

|| 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 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2020 年 11 月 24 日 (火)

執筆：客員アナリスト

国重 希

FISCO Ltd. Analyst **Nozomu Kunishige**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 全国に事業展開するコールセンター大手、伊藤忠商事、凸版印刷と資本業務提携	01
2. 2021 年 2 月期第 2 四半期は、大型スポット業務により増収増益を達成	01
3. 2021 年 2 月期も、堅調なアウトソーシング需要を背景に増収増益を予想	01
4. 新中期経営計画では、人材活用、DX 推進、アライアンス強化により更なる成長を目指す	02
■ 会社概要	03
■ 事業概要	04
1. セグメント	04
2. 収益構造	06
■ 業績動向	08
1. 2021 年 2 月期第 2 四半期連結決算	08
2. 2021 年 2 月期連結業績予想	12
■ 中期経営計画	14
1. 前中期経営計画の目標達成状況	14
2. 新中期経営計画の目標	15
3. 3 つの重点施策と社会的課題への取り組み	16
■ 株主還元策	21

■ 要約

コールセンター大手、コロナ禍でも社会インフラの役割を果たし、 新中期経営計画で更なる成長を目指す

1. 全国に事業展開するコールセンター大手、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> は国内コールセンター大手で、傘下に子会社 4 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。2020 年 8 月末現在、全国 37 拠点、自社保有席数約 18,000 席、国内最大規模のコンタクトセンタークラウド基盤 (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、企業価値の更なる向上を目指している。

2. 2021 年 2 月期第 2 四半期は、大型スポット業務により増収増益を達成

2021 年 2 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上収益 66,871 百万円 (前年同期比 6.1% 増)、営業利益 6,623 百万円 (同 12.6% 増)、親会社の所有者に帰属する四半期利益 4,250 百万円 (同 14.7% 増) の増収増益決算となった。2021 年 2 月期の通期予想に対して、売上収益は 50.7%、営業利益も 57.6% に達する順調な決算であった。新型コロナウイルス感染症拡大 (以下、コロナ禍) の影響により、主力の CRM 事業の中心である継続業務では新規案件の遅れが発生した。一方、政府の対策としての給付関連書類への問い合わせ対応業務などのスポット業務拡大や、そうした環境下での退職率の低下に伴うコスト抑制も増益に貢献した。こうした好決算は、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た証左と言えるだろう。この結果、売上高営業利益率は 9.9% で、前年同期比 0.6pt 改善している。また、自己資本比率も 2020 年 2 月期末の 29.2% から 30.1% に上昇した。2020 年 3 月期東証 1 部サービス業平均の営業利益率 4.5%、自己資本比率 6.7% 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。

3. 2021 年 2 月期も、堅調なアウトソーシング需要を背景に増収増益を予想

同社では、コロナ禍の影響をある程度見極めた後、第 1 四半期決算発表時に 2021 年 2 月期業績予想を発表した。売上収益 132,000 百万円 (前期比 4.2% 増)、営業利益 11,500 百万円 (同 3.6% 増)、親会社の所有者に帰属する当期利益 7,200 百万円 (同 2.8% 増) の増収増益を予想する。コロナ禍により景気が悪化するものの、堅調なアウトソーシング需要を背景にコールセンター需要は堅調で、新たな需要も取り込んでいる。かつ社会インフラとしてのスポット需要も続くと想定される。こうした環境下、同社では、主力事業である CRM 事業の継続的な成長を見込んでいる。それでも、前期並みの利益率を想定した、保守的な業績予想と言えるだろう。配当は前期同様の中間 21.0 円、期末 21.0 円、合計 42.0 円を計画し、配当性向は 42.9% となる見込みだ。今後は、同社が中期的な目標とする配当性向 50% の達成が課題である。

要約

4. 新中期経営計画では、人材活用、DX 推進、アライアンス強化により更なる成長を目指す

新社長のもとで策定した、「中期経営計画 2022」(2021 年 2 月期 - 2023 年 2 月期)の定量目標では、最終年度には売上収益 1,480 億円、営業利益 140 億円(売上高営業利益率 9.5%)、税引後利益 90 億円、ROE14.8%、ネット D/E レシオ 0.91 倍を目標に設定し、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。それを実現するための重点施策として、1) 人材活用: 在宅コンタクトセンター(コールセンターと同義)増設、2) 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: 音声/CRM データ基盤の強化、3) アライアンス強化: 戦略提携での新事業モデル推進、の 3 つを掲げている。特に人材活用では、在宅コンタクトセンター席数を現在の約 1,000 席から 4,000 席に増設する。また、DX 推進では、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、アライアンス強化では、次世代の対話データ活用モデルへの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。以上の施策を着実に実現することで、更なる成長を目指す意欲的な定量目標である。また、成長を目指すと同時に、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むことは、評価できるだろう。

Key Points

- ・全国的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
- ・2021 年 2 月期第 2 四半期の連結業績は、売上収益 66,871 百万円(前年同期比 6.1% 増)、営業利益 6,623 百万円(同 12.6% 増)の増収増益決算。コロナ禍の影響により、スポット業務の拡大が寄与。増益は、社会インフラとしての役割を果たした証左。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
- ・2021 年 2 月期も、売上収益 132,000 百万円(前期比 4.2% 増)、営業利益 11,500 百万円(同 3.6% 増)の増収増益を予想。コロナ禍の影響で、堅調なアウトソーシング需要が追い風。前期並みの年間 42 円の配当を予想。配当性向 50% の目標達成が課題
- ・「中期経営計画 2022」では、最終年度の 2023 年 2 月期には、売上収益 1,480 億円、営業利益 140 億円など、意欲的な目標。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

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、約 18,000 席を保有する、国内コールセンター大手

同社は、2020 年 8 月末現在、全国に自社センター拠点数 37 拠点、自社保有席数約 18,000 席、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 1,500 席と、国内最大規模の CRM クラウド基盤を擁する国内コール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（エヌ・ティ・ティ マーケティングアクト）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。2020 年 2 月末現在では、伊藤忠商事が筆頭株主で 40.79% を保有し、2017 年 11 月に資本業務提携をした凸版印刷が 14.35% 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、更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。

