

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 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 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2022 年 6 月 8 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ンタクトセンター大手、伊藤忠商事、凸版印刷と資本業務提携	01
2. 2022 年 2 月期は、コロナ禍関連のスポット業務が大きく貢献し、 計画を上回る大幅な増収増益を達成	01
3. 2023 年 2 月期も、旺盛なアウトソーシング需要を背景に増収増益を予想	01
4. 人材活用、DX 推進、アライアンス強化により、中期経営計画の目標達成を目指す	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. 2022 年 2 月期連結業績	08
2. 2023 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	21

要約

コンタクトセンター大手で、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ンタクトセンター大手、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> は東京証券取引所プライム市場に上場する国内コンタクトセンター大手で、傘下に子会社 3 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。2022 年 2 月末現在、全国 37 拠点、3 万人超の従業員、国内最大規模の CRM 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. 2022 年 2 月期は、コロナ禍関連のスポット業務が大きく貢献し、計画を上回る大幅な増収増益を達成

2022 年 2 月期の連結業績は、売上収益 1,464 億円 (前期比 7.9% 増)、営業利益 132 億円 (同 12.2% 増)、親会社の所有者に帰属する当期利益 89 億円 (同 23.3% 増) の大幅な増収増益決算となった。6 期連続の増収、3 期連続の増益であり、期初の業績予想比では売上収益は 5.4%、営業利益は 8.5%、親会社の所有者に帰属する当期利益は 14.7%、それぞれ上回った。売上収益では、コロナ関連のスポット業務の拡大が大きく貢献した。営業利益は、増収・収益性改善の効果が大きかった。親会社の所有者に帰属する当期利益では、営業利益の増加に加えて、持分法による投資損益の増加が大きく寄与した。このような好決算は、新型コロナウイルス感染症拡大 (以下、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。この結果、売上収益営業利益率は 9.0% に改善し、自己資本比率 (親会社所有者帰属持分比率) も 33.1% に上昇した。2021 年 3 月期東証 1 部サービス業平均の売上収益営業利益率 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、年間配当金は 54 円と、前期の 42 円から大幅に増配した。

3. 2023 年 2 月期も、旺盛なアウトソーシング需要を背景に増収増益を予想

2023 年 2 月期業績は、売上収益 1,480 億円 (前期比 1.0% 増)、営業利益 140 億円 (同 5.8% 増)、親会社の所有者に帰属する当期利益 92 億円 (同 2.9% 増) の増収増益を予想する。売上収益は、コロナ禍関連業務の反動減を予想する一方、基礎業務 (継続業務及び通常のスポット業務) ではコロナ禍対策が進むなかで企業活動の活発化に伴うアウトソーシング需要の高まりや、各種キャンペーン再開等の取り込みによって増加を見込む。営業利益では、増収効果に加え、前期に計上した減損損失の反動増を見込む。親会社の所有者に帰属する当期利益では、営業利益の増加の一方、持分法による投資損益の減少を想定している。ただ、期初予想は例年通り非常に保守的であると見られる。中間配当 30 円、期末配当 30 円、年間配当 60 円への増配を計画し、配当性向は 48.0% となる見込みで、同社が中期的な目標とする配当性向 50% の達成が視野に入ってきたと言える。

要約

4. 人材活用、DX 推進、アライアンス強化により、中期経営計画の目標達成を目指す

現在推進中の「中期経営計画 2022」(2021 年 2 月期～2023 年 2 月期)では、最終年度の定量目標を売上収益 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なかで、これまでの業績は順調であり、2023 年 2 月期業績予想を達成すれば中期経営計画の定量目標をクリアすることになる。定量目標を実現するための重点施策として、1) 社員 3 万人の戦力最大化、2) 音声データ活用による DX(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、3) 信頼と共創のパートナー成長、の 3 つを掲げる。1) 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。2) 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、3) では、次世代の対話データ活用モデル創出に向け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。以上の施策を実現することで、さらなる成長を目指す意欲的な定量目標であるが、これまで着々と実績を積み上げている。また、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

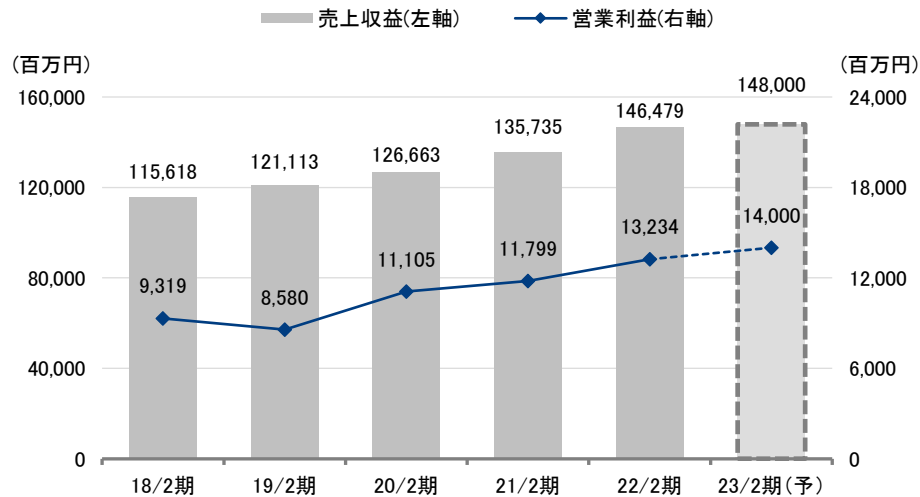
- ・全国に事業展開するコールセンター大手で、伊藤忠商事、凸版印刷と資本業務提携
- ・2022 年 2 月期の連結業績は、売上収益 1,464 億円(前期比 7.9% 増)、営業利益 132 億円(同 12.2% 増)の増収増益。コロナ禍の影響により、スポット業務の拡大が寄与。好決算は、社会インフラとしての役割を果たしている証左。売上収益営業利益率、自己資本比率が高く、収益性・安全性は極めて高い。年間配当を 54 円に増配
- ・2023 年 2 月期も、売上収益 1,480 億円(前期比 1.0% 増)、営業利益 140 億円(同 5.8% 増)の増収増益を予想。コロナ禍関連業務の反動減を想定するものの、クライアントの旺盛なアウトソーシング需要を取り込む。ただ、例年通り保守的な業績予想。年間 60 円への増配を計画するが、配当性向 50% の目標達成が視野に入る
- ・「中期経営計画 2022」は、最終年度の 2023 年 2 月期に、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、順調な経過。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

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証プライム市場

2022 年 6 月 8 日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/index.html>

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 万人以上の従業員を擁する、 コンタクトセンター大手

同社は、2022 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 万人以上の社員、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ンタクト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 ProCX 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。2022 年 2 月末現在では、伊藤忠商事が筆頭株主で 40.73% を保有し、2017 年 12 月に資本参加した凸版印刷が 14.33% 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。2022 年 4 月には、東京証券取引所の市場区分見直しに伴い、プライム市場に移行している。

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）氏が代表取締役役に就任。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目指し指揮している。

ベルシステム 24 ホールディングス 6183 東証プライム市場

2022 年 6 月 8 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 24 創業 (新宿区西新宿)
1982年10月	「電話転送機による 24 時間電話業務代行サービス」を開始 「夜間・休日におけるクレジット申し込み電話受付業務」を開始
1983年 6月	「テレフォン・リサーチ業務」を開始
1983年 9月	「テレビショッピングの注文電話受付業務」を開始
1984年 8月	「英語による電話受付業務及び通訳業務」を開始
1986年 5月	「通信販売会社のための電話受付代行サービス」を開始
1991年12月	「オートコールでのコレクション業務」を開始
1993年 7月	「選挙関係世論調査サービス」を開始
1993年10月	「移動通信事業者向けサービス」を開始
1993年12月	「コンピューター関連コールセンター運営業務」を開始
1997年 2月	東証 2 部に上場
1999年11月	東証 1 部に上場
2001年 8月	医療関連サービス事業本部で ISO9001 認証を取得
2004年 8月	BB コール (株) の株式取得 (子会社化)
2005年 1月	東証上場廃止
2006年 5月	ISO/IEC27001 の認証取得
2007年 3月	プライバシーマークの認証取得
2009年 3月	コンテンツ事業を独立させ、新会社 (株) ポッケを設立
2009年 8月	本社を東京都渋谷区に移転
2011年 3月	特例子会社 (株) ベル・ソレイユ (現・連結子会社) を設立
2011年 6月	プライベートクラウドによる次世代プラットフォーム「BellCloud®」本格稼働開始
2011年10月	在宅コールセンターサービス「Bell@Home」を開始
2011年11月	ソーシャルメディアを使った CRM サービス「Bell Social CRM」を開始
2012年 3月	医薬・医療関連事業を分社化し、(株)ベル・メディカルソリューションズ (2017 年 1 月にビーアイメディカルに商号変更) を設立
2013年 8月	本社を東京都中央区に移転
2013年10月	成果報酬型セールス専門センター稼働開始 コールと Web のチャネルミックスの最適化を提案するコンサルティングサービス開始
2014年 3月	持株会社制に移行
2014年10月	伊藤忠商事 (株) の資本参加
2015年 9月	BB コール (株) を吸収合併
2015年11月	東証 1 部に再上場
2016年 8月	CTC と協業を強化、CTC より「eBellCloud」販売を開始
2017年 4月	同社初の企業内保育所「ベルキッズとよさき保育園」を開設
2017年 7月	CTC ファーストコンタクト (株) (現・連結子会社) へ出資し、CTC と BPO 事業の連携強化 ベトナム Hoa Sao 社への出資を完了、同国での事業を開始 (出資比率 49.0%)
2017年12月	凸版印刷 (株) の資本参加
2019年11月	(株) ビーアイメディカルを吸収合併
2020年 1月	タイのコンタクトセンター事業者大手の True Touch 社に出資 (出資比率 49.9%)
2020年 3月	台湾支店開設
2020年 5月	凸版印刷と合併会社 (株)TB ネクストコミュニケーションズを設立 (出資比率 49.0%)
2021年 6月	本社を東京都港区に移転
2022年 3月	(株) ポッケを吸収合併
2022年 3月	(株) レイヤーズ・コンサルティングと合併会社 Horizon One (株) を設立
2022年 4月	東証プライム市場に移行

出所：ホームページ、有価証券報告書よりフィスコ作成

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・ソレイユの子会社 3 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。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、2019 年 11 月にはビーアイメディカルをベルシステム 24 が吸収合併している。また、2022 年 3 月には、占い、気象予報、映像制作などの事業を展開していたポッケもベルシステム 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最大手である 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 8 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、CTCF) 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) ベル・ソレイユ

同社の 100% 子会社。「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

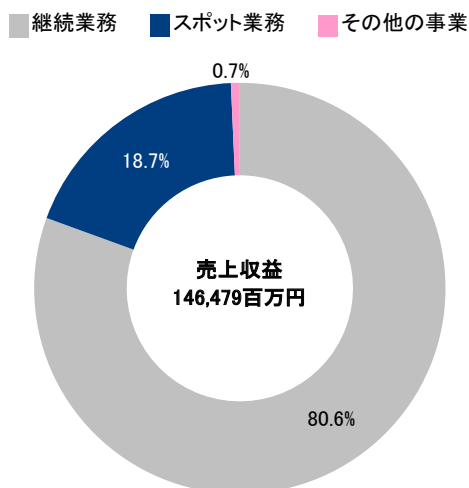
同社では、主力の CRM 事業（継続業務とスポット業務の合計）が売上収益及び税引前利益の大部分を占めている。売上収益全体に占める CRM 事業のシェアは、2016 年 2 月期の 92.7% から年々拡大を続け、2022 年 2 月期には 99.3% を占めている。一方、同期間にその他事業のシェアは、7.3% から 0.7% に縮小している。また、税引前利益では、同期間に CRM 事業が一貫して利益を計上しているのに対し、その他事業は小幅の利益から小幅損失に転じている。2020 年 2 月期の医薬関連事業再編に伴い、従来はその他事業に分類されていたビーアイメディカルがベルシステム 24 に吸収合併されたことから、CRM 事業のシェアが拡大した。また、2023 年 2 月期には、その他事業のポッケがベルシステム 24 に吸収合併されたことで、CRM 事業のシェアがさらに大きくなると予想される。

(1) CRM 事業内のセグメント別内訳

CRM 事業の中で契約期間が 1 年以上の案件を指す継続業務の売上収益シェアは、2016 年 2 月期の 68.0% から 2022 年 2 月期には 80.6% に拡大しており、同社のコア事業といえる。一方、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で対応窓口を開設するものなど様々で、比較的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。スポット業務の売上収益シェアは、2016 年 2 月期以降は 6% ～ 9% 台で推移していたが、2022 年 2 月期は、政府によるコロナ禍対策の一環である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って大幅増収となり、売上収益シェアは 18.7% に拡大している。

事業概要

セグメント別売上収益(2022年2月期)



出所：決算短信、決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

(2) CRM 事業の業種別売上収益

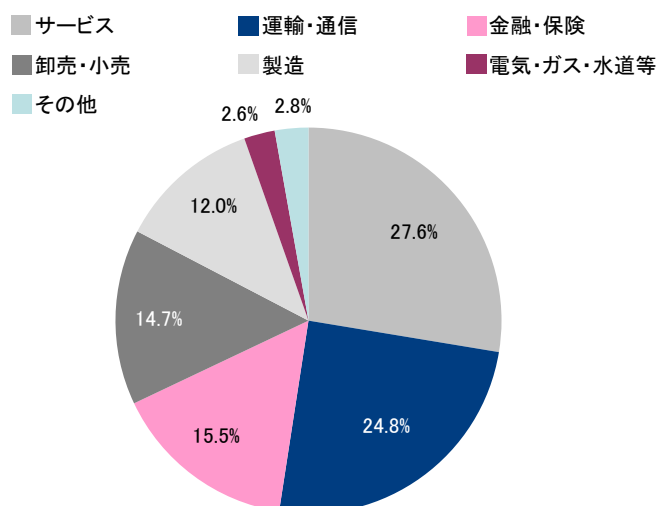
CRM 事業における 2022 年 2 月期の売上収益上位 300 社の業種別構成比を見ると、サービスが 27.6%、運輸・通信が 24.8%、金融・保険が 15.5%、卸売・小売が 14.7%、製造が 12.0%、電気・ガス・水道等が 2.6%、その他（行政機関等を含む）が 2.8% となっている。通信系の大型クライアントが加わったことで、運輸・通信の構成比が 2017 年 2 月期の 10.2% から、大きく拡大している。また、凸版印刷との連携業務が増えたことで、2019 年 2 月期まで減少傾向にあった製造業の構成比も徐々に増加している。2022 年 2 月期は、卸売・小売と金融・保険が前期比で減少したのを除き、他の業種は増加となった。製造が前期比 38.4%、サービスも同 7.1%、その他も同 13.0% 増加しているのは、主にコロナ禍関連のスポット業務拡大（家賃給付やワクチン申込み処理の案内など）によるものだ。また、運輸・通信で同 7.4% 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によるものであった。

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証プライム市場

2022 年 6 月 8 日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/index.html>

事業概要

業種別売上内訳(2022年2月期)



注：(株)ベルシステム 24 単体の売上収益上位 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 月期は、コロナ禍関連のスポット業務が大きく貢献。 非常事態に社会インフラとしての役割を果たした

1. 2022 年 2 月期連結業績

2022 年 2 月期における日本経済は、コロナ禍の影響により引き続き厳しい状況にあった。特に、観光業、飲食業への影響は甚大なものとなった。一方で、With コロナやニューノーマルといった、今までとは異なる生活様式が生まれ、フードデリバリーサービス等の新たなコンタクトセンター需要が出てきた。雇用においては、コロナ禍の前と比較し、完全失業率は高い水準で推移しているものの、一部持ち直しが見られ、賃金水準は上昇傾向にあった。

同社グループが属する情報サービス業界は、非対面の社会における社会インフラと位置付けにあり、アウトソーシング需要の高まりを受け、堅調に推移している。また、コミュニケーション手段の急速な技術革新に伴い、消費者との対話においても AI (人工知能) 等の導入による自動化が始まる等、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のもと、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）。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2022 年 6 月 8 日 (水)

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

業績動向

こうした取り組みの結果、同社の 2022 年 2 月期の連結業績は、売上収益 146,479 百万円（前期比 7.9% 増）、営業利益 13,234 百万円（同 12.2% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 8,943 百万円（同 23.3% 増）の大幅な増収増益となった。6 期連続の増収、3 期連続の増益により、期初の業績予想比では売上収益は 5.4%、営業利益は 8.5%、親会社の所有者に帰属する当期利益は 14.7%、それぞれ上回った。コロナ禍案件が想定を上回ったことが、計画を上回る増収増益となった主因であった。

売上収益の前期比 107.4 億円増の内訳は、コロナ禍関連のスポット業務が 86.3 億円増（同 96.8% 増）と、約 2 倍に拡大したことが大きく貢献した。継続業務及び通常スポット業務も 22.7 億円増（同 1.8% 増）であったが、業務リソースをスポット業務に回したことが微増にとどまった理由である。営業利益の前期比 14.3 億円増の内訳は、増収・収益性改善の効果が 20.8 億円と大きく、データ分析等の DX 投資や本社移転関連費用等の戦略・先行投資の増加 4.8 億円や家賃・人件費増加等に伴う管理運営費の増加 5.2 億円を吸収した。また、子会社ポケの減損損失が前期の 8.5 億円から当期は 5.0 億円へと減少したことも増益に寄与した。親会社の所有者に帰属する当期利益の前期比 16.9 億円増の内訳では、営業利益の増加に加えて、凸版印刷との合併会社 TB ネクストコミュニケーションズが、コロナ禍対応の給付金書類のチェックなどの業務で好業績となり、持分法による投資損益が 7.0 億円増となったことも大きく寄与した。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評価できるだろう。

以上から、2022 年 2 月期の同社の売上収益営業利益率は 9.0% で、前期比 0.3 ポイント上昇し、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、ROE（親会社所有者帰属持分当期利益率）16.0%（同 1.8 ポイント増）、ROA（資産合計税引前利益率）7.7%（同 1.1 ポイント増）に上昇し、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評価できよう。

2022 年 2 月期連結業績

（単位：百万円）

	21/2 期	22/2 期	前期比 増減率	前期比 増減額	22/2 期 予想	予想比
売上収益	135,735	146,479	7.9%	10,744	139,000	5.4%
営業利益	11,799	13,234	12.2%	1,435	12,200	8.5%
税引前利益	11,305	13,463	19.1%	2,158	11,869	13.4%
親会社の所有者に帰属する当期利益	7,252	8,943	23.3%	1,691	7,800	14.7%
<収益性>						
売上収益営業利益率	8.7%	9.0%	-	+0.3pt	-	-
売上収益税引前利益率	8.3%	9.2%	-	+0.9pt	-	-
売上収益当期利益率	5.4%	6.2%	-	+0.8pt	-	-
ROE（親会社所有者帰属持分当期利益率）	14.2%	16.0%	-	+1.8pt	-	-
ROA（資産合計税引前利益率）	6.6%	7.7%	-	+1.1pt	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2022 年 6 月 8 日 (水)

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

業績動向

(1) セグメント別の状況

セグメント別では、主力の CRM 事業は、コロナ禍による影響があったものの、社会インフラとしてのスポット需要及び前期から業務開始した既存継続案件の売上が拡大した。この他、伊藤忠商事及び凸版印刷との協業強化によるシナジー案件も堅調に推移したこと等により、売上収益は前期比で増収となった。利益面では、増収による利益の伸長に加え、収益改善活動による効果等もあり、税引前利益は前期比で増益となった。

この結果、CRM 事業の売上収益は 145,460 百万円(前期比 8.1% 増)、税引前利益は 13,584 百万円(同 13.8% 増)となり、売上収益全体の 99.3%、税引前利益全体の 100.9% を占めた。売上収益では、継続業務は 118,002 百万円(同 0.8% 増)と微増にとどまった。コロナ禍で、スポット業務にリソースを回した影響を受けたようだ。一方、スポット業務は 27,458 百万円(同 57.3% 増)の大幅増収であった。特に、コロナ禍関連スポット業務は 17,543 百万円(同 96.8% 増)となり、会社全体の増収に大きく貢献した。2022 年 2 月期は、政府のコロナ禍対策の一環としての家賃給付や特別定額給付金(10 万円給付)の提出書類に関する問い合わせ、ワクチン接種への対応業務などが急増した結果、大幅な増収となった。

その他事業では、連結子会社のポケにおいて古い事業の計画を見直したことに伴い、496 百万円の減損損失(前期は 854 百万円の減損損失)を計上した。この結果、売上収益は 1,019 百万円(前期比 13.4% 減)、税引前損失 97 百万円(前期は 568 百万円の損失)で、売上収益シェアは全体の 0.7% にとどまった。

ただ、こうした減損損失の計上も、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 事業の税引前利益率は前期の 8.8% から 9.3% に上昇し、会社全体の好業績を支えている。

セグメント別連結業績

(単位: 百万円)

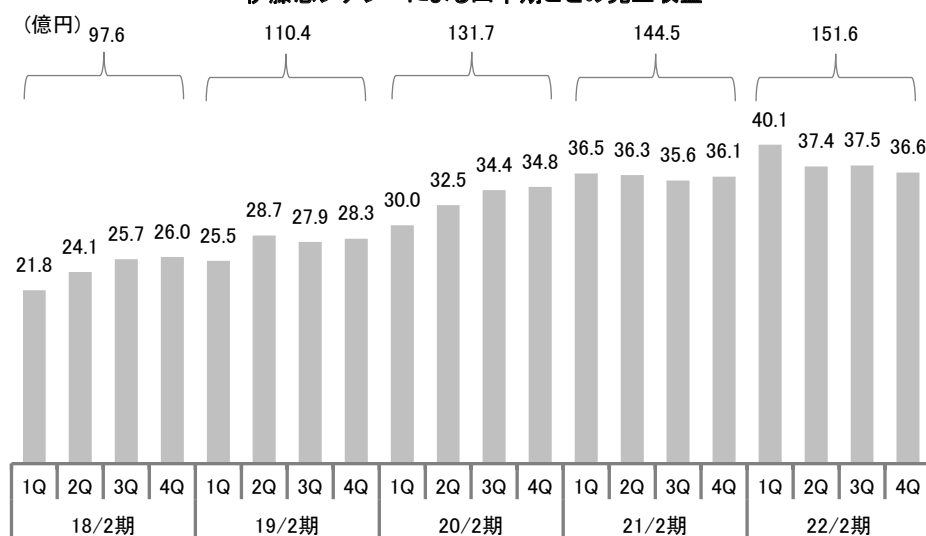
	21/2 期	22/2 期	前期比増減率	前期比増減額
売上収益	135,735	146,479	7.9%	10,744
CRM 事業	134,559	145,460	8.1%	10,901
継続業務	117,106	118,002	0.8%	896
スポット業務	17,453	27,458	57.3%	10,005
その他事業	1,176	1,019	-13.4%	-157
税引前利益	11,305	13,463	19.1%	2,158
CRM 事業	11,933	13,584	13.8%	1,651
その他の事業	-568	-97	-	471
調整及び消去	-60	-24	-	36
税引前利益率	8.3%	9.2%	-	+0.9pt
CRM 事業	8.8%	9.3%	-	+0.5pt
その他の事業	-	-	-	-

出所: 決算短信、決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

業績動向

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、2022 年 2 月期通期には 151.6 億円（前期比 7.1 億円増）へと、年々順調に増加している。2022 年 2 月期は、通信キャリアの新料金プラン業務等により、運輸・通信業が増加した効果が大きい。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拡大し続ける見通しだ。

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 月期の資産合計は 178,312 百万円（前期末比 5,424 百万円増）であった。うち、流動資産は 28,809 百万円（同 2,428 百万円増）となったが、これは主に営業債権が 1,537 百万円、現金及び現金同等物が 678 百万円増加したことなどによる。また、非流動資産は 149,503 百万円（同 2,996 百万円増）で、これは主に無形資産が 646 百万円、のれんが 496 百万円減少したが、有形固定資産が 2,783 百万円増加したことによる。

一方、負債合計は 118,823 百万円（前期末比 555 百万円減）となった。うち、流動負債は 67,403 百万円（同 18,451 百万円増）となったが、これは主に借入金が 17,246 百万円、未払従業員給付が 1,581 百万円、営業債務が 550 百万円増加したことなどによる。また、非流動負債は、51,420 百万円（同 19,006 百万円減）であったが、これは主にその他の長期金融負債が 1,456 百万円増加したものの、長期借入金が 20,936 百万円減少したことによる。資本合計は 59,489 百万円（同 5,979 百万円増）となったが、これは主に利益剰余金が 5,635 百万円増加したことによる。

業績動向

以上の結果、有利子負債は 59,452 百万円（前期末比 3,690 百万円減）となった。また、親会社の所有者に帰属する当期利益の積上げによって、自己資本比率（親会社所有者帰属持分比率）は前期末比 2.4 ポイント上昇の 33.1% となった。2020 年 2 月期末に、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、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り、また同社のネット D/E レシオは 0.90 倍と同 0.19 改善しており、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。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	21/2 期末	22/2 期末	増減額
流動資産	26,381	28,809	2,428
現金及び現金同等物	5,518	6,196	678
営業債権	19,644	21,181	1,537
非流動資産	146,507	149,503	2,996
有形固定資産	37,284	40,067	2,783
のれん	95,396	94,900	-496
無形資産	2,710	2,064	-646
資産合計	172,888	178,312	5,424
流動負債	48,952	67,403	18,451
営業債務	6,141	6,691	550
借入金	20,235	37,481	17,246
非流動負債	70,426	51,420	-19,006
長期借入金	42,907	21,971	-20,936
負債合計	119,378	118,823	-555
(有利子負債)	63,142	59,452	-3,690
非支配持分	397	503	106
資本合計	53,510	59,489	5,979
<安全性>			
自己資本比率	30.7%	33.1%	+2.4pt
(親会社所有者帰属持分比率)			
ネット D/E レシオ (倍)	1.09	0.90	0.19 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 月期末時点の現金及び現金同等物の残高は 6,196 百万円（前期末比 678 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 13,847 百万円（前期比 2,138 百万円増）であった。営業活動の結果得られた資金は 16,278 百万円で、これは主に、税引前利益 13,463 百万円、減価償却費及び償却費 8,242 百万円、法人所得税の支払額 4,914 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 2,431 百万円で、これは主に有形固定資産の取得による支出 1,654 百万円、敷金及び保証金の差入による支出が 542 百万円、無形資産の取得による支出 418 百万円などによる。財務活動の結果使用した資金は 13,181 百万円となり、これは主に長期借入金の返済による支出 14,936 百万円、リース負債の返済による支出 6,092 百万円、配当金の支払額 3,308 百万円、長期借入金による収入 12,000 百万円などによる。

業績動向

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	21/2 期	22/2 期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	14,886	16,278	1,392
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-3,177	-2,431	746
財務活動によるキャッシュ・フロー	-13,955	-13,181	774
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	11,709	13,847	2,138
現金及び現金同等物の期末残高	5,518	6,196	678

出所：決算短信よりフィスコ作成

2023 年 2 月期も、 クライアントの旺盛なアウトソーシング需要を背景に増収増益を予想

2. 2023 年 2 月期連結業績予想

同社グループでは、今後も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を強化する。さらに、人件費上昇に対応する適切なサービス提供価格の設定と、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、収益基盤の拡充を進める計画である。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 2023 年 2 月期業績について、売上収益 1,480 億円（前期比 1.0% 増）、営業利益 140 億円（同 5.8% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 92 億円（同 2.9% 増）の増収増益を予想する。今期より、売上収益の内訳を基礎業務、コロナ禍関連業務として開示している。基礎業務は、従来の継続業務及び通常スポット業務が対象である。従来のスポット業務には継続性が高い業務も多く混在していることから、継続業務と合算して、新たに基礎業務として分類することに変更したものである。売上収益の前期比 15.2 億円増の内訳は、前期好業績の原動力であったコロナ禍関連業務の反動による 35.4 億円減を予想する一方、基礎業務ではコロナ禍対策が進むなかで企業活動の活発化に伴うアウトソーシング需要の高まりや、各種キャンペーン再開等の取り込みにより、51.8 億円増を見込んでいる。キャンペーンの取り込みでは、凸版印刷からの案件を期待しているようだ。また、コロナ禍関連業務の収益は減少を予想するものの、当期も 3 回目のワクチン接種や給付金関連業務の貢献を見込んでいる。

営業利益の前期比 7.7 億円増の内訳は、売上総利益が、高収益のコロナ禍関連業務の減少を見込むものの、基礎業務の増収効果により 2.4 億円増を見込む。また、販管費等は、DX 投資等による増加を見込むものの、前期の本社移転関連費用の減少等により 0.3 億円増加（費用減少）を見込む。さらに、前期に計上したポッケの減損損失 5.0 億円がなくなることによる反動増を見込んでいる。親会社の所有者に帰属する当期利益の前期比 2.6 億円増の内訳は、営業利益が増加する一方で、持分法による投資損益の減少 3.0 億円を想定している。

業績動向

7 期連続の増収、4 期連続の増益を目指す意欲的な計画ではあるが、弊社では、例年通り非常に保守的な業績予想であり、2023 年 2 月期は中期経営計画の最終年度であることから、全社をあげて計画達成にまい進し、上振れの可能性もあると見ている。

2023 年 2 月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	22/2 期	23/2 期 (予)	前期比増減率	前期比増減額
売上収益	146,479	148,000	1.0%	1,521
営業利益	13,234	14,000	5.8%	766
税引前利益	13,463	13,900	3.2%	437
親会社の所有者に帰属する当期利益	8,943	9,200	2.9%	257
< 利益率 >				
売上収益営業利益率	9.0%	9.5%	-	+0.5pt
売上収益税引前利益率	9.2%	9.4%	-	+0.2pt
売上収益当期利益率	6.2%	6.2%	-	-

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、さらなる業績拡大と目標達成を目指す

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。

同社は、中期経営計画期間の 3 年間に於いて激変する環境を成長機会と捉えている。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。

中期経営計画

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 (年平均 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 (年平均 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。コロナ禍という厳しい経済環境のなかでも増収増益を続け、最終年度の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、新事業モデルを推進する

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、企業理念や ESG 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。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2022 年 6 月 8 日 (水)

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

中期経営計画

(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る。特に経験豊富な人材を活用するため、在宅コンタクトセンターの増設を計画する。計画策定時点で、同社は社員 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。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 席を保有していた。

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、在宅席数を中期経営計画の最終年度に 4,000 席に大幅増設する計画だ。

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では、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が大い。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。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が可能になっている。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、どのような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である。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、在宅勤務を約 8 割の社員が活用し、在宅コンタクトセンターは約 1,300 席に拡大。2022 年 2 月期末には 2,300 席に増加している。最終年度の 2023 年 2 月期末には 4,000 席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。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 人を 2017 年 10 月より順次正社員に登用。さらに、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。現在では全国の各拠点で展開しており、こうした就労支援の結果、人材の定着率も高まっている。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。

中期経営計画

同社は 2021 年 6 月に本社オフィスを移転したが、新オフィスは DX 推進と、従業員のエンゲージメント向上（会社に対する愛着や貢献の意志をふかめること）を目的に、次世代コンタクトセンターサービスのデモ体験が可能なショールームや、オンライン会議に適した個人向けブース、社内コミュニティスペースなどを配置したオフィス設計となっている。さらに、2022 年 1 月には、在宅コンタクトセンター拡大に向けた、応募から配属までの採用プロセスのオンライン化を実現している。従来は来社を前提としていた面接・入社手続き・研修を完全オンライン化して、地域を超えて、24 時間いつでも対応可能となった。応募者の利便性向上だけでなく、同社にとっても作業の効率化につながるものである。以上のように、社員 3 万人の戦力最大化の実現に向けて、着々と成果を上げている。

採用プロセスのオンライン化



出所：ニュースリリースより掲載

(2) 音声データ活用による DX 推進

第 2 の重点施策である音声データ活用による DX 推進は、膨大な対応業務で得た音声活用ノウハウを生かし、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。

同社は、消費者への対応、消費者との通信履歴など、膨大なユーザーとの対話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。すでに生命保険会社業務において、実績があり、今後さらに、AI、音声認識など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。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2022 年 6 月 8 日 (水)

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

中期経営計画

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、アドバンスド・メディア <3773> の音声認識ソリューション AmiVoice の連携によって、全ての音声をデータ化し活用することを目指している。同社では、音声認識対応型の席数を、2021 年 8 月末の 1,100 席、2022 年 2 月期末の 3,400 席から、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プロダクトの ekubot を提供している。2021 年 6 月には、ボイスポット（人工知能搭載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。）とチャットポットを活用した、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 シリーズとして、提供を開始した。同年 7 月には、CTC と共同で、コンタクトセンターでのボイスポ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。約 50 ～ 100 席以上の中・大規模コンタクトセンター業務を想定している。

同社では、ワクチン関連の膨大な問い合わせにおいて AI チャットポット（リアルタイムに自動で短文の会話を行うロボットプログラム）を活用している。コロナ禍関連業務等、短期大型案件にチャットポットを導入し、架電量を削減するとともに、24 時間、365 日の対応窓口を実現している。また、AI による JOB マッチングも実施し、早期の合否判定通知により入社までのリードタイムを削減し、業務継続率向上によるオペレーターのスキル向上（業務の安定性向上・品質向上）を実現している。さらに、データ活用の啓蒙「データサミット 2021」の開催、Slack（ビジネス用チャットツール）を中心に据えたコミュニケーション、Tableau（膨大なデータをわかりやすく視覚化するツール）の活用による業務効率化、「データ活用人材トレーニングプログラム」の実施など、データ活用人材の育成に向けた様々な取り組みも行っている。このように、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。

(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。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、新たな挑戦に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おり、国内上場企業のデータ活用における縦割りのデータ基盤や人材不足などの課題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、音声など非構造化データの整備や、施策の継続的な運用などの課題への対応が可能だ。また、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る。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2022 年 6 月 8 日 (水)

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

中期経営計画

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 月期決算では、同社の好決算に大きく貢献した。さらに、2022 年 3 月に、（株）レイヤーズコンサルティングと人事経理のコンサルティングからアウトソーシングなどを提供する新会社「Horizon One」を設立した。また、同月には、ベルフェイス（株）と、電話と映像サポートによる「オンライン窓口センター」の開発を開始した。コロナ禍の拡大を受け、企業活動において、従来の対面型から、デジタルを活用した非対面型ビジネスモデルへの転換が進んでいる状況を受け、ベルフェイスが従来より提供しているオンライン営業システム「bellFace」の機能を活用することで、生活者側は電話・パソコン・スマートフォン等を使って簡単に、オペレーターに音声で問い合わせをしながら手続き書類の共有等を行うことができる。さらに今回、ベルフェイスが新たに開発した「リモートコントロール機能」、「スマホ画面サポート機能」、「写真撮影機能」などの機能を組み合わせることにより、生活者とオペレーターが会話をしながら画面を通じて自由にやり取りができるようになり、対面に近い感覚で、手続き処理を進めることが可能である。これらにより、従来、電話問い合わせ後、書類を発送・返送し、不備確認を行っていた一連の手続きや、複雑な WEB 申込み手続きをリモートで支援し、オンラインでスピーディに完結させることが可能となる。同社では、「bellFace」の導入支援をはじめとする、本サービス構築のための業務設計から運用、工数のかかる契約や手続きの支援およびプロセスの改善を行う計画だ。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。

ベンチャー企業との新たな提携

電話と映像を融合したサポート
「オンライン窓口センター」の開発を開始



ベルフェイスと提携

- 電話・PC・スマホ等で、オペレーターと画面を共有し、対面に近い感覚で、行政・金融・通信分野などの契約・各種手続き処理等が可能

人事経理分野のコンサル+BPOを行う、
新会社「Horizon One」を設立



レイヤーズコンサルティングと設立

- 戦略立案・業務改革・テクノロジー活用・リスキル・業務運用等、ワンストップで提供
- 税理士や社労士といった資格を必要とする専門性の高い業務も受託

出所：決算短信補足説明資料より掲載

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2022 年 6 月 8 日 (水)

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

中期経営計画

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。2020 年 1 月に、タイの True Touch へ 49.99% に出資。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、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 月に出資した Hoa Sao では、コンタクトセンター運営における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) ESG への取り組み

同社では、企業理念や重要課題及び ESG (Environment、Social、Governance の頭文字) を踏まえ、社会課題解決のための活動を実施している。

Environment 分野では、「気候変動に対する方針」を策定し、2040 年までにカーボンニュートラル化の実現を目指して目標を公表している。

Social 分野では、女性活躍推進を目指して、女性管理職比率の引き上げに取り組んでいる。2022 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「2022 J-Win ダイバーシティ・アワード」における「アドバンス部門」において、1,000 社を超える企業から準大賞を受賞した（大賞は該当なし）。この賞は、女性活用の課題解決に向け、PDCA を回し、より有効な仕組みに発展させ、女性リーダー輩出の実績が出ている企業、及び女性のみならず全ての多様性に展開し成果を出している企業を対象にしている。同社は、コンタクトセンター業界初の受賞であった。また、多様性への取り組みとして、「障がい者の運営によるカフェ」を 2021 年 4 月に福岡のコールセンター内に開設（2019 年 2 月東京オフィスラウンジ、2019 年 9 月に札幌コールセンター、2020 年 8 月に沖縄コールセンターに開設済み）、2021 年 11 月には LGBTQ への取り組みを評価する「PRIDE 指標」の最高位“ゴールド”の 3 年連続受賞など実績を上げている。さらに、地域での取り組み、雇用創出や、「人権方針」改訂などにも取り組んでいる。

同社では、今後も ESG 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 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。

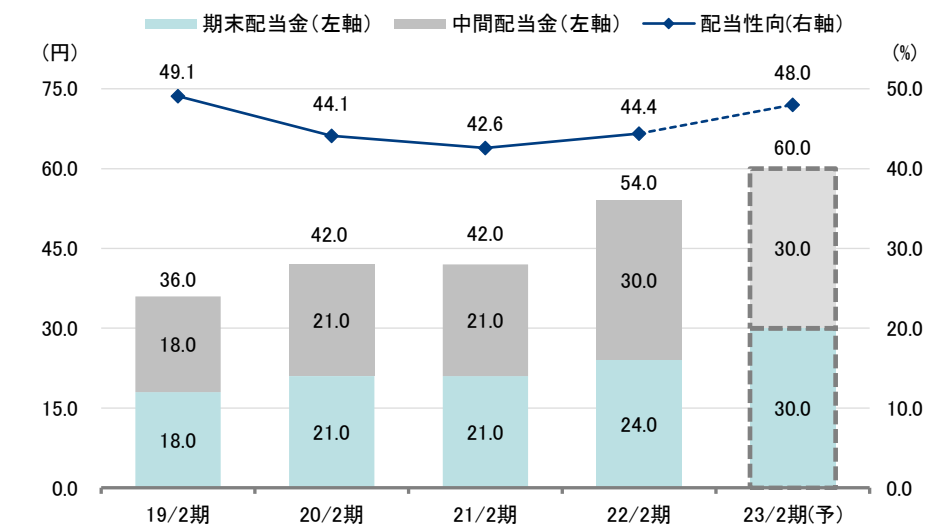
株主還元策

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。2022 年 2 月期には好決算を反映して、中間配当 24 円、期末配当 30 円、合計 54 円への増配を実施した。ただ、配当性向は 44.4% で、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、2023 年 2 月期については、増収増益の業績を予想し、中間配当 30 円、期末配当 30 円、合計 60 円への増配を計画している。その結果、配当性向は 48.0% 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 2023 年 2 月期業績が予想を上回る着地見通しになれば、配当性向 50% の目標達成に向けて、さらに増配を検討することも考えられよう。

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・表示したものです。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、配布等することは強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