

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

2021年 12月 21日 株式会社コラボス

(東証マザーズ：3908)



コールセンターで人々の生活をより豊かに

「コールセンター」 = 「消費者と企業のコミュニケーションの場」

私たちは、コールセンターに関わる全ての皆様に「スムーズ」で「効果的」なコミュニケーションを提供することを目指しています。

Agenda



1	会社概要	P.5
2	ビジネスモデル	P.8
3	市場環境	P.17
4	競争力の源泉	P.22
5	事業計画	P.29
6	リスク情報	P.38

1. 会社概要

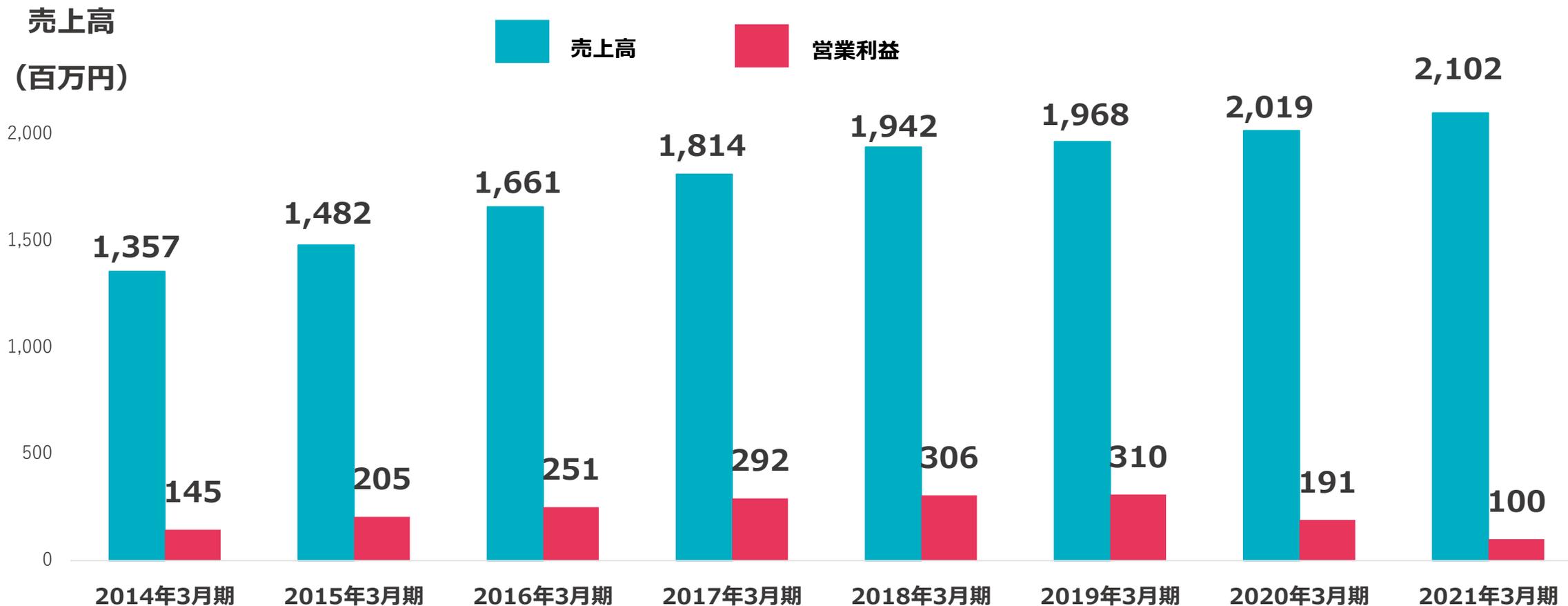
私たちは、企業や自治体等で利用される
コールセンターシステムを開発し、
月額料金制のクラウド型で提供している会社です。



日本マーケティングリサーチ機構調べ 調査概要：2021年5月期 ブランドのイメージ調査

社名	株式会社コラボス（英語表記：Collabos Corporation）
本社	東京都墨田区押上一丁目1番2号 東京スカイツリーイーストタワー17F
設立年月日	2001年10月26日
資本金	324百万円（2021年3月31日現在）
代表者	代表取締役社長 茂木 貴雄
事業内容	コールセンター向けクラウドサービス事業

売上高は、創業以来、右肩上がり。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。



2. ビジネスモデル

電話サービス

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。



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。写真のような電話機を利用するハードフォン。



@nyplaceと同等の基本機能を搭載し、携帯へのSMS送信などの付加機能も搭載。PCとインターネット環境があれば手軽に始められ、低コストな本格的コールセンターシステム。電話機本体は不要なソフトフォン。

顧客管理（CRM）サービス

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。



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。



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。

データを有効活用する

(音声認識・データ解析・通話録音)



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。

AIデータ解析
ゴールデンリスト

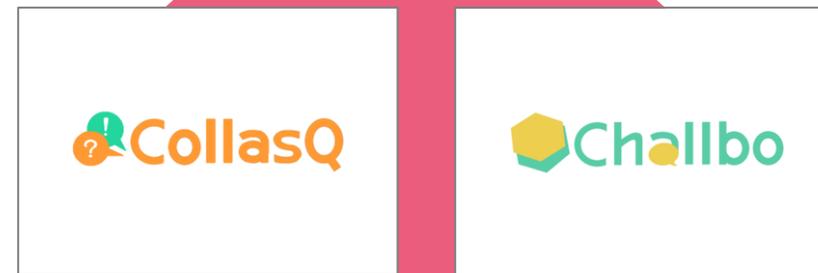
企業の持つ顧客データから、どの商品が売れるのかを独自解析し、成約見込みの高いリストを作成。テレセールス等のアウトバウンドの費用対効果を高め、収益向上に貢献。

通話録音
パケットフォルダー

@nyplaceご利用者向けの通話録音。一通話ごとの録音で検索を容易にし、パケットキャプチャ方式で録音漏れを防止。

業務を効率化する

(マルチチャネル対応)



FAQ
コラスク

よくある質問を蓄積し、検索できるようにすることで自己解決を促すFAQ。社内向け・顧客向けどちらでも利用が可能。外部公開向けページデザインの変更機能も装備。

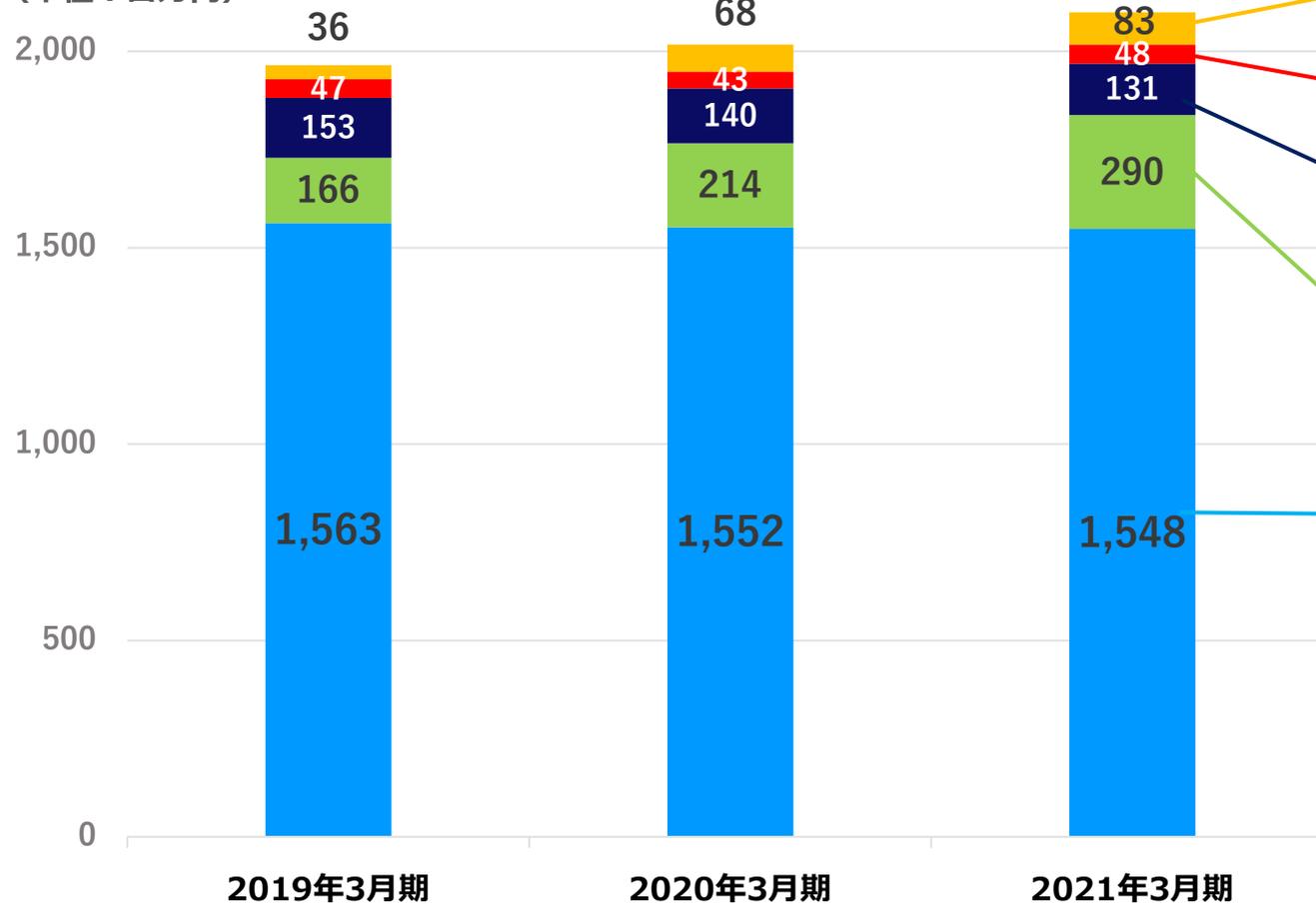
チャット&チャットボット
チャルボ

複数のチャットボットを導入しなければ実現できなかった機能を1つに集約したチャット&チャットボット。1人のオペレーターが複数の業務を請け負う場合を想定し、操作性を向上。

2. 事業の内容_サービスごとの売上高のウエイト

売上高の7割以上は、「@nyplace」によるものです。

(単位：百万円)



