

ウィルグループ

6089 東証 1 部

2015 年 2 月 18 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

■ 業種特化のハイブリッド派遣を核に成長戦略が進展

ウィルグループ〈6089〉は、業種に特化した人材派遣及び業務請負を行っている。持株会社の傘下に国内 4 社、シンガポール 3 社の子会社を持つ。業種特化に加えて、「ハイブリッド派遣」という特殊な派遣方式による独自のビジネスモデルが強みとなり、事業を着実に拡大している。

2015 年 2 月 5 日に発表した 2015 年 3 月期の第 3 四半期連結決算は、売上高で前年同期比 21.4% 増、営業利益で同 9.9% 増とほぼ 2 ケタの成長を達成、過去最高を更新した。現在の主力事業である、携帯電話・スマートフォンなどの商品販売、コールセンター、食品など工場の軽作業の 3 つの分野での人材サービスが好調だった。3 事業以外の「その他事業」は、複数の国内新規事業と海外事業で構成され、全体としては赤字であるものの、国内外ともに将来に向けて大きな進展を見せた。国内では介護士派遣とネット人材紹介の 2 事業が急拡大し、3 つの主力事業の次の成長をけん引する役割としての期待が膨らんでいる。海外事業もシンガポールの人材紹介会社を買収し、アセアン市場全域を見据えた体制構築を大きく前進させた。

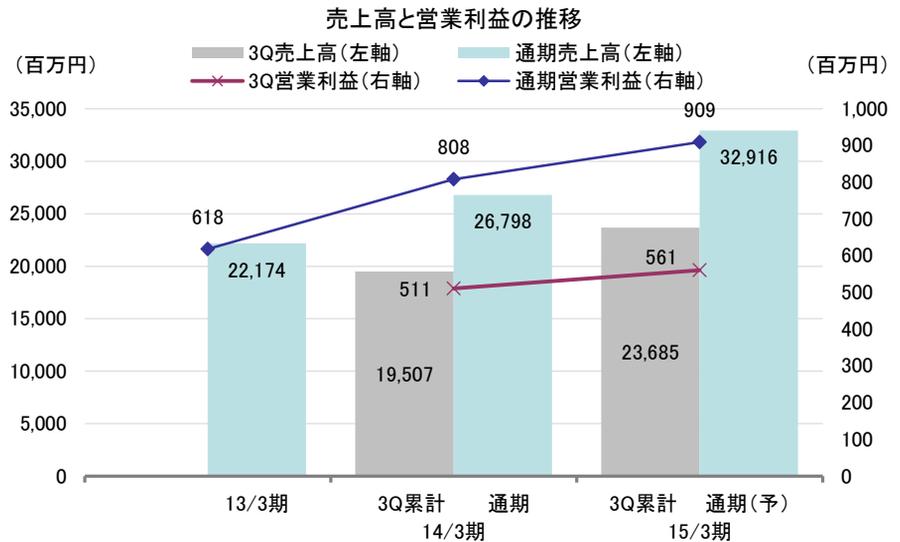
これら好調な業績を達成できた理由は、独自のビジネスモデルをもとに「シェア拡大」「エリア拡大」「人材紹介業の強化」という 3 つの成長戦略が着実に進展していることが挙げられる。さらに、これら成長戦略プラス α の戦略として掲げる「新分野への事業拡大」も大きく進展している点が見逃せないと言える。第 3 四半期も社内のビジネスコンテストなどから複数のユニークな新事業が立ち上がっている。

2015 年 3 月通期の業績予想は期初計画を据え置いたが、売上高、利益ともに前期比 2 ケタ増、5 期連続で売上高と利益の過去最高更新という高い目標を目指すことに変わりはない。

また、中期的には、介護士派遣、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拡大させることが可能とみており、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方針。これらによって、売上高の拡大に加え、現在 3% 前後の売上高営業利益率を 4～5% にまで引き上げるとしている。

■ Check Point

- ・ 第 3 四半期も引き続きすべてのセグメントで 2 ケタの増収
- ・ 通期は期初予想を据え置くが、2 ケタ増収増益を目指す
- ・ 潜在需要は旺盛



■ 決算概要

四半期 5 期連続の増収増益、創業以来過去最高を更新

(1) 2015 年 3 月期の第 2 四半期連結決算

2015 年 3 月期の第 2 四半期連結決算は、売上高が前年同期比 22.2% 増の 15,185 百万円、営業利益が同 13.3% 増の 335 百万円、経常利益が同 16.5% 増の 341 百万円、四半期純利益が同 25.3% 増の 189 百万円となった。第 2 四半期ベースでの増収・増益は 5 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 0.1% の上振れとなったほか、営業利益が 80.1%、経常利益が 83.3%、四半期純利益が 170.0% の大幅な上振れとなった。

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等の軽作業の業務スタッフ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。セールスアウトソーシング事業の売上高は前年同期比 21.4% 増の 6,198 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 17.6% 増の 3,928 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 21.1% 増の 3,481 百万円となった。

セールスアウトソーシング事業は、業務請負の受注が拡大した。コールセンターアウトソーシング事業は、テレマーケティングサービス会社を中心に新規顧客の開拓が成功し、人材派遣を中心に受注が拡大した。ファクトリーアウトソーシング事業は、食の安全意識の向上に伴って食品製造の国内回帰が進んだため、同分野での人材派遣が拡大した。

また、同社のセグメントには、これら 3 事業のほかに国内新規事業と海外事業を合わせた「その他事業」がある。国内新規事業は、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、外国語指導助手 (ALT) 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、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一である。海外事業は、アセアン地域を対象にした人材紹介や人材派遣業務である。この「その他事業」も同 42.7% 増の 1,577 百万円と大きな伸びを実現した。

2015 年 2 月 18 日 (水)

けん引役となったのが、オフィス等への人材派遣、介護士派遣、ネット人材紹介、海外事業である。オフィス等への人材派遣は、企業業績の回復に伴い、派遣人員の需要が増加、前年同期比 43.6% 増の 880 百万円となった。介護士派遣は 4 月からスタートしたばかりの事業だが、介護士不足を反映し、受注は極めて好調で、月次平均で 4.0 百万円の売上高を計上している。ネット人材紹介は、金額こそ公表されていないものの、前年同期比 20% 以上の伸びとなった模様である。IT 関連技術者の人手不足が売上拡大の要因と考えられる。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会社である「Scientec Consulting Pte. Ltd. (STC 社)」の株式の 60% を取得し、連結対象となったため、売上高が増加した。

営業利益に関しては、セールスアウトソーシング事業とファクトリーアウトソーシング事業が大幅な増益となる一方、コールセンターアウトソーシング事業が減益、その他事業で赤字が拡大した。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年同期比 54.4% 増の 253 百万円、ファクトリーアウトソーシング事業は同 94.1% 増の 64 百万円、コールセンターアウトソーシング事業は同 18.8% 減の 126 百万円、その他事業は 150 百万円の赤字（前年同期は 61 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、人材派遣から利益率の高い業務請負への受注移行が進んだ。これは、同社の成長戦略の 1 つである「シェア拡大」の成果であるが、詳細は「トピックス」で説明する。また、ファクトリーアウトソーシング事業は売上高の増加に伴って増益となった。両事業ともに従業員の増加に伴うコストアップ要因があったが、売上高の増加で吸収した。また、採用作業の外注を行わないで人員を採用できた結果、採用に必要な経費の伸びも売上高の伸びの範囲内に納めることができた。一方、コールセンターアウトソーシング事業は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て減益となった。ただ、同社によれば、これは、新規顧客の獲得に重点を置いたためであり、懸念材料にならないとしている。新規顧客は最初、短期発注からというケースが多い。信頼関係が深まれば、長期契約に移行すると考えられる。

その他事業は 2014 年 3 月期と同様、国内 9 事業のうち 5 事業が黒字化、4 事業が赤字となった。売上高の増加に寄与したオフィス等への人材派遣、介護士派遣、ネット人材紹介、海外事業のうち、オフィス等への人材派遣とネット人材紹介が利益面でも寄与した。オフィス等への人材派遣は売上高総利益が前年同期比 41.0% 増の 141 百万円となった。また、ネット人材紹介は初めて黒字化した。介護士派遣は、売上高が急上昇してはいるが、始まったばかりであるため、利益に寄与できていない。海外事業はもともと黒字。STC 社の買収で事業規模こそ拡大したものの、のれんの償却（5 年償却）により、STC 社の利益分は相殺されている。

経常利益は、2014 年 3 月期に計上した東証二部上場時の上場関連費用 44 百万円がなくなったなどの理由で、営業利益以上の伸び率を示した。

四半期純利益には、過去に買収した企業が保有していた語学学校を事業の選択と集中の観点から同業の NOVA ホールディングス(株)に売却したため、売却益約 19 百万円が特別利益として計上されている。

2015 年 3 月期の第 2 四半期業績

(単位：百万円)

	2014 年 3 月期 第 2 四半期	2015 年 3 月期 第 2 四半期	増減率 (%)
売上高	12,430	15,185	22.2
売上総利益	2,358	2,876	21.9
営業利益	295	335	13.3
経常利益	293	341	16.5
当期純利益	151	189	25.3

財務状況は良好である。四半期純利益の計上などにより、純資産は前期末比 8.6% 増の 2,753 百万円となった。シンガポールの人材紹介会社の買収や拠点の拡充で総資産は同 6.9% 増の 6,510 百万円となり、その結果、自己資本比率は同 0.3 ポイント減の 40.8% となった。

2015 年 3 月期第 2 四半期の貸借対照表

(単位：百万円)

	2014 年 3 月期末	2015 年 3 月期 第 2 四半期	増減
流動資産	5,570	5,643	72
固定資産	520	866	346
資産合計	6091	6,510	419
流動負債	3,525	3,738	213
固定負債	29	18	-11
負債合計	3,555	3,756	201
純資産合計	2,536	2,753	217
負債純資産合計	6,091	6,510	419

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 334 百万円の黒字（前年同期は 588 百万円の赤字）となった。四半期純利益の計上による。

なお、参考までに前年同期の赤字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、前年 9 月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。

2015 年 3 月期第 2 四半期のキャッシュフローの状況

(単位：100 万円)

	2014 年 3 月期 第 2 四半期	2015 年 3 月期 第 2 四半期
営業活動によるキャッシュフロー	-588	334
投資活動によるキャッシュフロー	-102	-336
財務活動によるキャッシュフロー	30	-239

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がほぼないうえに 2014 年 3 月期においては上場益などによって潤沢なキャッシュが見込めたため、これを実施しなかった。

また、投資活動によるキャッシュフローは 336 百万円の赤字（同 102 百万円の赤字）となった。STC 社の子会社化のための投資が赤字拡大の要因である。財務活動によるキャッシュフローは、有利子負債の減少から 239 百万円の赤字（同 30 百万円の黒字）だった。

第 3 四半期も引き続きすべてのセグメントで 2 ケタの増収

(2) 第 3 四半期連結決算

2015 年 3 月期の第 3 四半期連結決算は、売上高が前年同期比 21.4% 増の 23,685 百万円、営業利益が同 9.9% 増の 561 百万円、経常利益が同 18.8% 増の 562 百万円、四半期純利益が同 35.0% 増の 303 百万円だった。

第 2 四半期に引き続き、売上高はすべてのセグメントで 2 ケタの増収となった。セールスアウトソーシング事業の売上高は前年同期比 18.3% 増の 9,515 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 17.0% 増の 6,004 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 21.2% 増の 5,575 百万円となった。

2015 年 2 月 18 日（水）

セールスアウトソーシング事業では、家電量販店や携帯ショップの販売員の需要が引き続き堅調に推移した。コールセンターアウトソーシング事業では、近年のスマートフォン市場拡大を背景とした通信業界のオペレーター増員需要に対応して売上を伸ばした。ファクトリーアウトソーシング事業は、引き続き食品業界を中心とした派遣及び製造請負の拡大に努めた。また、その他事業の売上高も前年同期比 49.4% と大幅な伸びを維持した。

営業利益に関しては、第 2 四半期同様、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増益、コールセンターアウトソーシング事業が減益、その他事業で赤字が拡大した。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が前年同期比 44.4% 増の 424 百万円、ファクトリーアウトソーシング事業が同 86.8% 増の 167 百万円、コールセンターアウトソーシング事業が同 10.1% 減の 198 百万円、その他事業が 270 百万円の赤字（前年同期は 108 百万円の赤字）となった。

なお、売上高営業利益率は前年同期比 0.2 ポイント減の 2.4% となった。これは、「その他事業」が赤字のためである。主要 3 事業だけで見ると、前年同期比 0.3 ポイント増の 3.7% 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、高い水準を確保していると言える。その他事業の赤字は、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、構造的な問題ではない。

2015 年 3 月期の第 3 四半期業績

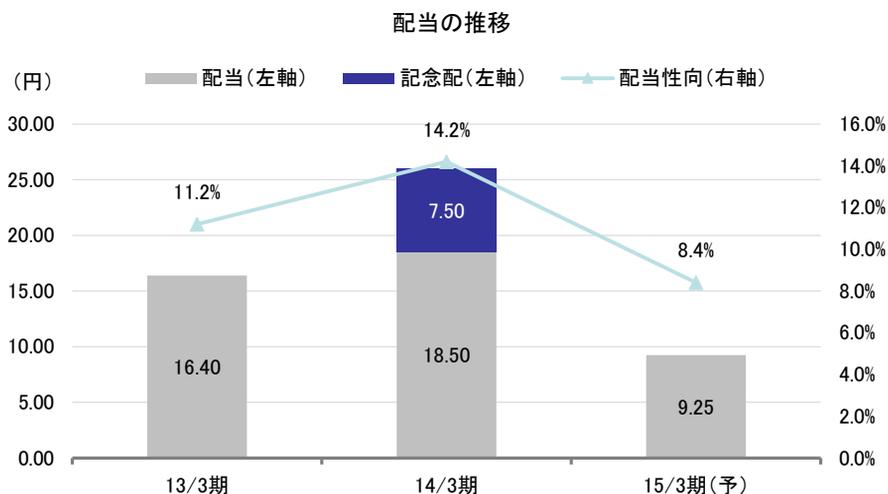
(単位：百万円)

	2014 年 3 月期 第 3 四半期	2015 年 3 月期 第 3 四半期	増減率 (%)
売上高	19,507	23,685	21.4
売上総利益	3,647	4,532	24.3
営業利益	511	561	9.9
経常利益	473	562	18.8
当期純利益	224	303	35.0

期初予想通りの 9.25 円配当を据え置くが、増配の可能性も

(3) 株主還元

1 株当たり 9.25 円と期初予想を据え置いた。期初は 18.50 円と予想。9 月 1 日に株式を 2 分割したため、9.25 円となった。



※13年3月期に株式を200分割。配当金は200分割後に修正

※15年3月期に株式を2分割。配当金は2分割後に修正

通期は期初予想を据え置くが、2 ケタ増収増益を目指す

(4) 2015 年 3 月通期の予想

2015 年 3 月期の連結業績予想は、期初予想を据え置きとなった。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 百万円である。

第 2 四半期の好調な進捗を見ると、第 3 四半期はやや成長が鈍化したかのように見える。しかし、同社によれば第 2 四半期の進捗率の増加は、第 3 四半期に見込んでいた受注が第 2 四半期に前倒し計上になった一方、第 2 四半期に予定していた販管費の一部が下半期に先送りになったためだという。これらの要因がなければ、ほぼ想定どおりの着地になったようである。また、同社は多くのクライアント企業の年度末に当たる第 4 四半期に受注が増える傾向にあるが、通期予想はそれも想定したうえで計画を立てているため、据え置きが妥当としている。

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、30% 程度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、無理をした拡大は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。2016 年 3 月期以降も着実な増収・増益を確保していくためには、仕事を取り過ぎないという配慮も必要になる。したがって同社の通期予想は、今のところ大きく上振れる可能性が低いと見てよからう。

しかし、期初予想そのものが、売上高、利益ともに前期比 2 ケタ増、5 期連続で売上高と利益の過去最高更新という高い目標を目指すことに変わりない。そしてこの高い目標は、受注コントロールをしっかりと行っていけば十分に達成可能と見てよい。

通期予想どおりの着地となると、配当性向は 8.4% になる。同社は配当性向 10% を一応の目安としているようだ。したがって、事業の進捗を見ながらとなるものの、増配する可能性も出てこよう。

	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	16.4	618	29.3	631	33.7	289	80.0	146.42	16.40	0.00	16.40
14/3期	26,798	20.9	808	30.7	774	22.6	384	32.6	183.33	18.50	7.50	26.00
15/3期(予)	32,916	22.8	909	12.6	914	18.1	515	34.2	109.48	9.25	0.00	9.25

※ 2013 年 10 月に株式を 200 分割。EPS、配当は、200 分割後に修正

※ 2015 年 9 月に株式を 2 分割。EPS、配当は、2 分割後に修正

■トピックス

同社は、投資家に成長に向けたメッセージとして以下の項目を掲げている。具体的には、(1) 中期的に 2 ケタの増収・増益を目指す、(2) 「シェア拡大」「エリア拡大」「人材紹介業の強化」という 3 つの成長戦略を進展させる、(3) これら成長戦略プラス α の戦略として「新分野への事業拡大」を進める—の 3 点である。2015 年 3 月期の第 2 四半期までを一言でまとめれば、「投資家へのメッセージどおりの着実な成果を挙げた」と評価できる。以下にトピックスという形で 3 つのメッセージの進捗に関して説明する。

潜在需要は旺盛、人材確保により 2 ケタ成長に挑む

(1) 中期的に 2 ケタの増収・増益を目指す

2015 年 3 月期第 2 四半期は 2 ケタの増収・増益、第 3 四半期も成長を維持しているが、同社としては、不満な面もあるようである。例えば、3 つの主力事業では、人材確保が非常に難しくなっている点を指摘されている。足元ではまだ運用できる状況にあるが、このままの状況が続けば、コストパフォーマンスをより厳格に見て受注を選別せざるを得ない状況になる可能性もある。また、ファクトリーアウトソーシング事業は、食品製造分野で大幅な増収・増益を達成したが、前年同期が工業製品を中心とした製造業の海外流出で収益が悪化した反動増の面もあるとしている。

総括すると、潜在需要が多くある反面、その副作用として人材確保の困難という新しいリスクも垣間見られた決算だったと言える。

ニッチ業種特化でシェア拡大と業務請負拡大を狙う

(2) 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。これは同社の正社員（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就業する。正社員と一緒にいて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、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、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、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事業拡大をしているという点も大きな特徴である。

同社が成長戦略に掲げるシェア拡大とは、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、といった具合にクライアントからの受注形態を利益率の高い業務請負に移行させることを指す。確かにハイブリッド派遣は他社のシェアを奪う大きな武器であるが、成長戦略の本当の目的は、シェア拡大と同時に利益を押し上げることにある。

ちなみにハイブリッド派遣は一般派遣同様、あまり利益率は高くない。しかし、クライアントのニーズに素早く対応でき、営業面でも高い信頼関係を築きやすいことからシェア拡大に優位と言える。また、さらに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も高くなる。

2015 年 3 月期の第 3 四半期は、この移行が着実に進んだ。第 3 四半期の業態別の売上高構成比は、一般派遣が売上高構成比で 33.4%、ハイブリッド派遣が売上高構成比で 36.6% となった。これらに対し、業務請負は売上高構成比で 26.7% となった。具体的には、すでに決算の解説で触れたようにセールスアウトソーシング事業で業務請負への移行拡大が進んだ。移行が順調に進んだ要因の 1 つは、ハイブリッド派遣の貢献が挙げられよう。第 3 四半期末のフィールドサポーターの人数は前期末比 9 人増の 190 人となった。ハイブリッド派遣の受注が拡大する一方で、それ以上の速さでハイブリッド派遣から業務請負への移行が進んだのだと推測できよう。

移行の割合が数値的にはわずかという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、今回の移行の割合は理想的なペースであるようだ。

ちなみに、業態別には、人材紹介がある。人材紹介は一過性のフロービジネスであるが、利益率はその他の業態に比べて非常に高い。人材紹介の売上構成比は売上高構成比で 2.8% となった。これに関しては、3 つの成長戦略のうちの「人材紹介業の強化」で詳しく説明する。

業態別売上高

(単位：百万円、%)

	2014 年 3 月期累計金額 (構成比)	2015 年 3 月期第 3 四半期累計金額 (構成比)
人材派遣	19,039 (71.0)	16,590 (70.0)
ハイブリッド派遣	10,367 (38.7)	8,680 (36.6)
一般派遣	8,672 (32.3)	7,909 (33.4)
業務請負	7,073 (26.4)	6,313 (26.7)
人材紹介	557 (2.1)	666 (2.8)
その他	127 (0.5)	109 (0.5)

(b) エリア拡大

同社の拠点は、国内・海外併せて前期末に比べ 6 拠点増の 66 拠点(2014 年 12 月末)となった。内訳は、セールスアウトソーシング事業で前期末比 1 拠点増の 21 拠点、コールセンターアウトソーシング事業で前期末比 5 拠点増の 19 拠点、ファクトリーアウトソーシング事業で同 2 拠点増の 7 拠点、その他で同 6 拠点増の 19 拠点となった。

国内の地方拠点は、ほぼ整備が完了したと考えられているようだ。今後は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ほか、大都市圏で介護士派遣の拠点拡充を進める。

2015 年 3 月末には 71 拠点への拡大を計画している。内訳はコールセンターアウトソーシング事業及びその他の拠点に変更はないが、セールスアウトソーシング事業が 22 拠点、ファクトリーアウトソーシング事業が 2014 年 12 月末比 4 拠点増の 11 拠点増となっている。

(c) 人材紹介業の強化

同社で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も力を入れている。シェア拡大の説明でも触れたが、業態別の売上構成比は 2.8% 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と言える。

人材紹介は顧客にとっても、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、同社にとっては育成したスタッフを手放す行為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疑問視する派遣企業も少なくない。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新規の確保がしやすくなるうえ、定着率が向上すると考えている。

M&A や社内提案制度を活用した新しい成長エンジンを立ち上げ

(3) 新分野への事業拡大

同社は上記の 3 つ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「その他事業」である。海外への展開、人材派遣や業務請負といった既存事業のすそ野を広げるといったことはもちろんだが、「ヒトに関わるあらゆるサービス」という、より広いカテゴリーでの新規事業も進めている。

この戦略を推進する理由は、既存の主要 3 事業だけではいつか成長が頭打ちになると考えているからである。新規事業を育成し、新しい成長エンジンとしていく。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、翌年度末までに事業立ち上げを行っている。BMG には毎年、50 ~ 60 件の応募があるほど盛況だという。2015 年 3 月期の第 3 四半期は、「その他事業」の育成が進んだうえに矢継ぎ早に複数の新事業が立ち上がった。

「その他事業」の育成が進んだという点では、決算ですでに説明したとおり、介護士派遣、ネット人材紹介、海外事業が大きな成長を遂げている。

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 社の買収」、「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」「遠隔農場との業務・資本提携」などがある。これらのうち、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。

「シンガポールの人材紹介会社 STC 社の買収」

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 社)」を通じて現地の人材紹介会社「Scientec Consulting Pte. Ltd. (STC 社)」の株式の 60% を 3,978 シンガポールドル (約 322 百万円) で取得した。STC 社は 2001 年 10 月に創業、シンガポールに地域統括会社を設置している大手多国籍企業を対象にエクゼクティブリサーチや人材紹介、人材派遣を手掛けている。特にヘルスケアやライフサイエンス産業の人材供給に強みを持つ。2013 年 12 月期の売上高は日本円で約 450 百万円、営業利益は約 63 百万円、当期純利益は約 58 百万円となっている。

ウィルグループ

6089 東証 1 部

2015 年 2 月 18 日 (水)

ウィルグループは、経済成長率が高く、日本からの進出も増加傾向が続くアセアン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 社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。アセアン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といった市場構造への対応という側面もある。

WAP 社は今後 3 年間で、STC 社の全株式を取得する計画となっている。ちなみに今回の事業拡大に先立ち、ウィルグループからの出資で 7 月に 7,400 千シンガポールドル (約 599,400 千円) の増資を実施し、資本金は 7,700 千シンガポールドル (約 623,700 千円) となった。

「シェアハウス事業」

「ヒトに関わるあらゆるサービス」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指すが、同社は、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としたシェアハウスを運営している。2014 年 11 月に東京・渋谷区神宮前に「テックレジデンス表参道」をオープン。共有スペースには専門書、テスト用実機、プロジェクター、ホワイトボードなどが備えられており、自宅で開発できる環境になっている。さらに同社は、定期的に勉強会などのイベントを実施し、住民同士の勉強の機会やコミュニティを形成する。

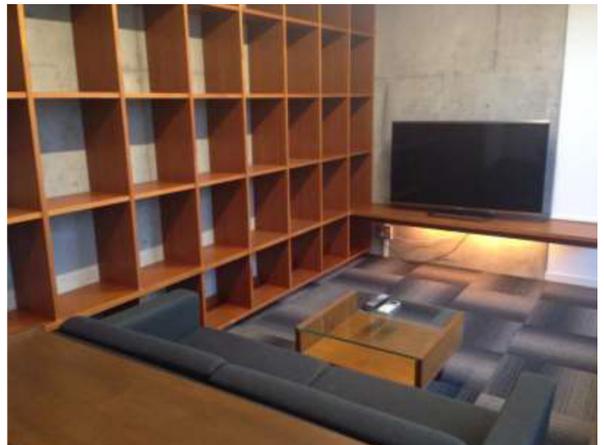
2016 年に公共団体や金融機関でシステム改修が集中することが予想され、IT 技術者が不足する恐れがあるという「2016 年問題」が話題となっている。同社は、シェアハウスを通じて IT 技術者のスキル向上や育成を行う。

2016 年 2 月には、教育事業を展開する (株) ビジネス・ブレイクスルー (代表取締役社長 大前研一 (おおまえけんいち) 氏、本社: 東京都千代田区) が運営する「ビジネス・ブレイクスルー大学」との協業イベントを実施。イベントでは「ビジネス・ブレイクスルー大学」の学生とテックレジデンス表参道の住人が交流した。このように、単純に住居を提供するだけではないのが同社の運営するシェアハウスの特長だ。

併せて「IT エンジニアのみ」というコンセプトにとどまらず、様々なコンセプトのシェアハウスへと拡大していく。将来的には、安定した売却収入が得られるような事業になることを目指している。

シェアハウスは、不動産業界で最も注目されているビジネスの 1 つである。不動産業ではない同社が今後、どのようなユニークなビジネスモデルを展開してくれるか注目されよう。

テックレジデンス表参道



出所：会社資料

2015 年 2 月 18 日 (水)

「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」

同社の子会社である(株)セントメディアが展開する、「ネット人材紹介事業」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)が運営する「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。第1弾として、このほど、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)の採用で実施された。

ネット人材紹介事業の事業領域



出所:(株)セントメディア HP

「遠隔農場との業務・資本提携」

パソコンや携帯端末、ゲーム端末などで農場を結び、有機野菜の遠隔栽培をしている(株)テレファーム(代表取締役 遠藤忍(えんどうしのぶ)氏、本社:愛媛県松山市)と業務・資本提携を締結した。

テレファームは、農場の利用者がネットから作物や栽培法、使用資材を農場に指示し、栽培された野菜を受け取るというビジネスモデルを展開している。ウィルグループは、農場利用者の開拓と利用者が増加した際に必要になる人材の採用・育成を行う。これに伴い、テレファームの第三者割当増資を引き受けた。持分比率は10.7%となる。

2015 年 2 月 18 日（水）

■ 中期的な業績目標

介護士派遣、ネット人材紹介、海外事業などの新規事業に期待

同社は、中期経営計画を公表していないが、今後 3～5 年の事業成長のイメージ以下の通りである。現在の主要 3 事業は毎年、売上・営業利益ともに 2 ケタの成長を維持しながら、3～5 年の間に新規事業のいくつか収益貢献できるレベルまで成長していくというシナリオである。

まず、既存の主要 3 事業は、今後も当面、現在のペースでの高い成長が見込めそうだが、しかし、足元以上の急成長は期待薄でもある。繰り返しになるが、潜在需要をすべて受注すると人材確保に支障が出て、かえって業績の悪化につながってしまうためである。

一方、新規事業の成長にはかなりの期待をかけている。具体的には、2015 年 3 月期の第 3 四半期で大きな成果を出した介護士派遣、ネット人材紹介、海外事業などである。

介護士派遣は、シェア拡大を優先し、トップラインのけん引役となることが期待されている。2015 年 3 月期には 4～5 億円の売上高が期待でき、2016 年 3 月期には倍増が見込めそうだという。ネット人材紹介は、利益拡大に寄与すると期待している。今後、営業利益で年率 20～30% 程度の成長を目指している。海外事業は、STC 社の売上と利益貢献が期待される。M&A も駆使し、事業規模を拡大していく考えである。売上高では、向こう 5 年の間に年間 40～50 億円程度の規模にしたいと考えている。ただ、M&A による事業拡大であるため、今後 5 年間はのれんの償却で利益面では差し引きゼロの水準が続くと見ている。

新規事業は毎年平均 20% 程度の売上高の伸びを期待している。また、新規事業の成長によって、現在は 3% 前後の売上高営業利益率を 3～4 年後には 5% 程度にまで引き上げたい意向である。そのためにも、介護士派遣、ネット人材紹介、海外事業以外にも収益の柱となる事業をあと 1～2 事業育てる方針になっている。さらに、単に新規事業を立ち上げるばかりでなく、成長性が低いと判断した事業からは撤退し、選択と集中による事業拡大を進めていく。

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 月期の第 3 四半期で新規事業の見通しが立ちそうになってきている。

また、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。ただ、同社は、法案が成立した場合に製造業の派遣と請負において優良事業者の認定制度が導入される点は注視している。現在の運営体制にさらに磨きをかけ、認定条件をクリアするようにしていくという。

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・表示したのですが、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・加工することは堅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・譲渡することは堅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