

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

シンカ

149A 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025年4月8日(火)

執筆：客員アナリスト

柴田郁夫

FISCO Ltd. Analyst **Ikuo Shibata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2024年12月期の業績	01
2. 2025年12月期の業績予想	01
3. 今後の成長戦略	01
■ 会社概要	02
■ カイクラ事業の特徴及び強み	03
1. 「カイクラ」の持つ3つの機能	03
2. カイクラ導入効果	04
3. 選ばれる理由（差別化要因）	04
4. 導入実績及び業種構成	05
5. 販売チャネル	05
6. 料金体系	06
7. 収益モデル	06
8. 収益構造	06
■ 沿革	07
■ 業績推移	08
■ 決算概要	09
1. 2024年12月期の業績	09
2. 2024年12月期の総括	11
■ トピックス	12
1. 生成AIを活用した新機能「AIタスク抽出」をリリース	12
2. 有力な販売パートナーとの協業開始	12
3. カイクラフォンの提供開始	12
4. 料金改定（値上げ）の実施	12
■ 業績見通し	13
1. 2025年12月期の業績予想	13
2. 弊社の見方	13
■ 中長期の成長戦略	14
1. 成長戦略の方向性	14
2. 中長期的な注目点	16
■ 株主還元策	16

シンカ | 2025年4月8日(火)

 149A 東証グロース市場 | <https://www.thinca.co.jp/ir/>

■ 要約

コミュニケーションを見える化する SaaS を展開。 業務効率化への貢献により高成長を実現

シンカ<149A>は、「ITで世界をもっとおもしろく」を経営理念に掲げ、企業のコミュニケーションを見える化するクラウドサービス(SaaS)を提供している。同社独自のコミュニケーションプラットフォーム「カイクラ」は、固定電話をはじめ、携帯電話、メール、SMS、ビデオ通話、LINEをはじめとするメッセージアプリなど、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することで、顧客対応の効率化、顧客満足度・従業員満足度の向上につなげるサービスである。導入しやすい料金体系や使いやすさ、即効性などが評価され、高い成長性を実現してきた。2024年3月に東京証券取引所グロース市場に株式を上場した。

1. 2024年12月期の業績

上場後初めての決算となる2024年12月期の業績は、売上高が前期比18.5%増の1,232百万円、営業利益が同23.0%減の78百万円と増収減益となった。売上高は、導入企業数(拠点数)の拡大がストック収益の積み上げに寄与した。ARPA(拠点ごとの単価)は大型拠点獲得に向けたボリュームディスカウントによりわずかな増加にとどまったが、その影響を除けば、実質的なARPAの伸びは前期を上回っている。重視するKPI(拠点数、ARPA、解約率、MRR(毎月得られるストック収益))はすべて好調に推移した。損益面では、増収が収益を押し上げる要因となったものの、人件費の増加や事務所移転費用(一過性要因)などに伴う販管費の拡大より営業減益となった。活動面では、有力な販売パートナーとの契約締結や生成AIを活用した新機能のリリースなどを行い、大きな前進を遂げた。

2. 2025年12月期の業績予想

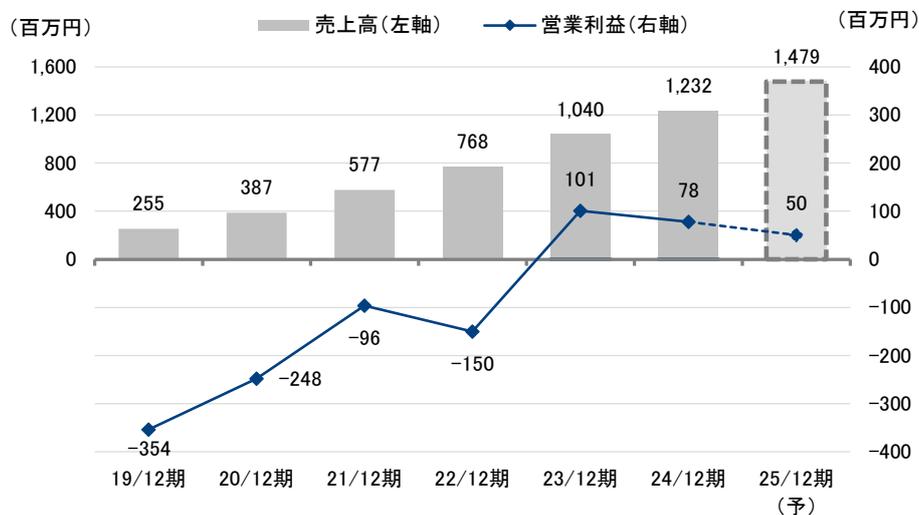
2025年12月期の業績について同社は、売上高を前期比20.1%増の1,479百万円、営業利益を同35.3%減の50百万円と増収及び営業減益を見込んでいる。引き続き拠点数の積み上げが増収に寄与するとともに、ARPAについても値上げ効果や従量課金売上の伸びにより大きく改善する想定である。損益面では、今後の売上成長を確実なものとするべく、販売部門人件費や広告宣伝費、販売手数料の増加に加え、商品力強化のための開発関連費用により営業減益を見込んでいる。

3. 今後の成長戦略

同社は、拠点数の拡大とARPAの向上の2軸で成長を加速する方針である。また、中長期的な成長イメージとして売上成長30%、営業利益率15%に目標を置いているようだ。特に、拠点数拡大に向けては、注力業界(自動車関連業界)のさらなる深掘りと他業界への横展開に加え、販売パートナーとの協業やOEM供給を通じて販売チャネルを強化し、これまでのメインターゲットである中規模企業に加え、大企業や小規模企業にも幅広くリーチしていく考えだ。また、4億件を超えるコミュニケーションデータとAI技術を活用した新たな価値創出にも取り組んでいく。

Key Points

- ・企業のコミュニケーションを見える化するクラウドサービス (SaaS) を展開し、高い成長性を実現
- ・2024年12月期は拠点数の拡大により増収となるも、人件費の増加や一過性費用(事務所移転費用)により減益
- ・2025年12月期も増収ながら先行費用の拡大により営業減益を見込む
- ・今後も拠点数拡大と ARPA の向上により成長加速を目指す戦略であり、売上成長 30%、営業利益率 15% の実現をイメージしている

業績推移


出所：事業計画及び成長可能性に関する資料よりフィスコ作成

■ 会社概要

企業のコミュニケーションを見える化するプラットフォームを SaaS で展開

同社独自のコミュニケーションプラットフォーム「カイクラ」は、固定電話をはじめ、携帯電話、メール、SMS、ビデオ通話、LINE をはじめとするメッセージアプリなど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することで、顧客対応の効率化、顧客満足度の向上、従業員満足度の向上につながるサービスである。導入しやすい料金体系や使いやすさ、即効性などが評価され、2014年の設立以来、中規模企業（特に自動車ディーラーや不動産仲介会社など）を中心に高い成長性を実現してきた。

会社概要

2024年12月期末時点の導入企業数は2,889社、アクティブユーザー拠点数（以下、拠点数）※は5,648となっている。拠点数の積み上げが同社の成長をけん引するストック型の収益モデルである。従業員数は64名。事業セグメントは、カイクラ事業のみとなっている。

※カイクラのライセンスは拠点単位である。獲得したユーザー拠点数のうち、解約により利用しなくなった拠点数を除いたもの。

■ カイクラ事業の特徴及び強み

コミュニケーションプラットフォームとして ユニークなポジションを確立

カイクラ事業は、コミュニケーションプラットフォーム「カイクラ」をクラウドサービスにより提供している。サービスとしての特徴及び強みは以下のとおりである。

1. 「カイクラ」の持つ3つの機能

(1) コミュニケーション履歴統合（カイクラコミュニケーション）

固定電話や携帯電話、SMS、メール、ビデオ通話、LINEをはじめとするメッセージアプリなど、様々なコミュニケーションの履歴を自動的に記録・整理し、顧客情報と紐付けて、クラウド上で一元管理できる。音声通話は自動で録音及びテキスト化され、さらに要約や感情ラベリング※1、タスク抽出※2などの視点でAI分析するところに大きな特徴がある。

※1 通話内容から感情の起伏を読み取り、「喜び」や「怒り」といったラベリングを行う。

※2 フォローアップ事項を自動で抽出することができる。

(2) クラウドCTI（カイクラCTI）※

固定電話への着信時に、紐づけられた顧客情報とコミュニケーション履歴を、PCやタブレットへ自動的にポップアップする。検索する手間が省け、顧客対応が効率化されるうえ、顧客を特定して電話対応できるため、上質なおもてなし対応が可能となる。

※CTI（Computer Telephony Integration）とは、電話やFAXとコンピューターを連携させたシステムのこと。

(3) クラウド電話（カイクラフォン）

2025年1月より開始したサービスである。PCやスマートフォンアプリを用いて、「カイクラ」から固定電話の発信ができる。オフィス以外でも固定電話の発信が可能のため、テレワークや外出先での効率的な電話対応が実現できる。一般的なクラウド電話との違いは、カイクラCTIが標準搭載されているところである。

2. カイクラ導入効果

(1) 顧客対応の効率化

「カイクラ」の導入により煩雑なコミュニケーションコストを圧縮できる。例えば、顧客検索の手間の削減、「言った、言わない」の防止、MA（マーケティングオートメーション）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る。

