

声をきき、未来をつくる。



2024年3月期 通期 決算補足説明資料

2024年6月4日

株式会社コラボス（東証グロース：3908）



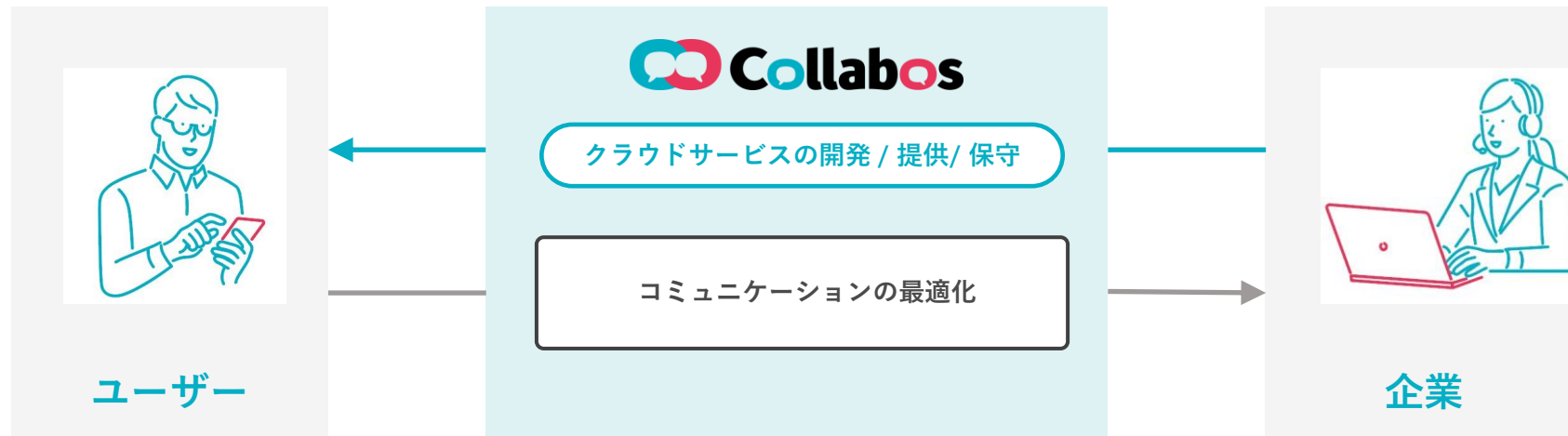
私たちは、**企業**や**自治体**等で利用される

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。



Agenda

- | | |
|------------------|------|
| 1. 2024年3月期 決算概況 | P.4 |
| 2. 2025年3月期 業績予想 | P.14 |
| 3. 中期経営計画の進捗状況 | P.18 |
| 4. Topics | P.24 |
| 5. Appendix | P.31 |

※本資料の金額については、百万円未満の数字は切り捨てて表記しております。

※本資料における数値は、期初からの累計期間を表記しております。

1. 2024年3月期 決算概況

売上高は、「@nyplace」の大型案件の減席、また新サービスのリリース遅延による新規案件獲得の機会損失や受注時期の後ろ倒し等が影響し減少。

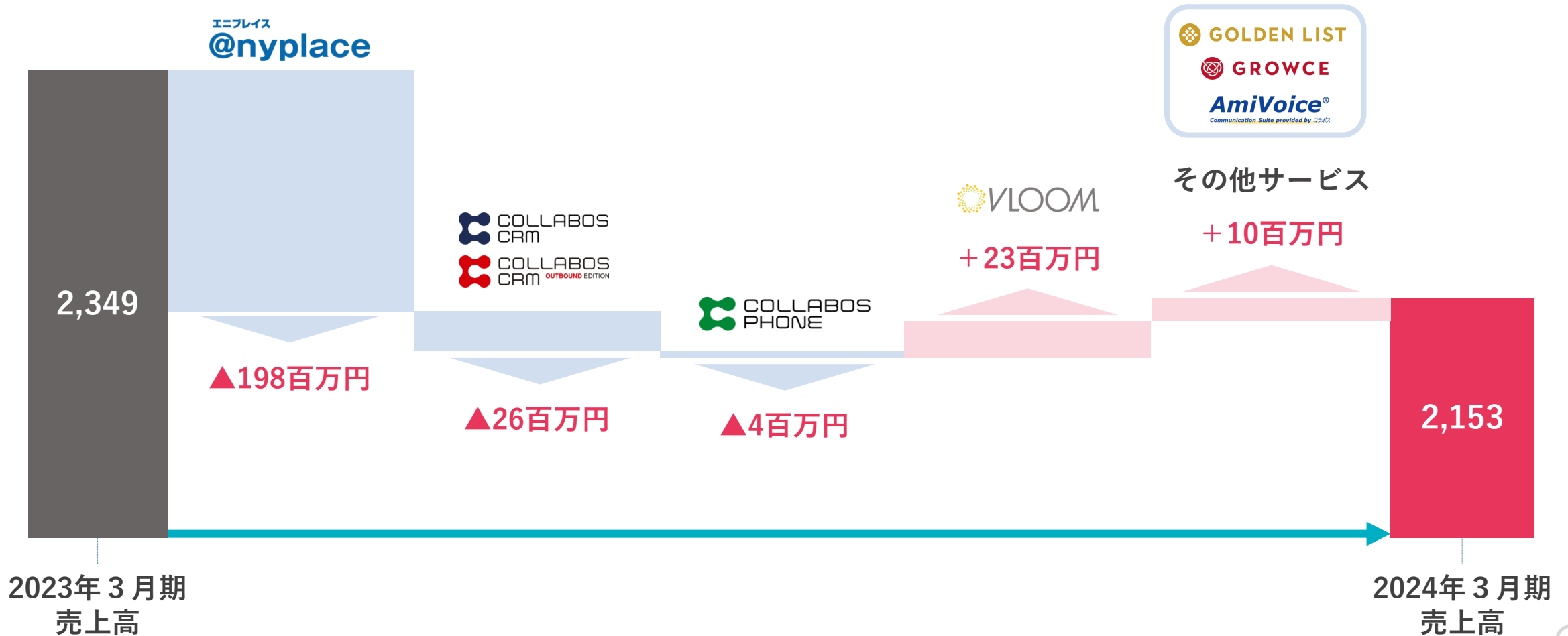
利益は、売上高の減少及び新サービスのソフトウェア償却費及びソフトウェア資産の減損損失により大きく赤字。

（単位：百万円）

	2023年3月期	2024年3月期	前期比		主な差異要因
			差異	増減率	
売上高	2,349	2,153	▲195	▲8.3%	「@nyplace」の減少及び新サービスの新規獲得遅延
売上原価	1,463	1,661	+197	+13.5%	新サービスのソフトウェア償却費等の先行コストの増加及び「@nyplace」のホスティング費用の増加
販売費及び一般管理費	783	786	+2	+0.4%	新サービスの開発に伴う業務委託費用や販売拡大のための広告費等の増加
営業利益	101	▲294	▲395	-	-
経常利益	100	▲276	▲376	-	営業外収益（当社システム開発における外部委託の開発遅延に伴う一部負担金17,091千円）
当期純利益	67	▲798	▲866	-	過去に開発したソフトウェア資産の減損損失483,164千円を特別損失として計上

主に新型コロナウイルス案件等の影響により、**現有サービスの売上高**は大きく減少。一方、**新サービス及び業務効率化を実現する付加的サービスの売上高**は増加するも、**リリース遅延**の影響により、売上貢献には及ばず。

(単位：百万円)



