

2020年3月期

第2四半期 決算説明会

2019年12月13日

代表取締役社長 若松 孝彦

株式会社タナベ経営

証券コード：9644

© Tanabe Consulting Co., LTD.

Agenda

1 事業紹介

2 2020年3月期第2四半期レビュー

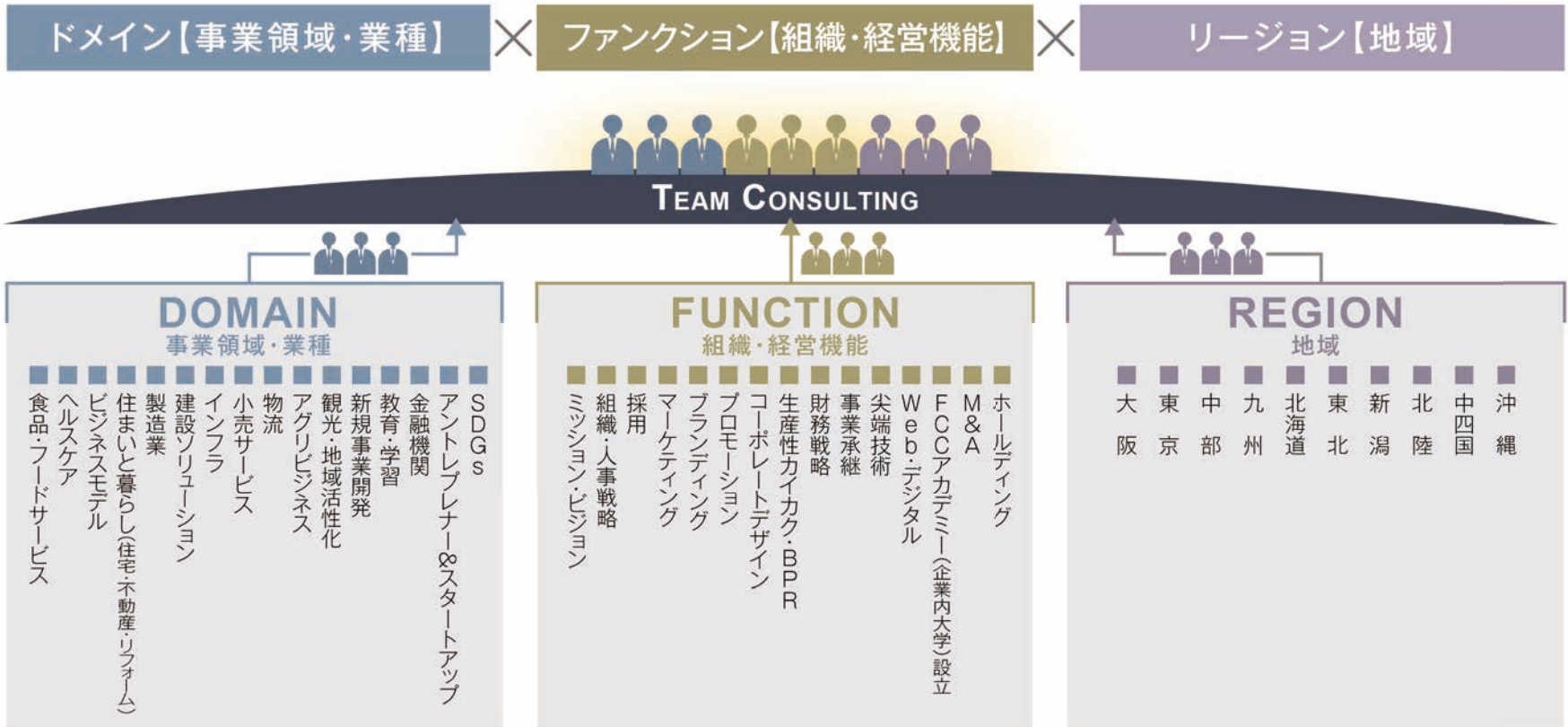
3 2020年3月期見通しおよび株主還元

4 中期経営計画「Tanabe Vision 2020（2018～2020）」進捗

5 付録

（企業情報・中期経営計画「Tanabe Vision 2020（2018～2020）」）

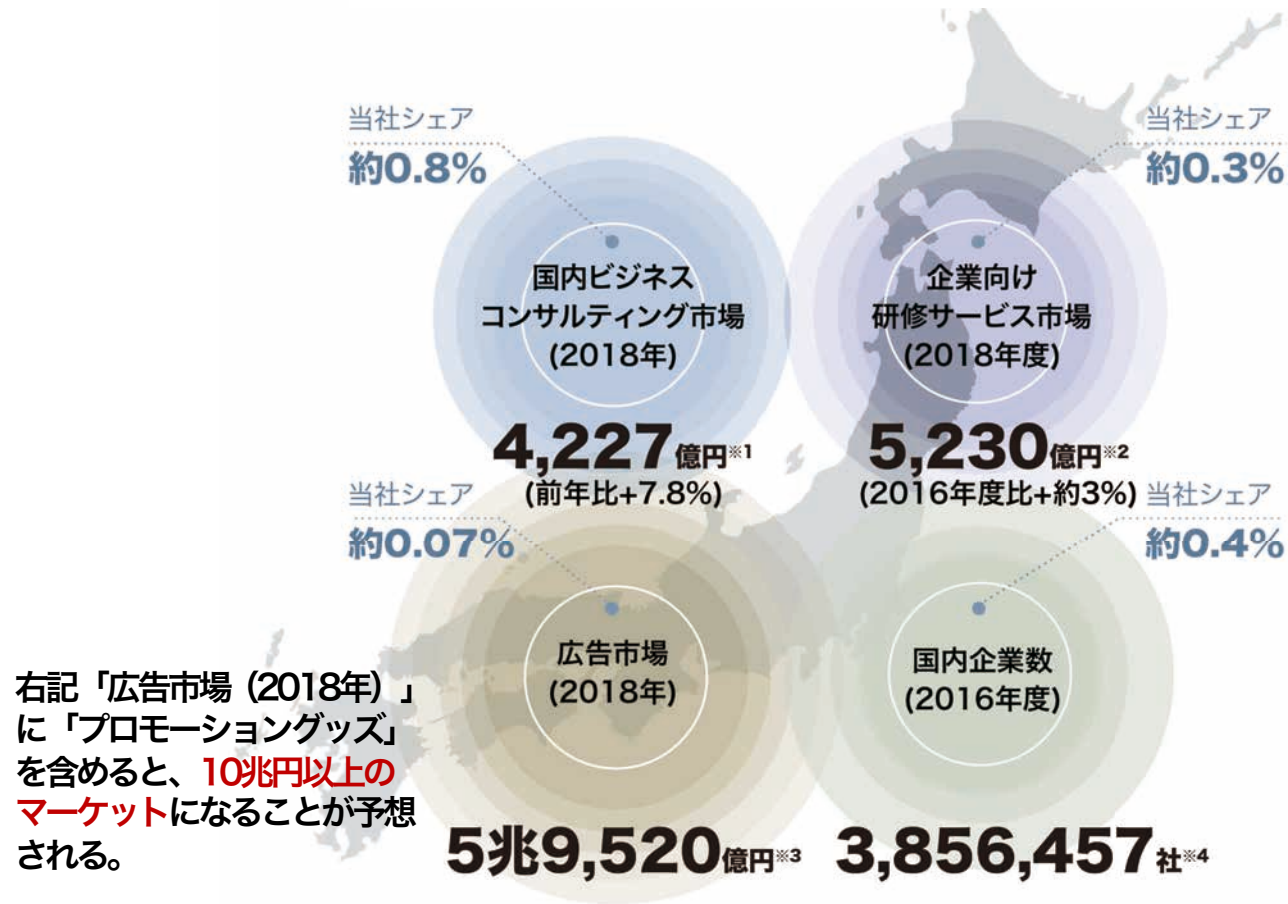
1 事業紹介



- 顧客ごとの課題に合わせて、「ドメイン×ファンクション×リージョン」の観点で最適なコンサルタントを複数名選定してチームを組成し、チームコンサルティングにより「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」へと導く。

当社を取り巻くコンサルティングマーケット

事業紹介



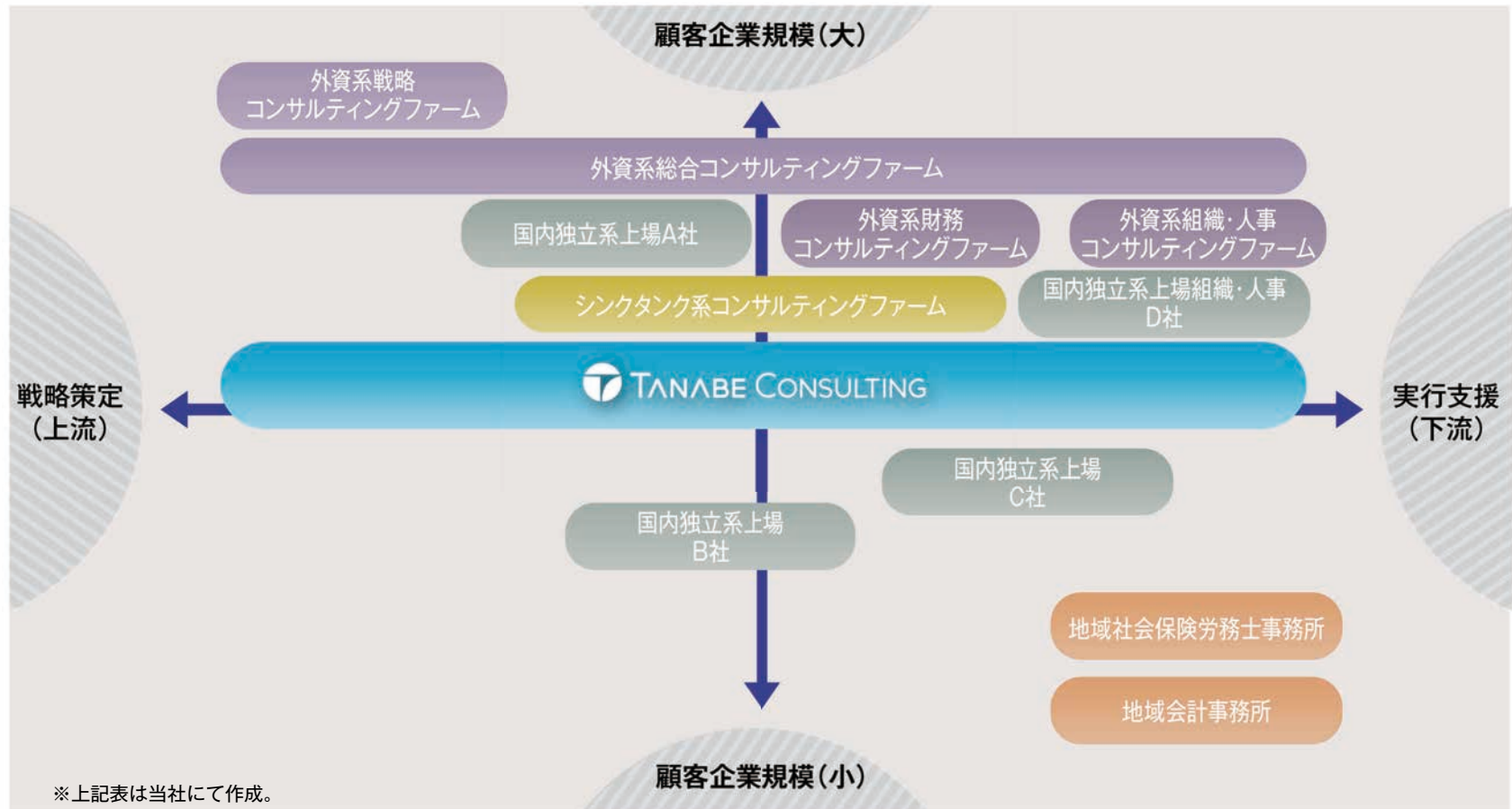
[出所]

- ※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」(2019.3)
- ※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)

- 当社を取り巻く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(記載の当社シェアについては、2019年3月期の数値を基に自社推計)。

事業紹介

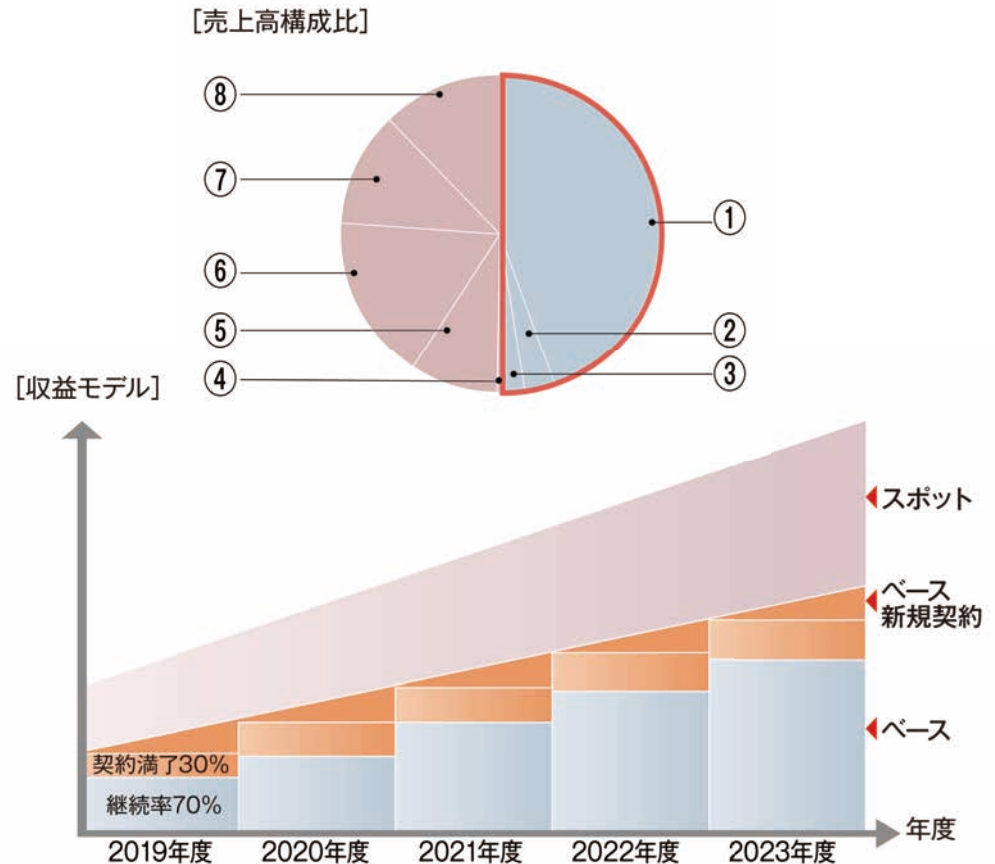
- コンサルティング業界における当社ポジションは、比較的競合企業が少ない。
- 当社の主要顧客企業は、中堅企業（売上高50億円～1,000億円規模）であるが、プロモーション・ブランディングのコンサルティングにおいては、大企業との取引実績も多数。
- 当社は、経営理念・ミッションや経営戦略の策定から組織・経営機能の実行に至るまで、経営全般の支援が可能。

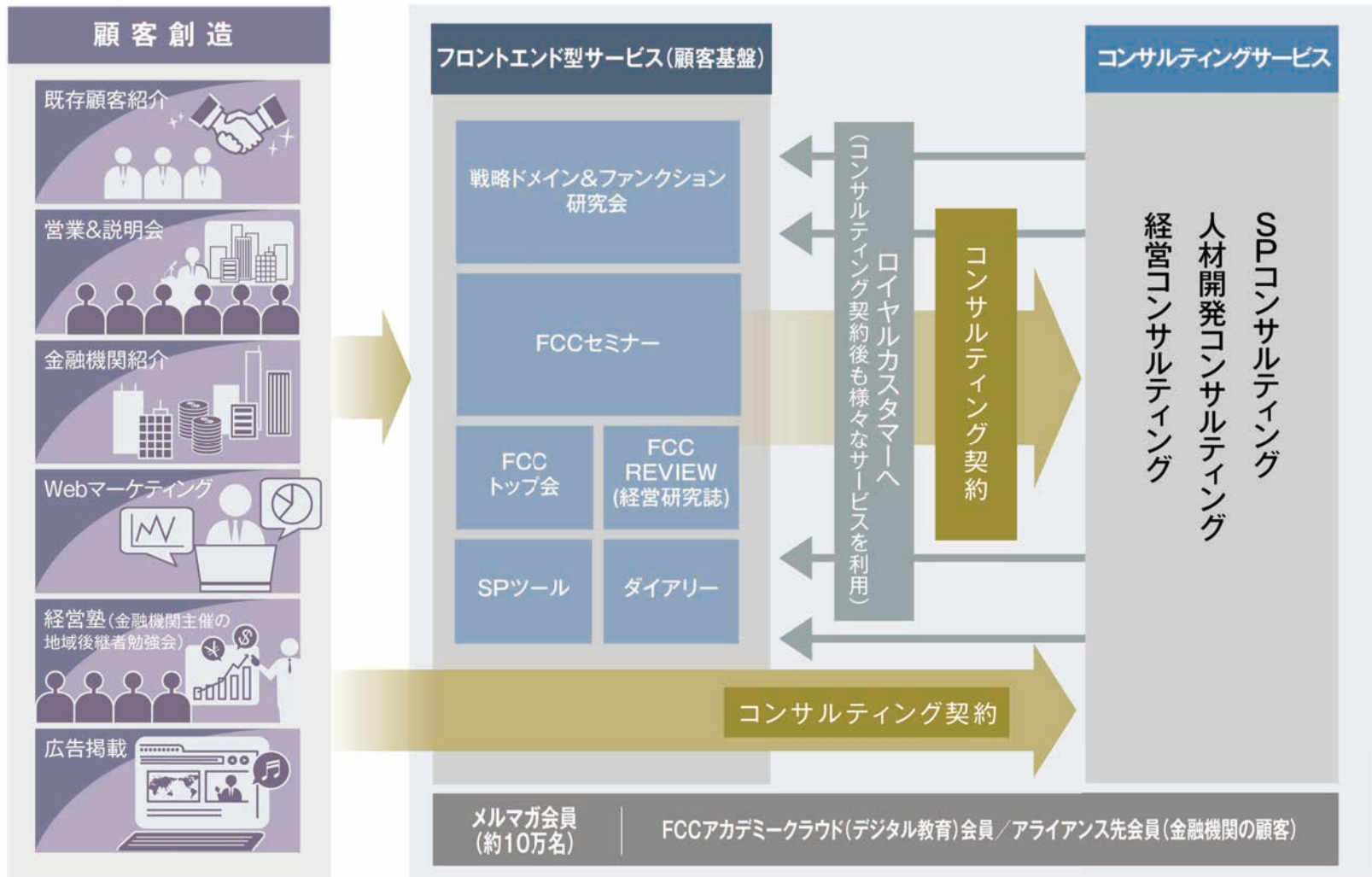


事業紹介

- 比較的、契約期間の長いサービスをベースと定義して安定成長の基盤とし、そこにスポット型の商品・サービス売上高も積み上げていくことにより、持続的成長を実現している。
- ベースの中でも売上高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30%分とプラスアルファを新規契約で積み上げていく。

主なサービス		契約体系
ベース	① 経営コンサルティング セールスプロモーションコンサルティング 人材開発コンサルティング (オーダーメイド教育(研修))	6か月間~1年間
	② 戦略ドメイン&ファンクション研究会	全6回 (10ヶ月間で隔月開催)
	③ アライアンス(会員)	1年間
スポット	④ M&A	案件単位
	⑤ FCCセミナー	開催セミナー単位
	⑥ SPデザイン	案件単位
	⑦ SPツール	案件単位
	⑧ ダイアリー	案件単位





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
(経営コンサルティング領域)

M&A・アライアンス

●
人材開発
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))

FCCセミナー

SP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

SPデザイン

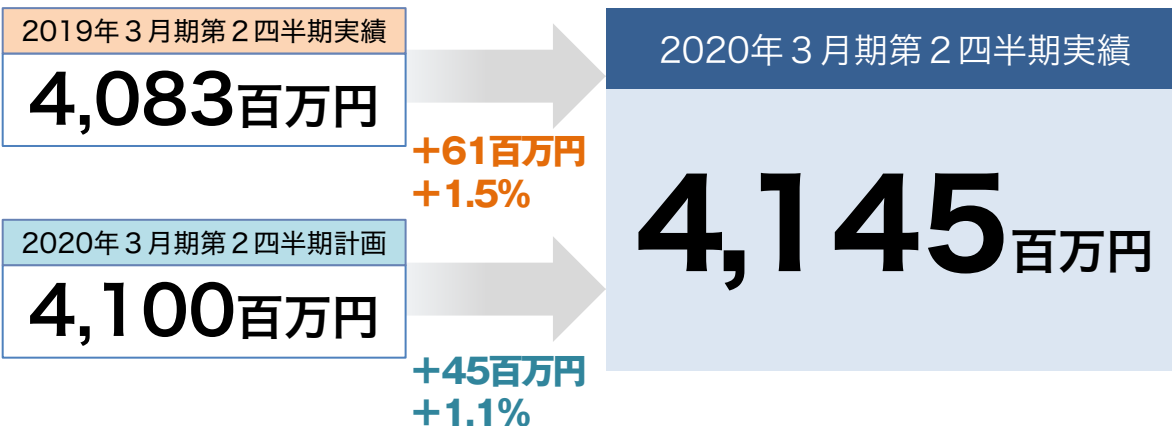
戦略ドメイン
&ファンクション研究会
(SPコンサルティング領域)

●
SP
ツール

●
ダイアリー

2 2020年3月期第2四半期レビュー

[売上高]



■ 前期比プラス要因

経営コンサルティングおよび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(月次型)+SPデザイン）、戦略ドメイン&ファンクション研究会が伸長。M&Aコンサルティングの売上高も計上。

■ 前期比マイナス要因

オーダーメイド教育（研修）およびアライアンス（提携）が減少。

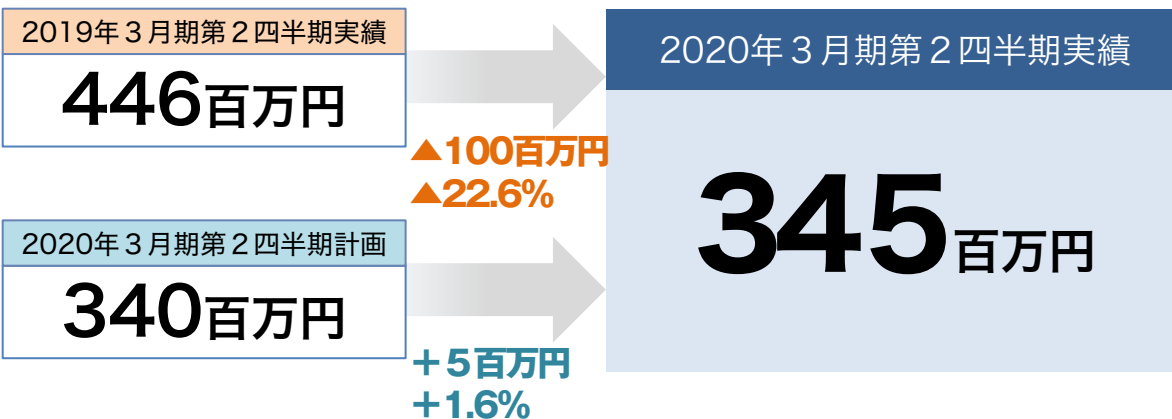
■ 計画比プラス要因

経営コンサルティングおよび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(月次型)+SPデザイン）、戦略ドメイン&ファンクション研究会が計画を上回る。

■ 計画比マイナス要因

オーダーメイド教育（研修）およびFCCセミナーが計画を下回る。

[営業利益]



■ 前期比増減要因

コンサルタント人材の積極的な採用に伴い人件費は増加するも、SPコンサルティング事業における付加価値の高まりにより、売上総利益は増加。しかし、分業化の推進のためのスタッフ人材の採用に伴う人件費の増加や全社的な採用コストの増加等により、営業利益は減少。

■ 計画比増減要因

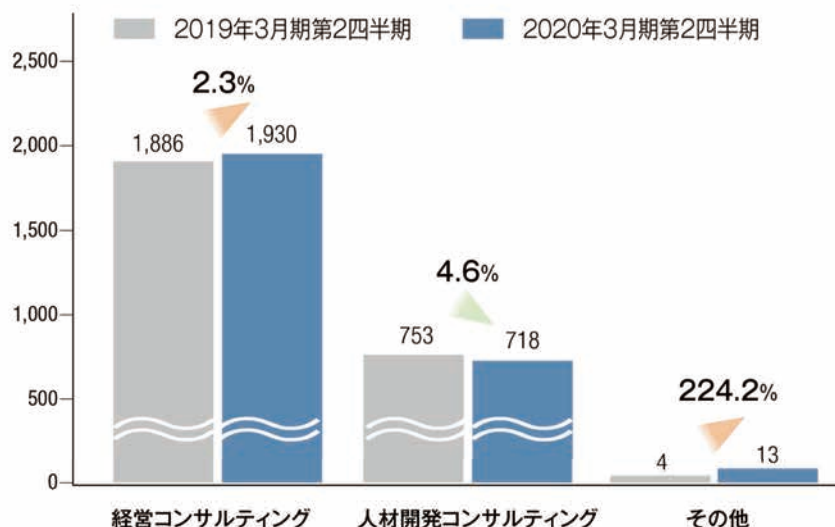
コンサルタント人材の積極的な採用に伴う人件費の増加や増収に伴う各種費用（会場費・資料費）の増加が想定を下回ったため、売上総利益は計画を上回る。また、分業化の推進のためのスタッフ人材の積極的な採用による人件費の増加は想定を上回ったが、各種費用が想定を下回ったため、営業利益は計画を上回る。

前年同期比で増収減益となったものの期初計画は売上高・利益ともに達成

(金額:百万円)	2019年3月期 第2四半期実績	2020年3月期 第2四半期計画	2020年3月期 第2四半期実績	前年同期比	計画比
売上高	4,083	4,100	4,145	+1.5%	+1.1%
経営コンサルティング事業	2,642	2,650	2,661	+0.7%	+0.4%
SPコンサルティング事業	1,440	1,450	1,483	+2.9%	+2.3%
売上総利益(利益率)	1,919(47.0%)	1,890(46.1%)	1,972(47.6%)	+2.7%(+0.6pt)	+4.4%(+1.5pt)
経営コンサルティング事業	1,531(57.9%)	1,460(55.1%)	1,539(57.8%)	+0.5%(▲0.1pt)	+5.4%(+2.7pt)
SPコンサルティング事業	388(26.9%)	430(29.7%)	433(29.2%)	+11.6%(+2.3pt)	+0.7%(▲0.5pt)
営業利益(利益率)	446(10.9%)	340(8.3%)	345(8.3%)	▲22.6%(▲2.6pt)	+1.6%(+0.0pt)
経営コンサルティング事業	717(27.1%)	655(24.7%)	707(26.6%)	▲1.3%(▲0.5pt)	+8.1%(+1.9pt)
SPコンサルティング事業	▲68	▲60	▲51	—	—
本社管理費	▲202	▲255	▲310	—	—
経常利益(利益率)	461(11.3%)	350(8.5%)	360(8.7%)	▲22.0%(▲2.6pt)	+3.0%(+0.2pt)
四半期純利益	320	235	276	▲13.7%	+17.6%

2020年3月期第2四半期レビュー

[前年同期比]



●経営コンサルティング

- ① 経営コンサルティングでは、期中平均契約数が482（前年同期比+9）となり、売上高が増加。高単価の中期経営計画（ビジョン）策定・FCCアカデミー（企業内大学）設立等のニーズが高く、月平均単価も上昇。
- ② 戦略ドメイン&ファンクション研究会では、研究会テーマ・海外企業視察も含め、開催数が増加したことにより、売上高が増加。
- ③ アライアンス（提携）では、全国の金融機関等の顧客（融資先等）会員数が減少し、売上高が減少。

●人材開発コンサルティング

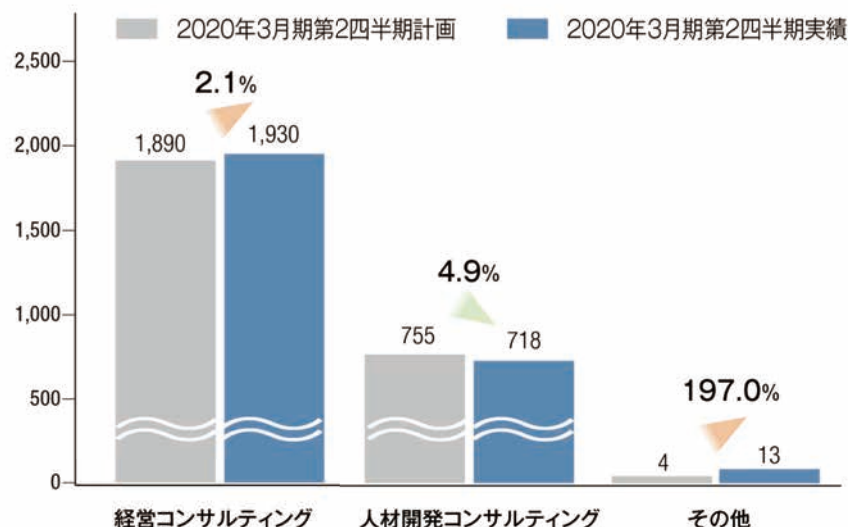
- ① オーダーメイド教育（研修）では、上記FCCアカデミー（企業内大学）設立を推進したことにより契約数が伸びず、売上高が減少。
- ② FCCセミナーでは、幹部候補向けセミナーの参加者数が減少したが、新入社員セミナーやチームリーダースクールの参加者数が増加し、売上高は前年同期並みに推移。

●その他

- ① M & Aコンサルティング売上高（成功報酬）を初めて計上。

※ 前事業年度まで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、経営コンサルティングに変更しており、前年同期の数値も変更後区分に組み替えて表示している。

[期初計画比]



●経営コンサルティング

- ① 経営コンサルティングでは、FCCアカデミー（企業内大学）設立等のプロモーションを強化したことで期中平均契約数が計画を上回り、売上高および月平均単価も計画を上回る。
- ② 戦略ドメイン&ファンクション研究会では、海外企業視察の参加者数が想定を上回り、売上高も計画を上回る。
- ③ アライアンス（提携）は、当初計画どおりの売上高となる。

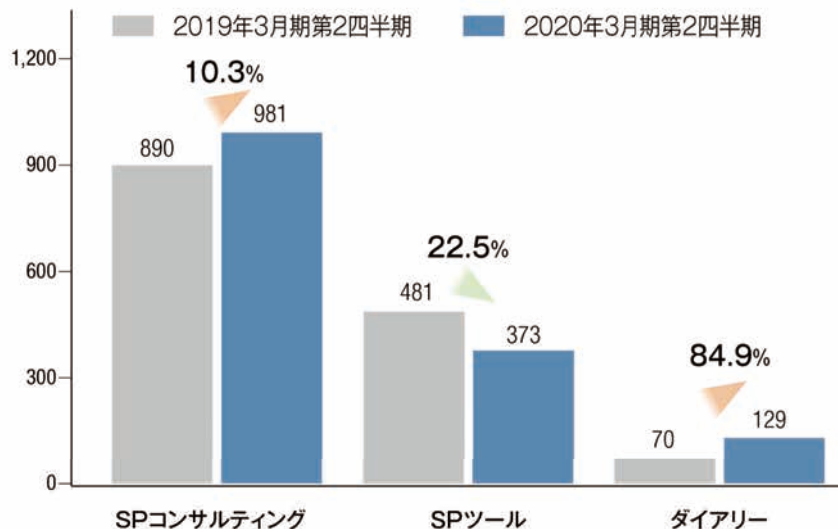
●人材開発コンサルティング

- ① オーダーメイド教育（研修）では、上記FCCアカデミー（企業内大学）設立を推進したことにより、契約数が想定を下回り、売上高も計画を下回る。
- ② FCCセミナーでは、幹部候補向けセミナーの参加者数が想定を下回り、売上高も計画を下回る。

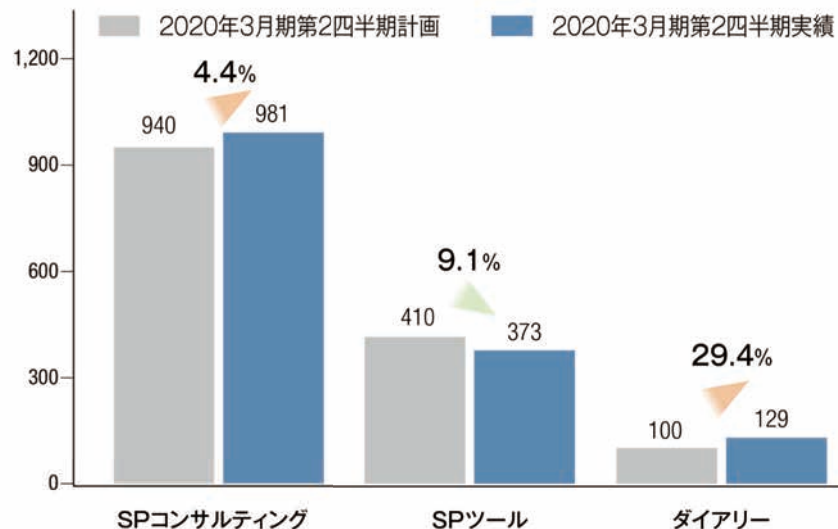
●その他

- ① M & Aコンサルティング売上高（成功報酬）を初めて計上。

〔前年同期比〕



〔期初計画比〕



● SPコンサルティング

- ① セールスプロモーションコンサルティング（月次契約型）では、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、販促戦略の立案のみならずWebコンサルティングや採用プロモーションのニーズも高く、契約数・売上高が増加。
- ② SPデザインでは、大型チームの組成による専門性・独自性の向上や当社戦略総合研究所のデザインラボとの連携によるデザイン性の向上により、店頭プロモーション・イベントコンサルティング等と合わせた受注件数・売上高が増加。大手企業の周年記念品やグローバルファッション企業のプロモーションツール等、大型案件も実現。

● SPツール

- ① 安定した継続受注はあるものの、戦略的に上記SPデザインに注力したため、売上高は減少。

● ダイアリー

- ① 今年、発行60周年を迎えた「ブルーダイアリー」の新商品の推進等により安定した継続受注を実現し、また消費税増税の影響から9月出荷が増加したため、売上高は増加（但し、反動減はない見込み）。

● SPコンサルティング

- ① セールスプロモーションコンサルティング（月次契約型）では、左記のとおり契約数・売上高が計画を上回る。
- ② SPデザインでは、左記のとおり受注件数・売上高が計画を上回る。

● SPツール

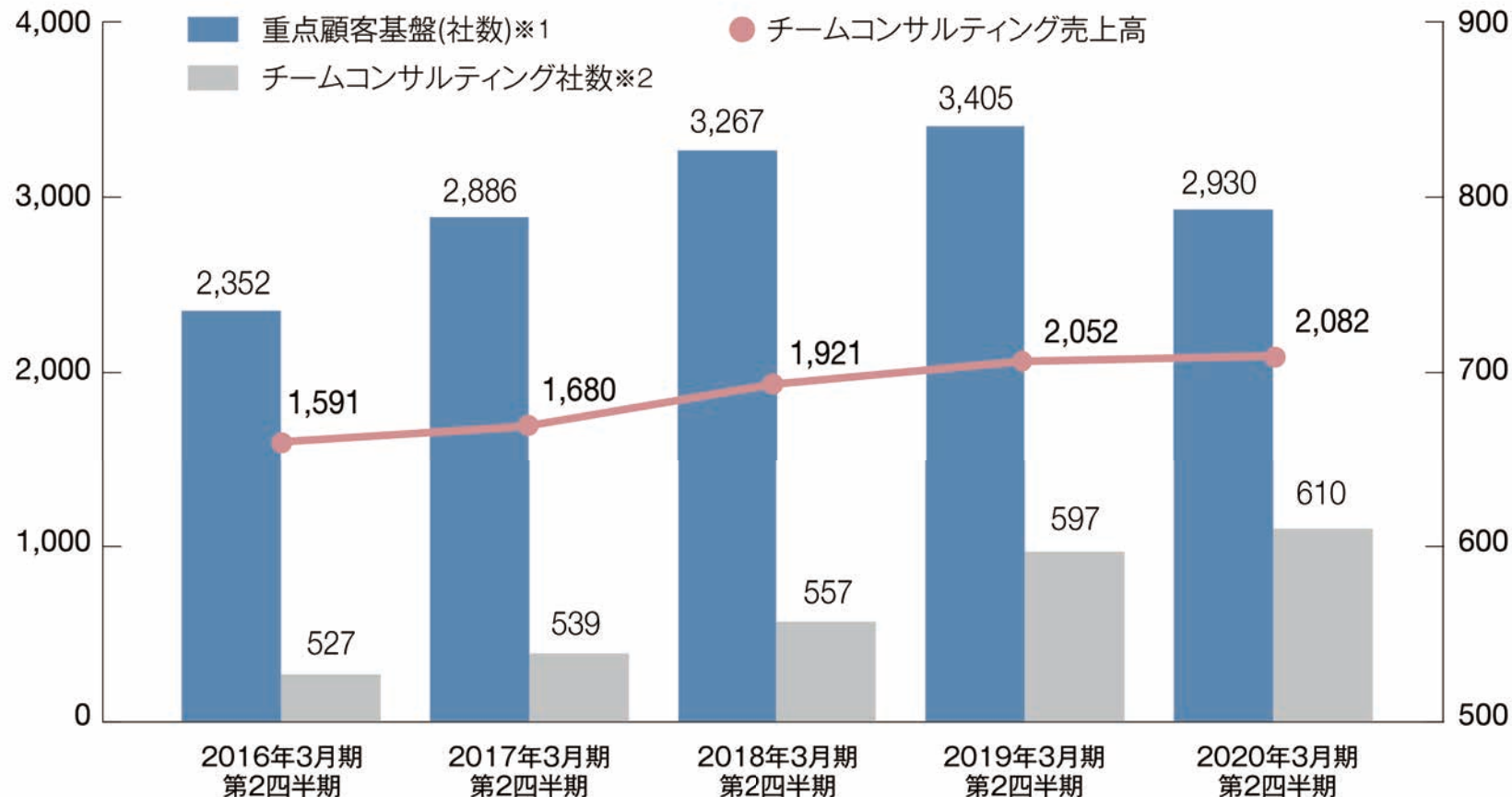
- ① より戦略的に上記SPデザインに注力したため、売上高は計画を下回る。

● ダイアリー

- ① 消費税増税の影響による9月出荷が想定を上回ったため、売上高は計画を上回る（但し、反動減はない見込み）。

(単位:百万円)

(単位:社)

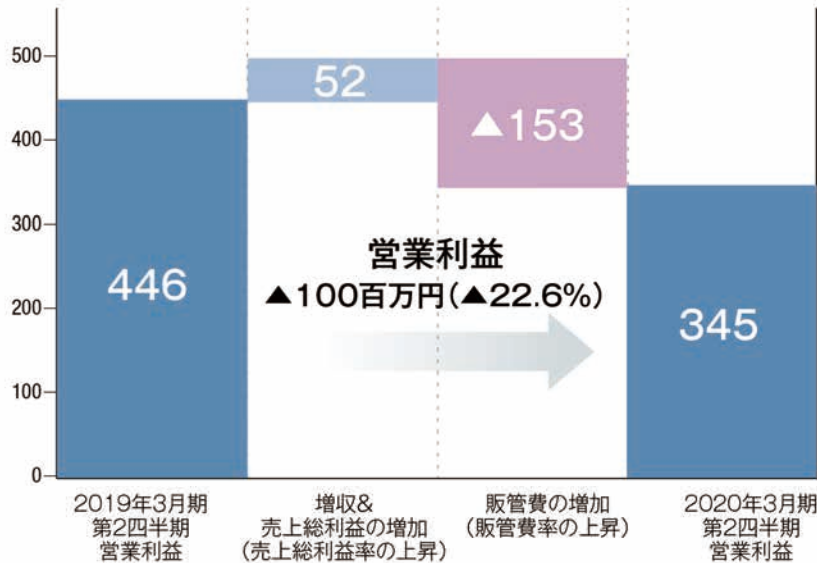


- チームコンサルティング契約につながりやすい重点顧客基盤社数は前年同期比で減少したが、チームコンサルティング社数・売上高は前年を上回る結果となる。

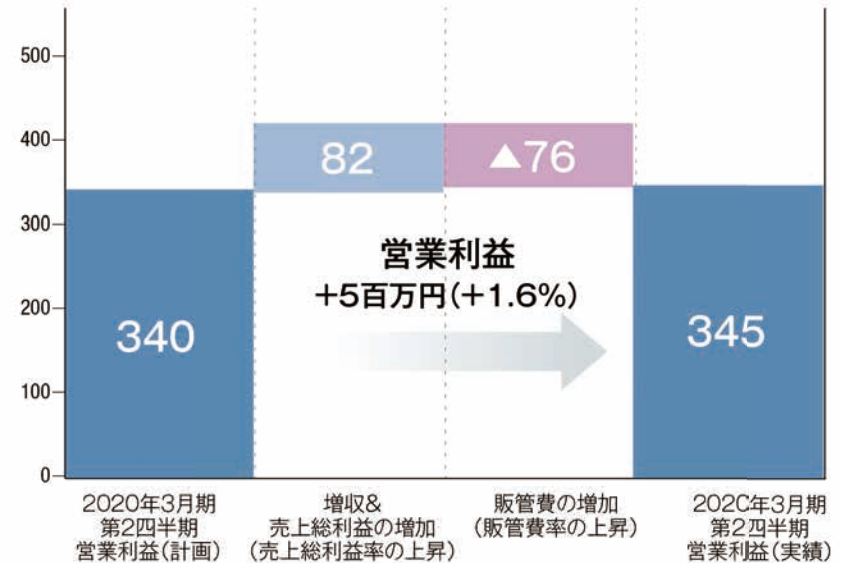
※1. 重点顧客基盤=戦略ドメイン&ファンクション研究会+FCCセミナー

※2. チームコンサルティング=経営コンサルティング+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)

[前年同期比]



[期初計画比]



- ① コンサルタント人材の積極的な採用に伴い人件費が増加したが、主にSPコンサルティング事業においてデザイン割合が高まり、またセールスプロモーションコンサルティング（月次契約型）においても、費用を要するイベント等に比べて販促戦略の立案やWebコンサルティングの比率が高まったことにより、売上総利益が増加（売上総利益率が上昇）。
- ② 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整備（分業化）の実現に向けて、ミドルオフィス人材および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の増加と全社的な採用コストの増加、また全社的なプロモーション費用の増加等により、販管費が増加（販管費率が上昇）。

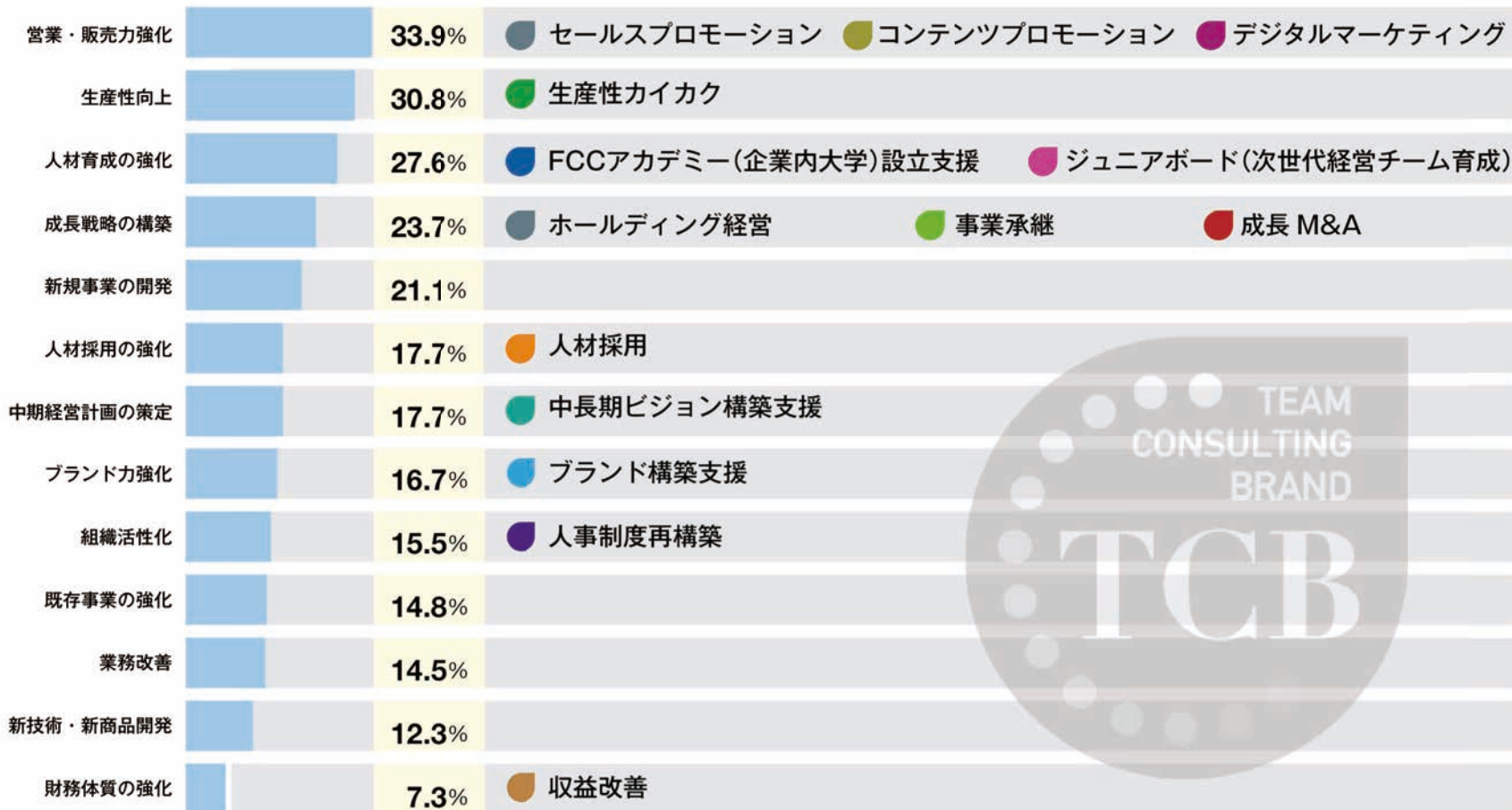
- ① コンサルタント人材の積極的な採用に伴う人件費の増加および主に経営コンサルティング事業における各種費用（会場費・資料費等）の増加が想定を下回ったため、売上総利益・売上総利益率は計画を上回る。
- ② コンサルタントがよりコンサルティング業務に注力できる体制整備（分業化）の実現に向けて、ミドルオフィス人材およびコーポレート人材を積極的に採用したことによる人件費の増加と全社的な採用コストの増加、また全社的なプロモーション費用の増加が想定を上回ったため、販管費・販管費率が計画を上回る。

3 2020年3月期見通しおよび株主還元

2020年3月期見通しおよび株主還元

- 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メソッドを「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パターン化し、高品質・高単価で重点的に推進。

「2019年企業経営に関するアンケート」（2019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）]



売上高

● 経営コンサルティング事業 (+2.5%)

- ① 顧客ニーズが高く、若手コンサルタントも積極的に推進（早期活躍を実現）できる「チームコンサルティングブランド（TCB）」（P. 17ご参照）の推進により、コンサルティング契約数の増加および増収を図る。
- ② F C Cセミナーについても、経営戦略セミナー等の参加者目標の達成により、増収を図る。
- ③ ミドルオフィス部門の充実により、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ように体制強化する。

● S Pコンサルティング事業 (+3.2%)

- ① 経営コンサルティング事業と同様、「チームコンサルティングブランド（TCB）」の推進により、コンサルティング契約数の増加および増収を図る。
- ② コンサルティングとともに、デザイン性が高く、付加価値も高いプロモーションツールであるSPデザインも推進し、増収を図る。
- ③ 経営コンサルティング事業と同様、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ように体制強化する。

営業利益

● 経営コンサルティング事業 (+1.7%)

- ① 増収と当社の成長を担うコンサルタント人材の採用とのバランスを取り、また業務効率化の実現により、増益を図る。

● S Pコンサルティング事業 (+6.5%)

- ① 増収と商品・サービスの高付加価値化（売上総利益率の向上）を実現し、また当社の成長を担うコンサルタント人材の採用とのバランスを取り、増益を図る。

中期経営計画2年目の目標も達成し、10期連続の増収増益を目指す

(金額:百万円)	2019年3月期 通期実績	2020年3月期 通期計画	前期比
売上高	9,046	9,300	+2.8%
経営コンサルティング事業	5,171	5,300	+2.5%
SPコンサルティング事業	3,875	4,000	+3.2%
売上総利益(利益率)	4,050(44.8%)	4,185(45.0%)	+3.3%(+0.2pt)
経営コンサルティング事業	2,926(56.6%)	2,995(56.5)	+2.4%(▲0.1pt)
SPコンサルティング事業	1,124(29.0%)	1,190(29.8%)	+5.9%(+0.8pt)
営業利益(利益率)	970(10.7%)	1,000(10.8%)	+3.1%(+0.1pt)
経営コンサルティング事業	1,357(26.3%)	1,380(26.0%)	+1.7%(▲0.3pt)
SPコンサルティング事業	187(4.8%)	200(5.0%)	+6.5%(+0.2pt)
本社管理費	▲575	▲580	—
経常利益(利益率)	1,003(11.1%)	1,020(11.0%)	+1.6%(▲0.1pt)
当期純利益	694	700	+0.8%

2020年3月期見直しおよび株主還元

デジタルコンサルティング機能を強化（TCBのデジタルマーケティング）

- 2019年10月31日付で株式会社リーディング・ソリューションが発行する株式の過半数を取得して子会社化。同社は、B to B企業向けに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・P D C Aまでを一括代行するK P O（Knowledge Process Outsourcing）を提供。



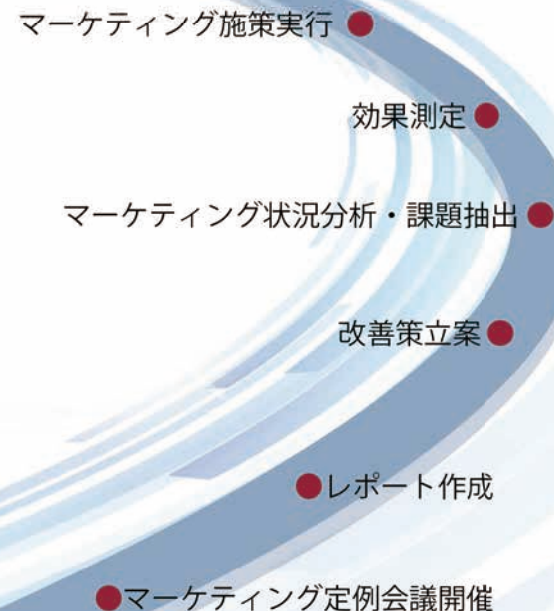
Leading Solutions Co.,Ltd

(金額:百万円)	2017年3月期 実績	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績
売上高	308	328	403
営業利益	26	10	45
当期純利益	20	8	32
純資産	70	79	111
総資産	133	163	216

(注) 2020年3月期第3四半期決算より連結予定。業績予想の変更の必要性が生じた場合は、速やかに開示予定。

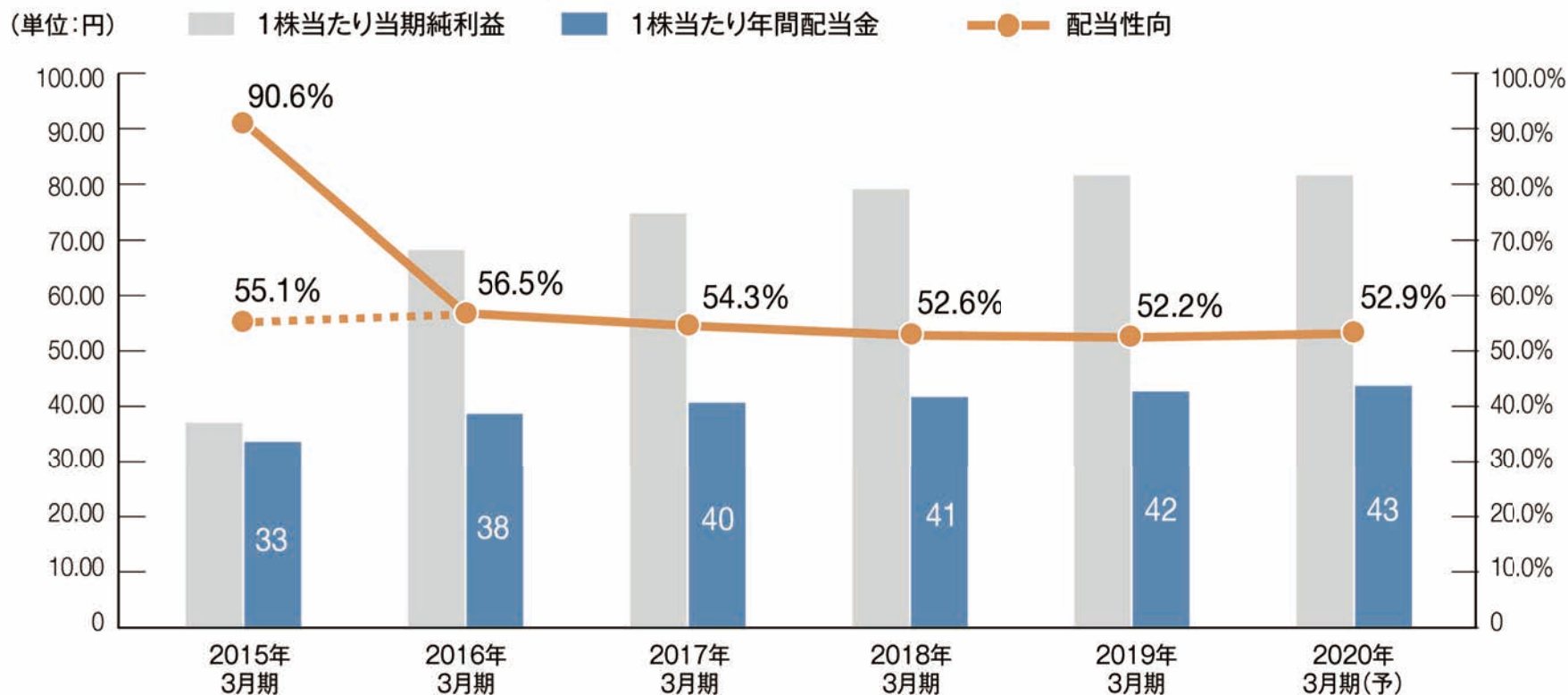
マーケティング施作の実行・最適化

- WEB戦略策定・管理
- WEBコンテンツ強化
- 特設サイト企画・制作
- SEO分析・施策実行
- ディスプレイ広告管理・改善
- ナーチャリング設計/施策実施
- メールマガジン広告出稿
- 業界・企業ターゲット広告管理改善
- マーケティングオートメーション導入/シナリオ設計/運用管理
- IP解析/HOT案件抽出
- WEBサイト設計改善
- WEBサイト導線改善
- WEBサイト・広告クリエイティブ改善
- リスティング広告管理・改善
- リマーケティング広告管理・改善
- メールマーケティング設計・導入
- 比較サイト/WEB媒体広告出稿
- インフィード広告管理・改善
- チャットボット導入/シナリオ設計/運用管理
- ダウンロード資料企画・制作



PDCA・進行管理

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。



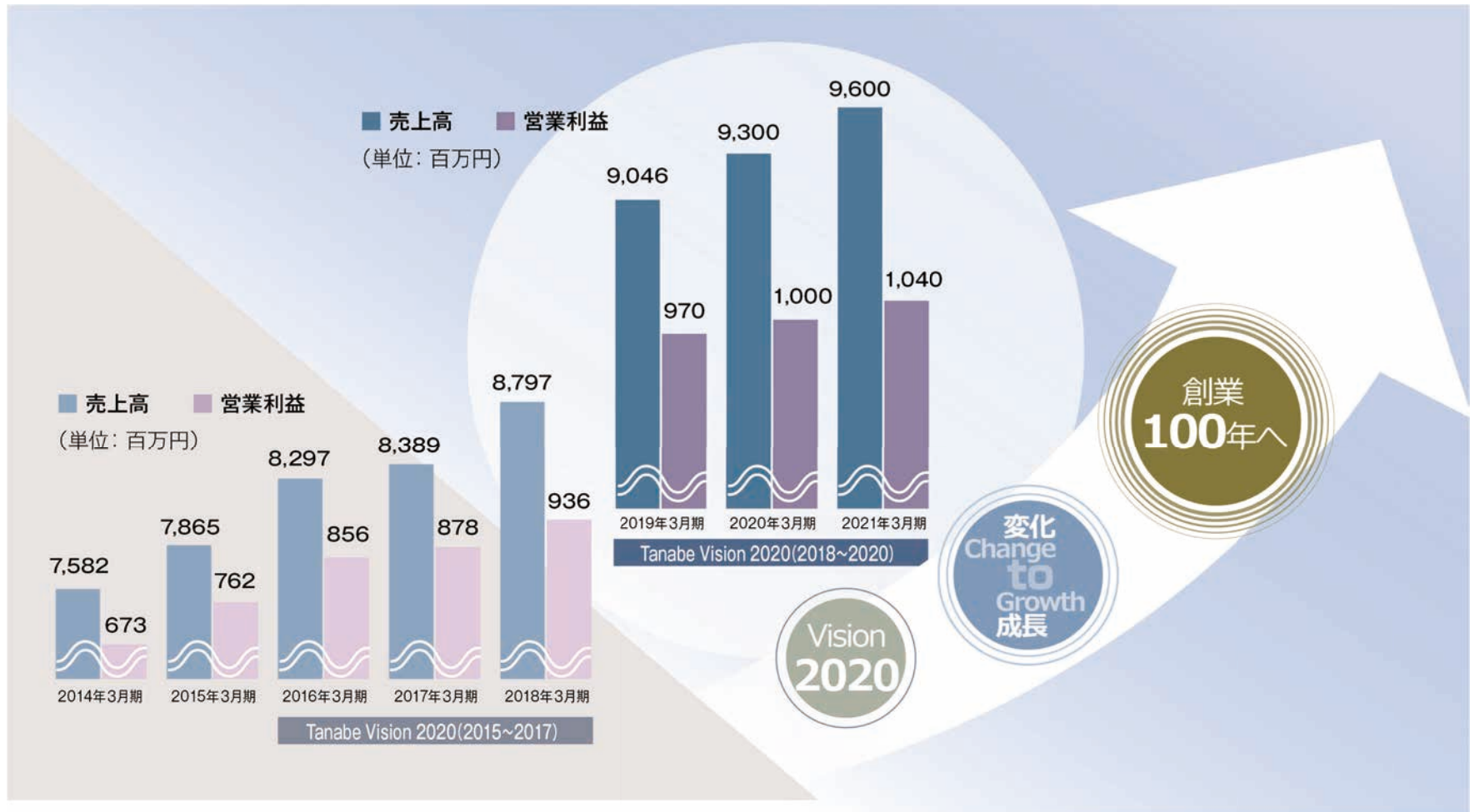
(注) 特殊要因を除いた当期純利益ベースでは、2015年3月期配当性向は55.1%。

4

中期経営計画

「Tanabe Vision 2020(2018~2020)」進捗

「変化」から「成長」へ

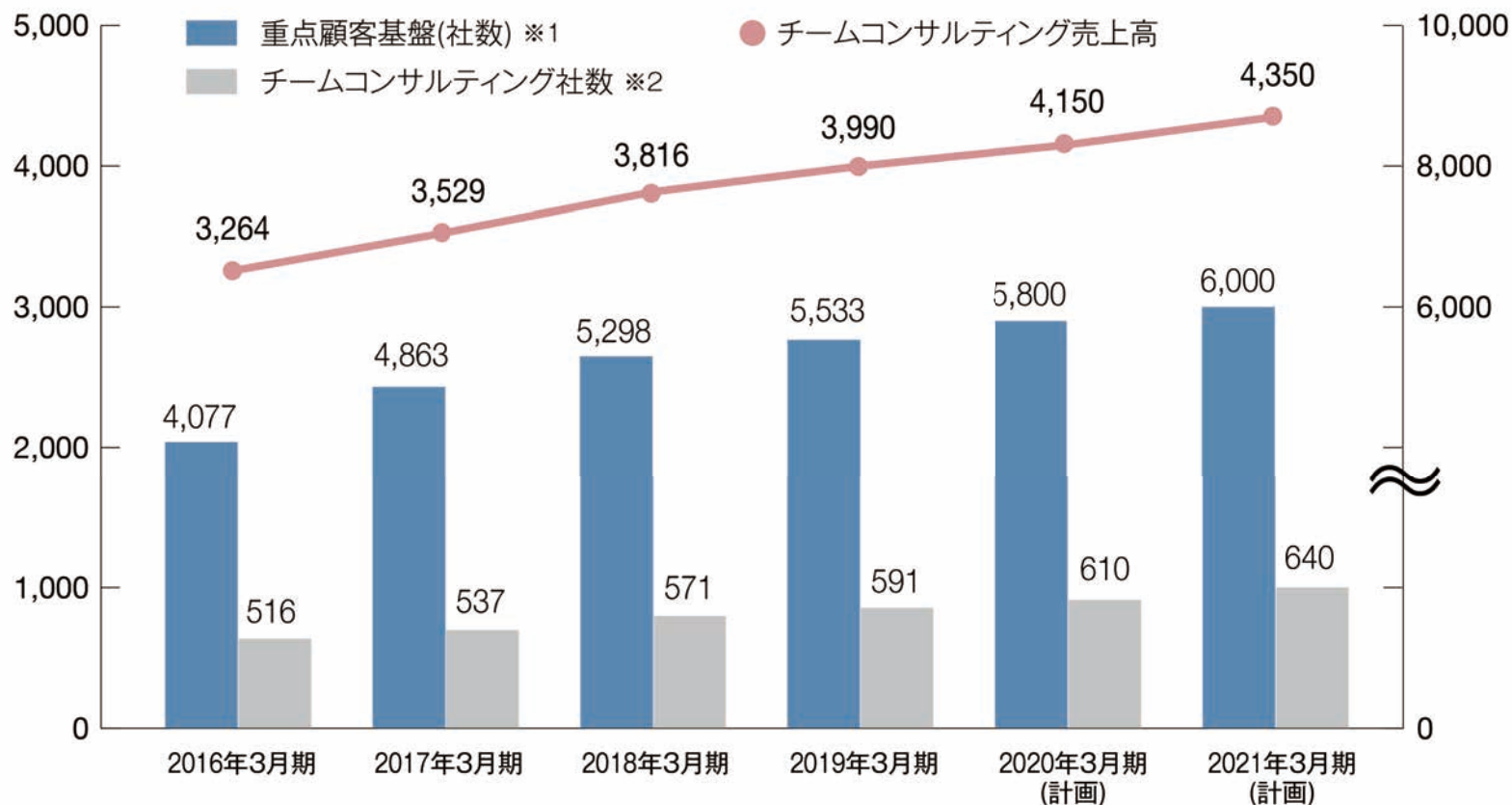


主要KPI (チームコンサルティング推移)

中期経営計画「Tanabe Vision 2020 (2018~2020)」進捗

(単位:百万円)


(単位:社)



※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 + 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)

事業戦略

コンサルティング&コングロマリット (C&C) 戦略 ご参照  **P.26**

地域倍増 F C C 戦略 (コンサルティングプラットフォーム) ご参照  **P.37**

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、全国の全ての顧客企業に同品質の高付加価値サービスを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 ご参照  **P.27・38**

顧客ニーズが高く、社会的課題を解決できるドメイン (事業領域・業種) ・ファンクション (組織・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

人材開発コンサルティング戦略 ご参照  **P.28・39**

「F C C 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 ご参照  **P.29・40**

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

S P コンサルティング戦略 ご参照  **P.30・41**

「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する

コーポレート戦略

働き方・生産性改革投資 ご参照  **P.31**

社員の働き方を変え、生産性を高めることができるデジタル投資・オフィス投資を積極的に実施する

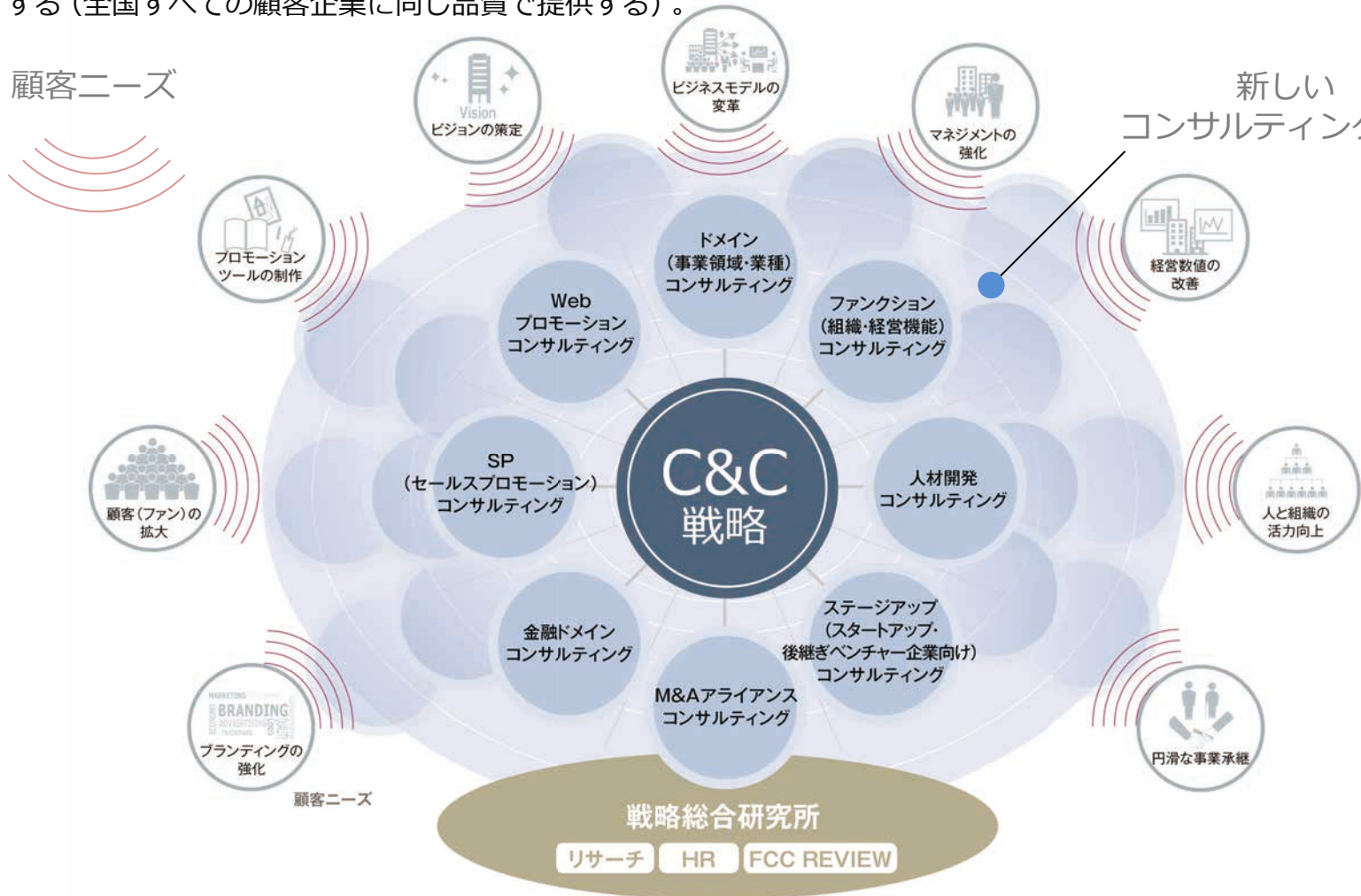
人材採用・育成・活躍 ご参照  **P.32・42・43**

プロフェッショナル人材の採用を強化し、「タナベ F C C 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・活躍を実現する

- 基本戦略として、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（全国すべての顧客企業に同じ品質で提供する）。

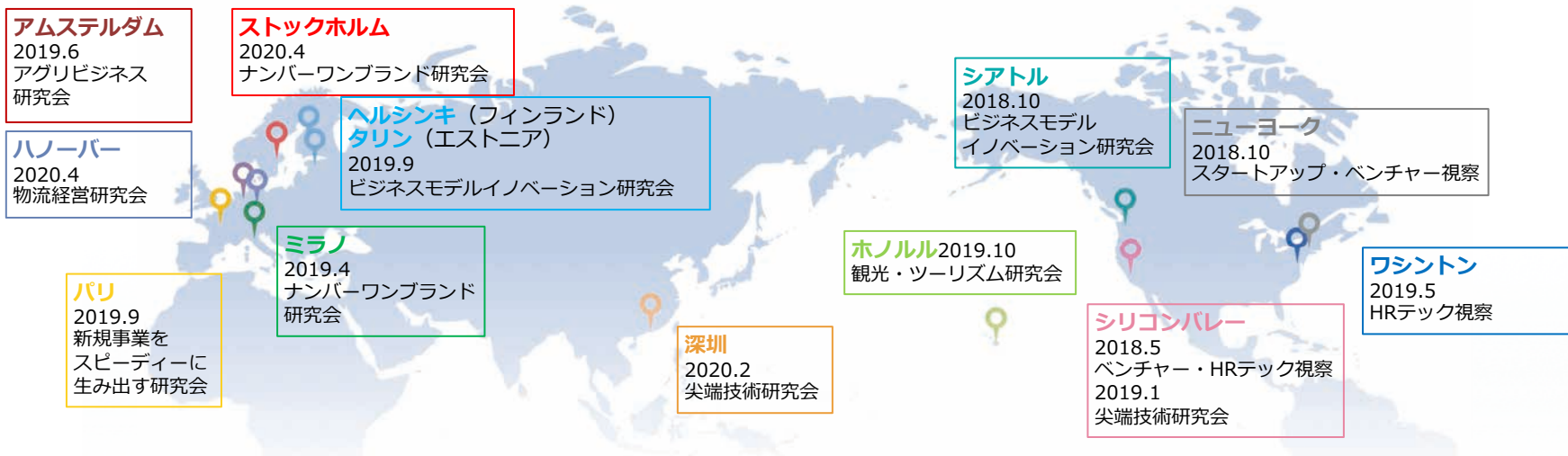
顧客ニーズ

新しい
コンサルティング領域



海外事例研究（研究会海外視察）

顧客企業とともに最先端の経営ノウハウを学び、それをコンサルティングメソッド化する。



オープンイノベーション



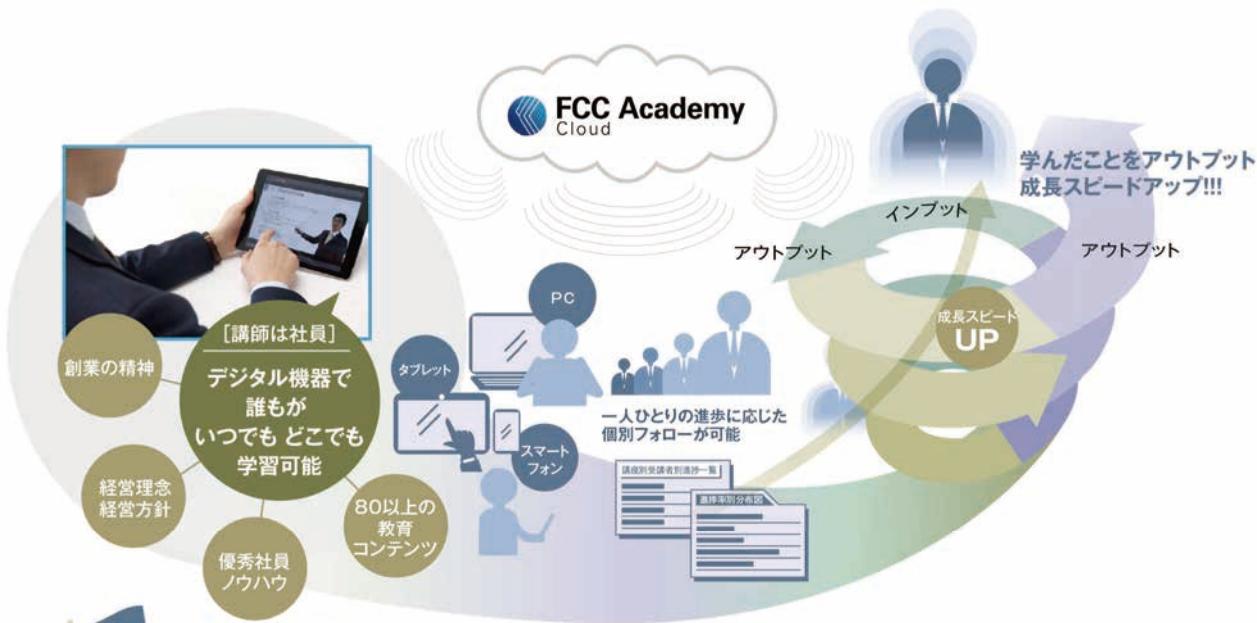
業務提携先である株式会社大和総研とともに、中堅・中小企業の効果的なSDGs活用を支援する「SDGs実装コンサルティング」を開発し、提供を開始。

また、当社は2019年10月より、国連グローバル・コンパクトへ参加。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



約90社が「FCCアカデミー（企業内大学）」を設立



導入 による7つの効果

- 1 OJT&学び方改革
- 2 人材発掘&活躍(オーディション)
- 3 タレントマネジメント&評価
- 4 ビジョンマネジメント
- 5 オープンイノベーション
- 6 採用ブランディング
- 7 投資回収効果UP

クライアント企業とのコラボレーションによるアカデミー展開

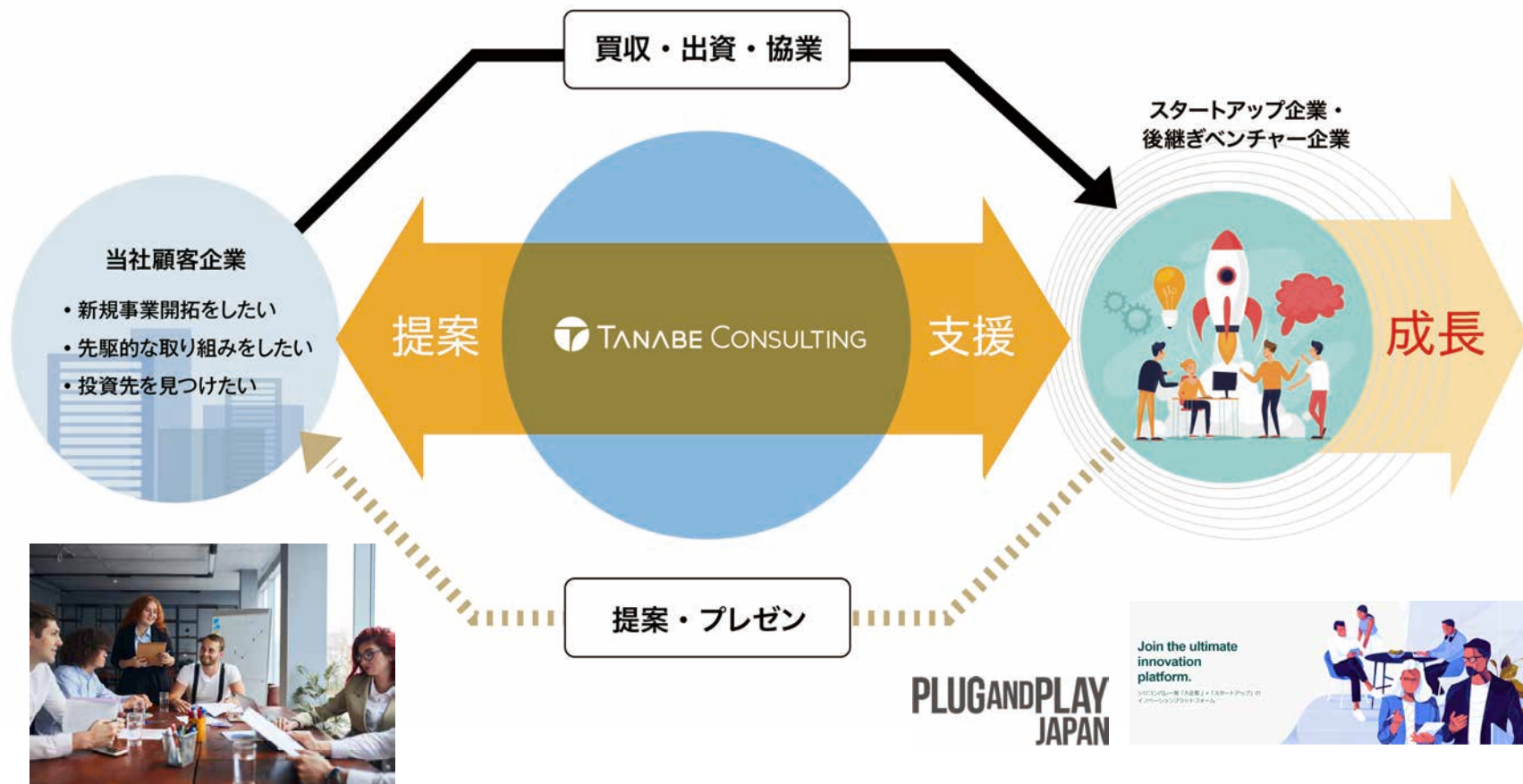
11月29日(金)開催
「アカデミーフォーラム2019」



新機能「アバター」



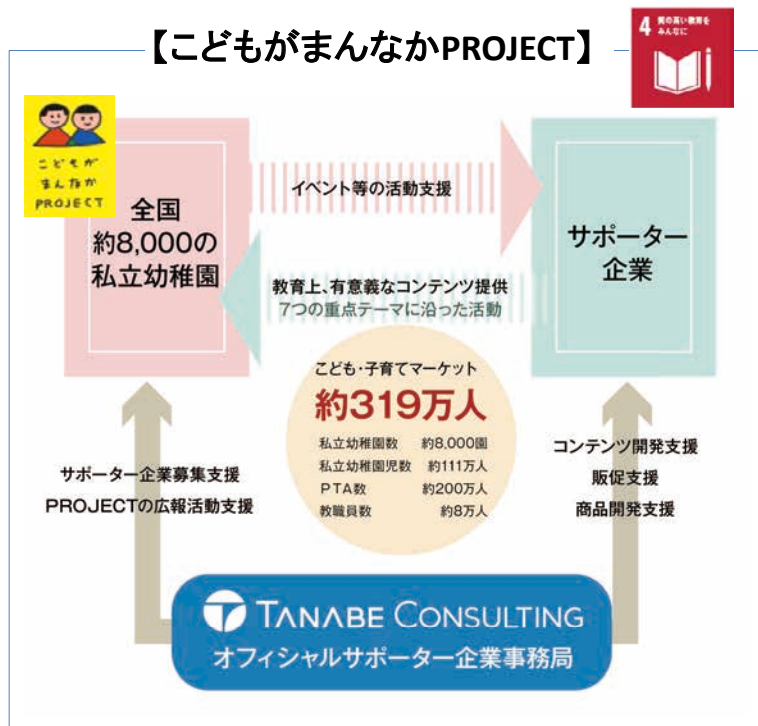
新機能「VR」



- グローバル・ベンチャーキャピタル/アクセラレーターであるPlug and Play Japan株式会社主催のアクセラレーションプログラムに参加し、国内外のスタートアップ企業とリレーションを構築。
- アライアンスも活かしてスタートアップ企業や後継ぎベンチャー企業の支援およびこれら企業と当社顧客企業（主に中堅企業）を繋ぐ「スタートアップファーストコンサルティング」の取り組みを強化していく。

- 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（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）を当社が専属で行なう。
- 「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。

【こどもがまんなかPROJECT】



オフィシャルサポーター企業の取り組み事例



子どもたちの「こんなケーキがあったら良いな」と描いたイラストが本物になる！
「夢のクリスマスケーキコンテスト2019」を開催



SPコンサルティング事例

山形トヨタ

「現状の延長線上での売上高からの脱却と進化」を目的に、当社の子育てファミリー層への集客アプローチノウハウを生かした店舗外イベントを展開。必要以上の経費をかけずにコラボレーション先のネットワークを活用した集客を実現し、前年比500%以上の集客・同比700%の来場者アンケートを獲得。





ERPパッケージ
（統合型システム）
導入



新TV会議
システム
導入



iPhone
全社員支給



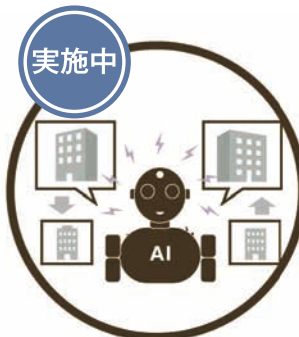
オフィスリニューアル
（大阪本社・東京本社含む）



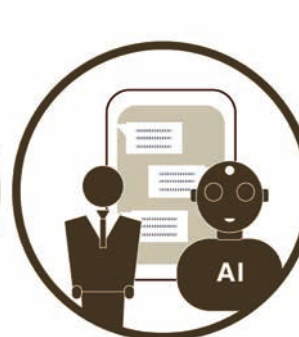
テレワーク
導入



ホームページ
全社統合



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

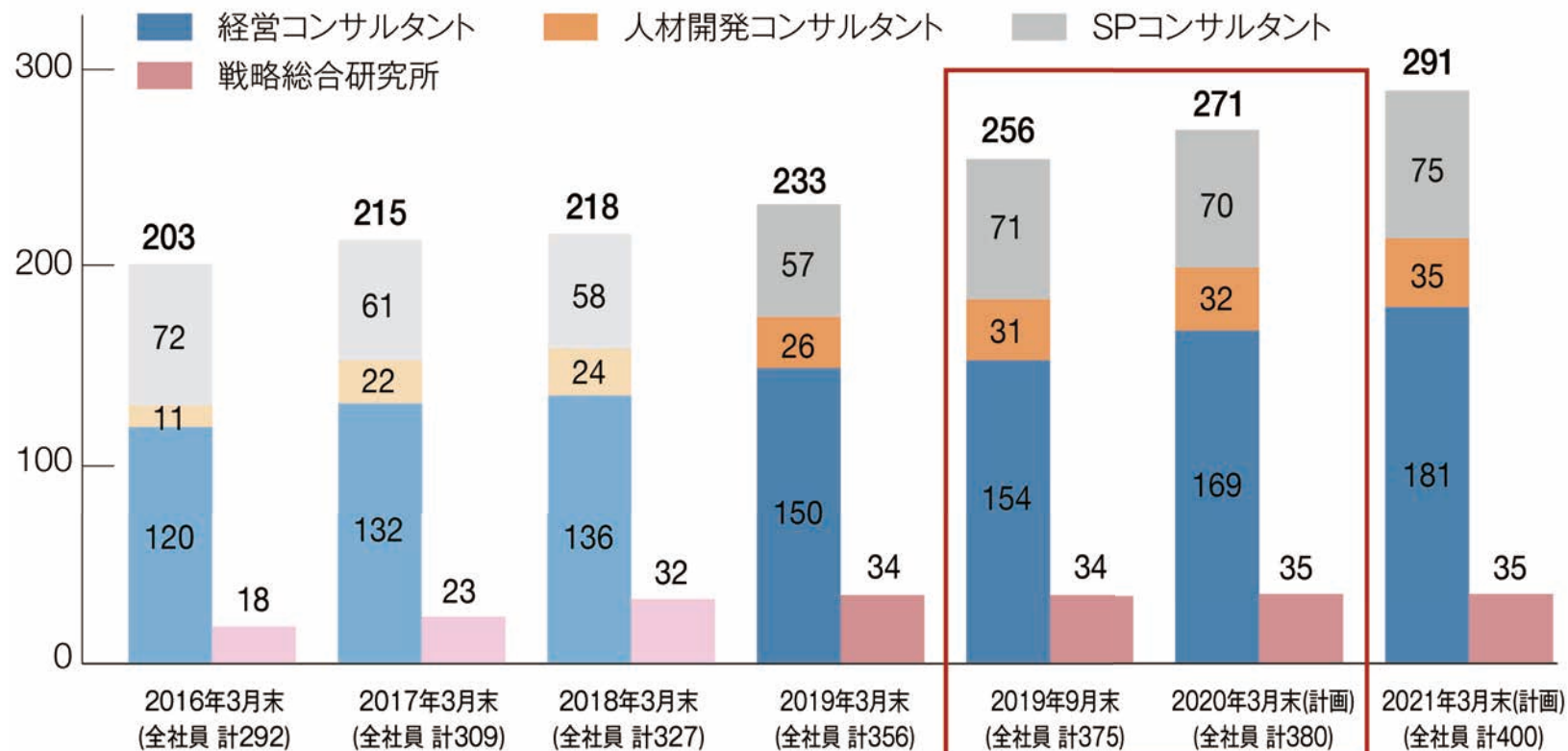
大阪本社内オープンスペース
「CROSS LAB.」



北陸支社リニューアル



- 社員の働き方を変え、生産性を高めることができるデジタル・オフィス投資を実施。



- 顧客へ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し、タナベ FCCアカデミー（付録参照）やチームコンサルティングへの早期投入により、育成も強化する。
- 地域に貢献できる I ターン・U ターン採用も積極的に推進していく。

付録

5

企業情報・中期経営計画 「Tanabe Vision 2020(2018~2020)」

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
社員数	375名（2019年9月30日現在）
上場市場	東京証券取引所市場第一部（9644）
株主数	9,383名（2019年9月30日現在）

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

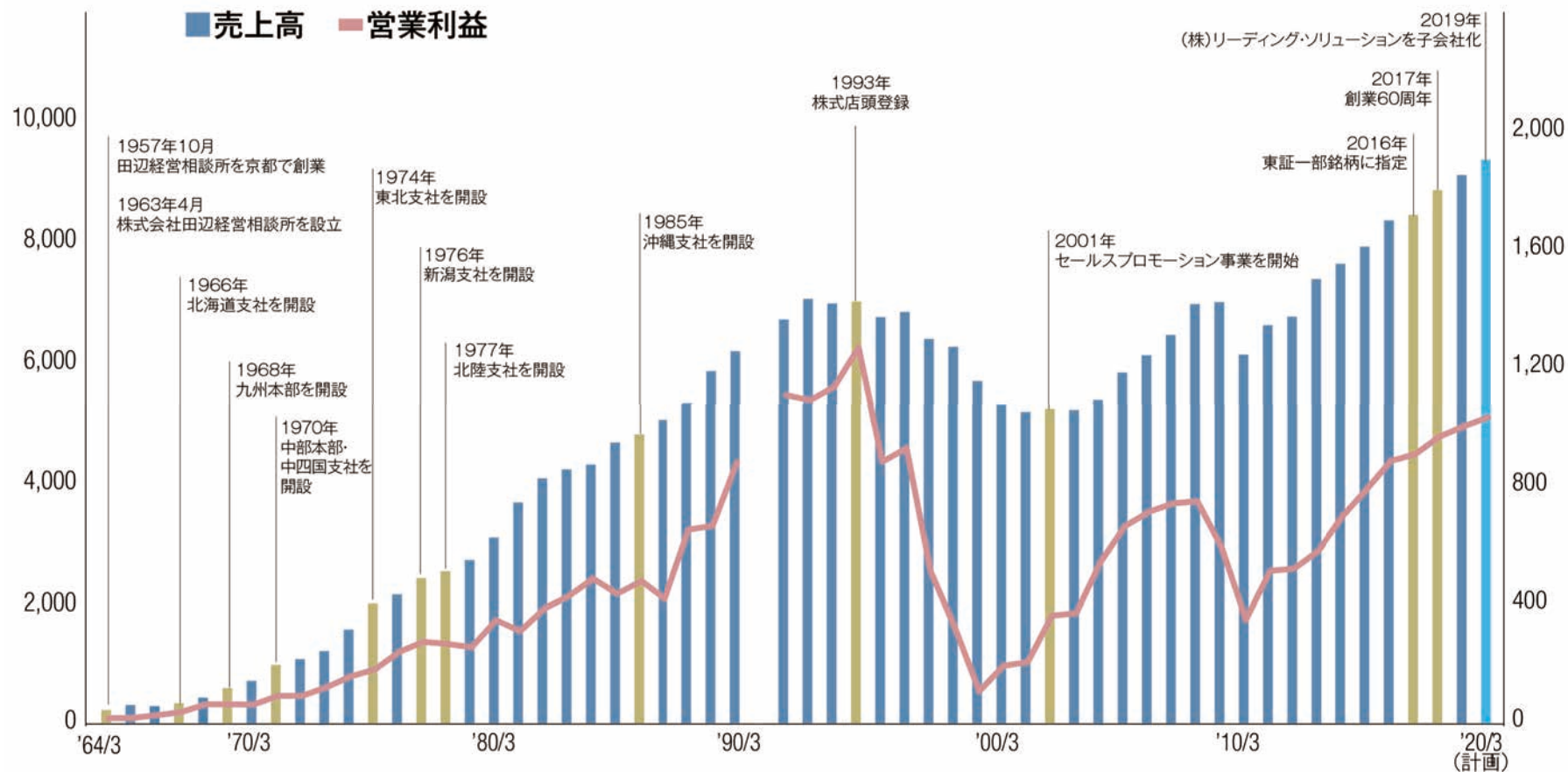
広く社会に貢献すべく
超一流の信用を軸とし

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

(売上高:百万円)

(営業利益:百万円)

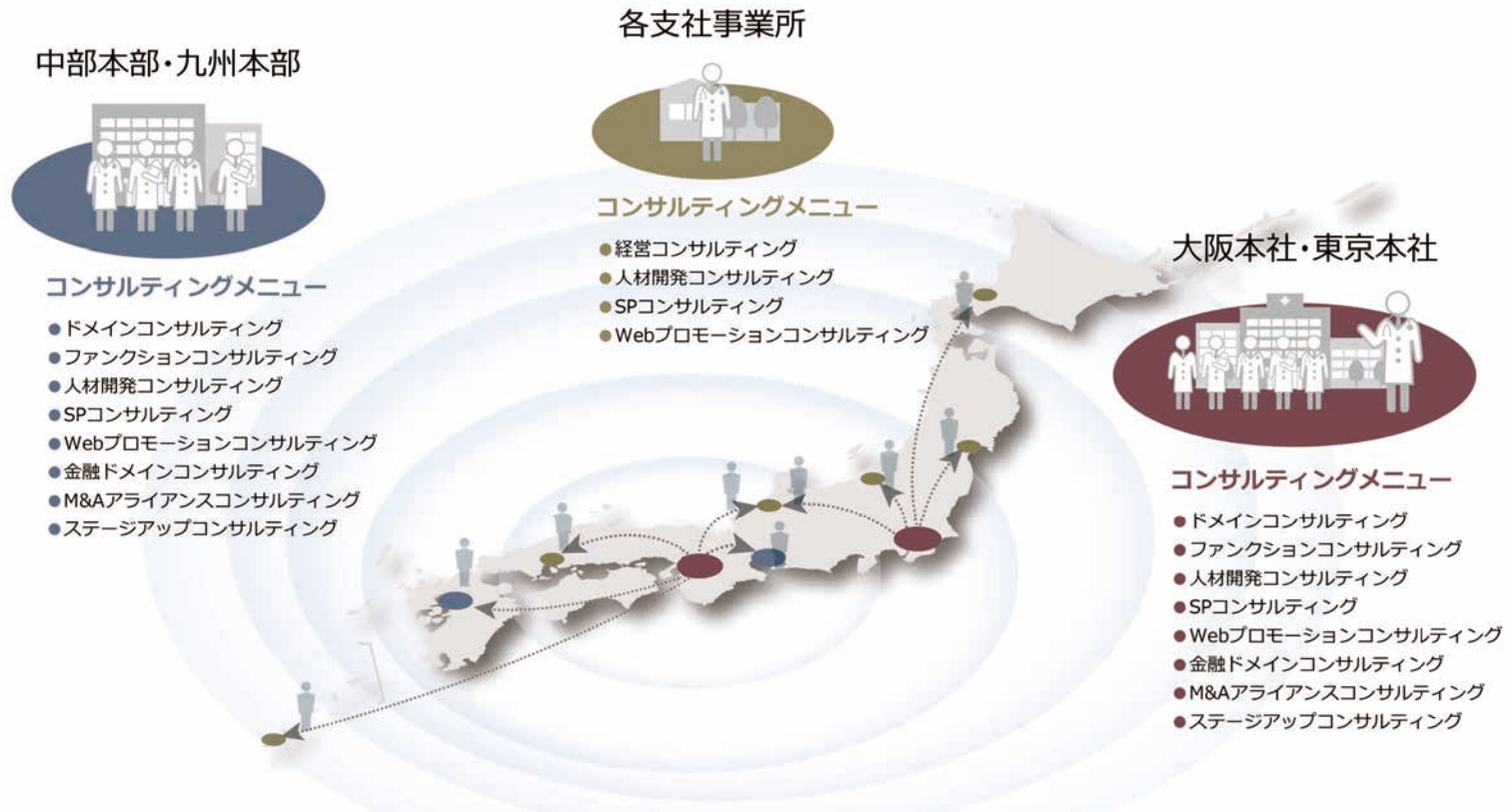


※1990年3月期は決算期変更に伴い、1990年3月21日より1990年3月31日までの11日間となる。

（金額：百万円）	2018年3月期 実績（注）	2019年3月期 実績	2020年3月期 計画	2021年3月期 計画
売上高	8,797	9,046	9,300	9,600
経営コンサルティング事業	5,021	5,171	5,300	5,500
SPコンサルティング事業	3,776	3,875	4,000	4,100
売上総利益	3,981	4,050	4,185	4,454
営業利益	936	970	1,000	1,040
経営コンサルティング事業	1,336	1,357	1,380	1,420
SPコンサルティング事業	202	187	200	230
本社管理費	▲602	▲575	▲580	▲610
売上高営業利益率	10.6%	10.9%	10.8%	10.8%
経常利益	965	1,003	1,020	1,060
売上高経常利益率	11.0%	11.1%	11.0%	11.0%
当期純利益	675	694	700	730
ROE（自己資本当期純利益率）	6.6%	6.6%	6.6%	6.3%

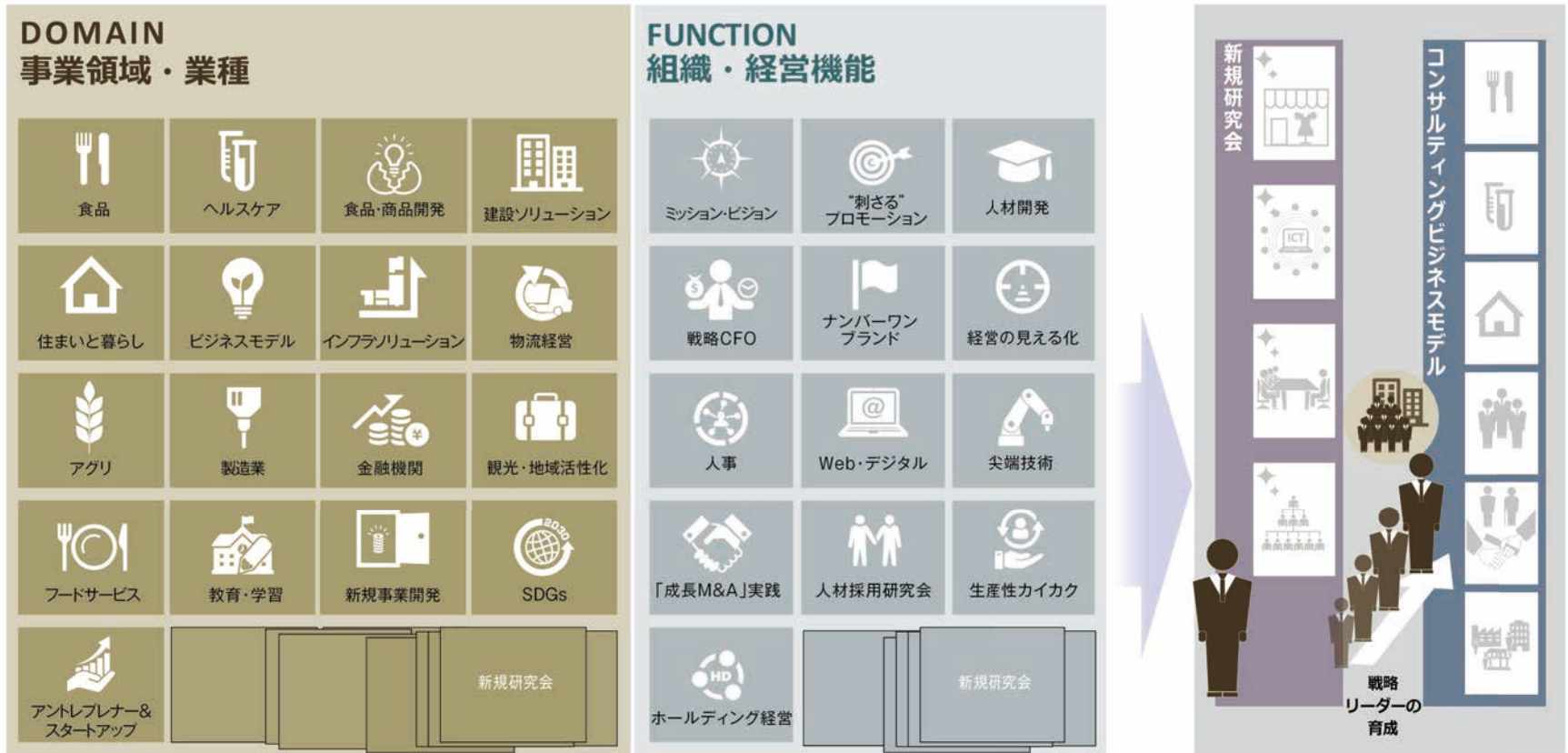
（注）2019年3月期より、人件費の計上区分を一部変更しており、2018年3月期実績も同基準で数値を組み替えて表示しているため、売上総利益が「平成30年3月期決算短信【日本基準】（非連結）」の数値とは異なる。

地域倍増 F C C 戦略 (コンサルティングプラットフォーム)



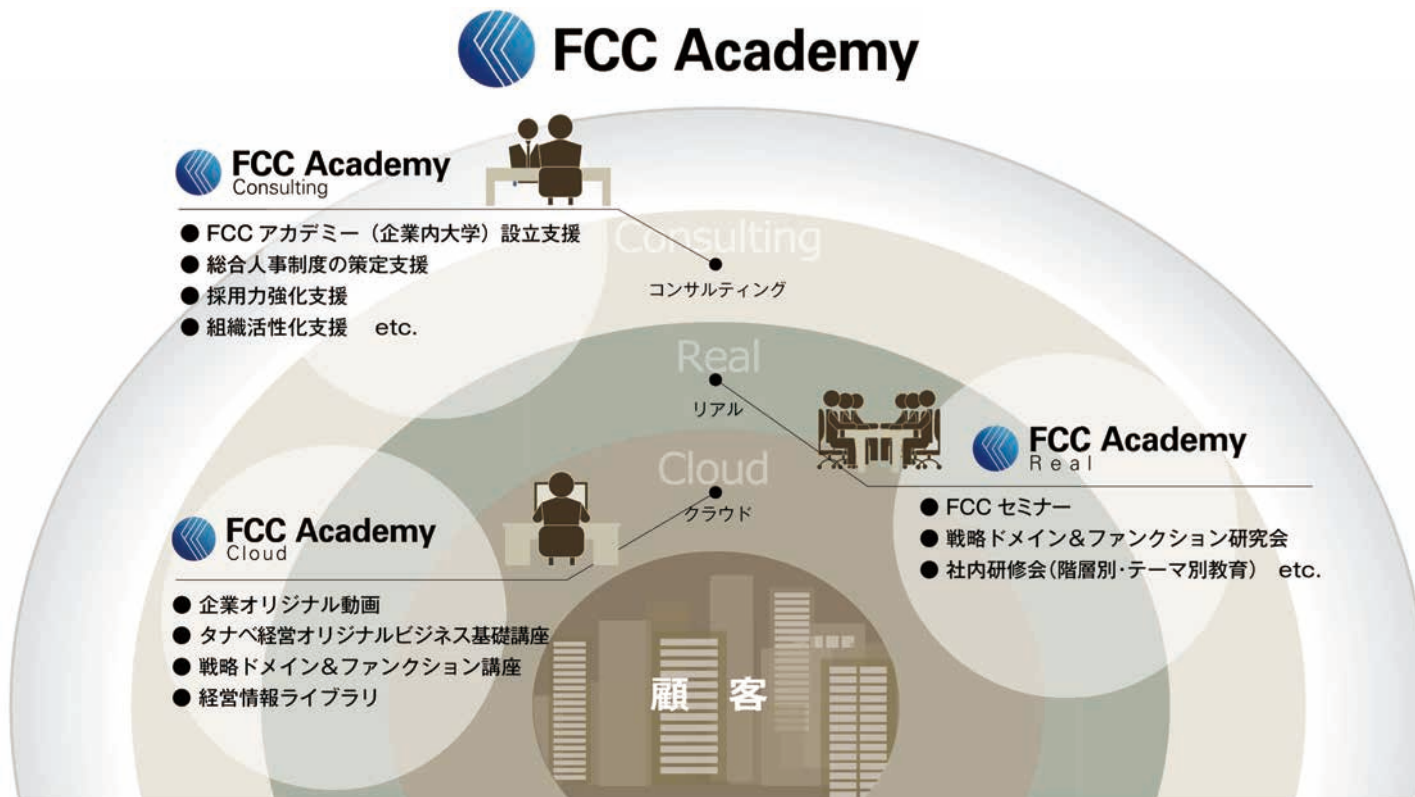
- 全国のコンサルティングマーケットを攻略するために、本社以外の本部・支社事業所の体制（コンサルティングメニュー）も強化する。
- 高度な経営課題に対しては、当該分野のプロフェッショナルコンサルタントを全国レベルで選定・派遣し、全国の全ての顧客企業に同品質の高付加価値サービスを提供できるようにする。

ドメイン・ファンクションコンサルティング戦略



- ドメイン（事業領域・業種）・ファンクション（組織・経営機能）の研究テーマを拡大し（研究会化）、各研究会の戦略リーダーを育成してコンサルティングメソッド・コンサルティングビジネスモデルの確立を推進。

人材開発コンサルティング戦略



- 「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HRプラットフォームとして、「FCCアカデミー（企業内大学）」コンセプトを推進。
- 企業内大学設立を支援する「アカデミーコンサルティング」、スマートデバイスでの学びの場を提供する「アカデミークラウド」、FCCセミナーやオーダーメイド教育（研修）を提供する「リアル」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（提携）を通じて、「成長M&Aコンサルティング」「中期経営計画（ビジョン）策定」「SPコンサルティング」等により地域企業の発展及び地域経済の活性化支援を強化する。
- 地域金融機関向けコンサルティング（人事制度構築等）も強化する。

SPコンサルティング戦略



- 業種・プロモーションテーマという観点での業務プロセスの見直し（分業化）とチーム組成を推進し、専門性を高めていく。
- プロモーション・ブランディング戦略の立案・実行支援において、Web プロモーションを導入することで顧客価値を高めていく。

人材育成・活躍の早期化・高度化 (タナベFCCアカデミー)



4Stage

1年目(入社3ヶ月以内)

Tanabe Basic
スタートアップ
Stage 1

- コンサルティング知識
- ビジネススキル
- リーダーシップ等

1年目(入社1年以内)

Tanabe Basic
コンサルスキル
Stage 2

- 問題解決
- 財務
- 人材マネジメント等

2年目

Consulting Standard
コンサルスタンダード
Stage 3

- 人事制度
- 事業戦略
- 中期経営計画

3年目

Consulting Advanced
コンサルアドバンスト
Stage 4

- 成長戦略
- モデル変革
- 企業再生

5つの受講スタイル

① **インプット型**
(実習含む、集合研修)



② **Web講座**



③ **通信講座**
(1年間の継続学習)



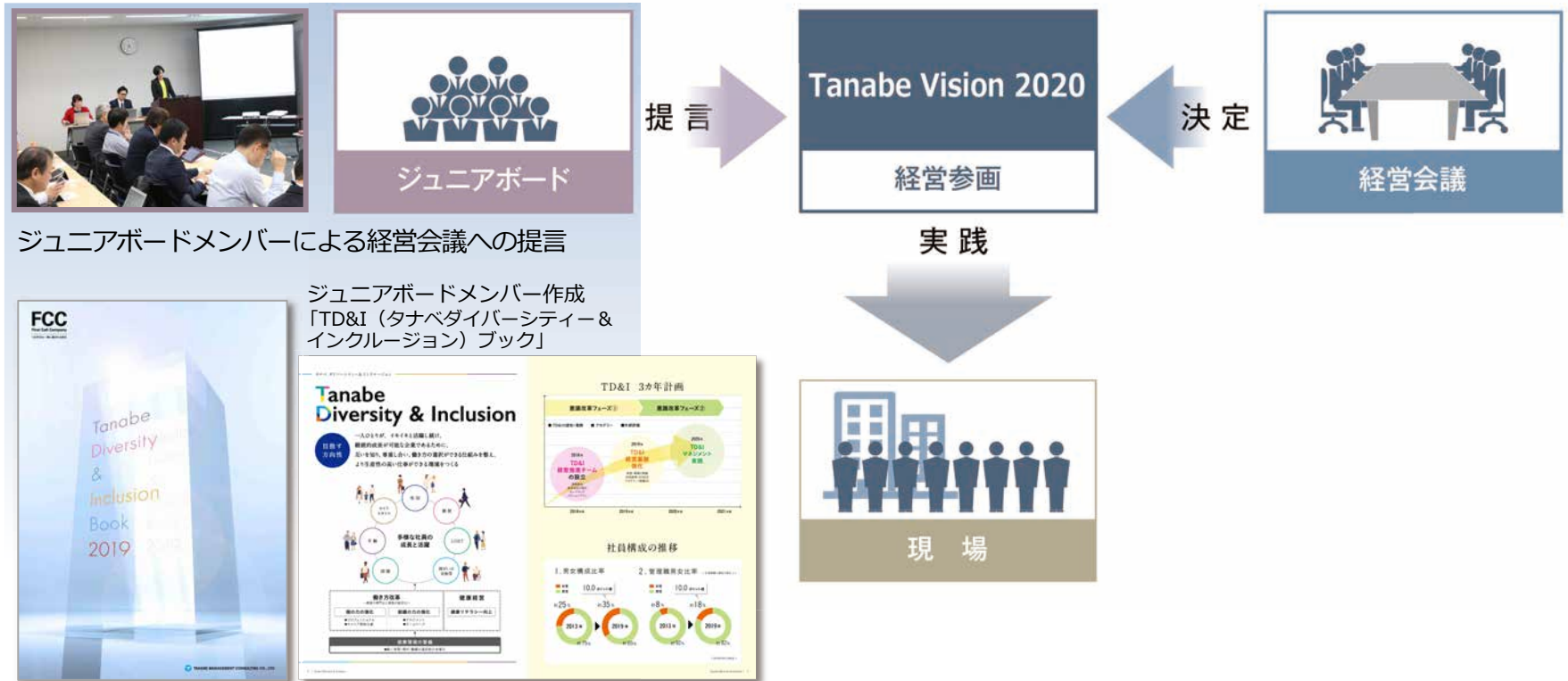
④ **外部研修**



⑤ **ケーススタディ講座**



ジュニアボード経営システム



- 次世代経営人材を育成するため、毎年幅広い部門や階層、立場からメンバーを募り、経営に参画させて「中長期的な会社の未来」を共創する。

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。

FCC

First Call Company

100年先も一番に選ばれる会社

 **TANABE CONSULTING**

証券コード：9644