



株式会社 ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス

東証第1部 4433



2021年8月期

決算説明資料

2021年10月13日

**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。**

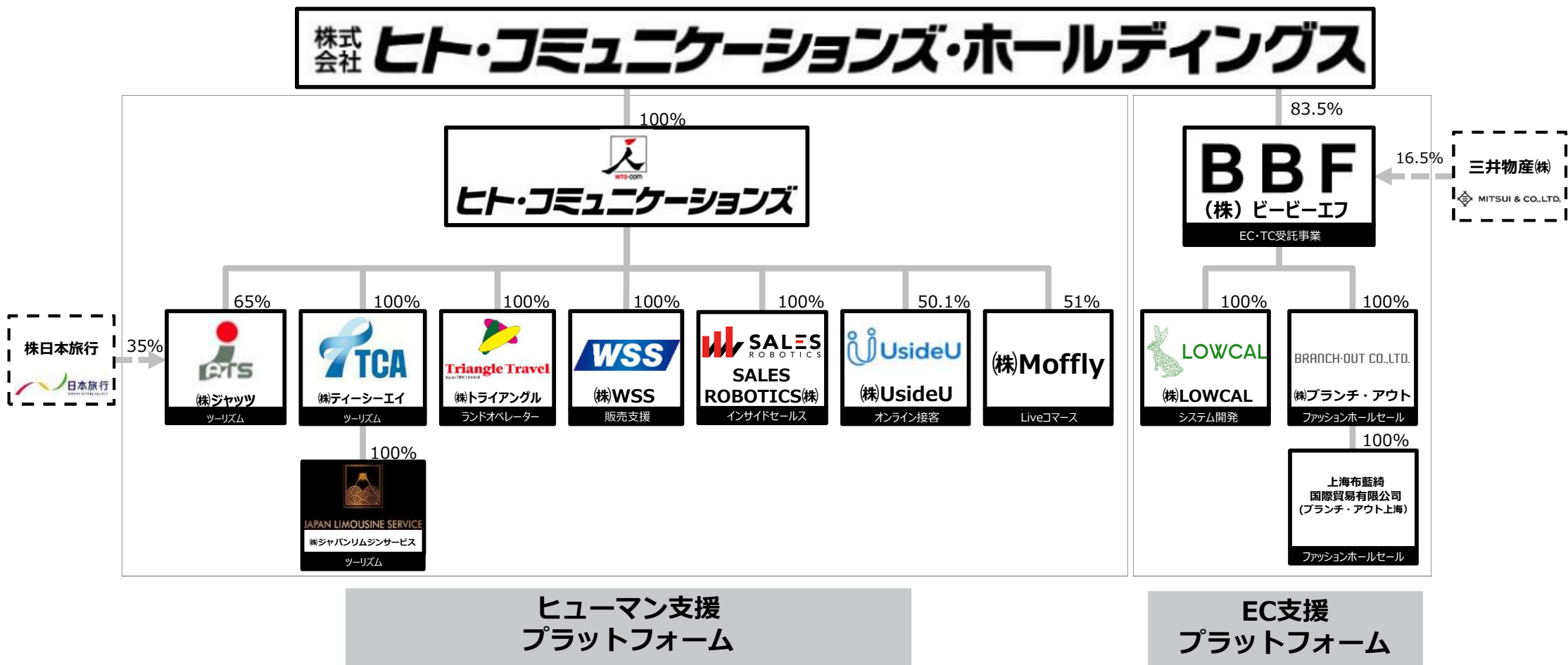
【創業以来のテーマ】

**マーケティング分野の本格的アウトソーシング時代を
切り拓きたいという思いで創業。**

【事業テーマ】

**人と人との接点そのすべてをビジネスフィールドとして、
常にお客様の笑顔と満足を追求し、明るく活力ある
社会の創出に貢献する。**

持株会社を含め14社でオムニチャネル営業支援体制を構築



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

新 コロナ感染拡大により大きく変化し変貌する社会的ニーズを的確に捉え、ヒトコムの持つリソースや営業支援力をフルに活かし、社会のコロナからの復興復活に最大限貢献する

コロナ禍により早まった外部環境10年変化が

- ライフスタイル・ワークスタイルの変化
- DXの加速
- 消費行動の変化
- 非接触ニーズ

クライアントの業務機能を受託し、**効率的な事業運営を支援する**（生産性の向上）

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

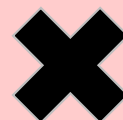
- 少子・高齢化
- 人口減経済
- 生産性向上の必要性
- ポストコロナ経済復興

早急に対応が必要な社会的課題

マーケティング分野の本格的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
- ・データマーケティング支援

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

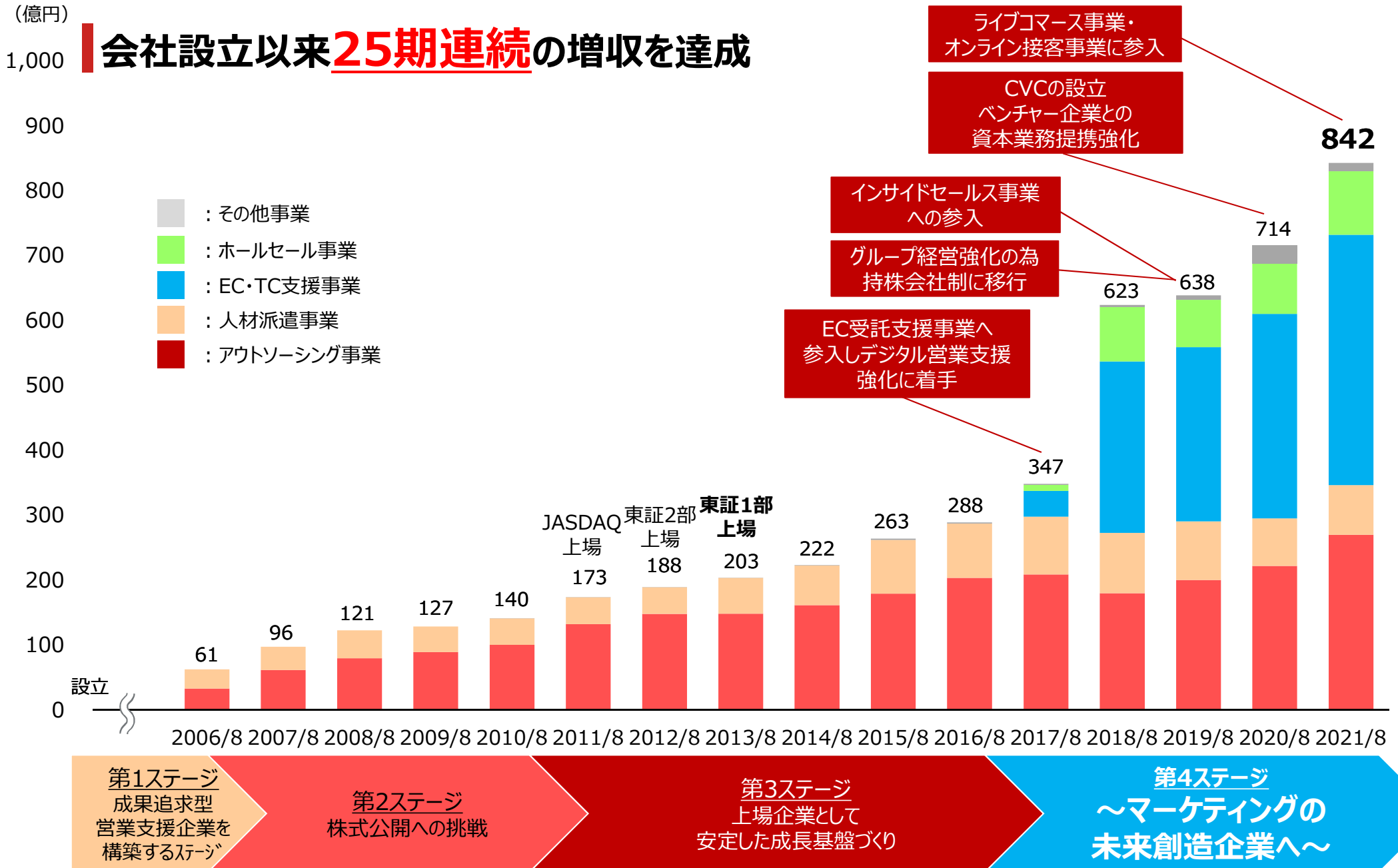
未経験者を経験者に

- ・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

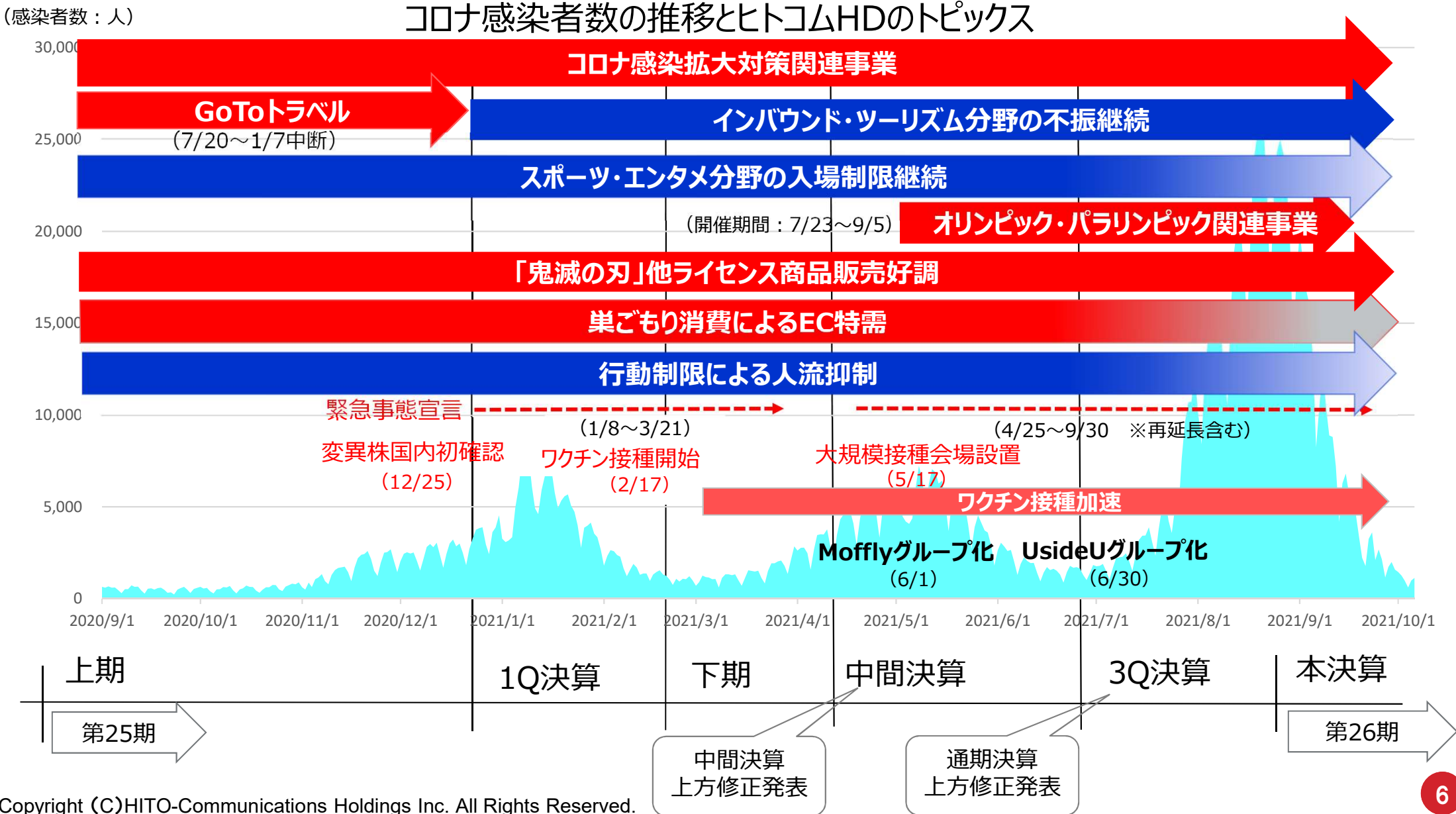




2021年8月期 決算概要

1年間を通じてコロナによる影響を受けるも、ヒトカとデジタルによる充実の事業ポートフォリオにより、社会の変化を的確に捉え、局面に応じてグループの事業リソースを最大限に活かしこの難局を乗り切る。

コロナ感染者数の推移とヒトコムHDのトピックス



ヒトCOMの事業リソースを活用し、政府・地方自治体等のコロナ感染拡大対策関連事業を全国規模で受託

- ヒトCOMの全国拠点網と大規模イベントの業務運営受託のノウハウを活かし、全国各地でコロナ対策関連事業を受託
- 短期間で大規模なワクチン接種受付コールセンター等を整備



空港水際対策支援業務



軽症者受入ホテル支援業務

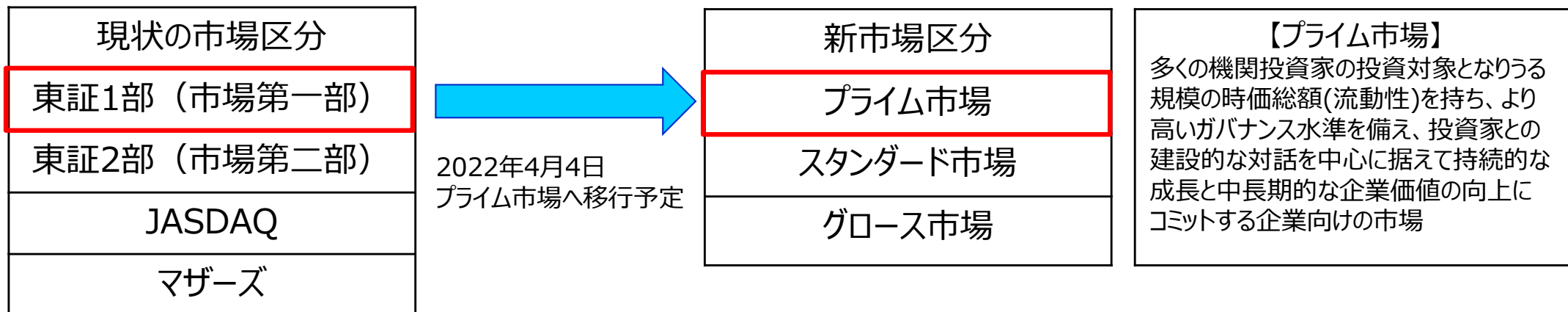


大規模接種会場運営支援業務

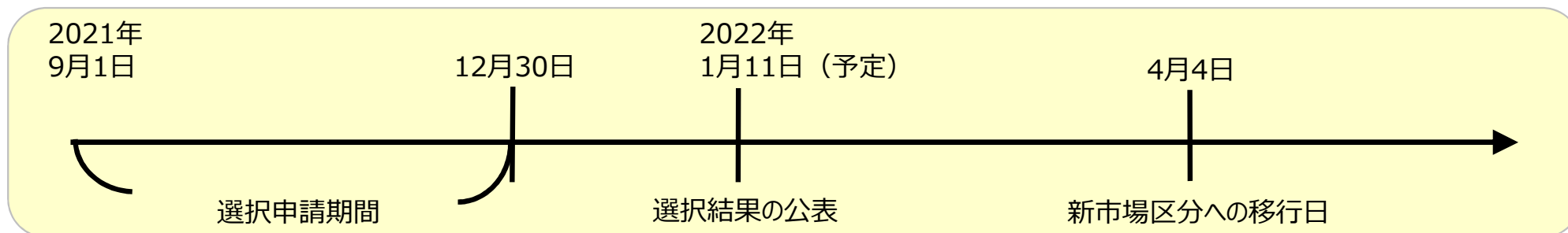


ワクチン接種受付コールセンター

**東京証券取引所の新市場区分における「プライム市場」の上場維持基準への適合が確定。
2021年9月22日開催の取締役会において、「プライム市場」の選択申請を決議。**



○今後のスケジュール



プライム市場上場会社に求められる高度なガバナンス水準を満たす為、改訂版CGコードへの対応やグローバルな投資家との建設的な対話の促進に努め、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を目指して参ります。また、ESGやSDGsの観点をおこれまで以上に経営に取り入れることで、社会と事業の連動性を高め、より多くの皆様に応援頂ける企業を目指して参ります。

デジタル事業分野の主力事業であるEC運用受託事業が、既存受託サイトに加え、新規立ち上げサイトも好調に推移。また有力なキャラクターライセンスを活かしたファッションホールセール事業も好調を継続。一方ヒューマン営業支援事業でも政府、地方自治体が進めるコロナウイルス感染拡大対策関連事業の業務受託が拡大し業績を牽引。インバウンド、ツーリズム・スポーツ分野の不振や都心小売店の苦戦等々、コロナ禍の厳しい事業環境が継続する現状下において、充実した事業ポートフォリオでこれらをカバーし、売上高、営業利益ともに昨年対比二桁増の増収増益、且つ過去最高値での着地となった。

売上高

84,225百万円

前年同期比117.8 %

計画比 104.0 %

期初計画比115.4 %

- ◆ 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サイト運用受託事業の売上が拡大
- ◆ 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ファッション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、自社完結のビジネスモデルが高く評価され、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。大幅な売上増加により業績を牽引。

営業利益

4,787百万円

前年同期比152.0 %

計画比 108.3 %

期初計画比136.8 %

- ◆ デジタル営業支援分野（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コロナワクチン関連案件が営業利益の増加に大幅に寄与。また、徹底したコスト効率化の取組みが定着

2021年8月期決算概要 (損益計算書)

単位：百万円、() 内は構成比/増減額

	2020年8月期 実績	2021年8月期					
		実績	前期比 (増減額)	通期計画	計画比 (増減額)	期初計画	計画比 (増減額)
売上高	71,499 (100.0%)	84,225 (100.0%)	117.8% (+12,726)	81,000 (100.0%)	104.0% (+3,225)	73,000 (100.0%)	115.4% (+11,225)
アウトソーシング事業 (シェア)	22,106 (30.9%)	26,917 (32.0%)	121.8% (+4,810)	26,000 (32.1%)	103.5% (+917)	23,990 (32.9%)	112.2% (+2,927)
人材派遣事業 (シェア)	7,329 (10.3%)	7,642 (9.1%)	104.3% (+313)	6,800 (8.4%)	112.4% (+842)	7,300 (10.0%)	104.7% (+342)
EC・TC支援事業 (シェア)	31,533 (44.1%)	38,578 (45.8%)	122.3% (+7,044)	37,000 (45.7%)	104.3% (+1,578)	32,310 (44.3%)	119.4% (+6,268)
ホールセール事業 (シェア)	7,706 (10.8%)	9,795 (11.6%)	127.1% (+2,089)	10,000 (12.3%)	98.0% (△204)	7,900 (10.8%)	124.0% (+1,895)
その他の事業 (シェア)	2,823 (3.9%)	1,291 (1.5%)	45.7% (△1,531)	1,200 (1.5%)	107.6% (+91)	1,500 (2.1%)	86.1% (△208)
売上総利益 (対売上比率)	12,607 (17.6%)	14,718 (17.5%)	116.7% (+2,111)	14,090 (17.4%)	104.5% (+628)	12,867 (17.6%)	114.4% (+1,851)
販売管理費 (対売上比率)	9,457 (13.2%)	9,931 (11.8%)	105.0% (+473)	9,670 (11.9%)	102.7% (+261)	9,367 (12.8%)	106.0% (+564)
営業利益 (対売上比率)	3,149 (4.4%)	4,787 (5.7%)	152.0% (+1,638)	4,420 (5.5%)	108.3% (+367)	3,500 (4.8%)	136.8% (+1,287)
経常利益 (対売上比率)	3,361 (4.7%)	5,125 (6.1%)	152.5% (+1,764)	4,620 (5.7%)	110.9% (+505)	3,600 (5.0%)	142.4% (+1,525)
親会社株主に帰属する 当期純利益(対売上比率)	1,370 (1.9%)	2,774 (3.3%)	202.4% (+1,403)	2,470 (3.0%)	112.3% (+304)	1,880 (2.6%)	147.6% (+894)

(1) ツーリズム子会社での雇用調整助成金受給（営業外収益）

- 新型コロナの感染拡大により大きな影響を受けたツーリズム関連子会社について雇用調整助成金を申請。
- **当該助成金による経常利益への影響は、2020年8月期210百万円、2021年8月期286百万円。**
- 業績回復により対象各社については既に申請要件から除外、2022年8月期計画では助成金収入は計量せず。

(2) M&Aによりグループ化した「UsideU社」の子会社株式評価損・貸倒引当金繰入（特別損失）

- 2021年6月にアバターを活用した先進的なオンライン接客事業を展開するUsideU社の株式50.01%を取得。
- 同社グループ化は、同社が顧客企業と共同で実証実験を重ねて蓄積した非対面・非接触接客ソリューションの有効活用が目的である一方で、本件投資による効果発揮には不確実性が伴い、投資回収が長期に渡ることが予測されることから、同社株式の評価損及び同社向け貸付金に対する貸倒引当金繰入を2021年8月期に特別損失として一括計上することとした。
- **今後のリスクは主に事業損益のみに限定**（注：UsideU社は非連結子会社）

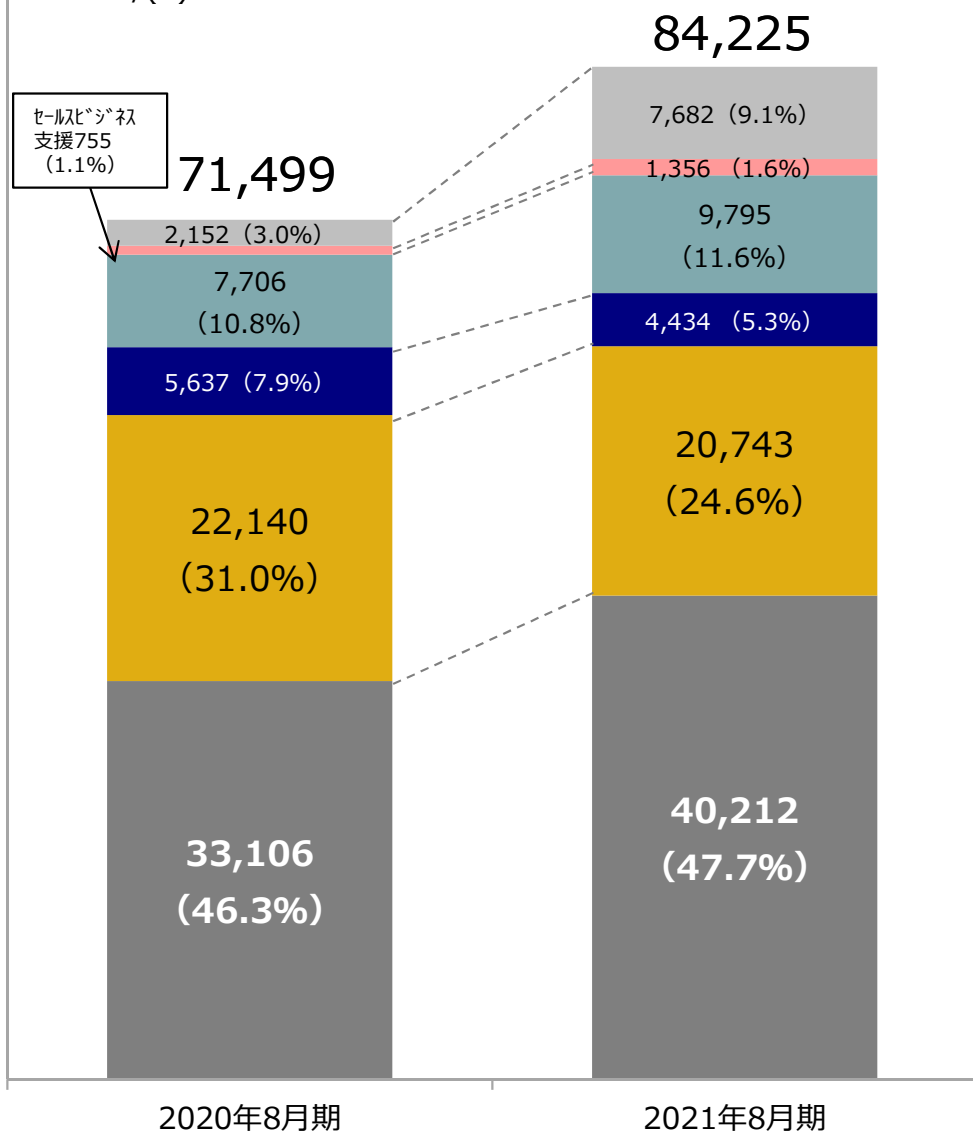
【特別損失の内容】

（百万円）

子会社株式評価損	貸倒引当金繰入	合計
△153	△159	△312

セクター別 売上高実績

売上高
百万円/()は構成比



デジタル営業支援

↑ 前期比 **+21.5%** (+7,106M)

<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 **△6.3%** (△1,397M)

<通信機・家電・スマホ等販売支援事業>

- ・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 **△21.3%** (△1,202M)

<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低迷。

ホールセール

↑ 前期比 **+27.1%** (+2,089M)

<アパレル商材などのホールセール事業>

- ・人気キャラクター等のライセンス事業の好調や、郊外型取引先の業績好調が追い風

セールズビジネス支援

↑ 前期比 **+79.6%** (+601M)

<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 **+256.9%** (+5,529M)

<コールセンター 他>

- ・コロナワクチン接種、各種の政府経済施策等の業務運営が全国レベルで拡大

※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。



2022年8月期 計画

- ・ 2022年8月期より、「収益認識に関する会計基準」を適用。
- ・ 当社グループにおいては、BBF（ECサイト運営受託事業）の売上認識等が対象となる。
- ・ EC上での商品売上高と商品仕入高を相殺し、手数料部分のみ売上計上。
- ・ 従来の売上高は「総額売上高」として開示を継続。

〇BBF(ECサイト運営受託事業)における2021年8月期「収益認識基準」適用によるシミュレーション

・従来の売上計上基準（取扱高基準）
（百万円）

・収益認識基準適用（手数料基準）（百万円）

勘定科目	金額	構成比
売上高	35,007	
売上原価	31,236	89.2%
売上総利益	3,770	10.8%
販管費	2,463	7.0%
営業利益	1,306	3.7%

今期より「売上高」を
二本立てで開示

これまでコスト計上だったEC受託業務におけるディレクション費及び開発コスト等は原価計上となる

営業利益以下各段階利益については、収益認識基準変更においても影響はない

勘定科目	金額	構成比
総額売上高	35,007	
売上高	6,922	
売上原価	4,606	66.5%
売上総利益	2,315	33.5%
販管費	1,009	14.6%
営業利益	1,306	18.9%

【ポイント】

- ・売上高→「商品取扱高（総額）」から「手数料（フィー）」での計上
- ・ECシステム関連の外部業務委託費が「販管費」から「売上原価」での計上
- ・売上総利益/営業利益→**会計基準変更により粗利率・営業利益率は改善(利益金額は不変)**

ワクチン接種ペースが加速。販売・営業・サービス分野の事業環境が期中に改善すると予想

日本経済の見通し

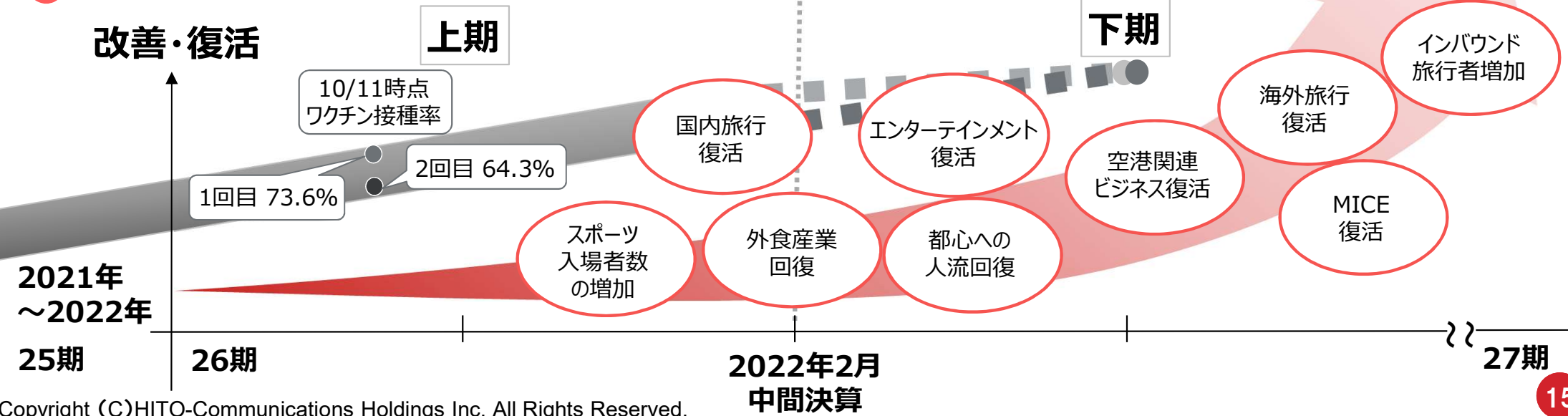
2021年は前年比+1.4%、2022年は+4.2%を見込む。特に2022年度は、サービス業を中心に個人消費の回復が加速。

	2020年(実績)	2021年	2022年(見通し)
日本の実質GDP成長率	▲4.7	1.4	4.2
内需	▲4.2	1.7	4.2
● 民需	▲6.8	1.5	5.3
個人消費	▲6.4	1.2	6.3

(注) 2021年5月時点予測値。予測対象地域系はIMFによるGDPシェア（購買力平価ベース）により計算
 (出所)内閣府「四半期別GDP速報」、IMF 各国統計より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

先行きの不透明さはあるもののワクチン接種率の向上やワクチンパスポート等の導入による経済復興への動き等により、来年度に向け事業環境は改善していくと予想

○ は今後復活が予想されるセクター



2022年8月期計画（損益計算書）

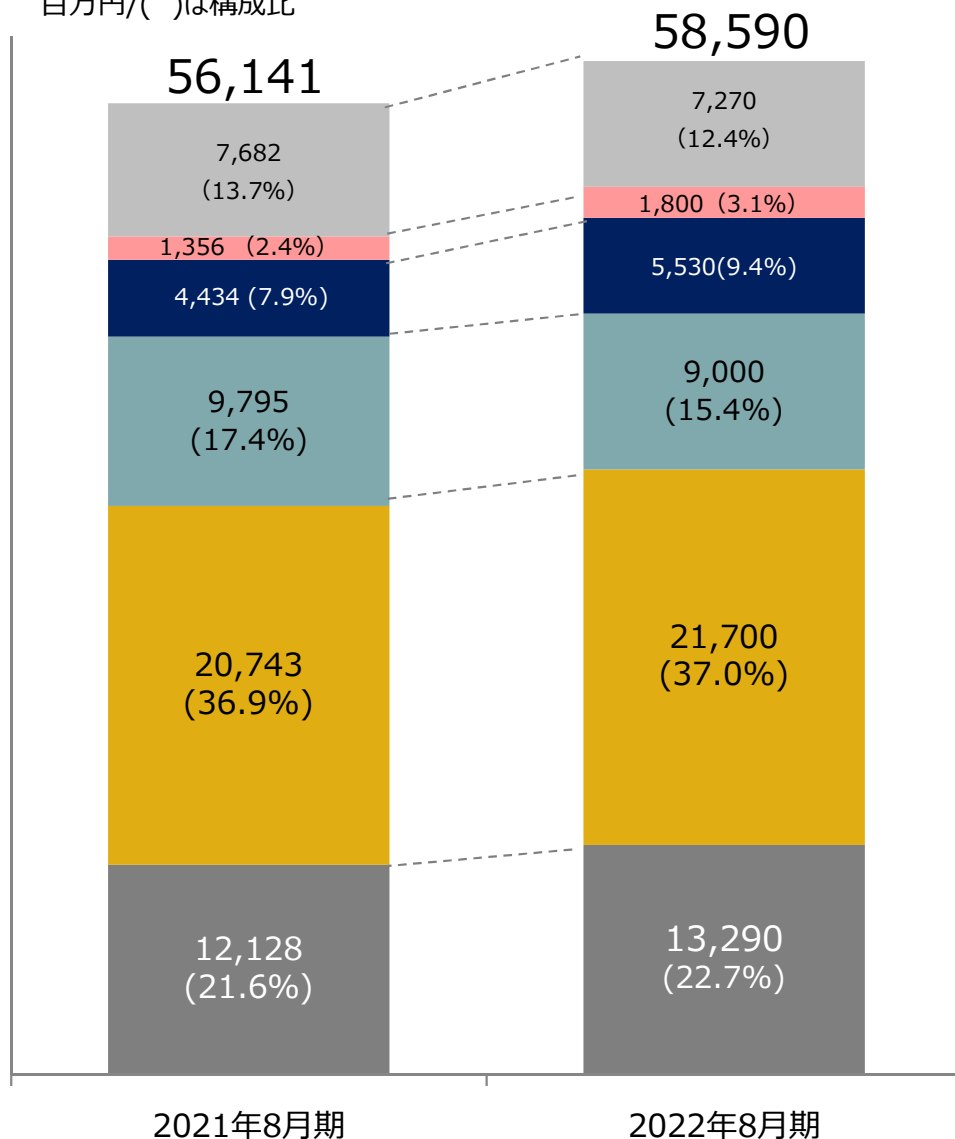
単位：百万円、（）内は構成比／増減額

	2020年8月期実績	2021年8月期		2022年8月期	
		実績	前期比（増減額）	計画	前期比（増減額）
総額売上高（取扱高）	71,499	84,225	117.8% (+12,726)	90,272	107.2% (+6,046)
売上高	49,802 (100.0%)	56,141 (100.0%)	112.7% (+6,339)	58,590 (100.0%)	104.4% (+2,448)
アウトソーシング事業 （シェア）	22,106 (44.4%)	26,917 (47.9%)	121.8% (+4,810)	28,040 (47.9%)	104.2% (+1,122)
人材派遣事業 （シェア）	7,329 (14.7%)	7,642 (13.6%)	104.3% (+313)	9,190 (15.7%)	120.3% (+1,547)
EC・TC支援事業 （シェア）	9,836 (19.8%)	10,493 (18.7%)	106.7% (+657)	10,880 (18.6%)	103.7% (+386)
ホールセール事業 （シェア）	7,706 (15.5%)	9,795 (17.4%)	127.1% (+2,089)	9,000 (15.4%)	91.9% (△795)
その他の事業 （シェア）	2,823 (5.7%)	1,291 (2.3%)	45.7% (△1,531)	1,480 (2.5%)	114.6% (+188)
売上総利益 （対売上比率）	11,420 (22.9%)	13,264 (23.6%)	116.1% (+1,843)	13,810 (23.6%)	104.1% (+545)
販売管理費 （対売上比率）	8,271 (16.6%)	8,476 (15.1%)	102.5% (+205)	8,810 (15.0%)	103.9% (+333)
営業利益 （対売上比率）	3,149 (6.3%)	4,787 (8.5%)	152.0% (+1,638)	5,000 (8.5%)	104.4% (+212)
経常利益 （対売上比率）	3,361 (6.7%)	5,125 (9.1%)	152.5% (+1,764)	5,100 (8.7%)	99.5% (△25)
親会社株主に帰属する当期 純利益(対売上収益比率)	1,370 (2.8%)	2,774 (4.9%)	202.4% (+1,403)	3,000 (5.1%)	108.1% (+225)

※ 2022年8月期より、「収益認識に関する会計基準」を適用。2020年8月期・2021年8月期は、当会計基準を適用した仮定の数値となります。

セクター別 売上高計画

売上高
百万円/()は構成比



計画

※2022年8月期より、「収益認識に関する会計基準」を適用。
2021年8月期は、当会計基準を適用した仮定の数値となります。

デジタル営業支援

↑ 前期比 **+9.6%(+1,161M)**

- <EC・TC支援・受託事業、インサイドセールス事業 他>
- ・既存ECサイトの運営強化及び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・ライブコマース等デジタルを活用した販売支援の強化

販売系営業支援

↑ 前期比 **+4.6%(+956M)**

- <通信モバイル・家電・サービス分野・物流等販売支援事業>
- ・通信モバイル分野を中心に販売支援については、マーケティング費用の効率化に伴う一部案件の縮小を見込む
 - ・EC需要の増加により活況な物流分野の営業強化

観光・スポーツ・MICE

↑ 前期比 **+24.7%(+1,095M)**

- <観光・スポーツ・MICE・インバウンド事業>
- ・コロナ感染拡大が一段落した後の観光事業及びスポーツ・MICE事業につき、業績の改善を見込む
 - ・オリンピック・パラリンピック、大規模スポーツ世界大会の一括受託に成功

ホールセール

↓ 前期比 **△8.1%(△795M)**

- <アパレル商材などのホールセール事業>
- ・新たなライセンス企画の立上げやインフルエンサーの活用による営業強化

セールスビジネス支援

↑ 前期比 **+32.7%(+443M)**

- <外訪型営業支援・モビリティ事業>
- ・新規に取組みを開始したモビリティ事業の業績拡大

その他

↓ 前期比 **△5.4%(△412M)**

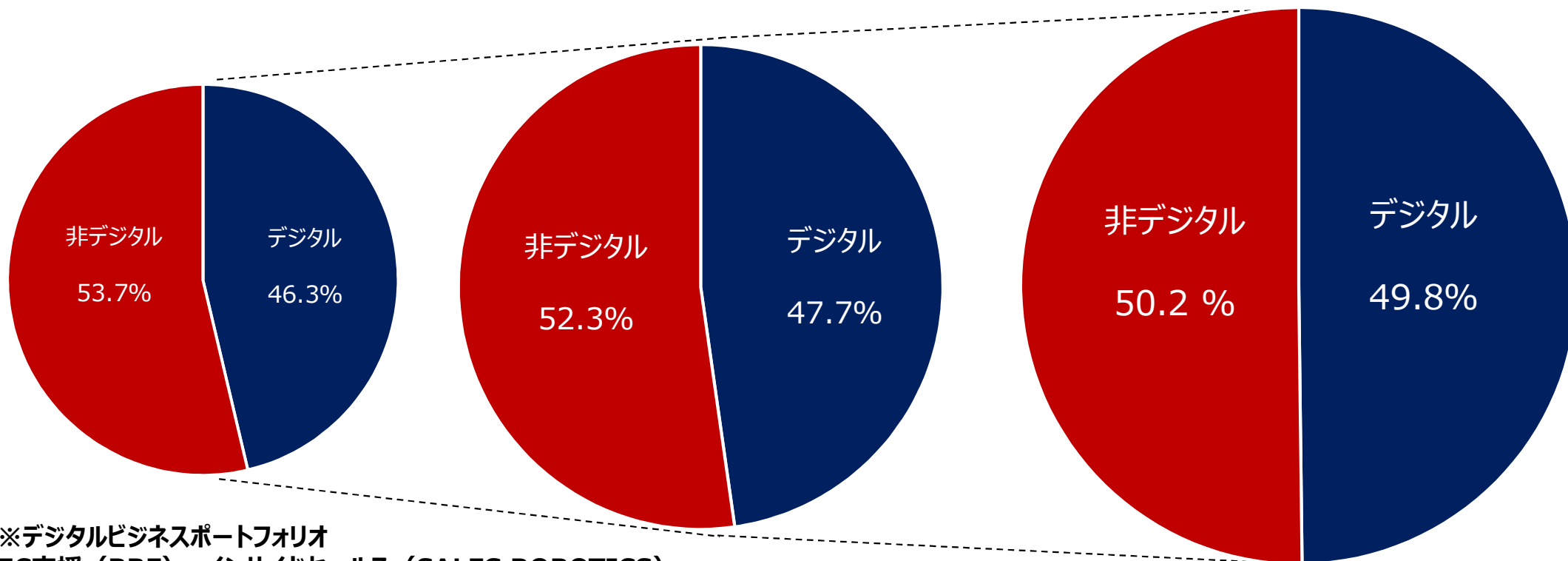
- <パブリック・コールセンター 他>
- ・政府の経済対策やコロナワクチン接種案件の継続受注
 - ・自治体に対しパブリック案件の獲得の営業を推進

デジタルマーケティングの取組み強化に伴い、デジタル販売支援セグメントの構成比が拡大（総額売上高ベース）

2020年8月期
総額売上高 714.9億円

2021年8月期
総額売上高 842.2億円

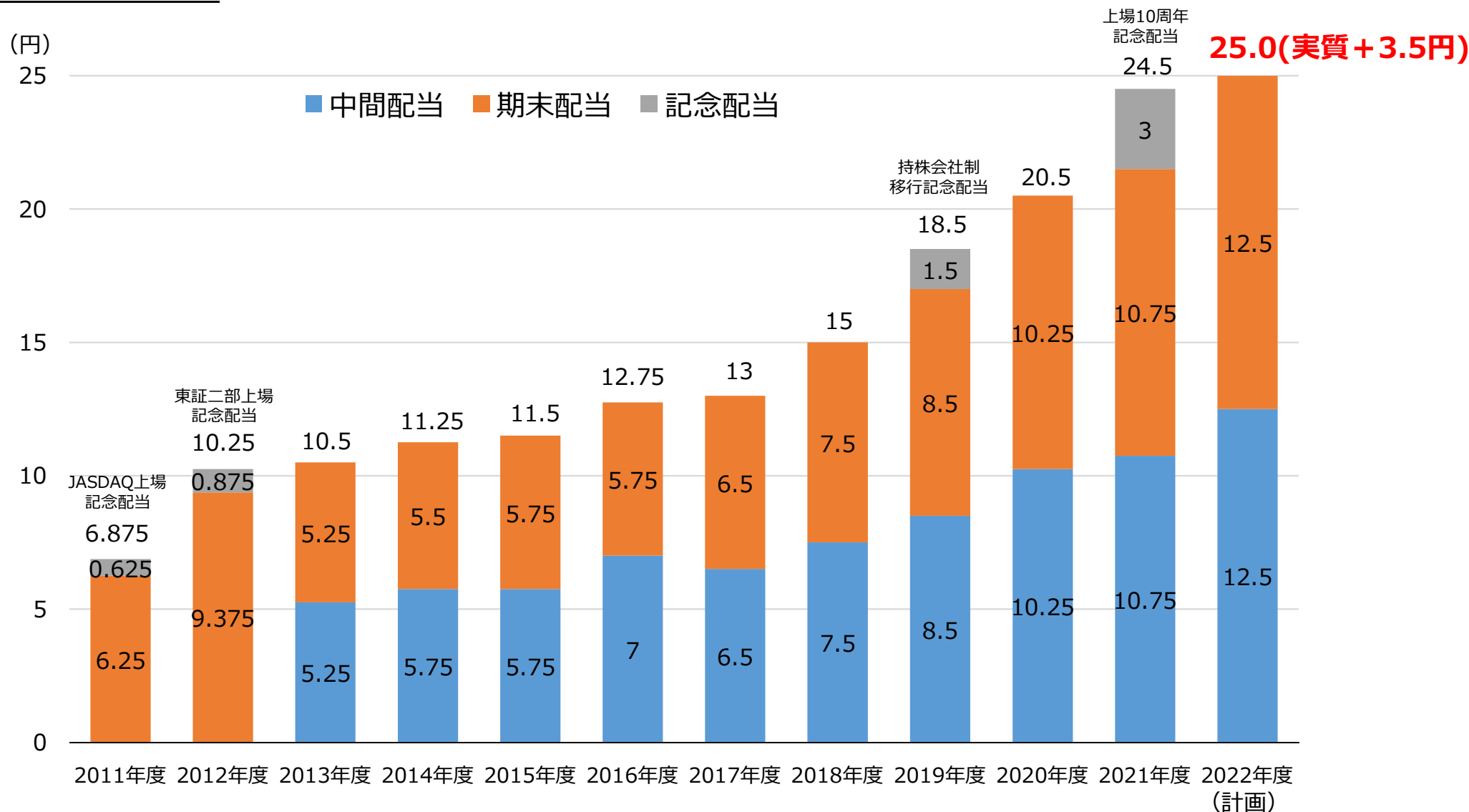
2022年8月期計画
総額売上高 902.7億円



※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（SALES ROBOTICS）
システム開発事業（SALES ROBOTICS・LOWCAL）

	2020年8月期		2021年8月期			2022年8月期計画		
	総額売上高	構成比	総額売上高	前年増減	構成比	総額売上高	前年増減	構成比
デジタルビジネス	331.0億	46.3%	402.1億	+71.0億	47.7%	449.7億	+47.5億	49.8%
非デジタルビジネス	383.9億	53.7%	440.1億	+56.2億	52.3%	453.0億	+12.8億	50.2%

当社はこれまで、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きましたが、2022年8月期は、**前期の上場10周年記念配当3円を織り込み、更に0.5円増配と実質3円50銭増配**とし、当期は**11期連続増配の25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。



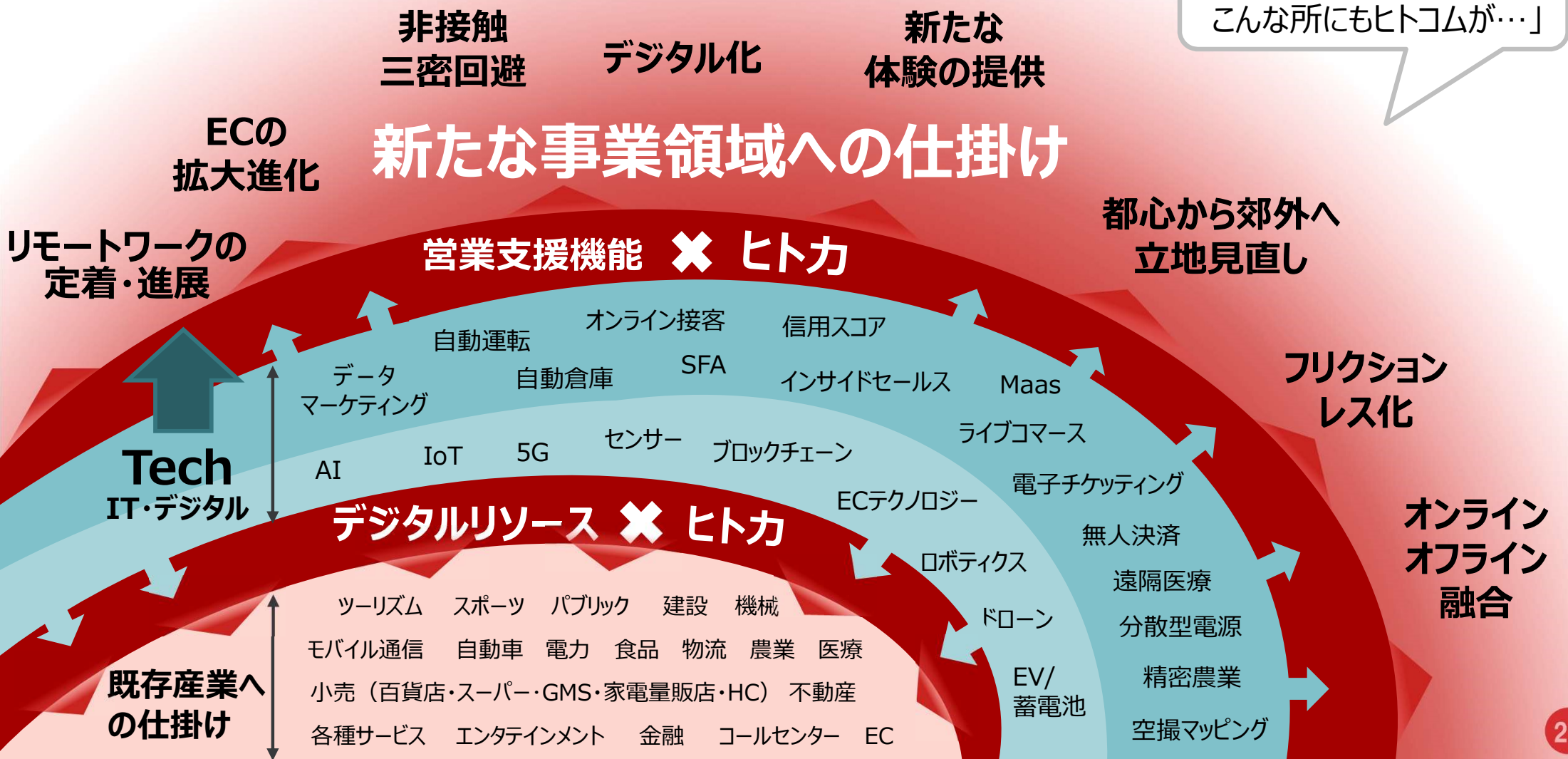
2022年8月期 取組みトピックス

トピックス① デジタル分野の更なる強化

(1) コロナ禍で顕在化する変化への対応

コロナ感染拡大により主戦場である営業・販売サービス分野の事業環境はかつてないほど急速に変化。
 ヒトコムグループは、この機をチャンスと捉え、DX・リソースの充実を図り、
✖ヒト力で、クライアントの新たな事業領域への挑戦をサポート支援していく。

「こんな事にもヒトコムが…
 こんな所にもヒトコムが…」



トピックス① デジタル分野の更なる強化

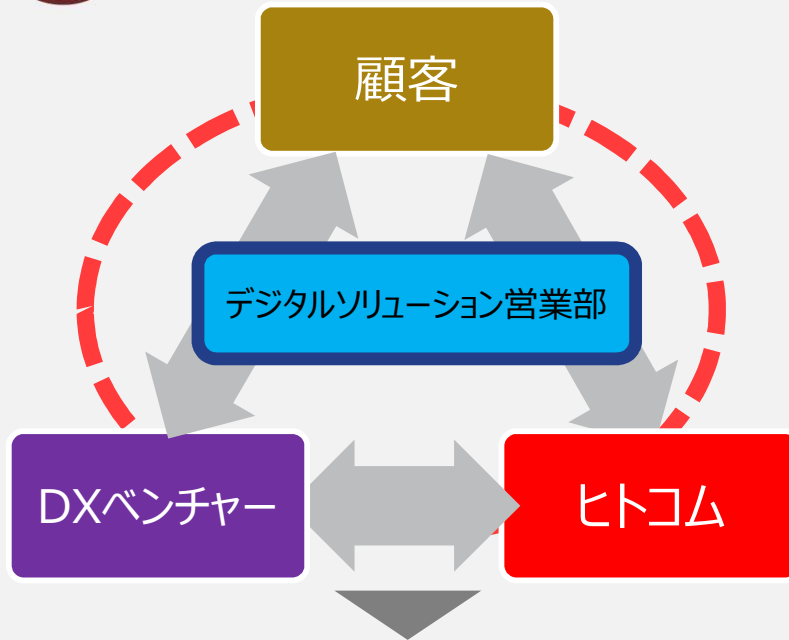
(2) デジタルソリューション営業部の新設

マーケティングの未来創造企業への進化を目指し、本格的に「ITデジタル×ヒト力」をベースにした営業支援事業を拡大するため、新たに「デジタルソリューション営業部」を設置

デジタル施策 1



**CVCを活用した
販売支援系DXベンチャーの
グループ化と全国営業連携**



全国営業拠点のDX理解度を向上
営業エリア・スタッフごとの特性に応じて
カスタマイズした研修を実施

+

全国営業拠点とグループDXベンチャーの協創

デジタル施策 2

**本社 6 階に
グループDXベンチャーを集約する
「DXステーションフロア」を開設**



グループのデジタル事業組織や社員がワンフロアに集まり、イベントスペースも備え、新しいビジネスを創造するためのクリエイティブな空間を創出。

デジタル施策 3



本社 1 階に

**LIVEコマースの専用スタジオを開設し、
D2Cブランドの営業支援を本格化**

トピックス① デジタル分野の更なる強化

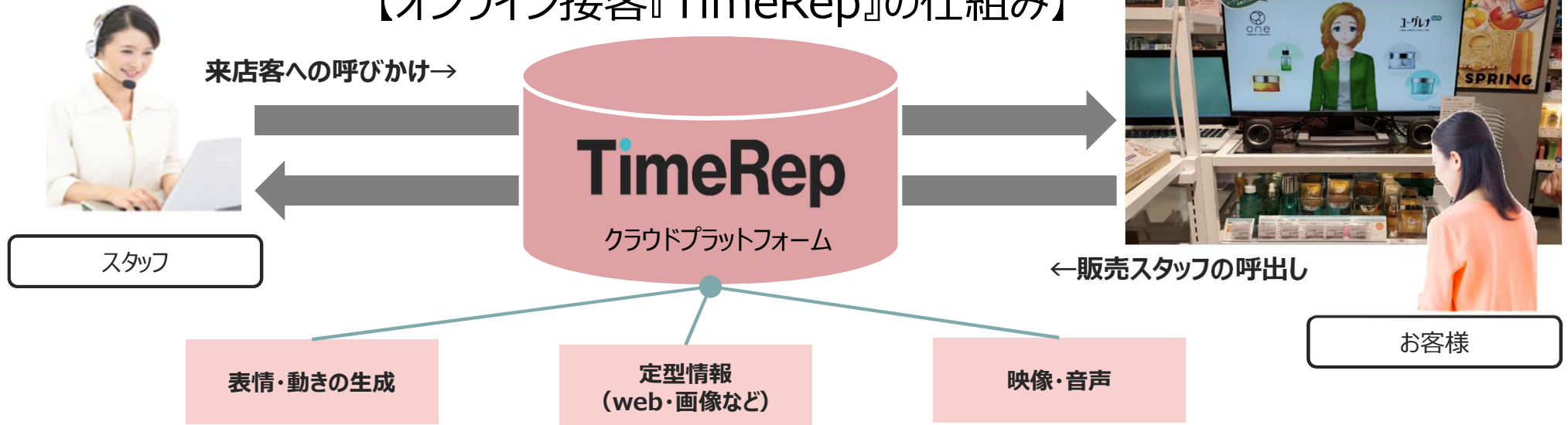
(3) オンライン接客による営業支援



DXパートナー
株式会社UsideU (2017年創業)
<https://www.usideu.com>

1人のオペレーターが4店舗以上を担当する事で
コスト効率を考慮した運営が可能

【オンライン接客『TimeRep』の仕組み】



■ 当社のオンライン接客の強み

①アバターによる接客	実写接客と比較するとコミュニケーション障壁が下がる
②PUSH型の接客	オペレーターが店頭をモニタリングして声掛けができる
③自社センターで運営	アウトソースはせず、当社の専門部署で運用し効率よく対応する

当社で今まで培った接客・ノウハウを活用した運用でエンドユーザーとの新たな接点を作ります

トピックス① デジタル分野の更なる強化 (4) LIVEコマースによる営業支援

DXパートナー
MOFFLY 株式会社Moffly (2017年創業)
<https://tagsapi.com>

「いつでも」「どこでも」「だれでも」の手軽さで
導入実績No1を誇るクラウドプラットフォーム

■ 当社のLIVEコマースの強み

顧客のサイトのHTMLに
数行のコードを書き加えるだけで
簡単にLIVEコマース機能を追加。
大規模配信やHD配信にも対応。

拡張性が高く、どんなECサイトにも
導入可能。新たなストレージの
必要もなく、顧客のサイトのデザイン
に合わせたカスタマイズが可能。

専任のコンサルタントが
LIVEコマースの実施をサポート。
導入設計から撮影までフォローし、
配信後は効果をレポート。

BAYCREW'S STORE
LIVE STYLING

「明日、どう着る？」 IENAのニットマニュアル

ベイクルーズストアへ>

このライブで紹介しているアイテム



IENA
ALBA クルーネックア
ンサンプル
¥17,600



IENA
A VACATION / CARA
MEL
¥53,900



IENA
PELLICO SUNNY / カ
パーヒールシューズ
¥49,500



IFNA



IFNA



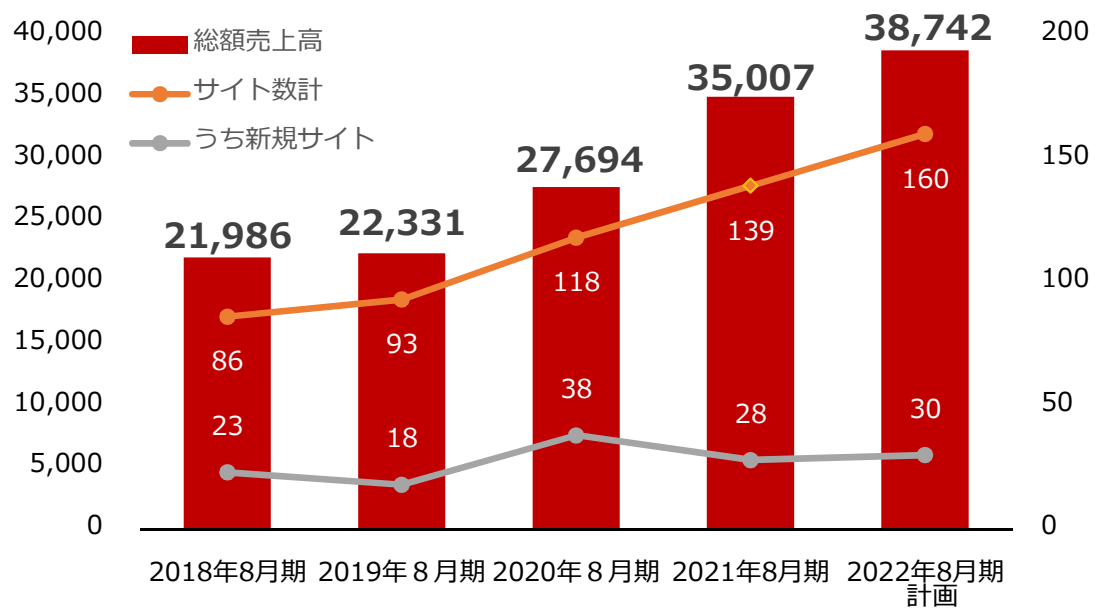
IFNA

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

ファッション関連サイトの新規受注が好調に推移。新規開設サイトはおおむね2年間で収益化。今後の事業拡大・成長に期待。

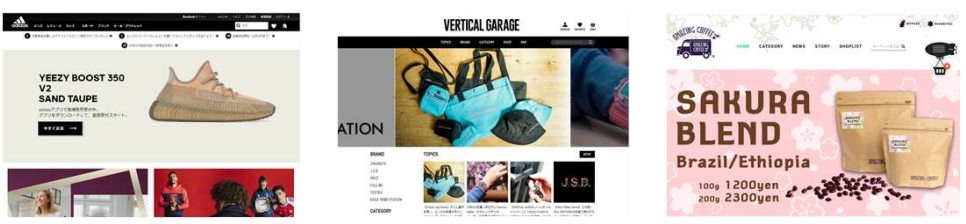
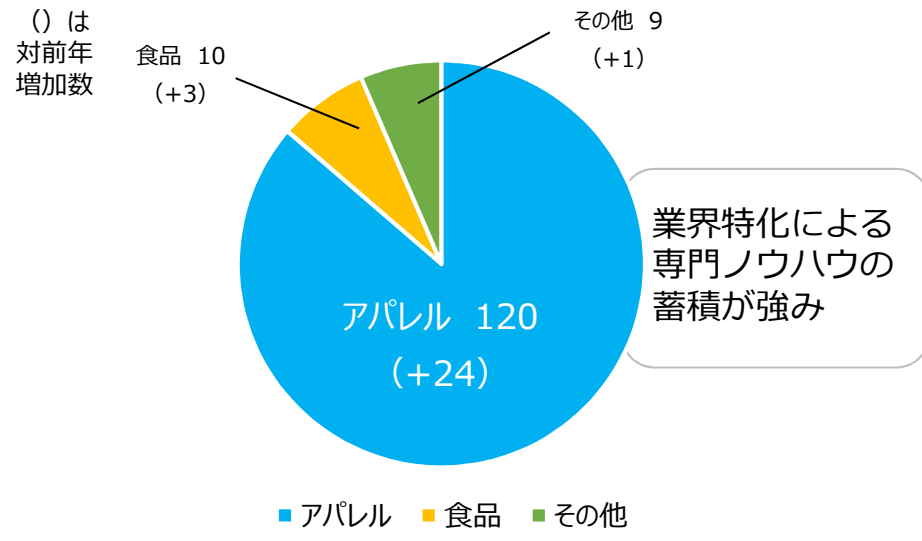
【ECサイト運用支援事業が着実に成長】

2020年8月期獲得の新規サイトが寄与し、総額売上高は好調を維持。2021年8月期も28件の新規クライアントを獲得



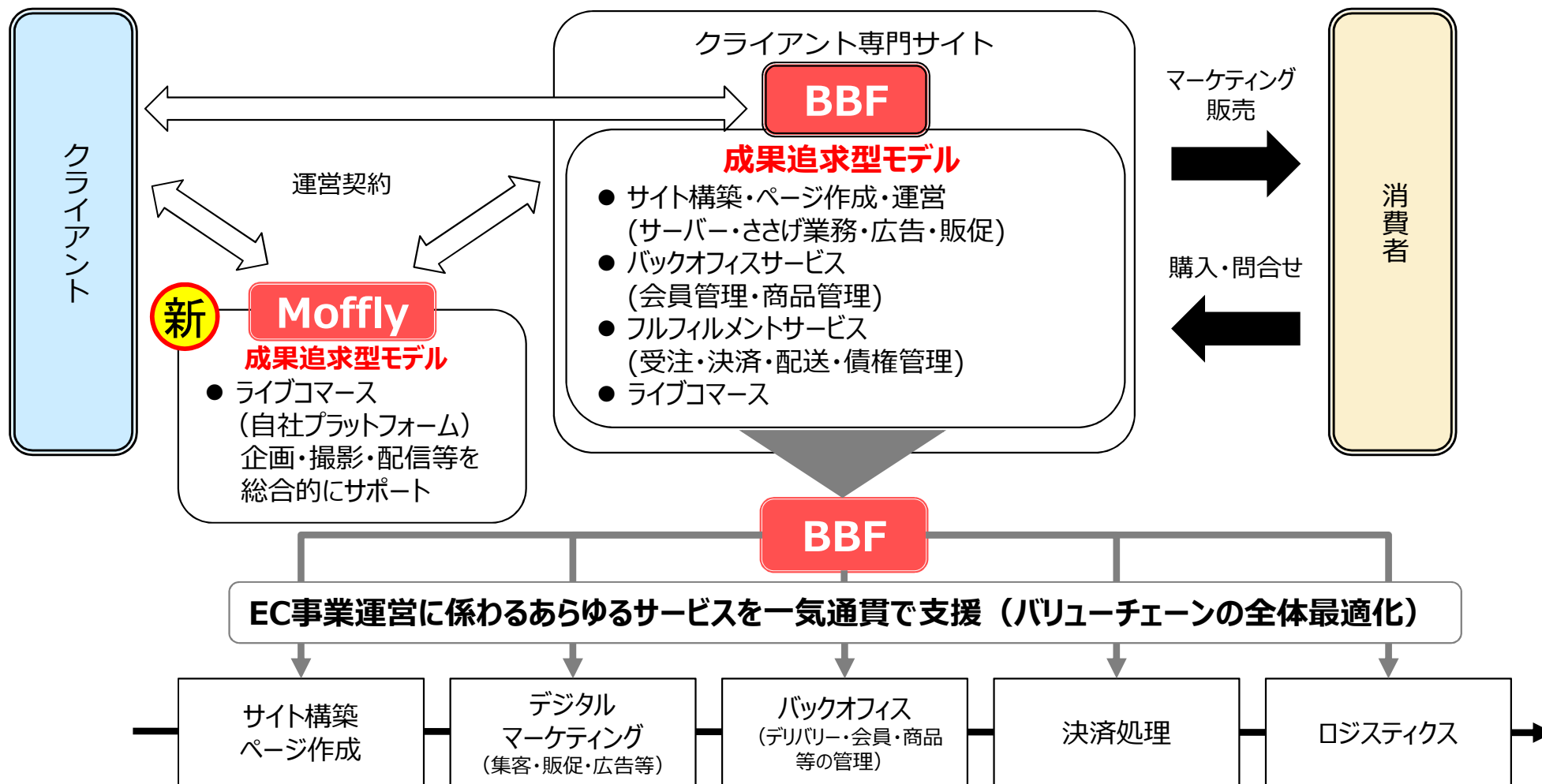
【顧客ポートフォリオ】

新たな収益基盤の拡大に向け、食品等の業界対応を拡大



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営を支援
新たにグループ化したライブコマース企業Mofflyとの協業により更なるサービスの拡充と事業拡大を目指す



※クライアントニーズに応じたサービスを提供 (要望に応じて、最適なパートナーと連携)

トピックス① デジタル分野の更なる強化

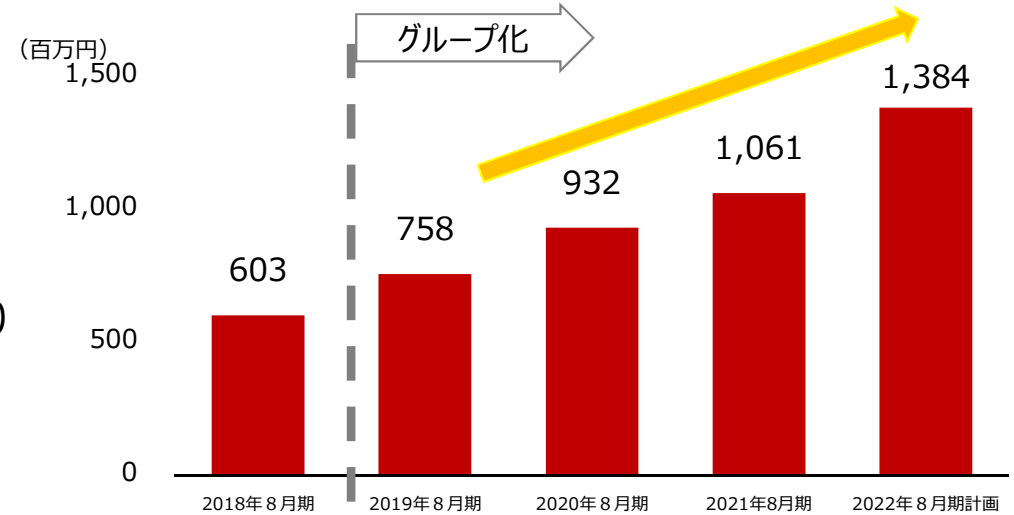
(7) インサイドセールス事業の飛躍的拡大

【インサイドセールス市場の拡大背景】

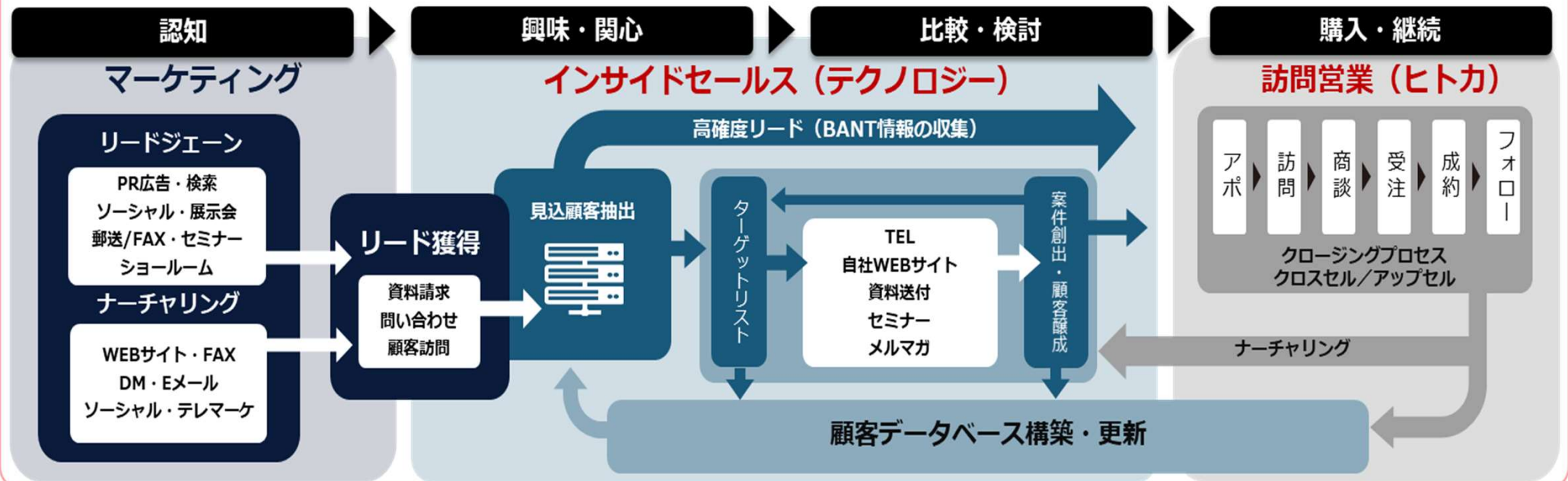
インサイドセールスの有効性への認知が急速に拡大

- ・ 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

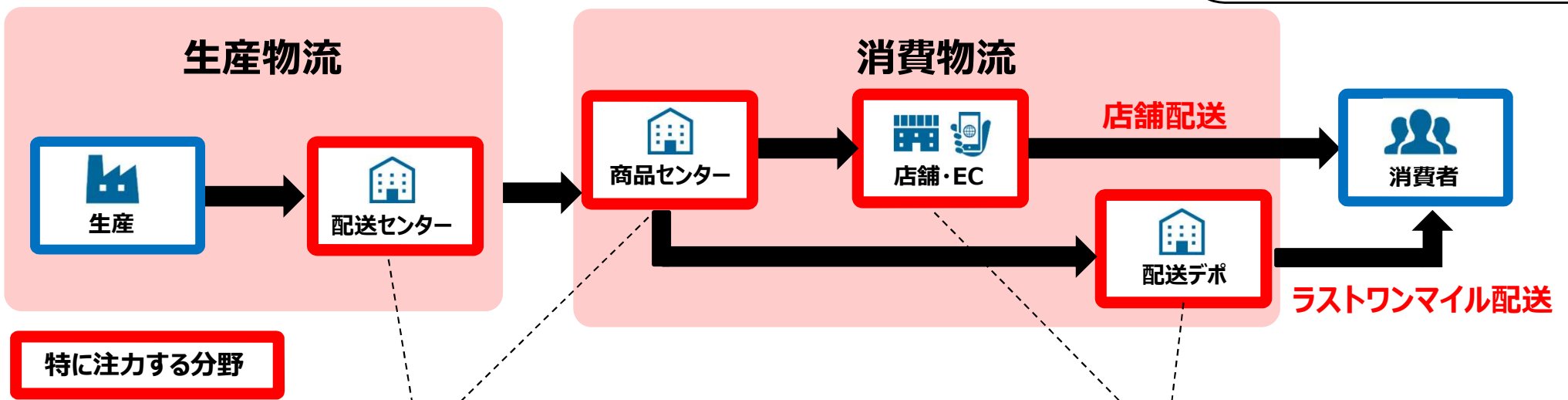
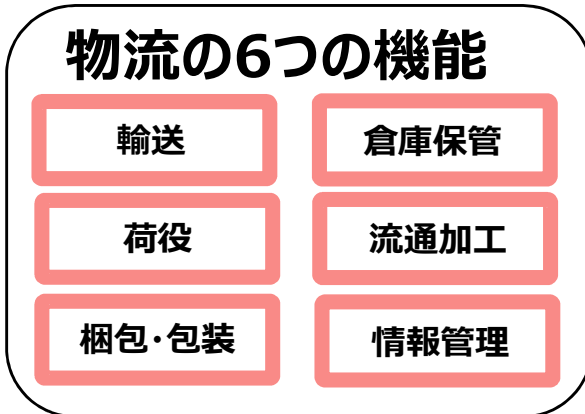
【インサイドセールスの売上成長推移】



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



EC拡大による物流業界の人材ニーズへの徹底した対応 物流領域におけるターゲット



配送センター・商品センター庫内業務
(メーカー・小売流通事業者・EC事業者・
3PL事業者・物流PM会社等)

店舗配送
(小売・流通・配送代行事業者)

トピックス③ パブリックビジネスの強化 政府・地方自治体のPPP/PFI案件への参入

ヒトコムが蓄積してきたノウハウや営業支援リソースを活用し、点のサービスを線につなげたソリューションを提供

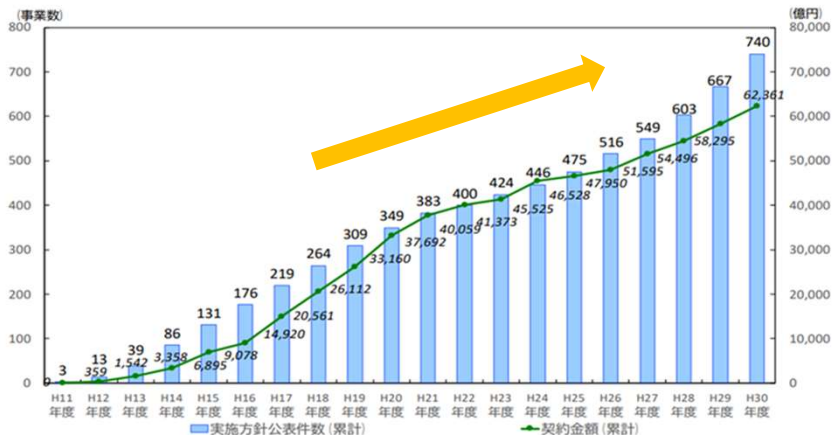
- 政府や地方自治体のPPP/PFI制度活用拡大により大型案件が増加する中、**パブリックビジネス事業推進部を新設**し、アプローチを強化していく。
- これまでの施設・イベント運営のノウハウに加え、営業支援リソース（ヒト力×IT）を活かし、参入強化を図る。
⇒ 誘客・施設運営・グッズ販売・Web管理等の業務の一括受託を目指す。

【参考】拡大するPFI事業

2019年度事業規模
件数：740件
金額：62,361億円

事業数及び契約金額の推移 (累計)

(平成31年3月31日現在)



(注1) 事業数は、内閣府調査により実施方針の公表を把握しているPFI法に基づいた事業の数であり、サービス提供期間中に契約解除又は廃止した事業及び実施方針公表以降に事業を断念しサービスの提供に及んでいない事業は含まれていない。
 (注2) 契約金額は、実施方針を公表した事業のうち、当該年度に公共負担額が決定した事業の当初契約金額(公共負担額)を内閣府調査により把握しているものの合計額であって、公共施設等運営権方式における運営権対価は含まれていないなど、PPP/PFI推進アクションプラン(令和元年6月21日民間資金等活用事業推進会議決定)における事業規模と異なる指標である。
 (注3) グラフ中の契約金額は、億円単位未満を四捨五入した数値。

出典：令和元年9月 内閣府 民間資金等活用事業推進室

PPP (Public Private Partnership (官民連携事業))

官民連携事業の総称であり、PFI以外にも、指定管理者等の制度の導入、包括的民間委託、民間事業者への公有地の貸し出しなどの事業手法がある。

PFI (Private Finance Initiative (プライベート・ファイナンス・イニシアティブ))

公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う手法。

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し、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。





【参考資料】

2021年8月期決算概要（貸借対照表）



	2020年8月期末	2021年8月期末		主な増減要因
			前期末増減	
流動資産	18,679 (68.0%)	22,179 (71.1%)	+3,500	現金及び預金 +925百万円 受取手形及び売掛金 +1,885百万円
固定資産	8,795 (32.0%)	8,997 (28.9%)	+201	関連会社長期貸付金 +176百万円
資産合計	27,475 (100.0%)	31,177 (100.0%)	+3,702	
流動負債	10,547 (38.4%)	11,948 (38.3%)	+1,400	未払金 +1,108百万円 未払法人税等 +223百万円
固定負債	4,518 (16.4%)	4,295 (13.8%)	△222	長期借入金 △430百万円 役員退職慰労引当金 +116百万円
負債合計	15,066 (54.8%)	16,244 (52.1%)	+1,177	
純資産合計 (自己資本比率)	12,408 (42.4%)	14,932 (45.2%)	+2,524	利益剰余金 +2,398百万円
負債純資産合計	27,475 (100.0%)	31,177 (100.0%)	+3,702	

2021年8月期決算概要（CF計算書）

単位：百万円

	2020年8月期	2021年8月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,663	3,065
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲531	▲1,213
フリー・キャッシュ・フロー	3,131	1,852
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲1,297	▲1,005
現金及び現金同等物の増減額	1,825	862
現金及び現金同等物の期首残高	6,796	8,734
現金及び現金同等物の期末残高	8,734	9,596

2022年8月期の計画（上期・通期）

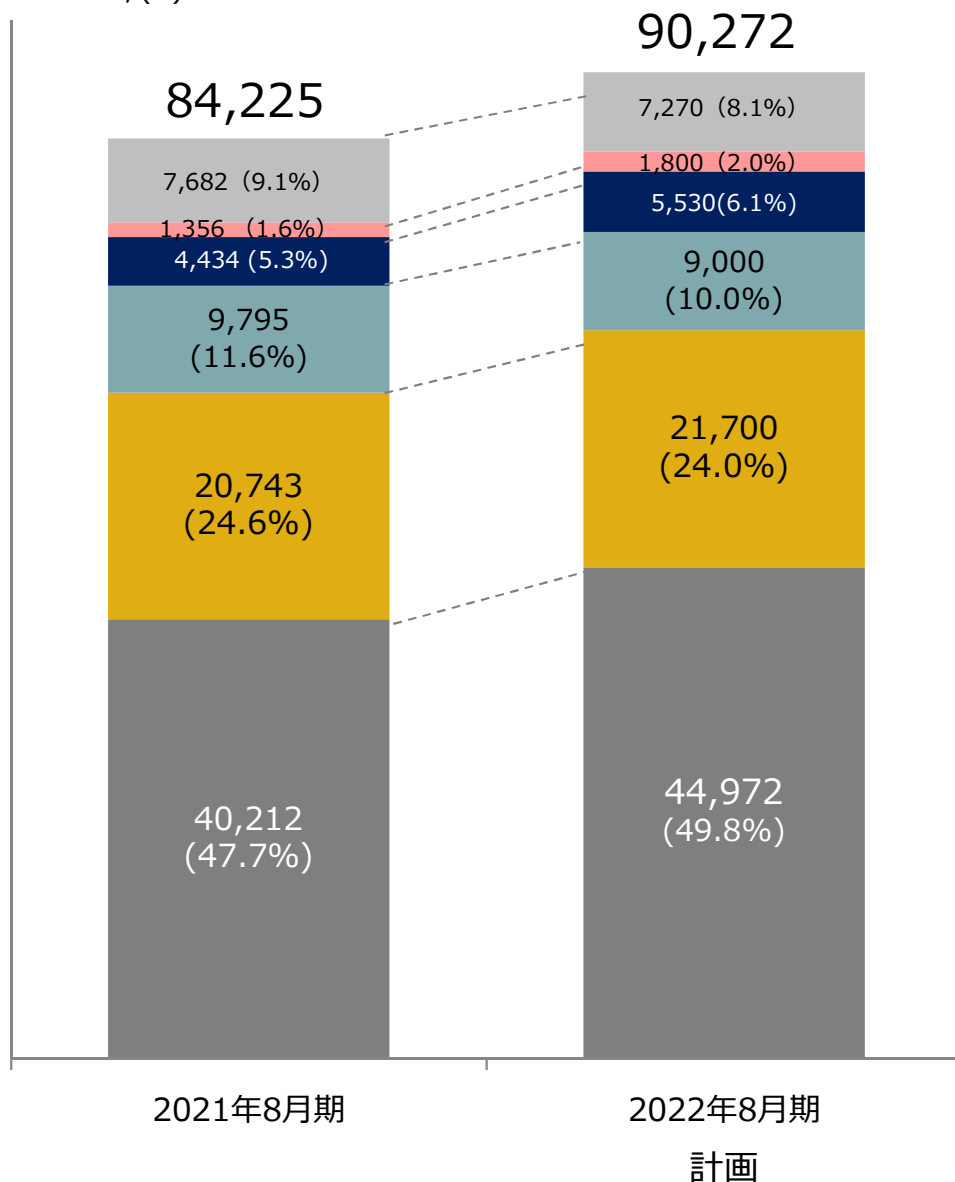


	2022年8月期			
	第2四半期計画	前年同期比	通期計画	前期比（増減額）
総額売上高（取扱高）	44,450	108.3% (+3,389)	90,272	107.2% (+6,046)
売上高	28,400 (100.0%)	109.2% (+2,391)	58,590 (100.0%)	104.4% (+2,448)
アウトソーシング事業 （シェア）	13,490 (47.5%)	118.6% (+2,114)	28,040 (47.9%)	104.2% (+1,122)
人材派遣事業 （シェア）	4,250 (15.0%)	128.9% (+952)	9,190 (15.7%)	120.3% (+1,547)
EC・TC支援事業 （シェア）	5,445 (19.2%)	98.1% (△103)	10,880 (18.6%)	103.7% (+386)
ホールセール事業 （シェア）	4,472 (15.7%)	86.5% (△700)	9,000 (15.4%)	91.9% (△795)
その他の事業 （シェア）	743 (2.6%)	120.7% (+127)	1,480 (2.5%)	114.6% (+188)
売上総利益 （対売上比率）	6,862 (24.2%)	105.4% (+353)	13,810 (23.6%)	104.1% (+545)
販売管理費 （対売上比率）	4,330 (15.2%)	108.2% (+329)	8,810 (15.0%)	103.9% (+333)
営業利益 （対売上比率）	2,531 (8.9%)	100.9% (+23)	5,000 (8.5%)	104.4% (+212)
経常利益 （対売上比率）	2,607 (9.2%)	96.9% (△82)	5,100 (8.7%)	99.5% (△25)
親会社株主に帰属する 当期純利益(対売上比率)	1,538 (5.4%)	101.2% (+17)	3,000 (5.1%)	108.1% (+225)

※ 2022年8月期より、「収益認識に関する会計基準」を適用。2020年8月期・2021年8月期は、当会計基準を適用した仮定の数値となります。

セクター別 総額売上高計画

総額売上高
百万円/()は構成比



デジタル営業支援

↑ 前期比 **+11.8%(+4,759M)**

<EC・TC支援・受託事業、インサイドセールス事業 他>

- ・既存ECサイトの運営強化及び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・ライブコマース等デジタルを活用した販売支援の強化

販売系営業支援

↗ 前期比 **+4.6%(+956M)**

<通信モバイル・家電・サービス分野・物流等販売支援事業>

- ・通信モバイル分野を中心に販売支援については、マーケティング費用の効率化に伴う一部案件の縮小を見込む
- ・EC需要の増加により活況な物流分野の営業強化

ツーリズム・スポーツ

↑ 前期比 **+24.7%(+1,095M)**

<観光・スポーツ・MICE・インバウンド事業>

- ・コロナ感染拡大が一段落した後のツーリズム事業及びスポーツ・MICE事業につき、業績の改善を見込む
- ・オリンピック・パラリンピック、大規模スポーツ世界大会の一括受託に成功

ホールセール

↘ 前期比 **△8.1%(△795M)**

<アパレル商材などのホールセール事業>

- ・新たなライセンス企画の立上げやインフルエンサーの活用による営業強化

セールスビジネス支援

↑ 前期比 **+32.7%(+443M)**

<外訪型営業支援・モビリティ事業>

- ・新規に取組みを開始したモビリティ事業の業績拡大

その他

↘ 前期比 **△5.4%(△412M)**

<パブリック・コールセンター 他>

- ・政府の経済対策やコロナワクチン接種案件の継続受注
- ・自治体に対しパブリック案件の獲得の営業を推進



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 IR・広報部 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。