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し、伊藤忠商事での経験を生かして、新中期経営計画に基づき同社の一層の発展を指揮している。

沿革

年月	沿革
1982年 9月	(株)ベルシステム二四を設立
1990年 7月	日本プレジジョン(株)を吸収合併し派遣事業を開始
1990年12月	(株)テレコミュニケーションズを吸収合併
1992年 8月	(株)ベルシステム 24 (旧 ベルシステム 24 ①) に商号変更
1994年12月	株式を日本証券業協会へ店頭登録銘柄として登録
1995年 8月	(株)ワン・トゥ・ワン・ダイレクト設立 (現(株)ベル・ソレイユ、現 連結子会社)
1997年 2月	東証 2 部に上場
1999年11月	東証 1 部に指定
2000年 4月	(株)海洋気象情報に資本・経営参加 (2003 年 10 月、(株)お天気.com に商号変更。2008 年 3 月、旧 ベルシステム 24 ①に吸収合併)
2002年 6月	(株)ガリアプラスに資本・経営参加 (2006 年 1 月、全保有株式売却)
2004年 1月	(株)インフォプラントに資本・経営参加 (2015 年 10 月、全保有株式売却)
2005年 1月	東証における上場を廃止
2005年 7月	(株)BELL24・3dots に資本・経営参加 (2007 年 11 月、(株)BELL24・Cell Product に吸収合併)
2005年 9月	(株)BELL24・Cell Product に経営・資本参加 (2019 年 2 月、全保有株式売却)
2007年 6月	(株)電通ダイレクトフォースに資本・経営参加 (2011 年 9 月、全保有株式売却)。Shanghai BELL-PACT Consulting Limited に資本・経営参加 (2009 年 5 月、持分譲渡)
2009年 3月	(株)ポッケを会社分割により設立 (現 連結子会社)
2009年 6月	(株)ベルブックスを会社分割により設立し、同日、全保有株式を売却
2009年10月	(株)BCJ-3 及び、(株)BCJ-4 設立
2010年 2月	(株)BCJ-4 が旧 ベルシステム 24 ①の全株式を取得
2010年 6月	(株)BCJ-4 が旧 ベルシステム 24 ①を吸収合併し、(株)ベルシステム 24 (旧 ベルシステム 24 ②) に商号変更
2011年 7月	(株)BCJ-3BS 設立

会社概要

年月	沿革
2011年10月	(株)BCJ-3BS が (株)BCJ-3 の全株式を取得
2012年 1月	(株)BCJ-7 設立
2012年 3月	(株)BCJ-3BS が (株)BCJ-3 及び旧 ベルシステム 24 ②を吸収合併し、 (株)ベルシステム 24 (旧 ベルシステム 24 ③) に商号変更。 (株)ベル・メディカルソリューションズを会社分割により設立
2014年 3月	(株)ベルシステム 24 (現 連結子会社) を会社分割により設立。 旧 ベルシステム 24 ③は現 (株)ベルシステム 24 に事業を継承して持株会社に移行し、 (株)ベルシステム 24 ホールディングス (旧 ベルシステム 24 H①) に商号変更
2014年 6月	(株)BCJ-15 及び (株)BCJ-16 設立
2014年10月	Bain Capital Bellsystem Hong Kong Limited が保有する同社株式のうち 49.9% 相当を伊藤忠商事 (株) に譲渡
2015年 3月	(株)BCJ-16 が (株)BCJ-7 及び旧 ベルシステム 24 H①を吸収合併し、 (株)ベルシステム 24 ホールディングス (旧 ベルシステム 24 H②) に商号変更
2015年 9月	(株)BCJ-15 が旧 ベルシステム 24 H②を吸収合併し、 (株)ベルシステム 24 ホールディングス (現在の同社) に商号変更。 現 (株)ベルシステム 24 (現 連結子会社) が BB コール (株) を吸収合併
2015年11月	東証 1 部に株式を上場
2017年 1月	(株)ベル・メディカルソリューションズが IML (株) を吸収合併し、 (株)ピーアイメディカルに商号変更
2017年 7月	ベルシステム 24、ベトナム Hoa Sao への出資完了 ベルシステム 24 ホールディングス、CTC ファーストコンタクト (株) へ出資、BPO 事業の連携強化
2017年11月	凸版印刷 (株) との資本業務提携を発表。12 月に Bain Capital から凸版印刷へ株式を譲渡
2019年11月	ベルシステム 24 が子会社のピーアイメディカルを吸収合併
2020年 1月	ベルシステム 24 ホールディングス、タイのコンタクトセンター大手の True Touch に出資
2020年10月	ベルシステム 24、TB ネクストコミュニケーションズに出資

出所：有価証券報告書、会社資料よりフィスコ作成

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及び子会社 4 社 ((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、(株)ポッケ) 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。同社のセグメントは、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。また、2019 年 3 月には子会社の (株)ピ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、さらに 2019 年 11 月にはピーアイメディカルをベルシステム 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。

事業概要

(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、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、子会社のベルシステム 24 では、2017 年 7 月にはベトナムのコンタクトセンター大手である Hoa Sao Group Joint Stock Company への 49% の出資を完了し、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 10 拠点でコンタクトセンター事業を展開している。さらに、ベルシステム 24 ホールディングスでも、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、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子会社と業務締結するなど、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業務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。

b) ポッケ

同社の 100% 子会社で、インターネット、その他メディアを利用した各種コンテンツの企画、制作、販売、及びこれに関するサービス運営をしている。具体的には、占い、気象予報、ライフスタイル、映像制作、法人向けなどの事業を展開し、様々なコンテンツを提供している。

c) ベル・ソレイユ

同社の 100% 子会社で、「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。

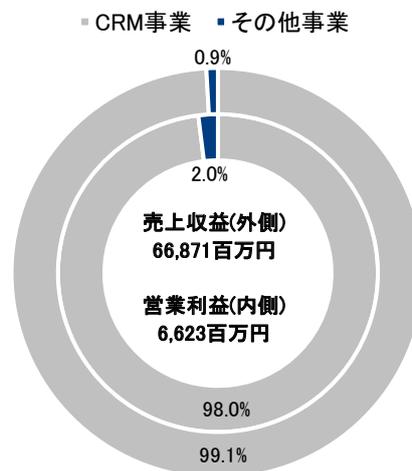
事業概要

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、CRM 事業が連結売上収益及び営業利益の大部分を占めている。2021 年 2 月期第 2 四半期累計の連結業績では、CRM 事業が売上収益の 99.1% を占め、その他事業は 0.9% にとどまる。また、営業利益でも CRM 事業が 98.0%、その他事業が 2.0% である。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 事業のウェイトがさらに大きくなり、同時に、その他事業の営業利益率が改善している。

セグメント別売上収益及び営業利益 (2021年2月期第2四半期累計)



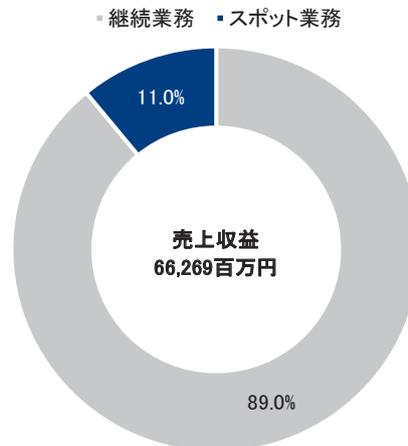
出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

(1) CRM 事業内のセグメント別内訳

CRM 事業は、継続業務とスポット業務に分類される。契約期間が 1 年以上の案件を指す継続業務は、2021 年 2 月期第 2 四半期累計では、CRM 事業の売上収益の 89.0% を占める同社のコア事業である。ただ、2021 年 2 月期第 2 四半期はコロナ禍で新規案件の遅れの影響を受けた。一方、CRM 事業売上収益の 11.0% を占めたスポット業務は、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に対応窓口を開設するものなど様々で、比較的に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。特に 2021 年 2 月期第 2 四半期は、政府によるコロナ対策としての各種支援に関する案内対応業務の増加などに伴い、スポット業務が大きく伸びた。

事業概要

CRM事業内のセグメント別売上収益(2021年2月期第2四半期累計)

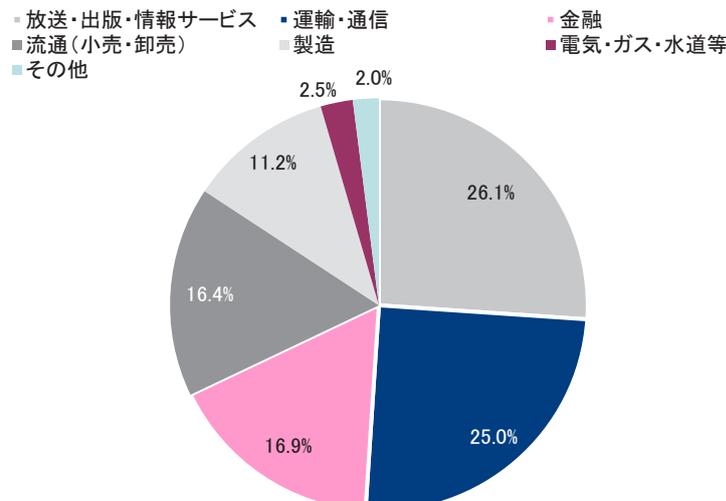


出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

(2) CRM 事業の業種別売上内訳

CRM 事業における 2021 年 2 月期第 2 四半期累計の業種別売上収益上位 300 社の構成比を見ると、放送・出版・情報サービスが 26.1%、運輸・通信が 25.0%、金融が 16.9%、流通（小売・卸売）が 16.4%、製造が 11.2%、電気・ガス・水道等が 2.5%、その他が 2.0% の構成となっている。前年同期の売上収益との比較では、流通（小売・卸売）を除き、他の全業種で増加した。近年では、大型クライアントが加わったことで、運輸・通信業の比率が 2017 年 2 月期の 10.2% から、大きく拡大している。また、前年同期比では、凸版印刷との連携業務が増えたことで、製造業の比率が増大している。

業種別売上内訳(2021年2月期第2四半期累計)



注：CRM 事業の売上収益上位 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 月期第 2 四半期は、大型スポット業務により増収増益決算。非常事態に社会インフラとしての役割を果たした

1. 2021 年 2 月期第 2 四半期連結決算

2021 年 2 月期第 2 四半期累計期間における日本経済は、一部で持ち直しの動きが見られるものの、コロナ禍の影響により依然として厳しい状況が続いている。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、在宅勤務や巣ごもり需要により、今までとは異なる生活形態から新たな需要が出てきている。また、雇用・所得環境においては、事業環境の厳しさから完全失業率はわずかに上昇しており、上昇を続けてきた賃金水準も横ばい圏内での推移となっている。

同社グループが属する情報サービス業界は、アウトソーシング需要の高まりを受け、市場規模は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。一方で、同社グループの主力事業である CRM 事業においては、同一労働同一賃金への対応により賃金の上昇が続いている。

このような経営環境下、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いる。

2021 年 2 月期第 2 四半期累計期間においては、長年蓄積したコンタクトセンター現場での運用ノウハウと、AI・自然言語処理・アナリティクス・ビッグデータなど、新たな技術領域を組み合わせ「機械知能 (Machine Intelligence)」の独自開発による、「ヒト」と「新技術」を融合させた「次世代コンタクトセンター」の創出を目的に、「イノベーション & コミュニケーションサイエンス研究所」を同社内に設立した。それに伴い、コンタクトセンター業務での利用に特化した高精度な AI 検索エンジン「Mopas (モーパス)」と、AI ナレッジメンテナンス機能「Knowledge Creator (ナレッジクリエイター：特許出願中)」で構成され、顧客からのメールでの問い合わせ対応業務の効率化につなげる、独自開発の AI 技術サービスの提供を開始している。また、従来はコミュニケーターによる電話対応が必要であったコンタクトセンターの 1 次受付や、資料請求・予約受付など定型的な受付業務を、人の手を介さず自動音声で応答できるボイススポットプロダクトのエントリーモデル「ekubot」の提供を開始している。

こうした取り組みの結果、同社の 2021 年 2 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上収益 66,871 百万円（前年同期比 6.1% 増）、営業利益 6,623 百万円（同 12.6% 増）、税引前利益 6,416 百万円（同 14.3% 増）、親会社の所有者に帰属する四半期利益 4,250 百万円（同 14.7% 増）の増収増益決算となった。2021 年 2 月期通期予想に対しても、売上収益は 50.7%、営業利益は 57.6%、親会社の所有者に帰属する四半期利益は 59.0% に達するなど、順調な決算であった。新型コロナ対策としての政府による家賃給付や 10 万円給付関連の書類への問い合わせ対応業務などに伴うスポット業務の受注による売上収益増と、自宅待機した社員にも十分な給与を保証したことで退職率の低下に伴うコスト抑制が増益をもたらした。こうした好決算は、コロナ禍という非常事態にあっても、同社が社会インフラとしての役割を十分に果たした証左と評価できるだろう。

業績動向

以上から、同社の売上高営業利益率は 9.9% で、前年同期比 0.6pt 上昇しており 2020 年 3 月期の東証 1 部上場会社サービス業平均の 4.5% を大きく上回る。また、同社の 2020 年 2 月期の ROE も 14.8% で、東証 1 部上場会社サービス業平均の 5.6% 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が、同社の収益性は極めて高いと言えるだろう。

2021 年 2 月期第 2 四半期累計 連結業績

(単位：百万円)

	20/2 期 2Q 累計	21/2 期 2Q 累計	前年同期比増減率	前年同期比増減額
売上収益	63,036	66,871	6.1%	3,835
営業利益	5,880	6,623	12.6%	743
税引前利益	5,614	6,416	14.3%	802
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	3,707	4,250	14.7%	543
<収益性>				
売上高営業利益率	9.3%	9.9%	-	0.6pt
売上高税引前利益率	8.9%	9.6%	-	0.7pt
売上高当期利益率	5.9%	6.4%	-	0.5pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) セグメント別の状況

セグメント別では、主力の CRM 事業の売上収益が 66,269 百万円（前年同期比 6.6% 増）で、売上収益全体の 99.1% を占めた。一方、その他事業は 602 百万円（同 31.3% 減）で、売上収益全体の 0.9% にとどまった。

CRM 事業売上収益内訳では、コロナ禍の影響で営業活動に制約あり、新規業務が遅れたことで、継続業務が 59,010 百万円（前年同期比 3.4% 増）にとどまった。ただ、スポット業務では、政府の新型コロナ対策の一環としての家賃給付や 10 万円給付の提出書類に関する問い合わせ対応業務が急増した結果、売上収益は 7,259 百万円（同 42.2% 増）となり、CRM 事業の増収に大きく貢献した。一方、その他事業は、医療関連事業の再編に伴い、医薬・ヘルスケア分野のコンタクトセンター事業等を CRM 事業に含めて開示することに変更したこともあり、前年同期比では減収となった。

営業利益段階では、CRM 事業が 6,493 百万円（前年同期比 11.4% 増）で、営業収益全体の 98.0% を占めた。一方、その他事業は 130 百万円（同 165.3% 増）で、営業収益全体に占める比率は 2.0% に上昇した。従来、その他事業に含まれていた、医薬・ヘルスケア関連の不採算事業を前期に売却した効果が現れたと言えるだろう。以上の結果、コア事業である CRM 事業の営業利益率は 9.8%（前期比 0.4pt 上昇）、その他事業は 21.6%（同 16.0pt 上昇）となり、全体の営業利益率改善につながった。

業績動向

セグメント別連結業績

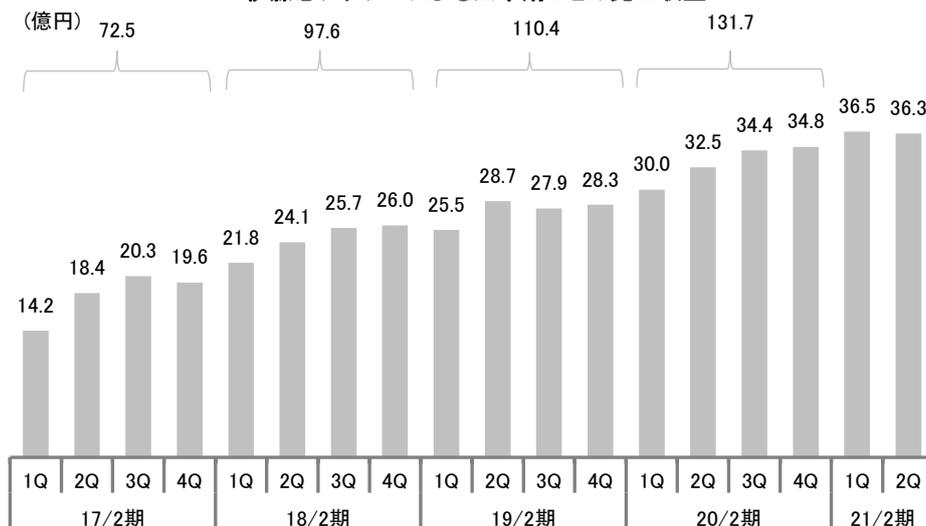
(単位：百万円)

	20/2 期 2Q 累計	21/2 期 2Q 累計	前年同期比増減率	前年同期比増減額
売上収益	63,036	66,871	6.1%	3,835
CRM 事業	62,160	66,269	6.6%	4,109
継続業務	57,057	59,010	3.4%	1,953
スポット業務	5,103	7,259	42.2%	2,156
その他事業	876	602	-31.3%	-274
営業利益	5,880	6,623	12.6%	743
CRM 事業	5,831	6,493	11.4%	662
その他事業	49	130	165.3%	81
営業利益率	9.3%	9.9%	-	0.6pt
CRM 事業	9.4%	9.8%	-	0.4pt
その他事業	5.6%	21.6%	-	16.0pt

出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

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の獲得を継続・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、同社が対象とする開拓先は広大である。これらの伊藤忠グループ案件による売上収益は、2017 年 2 月期の 72.5 億円から、2020 年 2 月期は 131.7 億円へと、年々順調に増加している。2021 年 2 月期第 2 四半期累計でも、72.8 億円（前年同期比 16.5% 増）であった。足元ではコロナ禍の影響を受けて伸びが一時的に鈍化しているものの、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増加し続ける見通しだ。

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

業績動向

(2) 財務及びキャッシュ・フローの状況

2021 年 2 月期第 2 四半期末の資産合計は 172,252 百万円（前期末比 3,744 百万円増）であった。うち、流動資産は 27,322 百万円（同 365 百万円増）となったが、それは未収還付法人所得税が 274 百万円、現金及び現金同等物が 223 百万円減少し一方、営業債権が 629 百万円増加したこと等による。また、非流動資産は 144,930 百万円（同 3,379 百万円増）で、それは無形資産が 380 百万円減少したが、有形固定資産が 3,372 百万円増加したこと等による。なお、前期より IFRS16 号の適用によって、従来オフバランス処理（資産計上しない処理）してきたリース取引がオンバランス処理されることになったため、2020 年 2 月期末には非流動資産が大きく増加している。

一方、負債合計は 120,149 百万円（前期末比 1,178 百万円増）となった。うち、流動負債は 49,070 百万円（同 11,112 百万円増）となったが、これは営業債務が 749 百万円減少したものの、借入金が増加したことなどによる。また、非流動負債は、71,079 百万円（同 9,934 百万円減）であったが、これは長期借入金が増加したことなどによるもの。資本合計は、52,103 百万円（同 2,566 百万円増）となった。これは主に親会社の所有者に帰属する四半期利益の計上により、配当支払い後の利益剰余金が増加したことによる。

以上の結果、自己資本比率は前期末から 0.9pt 上昇の 30.1% となった。前期末は、リースの会計処理変更に伴い一時的に低下したが、今後は利益の蓄積により再び上昇を続けると見られる。現状でも、同社の自己資本比率は、2020 年 3 月期の市場第 1 部サービス業平均の 6.7% を大きく上回る高水準である。また、同社のネット D/E レシオは 1.16 倍と同 0.07 倍低下し、年々改善が進んでおり、高い安全性を維持している。さらに、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だろう。

連結貸借対照表

	20/2 期末	21/2 期 2Q 末	増減額
(単位：百万円)			
流動資産	26,957	27,322	365
現預金	7,767	7,544	-223
営業債権	17,967	18,596	629
非流動資産	141,551	144,930	3,379
有形固定資産	32,674	36,046	3,372
のれん	96,250	96,250	0
無形資産	3,323	2,943	-380
資産合計	168,508	172,252	3,744
流動負債	37,958	49,070	11,112
営業債務	6,144	5,395	-749
借入金	10,436	23,036	12,600
非流動負債	81,013	71,079	-9,934
長期借入金	57,742	44,326	-13,416
負債合計	118,971	120,149	1,178
(有利子負債)	68,178	67,362	-816
非支配持分	369	337	-32
資本合計	49,537	52,103	2,566
<安全性>			
自己資本比率（親会社所有者帰属持分比率）	29.2%	30.1%	0.9pt
ネット D/E レシオ（倍）	1.23	1.16	0.07 改善

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

キャッシュ・フロー計算書によると、同社の 2021 年 2 月期第 2 四半期末時点の現金及び現金同等物の残高は 7,544 百万円（前年同期末比 533 百万円減）、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 4,922 百万円（同 2,116 百万円減）であった。営業活動の結果得られた資金は 6,664 百万円で、これは主に、税引前四半期利益 6,416 百万円、減価償却費及び償却費 3,784 百万円、法人所得税の支払額が 2,724 百万円によるものである。投資活動の結果使用した資金は 1,742 百万円で、これは主に有形固定資産の取得による支出 1,004 百万円、持分法投資の取得による支出 294 百万円などによる。財務活動の結果使用した資金は 5,139 百万円となり、これはリース負債の返済による支出 2,662 百万円、配当金の支払額 1,544 百万円などによるものであった。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	20/2 期 2Q	21/2 期 2Q	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	8,053	6,664	-1,389
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-1,015	-1,742	-727
財務活動によるキャッシュ・フロー	-5,023	-5,139	-116
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	7,038	4,922	-2,116
現金及び現金同等物の四半期末残高	8,077	7,544	-533

出所：決算短信よりフィスコ作成

2021 年 2 月期も、 堅調なアウトソーシング需要を背景に増収増益を予想

2. 2021 年 2 月期連結業績予想

同社では、2020 年 2 月期の決算発表時点では、コロナ禍の影響を合理的に算定することが困難であったため 2021 年 2 月期の連結業績予想については未定としていたが、2021 年 2 月期第 1 四半期決算発表時にコロナ禍の影響を見極めた上で、業績予想を発表した。

まず、2021 年 2 月期の市場環境全般は、コロナ禍により景気が悪化するものの、コールセンター需要は堅調で、かつ社会インフラとしてのスポットの需要が想定される。このような環境のなか、同社グループの主力事業である CRM 事業も継続的な成長を見込んでいる。一方で、同一労働同一賃金による人件費の上昇や、新型コロナウイルスの感染拡大の第 2 波に備えた投資に伴う費用が発生する予定である。

同社グループは、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強化による売上規模拡大、人件費増に対応する適切な価格設定の実施、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、収益基盤の拡充策を強力に展開する計画だ。

業績動向

また、従業員に対しては、仕事を通じてやりがいや楽しみを感じ、世の中で活躍できる力を磨く機会を提供するための人事制度の導入を段階的に進めるほか、企業内保育所の設置等、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。さらに、AI や RPA (ロボティック・プロセス・オートメーション:ロボットによる業務自動化) の新技術を活用し自動対応への取り組みを実現するソリューションの提供等、顧客への最適なコミュニケーションを提供すると同時に、クライアント企業の新しいビジネス価値を創造する。これまでのコスト削減中心の視点を越えた先進的なプラットフォーム「Advanced CRM 構想」の実現に向けた取り組みを推進し、2020 年 2 月期以来、重点的に取り組んでいる施策の収益貢献化に向け、事業基盤を強化する意向だ。加えて、同社グループのオペレーション力と伊藤忠商事や凸版印刷の事業ノウハウを融合した新規サービスの展開についても、積極的に進める考えだ。

こうした取り組みを踏まえ、2021 年 2 月期は連結売上収益 132,000 百万円 (前期比 4.2% 増)、営業利益 11,500 百万円 (同 3.6% 増)、税引前利益 11,050 百万円 (同 4.9% 増)、親会社の所有者に帰属する当期利益 7,200 百万円 (同 2.8% 増) の増収増益を見込んでいる。いまだにコロナ禍の収束が見通せない不透明な経営環境ではあるが、利益率をおおむね前期並みに想定した、保守的な業績予想と言えるだろう。

2021 年 2 月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	20/2 期	21/2 期 (予)	前期比増減率	前期比増減額
売上収益	126,663	132,000	4.2%	5,337
営業利益	11,105	11,500	3.6%	395
税引前利益	10,534	11,050	4.9%	516
親会社の所有者に帰属する 当期利益	7,006	7,200	2.8%	194
< 利益率 >				
売上高営業利益率	8.8%	8.7%	-	-0.1pt
売上高税引前利益率	8.3%	8.4%	-	0.1pt
売上高当期利益率	5.5%	5.5%	-	-

出所: 決算短信よりフィスコ作成

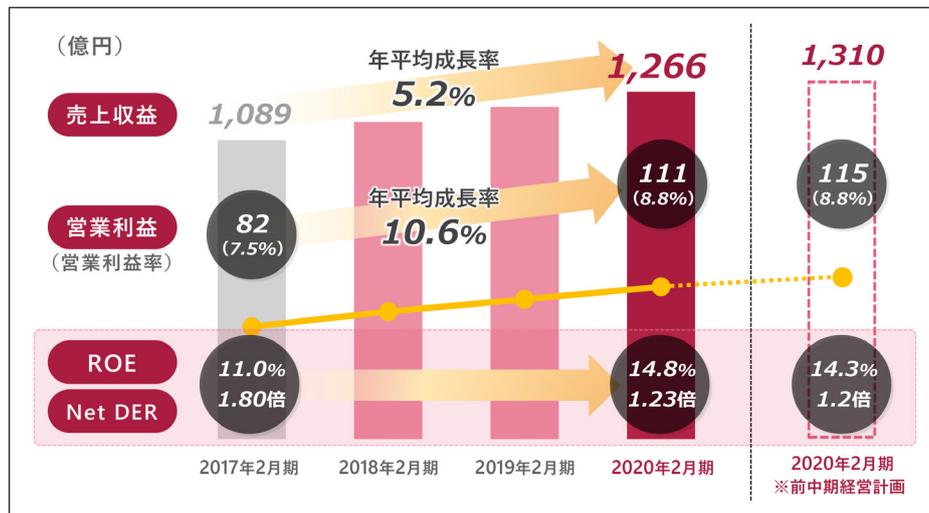
■ 中期経営計画

前中期経営計画では、営業利益は 2 ケタの平均成長率を実現

1. 前中期経営計画の目標達成状況

同社は、2018 年 2 月期から 2020 年 2 月期を対象とする前中期経営計画では、「収益と事業拡大」、「人材資源」、「働き方」をテーマに掲げ、目標数値として最終年度の売上収益 1,310 億円、営業利益 115 億円、営業利益率 8.8%、ROE14.3%、ネット D/E レシオ 1.2 倍を目指した。厳しい労働需給環境のもと、適正な価格改定、人材の安定確保と退職抑止、伊藤忠商事と凸版印刷とのシナジーの拡大などにより、2020 年 2 月期の売上収益は 1,266 億円、営業利益は 111 億円、ネット D/E レシオも 1.23 倍と目標にやや届かなかったものの、3 年間の年平均成長率は売上収益で 5.2%、営業利益では 10.6% を実現した。結果、営業利益率は 8.8%、ROE は 14.8% で計画を達成し、2017 年 2 月期から大きく改善している。特に、同社が最も重視する利益率は、医薬関連事業再編の影響から 2019 年 2 月期には一時的に悪化したが、最終的には目標をクリアし、本業の自律的な成長（オーガニック成長）が続いていると言える。また、前中期経営計画で実施した数々の取り組みが、今後も同社の成長を支えたと考えられる。

前中期経営計画の達成状況



出所：中期経営計画 2022 より掲載

新中期経営計画では、人材活用・DX 推進・アライアンス強化により、 更なる業績拡大を目指す

2. 新中期経営計画の目標

2020 年 5 月に就任した野田新社長のもとで発表した「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。

まず、同社では、今後 3 年間については、激変する社会を成長機会と捉えている。すなわち、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。

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、新中期経営計画では、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」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（年率 5.3% 増）、営業利益 140 億円（営業利益率 9.5%）、税引後利益 90 億円（年率 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だろう。

中期経営計画

新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、新事業モデル推進を目指す

3. 3つの重点施策と社会的課題への取り組み

同社は新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する。同時に、SDGs (持続可能な開発目標) 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。

(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り、とくに経験豊富な人材の活用として、在宅コンタクトセンターの増設を計画する。

同社では、現在、社員 3 万人 (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している。また、自社センター拠点数は 37 拠点、自社保有席数は約 18,000 席で、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 1,500 席を保有する。

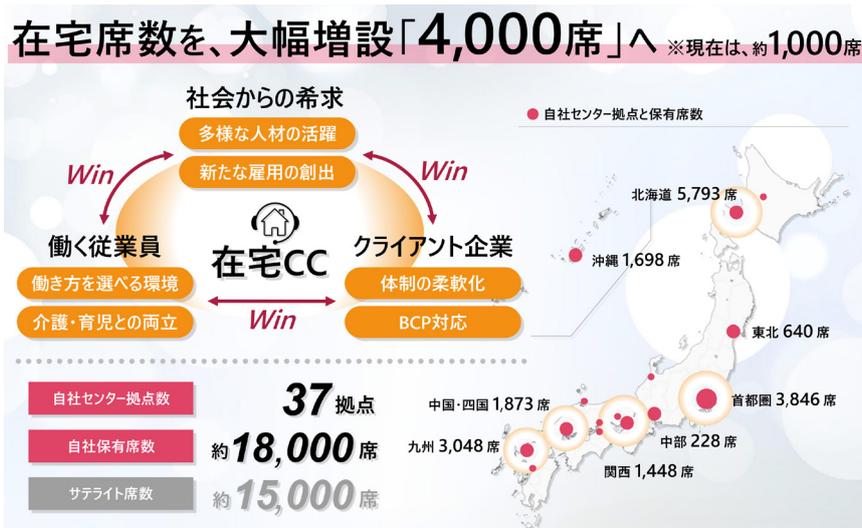
中期経営計画では、この 3 万人の機動力や現場オペレーション力の更なる強化、定着率向上による品質と対応スキルの高度化、働き方改革の推進 (在宅コンタクトセンターの増強)、安心して働ける環境の提供 (パンデミック対応) などを実施する。特に、社会を支え、品質を担保する人材を働きやすさで支えるために、在宅ワーク増強に注力し、在宅席数を現在の約 1,000 席から 4,000 席に大幅増設する計画だ。

中期経営計画

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からは、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大きい。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ことで、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を可能になっている。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ると思込まれる。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。

人材活用：在宅コンタクトセンター増設



出所：中期経営計画 2022 より掲載

同社では、これまで退職抑止、採用力強化、現場人材管理の精微化を推進してきた。すなわち、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 人に対して、2017 年 10 月より順次正社員登用に加え、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。すなわち、コンタクトセンター業務に必要な、コミュニケーションやタイピングといったスキルなどを就労前に教育をすることで即戦力化を図るものである。SUDAchi は、全国の各拠点での展開を開始している。こうした就労支援の結果、人材の定着率も高まっている。さらに、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。また、コロナ禍に伴い自宅待機を余儀なくされたオペレーターに対しても、給与保証を行っている。

中期経営計画

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だろう。

(2) 音声データ活用による DX 推進

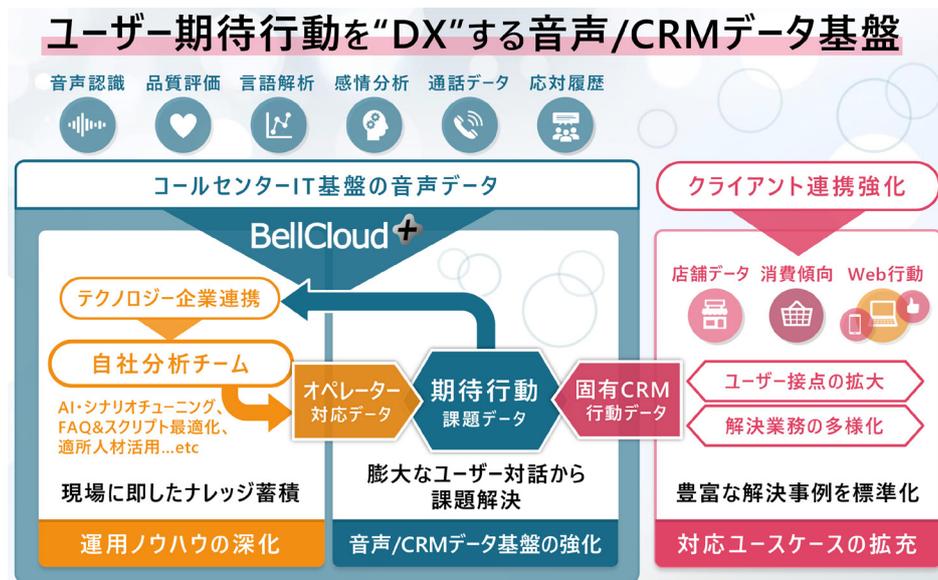
第 2 の重点施策として、音声データ活用による DX 推進を計画し、DX 推進によって音声 / CRM データ基盤の強化を図る計画だ。

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。すなわち、膨大な対応業務で得た音声活用ノウハウを活用して、音声データの基盤強化を図る考えだ。

同社は、消費者への対応、消費者との通信履歴など、膨大なユーザー対話から課題を解決した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。

このように最新テクノロジーを活用することで、同社のビジネスの更なる発展を目指す計画である。特に、現在のコロナ禍の収束が見えない環境下では、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。

DX 推進：音声 / CRM データ基盤の強化



出所：中期経営計画 2022 より掲載

(3) 信頼と共創のパートナー成長

第 3 の重点施策として、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。

すなわち、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、新たな挑戦と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は、年々拡大を続けている。さらに、大株主の凸版印刷とは、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。

最近の動きでは、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（Business Process Outsourcing：業務プロセスの外部委託）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た。また、2020 年 6 月には、（株）ソニーコンピュータサイエンス研究所と、「イノベーション & コミュニケーションサイエンス研究所」を設立し、独自開発 AI によるコンタクトセンターに特化したサービスの提供を開始した。

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。

アライアンス強化：戦略提携での新事業モデル推進

次世代の対話データ活用モデルへのアライアンス推進



出所：中期経営計画 2022 より掲載

中期経営計画

国内では、アウトソーシング市場規模は年 5% 程度での成長を継続すると見られているが、対 GDP における BPO 比率は、欧米諸国と比較して低く、今後より一層の拡大が見込まれる。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。子会社のベルシステム 24 を通じて、2017 年 7 月には、ベトナムのコンタクトセンター最大手 Hoa Sao に 49% の出資をし、ベトナムにおける事業を開始した。また、ベルシステム 24 ホールディングスでは、2020 年 1 月に、タイでコンタクトセンター事業大手の True Touch に 49.99% の出資し、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ている。同様に台湾でも、2020 年 2 月に、同国最大手の総合通信会社中華電信の子会社と業務提携契約を締結し、コンタクトセンター運営ノウハウと現地ニーズを融合させた台湾におけるコンタクトセンターアウトソーシング市場の開拓・拡大を目指す。こうした海外事業展開では、伊藤忠グループのネットワークを活用することで、成長が見込める案件に絞って、国内向けサービスと同等の高度化した CRM 事業を展開することで収益拡大を図っている。

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見られる。

社会的課題にも積極的に取り組む

(4) 社会的課題への取り組み

同社では、企業理念や重要課題及び SDGs (持続可能な開発目標) を踏まえ、社会課題解決のための活動にも積極的に取り組む方針だ。従来から CSR (企業の社会的責任) にも積極的に取り組んでおり、これまでに CSR 推進室の新設や障がい者社員の活躍機会の創出などを実現してきた。SDGs はビジネスを通じて社会に貢献することであり、また CSR は社会貢献のためのボランティアであるが、両立させることが目標と言えるだろう。

同社では、2018 年 11 月には、久遠チョコレート ((一社)ラ・パルカグループ) と多様な人材による多様な働き方の実現を目的に、障がい者 10 名によるチョコレート製造を愛知県豊橋市において開始した。久遠チョコレート豊橋工場において、同社の社員親子が CSR を学ぶコラボレーションイベント「Kids & Family Chocolate Academy」も開催している。さらに 2019 年 2 月には、コーヒーを通じた SDGs の実現を進める (株) ミカフェートのプロデュースのもと、同社の本社オフィスラウンジにて障がい者がコーヒーを抽出し、提供するカフェの開設及び来客者への提供、社員へのコーヒーサービスを開始した。2019 年 9 月には札幌コールセンター内に、2020 年 8 月には沖縄コールセンター内にも同様のカフェを開設した。また、2019 年 5 月には、千葉県船橋市で、SDGs 並びに多様な人材による多様な働き方の実現を目的とした活躍機会を提供する新たな取り組みとして、障がい者社員による農園の運用を開始した。さらに、2019 年 8 月には、国際 NGO コンサベーション・インターナショナルによる、コーヒーを真に持続可能な農産物とするための呼び掛けである、「サステナブル・コーヒー・チャレンジ」への参画を開始した。

中期経営計画

同社では、このように様々な形で社会的課題の解決に取り組んできた。その結果、2019年3月には厚生労働省より、優良な子育てサポート企業としてコールセンター業界初の「プラチナくるみん」に認定、同月には経済産業省・(株)東京証券取引所より、女性活躍推進企業としてコールセンター業界初の「なでしこ銘柄」に認定、2019年10月には、任意団体 work with Pride より LGBT など性的少数者に関する取り組みの評価指標「PRIDE 指標 2019」の最高位“ゴールド”を受賞、2020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「2020 J-Win ダイバーシティ・アワード」において、「ベーシック部門」の最高賞である「ベーシックアチーブメント大賞」をコールセンター業界で初めて受賞、2020年5月には厚生労働大臣から女性活躍推進法に基づく「えるぼし」の最高位3段階目に認定など、同社の取り組みは社外からも高く評価されている。

同社では、今後も社会的課題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、結果として同社の更なる利益拡大につながると考えられる。

株主還元策

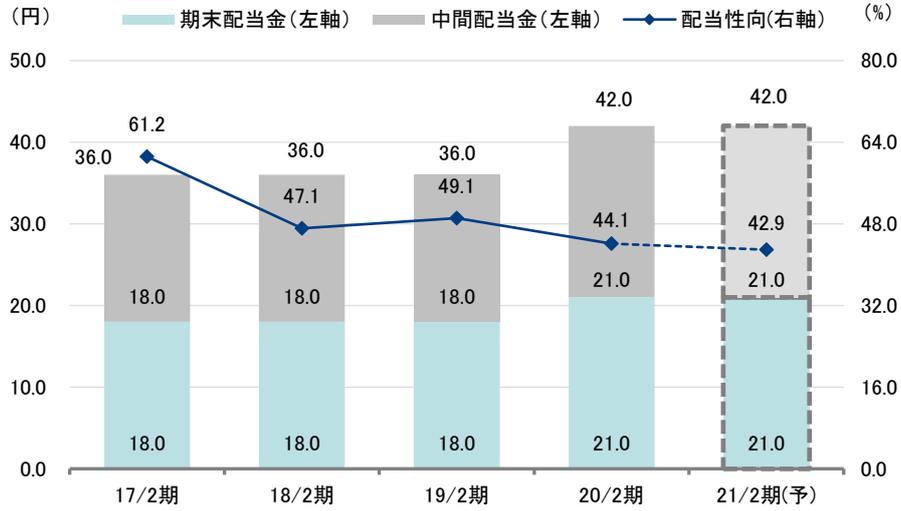
50% の連結配当性向と安定配当を目指す

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。2019年2月期の中間配当 18 円、期末配当 18 円、合計 36 円から、2020年2月期には期初の計画どおり、中間配当 21 円、期末配当 21 円で合計 42 円に増配した。また、配当性向は 44.1% で 2021年3月期東証1部サービス産業の平均水準であった。

同社では、2021年2月期については、増収増益の業績を予想する一方、中間配当 21 円、期末配当 21 円で合計 42 円と前期同様の配当を計画する。その結果、配当性向は 42.9% に低下する見通しだ。いまだコロナ禍の収束が見通せず、今後の経済環境が不透明なかではやむを得ないが、新中期経営計画の推進によって 2021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% の目標に向けて増配を検討することも考えられるだろう。

株主還元策

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 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp