

株式会社 テー・オー・ダブリュー

平成28年6月期 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28年8月8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。

『過去最高益達成。』

【連結業績】

連結業績

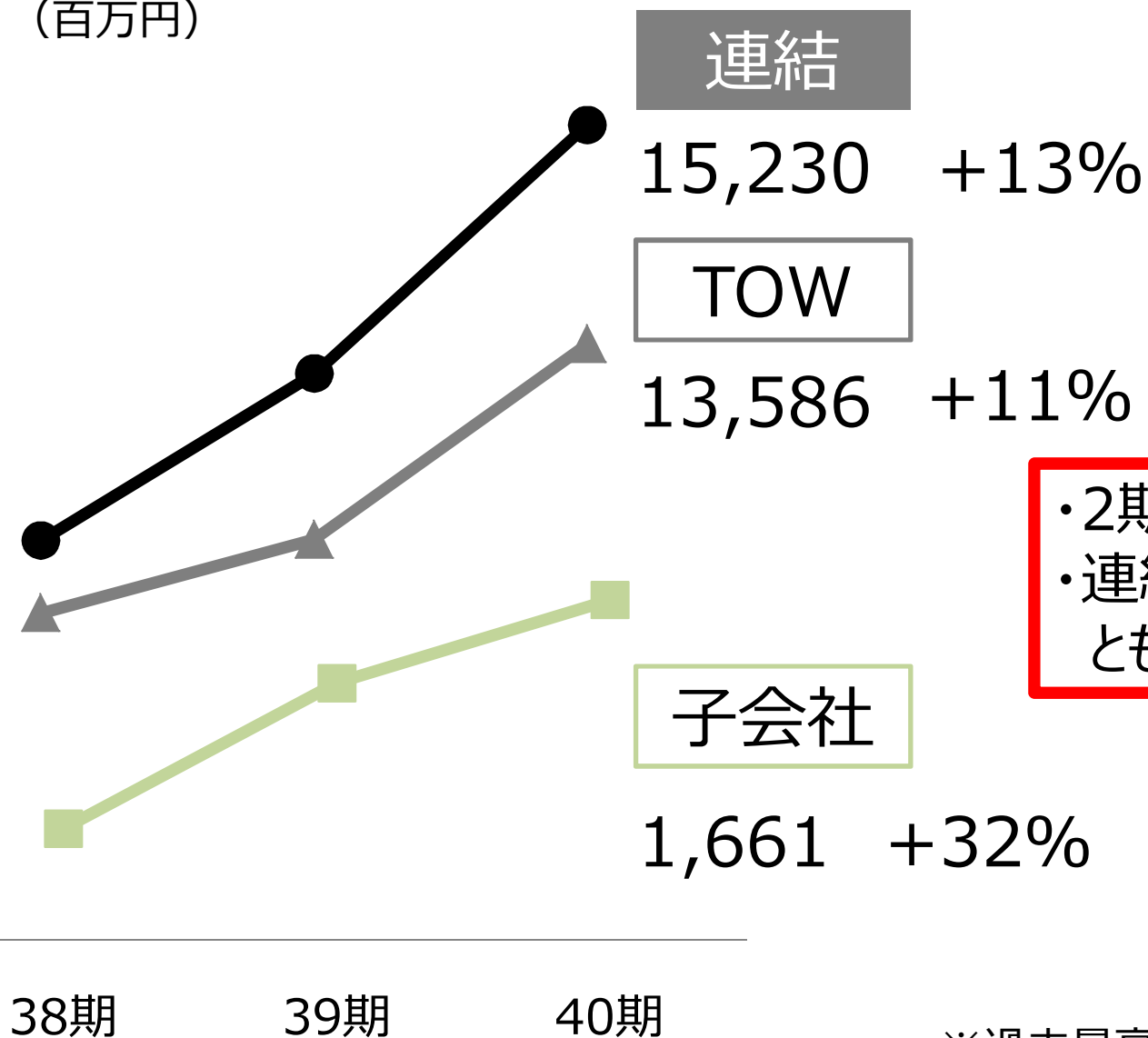
(百万円)