(2) 顧客満足度（CS）の向上

スピーディーな対応は顧客満足度を高める要素となるうえ、顧客情報との紐付けにより顧客へのおもてなし対応が可能となる。

(3) 従業員満足度（ES）の向上

クレーム対応がスムーズとなり、従業員満足度も向上する。

3. 選ばれる理由（差別化要因）

(1) 幅広いコミュニケーションチャネルに対応

他社が単一もしくは限定されたチャネルを対象としている一方、「カイクラ」は多様なコミュニケーションチャネルに対応している。とりわけ固定電話に対応できることや携帯電話も取り込んでいるところに強みがある。また、複数のコミュニケーションチャネルを一元管理ができることや、固定電話とSMS、もしくは固定電話とビデオ通話といったアナログとデジタルをシームレスにフル活用できるところが特徴的と言える。

(2) サービスの継続性

他社を利用する場合、サービスの乗り換えが前提となる一方、「カイクラ」は現在利用している環境を変更せずに利用可能であり、顧客にとってはカイクラ導入のハードル（スイッチングコスト）が低いところにメリットがある。

(3) クラウド電話にCTIが標準装備

他社は電話のクラウド化に対応しているにすぎないが、「カイクラフォン」にはCTIが標準装備されている。

(4) 顧客情報の紐付け

他社の場合、顧客情報とコミュニケーション履歴の紐付けが困難である一方、「カイクラ」はそれらを自動で紐付ける機能が備わっている。

上記(1)～(4)の要素をすべて備えているサービスはほかにはなく、「カイクラ」はユニークなポジションを確立している。では、他社が模倣できない理由は何かと言えば、

- 1) 電話番号を変えずに利用できるアダプターを開発するスキル
- 2) アダプター設置のための全国規模の工事網の構築
- 3) 心理的なハードル（今さら電話回線などにかかるスキルの習得やハードウェア開発に積極的に取り組むモチベーションが動かない）

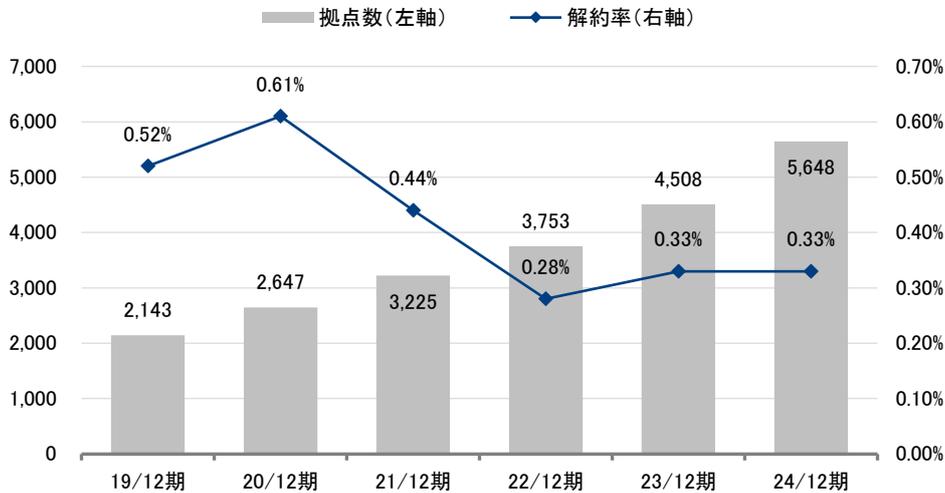
などであり、これらが同社のユニークなポジションを作り上げているものと考えられる。

カイクラ事業の特徴及び強み

4. 導入実績及び業種構成

2024年12月期末の導入企業数は2,889社、拠点数は5,648拠点となっており、全国規模で展開している。業種構成は、自動車関連業界が36%、医療・介護業界20%、不動産業界が15%と上位3業種で70%超を占めており、特にこれまでは自動車業界（自動車ディーラーなど）をメインターゲットに拠点数を積み上げてきた。今後は、第2の柱として不動産業界にも注力するとともに、販売チャネルの強化を通じて対象市場を網羅する戦略である。

拠点数及び解約率の推移



出所：事業計画及び成長可能性に関する説明資料よりフィスコ作成

5. 販売チャネル

これまで直販を中心として中規模企業にアプローチをかける一方、大企業に対しては販売パートナーである日本電信電話<9432>グループ（以下、NTTグループ）との協業でカバーしてきた。今後は、販売パートナーとの協業やOEM供給を通じた販売チャネルの強化により拠点数の拡大に拍車をかける考えだ。

6. 料金体系

最大の特徴は、拠点単位のライセンス体系となっていることである（1つの拠点内で、何人使っても料金は変わらない）。導入に当たっての1拠点当たり初期費用は約33万円、月額費用は約5万円（2拠点目からの初期費用は約23万円、月額費用約4万円）となっている※。また、月々のランニング費用としては月額費用（定額）のほかに、従量課金（各種オプションやSMS、カイクラフォンの使用量に応じたもの）がオンされる。なお、現在の月額費用（約5万円）と同社が重視するARPA（約1.7万円）との差異については、1) 過去契約分（低い料金体系）及び2) 単価の安いOEMの2つの要因が影響している。したがって、2) による影響を除くと、今後は従量課金による上乗せ分に加え、新規契約の積み上げや値上げ効果によりARPAが上昇する余地が大きい。

※ 2025年1月に実施した値上げ後の料金体系である。

7. 収益モデル

拠点数拡大とARPA向上が業績の伸びをけん引するストック型の収益モデルである。同社は重視するKPIとして、1) 拠点数、2) ARPA、3) 解約率、4) MRRをモニタリングしている。なお、これまで拠点数を順調に積み上げることができたのは、著しく低い解約率（0.33%）も大きく寄与しており、「カイクラ」に対する満足度の高さ（カスタマーサクセスチームによる寄り添った対応など）はもちろん、ユーザーの業務にしっかりと組み込まれていることを実証するものと評価できる。

8. 収益構造

原価は労務費、サーバ利用料、外注費で構成されるが、売上総利益率は80%を超える水準で推移しており、SaaS特有の収益性の高いサービスと言える。一方、販管費には人件費のほか、サービス開発費や広告宣伝費などの先行費用が含まれており、費用の政策的なかけ方が営業利益率の水準を決定する。したがって、売上成長と利益率改善のバランスをどう取っていくのがポイントとなるが、そもそも変動費率が著しく低いうえ、固定費負担も少ない事業特性から、売上高の拡大とともに利益率は大きく改善する可能性を秘めている。

沿革

営業現場のデジタル化の遅れに着眼し、同社を設立

同社は現 代表取締役社長 CEO/COO の江尻 高宏（えじり たかひろ）氏により、2014年1月に東京都文京区にて設立された。江尻氏はシンクタンク時代にコールセンターのシステムと出会い、業務効率化の効果を体験した一方、経営コンサルティング会社に転職後は、全国の中小企業の営業現場が非常にアナログであることに衝撃を受けた（FAXでのやりとりや電話による発注など）。コミュニケーションにおけるデジタル化の遅れがトラブル発生や生産性の低迷を招いている状況や、コールセンターのようなシステムは高価格であり、一般的には普及していないところを目の当たりにし、そこに事業機会を見出したことが同社設立の経緯である。

2014年8月に企業のコミュニケーションの見える化を実現するクラウドサービス「おもてなし電話（現 カイクラ）」の提供を開始すると、その後、様々な機能を付加し、独自のコミュニケーションプラットフォームへと進化させた。また、その間、NTTグループとの協業（販売パートナー契約）を進めてきたことも同社の販売力や信用力を補ってきた。2024年3月には、さらなる事業拡大に向けて東京証券取引所グロース市場に株式を上場した。

沿革

年月	概要
2014年 1月	東京都文京区にて株式会社シンカ設立
2014年 8月	クラウドサービス「おもてなし電話」の正式リリース
2015年 5月	本社を東京都千代田区に移転
2015年12月	東日本電信電話株式会社と代理店業務委託契約を締結
2016年 7月	「おもてなし電話」通話録音機能の提供開始
2017年 7月	「おもてなし電話」SMS送信機能の提供開始
2017年 9月	本社を東京都新宿区に移転
2019年 3月	株式会社 NTT ドコモ（現 エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社）と取次契約を締結
2019年 4月	西日本電信電話株式会社と代理店業務委託契約を締結
2019年 9月	「おもてなし電話」電話音声テキスト化機能の提供開始
2019年11月	「おもてなし電話」をコミュニケーションプラットフォーム「カイクラ」へ名称変更
2020年 2月	「カイクラ」上でのSMS送信技術に関する特許を取得（特許番号：第6667683号）
2020年 8月	「カイクラ」FaceTalk（ビデオ通話機能）の提供開始
2021年 3月	「カイクラ」通話録音テキスト要約機能の提供開始
2021年 5月	本社を東京都千代田区に移転
2022年 7月	大阪府吹田市に大阪支店を開設
2022年 9月	「カイクラ」携帯通録サービスの正式提供開始
2022年12月	福岡県福岡市博多区に九州開発センターを開設
2023年 5月	京都府京都市下京区に京都開発センターを開設
2023年 6月	「カイクラ」メール連携機能の提供開始
2024年 3月	東京証券取引所グロース市場に株式を上場

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

業績推移

導入企業数（拠点数）の拡大と ARPA の向上が業績の伸びをけん引

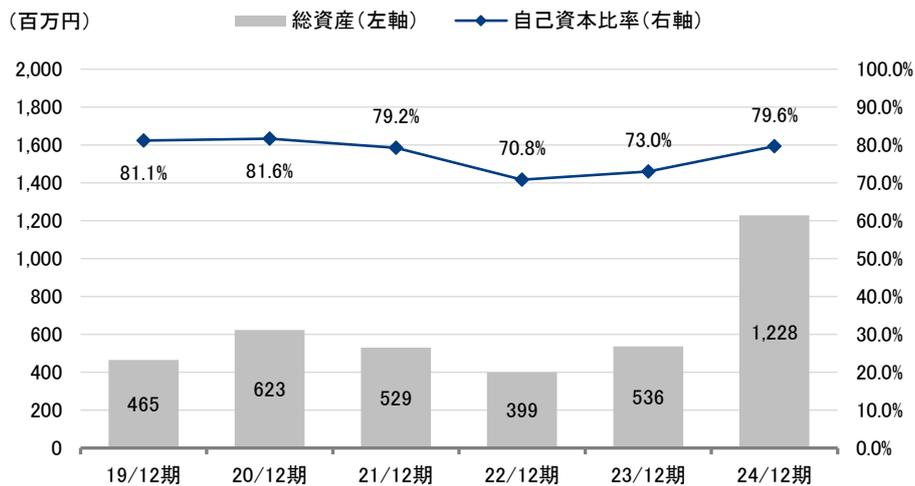
同社の業績を振り返ると、売上高は低い解約率を維持しながら、導入企業数（拠点数）の拡大と ARPA の向上とともに右肩上がりで拡大してきた。2019年12月期の売上高は255百万円、2024年12期の売上高は1,232百万円となっており、過去5期の年平均成長率は37%に上る。

一方、損益面では、サービス機能強化や顧客開拓に向けた先行費用などにより創業来損失が続いたものの、売上高の伸びにより固定費や先行費用を吸収し、2023年12月期に初めて営業黒字化を実現した。2023年12月期の営業利益率は10%弱の水準に到達した。

財務面では、創業来損失が継続してきたなかで、優先株式の発行※などを通じて財務基盤の安定を図った。近年の自己資本率の推移は2019年12月期末は81.1%であったが、2022年12月期末の70.8%を底に、70%を超える水準を確保してきた。2024年3月の株式上場に伴う新株発行により2024年12月期末の自己資本比率は79.6%となっている。

※ 優先株式は上場前にすべて普通株式に変換済み。

総資産及び自己資本比率の推移



出所：有価証券報告書、決算短信よりフィスコ作成

■ 決算概要

2024年12月期は増収ながら減益。 拠点数は拡大するも一過性費用などが利益を圧迫

1. 2024年12月期の業績

上場後初めての決算となる2024年12月期の業績は、売上高が前期比18.5%増の1,232百万円、営業利益が同23.0%減の78百万円、経常利益が同50.3%減の48百万円、当期純利益が同85.2%減の16百万円と増収ながら減益となった。また、期初予想(2024年3月27日公表)に対しては売上高、利益ともに下回る着地となった。

売上高は、導入企業数(拠点数)の拡大がストック収益の積み上げに寄与した。特に大型拠点の獲得が拠点数の拡大につながった。一方、ARPAは大型拠点獲得によるボリュームディスカウント※によりわずかな増加にとどまった。もっとも、拠点数の拡大を優先する判断に基づくものであり、その影響を除けば、追加オプションなど従量課金売上の増加に伴うARPAの実質的な伸びは前期を上回っている。また、足元のMRRも順調に積み上げることができた。

※ 特定業界のグループ再編に伴うもの。サイクル導入拠点と未導入拠点の統合に際して、未導入拠点の取り込みを最優先とし、その後ARPAを向上させる戦略である。

2024年12月期末のKPIについては、拠点数が5,648拠点(前期末比1,140拠点増)、ARPAが17,503円(同179円増)※、解約率は0.33%(前期と同水準)、MRRは1,036百万円(前期比150百万円増)とそれぞれ好調に推移している。

※ ボリュームディスカウントの影響を除くと、19,001円(前期比1,677円増)となり、前期の増加幅(1,057円)を上回る。なお、2025年1月より値上げ(新規、既存の両方)を実施しており、ARPAへのプラス効果が期待される。

一方、損益面では、増収が収益を押し上げる要因となったものの、人件費の増加や事務所移転費用(一過性要因)などに伴う販管費の拡大により営業減益となった。

なお、売上高、利益ともに期初計画を下回ったのは、新規販売パートナーやOEM供給の立ち上がりの遅れにより拠点数が目標に届かなかったことや、従量課金売上の下振れ(SMS関連の利用開始遅延)及びボリュームディスカウントのARPAへの影響が主因である。

財務面では、株式上場に伴う新株発行(約9.4億円の資金調達)により現金及び預金が増加し、総資産は前期末比129.0%増の1,228百万円に拡大した。また、同じく自己資本も同149.5%増の978百万円となり、自己資本比率は79.6%(前期末は73.0%)に上昇した。なお、手元現金及び預金として972百万円が滞留しており、今後の活用が注目される。

