

|| 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 >>>](#)

2024年6月25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. 2024年12月期第1四半期の業績概要	01
2. 2024年12月期業績の見通し	01
3. 強み	02
4. 新中期経営計画の発表	02
■ 会社概要	03
■ 沿革	05
■ 事業概要	07
1. アウトソーシングサービス	08
2. コンサルティングサービス	08
3. システムソリューションサービス	08
4. 研修サービス	09
■ 強み	10
■ 同社の人材活用の取り組み	12
■ 業績動向	13
1. 2024年12月期第1四半期業績の概要	13
2. サービス別業績	14
■ 今後の見通し	16
● 2024年12月期業績見通し	16
■ 成長戦略	18
1. 新中期経営計画の概要	18
2. 事業別の成長の方向性とKPI	21
■ 株主還元策	22

■ 要約

インサイドセールスが順調に伸長、M&A 効果で C&S 事業が拡大

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アウトソーシング事業、C&S 事業、及び研修事業の 3 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アウトソーシング事業では、インサイドセールスのアウトソーシングサービス、C&S 事業ではインサイドセールスやその導入のための業務設計、上流での営業戦略・DX 導入を支援するコンサルティングサービス、及び 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、IT 研修や新入社員向け研修など実績のある（株）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. 2024 年 12 月期第 1 四半期の業績概要

2024 年 12 月期第 1 四半期の業績は、売上高 1,868 百万円（前年同期比 16.6% 増）、営業利益 148 百万円（同 14.9% 減）、経常利益 198 百万円（同 12.6% 増）、親会社株主に帰属する四半期純利益 116 百万円（同 1.4% 減）となった。売上高は第 1 四半期ベースで過去最高を更新し、売上総利益及び経常利益は前年同期比で増益となった。通期計画に対する進捗率では売上高が 21.1%、営業利益は 15.6%、経常利益は 20.9%、親会社株主に帰属する当期純利益は 19.0% となり、売上高についてはほぼ予定どおりだが、利益面では一過性の減益要因もあって通常ペースを下回った。売上面では、多くの企業が法人営業活動に関する DX の一環として、インサイドセールスの導入・拡大による顧客開拓活動の高度化を進めているといった事業環境を背景に、インサイドセールスアウトソーシング事業はほぼ前年同期並みの売上高を記録した。C&S 事業は M&A により 2 社をグループに取り込んだことで前年同期比 259.0% と大幅な増収となり、全体の売上増に貢献した。研修事業については前年同期比 14.2% の減収となったが、前期にあったカスタマイズ研修に関する需要の反動や、公開研修に関する売上減の影響によるものである。利益面では、粗利率は 31.9% と前年同期を 0.3 ポイント上回ったが、営業利益においては子会社買収に伴う会計処理統一の影響が利益押し下げ要因となり、売上高営業利益率は 8.0% と前年同期比で 2.9 ポイント低下した。一方で経常利益に関しては、買収に伴う子会社の保険返戻金の営業外収益への計上が利益を押し上げたが、売上高経常利益率は 10.6% と前年同期比で 0.4 ポイント低下となった。なお売上高四半期純利益率についても 6.3% となり、前年同期比で 1.1 ポイント低下した。

2. 2024 年 12 月期業績の見通し

2024 年 12 月期業績の見通しは、売上高 8,842 百万円（前期比 26.0% 増）、営業利益 947 百万円（同 3.7% 増）、経常利益 947 百万円（同 3.4% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 616 百万円（同 4.2% 減）とする期初計画を据え置いた。最終利益については 2023 年 12 月期に「人材確保促進税制」の適用による増加があったことの反動で減益を見込んでいる。売上高については C&S 事業の拡大戦略に基づく M&A による販路拡大効果もあり、前期比 26.0% 増と 2 ケタ成長を見込む。増収予想に対して利益面は弱い印象を受けるが、体制強化のための人材投資や、サービス認知のためのマーケティング投資、業務効率化のための社内システム投資等、必要な成長投資を行うことが要因で、それでも営業利益率は 10% 台を確保する見通しだ。

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を提供することができる。また、主力の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することができる。クライアント企業の事業規模が拡大すれば、同社も継続契約や取引規模の拡大につながる。また、2024年12月期からインサイドセールス事業から分離した C&S 事業も、クライアント企業のインサイドセールス機能の内製化やカスタマイズされた機能の拡充に対応する上で、なくてはならない存在に成長している。さらに2021年3月にアイ・ラーニングを連結子会社化したことで新たに立ち上げた研修事業においては、企業向け新人研修やデジタル人材育成サービスを提供する。これにより、B2B 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と弊社は考えている。

4. 新中期経営計画の発表

同社は2024年2月26日に「事業計画及び成長可能性に関する事項」を開示し、同年5月27日には2024年12月期から2026年12月期までの3ヶ年の中期経営計画を策定したと発表した。B2B 企業の成長に向けた改革を支援する End to End のサービスを提供する事業者として、デジタル活用を促進・定着させ、レベニュープロセス・オペレーション※の統合を実現することで、B2B 企業の売上向上と顧客経験改善に貢献する。これをグループの成長方針とし、計画達成を図る。

※ 企業の売上を生み出す一連の活動やプロセス（マーケティング、インサイドセールス、営業、カスタマーサクセスなど）とそれを支える技術、ツール、データの組み合わせを提供する仕組み。

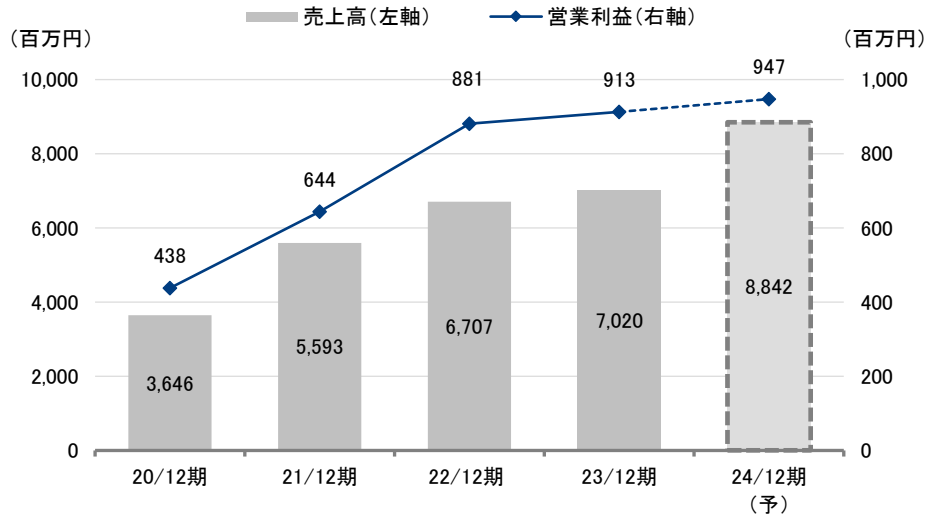
新中期経営計画では、「顧客の成長戦略を実現する売上成長モデルの構築・実行・定着」「市場と顧客の変化に対応できるデジタルの民主化を推進」の2つを事業ドメインとして掲げ、それぞれ戦略を具体化した上で各事業における施策を策定している。経営指標については、2025年12月期における売上高を10,000百万円、営業利益を1,070百万円、最終年度である2026年12月期の売上高を11,000百万円、営業利益を1,200百万円とする目標を掲げた。2023年12月期から2026年12月期までの年平均成長率は、売上高16.1%、営業利益9.5%となる。特にプロセス・テクノロジー事業（現 C&S 事業）と研修事業を高成長領域と位置付け、必要な投資を進め、2026年12月期における両事業の売上規模をそれぞれ2,900百万円、3,200百万円とし、全体売上高に占める両事業の割合を55%に成長させる。

Key Points

- ・ 2024年12月期第1四半期の売上高は M&A 効果もあり過去最高を更新
- ・ 内製化ニーズが高まり、アウトソーシング以外の C&S サービスが伸長
- ・ 新中期経営計画を発表、2026年12月期に売上高110億円、営業利益12億円を目指す

要約

業績推移



注：20/12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

「インサイドセールス」と「研修」、「C&S」による 企業への支援サービスを提供

同社は、従来法人営業の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たが、2024年12月期より事業セグメントを見直し、インサイドセールスアウトソーシング事業、C&S事業、研修事業の3つの事業に再編した。従来のインサイドセールス事業から、インサイドセールスアウトソーシング事業はアウトソーシング部分を、C&S事業はコンサルティングサービス及びシステムソリューションサービスを引き継いだ。事業ポートフォリオの変革を推進し、成長領域への投資を高めることで、顧客企業の法人営業改革・支援ソリューションをさらに強化し、中期的な成長を実現する。なお、C&S事業については、2024年12月期第2四半期から「プロセス・テクノロジー事業」に名称変更する。

インサイドセールスアウトソーシング事業では、インサイドセールスのアウトソーシングサービスをクライアント企業から受託し、営業支援の形でクライアント企業の売上目標達成に向けたプロセス管理強化をサポートする。インサイドセールスとは、実際に顧客のところへ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、法人営業プロセスの一部を担当して実行する営業活動、または営業担当者のことである。従来型の訪問営業を非対面の営業活動と分業化することで、営業の効率化・生産性の向上を図るセールス手法である。プロセスを分業することにより属人的となっている営業活動の課題を解決し、企業の法人営業部門を支援する。

ブリッジインターナショナル | 2024年6月25日(火)
7039 東証グロース市場 | <https://ir.bridge-g.com/>

会社概要

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、各顧客における売上を伸ばすことで、企業の成長にとって重要な役割を担う。日本企業は、従来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、営業効率を高める営業モデルを提唱している。

C&S事業は、クライアント企業の売上拡大やビジネスモデル変革に向けたレベニュープロセス・オペレーションの統合を支援するコンサルティングサービスと、そのためのマーケティング、営業、カスタマーサクセスにおけるオペレーションやアプリケーションの最適化に向けてシステム構築・運用支援サービスを提供する。インサイドセールスアウトソーシング事業が法人営業改革のために外側から支援するサービスで、C&S事業はクライアント企業内部の仕組みを変革して内側から支援するサービスと言える。C&S事業はこれまで主に子会社であるClieXito(クライエクシート)(株)が担ってきたが、2024年3月にB2Bマーケティング分野において戦略策定からマーケティングオペレーション力の提供を通じて企業を支援してきた2BC(株)を吸収合併し、強化を図った。同年2月にはホテル・旅館、キャンプ場などにネットワークソリューションやSaaS型のソフトウェアソリューションを提供するトータルサポート(株)を子会社化した。C&S事業において、クライアントカバレッジの拡大、及びネットワークインフラに関する技術・サービス・製品の提供という両側面から体制強化を図っている。

インサイドセールス導入により法人営業改革を推進する場面において、同社は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いる。いわゆる「営業(Sales)」と「技術(Technology)」を融合した「SalesTech(セールステック)」を実現している。なお、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。

研修事業は、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開始した。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のほか、営業職向け研修プログラムにおいて多数の企業に対する実績を持つ。アイ・ラーニングの連結子会社化を契機に、同社は従来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することが可能となった。これにより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だ。

沿革

DXを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へ出向し、日本シーベル（株）の設立に参画した。1997年1月に米国 siebel Systems Inc. へ入社すると、同年2月には日本シーベルの取締役営業本部長に就任し、2002年1月に同社を設立した。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いる。

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、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もの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、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の提供を開始した。2024年2月には、ホテル・旅館、キャンプ場などにネットワークソリューションやSaaS型のソフトウェアソリューションを提供するトータルサポートを子会社化したほか、同年3月にB2Bマーケティング分野において戦略策定からマーケティングオペレーションの提供を通して企業を支援してきた2BCを吸収合併した。これにより、「インサイドセールス事業」を「インサイドセールスアウトソーシング事業」と「C&S事業」体制にする形で事業ポートフォリオを再編し、全体の拡大を目指す。

ブリッジインターナショナル | 2024年6月25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	松山事業所の操業開始
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 B2B 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
2024年 2月	トータルサポート(株)を子会社化
2024年 3月	2BC(株)を吸収合併

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

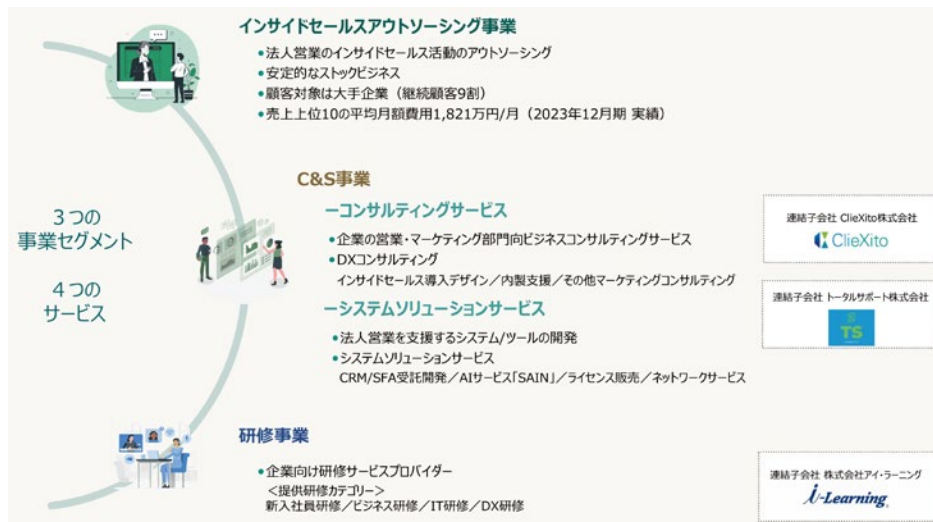
■ 事業概要

大手企業を顧客とするインサイドセールスアウトソーシング事業が 売上の約6割を占め、 C&S事業と研修事業は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、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・取引拡大のほか、顧客の不満点を吸い上げる窓口になるなど、重要な役割を果たしている。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う場合が一般的だ。こうした従来型の手法は、営業担当の業務量増加や対応分野の得手不得手といった簡単な要因で、ムダ・ムラ・ムリが発生している可能性がある。この点を同社は問題視すると同時に解決を目指し、インサイドセールスのアウトソーシング、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。

同社のコアビジネスモデルであるインサイドセールスアウトソーシング事業ではアウトソーシングサービスを、C&S事業ではコンサルティングサービスとシステムソリューションサービスを提供している。このほか研修事業として、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：決算説明資料より掲載

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アウトソーシング事業の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、AI ツールも活用）を実施している。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）でサービスを展開している。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。大手企業が主要な顧客となっていることに加え、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ため、持続的に収益を獲得できる。

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。これまでどおり各事業所に所属する従業員採用は継続しつつ、展開していない地方の潜在的な人材の獲得を進めている。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。

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い。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の新会社 ClieXito を設立し、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した。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。

3. システムソリューションサービス

システムソリューションサービスは、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のほか、パートナー企業に対してCRM※1・SFA※2（営業活動や顧客情報の管理支援システム）など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の2つに分かれる。

※1 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。

※2 SFA：Sales Force Automation の略。顧客管理、案件管理、営業行動管理、売上の管理・予測、営業データの蓄積・分析などの機能を備えた営業支援システム。営業情報の共有、営業プロセスの見える化、標準化などが可能であり、CRMやMAとの連携も可能。

事業概要

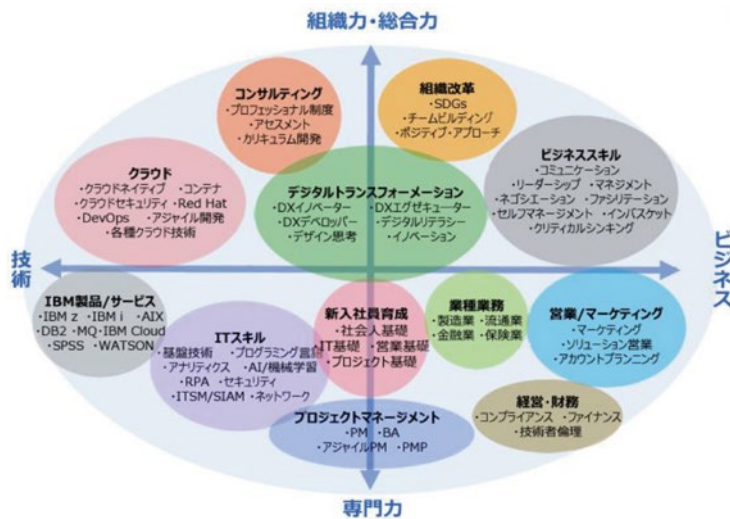
また2024年3月にはB2Bマーケティング支援やコンテンツ制作支援に強みを持つ2BCを吸収合併してこの分野での強化を図った。既存のコンサルティングサービス、システムソリューションサービスとの組み合わせにより顧客提供価値を向上させ、シナジー効果をあげることに寄与している。さらに同年2月にはホテル・旅館、キャンプ場などにネットワークソリューションやSaaS型のソフトウェアソリューションを提供するトータルサポートを子会社化し、C&S事業全体に対してクライアントカバレッジの拡大、及びネットワークインフラに関する技術・サービス・製品の提供の面から貢献できる体制強化を図っている。

4. 研修サービス

研修事業は子会社のアイ・ラーニングが行っている。コロナ禍においては企業内での集合研修や対面教育が制限されたため、オンライン研修が代替手段として有効であった。しかしコロナ禍収束後も新たな生活様式が継続し、場所を問わずどこにいても学習できるオンライン研修が定着した。アイ・ラーニングでは、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、東京都中央区に開設して運営している。

同社は従来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、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材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であること、企業が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追い風になっていると、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（クラウド、ITスキル、プロジェクトマネジメント、経営・財務、営業/マーケティング、ビジネススキルなど）の創出により平準化が図られるとともに、利益成長が加速している。

研修事業「主な研修サービス」



出所：決算説明資料より掲載

強み

品質重視で戦略立案から IT ツールまで一気通貫で提供

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、レベニュープロセスの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ことから、各サービス市場での競合会社に対して差別化を図ることができる。また主力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へ変更することが可能である。そしてクライアント企業の事業規模が拡大すれば、同社も継続契約や取引規模の拡大につなげることができる。また同社は品質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。結果として企業の解約率が低い一方で継続率は高い。それにより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。

また、同社は 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最大級の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を構築している。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構築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。

B2B 企業支援全般に対する競合環境

	レベニュー プロセス 戦略立案	レベニュー オペレーション	テックスタック 設計・導入・構築	エンゲージメント タレント 個社対応	DX人材開発 カリキュラム提供
	プロセス・ テクノロジー事業	インサイドセールス アウトソーシング事業	プロセス・ テクノロジー事業	研修事業	研修事業
BRIDGE GROUP	○	○	○	○	○
	統合的に一貫性を維持したソリューション提供が可能				
大手 コンサルティング ファーム	○	△	△	△ プログラム策定のみ	△ プログラム策定のみ
大手 テレマーケティング センター	○	△ 主に「B to C」向け	×	×	×
システム インテグレーター	×	×	○	×	×
研修プラットフォーム/ 研修コンテンツ企業	×	×	×	△ 個社別・共通いずれかに特化	

出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項・中期経営計画」より掲載

インサイドセールス事業から分離した C&S 事業も、クライアント企業のインサイドセールス機能の内製化や独自機能の拡充に対応する上で必要不可欠な存在に成長している。2024 年 3 月に B2B マーケティング支援やコンテンツ制作支援に強みを持つ 2BC を吸収合併したことで、既存のコンサルティングサービスとのシナジーを実現したほか、同年 2 月にはホテル・旅館、キャンプ場などにネットワークソリューションや SaaS 型のソフトウェアソリューションを提供するトータルサポートを子会社化したことで、既存の CRM ソリューションとのクロスセルによるサービスの拡大を目指している。C&S 事業全体において、クライアントカバレッジの拡大、及びネットワークインフラに関する技術・サービス・製品の提供という両側面から体制強化を図っている。

ブリッジインターナショナル | 2024年6月25日(火)
7039 東証グロース市場 | <https://ir.bridge-g.com/>

強み

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、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を図っている。

事業環境は、コロナ禍を契機にテレワークを導入する企業が増加した。法人営業部門でもテレワークによる就業スタイルが採用され、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見られた。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考えているようである。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、この流れは継続するものと見られる。

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場合に顧客との信頼関係の悪化や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には顧客体験価値(CX)に基づき、会社全体として新しい営業モデルを構築・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。

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も改めて注目されるインサイドセールスは、コロナ禍によって、よりビジネスモデルの変革が加速している。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)になっていくと会社は見ている。これに対応する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を2020年5月より開始した。

インサイドセールスのアウトソーシングでは、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)のほか、松山(愛媛)、徳島、福岡に事業所を構えており、地方にいる優秀な人材を活用できる。そして新たに、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と2023年2月に発表した。事業所がない地域の潜在的な有力人材を獲得することがねらいで、インサイドセールスのアウトソーシングやインサイドセールスの業務設計及びDXの支援、システムソリューションサービスの開発に従事する。これにより、インサイドセールスにおける一気通貫したサービスの強化を図る。同社は専任制を採用しており、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トップクラスであるとともに、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。

強み

独自開発した AI エンジンを使ったサービスも提供している。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、インサイドセールスの業務フローに合わせた品質の高い業務の実現を支援するサービスを展開している。これにより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している。

また研修事業が加わったことで、B2B 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となった。DX が進むことで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求められる。これまでの知識や技術が通用しない変化に対応するためには人材の戦略を変えていく必要がある。DX 時代に必要な人材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は強みになると弊社では考えている。

なお、同社では DX を組織全体で実施することが重要と捉えている。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が大切であるため、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 推進のカギになると捉えている。そのため、若手社員に向けたオンライン研修「DX を担う若手育成コース」(10 コース) などの DX 推進のためのラインナップを強化している。また、データ分析力が企業の競争力を左右するとして、その中心で活躍する、データ分析のプロフェッショナルであるデータアナリスト育成プログラムなども提供している。

■ 同社の人材活用の取り組み

インサイドセールスは、働き方改革の実現に重要な役割を担う

同社の主力であるインサイドセールスは、働き方改革の実現に重要な役割を担うことが期待されている。地方の優秀な人材を活用するほかにも、女性やシルバー人材、障がい者の活用にも力を入れている。

女性の活用の面では、従来では女性の活躍が難しかった法人営業環境において、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。またインサイドセールスは全国どこからでも営業活動が可能であるため、地方人材の活用としても有効である。製品知識・市場を熟知しているシルバー人材は、企業の再雇用の義務にも貢献している。障がい者は、顧客を訪問しない営業モデルの企業で法人営業として活躍している。

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、社員はスキルアップ・キャリアアップしていくことが可能である。

業績動向

M&A 効果で C&S 事業が伸長、事業規模の拡大をけん引

1. 2024年12月期第1四半期業績の概要

2024年12月期第1四半期の業績は、売上高1,868百万円（前年同期比16.6%増）、営業利益148百万円（同14.9%減）、経常利益198百万円（同12.6%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益116百万円（同1.4%減）となった。売上高は第1四半期ペースで過去最高を更新し、売上総利益及び経常利益は前年同期比で増益となった。通期計画に対する進捗率では売上高は21.1%、営業利益は15.6%、経常利益は20.9%、親会社株主に帰属する当期純利益は19.0%となり、売上高についてはほぼ予定どおりだが、利益面では一過性の減益要因もあって通常ペースを下回った。

売上面では、多くの企業が法人営業活動に関するDXの一環として、インサイドセールスの導入・拡大による顧客開拓活動の高度化を進めているといった事業環境を背景に、インサイドセールスアウトソーシング事業はほぼ前年同期並みの売上高を記録した。C&S事業はM&Aにより2社をグループに取り込んだことで前年同期比259.0%と大幅な増収となり、全体の売上増に貢献した。インサイドセールスアウトソーシング事業が前年同期並みとなった理由は、クライアント企業が他社に買収され、同社サービスの利用を終了したことによる減収が主なものであるが、これを除けば前年同期比4.4%増の売上が確保できていたことになる。インサイドセールスアウトソーシング事業の根幹を支える売上TOP10企業の売上比率は54.8%（前年同期は51.1%）、売上TOP20企業の売上比率は71.0%（前年同期は69.3%）に成長していること、さらに新規顧客の獲得を進めたことで減収分を補っていることから、事業の成長は引き続き堅調なものと弊社では見ている。研修事業については前年同期比14.2%の減収となったが、前期にあったカスタマイズ研修に関する需要の反動や公開研修に関する売上減が影響したものである。利益面では、粗利率は31.9%と前年同期を0.3ポイント上回ったが、営業利益においては子会社買収に伴う会計処理統一の影響や、事業計画分野の担い手となる高度なスキルを有する人材確保のための人件費増加が利益押し下げ要因となり、売上高営業利益率は8.0%と前年同期比で2.9ポイント低下した。一方で経常利益は買収に伴う子会社の保険返戻金の営業外収益への計上が利益を押し上げたが、売上高経常利益率は10.6%と前年同期比で0.4ポイント低下となった。なお売上高四半期純利益率についても6.3%となり、前年同期比で1.1ポイント低下した。

ブリッジインターナショナル | 2024年6月25日(火)
7039 東証グロース市場 | <https://ir.bridge-g.com/>

業績動向

2024年12月期第1四半期業績の概要

(単位：百万円)

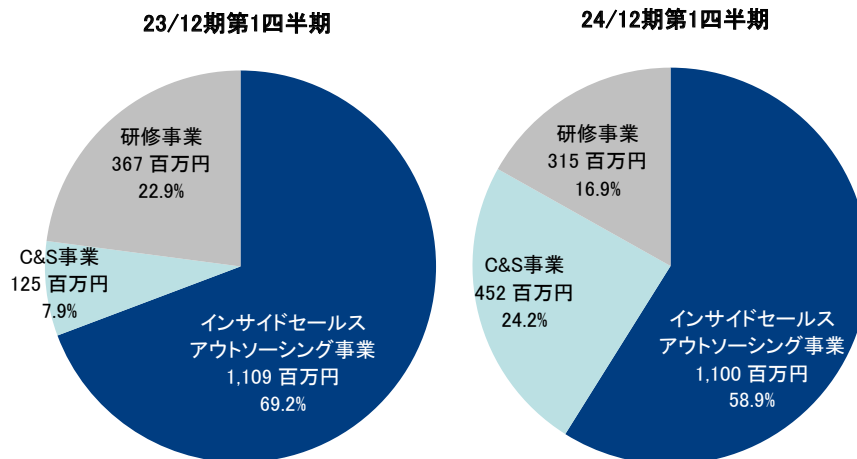
	23/12期1Q	24/12期1Q	
	実績	実績	前年同期比
売上高	1,602	1,868	16.6%
インサイドセールスアウトソーシング事業	1,109	1,100	-0.8%
C&S事業	125	452	259.0%
研修事業	367	315	-14.2%
売上総利益	505	595	17.7%
営業利益	175	148	-14.9%
インサイドセールスアウトソーシング事業	168	169	0.5%
C&S事業	-11	-17	-
研修事業	18	-2	-
経常利益	175	198	12.6%
親会社株主に帰属する四半期純利益	118	116	-1.4%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. サービス別業績

セグメント別売上高比率は、2023年12月期第1四半期においてはインサイドセールスアウトソーシング事業が69.2%、C&S事業が7.9%、研修事業が22.9%であったのに対し、2024年12月期第1四半期はインサイドセールスアウトソーシング事業が58.9%、C&S事業が24.2%、研修事業が16.9%となった。C&S事業がM&A等によって事業規模を拡大し、主力のインサイドセールスアウトソーシング事業に次ぐ地位を確保している。

セグメント別売上高と構成比



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(1) インサイドセールスアウトソーシング事業

インサイドセールスアウトソーシング事業の売上高は、1,100 百万円（前年同期比 0.8% 減）、セグメント利益は 169 百万円（同 0.5% 増）と、いずれもほぼ前年同期並みの実績となった。通期予想に対する進捗率は、売上高は 24.6%、セグメント利益は 30.5% と順調に進捗している。今期は顧客企業の 1 社が他社に買収され同社のサービスを終了したこともあり、四半期ベースで 58 百万円相当の収益減が発生したが、その影響を除けば実質増収の実績となる。一方、成長戦略として注力する外資 IT・国内 IT・金融領域に対する売上は引き続き堅調に推移しており、外資 IT については先に言及した前期からのサービス終了分を除けば前年同期比 10.1% 増、国内 IT は同 3.9% 増、金融は同 8.7% 増と着実に成長を続けている。利益面ではセグメント利益率が 15.4% と前年同期比で 0.2 ポイント上昇した。これは、サービス運営に係るコスト上昇分を反映させるため、既存顧客へ値上げ要請を実施したことが要因の 1 つであるが、現状で顧客の応諾割合は全体の 3 割程度にとどまっており、今後の応諾状況によって業績面への寄与が期待できそうだ。

(2) C&S 事業

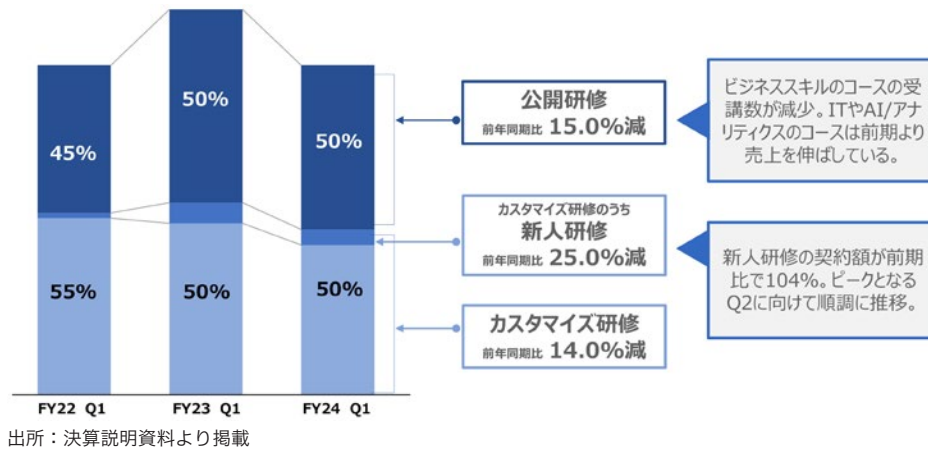
これまで主に ClieXito が提供してきたコンサルティングサービス及びシステムソリューションサービスに加え、新たに 2024 年 3 月に吸収合併した 2BC 及び同年 2 月に子会社化したトータルサポートの M&A 効果により、売上高は 452 百万円（前年同期比 259.0% 増）と大幅増収となった。一方、利益面については、トータルサポート子会社化時の会計処理統一の影響（トータルサポートが税込会計を適用していたため税抜会計に変更）で費用が 23.3 百万円増加したことにより、セグメント損失 17 百万円（前年同期は 11 百万円の損失）を計上した。この影響を排除すれば、セグメント利益は実質黒字化達成となる。結果として、M&A 効果抜きの売上高は 146 百万円（前年同期比 16.8% 増）と順調に推移し、セグメント損失は 8 百万円と縮小することになる。2BC については売上高 42 百万円、営業利益 8 百万円と当初の予定どおりに進捗している。2BC の得意分野であるマーケティング支援やコンテンツ制作支援により業績は順調に推移しており、引き続き既存ビジネスと組み合わせることで、M&A によるシナジーが期待できる。トータルサポートについては売上高 264 百万円、営業損失は 13 百万円となった。営業損失の理由は前述のとおりだが、主力のネットワーク機器販売をはじめとして堅調に推移しており、特に大手ホテルグループの大型案件を受注するなど、今後の業績への寄与が期待される。

(3) 研修事業

研修事業の売上高は 315 百万円（前年同期比 14.2% 減）、セグメント損失は 2 百万円（前年同期は 18 百万円の利益）となった。顧客からの要件に応じる形で提供するカスタマイズ研修は、前期にあった入札案件や前期に取引のあった企業案件の終了により前年同期比 14.0% 減となった。カスタマイズ研修の一部である新人研修もその影響を受けたが、入社後の第 2 四半期以降に新人研修のピークを迎えること、さらに 2024 年 12 月期第 1 四半期の契約額は前年同期比で 104% と堅調に推移していることから、今後の好転が期待される。公募型の公開研修の売上高は、前年同期比 15.0% 減となった。ロットの大きな企業向けの提案案件については既存顧客にある程度行き渡ったこともあり売上減につながったが、個人顧客は増加傾向にあり期待できる。個人顧客は、従来型のビジネススキル習得等を目的とした研修から、AI やアナリティクス等の先端 IT 系や DX 系の研修を求める動きを見せており、同社では今後、この領域に注力すると弊社では見ている。利益面では、人材投資による人件費の増加や新システム導入に伴う費用の影響もあり、セグメント損失を計上したが、売上の増加が見込める第 2 四半期以降に期待できると弊社は考えている。

業績動向

研修サービスの業績推移



同社資料によると、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た。今後もDX推進人材を対象とした研修や、企業のリスキリング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。引き続き利益成長をけん引すると弊社では考えている。

■ 今後の見通し

C&S事業の売上高約3.5倍、2ケタ成長計画に大きく貢献する見込み

● 2024年12月期業績見通し

2024年12月期業績は、売上高8,842百万円（前期比26.0%増）、営業利益947百万円（同3.7%増）、経常利益947百万円（同3.4%増）、親会社株主に帰属する当期純利益616百万円（同4.2%減）と前期比で増収を予想しているが、最終利益については前期に「人材確保促進税制」の適用による増加があったことの影響で減益を見込んでいる。売上高についてはC&S事業の拡大戦略に基づくM&Aによる販路拡大効果もあり、前期比26.0%増と2ケタ成長を見込む。増収予想に対して利益面は弱い印象を受けるが、体制強化のための人材投資や、サービス認知のためのマーケティング投資、業務効率化のための社内システム投資等、必要な成長投資を行うことが要因で、それでも営業利益率10%台を確保する見通しだ。

ブリッジインターナショナル | 2024年6月25日(火)
7039 東証グロース市場 | <https://ir.bridge-g.com/>

今後の見通し

セグメント別では、インサイドセールスアウトソーシング事業では売上高 4,469 百万円（前期比 4.1% 増）、セグメント利益 554 百万円（同 14.1% 減）を見込む。売上高は成長戦略に基づき引き続き同社が強いスキル・ノウハウを有する IT、金融、通信・メディア等の注力領域を中心に営業活動の展開により堅調な成長を予想するが、利益面では高度専門人材採用等の人材投資による人件費の増加により減益予想としている。C&S 事業では売上高 1,953 百万円（同 247.5% 増）、セグメント利益 52 百万円（前期は 23 百万円の損失）と黒字転換を見込んでいる。M&A による事業規模の拡大に加え、新たにグループに加わった 2 社と既存事業のそれぞれが有するノウハウ等のシナジーにより業績面への寄与が期待される。さらに、外注を削減して内製化を進めることでコスト削減を推進し、収益性向上を目指す。研修事業では売上高 2,420 百万円（同 11.6% 増）、セグメント利益 340 百万円（同 16.8% 増）を見込む。売上高については第 2 四半期以降に実施する新人研修の契約獲得が順調なこと、及び公開研修における IT や DX 関連の受講者数増等を織り込んだ。利益面については新人研修の値上げを実施し、利益率の向上を目指す。前期のセグメント利益率は 13.5% であったが、今期は 14.1% を予想している。

2024年12月期業績見通し

(単位：百万円)

	23/12 期 実績	24/12 期		
		予想	前期比	1Q 進捗率
売上高	7,020	8,842	26.0%	21.1%
インサイドセールスアウトソーシング事業	4,295	4,469	4.1%	24.6%
C&S 事業	562	1,953	247.5%	23.1%
研修事業	2,169	2,420	11.6%	13.0%
売上総利益	2,263	2,926	29.3%	20.1%
営業利益	913	947	3.7%	15.6%
インサイドセールスアウトソーシング事業	645	554	-14.1%	30.5%
C&S 事業	-23	52	-	-
研修事業	291	340	16.8%	-
経常利益	916	947	3.4%	20.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	644	616	-4.2%	19.0%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 成長戦略

新中期経営計画を策定、B2B企業の売上成長に向けた改革を支援。 2026年12月期に売上高110億円、営業利益12億円を目指す

1. 新中期経営計画の概要

同社は2024年2月26日に「事業計画及び成長可能性に関する事項」を開示し、同年5月27日には2024年12月期から2026年12月期までの3ヶ年の中期経営計画（以下、新中計）を策定したと発表した。同社はこの期間を今後大きく成長するための重要な投資期間と位置付け、企業価値の最大化を目指し、「売上伸長と安定的な利益水準の維持」「戦略的 M&A」「株主還元強化」の3つの戦略に注力する。B2B企業の成長に向けた改革を支援する End to End のサービスを提供する事業者として、デジタル活用を促進・定着させ、レベニュープロセス・オペレーションの統合を実現することで、B2B企業の売上向上と顧客経験改善に貢献する。これをグループの成長方針とし、計画達成を図る。

新中期経営計画では以下の2つを事業ドメインとして掲げ、それぞれ戦略を具体化した。

(1) 顧客の成長戦略を実現する売上成長モデルの構築・実行・定着

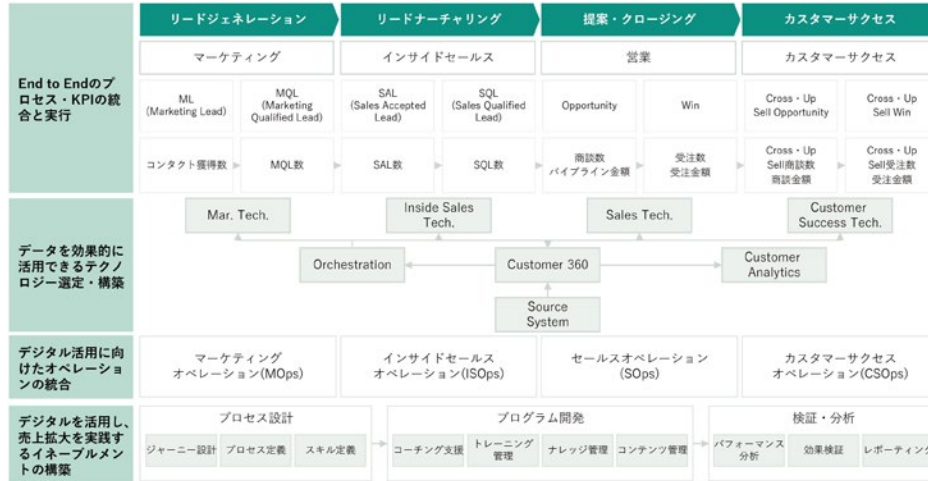
成長戦略の策定にあたり、ターゲットとする B2B 企業の課題として、以下の4点を挙げた。

- ・見込み顧客の発掘から既存顧客への拡大において組織がサイロ化（部署間の連携不足）し、売上拡大プロセスが分断されている
- ・情報システム部門とビジネス部門の連携停滞により、テクノロジーが市場変化に対応できていない
- ・データドリブンでの意思決定や AI の活用促進、ワークフロー自動化の妨げとなるアプリケーションを選定・構築している
- ・デジタルチャネルを活用した営業手法の確立、スキル強化の追求

同社はこれらの課題を抱える B2B 企業に対して4つの注力施策を定義し、売上成長モデルの構築と実行、定着を推進することで、クライアント企業の成長戦略を実現し、持続可能な売上の拡大に貢献する。4つの注力施策とは、「End to End のプロセス・KPI の統合と実行」「デジタル活用に向けたオペレーションの統合」「データを効果的に活用できるテクノロジー選定・構築」「デジタルを活用し、売上拡大を実践するイネーブルメントの構築」である。これにより、顧客のレベニュープロセス・オペレーションを改革的に支援し、顧客企業の成長に貢献する。

成長戦略

売上成長モデルの構築・実行・定着モデル



出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項・中期経営計画」より掲載

(2) 市場と顧客の変化に対応できるデジタルの民主化を推進

同社は、デジタルの民主化※にあたっての B2B 企業における課題として、以下の 3 点を挙げた。

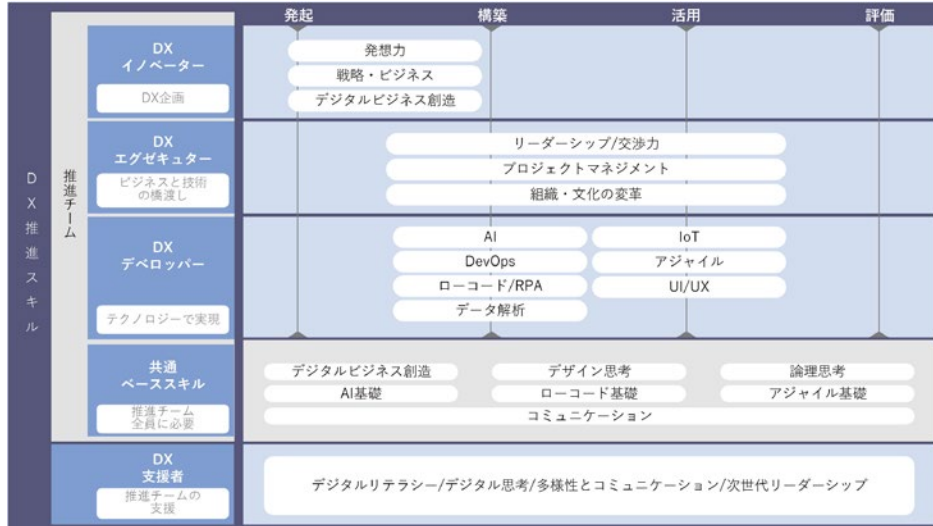
- ・ビジネス部門の技術力向上：ビジネス部門のスタッフが技術ソリューションを自ら実装する能力を育成する
- ・技術部門のビジネス貢献の意識向上：技術部門がビジネスニーズを理解しビジネス部門と協力して効率的なソリューションを提供する
- ・市場と顧客の変化に対応するアジャイルエンタープライズの実現：アジャイルなアプローチを企業全体に浸透させるため、組織の文化やプロセスを改善し、柔軟性と迅速な意思決定を促進する

※ 全社員がデジタル技術を使いこなし、ビジネスに活用できる環境を整えること。

同社は B2B 企業におけるデジタルの民主化を推進し、DX を実現することで、イノベーションの促進、顧客体験の改善、生産性の向上を実現する。DX 実現のためにはビジネス部門と技術部門の全社員がその役割に応じたスキルを獲得することが必須であるとし、顧客企業に対して階層別、役割別の豊富な研修プログラムを提供する。これにより顧客企業それぞれの特性に合った最適な DX 推進人材の育成につなげ、デジタルの民主化を推進し、DX を実現する。

成長戦略

デジタルの民主化を推進し、DXを実現するプログラム

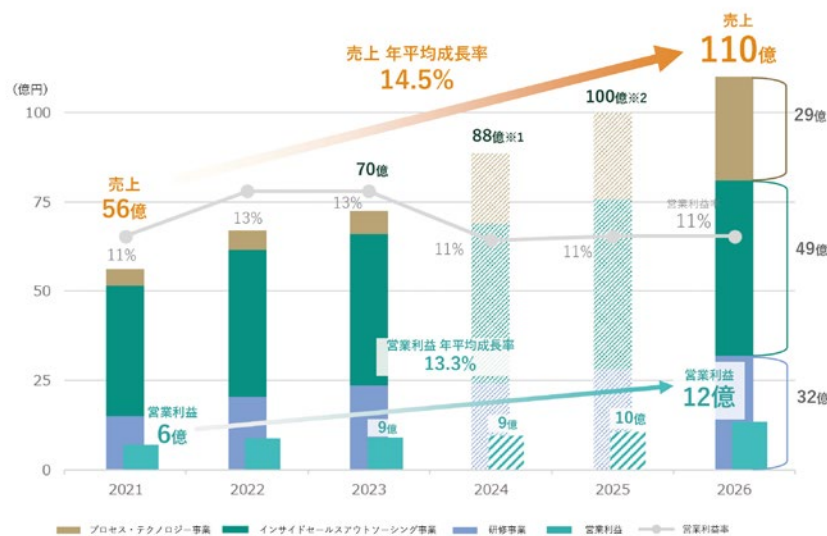


出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項・中期経営計画」より掲載

経営指標については、2025年12月期における売上高を10,000百万円、営業利益を1,070百万円、最終年度である2026年12月期の売上高を11,000百万円、営業利益を1,200百万円とする目標を掲げた。2023年12月期から2026年12月期までの年平均成長率は、売上高16.1%、営業利益9.5%となる。特にプロセス・テクノロジー事業（現C&S事業）と研修事業を高成長領域と位置付け、必要な投資を進め、2026年12月期における両事業の売上規模をそれぞれ2,900百万円、3,200百万円とし、全体売上高に占める両事業の割合を55%に成長させる。

経営指標の目標と推移（2021～2026年）

売上および営業利益



出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項・中期経営計画」より掲載

2. 事業別の成長の方向性と KPI

新中期経営計画では、各事業の成長の方向性と KPI を以下のとおり定めている。

(1) プロセス・テクノロジー事業（現 C&S 事業）

同事業を新中計における変革の中核と位置付け、これまでの「C&S 事業」から、より顧客の視点に立った「プロセス・テクノロジー事業」へ名称を変更する。同社では本事業における成長領域を「売上成長モデルのプロセス改革支援を強化」「SEA（セールスエンゲージメントアプリケーション）※ビジネスの立上げ」「オペレーション支援ビジネスの拡充」の3分野とし、リソースを集中する。既存領域については、ネットワークインテグレーションにおけるサブスクビジネスの強化、高収益顧客に対し集中を図る。

※ 営業活動を効率化し、顧客との関係を深めるためのツール。

本事業における課題は、セグメント利益率の改善と新領域である SEA 開発に関するノウハウの蓄積である。前者については、外部ベンダーへの依存度の高さや、Salesforce の特定製品に精通した開発技術者の採用により人件費が高騰している現状を見直す。後者については、市場に経験者が少ない領域であるため、実践により経験を積み、スピード感を持った技術・ノウハウの蓄積が必要である。対策としては、既存の SI 開発経験者を早期にリスクリングするほか、採用競合の多い Salesforce 開発経験者に限定した採用から、転用可能な基礎技術保持者の採用へと見直すことが挙げられる。社内でのリスクリングや研修等の推進により事業動向に応じた柔軟な人材確保を目指し、外注依存度の低下による利益率改善を図る。もう1つの対策としては SEA ビジネスや、レベニュープロセスの構築・実行・定着などの高付加価値で利益率の高いビジネスを確立することである。このように、主に社内の人材リソース等を有効活用することでセグメント利益率の改善を図る。同事業の KPI については、2026年12月期の売上高を2,900百万円、セグメント利益率を9%、新規ビジネスの売上高900百万円、強化施策における事業体制を77名とする計画である。

(2) インサイドセールスアウトソーシング事業

新中計において、同事業は引き続き外資系 IT 企業、国内 IT 企業、金融業界にフォーカスした営業体制により市場開拓を目指す。同社ではこれらの業種は依然として開拓余地があると見ている。例えば、外資系 IT 企業における同社の市場シェアは2024年3月末時点で10%程度であり、同社がビジネス上のノウハウを豊富に有する国内 IT 企業については、慢性的な営業・マーケティング人材が不足しておりニーズが大きい。金融業界においては、融資以外のサービスでの収益拡大が急務とされている。それぞれシェア拡大のための好条件が揃っている。同社としては、外資系 IT 企業や国内 IT 企業向けに慢性的な専門人材の不足やアンマッチに対するサポート、商圏の広い IT 業界において継続的なソリューション提案ができる仕組みづくり、金融業界向けには人材育成と並行したビジネスモデルづくりや転勤などの組織文化をサポートする支援を行い、取引深耕を図る。

成長戦略

同事業にとっての課題のなかで、外部環境に起因するものとしては、インサイドセールス市場における競争激化や、クライアント企業でのインサイドセールス内製化の動き、採用市場における人材の争奪戦が挙げられる。また内部環境に起因するものとしては、属人的な組織運営や営業・提案能力不足、社員定着率の低さによる品質の低下、プロジェクトリーダーへの業務集中といった点が挙げられる。対策として、同社は組織や制度の見直しと並行して、社員の能力開発の新たな仕組み「能力開発フレームワーク（CDF）」を導入する。社員の最終的なキャリアゴールと、それに向けて伸ばしたい能力を設定して方策を立て、タスクを実行し、結果に対する評価とフィードバックを繰り返すことにより能力を向上していく。新中期経営計画のなかで活用し、顧客提供価値の最大化を目指す。同事業の KPI については、2026 年 12 月期の売上高を 4,900 百万円、セグメント利益率を 12%、注力業界における売上高として外資 IT 業界で 2,400 百万円、国内 IT 業界で 1,700 百万円、金融業界で 94 百万円、インサイドセールスレップ離職率※を 10% 未満とした。

※ (事業年度の退職者数 ÷ 事業年度開始時の従業員数) × 100 で算出される。

(3) 研修事業

同事業では事業会社や地方 Sler といった、DX 実現の主体となる企業を成長顧客と位置付け、「DX 人材内製支援」「地域 DX 促進支援」「次世代経営人材育成」の 3 サービスを提供し、事業拡大を目指す。首都圏の Sler 等の既存顧客に対しては、人事部門からビジネス部門までカバレッジし、共通スキル研修から専門スキル研修まで提供してシェアの維持拡大を図る。

同事業にとっての課題としては、競争力のあるプログラム開発によるサービス強化、集客力向上、LTV 向上（長期的な顧客との関係づくり）の 3 点を挙げた。強化施策として、デジタル人材育成ソリューション、伴走支援ソリューション、人材育成内製化支援ソリューションといった研修プログラムを開発する。これにより事業の競争力を確保しつつ、顧客企業の DX 実現を人材育成の側面から支援する。注力するプログラム施策としては、人材育成計画セッション（PD-PS）による提言アプローチや、オフアリング（提案型）営業活動の推進を並行して進め、DX に係る研修プログラムの年間複数受講数を増やし、LTV 向上につなげる考えだ。同事業の KPI については、2026 年 12 月期の売上高を 3,200 百万円、セグメント利益率を 12%、成長領域における売上高を 2,000 百万円、年間 3 テーマ以上の受講企業数を 180 社とした。

株主還元策

2023 年 12 月期に初の配当を実施。2024 年 12 月期も配当を計画

同社は、持続的な事業拡大のため、内部留保充実の方針を継続するとともに、株主への利益還元の姿勢を明確にした。2023 年 12 月期は、業績・財務状況及び事業環境を総合的に勘案した結果、配当実施の環境が整ったと判断し、初の配当（1 株当たり年間配当 35.00 円、配当性向 20.4%）を実施した。今後については成長投資のための内部留保は確保しつつ、総還元性向の増加と株主価値の最大化を図る方針であり、2024 年 12 月期においても年間配当として 1 株当たり 35.00 円（中間 17.50 円、期末 17.50 円、配当性向 21.3%）を予定している。

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