

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2023 年 2 月 14 日 (火)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst Yuzuru Sato



FISCO Ltd.

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

タナベコンサルティンググループ
9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)
<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

目次

■ 要約	01
1. 2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要	02
2. 2023 年 3 月期の業績見通し	02
3. 中期経営計画	02
■ 事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 収益成長モデル	05
■ 業績動向	07
1. 2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要	07
2. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
1. 2023 年 3 月期の業績見通し	13
2. 中期経営計画の概要	14
3. 成長戦略	18
■ 株主還元策	20

タナベコンサルティンググループ
9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)
<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

要約

大企業から中堅企業に対し、 戦略策定からマネジメント実装・オペレーションまでを一気通貫で 支援し、収益拡大を続ける

タナベコンサルティンググループ<9644>は、今年創業 66 年を迎え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へ、決断を。」を掲げている。顧客企業の専門化・多様化している経営課題に対して、戦略策定（上流）からデジタル技術も駆使した現場におけるマネジメント実装・オペレーション（中流～下流）まで、企業経営を一気通貫で支援できる経営コンサルティング・バリューチェーンを全国地域密着で構築していること、トップマネジメント（経営者層）アプローチにより顧客基盤の拡大かつ長期契約を実現していることが特徴であり、強みとなっている。

2022 年 10 月 1 日に純粋持株会社体制へ移行するとともに、商号を株式会社タナベコンサルティンググループに変更して東京証券取引所（以下、東証）プライム市場への上場を継続している。同社が営んでいた経営コンサルティング全事業は 100% 出資の新設会社、（株）タナベコンサルティングに承継した。また、2019 年 10 月に BtoB 企業を対象に営業のデジタルシフト支援を行う（株）リーディング・ソリューション、2021 年 1 月にクロスボーダーを含む M&A 全般の支援やバックオフィス部門に対して BPR（ビジネスプロセス・リエンジニアリング）・ERP（エンタープライズ・リソース・プランニング）等の DX 支援を行うグローウィン・パートナーズ（株）、2021 年 12 月にブランディング、CX（カスタマーエクスペリエンス）デザイン、マーケティング DX 支援等を行う（株）ジェイスリーをグループ会社化しており、コンサルティングメニューの拡充と相互送客を行うことでシナジー効果を高めている。また、2023 年 2 月に外資系を含む大企業に対する戦略 PR、海外 PR 及びデジタルマーケティングの戦略立案・運用支援を強みとする（株）カーツメディアワークスと資本業務提携することを発表している。

同社グループの新体制



出所：決算説明資料より掲載

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

要約

1. 2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要

2023 年 3 月期第 2 四半期累計（2022 年 4 月 -9 月）の連結業績は、売上高で前年同期比 18.7% 増の 5,386 百万円、営業利益で同 102.9% 増の 601 百万円と過去最高を更新し、会社計画（売上高 5,015 百万円、営業利益 300 百万円）を上回る好決算となった。売上高はグループ会社とのシナジーにより、多様なコンサルティングニーズに対応できるようになったことで新規顧客の開拓が進んだほか、1 社あたりの売上規模も大きくなったことが増収増益要因となった。5 つの経営コンサルティング領域（ストラテジー & ドメイン、デジタル・DX、HR、ファイナンス・M&A、ブランディング & マーケティング）すべてで 2 ケタ増収を達成し、特に上場大企業や中堅企業、自治体からの引き合いが増加した。

2. 2023 年 3 月期の業績見通し

2023 年 3 月期業績見通しについては第 2 四半期までの進捗状況を踏まえて、売上高で前期比 10.7% 増の 11,700 百万円、営業利益で同 24.1% 増の 1,150 百万円と期初計画（売上高 11,250 百万円、営業利益 1,015 百万円）から上方修正した。第 3 四半期に純粋持株会社体制への移行及び 65 周年記念等に係るブランディング・プロモーション投資のほか、人材投資も加速していく計画となっているが増収効果で吸収する。景気の先行き不透明感が強まっているものの、足元の引き合いについては引き続き活発な状況が続いている模様で、計画達成は可能と見られる。

3. 中期経営計画

同社は中期経営計画の業績目標として、2026 年 3 月期に売上高 150 億円、営業利益 18 億円を掲げている。経営コンサルティングの上流（戦略策定）から中流・下流（デジタル技術も駆使した現場におけるマネジメント実装・オペレーション）までを一気通貫で支援できる経営コンサルティング・バリューチェーンと、全国主要 10 都市に事業拠点を置き地域密着型サービスを提供できる強みを生かして、5 つの経営コンサルティング領域すべてで拡大を目指していく。特に、需要が旺盛な DX 領域においては M&A 戦略でさらに強化していくことで成長を加速していく考えだ。また、人材採用についてもキャリア採用を中心に強化していく方針で、2022 年 9 月末時点の 519 名から 2026 年 3 月期には 800 名まで拡大していく。M&A によるシナジー効果も業績面で顕在化し始めていることから、今後も収益成長を加速し中期業績目標を達成する可能性は十分であると弊社では見ている。

Key Points

- ・企業経営を一気通貫で支援できる経営コンサルティング・バリューチェーンを強みに成長を続ける
- ・2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績はすべての経営コンサルティング領域が 2 ケタ増と好調、期初計画を上回る増収増益を達成
- ・2023 年 3 月期業績を上方修正し、売上高は過去最高を更新見通し
- ・2026 年 3 月期売上高 150 億円、営業利益 18 億円の目標達成に向け順調な進捗

タナベコンサルティンググループ

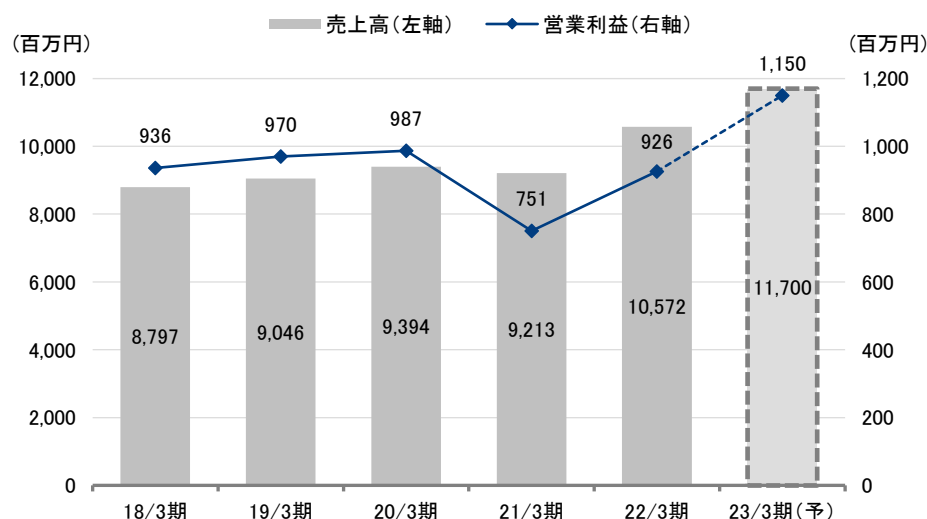
9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

要約

業績推移



注：20/3 期以降は連結数値

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業概要

企業経営を一気通貫で支援できる
経営コンサルティング・バリューチェーンを強みに成長を続ける

1. 会社概要

同社は 1957 年に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。顧客企業の専門化・多様化する経営ニーズに応えるための経営コンサルティング領域の多角化戦略「C&C (コンサルティング & コングロメリット) 戦略」を推進し、全国のすべての顧客へ高品質の経営コンサルティング価値を提供することにより、顧客の持続的成長を支援している。

