

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

タナベ経営

9644 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2020 年 8 月 5 日 (水)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

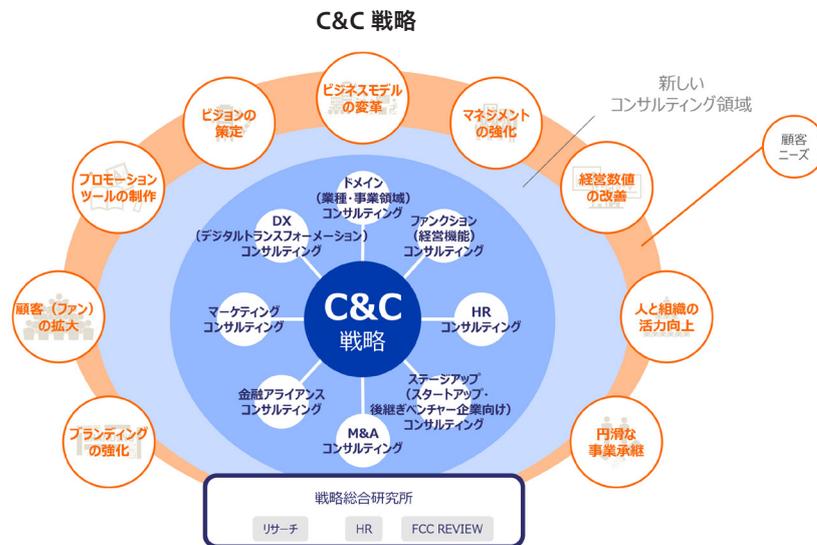
目次

■ 要約	01
1. 2020 年 3 月期の業績概要	02
2. 2021 年 3 月期業績見通し	02
3. 成長戦略	02
4. 株主還元策	02
■ 事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業内容	05
■ 業績動向	09
1. 2020 年 3 月期の業績概要	09
2. 事業セグメント別動向	11
3. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	16
1. 2021 年 3 月期の業績見通し	16
2. 事業セグメント別見通し	17
3. 中期経営計画	18
■ 株主還元策	23
■ 情報セキュリティ対策	24

■ 要約

DX コンサルティングサービスを新たに開始し、 高成長市場における需要の取り込みを図る

タナベ経営 <9644> は、創業 63 年目となる日本の経営コンサルティングのパイオニアであり、経営ミッションとして「『ファーストコールカンパニー 100 年先も一番に選ばれる会社』をともに」を掲げている。顧客企業ごとの経営課題に応じて、「ドメイン（業種・事業領域）×ファンクション（経営機能）×リージョン（地域）」という 3 つの視点で最適な専門コンサルタントを選定し、チーム組成する「チームコンサルティング」を、全国の上場企業も含む中堅企業（主に売上高 50 億円～1,000 億円）へ提供している。業界で唯一、全国主要 10 都市に地域密着の事業所を展開している。中期事業戦略として、「C&C（コンサルティング & コングロマリット）戦略」（コンサルティング領域の多角化）及び「コンサルティングプラットフォーム戦略」（全国・全地域において高品質のコンサルティング価値を提供）を推進している。2019 年 10 月に BtoB 企業を対象にデジタルマーケティング支援を行う（株）リーディング・ソリューションを子会社化し、2020 年 3 月期より連結決算を開始した。



出所：決算説明会資料より掲載

要約

1. 2020 年 3 月期の業績概要

2020 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期単体業績との比較で 3.8% 増の 9,394 百万円、営業利益が同 1.8% 増の 987 百万円とおおむね会社計画どおりに着地した。主力の経営コンサルティング事業において、経営コンサルティング契約数が期中平均で 487 契約（前期 461 契約）と順調に増加し、また、1 件当たり契約単価も上昇したことが増収増益要因となった。同社が主要 KPI とするチームコンサルティング*の期中平均契約社数は前期比 25 社増の 616 社となり、売上高も同 8.1% 増の 4,313 百万円と過去最高を更新している。なお、第 3 四半期以降、連結対象となった（株）リーディング・ソリューションの影響額が、売上高で 257 百万円、営業利益で 5 百万円（のれん償却控除前で 13 百万円）となっている。

* チームコンサルティング = 経営コンサルティング + オーダーメイド教育（研修） + セールスプロモーションコンサルティング（月契約型）（いずれも期中平均契約数）

2. 2021 年 3 月期業績見通し

2021 年 3 月期は、売上高で前期比微増の 9,395 百万円、営業利益で同 29.1% 減の 700 百万円となる見通し。新型コロナウイルス感染症の影響で、第 1 四半期の収益が落ち込む見込みであることが要因だ。経営コンサルティング事業では、経営コンサルティングやオーダーメイド教育（研修）の延期や月単位での休止が発生しているほか、集合型研修や戦略ドメイン & ファンクション研究会等の一部で延期・中止が発生している。また、SP（セールスプロモーション）コンサルティング事業*における各種イベントが中止となり、それに伴うプロモーショングッズ等の販売減少も影響している。一方、足元では緊急経営対策やテレワーク導入等の働き方改革、M&A をテーマとしたコンサルティングニーズや、デジタル教育コンテンツを活用した「FCC アカデミー（企業内大学）設立」等のニーズが増加しており、これらニーズを確実に取り込むことで第 2 四半期以降に業績回復を目指していく方針となっている。

* 2021 年 3 月期より「マーケティングコンサルティング事業」へセグメント名改称

3. 成長戦略

同社は「C&C 戦略」により、コンサルティング領域の多角化（コンサルティングメニューの拡大）を図り、それらをプラットフォーム化して全国規模で同品質の高付加価値サービスの提供を実現することで持続的成長を目指している。特にここ最近では、デジタル技術を経営に積極導入して、売上拡大や生産性向上を実現するデジタルトランスフォーメーション（以下、DX）に対するコンサルティングニーズが増大しており、同社は子会社の（株）リーディング・ソリューションが持つデジタルマーケティング支援等のノウハウを生かしながらこうしたニーズを取り込み、更なる成長を目指していく考えだ。全国各地に地域密着型の事業所を有する強みを生かして、リアルとオンラインを組み合わせながら地方企業における DX 化を推進することで地方経済の活性化を支援していく考えで、同社の今後の展開が注目される。

4. 株主還元策

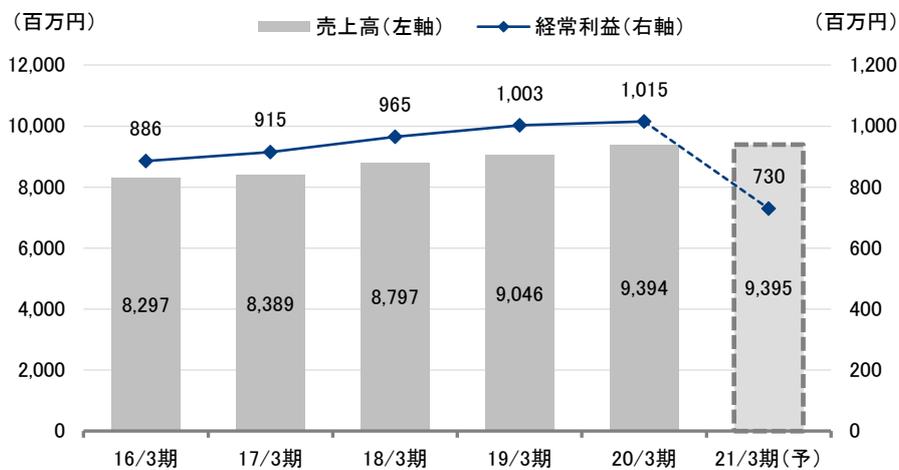
株主還元策として、同社は配当金と株主優待制度を導入している。配当金に関しては配当性向 60% を目安に、業績等を勘案しながら検討していくとしており、2021 年 3 月期は減益見通しながらも前期比横ばいの 43.0 円（配当性向 75.6%）を予定している。また、株主優待制度として毎年 9 月末時点での 100 株以上の保有株主に対してオリジナル手帳「ブルーダイアリー」を 1 冊（3,000 円相当）贈呈している。2020 年 8 月 4 日の株価水準（1,300 円）を基準にすると、配当利回りは 3.3%、株主優待も含めると 5.6% の投資利回りとなる。

要約

Key Points

- ・2020年3月期は期末に新型コロナウイルス感染症の影響があったものの増収増益で着地
- ・経営コンサルティング事業ではM&Aコンサルティング及びDXコンサルティングの旺盛な需要をどれだけ取り込めるかが成長のカギを握る
- ・中期経営計画の業績目標値を引き下げたものの事業戦略は順調に進捗、2022年3月期以降は再び増収増益基調に転じると弊社予想

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

「ドメイン×ファンクション×リージョン」の3つの観点から組成する高品質なチームコンサルティングサービスを強みに成長を続ける

1. 会社概要

同社は1957年に京都で創業した日本の経営コンサルティングのパイオニアであり、業界大手の一角を占める。「C&C戦略」(コンサルティング領域の多角化)及び「コンサルティングプラットフォーム戦略」(全国・全地域において高品質のコンサルティング価値を提供)の推進により、顧客へ新たなコンサルティング価値を提供し、顧客とともに持続的成長を目指す「『ファーストコールカンパニー100年先も一番に選ばれる会社』をともに」を経営ミッションとしている。

事業概要

ファーストコールカンパニーを目指していくうえでの要件

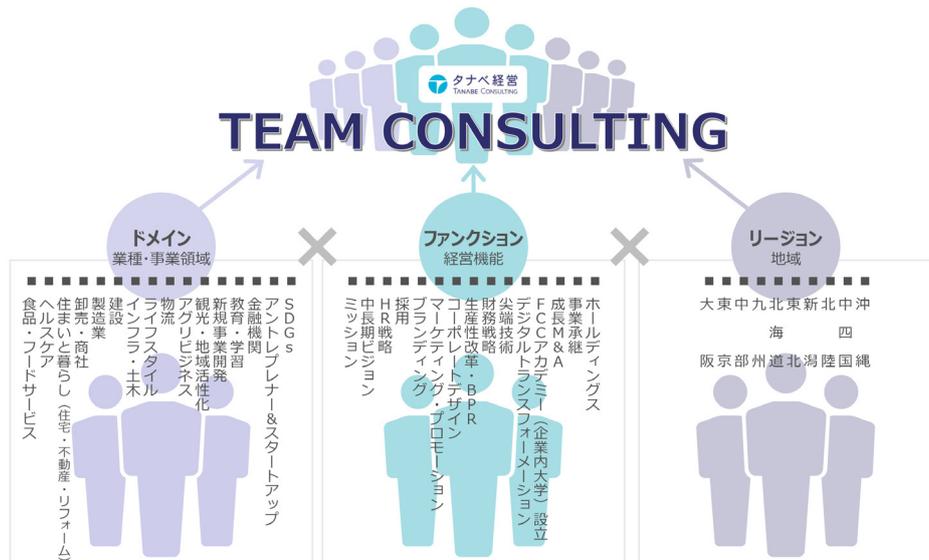
- ・顧客価値のあくなき追求（顧客価値を見つめる謙虚さと強みを磨く経営）
- ・ナンバーワンブランド事業の創造（ブランド事業を生み出すナンバーワン戦略モデル）
- ・強い企業体力への意志（経常利益率 10% と実質無借金経営の財務体質）
- ・自由闊達に開発する組織（自己変革できるチームと開発力を発揮する組織）
- ・事業承継の経営技術（志を次代へ承継する 100 年経営）

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

同社は経営者に寄り添う「ビジネスドクター」として、主に全国の上場企業を含む中堅企業に対して、事業戦略の立案から組織デザイン、経営システムの構築、次世代経営体制づくりなどの経営全般にわたるコンサルティングに加えて、「FCC アカデミー（企業内大学）の設立」やオーダーメイド教育（研修）、経営者・後継者から新入社員までを育成する人材開発コンサルティングを提供している。また、大手企業・上場企業から中堅企業に対して、プロモーション・ブランディング戦略の立案からクリエイティブ、デザインまでをワンストップで支援する SP コンサルティングを提供している。顧客企業ごとの経営課題に合わせて、「ドメイン（業種・事業領域）×ファンクション（経営機能）×リージョン（地域）」の 3 つの視点で最適な専門コンサルタントを複数名選定し、「チームコンサルティング」としてサービス提供していることが特徴となっている。

事業所については、北海道から沖縄までの全国主要 10 都市に展開している。同業の中で、地域に根付いたファーム形式で全国展開しているのは同社だけであり、地域密着型のコンサルティングサービスを提供できることも同社の特色であり強みとなっている。また、各種コンサルティングサービスの企画・プロデュースや、コンサルティング現場等から収集した経営情報を分析・情報発信していく機能を果たす戦略総合研究所や、IR・SR・PR、人材採用、M&A・アライアンス（提携）等の機能を大阪・東京の両本社に設置することで、全国へのサポート機能の充実を図っている。

チームコンサルティング



出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

また、2019 年 10 月に BtoB 領域におけるデジタルマーケティングに関する KPO (Knowledge Process Outsourcing) 業務*及び Web サイト構築業務を行う (株)リーディング・ソリューションを子会社化 (出資比率 60.0%) しており、2020 年 3 月期より連結決算を開始している。子会社化の背景と目的は、BtoB ビジネスにおけるデジタルマーケティング支援サービスの市場拡大が見込まれること、企業の DX に関わるコンサルティングニーズが増加するなかで、デジタルマーケティング支援サービスもメニューに含まれることなどから、グループ化することで相互の強みを融合し、更なるコンサルティングサービスの付加価値向上と競争力の強化を図ることにある。具体的な取り組みとしては、両社のサービスを組み合わせる新たなサービスの開発を進めるほか、既存顧客に対する共同コンサルティングや人材交流を通じて、双方の顧客へ提供するサービスの価値を高めしていく。また、同社から (株)リーディング・ソリューションにマネジメント人材を派遣し、経営体制の強化や営業活動、管理業務等の支援を行っていくほか、人材採用・育成における相互協力体制を構築し、双方のデジタルマーケティング分野における事業基盤を強化していく方針となっている。

* デジタルマーケティングにおける戦略策定から施策の企画・実施、PDCA までを一括代行するサービス。

(株)リーディング・ソリューションの経営成績

(単位：百万円)

	17/3 期	18/3 期	19/3 期	20/3 期
売上高	308	328	403	443
営業利益	26	10	45	46
当期純利益	20	8	32	33
純資産	70	79	111	138
総資産	133	163	216	251

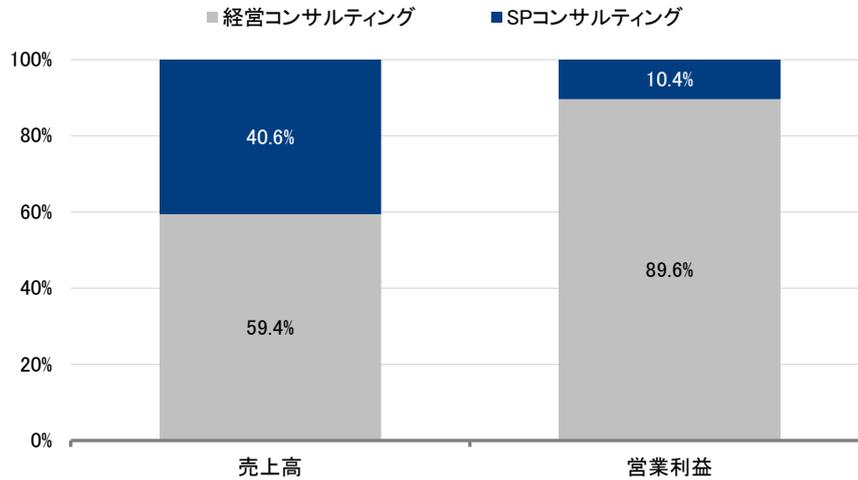
注：人員 14 名、BtoB が主要顧客、出資比率 60%
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

売上高の約 5 割を占める長期契約型サービスを収益基盤とし、スポット型の商品・サービスを積み上げるビジネスモデル

2. 事業内容

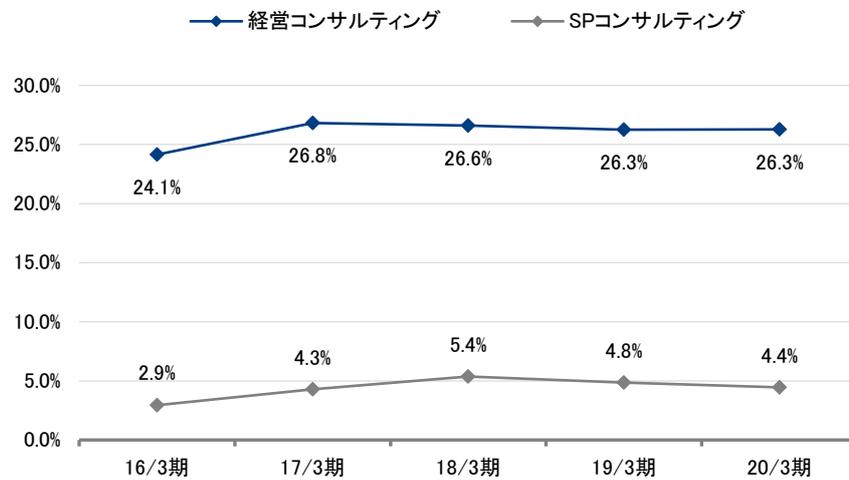
同社の事業セグメントは、経営コンサルティング事業と SP (セールスプロモーション) コンサルティング事業の 2 事業で区分開示している。売上高構成比 (2020 年 3 月期) は、経営コンサルティング事業が 59.4%、SP コンサルティング事業が 40.6% となっているが、営業利益では経営コンサルティング事業が 89.6% と大半を占めている。営業利益率は、経営コンサルティング事業が 26.3% であるのに対して、SP コンサルティング事業は 4.4% と低水準となっているが、これはプロモーション商品等の仕入販売が含まれていることが要因となっている。ただ、ここ数年は付加価値の高い SP コンサルティング領域に注力し、利益率の向上に取り組んでいる。

事業概要

 セグメント別構成比
 (2020年3月期)


注：営業利益は本社管理費控除前ベース
 出所：決算短信よりフィスコ作成

セグメント別営業利益率

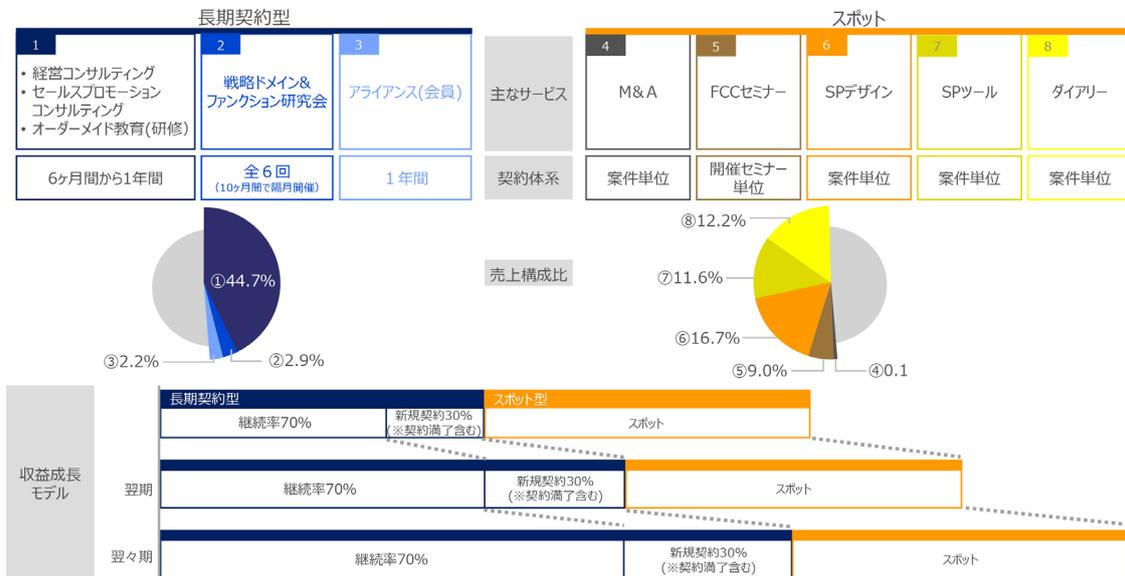


出所：決算短信よりフィスコ作成

収益モデルとしては長期契約型のサービスを安定収益基盤とし、スポット型の商品・サービス売上高を積み上げていくことにより持続的成長を実現している。売上高の約5割を占める長期契約型サービスの大半を占めるコンサルティング契約の継続率は約70%であり、残りの契約満了分約30%とプラスアルファを新規契約で積み上げていく形となっている。チームコンサルティング契約(2020年3月期616件)のうち、契約年数5年以上の比率は約45%と高くなっているが、これは経営者に寄り添う「ビジネスドクター」として、顧客企業の経営全般を理解し、高品質なサービスの提供とともに結果を出し続けていることが継続率の高さにつながっていると考えられる。

事業概要

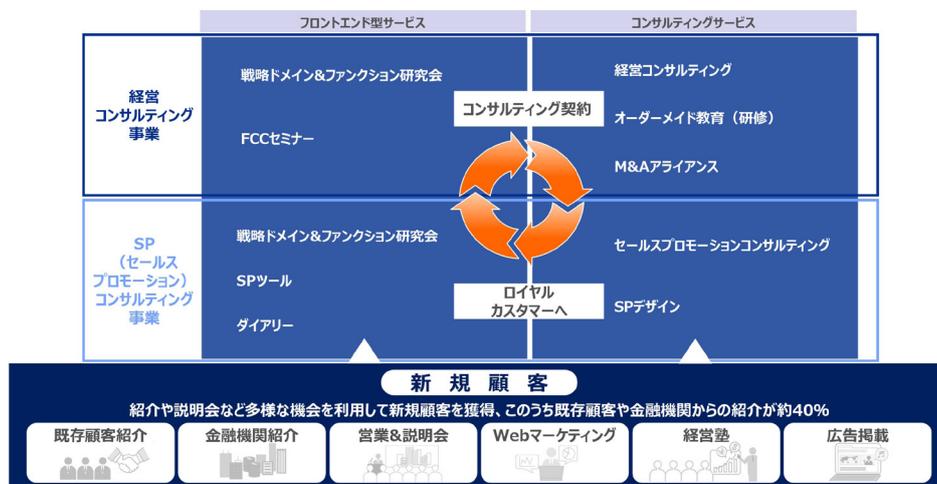
収益成長モデル



出所：決算説明会資料より掲載

顧客創造モデルとしては、既存顧客や提携先金融機関からの紹介だけでなく、Webマーケティングや無料説明会の開催等で新規顧客と接点を持ち、コンサルティングサービスだけでなく、戦略ドメイン & ファンクション研究会や FCC セミナーへの参加など継続的なサービスの利用により、ロイヤルカスタマー化していく流れとなる。ここ数年は、戦略ドメイン & ファンクション研究会のテーマ拡充を進めてきたこともあり、コンサルティングサービスの新規顧客のうち約6割がこれら研究会や各種セミナーに参加した企業で占められるようになってきている。

顧客創造・リレーションモデル



出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

(1) 経営コンサルティング事業

経営コンサルティング事業は、主に上場企業を含む中堅企業を対象としており、サービス内容によって経営コンサルティングと人材開発コンサルティング、また、子会社の(株)リーディング・ソリューションで展開するデジタルコンサルティングに分けている。

同事業の売上高の約 70% を占める経営コンサルティングには、「人材採用・育成・活躍」「中期経営計画(ビジョン)策定・推進」「組織デザイン・組織活性化支援」「マーケティング・ブランディング戦略」等をテーマとした経営コンサルティングのほか、「ジュニアボード(次世代経営チーム育成)」や「FCC アカデミー(企業内大学)設立」、経営コンサルティング契約への導線となる「戦略ドメイン & ファンクション研究会」、提携先の金融機関等と協働する「M&A コンサルティング」などのサービスが含まれる。

同事業の売上高の約 25% を占める人材開発コンサルティングでは、オーダーメイド教育(研修)サービスや、経営者・後継者から新入社員まで階層別の教育研修プログラムとなる FCC セミナーなど、企業の人材育成に関する幅広いニーズを満たすソリューションをワンストップで提供している。

デジタルコンサルティングには、(株)リーディング・ソリューションのデジタルマーケティングに関する KPO 業務及び Web サイト構築支援業務が含まれる。(株)リーディング・ソリューションの事業内容は SP コンサルティング領域ではあるものの、今後はデジタルマーケティング分野で蓄積してきたノウハウと同社の経営コンサルティングのノウハウを融合して、経営全般の DX 化を支援する付加価値の高いコンサルティングサービスとして提供していく予定であるため、経営コンサルティング事業に含めている。

(2) SP (セールスプロモーション) コンサルティング事業

SP コンサルティング事業は、全国の大手企業・上場企業から中堅企業に対してプロモーション・ブランディング戦略の企画立案から実行推進までを支援する SP コンサルティング(専門コンサルタントがデザインするプレミアムノベルティ等の SP デザイン、SP 領域における研究会を含む)のほか、SP ツール(定番アイテムに名入れ加工等を施すノベルティ)の企画・販売、ダイアリー(ビジネス手帳・カレンダー)の企画・販売などで構成される。顧客層はブランド力を高めたい地方の中堅企業から大企業に至るまで幅広く、3,000 社以上の企業に商品・サービスの提供を行っている。売上構成比は SP コンサルティングが約 54%、SP ツールが約 18%、ダイアリーが約 28% となる。

また、同事業では「子ども・子育てファミリーマーケット」をターゲットとしたコンサルティングにも注力している。未来の顧客として期待できる同マーケットの可能性と SDGs 等の観点から、顧客企業の需要も高い。また、主にブランディング面での課題が多い地方の BtoB 企業に対する Web プロモーションコンサルティングにも注力している。最近では、経営コンサルティング事業との連携も進んでおり、顧客企業の事業戦略や組織戦略については経営コンサルタントが支援し、商品の販路拡大やブランディング、CI の策定、集客のためのイベントプロモーション、周年プロモーション等を SP コンサルタントが請け負うといった事例も増えてきている。経営コンサルティングを主力サービスとしながら、デザイン機能や物販機能も備える SP コンサルティングにも対応できる点は、ほかのコンサルティング企業にない同社の強みとなっている。

事業概要

なお、ダイアリーの販売が第3四半期に集中するため、四半期業績で見ると例年、第3四半期に収益が偏重する季節要因があり、直近3年間の平均で見ると売上高の33%、営業利益の47%を第3四半期で稼ぎ出している。

業績動向

2020年3月期は期末に新型コロナウイルスの影響があったものの増収増益で着地

1. 2020年3月期の業績概要

2020年3月期の連結業績は、売上高が、前期単体業績との比較で、3.8%増の9,394百万円、営業利益は同1.8%増の987百万円、経常利益は同1.2%増の1,015百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同0.2%増の696百万円と増収増益となった。新型コロナウイルス感染症の拡大により、2020年2月以降、経営コンサルティングやオーダーメイド教育（研修）で延期や月単位の休止が発生したほか、FCCセミナーや戦略ドメイン＆ファンクション研究会の一部中止、イベント用プロモーショングッズ等の販売が減少したものの、当期に関してはまだ影響が限定的なものにとどまり、それまでの経営コンサルティングサービスの好調などでカバーして、会社計画に対してもおおむね計画どおりに着地した。

また、単体業績についても売上高で前期比1.0%増の9,137百万円、営業利益で同1.3%増の982百万円となり、10期連続の増収増益を達成している。なお、第3四半期以降、連結対象となった（株）リーディング・ソリューションの影響額については、売上高で257百万円、営業利益で5百万円（のれん償却控除前で13百万円）の上乗せ要因となっている。以降、前期比は全て2019年3月期単体業績と2020年3月期連結業績との比較で示していく。

2020年3月期業績

(単位：百万円)

	19/3期単体		会社計画※	20/3期連結				20/3期単体	
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比	実績	前期比
売上高	9,046	-	9,500	9,394	-	3.8%	-1.1%	9,137	1.0%
売上総利益	4,050	44.8%	4,266	4,294	45.7%	6.0%	0.7%	-	-
販管費	3,080	34.1%	3,276	3,306	35.2%	7.3%	0.9%	-	-
営業利益	970	10.7%	990	987	10.5%	1.8%	-0.2%	982	1.3%
経常利益	1,003	11.1%	1,010	1,015	10.8%	1.2%	0.6%	1,009	0.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	694	7.7%	700	696	7.4%	0.2%	-0.5%	711	2.5%

※会社計画は2020年2月発表値

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

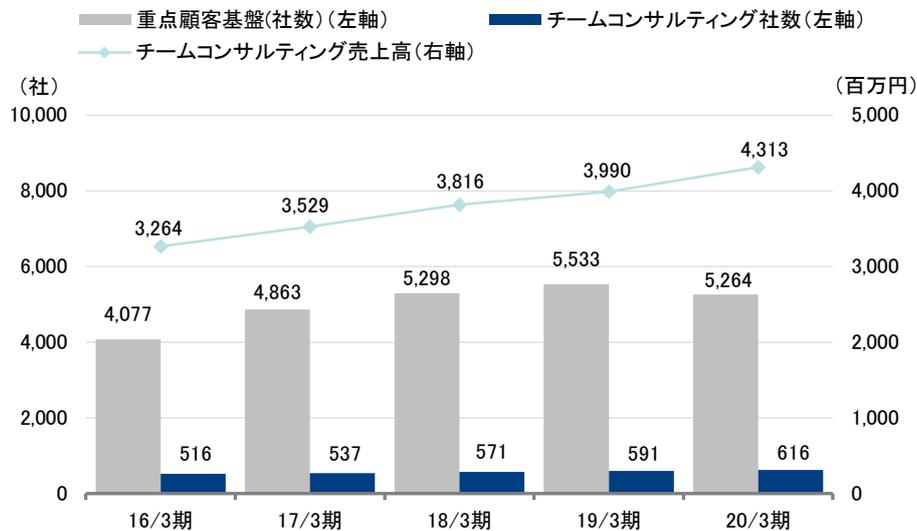
タナベ経営 | 2020年8月5日(水)
 9644 東証1部 | <https://www.tanabekeiei.co.jp/>

業績動向

同社が主要 KPI としている重点顧客基盤※の会社数は新型コロナウイルス感染症の影響もあって前期比 4.9% 減の 5,264 社と減少したものの、チームコンサルティングの期中平均契約社数は同 4.2% 増の 616 社、売上高は同 8.1% 増の 4,313 百万円と着実に増加し、1 契約当たりの平均単価についても 2016 年 3 月期の 6.3 百万円から 2020 年 3 月期は 7.0 百万円と上昇傾向が続いている。比較的規模の大きい顧客が増加していることや、受注額の大きい「FCC アカデミー（企業内大学）設立」等の需要増加が要因と見られる。

※ 重点顧客基盤 = 戦略ドメイン & ファンクション研究会 + FCC セミナー

チームコンサルティング社数と売上高推移



注：チームコンサルティング = 経営コンサルティング + 人材開発コンサルティング(オーダーメイド教育(研修))
 + セールスポモーションコンサルティング(月契約型)(いずれも期中平均契約数)

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

売上総利益率は前期比 0.9 ポイント上昇の 45.7% となった。利益率の高い経営コンサルティング事業の売上構成比が上昇したこと(前期比 2.2 ポイント上昇の 59.4%)に加えて、SP コンサルティング事業の中でも、付加価値の高い SP コンサルティング(月契約型のセールスポモーションコンサルティングと SP デザイン)の売上構成比が上昇し、同事業の売上総利益率が同 1.1 ポイント改善したことが要因となっている。

一方、販管費率は同 1.1 ポイント上昇の 35.2% となった。コンサルタントがよりコンサルティング業務に注力できる体制を整備するために、ミドルオフィス人材やコーポレート人材を積極的に採用したことによる人件費や採用費・プロモーション費の増加に加えて、(株)リーディング・ソリューションが加わったことによる人件費増やのれん償却額 8 百万円の計上の上昇要因となっている。

業績動向

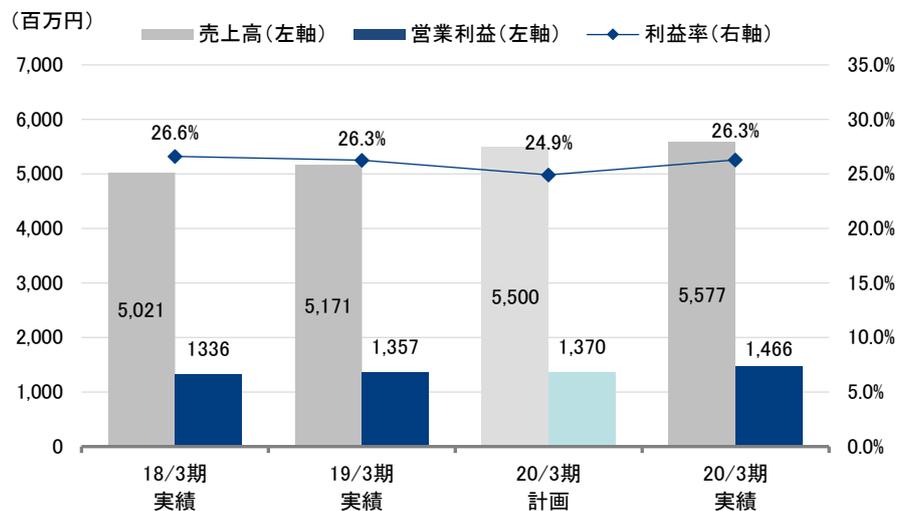
経営コンサルティング事業は増収増益基調が続き、 SPコンサルティング事業は減収減益に

2. 事業セグメント別動向

(1) 経営コンサルティング事業

経営コンサルティング事業の売上高は前期比 7.9% 増の 5,577 百万円、営業利益は同 8.0% 増の 1,466 百万円と増収増益基調が続き、2020年2月に修正した会社計画（売上高 5,500 百万円、営業利益 1,370 百万円）に対しても上回って着地した。主力の経営コンサルティングが順調に推移したほか、(株)リーディング・ソリューションの子会社化も増収増益に貢献した。2019年5月にRPA導入支援サービス「RoboRoid」を展開するワークスアイディ(旧 キューアンドエーワークス)(株)と業務提携契約を締結し、共同でRPAを活用した業務改善コンサルティング「Robo Working」の開発・提供を開始しており、数十件を受注した。当期末の単体ベースのコンサルタント人員(経営コンサルタント、人材開発コンサルタント)は、前期末比5名増の181名となっている。(株)リーディング・ソリューションについては受注が旺盛なことから、人員が子会社化前の14名から21名まで増えている。

経営コンサルティング事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

分野別の売上動向を見ると、主力の経営コンサルティングは前期比 6.3% 増の 3,923 百万円となった。チームコンサルティングの期中平均契約数が前期比 5.6% 増の 487 契約となり、平均単価も上昇したことが増収要因となっている。高単価の「中期経営計画(ビジョン)策定・推進」や「FCCアカデミー(企業内大学)設立」等の受注が好調で、FCCアカデミーは新たに17社開校し、累計開校数は97社となった。

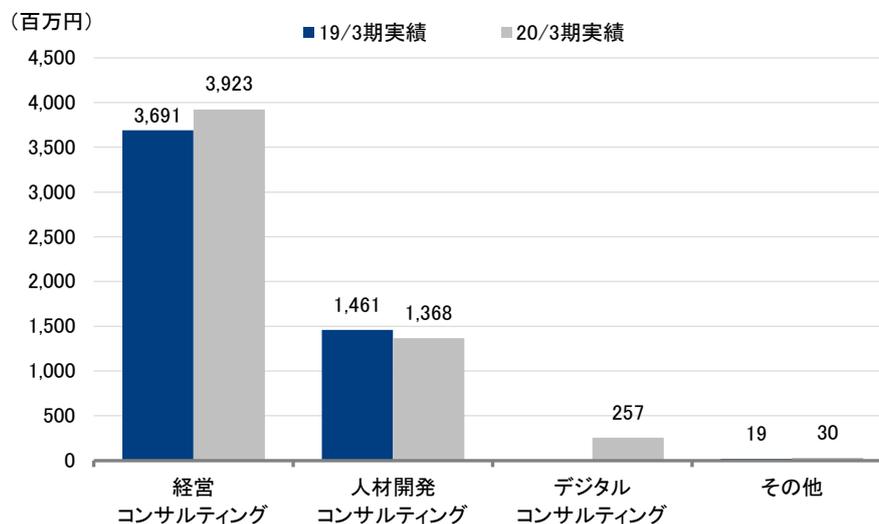
業績動向

一方、戦略ドメイン & ファンクション研究会は、新たな研究テーマとして『成長 M&A』実践」「人材開発」等を追加したほか、「ナンバーワンブランド」「アグリビジネスモデル」等で海外企業視察を実施するなど、積極的な展開を進めていたが、新型コロナウイルス感染症の影響により2月、3月の研究会が中止となったことが響き減収となった。また、アライアンスは、全国の提携金融機関等からのクライアント紹介によりコンサルティング案件が増加したものの、提携先金融機関の顧客支援を目的とした勉強会「経営塾」については、会員数の減少や新型コロナウイルス感染症の影響による延期・中止により減収となった。

人材開発コンサルティングは前期比 6.4% 減の 1,368 百万円となった。オーダーメイド教育（研修）が、FCC アカデミー設立コンサルティングを推進した影響もあって減収となった。一方、FCC セミナーに関しては、次期リーダー候補育成を目的としたセミナーの参加者数が減少したものの、新入社員向け及びチームリーダー向けについては参加者数が増加した。また、新型コロナウイルス感染症の影響で集合型セミナーの一部が延期・中止となったものの、Web セミナーの開発・提供などに注力することでカバーし、売上高は前期比横ばい水準を確保した。

新たに加わったデジタルコンサルティングの売上高は 257 百万円となり、その他売上高は M&A の成功報酬を初めて計上したことで、前期比 59.9% 増の 30 百万円となった。中堅・中小企業の人手不足解消、働き方改革、生産性の向上に向けたソリューションの1つとして、今後の需要拡大が期待される。

経営コンサルティング事業 分野別売上高

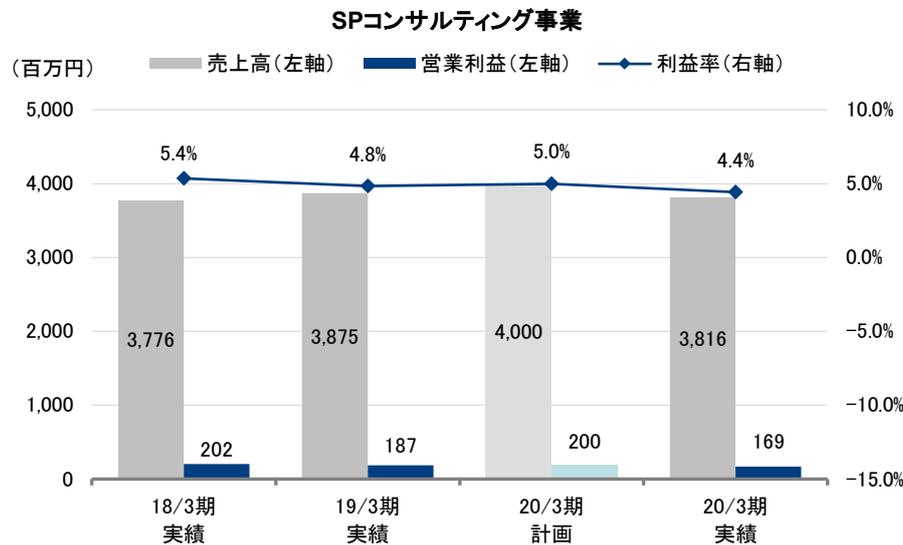


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(2) SP（セールスプロモーション）コンサルティング事業

SP コンサルティング事業の売上高は前期比 1.5% 減の 3,816 百万円、営業利益は同 9.8% 減の 169 百万円となり、会社計画（売上高 4,000 百万円、営業利益 200 百万円）に対してもそれぞれ下回った。新型コロナウイルス感染症の影響により、各種イベントが中止となりプロモーショングッズ等の販売も減少したこと、コンサルタント人員の増員による人件費の増加などが要因だ。売上総利益率は SP コンサルティングの伸長により前期比 1.1 ポイント上昇の 30.1% となり、売上総利益は同 25 百万円の増益となったものの、販管費が 43 百万円増加し減益となった。期末のマーケティングコンサルタント人員は前期末比 7 名増の 64 名となっている。

業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

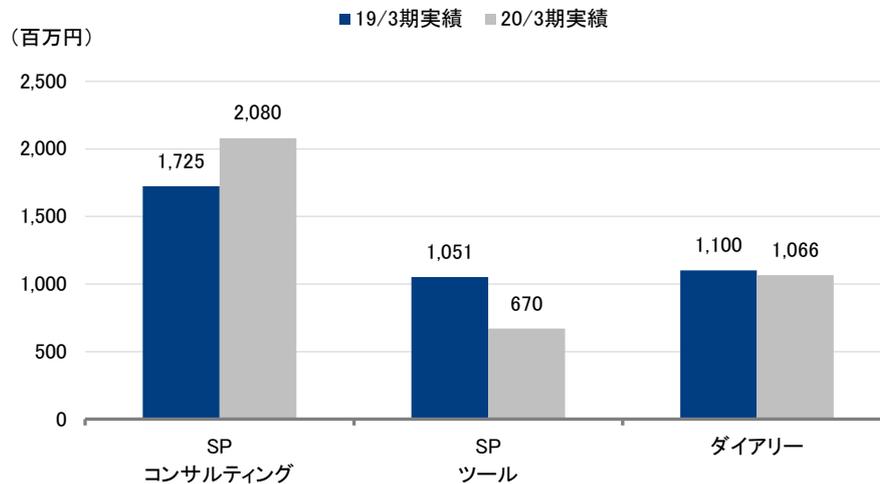
分野別の売上動向を見ると、SPコンサルティング（月契約型のセールスプロモーションコンサルティング＋SPデザイン）は前期比20.6%増の2,080百万円と好調に推移した。このうち、月契約型のセールスプロモーションコンサルティングは、経営コンサルティング事業や外部パートナーとの連携により、より専門性の高いコンサルティングの受注が拡大し、契約件数も増加した。特に、ブランディングコンサルティングや採用プロモーションコンサルティングなどの引き合いが好調だった。また、SPデザインは大型チームの組成による専門性・独自性の向上や、同社の戦略総合研究所のデザインラボとの連携により、業種別・テーマ別でより専門性と独自性の高い提案を実施したことで、セールスプロモーションコンサルティングと合わせて受注件数、売上高とも伸長した。

SPツールは前期比36.2%減の670百万円となった。継続した安定受注はあるものの、戦略的に付加価値の高いSPコンサルティングに注力していることにより、減収傾向が続いている。

ダイアリーについては前期比3.0%減の1,066百万円となった。2019年に発行60周年を迎えた「ブルーダイアリー」はリ・ブランディングを実施したことで前期並みの水準を維持したものの、スポット性の高いカレンダーの受注が低調だったことで減収となった。

業績動向

SPコンサルティング事業 分野別売上高



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

無借金経営で手元キャッシュも潤沢、財務内容は良好

3. 財務状況と経営指標

2020年3月期末の総資産は前期末比200百万円増加の12,969百万円となった。主な変動要因を見ると、流動資産では現預金及び有価証券が797百万円増加した一方で、受取手形及び売掛金が56百万円減少した。固定資産では(株)リーディング・ソリューションの子会社化に伴い、のれんを160百万円計上した一方で、長期預金及び投資有価証券が275百万円減少した。なお、長短合わせた現預金及び有価証券は前期末比522百万円増加の9,115百万円となり、総資産に占める比率は70.3%と引き続き高水準を維持している。

負債合計は前期末比35百万円減少の2,018百万円となった。流動負債で賞与引当金が114百万円、買掛金が33百万円減少した一方で、未払法人税等が28百万円、前受金が40百万円増加した。また、純資産は前期末比235百万円増加の10,951百万円となった。配当金を361百万円支出したのに対して、親会社株主に帰属する当期純利益696百万円を計上した。

経営指標を見ると、自己資本比率は83.9%と継続して80%以上を維持しており、現預金及び有価証券も90億円以上と潤沢にあることから、新型コロナウイルス感染症の影響による景気後退にも耐えうる健全なバランスシートを維持していると判断できる。なお、手元キャッシュは社内での成長に向けた人材投資やオフィスのリニューアルを含めた働き方改革、デジタル投資などに投下していくほか、M&A・アライアンスも戦略オプションの1つとして考えている。同社の成長に寄与する案件があれば、引き続き前向きに検討していく方針だ。

タナベ経営

9644 東証 1 部

2020 年 8 月 5 日 (水)

<https://www.tanabekeiei.co.jp/>

業績動向

ROA や ROE、営業利益率については前期と比較して大きな変化はなく、安定性の高い収益構造になっていることがうかがえる。売上高の約 5 割が長期契約のコンサルティングサービスで占められ、安定した顧客基盤を有していることが主因だ。反面、ROE の水準としては 6.4% と東証 1 部上場企業平均（金融除く）の 6.7% に対して若干低くなっている。売上高純利益率は 7.4% と上場企業平均の 3.6% よりも高いが、総資産回転率（売上高 ÷ 総資産）や財務レバレッジ（総資産 ÷ 自己資本）が低いことが要因となっている。経済産業省が発表している「企業活動基本調査」の 2018 年度実績によれば、全産業の 1 社当たり平均の総資産回転率は 0.98 回、財務レバレッジは 2.37 倍となっており、特に財務レバレッジについては半分以下の水準にとどまっている。堅実経営を行っていることの裏返しとも言えるが、株価純資産倍率が 1 倍程度の評価にとどまっている要因でもある。潤沢な手元資金を活用して収益性を伴った成長を実現していくことが今後の課題となるが、(株)リーディング・ソリューションの子会社化によるデジタルコンサルティング分野での成長が期待される。

貸借対照表

(単位：百万円)

	17/3 期	18/3 期	19/3 期	20/3 期	増減額
流動資産	6,911	7,006	7,027	7,732	705
（現預金・有価証券）	5,984	6,294	6,138	6,936	797
固定資産	5,620	5,797	5,742	5,237	-505
（長期預金・投資有価証券）	2,437	2,396	2,453	2,178	-275
総資産	12,531	12,804	12,769	12,969	200
流動負債	1,844	1,778	1,679	1,642	-36
固定負債	564	591	374	375	0
負債合計	2,409	2,369	2,054	2,018	-35
純資産	10,122	10,434	10,715	10,951	235
(経営指標)					
自己資本比率	80.8%	81.4%	83.8%	83.9%	0.1pt
ROA	7.4%	7.6%	7.9%	7.8%	-0.1pt
ROE	6.4%	6.6%	6.6%	6.4%	-0.2pt
売上高営業利益率	10.5%	10.6%	10.7%	10.5%	-0.2pt
売上高純利益率	7.6%	7.7%	7.7%	7.4%	-0.3pt
総資産回転率	0.67	0.69	0.71	0.72	0.01 回
財務レバレッジ	1.24	1.23	1.19	1.18	-0.01 倍

出所：決算短信及び有価証券報告書よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2021 年 3 月期の業績計画は新型コロナウイルス感染症の影響が夏頃には落ち着くことを前提に策定

1. 2021 年 3 月期の業績見通し

2021 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比横ばいの 9,395 百万円、営業利益で同 29.1% 減の 700 百万円、経常利益で同 28.1% 減の 730 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 29.6% 減の 490 百万円と減益に転じる見通し。新型コロナウイルス感染症の影響により第 1 四半期の業績が落ち込む見込みであることが響く。半期ベースでは上期の営業利益が前年同期比 76.8% 減の 80 百万円となり、下期は対上期比で回復するものの前年同期比では 3.5% 減の 620 百万円と慎重な計画となっている。

2021 年 3 月期業績見通し

(単位：百万円)

	20/3 期		21/3 期					
	通期実績	前期比	上期計画	前年同期比	下期計画	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	9,394	3.8%	4,120	-0.6%	5,275	0.5%	9,395	0.0%
売上総利益	4,294	6.0%	1,680	-14.8%	2,210	-4.8%	3,890	-9.4%
販管費	3,306	7.3%	1,600	-1.6%	1,590	-5.4%	3,190	-3.5%
営業利益	987	1.8%	80	-76.8%	620	-3.5%	700	-29.1%
経常利益	1,015	1.2%	95	-73.6%	635	-3.1%	730	-28.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	696	0.2%	63	-77.2%	427	1.7%	490	-29.6%
1 株当たり利益 (円)	80.86		7.31		49.58		56.89	

※ 21/3 期上期の増減率は前年単体業績との比較値

出所：決算短信よりフィスコ作成

2020 年 6 月までの新型コロナウイルス感染症の影響とそれに対する同社の対策について見ると、経営コンサルティング事業では、経営コンサルティングやオーダーメイド教育（研修）において、開始時期の延期や月単位での休止が発生している。一方で、緊急経営対策やテレワーク導入等の働き方改革支援、企業再生のための経営戦略、M&A 等の新たなコンサルティングニーズが発生しているほか、同社が推進しているデジタル教育コンテンツを活用する「FCC アカデミー（企業内大学）設立」の引き合いも増加している。同社ではこうしたニーズに対して、オンラインコンサルティング等で対応している。

FCC セミナーや戦略ドメイン & ファンクション研究会については、リアルでの開催を中止し、Web 上でのオンラインコミュニケーションツールを用いた「ライブ配信」や「オンデマンド配信」などに切り替えてサービス提供している。また、今後はリアルでの開催についても感染防止策を行ったうえで再開していく予定にしている。

今後の見通し

マーケティングコンサルティング事業※については、各種イベントが中止となり、プロモーショングッズ等の販売が減少した一方で、新型コロナウイルス感染防止策用のソリューション商品（マスク・消毒液等）や各種テレワークグッズなどの引き合いが活発化しており、委託生産先であるパートナー企業のチャネルを活用してこうした需要に対応している。また、対面型販売が制限されるなかで EC に取り組む企業が増えており、デジタルマーケティング分野のコンサルティングニーズも増加している。

※ SP コンサルティング事業は、2021 年 3 月期より「マーケティングコンサルティング事業」に改称。同様に、セールスプロモーションは「ブランドプロモーション」へ、SP デザインは「デザインプロモーション」となる。本章より、新セグメント名を使用する。

業界別で見ると、外食、小売業や宿泊業、自動車業界などは新型コロナウイルス感染症の影響による企業収益悪化もあり、受注状況は厳しくなっているものの、建設業などその他の業種については比較的影響は軽微にとどまっている。夏以降は徐々に需要も回復する見込みであり、ポストコロナにおいて発生する新たなコンサルティングニーズを確実に取り込むことで、業績の早期回復を図っていく方針となっている。

なお、売上が前期比横ばいであるのに対して、売上総利益が同 9.4% 減となるのは、研修や各種セミナーなどの延期・中止の影響に加えて、付加価値の高いチームコンサルティングの売上が、契約社数の減少（前期比 6 社減の 610 社）により、前期比 2.6% 減の 4,200 百万円と減少を見込んでいること、コンサルタント人員の増員による人件費の増加などを見込んでいることなどが要因だ。コンサルタント人員については前期末比 15 名増の 260 名を予定している。一方、販管費についてはシステム投資費用の減少により、前期比 3.5% 減を見込む。前期までに ERP パッケージの導入やテレワーク環境の全社導入などを実施しており、2021 年 3 月期はシステム投資費用が減少する。

経営コンサルティング事業では M&A コンサルティング及び DX コンサルティングの旺盛な需要を どれだけ取り込めるかが成長のカギを握る

2. 事業セグメント別見通し

セグメント別業績見通し

(単位：百万円)

	20/3 期 通期実績	21/3 期			前期比
		上期計画	下期計画	通期計画	
売上高	9,394	4,120	5,275	9,395	0.0%
経営コンサルティング事業	5,577	2,720	2,975	5,695	2.1%
マーケティングコンサルティング事業 (旧 SP コンサルティング事業)	3,816	1,400	2,300	3,700	-3.0%
営業利益	987	80	620	700	-29.1%
経営コンサルティング事業	1,466	520	705	1,225	-16.4%
マーケティングコンサルティング事業 (旧 SP コンサルティング事業)	169	-90	210	120	-29.0%
本社管理費	-647	-350	-295	-645	-0.3%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

(1) 経営コンサルティング事業

2021 年 3 月期の売上高は前期比 2.1% 増の 5,695 百万円、営業利益は同 16.4% 減の 1,225 百万円を見込む。主力の経営コンサルティングは、延期や月単位での休止はあるものの、中止や単価の低下といった影響は軽微にとどまっており、新型コロナウイルス感染症の影響も夏頃には落ち着く前提で、第 2 四半期から売上げも徐々に回復に向かい、通期では若干の増収を見込んでいる。

オーダーメイド教育（研修）は、第 1 四半期の延期・中止等の影響が響き、通期で減収となる見通し。同様に、FCC セミナーや戦略ドメイン & ファンクション研究会についても第 1 四半期の落ち込みが響き、通期で減収を見込む。一方、M&A・アライアンスは、成長を目的とした M&A のコンサルティングニーズが増えてきているが、成約に至るかどうか流動的なため、保守的に前期並みの数値を計画している。また、DX コンサルティングについても、デジタルマーケティングの旺盛な需要を取り込んでいく予定で、(株)リーディング・ソリューションの売上高については通年で寄与する見込みだが、保守的に見て前期並みの数値を計画している。ただ、DX に対する企業の関心は高く、コンサルティングニーズも旺盛と見られる。同社では上期に (株)リーディング・ソリューションと共同開発したコンサルティングメニューをリリースする予定で、増収となる可能性も十分あると弊社では見ている。

利益面では、オーダーメイド教育（研修）や FCC セミナー、戦略ドメイン & ファンクション研究会の減収に加えて、コンサルタントの増員に伴う人件費の増加が減益要因となる。経営コンサルタントは前期末比 7 名増の 160 名、人材開発コンサルタントは同 2 名増の 30 名を予定している。

(2) マーケティングコンサルティング事業 (旧 SP コンサルティング事業)

2021 年 3 月期の売上高は前期比 3.0% 減の 3,700 百万円、営業利益は同 29.0% 減の 120 百万円となる見通し。ブランドプロモーションコンサルティング (旧 セールスプロモーションコンサルティング) (月契約型) は、中止等の影響は現状小さく、通期では若干の増収を見込んでいる。また、SP ツールも新型コロナウイルス感染防止策商品やテレワークグッズ等の販売が好調で、通期で増収を見込む。ダイアリーに関して前期末比の水準を見込んでいる。

こうしたなか減収減益を見込んでいるのは、デザインプロモーション (旧 SP デザイン) において、第 1 四半期に主要顧客で失注が発生し、通期で減収を見込んでいることが要因となっている。また、マーケティングコンサルタントも前期末比 6 名増の 70 名と増強を進めており、人件費の増加も減益要因となる。

中期経営計画の業績目標値を引き下げたものの事業戦略は順調に進捗、2022 年 3 月期以降は再び増収増益基調に転じると弊社予想

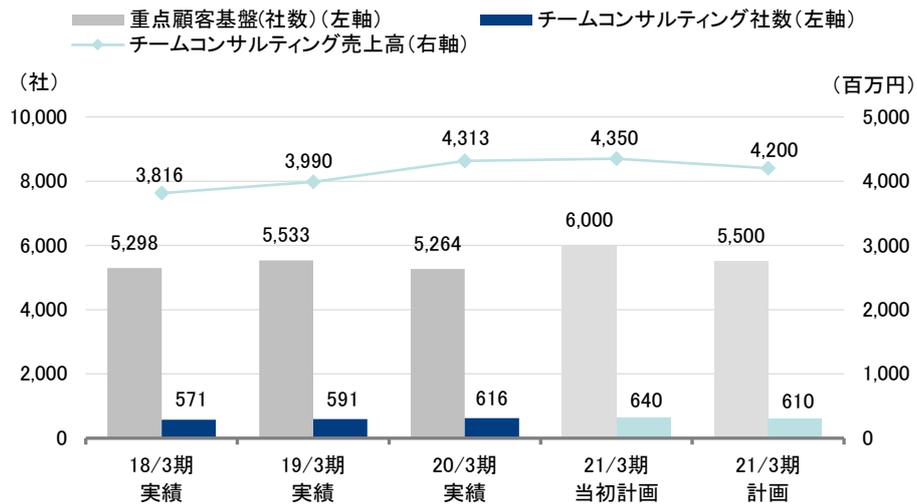
3. 中期経営計画

同社は、「変化から成長へ」をスローガンとした中期経営計画「Tanabe Vision 2020 (2018 ~ 2020)」を 2018 年 5 月に発表した。基本戦略として「C&C 戦略」・「コンサルティングプラットフォーム戦略」を掲げ、コンサルティング領域を多角化してコンサルティングメニューを拡大し、それらをプラットフォーム化することで、持続的な成長を可能とする収益基盤の構築に取り組んできた。

今後の見通し

最終年度となる2021年3月期の当初の業績目標値(売上高9,600百万円、営業利益1,040百万円)に関して、売上高はほぼ達成が射程圏内に入っていたものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、売上高及び営業利益の目標を引き下げている。また、主要KPIであるチームコンサルティング契約社数及び売上高、コンサルタント人員についても当初計画から見直した。チームコンサルティング契約社数では目標の640社に対して、今回610社に、コンサルタント人員については目標の291名に対して260名とそれぞれ現実的な数字に修正している。特に、競争力の源泉となるコンサルタントについては、各業界に精通するプロフェッショナル人材を中心に積極的に採用を強化してきたが、業界全体で人材が不足していることもあり、増員ペースが緩やかとなっている。ただ、今後も新卒社員の採用やプロフェッショナル人材の中途採用、IターンやUターンを希望する人材の採用などを積極的に行い、コンサルタント人員の拡充を進めていく方針に変わりない。一方、後述する事業戦略そのものについてはおおむね順調に進捗していることから、新型コロナウイルス感染症の影響が一巡する2021年3月期以降は再び増収増益基調に転じるものと弊社では予想している。

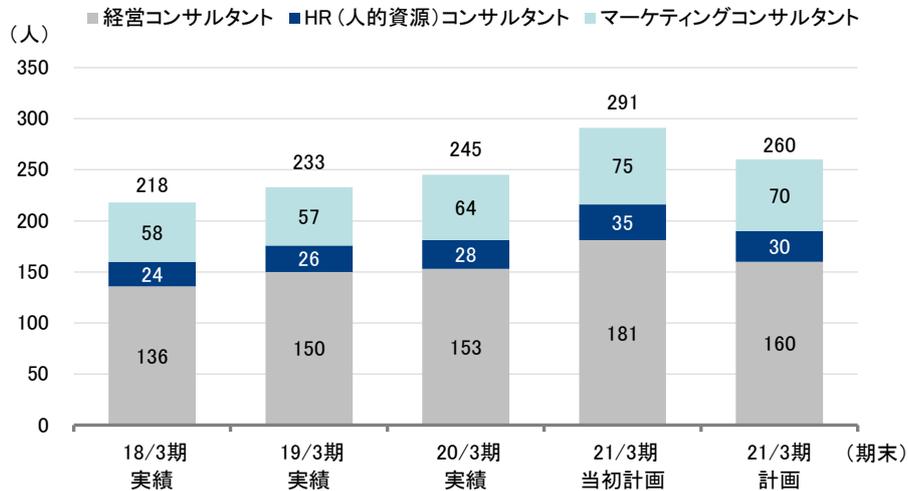
チームコンサルティング社数と売上高推移



注：重点顧客基盤＝戦略ドメイン & ファンクション研究会＋FCCセミナー
 チームコンサルティング＝経営コンサルティング＋人材開発コンサルティング(オーダーメイド教育(研修))
 ＋ブランドプロモーションコンサルティング(月契約型)(いずれも期中平均契約数)
 出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

コンサルタント人員の推移



注：戦略総合研究所在籍のコンサルタントを除く
 出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) 地域倍増 FCC (ファーストコールコンサルティングファーム) 戦略

大阪本社・東京本社以外の全国の本部・支社といった事業所の体制（コンサルティングメニュー）を強化し、全国すべての顧客企業に同品質の高付加価値サービスを均質に提供できるようにする、という取り組みは順調に進捗している。高度な経営課題に対しては、当該分野のプロフェッショナルコンサルタントを全国レベルで選定・派遣する体制を構築してきた。また、子会社の（株）リーディング・ソリューションと共同開発中のDXコンサルティングサービスについても、上期リリースし、全国展開していく予定となっている。経営のDX化への取り組みはクラウドサービスの普及もあり、ここ数年で急速に浸透してきており、同社の顧客ターゲットとなる中堅企業や地方企業においても、DX化に対するコンサルティングニーズは強い。全国主要都市に事業所を持つ強みを生かして、リアルとオンラインを駆使しながらこうした需要を掘り起こし、顧客基盤の拡大につなげていく考えだ。

(2) ドメイン・ファンクションコンサルティング戦略

経営コンサルティング契約への導線となる「戦略ドメイン & ファンクション研究会」の研究テーマをスクラップ & ビルドを行いながら拡充を進め、2020年3月期には29テーマ（2018年3月期比4テーマ増加）となっている。また、各研究会の戦略リーダーも2018年3月期の16名から28名に増加し、各研究会における顧客との関係も強固なものになってきている。今後もポストコロナにおける社会環境の変化によって生まれる新たなコンサルティングニーズを先取りし、研究会の発足により顧客を囲い込み、経営コンサルティング契約の獲得につなげていく戦略を継続していく。

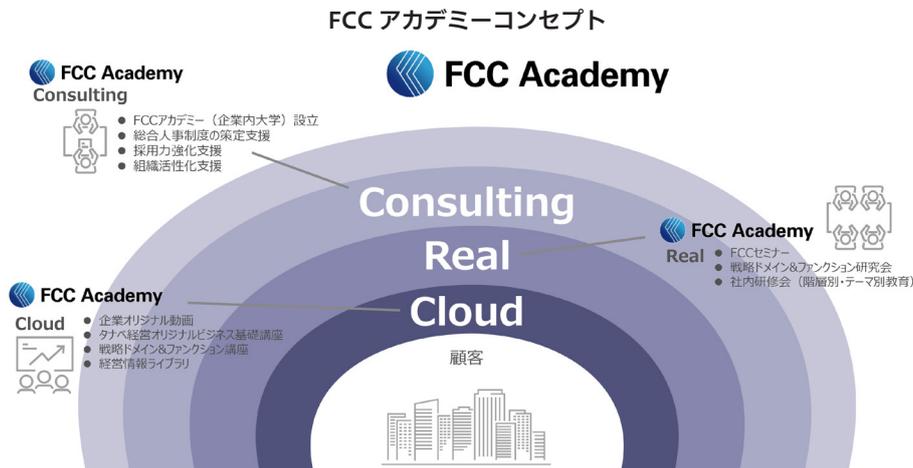
今後の見通し

(3) HR (人的資源) コンサルティング戦略

HR コンサルティングでは、「ファーストコールカンパニー 100 年先も一番に選ばれる会社 (FCC)」を志す企業向けの人材開発プラットフォームとして、「FCC アカデミー (企業内大学)」の普及拡大を推進していく。教育体系の構築や教育コンテンツの開発、社内講師プロデュース等を支援する「アカデミーコンサルティング」、各企業オリジナルのデジタル教育コンテンツを場所と時間を問わずオンラインで学習できる「アカデミークラウド」、新入社員から社長までを育成できる FCC セミナーや個社別のオーダーメイド教育を組み合わせ提供提供する「リアル」の3つのサービスをワンストップソリューションとして提供することで、導入企業数を拡大していく。人材開発に関するサービスでは、様々な企業がeラーニングやタレントマネジメントシステムを提供しているが、いずれも一部のサービスのみであり、企業の人材開発にトータルで対応できる企業は少なく、同社の強みとなる。

累計導入社数は、2019年3月末の80社から2020年3月末は97社に拡大し、当初目標の100社を超える見込みとなっている。2020年3月期の売上規模は13億円程度とまだ小さいが、今後、導入企業数の拡大によりストック型のクラウドサービス利用料が積み上がっていくことになり、安定した収益貢献が見込まれる。特に、新型コロナウイルス感染症の影響で集合型の社員研修ができなくなるなかで、遠隔教育の強みが改めて見直されており、引き合いも活発化している状況にあり今後の成長が期待される。

なお、「クラウド」の新たな機能として、「多言語対応」や「VR」機能が追加となり、外国人労働者の研修ニーズに対応するほか、「VR」に関しては製造現場等での作業員の研修用としての活用も見込まれており、更なる導入社数の拡大が期待される。また、将来的な構想として、「FCC アカデミークラウド」の導入企業同士が業種別につながるオープンプラットフォームの構築も検討している。



出所：決算説明会資料より掲載

(4) M&A・アライアンスコンサルティング戦略

M&A・アライアンスコンサルティングでは、全国の金融機関約100社(支店で約5,000店)等とのアライアンス(提携)を通じて、「成長 M&A コンサルティング」等の案件を取り込み、主に買い手側に立ってコンサルティングからデューデリジェンス、M&A 成立後の PMI までサービス提供していく。

今後の見通し

M&A を活用して成長を図りたいとする地域の中堅・中小企業は多く、全国主要都市に事業所を有する強みを生かしてこうした企業のニーズに応えていく。2020年3月期の金融機関や会計事務所からの紹介件数は前期比173件増の306件となっており、このうち51件で売上を計上している(コンサルティングやデューデリジェンスのみのケースも含む)。

(5) マーケティングコンサルティング戦略

マーケティングコンサルティング事業では、顧客企業の経営理念・ビジョン・ミッションを実現するためのマーケティング活動をデジタル技術を用いて全面的に支援し、顧客価値の向上を目指していく。また、「業種×プロモーションテーマ」の観点で業務プロセスを見直し(分業化を推進し)、専門性の高いチームを組成して、顧客企業のプロモーション・ブランディングをワンストップでトータルに支援していく。このため、経営リソースを大阪本社と東京本社に集中し、中部本部については大阪本社への統合を図っている。


(6) コーポレート戦略

コーポレート戦略としては、「働き方・生産性改革投資」「人材採用・育成・活躍」をテーマに取り組んでいる。

a) 働き方・生産性改革投資

社員の働き方を改革し、生産性を高めることができるデジタル投資やオフィス投資を実施している。実行済みのもので新テレビ会議システムの導入や iPhone の全社員支給のほか、テレワーク環境の構築並びに新たな ERP パッケージの導入を実施した。2020年4月より本格稼働した新 ERP パッケージに関しては、CRM システムの機能強化と MA (マーケティングオートメーション) ツールとの連携により、営業部門の生産性向上並びにコンサルタントの業務効率向上が見込まれている。なお、現在もオフィスリニューアルやホームページの全社統合、AI 研究 (調査・パートナー企業選定・テスト導入) などに取り組んでおり、業務自動化システム (チャットボット、RPA) の導入についても検討を進めている。

今後の見通し

b) 人材採用・育成・活躍

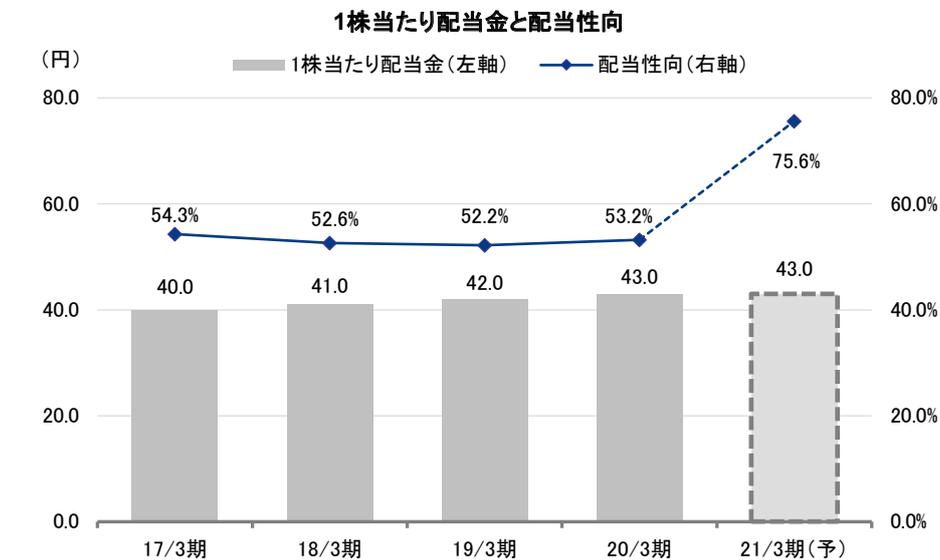
プロフェッショナル人材の採用を強化し、「タナベ FCC アカデミー」「ジュニアボード経営システム」の活用により、人材の早期育成・活躍が可能となる体制づくりに取り組んでいる。

■ 株主還元策

配当性向は 60% を目安に 安定的かつ収益成長に応じた配当を継続していく方針

株主還元策として、同社は配当金と株主優待制度を導入している。配当金に関しては配当性向 60% を目安に、業績等を勘案（特殊要因は除く）しながら検討していくとしている。2021 年 3 月期は減益見込みながらも前期比横ばいの 43.0 円（配当性向 75.6%）を予定している。

また、株主優待制度として毎年 9 月末時点の 100 株以上の保有株主に対してオリジナル手帳「ブルーダイアリー」を 1 冊（3,000 円相当）贈呈している。2020 年 8 月 4 日の株価水準（1,300 円）を基準にすると、配当利回りは 3.3%、株主優待も含めると 5.6% の投資利回りとなる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 情報セキュリティ対策

同社はインターネットを使って会員各社や提携先金融機関等に対し、各種の経営情報を提供している。情報セキュリティ対策として、想定されるシステム障害に対して、ファイアウォール等による外部アクセス制御や監視・認証機能の強化、ウイルスチェック、データのバックアップ、ミラーサーバーの構築などの対応策と障害時の復旧体制を構築している。また、顧客情報管理についても、情報漏えい防止策として社内の情報管理体制をハードウェア、ソフトウェア両面から厳しく整備すると同時に、社員への啓発、意識向上の活動に取り組んでいる。

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