

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 >>>

2025 年 5 月 14 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. 2025 年 2 月期の業績概要	01
2. 2026 年 2 月期の業績見通し	02
3. 中長期の成長戦略	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	07
1. 2025 年 2 月期の業績概要	07
2. セグメント別動向	08
3. 財務状況	10
4. キャッシュ・フローの状況	11
■ 今後の見通し	12
● 2026 年 2 月期の業績見通し	12
■ 中長期の成長戦略	14
1. 同社を取り巻く環境の変化	14
2. 変化する事業環境への対応方針	14
3. 中長期の目標	18
■ 株主還元策	19

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

要約

2031 年 2 月期に向けた「中長期成長シナリオ」を発表。 生成 AI の本格導入により、売上収益 2,500 億円、 営業利益率 10% 以上の達成を目指す

ベルシステム 24 ホールディングス <6183> は東京証券取引所（以下、東証）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 7 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。2025 年 2 月末現在、国内拠点 35 拠点、ブース数（同社国内拠点でオペレーション業務を実施する席数）18,100 席、従業員数約 3 万人を擁するコンタクトセンター業界のリーディングカンパニーである。伊藤忠商事 <8001>、TOPPAN ホールディングス <7911> との資本業務提携を最大限に活用して、新たに発表した 2031 年 2 月期に向けた「中長期成長シナリオ」の推進により、企業価値のさらなる向上を目指している。

1. 2025 年 2 月期の業績概要

2025 年 2 月期の連結業績は、売上収益 143,607 百万円（前期比 3.4% 減）、営業利益 11,587 百万円（同 0.9% 増）、税引前利益 11,232 百万円（同 0.1% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 8,003 百万円（同 6.1% 増）と、計画を下回る小幅の減収増益決算となった。売上収益のうち、基礎業務は新規案件が増加したものの大口案件が減少した。加えて、コロナ等国策関連業務（コロナ関連業務に加えて物価高対策等の経済対策に関連した業務が対象）が、コロナ関連業務の終了により大幅に減少した。売上総利益の減少や減損損失の計上があったものの、販管費の減少や特に子会社の一部株式売却に伴う利益の計上により、営業利益は小幅増益を確保した。親会社の所有者に帰属する当期利益の増益は、主に法人所得税費用の減少による。この結果、営業利益率は 8.1%（同 0.4 ポイント上昇）となった。一方、財務面においては、自己資本比率（親会社所有者帰属持分比率）は 40.2%（同 2.2 ポイント上昇）であった。2024 年 3 月期東証プライム市場サービス業平均の営業利益率 5.3%、自己資本比率 5.9% を大きく上回り、引き続き同社の収益性や安全性は極めて高いと弊社では評価する。また、1 株当たりの年間配当金は 60.0 円で、配当性向は 55.1% と東証プライム市場サービス業平均の 39.0% を上回り、株主重視の経営姿勢を示している。

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

要約

2. 2026 年 2 月期の業績見通し

2026 年 2 月期の連結業績は、売上収益 150,000 百万円（前期比 4.5% 増）、営業利益 12,000 百万円（同 3.6% 増）、税引前利益 11,760 百万円（同 4.7% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 8,100 百万円（同 1.2% 増）の増収増益を予想する。なお、2026 年 2 月期より、CRM 事業の売上収益内訳区分を、従来の基礎業務とコロナ等国策関連業務から、今後の注力分野を示すスマートコンタクトセンター（SC）業務とスマートビジネスサポート（SB）業務に変更する。スマートコンタクトセンター業務は、人材不足等によるアウトソース需要の拡大や DX ソリューション等の新サービスにより増収を見込む。また、スマートビジネスサポート業務は、BPR コンサルティング（業務プロセスの変革を企画・実行するサービス）案件の伸長に伴う新規の増加により増収を計画する。売上収益の増収効果や連結子会社の業績伸長などにより売上総利益の大幅増加を見込むものの、前期に計上した子会社株式売却に伴う利益の反動等により、営業利益は小幅増益に留まる見通しだ。親会社の所有者に帰属する当期利益も、営業利益の増加に伴い小幅増益を見込んでいる。1 株当たりの年間配当予想は 60.0 円と前期と同水準を維持し、配当性向は 54.5% になる見込みだ。今後も連結配当性向 50% を基本方針として、前期を下回らない配当を目指す。

3. 中長期の成長戦略

「中期経営計画 2025」（2024 年 2 月期～2026 年 2 月期）では、最終年度の売上収益 1,800 億円、営業利益 165 億円（営業利益率 9.2%）、税引後利益 110 億円、ROE14.4%、配当性向 50% を目標に重点施策を推進している。ただ、経済環境が計画策定時とは大きく変化したことから、最終年度の目標達成は困難な状況だ。そこで 2027 年 2 月期からスタートする新中期経営計画の発表に先立ち、今後の進むべき方向や課題を示すために 2031 年 2 月期に向けた「中長期成長シナリオ」を発表した。具体的には、同社の強みを生かすことで、1) 外注化ニーズへの対応：アウトソーシングニーズの取り込みにより売上収益を拡大、2) 生成 AI の活用：生成 AI を活用してヒトによる対応から自動化に転換し利益率を向上、3) マーケティング支援：VOC（顧客の声）を活用した新たな付加価値を創出、の 3 つの成長戦略を推進することで、最終年度である 2031 年 2 月期に売上収益 2,500 億円、営業利益率 10% 以上を目指す。今後 6 年間で売上収益を 1.74 倍に拡大（年成長率 9.7%）を目指す計画だ。既にコンタクトセンターでの生成 AI 活用に向けて様々な取り組みに着手しており、次期中期経営計画の正式発表と、取り組みの進展に注目したい。

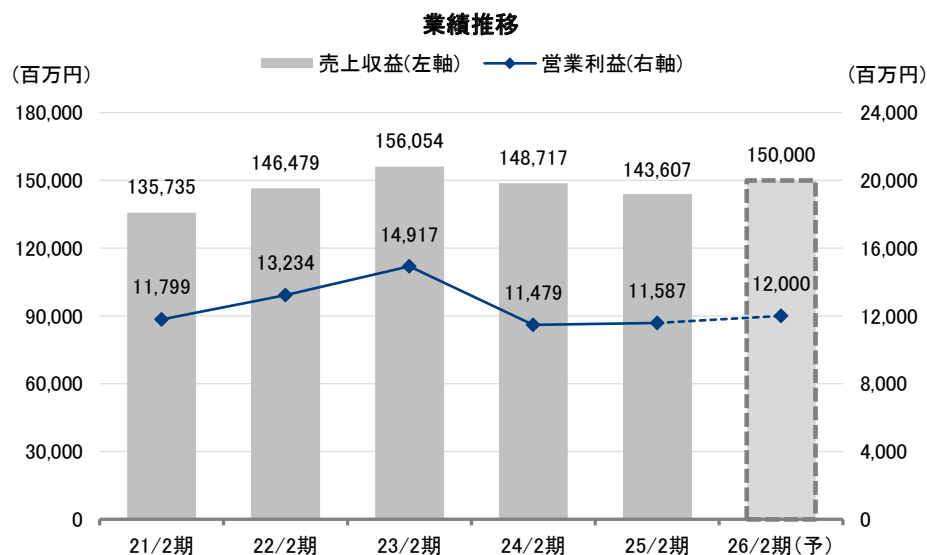
Key Points

- ・全国に事業展開するコンタクトセンター大手で、伊藤忠商事、TOPPAN ホールディングスとの資本業務提携を最大限に活用
- ・2025 年 2 月期は減収及び小幅増益決算も、収益性・安全性は高い。株主還元にも十分に配慮
- ・2026 年 2 月期は増収増益を予想。前期並みの配当を予定
- ・2027 年 2 月期からの新中期経営計画に先立ち、「中長期成長シナリオ」を発表。今後 6 年間で売上収益を 1.74 倍に拡大する計画。実現のカギを握る生成 AI の活用に向けて既に様々な取り組みに着手

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

全国 35 拠点、ブース数 18,100 席を擁する、コンタクトセンター大手

同社は、2025 年 2 月末現在、国内 35 拠点、ブース数約 18,100 席を擁する国内コンタクトセンター大手である。

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、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。2024 年 2 月末現在では、伊藤忠商事が筆頭株主で 40.72% を保有し、2017 年 11 月に資本参加した TOPPAN ホールディングスが 14.33% を保有する。同社グループは伊藤忠商事、TOPPAN ホールディングスとの資本業務提携を最大限に活用し、さらなる事業展開による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両立を実現した新しい働き方に対応することも視野に、2021 年 6 月に本社オフィスを「神谷町トラストタワー」に移転した。2022 年 4 月には東証の市場区分見直しに伴い、プライム市場へ移行した。

2024 年 4 月には、伊藤忠商事で執行役員情報・通信部門長を務め、同社の社外取締役として同社の業務・戦略に精通している梶原浩(かじわらひろし)氏が新たに代表取締役役に就任した。梶原代表取締役は、伊藤忠商事に戻った野田俊介(のだしゅんすけ)前代表取締役とともに、伊藤忠グループとの連携を十分に活用して、中期経営計画に基づき同社の発展をリードしている。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)

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

会社概要

主な沿革

年月	沿革
1982年 9月	(株)ベルシステム二四創業(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	医療・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(株)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<8001>の資本参加
2015年 9月	BBコールを吸収合併
2015年11月	東証1部に再上場
2016年 8月	伊藤忠テクノソリューションズ(株)(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)へ出資し、CTCとBPO事業の連携強化 (当初は連結子会社、2025年1月より出資比率48.0%) ベトナムBellSystem24-Hoa Sao Group Joint Stock Companyへの出資を完了、 同国での事業を開始(出資比率49.0%)
2017年11月	凸版印刷<7911>(現TOPPANホールディングス)の資本参加
2019年11月	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 Co., Ltd.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	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(現連結子会社)

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

会社概要

年月	沿革
2022年 4月	東証プライム市場に移行
2023年 3月	ベトナム Bellsystem24-Hoa Sao Group Joint Stock Company に追加出資し、社名を BELLSYSTEM24 VIETNAM Inc. に変更（現 連結子会社）
2023年 7月	（株）シンカーを子会社化（現 連結子会社）
2024年11月	台湾支店を子会社化、社名を BELLSYSTEM24 TAIWAN, Inc. に変更（現 連結子会社）
2025年 1月	（株）スカパー・カスタマーリレーションズを子会社化（現 連結子会社）

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 事業を中心に国内及び海外で事業を展開、 経営資源を集中する体制を構築

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、（株）スカパー・カスタマーリレーションズ、Horizon One（株）、（株）シンカー、（株）ベル・ソレイユ、BELLSYSTEM24 TAIWAN, Inc.、BELLSYSTEM24 VIETNAM Inc. の連結子会社 7 社と、持分法適用会社 3 社（True Touch Co., Ltd.、CTC ファーストコンタクト（株）、（株）TB ネスクストコミュニケーションズ）で構成される。コンタクトセンター業務を中心とする CRM 事業を主たる事業として、日本全国及びベトナム・タイ・台湾で事業を展開している。同社グループの報告セグメントは、CRM 事業とその他の 2 つである。

(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：業務プロセスを外部委託）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、ソーシャルメディアやチャットにも対応している。Horizon One は、同社が株式の 51%、経営コンサルティング事業の（株）レイヤーズ・コンサルティングが 49% 保有し、人事・経理分野におけるコンサルティングと BPO を提供している。2023 年 7 月には、データマーケティング事業や AI ソリューション開発を手掛けるシンカーの株式 70% を取得した。また、2025 年 1 月には、カスタマーセンターに関わるコンサルティング及び教育関連も展開するスカパー・カスタマーリレーションズの株式 51% を取得している。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)

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

事業概要

その他の持分法適用会社では、凸版印刷（現 TOPPAN ホールディングス）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、2020 年 10 月に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。CTC ファーストコンタクトは、サービスデスクやコンタクトセンターなどの BPO を展開する子会社で、BPO 分野でのビジネス拡大を目的に同社が株式の 51%、伊藤忠テクノソリューションズ（株）が 49% を保有していたが、2025 年 1 月に今後の事業拡大を目指して（株）シグマックス・ホールディングスに株式を一部売却したことで、同社の持分比率は 48.0% に低下し持分法適用会社となった。テクニカルヘルプデスク等、IT をベースとした BPO サービスをはじめ、マニュアル作成サービス及び教育・研修サービスなどを行っている。

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専門の最大手である Bellsystem24-Hoa Sao Group Joint Stock Company へ出資し（持分比率 49.0%）、2023 年 3 月には持分比率を 80.0% に引き上げて連結子会社化し、社名を BELLSYSTEM24 VIETNAM Inc. に変更した。同子会社は、ベトナム国内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 Co., Ltd. に出資し（49.9% 保有）、同年 3 月に開設した台湾支店を 2024 年 11 月に子会社化（100.0% 保有）し社名を BELLSYSTEM24 TAIWAN, Inc. に変更するなど、CRM 事業の海外展開を活発化している。

(2) その他事業

その他事業は、モバイル・PC 等を通じ、一般消費者向けの月額課金によるコンテンツ販売や、事業者向けに気象予報コンテンツの販売を行う同社のコンテンツ事業のほか、100.0% 子会社であるベル・ソレイユの事業である。ベル・ソレイユは、「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、オフィスカフェ運営、チョコレート製造、野菜・胡蝶蘭栽培、事務・清掃作業を展開している。

CRM 事業が売上及び利益のほとんどを占める

2. 収益構造

(1) 売上収益の内訳

これまでの事業再編による CRM 事業への経営資源集中の結果、全社売上収益に占める CRM 事業の比率は 2016 年 2 月期の 92.7% から年々拡大を続け、2025 年 2 月期には 99.7% を占めている。その結果、その他事業の比率は、同期間に 7.3% から 0.3% に縮小した。

CRM 事業の内訳を見ると、2025 年 2 月期では基礎業務が全社売上収益の 98.3%、コロナ等国策関連業務が同 1.4% を占めている。2023 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、コロナ等国策関連業務が大幅増収で同社の好業績に貢献したが、2024 年 2 月期からはワクチン関連業務の減少に伴い大幅減収となった。一方、基礎業務は新規・既存業務が拡大するなか、連結子会社化した BELLSYSTEM24 VIETNAM の売上収益が加わり増収を続けている。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)

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

事業概要

このようにコロナ等国策関連業務が大きく縮小したことから、今後のビジネスの進捗を明確にするべく、2026 年 2 月期より、注力分野である次世代コンタクトセンター業務（スマートコンタクトセンター業務）及びクライアント企業のバックヤード業務支援にかかる業務（スマートビジネスサポート業務）に売上収益内訳区分を変更した。

(2) CRM 事業の業種別売上収益

CRM 事業における 2025 年 2 月期の売上収益上位 300 社の業種別構成比を見ると、サービス業が 27.6%、運輸・通信業が 24.6%、金融・保険業が 21.1%、卸売・小売業が 13.7%、製造業が 6.5%、その他が 6.6% となっている。サービス業は、人材紹介は前期より大口案件が減少も、ネット関連サービス等での新規サービスが増加したが、前期比 2.1% 減であった。運輸・通信業では、通信キャリアは、個人向けサービスを中心に減少したことで、同 3.3% 減であった。金融・保険業では、生損保を中心に保険関連が堅調で、大口スポット取引もあり、同 5.4% 増であった。卸売・小売業では、通販・E コマースが全般的に弱含み、全体としては同 6.3% 減であった。製造業では、医薬関連は堅調に推移したが、電気料金引き上げ対応等の業務縮小等により、同 6.0% 減であった。その他では、自治体関連の DX 化支援業務や新電力サービス業務が堅調に推移し、同 12.9% 増であった。

業績動向

2025 年 2 月期決算は、 コロナ等国策関連業務の大幅減少の影響で減収減益

1. 2025 年 2 月期の業績概要

2025 年 2 月期における日本経済は、雇用・所得環境の改善や各種施策の効果もあり、個人消費や設備投資の持ち直しが続いていることから緩やかな景気回復の動きが見られた。一方で、欧米における高い金利水準の継続や中国における不動産市場の停滞の継続による海外景気の下振れ、米国の今後の政策動向や中東地域をめぐる情勢など、我が国の物価・経済に影響を及ぼし得るため注意が必要な状況が続いている。また、各企業の業況が回復しているのに伴い業種や規模にかかわらず人手不足への対応が課題となっている。このような環境の下、同社グループの主力事業である CRM 事業においては、生成 AI などの新技術を活用し、高い利益率が見込めるソリューションモデルへの変革が重要となっている。

こうした経営環境を踏まえて、同社グループでは中期経営計画で掲げた「人材（総力 4 万人の最大活躍）」「型化（データ活用の高度化）」「共創（NEW BPO の領域開拓）」の 3 つの重点施策を加速させることで、持続的な成長の実現を目指した。しかしながら、2025 年 2 月期の連結業績は、売上収益 143,607 百万円（前期比 3.4% 減）、営業利益 11,587 百万円（同 0.9% 増）、税引前利益 11,232 百万円（同 0.1% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 8,003 百万円（同 6.1% 増）と、計画を下回る小幅の減収増益決算となった。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)

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

業績動向

売上収益の前期比 51.1 億円減のうち、基礎業務が下期には新規案件が増加したものの、上期には前期の大口案件が減少したことが影響し、同 19.8 億円増に留まった。加えて、コロナ等国策関連業務がコロナ関連業務の終了により同 68.9 億円減となったことが大きく響いた。売上収益減少の影響から売上総利益も同 17.3 億円減となった。しかし、間接人件費、広告宣伝費、設備関係費などを減少させたことで販管費は同 4.2 億円減（増益要因）となったことに加えて、子会社（CTC ファーストコンタクト）株式の一部売却に伴う利益 37.6 億円（増益要因）、減損損失 15.7 億円（減益要因）を計上したことなどにより、その他収益 / 費用が同 14.2 億円増となったことから、営業利益は同 1.1 億円増の小幅増益を確保した。株式の一部売却は、今後の事業拡大を目指して譲渡したもので、CTC ファーストコンタクトは持分法適用会社になっている。減損損失は、ベトナム子会社 BELLSYSTEM24 VIETNAM と国内コンテンツ事業の再評価により発生したものだ。また、親会社の所有者に帰属する当期利益の同 4.5 億円増は、営業利益の増益に加えて、主に法人所得税費用の減少の影響が大きかった。

以上のことから、営業利益率は 8.1%（同 0.4 ポイント上昇）と 2024 年 3 月期東証プライム市場サービス業平均の営業利益率 5.3% を上回っており、同社の収益性は引き続き高いと弊社では評価している。

2025 年 2 月期連結業績

（単位：百万円）

	24/2 期		25/2 期			前期比		予想比	
	実績	売上比	予想	実績	売上比	増減額	増減率	額	達成率
売上収益	148,717	100.0%	153,000	143,607	100.0%	-5,110	-3.4%	-9,393	-6.1%
売上原価	121,578	81.8%	-	118,195	82.3%	-3,383	-2.8%	-	-
売上総利益	27,139	18.2%	-	25,412	17.7%	-1,727	-6.4%	-	-
販管費	16,598	11.2%	-	16,182	11.3%	-416	-2.5%	-	-
営業利益	11,479	7.7%	12,500	11,587	8.1%	108	0.9%	-913	-7.3%
税引前利益	11,225	7.5%	12,200	11,232	7.8%	7	0.1%	-968	-7.9%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	7,545	5.1%	8,000	8,003	5.6%	458	6.1%	3	0.0%

注：予想は 2024 年 2 月期決算発表時の期初予想

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. セグメント別動向

2025 年 2 月期の CRM 事業の売上収益は 143,196 百万円（前期比 3.3% 減）、税引前利益は 12,088 百万円（同 10.0% 増）で、税引前利益率は 8.4%（同 1.0 ポイント上昇）となった。また、CRM 事業の全社業績に占めるシェアは、売上収益の 99.7%（同 0.1 ポイント上昇）、税引前利益の 107.6%（同 9.7 ポイント上昇）となった。CRM 事業のうち収益性の高いコロナ等国策関連業務の売上収益が 20.3 億円と同 77.2% 減少したことが、CRM 事業の減収に大きく響いた。一方、主力の基礎業務の売上収益も 1,411.7 億円（同 1.4% 増）と予想を下回る微増に留まった。

その他の事業の全社業績に占めるシェアは小さいが、コンテンツ事業の占いビジネスにおいて減損損失を計上したことから、売上収益は 411 百万円（前期比 32.6% 減）、税引前損失は 856 百万円（前期は 240 百万円の利益）となった。

業績動向

セグメント別連結業績

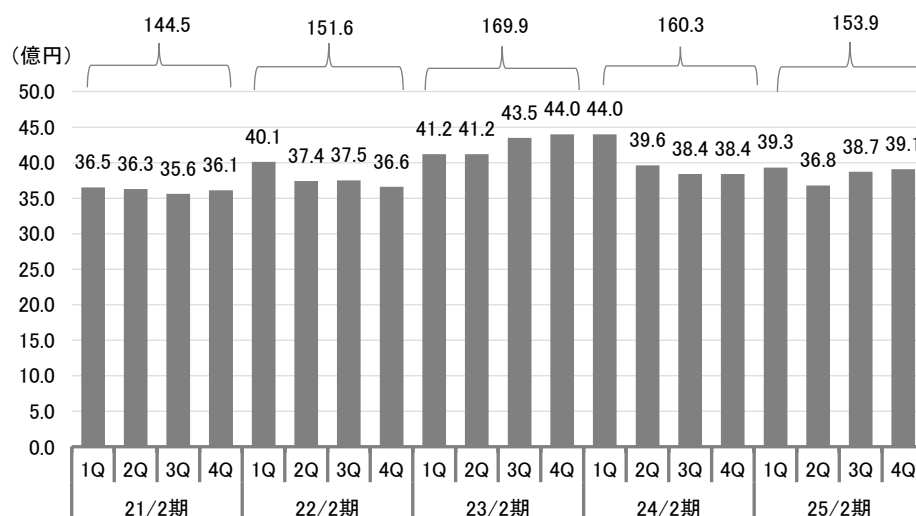
(単位：百万円)

	24/2 期	25/2 期	前期比	
			増減額	増減率
売上収益	148,717	143,607	-5,110	-3.4%
CRM 事業	148,107	143,196	-4,911	-3.3%
基礎業務	139,190	141,170	1,980	1.4%
コロナ等国策関連業務	8,920	2,030	-6,890	-77.2%
その他	610	411	-199	-32.6%
税引前利益	11,225	11,232	7	0.1%
CRM 事業	10,985	12,088	1,103	10.0%
その他	240	-856	-1,096	-
税引前利益率	7.5%	7.8%	0.3pp	-
CRM 事業	7.4%	8.4%	1.0pp	-
その他	39.3%	-208.3%	-247.6pp	-

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

売上収益における「伊藤忠シナジー」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て、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を継続することで拡大している。同社が定義する「伊藤忠シナジー」に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、2023 年 2 月期には 169.9 億円へと年々増加を続けてきた。しかし、2024 年 2 月期はキャンペーンなどの大口案件がなかった影響で 160.3 億円（前期比 9.6 億円減）に留まった。また、2025 年 2 月期も、上期は前年の一部大口案件の業務終了等により減少し、下期は既存クライアントからの受注拡大等により増加に転じたものの、通期で 153.9 億円（同 6.4 億円減）に留まった。ただ、今後については、新技術活用における連携（出資、提携など）や海外事業展開など、伊藤忠のデジタル事業群戦略における連携によって、「伊藤忠シナジー」は長期的に拡大する見通しである。

伊藤忠シナジーによる四半期ごとの売上収益



出所：決算補足資料よりフィスコ作成

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)

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

業績動向

3. 財務状況

2025 年 2 月期の資産合計は 174,413 百万円(前期末比 1,052 百万円減)となった。流動資産は 28,042 百万円(同 255 百万円減)となったが、これは主に営業債権が 189 百万円、現金及び現金同等物が 221 百万円、それぞれ減少したことによる。営業債権の減少は、売上収益減少に伴うものだ。非流動資産は 146,371 百万円(同 797 百万円減)で、これは主に使用権資産の償却等に伴い有形固定資産が 4,265 百万円減少したことによる。使用権資産とは、同社がリース期間中に事務所を使用する権利を持つ資産等のことで、家賃の支払いに伴い減少する。

負債合計は 103,576 百万円(前期末比 4,150 百万円減)となった。流動負債は 57,413 百万円(同 8,814 百万円増)となったが、これは主に借入金、未払法人所得税が 867 百万円及びその他の流動負債が 662 百万円、それぞれ増加したことによる。借入金の増加は、長期借入金からの振替によるものだ。非流動負債は 46,163 百万円(同 12,964 百万円減)であったが、これは主に長期借入金、及びその他の長期金融負債が 3,417 百万円、それぞれ減少したことによる。長期借入金の減少は、1 年以内の借入金の振替や約定返済によるものだ。資本合計は 70,837 百万円(同 3,098 百万円増)となったが、これは主に資本剰余金が 4,232 百万円減少したが、利益剰余金が 8,003 百万円増加したことによる。

以上のことから、有利子負債は 54,046 百万円(前期末比 2,188 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 2.2 ポイント上昇の 40.2%となった。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、2024 年 3 月期東証プライム市場サービス業平均の 5.9% を大きく上回る高水準である。また、同社のネット D/E レシオ((借入金 + 長期借入金 - 現金及び現金同等物) ÷ 親会社の所有者に帰属する持分合計)は 0.67 倍と前期末比 0.06 改善した。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、不測の事態にも十分に備えている。また、ROE(親会社所有者帰属持分当期利益率)は 11.7%、ROA(資産合計税引前利益率)は 6.4% で、2024 年 3 月期東証プライム市場におけるサービス業平均の ROE6.6%、ROA0.7% を上回る高水準を維持している。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、同社の安全性及び収益性は極めて高いと弊社では評価する。

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

業績動向

連結財政状態計算書

(単位：百万円)

	24/2 期末	25/2 期末	増減額
流動資産	28,297	28,042	-255
現金及び現金同等物	7,213	6,992	-221
営業債権	19,195	19,006	-189
非流動資産	147,168	146,371	-797
有形固定資産	35,828	31,563	-4,265
のれん	96,772	94,651	-2,121
資産合計	175,465	174,413	-1,052
流動負債	48,599	57,413	8,814
営業債務	5,531	5,634	103
借入金	23,000	30,799	7,799
非流動負債	59,127	46,163	-12,964
長期借入金	33,234	23,247	-9,987
負債合計	107,726	103,576	-4,150
(有利子負債)	56,234	54,046	-2,188
親会社の所有者に帰属する持分合計	66,730	70,160	3,430
非支配持分	1,009	677	-332
資本合計	67,739	70,837	3,098
【安全性】			
親会社所有者帰属持分比率	38.0%	40.2%	2.2pp
ネット D/E レシオ (倍)	0.73	0.67	0.06 改善
【収益性】			
ROE	11.5%	11.7%	0.2pp
ROA	6.4%	6.4%	± 0.0pp

出所：決算短信、決算補足資料よりフィスコ作成

4. キャッシュ・フローの状況

2025 年 2 月期末時点の現金及び現金同等物の残高は 6,992 百万円（前期末比 221 百万円減）であった。営業活動の結果得られた資金は 17,391 百万円で、これは主に、税引前利益 11,232 百万円、減価償却費及び償却費 9,556 百万円、減損損失 1,567 百万円、未払消費税等の増加額 972 百万円、子会社の支配喪失に伴う利益 3,539 百万円などによる。投資活動の結果使用した資金は 3,693 百万円で、これは主に有形固定資産の取得による支出 1,147 百万円、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による支出 780 百万円、有価証券の取得による支出 700 百万円などによる。財務活動の結果使用した資金は 13,897 百万円となり、これは主に長期借入れによる収入 5,000 百万円、長期借入金の返済による支出 9,000 百万円、リース負債の返済による支出 6,911 百万円、配当金の支払額 4,644 百万円などによる。

以上のことから、同社が事業活動を通じて得た資金のうち、自由に使える資金を示すフリー・キャッシュ・フローは 13,698 百万円（前期比 3,208 百万円増）に増加している。

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

業績動向

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	24/2 期	25/2 期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	13,587	17,391
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-3,097	-3,693
財務活動によるキャッシュ・フロー	-10,286	-13,897
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	10,490	13,698
現金及び現金同等物の期末残高	7,213	6,992

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2026 年 2 月期は、CRM 事業の増収により増益を予想

● 2026 年 2 月期の業績見通し

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 TOPPAN ホールディングスなどの多様な企業ネットワークを活用し、新規クライアントの獲得やアウトソーシングニーズの取り込みにより、売上収益の拡大に取り組むとともに、蓄積したデータ・知見を生かし、コンタクトセンターの次世代化による利益率の向上を進める。また、生成 AI と顧客対応データを活用した新しい顧客体験の実現により、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、“プロフェッショナル”が集う、“働きがい”のある企業の実現に向けて、新たな人事制度及び人材育成施策の導入を進めるほか、女性活躍推進を目的とした育成プログラムの実施、企業内保育所の設置及び教育研修施設の開設等、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。加えて、D&I（ダイバーシティとインクルージョン：多様性を認識し、一人ひとりを受け入れ尊重することにより個人の力が発揮できる環境を整備する考え方）と健康経営のさらなる推進を図り、多様な人材の活躍を促進する考えだ。

2026 年 2 月期の連結業績は、売上収益 150,000 百万円（前期比 4.5% 増）、営業利益 12,000 百万円（同 3.6% 増）、税引前利益 11,760 百万円（同 4.7% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 8,100 百万円（同 1.2% 増）の増収増益を予想する。

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

今後の見通し

2026 年 2 月期より、CRM 事業の売上収益内訳区分を、従来の基礎業務とコロナ等国策関連業務から、今後の注力分野を示すスマートコンタクトセンター（SC）業務とスマートビジネスサポート（SB）業務に変更する。スマートコンタクトセンター業務はクライアント企業とエンドユーザー間のコミュニケーション関連領域にかかる業務で、スマートビジネスサポート業務はクライアント企業の社内業務の支援にかかる業務である。前期までにコロナ等国策関連業務が大きく縮小したことに伴い、今後は同社の注力分野である次世代コンタクトセンター業務とクライアント企業のバックヤード支援業務を、それぞれ独立した区分として示すことで同社のビジネスの進捗をより明確にできることから区分を変更した。

売上収益予想（前期比 63.9 億円増）の内訳は、スマートコンタクトセンター業務は、人材不足等によるアウトソース需要の拡大や DX ソリューション等の新サービスにより、1,270 億円（同 38.2 億円増）を見込む。また、スマートビジネスサポート業務は、BPR コンサルティング案件の伸長に伴う新規の増加により、225 億円（同 24.8 億円増）を計画する。売上総利益は 282 億円（同 27.9 億円増）と、売上収益の増収効果や連結子会社の業績伸長などにより大幅増加を見込む。しかし、前期に計上した子会社株式売却に伴う利益の反動（同 37.6 億円の減益要因）、減損損失の反動（同 15.7 億円の増益要因）等により、営業利益は同 4.1 億円増の小幅増益に留まる見通しだ。営業利益の増加に加えて持分法による投資損益（同 4.1 億円増）、金融費用（同 3.0 億円増）、法人所得税費用（同 5.0 億円増）などから、親会社の所有者に帰属する当期利益も小幅増益（同 1.0 億円増）を見込む。持分法による投資損益は、CTC ファーストコンタクトの連結子会社から持分法への区分変更による増加に加え、TB ネクストコミュニケーションズやタイの True Touch の増益を見込んでいる。

前期はコロナ等国策関連業務の売上収益が大幅に落ち込んだため、決算は期初の業績予想を下回る結果となった。コロナ等国策関連業務は既に大きく縮小しており、CRM 事業の実態を正確に示すために売上収益区分をスマートコンタクトセンター業務とスマートビジネスサポート業務に変更するなど、今後の成長を見据えた取り組みを始めている。同社では従来から期初には慎重な業績予想を発表する傾向があることから、当期の業績予想については達成する確度が高いと弊社では考える。

2026 年 2 月期連結業績予想

（単位：百万円）

	25/2 期		26/2 期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上収益	143,607	100.0%	150,000	100.0%	6,393	4.5%
営業利益	11,587	8.1%	12,000	8.0%	413	3.6%
税引前利益	11,232	7.8%	11,760	7.8%	528	4.7%
親会社の所有者に帰属する当期利益	8,003	5.6%	8,100	5.4%	97	1.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

次期中期経営計画の発表に先立ち、 今後の進むべき方向や課題を示す「中長期成長シナリオ」を発表

1. 同社を取り巻く環境の変化

「中期経営計画 2025」（2024 年 2 月期～2026 年 2 月期）では、新たな BPO 市場の開拓を見込み、人材・型化・共創の重点施策の推進により、最終年度の売上収益 1,800 億円、営業利益 165 億円（営業利益率 9.2%）、税引後利益 110 億円、ROE14.4%、配当性向 50% を目標に重点施策を推進している。重点施策はおおむね計画どおり進捗しているものの、配当性向を除き目標達成は困難な状況だ。

同社の長期業績トレンドを見ると、2019 年度以降、コロナ等国策関連業務を除く基礎業務の売上収益の年平均成長率は 2.5% に留まり、コロナ禍以前の 7.1% から大きく減速している。また、営業利益率は 2020 年 2 月期以降 8% 台後半～9% 台後半で推移したが、2024 年 2 月期からは 7% 台に低下し、2025 年 2 月期も改善は限定的だった。こうした業績低迷の理由として、同社を取り巻く環境が従来と大きく変化し始めていることがある。第 1 にコンタクトセンター市場が 2019 年度以降伸び悩むなか、同社の事業ポートフォリオはコンタクトセンター業務が大きく占めており、市場の停滞から今後の同社の成長への懸念が生じている。第 2 に、コロナ禍を経てデジタル化が進み、コンタクトセンターはヒトを中心とした対応からテクノロジー活用型へ移行し始めており、今後はデジタル化対応及び生成 AI 等の活用が加速し、従来の人的資産による電話対応を中心としたコンタクトセンター業界には逆風となりそうだ。第 3 に、国内における生産年齢人口の減少傾向のため人材確保がより厳しい状況となり、一部の業界では労働需給のひっ迫が進んでいることから、コンタクトセンターの運用企業においても将来的には人材の確保が困難になると予想される。

以上のように、コンタクトセンター市場が停滞観測に晒されるなか、企業及び個人におけるデジタル化・生成 AI 等のテクノロジー活用によって単純な電話対応業務の伸長に懸念があり、加えて生産年齢人口減少も人材確保の観点で懸念材料と考えられる。こうした環境変化に対して、今後は同社においても生成 AI の活用により市場停滞観測や生産年齢人口減少等の課題に対応し、さらに VOC を活用したさらなる付加価値を創出することでビジネス拡大を図る方針だ。この 2 点が同社の成長力を取り戻すカギを握っていると言えよう。

2. 変化する事業環境への対応方針

前述の事業環境変化を前提に、同社では今後は 3 つの成長エンジンとして、(1) 外注化ニーズ、(2) 生成 AI、(3) マーケティング支援、に取り組むことで成長力を回復する計画だ。具体的な戦略は以下のとおりである。

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)

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

中長期の成長戦略

(1) 外注化ニーズへの対応：アウトソーシングニーズの取り込みにより売上収益を拡大

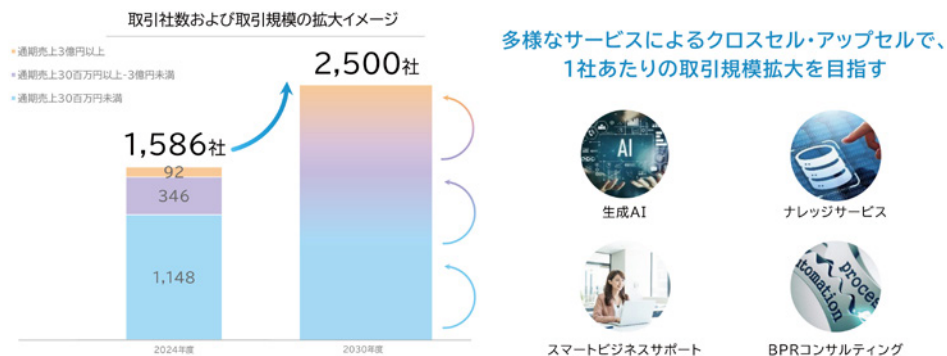
自社のサービスや製品への問い合わせ対応等を自社内で運営している内製コンタクトセンター業務は、企業にとってコスト負担が大きい。今後は IT 投資の負担や人材確保難が進むなか、IT/DX 対応に積極的な一部の企業以外は外注化ニーズが拡大すると予想される。現在の内製コンタクトセンター市場は約 1.4 兆円と推計されるが、この市場の外注化ニーズ取り込みが同社の成長エンジンとなる。さらに、市場変化に対応できない中小規模の同業他社の買収による事業拡大も想定される。今後はコンタクトセンター市場の 2 極化が進むと予想され、同社では中小業者の買収も含めて、内製コンタクトセンターの取込によりシェア拡大を目指す。

同社の基礎業務における売上別クライアント企業数の推移を見ると、2016 年 2 月期の 1,097 社に対し、2025 年 2 月期には 1,586 社まで拡大している。今後のクライアント企業数増加に向けたアクションプランとしては、新規案件を積極的に取り込み、クライアント企業数を 2031 年 2 月期には 2,500 社への増加を目指す。最新情報やサービスに関してウェビナー（インターネットを介して開催されるオンラインセミナー）を実施する等、発信機会を増やし企業認知度引き上げを図る。また、主要株主との連携等により、カープアウト（事業の一部を外部に切り出す動き）の取り込みやロールアップ戦略（囲い込み）を推進する計画だ。既に 2025 年 1 月にはスカパー JSAT（株）が提供する「スカパー！」のカスタマーセンターを運営する（株）スカパー・カスタマーリレーションズの株式 51% を取得し子会社化した。今後も自社で生成 AI の導入が困難な先から、内製コンタクトセンター業務のカープアウト案件取り込みやロールアップ戦略を積極的に推進することで、ビジネスを拡大する計画だ。

さらに、主要株主及び同グループ会社等のネットワークを活用し、幅広い業種・業態からコンタクトセンター案件及びスマートビジネスサポート業務の獲得を図る。労働力不足や人件費の高騰に対応し、ルーチン業務を同社が担うことを目指す。すなわち、同社の型化メソッドを活用し、経理や人事などのクライアント企業の社内業務・バックオフィス業務を受託することで、企業はコア事業に専念できる。今後はコンタクトセンター業務に加えて、スマートビジネスサポート業務の拡充により、クライアント企業当たりの取引規模の拡大につなげる計画だ。

以上のとおり、クライアント企業群に対し、それぞれの取引規模に対して適切なサービスを追加で提供する。生成 AI の提供開始による新規クライアントの獲得、カープアウト案件等の大口取引案件、コンサルティングやナレッジサービスの提供等により、取引社数の拡大とともに 1 社当たりの取引規模拡大を目指す。

外注化ニーズへの対応：取引社数及び取引規模の拡大を目指す



出所：決算説明会資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ベルシステム 24 ホールディングス

6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)

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

中長期の成長戦略

(2) 生成 AI の活用：生成 AI を活用してヒトによる対応から自動化に転換し利益率を向上

コンタクトセンター業務において、生成 AI は脅威との認識もある。しかし同社では、生成 AI の活用こそが次世代コンタクトセンター実現の重要なツールであると位置付ける。次世代コンタクトセンターでは、コンタクトセンターへの問い合わせに対し、生成 AI による自動応答を行い、生成 AI が対応できないケースはオペレーターが回答する。これにより人手不足や人件費上昇への対策が可能となる。また、ヒトが対応する従来型コンタクトセンターと比べて生産性が向上し、コンタクトセンターの運営コストが低下する。その結果、同社の利益領域が拡大し、利益率が向上することになる。

生成 AI をコンタクトセンターで活用する際に不可欠なのは、一般的な知識ではなく個別企業の個別問い合わせに対応した膨大かつ質の高いデータであるが、同社には年間 5 億コールから蓄積された膨大なデータからの知見そのものが付加価値として活用できる。ユーザーの生の声を効果的に引き出し・収集・分析する能力は、スキルを有するオペレーターにしかできないプロセスであり、曖昧な問い合わせへの対応等、ヒトにしかできないやり取りを通じた原因の特定がコンタクトセンター業務の要であり、この原因特定プロセスを生成 AI の学習データとして蓄積する。

このようにコンタクトセンターの自動応答化には、膨大な VOC のナレッジ化（ナレッジサービス）が必須であるが、同社は大量の通話データから高鮮度かつ高精度なナレッジベースを構築している。一般的に新たなサービスや製品のリリース時には、生成 AI の事前の学習ナレッジは限られる一方で、膨大な問い合わせが発生する。ナレッジサービスは、3 万人のオペレーターが AI の学習に必要な通話データ（ナレッジ）を効率的に短期間で蓄積することで、生成 AI の早期戦力化を進めるものだ。オペレーターによる対応は生成 AI の導入時に大きな比率を占め、AI の学習が進捗することで徐々にその比率は低下する。しかし、新サービスや新製品の投入のタイミングでは、前述のプロセスを通じたナレッジの再収集が必要で、早期の収集や生成 AI の教育には、多くのオペレーター（高い融通性や臨機応変な対応力）が必要となる。

生成 AI の活用：蓄積した知見を生かし、コンタクトセンターを次世代化



出所：決算説明会資料より掲載

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

中長期の成長戦略

同社では、2023 年 6 月にヒトがやるべき領域と AI に任せる領域の分界点を見極め、コンタクトセンター業務に適切に使える生成 AI を実現することを目的に、「生成 AI Co-Creation Lab.」を設立した。同社がハブとなり、テクノロジー企業、SIer 企業、マーケティング企業といったパートナー企業とともに生成 AI を活用したコンタクトセンターの構築を目指す取り組みで、Pull 型 / Push 型の双方向アプローチで生成 AI 活用事例の創出を加速するものだ。また、生成 AI 導入の際に課題となるナレッジ更新作業を自動化するシステムである「Hybrid Operation Loop」の製品開発をスタートしている。日々の通話データからナレッジベースを自動生成するプロセスを構築することで、従来オペレーターが人力で行っていたナレッジマネジメントの負担を軽減しつつ、効率化を実現する。2026 年 2 月期中には、このナレッジを自動応答用の生成 AI に学習させることで、一部業務において自動応答を実現する次世代コンタクトセンターの構築を目指している。

また、生成 AI 導入に向け、同社の対応能力を強化するために、生成 AI 関連（技術、人材含む）への投資を 2031 年 2 月期までに 300 億円以上行うこと、AI 技術の導入・運営に特化した専門部署を設置すること、AI に特化した専門人材を 3 年で約 100 人増員することなどを計画する。次世代コンタクトセンターでは、生成 AI による自動応答によりオペレーターの一部はナレッジマネージャーに転換する。ナレッジマネージャーは、生成 AI の学習に必要な知識を選別し、生成 AI への教育を担当する役割を担う。そのため、ナレッジマネージャー業務の遂行に向けたリスクリリングを徹底して支援する計画だ。

(3) マーケティング支援：VOC を活用し新たな付加価値を創出

次世代コンタクトセンターをプロフィットセンターへ進化させる計画で、これにより次世代コンタクトセンターで収集する膨大な知見と VOC を活用し、新たな付加価値を創出する。具体的には、まず、生成 AI による VOC の目的に沿った自動収集により、消費者のニーズを把握する。それによってコンタクトセンターをプロフィットセンター化し、クライアント企業の売上増加につながるマーケティング支援業務領域を開拓する。このように VOC の自動収集を起点としたデータ分析を実施することで、クライアント企業のマーケティング部門に向けた新サービス提供するとともに、同社の売上収益拡大への貢献を図る。

マーケティング支援：次世代コンタクトセンターをプロフィットセンターへ進化



出所：決算説明会資料より掲載

ベルシステム 24 ホールディングス
6183 東証プライム市場

2025 年 5 月 14 日 (水)
<https://www.bell24.co.jp/ja/ir/>

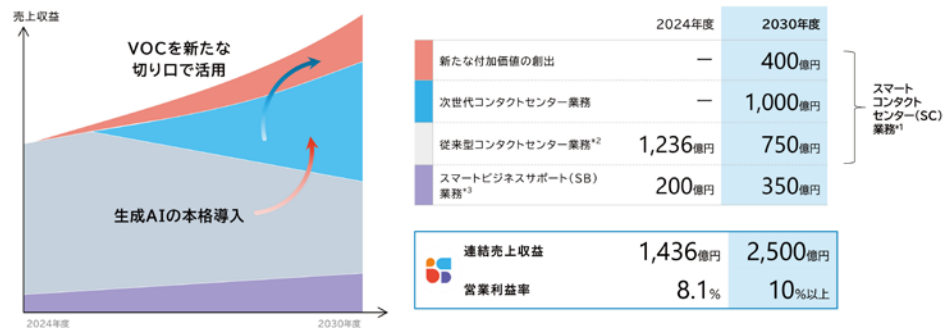
中長期の成長戦略

マーケティング支援業務の取り組み事例としては、日本最大級の化粧品関連の総合情報サイトである「アットコスメ」を運営するアイスタイル<3660>に、同社の子会社であるシンカーがマーケティング支援サービスを提供している。生成 AI を活用し、口コミデータから自動的に顧客のペルソナ（プロフィール）を作成し、膨大な口コミデータを顧客の関心やニーズなどの定量情報に変換することで、課題や競争優位性の比較を可能にしている。

3. 中長期の目標

同社は、2031 年 2 月期の目標として、売上収益 2,500 億円、営業利益率 10% 以上を掲げている。前述の成長戦略を推進することで、売上収益を今後 6 年間で 1.74 倍に拡大（年平均成長率 9.7%）を目指す計画だ。2031 年 2 月期の売上収益内訳は、スマートコンタクトセンター業務 2,150 億円（うち、従来型コンタクトセンター業務 750 億円（2025 年 2 月期は 1,236 億円）、次世代コンタクトセンター業務 1,000 億円、新たな付加価値の創出 400 億円）、スマートビジネスサポート業務 350 億円（同 200 億円）を目指す。また、取引社数は 2,500 社（同 1,586 社）に拡大し、1 社当たりの売上収益 1 億円（同 9 千万円強）を目指す。既に、コンタクトセンターでの生成 AI 活用に向けて様々な取り組みに着手しており、取引社数が順調に増加し、新しい付加価値を提供すれば、十分に達成可能な目標であると弊社では考える。次期中期経営計画の正式発表と、取り組みの進展に注目したい。

2031 年 2 月期目標



出所：決算説明会資料より掲載

株主還元策

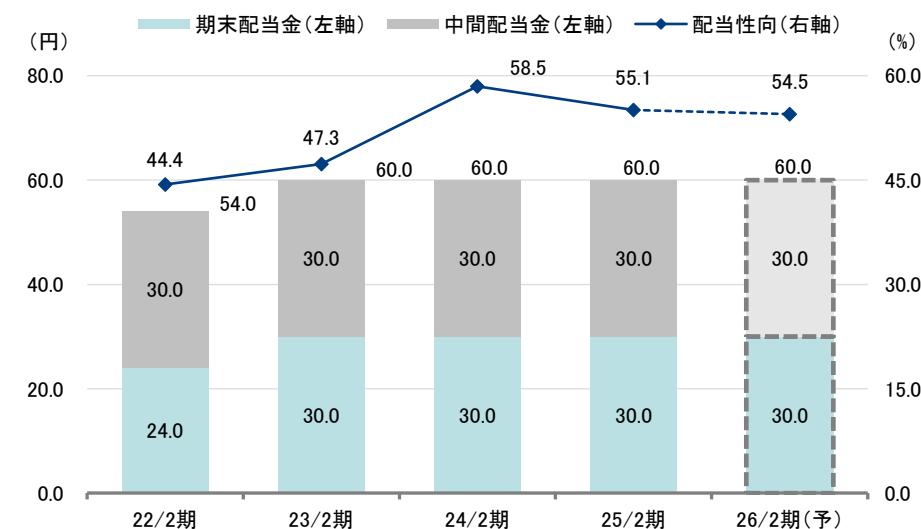
連結配当性向 50% の安定配当を目指す

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うえで、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。

2025 年 2 月期には、1 株当たり中間配当 30.0 円、期末配当 30.0 円とし、年間配当金は合計 60.0 円、配当性向は 55.1% であった。また、2026 年 2 月期も、1 株当たり中間配当 30.0 円、期末配当 30.0 円、年間配当金は合計 60.0 円を計画し、配当性向は 54.5% になる予定だ。同社の配当性向は、2024 年 3 月期東証プライム市場サービス業の平均水準 39.0% を上回り、株主重視の経営姿勢を示していると弊社では評価する。

なお、東証では 2024 年 8 月に、上場企業に対して「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」に関する今後の施策について要請を行った。同社では、ROE については 2025 年 2 月期の株主資本コストは 8% 程度で、株主資本コストを上回る ROE 水準を維持しているが、引き続き資本収益性の向上を目指す。PBR については、2025 年 2 月期の PBR は 1.3 倍程度で、過去 5 期も恒常的に 1.0 倍を大きく超えて推移しているが、引き続き市場評価の改善を進める。さらにキャッシュ・アロケーションでは、2025 年 2 月期の営業キャッシュ・フロー 174 億円は、株主還元へ 44 億円、事業投資・設備投資に 37 億円、有利子負債の返済に 93 億円を利用しており、それぞれにバランス良く配分する方針だ。同社では引き続き株主重視の経営を継続すると弊社では見ている。

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