主要な顧客ターゲットは大企業から中堅企業のトップマネジメント (社長・経営者) であり、「ストラテジー & ドメイン」「デジタル・DX」「HR」「ファイナンス・M&A」「ブランディング & マーケティング」の領域において戦略策定からマネジメント実装・オペレーションまでを一気通貫で支援し、顧客生涯価値 (LTV) ※の向上を実現していることが特徴となっている。コンサルティングスタイルとしては、個社の経営課題に合わせて複数名のプロフェッショナルコンサルタントを選定してチームを組成する「チームコンサルティング」を提供している。

※ LTV (Life Time Value)：顧客と長期的関係性を築くビジネスモデル。

タナベコンサルティンググループ

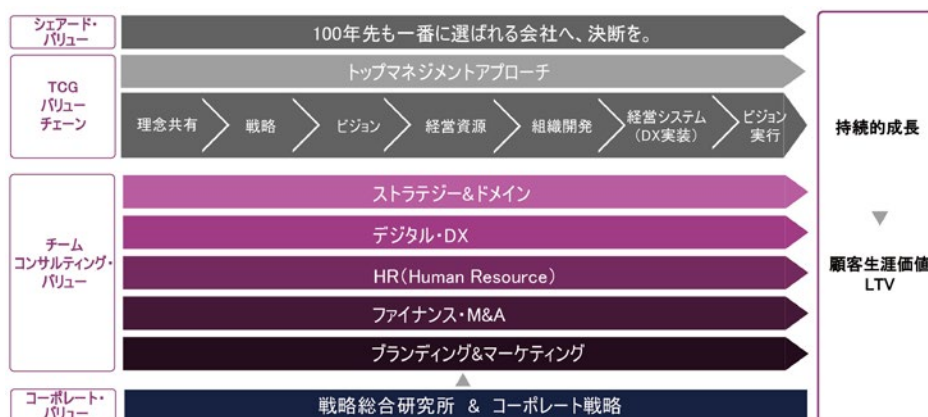
9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

事業概要

同社の経営コンサルティング・バリューチェーン



出所：決算説明資料より掲載

事業所については、北海道から沖縄までの全国主要 10 都市に長年展開している。同業のなかで、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、地域密着型の経営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、各種経営コンサルティングサービスの企画・ディレクションや、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）等のコーポレート機能を大阪・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。

また、ここ最近では M&A を成長戦略の 1 つとして掲げ、シナジーが見込まれる企業を 3 社グループ化している。2019 年 10 月に子会社化したリーディング・ソリューション（出資比率 60.0%）は、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 サイト構築業務を展開しており、2004 年の創業以来、上場企業や中堅企業を中心に 300 社以上を支援してきた。BtoB ビジネス領域においてもデジタルマーケティングの重要性が増すなかで、リーディング・ソリューションの BtoB デジタルマーケティング支援に関する知見・ノウハウと、同社の経営コンサルティングサービスを組み合わせることで付加価値の高い新たなサービスを開発・提供している。また、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向上にも取り組んでいる。

※ 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。

2021 年 1 月に子会社化したグローウィン・パートナーズ（出資比率 50.1%）は、会計士やファイナンシャルアドバイザーを数多く有しており、クロスボーダーを含む M&A 全般の支援や上場企業グループを対象としたバックオフィス（経理・財務部門等）に対する BPR/DX 支援（ERP、RPA の導入支援等）を主要事業としている。グループ会社化の背景と目的は、M&A 及び経営の DX といった需要が増大するなか、同社が有する経営コンサルティングの知見と、グローウィン・パートナーズが有する M&A 及び DX に関する知見・ノウハウを融合することで、既存サービス機能の強化や新規事業の立ち上げに取り組むことにある。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、双方の顧客企業へ提供するサービスの付加価値向上を図っている。

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

事業概要

2021 年 12 月に子会社化したジェイスリー（出資比率 96.2%）は、ディレクターやクリエイター、デザイナー等のプロフェッショナル人材を擁しており、大企業から中堅企業のブランディングや CX デザイン、マーケティング DX など新たな価値の創造を強みとしている。同社が長年培ってきた経営コンサルティングの知見・ノウハウと、ジェイスリーが 1986 年の事業開始以来 500 社以上に提供してきたブランディング、CX デザイン、マーケティング DX に関する知見・ノウハウを融合することにより、既存サービス機能の強化や新規サービスの立ち上げに取り組んでいる。双方の事業基盤強化を図ることで、全国のブランド&デザインコンサルティング及びマーケティング DX の市場開拓を推進していく戦略だ。

2022 年 2 月に子会社化予定のカーツメディアワークス（出資比率 55.0% 予定）は、「PR コンサルタント」としてメディア出身者やグローバル人材が多数在籍しており、外資系を含む大企業に対する戦略 PR、海外 PR 及びデジタルマーケティングの戦略立案・運用支援を強みとしている。トップマネジメントの戦略課題として、「広報・PR」「ブランディング」領域の戦略構築及び実装ニーズがますます高まっているなか、同社が有する経営コンサルティングの知見・ノウハウとカーツメディアワークスが有する国内・海外 PR コンサルティング、国内・海外デジタルマーケティングに関する知見・ノウハウを融合させ、既存サービス機能の強化や新規サービスの立ち上げに取り組む方針だ。

これら 4 社のグループ化により、TCG としての経営コンサルティング・バリューチェーンが一段と強化され、同業他社にない強みとなってきている。今後加速が予想される全国の事業承継や業態転換・事業再構築、DX・生産性向上、CX デザイン、国内外 PR 等の様々なコンサルティングニーズをグループとして取り込むことが可能となり、また、顧客も大企業から中堅企業まで広がったことで、成長ポテンシャルが一気に高まったと弊社では見ている。

売上高の約 80% を占める高単価・長期契約型サービスの顧客基盤を積み上げていくことで持続的成長を実現

2. 収益成長モデル

同社のビジネスモデルの特徴は長期契約型のサービスを成長基盤とし、これらサービスの新規顧客を積み上げながらスポット型の商品・サービスを加えることで持続的成長を実現していることにある。全売上高の約 90% が「LTV 型（更新・継続率 70% 以上）サービス」、約 80% が「高単価・長期契約型（基本 6 ヶ月以上）サービス」で占めており、同社の収益安定性が高い要因となっている。「高単価・長期契約型サービス」の主力はチームコンサルティングサービスである。

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

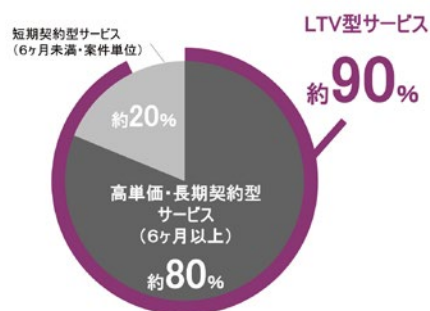
<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

