

東証第1部 4433

 株式会社 **ヒト・コミュニケーションズHD**



2019年8月期 決算説明会

2019年10月17日

23期のトピックス① 決算ハイライト

予算には届かなかったものの、通信・モバイル分野の業績が大きく反転拡大した他、デジタル営業支援分野の中核であるEC支援事業が、ファッション業界の不振の中業績を拡大し、売上高・営業利益は前期比増収増益で着地。

売上高

63,819百万円

前期比 102.4%

予算比 97.4%

- ◆ デジタル営業支援分野の強化拡大を推進。Sales Roboticsのグループ化によりインサイドセールス分野に新規参入した他、急速に広がるキャッシュレス化の営業支援やITベンチャーとの資本業務提携によるチャットビジネス等が拡大。
- ◆ 販売・サービス分野に特化した外国人営業支援事業が、空港やホテル等を中心に拡大。
- ◆ 「ラグビーワールドカップ2019日本大会」において、ボランティアの面接会場運営から研修育成業務、オペレーション業務の他、日本初となる本格的スポーツホスピタリティ事業の全国規模での運用業務の受注等により、スポーツ支援事業が大幅に拡大中。
- ◆ 新規モバイルキャリアの参入で活性化する通信・モバイル分野において大きく事業を拡大。
- ◆ EC支援事業において、新規のECサイトの運営受注が好調に推移。

営業利益

2,991百万円

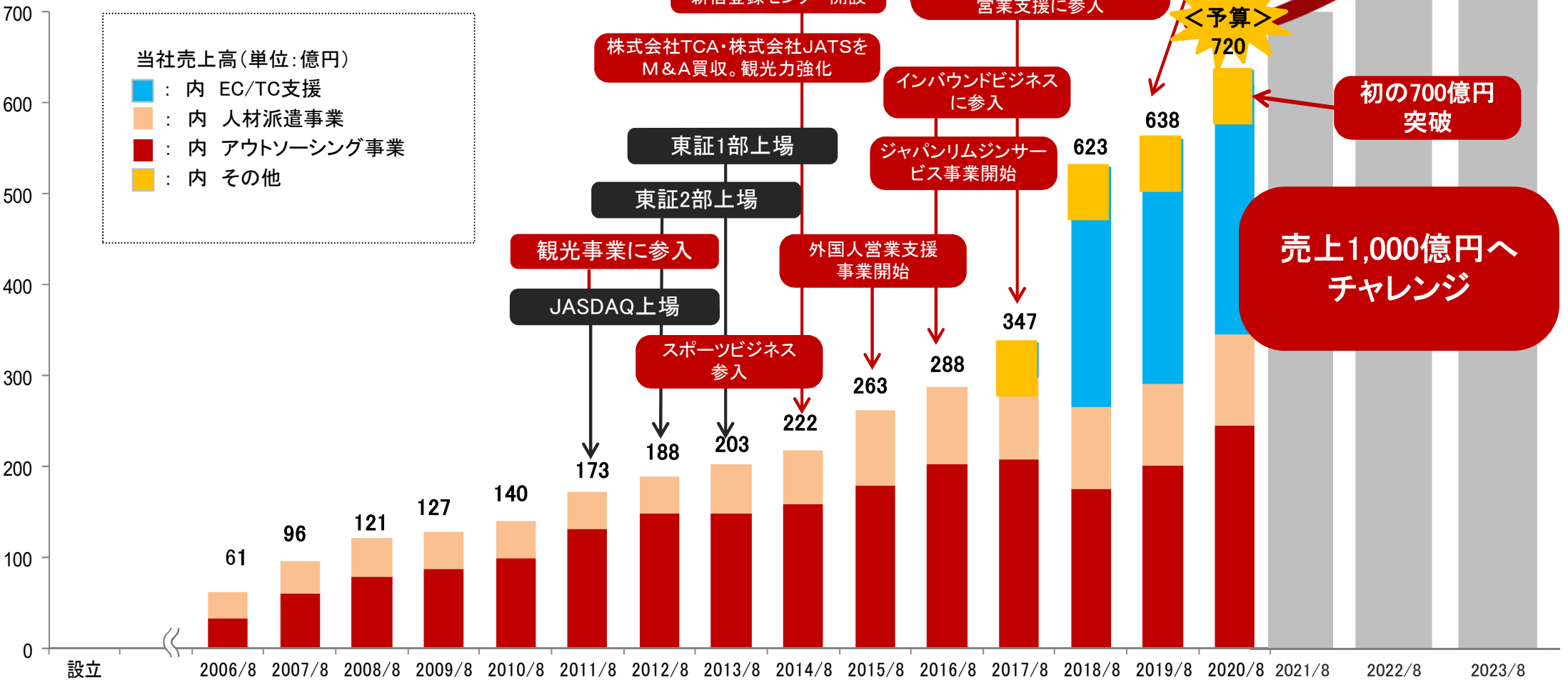
前期比 112.3%

予算比 99.7%

- ◆ 収益性の高い通信分野の低迷から反転拡大に転じたことにより利益が改善。
- ◆ デジタル営業支援分野の中核となるEC支援事業において売上総利益率の高い新規サイトが営業利益増加に寄与。また、高付加価値であるインサイドセールス事業が拡大し、売上総利益、営業利益の向上に寄与。
- ◆ スポーツ支援事業の大幅な拡大が営業利益の増加に寄与。
- ◆ 将来を見据えたクオリティ向上を目的とし導入したFE（フィールド・エキスパート）制度の定着化により、アウトソーシング事業を中心に業務効率が改善し利益率が向上。
- ◆ ホールセール事業において、ランチ・アウトの生産地シフトや物流倉庫の効率化が奏功し収益が改善。

23期トピックス② 業績ヒストリカル

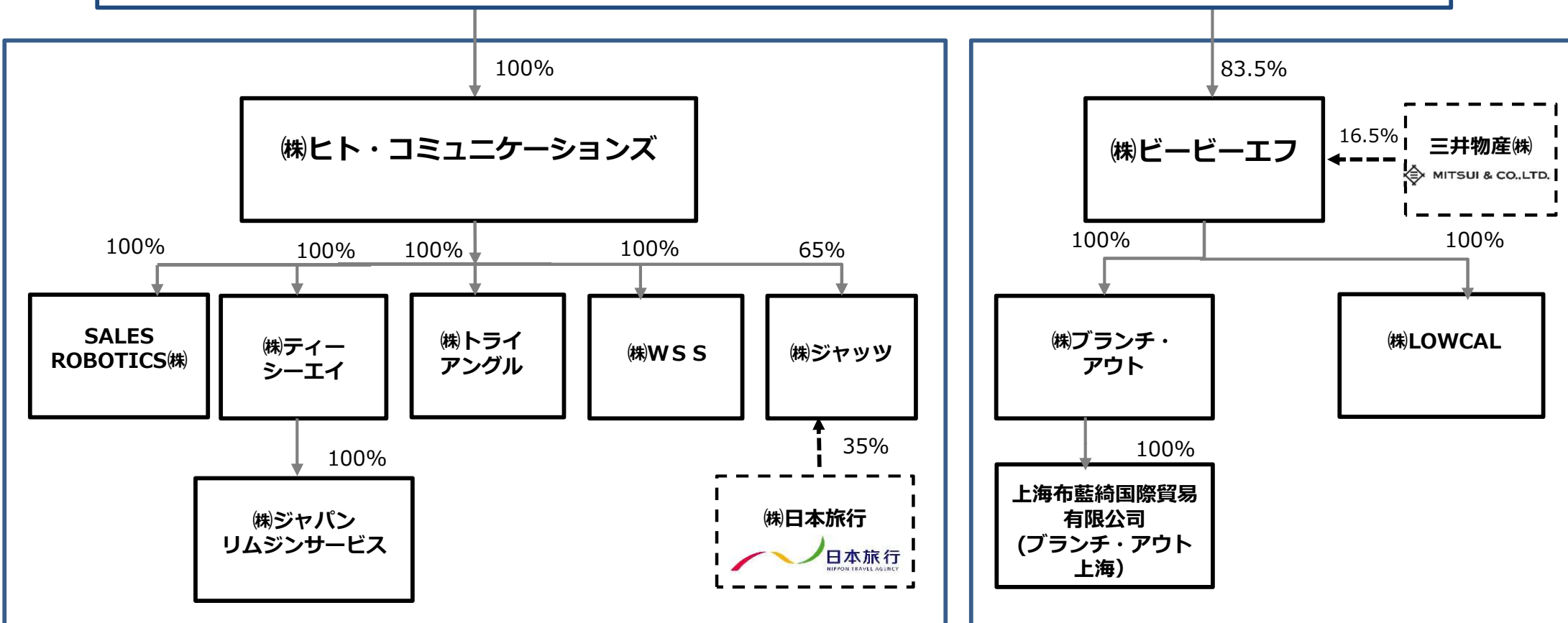
<23期連続の増収>



23期トピックス③ ホールディングス化

2019年3月1日よりホールディングス化

株式会社ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス



ヒューマン支援プラットフォーム

EC支援プラットフォーム

**ヒト・コミュニケーションズグループは、
販売・営業・サービス分野を中核とした
「営業支援企業グループ」です。**

【第24期テーマ】

**「マーケティングの未来創造企業」
へ手応えある進化**

【中核事業】

- ・販売・サービス支援事業
- ・通信・モバイル営業支援事業
- ・店舗運営支援事業
- ・ツーリズム・インバウンド支援事業
- ・スポーツ支援事業
- ・外訪型セールス支援事業
- ・EC・TC支援事業
- ・IT・デジタル営業支援事業 他



