

「マーケティングの未来創造企業」へ

インサイドセールス

事業のニーズ大きい

ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス（＝ヒトコムHD、4433）は2019年3月に持株会社化し、従来の人材サービス提供による営業支援事業から、EC（＝Eコマース、電子商取引）受託・支援やインサイドセールスの展開を強化することで「マーケティングの未来創造企業」への進化を図っている。先端テクノロジーを有するスタートアップ企業との資本・業務提携も積極的に進めており、今後、各事業のシナジー（相乗）効果を追求することで、継続的な事業拡大を目指す構えだ。

デジタル営業支援の好調が続く

デジタル営業支援は好調が続いており、前年同期比16・0%増となった。新型コロナウイルスの感染拡大で実店舗に気軽に行ける状況ではなくなり、Webの活用が広がっている。既存サイトが拡大していることに加え、新規Eコマースサイトの立ち上げも好調だ。これまでE

デジタル営業支援は好調が続いており、前年同期比16・0%増となった。新型コロナウイルスの感染拡大で実店舗に気軽に行ける状況ではなくなり、Webの活用が広がっている。既存サイトが拡大していることに加え、新規Eコマースサイトの立ち上げも好調だ。これまでE

一方、インサイドセールス事業は見込み客やアポイントを獲得するため、保有する膨大な企業データベースの中からクライアントの商材に適した営業先を自動抽出し、それを基に効果的

な戦略、トークスクリプトなどを提案している。効率的な営業が可能になることでニーズは大きく、今期は期初から好調な推移が続いた。

4、5月には販売系営業支援事業とともに、インサイドセールス事業にもコロナの影響が見られたものの、5月末の緊急事態宣言解除後にはクライアント先が正常営業に戻っており、それぞれの事業の業績は回復中だ。さらに、コロナの影響が最も影響の大きいツアーリズム・スポーツ事業も、航空業界の国内線再開、政府の「Go Toトラベルキャンペーン」実施などから、今後の国内観光の復活に期待が掛かる。プロスポーツ開幕で、スポーツ事業も回復に向かう見通しだ。

同社は成功報酬型で、営業支援プラットフォーム（リアルマーケット営業支援事業）と、EC支援プラットフォーム（Eコマース、TVコマースチャネル営業支援事業）の両輪で事業を展開している。かつての主力である通信モバイル、家電、スタートアップサービスなどの販売系営業支援より、現在ではEC・TC受託・支援事業、インサイドセールス事業などのデジタル営業支援事業のほうが売上高構成

比は高い。

13日には今8月期の第3四半期累計決算を発表し、連結売上高は529億3800万円（前年同期比11・0%増）、営業利益は25億4900万円（同7・6%増）、経常利益は25億7800万円（同8・4%増）、純利益は13億2800万円（同変

わらず）となった。売上高構成比をみると、デジタル営業支援が44・7%、販売系営業支援が32・1%だった。



通期業績は期初予想を据え置き、売上高720億円（前期比12・8%増）、営業利益33億5000万円（同12・0%増）、経常利益33億7000万円（同12・2%増）、純利益19億円（同10・2%増）を見込んでいる。同社は実店舗向け、Eコマース向け販売支援のほか、インサイドセールス事業など、あらゆる形のマーケティング支援を手掛けている点が強み。これにより、さまざまな環境の変化に対応可能なことから、長期的な成長が続く期待は大きい。