

|| 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 >>>](#)

2021年3月17日(水)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2020年12月期業績概要	01
2. 2021年12月期業績の見通し	01
3. 成長戦略	01
■ 会社概要	02
■ 沿革	03
■ 事業概要	05
1. 「リソースの提供」となる「インサイドセールスアウトソーシングサービス」	06
2. 「しくみの提供」である「インサイドセールスコンサルティングサービス」	06
3. 「道具の提供」である「システムソリューションサービス」	06
■ 強み	06
■ 同社の取り組み	08
■ 業績動向	09
1. 2020年12月期業績概要	09
2. サービス別業績	10
■ 今後の見通し	11
■ 成長戦略	12

要約

2020年12月期は売上高及び営業利益が過去最高を更新

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1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している。従来型の訪問営業を非対面の営業活動と分業化させることで営業の効率化・生産性の向上を図るセールス手法であり、プロセスを分業し、属人的となっている営業活動の課題を解決する。

1. 2020年12月期業績概要

2020年12月期業績は売上高3,646百万円(前期比11.8%増)、営業利益438百万円(同13.6%増)、経常利益441百万円(同14.2%増)、親会社株主に帰属する当期純利益293百万円(同13.3%増)で着地した。なお、顧客の営業活動のデジタルトランスフォーメーション(DX)を支援するコンサルティング子会社ClieXito(株)が事業活動を開始したため、2020年12月期第2四半期より連結財務諸表を作成している。そのため、単純比較はできないが、単体2019年12月期の売上高は3,262百万円、営業利益は385百万円となっている。

2. 2021年12月期業績の見通し

2021年12月期の業績予想については、売上高4,246百万円(前期比16.5%増)、営業利益482百万円(同10.0%増)、経常利益485百万円(同10.0%増)、親会社株主に帰属する当期純利益323百万円(同10.2%増)を見込んでいる。新型コロナウイルス感染症の拡大(以下、コロナ禍)の影響による不透明感が続く一方、企業のインサイドセールスの導入が引き続き進み、DX及びカスタマーエクスペリエンス(顧客体験: CX)需要が増えると見ている。

3. 成長戦略

コロナ禍については想定以上に収束に時間がかかっているものの、各社はコロナ禍への対応重視から、ようやくAfterコロナを見据えた事業見通しを示してきている。同社も改めて以下の成長戦略を示している。

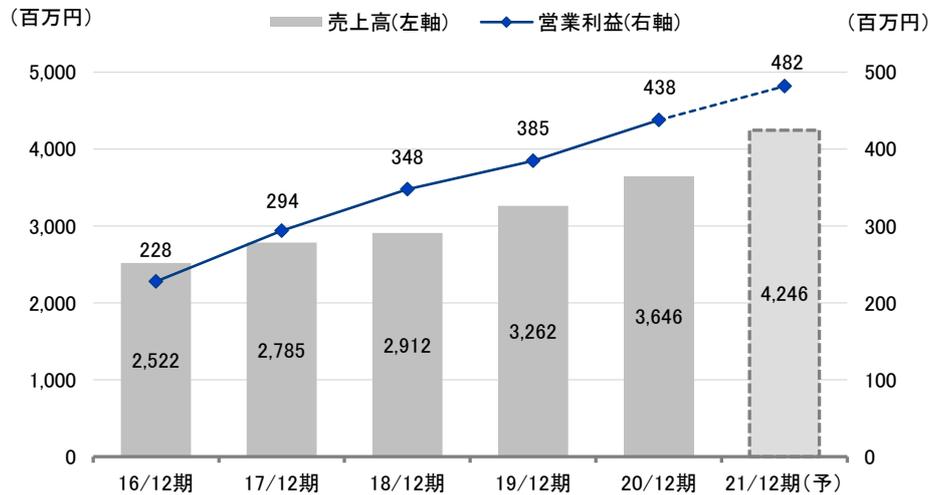
- (1) インサイドセールスアウトソーシングサービスの安定拡大と成長ポテンシャル
- (2) コンсалティング会社ClieXitoによるDX需要の取り込み
- (3) 内製化支援パッケージ「ANSWERS」によるコンサルティング・システムソリューションサービスの拡大
- (4) 高成長ソリューションを中心としたシステムソリューションサービスの成長加速
- (5) 旺盛なインサイドセールス導入需要に対応した研修サービスでの収益基盤確立

Key Points

- ・ コンсалティング会社ClieXitoによるDX需要の取り込み
- ・ ストック売上高構成比の更なる高まり
- ・ 研修サービスによる中長期的な収益寄与

要約

業績推移



注：2020年12月期より連結決算に移行
 出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

法人営業の問題を解決する1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

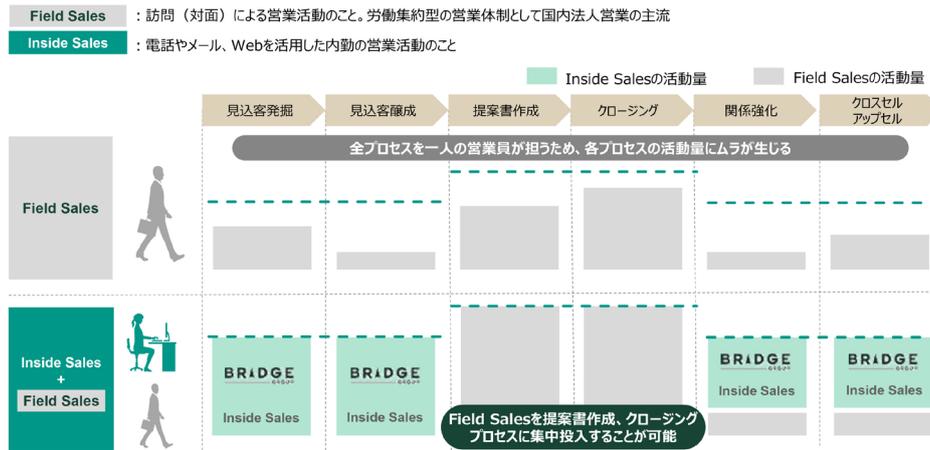
同社は、法人営業の問題を解決する1つの手法としてインサイドセールスに注目してサービスを提供している。インサイドセールスのアウトソーシングやクライアント企業への導入コンサルティング、営業支援ツール導入等を手掛けている。インサイドセールスとは実際には顧客には訪問せずに、電話やメールまたはSNSなどの様々な営業チャネルを活用して、法人営業の一部のプロセスを担当して実行する営業活動またはその活動を行う営業担当者を意味する。従来型の訪問営業を非対面の営業活動と分業化させることで営業の効率化・生産性の向上を図るセールス手法であり、プロセスを分業し、属人的となっている営業活動の課題を解決する。

多くの企業において営業活動は、その成長を支える重要な活動の1つである。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企業の成長にとって重要な役割を担っている。従来、日本企業は1人の法人営業がすべてのプロセスを1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たが、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。

会社概要

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を支援しており、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いる。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。

営業プロセスの分業化イメージ図



出所：決算説明会資料より掲載

沿革

インサイドセールスのリーディングカンパニーとして 2002 年に設立

同社代表取締役社長 吉田融正（よしだみちまさ）氏は、1983年に日本アイ・ピー・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<IBM>へ出向、1997年1月に米国 Siebel CRM Systems, Inc.へ入社すると、2月には日本シーベル（株）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。

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、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志向が強いことも、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。

ブリッジインターナショナル | 2021年3月17日(水)
7039 東証マザーズ | <https://ir.bridge-g.com/>

沿革

2017年には米国で、法人営業人員に占めるインサイドセールス人員の割合が約5割、欧州では約4割に迫る状況に達している。日本では明確な調査はされていないが、同じころ約1割程度にとどまっていたと弊社では考えている。しかし、少子高齢化による就労人口の減少や営業人員の働き方改革や雇用の流動化により、従来の属人的な営業モデル（営業担当者の人数に依存する営業モデル）では将来に向けた継続的な成長が難しいという点が、経営問題として捉えられるようになってきたことで、日本企業においてもインサイドセールスが営業改革の1つの手法として浸透してきている。

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10月	BSI グループジャパン（株）、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	ネットフォーラムを吸収合併
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
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
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
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
2019年 4月	アジア市場でインサイドセールス支援事業を開始
2019年 5月	（株）RevComm、ブイキューブ<3681>と営業の働き方改革を支援する Sales Tech 領域でサービス連携
2019年 7月	ショーケース<3909>と BtoB 企業向けサービスで業務提携
2019年 7月	新宿に新オフィス開設
2019年 8月	横浜みなとみらいに新オフィス開設
2019年12月	インサイドセールス業務支援システム「SAIN」におけるビジネスモデル特許（特許第 6616038 号）を取得
2020年 1月	N3 Results Singapore Pte. Ltd. と業務提携
2020年 4月	子会社「ClieXito 株式会社」設立
2020年10月	（株）WorkVision と法人営業の DX 化推進事業で業務提携
2021年 3月	（株）アイ・ラーニングの発行済全株式を取得し、子会社化

出所：会社ホームページ等よりフィスコ作成

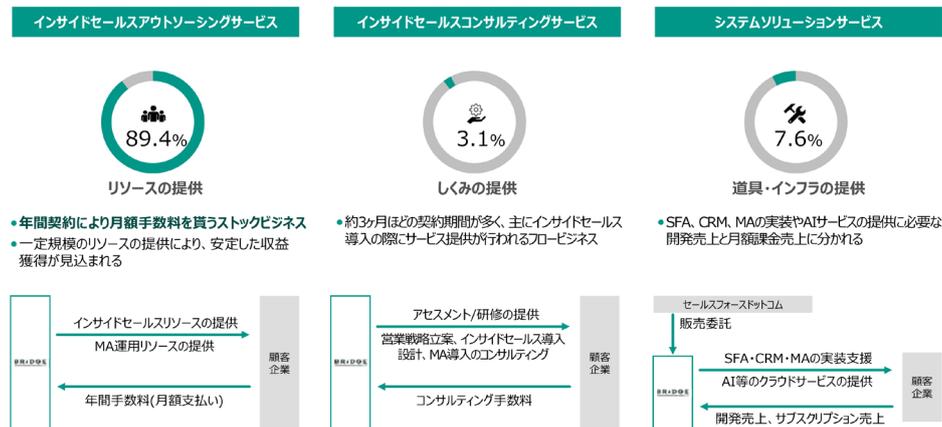
■ 事業概要

インサイドセールスアウトソーシングサービスが 売上の8割以上を占める

同社は「インサイドセールス」（顧客訪問せず電話やメールまたは SNS を活用して営業活動を行う）の導入を中核とした営業改革支援を手掛けている。企業において、その成長を支える重要な活動の1つが営業活動である。新規顧客の開拓、既存顧客の維持・取引拡大はもちろんのこと、顧客の不満点などを吸い上げる窓口となることもある重要な役割である。日本企業の法人営業活動は、見込み客の発掘から成約（クロージング）までの一連のプロセスを顧客単位で1人の営業担当が行っている場合が一般的だ。しかし、こうした従来型の手法は、営業担当の業務量増加や得意分野といった簡単な要因で、ムダ・ムラ・ムリが発生する危険性を常にはらんでいる。この点を同社は問題視すると同時に、解決を目指してインサイドセールスのアウトソーシングやクライアント企業への導入コンサルティングや研修、業界初のインサイドセールス業務支援 AI「SAIN」といった営業支援ツール提供等のサービスを展開している。

同社のビジネスモデルであるインサイドセールス事業では、「リソースの提供」「しくみの提供」「道具の提供」の3つのサービスを提供する。ストックビジネスの特性から、「インサイドセールスアウトソーシングサービス」が、売上高の89.4%（2020年12月期実績）を占めている。

同社が提供する3つのサービスとビジネスモデル



出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

1. 「リソースの提供」となる「インサイドセールスアウトソーシングサービス」

売上構成比の8割以上を占める主要サービスである。顧客企業へ同社のインサイドセールス（正社員）リソースを提供し、顧客の社員として営業活動（電話やメール、Webを活用した営業活動のみならずAIツールを活用）を実施。現在は東京本社をはじめとする首都圏エリアに3拠点、そして地方5拠点（大阪・福岡・松山・沼津・徳島）からサービスを実施している。地方にいる優秀な人材を活用できることが、インサイドセールスのビジネスモデルの強みでもある。収益モデルは、年間契約により月額手数料を貰うストックビジネスである。一定規模のリソースの提供により、安定した収益獲得が見込まれる。

2. 「しくみの提供」である「インサイドセールスコンサルティングサービス」

クライアントごとに最適にカスタマイズされたインサイドセールスの導入・構築を支援している。また、導入済クライアントへインサイドセールスの運用改善に向けた的確なアドバイスや研修を実施する。収益モデルは約3ヶ月の契約期間が多く、これまでは主にインサイドセールスアウトソーシングサービスの導入の際の業務設計が主であるフロービジネスである。2020年4月にコンサルティングサービス新会社 ClieXito 設立により、今後はより上流でDXのコンサルテーションを手掛けるサービスへと進化。2020年12月期における売上構成比は3.1%。

3. 「道具の提供」である「システムソリューションサービス」

自社で開発したインサイドセールスの実行及び周辺領域（マーケティング）に関わる様々なクラウドサービスやCRM（顧客情報を一元管理するシステム）・SFA（営業活動や顧客情報の管理支援システム）等のパートナー企業のツールの実装支援も提供している。収益モデルは、SFA、CRM、MAの実装やAIサービスの提供に必要な開発売上と月額課金売上に分かれる。2020年12月期における売上構成比は7.6%。

強み

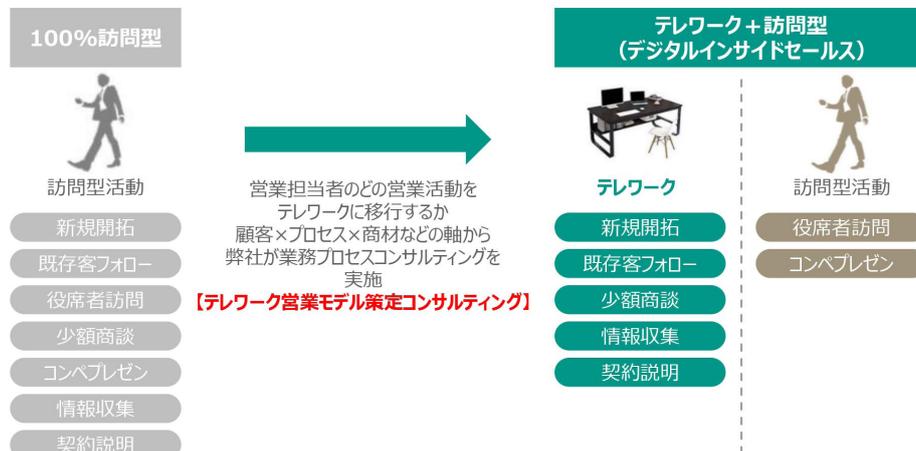
独自開発したAIエンジンを使ったサービスを提供。 「デジタルインサイドセールス」の導入がニューノーマルに

新型コロナウイルス感染症の拡大防止策として、多くの企業でテレワークを導入する流れが広がりを見せている。法人営業部門においても、テレワークによる就業スタイルが導入され、従来の訪問活動を重視した営業活動から、ビデオ会議・電話・Eメールを活用した非対面型による商談発掘や交渉を行う営業活動へ移行する動きがある。実際、多くの営業担当者がテレワークでもある程度の営業活動は可能であり、営業活動の効率アップにつながる場合もあると実感しているようである。しかし、営業活動のどのプロセスをテレワークで行い、どのプロセスを訪問で行うのか、といった営業モデルについては、各営業担当者の経験や勘に基づき属人的な判断で行うと、顧客との信頼関係が悪化したり、営業活動全体の生産性が下がるなどのリスクが内在する。そのため、非対面の営業活動を導入するには、会社全体として新しい営業モデルとして構築・定義する必要が迫られている。

強み

既に2017年には米国で、法人営業人員に占めるインサイドセールス人員の割合が約5割、欧州では約4割に迫る状況に達している。日本では明確な調査はされていないが、同じころ約1割程度にとどまっていたと弊社では考えている。少子高齢化による就労人口の減少や働き方改革などから営業改革の1つの手法として改めて注目されるインサイドセールスであるが、今般のコロナ禍によって、よりビジネスモデルの変革が加速。コロナ禍終息後も、顧客や営業活動の状況に応じてテレワークによる営業活動と通常の訪問型の営業活動を組み合わせて実行する「テレワークを活用した法人営業モデル」の導入が今後の主流（ニューノーマル）になっていくと考えられる。なお、新たなサービスとして、「インサイドセールス」で培った経験・ノウハウを活用しテレワークを活用した法人営業の「デジタルインサイドセールス」の導入を支援するコンサルティングサービスの提供を2020年5月より開始している。

テレワークを活用した法人営業「デジタルインサイドセールス」導入を支援するコンサルティングサービス



出所：会社リリースより掲載

インサイドセールスアウトソーシングは、本社のほか新宿オフィス（東京）、横浜みなとみらいオフィス（神奈川）、沼津サテライトオフィス（静岡）、大阪サテライトオフィス（大阪）を構えているほか、松山（愛媛）、徳島、福岡には事業所を構えており、7つのエリアにいる社員が実施しているため、地方にいる優秀な人材を活用できることが、ビジネスモデルの強みである。こうした日本全国に点在する人材を駆使しながら、「リソースの提供」であるインサイドセールスアウトソーシング、「しくみの提供」であるインサイドセールスコンサルティング、「道具の提供」としてのシステムソリューションサービスといった、インサイドセールスにおける一気通貫したサービスを提供できる。また、クライアント企業に対して専任制を採用していることによる顧客リテンション効果（既存顧客との関係を維持していくためのマーケティング活動）を生み出すビジネスモデルとなっている。グローバルIT企業や国内大手IT企業といった強固な顧客基盤を保有しており、法人向けアウトバウンド市場ではシェアトップクラスにあるとともに、インサイドセールス市場において先行者のポジションに位置している。

また、独自開発したAIエンジンを使ったサービス提供では、インサイドセールスの日々の活動によって生成される顧客属性データ、会話分類データ、通話音声といった顧客との音声会話情報やデータを活用し、より品質の高い業務の実現を支援するサービスを展開しており、インサイドセールスの業務フローに合わせ、インサイドセールスに関わるすべての管理者とスタッフの業務を強力にサポートできる。

■ 同社の取り組み

「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」「常に新しいことにチャレンジする」 「キャリアパス」を推進。 中堅上場企業「NEXT1000」の上位にランクイン

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ている。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生かしている。また「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単独誘致企業として松山事業所を開設し、地元就業を重視した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、松山市のほかに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年に徳島市に事業所を開設し、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。2019年に開設した「新宿オフィス」「横浜みなとみらいオフィス」は、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。

「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している。また、「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。

同社には、“常に新しいことにチャレンジする”風土がある。どんな仕事も初めは誰もが未経験だと考えており、やってみたい職種があれば、キャリアチェンジ制度＝自己申告制度を利用してチャレンジすることができるなど「キャリアパス」を明確化している。また、キャリアパスをバックアップ（英語、スクール、研修、留学）する体制が整っており、同社の成長とともに、スキルアップ・キャリアアップしていくことが可能である。

なお、上述したことから明らかなように、同社は人材活用という観点から、上場企業のなかでも群を抜いていると弊社は従来から考えていたが、日本経済新聞（2021年1月26日発行）において、「利益伸ばす労働分配率の高い企業」として、中堅上場企業「NEXT1000」の上位にランクインしたことも付記しておきたい。今後も多様な人材が適切な場所、形でその力を発揮できるように事業を展開していくことで、成長が継続していくこととなる。

業績動向

コロナ禍で生じた需要を積極的に取り込む 売上高及び営業利益は過去最高を更新

1. 2020年12月期業績概要

2020年12月期業績は売上高3,646百万円(前期比11.8%増)、営業利益438百万円(同13.6%増)、経常利益441百万円(同14.2%増)、親会社株主に帰属する当期純利益293百万円(同13.3%増)で着地した。会社予想に沿った着地となっているが、同社は2020年12月14日に通期予想を上方修正しているため、期初予想比では堅調な着地を見せたことになる。なお、顧客の営業活動のDXを支援するコンサルティング子会社ClieXitoが事業活動を開始したため、2020年12月期第2四半期より連結財務諸表を作成している。そのため、単純比較はできないが、単体2019年12月期の売上高は3,262百万円、営業利益は385百万円となっている。中長期的な成長投資であるAIサービス「SAIN」の減価償却費負担が重荷となるなかでも、連結決算移行後も売上高営業利益率は12%と安定して推移している。

2020年12月期業績の概要

(単位:百万円)

	19/12期(単体)		20/12期(連結)				
	実績	実績	前期比	期初予想	期初予想比	修正予想	修正予想比
売上高	3,262	3,646	11.8%	3,696	-1.4%	3,696	-1.4%
売上総利益	996	1,073	7.7%	1,119	-4.1%	-	-
営業利益	385	438	13.6%	424	3.3%	436	0.5%
経常利益	386	441	14.2%	424	4.0%	438	0.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益 [※]	258	293	13.3%	280	4.6%	289	1.4%

※19/12期は当期純利益

注:前年同期との比較は2019年12月期の非連結財務諸表と比較

出所:決算説明会資料よりフィスコ作成

同社が展開するサービスは、法人営業の現場における電話やメール・Web等を活用した非対面の営業活動(インサイドセールス)導入支援などであることもあり、2020年4月以降の全社的なテレワーク移行をスムーズに行い、コロナ禍による直接的なマイナス影響は限定的だった。逆に、従来の対面型の営業活動が制限されているなか、インサイドセールスの有効性の認知が急速に広がっていることは同社にとって追い風となり、そうした需要を着実に取り込んだ結果、大規模新規(案件)獲得や既存顧客の取引規模拡大等に繋がり、前期(単体)との単純比較では売上高は11.8%増と2桁の増収となった。また、追い風を受けて慢心することなく、経費の抑制なども進んだことで、売上高販管費率も前期から1.3pt低下している。その結果、売上高及び営業利益は過去最高を更新。なお、新型コロナウイルスの感染拡大防止の観点から、現在は約90%以上がテレワーク活動となっており、当面この体制を継続していくことを示している。

業績動向

2. サービス別業績

インサイドセールス事業では、「リソースの提供」「しくみの提供」「道具の提供」の3つのサービスを提供している。ストックビジネスの特性から、「インサイドセールスアウトソーシングサービス」が、売上高の89.4%を占めている。

サービス別売上高と構成比

(単位：百万円)

サービス	19/12期(単体)	20/12期(連結)	増減率
インサイドセールスアウトソーシングサービス	2,862	3,257	13.8%
売上構成比	87.7%	89.4%	
インサイドセールスコンサルティングサービス	85	112	32.2%
売上構成比	2.6%	3.1%	
システムソリューションサービス	313	275	-12.2%
売上構成比	9.6%	7.6%	

注：前年同期との比較は2019年12月期の非連結財務諸表と比較
 出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) インサイドセールスアウトソーシングサービス

インサイドセールスにおける「リソースの提供」による年間契約により月額手数料を貰うストックビジネス。インサイドセールス需要の堅調な拡大が続き、IT系以外での大規模新規獲得に加え、既存顧客の取引規模拡大が進展し、想定以上の増収となったことで同サービスの売上高は3,257百万円(前期比13.8%増)と成長、売上構成比は89.4%となっている。2020年12月期におけるサービス提供顧客数は101社。

(2) インサイドセールスコンサルティングサービス

アセスメントや研修の提供のほか、営業戦略立案、インサイドセールス導入・設計、MA導入のコンサルティングといった、「しくみの提供」であり、コンサルティング手数料が収益源となる。DX/CXコンサルサービスにおける旺盛な需要はあったものの、案件のクローリングが進まずやや苦戦した一方、内製支援パッケージ「ANSWERS」が好調に推移したことで同サービスの売上高は112百万円(前期比32.2%増)と大幅な増収となった。売上構成比は3.1%、2020年12月期におけるサービス提供顧客数は27社。

(3) システムソリューションサービス

SFA・CRM・MAの実装支援のほか、AI(AIサービス「SAIN」の「コールナビ」機能提供開始による本格販売開始)等のクラウドサービスといった「道具の提供」となり、開発売上とサブスクリプション売上からなる。AIを活用した営業活動支援ツール「SAIN」が33百万円(前期比12.9%増)と全体感としては伸びたものの、コールナビ機能に関して機能修正を実施し、顧客への提供を停止した影響もあり、期初に見込んでいた成長水準は下回る格好となった。また、サービスの全体構造をフロー型からストック型へ移行している関係で、受託開発の縮小なども進み想定どおりの減収となり、同サービス全体の売上高は275百万円(前期比12.2%減)となった。なお、売上構成比は7.6%であった。

■ 今後の見通し

2021年12月期は2桁成長の見通し

2021年12月期の業績予想については、売上高4,246百万円（前期比16.5%増）、営業利益482百万円（同10.0%増）、経常利益485百万円（同10.0%増）、親会社株主に帰属する当期純利益323百万円（同10.2%増）を見込んでいる。コロナ禍の影響による不透明感が続く一方、企業のインサイドセールスの導入が引き続き進み、DXやCX需要が増えると同社は見ている。

2021年12月期業績見通し

（単位：百万円）

	18/12期(単体)	19/12期(単体)	20/12期(連結)	21/12期(連結)	
	実績	実績	実績	予想	増減率
売上高	2,912	3,262	3,646	4,246	16.5%
売上総利益	882	996	1,073	1,265	17.9%
営業利益	348	385	438	482	10.0%
経常利益	331	386	441	485	10.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益*	218	258	293	323	10.2%

※ 18/12期及び19/12期は当期純利益

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

売上面では、従来の主力ビジネス中心の安定成長に加えて、高成長ソリューションの本格的な拡大を見込んでいる。具体的にはアウトソーシング以外の売上高（コンサルティング・システムソリューションサービス）で前期比+50%超の成長を計画しており、構成比も前期の10.7%から13.8%へ到達することになる。前期のサービス別業績部分でインサイドセールスコンサルティングサービスについては、「DX/CXコンサルサービスにおける旺盛な需要はあったものの、案件のクロージングが進まずやや苦戦」と記載したが、こちらに関して弊社はネガティブな印象は持っていない。ClieXitoが手掛けるDX/CXコンサルサービス案件は、全社的なビジネス変革といったより大きな規模の性格を持つことから、ややクロージングに時間を要するのはいたし方ない面もあろう。今期の同社計画からも明らかとなっており、需要の取り込みは問題なく進んでいくと見られ、四半期ごとの進捗に注目しておきたい。

なお、利益面では、大型AIサービス「SAIN」の開発費増加、前期の本社一部オフィス移転費用による減価償却費の増加、積極的な販促活動展開によるマーケティングコスト増加、アウトソーシングサービスの受注キャパシティ増強及びDX/CXコンサルサービスの立ち上がりに向けた採用強化などの複数要因から、成長率は抑制される計画となる。ただし、それらを加味しても、各利益段階において2桁成長の見通しとなっており、非常に好調な印象である。

今後の見通し

2021年12月期サービス別売上高見通し

(単位：百万円)

サービス	19/12期(単体) 実績	20/12期(連結) 実績	21/12期(連結) 予想	増減率
インサイドセールスアウトソーシングサービス	2,862	3,257	3,662	12.4%
売上構成比	87.7%	89.4%	86.2%	
インサイドセールスコンサルティングサービス	85	112	185	65.2%
売上構成比	2.6%	3.1%	4.4%	
システムソリューションサービス	313	275	399	45.1%
売上構成比	9.6%	7.6%	9.4%	

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

成長戦略

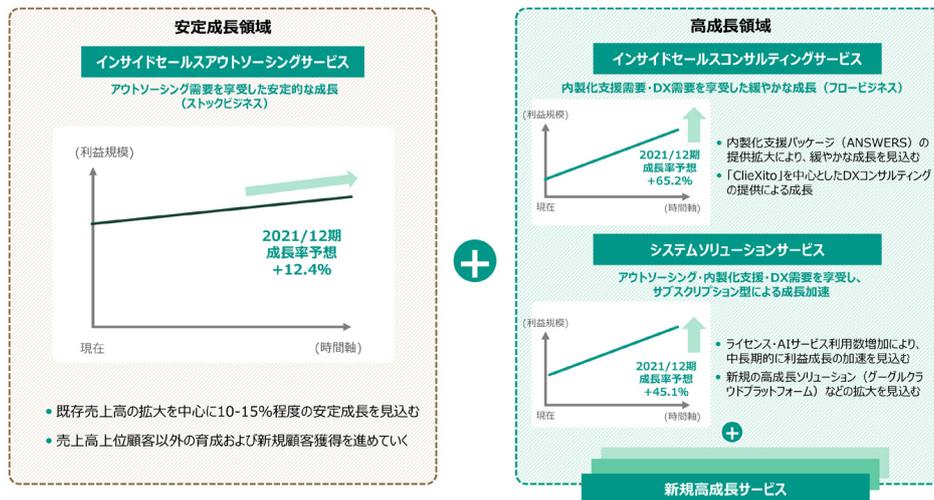
成長加速フェーズへ突入 コロナ禍で引き合い急増の「研修サービス」を独立提供へ

コロナ禍については収束に想定以上の時間がかかっているものの、各社はコロナ禍への対応重視から、ようやくAfterコロナを見据えた事業見通しを示してきている。同社も新たな成長戦略を示しているほか、従来から徐々に成長の方向性が具体化してきていることもあり、改めて把握しておく必要がある。なお、基本絵図となる主要3サービスの成長モデルについては、同社が従来から示しているものと大きく変わらないため、下記に最新のものをご再掲しておきたい。

- (1) インサイドセールスアウトソーシングサービスの安定拡大と成長ポテンシャル
- (2) コンサルティング会社 ClieXito による DX 需要の取り込み
- (3) 内製化支援パッケージ「ANSWERS」によるコンサルティング・システムソリューションサービスの拡大
- (4) 高成長ソリューションを中心としたシステムソリューションサービスの成長加速
- (5) 旺盛なインサイドセールス導入需要に対応した研修サービスでの収益基盤確立

成長戦略

主要3サービスの成長イメージ



出所：決算説明会資料より掲載

(1) インサイドセールスアウトソーシングサービスの安定拡大と成長ポテンシャル

欧米では地域特性 (広大な国土、プロフェッショナル気質、雇用の流動化) から既にインサイドセールスの活用が一般的となっている一方、相対的に活用が進んでいない日本国内でも、就業人口の減少、働き方改革の流れに加え、コロナ禍による働き方の変化なども追い風に、インサイドセールスを活用した新しい営業モデルが注目されつつある。こうした環境のなかで、外資系 IT、国内 IT (通信)、国内 IT (Sier・ソフトウェア) を中心とする現在の顧客ポートフォリオから、金融や製造、サービス、コンサル企業等に顧客層を拡大していく方針だ。なお、実際に金融領域では、2020年6月より国内大手リース企業、2020年7月より国内最大手生命保険会社にそれぞれサービス提供を開始するなど、徐々に成果を見せはじめている。加えて、同社の特徴として契約年数の増加に伴い取引規模が拡大していく傾向があるため、2020年12月期時点で契約年数5年未満の顧客数割合が約75%となっていることを踏まえれば、既存顧客との取引深化による成長の下支えも今後業績に寄与してこよう。

(2) ClieXito による DX 需要の取り込み

CXに基づいて顧客の営業活動のDXを支援するコンサルティング新会社 ClieXito を2020年4月1日付で設立した。BtoBの営業&マーケティングプロセスにおいてエンドユーザとの接点も様々な手段が増えCXの重要性が高まっているなかで、インサイドセールスに限らず全般的なCXの見直しに関するコンサルティングの依頼が増加。同社のコンサルティング事業として、インサイドセールスの議論に加えて、CXに基づくCRM戦略の実現、DXによる営業改革など、顧客の上流工程へのコンサルティングサービスの提供を目的に ClieXito を設立した。同社を通じて、CX目線でのDXコンサルティングを提供することで、顧客接点におけるデジタルチャネルの活用、社内業務プロセスの高度化、省力化、そして、カスタマージャーニー全般の顧客データ一元管理と顧客理解の進化の実現を目指し、システムソリューションサービスやインサイドセールスアウトソーシングサービスへのクロスセルを目指していくことになる。同社に関しては、2020年12月期(10人)から2022年12月期までに人員(コンサルタント)を3倍に増加する計画であることから、短期的には採用関連のコストが重しとなる可能性はあるものの、中長期的には成長ドライバーの1つとして意識されてくることになりそうだ。

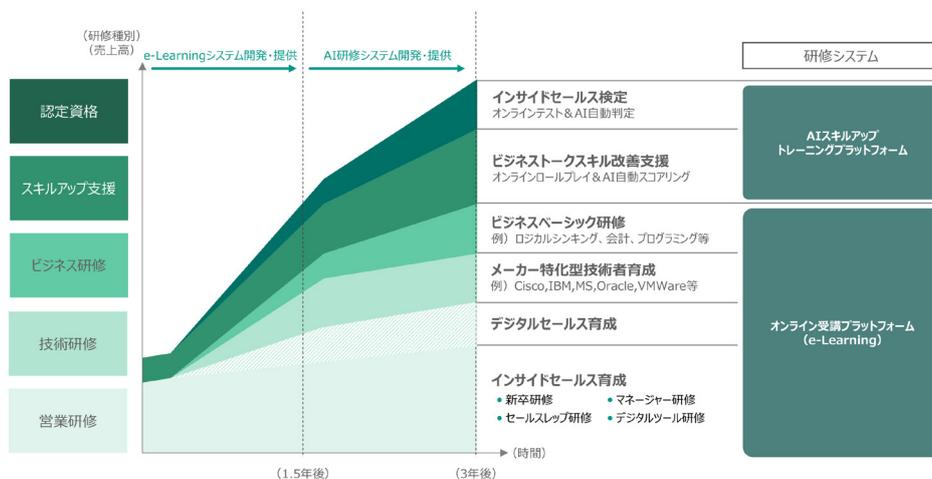
成長戦略

(3) 内製化支援パッケージ「ANSWERS」によるコンサルティング・システムソリューションサービスの拡大
内製化支援パッケージ「ANSWERS」の提供により、インサイドセールス支援サービスの対象顧客の裾野が拡大している。また、前述の ClieXito とは異なり、人的リソースを抑えた事業規模拡大が可能なことから、別途注目度が高い製品となっている。ちなみに、「ANSWERS」は製品性質上、インサイドセールスコンサルティングサービス及びシステムソリューションサービスの売上高に寄与することになる。2020年12月期では、コンサルティングサービス及びシステムソリューションサービスの売上高合計の15.8%を占めるまでに拡大しており、今後も動向に注目しておきたい。

(4) 高成長ソリューションを中心としたシステムソリューションサービスの成長加速
システムソリューションサービスは、フローからストックビジネスへの転換をこれまで継続して進めてきたが、ようやく成長加速フェーズへ突入したと同社は認識しているようだ。インサイドセールス業務支援 AI「SAIN」を中心とした安定的な収益基盤の構築を引き続き進めつつ、既存ソリューションと親和性が高く、需要が見込めるソリューションを投入し、同サービスラインの拡大を図る方針だ。なお、ストック売上高構成比は2020年12月期で約50%まで到達しているが、2021年12月期はさらに比率を高めていく公算である。

(5) 旺盛なインサイドセールス導入需要に対応した研修サービスでの収益基盤確立
従来インサイドセールス内製化支援の1つであった研修サービスは、国内企業がコロナ禍という前代未聞の状況に直面するなか、引き合いが非常に強まった。そこで、2021年12月期よりサービス提供を開始することになった経緯がある。独立して提供を開始するのは、BtoBのソリューション営業として、セールスプロセス上の見込み顧客の発掘や案件の醸成を担う人材育成のための「インサイドセールスレップ (ISR) 研修」、インサイドセールスをマネジメントする仕組みを構築し、運営マネージャーを育成するための「インサイドセールスマネージャー (SV・ISMgr) 研修」など、まずはインサイドセールスを中心とした営業研修が核となる。今後は研修種別の拡大とともに、SaaS型の研修システムの開発、AIサービス「SAIN」の開発で培われた経験を生かしたAIスキルアップトレーニングプラットフォームの開発を通して、研修サービスのストックビジネス化を図っていく。

研修サービスの将来展望・戦略



出所：決算説明会資料より掲載

アイ・ラーニングの発行済全株式を取得し子会社化。 インサイドセールスによる機動力のある営業力の強化や デジタルマーケティング強化によりオンライン研修の事業拡大に期待

同社は2021年2月25日付の取締役会において、(株)アイ・ラーニングの発行済全株式を取得し、子会社化することを決議した。アイ・ラーニングは、法人・社会人向けの研修サービス事業を1990年より展開しており、これまで新入社員研修を主軸に、IT関連の研修に強みを発揮、首都圏を中心に研修ルームを使い、主に集合型研修方式で研修サービス提供してきた。しかし、前期(2020年3月期)より、市場のニーズが受講者にとってより利便性の高いオンライン研修へ移行しており、アイ・ラーニングはその対応が遅れ収益が悪化。また、2021年3月期においてはコロナ禍の影響により、集合型研修サービスはさらに受講者が激減し稼働率・収益が急激に低下していた。

そのような環境のなか、前期より集合型研修からオンライン研修への移行を進め、現在、ほぼ完了した。結果として、東京地区では自社研修教室の一部解約を行い、デジタル研修の制作・配信拠点と受講者の“学びの場”を兼ね備えた研修複合施設「iL スクエア(アイエルスクエア)」(2021年4月開設)へ改変、大阪の研修教室の大幅削減や人員整理など収益改善対策が既に進められており、黒字化の目途を立てている。競合他社においても同様の移行を実施し、収益を急回復させていることから、まずは追従して競争力を上げることで事業拡大のチャンスは大きいと同社は判断している。

集合型研修からオンライン研修に変化することで首都圏だけだった商圏が全国に広がるなか、今回の子会社化により同社グループとして強みのインサイドセールスによる機動力のある営業力の強化やデジタルマーケティング強化でのオンライン研修の事業拡大が期待できる。また成長分野であるマイクロラーニングなどの動画コンテンツや、eラーニングのコンテンツを充実させてDX人材育成研修やデザイン思考研修など企業ニーズに対し、強化される営業・マーケティング力で対応することで収益の増加を図る。また、子会社化することによりバックオフィス業務の削減効果、またアイ・ラーニングの顧客企業に同社としてインサイドセールスなどの販売機会の獲得も期待できると考えている。

なお、グループ子会社のClieXitoにて、DXコンサルティングを実施し、その結果インサイドセールスやデジタルマーケティングのビジネスや、「SAIN」などのシステムソリューションのビジネスにも拡大させているが、アイ・ラーニングによるDX研修やIT研修でクライアントの人材育成を支援し、この変化の激しい環境下でのクライアントの変革を支援する範囲がさらに広がることでビジネス拡大に繋がると考えている。また、高い売上比率のアウトソーシングビジネスに新たな事業を加えることでポートフォリオの拡大を実現し、より成長力を高めることが可能であると考えている。

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