

|| 企業調査レポート ||

ブリッジインターナショナル

7039 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年9月26日(火)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2023年12月期第2四半期の業績概要	01
2. 2023年12月期業績の見通し	01
3. 強み	02
■ 会社概要	03
■ 沿革	04
■ 事業概要	06
1. アウトソーシングサービス	07
2. コンサルティングサービス	07
3. システムソリューションサービス	07
4. 研修サービス	07
■ 強み	09
■ 同社の人材活用の取り組み	11
■ 業績動向	12
1. 2023年12月期第2四半期業績の概要	12
2. サービス別業績	13
■ 今後の見通し	15
1. 2023年12月期業績見通し	15
2. トピック	16
■ 成長戦略	17
1. 成長戦略の概要	17
2. 売上高の年平均成長率は14%を計画	18
3. アウトソーシングサービスの成長にあわせ、年間10%の人員純増を行う	18

■ 要約

インサイドセールスが順調に伸長、研修事業は成長加速へ

ブリッジインターナショナル<7039>は、法人営業のDX（デジタルトランスフォーメーション）を支援するインサイドセールス事業と研修事業の2つの事業でクライアント企業への支援サービスを提供している。インサイドセールス事業では、インサイドセールスのアウトソーシングサービスや導入のための業務設計、上流での営業戦略・DX導入を支援するコンサルティングサービス、そしてCRM（顧客情報を一元管理するシステム）の受託開発及びAI営業支援ツールを提供するシステムソリューションサービスを行っている。研修事業は、IT研修や新入社員向け研修など実績のある（株）アイ・ラーニングのDX研修プログラムを幅広く提供し、多種多様な研修サービス分野を強化している。

1. 2023年12月期第2四半期の業績概要

2023年12月期第2四半期の業績は、売上高3,576百万円（前年同期比3.1%増）、営業利益473百万円（同13.3%減）、経常利益475百万円（同13.4%減）、親会社株主に帰属する四半期純利益316百万円（同15.1%減）となった。インサイドセールスの本格導入を進める企業が増加したことで、インサイドセールス事業は同1.3%の増収となった。主力となるアウトソーシングサービスの売上高は前年同期並みとなったが、前年同期に2億円程度の大型スポット案件があったため、実質的には10%程度の伸び率を確保した。また、インサイドセールスを内製化したいという企業のニーズの高まりにより、アウトソーシング以外のコンサルティングサービス、システムソリューションサービスの売上高が伸長した。研修事業は新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）で採用を控えていた企業の新人採用が復調し、新人研修の売上が順調に伸びて同6.8%の増収となった。また、高まるDX・リスクリングなどのニーズに対応して研修プログラムを充実したことで、ビジネス研修の売上が伸長した。利益面では、人材確保の強化やDX導入などのシステムにかかる先行投資により販管費が増加し、営業利益率は13.2%と前年同期を2.5ポイント下回り、減益となった。

2. 2023年12月期業績の見通し

2023年12月期業績は、売上高7,662百万円（前期比14.2%増）、営業利益939百万円（同6.6%増）、経常利益939百万円（同5.9%増）、親会社株主に帰属する当期純利益629百万円（同5.9%増）とする期初計画を据え置いている。通期予想に対する第2四半期の売上高の進捗率はインサイドセールス事業の遅れにより46.7%となったが、同社では当初より下期にインサイドセールス事業の売上伸長を想定しており、十分にキャッチアップできるものと考えている。営業利益の進捗率は50.4%と順調に推移した。インサイドセールス事業の進捗率が売上高進捗率と同水準で遅れ気味であるが、研修事業では価格改定を行ったほか、不採算講座の閉鎖や内部講師の活用など効率的な原価コントロールが奏功し、進捗率は60.0%と順調である。今後インサイドセールス事業の売上がキャッチアップすれば、計画を上回る利益の確保が期待できると弊社では考えている。

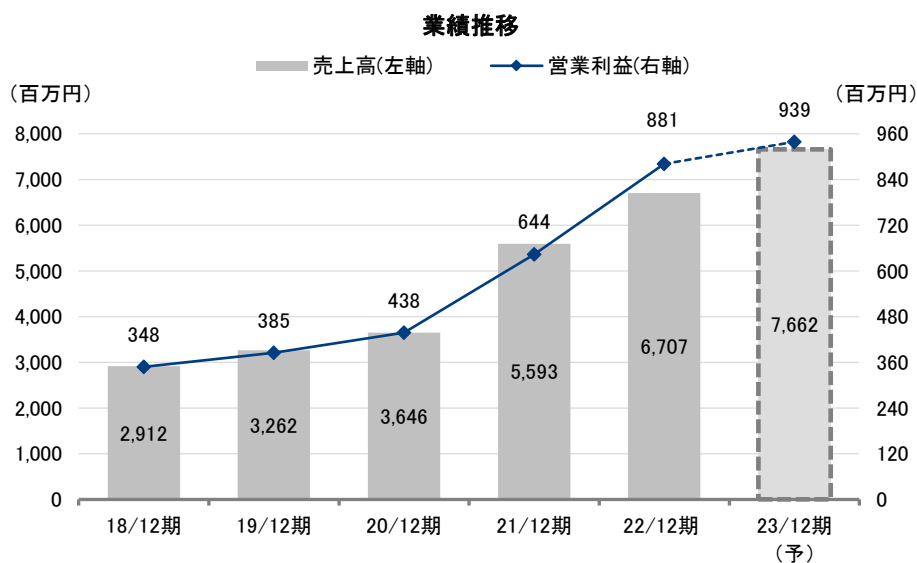
要約

3. 強み

同社の各サービスにおける競合企業は存在するものの、同社は営業 / マーケティングに特化し、戦略立案から実行支援を強固なものとする IT ツールまで一気通貫でサービスを提供することができる。また、主力事業であるアウトソーシングサービスはクライアント企業専任制を採用しているため、クライアントの営業環境に合わせながら最適な業務設計を都度変更することができる。クライアント企業の事業規模が拡大すれば、同社も継続契約や取引規模の拡大につながる。さらに新たに 2021 年 3 月にアイ・ラーニングを連結子会社化したことで新たに研修事業を立ち上げた。これにより、BtoB ビジネスを展開する企業の売上向上を総合的に支援できることが強みになると弊社は考えている。

Key Points

- ・ 2023 年 12 月期第 2 四半期は増収も、人材・DX 投資などの先行投資により減益
- ・ インサイドセールス事業は、実質 10% 程度の成長
- ・ 内製化ニーズが高まり、アウトソーシング以外の関連サービスが伸長
- ・ 研修事業は新人研修、ビジネス研修が成長。DX・リスクリングに対応したプログラムを拡充
- ・ 2025 年 12 月期までに売上高 100 億円、営業利益 15 億円を目指す



注：2020 年 12 月期より連結決算に移行
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

「インサイドセールス」と「研修」による企業への支援サービスを提供

同社は、法人営業のDXを支援するインサイドセールス事業と、子会社であるアイ・ラーニングを主軸とした研修事業の2つの事業で、クライアント企業への支援サービスを提供している。

インサイドセールス事業では、インサイドセールスのアウトソーシングサービスやその導入をするための業務設計、上流の営業戦略・DX導入を支援するコンサルティングサービス、CRMシステムの受託開発及びAI営業支援ツールを提供するシステムソリューションサービスを行っている。インサイドセールスとは、実際に顧客のところへは訪問せずに電話やメールまたはSNSなどの様々な営業チャネルを活用し、法人営業プロセスの一部を担当して実行する営業活動、または営業担当者のことである。従来型の訪問営業を非対面の営業活動と分業化することで、営業の効率化・生産性の向上を図るセールス手法である。プロセスを分業することにより属人的となっている営業活動の課題を解決し、企業の法人営業部門を支援する。

多くの企業において営業活動は、その成長を支える重要な活動の1つである。新規顧客の獲得、既存顧客の維持・拡大、各顧客における売上を伸ばすことで、企業の成長にとって重要な役割を担う。日本企業は、従来1人の法人営業担当者がすべてのプロセスを1人で担当し、訪問型でその営業活動を行うという属人的な営業モデル(営業担当者の人数に依存する営業モデル)を採用してきたが、同社は法人営業のプロセスをインサイドセールスと訪問型営業とがそれぞれ得意なプロセスを分担して担当し、営業効率を高める営業モデルを提唱している。

インサイドセールス導入により法人営業改革を推進する場面において、同社はAIを中心とした様々なデジタルツールを駆使し、より高度で生産性の高い営業活動を支援している。いわゆる「営業(Sales)」と「技術(Technology)」を融合した「SalesTech(セールステック)」を実現している。なお、企業活動における業務プロセスの一部を一括して専門業者に外部委託するBPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング)とは一線を画する。

研修事業は、2021年3月31日付で総合研修会社のアイ・ラーニングを100%子会社とし、新規セグメントとして開始した。アイ・ラーニングは1990年に日本アイ・ビー・エム(株)の研修部門から子会社として設立された経緯があり、以前からIT研修や新入社員向け研修のほか、営業職向け研修プログラムにおいて多数の企業に対する実績を持つ。アイ・ラーニングの連結子会社化を契機に、同社は従来のインサイドセールス関連やオンライン営業研修などに加えて、DX人材研修などアイ・ラーニングの研修プログラムを幅広く提供することが可能となった。これにより企業向け研修サービスプロバイダーとして、法人営業改革支援におけるそれぞれのサービスラインを相互補完するサービス提供体制の構築が進んだ。

■ 沿革

DXを総合的に支援するインサイドセールスのリーディングカンパニー

同社代表取締役社長 吉田融正（よしだみちまさ）氏は、1983年に日本アイ・ビー・エムに入社し、営業課長、営業部長を経験し、1994年に米国IBMへ出向した。1997年1月に米国SIEBEL Systems, Inc.へ入社すると、2月には日本シーベル（株）を設立して取締役営業本部長に就任し、2002年1月に同社を設立した。この米国での経験が、インサイドセールス導入による法人営業改革への起点となっている。

インサイドセールスは、1990年代に米国で急速に発展した。国土が広い米国では、直接企業を訪問するのが難しいこと、2000年代にかけて高速インターネット網が普及したことから、インサイドセールスは営業活動を刷新する新たな手法となった。また、プロセスの分業は当たり前で、より専門的なスペシャリスト志向が強いことも米国でインサイドセールスが一般的になった大きな理由でもある。

2017年には、米国で法人営業人員に占めるインサイドセールス人員の割合が約5割、欧州では約4割に迫る状況に達している。日本では明確な調査はされていないが、同時期は約1割程度にとどまっていたものと弊社では考えている。しかし、少子高齢化による就労人口の減少や営業人員の働き方改革、雇用の流動化、さらにコロナ禍による人流抑制により、従来の属人的な営業モデルでは将来に向けた継続的な成長が難しいという点が経営問題として捉えられるようになってきた。DX推進の流れも追い風となるなか、日本企業においてもインサイドセールスが営業改革の1つの手法として浸透してきている。

2021年3月には、法人向けに人材育成、ITエンジニア育成、新人研修などを提供するアイ・ラーニングを買収し、「インサイドセールス事業」と「研修事業」で法人営業のDXを総合的に支援するサービスの提供を開始した。

ブリッジインターナショナル | 2023年9月26日(火)
7039 東証グロース市場 | <https://ir.bridge-g.com/>

沿革

沿革

2002年 1月	「ブリッジインターナショナル(株)」設立。東京都世田谷区駒沢にて業務開始。資本金 3,000 万円
2002年10月	業務拡大に伴い、本社所在地を東京都世田谷区若林に移転
2002年12月	「BS 7799-2:2002」及び国内規格「ISMS 認証基準 Ver. 2.0」を同時に取得
2005年 7月	「プライバシーマーク」認定を取得
2007年 1月	業務拡大に伴い、愛媛県松山市に松山事業所を開設
2007年 2月	「ISO/IEC 27001:2005/JIS Q 27001:2006」の認証を取得
2007年 7月	松山事業所 操業開始
2009年 6月	100% 子会社「ネットフォーラム(株)」設立
2014年10月	BSI グループジャパン(株)、インサイドセールスに関する国際規格である PAS8401 を発行
2015年 4月	ネットフォーラムを吸収合併
2015年11月	業務拡大に伴い、福岡県福岡市に福岡事業所を開設
2016年 1月	地方人材の確保のため、徳島県徳島市に徳島サテライトオフィスを開設
2016年 6月	徳島サテライトオフィスを拡張し、徳島事業所を開設
2017年 7月	AI をはじめ最新のデジタルテクノロジーを積極的に使った、インサイドセールスをより進化させたデジタルインサイドセールスを提唱
2018年 6月	静岡県沼津市及び大阪府大阪市にサテライトオフィスを開設
2018年10月	東京証券取引所マザーズ上場
2019年 3月	法人営業のインサイドセールスの内製化支援パッケージ「ANSWERS」を提供開始
2019年 4月	アジア市場でインサイドセールス支援事業を開始
2019年 5月	(株)RevComm、(株)ブイキューブ<3681>と営業の働き方改革を支援する Sales Tech 領域でサービス連携
2019年 7月	(株)ショーケース<3909>と BtoB 企業向けサービスで業務提携
2019年 7月	新宿に新オフィス開設
2019年 8月	横浜みなとみらいに新オフィス開設
2019年12月	インサイドセールス業務支援システム「SAIN」におけるビジネスモデル特許(特許第 6616038 号)を取得
2020年 1月	N3 Results Singapore Pte. Ltd. と業務提携
2020年 4月	子会社「ClieXito(株)」設立
2020年10月	(株)WorkVision と法人営業の DX 推進事業で業務提携
2021年 3月	(株)アイ・ラーニングの発行済全株式を取得し、子会社化
2021年 6月	クラウド型テレフォニーサービス「BIZTEL」を提供する(株)リンクと営業支援 AI ソリューション「SAIN」の販売パートナー契約締結
2021年10月	本社所在地をキャロットタワーオフィスに移転し、旧本社を若林オフィスと名称変更
2022年 1月	マレーシアのマーケティング会社と資本提携及び業務提携強化 グローバルなデジタルマーケティングサービスを強化
2022年 4月	東京証券取引所の市場再編に伴い「グロース市場」に上場

出所：会社ホームページ、有価証券報告書よりフィスコ作成

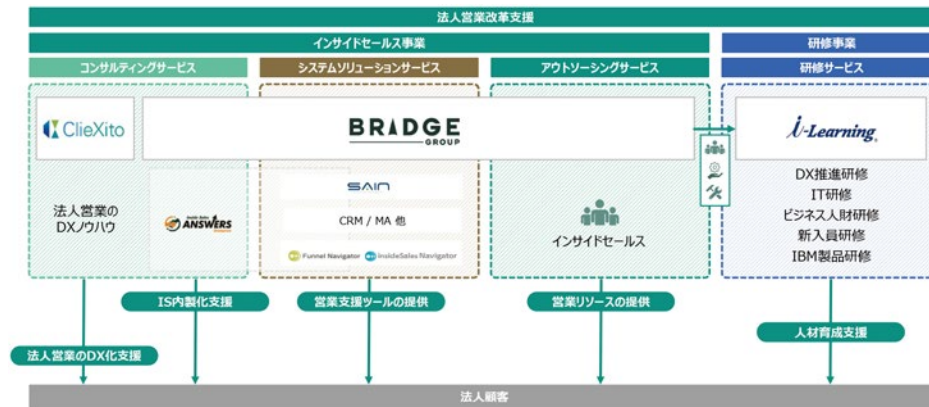
■ 事業概要

大手企業を顧客とするインサイドセールス事業が売上の6割超を占め、研修事業は利益成長のけん引役に

同社は「インサイドセールス」（顧客訪問をせず電話やメールまたは SNS を活用して営業活動を行う）の導入を中核とした営業改革支援を手掛けている。企業において、その成長を支える重要な活動の1つが営業活動である。新規顧客の開拓、既存顧客の維持・取引拡大のほか、顧客の不満点などを吸い上げる窓口になるなど、重要な役割を果たしている。日本企業の法人営業活動は、見込み客の発掘から成約（クロージング）までの一連のプロセスを顧客単位で1人の営業担当者が行う場合が一般的だ。こうした従来型の手法は、営業担当の業務量増加や対応分野の得手不得手といった簡単な要因で、ムダ・ムラ・ムリが発生している可能性がある。この点を同社は問題視すると同時に解決を目指し、インサイドセールスのアウトソーシング、クライアント企業への導入コンサルティングや研修、業界初のインサイドセールス業務支援 AI サービス「SAIN」といった営業支援ツール提供などのサービスを展開している。

同社のコアビジネスモデルであるインサイドセールス事業では、アウトソーシングサービス、コンサルティングサービス、システムソリューションサービスの3つのサービスを提供している。このほか研修事業として、ビジネス研修、IT研修などを提供している。

グループ全体での顧客へのサービス提供



出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

事業概要

1. アウトソーシングサービス

インサイドセールス事業セグメントにおける売上構成比 88.2% (2023 年 12 月期第 2 四半期) を占める主要サービスである。顧客企業へ同社のインサイドセールス (正社員) リソースを提供し、顧客の社員として営業活動 (電話やメール、Web を活用した営業活動、AI ツールも活用) を実施している。現在は東京本社をはじめとする首都圏エリアに 4 拠点、そして地方 5 拠点 (大阪・福岡・松山・沼津・徳島) でサービスを展開している。地方にいる優秀な人材を活用できることが、インサイドセールスのビジネスモデルの強みでもある。収益モデルは年間契約により月額手数料を貰うストックビジネスであり、一定規模のリソースの提供によって、安定した収益獲得が見込まれる。大手企業が主要な顧客となっており、売上上位 10 社の売上は平均月額 1,800 万円程度である。加えて、長期的な契約の特性から安定的に収益を積み上げるストック事業となるため、持続的に収益を獲得できる。

2023 年 2 月には本社・事業所への出社を前提としない「フルリモート就業」インサイドセールス職の従業員の採用を強化すると発表した。これまでどおり各事業所に所属する従業員採用は継続しつつ、展開していない地方の潜在的な人材の獲得を進めている。全国各地での採用を強化することで、2025 年までに 20 以上の地方自治体で約 100 名の「フルリモート就業」従業員を確保する計画を打ち出しており、優秀な人材の安定的な確保を図るとともに、持続的な事業成長の実現を目指す計画である。

2. コンサルティングサービス

営業・マーケティングのビジネスコンサルティングサービスを提供している。収益モデルは約 3 ヶ月の契約期間が多い。これまではインサイドセールスのアウトソーシングサービスを導入するための業務設計を主としてきたフロービジネスであったが、2020 年 4 月にコンサルティングサービス新会社 ClieXito (クライエクシート) (株) を設立し、上流で DX のコンサルテーションを手掛けるサービスへと進化した。顧客体験 (カスタマーエクスペリエンス: CX) に対応した営業活動へ変革させるコンサルティングサービスを提供している。事業セグメントにおける売上構成比は 2.3% である。

3. システムソリューションサービス

自社で開発したインサイドセールスの実行及び周辺領域 (マーケティング) に関わる様々なクラウドサービスのほか、パートナー企業に対して CRM・SFA (営業活動や顧客情報の管理支援システム) などのツールの実装支援も提供している。収益モデルは SFA、CRM、MA (マーケティングオートメーション) の実装や AI などのクラウドサービスの提供に必要な開発売上とサブスクリプション売上の 2 つに分かれる。事業セグメントにおける売上構成比は 9.5% である。

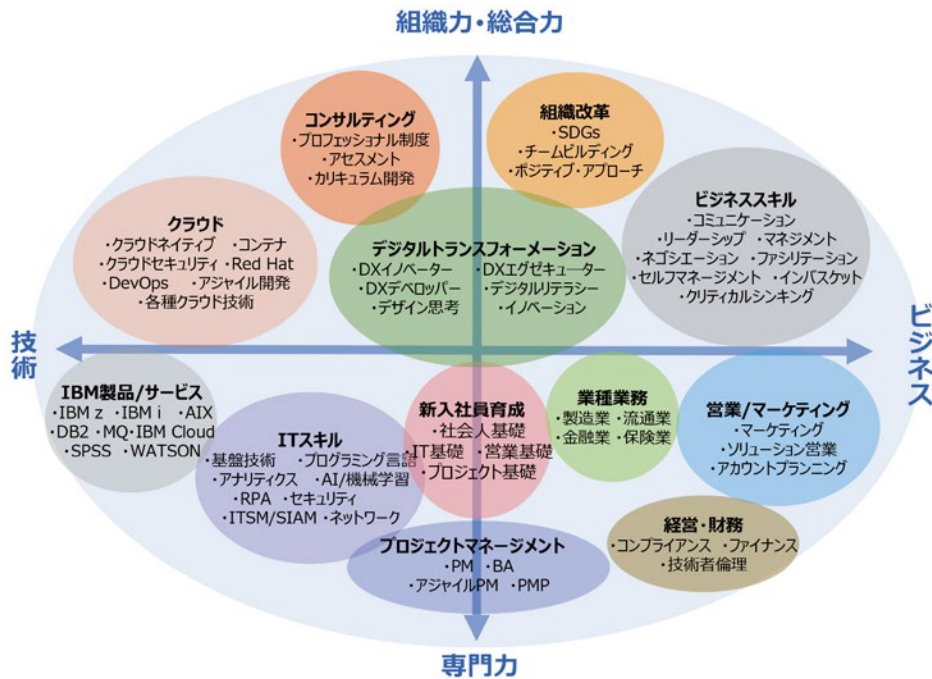
4. 研修サービス

研修事業は子会社アイ・ラーニングが行っている。コロナ禍においては企業内での集合研修や対面教育が制限されたため、オンライン研修が代替手段として有効であった。しかしコロナ禍収束後も新たな生活様式が継続し、場所を問わずどこにいても学習できるオンライン研修が定着した。アイ・ラーニングでは、教室での集合型研修をオンライン研修提供へ全面的に切り替え、デジタル研修の製作・配信と受講者に学びの場を提供する「iLスクエア」を、東京都中央区に開設して運営している。

事業概要

同社は従来のインサイドセールス関連やオンライン営業研修などに加え、アイ・ラーニングの研修プログラムを幅広く提供することで研修サービス分野を強化している。社内のDX推進リーダーを担う人材を育成するための研修プログラムなど新たな注力領域のコンテンツ強化により、利益成長の加速が期待される分野であること、企業がデジタル人材の発掘・育成を急ぐなかリスキリング（新しい知識やスキルを学ぶ）の動きが広がりを見せていることが追い風になっていると、弊社では考えている。これまで新人研修の比率が高かったことから季節性が見られたが、様々な研修プログラム（クラウド、ITスキル、プロジェクトマネジメント、経営・財務、営業/マーケティング、ビジネススキルなど）の創出により平準化が図られるとともに、利益成長が加速している。

研修事業「主な研修サービス」



出所：決算説明資料より掲載

■ 強み

品質重視で戦略立案から IT ツールまで一貫通貫で提供

同社の各サービスにおける競合企業は存在するものの、同社の場合は営業 / マーケティングに特化し、戦略立案から実行支援を強固なものとする IT ツールまで一貫通貫で提供できることから、各サービス市場での競合会社に対して差別化を図ることができる。また主力事業であるアウトソーシングサービスはクライアント企業専任制を採用しているため、クライアントの営業環境に合わせながら最適な業務設計を変更することが可能である。そしてクライアント企業の事業規模が拡大すれば、同社も継続契約や取引規模の拡大につなげることができる。また同社は品質に重きを置いているため、市場の成長とともに単に事業を拡大させることはせず、顧客企業の信頼性を高めることに注力している。結果として企業の解約率が低い一方で継続率は高い。それにより既存企業の事業拡大に伴って新たな需要を取り込むことに成功していると弊社では考えている。

また、IT グローバル企業を中心とした顧客基盤に加え、コールセンターやテレマーケティング主体の関連市場において最大級のシェアを維持しており、インサイドセールス関連需要における先行者メリットを享受できる体制を構築している。さらに 20 年超にわたるインサイドセールス導入支援のほか、日本の法人営業改革支援の実績により蓄積されたノウハウを生かした自社開発ツールを提供していることが同社の強みとして挙げられる。

インサイドセールス事業における競合環境

	法人営業支援ニーズ		
	業務執行 (アウトソーシング)	営業戦略・業務設計 (コンサルティング)	営業支援ITツール (システムソリューション)
BRIDGE GROUP	○ インサイドセールスに特化	○ 営業/マーケティング領域に特化	○ セールステックに特化
大手 コンサルティングファーム	×	○	△
大手 テレマーケティング コンタクトセンター	○	△ 主に「B to C」向け	×
システムインテグレーター その他ITサービス 企業	×	×	○

出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

研修事業における企業向け研修サービス市場には数多くの企業が存在しているが、アイ・ラーニングは従来の IT 製品系コンテンツでの強みを生かし、DX を軸に高い需要を見込むカテゴリーに特化することで差別化を図っている。

ブリッジインターナショナル | 2023年9月26日(火)
7039 東証グロース市場 | <https://ir.bridge-g.com/>

強み

事業環境は、コロナ禍を契機にテレワークを導入する企業が増加した。法人営業部門でもテレワークによる就業スタイルが採用され、従来の訪問活動を重視した営業活動からオンライン会議・電話・Eメールを活用した非対面型による商談発掘や交渉を行う営業活動へ移行する動きが見られた。実際多くの営業担当者が、テレワーク環境であっても営業活動は可能であり、営業活動の効率アップにつながる場合もあると考えているようである。また、コロナ禍収束後においても新たな生活様式の浸透によって、この流れは継続するものと見られる。実際に日本における「インサイドセールス」のキーワード検索は急激に拡大しており、検索数は2013年以来9年間で85倍に上り、企業側の関心は依然として高まっている。また、公益財団法人日本生産性本部「第9回働く人の意識調査」(2022年4月22日公表)においては、回答者の約45%が対面営業の縮小を想定している。

しかし、営業活動のどのプロセスをテレワーク/インサイドセールスで行い、どのプロセスを訪問で行うのかといった営業モデルについては、各営業担当者の経験や勘に基づき属人的な判断で行う場合に顧客との信頼関係の悪化や営業活動全体の生産性が下がるなどのリスクが内在する。そのため非対面の営業活動を導入する際には顧客体験価値(CX)に基づき、会社全体として新しい営業モデルを構築・定義する必要に迫られることになる。こういったインサイドセールスを取り巻く事業環境は、一気通貫でサービスを提供できる同社の利益成長を高めると弊社では考えている。

なお、少子高齢化による就労人口の減少や働き方改革などからも改めて注目されるインサイドセールスは、コロナ禍によって、よりビジネスモデルの変革が加速している。コロナ禍収束後も顧客や営業活動の状況に応じて、テレワークによる営業活動と通常の訪問型の営業活動を組み合わせて実行する「テレワークを活用した法人営業モデル」の導入が、今後の主流(ニューノーマル)になっていくと会社は見ている。これに対応する新たなサービスとして、インサイドセールスで培った経験・ノウハウを活用し、テレワークを活用した法人営業のデジタルインサイドセールスの導入で企業のDX推進を支援するコンサルティングサービスを2020年5月より開始した。

インサイドセールスのアウトソーシングでは、本社(キャロットタワーオフィス)のほか若林オフィス(東京)、新宿オフィス(東京)、横浜みなとみらいオフィス(神奈川)、沼津サテライトオフィス(静岡)、大阪オフィス(大阪)のほか、松山(愛媛)、徳島、福岡に事業所を構えており、地方にいる優秀な人材を活用できる。そして新たに、本社・事業所への出社を前提としない「フルリモート就業」インサイドセールス職の従業員採用を強化すると2023年2月に発表した。事業所がない地域の潜在的な有力人材を獲得することがねらいで、インサイドセールスのアウトソーシングやインサイドセールスの業務設計及びDXの支援、システムソリューションサービスの開発に従事する。これにより、インサイドセールスにおける一気通貫したサービスの強化を図る。同社は専任制を採用しており、顧客リテンション効果(既存顧客との関係を維持していくためのマーケティング活動)を生み出すビジネスモデルとなっている。グローバルIT企業や国内大手IT企業といった強固な顧客基盤を保有しており、法人向けアウトバウンド市場ではトップクラスであるとともに、インサイドセールス市場において先行者のポジションに位置している。

独自開発したAIエンジンを使ったサービスも提供している。インサイドセールスの日々の活動によって生成される顧客属性データ、会話分類データ、通話音声といった顧客との音声会話情報やデータを活用し、インサイドセールスの業務フローに合わせた品質の高い業務の実現を支援するサービスを展開している。これによりインサイドセールスに関わるすべての管理者とスタッフの業務を強力にサポートしている。

強み

また研修事業が加わったことで、BtoB ビジネスを展開する企業の売上向上を総合的に支援できることが強みとなった。DX 時代が進むことでビジネスモデルも変化し、新たなデジタル技術を用いて価値創造を進めることが求められている。これまでの知識や技術が通用しない変化に対応するためには人材の戦略を変えていく必要がある。DX 時代に必要な人材育成としてリスキリングへの関心が高まるなか、多種多様な研修プログラムを有していることは強みになると弊社では考えている。

なお、同社では DX を組織全体で実施することが重要と捉えている。DX においては、今の社会の制約や枠組みにとらわれずデジタルを基点・前提としたサービスやビジネスを発想することが大切であるため、若い世代の考え方や着想、バイタリティーをうまく生かすことが DX 推進のカギになると捉えている。そのため、若手社員に向けたオンライン研修「DX を担う若手育成シリーズ」(12 シリーズ)などの DX 推進のためのラインナップを強化している。また、データ分析力が企業の競争力を左右するとして、その中心で活躍する、データ分析のプロフェッショナルであるデータアナリスト育成プログラムなども提供している。

■ 同社の人材活用の取り組み

インサイドセールスは、働き方改革実現に重要な役割を担う

同社の主力事業であるインサイドセールスは、働き方改革の実現に重要な役割を担うことが期待されている。地方の優秀な人材を活用するほかにも、女性やシルバー人材、障がい者の活用にも力を入れている。

女性の活用の面では、従来では女性の活躍が難しかった法人営業環境において、内勤でコミュニケーションやフォローアップなどの強みを生かしている。またインサイドセールスは全国どこからでも営業活動が可能であるため地方人材の活用としても有効である。製品知識・市場を熟知しているシルバー人材は、企業の再雇用の義務にも貢献している。障がい者は、顧客を訪問しない営業モデルの企業で法人営業として活躍している。

同社には“常に新しいことにチャレンジする”風土がある。どんな仕事も初めは誰もが未経験だと考えており、やってみたい職種があれば、キャリアチェンジ制度＝自己申告制度を利用してチャレンジすることができるなど、キャリアパスを明確化している。また、キャリアパスをバックアップ(英語、スクール、研修、留学)する体制が整っており、同社の成長とともに、社員はスキルアップ・キャリアアップしていくことが可能である。

業績動向

インサイドセールスに新たなビジネスチャンスが発生

1. 2023年12月期第2四半期業績の概要

2023年12月期第2四半期の業績は、売上高3,576百万円（前年同期比3.1%増）、営業利益473百万円（同13.3%減）、経常利益475百万円（同13.4%減）、親会社株主に帰属する四半期純利益316百万円（同15.1%減）となった。企業のDXによるマーケティングの高度化や業務効率化のニーズが高まるなかでインサイドセールスを本格導入し、その定着や拡大を進める企業が増加し、インサイドセールス事業は同1.3%の増収となった。主力となるアウトソーシングサービスは、前年同期に大型スポット案件があったことの反動により前年同期並みの売上高となったが、実質的には10%程度の伸び率を確保し、1年超継続的に売上を計上しているストック案件の顧客数と業績は着実に拡大している。また、インサイドセールスを内製化したいという企業ニーズの高まりにより、新たなビジネスチャンスが発生した。アウトソーシング以外のコンサルティングサービス、システムソリューションサービスも順調に推移した。企業向け研修市場においては、コロナ禍で採用を控えていた企業の新人採用が復調し、新人研修の売上が順調に伸びた。また、DX推進リーダー人材を対象とした研修や、現有社員的能力向上、生産性向上を目指すリスキリング研修などの需要の高まりを受けて新しい研修プログラムを積極的に投入したビジネス研修が伸長し、研修事業合計で同6.8%の増収となった。

2023年12月期第2四半期業績の概要

(単位：百万円)

	22/12期2Q		23/12期2Q	
	実績	実績	実績	前年同期比
売上高	3,470	3,576		3.1%
インサイドセールス事業	2,361	2,392		1.3%
研修事業	1,109	1,184		6.8%
売上総利益	1,146	1,150		0.3%
営業利益	545	473		-13.3%
インサイドセールス事業	320	277		-13.3%
研修事業	228	195		-14.4%
経常利益	548	475		-13.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	372	316		-15.1%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

利益面では、AIサービス「SAIN」などのシステム投資増加や、新人採用を中心に大幅な人員確保を図ったインサイドセールス業務の生産性の低下などにより、粗利率は32.2%と前年同期を0.8ポイント下回った。販管費は経営企画・管理部門などの人材投資、事業・業務にかかるDX導入などのシステム投資などにより増加し、営業利益率は13.2%と前年同期を2.5ポイント下回った。なお、中期的に確実な事業成長を達成するためには、優秀な若手人材の確保が必要不可欠であるとして、2023年4月1日入社の新卒入社社員初任給を前年度比最大11.1%上積みし、初年度給与を最大で同15%引き上げた。

業績動向

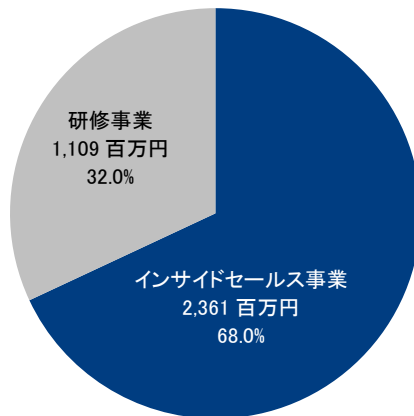
通期予想に対する第2四半期の売上高の進捗率は、インサイドセールス事業の進捗遅れにより46.7%となった。同社では、当初より下期にインサイドセールス事業の売上伸長を想定しており、キャッチアップは可能な範囲と考えている。営業利益の進捗率は、インサイドセールス事業の進捗率が売上高進捗率と同水準で遅れ気味だが、研修事業の進捗率は、効率的な原価コントロールが奏功し60.0%と順調に推移した。その結果、全体では50.4%と計画どおりの進捗となり、インサイドセールス事業の売上がキャッチアップできれば計画を上回る利益が期待できる。

2. サービス別業績

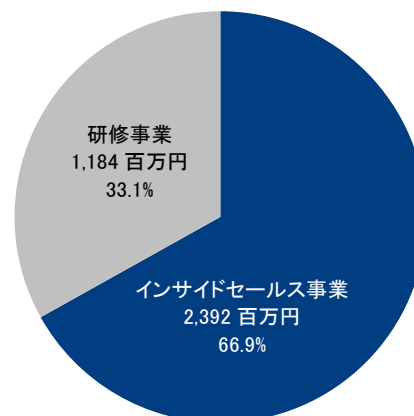
セグメント別売上高比率は2022年12月期第2四半期のインサイドセールス事業68.0%、研修事業32.0%から、2023年12月期第2四半期においてはインサイドセールス事業が66.9%に低下し、研修事業が33.1%に上昇した。インサイドセールス事業では、ストックビジネスの特性からアウトソーシングサービスが売上高の9割程度を占めていたが、研修事業が成長した。

セグメント別売上高と構成比

2022年12月期第2四半期



2023年12月期第2四半期



出所：決算説明資料より掲載

(1) インサイドセールス事業

インサイドセールス事業の売上高は2,392百万円（前年同期比1.3%増）、セグメント利益は277百万円（同13.3%減）となった。主要サービスであるアウトソーシングセールスの売上高は2,110百万円（同0.1%減）と前年同期並みであった。これは前年同期に約2億円の大型スポット案件があったことによる反動で、実質的には10%程度の伸び率を確保した。1年超継続的に売上を計上しているストック案件の顧客社数と売上高が拡大したほか、収益獲得余地の大きい金融系の新規顧客を前年同期より2社増やし、将来のストック案件を積み上げた。

業績動向

インサイドセールスを内製化したいという企業のニーズも高まってきており、戦略の立案、業務の設計・立ち上げ、システム導入・定着化支援などのコンサルティングサービスと、インサイドセールス活動の開始に合わせて必要となる CRM^{※1}/SFA^{※2}システムの構築・保守などのシステムソリューションサービスの売上高は、合計で 226 百万円（前年同期比 16.0% 増）と順調に推移した。インサイドセールス事業の通期予想に対する進捗率は 45.1% だが、同社によれば、当初より下期にインサイドセールス事業の売上伸長を想定しており、すぐにキャッチアップする見通しである。

- ※1 CRM：Customer Relationship Management の略。企業内でその顧客の属性やコンタクト履歴を記録・管理することにより、それぞれの顧客に応じた対応を可能にし、顧客満足度を向上させる取り組みを行うための情報システムを指す。
- ※2 SFA：Sales Force Automation の略。顧客管理、案件管理、営業行動管理、売上の管理・予測、営業データの蓄積・分析などの機能を備えた営業支援システム。営業情報の共有、営業プロセスの見える化、標準化などが可能であり、CRM や MA（マーケティングオートメーション）との連携も可能。

利益面では、前年同期の大型スポット案件の利益が剥落したこと、社内の DX 投資、マーケティング投資、人材投資を進めたことにより、セグメント利益は減益となった。利益率は 11.6% となり同 2.0 ポイント低下したが、同社では投資が先行することを当初より見込んでおり想定どおりである。通期予想に対する進捗率は売上高進捗率と同じ 45.1% だが、売上高のキャッチアップにより通期予想の利益は達成できるものと、弊社では考えている。

(2) 研修事業

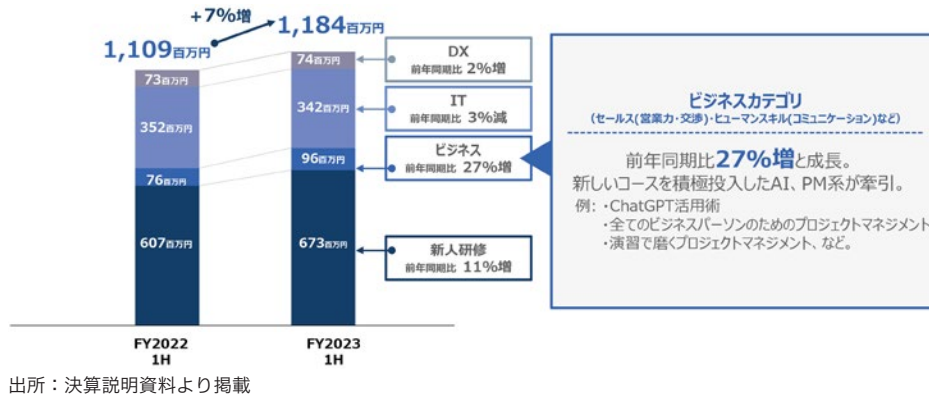
研修事業の売上高は 1,184 百万円（前年同期比 6.8% 増）、セグメント利益は 195 百万円（同 14.4% 減）となった。コロナ禍で控えていた新社員の採用が復調し、第 2 四半期の売上高の 5 割超を占める新人研修の売上高が 673 百万円（同 10.9% 増）となった。経済産業省が示すデジタルスキル標準 ver1.0 に対応した DX 推進研修マップを整備し、リスキリングにおいて需要の高いビジネススキルとデジタルスキルの双方を兼ね備える DX 人材の育成プログラム・コンテンツを拡充したことで、新人研修以外のビジネス・IT・DX 研修の売上も 512 百万円（同 2.2% 増）と堅調に推移した。なかでもビジネス研修の売上は、「ChatGPT 活用術」「全てのビジネスパーソンのためのプロジェクトマネジメント」「演習で磨くプロジェクトマネジメント」などの新しいコースを積極的に導入した AI・プロジェクトマネジメント系の研修がけん引し、同 27% 増と伸長した。研修事業の通期予想に対する進捗率は 50.3% と計画どおりに推移した。

利益面では、人材投資や DX 投資などの先行投資によりセグメント利益は前年同期比 14.4% 減少した。利益率も 16.5% と同 4.1 ポイント低下したが、価格改定、不採算プログラムの閉鎖、内部講師の活用など効率的な原価コントロールにより、同社が想定した利益率を上回り、通期予想に対する進捗率は 60.0% と順調に推移した。

また、顧客企業ごとの研修要件を受けてカスタマイズして提供する受託提供型の「カスタマイズ研修」は同 8% 増、公募型でホームページ上において定型的な研修コースの開催を告知し複数の企業が参加する「公開研修」は同 6% 増と、それぞれ順調に拡大した。オンライン研修が定着するなか、IT スキル、ビジネススキル、プロジェクトマネジメントなどの様々な研修セミナーの需要は今後の増加が見込まれると、弊社では考えている。

業績動向

研修サービスの業績推移



同社資料によると、研修事業が属する企業向け研修市場の2022年度市場規模予測は、オンライン研修などのコロナ禍に対応した研修サービスが新たな需要を創出し、5,320億円にまで成長すると推計されていた。2023年以降もDX推進人材を対象とした研修や、企業のリスク軽減強化の需要の高まりによって、コロナ禍前以上のマーケットに拡大すると予測されている。

同社グループの研修事業については、主に国内のIT事業者・システムインテグレーター企業の新入社員向け研修を請け負っているため、毎年顧客企業が新卒社員を迎え入れる4～6月期に売上及び利益が集中する傾向がある。ただし、前述のとおりビジネス・DX・IT研修などのカテゴリーが増えることで平準化が図られており、引き続き利益成長をけん引すると弊社では考えている。

■ 今後の見通し

インサイドセールス事業、研修事業ともに2ケタ成長を見込む

1. 2023年12月期業績見通し

2023年12月期業績は、売上高7,662百万円(前期比14.2%増)、営業利益939百万円(同6.6%増)、経常利益939百万円(同5.9%増)、親会社株主に帰属する当期純利益629百万円(同5.9%増)と、期初計画を据え置いている。通期予想に対する第2四半期の売上高の進捗率は、インサイドセールス事業の遅れにより46.7%となった。当初より下期にインサイドセールス事業の売上伸長を想定しており、キャッチアップは可能な範囲であると同社は考えている。営業利益はインサイドセールス事業の進捗率が売上高進捗率と同水準で遅れ気味であるが、研修事業の進捗率は60.0%と順調だ。今後インサイドセールス事業の売上高がキャッチアップすれば計画を上回る利益の確保が期待できる。なお、人材確保の強化やシステム投資などの先行投資は当初計画どおり継続的に進める予定である。増収効果でカバーする予定であるものの、通期の営業利益率は第2四半期を下回る12.3%を計画している。

ブリッジインターナショナル | 2023年9月26日(火)
7039 東証グロース市場 | <https://ir.bridge-g.com/>

今後の見通し

新たな生活様式による時代の流れを受けて、リモートによる営業活動への期待値は高まり、インサイドセールスは近年多くのBtoB企業が導入を進め、スタンダードな営業スタイルとして定着しつつある。そのなかでインサイドセールスの内製化ニーズも増えてきており、安定的なストックビジネスであるアウトソーシングサービス以外のコンサルティング、システムソリューション、研修の各サービスの成長も期待される。同社では、2023年7月に新しくイノベーション推進部を設置した。グループが保有するそれらの各サービスに横串を通して、顧客のインサイドセールスに関わるすべてのニーズにワンストップで応える営業体制を整え、成長を加速する計画だ。

アウトソーシングから内製に切り替えたいという企業のニーズに対しては、単純にアウトソーシングを止めるのではなく、内製+アウトソーシングという形で顧客と協業するケースや、インバウンドだけのコールセンターをアウトバウンド型のセンターへ内製+アウトソーシングするという協業、レベニューシェアを行う形へ転換するようなモデルなど、同社のリソースを生かした形でインサイドセールス事業を展開していく。

企業向け研修サービスは、引き続きIT事業者のエンジニア人材育成の研修コンテンツを維持・拡充するほか、リスクリング需要に対応した非エンジニア人材向けの研修コンテンツを強化することで、IT事業者のエンジニア以外の新たな顧客獲得・拡大を図る。特にAIやChatGPT関連はニーズが高く、2023年6月よりビジネスパーソン向けにChatGPTの実用的な活用を支援する研修コースをリリースした。今後は受講者のレベルに合わせたコースの新設、内容や講師の変更などにより研修の品揃えの拡充を進めており、順次リリースする計画だ。

2023年12月期業績見通し

(単位：百万円)

	22/12期		23/12期	
	実績	予想	前期比	2Q進捗率
売上高	6,707	7,662	14.2%	46.7%
インサイドセールス事業	4,673	5,308	13.9%	45.1%
研修事業	2,034	2,354	15.9%	50.3%
売上総利益	2,162	2,453	13.5%	46.9%
営業利益	881	939	6.6%	50.4%
インサイドセールス事業	576	614	6.6%	45.1%
研修事業	305	325	6.6%	60.0%
経常利益	886	939	6.0%	50.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	594	629	5.9%	50.2%
EBITDA ※	1,115	1,211	8.6%	-

※ 償却前営業利益を採用

出所：決算短信、決算説明資料、「事業計画及び成長可能性に関する事項」よりフィスコ作成

2. トピック

2023年10月に、前年に株式の10%を取得していたマレーシアのTK International Sdn.Bhd. (以下、TKインターナショナル) を100%子会社化する予定である。TKインターナショナルは、マレーシアを拠点にASEAN地域に進出する日系企業の販路開拓を支援するため、マーケティング支援やITサービス事業を展開。顧客のASEAN事業モデル構築フェーズから事業展開・拡大フェーズまでを広くカバーし、創立以来延べ100社以上の事業進出と成長のサポート実績を有する。

今後の見通し

TK インターナショナルは MD ステータス※（旧名：MSC ステータス）を取得しており、マレーシア国内における外国人の採用において優位性がある。このためデジタルマーケティング人材の確保や CRM システム開発のためのオフショア拠点の確保、同社グループの顧客のアジア本社機能への展開拠点の確保が可能となる。現在の売上高は 1 億円弱で、利益も小さいため当面非連結となるが、同社初の海外拠点であり、同社の成長戦略を担うことが期待される。

※ MD ステータス：マレーシア政府は、マレーシア国内の企業、人材、投資の分野において、デジタル経済の拡大を国家戦略として掲げおり、その主導的な役割を果たす企業には Malaysia Digital Status (MD ステータス) を付与し、経済的な支援や優遇措置を提供している。TK インターナショナルは 2016 年から MD ステータス（当時の名称で MSC ステータス）の認可を受けており、管轄機関である MDEC（マレーシアデジタルエコノミー公社）とも継続的に連携している。

■ 成長戦略

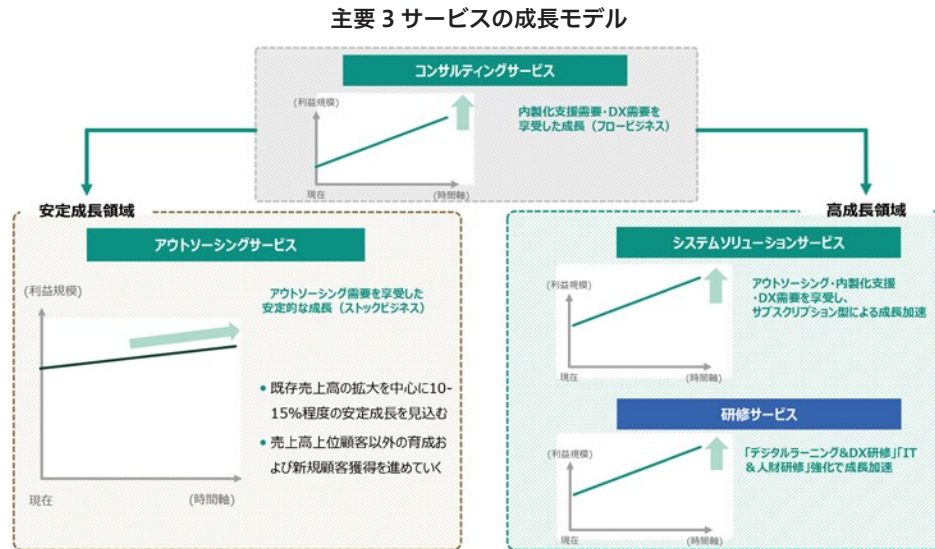
2025 年 12 月期までに売上高 100 億円、営業利益 15 億円を目指す

1. 成長戦略の概要

同社は 2023 年 2 月 13 日に「事業計画及び成長可能性に関する事項」を開示した。同社が提供する Value をこれまでの「インサイドセールスを軸とする法人営業改革」から「営業 DX を軸とする法人営業改革」に再定義した。具体的には、カスタマージャーニー全体の顧客エンゲージメントを End to End で強化し、マーケティング戦略上で土台となるファネルを拡充することで売上増加に貢献するほか、カスタマージャーニー全体に対応するプロセスを最適化し、シームレスに連携する体制の構築を目指す。成果の最大化を実現する DX を推進する。

経営指標については 2021 年 12 月期実績の売上高 5,593 百万円、営業利益 644 百万円、2022 年 12 月期実績の売上高 6,707 百万円、営業利益 881 百万円から、2025 年 12 月期には売上高 100 億円、営業利益 15 億円を目標としている。目標達成に向けてコンサルティングサービスをフックツールとしてアウトソーシング事業の安定成長を継続し、高成長領域として掲げている研修、システムソリューション、コンサルティングで約 40% まで売上を高める計画である。

成長戦略



2. 売上高の年平均成長率は14%を計画

売上高の2022年12月期から2025年12月期までの年平均成長率は14%を見込む。各セグメントにおける施策としては、インサイドセールス事業におけるアウトソーシングサービスについて、既存IT業界の主要顧客の取引を拡大し、IT業界以外の顧客獲得を増やすことで、10～15%程度の安定的な成長を目指す。コンサルティングサービスについては、DX需要を享受することで、グループ全体・全サービスの上流工程の役割を担いながら成長を見込む。システムソリューションサービスでは、ストックビジネスであるライセンス販売及びAIサービス「SAIN」の拡販による成長を掲げている。研修サービスについては、デジタルラーニング、DX人材及びIT研修コンテンツ強化により成長を加速する計画である。

営業利益に関しては、AIサービス「SAIN」の大型開発が2021年12月期に終了したため、2022年12月期～2023年12月期にかけてソフトウェア開発資産の減価償却が進み、2024年12月期から本格的な利益回収のフェーズ入りを予定している。販管費対売上比率は5年間で20%台から17%台まで低減する予定である。

3. アウトソーシングサービスの成長に合わせ、年間10%の人員純増を行う

人材投資については、アウトソーシングサービスの成長に合わせて年間10%の人員純増を行うほか、そのほかのサービス及び管理系人員についても純増する計画である。グループ全体では、2022年12月期から2025年12月期までの年平均で12%以上の社員数増加の採用活動を実施する。これにより人員は576人(2021年12月期)から905人(2025年12月期)まで増やす。なお、2023年12月期第2四半期末時点で690人(2022年12月末比59名増)となった。

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