



事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2024年3月
株式会社シンカ

Index



Th!nca

Th!nca



会社概要	P.5
事業内容	P.10
競争力の源泉	P.28
業績ハイライト	P.38
成長戦略	P.44
リスク情報	P.51

Growth potential of Th!nca

Making the world
More interesting
With IT

ITで 世界をもっと おもしろく

<経営理念>

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。

ビジネスへの想い

シンクタンク時代にコールセンターシステム：CTI※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。そしてなくならないトラブル。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の残しつつ、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、中小企業が使いやすい、シンプルで、お手頃なCTIを開発し、そんなCTI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。

そう思い、クラウドサービス「カイクラ」を開発いたしました。

※ CTI: Computer Telephony Integrationの略でありコンピュータと電話を統合する技術です。

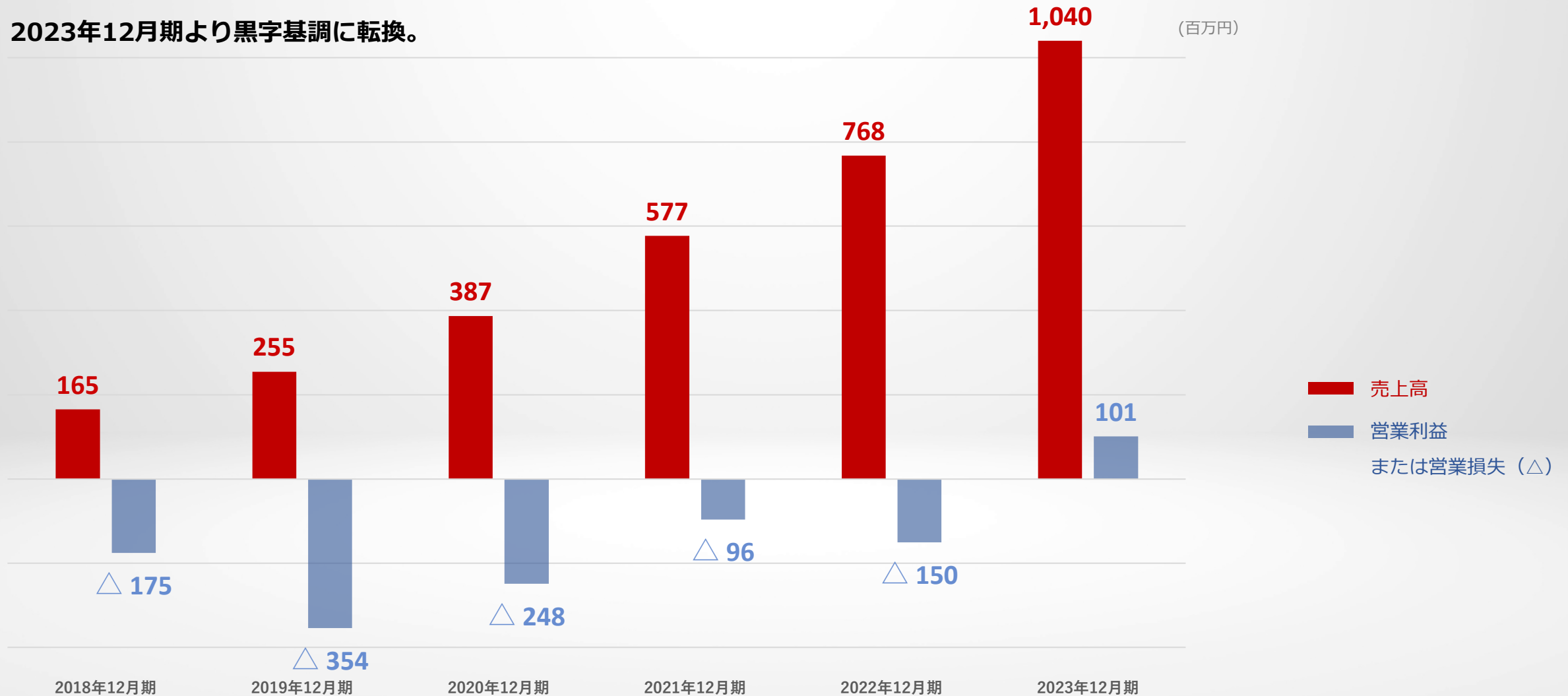
Growth potential of Th!nca

About Us

会社概要

業績ハイライト 売上高と営業損益

2023年12月期より黒字基調に転換。



KPIハイライト

売上高

2023/12期

1,040 百万円

CAGR-売上高

2018/12期→ 2023/12期

44 %

MRR合計※1

2023/12期

886 百万円

営業利益

2023/12期

101 百万円

アクティブ
ユーザー拠点数※2

2023/12期末

4,508 拠点

サイクル
月次解約率※3

2023/12期

0.33 %

- ※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. 獲得したサイクルユーザーのうち、解約によりサイクル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

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	99百万円（2023年12月末時点）
取締役	石川 祐介（CFO） 笹田 直紀（CTO）	従業員数	56名（2024年1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 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	本社 〒101-0054 東京都千代田区神田錦町三丁目3番地 竹橋3-3ビル6 大阪支社 〒564-0052 大阪府吹田市広芝町10番8号 江坂董友ビル THE HUB 江坂南313 京都開発センター 〒600-8099 京都府京都市下京区仏光寺通烏丸 東入上柳町331番地 タカノハスクエア THE HUB 四条烏丸 4階 福岡開発センター 〒812-0013 福岡県福岡市博多区博多駅東一丁目1番33号 はかた近代ビル3階		

会社概要

Mission

企業のあらゆる会話を
おもしろくする

Vision

人と人のつながりを
深化させる、
進化するコミュニケーション
プラットフォームへ

Value

Passion

誇りと情熱を持って尊重しあう組織へ

Professional

当事者意識とチームワークを強みとする企業へ

Fun

挑戦を楽しみ、驚きと感動のあふれる未来へ

Our Business

事業内容

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。

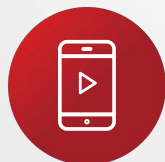
カイクラユーザーの担当者以外でもこれまでの経緯を把握した上で、効率よく、そしておもてなし対応が可能になります。



