



2024年6月19日

各 位

会 社 名	株式会社 タナベコンサルティンググループ
代表者の役職氏名	代表取締役社長 若松 孝彦 (東証プライム市場 コード番号9644)
連絡者の役職氏名	執行役員コーポレート戦略本部長 川本 喜浩
電 話 番 号	06-7177-4000

よくある質問と回答 (2024年6月)

日頃より、当社へのご関心をいただきありがとうございます。今月開催の2024年3月期決算説明会にて頂戴した主なご質問とその回答について、下記のとおり開示いたします。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェアディスクロージャーを目的に開示するものであります。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

記

1. 2024年3月期決算説明会 ご参考資料

(1) 決算説明資料

<https://pdf.irpocket.com/C9644/gEye/QYds/AavY.pdf>

(2) 決算短信

<https://pdf.irpocket.com/C9644/RLCz/mLW5/H4Hf.pdf>

(3) 決算説明動画

https://www.irmovie.jp/nir2/?conts=tanabekeiei_202406_tK2d

(4) 決算説明会書き起こし記事

<https://finance.logmi.jp/articles/379882>

(5) Fact Book

<https://pdf.irpocket.com/C9644/gEye/e3K0/gCrk.pdf>

2. 質疑応答内容

- (1) Q. 経営コンサルティング領域別の売上高について、ファイナンス・M&A が想定より伸び悩んだ理由として、地域での売上が伸び悩んだことを挙げられていましたが、これは一時的な要因でしょうか、それとも今後も続く要因なのでしょうか。背景も含めて教えてください。
- A. 2024年3月期において、都市部では特に企業価値ビジョンやホールディングス化・グループ経営に関する相談が増加しました。企業価値ビジョンは、上場会社向けのサービスであり、またホールディングス化・グループ経営においても、中堅規模以上の企業からの相談が多く、その結果として、人的資本の配分が都市部に集中する形となりました。地域に関しては、2023年10月以降、M&A 仲介への本格参入を含む人的資本の強化を行っており、実際に地域でのニーズも高まってきております。2024年3月期では都市部へのウエイトが少し増えましたが、2025年3月期にはファイナンス・M&A に関するニーズが地域で増加する傾向にあると考えており、一過性であると認識しております。また、ファイナンス・M&A に対するニーズの高さを踏まえ、今後もその強化を継続していきたいと考えております。
- (2) Q. 2025年3月期の計画では、2024年3月期から営業利益が47%増加し、利益率も大幅に改善する予定ですが、その要因について教えてください。また、1人当たりの生産性向上の取り組みや考え方についても教えてください。
- A. 当社は、グループ企業を含めて上流工程の戦略策定から、中流～下流工程の実装・実行までを一貫して支援しています。特に、実装・実行支援の強化を図るために、M&A によりグループ企業を増やしています。今後も、M&A は推進してまいります。実装・実行支援のウエイトが増えることで利益率が若干低下する傾向にあります。2024年3月期においては、人材補強も経営コンサルティング領域ごとに整ってきており、人材流動を防ぐための報酬処遇もより良くしています。今後の利益率変化の背景として、上流工程である戦略策定のウエイトをさらに増やしてまいります。この部分のウエイトが高まることで、各経営コンサルティング領域での商品構成の変化以上に上流工程に重点が置かれることになり、利益率が変化していきます。また、昨年10月より M&A 仲介にも本格的に参入しており、この部分でクライアントへの課題解決を支援できれば、利益率の向上が期待できます。新たにグループに参入する会社は、実装・実行型が多い傾向にあります。これらの企業が加わると、上流工程への志向が高まります。これらの取り組みは2025年3月期に向けての重要なテーマとして捉えています。以上の点から、売上構成や商品構成の変化とともに、利益率が変動する背景をご理解いただければ幸いです。
- (3) Q. 現在、特に地域において、後継者不足を含めた事業承継や DX が進んでいない点において、今後さらに進展が予想されます。そのような場合、支援する貴社の強みをどのように活かせるか、教えてください。
- A. 北海道から沖縄まで、国内の主要都市 10 地域に事業所を展開し、長年にわたり地域密着で支援しており、クライアントの多くは社長や経営陣です。事業承継や DX が進まず社会課題となっている背景には、地域の社長や経営陣の理解不足があります。「事業承継はまだ先の話だ」「我が社には関係ない」といった認識があり、DX についても「DX をして何が得られるのか」という疑問が存在します。これは、当社も努力不足であると自覚しており、社長や経営陣の皆様に向けて、これらのテーマにおける経営課題の優先度を高めていただくために、セミナーや研究会、フォーラムの開催等により一層、注力してまいります。そして、先述の当社強みを活かしてまいります。

(4) Q. 採用も計画の部分は順調だということでしたが、どの業界でも人材不足であり、やはり採用も難しくなっている一方で、御社が転職希望者から選ばれている要因について教えてください。

A. 当社はコンサルティング経験者ではなく、業界に精通した「実務経験者」を積極的に採用しています。コンサルティング経験のない方は、入社後「本当にコンサルティングができるのだろうか」と不安に思われることが多いですが、企業内大学というインフラを活用し、専門性の高いコンサルタントへと育成しています。採用ホームページや説明会資料等で、この内容を詳細に説明しています。経営コンサルティングファームとして、顧客企業に対して人材育成も提供しているため、「紺屋の白袴」「医者の不養生」にならないよう、プロフェッショナル人材の育成には非常に力を入れています。約 8 年前に立ち上げた企業内大学という独自の教育システムを評価して入社いただく方が多いです。また、当社は 5 つの経営コンサルティング領域を展開しており、それぞれ専門領域に分かれています。例えば、中期経営計画を担当するのは経営企画出身者、デザインやクリエイティブではデザイナーが入社してくるなど、多様な受け皿を設けています。さらに、北海道から沖縄まで地域に密着していますが、地域には多くの優秀な人材が埋もれています。コロナ禍以降、地域に貢献したいという方が増えており、I ターン・U ターン採用も積極的に行っています。そのため、同業他社と比べても人材の不足を感じていません。パーパス「その決断を、愛でささえる、世界を変える。」や経営理念、価値観を対外的に可視化しており、採用時にはこれらの動画や資料等を必ずご覧いただいています。創業以来、「何のためにビジネスドクターになるのか」を大切にしており、この価値観に共感できない方は、優秀な方であっても採用しません。パーパス等を通じて、当社の想いや価値観を伝えられていると考えています。

(5) Q. 中期経営計画の残りの 2 年間で、2025 年 3 月期の営業利益率が 11%、2026 年 3 月期の営業利益率が 12%になる目標が掲げられています。若松社長が考えている先行投資などもある中で、タナベコンサルティンググループの営業利益率はどの程度が適正だとお考えでしょうか。また、中期経営計画の期間中、M&A によって 20 億円分を上乗せしていくというご説明がありました。御社に持ち込まれる M&A 案件数や企業規模などに変化はないのでしょうか。

A. 2026 年 3 月期の売上高 150 億円、営業利益 18 億円という目標は、本来達成すべき数字であり、私自身もその重要性を認識し、強く自覚しています。中期経営計画においては、「裾野を広げてトップラインを拡大する」ことを前半で実現してきました。私が社長に就任した時点での売上高は約 70 億円でしたが、2024 年 3 月期には約 127 億円に増加し、企業規模および社員数も拡大しています。また、今後もトップマネジメントアプローチによる付加価値の向上に引き続き注力していく必要があると考えています。ビジネスモデルにおいては、中流～下流工程である実装・実行段階のご支援は上流工程への引き上げを図り、その上流工程との組み合わせによって付加価値を増大させることを目指しています。さらに、M&A による付加価値の向上も極めて重要です。2024 年 3 月期における地域強化の取り組みと合わせて、ファイナンスチームと協力し、M&A を通じて収益を強化する計画を進めています。また、HR 領域である経営者人材の育成にも積極的に取り組み、2025 年 3 月期、2026 年 3 月期とさらなる付加価値の創出を目指してまいります。重要なのは、常にトップマネジメント視点で経営課題を的確に把握し、解決していくことです。また、経済産業省の統計によると中堅企業は約 1 万社存在します。当社は、66 年前から中堅企業に関する研究書籍を多数発行し、この分野での強みを築いています。中堅企業の特有の経営課題に対して価値ある提案を行い、付加価値を高めてまいります。M&A の対象規模に関しては、やはり当社の 3 分の 1 や 4 分の 1 といった規模感の会社が多いです。常に経営コンサルティング価値と連動する戦略をデザインし、ビジネスモデルやバリューチェーンに反映させることを重視しています。グループインした会社は、すべて過去最高の売上高を達成しています。トレンドに即した成長を維持しつつ、引き続きグループの拡大を推進していきたいと考えています。

以上