



2021年8月期 第3四半期 決算説明資料

2021年7月8日

- 1 HITO・コミュニケーションズ・ホールディングス概要
- 2 2021年8月期 第3四半期決算概況
- 3 2021年8月期 計画概況
- 4 2021年8月期 取組みトピックス



ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス概要

【ヒトコムHDの創出価値（事業テーマ）】

リアル・デジタルの手段を問わずに、人と人との接点そのすべてをビジネスフィールドに、常にお客様の笑顔と満足を追求し、明るく活力ある社会を創出する

コロナ禍により10年変化が早まった外部環境

- ライフスタイルの多様化
- DXの進展
- 働き方改革

クライアントの業務機能の一部を請け負い、**効率的な事業運営を支援**する

キャリアチェンジ・雇用の創出を図り、**教育・研修による戦力化**により、チームで最大限の成果を出す

IT・デジタルを活用した**新たな営業支援ソリューションを創造・開発**する

少子・高齢化

人口減経済

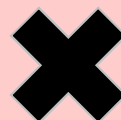
生産性向上の必要性

早急に対応が必要な社会的課題

本格的マーケティング分野のアウトソーシング時代を切り拓く

- ・通信等、販売系営業支援
- ・各種施設運営
- ・スポーツイベント運営
- ・国内外旅行添乗員派遣
- ・ランドオペレーティング

ヒューマン
営業支援



デジタル
営業支援

- ・ECサイト運営支援
- ・インサイドセールス
- ・先端テクノロジーの活用
オンライン接客・ライブコマース 他

充実した事業ポートフォリオ

リアルとバーチャルを融合した
オムニチャネル営業支援

- ・100を超えるブランドのECサイトを運営
- ・通信・ツーリズム・スポーツ・物流等幅広い業界に対応

成果追求型営業支援

- ・クライアントニーズに応え、パートナーとして成果追求
- ・ECサイト運営ではレベニューシェアモデルにより、クライアントの成長にコミット

人材育成力

未経験者を経験者に

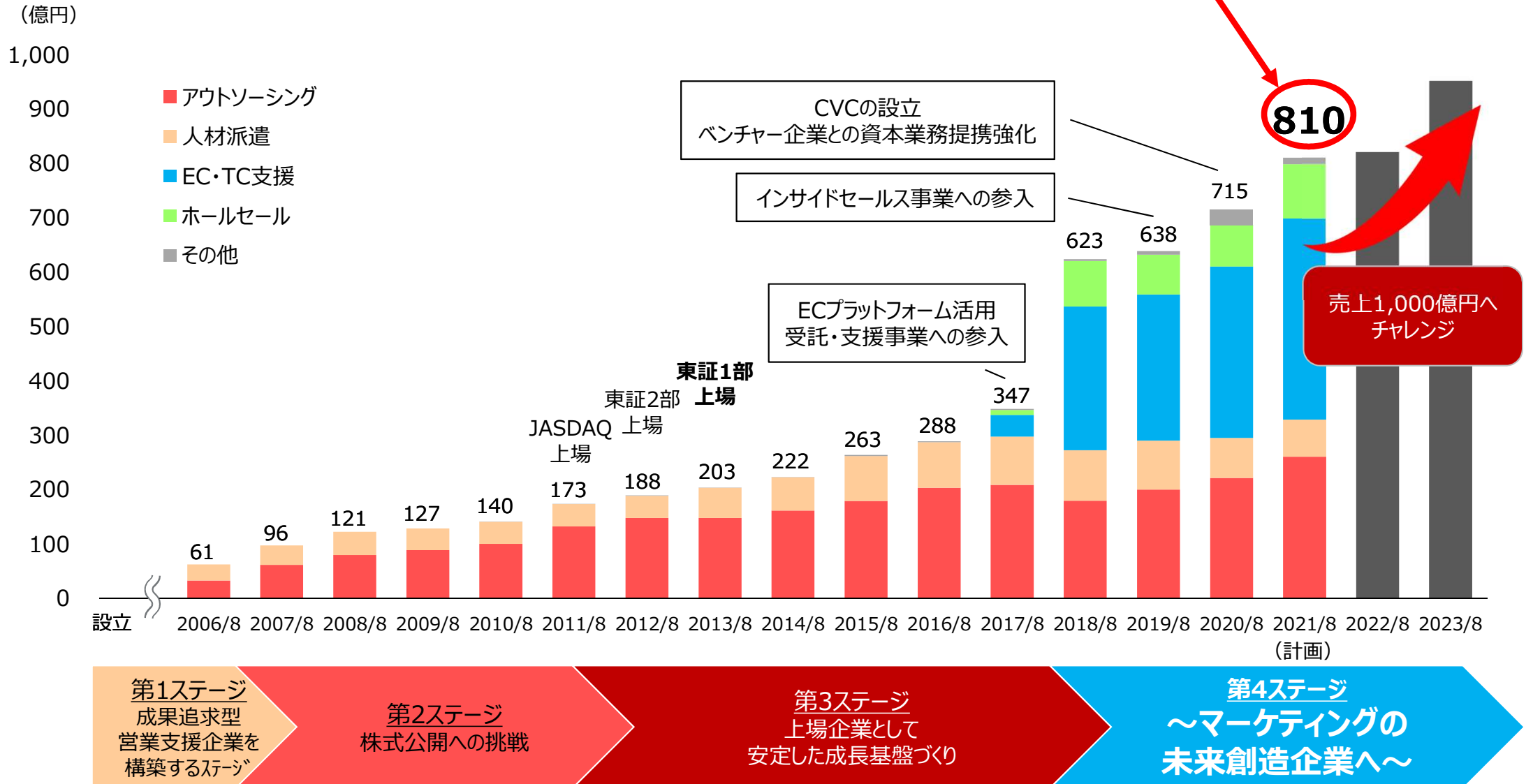
- ・リアルとバーチャルに対応できる独自の多様な育成プログラム
- ・グループによる育成制度で「チーム」としてプロのスタッフを育成

レベルの高い事業遂行力

- ・都市型、郊外型を問わず全国案件に対応できる機動力
- ・15,000名を超える専門スタッフ
- ・EC事業をサイト構築・運営、配送、決済等、一気通貫で支援

ヒトコムHDの強み

会社設立以来25期連続の増収に向け、好調に推移。第3四半期までの進捗率は75.6%。





2021年8月期 第3四半期決算概況

既存サイトに加え、新規立ち上げサイトの売上也好調に推移しているECプラットフォームを活用したECサイト運用支援事業や、有力な保有ライセンスを活かしたホールセール事業が好調な流れを継続。都心部における実店舗での業務縮小やツーリズム・スポーツ分野の厳しい事業環境をカバーし、新型コロナウイルス感染症の影響が継続する状況においても、**売上高、営業利益ともに前年同期実績を2桁上回る結果で着地。**

売上高

61,256百万円
前年同期比115.7 %

- ◆ EC市場の拡大を背景に、これまでに蓄積してきたサイト運営ノウハウを活かしたECサイト運用支援事業の売上が拡大
- ◆ 保有する有カライセンスやインフルエンサーの活用により企画提案力を強化したホールセール事業は、既存クライアントの業績拡大に加え、新規クライアントを獲得し、好調を維持
- ◆ アウトソーシング事業は事業環境が厳しいなか、主力の通信キャリア向け案件が底堅く推移。また政府・地方公共団体等からコロナワクチン接種関連案件を獲得

営業利益

3,645百万円
前年同期比143.0 %

- ◆ デジタルマーケティング分野（ECサイト運用支援、インサイドセールス、システム開発受託 他）が順調に業績を拡大
- ◆ ホールセール事業では、増収効果に加え、人気キャラクターやインフルエンサーを活用した高付加価値商品が拡大
- ◆ アウトソーシング事業における外訪型営業支援など高付加価値案件の獲得に加え、徹底したコスト効率化の取組みが定着

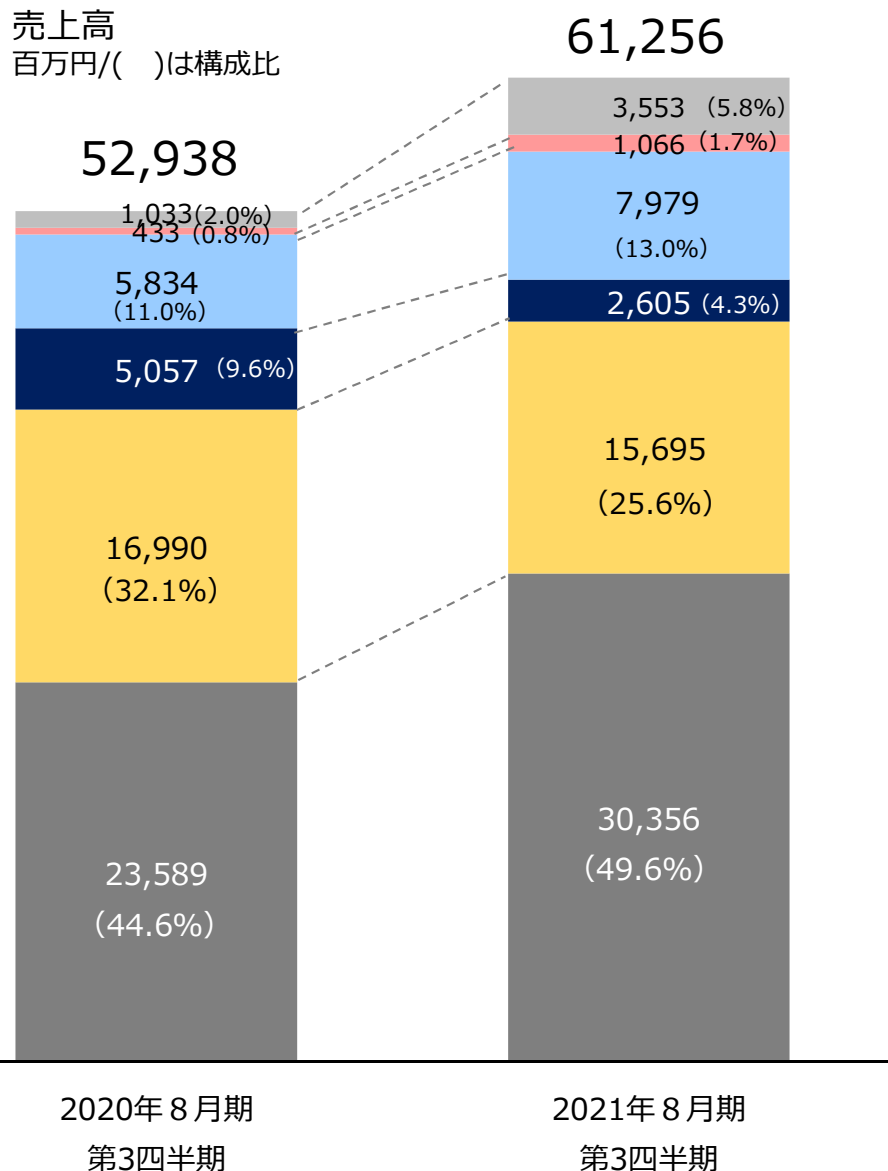
損益計算書の概要



| | 2020年8月期 第3四半期実績 | 2021年8月期 第3四半期実績 | | |
|----------------------|---------------------|--------------------|--------|--------|
| | | | 前年同期比 | 前年増減 |
| 売上高 | 52,938 (100.0%) | 61,256 (100.0%) | 115.7% | +8,318 |
| アウトソーシング事業 | 16,527 (31.2%) | 18,086 (29.5%) | 109.4% | +1,559 |
| 人材派遣事業 | 5,773 (11.9%) | 5,122 (8.4%) | 88.7% | △651 |
| EC・TC支援事業 | 22,248 (42.0%) | 29,134 (47.6%) | 131.0% | +6,885 |
| ホールセール事業 | 5,834 (11.0%) | 7,979 (13.0%) | 136.8% | +2,145 |
| その他の事業 | 2,554 (4.8%) | 934 (1.5%) | 36.6% | △1,620 |
| 売上総利益 | 9,600 (18.1%) | 10,661 (17.4%) | 111.0% | +1,060 |
| 販売管理費 | 7,050 (13.3%) | 7,015 (11.5%) | 99.5% | △35 |
| 営業利益 | 2,549 (4.8%) | 3,645 (6.0%) | 143.0% | +1,095 |
| 経常利益 | 2,578 (4.9%) | 3,890 (6.4%) | 150.9% | +1,311 |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 1,328 (2.5%) | 2,252 (3.7%) | 169.6% | +923 |

セクター別第3四半期売上高実績

売上高
百万円/()は構成比



※ 当社は、事業をより実態に即した経営数値で管理を行うため、6つのセクターでの管理も行っております。

デジタル営業支援

↑ 前期比 **+28.7%** (+6,767M)

＜EC・TC支援・受託事業、インサイドセールス事業 他＞

- ・ ECプラットフォームを活用したECサイト運用支援では、既存サイトに加え、新規サイトの業績貢献も拡大
- ・ インサイドセールス受託事業は新規サービスを活用し、顧客開拓に成果
- ・ システム開発受託事業も着実に業績を拡大

販売系営業支援

↘ 前期比 **△7.6%** (△1,295M)

＜通信モバイル・家電・サービス等販売支援事業＞

- ・ 新型コロナウイルスによる一部クライアントの店頭活動の規模縮小等の影響
- ・ 5G対応や通信業界における業界構造変化を見据えたクライアントとの関係を強化

ツーリズム・スポーツ

↓ 前期比 **△48.5%** (△2,452M)

＜観光・スポーツ・MICE・インバウンド事業＞

- ・ プロスポーツを中心に回復基調が見られるものの、空港ビジネス、国内・海外旅行、インバウンド等については、コロナ禍の影響が継続し、今後の見通しも不透明な状況

ホールセール

↑ 前期比 **+36.8%** (+2,145M)

＜アパレル商材などのホールセール事業＞

- ・ 有ライセンスを活用した提案営業の強化による既存クライアントの業績拡大、新規クライアントの増加

セールビジネス支援

↑ 前期比 **+245.9%** (+633M)

＜外訪型営業支援 他＞

- ・ 新規に取組みを開始したモビリティ事業が業績拡大に貢献
- ・ キャッシュレス決済サービスの需要増による外訪型営業の拡大

その他

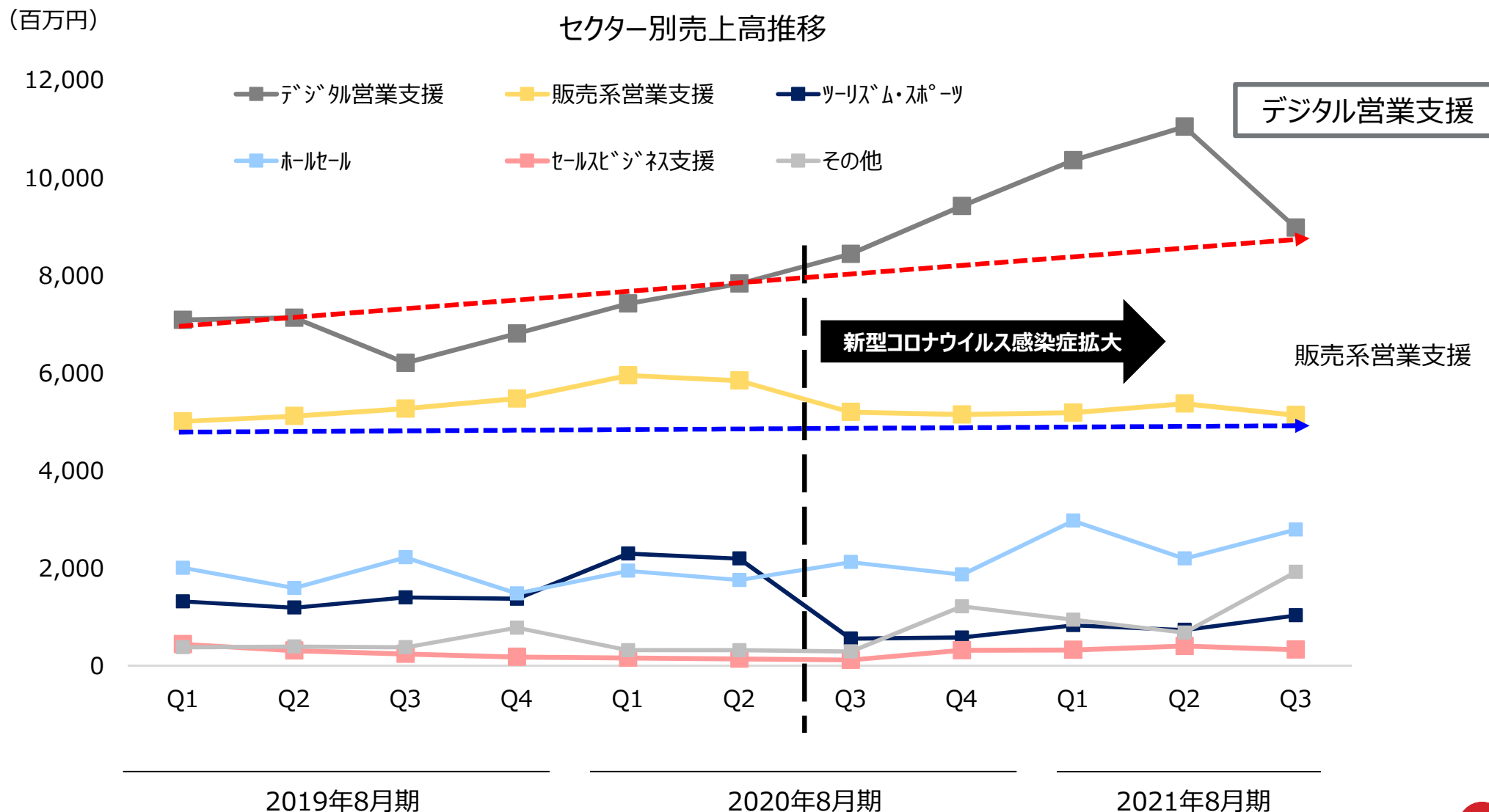
↑ 前期比 **+244.0%** (+2,520M)

＜コールセンター 他＞

- ・ 政府や地方公共団体のコロナワクチン接種関連業務等を受託

セクター別売上高推移（四半期別）

売上の増加は落ち着いたものの、ECサイト運営支援を中心とした「**デジタル営業支援**」が引き続き事業成長をけん引。「販売系営業支援」も底堅く推移。「ホールセール」は好調を維持。コロナ禍を背景に、**ワクチン接種関連等パブリックビジネス案件が大幅に拡大**。



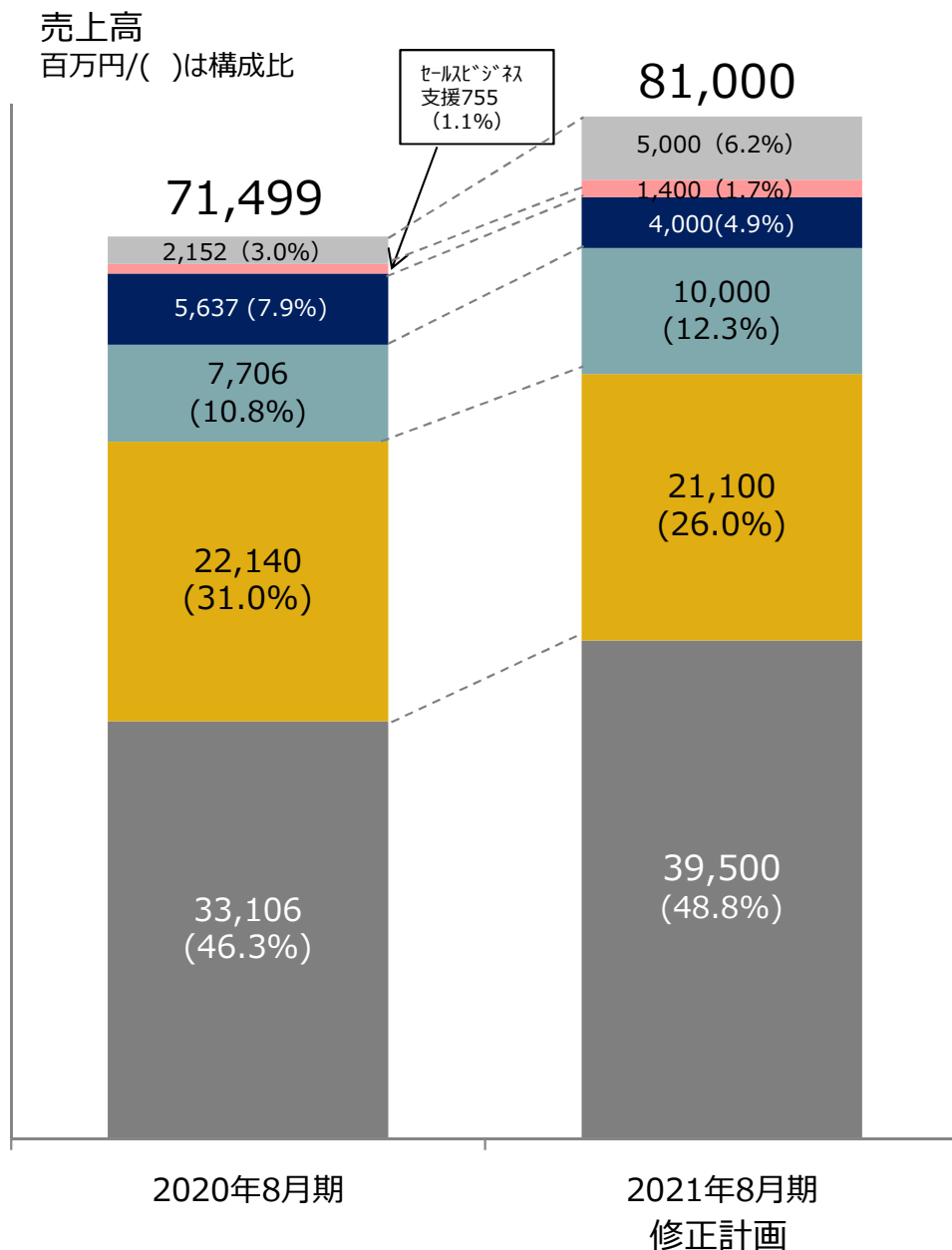


2021年8月期 計画概況

2021年8月期修正計画（損益計算書）

| | 2019年8月期実績 | 2020年8月期 | | 2021年8月期 | |
|----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | | 実績 | 前期比（増減額） | 修正計画 | 前期比（増減額） |
| 売上高 | 63,819 (100.0%) | 71,499 (100.0%) | 112.0% (+7,679) | 81,000 (100.0%) | 113.3% (+9,500) |
| アウトソーシング事業 (シェア) | 19,933 (31.2%) | 22,106 (30.9%) | 110.9% (+2,172) | 26,000 (32.1%) | 117.6% (+3,893) |
| 人材派遣事業 (シェア) | 9,032 (14.2%) | 7,329 (10.3%) | 81.1% (△1,703) | 6,800 (8.4%) | 92.8% (△529) |
| EC・TC支援事業 (シェア) | 26,857 (42.1%) | 31,533 (44.1%) | 117.4% (+4,675) | 37,000 (45.7%) | 117.3% (+5,466) |
| ホールセール事業 (シェア) | 7,309 (11.5%) | 7,706 (10.8%) | 105.4% (+396) | 10,000 (12.3%) | 129.8% (+2,293) |
| その他の事業 (シェア) | 686 (1.1%) | 2,823 (3.9%) | 411.5% (+2,137) | 1,200 (1.5%) | 42.5% (△1,623) |
| 売上総利益 (対売上比率) | 11,200 (17.6%) | 12,607 (17.6%) | 112.6% (+1,406) | 14,090 (17.4%) | 111.8% (+1,482) |
| 販売管理費 (対売上比率) | 8,209 (12.9%) | 9,457 (13.2%) | 115.2% (+1,248) | 9,670 (11.9%) | 102.2% (+212) |
| 営業利益 (対売上比率) | 2,991 (4.7%) | 3,149 (4.4%) | 105.3% (+157) | 4,420 (5.5%) | 140.4% (+350) |
| 経常利益 (対売上比率) | 3,004 (4.7%) | 3,361 (4.7%) | 111.9% (+356) | 4,620 (5.7%) | 137.5% (+1,270) |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益(対売上比率) | 1,723 (2.7%) | 1,370 (1.9%) | 79.5% (△353) | 2,470 (3.0%) | 180.2% (+1,099) |

セクター別 売上高計画 (修正計画)



デジタル営業支援

↑ 前期比 **+19.3%(+6,393M)**

＜EC・TC支援・受託事業、インサイドセールス事業 他＞

- ・消費行動の変化を捉えた既存ECサイトの運営強化、食品分野など新業態への取組み強化
- ・非対面型営業ニーズの高まりを受けたインサイドセールスの営業強化
- ・オンライン接客等デジタルマーケティングを活用した販売支援の強化

販売系営業支援

↘ 前期比 **△4.7%(△1,040M)**

＜通信モバイル・家電・サービス分野等販売支援事業＞

- ・新型コロナウイルスによる一部クライアントの店頭活動の規模縮小等の影響
- ・EC需要の増加により活況な物流分野を中心とした店舗支援の拡大

ツーリズム・スポーツ

↓ 前期比 **△29.0%(△1,637M)**

＜観光・スポーツ・MICE・インバウンド事業＞

- ・スポーツ分野は一定規模回復するもツーリズム分野

ホールセール

↑ 前期比 **+29.8%(+2,293M)**

＜アパレル商材などのホールセール事業＞

- ・人気キャラクターやインフルエンサーを活用したライセンスビジネスの強化

セールスビジネス支援

↑ 前期比 **+85.4%(+644M)**

＜外訪型営業支援 他＞

- ・新規に取組みを開始したモビリティ事業が業績拡大に貢献
- ・キャッシュレス決済サービスの需要増による外訪型営業の拡大

その他

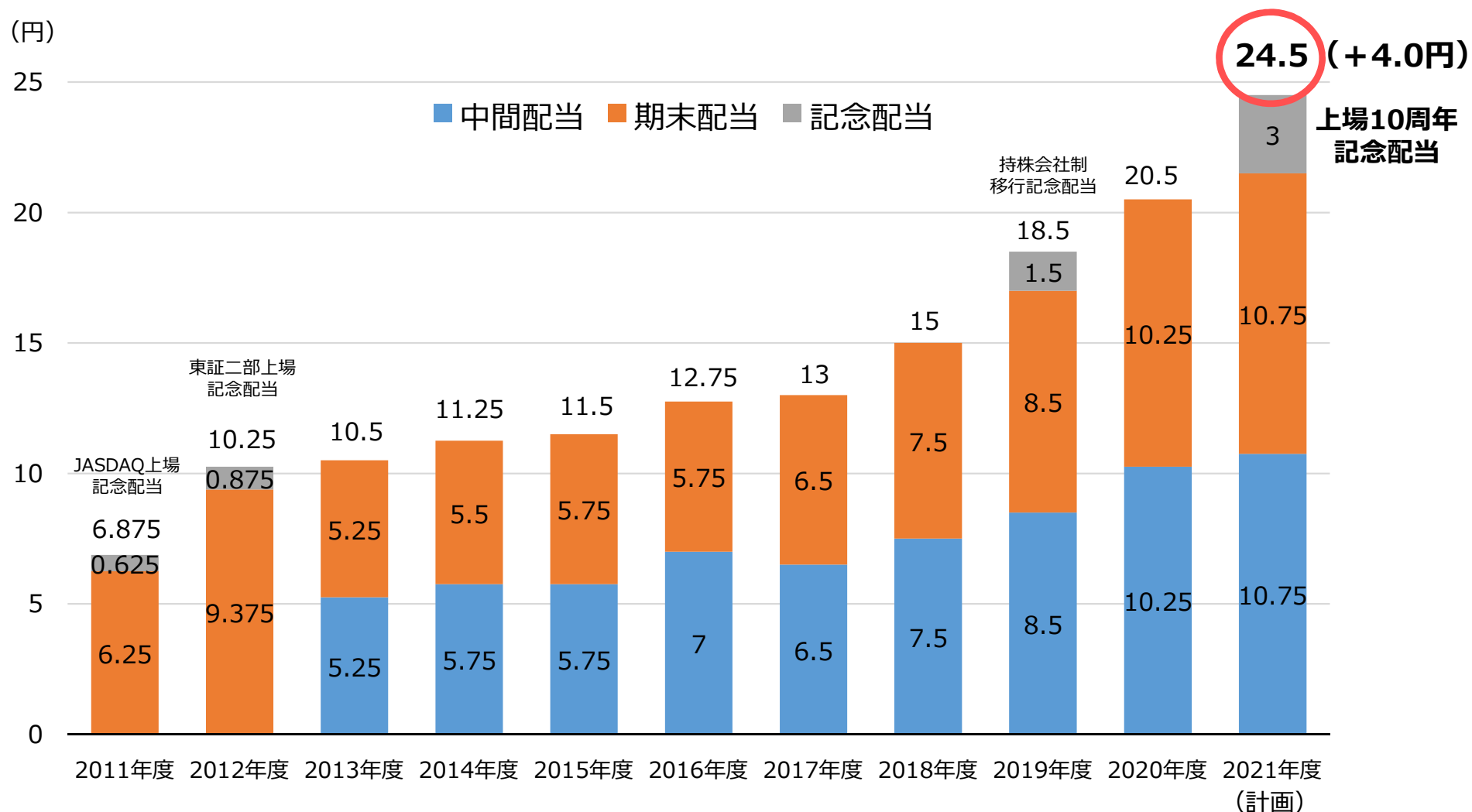
↑ 前期比 **+132.3%(+2,847M)**

＜コールセンター 他＞

- ・政府や地方公共団体のコロナワクチン接種関連業務の受託

配当計画

当社はこれまで、配当性向20%を目途に、成長への投資とのバランスを取りながら、安定的な増配を行ってまいりましたが、2021年8月期も、**期初計画の1円増配**と、公表済みの**上場10周年記念配当3円**を加え、当期は**10期連続増配**の24.5円配当を予定。



※当ページ記載の1株当たり配当金は、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日株式分割(1対2)を遡及計算して記載しております。



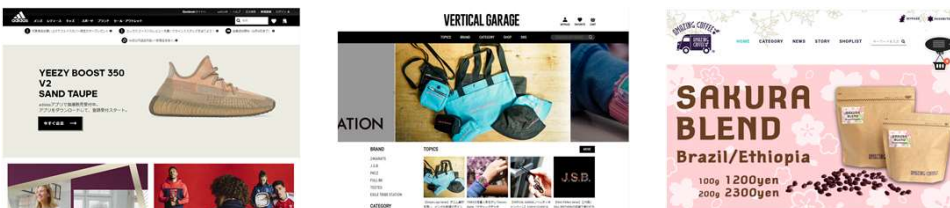
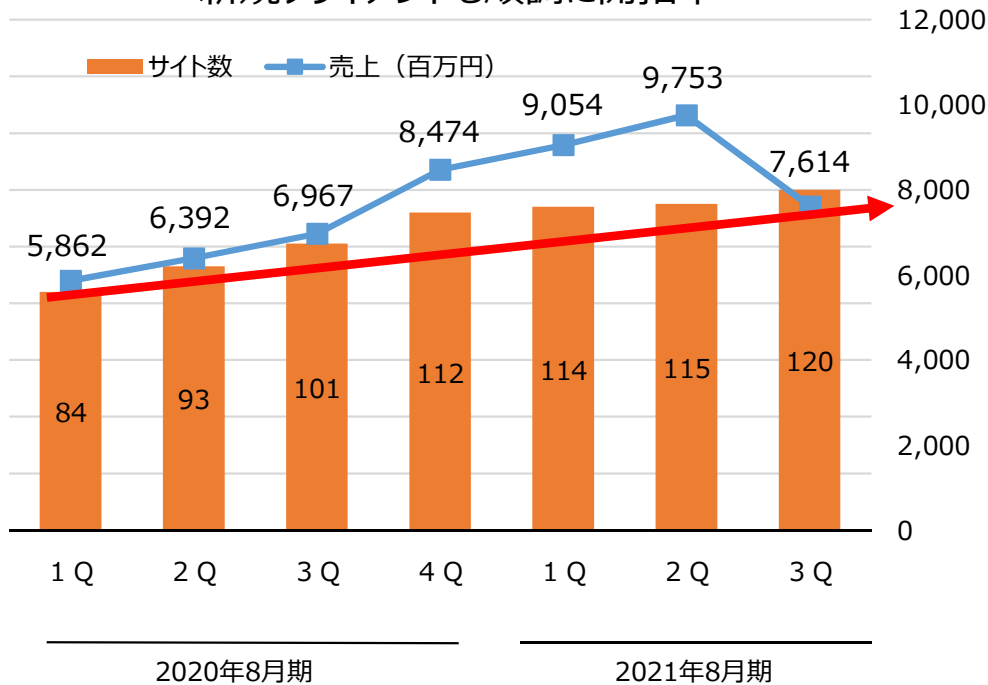
2021年8月期 取組みトピックス

ECプラットフォームを活用したECサイト運用支援の展開を強化

ファッション・スポーツ系ブランドサイトを中心に売上が拡大/下期は運営サイト数が増加見込み

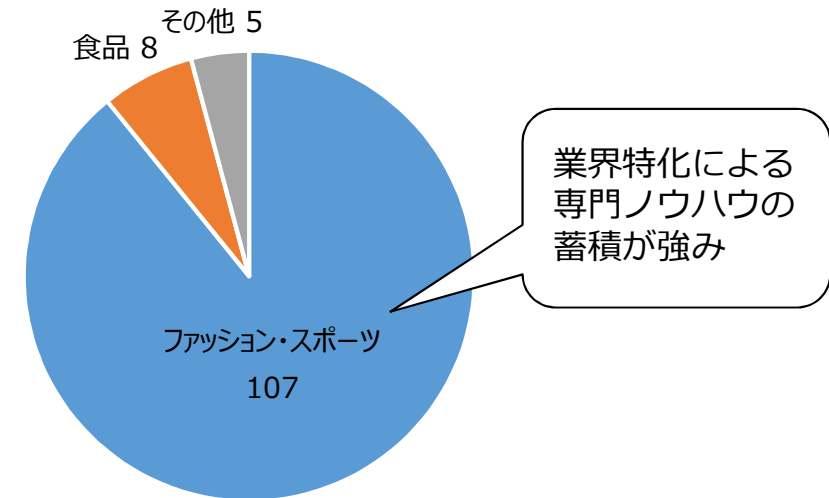
【ECサイト運用支援事業が着実に成長】

サイト数は着実に増加し売上も底堅く推移
新規クライアントも順調に開拓中



【顧客ポートフォリオ】

新たな収益基盤の拡大に向け、食品等の業界対応を拡大

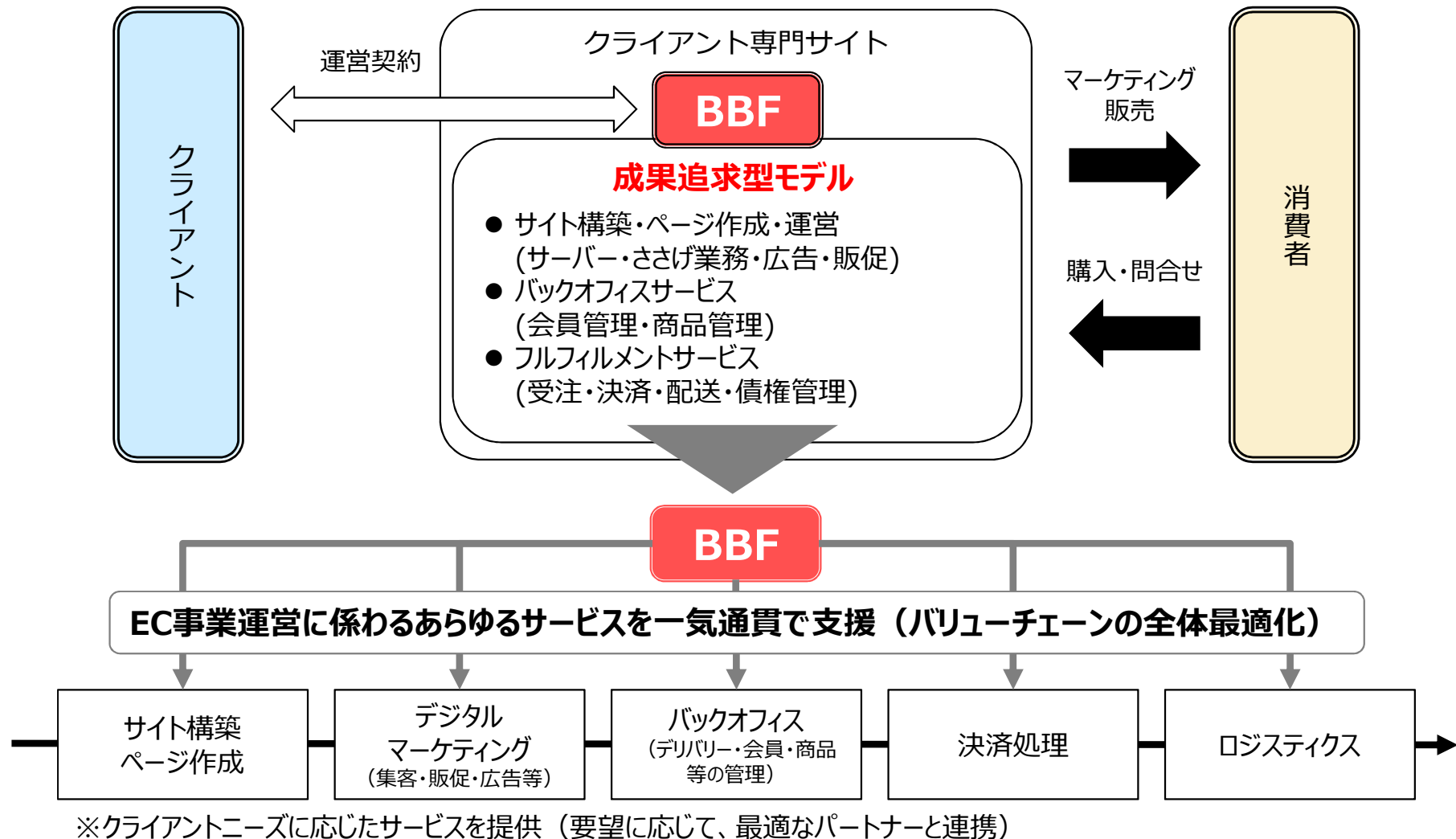


業界特化による
専門ノウハウの
蓄積が強み

今後は、EC化率が相対的に低い業界（食品・化粧品等）へのアプローチを強化
業界内におけるノウハウの蓄積を通じて、新たなビジネスモデル構築をクライアントと共に推進していく。

クライアントECサイトのコーディネーター／運用者として、クライアントと目標を共有し、伴走型の支援を実施

クライアントの専門サイトに対し、企画・構築・運営・フルフィルメントサービス等を通じて総合的に運用を支援



成果追求型ビジネスモデル（レベニューシェアモデル）によるクライアントの成長への強いコミットメント

ビジネスモデルの強み

- 自社開発のEC支援プラットフォームを活用
- クライアントの費用負担を抑えた、ローコストオペレーション
- 多くの専門オフィシャルサイト運営により蓄積されたノウハウ

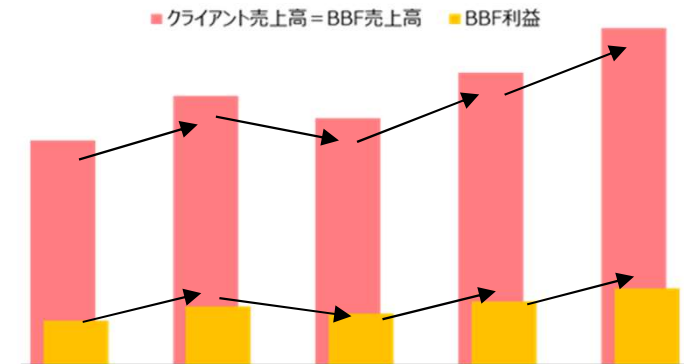
圧倒的な売力により、ブランド力を向上させ、サイト売上を伸ばすことで、収益を上げていく成果追求型モデル

BBFのこれまでの実績

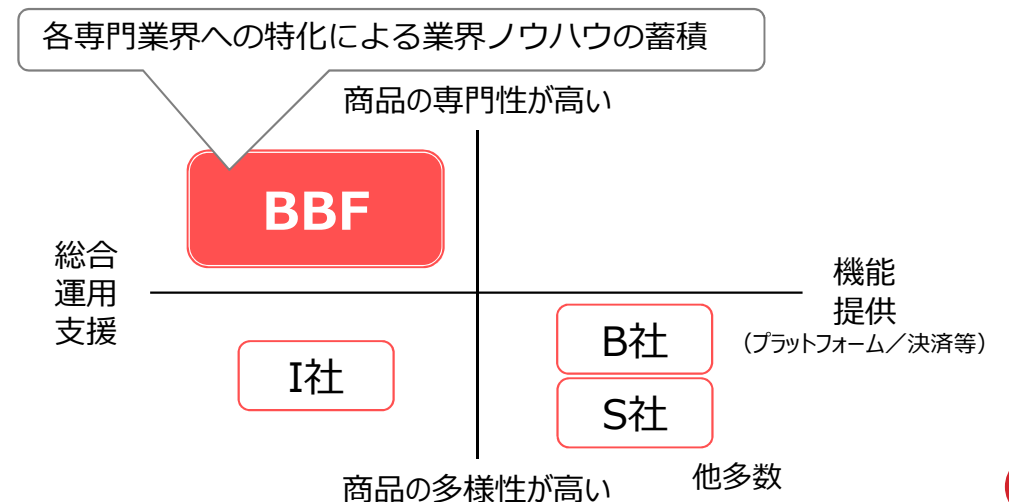
- 国内100サイト以上のファッションECサイトを運営
- 約350の有力なブランドのオフィシャルECサイト運用支援実績
- 越境ECサイトの運用を拡大
- 国内モール、海外モール等への在庫連携システムの開発・運用

EC事業の収益構造

クライアントサイト売上 = BBF売上
レベニューシェアモデルであるため、利益も売上に連動



EC事業支援のポジショニング



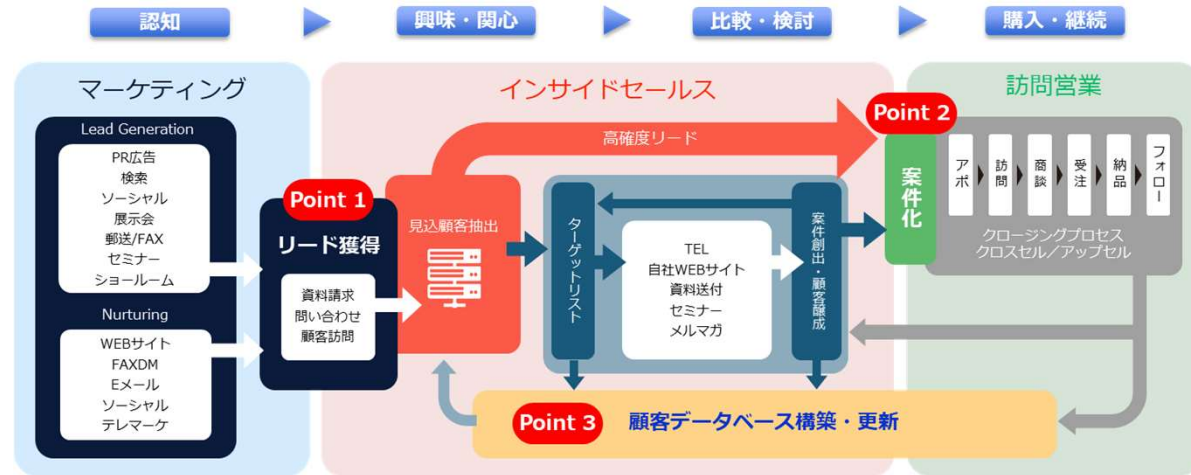
プッシュ型営業は訪問型（足で稼ぐ）からWebとデータを活用したインサイドセールスの時代へ

【インサイドセールス市場の拡大背景】

インサイドセールスの有効性への認知が急速に拡大

- ・ リモートワーク／非対面による生活様式の定着
- ・ 労働力人口減少による労働生産性への関心の高まり
- ・ CRM／SFA※の普及・一般化

※CRM：Customer Relationship Management（顧客関係性マネジメント）、SFA：Sales Force Automation（営業支援システム）



【SALES ROBOTICS社の収益モデル】

- ・ 既存顧客のチャーン（解約）を抑制しながら、新規顧客を毎月積上げていくモデル
幅広い業界へのアプローチによるデータ収集により、**多種多様な業界に対してヒット率の高い営業提案が可能**
- ・ これまではリード獲得に注力していたが、今後はクロージングに近い領域に注力範囲を拡大し、**ARPA※の向上を図る**

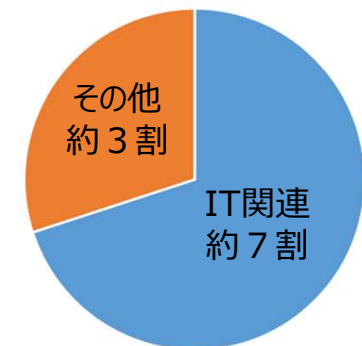
※ARPA：Average Revenue Per Account（1アカウントあたりの平均売上）

（収益モデルイメージ図）



【顧客ポートフォリオ】

IT関連クライアントが中心
DXの進展に伴い、IT商材の営業支援ニーズが増加



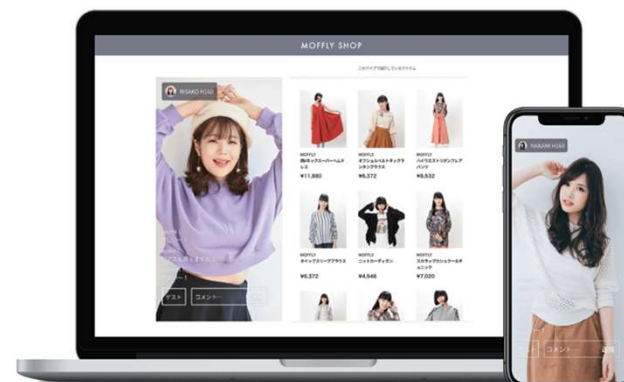
大手アパレル企業等を顧客に持つ国内ライブコマース分野の有力企業「MOFFLY」がグループイン

【MOFFLYの強み】

- ① 顧客ECサイトに簡単・スピーディーに導入が可能
- ② 導入コスト/ランニングコストを抑えた成果報酬モデル
- ③ 多くの導入実績による豊富なノウハウと企画・製作・運営まで一貫したサポート体制

| 株式会社MOFFLY (モフリ) | |
|------------------|-------------------|
| 本社所在地 | 東京都渋谷区 |
| 事業内容 | ライブコマースの企画・製作・運営 |
| 資本金 | 550万円 |
| 設立年月日 | 2017年7月7日 |
| 売上高 | 56百万円 (2020年12月期) |
| 株式取得日 | 2021年6月1日 |

「TAGsAPI」でライブコマースをラクラク導入、売上UP
あなたのECにライブコマースを簡単・手軽に導入！



導入実績No1!クラウド型ライブコマースサービス

【ライブコマースとECの特徴比較】

| | ライブ コマース  | EC  |
|------------|---|--|
| 双方向性 | ◎ | △ |
| 品揃え | △ | ◎ |
| 商品ディテールの精度 | ◎ | ○ |
| コミュニティの創生 | ○ | △ |

→顧客ECサイトに組み込むことでライブコマースの強みを発揮

今後普及拡大が期待されるオンライン接客ソリューションの有力企業「UsideU」がグループイン

【UsideUの強み】

- ① 様々な企業での実証実験を重ねており接客データ分析によるソリューション提案で顧客企業の生産性向上を支援
- ② アバターの活用で接客を受けるお客様の心理的なハードルを下げながらスタッフの多様な働き方を実現
- ③ 顧客企業の要望によりアバターのデザイン・音声等を柔軟にカスタマイズ可能

【展開業種の拡大】

トライアルから実用化のステージへ

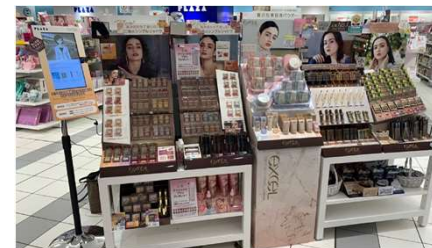
アバターを活用した
円滑なコミュニケーションの
実現



ベビー用品



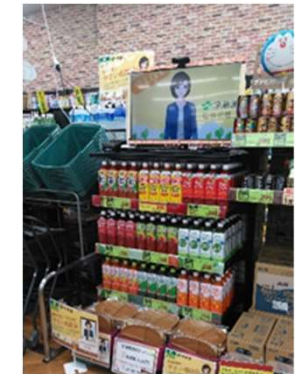
酒類



化粧品



家電



飲料

| 株式会社UsideU (ユーサイドユー) | |
|----------------------|-------------------------|
| 本社所在地 | 東京都中央区 |
| 事業内容 | TimeRep事業 (オンライン接客Saas) |
| 資本金 | 100万円 |
| 設立年月日 | 2017年6月28日 |
| 売上高 | 129百万円 (2020年12月期) |
| 株式取得日 | 2021年6月30日 |

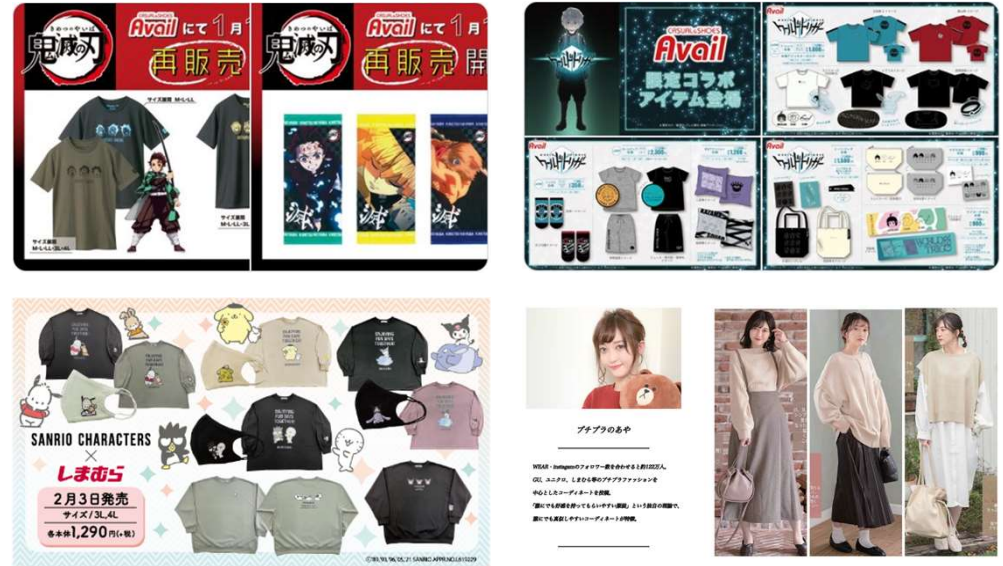
有力ライセンスを活用したデザインの企画提案から海外自社工場による製造まで一貫したサービス提供により取引先を拡大

【Branch Out社の強み】

商品企画からPRまで、全行程を統括して対応

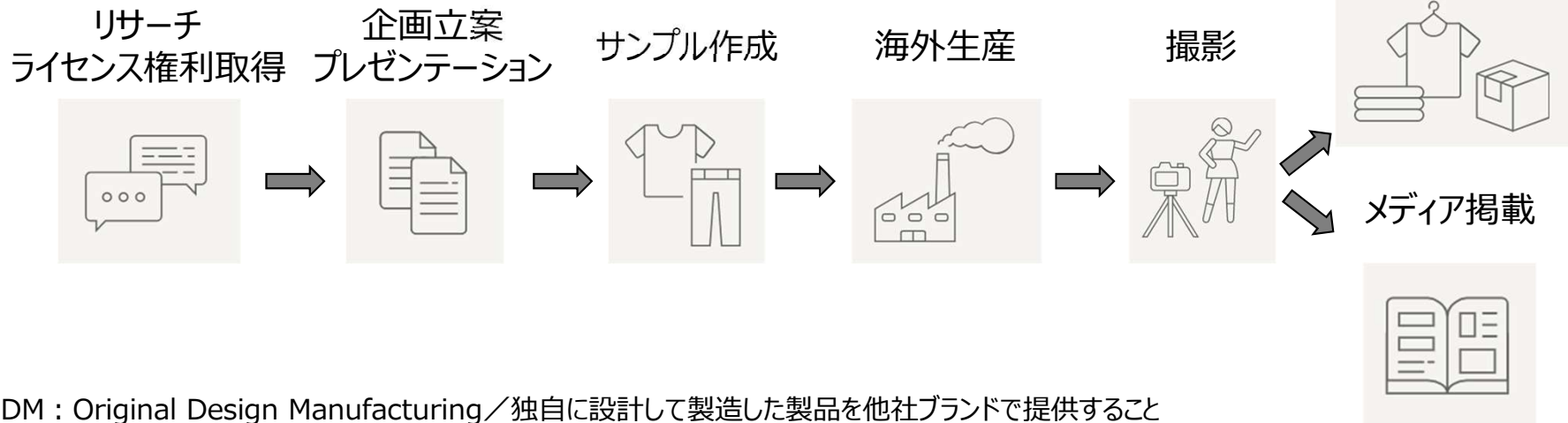
【Point】

- ・ リサーチ力と企画スピードを強みとする企画提案力
- ・ One Stopでの一貫したサービス
- ・ ニーズや時代に合わせたデザイン
- ・ 有力コンテンツによる多様なライセンス



【ワークフロー】

有力コンテンツの
ライセンス活用



※ODM : Original Design Manufacturing / 独自に設計して製造した製品を他社ブランドで提供すること

ヒトコムグループの幅広いリソースを活用し、世の中の課題に対して新価値を提供することで、社会から信頼され、必要とされる企業を目指す

- ヒトコムグループは、「マーケティングの未来創造企業」を目指し、ヒト力とITを掛け合わせることで、事業領域を拡大するとともに、専門性を高め続けることにより、新たなステージへの挑戦を継続しています。
- 世の中が大きく変化するなか、事業活動を通じ、ヒトコムならではの価値提供により、持続可能なより良い社会の実現に貢献します。





マーケティングの未来創造企業へ

【 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・ホールディングスに属しており、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。