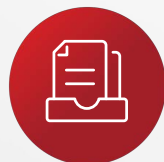
顧客情報表示



通話録音



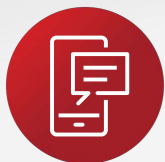
携帯通話録音



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

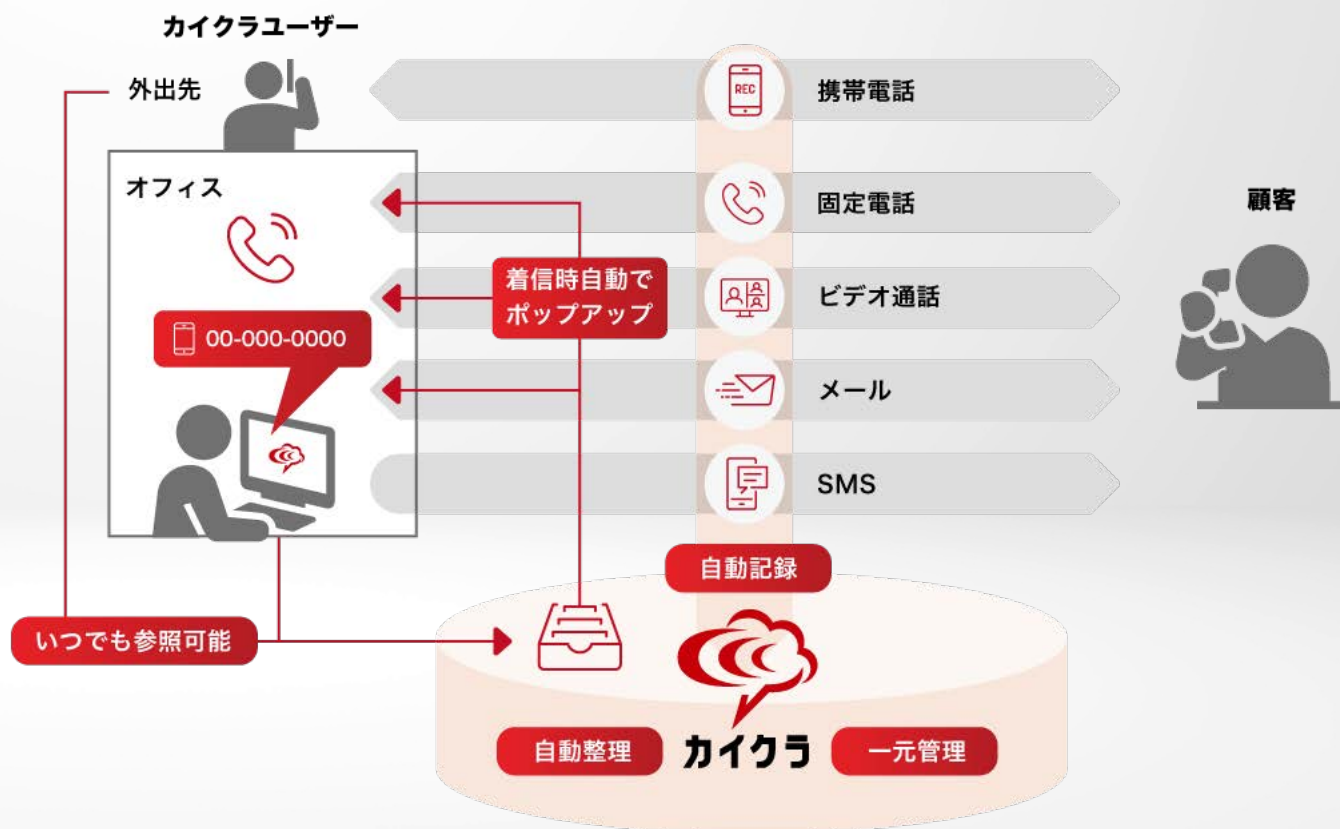


カイクラを利用することで、顧客との様々なコミュニケーションを
自動で記録、自動で整理、一元管理

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。

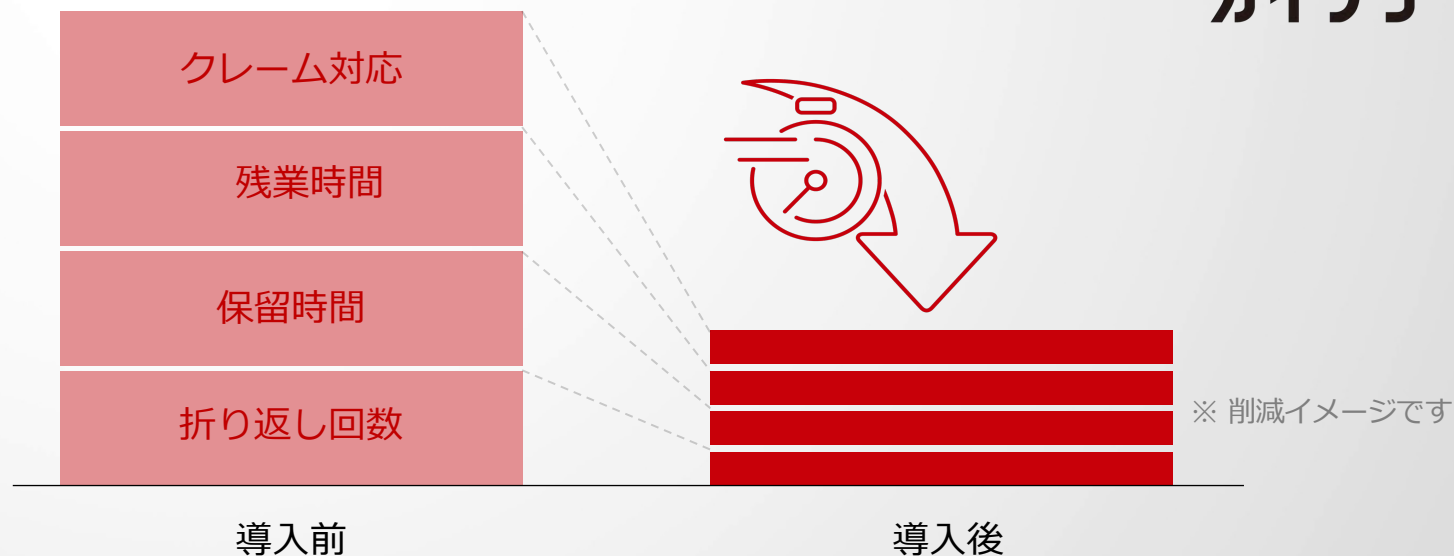


カイクラの3つの導入効果

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^{※1}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^{※2}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)

Growth potential of Th!nca

カイクラ活用のイメージ



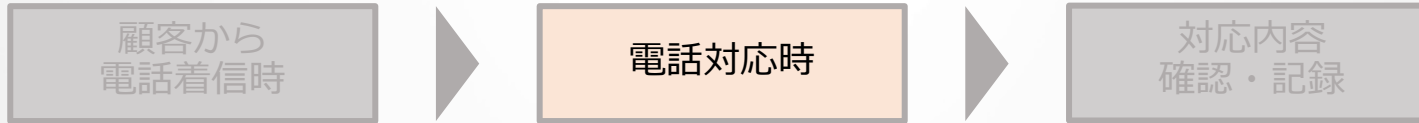
カイクラユーザー

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。



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。

株式会社シンカ 甲斐 夢子 さん

カイクラ ユーザー
貝和 藏人様
090-1111-XXXX

顧客タグ
検索中 診断先 スポット

着信回数
本日出信回数 : 1回
前日出信回数 : 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FB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



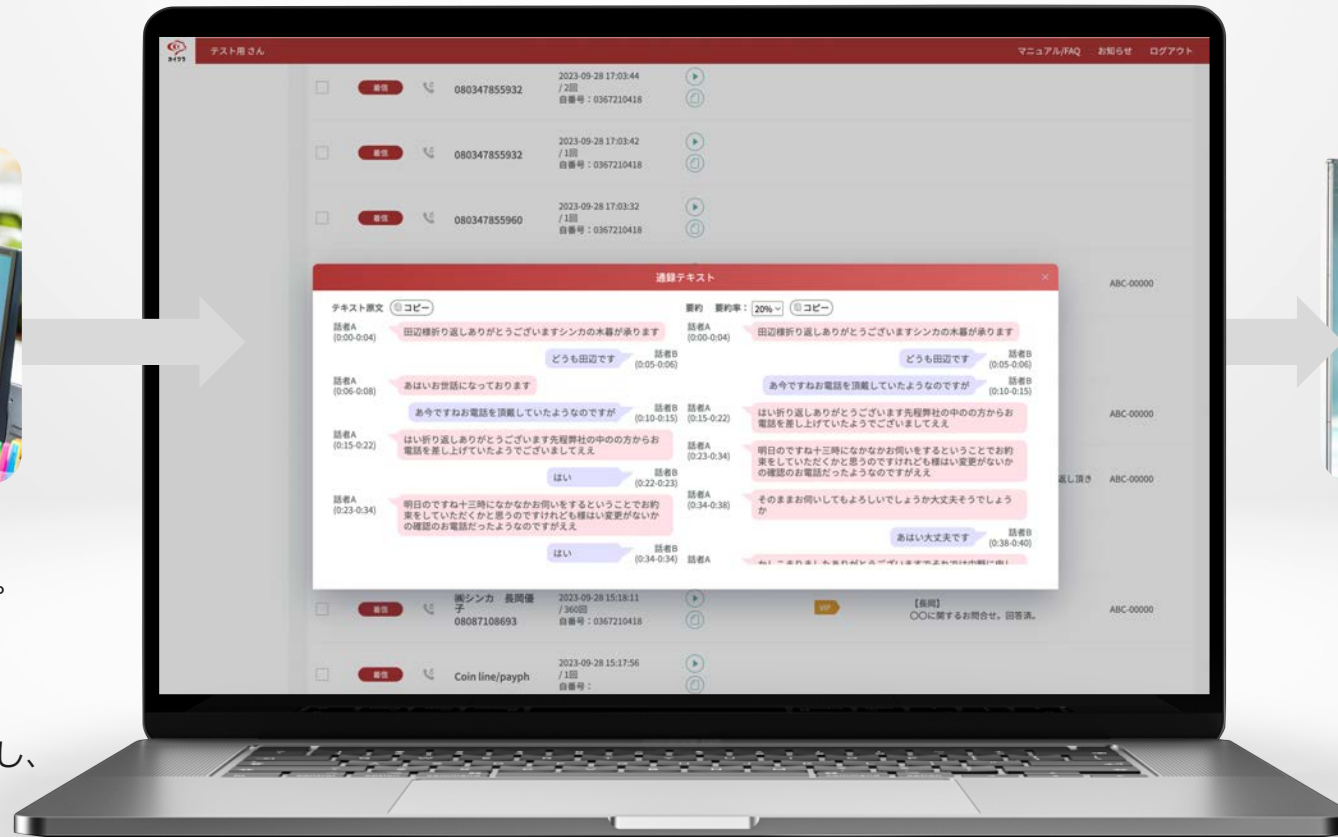
カイクラ活用のイメージ



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



Growth potential of Th!nca

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。

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。



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



※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 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） （録音可能時間：700時間）	150,000円	-	-	10,000円	-
通話録音+テキスト化 （録音可能時間：2,500時間 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 ※月間の送信数に応じた従量課金制	18円：1-99通 15円：100-999通 12円：1,000通-2,999通 11円：3,000通-4,999通 10円：5,000通-	FaceTalk （ビデオ通話） ※通話時間に応じた従量課金制	10円：通話3分 20円：録画3分

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 ×1,000円	スマホ台数 ×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

Growth potential of Th!nca

導入実績



導入企業数 / 拠点数

600 社以上

1,200 拠点

2018年12月末時点

2,300 社以上

3,700 拠点

2022年12月末時点

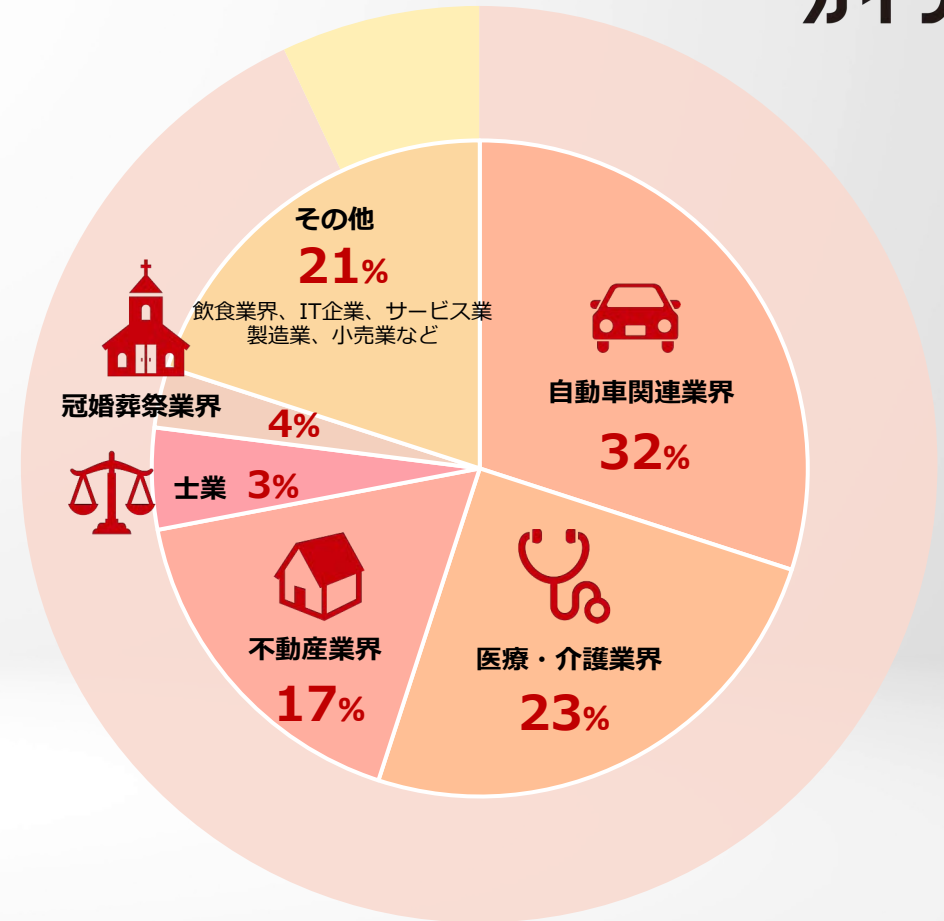
2,600 社以上

4,500 拠点

2023年12月末時点



導入企業の業種割合
(2023年12月末)



