

株式会社 テー・オー・ダブリュー

平成27年6月期
第2四半期 決算説明会

代表取締役社長兼CEO

江草 康二

本プレゼンテーションには

平成27年2月6日現在の経営陣の将来に関する
前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。

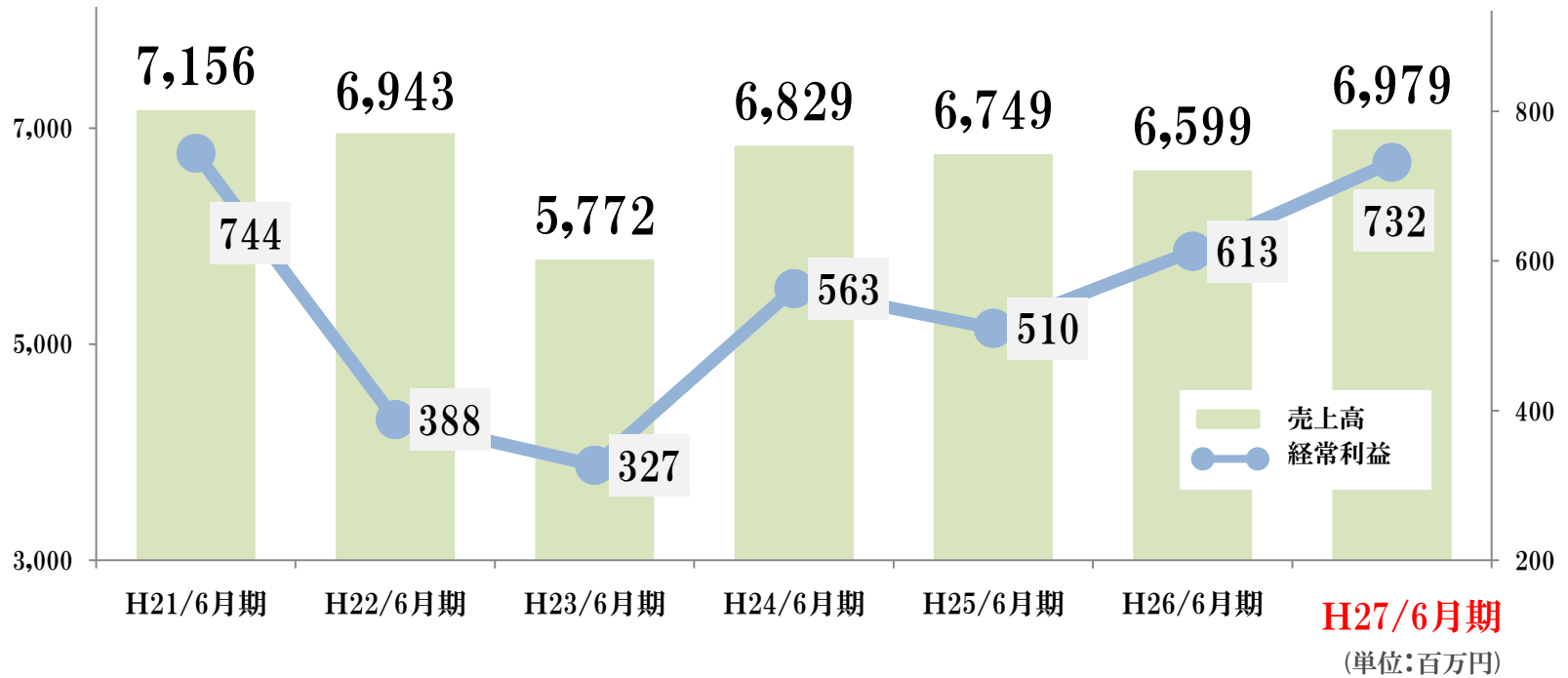
社会・経済・競合状況の変動等に関わる
リスクや不確定要因により、実際の業績が
記載の予測と異なる可能性があります。

H27年6月期 上期決算の概要

H27年6月期 上期決算総括と今後の方針

H27年6月期 上期決算の概要

連結決算の概要(第2四半期)



平成27年6月期 上期決算の概要(連結)

	前第2四半期累計期間		当第2四半期累計期間					
	(25年12月)	構成比	(8月7日発表)	構成比	(26年12月)	構成比	計画比	前期比
売上高	6,599	100.0%	6,517	100.0%	6,979	100.0%	107.1%	105.8%
売上原価	5,602	84.9%	5,590	85.8%	5,896	84.5%	105.5%	105.2%
売上総利益	996	15.1%	926	14.2%	1,082	15.5%	116.8%	108.6%
営業利益	608	9.2%	556	8.5%	722	10.4%	129.9%	118.8%
経常利益	613	9.3%	559	8.6%	732	10.5%	130.9%	119.5%
特別損益	5	0.1%	-	-	-	-	-	-
四半期(当期)純利益	366	5.6%	344	5.3%	456	6.5%	132.6%	124.5%

(単位:百万円)

※平成27年1月15日に業績予想の上方修正を発表しております。

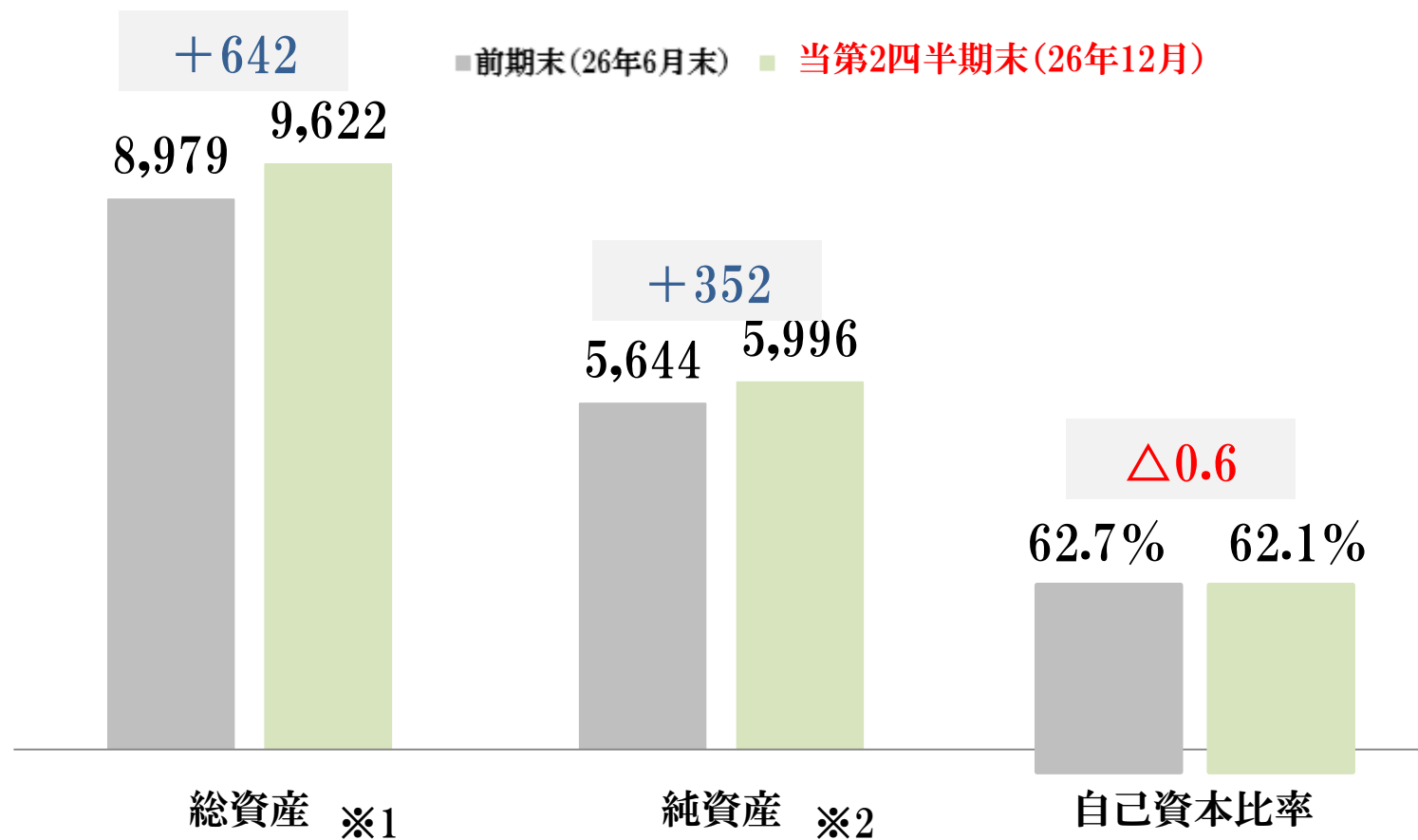
平成27年6月期 上期決算の概要(個別)

	前第2四半期累計期間		当第2四半期累計期間					
	(25年12月)	構成比	(8月7日発表)	構成比	(26年12月)	構成比	計画比	前期比
売上高	6,290	100.0%	5,925	100.0%	6,304	100.0%	106.4%	100.2%
売上原価	5,454	86.7%	5,178	87.4%	5,436	86.2%	105.0%	99.7%
売上総利益	836	13.3%	746	12.6%	867	13.8%	116.2%	103.7%
営業利益	459	7.3%	390	6.6%	517	8.2%	132.6%	112.6%
経常利益	593	9.4%	533	9.0%	668	10.6%	125.3%	112.6%
特別損益	5	0.1%	-	-	-	-	-	-
四半期(当期)純利益	402	6.4%	381	6.4%	469	7.4%	123.1%	116.7%

※平成27年1月15日に業績予想の上方修正を発表しております。

(単位:百万円)

財政状態・経営成績(連結)

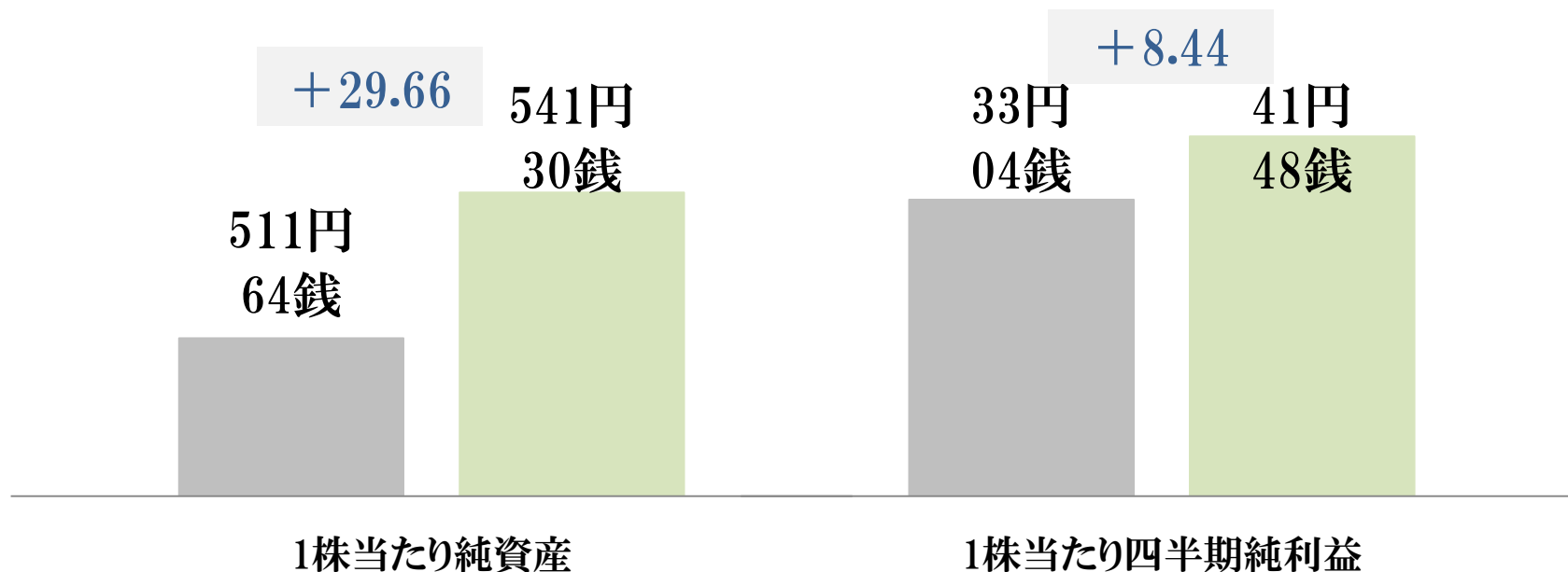


(単位:百万円)

