

|| 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11月22日(金)

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. 2025 年 2 月期第 2 四半期の業績概要	01
2. 2025 年 2 月期の業績見通し	02
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. 2025 年 2 月期第 2 四半期の業績概要	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	13
■ 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	19
■ 株主還元策	20

■ 要約

2025 年 2 月期第 2 四半期は、コロナ等国策関連業務の減少が影響。「中期経営計画 2025」の推進で、営業利益 165 億円達成を目指す

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。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」の推進により、企業価値のさらなる向上を目指している。

1. 2025 年 2 月期第 2 四半期の業績概要

2025 年 2 月期第 2 四半期（中間期）の連結業績は、売上収益 72,040 百万円（前年同期比 6.1% 減）、営業利益 4,810 百万円（同 26.3% 減）、税引前利益 4,665 百万円（同 27.4% 減）、親会社の所有者に帰属する中間利益 3,024 百万円（同 32.8% 減）と、減収減益決算となった。2025 年 2 月期通期の業績予想に対する進捗率は、売上収益 47.1%、営業利益 38.5%、税引前利益 38.2%、親会社の所有者に帰属する中間利益 37.8% と、想定以上に厳しい決算であった。売上収益のうち、基礎業務は新規案件が増加したものの大口案件が減少したことが影響し、期待を下回って微増にとどまった。加えて、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大幅に減少したことが響いたが、これはおおむね想定どおりであった。営業利益以下の各段階利益も、同様の理由から減益となった。親会社の所有者に帰属する中間利益も、持分法による投資損益の減少等はあったが、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 6.7%（前年同期比 1.8 ポイント低下）となった。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 38.8%（前期比 0.8 ポイント上昇）であった。2024 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 5.3%、自己資本比率 5.9% 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 株当たりの中間配当金は 30 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。

要約

2. 2025 年 2 月期の業績見通し

2025 年 2 月期の連結業績は、期初予想を維持し、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、基礎業務の増収に加え連結子会社の業績伸長やコスト削減施策もあって売上総利益の増加を見込む等により、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。中間期までの業績進捗率は低いが、下期には子会社における先行投資が回収ステージに入ること、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）に伴い拡大した体制整備の成果が現れること、新たな M&A 等を計画していること等から、業績予想の達成を目指す計画である。さらに、2024 年 10 月に実施された総選挙も、下期の業績に寄与する見通しだ。1 株当たりの年間配当予想は 60 円と前期と同水準を維持し、配当性向は 55.0%（同 3.5 ポイント低下）になる見込みで、2024 年 3 月期東証プライム市場サービス業平均の 39.0% を大きく上回り、株主還元に向向きであると評価できる。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方針だ。

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 3 年間の平均年率 4.9% 増、営業利益は同 3.4% 増、税引後利益は同 5.6% 増を計画する。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。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となり、2 年目以降の巻き返しが期待される。一方、新たな取り組みとして、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）及び自治体向け DX サービスの提供などにおいて着実に成果を出している。日本経済がコロナ禍の落ち込みから回復に向かう中、企業の人手不足感が強まっており、自社で電話対応が十分にできない企業も多数あり、同社の従来型の電話対応業務は今後 5～10 年程度は伸びると予想される。その間に、次の成長原動力となる生成 AI ビジネスや新たな BPO 領域の育成・拡大を図ることが不可欠であり、取り組みの進展に注目したい。また、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んでおり、ESG※2 投資拡大の潮流に沿った動きであると評価される。

