



BayCurrent
Consulting

Be Excellent

成長可能性に関する説明資料

株式会社ベイカレント・コンサルティング

1998年に設立、社員数が千名超の総合コンサルティングファーム

社名	株式会社ベйкаレント・コンサルティング
売上	158億円 (2016年2月期)
従業員	1,189名 (2016年6月末時点)
代表者名	代表取締役 萩平 和巳
実質的な設立日	1998年3月25日
決算期	2月
本社所在地	東京都港区虎ノ門1-23-1 虎ノ門ヒルズ森タワー9F TEL:03-5501-0151(代表)

戦略・業務コンサルティング、ITコンサルティング、SIをワンストップで提供

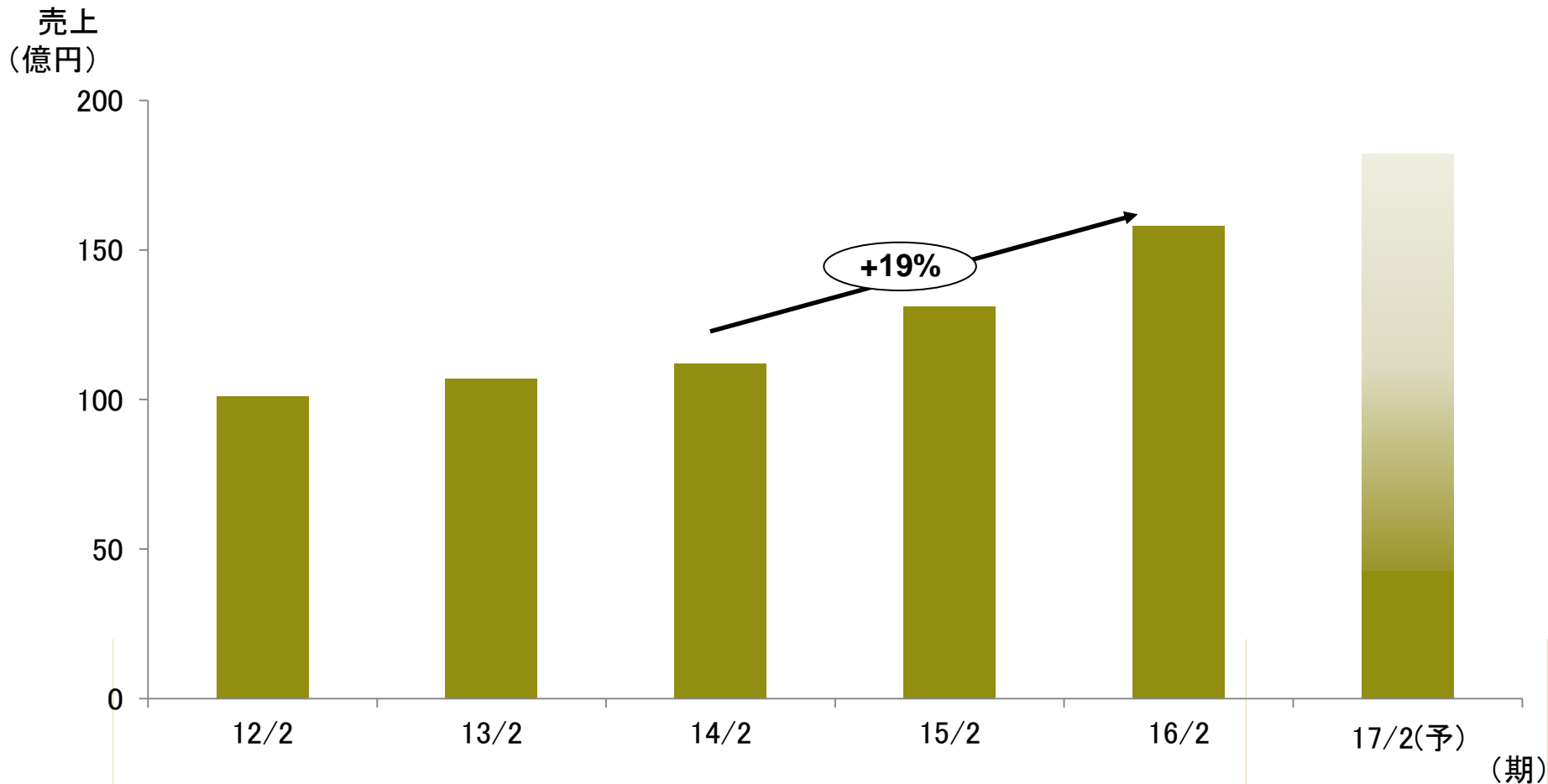
	主な支援内容	売上構成比 15/2期(%) ^{*1}	売上構成比 16/2期(%)
戦略・業務(ビジネス プロセス) コンサルティング	<ul style="list-style-type: none"> 新事業戦略(提携支援含む) 海外戦略(現地パートナー開拓含む) M&A戦略/デューデリジェンス/PMI* オペレーション改革 <ul style="list-style-type: none"> 業務コスト削減 店舗/営業オペレーション改革 SCM^{*3}、CRM^{*4}など 人材強化 <ul style="list-style-type: none"> 組織/人事制度設計・導入 幹部育成 コンプライアンス推進 	21	22
ITコンサルティング	<ul style="list-style-type: none"> IT戦略(組織/プロセス/アーキテクチャ/人材) ITデューデリジェンス/IT統合 ITコスト削減 PMO^{*5} 	45	51
SI(システム インテグレーション)	<ul style="list-style-type: none"> システム企画/要件定義 アプリ設計・開発、インフラ設計・構築 データ移行計画策定・実施 運用設計・実行 	34	27

^{*1} 実質的な営業活動は2014年10月1日から2015年2月28日までの5ヶ月間です。

^{*2} Post Merger Integration(買収後統合) ^{*3} SCM: Supply Chain Management ^{*4} CRM: Customer Relationship Management

^{*5} PMO: Project Management Office

直近3年ではCAGR19%の売上成長を続けている



※2012年2月期及び2013年2月期は日本基準、2014年2月期以降はIFRS

※2015年2月期は旧ベイカレント・コンサルティング2014年9月期と新ベイカレント・コンサルティング2015年2月期の合算

金融、ハイテク・通信・メディアを中心に、業界随一の幅広い顧客基盤

金融

- 銀行
 - メガバンク
 - 外資系銀行
- 大手証券会社
- 生命保険会社
 - 大手生命保険会社
 - 外資系生命保険会社
- 損害保険会社
 - 大手損害保険会社
 - 外資系損害保険会社
- ノンバンク系金融グループ
- 大手クレジットカード会社
- 政府系金融機関／中央銀行
- 大手PEファンド

情報通信／メディア／IT

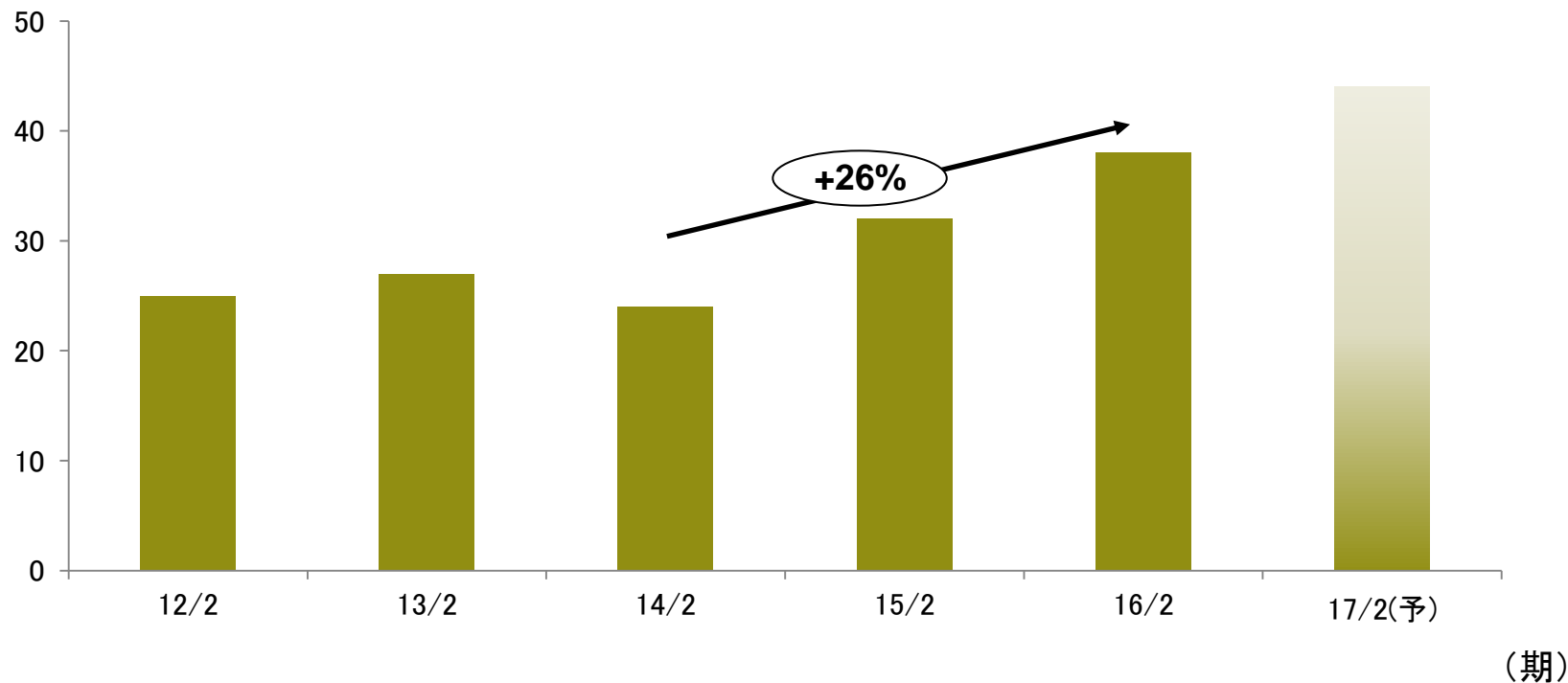
- 大手通信会社(固定・携帯)
- ハイテクメーカー
 - 大手電機メーカー
 - 大手OA機器メーカー
 - 大手IT系メーカー
- IT系事業者
 - 大手EC事業者
 - 大手ソーシャルメディア
- マスコミ・エンタメ
 - 大手エンターテイメント
 - 大手ゲーム会社
 - 大手放送局／出版社
 - 大手印刷会社

その他

- 製造業
 - 自動車メーカー
 - 自動車部品メーカー
 - 大手重工メーカー
- 消費財・流通業
 - 大手消費財メーカー
 - 大手卸、小売／百貨店
- 大手総合商社
- 医療
 - 大手製薬会社
 - 医療機器メーカー
- ユーティリティ
 - 公共エネルギー会社
 - 航空会社／鉄道事業会社
 - 公共インフラ企業
- 大手不動産ディベロッパー
- 中央省庁

EBITDA推移

EBITDA
(億円)



※2012年2月期及び2013年2月期は日本基準、2014年2月期以降はIFRS

※2015年2月期は旧ベイカレント・コンサルティング2014年9月期と新ベイカレント・コンサルティング2015年2月期の合算

※EBITDA=営業利益+減価償却費+未払有給費用、但し、2012年2月期から2015年2月期は、退任済の取締役に対する報酬を加算して算出

今後の成長領域は、1)国内既存市場、2)海外市場、3)コンサルティング周辺の新事業

今後の成長領域

打ち手

1) (国内既存市場)
総合コンサルティングファーム
トップへ



- コンサルカ(専門家、ナレッジ)や営業の更なる強化で高付加価値案件拡大
- 顧客ニーズ増大(新事業立上げやグローバルPMI支援など)に対応

2) (海外市場)アジア初のグロー
バルファームへ
– 日本企業の海外展開支援
– 現地企業の開拓



- 海外拠点の拡充
 - 東アジア・東南アジア・南アジア
 - 北米
- 海外ネットワーク(例:華僑)の拡充

3) (コンサルティング周辺事業)
BCの強みと顧客基盤を活かし
– 生態系/新事業作りのノウハウ
– テクノロジーカ活用



- 業界大手企業との協業を推進し
 - デジタルマーケティング
 - フィンテック
- などの新領域で新事業モデルを築く

1) 国内トップに向けた取組み 顧客ニーズの増大するテーマへの対応

日本にいる企業の殆どが国内市場の成熟に伴う海外事業拡大や、デジタルなどを活用した新たなビジネスモデルの確立を求めている。こうした顧客ニーズの増加する案件により対応できるようにしていく

	金 融	情報通信／メディア／IT	その他
新事業戦略・ 立上げ支援	<ul style="list-style-type: none"> 大手生命保険会社 大手損保会社 	<ul style="list-style-type: none"> 大手通信会社 大手ハイテクメーカー 	<ul style="list-style-type: none"> 大手流通業 (電力自由化) 大手重工業メーカー
海外展開戦略 (新・新興国戦略、 提携戦略)	<ul style="list-style-type: none"> 大手生命保険会社 	<ul style="list-style-type: none"> 大手ハイテクメーカー 	<ul style="list-style-type: none"> 大手消費財メーカー 大手外食チェーン 大手自動車部品メーカー
海外M&A/ PMI支援	<ul style="list-style-type: none"> 大手証券会社 外資系銀行 外資系保険会社 	<ul style="list-style-type: none"> 大手通信会社 携帯向けサービス会社 	<ul style="list-style-type: none"> 大手総合商社 自動車メーカー 大手消費財メーカー
デジタル戦略/ 実行支援	<ul style="list-style-type: none"> 大手生命保険会社 大手銀行 大手証券会社 	<ul style="list-style-type: none"> 大手B2Cサービス 事業者 	<ul style="list-style-type: none"> 大手流通業 大手消費財メーカー 大手自動車メーカー

クライアント要請により海外プロジェクトは全般的に増えているが、特にアライアンスやM&A・PMI案件は増加傾向にある

支援内容	想定される主なイシュー	プロジェクト事例
海外事業戦略策定	<ul style="list-style-type: none"> 海外(例: アジア)で事業立上げ・拡大をしたいのだが、どうすれば良いか？ <ul style="list-style-type: none"> どの国で どんな顧客層に 何を提供すれば良いのか 	<ul style="list-style-type: none"> ハイテク) 新・新興国戦略 消費財) ASEAN戦略
海外アライアンス	<ul style="list-style-type: none"> 海外で事業立上げ・拡大するために、どことどのように組めば良いのか？ →ローカル知見・人脈が重要 	<ul style="list-style-type: none"> ハイテク) 新・新興国パートナー戦略 ハイテク) アジアのパートナー開拓 通信) 北米チャネル開拓 ハイテク) インドネシアのパートナー開拓
M&A、PMI	<ul style="list-style-type: none"> 海外事業を立上げ・拡大するために、どこを買収すれば良いのか？ 買収後、どのように事業統合・シナジー発揮すれば良いのか？ →英語が通用しないケースも多い 	<ul style="list-style-type: none"> 金融) 大手外資系企業のIT PMI 金融) グループ企業のPMI ハイテク) 北米企業PMI 製造) PMI 消費財) IT PMI 総合商社) IT PMI(北米)
グローバルガバナンス/オペレーション改善	<ul style="list-style-type: none"> 海外事業も含めて、グローバルにどのようにガバナンスを効かせていくか？ 海外事業のオペレーションをどのように改善・より高収益化していけるか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 消費財) 北米拠点の経営管理強化 消費財) アジア地域のITガバナンス設計 製造) グローバルマネジメント設計 通信) グローバルITガバナンス

3) 周辺事業への拡大 新規事業領域におけるBCの強みと想定されるモデル

コンサル力とテクノロジー力を活かし、デジタルマーケティングなどの領域で新事業モデルを築く

BCの強み

- コンサルティング力
 - 新事業の設計力
 - アライアンス・生態系構築力



- テクノロジー



今後想定しうるモデル

- 今後台頭が予想される市場
 - フィンテック
 - デジタルマーケティング
 - テック・モビリティ
 - テック・ヘルスケア
 - テック・エナジー
 - ∴
- 想定しうるビジネスモデル
 - クライアントなど大手企業とのJV
 - プラットフォーマー事業参入
 - ∴



BayCurrent *Consulting*

Be Excellent