

2026年3月期 第2四半期（中間期） 決算補足説明資料

2025. 11. 10

証券コード：9644

INDEX

!

- 01 / 2026年3月期第2四半期（中間期）
決算概要
- 02 / 2026年3月期決算見通し
- 03 / 株主還元
- 04 / 中期経営計画（2021～2025）
- 05 / 事業概要・強み

01

2026年3月期第2四半期（中間期） 決算概要

決算概要（前年同期比）

- 売上高および各段階利益ともに、当初計画以上に増収増益となり、過去最高を更新

(百万円)

	2025年3月期 第2四半期 実績	2026年3月期 第2四半期 実績	前年同期比
売上高	6,664	7,656	+14.9%
売上総利益	3,183	3,775	+18.6%
営業利益	796	954	+19.8%
経常利益	864	952	+10.1%
親会社株主に帰属する 中間純利益	507	560	+10.6%
EPS（1株当たり中間純利益）	円 銭 15.30	円 銭 17.23	—

営業利益増減要因分析（前年同期比）

- 前年同期比14.9%の増収により売上総利益は592百万円増加。人的資本等へ積極的に投資するものの、営業利益は19.8%の増益となった

(百万円)		2025年3月期 第2四半期 実績	2026年3月期 第2四半期 実績	増減率	増減額
売上高		6,664	7,656	+ 14.9%	+ 992百万円
原価	商品・サービス 売上原価	1,742	1,889	+ 8.4%	+ 147百万円
原価 + 販管費	人的資本投資	2,993	3,548	+ 18.5%	+ 555百万円
販管費	デジタル・DX 投資	193	200	+ 3.7%	+ 7百万円
	ブランディング・ マーケティング投資	174	189	+ 8.3%	+ 14百万円
	その他 一般管理費	764	875	+ 14.5%	+ 110百万円
営業利益		796	954	+ 19.8%	+ 158百万円

- 全ての経営コンサルティング領域で増収を達成

(百万円)

	2025年3月期 第2四半期 実績	2026年3月期 第2四半期 実績	前年同期比	売上高構成比 (2026年3月期 第2四半期)
売上高	6,664	7,656	+14.9%	—
ストラテジー&ドメイン	1,254	1,443	+15.1%	18.9%
デジタル・DX	1,519	1,738	+14.4%	22.7%
HR	1,324	1,677	+26.7%	21.9%
ファイナンス・M&A	1,101	1,236	+12.3%	16.1%
ブランド&PR	1,296	1,391	+7.3%	18.2%
その他	168	169	+0.4%	2.2%

ストラテジー & ドメイン

- 成長に向けたコンサルティングニーズが高く、「長期ビジョン・中期経営計画の策定・推進」「ビジネスモデルの変革」「新規事業開発」「グローバル戦略の策定／海外進出」「アライアンス戦略」等のテーマが好調であり、行政／公共案件も増加
- 上場企業に対しては、「長期ビジョン・中期経営計画の策定・推進」「統合報告書の制作（E S G対応）」のテーマが伸長
- 前連結会計年度に新たにグループに加わった株式会社Surpassのマーケティング・セールス領域のサービスも増収に寄与

デジタル・DX

- 生産性向上やデータ利活用による新たな価値創造へのコンサルティングニーズが高く、「IT化構想・DXビジョンの策定」から「ERPシステムの導入・実装」、「DX戦略アドバイザリー」「AI実装」「マーケティングDX（デジタルマーケティング・セールスプロセス変革等）」「ブランディングDX（Webサイト・SNS）」「DX認定の取得」等のテーマが好調
- 上場企業に対しては、「デジタルマーケティング」「システムリプレイス／PMO支援」「サイバーセキュリティ対策」「セールスプロセス変革」のテーマが伸長
- 様々なITテクノロジー企業とのアライアンス拡大に伴うプロフェッショナルDXサービスの開発や共同提案等が増加。また、自治体や金融機関と連携した地域在住女性のデジタル人材への育成、資格取得や就業機会の創出支援を行う「TECH WOMAN®（テックウーマン）」も推進

HR

- 経営戦略・事業ポートフォリオの見直しに伴う人材基盤の拡充や人材ポートフォリオの再構築、人的資本経営へのコンサルティングニーズが高く、「人事処遇制度の再構築」「企業内大学（アカデミー）設立」「人材育成（リスクリング含む）」「ジュニアボード（次世代経営チームの育成）」「女性活躍／D E & I の推進」「E A P（従業員支援プログラム）」等のテーマが好調
- 上場企業に対しては、「経営者人材の育成」「サクセッションプラン」「役員報酬制度の構築」「H R B P」「コーポレートウェルビーイング」のテーマが伸長
- 前連結会計年度に新たにグループに加わった株式会社Surpassの女性活躍／D E & I 領域のサービス及び当中間連結会計期間に新たにグループに加わったピースマインド株式会社のコーポレートウェルビーイング領域のサービスも増収に寄与

ファイナンス・ M&A

- 企業価値向上や第三者承継も見据えた事業承継のコンサルティングニーズが高く、「企業価値ビジョン」「資本政策」「ホールディングス化・グループ経営」「海外M & Aを含むM & A一貫コンサルティング（戦略策定からF A、デューデリジェンス、P M Iまでを一貫支援）」「事業承継」「I P O支援」等のテーマが好調
- 上場企業に対しては、「コーポレート・ガバナンスの強化」「内部統制システムの構築」「資本コストや株価を意識した経営の実現」「I R支援」のテーマが伸長

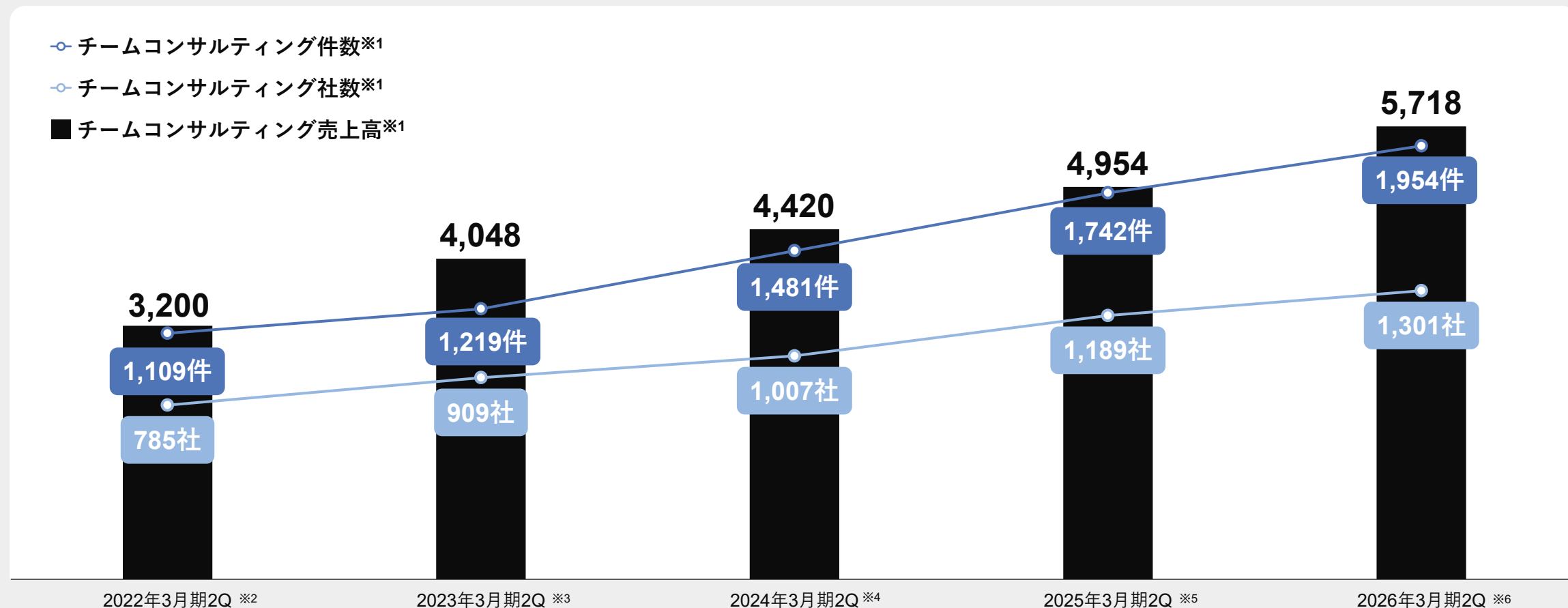
ブランド&PR

- パーパスやブランドの構築、グループブランディング等のコンサルティングニーズが高く、「ブランドビジョンの策定」「広報機能の立ち上げ（研修含む）」「メディアP R（Global P R Wire（海外向けプレスリリース配信サービス）や記者会見等）」「コンテンツマーケティング」「大阪・関西万博関連」等のコンサルティングテーマが好調
- 上場企業に対しては、「ブランド戦略」「戦略P R」「クリエイティブ・デザイン」「U I・U Xデザイン」のテーマが伸長

