

## ウィルグループ

6089 東証 1 部

<http://willgroup.co.jp/ir>

2016 年 7 月 6 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  
佐藤 譲

[企業情報はこちら >>>](#)

## ■ 売上高、営業利益ともに過去最高業績を大幅に更新

ウィルグループ〈6089〉は人材派遣・業務請負等の人材サービスを国内及びアジアで展開している。フィールドサポーターと呼ばれる社員と派遣スタッフをチームにして派遣する「ハイブリッド派遣」により差別化を図り、インストア（顧客内取引）シェアを拡大しており、M&Aも活用しながら高成長を続けている。携帯ショップ等の販売スタッフの派遣を行う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の主要 3 事業で売上高の約 86% を占める

2016 年 3 月期の連結業績は売上高が前期比 38.2% 増の 45,028 百万円、営業利益が同 52.2% 増の 1,429 百万円と過去最高業績を大幅に更新した。主要 3 事業の業績が、インストアシェアの拡大並びに新規顧客の開拓などにより、そろって 2 ケタ増収増益と好調に推移したことが主因だ。また、2015 年 9 月に子会社化した（株）クリエイティブバンクもセールスプロモーションの受注好調で初年度より収益に貢献した。

2017 年 3 月期の業績は、売上高が前期比 26.6% 増の 57,000 百万円、営業利益が同 11.9% 増の 1,600 百万円と増収増益が続く見通し。主要 3 事業の売上高が前期比 16% 増と好調を持続するほか、その他の事業も前期比 80% 増と大幅増収を見込んでいる。介護人材派遣事業が大きく伸びるほか、オフィス派遣や 2016 年に入って子会社化したシンガポールやマレーシアの人材サービス会社の業績も上乗せ要因となる。

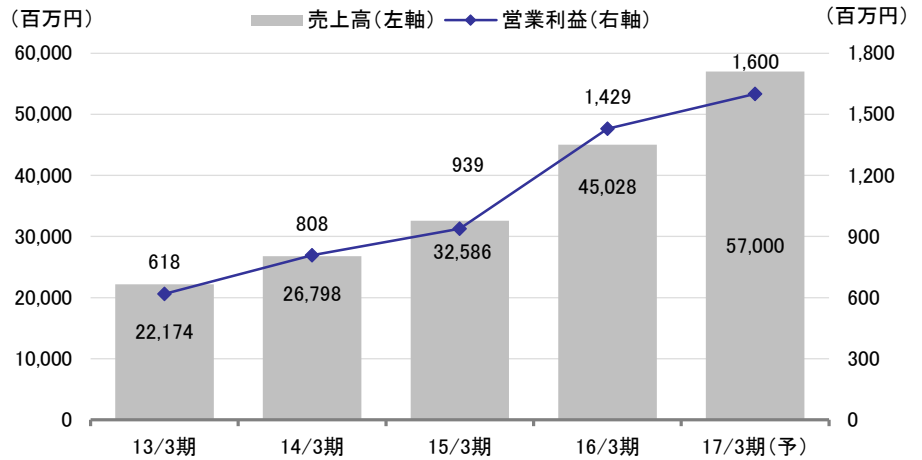
同社が発表した中期経営計画「Will Vision 2020」では、最終年度となる 2020 年 3 月期に売上高 1,000 億円、営業利益 40 億円の目標を掲げた。重点戦略として、「主要 3 事業でそれぞれ業界 No.1 を目指す」「新たに 3 つの事業（介護人材派遣、インターネット・IoT に特化した人材紹介、ASEAN 地域における人材サービス）を事業の柱として確立する」「ベンチャー投資や M&A などを活用しながら、人材サービス事業以外で、一定規模の事業を創出する」の 3 点を掲げ、その実現に向けて今後も、積極的な事業展開を進めていく方針だ。

株主への利益還元策として、2020 年 3 月期に総還元配当性向で 30% を打ち出した。同社は株式上場以来、記念配当も含めて 3 期連続で実質増配を実施しており、2017 年 3 月期は 1 株当たり配当金 20.0 円（配当性向 22.4%）を予定している。業績の拡大が今後も続けば配当成長も期待できることになる。また、株主優待制度も 2016 年より新たに導入しており、3 月末株主に対して一律、1,000 円分の QUO カードを贈呈する。

## ■ Check Point

- ・ 2014 年度以降は国内外で積極的な M&A を進めながら成長スピードを加速
- ・ 主要 3 事業が揃って 2 ケタ増収増益を達成
- ・ 2020 年 3 月期に売上高で 1,000 億円、営業利益で 40 億円を目指す

売上高と営業利益の推移



## ■ 会社概要

### 2014 年度以降は国内外で積極的な M&A を進めながら成長スピードを加速

#### (1) 会社沿革

ウィルグループは 1997 年に大阪に(株)セントメディア(現・連結子会社)を設立し、テレマーケティング事業を開始したのが始まりとなる。2000 年には短期型の業務請負事業を展開していた(株)ビッグエイドを吸収合併し、ファクトリーアウトソーシング事業を開始。2002 年に東京に本社を移して以降は、コールセンターアウトソーシング事業やセールスアウトソーシング事業へと事業領域を矢継ぎ早に拡大していった。2006 年に現在の持ち株会社体制に移行し、2011 年にはシンガポールの人材サービス会社を子会社化するなど、海外市場にも進出を果たした。株式の上場は 2013 年で、東京証券取引所第 2 部市場に上場し、1 年後には東証第 1 部に市場変更を果している。

業績は 2008 年秋のリーマンショックの影響で一時的に落ち込んだものの、2011 年 3 月期以降は右肩上がりの成長を続けており、特に、2014 年度以降は国内外で積極的な M&A を進めながら成長スピードを加速しており、人材サービス業界において高成長を続ける 1 社として注目されている。

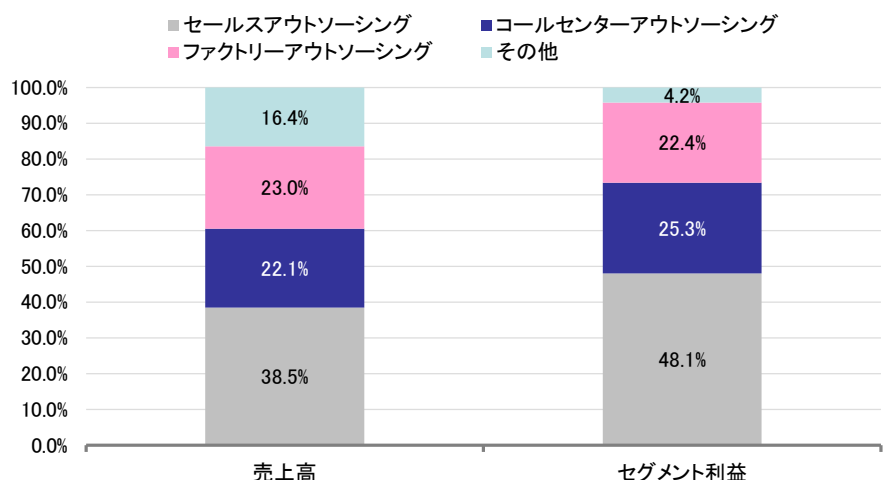
## 会社沿革

年月	主な沿革
1997年 1月	大阪府北区において (株) セントメディア (現連結子会社) を設立、テレマーケティング業務を開始
2000年 2月	(株) ビッグエイドを吸収合併し、ファクトリーアウトソーシング事業を開始
2002年 1月	本社を東京新宿区に移転
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	(株) ウィルホールディングス (現ウィルグループ) を設立し、持株会社制へ移行
2006年11月	(株) ボーダーリンク (現連結子会社) の株式を取得し、ALT (外国語指導助手) 派遣業を開始
2008年 7月	(株) マーススポーツエージェンツ (現連結子会社) を設立し、スポーツ業界における人材サービス業を開始
2009年 4月	(株) セントメディアからファクトリーアウトソーシング事業を分離し、(株) セントメディアフィールドエージェンツ (現 (株) エフエージェイ、現連結子会社) を設立
2011年 2月	シンガポールの人材サービス会社、Good Job Creations Pte.Ltd. (現連結子会社) の株式を取得
2013年12月	東京証券取引所第二部に株式を上場
2014年 2月	海外事業の統括を目的とし、WILL GROUP Asia Pacific Pte.Ltd. (現連結子会社) を設立
2014年 8月	シンガポールの人材サービス会社、Scientec Consulting Pte. Ltd (現連結子会社) の株式を取得
2014年12月	東京証券取引所第一部に株式を上場
2015年 9月	広告代理店業を行う (株) クリエイティブバンク (現連結子会社) の株式を取得
2015年11月	情報システムコンサルティング業を行うハイブリッド (株) (現連結子会社) の株式を取得
2016年 2月	シンガポールの人材サービス会社、Oriental Aviation International Pte. Ltd. 他 2 社 (現連結子会社) の株式を取得
2016年 6月	マレーシアの人材サービス会社、Asia Recruit Holdings Sdn. Bhd. (現連結子会社) の株式を取得

## (2) 事業内容

同社グループは、人材派遣、業務請負、人材紹介等の人材サービスを主たる事業として国内及びASEAN市場で事業展開している。事業セグメントとしては派遣の業務内容別に、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、及びその他の事業で区分している。2016年3月期の事業セグメント別構成比で見ると、セールスアウトソーシング事業が最も大きく、売上高の38.5%、セグメント利益の48.1%を占めており、次いで、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がそれぞれ20%台となっており、主要3事業合計で売上高の約84%、セグメント利益の約96%を占めている。

### 事業セグメント別構成比(16/3期)



### a) セールスアウトソーシング事業

セールスアウトソーシング事業は、セントメディアが提供する店頭販売員等の人材サービス事業が中心となる。主に携帯ショップや家電量販店向けに携帯電話等の販売スタッフの派遣及び業務請負を行っている。また、ここ最近ではアパレルショップへの販売スタッフ派遣や行政サービス（就労支援）の受託事業などにも展開している。2015 年 9 月に子会社化したクリエイティブバンクの事業も同セグメントに含まれる。クリエイティブバンクでは広告代理店で、セールスプロモーションの企画・運営を主に手掛けており、主要顧客は外資系大手IT企業となっている。

### b) コールセンター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は、セントメディアが提供するコールセンターへの人材サービス事業となる。コールセンター運営企業やテレマーケティング企業向けに、主に通信会社向けのオペレーター派遣を行っている。また、自社コールセンターも保有しており、テレマーケティング業務の請負も行っている。

### c) ファクトリーアウトソーシング事業

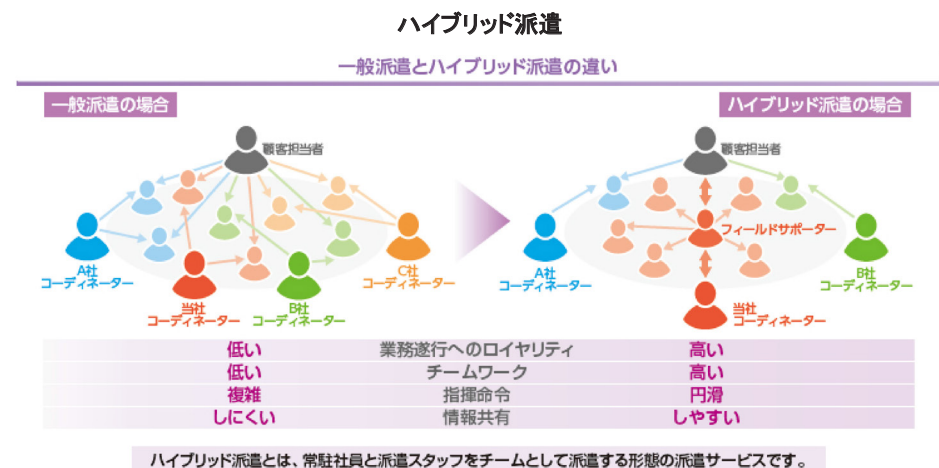
ファクトリーアウトソーシング事業は、(株)エフエージェイが提供する製造業向けの人材サービス事業となる。惣菜やサンドイッチ、弁当など「中食」やコンビニスイーツ等を製造する食品製造業向けが売上高の 56% を占めており、主に関東エリアを中心に事業展開している。

### d) その他の事業

その他の事業としては、セントメディアで展開するオフィス等への人材紹介・派遣や介護分野の人材紹介・派遣、インターネット、IoT 業界に特化した幹部人材紹介など主要 3 事業以外の人材サービスと、(株)ボーダーリンクで行う ALT（外国語指導助手）の人材派遣、(株)マーススポーツエージェンツで行うスポーツセミナーの開催・イベント企画・人材紹介、2015 年 11 月に子会社化した(株)ハイブリッドの情報システムコンサルティング事業、及び海外子会社での人材サービス事業が含まれる。

## (3) 同社の特徴

同社の人材サービス事業の特徴としては、「ハイブリッド派遣」を展開していることが挙げられる。「ハイブリッド派遣」とは、フィールドサポーター（常駐社員）と派遣スタッフをチームとして派遣する形態の派遣サービスで、同社の中での呼称となる。



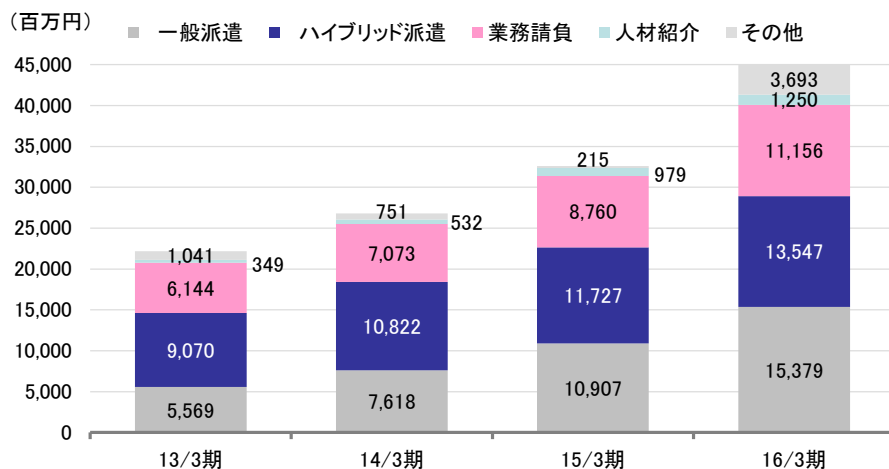
※フィールドサポーター：派遣就業先で派遣スタッフと共に働き、現場をマネジメントする正社員

出所：会社資料

一般派遣との違いは、経験豊富なフィールドサポーターが現場に常駐することで、派遣スタッフの指導、育成が常時可能となるほか、チームが一体となって業務改善に取り組むことで、業務パフォーマンスの早期向上が期待できるという点にある。また、派遣スタッフのメンタルフォローなども行うことで、定着率が上昇するといった効果も期待できる。こうした「ハイブリッド派遣」は、複数の派遣会社が入る大規模案件などにおいて、特にその効果が如実に現れる。同社では当初は一般派遣で受注を獲得し、その後にハイブリッド派遣を行うことで業務パフォーマンスを上げ、インスタシェアを拡大し、さらに顧客からの信頼を得ていくなかで最終的には業務請負契約に移行することを目標としている。業務請負の場合は、パフォーマンスに対するインセンティブがつくため、一般派遣やハイブリッド派遣の-margin が一定であるのに対して、自社の努力によって利益率を上げることが可能となっているためだ。

業態別の売上高を見ると、一般派遣、ハイブリッド派遣、業務請負とそれぞれ右肩上がりに拡大しており、ハイブリッド派遣が一般派遣から業務請負までの橋渡し役として上手く機能していることがうかがえる。

業態別売上高



## ■ 業績動向

### 主要 3 事業が揃って 2 ケタ増収増益を達成

#### (1) 2016 年 3 月期連結業績

2016 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 38.2% 増の 45,028 百万円、営業利益が同 52.2% 増の 1,429 百万円、経常利益が同 54.6% 増の 1,468 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 26.4% 増の 692 百万円となり、過去最高業績を大幅に更新した。主要 3 事業が揃って 2 ケタ増収増益となったほか、その他事業も黒字に転換するなど、すべてのセグメントが好調に推移したことが要因だ。

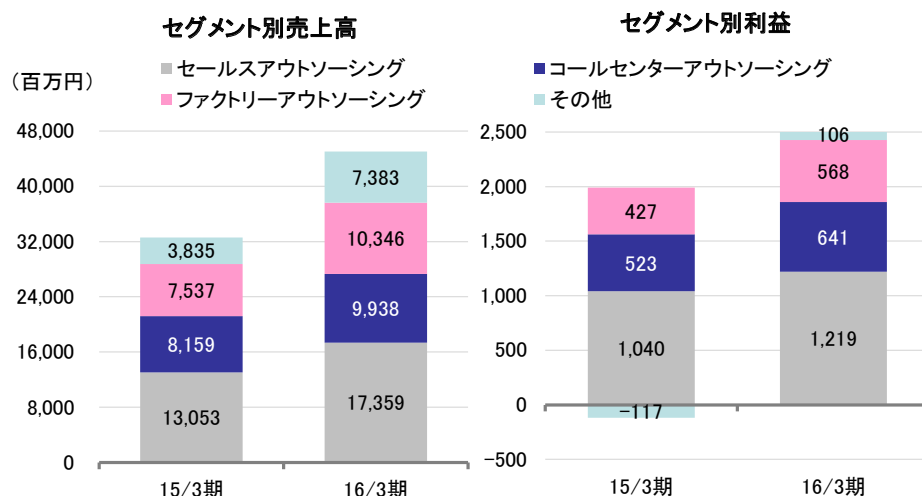
販管費が前期比 35.4% 増と大幅に増加したが、これは事業規模の拡大に伴う人件費や採用費の増加が主因となっている。また、当期はクリエイティブバンクのほか、国内外合わせて 8 社を M&A で取得したことで、のれん償却費が前期比 88 百万円増加している。当期純利益の増益率がやや低くなっているが、これは特別損失として投資有価証券評価損を 110 百万円計上したこと、非支配株主に帰属する当期純利益が前期の 20 百万円から 79 百万円に拡大したことなどが要因となっている。なお、EBITDA マージン (償却費控除前営業利益率) はその他事業の収益改善が進んだことにより、前期比 0.5 ポイント上昇の 3.8% となった。

2016 年 3 月期連結業績

(単位：百万円)

	15/3 期		16/3 期		
	実績	対売上比	実績	対売上比	前期比
売上高	32,586	-	45,028	-	38.2%
売上総利益	6,339	19.5%	8,744	19.4%	37.9%
販管費	5,400	16.6%	7,314	16.2%	35.4%
営業利益	939	2.9%	1,429	3.2%	52.2%
経常利益	950	2.9%	1,468	3.3%	54.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	547	1.7%	692	1.5%	26.4%
EBITDA	1,090	3.3%	1,688	3.8%	54.8%

※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却



a) セールスアウトソーシング事業

セールスアウトソーシング事業の業績は、売上高が前期比 33.0% 増の 17,359 百万円、セグメント利益が同 17.2% 増の 1,219 百万円となった。国内の携帯電話販売台数は 4 年連続でマイナス成長となるなど市場環境は全体として頭打ちの傾向となっているが、SIM フリー端末の台頭や光コラボなど新規商材が増加していることもあって、販売スタッフの需要は底堅く推移している。こうしたなか、同社の売上高が好調に推移した要因としては、既存顧客のインスタシェア拡大と、業務請負案件が増加したことが挙げられる。顧客企業では市場が伸びないなかで販売費用の効率化を目的に派遣企業の絞り込みを進めていることも、同社のシェアが拡大している要因になっていると考えられる。また、クリエイティブバンクの収益が第 2 四半期より加わったほか、当期より開始した官公庁向け人材サービスも売上増に貢献した。

利益面では、利益率の高い業務請負の比率が上昇したことで売上総利益率が向上し、人件費や採用費、のれん償却費などの増加を売上総利益の増加で吸収して、2ケタ増益を達成した。なお、四半期ベースで見ると当第4四半期が前年同期比で減益となったが、これは前年同期に入っていた高採算案件がなくなったことが主因となっている。

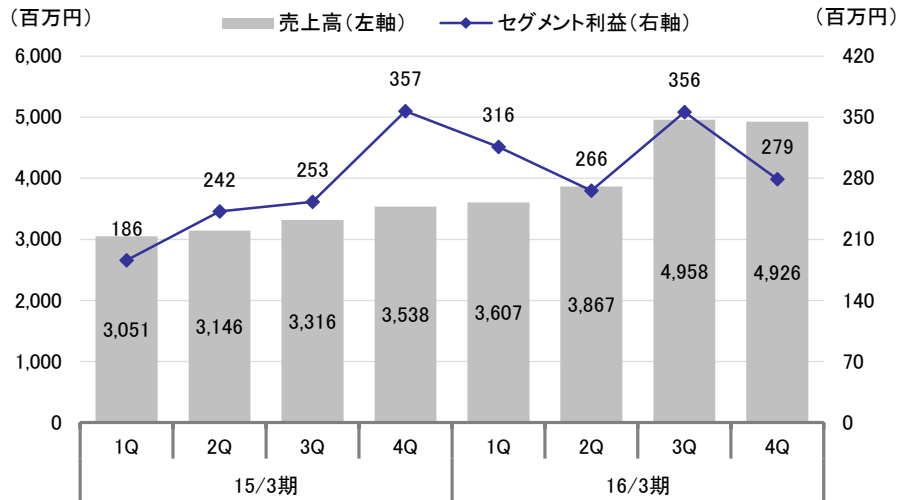
ウィルグループ

6089 東証1部

<http://willgroup.co.jp/ir>

2016年7月6日(水)

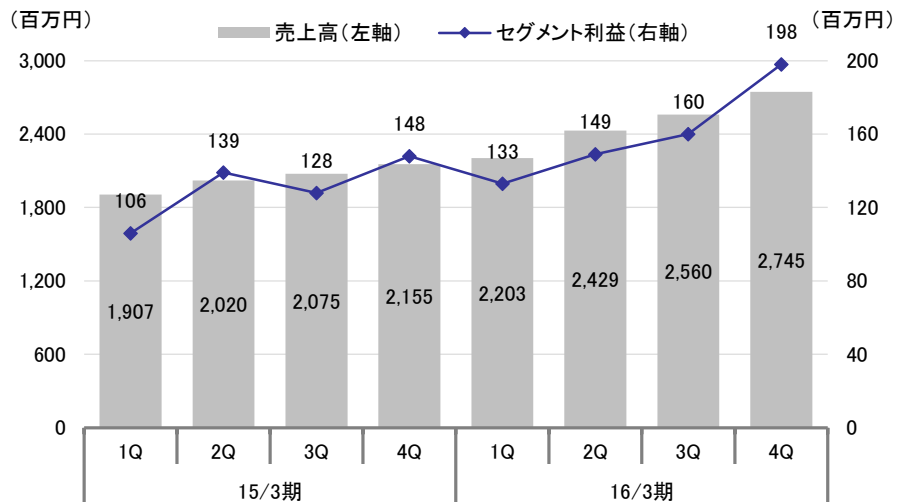
セールスアウトソーシング事業 業績推移



b) コールセンター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の業績は、売上高が前期比21.8%増の9,938百万円、セグメント利益が同22.5%増の641百万円となった。スマートフォンの普及拡大や高機能化を背景に、端末の動作説明やサービス内容の説明を行うオペレーターの需要が拡大していることが要因となっている。また、ハイブリッド派遣を推進することでインストアシェアも拡大しており、四半期ベースでも右肩上がりの増収増益が続いている。

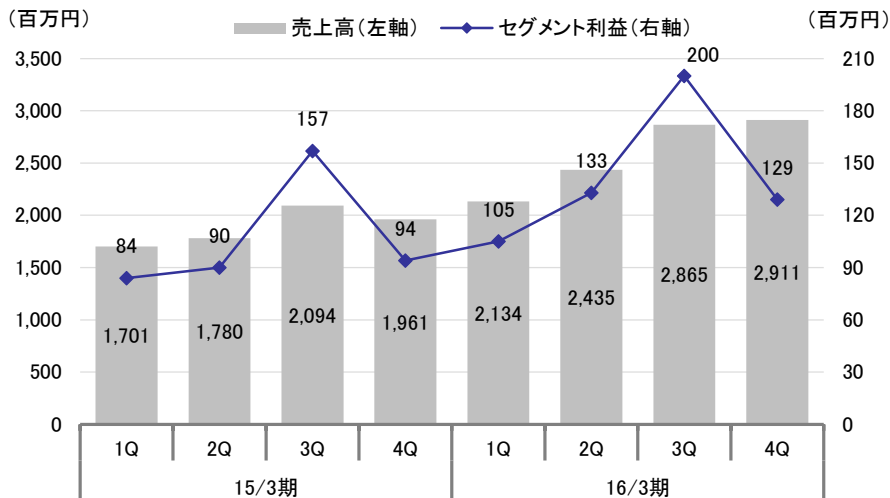
コールセンターアウトソーシング事業 業績推移



c) ファクトリ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の業績は、売上高が前期比 37.3% 増の 10,346 百万円、セグメント利益が同 32.9% 増の 568 百万円となった。総菜やコンビニエンスストア向けのスイーツ、弁当など中食市場の拡大を背景に、食品製造業向けの受注が好調に推移したほか、営業拠点の拡大や物流業界などその他業種向けの受注獲得も進めたことが大幅増収につながった。利益面では営業拠点の拡大を進めたことで、人件費や採用費等が増加したものの増収効果によってカバーし、2ケタ増益を達成した。

ファクトリーアウトソーシング事業 業績推移

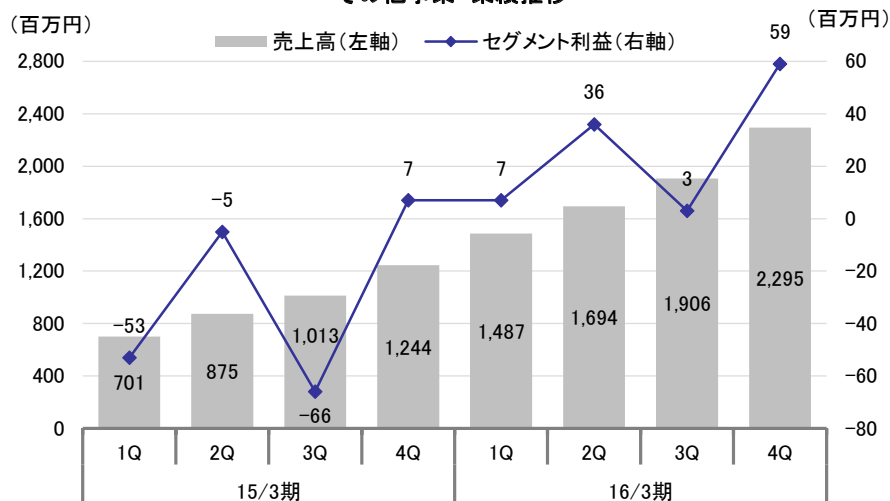


d) その他の事業

その他の事業の業績は、売上高が前期比 92.5% 増の 7,383 百万円、セグメント利益が 106 百万円（前期は 117 百万円の損失）となった。2014 年 3 月期より事業を開始した介護人材派遣事業の売上高が前期の 5 億円から 26 億円に急増したほか、オフィス派遣も新規顧客の開拓により前期比 5.9 億円の増収となったこと、また、海外事業も 2014 年 8 月に子会社化したシンガポールの Science Consulting 社の業績が通期フル寄与したことで、前期比 4.6 億円の増収となったことなどが寄与した。そのほか、インターネット、IoT ベンチャー企業向けに幹部人材を紹介する「NET jinzai bank」サービスも、近年の IPO ブームを背景に順調に拡大した。

利益面では、利益率の高い「NET jinzai bank」を始め、多くのサービスで増益または赤字幅が縮小したことにより、黒字転換している。

その他事業 業績推移





## 財務レバレッジを効かした積極的な事業拡大戦略が奏功

### (2) 財務状況と主要経営指標

2016 年 3 月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 4,320 百万円増加の 12,343 百万円と大幅に増加した。主な増加要因を見ると、流動資産では事業規模の拡大により売上債権が 2,960 百万円、現預金が 305 百万円の増加となった。また、固定資産では営業拠点の増加に伴い有形固定資産が 130 百万円増加したほか、M&A の実施に伴いのれん等の無形固定資産が 600 百万円増加した。

一方、負債合計は前期末比 3,209 百万円増加の 8,093 百万円となった。主な増加要因を見ると、流動負債で未払金が 1,143 百万円、買掛金が 378 百万円、未払法人税等が 326 百万円それぞれ増加し、固定負債では M&A 資金の調達を目的に長期借入金が 954 百万円増加した。なお、有利子負債合計は前期末比 1,193 百万円の増加となっている。

純資産合計は前期末比 1,111 百万円増加の 4,250 百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益の計上等により利益剰余金が 578 百万円増加したほか、M&A 実施に伴う子会社増により非支配株主持分が 525 百万円増加した。

経営指標を見ると、財務の健全性を示す自己資本比率は前期末の 38.0% から 29.2% に、有利子負債比率は同様に 0.7% から 33.7% にそれぞれ悪化した。M&A の実施を目的とした有利子負債の増加が要因となっている。ただ、有利子負債の水準は低く、ネットキャッシュ（現預金－有利子負債）も黒字であることなどから、財務の健全性は保たれていると判断される。また、収益性を見ると、ROA が 13.5% から 14.4% に、ROE が 19.7% から 20.8% に、売上高営業利益率が 2.9% から 3.2% にそれぞれ上昇しており、財務レバレッジを効かした積極的な事業拡大戦略が奏効していると言えるだろう。

### 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	15/3 期末	16/3 期末	増減額
流動資産	6,927	10,444	3,516
(現預金)	2,444	2,749	305
固定資産	1,095	1,899	803
総資産	8,022	12,343	4,320
流動負債	4,878	7,131	2,253
固定負債	5	962	956
(有利子負債)	20	1,213	1,193
負債合計	4,883	8,093	3,209
純資産合計	3,139	4,250	1,111
(安全性)			
自己資本比率	38.0%	29.2%	
有利子負債比率	0.7%	33.7%	
(収益性)			
ROA (総資産経常利益率)	13.5%	14.4%	
ROE (自己資本当期利益率)	19.7%	20.8%	
売上高営業利益率	2.9%	3.2%	

## ■ 今後の見通し

### 引き続きインスタシアの拡大と新規顧客の開拓が進み 2 ケタ増収増益見込み

#### (1) 2017 年 3 月期の業績見通し

2017 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 26.6% 増の 57,000 百万円、営業利益が同 11.9% 増の 1,600 百万円、経常利益が同 9.6% 増の 1,610 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 22.8% 増の 850 百万円と増収増益を見込んでいる。

引き続きインスタシアの拡大と新規顧客の開拓、営業エリアの拡大を図っていくことで主要 3 事業が 2 ケタ増収となるほか、その他の事業も介護人材派遣を中心に前期比 81.0% 増と大幅増収を見込んでいる。営業利益は拠点拡大に伴う人件費や採用費の増加、並びにのれん償却費の増加等により 11.9% 増益と伸び率はやや鈍化するが、EBITDA ベースでは 20.8% 増益となる見通しだ。

なお、第 2 四半期累計業績については、増収減益を見込んでいる。これは、社内の情報システム投資を行うことや、前年同期に計上した高採算の受託案件がなくなること、フィールドサポーターを期初に大幅増員し、人件費や教育研修費などの費用が先行して増加することなどが要因となっている。下期以降はこうした先行投資の効果が表れ、2 ケタ増収増益基調に戻ると予想される。事業セグメント別の見通しは以下のとおり。

#### 2017 年 3 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	16/3 期	17/3 期	
	実績	計画	前期比
売上高	45,028	57,000	26.6%
セールスアウトソーシング事業	17,359	19,700	13.5%
コールセンターアウトソーシング事業	9,938	11,470	15.4%
ファクトリーアウトソーシング事業	10,346	12,460	20.4%
その他事業	7,383	13,360	81.0%
営業利益	1,429	1,600	11.9%
経常利益	1,468	1,610	9.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	692	850	22.8%
EBITDA	1,688	2,040	20.8%

#### a) セールスアウトソーシング事業

セールスアウトソーシング事業の売上高は前期比 13.5% 増の 19,700 百万円を見込む。携帯ショップや家電量販店では、新規商材の増加や料金プランの多様化などにより、ショップ店員の販売スキルが今まで以上に求められるようになってきており、同社のインスタシアもさらに拡大するものと予想される。ただ、携帯ショップ等の来客数が減少傾向にあるなかで、残業時間など稼働時間数が減少していることも事実で、前期ほどの伸びは見込みにくくなっている。このため同社ではアパレル業界や官公庁向けなどその他市場の開拓を進めていくことにより、人材サービス事業で前期比 10% の増収を見込んでいる。これに加えて、クリエイティブバンクの業績が年間でフル寄与することにより、前期比 13.5% 増収を目指していく。

なお、クリエイティブバンクのセールスプロモーション事業と同社の人材サービスを組み合わせた新たなソリューションサービスの提案について、現在、共同で提案活動を行っており、今後の受注獲得が期待される。例えば、同社の顧客となる携帯ショップや家電量販店などでクリエイティブバンクの顧客である外資系大手 IT 企業の販売プロモーションなどを行うなどの提案を行っている。既に、クリエイティブバンクで行っている販売キャンペーンやラウンド業務等の派遣スタッフについては、競合他社から同社に切り替えを進めており、グループ全体の収益性向上に寄与し始めている。

#### b) コールセンター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の売上高は前期比 15.4% 増の 11,470 百万円を見込む。引き続きスマートフォンなど機器の操作説明、サービス説明を行うコールセンターのオペレーター需要が堅調に推移するなかで、インスタシェアの拡大を進めていく。また、今期は信託銀行やクレジットカード会社など金融業界向けの受注獲得も強化していく方針だ。金融業界向けは直接受注案件となるため、収益率の向上にも寄与する取り組みとして注目される。

#### c) ファクトリ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の売上高は前期比 20.4% 増の 12,460 百万円を見込む。中食市場の拡大を背景に食品製造業向けの売上増が続くほか、既存顧客の他の生産拠点への横展開が見込めること、また、インターネット通販市場の拡大により人手不足が深刻化している物流業界への展開にも注力していくことで、計画の達成を目指していく。なお、営業拠点については既存顧客の横展開が進むことから、前期の 16 拠点から今期は 20 拠点、来期は 25 拠点と積極的に拡大する計画となっている。

#### d) その他事業

その他の事業の売上高は前期比 81.0% 増の 13,360 百万円を見込んでいる。増収額としては約 60 億円となる。介護人材派遣事業の高成長が続くほか、オフィス派遣や NET jinzai bank サービスなども増収が続く見通し。また、海外事業も新たに子会社化した Oriental Aviation International Pte.Ltd. 他 2 社 (2016 年 2 月株式取得) や、Asia Recruit Holdings Sdn. Bhd. (2016 年 6 月株式取得) の業績が寄与する。

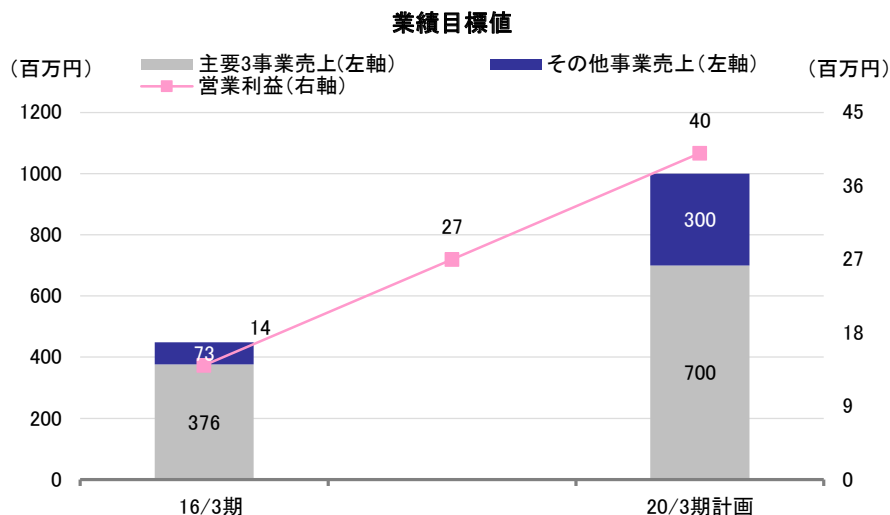
Oriental Aviation International 社はシンガポールの航空機メンテナンス会社に人材派遣を行っている会社で安定した収益が見込まれる。また、Asia Recruit Holdings 社はマレーシアで不動産、製造業、オフィス分野の人材紹介・派遣サービスを展開している企業となる。

## 2020 年 3 月期に売上高で 1,000 億円、営業利益で 40 億円を目指す

### (2) 中期経営計画について

同社は、2017 年 3 月期を初年度とする 4 カ年の中期経営計画「Will Vision 2020」を発表した。基本方針としては、2020 年 3 月期における「WILL ビジョン」の達成を目指していく。「WILL ビジョン」とは、「Working (働く)」「Interesting (遊ぶ)」「Learning (学ぶ)」「Life (暮らす)」の各事業領域において、期待価値の高いブランディングカンパニーを創出し、各領域において No.1 の存在になることを指している。

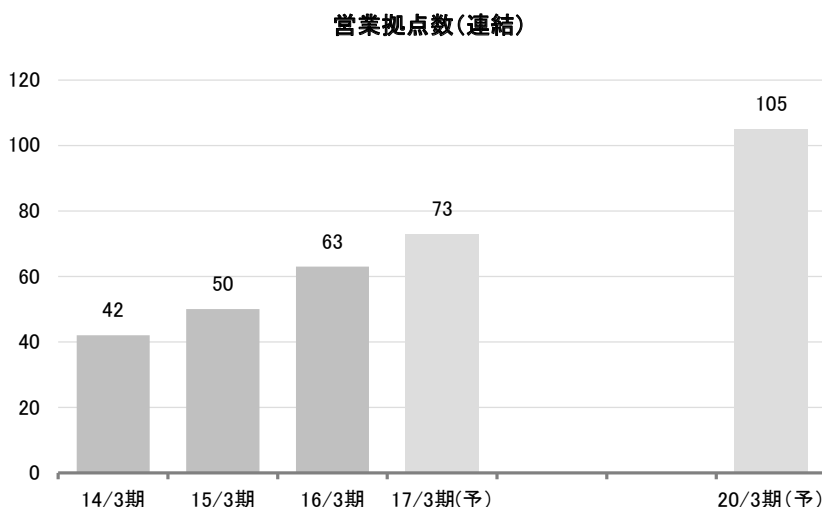
2020 年 3 月期の業績目標としては、売上高で 1,000 億円、営業利益で 40 億円を掲げた。2016 年 3 月期実績と比較すると売上高で約 2.2 倍、営業利益で約 2.8 倍となり、年平均成長率で見れば売上高で 22%、営業利益で 29%と高成長を目指していく。売上高 1,000 億円の内訳としては、主要 3 事業で 700 億円、その他の事業で 300 億円を想定している。その他の事業では特に、介護人材派遣事業の伸びを見込んでいる。



同社では、今回の中期経営計画を達成していくうえでの重点戦略目標として以下の 3 点を挙げている。

**a) 現時点の主要 3 事業で業界 No.1 を目指す**

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において、それぞれ業界 No.1 の売上規模を目指していく。ファクトリーアウトソーシング事業に関しては市場の裾野が広いことから、食品製造業分野で No.1 を目指す格好となる。目標を実現していくための戦略としては、同社グループの強みであるハイブリッド派遣による「インスタシア拡大」、営業拠点の拡大や未開拓エリアへの進出による「エリア拡大」、アパレル、金融及び物流業界への進出、RPO（採用代行）事業の展開並びに相乗効果を見越した M&A による「関連事業領域の多角化」の 3 つの施策を推進していく方針だ。営業拠点に関しては前期末の 63 拠点から 2020 年 3 月期には 105 拠点まで拡大していく計画となっている。



### b) 新たに 3 つの事業を柱として確立

主要 3 事業に加えて、今後大きな成長が見込まれる 3 つの事業を拡大していく。具体的には「介護人材派遣事業」「インターネット・IoT 分野における経営幹部の人材紹介事業 (NET jinzai bank サービス)」「海外の人材サービス事業」となる。

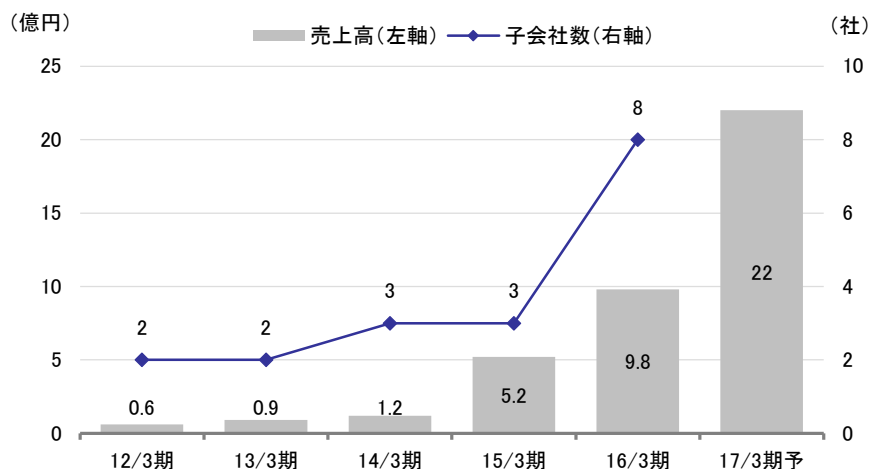
なかでも、介護人材派遣事業については潜在需要が旺盛なことから、今後積極的に事業を拡大していく方針となっている。厚生労働省の推計によれば、介護市場における人材の需給ギャップは年々拡大し、2025 年度には 37.7 万人の人材が不足すると見ている。これは業務内容と比較して得られる報酬が少ないことが要因の 1 つと考えられ、政府も介護分野の報酬を引き上げる施策を導入しているが、それでも全体の流れを変えるまでには至らないのが現状だ。介護施設などの現場では介護士や介護ヘルパーの離職率も高く、新たな人材を採用するための穴埋め期間として、あるいは介護士等の業務負担を軽減するためのサポートスタッフとして、介護人材派遣サービスの需要が拡大していくことが予想される。介護士等の資格を持っていても、フルタイムで働くのは厳しいが、パートタイムや短期での勤務であれば可能といった人材も多く、未経験者も含めてこうした人材を集め、介護施設等にサービス提供していく考えだ。

同社では今後 2 ～ 3 年かけて営業拠点網を前期末の 26 拠点から 50 拠点まで拡大し、その後に拠点ごとの稼働率を高め、収益性を向上していく戦略だ。収益性向上のポイントとなるのは稼働率の上昇と派遣スタッフの定着率の向上が挙げられる。このうち定着率の向上については、ハイブリッド派遣の強みが活かせると同社では考えている。フィールドサポーターを置くことで、派遣スタッフのフォローアップも常時可能となるためだ。当面は先行投資期間となるため、利益面での寄与は期待できないものの、50 拠点を超えてからは収益性も向上し、利益貢献度も大きくなるものと予想される。

また、「NET jinzai bank」サービスについては、インターネット、IoT 分野のベンチャー企業が増加し、IPO を目指す企業が増える中で、経営幹部の人材紹介ニーズも強く、市場は追い風が吹いている。同社の紹介実績も、2016 年 3 月期で 160 人と前期比約 6 割増となっている。同事業に関しては、キャリアコンサルタントの育成が重要と考えており、同人材の育成を進めながら事業を拡大していく考えだ。

海外の人材サービス事業に関しては、2011 年に初進出して以降、M&A による展開を進めている。今後も、ASEAN 地域での市場拡大を目指すため、M&A も継続して行っていく方針となっている。

海外事業売上高と子会社数



c) 人材サービス以外の事業分野で一定規模の事業を創出

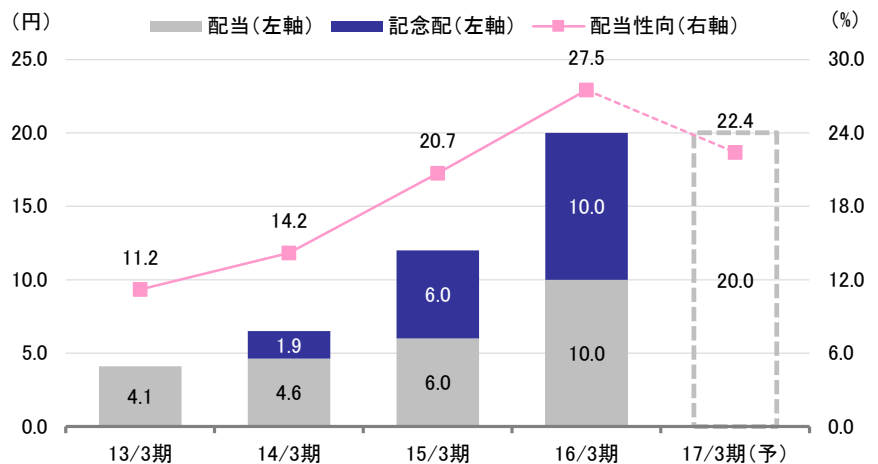
中期経営計画後の成長を見据えて、人材サービス事業と親和性のある周辺事業領域において、ベンチャーキャピタル「ウィルグループファンド投資事業有限責任組合」を通じたベンチャー投資を行っていくほか、M&A やマイナー出資、アライアンス、社内発の新規事業の創出などに取り組んでいく。なお、「ウィルグループファンド投資事業有限責任組合」での投資額の上限は 3 億円としており、2016 年 3 月までに 6 社の投資を実行している。

■株主還元策について

上場来、連続増配を続けている

同社は株主への利益還元と将来に向けての安定的な事業展開に必要な内部留保の拡充を配当の基本方針としている。具体的には、各期の業績動向などを勘案して、2020 年 3 月期における総還元性向 30% を目標に利益還元を行っていく方針としている。なお、同社は株式上場来、業績が順調に拡大してきたことを受け、実質連続増配を続けている。2017 年 3 月期については 1 株当たり配当金で 20.0 円 (配当性向 22.4%) を予定している。業績の拡大が続けば、今後も配当成長もしくは自社株買いでの株主還元が期待できることになる。また、株主優待制度も 2016 年より新たに導入しており、3 月末株主に対して一律、1,000 円分の QUO カードを贈呈する。

配当の推移



※14/3期に株式を200分割、15/3期に2分割。過去の1株当たり数値は遡及して算定。

#### 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