

|| 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 >>>](#)

2024 年 6 月 6 日 (木)

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 月期の業績概要	01
2. 2025 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	08
1. 2024 年 2 月期の業績概要	08
2. セグメント別動向	10
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
● 2025 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	21
■ 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」の達成に向け、生成 AI 活用に取り組む

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。2024 年 2 月末現在、全国 37 拠点、約 3 万 5 千人の従業員、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）を擁し、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、「中期経営計画 2025」を推進し、企業価値のさらなる向上を目指している。

1. 2024 年 2 月期の業績概要

2024 年 2 月期の連結業績は、売上収益 148,717 百万円（前期比 4.7% 減）、営業利益 11,479 百万円（同 23.0% 減）、税引前利益 11,225 百万円（同 20.7% 減）、親会社の所有者に帰属する当期利益 7,545 百万円（同 19.1% 減）と、減収減益決算となった。期初予想比では売上収益は 5.3% 減、営業利益も 16.8% 減となった。売上収益のうち、基礎業務は新規・既存業務の着実な拡大や新規連結子会社の売上収益増加により 1,391.9 億円（前期比 4.6% 増）であったが、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）がワクチン関連業務の減少に伴い 89.2 億円（同 59.7% 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。親会社の所有者に帰属する当期利益も、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 7.7% に低下した。一方、財務面においては、自己資本比率（親会社所有者帰属持分比率）は 38.0% 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、引き続き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 株当たりの年間配当金は 60 円と前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. 2025 年 2 月期の業績見通し

2025 年 2 月期の連結業績は、売上収益 153,000 百万円（前期比 2.9% 増）、営業利益 12,500 百万円（同 8.9% 増）、税引前利益 12,200 百万円（同 8.7% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 8,000 百万円（同 6.0% 増）の増収増益を予想する。売上収益は人材不足等によるアウトソース需要の拡大や DX ソリューション等の新サービスにより基礎業務が大幅に増加する一方、コロナ等国策関連業務ではコロナ関連の大規模業務はほぼ終了が見込まれることで大幅減少を予想する。営業利益は、基礎業務の増収効果に加え連結子会社の業績伸長もあって売上総利益の増加を見込み、販管費の増加を吸収して増益を予想する。親会社の所有者に帰属する当期利益も、営業利益の増加に伴い増益を見込んでいる。年間配当予想が 60 円に据え置かれ、配当性向は 55.0%（同 3.5pt 減）に低下する見込みだが、今後も連結配当性向 50% を基本方針として、さらには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※¹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、ESG※²投資拡大の潮流もあり、今後の成果が期待される。中期経営計画の初年度業績は計画を下回る厳しいスタートになったが、生成AI(学習データをもとに、テキストや画像など新たなデータを創出する人工知能)導入に向けた取り組みや自治体向けDXサービスの提供などにおいて成果を出しており、2年目以降の巻き返しが期待される。

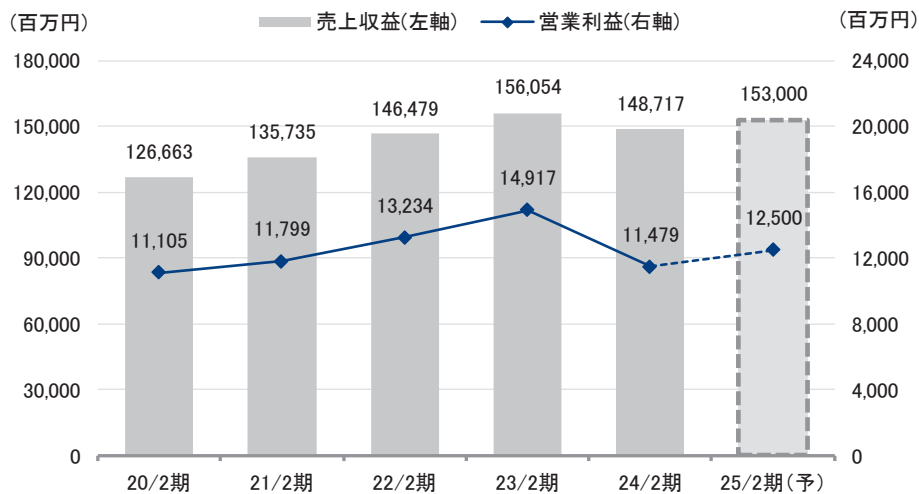
※¹ BPO: Business Process Outsourcing。業務プロセスを外部委託すること。

※² ESG: 21 ページ参照

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の資本業務提携を最大限に活用
- ・2024年2月期は、コロナ等国策関連業務の減少が響き減収減益ながら、主力の基礎業務は着実に拡大。営業利益率、自己資本比率は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。配当を据え置き、株主還元にも十分に配慮
- ・2025年2月期は、基礎業務や連結子会社の貢献から増収増益を計画。連結配当性向50%を基本方針として前期並みの配当を予定
- ・「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。計画初年度は厳しいスタートだが、生成AI導入に向けた取り組みや自治体向けDXサービスの提供などに成果