決算概要

2024年12月期決算の概要

(単位：百万円)

	23/12期		期初予想	24/12期		達成率	前期比	
	実績	構成比		実績	構成比		増減額	増減率
売上高	1,040	-	1,353	1,232	-	91.1%	192	18.5%
売上原価	172	16.6%	-	216	17.6%	-	43	25.3%
販管費	766	73.7%	-	937	76.1%	-	171	22.4%
営業利益	101	9.7%	171	78	6.3%	45.7%	-23	-23.0%
経常利益	98	9.4%	151	48	4.0%	32.3%	-49	-50.3%
当期純利益	108	10.5%	133	16	1.3%	12.1%	-92	-85.2%
拠点数 ^{※1}	4,508			5,648			1,140	25.3%
ARPA ^{※2}	17,324			17,503			179	1.0%
MRR合計 ^{※3}	886			1,036			150	16.9%
月次解約率 ^{※4}	0.33%			0.33%			0.0pp	-

※1 拠点数：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。

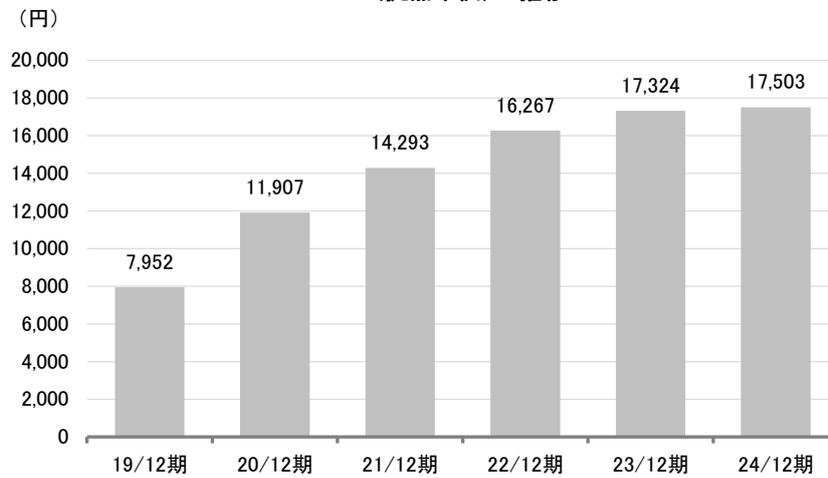
※2 ARPA：各年度の最終月のMRR（月額売上＋従量課金）÷当該月のアクティブユーザー拠点数。

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

※4 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

出所：決算短信よりフィスコ作成

ARPA(拠点単価)の推移



出所：事業計画及び成長可能性に関する説明資料よりフィスコ作成

決算概要

2024年12月期末の財政状態

(単位：百万円)

	23/12期	24/12期	増減額	増減率
流動資産	439	1,105	666	151.7%
現金及び預金	319	972	652	204.2%
売掛金	61	85	24	39.7%
固定資産	97	123	25	26.4%
有形固定資産	16	41	25	157.4%
無形固定資産	19	54	35	179.4%
投資その他の資産	61	26	-34	-56.8%
総資産	536	1,228	692	129.0%
流動負債	122	250	128	104.1%
買掛金	12	19	6	51.1%
短期借入金等	2	90	87	-
固定負債	21	-	-21	-
負債合計	144	250	106	73.3%
純資産	391	978	586	149.5%
自己資本	391	978	586	149.5%
流動比率	357.4%	440.7%	83.3pp	-
自己資本比率	73.0%	79.6%	6.6pp	-
有利子負債比率	6.1%	9.2%	-3.1pp	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 2024年12月期の総括

2024年12月期を総括すると、新規販売パートナーとの協業やOEM供給の遅れなどにより期初計画（2024年3月27日公表）には届かなかったものの、売上高の伸びのほか、各KPIも好調に推移しており、同社サービスの優位性や競争力の高さを改めて確認することができた。また、計画未達の要因は特定できており、今後の成長加速に向けて課題が明確になったところも大きな収穫と言える。特に人的リソースに制約があるなかで、潜在需要の掘り起こしに向けた販売チャネル強化は重要な戦略テーマであり、その点では、強固な顧客基盤やネットワークを有する大塚商会<4768>やSB C&S(株)とのパートナー契約の締結に至ったことは今後に向けて注目すべき成果と評価できる。

■ トピックス

販売パートナーとの契約締結や カイクラフォンのリリースなどに取り組む

1. 生成 AI を活用した新機能「AI タスク抽出」をリリース

2024年9月に通話中に発生するタスクやフォローアップ事項を自動で整理する機能「AI タスク抽出」をリリースした。生成 AI を用いて通話内容を分析することで、通話後に対応が必要となるタスクを話者ごとに自動で抽出・表示することができる。

2. 有力な販売パートナーとの協業開始

2024年7月に大塚商会、2024年8月にはソフトバンクグループ<9984>の100%子会社であるSB C&Sと販売代理店契約を締結した。大塚商会は130万社以上の取引実績を誇っており、中小企業を中心とする大塚商会独自の顧客基盤に「カイクラ」の販売網を拡大するところに狙いがある。一方、SB C&Sは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している。SB C&Sの提供するポータルサイト「IT - ExChange」や販売ネットワークを生かし、「カイクラ」の認知を拡大することで、販売機会の増加につなげていく。

3. カイクラフォンの提供開始

2025年1月にクラウド電話「カイクラフォン」をリリースした。PCやスマートフォンアプリを用いて、「カイクラ」から固定電話の発信ができる。オフィス以外でも固定電話の発信が可能のため、テレワークや外出先での効率的な電話対応が実現できる。

4. 料金改定（値上げ）の実施

2025年1月から新規ユーザーを対象として「カイクラ」の価格改定（値上げ）を実施した。また、既存ユーザーの値上げ（18%～20%）についても2025年2月より実施している。

■ 業績見通し

2025年12月期も増収・営業減益の見通し。 成長加速に向けた投資を本格化

1. 2025年12月期の業績予想

2025年12月期の業績について同社は、売上高を前期比20.1%増の1,479百万円、営業利益を同35.3%減の50百万円、経常利益を同1.4%増の49百万円、当期純利益を同54.2%増の24百万円と増収及び営業減益を見込んでいる。

引き続き拠点数の積み上げが増収に寄与するとともに、ARPAについても値上げ効果や従量課金売上の伸びにより大きく改善する想定である。なお、2025年1月に提供開始した「カイクラフォン」など、予算策定時点で実績のない新サービスについては業績予想に織り込んでおらず、保守的な前提となっている。

損益面では、今後の売上成長を確実なものとするべく、販売部門人件費や広告宣伝費、販売手数料の増加のほか、商品力強化のための開発関連費用により営業減益を見込んでいる。ただ、前期に発生した一過性費用の解消などにより経常利益はほぼ同水準を確保する。

2025年12月期の業績予想

(単位：百万円)

	24/12期		25/12期		前期比	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	1,232	-	1,479	-	246	20.1%
営業利益	78	6.3%	50	3.4%	-28	-35.3%
経常利益	48	4.0%	49	3.3%	0	1.4%
当期純利益	16	1.3%	24	1.6%	7	54.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 弊社の見方

弊社でも、好調な外部要因（業務効率化に向けた需要の拡大など）及び内部要因（各KPIが良好に推移していることや販売パートナーとの協業本格化、値上げ効果など）から判断して、前期を上回る売上成長（20%の増収）は十分に可能と見ている。利益予想についても、成長加速に向けた先行費用を合理的に見積もった結果と判断している。業績予想に織り込まれていない「カイクラフォン」の業績寄与や販売チャネルの強化策（販売パートナーとの協業及びOEM供給）が想定以上のスピードで軌道に乗ってくれば、業績が上振れする可能性も十分にある。また、株式上場時に調達した現金及び預金を今後の成長加速に向けてどのように活用していくのかにも注目したい。

■ 中長期の成長戦略

販売パートナーとの協業や OEM 供給で 拡大する潜在需要を取り込む戦略

1. 成長戦略の方向性

同社は、(1) 拠点数の拡大と (2) ARPA の向上の 2 軸で成長を加速する方針である。また、中長期的な成長イメージとして売上成長 30%、営業利益率 15% に目標を置いているようだ。

(1) 拠点数の拡大策

対象市場を企業規模別※に 1) 大企業 (1.0 万社)、2) 中規模企業 (51.2 万社)、3) 小規模企業 (285.3 万社) に分け、それぞれに対応する 3 つの販売戦略を通じて拠点数の拡大につなげる考えだ。

※ 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 (同社資料より引用)。

契約数 (拠点数) 増加施策



出所：事業計画及び成長可能性に関する説明資料より掲載

1) 中規模企業

引き続きメインターゲットとして、直販及び販売パートナーとの協業を通じたアプローチを強化する。これまで注力してきた自動車業界 (自動車ディーラーなど) においても導入シェア拡大の余地は大きく、さらなる深掘りを行うとともに、第 2 の柱である不動産業界、さらには医療業界、金融業界、自治体へと横展開する考えだ。また、新たに販売パートナーとなった大塚商会及び SB C&S との協業体制を強化し、さらなる販路拡大に取り組む考えだ。

2) 大企業

引き続き NTT グループとの協業を通じて、大手有名企業へのリーチにつなげる方針だ。特に「ひかりクラウド PBX」や「ひかりクラウド電話」など NTT グループの持っている商材とのセット販売を推進する。

中長期の成長戦略

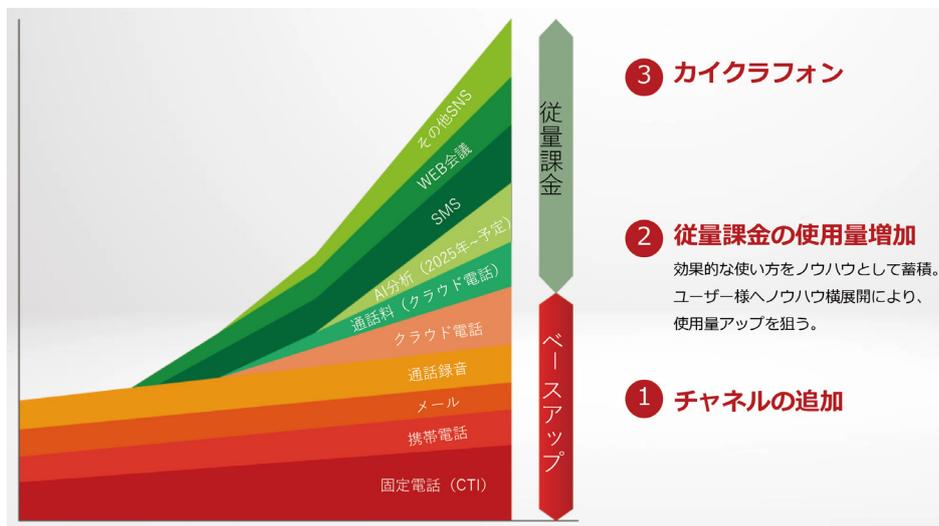
3) 小規模企業

裾野の広い小規模企業（及び事業所）に対しては、OEM 供給により効率的に需要を拾い上げる考えだ。特にこれまで最も実績があるデンタル業界（2024年12月末で1,000医院以上に導入済み）を成功モデルとしてパターン化し、動物病院、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、皮膚科など）などへと展開する戦略である。

(2) ARPA の向上策

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とともに、「カイクラフォン」を含む従量課金の使用量増加による単価向上を目指す。

単価（ARPA）向上施策



出所：事業計画及び成長可能性に関する説明資料より掲載

(3) カイクラの未来像

「カイクラ」には4億件を超えるコミュニケーションデータが蓄積されていることから、これまでの1) コミュニケーション履歴の収集、2) 顧客情報とコミュニケーション履歴の統合に加え、3) データ活用や4) AIによる最適化と提案※により付加価値を高める計画を進めている。

※ 例えば、「この顧客に連絡するには、電話よりメールのほうが反響が良い」、「最近は一方向でのコミュニケーションばかり取っているため、一度お客さまのところに電話して会話しましょう」など最適なコミュニケーションがどうあるべきかを分析し提案することができる。さらには他社に乗り換えそうな顧客にフラグを立てるといったことも可能になる。

2. 中長期的な注目点

弊社でも、販売パートナーとの協業や OEM 供給を通じた販売チャネルの強化により、拡大する潜在需要を全方位で掘り起こす方向性は、成長の角度にレバレッジをかけるうえでも説得力のある戦略と評価している。もっとも、同社サービスそのものに独自性や即効性がなければ有力な販売パートナーとの協業は成立しないことから、この戦略自体が今後に向けた自信や手応えの表れと捉えることもできる。また、直販についても、注力業界を絞り込みつつ、段階的に他業界へと横展開する戦略は、限られたリソースを効果的に成果に結びつけるうえで合理性がある。いずれにしても、視野に入れている市場の大きさから判断して、本格的な事業の拡大や成長はまだ今後であり、ここからの経営手腕に期待したい。

また、中長期的には、膨大なコミュニケーションデータと AI 技術を活用した新たな価値創出の方向性に注目している。これまでの業務効率の域を超えたソリューションへと発展するポテンシャルを秘めており、同社のビジネスモデルが大きく進化する可能性があると考えている。そのためにも、まずは数多くの導入企業（拠点数）を囲い込み、データを集めることが重要となる。また、さらなる発展に向けては外部リソースの活用をはじめ、M&A が重要な戦略になると考えられるため、どのような分野のリソースを獲得し、必要なピースを埋めていくのか、今後の方向性を探るうえでも、その動きをフォローしていきたい。

■ 株主還元策

創業来、配当実績はないものの、 収益基盤の確立に伴う将来的な配当余地は十分

同社は、株主に対する利益還元を経営の重要課題と位置付けているものの、これまで収益基盤が十分に確立されていなかったことから、現段階で配当実績はない。

同社は成長投資を優先すべきステージにあり、当面は配当という形での株主還元は見送られると、弊社は見ている。ただ、ストック型の収益構造であることから、近い将来には事業拡大に伴い、配当を開始するだけの十分な収益基盤を確立する可能性は高く、そのタイミングを探る展開となりそうだ。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp