



2024年12月期 第2四半期  
**決算説明資料**

2024年8月14日

(株)シンカ（証券コード：149A）

# Index



- ① 会社概要 P. 3
- ② 2024年12月期 2Q 業績概要 P. 7
- ③ 成長戦略 P. 17
- ④ 想定Q&A - 2024年2Q決算において高い関心が予想される事項 P. 25
- ⑤ Appendix (成長可能性資料より) P. 27

# About Us

## 会社概要



## 経営理念



# 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**（Computer Telephony Integrationの略。コンピュータと電話を統合する技術）と出会った時、**業務効率化の効果の高さ**に驚いた。しかし、システムが高価なため、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。そしてなくなるトラブル。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。

## 会社概要

|        |                                                                                                                                                                    |      |                                            |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|--------------------------------------------|
| 社名     | (株)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  | 382百万円                                     |
| 取締役    | 石川 祐介（CFO） 笹田 直紀（CTO）                                                                                                                                              | 従業員数 | 59名（2024年6月末時点）                            |
| 社外取締役  | 阿久津 聡 三木 聡                                                                                                                                                         | 許認可  | プライバシーマーク認証 10824646<br>電気通信事業者 A-30-16792 |
| 常勤監査役  | 高橋 慎一郎                                                                                                                                                             |      |                                            |
| 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3-17 廣瀬ビル10F<br><b>大阪支社</b><br>大阪府吹田市広芝町10番8号<br><b>京都開発センター</b><br>京都府京都市下京区仏光寺通烏丸 東入上柳町331番地<br><b>福岡開発センター</b><br>福岡県福岡市博多区博多駅東一丁目1番33号 |      |                                            |

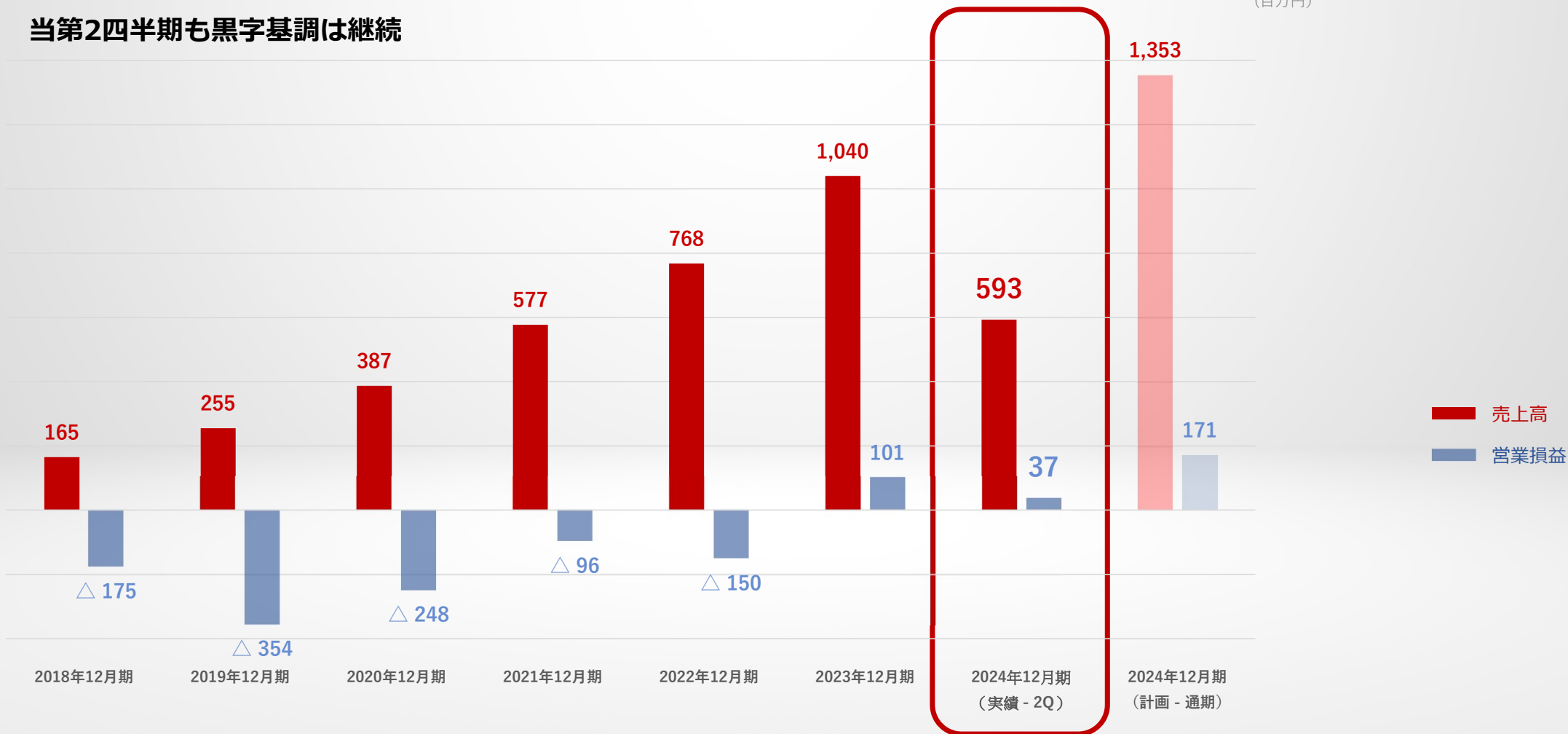
# 2024年12月期 2Q 業績概要

実績概要

2023年12月期より黒字基調に転換

当第2四半期も黒字基調は継続

(百万円)





## 成長戦略の進捗を示す重要な経営指標

### ～業績拡大を示す指標～

#### アクティブユーザー拠点数

カイクラ導入の最小単位。拠点ごとにライセンス契約が発生するため、アクティブユーザー拠点数が増えれば、カイクラ導入が拡大していることが分かる。

#### ARPA（拠点ごとの単価）

アクティブユーザー拠点数に拠点単価（ARPA）を乗じると売上が分かる。有料オプションの販売や、従量課金サービスの拡大など、拠点単価アップのサービスを出していくため、ARPAが上がっていけば、売上アップが分かる。

### ～ビジネスと財務の安定性を示す指標～

#### 解約率

カイクラが安定的に継続利用されているのかが分かる指標。かなり低い月次解約率は、現場で本当に利用しやすいサービスということと同義である。

#### MRR

毎月のストック収入の増加を見ることで、ビジネスと財務の安定性が分かる。低い解約率とセットで見ると、安定的に今後もMRRが積み上がっていくことが読める。

## 決算概要 - ハイライト

- ✓ アクティブユーザー拠点数が計画どおりに増加
- ✓ その結果、過去最高の売上高（半期ベース）を計上

売上高

2024 2Q

593 百万円

(前年同期比 +20.1%)

MRR合計<sup>※1</sup>

2024 2Q

480 百万円

(前年同期比 +16.2%)

営業利益

2024 2Q

37 百万円

(前年同期比 ▲22.7%)

アクティブ  
ユーザー拠点数<sup>※2</sup>

2024 2Q末

5,205 拠点

(前期末比 +15.5%)

月次解約率<sup>※3</sup>

2024 2Q

0.38 %

(前期比 +0.05%)

ARPA<sup>※4</sup>

2024 2Q末

16,799 円

(前期末比 ▲3.0%)

※1. MRR(Monthly Recurring Revenue)合計:各月の「月額売上」と「従量課金売上」の合計

※2. 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. 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

※4. 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

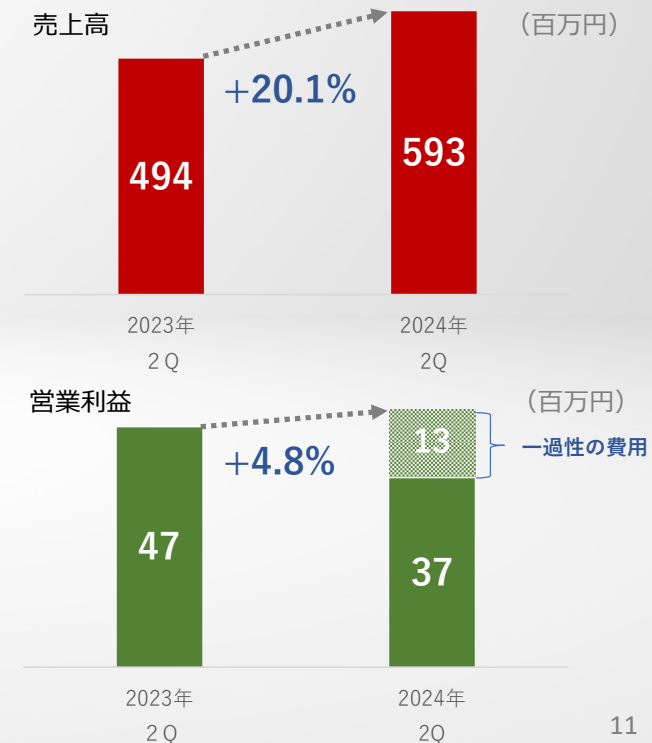
## 決算概要 – 四半期累計期間

|         |                                                                                      |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 売上高：    | <b>大型拠点獲得によりアクティブユーザー拠点数が増加</b><br>それに伴い、売上高は前年同期比+99百万円 (+20.1%)増加 半期決算で過去最高の売上高を計上 |
| 営業利益：   | 人件費増加や、事務所移転に伴う影響（一過性）などにより減少<br>(一過性の費用*1を除いた場合、+2百万円 (+4.8%) 増加)                   |
| 経常利益：   | 営業利益の減少に加え、一過性の営業外費用（上場関連費用等）の計上により減少<br>(一過性の費用*1を除いた場合、+3百万円 (+6.3%) 増加)           |
| 四半期純利益： | 経常利益の減少に加え、当期の増資により住民税均等割の金額が増加したこと、及び事務所移転に関する繰延税金資産を取り崩し、税金費用が増加したことなどにより減少        |

|           | 2023年<br>(2Q) *2 | 2024年<br>(2Q) | 増減         | 前年同期比  |
|-----------|------------------|---------------|------------|--------|
| 売上高       | 494              | 593           | +99        | +20.1% |
| 営業利益      | 47               | 37            | △10        | △22.7% |
| 営業利益率 (%) | 9.7%             | 6.2%          | △3.5 point | -      |
| 経常利益      | 48               | 8             | △40        | △83.3% |
| 四半期純利益    | 46               | 0             | △46        | △99.0% |

\*1 株式上場に係る費用及び事務所移転に係る費用であり、第3四半期以降に同様の費用が発生する見込みはありません

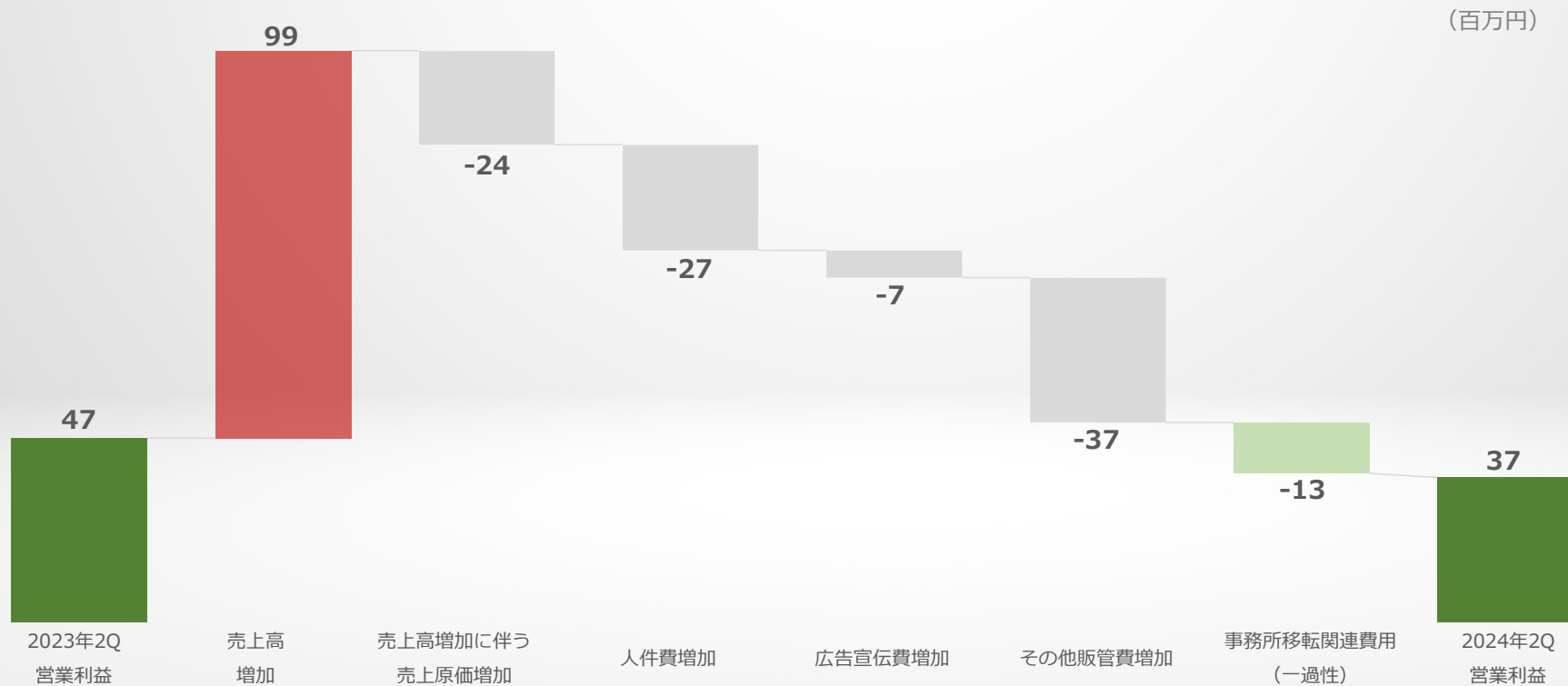
\*2 2023年第2四半期は四半期財務諸表を作成していないため、2023年第2四半期の数字は参考値です



## 営業利益増減分析

**大型拠点獲得により、アクティブユーザー拠点数が順調に増加**  
その結果、売上高が99百万円増加

営業利益は事務所移転関連費用（一過性）の影響で前年同期比△10百万円（一過性の費用を除いた場合、営業利益は+2百万円（+4.8%）の増加）



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

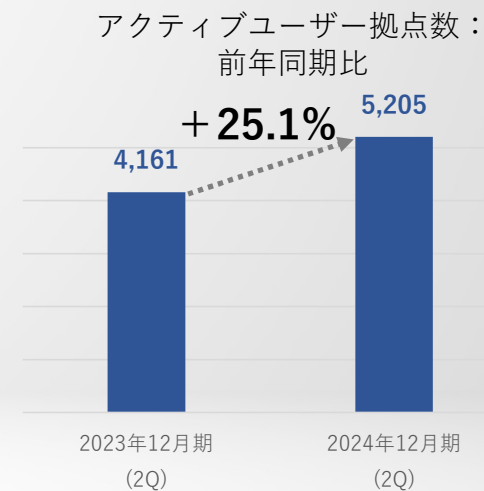
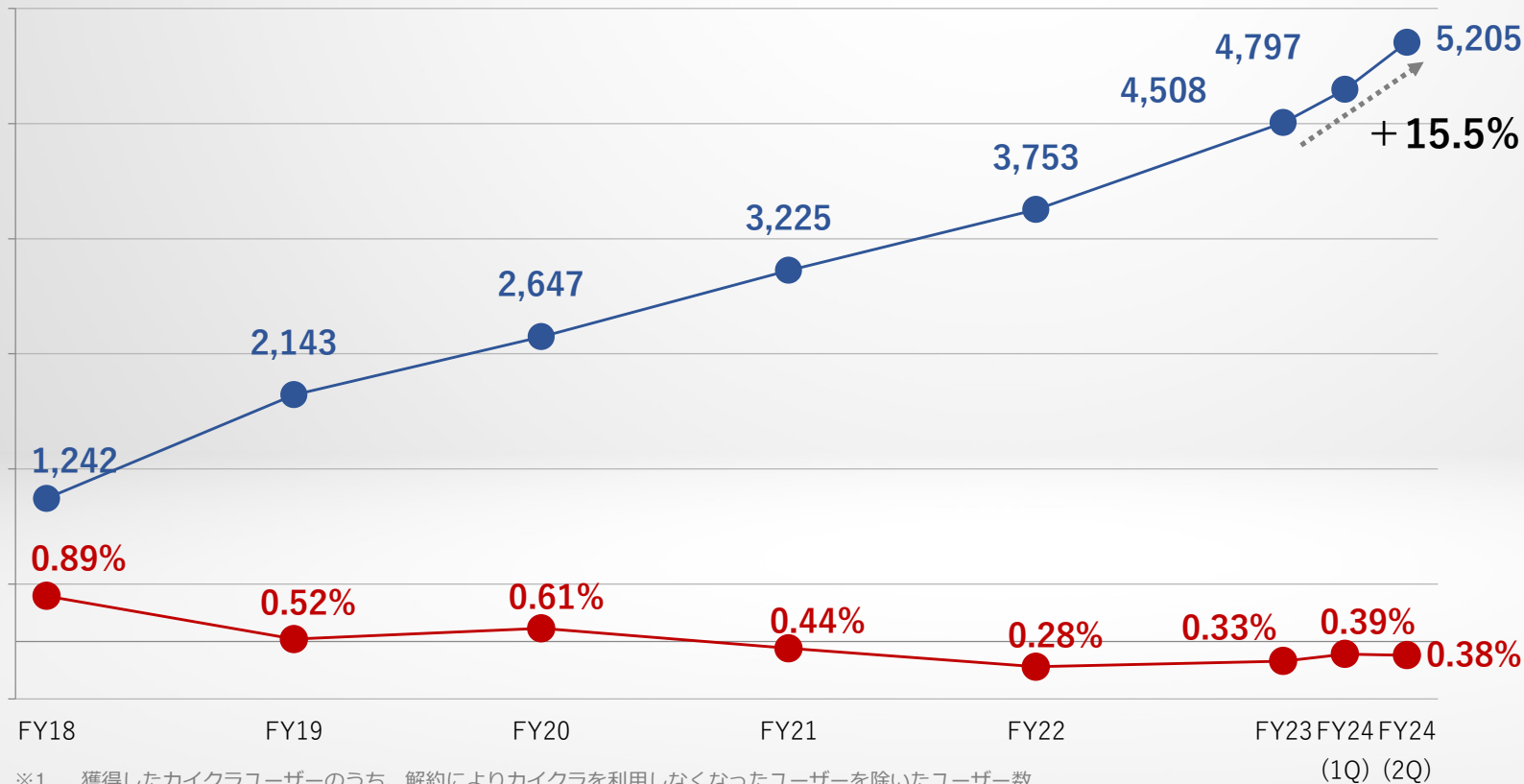
© Thinca Co.,Ltd. All Rights Reserved.

## アクティブユーザー拠点数と解約率

1Qから継続して大型案件を獲得したことにより、アクティブユーザー拠点数※1が前期末比で**697拠点 (+15.5%)** / 前年同期比で**1,044拠点 (+25.1%)** 増加

アクティブユーザー拠点数ベースで、ほぼ予定どおりの進捗

解約率は低位安定



● アクティブユーザー拠点数

● 月次解約率※2

※1. 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

※2. 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）の当該会計期間／四半期累計期間における平均値

© Thinca Co.,Ltd. All Rights Reserved.

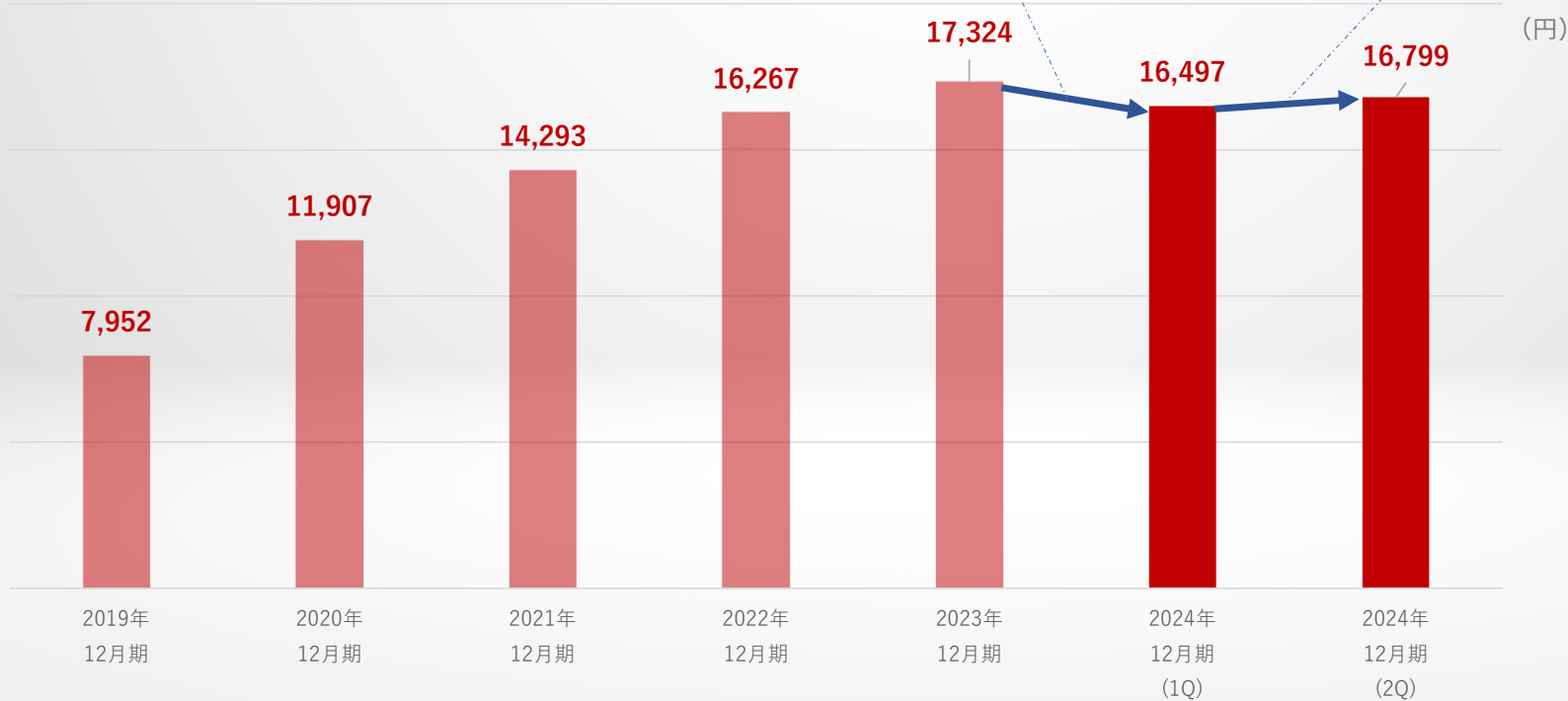
## ARPA

## 当期はアクティブユーザー拠点数増加を優先

従量課金増加や追加オプション販売により、徐々にARPA ※1を増加させる

大型案件の獲得に伴い特定業界のユーザー（既存ユーザー含む）に対しボリュームディスカウントを実施（2024年1月で適用完了）

追加オプションや携帯電話通話録音などの販売により増加

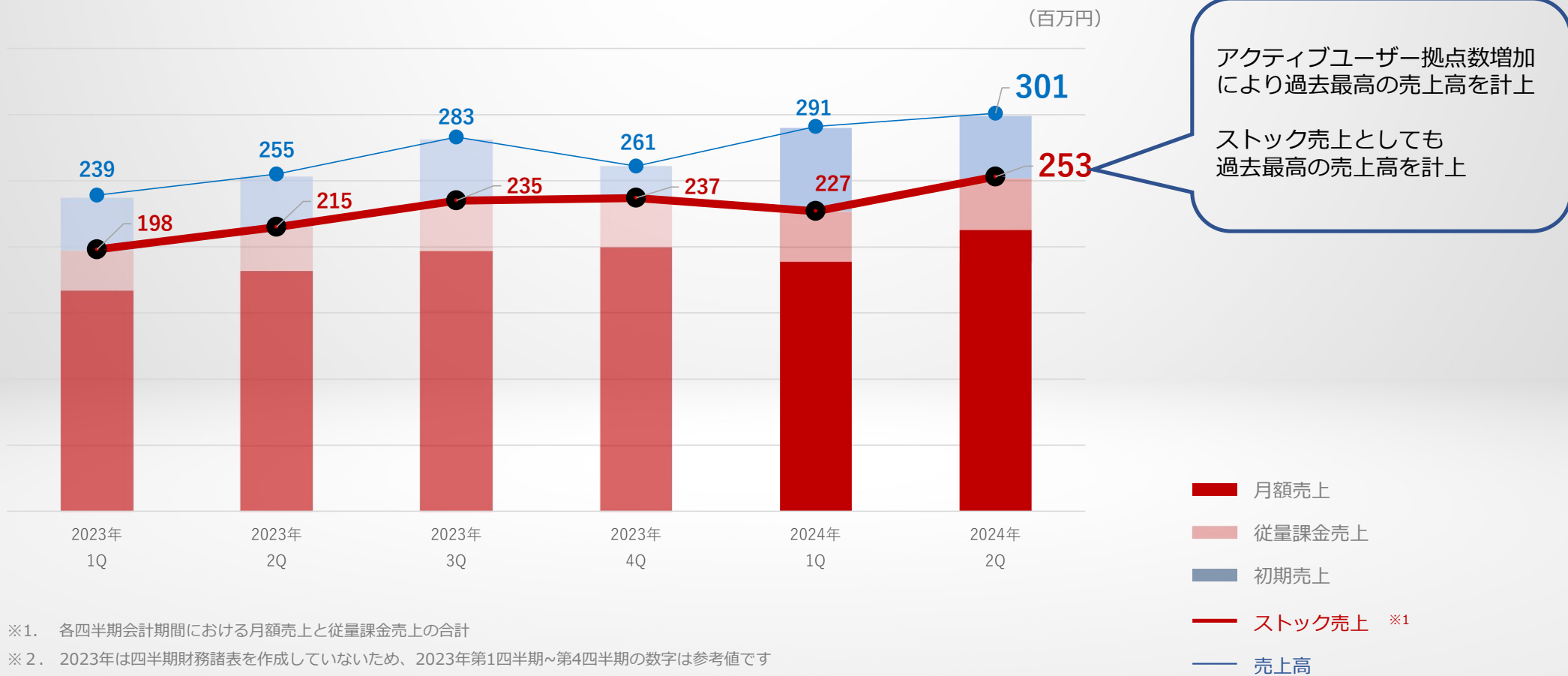


※1. 各年度／四半期の最終月のMRR（月額売上＋従量課金）÷ 当該月のアクティブユーザー拠点数

## 売上高推移（四半期） - 過去最高の四半期売上

大型拠点獲得に伴い、アクティブユーザー拠点数が増加

結果、**四半期としても過去最高の売上高/ストック売上を計上**



※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

## 第3四半期以降のトピックス

「カイクラ」の販売機会拡大のため、以下の取り組みを第3四半期に開始

2024年7月

### **(株)大塚商会と販売代理店契約を締結**

130万社以上のお客様との取引実績を誇る大塚商会と代理店販売契約を締結。  
中小企業を中心とする(株)大塚商会独自の顧客基盤を用い、「カイクラ」の販売網を拡大する。

2024年7月

### **ダイハツ工業(株)の総合営業支援システム「Dios (ディオス)」と「カイクラ」のシステム連携を開始**

本システム連携は、「Dios」内の情報を「カイクラ」に自動で登録するための連携。これによりダイハツ販売会社は業務効率化とセキュリティ強化を達成できる。これから「カイクラ」を利用するダイハツ販売会社にもこれを適用し、「カイクラ」の販売機会を増加させる。

2024年8月

### **SB C&S(株)と販売代理店契約を締結**

SB C&S (株)はソフトバンク(株)の100%子会社で、法人向けにクラウドやAIを含む先進のテクノロジーソリューションを提供。同社の提供するポータルサイト「IT-EXchange」や同社の販売ネットワークを生かし、「カイクラ」の認知を拡大し、販売機会増加につなげる。



# Strategy for Growth

## 成長戦略

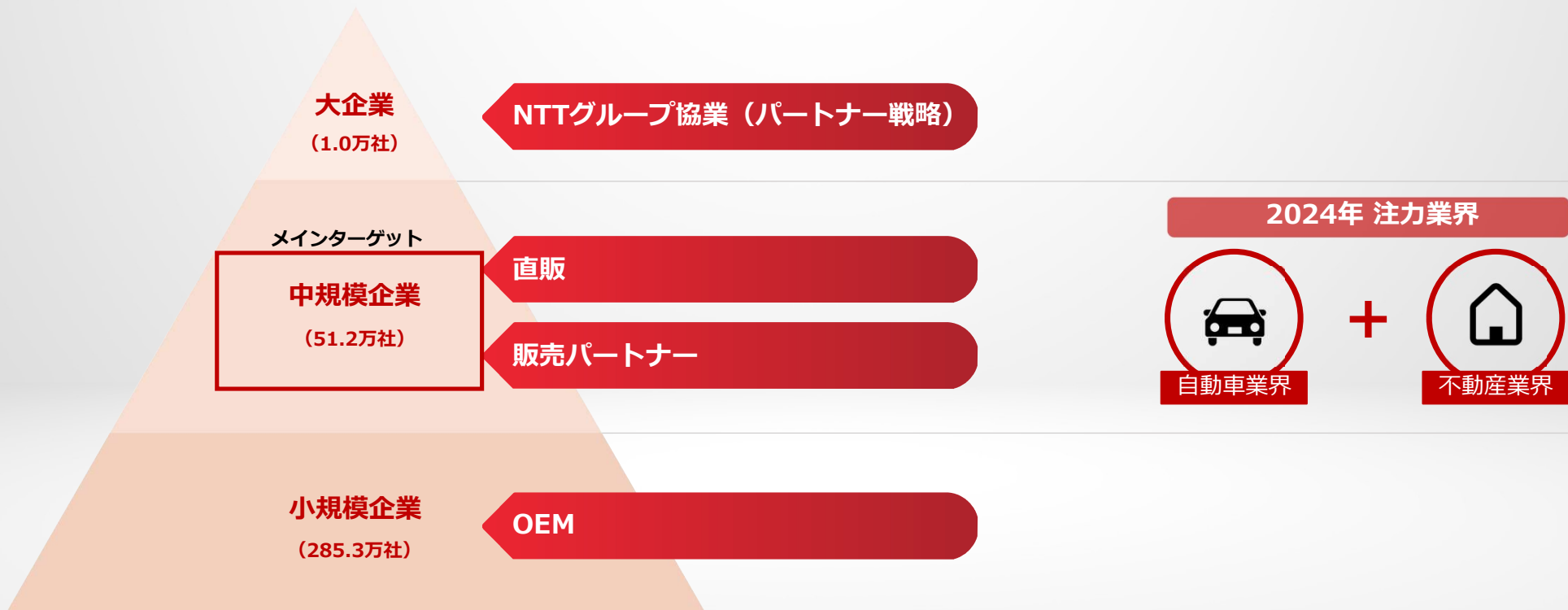
## 成長戦略

「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  
まずはアクティブユーザー拠点数を増加させ、その後単価（ARPA）を向上させる



## アクティブユーザー拠点数増加

1Qに引き続き、2024年2Qはメインターゲットである自動車業界での販売が特に好調  
さらに、不動産業界もメインターゲットに追加



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)

### アクティブユーザー拠点数増加－メインターゲット

アクティブユーザー会社数／拠点数は**2024年2Qで138社 (+5.3%) / 697拠点 (+15.5%) 増加**

今後も自動車業界、不動産業界を注力業界としてアクティブユーザー拠点数を増加させる



導入企業数 / 拠点数 (いずれもアクティブユーザー)

**2,375** 社

**3,753** 拠点

2022年12末時点

**2,602** 社

**4,508** 拠点

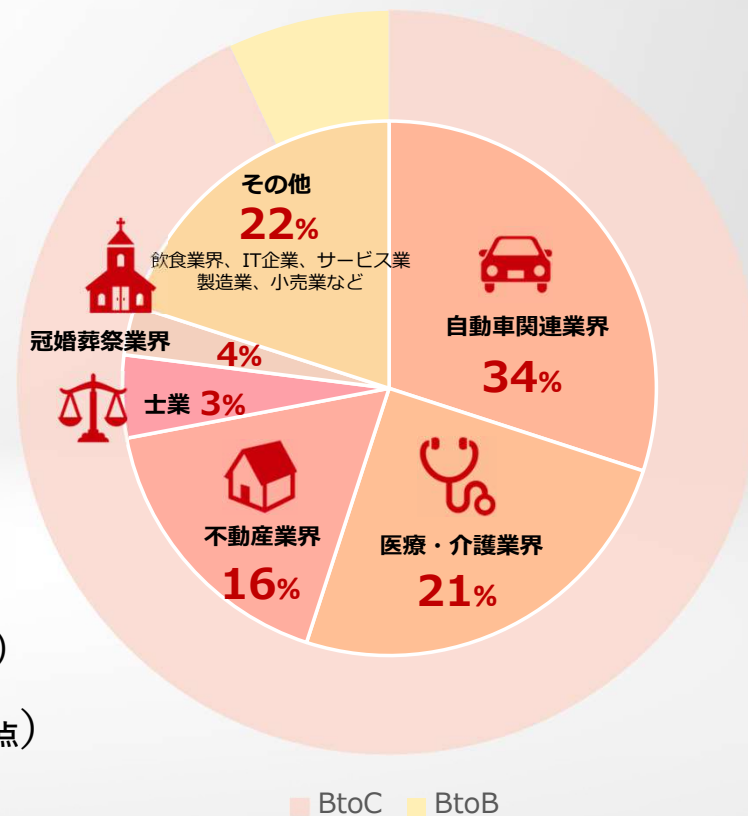
2023年12月末時点

**2,740** 社 (+138社)

**5,205** 拠点 (+697拠点)

2024年2Q末時点

導入企業の業種割合 (2024年6月末)



## アクティブユーザー拠点数増加－メインターゲット

～アクティブユーザー拠点数 増加施策：中規模企業～ 広がる直販のマーケット

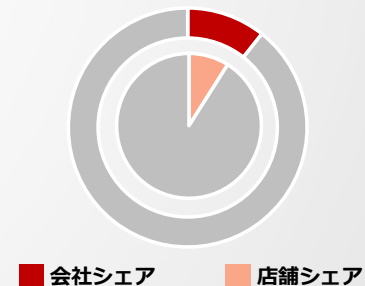
### 自動車業界（注力業界）－更なる市場拡大が可能

右記の表は2024年6月末時点での正規カーディーラー※1へのカイクラ導入率。

通常の販売活動に加え、ダイハツにおけるDios（総合営業支援システム）連携のような取り組みを拡大し、さらなる正規カーディーラーへの拡販を目指す。

さらに中古車販売や車検の市場へも拡販。

正規カーディーラーへの導入シェア



### 注力業界の横展開

自動車業界でカイクラ販売の成功パターンを構築、今後は注力業界を横展開して拡大。

（業界選定方針：顧客対応、特に顧客との会話を重視している業界で、単価が高く、購買頻度が低いBtoCサービスを提供している業界

これらの企業は、顧客との継続的な関係を構築するニーズが高いため、カイクラでより効果的な顧客対応が可能となる。）

2024年は不動産業界へ横展開。当第2四半期でアクティブユーザー拠点数を約12%増加させた。

2025年以降は医療業界や金融業界、自治体と、注力業界を横展開予定。



※1 トヨタ、ホンダ、ダイハツ、メルセデスベンツ、BMWなどの国産車、輸入車の販売ディーラー

## アクティブユーザー拠点数増加 – NTTグループ協業

～アクティブユーザー拠点数 増加施策：大規模企業～ 大手有名企業へのリーチ

### NTTグループとの強力な協業関係

NTT東日本様・NTT西日本様とは「販売・注文取次に関する業務委託契約書」を結んでおり、カイクラの販売を行なっていただいております。

また、NTT東日本様とは「ひかりクラウドPBX」(※1)とセットでカイクラを販売するモデルを行なっていただいております。

NTTコミュニケーションズ様とは「顧客開拓契約書」を結んでおり、カイクラの販売を行なっていただいております。

NTTコミュニケーションズ様のサービス「オフィスリンク®」(※2)用のカイクラアプリ（カイクラforオフィスリンク）を提供しており、オフィスリンク®とカイクラをセットで販売していただいております。

また、NTTコミュニケーションズ様が運営するソリューションサイト「ビジネスプラス」にもカイクラを掲載いただいております。

### 協業強化に向けたシンカの取り組み

協業を強化すべく、シンカの組織に「NTTチーム」という専門チームを作っています。

チームメンバーがNTTグループ様との定例ミーティングや営業同行、そしてNTTグループ内でのカイクラ認知度アップのため、定期的に勉強会を行なっております。

また、NTTチームとは別に、マーケティングチームが、NTTグループ様と共催セミナーやWeb広告を共同で行っております。

※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「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

ひかりクラウドPBX



カイクラ

オフィスリンク®



カイクラ

## アクティブユーザー拠点数増加 – OEM

～アクティブユーザー拠点数 増加施策：小規模企業～ 広がるOEMのマーケット

OEM提供で最も実績があるのはデンタル業界で、1,000医院以上に導入されています（2024年6月末）。

今後はこの成功モデルをパターン化することで、飲食、美容、マッサージ、整体、クリニック（眼科、小児科、内科、外科、皮膚科、等）などの小規模企業へ広がっていきます。

2024年度では、上記に加えて動物病院業界へのOEM提供を強化しており、さらなるOEM市場の開拓をおこなってまいります。

現在



デンタル業界



デンタル業界

2024年～



美容業界



マッサージ業界



飲食業界



動物病院業界



整体業界



クリニック業界

# 単価 (ARPA) 向上

更なる利便性向上と単価アップのため、2つの新規オプションを追加



## 1 チャンネルの追加

二つの新規オプションをリリース

- **LINE WORKS連携** (2024/2/22)
- **LINE連携** (2024/4/15)

## 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。

それぞれのSNSのトーク履歴をカイクラに取り込み、カイクラで一元管理が可能に

複数拠点を有するユーザーがSMS送信をより便利に行えるための、**本部管理機能を追加開発中 (2024年5月リリース済み)**

SMS送信をより安全・より便利にすることで、  
利用量増加につなげる

## 3 コミュニケーション分析機能 (2025年以降)



# Q & A

想 定 Q & A

## 想定Q&A – 2024年2Q決算において高い関心が予想される事項

### Q①: 2024年2Q累計期間（6か月）でアクティブユーザー拠点数（以下、「拠点数」）が増加した理由は？

注力業界である自動車業界（正規カーディーラー）において多くの契約が取れたことが主な要因です。しかし一方で、2024年6月末時点での正規カーディーラーにおけるカイクラのシェアは約10%であり、さらなるシェア拡大の余地があると考えております。今後も注力業界である自動車業界での販売活動に注力してまいります。

### Q②: 拠点数増加の進捗は？

拠点数は、2023年期末から2024年2Q末までの期間で697拠点が増加しました。これは、2024年（年間）で獲得を見込んでいる拠点数（1,490拠点）の約48%であり、おおむね予定どおりに進捗していると考えております。

### Q③: 2024年2Q累計期間（6か月）で売上高が伸びているのに前年同期比で営業利益が減少した理由は？

2024年2Q累計期間では37百万円の営業利益を計上しており、前年同期と比較すると10百万円（22.7%）の減少となりました。これは人件費などが増加したことに加え、2024年5月に東京本社を移転したことに伴い一過性の販管費13百万円が発生したことが要因です。

この一過性の販管費の影響を除いた場合、営業利益は2023年2Q累計期間と比較して2百万円（4.8%）の増加となります。

### Q④: 今後の成長戦略として、拠点数増加と単価（ARPA）向上どちらを優先させるのか？

現時点では拠点数の増加を優先させています。単価（ARPA）向上は、カイクラを利用いただいたユーザーに対してオプション追加販売やSMS送信数増加などを訴求することにより実現してまいります。

# Appendix - Our Business

## Appendix - 事業内容 (成長可能性資料より)



## カイクラとは ～ 会話をクラウドでおもしろく!～

### 顧客対応を上質にするコミュニケーションDX

固定電話や携帯電話、SMS、メール、ビデオ通話、LINE WORKSなど、複数のコミュニケーションチャネルを一元管理できる、コミュニケーションプラットフォームです。

異なるコミュニケーションチャネルを用いても、顧客ごとにコミュニケーション履歴情報が時系列に整理された状態で閲覧できます。

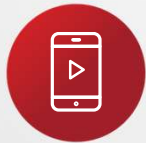
カイクラユーザーの担当者以外でもこれまでの経緯を把握した上で、効率よく、そしておもてなし対応が可能になります。



顧客情報表示



通話録音



携帯通話録音



メモで共有



テキスト化



SMS送信



外部システム連携



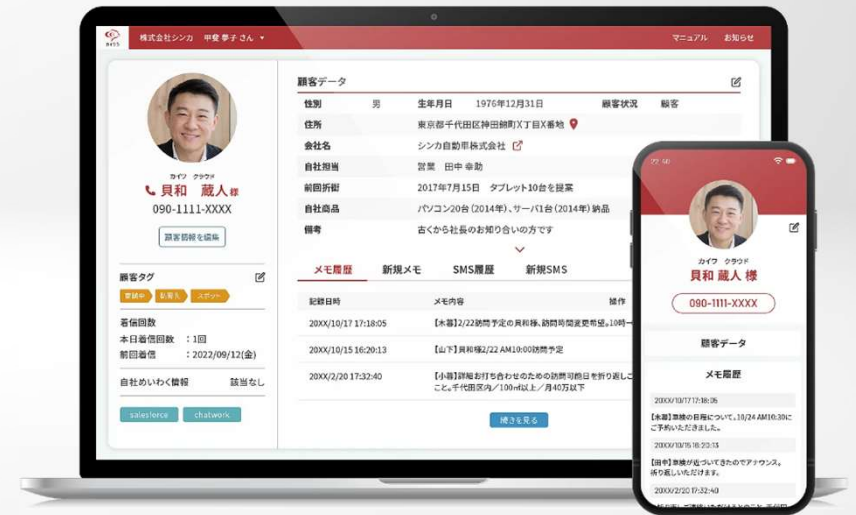
データ分析



メール連携



ビデオ通話





## カイクラのイメージ図

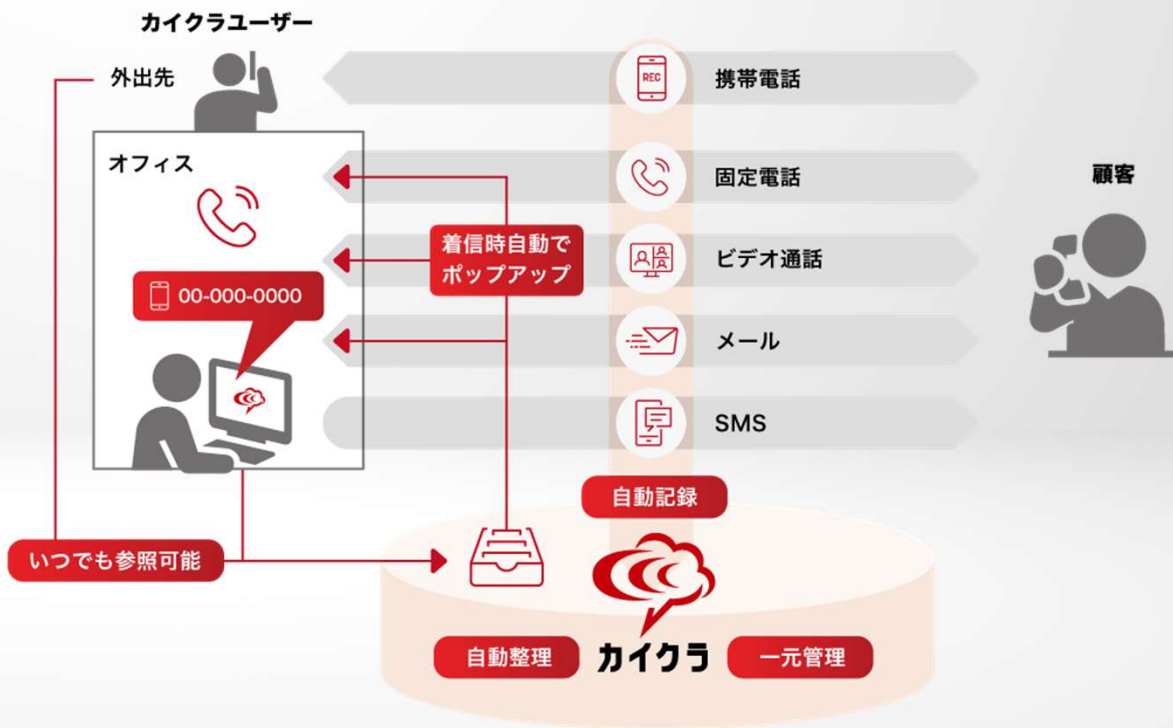


カイクラを利用することで、顧客との様々なコミュニケーションを  
**自動で記録、自動で整理、一元管理**

できます。

カイクラで管理しているコミュニケーション履歴及び顧客情報は、  
社内・社外など**場所は問わず、いつでも参照**できます。

また、**オフィスに電話着信**があった際には、  
**顧客情報がパソコン画面に自動でポップアップ**されます。



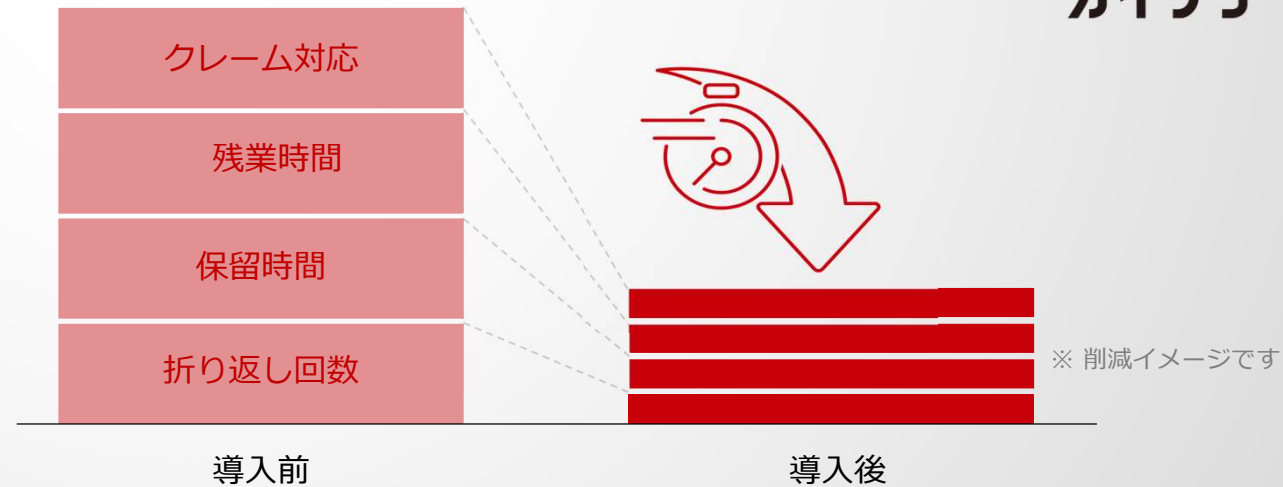


## カイクラの3つの導入効果

### 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、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。



#### 〈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。  
(カイクラユーザー様ヒアリングより)

#### 〈顧客対応業務〉

不在着信の折り返し対応時に担当がすぐわかったり、電話連絡ができない時に繋がるまで何度も電話するのではなくSMSへ連絡するなど、**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。  
(カイクラユーザー様ヒアリングより)

#### 〈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。  
(カイクラユーザー様ヒアリングより)

上記の結果、気持ちのいい顧客対応が実現でき**②CS<sup>※1</sup>向上**に繋がります。また、クレーム対応がスムーズになるなど、**③ES<sup>※2</sup>向上**にも繋がります。

※1. 顧客満足度 (Customer Satisfaction)

※2. 従業員満足度 (Employee Satisfaction)



## カイクラ活用のイメージ



### 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。



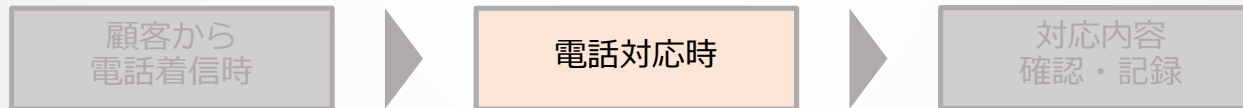
### 顧客



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。  
一元管理された顧客データや  
コミュニケーション履歴を参照して、  
気持ちのいい顧客対応が可能です。

| 顧客データ |                                                                                                          |      |             |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------|
| 性別    | 男                                                                                                        | 生年月日 | 1976年12月31日 |
| 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、入退室管理システム                                                                                        |      |             |
| 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切にされます。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FBを得られた経緯があります。 |      |             |
| 懸念事項  | XXX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したが、△△のため実現にいたっていません。                          |      |             |

### 顧客







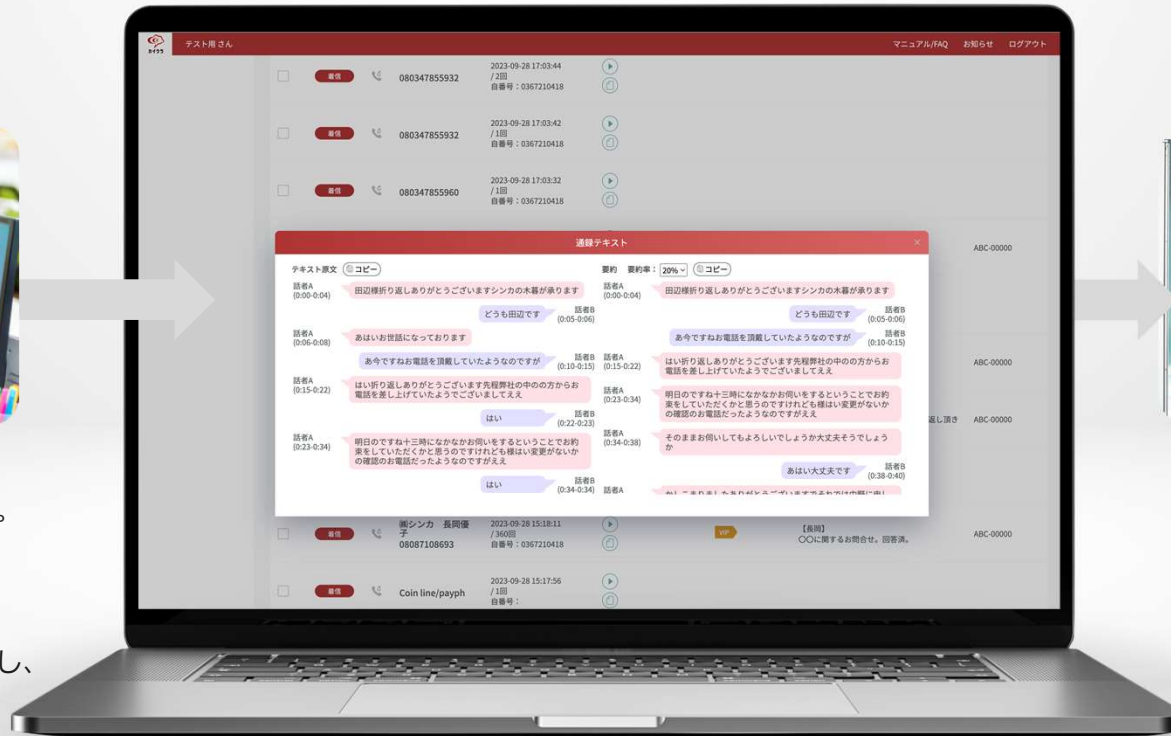
## カイクラ活用のイメージ



### カイクラユーザー



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

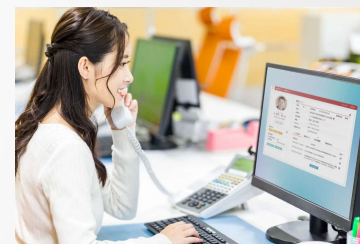
### 使いやすく、見やすいユーザーインターフェース

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

### 多くのシステムと連携

CRMやSFA、基幹システムなどとカイクラは連携するため、  
顧客データをいちいちカイクラに入れる必要はありません。



※他にも多くのシステムと連携実績があります。



## 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拠点単位です。

そのため、1拠点で何人で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代表電話は誰が取るかわかりません。だからこそ、全員で利用した方が効果が出ます。

何人で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。

- ・標準プラン（スタンダード）には、メール連携、LINE WORKS連携が標準で付与されています。
- ・音声テキスト化には、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は標準で付与されています。

従量課金のため、利用しなければ費用はかかりません。

特に、ビデオ通話機能は、一人当たりのライセンス費用ではないため、同時に何人で利用しても、かかる費用は従量課金分のみです。

(税別)

| 1拠点<br>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  |
| カイクラ                                           | 150,000円 | 30,000円 | 1,000円 | 30,000円 | 1,000円 |
| 通話録音（スモール）<br>（録音可能時間：700時間）                   | 150,000円 | -       | -      | 10,000円 | -      |
| 通話録音+テキスト化<br>（録音可能時間：2,500時間<br>音声テキスト化：30時間） | 150,000円 | -       | -      | 20,000円 | -      |

### 従量課金オプション

|                           |                                                                                    |                                       |                      |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------|
| SMS送信<br>※月間の送信数に応じた従量課金制 | 18円：1-99通<br>15円：100-999通<br>12円：1,000通-2,999通<br>11円：3,000通-4,999通<br>10円：5,000通- | FaceTalk<br>（ビデオ通話）<br>※通話時間に応じた従量課金制 | 10円：通話3分<br>20円：録画3分 |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------|



(税別)

## 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、導入しやすいカイクラです。

| 初期費用             | 月額費用           | 月額費用       |         |
|------------------|----------------|------------|---------|
|                  |                | 録音時間       | 価格      |
| スマホ台数<br>×1,000円 | スマホ台数<br>×500円 | 50時間以内     | 3,000円  |
|                  |                | 200時間以内    | 5,000円  |
|                  |                | 400時間以内    | 7,000円  |
|                  |                | 700時間以内    | 8,500円  |
|                  |                | 1,000時間以内  | 10,500円 |
|                  |                | 2,000時間以内  | 20,000円 |
|                  |                | 5,000時間以内  | 35,000円 |
|                  |                | 10,000時間以内 | 50,000円 |

※ 別途で携帯キャリア様へお支払いがございます

## 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



## コミュニケーションプラットフォーム

コミュニケーション履歴の一元管理による顧客満足度の向上、従業員や管理者の業務を改善します。

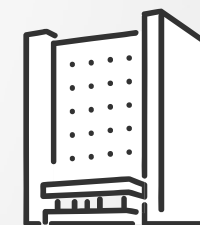
## AIマーケティング コミュニケーションプラットフォーム

膨大に溜まっているコミュニケーション履歴（※）を分析し、コミュニケーションが効率化する“情報”を提供します。  
例えば、各個人にとって最も心地よいコミュニケーションチャネルをAIで自動選択し、最も効率の良いタイミングで情報を発信します。

※カイクラには電話履歴だけで、3.6億件のデータが保管されています（2023年12月末）



## 複数のユーザー獲得チャンネル



企業・店舗系



個店系

飲食店／美容院／接骨院  
歯医者／リフォーム 等

(スモールビジネス事業者)

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、船井総合研究所様、地域密着のOA販社様、システム会社や土業など、全国に販売網を築いております。

カイクラの価格が合わないスモールビジネス事業者へは、他社へOEM提供し他社を通じてカイクラサービスを利用いただいております。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)マツダオートザム北神



### 【ユーザーの抱えていた課題】

- 顧客に選ばれるお店づくり
- 顧客からの問い合わせについての情報共有に不備
- 折り返し電話についての社内連絡の行き違い

電話対応の質が上がり、1件あたりの時間も短縮  
ホスピタリティ向上に「カイクラ」は必要不可欠

Point 1

顧客満足度向上に「カイクラ」が重要な役割を担っている

Point 2

受電時のポップアップ表示で、顧客情報を瞬時に把握

Point 3

メモ機能とSMS機能で情報の伝達・共有を円滑化

Point 4

「カイクラ」に蓄積された過去のやり取りを活かして、来店・契約につなげる





## カイクラ導入事例（不動産）

(株)レオパレス21



### 【ユーザーの抱えていた課題】

- 顧客満足度の向上
- 電話対応の品質向上

## 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

Point 1 カイクラ導入の背景  
徹底的な顧客満足度向上の取り組み

Point 2 不動産賃貸における電話対応の重要性と  
活用事例

Point 3 クラウドを活用して真の情報化と  
さらなる顧客満足度向上へ



## カイクラ導入事例（医療・介護）

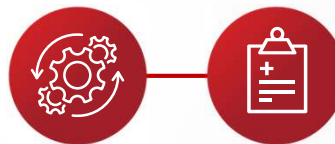
### 医療法人社団ときわ



#### 【ユーザーの抱えていた課題】

- 患者様からのSOSである電話に適切に対応
- カルテを表示、より患者様に寄り添った医療

#### 外部システム連携の一例（電子カルテとの連携）



「カイクラ」の導入により、電話がかかってくるとすぐにカルテを表示、患者に寄り添った対応が可能に

Point 1 医療の現場では、電話の初期対応が非常に重要

Point 2 電話対応で生じていた課題を解決するために「カイクラ」を導入

Point 3 「カイクラ」導入で、着信時に電子カルテをリアルタイムで確認できるように

Point 4 「カイクラ」の有効活用で、患者様に寄り添った医療を実現

# Appendix - Source of Competitive Power

## Appendix - 競争力の源泉 (成長可能性資料より)



## (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なり立っています。



### 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。

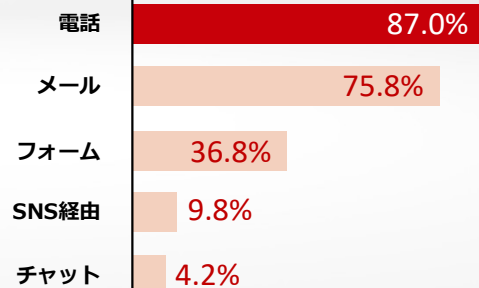
### 雑談が大事

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



調査実施機関：楽天インサイト(株)

### 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



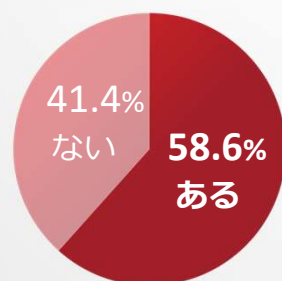
## (背景) ビジネスにおける電話トラブルの実態

電話口で「言った言わない」でもめた割合は **約60%**

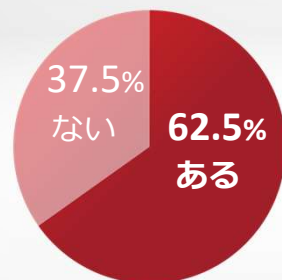


過去に電話のやり取りの後に、  
言った言わないで揉めたことがありますか？

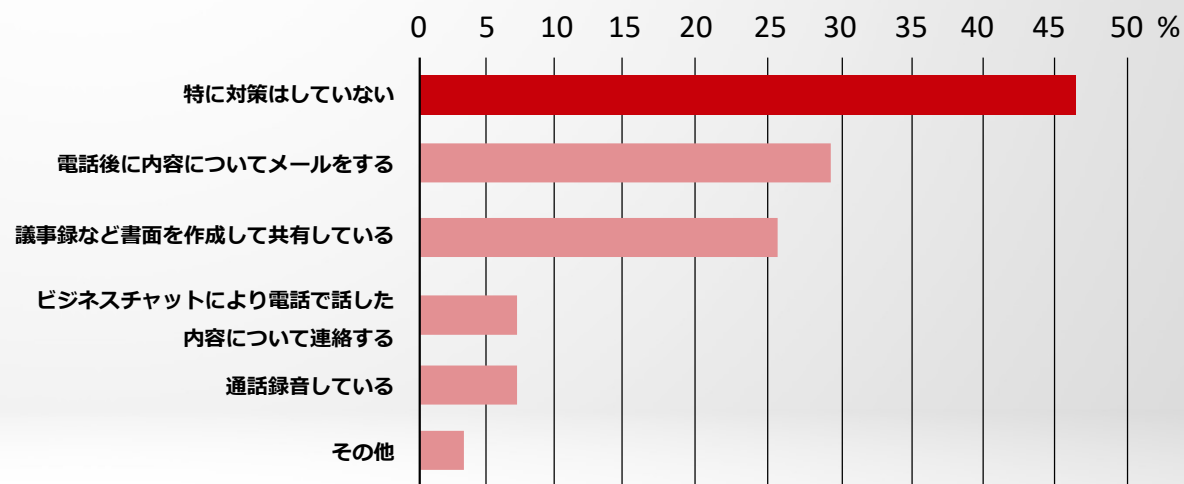
顧客と  
揉めたことがある



社内伝達で  
揉めたことがある



しかし、それに対して**約5割が「特に対策はしていない」**



**！** コミュニケーショントラブルが発生していても有効な対策を取れていないのが実態

注 2021年5月当社調べ (【言った言わない問題大調査vol.1】「言った言わない問題」の現状が浮き彫りに～言った言わないで揉めたは約6割、でも対策していないが約5割。  
([https://www.thinca.co.jp/news/20210520\\_1/](https://www.thinca.co.jp/news/20210520_1/)) より)



## 商品力：カイクラが現場で選ばれる3つの理由

- 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。
- 導入時に固定電話番号が変わらないこと、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

#### DXしたい

- ・会話のデジタル化
- ・履歴の管理/分析
- ・トラブル防止



他社のクラウド PBX



カイクラ

✗ 電話番号が050~に変わってしまう！  
(変わらずに利用できるエリアもあります)

○ 電話番号はそのまま利用可能！

### 携帯電話

#### 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

BtoCの企業や店舗は、固定電話番号が変わることを嫌います。  
なぜなら、自社の顧客が電話帳に登録している固定電話番号を変更するお手間を取らせたくないということがあります。

カイクラは、固定電話番号を変えらることなく、利用できることが強みです。

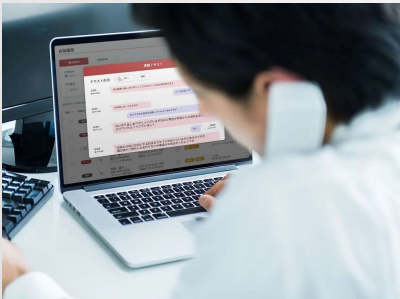
カイクラは3大キャリアと連携することで、  
携帯電話の“ブラックボックス化”の問題を解決できます。



## 商品力：カイクラが現場で選ばれる3つの理由

# 2: コミュニケーションを自動記録・自動整理 そして、一元管理

### 自動記録



かかってきた電話を自動で記録。  
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。  
いちいち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。  
とても見やすく、見たい履歴にすぐにアクセスできます。

クラウド上に  
安全に一元管理。



### 一元管理

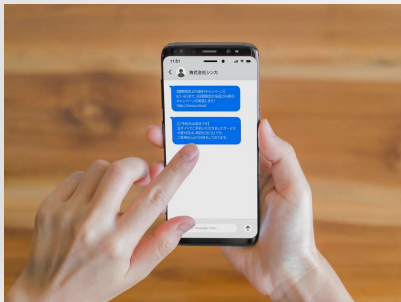




## 商品力：カイクラが現場で選ばれる3つの理由

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

### SMS → 固定電話 の連携



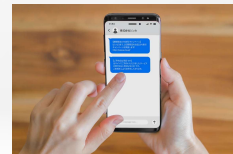
- ① SMSを自動送信
- ② それをみて、顧客が会社（お店）に電話をかける



- 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

#### ※ 特許取得済み：

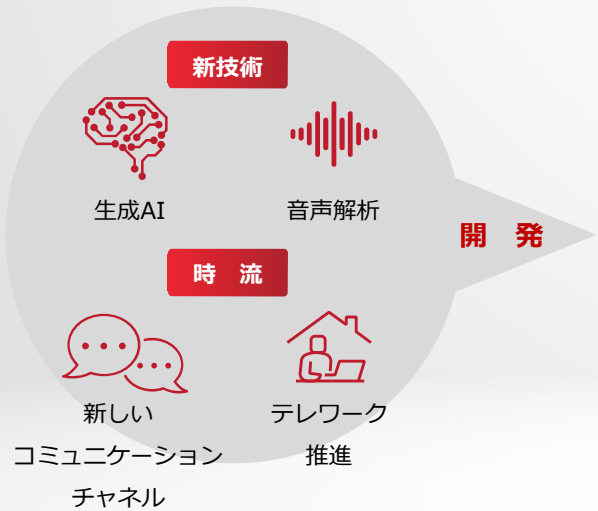
オフィスで固定電話をかけながら、  
電話相手の携帯電話にSMSを送れる機能





# 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

## プロダクトアウト



## マーケットイン



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。**



# ターゲットカ：ユニークなポジショニング

①電話番号を変えずに、固定電話をクラウドに取り込んだ

クラウド



クラウドPBX (IPフォン)

単一チャンネル



ビジネスフォン  
パッケージ型CTI

オンプレミス



クラウド型なのに、固定電話を取込んでいる  
ユニークなポジショニング

②複数のコミュニケーションチャンネルを取り込んだ

①～③を実現することで、これまで導入が進まなかった中小企業や店舗にコミュニケーションのクラウドサービスを導入しやすくしました。

複数チャンネル



コールセンター (人が対応)

③CTIシステムのターゲットをずらした



## 3つの参入障壁

カイクラは、**固定電話を始めとしたさまざまなコミュニケーションチャネルを、環境を変えずに自動で取り込むことが特徴です。**  
**「固定電話を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

#### 電話番号を変えないアダプターを開発するスキル

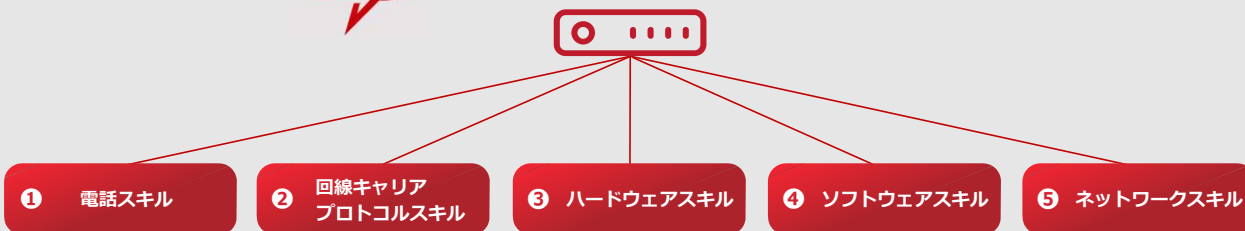
自動車や不動産など、BtoC企業では、代表電話の電話番号を変更したくないと考えています。

**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 (めんどくさい)

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。



## 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。

|                   |                                                                                                                                                        |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>オンボーディング</b>   | <p>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。</p>                                                                             |
| <b>カイクラ勉強会</b>    | <p>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。</p>                 |
| <b>豊富なマニュアル</b>   | <p>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。</p>                                                                                    |
| <b>アウトバウンドコール</b> | <p>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」「ご要望がないか」。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。</p> |
| <b>情報発信</b>       | <p>定期的に情報発信を行なっています。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。</p>                                                             |

**低い解約率を実現できている理由です。**

# Appendix - Risk Information

## Appendix - リスク情報 (成長可能性資料より)

## 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。                                                                                                                             |
| 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。                                                                                            |
| 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。有価証券届出書「事業等のリスク」に記載の内容のうち、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、有価証券届出書の「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。

## 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