主要KPI（チームコンサルティング指標）

- 全てが前年同期を上回り、過去最高の結果となった

（百万円）



※1 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、ブランド&PR）、社数はいずれも期中平均社数

※2 2022年3月期2Qは、株式会社タナベコンサルティングと株式会社リーディング・ソリューション、グローウィン・パートナーズ株式会社の実績の合計

※3 2023年3月期2Q実績より、株式会社ジェイスリーの実績を連結

※4 2024年3月期2Q実績より、株式会社カーツメディアワークスの実績を連結

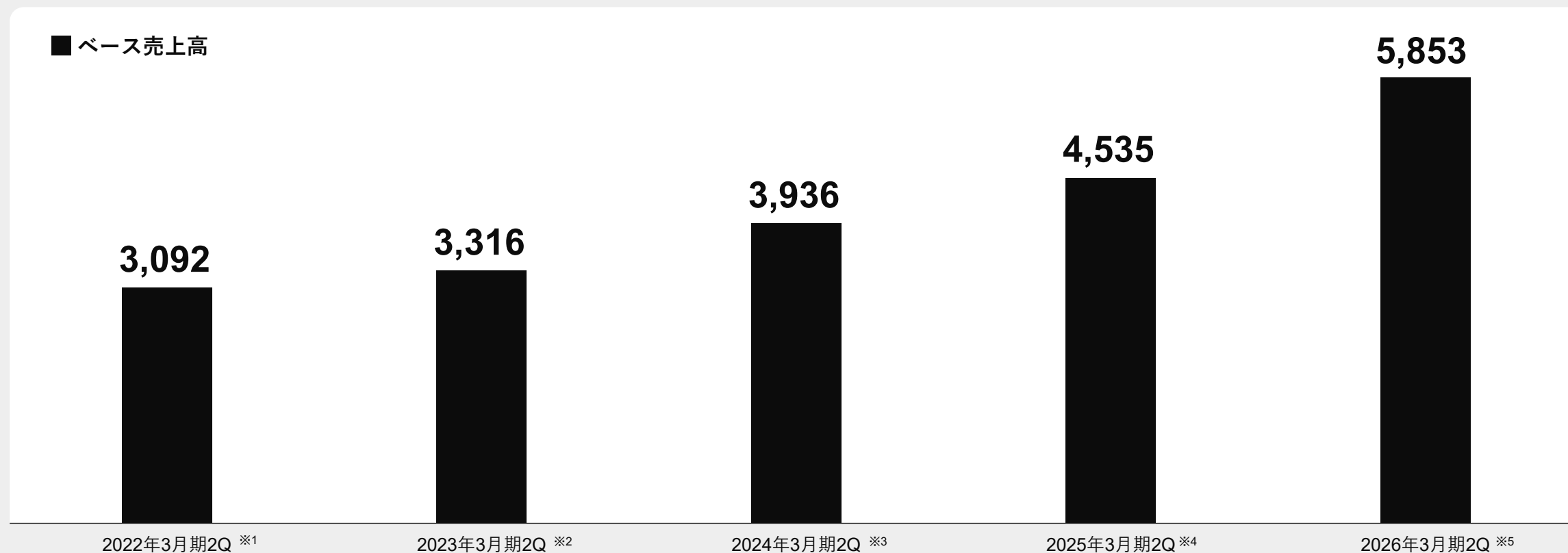
※5 2025年3月期2Q実績より、株式会社Surpassの実績を連結

※6 2026年3月期2Q実績より、ピースマインド株式会社の実績を連結

主要KPI（ベース売上高）

- チームコンサルティング等、基本6ヶ月以上の長期契約サービスで構成され、安定的なベースの成長基盤となる売上高
- 前年同期を上回り、過去最高の結果となった

（百万円）



※1 2022年3月期2Qは、株式会社タナベコンサルティングと株式会社リーディング・ソリューション、グローウィン・パートナーズ株式会社の実績の合計

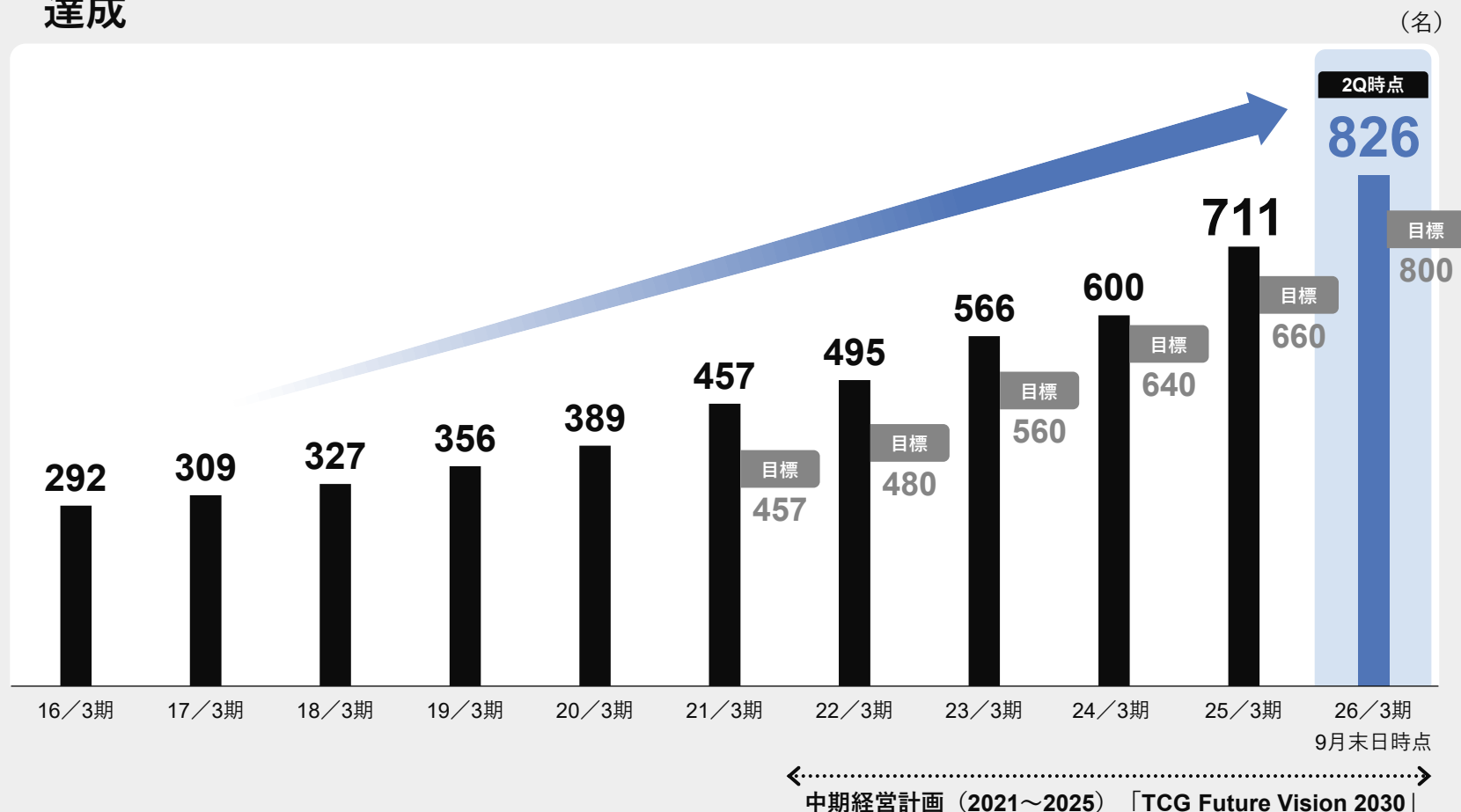
※2 2023年3月期2Q実績より、株式会社ジェイスリーの実績を連結

※3 2024年3月期2Q実績より、株式会社カーツメディアワークスの実績を連結

※4 2025年3月期2Q実績より、株式会社Surpassの実績を連結

※5 2026年3月期2Q実績より、ピースマインド株式会社の実績を連結

- 新卒および各業界・職種の実務経験者を全国で採用
- 上場支援や行政／公共のコンサルティングを推進する専門人材、コンサルタントの生産性を向上させるアシスタント人材も積極的に採用
- 2026年3月期は、ピースマインドのグループインもあり、2026年3月期第1四半期期末時点で通期目標を達成



中期経営計画の
800名目標を達成
引き続き採用を強化

多様なコンサルタント

- 戦略コンサルタント
- DX・デジタルコンサルタント
- M&Aコンサルタント
- コーポレートファイナンスコンサルタント
- HRコンサルタント
- コーポレートウェルビーイングコンサルタント
- マーケティング／セールスコンサルタント
- ブランド&PRコンサルタント
- CRMコンサルタント

2026年3月期第2四半期 バランスシートの状況

- 自己資本比率は69.4%と引き続き高い水準を維持

(百万円)	2025年 3月期末	2026年3月期 第2四半期	前期末比
資産の部			
現金及び預金	7,665	7,039	▲626
有価証券	—	—	—
流動資産合計	9,091	9,078	▲13
有形固定資産	2,190	2,192	+2
無形固定資産	1,175	1,988	+813
投資その他の資産	1,870	1,937	+66
固定資産合計	5,235	6,118	+882
資産合計	14,328	15,197	+868

(百万円)	2025年 3月期末	2026年3月期 第2四半期	前期末比
負債の部			
買掛金	405	544	+139
流動負債合計	2,536	2,996	+459
固定負債合計	650	967	+316
負債合計	3,187	3,963	+775
純資産の部			
株主資本合計	10,554	10,461	▲93
純資産合計	11,141	11,234	93
負債純資産合計	14,328	15,197	+868

02

2026年3月期 決算見通し

- 中期経営計画最終年度の売上高・営業利益を達成し、過去最高を更新する計画
- 売上高については、計画当初の150億円から160億円へと上方修正

(百万円)	2024年3月期 実績	2025年3月期 実績	2026年3月期 計画	前期比
売上高	12,739	14,543	16,000	+10.0%
売上総利益	5,465	6,612	7,300	+10.4%
(売上総利益率)	(42.9%)	(45.5%)	(45.6%)	—
営業利益	1,009	1,500	1,800	+20.0%
(営業利益率)	(7.9%)	(10.3%)	(11.6%)	—
経常利益	1,012	1,589	1,800	+13.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	641	1,016	1,070	+5.2%
EPS (一株当たり当期純利益)	円 銭 19.07	円 銭 30.80	円 銭 32.89	—

2026年3月期 経営コンサルティング領域別の売上高計画

- 「戦略&ドメイン」は、引き続き「長期ビジョン・中期経営計画の策定・推進」を主軸に「新規事業開発」「グローバル戦略策定」、行政／公共コンサルティング等を強化し、2桁増収を見込む
- 「HR」は、人的資本経営ニーズの高まりに加え、前期期中にグループ化したSurpassの通期寄与と新たにグループ化するピースマインドの9ヶ月分の貢献により、2桁増収を見込む

(百万円)	2024年3月期 実績	2025年3月期 組み替え前実績	2025年3月期 組み替え後実績	2026年3月期 計画	前期比 (組み替え後比)
売上高	12,739	14,543	14,543	16,000	+10.0%
戦略&ドメイン	2,281	2,476	2,856	3,300	+15.6%
デジタル・DX	2,741	3,255	3,255	3,400	+4.5%
HR	2,418	2,979	2,600	3,300	+26.9%
ファイナンス・M&A	1,932	2,172	2,172	2,300	+5.9%
ブランド&PR	2,649	2,939	2,939	3,000	+2.1%
その他	715	721	721	700	▲2.9%

※ 株式会社Surpassのマーケティング・セールス支援事業が提供する「営業戦略の策定から現場における顧客創造までの一気通貫支援」は、戦略&ドメインコンサルティングとの親和性が高く、当該支援機能のより一層の強化とシナジー創出を目的に、2026年3月期より上記「HR」から「戦略&ドメイン」に分類変更（組織体制も変更）。これに伴い、前期2025年3月期の「HR」および「戦略&ドメイン」の売上高実績も組み替えて表示。

03

株主還元

- 財務基盤の高い安定性を保持しつつ、成長性および収益性の向上を実現するために手元現預金10億円以上を活用した積極的な成長M&A投資を実施していく
- その上で、株主資本コストを上回る2026年3月期目標「ROE10%（株主資本当期純利益率）」の達成を確実にするために、積極的な株主還元を実施して最適資本構成を実現していく

株主還元方針（2026年3月期まで）

連結総還元性向

100%を目安

DOE
（株主資本配当率）

6%以上

機動的な
自己株式取得

※DOE（株主資本配当率）：年間配当金総額÷期中平均株主資本×100

自己株式の取得

- 2025年6月11日に自己株式の取得を決定（2025年7月30日終了）

自己株式の取得を行なう理由

- 機動的な資本政策の遂行および資本効率の向上を通じて、中期経営計画（2021～2025）「TCG Future Vision 2030」で目標に掲げる「ROE10%」の達成、延いてはさらなる企業価値の向上を実現していくため

取得し得る株式の総数	350,000株（上限）	発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合1.07%
株式の取得価額の総額	200,000,000円（上限）	
取得期間	2025年6月12日～2025年10月31日	
取得した自己株式の累積	取得した株式の総数 259,400株	株式の取得価額の総額 199,984,400円

【ご参考】2025年3月31日時点の自己株式の保有状況

- ・発行済株式総数（自己株式を除く）：32,664,184株
- ・自己株式数：1,335,816株

注）2025年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っており、
上記「2025年3月31日時点の自己株式の保有状況」については、株式分割後ベースで記載。

株主優待制度の導入（2025年4月23日開示）

- アンケート等で株主優待制度を希望するお声を多くいただき、導入を決議
- 幅広い世代のより多くの個人投資家の皆さまに当社株式を保有していただけるよう制度設計

株主優待制度の概要

- 基準日（毎年9月末日）における当社株主名簿に記載または記録された 100 株（1単位）以上を保有されている株主さまが対象 ※2025年9月末日より開始

保有株式数	優待内容
100 株（1単位）以上	QUOカード 500 円分
300 株（3単位）以上	QUOカード 3,000 円分
500 株（5単位）以上	QUOカード 5,000 円分
1,000 株（10 単位）以上	QUOカード 10,000 円分

（ご参考）2026年3月期予想
総合（配当+優待）利回り

100 株	4.5%
300 株	5.2%
500 株	5.2%
1,000 株	5.2%

注）2025年9月末時点の株価693円より算出。

株主還元（配当金）

- 「増収・増益・増配」を経営基調に、資本効率の向上を図り、安定的な配当を継続
- 2026年3月期は、年間配当金26円（前期比+2円、配当性向79.4%）
（機動的な自己株式の取得も計画し、総還元性向は100%を目安とする）

2025年3月期

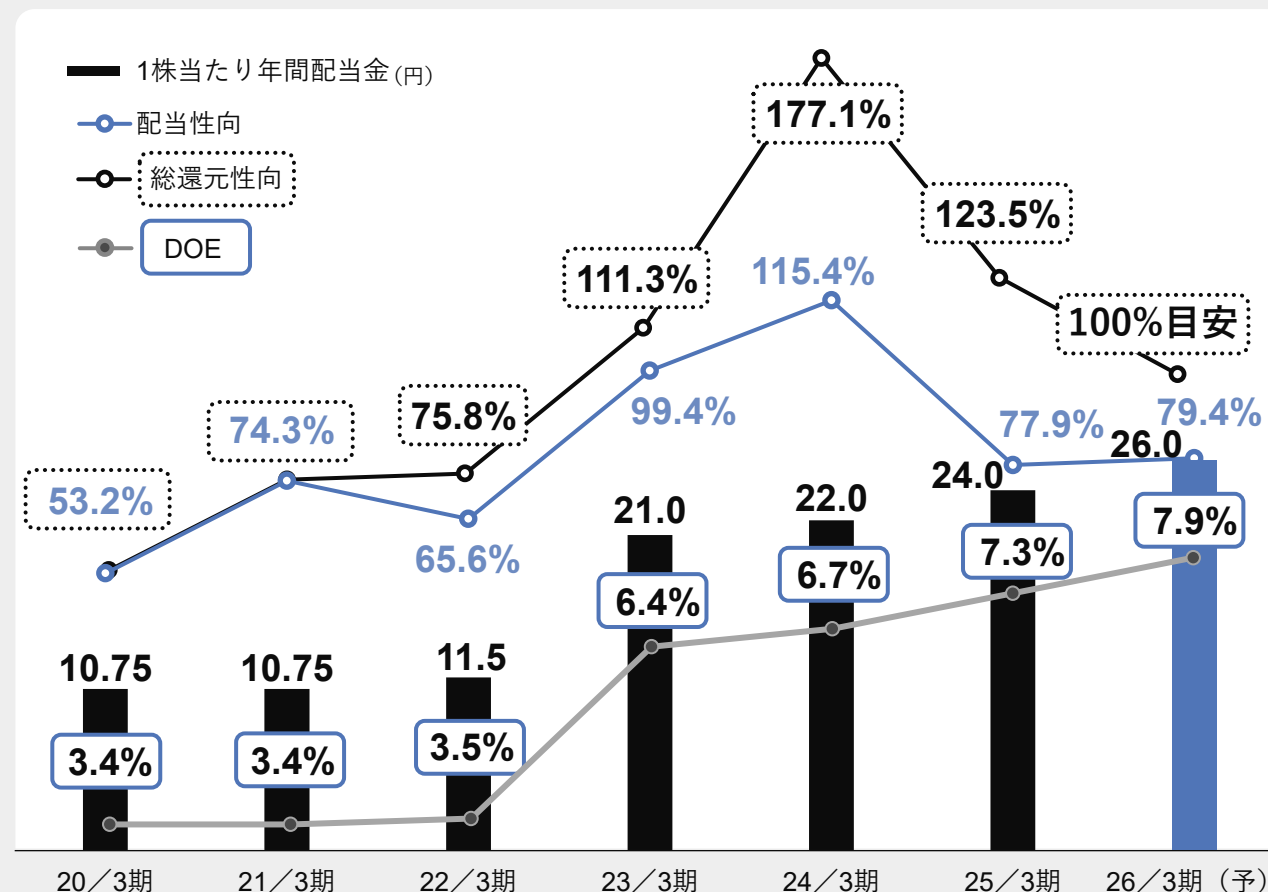
年間配当金 **24 円**

中間**10**円・期末**14**円

2026年3月期予想

年間配当金 **26 円**予定

中間**12**円・期末**14**円予定



注) 2021年10月1日（22/3期）および2025年4月1日（26/3期）を効力発生日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割。

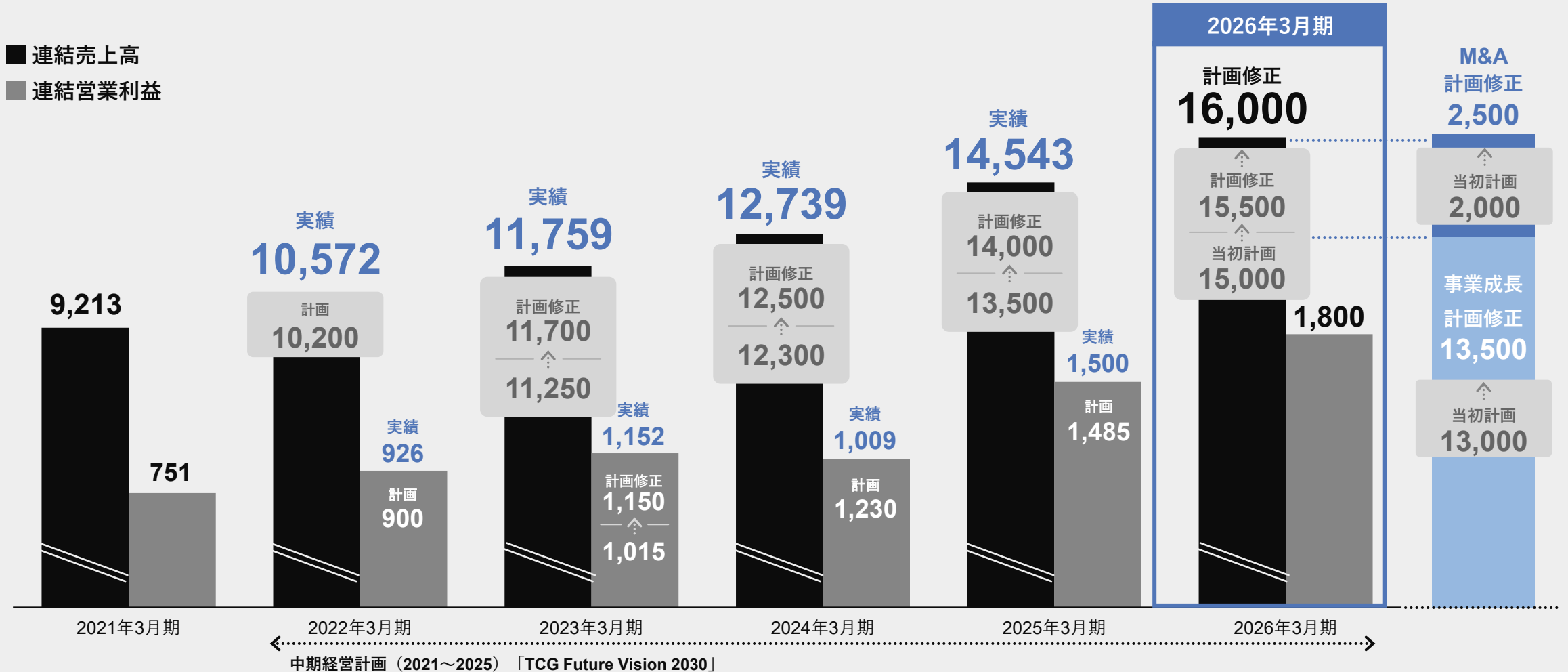
04

中期経営計画 (2021～2025)

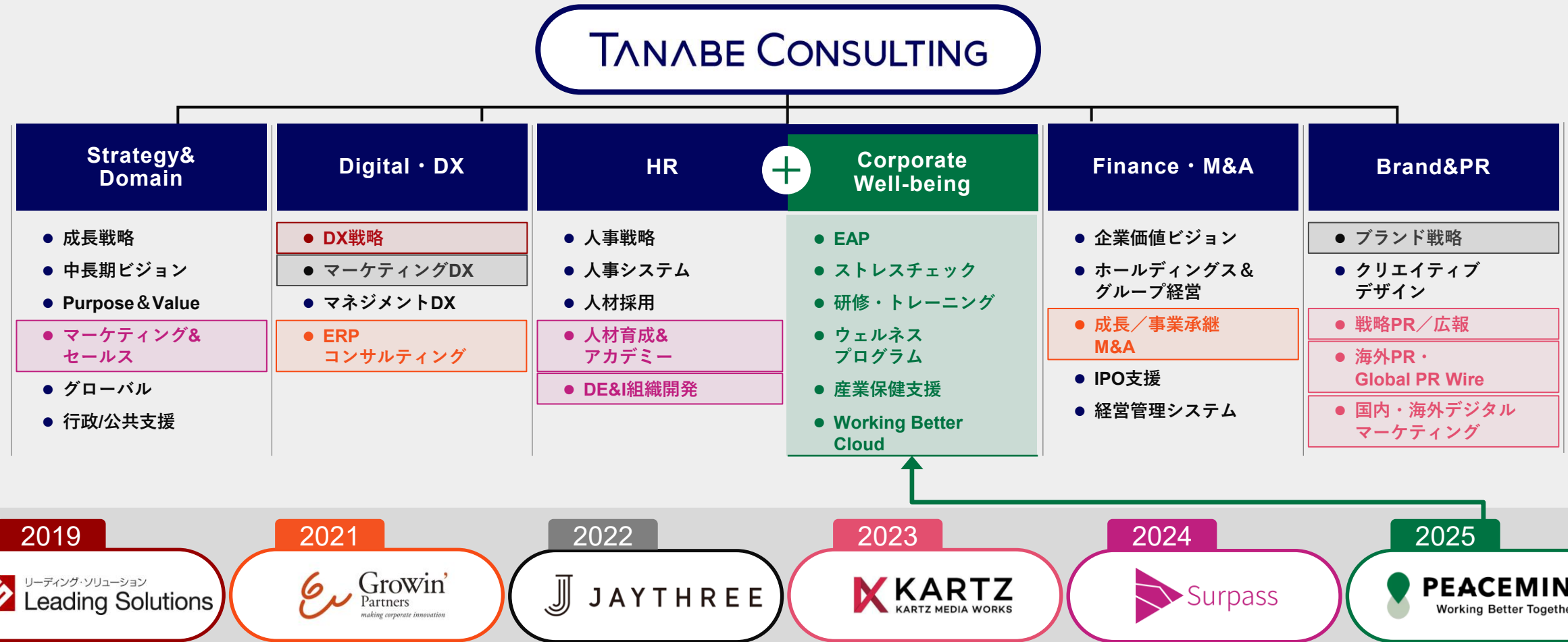
中期経営計画（2021～2025） 数値目標

- 2021年3月期の売上高92億13百万円を中期経営計画の発射台としてオーガニックグロースで売上高135億円を達成し、M&A戦略の推進により売上高25億円を上乗せし、最終売上高160億円を達成する
- ピースマインドのM&Aに伴い、売上高の上乗せを20億円 → 25億円へと上方修正

（百万円）



- M&A戦略により、新たに成長期待の高い市場に参入して提供可能な経営コンサルティング領域を拡大し、事業成長を実現
- 経営コンサルティング領域の専門性と総合性をより一層高め、顧客企業の課題解決を全方位から支援



資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応①

- 中期経営計画で「ROE10%」「時価総額250億円」の数値目標を掲げている
- 利益成長＝「中期経営計画の目標達成」と最適資本構成の実現＝「株主還元方針の変更」により、中期経営計画の達成を目指す

中期経営計画 数値目標（2022年3月期～2026年3月期）

2025年3月期

ROE : 9.5%

ROE
(株主資本当期純利益率)

10%

- 中期経営計画達成による当期純利益の拡大

498百万円 (2021年3月期) → 1,070百万円以上 (2026年3月期)

- 株主還元方針の変更 (2023年2月13日公表：当中期経営計画期間中)

① 連結総還元性向100%を目安とする

② DOE (株主資本配当率) 6%以上の配当とする

③ 機動的な自己株式取得を実施

時価総額

250億円以上

2021年4月1日 (年初)

2025年9月30日

終値 : 346円

終値 : 693円^{※1}

時価総額 : 117億円

時価総額 : 235億円^{※2}

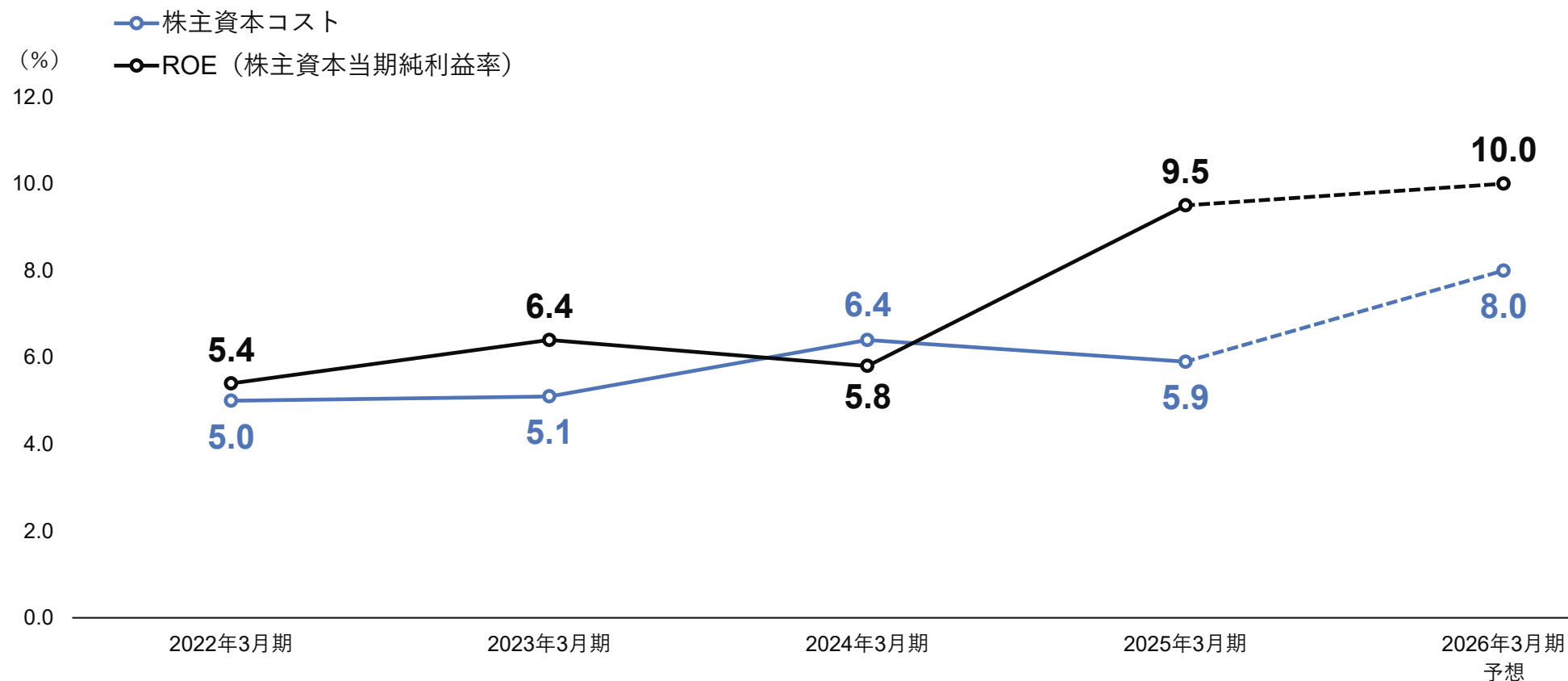
※1 2021年10月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割および2025年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っており、株価は分割後ベースで記載。

※2 株式分割後の発行済株式総数で計算。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応②

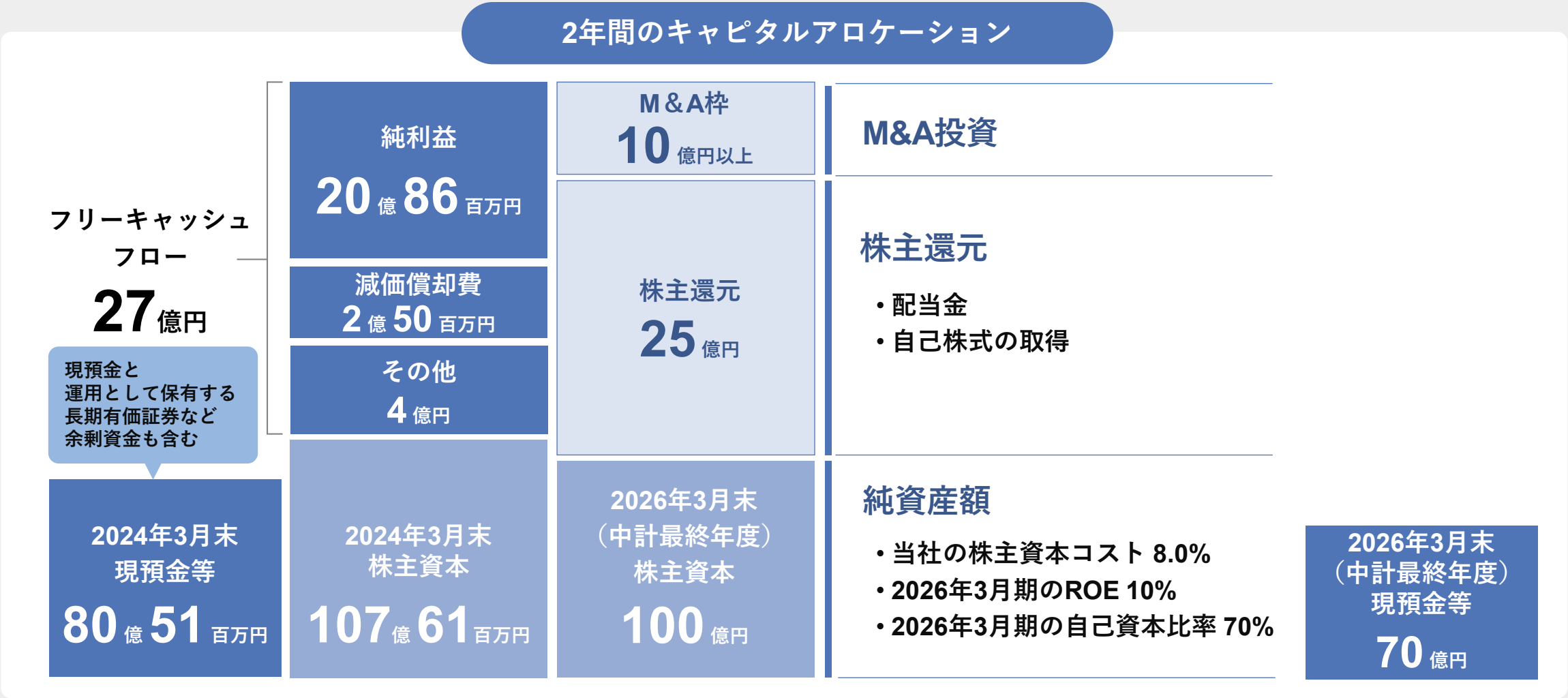
- 利益成長および最適資本構成の実現によるROEの向上、また適時適切およびより積極的な情報開示による株主資本コストの低減により、エクイティスプレッドの拡大を目指す

ROE（株主資本当期純利益率）および株主資本コストの推移



資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応③

- 創出するキャッシュを成長投資と株主還元バランス良く分配し、中期経営計画で掲げる売上高160億円、営業利益18億円、ROE10%を達成する



- 経営理念・パーパスを実現していく前提として、環境・社会・経済が持続可能な状態を目指すことをコンセプトに、サステナビリティの定義と方針を作成

サステナビリティ定義

『100年先の未来とともに』

サステナビリティ方針

経済 ビジネスドクターとしての使命

S 社会に対するイノベーションの発揮

S プロフェッショナル人的資本価値の向上

G ガバナンス体制の強化

G コンプライアンスとリスクマネジメント

E 地球環境への配慮と対応

プロフェッショナルなDE&Iの推進

「世界で唯一無二の経営コンサルティングファーム」を目指す

- 業界に精通した「実務経験者」を積極的に採用することで、より専門性の高いコンサルタントに育成
- TCGアカデミー（企業内大学）の導入により、チーフコンサルタントへの育成が5年から2～3年に短縮

採用

業種・業界

業界に精通した
実務経験者と
新卒社員を
積極採用

● キャリア入社者の主な業種

建設	ヘルスケア	不動産	教育機関
インフラ	ビューティー・コスメ	観光	行政・公共
物流	SaaS	旅行	etc.
製造	専門商社	運輸	
食品	金融	医薬品	

全国展開

地域事業所での
Iターン・
Uターン採用も
積極的に実施

● 全国的に採用強化



育成

TCGアカデミー （企業内大学）



12の学部
約900個のオリジナル
講座で人材育成

- ・リーダーシップ学部
- ・ストラテジー&ドメイン学部
- ・コーポレートファイナンス学部
- ・HR学部
- ・マーケティング学部 等

コンサルティング現場における実務

2～3年の早期育成

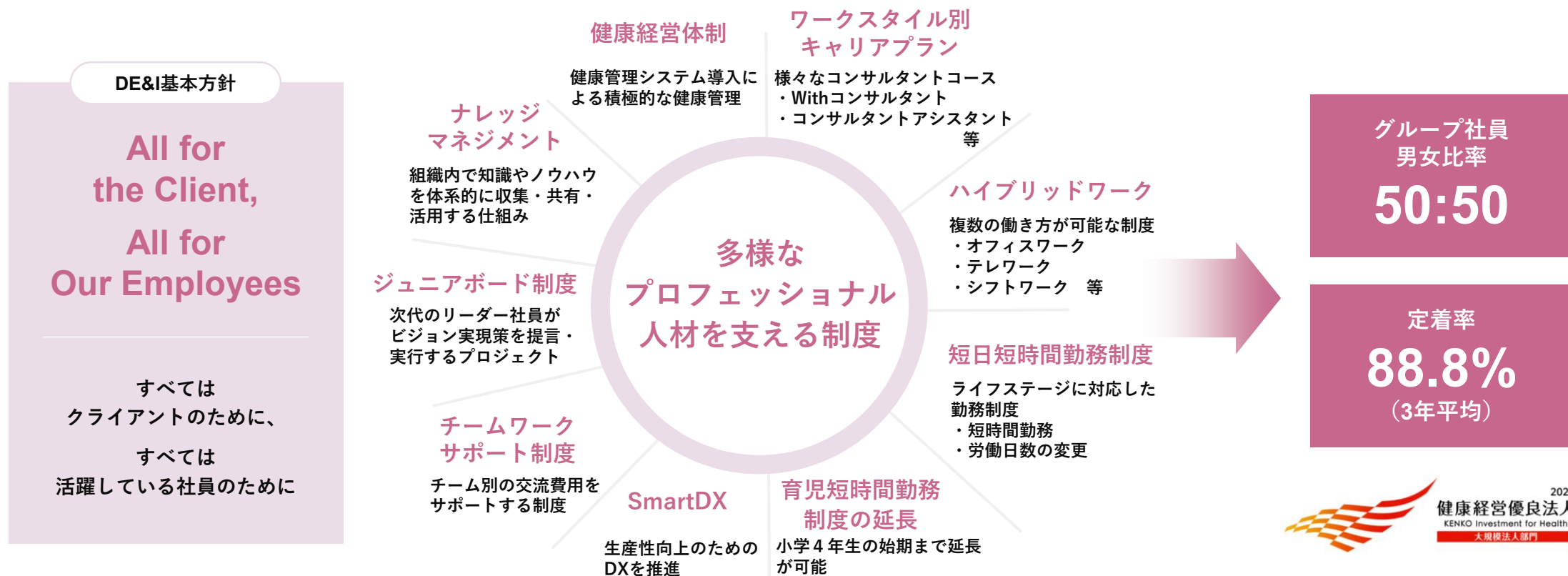
専門領域を有する
プロフェッショナルコンサルタントへ成長

..... プロフェッショナルコンサルタントの基準

- ・チーフコンサルタントとして5社以上担当
- ・特定分野のプロジェクトリーダーとしてチームを牽引

- 組織の独創性やイノベーションの源泉であるとの考えのもと、プロフェッショナルなDE&Iを推進
- 働き方を選択できる仕組みやより生産性の高い仕事ができる環境を整備し、一人ひとりの活躍や定着率の向上を実現する

活躍・定着（プロフェッショナルなDE&Iの推進）



05

事業概要・強み

● 経営コンサルティング領域の多角化を推進－ホールディングス＆グループ8社体制

純粋持株会社

TANABE CONSULTING GROUP

株式会社タナベコンサルティンググループ



事業会社

TCG TANABE CONSULTING

株式会社タナベコンサルティング

Strategy & Domain Consulting

- 成長戦略
- 中長期ビジョン
- Purpose & Value
- マーケティング&セールス
- グローバル
- 行政/公共支援

Digital・DX Consulting

- DX戦略
- マーケティングDX
- マネジメントDX
- ERPコンサルティング

HR Consulting

- 人事戦略
- 人事システム
- 人材採用
- 人材育成&アカデミー
- DE&I組織開発
- コーポレートウェルビーイング

Finance・M&A Consulting

- 企業価値ビジョン
- ホールディングス&グループ経営
- 成長/事業承継M&A
- IPO支援
- 経営管理システム

Brand & PR Consulting

- ブランド戦略
- クリエイティブデザイン
- 戦略PR/広報
- 海外PR・Global PR Wire
- 国内・海外デジタルマーケティング



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



カーツメディアワークス



Surpass



ピースマインド

TCGが考える経営コンサルティングファームの**あるべき3条件**

- TCGは「経営者視点」「高度の専門化と高度の総合化」「一気通貫の支援モデル」の3条件を有するの
が、経営コンサルティングファームのあるべき姿と考えている

経営者視点

常に経営者・CEOの視点（トップマネジメントアプローチ）で戦略や組織を多角的に捉え、
トップマネジメントが抱える本質的な課題を解決できる経営コンサルティング領域を展開する

一気通貫の支援モデル

チームコンサルティングにより、人事、財務、
デジタル等の全ての機能における戦略の策定
（上流）から現場における実装・実行（下流）
までを一気通貫で支援し、顧客企業のビジョン
を実現する



高度の専門化と高度の総合化

固有の経営課題に対して、専門性の高い複数名の
コンサルタントがチームを組成するチームコンサルティングにより、
最適なメソッドを提供する

TCGの該当箇所は、青枠で示しているとおりである

上流支援型／総合

幅広い業種と機能に対応。戦略の視点から経営の上流のみを支援（戦略アドバイス）

一気通貫支援型／総合

幅広い業種と機能に対応。経営全体を診るアプローチで経営の上流から下流までを一気通貫で支援

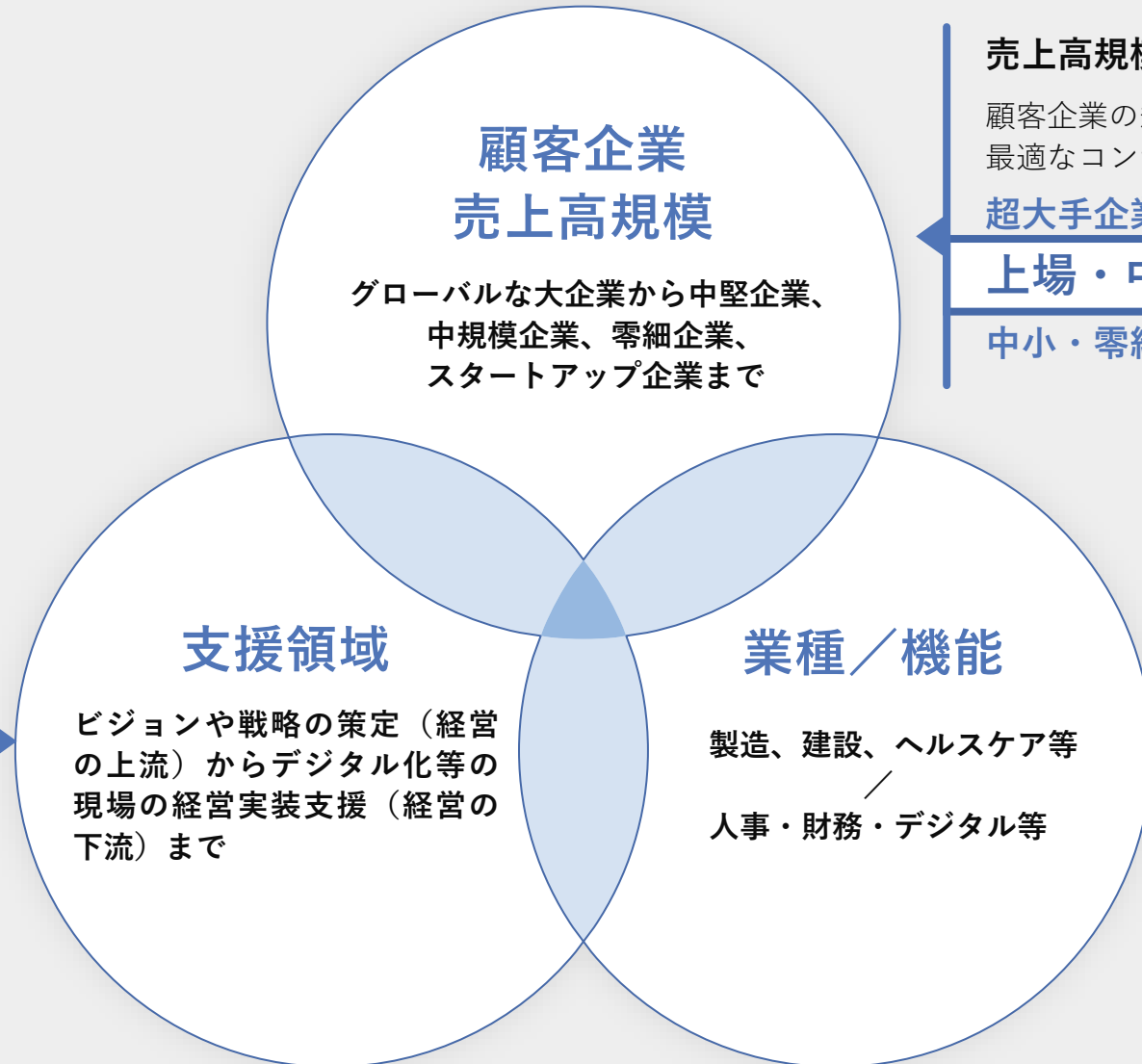
一気通貫支援型／特化

特定の業種または機能に専門特化。専門領域における上流から下流までを一気通貫で支援

下流支援型／特化

特定の業種または機能に専門特化。専門領域における下流を支援（経営オペレーション支援を重視、サブスクモデルもこのスタイル）

※当社作成



売上高規模によって経営課題は異なる

顧客企業の規模に伴う経営課題に対して、最適なコンサルティングを提供

超大手企業

上場・中堅企業

中小・零細企業

戦略／経営（総合型）

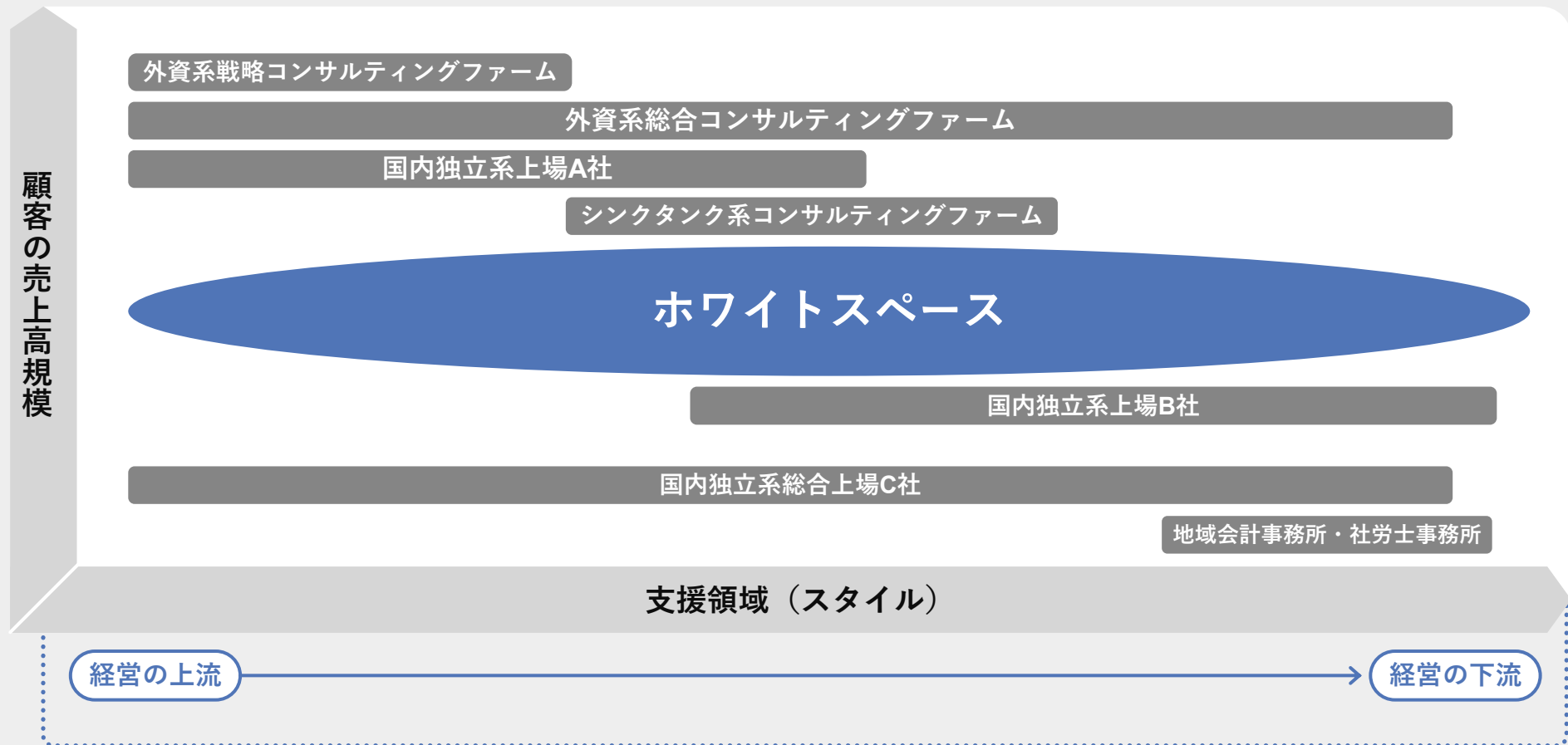
幅広い業種および機能に対応。業種別戦略×機能のアプローチで顧客課題に最適な戦略・経営コンサルティングを提供

業種／機能（特化型）

特定の業種または機能に専門特化。専門業種に特有の課題等を解決する、または専門機能のみに注力し強化するコンサルティングを提供

コンサルティング業界について②

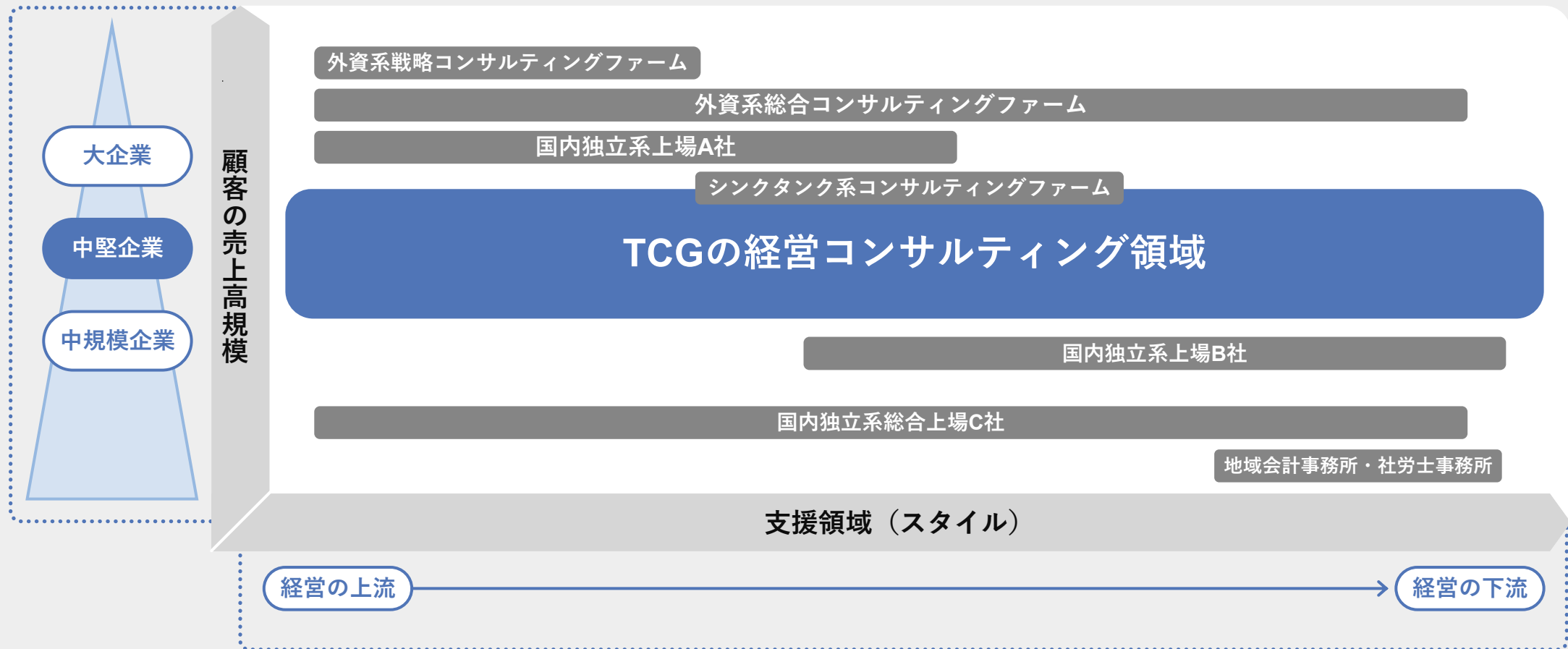
- 一般的に、「顧客企業の売上高規模」「支援領域」「機能」でその大半を分類できる（特定の業種に専門特化するコンサルティングファームが比較的に少ないため）



※当社作成

ターゲットセグメント①

- 中堅企業を中心に大企業から中規模企業（売上高3,000億円～30億円規模）の経営戦略の策定から現場での経営オペレーションの実装・実行までを一気通貫でカバーし、競合他社の少ない独自のポジションを構築

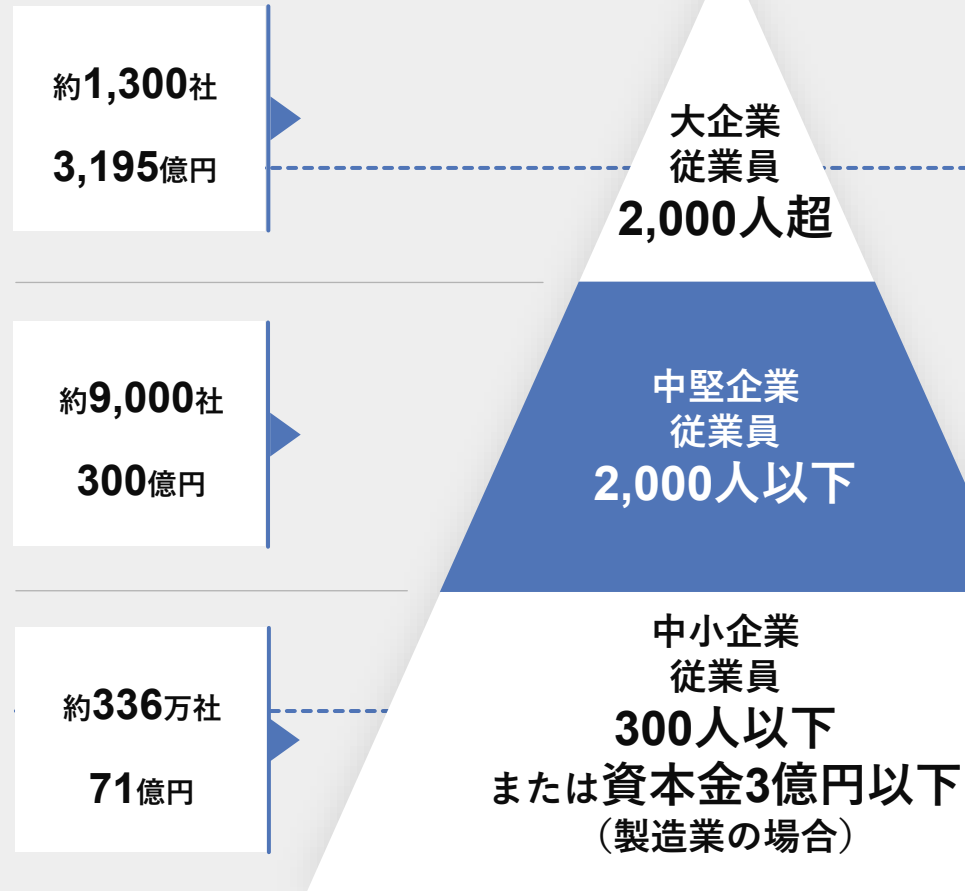


※当社作成

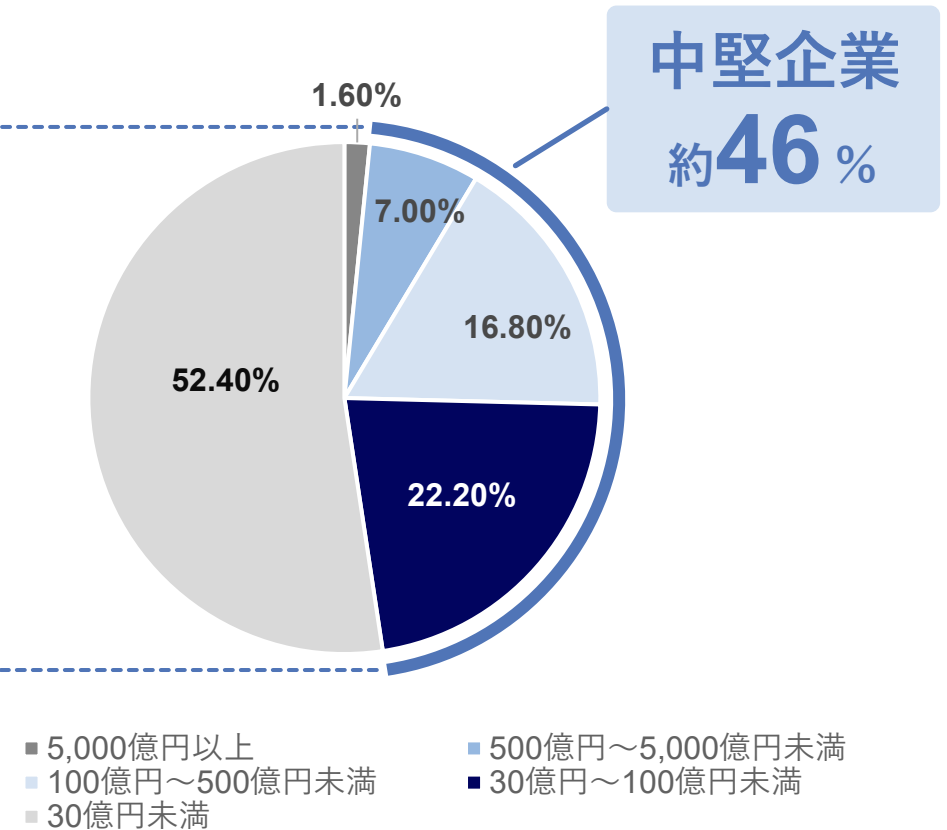
ターゲットセグメント②

- 顧客企業の約46%が中堅企業を中心とした大企業から中規模企業であり、全国地域密着で経営コンサルティングを提供。業界や地域でナンバーワンの優良中堅企業を顧客に多数持ち、地域創生にも貢献

社数と1社あたり平均売上高



TCGにおける顧客企業の売上高規模比率



(出所) 株式会社日本経済新聞社 企業の分類に「中堅」を新設(2024年2月14日)をもとにタナベコンサルティンググループにて作成

- 戦略課題・業種・地域特性を熟知した専門コンサルタントで組成されるチームが、顧客企業のトップマネジメント（経営者層）が抱える固有の経営課題の解決を一気通貫で支援

1 トップマネジメントアプローチ

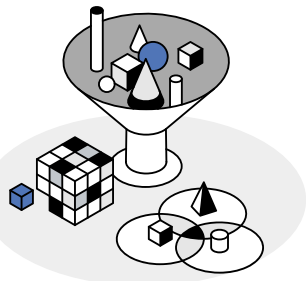


2 チームコンサルティング



3 一気通貫の支援モデル

経営者・CEO視点で
顧客企業の課題を
多角的に分析



トップマネジメント
(経営者層)



各責任者・担当者



オーダーメイドの専門
コンサルタントチームを組成し、
戦略策定から実装・実行まで支援

戦略 × 業種 × 地域

本質的な課題の解決

課題解決支援

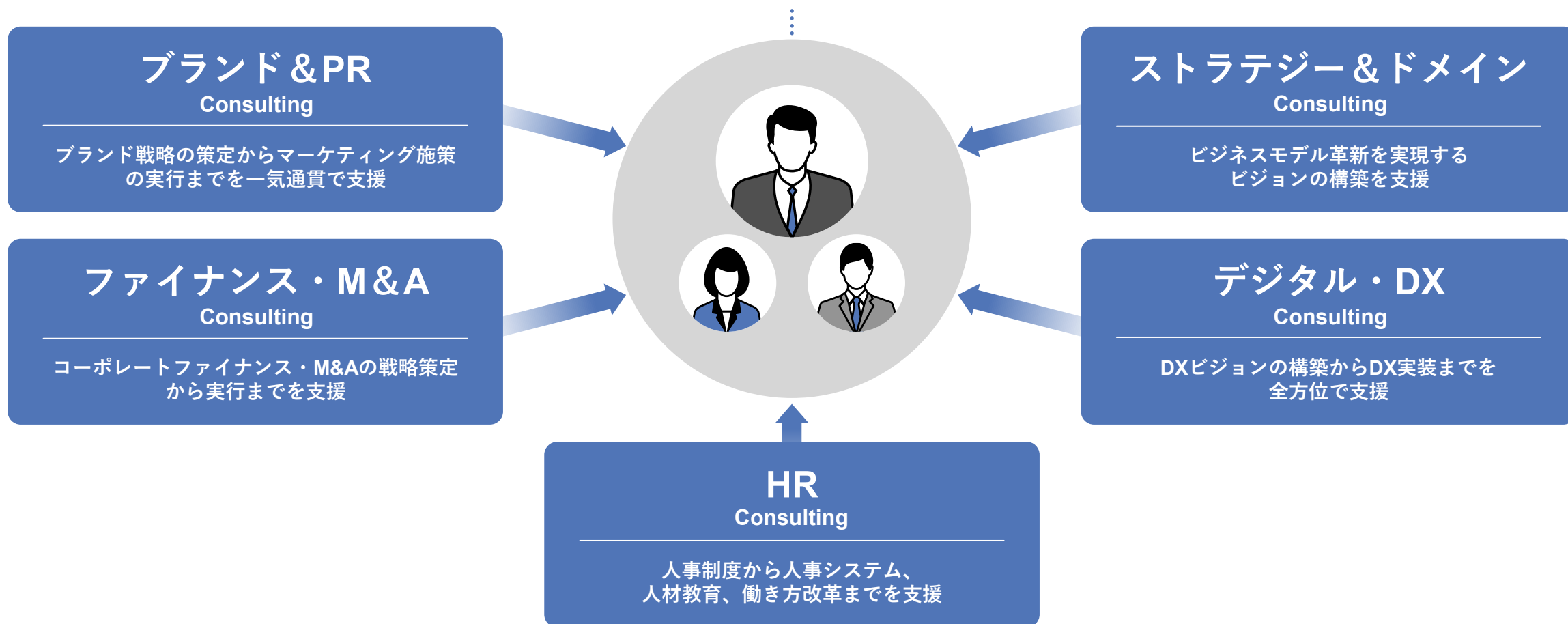
本質的な課題の発見



1 トップマネジメントアプローチ

- トップマネジメントに不可欠な経営技術やテクノロジーを診療科目とする経営コンサルティング領域を展開

トップマネジメントが常に抱える経営課題を全方位から解決



- ## 総合性



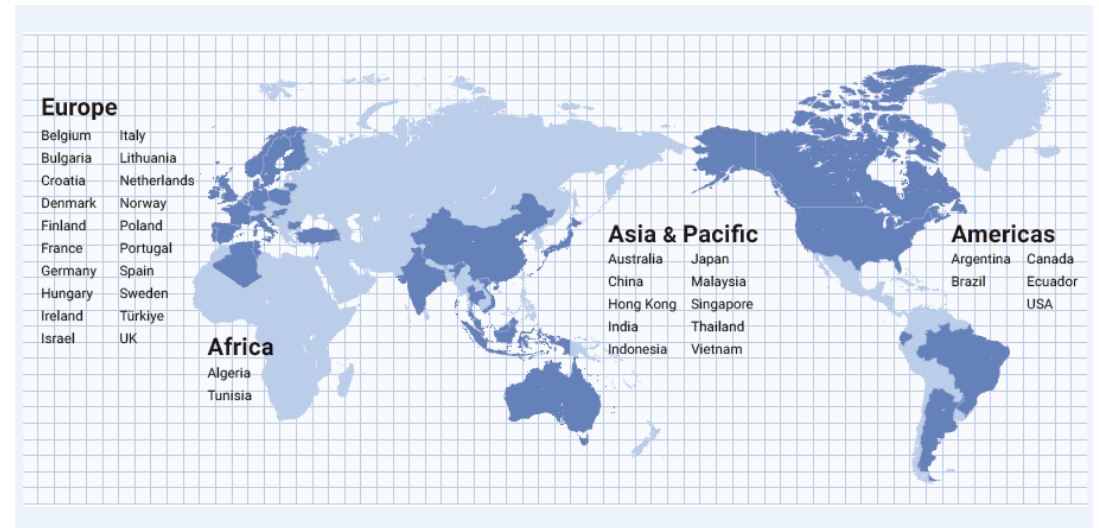
2 チームコンサルティング②（全国展開・地域密着・海外ネットワーク）

- 国内主要都市10地域に経営コンサルタントが常駐し、地域密着のサービスを展開（行政／公共とも連携）
- 海外ネットワークを駆使し、顧客企業に合った海外展開をトータルでご支援

全国展開・地域密着

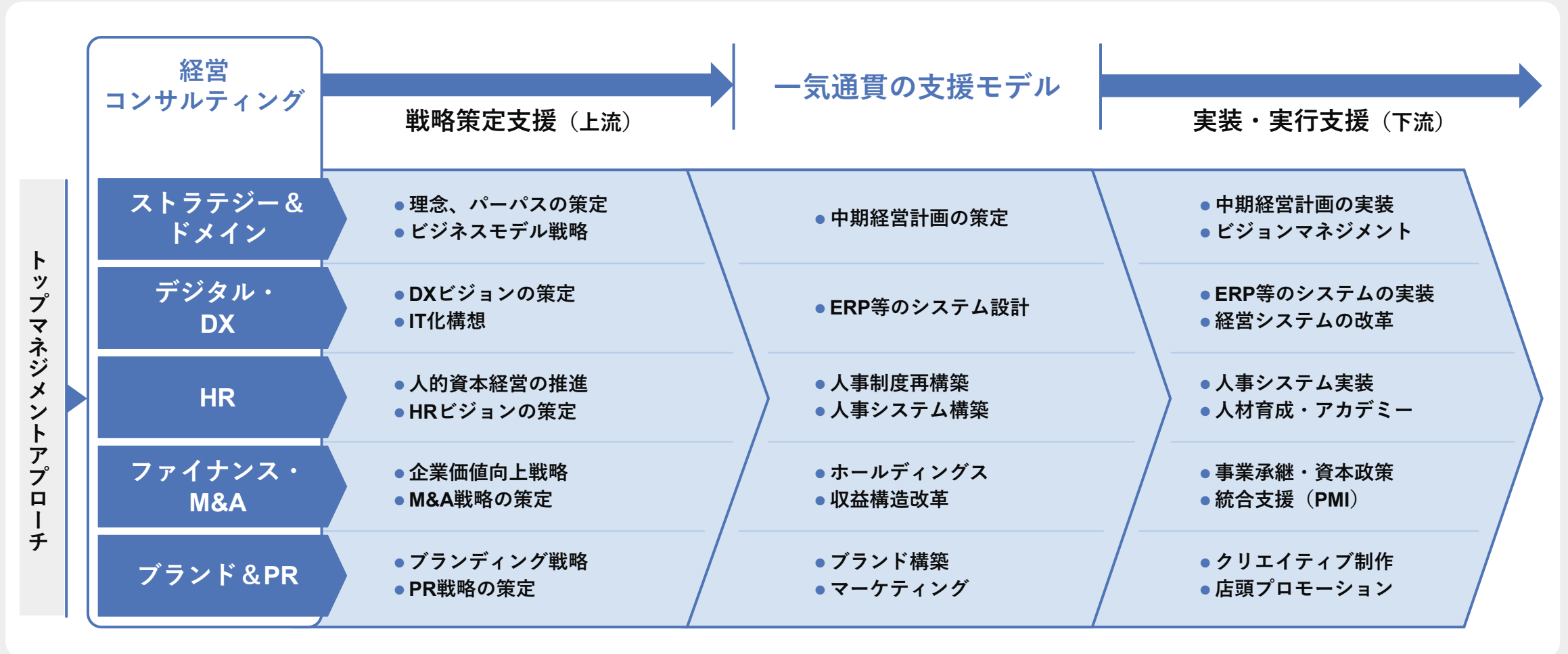


主な海外ネットワーク



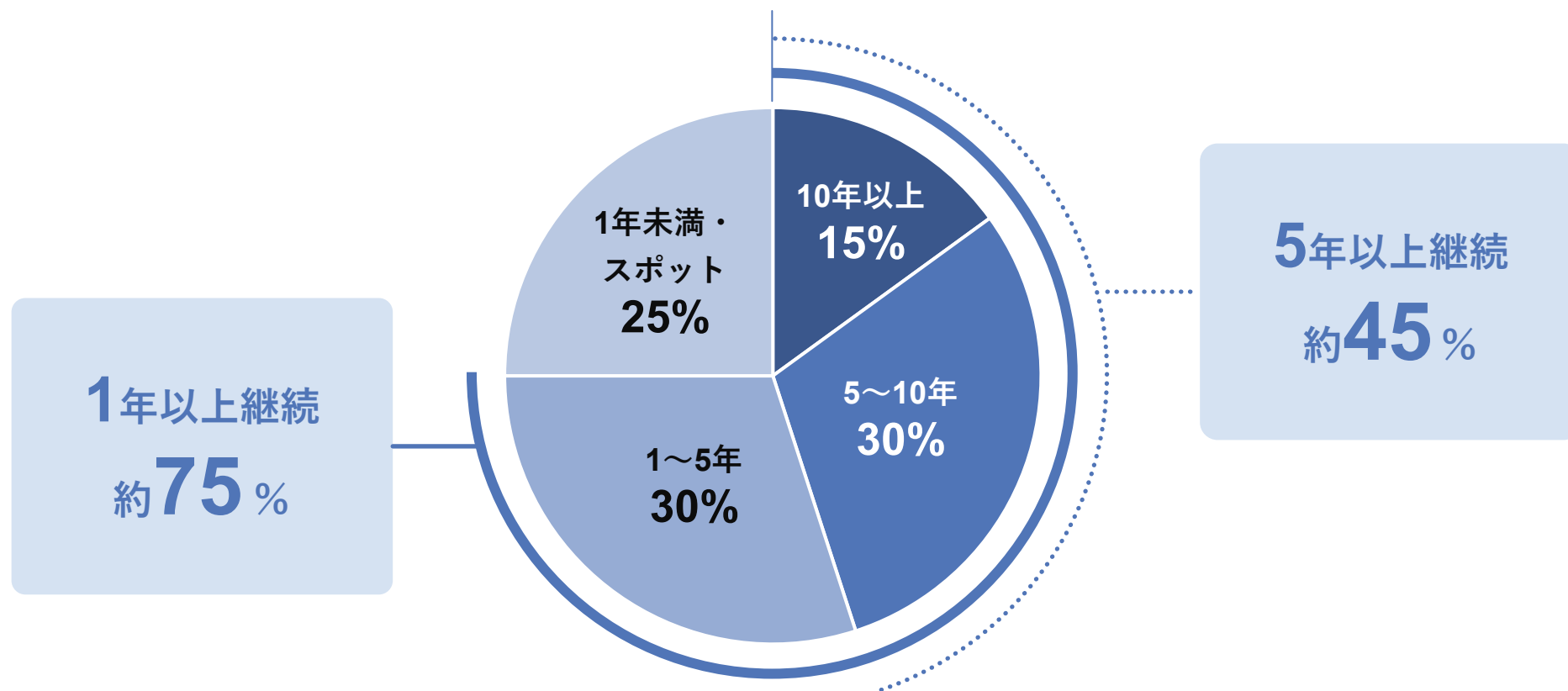
3 一気通貫の支援モデル

- 各経営コンサルティング領域が連携するチームコンサルティングで、経営戦略の策定（上流）から現場での経営オペレーションの実装・実行（下流）までを一気通貫で支援（高い契約継続率を実現できる一因）



- 「顧客企業以上に顧客企業を理解している」ことで、70%以上の高い契約継続率を実現
- 20年、30年、40年等の長期契約実績を多数有する

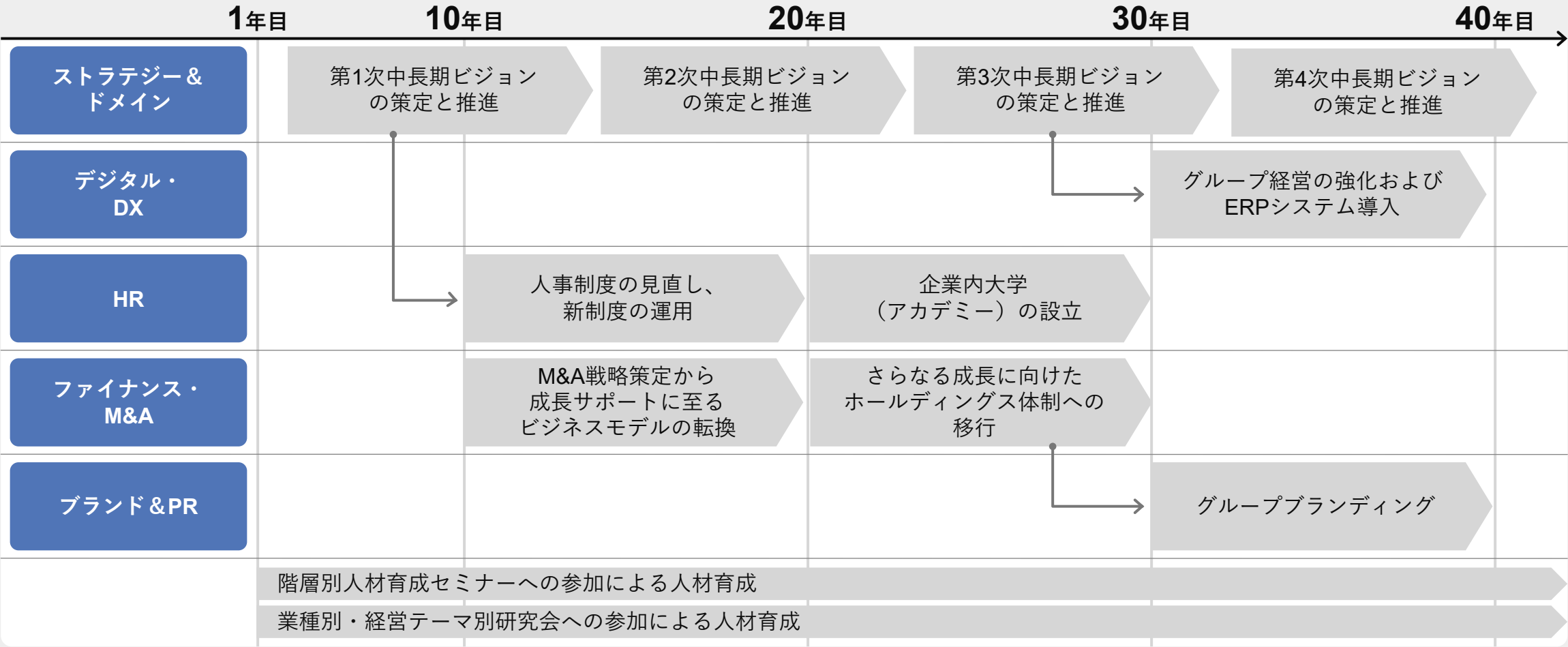
契約継続年数別 顧客企業構成比



※LTV（Life Time Value）：顧客生涯価値 → 当社では顧客と長期の関係性を築くことと定義

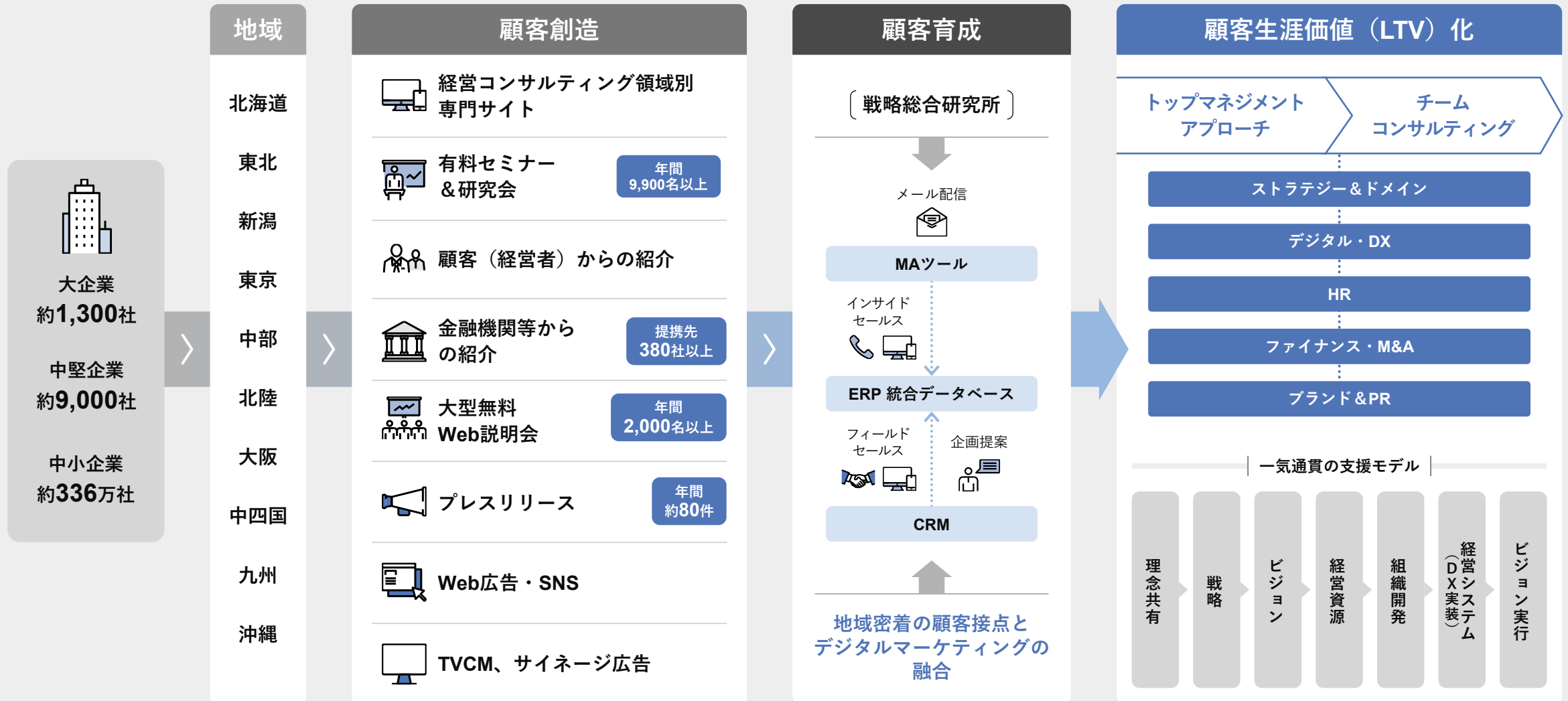
業界No.1メーカーA社における長期契約の事例

- 中長期ビジョンの策定から始まり、その実現までをすべての経営コンサルティング領域で一気通貫で支援し続け、40年以上にわたり契約が継続している
- 顧客の成長ステージや経営課題に合ったメニューの提供が可能であり、長期契約実績を多数有する



マーケティングの全体像

- 新規顧客の創造から顧客生涯価値（LTV※）の実現まで、独自のマーケティングモデルを構築



※LTV（Life Time Value）：顧客生涯価値 → 当社では顧客と長期の関係性を築くことと定義



TCG TANABE
CONSULTING