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 37 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、2024 年 2 月末現在、国内 37 拠点、臨時従業員を含めて従業員数約 3 万 5 千人、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 などと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。2024 年 2 月末現在では、伊藤忠商事が筆頭株主で 40.72% を保有し、2017 年 11 月に資本参加した TOPPAN ホールディングスが 14.33% 保有する。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。

2024 年 4 月には、伊藤忠商事で執行役員情報・通信部門長を務め、同社の社外取締役として同社の業務・戦略に精通している梶原浩（かじわらひろし）氏が新たに代表取締役に就任した。新社長は、伊藤忠商事に戻った野田俊介（のだしゅんすけ）前代表取締役とともに、伊藤忠グループとの連携を十分に活用して、中期経営計画に基づき同社の発展をリードすると期待される。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2024年6月6日(木)

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

会社概要

主な沿革

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
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BellSystem24-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11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BellSystem24-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 7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

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 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)、(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。CTC ファーストコンタクトは、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(株)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。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・経理分野におけるコンサルティングと BPO を提供している。2023 年 7 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。持分法適用関連会社では、凸版印刷<7911>(現 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、2020 年 10 月に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。

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 Bellsystem24-Hoa Sao Group Joint Stock Company へ出資し(持分比率 49.0%)、2023 年 4 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 3 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、モバイル・PC 等を通じ、一般消費者向けの月額課金によるコンテンツ販売や、事業者向けに気象予報コンテンツの販売を行う同社のコンテンツ事業の他、子会社であるベル・ソレイユの事業である。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。

事業概要

CRM 事業が売上及び利益のほとんどを占める

2. 収益構造

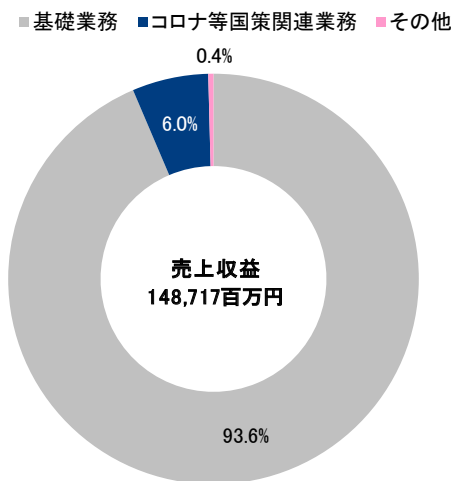
(1) 売上収益の内訳

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 月期には 99.6% を占めている。その結果、その他事業の比率は、同期間に 7.3% から 0.4% に大きく縮小した。

CRM 事業の内訳を見ると、2024 年 2 月期では基礎業務が全社売上収益の 93.6%、コロナ等国策関連業務が同 6.0% を占めている。前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で同社の好業績に貢献したが、2024 年 2 月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、連結子会社化した BELLSYSTEM24 VIETNAM の売上収益も加わり着実な増収を続けている。

税引前利益では、CRM 事業が減益ながら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 月期には CRM 事業が全社利益に占める比率は 97.9% に拡大し、その他事業は 2.1% にとどまる。このように同社グループでは、コア事業である CRM 事業に集中する体制を整えてきたことが確認できる。

売上収益の内訳 (2024年2月期)



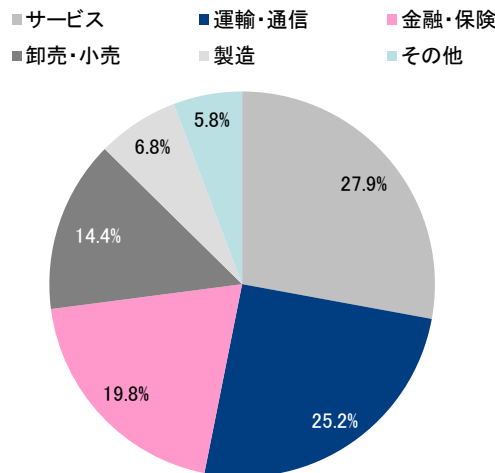
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

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 27.9%、運輸・通信業が 25.2%、金融・保険業が 19.8%、卸売・小売業が 14.4%、製造業が 6.8%、その他が 5.8% となっている。サービス業は、人材採用系の拡大により前期比 7.0% 増であった。運輸・通信業では、運輸サービスにおけるリコール取引の縮小に伴い同 5.3% 減であった。金融・保険業では、生損保を中心とした保険関連及びクレジットカード関連の増加により同 8.1% 増であった。卸売・小売業では、一般的な商品販売関連の業務縮小が継続し同 6.4% 減であった。製造業では、医薬関連はコロナ禍の収束により案内業務等が減少し、メーカーのリコール取引が終了したことで同 7.8% 減であった。その他では、自治体 DX の取り組みを推進したが、公共サービスは横ばいで同 2.9% 増であった。

CRM事業の業種別売上収益内訳(2024年2月期)



注：ベルシステム 24 単体の売上収益上位 300 社の基礎業務が集計対象
 出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