- ※1 未収入金が204百万円減少しましたが、現金及び預金が440百万円、受取手形及び売掛金が297百万円増加したこと等により、642百万円の増加となっております。
- ※2 四半期純利益が456百万円、配当金の支払が153百万円あったこと等により、352百万円の増加となっております。

財政状態・経営成績(連結)

■前期末(26年6月末) ■当第2四半期末(26年12月) ■前第2四半期末 ■当第2四半期末



※ 1株当たり純資産については期末発行済株式数(前期:10,996,260株
当第2四半期:11,031,570株)を、
1株当たり四半期純利益については、期中平均株式数(前第2四半期:11,094,086株
当第2四半期:11,002,878株)を用いております。

キャッシュ・フロー計算書(連結)

	前第2四半期累計期間 (25年12月)	当第2四半期累計期間 (26年12月)	前期 (26年6月末)
I.営業活動によるキャッシュ・フロー	※1 ▲91	※3 586	▲86
II.投資活動によるキャッシュ・フロー	※2 77	※4 ▲14	118
III.財務活動によるキャッシュ・フロー	※5 ▲160	※5 ▲131	▲314
IV.現金及び現金同等物の増加額	▲174	440	▲282
V.現金及び現金同等物期首残高	2,478	2,196	2,478
VI.現金及び現金同等物の期末残高	2,304	2,637	2,196

(単位:百万円)

- ※1 税金等調整前四半期純利益が618百万円、仕入債務の増加額が47百万円、売上債権の増加額(▲)が616百万円が含まれております。
- ※2 前第2四半期には、保険解約返戻金88百万円が含まれております。
- ※3 税金等調整前四半期純利益が732百万円、仕入債務の増加額が417百万円、売上債権の増加額(▲)が297百万円が含まれております。
- ※4 有形固定資産の取得による支出が7百万円含まれております。
- ※5 配当金の支払額が当第2四半期153百万円、前第2四半期159百万円が含まれております。

カテゴリー別売上高(個別)

「広報」、「販促」が共に堅調。

	前第2四半期累計期間 (25年12月)	構成比	当第2四半期累計期間 (26年12月)	構成比	前期 (26年6月)	構成比
イベント	0	-	108	1.7%	0	-
文化・スポーツ	166	2.6%	146	2.3%	188	1.6%
SP	1,909	30.6%	1,952	31.2%	3,532	30.6%
販促	3,496	56.0%	3,549	56.8%	6,721	58.2%
制作物	676	10.8%	496	8.0%	1,105	9.6%
合計	6,249		6,253		11,548	

※ 企画売上高は除きます。

(単位:百万円)

業種別売上高(個別)

前期に引き続き「情報・通信」、「食品」、
「トイレタリー」、「自動車」が堅調。

	前第2四半期累計期間 (25年12月)	構成比	当第2四半期累計期間 (26年12月)	構成比	前期 (26年6月)	構成比
情報・通信	1,637	26.2%	1,792	28.7%	2,962	25.7%
食品・飲料・嗜好品	1,044	16.7%	1,030	16.5%	1,608	13.9%
化粧品・トイレタリー・日用品	477	7.7%	583	9.3%	970	8.4%
自動車	824	13.2%	986	15.8%	1,663	14.4%
精密機器その他製造	557	8.9%	405	6.5%	919	8.0%
官公庁・団体	435	7.0%	291	4.6%	1,240	10.7%
金融	246	3.9%	233	3.7%	433	3.8%
流通・小売	625	10.0%	369	5.9%	959	8.3%
その他	401	6.4%	562	9.0%	791	6.8%
合計	6,249	100.0%	6,253	100.0%	11,548	100.0%

※ 企画売上高は除きます。

(単位:百万円)

価格帯別の推移

大型案件は、モーターS開催年の前期水準維持。
獲得案件数も増加。

	前第2四半期累計期間 (25年12月)	当第2四半期累計期間 (26年12月)	前期 (26年6月)
～1,000万円	514	544	1,034
1,000万円～2,000万円	79	74	148
2,000万円～5,000万円	61	57	111
5,000万円～1億円	11	13	18
1億円～	8	8	13
合計	673	696	1,324
案件単価(百万)	9.2	8.9	8.7

(単位:件数)

引合案件形態別

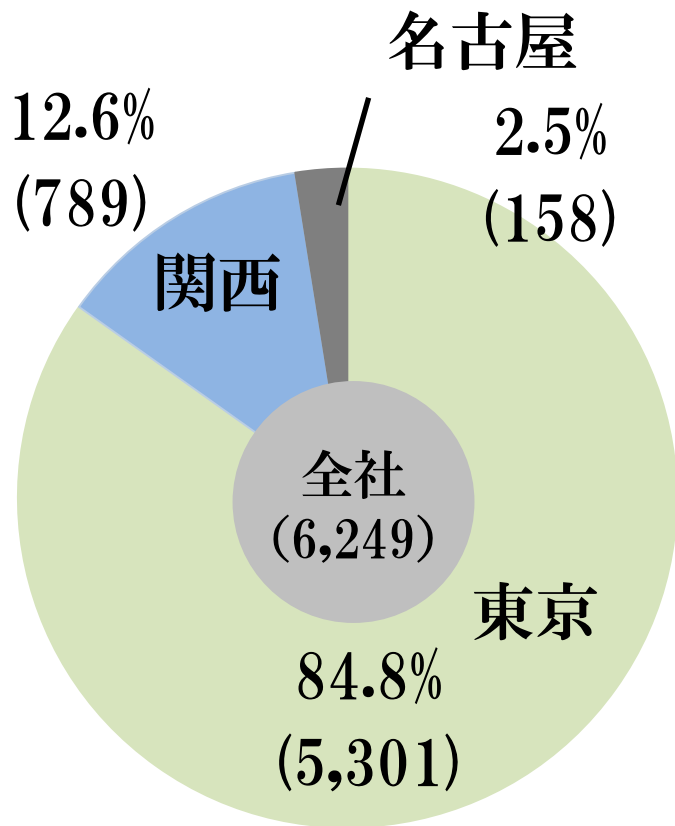
重要顧客にフォーカスし、指定案件が増加。

	前第2四半期累計期間 (25年12月)		当第2四半期累計期間 (26年12月)		前期 (26年6月)	
競合	75件	1,418	74件	1,104	138件	2,094
提案	153件	1,504	121件	1,155	269件	2,920
指定	445件	3,326	501件	3,993	917件	6,533
合計	673件	6,249	696件	6,253	1,324件	11,548

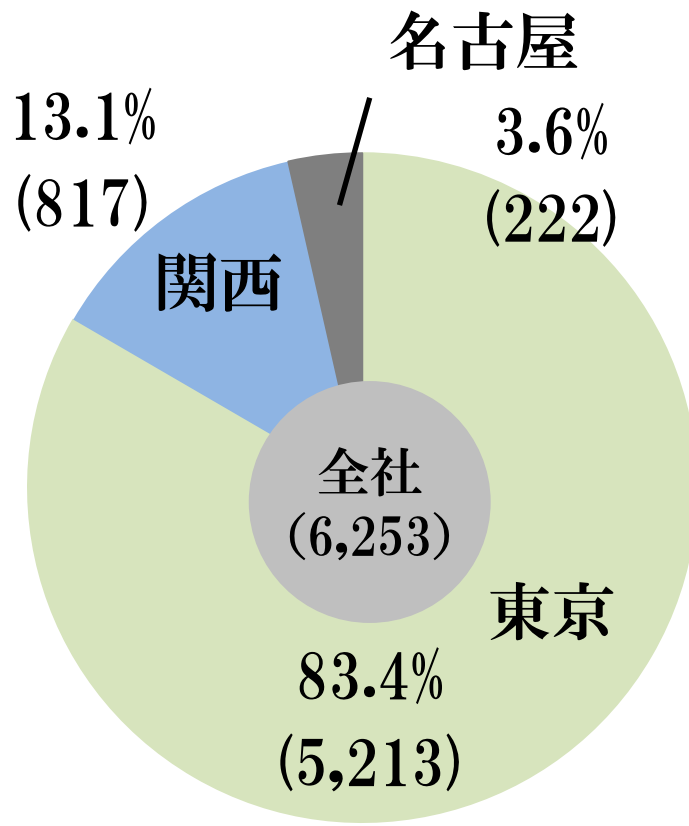
(単位:百万円)

※企画売上高は除きます。

地域別売上シェア



前第2四半期累計期間
(25年12月)



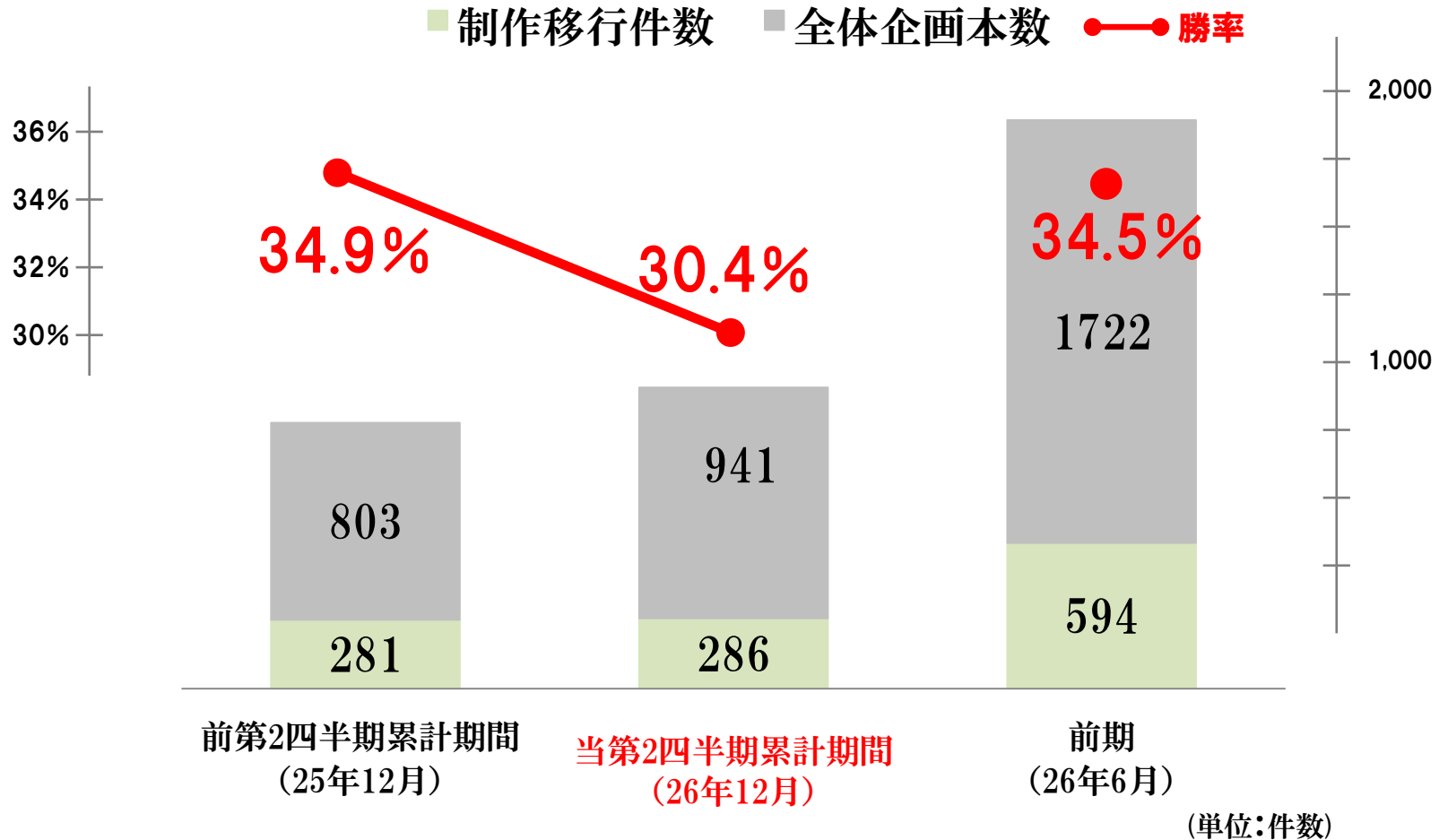
当第2四半期累計期間
(26年12月)

(単位:百万円)

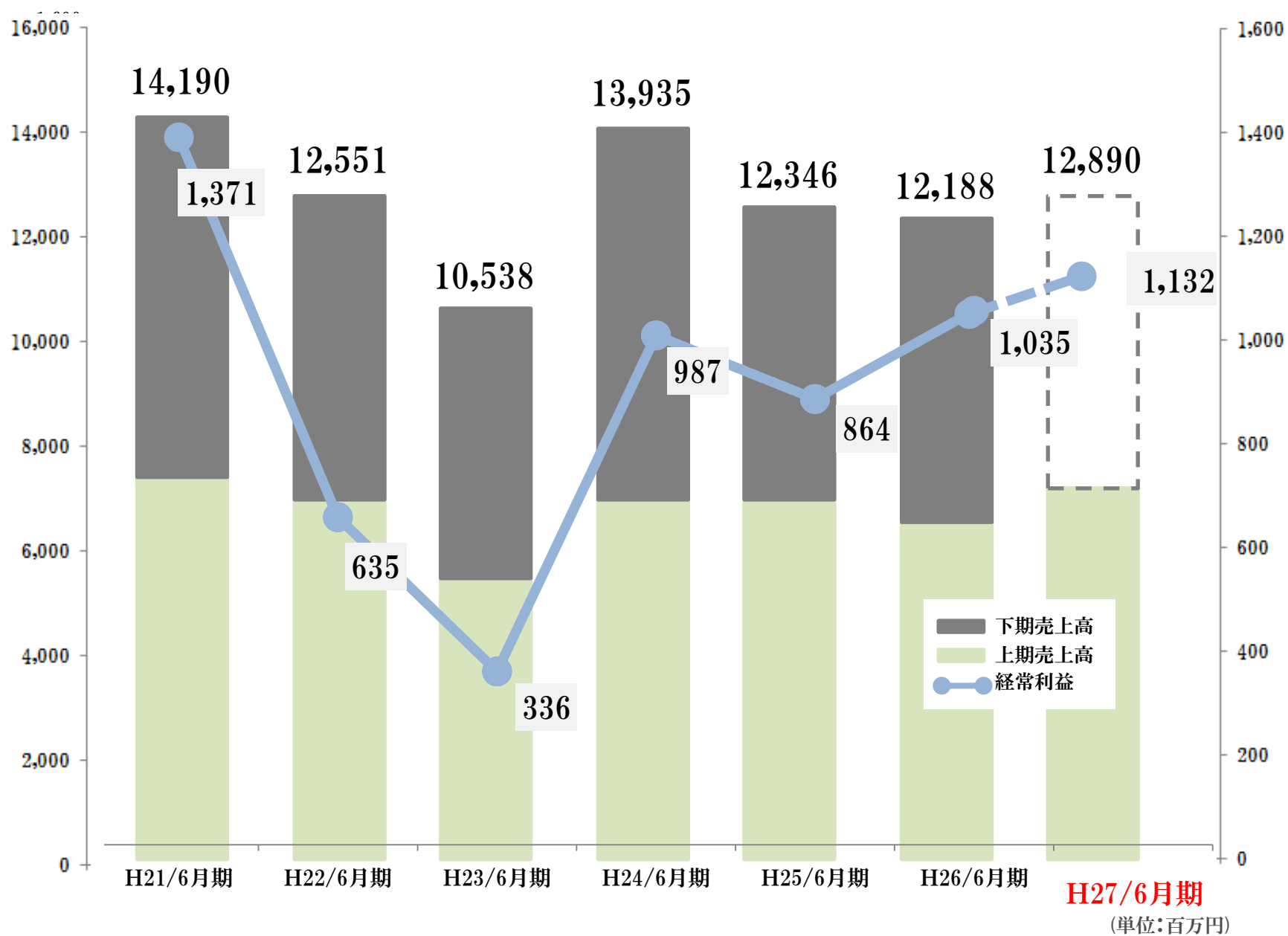
※ 企画売上高は除きます。

企画力について(企画勝率)

引合い案件増えたが、勝率は低下。
3割維持が目安。



連結業績予想(通期)



平成27年6月期予想(連結)

	平成26年6月期	8月7日発表	平成27年6月期	
				前期比
売上高	12,188	12,423	12,890	105.8%
売上原価	10,432	10,693	11,019	105.6%
売上総利益	1,756	1,730	1,870	106.5%
営業利益	1,026	1,000	1,119	109.0%
経常利益	1,035	1,005	1,132	109.4%
特別損益	42	-	-	-
当期純利益	638	623	679	106.5%

(単位:百万円)

平成27年6月期の考察(個別)

良質の竹梅獲得継続が重要。

	平成26年6月期 (平成26年2月7日現在)	平成27年6月期 (平成27年2月6日現在)
上期売上実績	6,290	6,304
下期受注残高 (A・B・松の合計)	3,617	3,499
下期竹・梅の合計	3,194	3,897
通期売上高	11,642	11,608

(単位:百万円)

- A : イベントの規模(金額)、実施時期等が決定している案件
- B : 受注決定だが、金額・実施時期等に不確定要素のある案件
- 松 : 当社がほぼ受注する見込みにある案件(80%以上の確度)
- 竹 : 企画・提案案件のうち、当社が受注する確度の高い案件(50%以上の確度)
- 梅 : 企画・提案中の案件

配当方針について

本決算発表日(H26年8月7日)に公表した当期(H27年6月期)の連結業績予想の当期純利益に対して、**配当性向40%**で算出した予想配当金、もしくは決算発表日前日の終値に**株価配当利回り4.5%**を乗じて算出した予想配当金

⇒**いずれか高い方**を最低配当金とする

配当	中 間	期 末	合 計
平成26年6月期	12.5円	12.5円	25.0円

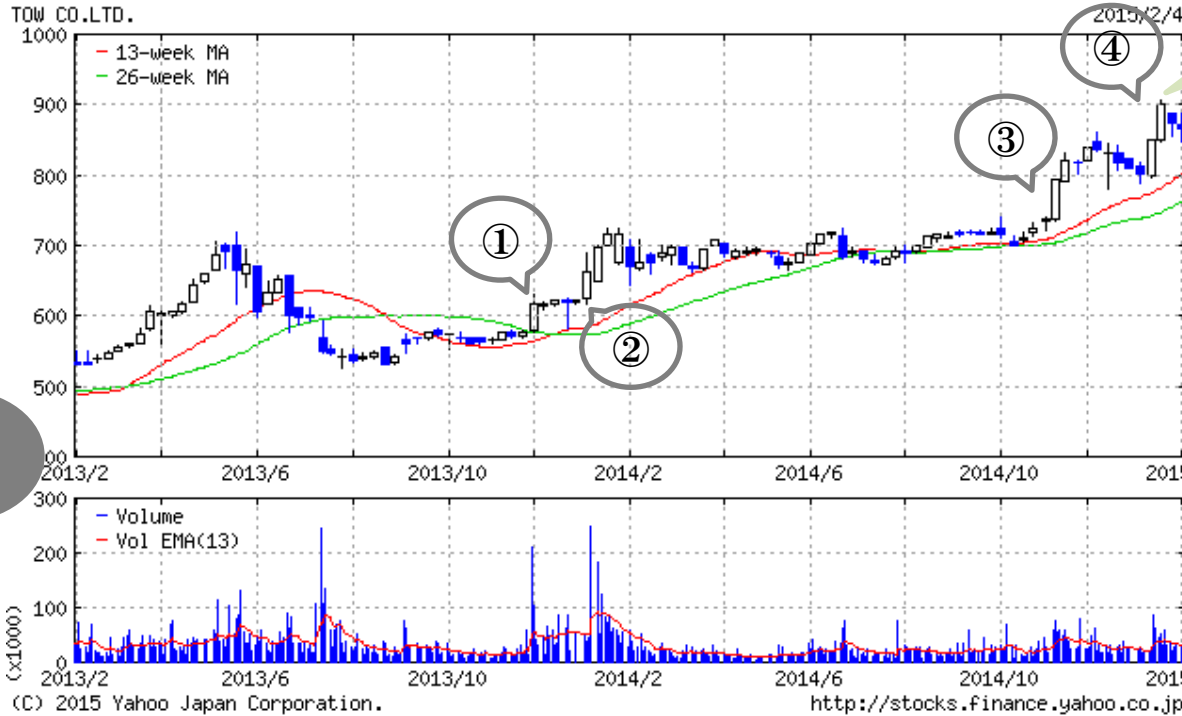


配当(修正後)	中 間	期 末	合 計
平成26年6月期	14.0円	14.0円	28.0円



配当予想	中 間	期 末	合 計
平成27年6月期	15.5円	(予) 15.5円	(予) 31.0円

株価推移



2015/
1/22
905円

○時価総額

76.1億 (H25年12月)



99.1億 (H26年12月)

○出来高 (1日あたり平均)

19,741株 (7月～9月)



29,684株 (10月～12月)

- ①12/2 業績(上方)予想の修正、配当予想の修正(増配)
- ②1/10 業績(上方)予想の修正、1-10designとの業務提携
- ③10/31 日銀 追加金融緩和
- ④1/15 業績(上方)予想の修正

H27年6月期 上期決算総括と今後の方針

上期総括

①前期から掲げている“※会社の体幹を鍛える”を
維持・強化しながらトップラインUP

連結売上 66億→70億 (前期比106%)

※体幹＝特に顧客力・IP力・グループ力／粗利率など

②インタラクティブ・プロモーション(IP)推進による受注拡大

IP絡み案件 11億→16億 (前期比145%)

③子会社T2C内製を維持しながら、
外部売上(TOW以外)強化にシフトしグループ利益を拡大

外部売上 2.8億→5.8億 (前期比210%)

(期初目標) 目指すべき姿

デジタルに強いリアル・プロモーション会社へ

実現するために、強化すべき“5つの体幹”

- 1) デジタル力
- 2) つくる力
- 3) 顧客力
- 4) グループ連携力
- 5) 安心力

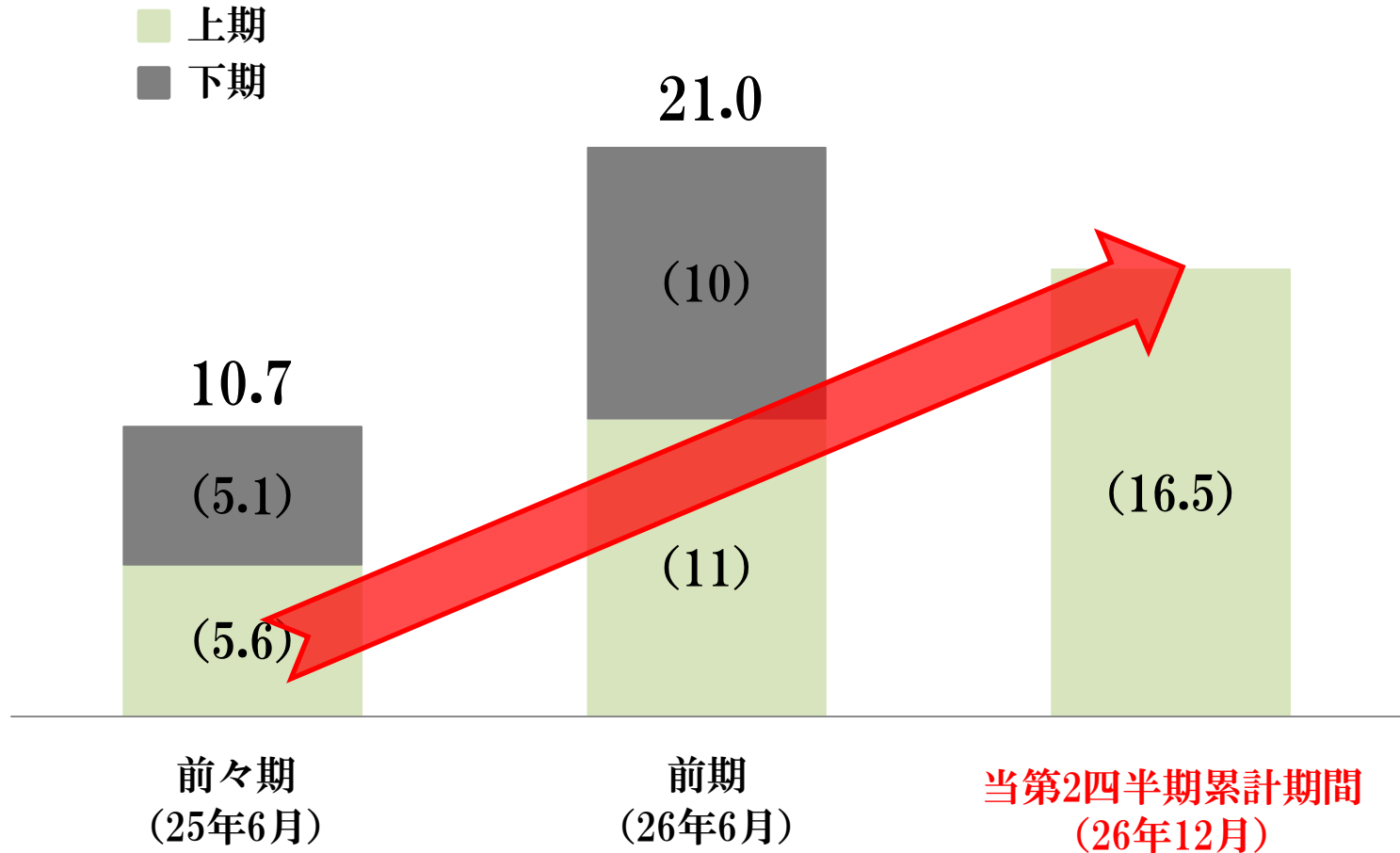
1) デジタルカ

“デジタルに強い”を
より具体化・進化させ

インタラクティブ・プロモーション
= **IP力**を武器にする

“オンリー・ワン”の
パワープロダクション会社を目指す

デジタル×リアル＝IP案件の推移



※デジタル単体の売上ではなく、デジタルとリアルが絡んだ統合プロモーション案件の総計を表しております。

(単位:億円)

ハイブリット・ユニット 1-TOW 進捗について

ワン・トゥー・ダブリュー

	平成26年1月 ~7月	平成26年8月 ~12月	合計
受注金額	140	145	285
受注件数	7	4	11

(単位:百万円)

(株)ワン・トゥー・テン・デザイン

- 設立 :平成13年4月
- 代表者 :澤邊 芳明
- 従業員数:65名(平成26年8月末現在)

■事業内容:

プロモーションサイト制作、コミュニケーションプラン立案、コミュニティサイト運営、サーバサイドアプリケーション制作、携帯電話のUIデザイン、グラフィックデザイン、デジタルサイネージ制作等

第1回

『インタラクティブ・プロモーション スクール』 終了

- 20名の学生・社会人が受講。
- 4名がTOWのインターンを申込。

リアル × デジタルで未来を変える。
2014年11月6日(木)～2015年2月5日(木) 毎週木曜日 19:00～21:00

ただ今、生徒募集中

TOW INTERACTIVE PROMOTION SCHOOL

本当のインタラクティブを学びたいあなたへ。

デジタルテクノロジーにこだわらない。最新デバイスに振り回されない。
ただ、突き詰めるのは、質のよいブランド体験。
質の高い体験を提供することによって、人はもっと気持ちが高ぶり、行動し、もっと多くの人に伝えられる。
イベントという形で「体験」をプロデュースしてきたTOWは、「インタラクティブ」をそう捉えています。
次世代のインタラクティブ・プロデューサーは、コミュニケーションの本質から最適なテクノロジーを活用した体験は何かを考える。
本当のインタラクティブはそこから始まります。



TOW 顧問 / 小田 昭 (事務所代表)
1963年東京都立芝浦区立芝浦大学
ファッションデザイン専攻卒業。同校電
通入社。主にTVCMの企画制作、カ
ンパ企画、ナリチ企画、ACCプログラム、
総企画、非常勤大学出立企画専攻受
賞、東京ADC、ニューヨークADC、
東京芸術正立大学非常勤教授。



福岡パブリシティプロモーション
コミュニケーションデザイン部 部長
チーフプロモーター
1990年入社。PRコンテンツ部を起
点とした戦略PRの専任部長。[Canva
Line 2012] [Sphere Asia 2012] PR
総企画部長。2013年6月に「福岡PR界
の本質-発展のための5つの視点-」
を上梓。



エグゼクティブ・コミュニケーション
デザイナー / 阿部 晶人
電通を経て2010年8月にオメガ・ワ
ンに転職。デジタルマーケティング
チーム構築を推進し、トランプ、アップル、
東武鉄道、など、多岐にわたるカ
ンペーンを成功に導く。2013年10月
創業。Ondine 担当代理店兼創立者兼
部長。著書に『PRはマーケティングの心臓』
[集英社]がある。



X1 Inc. プロデューサー
「デジタル」の価値と「デジタル」の価値を
つないでユーザー体験を向上させて
くれるプロデューサー。主な仕事は
「BIG SHADOW」LIVE 担当CM
FUJIYAMA | Nornar | Chant |
「BIG SHADOW」。



ワン・トゥー・コミュニケーションズ
代表取締役社長
1997年10月コミュニケーション・デザイン
設立。2012年デジタルクリエイティブ
コミュニティ(株)ワン・トゥー・コ
ミュニケーション設立。福岡県立大
学。2013年より一般社団法人インタラク
ティブ・コミュニケーション・ユースバー
代表理事。



クリエイティブ・コミュニケーション
デザイナー / 千葉 秀憲
株式会社クリエイティブ・コミュニケーションズ
プロデューサー。プロダクション、デザイナー
と関わるクリエイターへの能力開発を提
議する活動を多く行う。著書に『インタ
ラクティブ・プロモーション』がある。著
書には、総合通信のプロジェクトや表裏の中
心にも、執筆があるなどしている。

カリキュラム

11/6 (木)	コミュニケーションの本質から考える インタラクティブプロモーション	小田 昭 田村 慎一 (TOW 代表)	12/18 (木)	テクノロジーによって生み出される体験が コミュニケーションを変える	澤邊 芳明
11/13 (木)	戦略PRのいろは 一人を動かすコンテンツづくりと情報流通構造	井口 理	1/15 (木)	プロデューサーから見る インタラクティブコンテンツ制作	千葉 秀憲
11/20 (木)	インタラクティブって何だろう?	阿部 晶人	1/22 (木)	プロデューサーから見る インタラクティブコンテンツ制作	千葉 秀憲
11/27 (木)	インタラクティブプロデューサー 入門編	河村 大馬	1/29 (木)	卒業課題	小田 昭、他
12/3 (木)	インタラクティブプロデューサー 実践編	河村 大馬	2/5 (木)	卒業課題	小田 昭、他
12/11 (木)	視覚メディアのクリエイティブ実践法 「1から10まで」	澤邊 芳明			

開催概要

開講日程	2014年11月6日(木)～2015年2月5日(木)
講義時間	毎週木曜日 19:00～21:00
定員	20名
講義回数	全11回
開催場所	株式会社ター・オー・ダブリュー 会議室、他
対象	プロモーション業界への転職・就職を希望する方 プロモーション業界を目指す学生の方
選考	WEBエントリー後、事務局がエントリー内容から選考を行い、合格者を決定。 合格発表は、エントリー後約2週間以内にお知らせします。
受講料	一般 50,000円 / 学生 25,000円
校長	小田 昭 (TOW 顧問 / 小田 昭事務所代表)
主催	株式会社ター・オー・ダブリュー (代表: TOW Chairman) (〒900-0001 東京都千代田区)

スクールの特徴

- 1 テーマは今、広告業界が目指す「インタラクティブ」
- 2 業界を牽引する一線級のプロデューサーによるレクチャー
- 3 講師との距離が近い少人数の寺子屋的スクール
- 4 広告業界への就職・転職への近道!
- 5 全11回で、5万円。学生は半額

10月17日(金)申込締切! www.tow.co.jp/tips/
お申込みはWEBへ。 www.facebook.com/TOW.interactive.promotion.school

お問い合わせ先: 03-5777-1888 株式会社ター・オー・ダブリュー 管理本部 総務 (担当: 橋本)

2) つくる力

○1→TOW(デジタル制作会社)にくわえて、
映像制作会社との協業折衝中

○若手を増やし×早く育て上げる = 成長サイクル

“若手社員に仕事を任せる”習慣づくり

→若手社員にどんどん業務を任せる=成長を加速
中堅社員は余力で更なる営業に注力

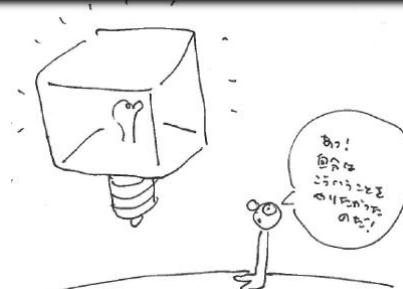
2015年4月 新卒・既卒 10名～13名を採用予定

2016年4月 新卒・既卒 10名～15名を採用予定

3) 顧客カ

- アイデア力強化

⇒メール版 小田桐塾「アイデアは楽しい！」
を全社員へ毎日配信



- “僅差は大差”の実践・指導を継続。（“僅差Book 2版”を制作）

4) グループ連携カ (次頁)

5) 安心カ

- 各本部の本部長をメンバーとした情報セキュリティ委員会(前期より継続)
- コンプライアンスの強化として月1回の全社が集まる会議にて研修を実施。

4) グループ連携力

- ・子会社T2クリエイティブの外部受注力の強化
⇒TOWの制作マンD3名投入＋プランナー6名兼務＋（新卒・中途6名増員）
（前上期比210%）

**【TOW 62.9億→63.0億】＋【T2 2.8億⇒5.8億】
＝65.7億→68.8億**

※外部受注力の強化・拡大を継続

(中長期的に) 目指すべき姿

デジタルに強いリアル・プロモーション会社へ

実現するために、強化すべき“5つの体幹”

- 1) デジタル力
- 2) つくる力
- 3) 顧客力
- 4) グループ連携力
- 5) 安心力

→ 上記【期初方針】を継続・強化

ありがとうございました。