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

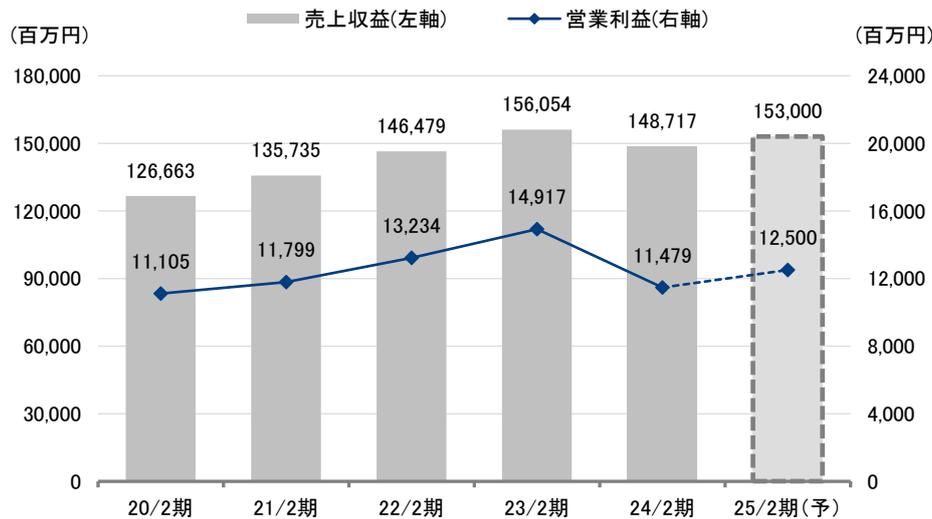
※2 ESG：19 ページ参照。

要約

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
- ・2025 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決算。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。前期と同水準の中間配当を実施し、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及び M&A 等により計画達成を目指す。前期並みの配当を予定し連結配当性向は 55.0% で、東証プライム市場サービス業平均を大きく上回る水準
- ・「中期経営計画 2025」は、売上収益は平均年率 4.9% 増、営業利益は同 3.4% 増を目指す。従来型の電話対応業務は今後 5～10 年程度は伸びるものの、その間に新たな原動力となる業務の育成・拡大を図る。既に生成 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、約 3 万 5 千人の従業員を擁する、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。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。

ベルシステム 24 ホールディングス | 2024 年 11 月 22 日 (金)
 6183 東証プライム市場 | <https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

会社概要

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% を保有する。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、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、プライム市場へ移行した。

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。

主な沿革

年月	沿革
1982年 9月	(株)ベルシステム二四創業(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

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.

会社概要

年月	沿革
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 3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

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。

事業概要

(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 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 12 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、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ほか、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。

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

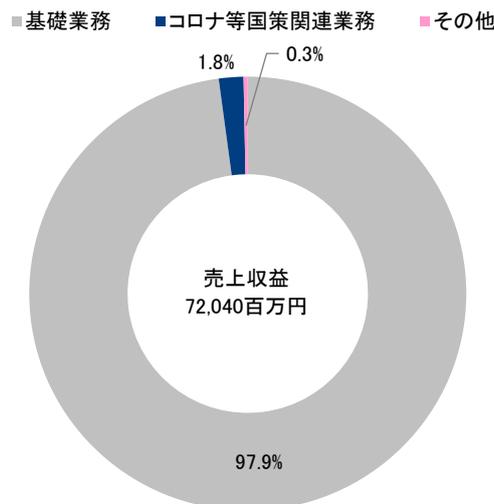
これまでの事業再編による CRM 事業への経営資源集中の結果、全社売上収益に占める CRM 事業の比率は 2016 年 2 月期の 92.7% から年々拡大を続け、2025 年 2 月期中間期には 99.7% を占めている。その結果、その他事業の比率は、同期間に 7.3% から 0.3% に大きく縮小した。

事業概要

CRM 事業の内訳を見ると、2025 年 2 月期中間期では基礎業務が全社売上収益の 97.9%、コロナ等国策関連業務が同 1.8% を占めている。2023 年 2 月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 月期から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。

税引前中間利益では、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 月にスマートフォン向けアプリ開発及び運営を展開する（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、2025 年 2 月期中間期には CRM 事業が全社利益に占める比率は 99.7% に拡大し、その他事業は 0.3% 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(2025年2月期中間期)



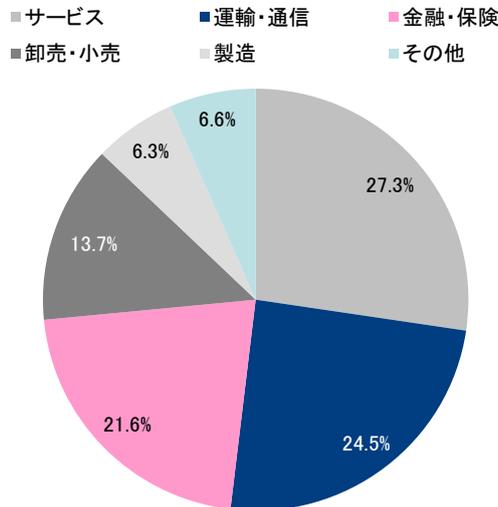
出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

(2) CRM 事業の業種別売上収益

CRM 事業における 2025 年 2 月期中間期の売上収益上位 300 社の業種別構成比を見ると、サービス業が 27.3%、運輸・通信業が 24.5%、金融・保険業が 21.6%、卸売・小売業が 13.7%、製造業が 6.3%、その他が 6.6% となっている。サービス業は、新規案件の増加もあったが、人材紹介及びネット関連サービスの大口案件減少に伴い前年同期比 5.7% 減であった。運輸・通信業では、通信キャリアが個人向けサービスを中心に減少したことで、同 6.3% 減であった。金融・保険業では、大口スポット取引の反動減はあったが生損保関連は堅調に推移し、同 10.1% 増であった。卸売・小売業では、通販・E コマースの健康食品関連が増加したものの、全体としては同 6.4% 減であった。製造業では、医薬関連は堅調に推移したが、電気料金引き上げ対応等の業務縮小等により同 15.6% 減であった。その他では、自治体関連の DX 化支援業務や新電力サービス業務が着実に増加し、同 8.1% 増であった。

事業概要

CRM事業の業種別売上収益内訳(2025年2月期中間期)



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：決算補足資料よりフィスコ作成

業績動向

2025 年 2 月期第 2 四半期決算は、 コロナ等国策関連業務の大幅減少の影響で減収減益

1. 2025 年 2 月期第 2 四半期の業績概要

2025 年 2 月期第 2 四半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、欧米における高い金利水準の継続や中国における不動産市場の停滞の継続による海外景気の下振れ、中東地域をめぐる情勢の深刻化・長期化によって原油価格のさらなる上昇など、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、各企業の業況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 事業においては、生成 AI などの新技術を活用し、高い利益率が見込めるソリューションモデルへの変革が重要となっている。

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 つの重点施策を加速させることで、持続的な成長の実現を目指した。しかしながら、2025 年 2 月期第 2 四半期（中間期）の連結業績は、売上収益 72,040 百万円（前年同期比 6.1% 減）、営業利益 4,810 百万円（同 26.3% 減）、税引前利益 4,665 百万円（同 27.4% 減）、親会社の所有者に帰属する中間利益 3,024 百万円（同 32.8% 減）と、減収減益決算となった。2025 年 2 月期通期の業績予想に対する進捗率は、売上収益 47.1%、営業利益 38.5%、税引前利益 38.2%、親会社の所有者に帰属する中間利益 37.8% にとどまり、期初の想定以上に厳しい決算であった。

売上収益 720.4 億円（前年同期比 46.4 億円減）の内訳を見ると、基礎業務では新規案件が増加したものの大口案件が減少したことが影響し、705.1 億円（同 1.9 億円増）と、期待を下回る微増にとどまった。また、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 13.1 億円（同 47.0 億円減）と大幅に減少したことが響いたが、これは事前の想定どおりであった。収益の柱である基礎業務の増収が想定を大きく下回ったことが、当中間期の減収減益決算に大きな影響を与えたと言えよう。

売上総利益は 127.3 億円（前年同期比 13.9 億円減）と減少した。高収益のコロナ等国策関連業務の売上収益減少が大きく影響し、基礎業務は伸びが微増にとどまりカバーできなかったためだ。販管費は 79.8 億円（同 5.0 億円減）と、増益要因となった。社員の適正配置（間接部門から直接部門への異動等）による間接人件費の減少に加え、広告宣伝費、設備関連費等を幅広く削減したためである。販管費の削減は、売上減少に伴いコントロールしたものだ。また、前年同期に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を計上したが、その差益がなくなり 8.4 億円の減益要因となった。以上から、営業利益は 48.1 億円（同 17.2 億円減）に減少した。親会社の所有者に帰属する中間利益 30.2 億円（同 14.8 億円減）については、法人所得税費用の同 2.4 億円減少があったが、営業利益減少の影響が大きく響いた。営業利益の減少により、営業利益率は 6.7%（同 1.8 ポイント低下）となったものの、2024 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 5.3% を上回っており、同社の収益性は引き続き高いと評価できる。

2025 年 2 月期第 2 四半期（中間期）連結業績

（単位：百万円）

	24/2 期中間期		25/2 期中間期		前年同期比		25/2 期	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率	計画	進捗率
売上収益	76,679	100.0%	72,040	100.0%	-4,639	-6.1%	153,000	47.1%
売上原価	62,560	81.6%	59,307	82.3%	-3,253	-5.2%	-	-
売上総利益	14,119	18.4%	12,733	17.7%	-1,386	-9.8%	-	-
販管費	8,479	11.1%	7,977	11.1%	-502	-5.9%	-	-
営業利益	6,529	8.5%	4,810	6.7%	-1,719	-26.3%	12,500	38.5%
税引前利益	6,423	8.4%	4,665	6.5%	-1,758	-27.4%	12,200	38.2%
親会社の所有者に帰属する 中間利益	4,501	5.9%	3,024	4.2%	-1,477	-32.8%	8,000	37.8%

