

|| 企業調査レポート ||

ブリッジインターナショナル

7039 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年3月28日(火)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2022年12月期の業績概要	01
2. 2023年12月期業績の見通し	01
3. 強み	02
■ 会社概要	03
■ 沿革	04
■ 事業概要	06
1. アウトソーシングサービス	07
2. コンサルティングサービス	07
3. システムソリューションサービス	07
4. 研修サービス	07
■ 強み	08
■ 同社の取り組み	11
■ 業績動向	12
1. 2022年12月期業績の概要	12
2. サービス別業績	13
■ 今後の見通し	15
● 2023年12月期業績見通し	15
■ 成長戦略	17

■ 要約

2022年12月期は過去最高の売上高、営業利益を更新

ブリッジインターナショナル<7039>は、法人営業のDX（デジタルトランスフォーメーション）を支援する「インサイドセールス事業」と「研修事業」の2つの事業でクライアント企業への支援サービスを提供している。「インサイドセールス事業」では、インサイドセールスのアウトソーシングサービスやその導入をするための業務設計、上流の営業戦略・DXを導入するコンサルティングサービス、そしてCRM（顧客情報を一元管理するシステム）の受託開発及びAI営業支援ツールを提供するシステムソリューションサービスを行っている。「研修事業」では、2021年3月に（株）アイ・ラーニングの連結子会社化を契機に、これまでのインサイドセールス関連やオンライン営業研修などに加えて、IT研修や新入社員向け研修などの会社として実績のあるアイ・ラーニングのDX研修プログラムを幅広く提供し、多種多様な研修サービス分野を強化している。

1. 2022年12月期の業績概要

2022年12月期業績は売上高6,707百万円（前期比19.9%増）、営業利益881百万円（同36.8%増）、経常利益886百万円（同36.5%増）、親会社株主に帰属する当期純利益594百万円（同20.5%増）だった。インサイドセールス事業では、アウトソーシングサービスが第1四半期に大型案件を受注するなど堅調に推移しており、同期間の新規獲得は40社となった。2021年12月期はおよそ45社だったが、新規顧客数・既存顧客との取引拡大により同程度の受注状況である。研修事業では、新人研修やDX研修が大きく伸びたほか、講師などの内製化などによる原価効率が向上し同社の利益成長に大きく貢献している。これらにより、過去最高の売上高を更新し営業利益など各段階利益においても過去最高を更新。なお、同社は第3四半期決算と併せて2022年12月期の業績予想について上方修正している。売上高については修正値水準だったが、各段階利益については修正値を超過しての着地だった。

2. 2023年12月期業績の見通し

同社の2023年12月期業績は、売上高7,662百万円（前期比14.2%増）、営業利益939百万円（同6.6%増）、経常利益939百万円（同5.9%増）、親会社株主に帰属する当期純利益629百万円（同5.9%増）を見込んでいる。EBITDAベースでは8.6%増を計画。インサイドセールス事業の2ケタ成長に加えて、研修事業は顧客の人的資本強化のためのリスキリングやDX人材育成の需要を取り込む。

新たな生活様式による時代の流れを受けて、リモートによる営業活動への期待値はかつてないほどに高まり、今後も重要度は増すと考えられている。従来の外勤型営業であるフィールドセールス（訪問営業）に対し、電話やメール、チャットなどのコミュニケーションツールを活用した内勤型の営業活動として定義されている「インサイドセールス」。近年多くのBtoB企業が導入を進め、スタンダードな営業スタイルとして定着しつつある。

要約

3. 強み

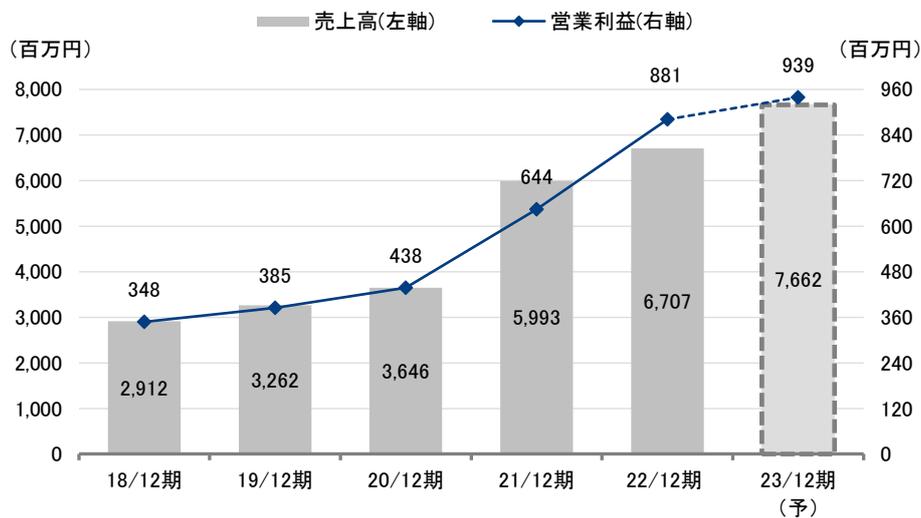
同社の各サービスにおける競合企業は存在するものの、同社は営業 / マーケティングに特化し、戦略立案から、実行支援を強固なものとする IT ツールまで、一気通貫でサービス提供をすることができる。また、主力事業であるアウトソーシングサービスはクライアント企業専任制を採用しているため、クライアントの営業環境に合わせながら最適な業務設計を都度変更させていくことが可能となる。そのため、クライアント企業の事業規模拡大に伴って、継続契約ニーズの高まりや取引規模の拡大を生み出している。

さらに、IT 研修、新入社員向け研修や営業職向け研修プログラムにおいて多数の実績を誇るアイ・ラーニングの子会社化により、インサイドセールス関連やオンライン営業研修などに加えて、DX 推進研修などの研修プログラムを幅広く提供することで、BtoB ビジネスを展開する企業の売上向上を総合的に支援できることが強みになる。

Key Points

- ・ 2022 年 12 月期は売上高、営業利益ともに過去最高を更新
- ・ インサイドセールス事業は日本企業での本格的な導入が堅調に進む
- ・ 2025 年 12 月期に売上高 100 億円、営業利益 15 億円を目指す
- ・ 研修事業はすべてのカテゴリーで大きく成長
- ・ 中長期的な成長を実現するための新規採用の強化及びデジタル基盤構築などの投資を積極化

業績推移



注：2020 年 12 月期より連結決算に移行
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

法人営業の DX を支援する 「インサイドセールス事業」と新規セグメントの「研修事業」の 2つの事業で企業への支援サービスを提供

同社は、法人営業の DX を支援する「インサイドセールス事業」と子会社であるアイ・ラーニングを主軸とした「研修事業」の2つの事業で、クライアント企業への支援サービスを提供している。「インサイドセールス事業」では、インサイドセールスのアウトソーシングサービスやその導入をするための業務設計、上流の営業戦略・DX を導入支援するコンサルティングサービス、そして CRM システムの受託開発及び AI 営業支援ツールを提供するシステムソリューションサービスを行っている。インサイドセールスとは、実際に顧客のところには訪問せずに、電話やメールまたは SNS などの様々な営業チャネルを活用して、法人営業の一部のプロセスを担当して実行する営業活動またはその活動を行う営業担当者を意味する。従来型の訪問営業を非対面の営業活動と分業化させることで営業の効率化・生産性の向上を図るセールス手法であり、プロセスを分業し、属人的となっている営業活動の課題を解決する企業の法人営業部門を支援するサービスである。

多くの企業において営業活動は、その成長を支える重要な活動の1つである。新規顧客の獲得、既存顧客の維持・拡大であり、さらに各顧客における売上を伸ばすことが企業の成長にとって重要な役割を担う。従来、日本企業は1人の法人営業担当者がすべてのプロセスを1人で担当し、訪問型でその営業活動を行うという属人的な営業モデル（営業担当者の人数に依存する営業モデル）を採用してきたが、同社は、法人営業のプロセスをインサイドセールスと訪問型営業とがそれぞれ得意なプロセスを分担して担当し、営業効率を高め、営業改革を行う営業モデルを提唱している。

インサイドセールス導入による法人営業改革を推進する場合、インサイドセールスは AI を中心とした様々なデジタルツールを駆使し、より高度で生産性の高い営業活動を支援しており、営業（Sales）と技術（Technology）を融合させた SalesTech（セールステック）を同社の事業は実現している。企業活動における業務プロセスの一部を一括して専門業者に外部委託する BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）とは一線を画する。

また、2021年3月31日付で総合研修会社のアイ・ラーニングを100%子会社とし、新規セグメントとして「研修事業」を開始。アイ・ラーニングは1990年に日本アイ・ビー・エム（株）の研修部門から子会社として設立された経緯があり、以前から IT 研修や新入社員向け研修、さらに営業職向け研修プログラムにおいて多数の企業に実績を持つ。アイ・ラーニングの連結子会社化を契機に、これまでのインサイドセールス関連やオンライン営業研修などに加えて、DX 人材研修などアイ・ラーニングの研修プログラムを幅広く提供し、企業向け研修サービスプロバイダーとして法人営業改革支援における、それぞれのサービスラインを相互補完するサービス提供体制の構築が進んでおり、成長が加速している分野でもある。

沿革

法人営業の DX を総合的に支援する インサイドセールスのリーディングカンパニー

同社代表取締役社長 吉田融正（よしだみちまさ）氏は、1983年に日本アイ・ビー・エムに入社し、営業課長、営業部長を経験し、1994年に米国 IBM へ出向、1997年1月に米国 SIEBEL Systems, Inc. へ入社すると、2月には日本シーベル（株）を設立、取締役営業本部長に就任し、2002年1月に同社を設立している。この米国での経験が、インサイドセールス導入による法人営業改革への起点となっており、今年で21期目を迎える。

インサイドセールスは、1990年代に米国で急速に発展した。国土が広い米国では、直接企業を訪問するのが難しいことと、2000年代にかけて高速インターネット網が普及したことから、インサイドセールスは営業活動を刷新する新たな手法となった。また、プロセスの分業は当たり前で、より専門的なスペシャリスト志向が強いことも、米国でインサイドセールスが一般的になった大きな理由でもある。

2017年には米国で、法人営業人員に占めるインサイドセールス人員の割合が約5割、欧州では約4割に迫る状況に達している。日本では明確な調査はされていないが、同時期は約1割程度にとどまっていたと弊社では考えている。しかし、少子高齢化による就労人口の減少や営業人員の働き方改革、雇用の流動化、さらに新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）による人流抑制により、従来の属人的な営業モデルでは将来に向けた継続的な成長が難しいという点が経営問題として捉えられるようになってきた。DX推進の流れも追い風となるなか、日本企業においてもインサイドセールスが営業改革の1つの手法として浸透してきている。

2021年3月には、法人向けに人材育成、ITエンジニア育成、新人研修などを提供するアイ・ラーニングを買収し、「インサイドセールス事業」と「研修事業」で法人営業のDXを総合的に支援するサービスを提供するに至っている。

ブリッジインターナショナル | 2023年3月28日(火)
7039 東証グロース市場 | <https://ir.bridge-g.com/>

沿革

沿革

2002年 1月	「ブリッジインターナショナル(株)」設立。東京都世田谷区駒沢にて業務開始。資本金 3,000 万円
2002年10月	業務拡大に伴い、本社所在地を東京都世田谷区若林に移転
2002年12月	「BS 7799-2:2002」及び国内規格「ISMS 認証基準 Ver. 2.0」を同時に取得
2005年 7月	「プライバシーマーク」認定を取得
2007年 1月	業務拡大に伴い、愛媛県松山市に松山事業所を開設
2007年 2月	「ISO/IEC 27001:2005/JIS Q 27001:2006」の認証を取得
2007年 7月	松山事業所 操業開始
2009年 6月	100% 子会社「ネットフォーラム(株)」設立
2014年10月	BSI グループジャパン(株)、インサイドセールスに関する国際規格である PAS8401 を発行
2015年 4月	ネットフォーラムを吸収合併
2015年11月	業務拡大に伴い、福岡県福岡市に福岡事業所を開設
2016年 1月	地方人材の確保のため、徳島県徳島市に徳島サテライトオフィスを開設
2016年 6月	徳島サテライトオフィスを拡張し、徳島事業所を開設
2017年 7月	AI をはじめ最新のデジタルテクノロジーを積極的に使った、インサイドセールスをより進化させたデジタルインサイドセールスを提唱
2018年 6月	静岡県沼津市及び大阪府大阪市にサテライトオフィスを開設
2018年10月	東京証券取引所マザーズ上場
2019年 3月	法人営業のインサイドセールスの内製化支援パッケージ「ANSWERS」を提供開始
2019年 4月	アジア市場でインサイドセールス支援事業を開始
2019年 5月	(株)RevComm、(株)ブイキューブ<3681>と営業の働き方改革を支援する Sales Tech 領域でサービス連携
2019年 7月	(株)ショーケース<3909>と BtoB 企業向けサービスで業務提携
2019年 7月	新宿に新オフィス開設
2019年 8月	横浜みなとみらいに新オフィス開設
2019年12月	インサイドセールス業務支援システム「SAIN」におけるビジネスモデル特許(特許第 6616038 号)を取得
2020年 1月	N3 Results Singapore Pte. Ltd. と業務提携
2020年 4月	子会社「ClieXito(株)」設立
2020年10月	(株)WorkVision と法人営業の DX 推進事業で業務提携
2021年 3月	(株)アイ・ラーニングの発行済全株式を取得し、子会社化
2021年 6月	クラウド型テレフォニーサービス「BIZTEL」を提供する(株)リンクと営業支援 AI ソリューション「SAIN」の販売パートナー契約締結
2021年10月	本社所在地をキャロットタワーオフィスに移転し、旧本社を若林オフィスと名称変更
2022年 1月	マレーシアのマーケティング会社と資本提携及び業務提携強化 グローバルなデジタルマーケティングサービスを強化
2022年 4月	東京証券取引所の市場再編に伴い「グロース市場」に上場

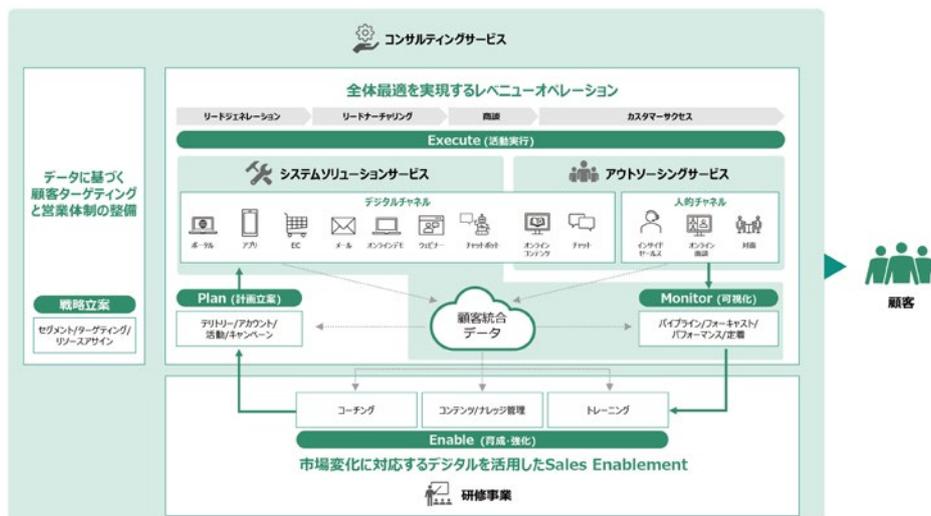
出所：会社ホームページ、有価証券報告書よりフィスコ作成

事業概要

大手企業を主要な顧客とする インサイドセールス事業が売上の6割以上を占める。 研修事業はDX推進研修など好調で利益成長のけん引役に

同社は「インサイドセールス」（顧客訪問をせず電話やメールまたは SNS を活用して営業活動を行う）の導入を中核とした営業改革支援を手掛けている。企業において、その成長を支える重要な活動の1つが営業活動である。新規顧客の開拓、既存顧客の維持・取引拡大はもちろんのこと、顧客の不満点などを吸い上げる窓口となることもあるなど重要な役割である。日本企業の法人営業活動は、見込み客の発掘から成約（クロージング）までの一連のプロセスを顧客単位で1人の営業担当者が行っている場合が一般的だ。しかし、こうした従来型の手法は、営業担当の業務量増加や得意分野といった簡単な要因で、ムダ・ムラ・ムリが発生する危険性を常にはらんでいる。この点を同社は問題視すると同時に、解決を目指してインサイドセールスのアウトソーシングやクライアント企業への導入コンサルティングや研修、業界初のインサイドセールス業務支援 AI サービス「SAIN」といった営業支援ツール提供などのサービスを展開している。インサイドセールス事業は大手企業が主要な顧客となっているため、大手10社の売上は平均月額1,800万程度であるほか、長期的な契約の特性から安定的に収益を積み上げるストック事業となる。「研修事業」は子会社アイ・ラーニングによる企業向け研修サービスを提供することを主要な事業としており、特に新入社員向け研修に強みを持ち、それ以外でも技術革新やビジネスモデルの変化に対応するために、学び直しであるリスキリング需要が高まるなか、様々なビジネス研修、IT研修などを提供している。

グループ全体での顧客へのサービス提供



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

同社のコアビジネスモデルであるインサイドセールス事業では、「アウトソーシングサービス」「コンサルティングサービス」「システムソリューションサービス」の3つのサービスを提供する。

事業概要

1. アウトソーシングサービス

インサイドセールス事業セグメントにおける売上構成比の88.4%（2022年12月期）を占める主要サービスである。顧客企業へ同社のインサイドセールス（正社員）リソースを提供し、顧客の社員として営業活動（電話やメール、Webを活用した営業活動のみならずAIツールも活用）を実施。現在は東京本社をはじめとする首都圏エリアに4拠点、そして地方5拠点（大阪・福岡・松山・沼津・徳島）からサービスを実施している。地方にいる優秀な人材を活用できることが、インサイドセールスのビジネスモデルの強みでもある。収益モデルは、年間契約により月額手数料を貰うストックビジネスであり、一定規模のリソースの提供によって、安定した収益獲得が見込まれる事業である。2023年2月には本社・事業所への出社を前提としない「フルリモート就業」インサイドセールス職の従業員の採用を強化すると発表した。2023年は全国各地での採用を強化することで、2025年までに20以上の地方自治体で約100名の「フルリモート就業」従業員を確保する計画を打ち出しており、優秀な人材の安定的な確保を図るとともに、持続的な事業成長の実現を目指す計画である。

2. コンサルティングサービス

営業・マーケティングのビジネスコンサルティングサービスを提供している。収益モデルは約3ヶ月の契約期間が多く、これまではインサイドセールスのアウトソーシングサービスを導入するための業務設計を主としてきたフロービジネスであったが、2020年4月にコンサルティングサービス新会社 ClieXito（クライエクシート）設立により、上流でDXのコンサルテーションを手掛けるサービスへと進化。顧客体験（カスタマーエクスペリエンス：CX）に対応した営業活動へ変革させるコンサルティングサービスを提供している。2022年12月期の事業セグメントにおける売上構成比は2.7%。

3. システムソリューションサービス

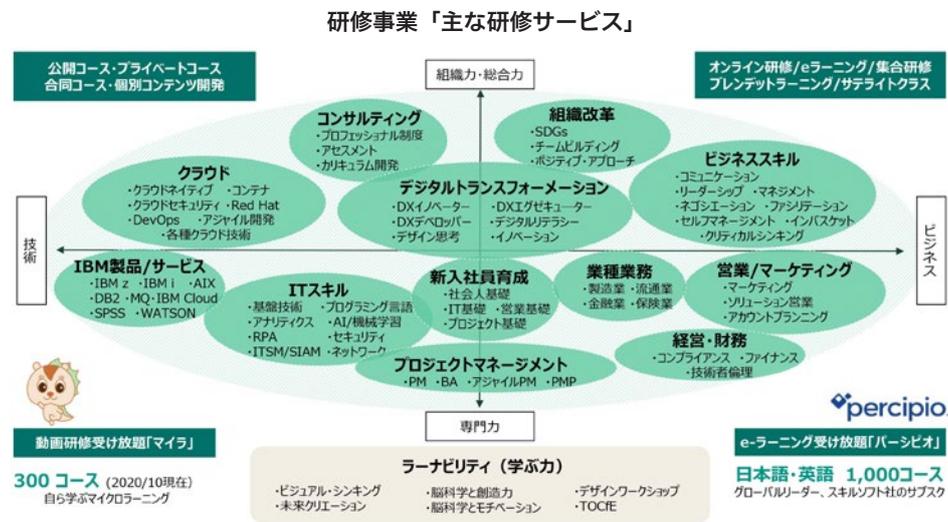
自社で開発したインサイドセールスの実行及び周辺領域（マーケティング）に関わる様々なクラウドサービスやCRM・SFA（営業活動や顧客情報の管理支援システム）などのパートナー企業のツールの実装支援も提供している。収益モデルは、SFA、CRM、MA（マーケティングオートメーション）の実装やAIなどのクラウドサービスの提供に必要な開発売上とサブスクリプション売上に分かれる。2022年12月期の事業セグメントにおける売上構成比は8.9%。

4. 研修サービス

研修事業については、コロナ禍において企業内での集合研修や対面教育が制限されるなか、その代替手段としてオンライン研修が有効であり、需要が拡大している事業分野である。コロナ禍収束後も、新たな生活様式の変化において、場所を問わずどこにいても学習できるオンライン研修は定着している。2021年4月より連結を開始した子会社アイ・ラーニングにおいて、教室での集合型研修をオンライン研修提供へ全面的に切り替え、デジタル研修の製作・配信と受講者に学びの場を提供する「iLスクエア」を東京都中央区日本橋箱崎町に開設。

事業概要

これまでのインサイドセールス関連やオンライン営業研修などに加えて、アイ・ラーニングの研修プログラムを幅広く提供することで、研修サービス分野を強化している。社内のDX推進リーダーを担う人財を育成するための研修プログラムなど新たな注力領域のコンテンツ強化により、利益成長の加速が期待される分野と弊社では考えている。また、大企業を中心に社内でデジタル人材の発掘・育成を急ぐなか、リスキリング（新しい知識やスキルを学ぶ）の動きが広がりを見せていることが収益力を高めると弊社では考えている。これまで新人研修の比率が高かったことから季節性が見られたが、様々な研修プログラムの創出により、利益成長の加速とともに、平準化が図られている。



出所：決算説明資料より掲載

強み

営業 / マーケティングに特化し、戦略立案から IT ツールまで一気通貫で提供。品質重視に重きを置き、既存企業の事業拡大に伴って新たな需要を取り込む

同社の各サービスにおける競合企業は存在するものの、同社の場合は営業 / マーケティングに特化し、戦略立案から、実行支援を強固なものとする IT ツールまで、一気通貫で提供できる。また、主力事業であるアウトソーシングサービスはクライアント企業専任制を採用しているため、クライアントの営業環境に合わせながら最適な業務設計を都度変更させていくことが可能となる。そのため、クライアント企業の事業規模拡大に伴って、継続契約ニーズの高まりや取引規模の拡大を生み出している。また、同社は品質重視に重きを置いているため、市場の成長とともに単に事業を拡大させることはせず、顧客企業の信頼性を高めることに注力している。そのため企業の解約率が低い一方で継続率は高い。さらに既存企業の事業拡大に伴って新たな需要を取り込むことに成功していると弊社では考えている。

強み

また、IT グローバル企業を中心とした顧客基盤に加え、コールセンターやテレマーケティング主体の関連市場においてもトップシェアを維持しており、インサイドセールス関連需要における先行者メリットを享受できる体制が構築されている。さらに、20年超にわたるインサイドセールス導入支援のほか、日本の法人営業改革支援の実績により蓄積されたノウハウを生かした自社開発ツールを提供していることが同社の強みとして挙げられる。

インサイドセールス事業における競合環境

	法人営業支援ニーズ		
	業務執行 (アウトソーシング)	営業戦略・業務設計 (コンサルティング)	営業支援ITツール (システムソリューション)
BRIDGE GROUP	○ インサイドセールスに特化	○ 営業/マーケティング領域に特化	○ セールスツールに特化
大手 コンサルティングファーム	×	○	△
大手 テレマーケティング コンタクトセンター	○	△ 主に「B to C」向け	×
システムインテグレーター その他ITサービス 企業	×	×	○

出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

研修事業における企業向け研修サービス市場には、数多くの企業が存在しているが、2021年3月末に子会社化したアイ・ラーニングは、従来のIT製品系コンテンツでの強みを生かし、DXを軸に高い需要を見込むカテゴリーに特化することで差別化。前述のとおり同社グループの法人営業改革支援と最大限のシナジーを生むことで利益成長の拡大が期待されると弊社では考えている。

事業環境においては、コロナ禍において多くの企業でテレワークを導入する流れが広がりを見せている。法人営業部門においても、テレワークによる就業スタイルが導入され、従来の訪問活動を重視した営業活動から、オンライン会議・電話・Eメールを活用した非対面型による商談発掘や交渉を行う営業活動へ移行する動きがある。実際、多くの営業担当者がテレワーク環境であっても営業活動は可能であり、営業活動の効率アップにつながる場合もあると実感しているようである。また、コロナ禍収束後においても新たな生活様式の浸透によって営業が顧客を訪問しづらい状況は続くと思われる。実際に日本における「インサイドセールス」キーワード検索は急激に拡大しており、検索数は2013年以来9年間で85倍に膨れているほか、コロナ禍が続いているため、企業側の関心は高まっている。公益財団法人日本生産性本部「第9回働く人の意識調査」(2022年4月22日公表)において、回答者の約45%が対面営業の縮小を想定している。

しかし、営業活動のどのプロセスをテレワーク/インサイドセールスで行い、どのプロセスを訪問で行うのか、といった営業モデルについては、各営業担当者の経験や勘に基づき属人的な判断で行うと、顧客との信頼関係が悪化する、営業活動全体の生産性が下がるなどのリスクが内在する。そのため、非対面の営業活動を導入する際には、顧客体験(CX)に基づく、会社全体として新しい営業モデルとして構築・定義する必要に迫られることになる。こういったインサイドセールスを取り巻く事業環境は、一気通貫でサービスを提供できる同社の利益成長を高めると弊社では考えている。

ブリッジインターナショナル | 2023年3月28日(火)
7039 東証グロース市場 | <https://ir.bridge-g.com/>

強み

なお、少子高齢化による就労人口の減少や働き方改革などから営業改革の1つの手法として改めて注目されるインサイドセールスであるが、コロナ禍によって、よりビジネスモデルの変革が加速。コロナ禍収束後も、顧客や営業活動の状況に応じて、テレワークによる営業活動と通常の訪問型の営業活動を組み合わせて実行する「テレワークを活用した法人営業モデル」の導入が、今後の主流（ニューノーマル）になっていくだろう。なお、同社では新たなサービスとして、インサイドセールスで培った経験・ノウハウを活用し、テレワークを活用した法人営業のデジタルインサイドセールスの導入で企業のDX推進を支援するコンサルティングサービスの提供を、2020年5月より開始している。

インサイドセールスのアウトソーシングは、本社（キャロットタワーオフィス）のほか若林オフィス（東京）、新宿オフィス（東京）、横浜みなとみらいオフィス（神奈川）、沼津サテライトオフィス（静岡）、大阪オフィス（大阪）を構えているほか、松山（愛媛）、徳島、福岡には事業所を構えており、これらのエリアにいる社員が実施しているため、地方にいる優秀な人材を活用できることが、ビジネスモデルの強みである。こうした日本全国に点在する人材を駆使しながら、「リソースの提供」であるインサイドセールスのアウトソーシング、「しくみの提供」であるインサイドセールスの業務設計やDXの支援、「道具の提供」としてのシステムソリューションサービスといった、インサイドセールスにおける一気通貫したサービスを提供できる。また、クライアント企業に対して専任制を採用していることによる顧客リテンション効果（既存顧客との関係を維持していくためのマーケティング活動）を生み出すビジネスモデルとなっている。グローバルIT企業や国内大手IT企業といった強固な顧客基盤を保有しており、法人向けアウトバウンド市場ではシェアトップクラスにあるとともに、インサイドセールス市場において先行者のポジションに位置している。

また、独自開発したAIエンジンを使ったサービス提供では、インサイドセールスの日々の活動によって生成される顧客属性データ、会話分類データ、通話音声といった顧客との音声会話情報やデータを活用し、より品質の高い業務の実現を支援するサービスを展開しており、インサイドセールスの業務フローに合わせ、インサイドセールスに関わるすべての管理者とスタッフの業務を強力にサポートできる。

さらに、IT研修、新入社員向け研修や営業職向け研修プログラムにおいて多数の実績を誇るアイ・ラーニングの子会社化により、インサイドセールス関連やオンライン営業研修などに加えて、DX推進研修などの研修プログラムを幅広く提供することで、BtoBビジネスを展開する企業の売上向上を総合的に支援できることが強みになる。さらに、DX時代にビジネスモデルも変化し、新たなデジタル技術を用いて価値創造を進めることが必要となっている。これまでの知識や技術が通用しない変化によって、人財の戦略も変えていく必要がある。DX時代に必要な人財育成として「リスキリング※」への関心が高まるなか、多種多様な研修プログラムを有していることも強みになると弊社では考えている。

※ リスキリング：経済産業省が推奨する、コロナ禍による働き方の変化、デジタル時代の到来に対応した人材育成に企業が従業員に対して行う取り組み。

なお、同社ではDXの重要性が高まるなか、限られたメンバーによるプロジェクトにとどめるのではなく、「組織全体」でDXを加速させることが重要なポイントであると捉えている。特にDXにおいては今の社会の制約や枠組みにとらわれず、デジタルを基点・前提としたサービスやビジネスを発想することも大切なため、若い世代の考え方や着想、バイタリティーをうまく生かすことがDX推進のカギとなる。そのため、若手社員に向けた、オンライン研修「DXを担う若手育成シリーズ」（12シリーズ）などDX推進のためのラインナップを強化している。

■ 同社の取り組み

インサイドセールスは、働き方改革実現を担う役割を有する

同社の主力事業であるインサイドセールスは、働き方改革実現を担う役割も期待されている。「女性の活用」として、従来、女性の活躍が難しかった法人営業環境において、外勤ではなく、内勤でコミュニケーションやフォローアップなどの強みを生かしている。また「地方人材の活用」として、インサイドセールスは日本全国どこからでも営業活動が可能である。地方展開においては、2007年に愛媛県松山市初の単独誘致企業として松山事業所を開設し、地元への就業を重視した新卒の採用も毎年積極的に行うことで、雇用創出を推進している。

また、地域活性化の一環として、松山市のほかには2015年に福岡市の天神にも事業所を開設し、積極的に採用活動を実施。2016年に徳島市に事業所を開設し、徳島市では徳島県のテレワーク推進の実証実験にも参加している。その他、2018年6月には沼津サテライトオフィス、大阪オフィスをオープン。また2019年には、都内だけでなく首都圏北部や神奈川県西部からの通勤の便も良く、仕事と生活のバランスを考慮した働き方を尊重する人々にとって最適な地域と考えられる「新宿オフィス」「横浜みなとみらいオフィス」を開発した。

「シルバー人材の活用」では、製品知識・市場を熟知しているリソースを活用し、企業の再雇用の義務にも貢献している。また、「障がい者の活用」では、顧客を訪問しない営業モデルであれば、障がい者人材も法人営業として活躍する機会があるとしている。

同社には、“常に新しいことにチャレンジする”風土がある。どんな仕事も初めは誰もが未経験だと考えており、やってみたい職種があれば、キャリアチェンジ制度=自己申告制度を利用してチャレンジすることができるなど「キャリアパス」を明確化している。また、キャリアパスをバックアップ（英語、スクール、研修、留学）する体制が整っており、同社の成長とともに、スキルアップ・キャリアアップしていくことが可能である。

なお、上述したことから明らかなように、同社は人材活用という観点から、上場企業のなかでも群を抜いていると弊社では考えている。

業績動向

2022年12月期業績はインサイドセールス事業が好調、 研修事業は「リスクリング」需要が大きく伸びる

1. 2022年12月期業績の概要

2022年12月期業績は売上高6,707百万円（前期比19.9%増）、営業利益881百万円（同36.8%増）、経常利益886百万円（同36.5%増）、親会社株主に帰属する当期純利益594百万円（同20.5%増）だった。インサイドセールス事業では、アウトソーシングサービスが第1四半期で大型案件を受注するなど堅調に推移しており、同期間の新規獲得は40社となった。2021年12月期はおよそ45社だったが、新規顧客数・既存顧客との取引拡大により同程度の受注状況である。研修事業では、新人研修やDX研修が大きく伸びたほか、講師の内製化などによる原価効率が向上し同社の利益成長に大きく貢献している。これらにより、過去最高の売上高を更新し営業利益など各段階利益においても過去最高を更新。なお、同社は第3四半期決算と併せて2022年12月期の業績予想について上方修正している。売上高については修正値水準だったが、各段階利益については修正値を超過しての着地だった。

2022年12月期業績の概要

（単位：百万円）

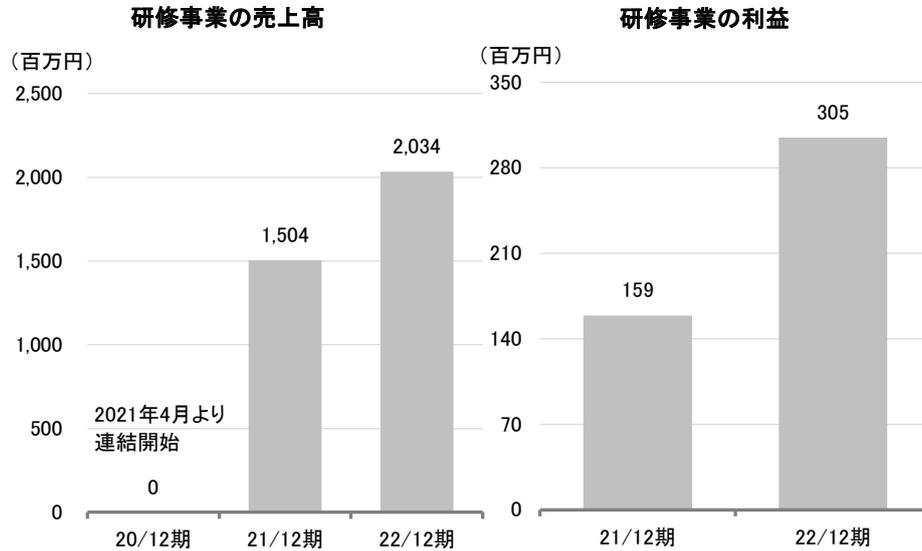
	2022/12期				
	実績	期首予想	修正予想	期首予想比	修正予想比
売上高	6,707	6,612	6,712	101.4%	99.9%
売上総利益	2,162	2,000	2,124	108.1%	101.8%
営業利益	881	672	833	131.2%	105.8%
経常利益	886	672	838	132.0%	105.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	594	450	571	132.1%	104.1%
EBITDA*	1,115	921	1,031	121.1%	108.1%

※償却前営業利益を採用

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

また、研修事業については4-6月に「新人研修」が大きく拡大する季節性がある。この新人研修は前期比28%増だった。注力するリスクリングについては、IT研修が同41%増と大幅な増収となったほか、DX研修が36%増、ビジネス研修は37%増だった。顧客企業ごとの研修要件を受けてカスタマイズのうえ、提供する受託提供型の「カスタマイズ研修」は同12%増、また、公募型でホームページ上において定型的な研修コースの開催を告知し、複数の企業が参加する「公開研修」は同19%増だった。オンライン研修が定着するなか、ITスキル、ビジネススキル、プロジェクトマネジメントなどの様々な研修セミナーの需要は今後増えてくることが見込まれると、弊社では考えている。

業績動向

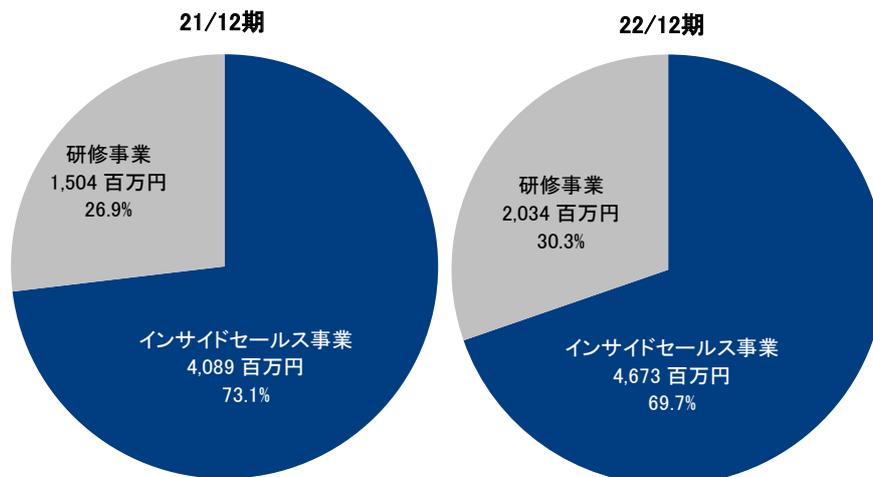


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2. サービス別業績

インサイドセールス事業では、「リソースの提供」「しくみの提供」「道具の提供」の3つのサービスを提供している。ストックビジネスの特性から、「アウトソーシングサービス」が、インサイドセールス事業の売上高の9割程度を占めている。ただし、研修事業が大きく伸びたことにより、セグメント別売上高比率は2021年12月期のインサイドセールス事業73.1%、研修事業26.9%から、当2022年12月期においてはインサイドセールス事業が69.7%に低下し、研修事業が30.3%に上昇した。

セグメント別売上高と構成比



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

(1) インサイドセールス事業

インサイドセールス事業の売上高は4,673百万円(前期比14.3%増)、セグメント利益は576百万円(同18.9%増)だった。非対面の営業モデルであるインサイドセールス関連サービスの需要は引き続き堅調であり、同社のアウトソーシングサービスの利用をきっかけとしたインサイドセールス組織の導入や、インサイドセールスの活動領域の拡大により関連するCRM※システムの追加開発の需要も高まっている。

※CRM: Customer Relationship Managementの略。企業内でその顧客の属性やコンタクト履歴を記録・管理することにより、それぞれの顧客に応じた対応を可能にし、顧客満足度を向上させる取り組みを行うための情報システムを指す。

主要サービスであるアウトソーシングサービスの売上高は4,128百万円(前期比13.6%増)、コンサルティングサービスは128百万円(同8.8%増)、システムソリューションサービスは、CRMなど構築の受託開発が好調だったことから、416百万円(同23.6%増)だった。

(2) 研修事業

同社グループの研修事業が属する企業向け研修市場の2022年度市場規模予測は、オンライン研修などのコロナ禍に対応した研修サービスが新たな需要を創出し、5,320億円にまで成長すると推計されている。2023年以降もDX推進人材を対象とした研修や、企業のリスクリテラシー強化の需要の高まりによって、コロナ禍前以上のマーケットに拡大すると予測されている。

同社グループの研修事業については、主に国内のIT事業者・システムインテグレーター企業の新入社員向け研修を請け負っているため、毎年顧客企業が新卒社員を迎え入れる4-6月期に売上及び利益が集中する傾向がある。ただし、前述のとおりDX研修やIT研修などのカテゴリーが増えており、平準化が図られており、引き続き利益成長をけん引すると弊社では考えている。

なお、実際の利用者が評価した、2022年のオリコン顧客満足度ランキングでは、「おすすめの企業研修 若手・一般社員向け公開講座ランキング」の「利用のしやすさ 満足度ランキング」において、子会社のアイ・ラーニングが1位となった。

セグメント別業績予想進捗

(単位:百万円)

	21/12期	22/12期			期初予想比
	実績	実績	期初予想	修正予想	
インサイドセールス事業					
売上高	4,089	4,673	4,665	4,671	100.2%
セグメント利益	484	576	505	519	114.2%
研修事業					
売上高	1,504	2,034	1,947	2,039	104.5%
セグメント利益	159	305	166	314	184.1%

出所:決算説明会資料よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

**インサイドセールス事業の2ケタ成長に加えて、
 研修事業はリスクリングやDX人材育成の需要を取り込む。
 新規採用の強化及びデジタル基盤構築などの積極投資を継続**

● 2023年12月期業績見通し

同社の2023年12月期業績は、売上高7,662百万円（前期比14.2%増）、営業利益939百万円（同6.6%増）、経常利益939百万円（同5.9%増）、親会社株主に帰属する当期純利益629百万円（同5.9%増）を見込んでいる。EBITDAベースでは8.6%増を計画。インサイドセールス事業の2ケタ成長に加えて、研修事業は顧客の人的資本強化の為にリスクリングやDX人材育成の需要を取り込む。

新たな生活様式による時代の流れを受けて、リモートによる営業活動への期待値はかつてないほどに高まり、今後も重要度は増すと考えられている。従来の外勤型営業であるフィールドセールス（訪問営業）に対し、電話やメール、チャットなどのコミュニケーションツールを活用した内勤型の営業活動として定義されている「インサイドセールス」。近年多くのBtoB企業が導入を進め、スタンダードな営業スタイルとして定着しつつある。

世界シェアトップの米国顧客情報管理（CRM）ソフトウェアである「Salesforce Customer 360」などを提供する米国セールスフォースの2022年11月～2023年1月期業績は、売上高が前年同期比14%増の83億8000万ドルとコンセンサス（79億9000万ドル）予想を上回った。コロナ禍で2021年に大きく成長した後は、反動から足もとで減速が見られていたものの、今四半期で回復を見せた。景気の先行き不透明感がくすぶるなか、今後の就業人口の減少に備えた効率的・合理的な企業活動を実現する手段としてインサイドセールス組織の立ち上げや、関連するシステム開発を進められることが見込まれており、市場環境は良好と見ていいと、弊社では考えている。

2023年12月期業績見通し

（単位：百万円）

	2021/12期 実績	2022/12期 実績	2023/12期	
			予想	前期比
売上高	5,593	6,707	7,662	+14.2%
売上総利益	1,728	2,162	2,453	+13.6%
営業利益	644	881	939	+6.6%
経常利益	649	886	939	+5.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	493	594	629	+5.9%
EBITDA [※]	845	1,115	1,211	+8.6%

※ 償却前営業利益を採用

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

ブリッジインターナショナル | 2023年3月28日(火)
7039 東証グロース市場 | <https://ir.bridge-g.com/>

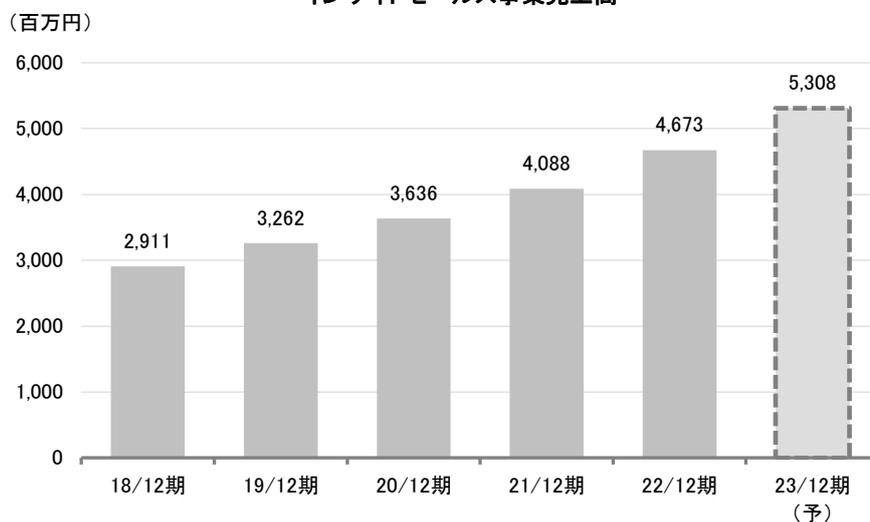
今後の見通し

企業向け研修サービスについては、IT事業者のエンジニア人材育成の研修コンテンツを維持・拡大すると同時に、経済産業省が推奨する、リスクリングに対応した非エンジニア人材向けに研修コンテンツを強化することで、IT事業者・エンジニア以外の新たな顧客獲得・拡大を行う。

なお、コロナ禍対策としての行動制限が緩和され経済活動は正常化に向かうなか、東京都が発表した1月の都内企業（従業員30人以上）のテレワーク実施率は51.7%だった。12月の前回調査（52.4%）に比べて0.7ポイント減少したものの、依然として高水準である。法人営業活動においてインサイドセールスが本格的に導入されているものの、一方で本格的なインサイドセールス導入に際しては、依然として新規顧客へのアプローチシナリオの策定と改善、デジタルマーケティング機能や組織との連携などの課題を抱えていると見られ、関連サービス提供の需要は拡大が見込まれる。

このような外部環境において、2023年12月期の営業利益は前期比6.6%増の939百万円を計画するなど、見劣りする計画との見方もあるだろう。ただし、前述のとおり同社は品質重視に重きを置いているため、市場の成長とともに単に事業を拡大させることはせず、顧客企業の信頼性を高めることに注力している。また、本社・事業所への出社を前提としない、「フルリモート就業」インサイドセールス職の従業員採用を強化するなど、中長期的な成長を実現するための新規採用の強化のほか、デジタル基盤構築などの投資を進める。なお、投資計画については利益の範囲内で行われるようであり、減益は見込んでいない。

インサイドセールス事業売上高



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

2023年12月期 投資計画見通し

(単位：百万円)

投資項目	当期投資額	費用計上額	内容
「SAIN」等開発費	23	7	・AI サービス「SAIN」等
デジタル戦略投資	57	8	・事業系および業務系 DX 投資 ・学習管理システム導入・EC システム入替等
マーケティング投資	55	55	・新規サービス認知獲得・新規顧客開拓
人への投資	106	106	・昇給・研修等 ・採用人数は前年比 1.5 倍以上を計画
計	241	176	

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2023年12月期の投資計画については、自社システム開発は継続しつつ、デジタル戦略投資・マーケティング投資・人への投資などで、241百万円を予定し、若干の収益性低下を予想している。「SAIN」等開発費については、AI サービス「SAIN」等に23百万円、デジタル戦略投資では、事業系および業務系 DX 投資や学習管理システム導入・ECシステム入替等に57百万円、マーケティング投資として、新規サービス認知獲得や新規顧客開拓に55百万円、人への投資として、昇給や研修等に加えて、採用人数を前年比1.5倍以上に計画するなかで106百万円を投じる。なお、人材採用を強化するため、2023年4月1日入社の新卒入社社員初任給を昨年度実績から最大11.1%上積みし、初年度給与を最大で同15%引き上げることを決定した。中期的に確実な事業成長を達成するためには、優秀な若手人材の確保が必要不可欠として、今回の新卒入社社員を対象とした給与水準の引き上げを実施する。

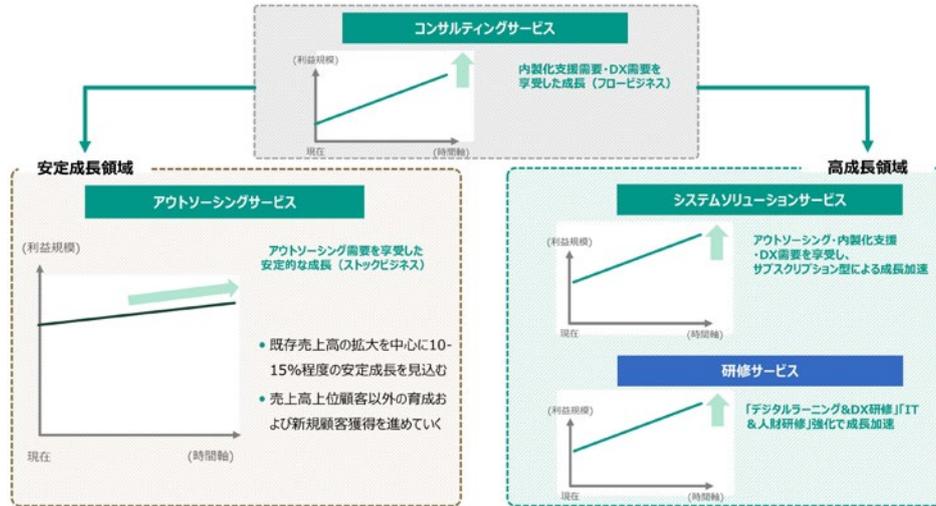
成長戦略

2025年12月期に売上高100億円、営業利益15億円を目指す 各事業の全体的な底上げによる成長のなか、 研修事業の成長拡大を見込む

同社は2022年2月10日に事業計画及び成長可能性に関する事項を開示した。同社が提供する Value をこれまでの「インサイドセールスを軸とする法人営業改革」から「営業DXを軸とする法人営業改革」に再定義。具体的には、カスタマージャーニー全体の顧客エンゲージメントをEnd to Endで強化し、マーケティング戦略上で土台となるファネルを拡充することで売上増加に貢献するほか、カスタマージャーニー全体に対応するプロセスを最適化し、シームレスに連携する体制を構築。成果の最大化を実現するDXを推進する。

成長戦略

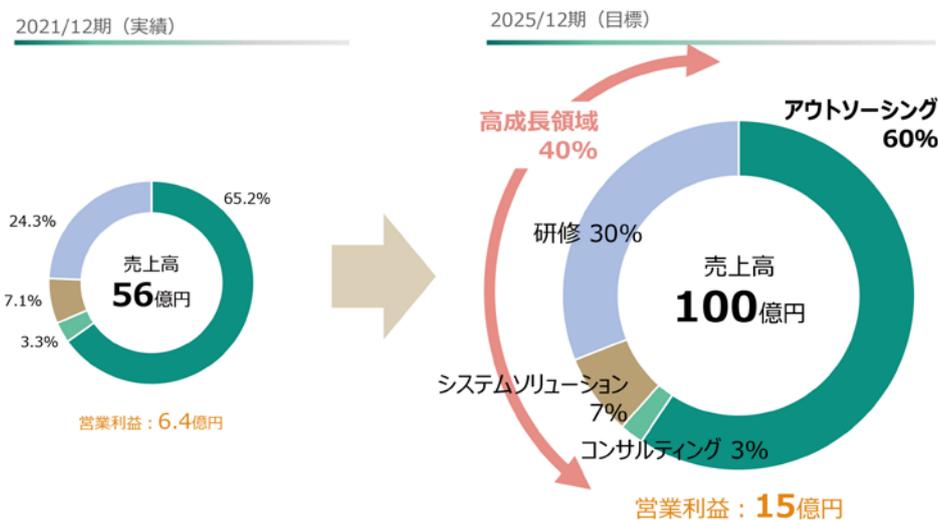
各サービスの成長モデル



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

経営指標については2021年12月期実績の売上高5,593百万円、営業利益644百万円、2022年12月期実績の売上高6,707百万円、営業利益881百万円から、2025年12月期には売上高100億円、営業利益15億円を目標としている。目標達成に向けてアウトソーシング事業の安定成長のほか、高成長領域として掲げている研修、システムソリューション、コンサルティングの割合を約4割まで成長させる計画である。これにより、アウトソーシングの売上比率は2021年12月期実績の65.2%から2025年12月期に60.0%としており、研修は24.3%から30.0%、システムソリューションを7.1%から7.0%、コンサルティングを3.3%から3.0%としている。各事業の全体的な底上げによる成長のなか、特に研修事業の成長拡大を見込んでいることになる。

経営指標



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

ブリッジインターナショナル | 2023年3月28日(火)
7039 東証グロース市場 | <https://ir.bridge-g.com/>

成長戦略

売上高の年平均成長率は14%を見込む。各セグメントによる施策としては、インサイドセールス事業におけるアウトソーシングサービスについて、既存IT業界の主要顧客の取引を拡大させるほか、IT業界以外の顧客獲得を増やすことによって、安定的に10～15%程度の成長を目指していく。コンサルティングサービスについては、DX需要を享受することで、グループ全体・全サービスの上流工程の役を担いながら成長を見込む。システムソリューションサービスでは、ストックビジネスであるライセンス販売及びAIサービス「SAIN」の拡販による成長を掲げている。そして、研修サービスについては、デジタルラーニング、DX人材及びIT研修コンテンツ強化により成長を加速させる計画である。

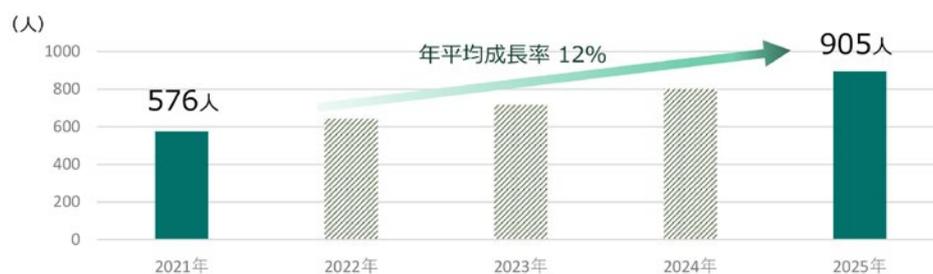
営業利益については、AIサービス「SAIN」の大型開発が2021年に終了。2022～2023年にかけて、ソフトウェア開発資産の減価償却が進み、2024年からは本格的な利益回収のフェーズ入りを予定している。売上拡大に伴い販管費は逓増せず、販管費対売上比率は5年間で20%台から17%台まで低減する予定である。

売上及び営業利益の経営指標 (2021年～2025年)



人材投資については、アウトソーシングサービスの成長に合わせ、年間10%の人員純増を行う計画であり、その他のサービス及び管理系人員を売上成長とともに純増させることで、グループ全体では年平均12%以上の社員数増加の採用活動を実施する計画の下、2021年の576人から2025年には905人まで増やす。

グループ全体期末社員数の経営指標 (2021年～2025年)



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・表示したのですが、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、配布等することは堅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