

【補足説明資料】Terry2 mini 販売展開戦略について

ーAIプロダクト SaaS型「Terry2 mini」とニーズウェル販売代理の組合せにより、MRR拡大へー

2026年7月3日

Hm c o mm株式会社

東証グロース市場

証券コード：265A

商品形態 × 販売チャネル × 収益構造の三層変化

単なる代理店追加ではなく、商品・チャネル・収益モデルが同時に動く構造変化となる。

これまで

個別開発型の 「Terry2」中心

- ・IP-PBXや基幹システムとの個別連携が前提
- ・導入期間・コスト・専門人材の確保がハードル
- ・販売パートナーが扱いにくい

本件の打ち手

SaaS型「Terry2 mini」 × ニーズウェル販売代理

- ・標準機能で短期導入が可能
 - ・低初期負担＋月額課金
 - ・代理店が「担ぎやすい」
- 商品設計
- ・顧客接点を持つ販売パートナーへの展開

その先に狙う姿

ストック収益の積上げ ＋ 上位版への拡張

- ・月額課金による継続収益
基盤の強化
- ・上位版Terry2／個別開発
／他ソリューションへの導線
- ・顧客単価と関係の長期化

短期導入・低初期負担のSaaS型 業務特化パッケージ

従来の個別導入開発型「Terry2」とは異なり、標準化されたSaaS型として設計。導入ハードルを下げ、幅広い顧客層へ展開する。

01 短期間導入

標準機能により、最短数日～数週間での導入が可能。
個別連携を前提とした従来型に比べ、立ち上げ期間を大幅短縮。

02 低コスト運用

SaaS型として提供することで、初期投資を抑制。
導入ハードルを下げ、これまで取り込めていなかった顧客層へリーチ可能。

03 業務特化型パッケージ

FAQ対応、一次受付、予約受付等のコールセンター基本業務に特化。
顧客側の業務適合度が高く、PoC期間を短くしやすい設計。

04 高精度音声AI基盤

産総研の音声認識・自然言語処理技術ノウハウを活用。
「Terry2」シリーズの技術資産を、SaaSという形で再パッケージ化。

月額課金でストック化、上位版・個別開発へ拡張導線

Terry2 miniで顧客との接点を獲得した後、上位版や個別最適化開発、他ソリューションとの連携で顧客単価の最大化と長期関係構築を目指す。

STAGE 1

入口：Terry2 mini導入

SaaS型／月額課金

- ・短期導入＋低初期負担
- ・標準パッケージで業務適合
- ・継続課金による収益の積み上げ
- ・販売代理店経由の獲得が中心

収益タイプ

ストック収益（月額）

STAGE 2

拡張：上位版・個別開発

顧客単価の積み上げ

- ・上位版「Terry2」への拡張
- ・個別最適化開発
- ・既存基幹システム連携
- ・利用範囲・回線数の拡大

収益タイプ

フロー＋ストック

STAGE 3

周辺ソリューション連携

長期関係の構築

- ・Voice Contact等の他プロダクト
- ・パートナー側のSI・運用保守
- ・業界別テンプレートの提供
- ・音声データ活用での精度向上

収益タイプ

クロスセル拡張

ニーズウェルの広い顧客基盤と導入支援力、GovTech領域へ

ニーズウェルは独立系SIerとして、金融・公共を含む幅広い顧客基盤を有する。販売チャネルと導入運用支援力の両面で強力な「担ぎ手」となる。

STRENGTH 01

幅広い 顧客基盤

中小企業から大企業、
地方自治体まで

- ・独立系SIerとして長年の取引
- ・金融系システム開発が中核
- ・公共分野のDX支援実績
- ・自治体向け経験が豊富

STRENGTH 02

導入／ 運用支援力

開発・運用・保守までの
一気通貫体制

- ・ソフト開発・運用・保守
- ・AI／RPA等の技術蓄積
- ・PoC～本番移行の経験
- ・既存システム周辺の支援

STRENGTH 03

自治体／ GovTech文脈

自治体向けDX推進の
共同体制

- ・GovTech領域での連携強化
- ・自治体向け専任チーム設置
- ・地域ITベンダーとの連携
- ・住民サービス高度化を支援

STRENGTH 04

ストック ビジネス志向

両社の方向性が整合

- ・業務提携時点で「ストックビジネス拡大」を明示
- ・SaaS型Terry2 miniと商品方向性が一致
- ・継続収益基盤の共同構築

人手不足・業務効率化ニーズに対する想定導入シーン/標準的ユースケース

Terry2 miniは「FAQ／一次受付／予約受付」等の標準業務に特化。民間コールセンターから自治体まで、幅広く適合し得る。

USE CASE 01

FAQ自動応答

定型問い合わせの音声自動応答により、オペレーター負荷を軽減。営業時間外・繁忙時間帯の応答率向上。

USE CASE 02

一次受付

用件のヒアリングと振り分けをAIが担当。有人対応への引継ぎ品質を確保しつつ、取りこぼし呼の削減に寄与。

USE CASE 03

予約受付

予約日時の受付・確認の自動化。定型業務の比率が高いコールセンター業務に親和的。

主な対象顧客セグメント

コンタクトセンター

人手不足／応答率／業務効率化への対応（民間・受託問わず）

自治体／公共

住民問い合わせ対応／GovTech領域での業務効率化・住民サービス向上

予約業務型企业

定型予約受付の比率が高い業種（業界別テンプレート整備）

エンタープライズ

自社カスタマーサポート／受付業務の標準化が進む大企業領域

販売チャネル拡大／テンプレート拡充／周辺ソリューション連携

プロダクトの裾野を広げ、ストック収益基盤を厚くしていく。

01

販売パートナー拡大

複数チャネルでの
「担ぎ手」を増やす

- ・ニーズウェルとの連携を起点に
販売代理店プログラムを展開
- ・代理店が扱いやすい標準化された
商品設計（SaaS・月額）
- ・新たな提携先の開拓を継続

02

業界別テンプレート拡充

業務適合度を高め
導入時間を短縮

- ・不動産、保険、通販等の
業界別テンプレートを拡充
- ・典型シナリオの標準化により
PoC・導入工程をさらに圧縮
- ・自治体向けは専任チーム体制で対応

03

周辺ソリューション連携

顧客単価・関係期間を
長期化

- ・Voice Contact等の自社プロダクト
との組合せ提案
- ・上位版Terry2／個別最適化開発への
拡張導線を整備
- ・音声データ活用によるAI精度向上

本資料は、当社の事業内容や業績等に関する情報提供を目的として作成されたものであり、有価証券の取得、売却等の投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する判断は、ご自身の責任にて行っていただきますようお願いいたします。

本資料には、いわゆる「将来の見通し(forward-looking statements)」が含まれる場合があります。これらは、現在入手可能な情報および合理的と判断される前提に基づいて作成されたものであり、不確実性を含んでおります。実際の業績等は、記載された見通しとは大きく異なる可能性があります。

なお、当社は将来の見通しに関する記述について、新たな情報や将来の事象に基づいてこれを更新または修正する義務を負うものではありません。