COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

企業調査レポート

ブリッジインターナショナル

7039 東証マザーズ

企業情報はこちら >>>

2019 年 8 月 28 日（水）

執筆：客員アナリスト
村瀬智一
FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**

FISCO
FISCO Ltd.
http://www.fisco.co.jp

目次

■要約 01
1. 2019 年 12 月期第 2 四半期の売上高は最高を更新 01
2. 2019 年 12 月期予想は据え置き、第 3 四半期で成長投資を計画 01
3. AI の活用によるデジタルインサイドセールスの本格展開 01
■会社概要 02
■事業概要 03
1. インサイドセールスによる法人営業改革の支援を行ってきたリーディング・カンパニー 03
2. ファンドデジタルインサイドセールスのコンセプトから創出したサービス 04
■業績動向 07
1. 2019 年 12 月期第 2 四半期業績概要 07
2. サービス別業績 08
3. 契約年数別の顧客割合 09
■今後の見通し 10
● 2019 年 12 月期業績見通し 10
■事業環境 11
1. これまでになかった少子高齢化社会に 11
2. 欧米ではインサイドセールスの割合は増え続ける 12
■成長戦略 13
1. デジタル化の推進によるストック収益基盤の拡充を推進 13
2. 他社との連携による成長 14
■強み 15
1. 一気通貫のサービス提供により差別化と先行者的ポジション 15
2. 働き方改革実現を担うインサイドセールス 16
■沿革 17
■立会外分売 18

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.

要約

インサイドセールス導入によって法人営業改革を推進

ブリッジインターナショナル <7039> は、法人営業の問題を解決する一つの手法としてインサイドセールスに注目してサービスを提供。インサイドセールスの受託やクライアント企業への導入コンサルティング、営業支援ツール導入等を手掛けている。インサイドセールスとは実際には顧客には訪問せずに、電話やメールまたは SNS などの様々な営業チャネルを活用して、法人営業の一部のプロセスを担当して実行する営業活動またはその活動を行う営業担当者を意味する。

1. 2019 年 12 月期第 2 四半期の売上高は最高を更新

2019 年 12 月期第 2 四半期（1-6 月）の業績は、売上高 1,561 百万円（前年同期比 8.6％増）、営業利益 209 百万円（同 24.0％増）、経常利益 208 百万円（同 24.5％増）、四半期純利益 139 百万円（同 24.7％増）だった。2019 年 12 月期通期計画に対する営業利益の進捗率は 57.5％となり、順調な進捗となる。また、インサイドセールス事業は、主要サービスであるアウトソーシングサービスに対する需要が高まっており、売上高においては設立以来最高の数値を達成した。

2. 2019 年 12 月期予想は据え置き、第 3 四半期で成長投資を計画

2019 年 12 月期の業績予想については、売上高 3,292 百万円（前期比 13.0％増）、営業利益 363 百万円（同 4.4％増）、経常利益 342 百万円（同 3.4％増）、当期純利益 228 百万円（同 4.5％増）とする期初計画を据え置いている。第 2 四半期累計期間において順調な進捗であるが、インサイドセールスは電話や e- メールなどを活用した法人営業の仕組みで、営業改革や働き方改革の動向を反映し、急速に市場が拡大していることから、第 3 四半期においてインサイドセールスアウトソーシングサービスにおける採用強化のために東京都新宿区の「西新宿」及び神奈川県横浜市の「みなとみらい」に新オフィス 2 拠点を設置する成長投資に伴う費用の増加を見込んでいる。

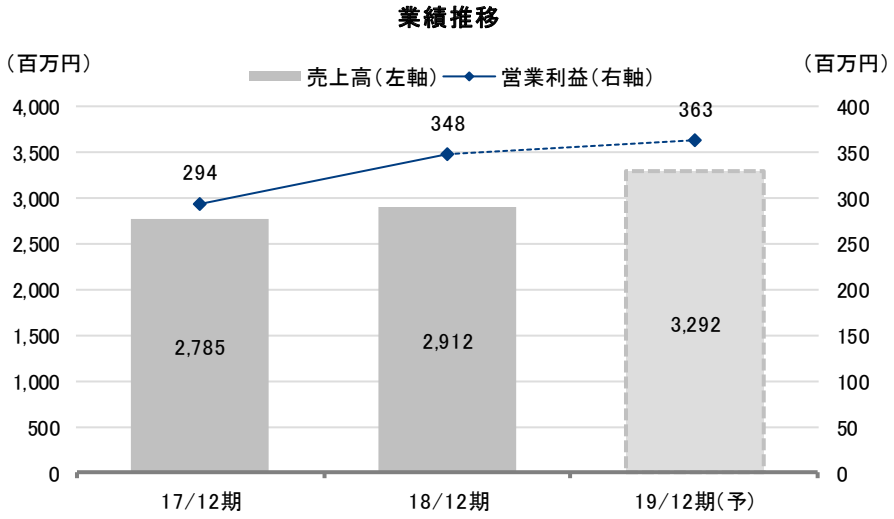
3. AI の活用によるデジタルインサイドセールスの本格展開

働き方改革・労働生産性向上への企業意識の高まりや AI（人工知能）・IoT 等の技術浸透に伴うデジタルトランスフォーメーションの加速、インサイドセールス認知度上昇に伴う需要の増加といった外部要因の追い風もあり、営業の効率化意識の更なる高まりが期待される中で、インサイドセールスのリーディング・カンパニーとしてのポジションを更に強化し、キャパシティの拡大やデジタル化の推進により、成長を加速させていく計画である。

Key Points

- 通期計画に対する第 2 四半期営業利益の進捗率は 57.5％
- 労働生産性の向上や営業効率化ニーズの上昇が追い風に
- AI を活用した営業支援ツール「SAIN（サイン）」好調

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.



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

インサイドセールス導入によって法人営業改革を推進

同社は、法人営業の問題を解決する一つの手法としてインサイドセールスに注目してサービスを提供。インサイドセールスの受託やクライアント企業への導入コンサルティング、営業支援ツール導入等を手掛けている。インサイドセールスとは実際には顧客には訪問せずに、電話やメールまたは SNS などの様々な営業チャネルを活用して、法人営業の一部のプロセスを担当して実行する営業活動またはその活動を行う営業担当者を意味する。

多くの企業において、その成長を支える重要な活動の一つが、営業活動である。新規顧客の獲得、既存顧客の維持・拡大であり、さらに各顧客における売上を伸ばすことが重要な役割である。従来、日本企業は一人の法人営業がすべてのプロセスを一人で担当し、訪問型でその営業活動を行うという属人的な営業モデルを採用してきているが、同社は、法人営業のプロセスをインサイドセールスと訪問型営業とがそれぞれ得意なプロセスを分担して担当し、営業効率を高め、営業改革を行う営業モデルを提唱している。

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

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.

インサイドセールスは、1990 年代に米国で急速に発展した。国土が広い米国では、直接企業を訪問するのが難しいこと、2000 年代にかけて高速インターネット網が普及したことから、インサイドセールスは営業活動を刷新する新たな手法となった。また、日本には、広い知識や技術、経験を持ったゼネラリストが多いが、欧米ではプロセス分業は当たり前で、より専門的なスペシャリスト指向が高いことも、欧米でインサイドセールスが一般的になった大きな理由でもある。

欧米諸国が先行するインサイドセールスであるが、近年日本企業においてもインサイドセールスが営業改革のひとつの手法として浸透。少子高齢化による就労人口の減少が顕著で、従来の属人的な営業モデルで、その営業担当者の人数に依存するような営業モデルで将来に向けた継続的な成長が難しくなる点を経営問題として捉えられるようになってきたことも要因であろう。

インサイドセールス導入による法人営業改革を推進する場合、インサイドセールスは AI を中心とした様々なデジタルツールを駆使し、より高度で生産性の高い営業活動、いわゆる営業（Sales）と技術（Technology）を融合させた SalesTech（セールステック）を同社の事業は実現しており、企業活動における業務プロセスの一部を一括して専門業者に外部委託する BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）とは一線を画す。

事業概要

インサイドセールスの「仕組み」「リソース」「道具・インフラ」という様々なサービスを提供

1. インサイドセールスによる法人営業改革の支援を行ってきたリーディング・カンパニー

同社は日本においてインサイドセールスによる法人営業改革の支援を行ってきたリーディング・カンパニーとして、IT、通信・情報、流通、製造などの幅広い業種の企業に対し、インサイドセールスの「仕組み」「リソース」「道具・インフラ」という様々なサービスを提供。また、AI など最新のデジタルテクノロジーを積極的にインサイドセールスの機能の中に取り入れ、強靭な営業モデルへと進化をさせている。

同社の考えるインサイドセールスは、AI をはじめ最新のデジタルテクノロジーを積極的に使った、より進化したデジタルインサイドセールスである。デジタルテクノロジーを活用することで、知見、知識の共有を AI で実現したり、マーケティングオートメーション（MA）で WEB を有効活用したりと将来の売上の種であるパイプラインを質・量ともに向上させ、結果的にこれまで以上に売上に貢献することを目指している。

デジタルインサイドセールスのコンセプトから創出した「MA コンサルティング」「インサイドセールス・コンサルティング」「インサイドセールス・アセスメント / 研修」「MA アウトソーシング」「インサイドセールス・アウトソーシング」「MA 実装支援サービス」「CRM/SFA 実装支援サービス」「営業活動支援ツール」といった、8 つの製品サービス群からなる。状況や体制、目的に合わせて最適に利用できるサービスは、営業改革に取り組むクライアント企業にとって大きな魅力となる。

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.

事業概要

出所：会社ホームページより掲載

2. デジタルインサイドセールスのコンセプトから創出したサービス

(1) MA コンサルティング

マーケティングオートメーション・コンサルティング・サービスは、営業部門とマーケティング部門の間に生じる摩擦やギャップをどのように埋めていくべきかという知見やノウハウが豊富に蓄積されている。マーケティング部門がリードを育成するプロセスを効率化させるだけでなく、営業部門がしっかりフォローして成約に結びつけられる仕組みづくりを考慮しながら、MA の最適な全体設計を提案し、各プロセスの設計を支援する。MA 設計支援コンサルティングにおいては、ターゲット、KPI、ゴール設定、カスタマー･ジャーニーマップ作成など、必要な事前準備と全体計画の設計、業務手順策定などを行う。

(2) インサイドセールス・コンサルティング

クライアント企業におけるインサイドセールス組織の立ち上げ・改善により得られたノウハウを活かし、クライアント企業ごとに最適にカスタマイズされたインサイドセールス導入モデルのデザインから業務設計までを行う。インサイドセールス活用の目的と成果目標、営業体制などの社内要因、さらに対象市場と商材のポジションなどの仕様要因といった複数の観点から、最適なセールスモデルを構築する。複数の営業チャネルを組み合わせた営業プロセスを組み立てる「インサイドセールス モデルデザイン」やターゲット顧客の状態に応じて適正にリソースを活用し、効率的な活動が実践できるアプローチ設計となる「インサイドセールス コミュニケーション＆アプローチデザイン」、インサイドセールスの活動と成果のマネジメントサイクル（PCDA）を構築する「インサイドセールス オペレーションデザイン」を手掛ける。

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.

（3）インサイドセールス・アセスメント / 研修

インサイドセールス組織の立ち上げ・運用から得られたノウハウをベースに既に運用しているインサイドセールスのアセスメント（良し悪しの評価）を実施。改善アクションのひとつにもなりうる、インサイドセールスのスキル向上に向けた研修を提供する。インタビューや内部資料の確認を通して、良し悪しを第三者目線で評価する「インサイドセールスクイックアセスメント」のほか、レベルと役割に応じた研修となる「インサイドセールストレーニング」、リアルな会話やその会話レポート等の蓄積から客観的に評価する「インサイドセールス スコアリング」を手掛ける。

（4）インサイドセールス・アウトソーシング

傾聴スキルや幅広い製品知識の教育を受けた正社員でサービスを提供することで、短期間で質の高いインサイドセールス活動を実現する。実行体制としては、ターゲット顧客へ訴求する商材ごとの訴求ポイントや訴求方法（コールプラン）を立案、活動計画の策定などを行う「プランナー」、パフォーマンスを最大限に引き出し、伸ばしていくための管理改善を行う「スーパーバイザー（SV）」、定められた KPI に応じて、電話やメールを通じて顧客と接触する「インサイドセールス」からなる。

（5）MA アウトソーシング

運用したくても担当者がいない。あるいは、導入したが人手が足りなくなった、という企業に、信頼できる人材を提供する。「MA 伴走支援コンサルティング」では、導入して終わりではなく、MA の運用を顧客とともに伴走型で効果的な運用を支援する。また、定期的な業務や、簡易な設定などについて、「MA 運用支援サポート（リモートサポート）」を手掛ける。

（6）MA 実装支援サービス

導入準備･早期導入支援から、導入後のサポートまで、営業との連携を考慮した MA の実装を支援するパッケージを提供する。システム初期設定、タグ設定といった「MA 初期導入サポートパック」や、MA と SFA（営業支援システム）の連携を行う必要があるが、SFA 側が複雑で標準の連携では課題があるという顧客向けの「MA/SFA 連携支援」を手掛ける。

なお、マーケティングオートメーションツールは、リード獲得から購買に至るまでの管理、リードの行動パターンに応じて適切なタイミング・適切な施策を実施する自動キャンペーン機能、その成果を確認するために必要なレポート機能を備えたツールである。

（7）CRM/SFA 実装支援サービス

初期導入、本格的な導入、導入後の運用支援等、さまざまな局面で CRM/SFA の実装を支援する。「クラウド型 CRM/SFA 導入支援サービス」では、これまでシステムの構築には多大な初期投資と長期の開発期間が必要だったが、クラウドプラットフォームを利用することで、小さい初期投資と短い構築期間でのシステム構築が実現可能。また、構築後も、既存システムに行動を制限されることなく、状況に応じてシステムを柔軟に修正することが可能である。

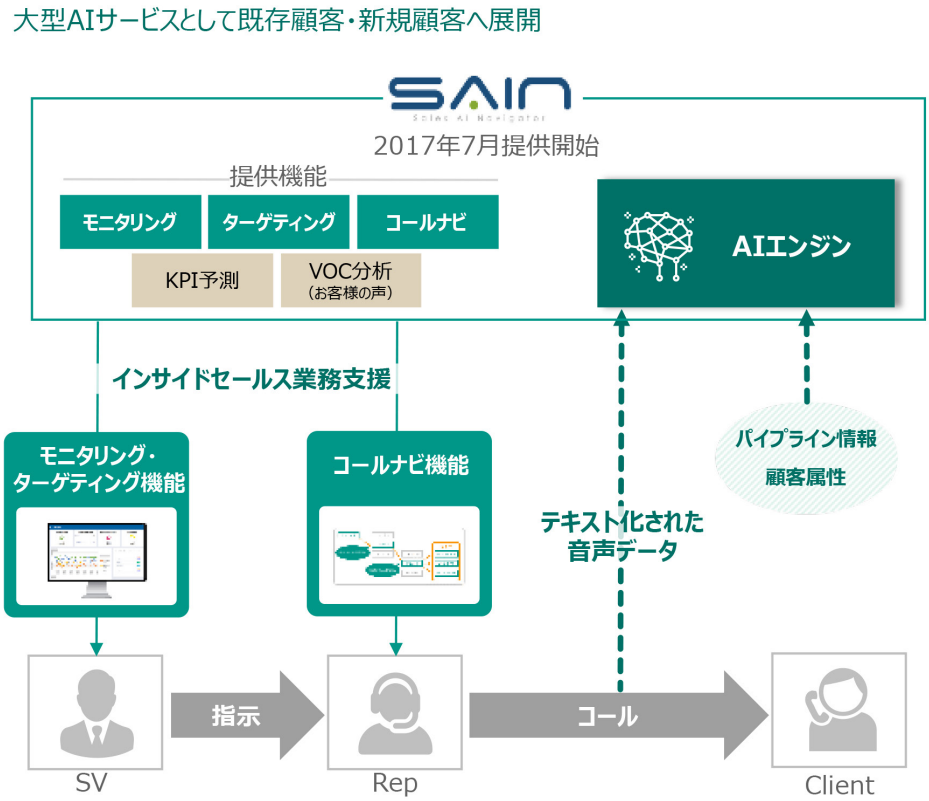
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（8）営業活動支援ツール

同社の強みであるインサイドセールスに関するサービスを提供してきた実績とそのノウハウを活かし、インサイドセールスの考え方や営業現場を支援するためのツールを開発・提供する。また、AI を活用した知見・経験の共有により、インサイドセールスの活動を効率化するとともに、より精度の高い営業活動を実現する。「インサイドセールス（内勤営業・非対面営業）業務支援システム」は、インサイドセールスを企業内で実現する際に必要となるシステム機能をパッケージングし、クラウドサービスとして提供する。

「SAIN（サイン）」は IBM の「Watson」を活用し、インサイドセールスに関わるビジネス･コミュニケーションの自動化・効率化を支援する AI サービスであり、AI によりインサイドセールスの業務効率化と最大の効果をもたらす為の支援ツールとなる。主な機能としては、モニタリング支援機能、ターゲティング支援機能、VOC（Voice Of Customer）分析、コールナビゲーション機能などを備える。

インサイドセールス営業支援 AI サービス「SAIN」の概念図



出所：決算説明会資料より掲載

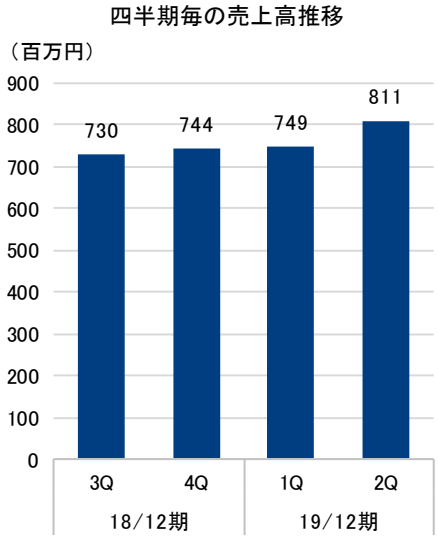
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

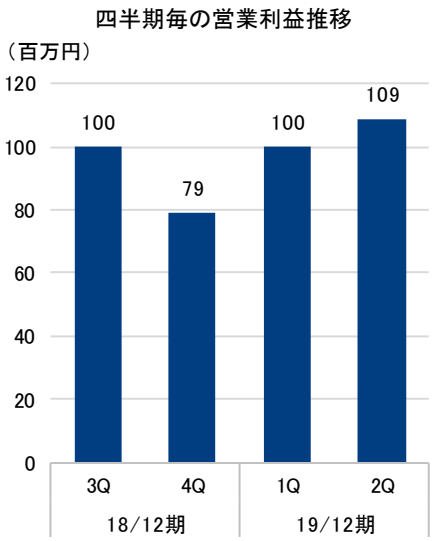
業績動向

2019 年 12 月期第 2 四半期の売上高は設立以来最高を更新 通期計画に対する第 2 四半期営業利益の進捗率は 57.5%

1.2019 年 12 月期第 2 四半期業績概要

2019 年 12 月期第 2 四半期（1-6 月）の業績は、売上高 1,561 百万円（前年同期比 8.6%増）、営業利益 209 百万円（同 24.0%増）、経常利益 208 百万円（同 24.5%増）、四半期純利益 139 百万円（同 24.7%増）だった。2019 年 12 月期通期計画に対する営業利益の進捗率は 57.6%となり、順調な進捗となる。また、インサイドセールス事業は、主要サービスであるアウトソーシングサービスに対する需要が高まっており、売上高においては設立以来最高の数値を達成。利益においては、東京証券取引所マザーズに上場したことによる管理部門の強化や上場関連費用が販管費において増加しているが、売上原価の効率化をはかり、営業利益、経常利益、四半期純利益いずれも 2 ケタ増益による進捗となっている。





出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

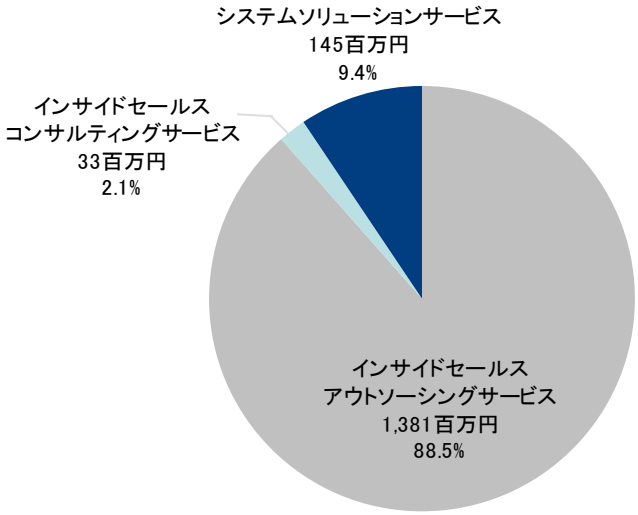
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

インサイドセールスアウトソーシングサービス順調、AI を活用した営業支援ツール「SAIN（サイン）」好調

2. サービス別業績

同社はインサイドセールス事業の単一セグメントであり、サービス別の業績については、既存顧客へのサービス提供に注力したことにより、主要サービスであるインサイドセールスアウトソーシングサービスの売上高が 1,381 百万円（前年同期比 11.1％増）と 2 ケタの伸び。一方で、新規顧客数の増加により売上高が逓増しやすい傾向にあるインサイドセールスコンサルティングサービスは、インサイドセールスアウトソーシングサービスの既存顧客売上高の増加に伴い 33 百万円（同 26.6％減）だった。システムソリューションサービスについては、145 百万円（同 1.8％減）とほぼ前年同期並みに。また、システムソリューションサービスに含まれる自社提供クラウドツールサービスである AI を活用した営業支援ツール「SAIN（サイン）」の売上高は好調に推移し 15 百万円（同 418％増）となっている。

2019年12月期第２四半期サービス別売上高と構成比



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

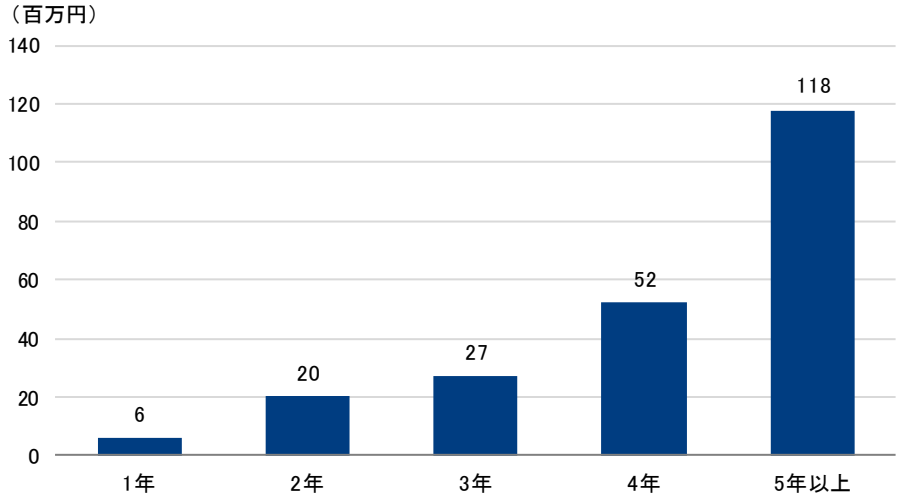
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

既存顧客でも契約長期化による収益拡大余地大きい

3. 契約年数別の顧客割合

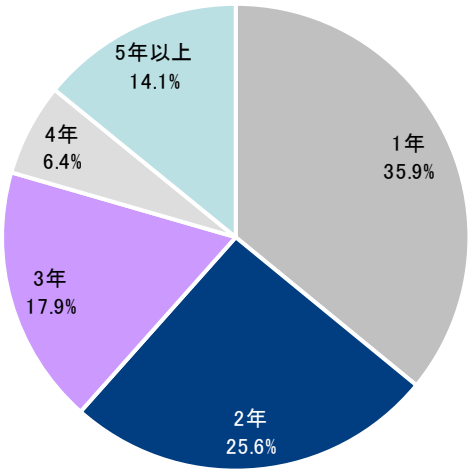
2018 年 12 月期の既存顧客売上高は、順調な増収を続けており、前期比 5.2％増の 23 億円、サービス内売上構成比 93.4％に到達。また、5 年未満の顧客割合は、新規･既存顧客を含め 85.9％と今後の収益拡大余地が大きい。

契約年数別顧客1社あたり平均売上高（2018年12月期）



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

契約年数別の顧客割合（2018年12月期）



出所：決算説明会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（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

2019 年 12 月期予想は据え置き、第 3 四半期で成長投資を計画

● 2019 年 12 月期業績見通し

2019 年 12 月期の業績予想については、売上高 3,292 百万円（前期比 13.0％増）、営業利益 363 百万円（同 4.4％増）、経常利益 342 百万円（同 3.4％増）、当期純利益 228 百万円（同 4.5％増）とする期初計画を据え置いている。第 2 四半期累計期間において順調な進捗であるが、インサイドセールスは電話や e- メールなどを活用した法人営業の仕組みで、営業改革や働き方改革の動向を反映し、急速に市場が拡大していることから、第 3 四半期においてインサイドセールスアウトソーシングサービスにおける採用強化のために東京都新宿区の「西新宿」及び神奈川県横浜市の「みなとみらい」に新オフィス 2 拠点を設置する成長投資に伴う費用の増加を見込んでいる。

通期業績の見通し

（単位：百万円）

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS
17/12 期	2,785	294	297	196	67.68
18/12 期	2,912	348	331	218	72.12
19/12 期（予）	3,292	363	342	228	66.82

注：1 株当たり利益（EPS）については、2019 年 7 月 1 日付で普通株式 1 株につき 2 株の割合で株式分割を行っており、株式分割の影響を遡及して反映している
出所：決算短信よりフィスコ作成

なお、サービス別売上高については、インサイドセールスアウトソーシングサービスは、引き続き、堅調な拡大を予想。また、幅広い顧客向けに内製化支援のサービス提供体制が構築されたことにより、コンサルティング・システムソリューションの両サービスとも増収を予想している。

サービス別売上高の見通し

（単位：百万円）

	17/12 期	18/12 期	19/12 期（予）	増減率（予）
インサイドセールスアウトソーシングサービス	2,453	2,538	2,841	12.0%
売上構成比	88.1%	87.1%	86.3%	
インサイドセールスコンサルティングサービス	88	85	94	9.9%
売上構成比	3.2%	3.0%	2.9%	
システムソリューションサービス	244	288	356	23.5%
売上構成比	8.8%	9.9%	10.8%	

出所：決算説明会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（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

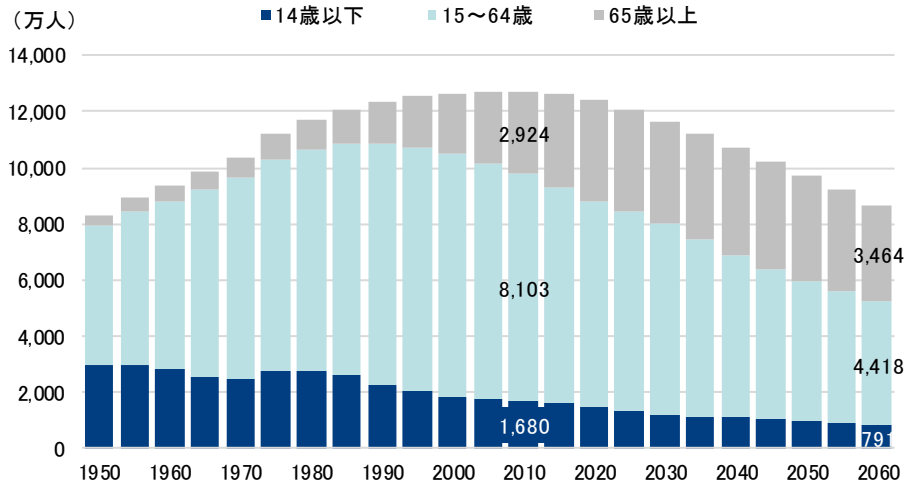
事業環境

労働生産性の向上や営業効率化ニーズの上昇が追い風に

1. これまでになかった少子高齢化社会に

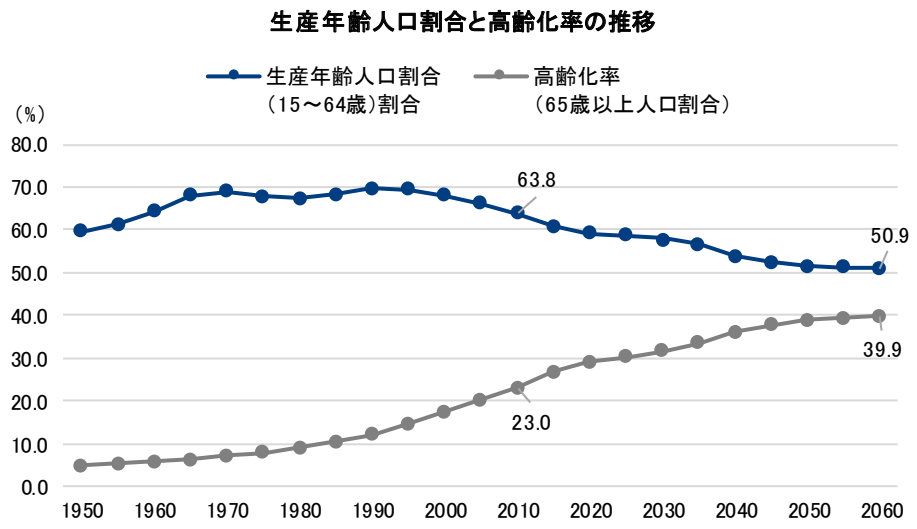
2010 年国勢調査においては、人口 1 億 2,805 万人、生産年齢人口割合 63.8％、高齢化率 23.0％であったが、平成 25 年度 総務省「人口推計」によると、人口減少局面を迎えており、2060 年には総人口が 9000 万人を割り込み、高齢化率は 40％近い水準になると推計されている。これまでになかった少子高齢化社会になることが予測される中、既に一部の職種では人手不足が顕著に表れている。この減少幅を考えると、効率のいい組織作りを今からやっておかないと、この先、企業として行き詰まってしまうのは必至とみられている。また、学生の就職活動は売り手市場といわれるように、既に人手不足になっている状況を考えると、営業スタッフの獲得は今後ますます難しくなる。

日本の年代別人口推移



出所：厚生労働省「人口動態統計」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.



出所：厚生労働省「人口動態統計」よりフィスコ作成

2. 欧米ではインサイドセールスの割合は増え続ける

一人の営業担当が全プロセスを行い続けることにより、既存も新規顧客情報も、全てその営業担当の PC の中にしか残らない。もし突然辞められたら、営業担当はその情報を持ったまま、他社の面接に行ってしまうことになりかねない。そういう事態を招かないためにも、一人の営業担当が属人的に仕事をするのではなく、会社組織として、既存の顧客にも新規の顧客にも対応できるような体制作りをしておく必要があると考えられる。インサイドセールスの仕組みがあれば、営業の受け入れ態勢も変わり、顧客リストや商談内容といった情報の流出防止にもなる。雇用の流動化に対応するためにも、インサイドセールスは企業にとって非常に重要な要素になってくることになろう。

また、欧米では広大な国土、プロフェッショナル気質、雇用の流動化を背景に、既にインサイドセールスの割合は増え続けており、2017 年の調査において米国では、主に対面販売をする担当者であるアウトサイドセールス人員が 52.8%、インサイドセールス人員が 47.2%とイーブンに近づいている。欧州ではアウトサイドセールス人員が 62.9%、インサイドセールス人員が 37.1%という調査結果がある。日本は就業人口の減少、営業の働き方改革、雇用の流動化のなかで、労働生産性の向上や営業効率化ニーズの上昇が見込まれる。

調査会社 IDC Japan が発表した「国内働き方改革 ICT 市場予測」では、2017 年の市場規模（支出額ベース）は 2 兆 2,769 億円、2017 年～ 2022 年の年間平均成長率（CAGR）は 7.6%で成長し、2022 年の規模は 3 兆 2,804 億円まで拡大すると予測している。

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.

成長戦略

AI の活用によるデジタルインサイドセールスを本格展開

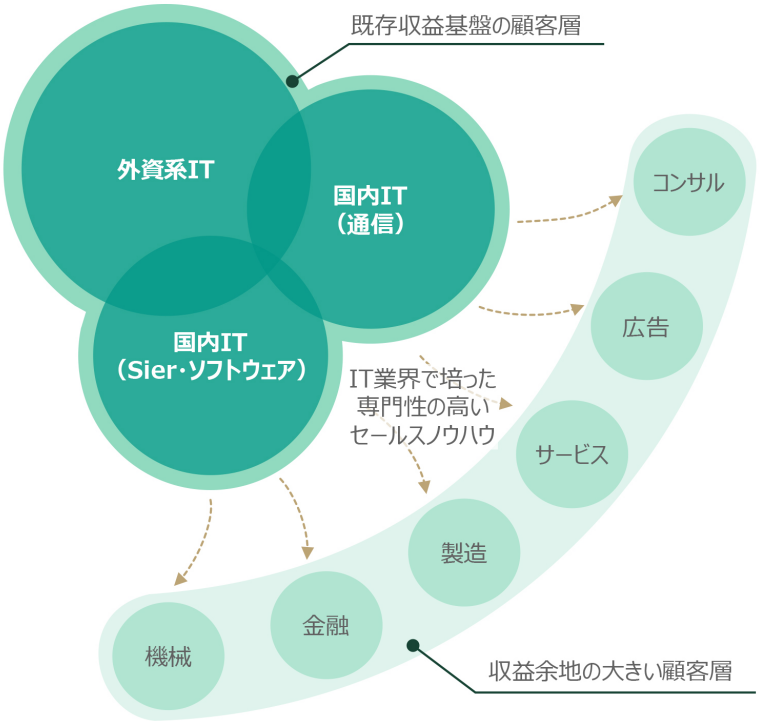
1. デジタル化の推進によるストック収益基盤の拡充を推進

国内における働き方改革・労働生産性向上への企業意識の高まりや AI・IoT 等の技術浸透に伴うデジタルトランスフォーメーションの加速、インサイドセールス認知度上昇に伴う需要の増加といった外部要因の追い風もあり、営業の効率化意識の更なる高まりが期待される中で、インサイドセールスのリーディング・カンパニーとしてのポジションを更に強化し、キャパシティの拡大やデジタル化の推進により、成長を加速させていく計画である。

既存インサイドセールス事業の拡大として、収益拡大余地のある顧客業態での展開、強固な顧客基盤・アライアンスを活かしたセミナーや Web による啓蒙・営業活動を推進。AI の活用によるデジタルインサイドセールスの本格展開として、ツールラインナップ拡充に伴う、幅広いクライアントニーズの享受、インサイドセールス営業支援 AI サービス「SAIN」の本格展開によるストック収益の拡大を狙う。また、中長期成長イメージとしては、働き方改革への需要の高まり、インサイドセールスの認知度向上に伴う、市場の急速な拡大に合わせて事業基盤の拡大を進め、デジタル化の推進によるストック収益基盤の拡充を推進する。

顧客ポートフォリオの拡大

強固なIT顧客基盤から新たな法人営業領域への広がり



出所：決算説明会資料より掲載

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.

各分野の業務提携により成長加速を目指す

2. 他社との連携による成長

（1）RevComm 及びブイキューブと Sales Tech 領域でサービス連携

同社は 2019 年 5 月に、電話営業や顧客対応を可視化する音声解析 AI 搭載型のクラウド IP 電話「MiiTel（ミーテル）」等を展開する（株）RevComm（レブコム）及び Web 会議・テレビ会議（TV 会議）のクラウド市場で高いシェアを誇るブイキューブ <3681> との間で、働き方改革を支援する Sales Tech 領域においてサービス連携を行うことで合意している。

具体的には、インサイドセールス分野をリードする同社の「ANSWERS（アンサーズ）」、レブコムのミーテル、ブイキューブの「V-CUBE セールスプラス」を連携したサービス提供を開始する。

インサイドセールスの日々の運用を伴走的に支援するとともに、インサイドセールスの内容を AI がテキスト化して会話スピードや声の抑揚などを解析・可視化し、最適な内容へ導くことによって、商談の成約率向上と教育コストの低下を実現する。

3 社による Sales Tech 領域でのサービス連携

出所：会社リリースより掲載

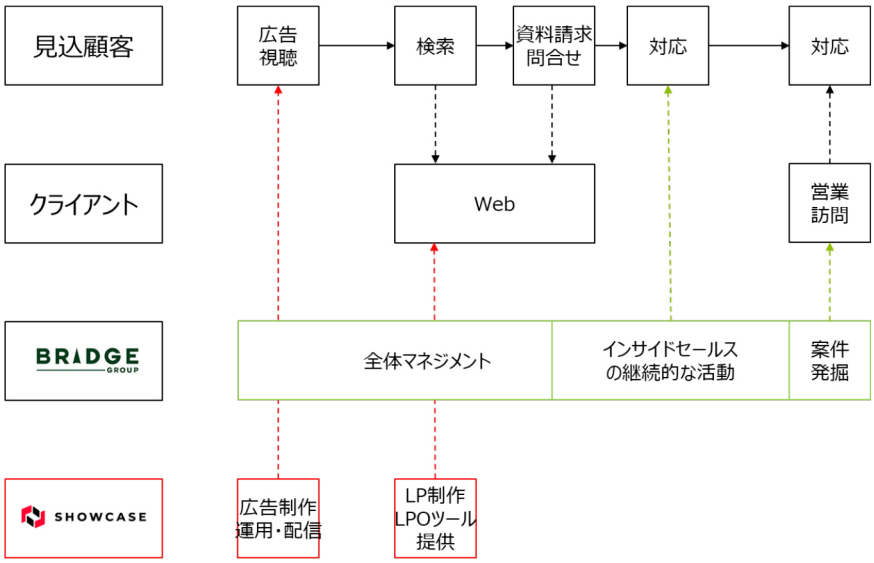
（2）ショーケースと BtoB 企業向けサービスで連携

2019 年 7 月には、Fintech と Web マーケティング支援を推進するショーケース <3909> と、動画やタクシー広告を活用した BtoB 企業向けのリード獲得とその後のフォローアップ活動のインサイドセールスを共同でサービス提供することで、業務提携している。同社がクライアントに対して営業提案し、ショーケースがマーケティングの設計や配信などを管理することで、資料請求者などの見込み顧客を大幅に増やし、ターゲティング広告からインサイドセールスまで、セールスリード獲得のための一貫したサービスを提供する。

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.

具体的には、ビジネス SNS やタクシーサイネージなど、視聴者の業界や職位などを絞り込んで、BtoB 企業のサービスやブランド認知に適したマーケティング支援を行う。5G（第 5 世代移動通信システム）時代をみすえ、動画やリッチコンテンツを活用し、ブランドの認知度や好感度への影響、見込み顧客獲得への影響などを分析して、リポートする。

ショーケースとの業務提携によるサービス提供イメージ



出所：会社リリースより掲載

強み

一気通貫でのサービス提供と顧客リテンション効果、100 社以上の法人営業改革の支援実績と先行者的ポジション

1. 一気通貫のサービス提供による差別化と先行者的ポジション

同社の強みは、インサイドセールスにおける導入や運用についてのコンサルティング「仕組み」、アウトソーシング「リソース」、営業支援 IT ツール開発と提供「道具・インフラ」を一気通貫で手掛けていることであろう。一気通貫のサービス提供により差別化されており、各分野・市場での competitor（競争相手）の存在はあるものの、今後の「インサイドセールス」の認知向上により、競争優位性は向上していく。

また、顧客リテンション（既存顧客維持）効果を生み出すビジネスモデルである。同社のサービスはクライアント企業専任制を採用しており、クライアントの営業環境に合わせながら最適な業務設計を都度変更させていくため、顧客の事業規模拡大に伴い、継続契約ニーズの高まりや取引規模拡大を生み出している。

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.

その他、独自のノウハウ蓄積による競争優位性がある。創業から国内大手企業を始めとする 100 社以上の法人営業改革の支援実績があり、一気通貫でサービスを提供することで営業プロセスの設計からセールス部隊との連携した効果検証などを通して、独自のインサイドセールス活用ノウハウを蓄積していることである。法人営業改革支援による実績の蓄積、インサイドセールス導入による効果検証、IT 企業等を始めとする専門性の高い商材のセールスノウハウ、BtoB アウトバウンドコールによる能動的なコミュニケーションノウハウ等、100 社超のインサイドセールス導入支援で独自のノウハウを積み上げていることは、相当な強みとなる。

そして、インサイドセールス市場における先行者的ポジションがある。IT グローバル企業を中心とした顧客基盤に加え、コールセンターやテレマーケティング主体の関連市場においてもトップシェアを維持しており、インサイドセールス関連需要における先行者メリットを享受できる体制が構築されている。

「女性の活用」「地方人材の活用」「シルバー人材の活用」「障がい者の活用」を推進

2. 働き方改革実現を担うインサイドセールス

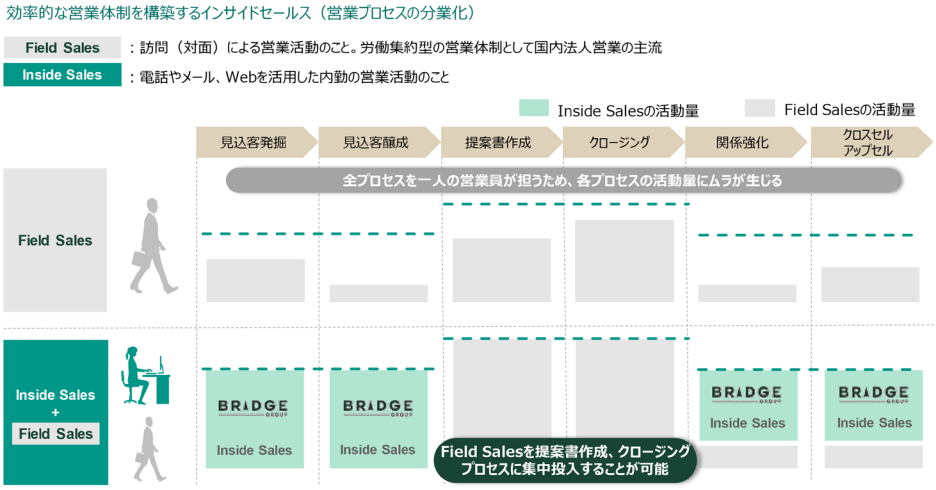
「外勤・訪問型」の営業担当がすべての営業プロセスを担当する従来の日本特有ともいえる営業活動の見直しを行い、そのプロセスの一部を電話やメール、IT ツールを駆使するコミュニケーションで「インサイド＝内勤」で行う営業活動スタイルを提唱している。インサイドセールスは、働き方改革実現を担う役割も期待される。同社は「女性の活用」として、従来、女性の活躍が難しかった法人営業環境において、外勤ではなく、内勤でコミュニケーションやフォローアップなどの強みを活かすことができる。「地方人材の活用」として、インサイドセールスは日本全国どこからでも営業活動が可能である。地方展開においては、2007 年に愛媛県松山市初の誘致企業として松山事業所を開設。さらに新卒の採用も毎年積極的に行うことで、雇用創出を推進している。また、地域活性化の一環として、松山市の他に 2015 年に福岡市の天神にも事業所を開設し、積極的に採用活動を実施。2016 年に徳島市にサテライトオフィスを開設し、徳島市では徳島県のテレワーク推進の実証実験にも参加している。その他、2018 年 6 月には沼津サテライトオフィス、大阪サテライトオフィスをオープンしている。
「シルバー人材の活用」では、製品知識・市場を熟知しているリソースを活用し、企業の再雇用の義務にも貢献。「障がい者の活用」では、顧客に訪問しない営業モデルであれば、障がい者人材も法人営業として活躍する機会があるとされる。

なお、新たに開設する「新宿オフィス」、「横浜みなとみらいオフィス」についても、都内だけでなく首都圏北部や神奈川県西部からの通勤の便も良く、仕事と生活のバランスを考慮した働き方を尊重する人達にとって最適な地域との考えからである。また、執務スペースと休憩スペースに、それぞれ自由で創造性のあるデザインを工夫しており、執務と休憩のオンオフの切り替えがスムーズにできるなど新しい働き方を提案している。

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.

強み

営業プロセスの分業化



出所：決算説明会資料より掲載

沿革

沿革

2002年 1月	ブリッジインターナショナル株式会社設立 東京都世田谷区駒沢にて業務開始　資本金 3,000 万円
2002年10月	業務拡大に伴い、本社所在地を東京都世田谷区若林に移転
2002年12月	「BS 7799-2：2002」及び国内規格「ISMS 認証基準 Ver. 2.0」を同時に取得
2005年 7月	「プライバシーマーク」認定を取得
2007年 1月	業務拡大に伴い、愛媛県松山市に松山事業所を開設
2007年 2月	「ISO/IEC 27001:2005/JIS Q 27001:2006」の認証を取得
2007年 7月	松山事業所 操業開始
2009年 6月	100% 子会社 ネットフォーラム株式会社 設立
2014年 7月	インサイドセールス研究会発足と第 1 回インサイドセールス研究会を開催
2014年10月	BSI ジャパン、インサイドセールスに関する国際規格である PAS8401 を発行
2015年 4月	子会社ネットフォーラム株式会社と吸収合併
2015年11月	業務拡大に伴い、福岡県福岡市に福岡事業所を開設
2015年12月	第 2 回インサイドセールス研究会を開催
2016年 1月	地方人材の確保のため、徳島県徳島市に徳島サテライトオフィスを開設
2016年 6月	徳島サテライトオフィスを拡張し、徳島事業所を開設
2016年11月	第 3 回インサイドセールス研究会を開催
2017年 7月	AI をはじめ最新のデジタルテクノロジーを積極的に使った、インサイドセールスをより進化させたデジタルインサイドセールスを提唱
2017年11月	第 4 回インサイドセールス研究会を開催
2018年 6月	静岡県沼津市及び大阪府大阪市にサテライトオフィスを開設
2018年10月	東京証券取引所マザーズ上場
2019年 3月	法人営業のインサイドセールスの内製化支援パッケージ「ANSWERS」を提供開始

出所：会社ホームページよりフィスコ作成

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.

沿革

2002 年の会社設立後、インサイドセールス事業の拡大に伴い、各地で事業所やサテライトオフィスの開設を進めている。また、これまで蓄積したノウハウを軸に新規ツール・サービスを継続して開発している。

立会外分売

立会外分売実施で同社株式の流動性の向上が見込まれる

同社は 2019 年 8 月 21 日において、70,000 株の立会外分売を実施している。実施の目的は同社株式の分布状況改善及び流動性向上を図るためとしている。社会的な認知度や信用力を高め、企業価値向上を図ることを目的として東証 1 部への市場変更申請を行う準備を進めている可能性がありそうだ。

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.

FISCO

免責事項（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・表示したものですが、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 5-11-9
株式会社フィスコ
電話：03-5774-2443（情報配信部）
メールアドレス：support@fisco.co.jp