「@nyplace」は、新型コロナウイルス案件の縮小、ノンボイスチャネル増加に伴う席数の減少により売上高及び席数は大幅減少。

「COLLABOS PHONE」も、通信売上の増加がある一方で、新型コロナウイルス案件の縮小が大きく、売上高及びch数共に減少。

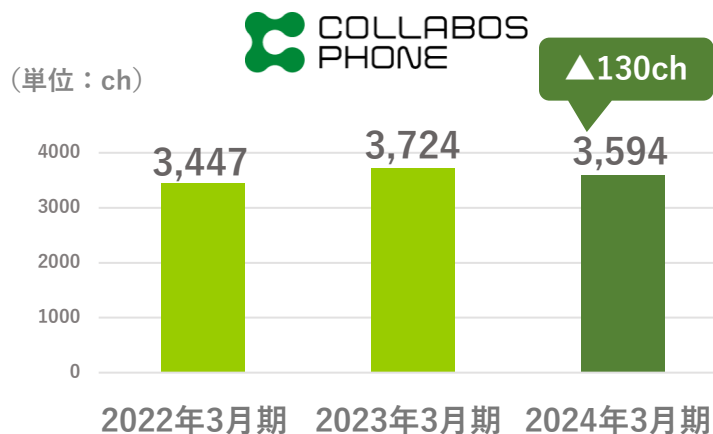
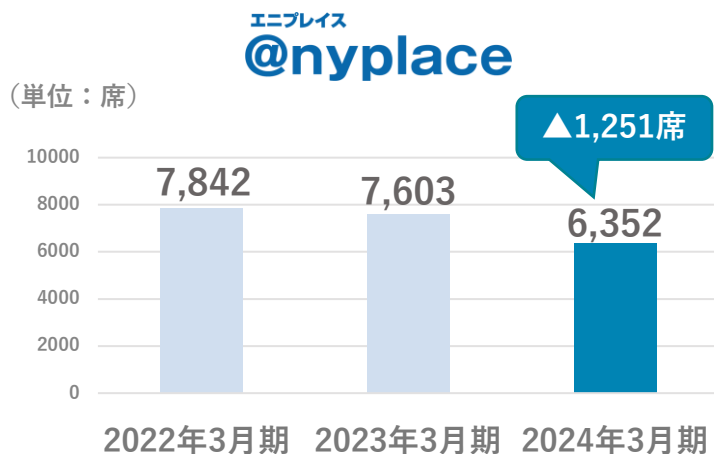
2023年8月にリリースした「VLOOM」は、売上高は23百万円、期間平均利用ch数は355ch獲得と好調なスタート。

(単位：百万円)

売上高	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	前期比
@nyplace	1,598	1,590	1,392	▲12.5%
COLLABOS PHONE	486	486	481	▲0.9%
VLOOM	-	-	23	-

※Packet Folderの売上高は@nyplaceの売上に含まれます。

期間平均契約数



インバウンド向け、アウトバウンド向けサービス共に新型コロナウイルス関連や行政関連のスポット公共案件の業務縮小等により売上高及びID数が減少。

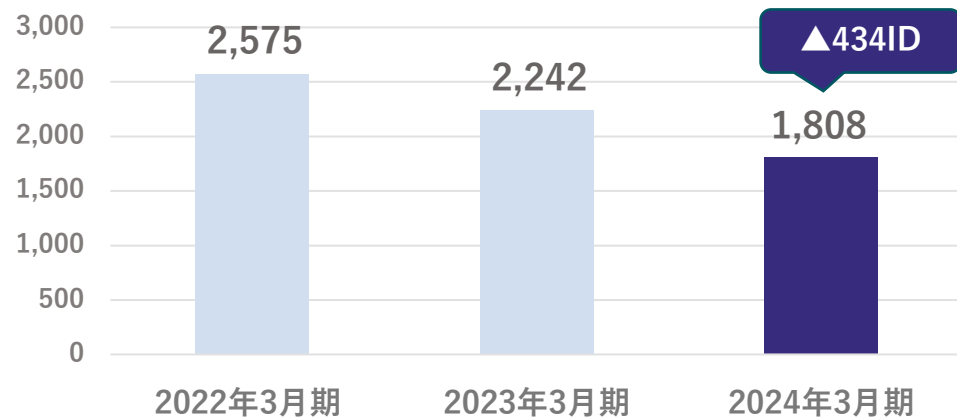
(単位：百万円)

売上高	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	前期比
COLLABOS CRM	162	143	122	▲14.4%
COLLABOS CRM OUTBOUND EDITION	41	34	28	▲16.4%

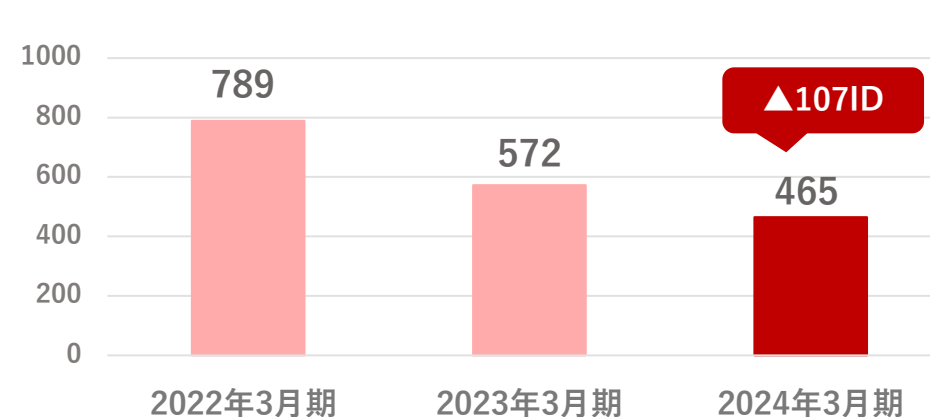
期間平均契約数



(単位：ID)



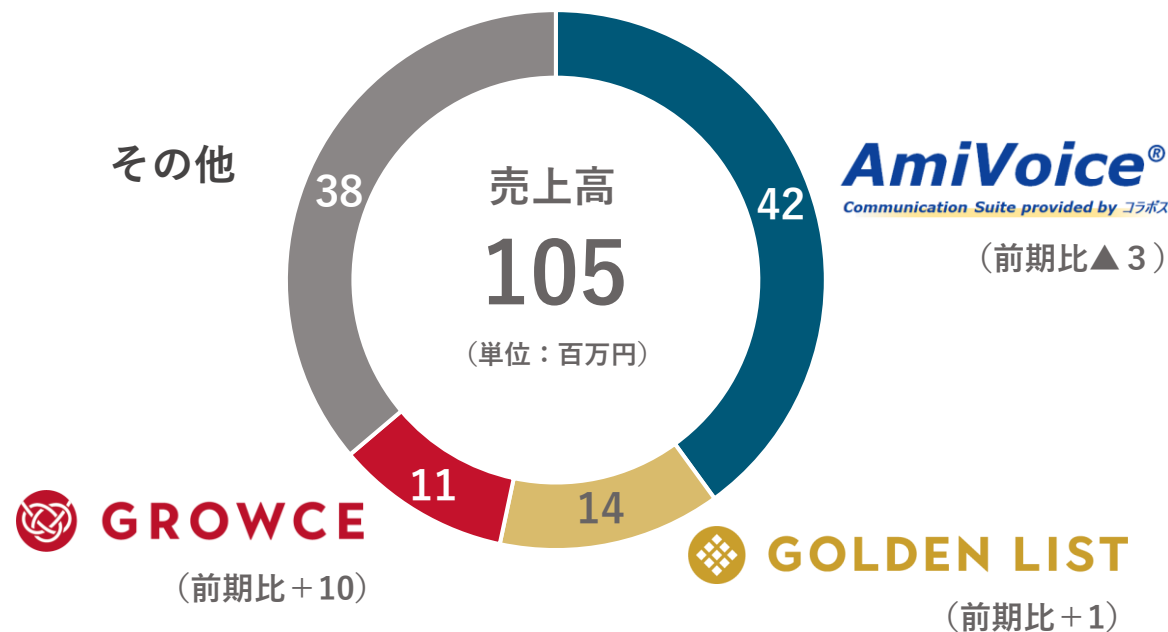
(単位：ID)



統合CRMマーケティングシステム「**GROWCE**」の新規案件獲得及びAI顧客分析・予測ツール「**GOLDEN LIST**」における金融業界のマーケット開拓による新規案件獲得等により、**売上高は増加**。

（単位：百万円）

売上高	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	前期比
その他	78	94	105	+11.2%



営業利益は、**売上高の減少**に加え、**新サービスのソフトウェア償却費等の売上原価が増加し赤字**。

売上高

▲195百万円

(単位：百万円)

101

@nyplace	: ▲198
COLLABOS PHONE	: ▲ 4
VLOOM	: + 23
COLLABOS CRM関連	: ▲ 26
その他	: + 10

売上原価

+197百万円

@nyplace	: ▲ 14
COLLABOS PHONE	: ▲ 9
VLOOM	: +153
COLLABOS CRM関連	: ▲ 8
その他 (新サービス償却等)	: + 77

人件費 (賞与等)	: ▲ 2
減価償却費	: ▲17
業務委託費	: +15
広告費	: +11

販売費及び一般管理費

+2百万円

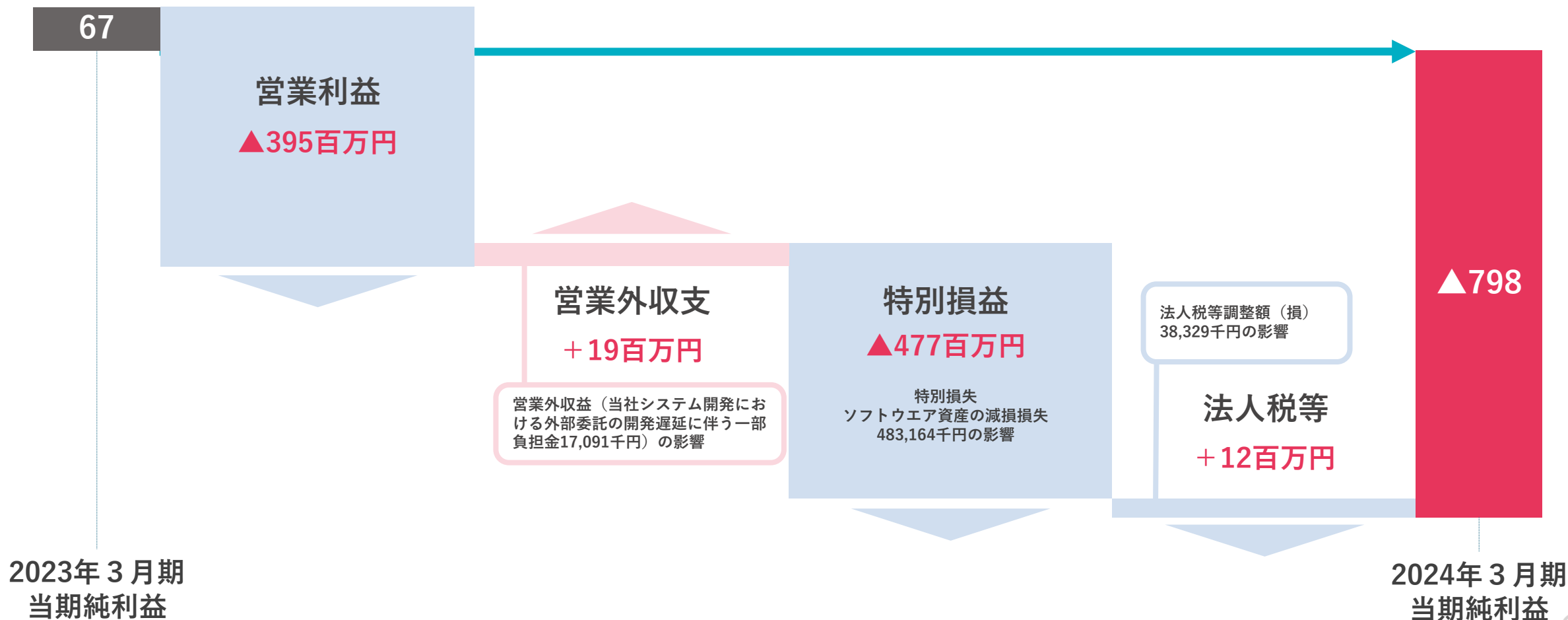
▲294

2023年3月期
営業利益

2024年3月期
営業利益

「VLOOM」及び「GROWCE」等の新サービスにおいて、サービスリリース計画が遅延したこと等により、当初想定した期間での回収が困難であると判断したことから、ソフトウェア資産の減損損失483,164千円を特別損失として計上。

(単位：百万円)



ソフトウェア資産の減損損失により、無形固定資産（ソフトウェア）が大幅減少。
利益剰余金が798百万円減少し、純資産合計が減少。

(単位：百万円)

		2023年 3月末	2024年 3月末	前期末 との差異			2023年 3月末	2024年 3月末	前期末 との差異
資産の部				負債の部					
流動資産		1,549	1,426	▲122	流動負債		244	371	+127
					固定負債		81	275	+193
					負債合計		326	647	+320
固定資産	有形	196	223	+26	純資産の部				
	無形	398	55	▲343	資本金		324	325	+0
					資本剰余金		304	305	+0
					利益剰余金		1,407	609	▲798
					自己株式		▲165	▲165	-
投資その他	84	45	▲38	純資産合計		1,902	1,104	▲798	
資産合計		2,229	1,752	▲477	負債及び純資産合計		2,229	1,752	▲477

主に新サービスのリリース及び追加機能開発により、投資活動キャッシュ・フローは▲360百万円。

資金調達に伴う長期借入金の収入により、財務活動キャッシュフローは180百万円。

(単位：百万円)

	2023年3月期	2024年3月期
営業活動キャッシュ・フロー	165	104
投資活動キャッシュ・フロー	▲344	▲360
財務活動キャッシュ・フロー	▲125	180
現金・現金同等物 期首残高	1,558	1,253
現金・現金同等物 期末残高	1,253	1,178

2. 2025年3月期 業績予想

売上高は、前事業年度の「@nyplace」等の新型コロナウイルス案件等の減少等の影響がある一方、新サービスの販売拡大により、前事業年度と同等の21億円を見込む。

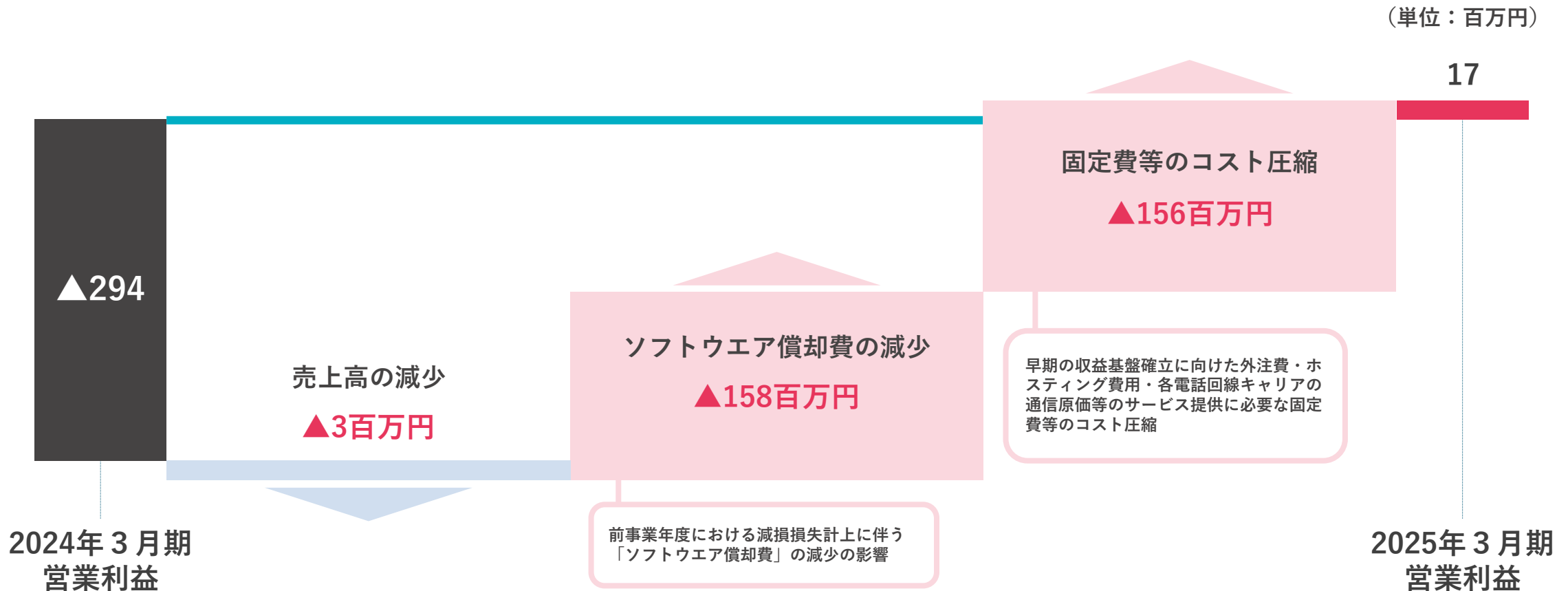
コスト面においては、コスト構造の見直し等を図ることにより、早期に安定した収益基盤を確立。

(単位：百万円)

	2024年3月期 (実績)		2025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	1,105	2,153	1,024	2,150	▲7.4%	▲0.2%
営業利益	▲77	▲294	▲60	17	-	-
経常利益	▲58	▲276	▲61	15	-	-
当期(四半期)純利益	▲41	▲798	▲43	10	-	-

※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。

売上高は、「@nyplace」及び「COLLABOS PHONE」の大型顧客の減席の一方、新サービスの販売拡大でカバーし、前事業年度と同等の21億円を見込む。コストについては、減損損失計上に伴う「ソフトウェア償却費」の減少、また、早期の収益基盤確立に向けた外注費・ホスティング費用・通信原価等の固定費等のコスト圧縮により、通期において営業黒字を見込む。



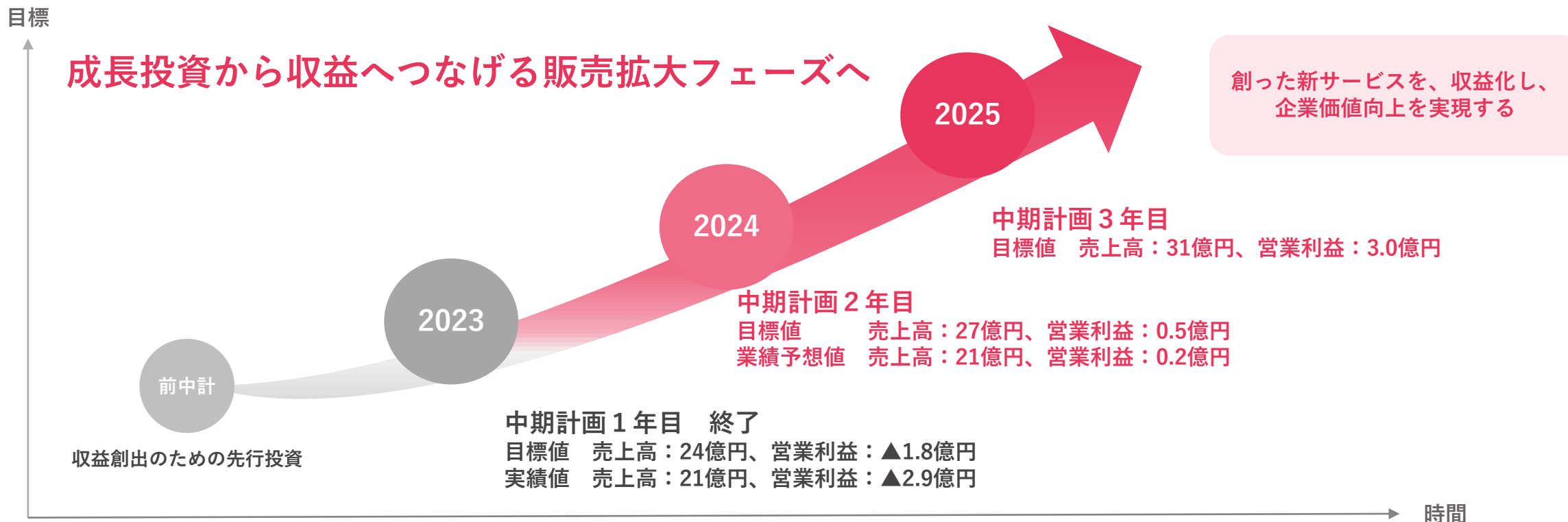
生産プロセスの効率化やコスト削減策を徹底的に進める

具体的な取り組み

1. 「@nyplace」に比重を置いた運営体制を見直し、経営資源の再配置を実施する。
2. サービス提供に必要な固定費の見直しを行い、生産効率を向上させる。
3. サービス運営体制における外注費の見直しを実施し、顧客ニーズを各サービスへ更にスピーディーに反映できる体制へ改善する。

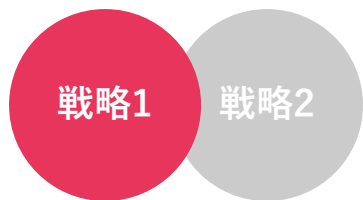
3. 中期経営計画の進捗状況

※本中期経営計画は、2024年3月期～2026年3月期の3カ年の計画です。



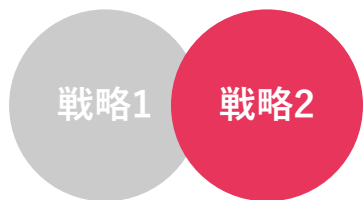
中期経営計画1年目の振り返り

売上高の未達成は、新型コロナウイルス案件の大幅減少や既存顧客の減席が予想以上であったこと、新サービスのリリース遅延により売上貢献が遅延したことが要因。また、「VLOOM」や「GROWCE」等の新サービスは、当初想定していた計画期間内での回収の可能性が困難であると判断したため、ソフトウェア資産の減損損失を計上。これにより中期経営計画の数値目標は後退するものの、中期経営計画に掲げる2つの柱からなる成長戦略に変更はなく、確実に実施していくことにより売上高に結びつける。加えて、この成長戦略に合わせたコスト構造及び運営体制を見直すことで、早期に安定した収益基盤を確立できるよう推進する。



「@nyplace」の安定成長

- ・システムバージョンアップにより、付加価値を高める
- ・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



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「GROWCE」、「UZ」、「GOLDEN LIST」で新規市場へ進出

+

業績回復に向けた追加施策

外注費の削減、並びに人員の再配置による生産性向上、原価構造の抜本的な見直し、販売価格の適正化により、

生産プロセスの効率化やコスト削減策を徹底的に進める

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、販売価格の適正化、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対応範囲の拡張、基盤強化、SIP対応や他システムとの連携強化を実現させるために、交換機（PBX）のシステムバージョンアップを実施し、大型の既存顧客の移行計画を開始。
- ・ 仕入原価の増加等に伴い、サービス販売価格の適正化を実施。

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

- ・ 作業効率化の為、クライアント企業が自ら設定変更を完了させることができるツールのバージョンアップを完了。
- ・ 仕入原価のコスト削減に向けて、外注費の削減を既に実施。また、データセンター機器類の整理等による固定費の削減や通信原価の削減についても随時交渉を進めている。

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

- 「VLOOM」は、発売からわずか7カ月で売上高23百万円を実現。導入社数は19社と好調なスタート。
- 柔軟性や拡張性を重視したサービスとなるため、顧客の要望を基にシステムを改修しサービス力向上を目指す。

施策② 新マーケティングサービスで、新規市場へ進出

- 「GROWCE」の売上高は、前期比10百万円増加。
- 2023年11月には、「GOLDEN LIST」の大型バージョンアップを完了。
- 2023年12月に「UZ」もリリース完了。これでAI活用とマーケティング活用を強みとした全てのサービスリリースが完了。
- 「GROWCE」は、医療業界やヘルスケア業界へアタック。
- 「GOLDEN LIST」は金融機関をターゲットに拡販を進めている。
- 「UZ」については、チラシ生成やトークスクリプト等の活用シーンの費用対効果が分かる導入事例獲得を進めている。

販売拡大に向けた営業の取り組みとしては、**営業の組織体制強化、オンライン集客と事例獲得の強化、市場ニーズに沿ったサービス力強化**の3つを進める。

取り組み① 営業の組織体制強化

販売推進力強化のため、特に成長期のサービスへ特化した各サービス専任の集中販売体制へ変更

営業第一部 ➡ 「VLOOM」 拡販専任部隊

営業第二部 ➡ 「@nyplace」 の安定成長専任部隊

営業第三部 ➡ マーケティングサービス「UZ」「GROWCE」「GOLDEN LIST」 拡販専任部隊

取り組み② オンライン集客と事例獲得の強化

他社と共催したオンラインセミナーやブログの定期投稿等のSEO強化やリスティング広告等の強化により、**Webリード数を増加させ、オンライン商談中心に営業の生産性を上げる**。業界最大規模の展示会への出展も引き続き実施。また、新サービスについては、活用シーンの具体化、費用対効果の訴求のため導入事例を多く獲得する。

取り組み③ 市場ニーズに沿ったサービス力強化

販売パートナーとの協業・共創及び他社サービスとの連携協業により、**サービス力の強化と販路拡大**をさらに推進。
また、市場ニーズに沿った**サービス機能開発**を推進。

4. Topics



UZ
とは

2023年12月21日にリリースした 独自開発AIエンジンを搭載した最新AIマーケティングシステム

コールセンターで蓄積される「通話録音データ（顧客の声）」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、広告テキストやメルマガ、トークスクリプト等が自動作成されるシステムです。

ChatGPTと連携させることで、抽出した「興味関心キーワード」を基に、簡単に様々な例文が作成可能になり、効果的なVOC分析やマーケティング施策の実施に大きく貢献します。

特徴

顧客との会話から、 売上拡大へ繋がる興味関心キーワードを発見！

1. 通話の音声認識や感情分析機能を搭載
2. AI技術により通話録音データから不要部分を自動削除、興味関心キーワードの抽出を高速化UI/UXにこだわり、デザインや使いやすさを重視
3. Chat GPT 連携が可能

株式会社Human Resource Designが「UZ」を採用 トークスクリプトの作成にかかる時間を約75%短縮

HRD

? 「株式会社Human Resource Design」について

採用コンサルティング、採用アウトソーシング、各種コンテンツ制作等「はたらく」に関する幅広い事業を展開している採用支援企業です。採用メディア「GoodStory」、ストーリー制作（Creative）、採用コンサルティングの3サービスでクライアント企業の採用サポートを行っています。



採用ポイント（お客様の声）と効果

「VOC（顧客の声）」を分析して、**新規顧客獲得のための営業トークスクリプトの改善**をしたいと考えていましたが、分析するための**ナレッジや時間がなく**進められない状況を解決するため「UZ」を導入しました。従来、営業トークスクリプトの作成や改善は**属人化が課題**となっていました。が、「UZ」は、通話録音データから抽出した「**興味・関心キーワード**」及び会話内容を利用し、手順に沿って入力するだけで誰でも簡単にトークスクリプトの作成が可能になるため、**属人化が解消**されました。また、従来、音声の聞き起こしからスクリプト作成まで1時間程度かかっていたのですが、**会話内容が忠実に自動でテキスト化**されるため、**聞き起こしの工数が大幅に削減**され、導入後は、音声の聞き起こしからスクリプト作成までの時間が**1時間から15分に短縮**され、**効率的かつ効果的な営業活動を実現**できるようになりました。

GOLDEN LIST



GOLDEN LIST とは

2023年11月に大型バージョンアップした

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

企業が保有する顧客データや購買データ等を活用し、成約見込みの高い消費者リストを作成する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です。
例えば、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の向上のほか、休眠顧客の復活や解約予兆の事前察知等、様々な局面で効果を発揮します。

提案状況

全国の地方銀行、信用金庫、信用組合等の地域金融機関において、「GOLDEN LIST」の採用が増えております。

カードローン営業等において
人工知能（AI）を採用！
口座の動向や属性を綿密に分析し、
ニーズが高く見込みのある顧客を
効果的に発見・順位付けした結果・・・



DM反応数 が
従来のリストと比較し
大幅に上回る 効果に！



株式会社三十三銀行が「GOLDEN LIST」を採用 ターゲティングの精度を高め効率的なマーケティングを実現



? 「株式会社三十三銀行」について

三重県四日市市に本店を置く地方銀行で、三重県や愛知県等、東海・近畿地方を中心に銀行業を展開しています。預金・融資、為替取引、保険、信託など多岐にわたる事業を展開しています。



採用ポイント（お客様の声）と効果

採用した経緯としては、**収益増強とコスト削減を両立させ、ターゲティングの精度を高め効率的なマーケティングを実施するため、新たなアプローチが必要となり、AIの導入を検討することとなりました。複数のAIツールを比較検討した結果、費用対効果に優れる「GOLDEN LIST」を採用しました。**現在は、**ローンの申込件数増加と収益増強のため、GOLDEN LISTを利用しターゲティングを実施**しています。今後は、ローン以外の分野においても、積極的にAI解析を展開して行きたいと考えています。

三菱UFJニコス株式会社が「GROWCE」を採用 「補助金アドバイザー・サポートサービス」の受付業務に採用



? 「補助金アドバイザー・サポートサービス」とは？

中小企業のDX支援として、国や地方自治体の補助金申請準備のサポートを三菱UFJニコス様が支援するサービスです。特に情報収集や手続きの手間がかかり補助金を活用できていない街の飲食店等に対応します。



採用ポイント（お客様の声）と効果

コストの観点もありますが、様々な要望に対して、**真摯にご対応頂く姿勢が一番の決め手**となりました。限られた期間の中で、丁寧かつ迅速に対応いただき、**非常にクオリティの高いサービスを開始**できました。また、業務特性上、複数のシステムを利用することで生じるオペレーションミスの懸念もありましたが、**RPAを活用してミスの防止、運営の円滑化も実現**でき、とても感謝しています。



Collabos

声をきき、未来をつくる。

Appendix



会社名

株式会社コラボス
(英語表記：Collabos Corporation)



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



設立

2001年10月26日



資本金

325,015千円
(2024年3月31日現在)



事業

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



取得資格・認証

プライバシーマーク付与認定
ISMS認証 (ISO27001)



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

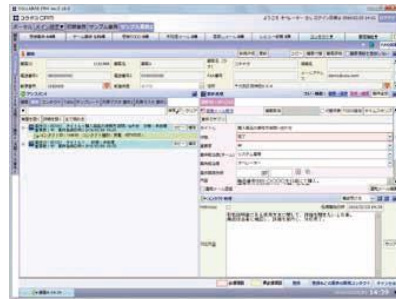


AIコールセンターを求める顧客向け
自社開発のソフトフォン

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。

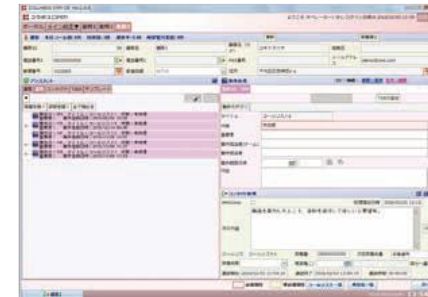
顧客情報管理システム (CRM)

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通話録音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、広告テキストやメルマガ、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データ解析

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。



チャット&チャットボット

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。

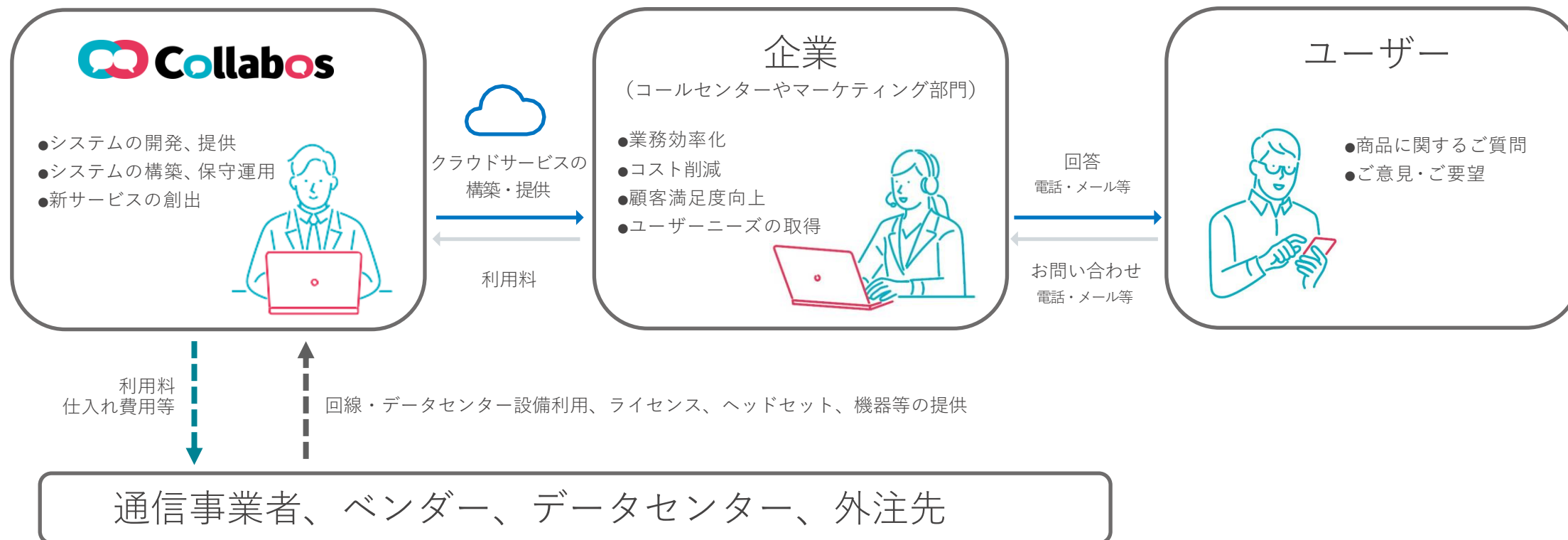
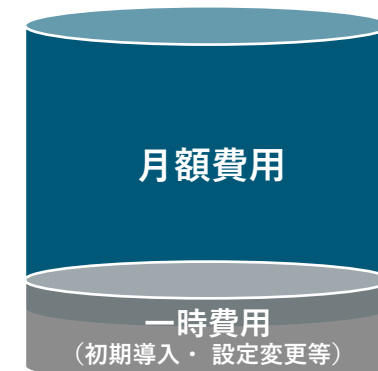


通話録音

「@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。

当社の売上高は、約 **9** 割が月額利用料の**ストック型ビジネスモデル**

企業や自治体のコールセンターやマーケティング部門は、サービス利用料を毎月当社へ支払うことで、当社が開発するサービスを利用し、消費者（ユーザー）からの問い合わせやマーケティング活動に利用します。システムはコラボス側で開発・構築・管理するため、高額な初期投資や管理費等は一切不要で、契約数に応じてリーズナブルにシステムを利用できます。

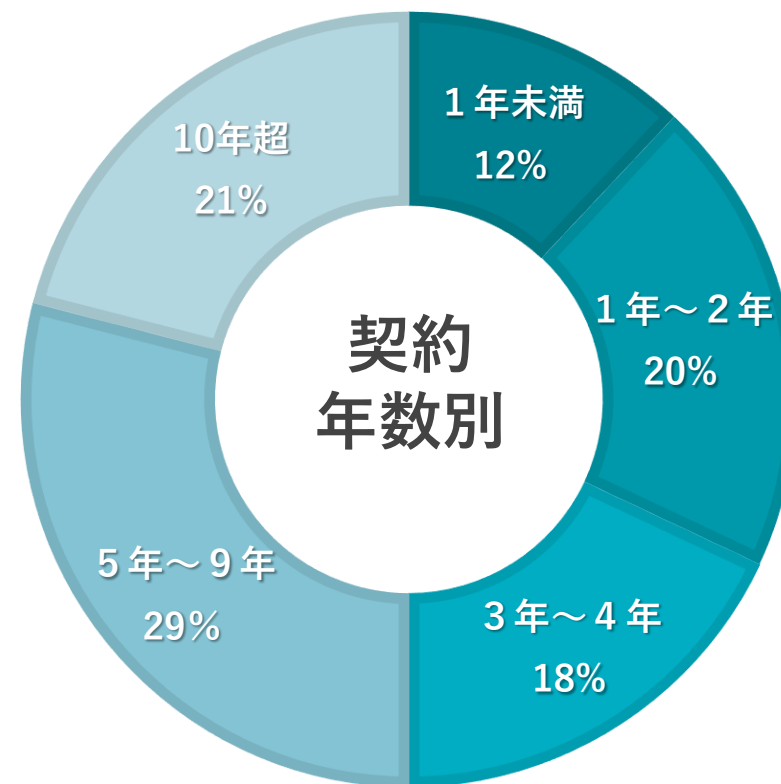
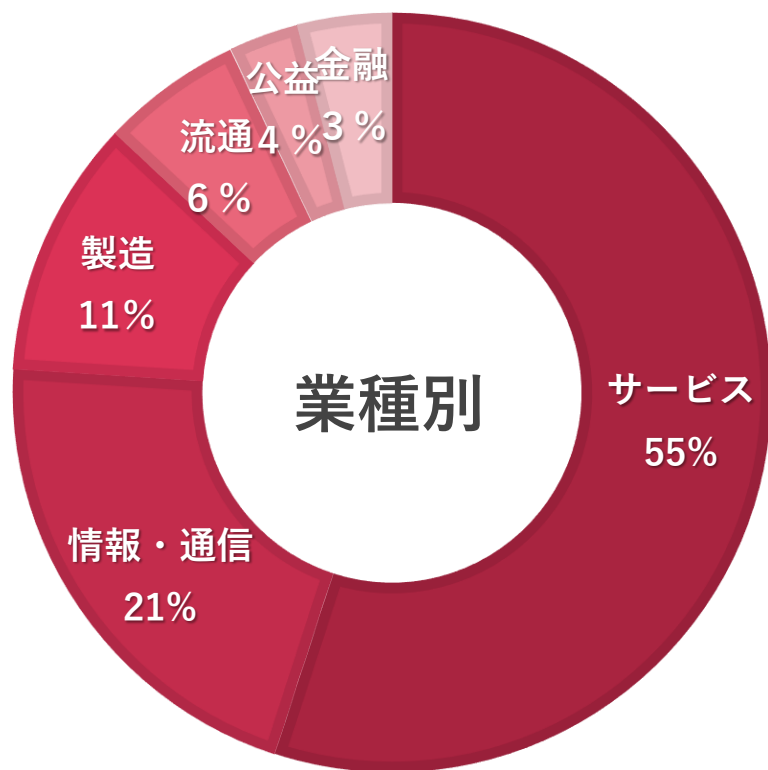


300席超の大規模コールセンターから5席前後の小規模コールセンターまで、約1,000拠点以上の導入実績があり、常時10,000席以上が稼働。



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

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。



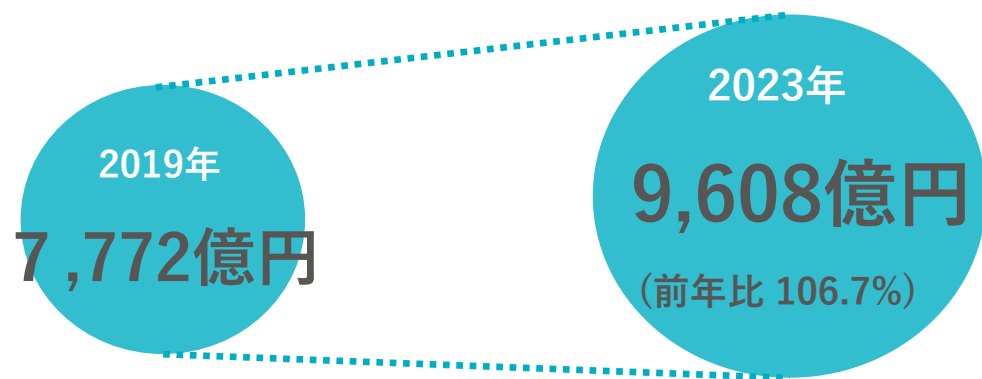
※2024年3月末現在

市場のマーケット規模は拡大

CRMソリューション総市場規模（クラウド型CRM市場+オンプレミス型CRM市場）、インターネット広告費の市場共に、拡大。

CRMソリューション総市場規模

（クラウド型CRM市場+オンプレミス型CRM市場）



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2023年度版<クラウド型CRM市場編>第7版」

（発刊：2023年12月11日） (<https://mic-r.co.jp/mr/02970/>)

インターネット広告費の市場規模



出所：2019年日本の広告費 電通

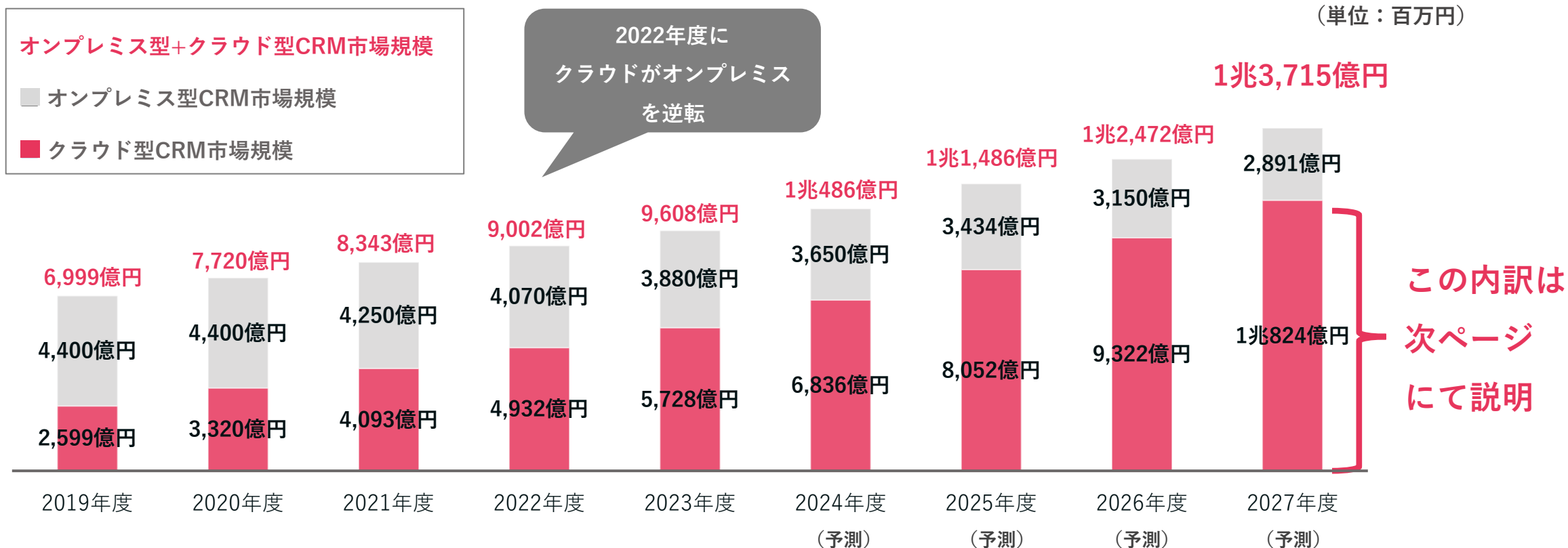
(<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/0225-010340.html>)

2023年日本の広告費 電通

(<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0227-010688.html>)

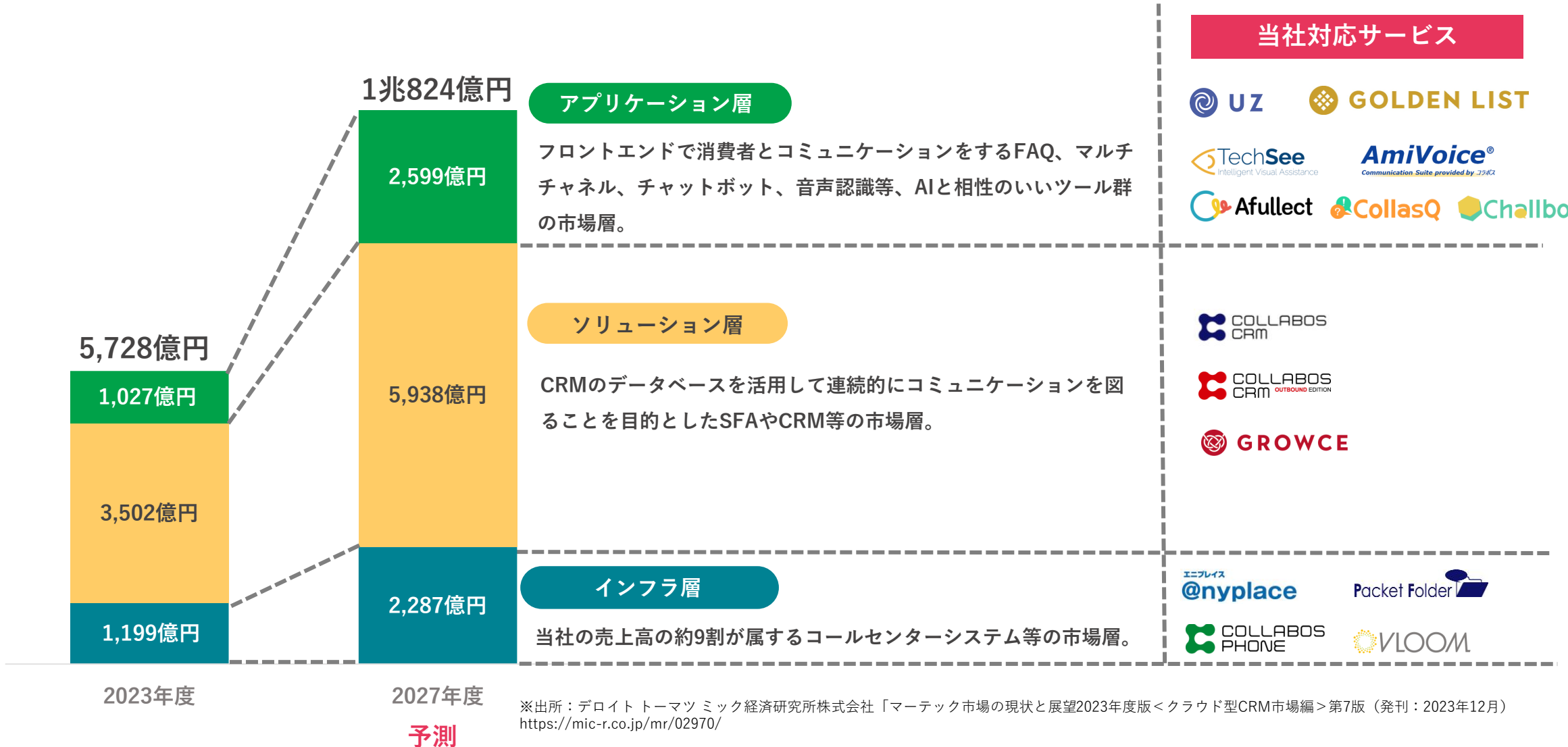
市場のマーケット規模は拡大

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。クラウド型の市場規模は、2027年には1兆3,715億円になると予測。



※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2023年度版<クラウド型CRM市場編>第7版（発刊：2023年12月）<https://mic-r.co.jp/mr/02970/>

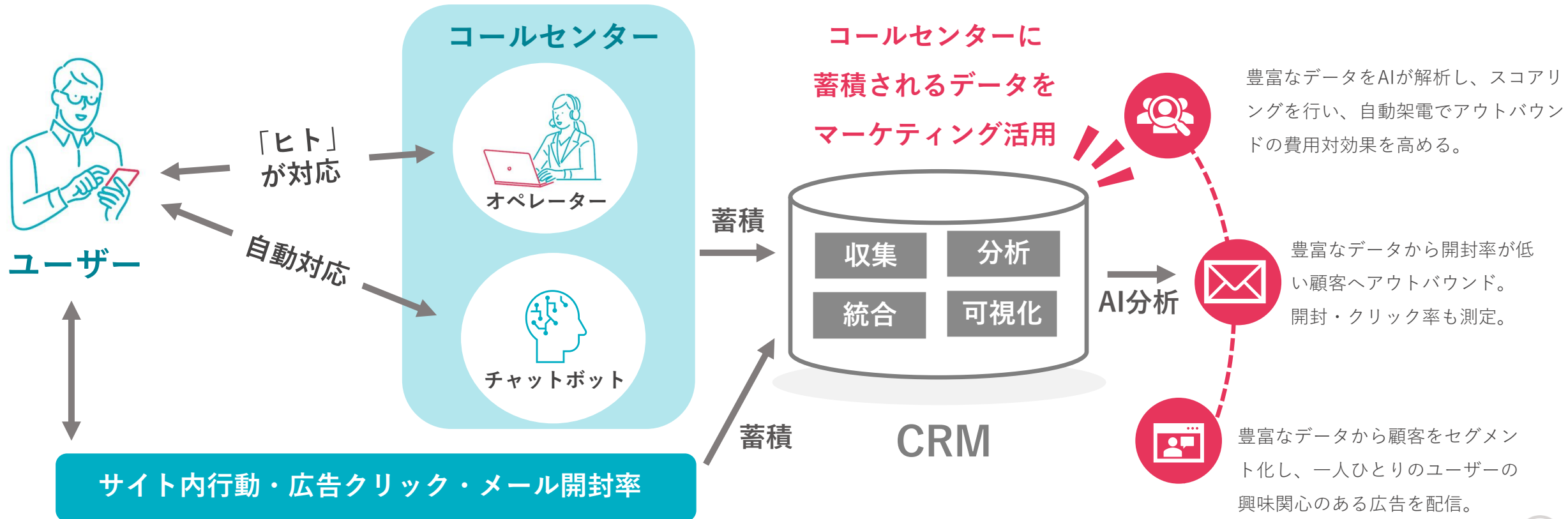
クラウド型CRMソリューション市場は拡大



※出所：デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「マーテック市場の現状と展望2023年度版<クラウド型CRM市場編>第7版（発行：2023年12月）
<https://mic-r.co.jp/mr/02970/>

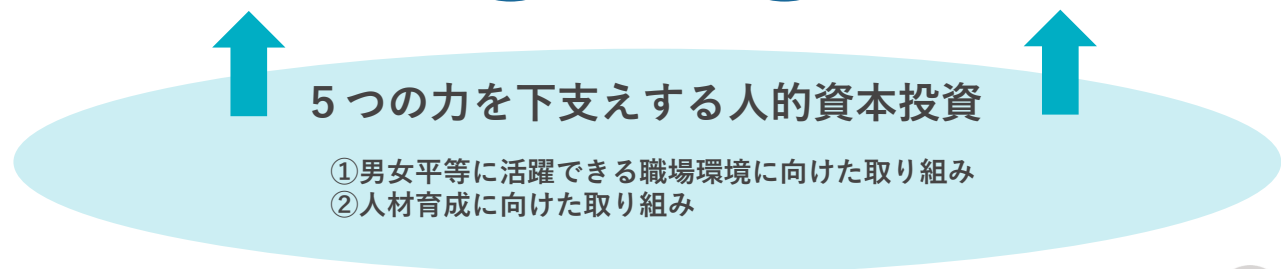
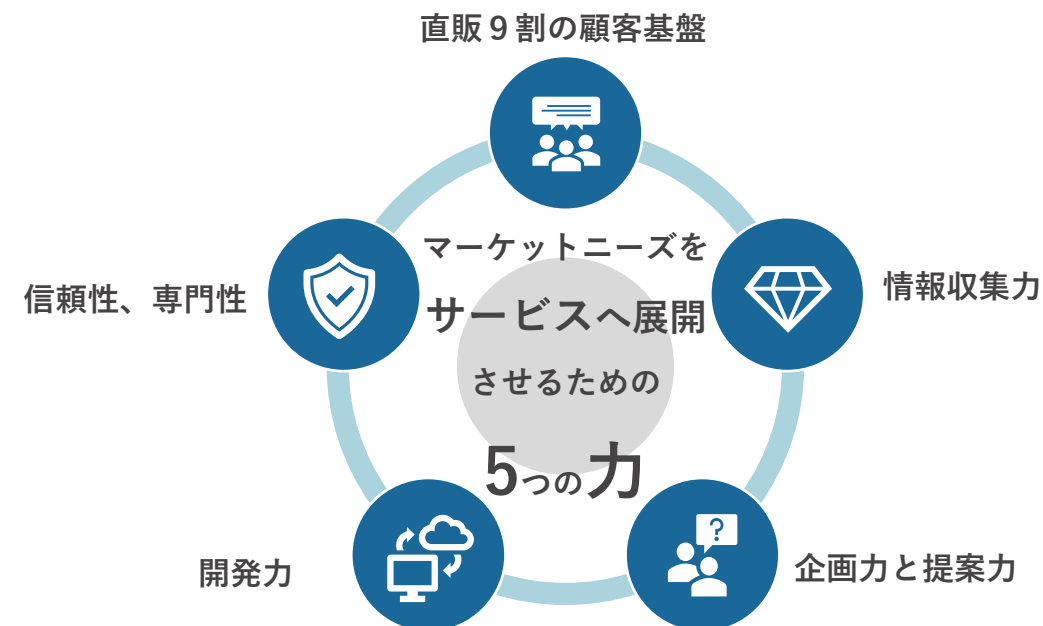
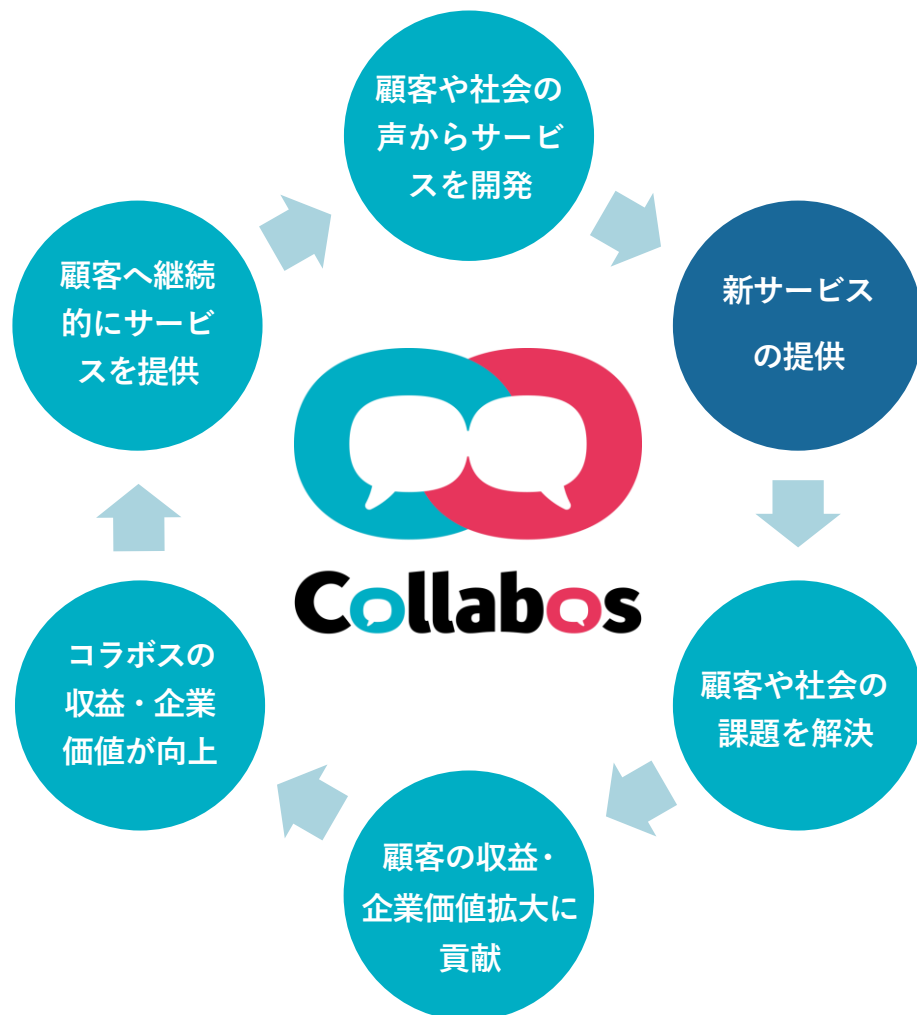
AI化とマーケティング活用が加速

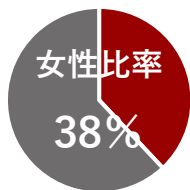
少子高齢化や人手不足により、労働集約的な「ヒト」による対応から、顧客との接点を自動化、AI化する動きが加速。また、コールセンターシステムは、蓄積したデータをAIで分析し、効果的な広告配信やDM等により、販売拡大に結び付ける等、企業の売上・利益に直接貢献するためのマーケティング機能搭載型へ変化。



当社のSDGSについて__持続可能なビジネスサイクル

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。

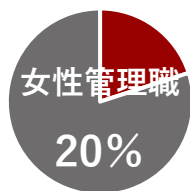




男女平等に活躍できる職場環境

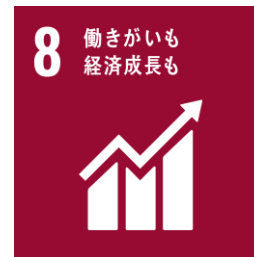
正社員・正職員に占める女性の割合は38%、**全国平均26.9%※**と比べ**10%以上高い割合**で従事しています。

女性管理職は20%



「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20%**が女性です。（課長相当職以上（役員を含む。）管理職に占める女性の割合：全国平均12.7%※、情報通信業11.5%※と比べ高い割合で従事しています。）

※厚生労働省／令和4年度雇用均等基本調査：https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/71-r04/07.pdf



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」職場環境を重視しています。当社では、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ます。

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しています。



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した。当社は、安価でより手軽に多くの企業が利用できるよう、クラウド型で提供しており、顧客の持続可能なインフラ構築に貢献しています。

高度IT人材の育成

顧客が利用する当社システムの高度化に対応するため、エンジニアの技術育成支援を導入し、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けており、予算の確保だけではなく、研修受講や自己学習といった資格取得のための時間を業務時間内に確保し、高度IT人材の育成に努めています。



消費電力・CO2排出量が少ないシステムを採用

当社がクラウド型で提供する「COLLABOS PHONE」のシステムは、世界トップレベルのエネルギー効率を実現する環境対応型大規模データセンターに設置しており、最新鋭の外気空調システム『GreenMall®』を採用することで、空調消費電力やCO2排出量の大幅削減を実現しています。

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おり、ゴミのリサイクル分別も非常に細かく徹底しております。

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。

※本資料の金額については、百万円未満の数字は切り捨てで表記しております。

<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