2024 年 2 月期は、コロナ等国策関連業務の影響で減収減益も、 主力の基礎業務は着実に増加

1. 2024 年 2 月期の業績概要

2024 年 2 月期における日本経済は、雇用・所得環境の改善や各種施策の効果もあり、個人消費や設備投資の持ち直しが続いていることから緩やかな景気回復の動きが見られた。一方で、中東地域をめぐる情勢の深刻化・長期化が原油価格の更なる上昇につながり、我が国の物価・経済に影響を及ぼし得るため注意が必要な状況が続いている。また、コロナ禍から平時へと移行し、各企業の業績が回復しているのに伴い業種や規模にかかわらず人手不足への対応が課題となっている。このような環境の下、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おり、周辺領域への事業拡大が課題となっている。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 : 対応中に得られる顧客からの声)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。

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。しかしながら、2024 年 2 月期の連結業績は、売上収益 148,717 百万円（前期比 4.7% 減）、営業利益 11,479 百万円（同 23.0% 減）、税引前利益 11,225 百万円（同 20.7% 減）、親会社の所有者に帰属する当期利益 7,545 百万円（同 19.1% 減）と、減収減益決算となった。期初予想比では、売上収益は 5.3% 減、営業利益は 16.8% 減、税引前利益は 16.2% 減、親会社の所有者に帰属する当期利益も 14.2% 減となった。基礎業務は増加したものの、収益性が高いコロナ等国策関連業務の想定以上の減少により、各段階の利益は期初予想を大きく下回る結果となった。

売上収益 1,487.2 億円（前期比 73.3 億円減）の内訳を見ると、基礎業務では新規・既存業務の着実な拡大や、新規連結子会社の BELLSYSTEM24 VIETNAM（持分法から区分変更）及びシンカーの売上収益寄与も加わり、1,391.9 億円（同 61.4 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 89.2 億円（同 131.9 億円減）と大幅に減少した。

売上総利益は 271.4 億円（同 48.2 億円減）と大きく減少したが、これは高収益のコロナ等国策関連業務の大幅縮小によるものである。一方で、基礎業務においては、下期以降の人員の適正配置や契約満了に伴う退職等によるコスト管理、家賃・光熱費の上昇等に伴う価格転嫁の推進により収益性が徐々に回復した。販管費は 166 億円（同 6.3 億円減）と、新規連結子会社の増加はあったものの、前期の好業績を反映した人件費（賞与）の反動減や広告宣伝費等の減少から増益要因となった。また、ベトナム子会社の持分法から連結子会社への区分変更に伴い、段階取得に係る差益 8.4 億円を計上した。以上から、売上総利益の減少を主に営業利益（同 34.4 億円減）も減少した。

ベルシステム 24 ホールディングス | 2024 年 6 月 6 日 (木)
 6183 東証プライム市場 | <https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

業績動向

親会社の所有者に帰属する当期利益 75.5 億円(同 17.8 億円減)については、法人所得税費用の同 12.1 億円減少や、持分法による投資損益における同 4.4 億円増加等の増益要因があったが、営業利益減少の影響が大きく、減益にとどまった。

コロナ等国策関連業務の減少に伴い、営業利益率は 7.7% (前期比 1.9pt 減) 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、ROE (親会社所有者帰属持分当期利益率) は 11.5% (同 3.6pt 減)、ROA (資産合計税引前利益率) も 6.4% (同 1.6pt 減) と低下したが、2023 年 3 月期東証プライム市場におけるサービス業平均の ROE 7.3%、ROA0.6% を大きく上回り、引き続き高水準を維持している。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。

2024 年 2 月期連結業績

(単位: 百万円)

	23/2 期	24/2 期	前期比		24/2 期通期予想	
			増減額	増減率	予想	予想比
売上収益	156,054	148,717	-7,337	-4.7%	157,000	-5.3%
売上原価	124,092	121,578	-2,514	-2.0%	-	-
売上総利益	31,962	27,139	-4,823	-15.1%	-	-
販管費	17,231	16,598	-633	-3.7%	-	-
営業利益	14,917	11,479	-3,438	-23.0%	13,800	-16.8%
税引前利益	14,157	11,225	-2,932	-20.7%	13,400	-16.2%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	9,330	7,545	-1,785	-19.1%	8,800	-14.2%
< 収益性 >						
売上総利益率	20.5%	18.2%	-2.3pt	-	-	-
営業利益率	9.6%	7.7%	-1.9pt	-	8.8%	-
税引前利益率	9.1%	7.5%	-1.6pt	-	8.5%	-
当期利益率	6.0%	5.1%	-0.9pt	-	5.6%	-
ROE	15.1%	11.5%	-3.6pt	-	-	-
ROA	8.0%	6.4%	-1.6pt	-	-	-

注: 予想は 2023 年 2 月期決算発表時の期初予想

出所: 決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2. セグメント別動向

2024年2月期のCRM事業の売上収益は148,107百万円(前期比4.5%減)、税引前利益は11,225百万円(同20.7%減)で、税引前利益率は7.4%(同1.6pt減)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99.6%(同0.2pt増)、税引前利益の97.9%(同0.3pt減)となった。収益性の高いコロナ等国策関連業務の売上収益が89.2億円と同59.7%減少したことが、CRM事業の減収減益に大きく響いた。一方、主力の基礎業務の売上収益は1,391.9億円(同4.6%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中途斡旋関連の業務を中心に2Qでは減少したものの、総じて堅調に推移した。また、非対面関連業務では、デリバリー関連業務が行動制限の緩和による影響で減少したものの、保険関連業務及びEコマース関連業務は安定的に推移した。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。基礎業務の堅調な推移は、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610百万円(前期比32.0%減)、税引前利益も240百万円(同6.7%減)となった。

セグメント別連結業績

(単位:百万円)

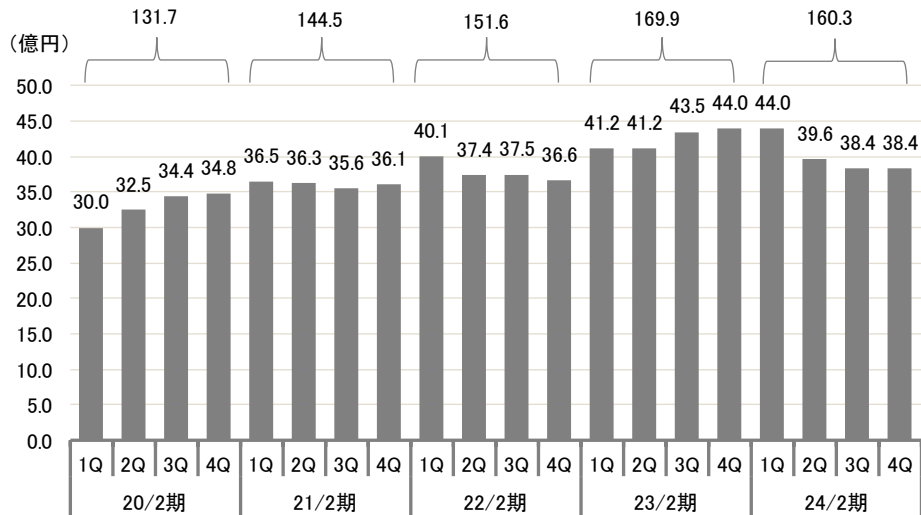
	23/2 期累計	24/2 期累計	前期比	
			増減額	増減率
売上収益	156,054	148,717	-7,337	-4.7%
CRM 事業	155,158	148,107	-7,051	-4.5%
基礎業務	133,050	139,190	6,140	4.6%
コロナ等国策関連業務	22,110	8,920	-13,190	-59.7%
その他	896	610	-286	-32.0%
税引前利益	14,157	11,225	-2,932	-20.7%
CRM 事業	13,900	10,985	-2,915	-21.0%
その他	257	240	-17	-6.7%
税引前利益率	9.1%	7.5%	-1.6pt	-
CRM 事業	9.0%	7.4%	-1.6pt	-
その他	28.7%	39.3%	10.6pt	-

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、2020年2月期の131.7億円から、2023年2月期には169.9億円へと増加し続けてきた。2024年2月期は160.3億円(前期比9.6億円減)にとどまったが、これはキャンペーンなどの大口案件がなかった影響であり、長期的には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」は拡大する見通しである。

業績動向

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 月期末の資産合計は 175,465 百万円（前期末比 785 百万円減）となった。流動資産は 28,297 百万円（同 2,376 百万円減）となったが、これは主に営業債権が 2,037 百万円及びその他の短期金融資産が 759 百万円それぞれ減少したことによる。営業債権の減少は、売上収益減少に伴うものだ。非流動資産は 147,168 百万円（同 1,591 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 493 百万円減少したが、のれんが 1,872 百万円、無形資産が 1,201 百万円及びその他の長期金融資産が 480 百万円それぞれ増加したことによる。のれんの増加は、新規子会社の増加の影響等によるものだ。

負債合計は 107,726 百万円（前期末比 3,613 百万円減）となった。流動負債は 48,599 百万円（同 2,361 百万円増）となったが、これは主に営業債務が 2,103 百万円及び未払法人所得税が 1,808 百万円減少したが、借入金 が 6,400 百万円、その他の短期金融負債が 1,064 百万円それぞれ増加したことによる。借入金の増加は、長期借入金からの振替によるものだ。非流動負債は 59,127 百万円（同 5,974 百万円減）であったが、これは主に長期借入金 が 4,987 百万円及びその他の長期金融負債が 1,778 百万円それぞれ減少したことによる。長期借入金の減少は、1 年以内の借入金への振替や約定返済によるものだ。資本合計は 67,739 百万円（同 2,828 百万円増）となったが、これは主に資本剰余金が 5,094 百万円減少したが、利益剰余金が 7,545 百万円増加したことによる。

以上から、有利子負債は 56,234 百万円（前期末比 1,413 百万円増）となった。また、親会社の所有者に帰属する当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 1.6 ポイント上昇の 38.0% 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。また、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 0.73 倍と前期末比 0.02 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 期末	増減額
流動資産	30,673	28,297	-2,376
現金及び現金同等物	6,998	7,213	215
営業債権	21,232	19,195	-2,037
非流動資産	145,577	147,168	1,591
有形固定資産	37,007	35,828	-1,179
のれん	94,900	96,772	1,872
無形資産	1,668	2,869	1,201
資産合計	176,250	175,465	-785
流動負債	46,238	48,599	2,361
営業債務	7,634	5,531	-2,103
借入金	16,600	23,000	6,400
非流動負債	65,101	59,127	-5,974
長期借入金	38,221	33,234	-4,987
負債合計	111,339	107,726	-3,613
(有利子負債)	54,821	56,234	1,413
親会社の所有者に帰属する 持分合計	64,224	66,730	2,506
非支配持分	687	1,009	322
資本合計	64,911	67,739	2,828
<安全性>			
親会社所有者帰属持分比率	36.4%	38.0%	1.6pt
ネット D/E レシオ (倍)	0.75	0.73	0.02 改善

出所：決算短信、決算補足資料よりフィスコ作成

4. キャッシュ・フローの状況

2024年2月期末時点の現金及び現金同等物の残高は7,213百万円（前期末比215百万円増）、自由に使える現金を示すフリー・キャッシュ・フローは10,490百万円（前期比5,879百万円減）であった。営業活動の結果得られた資金は13,587百万円で、これは主に、税引前利益11,225百万円、減価償却費及び償却費9,171百万円、営業債権の減少2,577百万円、法人所得税の支払額4,942百万円、営業債務の減少2,166百万円などによる。投資活動の結果使用した資金は3,097百万円で、これは主に有形固定資産の取得による支出1,379百万円、無形資産の取得による支出817百万円などによる。財務活動の結果使用した資金は10,286百万円となり、これは主に短期借入金の増加4,400百万円、長期借入金による収入4,000百万円、長期借入金の返済による支出7,043百万円、リース負債の返済による支出6,911百万円、配当金の支払額4,412百万円などによる。

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	24/2 期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	18,172	13,587	-4,585
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-1,803	-3,097	-1,294
財務活動によるキャッシュ・フロー	-15,583	-10,286	5,297
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	16,369	10,490	-5,879
現金及び現金同等物の期末残高	6,998	7,213	215

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2025 年 2 月期は、基礎業務の増収効果に加え、連結子会社の業績伸長から、増収増益を予想

● 2025 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、新規クライアントの獲得強化や新規ビジネス開発による基礎業務の拡大に取り組む方針だ。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生成 AI 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、“プロフェッショナル”が集う、“働きがい”のある企業の実現に向けて、新たな人事制度及び人材育成施策の導入を進めるほか、女性活躍推進を目的とした育成プログラムの実施、企業内保育所の設置及び教育研修施設の開設等、より多様な働き方を実現する環境整備の取り組みを続けていく。これらに加えて、D&I（ダイバーシティとインクルージョン、多様性を認識し、一人ひとりを受け入れ尊重することにより個人の力が発揮できる環境を整備する考え方）と健康経営のさらなる推進を図り、多様な人材の活躍を促進する考えである。

以上から、同社では 2025 年 2 月期の連結業績について、売上収益 153,000 百万円（前期比 2.9% 増）、営業利益 12,500 百万円（同 8.9% 増）、税引前利益 12,200 百万円（同 8.7% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 8,000 百万円（同 6.0% 増）の増収増益を予想する。高収益のコロナ等国策関連業務は大きく減収となるものの、基礎業務の増収によってカバーし、利益率は改善する見通しだ。

今後の見通し

売上収益（前期比 42.8 億円増）の予想内訳は、基礎業務については人材不足等によるアウトソース需要の拡大と DX ソリューション等の新サービスによる増加を引き続き見込み、同 101.1 億円増を計画する。一方、コロナ等国策関連業務は、ワクチン接種問い合わせ等のコロナ関連の大規模業務は前期でほぼ終了し、国や自治体による各種給付金支給等の業務の取り込みを想定して、同 59.2 億円減を見込んでいる。

営業利益（前期比 10.2 億円増）の予想内訳は、売上総利益は基礎業務の増収に加え、Horizon One や BELLSYSTEM24 VIETNAM、シンカー等の連結子会社の業績伸長も貢献して、同 26.6 億円増を予想する。販管費は、物価高等によるコスト増加、連結子会社の業容拡大に伴う費用増加等により同 7.0 億円増を見込む。また、その他収益 / 費用として、前期発生した 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）の反動減等により、同 9.4 億円減を想定している。

親会社の所有者に帰属する当期利益の前期比 4.5 億円増の予想内訳については、営業利益の同 10.2 億円増の影響が大きい。持分法による投資損益は、TB ネクストコミュニケーションズやタイの True Touch では、ほぼ前期並みの水準を見込んでいる。

2024 年 2 月期は、基礎業務は増加したものの、コロナ等国策関連業務が想定を大きく上回って落ち込み、予想未達に終わった。2025 年 2 月期には、主力の基礎業務がマーケティングやバックヤード業務などの新サービスによって順調に伸びる見通しで、コロナ等国策関連業務の縮小をカバーしながら、全体として増収増益を確保する計画だ。中期経営計画の施策も順調に進捗していることから、予想達成の可能性が高いとフィスコでは考える。

2025 年 2 月期連結業績予想

(単位：百万円)

	24/2 期	25/2 期 (予)	前期比	
			増減額	増減率
売上収益	148,717	153,000	4,283	2.9%
営業利益	11,479	12,500	1,021	8.9%
税引前利益	11,225	12,200	975	8.7%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	7,545	8,000	455	6.0%
< 収益性 >				
営業利益率	7.7%	8.2%	0.5pt	-
税引前利益率	7.5%	8.0%	0.5pt	-
当期利益率	5.1%	5.2%	0.1pt	-

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、新たな BPO 市場の開拓を見込み、 人材・型化・共創の重点施策の推進により目標達成を目指す

1. 中期経営計画の目標

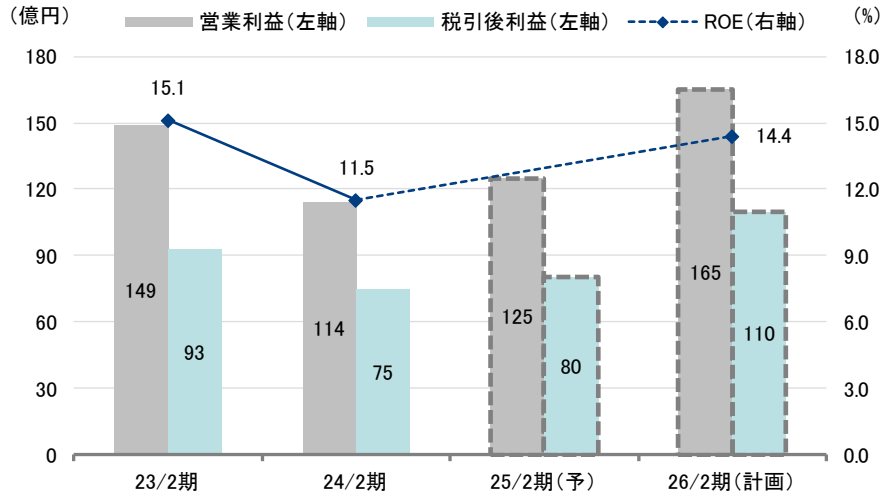
同社が現在取り組んでいる「中期経営計画 2025」（2024 年 2 月期～2026 年 2 月期）の概要は、以下のとおりである。

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、様々な経営課題のなかで攻め・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と予測する。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、どうこたえるか。」を制定した。これまでも、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（顧客対応部門）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 2024 年度 2 月期からの 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。計画初年度の 2024 年 2 月期は、高収益のコロナ関連業務が想定以上に減少したことで厳しいスタートになったものの、同社では 2025 年 2 月期以降はオーガニックな成長（社内資源による成長）に投資や生成 AI による改革が加わることで、最終年度の目標達成を目指している。

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、決算補足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

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、外出不要でワークライフ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 億円の増益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（事業継続計画）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8億円の増益効果があると見込んでいる。

2024年2月期の実績としては、直雇用CM（当社が直接雇用するコミュニケーターで、派遣社員を除く）比率が上昇し、在宅コンタクトセンター席数も増加した。2024年2月期第4四半期の直雇用CM比率は79.9%と、前年同期比2.1ポイント上昇した。本格導入したJOBマッチングは、徐々に利用範囲を拡大しており、直雇用CM比率の向上に寄与し、今後はCMの定着率向上にも期待する。同様に、在宅コンタクトセンター席数は3,160席と、前年同期比240席、同8.2%の増加であった。

こうした在宅コンタクトセンターの積極的な推進とともに、これまで担ってきた知見を生かし、コンタクトセンター業務の在宅化に課題を抱える企業に対して、最適な在宅化のランドデザイン設計や具体的なプロセスの策定を行う「在宅業務コンサルティングサービス」の提供を開始した。また、LGBTQ+（LGBTQ等の性的少数者）に関するダイバーシティ・マネジメントの促進と定着を支援する任意団体work with Prideが策定した企業・団体等職場におけるLGBTQ+への取り組みの評価指標「PRIDE指標2023」において、5年連続で最高位の「ゴールド」を受賞した。

さらに、D&Iに関する研修・コンサルティング、ダイバーシティ採用支援等を手がける(株)JobRainbowが実施する「D&Iアワード」において、最高評価の「BEST WORKPLACE」に3年連続で認定され、併せて認定企業のなかでもダイバーシティスコアが高く、ロールモデルになるような取り組みを行う企業に贈られる「D&Iアワード賞（大企業部門）」を受賞している。同社グループは、多様なバックグラウンドを持つ従業員が、長期にわたり安心して勤務できる環境の創出に向けて、引き続き社内外の環境整備に取り組んでいく考えだ。

(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。

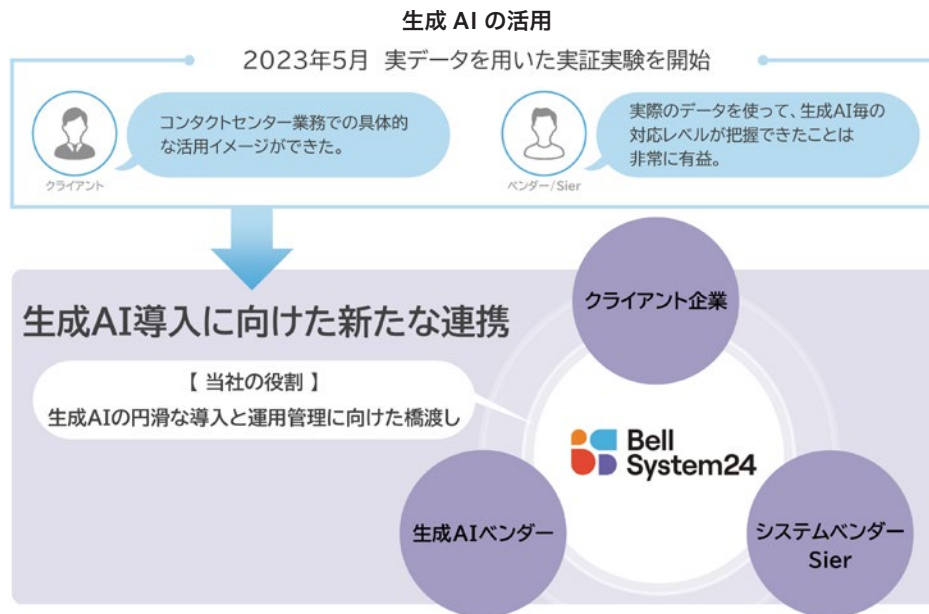
CX 領域においては、既存のコンタクトセンター業務の高度化に加え、IT 利活用、経営支援につながる業務改善へと CX を深化させる。現状では、コンタクトセンターの型化による生活者への価値提供や、人材マネジメントの型化によるクライアントの業務改善など、音声データ活用の高度化が実現している。今後は、顧客反応に最適化した IT 導入、すなわちデジタル CX コンサルとして、IT 利活用によって CX 領域でのシステム活用の型化を進めることで、運用を見据えた最適なシステム提案を行う。最新の IT ツールを適切にコーディネートすることで、生活者のリアクションと働く人の安定稼働を想定した Fit To Standard 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 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。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。

2024 年 2 月期の実績としては、音声データ活用 DX の基盤となるクラウド型次世代コンタクトセンターシステムの BellCloud +（プラス）の席数は、第 4 四半期末で 7,240 席、前年同期比 1,090 席、17.7% 増と増加ペースは緩やかになったものの順調に席数を拡大している。BellCloud + の導入により、在宅を含むコンタクトセンターを短期間で安定的に拡張できる。また、第 4 四半期末の音声認識システム（人間が発した言葉や声や会話を AI が解析し、テキストデータへ変換して出力するシステム）の導入は 1,200 席で、一部の業務終了に伴い前年同期比 30 席、2.4% 減となったが、同社ではデータ分析や生成 AI 技術の活用・推進の基盤とするために、引き続きの導入拡大を目指している。

また、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データマーケティング BPO の推進に向け、2023 年 7 月にシンカーを子会社化した。これまでのマーケティング領域での豊富な知見やソリューションを持つパートナーとの協業に加え、シンカーとの連携により、同社グループが保有する年間 5 億件の膨大な VOC や CRM データを活用した、あらゆる顧客接点での適切なアクションや成果が持続するマーケティングモデルの構築を目指し、クライアント企業の最適な CX コミュニケーションを支援する考えだ。

中期経営計画

さらに、コンタクトセンタービジネスの変革に向け、日本マイクロソフト（株）及びグーグル・クラウド・ジャパン（合）とともに生成 AI を活用したコンタクトセンター業務の実証実験を共同で実施した。この実証実験における実績を基に、同社が目指す「ヒト」と「AI」の連携による「ほぼ自動化」を実現するハイブリッド型のコンタクトセンターオートメーションの構築を推進する。また、同社では、クライアント企業と生成 AI ベンダー、システムベンダーである Sier とを結びつけて、生成 AI の円滑な導入と運用管理に向けた新たな連携の橋渡しの役割を担うことを目指している。



出所：決算説明会資料より掲載

加えて、最先端の AI プラットフォームの開発・提供事業を展開する台湾の Intumit Inc. と、顧客対応の自動化を実現するソリューションの開発・提供と運用連携を目的に、2024 年 1 月に業務提携契約を締結した。台湾を皮切りに日本・ベトナム・タイなどの各国に向けた新たな共同サービスの開発を行うことに加え、両社の顧客に向けた販路拡大を進める。

(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。

中期経営計画

BPO の市場環境を見ると、2023 年の既存コンタクトセンターのアウトソーシング市場規模は 1.2 兆円であるが、同社では 2030 年には新たな BPO の拡大によって 2 ～ 3 兆円を見込む。まず、内製コンタクトセンターのアウトソース化に伴い 0.4 兆円拡大する。これは、内製コンタクトセンターの規模を既存市場と同程度の 1.2 兆円と見ており、その 3 割程度がアウトソースされると予測して試算したものだ。さらに、生成 AI 等による効率化に伴う市場縮小の一方で、チューニング等の AI 関連新業務の増加による市場拡大を見込む。また、労働人口の減少による内製コンタクトセンターのアウトソース化と、人事・経理などの事務系 BPO の市場拡大を見込む。さらに、従来の計画には織り込んでいなかった、海外 BPO の国内回帰（リショアリング）による市場拡大も予測する。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 市場で 3 ～ 4 割のシェア獲得を目指している。

2024 年 2 月期の実績としては、(株)Blueship とともに神奈川県藤沢市の デジタル市役所の実現に向けた「藤沢市コンタクトセンター」を開設し、2023 年 10 月より運用を開始した。Blueship は自治体の課題に沿った DX サービスの提供を推進し、住民サービスの向上及び自治体職員の負担軽減を支援しており、同社グループの持つ業務改革支援や、AI や音声認識などの最新ソリューションの導入、DX 人材育成サポートなどの知見と掛け合わせることで、自治体ならではの課題に沿った DX サービスの提供を実現し、住民サービスの向上及び自治体職員の負担軽減を支援する。



また、フィンテック事業を展開するナッジ(株)とクレジットカード市場向けの新サービス提供に向けた資本業務提携契約を締結し、クレジットカード利用者向けのカスタマーサポートや提携クレジットカード発行先に向けた新たなサービス開発などの検討を共同で進めている。そのほか、一次産業において養豚業界の DX 化を推進する(株)Eco-Pork と養豚現場の課題を解決する新サービスの創出・展開に向けた資本業務提携契約を締結するなど、今後も同社グループの強みとパートナー企業の知見・技術を融合し、NEW BPO の領域開拓を推進する。

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」への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、D&I（ダイバーシティ&インクルージョン）と健康経営を積極的に推進する。

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、データ活用の高度化と、NEW BPO 領域開拓を目標とする。

2024年2月期のESGへの取り組み実績としては、2040年のカーボン・ニュートラル化に向けて、気候変動方針での中期目標の対象施設である自社コンタクトセンターの松江ソリューションセンターと神戸ソリューションセンターの2拠点及びデータセンターに再生可能エネルギーを導入した。同社グループは事業活動を通じた環境負荷の低減と、持続可能な社会の実現に向け「サステナブル・センター構想」を進めており、「ヒト」「エネルギー」「モノ」の3つの領域をテーマに、サステナブルな取り組みを推進している。その結果、ESGのグローバル基準を満たす日本企業を対象とした株価指数「FTSE Blossom Japan Index」及び「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に選定された。「FTSE Blossom Japan Index」は初めて、「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」は2年連続での選定となる。今後もESGへの取り組みを同社グループの成長戦略の重要な要素として位置づけ、社会への貢献と、その実践を通じた同社グループの成長へつなげる計画だ。

同社での ESG への数々の取り組みは、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、結果としてさらなる利益拡大につながると考えられる。また、「Global Sustainable Investment Review 2022」によると、近年、特に欧州を中心に、ESG の観点から企業を分析して投資をする ESG 投資が増えている。我が国でも 2022 年には残高 4.8 兆米ドル、世界シェア 15.9% に急拡大しており、今後も成長余地が大きいと見られる。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

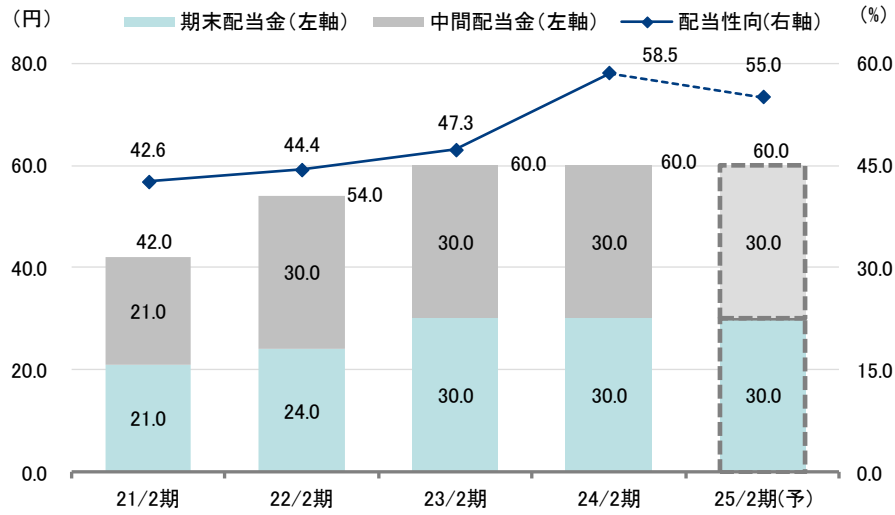
同社は、株主に対する利益還元を最重要課題の 1 つとして認識しており、剰余金の配当を安定かつ継続的に実施し、業績の進捗状況に応じて配当性向及び必要な内部留保の充実などを総合的に勘案したうえで、中期的には親会社の所有者に帰属する当期利益をベースに、連結配当性向 50% を目標として、中間配当と期末配当の年 2 回の配当を行うことを基本方針としている。

2024 年 2 月期には、減益決算ながら 1 株当たり中間配当 30 円、期末配当 30 円、合計 60 円と前期並みの配当を実施した。その結果、配当性向は 58.5% に上昇し、2023 年 3 月期プライム市場サービス産業の平均水準 33.7% を大きく上回っている。2025 年 2 月期も、前期と同じ中間配当 30 円、期末配当 30 円、合計 60 円を予想しており、配当性向は 55.0% になる見通しだ。

同社では株主還元の重要性を十分に認識しており、2024 年 2 月期のように減益決算の場合でも前期と同水準の配当を維持する方針だ。2025 年 2 月期においても、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% の目標以上の増配を検討することも考えられよう。

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