その他

- COLLABOS CRM OUTBOUND EDITION
- COLLABOS CRM
- COLLABOS PHONE

エニプレイス
@nyplace

Packet Folder

※パケットフォルダーは@nyplaceに含まれます。

AmiVoice®
Communication Suite provided by コラボス

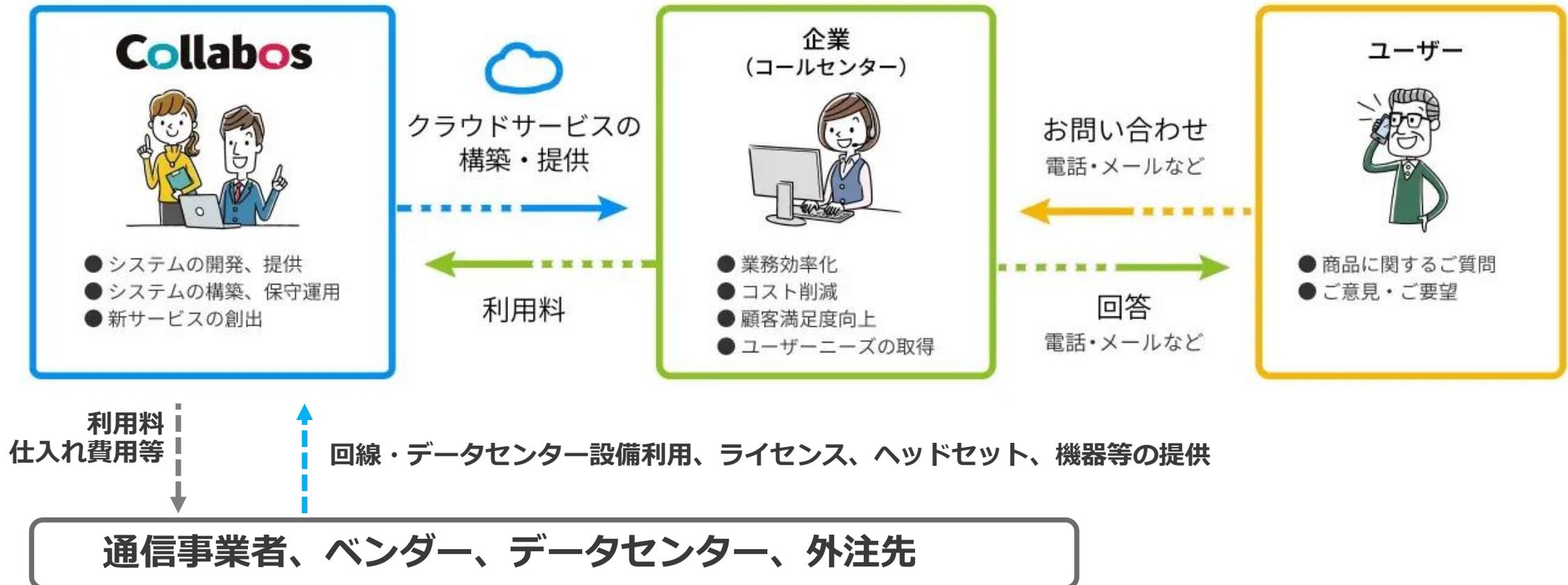
GoldenList

Challbo

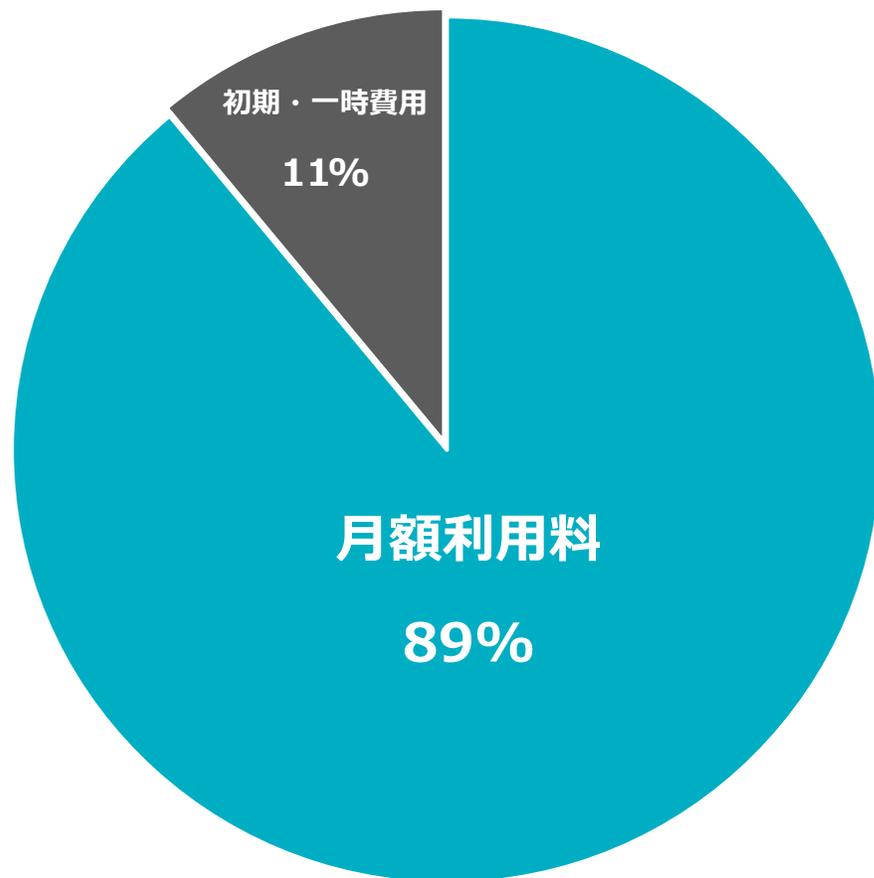
CollasQ

<ストック型ビジネスモデル>

企業や自治体等のコールセンターは、利用料を毎月当社へ支払うことで、当社が提供するサービスを利用し、消費者（ユーザー）からの問い合わせに対応します。



当社サービスの売上高は、約9割が月額利用料のストックビジネスです。



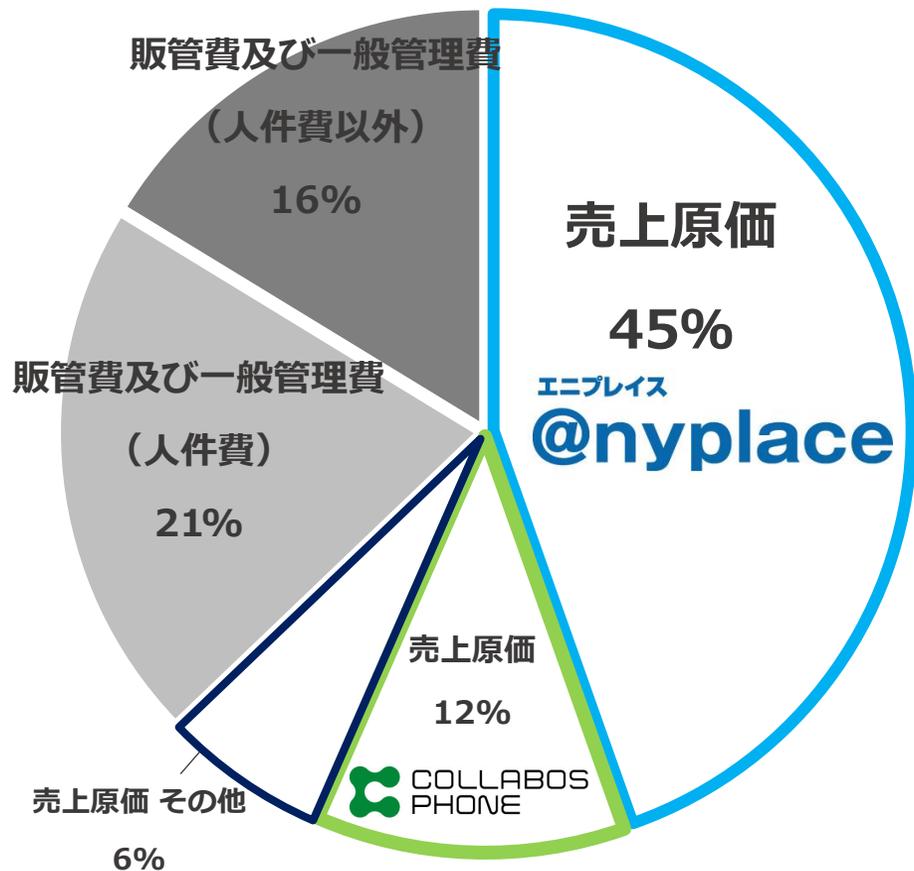
月額利用料 89%

サービス利用料、電話回線及びIP中継回線使用料等
当社名義の電話回線利用時の通話料(実費)等

初期・一時費用 11%

新規構築及び拠点追加等の作業費用、増減席の作業費用等
ヘッドセット、ネットワーク機器等購入費用等
営業時間やコールフロー等の設定変更費用等

当社サービスの売上原価、販管費及び一般管理費のうち、約6割が電話サービスの売上原価です。



売上原価 **エニプレイス @nyplace** 45%

AYAYA社製の交換機や電話機、ライセンスの仕入れ費用、サーバのホスティング費用
データセンターの利用料、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** 12%

通信事業者からの回線利用料や通話実費等、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

売上原価 **COLLABOS CRM関連・その他** 6%

COLLABOS CRM関連、「Amivoice」等のその他サービス等の仕入れ費用
中期経営計画戦略④に関する「Challbo」、「CollasQ」等のソフトウェアの償却費用等

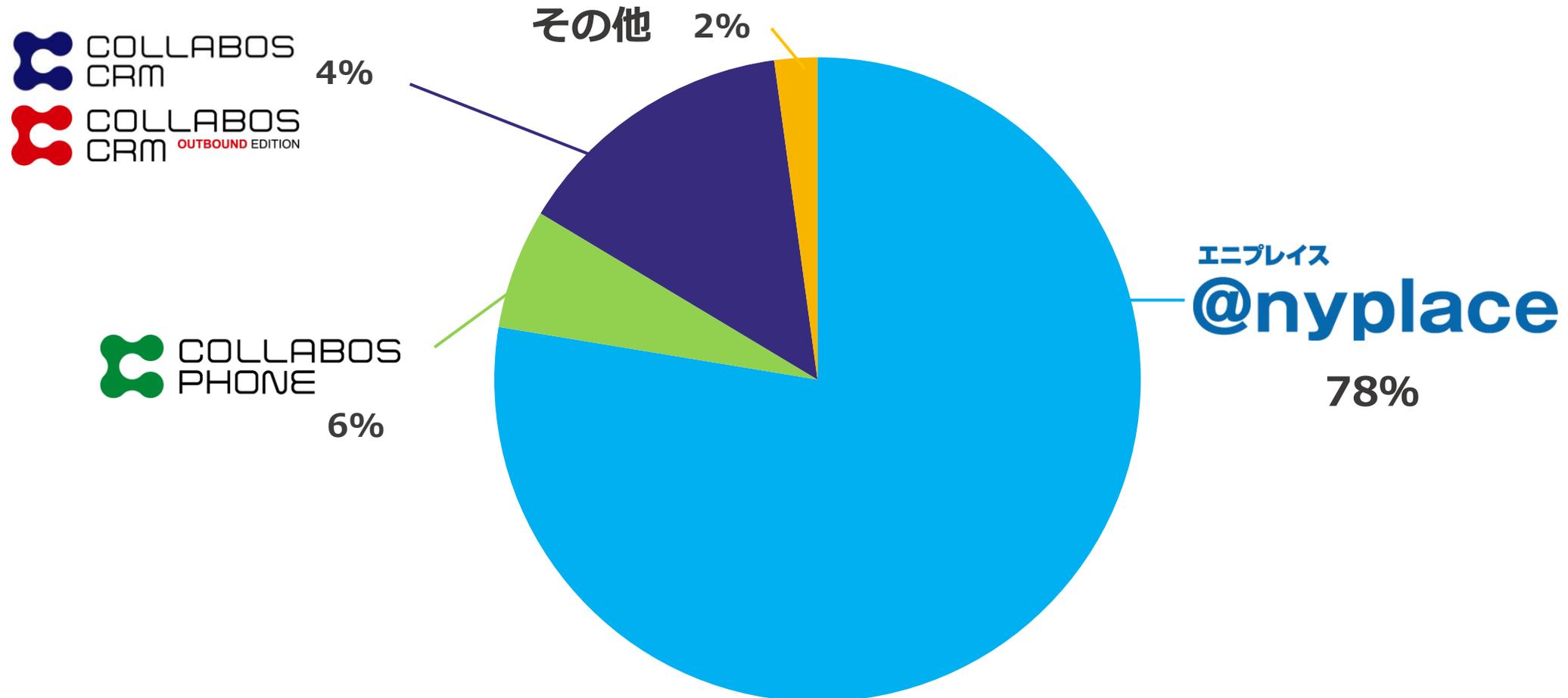
販管費及び一般管理費 (人件費) 21%

人材の確保及び拡充に伴う給与、賞与、育成、採用等の費用

販管費及び一般管理費 (人件費以外) 16%

中期経営計画の開発に伴う業務委託費や広告費、交通費や交際費等

売上総利益 の約8割は、「@nyplace」による収益となります。



3. 市場環境

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。

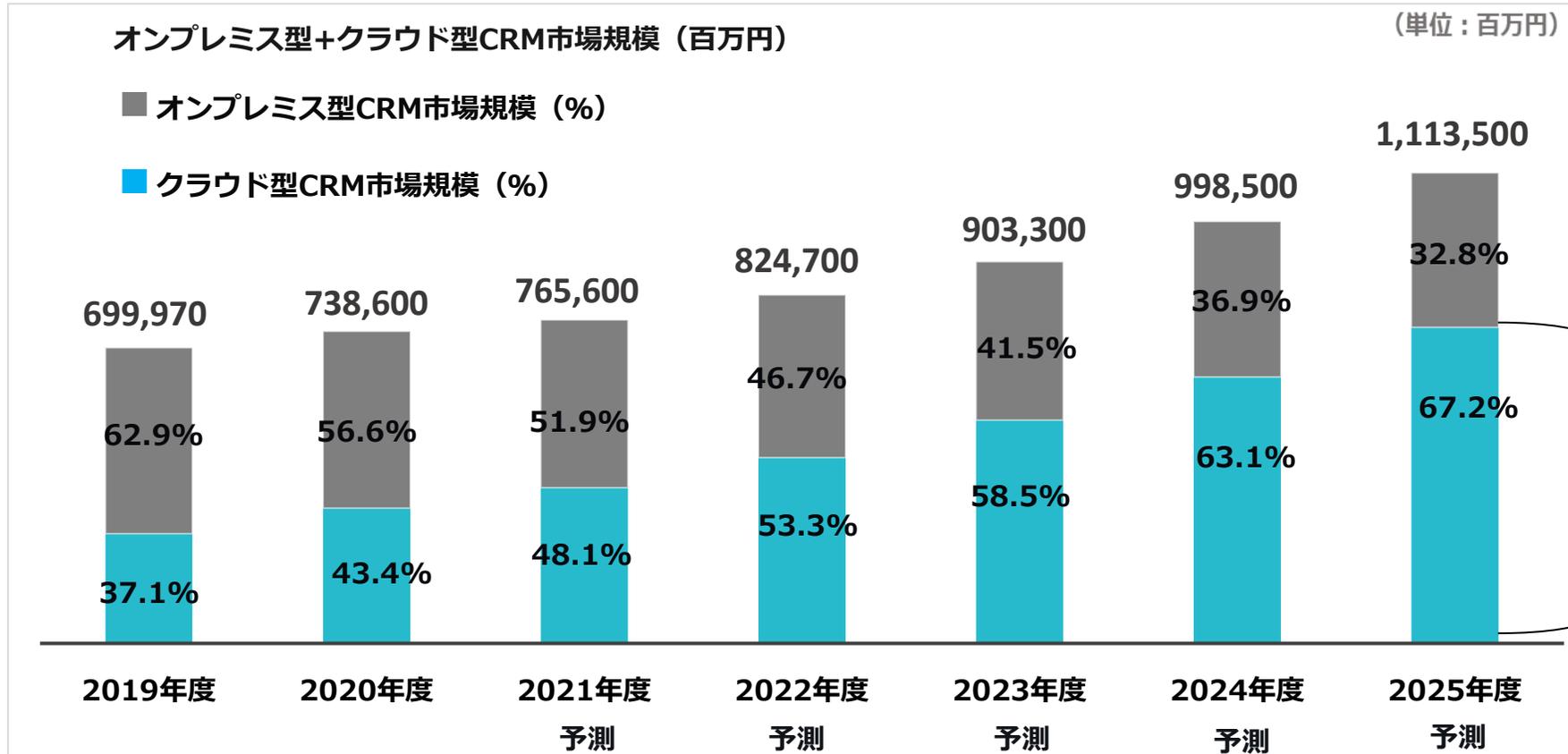
自動回答、自己解決の普及

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。

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。



この内訳は
次ページ
にて説明

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

3. クラウド型CRM市場規模（内訳）



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ツール。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。

ソリューション層

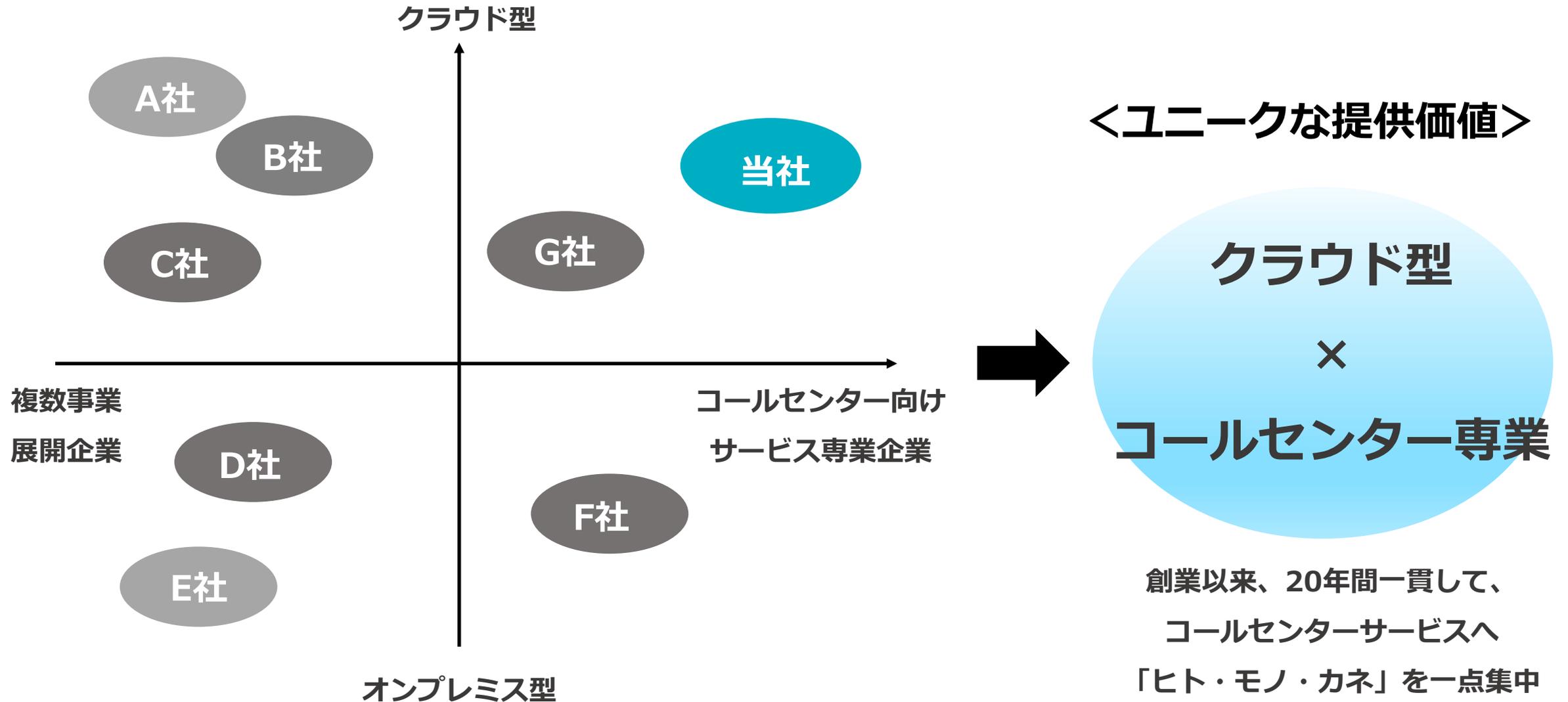
CRMのデータベースを活用して連続的にコミュニケーションを図るツール。SalesForceのSFAやCRM等のソリューションの市場層。

インフラ層

当社の現在の主サービスが属する市場。コールセンターシステム等の市場層。

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

2021年度 2025年度



4. 競争力の源泉

① 現場の声を蓄積、ノウハウに基づく機能開発

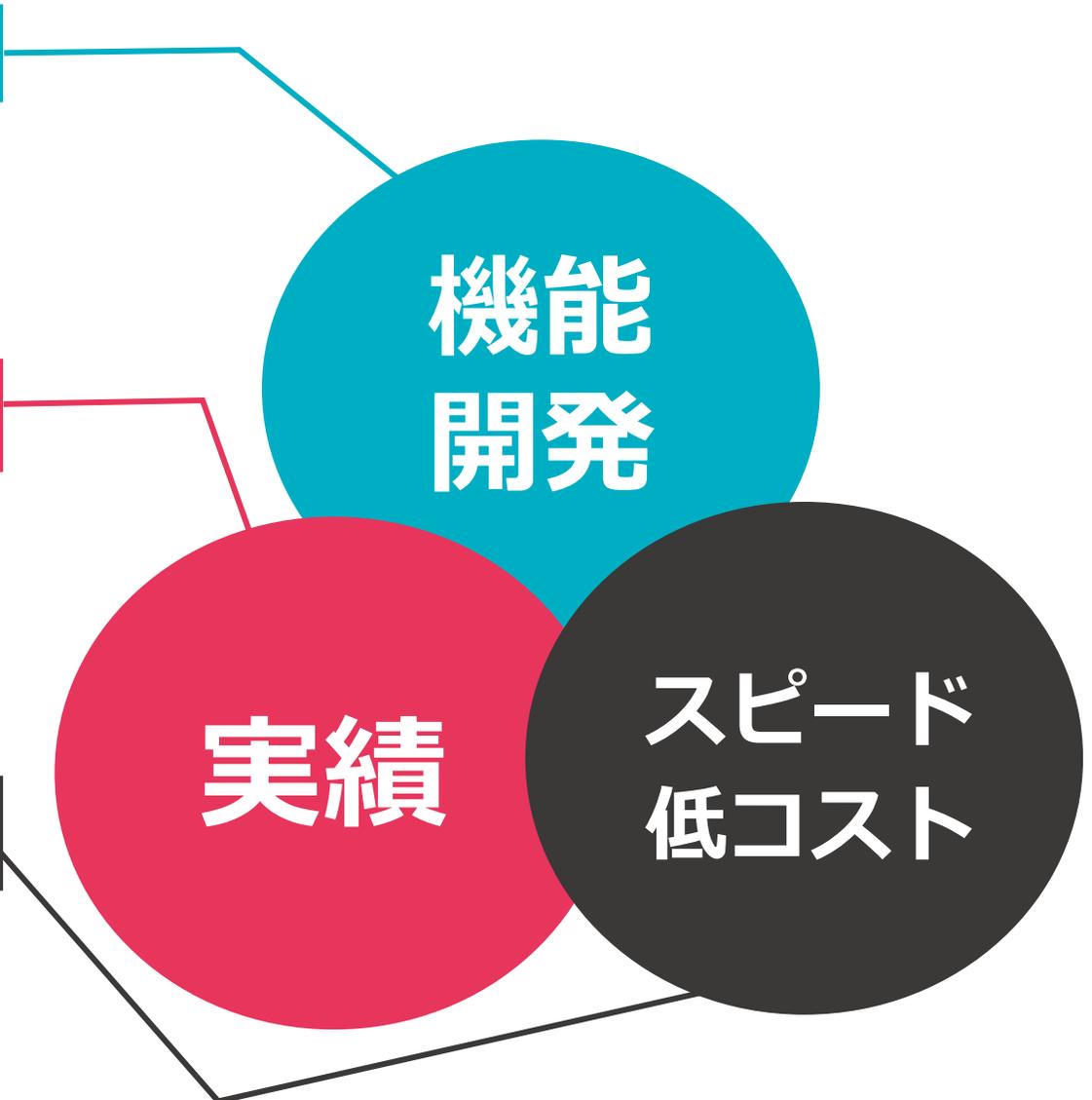
コールセンターシステムを国内で初めてクラウドで提供した会社として、設立以降、20年間、様々な現場の声を蓄積し、ノウハウに基づいた機能開発や課題解決力が当社のサービスに活かされています。

② 大手企業から自治体まで圧倒的な利用実績

大手メーカーから自治体まで、様々な業種でご利用頂いております。創業以来、20年間一貫して、コールセンターサービス一本に「ヒト・モノ・カネ」を一点集中し、業界のパイオニアとして、培われた実績と信頼性がクライアントからの高い評価にもつながっています。

③ 低コスト、スピーディー、メンテナンスフリー

自社で膨大なシステム構築費用をかけることなく、席数（ID）に応じた月額料金制で低コスト・短納期でご利用頂けます。また、システムバージョンアップやサーバーメンテナンスも不要です。

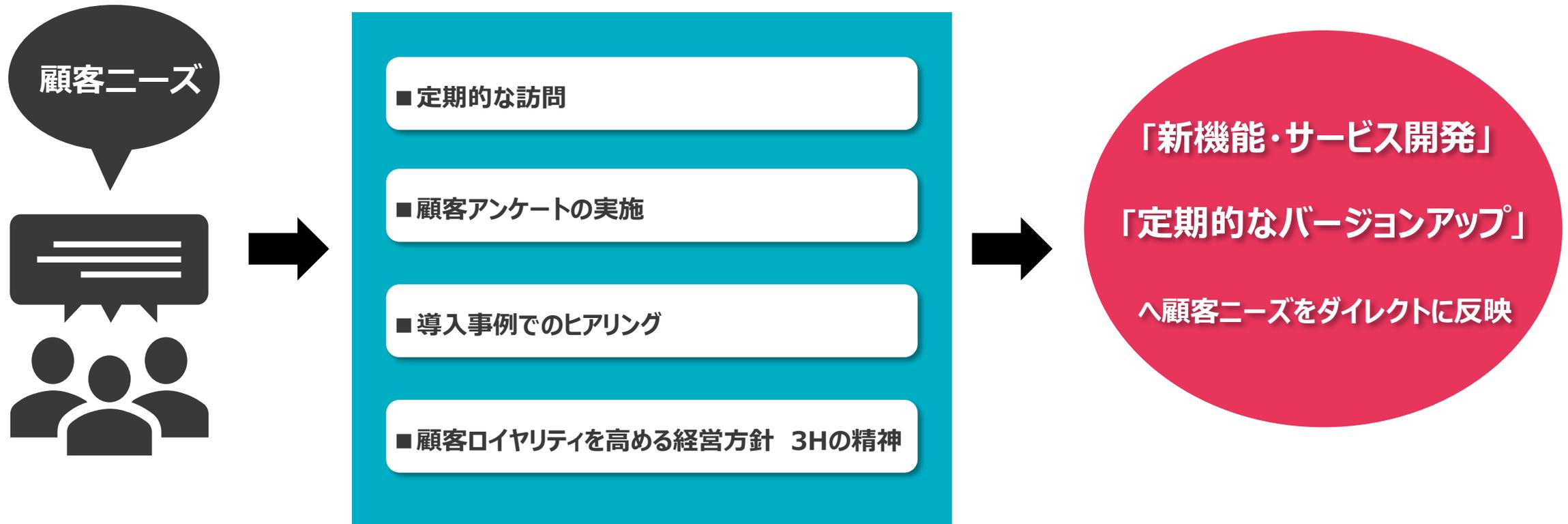


機能
開発

実績

スピード
低コスト

直販9割なため、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

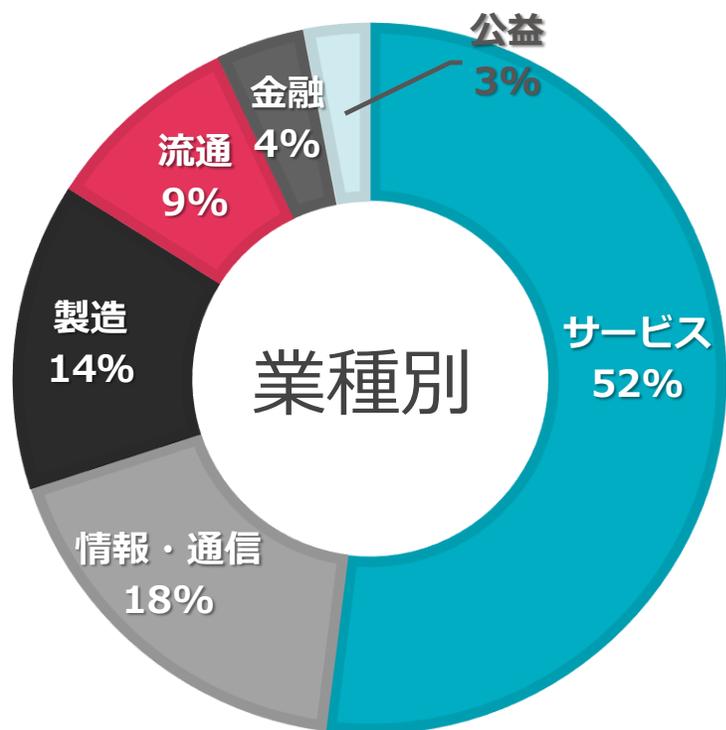


300席超えの大規模コールセンターから5席前後の小規模コールセンターまで、約**880**拠点の導入実績、常時**10,000**席以上が稼働。



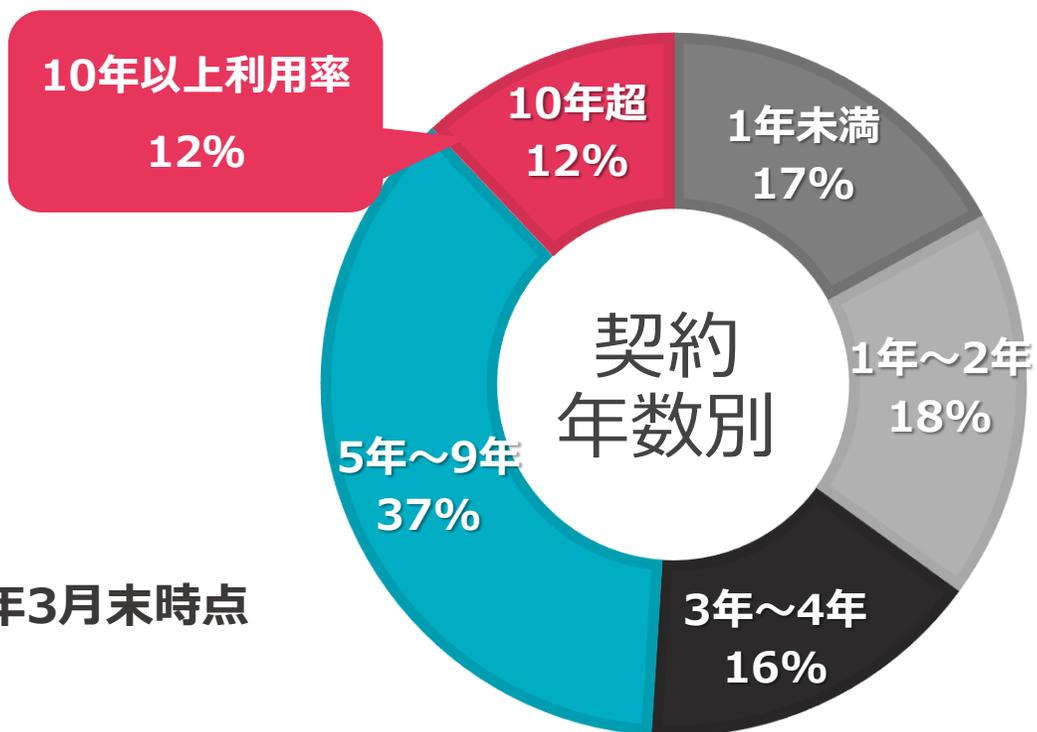
<導入企業の業種>

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



<導入企業の契約年数>

ストック型の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。



※2021年3月末時点

※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2021年3月末時点で契約年数が1年未満の顧客となります。

顧客ロイヤリティを高める経営方針 3Hの精神

Hospitality (おもてなし) ・ Honesty (実直) ・ Humility (謙虚)

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ため、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、顧客と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。

<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。

5. 事業計画

当社は2020年5月12日付で中期経営計画を開示いたしました。

戦略①

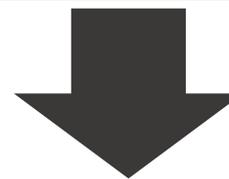
現有サービスへの新ITソリューション（チャット・ボット・FAQ・SMS）追加開発
(2021年3月期まで)

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
(2022年3月期まで)

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
(2022年3月期まで)



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は、リリース完了。戦略②は、リリースを約1年ほど、後ろ倒しに変更。

戦略③は、近日リリース予定。

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

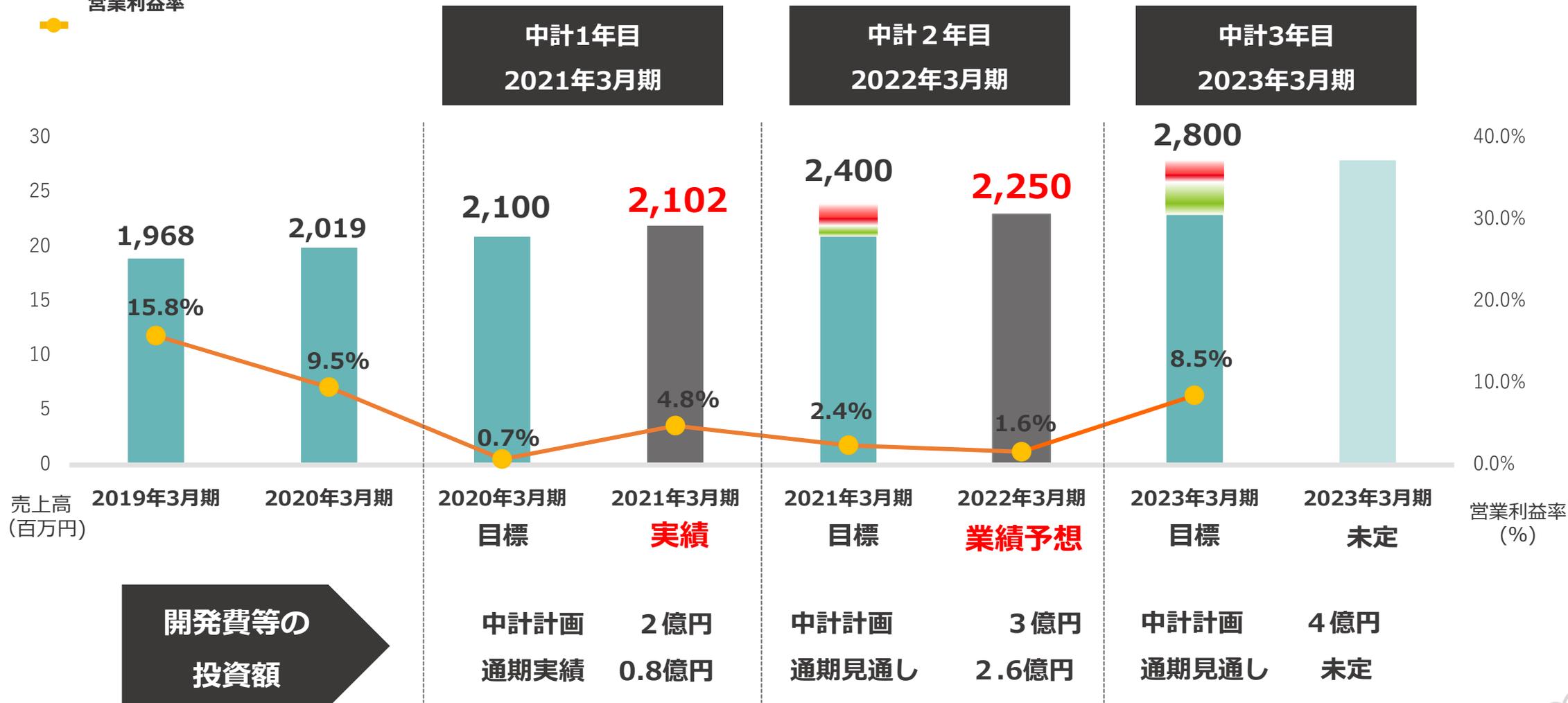
戦略③

デジタルマーケティングツール
「GROWCE」

当初の目標	完了目途	実績	進捗説明
2021年3月末まで	2020年10月29日に完了	2020年10月29日リリース開始	当初目標期限の前に完了。機能追加などを順次実装予定。
2022年3月末まで	2023年夏頃まで	—	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・品質強化を目的としてテスト実施レベルを引き上げたため、人的リソースの補強が必要になったこと 以上2点より、投資タイミングや償却時期の発生タイミングを変更。
2022年3月末まで	開発完了	—	コールセンターに集まるデータを活用した「GROWCE」については開発完了。当初の予定よりも前倒しで、近日リリース予定。

5. 中期経営計画（3つの成長戦略）__進捗状況

- 売上高 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
- 売上高 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新リリース
- 売上高 戦略① 現有サービスへの新ITソリューション追加開発
- 営業利益率



開発費等の
投資額

売上高目標

中期経営計画2年目の目標売上24億円と業績予想22.5億円の差異要因は？

新サービス戦略②と戦略③の開発計画の一部見直しにより、売上貢献は後ろ倒しの見込みとしていること、また、コロナ影響により見込み客の投資の矛先が、戦略①等の業務効率化サービスではなく、在宅インフラ整備やワクチン業務等に向いているため、当初想定より下振れを見込んでいます。なお、戦略②のリリースが1年後ろ倒しとなりますが、2021年5月時点で開示した業績予想に変更はございません。

営業利益率

営業利益率は中計4年目以降は、回復していくのか？

戦略②のリリースが1年後ろ倒しになることで、売上高び開発費用の投資額も一部後ろ倒しになる見込みです。前倒しでリリースした戦略①と近日リリース予定の戦略③の売上、および現有サービスによって、最終年度の売上高及び営業利益率の目標達成に向けて引き続き尽力していきます。

開発投資額

当初の想定より開発投資額の実績が低いが、2023年3月期以降に繰り越しか？

戦略②の開発費用の投資額は、一部後ろ倒しになる見込みです。開発費等の投資額については、当初の中期経営計画の予定で見込んだ数値以内で、開発していく方針です。いかに効率的に結果を出すかを試行錯誤してまいります。

※中期経営計画の進捗については、年2回の決算説明会にて、進捗状況を報告しております。

戦略① 2021年3月期までに
コンタクトチャネルの多様化への対応として、
現有サービスラインナップに、SMS/チャット/チャットボット/FAQを追加開発

これらのニーズを解決するためのサービス

<顧客の要望>

- ・ 時間や場所の制約なく気軽に問い合わせたい
- ・ 早く回答が欲しい
- ・ 通話料や待ち時間を減らしたい

<コールセンターの要望>

- ・ できるだけ自動化したい
- ・ オペレーターの対応時間を削減したい
- ・ 人手不足の解消

新サービスとして、

2020年10月29日に販売開始

クラウド型コールセンター向け
コラボスの 2つの新サービス と コラボスフォンの新機能



チャルボ

チャットボット
&
有人チャット



コラスク

チャットボット等と
連携可能な
FAQ



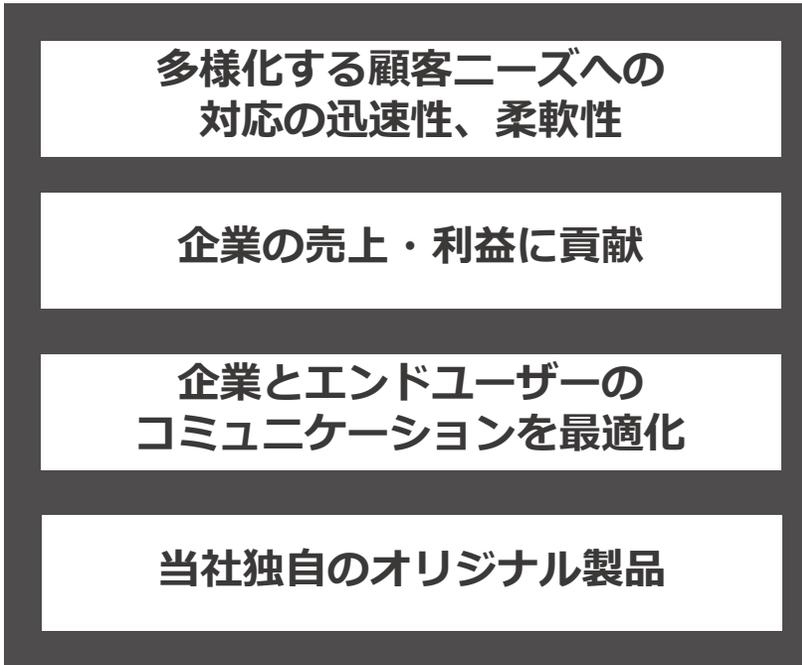
コラボスフォン

SMS送信を
新たに機能追加

戦略② 2022年3月期までに AI技術を活用した新コールセンターソリューションをリリース

多様化する顧客ニーズ、市場の変化への対応速度や柔軟性を高めるため、 **COLLABOS PHONE** をプラットフォームから全面リニューアルします。

開発コンセプト



- ・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

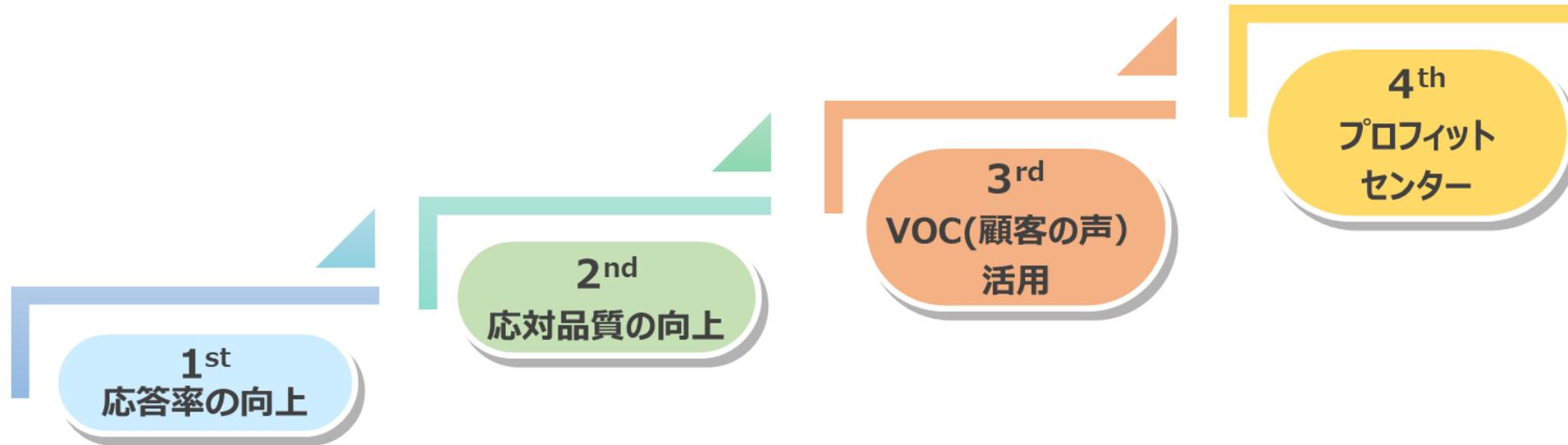
エンドユーザーの期待

- ・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

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があります。しかし、今後のコールセンターの目指す姿は、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の活用など直接売り上げに貢献する**プロフィットセンター**を目指していくと予測されています。**戦略③**ではコールセンターに集まる情報を有効活用し、コールセンターにマーケティングの機能を付加します。



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。
----	---------------------------	----------------------	--------------------------	--

戦略③ 2022年3月期までに
新サービス GROWCE（グロウス）を新たに開発

GROWCEとは？

コールセンターに集まるデータをマーケティング活用できるツールである

コールセンターに
集まるデータ

- ・性別・年代・興味関心・通話履歴
- ・対応内容・感情（音声認識）
- ・電話応答有無

Webマーケティング部門に
集まるデータ

- ・サイト内行動・広告クリック
- ・メール開封・メールクリック
- ・インプレッション数・コンバージョン数



従来のCRM活用

- ・アウトバウンド・インバウンド
- ・ダイレクトメール送付
- ・メール・チャット・IVR・SNS

マーケティング活用

- ・アドネットワーク（広告）
- ・マーケティングオートメーション
- ・アンケート調査

6. リスク情報

項目	主要なリスク	リスク対応策
<p>特定サービス 依存のリスク</p>	<p>売上の7割を占める「@nyplace」は、AVAYA社の日本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、何らかの理由により製品の調達が困難になった場合、サービス提供に支障が発生する可能性。</p>	<p>「COLLABOS PHONE」や中期経営計画の新サービスなど、新たに当社の柱となる新規事業の創出に向け、積極的な開発投資を実施。</p>
<p>自然災害等による システム障害の リスク</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に集中しており、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。</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。万一トラブルが発生した場合においても、短時間で復旧できるよう復旧テストやリスク管理体制を整備。</p>
<p>システム不具合の リスク</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。</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
新規事業及び 新サービス開発等の 設備投資等のリスク	<p>技術革新や顧客ニーズの変化に適時に対応できない可能性、または変化への対応のためにシステム投資や人件費等多くの費用を要する可能性。新サービスにおいて、計画通りに開発が進捗しなかった場合、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い可能性。</p>	<p>更なる事業成長に向け、新機能・サービスの開発・コールセンターに蓄積される様々なデータを活用した新たな事業の開発等を実施するため、専門技術に精通し、提案力や応用力を持った人材の確保、また組織運営等のマネジメントに優れた人材の確保と育成を実施。顧客の増加に応じた継続的かつ適切な設備投資計画の実行。</p>
買収及び事業提携 のリスク	<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。</p>	<p>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。</p>
事業環境のリスク	<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。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。</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。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。</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、既存顧客の解約や単価の下落が生じる可能性。</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。</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。</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。</p>
<p>新型コロナウイルス感染症のリスク</p>	<p>事態の収束に時間を要する場合、景気後退に伴うIT投資の減速による新規顧客への当社サービスの導入が進まない可能性、2020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。</p>	<p>営業活動やセミナー開催等のオンライン化、在宅勤務環境の整備による出社抑制等の対策を実施し、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。</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。

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。

技術を軸にビジネスをするのは楽しい。

それは、目まぐるしい変化に対応する必要があるから。
それは、新しいマーケットがどこにでも生まれるから。
それは、つくる楽しみ、提供するやりがいを感じやすいから。
そして、そのビジネスの楽しみを最大化するために
私たちが大切にするのが“声”です。

“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。そう考えます。

そして、柔軟な姿勢で未来へ向かうために
社員ひとりひとりが「新しいことを自分ではじめる」その声も漏らさずに
大切にしています。

声をあげる、声をとらえる、声をあやつる。
そのために、まずは声をきき、私たちの技術で未来をつくる。

無限の可能性を信じて、次のステージへ。