



# 2020年3月期 決算説明会

2020年6月12日

- 1 会社概要
  - 2 市場環境
  - 3 特長・強み
  - 4 2020年3月期決算概要
  - 5 2021年3月期決算見通し
  - 6 中期経営計画「Tanabe Vision 2020（2018～2020）」進捗
- Appendix

# 1. 会社概要

# 経営理念・ミッション

## 顧客企業を「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）」へと導く

- FCCとは、市場規模やシェアだけではなく「顧客価値において一番の会社」。顧客価値の無限の変化に、自らも変化して対応する（変化を経営する）ことで持続的成長を実現する会社

### Philosophy / 経営理念

タナベ経営は、  
企業を愛し、  
企業とともに歩み、  
企業繁栄に奉仕し、  
広く社会に貢献すべく  
超一流の信用を軸とし、  
国際的視野に立脚して  
無限の変化に挑み、  
常にパイオニアとして  
世界への道を拓く

### Mission / ミッション

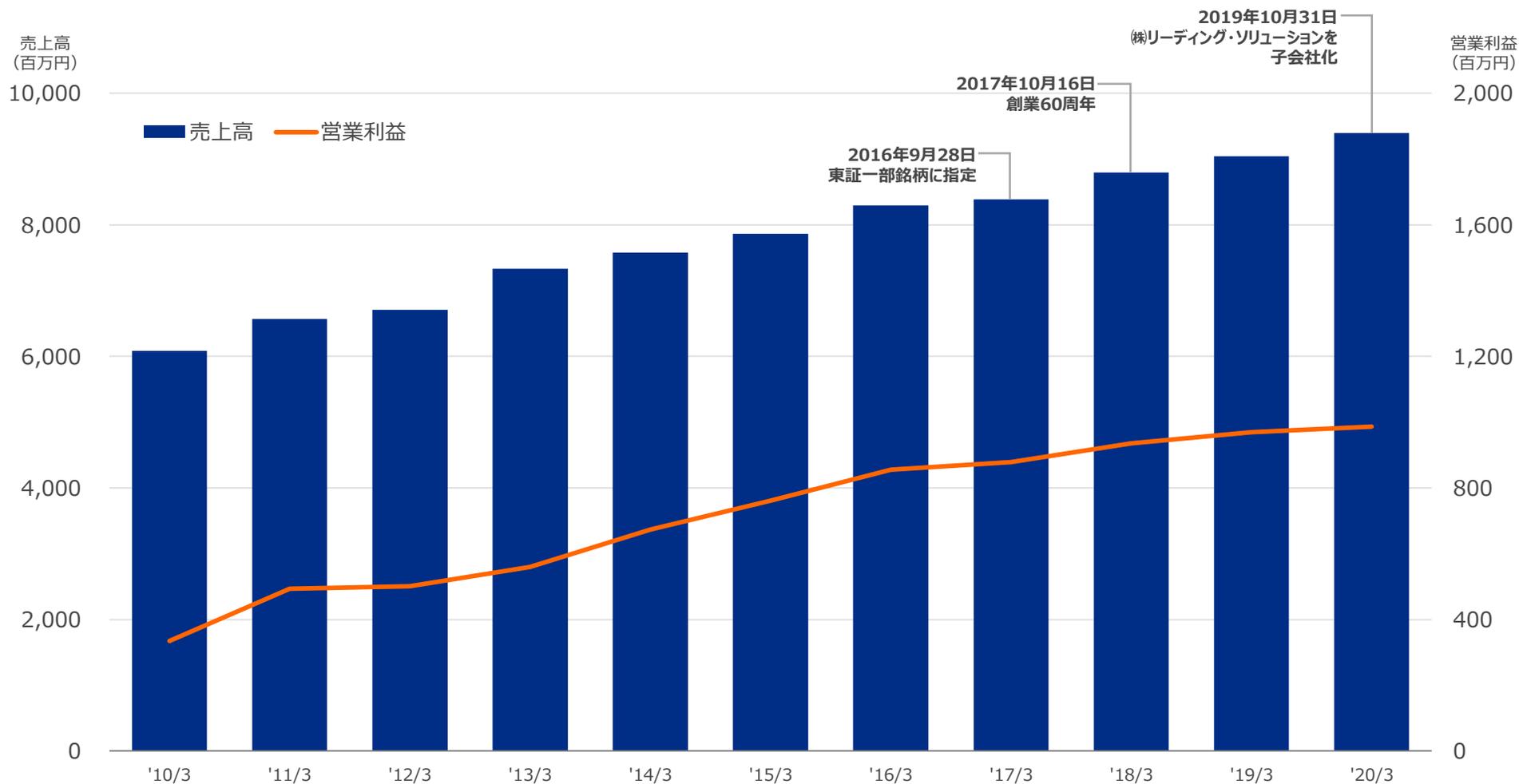
# FCC

**First Call Company**

100年先も一番に選ばれる会社とともに

## 業績推移

リーマンショック後の2011年3月期から2020年3月期まで**10期連続増収増益**

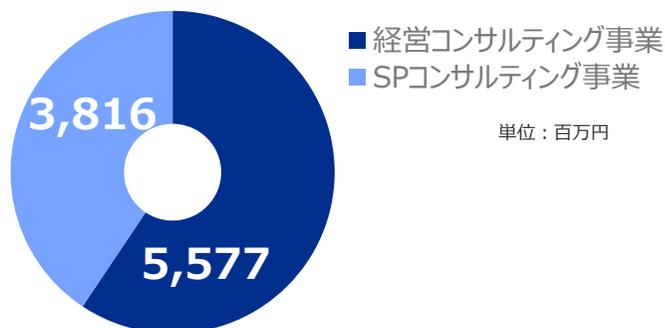


# セグメント別事業構成

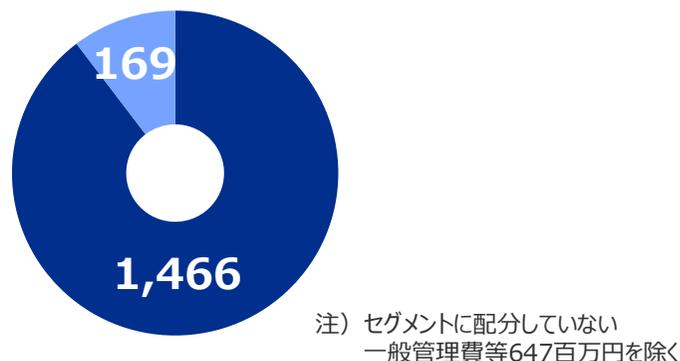
## 売上高の59%が経営コンサルティング事業、41%がSP（セールスプロモーション）コンサルティング事業

- 経営コンサルティング事業は、経営・人材開発コンサルティングのほか、各種研究会・セミナーを実施
- SP（セールスプロモーション）コンサルティング事業は、販売促進に関するコンサルティングやデザイン、プロモーショングッズの制作、ビジネス手帳等を扱う

### 売上高 9,394百万円



### 営業利益 987百万円



#### 経営コンサルティング事業

##### 経営コンサルティング

- 経営コンサルティング
- 戦略ドメイン&ファンクション研究会
- M&A・アライアンス（提携）

##### 人材開発コンサルティング

- オーダーメイド教育（研修）
- FCCセミナー（階層・職種・地域別）

##### デジタルコンサルティング

- デジタルマーケティング

#### 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

- セールスプロモーションコンサルティング（販売戦略の立案・実行支援）
- SPデザイン（オリジナルプロモーショングッズ、コミュニケーションツール等）
- 戦略ドメイン&ファンクション研究会

##### SPツール

- プロモーショングッズの企画・制作

##### ダイアリー

- ブルーダイアリー（ビジネス手帳）・カレンダーの企画・デザイン・制作・販売

## 2.市場環境

# コンサルティングマーケット

コンサルティングマーケットは今後も拡大が予想され、当社の成長余地も大きい

「広告市場（2019年）」に  
「プロモーショングッズ」を含めると、  
**10兆円以上の**  
**マーケット**に  
なることが予想される。

## 国内ビジネスコンサルティング市場

(2018年)

**4,227**億円※1  
(前年比+7.8%)

当社シェア  
約**0.8%**

## 企業向け研修サービス市場

(2018年度)

**5,230**億円※2  
(2016年度比+約3%)

当社シェア  
約**0.3%**

## 広告市場

(2019年)

**5兆9,106**億円※3

当社シェア  
約**0.07%**

## 国内企業数

(2016年度)

**3,856,457**社※4

当社シェア  
約**0.4%**

※記載の当社シェアについては、2020年3月期の数値を基に自社推計

[出所]

※1 IDC JAPAN(株)「国内コンサルティングサービス市場予測」(2019.4.2)

※2 (株)矢野経済研究所「企業向け研修サービス市場に関する調査(2018年)」(2019.7.11発表)注)事業者売上高ベース、企業向けに研修サービス事業として提供される外部事業者における研修・教育を対象とし、自社内における自社従業員への研修・教育は含めない。なお、研修サービス子会社による、親会社またはグループ向けに実施される研修・教育サービスを含む。

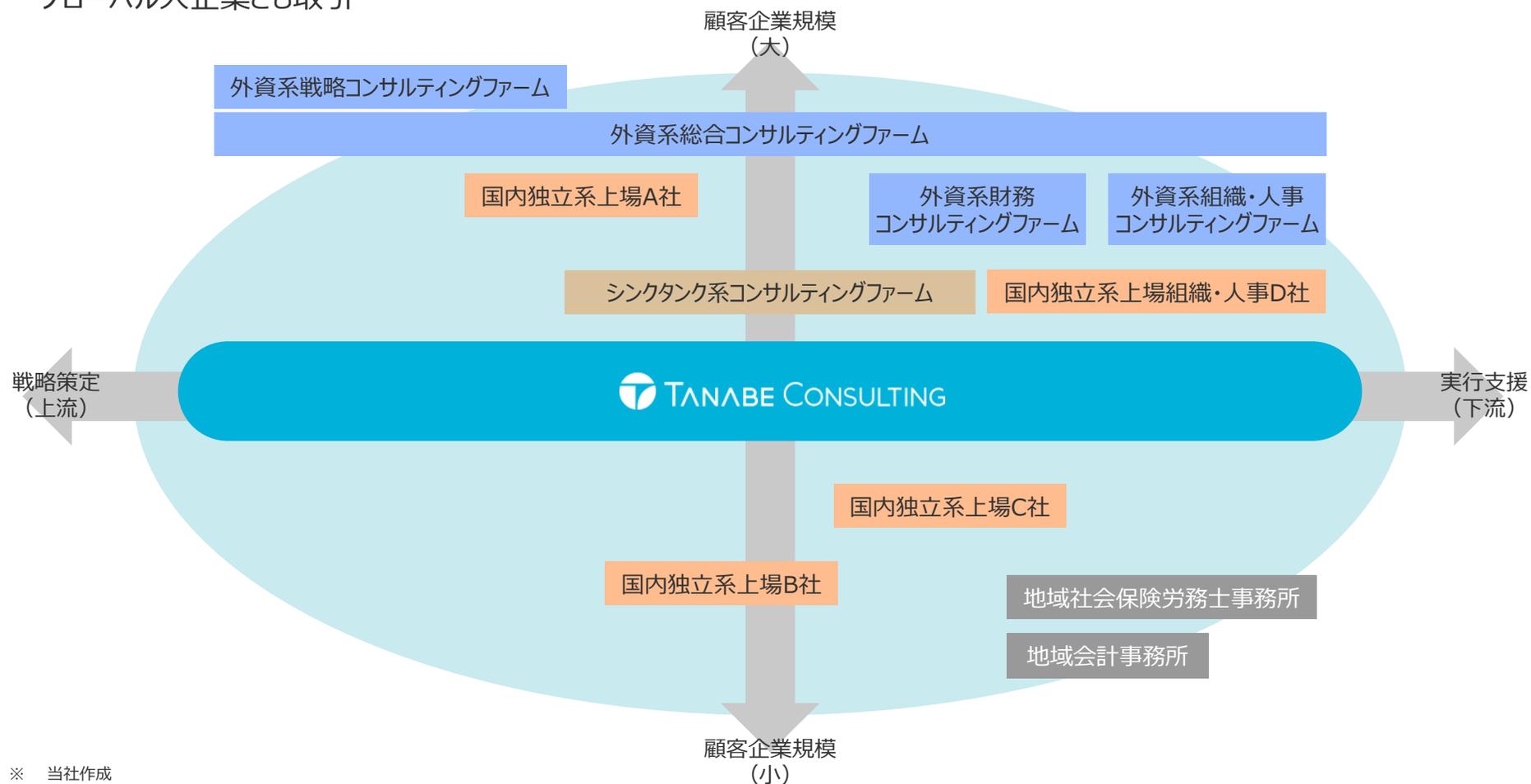
※3 経済産業省「特定サービス産業動態統計月報」(2020.3)

※4 総務省・経済産業省「平成28年経済センサス・活動調査」(2018.6)

# ポジショニングマップ

## 当社ポジションは、比較的競合企業が少ない

- 当社は、経営理念・経営ミッションや経営戦略の策定から経営機能の実行に至るまで、経営全般の支援が可能
- 主要顧客は中堅企業（売上高50億円～1,000億円規模）であり、プロモーション・ブランディングコンサルティングではグローバル大企業とも取引



※ 当社作成

# 3. 特長・強み

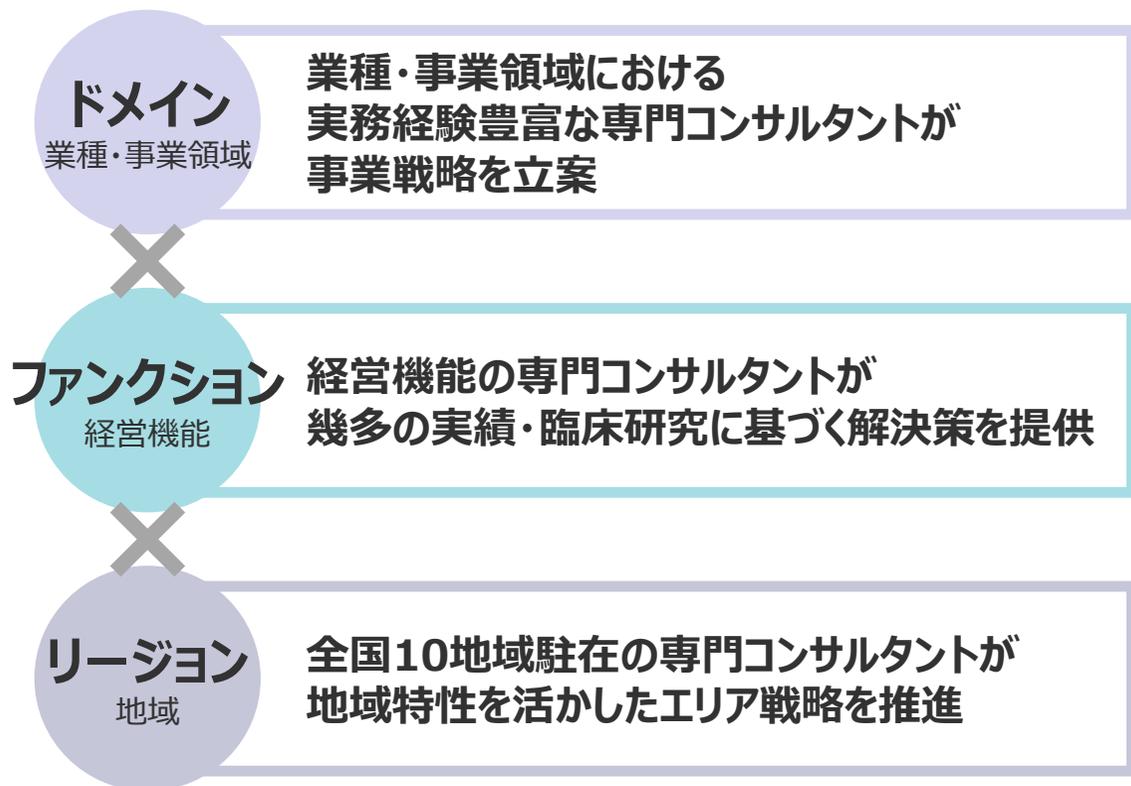
# チームコンサルティング

顧客ごとの経営課題・経営ニーズに対して、最適な専門コンサルタントを複数名選定し、チームを組成

- 「ドメイン」「ファンクション」「リージョン」の3つの観点で最適な専門コンサルタントを選定
- 「経営者視点」で、企業変革に向けた判断を提供し、実行までも支援

## チームコンサルティングスタイル

### 3つの観点による最適なチーム編成



### チームコンサルティングの7つの約束

1. 高度の専門化と高度の総合化
2. 経営者視点
3. 顧客利益主義
4. 事実追求
5. 臨床経験に基づく判断
6. コンサルタントリーダーシップ
7. ビジョン実現

# チームコンサルティング

高度な専門性をチームで総合的に発揮し、経営に必要な「部分」と「全体」のバランスを最適化



**ドメイン**  
業種・事業領域

- SDGs
- アントレプレナー&スタートアップ
- 金融機関
- 教育・学習
- 新規事業開発
- 観光・地域活性化
- アグリビジネス
- 物流
- ライフスタイル
- インフラ・土木
- 建設
- 製造業
- 卸売・商社
- 住まいと暮らし（住宅・不動産・リフォーム）
- ヘルスケア
- 食品・フードサービス

**ファンクション**  
経営機能

- ホールディングス
- 事業承継
- 成長M&A
- FCACアカデミー（企業内大学）設立
- デジタルトランスフォーメーション
- 先端技術
- 財務戦略
- 生産性改革・BPR
- コーポレートデザイン
- マーケティング・プロモーション
- ブランディング
- 採用
- HR戦略
- 中期ビジョン
- ミツシヨ

**リージョン**  
地域

- 沖 縄
- 中 国
- 北 海
- 新 潟
- 東 北
- 東 京
- 北 京
- 九 州
- 中 部
- 大 阪

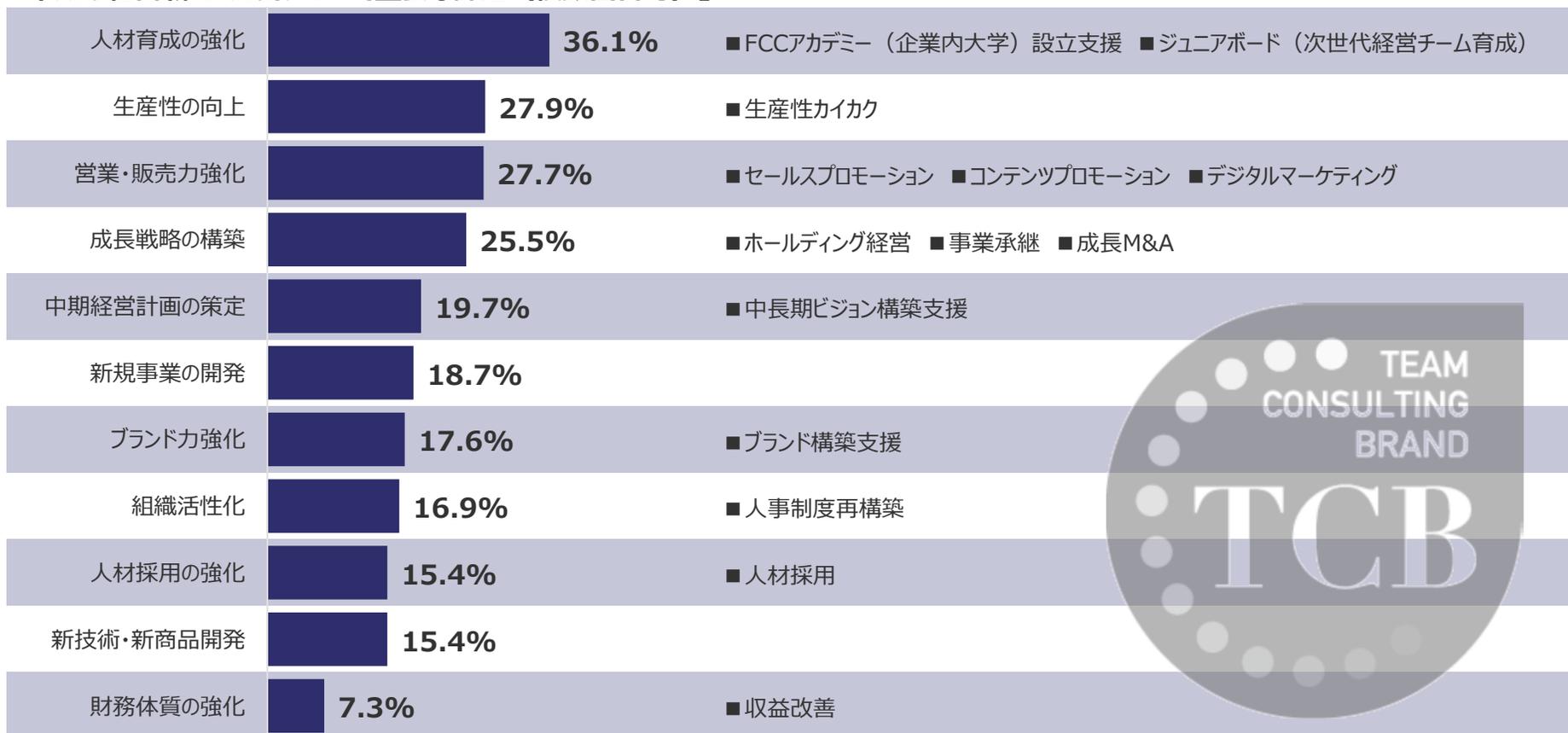
# チームコンサルティングブランド（TCB）

## 高付加価値のノウハウを若手コンサルタントでも推進できるようにメソッド化、重点的に推進

- 顧客企業とともに研究と臨床を重ねてきたニーズの高いチームコンサルティングテーマを「チームコンサルティングブランド（TCB）」と定義し、高付加価値のノウハウを若手コンサルタントでも推進できるようにメソッド化、高品質・高単価で重点的に推進
- 新たに「ターンアラウンド（企業再生）」「グループ経営者育成」「グループ経営システム構築」も追加予定

「2020年企業経営に関するアンケート」（2020年1月に当社実施のWeb調査）

「来期の経営戦略・方針について重要な課題（複数回答可）」



# 全国主要10都市に地域密着の事業所を展開（業界唯一）

## 長年、地域に密着し、地域経済や商習慣、地域企業に精通

- 1966年から全国主要都市に事業所を開設し、コンサルタントを配置。各事業所のコンサルタントの平均在籍年数は10年前後
- 地域をまたぐ移動が制限される環境下でも、地域に密着したコンサルタントが全国の顧客を適切にサポート

### 各事業所の開設時期

1957年	タナベ経営相談所を京都市で創立
1960年	大阪事務所（現大阪本社）開設
1961年	東京事務所（現東京本社）開設
1966年	北海道営業所（現北海道支社）開設（札幌市）
1968年	九州営業所（現九州本部）開設（福岡市）
1970年	中部支社（現中部本部）開設（名古屋市）
1970年	広島営業所（現中四国支社）開設（広島市）
1974年	東北支社開設（仙台市）
1976年	新潟支社開設（新潟市）
1977年	北陸支社開設（金沢市）
1985年	沖縄支社開設（那覇市）

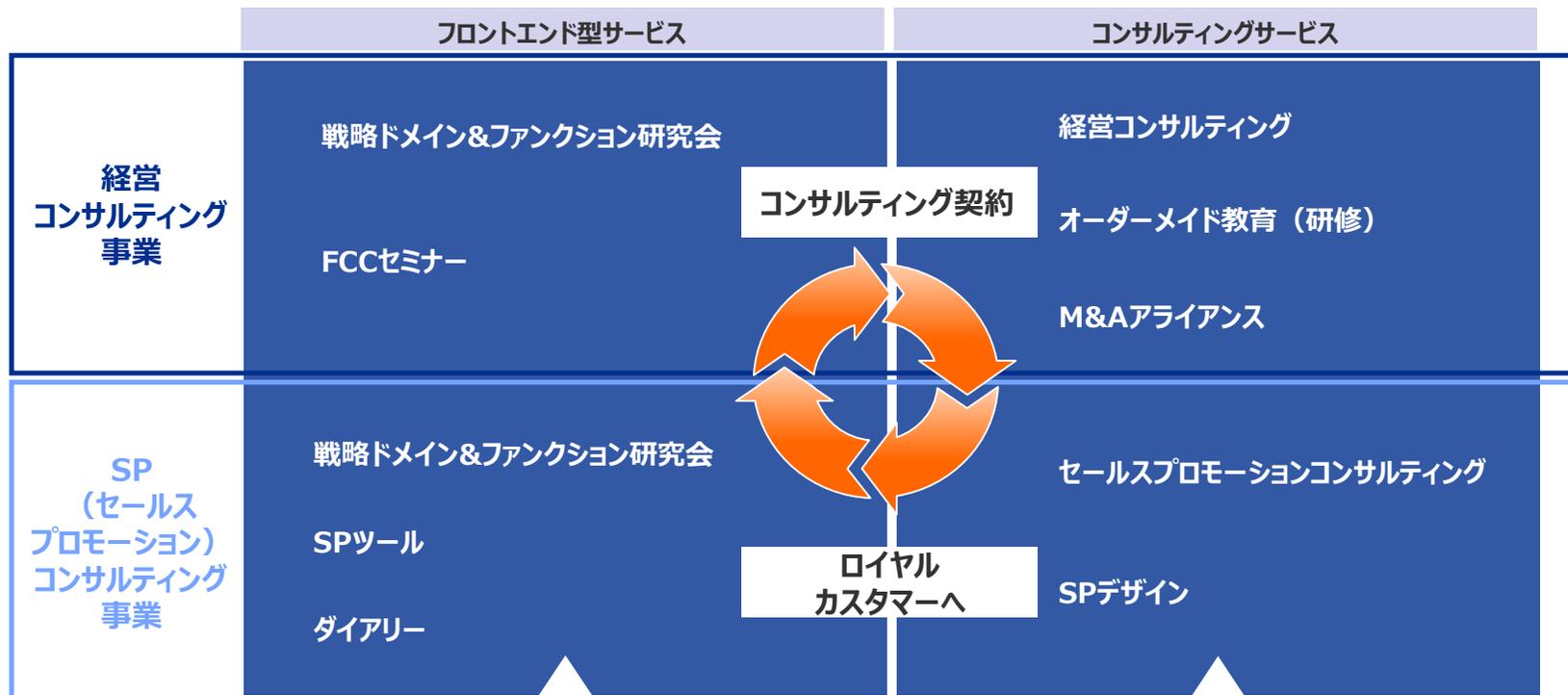
### 各事業所のコンサルタントの勤続年数

エリア	事業所	人数 (合計245名)	平均 勤続年数	最長 勤続年数
東日本	北海道支社 東北支社 新潟支社	29	9	36
東京	東京本社	84	8	41
中部・北陸	中部本部 北陸支社	31	12	36
大阪	大阪本社	71	8	26
西日本	九州本部 中四国支社 沖縄支社	30	10	29

