

ウィルグループ

6089 東証 2 部

2014 年 6 月 25 日 (水)

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

■ ハイブリッド派遣が高く評価されて足元の業績は急拡大

ウィルグループ〈6089〉は、業種特化型の人材派遣および業務請負会社である。現在は、スマートフォンなどの販売スタッフ、コールセンターのオペレーター、製造業における工場等の軽作業スタッフの3つの分野での人材サービスが大きな柱となっている。純粋持ち株会社である同社のもとに国内外7社の子会社を持つ。

ウィルグループの母体となるテレマーケティング会社セントメディアと短期型の業務請負会社ビッグエイドを大阪で1997年に創業。その後、両社が合併し、事業再編を経て、2006年4月に現在の持株会社方式になり、2013年12月に東京証券取引所市場二部に上場した。

最大の特徴は、「ハイブリッド派遣」とよばれる派遣サービスにある。これは同社の正社員が派遣スタッフとともに派遣先に就業する派遣スタイルである。正社員と一緒に勤務し、現場のマネジメントを行うことで、派遣スタッフの士気が高まり、業務効率も高まる。また、正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るため、スタッフの増員が行われる際には競合他社よりもいち早く対応できる。また、そのマネジメント能力を評価されることで、人材派遣よりも業務の難易度は高まるものの、利益率が高い業務請負への移行していく。

同社は、この「ハイブリッド派遣」が顧客に高く評価され、足元の業績は急拡大している。上場後、初めての通期決算となる2014年3月期は、当初計画には及ばなかったものの、2ケタの増収・増益を達成。2015年3月期も2ケタ成長を計画している。潜在重要は十分にあるため、上方修正となる可能性もある。

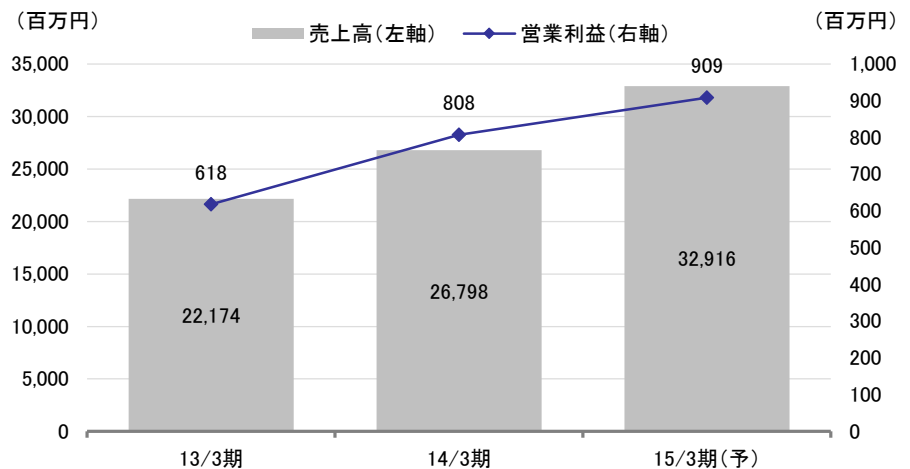
今後に関しては、3つの成長戦略を打ち出している。第一はシェア拡大、第二は未開拓な地域への出店、そして、第三は「キャリアパス紹介」と呼ばれる、派遣社員を正社員として紹介する人材紹介業の強化である。さらに、これら3つの成長戦略のもとに事業拡大をさらに加速させる方策として、新分野への事業拡大も積極的に進めている。

さらに、労働者派遣法の改正など、業界にとってプラスの要因も成長を加速させることが期待できる。中・長期の経営計画は公表していないものの、連結売上高1,000億円を目指す。

■ Check Point

- ・業種特化と「ハイブリッド派遣」で急成長
- ・2015年3月期も2ケタ成長目指す
- ・3つの成長戦略と新分野への事業拡大で売上1,000億円目指す

業績推移



■ 会社概要

2013 年 12 月に東京証券取引所市場 2 部に上場

(1) 会社沿革

同社の母体となるテレマーケティング会社セントメディアと短期型の業務請負会社ビッグエイドは、ともに 1997 年に大阪で創業された。現在のウィルグループ代表取締役社長である池田氏は、ビッグエイドの創業時に社員として入社している。両社は経営の相乗効果を期待して、2000 年にセントメディアを存続会社として合併、池田氏が代表取締役社長に抜擢された。

大きな転機となったのは 2003 年である。池田氏が当時のオーナーから株式を買い取り、テレマーケティング事業から撤退、一気に人材ビジネス特化の方向に舵を切った。当時は製造業の業務請負が中心だったが、後発企業としてシェアを確保するために出来高に応じて請負料金を請求する「出来高請負」を展開していた。これは投入した労働者の量に応じて料金を請求する普通の業務請負に比べてリスクが高いが、社員はもとより池田氏自らが現場に赴き、作業に加わることによってリスクを回避し、収益とシェア拡大を達成した。この現場主義によって培ったノウハウを人材派遣業務に応用したのが、同社最大の特長である「ハイブリッド派遣」である。なお、「ハイブリッド派遣」に関しては、別項で詳述する。

「ハイブリッド派遣」が顧客の信頼を得たことによって、業績はさらに伸張。2006 年には現在の持ち株会社制に移行し、セントメディアは商品販売とコールセンターのアウトソーシングを行う完全子会社となった。2012 年にホールディングカンパニーの名称をウィルホールディングスからウィルグループに変更、2013 年 12 月に東京証券取引所市場 2 部に上場を果たした。

沿革

1997年 1月	大阪府大阪市で創業
2000年 2月	ファクトリーアウトソーシング事業を開始
2002年 2月	コールセンターアウトソーシング事業を開始
2002年 7月	セールスアウトソーシング事業を開始
2006年 4月	純粋持株会社へ移行
2010年12月	初の海外子会社を設立
2012年 6月	商号を株式会社ウィルグループに変更
2013年12月	東京証券取引所市場第 2 部に上場

3 つに業種を特化した人材派遣、業務請負、人材紹介業を展開

(2) 事業概要

携帯電話などの商品販売、コールセンター、製造業における工場等の軽作業の 3 つに業種を特化した人材派遣、業務請負、人材紹介業を展開している。売上高に占める人材派遣の割合は 68.8%(2014 年 3 月期)、業務請負の割合は 26.4%(同)、人材紹介の割合は 2.0%(同)となっている。人材派遣は一般派遣に加え、後に同社の最大の特徴として説明する「ハイブリッド派遣」に分かれ、一般派遣が占める割合で 41.3%、「ハイブリッド派遣」が占める割合が 58.7%となっている。

売上高営業利益率はおおよそ 3% 前後で推移している。エンジニアや医療関係者といった特殊な技能、免許を必要とする人材の派遣会社に比べれば低いものの、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が 1 ~ 2% 程度ことを考慮すれば高いといえる。これは派遣から始まって利益率のより高い業務請負に移行するビジネスモデルをうまく機能させているためである。このビジネスモデルに関しても後ほど説明する。

事業セグメントも業種別になっている。商品販売のスタッフ派遣および業務請負を行う「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およ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等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 本柱が主なものである。これらの他に、オフィス等への人材派遣、IT 技術者派遣、看護師紹介、介護士派遣といった上記の主要 3 分野以外の新分野での人材サービスを行う「その他事業」のセグメントがある。

セグメント別の収益状況に関しては、現在は、セールスアウトソーシング事業が最も売上高の多いセグメントとなっている。2014 年 3 月期においては、連結売上高の 41.7% を占めている。また、セグメント利益（調整額控除前）に関しても連結営業利益の 61.5% を占めている。コールセンターアウトソーシングは連結売上高の 26.0% を占め、セグメント利益で連結営業利益の 36.5% を占める。3 つのセグメントのなかでは歴史が最も古いファクトリーアウトソーシング事業は連結売上高の 23.5% を占め、セグメント利益で連結営業利益の 18.3% を占めている。その他事業のセグメントは、既存の 3 本柱に次ぐ柱の候補として育成中のビジネスという位置付けとなっている。現在、9 つの事業部門と海外事業から構成されている。

9 事業部門は具体的に、オフィス等への人材派遣、スポーツ業界への人材紹介、看護師紹介、ALT（外国語指導助手）派遣、障害者紹介、介護士派遣、幼児・児童向け語学学校の運営、IT 技術者派遣、アプリ開発者の紹介である。幼児・児童向け語学学校の運営は、人材派遣とは一見、無関係のビジネスであるものの、外国語指導要員の育成という意味で、人材ビジネスの派生事業として買収したものである。このように、直接、人材派遣、業務請負、人材紹介に結び付かない事業であっても広い視野からビジネスの拡大を進めるという姿勢を取っている。足元で育てているのは、オフィス等への人材派遣、IT 技術者派遣、看護師紹介、介護士派遣、スポーツ業界への人材派遣の 5 事業で、これらはいずれも黒字となっている。海外はシンガポールと中国・北京にある 3 つの海外子会社で運営されている。日本の技術者などを、現地企業や日系企業に紹介するのが主な事業となっている。なお、その他事業セグメントの売上高は、連結売上高の 8.8% を占める。セグメントとしての損益はまだスタートアップということもあり赤字となっている。

業種特化と「ハイブリッド派遣」で急成長

(3) 事業の特長

(a) ハイブリッド派遣

ハイブリッド派遣、同社の最も特徴的な仕組である。派遣の際に同社の正社員が派遣スタッフと一緒に派遣現場に就業する。割合は原則として派遣スタッフ 30 人に正社員ひとりとなっている。正社員は「フィールドサポーター」と呼ばれ、派遣現場でスタッフ同様の仕事をするほか、スタッフのマネジメントも行う。同社の事業全体に占める「ハイブリッド派遣」の割合は、連結売上高の割合で 40.4% (2014 年 3 月期) を占める。

同社は人材派遣で後発といえるが、「ハイブリッド派遣」の持つメリットによって、他社のシェアを奪って成長を続けている。

そのメリットは、大きく 3 つある。第一は、派遣スタッフのスキルと士気の向上である。正社員と一緒に仕事をする中で、スタッフの士気が上がる効果が得られる。また、正社員が現場で指導することによって、スキル向上も期待できる。

第二は、派遣先の増員要請に素早く対応できることである。大企業の場合、派遣に関係する部署は概ね 2 か所ある。一つは現場である。現場の稼働率などを見極めながら、現場責任者が派遣人員の調整を決断する。もう一つは、労務・人事部門の担当者である。こちらは現場責任者からの要請を受けて、派遣会社に派遣人員の発注をする。

通常、派遣会社は、労務・人事担当者と商談を行う。しかし、「ハイブリッド派遣」の場合、派遣先の現場に正社員が常駐しているため、派遣人員の増員などの情報が現場責任者からいち早く把握することができる。そのため、労務・人事担当者からの正式なオファーが来る前に先行して人材を確保しておくことができ、人材大手の人材動員力に対抗することができる。さらに、正社員が実際に現場で働くことで現場責任者との信頼関係も築くことができ、実際の受注もしやすくなる。場合によっては、現場責任者から労務・人事担当者に推薦してもらうこともある。

第三は、派遣を業務請負に移行させる事例が拡大できることである。事業戦略の説明で改めて説明するが、派遣よりも業務請負のほうが利益率は高い。同社としては、派遣先の派遣スタッフ数を増やしていくことによって、やがては業務全体を丸ごと請負うことを目指している。ハイブリッド派遣によって、現場責任者との信頼関係を育むことによって、請負への移行もスムーズに行える。

3 つの大きなメリットのほかにもメリットがある。たとえば、ハイブリッド派遣は営業力の強さにも結び付く。同社では営業を行う正社員もフィールドサポーターとして現場での作業経験を積んでいる。このため、現場の事情に精通しており、これを営業に活かして受注に結び付けやすい面がある。

なお、ハイブリッド派遣が他社でも容易に行えるかといえば、そうでないことは想像に難くない。他の人材会社では営業との機能分化が進んでおり、派遣の現場仕事をできる体制になっていない。同社のような理念や環境が整っていなければ、現場社員の退職という形でうまく機能しないと想定し得る。

ただ、ハイブリッド派遣は、メリットだけではない。派遣スタッフが少数の場合には、採算割れとなるリスクもある。スタッフと一緒に現場に就業する正社員の人件費は当然、派遣先からは出ない。そのため、派遣スタッフの規模が小さすぎると、正社員の人件費をカバーできない。

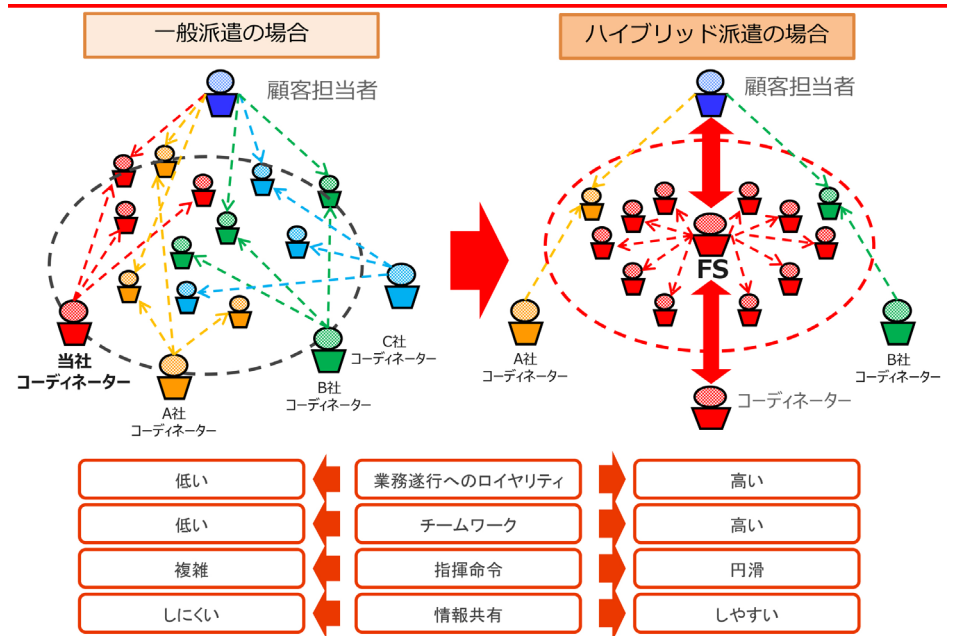
2014 年 6 月 25 日 (水)

同社は派遣スタッフ 30 人にフィールドサポーターひとりを原則としていると説明したが、それは、単に現場でマネジメントしやすい人数という意味だけではない。スタッフが 30 人以下になると、採算割れの恐れがあるためである。

ハイブリッド派遣を業務請負に移行させる重要性は、利益率の向上という意味もあるが、一方で、業務請負ならば、フィールドサポーターの件費も請負先から出してもらえるという意味もある。

しかし、このような不採算案件の割合は新規案件の一部や製造ラインの変更、製造品目の変更といった例でわずかに起こる程度であり、全体の 2～3% にとどまる。また、これらも着実に業務をこなしていくことによって、そう遅くない時期に派遣スタッフの増員につながり、採算割れが解消される。

ハイブリッド派遣の特徴



出所：会社資料

(b) 業種特化型ビジネスモデル

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、手厚い対応ができるメリットがある。たとえば、コールセンターアウトソーシング事業では、特化型のメリットを享受しやすい。

大手人材会社の場合、コールセンターのオペレーターの派遣は、オフィス系業務の派遣のなかの一部として扱っているのが一般的である。また、コールセンターのオペレーターの派遣については、人材育成の難しさやオペレーターの定着率の低さなどから、大手人材会社の場合はあまり積極的には展開していない。つまり、コールセンターのオペレーター派遣は、ある意味でニッチ市場であるといえ、そこに特化することで、大手との競合が避け、顧客からの受注率が高まる。

■ 2014 年 3 月期の連結決算

4 期連続の増収増益で売上高、利益とも創業以来の過去最高を更新

(1) 概要

2014 年 5 月 9 日に発表された 2014 年 3 月期の連結決算は、売上高が前期比 20.9% 増の 26,798 百万円、営業利益が同 30.7% 増の 808 百万円、経常利益が同 22.6% 増の 774 百万円、当期純利益が同 32.6% 増の 384 百万円となった。増収・増益は 4 期連続で、売上高、利益とも創業以来の過去最高を更新した。

売上高では主要 3 セグメントがいずれも増収となった。セールスアウトソーシング事業の売上高は前期比 23.6% 増の 11,172 百万円、コールセンターアウトソーシング事業の売上高は同 29.6% 増の 6,975 百万円、ファクトリーアウトソーシング事業の売上高は同 14.0% 増の 6,278 百万円となった。また、その他事業も同 5.7% 増の 2,362 百万円となった。

セールスアウトソーシング事業に関しては、大手通信キャリアの拡販を中心に、業務請負が拡大、コールセンターアウトソーシング事業に関しては、大手通信会社やテレマーケティング会社への派遣需要の大幅な伸張が売上高を押し上げた。加えて、両事業ともに、正規雇用への紹介案件が増加したほか、拠点数の拡大（セールスアウトソーシング事業は新設 2 拠点、拡大 3 拠点、コールセンターアウトソーシング事業は新設 1 拠点、拡大 1 拠点）も貢献した。一方、ファクトリーアウトソーシング事業は一部顧客の国内工場閉鎖や海外移転などで業務請負は減少したものの、食品製造業を中心に派遣需要が拡大し、請負の減少分を補った。また、雇用情勢の改善により人材サービス需要が高まったことも売上増の要因になっている。その他事業は、オフィス等への人材派遣と看護師紹介が拡大した。オフィス等への人材派遣は 1,350 百万円の売上高と 1,000 百万円台に載ったほか、看護師紹介は名古屋へ進出し、それぞれ売上増に貢献した。

営業利益に関しては、セールスアウトソーシング事業とコールセンターアウトソーシング事業が大幅な増益となる一方、ファクトリーアウトソーシング事業は減益、その他事業は赤字幅拡大となった。具体的には、セールスアウトソーシング事業のセグメント利益は前期比 34.8% 増の 497 百万円、コールセンターアウトソーシング事業は同 313.8% の 295 百万円、ファクトリーアウトソーシング事業は同 22.9% 減の 148 百万円、その他事業は 150 百万円の赤字（前期は 32 百万円の赤字）となった。

セールスアウトソーシング事業は原価率がやや上昇したものの、売上規模の拡大に伴う増益幅がこれを補い、高い増益率を達成した。コールセンターアウトソーシング事業は売上増にも貢献した正規社員への紹介案件の増加が利益増に結び付いた。また、両事業とも販管費および一般管理費に関しては、自社の直接採用を増やして採用効率を上げるといったコスト削減によって伸びを抑えた。一方、ファクトリーアウトソーシング事業は、請負案件の減少で利益が低下しただけでなく、事業活動の拡大のために採用した従業員の人件費等が増加した。その他事業については、オフィス等への人材派遣が売上増にはなっているものの、全体としては赤字となった。

経常利益は、減益要因として上場関連費用 44 百万円を計上したが、営業利益の拡大がこれを補った。

当期純利益は、幼児・児童向け語学教室など M&A で取得した事業ののれん代の償却負担が減ったことが増益率の拡大要因となっている。



ウィルグループ

6089 東証 2 部

2014年6月25日(水)

2013年3月期との業績対比表

(単位：百万円)

	売上高 13/3 期	経常利益 14/3 期	増減率 (%)
売上高	22,174	26,798	20.9
売上総利益	4,418	5,050	21.8
営業利益	618	808	30.7
経常利益	631	774	22.6
当期純利益	289	384	32.6

自己資本比率は 41.1% へ、財務状況は良好

(2) 財務状況

財務状況は良好である。上場益および当期純利益の純資産への計上により、純資産は前期末比 99.7% 増の 2,356 百万円となり、自己資本比率も前期末比 14.3 ポイント増の 41.1% となった。

2014年3月期の貸借対照表

(単位：百万円)

	13/3 期	14/3 期	増減額
流動資産	4,165	5,570	1,404
固定資産	365	520	154
資産合計	4,531	6,091	1,559
流動負債	3,207	3,525	318
固定負債	54	29	-24
負債合計	3,261	3,555	293
純資産合計	1,269	2,536	1,266
負債純資産合計	4,531	6,091	1,559

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 216 百万円の赤字（前期は 507 百万円の黒字）となった。これは、債権流動化により売掛金を圧縮していた金額が現金化されたこと（300 百万円）および業績拡大に伴い売掛金が月次ベースで純増したことによるものである。また、売上純増に伴いスタッフへの未払給与が増加したことも要因のひとつになっている。したがって、今回の営業キャッシュ・フローの赤字は経営上、何の問題もない。

2014年3月期のCF計算書

(単位：百万円)

	13/3 期	14/3 期	増減
営業活動によるキャッシュフロー	507	-216	-724
投資活動によるキャッシュフロー	-198	-250	-52
財務活動によるキャッシュフロー	-81	770	851

(3) 株主還元

前期は上場記念配として 1 株当たり 7.5 円を加えた 26 円とした。今期においては普通配当のみの 1 株当たり 18.5 円となっている。

■ 2015年3月期の業績予想

成長戦略と新分野への事業拡大で2020年3月期は売上高1,000億円目指す

ウィルグループ

6089 東証2部

2014年6月25日(水)

(1) 概要

2015年3月期の連結業績予想は、売上高が前期比22.8%増の32,916百万円、営業利益が同12.6%増の909百万円、経常利益が同18.1%増の914百万円、当期純利益が同34.2%増の515百万円となっている。

売上高の拡大によって、利益も増加するというのが見通しの基本である。その売上高に関しては、セールスアウトソーシング事業が前期比19.2%増の13,312百万円、コールセンターアウトソーシング事業が同24.1%増の8,657百万円、ファクトリーアウトソーシング事業が同16.7%増の7,337百万円、その他事業が同52.8%増の3,608百万円となっている。

売上高の伸びの要因に関しては、派遣・請負単価こそ変化がない予想となっているものの、受注量が増加するとみている。増加が見込めるセグメントや業種は、2014年3月期と同様である。増加すると見る根拠は、足元において潜在需要が多い。連結売上高を前期比で30%程度伸ばすことも可能なほど、オファーがある状況になっている。また、この他、ファクトリーアウトソーシング事業においては、請負で昨年10月に新規顧客を獲得できた分が通期で寄与する。

ただ、売上高の伸びを22.8%としたのには理由がある。潜在需要のオファーをすべて受けた場合、新規の派遣スタッフの確保が費用増の要因となり、利益の押し下げ要因となってしまう可能性があるためだ。また、新規スタッフの確保を進めながら利益を確保しようとした場合、年度末となる2015年1～3月にかけて行う次年度のためのスタッフ確保に資金が回せなくなる恐れがあり、2016年3月期以降の事業停滞の恐れも出てくる。

したがって、2015年3月期の売上高予想の伸び率は、これらの要因すべてを斟酌したうえで、利益を上げながら16年3月期以降も引き続き事業拡大が図れるようなレベルに抑えていると考えられる。ただ、裏を返せば新規に確保したスタッフの教育がうまく進み、既存のスタッフを含めて定着率が上がれば、案件の受注拡大余地がまだあるということであり、その場合には業績の上方修正の可能性もあるといえる。

なお、売上高営業利益率が前期比0.2ポイント減少の2.8%になる予想となっているが、これは、その他事業の投資を拡大させることが理由である。

業績推移表

(単位：百万円、%)

	13/3期	14/3期	15/3期(予)
売上高	22,174	26,798	32,916
前期比	-	20.9	22.8
営業利益	618	808	909
前期比	-	30.7	18.1
経常利益	631	774	914
前期比	-	22.6	18.1
当期純利益	384	384	515
前期比	-	32.6	34.2

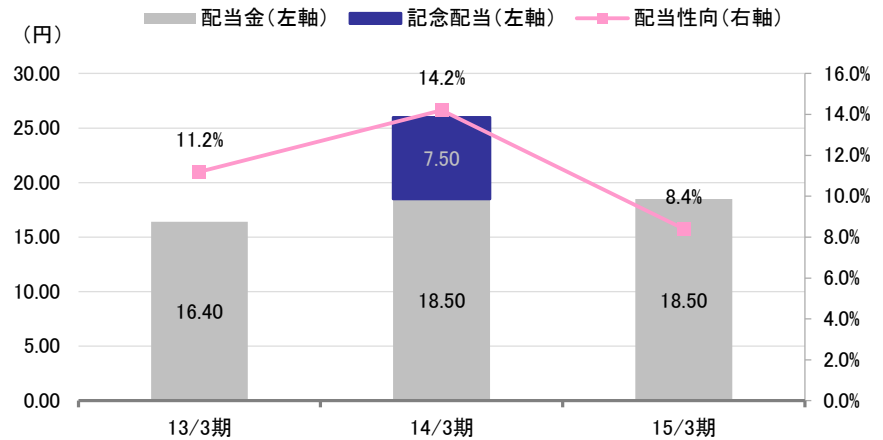
2014年6月25日(水)

配当性向 10% の基本方針に基づいて増配も検討

(2) 株主還元

配当は記念配を除いた普通配当分の1株18.5円(前期比変わらず)を予定している。配当性向は8.4%になる。ただ、これは、同社が一応の目安として公表したもので、配当性向10%の基本方針に基づいて、事業の進ちよくを見ながら、増配する方針だとしている。

1株当たり配当金と配当性向



※13年/3期に株式を200分割。配当金は200分割後に修正。

■ 中期的な成長戦略

事業拡大をさらに加速させる方策の「プラスα」の成長戦略

同社は3つの成長戦略と、これらのもとに事業拡大をさらに加速させる方策として「プラスα」の成長戦略1つを掲げている。これらは、いずれも達成の可能性が極めて高い。そのため、同社の今後の成長性の高さへの期待につながるというよからう。そこで、以下に3つの成長戦略とプラスαの戦略について説明する。

(1) 成長戦略1 シェア拡大

シェア拡大戦略の具体的な内容は、一般派遣からハイブリッド派遣や業務請負に、あるいはハイブリッド派遣を業務請負に、といった具合に受注形態を移行させることにある。これを実現することによって、売上高はもとより利益を押し上げることもできる

同社にとって一般派遣は利益率が低く、スタッフの増員の際も他社との受注競争に勝たなければならないという側面がある。一方、ハイブリッド派遣も、利益率はそれほど高くない。すでに説明したように一定人数以上の派遣スタッフを送り込まなければ採算割れとなる恐れもある。ただ、スタッフ増員の際に受注をスムーズに獲得しやすいというメリットがある。つまり、シェア拡大という点では、一般派遣とは比べ物にならないほど、ハイブリッド派遣の優位性が高い。

さらに、業務請負になると、まとまった業務を丸ごと任せられるようになるため、シェア拡大に大いに寄与する。それだけでなく、ハイブリッド派遣では支払ってもらえないフィールドサポーターのフィーも払ってもらえるようになる。加えて、出来高ごとにインセンティブも請求できる。つまり業務請負は、一般派遣、ハイブリッド派遣に比べ、売上高も利益も優位な契約形態といえる。

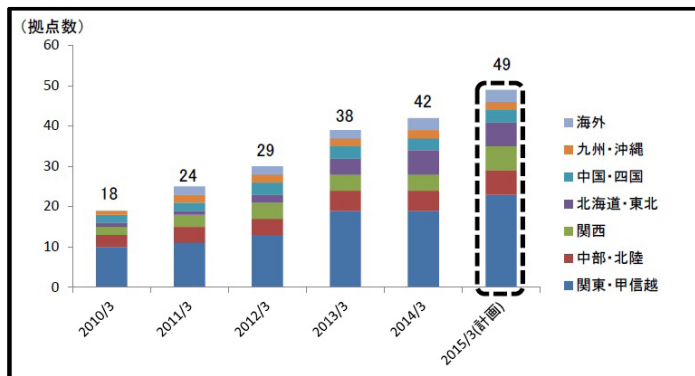
実際のところは、一般派遣がハイブリッド派遣に移行し、さらに業務請負に移行するというパターンを取ることが多い。そして、この場合、ハイブリッド派遣がうまく機能すれば、派遣から請負への契約形態の移行がスムーズに働くことになる。

2015 年 3 月期は 7 拠点を新設する計画

(2) 成長戦略 2 エリアの拡大

同社の国内拠点は、3つの事業合計で 42 拠点（2014 年 3 月期末）となっている。ただ、依然として空白区が多く存在する。セールスアウトソーシング事業では、名古屋を除いた中部地方、西日本では大阪、神戸、岡山、広島、福岡といった大都市以外の地域全般が空白区となっている。コールセンターアウトソーシング事業では、空白区がさらに拡大する。ファクトリーアウトソーシング事業では、首都圏と近畿を除いてほとんどの地域が空白区となっている。空白区をなくしていくことは、同社の事業拡大にダイレクトに寄与するのはもちろんだが、空白区がたくさん残っていることは同社の成長の可能性の大きさも示しているといえよう。ちなみに、2015 年 3 月期は 7 拠点を新設する計画となっている。

エリアの拡大



セールス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 ファクトリーアウトソーシング事業



出所：会社資料

非正規雇用から正規雇用へと人材を紹介する事業分野の拡大へ

(3) 成長戦略 3 新市場の創出

新市場の創出とは、派遣スタッフという非正規雇用から正社員など正規雇用へと人材を紹介する事業分野の拡大である。同社の調査によれば、派遣社員の約半数は正規雇用への就業を望んでいる。一方、同社にとっては、自社の派遣スタッフを正社員として紹介することによって、移籍先の年収の 2 割程度という高い紹介手数料が入る。手数料は、ほぼ丸ごと利益となるため、高収益が期待できる。

さらに、スタッフの確保面でもメリットがある。もともと派遣スタッフは離職率が高い。正規雇用への道を用意しておけば、正社員への就業を望んでいるスタッフの定着率が上がる。新規にスタッフを雇用する際にも、優秀な人材を確保しやすい。

IT 技術者派遣、看護師紹介、介護士派遣と、海外事業に注力

(4) プラス α の戦略

プラス α の戦略とは、新分野への事業拡大、つまり、その他事業のセグメント規模を拡大していくという意味である。

今後、特に注力する事業としては、IT 技術者派遣、看護師紹介、介護士派遣、海外事業が挙げられている。IT 技術者派遣、介護士派遣に関しては、派遣から正規採用への紹介も拡大していく。海外に関しては、現在行っている人材紹介だけでなく、将来的には日本企業の ASEAN 進出の際に拠点の設立支援や手続き代行といった総合支援まで事業を拡大していく方針となっている。海外事業の収益面の目標は、人材サービスおよび企業進出支援においてシンガポールで 3 位以内の企業になることだ。

■ 中期的な業績目標

主要事業である 3 本柱周辺のビジネスで M&A を積極的に進める方針

同社は、中期経営計画を公表していない。しかし、3 つの成長戦略を俯瞰すると、成功の確率が高く、同社の業績も拡大を続けよう。

まず、成長戦略 1 は、同社のビジネスモデルの特長そのものを活かした戦略である。成長戦略 2 は、上場で確保した資金が豊富にあり、これを使って拠点を整備し、空白区を埋めていくことに大きな困難は伴いそうにない。成長戦略 3 は、同社と派遣スタッフ両方にとってメリットのある戦略である。採用企業にとっても、少子高齢化や東京オリンピック開催などにより今後予想される人手不足の解消ができる。つまり、関係者のすべてが利益を受けることができる戦略であることから、成功確率が高いと考えられる。

唯一、プラス α の戦略に関しては、すべての事業が成功するという確信までは持てない。しかし、同社は、少しずつ事業の絞り込みを始めている。セグメントの赤字が長期にわたり続く可能性は低いとみてよからう。

なお、同社においては中期経営計画を示していないものの、これら戦略を推進することによって長期目標として連結売上高 1,000 億円が成長イメージとされている。マイルストーンとしては、2017 年 3 月期の売上高として 500 億円といったところか。

ただし、そのような数値を達成するには、2015 年 3 月期から前期比 25% を越える増収を続ける必要がある。したがって、当該業績を目指すには M&A も駆使する必要がある。海外事業での M&A に力を入れるが、国内においても主要事業である 3 本柱周辺のビジネスで M&A や業務提携を積極的に進める方針だ。

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