

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 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 >>>

2025年11月12日 (水)

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. 2026年2月期中間期の業績概要	01
2. 2026年2月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	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. 2026年2月期中間期の業績概要	07
2. セグメント別動向	08
3. 財務状況	10
4. キャッシュ・フローの状況	11
■ 今後の見通し	12
● 2026年2月期の業績見通し	12
■ 中長期の成長戦略	13
1. 同社を取り巻く環境の変化	13
2. 変化する事業環境への対応方針	14
3. 中長期の目標	18
■ 株主還元策	19

ベルシステム24ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

要約

2026年2月期中間期は各利益が20%超の増益。通期も増収増益見通し。 2031年2月期に売上収益2,500億円、営業利益率10%以上を目指す

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7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。2025年2月末現在、国内拠点35拠点、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）18,100席、従業員数約3万人を擁するコンタクトセンター業界のリーディングカンパニーである。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、2031年2月期に向けた「中長期成長シナリオ」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. 2026年2月期中間期の業績概要

2026年2月期中間期（第2四半期）の連結業績は、売上収益73,143百万円（前年同期比1.5%増）、営業利益5,914百万円（同22.9%増）、税引前利益5,767百万円（同23.6%増）、親会社の所有者に帰属する中間利益3,823百万円（同26.5%増）と、増収増益となった。売上収益は同1,103百万円増で、うちスマートコンタクトセンター業務は選挙業務や公共系案件等により同6.2億円増、スマートビジネスサポート業務はバックヤード業務の増加により同5.3億円増であった。売上総利益がクライアントへの請求単価の引き上げや拠点整理等による収益改善施策の効果により同832百万円増となり、販管費が拠点整理関連費用を中心に幅広くコストを削減し同260百万円減となったことで、営業利益は同1,104百万円増と大きく伸びた。また、親会社の所有者に帰属する中間利益は、営業利益の増益に加えて持分法による投資損益の増益により、同799百万円増となった。以上の結果、営業利益率は8.1%（同1.4ポイント上昇）、自己資本比率（親会社所有者帰属持分比率）は41.7%（前期末比1.5ポイント上昇）となり、2025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6.2%、自己資本比率5.6%を上回り、引き続き同社の収益性や安全性は高いと弊社では評価している。

2. 2026年2月期の業績見通し

2026年2月期の連結業績は、期初の計画を維持し、売上収益150,000百万円（前期比4.5%増）、営業利益12,000百万円（同3.6%増）、税引前利益11,760百万円（同4.7%増）、親会社の所有者に帰属する当期利益8,100百万円（同1.2%増）の増収増益を見込んでいる。スマートコンタクトセンター業務は、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増収を見込む。また、スマートビジネスサポート業務は、BPRコンサルティング（業務プロセスの変革を企画・実行するサービス）案件の伸長に伴う新規の増加により増収を計画する。売上収益の増収効果や連結子会社の業績伸長などにより売上総利益の大幅増加を見込むものの、前期に計上した子会社株式売却に伴う利益の反動等により、営業利益は小幅増益にとどまる見通しだ。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小幅増益を見込んでいる。1株当たりの年間配当予想は60.0円、配当性向は54.5%になる見込みで、2025年3月期東証プライム市場サービス業平均の32.7%を上回り、株主重視の経営姿勢を示している。

ベルシステム24ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

要約

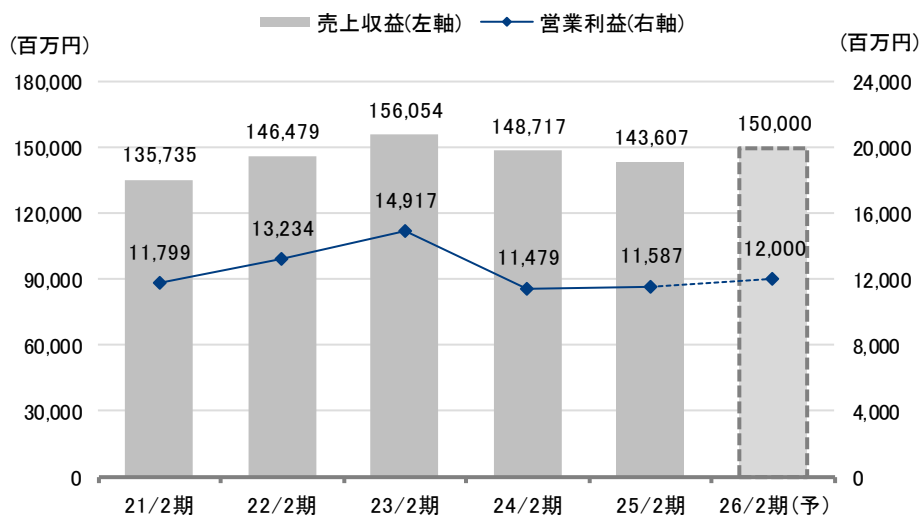
3. 中長期の成長戦略

「中期経営計画2025」(2024年2月期～2026年2月期)では、最終年度となる2026年2月期の売上収益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%を目標に重点施策を推進している。ただ、経済環境が計画策定時とは大きく変化したことから、最終年度の目標達成は困難な状況だ。そこで2027年2月期からスタートする新中期経営計画の発表に先立ち、今後の進むべき方向や課題を示すために2031年2月期に向けた「中長期成長シナリオ」を発表した。具体的には、同社の強みを生かすことで、1) 外注化ニーズへの対応：アウトソーシングニーズの取り込みにより売上収益を拡大、2) 生成AIの活用：生成AIを活用してヒトによる対応から自動化に転換し利益率を向上、3) マーケティング支援：VOC(顧客の声)を活用し新たな付加価値を創出の3つの成長戦略を推進することで、最終年度である2031年2月期に売上収益2,500億円、営業利益率10%以上を掲げ、今後6年間で売上収益を1.74倍に拡大(年成長率9.7%)を目指す。既に次世代コンタクトセンターでの生成AI活用に向けて様々な取り組みに着手しており、次期中期経営計画の正式発表と、取り組みの進展に注目したい。