# 顧客との強固なリレーション

経営者に寄り添うビジネスドクター（主治医）として、顧客企業の時々の経営課題を解決する適切なサービスを提供

- 顧客はコンサルティングサービスだけでなく、研究会・セミナーへの参加など、継続的に当社のサービスを利用（ロイヤルカスタマー）
- ロイヤルカスタマーにとって、当社は経営の根幹を支える主治医的な存在



## 新規顧客

紹介や説明会など多様な機会を利用して新規顧客を獲得、このうち既存顧客や金融機関からの紹介が約40%

既存顧客紹介



金融機関紹介



営業&説明会



Webマーケティング



経営塾



広告掲載

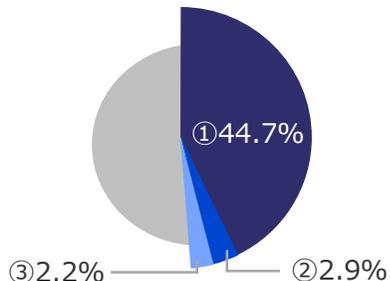


# 売上高の50%が長期契約型サービス

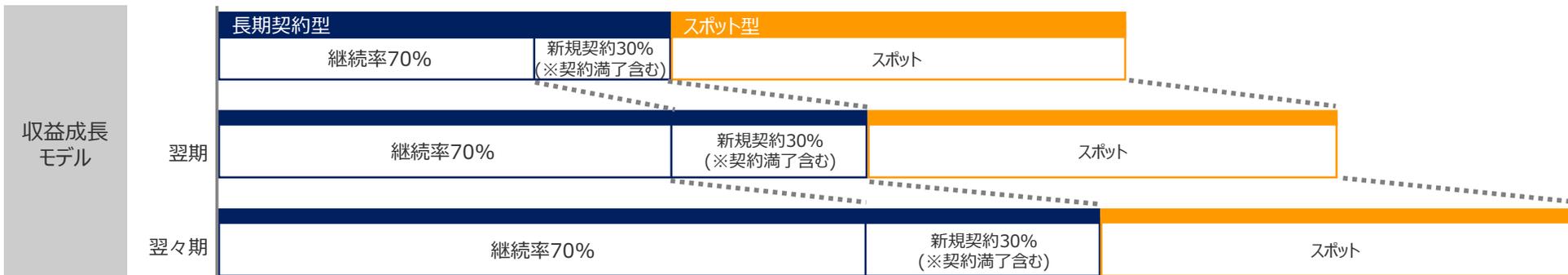
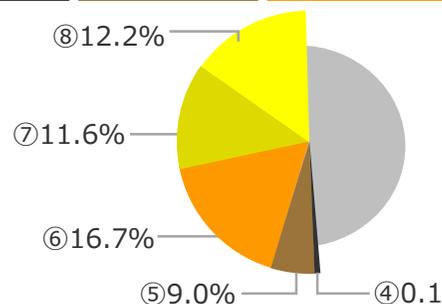
## 長期契約型のサービスを収益基盤とし、スポット型の商品・サービスを積み上げて持続的成長へ

- 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%

長期契約型			主なサービス	スポット				
1	2	3		4	5	6	7	8
<ul style="list-style-type: none"> <li>経営コンサルティング</li> <li>セールスプロモーションコンサルティング</li> <li>オーダーメイド教育(研修)</li> </ul>	戦略ドメイン&ファンクション研究会	アライアンス(会員)	M&A	FCCセミナー	SPデザイン	SPツール	ダイアリー	
6ヶ月間から1年間	全6回 (10ヶ月間で隔月開催)	1年間	契約体系	案件単位	開催セミナー単位	案件単位	案件単位	案件単位



売上構成比

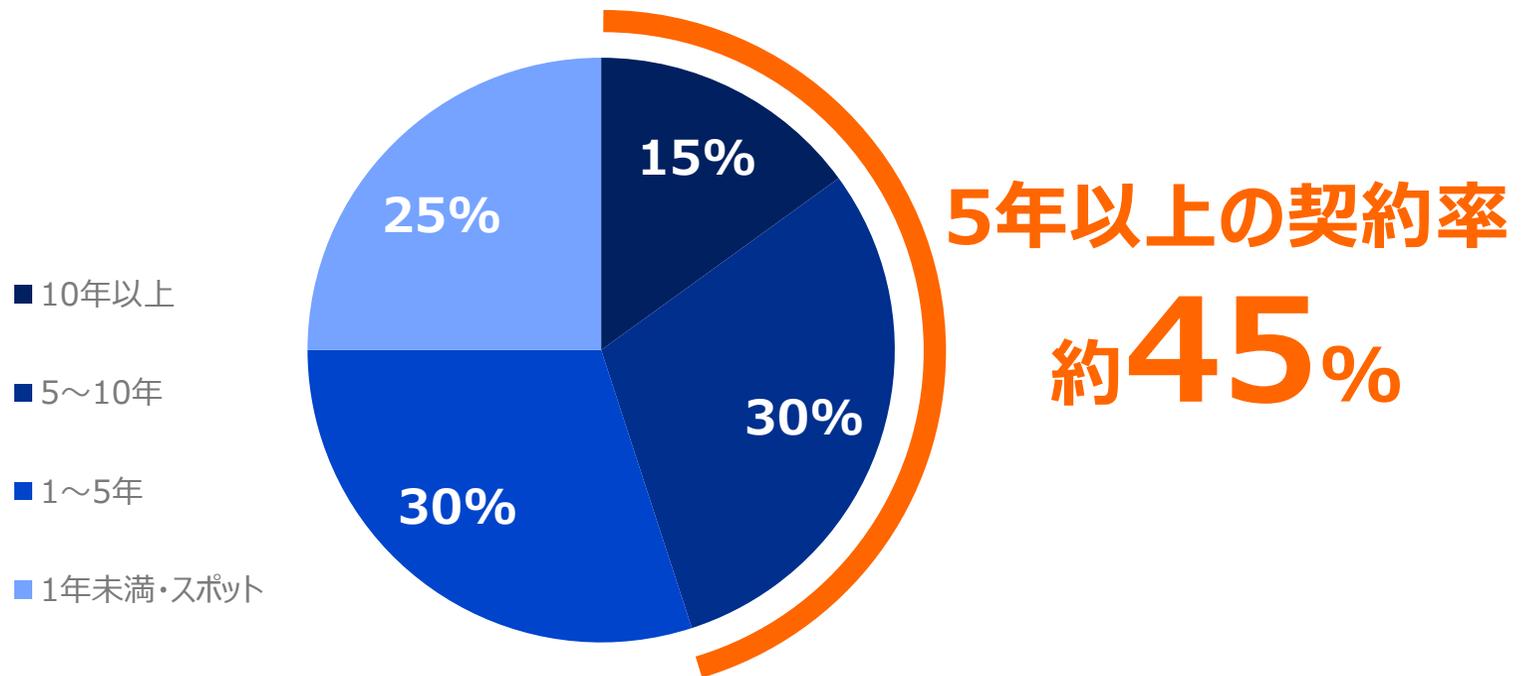


## 長期契約スタイル

**2020年3月期のチームコンサルティング件数616件のうち5年以上の契約が45%**

- 最終意思決定者である経営者に伴走し、「経営者視点」からの的確な決断・判断を提供
- 経営者のパートナーとして、顧客企業の経営全般を理解し、結果を出し続けることが長期契約へとつながっている

契約継続年数



# 4.2020年3月期決算概要

## 2020年3月期決算のポイント

売上高

2019年3月期実績  
9,046百万円



+347百万円  
+3.8%

2020年3月期計画  
9,500百万円



▲105百万円  
▲1.1%

2020年3月期実績

9,394百万円

## ■ 前期比増減要因

高付加価値のチームコンサルティングサービス（TCB）の提供により、1件あたりの単価が上昇、前期比3.8%増の9,394百万円

## ■ 計画比増減要因

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2月、3月のセミナーの延期・中止等が発生、計画を1.1%下回る

営業利益

2019年3月期実績  
970百万円



+17百万円  
+1.8%

2020年3月期計画  
990百万円



▲2百万円  
▲0.2%

2020年3月期実績

987百万円

## ■ 前期比増減要因

販管費が増加したものの、増収により、前期比1.8%増の987百万円

## ■ 計画比増減要因

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、利益率が高いセミナーの延期・中止等が発生、計画を0.2%下回る

※ 2019年10月に㈱リーディング・ソリューションの株式を取得したことにより、2020年3月期より連結決算を開示、2019年3月期は単独決算

## 2020年3月期決算概要

**売上高は前期比3.8%増の9,394百万円、営業利益は前期比1.8%増の987百万円となり、増収増益**

- 経営コンサルティング事業が順調に推移
- 株式会社リーディング・ソリューションの買収も売上高・利益に貢献

(百万円)	2019/3期実績※	2020/3期直近計画 (2020年2月7日発表)	2020/3期実績	前期比	直近計画比
<b>売上高</b>	9,046	9,500	9,394	+ 3.8%	▲ 1.1%
経営コンサルティング事業	5,171	5,500	5,577	+ 7.9%	+ 1.4%
SPコンサルティング事業	3,875	4,000	3,816	▲ 1.5%	▲ 4.6%
<b>売上総利益 (利益率)</b>	4,050 (44.8%)	4,266 (44.9%)	4,294 (45.7%)	+ 6.0%	+ 0.7%
経営コンサルティング事業	2,926	3,076	3,145	+ 7.5%	+ 2.2%
SPコンサルティング事業	1,124	1,190	1,149	+ 2.2%	▲ 3.4%
<b>販管費</b>	3,080	3,276	3,306	+ 7.3%	+ 0.9%
<b>営業利益 (利益率)</b>	970 (10.7%)	990 (10.4%)	987 (10.5%)	+ 1.8%	▲ 0.2%
経営コンサルティング事業	1,357	1,370	1,466	+ 8.0%	+ 7.0%
SPコンサルティング事業	187	200	169	▲ 9.8%	▲ 15.5%
本社管理費	▲ 575	▲ 580	▲ 647	-	-
<b>経常利益 (利益率)</b>	1,003 (11.1%)	1,010 (10.6%)	1,015 (10.8%)	+ 1.2%	+ 0.5%
<b>当期純利益 (利益率)</b>	694 (7.7%)	700 (7.4%)	696 (7.4%)	+ 0.2%	▲ 0.5%
<b>EPS</b>	80.48	81.27	80.86	+ 0.5%	▲ 0.5%

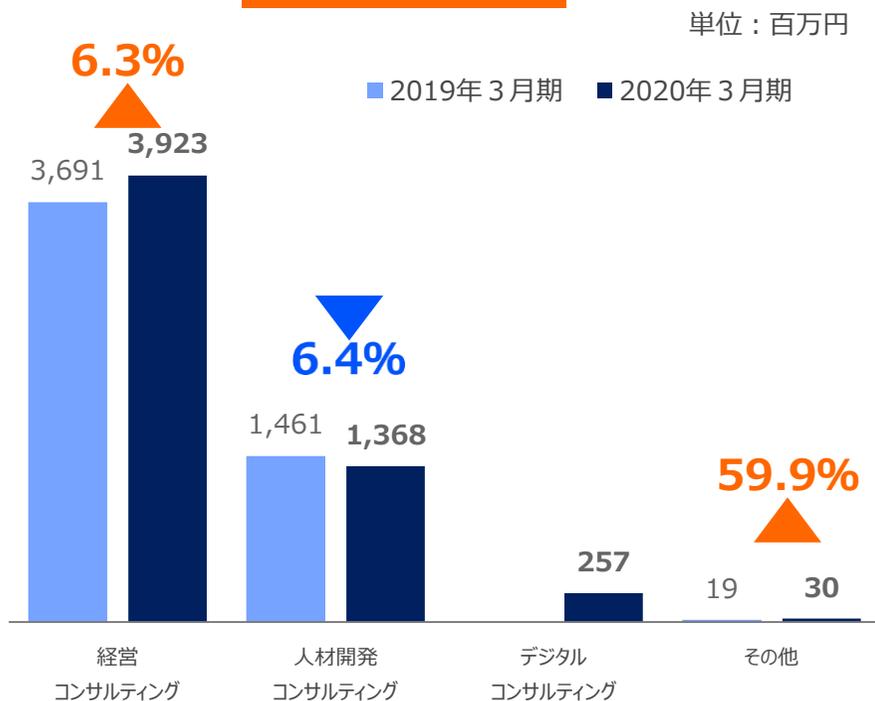
※ 19年3月期は単体決算、20年3月期から連結決算開示

# 売上高・営業利益増減要因分析（経営コンサルティング事業）

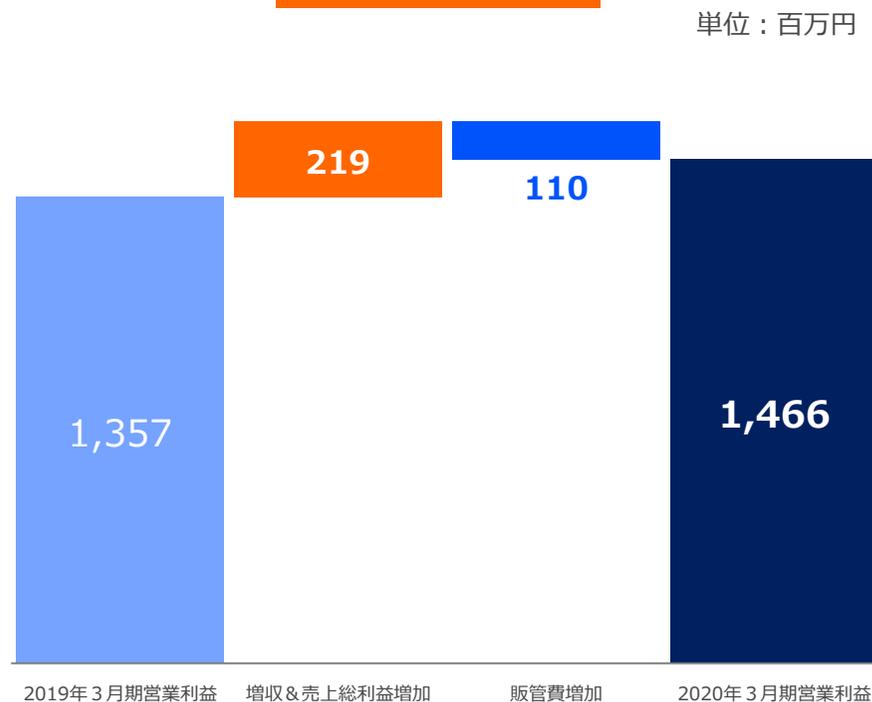
## 経営コンサルティングの契約件数の増加により、売上高は6.3%増加の3,923百万円

- 経営コンサルティングは、契約件数の増加及び1件あたりの平均単価の上昇により、売上高が増加
- 人材開発コンサルティングは、新型コロナウイルス感染症の影響により、サービス提供の実施時期の延期や中止が一部発生し、売上高がやや減少。ただし、FCCセミナー全体の売上高は前期並みに推移
- 株式会社リーディング・ソリューションの買収によりデジタルコンサルティングが追加となり、売上高に貢献

### 売上高 前期比



### 営業利益増減要因



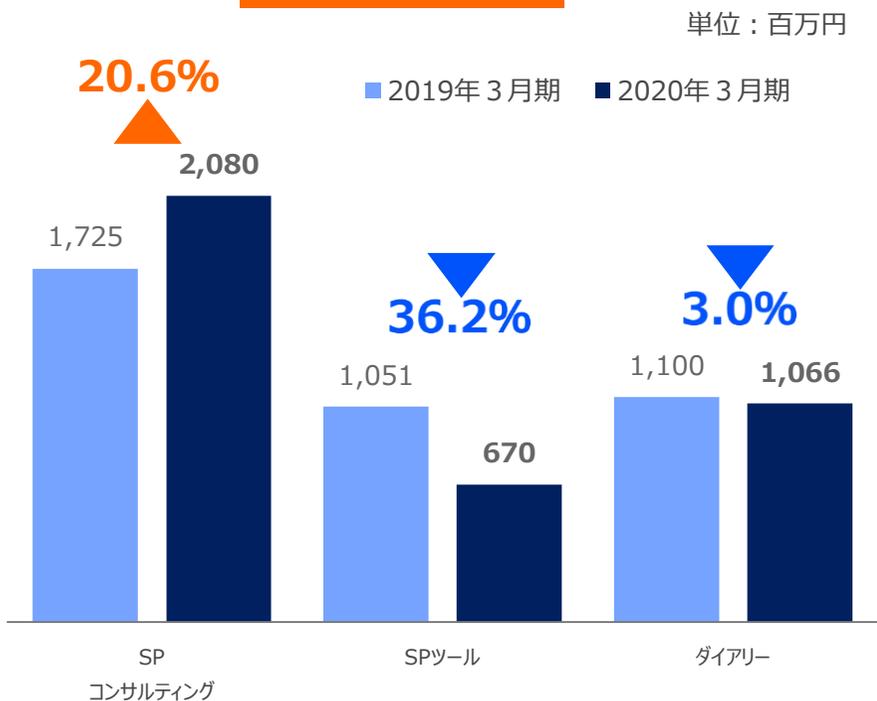
※ 人材開発コンサルティングに含めていたジュニアボード・FCCアカデミー（企業内大学）設立については、2020年3月期から経営コンサルティングに変更しており、2019年3月期の数値も組み替えて表示

# 売上高・営業利益増減要因分析（SPコンサルティング事業）

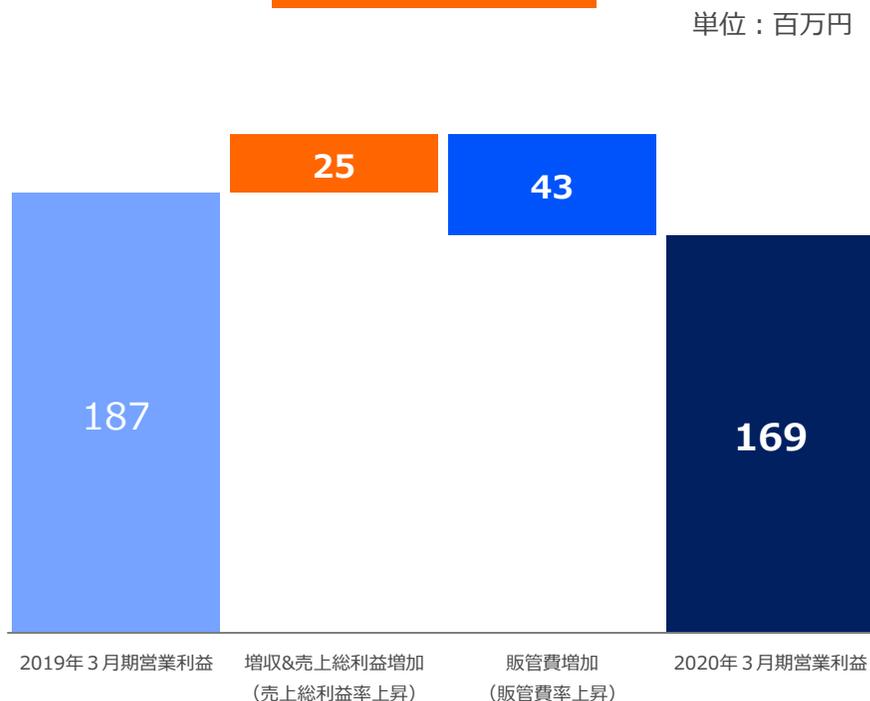
## SPコンサルティングの契約件数の増加により、売上高は20.6%増加の2,080百万円

- SPコンサルティングの売上高は、プロモーション戦略の推進により、高付加価値案件のサービス提供が可能となり、セールスポモーションコンサルティングの契約件数及びSPデザインの受注件数が増加
- SPツールの売上高は、高付加価値サービスの提供が可能なSPコンサルティングへの営業を強化したため、前期を下回った

### 売上高 前期比



### 営業利益増減要因



# バランスシートの状況

## 自己資本比率は約84%と健全な財務状況

- 現預金の増加とのれんの発生による無形固定資産の増加により、資産合計が200百万円増加
- 新型コロナウイルスの影響による景気後退にも耐える健全なバランスシートを維持

(百万円)	2019/3期※	2020/3期	前期比
<b>資産の部</b>			
現金及び預金	4,656	5,536	+879
売上債権	676	620	▲56
流動資産合計	7,027	7,732	+705
有形固定資産	2,250	2,201	▲49
無形固定資産	55	216	+161
投資その他の資産	3,437	2,819	▲617
固定資産合計	5,742	5,237	▲505
<b>資産合計</b>	12,769	12,969	+200

(百万円)	2019/3期※	2020/3期	前期比
<b>負債の部</b>			
買掛金	343	309	▲33
流動負債合計	1,679	1,642	▲36
固定負債合計	374	375	+1
<b>負債合計</b>	2,054	2,018	▲35
<b>純資産の部</b>			
株主資本合計	10,621	10,956	+334
<b>純資産合計</b>	10,715	10,951	+235
<b>負債純資産合計</b>	12,769	12,969	+200

※ 19年3月期は単体決算、20年3月期から連結決算開示

# キャッシュフローの状況

## 現金及び現金同等物の期末残高は5,536百万円と厚いキャッシュポジション

- 売上債権の減少等により、営業CFは312百万円増加
- 保険積立金の解約による投資CFの増加もあり、FCF（営業CF + 投資CF）は1,252百万円と大幅に増加

(百万円)	2019/3期※	2020/3期	前期比
<b>営業CF</b>	403	715	+312
税金等調整前当期純利益	1,004	1,051	+47
売上債権の増減	▲127	108	+235
仕入債務の増減	49	▲61	▲111
法人税等支払額	▲270	▲265	+4
<b>投資CF</b>	▲280	537	+817
<b>FCF※</b>	122	1,252	+1,130
<b>財務CF</b>	▲460	▲373	+87
自己株式の取得による支出	▲97	▲0	+97
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	4,656	5,536	+879

※ 19年3月期は単体決算、20年3月期から連結決算開示

## 2020年3月期のトピックス

### キューアンドエーワークス株式会社との業務提携契約締結（2019/5/21）

RPA導入支援サービス「RoboRoid」を展開  
RPAを活用した業務改善コンサルティング「Robo Working」を共同開発・提供開始

### Plug and Play Japan株式会社との「エコシステム・パートナーシップ」契約締結（2019/5/27）

世界トップレベルのグローバル・ベンチャーキャピタル  
Brand&Retail分野での「エコシステム・パートナーシップ」契約  
2019年6月より、「Brand&Retail」プログラムを開始

### 株式会社リーディング・ソリューションの子会社化と資本業務提携（2019/10/9）

デジタルマーケティングの戦略策定から施策の企画・実施・PDCAまでを一括代行するKPOを提供  
拡大が予想されるデジタルマーケティング支援事業の基盤を強化

### 監査等委員会設置会社への移行（2019/6/26）

取締役会の監督機能の強化によるコーポレート・ガバナンスの強化と企業価値の向上を  
目的に、監査等委員会設置会社へ移行

# 5.2021年3月期決算見通し

# 新型コロナウイルス感染症の影響と対応策

## 業績への影響

### 2020年3月期への影響

#### ■ 経営コンサルティング事業

- 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、延期や月単位の休止が発生
- 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において、中止が発生

#### ■ SP（セールスプロモーション）コンサルティング事業※

- 各種イベントが中止となり、それに伴いプロモーショングッズ等の販売も減少

### 2021年3月期への影響と対応策

#### ■ 経営コンサルティング事業

- 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、延期や月単位の休止が発生  
⇒ 対策：足元では緊急経営対策、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、**オンラインコンサルティング等で対応**  
当社が推進してきた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**の引合いも増加
- FCCセミナーや戦略ドメイン&ファンクション研究会において、当面はリアルでの開催が困難  
⇒ 対策：**ライブ配信・オンデマンド配信への切り替え対応**（全国各地域のセミナーの受講が可能）

#### ■ マーケティングコンサルティング事業※

- 直近の各種イベントが中止見込みであり、それに伴うプロモーショングッズ等の販売も減少  
⇒ 対策：プロモーショングッズの委託生産先であるパートナー企業のチャネルを活用し、ウイルス感染防止対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を広く提供  
また、マーケティング活動におけるデジタル活用の更なる拡大が予想されるなか、株式会社リーディング・ソリューションの買収など**デジタルマーケティングの推進が奏功、長期契約に貢献**

※ 2021年3月期より、SP（セールスプロモーション）コンサルティング事業をマーケティングコンサルティング事業へとセグメント名称変更

# 2021年3月期決算見通しのポイント

## 売上高

### ■ 経営コンサルティング事業（+2.1%）

- 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が、中止・単価の低下といった影響は現状小さい  
新型コロナウイルス感染症の影響も夏ごろには落ち着く前提で、第2四半期から反転攻勢、通期で若干の増収計画  
事業継続・ターンアラウンド（企業再生）・働き方改革等のテーマ増加を見込む
- オーダーメイド教育（研修）は、第1四半期で延期・中止等が発生、通期で減収を見込む
- FCCセミナーや戦略ドメイン&ファンクション研究会も、第1四半期で延期・中止等が発生、通期で減収を見込む
- M&A・アライアンス（提携）は、成長M&Aコンサルティングの推進により、前期並みの売上を見込む
- DXコンサルティング※は、デジタルマーケティングを推進、前期並みの売上を見込む

### ■ マーケティングコンサルティング事業（▲3.0%）

- ブランド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む
- デザインプロモーション※は、第1四半期で失注等が発生しており、通期で減収を見込む
- SPツールは、ウイルス感染防止対策商品やテレワークグッズ等の販売が好調に推移することにより、通期で増収を見込む
- ダイアリーは、前期並みの推移を見込む

## 営業利益

### ■ 経営コンサルティング事業（▲16.4%）

- 上記の増収が人件費等の増加を吸収しきれず、減益を見込む

### ■ マーケティングコンサルティング事業（▲29.0%）

- 上記の減収に伴い、減益を見込む

※ DXコンサルティングはデジタルトランスフォーメーションコンサルティングの略、ブランドプロモーションは旧セールスプロモーションを名称変更、デザインプロモーションは旧SPデザインを名称変更

## 2021年3月期決算見通し

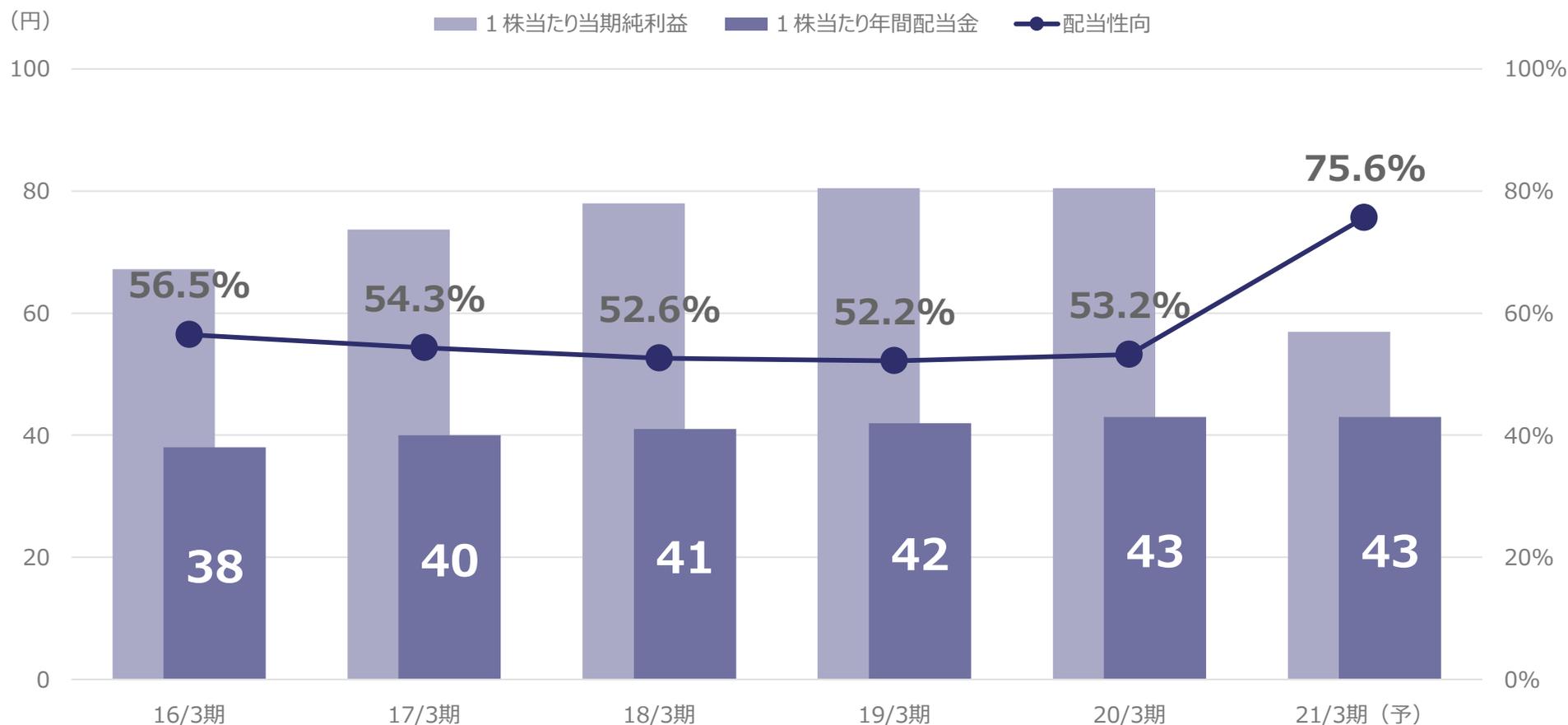
## 売上高は前期比同水準を維持、営業利益は前期比29.1%減の700百万円を計画

- 経営コンサルティング事業の売上高は、連結により2.1%増となるも、経営コンサルティング・HRコンサルティングの減収とそれに伴う売上総利益率の悪化により、営業利益は16.4%減
- マーケティングコンサルティング事業は、減収により、営業利益も29.0%減

(百万円)	2020/3期実績	2021/3期上期計画	2021/3期下期計画	2021/3期通期計画	前期比
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	3,816	1,400	2,300	3,700	▲3.0%
売上総利益 (利益率)	4,294 (45.7%)	1,680 (40.8%)	2,210 (41.9%)	3,890 (41.4%)	▲9.4%
経営コンサルティング事業	3,145	1,280	1,495	2,775	▲11.8%
マーケティングコンサルティング事業	1,149	400	715	1,115	▲3.0%
販管費	3,306	1,600	1,590	3,190	▲3.5%
営業利益 (利益率)	987 (10.5%)	80 (1.9%)	620 (11.8%)	700 (7.5%)	▲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	169	▲90	210	120	▲29.0%
本社管理費	▲647	▲350	▲295	▲645	▲0.3%
経常利益 (利益率)	1,015 (10.8%)	95 (2.3%)	635 (12.0%)	730 (7.8%)	▲28.1%
当期純利益	696 (7.4%)	63 (1.5%)	427 (8.1%)	490 (5.2%)	▲29.6%
EPS	80.86	7.31		56.89	▲29.6%

## 株主還元

配当性向60%を目安に、業績等を勘案し（特殊要因は除く）、配当額を検討  
2020年3月期は43円の配当予定（8期連続増配）、21年3月期も43円の配当を計画



# 6. 中期経営計画

「Tanabe Vision2020（2018～2020）」の進捗

# スローガン：「変化」から「成長」へ

2021年3月期までの中期経営計画では、基本戦略と5つの事業戦略を推進

## 基本戦略

### コンサルティング&congromarit (C&C) 戦略・コンサルティングプラットフォーム戦略

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（全国すべての顧客企業に高品質のコンサルティングを提供）する

## 各事業戦略

### 地域倍増FCC戦略（コンサルティングプラットフォーム）

大阪本社・東京本社以外の全国の本部・支社事業所の体制（コンサルティングメニュー）も強化し、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

### ドメイン・ファンクションコンサルティング戦略

顧客ニーズが高く、社会的課題を解決できるドメイン（業種・事業領域）・ファンクション（経営機能）の研究テーマを拡大し、コンサルティングメソッドを確立する

### HRコンサルティング戦略

「FCCアカデミー（企業内大学）」というコンセプトを開発・推進し、教育体系の構築から教育コンテンツの開発まで、顧客企業のHR戦略（人材育成・活躍）をワンストップでトータルに支援する

### M&Aアライアンスコンサルティング戦略

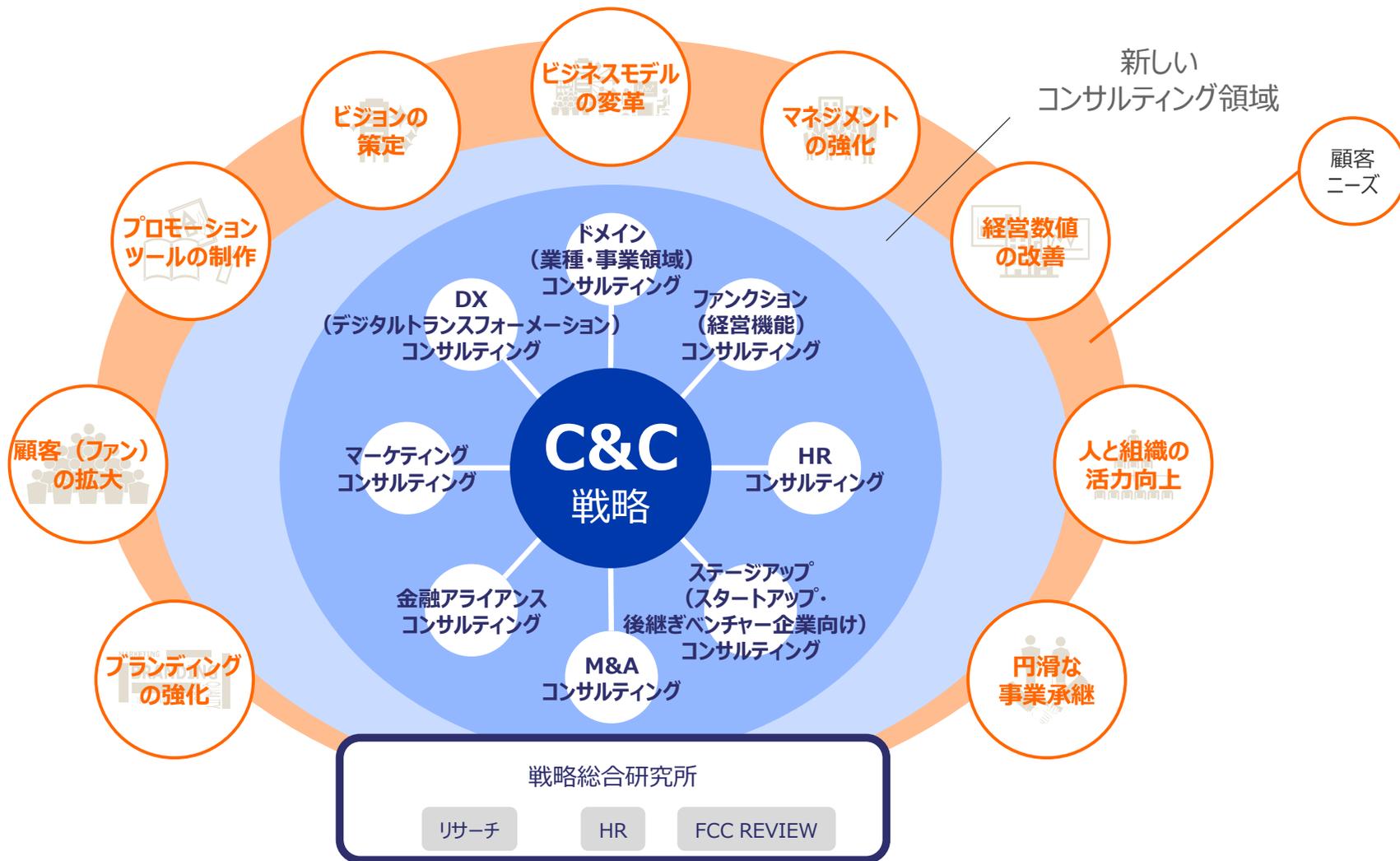
全国の金融機関等とのアライアンスを強化し、成長M&Aコンサルティングやスタートアップファーストコンサルティングの開発・提供により、地域企業の発展および地域経済の活性化を実現する

### マーケティングコンサルティング戦略

「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（分業化の推進）、専門性の高いチームを組成して、顧客企業のマーケティング・ブランディングをワンストップでトータルに支援する

# コンサルティング&コングロマリット (C&C) 戦略

## 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



# 中期経営計画業績目標

## 最終年度の2021年3月期業績は新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により修正

- 第1四半期におけるセミナーや研究会の売上高減少を見込む。オンラインコンサルティングやオンデマンドセミナー等の推進により、第2四半期から徐々に回復していく前提
- 主要施策は、概ね中期経営計画通りに進捗

(百万円)	2018年3月期 実績 ※1	2019年3月期 実績 ※2	2020年3月期 実績	2020年3月期 計画	2021年3月期 計画	2021年3月期 計画修正
<b>売上高</b>	8,797	9,046	9,394	9,500	9,600	9,395
経営コンサルティング事業	5,021	5,171	5,577	5,500	5,500	5,695
SPコンサルティング事業	3,776	3,875	3,816	4,000	4,100	3,700
<b>売上総利益</b>	3,981	4,050	4,294	4,266	4,454	3,890
<b>営業利益</b>	936	970	987	990	1,040	700
経営コンサルティング事業	1,336	1,357	1,466	1,370	1,420	1,225
SPコンサルティング事業	202	187	169	200	230	120
本社管理費	▲602	▲575	▲647	▲580	▲610	▲640
売上高営業利益率	10.6%	10.7%	10.5%	10.4%	10.8%	7.5%
<b>経常利益</b>	965	1,003	1,015	1,010	1,060	730
売上高経常利益率	11.0%	11.1%	10.8%	10.6%	11.0%	7.8%
<b>当期純利益</b>	675	694	696	700	730	490
<b>ROE（自己資本当期純利益率）</b>	6.6%	6.6%	6.4%	6.6%	6.3%	4.4%

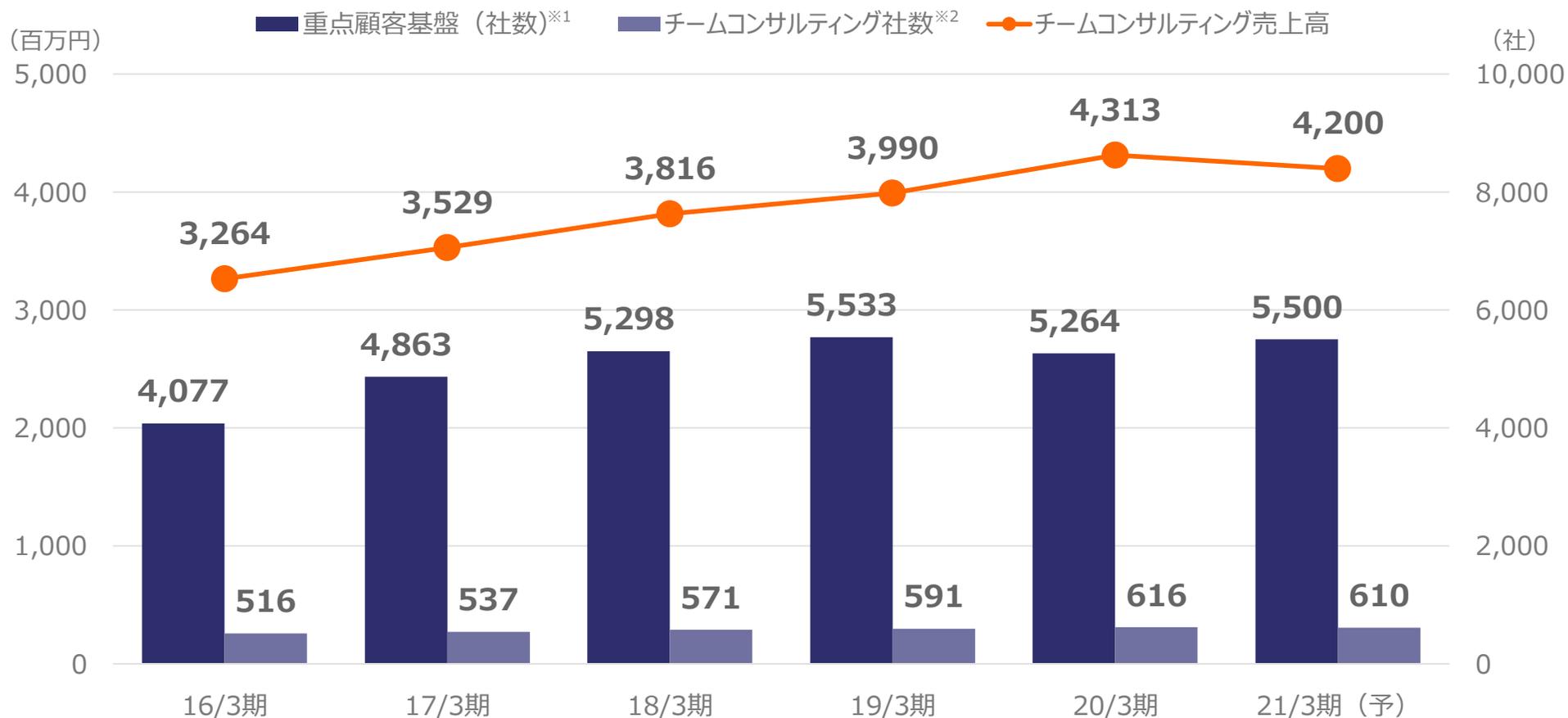
※1 2019年3月期より人件費の計上区分を一部変更しており、2018年3月期も同基準で組み替えて表示。2018年3月期の売上総利益は決算短信の数値とは異なる

※2 2019年3月期は単体決算、2020年3月期から連結決算開示

# 主要KPI（チームコンサルティング推移）

## 主要KPIも中計目標の達成を目指す

- 2020年3月期のチームコンサルティング売上高は前期比8.1%増の4,313百万円と計画以上の進捗も、重点顧客基盤は5,264社と計画には届かず



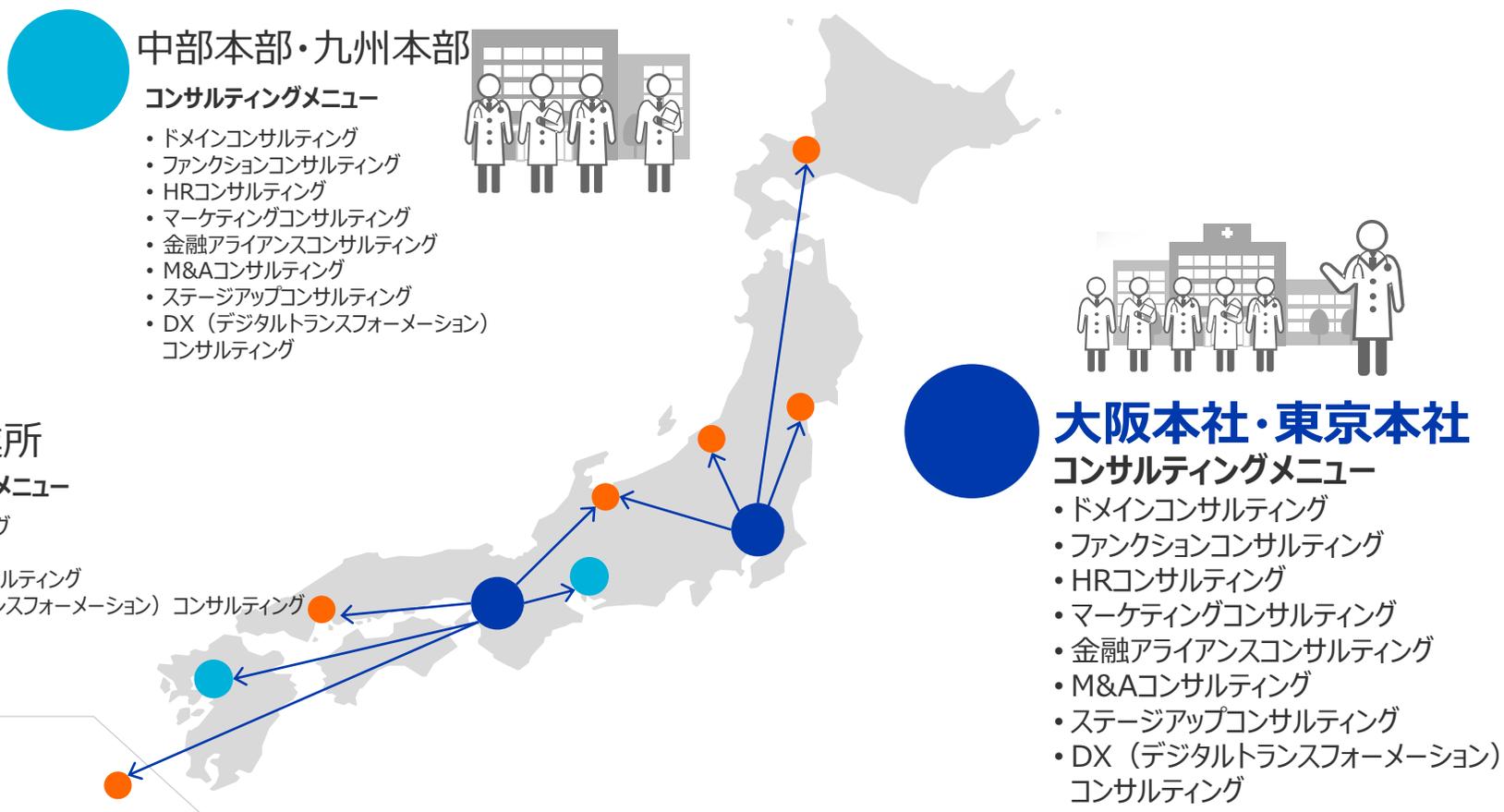
※1 重点顧客基盤 = 戦略ドメイン&ファンクション研究会 + FCCセミナー

※2 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 (月次契約) (いずれも期中平均契約数)

# 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

## コンサルティングメニューを拡大し、全国各地域においてダントツのポジションを確立

- 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・派遣し、全国すべての顧客企業に高品質のコンサルティングを提供
- 新たにDX（デジタルトランスフォーメーション）コンサルティングもメニューに追加し、全国へ展開（㈱リーディング・ソリューション）



# ドメイン・ファンクションコンサルティング戦略

## ドメイン・ファンクションの研究テーマを拡大し、各研究会の戦略リーダーを育成

- 研究テーマは2020年3月期には29テーマ（2018年3月期比で4テーマ増加）となり、専門コンサルティング・領域を拡大
- 各研究会の戦略リーダーも、2018年3月期の16名から28名へと増加



# HRコンサルティング戦略

## FCCアカデミー（企業内大学）コンセプトを推進

- 「コンサルティング」（教育体系の構築・アカデミーの開校）、「クラウド」（デジタル機器で学べる教育コンテンツ）、「リアル」（セミナーや研修）の提供により、顧客企業の人材育成・活躍をワンストップでトータルに支援
- FCCアカデミーは、2020年3月期で97社が開校（前期比17社増加）、中期目標100社は達成できる見通し

### FCC Academy Consulting



- FCCアカデミー（企業内大学）設立
- 総合人事制度の策定支援
- 採用力強化支援
- 組織活性化支援

## FCC Academy

Consulting

Real

Cloud

顧客



### FCC Academy Real



- FCCセミナー
- 戦略ドメイン&ファンクション研究会
- 社内研修会（階層別・テーマ別教育）

### FCC Academy Cloud

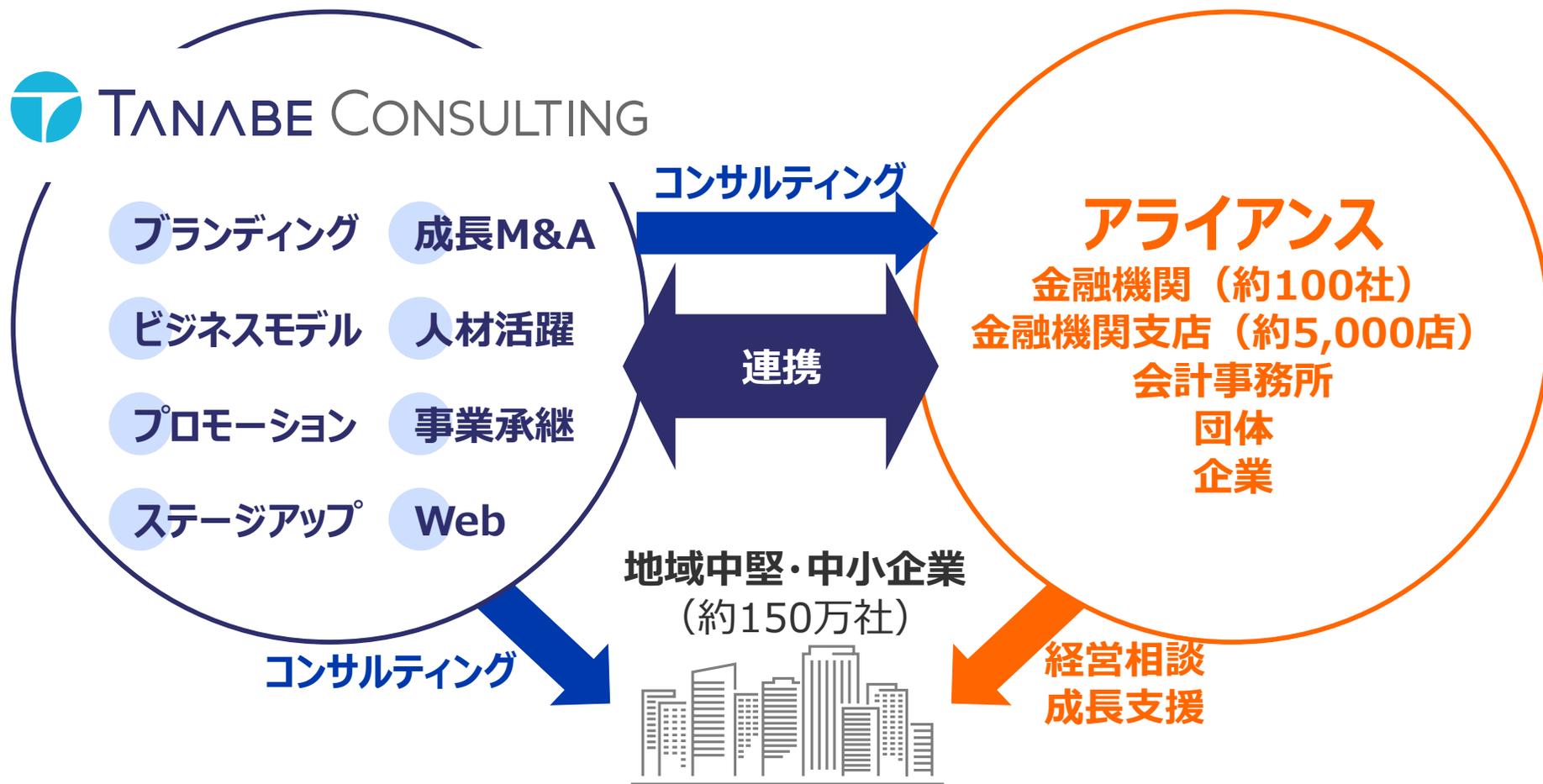


- 企業オリジナル動画
- タナベ経営オリジナルビジネス基礎講座
- 戦略ドメイン&ファンクション講座
- 経営情報ライブラリ

# M&A アライアンスコンサルティング戦略

全国の金融機関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む

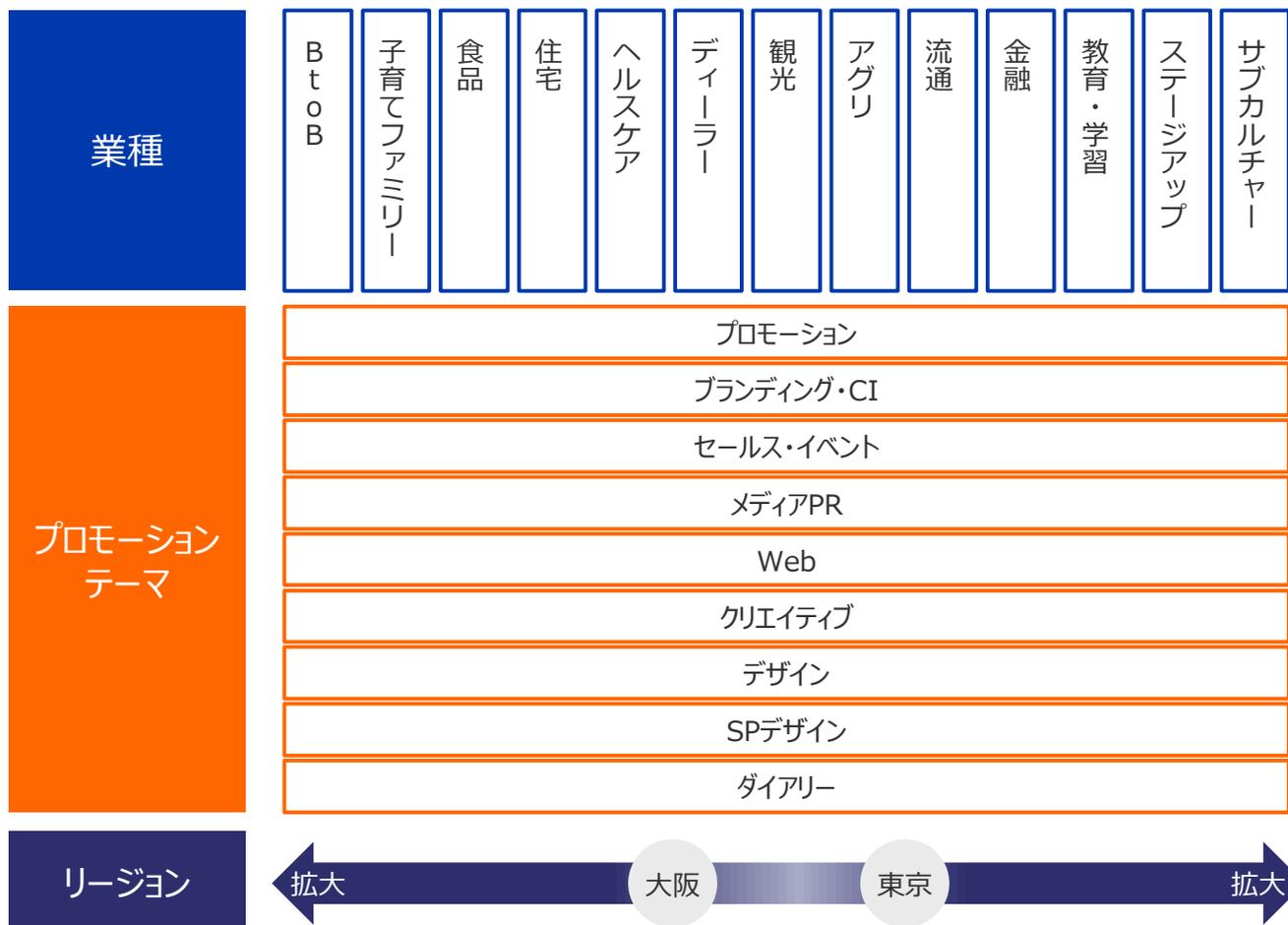
- 2020年3月期の地域金融機関・会計事務所からの紹介件数は306件（前期比173件増加）



# マーケティングコンサルティング戦略

## 業種・プロモーションテーマの観点でチーム組成を推進し、専門性を強化

- プロモーション・ブランディング戦略において、Webプロモーションも導入し、顧客価値の向上を目指す
- 組織機能と専門性の強化を目的に、経営資源を大阪本社・東京本社に集中（中部本部を大阪本部へ統合）



Web  
診断

Webプロモーションコンサルティング（LP作成・広告出稿）  
顧客創造推進コンサルティング  
Web採用推進コンサルティング

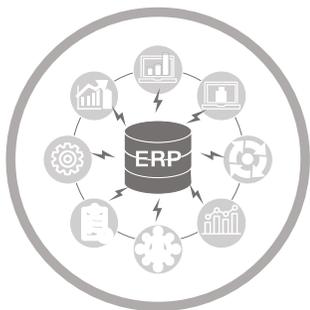
# コーポレート戦略の進捗（投資）

## 社員の働き方を改革して生産性を高めるためのデジタル・オフィス投資を実施

- 中期経営計画期間中に7項目は実現にメド、業務自動化システムは導入方法を再検討
- テレワーク導入等により、緊急事態宣言下においても在宅勤務へスムーズに移行

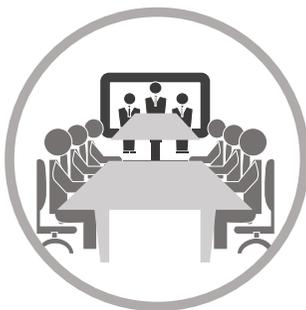
実施済

**ERPパッケージ  
（統合型システム）導入**



実施済

**新TV会議  
システム導入**



実施済

**iPhone全社員支給**



実施中

**オフィスリニューアル  
（大阪本社・  
東京本社含む）**



実施済

**テレワーク導入**



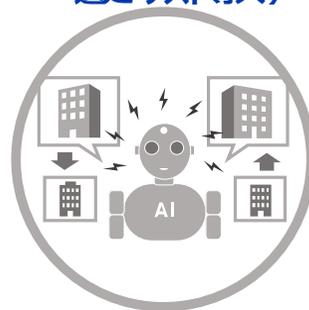
実施中

**ホームページ全社統合**

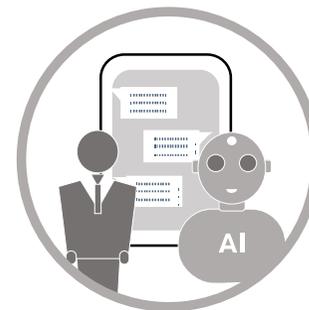


実施中

**AI研究  
（調査・パートナー企業  
選定・テスト導入）**

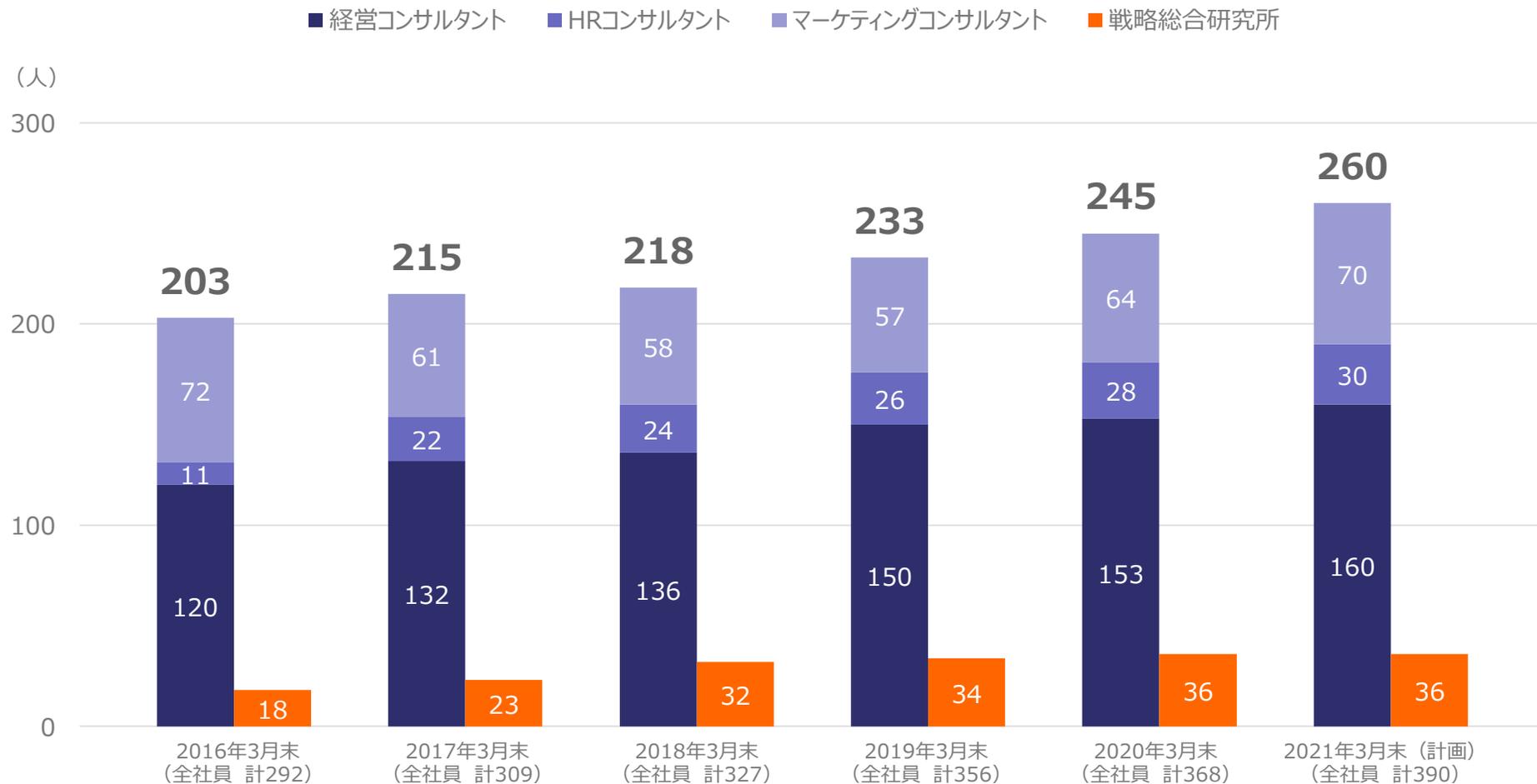


**業務自動化システム  
（チャットボット・RPA）導入**



# コーポレート戦略の進捗（人材採用）

顧客への高付加価値を提供し、当社の業績を担うプロフェッショナル人材の採用を強化



# Appendix

会 社 名	株式会社タナベ経営
創 業	1957年（昭和32年）10月16日
設 立	1963年（昭和38年）4月1日
本 社	大阪本社：大阪市淀川区宮原3-3-41 東京本社：東京都千代田区丸の内1-8-2 鉄鋼ビルディング9F
代表取締役社長	若松 孝彦
従業員数（連結）	411名（2020年4月1日現在）
上 場 市 場	東京証券取引所市場第一部（9644）
株 主 数	8,197名（2020年3月31日現在）

# (参考) ファーストコールカンパニー (FCC) 宣言

当社のコンサルティングの特長は、「経営者視点」で顧客企業がFCCになるための経営支援を行うこと

## ファーストコールカンパニー宣言

### 顧客価値のあくなき追求

事業戦略とは顧客価値の創造  
「顧客から見た真の価値とは何か」  
「顧客から一番に選ばれる価値とは何か」を謙虚に見つめ、自社の強みを磨く

### ナンバーワンブランド 事業の創造

顧客価値はブランドを通じて認知され、理解される  
ロイヤルカスタマー（ブランド支持率の高い顧客）が拡大する経営を行う

### 強い企業体力への意志

経常利益率10%と実質無借金経営という  
強い財務体質への意志とロードマップを作る

### 自由闊達に開発する組織

規律を持った自由闊達な組織、組織やチームで  
事業を開発できる経営システムを作る

### 事業承継の経営技術

経営理念とは創業者の志であり、事業承継とはこの志を受け継いでいくこと  
事業承継のたびに企業価値を高める経営ができる「次世代を担えるトップ」を作る

# (参考) 経営コンサルティング事業の事例

## 経営コンサルティング

- 中長期ビジョン構築
- FCCアカデミー（企業内大学）設立
- グループ経営システム構築
- ブランド構築
- 生産性カイカク
- 収益改善
- ターンアラウンド（企業再生）
- ホールディング経営
- 事業承継
- ジュニアボード（次世代経営チーム育成）
- グループ経営者育成
- 人材採用
- 人事制度再構築

## M&A・アライアンス

- M&A戦略構築（中期経営計画含む）
- フィナンシャルアドバイザー
- ターゲットM&A
- デューデリジェンス
- PMI（経営統合）
- 金融機関向けコンサルティング（人事制度構築・支店長育成・融資先勉強会等）

## 戦略ドメイン&ファンクション研究会 （視察型ビジネスモデル研究）

- ドメイン（業種・事業領域）  
食品、食品・商品開発、ヘルスケア、  
建設ソリューション、住まいと暮らし、  
ビジネスモデル、インフラソリューション、  
物流経営、アグリ、製造業、  
観光・地域活性化、ライフスタイル、  
教育・学習、新規事業開発、SDGs、  
アントレプレナー & スタートアップ
- ファンクション（経営機能）  
ミッション・ビジョン、HR、戦略CFO、  
ナンバーワンブランド、経営の見える化、  
人事、Web・デジタル、先端技術、  
成長M&A実践、戦略採用、  
生産性カイカク、ホールディング経営

## 人材開発コンサルティング

- オーダーメイド教育（研修）  
（役員教育・幹部教育等）

## FCCセミナー（人材開発プログラム）

- ファーストコールカンパニーフォーラム
- 経営戦略セミナー
- 社長教室
- 後継経営者スクール
- プロ役員セミナー
- 戦略リーダースクール
- 幹部候補生スクール
- 業務改善スクール
- チームリーダースクール
- 若手社員ステージアップスクール
- 新入社員フォローアップセミナー
- 新入社員教育実践セミナー
- 新入社員セミナークラウド Plus（Web受講）

## デジタルコンサルティング

- デジタルマーケティング（戦略策定から施策の  
企画・実施・PDCAまでをワンストップでトータル  
に支援）

# (参考) SPコンサルティング事業の事例

## SPコンサルティング

- セールスプロモーションコンサルティング
- コーポレートブランディング (CI/VI)
- ブランド認知度向上プロモーション
- 見込み顧客獲得プロモーション
- チャネル別売上拡大プロモーション
- Webプロモーション
- メディアプランニング

## 戦略ドメイン&ファンクション研究会 (視察型ビジネスモデル研究)

- ファンクション (経営機能)  
“刺さる”プロモーション

## ダイアリー (手帳) ・カレンダー

- ブルーダイアリー (ビジネス手帳)
- オリジナルダイアリー
- オリジナルカレンダー

## SPデザイン

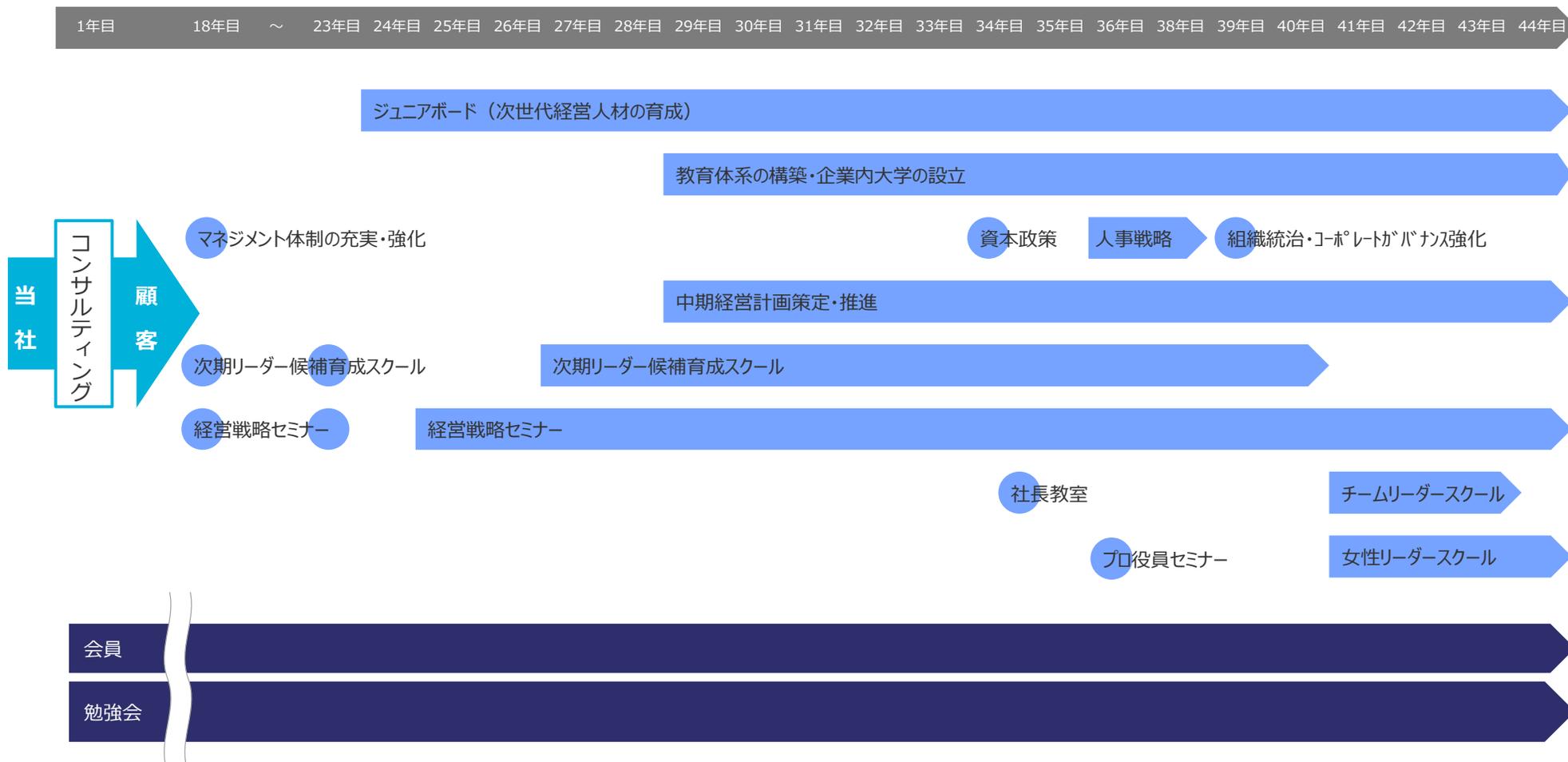
- ブランドコミュニケーションツール
- ブランドロゴ・コピー、キービジュアル
- キャンペーンプレミアム
- 展示会ブースデザイン
- 周年記念品

## SPツール

- 展示会配布用ノベルティ
- 営業訪問用ノベルティ
- 会社備品

# (参考) 長期契約スタイルのロイヤルカスタマー事例 (地方の製造業)

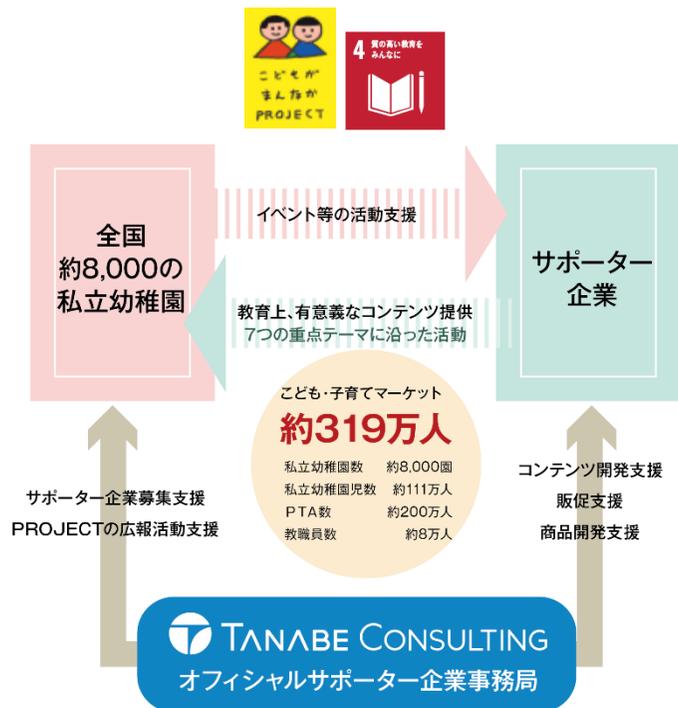
当社主催の経営勉強会の会員に始まり、ロイヤルカスタマーとして40年以上のお取引を継続中



# (参考) マーケティングコンサルティング戦略の例

## こどもがまんなかPROJECT

- 全国約8,000の私立幼稚園が参加する「こどもがまんなかPROJECT」に参画し、幼稚園と企業との橋渡しを当社が専属で行なう(園児教育に資する企業のプロモーション・ブランディング活動)
- 「子ども」「子育てファミリー」という巨大マーケットの攻略とSDGs活動の一環という観点からも、特に大企業のニーズが高い



## 企業の取り組み事例

- ニシハタシステム  
災害時でも通信規制を受けず連絡できるIP無線機  
その利便性から子どもたちの安全を守るために、幼稚園で全国無料体験会を実施



## NS ニシハタシステム



## ブランドプロモーションコンサルティング事例

- 淵本鋼機  
経営コンサルティングのご支援先。70周年事業として、CIコンセプトの策定、動画制作、販売促進をご支援



……淵本鋼機の歴史は

# FCC

## First Call Company

---

100年先も一番に選ばれる会社とともに

将来にわたる予想の部分につきましては、当社の推測・予測に基づくものであり、皆様の投資のご参考資料としてご提供するものであります。

したがって、確約・保証を与えるものではありません。

予測と異なる結果となる場合があるということをご了承の上、ご活用頂きますよう、お願い申し上げます。