

# 2015年3月期第2四半期 決算説明会

2014年12月17日

株式会社タナベ経営

代表取締役社長

若松 孝彦

FIRST CALL  
COMPANY

100年先も一番に選ばれる会社

1. 2015年3月期第2四半期 決算概要

---

2. 2015年3月期 通期業績予想

---

3. 中期経営計画

---

**売上高：3,365百万円 前年同期比 +128百万円 (+4.0%)**

- ◆ 主力のコンサルティング事業を始め、全事業で増収となり、第2四半期の売上高としては、創業以来で最高となる

**営業利益：310百万円 前年同期比 +25百万円 (+8.8%)**

- ◆ 売上高の増加に対して、継続的な効率化施策や経費削減の効果による

**四半期純利益：213百万円 前年同期比 ▲368百万円 (▲63.4%)**

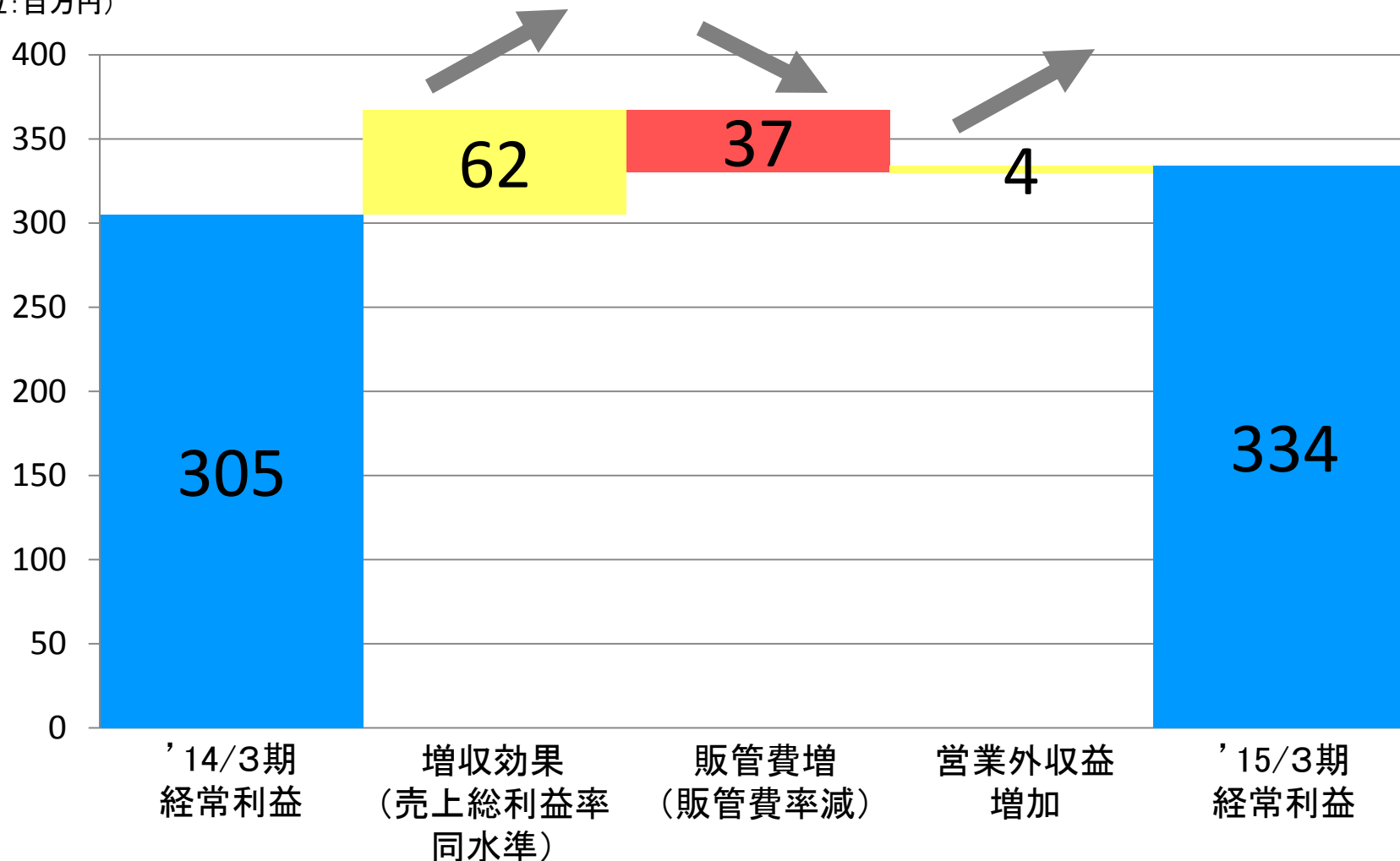
- ◆ 前年同期は所有地譲渡に伴う繰延税金資産の計上という特殊要因があったため、四半期純利益では同比でマイナスとなるが、税引前四半期純利益は、前年同期比+40百万円(+13.7%)となる

# 2015年3月期第2四半期 損益計算書

	' 14/3期 第2四半期	' 15/3期 第2四半期	前年同期比		期初計画値	期初計画差
			増減額	増減率		
(単位:百万円)						
売上高	3,237	<b>3,365</b>	+128	+ 4.0%	3,380	▲14
売上総利益	1,547	<b>1,609</b>	+ 62	+ 4.0%	1,578	+ 31
売上総利益率	47.8%	<b>47.8%</b>	0.0p		46.7%	+1.1p
販売費及び一般管理費	1,261	<b>1,298</b>	+ 37	+ 2.9%	1,288	+ 10
営業利益	285	<b>310</b>	+ 25	+ 8.8%	290	+ 20
営業利益率	8.8%	<b>9.2%</b>	+0.4p		8.6%	+0.6p
経常利益	305	<b>334</b>	+ 29	+ 9.7%	310	+ 24
経常利益率	9.4%	<b>10.0%</b>	+0.6p		9.2%	+0.8p
税引前四半期純利益	294	<b>334</b>	+ 40	+13.7%	—	—
四半期純利益	581	<b>213</b>	▲368	▲63.4%	190	+ 23

# 2015年3月期第2四半期 経常利益増減要因

(単位:百万円)



◆ 増収効果、販管費率の低下、営業外収益の増加により、経常利益は+29百万円(+9.7%)となる

# 2015年3月期第2四半期 セグメント別損益

	'14/3期 第2四半期		'15/3期 第2四半期		前年同期比		期初 計画値	期初 計画差
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率		
(単位:百万円)								
<b>売上高</b>	3,237	100.0%	<b>3,365</b>	<b>100.0%</b>	+128	+ 4.0%	3,380	▲14
コンサルティング	1,802	55.7%	<b>1,893</b>	<b>56.2%</b>	+ 91	+ 5.1%	1,825	+ 68
ネットワーク	183	5.7%	<b>190</b>	<b>5.7%</b>	+ 7	+ 3.9%	184	+ 6
セールスプロモーション	1,250	38.6%	<b>1,281</b>	<b>38.1%</b>	+ 30	+ 2.4%	1,371	▲89
<b>売上総利益</b>	1,547	47.8%	<b>1,609</b>	<b>47.8%</b>	+ 62	+ 4.0%	1,578	+ 31
コンサルティング	1,086	60.3%	<b>1,102</b>	<b>58.2%</b>	+ 16	+ 1.5%	1,083	+ 19
ネットワーク	149	81.4%	<b>158</b>	<b>83.2%</b>	+ 9	+ 6.0%	149	+ 9
セールスプロモーション	311	24.9%	<b>348</b>	<b>27.2%</b>	+ 37	+11.9%	348	0
<b>営業利益</b>	285	8.8%	<b>310</b>	<b>9.2%</b>	+ 25	+ 8.8%	290	+ 20
コンサルティング	454	25.2%	<b>497</b>	<b>26.3%</b>	+ 43	+ 9.5%	—	—
ネットワーク	27	14.8%	<b>37</b>	<b>19.7%</b>	+ 9	+34.6%	—	—
セールスプロモーション	▲150	—	▲133	—	+ 17	—	—	—
本社管理費	▲ 46	—	▲ 91	—	▲ 45	—	—	—

※ 各事業の利益の構成比は、利益率を表示。

## チームコンサルティング

- ◆ 中堅・中小企業を対象に「5つの変革アプローチ」からチームコンサルティングを編成し、実績と臨床研究を踏まえ、地域密着で、的確な戦略判断を提供しております。

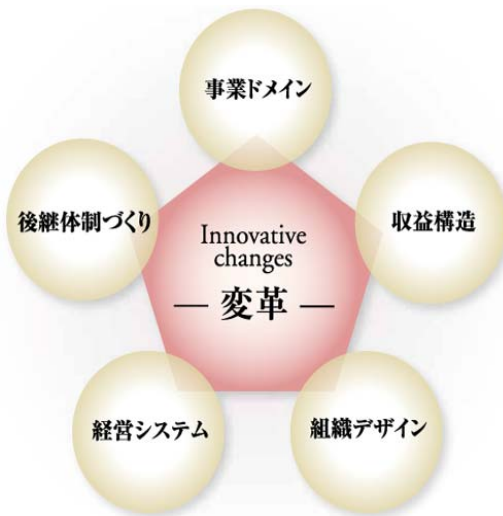
## 戦略ドメイン研究会

- ◆ 「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」の研究を成長ドメイン(事業領域)や、ファンクション(機能テーマ)の「13分野」に分けて、全国、海外をフィールドに研究活動を展開しております。

## 人材開発

- ◆ 会社ビジョンを推進、展開、実現できる人材を戦略リーダーと定義し、そのような人材をより多く輩出する育成支援をしております。9つの「ブランドセミナー」も開催しております。

### 【5つの変革アプローチ】



戦略ドメイン (業種)から探す	環境	食品	ヘルスケア	卸流通
Web・通販	フードサービス	住まいと暮らし	カーライフ	~ものづくり~ テクノロジーブランド
経営課題 から探す	経営の見える化	人材マネジメント	ブランディング戦略	戦略財務

### 階層別セミナーのご紹介

人材育成ニーズ(課題)	セミナー
次年度の自社の経営方針を策定	経営戦略セミナー
中期ビジョン実現のためのビジネスモデルを学ぶ	ファーストコールカンパニーフォーラム
社長がなすべき最重要業務を学ぶ	社長教室
後継経営者に求められる実践経営学を修得	後継経営者スクール
プロ役員としての使命・役割を学ぶ	プロ役員セミナー
プロの幹部社員として求められる戦略実行力を高める	プロ戦略幹部スクール
経営者の視点で行動できる幹部を育成	幹部候補生スクール
「理論より実践」で中堅リーダーの質を高める	中堅リーダー特訓セミナー
組織の一員として明るく元気に行動できる社員を育成	新入社員教育実践セミナー

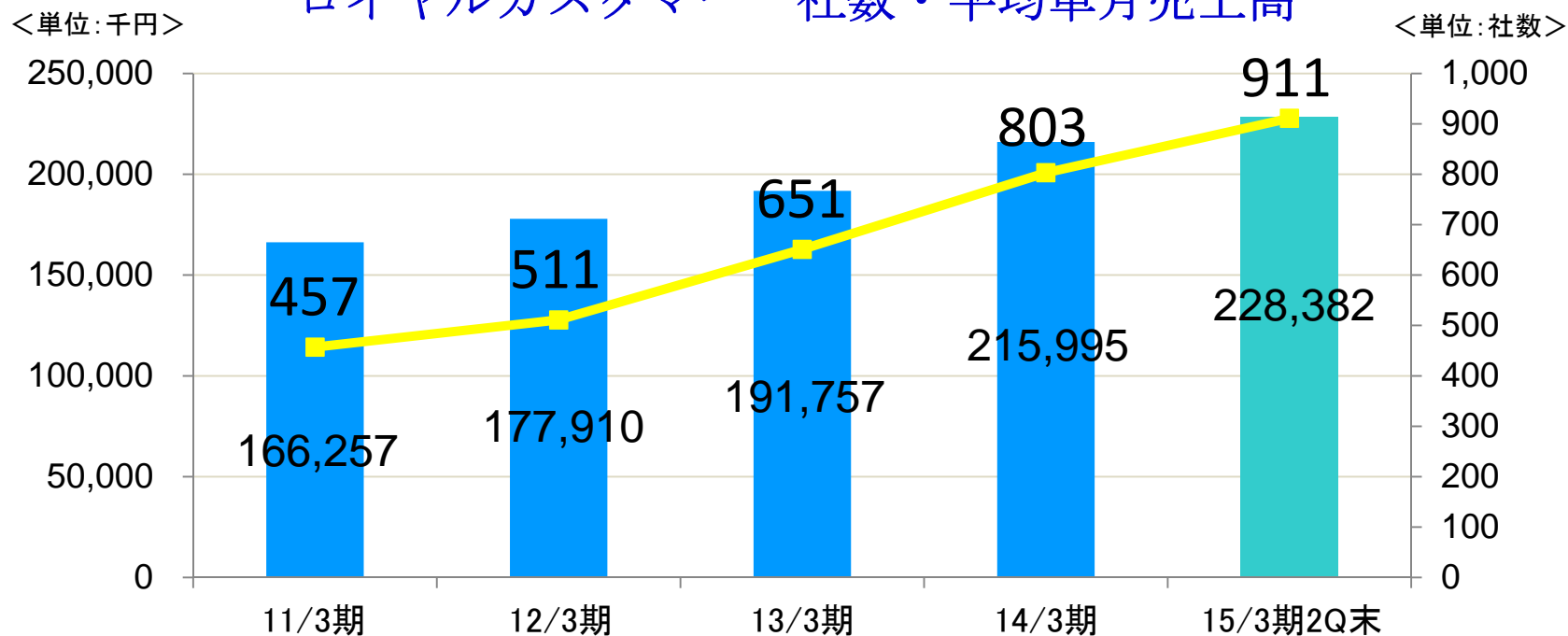
(単位:百万円)	' 14/3 期 第 2 四半期	' 15/3 期 第 2 四半期	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	1,802	<b>1,893</b>	+ 91	+ 5.1%
コンサルティング部門	1,471	<b>1,526</b>	+ 55	+ 3.7%
セミナー部門	291	<b>324</b>	+ 33	+11.1%
その他	40	<b>43</b>	+ 3	+ 7.5%
売上総利益	1,086	<b>1,102</b>	+ 16	+ 1.5%

- ◆ チームコンサルティング(経営協力)の好調や、新たに3つの研究会(住まいと暮らし、戦略財務、ブランディング)が発足したこと等により、ロイヤルカスタマー ※ の社数・売上高ともに前年同期比で順調に増加
- ◆ 新入社員セミナー・幹部候補生スクールの好調や、動員活動の強化により、第2回目の開催であったファーストコールカンパニーフォーラムの参加者が増加(前年度811名 → 今年度1,137名)したこと等により、セミナー部門も順調に推移
- ◆ 人件費の増加により、売上総利益率が前年同期比で微減するも、今後は新入社員のレベルアップによる収益貢献が期待できる

※ 半年～1年間の安定ベースとしてフィーを頂けるサービス利用先。この社数・売上高をKPI設定することにより、安定した収益を実現。



## ロイヤルカスタマー 社数・平均単月売上高



社数内訳 ロイヤル カスタマー		11/3期	12/3期	13/3期	14/3期	15/3期2Q末
	チームコンサルティング(経営協力)	323	338	374	406	417
	シリーズ人材育成(長期教育)	31	26	46	47	65
	地域トップ会・中堅企業社長会	103	117	110	135	119
	戦略ドメイン&マネジメント研究会		30	121	215	310

FIRST CALL  
COMPANY

100年先も一番に選ばれる会社

ロイヤル  
カスタマー

チームコンサルティング(経営協力)  
シリーズ人材育成(長期教育)  
地域トップ会・中堅企業社長会  
戦略ドメイン&マネジメント研究会

ブランディング  
セミナー

経営戦略セミナー/ファーストコールカンパニー  
フォーラム/社長教室/プロ役員セミナー/  
プロ戦略幹部スクール/幹部候補生スクール

組織会員化

ファーストコールカンパニー会員/  
直接会員・提携先会員

## ◆ 新たな3つの研究会が発足(合計91社の参加)



## ◆ 1,137名が参加したファーストコールカンパニーフォーラム



### ファーストコールカンパニー宣言 100年先も一番に選ばれる会社

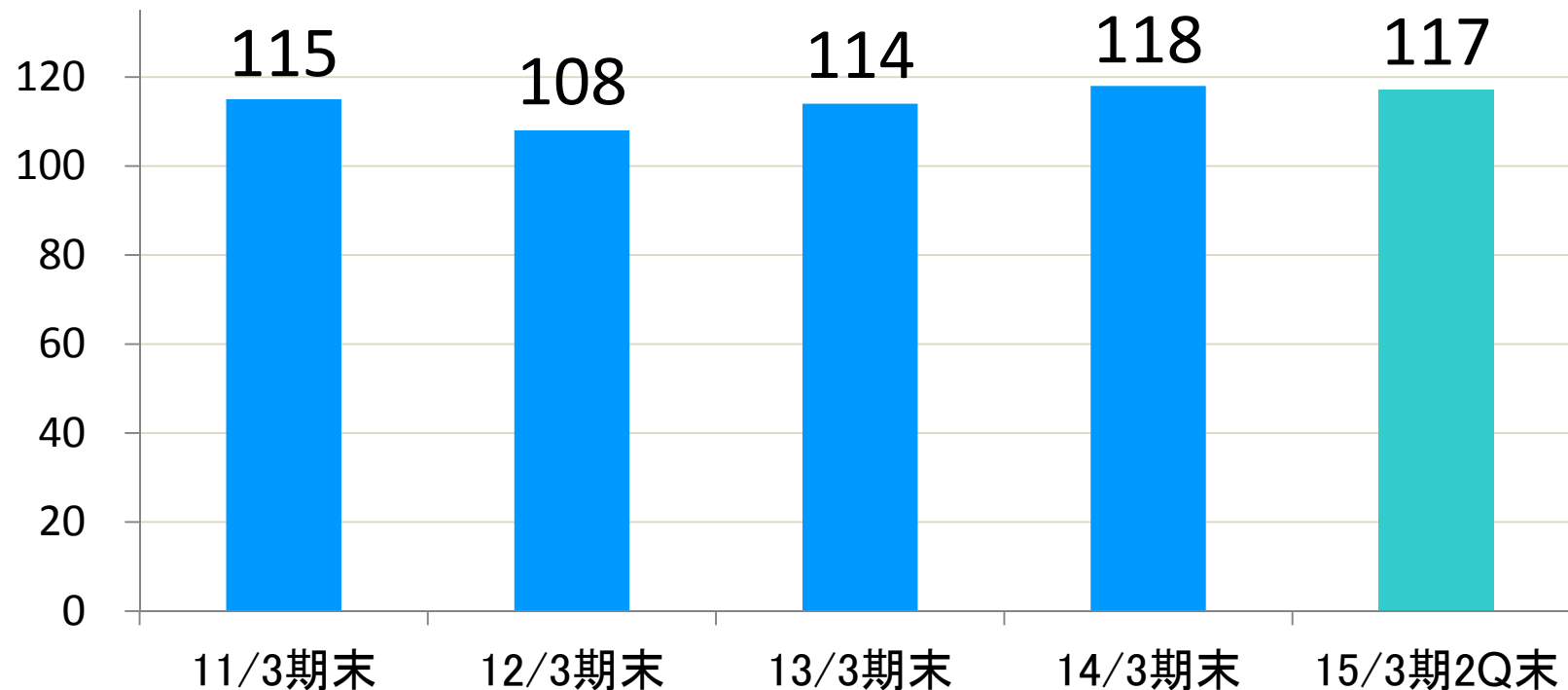
- 1 **顧客価値**のあくなき追求  
顧客価値を見つめる謙虚さと強みを磨く経営
- 2 **ナンバーワンブランド**事業の創造  
ブランド事業を生み出すナンバーワン戦略モデル
- 3 **強い企業体力**への意志  
経常利益率10%と無借金経営の財務体質
- 4 **自由闊達に開発**する組織  
自己変革できるチームと開発力を発揮する組織
- 5 **事業承継の経営技術**  
志(こころざし)を次代へ承継する100年経営



- ◆ 管理本部に採用担当者を補強。年間を通じた中途採用の実施により人員増加を図る
- ◆ チームコンサルティングや研究会参加によるOJT、研修等で育成に注力し、生産性向上のスピードアップを図る

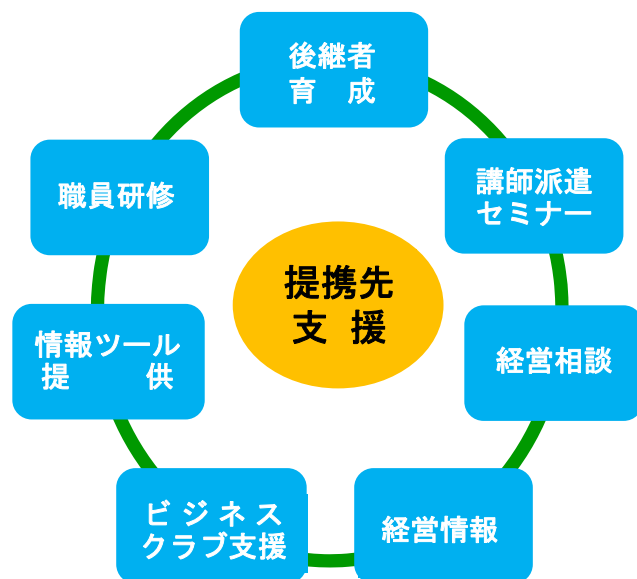
## コンサルタント人員推移

<単位:人>



- ◆ 経営者向けの直接会員組織を運営 ⇒ EC(イーグルクラブ)、NLC(ニューリーダーズクラブ)
- ◆ 提携金融機関・会計事務所の会員組織の運営支援 ⇒ コンサルティングノウハウを基にした勉強会の支援、経営情報の発信

## 【運営支援】



## 【経営情報の発信】

### ◆ WEBサービス



### ◆ 経営CD



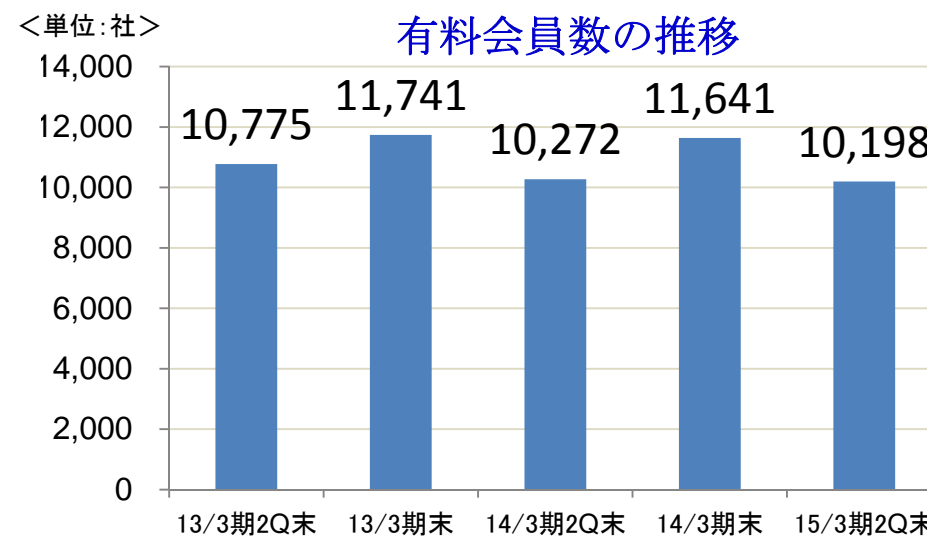
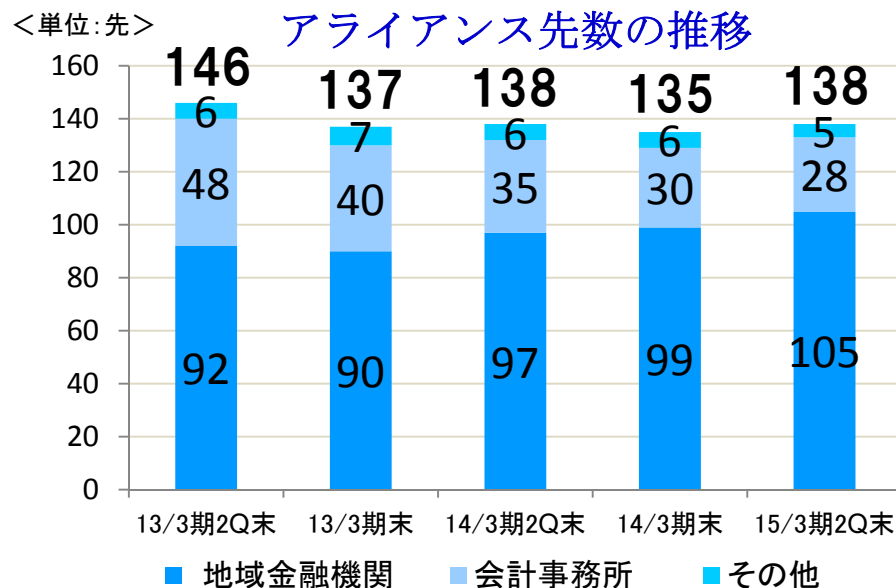
### ◆ 経営情報 三誌



# ネットワーク事業 第2四半期決算

(単位:百万円)	' 14/3 期 第 2 四半期	' 15/3 期 第 2 四半期	対前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	183	190	+ 7	+ 3.9%
売上総利益	149	158	+ 9	+ 6.0%

- ◆ 地域金融機関のアライアンス先数が6先増加して105先となり、これらに向けた講演会等や情報提供の売上が堅調に推移
- ◆ 安定収入が見込めるイーグルクラブ等の会員数については、減少に歯止めをかけるために、サービスメニューの再構築を図っている



	分野	カテゴリー	チャネル
販促支援	セールスプロモーション (SP)	販促用品の法人直接販売	広告代理店と競合しない先 (TV媒体不要先)
	プロモーションマネジメント (PM)	イベント、店頭プロモーション、キャンペーン、サンプリング、専門誌広告、Web	自社ブランドをもつ企業 (食品、サービス業等)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●手帳の卸売</li> <li>●ノベルティパーツの卸売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●手帳を書店・文具卸・小売量販店(ホームセンター等)を通じて販売</li> <li>●ノベルティパーツ等を地方印刷業者に販売し、SP事業を支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●書店・文具卸・小売量販店</li> <li>●印刷加工業者</li> </ul>
	マーチャндаイジング(MD) ー販売品の企画	顧客販売用商品の企画開発の展開	オリジナル商品展開の小売店 (アパレルや観光土産店など)

## 【マーチャндаイジング(MD)商品例】

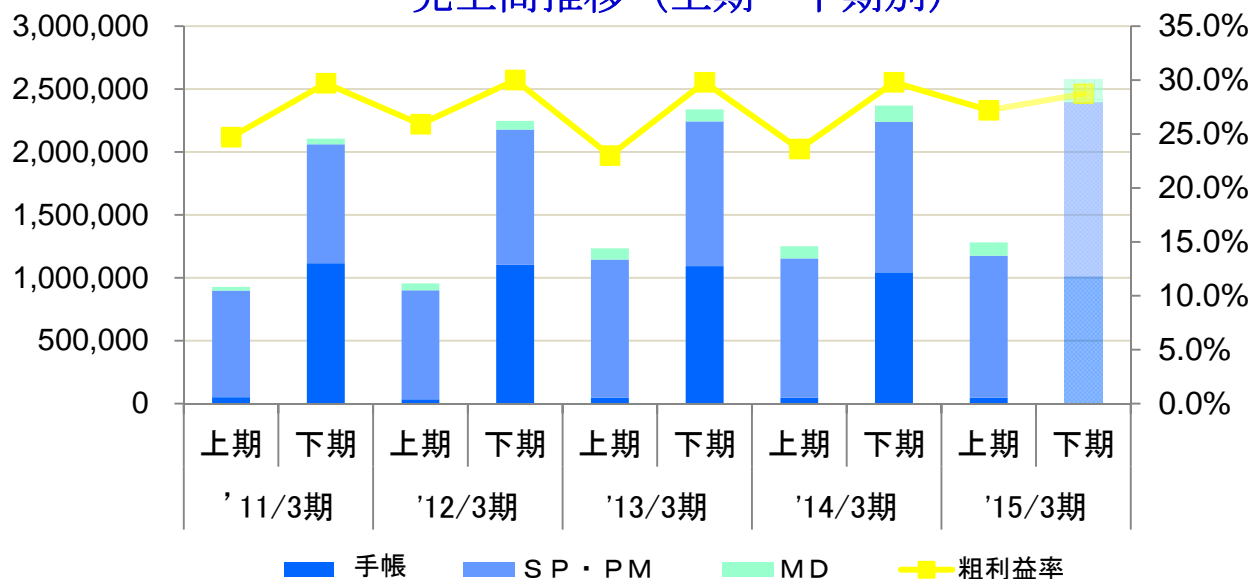
<p>株式会社読売新聞東京本社 様</p> <p>猫ピッチャー ミー太郎クレーナー めがね拭きマスコット ©2013 そにしけんじ/読売新聞社</p> <p>ご当地ルフィー 根付ストラップ (東京ドームバージョン)</p> <p>猫缶</p>	<p>株式会社にんべん 様</p> <p>整飾型消しゴム</p> <p>整飾削り器型鉛筆削り</p>	<p>株式会社きものブレイン 様</p> <p>きもの収納BOX</p>	<p>東京大学 様</p> <p>ペン</p> <p>一筆箋</p>	<p>東京都浴場組合 様</p> <p>銭湯 木札ストラップ</p>
---	--	--------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

(単位:百万円)	'14/3期 第2四半期	'15/3期 第2四半期	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	1,250	1,281	+30	+ 2.4%
売上総利益	311	348	+37	+11.9%

- ◆ 前年同期比で、SP・PM売上は1.9%増加、MD売上は8.9%増加、手帳売上は同水準
- ◆ 付加価値の高い手帳は商品特性上、第3四半期に受注が偏るため、下期の利益率は上期を上回る見込み

<単位:千円>

売上高推移 (上期・下期別)



- ◆ '15/3期下期は、前年同期比でSP・PM売上とMD売上ともに15%以上成長、手帳売上は同水準を見込む。結果、通期の全体売上高は+6.7%を見込む。



1. 2015年3月期第2四半期 決算概要

---

2. 2015年3月期 通期業績予想

---

3. 中期経営計画

---

# 2015年3月期 損益見通し

(単位:百万円)	' 14/3期	' 15/3期 見通し	前年同期比		' 15/3期 第2四半期	
			増減額	増減率	実績	進捗率
売上高	7,582	<b>7,890</b>	+ 307	+ 4.1%	3,365	42.7%
売上総利益	3,336	<b>3,450</b>	+ 113	+ 3.4%	1,609	46.7%
売上総利益率	44.0%	<b>43.7%</b>	▲0.3p		47.8%	
営業利益	673	<b>695</b>	+ 21	+ 3.2%	310	44.7%
営業利益率	8.9%	<b>8.8%</b>	▲0.1p		9.2%	
経常利益	709	<b>730</b>	+ 20	+ 2.8%	334	45.9%
経常利益率	9.4%	<b>9.3%</b>	▲0.1p		10.0%	
当期(四半期)純利益	780	<b>450</b>	▲330	▲42.4%	213	47.4%
1株当たり配当金	30円	<b>32円</b>	+2円	+ 6.7%	—	
配当性向	33.3%	<b>61.6%</b>	+28.3p		—	

※ ' 14/3期の当期純利益は、特殊要因(固定資産譲渡)を除くと418百万円。

# 2015年3月期 セグメント別損益見通し

	' 14/3 期		' 15/3 期 見通し		前年同期比		' 15/3 期 第2四半期	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率	実績	進捗率
(単位:百万円)								
<b>売上高</b>	7,582	100.0%	<b>7,890</b>	<b>100.0%</b>	+307	+ 4.1%	3,365	42.7%
コンサルティング	3,592	47.4%	<b>3,655</b>	<b>46.3%</b>	+ 62	+ 1.8%	1,893	56.3%
ネットワーク	371	4.9%	<b>375</b>	<b>4.8%</b>	+ 3	+ 1.0%	190	50.9%
セールスプロモーション	3,619	47.7%	<b>3,860</b>	<b>48.9%</b>	+ 240	+ 6.7%	1,281	33.2%
<b>売上総利益</b>	3,336	44.0%	<b>3,450</b>	<b>43.7%</b>	+ 113	+ 3.4%	1,609	46.7%
コンサルティング	2,013	56.0%	<b>2,059</b>	<b>56.3%</b>	+ 45	+ 2.3%	1,102	53.5%
ネットワーク	298	80.3%	<b>301</b>	<b>80.3%</b>	+ 2	+ 0.9%	158	52.5%
セールスプロモーション	1,025	28.3%	<b>1,090</b>	<b>28.2%</b>	+ 64	+ 6.3%	348	31.9%
<b>営業利益</b>	673	8.9%	<b>695</b>	<b>8.8%</b>	+ 21	+ 3.2%	310	44.7%
コンサルティング	822	22.9%	<b>850</b>	<b>23.3%</b>	+ 27	+ 3.4%	497	58.5%
ネットワーク	52	14.0%	<b>55</b>	<b>14.7%</b>	+ 2	+ 5.6%	37	68.2%
セールスプロモーション	59	1.6%	<b>80</b>	<b>2.1%</b>	+ 20	+35.3%	▲133	—
本社管理費	▲259	—	▲290	—	▲30	—	▲91	—

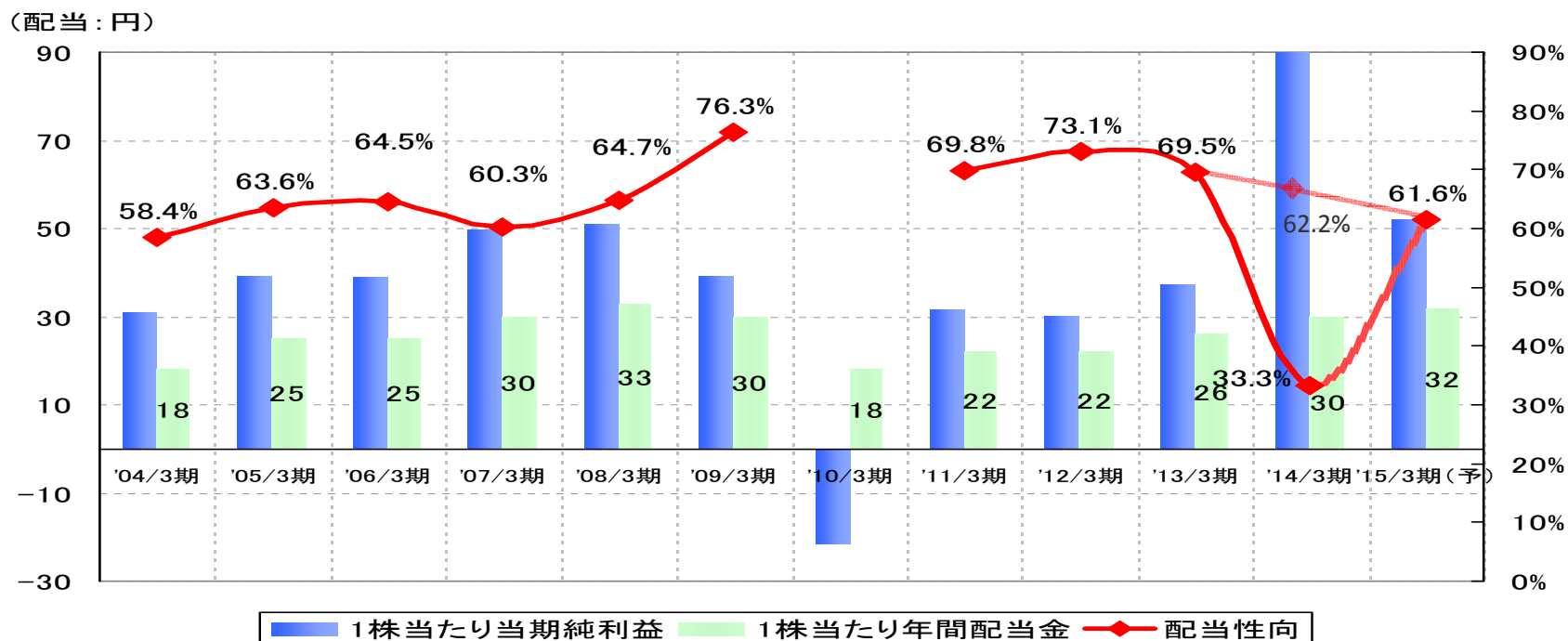
※ 各事業の利益の構成比は、利益率を表示。

# 株主還元

	'12/3期	'13/3期	'14/3期	'15/3期
配当	22円	26円	30円	32円
配当性向	73.1%	69.5%	33.3% ※	61.6%

※ '14/3期配当性向は、  
特殊要因を除いた当期  
純利益ベースで62.2%

- ◆ 配当性向60%を目安に、業績等を勘案し(特殊要因等は除く)、配当額を検討
- ◆ 9月30日現在の株主様に3,000円相当の「ブルーダイアリー手帳」(オリジナル革表紙)1冊を贈呈



1. 2015年3月期第2四半期 決算概要

---

2. 2015年3月期 通期業績予想

---

3. 中期経営計画

---

変化 成長  
Change & GROW

2018年の60周年へ、2020年のその先へ

経常利益10億円、売上高100億円、経常利益率10%以上の実現

【事業戦略】  
コンサルティング  
&  
コングロマリット戦略

祖業であり、高付加価値の  
コンサルティングを全社、全事業に  
拡大・多角化する戦略

【組織戦略】  
戦略パートナー組織

全国展開の強みを活かし、  
都市&地方の中堅企業へ  
戦略価値を提供できる組織体制

【経営システム】  
ビジョンマネジメント

新・中期ビジョンを  
強力に推進できる  
マネジメント手法の全社導入

現在の事業領域

コンサルティング  
統轄本部

ネットワーク本部

セールスプロモーション  
事業部



チームコンサルティング領域の変化と成長

コンサルティング  
戦略本部

マネジメント  
パートナーズ本部

SPコンサル  
ティング本部

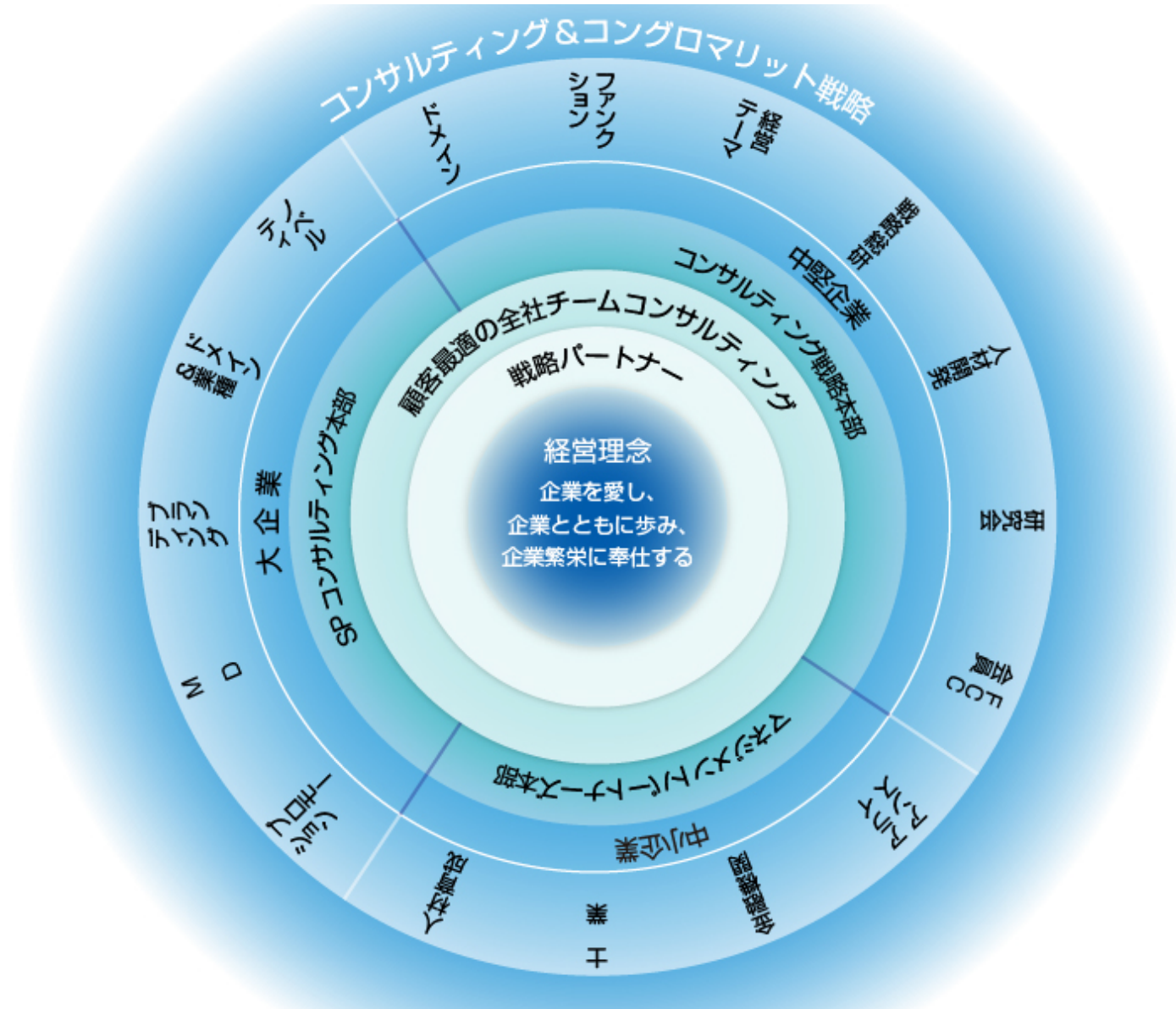
都市&地方別エリア戦略強化  
+  
成長ドメイン&ファンクションの  
中堅企業コンサルティング拡大  
(食品、ヘルスケア、住まい等)  
+  
戦略総合研究所の設置

統合

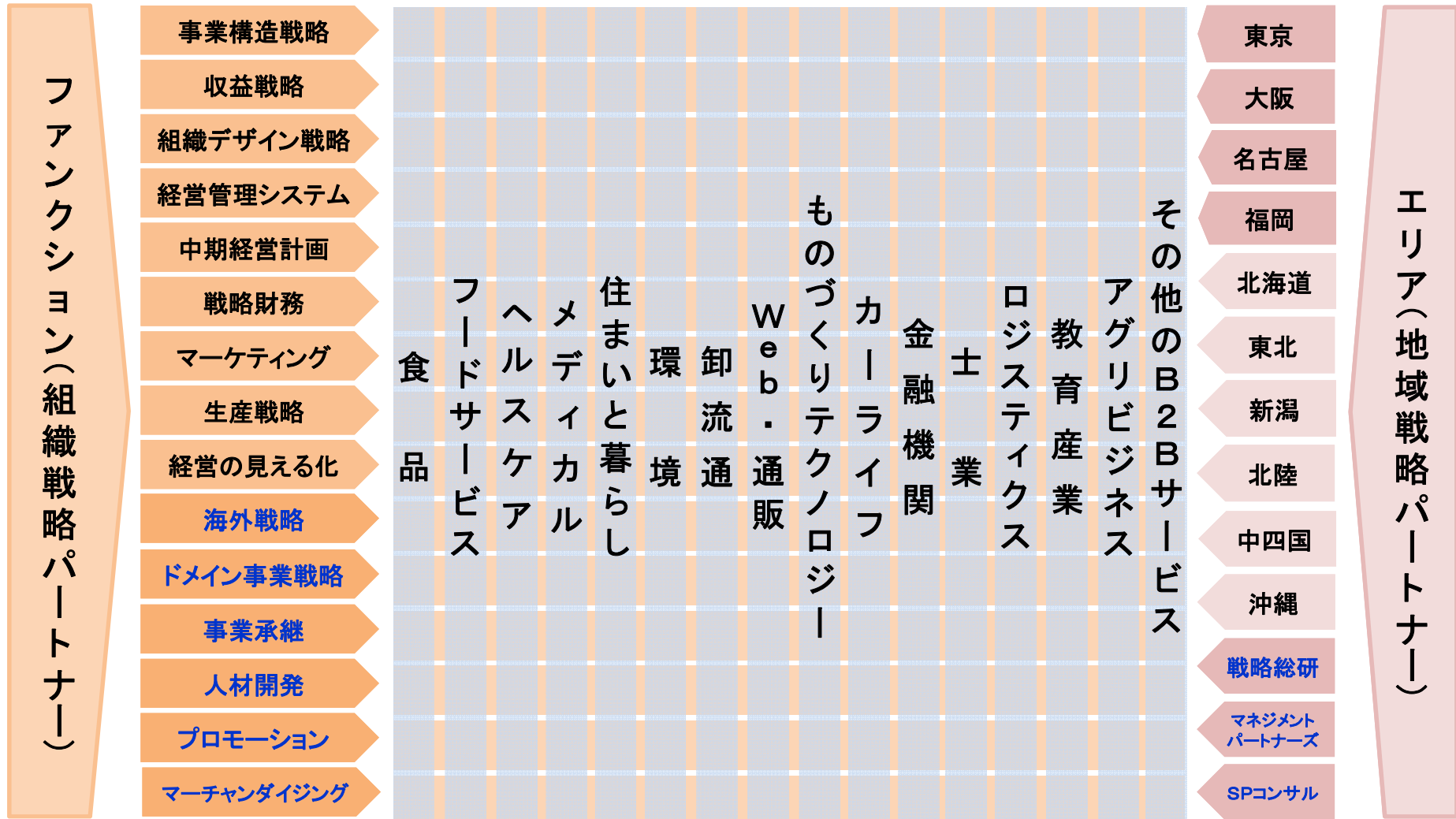
アライアンス事業の強化  
+  
アライアンス先人材育成  
+  
アライアンス先の顧客の  
中小・零細企業への  
人材育成サービス

SPコンサルティング  
(業種別プロモーション&  
マーチャンダイジング)  
+  
物販サービス  
(ノベルティ・手帳等)





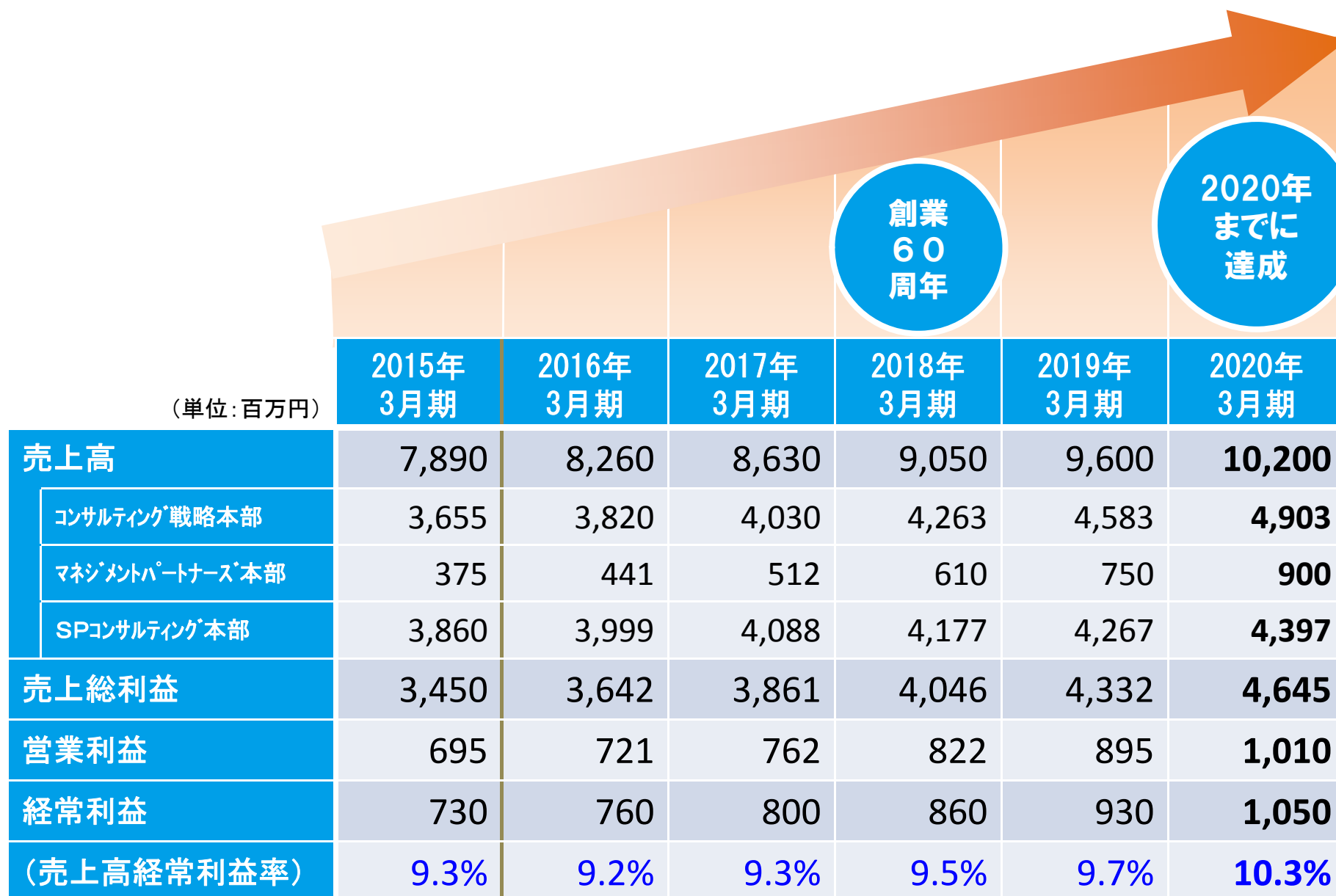
## 成長ドメイン(事業戦略パートナー)



ビジョン実現を強かに推進するマネジメント手法を「**ビジョンマネジメント**」と定義し、全社・全事業へ導入。中期経営計画、年度経営方針、事業部方針へとブレークダウンしてKPIを設定。ビジョン達成プロセスの共有化と推進体制を強化する。



※ K1とは、「ナレッジ・ナンバーワン」という名の開発活動の社内用語。



# 変化 成長

## Change & GROW

2018年の60周年へ、2020年のその先へ

チームコンサルティングモデルの創造  
＝成長ドメイン(社会課題)×戦略パートナー組織(垂直展開)

経常利益10億円、売上高100億円、経常利益率10%以上の実現

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・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、ご活用頂きますよう、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/>