

|| 企業調査レポート ||

## ベルシシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年12月4日(月)

執筆：客員アナリスト

**国重 希**

FISCO Ltd. Analyst **Nozomu Kunishige**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 2024 年 2 月期第 2 四半期の業績概要	01
2. 2024 年 2 月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
■ 事業概要	05
1. セグメント	05
2. 収益構造	06
■ 業績動向	07
1. 2024 年 2 月期第 2 四半期の業績概要	07
2. セグメント別動向	09
3. 財務状況	11
4. キャッシュ・フローの状況	12
■ 今後の見通し	13
● 2024 年 2 月期の業績見通し	13
■ 中期経営計画	15
1. 中期経営計画の目標	15
2. 3 つの重点施策	16
3. 人的資本戦略とサステナビリティへの取り組み	20
■ 株主還元策	22

## 要約

### コンタクトセンター大手として、社会インフラの役割を果たす。 「中期経営計画 2025」の推進により、さらなる成長を目指す

ベルシステム 24 ホールディングス <6183> は東京証券取引所（以下、東証）プライム市場に上場する国内コンタクトセンター大手で、傘下に子会社 6 社を持ち、CRM（Customer Relationship Management：顧客管理）を主たる事業として全国で事業展開している。2023 年 8 月末現在、全国 38 拠点、3 万 2 千人以上の従業員、国内最大規模の CRM クラウド基盤（複数の拠点を 1 つの仮想コールセンターに統合。先端のクラウドテクノロジーを利用し、高信頼性とコストメリットを両立させた、クラウド型のコールセンターシステム）を擁する。伊藤忠商事 <8001>、TOPPAN ホールディングス <7911> との資本業務提携を最大限に活用して、企業価値のさらなる向上を目指している。

#### 1. 2024 年 2 月期第 2 四半期の業績概要

2024 年 2 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上収益 76,679 百万円（前年同期比 2.1% 減）、営業利益 6,529 百万円（同 20.2% 減）、税引前利益 6,423 百万円（同 17.9% 減）、親会社の所有者に帰属する四半期利益 4,501 百万円（同 13.9% 減）の減収減益決算となった。売上収益及び営業利益の通期予想に対する進捗率はいずれも 50% をやや下回ったが、おおむね計画どおりの決算であった。売上収益のうち、基礎業務は 703.2 億円（同 7.9% 増）でベトナム子会社 BELLSYSTEM24 VIETNAM Inc. の新規連結の寄与もあり着実に増加したが、コロナ等国策関連業務（コロナ関連業務に加えて物価高対策等の経済対策に関連した業務が対象）が 60.1 億円（同 52.4% 減）と大幅に減少したことが響いた。営業利益段階では、基礎業務の増収効果はあるものの、高収益のコロナ等国策関連業務減少に伴い減益となった。一方、親会社の所有者に帰属する四半期利益は、持分法による投資損益の増加等があったが、営業利益減少の影響から減益にとどまった。この結果、営業利益率は 8.5% に低下したものの、自己資本比率（親会社所有者帰属持分比率）は 36.9% に上昇した。2023 年 3 月期東証プライム市場サービス業平均の営業利益率 5.4%、自己資本比率 5.7% を大きく上回り、同社の収益性や安全性は極めて高いと評価できる。減益決算ながら、1 株当たりの中間配当金は 30 円と前年同期と同水準を維持し、株主重視の経営姿勢を示している。

#### 2. 2024 年 2 月期の業績見通し

2024 年 2 月期の連結業績は、期初の業績予想を維持し、売上収益 157,000 百万円（前期比 0.6% 増）、営業利益 13,800 百万円（同 7.5% 減）、税引前利益 13,400 百万円（同 5.3% 減）、親会社の所有者に帰属する当期利益 8,800 百万円（同 5.7% 減）を予想する。売上収益は、BELLSYSTEM24 VIETNAM の連結に伴い基礎業務が大幅に増加する一方、コロナ等国策関連業務の減少が見込まれることで前期並みを維持する。営業利益は高収益のコロナ等国策関連業務の減少に伴う売上総利益の減少が響き、減益を予想する。親会社の所有者に帰属する当期利益も営業利益減少の影響から、減益を見込んでいる。ただ、例年どおり期初の業績予想は非常に保守的であると見られる。年間配当予想は 60 円に据え置くことで、配当性向は 50.2% に上昇する見込みだ。今後も連結配当性向 50% を基本方針として、前期を下回らない配当の実現を目指す。

要約

3. 中期経営計画

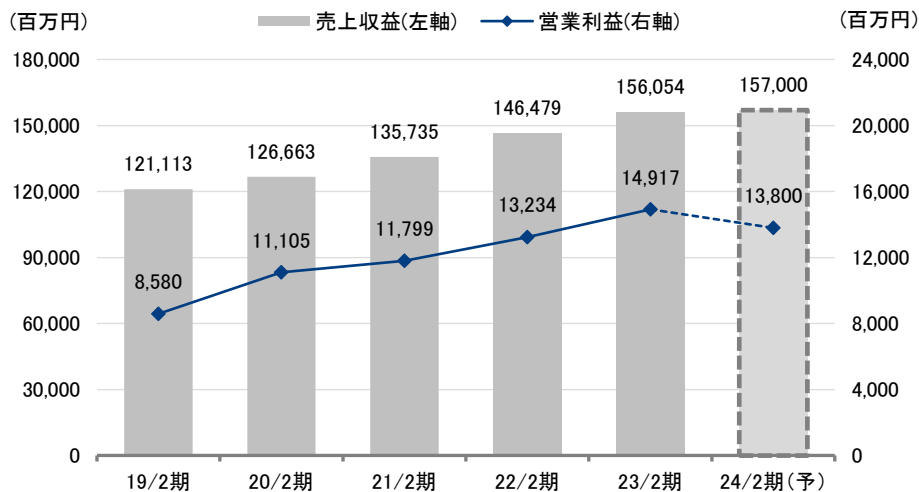
「中期経営計画 2025」（2024 年 2 月期～2026 年 2 月期）では、最終年度の売上収益 1,800 億円、営業利益 165 億円（営業利益率 9.2%）、税引後利益 110 億円、ROE14.4%、配当性向 50% を掲げている。売上収益は年平均 7.1% 増、税引後利益は同 11.8% 増を計画する意欲的な目標である。この定量目標を実現するための重点施策として、1) 人材：総力 4 万人の最大活躍、2) 型化：データ活用の高度化、3) 共創：NEW BPO※領域開拓、の 3 つを掲げる。同時に人的資本戦略やサステナビリティ（持続可能性）にも積極的に取り組む計画で、世界的な ESG 投資拡大の潮流もあり、今後の成果が期待される。中期経営計画をスタートしてまだ半年であるが、早くも NEW BPO や ESG への取り組みにおいて成果を出している。

※ BPO：Business Process Outsourcing。業務プロセスを外部委託すること。

Key Points

- ・全国に事業展開するコンタクトセンター大手で、伊藤忠商事、TOPPAN ホールディングスと資本業務提携
- ・2024 年 2 月期第 2 四半期は、コロナ等国策関連業務の減少が響き減収減益。ただ、営業利益率、自己資本比率は 2023 年 3 月期東証プライム市場サービス業平均を大きく上回り、収益性・安全性は極めて高いと評価
- ・2024 年 2 月期は、期初予想どおり前期並みの売上収益と小幅の減益を計画。コロナ等国策関連業務の反動減を想定するものの、例年どおり保守的な業績予想
- ・「中期経営計画 2025」は、売上収益は年平均 7.1% 増、税引後利益は同 11.8% 増を目指す意欲的な目標。計画スタート後の半年で、早くも NEW BPO や ESG への取り組みにおいて成果