事業概要

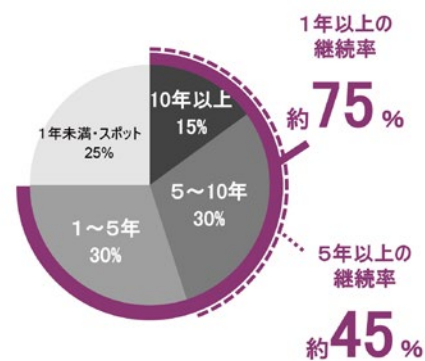
また、契約継続年数の内訳を見ると 1 年以上の継続率が全体の約 75% で、このうち 5 年以上の継続率が約 45% を占めるなど長期的な関係を構築している顧客の比率が高いことが特徴となっている。「ビジネスドクター」として、トップマネジメントアプローチ（社長及びトップマネジメント層への戦略的かつ経営的課題を解決していくチームコンサルティングメソッドの提供）を志向していることが、高い継続率につながっていると考えられる。

安定した収益・成長モデル

売上構成比



契約継続年数



出所：決算説明資料より掲載

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、デジタルマーケティングや大型無料 Web 説明会の開催等で新規顧客と接点を持ち、チームコンサルティングサービスのほか業種別・経営テーマ別や階層別人材育成セミナーへの参加など継続的なサービスを提供していくことにより、ロイヤルカスタマー化していく流れとなる。チーム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。さらに 2022 年 3 月期からはグループ全体のマーケティング戦略として、顧客の課題解決のための専門のマーケティングサイトを立ち上げ、リード（見込み顧客）の獲得を進めている。具体的には、DX、長期ビジョン・中期経営計画策定、HR、事業承継・M&A、コーポレートファイナンス・M&A、SDGs 経営、TCG REVIEW と多彩な専門サイトを立ち上げており、同サイトを通じてリードを獲得し、経営コンサルティング契約へとつなげていくケースが増加している。マーケティングサイトについてはグループ会社のリーディング・ソリューションが開発を担当し、コンテンツについてはジェイスリーが一部担当するなどグループシナジーも生かされている。そのほか、グループ会社との共催説明会についても積極的に推進している。

出所：決算説明資料より掲載

07 | 21

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

業績動向

2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績

(単位：百万円)

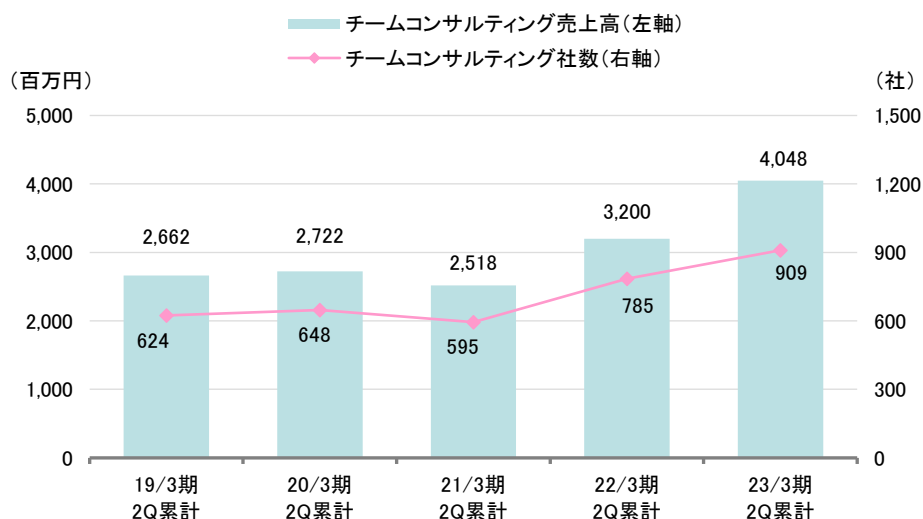
	22/3 期 2Q 累計		会社計画	23/3 期 2Q 累計			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前年同期比	計画比
売上高	4,536	-	5,015	5,386	-	18.7%	7.4%
売上総利益	2,141	47.2%	-	2,478	46.0%	15.8%	-
販管費	1,844	40.7%	-	1,877	34.9%	1.8%	-
営業利益	296	6.5%	300	601	11.2%	102.9%	100.4%
経常利益	300	6.6%	300	606	11.3%	102.0%	102.1%
非支配株主に帰属する四半期純利益	-16	-	-	26	-	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	216	4.8%	195	386	7.2%	78.4%	98.3%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ウクライナにおける地政学リスクの高まりに端を発したエネルギー価格の高騰や物価上昇、円安の加速などにより、企業収益の先行きについて不透明感が強まる環境ではあったものの、ウィズコロナやアフターコロナ時代に対応するための事業戦略の立案から、DX 戦略の推進、M&A 支援に至るまですべての経営コンサルティング領域において売上高が 2 ケタ増収となった。グループ会社との経営コンサルティングメニューの共同開発や顧客の相互送客、専門マーケティングサイトを通じた見込み顧客の獲得など、成長に向けてここ 1 ～ 2 年で取り組んできた施策の成果が顕在化した格好だ。特に、上場大企業や中堅企業、自治体からの引き合い増加が目立った。

売上高のうち、チームコンサルティング契約売上高は前年同期比 26.5% 増の 4,048 百万円、期中平均契約社数は同 15.8% 増の 909 社といずれも過去最高を更新し、売上構成比率も前年同期の 70.5% から 75.2% に上昇した。ジェイスリーが新たに加わった効果もあるが、既存事業会社も売上高、契約社数とも伸びており、すべての KPI で前年同期を上回る好結果となった。

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＝月次契約型のコンサルティング(ストラテジー&ドメイン、デジタル・DX、HR、ファイナンス・M&A、ブランディング & マーケティング)、社数は期中平均契約数

21/3 期 2Q 累計実績より、リーディング・ソリューションの実績を連結

22/3 期 2Q 累計実績より、グローウィン・パートナーズの実績を連結

23/3 期 2Q 累計実績より、ジェイスリーの実績を連結

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

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

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

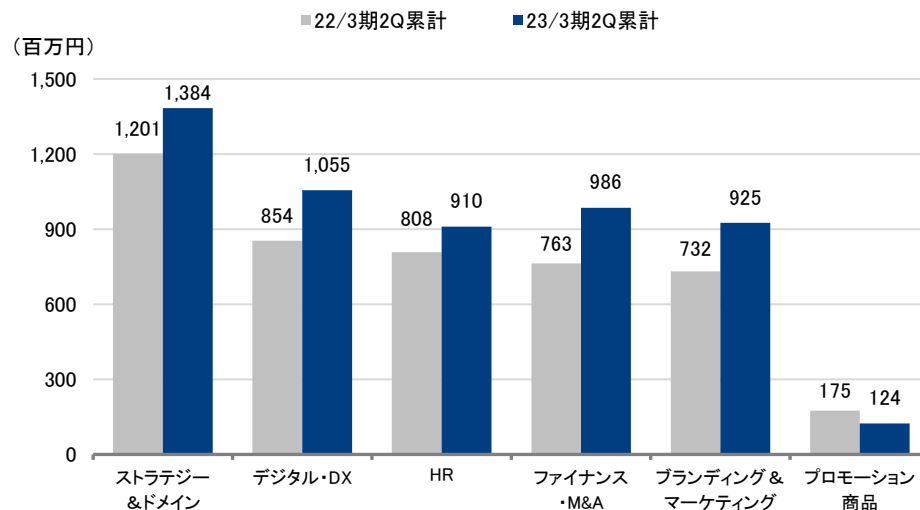
<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

業績動向

売上総利益率は前年同期の 47.2% から 46.0% に低下したが、主には子会社が今まで販管費に計上していたコンサルタントの人件費（約 90 百万円）を売上原価に振り替えたことが要因であり、実質的には上昇したものと考えられる。販管費については人的資本投資やブランディング投資を実施したことにより、前年同期比で 32 百万円の増加となった。

売上高営業利益率は増収効果により前年同期の 6.5% から 11.2% と大きく上昇した。第 2 四半期累計の営業利益率で 10% を超えるのは 2019 年 3 月期以来 4 期振りとなる。当時は単体業績の数値であり、その後 M&A で子会社を増やす過程において利益率も一時的に低下したが、シナジー効果により子会社の収益力も向上してきたことがうかがえる。リーディング・ソリューションとグローウィン・パートナーズについては、いずれも会社計画通りの増収増益となった。また、2021 年 12 月に子会社化したジェイスリーについても計画通りに推移したようだ。これら子会社の収益拡大により非支配株主に帰属する四半期純利益が 26 百万円（前年同期は 16 百万円の損失）と改善し、親会社株主に帰属する四半期純利益の増益率が経常利益を下回った要因となっている。

コンサルティング領域別売上高



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) ストラテジー & ドメイン

業種別ビジネス戦略やビジョンの策定、サステナビリティ経営に必要なイノベーション、SDGs、新規事業等の最適なビジネスモデル変革を支援するストラテジー & ドメイン領域の売上高は、前年同期比 15.2% 増の 1,384 百万円となった。好調な受注テーマとしては、「中長期ビジョンの策定・推進」が同 17.8% 増、「SDGs 実装」が同 12.3% 増となっており、特に大企業や上場企業、地方自治体向け大型契約の増加が顕著であった。地方自治体向けに関しては、2023 年 3 月期より積極的に取り組むべく専門チームも組成した結果、地域の産業振興やパブリックサービスに関するコンサルティング案件を受注した。同社は全国主要都市に事業拠点を展開している強みを生かして、今後も公共分野を強化していく方針となっている。

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

業績動向

なお、新たなコンサルティングサービスとして、「CX 戦略構築コンサルティング」「IPO に向けたエクイティストーリー策定支援コンサルティング」を開発・推進したほか、リード獲得施策として「SDGs 専門サイト」に加えて「ビジョン・中期経営計画策定の専門サイト」を開設した。

(2) デジタル・DX

DX 戦略ビジョンの策定から、4 つの DX 領域※（ビジネスモデル、マーケティング、マネジメント、HR）の具体的な実装・実行までを支援するデジタル・DX 領域の売上高は前年同期比 23.5% 増の 1,055 百万円となった。ジェイスリーの売上高が新たに加わったことに加えて、グローウィン・パートナーズなどほかの事業会社の売上も好調に推移した。上場大企業や行政団体向けの BPO（決算業務等の財務業務支援）や ERP のリプレイス案件、上場大企業及び地域上場中堅企業や行政法人向けブランディング戦略の立案とそのアウトプットとしてのブランディングサイト制作案件が好調だった。

好調な受注テーマとしては、「マネジメント DX（DX ビジョン・ERP リプレイス等）」が同 13.6% 増、「マーケティング DX（デジタルマーケティング・Web サイト制作等）」が同 10.2% 増となった。中堅以下の企業規模では ERP を導入していない企業もまだ多いほか、IT 人材を抱えている企業も少ないため、同領域についての潜在需要は大きく、繁忙状況が続いている。なお、新たなコンサルティングサービスとしては、「DX ビジョン & ロードマップ構築コンサルティング」「IT 化構想支援コンサルティング」を開発・推進した。

4 つの DX 領域

ビジネスモデル DX	サブモデルも含めたビジネスモデルそのもののDXや、バリューチェーン上の省人化・自動化による収益モデル改革
マーケティング DX	リードの発掘や育成を目的としたWebページ制作や広告運用、SEO、ABM、MAツールなどの実装（顧客創造活動のデジタル化）
マネジメント DX	AIを用いたデータ解析や活用、RPA実装による業務改革、ERP導入による統合型データベース構築等の社内インフラの強化と省人化
HR DX	人材データのシステム化による人的作業の効率化・精緻化とデータマネジメントによるパフォーマンス&エンゲージメントの最大化

出所：決算説明資料より掲載

(3) HR

HR ビジョンに基づく人材ポートフォリオ（人的資本の最適配分、組織開発判断基準等）を定義し、採用・育成・活躍・定着からなる戦略人事システムや教育研修サービスを提供する HR 領域の売上高は、前年同期比 12.7% 増の 910 百万円となった。「HR 戦略の専門サイト」を通じた大企業や上場企業からのリードが増加したこともあり、大企業及び上場中堅企業向けの戦略人事やサクセッションプラン、タレントマネジメント等、人的資本経営の実装が好調に推移し、チームコンサルティング契約数も伸長した。

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

業績動向

好調な受注として、「人事システム構築」が同 28.8% 増、「アカデミー（企業内大学）設立」が同 89.4% 増と大きく伸長した。人手不足が慢性化するなかにおいて、人材採用・育成・定着は経営の重要課題となっており、エンゲージメント向上に向けた取り組みを各社強化している状況にあり、HR 領域についても需要は旺盛となっている。「アカデミー（企業内大学）」はオンラインで社員の教育研修を可能とするクラウド型サービスとなり、企業側にとっては採用面でのアピールポイントになることもあり需要が増加している（導入社数 150 社以上）。

そのほか、人材育成セミナー「ファーストコールカンパニーフォーラム 2022」ではメタバース形式でのオンライン開催により約 1,800 名が参加したほか、「次期リーダー候補育成スクール」に約 800 名の経営者・経営幹部が参加した。

(4) ファイナンス・M&A

事業承継や戦略的事業拡大、クロスボーダーも含めたファイナンシャルアドバイザー（FA）、デューデリジェンス、PMI に至るまで M&A に関するサービスを一通貫で提供する同領域の売上高は、前年同期比 29.2% 増の 986 百万円となった。「事業承継・M&A 戦略の専門サイト」を通じた大企業や上場企業からのリード獲得件数も増加し、全体のチームコンサルティング契約数も順調に増加した。特に、地域上場中堅企業のホールディングス化・グループ経営支援や地域大企業の海外事業戦略的再編、大企業や上場企業向け連結決算体制構築等の大型契約が増加し、売上増に貢献した。また、金融機関等のアライアンス先と連携した「海外展開戦略（クロスボーダー M&A 含む）」のニーズや地方自治体と連携した事業承継・M&A セミナー等も着実に増加した。好調な受注として、「ホールディングス化・グループ経営」が同 4.8% 増、「M&A（戦略策定から FA、デューデリジェンス、PMI まで）」が同 15.5% 増となった。

(5) ブランディング & マーケティング

パーパスや経営戦略に基づき、顧客の CX を向上させるコミュニケーション戦略の立案から実行支援、クリエイティブまでを一括通貫で提供するブランディング & マーケティング領域における売上高は、前年同期比 26.2% 増の 925 百万円となった。

大企業（ビューティー・コスメ業界、食品業界、教育機関等）向けのクリエイティブ & デザインや地域上場中堅企業向けのブランディング・マーケティング（商品・サービスの SNS マーケティングから店頭プロモーションまで、オンライン×オフラインのハイブリッド支援）が好調で、チームコンサルティング契約件数も伸長した。好調な受注テーマとしては、「クリエイティブ & デザイン（SNS マーケティング・キャラクターとのタイアップ企画等）」が同 8.5% 増となった。

(6) プロモーション商品

企業のプロモーション活動を支援するツールとなるプロモーション商品の売上高は、前年同期比 29.2% 減の 124 百万円となった。採算重視の営業活動を展開しており売上高は減収となったが、ほぼ計画通りの進捗となっている。なお、プロモーション商品の売上高は例年、ブルーダイアリー（手帳）の売上が集中する第 3 四半期に偏重する傾向にあるが、今後は受注活動時期を前倒しするなどして、平準化させていく意向となっている。

実質無借金経営で自己資本比率は 80% 台と健全な財務状況

2. 財務状況と経営指標

2023 年 3 月期第 2 四半期末の総資産は前期末比 274 百万円増加の 14,099 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（預け金含む）が 206 百万円増加し、売上債権が 57 百万円減少した。固定資産では有形固定資産が 15 百万円増加し、のれんが 29 百万円減少した。

負債合計は前期末比 145 百万円増加の 2,452 百万円となった。固定負債が 28 百万円減少した一方で、コンサルティング契約の増加に伴い前受金が増加した。また、純資産は前期末比 128 百万円増加の 11,646 百万円となった。配当金 274 百万円の支出があったものの、親会社株主に帰属する四半期純利益 386 百万円の計上により、利益剰余金が 112 百万円増加した。

経営指標を見ると、自己資本比率は 80.2% と引き続き高水準を維持しており、現預金及び有価証券も 76 億円以上と潤沢で実質無借金経営を維持していることから、財務の健全性は高いと判断される。手元キャッシュの用途としては、成長のための投資資金（M&A 含む）や株主還元に充当していく方針となっている。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	20/3 期	21/3 期	22/3 期	23/3 期 2Q	増減額
流動資産	7,732	8,889	9,329	9,594	264
（現預金・有価証券）	6,936	8,078	8,199	7,605	-593
固定資産	5,237	4,516	4,495	4,502	6
総資産	12,969	13,405	13,824	14,099	274
流動負債	1,642	1,418	1,856	2,030	174
固定負債	375	556	451	422	-28
負債合計	2,018	1,975	2,307	2,452	145
（有利子負債）	-	120	149	134	-15
純資産	10,951	11,430	11,517	11,646	128
（経営指標）					
自己資本比率	83.9%	83.1%	81.0%	80.2%	-0.8pt

注：23/3 期 2Q の現預金・有価証券には預け金 800 百万円を含む

20/3 期以降は連結数値

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023 年 3 月期業績を上方修正、売上高は過去最高を更新見通し

1. 2023 年 3 月期の業績見通し

2023 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 10.7% 増の 11,700 百万円、営業利益で同 24.1% 増の 1,150 百万円、経常利益で同 23.4% 増の 1,150 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 19.1% 増の 720 百万円と期初計画を上方修正した。売上高は過去最高を連続更新することになる。

2023 年 3 月期業績見通し

(単位：百万円)

	22/3 期 通期実績	23/3 期				2Q 進捗率
		期初計画	修正計画	前期比	修正額	
売上高	10,572	11,250	11,700	10.7%	450	46.0%
営業利益	926	1,015	1,150	24.1%	135	52.3%
経常利益	931	1,015	1,150	23.4%	135	52.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	604	640	720	19.1%	80	53.7%
1 株当たり利益 (円)	35.06	37.13	41.97			

出所：決算短信よりフィスコ作成

国内景気の先行き不透明感が強まっているものの、中期ビジョン策定や DX、人材育成・人事制度改革、M&A 等をテーマとした経営コンサルティングニーズは旺盛で、戦略策定（上流）からデジタル技術も駆使した現場におけるマネジメント実装・オペレーション（中流から下流）まで、企業経営を一気通貫で支援できる強みを生かして下期も売上拡大基調が続くものと予想される。通期計画に対する第 2 四半期までの進捗率は、売上高で 46.0%、営業利益で 52.3% と直近 3 年間の平均進捗率（売上高 43.4%、営業利益 30.0%）※を上回っている。同社の業績はブルーダイアリーの売上が集中する第 3 四半期がピークとなり、例年は下期偏重型の傾向となるが、2023 年 3 月期においては、第 3 四半期に 65 周年記念及び純粋持株会社体制への移行に伴うブランディング・プロモーション投資を合わせて 70 ～ 80 百万円投下する予定となっていること、また、人材投資を積極的に進める計画となっていることから、利益ベースでは下期にやや抑えた計画となっている。

※ 平均進捗率 = 直近 3 期間の上期実績合計 ÷ 通期実績合計

なお、2022 年 10 月 1 日付で純粋持株会社体制に移行し、純粋持株会社となるタナベコンサルティンググループがコーポレート本部機能及び内部監査機能を担い、その事業会社としてタナベコンサルティング、リーディング・ソリューション、グローウィン・パートナーズ、ジェイスリーの 4 社が事業を展開していく体制となった。持株会社化の目的としては、グループ横断での経営資源の最適配分と効率の活用を行い、シナジーを最大限発揮することで収益を拡大し、グループ企業価値の最大化を図ることにある。現在進行中の中期経営計画（2021 ～ 2025）「TCG Future Vision 2030」の目標達成に向けて、今後も M&A を含めた成長戦略を推進し、東証プライム市場上場企業に求められるトップマネジメント体制の構築、並びに各事業会社における次世代経営者やリーダー人材を育成することで、グループ全体の人的資源価値の向上を図っていく方針だ。

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

今後の見通し

2026 年 3 月期売上高 150 億円、 営業利益 18 億円の目標達成に向け順調な進捗

2. 中期経営計画の概要

同社は、2022 年 3 月期から 5 ヶ年の中期経営計画（2021 ～ 2025）「TCG Future Vision 2030」をスタートさせている。同社が従来から強みとしてきた経営戦略の策定（上流）をアップデートするとともに、現場におけるマネジメント実装・オペレーション（中流～下流）もデジタル技術を駆使する「プロフェッショナル DX サービス」として強化し、企業経営を一気通貫で支援できる唯一無二の「経営コンサルティング・バリューチェーン」の構築を進め、成長を加速していく戦略だ。

業績数値目標については、最終年度となる 2026 年 3 月期に売上高 150 億円、営業利益 18 億円、ROE10%、ROA15% を掲げ、2022 年 3 月期実績を起点とした 4 年間の年平均成長率では、売上高で 9.1%、営業利益で 18.1% を目標としている。また、収益性についても営業利益率で 2022 年 3 月期の 8.8% から 12.0% に、ROE で同 5.4% から 10.0% に引き上げていく。付加価値の高いチームコンサルティングサービスを中心に伸ばしていくことで収益性を高めていく。新型コロナウイルス感染症拡大前の 2015 年 3 月期から 2020 年 3 月期までの 5 年間の年平均成長率は、売上高で 3.6%、営業利益で 5.3% と堅実な成長を続けてきたが、2020 年 3 月期以降は M&A 戦略の推進により DX 支援サービスなど成長性の高い分野を取り込むことで、成長を加速していく戦略となっている。M&A でグループ化した子会社とのコンサルティングメニューの共同開発、並びに顧客の相互送客を行うなど協業に取り組んできた結果、チームコンサルティング契約数の増加、並びに顧客当たり売上高の増加につながるなど、グループシナジーの効果が業績面でも顕在化してきており、現段階までは順調に進捗しているものと評価される。

業績目標値

(単位：百万円)

	22/3 期		23/3 期		24/3 期 計画	26/3 期 計画	CAGR ※
	計画	実績	期初計画	修正計画			
売上高	10,200	10,572	11,250	11,700	12,300	15,000	9.1%
営業利益	900	926	1,015	1,150	1,230	1,800	18.1%
営業利益率	8.8%	8.8%	9.0%	9.8%	10.0%	12.0%	
ROE	-	5.4%	-	-	-	10.0%	
ROA	-	6.8%	-	-	-	15.0%	
従業員数 (人)	480	495	560	560	640	800	12.8%

※ 22/3 期～ 26/3 期の年平均成長率

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

今後の見通し

同社は 2023 年 3 月期より、売上高の内訳として経営コンサルティング領域を「ストラテジー & ドメイン」「デジタル・DX」「HR」「ファイナンス・M&A」「ブランディング & マーケティング」という 5 つの領域に分類し、これに「プロモーション商品」を加えた 6 つのカテゴリーで開示している。2023 年 3 月期の売上高は期初計画に対して 450 百万円の上方修正を行ったが、すべてのカテゴリーで上方修正しており、なかでも HR 分野が 170 百万円の増額となっている。サステナビリティ経営を推進する企業が増えるなかで、多様な働き方を実現するための環境整備、人事制度改革をテーマとしたコンサルティングニーズが増加していることが要因と見られる。また、プロモーション商品も 100 百万円の増額となっているが、保守的な計画を立てていたことが要因となっている。

2026 年 3 月期までに最も売上を伸ばす計画となっているのは「デジタル・DX」領域で、2023 年 3 月期の 2,460 百万円から 5,000 百万円と約 2 倍増を目標としている。そのほかの経営コンサルティング領域については年平均成長率で 1 ケタ台の成長を見込んでいるが、各領域ともに潜在的な需要は大きいことから今後の展開次第では計画を上回る可能性も十分あると弊社では見ている。一方で、「プロモーション商品」については非注力分野ということもあり 2023 年 3 月期の 650 百万円から 500 百万円に減少する保守的な計画となっており、ブルーダイアリーは横ばいから微減傾向が続く見通しとなっている。各領域の事業環境と売上計画、強化ポイントについては以下のとおり。

経営コンサルティング領域別売上目標

(単位：百万円)

	23/3 期			26/3 期 目標	CAGR ※
	期初計画	修正計画	修正額		
売上高	11,250	11,700	450	15,000	8.6%
ストラテジー & ドメイン	2,750	2,760	10	3,000	2.8%
デジタル・DX	2,450	2,460	10	5,000	26.7%
HR	1,550	1,720	170	2,200	8.6%
ファイナンス・M&A	1,900	1,970	70	2,100	2.2%
ブランディング & マーケティング	2,050	2,140	90	2,200	0.9%
プロモーション商品	550	650	100	500	-8.4%

※ 23/3 期修正計画～26/3 期の年平均成長率

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) ストラテジー & ドメイン

「ストラテジー & ドメイン」領域の売上高は 2023 年 3 月期の 2,760 百万円から 2026 年 3 月期は 3,000 百万円、年平均成長率で 2.8% と堅実な成長を見込んでいる。同領域は、中長期ビジョンやビジネスモデルの構築、サステナビリティ経営といった経営戦略の策定や、事業別成長戦略の構築等の経営コンサルティングサービスとなり、同社が従前から得意としてきた経営コンサルティング・バリューチェーンの上流部分に該当する。

景気の先行き不透明感が強まるなかでも、中長期ビジョンの構築や新規事業開発、ビジネスモデル変革、グローバル戦略、SDGs などの戦略テーマに関するコンサルティングニーズは大企業や中堅企業で根強くあり、こうしたニーズに対して地域密着型のトップマネジメントアプローチを行うことにより、チームコンサルティング契約の積み上げを図っていく方針だ。

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

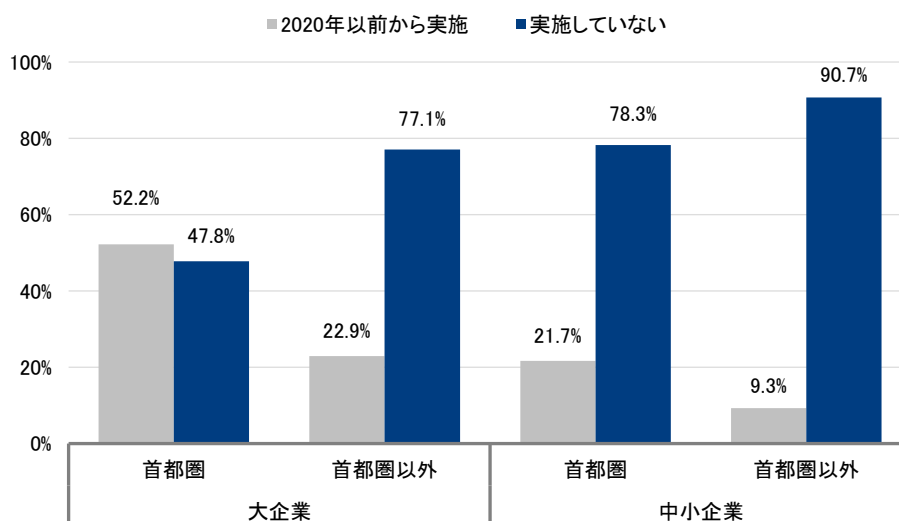
今後の見通し

(2) デジタル・DX

「デジタル・DX」領域の売上高は 2023 年 3 月期の 2,460 百万円から 2026 年 3 月期は 5,000 百万円、年平均成長率で 26.7% と高成長を見込んでいる。同領域では、ウィズコロナ時代におけるリアルとデジタルによるハイブリッドマーケティング、業種別 ERP システムの導入と運用、DX による生産性改革、UX/CX デザイン、ブランディング DX、採用マーケティング、サプライチェーンマネジメントなどをテーマとしたコンサルティングニーズが旺盛であり、こうしたニーズを取り込んでいく。

ここ数年、経営の DX に取り組む企業が増えているものの、地方企業や中堅以下の企業では DX 人材が不足していることもあり、DX の取り組みは首都圏の大企業と比べて遅れている状況にある。同社にとっては全国 10 拠点に事業所を展開している強みが生かせる領域であると同時に、リーディング・ソリューションやグローウィン・パートナーズ、ジェイスリーなどにこれら地方の顧客企業を紹介し、受注に結び付けていくといったグループシナジーが発揮される領域でもあり、今後の成長余地は大きいと弊社でも見ている。

規模別・地域別DXの取組状況



出所：総務省「令和 3 年版情報通信白書」、決算説明資料よりフィスコ作成

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

今後の見通し

(3) HR

「HR」領域の売上高は 2023 年 3 月期の 1,720 百万円から 2026 年 3 月期は 2,200 百万円、年平均成長率で 8.6% を見込んでいる。同領域では経営戦略に直結する戦略人事制度、社員エンゲージメント制度、HRDX システムの導入と運用、人的資本マネジメント、アカデミー（企業内大学）設立、アカデミッククラウドサービス等の需要を取り込み、売上を拡大していく方針だ。

成長の源泉となる人材の育成は企業にとって重要な経営課題であり、また、上場企業においては「人的資本」についての情報開示が今後求められるようになったことから、人材育成プログラムやワークライフバランス等の取り組みについての経営コンサルティングニーズは一段と増しており、2023 年 3 月期の上方修正の要因ともなっている。社員のエンゲージメントを定量的に調査・診断するエンゲージメントサーベイツールも自社開発、提供しており、エンゲージメント向上に役立てている。HR 領域については潜在的な成長余地も大きいいため、M&A も戦略オプションの 1 つとして考えている。

(4) ファイナンス・M&A

「ファイナンス・M&A」領域の売上高は 2023 年 3 月期の 1,970 百万円から 2026 年 3 月期は 2,100 百万円、年平均成長率で 2.2% と堅実な成長を見込んでいる。事業環境としては、経営者の高齢化が進むなかで中小企業の事業承継ニーズが増大しているほか、大企業においても事業再編・統合、アフターコロナにおける新たなグローバル戦略の構築等の動きが活発化しておりビジネスチャンスも大きいと見られるが、案件の成約等については流動的な要素も強いいため、保守的な売上計画となっている。このため、上振れする余地も大きい領域であるとも言える。

同領域に関しては、大企業を主な顧客対象としているグローウィン・パートナーズと、中堅企業から中小企業を対象としているタナベコンサルティングにおいて相互のリソースを活用しながらシナジーを高めていく戦略で、需要の高まりが予想される事業承継型のホールディングス経営モデルやグループ経営モデルの構築、事業再編型 M&A、クロスボーダー M&A 等の案件獲得に注力していく方針だ。

(5) ブランディング & マーケティング

「ブランディング & マーケティング」領域の売上高は 2023 年 3 月期の 2,140 百万円から 2026 年 3 月期は 2,200 百万円、年平均成長率で 0.9% と堅実な成長を見込んでいる。2023 年 3 月期の計画を期初計画から 90 百万円上方修正したため年平均成長率は 1% を下回っているが、期初段階では 2% 台の成長を見込んでいた。事業環境としては、商品・サービスの取引価格の維持・引き上げにつながるブランド力の向上が、重要な経営戦略の 1 つとして位置付けられるなかで、今後も同領域におけるコンサルティングニーズは着実に増加していくものと予想される。

こうしたなか、同社はパーパスブランディング（インナー & アウター）やコーポレートブランディング（PR、IR）の強化から、CX（顧客体験価値）を向上させる顧客コミュニケーションモデルの変革、SNS マーケティングやデザインプロモーション等のクリエイティブ分野における DX 支援サービスを強化し、付加価値の向上を図りながら安定成長を目指していく。このうち、PR やブランディング、グローバルマーケティングについては、グループ内でのリソースが不足していることもあり、M&A の対象領域として前向きに検討を進めている。

5つの成長モデルの推進と人員採用を強化することで成長を加速させる

3. 成長戦略

同社は「One & Only 世界で唯一無二の経営コンサルティンググループ TCG の創造」を実現するため、5つの成長モデルの実装と M&A 戦略を推進し、また、持続的な成長を実現するためのコーポレート戦略に取り組んでいる。

(1) TCG5つの成長モデルの実践

a) プロフェッショナル DX サービスモデル

同社のコアバリューである「経営戦略の策定機能」を深化させるとともに、現場の実行支援においてデジタル技術を駆使した「プロフェッショナル DX サービス」のメニューをグループ会社と協業しながら拡充していくことで売上成長を図っていく。2023 年 3 月期に実装したサービスとしては、建設業界向け DXCloud (ERP システム) のほか、エンゲージメントサーベイ、性格能力判定サービスなどがある。

「プロフェッショナル DX サービス」については今後も HR 及び PR 領域、グローバルマーケティング領域などを優先領域として、2 社程度をグループ化していくことで基盤をより一層強固なものとし、唯一無二の経営コンサルティング・バリューチェーンを構築していく考えであり、2023 年 2 月に外資系を含む大企業に対する戦略 PR、海外 PR 及びデジタルマーケティングの戦略立案・運用支援を強みとするカーツメディアワークスをグループ化することを発表している。なお、2026 年 3 月期の売上目標 150 億円のうち、M&A による効果で約 20 億円を見込んでいるが、実際にはグループシナジーの発現により、売上増効果はさらに大きくなるものと弊社では見ている。

b) C&C 開発モデル

同社は C&C (コンサルティング & コングロマリット) 戦略を推進している。経営コンサルティング領域の開発の流れについて簡単に説明すると、社会環境等の変化によって新たに生まれてきた経営ニーズや経営課題などについてテーマ化し、それをチームコンサルティングメニューとして商品化、研究会・セミナーを通じてチームコンサルティング組織を組成 (コンサルティングセグメンテーション) し、次のステップとしてコンサルティング事業化し、M&A 実施も含めてコンサルティング領域を拡げている。今後も M&A を駆使していくことでコンサルティング領域の拡大を図っていく方針だ。2023 年 3 月期に実装したサービスとしては、「サクセッションプラン策定・運用支援」「IT 化構想支援」「DX リーダースクール」などがある。

c) マーケティングモデル

ターゲットとする大企業から上場企業を含む中堅企業の約 8 万社に対して、地域密着のリージョナル戦略と独自のマーケティングモデル (経営コンサルティング領域別の専門サイト、各種セミナー、研究会等を導線とした見込み顧客の獲得) によって顧客獲得を図り、経営コンサルティング契約の継続率 70% 以上と、売上計画の 35% を新規顧客の獲得で達成していく。経営コンサルティング領域別の専門サイトは「長期ビジョン・中期経営計画策定」「DX」「HR」「コーポレートファイナンス・M&A」「事業承継・M&A」「SDGs」に関する戦略別の多彩な専門サイトを運営し、これらサイトを通じて見込み顧客を多く獲得でき、チームコンサルティング契約件数増加につながっており、今後もコンテンツ拡充に取り組んでいく方針だ。

タナベコンサルティンググループ

9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)

<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

今後の見通し

そのほかにも、CRM コンサルティング部門における既存顧客へのフォローアップ強化によって新たなコンサルティング需要の掘り起こしも進めており、2023 年 3 月期第 2 四半期累計におけるチームコンサルティング契約の 1 社あたり平均売上高の増加（前年同期比 9.2% 増）にもつながっている。同社では顧客当たり平均売上高で年率 10% アップを目標にしている。

d) チームアップ & パートナー 100 モデル

「C&C 開発モデル」との連動により、既存組織及びチームから新しいリーダーを生み出し、これらリーダー人材をパートナー人材に育成するためのマネジメントシステム（企業内大学による育成プログラム等）を構築し、パートナー人材を 50 名から 100 名に増やしていく。ここで言うパートナー人材とは、コンサルティングチーム（5～10 名）をまとめる人材を指す。このため、パートナー人材を 100 名育成するということは、コンサルティングチームが 100 チームできることを意味する。特に、今後は地域経済の活性化に貢献すべく、地域エリアでのチーム拡大に取り組んでいく方針だ。また、2022 年 4 月より新しいチームと新しいリーダーシップの創造を加速させることを推進できる組織体制に移行しており、今後のパートナー人材の育成が進むものと期待される。

e) アカデミーモデル

プロフェッショナル人材※の早期育成（目標 2 年）を目的に、オンライン & リアルを融合した教育研修システム「TCG アカデミー」の拡充を進めている。アカデミー導入後は、チーフコンサルタントへの育成スピードが従前の 5 年程度から 2～3 年に短縮するなど既に成果も出始めている。「リーダーシップアカデミー」「HR コンサルタントアカデミー」「ファイナンシャルコンサルタントアカデミー」「CRM コンサルタントアカデミー」といったように領域、階層ごとのアカデミーも創設しており、人材育成について一層の効率化が進む見通しだ。

※ プロフェッショナル人材とは、チーフコンサルタントとして 5 社以上を担当し、特定分野のプロジェクトリーダーとなる人材。

(2) 人的資本マネジメント

同社は 2026 年 3 月期に連結従業員数 800 名を目標に掲げており、今後、採用体制を強化して新卒・キャリアの採用数を増やしていく計画となっている。キャリア採用では業界に精通した実務経験者を採用し、地域事業所での体制強化を図るべく I ターン、U ターン採用にも注力していく方針だ。従前と比較して経営コンサルティング領域が広がっていることもあり、キャリアの採用数を増やしていくことは可能と見られる。また、グループ採用については導入していないものの、同社を通じてグループ各社に人材を紹介するルートは構築している。

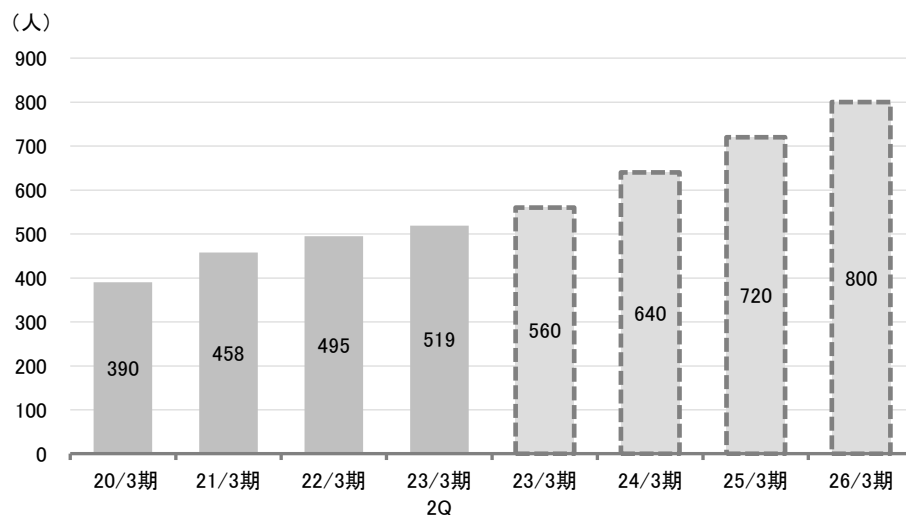
コンサルティング事業では人材が売上のベースとなるため、人員増が計画通り進むかどうかが中期業績目標達成のカギを握ると言っても過言ではない。同社では採用強化に加えて、TCG アカデミッククラウドによる効率的な人材育成、並びに多様な人材が活躍できる人事制度の導入や「Smart DX」投資による働く環境の整備により、優秀な人材の定着率向上に取り組むことで、800 名の達成を目指していくことにしている。なお、人員の定着率は 89.0%（3 年平均）と業界では高水準を実現している。

タナベコンサルティンググループ
9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)
<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

今後の見通し

連結従業員数の推移と中期経営計画における目標



注：20/3 期以降は連結数値

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) SDGs の取り組みについて

SDGs に関しては多くの企業から引き合いが増加していることを受け、「SDGs 実装コンサルティング」「SDGs 研究会」「SDGs 教育」等の商品を開発し、顧客企業の SDGs への取り組みを支援している。同社自身においても、事業所における電力節減やペーパーレス化など環境面での取り組みに加えて、健康経営の推進、コーポレート・ガバナンス体制の強化を図っている。現在、マテリアリティの特定並びに KPI の設定作業を進めている段階にあり、今後も重要な経営課題の 1 つとして取り組んでいく方針となっている。

株主還元策

2023 年 3 月期の 1 株当たり配当金は 2 期連続増配予定、プライム市場上場基準クリアに向けた取り組みも推進

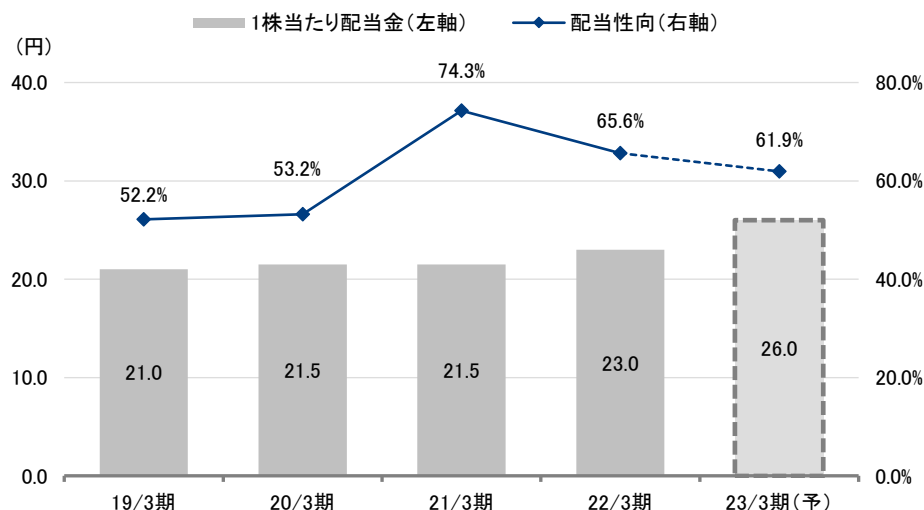
同社は株主還元策として、2022 年 3 月期以降は総還元性向で 50% を目安とし、成長投資を実行しつつ、配当だけでなく自己株式取得等も含めて多様な株主還元を実施していく方針とした。2023 年 3 月期の 1 株当たり配当金は期初段階で前期比 1.0 円増配の 24.0 円を予定していたが、業績状況や財務状況を鑑みてさらに 2.0 円増配し 26.0 円(配当性向 61.9%)に引き上げることを 2022 年 9 月に発表した。配当利回りは 12 月 7 日終値(646 円)ベースで 4.0% となる。同社では今後も業績計画を着実に達成していくことで、増配を継続していくことを目標としている。

タナベコンサルティンググループ
9644 東証プライム市場

2023 年 2 月 14 日 (火)
<https://www.tanabeconsulting-group.com/ir/>

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



注：20/3期以降は連結数値。2021 年 10 月に 1：2 の株式分割を実施しており、配当金については遡及して修正

出所：決算短信よりフィスコ作成

また、同社は 2022 年 4 月の東証市場再編に伴いプライム市場に移行したが、移行基準日時点（2021 年 6 月 30 日）において、当該市場の上場維持基準のうち流通株式時価総額と 1 日平均売買代金について基準を充足しておらず※、今後同基準をクリアすべく取り組みを進めている。流通株式時価総額については、中期経営計画を達成することに加え、売買回転率の引き上げに取り組むことで基準をクリアしていく方針だ。一方、1 日平均売買代金を引き上げていくための施策としては、売買回転率及び認知度の向上に取り組んでいる。売買回転率向上に向けては、2022 年 3 月期に株主優待制度の廃止と廃止に伴う増配（持株数に応じた株主還元）、中間配当の導入（利益還元の機会の充実）、株式分割（1：2）、非流通株式所有者に対する流動化交渉を実施したほか、2023 年 3 月期は自己株式の有効活用として取締役・従業員向けに譲渡制限付株式報酬を導入する予定となっている（2022 年 9 月末時点の自己株式保有比率は 2.0%、353 千株）。認知度向上に向けては、SNS を活用した IR 情報の積極的な発信、戦略 PR 活動（広報・広告等）に取り組んでいるほか、2023 年 3 月期には新たに適時開示資料や決算資料などの英語版作成や、決算説明会の迅速な書き起こし記事（日本語版、英語版）を作成するなど IR の充実を図っている。

※ 流通株式時価総額については 100 億円の基準に対して 81.1 億円、1 日平均売買代金については 0.2 億円に対して 0.06 億円だった。

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 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp