企業調査レポート

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証 1 部

企業情報はこちら >>>

2021 年 5 月 31 日 (月)

執筆：客員アナリスト
国重 希
FISCO Ltd. Analyst **Nozomu Kunishige**

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

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証 1 部

2021 年 5 月 31 日（月）
https://www.bell24hd.co.jp/jp/ir/index.html

目次

■要約 01

1. 全国に事業展開するコールセンター大手、伊藤忠商事、凸版印刷と資本業務提携 01
2. 2021 年 2 月期は、大型スポット業務により増収増益を達成 01
3. 2022 年 2 月期も、堅調なアウトソーシング需要を背景に増収増益を予想 01
4. 中期経営計画では、人材活用、DX 推進、アライアンス強化により さらなる成長を目指す 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. 2021 年 2 月期連結決算 08
2. 2022 年 2 月期連結業績予想 13

■中期経営計画 14

1. 中期経営計画の目標 14
2. 3 つの重点施策と社会的課題への取り組み 15

■株主還元策 21

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

コールセンター大手、コロナ禍でも社会インフラの役割を果たし、中期経営計画推進により、さらなる成長を目指す

1. 全国に事業展開するコールセンター大手、伊藤忠商事、凸版印刷と資本業務提携

ベルシステム 24 ホールディングス <6183> は国内コールセンター大手で、傘下に子会社 4 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。2021 年 2 月末現在、全国 37 拠点、3 万人を超える従業員、国内最大規模のコンタクトセンタークラウド基盤（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）を擁する。伊藤忠商事 <8001>、凸版印刷 <7911> との資本業務提携を最大限に活用して、企業価値のさらなる向上を目指している。

2. 2021 年 2 月期は、大型スポット業務により増収増益を達成

2021 年 2 月期の連結業績は、売上収益 135,735 百万円（前期比 7.2% 増）、営業利益 11,799 百万円（同 6.3% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 7,252 百万円（同 3.5% 増）の増収増益決算となった。業績予想に対して、売上収益は 2.8%、営業利益も 2.6% 上回る順調な決算であった。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響により、主力の CRM 事業の中心である継続業務では新規案件の遅れが発生した。一方、政府の対策としての給付関連書類への問い合わせ対応業務などの大型スポット業務による大幅増収や、そうした環境下での退職率の低下に伴うコスト抑制も増益に貢献した。このような好決算は、コロナ禍という非常事態でも、同社が社会インフラとしての役割を十分に果たした証左と言えるだろう。この結果、売上収益営業利益率は 8.7% と概ね前期並みの水準を維持し、自己資本比率は 30.7% に上昇した。2020 年 3 月期東証 1 部サービス業平均の営業利益率 4.5%、自己資本比率 6.7% を大きく上回り、同社の収益性や安全性は極めて高いと評価できる。配当は前期同様の中間 21 円、期末 21 円、合計 42 円を維持した。

3. 2022 年 2 月期も、堅調なアウトソーシング需要を背景に増収増益を予想

2022 年 2 月期業績は、売上収益 139,000 百万円（前期比 2.4% 増）、営業利益 12,200 百万円（同 3.4% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 7,800 百万円（同 7.6% 増）の増収増益を予想する。大型スポット業務終了の反動減はあるものの、社会構造の変化などを受けた堅調なアウトソーシング需要を背景にコールセンター需要は堅調であり、継続業務の伸張により増収を見込んでいる。営業利益段階では、戦略・先行投資が増加するものの、新規取り組み強化などにより継続業務は安定拡大するうえ、前期の減損損失の反動もあって、増益を予想する。ただ、例年通り、保守的な業績予想と見られる。配当は中間 24 円、期末 24 円、合計 48 円への増配を計画し、配当性向は 45.3% となる見込みだ。今後は、同社が中期的な目標とする配当性向 50% の達成が課題である。

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.

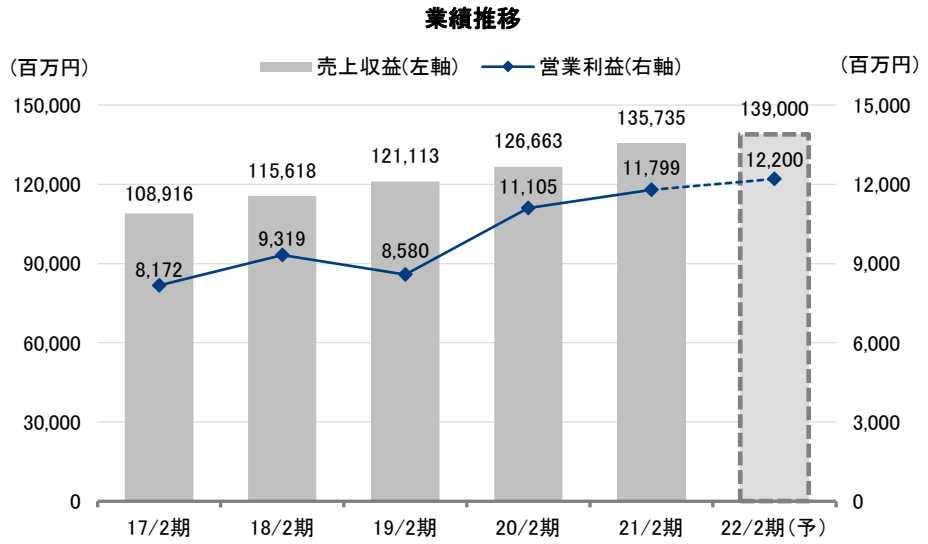
4. 中期経営計画では、人材活用、DX 推進、アライアンス強化によりさらなる成長を目指す

野田社長のもとで策定した、「中期経営計画 2022」（2021 年 2 月期－ 2023 年 2 月期）の定量目標では、最終年度には売上収益 1,480 億円、営業利益 140 億円（売上高営業利益率 9.5%）、税引後利益 90 億円、ROE14.8%、ネット D/E レシオ 0.91 倍を目標に設定し、売上収益は年平均 5.3% 増、税引後利益は同 8.7% 増を計画する。コロナ禍の厳しい経済環境の中で、初年度の業績はまずまずのスタートであった。計数目標を実現するための重点施策として、1）人材活用：在宅コンタクトセンター（コールセンターと同義）増設、2）DX（デジタルトランスフォーメーション：デジタル技術の活用により、人々の生活を豊かにすること）推進：音声 /CRM データ基盤の強化、3）アライアンス強化：戦略提携での新事業モデル推進、の 3 つを掲げる。特に人材活用では、在宅コンタクトセンター席数を計画開始時点の約 1,000 席から 4,000 席に増設する。また、DX 推進では、ユーザー期待行動を “DX” する音声 /CRM データ基盤を作る。さらに、アライアンス強化では、次世代の対話データ活用モデルへのアライアンスを推進する。それらを実現するために、音声基盤とその周辺サービスや在宅コンタクトセンターなどに、合計で 100 億円以上の追加投資を行う方針だ。以上の施策を着実に実現することで、さらなる成長を実現する意欲的な定量目標である。また、成長を目指すと同時に、引き続き障がい者雇用などの社会的課題にも熱心に取り組んでおり、社外からも高く評価されている。

Key Points

- 全国に事業展開するコールセンター大手で、伊藤忠商事、凸版印刷と資本業務提携
- 2021 年 2 月期第の連結業績は、売上収益 135,735 百万円（前期比 7.2% 増）、営業利益 11,799 百万円（同 6.3% 増）の増収増益決算。コロナ禍の影響により、スポット業務の拡大が寄与。好決算は、社会インフラとしての役割を果たした証左。営業利益率、自己資本比率が高く、収益性・安全性は極めて高い。配当は、前期並みの年間 42 円
- 2022 年 2 月期も、売上収益 139,000 百万円（前期比 2.4% 増）、営業利益 12,200 百万円（同 3.4% 増）の増収増益を予想。スポット業務は縮小するが、継続業務は安定拡大の見込み。年間 48 円への増配を予想するが、配当性向 50% の目標達成が課題
- 「中期経営計画 2022」では、最終年度の 2023 年 2 月期には、売上収益 1,480 億円、営業利益 140 億円など、意欲的な目標。初年度は厳しい環境下、まずまずのスタート。人材活用、DX 推進、アライアンス強化の重点施策により、目標達成に向けて成長を図る。同時に、社会的課題への対応にも前向き

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

全国で 37 拠点、3 万人超の従業員を擁する、コールセンター大手

同社は、2021 年 2 月末現在、全国に自社センター拠点数 37 拠点、3 万人超の社員、自社保有席数約 18,000 席、サテライト席数（顧客先のコールセンターで業務を行う）約 15,000 席と、国内最大規模の CRM クラウド基盤を擁する国内コールセンター大手である。同業のトランスコスモス <9715>、（株）NTT マーケティングアクトなどに比べて、国内の自社センターが多く、特に通信系企業（旧 BB コール業務）との取引比率が高い、利益率が高いなどの特色がある。

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、年々、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。2021 年 2 月末現在では、伊藤忠商事が筆頭株主で 40.77% を保有し、2017 年 11 月に資本業務提携をした凸版印刷が 14.35% で続く。同社グループは伊藤忠商事、凸版印刷との資本業務提携を最大限に活用し、さらなる事業展開を図ることで、企業価値の一層の向上を目指している。

2020 年 5 月より、伊藤忠商事で CDO、CIO を務めた野田俊介（のだしゅんすけ）氏が代表取締役に就任し、伊藤忠商事での経験を生かして、中期経営計画に基づき同社の一層の発展を指揮している。

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.

沿革

年月	沿革
1982年 9月	（株）ベルシステム二四を設立
1990年 7月	日本プレシジョン（株）を吸収合併し派遣事業を開始
1990年12月	（株）テレコミュニケーションズを吸収合併
1992年 8月	（株）ベルシステム 24（旧 ベルシステム 24 ①）に商号変更
1994年12月	株式を日本証券業協会へ店頭登録銘柄として登録
1995年 8月	（株）ワン・トゥ・ワン・ダイレクト設立（現（株）ベル・ソレイユ、現 連結子会社）
1997年 2月	東証 2 部に上場
1999年11月	東証 1 部に指定
2000年 4月	（株）海洋気象情報に資本・経営参加（2003 年 10 月、（株）お天気 .com に商号変更。 2008 年 3 月、旧 ベルシステム 24 ①に吸収合併）
2002年 6月	（株）ガリアプラスに資本・経営参加（2006 年 1 月、全保有株式売却）
2004年 1月	（株）インフォプラントに資本・経営参加（2015 年 10 月、全保有株式売却）
2005年 1月	東証における上場を廃止
2005年 7月	（株）BELL24・3dots に資本・経営参加（2007 年 11 月、（株）BELL24・Cell Product に吸収合併）
2005年 9月	（株）BELL24・Cell Product に経営・資本参加（2019 年 2 月、全保有株式売却）
2007年 6月	（株）電通ダイレクトフォースに資本・経営参加（2011 年 9 月、全保有株式売却）。 Shanghai BELL-PACT Consulting Limited に資本・経営参加（2009 年 5 月、持分譲渡）
2009年 3月	（株）ポッケを会社分割により設立（現 連結子会社）
2009年 6月	（株）ベルブックスを会社分割により設立し、同日、全保有株式を売却
2009年10月	（株）BCJ-3 及び、（株）BCJ-4 設立
2010年 2月	（株）BCJ-4 が旧 ベルシステム 24 ①の全株式を取得
2010年 6月	（株）BCJ-4 が旧 ベルシステム 24 ①を吸収合併し、（株）ベルシステム 24（旧 ベルシステム 24 ②）に商号変更
2011年 7月	（株）BCJ-3BS 設立
2011年10月	（株）BCJ-3BS が（株）BCJ-3 の全株式を取得
2012年 1月	（株）BCJ-7 設立
2012年 3月	（株）BCJ-3BS が（株）BCJ-3 及び旧 ベルシステム 24 ②を吸収合併し、 （株）ベルシステム 24（旧 ベルシステム 24 ③）に商号変更。 （株）ベル・メディカルソリューションズを会社分割により設立
2014年 3月	（株）ベルシステム 24（現 連結子会社）を会社分割により設立。 旧 ベルシステム 24 ③は現（株）ベルシステム 24 に事業を継承して持株会社に移行し、 （株）ベルシステム 24 ホールディングス（旧 ベルシステム 24 H①）に商号変更
2014年 6月	（株）BCJ-15 及び（株）BCJ-16 設立
2014年10月	Bain Capital Bellsystem Hong Kong Limited が保有する同社株式のうち 49.9% 相当を伊藤忠商事（株）に譲渡
2015年 3月	（株）BCJ-16 が（株）BCJ-7 及び旧 ベルシステム 24 H①を吸収合併し、 （株）ベルシステム 24 ホールディングス（旧 ベルシステム 24 H②）に商号変更
2015年 9月	（株）BCJ-15 が旧 ベルシステム 24 H②を吸収合併し、 （株）ベルシステム 24 ホールディングス（現在の同社）に商号変更。 現（株）ベルシステム 24（現 連結子会社）が BB コール（株）を吸収合併
2015年11月	東証 1 部に株式を上場
2017年 1月	（株）ベル・メディカルソリューションズが IML（株）を吸収合併し、 （株）ビーアイメディカルに商号変更
2017年 7月	ベルシステム 24、ベトナム Hoa Sao への出資完了 ベルシステム 24 ホールディングス、CTC ファーストコンタクト（株）へ出資、BPO 事業の連携強化
2017年11月	凸版印刷（株）との資本業務提携を発表。12 月に Bain Capital から凸版印刷へ株式を譲渡
2019年11月	ベルシステム 24 が子会社のビーアイメディカルを吸収合併
2020年 1月	ベルシステム 24 ホールディングス、タイのコンタクトセンター大手の True Touch に出資
2020年10月	ベルシステム 24、TB ネクストコミュニケーションズに出資

出所：有価証券報告書、会社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、(株) ポッケの子会社 4 社で構成されており、コールセンター業務を中心とする CRM 事業を主たる事業として、全国で事業展開している。同社グループの報告セグメントは、CRM 事業とその他事業の 2 つである。なお、2019 年 2 月には事業再編に伴い、100% 子会社であった (株)BELL24・Cell Product を売却した。また、2019 年 3 月には子会社の (株) ビーアイメディカルから CSO（Contract Sales Organization：医薬品販売業務受託機関）事業を譲渡し、さらに 2019 年 11 月にはビーアイメディカルをベルシステム 24 が吸収合併した。このように、事業再編によってグループのコア事業である CRM 事業に経営資源を集中する体制を整えている。

(1) CRM 事業

ベルシステム 24（同社 100% 子会社）による CRM 事業には、クライアント企業の商品やサービスに関する質問などに対応するカスタマーサポート業務、クライアント企業の商品・サービスなどの販売促進をサポートするセールスサポート業務、クライアント企業の IT 製品などの操作方法などに関する質問に対応するテクニカルサポート業務、クライアント企業のデータ入力や Web 制作などを請け負う BPO（Business Process Outsourcing：業務プロセスの外部委託）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、近年、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。また、2020 年 10 月には、凸版印刷が 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、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、子会社のベルシステム 24 では、2017 年 7 月にはベトナムのコンタクトセンター大手である Hoa Sao Group Joint Stock Company への 49% の出資し、社名を Bellsystem24-Hoa Sao Joint Stock Company（以下、Hoa Sao）に変更した。Hoa Sao は、ベトナム国内 10 拠点でコンタクトセンター事業を展開している。さらに、ベルシステム 24 ホールディングスでも、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 に出資し、2020 年 2 月には台湾最大手の総合通信会社である中華電信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

a) CTC ファーストコンタクト

BPO 分野でのビジネス拡大を目的に、CTC（伊藤忠テクノソリューションズ <4739>）の 100% 子会社でサービスデスクやコンタクトセンターなどの業務アウトソーシングサービスを担う CTC ファーストコンタクト（以下、CTCFC）を 2017 年 7 月より合弁会社化し、同社は CTCFC の 51% の株式を取得した。IT に関する専門的な知識を有する CTCFC は、これまで HDI 国際認定に準拠したサービスデスク／コンタクトセンターの運用サービス、教育・研修やマニュアル作成を含めたバックオフィスサービスなどを多数展開している。

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.

b) ポッケ

同社の 100% 子会社で、インターネット、その他メディアを利用した各種コンテンツの企画、制作、販売、及びこれに関するサービス運営をしている。具体的には、占い、気象予報、ライフスタイル、映像制作、法人向けなどの事業を展開し、様々なコンテンツを提供している。

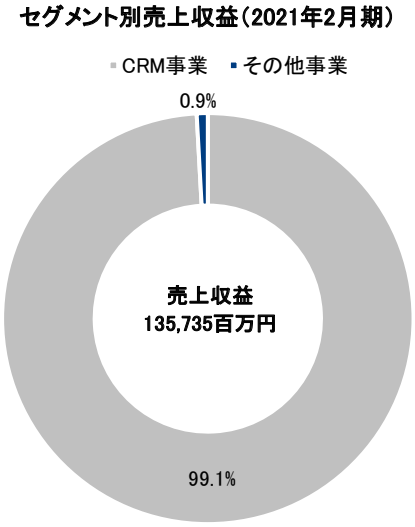
c) ベル・ソレイユ

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、ベルシステム 24 にも多く人材を紹介している。

売上収益及び営業利益の大部分を占める CRM 事業

2. 収益構造

同社では、CRM 事業が売上収益及び営業利益の大部分を占めている。2021 年 2 月期の連結業績では、CRM 事業が売上収益の 99.1% を占め、その他事業は 0.9% にとどまる。2020 年 2 月期の医薬関連事業再編に伴い、従来はその他事業に分類されていたビーアイメディカルがベルシステム 24 に吸収合併されたことから、CRM 事業のウェイトがさらに大きくなった。ただ、2021 年 2 月期は、CRM 事業が営業利益を計上したのに対し、その他事業はポッケに係る減損損失の影響から小幅ながら営業損失を計上している。

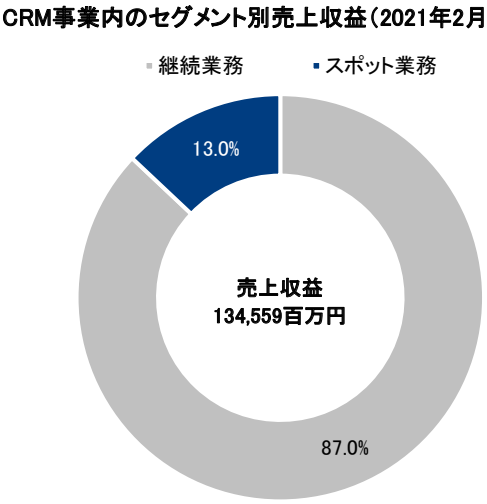


出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

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.

(1) CRM 事業内のセグメント別内訳

CRM 事業は、継続業務とスポット業務に分類される。契約期間が 1 年以上の案件を指す継続業務は、2021 年 2 月期では、CRM 事業の売上収益の 87.0% を占める同社のコア事業である。ただ、2021 年 2 月期はコロナ禍で新規案件が遅れた影響を受けた。一方、CRM 事業売上収益の 13.0% を占めるスポット業務は、1 年未満の契約のものから、リコールなどの際にクライアント企業の要請により数日で対応窓口を開設するものなど様々で、比較的に小さい案件が多いものの、利益率は比較的高いと見られる。2021 年 2 月期は、政府による新型コロナ対策としての各種支援に関する案内対応業務の増加などに伴い、スポット業務が大きく伸びた。

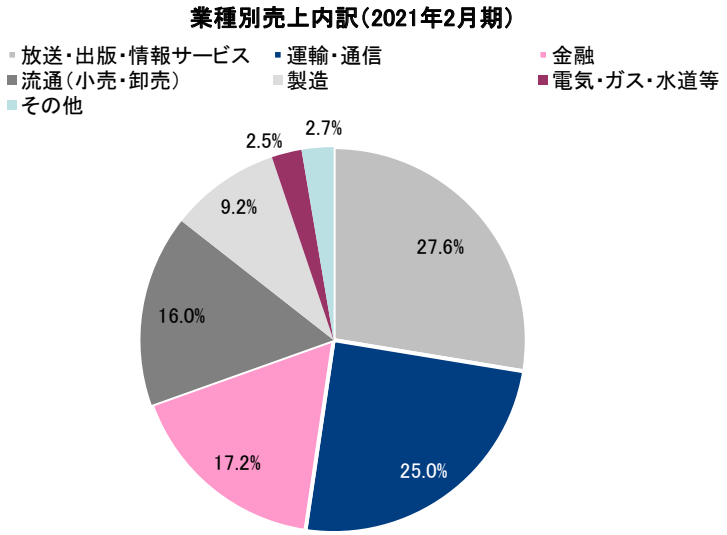


出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

(2) CRM 事業の業種別売上内訳

CRM 事業における 2021 年 2 月期の業種別売上収益上位 300 社の構成比を見ると、放送・出版・情報サービスが 27.6%、運輸・通信が 24.7%、金融が 17.2%、流通（小売・卸売）が 16.0%、製造が 9.2%、電気・ガス・水道等が 2.5%、その他が 2.7% の構成となっている。前期との比較では、流通（小売・卸売）、その他が減少したのを除き、他の全業種で増収であった。業種別構成比では、大型クライアントが加わったことで、運輸・通信業の構成比が 2017 年 2 月期の 10.2% から、大きく拡大している。また、凸版印刷との連携業務が増えたことで、2019 年 2 月期まで減少傾向にあった製造業の構成比も徐々に増大している。さらに、2021 年 2 月期は家賃給付業務を受注したことで、放送・出版・情報サービス業の構成比が増加した。

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.



注：CRM 事業の売上収益上位 300 社が集計対象
出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

業績動向

2021 年 2 月期は、コロナ禍関連のスポット業務が大きく貢献し、非常事態に社会インフラとしての役割を果たした

1. 2021 年 2 月期連結決算

2021 年 2 月期における日本経済は、コロナ禍の影響により厳しい状況が続き、特に観光業、飲食業への影響は甚大であった。一方で、在宅勤務や巣ごもり需要により、今までとは異なる生活様式から新たなコンタクトセンター需要が出てきている。また、雇用・所得環境においては、事業環境の厳しさから完全失業率は緩やかに悪化が続いており、上昇を続けてきた賃金水準も横ばい圏内での推移となっている。

同社グループが属する情報サービス業界は、アウトソーシング需要の高まりを受け、市場規模は堅調に推移している。また、コミュニケーション手段の急速な技術革新に伴い、消費者との対話においても AI（人工知能）等の導入による自動化が始まる等、カスタマーサービス分野において、なお一層のサービスの高度化が求められている。一方で、同社グループの主力事業である CRM 事業においては、同一労働同一賃金への対応により賃金の上昇が続いている。

このような経営環境下、同社グループでは 2021 年 2 月期からスタートした中期経営計画に基づき、「社員 3 万人の戦力最大化」、「音声データ活用による DX 推進」、「信頼と共創のパートナー成長」の実現に取り組んでおり、着実に成果をあげている（後述の「中期経営計画」のセクションを参照）。

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.

こうした取り組みの結果、同社の 2021 年 2 月期の連結業績は、売上収益 135,735 百万円（前期比 7.2% 増）、営業利益 11,799 百万円（同 6.3% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 7,252 百万円（同 3.5% 増）の増収増益決算となった。業績予想に比べて、売上収益は 2.8%、営業利益は 2.6%、親会社株主に帰属する当期利益は 0.7% 上回る、順調な決算であった。新型コロナ対策としての政府による家賃給付や 10 万円給付関連の書類への問い合わせ対応業務など、大型スポット業務の受注による売上収益増と、自宅待機した社員にも十分な給与を保証したことで、退職率の低下に伴うコスト抑制などが増益をもたらした。こうした好決算は、コロナ禍という非常事態にあっても、同社が社会インフラとしての役割を十分に果たした証左と評価できるだろう。

以上から、2021 年 2 月期の同社の売上収益営業利益率は 8.7% で、前期比 0.1pt 低下したものの、2020 年 3 月期の東証 1 部上場会社サービス業平均の 4.5% を大きく上回る。同様に、ROE も 14.2% で高水準を維持し、東証 1 部上場社サービス業平均の 5.6% を大きく上回っている。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が、同社の収益性は極めて高いと言えるだろう。

2021 年 2 月期 連結業績

（単位：百万円）

	20/2 期	21/2 期	前期比増減率	前期比増減額	21/2 期予想	予想比
売上収益	126,663	135,735	7.2%	9,072	132,000	2.8%
営業利益	11,105	11,799	6.3%	694	11,500	2.6%
税引前利益	10,534	11,305	7.3%	771	11,050	2.3%
親会社の所有者に帰属する当期利益	7,006	7,252	3.5%	246	7,200	0.7%
＜収益性＞						
売上収益営業利益率	8.8%	8.7%	-	-0.1pt	-	-
売上収益税引前利益率	8.3%	8.3%	-	0.0pt	-	-
売上収益当期利益率	5.5%	5.3%	-	-0.2pt	-	-
ROE（親会社所有者帰属持分当期利益率）	14.8%	14.2%	-	-0.6pt	-	-
ROA（資産合計税引前利益率）	6.3%	6.6%	-	0.3pt	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

（1）セグメント別の状況

セグメント別では、主力の CRM 事業の売上収益が 134,559 百万円（前期比 7.5% 増）で、売上収益全体の 99.1% を占めた。一方、その他事業は 1,176 百万円（同 22.7% 減）で、売上収益全体の 0.9% にとどまった。

CRM 事業のうち、主力の継続業務は、コロナ禍の影響で営業活動に制約があり、新規業務が遅れたことで、117,106 百万円（前期比 2.2% 増）にとどまった。ただ、スポット業務では、政府の新型コロナ対策の一環としての家賃給付や 10 万円給付の提出書類に関する問い合わせ対応業務が急増した結果、売上収益は 17,453 百万円（同 65.5% 増）となり、CRM 事業の増収に大きく貢献した。一方、その他事業は、医療関連事業の再編に伴い、医薬・ヘルスケア分野のコンタクトセンター事業等を CRM 事業に含めて開示することに変更したこともあり、前期比では減収となった。

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.

営業利益段階では、CRM 事業が 12,367 百万円（前期比 12.7% 増）であった。一方、その他事業は 568 百万円の損失（前期は 127 百万円の利益）に終わった。その他事業では、医薬・ヘルスケア関連の不採算事業を 2020 年 2 月期に売却した効果があったものの、2021 年 2 月期は子会社ポッケに係る減損損失 854 百万円の計上が響いた。ただ、減損損失の計上も、不採算案件については早めに手を打つという同社の経営姿勢を示す一例と言えるだろう。以上の結果、コア事業である CRM 事業の営業利益率は 9.2% と前期比 0.4 ポイント上昇した。

セグメント別連結業績

（単位：百万円）

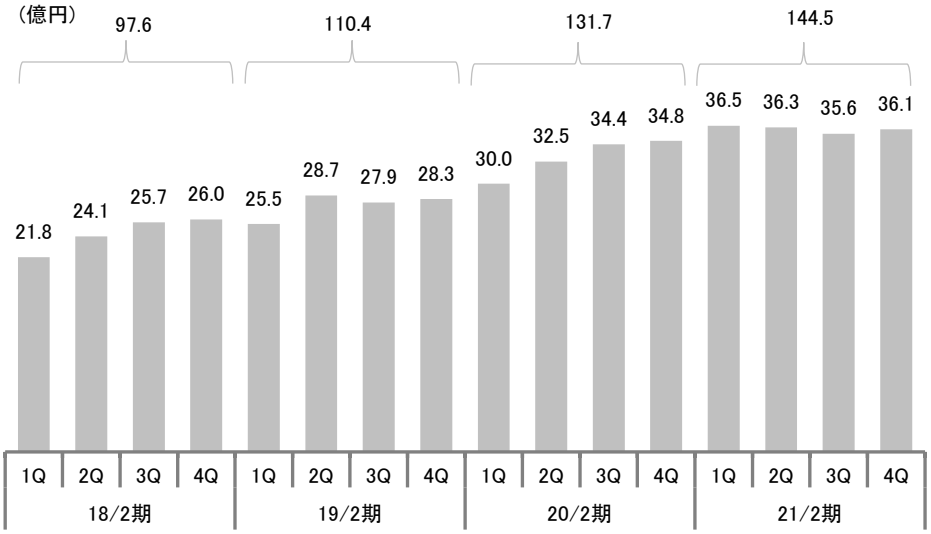
	20/2 期	21/2 期	前期比増減率	前期比増減額
売上収益	126,663	135,735	7.2%	9,072
CRM 事業	125,142	134,559	7.5%	9,417
継続業務	114,597	117,106	2.2%	2,509
スポット業務	10,545	17,453	65.5%	6,908
その他事業	1,521	1,176	-22.7%	-345
営業利益	11,105	11,799	6.3%	694
CRM 事業	10,978	12,367	12.7%	1,389
その他の事業	127	-568	-547.2%	-695
営業利益率	8.8%	8.7%	-	-0.1pt
CRM 事業	8.8%	9.2%	-	0.4pt
その他事業	8.3%	-	-	-

出所：決算短信補足説明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拡大については、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の継続･拡大を図った。同社が定義する伊藤忠シナジーとは、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。これらの伊藤忠グループ案件による売上収益は、2018 年 2 月期の 97.6 億円から、2021 年 2 月期は 144.5 億円へと、年々順調に増加している。2021 年 2 月期はコロナ禍の影響を受けて伸びが一時的に鈍化しているものの、今後も新技術活用における連携（出資、提携など）、海外事業展開における連携などによって、伊藤忠シナジーはさらに増加し続ける見通しだ。

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.

伊藤忠シナジーによる四半期ごとの売上収益



出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

（2）財務及びキャッシュ・フローの状況

2021 年 2 月期末の資産合計は 172,888 百万円（前期末比 4,380 百万円増）であった。うち、流動資産は 26,381 百万円（同 576 百万円減）となったが、これは営業債権が 1,677 百万円増加した一方、現金及び現金同等物が 2,249 百万円、未収還付法人所得税が 274 百万円減少したことなどによる。また、非流動資産は 146,507 百万円（同 4,956 百万円増）で、これはのれんが 854 百万円、無形資産が 613 百万円減少したが、有形固定資産が 4,610 百万円増加したこと等による。

一方、負債合計は 119,378 百万円（前期末比 407 百万円増）となった。うち、流動負債は 48,952 百万円（同 10,994 百万円増）となったが、これは主に借入金が 9,799 百万円増加したことなどによる。また、非流動負債は、70,426 百万円（同 10,587 百万円減）であったが、これは長期借入金が 14,835 百万円減少したことなどによるものだ。資本合計は 53,510 百万円（同 3,973 百万円増）となった。これは主に親会社の所有者に帰属する当期利益の計上により、配当支払い後の利益剰余金が 4,164 百万円増加したことによる。

以上の結果、自己資本比率は前期末比 1.5 ポイント上昇して 30.7% となった。前期末は、リースの会計処理変更に伴い一時的に低下したが、今後は利益の蓄積により再び上昇を続けると見られる。現状でも、同社の自己資本比率は、2020 年 3 月期の市場第 1 部サービス業平均の 6.7% を大きく上回る高水準である。また、同社のネット D/E レシオは 1.09 倍と同 0.14 改善し、高い安全性を維持している。加えて、同社ではメガバンクとの間でコミットメントライン契約を結んでおり、不測の事態に対しても十分に備えていると言える。

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.

連結貸借対照表

（単位：百万円）

	20/2 期末	21/2 期末	増減額
流動資産	26,957	26,381	-576
現金及び現金同等物	7,767	5,518	-2,249
営業債権	17,967	19,644	1,677
非流動資産	141,551	146,507	4,956
有形固定資産	32,674	37,284	4,610
のれん	96,250	95,396	-854
無形資産	3,323	2,710	-613
資産合計	168,508	172,888	4,380
流動負債	37,958	48,952	10,994
営業債務	6,144	6,141	-3
借入金	10,436	20,235	9,799
非流動負債	81,013	70,426	-10,587
長期借入金	57,742	42,907	-14,835
負債合計	118,971	119,378	407
（有利子負債）	68,178	63,142	-5,036
非支配持分	369	397	28
資本合計	49,537	53,510	3,973
＜安全性＞			
自己資本比率（親会社所有者帰属持分比率）	29.2%	30.7%	1.5pt
ネット D/E レシオ（倍）	1.23	1.09	0.14 改善

出所：決算短信よりフィスコ作成

キャッシュ・フローの状況としては、同社の 2021 年 2 月期末時点の現金及び現金同等物の残高は 5,518 百万円（前期末比 2,249 百万円減）、また同社が自由に使える現金を示すフリー・キャッシュ・フローは 11,709 百万円（前期比 1,795 百万円減）であった。営業活動の結果得られた資金は 14,886 百万円で、これは主に、税引前利益 11,305 百万円、減価償却費及び償却費 7,786 百万円、法人所得税の支払額が 5,056 百万円によるものである。投資活動の結果使用した資金は 3,177 百万円で、これは主に有形固定資産の取得による支出 1,695 百万円、敷金及び保証金の差入による支出が 789 百万円などによる。財務活動の結果使用した資金は 13,955 百万円となり、これはリース負債の返済による支出 5,583 百万円、配当金の支払額 3,088 百万円、長短借入金の返済による支出 5,136 百万円などによるものであった。

連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

	20/2 期	21/2 期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	16,717	14,886	-1,831
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-3,213	-3,177	36
財務活動によるキャッシュ・フロー	-11,799	-13,955	-2,156
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	13,504	11,709	-1,795
現金及び現金同等物の期末残高	7,767	5,518	-2,249

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.

2022 年 2 月期も、堅調なアウトソーシング需要を背景に増収増益を予想

2. 2022 年 2 月期連結業績予想

同社グループは、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凸版印刷の多様な企業ネットワークを活用した新規クライアント獲得強化による売上規模拡大に加え、人件費増に対応する適切なサービス価格設定の実施と、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、収益基盤の拡充策を強力に展開する計画だ。

また、最先端の技術を活用したソリューションの提供など、新しい顧客体験の実現に向けた取り組みを進め、クライアント企業の期待水準を上回るビジネス価値を創造する。従業員に対しては、コンタクトセンター業務に必要なスキルを業務配属前に手厚く教育する就業支援施設の全国展開や、女性活躍を始めとするダイバーシティへの取り組み、障がい者の積極的な雇用など、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考えだ。

こうした取り組みを踏まえ、2022 年 2 月期は売上収益 139,000 百万円（前期比 2.4% 増）、営業利益 12,200 百万円（同 3.4% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 7,800 百万円（同 7.6% 増）の増収増益を計画する。売上収益では、前期の大型スポット業務終了の反動減はあるものの、前期には積極的な営業活動ができなかった継続業務において、社会構造の変化などを受けた堅調なアウトソーシング需要を背景にした増収を見込む。また、営業利益段階では、DX 推進により戦略・先行投資が増加するものの、新規取り組み強化などにより継続業務は安定拡大するうえ、前期の減損損失の反動もあって増益を予想する。未だにコロナ禍の収束が見通せない不透明な経営環境の中で、増収増益を見込む意欲的な計画であるが、同社では例年、保守的な業績予想を発表していることに留意したい。

2022 年 2 月期 連結業績予想

（単位：百万円）

	21/2 期	22/2 期（予）	前期比増減率	前期比増減額
売上収益	135,735	139,000	2.4%	3,265
営業利益	11,799	12,200	3.4%	401
税引前利益	11,305	11,869	5.0%	564
親会社の所有者に帰属する当期利益	7,252	7,800	7.6%	548
＜利益率＞				
売上収益営業利益率	8.7%	8.8%	-	0.1pt
売上収益税引前利益率	8.3%	8.5%	-	0.2pt
売上収益当期利益率	5.3%	5.6%	-	0.3pt

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.

中期経営計画

中期経営計画では、人材活用・DX 推進・アライアンス強化により、さらなる業績拡大を目指す

1. 中期経営計画の目標

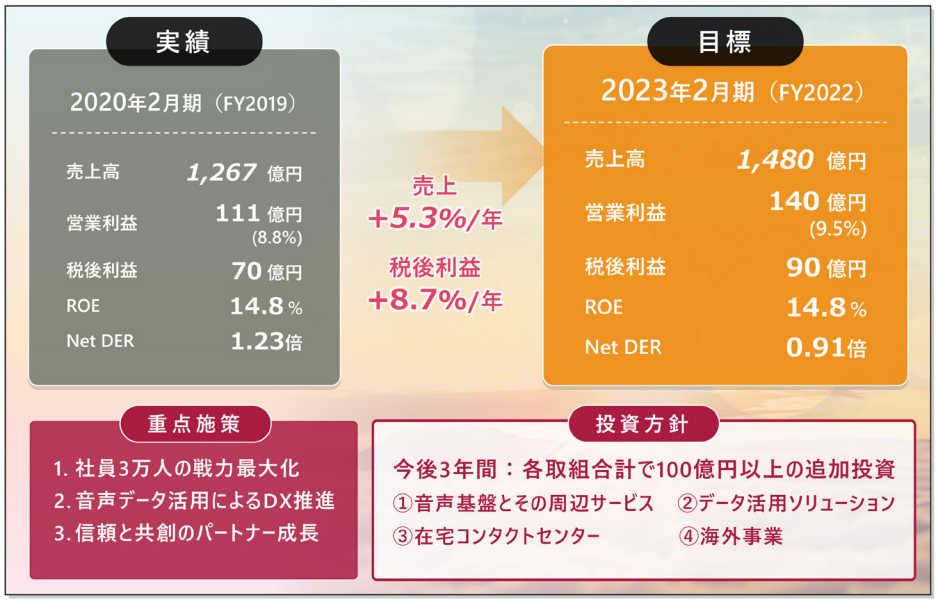
2020 年 5 月に就任した野田社長のもとで発表した「中期経営計画 2022」（2021 年 2 月期 − 2023 年 2 月期）の概要は、以下のとおりである。

まず、同社では、今後 3 年間については、激変する社会を成長機会と捉えている。すなわち、社会の状況変化については、パンデミック、気候変動、サイバーセキュリティなどの複合リスク、人々の価値観と行動の変化（対面から非対面へ）、テクノロジーの加速的な進歩による労働環境の変化などを予想する。そして、社会で予測される市場変化として、非対面への移行や BCP（Business Continuity Plan：事業継続計画）対策によるコンタクトセンター需要の増加、顧客接点変化や早期リスク発見など音声データの重要性の高まり、データ活用によるマーケティングが企業競争力に直結することなどを想定する。そうした環境変化のなかで、同社に求められる課題として、オペレーションから新技術まで多様な人材の活躍と BCP を念頭に置いた在宅コンタクトセンターの強化、多元的なデータ分析を実現するための音声・CRM 基盤の整備、DX を加速・最大化させるために優良パートナー企業との協業強化が必要であると見ている。

同社では、年間 3,000 の業務フロー、5 億件を超す応対実績と知見を生かしたコンサルティング力によって、パートナー企業とともにサービスの付加価値・品質向上を提供し、さらに新領域での事業連携を創出することが、成長につながると考えている。そこで、中期経営計画では、1）「社員 3 万人の戦力最大化」、2）「音声データ活用による DX 推進」、3）「信頼と共創のパートナー成長」を重点施策と定め、その実現のために今後 3 年間で合計 100 億円以上の追加投資を行う。その結果、計画最終年度の 2023 年 2 月期には、売上収益 1,480 億円（年率 5.3% 増）、営業利益 140 億円（営業利益率 9.5%）、税引後利益 90 億円（年率 8.7% 増）、ROE14.8%、ネット D/E レシオ 0.91 倍の達成を定量目標として目指す。今後の社会・経済環境の変化を前提とした上での、意欲的な目標設定と言えるだろう。計画初年度の 2021 年 2 月期決算は、コロナ禍という厳しい経済環境の中でも増収増益を記録し、中期経営計画達成に向けてまずまずのスタートを切ったと評価できるだろう。

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.

中期経営計画の定量目標



出所：中期経営計画 2022 より掲載

在宅コンタクトセンター増設、音声・CRM データ基盤の強化、戦略提携で、新事業モデル推進を目指す

2. 3 つの重点施策と社会的課題への取り組み

同社は中期経営計画における具体的戦略として、(1) 社員 3 万人の戦力最大化、(2) 音声データ活用による DX 推進、(3) 信頼と共創のパートナー成長、の 3 つを計画達成の重点施策として推進する。同時に、SDGs（持続可能な開発目標）を踏まえ、社会課題解決にも前向きに取り組む姿勢である。

(1) 社員 3 万人の戦力最大化

第 1 の重点施策として、社員 3 万人の戦力最大化を図り、特に経験豊富な人材の活用として、在宅コンタクトセンターの増設を計画する。

同社では、現在、社員 3 万人（契約社員を含む）を擁し、北は北海道から南は沖縄まで、全国でコールセンター業務を展開している。また、自社センター拠点数は 37 拠点、自社保有席数は約 18,000 席で、さらにサテライト席数（顧客先のコールセンターで業務を行う）約 15,000 席を保有する。

中期経営計画では、この 3 万人の機動力や現場オペレーション力のさらなる強化、定着率向上による品質と対応スキルの高度化、働き方改革の推進（在宅コンタクトセンターの増強）、安心して働ける環境の提供（パンデミック対応）などを実施する。特に、社会を支え、品質を担保する人材を働きやすさで支えるために、在宅ワーク増強に注力し、在宅席数を計画開始時点の約 1,000 席から 4,000 席に大幅増設する計画だ。

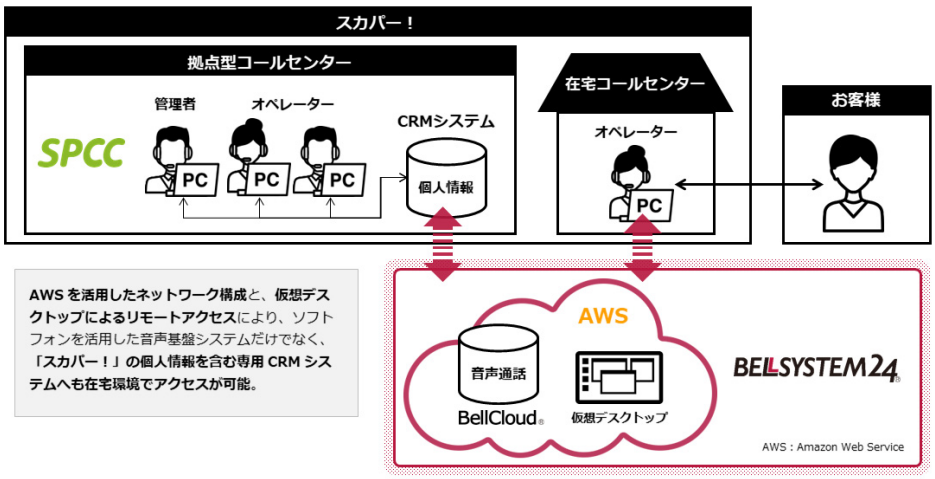
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

社会からは、多様な人材の活躍や新たな雇用の創出が求められている。同社のクライアント企業からは、体制の柔軟化や BCP 対応の必要性が高まっている。そして、同社の従業員からは、働き方を選べる環境や介護・育児との両立を求める声が大きい。そうした現状を踏まえれば、最新のテクノロジーを活用した在宅コンタクトセンターは、社会、クライアント、同社従業員の三者のニーズを満たし、Win-Win の関係を作り上げるものと言えるだろう。

今後も業容拡大を目指す同社にとっては、オペレーターの確保が重要課題の 1 つである。最近の技術進歩により、顧客へのサポート業務をコールセンター拠点以外の場所でも提供できるようになったことで、地方に住む人や育児・介護と仕事を両立したい人など、時間や場所の制約がある人も、コールセンター拠点に勤めるオペレーターと同レベルの業務を行うことを可能になっている。コロナ禍をきっかけに、在宅勤務を希望するオペレーターが増えると見込まれる。同社の計画は、どのような非常時においても、社会インフラとしての役割を果たしたいとの考えに基づくものと言えるだろう。

中期経営計画初年度の 2021 年 2 月期には、在宅勤務は約 8 割の社員が活用し、在宅コンタクトセンターは 1,300 席へ拡大しているが、2022 年 2 月期末には 2,400 席への増加を計画している。また、2020 年 10 月には、（株）スカパー・カスタマーリレーションズの運営する、日本最大の有料多チャンネル放送サービス「スカパー！」のカスタマーサポート業務において、ニューノーマル時代における「新しい働き方」の実現などを目的に、クラウド型コールセンターシステムを活用し、在宅オペレーターによるコールセンターの運用を開始した。このように、社員 3 万人の戦力最大化に向けて、着々と「新しい働き方」を実現している。

在宅ワーク増強：「スカパー！」カスタマーセンター運用開始



出所：ニュースリリースより掲載

同社では、これまでも退職抑止、採用力強化、現場人材管理の精微化を推進してきた。すなわち、継続雇用期間 6 ヶ月を経過したコールセンターの現場管理者やスタッフなどの有期雇用社員約 22,000 人に対して、2017 年 10 月より順次正社員登用に加え、2018 年 12 月には契約社員の待遇向上を実現する新人事制度を導入し、社員のライフスタイルに合わせた働きがいのある評価制度の運用を開始している。

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.

また、2019 年 8 月には、従来はスキル不足により採用を見送っていた人材を確保し、就業支援を行うことで即戦力化するための施設「SUDAchi（すだち）」を札幌に開設した。すなわち、コンタクトセンター業務に必要な、コミュニケーションやタイピングといったスキルなどを就労前に教育をすることで即戦力化を図るものである。SUDAchi は、今では全国の各拠点での展開を開始している。こうした就労支援の結果、人材の定着率も高まっている。さらに、2019 年 7 月には、沖縄、福岡に続き全国 3 ヶ所目の企業内保育園を札幌オフィス内に開設し、産休・育休明けの従業員の復職や育児と仕事の両立を支援している。

このような数々の施策は、優秀な人材確保こそが同社成長の基盤であるとの考えに基づくものと言えるだろう。

（2）音声データ活用による DX 推進

第 2 の重点施策として、音声データ活用による DX 推進を計画し、DX 推進によって音声 /CRM データ基盤の強化を図る計画だ。

具体的には、優良顧客との信頼関係をもとに DX 推進、音声・CRM 基盤の整備によるデータ資産化、データ分析による高付加価値の提供、コンサル機能強化により新たな領域での事業創出などを行う。すなわち、膨大な応対業務で得た音声活用ノウハウを活用して、音声データの基盤強化を図る考えだ。

同社は、消費者への対応、消費者との通信履歴など、膨大なユーザー対話から課題を解決したデータを保有している。こうしたデータを、自社分析チームにより、AI・シナリオチューニング、FAQ& スクリプト最適化など、現場に即したナレッジを蓄積することで、運用ノウハウの深化を図る。また、蓄積したデータに基づき店舗データ、消費傾向、Web 行動などを分析することで、ユーザー接点の拡大や解決業務の多様化を図り、クライアントとの連携強化に役立てる。同社では、データを多面的に分析することで、クライアントが望む品質改良、自動化、解約防止、売上増大などについての施策を提案することが可能になる。

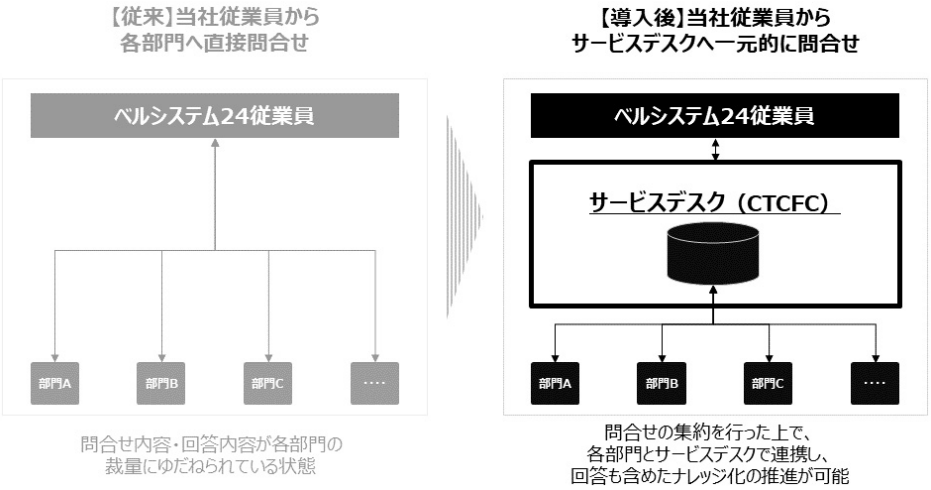
このように最新テクノロジーを活用することで、同社のビジネスのさらなる発展を目指す計画である。特に、現在のコロナ禍の収束が見えない環境下では、非対面化、効率化、省力化を検討するクライアント企業からの同社への依頼は増加傾向にあるようだ。

中期経営計画初年度の実績としては、2020 年 6 月には、（株）ソニーコンピュータサイエンス研究所と連携し、「ヒト」と「新技術」を融合させた「次世代コンタクトセンター」の創出を目的に「イノベーション＆コミュニケーションサイエンス研究所」を設立した。また、独自開発の AI 検索エンジン「Mopas ™（モーパス）」と、AI ナレッジメンテナンス機能「Knowledge Creator ™（ナレッジクリエーター）」により、e メールでの問い合わせ対応業務の効率化と削減につなげるコンタクトセンター業務に特化した新たな AI サービスの提供を開始した。さらに、2020 年 11 月には、社内問合せ業務の効率化を目的に、子会社の CTCFC が提供するヘルプデスクサービスの導入と、独自 AI 検索エンジン「Mopas ™（モーパス）」の活用を開始した。情報システム部門から導入を開始し、今後人事・法務部門へ展開することで、約 3 万人の従業員からの問い合わせ対応を可能にするものである。

このように、音声データ活用による DX 推進戦略についても、着々と実績を積み上げていると評価できるだろう。

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.

音声データ基盤強化：独自 AI 検索エンジンの活用開始



出所：ニュースリリースより掲載

（3）信頼と共創のパートナー成長

第 3 の重点施策である信頼と共創のパートナー成長では、アライアンス強化によって、パートナーとビジネスネットワークの醸成を図る計画である。

すなわち、伊藤忠商事・凸版印刷との協業を深化、新規パートナー企業との生活者データ活用の強化、新技術ベンチャー企業との提携の促進、現地優良企業との戦略提携による海外展開（ベトナム、タイ、台湾）などを図る。特に、戦略提携の推進により、新たな挑戦にともに取り組むパートナーと相乗価値を創ることを目指す。

同社では、これまでも優良顧客と対話データの活用で提携を進めてきた。また、筆頭株主である伊藤忠商事とは、伊藤忠グループ関連の案件やその取引先との新規案件の獲得による伊藤忠シナジーは、年々拡大を続けている。さらに、大株主の凸版印刷とも、コールセンター業務の統合・効率化、デジタルマーケティングサービスの提供を開始し、凸版シナジーによる売上収益も大きく伸びている。

中期経営計画初年度の動きでは、2020 年 5 月には、凸版印刷と、企業の DX 推進を支援する次世代 BPO（Business Process Outsourcing：業務プロセスの外部委託）サービス会社 TB ネクストコミュニケーションズを設立した（出資比率：凸版印刷 51%、同社 49%）。同社本体の凸版シナジーだけではなく、この子会社を通じても凸版印刷からの受託業務を増やす戦略と言えるだろう。また、前述の通り 2020 年 6 月には、ソニーコンピュータサイエンス研究所と、「イノベーション＆コミュニケーションサイエンス研究所」を設立している。

このように、同社では、新たな領域に挑むパートナー企業とのアライアンス推進により、次の事業の創出を目指す計画である。

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.

国内では、アウトソーシング市場規模は年 5% 程度での成長を継続すると見られているが、対 GDP における BPO 比率は、欧米諸国と比較して未だ低く、今後より一層の拡大が見込まれる。一方、同社は海外事業展開についても積極的に進めており、ベトナム・タイ・台湾などで海外展開の足掛かりを構築してきた。子会社のベルシステム 24 を通じて、2017 年 7 月には、ベトナムのコンタクトセンター最大手 Hoa Sao に 49% の出資をし、ベトナムにおける事業を開始した。また、ベルシステム 24 ホールディングスでは、2020 年 1 月に、タイでコンタクトセンター事業大手の True Touch に 49.99% の出資し、タイ、日本、及び多国籍企業などのニーズに応え、タイにおけるコンタクトセンター業界の売上トップシェアを目指している。同様に台湾でも、2020 年 2 月に、同国最大手の総合通信会社中華電信の子会社と業務提携契約を締結し、コンタクトセンター運営ノウハウと現地ニーズを融合させた台湾におけるコンタクトセンターアウトソーシング市場の開拓・拡大を目指して、2020 年 4 月より事業を開始した。こうした海外事業展開では、伊藤忠グループのネットワークを活用することで、成長が見込める案件に絞って、国内向けサービスと同等の高度化した CRM 事業を展開することで収益拡大を図っている。

現状は、コロナ禍の影響から、海外での新たな事業展開は制約を受けているが、事態が収束すれば再び同社成長の一翼を担うと期待される。

社会的課題にも積極的に取り組む

（4）社会的課題への取り組み

同社では、企業理念や重要課題及び SDGs（持続可能な開発目標）を踏まえ、社会課題解決のための活動にも積極的に取り組む方針だ。従来から CSR（企業の社会的責任）にも積極的に取り組んでおり、これまでに CSR 推進室の新設や障がい者社員の活躍機会の創出などを実現してきた。SDGs はビジネスを通じて社会に貢献することであり、また CSR は社会貢献のためのボランティアが中心となるが、それらを両立させることが目標と言えるだろう。

同社では、2018 年 11 月には、久遠チョコレート（(一社) ラ・バルカグループ）と多様な人材による多様な働き方の実現を目的に、障がい者 10 名によるチョコレート製造を愛知県豊橋市において開始した。久遠チョコレート豊橋工場において、同社の社員親子が CSR を学ぶコラボレーションイベント「Kids & Family Chocolate Academy」も開催している。さらに 2019 年 2 月には、コーヒーを通じた SDGs の実現を進める（株）ミカフェートのプロデュースのもと、同社の本社オフィスラウンジにて障がい者がコーヒーを抽出し、提供するカフェの開設及び来客者への提供、社員へのコーヒーサービスを開始した。2019 年 9 月には札幌コールセンター内に、2020 年 8 月には沖縄コールセンター内に、2021 年 4 月には福岡コールセンター内にも同様のカフェを開設した。また、2019 年 5 月には、千葉県船橋市で、SDGs 並びに多様な人材による多様な働き方の実現を目的とした活躍機会を提供する新たな取り組みとして、障がい者社員による農園の運用を開始した。さらに、2019 年 8 月には、国際 NGO コンサベーション・インターナショナルによる、コーヒーを真に持続可能な農産物とするための呼び掛けである、「サステナブル・コーヒー・チャレンジ」への参画を開始した。

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.

同社では、このように様々な形で社会的課題の解決に取り組んできた。その結果、2019 年 3 月には厚生労働省より、優良な子育てサポート企業としてコールセンター業界初の「プラチナくるみん」に認定、同月には経済産業省・（株）東京証券取引所より、女性活躍推進企業としてコールセンター業界初の「なでしこ銘柄」に認定、2020 年 5 月には厚生労働大臣から女性活躍推進法に基づく「えるぼし」の最高位 3 段階目に認定、2020 年 11 月には、任意団体 work with Pride より LGBTQ など性的少数者に関する取り組みの評価指標「PRIDE 指標 2020」の最高位“ゴールド”を 2 年連続受賞、2020 年 3 月には、NPO 法人 J-Win が主催し、内閣府や厚生労働省などが後援する「2020 J-Win ダイバーシティ・アワード」において、「ベーシック部門」の最高賞である「ベーシックアチーブメント大賞」を業界で初受賞したことに続き、2021 年 3 月には、「2021 J-Win ダイバーシティ・アワード」の個人賞「リーダー・アワード」を業界で初受賞など、同社の取り組みは社外からも高く評価されている。

同社では、今後も社会的課題への取り組みに注力する方針である。こうした数々の取り組みは、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、結果として同社のさらなる利益拡大につながると考えられる。

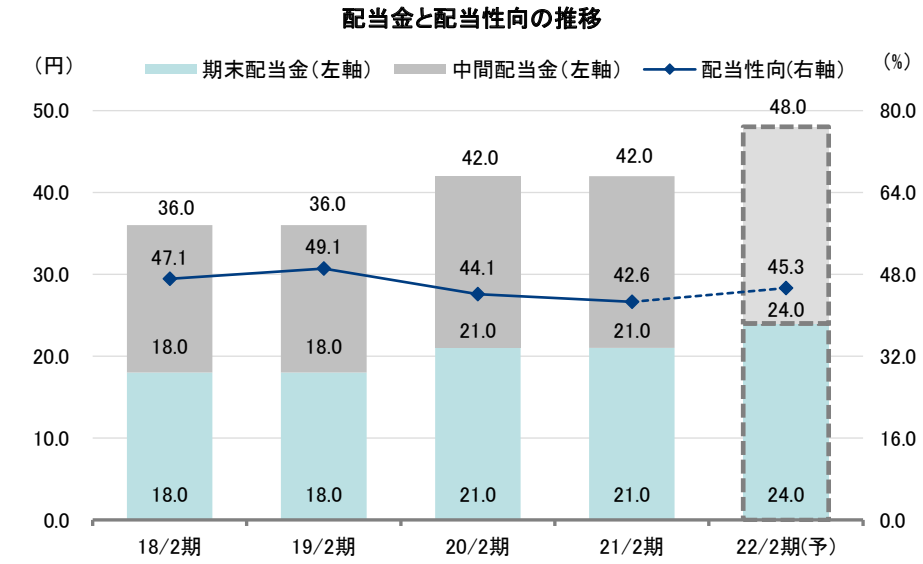
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

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上で、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。2021 年 2 月期には厳しい経営環境下でも期初の計画どおり、前期と同額の中間配当 21 円、期末配当 21 円、合計 42 円の配当とした。ただ、配当性向は 42.6% に低下し、2020 年 3 月期東証 1 部サービス産業の平均水準 45.7% を下回った。

同社では、2022 年 2 月期については、増収増益の業績を予想する一方、中間配当 24 円、期末配当 24 円、合計 48 円への増配を計画する。その結果、配当性向は 45.3% に上昇する見通しだ。いまだコロナ禍の収束が見通せず、今後の経済環境は不透明ながら、中期経営計画の着実な推進によって 2022 年 2 月期業績が予想を上回る着地見通しになれば、配当性向 50% の目標に向けて、増配を検討することも考えられるだろう。



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.

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 5-13-3
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