



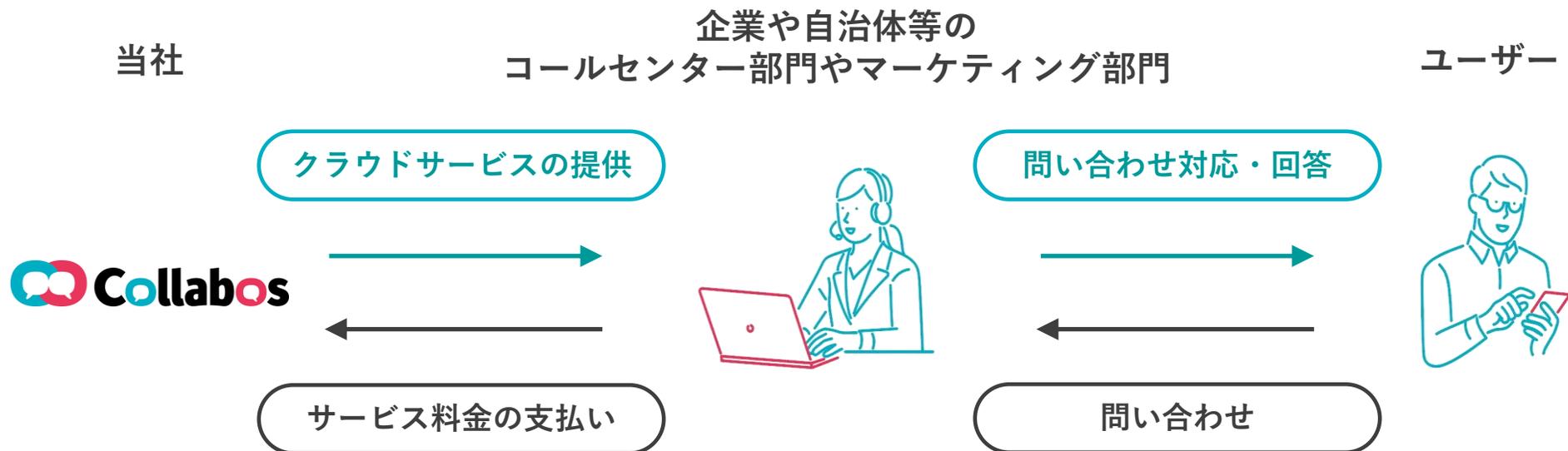
2025年3月期 第2四半期 決算補足説明資料

2024年12月3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. 2025年3月期 第2四半期 決算概況 P. 3
2. 2025年3月期 通期 業績予想 P.13
3. 中期経営計画の進捗状況 P.17
4. Topics P.22
5. Appendix P.25



※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。

※本資料における数値は、期初からの累計期間で表記しております。

1

2025年3月期 第2四半期 決算概況

決算概況_損益計算書（サマリー）

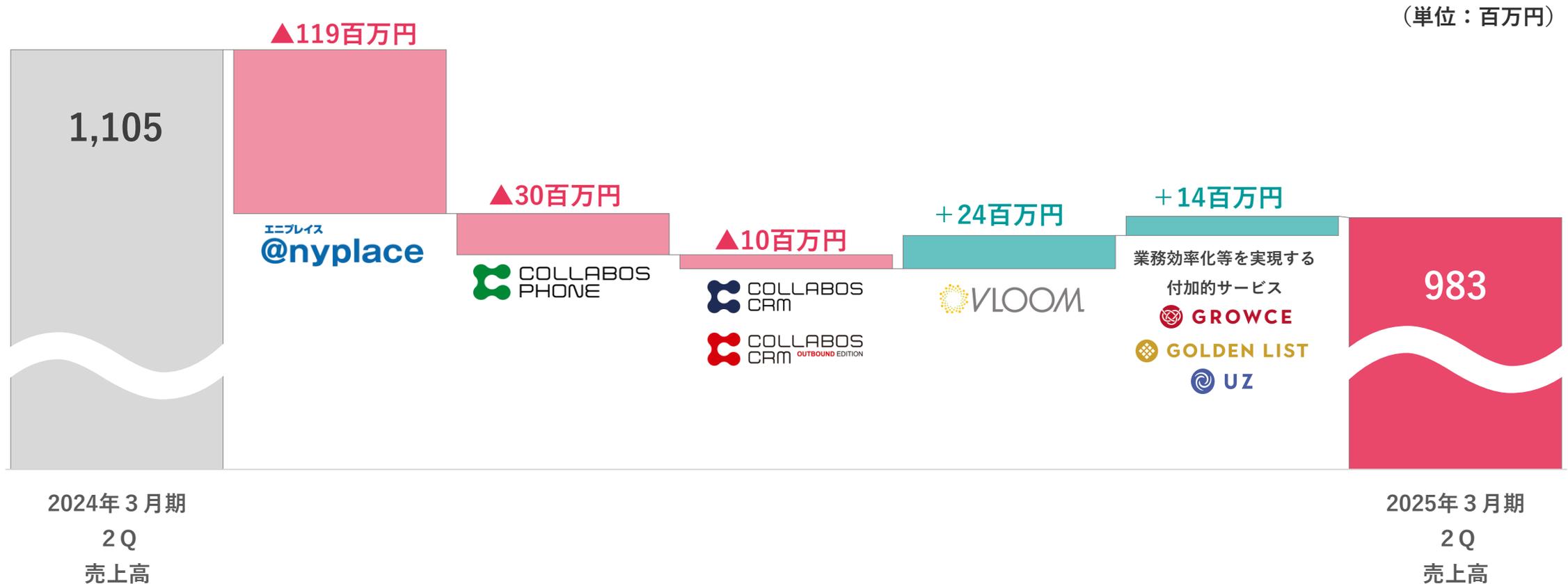
- 売上高は、新サービスの新規獲得がある一方で、主に「@nyplace」等の現有サービスにおける特定の大口顧客の業務縮小等の影響により、1億21百万円減少。
- 利益については、全社的な「コスト改善施策」の取り組み等が順調に進み、**黒字へ転換**。
- 純利益は、関係会社株式売却益約64百万円を特別利益として計上したことにより、前年同期比1億6百万円増加。

（単位：百万円）

	2024年3月期 2Q	2025年3月期 2Q	前年同期比		主な差異要因
			差異	増減率	
売上高	1,105	983	▲121	11.0% 減	主に「@nyplace」や「COLLABOS PHONE」の減少影響大きく減少。
売上原価	776	641	▲135	17.4% 減	全社的なコスト改善施策の取り組みにより経営資源の再配置を実施。外注費等の大幅な削減によりコストを圧縮。
販売費及び一般管理費	406	306	▲100	24.6% 減	前期に実施した検証作業費用の減少及び人件費の減少によりコストが減少。
営業利益	▲77	36	+113	146.9% 増	
経常利益	▲58	34	+92	158.2% 増	
純利益	▲41	65	+106	257.4% 増	関係会社株式売却益64百万円を特別利益として計上したことにより増加。

決算概況_売上高の増減要因

- 「@nyplace」等の現有サービスにおいて、特定の大口顧客のコールセンター業務縮小により売上高が減少。
- AIコールセンターシステム「VLOOM」やマーケティングシステムである「GROWCE」「GOLDEN LIST」「UZ」等は当初想定より顧客獲得に時間を要したものの、徐々に売上高への貢献が進んでいる。

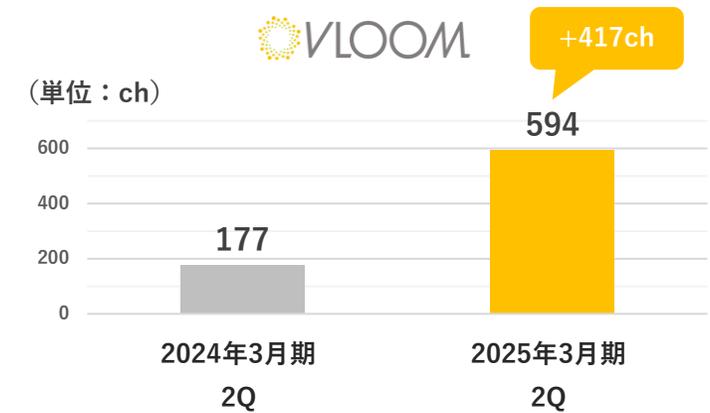
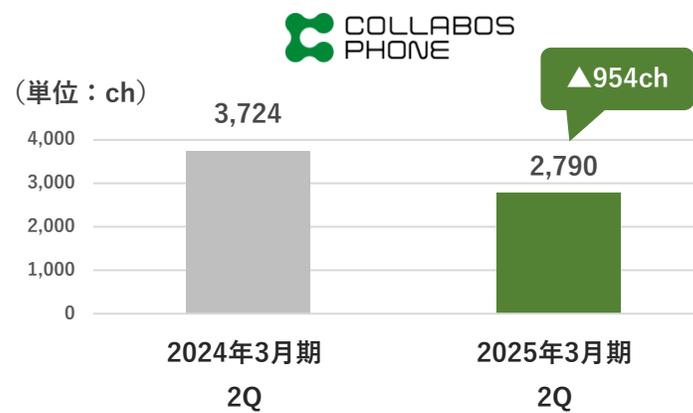
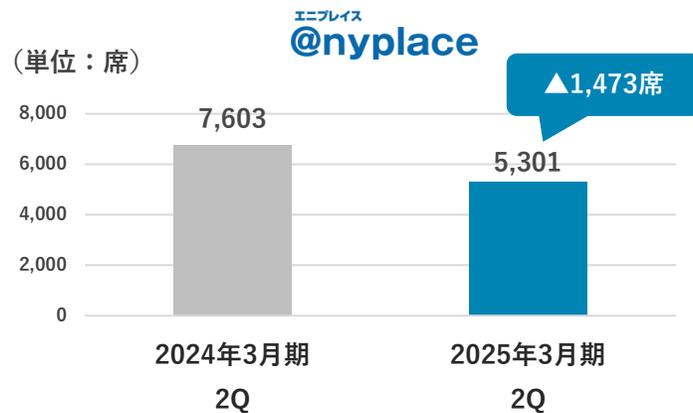


- 「@nyplace」や「COLLABOS PHONE」は、特定の大口顧客であるテレマーケティング事業者の業務縮小等により、契約数及び売上高は大幅に減少。
- 「VLOOM」はAIや音声認識機能、自動要約のニーズの高まりを背景として、売上高28百万円、導入社数は28社と売上高及びチャネル数は大幅に増加。

(単位：百万円)

売上高	2024年3月期 2Q	2025年3月期 2Q	前年同期比
@nyplace	724	604	▲16.5%
COLLABOS PHONE	246	215	▲12.5%
VLOOM	3	28	+785.3%

期間平均契約数

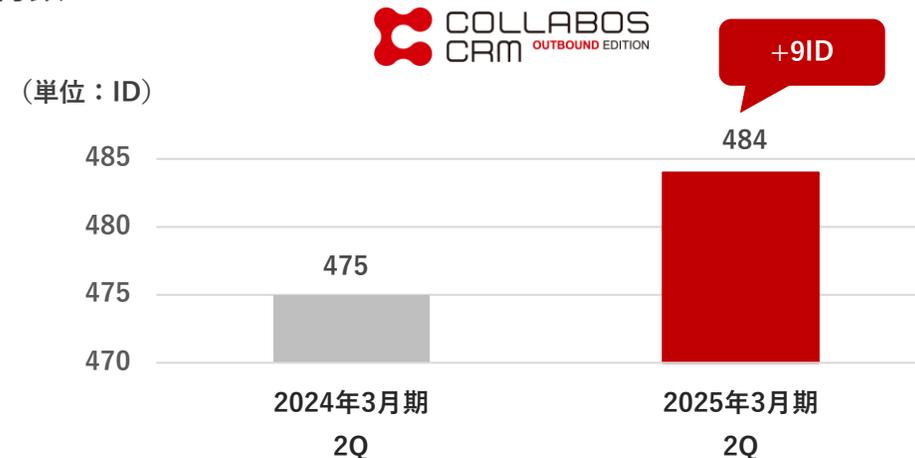
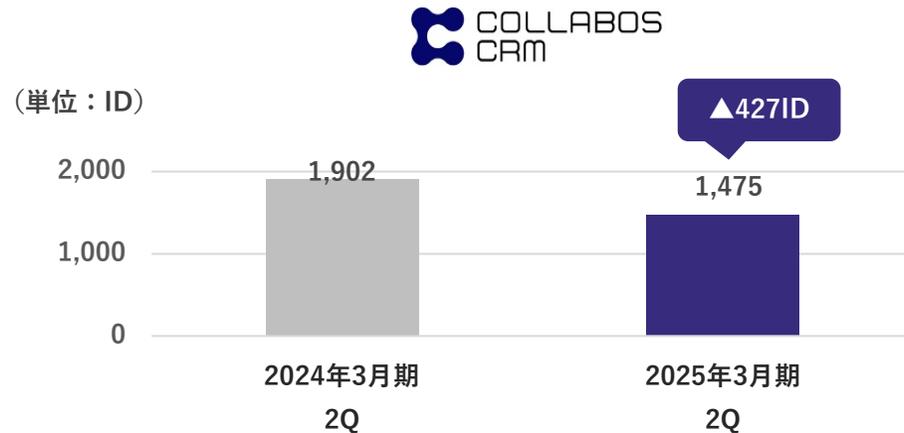


- インバウンド用（受電）の「COLLABOS CRM」は、公共案件等の減少により、ID数及び売上高が減少。
- アウトバウンド用（架電）の「COLLABOS CRM Outbound Edition」は、既存顧客のアウトバウンド業務拡大やシステムリプレースの新規案件の獲得により、ID数及び売上高が増加。

（単位：百万円）

売上高	2024年3月期 2Q	2025年3月期 2Q	前年同期比
COLLABOS CRM	64	52	▲17.8%
COLLABOS CRM OUTBOUND EDITION	14	15	+8.4%

期間平均契約数



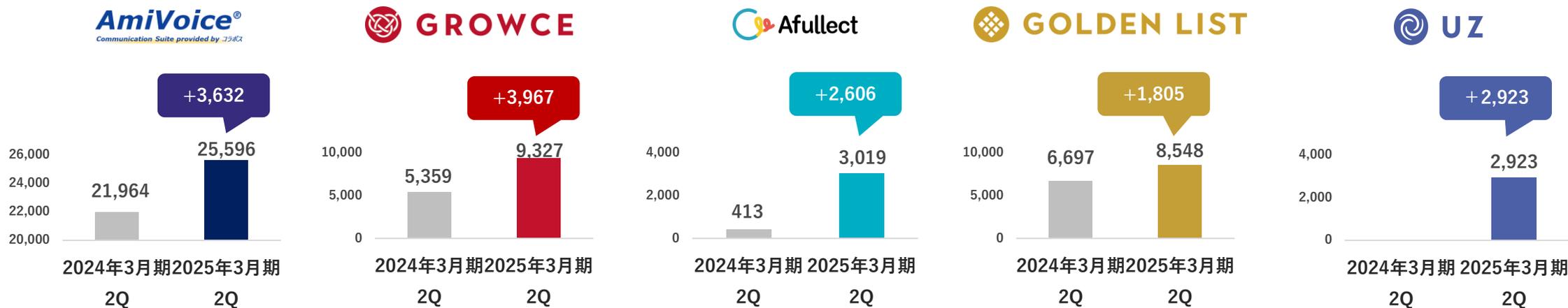
- DX化推進による業務効率化やマーケティング活動を支援するサービスについては、新規受注は着実に増加しており、売上高は66百万円となり、**前年同期比 26.7% 増加**。

(単位：百万円)

売上高	2024年3月期 2Q	2025年3月期 2Q	前年同期比
業務効率化等を実現する付加的サービス	52	66	+ 26.7%

前年同期比売上高

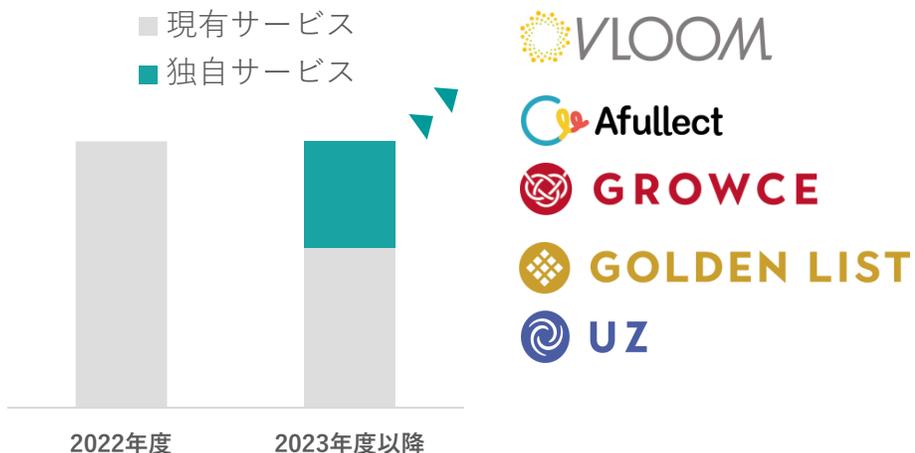
(単位：千円)



営業利益は、売上高の減少があった一方で [コスト改善施策] の取り組みにより、**黒字**へ転換。



独自サービスの売上比率が拡大



各サービス環境に沿った
生産プロセスの効率化や経営資源の再配置を実施

当初想定よりも早期に黒字化を実現！

[コスト改善施策] の取り組み状況

- ✓ ネットワーク機器や保守費、通信原価等の仕入れ原価の価格交渉
- ✓ データセンターラックの整理や回線整理による固定費削減
- ✓ 販売価格の適正化（設定変更費用増額・販売価格の値上げ）



決算概況_貸借対照表（サマリー）

- ・ 買掛金の減少及び長期借入金の返済により、負債が101百万円減少。
- ・ 利益の増加により、繰越利益剰余金が増加し、純資産が58百万円増加。

（単位：百万円）

		2024年 3月末	2024年 9月末	前期末 との差異			2024年 3月末	2024年 9月末	前期末 との差異
資産の部				負債の部					
流動資産		1,426	1,436	+9	流動負債	371	340	▲31	
					固定負債	275	205	▲70	
					負債合計	647	545	▲101	
固定資産	有形固定資産	223	182	▲40	純資産の部				
					資本金	325	325	—	
	無形固定資産	55	61	+5	資本剰余金	305	305	—	
					利益剰余金	609	674	+65	
	投資その他の資産	45	27	▲17	自己株式	▲165	▲171	▲6	
資産合計	1,752	1,708	▲43	純資産合計	1,104	1,162	+58		
					負債及び純資産合計	1,752	1,708	▲43	

- ・ 投資活動キャッシュ・フローは、新サービスの追加開発支出があった一方で、関係会社株式売却による収入により、56百万円。
- ・ 財務活動キャッシュ・フローは、長期借入金の返済やリース債務の返済により、▲88百万円。

（単位：百万円）

	2024年3月期 2Q	2025年3月期 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	110	64
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲279	56
財務活動によるキャッシュ・フロー	268	▲88
現金及び現金同等物の期首残高	1,253	1,178
現金及び現金同等物の中間期末残高	1,352	1,210

2

2025年3月期 通期 業績予想

2025年3月期 通期 業績予想

- 売上高は、新サービス拡販を強固に進める一方で、「@nyplace」等の特定の大口顧客の業務縮小の影響で、減収予想。
- 利益面は、当事業年度の重点施策と位置づける経営資源の再配置等により「コスト改善施策」を実施。

各サービス環境に合わせた**固定費等を再配分、余剰を削減することで黒字で着地の見通し。**

- 当期純利益は、関係会社株式売却益により、1億30百万円の見込み。

(単位：百万円)

	2024年3月期		2025年3月期		前期比	
	2Q (実績)	通期 (実績)	2Q (実績)	通期 (予想)	2Q (実績)	通期
売上高	1,105	2,153	983	1,940	▲11.0%	▲9.9%
営業利益	▲77	▲294	36	70	146.9% 増	123% 増
経常利益	▲58	▲276	34	60	158.2% 増	121% 増
純利益	▲41	▲798	65	130	257.4% 増	116% 増

※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。

下半期は以下営業施策への取り組みを実施。新サービスの販売拡大を加速する。

既存顧客に対するDX化推進の提案

- ・ **重要顧客**への来期予算ヒアリングと課題解決及びDX提案（RPAツール、ボイスボット等）
- ・ 効率的な営業活動促進のための**バックヤード業務改善**

オンラインからのリード獲得の強化

- ・ SEO、コンバージョン増加に向けて**サービスサイトを大幅リニューアル**（近日公開予定）
- ・ ビジネスマッチングサイトからの**コンバージョン数の増加**

マーケティングシステムの販売加速

- ・ DX化推進による業務効率化やマーケティング活動を支援するサービスは、2Q実績で前年同期比**26.7%増**。通期においても前年比約**110%成長**を見込む。



 **GROWCE**

大型案件やヘルスケア業界の事例を基に、競合が少ない医療業界やヘルスケア業界の健診診断受診奨励のCRMとして販売を強化。

 **GOLDEN LIST**

金融業界におけるマーケット開拓による地域金融機関への提案や通販業界をターゲットとしたアウトバウンドCRMとのセット販売を促進。

 **UZ**

人材業界や製薬メーカーでの実証事例を基に、既存顧客へのクロスセル営業を促進。

経営資源の再配置

「@nyplace」に比重を置いた、従来の運営体制を見直す

- ・ 業務効率化推進による外注費の抑制
- ・ 新サービスに注力した販売体制への見直し

生産効率の向上

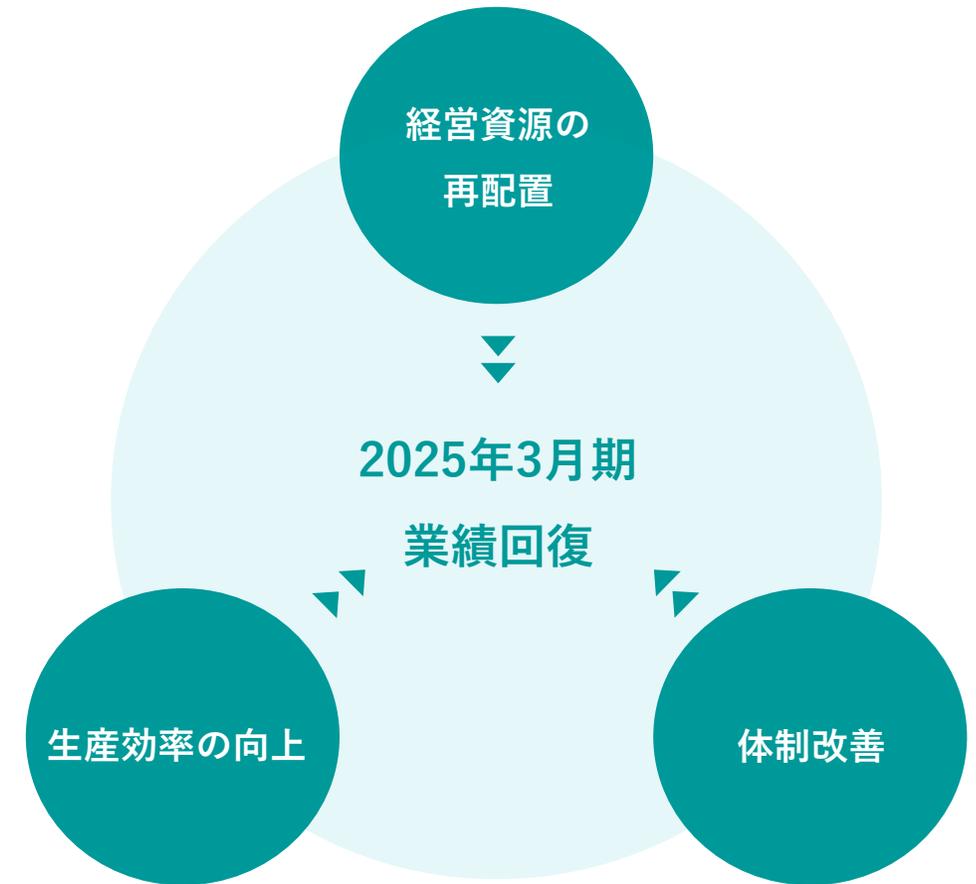
各サービス提供に必要な固定費を見直す

- ・ 仕入価格の見直し
- ・ オンライン商談等の効率化を進めた変動費の抑制

顧客ニーズを迅速にサービスへ反映できる体制へ改善

サービス運営体制における業務フロー等を見直す

- ・ 要望機能開発や機能改修等をスピーディに取り組む



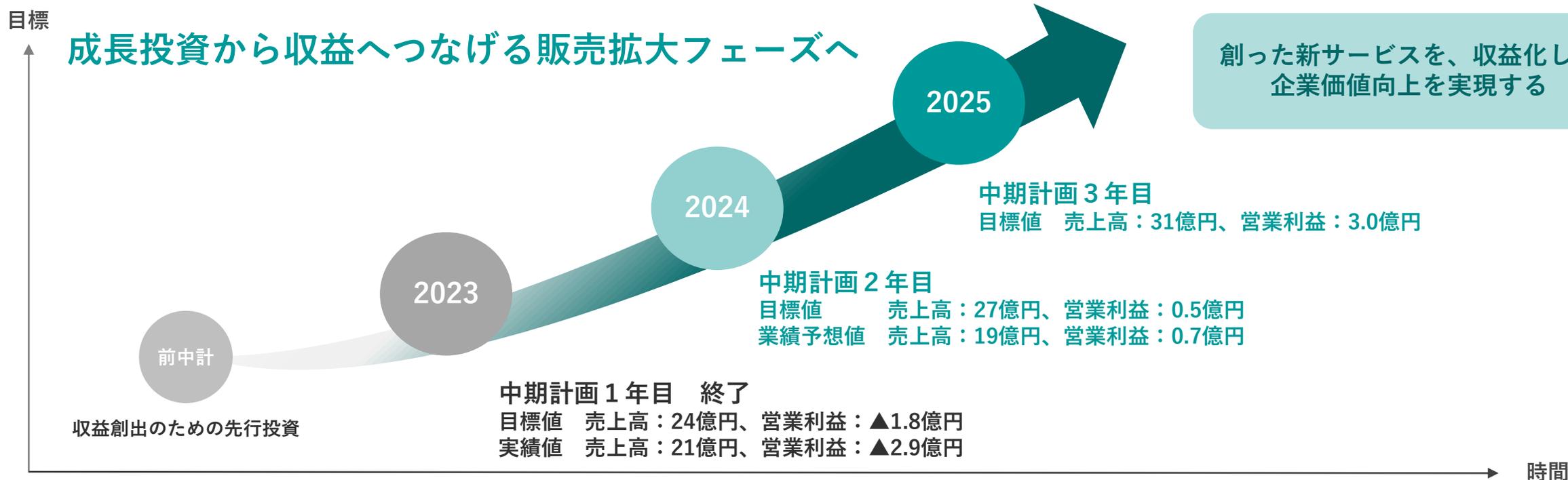
引き続き [コスト改善施策] を継続実施。

生産プロセスの効率化やコスト削減を徹底的に進める。

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。



2つの成長戦略

1 「@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

2 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

+

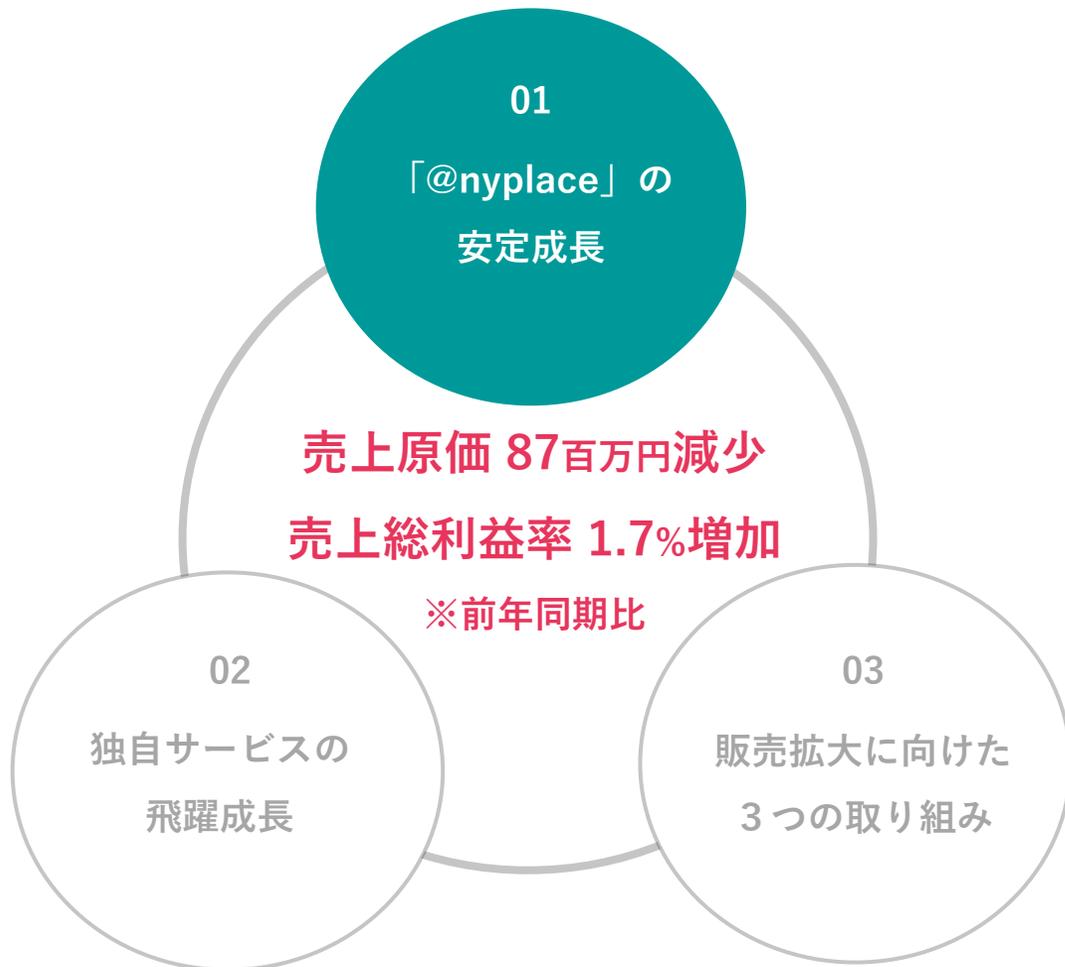
業績回復に向けた追加施策

経営資源の再配置

生産効率の向上

顧客ニーズを迅速にサービスへ
反映できる体制へ改善

- 交換機バージョンアップ後、1社目となる大型の既存顧客の移行作業を完了。
- 作業効率化等による体制の最適化やサービス提供基盤となるリソースの最適化を実行し、コストの大幅削減を実現。



バージョンアップ

販売価格の最適化

作業自動化

コスト削減

着実な安定成長を維持

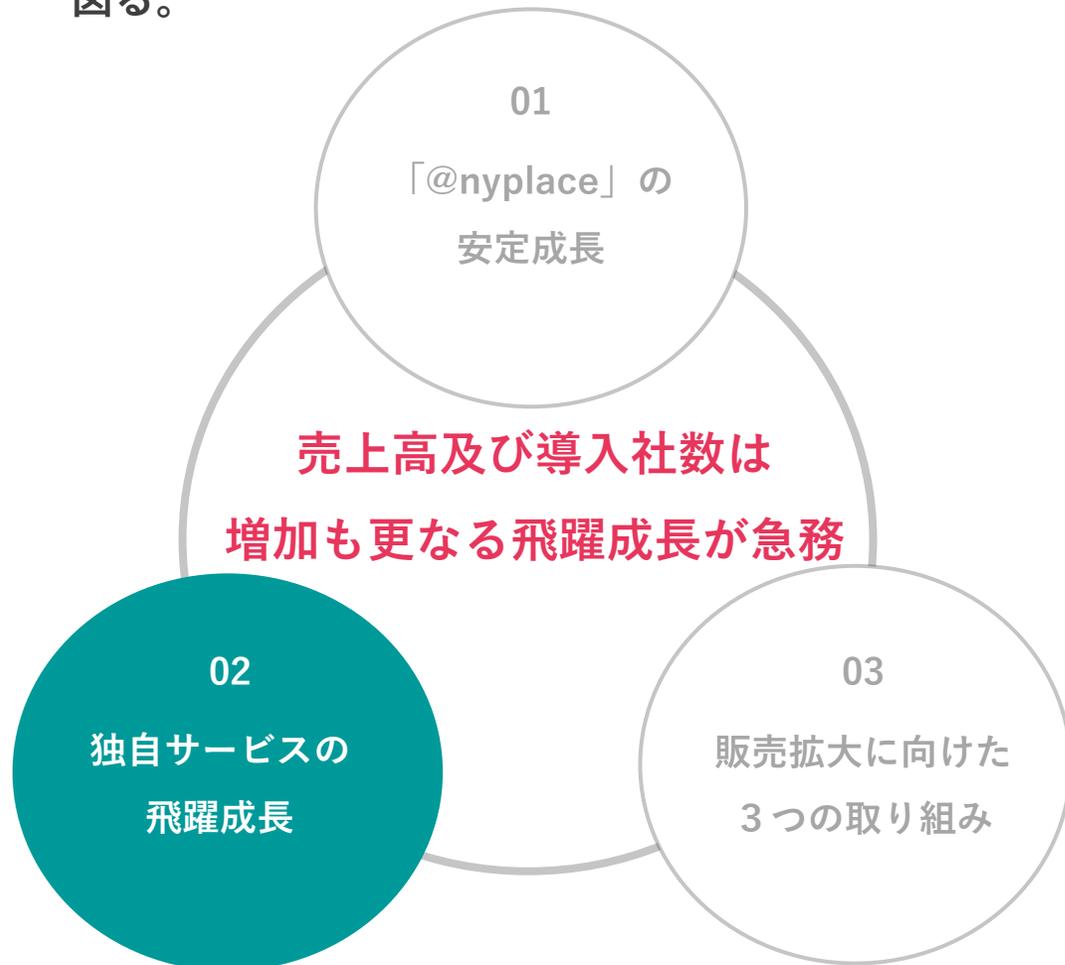
施策① バージョンアップによる高付加価値サービスへの転換

- ✓ 新機能及びサービス拡張、基盤強化等を実装するための交換機（PBX）のバージョンアップを実施。1社目となる大型既存顧客の移行を完了。
- ✓ 機能及びサービス提供内容に応じたサービス販売価格の適正化を実施。

施策② 自動化/効率化による体制最適化・利益最大化の実現

- ✓ 顧客自ら交換機の各種設定変更が可能となるツールのバージョンアップリリースや関連するドキュメント類のWeb化により、自動化及び効率化を実現。
- ✓ 作業効率化等に伴う外注費の削減及びデータセンター機器等のリソースの最適化による固定費削減、サービス提供見合いの通信原価の削減等を実施。

- 新サービスにおいては、いずれも売上高を伸ばしているものの、当初想定を下回る進捗状況のため、飛躍的な成長が不可欠。
- AIや自動化によるDX化等の訴求ポイント及びターゲットの明確化による拡販と顧客ニーズに応じた継続的な商品価値向上を図る。



マーケットの
深耕、開拓、売上最大化

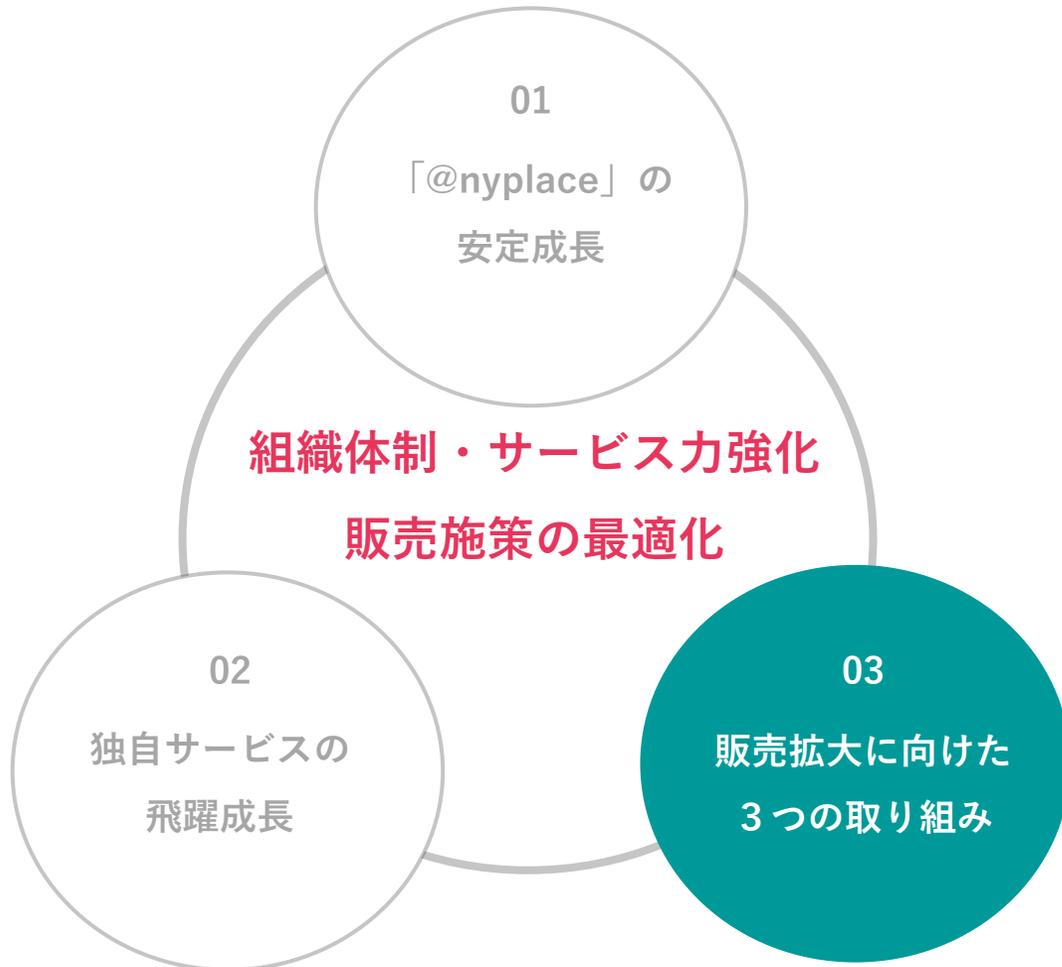
施策① 「VLOOM」等で徹底してシェア獲得

- ✓ 発売から約1年で売上高28百万円、導入社数は大型案件を含む28社に到達。
- ✓ セミナーやキャンペーンの実施による新規顧客獲得を推進。
- ✓ 「COLLABOS CRM Outbound Edition」との連携など中小規模の開発を実装。

施策② 新マーケティングサービスで新規市場へ進出

- GROWCE**
 - ✓ 前年同期比売上高74%成長。
 - ✓ ターゲットとするヘルスケア業界の受注獲得。
 - ✓ 顧客ニーズを反映した継続的な機能開発及び実装。
- GOLDEN LIST**
 - ✓ 前年同期比売上高27%成長。
 - ✓ ターゲットとする金融機関の受注獲得。
- UZ**
 - ✓ DX化推進による既存顧客のクロスセル受注獲得。
 - ✓ 商品力を向上する大規模バージョンアップを実装。

- 効率性及び生産性を重視しつつ、組織力とサービス力の強化による各サービスの拡販を推進。
- サービス専任組織による集中販売体制と組織及びサービスに適した施策への注力により、販売推進力の最大化を図る。



営業の組織体制強化

- ✓ 販売推進力強化のため、各サービス専任の集中販売体制へ変更。
- ✓ 新規獲得と既存対応の専任化により顧客対応を明確化し、「VLOOM」拡販を推進。
- ✓ 既存顧客のリテンションに注力、クロスセル等による「@nyplace」安定成長を推進。
- ✓ 業界開拓と事例展開による「GROWCE」「GOLDEN LIST」「UZ」拡販を推進。



オンライン集約と事例獲得の強化

- ✓ オンラインセミナーやSEO及びリスティング強化等のWeb施策によるリード獲得。
- ✓ Webリード数の増加とオンライン商談による営業活動の効率化と生産性を向上。
- ✓ 新サービスにおける導入事例獲得による訴求ポイントの明確化と積極展開。



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及び他社サービスとの連携により、サービス力を強化。
- ✓ 「UZ」大型バージョンアップ等の市場ニーズに沿ったサービス機能開発を実施。

4 Topics

最新AIマーケティングシステム「UZ（ウズ）」

2024年9月に大型バージョンアップ



UZとは？

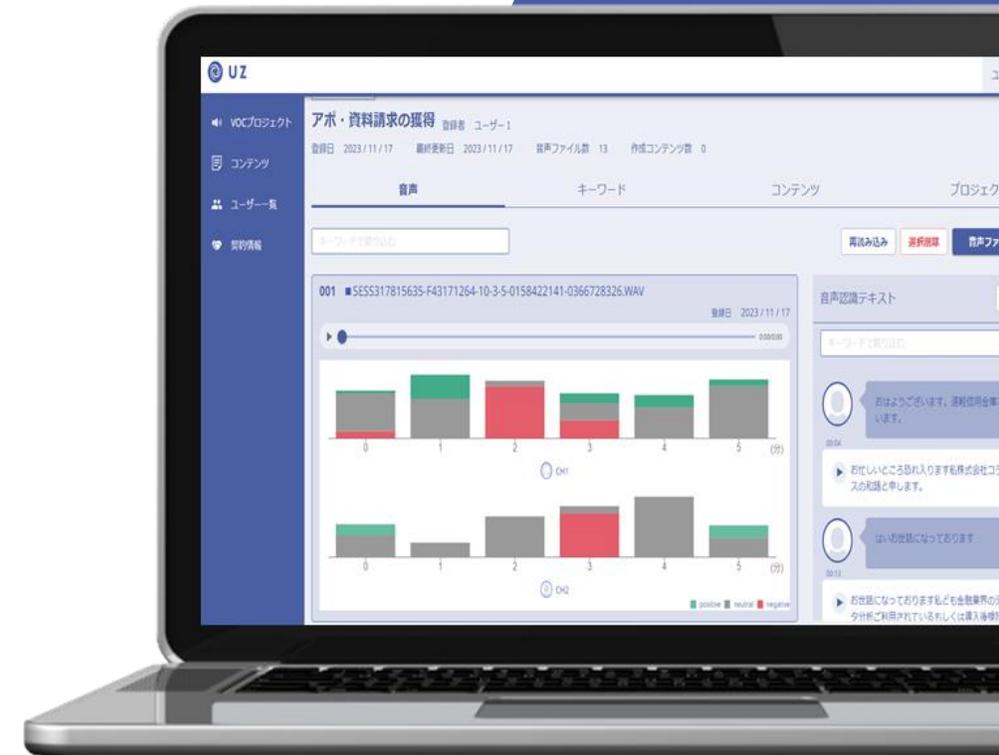
2023年12月21日にリリースした
独自開発AIエンジンを搭載した最新AIマーケティングシステム
通話録音データからAI技術により、顧客ニーズを可視化
ChatGPT連携による広告コンテンツ作成が可能

バージョンアップの内容

- ・ 株式会社アドバンスト・メディアの「AmiVoice」の音声認識データのインポート機能追加
- ・ ポジティブorネガティブフレーズの自動抽出、コンテンツ生成機能の強化
- ・ セキュリティ強化



コールセンターのVOC（顧客の声）分析や活用を促進し、
効果的なコンテンツ生成機能を提供することで利便性及び汎用性を向上



株式会社ベルテックが健診受診勧奨業務を劇的改善！

「GROWCE」活用で業務効率1.5倍アップ



GROWCEとは？

イン/アウト兼用CRMにサイトの閲覧履歴取得、
メール配信等、マーケティング機能を付加した
統合CRMマーケティングシステム

導入の決め手

- ✓ 入力箇所の見やすさ
- ✓ シンプルなUI・機能
- ✓ 導入コストの手頃さ



導入後の効果

- ✓ 1週間換算で約1日分の業務を他に充てることが可能に
- ✓ 専任だったスタッフがマルチタスク対応可能に



5 Appendix

会社名	株式会社コラボス
設立	2001年10月26日
所在地（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
事業内容	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
資本金	325百万円（2024年9月30日現在）
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

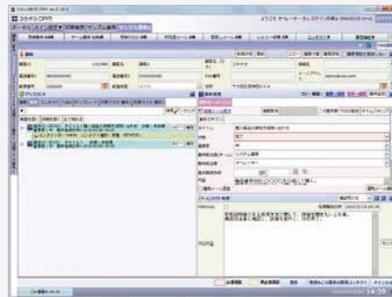


AIコールセンターを求める顧客向け 自社開発のソフトフォン

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。

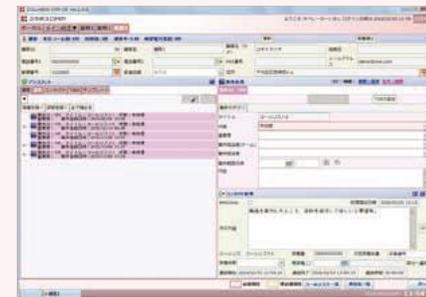
顧客情報管理システム (CRM)

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。

業務効率化システム

○ AI音声認識システム「Amivoice」

リアルタイムに音声テキスト化。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/リアルタイム映像共有サービス「Techsee」

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。



○ あふれ呼の収集/コールバック支援「Afullect」

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情報蓄積システム「CollasQ」

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。



○ 音声通話録音システム「Packet Folder」

「@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。



マーケティングシステム

○ AIマーケティングシステム「UZ」

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「GROWCE」

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対応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。



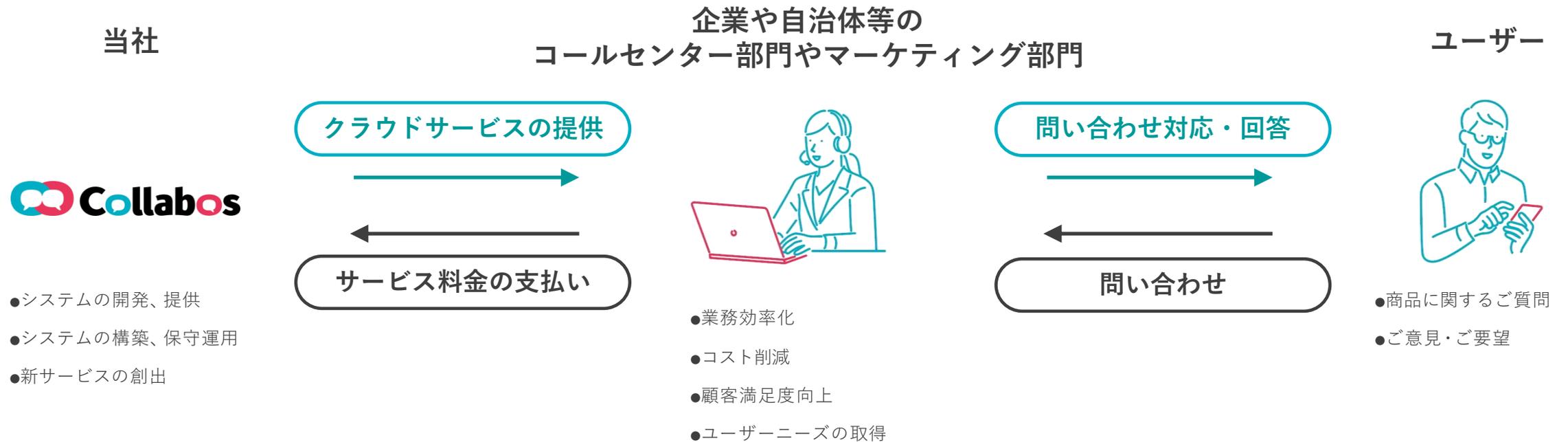
○ AI顧客分析/リスト作成サービス「GOLEDEN LIST」

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。



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。

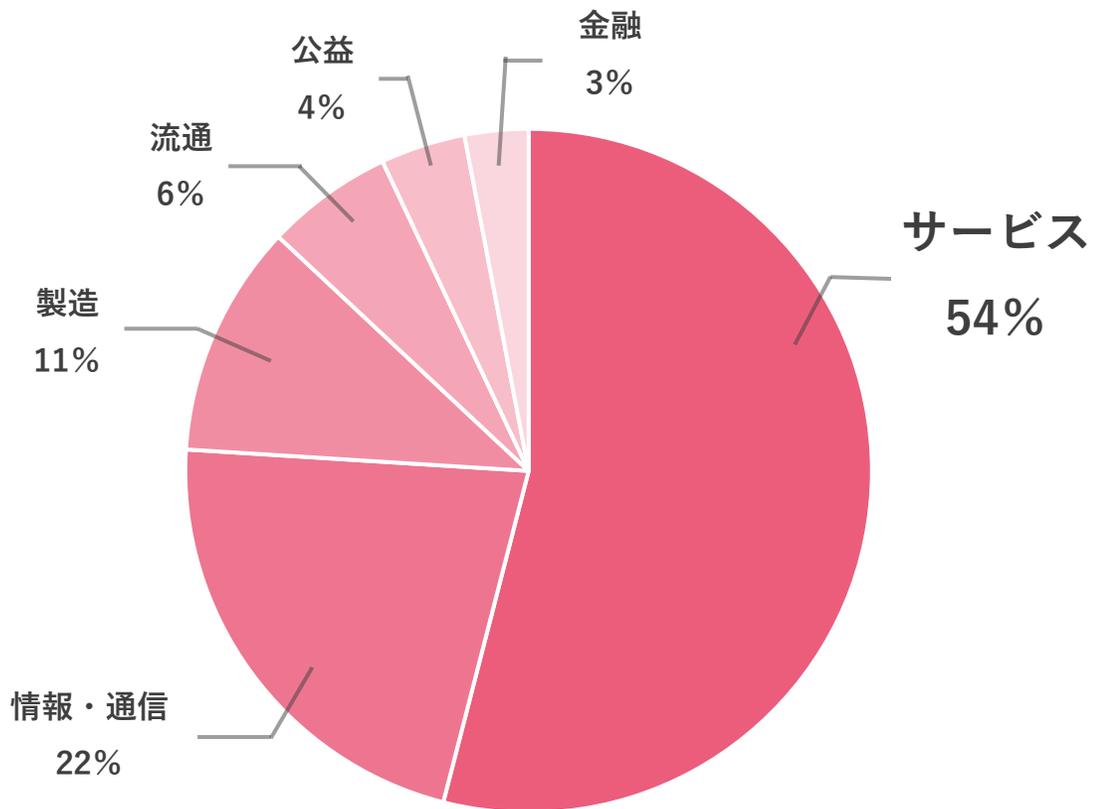


300席超の大規模コールセンターから5席前後の小規模コールセンターまで、約1,000拠点以上の導入実績。



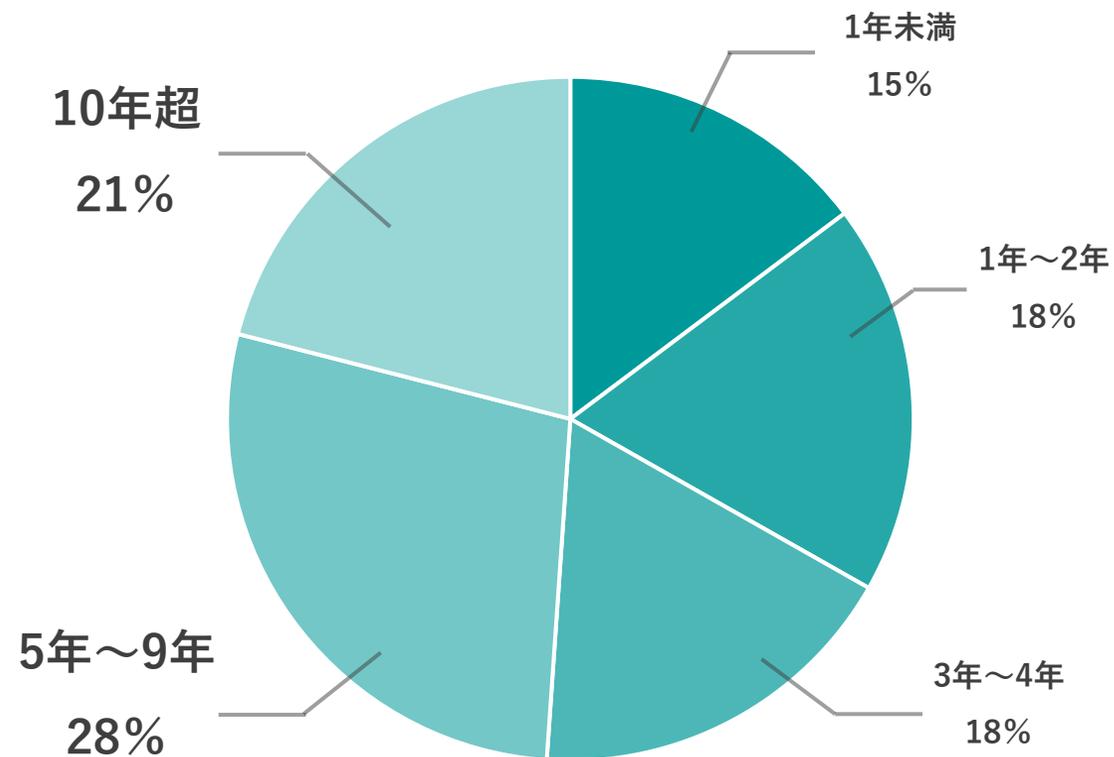
業種別

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



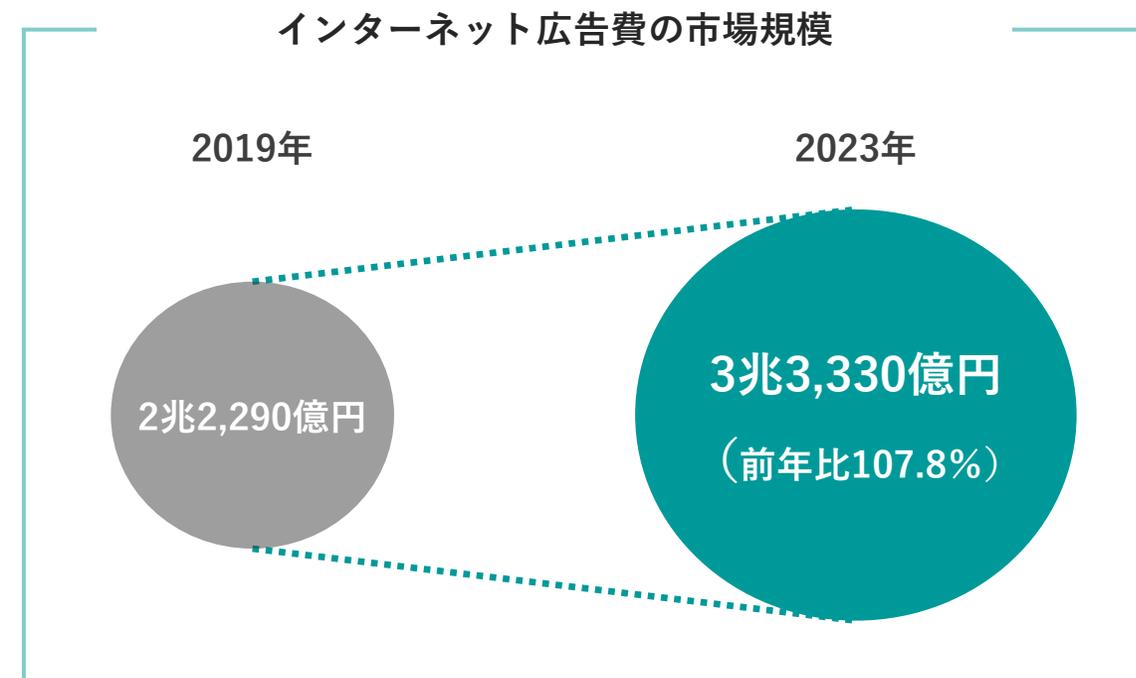
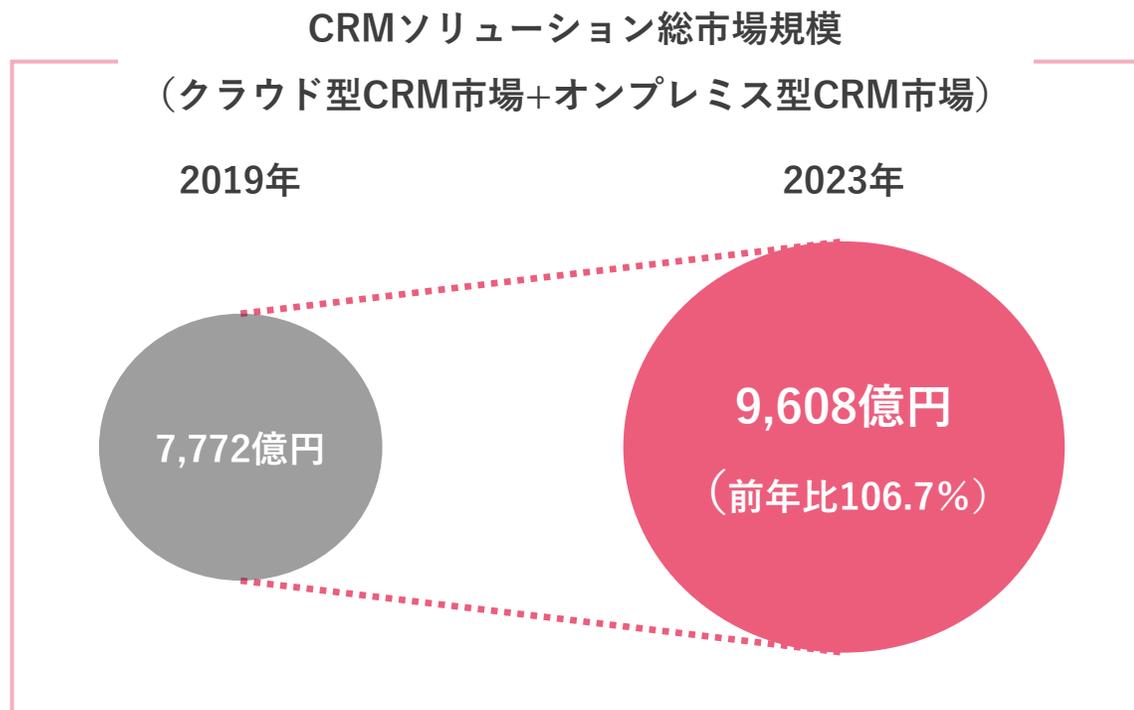
契約年数別

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9月末現在

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。



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」

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

出所：2019年日本の広告費 電通

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

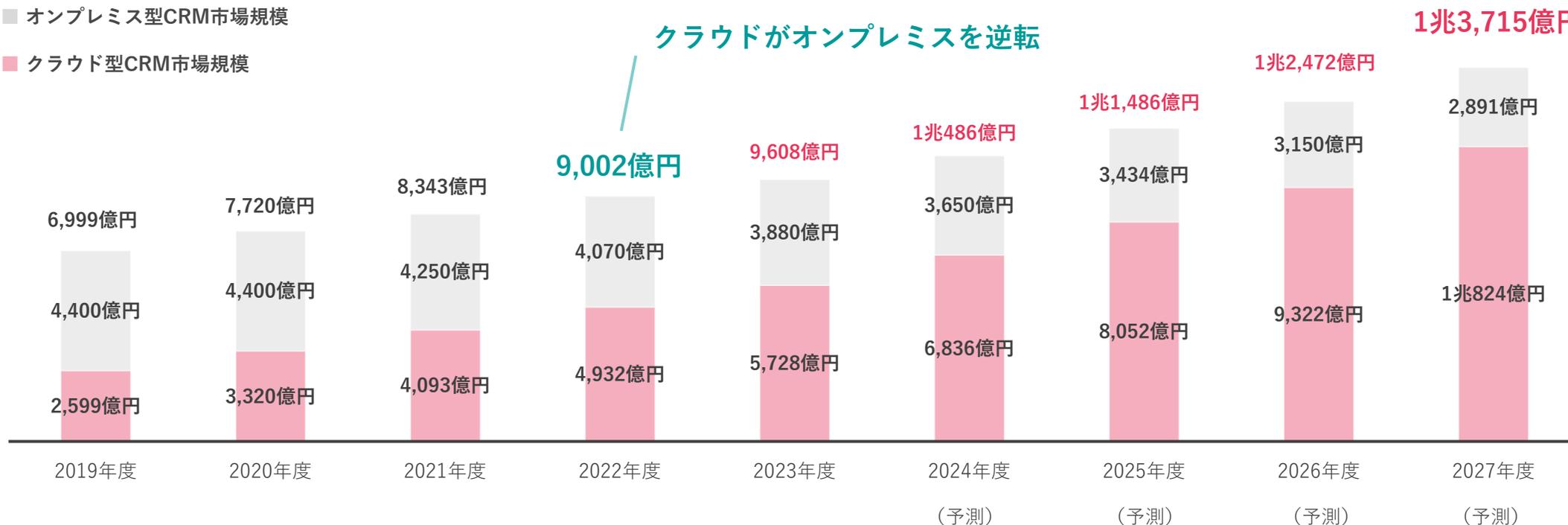
2023年日本の広告費 電通

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

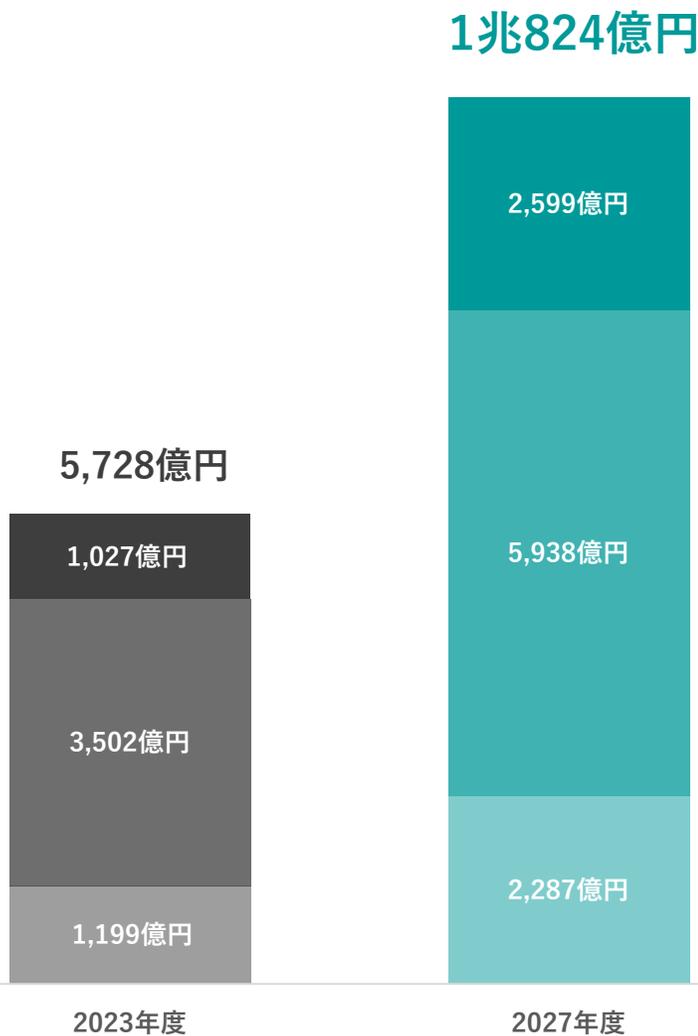
CRM市場の市場規模については、自社でシステムを保持・構築するオンプレミス型がダウントレンドであるのに対し、当社が提供するクラウド型はアップトレンドで推移。クラウド型の市場規模は、2027年には1兆3,715億円になると予測。

オンプレミス型+クラウド型CRM市場規模

- オンプレミス型CRM市場規模
- クラウド型CRM市場規模



※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/>



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群の市場層。



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ことを目的としたSFAやCRM等の市場層。



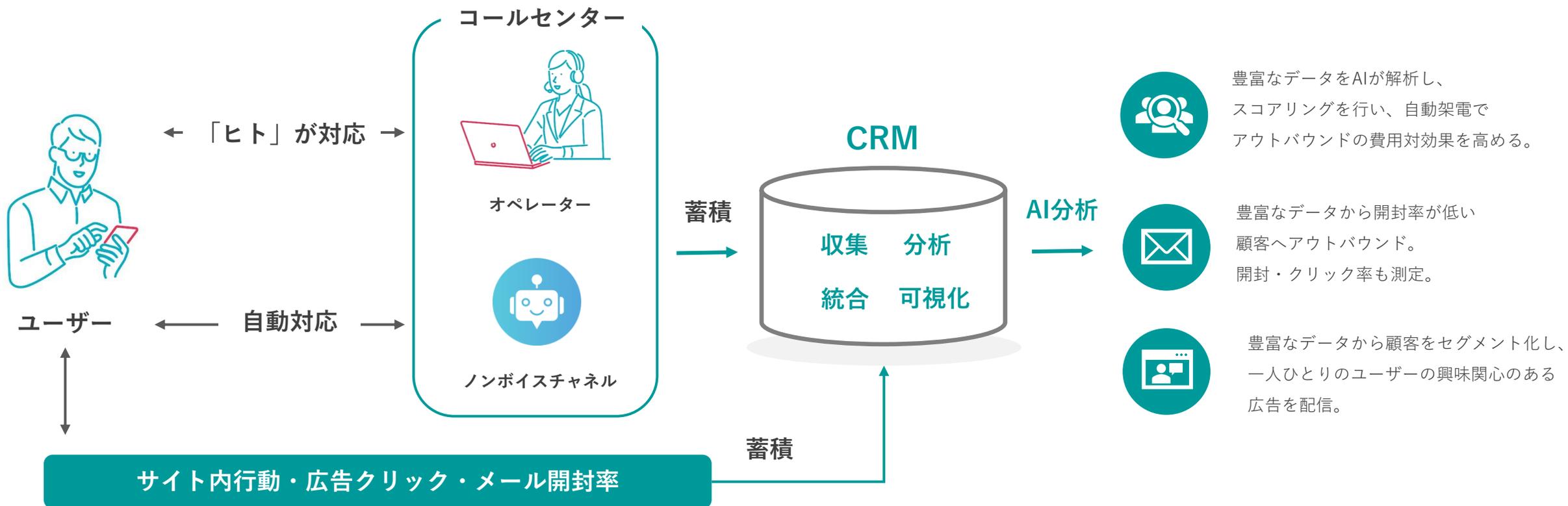
インフラ層

当社の売上高の約8割が属するコールセンターシステム（PBX）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/>

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。



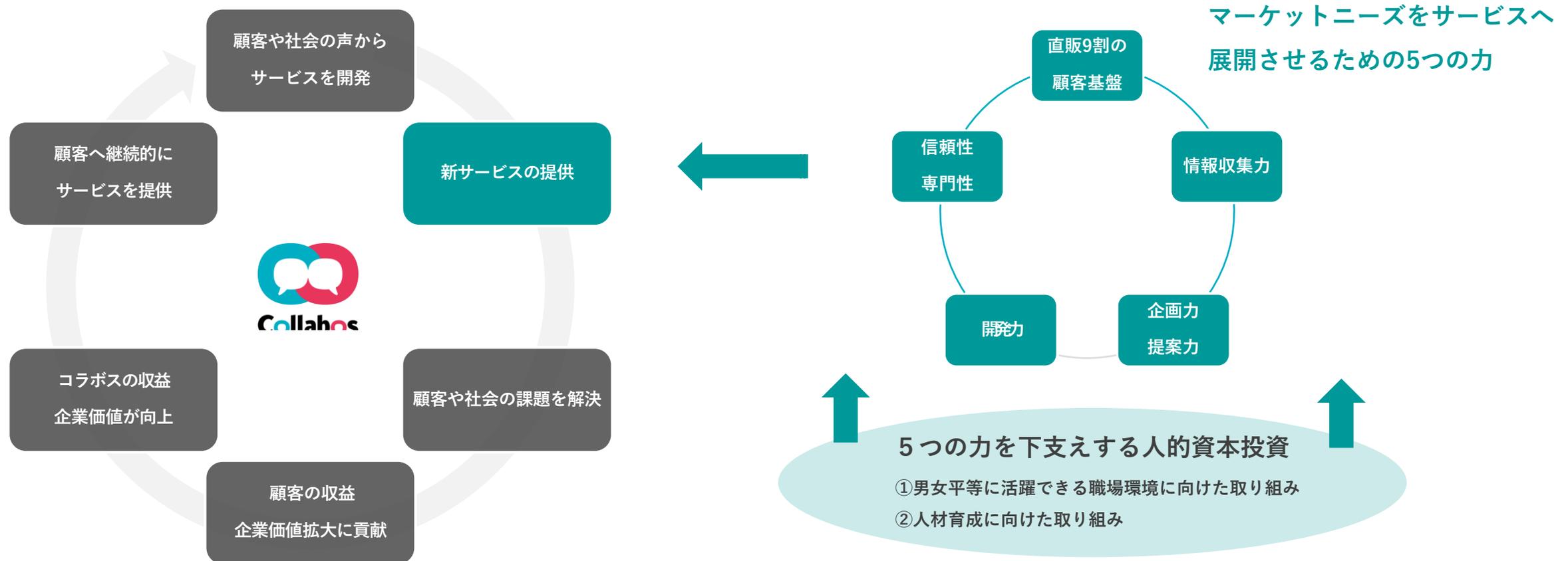
当社のSDGSについて_持続可能なビジネスサイクル



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。）
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。）



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。

< お問い合わせ先 >

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

声をきき、未来をつくる。