	前期	当期	増減額	増減率
売上高	13,442	15,230	+1,788	+13%
営業利益	1,335	1,678	+343	+26%
経常利益	1,349	1,682	+332	+25%
当期純利益	818	1,083	+265	+32%

【売上高】

売上高

(百万円)



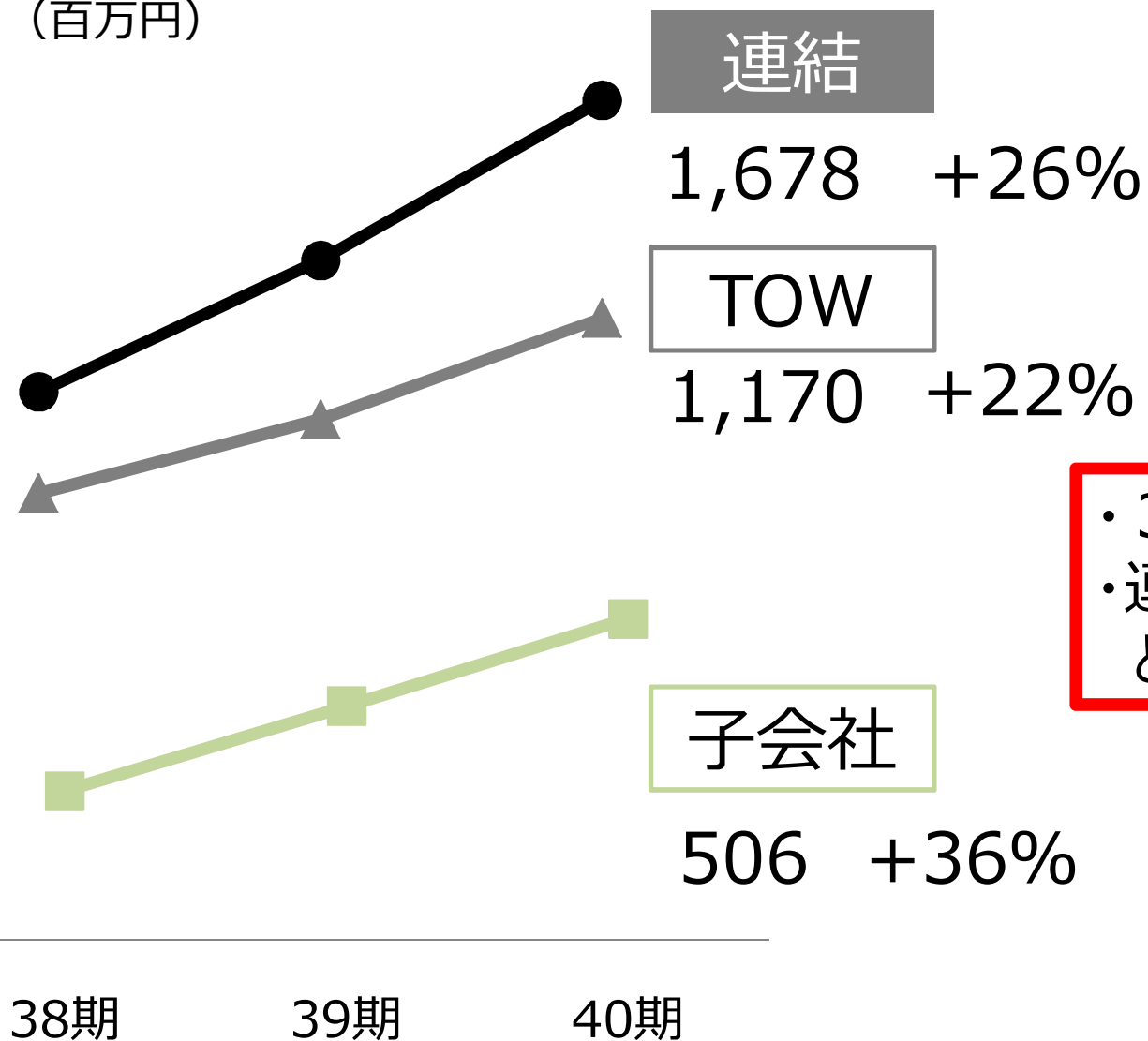
- ・2期連続増収
- ・連結・子会社外部売上ともに過去最高売上

※過去最高売上高：14,397（32期）

【営業利益】

営業利益

(百万円)



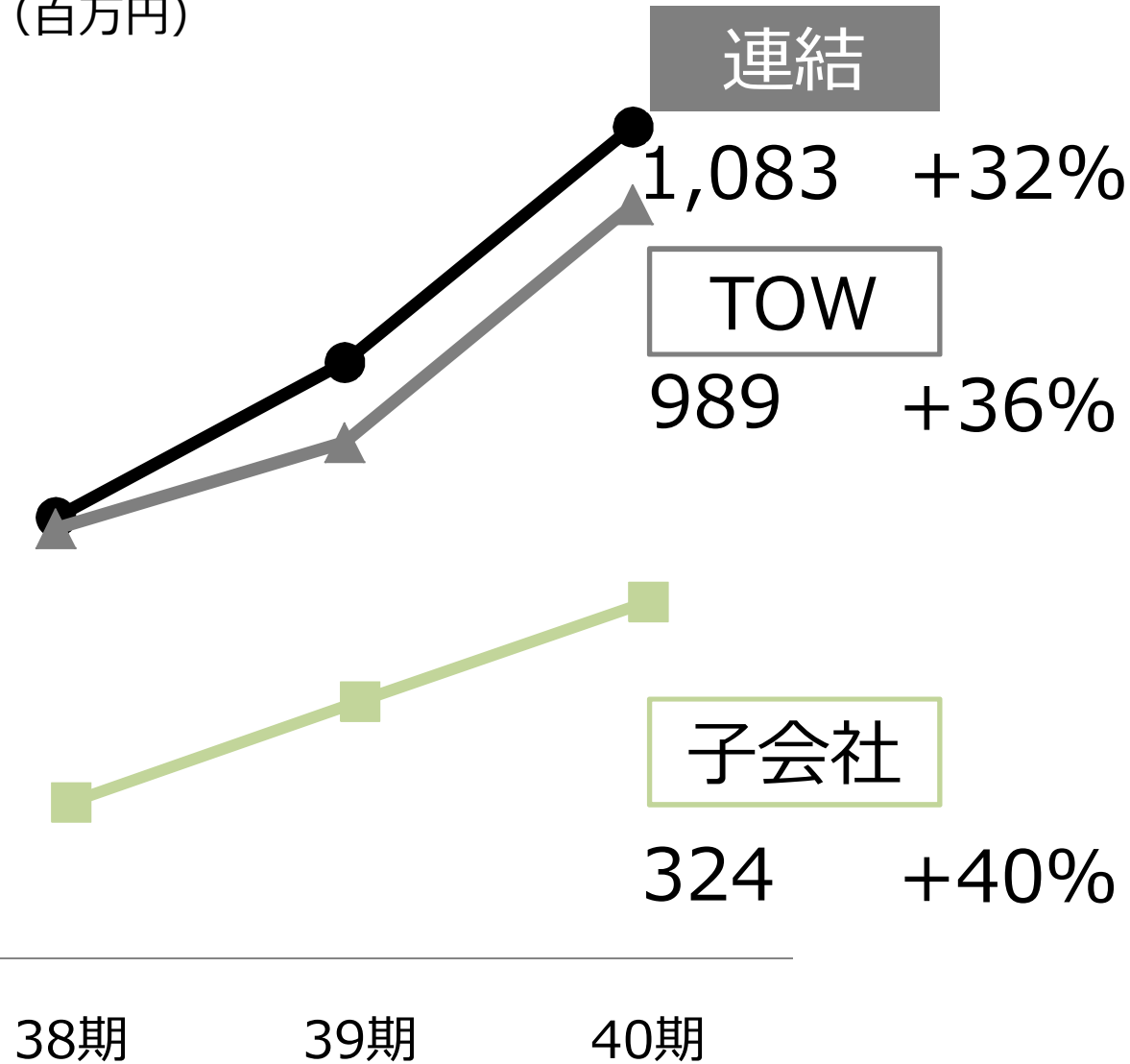
- ・ 3期連続増益
- ・ 連結・子会社営業利益ともに過去最高益

※過去最高営業利益：1,380（33期）

【当期純利益】

当期純利益

(百万円)