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

2025 年 2 月期中間期の CRM 事業の売上収益は 71,817 百万円（前年同期比 5.9% 減）、税引前中間利益は 4,603 百万円（同 27.1% 減）で、税引前利益率は 6.4%（同 1.9 ポイント低下）となった。また、CRM 事業の全社業績に占めるシェアは、売上収益の 99.7%（同 0.2 ポイント増）、税引前利益の 98.7%（同 0.4 ポイント増）となった。CRM 事業のうち収益性の高いコロナ等国策関連業務の売上収益が 13.1 億円と同 78.2% 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も 705.1 億円（同 0.3% 増）と期待を下回る微増にとどまった。

その他の事業の全社業績に占めるシェアは小さいが、コンテンツ販売収入が減少したことから、売上収益は 223 百万円（前年同期比 35.8% 減）、税引前中間利益も 62 百万円（同 42.0% 減）となった。

セグメント別連結業績

（単位：百万円）

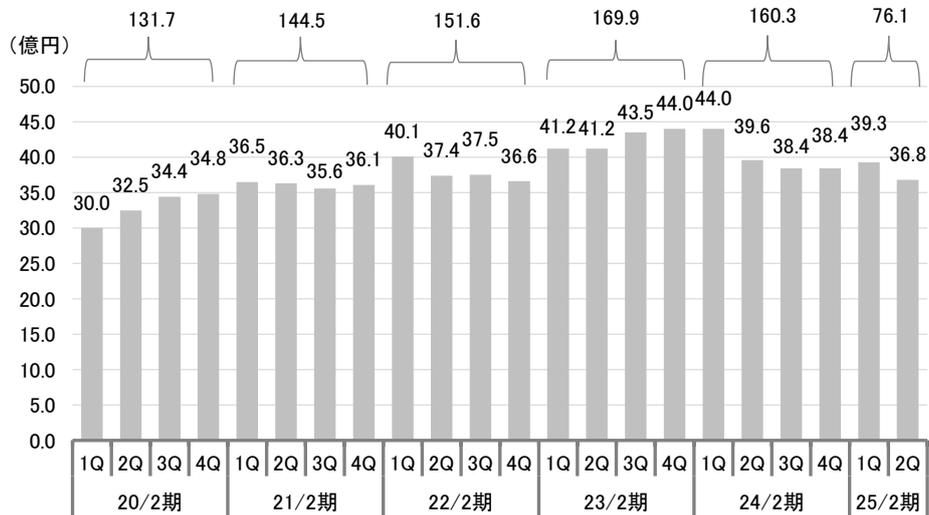
	24/2 期 中間期	25/2 期 中間期	前年同期比	
			増減額	増減率
売上収益	76,679	72,040	-4,639	-6.1%
CRM 事業	76,332	71,817	-4,515	-5.9%
基礎業務	70,320	70,510	190	0.3%
コロナ等国策関連業務	6,010	1,310	-4,700	-78.2%
その他	347	223	-124	-35.8%
税引前中間利益	6,423	4,665	-1,758	-27.4%
CRM 事業	6,317	4,603	-1,714	-27.1%
その他	106	62	-44	-42.0%
税引前利益率	8.4%	6.5%	-1.9pt	-
CRM 事業	8.3%	6.4%	-1.9pt	-
その他	30.5%	27.8%	-2.7pt	-

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。しかし、2024 年 2 月期はキャンペーンなどの大口案件がなかった影響で 160.3 億円（前期比 9.6 億円減）にとどまった。また、2025 年 2 月期中間期も、前年の一部大口案件の業務終了等により 76.1 億円（前年同期比 7.5 億円減）にとどまった。今後については、新技術活用における連携（出資、提携など）や海外事業展開など、伊藤忠のデジタル事業群戦略における連携によって、「伊藤忠シナジー」は長期的に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

2025 年 2 月期中間期の資産合計は 173,334 百万円（前期末比 2,131 百万円減）となった。流動資産は 29,564 百万円（同 1,267 百万円増）となったが、これは主に営業債権が 637 百万円減少したが、現金及び現金同等物が 1,823 百万円増加したことによる。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 143,770 百万円（同 3,398 百万円減）で、これは主に使用権資産の償却等に伴い有形固定資産が 3,652 百万円減少したことによる。使用権資産とは、当社がリース期間中に事務所を使用する権利を持つ資産等のことで、家賃の支払いに伴い減少するものである。

負債合計は 105,158 百万円（前期末比 2,568 百万円減）となった。流動負債は 57,591 百万円（同 8,992 百万円増）となったが、これは主に借入金が増加したことに伴う。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 47,567 百万円（同 11,560 百万円減）であったが、これは主に長期借入金が増加したことに伴う。長期借入金が増加したのは、1 年以内の借入金の振替や約定返済によるものだ。資本合計は 68,176 百万円（同 437 百万円増）となったが、これは主に資本剰余金が増加したことに伴う。利益剰余金は 3,024 百万円増加したことに伴う。

ベルシステム 24 ホールディングス | 2024 年 11 月 22 日 (金)
 6183 東証プライム市場 | <https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

業績動向

以上から、有利子負債は 53,040 百万円（前期末比 3,194 百万円減）となった。また、親会社の所有者に帰属する中間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 0.8 ポイント上昇の 38.8% 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、2024 年 3 月期東証プライム市場サービス業平均の 5.9% 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 0.65 倍と前期末比 0.08 改善した。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。また、2024 年 2 月期の ROE（親会社所有者帰属持分当期利益率）は 11.5%、ROA（資産合計税引前利益率）も 6.4% で、2024 年 3 月期東証プライム市場におけるサービス業平均の ROE6.6%、ROA0.7% を大きく上回る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、同社の安全性及び収益性は極めて高いと評価できる。

連結財政状態計算書

（単位：百万円）

	24/2 期末	25/2 期中間期	増減額
流動資産	28,297	29,564	1,267
現金及び現金同等物	7,213	9,036	1,823
営業債権	19,195	18,558	-637
非流動資産	147,168	143,770	-3,398
有形固定資産	35,828	32,176	-3,652
のれん	96,772	96,718	-54
資産合計	175,465	173,334	-2,131
流動負債	48,599	57,591	8,992
営業債務	5,531	5,266	-265
借入金	23,000	28,300	5,300
非流動負債	59,127	47,567	-11,560
長期借入金	33,234	24,740	-8,494
負債合計	107,726	105,158	-2,568
(有利子負債)	56,234	53,040	-3,194
親会社の所有者に帰属する持分合計	66,730	67,287	557
非支配持分	1,009	889	-120
資本合計	67,739	68,176	437
【安全性】			
親会社所有者帰属持分比率	38.0%	38.8%	0.8pt
ネット D/E レシオ (倍)	0.73	0.65	0.08 改善
【収益性】			
ROE	11.5%	-	
ROA	6.4%	-	

出所：決算短信、決算補足資料よりフィスコ作成

業績動向

4. キャッシュ・フローの状況

2025 年 2 月期中間期末時点の現金及び現金同等物の残高は 9,036 百万円（前期末比 1,823 百万円増）であった。営業活動の結果得られた資金は 12,563 百万円で、これは主に、税引前中間利益 4,665 百万円、減価償却費及び償却費 4,711 百万円、未払消費税等の増加額 1,920 百万円、営業債権の減少額 621 百万円、法人所得税の支払額 849 百万円などによる。投資活動の結果使用した資金は 1,637 百万円で、これは主に有形固定資産の取得による支出 728 百万円、有価証券の取得による支出 700 百万円などによる。財務活動の結果使用した資金は 9,087 百万円となり、これは主に長期借入れによる収入 5,000 百万円、長期借入金の返済による支出 7,500 百万円、リース負債の返済による支出 3,476 百万円、配当金の支払額 2,437 百万円などによる。

以上から、同社が事業活動を通じて得た資金のうち、自由に使える資金を示すフリー・キャッシュ・フローは 10,926 百万円（前年同期比 4,637 百万円増）に増加している。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	24/2 期中間期	25/2 期中間期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	8,401	12,563
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-2,112	-1,637
財務活動によるキャッシュ・フロー	-5,967	-9,087
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	6,289	10,926
現金及び現金同等物の中間期末残高	7,329	9,036

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、M&A 等の取り組みにより、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。

ベルシステム 24 ホールディングス | 2024 年 11 月 22 日 (金)
 6183 東証プライム市場 | <https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

今後の見通し

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、人事制度及び人材育成施策の改善を進めるほか、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、期初の計画を維持し、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た。

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んでおり、また従来より進めてきた M&A 等を実行することで、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。すなわち、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、前期に発生した 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、予想は未達に終わった。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たな BPO サービスによって伸びる見通しで、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。既述の通り中間期までの業績進捗率は低いが、下期には Horizon One 等の子会社における先行投資が回収ステージに入ること、コロナ禍に伴い拡大した体制整備（拠点の解約、採用抑制、間接部門から直接部門への人員の異動など）の成果が現れること、新たな M&A を計画していること、計画に織り込んでいなかった総選挙が 2024 年 10 月に実施されたこと等が、業績改善に寄与する見通した。中期経営計画の施策も順調に進捗していることから、十分に予想達成の可能性があると弊社では考える。

今後の見通し

2025 年 2 月期連結業績予想

(単位：百万円)