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## 会社概要

### 全国で 38 拠点、3 万 2 千人以上の従業員を擁する、 コンタクトセンター大手

同社は、2023 年 8 月末現在、国内 38 拠点、臨時従業員を含めて従業員数 3 万 2 千人以上、ブース数（同社国内拠点でオペレーション業務を実施する席数）約 20,000 席と、国内最大規模の CRM クラウド基盤を擁する国内コンタクトセンター大手である。同業のトランスコスモス <9715>、(株)NTT マーケティングアクト ProCX などに比べて国内の自社センターが多く、特に通信系企業との取引比率が大きい。

同社は、1982 年の国内初の本格的なコールセンターのアウトソーシング受託事業の開始から、事業を拡大してきた。2014 年 10 月に伊藤忠商事の資本参加を経て、2015 年 11 月に東証 1 部に再上場を果たした。2023 年 8 月末現在では、伊藤忠商事が筆頭株主で 40.73% を保有し、2017 年 12 月に資本参加した TOPPAN ホールディングスが 14.34% で続く。同社グループは伊藤忠商事、TOPPAN ホールディングスとの資本業務提携を最大限に活用し、さらなる事業展開による企業価値の一層の向上を目指している。また、新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）に対応して在宅勤務とオフィス勤務の両立を実現した新しい働き方に対応することも視野に、2021 年 6 月に本社オフィスを「神谷町トラストタワー」に移転した。2022 年 4 月には東証の市場区分見直しに伴い、プライム市場に移行した。

2020 年 5 月には、伊藤忠商事で CDO（最高デジタル責任者）、CIO（最高情報責任者）を務めた野田俊介（のだしゅんすけ）氏が代表取締役に就任した。伊藤忠商事での経験を生かして、中期経営計画に基づき同社の発展を目指し指揮している。

#### 沿革

年月	沿革
1982年 9月	(株)ベルシステム 24 創業（新宿区西新宿）
1982年10月	「電話転送機による 24 時間電話業務代行サービス」を開始 「夜間・休日におけるクレジット申し込み電話受付業務」を開始
1983年 6月	「テレフォン・リサーチ業務」を開始
1983年 9月	「テレビショッピングの注文電話受付業務」を開始
1984年 8月	「英語による電話受付業務及び通訳業務」を開始
1986年 5月	「通信販売会社のための電話受付代行サービス」を開始
1991年12月	「オートコールでのコレクション業務」を開始
1993年 7月	「選挙関係世論調査サービス」を開始
1993年10月	「移動通信事業者向けサービス」を開始
1993年12月	「コンピューター関連コールセンター運営業務」を開始
1997年 2月	東証 2 部に上場
1999年11月	東証 1 部に上場
2001年 8月	医療関連サービス事業本部で ISO9001 認証を取得
2004年 8月	BB コール(株)の株式取得（子会社化）
2005年 1月	東証上場廃止
2006年 5月	ISO/IEC27001 の認証取得
2007年 3月	プライバシーマークの認証取得

## 会社概要

年月	沿革
2009年 3月	コンテンツ事業を独立させ、新会社(株)ポッケを設立
2009年 8月	本社を東京都渋谷区に移転
2011年 3月	特例子会社(株)ベル・ソレイユ(現 連結子会社)を設立
2011年 6月	プライベートクラウドによる次世代プラットフォーム「BellCloud®」本格稼働開始
2011年10月	在宅コールセンターサービス「Bell@Home」を開始
2011年11月	ソーシャルメディアを使ったCRMサービス「Bell Social CRM」を開始
2012年 3月	医薬・医療関連事業を分社化し、(株)ベル・メディカルソリューションズ(2017年1月に(株)ビーアイメディカルに商号変更)を設立
2013年 8月	本社を東京都中央区に移転
2013年10月	成果報酬型セールス専門センター稼働開始 コールとWebのチャンネルミックスの最適化を提案するコンサルティングサービス開始
2014年 3月	持株会社制に移行
2014年10月	伊藤忠商事<8001>の資本参加
2015年 9月	BB コールを吸収合併
2015年11月	東証1部に再上場
2016年 8月	伊藤忠テクノソリューションズ<4739>(CTC)と協業を強化、CTCより「eBellCloud」販売を開始
2017年 4月	同社初の企業内保育所「ベルキッズとよさき保育園」を開設
2017年 7月	CTC ファーストコンタクト(株)(現 連結子会社)へ出資し、CTCとBPO事業の連携強化 ベトナム Hoa Sao Group Joint Stock Company への出資を完了、同国での事業を開始(出資比率49.0%)
2017年12月	凸版印刷<7911>(現 TOPPAN ホールディングス)の資本参加
2019年11月	ビーアイメディカルを吸収合併
2020年 1月	タイのコンタクトセンター事業者大手の True Touch Co., Ltd. に出資(出資比率49.9%)
2020年 3月	台湾支店開設
2020年 5月	凸版印刷と合併会社(株)TBネクストコミュニケーションズを設立(出資比率49.0%)
2021年 6月	本社を東京都港区に移転
2022年 3月	ポッケを吸収合併
2022年 3月	(株)レイヤーズ・コンサルティングと合併会社 Horizon One(株)を設立(現 連結子会社)
2022年 4月	東証プライム市場に移行
2023年 4月	ベトナム Hoa Sao Group Joint Stock Company に追加出資し、社名を BELLSYSTEM24 VIETNAM Inc. に変更(現 連結子会社)
2023年 9月	(株)シンカーを子会社化(現 連結子会社)

出所：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

### CRM 事業を中心に事業を展開、経営資源を集中する体制を整える

#### 1. セグメント

同社グループは、持株会社である同社と、(株)ベルシステム 24、CTC ファーストコンタクト(株)(以下、CTCFC)、(株)ベル・ソレイユ、Horizon One(株)、BELLSYSTEM24 VIETNAM Inc.、(株)シンカーの子会社 6 社で構成される。コンタクトセンター業務を中心とする CRM 事業を主たる事業として、日本全国及びベトナム・タイ・台湾で事業を展開している。同社グループの報告セグメントは、CRM 事業とその他の 2 つである。

##### (1) CRM 事業

ベルシステム 24 (同社 100% 子会社) による CRM 事業には、クライアント企業の商品やサービスに関する質問などに対応するカスタマーサポート業務、クライアント企業の商品・サービスなどの販売促進をサポートするセールスサポート業務、クライアント企業の IT 製品などの操作方法などに関する質問に対応するテクニカルサポート業務、クライアント企業のデータ入力や Web 制作などを請け負う BPO などがある。いずれも電話での対応を軸に、Web やメールのほか、近年は成長が著しいソーシャルメディアやチャットにも対応している。2020 年 10 月には、TOPPAN ホールディングスが 51%、同社が 49% 出資した(株)TB ネクストコミュニケーションズが、コンタクトセンター業務を中心とするアウトソーシングサービス、コンサルティングサービス業務を開始した。さらに 2023 年 9 月には、データマーケティング事業や AI ソリューション開発を手掛けるシンカーの株式 70% を取得した。

海外にも事業展開をしており、2017 年 7 月にはベトナムのコンタクトセンター最大手である Hoa Sao Group Joint Stock Company へ出資し(持分比率 49.0%)、2023 年 3 月には持分比率を 80.0% に引き上げて連結子会社化し、社名を BELLSYSTEM24 VIETNAM Inc. に変更した。同子会社は、ベトナム国内 8 拠点でコンタクトセンター事業を展開している。さらに、2020 年 1 月にはタイのコンタクトセンター事業者大手の True Touch Co., Ltd. に出資し(49.9% 保有)、同年 2 月には台湾最大手の総合通信会社である中華電信股份有限公司の子会社と業務提携契約を締結するなど、CRM 事業の海外展開を活発化している。

##### (2) その他事業

その他事業は、CTCFC、ベル・ソレイユ、Horizon One の 3 子会社の事業である。CTCFC は、サービスデスクやコンタクトセンターなどの BPO を展開する子会社で、BPO 分野でのビジネス拡大を目的に同社が株式の 51%、伊藤忠テクノソリューションズ<4739> が 49% を保有している。テクニカルヘルプデスク等、IT をベースとした BPO サービスをはじめ、マニュアル作成サービス/教育・研修サービスなども行っている。ベル・ソレイユは、同社の 100% 子会社で、「障がい者の雇用の促進等に関する法律」による特例子会社の認定を受け、オフィスカフェ運営、チョコレート製造、野菜・胡蝶蘭栽培、事務・清掃作業を展開する。Horizon One は、同社が 51%、経営コンサルティング事業の(株)レイヤーズ・コンサルティングが 49% 保有する。人事・経理分野における BPO を提供している。



## CRM 事業が売上及び利益の大部分を占める

### 2. 収益構造

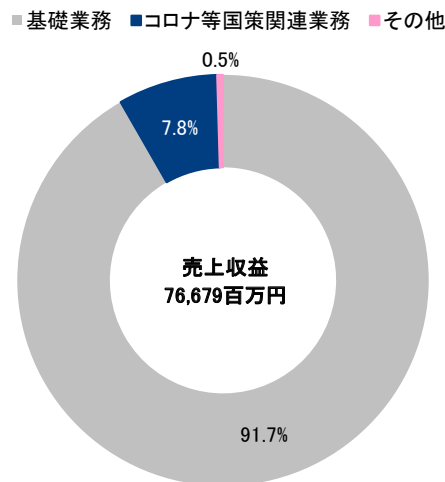
#### (1) 売上収益の内訳

これまでの事業再編による CRM 事業への経営資源集中の結果、全社売上収益に占める CRM 事業の比率は 2016 年 2 月期の 92.7% から年々拡大を続け、2024 年 2 月期第 2 四半期累計では 99.5% を占めている。その他事業の比率は、同期間に 7.3% から 0.5% に大きく縮小した。

CRM 事業の内訳を見ると、2024 年 2 月期第 2 四半期累計では基礎業務が全社売上収益の 91.7%、コロナ等国策関連業務が同 7.8% を占めている。前年同期は政府によるコロナ禍対策の一環であるワクチン接種や給付金など、各種支援に関する案内対応業務の増加に伴ってコロナ等国策関連業務が大幅増収となり、同社の好業績に貢献したが、2024 年 2 月期第 2 四半期にはワクチン関連業務の減少に伴い大幅減収となった。一方、基礎業務は新規・既存業務が拡大するなか、BELLSYSTEM24 VIETNAM の売上収益も加わり着実な増収を続けた。

税引前利益では、CRM 事業が一貫して大幅利益を計上しているのに対し、その他事業は小幅利益にとどまっている。2022 年 3 月に古い事業を展開していた (株) ポッケをベルシステム 24 が吸収合併するなど事業再編を進めたことで、2024 年 2 月期第 2 四半期累計の CRM 事業の全社利益に占める比率は 98.3% に拡大し、その他事業は 1.7% にとどまる。このように同社グループのコア事業である CRM 事業に集中する体制を整えていることが、売上収益・税引前利益の内訳からも確認できる。

CRM事業の売上収益の内訳(2024年2月期第2四半期累計)



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

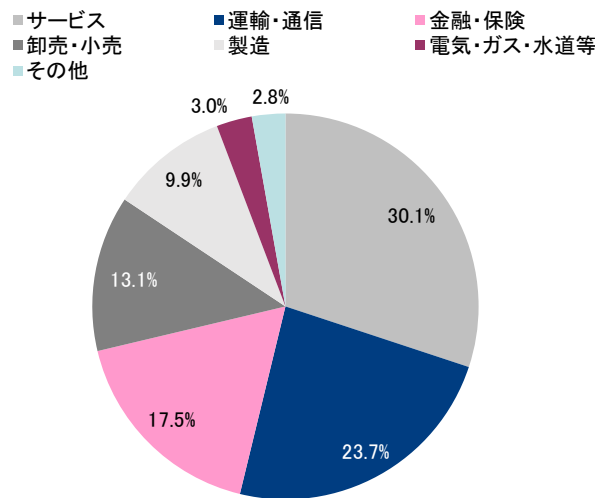


事業概要

(2) CRM 事業の業種別売上収益

CRM 事業における 2024 年 2 月期第 2 四半期累計の売上収益上位 300 社の業種別構成比を見ると、サービス業が 30.1%、運輸・通信業が 23.7%、金融・保険業が 17.5%、卸売・小売業が 13.1%、製造業が 9.9%、電気・ガス・水道等が 3.0%、その他が 2.8% となっている。サービス業は、人材採用系の拡大により前年同期比 3.2% 増であった。前年同期に大きく増加した製造業は、コロナ等国策関連業務の減少に伴い同 34.1% 減であった。

CRM事業の業種別売上収益内訳(2024年2月期第2四半期累計)



注：ベルシステム 24 単体の売上収益上位 300 社が集計対象  
出所：決算補足資料よりフィスコ作成

## 業績動向

### 2024 年 2 月期第 2 四半期はコロナ等国策関連業務減少の影響で減収減益ながら、基礎業務は着実に増加

#### 1. 2024 年 2 月期第 2 四半期の業績概要

2024 年 2 月期第 2 四半期累計期間における日本経済は、雇用・所得環境が改善するなど、緩やかな景気回復の動きがみられた一方で、世界的な金融引締めに伴う影響や中国経済の先行き懸念など、海外景気下振れの影響が景気を下押しするリスクとなった。雇用環境において有効求人倍率は低下傾向であるものの、賃金相場は上昇基調が続いた。同社グループの主力事業である CRM 事業は成熟期を迎えているため、周辺領域への事業拡大を重要としている。同社は他社との差別化を図るために、顧客接点多様化に伴う対応領域の拡大と VOC (Voice Of Customer)などを駆使したデータ活用により業務品質や付加価値の向上に努めるとともに、新たな事業領域の開拓が求められている。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2023 年 12 月 4 日 (月)

<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

## 業績動向

こうした経営環境を踏まえて、同社グループでは中期経営計画で掲げた「人材（総力 4 万人の最大活躍）」「型化（データ活用の高度化）」「共創（NEW BPO の領域開拓）」の 3 つの重点施策を推進することで、持続的な成長の実現を目指した。その結果、2024 年 2 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上収益 76,679 百万円（前年同期比 2.1% 減）、営業利益 6,529 百万円（同 20.2% 減）、税引前利益 6,423 百万円（同 17.9% 減）、親会社の所有者に帰属する四半期利益 4,501 百万円（同 13.9% 減）の減収減益決算となった。通期予想に対する進捗率は、親会社の所有者に帰属する四半期利益では 51.1% であったものの、売上収益は 48.8%、営業利益も 47.3% と 50% をやや下回った。第 2 四半期以降、コロナ禍前の状況に戻るも人件費や電気料金などが上昇した影響を受けたが、おおむね計画どおりの決算であったと言える。

売上収益（前年同期比 16.1 億円減）は、基礎業務では新規・既存業務が拡大するなかで BELLSYSTEM24 VIETNAM の売上収益の寄与も加わり、703.2 億円（同 51.3 億円増）と着実に増加した。しかし、高収益のコロナ等国策関連業務がワクチン関連業務の減少に伴い 60.1 億円（同 66.1 億円減）と大幅に減少したことが響いた。営業利益（同 16.5 億円減）は売上総利益で基礎業務の増収効果はあったものの、コロナ等国策関連業務が大きく減少したうえ、拠点における人件費や家賃・光熱費等のコスト上昇もあって同 23.3 億円減と大きく減少した。加えて、販管費が電子帳簿やインボイス対応のための新会計システムの導入・運用費用等の増加により 0.8 億円増（減益要因）となったことが影響し、BELLSYSTEM24 VIETNAM の持分法から連結子会社への区分変更による評価差益（段階取得に係る差益）8.4 億円（増益要因）の計上ではカバーできなかった。親会社の所有者に帰属する四半期利益（同 7.2 億円減）では、営業利益減少の影響が大きく響き、法人所得税費用（同 6.9 億円減）や持分法による投資損益（同 2.2 億円増）の増益要因があったが、減益にとどまった。