1. 2019年8月期 決算概況

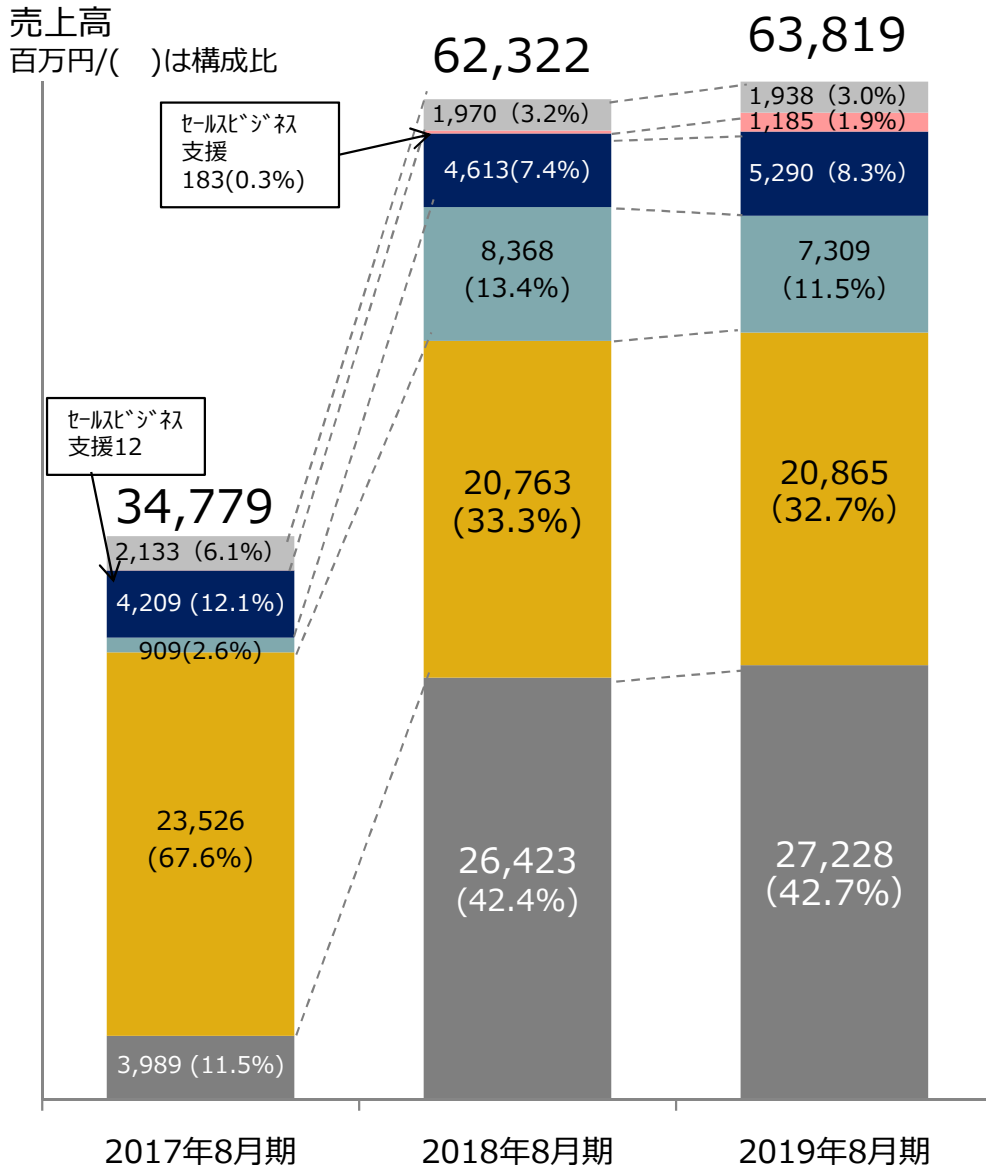
(1) 損益計算書の概要 (2019年8月期連結)

単位：百万円、下段は構成比

	2018年8月期実績	2019年8月期			
		実績	前期比 (増減額)	通期計画	計画比 (増減額)
売上高	62,322 (100.0%)	63,819 (100.0%)	102.4% (+1,496)	65,500 (100.0%)	97.4% (△1,680)
アウトソーシング事業 (シェア)	17,899 (28.7%)	19,933 (31.2%)	111.4% (+2,034)	19,600 (29.9%)	101.7% (+333)
人材派遣事業 (シェア)	9,298 (14.9%)	9,032 (14.2%)	97.1% (△265)	9,450 (14.4%)	95.6% (△417)
EC・TC支援事業 (シェア)	26,423 (42.4%)	26,857 (42.1%)	101.6% (+434)	28,000 (42.7%)	95.9% (△1,142)
ホールセール事業 (シェア)	8,368 (13.4%)	7,309 (11.5%)	87.3% (△1,059)	8,000 (12.2%)	91.4% (△690)
その他の事業 (シェア)	333 (0.5%)	686 (1.1%)	205.9% (+352)	450 (0.7%)	152.5% (+236)
売上総利益 (対売上比率)	10,563 (16.9%)	11,200 (17.6%)	106.0% (+637)	11,170 (17.1%)	100.2% (+17)
販売管理費 (対売上比率)	7,900 (12.7%)	8,209 (12.9%)	103.9% (+309)	8,170 (12.6%)	100.5% (+39)
営業利益 (対売上比率)	2,663 (4.3%)	2,991 (4.7%)	112.3% (+327)	3,000 (4.6%)	99.7% (△8)
経常利益 (対売上比率)	2,679 (4.3%)	3,004 (4.7%)	111.7% (+325)	3,010 (4.6%)	99.8% (△5)
親会社株主に帰属する 当期純利益(対売上比率)	1,468 (2.4%)	1,723 (2.7%)	117.4% (+254)	1,658 (2.5%)	104.0% (+65)

(2) セクター別 売上高実績

事業構造の変化に伴い、2019年8月期より従来の商材別から以下のセクター別に集計方法を変更いたします。



デジタル営業支援

前期比 **+3.0%(+805M)**

<EC・TC支援事業、インサイドセールス事業、システム開発関連事業>

- ・新規のECサイト運営受注が好調に推移
- ・インサイドセールス・チャット等IT用いた営業支援が好調に推移

販売系営業支援

前期比 **+0.5%(+102M)**

<家電・通信Eメール・ストア他分野における販売支援事業>

- ・家電・ストア商材の販売支援にて縮小があったものの、新規モバイルキャリアの参入等により通信・モバイル分野の業績が拡大

ホールセール

前期比 **△12.7%(△1,059M)**

<アパレル商材等のホールセール事業(ブランチ・アウト、ブランチ・アウト上海)>

- ・アパレル市場が厳しい中、利益率が高い案件を中心に受注した結果、売上高は減少したが利益は昨年比増加で着地

インバウンド・ツーリズム

前期比 **+14.7%(+677M)**

<観光事業・スポーツ・MICE事業・インバウンド事業>

- ・空港・免税店等におけるインバウンド営業支援が好調に推移
- ・ラグビーワールドカップ2019を中心としたスポーツ支援事業が大幅に拡大
- ・海外・国内添乗業務が堅調に推移 (特にクルージング)

セールスビジネス支援

前期比 **+644.8%(+1,001M)**

<外訪型営業支援>

- ・キャッシュレス決済支援サービス分野への本格参入により拡大

その他

前期比 **△1.6%(△31M)**

<コルセンター事業他>

(3) 2020年8月期計画

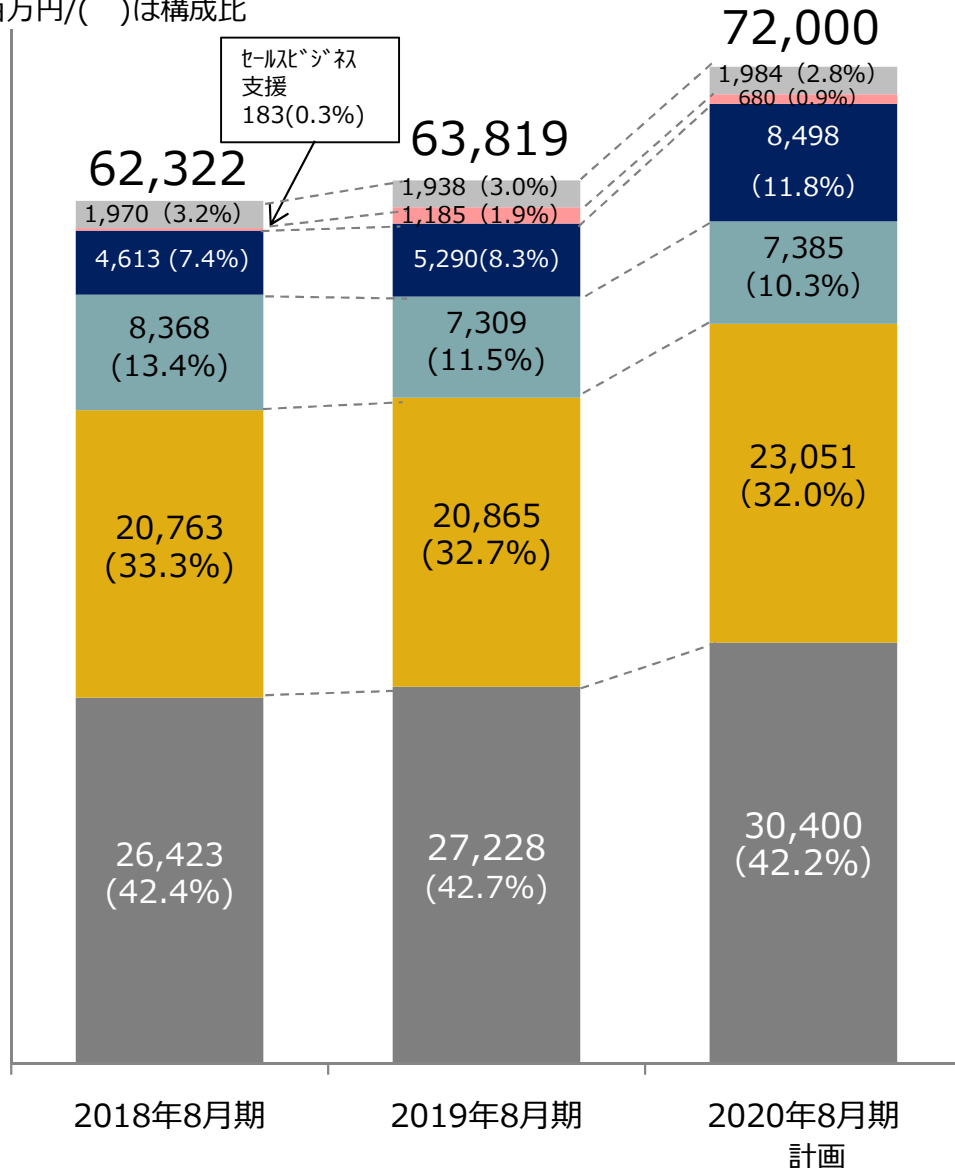
単位：百万円、下段は構成比

	2018年8月期実績	2019年8月期		2020年8月期	
		実績	前期比(増減額)	計画	前期比(増減額)
売上高	62,322 (100.0%)	63,819 (100.0%)	102.4% (+1,496)	72,000 (100.0%)	112.8% (+8,180)
アウトソーシング事業 (シェア)	17,899 (28.7%)	19,933 (31.2%)	111.4% (+2,034)	23,500 (32.6%)	118.0% (+3,566)
人材派遣事業 (シェア)	9,298 (14.9%)	9,032 (14.2%)	97.1% (△265)	9,380 (13.0%)	103.9% (+347)
EC・TC支援事業 (シェア)	26,431 (42.4%)	26,857 (42.1%)	101.6% (+434)	28,400 (39.4%)	105.7% (+1,542)
ホールセール事業 (シェア)	8,360 (13.4%)	7,309 (11.5%)	87.3% (△1,059)	7,385 (10.2%)	101.0% (+75)
その他の事業 (シェア)	333 (0.5%)	686 (1.1%)	205.9% (+352)	3,335 (4.6%)	486.1% (+2,648)
売上総利益 (対売上比率)	10,563 (16.9%)	11,200 (17.6%)	106.0% (+637)	13,047 (18.1%)	116.5% (+1,846)
販売管理費 (対売上比率)	7,900 (12.7%)	8,209 (12.9%)	103.9% (+309)	9,697 (13.5%)	118.1% (+1,487)
営業利益 (対売上比率)	2,663 (4.3%)	2,991 (4.7%)	112.3% (+327)	3,350 (4.7%)	112.0% (+358)
経常利益 (対売上比率)	2,679 (4.3%)	3,004 (4.7%)	111.7% (+325)	3,370 (4.7%)	112.2% (+365)
親会社株主に帰属する 当期純利益(対売上比率)	1,468 (2.4%)	1,723 (2.7%)	117.4% (+254)	1,900 (2.6%)	110.2% (+176)

(4) セクター別 売上高計画

事業構造の変化に伴い、2019年8月期より従来の商材別から以下のセクター別に集計方法を変更いたします。

売上高
百万円/()は構成比



デジタル営業支援

↑ 前期比 **+11.6%(+3,171M)**

＜EC・TC支援事業、インバウンドセール事業、システム開発関連事業＞

- ・新規のECサイトの運営受注の拡大
- ・インサイドセールス・チャット等のIT・デジタルを用いた営業支援の拡大

販売系営業支援

↑ 前期比 **+10.5%(+2,185M)**

＜家電・通信モバイル・SPA他分野における販売支援事業＞

- ・新規モバイルキャリアの参入で活性化する通信・モバイル分野販売支援の拡大

ホールセール

↗ 前期比 **+1.0%(+75M)**

＜アパレル商材等のホールセール事業(ブランド・アウト、ブランド・アウト上海)＞

- ・新規大口顧客の獲得による業績拡大

インバウンド・ツーリズム

↑ 前期比 **+60.6%(+3,208M)**

＜観光事業・スポーツ・MICE事業・インバウンド事業・ランドオペレーティング事業＞

- ・訪日外国人旅行者と対象としたランドオペレーティング事業の拡大
- ・ラグビーワールドカップ2019・東京オリンピック2020運営事業を中心としたスポーツ事業の最大化
- ・空港を中心とした外国人人材ビジネスの飛躍的拡大

セールスビジネス支援

↘ 前期比 **△42.7%(△505M)**

＜外訪型営業支援＞

- ・高まるキャッシュレス化需要のセールスビジネス支援が一巡

その他

↗ 前期比 **+2.4%(+46M)**

＜コルセンター事業、介護事業等＞

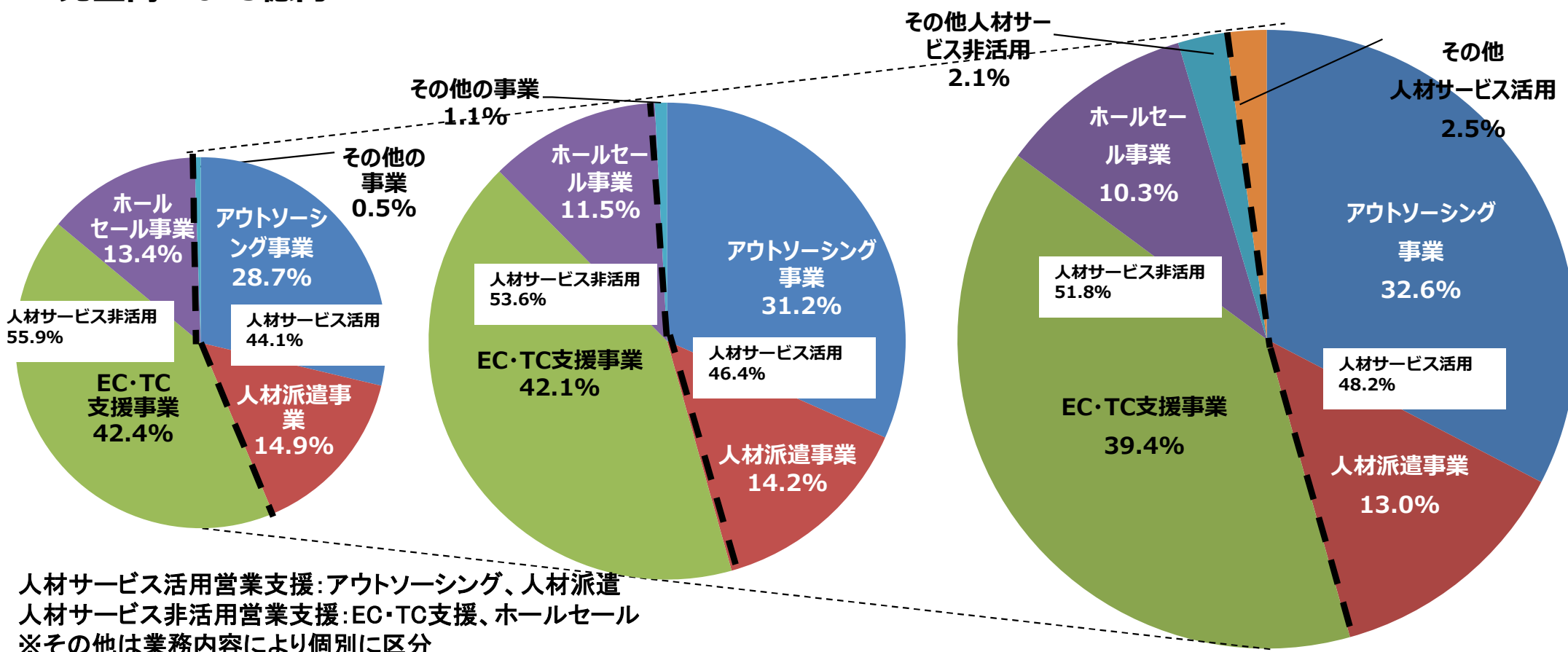
(5) 変化する事業体質①

① 人材サービス活用営業支援・非活用営業支援ポートフォリオ

2018年8月期
売上高 623億円

2019年8月期
売上高 638億円

2020年8月期
売上高計画 720億円

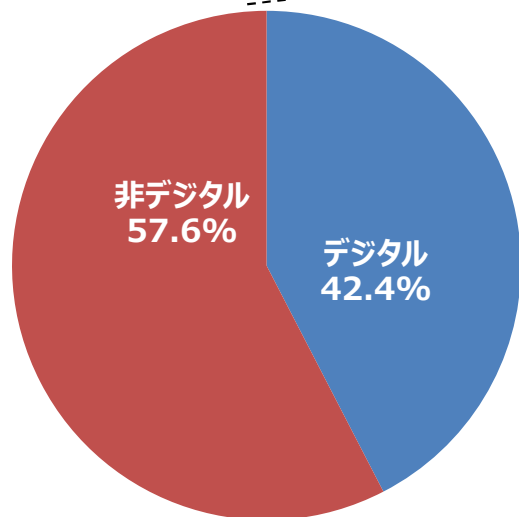


	2018/8期	2019/8期	2020/8期計画
人材サービス活用営業支援売上高 (シェア)	275.3億 (44.1%)	296.3億 (46.4%) +21.0億	346.8億 (48.2%) +50.5億
除く上記売上高 (シェア)	347.9億 (55.9%)	341.7億 (53.6%) △6.2億	373.2億 (51.8%) +31.5億

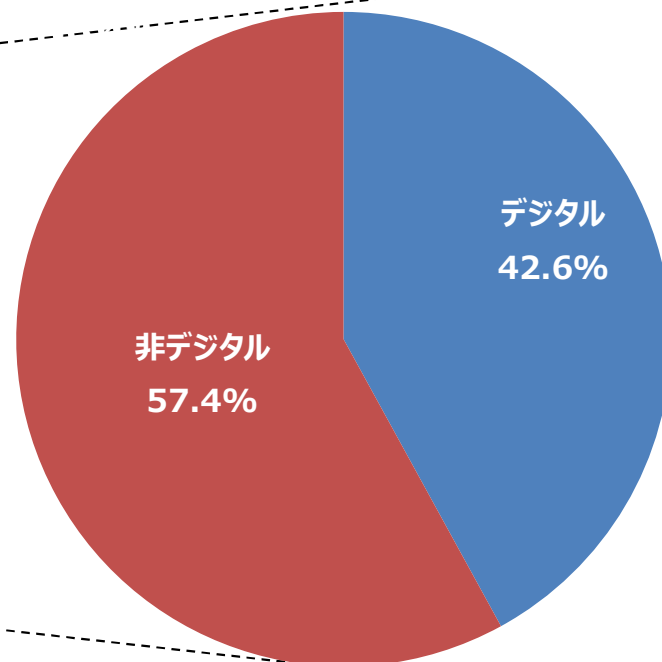
(5) 変化する事業体質②

② デジタルビジネス、非デジタルビジネスポートフォリオ

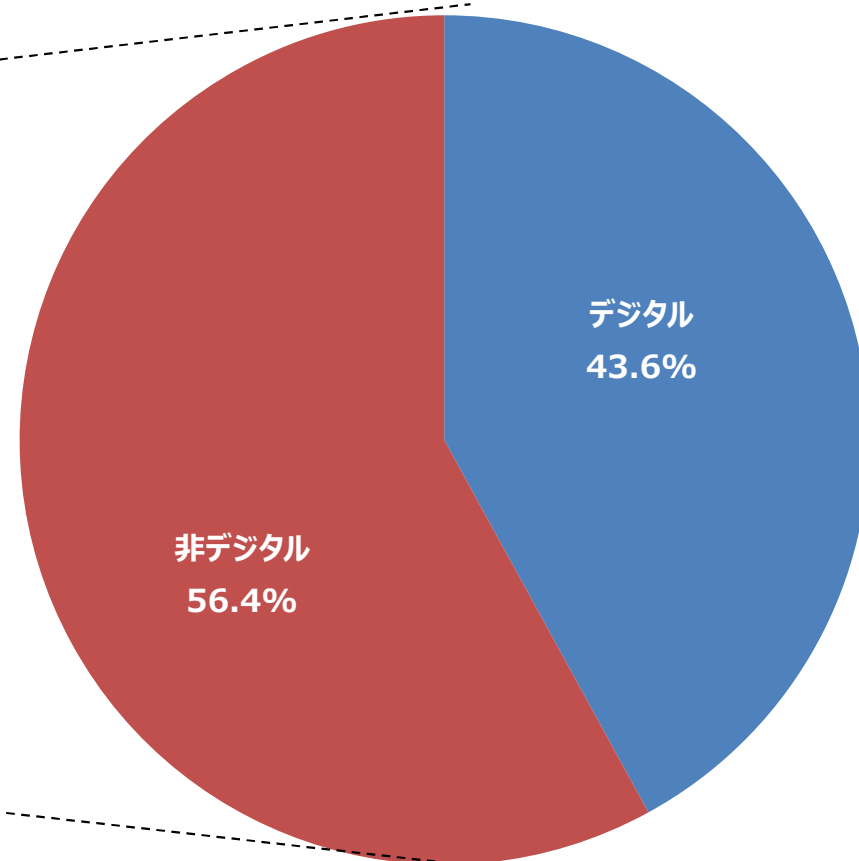
2018年8月期
売上高 623億円



2019年8月期
売上高 638億円



2020年8月期
売上高計画 720億円

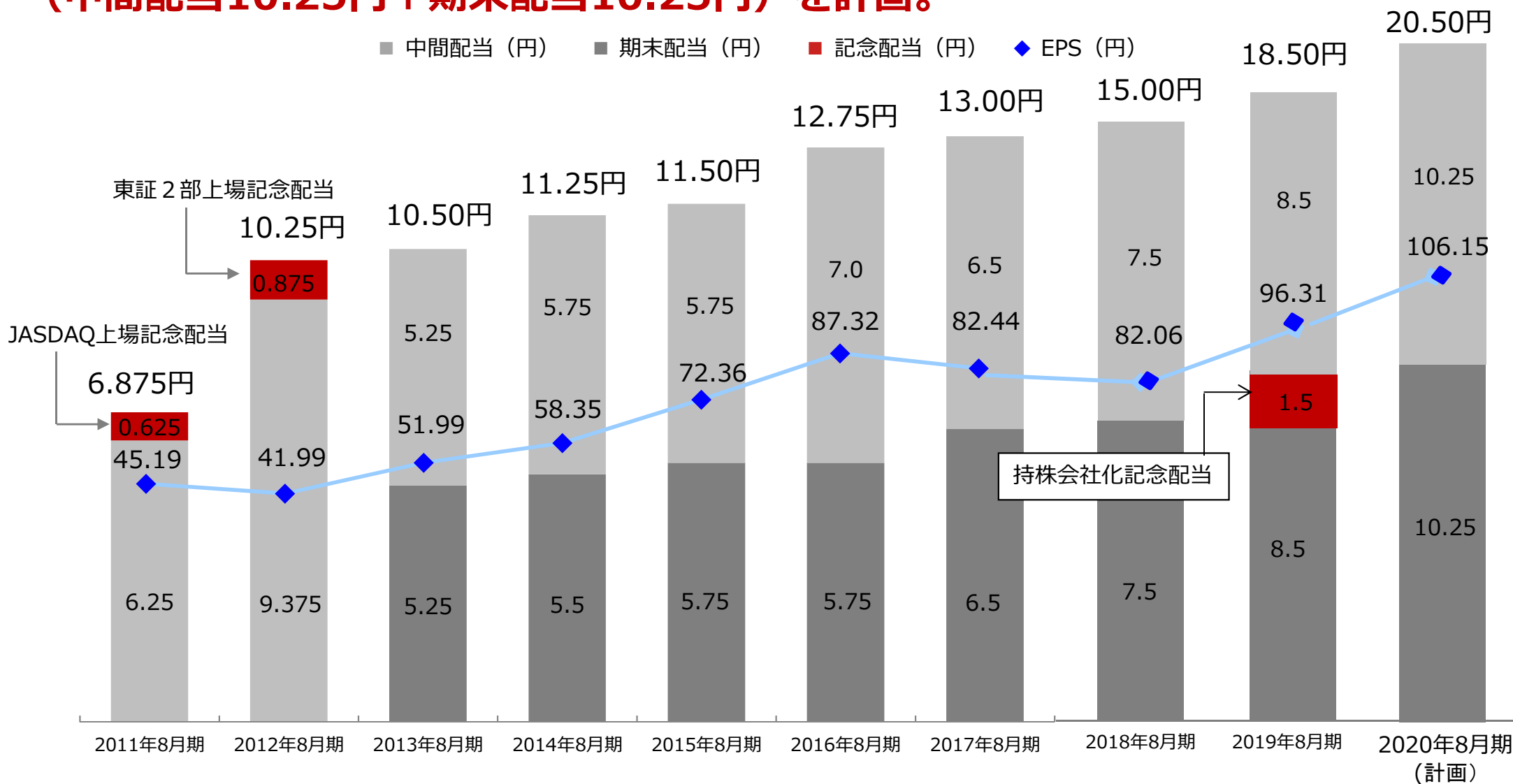


※デジタルビジネスポートフォリオ
EC支援(BBF)、インサイドセールス(セールスロホ*)、
システム開発事業(セールスロホ*・LOWCAL)

	2018年8月期	2019年8月期	2020年8月期計画
デジタルビジネス (シェア)	264.3億 (42.4%)	272.0億 (42.6%) +7.7億	314.0億 (43.6%) +42.0億
非デジタルビジネス (シェア)	358.9億 (57.6%)	366.1億 (57.4%) +7.2億	406.0億 (56.4%) +39.9億

(6) 配当計画

**2.0円増配し、株式上場以来9期連続増配の通期20.5円配当
(中間配当10.25円+期末配当10.25円)を計画。**



※当ページ記載の1株当たり配当金・EPSは、2012年4月30日株式分割(1対2)、2013年1月31日株式分割(1対2)、2016年1月31日(1対2)の株式分割を遡及計算して記載しております。



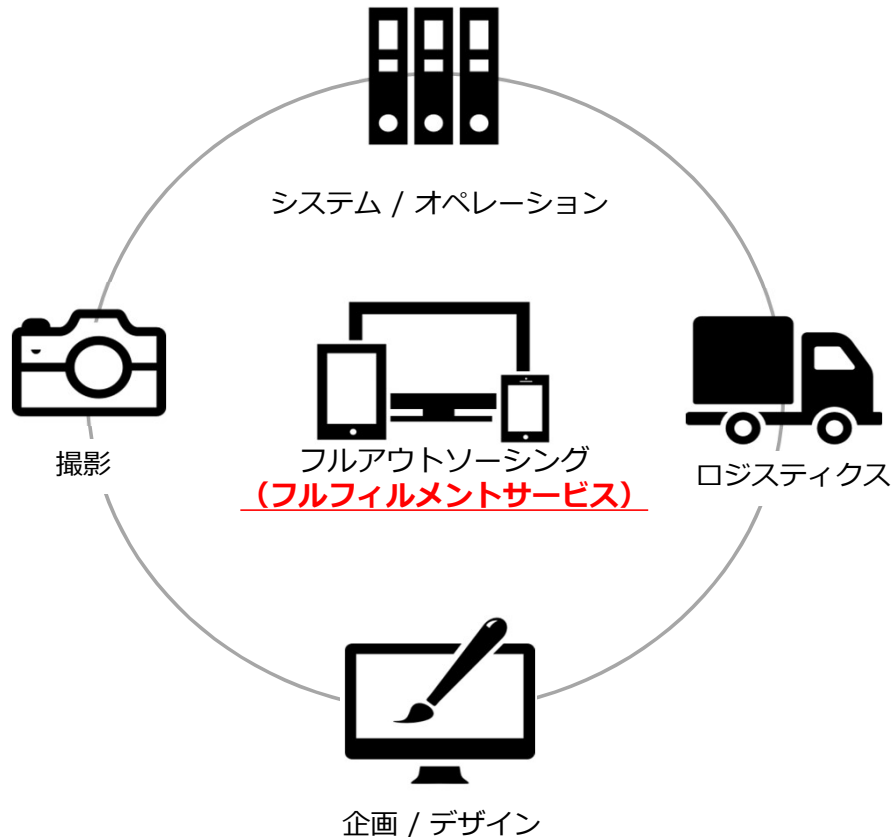
第24期の戦略のポイント

ECフルフィルメントサービスについて

EC支援事業（BBF）

- ・ 自社開発ECプラットフォームは安価で専門性が高くアパレル・スポーツ系中心に現在約100サイトを支援中
- ・ 新規分野の食品分野を強化する他、ポップアップショップ等と連動した「オムニチャネル営業支援」にも注力

・ EC支援事業のイメージ



EC・WEB企画・制作

ECサイトやブランディングサイトの構成（設計）・デザイン・コーディングなど全て対応



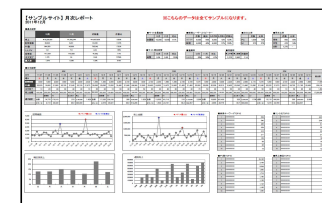
EC専用の撮影サービス

ささげ（撮影・採寸・商品コメント作成）画像加工など全ての業務をサポート
※ロケーション（外）での撮影も可能



販売、決済、物流サービス

日々の商品販売、決済、物流に至るまでトータルでサポート

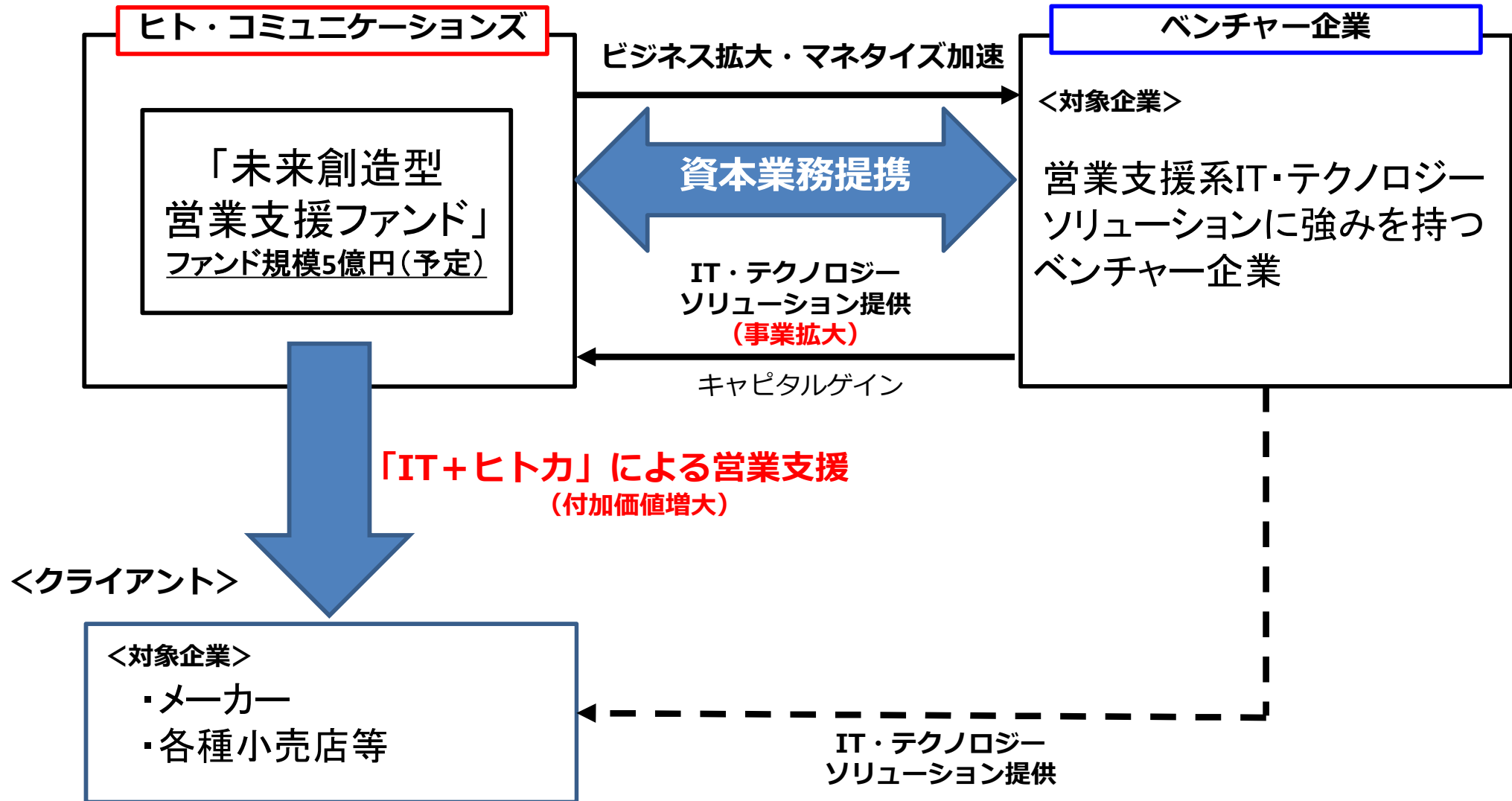


販売実績の分析・改善提案

月次でサイトの売上データ、アクセスデータを分析し、顧客動向の把握や更なる改善に向けた提案を実施

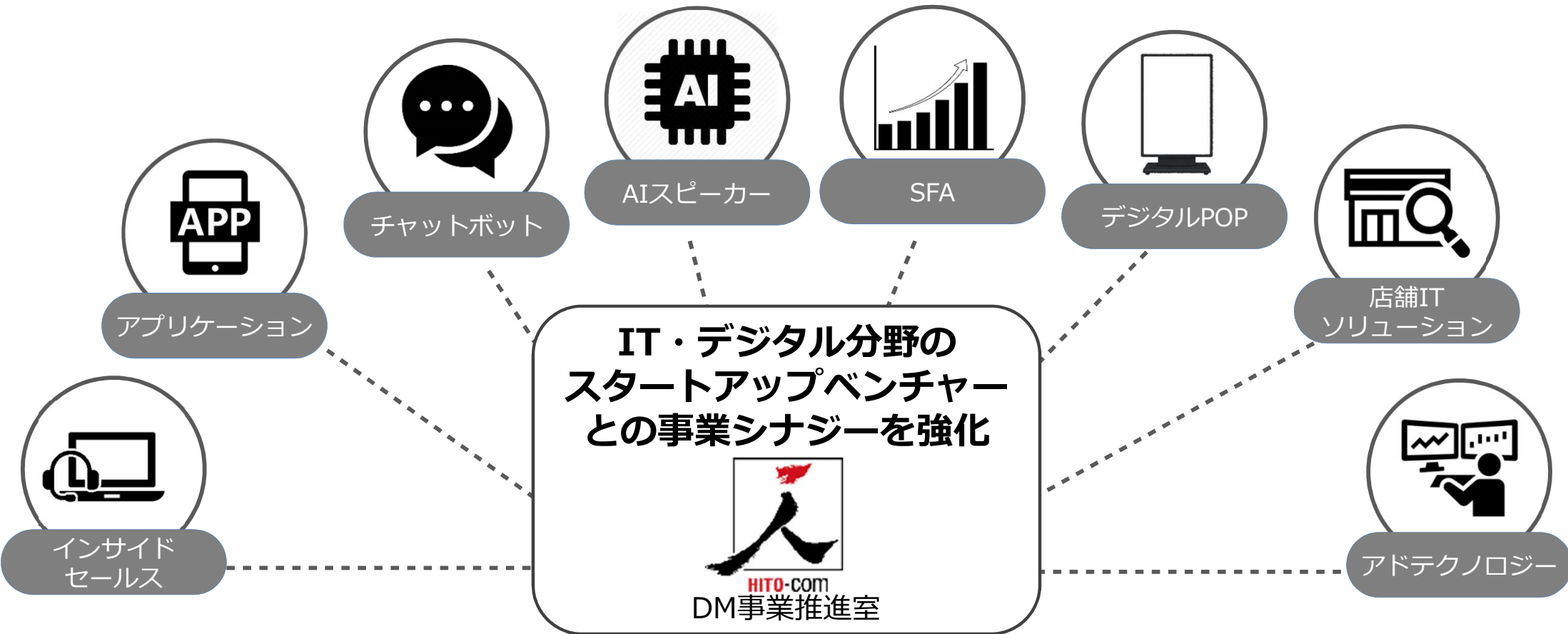
戦略のポイント 1.(1)「未来創造型営業支援ファンド」の創設

○スキーム図



戦略のポイント 1.(2) 「IT×ヒトカ」による近未来的な営業支援を目的にDM室設置

「ヒューマン営業支援プラットフォーム」と「EC支援プラットフォーム」を融合させ、「IT×ヒトカ」による効率的で効果的な近未来的な営業支援事業の構築を目指すため、デジタルマーケティング事業推進室を設置。IT・テクノロジー系の有望なスタートアップベンチャーとの事業シナジーの創出を推進し、業務提携を踏まえたデジタルマーケティング事業の構築を行っていく。



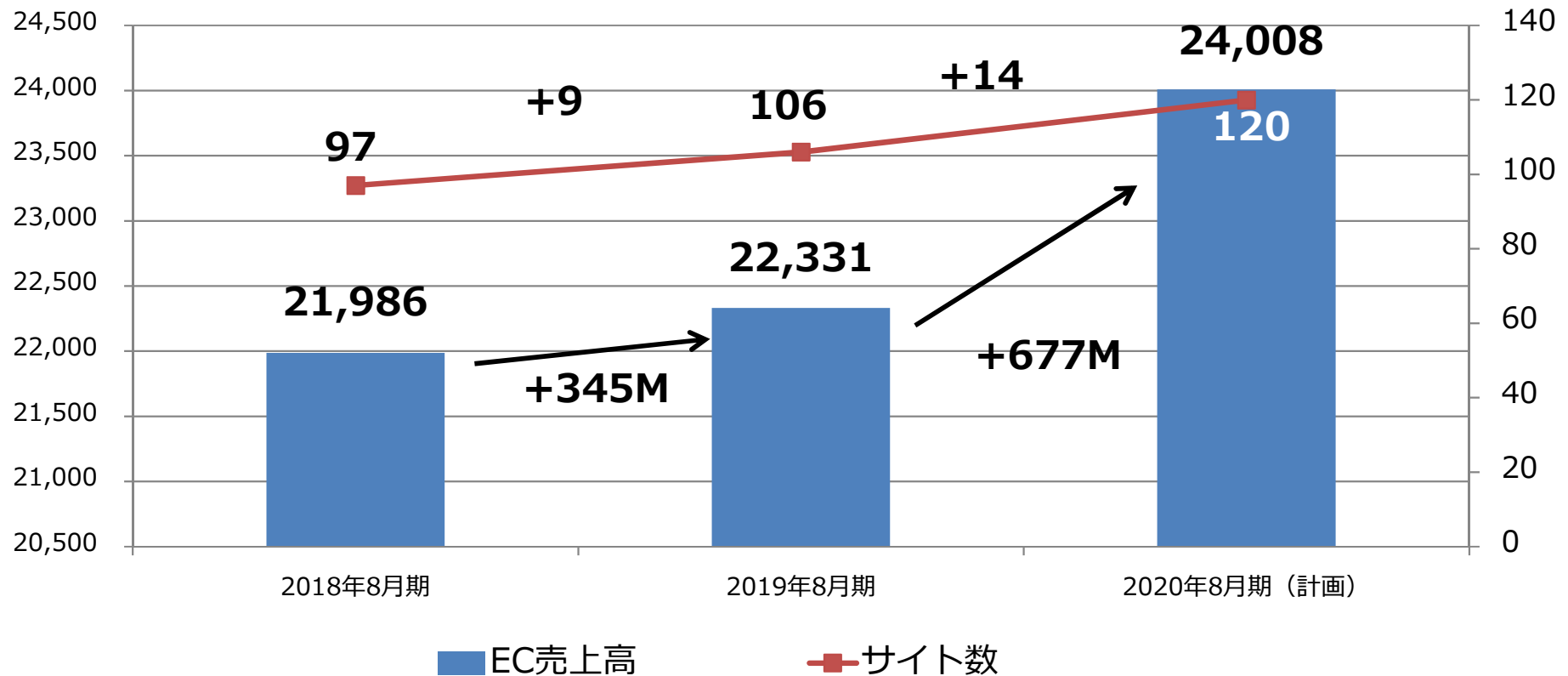
戦略のポイント 2.EC支援事業の拡大

○ファッション専門サイト運営実績を武器にファッションブランドを中心にサイト運営受託が堅調に推移中。今期は120サイトの運営委託を目指す。
又新規領域として食品ECサイト支援事業に本格的に参入する計画。

【EC事業の実績・計画】

売上（百万円）

サイト数



戦略のポイント 3.(1)インサイドセールス事業へ参入

■ SALES ROBOTICS

400万社のデータベースにより

高精度のインサイドセールス運営を実現



IT
テクノロジー



りよ
ヒトカ

■ ヒト・コミュニケーションズ

全国48の拠点網を活用し

全国ワンストップのソリューションを提供



共同提案



マーケティングから訪問・成約まで、ワンストップで完結できる営業支援サービス

認知

マーケティング

リードジェーン

PR広告・検索
ソーシャル・展示会
郵送/FAX・セミナー
ショールーム

ナーチャリング

WEBサイト・FAX
DM・Eメール
ソーシャル・テレマーケ

リード獲得

資料請求
問い合わせ
顧客訪問

興味・関心

インサイドセールス (IT・テクノロジー)

見込顧客抽出

高精度リード (BANT情報の収集)

ターゲットリスト

TEL
自社WEBサイト
資料送付
セミナー
メルマガ

案件創出・顧客醸成

比較・検討

購入・継続

訪問営業 (ヒトカ)

アポ → 訪問 → 商談 → 受注 → 成約 → フォロー

クロージングプロセス
クロスセル/アップセル

ナーチャリング

顧客データベース構築・更新

戦略のポイント 3.(2)インサイドセールス事業の強化・拡大

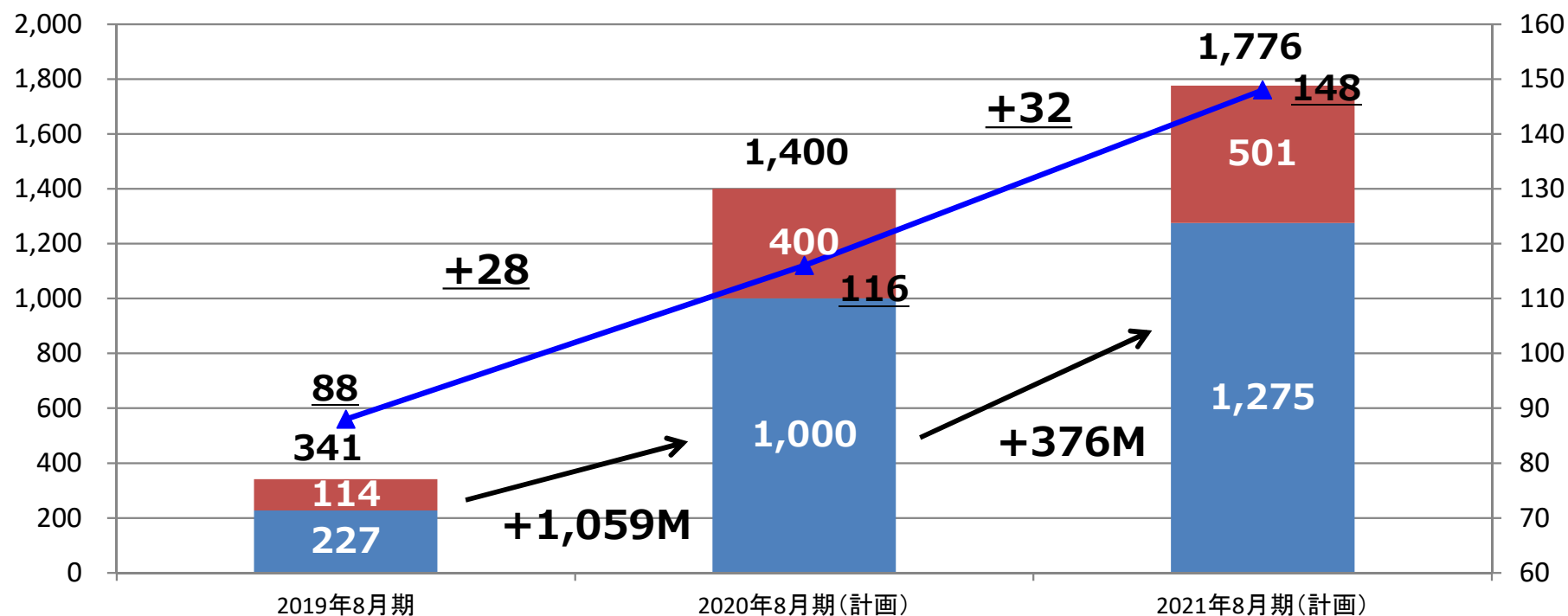
○SALES ROBOTICS株式会社を100%グループ化（2019年4月）

ヒト・コミュニケーションズの「エリアカ・営業力」「ヒト力」を最大限活かし
将来拡大が予想されるインサイドセールス分野の強化・拡大を図る。

【インサイドセールスの実績・計画】

売上高（百万円）

取引先数（下線）



ITBASE売上

SALESBASE売上

SALES BASE運用先数

戦略のポイント 4. 外国人ビジネスの飛躍的拡大

高度ビザ・ワーキングホリデー・インターンシップに加え、2019年4月に開始した新制度“特定技能”、5月にスタートした特定活動46号にも対応。外国人採用のニーズに幅広く対応することで、外国人ビジネスの飛躍的拡大を目指す。

2019年8月期
外国人稼働
実績
875名



2020年8月期
外国人稼働数(計画)
1,200名



2021年8月期
外国人稼働数(計画)
1,600名

○稼働計画実現に向けた3つの施策

市場開拓

○空港・ホテル・小売領域の拡大

東京・関西・東海・九州地区を中心に
した外国人ニーズの取込み強化

○販売・営業・サービス分野に 特化した外国人紹介ビジネス の強化

特定技能への対応・収益力強化を目指し
ホテル・飲食・他向けの人材紹介ビ
ジネスを強化。

採用強化

○現地パートナーとの連携協定締結

現地パートナーとの連携協定を締結。
これにより自治体を含めた産官学連携
による外国人ビジネスのプラット
フォーム構築に取り組む。

○ITを活用した採用力強化

WEB面談システム・外国人DB等を活用
により国内外での外国人採用を強化。

体制強化

○組織の制度対応

出入国管理庁認定の「登録支援機関」と
して認定（2019年8月登録認定）
入管法改正、特定技能 ビザ新制度への本
格的な取り組みを強化する。

○関西地区の体制強化

IRや大阪万博の開催含め更なる採用ニ
ーズの拡大が予される関西地区の強化を
図る観点から関西支社に外国人専門営業部
を設置する。

戦略のポイント 5. 通信・モバイル事業の拡大

通信・モバイル分野を取り巻く状況を事業拡大の好機と捉え積極的な営業提案を行う

通信(携帯)料金引き下げ議論

電気通信事業法改正(2019年)

「通信料金と端末代金の分離」
「行き過ぎた囲い込みの是正」

「販売代理店届出制度の導入」

「事業者・販売代理店の
勧誘の適正化」

ヒトコムビジネスチャンス

ニーズ取込みによる実績拡大
2019.8期: 148億→2020.8期166億
(+18億)

各プレイヤーで想定されるニーズ

○通信キャリア

- ・新規キャリア参入による販売促進強化
- ・光回線とのセット販売による実質的な囲い込み策推進
- ・コンテンツ系サービスの拡大

○端末メーカー(国内・外資)

- ・外資系メーカーの販促強化
- ・キャリアによる端末値引き制限による低価格端末メーカーの販促強化

○携帯代理店(商社等)

- ・値引き販売以外の複合的な提案が出来る販売員ニーズ
- ・来店予約制の普及による来店客数減少への対応
- ・新たなサービス・商品の増加

戦略のポイント 6. スポーツ事業の拡大

「ラグビーワールドカップ2019」日本大会においてオフィシャルスポンサーとして大会をサポート。同大会での事業実績をヒトコム®のレガシーとして2020オリンピック・パラリンピックにおいても関連事業の最大化を目指す。

○「ラグビーワールドカップ2019」日本大会における主な運營業務受託

- ・大会ボランティア募集・教育・運營業務
- ・公式オンラインショップ運營業務受託
- ・会場内グッズショップ運營業務受託
- ・会場外グッズショップ（メガストア）運營業務受託
- ・スポーツホスピタリティ運營業務受託 他



○「東京2020オリンピック・パラリンピック」関連事業

- ・聖火リレーランナー募集・教育・運營業務
- ・大会ボランティア募集・教育・運營業務 他

○プロ野球及び各種プロスポーツ団体・NF等のスポーツイベント運營業務受託

24期スポーツビジネス売上高 12.8億円

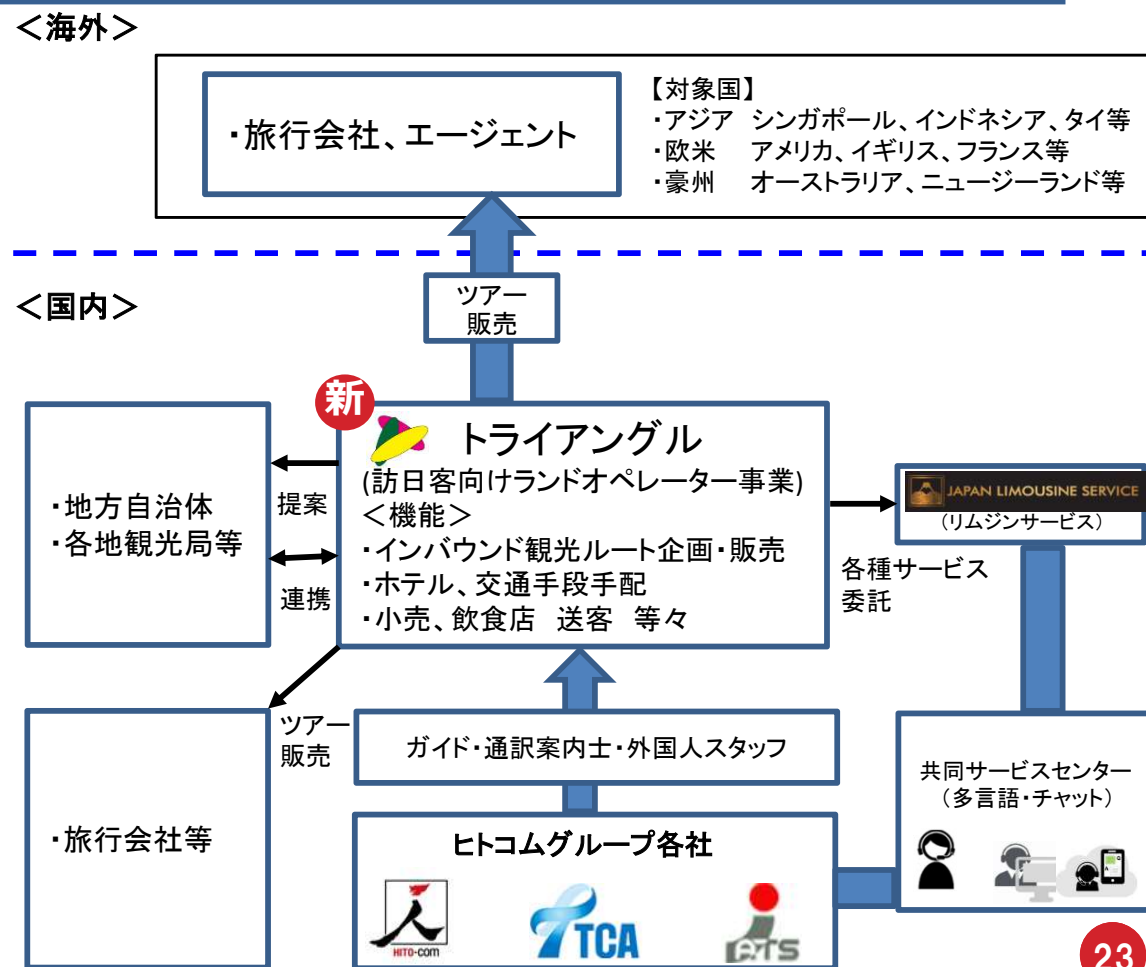
戦略のポイント 7. インバウンド・ツーリズム事業の拡大

（株）トライアングルをグループ化～ランドオペレーター事業に参入～

- ・ 訪日客向けランドオペレーター事業に強みを持つ（株）トライアングルをグループ化（2019年6月）
- ・ リムジンサービス、全国拠点網等ヒトコムグループの資源を最大限に活用し、インバウンド
- ・ ツーリズム事業を**売上高約70億円規模**まで拡大させる計画

	株式会社トライアングル
本社所在地	東京都豊島区
事業内容	訪日外国人旅行者向け ランドオペレーター事業
資本金	1,200万円
設立年月日	2007年3月1日
売上高	1,540百万円（2019年2月期）
株式取得日	2019年6月3日

トライアングルは、ランドオペレーター業界におけるパイオニア的企業。独自の観光コース企画力を強みとして、ASEANを中心に各国の旅行エージェントと強固な信頼関係を構築している。



戦略のポイント 8. IT・テクノロジーを活用した採用代行事業の立上げ

営業販売・サービス分野に特化した採用・研修代行事業の立上げ

働き方改革による労働市場を取り巻く環境変化

- 同一賃金同一労働の施行による直雇用比率の上昇
- 人材不足や働き方改革による人事業務の効率化
- ダブルワークの促進による就業意識の変化
- ITの進展による採用プロセスの変化

労働の多様性・流動化が進展

働きたい時、働きたい仕事で働ける時代の採用フローへ

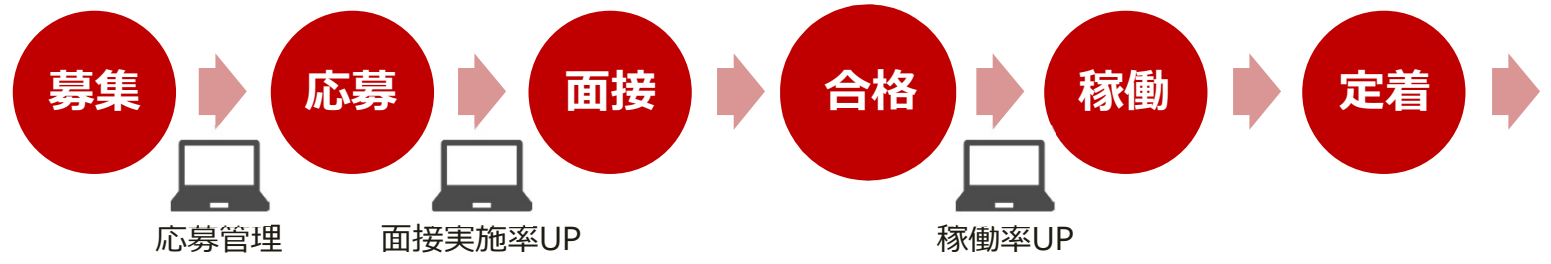
ITテクノロジーを用いた“採用～育成～定着”をサポートする

営業・販売サービス分野に特化した新人事支援サービスを展開



リモート面接を可能とするWEB面談システムを導入

遠隔面接・録画面接・音声解析により応募管理の効率化・面接実施率をUP
併せて採用担当者の面接スキルチェックや採用効果分析が可能に。



本社に専用ブースを設置し下期の事業化に向けトライアルを実施予定

マーケティングの未来創造企業へ 手応えのある進化



【 連絡先 】 株式会社ヒト・コミュニケーションズHD 経営企画部 飯島
【 所在地 】 東京都豊島区東池袋1丁目9番6号
【 T E L 】 03-5979-7749



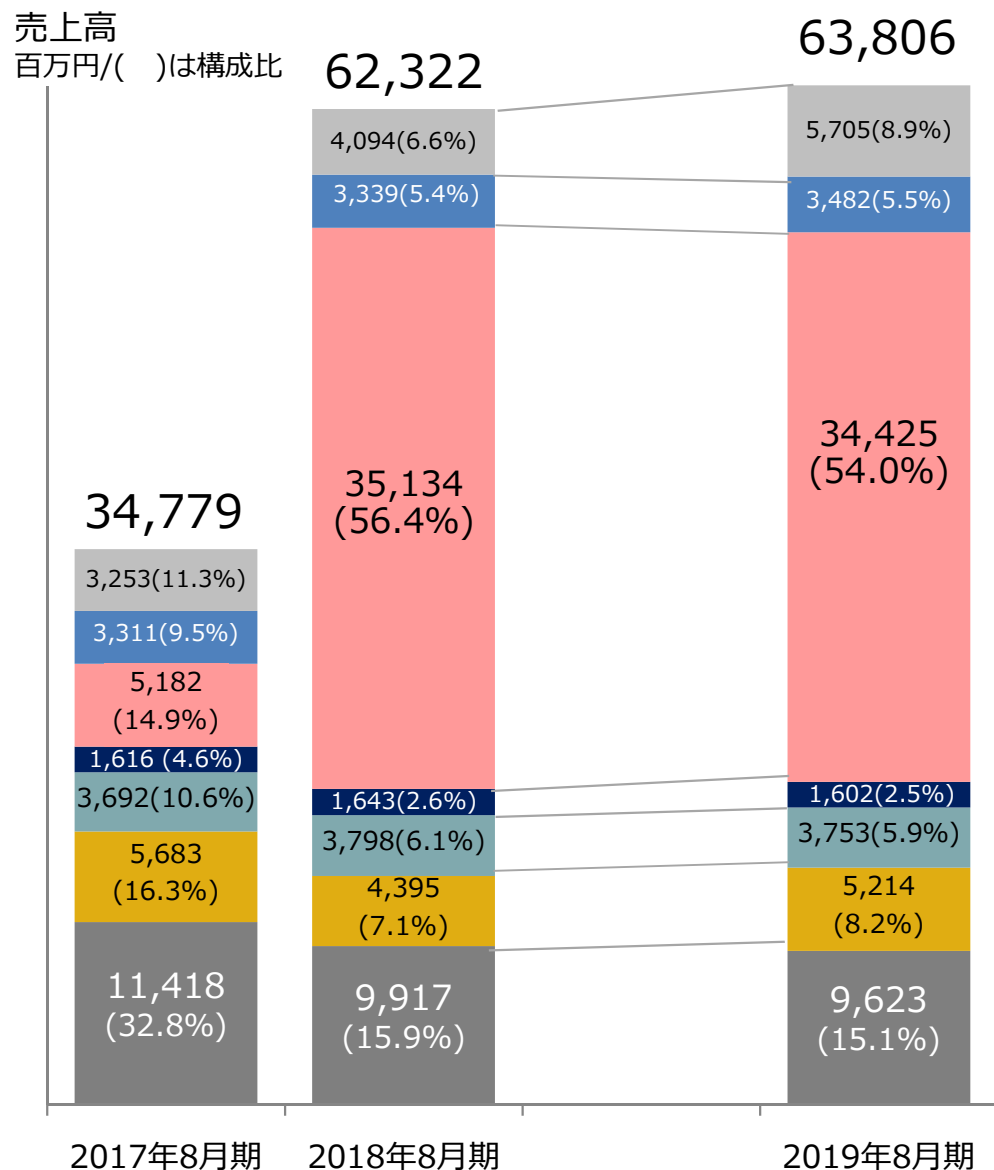
このプレゼンテーション資料には、現時点の将来に関する前提や見通しに基づく予測が含まれております。実際の業績は、その時々状況や多様な要因により変更を余儀なくされることがあります。なお、変更があった場合でも当社は本資料を改定する義務を負いかねますので、ご了承ください。

また、本資料のいかなる部分も一切の権利は株式会社ヒト・コミュニケーションズに属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願い致します。



参考書類

1. 商材別 売上高実績



ブロードバンド ↓ 前期比 $\Delta 3.0\%$ ($\Delta 293M$)

- ・ 主要通信キャリアを中心とした生産性を軸としたマーケティングへのシフトによる受注の縮小は一段落し、通期では減少したものの足元(単月ベース)は増加に転じる

モバイル ↑ 前期比 $+18.6\%$ ($+818M$)

- ・ 新規モバイルキャリアの参入で活性化する通信・モバイル分野において大きく事業を拡大

家電 ↓ 前期比 $\Delta 1.2\%$ ($\Delta 44M$)

- ・ 主要家電メーカーにおいて商戦期を中心とした販売支援が縮小

ストアサービス ↓ 前期比 $\Delta 2.5\%$ ($\Delta 41M$)

- ・ スーパー・GMS等向け案件の受注が縮小

ファッション・コスメ ↓ 前期比 $\Delta 2.0\%$ ($\Delta 709M$)

- ・ 新規のECサイトの運営受注が好調に推移
- ・ 利益重視の受注獲得により、ホールセール事業は一時的に縮小

観光 ↑ 前期比 $+4.3\%$ ($+142M$)

- ・ ラグビーW杯を中心にスポーツイベント運営業務が好調に推移
- ・ 海外添乗派遣の受注が回復基調

その他 ↑ 前期比 $+39.3\%$ ($+1,611M$)

- ・ 外国人人材サービス、空港ビジネス等インバウンドビジネスが好調に推移
- ・ キャッシュレス決済支援サービス分野への本格参入
- ・ インサイドセールス事業への本格参入

2. 貸借対照表の概要（2019年8月期末）

単位：百万円、下段は構成比

	2018年8月期末	2019年8月期末		主な増減要因
			前期末増減	
流動資産	13,306 (68.6%)	14,952 (61.0%)	+1,646	現金及び預金 +757百万円 売掛金 +659百万円 商品 +255百万円
固定資産	6,084 (31.4%)	9,562 (39.0%)	+3,477	のれん +1,673百万円 関係会社株式 +876千円 ソフトウェア +581百万円
資産合計	19,391 (100.0%)	24,515 (100.0%)	+5,124	
流動負債	6,159 (31.8%)	7,788 (31.8%)	+1,628	1年以内返済長期借入金 +489百万円 未払金 +457百万円 買掛金 +231百万円
固定負債	3,367 (17.4%)	5,312 (21.7%)	+1,945	長期借入金 +1,905百万円
負債合計	9,526 (49.1%)	13,100 (53.4%)	+3,574	
純資産合計 (自己資本比率)	9,864 (48.1%)	11,414 (43.9%)	+1,549	利益剰余金 +1,428百万円 非支配株主持分 +125百万円
負債純資産合計	19,391 (100.0%)	24,515 (100.0%)	+5,124	

3. キャッシュ・フロー計算書の概要

単位：百万円

	2018年8月期	2019年8月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,600	2,459
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲184	▲3,424
フリー・キャッシュ・フロー	1,416	▲965
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲897	1,781
現金及び現金同等物の増減額	516	810
現金及び現金同等物の期首残高	5,436	5,985
現金及び現金同等物の期末残高	5,985	6,796

4. 2020年8月期の計画

単位：百万円、下段は構成比

	2020年8月期			
	第2四半期計画	前年同期比	通期計画	前期比（増減額）
売上高	36,000 (100.0%)	—	72,000 (100.0%)	112.8% (+8,193)
アウトソーシング事業	11,105 (30.8%)	—	23,500 (32.6%)	118.0% (+3,579)
人材派遣事業	4,590 (12.8%)	—	9,380 (13.0%)	103.9% (+347)
EC・TC支援事業	15,115 (42.0%)	—	28,400 (39.4%)	105.7% (+1,542)
ホールセール事業	3,650 (10.1%)	—	7,385 (10.2%)	101.0% (+75)
その他	1,600 (4.4%)	—	3,335 (4.6%)	486.1% (+2,648)
売上総利益	6,470 (18.0%)	—	13,047 (18.1%)	116.6% (+1,859)
販売管理費	4,800 (13.3%)	—	9,697 (13.5%)	118.1% (+1,487)
営業利益	1,670 (4.7%)	—	3,350 (4.7%)	112.5% (+371)
経常利益	1,680 (4.7%)	—	3,370 (4.7%)	112.6% (+378)
親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益	945 (2.6%)	—	1,900 (2.6%)	110.8% (+184)