	24/2 期		25/2 期		前期比	
	実績	売上比	計画	売上比	増減額	増減率
売上収益	148,717	100.0%	153,000	100.0%	4,283	2.9%
営業利益	11,479	7.7%	12,500	8.2%	1,021	8.9%
税引前利益	11,225	7.5%	12,200	8.0%	975	8.7%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	7,545	5.1%	8,000	5.2%	455	6.0%

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

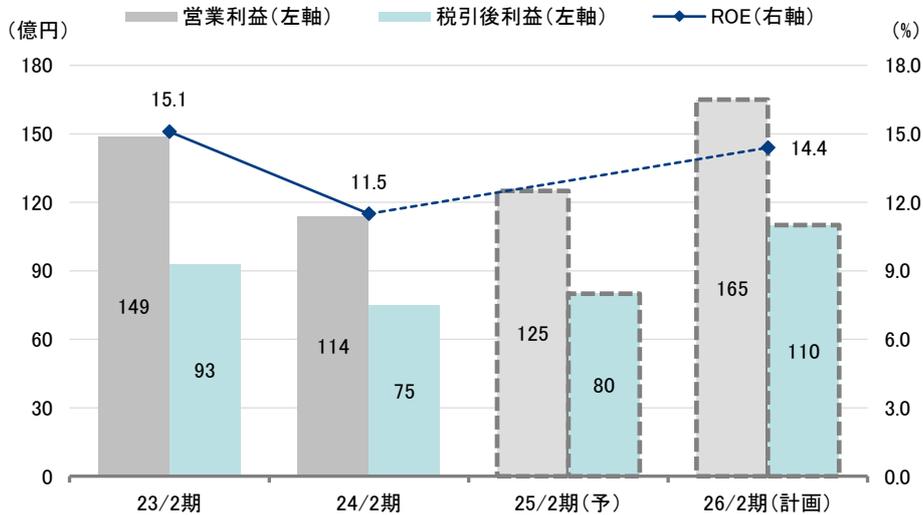
当社が現在取り組んでいる「中期経営計画 2025」（2024 年 2 月期～2026 年 2 月期）の概要は、以下のとおりである。

当社は、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。

「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（平均年率4.9%増）、営業利益165億円（同3.4%増）、税引後利益110億円（同5.6%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の目標設定である。計画初年度の2024年2月期は、高収益のコロナ等国策関連業務が想定以上に減少したことで、計画を下回る厳しいスタートとなったが、生成AI及び新たなBPOへの取り組みにおいて成果を出しており、2年目の2025年2月期以降の巻き返しが期待される。日本経済がコロナ禍の落ち込みから回復に向かう中、企業の人手不足感が強まっており、自社で電話対応が十分にできない企業も多数あり、同社の従来型の電話対応業務は今後5～10年程度は伸びると予想される。その間に、新たな成長の原動力となる生成AIビジネスやBPO領域の育成・拡大を図ることが不可欠である。当社では、既存業務と新業務の成長によって、今後5年程度のうちに売上収益2,000億円の達成を目指す計画だ。今後の取り組みの進展に注目したい。

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

同社で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おり、3 つの重点施策を加速させることで持続的な成長の実現を目指している。

(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。

2025 年 2 月期中間期の「人材」の取り組みとしては、2024 年 8 月に健康経営アライアンスに参画した。健康経営アライアンスは、「社員の健康を通じた日本企業の活性化と健保の持続可能性の実現」というビジョンに共感する 416 の企業・団体（2024 年 7 月 30 日時点）が活動する組織であり、データヘルス計画に基づく PDCA サイクルの着実な遂行を通じて、健康経営の型づくりと成果創出のためのソリューションの共創及び産業界への実装の実現を目指している。今回の参画により、健康経営推進を目的としたほかの参画企業との取り組み事例の共有や、勉強会への参加を通して、さらなる健康経営の強化を図る計画である。

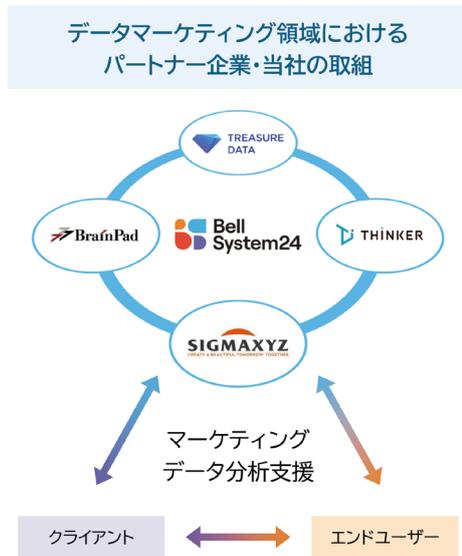
中期経営計画

(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。

2025 年 2 月期中間期の「型化」の取り組みとしては、ブレインパッド <3655> が提供する SNS 分析ツール「Brandwatch Consumer Research」を用いた、UGC（User Generated Content：ユーザーが自発的に発信する口コミやレビューなどのコンテンツ）の収集・分析によるソーシャルリスニング・UGC 活用の企画立案から施策の実行、運用までを一気通貫に支援・代行するサービスを提供開始した。今後も、データ活用のプロフェッショナル集団であるブレインパッドの豊富な知見と、同社が有するコンタクトセンター現場における応対実績と BPO 運用ノウハウを掛け合わせた新たなサービスの創出により、企業のマーケティング DX へ貢献する計画である。既に外資の大手コーヒーチェーンに対して、新商品に対する顧客の印象などを報告し、商品改善・売上増に役立っている。

データマーケティング BPO



出所：決算説明会資料より掲載

ブレインパッドと連携、ソーシャルリスニング・UGC活用のBPOを提供開始

マーケティングや商品開発、カスタマーサポートなどの担当者に代わって、SNS 運用業務の専門チームが UGC（User Generated Content：ユーザーが自発的に発信する口コミやレビューなどのコンテンツ）を収集・分析するマーケティング BPO サービス X（旧 Twitter）、Instagram、facebook、TikTok、YouTube、ブログ、口コミ・レビューなど、1.7 兆件以上のデータからリアルタイム、スピーディーに UGC を収集、新たなビジネスインサイトを発見



また、自治体 DX を支援する新たな住民接点サービスのさらなる拡販を目的に、神奈川県鎌倉市と「電話対応業務に係るコールセンター実証実験に関する協定」を締結し、市民の利便性及び職員の業務効率向上に向けた効果検証を行うことを目的とした、市民等からの電話による問い合わせ対応の実証実験を開始した。今回の効果検証の結果を基に、市民向けの「よくある質問（FAQ）」の整備、電話だけでなくメールやチャットなど複数チャネルを活用した全庁の問い合わせ一元化に向けた運用構築など、職員の業務効率化と市民の利便性向上を両立した提案を進める計画である。

中期経営計画

(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に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。

2025 年 2 月期中間期の「共創」の取り組みとして、「生成 AI」と「ヒト」のハイブリッド型コンタクトセンターの構築を目指し、参画企業間での事例共有などを行うユーザー企業参画型プログラムとなる、生成 AI Co-Creation Lab. (コ・クリエーションラボ) を開始した。本プログラムでは、コンタクトセンターの幅広い運用知見を持つ同社と、AI のシステムインテグレーションの実績を持つ伊藤忠テクノソリューションズに加え、生成 AI 開発の最前線を担う日本マイクロソフト(株)、Google Cloud 及びアマゾン ウェブ サービス ジャパン(同)や、データマーケティング領域の支援を行う同社子会社のシンカー、自然言語処理領域の支援を行うベクスト(株)などの各社が持つ AI 技術や専門知見を活用する。生成 AI Co-Creation Lab. は、コンタクトセンター自動化の未来を「共創」する取組として、既に幅広い業種の 50 社程度から関心を寄せられているようだ。

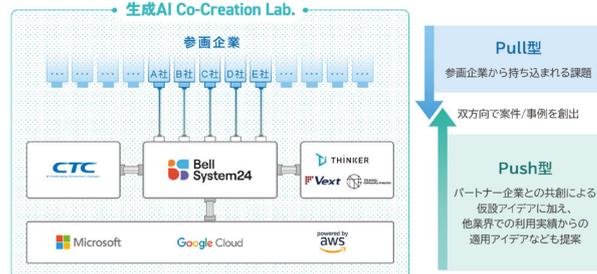
生成 AI の活用

マイクロソフト、グーグル、AWS、CTC等と連携し、コンタクトセンター自動化の未来を共創する、生成 AI Co-Creation Lab. を始動

当社がハブとなり、テクノロジー企業(生成 AI 開発)、Sier 企業(システム開発)、データマーケティング企業といったパートナー企業とともに、企業の課題を可視化し、生成 AI の活用に向けて取り組む

出所：決算説明会資料より掲載

Pull型/ Push型の双方向アプローチで事例創出を加速



また、2024 年 8 月には中部電カグループの DX 実績を持つ(株)TSUNAGU Community Analytics が参画し、同社と生成 AI を活用したコンタクトセンターの「ノウハウ伝承」を実現する共同サービスを開発し提供開始している。今後も同様の企業の加入を促進し、2025 年度までに約 10 社に本サービスの導入を目指す計画だ。これからも生成 AI Co-Creation Lab. がハブとなって解決すべき課題とテクノロジーを結び、生成 AI を活用した先進事例を創出する計画である。また、同社とレイヤーズ・コンサルティングの合併会社である、Horizon One は、熊本市と立地協定を締結し、熊本市内において 3 拠点目となる「熊本白川 BPO センター」を開設した。新たに約 100 名の採用を予定しており、人材不足が課題となっているクライアント企業に向けた、経理・人事・総務等の幅広い間接業務の BPO 事業を進める計画だ。さらに、同社は日本最大のコスメ・美容の総合情報サイト「@cosme」を運営するアイスタイル <3660> と生成 AI を活用した次世代クチコミ分析ツールの実証実験も実施している。生成 AI で集めたクチコミを分析して、マーケティングに活用するものだ。生成 AI ツールについては、引き続き様々な横展開を考えているようだ。

以上のとおり、同社では 3 つの重点施策に沿って着々と実績を積み上げているが、今後も次々と新たな取り組みを開始すると見られ、中期経営計画の定量目標達成に向けて邁進していると言える。

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、社会課題の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。また、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、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、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、全社リスクマネジメントの推進による企業価値の向上などを目標とする。

2025 年 2 月期中間期の ESG への取り組み実績としては、2024 年 3 月に年金積立金管理運用独立行政法人 (GPIF) が採用を発表した MSCI 日本株 ESG セレクト・リーダーズ指数の構成銘柄に初選定されたことや、2024 年 4 月に米国の代表的な ESG 評価機関の 1 つである ISS ESG による「ESG コーポレート・レーティング」において「プライム」評価に初認定されたことなどが挙げられる。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とつなげる計画である。

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。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 投資が増えており、同様に我が国でも急拡大しているため、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

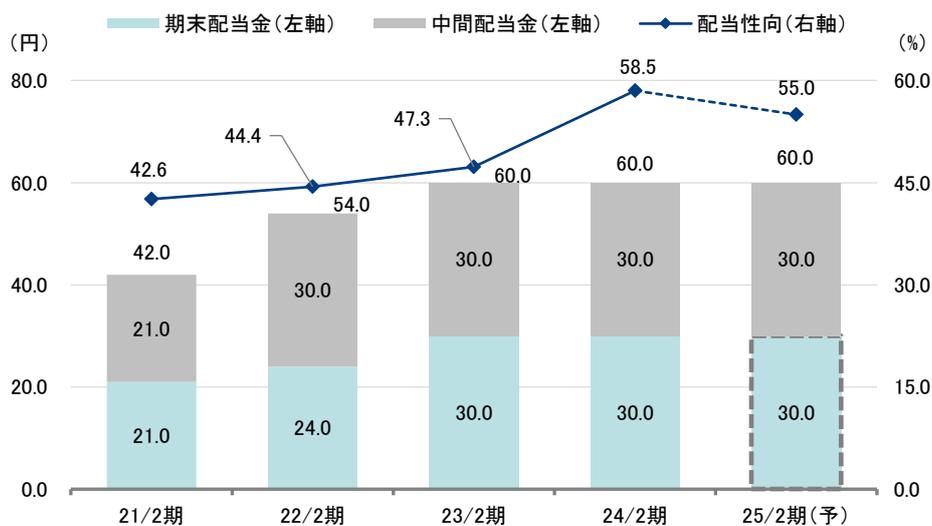
50% の連結配当性向と安定配当を目指す

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。

2025 年 2 月期中間期には、減益決算ながら 1 株当たり中間配当 30 円と前期と同額の配当を実施した。期末配当も前期と同額の 30 円を計画し、2025 年 2 月期の年間配当金は合計 60 円、配当性向は 55.0% になる見通しだ。同社の配当性向は、2024 年 3 月期東証プライム市場サービス業の平均水準 39.0% を大きく上回り、株主重視の経営姿勢を示していると評価できる。

なお、東証では 2024 年 8 月に、上場企業に対して「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」に関する今後の施策について要請を行った。同社では、ROE については 2024 年 2 月期の株主資本コストは 8% 程度で、株主資本コストを上回る ROE 水準を維持しているが、引き続き資本収益性の向上を目指す。PBR については、2024 年 2 月期の PBR は 1.9 倍程度で、過去 5 期も恒常的に 1.0 倍を大きく超えて推移しているが、引き続き市場評価の改善を進める。さらにキャッシュ・アロケーションでは、2024 年 2 月期の営業キャッシュ・フロー 135 億円は、株主還元 44 億円、事業投資・設備投資に 31 億円、有利子負債の返済に 59 億円を利用しており、株主還元、成長投資（事業投資・設備投資）、有利子負債の返済にバランス良く配分する方針である。同社では、引き続き株主重視の経営を継続すると見られる。

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