイクラの
価値のパラダイムシフト

「CSの価値アップ」に加え、「強い営業」も

単価アップイメージ



4 クロスセル

- ・ カイクラフォン
- ・ 新AIサービス
- ・ 生成AI導入支援コンサルティング

3 AI機能

2 従量課金の使用量増加

従量課金



コミュニケーションに関わるチャネルの追加



1 チャネルの追加

カイクラの既存顧客基盤を活用したクロスセル戦略

カイクラフォン

カイクラの強みを活かしたクラウド電話サービスを展開。IVR等の基本的なクラウド電話機能に加え、音声データのAI分析機能を標準搭載することで、従来型サービスとの差別化を実現。

既存PBXのリース期限到来、在宅ワーク体制の強化、固定電話のクラウド化ニーズといった既存顧客の課題に対応し、導入提案を推進。

また、専任チームを組成し、既存ユーザーへのクロスセル提案を強化することで、拠点単価（ARPU）の向上を狙う。

新AIサービス

新たなAIサービスの開発を推進する。

当社が強みとするコミュニケーション領域に特化し、これまで蓄積してきたデータ・知見を活かしたAIサービスとして展開する。例えば、AI電話やAIチャットなど、顧客接点の高度化を実現するプロダクトの開発を想定。

汎用LLM（大規模言語モデル）を基盤としつつ、当社独自のデータ活用および業界特化設計を組み合わせることで、差別化された独自のAIサービスの実現を目指す。

生成AI導入支援 コンサルティング

既存顧客を対象に、社内における生成AI活用を支援するコンサルティングサービスを開始。生成AIの活用方針策定、業務への実装支援、社内浸透の推進、さらには生成AIアプリケーションの開発までを一気通貫で伴走支援するサービスとする。

専門のコンサルティングチームを立ち上げ、スピーディな事業立ち上げと収益化を図る。

初期の重点ターゲットはカーディーラーとし、既存の顧客基盤および業界知見を活かしながら、横展開可能な成功モデルの確立を目指す。

Risk Information

リスク情報

事業上のリスクと対応策

項目	事業等のリスクの概要	可能性	影響度	対応策
競合他社	当社と同様のシステムを提供する競合他社の参入により 競争環境が激化し、当社の優位性が失われるリスク	中	大	技術動向を把握するとともに、カイクラユーザーのニーズをくみ取りながらサービス開発を行うよう努めております。
市場環境の変化	2025年1月より双方向番号ポータビリティ制度が導入され、固定電話の番号を変えずにクラウド電話への切替が可能となり、サービス優位性が失われるリスク	中	大	新制度に関して常に動向を把握するとともに、制度変更に合わせた新サービスの提供を随時行えるよう努めております。
生成AIの台頭	生成AIにより同様のサービスが、誰でも簡単に模倣されてしまうリスク	中	大	生成AIによりアプリがローコード／ノーコードで作成できるが、カイクラはアダプターというハードを保有しており、アプリの開発だけでは本サービス全てを構築できるものではありません。 むしろ、生成AIの機能を活かしたカイクラ独自のサービス開発がスピーディにできるなど、生成AIの出現はプラスと捉えております。 引き続き、生成AIの動向に注視してまいります。
技術革新	当社が技術革新に対応できないような場合、または、当社が対応できないような技術革新が生じるリスク	小	大	各種イベントやセミナーへの参加、社内の定期的な勉強会等を通じて、技術革新の動向を把握し社内で情報共有するとともに、それに対応した新サービスの提供ができるよう努めております。

事業上のリスクと対応策

項目	事業等のリスクの概要	可能性	影響度	対応策
情報セキュリティ及び個人情報等の漏えい	当社が取り扱う機密情報及び個人情報について、漏えい、改ざんまたは不正使用等が生じるリスク	小	大	情報セキュリティに関連する各種規程類を整備するとともに、外部からの不正アクセス、コンピュータウイルスの侵入防止等について体系的な対策を講じております。さらに、従業員への研修や業務委託先にする確認を行い情報漏洩を防いでおります。 また、個人情報保護法への対応を推進し、プライバシーマークを取得して個人情報マネジメントシステムに則り、安全管理に努めております。
知的財産	当社がそれと認識せずに第三者の知的財産権を侵害するリスク	小	中	必要に応じて弁護士や弁理士などの専門家と連携を取っております。
アダプターの設置と確保	カイクラアダプターの設置工事が計画どおりに進まない、またはカイクラアダプターが計画どおりに確保できないリスク	中	中	自社において設置工事を行える従業員を確保するとともに、外部の設置工事業者に設置工事を委託できる体制を整えております。さらに、カイクラアダプターについてはその市場の需給を確認しながら必要十分な量を確保するとともに、次世代アダプターの探索を継続的に行うことで、アダプターが不足するリスクに備えております。

上記には、当社が経営においてリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。2026年3月末提出予定の有価証券報告書「事業等のリスク」に記載予定の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、2026年3月末提出予定の有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

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。

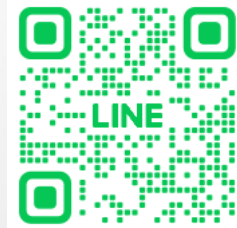
登録 方法

IR Note



https://note.com/thinca_2025

LINE公式アカウント



<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)

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。

なお、当資料のアップデートは2027年2月の本決算発表後に開示を行う予定です。





ITで 世界をもっと おもしろく