

|| 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 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2021 年 11 月 17 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. 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 月期第 2 四半期は、コロナ禍関連のスポット業務が大きく貢献し、 大幅な増収増益を達成	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 月期第 2 四半期連結業績	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	20

■ 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、約 3 万人の従業員、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 月期第 2 四半期は、コロナ禍関連のスポット業務が大きく貢献し、大幅な増収増益を達成

2021 年 2 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上収益 73,110 百万円 (前年同期比 9.3% 増)、営業利益 7,200 百万円 (同 8.7% 増)、親会社の所有者に帰属する四半期利益 4,918 百万円 (同 15.7% 増) の大幅な増収増益決算となった。通期の業績予想に対して、売上収益は 52.6%、営業利益は 59.0%、親会社の所有者に帰属する四半期利益は 63.1% に達する順調な進捗であった。売上収益では、主力の CRM 事業において新型コロナウイルス感染症拡大 (以下、コロナ禍) 関連のスポット業務の拡大が大きく貢献した。営業利益も、CRM 事業の増収に伴い増加した。また、親会社の所有者に帰属する四半期利益は、営業利益の増加に加えて、持分法による投資損益の増加により大きく増加した。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ている証左と言えるだろう。この結果、売上収益営業利益率は 9.8% と概ね前期並みの高水準を維持し、自己資本比率 (親会社所有者帰属持分比率) も 32.3% に上昇した。2021 年 3 月期東証 1 部サービス業平均の営業利益率 3.1%、自己資本比率 6.5% 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。好業績を反映して、中間配当は 24 円と、前年同期の 21 円から増配した。

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 月期通期業績は、期初予想を維持し、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を予想するものの、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、前期の減損損失計上の反動もあって、増益を予想する。今後のコロナ禍の動向次第ではあるが、第 2 四半期累計決算の進捗状況を見ても、例年通り非常に保守的な業績予想であると見られる。期末配当 24 円を予定し、年間配当は 48 円 (前期は 42 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。

要約

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

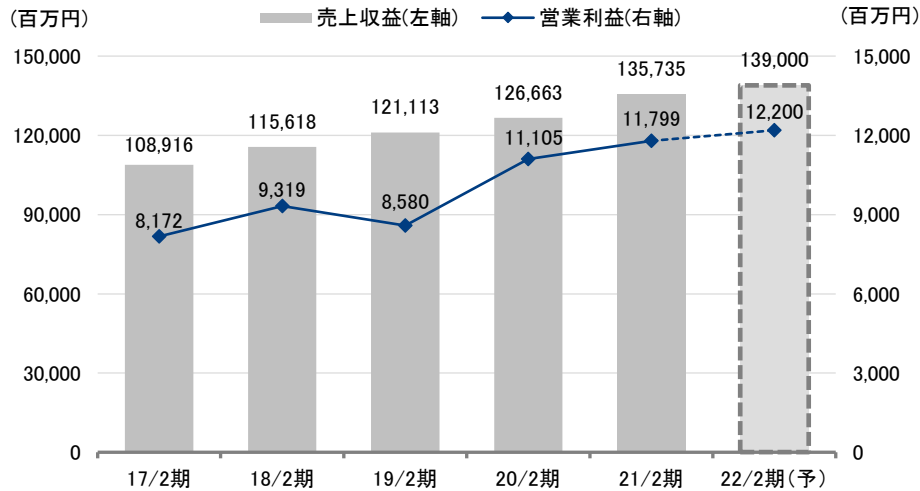
現在推進中の「中期経営計画 2022」(2021 年 2 月期 - 2023 年 2 月期)の定量目標では、最終年度には売上収益 1,480 億円、営業利益 140 億円(売上収益営業利益率 9.5%)、税引後利益 90 億円、ROE14.8%、ネット D/E レシオ 0.91 倍を目標に設定し、売上収益は年平均 5.3% 増、税引後利益は同 8.7% 増を計画する。コロナ禍の厳しい経済環境の中で、これまでの業績は順調な途中経過と言えよう。計数目標を実現するための重点施策として、1) 人材活用:在宅コンタクトセンター(コールセンターと同義)増設、2) DX(デジタルトランスフォーメーション:デ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が、着々と実績を積み上げている。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
- ・2022 年 2 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上収益 73,110 百万円(前年同期比 9.3% 増)、営業利益 7,200 百万円(同 8.7% 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ている証左。売上収益営業利益率、自己資本比率が高く、収益性・安全性は極めて高い。中間配当は 24 円に増配
- ・2022 年 2 月期通期は、期初予想通り、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を見込む。ただ、例年通り保守的な業績予想。年間 48 円への増配を計画するが、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、意欲的な目標ながら、厳しい環境下でも、順調な途中経過。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

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

全国で 37 拠点、3 万人近くの従業員を擁する、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、契約社員を含めて 3 万人弱の社員、自社保有席数 18,000 席超、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 8 月末現在では、伊藤忠商事が筆頭株主で 40.75% を保有し、2017 年 11 月に資本業務提携をした凸版印刷が 14.34% 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。また、コロナ禍に対応して在宅勤務とオフィス勤務の新しい働き方に対応するため、2021 年 6 月には、本社オフィスを「神谷町トラストタワー」に移転した。

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。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証 1 部

2021 年 11 月 17 日 (水)

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

会社概要

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	日本プレジジョン(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)ベルボ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)ピ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 が子会社のピ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 (2021 年 2 月末現在 49% 保有)
2020年 3月	台湾支店開設
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
2021年 6月	本社を東京都港区に移転

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、近年は成長が著しいソーシャルメディアやチャットにも対応している。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、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 へ出資し (49.0% 保有)、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、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 (49.99% 保有)、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 月より合併会社化し、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。

事業概要

b) ポツケ

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。

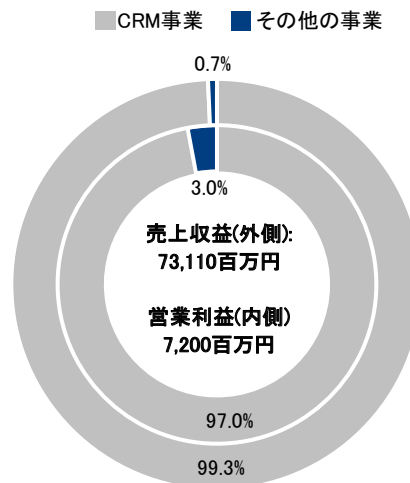
c) ベル・ソレイユ

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、主力の CRM 事業が売上収益及び営業利益の大部分を占めている。2022 年 2 月期第 2 四半期累計の連結業績では、CRM 事業が売上収益の 99.3%、営業利益の 97.0% を占め、その他事業は売上収益の 0.7%、営業利益の 3.0% 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ている。

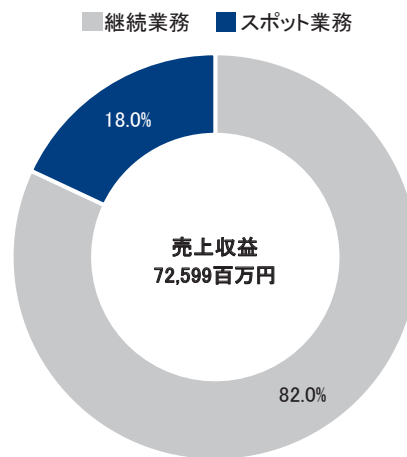
セグメント別売上収益及び営業利益 (2022年2月期第2四半期累計)


出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

事業概要

(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、2022 年 2 月期第 2 四半期累計では、CRM 事業の売上収益の 82.0% を占める同社のコア事業である。ただ、継続業務は、コロナ禍で新規案件が遅れた影響を受け、前年同期比 0.8% 増にとどまった。一方、CRM 事業売上収益の 18.0% 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に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。2022 年 2 月期第 2 四半期は、政府によるコロナ禍対策としての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い、スポット業務は同 80.3% 増と大幅に拡大した。

CRM 事業内のセグメント別売上収益(2022年2月期第2四半期累計)


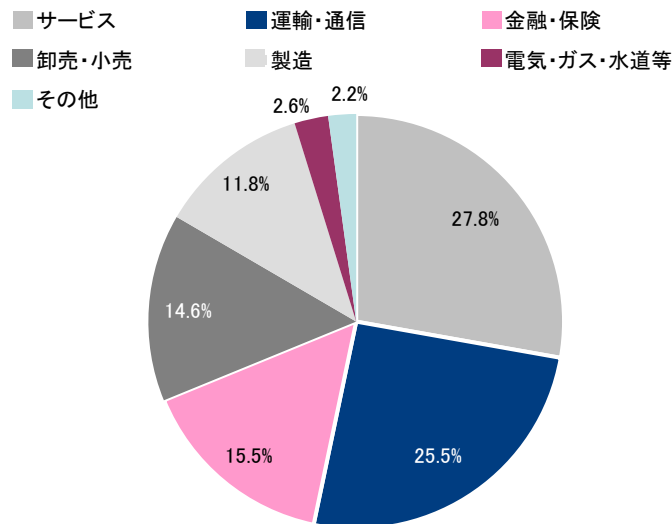
出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

(2) CRM 事業の業種別売上内訳

CRM 事業における 2022 年 2 月期第 2 四半期累計の業種別売上収益上位 300 社の構成比を見ると、サービスが 27.8%、運輸・通信が 25.5%、金融・保険が 15.5%、卸売・小売が 14.6%、製造が 11.8%、電気・ガス・水道等が 2.6%、その他が 2.2% の構成となっている。大型クライアントが加わったことで、運輸・通信の構成比が 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。2022 年 2 月期第 2 四半期累計では、卸売・小売と金融・保険が前年同期比で減少したのを除き、他の全業種で増収であった。業種別構成比では、サービスが前年同期比 1.7 ポイント、製造も同 0.6 ポイント増加しているのは、主にコロナ関連の業務拡大（家賃給付やワクチン申込み処理の案内など）による。また、運輸・通信で同 0.5 ポイント増加したのは、携帯会社が新料金プランを発表したことに伴う案内業務拡大であった。

事業概要

業種別売上内訳(2022年2月期第2四半期累計)



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 月期第 2 四半期は、 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 月期第 2 四半期連結業績

2021 年 2 月期第 2 四半期累計期間における日本経済は、コロナ禍の影響により依然として厳しい状況にあるなか、一部で持ち直しの動きがみられるものの、緊急事態宣言が断続的に発令されるなど先行き不透明な状況が続いている。また、雇用環境においても一部業界における経済活動の停滞により、依然明確な回復傾向は見えない状況にある。

同社グループの主力事業である CRM 事業においては、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多様化に伴い、消費者との対話においても AI（人工知能）などの導入や、分散される顧客対応データの資産化・活用が求められるなど、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。

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）。

業績動向

こうした取り組みの結果、同社の 2021 年 2 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上収益 73,110 百万円（前年同期比 9.3% 増）、営業利益 7,200 百万円（同 8.7% 増）、親会社の所有者に帰属する四半期利益 4,918 百万円（同 15.7% 増）の大幅な増収増益決算となった。また、2022 年 2 月期通期の業績予想に対して、売上収益は 52.6%、営業利益は 59.0%、親会社株主に帰属する当期利益は 63.1% に達する、順調な進捗状況であった。コロナ禍対策としての政府による家賃給付、10 万円給付関連の書類、ワクチン接種などへの問い合わせ対応業務など、大型スポット業務の受注が売上収益増に大きく貢献した。一方、戦略・先行投資として、DX 投資や本社移転費用など、今後を見据えた投資も行った。営業利益の増加に加えて、ワクチン申込み対応業務による TB ネクストコミュニケーションズの持分法損益の増加が、親会社の所有者に帰属する四半期利益の大幅増加の理由であった。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、2022 年 2 月期第 2 四半期累計の同社の売上収益営業利益率は 9.8% で、前期比 0.1 ポイント低下したものの、2021 年 3 月期の東証 1 部上場会社サービス業平均の 3.1% を大きく上回る。また、2021 年 2 月期通期決算では、ROE（親会社所有者帰属持分当期利益率）14.2%、ROA（資産合計税引前利益率）6.6% であり、東証 1 部上場会社サービス業平均の 4.1%、0.5% 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ものの、同社の収益性は極めて高いと言えるだろう。

2021 年 2 月期第 2 四半期累計 連結業績

(単位：百万円)

	21/2 期 2Q 累計	22/2 期 2Q 累計	前年同期比 増減率	前年同期比 増減額
売上収益	66,871	73,110	9.3%	6,239
営業利益	6,623	7,200	8.7%	577
税引前利益	6,416	7,346	14.5%	930
親会社の所有者に帰属する四半期利益	4,250	4,918	15.7%	668
< 利益率 >				
売上収益営業利益率	9.9%	9.8%	-	-0.1pt
売上収益税引前利益率	9.6%	10.0%	-	0.4pt
売上収益当期利益率	6.4%	6.7%	-	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 72,599 百万円（前年同期比 9.5% 増）、営業利益も 6,987 百万円（同 7.6% 増）で、売上収益全体の 99.3%、営業利益全体の 97.0% を占めた。一方、その他事業は売上収益 511 百万円（同 15.0% 減）、営業利益 213 百万円（同 63.8% 増）で、売上収益全体の 0.7%、営業利益全体の 3.0% にとどまった。

CRM 事業の売上収益うち、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、59,508 百万円（前年同期比 0.8% 増）にとどまった。顧客がコロナ禍による先行き不安から新たな契約を手控えたようだが、下期以降の継続業務拡大に向けて、案件は順調に増加しているようだ。

業績動向

一方、スポット業務では、政府のコロナ禍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や、ワクチン接種への対応業務などが急増した結果、売上収益は 13,091 百万円 (同 80.3% 増) となり、CRM 事業全体の増収に大きく貢献した。ただ、その他事業は、子会社ポッケの占い事業が不振なこともあり、売上収益は 511 百万円 (同 15.0% 減) にとどまった。

営業利益段階では、CRM 事業は順調に増加したが、その他事業の大幅増益が際立っている。それは、業績不振の占い事業会社ポッケで広告費を大幅削減した効果である。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。また、2021 年 2 月期には子会社ポッケに係る減損損失 854 百万円を計上した。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 9.6% と引き続き高水準を維持し、その他事業の利益率も 41.7% に上昇した。

セグメント別連結業績

(単位：百万円)

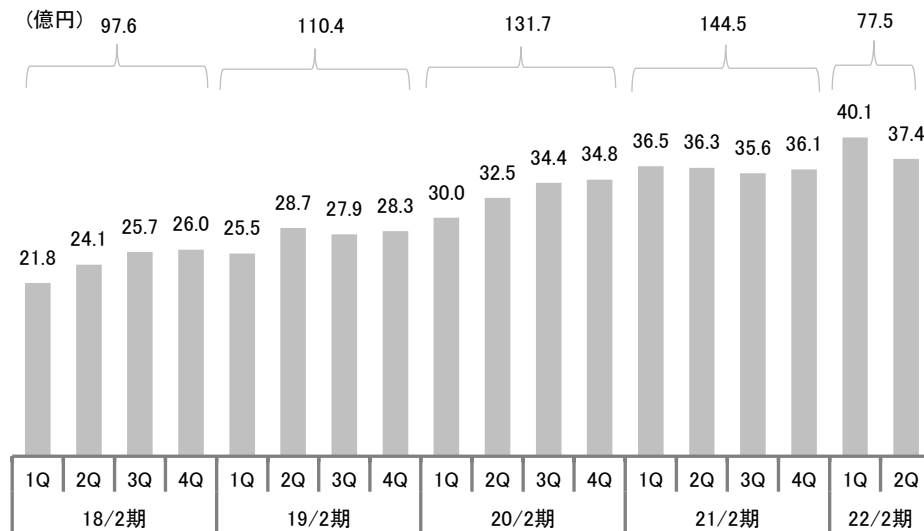
	21/2 期 2Q 累計	22/2 期 2Q 累計	前年同期比 増減率	前年同期比 増減額
売上収益	66,871	73,110	9.3%	6,239
CRM 事業	66,269	72,599	9.5%	6,330
継続業務	59,010	59,508	0.8%	498
スポット業務	7,259	13,091	80.3%	5,832
その他事業	602	511	-15.0%	-91
営業利益	6,623	7,200	8.7%	577
CRM 事業	6,493	6,987	7.6%	494
その他事業	130	213	63.8%	83
営業利益率	9.9%	9.8%	-	-0.1pt
CRM 事業	9.8%	9.6%	-	-0.2pt
その他事業	21.6%	41.7%	-	20.1pt

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。これら伊藤忠グループ案件による売上収益は、2018 年 2 月期通期の 97.6 億円から、2021 年 2 月期通期には 144.5 億円へと、年々順調に増加している。2022 年 2 月期第 2 四半期累計も 77.5 億円と、前年同期の 72.8 億円から 6.5% 増加している。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。

業績動向

伊藤忠シナジーによる四半期ごとの売上収益



出所：決算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

2022 年 2 月期第 2 四半期末の資産合計は 175,322 百万円（前期末比 2,434 百万円増）であった。うち、流動資産は 29,328 百万円（同 2,947 百万円増）となったが、これは主に現金及び現金同等物が 2,252 百万円及び営業債権が 704 百万円増加したことなどによる。また、非流動資産は 145,994 百万円（同 513 百万円減）で、これは主に持分法で会計処理されている投資が 379 百万円増加したが、有形固定資産が 632 百万円及び無形資産が 282 百万円減少したことなどによる。

一方、負債合計は 118,219 百万円（前期末比 1,159 百万円減）となった。うち、流動負債は 38,170 百万円（同 10,782 百万円減）となったが、これは主に借入金が 10,499 百万円及び営業債務が 666 百万円減少したことなどによる。また、非流動負債は、80,049 百万円（同 9,623 百万円増）であったが、これは主にその他の長期金融負債が 1,243 百万円減少したものの、長期借入金が 10,537 百万円増加したことなどによるものだ。資本合計は 57,103 百万円（同 3,593 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四半期利益の計上により、配当支払い後の利益剰余金が 3,375 百万円増加したことによる。

以上の結果、有利子負債は 63,180 百万円（前期末比 38 百万円増）となったが、親会社の所有者に帰属する四半期利益の積み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 1.6 ポイント上昇の 32.3% となった。2020 年 2 月期末は、リースの会計処理変更に伴い自己資本比率は一時的に低下したが、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、現状でも 2021 年 3 月期の市場第 1 部サービス業平均の 6.5% 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 0.98 倍と同 0.11 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。

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	21/2 期末	22/2 期 2Q 末	増減額
流動資産	26,381	29,328	2,947
現金及び現金同等物	5,518	7,770	2,252
営業債権	19,644	20,348	704
非流動資産	146,507	145,994	-513
有形固定資産	37,284	36,652	-632
のれん	95,396	95,396	-
無形資産	2,710	2,428	-282
資産合計	172,888	175,322	2,434
流動負債	48,952	38,170	-10,782
営業債務	6,141	5,475	-666
借入金	20,235	9,736	-10,499
非流動負債	70,426	80,049	9,623
長期借入金	42,907	53,444	10,537
負債合計	119,378	118,219	-1,159
(有利子負債)	63,142	63,180	38
非支配持分	397	413	16
資本合計	53,510	57,103	3,593
<安全性>			
自己資本比率 (親会社所有者帰属持ち分比率)	30.7%	32.3%	1.6pt
ネット D/E レシオ (倍)	1.09	0.98	0.11 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 2022 年 2 月期第 2 四半期末時点の現金及び現金同等物の残高は 7,770 百万円（前年同期末比 226 百万円増）、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 6,867 百万円（前年同期比 1,945 百万円増）であった。営業活動の結果得られた資金は 8,369 百万円で、これは主に、税引前四半期利益 7,346 百万円、減価償却費及び償却費 4,163 百万円、法人所得税の支払額が 2,348 百万円などによるものである。投資活動の結果使用した資金は 1,502 百万円で、これは主に有形固定資産の取得による支出 1,200 百万円、無形資産の取得による支出 217 百万円などによる。財務活動の結果使用した資金は 4,620 百万円となり、これは主に長期借入れによる収入 12,000 百万円、短期借入れによる収入 1,500 百万円の方で、長期借入金の返済による支出 13,467 百万円、リース負債の返済による支出 3,040 百万円、配当金の支払額 1,543 百万円などがあったことによる。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	21/2 期 2Q	22/2 期 2Q	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	6,664	8,369	1,705
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-1,742	-1,502	240
財務活動によるキャッシュ・フロー	-5,139	-4,620	519
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	4,922	6,867	1,945
現金及び現金同等物の四半期末残高	7,544	7,770	226

出所：決算短信よりフィスコ作成

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である。

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。

こうした取り組みが順調に進んでいることを踏まえ、同社では 2022 年 2 月期通期の業績予想は期初予想を維持し、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、前期のコロナ禍関連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、前期に実施した減損損失の反動もあって増益を予想する。既に見た通り、第 2 四半期累計の各段階利益は通期予想の 6 割前後に達する高い進捗率を示しているが、同社では期初予想を据え置いている。現在はコロナ禍が収束傾向にあるものの、冬に第 6 波が再燃する懸念もあることから、同社では慎重な見方を変えていないためだが、例年、保守的な業績予想を発表していることから、最終的には予想を上回って着地する可能性が大きいと見られる。

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%	-	0.1pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中期経営計画

中期経営計画では、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下で発表した「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、多角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 億件を越す対応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」の 3 つを重点施策と定め、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（売上収益営業利益率 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 2 年目の 2022 年 2 月期第 2 四半期累計業績は、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順調に進捗していると評価できるだろう。

中期経営計画

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している。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 万人弱 (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 席超で、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。

中期経営計画

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ている。在宅コンタクトセンターは、人材の確保と、どういう状況下でもセンターをクローズさせないという BCP 対応を両立させるものだ。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 月期末には、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約 1,300 席へ拡大したが、2021 年 8 月末には約 2,000 席に増加している。2022 年 2 月期末には 2,500 席超、2023 年 2 月期末には 4,000 席超への増加を計画しており、在宅コンタクトセンターの増強は順調に進捗している。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。

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。

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、現在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

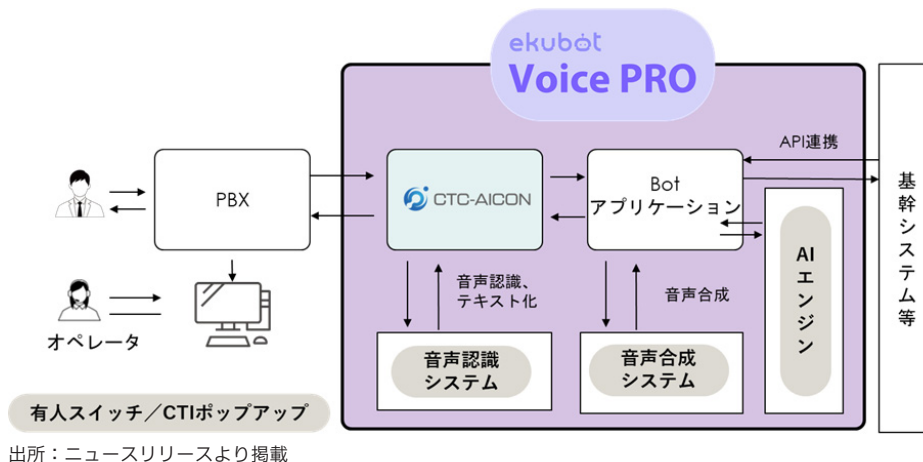
第 2 の重点施策として、音声データ活用による DX 推進を計画し、DX 推進によって音声 / CRM データ基盤の強化を図る計画だ。具体的には、優良顧客との信頼関係をもとに DX 推進、音声・CRM 基盤の整備によるデータ資産化、データ分析による高付加価値の提供、コンサル機能強化により新たな領域での事業創出などを行う。すなわち、膨大な対応業務で得た音声活用ノウハウを活用して、音声データの基盤強化を図る考えだ。

中期経営計画

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、コロナ禍の完全収束が見通せない現在の環境下では、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。

音声データ活用 DX の実績としては、同社のクラウド音声基盤の BellCloud+ と、(株)アドバンスト・メディアの音声認識ソリューション基盤の AmiVoice の連携によって、全て音声をデータ化できるようになった。同社では、音声認識対応型の席数を、2021 年 8 月末の 1,100 席から、2022 年 2 月期末には 3,000 席超へ、2023 年 2 月期末には 7,000 席にまでに拡大する計画だ。また、電話による問い合わせに自動応答する製品の ekubot を、現在までに 38 社に提供している。さらに、企業のコンタクトセンター DX 支援の強化を目的に、自動応答ソリューションのサービスメニュー体系を刷新し、ekubot シリーズの新たなラインナップとして、約 50 席～数 100 席規模以上の中規模・大規模のコンタクトセンター業務を想定したサービスとしてボイスボット（人工知能搭載の音声認識が可能なソフトウェアを用いることで、利用者が音声により自動応答システムを操作できる仕組み）の提供を開始した。生命保険会社の導入事例では、自動受付が月間約 9,000 件に達している。また、2021 年 7 月には、CTC と共同で、コンタクトセンターでのボイスボットの導入から運用までをワンストップで支援する「ekubot Voice Pro」の提供を開始した。このソリューションにより、例えば、幅広い層からの電話での問合せが主となる通信業界における本人確認・契約内容の照会や、メーカーにおける製品不具合箇所の状況確認といった業務において、音声による問合せ対応の自動化を実現できる。なお、ボイスボットで対応しきれない問い合わせについては、それまでのやり取りをテキストで保持した状態で、スムーズに有人対応に切り替えることが可能である。このように、ekubot は多くの会社で業務効率化に貢献している。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。

音声データ活用による DX 推進：CTC と「ekubot Voice PRO」を提供開始



中期経営計画

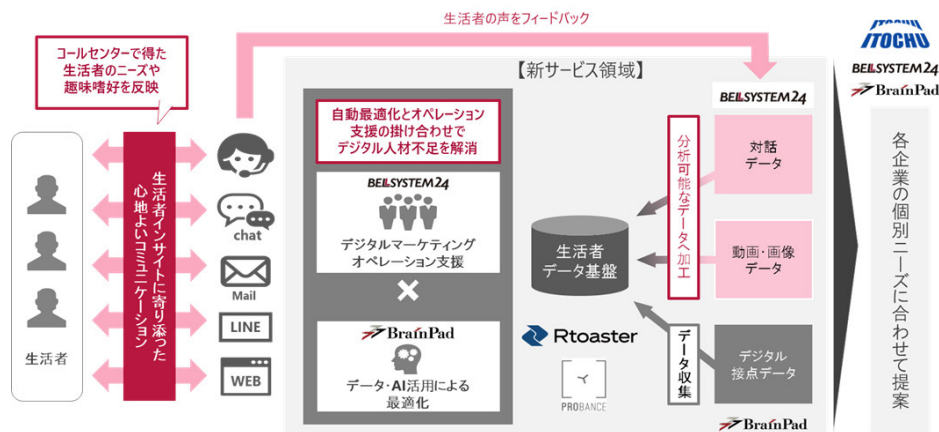
(3) 信頼と共創のパートナー成長

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、新たな挑戦と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が年々拡大し続けている。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。

パートナー成長の実績としては、2021 年 4 月に同社は伊藤忠商事、ブレインパッド <3655> と、企業のマーケティング領域における DX 推進を支援する新サービス創出について協業することに合意した。ブレインパッドは、企業の経営改善を支援するビッグデータ活用サービス、デジタルマーケティングサービスを事業内容とし、年間 500 億件以上のデジタル接点データを分析し活用する基盤構築のノウハウを有している。国内上場企業のデータ活用の現状を見ると、80% 以上が部分的なデータ活用にとどまっており、現状は (1) 縦割りのデータ基盤、(2) 人材不足、(3) 非構造化データの整備、(4) 施策の継続的な運用、などの課題を抱えている。ブレインパッドは、データスペシャリスト運用力やデータ基盤エンジニアリングツール提供実績があり、課題 (1)、(2) への対応が可能である。一方、同社はオペレーション力や型化力や多様な人材を有しており、課題 (3)、(4) への対応が可能だ。上場企業では 15% が年間 1 億円以上、過半数が 1,000 万円以上の投資予定であるが、伊藤忠商事は幅広い顧客層に向けて、企業の個別ニーズに応じた提案が可能である。このサービスも、連携 3 社やクライアント企業との Win-Win の関係を示す好事例と言えよう。

信頼と共創のパートナー成長：ブレインパッドとの音声データ活用 DX の加速



出所：ニュースリリースより掲載

中期経営計画

その他、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 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（出資比率：凸版印刷 51%、同社 49%）、2022 年 2 月期第 2 四半期累計決算では、同社の好決算に大きく貢献した。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。

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。同社では、2020 年 1 月に、タイでコンタクトセンター事業大手の True Touch へ 49.99% の出資により、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おり、タイ通信サービス大手の True Corporation より、コンタクトセンター勤務者 3,000 人を受け入れて、事業拡大を加速している。また、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 Group Joint Stock Company へ 49% の出資を完了、Bellsystem24-HoaSao Joint Stock Company に社名を変更し、スーパーバイザー支援に特化したベトナムでのオフショア業務を開始している。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。また、同社では、2021 年 8 月には婚姻の平等（同性婚の法制化）に賛同する企業を可視化するキャンペーン「Business for Marriage Equality」への賛同を表明している。

中期経営計画

このように、同社では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」を業界で初受賞するなど、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。近年、欧州や米国を中心に、ESG (Environment、Social、Governance の頭文字) の観点から企業を分析して投資をする ESG 投資が増えている。世界の ESG 投資残高は 2014 年の 18.2 兆米ドルから 2020 年には 35.3 兆米ドルに拡大した。わが国は ESG 投資では欧米に遅れていたが、2020 年には残高 2.8 兆米ドル、世界シェア 8.1% に急拡大している。世界的に ESG 投資拡大の潮流のなかで、日本でも成長余地が大きいと言えるであろう。その意味でも、積極的に社会的課題に取り組む同社が注目されよう。

■ 株主還元策

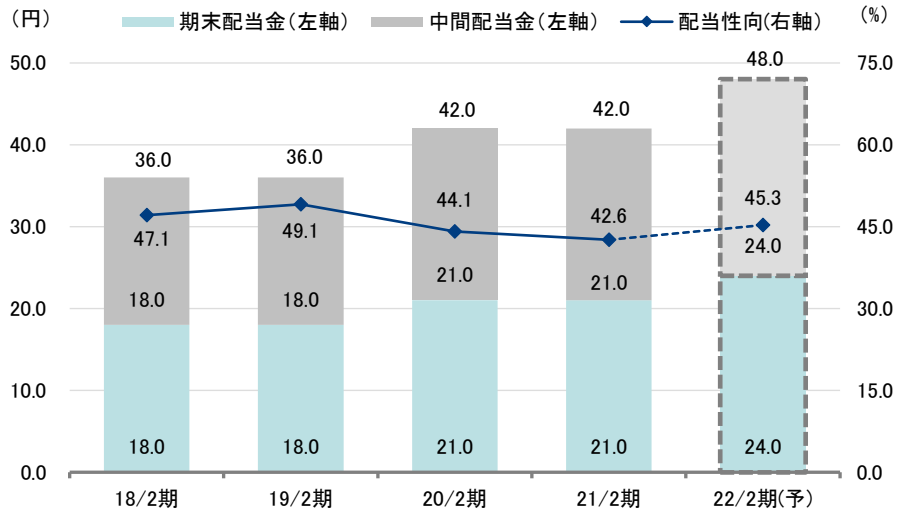
50% の連結配当性向と安定配当を目指す

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、2021年3月期東証1部サービス産業の平均水準 55.1% 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、中間配当を 24 円に増配し、予想期末配当 24 円と合わせて合計 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。未だコロナ禍の完全収束が見通せず、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月期業績も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、さらに増配を検討することも考えられよう。

株主還元策

配当金と配当性向の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp