

タナベ経営

9644 東証 2 部

<http://www.tanabekeiei.co.jp/t/ir/>

2016 年 8 月 1 日（月）

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this document.

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
佐藤 譲

[企業情報はこちら >>>](#)

■コンサルティング & コングロマリット戦略の推進により、持続的成長を実現する

タナベ経営 <9644> は、1957 年創業の日本における中堅・中小企業向け経営コンサルティングのパイオニアであり、大手。「コンサルティング & コングロマリット戦略（C&C 戦略）」（コンサルティング領域の多角化・拡大化）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、顧客と共に持続的成長を目指している。経営ミッションは、「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の創造」。「戦略パートナー」として、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まで経営全般にわたるコンサルティングに加えて、経営者や戦略リーダー、地域の後継者を育成する人材育成コンサルティング、セールスプロモーション（SP）コンサルティングも全国で展開している。堅実経営と無借金経営、自己資本比率で 80% 超となる強固な財務体質を強みとする。

2016 年 3 月期の業績は、売上高が前期比 5.5% 増の 8,297 百万円、経常利益が同 9.6% 増の 886 百万円と 6 期連続の増収増益となり、売上高は過去最高を更新した。経営コンサルティング事業において、ロイヤルカスタマー向けサービス（チームコンサルティング型経営協力、教育・人材育成、戦略ドメイン & マネジメント研究会）やセミナー等の売上が増加したほか、セールスプロモーション（SP）コンサルティング事業におけるコスト削減効果なども増益に寄与した。

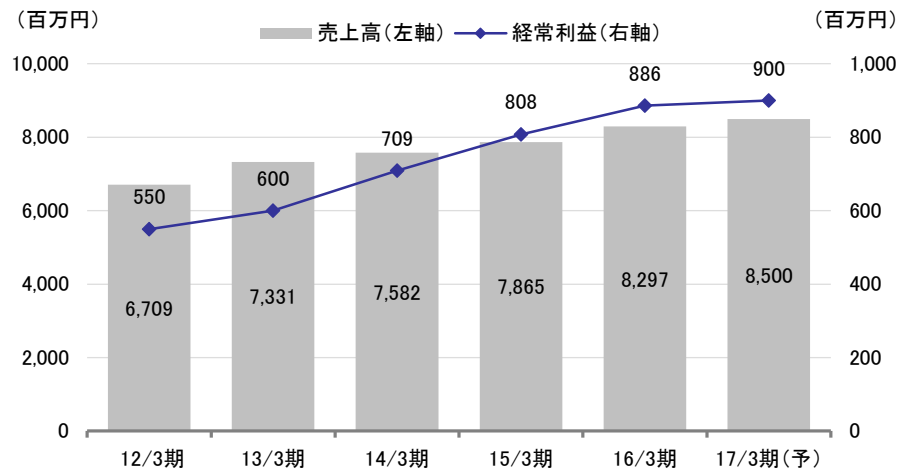
2017 年 3 月期は売上高が前期比 2.4% 増の 8,500 百万円、経常利益が同 1.6% 増の 900 百万円と安定成長を見込む。世界経済の下振れリスクが台頭し、国内の企業業績も厳しい状況が想定されるものの、引き続き中堅企業を中心とした中期ビジョン策定（事業戦略）や次世代経営体制づくり（事業承継）、人材採用・育成等のコンサルティングニーズは旺盛で、増収増益を目指していく方針だ。ここ数年、参加社数が拡大している「戦略ドメイン & マネジメント研究会」では、テーマ数を前期の 14 テーマから新たに 6 テーマ新設して合計 20 テーマとし、チームコンサルティング型経営協力の契約増につなげていく考えだ。

同社の強みは、59 年間の歴史で培ってきたドメイン（事業戦略）、ファンクション（組織戦略）、リージョン（地域戦略）における成功済みの戦略メソッドを有し、全国において均質なサービスを提供できること、地域金融機関等 155 に及ぶ提携ネットワークを構築していること、SP コンサルティングも含めた総合コンサルティングサービスを提供できることなどが挙げられる。特に「地方創生」をテーマに地域企業の活性化が求められる中で、中堅・中小企業向けを主要顧客とする同社のビジネスチャンスは大きいと言える。2016 年 3 月には JASDAQ 市場から東証第 2 部市場に市場変更しており、ブランド力の向上により、コンサルタントの採用を強化していく方針である。なお、株主還元策として、配当性向 60% を目安に配当を実施していく方針で、収益成長とともに配当成長も期待される。

■ Check Point

- ・中堅・中小企業向け経営コンサルティングのパイオニア
- ・6 期連続の増収増益、期初計画を大きく上回る好決算
- ・「コンサルティング & コングロマリット戦略」の推進により、持続的成長を目指す

業績推移



事業概要

同社の事業セグメントは2016年3月期より、経営コンサルティング事業（従来のコンサルティング事業、ネットワーク事業を統合）、セールスプロモーション（SP）コンサルティング事業（従来のSP事業）の2つの事業セグメントで開示している。2016年3月期の売上構成比を見ると、経営コンサルティング事業が54.2%、SPコンサルティング事業が45.8%とほぼ拮抗した格好となっているが、営業利益では経営コンサルティング事業で全体の90%以上を占めており、同社の収益柱となっている。

コンサルティング会社の種類としては、経営全般に関するコンサルティングを行う「総合型」、ITや財務、生産など機能ごとに専門化したコンサルを行う「機能特化型」、また、医療分野など専門的な知識などが求められる「業界特化型」、調査分析を専門に行う「シンクタンク」の大きく4種類に分類される。同社はこのうち総合型のコンサルティング事業を展開しており、「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）」の創造を経営ミッションとして、各種コンサルティングサービスを展開している。

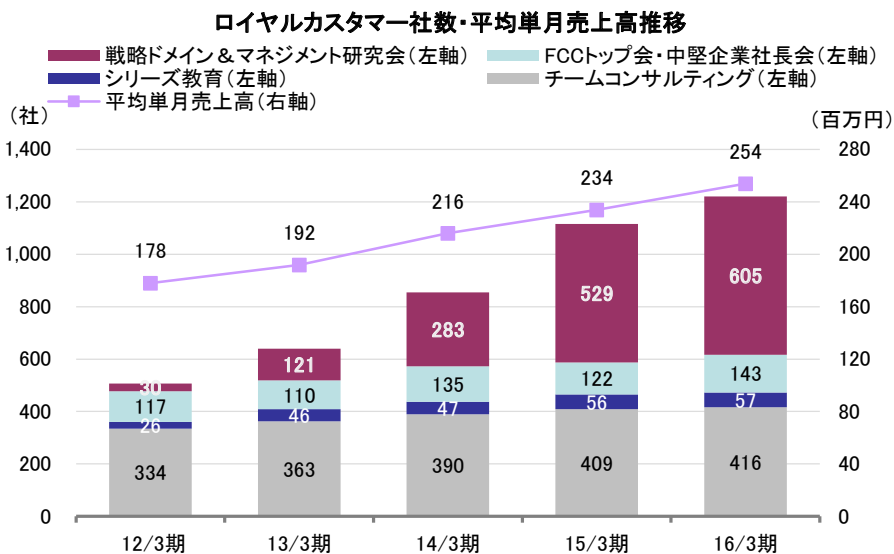
ファーストコールカンパニーを目指していくうえでの要件

- ・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）

(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サービス内容によって、チームコンサルティング型経営協力、人材育成・教育、セミナー（社長教室、ファーストコールカンパニーフォーラム、後継経営者スクール等）、各種会（戦略ドメイン＆マネジメント研究会、ファーストコールカンパニー（FCC）トップ会）、アライアンス（提携）& 会員部門に分かれている。なかでも主力のチームコンサルティング型経営協力が、同事業売上高の 5 割強を占めている。セミナーや戦略ドメイン＆マネジメント研究会については、チームコンサルティング型経営協力サービスにつながる導線としての役割も大きい。その他、各種コンサルティングサービスを企画・プロデュースしたりコンサルティング現場における臨床研究・ナレッジを集約し、FCC REVIEW（経営情報誌）・FCC マネジメントレター（メルマガ）等により、企業・社会へ発信・還元を行う戦略総合研究所も同事業セグメントの中に含まれている。

同社ではこれらサービスの中で契約期間が半年以上となるコンサルティングサービスを提供している顧客を「ロイヤルカスタマー」と位置付け、その社数・売上高を KPI に設定している。2016 年 3 月末時点のロイヤルカスタマー数は 1,221 社（前期比 105 社増）と順調に拡大している。内訳を見ると、2011 年よりサービスを開始した戦略ドメイン＆マネジメント研究会が大きく伸びていることがわかる。サービス単価が安価なため、売上高への貢献という点では軽微であるものの、同研究会の参加を通じてチームコンサルティング型経営協力の契約に結びつくケースも増えてきており、導線としての役割は十分果たしていると言えよう。また、ロイヤルカスタマーの月平均売上高についても、2016 年 3 月期は 254 百万円と着実に増加している。2011 年 3 月期以降、同社の業績は増収増益基調が続いているが、こうしたロイヤルカスタマーの拡大戦略が大きく貢献していると考えられる。



なお、アライアンス（提携）& 会員部門のうち、アライアンス先としては地域金融機関を中心に 2016 年 3 月末時点で 155 先（前期比 16 先増）となっている。主に金融機関向けの支店長研修を中心とした階層別研修サービスのほか、その顧客企業の後継経営者向け勉強会である「経営塾」にコンサルタントが講師として出向いており、同サービスを通じてチームコンサルティング型経営協力サービスの契約に結び付けていく戦略となっている。また、会員サービスは、イーグルクラブやニュー・リーダーズ・クラブ等の各種経営情報サービスを有料で提供するサービスで、会員数は 2016 年 3 月末で 1 万社超となっている。

(2) セールスプロモーション（SP）コンサルティング事業

セールスプロモーション（SP）コンサルティング事業は、顧客企業に対する販売促進計画の企画・推進やプロモーションツールの提供などを行う SP コンサルティング、SP ツール（販促商品）の販売のほか、ビジネス手帳・カレンダーの卸売販売、顧客企業のオリジナルブランド商品の企画開発や販売ルートの開拓支援などを行うマーチャンダイジングで構成される。

具体的には、経営コンサルティング事業の顧客企業に対するマーケティングや商品ブランディング、店頭や売り先での販売促進支援、エンドユーザーへのヒアリング会の企画・実施による商品開発支援、海外の販路開拓支援などを SP コンサルタントが請け負う。

2016 年 3 月期の売上構成比としては、SP ツール及び SP コンサルティングで同事業セグメントの約 6 割、ビジネス手帳で約 3 割、残り 1 割弱がマーチャンダイジングとなっている。また、顧客層は中小企業から大企業まで幅広く、約 3,500 社となっている。

プロモーション戦略、ブランディング戦略から
販促ツール、販売用商品のデザイン制作まで
成長を加速するための
チーム SP コンサルティングを提供します。

SP戦略コンサルティング



- プロモーション戦略の立案・推進
- マーチャンダイジングの企画・推進
- ブランディング・PR戦略の企画・推進
- イベント/Webプロモーションの企画・推進

全国60名のSPコンサルタントが、企業の課題や目的に合わせて最適なプロモーションを提供。SP戦略の立案から推進までトータルにソリューションを提供します。

SPデザインツール



- プレミアム・ノベルティの企画・製作
- コミュニケーションツールの企画・製作
(カタログ・店頭SP・POP等)
- 販売用商品の企画・製作

販促活動に必要とされるツールや商品を最適な企画・デザインで製作し、年間3,000社以上の企業に提供しています。国内外800社とのアライアンスにより、取り扱いアイテム数は10万点を超えます。

ブルーダイアリー（BD）



- ダイアリー（手帳）の企画・製作
- カレンダーの企画・製作
- オリジナルダイアリー、カレンダーの企画・製作

シーズン販促キャンペーン用の景品やご挨拶用の贈答品として年間300万部を販売。販売開始から57年の歴史の中で、累計1億8,000万部以上の手帳やカレンダーの企画・デザイン・製作を行っています。

クリエイティブデザイン



- 販促ツール・販売用商品のデザイン制作
- Webデザイン制作

デザインチーム「SPデザインラボ」の専門スタッフが販促戦略を研究し、SPコンサルタントへ成功事例を共有、発信しながら、年間2,000件以上のプロモーション活動に効果的なクリエイティブデザインの制作を行っています。

■ 決算動向

6 期連続の増収増益、期初計画を大きく上回る好決算

(1) 2016 年 3 月期の業績概要

5 月 13 日付で発表された 2016 年 3 月期の業績は、売上高が前期比 5.5% 増の 8,297 百万円、営業利益が同 12.3% 増の 856 百万円、経常利益が同 9.6% 増の 886 百万円、当期純利益が同 84.5% 増の 582 百万円となった。売上高、営業利益、経常利益は 6 期連続の増収増益、売上高は過去最高を更新し、期初計画比でも売上高、利益ともに上回るなど好調な決算となった。

2016 年 3 月期業績

（単位：百万円）

	15/3 期		16/3 期				
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	7,865	100.0%	8,050	8,297	100.0%	5.5%	3.1%
売上総利益	3,598	45.8%	3,696	3,852	46.4%	7.0%	4.2%
販管費	2,836	36.1%	2,901	2,996	36.1%	5.6%	3.3%
営業利益	762	9.7%	795	856	10.3%	12.3%	7.7%
経常利益	808	10.3%	830	886	10.7%	9.6%	6.8%
特別損益	-227	-	-	-4	-	-	-
当期純利益	315	4.0%	570	582	7.0%	84.5%	2.2%

注：会社計画は期初計画

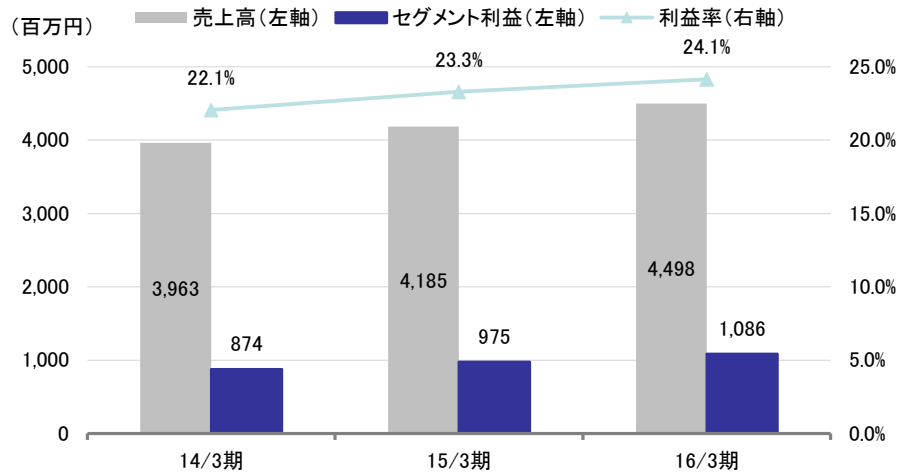
売上高は、経営コンサルティング事業が主力のチームコンサルティング型経営協力を中心に前期比 7.5% 増、SP コンサルティング事業も SP コンサルティングや SP ツールが堅調に推移し、同 3.3% 増となるなどいずれも増収となった。また、利益面では増収効果に加えて、経営コンサルティング事業の付加価値率向上や SP コンサルティング事業のコスト削減効果などにより、営業利益で 2 ケタ増となり、営業利益率は前期比 0.6 ポイント上昇の 10.3% となった。なお、当期純利益が大幅増となったが、これは前期に特別損失として計上した減損損失 224 百万円が無くなったことが要因となっている。

(2) 事業セグメント別動向

○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 7.5% 増の 4,498 百万円、セグメント利益は同 11.4% 増の 1,086 百万円と増収増益基調が続く、セグメント利益率も前期の 23.3% から 24.1% へ上昇した。国内景気が緩やかな回復基調を持続するなかで、同社が主力顧客とする中堅・中小企業の投資意欲も活発化しており、全地域にわたって売上高が堅調に推移した。なかでも、東京や東北、名古屋エリアが好調に推移し、業種別でも全方位的に増収となったことが特徴と言えよう。

経営コンサルティング事業



注：営業利益は本社管理費控除前ベース

商品・サービス別の売上動向をみると、戦略コンサルティング（チームコンサルティング型経営協力＋調査・経営診断）は、前期比 8.0% 増収となった。戦略ドメイン & マネジメント研究会やセミナーの参加から受注につながる案件が増加しており、テーマ別で見ると、チームコンサルティング型経営協力の期中平均契約件数は前期比 7 件増の 416 件と増加した。「中期経営計画及びビジョンの策定」「ドメイン（事業領域）別コンサルティング」「人事制度・人材採用力強化」「ジュニアボード（次世代の経営体制支援）」「事業承継」等のコンサルティング案件が増加した。

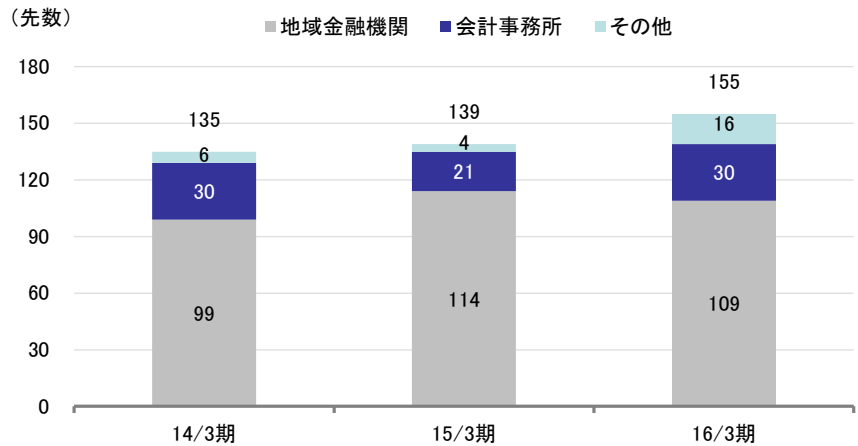
また、教育・人材育成の売上高は前期比 10.7% 増収となった。中堅企業向けの教育サービスが好調だったほか、アライアンス（提携）先である金融機関向けの階層別（支店長から若手職員まで）研修も好調に推移した。

セミナーの売上高は前期比 7.9% 増となった。全国主要 10 都市で開催した「経営戦略セミナー」「ファーストコールカンパニーフォーラム」「幹部候補生スクール」をはじめ、受講者数が前期比 539 名増の 7,396 名と順調に拡大したことが増収要因となった。

研究会・FFC トップ会の売上高は前期比 26.1% 増と好調に推移した。とりわけ、戦略ドメイン & マネジメント研究会は事業戦略や組織戦略等のテーマを絞った研究会となっており、顧客企業の経営・戦略課題に直結するサービスとして大きく売り上げを伸ばしている。なお、同研究会では、新たに「観光ツーリズムビジネス成長戦略研究会」「戦略ロジスティクス研究会」の 2 テーマを 2016 年 2 月より追加し、合計 14 テーマの研究会を実施している。

アライアンス（提携）& 会員の売上高は前期比横ばい水準となった。アライアンス先数は前期末比 16 先増の 155 先となり、アライアンス先への研修とその顧客企業の後継経営者向け勉強会「経営塾」の好調により、売上高も増収となったが、イーグルクラブ等の会員向けサービスが、会員数の減少により微減収となった。なお、アライアンス先数の内訳を見ると、地域金融機関向けは 5 先減の 109 先となったが、これは金融機関の事業統廃合の影響で、実質的には減少していない。一方、会計事務所は 9 先増、その他（各種組合・団体）は 12 先増とそれぞれ増加した。

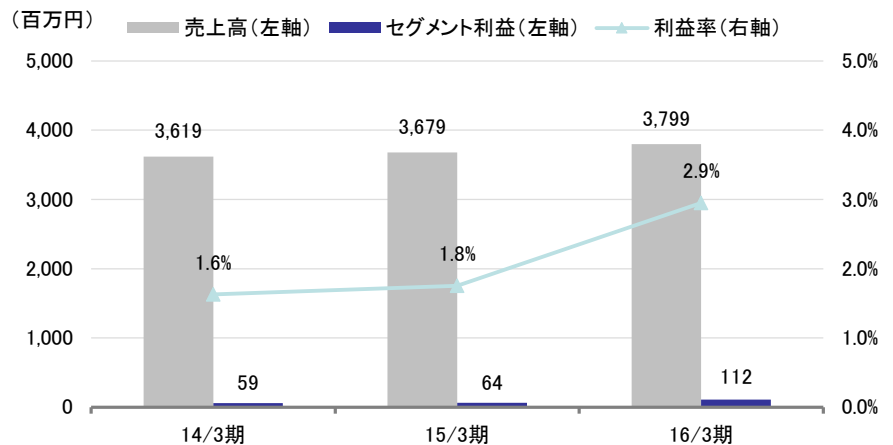
アライアンス(提携)先数の推移



(3) セールスプロモーション (SP) コンサルティング事業

セールスプロモーション (SP) コンサルティング事業の売上高は前期比 3.3% 増の 3,799 百万円、セグメント利益は同 73.9% 増の 112 百万円となった。商品・サービス別の売上動向をみると、SP コンサルティングは若い女性や幼稚園・育児市場をターゲットに、チーム営業で顧客ニーズにマッチした提案を行えたことにより、顧客基盤が拡大し、前期比 37.6% 増と好調に推移した。

セールスプロモーション(SP)コンサルティング事業



注：営業利益は本社管理費控除前ベース

SP ツール (販促商品) の売上は前期比 2.2% 増と堅調に推移した。既存顧客からの継続的な受注に加えて、業種別チーム営業による大手・中堅企業の新規顧客開拓が進んだことが要因だ。また、マーチャндаイジングに関して、オリジナル商品の開発や卸流通を中心としたマーチャндаイジング支援と OEM 商品の企画・制作支援は、既存顧客からの継続受注により前期並みの水準となった。ビジネス手帳・カレンダーについては、既存顧客からの継続受注に加えて新規受注も増加し、前期比 1.7% 増と堅調に推移した。

■業績見通し

持続的成長と人材・地域ブランディング投資

(1) 2017 年 3 月期業績見通し

2017 年 3 月期の業績は、売上高が前期比 2.4% 増の 8,500 百万円、営業利益が同 1.0% 増の 865 百万円、経常利益が同 1.6% 増の 900 百万円、当期純利益が同 1.3% 増の 590 百万円となる見通し。世界経済の減速懸念や為替の円高転換等により、企業業績の伸び悩みが懸念されるなかで、中堅・中小企業においては引き続き、持続的成長を実現していくための「ドメイン（事業戦略）別コンサルティング」「中期経営計画策定」「ホールディング経営コンサルティング（事業承継の組織戦略）」「人事・採用コンサルティング」「戦略リーダーを育成する 3 ボードコンサルティングとアカデミー（社内大学）設計」等のニーズが堅調に推移するものと予想される。営業利益率が若干低下するが、これは人材投資に加えて、地域ブランディング戦略の一環として 5 月に九州本部（福岡）、7 月に中部本部（名古屋）の移転を計画しており、関連費用が増加することが要因となっている。なお、第 2 四半期累計業績については事業所移転費用の計上を主因に、営業利益で前年同期比 26.0% 減と減益見通しとなっている。

今回、事業所を利便性の良い場所に移転することで、より良い人材の採用やブランディング向上の効果が見込まれる。実際、2016 年 1 月に東京オフィスの移転・統合（JR 東京駅隣接の鉄鋼ビルディング内）を行ったことで採用面の好影響が出ているほか、従来別々の拠点に分散していた経営コンサルティング事業とセールスプロモーション（SP）コンサルティング事業を同一フロア内に集約したことで、情報の迅速な共有化や同行営業なども容易となるなど、営業面でのプラス効果も出始めている。名古屋については東京オフィスと同様、経営コンサルティング事業とセールスプロモーション（SP）コンサルティング事業の拠点も統合することになる。

2017 年 3 月期業績見通し

（単位：百万円）

	16/3 期実績		17/3 期			
	通期	前期比	2Q 累計	前年同期比	通期	前期比
売上高	8,297	5.5%	3,650	0.4%	8,500	2.4%
売上原価	3,852	7.0%	—	—	4,038	4.8%
販管費	2,996	5.6%	—	—	3,173	5.9%
営業利益	856	12.3%	300	-26.0%	865	1.0%
経常利益	886	9.6%	320	-23.8%	900	1.6%
当期純利益	582	84.5%	210	-33.6%	590	1.3%

注：会社計画は期初計画

セグメント別業績見通し

（単位：百万円）

	16/3 期	17/3 期予	前期比
売上高	8,297	8,500	+2.4%
経営コンサルティング事業	4,498	4,540	+0.9%
セールスプロモーション（SP） コンサルティング事業	3,799	3,960	+4.2%
営業利益	856	865	+1.0%
経営コンサルティング事業	1,086	1,105	+1.7%
セールスプロモーション（SP） コンサルティング事業	112	140	+25.0%
本社管理費	-342	-380	—

タナベ経営

9644 東証 2 部

<http://www.tanabekeiei.co.jp/t/ir/>

2016 年 8 月 1 日（月）

戦略ドメイン&マネジメント研究会プログラム

戦略ドメイン（事業戦略）	ファンクション（組織戦略）
建設ソリューション 食品・フードサービス ヘルスケア ビジネスモデル Web・通販 住まいと暮らし カーライフ ものづくり 戦略ロジスティクス 観光・ツーリズム	経営の見える化 人材マネジメント ブランディング戦略 戦略財務

2016 年 9 月新設研究会プログラム

戦略ドメイン（事業戦略）	ファンクション（組織戦略）
戦略アグリ ウェルネス 海外ビジネス 会計事務所 こども・子育てファミリー	人を活かし育てる会社

セールスプロモーション（SP）コンサルティング事業の売上高は前期比 4.2% 増、セグメント利益は同 25.0% 増となる見通し。業種別チームによる SP コンサルティングを強化していく方針であり、前期に引き続き、こども・子育て市場向けの営業展開を推進していく。2016 年 9 月には「こども・子育てファミリーマーケット成長戦略研究会」を発足予定で、同研究会への参加企業などを有力見込み客として開拓していく方針だ。

また、海外販売支援サービスの一環として、中国への越境 EC 参入の支援サービスも今期より開始している。具体的には、TOKYO MX 社と業務提携し、中国の大手マーケットプレイス内に出店する TOKYO MX 館において、顧客商品の販売支援を行っていく。同社は法規制等の事前調査から商品の PR 動画・販売サイト制作、テスト販売、販売結果のデータ分析などを行い、これらを踏まえた SP コンサルティングを提案し、コンサルティングフィーを得るビジネスモデルとなる。中堅、中小企業で越境 EC を展開したいというニーズは強く、既に数社と契約を締結するなど、今後の動向が注目される。

その他、SP ツールやビジネス手帳・カレンダー等については、東京オフィスにおいて「SP デザインラボ」を新設し、デザイン性・付加価値向上により、商品品質と提案力の向上を図ることで、受注拡大を目指していく方針だ。

2016 年 8 月 1 日（月）

「コンサルティング & コングロマリット戦略（C&C 戦略）」の推進

(2) 中期経営計画

同社では中期経営計画を毎年ローリングしている。2016 年 3 月期の業績が会社計画を上振れたこともあり、2018 年 3 月期までの目標値を上方修正し、2019 年 3 月期には売上高で 9,000 百万円、経常利益で 960 百万円を新たな目標として設定した。売上高経常利益率で 10% 以上の水準を維持しながら、持続的な成長を目指していく考えで、3 年間の平均成長率は売上高、経常利益ともに 2.7% と安定成長を見込んでいる。

中期業績目標

（単位：百万円）

	16/3 期	17/3 期		18/3 期		19/3 期	平均 成長率
		前回発表	今回発表	前回発表	今回発表		
売上高	8,297	8,300	8,500	8,600	8,750	9,000	+2.7%
経営コンサルティング戦略本部	4,498	4,400	4,540	4,620	4,750	4,950	+3.2%
セールスプロモーション（SP） コンサルティング本部	3,799	3,900	3,960	3,980	4,000	4,050	+2.2%
営業利益	856	830	865	870	895	925	+2.6%
経常利益	886	860	900	900	930	960	+2.7%
当期純利益	582	583	590	610	635	660	+4.3%
経常利益率	10.7%	10.4%	10.6%	10.5%	10.6%	10.7%	
ROE	6.0%	6.1%	6.2%	6.4%	6.4%	6.4%	

経営戦略としては、同社の祖業であり強みでもある「コンサルティング」を全社、全事業へと領域拡大して新たなコンサルティングバリューを創造し、変化と成長を実現する「コンサルティング & コングロマリット戦略（C&C 戦略）」を推進して行く方針。北海道から沖縄まで全国に 10 拠点のファームを展開し、かつ中堅・中小企業を顧客とするコンサルティング会社は他に無く、「リージョナル戦略のパートナー」として、均質のコンサルティングサービス、セミナー等を提供する強みを今後も活かしていく。とりわけ、政府の成長戦略でもある「地方創生」において、地域企業の活性化が求められるなかで、同社のビジネスチャンスは大きいと言えよう。

成長戦略としては、ドメイン（事業戦略）×ファンクション（組織戦略）×リージョン（地域戦略）という切り口においてそれぞれのスペシャリストが、「3 つの戦略パートナー」として顧客課題に合わせてチームを組成し、高度な専門性を高度に総合化して発揮する「全社チームコンサルティング」により、成長拡大を進めていく。ドメイン（事業戦略）とは、食品フード・ヘルスケア・住まいと暮らし・ものづくりなどの「社会的課題・未来へのテーマ」であり、これらを顧客企業が自社に取り込み、持続的成長に向けて新たな市場や事業を創造する支援をしている。

ファンクション（組織戦略）とは、事業承継・人材・財務・セールスプロモーションなど企業の組織力を向上していくための戦略コンサルティングとなる。特にここ最近では、中堅・中小企業において人手不足の問題が深刻化しており、人材採用や社内の人材育成が今まで以上に経営課題として重要となってきた。このため、同社でも人材育成に関するコンサルティングサービスに注力しており、次世代経営づくりの新テーマとして戦略リーダーを育成する「3 ボード（ネクストボード・ジュニアボード・ビジョンボード）コンサルティング」と、育成を加速化させる「アカデミー（社内大学）設計」を推進している。また、マネジメントセミナーにおいても新たに若手・中堅社員向けの「チームリーダーズスクール」や「女性リーダーズスクール」を開設し、幅広い人材育成ニーズに対応していく考えだ。

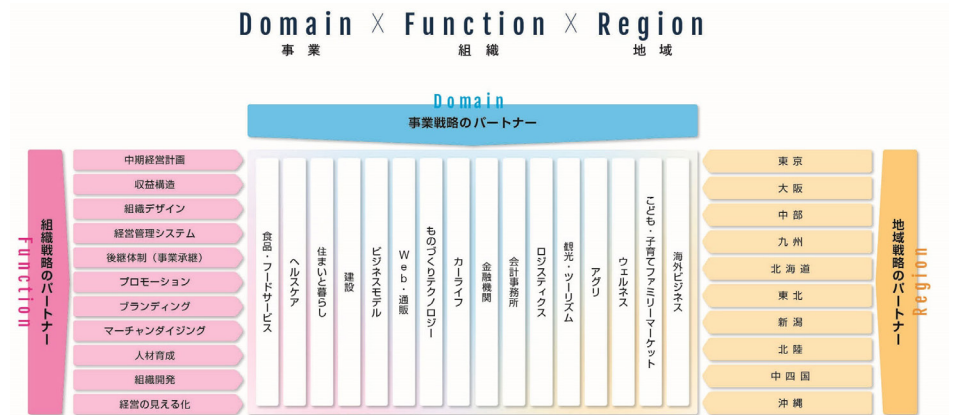
リージョン（地域戦略）では、国内主要 10 都市に地域特性を熟知したスペシャリストを配置している強みを活かして、各地域企業に地域密着の最適なコンサルティングサービスを提供していく。また、提携先となる地域金融機関や会計事務所を通じた顧客開拓などにも引き続き注力していく方針だ。

2016 年 8 月 1 日（月）

同社は顧客創造プロセスとして、戦略ドメイン＆マネジメント研究会やセミナーなどを通じて、チームコンサルティング型経営協力の契約数を伸ばしていく戦略を推進している。前述したように研究会では今期に新たに 6 テーマを新設する予定となっている。また、セミナーについても 6～7 月に主要都市で開催する「FCC フォーラム」では参加者数が前年の 2 倍弱となる 2,400 名を突破するなど需要は引き続き旺盛であり、これら参加企業をチームコンサルティング型経営協力の有力見込み客として取り込んでいく。

また、セールスプロモーション（SP）コンサルティング事業においても、売上構成比で 5% 前後となる SP コンサルティングを経営コンサルタント事業との連携を強化していくことで、さらに拡大していく方針となっている。SP コンサルティングの売上構成比が高まってくればセグメント利益率も向上していくことが予想される。

顧客最適の全社チームコンサルティング



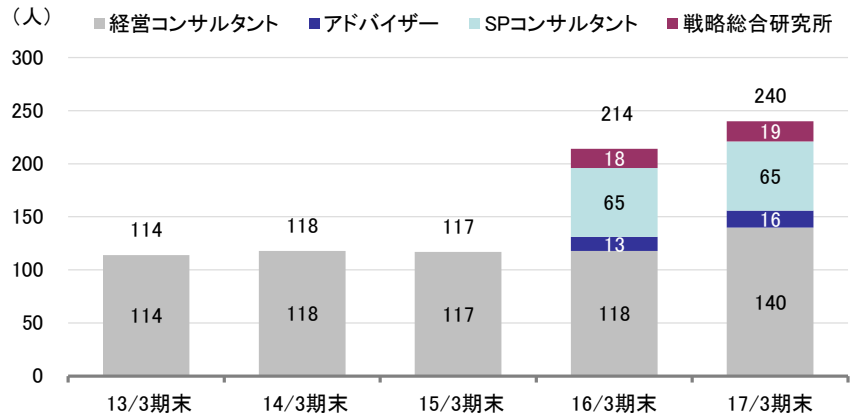
(3) 人材戦略

今後の経営課題としては、コンサルタント人材の増員が挙げられる。コンサルティング事業にとって、人材が最も重要な経営資源であり、収益を拡大していくための要となるためだ。特に、今後はドメイン（事業戦略）における専門性の高い人材を増員していく方針となっており、2017 年 4 月を目途に賃金体系を見直すなど、報酬面での環境づくりも進めている。

また、専門性の高いコンサルタント人材の育成、新卒社員の早期戦力化を図ることを目的に、2016 年 4 月より社内教育システムとして「コンサルタントアカデミー」を立ち上げた。Web 動画を活用した教育コンテンツにより、3 年間でコンサルタントのスキルを習得できるプログラムとなっている。また、新たなコンサルティングメソッドの開発や各種情報発信機能を担う戦略総合研究所についても人員の増員を図り、全社戦略・成長エンジンの加速化をサポートしていく。

当面の人員目標としては、全社で 350 名体制（2016 年 4 月 1 日 306 名）を目指しており、その中からこれらのコンサルタント人材を数多く育成していく方針となっている。2016 年 4 月末時点でのコンサルティング人員の内訳は、経営コンサルタント 140 名、アドバイザー 16 名、SP コンサルタント 65 名、戦略総合研究所 19 名の合計 240 名となっている。

コンサルタント人員の推移



注:アドバイザー:アライアンス&人材育成担当者、経営コンサルタントは、2016年4月よりコンサルタント候補生を含めた表記になっている。

■財務状況と株主還元策

自己資本比率は 81.4%、無借金経営で財務体質は極めて健全

(1) 財務状況

2016 年 3 月末の総資産は前期末比 294 百万円増加の 12,086 百万円となった。主な変動要因として、流動資産で現預金・有価証券が 1,005 百万円増加し、固定資産で長期預金・投資有価証券が 662 百万円減少した。また、名古屋研修センターの売却により有形固定資産が 75 百万円減少している。

一方、負債は前期末比 13 百万円増加の 2,253 百万円となった。流動負債で前受金や未払法人税等が増加したが、未払消費税等や未払金の減少により、ほぼ前期並みの水準にとどまった。また、純資産は前期末比 281 百万円増加の 9,833 百万円となった。配当金の支出 (284 百万円) があつたものの当期純利益 (582 百万円) の計上で、利益剰余金が 296 百万円増加した。

自己資本比率は 81.4% と引き続き 80% 以上を維持しており、有利子負債も無いことから、財務体質は極めて良好な状態が続いていると判断される。また、収益性についても ROA、ROE、売上高営業利益率と全ての指標において前期から上昇した。



タナベ経営

9644 東証 2 部

<http://www.tanabekeiei.co.jp/t/ir/>

2016 年 8 月 1 日 (月)

貸借対照表

(単位：百万円)

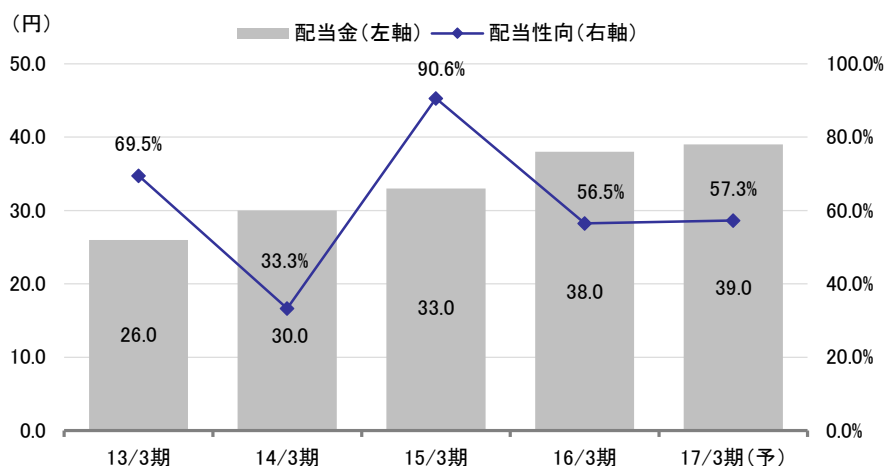
	15/3 期	16/3 期	前期比
流動資産	5,960	6,967	1,007
(現金・有価証券)	5,016	6,021	1,005
固定資産	5,832	5,118	-713
総資産	11,792	12,086	294
流動負債	1,697	1,682	-15
固定負債	542	570	28
負債合計	2,240	2,253	13
純資産	9,552	9,833	281
(経営指標)			
自己資本比率	81.0%	81.4%	-
ROA	7.0%	7.4%	-
ROE	3.3%	6.0%	-
営業利益率	9.7%	10.3%	-

(2) 株主還元策

株主還元策として、同社で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。2017 年 3 月期は前期比 1.0 円増配の 39.0 円（配当性向 57.3%）と 5 期連続の増配を予定しており、今後も収益拡大が続けば増配を続けていく意向だ。

また、株主優待制度として 9 月末時点の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。7 月 13 日現在の株価水準（1,036 円）を基準にすると、配当利回りは約 4%、株主優待も含めると約 7% の投資利回りとなる。

1株当たり配当金と配当性向



注: 14/3期の配当性向は特殊要因を除いたベースで62.2%

ディスクレーマー（免責条項）

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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