

ウィルグループ

6089 東証 1 部

2015 年 7 月 9 日 (木)

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

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
柄澤 邦光

■ 今期も売上高、営業利益、経常利益ともに 2 ケタ成長を見込む

ウィルグループ<6089>は、5月8日、2015年3月期連結決算を発表した。売上高、利益ともに前年同期比で2ケタの成長を達成し、4期連続で過去最高を更新した。順調な業績拡大を続けているため、上場からわずか1年後の2014年12月に東証二部から一部銘柄への指定も果たした。

商品販売のスタッフ派遣及び業務請負を行う「セールスアウトソーシング事業」、コールセンターのオペレーター派遣及びコールセンター業務の請負をする「コールセンターアウトソーシング事業」、製造業における工場などの軽作業の業務スタッフの派遣と業務請負を行う「ファクトリーアウトソーシング事業」の主力3事業のすべてが大幅な増収となった。利益に関しては、コールセンターアウトソーシング事業で短期案件の増加がコストアップ要因となり、セグメント利益は微減となったものの、他の2事業のセグメント利益は前期比40%前後の大きな伸びを示した。

好調な業績を達成できた理由は、「ハイブリッド派遣」という特有の派遣方式による独自のビジネスモデルをもとに「シェア拡大」「エリア拡大」「新規事業の拡充」という3つの成長戦略が着実に進展しているためである。

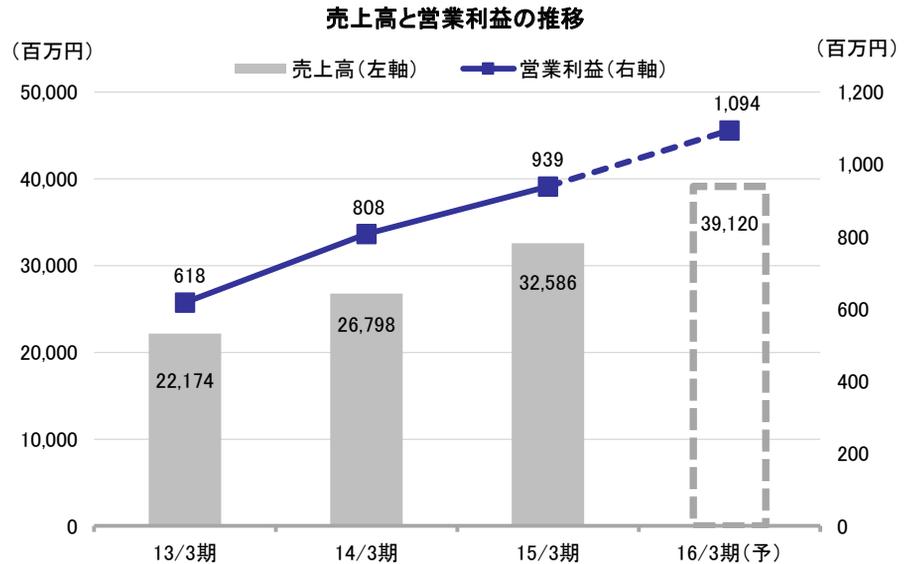
「新規事業の拡充」において、今後の更なる成長を担う「その他の事業」は、複数の国内新規事業と海外事業で構成され、全体としては赤字が続くものの、個々の事業を見ると複数の事業で大きな進展が見られた。国内では介護職派遣とインターネット業界系人材紹介の2事業が急拡大した。海外では2014年8月にシンガポールの人材紹介会社を買収したのを始め、複数の資本業務提携や新市場進出を行い、ASEAN市場全域で事業を展開できる体制の構築を大きく前進させた。

「新規事業の拡充」におけるトピックは、それだけではない。社内のビジネスコンテストなどから複数のユニークな新事業が立ち上がっている。さらに、新年度に入った2015年4月にはコーポレートベンチャーキャピタルを設立し、既に複数の投資案件を決定するなど、外部の優れたビジネスの発掘にも乗り出した。また、M&Aが事業拡大の有力な手法として今後も積極的に行われることから、2015年3月期からは重要な経営指標にEBITDAを加えた。

2016年3月期も売上高、営業利益、経常利益ともに実質、2ケタ成長を予定している。また、2015年3月期の結果に伴い、新規事業である介護職派遣、インターネット人材紹介を2～3年後には中核事業に位置付けられる規模での拡大が可能になったと見ており、主力3事業とともに同社の収益のけん引役になると期待している。海外事業も5年間程度のスパンで大きな収益源として拡大していくめどが付いた。中期的には、2020年代の早い段階で売上高1,000億円超の規模に成長させるとしている。

Check Point

- ・ 4 期連続の増収・増益、売上高、利益とも過去最高を更新
- ・ 3 つの成長戦略が着実に進展、セクター比で高い成長率を維持
- ・ 大幅増収増益を予想、派遣法改正で同社の優位性の再認知も



2015 年 3 月期連結決算

4 期連続の増収・増益、売上高、利益とも過去最高を更新

(1) 概要

2015 年 3 月期連結決算は、売上高が前期比 21.6% 増の 32,586 百万円、営業利益が同 16.3% 増の 939 百万円、経常利益が同 22.7% 増の 950 百万円、当期純利益が同 42.5% 増の 547 百万円となった。増収・増益は 4 期連続、売上高、利益とも創業以来の過去最高を更新した。期初計画比では、売上高が 1.0% のわずかな下振れとなったが、営業利益は 3.3%、経常利益は 3.9%、当期純利益は 6.2% の上振れとなった。

売上高では、商品販売のスタッフ派遣及び業務請負を行う「セールスアウトソーシング事業」、コールセンターのオペレーター派遣及びコールセンター業務の請負をする「コールセンターアウトソーシング事業」、製造業における工場などの軽作業の業務スタッフの派遣と業務請負を行う「ファクトリーアウトソーシング事業」の 3 つの主要セグメントがいずれも 2 ケタの増収となった。新規事業群である「その他の事業」も大幅な増収を達成した。

人材が資本である当社にとっては、事業拡大とともに人材も拡大する。2015 年 3 月期末の従業員数は前期末比 147 人増の 671 人となった。また、同社のビジネスモデルの大きな特長である「ハイブリッド派遣」の中核的な要員となるフィールドサポーターは同 4 人増の 185 人となった。なお、ハイブリッド派遣については後に説明する。



ウィルグループ

6089 東証1部

2015年7月9日(木)

一方、営業利益に関しては、セールスアウトソーシング事業とファクトリーアウトソーシング事業が大幅な増益となってけん引役となった一方、コールセンターアウトソーシング事業は微減、その他の事業は赤字となった。なお、営業利益の増益を実現している大きな要因の1つに人材確保のためのコストの抑制があるが、これは同社の重要戦略の1つでもあるため、後の成長戦略で詳しく説明する。

経常利益は、2014年3月期に計上した上場関連費用44.8百万円が9.0百万円に減少したなどの理由から営業利益以上の伸び率を示した。

当期純利益の伸び率が高かったのは、復興特別法人税の廃止などに伴い、税金費用の負担が減少したためである。

以上の結果、売上高営業利益率は前年同期比0.1ポイント減の2.9%となった。ごくわずかとはいえ利益率が低下したのは、介護職派遣事業の先行投資や、海外子会社の買収に伴うのれん負担の増加などによる「その他の事業」の赤字が要因である。主要3事業だけで見ると、利益率は4.2%になる。特殊技能や免許を必要としない分野の派遣会社の営業利益率は1~2%程度が一般的であることから、それと比較すれば、極めて高い水準を確保していると言える。また、その他の事業の赤字は、今後の成長分野として先行投資を意識して行っているためであり、赤字幅に関しては十分なコントロールが行われている。

また、投資家に表明している「中期的に売上高と利益の両面で前期2ケタ増を続ける」という目標が守られたにも関わらず、売上高が社内計画をわずかに下回ったことに対し、同社は厳しい認識を持っているという。アグレッシブな経営姿勢は評価できよう。

以上が業績の概要であるが、以下にセグメント別の業績について説明する。

テレマーケティング会社を中心に業務請負の拡大が着実に進展

(2) セグメント別業績

a) セールスアウトソーシング事業

セールスアウトソーシング事業の売上高は前期比16.8%増の13,053百万円となった。第3四半期の年末商戦、第4四半期の年度末商戦での受注が好調だった。注目すべき点として業務請負の受注が33.7%増加したことが挙げられる。テレマーケティング会社を中心に拡大した。成長戦略の項目でも説明するが、業務請負は派遣よりも利益率が高いため、同社では業務請負の拡大を図っている。業績はこの戦略が着実に進展していることを示していると言えよう。

セグメント利益は前期比40.3%増の697百万円と大幅に増加した。利益率の高い業務請負の拡大が人員の増加によるコストアップを吸収した。

b) コールセンターアウトソーシング事業

コールセンターアウトソーシング事業の売上高は同17.0%増の8,159百万円となった。新規顧客の開拓に注力し、人材派遣の受注を増やした。さらに、全国規模の大口顧客との取引がスタートした点も挙げられる。



ウィルグループ

6089 東証1部

2015年7月9日(木)

セグメント利益は同 0.9% 減の 292 百万円となった。短期受注が増加した結果、人材採用の回数や人数が増え、採用費用や人件費が増加し、利益率が低下した。ただ、同社によれば、新規顧客の獲得に重点を置いた結果であり、想定内としている。新規顧客の場合、最初は短期発注からというケースが多く、信頼関係が深まれば、長期契約に移行すると考えられるためである。実際、第4四半期では短期から長期へ切り替える顧客が増え、利益率も回復傾向にあるとしている。

c) ファクトリーアウトソーシング事業

ファクトリーアウトソーシング事業の売上高は同 19.9% 増の 7,537 百万円となった。順調な受注の増加を受けて引き合いが増えたため、同分野での人材派遣が特に拡大した。同分野での売上高は前期比 27.3% の大幅な増加となった。

セグメント利益は同 39.5% 増の 206 百万円となった。売上高の増加が人員増に伴うコストアップを吸収した。

d) その他の事業

「その他の事業」は主要3セグメント以外の事業であるが、今後の主力事業入りと、同社の成長のけん引役になることが期待されている。国内新規事業と海外事業で構成されており、国内新規事業は、オフィスなどへの人材派遣、スポーツ業界への人材紹介、外国語指導助手 (ALT) 派遣、障がい者紹介、介護職派遣、幼児・児童向け語学学校の運営、IT 技術者派遣、インターネットやモバイル・スマートフォン、ゲーム業界専門の人材紹介ビジネスであるネット人材紹介がある。海外事業は、ASEAN 地域を対象にした人材紹介や人材派遣業務である。後の成長戦略で説明するが、2015年3月期は新たにシェアハウス事業や3D領域特化型クラウドソーシングサービスを展開する3Dクラウド事業などの新規事業も立ち上がった。この「その他の事業」は同 62.3% 増の 3,835 百万円と大きな伸びを実現した。

けん引役となったのが、介護職派遣、インターネット人材紹介、海外事業である。いずれも人材不足が課題になっている分野であり、特に人材確保が困難な介護職派遣は急成長し、その他の事業の売上高の 14% を占めるほどになった。また、海外事業は、8月に現地子会社を通じてシンガポールの人材紹介・派遣会社である「Scientec Consulting Pte. Ltd. (STC)」の株式の 60% を取得し、連結対象となったことが4億円程度の売上高増加要因となった。一方、オフィスなどへの人材派遣は、企業業績の回復に伴って需要が増加し、安定した売上げを確保した。一方、障がい者紹介は事業が縮小した。

セグメント損益は 325 百万円の損失（前期は 150 百万円の損失）となった。オフィス等への人材派遣とインターネット人材紹介が利益貢献したが、介護職派遣事業への先行投資や、海外子会社買収に伴うのれん代が赤字幅を広げた。

2015年3月期業績

(単位: 百万円)

| | 2014年3月期 | 2015年3月期 | 増減率 (%) |
|-------|----------|----------|---------|
| 売上高 | 26,798 | 32,586 | 21.6 |
| 売上総利益 | 5,050 | 6,339 | 25.5 |
| 営業利益 | 808 | 939 | 16.3 |
| 経常利益 | 774 | 950 | 22.7 |
| 当期純利益 | 384 | 547 | 42.5 |

良好な財務状況、配当性向は10%が目安

(3) 財務状況

財務状況は良好である。当期純利益の計上により、純資産は前期末比23.8%増の3,139百万円となった。一方、シンガポールの人材紹介会社の買収や、拠点の拡充により固定資産が増加し、総資産は同31.7%増の8,022百万円となった。その結果、自己資本比率は同3.1ポイント減の38.0%となった。

2015年3月期の貸借対照表

(単位:百万円)

| | 2014年3月期末 | 2015年3月期末 | 増減 |
|---------|-----------|-----------|-------|
| 流動資産 | 5,570 | 6,927 | 1,356 |
| 固定資産 | 520 | 1,095 | 575 |
| 資産合計 | 6,091 | 8,022 | 1,931 |
| 流動負債 | 3,525 | 4,878 | 1,353 |
| 固定負債 | 29 | 5 | -24 |
| 負債合計 | 3,555 | 4,883 | 1,328 |
| 純資産合計 | 2,536 | 3,139 | 602 |
| 負債純資産合計 | 6,091 | 8,022 | 1,931 |

一方、キャッシュフローは、営業活動によるキャッシュフローが1,235百万円のプラス(前期は216百万円のマイナス)となった。投資活動によるキャッシュフローは685百万円のプラス(同250百万円のマイナス)となった。STCの子会社化のための投資が支出拡大の要因である。財務活動によるキャッシュフローは、257百万円のマイナス(同770百万円のプラス)だった。短期借入金を返済したのが要因である。

なお、参考までに前期の営業活動によるキャッシュフローのマイナスは会計上の締め日とクライアントからの入金日に10~15日程度のタイムラグがあり、前期末において入金されなかったためである。これは、売掛金に計上された。同社のクライアントは大手企業が多いため、入金日が厳格に守られていることが要因の1つになっている。従来は債権流動化を行い、営業キャッシュフローを黒字化していたが、同社のクライアントは大手企業が多いため、貸し倒れとなる危険性はほぼないうえに2014年3月期においては上場に伴う増資などによって潤沢なキャッシュの確保が見込めたため、これを実施しなかった。

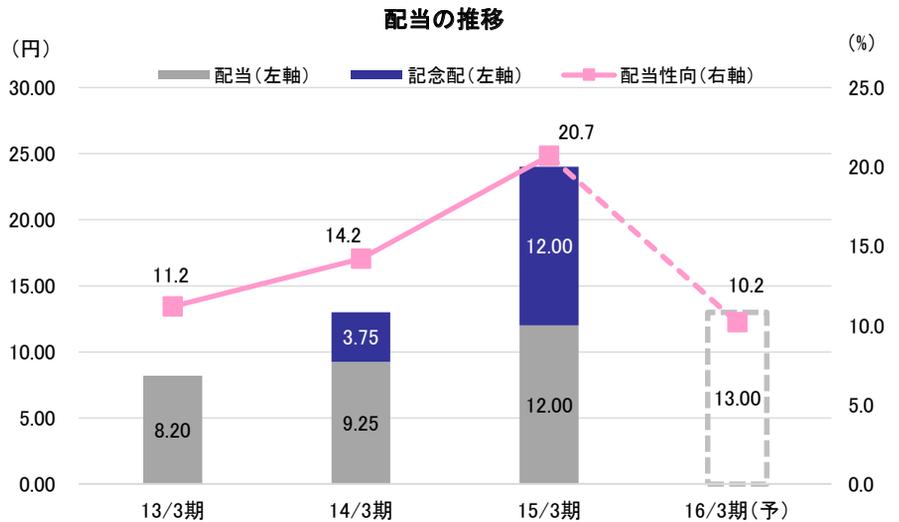
2015年3月期キャッシュフローの状況

(単位:百万円)

| | 2014年3月期 | 2015年3月期 | 増減 |
|-----------------|----------|----------|--------|
| 営業活動によるキャッシュフロー | -216 | 1,235 | 1,452 |
| 投資活動によるキャッシュフロー | -250 | -685 | -434 |
| 財務活動によるキャッシュフロー | 770 | -257 | -1,027 |

(4) 株主還元

同社は今後も成長を維持することと、株主への還元の両方のバランスを考慮し、配当性向10%を目安としている。一方、株式の流動性を高めるとともに、株主数を拡大するため2014年9月1日に株式を2分割した。2015年3月期は期末に1株当たり24円の配当を実施する。内訳は普通配当12円、東証1部への指定の記念配当として12円となっている。配当性向は20.7%となり、前期に比べ6.5ポイント増となっている。



※14/3期に株式を200分割、15/3期に2分割。過去の1株当たり数値は遡及して算定。

■ 独自の成長戦略

3つの成長戦略が着実に進展、セクター比で高い成長率を維持

同社は、投資家に対し、中期的に2ケタの増収・増益を目指すことを表明している。2015年3月期もこの言葉は守られた。しかし、2ケタの増収・増益を継続することは容易ではない。それができた理由として、同社が掲げる「シェア拡大」「エリア拡大」「新規事業の拡充」という3つの成長戦略が着実に進展していることが挙げられる。さらに、景気回復による昨今の人手不足から人材確保のためのコストが増加するリスクがあるなかで独自のコスト削減戦略を進め、増収増益を維持している点も重要である。以下にこれらについて説明する。

(1) 3つの成長戦略の進展

a) シェア拡大

同社の最大の特徴は、「ハイブリッド派遣」と呼ばれる特殊な派遣方式にある。これは同社の社員（フィールドサポーター）が派遣スタッフとともに派遣先に常駐・就業する。社員と一緒に働きながらマネジメントをすることで、派遣スタッフの士気が高まり、業務効率が高まるほか、社員と派遣先の現場責任者とが密な関係を築くことができ、増員計画など、クライアントのニーズに素早く対応できる。

これに加えて同社は、業種特化型にすることによって、総合的なサービスを提供している大手企業に比べて、さらに手厚い対応ができています。特化する業種は大手があまり手掛けたがらない分野が多く、競争の少ないニッチ市場である。しかも、ニッチとはいえ、人材不足が深刻化している業種であり、今後かなりの市場拡大が期待できる。同社はそういった分野を発掘しているという点も大きな特長と言えよう。

しかし、同社が成長戦略に掲げるシェア拡大とは、実はハイブリッド派遣を増やすことによって、シェアを他社から奪うことではない。一般派遣からハイブリッド派遣や業務請負へ、あるいは、ハイブリッド派遣を業務請負へとクライアントからの受注形態を最終的には業務請負に移行させることを指す。なぜならば、一般派遣、ハイブリッド派遣、業務請負のうち、もっとも利益率が高いのは業務請負だからである。

実はハイブリッド派遣は一般派遣と比較し、利益率が高いというわけではない。しかし、他社からシェアを奪うのに有効であるだけでなく、信頼関係を深めることによって、業務を丸ごと引き受ける業務請負に受注が移行する可能性が一般派遣とは比較にならないほど高くなるという優位性がある。

2015 年 3 月期は、この移行が着実に進んだ。業務請負の売上高が前期比 23.8% 増の 8,760 百万円となった。業態別の売上高構成比率も同 0.5 ポイント増の 26.9% となった。

一方、業務請負の“予備軍”とも言えるハイブリッド派遣や一般派遣も拡大した。ハイブリッド派遣の売上高は前期比 13.1% 増の 11,727 百万円、一般派遣の売上高は同 25.8% 増の 10,907 百万円となった。ハイブリッド派遣の業態別の売上高構成比率は前期比 4.4 ポイント減の 36.0%、一般派遣の同比率は同 5.1 ポイント増の 33.5% となった。ハイブリッド派遣が業務請負に着実に移行した一方、特にコールセンターアウトソーシング事業で新規顧客の獲得に注力した結果、一般派遣も大きく増加したという構図である。今後は新規獲得した案件の継続的な取引及びシェアの拡大を進められるかも大きな注目点となろう。

受注形態の移行の割合が数値的にわずかとする見方もあるかもしれないが、潜在需要があっても、すべてをあえて受注しないのと同様、急激に業務請負が増加すれば、人材確保のコストが利益を大きく圧迫する恐れがある。移行はシェア拡大と利益確保を同時に実現しながら行う必要があり、同社によれば、今回の移行の割合は理想的なペースという。

ちなみに、受注形態には、これらの他に人材紹介があるが、これに関しては、3 つの成長戦略のうちの「新規事業の拡充」で詳しく説明する。

業態別売上高

(単位：百万円、%)

| | 2014 年 3 月期 金額 (構成比) | 2015 年 3 月期 金額 (構成比) | 増減 | 増減率 (%) |
|----------|-------------------------|-------------------------|-------|---------|
| 人材派遣 | 18,440 (68.8) | 22,527 (69.1) | 4,087 | 22.2 |
| ハイブリッド派遣 | 10,822 (40.4) | 11,727 (36.0) | 905 | 8.4 |
| 一般派遣 | 7,618 (28.4) | 10,799 (33.1) | 3,182 | 41.8 |
| 業務請負 | 7,073 (26.4) | 8,746 (26.8) | 1,673 | 23.7 |
| 人材紹介 | 532 (2.0) | 979 (3.0) | 448 | 84.2 |
| その他 | 751 (2.8) | 330 (1.0) | -421 | -56 |

b) エリア拡大

同社は支店の拡大による事業規模の拡大を進めている。2015 年 3 月期末の国内支店は、前期末に比べ 8 拠点増の 50 拠点となった。

同社への取材によれば、主要 3 事業とその他の事業の両方で国内の空白エリアがまだまだたくさん存在しているという。そのため、引き続き拠点の拡大については積極的に行うとしている。特にファクトリーアウトソーシング事業における工場近辺などで地方拠点の更なる上積みを図ることを掲げている。また、その他の事業に関して大都市圏で介護職派遣の拠点拡充を進めるとしている。

このような拠点整備戦略に基づき、2016 年 3 月期は 9 支店と 1 営業所を新設し、計 60 拠点へ拡大する計画を立てている。具体的には、セールスアウトソーシング事業で長野市と岡山市、コールセンターアウトソーシング事業で北海道旭川市と千葉市、ファクトリーアウトソーシング事業で新潟市（当初は営業所後に支店に昇格予定）と福岡市、その他の事業のうち介護職派遣で京都市、神戸市、広島市、東京・北千住に設置する計画となっている。

c) 新規事業の拡充

同社は、新市場の創出と利益率の向上を目的に経験を積んだ派遣スタッフを派遣期間終了とは関係なく派遣先などに正社員として紹介する人材紹介業に力を入れている。人材紹介の利益率はその他の業態に比べて格段に高いのがその理由である。2015 年 3 月期における売上高は前期比 75.8% 増の 979 百万円と大きく拡大し、業態別の売上高構成比率は前期比 1.0 ポイント増の 3.0% となった。派遣と請負に加えて新たな市場として着実に成長している。

同社の人材紹介は、派遣スタッフとしての就業状況を見極めた上での紹介のため、顧客にとってもミスマッチのない採用が可能になるというメリットが期待できる。しかし、同社にとっては、せっかく育成したスタッフを手放す行為になるという見方もあろう。利益率は高いかもしれないが、フロービジネスであり、収益の安定という側面からも疑問視する派遣会社も少なくない。しかし、同社は、将来、正社員として働けるかもしれないという期待が持てることによって、逆に派遣スタッフの確保がしやすくなるうえ、定着率も向上すると考え、注力する戦略の 1 つに位置付けている。その他の新規事業については後に詳しく触れる。

「リピーター採用」と「友人紹介」で採用コストを抑制**(2) 人材確保のコスト削減戦略の進展**

景気の回復から人材不足が日本経済の大きな問題になっている。同社も人材確保は足元における最大の課題と位置付けている。採用のための費用を積み重ねれば人材は確保しやすくなるが、利益が圧迫されるためである。そこで同社は費用を極力増やさない独自の戦略でこの問題を乗り切っている。

戦略の第 1 は「リピーター採用」と「友人紹介」である。過去に同社で働いていた人材を再度雇用する「リピーター採用」、現在雇用している人から友人を紹介してもらう「友人紹介」によって、採用コストがかからないようにしている。同社の人材募集のうち、40%はこれら独自戦略による自社での確保になっており、これによってセールスアウトソーシング事業やファクトリーアウトソーシング事業の利益率低下を防ぐことができたとしている。

戦略の第 2 は、資格が必要な業種で導入している。働きながら資格を取ってもらうという戦略であり、特に介護分野で活用している。資格がなくても介護の仕事に就きたいと思っている人材をまず集める。そのうえで資格がなくてもできる介護の仕事を探して紹介し、仕事に従事しながら、必要な資格を取ってもらう。資格を取ったら、さらに新しい職場を提供する。こうすることによって、初めから介護士などの資格を持っている人材を探すよりも低いコストで人材を確保できる。

■ 2015 年 3 月期のトピックス**新しい成長エンジンとして新分野の事業を育成**

同社は上記の成長戦略の他にプラス α の成長戦略として、新分野への事業拡大を掲げている。セグメントでは「その他の事業」であるが、既にスタートしている新規事業を含めた既存事業のすそ野を広げるのはもちろん、同社のミッションである「Working (働く)」、「Interesting (遊ぶ)」、「Learning (学ぶ)」、「Life (暮らす)」といったそれぞれの領域を支援するサービスという、まったく新しいカテゴリーの新規事業も含まれる。2015 年 3 月期のトピックスはこれら新分野の事業拡大が進んだ点がまず挙げられる。

具体的な事業の説明の前にプラスαの成長戦略の意図と、推進するうえでの戦術や基本姿勢について説明する。

まず、この戦略を推進する意図は、人口減少が進む日本において既存事業だけではいつか成長が頭打ちになるため、新分野の事業を育成し、新しい成長エンジンとしていくことにある。

次に戦術としては、M&Aを駆使するほか、社内においても社員全員が参加できる新規ビジネスの提案大会「ビジネスモデルグランプリ(BMG)」を毎年開催し、優れた提案の場合、事業立ち上げを行っていく。BMGには毎年、50～60件の応募があるほど盛況だという。さらに、2016年3月期からはコーポレートベンチャーキャピタルの設立によって外部から成長のリソースを取り込む戦術も新たに加わった。これについては、トピックスで詳しく触れる。

また、基本姿勢として、「グループとして中期的に売上高、利益の両方で2ケタ成長を続ける」目標が堅持できる範囲内でこれらの事業から発生する赤字は容認していく方針となっている。2015年3月期にスタートした事業の一部は想定よりも進捗が遅れたり、既に事業の縮小を決めたりしているが、新分野の事業が簡単に成功しないことは同社が一番心得ており、今後も事業の入れ替えをしながら、将来の柱となる事業を発掘・育成していく。

以上を踏まえたとうえで、以下にこれら新分野の事業について説明する。2015年3月期のトピックスは、この他にもいくつかあるため、これらについても順に触れる。

(1) 新分野の事業の立ち上げ

新たに立ち上がった事業としては、「シンガポールの人材紹介会社STCの買収」「3Dクラウド事業」「シェアハウス事業」「スマートフォンアプリ開発技術検定試験を活用した転職支援事業」「テレファームとの業務・資本提携」などがある。これらのうち、3Dクラウド事業とシェアハウス事業はBMGからの新規事業である。以下にこれら新規事業に関して説明する。

「海外のM&A」

2014年8月にシンガポールの海外事業統括会社である「WILL GROUP Asia Pacific Pte. Ltd.(WAP)」を通じて現地の人材紹介会社「Scientec Consulting Pte. Ltd.(STC)」の株式の60%を663万4,000シンガポールドル(約571百万円)で取得した。

同社は経済成長率が高く、日本からの進出も増加傾向が続くASEAN地域を海外事業の中核に位置付けている。今回の買収は、海外事業の拡大はもとより、STCの持つヘルスケアやライフサイエンス産業への人材サービスのノウハウを得ることを目的としている。ASEAN市場は特にホワイトカラーにおいて人材派遣よりも人材紹介が多い構造になっており、それへの対応という側面もある。なお、WAPは、3年間でSTCの全株式を取得する方針となっている。

「3Dクラウド事業」

「3Dクラウド事業」は、3DCAD、3DCG、3Dプリントといった3D領域に特化したクラウドソーシング(不特定多数の人への業務委託)仲介サイトである。3Dプリンタで制作する際、企画からデータ作成、プリントまでの全工程でクライアントと技術者をマッチングし、さらに契約から支払までを一括して行える。全行程に関し、マッチングから契約、支払までをワンストップでできるサービスは国内で初。子会社の(株)セントメディアが展開していく。

同事業は2015年9月中旬に全行程でのサービスがスタートできる模様となっている。フルラインアップでのサービス提供は当初計画よりも遅れが出たものの、市場拡大の期待は高く、引き続き事業の育成を図っていく。

「シェアハウス事業」

「Life（暮らす）」を事業の対象とする同社らしい新規事業である。シェアハウスは赤の他人同士が1つの家をシェアして生活することを言うが、同社の場合、ITエンジニアもしくは、それを目指している人だけを対象にしている。2014年11月に東京・渋谷区神宮前に「TECH residence 表参道」をオープンした。

2015年1月には大前研一（おおまえけんいち）氏が代表を務めるビジネス・ブレイクスルー〈2464〉（本社：東京・千代田区）が運営する「ビジネス・ブレイクスルー大学」と共同でイベントを開催した。参加者がチームを組んで1日で新しいサービスやプロトタイプを創造し、プログラミングまで作り上げるという内容で、一般的に「ハッカソンイベント」と呼ばれている。

表参道のシェアハウスは2015年6月時点で満室となっており、入居待ちの状態が続いている。同社では住居待ちの人々のリスト作成に着手しており、数百名程度の“ウェイティング・リスト”を作成する予定となっている。これはシェアハウス事業の拡大ばかりでなく、IT技術者の育成やコラボレーションといった新ビジネスを検討するうえでの重要なツールとしても活用できると考えられる。

「スマートフォンアプリ開発技術検定試験を活用した転職支援事業」

セントメディアが展開するネット人材紹介事業「ネットジンザイバンク」を通じて求人に応募する際、デジタル広告／マーケティング会社の（株）D2C（代表取締役社長 宝珠山卓志（ほうしゅやまたかゆき）氏、本社：東京都港区）の「スマートフォンアプリ開発技術検定試験（スマ検）」で一定の点数以上を取得した応募者には書類選考を省いて面接試験から選考する権利が与えられる、というサービス。求人企業と求職者双方にとって無駄なく、合理的な採用ができる。システム開発の（株）グッドワークス（代表取締役 須合憂（すごうゆう）氏、本社：東京都千代田区）の採用などで実施された。

2016年3月期スタート時における新事業

2015年3月期中のトピックスではないが、2016年3月期のスタートから新事業の進出が複数、発表されている。特にASEANでの事業展開に関するトピックスが目目を引く。以下に説明する。

「ムロドーとの資本業務提携」

2015年4月に（株）ムロドー（代表取締役社長 飯田啓之（いいだのぶゆき）氏、本社：東京都港区）と業務資本提携した。ムロドーが発行する新株72株のうち12株を同社が引き受ける。これにより、同社はムロドーの発行済み株式の2.5%を取得することになる。

ムロドーはWebサービス・スマートフォンアプリの企画・設計・開発・運用を行っており、海外ではベトナムとタイに子会社を持つ。同社は一定以上の規模で事業を展開している点に着目し、出資を通じてムロドーの事業運営ノウハウを取得することを当初の目的としている。将来的には、両社で組める部分は組みながらビジネスノウハウを活用してASEAN地域全体に事業を広げて行く。

なお、ムロドーは2006年4月に設立、資本金は2,000万円で、国内の従業員は13人。業績は明らかにされていない。

「コーポレートベンチャーキャピタルの設立」

2015年4月にコーポレートベンチャーキャピタル「ウィルグループインキュベートファンド」を設立した。分野を問わず、成長性の高いスタートアップベンチャーを対象に投資し、人材供給や共同でのサービス開発、プロモーションの協力などを行い、成長を支援する。BMGでの新規事業創出に加えて、ベンチャーキャピタルを通じて新規事業を発掘するのが目的である。投資先に対しては、成長後に株式売却を行うか、グループの傘下に組み入れるかどちらかにする。

出資総額は最大3億円で運用期間は2024年12月31日までとなっている。運営はフューチャーベンチャーキャピタル<8462>(代表取締役社長 今庄啓二(いましょうけいじ)氏、本社:京都市中京区)が行う。

6月には早くも第1弾の投資先が決定した。東南アジアに旅行する日本人向けに旅先の現地の人々と交流できるマッチングサイトを運営する(株)Travee(トラヴィー)(代表 池田賢一(いけだけんいち)氏)に出資する。日本人旅行者はマッチングサイトを通じて現地の「ホスト」が企画するツアープランに参加し、同時に人的な交流を深める。

「ミャンマー進出」

15年6月にシンガポール子会社を通じてミャンマーに現地法人「GJC Myanmar Ltd.」(資本金:5万米ドル)を設立した。現地企業を対象に人事面を中心とした経営コンサルティング、イベント企画、Webサイトの制作・運営、ビザ申請業務などを行う。また、新会社は現地で人材紹介事業を行っている「Dream Job Myanmar Ltd.」と業務提携し、顧客を開拓する。ミャンマーは確かに今後の経済拡大が見込まれるが、市場開放が始まったばかりであり、情勢は流動的である。そのような市場に進出したのは、現地へ赴任した社員が強い志をもって事業提案を行ったのがきっかけだったと言う。もちろん、将来の経済成長と、同地で培ったノウハウをASEAN全体での事業展開に活かすという経営上の目的も大きいですが、社員の強い意志を尊重し、やらせてみるという社風にも注目すべきであろう。

「優良派遣事業者認定」を取得

(2) 東証一部指定

2014年12月19日に東証一部銘柄に指定された。2013年12月19日の新規上場からわずか1年での一部指定という早さであった。

(3) 「優良派遣事業者認定」の取得

2015年3月、販売スタッフやコールセンタースタッフの派遣を行っているセントメディアと製造業向けの人材派遣を行っている(株)エフエージェイの2子会社が、「一般社団法人 人材サービス産業協議会」の運営する厚生労働省委託事業である「優良派遣事業者認定制度」において「優良派遣事業者認定」を取得した。これは法令を順守しているだけでなく、派遣スタッフのキャリア形成支援、より良い労働環境の確保、派遣先でのトラブル防止といった派遣スタッフと派遣先双方が安心できるサービスが提供できているかが認定の大きな基準のひとつになっている。

(4) 経営指標としての EBITDA の採用

重視する経営指標として今までの経常利益に代えて EBITDA を新たに算出し、投資家に提供することにした。EBITDA は営業利益に減価償却費とのれん償却費を加えたもので、キャッシュベースで上げた営業利益を示す。同社は今後、M&A に力をさらに入れる方針からのれん代が増加することが予想される。しかし、これら費用は実際にキャッシュが減るものではないため、EBITDA によって実力ベースの収益力を投資家に示すことにした。

■ 2016 年 3 月通期予想

大幅増収増益を予想、派遣法改正で同社の優位性の再認知も

(1) 2016 年 3 月通期予想の概要

2015 年 3 月期決算と同時に発表された 2016 年 3 月期の連結業績予想は、売上高が前期比 20.1% 増の 39,120 百万円、営業利益が同 16.5% 増の 1,094 百万円、経常利益が同 15.2% 増の 1,094 百万円、当期純利益が同 9.9% 増の 601 百万円となっている。

セールスアウトソーシング事業は、既存の分野の人材需要は堅調に推移する見通しであるほか、アパレル業界や官公庁向け人材サービスを強化する。コールセンターアウトソーシング事業は、新規顧客の開拓をさらに進めると同時に取引の安定化を図る。ファクトリーアウトソーシング事業は、コンビニやスーパーの総菜作り向けの人材供給が堅調に推移すると見ている。全国に複数の生産拠点を保有する顧客との取引を、他拠点へも展開する営業活動の強化による取引拡大を図る。その他の事業では、15 年 3 月期に引き続き国内では介護や医療関連の人材供給の拡大を見込むほか、海外で ASEAN 地域の市場開拓を進める。

景気回復に伴う人手不足感から、足元においては潜在需要も多く、同社では売上高だけならば、予想値以上の伸びも可能としている。しかし、人材が“資産”となる同社のようなビジネスの場合、現在と同等の質を担保した新規スタッフの確保のためのコストが利益を大きく圧迫する恐れが高い。着実な増収・増益を確保していくためには、仕事を取りすぎないという配慮も必要になる。一方、景気回復に伴う人材不足から人材確保のためのコストは上昇傾向が続いており、仕事を選別してもコストはアップするリスクが残る恐れはある。そのようななかで、予想は売上高、利益ともに前期比で 2 ケタ増、5 期連続で売上高と利益が過去最高を更新するという高い目標を目指すことに変わりはない。同社の通期予想は十分にアグレッシブな目標と見てよからう。

配当は期末に 1 株当たり 13 円を予定している。業績予想をもとにした配当性向は 10.2% となる。

なお、労働者派遣法の改正に関しては、それほど大きな影響はないと考えてよからう。同社は、法案の中で特定派遣業者が届出制から許可制に移行する点を注視していたが、15 年 3 月期に子会社 2 社が優良派遣事業者認定を受けたことから、法案が成立し、許可制に移行することでかえって同社の優位性が認知されると推察されよう。

通期業績推移

| | 売上高 (百万円) | 前期比 (%) | 営業利益 (百万円) | 前期比 (%) | 経常利益 (百万円) | 前期比 (%) | 純利益 (百万円) | 前期比 (%) | EPS (円) | 普通配当 (円) | 記念 配当 | 配当金 合計 |
|--------|--------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|--------------|------------|------------|-------------|----------|-----------|
| 13/3期※ | 22,174 | - | 618 | - | 631 | - | 289 | - | 73.21 | 8.20 | 0.00 | 8.20 |
| 14/3期 | 26,798 | 20.9 | 808 | 30.7 | 774 | 22.6 | 384 | 32.6 | 91.67 | 9.25 | 3.75 | 13.00 |
| 15/3期 | 32,586 | 21.6 | 939 | 16.3 | 950 | 22.7 | 547 | 42.5 | 115.94 | 12.00 | 12.00 | 24.00 |

※ 2013年10月に株式を200分割、2014年9月に株式を2分割。EPS、配当は遡及して算定。

■ 中期的な業績目標

2017年3月期を初年度とする中期経営計画の作成に着手

同社は、中期経営計画を公表していない。これは、将来の事業の柱となる新規事業の成長が明確に見通せないためとしている。しかし、2015年3月期で介護職派遣、ネット人材紹介を2～3年後には中核事業に位置付けられるくらいにするめどが付いた。海外事業も5年程度のスパンで大きな収益源となりそうな体制が整ってきた。

中期的には、2020年代の初期に連結売上高1,000億円を達成することを掲げている。そのマイルストーンの1つとして、2017年3月期には売上高500億円超のという目標が示される可能性がある。

一方、利益に関しては、その他の事業のセグメント赤字が続いても、中期経営計画期間中に同社全体の売上高EBITDA率を3～5%にまで引き上げるという方向が示される可能性がある。

アグレッシブに成長を追う一方で、ミャンマー進出のケースのように社員の熱意を尊重する同社の経営姿勢は中・長期の投資先として大きな魅力の1つになると言えよう。

ディスクレーマー（免責条項）

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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘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、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