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
- ・2026年2月期中間期は大幅増益で、収益性・安全性は高い
- ・2026年2月期は期初予想を維持し、増収増益を予想。配当性向は2025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、株主還元にも十分に配慮
- ・2027年2月期からの新中期経営計画に先立ち、「中長期成長シナリオ」を発表。今後6年間で売上収益を1.74倍に拡大する計画。実現のカギを握る生成AIの活用に向けて、既に様々な取り組みに着手

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

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

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

ベルシステム24ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

会社概要

全国35拠点、ブース数18,100席を擁する、コンタクトセンター大手

同社は、2025年2月末現在、国内35拠点、ブース数約18,100席を擁する国内コンタクトセンター大手である。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。2025年8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ホールディングスの子会社であるTOPPAN (株) が14.28%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。

※ 1997年2月に東証2部に上場、1999年11月に東証1部に上場した後、2005年1月に東証上場廃止。

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社長執行役員CEOに就任し、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している。

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) ボックを設立
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

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.

ベルシステム24ホールディングス 6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

会社概要

年月	沿革
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)ピ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(株)(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)へ出資し、CTCとBPO事業の連携強化 (当初は連結子会社、2025年1月より出資比率48.0%) 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	ピ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)
2024年11月	台湾支店を子会社化、社名をBELLSYSTEM24 TAIWAN, Inc.に変更(現 連結子会社)
2025年 1月	(株)スカパー・カスタマーリレーションズを子会社化(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

ベルシステム24ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

事業概要

CRM事業を中心に国内及び海外で事業を展開し、 経営資源を集中する体制を構築

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、(株)スカパー・カスタマーリレーションズ、Horizon One (株)、(株)シンカー、(株)ベル・ソレイユ、BELLSYSTEM24 TAIWAN, Inc.、BELLSYSTEM24 VIETNAM Inc.の連結子会社7社と、持分法適用会社3社 (True Touch Co., Ltd.、CTCファーストコンタクト (株)、(株)TBネクストコミュニケーションズ) 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100.0%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 (Business Process Outsourcing: 業務プロセスを外部委託) 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、ソーシャルメディアやチャットにも対応している。Horizon Oneは、同社が株式の51.0%を保有し、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70.0%を取得した。また、2025年1月には、カスタマーセンターに関わるコンサルティング及び教育関連も展開するスカパー・カスタマーリレーションズの株式51.0%を取得し、コンタクトセンターでの生成AIの活用を目指している。

その他の持分法適用会社では、凸版印刷 (現 TOPPANホールディングス) が51.0%、同社が49.0%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。CTCファーストコンタクトは、同社の持分比率は48.0%で、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及び教育・研修サービスなどを行っている。

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専門の最大手であるBellssystem24-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月に開設した台湾支店を2024年11月に子会社化 (100.0%保有) し社名をBELLSYSTEM24 TAIWAN, Inc.に変更するなど、CRM事業の海外展開を活性化している。

事業概要

(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、100.0%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、「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・清掃作業を展開している。

CRM事業が売上収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2026年2月期中間期には99.8%に拡大し、その他事業の比率は7.3%から0.2%に縮小している。

CRM事業の内訳は、2025年2月期までは基礎業務とコロナ等国策関連業務として開示していた。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となり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。コロナ等国策関連業務が大きく縮小したことから、今後のビジネスの進捗を明確にするべく、2026年2月期より、注力分野である次世代コンタクトセンター業務（スマートコンタクトセンター業務）及びクライアント企業のバックヤード業務支援にかかる業務（スマートビジネスサポート業務）に売上収益内訳区分を変更した。2025年2月期中間期におけるCRM事業の売上収益構成比は、スマートコンタクトセンター業務が85.8%を、スマートビジネスサポート業務が14.2%を占めている。

(2) CRM事業の業種別売上収益

CRM事業のベルシステム24単体における売上収益上位300社のクライアント業種別分類では、サービス業、運輸・通信業、金融・保険業、卸売・小売業の比率が大きい。2026年2月期中間期には、サービス業が177億円（前年同期比11億円増）、運輸・通信業が153億円（同4億円増）、金融・保険業が123億円（同8億円減）、卸売・小売業が82億円（同1億円減）、製造業が41億円（同3億円増）、その他が43億円（同4億円増）であった。サービス業では、人材紹介は減少したが、ネット関連、公共系サービス等での新規サービスが増加した。運輸・通信業では、通信キャリアを中心に増加した。金融・保険業では、生損保を中心に保険関連が堅調であった。卸売・小売業では、2025年2月期から四半期単位での横ばいが継続している。製造業では、選挙業務により第2四半期に増加した。その他では、新電力サービス関連、不動産関連が増加した。

業績動向

2026年2月期中間期は収益改善施策により大幅増益

1. 2026年2月期中間期の業績概要

2026年2月期中間期における日本経済は、米国の通商政策等による影響が一部に見られたが、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に景気が回復した。先行きについては、物価上昇の継続が消費者マインドの下振れを通じて個人消費に及ぼす影響などが我が国の景気の下振れリスクとなっている。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。

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の推進により、持続的な成長の実現を目指した。その結果、2026年2月期中間期の連結業績は、売上収益73,143百万円（前年同期比1.5%増）、売上総利益13,565百万円（同6.5%増）、営業利益5,914百万円（同22.9%増）、税引前利益5,767百万円（同23.6%増）、親会社の所有者に帰属する中間利益3,823百万円（同26.5%増）と、増収増益となった。

売上収益は前年同期比1,103百万円増であった。前期からの大口クライアント案件減少の影響は落ち着き、他方で新規に中規模の案件が積み上がっている。売上総利益は、選挙業務や公共系案件の増収効果に加え、クライアントへの請求単価の引き上げ、拠点整理や人員配置の適正化等による収益改善施策の効果により、同832百万円増となった。売上総利益率は、2023年2月期までは高収益のコロナ等国策関連業務の拡大により20%台で推移したものの、コロナ禍で拡大した設備や人員整理の遅れによって2025年2月期には17%台に低下したが、2026年2月期に入り、収益改善策の効果が表れ始めた。また、設備関係費（拠点整理関連費用）を中心に拠点の席数やフロアの減少など幅広くコストを削減した結果、販管費が同260百万円減となったことで、営業利益は同1,104百万円増と大きく伸長した。親会社の所有者に帰属する中間利益は、営業利益の増益に加えて、持分法による投資損益の同148百万円増により、同799百万円増となった。持分法による投資損益は、CTCファーストコンタクトの連結子会社から持分法適用会社への移行に加え、TBネクストコミュニケーションズやタイのTrue Touchの堅調な業績も貢献した。一方、金融収益・費用は、市場金利上昇に伴う借入金利息の増加等により150百万円の減益要因となったが、市場金利の上昇は計画の範囲であった。

以上の結果、中間期の売上収益及び各段階利益の通期予想に対する進捗率は約50%と、想定どおりの順調な決算であった。また、営業利益率は8.1%（同1.4ポイント上昇）と2025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6.2%を上回っており、同社の収益性は引き続き高いと弊社では評価している。

ベルシステム24ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

業績動向

2025年2月期中間期連結業績

(単位：百万円)

	25/2月中間期		26/2月中間期		前年同期比		26/2期	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率	期初予想	進捗率
売上収益	72,040	100.0%	73,143	100.0%	1,103	1.5%	150,000	48.8%
売上原価	59,307	82.3%	59,578	81.5%	271	0.5%	121,800	48.9%
売上総利益	12,733	17.7%	13,565	18.5%	832	6.5%	28,200	48.1%
販管費	7,977	11.1%	7,717	10.6%	-260	-3.3%	16,300	47.3%
営業利益	4,810	6.7%	5,914	8.1%	1,104	22.9%	12,000	49.3%
税引前利益	4,665	6.5%	5,767	7.9%	1,102	23.6%	11,760	49.0%
親会社の所有者に帰属する 中間利益	3,024	4.2%	3,823	5.2%	799	26.5%	8,100	47.2%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

2. セグメント別動向

2026年2月期中間期のCRM事業の売上収益は72,967百万円（前年同期比1.6%増）、税引前中間利益は5,719百万円（同24.3%増）で、税引前利益率は7.8%（同1.4ポイント上昇）となった。また、CRM事業の全社業績に占める構成比は、売上収益の99.8%（同0.1ポイント上昇）、税引前中間利益の99.2%（同0.5ポイント上昇）であった。

2026年2月期より、CRM事業の売上収益内訳区分を、従来の基礎業務とコロナ等国策関連業務から、今後の注力分野を示すスマートコンタクトセンター業務とスマートビジネスサポート業務に変更している。スマートコンタクトセンター業務はクライアント企業とエンドユーザー間のコミュニケーション関連領域にかかる業務で、スマートビジネスサポート業務はクライアント企業の社内業務の支援にかかる業務である。2025年2月期までにコロナ等国策関連業務が大きく縮小したことに伴い、今後は同社の注力分野である次世代コンタクトセンター業務とクライアント企業のバックヤード支援業務を、それぞれ独立した区分として示すことで同社のビジネスの進捗をより明確にできることから区分を変更した。

スマートコンタクトセンター業務は前年同期比6.2億円増（同1.0%増）の626.0億円であった。保険関連業務は前年同期の大型スポット案件の反動があったが、人材不足に伴うアウトソーシング需要が根強いなかで、自治体・公共系案件や、新料金プランによる通信キャリア案件が拡大し、さらに参院選の出口調査等の選挙業務も加わって増収となった。スマートビジネスサポート業務は同5.3億円増（同5.4%増）の103.7億円であった。営業支援の一部業務が減少したものの、書類審査等のバックヤード業務のほか、子会社Horizon Oneにおける人事・経理業務が増加した。

その他の事業の全社業績に占めるシェアは小さい。2026年2月期中間期には、コンテンツ販売収入が減少したため、売上収益は176百万円（前年同期比21.0%減）、税引前中間利益は48百万円（同22.8%減）となった。

ベルシステム24ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

業績動向

セグメント別連結業績

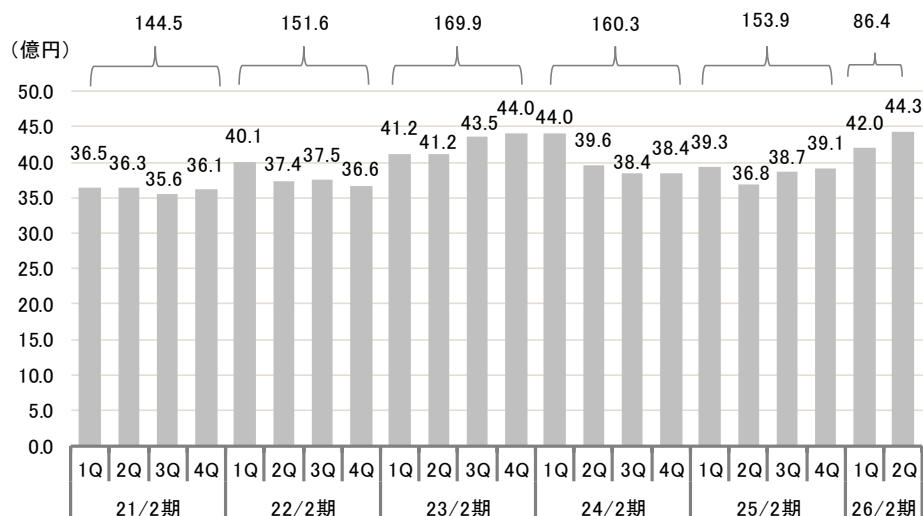
(単位：百万円)

	25/2期 中間期	26/2期 中間期	前年同期比	
			増減額	増減率
売上収益	72,040	73,143	1,103	1.5%
CRM事業	71,817	72,967	1,150	1.6%
その他	223	176	-47	-21.0%
税引前中間利益	4,665	5,767	1,102	23.6%
CRM事業	4,603	5,719	1,116	24.3%
その他	62	48	-14	-22.8%
税引前利益率	6.5%	7.9%	1.4pp	-
CRM事業	6.4%	7.8%	1.4pp	-
その他	27.8%	27.3%	-0.5pp	-

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数多くある。これら伊藤忠グループ案件による売上収益は、2023年2月期には169.9億円へと年々増加し続けてきた。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月期も、上期は前年の一部大口案件の業務終了等により76.1億円に減少し、下期は既存クライアントからの受注拡大等により77.8億円へと増加に転じたものの、通期で153.9億円(同6.4億円減)にとどまった。しかし、2026年2月期上期には86.4億円へと、通信キャリアを中心に大きく増加した。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。

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

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.

3. 財務状況

2026年2月期中間期の資産合計は173,673百万円（前期末比740百万円減）となった。流動資産は30,886百万円（同2,844百万円増）となったが、これは主に現金及び現金同等物が2,050百万円、営業債権が696百万円、それぞれ増加したことによる。非流動資産は142,787百万円（同3,584百万円減）で、これは主に拠点の整理に伴って、使用権資産の減少により有形固定資産が2,948百万円減少したことによる。使用権資産とは、同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、拠点整理や家賃の支払いに伴う償却により減少する。

負債合計は100,581百万円（前期末比2,995百万円減）となった。流動負債は41,640百万円（同15,773百万円減）となったが、これは主に未払従業員給付が2,074百万円、その他の流動負債が1,246百万円増加したが、借入金が19,099百万円、営業債務が358百万円減少したことによる。非流動負債は58,941百万円（同12,778百万円増）であったが、これは主に長期借入金が15,289百万円増加したことによる。資本合計は73,092百万円（同2,255百万円増）となったが、これは主に資本剰余金が1,840百万円減少したが、利益剰余金が3,823百万円増加したことによる。

有利子負債は50,236百万円（前期末比3,810百万円減）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1.5ポイント上昇の41.7%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、2025年3月期東証プライム市場サービス業平均の5.6%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）÷親会社の所有者に帰属する持分合計）は0.57倍と前期末比0.10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。2025年2月期のROE（親会社所有者帰属持分当期利益率）は11.7%、ROA（資産合計税引前利益率）は6.4%で、2025年3月期東証プライム市場におけるサービス業平均のROE8.6%、ROA0.8%を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弊社では評価している。

ベルシステム24ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

業績動向

連結財政状態計算書

(単位：百万円)

	25/2期	26/2期中間期	増減
流動資産	28,042	30,886	2,844
現金及び現金同等物	6,992	9,042	2,050
営業債権	19,006	19,702	696
非流動資産	146,371	142,787	-3,584
有形固定資産	31,563	28,615	-2,948
のれん	94,651	94,603	-48
資産合計	174,413	173,673	-740
流動負債	57,413	41,640	-15,773
営業債務	5,634	5,276	-358
借入金	30,799	11,700	-19,099
非流動負債	46,163	58,941	12,778
長期借入金	23,247	38,536	15,289
負債合計	103,576	100,581	-2,995
(有利子負債)	54,046	50,236	-3,810
親会社の所有者に帰属する持分合計	70,160	72,369	2,209
非支配持分	677	723	46
資本合計	70,837	73,092	2,255
【安全性】			
親会社所有者帰属持分比率	40.2%	41.7%	1.5pp
ネットD/Eレシオ (倍)	0.67	0.57	-0.10

出所：決算短信よりフィスコ作成

4. キャッシュ・フローの状況

2026年2月期中間期末時点の現金及び現金同等物の残高は9,042百万円（前期末比2,050百万円増）であった。営業活動の結果得られた資金は11,064百万円で、これは主に、税引前中間利益5,767百万円、減価償却費及び償却費4,433百万円、未払消費税等の増加額1,215百万円、法人所得税の支払額1,647百万円などによる。投資活動の結果使用した資金は226百万円で、これは主に敷金及び保証金の回収による収入518百万円、有形固定資産の取得による支出328百万円などによる。財務活動の結果使用した資金は8,786百万円となり、これは主に長期借入れによる収入18,000百万円、長期借入金の返済による支出13,500百万円、短期借入金の減少額8,300億円、リース負債の返済による支出3,318百万円、配当金の支払額2,213百万円などによる。以上の結果、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10,838百万円を確保している。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	25/2期中間期	26/2期中間期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	12,563	11,064
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-1,637	-226
財務活動によるキャッシュ・フロー	-9,087	-8,786
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	10,926	10,838
現金及び現金同等物の中間期末残高	9,036	9,042

出所：決算短信よりフィスコ作成

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

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

ベルシステム24ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

■ 今後の見通し

2026年2月期はCRM事業の伸長により増収増益を見込む

● 2026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やアウトソーシングニーズの取り込みにより、売上収益の拡大に取り組むとともに、蓄積したデータ・知見を生かし、コンタクトセンターの次世代化による利益率の向上を進める。また、生成AIと顧客対応データを活用した新しい顧客体験の実現により、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る。加えて、D&I※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だ。

※ ダイバーシティ&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。

2026年2月期の連結業績は、中間期の業績を踏まえて期初の計画を維持し、売上収益150,000百万円（前期比4.5%増）、営業利益12,000百万円（同3.6%増）、税引前利益11,760百万円（同4.7%増）、親会社の所有者に帰属する当期利益8,100百万円（同1.2%増）と、増収増益を見込んでいる。

売上収益予想（前期比6,393百万円増）の内訳としては、スマートコンタクトセンター業務で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、1,270億円（同38.2億円増）を見込むほか、スマートビジネスサポート業務でBPRコンサルティング案件の伸長に伴う新規の増加により、225億円（同24.8億円増）を計画する。売上総利益は282億円（同27.9億円増）と、売上収益の増収効果や連結子会社の業績伸長などにより大幅増加を見込むものの、前期に計上した子会社株式売却に伴う利益の反動（同37.6億円の減益要因）、減損損失の反動（同15.7億円の増益要因）等により、営業利益は同413百万円増の小幅増益にとどまる見通しだ。営業利益の増加に加えて持分法による投資損益（同4.1億円増）、金融費用（同3.0億円増）、法人所得税費用（同5.0億円増）などから、親会社の所有者に帰属する当期利益も小幅増益（同97百万円増）を見込む。持分法による投資損益は、CTCファーストコンタクトの連結子会社から持分法への区分変更による増加に加え、TBネクストコミュニケーションズやタイのTrue Touchの増益を見込んでいる。

2025年2月期前期はコロナ等国策関連業務の売上収益が大幅に落ち込んだため、期初予想を下回る決算となった。コロナ等国策関連業務は既に大きく縮小しており、CRM事業の実態を正確に示すために売上収益区分をスマートコンタクトセンター業務とスマートビジネスサポート業務に変更するなど、今後の成長を見据えた取り組みを始めている。同社は慎重な期初予想を発表する傾向があることから、2026年2月期の業績予想については達成する確度が高いと弊社では見ている。

ベルシステム24ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

今後の見通し

2026年2月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	25/2期		26/2期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上収益	143,607	100.0%	150,000	100.0%	6,393	4.5%
営業利益	11,587	8.1%	12,000	8.0%	413	3.6%
税引前利益	11,232	7.8%	11,760	7.8%	528	4.7%
親会社の所有者に帰属する当期利益	8,003	5.6%	8,100	5.4%	97	1.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

次期中期経営計画の発表に先立ち、 今後の進むべき方向や課題を示す「中長期成長シナリオ」を推進

1. 同社を取り巻く環境の変化

「中期経営計画2025」(2024年2月期～2026年2月期)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、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%を目標に重点施策を推進している。重点施策はおおむね計画どおり進捗しているものの、配当性向を除き目標達成は困難な状況だ。

同社の長期業績トレンドを見ると、2020年2月期以降、コロナ等国策関連業務を除く基礎業務の売上収益の年平均成長率は2.5%にとどまり、コロナ禍以前の7.1%から大きく減速している。また、営業利益率は2020年2月期以降8%台後半～9%台後半で推移したが、2024年2月期からは7%台に低下し、2025年2月期も改善は限定的だった。こうした業績低迷の理由として、同社を取り巻く環境が従来と大きく変化し始めていることがある。第1にコンタクトセンター市場が2020年2月期以降伸び悩むなか、同社の事業ポートフォリオはコンタクトセンター業務が大きく占めており、市場の停滞から今後の同社の成長への懸念が生じている。第2に、コロナ禍を経てデジタル化が進み、コンタクトセンターはヒトを中心とした対応からテクノロジー活用型へ移行し始めており、今後はデジタル化対応及び生成AI等の活用が加速し、従来の人的資産による電話対応を中心としたコンタクトセンター業界には逆風となりそうだ。第3に、国内における生産年齢人口の減少傾向のため人材確保がより厳しい状況となり、一部の業界では労働需給のひっ迫が進んでいることから、コンタクトセンターの運用企業においても将来的には人材の確保が困難になると予想される。

以上のように、コンタクトセンター市場が停滞観測に晒されるなか、企業及び個人におけるデジタル化・生成AI等のテクノロジー活用によって単純な電話対応業務の伸長に懸念があり、加えて生産年齢人口減少も人材確保の観点で懸念材料と考えられる。こうした環境変化に対して、同社は今後、生成AIの活用により市場停滞観測や生産年齢人口減少等の課題に対応し、さらにVOCを活用したさらなる付加価値創出によってビジネス拡大を図る。

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

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

2. 変化する事業環境への対応方針

前述の事業環境変化を前提に、同社では今後(1) 外注化ニーズへの対応、(2) 生成AIの活用、(3) マーケティング支援の3つの成長戦略を推進することで成長力を回復する計画だ。具体的な戦略は以下のとおりである。

(1) 外注化ニーズへの対応：アウトソーシングニーズの取り込みにより売上収益を拡大

自社のサービスや製品への問い合わせ対応等を自社内で運営している内製コンタクトセンター業務は、企業にとってコスト負担が大きい。今後はIT投資の負担や人材確保難が進むなか、IT/DX対応に積極的な一部の企業以外は外注化ニーズが拡大すると予想される。現在の内製コンタクトセンター市場は約1.4兆円と推計されるが、この市場の外注化ニーズ取り込みが同社の成長エンジンとなるうえ、市場変化に対応できない中小規模の同業他社の買収による事業拡大も想定される。このように、今後はコンタクトセンター市場の2極化が進むと予想され、同社では中小業者の買収も含めて、内製コンタクトセンターの取り込みによりシェア拡大を目指す。

同社の基礎業務における売上別クライアント企業数の推移を見ると、2016年2月期の1,097社に対し、2025年2月期には1,586社まで拡大している。今後のクライアント企業数増加に向けたアクションプランとしては、新規案件を積極的に取り込み、2031年2月期には2,500社を目指す。最新情報やサービスに関してウェビナー(インターネットを介して開催されるオンラインセミナー)を実施するなど、発信機会を増やし企業認知度を引き上げるほか、主要株主との連携等により、カーブアウト(事業の一部を外部に切り出す動き)の取り込みやロールアップ戦略(囲い込み)を推進する。既に2025年1月にはスカパーJSAT(株)が提供する「スカパー！」のカスタマーセンターを運営するスカパー・カスタマーリレーションズの株式51.0%を取得し子会社化した。今後も自社で生成AIの導入が困難な先から、内製コンタクトセンター業務のカーブアウト案件取り込みやロールアップ戦略を積極的に推進することで、ビジネスを拡大する。

今後はコンタクトセンター業務に加えて、主要株主及び同グループ会社等のネットワークを活用し、幅広い業種・業態からコンタクトセンター案件及びスマートビジネスサポート業務の獲得・拡充を図る。ルーチン業務を同社が担うことでクライアント企業がコア事業に専念できるよう、同社の型化メソッドを活用して経理や人事などの社内業務・バックオフィス業務を受託することで、労働力不足や人件費の高騰に対応し、クライアント企業当たりの取引規模の拡大につなげていく。

さらに、クライアント企業群に対し、それぞれの取引規模に対して適切なサービスを追加で提供する。生成AIの提供開始による新規クライアントの獲得、カーブアウト案件等の大口取引案件、コンサルティングやナレッジサービスの提供等により、取引社数の拡大とともに1社当たりの取引規模拡大を目指す。

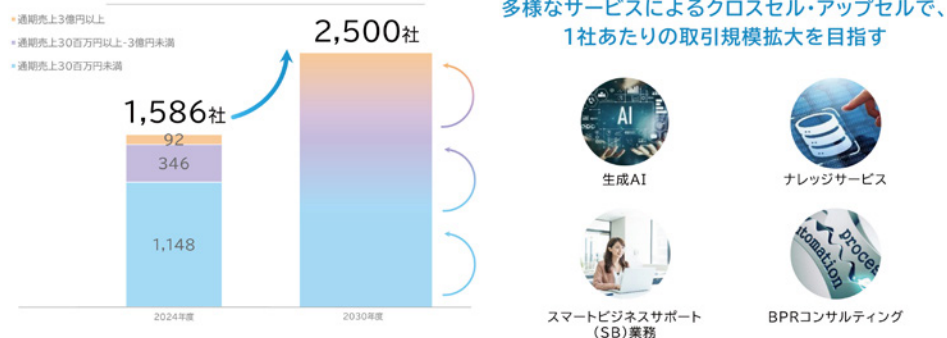
ベルシステム24ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

中長期の成長戦略

外注化ニーズへの対応：取引社数及び取引規模の拡大を目指す

取引社数および取引規模の拡大イメージ



出所：決算説明会資料より掲載

2026年2月期中間期の状況は、スマートコンタクトセンター業務では、クライアント企業が自社内で運営している内製コンタクトセンターでは人員確保や新規採用が難しいといった理由から、アウトソース化する動きが顕在化している。特に、金融業や不動産業からの内製センター業務の移管をはじめ、宅食業や卸売業においても、事業拡大の局面で内製コンタクトセンターの運営が追いつかないことを背景に、同社への委託が増加しており、新規案件の拡大が続いている。また、スマートビジネスサポート業務では、BPOニーズの拡大に呼応して、クライアント企業からの電話対応以外の業務が順調に伸びている。同社は、企業のバックヤード業務を分解・可視化し、再設計を行う「BPRコンサルティング」を起点としてBPO業務の受託を進めており、「業務の分析・設計」といった上流工程だけでなく、「実行・運用」といった下流工程まで、一気通貫で支援・伴走できる強みを持つ。特に、現場業務を深く理解していることから、「設計と運用のズレがないこと」や「安定稼働までのスピードが早いこと」などが、クライアント企業から高い評価を得ている。同社内部で育成するBPRコンサルティングの人員は、2026年2月期中間期末で160名体制にまで拡充しており、下期に向けてさらに体制強化を進める。また、今後は「Hybrid Operation Loop (ナレッジ更新作業を自動化するシステム)」のナレッジ生成技術をBPO業務にも活用し、スマートビジネスサポート業務のさらなる高度化を進める。

(2) 生成AIの活用：生成AIを活用してヒトによる対応から自動化に転換し利益率を向上

コンタクトセンター業務において、生成AIは脅威との認識もあるが、同社では生成AIの活用こそが次世代コンタクトセンター実現の重要なツールであると位置付けている。次世代コンタクトセンターでは、コンタクトセンターへの問い合わせに対し、生成AIによる自動応答を行い、生成AIが対応できないケースはオペレーターが回答することで人手不足や人件費上昇への対策が可能となる。また、ヒトが対応する従来型コンタクトセンターと比べて生産性が向上し、コンタクトセンターの運営コストが低下するため、同社の利益領域の拡大や利益率の向上にもつながる。

生成AIをコンタクトセンターで活用する際に不可欠なのは、個別企業の個別問い合わせに対応した膨大かつ質の高いデータであるが、同社は年間5億コールから蓄積された膨大なデータからの知見を付加価値として活用できる。ユーザーの生の声を効果的に引き出し・収集・分析する能力は、スキルを有するオペレーターにしかできないプロセスである。曖昧な問い合わせへの対応等、ヒトにしかできないやり取りを通じた原因の特定がコンタクトセンター業務の要である。この原因特定プロセスを生成AIの学習データとして蓄積する。

ベルシステム24ホールディングス

6183 東証プライム市場

2025年11月12日 (水)

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

中長期の成長戦略

このようにコンタクトセンターの自動応答化には、膨大なVOCのナレッジ化（ナレッジサービス）が必須であるが、同社は大量の通話データから高鮮度かつ高精度なナレッジベースを構築している。一般的に新たなサービスや製品のリリース時には、生成AIの事前の学習ナレッジは限られる一方で、膨大な問い合わせが発生する。ナレッジサービスは、3万人のオペレーターがAIの学習に必要な通話データ（ナレッジ）を効率的に短期間で蓄積することで、生成AIの早期戦力化を進めるものだ。オペレーターによる対応は生成AIの導入時に大きな比率を占め、AIの学習の進捗に伴って徐々にその比率は低下する。しかし、新サービスや新製品の投入のタイミングでは、前述のプロセスを通じたナレッジの再収集が必要で、早期の収集や生成AIの教育には、多くのオペレーターの高い融通性や臨機応変な対応力が必要となる。

生成AIの活用：蓄積した知見を生かし、コンタクトセンターを次世代化



出所：決算説明会資料より掲載

同社では、ヒトがやるべき領域とAIに任せる領域の分界点を見極め、コンタクトセンター業務で適切に使える生成AIの実現を目指し、2023年6月に「生成AI Co-Creation Lab.」を設立した。同社がハブとなり、テクノロジー企業、SIer企業、マーケティング企業といったパートナー企業とともに生成AIを活用したコンタクトセンターを構築するため、Pull型/Push型の双方向アプローチで生成AI活用事例の創出を加速する。また、生成AI導入の際に課題となるナレッジ更新作業を自動化するシステムである「Hybrid Operation Loop」の製品開発をスタートしており、日々の通話データからナレッジベースを自動生成するプロセスを構築することで、従来オペレーターが人力で行っていたナレッジマネジメントの負担軽減と効率化を実現する。2026年2月期中には、このナレッジを自動応答用の生成AIに学習させることで、一部業務において自動応答を実現する次世代コンタクトセンターの構築を目指している。

また、同社は生成AI導入に向けた対応能力を強化するため、2031年2月期までに生成AI関連（技術、人材含む）への投資を300億円以上行うほか、AI技術の導入・運営に特化した専門部署の設置や、AIに特化した専門人材の増員（3年で約100人）を計画している。次世代コンタクトセンターでは、ナレッジマネージャーが自動応答を担う生成AIの教育を担当する（学習に必要な知識を選別する）役割を担うため、オペレーターの一部をナレッジマネージャーに転換するためのリスキリングを徹底して支援していく。

中長期の成長戦略

2026年2月期中間期の取り組みとしては、同社ではコア業務である電話問い合わせ業務をオペレーター対応から生成AIによる自動対応への切り替えに注力している。具体的には、「Hybrid Operation Loop」の現場導入に向け、STEP1「ナレッジデータの蓄積」、STEP2「リアルタイムのオペレーター支援」、STEP3「AIによる自動対話応答」に分け、順次開発を進めている。STEP1は既に実現しており、現在はSTEP2に着手している。一方、チャットボット、FAQ、IVRのような人が対応しない受付窓口に対しては、質問に対して的確な回答にたどり着かないことから、不満を持つ人は50%を超えるという調査結果がある。そこで、同社ではSTEP1の「ナレッジデータの蓄積」で、実際の顧客とオペレーターの様々な対話内容をAIがテキスト化しデータベースに蓄積することで、80%を超える正答率の実現を目指している。なお、スカパー・カスタマーリレーションズ、生命保険会社、損害保険会社の3社を先行グループとしてSTEP2の開発・導入を推進しており、今後は金融系クライアントや機器メーカーなど10社への対応を順次予定している。

(3) マーケティング支援：VOCを活用し新たな付加価値を創出

次世代コンタクトセンターでは、収集する膨大な知見とVOCを活用し、新たな付加価値を創出するプロフィットセンターへの進化を計画している。具体的には、生成AIによるVOCの目的に沿った自動収集によって消費者のニーズを把握し、クライアント企業の売上増加につながるマーケティング支援業務領域を開拓する。VOCの自動収集を起点としたデータ分析によって、クライアント企業のマーケティング部門に向けた新サービスの提供を図り、同社の売上収益拡大につなげていく。

マーケティング支援：次世代コンタクトセンターをプロフィットセンターへ進化



出所：決算説明会資料より掲載

マーケティング支援業務の取り組み事例としては、日本最大級の化粧品関連の総合情報サイトである「アットコスメ」を運営するアイスタイル<3660>に、同社の子会社であるシンカーがマーケティング支援サービスを提供している。生成AIを活用し、口コミデータから自動的に顧客のペルソナ（プロフィール）を作成し、膨大な口コミデータを顧客の関心やニーズなどの定量情報に変換することで、課題や競争優位性の比較を可能にしている。

ベルシステム24ホールディングス
6183 東証プライム市場

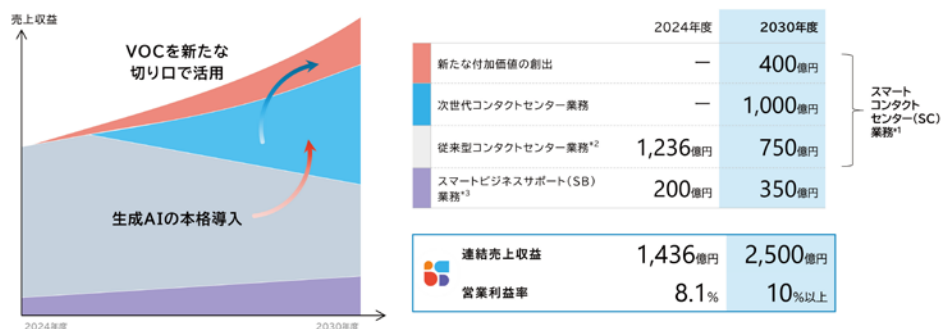
2025年11月12日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

中長期の成長戦略

3. 中長期の目標

同社は、2031年2月期の目標として、売上収益2,500億円、営業利益率10%以上を掲げている。前述の成長戦略を推進することで、売上収益を今後6年間で1.74倍の拡大(年平均成長率9.7%)を目指す。2031年2月期の売上収益内訳は、スマートコンタクトセンター業務2,150億円(うち、従来型コンタクトセンター業務750億円(2025年2月期は1,236億円)、次世代コンタクトセンター業務1,000億円、新たな付加価値の創出400億円)、スマートビジネスサポート業務350億円(同200億円)である。また、取引社数は2,500社(同1,586社)に拡大し、1社当たりの売上収益1億円(同9千万円強)を目指す。既に、コンタクトセンターでの生成AI活用に向けて様々な取り組みに着手している。次期中期経営計画の正式発表と、取り組みの進展に注目したい。

2031年2月期目標



※1 スマートコンタクトセンター(SC)業務:クライアント企業とエンドユーザー間のコミュニケーション関連領域に係る業務。※2 その他売上収益は従来型コンタクトセンター業務に含む

※3 スマートビジネスサポート(SB)業務:クライアント企業の社内業務の支援に係る業務

出所:決算説明会資料より掲載

株主還元策

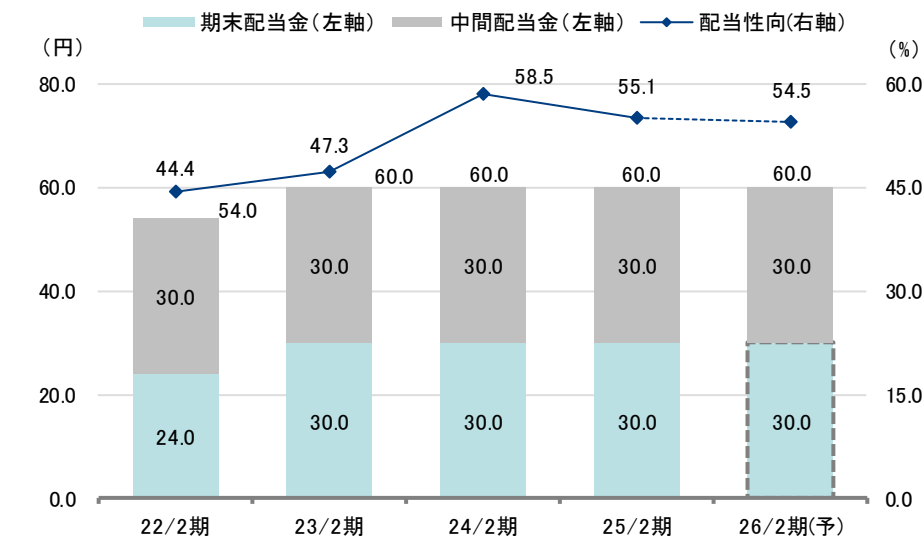
連結配当性向50%の安定配当を目指す

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月期の年間配当は1株当たり60.0円（中間配当30.0円、期末配当30.0円）とし、配当性向は55.1%であった。2026年2月期の年間配当も1株当たり60.0円（中間配当30.0円、期末配当30.0円）、配当性向は54.5%を予定している。同社の配当性向は、2025年3月期東証プライム市場サービス業の平均水準32.7%を大きく上回り、株主重視の経営姿勢を示していると弊社では評価している。

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。同社の2025年2月期の株主資本コストは8%程度で、ROEは株主資本コストを上回る水準を維持している。また、2025年2月期のPBRは1.3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。キャッシュ・アロケーションでは、2025年2月期の営業キャッシュ・フロー174億円は、株主還元44億円、事業投資・設備投資に37億円、有利子負債の返済に93億円を利用しており、それぞれにバランス良く配分できている。同社は引き続き資本収益性の向上、市場評価の改善に努め、株主重視の経営を進めていくと弊社では見ている。

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 (ディスクレーマー)

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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、配布等することは強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