

決算説明

2012年3月期第2四半期

2011年11月30日



株式会社 タナベ経営

証券コード: 9644



事業内容

2Q決算実績

今期の方針・施策、見通し

株主還元



コンサルティング事業

- 当社のコンサルティングスタンスは、総合コンサルティングの領域

区分	
総合コンサルティング	
機能特化型 コンサルティング	組織
	人材、人事
	財務
	IT
業界特化型コンサルティング	

【コンサルティングの流れ】

- ①ヒアリング・打合せ
- ②企画提案
- ③契約
- ④コンサルティングの実施
- ⑤コンサルティングの結果報告
- ⑥継続契約

【当社の主なコンサルティング例】

- ① 事業戦略・経営戦略の推進サポートと経営判断のアドバイス
- ② 組織設計、組織活性化、人材育成
- ③ 賃金制度等の経営システムの構築支援
- ④ 収益構造改革(生産現場改善等)
- ⑤ 事業継承、後継体制づくり

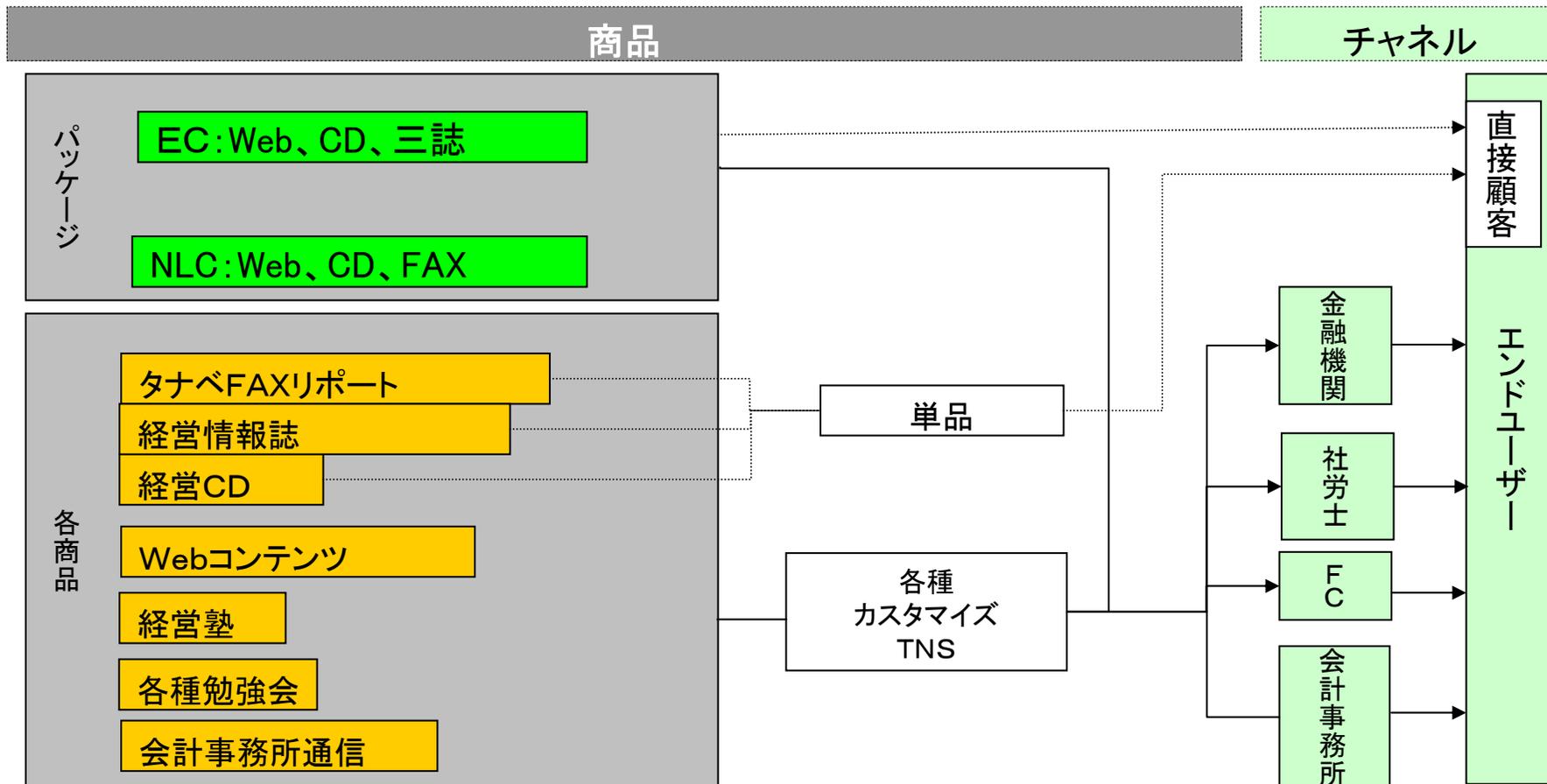
【サービスと支払い体系】

主なサービス	契約(期間)	支払い体系
経営協力 (顧問型コンサルティング)	年間or 半年ベース	月払い
経営診断・調査	案件報告までの期間: 3ヶ月～半年	契約・完了時 半金払い
各種教育	実施ベース	実施ベース 月払い



ネットワーク(NW)事業

- ◆ 経営者向けの会員組織を運営 ⇒ EC(イーグルクラブ)、NLC(ニューリーダーズクラブ)
- ◆ 金融機関・会計事務所などの顧客創造支援 ⇒ コンサルティングのノウハウを基に勉強会の開催、経営情報を発信
※TNS=金融機関・社労士・会計事務所・各種団体向け 組織化支援サービス



セールスプロモーション(SP)事業

ブランド力・知名度向上といった側面から、企業の販売促進をサポート

分野	カテゴリー	チャネル
T(タナベ)ブランド ノベルティーパーツ(卸)	代理店の収益源・差別化商品の展開 一部は綴じ手帳など同様に部材として販売	書店・文具卸(現状手帳ルート) 小売量販店印刷加工業者(部材)
MD(販売品)	顧客販売用商品の卸売 一部は部材供給も行なう(上海子会社との連携)	オリジナル展開している小売店 (アパレルチェーンや観光土産店など)
販促支援	SP(法人直販)	販促用品の法人直接販売 広告代理店と競合しない先(媒体不要先) 人的付加価値を認めてもらえる顧客
	PM(プロモーション)	POP、イベント、サンプリング、専門誌広告 ナショナルブランド先(食品・サービス業など)
CP (コーポレートプロモーション)	企業イメージ向上の為、ロゴなどから広報まで総合支援	主に中小企業

【商品例】





事業内容

2Q決算実績

今期の方針・施策、見通し

株主還元



2Q決算実績

東日本大震災の影響により第1四半期前半の受注活動に遅れが出るなど厳しい状況からスタートしたが、第2四半期において震災による遅れを昨年レベルまで取り戻し、

➤売上高は、前年同期比▲0.2% (6百万円減少)で横ばい

➤売上総利益も、前年同期比▲0.1%(1百万円減少)で横ばい

経費削減に注力するも、新卒採用10名の増員による人件費増で、

➤営業利益は、前年同期比▲60.6%(53百万円減少)

<百万円、%>

科目	'11/3期 2Q	構成比	'12/3期 2Q	構成比	前年 同期比
売上高	2,678	100.0	2,671	100.0	▲0.2
売上総利益	1,268	47.3	1,268	47.5	▲0.1
営業利益	88	3.3	34	1.3	▲60.6
経常利益	120	4.5	55	2.1	▲53.4
四半期純利益	66	2.5	27	1.0	▲58.2
従業員数	283	-	285	-	0.7
うち コンサルタント数	102	-	102	-	0.0



2Q決算実績(セグメント別)

<百万円、%>

事業	科目	'11/3期 2Q		'12/3期 2Q			'12/3期通期見通し	
		金額	構成比	金額	構成比	前期比	金額	進捗率
3事業合計	売上高	2,678	100.0	2,671	100.0	0.2	6,600	40.5%
	売上総利益	1,268	100.0	1,268	100.0	0.1	3,000	42.3%
	売上総利益率	47.3	-	47.5	-	0.2 pt	45.5	-
コンサルティング	売上高	1,565	58.4	1,539	57.6	▲1.7	3,185	48.3%
	売上総利益	890	70.2	877	69.2	▲1.5	1,902	46.1%
	売上総利益率	56.9%	-	57.0	-	0.1 pt	59.7%	-
ネットワーク	売上高	184	6.9	177	6.6	▲4.0	360	49.2%
	売上総利益	148	11.7	143	11.3	▲3.8	290	49.3%
	売上総利益率	80.7%	-	80.9	-	0.2 pt	80.6%	-
セールスプロモーション	売上高	928	34.7	955	35.8	2.9	3,055	31.3%
	売上総利益	229	18.1	247	19.5	7.9	808	30.6%
	売上総利益率	24.7%	-	25.9	-	1.2 pt	26.4%	-

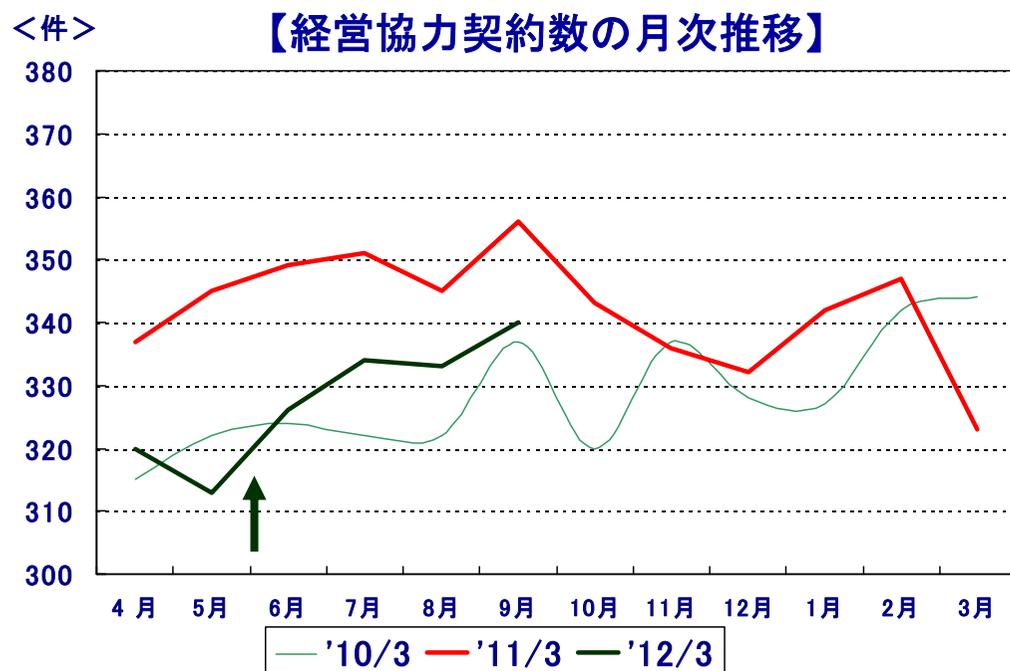
※セールスプロモーション事業は手帳の売上が3Qに偏る傾向があるため業績に季節的変動あり



コンサルティング事業 2Q決算内容①

売上高は、前年同期比1.7%(26百万円)減少し、15億39百万円

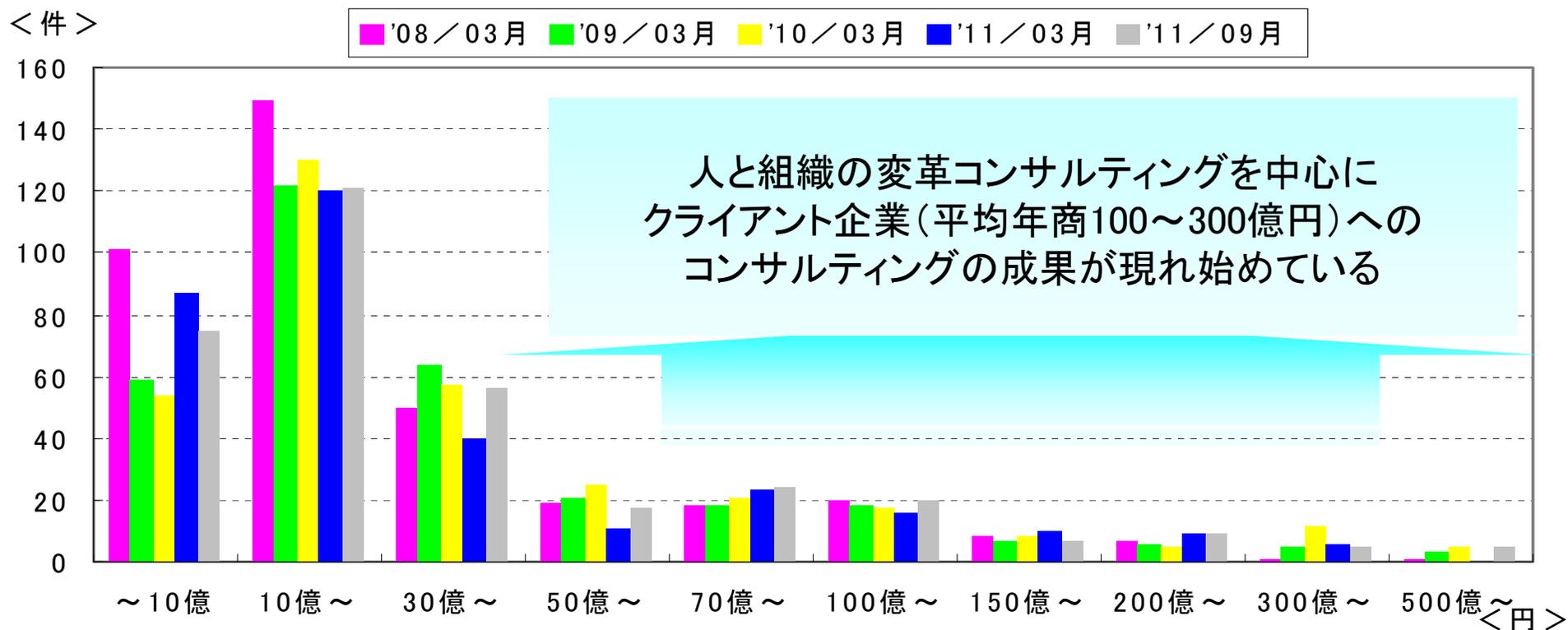
- ◆ 経営協力契約は、震災の影響で前期末323契約まで落ち込んだことが影響し、期中平均で328契約(前年同期347契約)となったが、9月現在では震災前の状況にまで回復
- ◆ セミナー売上高は、新入社員セミナーの受講者数の減少等や、震災の影響によるセミナー開催延期により、2億41百万円(前年同期比1.1%減少)



コンサルティング事業 2Q決算内容②

～クライアントの年商規模別契約数の推移～

- ◆ コンサルティング事業のコアサービスとなる経営協力契約は、中小・中堅企業が中心
- ◆ 経営協力契約は、年商規模100億円超の中堅企業において、ジュニアボードや中期計画等のコンサルティングニーズが増加

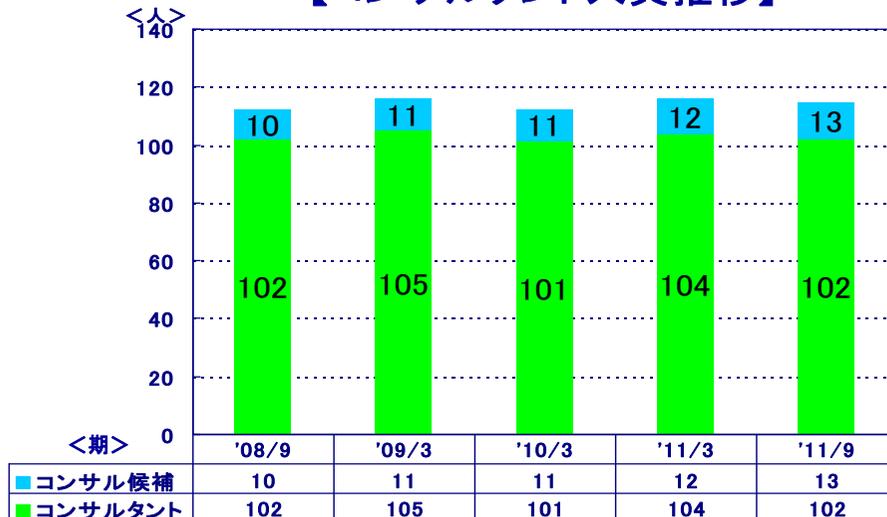


コンサルティング事業 2Q決算内容③

～コンサルタント～

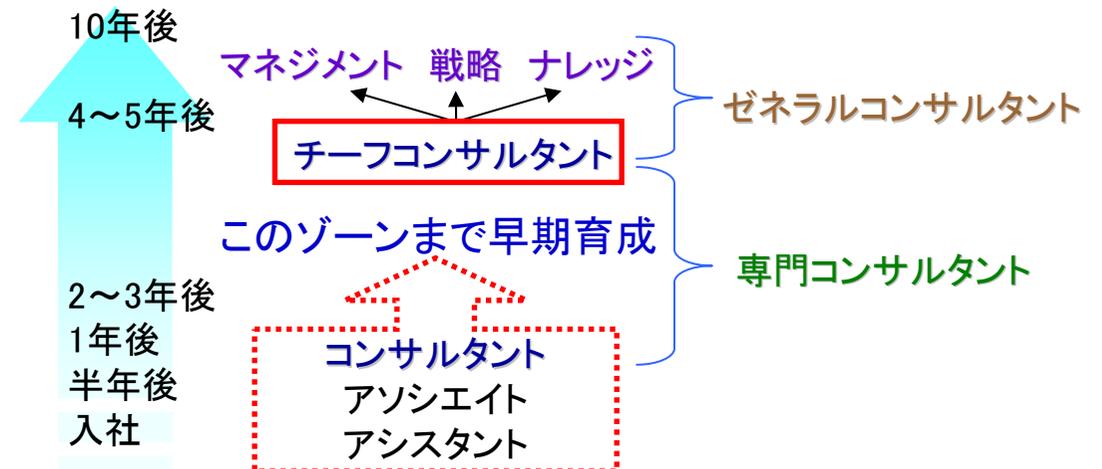
- ◆ コンサルタント数は現状横ばいで推移
- ◆ リーマンショック後は、採用よりも、①OJT・OFFJT ②各種研修コース(全体研修・海外研修・階層別研修・専門別研修)を活用した既存メンバーの育成に注力しており、生産性の向上を図る

【コンサルタント人員推移】



※コンサル候補: コンサルタントのサポート等を行う新卒、中途入社者
 コンサルタント: 即現場で活躍できる者

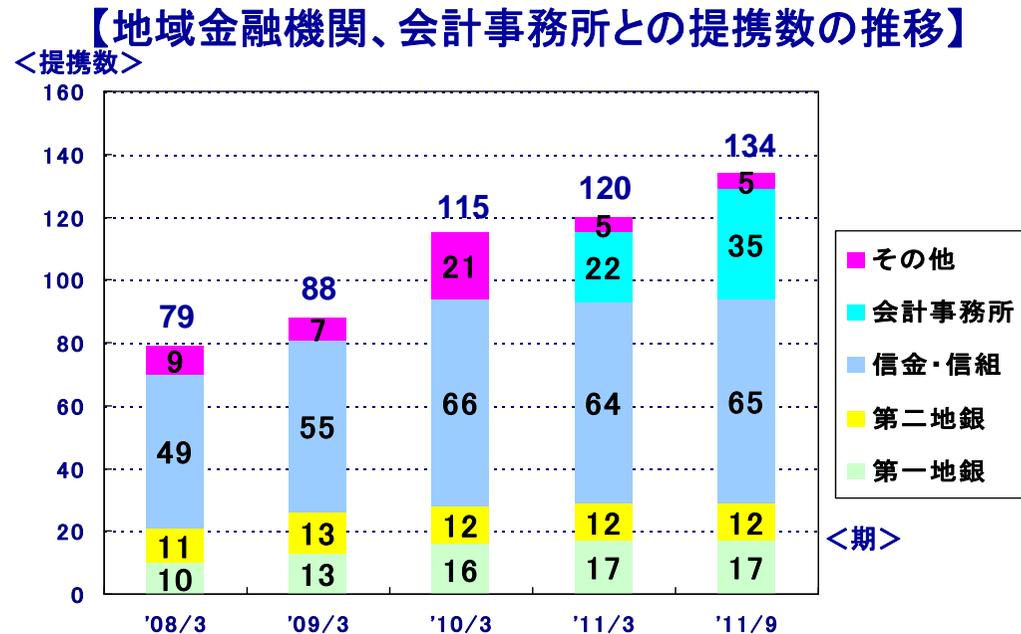
コンサルタントキャリアプラン



ネットワーク(NW)事業 2Q決算内容

有料会員数が前年同期比14.3%減少、売上高は前年同期比4.0%(7百万円)減少し1億77百万円

- ◆ 有料会員数の減少
 - ✓ 企業の経費見直しによる直接会員の退会が増加
 - ✓ 一部の金融機関との契約形態の見直し(会員サポート⇒経営情報売却)による会員減
- ◆ 積極的な営業拡大により会計事務所との提携数が増加し、顧客基盤の拡大に貢献



※10/3期まではその他に含めていた「会計事務所」を'11年3月期から別表記

セールスプロモーション(SP)事業 2Q決算内容

売上高は、顧客企業の販促活動の回復により、前年同期比2.9%(27百万円)増加し、9億55百万円

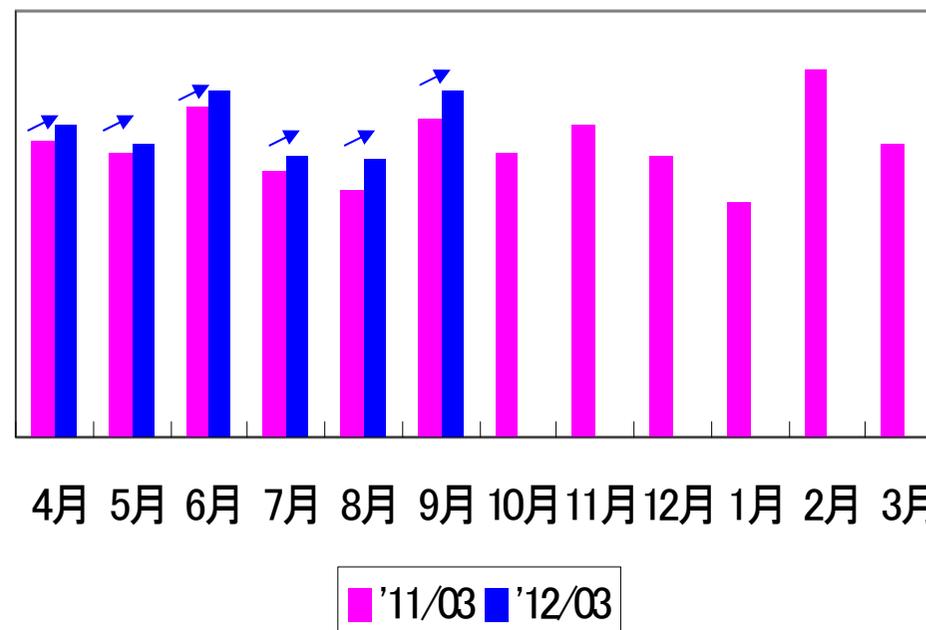
- ◆ 営業力強化のため、営業人員の増強を継続実施
- ◆ 1Q前半は震災により、東日本エリアの営業活動に影響があったものの、徐々に回復
- ◆ 業界別、エリア別、商品別に重点をおき顧客の深耕を図る

【売上高、人員推移】



※手帳の売上は3Qに偏る傾向があるため業績に季節的変動あり

【月次受注件数推移】





事業内容
2Q決算実績
今期の方針・施策、見通し
株主還元



2012年3月期 経営方針及び施策

成長力・収益力のパワーアップで持続発展企業への挑戦

コンサルティング事業

- ◆コンサルメソッドの開発と顧客開拓の強化⇒『くすぶり社員』活性化プログラムを開発し提案中
- ◆カスタマーリレーションの強化により、中堅企業の開拓と顧客基盤を強化(ベース化)
⇒9月度のベース売上実績(長期契約型のコンサルティングサービス)は過去5年間で最高値
- ◆重点商品やチームコンサル商品を活用した若手コンサルの生産性向上
⇒チームコンサルティングによるOJTにより、過半数のコンサルタントが10%以上の付加価値生産性向上
('10年9月～'11年9月実績)
- ◆復興支援:復興対策講演会の実施、復興支援プログラムの企画立案を通じ企業をサポート(東北地区)
⇒復興支援講演会を3地域で開催

ネットワーク事業

- ◆コンサル部門との連携強化による自社会員制度の再構築⇒コンサルティング事例を情報誌に掲載等、継続実施中
- ◆コンテンツ開発の強化⇒震災対応等により、多少遅れが出ているものの、継続的にプロジェクトは活動
- ◆金融機関提携先への深耕と会計事務所及び新たな提携先の開拓⇒会計事務所の提携が半年間で13社増

セールスプロモーション(SP)事業

- ◆顧客ニーズにマッチした商材開発力及び調達力の強化と顧客開拓のスピードアップ
⇒コンサル事業との連携等による先仕入先・商材(節電商材不足対応)の開拓や仕入先との共同開発により継続中
- ◆MD分野の拡大⇒通販、スポーツ量販店等でも実績を上げ、顧客基盤を順調に拡大 '10/9 30百万⇒'11/9 55百万
- ◆タナベブランド商品の充実と卸展開
⇒当社の強みである手帳・カレンダー、皮・木製品等の卸売が好調



2012年3月期決算見通し

<百万円、%>

科目	‘11/3期		‘12/3期見通し		
	金額	構成比	金額	構成比	前期比
売上高	6,568	100.0	6,600	100.0	0.5
売上総利益	2,945	44.8	3,000	45.5	1.9
営業利益	493	7.5	455	6.9	▲7.8
経常利益	550	8.4	500	7.6	▲9.2
当期純利益	273	4.2	270	4.1	▲1.1
従業員数	283人	—	299人	—	5.7
うち コンサルタント数	104人	—	109人	—	4.8

2012年3月期決算見通し(セグメント別)

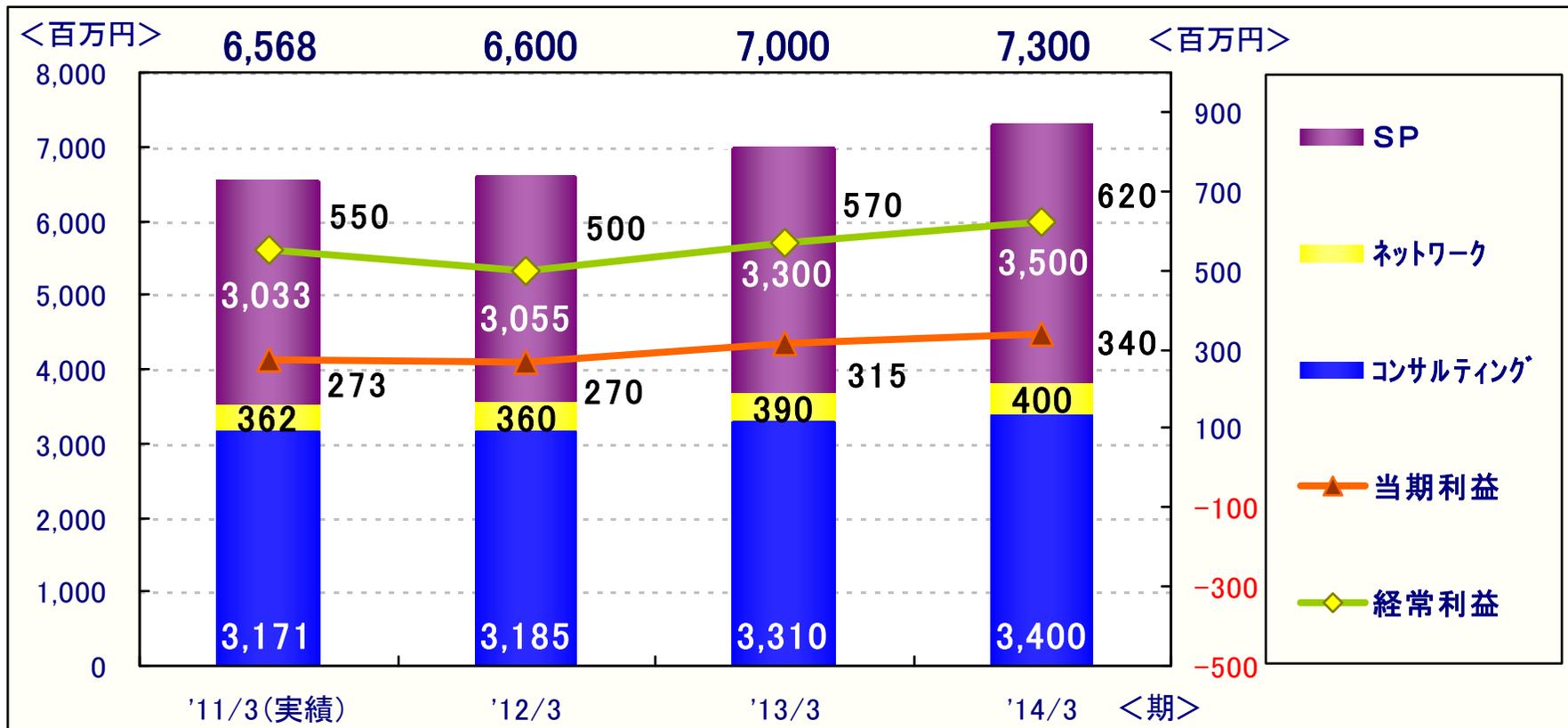
<百万円、%>

事業	科目	'11/3期		'12/3期見通し		
		金額	構成比	金額	構成比	前期比
3事業合計	売上高	6,568	100.0	6,600	100.0	0.5
	売上総利益	2,945	100.0	3,000	100.0	1.9
	売上総利益率	44.8	-	45.5	-	0.7 pt
コンサルティング	売上高	3,171	48.3	3,185	48.3	0.4
	売上総利益	1,801	61.2	1,902	63.4	5.6
	売上総利益率	56.8%	-	59.7%	-	2.9 pt
ネットワーク	売上高	362	5.5	360	5.4	▲0.8
	売上総利益	289	9.8	290	9.7	0.2
	売上総利益率	79.8%	-	80.6%	-	0.8 pt
S P	売上高	3,033	46.2	3,055	46.3	0.7
	売上総利益	854	29.0	808	26.9	▲5.4
	売上総利益率	28.2%	-	26.4%	-	▲1.8 pt

当社の収益目標

◆ 目標とする経営指標
売上高経常利益率

10%以上

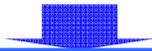


中長期施策

コンサルティング事業

《開発と開拓》

- ◆ CRMによるベース顧客の増加
- ◆ 開発風土の醸成による中小・中堅企業向けコンサルメソッドの充実



中小・中堅企業の分野における総合経営コンサルティングNo.1ポジションの確立
(事業戦略、人と組織の変革、経営システム構築、収益構造改革、後継体制)

ネットワーク事業

《タナベの顧客ネットワークを20,000社構築する》

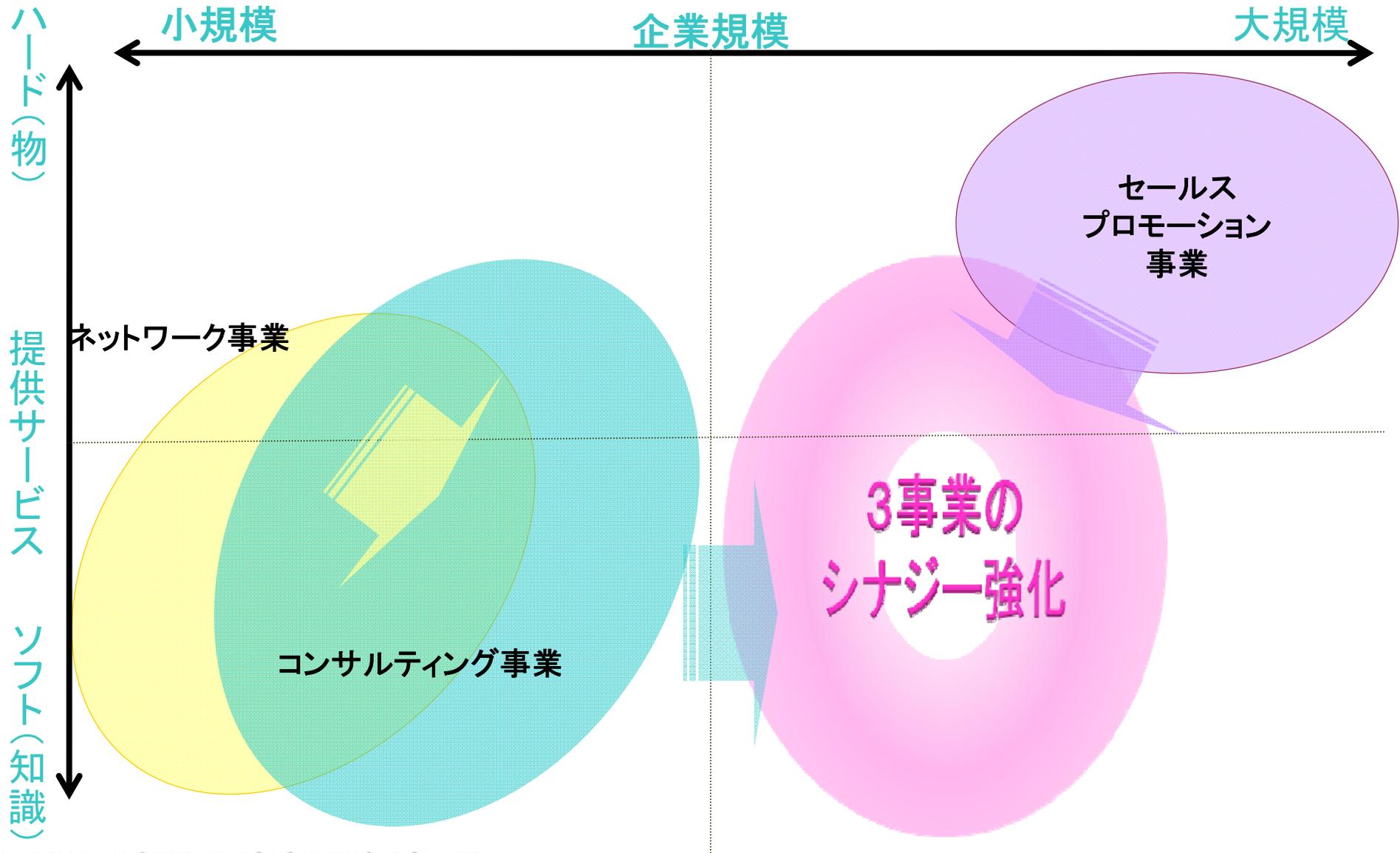
- ◆ 4本柱(直接会員、金融機関、会計事務所、社会保険労務士事務所)の開拓とコンテンツ開発
 - ✓ 零細企業から中小企業への育成システムづくりによる顧客基盤の拡大

セールスプロモーション(SP)事業

《物販から総合プロモーション提案へ》

- ◆ 5本柱(MD、SP、卸、PM、CP)の拡大による総合販促支援領域への展開

中長期の事業戦略 新領域へのチャレンジ





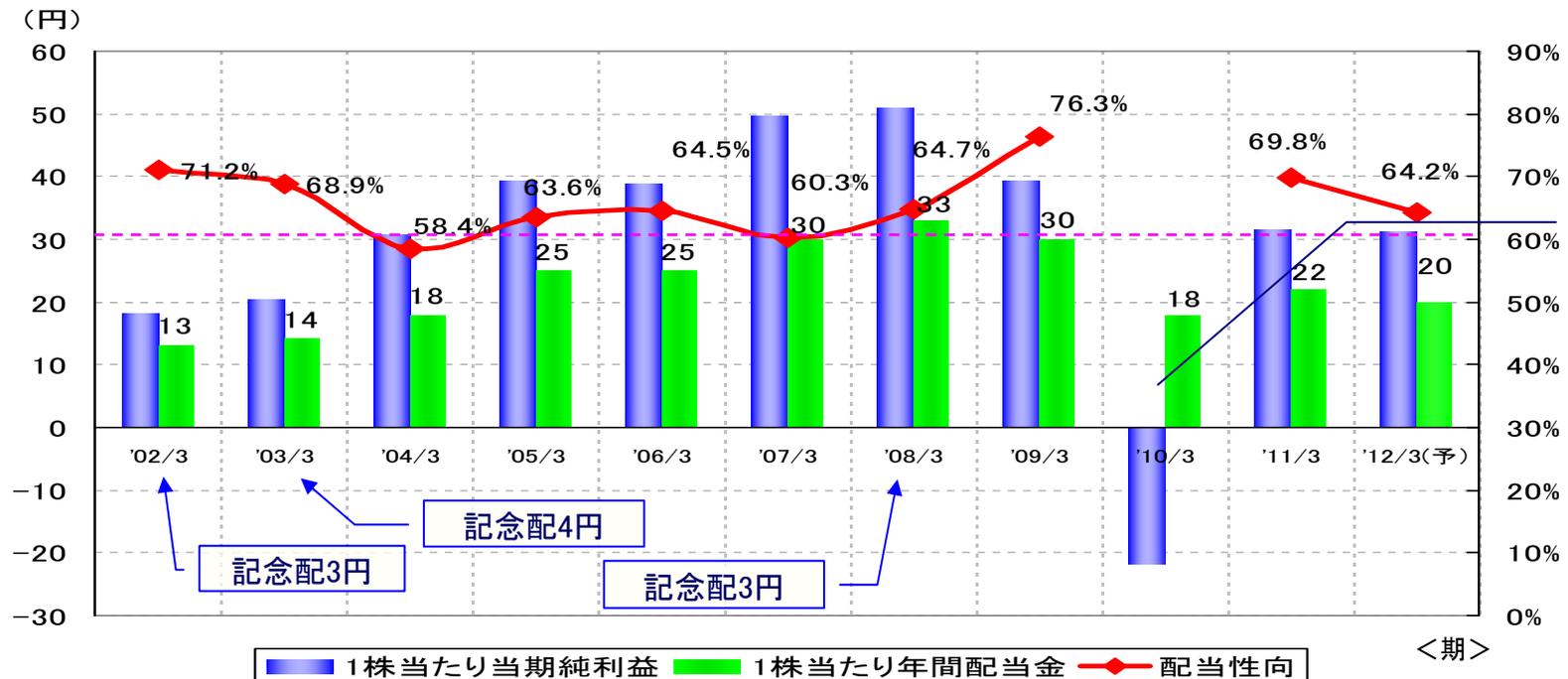
事業内容
2Q決算実績
今期の方針・施策、見通し
株主還元



株主還元策について

- ◆ 配当性向60%を目安に業績等を勘案し配当額を検討
- ◆ 9月30日現在の株主様に、オリジナル手帳「ブルーダイアリー」1冊(3,000円相当)を贈呈

	'10/3期	'11/3期	'12/3期(予想)
配当	18円	22円	20円
配当性向	—	69.8%	64.2%



10年3月期は、当期純損失のため、配当性向は記載しておりません。

将来にわたる予想の部分につきましては、皆様の投資のご参考資料としてご提供するものです。

したがって、当社の推測・予測に基づくものであり、確約や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ことがあるということをご了承の上ご活用いただきますようお願い申し上げます。

株式会社 タナベ経営

お問合せ先：経営企画室

TEL:06-7177-4011 FAX:06-7177-4020

ホームページURL:<http://www.tanabekeiei.co.jp/>