

タナベ経営

9644 東証 JASDAQ

2016 年 1 月 29 日（金）

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this document.

企業調査レポート

執筆 客員アナリスト
佐藤 譲

■コンサルティング & コングロマリット戦略の推進により、 変化と成長に挑む

タナベ経営<9644>は、1957年創業の日本における中堅・中小企業向け経営コンサルティングのパイオニアであり、大手。経営ミッションは、「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創造」。「戦略パートナー」として、事業戦略の立案から、経営システムの構築、人材育成まで経営全般にわたるコンサルティングに加えて、セールスプロモーション（以下、SP）のコンサルティングなども全国で展開している。今後も、「コンサルティング & コングロマリット戦略（C&C 戦略）」（コンサルティング領域の多角化戦略）の推進により、成長を加速化させていく方針である。堅実経営と無借金経営、自己資本比率で 80% 超となる強固な財務体質を強みとする。

2016 年 3 月期第 2 四半期累計業績は、売上高が前年同期比 8.0% 増の 3,636 百万円、経常利益が同 25.5% 増の 420 百万円といずれも期初計画を上回り、増収増益基調が続いた。経営コンサルティング事業において、主力のチームコンサルティング型経営協力の契約件数が増加したことに加えて、教育・人材育成、セミナー等の売上げも好調に推移したことが増収要因となった。主力顧客層である中堅企業を中心に、事業多角化や人材育成に関する投資意欲が活発化しており、こうしたニーズを確実に取り込んでいることが好業績の要因となっている。

2016 年 3 月期は売上高が前期比 2.3% 増の 8,050 百万円、経常利益が同 2.7% 増の 830 百万円と期初計画を据え置いているが、第 3 四半期以降もコンサルティング売上げが好調に推移しており、会社計画を上回る公算が大きいと弊社では見ている。

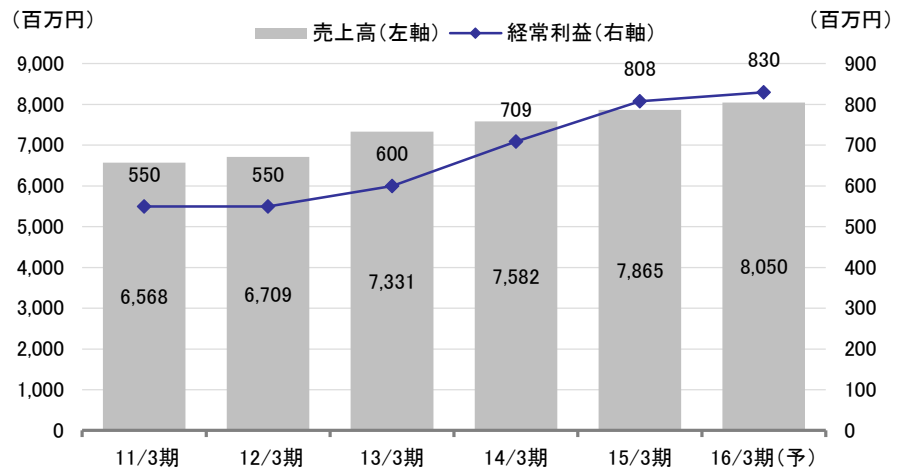
他社にはない同社の強みは、58 年間の歴史で培ってきたドメイン（事業領域・業種）、ファンクション（組織）、エリア（地域）における成功済みの戦略メソッドを有することや、全国の地域金融機関等 140 を超える提携ネットワークを構築していること、SPコンサルティングも含めた総合コンサルティングサービスを提供できることなどが挙げられる。今後も、社会的課題・未来へのテーマを対象とした戦略ドメイン & マネジメント研究会や教育・研修サービスなどを切り口として経営コンサルティング契約を伸長させ、収益拡大を進めていく方針だ。なお、株主還元策として引き続き配当性向 60% を目安に配当を実施していく方針で、収益成長とともに配当成長も期待される。

■ Check Point

- ・ 四半期純利益が前年同期比 48.5% 増の 3 億 1,600 万円と大幅増
- ・ 大手・中堅企業の新規顧客開拓が進む
- ・ コンサルタント人員の増員が直近の課題

2016 年 1 月 29 日（金）

業績推移

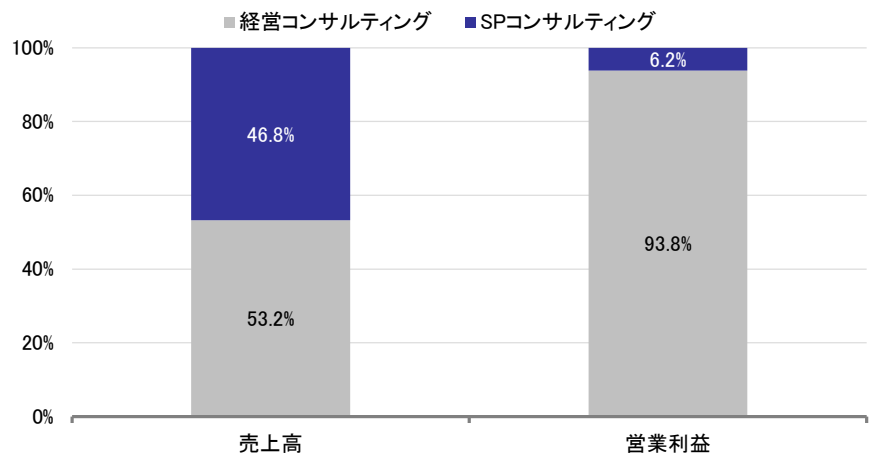


事業概要

2016 年 3 月期 2Q 末でのロイヤルカスタマー数は 1150 社

同社の事業セグメントは 2016 年 3 月期より、経営コンサルティング事業（従来のコンサルティング事業、ネットワーク事業を統合）、SP コンサルティング事業（従来の SP 事業）の 2 つの事業セグメントで開示している。2015 年 3 月期の売上構成比を新セグメント区分に組み替えて見ると、経営コンサルティング事業が 53.2%、SP コンサルティング事業が 46.8% とほぼ拮抗した格好となっているが、営業利益では経営コンサルティング事業で全体の 90% 以上を占めており、この傾向はここ数年変わっていない。

セグメント別構成比(2015年3月期)



注：営業利益は本社管理費控除前ベース

2016 年 1 月 29 日（金）

コンサルティング会社の種類としては、経営全般に関するコンサルティングを行う「総合型」、IT や財務、生産など機能ごとに専門化したコンサルを行う「機能特化型」、また、医療分野など専門的な知識などが求められる「業界特化型」、調査分析を専門に行う「シンクタンク」の大きく 4 種類に分類される。同社はこのうち総合型のコンサルティング事業を展開しており、「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）」の創造を経営ミッションとして、各種コンサルティングサービスを展開している。

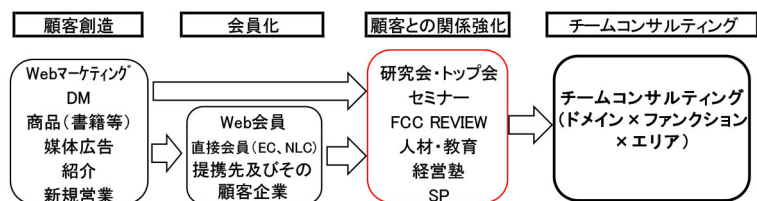
ファーストコールカンパニーを目指していくうえでの要件

- ・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）
- ・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）
- ・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）
- ・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）
- ・事業承継の経営技術（志を次代へ承継する 100 年経営）

(1) 経営コンサルティング事業

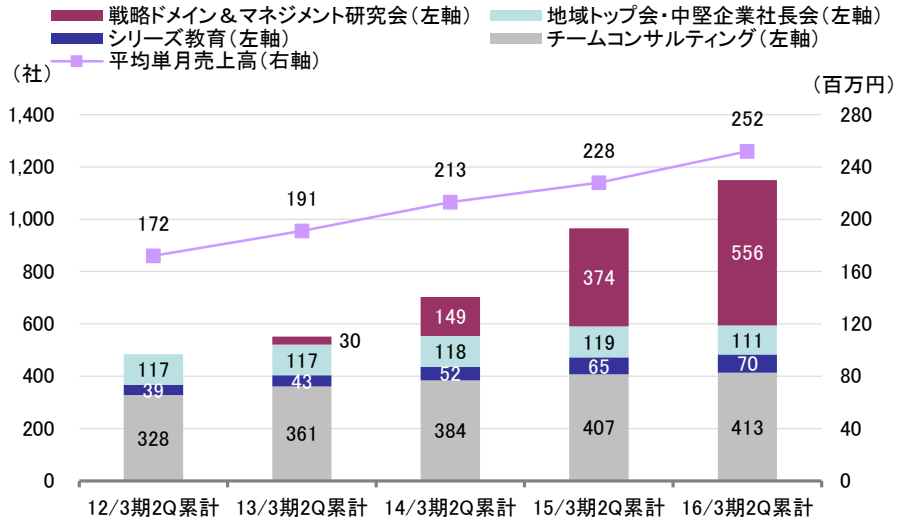
同事業の売上高はサービスの内容によって、チームコンサルティング型経営協力、人材育成・教育、セミナー（社長教室、ファーストコールカンパニーフォーラム、後継経営者スクール等）、各種会（戦略ドメイン＆マネジメント研究会、地域トップ会）、アライアンス（提携）& 会員部門に分かれているが、なかでもチームコンサルティング型経営協力が主力サービスとなっており、同事業売上高の 5 割強を占めている。また、人材育成やセミナー、各種会などはチームコンサルティング型経営協力サービスにつなげていくための導線となるサービスの位置付けになる。その他、各種サービスの企画・プロデュースやセミナー・出版、分析レポートなどの作成、発信を行う戦略総合研究所も同事業セグメントの中に含まれている。

顧客獲得の流れ



同社ではこれらサービスの中で契約期間が半年以上となるコンサルティングサービスを提供している顧客を「ロイヤルカスタマー」と位置付け、その社数・売上高を KPI に設定している。2016 年 3 月期第 2 四半期末時点のロイヤルカスタマー数は 1,150 社と順調に拡大している。内訳を見ると、2011 年よりサービスを開始した戦略ドメイン＆マネジメント研究会が大きく伸びていることがわかる。サービス単価が安価なため、売上高への貢献という点では軽微であるものの、同研究会の参加を通じてチームコンサルティング型経営協力の契約に結びつくケースも増えてきており、導線としての役割は十分果たしていると言えよう。2011 年 3 月期以降、同社の業績は増収増益基調が続いているが、こうしたロイヤルカスタマーの拡大戦略が大きく貢献していると考えられる。

ロイヤルカスタマー社数・平均単月売上高推移



なお、アライアンス（提携）&会員部門は従来のネットワーク事業になるが、アライアンス先としては地域金融機関を中心に当第2四半期末時点で148件となっている。主に金融機関向けの支店長研修を中心とした階層別研修サービスのほか、その顧客企業の後継経営者向け勉強会である「経営塾」にコンサルタントが講師として出向しており、同サービスを通じて経営協力サービスの契約に結び付けていく戦略となっている。また、会員サービスは、イーグルクラブやニュー・リーダーズ・クラブ等の各種経営情報サービスを有料で提供するサービスで、会員数は2015年9月末で10,307社となっている。

セールスプロモーションの新たなコンサルティングモデル

(2) SP コンサルティング事業

SP コンサルティング事業は、顧客企業に対する販促計画の企画・推進やプロモーションツールの提供などの SP コンサルティング、SP（販促）商品の販売のほか、ビジネス手帳の卸売販売、顧客企業のオリジナルブランド商品の企画開発や販売ルートの開拓支援などのマーチャンダイジングで構成される。

具体的には、経営コンサルティング事業で支援する顧客企業のマーケティングや商品ブランディング、店頭や売り先での販売促進支援、商品の開発や海外の販路開拓支援をSPコンサルタントが請け負う。

2015年3月期の売上構成比としてはSPコンサルティング及びSP商品で同事業セグメントの約6割、ビジネス手帳で約3割、残り1割弱がマーチャンダイジングとなっている。また、顧客層は中小企業から大企業まで幅広く、約3,500社となっている。

SP コンサルティング事業の概要

カテゴリー	内容
SP コンサルティング	販促計画の企画・推進、プロモーションツール
SP 商品	販促用品の法人直接販売
手帳	手帳を書店、文具卸、小売量販店を通じて販売
マーチャンダイジング	顧客販促用商品の企画開発、販売チャネル・ルートの開拓

2016 年 1 月 29 日（金）

■ 決算動向

四半期純利益が前年同期比 48.5% 増の 3 億 1,600 万円と大幅増

(1) 2016 年 3 月期第 2 四半期累計業績

11 月 4 日付で発表された 2016 年 3 月期第 2 四半期累計の業績は、売上高が前年同期比 8.0% 増の 3,636 百万円、営業利益が同 30.5% 増の 405 百万円、経常利益が同 25.5% 増の 420 百万円、四半期純利益が同 48.5% 増の 316 百万円と増収増益基調が続き、期初計画比でも売上高、利益ともに上回るなど好決算となった。

2016 年 3 月期第 2 四半期累計業績

（単位：百万円）

	15/3 期 2Q 累計		16/3 期 2Q 累計				
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	前年同期比	計画比
売上高	3,365	100.0%	3,400	3,636	100.0%	8.0%	6.9%
売上原価	1,756	52.2%	—	1,838	50.6%	4.7%	—
販管費	1,298	38.6%	—	1,392	38.3%	7.2%	—
営業利益	310	9.2%	290	405	11.1%	30.5%	39.8%
経常利益	334	10.0%	310	420	11.6%	25.5%	35.6%
四半期純利益	213	6.3%	210	316	8.7%	48.5%	50.7%

注）会社計画は期初計画

経営コンサルティング事業で、主力のチームコンサルティング型経営協力の契約件数が順調に増加したほか、教育・人材育成、セミナー等の売上げも好調に推移したこと、また、SP コンサルティング事業においても SP コンサルティングや SP 商品の大型案件が寄与するなど好調に推移したことが、前年同期比及び計画比での増収要因となった。

また利益面では、増収効果に加えて IT 化の推進に伴う業務効率の向上並びに生産性の向上が寄与して、売上原価率、販管費率ともに前年同期比で改善し、営業利益率は前年同期の 9.2% から 11.1% へと上昇した。事業セグメント別の動向は以下のとおり。

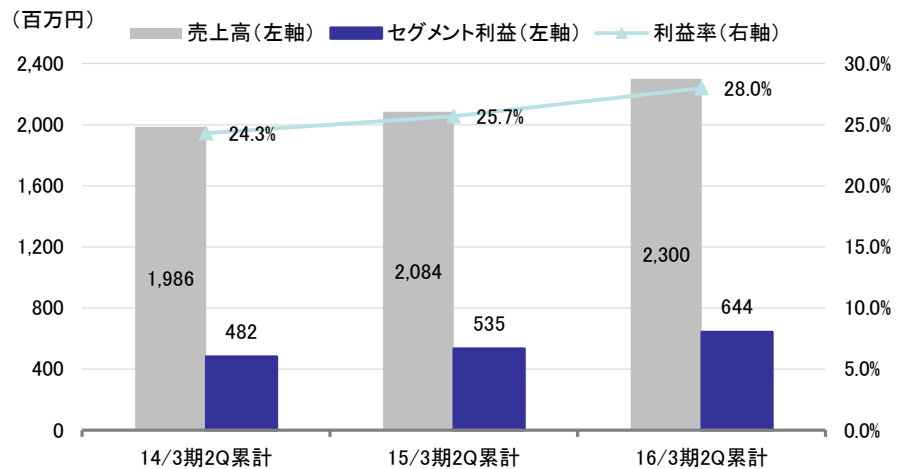
全地域にわたってコンサルティングサービスが好調

(2) 事業セグメント別動向

○ 経営コンサルティング事業

経営コンサルティング事業の売上高は前年同期比 10.3% 増の 2,300 百万円、セグメント利益は同 20.5% 増の 644 百万円と 2 ケタ増収増益となり、セグメント利益率も前年同期の 25.7% から 28.0% へ上昇した。国内景気の回復に伴って、同社が主力顧客とする中堅、中小企業における投資意欲も活発化してきており、全地域にわたって売上高が増加した。東名阪など大都市圏での需要が旺盛だったほか、北海道から沖縄に至るまで地方エリアにおいても売上高が順調に拡大し、業種別でも全方位的に増収となったことが特徴と言えよう。

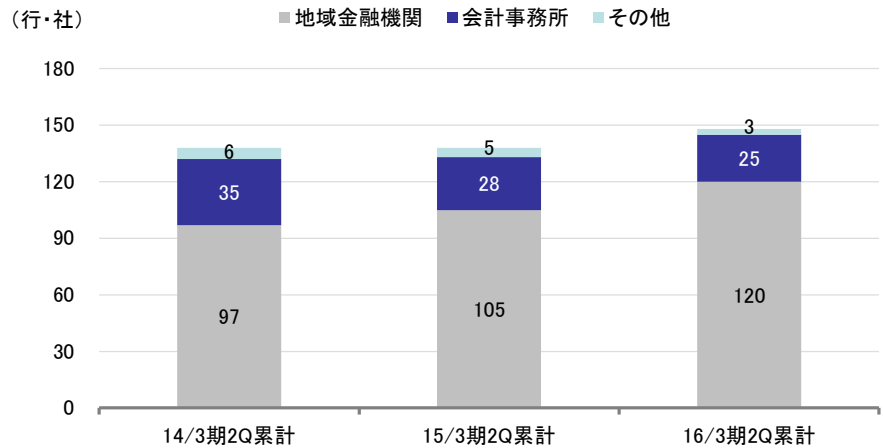
コンサルティング事業



商品・サービス別の売上動向を見ると、主力のチームコンサルティング型経営協力サービスは、期中平均の契約件数が前年同期比 6 件増の 413 件となり、売上高は同 9.0% 増収となった。テーマ別で見ると、中期経営計画の策定・推進や、人事・採用関連、事業承継関連などのニーズが増加した。

また、教育・人材育成は中堅企業向け教育と、提携先の金融機関向け階層別（支店長から若手職員まで）研修が好調に推移したことで、同 23.8% 増収となったほか、各種会も「戦略ドメイン&マネジメント研究会」が経営の多角化や新規事業への進出を検討している企業などを中心に好評で、同 18.6% 増収といずれも 2 ケタ成長となった。「戦略ドメイン&マネジメント研究会」に関しては、「建設ソリューション」「住まいと暮らし」「食品・フードサービス」等を中心に参加社数が前年同期の 374 社から 556 社へと大きく伸びている。セミナーについても、全国主要 10 都市で開催した「ファーストコールカンパニーフォーラム」「幹部候補生スクール」ともに参加者数が増加し、同 8.8% 増収となった。アライアンス&会員部門では、有料会員数がサービスメニューを見直したこともあって前年同期の 10,198 社から 10,307 社へと若干増加したものの、売上高は横ばい水準にとどまった。一方、提携先数に関しては 9 月末時点で前年同期比 10 件増の 148 件となっている。内訳を見ると、地域金融機関（シンクタンク含む）が 105 件から 120 件となり、拡大傾向が続いている。提携先の増加によって、金融機関への研修だけでなく、その顧客企業の後継経営者向け勉強会「経営塾」についても順調に増加した。

アライアンス(提携)先数の推移



大手・中堅企業の新規顧客開拓が進む

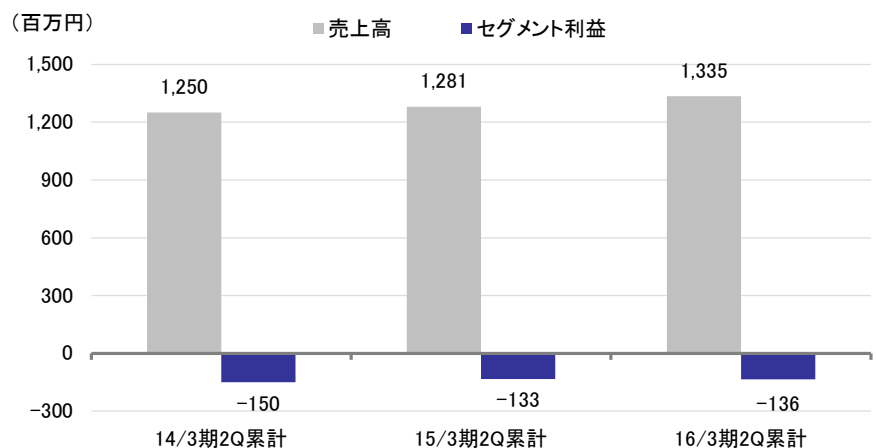
○ SP コンサルティング事業

SP コンサルティング事業の売上高は前年同期比 4.3% 増の 1,335 百万円、セグメント損失は 136 百万円（前年同期は 133 百万円の損失）となった。同事業に関しては、季節商材であるビジネス手帳の売上高が第 3 四半期に集中するため、第 2 四半期までは例年、損失となる傾向にある。

商品・サービス別の売上動向を見ると、SP コンサルティングは若い女性や幼稚園・育児市場をターゲットに、チーム営業で顧客ニーズにマッチした提案を行えたことにより、顧客基盤が拡大し、前年同期比 29.7% 増収と好調に推移した。

SP 商品は、既存顧客からの継続的な受注に加えて、大手・中堅企業の新規顧客開拓が進み、同 3.2% 増収となった。また、マーチャндаイジングに関しては、販売チャネルやルート開拓を実施し、商品開発やコンサルティングのノウハウを蓄積してきたが、大口の既存顧客の受注（1 千万円強）が下期にずれ込んだことにより、同 7.6% 減収となった。

SPコンサルティング事業



■業績見通し

業績は会社計画を上回る公算が大きい

(1) 2016 年 3 月期業績見通し

2016 年 3 月期の業績は、売上高が前期比 2.3% 増の 8,050 百万円、営業利益が同 4.2% 増の 795 百万円、経常利益が同 2.7% 増の 830 百万円、当期純利益が同 80.6% 増の 570 百万円と期初計画を据え置いている。下期は新東京オフィスへの移転を予定（2016 年 1 月）しており、関連費用 40 百万円を計画しているほか、コンサルタントなどの人材採用費用の増加が見込まれるものの、第 2 四半期までの進捗率が売上高で 45.2%、営業利益で 51.0% とそれぞれ前年同期の水準（売上高 42.7%、営業利益 44.7%）を上回るペースとなっていること、第 3 四半期も主力の経営コンサルティング事業が堅調に推移していることなどから、業績は会社計画を上回る公算が大きいと弊社では見ている。

2016 年 3 月期業績見通し

（単位：百万円）

	15/3 期		16/3 期				
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比	2Q 累計 進捗率	前年同期 進捗率
売上高	7,865	100.0%	8,050	100.0%	2.3%	45.2%	42.7%
売上原価	3,598	45.8%	3,696	45.9%	2.7%	48.6%	46.7%
販管費	2,836	36.1%	2,901	36.0%	2.3%	48.0%	45.8%
営業利益	762	9.7%	795	9.9%	4.2%	51.0%	44.7%
経常利益	808	10.3%	830	10.3%	2.7%	50.6%	45.9%
特別損益	-227	-	-5	-	-	-	-
当期純利益	315	4.0%	570	7.1%	80.6%	55.5%	47.4%

注）会社計画は期初計画

セグメント別業績見通し

（単位：百万円）

	14/3 期	15/3 期	16/3 期予	伸び率	2Q 累計 進捗率	前年同期 進捗率
売上高	7,582	7,865	8,050	2.3%	45.2%	42.7%
コンサルティング戦略事業	3,963	4,185	4,250	1.5%	54.1%	51.7%
SP コンサルティング事業	3,619	3,679	3,800	3.3%	35.2%	33.2%
営業利益	673	762	795	4.3%	51.0%	44.7%
コンサルティング戦略事業	874	975	1,000	2.5%	64.5%	59.1%
SP コンサルティング事業	59	64	75	16.4%	-	-
本社管理費	-259	-276	-280	-	36.9%	33.1%

中小企業活性化のための支援サービスに期待

(2) セグメント別見通し

○ 経営コンサルティング事業

経営コンサルティング事業の業績は期初計画で、売上高が前期比 1.5% 増の 4,250 百万円、セグメント利益が同 2.5% 増の 1,000 百万円となっているが、第 2 四半期までの進捗率は計画を上回って推移し、第 3 四半期に入ってもその傾向は変わっていないことから、通期でも更なる上積みが見込まれる。

2016 年 1 月 29 日（金）

コンサルティングニーズとして増加しているテーマとしては、中期経営計画・ビジョンの策定（新規事業進出や事業多角化の推進）や、人材採用難を背景とした人事・採用コンサルティング（新卒・中途採用の支援、人事評価制度の構築等）、事業承継のためのジュニアボード経営コンサルティング（後継者を含めた次世代の人材育成）、ホールディング経営コンサルティング（組織戦略）などが挙げられる。

同社では「戦略ドメイン&マネジメント研究会」の研究テーマとして、今下期に「戦略ロジスティクス」「観光・ツーリズム」を新たに追加し、合計 14 テーマに拡充するほか、来期以降もアグリ、ウェルネス&ビューティー、グローバルビジネス、こども・子育てマーケット、会計事務所、組織・人事などをテーマとした研究会を相次いで開設していく予定となっている。研究会の拡充によってロイヤルカスタマーをさらに拡大し、その中からチームコンサルティング型経営協力の契約数の増加を目指していく戦略だ。

戦略ドメイン&マネジメント研究会プログラム

戦略ドメイン（業種）	今下期開設予定
建設	戦略ロジスティクス
食品・フードサービス	観光・ツーリズム
ヘルスケア	来期以降開設予定
ビジネスモデル	アグリ
Web・通販	ウェルネス&ビューティー
住まいと暮らし	グローバルビジネス
カーライフ	こども・子育てマーケット
ものづくり	会計事務所
ファンクション（組織戦略）	組織・人事
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	

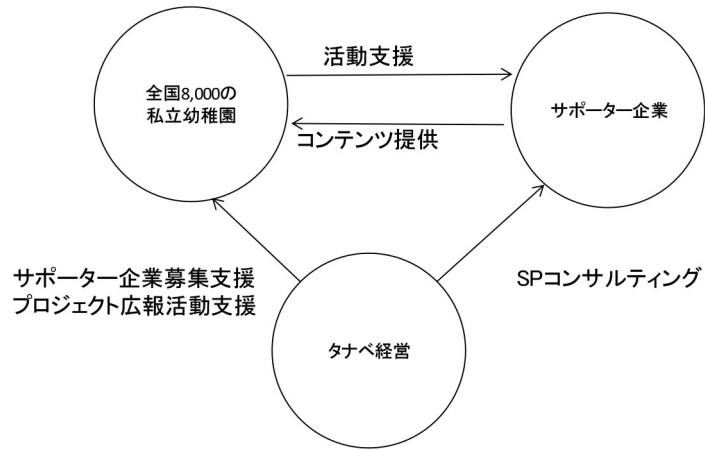
また、地域金融機関等との提携による教育・人材育成サービスについても、さらに強化していく考えだ。地域金融機関の先には多くの中小企業が顧客としてあり、こうした顧客向けの人材育成やコンサルティングニーズについてはまだほとんど取り込めておらず、今後の成長ポテンシャルも大きいためだ。政府で地域経済の活性化を目指すべく、地方創生プロジェクトなどに取り組んでいるが、活性化するためにはその地域の中小企業が活力を取り戻すことが大前提としてあり、同社はその支援サービスを行う企業としての活躍が期待されている。同社は全国 10 ヶ所に事業拠点を配置しており、全国展開していることが強みとなっているほか、金融機関との提携によるビジネスモデルも同社独自のものであり、今後の新規顧客を開拓していくに当たって強みとなろう。

○ SP コンサルティング事業

SP コンサルティング事業の売上高は前期比 3.3% 増の 3,800 百万円、セグメント利益は同 16.4% 増の 75 百万円を見込む。現在、売上げの大半を占めている SP 商品やビジネス手帳等の安定受注を基盤として SP コンサルティング領域を強化していくことで、収益性の向上を目指している。

SP コンサルティングでは、前期から伸び始めている幼稚園・育児マーケットを対象としたプロモーション活動に引き続き注力していく。幼児を対象とした商品の販促活動は将来につながる潜在需要を獲得する機会ともなるため、企業にとっても魅力が大きい。同社は全日本私立幼稚園連合会が提唱・発起し、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」（こどもが中心の社会のあり方を考えるプロジェクト）に参画し、同プロジェクトの広報活動支援及びサポーター企業の募集支援活動などを行っている。サポーター企業に対して SP コンサルティング（子どもたちのより良い未来に向けた商品政策やイベント開催のコンサルティング）を行っている。サポーター企業としてはメーカーや保険会社、新聞社など今までで 15 社が参画している。

こどもがまんなか PROJECT



その他にも「全社チームコンサルティング」戦略を進めていくなかで、経営コンサルティング事業との協業も進めていく。具体的には、経営コンサルティング事業の顧客のうち、マーケティング戦略や商品政策、店頭販促といったニーズがあれば、SPコンサルティング事業で請負い、これらのサービス・商品を提供していく。また、2016 年 1 月には従来、別の場所に拠点を構えていた経営コンサルティング事業の東京本部と SP コンサルティング事業の東京事務所、大宮事務所を、新オフィス（JR 東京駅隣接の鉄鋼ビルディング 9F）に一元化しており、距離の制約がなくなること、従来以上に協業の効果が出てくるものと期待される。なお、ビジネス手帳の売上高については、ほぼ前期並みの水準となる見通しだ。

2018 年 3 月期に売上高 8,600 百万円を目指す

(3) 中期経営目標

同社では中期経営数値目標として、創業 60 周年となる 2018 年 3 月期に、売上高 8,600 百万円、経常利益 900 百万円、売上高経常利益率 10.5% を目標として掲げている。ただ、前述したように 2016 年 3 月期も会社計画を上回る公算が大きく、前倒しで同計画が達成される可能性も十分ある。

中期数値目標

（単位：百万円）

	15/3 期	16/3 期	17/3 期	18/3 期	平均成長率
売上高	7,865	8,050	8,300	8,600	3.0%
コンサルティング戦略事業	4,185	4,250	4,400	4,620	3.4%
SP コンサルティング事業	3,679	3,800	3,900	3,980	2.7%
営業利益	762	795	830	870	4.5%
経常利益	808	830	860	900	3.7%
当期純利益	315	570	583	610	24.6%
経常利益率	10.3%	10.3%	10.4%	10.5%	
ROE	3.3%	5.5%	6.1%	6.4%	

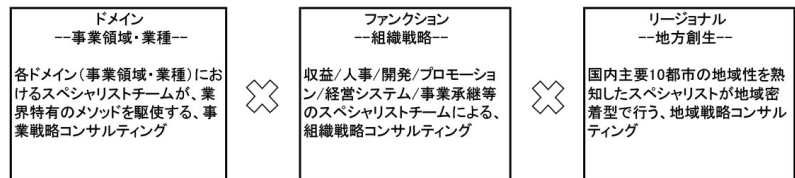
経営戦略としては、同社の祖業であり強みでもある「コンサルティング」を全社、全事業へと領域拡大して新たなコンサルティングバリューを創造し、変化と成長を実現する「コンサルティング & コングロマリット戦略（C&C 戦略）」を推進していく方針だ。

2016 年 1 月 29 日（金）

主に中堅企業を対象に、ドメイン（事業領域・業種別）×ファンクション（組織）×リージョナル（地域）のスペシャリストが、顧客課題に合わせてチームを組成し、高度な専門性を高度に総合化して発揮する「3つのチームコンサルティング戦略」により、成長拡大を進めている。ドメイン（事業領域・業種別）とは、食品・ヘルスケア・住まいと暮らし・ものづくりなどの「社会的課題・未来へのテーマ」であり、これらを顧客企業が自社に取り込み、持続的成長に向けて新たな市場や事業を創造する支援をしている。ファンクション（組織）とは、事業承継・人材・財務・SP などであり、例えば SP において、前記の「こどもがまんなか PROJECT」に参画して幼稚園と企業のタイアップを支援し、子供たちのより良い未来に向けた商品政策やイベント開催のコンサルティングを行っている。リージョナル（地域）とは、日本で唯一、北海道から沖縄までの全国主要 10 都市でファームを展開する強みを活かした地域密着（地域特性を熟知した）コンサルティングであり、「経営者こそ地方創生の主人公だ」を合言葉に、140 超の地域金融機関や会計事務所と提携し、地域企業の全国展開や地域経営者の育成を支援している。

この「3つのチームコンサルティング戦略」という成長エンジンの加速化のため、今後はドメインやファンクションごとの専門チームを組成して専門性を更に高め、コンサルティングを通じて、社会的課題を解決し、自社の持続的成長へとつなげていく方針である。

顧客最適のチームコンサルティング



コンサルタント人員の増員が直近の課題

(4) 人材戦略

今後の経営課題としては、コンサルタント人材の増員が挙げられる。コンサルティング事業にとって、人材が最も重要な経営資源であり、収益を拡大していくための要となるためだ。このため、同社では経営管理本部の人事チームを強化し、採用のスピードアップを図っていく。2015 年春の新卒採用数 10 名に対して、2016 年春は 16 名に増員する予定となっている。また、2016 年 3 月期の中途採用者数は年間で 25 ～ 30 名程度を予定している。人材採用を促進するため、職場環境の改善も進めている。東京新オフィスを交通の利便性の良い JR 東京駅隣接の鉄鋼ビルディング 9F に 2016 年 1 月に移転したほか、名古屋にある経営コンサルティング事業の中部本部と SP コンサルティング事業の名古屋営業所も、今後名古屋駅前の新オフィスに移転する予定となっている。

また、新たに設立する「コンサルタントアカデミー」で、経営コンサルタントやアドバイザー（人材開発コンサルタント）、SP コンサルタントの育成に向けた教育カリキュラムの見直しを進めており、2017 年 3 月期より同カリキュラムでの人材教育を本格的にスタートさせる予定となっている。また、新たなコンサルティングメソッドの開発や各種情報発信機能を担う戦略総合研究所についても人員の増強を図り、全社戦略・成長エンジンの加速化をサポートしていく。

当面の人員目標としては、全社で 350 名体制を早急に目指しており、その中からこれらのコンサルタント人材を数多く育成していく方針となっている。2015 年 9 月末時点でのコンサルティング人員の内訳は、経営コンサルタント 122 名、アドバイザー 12 名、SP コンサルタント 71 名、戦略総合研究所 18 名の合計 223 名となっており、前年同期より 10 名程度増加している。

■財務状況と株主還元策

無借金経営で自己資本比率は 80% 超

(1) 財務状況

2015 年 9 月末の総資産は前期末比 225 百万円減少の 11,566 百万円となった。配当金の支払い（284 百万円）を主因として、現預金・有価証券が 270 百万円減少したことが減少要因となった。

一方、負債は未払金や未払消費税の減少を主因として、前期末比 195 百万円減少の 2,044 百万円となった。また、純資産は利益剰余金が 31 百万円増加したものの、有価証券評価差額金が 61 百万円減少したことにより、同 30 百万円減少の 9,521 百万円となった。

自己資本比率は 82.3%と引き続き 80% 以上を維持しており、有利子負債もないことから、財務体質は極めて良好な状態が続いていると判断される。

貸借対照表

（単位：百万円）

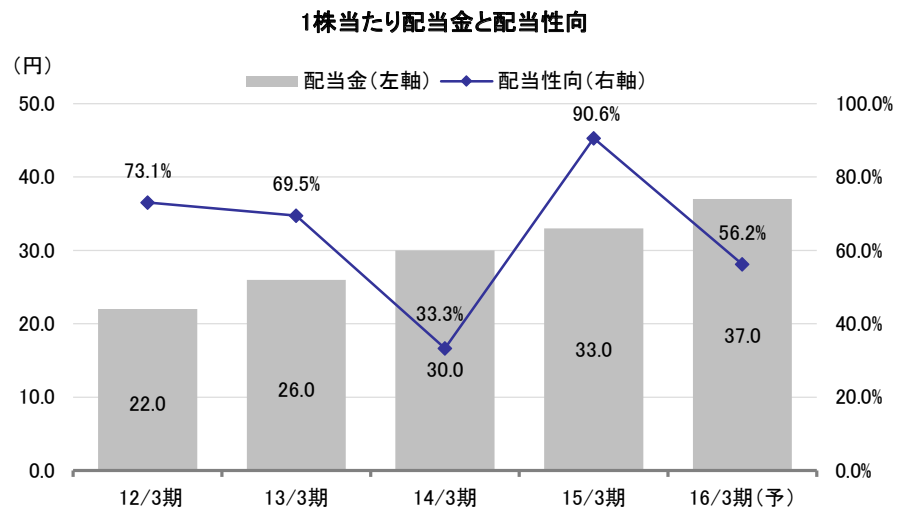
	13/3 期	14/3 期	15/3 期	16/3 期 2Q	増減額
流動資産	5,372	6,051	5,960	5,752	-207
（現預金・有価証券）	4,465	4,905	5,016	4,746	-270
固定資産	5,362	5,338	5,832	5,813	-18
総資産	10,735	11,389	11,792	11,566	-225
流動負債	1,410	1,484	1,697	1,499	-198
固定負債	546	562	542	544	2
負債合計	1,957	2,046	2,240	2,044	-195
純資産	8,778	9,343	9,552	9,521	-30
（経営指標）					
自己資本比率	81.8%	82.0%	81.0%	82.3%	
ROA	5.7%	6.4%	7.0%		
ROE	3.7%	8.6%	3.3%		
営業利益率	7.6%	8.9%	9.7%		

4 期連続の増配予定

(2) 株主還元策

株主還元策として、同社では配当金と株主優待制度を導入している。配当金に関しては配当性向 60% を目安に、業績等を勘案（特殊要因は除く）しながら検討していくとしている。2016 年 3 月期は前期比 4.0 円増配の 37.0 円（配当性向 56.2%）と 4 期連続の増配を予定しており、今後も収益拡大が続けば増配が期待されよう。

また、株主優待制度としては 9 月末時点の株主に対してオリジナル手帳「ブルーダイアリー」を 1 冊（3,000 円相当）贈呈している。1 月 22 日現在の株価水準（1,080 円）を基準にすると、配当利回りは約 3%、株主優待も含めると約 6% の投資利回りとなる。



注: 14/3期の配当性向は特殊要因を除いたベースで62.2%

ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