収益性の高いコロナ等国策関連業務の減少に伴い、営業利益率は 8.5%（前年同期比 2.0 ポイント低下）となったものの、2023 年 3 月期東証プライム市場サービス業平均の営業利益率 5.4% を上回る。また、同社の 2023 年 2 月期における ROE（親会社所有者帰属持分当期利益率）は 15.1%、ROA（資産合計税引前利益率）も 8.0% と高水準で、これらの指標は 2023 年 3 月期東証プライム市場サービス業平均の ROE 7.1%、ROA 0.7% を大きく上回った。同社が属するサービス業には様々なビジネスモデルの会社を含むため、同社と業界平均の単純比較は難しい面があるものの、同社の収益性は極めて高いと評価できる。

## 業績動向

## 2024 年 2 月期第 2 四半期累計 連結業績

(単位：百万円)

	23/2 期 2Q 累計	24/2 期 2Q 累計	前年同期比		24/2 期	
			増減額	増減率	通期予想	進捗率
売上収益	78,291	76,679	-1,612	-2.1%	157,000	48.8%
売上原価	61,844	62,560	716	1.2%	-	-
売上総利益	16,447	14,119	-2,328	-14.2%	-	-
販管費	8,398	8,479	81	1.0%	-	-
営業利益	8,183	6,529	-1,654	-20.2%	13,800	47.3%
税引前利益	7,823	6,423	-1,400	-17.9%	13,400	47.9%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	5,225	4,501	-724	-13.9%	8,800	51.1%
<収益性>						
売上総利益率	21.0%	18.4%	-2.6pt	-	-	-
営業利益率	10.5%	8.5%	-2.0pt	-	8.8%	-
税引前利益率	10.0%	8.4%	-1.6pt	-	8.5%	-
当期利益率	6.7%	5.9%	-0.8pt	-	5.6%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2. セグメント別動向

2024 年 2 月期第 2 四半期累計の CRM 事業の売上収益は 76,332 百万円（前年同期比 1.9% 減）、税引前四半期利益は 6,317 百万円（同 18.1% 減）で、税引前利益率は 8.3%（同 1.6 ポイント低下）となった。また、CRM 事業の全社業績に占める比率は、売上収益の 99.5%（同 0.1 ポイント増）、税引前利益の 98.3%（同 0.3 ポイント減）となった。セグメント別の業績においても、収益性の高いコロナ等国策関連業務の売上高が 60.1 億円（同 52.4% 減）と減少したことが大きく響いた。主力の基礎業務の売上高は 703.2 億円（同 7.9% 増）と堅調であった。基礎業務における注目分野としては、人材・教育関連業務では、雇用の流動化が続くなかで転職者数が増加し、中途斡旋関連の業務が堅調に推移した。また、非対面関連業務では、保険関連業務は安定的に推移しているものの、行動制限が緩和された影響により E コマース関連業務、デリバリー関連業務は減少した。さらに、キャッシュレス決済関連業務では、クレジットカード関連業務の増加に加え、電子マネー・QR コード決済関連業務も堅調な推移を示した。この結果、2024 年 2 月期第 2 四半期の基礎業務の増収率 7.9% は、2017 年 2 月期から 2023 年 2 月期までの年間平均増収率 4.6% を大きく上回った。これは、コロナ禍収束によって企業の事業活動が正常化に向かうなかで、アウトソーシング需要が高まってきたことを示している。

なお、その他の事業の全社業績に占める比率は小さいが、コンテンツ販売収入が減少したため、売上収益は 347 百万円（前年同期比 28.1% 減）、税引前四半期利益も 106 百万円（同 4.5% 減）となった。

## 業績動向

## セグメント別連結業績

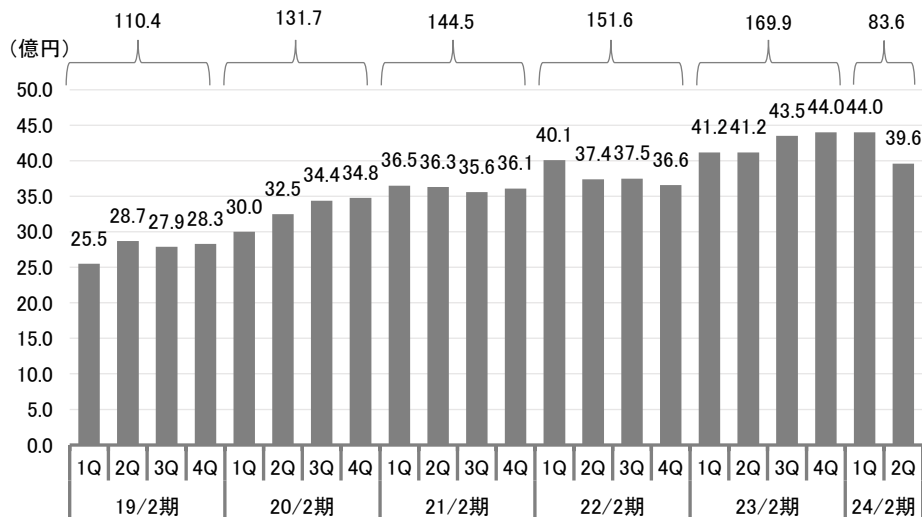
(単位：百万円)

	23/2 期 2Q 累計	24/2 期 2Q 累計	前年同期比	
			増減額	増減率
売上収益	78,291	76,679	-1,612	-2.1%
CRM 事業	77,809	76,332	-1,477	-1.9%
基礎業務	65,190	70,320	5,130	7.9%
コロナ等国策関連業務	12,620	6,010	-6,610	-52.4%
その他	482	347	-135	-28.1%
税引前四半期利益	7,823	6,423	-1,400	-17.9%
CRM 事業	7,712	6,317	-1,395	-18.1%
その他	111	106	-5	-4.1%
税引前利益率	10.0%	8.4%	-1.6pt	-
CRM 事業	9.9%	8.3%	-1.6pt	-
その他	23.0%	30.5%	7.5pt	-

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

売上収益における「伊藤忠シナジー」については、同社の筆頭株主である伊藤忠商事のネットワークを活用して、伊藤忠グループ関連の案件をはじめとする新規案件獲得を継続することで拡大している。同社が定義する「伊藤忠シナジー」には伊藤忠商事の子会社や関連会社だけでなく、その取引先も含むため、対象とする開拓先は広大である。これら伊藤忠グループ案件による売上収益は、2019 年 2 月期の 110.4 億円から、2023 年 2 月期には 169.9 億円へと増加し続けてきた。2024 年 2 月期第 2 四半期累計では 83.6 億円（前年同期比 1.2 億円増）にとどまったが、今後も新技術活用における連携（出資、提携など）や海外事業展開における連携などによって、「伊藤忠シナジー」はさらに拡大し続ける見通しだ。

## 伊藤忠シナジーによる四半期ごとの売上収益



出所：決算補足資料よりフィスコ作成

### 3. 財務状況

2024 年 2 月期第 2 四半期末の資産合計は 179,021 百万円（前期末比 2,711 百万円増）となった。2024 年 2 月期は BELLSYSTEM24 VIETNAM の新規連結の影響（22.6 億円増）の影響を大きく受けた。流動資産は 29,094 百万円（同 1,579 百万円減）となったが、これは主にその他の流動資産が 452 百万円及び現金及び現金同等物が 331 百万円増加したものの、営業債権が 1,512 百万円及びその他の短期金融資産が 850 百万円それぞれ減少したことによる。非流動資産は 149,927 百万円（同 4,350 百万円増）で、これは主に持分法で会計処理されている投資が 571 百万円減少したが、のれんが 1,861 百万円、有形固定資産が 1,368 百万円、無形資産が 1,144 百万円及びその他の長期金融資産が 506 百万円それぞれ増加したことによる。

負債合計は 112,159 百万円（前期末比 820 百万円増）となった。流動負債は 49,303 百万円（同 3,065 百万円増）となったが、これは主に営業債務が 1,475 百万円及び未払法人所得税が 788 百万円減少したが、借入金が 3,600 百万円、その他の短期金融負債が 1,151 百万円及びその他の流動負債が 511 百万円それぞれ増加したことによる。非流動負債は 62,856 百万円（同 2,245 百万円減）であったが、これは主にその他の長期金融負債が 1,008 百万円及び繰延税金負債が 217 百万円増加したものの、長期借入金が 3,454 百万円減少したことによる。資本合計は 66,862 百万円（同 1,951 百万円増）となったが、これは主に資本剰余金が 2,777 百万円減少したが、利益剰余金が 4,501 百万円増加したことによる。

有利子負債は 54,967 百万円（前期末比 146 百万円増）となった。また、親会社の所有者に帰属する四半期利益の積上げによって、自己資本比率（親会社所有者帰属持分比率）は前期末比 0.5 ポイント上昇の 36.9% となった。今後も利益の蓄積により上昇を続けると見られる。同社の自己資本比率は、2023 年 3 月期の東証プライム市場サービス業平均の 5.7% を大きく上回る高水準である。同社のネット D/E レシオ（（借入金 + 長期借入金 - 現金及び現金同等物） ÷ 資本合計）は 0.72 倍と前期末比 0.03 改善しており、高い安全性を維持している。加えて、同社ではメガバンクとの間でコミットメントライン契約を結んでおり、不測の事態にも十分に備えている。

## 業績動向

## 連結財政状態計算書

(単位：百万円)

	23/2 期末	24/2 期 2Q 末	増減額
流動資産	30,673	29,094	-1,579
現金及び現金同等物	6,998	7,329	331
営業債権	21,232	19,720	-1,512
非流動資産	145,577	149,927	4,350
有形固定資産	37,007	38,375	1,368
のれん	94,900	96,761	1,861
無形資産	1,668	2,812	1,144
資産合計	176,250	179,021	2,771
流動負債	46,238	49,303	3,065
営業債務	7,634	6,159	-1,475
借入金	16,600	20,200	3,600
非流動負債	65,101	62,856	-2,245
長期借入金	38,221	34,767	-3,454
負債合計	111,339	112,159	820
(有利子負債)	54,821	54,967	146
親会社の所有者に帰属する持分合計	64,224	66,022	1,798
非支配持分	687	840	153
資本合計	64,911	66,862	1,951
<安全性>			
親会社所有者帰属持分比率	36.4%	36.9%	0.5pt
ネット D/E レシオ (倍)	0.75	0.72	0.03 改善

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

## 4. キャッシュ・フローの状況

キャッシュ・フローの状況としては、同社の 2024 年 2 月期第 2 四半期末時点の現金及び現金同等物の残高は 7,329 百万円（前期末比 331 百万円増）、同社が自由に使える現金を示すフリー・キャッシュ・フローは 6,289 百万円（前年同期比 3,918 百万円減）であった。営業活動の結果得られた資金は 8,401 百万円で、これは主に、税引前四半期利益 6,423 百万円、減価償却費及び償却費 4,551 百万円、法人所得税の支払額 2,647 百万円、営業債務の減少 1,185 百万円などによる。投資活動の結果使用した資金は 2,112 百万円で、これは主に有形固定資産の取得による支出 971 百万円、有価証券の取得による支出 551 百万円などによる。財務活動の結果使用した資金は 5,967 百万円となり、これは主に長期借入れによる収入 4,000 百万円、短期借入れによる収入 1,600 百万円、長期借入金の返済による支出 5,500 百万円、リース負債の返済による支出 3,521 百万円、配当金の支払額 2,439 百万円などによる。



## 業績動向

## 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/2 期 2Q	24/2 期 2Q	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	9,683	8,401	-1,282
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	524	-2,112	-2,636
財務活動によるキャッシュ・フロー	-8,457	-5,967	2,490
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	10,207	6,289	-3,918
現金及び現金同等物の四半期末残高	7,958	7,329	-629

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 今後の見通し

### 2024 年 2 月期は、基礎業務のアウトソーシング需要が戻る一方、高収益のコロナ等国策関連業務の減少から、減益を予想

#### ● 2024 年 2 月期の業績見通し

同社グループでは、今後も主要ビジネスである CRM 事業を中心に、既存クライアントとの取引拡大及び伊藤忠グループや TOPPAN ホールディングスなどの多様な企業ネットワークを活用した新規クライアント獲得を強化する方針だ。さらに、人件費上昇に対応する適切なサービス提供価格の設定と、業務の効率化及びコストコントロールの徹底による収益性向上との相乗効果により、収益基盤の拡充を進める計画である。また、急速な技術革新に伴い、消費者との対話においても AI (人工知能) の導入による自動化や、分散される顧客対応データの資産化・活用が求められるなど、新しい顧客体験の実現に向けた取り組みを進め、クライアント企業の期待水準を上回るビジネス価値を創造する。従業員に対しては、在宅コンタクトセンターの活用を積極的に推進するとともに、多様なキャリアパスと学習の仕組みを拡充し、自律的なキャリア形成の支援や、女性活躍をはじめとするダイバーシティへの取り組み、障がい者の積極的な雇用など、多様なバックグラウンドを持つ従業員が安心して、長期にわたって勤務できる環境の創出に向け、社内外の環境整備に取り組みを続ける考えだ。

2024 年 2 月期第 2 月四半期累計決算がおおむね計画どおりであったことから、同社では 2024 年 2 月期の連結業績について期初の業績予想を維持し、売上収益 157,000 百万円 (前期比 0.6% 増)、営業利益 13,800 百万円 (同 7.5% 減)、税引前利益 13,400 百万円 (同 5.3% 減)、親会社の所有者に帰属する当期利益 8,800 百万円 (同 5.7% 減) を予想する。売上収益は前期並みを維持する一方、高収益のコロナ等国策関連業務の減少に伴い各段階の利益の減益を予想することから、利益率は低下する見通しだ。

売上収益の前期比 9.5 億円増の予想内訳は、基礎業務についてはコロナ禍が落ち着き企業からのアウトソース需要が以前の水準に戻ることが見込まれるとともに、新たに連結子会社となった BELLSYSTEM24 VIETNAM の売上も加わり、同 120.5 億円増の 1,451.0 億円を見込む。コロナ等国策関連業務については、物価高対策等の経済対策に関連した業務の取り込みを想定するものの、ワクチン関連業務の大幅な減少に伴い同 111.1 億円減の 110.0 億円を見込んでいる。



## 今後の見通し

営業利益の前期比 11.2 億円減の予想内訳は、売上総利益は基礎業務の増収を見込むものの、高収益のコロナ等国策関連業務の減少が影響して、同 14.6 億円の減少を予想する。販管費は、新会計システムの導入・運用費用や新規連結子会社の販管費増加等により、同 2.7 億円の費用増加（減益要因）を見込む。その他収益 / 費用として、BELLSYSTEM24 VIETNAM の持分法から連結子会社への区分変更に伴う評価差益（段階取得に係る差益）を含め、6.1 億円の増益要因を想定している。

親会社の所有者に帰属する当期利益の前期比 5.3 億円減の予想内訳については、営業利益の同 11.2 億円減の影響が大きい。持分法による投資損益は、BELLSYSTEM24 VIETNAM の持分法から連結子会社への区分変更に伴う減少はあるものの、True Touch の持分法投資に係る減損損失の反動増もあり、同 3.8 億円増を見込んでいる。

現在の採用環境はコロナ禍と比較して厳しいようだが、当社では必要な採用を確保できていることから、2024 年 2 月期の基礎業務は計画どおり伸びる見通しだ。同社の業績予想は例年どおり非常に保守的な前提に基づいている。2024 年 2 月期は新中期経営計画の初年度であることから、計画達成に向け士気が高まっているものと考えられる。

## 2024 年 2 月期連結業績予想

(単位：百万円)

	23/2 期	24/2 期 (予)	前期比	
			増減額	増減率
売上収益	156,054	157,000	946	0.6%
営業利益	14,917	13,800	-1,117	-7.5%
税引前利益	14,157	13,400	-757	-5.3%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	9,330	8,800	-530	-5.7%
< 利益率 >				
営業利益率	9.6%	8.8%	-0.8pt	-
税引前利益率	9.1%	8.5%	-0.6pt	-
当期利益率	6.0%	5.6%	-0.4pt	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 中期経営計画

### 中期経営計画では、人材・型化・共創の重点施策を推進し、さらなる業績拡大によって定量目標の達成を目指す

#### 1. 中期経営計画の目標

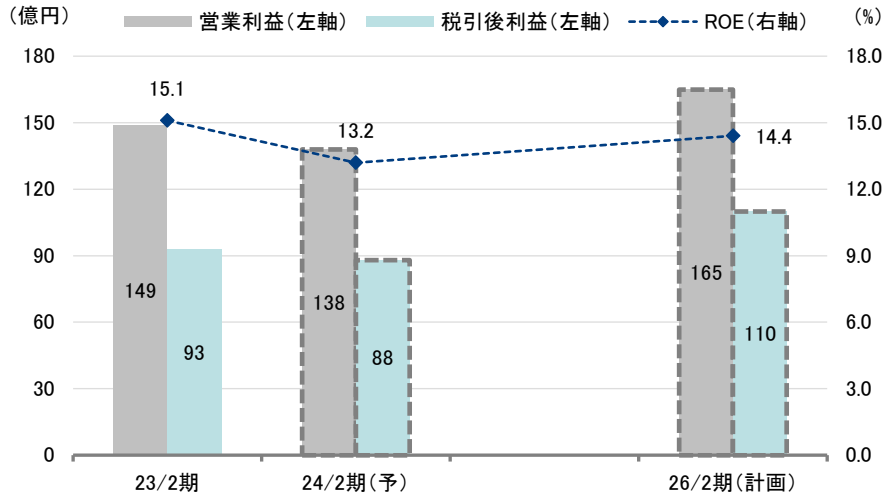
同社が現在取り組んでいる「中期経営計画 2025」（2024 年 2 月期～2026 年 2 月期）の概要は、以下のとおりである。

同社では、計画の前提となる社会的環境について、アフターコロナ（コロナ禍収束後）での市場環境は変化すると見ている。社会の状況変化については、経済活動の正常化及びそれに伴う労働市場の逼迫、複合リスクから生じる先行きが不透明な様々な経営課題、テクノロジーの進化や顧客接点の複雑化によるマーケティングニーズの高まりなどを想定する。同社の市場に関しては、人材不足による人件費上昇や顧客対応自動化の動き、様々な経営課題の中で攻め・守り双方の領域で効果的な BPO 需要の増加、テクノロジー活用によるマーケティングと高度人材の確保が重要になる。同社では、2023 年 4 月に新たに企業ブランドスローガン「その声に、どうかたえるか。」を制定した。これまで、人々の“その声”から社会、企業、生活者のニーズに耳を傾け、細やかなコミュニケーションで課題解決を続けてきたが、技術革新によって“その声”から読み解ける問題も多面的かつ複雑に変化している。一方で真摯に向き合う解決プロセス、業務整理による成果、人の感情変化は、いつでも分析可能なデジタルの経験・アセットとして活用できる時代になった。CX 現場に集まる多くの“その声”を、経営判断に関わる価値に変え、最適なアクションに導くプロセスの型化とデータ活用の新境地こそが、同社グループがスローガンとして掲げて実現を目指す「NEW BPO」である。NEW は Next、Engage、Widen の頭文字であり、すべての“その声”を、ふかめる（総力 4 万人の最大活躍、データ活用の高度化）、つなげる（パートナーとの連携）、ひろげる（領域開拓の成長戦略）ことを目指している。すなわち、今まで以上に幅広い企業との連携を、コンタクトセンターだけでなくマーケティングなどにも広く活用することを目指していると考えられる。

「中期経営計画 2025」では、3 つの重点施策を定め、その実現のために今後 3 年間で合計 150 億円以上の追加投資を行う。その結果、計画最終年度の 2026 年 2 月期には、売上収益 1,800 億円（年平均 7.1% 増）、営業利益 165 億円（営業利益率 9.2%）、税引後利益 110 億円（年平均 11.8% 増）、ROE14.4%、配当性向 50% の達成を定量目標として掲げた。今後の社会・経済環境の変化を前提としたうえで、前中期経営計画での売上収益の年平均 5.3% 増、税引後利益の同 8.7% 増を上回る目標設定である。2024 年 2 月期は高収益のコロナ関連業務の減少が響いて厳しいスタートになるものの、基礎業務の着実な積み上げにより最終年度の目標達成を目指す。

## 中期経営計画

## 「中期経営計画2025」の定量目標



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 総力 4 万人の最大活躍、データ活用の高度化、NEW BPO 領域開拓の 3 つの重点施策を推進する

### 2. 3 つの重点施策

同社は中期経営計画における具体的戦略として、(1) 人材：総力 4 万人の最大活躍、(2) 型化：データ活用の高度化、(3) 共創：NEW BPO 領域開拓、の 3 つを計画達成のための定性面での重点施策として掲げている。

#### (1) 人材：総力 4 万人の最大活躍

第 1 の重点施策として、海外も含めると 4 万人に達するグループ従業員が最大限に活躍できるように、成長機会の仕組み化と働く環境の次世代化を図る。そのために、完全在宅オペレーションへの進化と拡張、JOB マッチングによる個の能力最大化、全方位に多様で柔軟な働き方改革の促進などに取り組む。

具体的な取り組みの 1 つは、完全在宅オペレーションの推進だ。我が国では少子高齢化の進行により労働人口が減少傾向にあり、今後も労働者の確保が重要である。子育て中の主婦であっても完全在宅オペレーションによって、外出不要でライフワークバランスの充実が可能となり、同社にとっても優秀な人材の確保や人手不足の解消につながる。場所や時間の制約を超えて「お互い」が多様性と効率化を最適にする職場にすることで、在宅席数の 3,000 席から 10,000 席への増席を目指す。同社では、目標とする在宅席数の達成により、約 7 億円の増収効果があると見込んでいる。

## 中期経営計画

今後も業容拡大を目指す当社にとっては、オペレーターの確保は重要課題の1つである。最近の技術進歩により、顧客へのサポート業務をコールセンター拠点以外の場所でも提供できるようになった。地方に住む人や、育児・介護と仕事を両立させたいといった時間や場所の制約がある人でも、コールセンター拠点に勤めるオペレーターと同レベルの業務が可能になっている。またコロナ禍をきっかけに、在宅勤務を希望するオペレーターが増えている。在宅コンタクトセンターは人材の確保と、どのような状況下でもセンターをクローズさせないというBCP対応を両立させるものである。同社の計画は、どのような非常時においても、社会インフラとしての役割を果たしたいとの考えに基づくものと言えるだろう。

もう1つの取り組みは、適性と仕事のマッチング強化である。同社の採用活動では、年間約3,000件に上る個別業務に合わせた採用を行っていることから、高度化する業務内容と応募者とのマッチングの難度が上がることなどにより、採用数の頭打ちが課題となっていた。そこで人材のパフォーマンスを最大化するAI設計と運用の先駆的企業である(株)DUMSCOと共同開発したAI予測モデルを活用し、最適なヒトと業務のマッチングを行う「業務マッチング型採用モデル」を構築した。このモデルによって、応募者と複数業務とのマッチングが可能となった。一部拠点での実証実験で、目標とする採用数増加、採用効率化(採用確度が増し、内定日数も短縮など)を達成できたため、全社規模での運用を開始する。この取り組みによって、長く働き続ける人材の発見、成果が出る業務配置の発見、感情による離職予兆の発見につなげ、採用効率化に加え、最適なJOBマッチングや離職防止を強化する。同社では採用の効率化によるコスト削減や、退職率の5~10%の低下を期待している。同社では、JOBマッチングの本格導入に伴い、中期経営計画の最終年度には約8億円の増収効果があると見込んでいる。

**(2) 型化：データ活用の高度化**

第2の重点施策として、CX業務の深化を目指す。CX業務とは、Customer eXperience(すべての顧客体験に関わるデータ)を活用して新たな価値提供を実現するものであり、型化によって幅広い業務への展開を目指す。顧客属性、Web行動、購入履歴、業務実績、対応手順、解決FAQなど、同社が業務を通じて蓄積した膨大なデータを活用することで、クライアントには事業成長への貢献や業務プロセスの最適化、生活者には顧客体験の向上や多様なニーズに合う対応、社員には働く喜びや誰もが活躍する仕組みの実現が可能となる。

## 中期経営計画

CX 領域においては、既存のコンタクトセンター業務の高度化に加え、IT 利活用、経営支援につながる業務改善へと CX を深化させる。現状では、コンタクトセンターの型化による生活者への価値提供や、人材マネジメントの型化によるクライアントの業務改善など、音声データ活用の高度化が実現している。今後は、顧客反応に最適化した IT 導入、すなわちデジタル CX コンサルとして、IT 利活用によって CX 領域でのシステム活用の型化を進めることで、運用を見据えて最適なシステム提案を行う。最新の IT ツールを適切にコーディネートすることで、生活者のリアクションと働く人の安定稼働を想定した Fit To Standard なシステム導入による実効性の高い運用によって、CX 視点のシステム最適化提案を目指す。これは、同社が現場に精通しているからこそ推進できる戦略であると言える。また、顧客業務の改善に貢献する DX ダイレクトセンターを実現し、CX 活用での業績改善を型化することでクライアントの経営支援に役立てる計画だ。具体的には、VOC (Voice of Customer : 対応中に得られる顧客からの声) 分析による生活者への価値提供とクライアントへの経営貢献を同時に実現するもので、ユーザー反応を科学的に分析し、デジタルと運用の高度な融合によって顧客獲得効率をアップさせるものだ。既に保険会社を対象に大きな成果を出しており、こうした対応事例を手本にスキルアップをして、他業界にも拡大する。CX データによって有人での成果を汎用ナレッジ化し、同社の強みである「人にしかできない寄り添う対応」と IT による「自動化」のハイブリッド運用によって、顧客が感動する CX を実現する計画だ。

**(3) 共創 : NEW BPO 領域開拓**

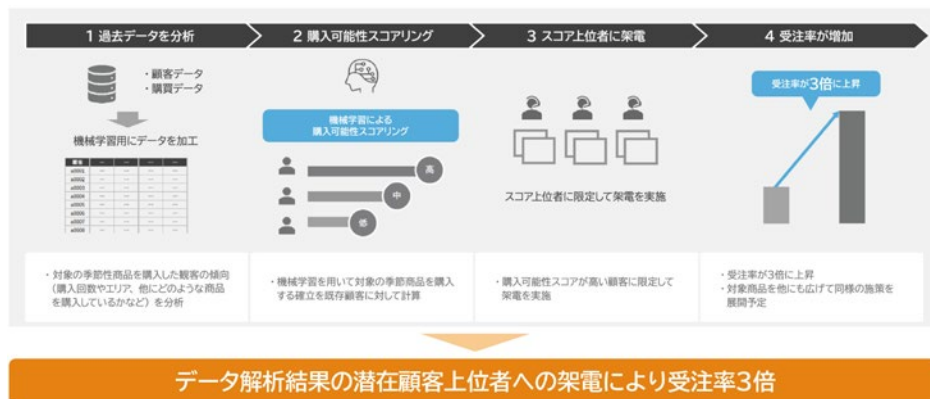
第 3 の重点施策として、新領域開拓の探求を目指す。新領域である CX 業務の圧倒的な深化を図りながら、提携するパートナーとともに新領域である NEW BPO を開拓する。伊藤忠商事や TOPPAN ホールディングスのほか新たなパートナーを加えることで、事業分野の拡大を目指す。

BPO の市場環境を見ると、長期的には国内の労働人口は減少に向かうと予想され、“人材不足”に伴い企業はコア業務を担う労働力を確保し、バックオフィス業務や外部委託が可能な業務は BPO 化すると見られる。また“働き方改革”が進み、無期雇用社員の増加、派遣法改正での直接雇用の増加、時間外労働の上限規制等から、現在の従業員では業務が回らず、不足分を BPO 化すると予想される。さらに“DX の促進”に伴い、自社でデジタル化できない業務を BPO 化することも考えられる。こうしたことから、BPO 領域・市場は、今後 10 年間で約 4.5 兆円から 5.5 兆円へと約 1 兆円の拡大が見込まれる。同社では新たなパートナーとの提携や伊藤忠グループのリソースを最大限に活用して、新たに創出される BPO 市場シェアの 3 ~ 4 割の獲得を目指している。

中期経営計画

2024 年 2 月期の実績としては、2023 年 9 月にデータマーケティング事業や AI ソリューション開発を手掛けるシンカーを子会社化し、コンタクトセンターに蓄積される VOC に加えたあらゆる顧客接点のデータを利活用することで、最適な CX を一貫して実現する「マーケティング BPO」を推進する計画だ。その背景としては、企業のマーケティング活動においては顧客データの 1 つとして、電話やメール、チャットなどのコンタクトセンターに蓄積する VOC の活用が見直され、「個客」ごとに最適な顧客対応実現に向けたデータ利活用を進める企業が増加している。一方、自社のマーケティング戦略や課題を踏まえた施策のプランニング、データ活用の設計やソリューション選定・構築、施策運用までを実現するためのリソースやスキルに課題を持つ企業も多くある。そこで、このような課題の解決に向け、シンカーの持つ、データマーケティングや AI 関連プロダクト開発に関するノウハウ・スキルと、同社グループが持つ 1,000 社を超えるクライアント企業の顧客接点の設計・運用やコンタクトセンターでの VOC の利活用ノウハウを融合することで、設計から構築・運用までの一気通貫でのデータ利活用型マーケティング BPO 体制の構築を進める。既に大手百貨店において、AI によるデータ解析でリスト化した購入可能性の高い潜在顧客上位者への架電により、受注率が 3 倍に上昇するなどの成果を上げている。

マーケティング BPO：シンカーとの取り組み



出所：決算説明会資料より掲載

また、2023 年 9 月には、同社としては初めて一次産業向け BPO として、養豚経営システムを手掛ける（株）Eco-Pork と資本業務提携を締結した。同社が持つ「ヒト」の力と、Eco-Pork が持つ「テクノロジー」を掛け合わせ、養豚現場の課題を解決する新サービスの創出・展開を目指す。養豚業においては生産者数が減少の一途をたどる一方、持続的な生産を営むために、経営規模の拡大が進んでいる。そのため従業員 1 人当たりが管理する頭数も増大し、養豚現場では業務効率化が喫緊の課題である。そこで同社と Eco-Pork の提携により、食料問題という社会課題の解決に向け、共同で養豚業界、畜産分野の業務効率化につながる開発・提供を目指す。具体的には、同社では Eco-Pork が提供するクラウド型養豚経営支援システム「Porker」への初期データ移行・日々のデータ入力代行、養豚現場設置の AI カメラによる夜間の遠隔監視、在场頭数カウント、異常検知等のプロセスの効率化を行う。同社ではほかの畜産業等に対しても同様のサービスを行うべく、横展開を開始している。



中期経営計画

一次産業向け BPO : Eco-Pork との取り組み



出所：決算説明会資料より掲載

さらに、2023 年 8 月には、自治体課題に沿った DX サービスの提供を推進する (株)BlueShip と協定を結び、神奈川県藤沢市のデジタル市役所実現にむけた「藤沢市コンタクトセンター」の開設を支援し、2023 年 10 月より運用を開始している。「市民からの問い合わせ一元化」「問い合わせ履歴に基づいた FAQ 構築」「データ活用の新施策立案支援機能」を有するコンタクトセンターを構築し、今後は AI による検索、問い合わせへの回答だけでなく、電子申請やキャッシュレス決済と連動しオンラインで手続きが完結する仕組み作りの支援を行う計画だ。自治体向けの新たな BPO のように、今後も NEW BPO の拡大を目指し、新たなパートナーとの提携や新領域での取り組みが増えると予想される。

## 企業価値の向上や社会的課題にも積極的に取り組む

### 3. 人的資本戦略とサステナビリティへの取り組み

同社では、中期経営計画を推進するとともに、人的資本戦略やサステナビリティにも積極的に取り組んでいる。人的資本戦略とは、人材を「資本」として捉え、その価値を最大限に引き出すことで、中長期的な企業価値向上につなげる経営の在り方である。また、サステナビリティとは、社会課題解決と企業成長を両立させて、持続可能な未来の実現を目指すための取り組みである。

人的資本戦略としては、持続的に発展していくため、働く「人」と「環境」へ人的資本の積極投資を行い、“プロフェッショナル”が集う“働きがい”のある企業の実現を目指している。同社の事業は人のビジネスであることから、時間と資金をかけて社員を育成する方針だ。具体的には、キャリアマップによる成長促進として、20 以上の職種設定、豊富なキャリアパス、戦略的な育成・配置などを実施する。また、最大活躍を支える人事制度の進化として、デジタル等人材確保に向けた報酬制度見直しや、契約社員の無期雇用化促進などに取り組む。さらに、ダイバーシティ&インクルージョン(多様性を認め、受け入れて、生かすこと)と健康経営を積極的に推進する。



## 中期経営計画

サステナビリティでは、ESG（Environment、Social、Governance の頭文字）と事業成長を重要テーマとして、2025 年の目標に向けて着実に取り組みを進めている。具体的には、Environment（環境）分野では、気候変動への対応をテーマに、温室効果ガス排出量を 2019 年対比で 30% 削減を目指す。Social（社会）分野では、人権の尊重をテーマに、子どもを中心とした格差解消支援の新たな取り組みをステークホルダーと立ち上げる。また、人材の確保と育成をテーマとして、研修投資を現状から 10% 増加させ売上対比 0.33% に、従業員の女性比率 10% 以上、管理職の女性比率 20% 以上を目標としている。Governance（管理体制）分野では、リスクマネジメントをテーマに、全社リスクマネジメントの推進による企業価値の向上、リスクマネジメント委員会及び CRO（最高リスク管理責任者）によるリスクの統括的管理などを目指す。さらに、事業成長では、ビジネスモデルの進化をテーマに、データ活用的高度化と、NEW BPO 領域開拓を目標とする。

Environment 分野では、既に自社センター 2 拠点及びデータセンターで再生可能エネルギーを導入している。Social 分野では、札幌・大阪で開催された LGBTQ+ イベントに協賛し、広告出稿やパレードに参加した。また、障がいを持つ人たちのバリスタコンペティション「CHALLENGE COFFEE BARISTA」にメインスポンサーとして協賛し、同社の「障がいを持つ社員の運営によるカフェ」のスタッフがチームを結成し、本大会に出場した。こうした Social 分野での同社の取り組みが評価され、2023 年 3 月には、NPO 法人 J-Win が主催し、内閣府や厚生労働省などが後援する「2023 J-Win ダイバーシティ・アワード」における「アドバンス部門」において、1,000 社を超える企業の中で大賞を受賞した。

## ESG への取り組み

 札幌・大阪にて開催の  
 LGBTQ+イベントに協賛

「さっぽろレインボープライド2023」(札幌)および「レインボーフェスタ! 2023」(大阪)に協賛、「LGBTQ+フレンドリー企業\*」として広告出稿やパレードに参加。

\* LGBTQ+フレンドリー企業  
 従業員がLGBTQ+を周囲にカミングアウトしている・していないに関わらず、LGBTQ+が働きやすい職場づくりに取り組んでいる企業



## 障がいを持つ方たちのバリスタコンペティション「CHALLENGE COFFEE BARISTA」に協賛

昨年に引き続きメインスポンサーとして協賛。「障がいを持つ社員の運営によるカフェ」の当社スタッフがチームを結成し、本大会に出場。



出所：決算説明会資料より掲載

こうした ESG に対する同社の様々な取り組みが評価され、同社は「Morningstar Japan ex-REIT Gender Diversity Tilt Index (GenDi J)」の構成銘柄に選定された。インデックスは、スコア順に 5 段階のグループに分類されており、同社は上から 2 つ目の「Group2」に位置する。また、同社は年金積立金管理運用独立行政法人 (GPIF) が採用する「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」及び「S&P/JPX カーボン・エフィシエント指数シリーズ」にも選定されている。

同社では、今後も ESG への取り組みに注力する方針である。こうした数々の取り組みは、退職抑止や採用力強化につながり、人手不足時の対応になるだけでなく、同社の社会的な評価や企業ブランドを高め、結果として同社のさらなる利益拡大につながると考えられる。「Global Sustainable Investment Review : Trends Report 2020」によると、近年、欧州や米国を中心に、ESG の観点から企業を分析して投資をする ESG 投資が増えており、我が国でも 2020 年には残高 2.8 兆米ドル、世界シェア 8.1% に急拡大している。世界的な ESG 投資拡大の潮流のなか、日本でも成長余地が大きいと言える。その意味でも、積極的に社会的課題に取り組む同社への注目の高まりが期待される。

## ■ 株主還元策

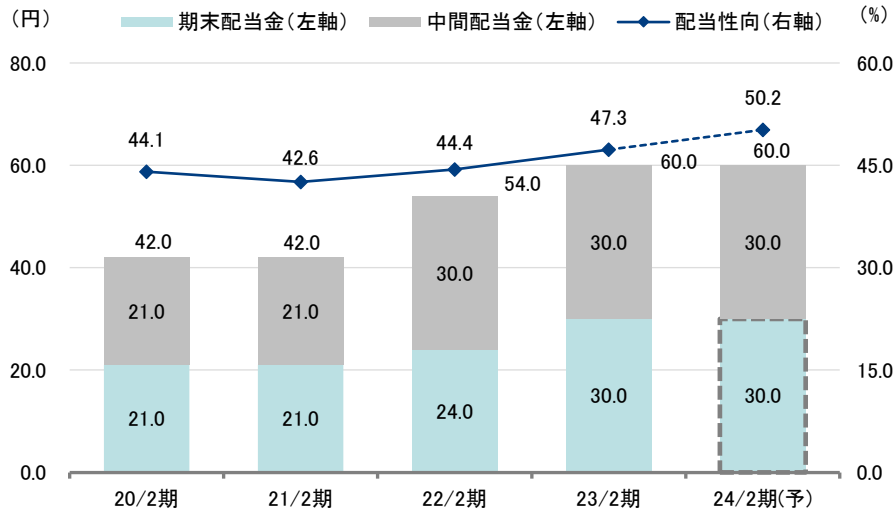
### 50% の連結配当性向と安定配当を目指す

同社は、株主に対する利益還元を最重要課題の 1 つとして認識しており、剰余金の配当を安定かつ継続的に実施し、業績の進捗状況に応じて配当性向及び必要な内部留保の充実などを総合的に勘案したうえで、中期的には親会社の所有者に帰属する当期利益をベースに、連結配当性向 50% を目標として、中間配当と期末配当の年 2 回の配当を行うことを基本方針としている。

2023 年 2 月期には好決算を反映して、中間配当 30 円、期末配当 30 円、合計 60 円へと前期比 6 円の増配を実施した。配当性向は 47.3% で、2023 年 3 月期プライム市場サービス産業の平均水準 33.7% を上回っている。2024 年 2 月期については、減益を予想するものの、期初予想どおりの中間配当 30 円を実施し、期末配当 30 円、合計 60 円と前期並みの配当を計画しており、配当性向は 50.2% に上昇する見通しである。同社では株主還元の重要性を十分に認識しており、減益の場合でも前期と同水準の配当を維持する方針だ。ただ、同社の業績予想は保守的な予想であり、中期経営計画の着実な推進によって計画を上回る業績を達成すれば、配当性向 50% の目標に従って増配を検討することも考えられる。

株主還元策

配当金と配当性向の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 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