■ BtoC ■ BtoB

Growth potential of Th!nca

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。

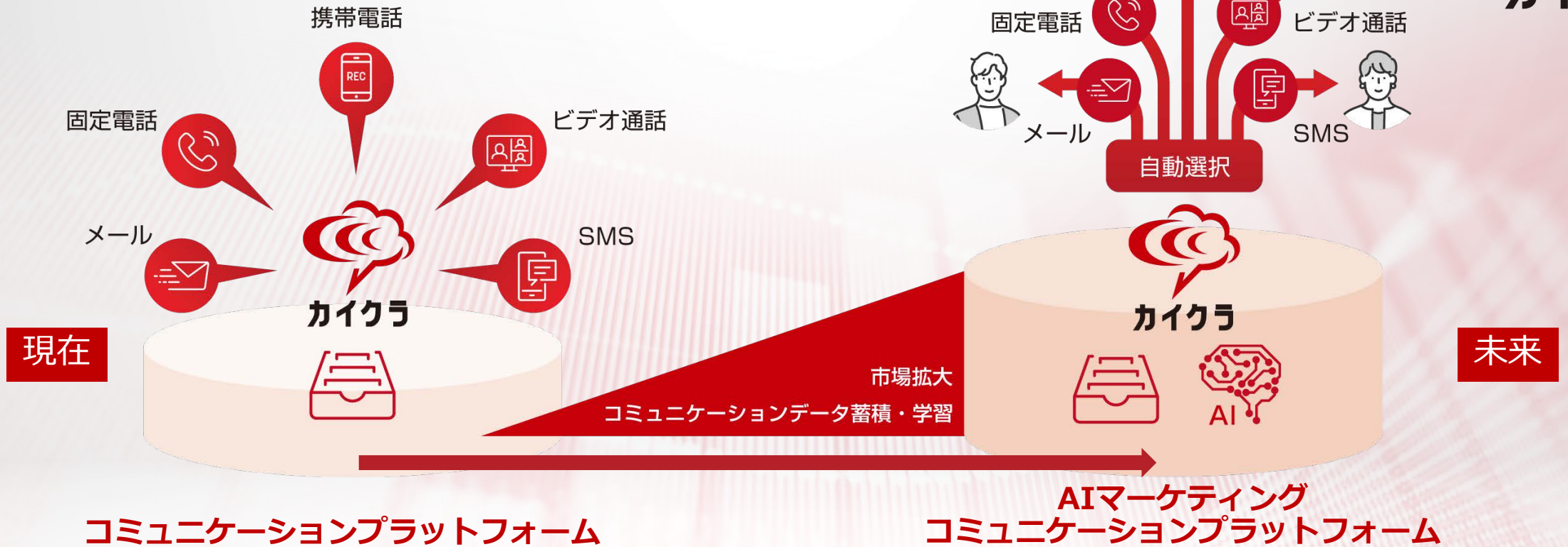


※ 1. SOM : 当社のこれまでの注力業界の最大の市場規模を表しており、自動車小売業、金融業・保険業、不動産賃貸業・管理業、宿泊業・飲食店、医療・福祉業等の事業所数（「令和3年経済センサス - 活動調査」より抽出）に当社のARPA実績（17,324円。2023年12月時点、OEMを含む）を乗じて算出。

※ 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（17,324円。2023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）に当社の料金体系を乗じた金額を加えて算出。

カイクラの未来



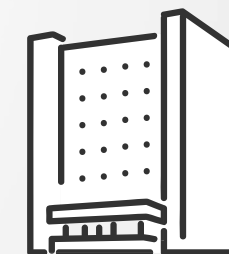
コミュニケーション履歴の一元管理による顧客満足度の向上、
従業員や管理者の業務を改善します。

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）

Growth potential of Th!nca

複数のユーザー獲得チャンネル



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
歯医者／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、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して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）

株式会社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）

株式会社レオパレス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）

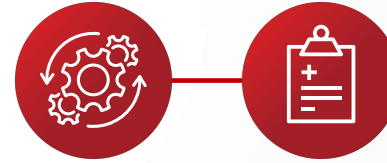
医療法人社団ときわ



【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

Growth potential of **Thinca**

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

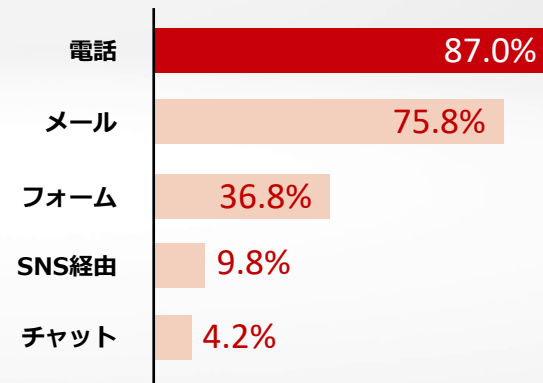
地域に密着した企業の多くは、コミュニティを形成しています。そうした中でこそ、アナログコミュニケーションは重要な役割を果たします。

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



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：楽天インサイト株式会社

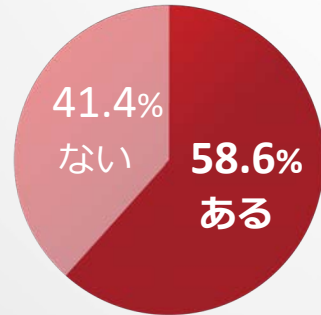
(背景) ビジネスにおける電話トラブルの実態

電話口で「言った言わない」でもめた割合は **約60%**

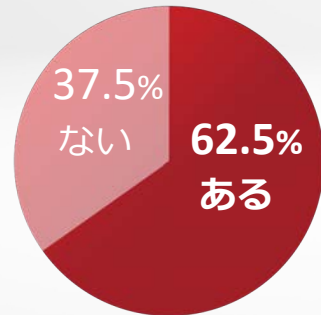


過去に電話のやり取りの後に、
言った言わないで揉めたことがありますか？

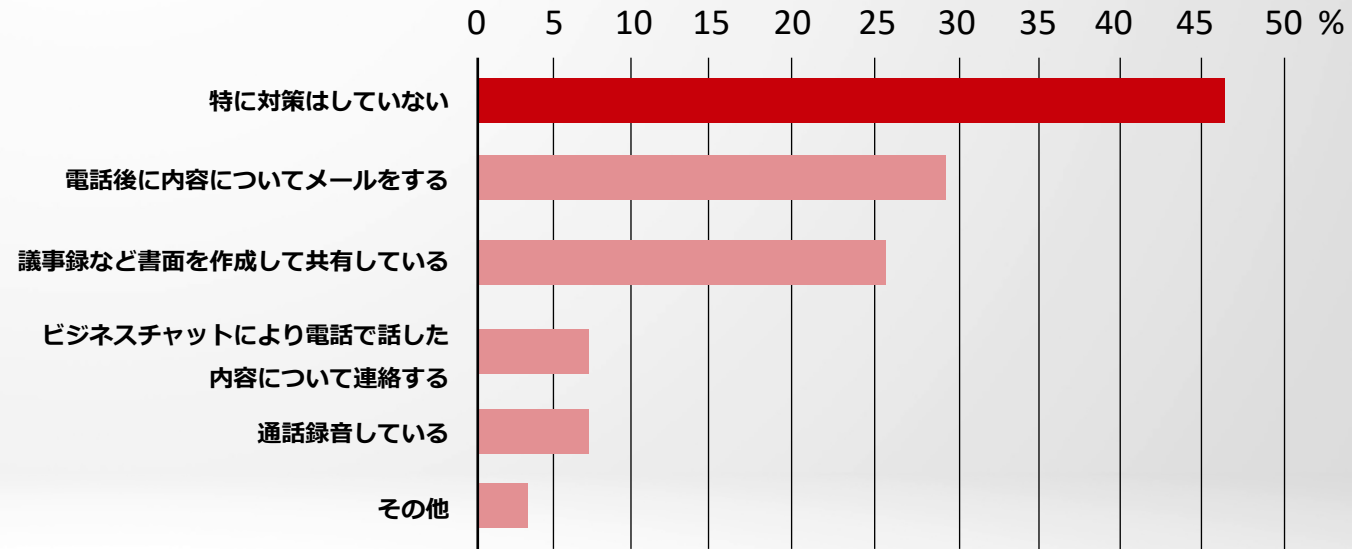
顧客と
揉めたことがある



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/) より)

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。**
2. **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

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

× 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！

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

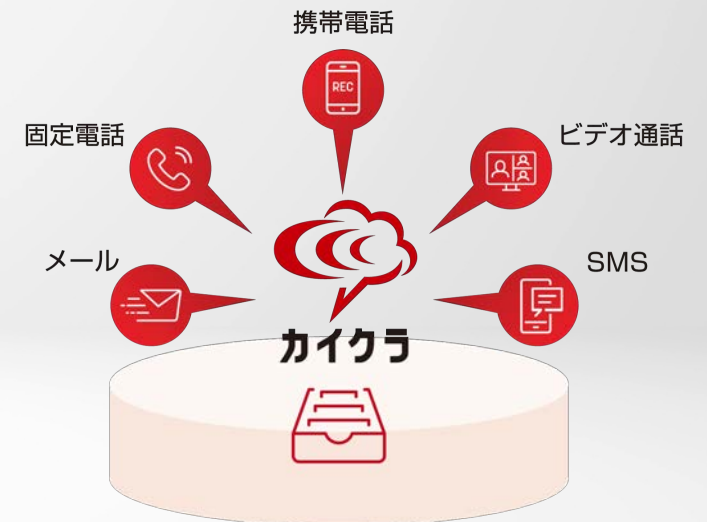


顧客ごと、時系列ごとに、
記録したコミュニケーション履歴を自動で整理。
とても見やすく、見たい履歴にすぐにアクセスできます。

クラウド上に
安全に一元管理。



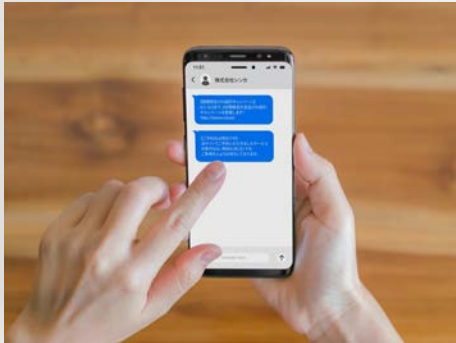
一元管理



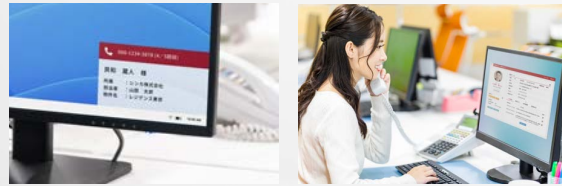
商品力：カイクラが現場で選ばれる3つの理由

- 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



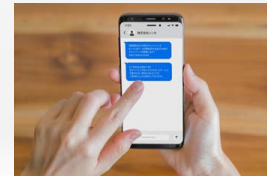
- ① SMSを自動送信
- ② それをみて、顧客が会社（お店）に電話をかける



- 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

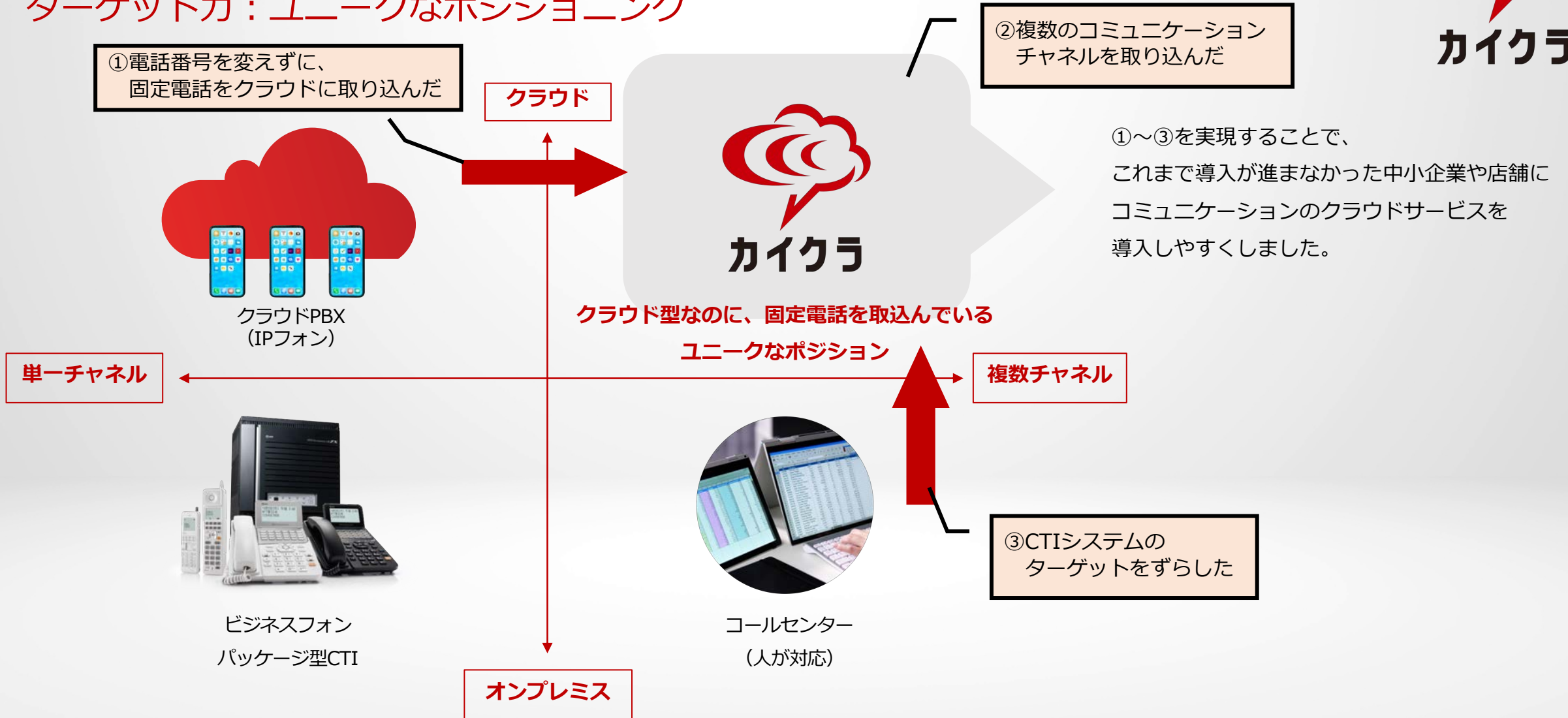
開発力：マーケットインとプロダクトアウトの両輪による成長モデル



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。

ターゲット力：ユニークなポジショニング



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。**
「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。

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。
情報発信	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。

低い解約率を実現できている理由です。

Business Performance

業績ハイライト

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わかる。

ARPA（拠点ごとの単価）

カイクラ導入の拠点数に拠点単価（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

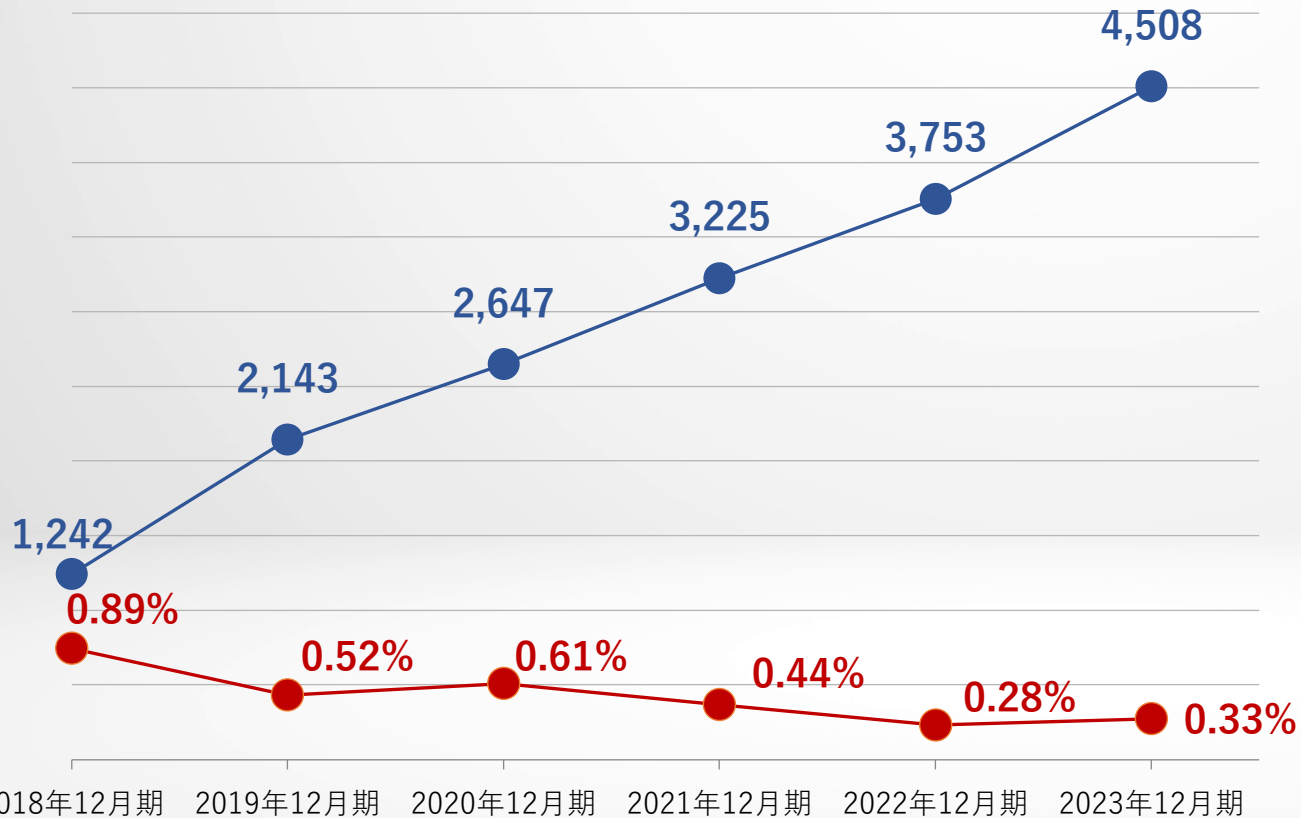
カイクラが安定的に継続利用されているのかが分かる指標。かなり低い月次解約率は、現場で本当に利用しやすいサービスということと同義である。

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。

業績ハイライト 拠点数と解約率

アクティブユーザー※¹の拠点数を増加させつつも、月次解約率※²を低減させている



低解約率実現の背景

- 1 現場のニーズにマッチした商品力
- 2 カイクラユーザーに寄り添った商品開発
- 3 カスタマーサクセス活動

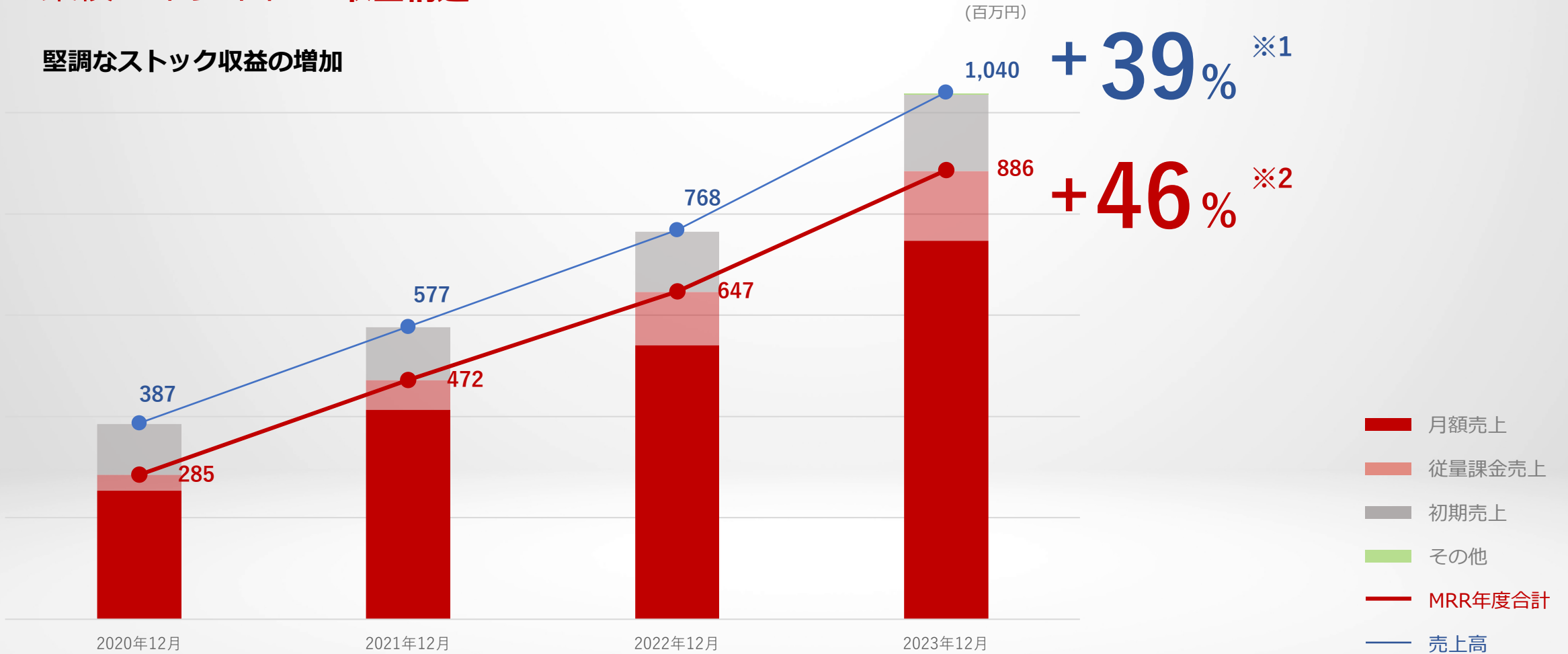
- 拠点数
- 月次解約率

※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）の当該会計期間における平均値。

業績ハイライト 収益構造

堅調なストック収益の増加



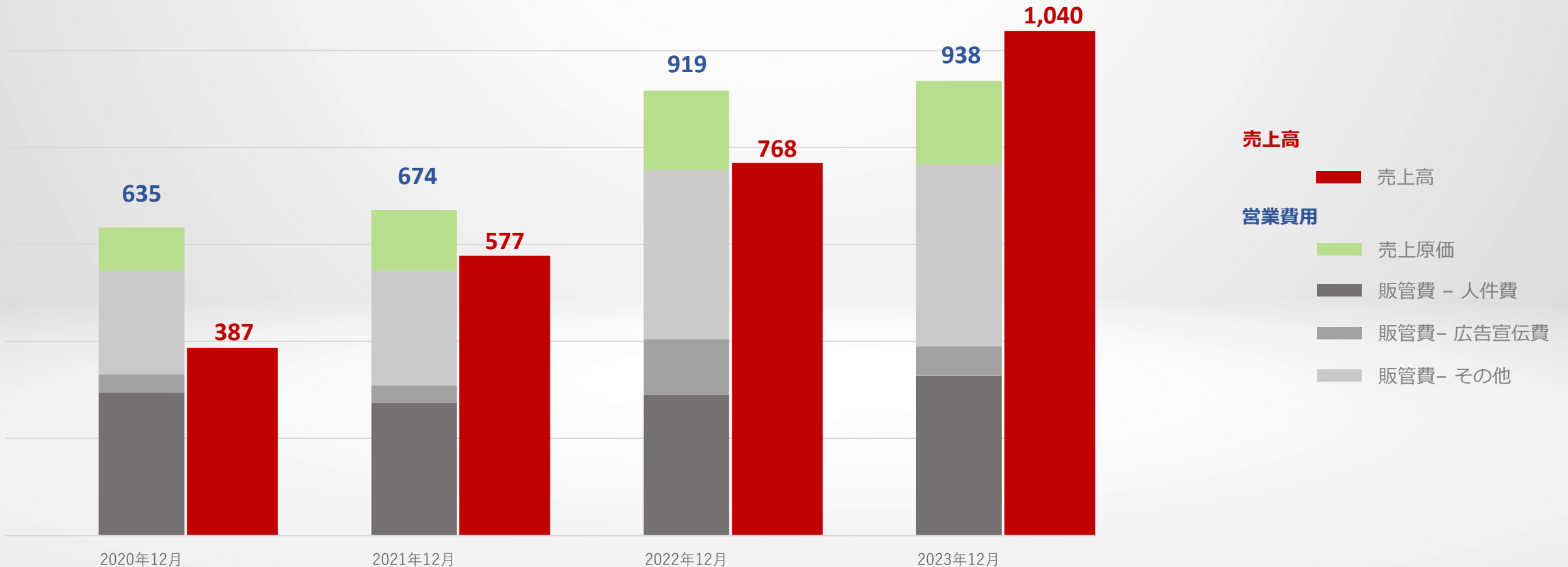
※1. 2020年12月期から2023年12月期までの売上高年平均成長率。

※2. 2020年12月期から2023年12月期までのMRR（月額売上+従量課金売上）年度合計の年平均成長率。

業績ハイライト 売上高と営業費用の変化

2022年12月期以前は人材への先行投資や広告宣伝費の支出により赤字であったが、組織の成長や広告宣伝活動の結果、2023年12月期で黒字体質に。

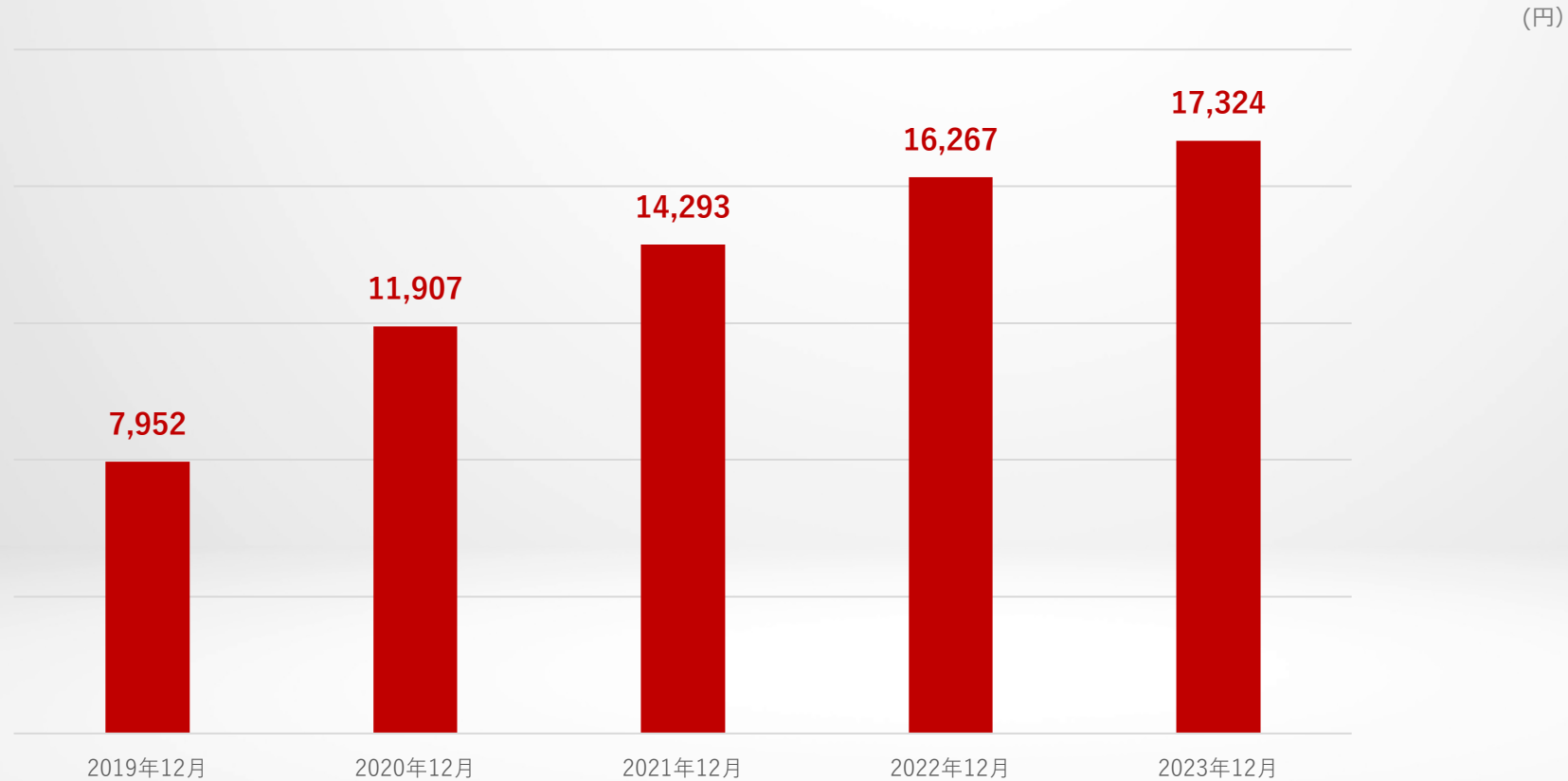
(百万円)



Growth potential of Th!nca

業績ハイライト **ARPA**※1

通話録音オプション販売、従量課金売上、カイクラ値上げなどにより順調に月額の上単価を伸長。



※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。

Strategy for Growth

成長戦略

成長戦略

「単価（ARPA）向上」と「契約数（拠点数）増加」の2軸を追求。



詳細な施策は P.46 に記載しています。

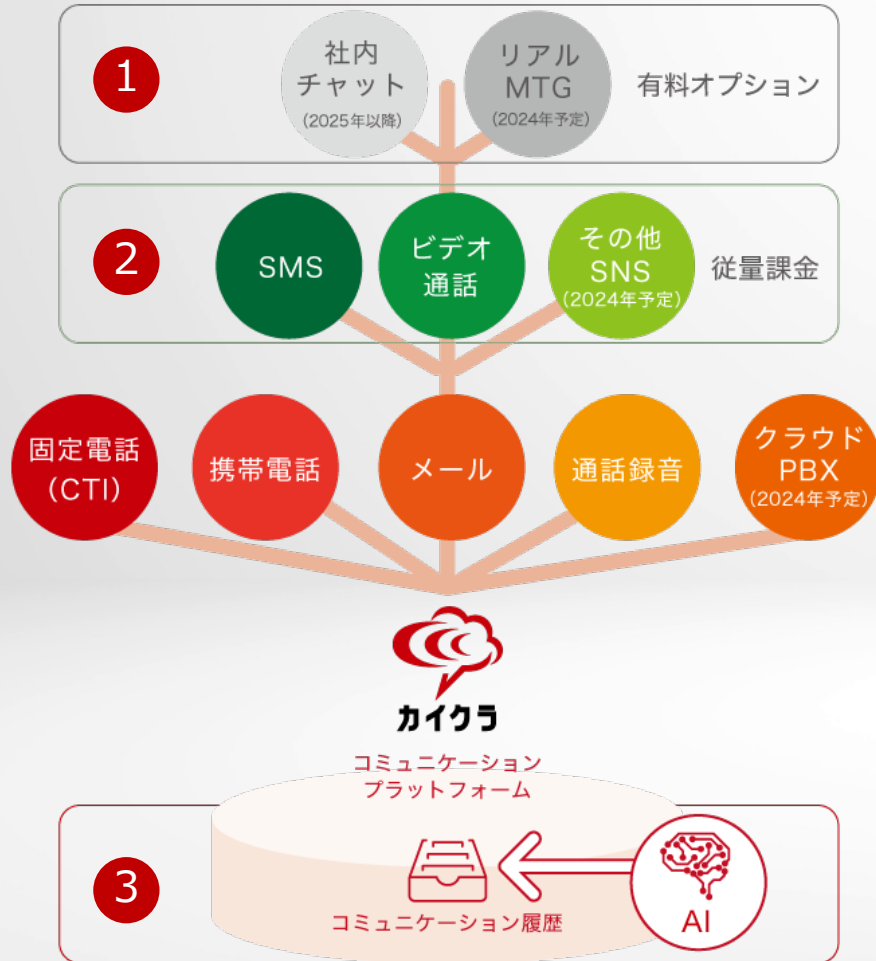


詳細な施策は P.47~50 に記載しています。

成長戦略

～単価（ARPA）向上施策～

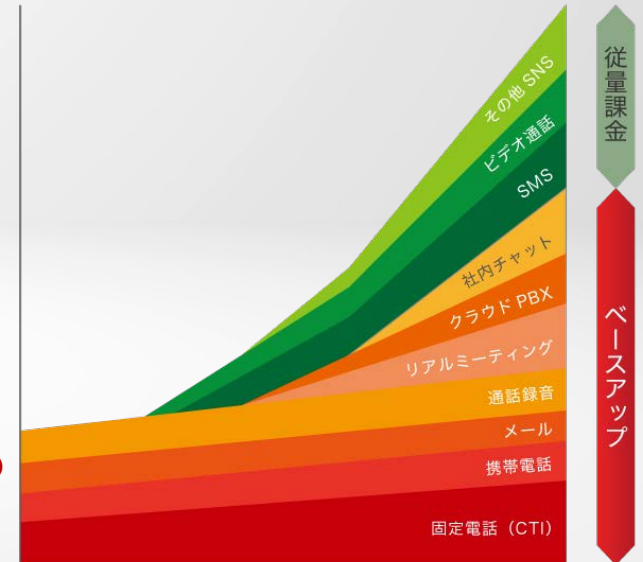
新たなコミュニケーションチャンネルを有料オプションとして追加することによる単価アップ。



1 チャンネルの追加 (有料オプション)

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。

3 コミュニケーション分析機能 (2025年以降) 蓄積された膨大なコミュニケーション履歴をAI分析し、 最適なコミュニケーション設計を出力。

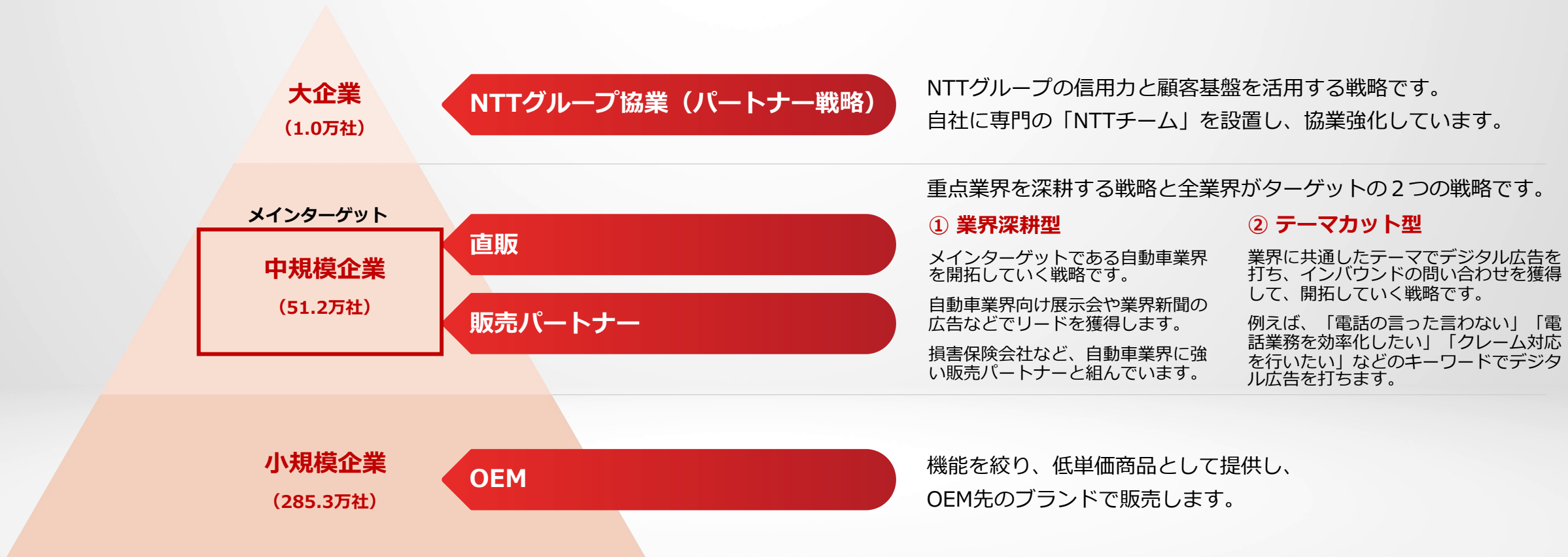


※ 単価向上イメージ

成長戦略

～契約数（拠点数）増加施策～

企業規模別の3つの販売戦略による拠点数アップ施策。



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

成長戦略

～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

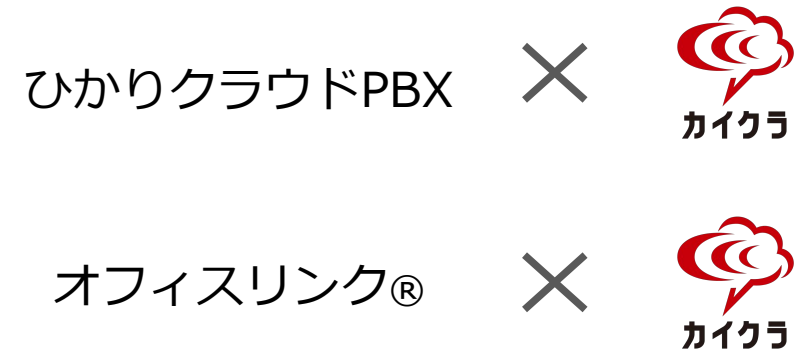
協業を強化すべく、シンカの組織に「NTTチーム」という専門チームを作っています。

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®」お客様の電話交換設備（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



成長戦略

～契約数（拠点数）増加施策：中規模企業～ 広がる直販のマーケット

まだまだポテンシャルのある注力業界の自動車業界

右記の表は2024年1月末時点での正規ディーラー※1へのカイクラ導入率です。
正規ディーラーでもまだまだ導入の余地があり、
さらに中古車販売や車検の市場にも広がります。

※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

正規ディーラーへの導入シェア



■ 会社シェア ■ 店舗シェア

注力業界の横展開で広がる市場

自動車業界でカイクラ販売の成功パターンを構築できたため、今後は注力業界を横展開して広がっていきます。
業界の選び方は、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サービスが当てはまります。

2024年は不動産業界、2025年以降は医療業界や金融業界、自治体と、注力業界を横展開していきます。



成長戦略

～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

OEM提供で最も実績があるのはデンタル業界で、950医院以上に導入されています（2023年12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。

現在



デンタル業界



2024年～



デンタル業界



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

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。
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。

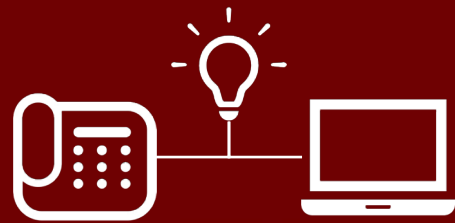
上記には、当社が経営においてリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。有価証券届出書「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

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、当社の有価証券の売買の勧誘を構成するものではありません。本資料は、資料作成時点において当社が入手している情報に基づき策定しており、当社がその実現を約束する趣旨のものではありません。また、独立した公認会計士又は監査法人による監査又はレビューを受けていない、過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報及び財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれていることをご了承ください。

なお、当資料のアップデートは2025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