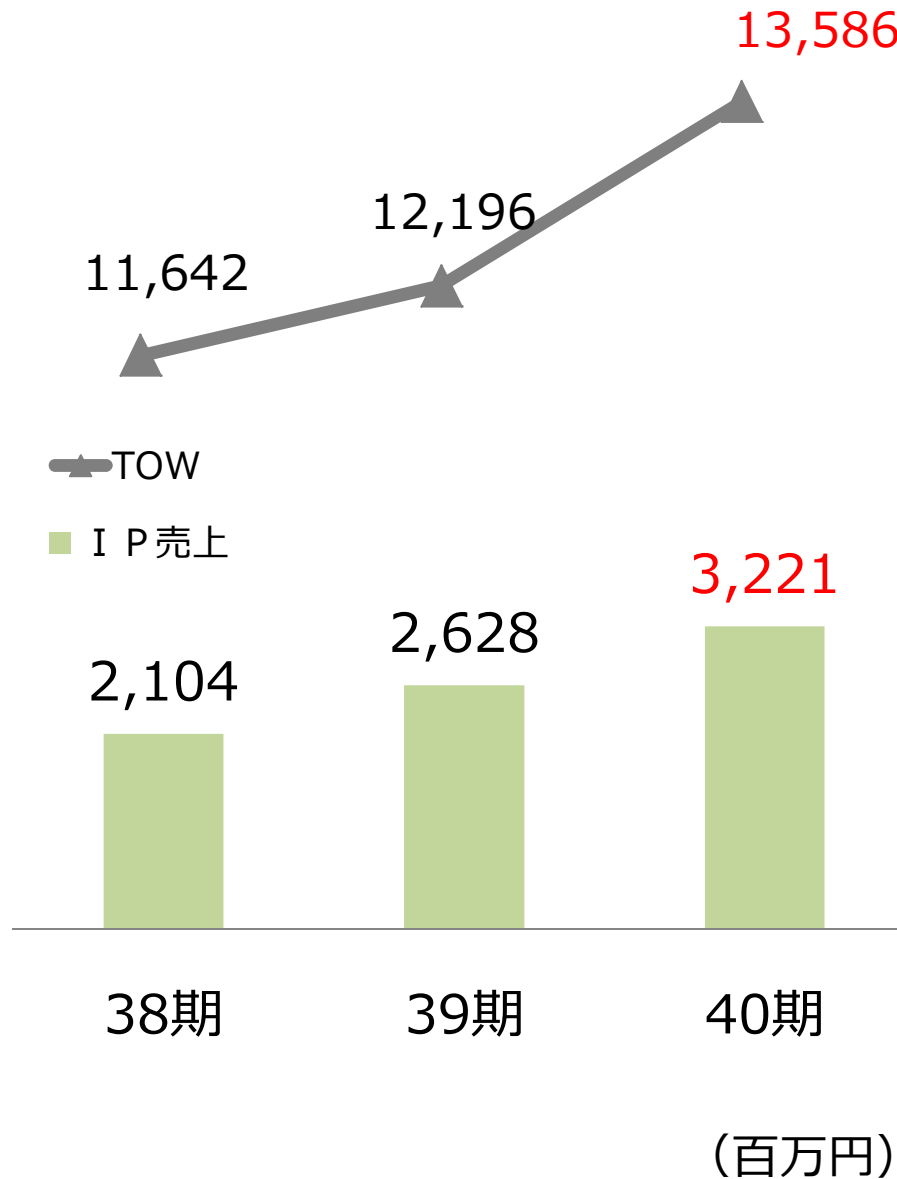


- ・ 3期連続増益
- ・ 初の10億円超

※過去最高当期純利益：864（33期）

【総括】

(総括 1)



A. インタラクティブ・プロモーション
(以下IP) 力の向上

B. 新たな異業種コラボによる
統合プロモーション力の強化



A.B両方が業績と企業価値
を高めるエンジンに

新たな“異業種コラボ”によるリアル価値向上



1→10design[®]
INTERACTIVE STUDIO

=

'14年1月発足

1→TOW

リアル×デジタルのハイブリットユニット



=

'15年7月発足

TOWAC

“バズるイベント”を仕掛ける

～コンテンツ制作会社～



**TAIYO
KIKAKU**
co.,ltd. 

=

'15年10月発足

T×T

ビジュアル・エクスペリエンス

～映像制作会社～



Material

～PR会社～

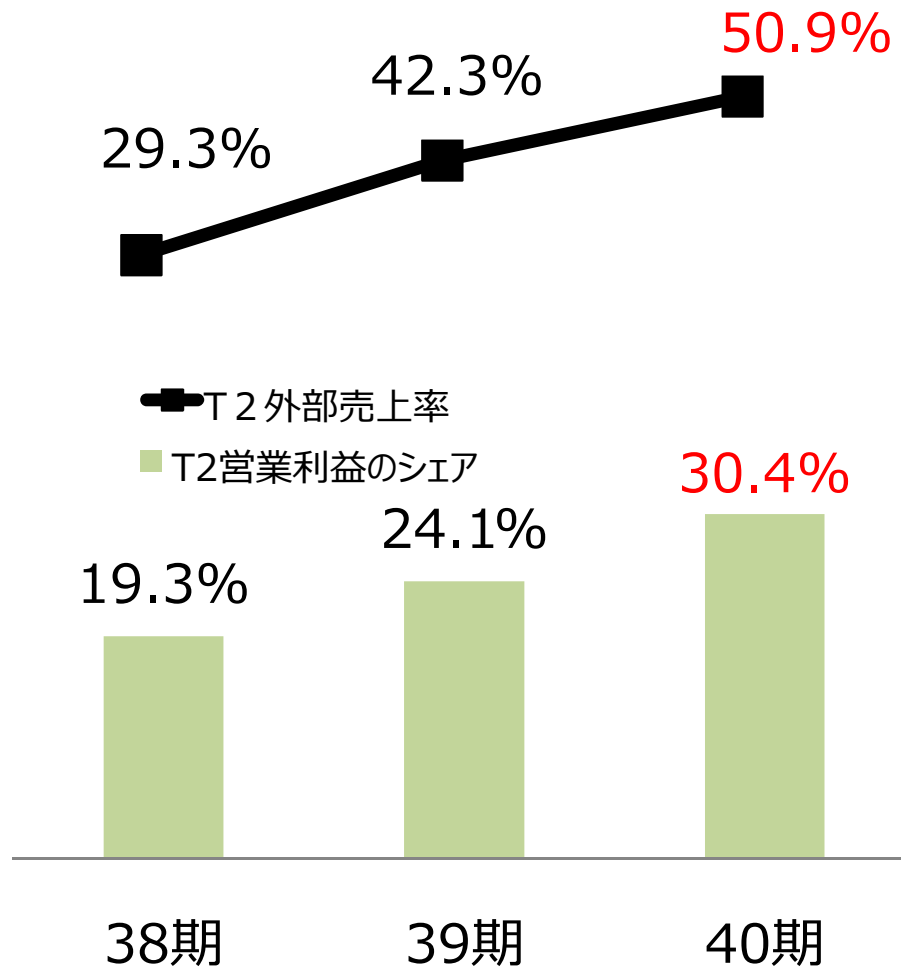
=

'16年2月発足

PRE-シヨイズ

データ×アイディア
でPR効果の最大化

(総括 2)



- T2C連結営業利益シェアが増し、グループ全体の収益力が向上
- T2Cは、3期連続増収増益で過去最高売上／営業利益／外部売上

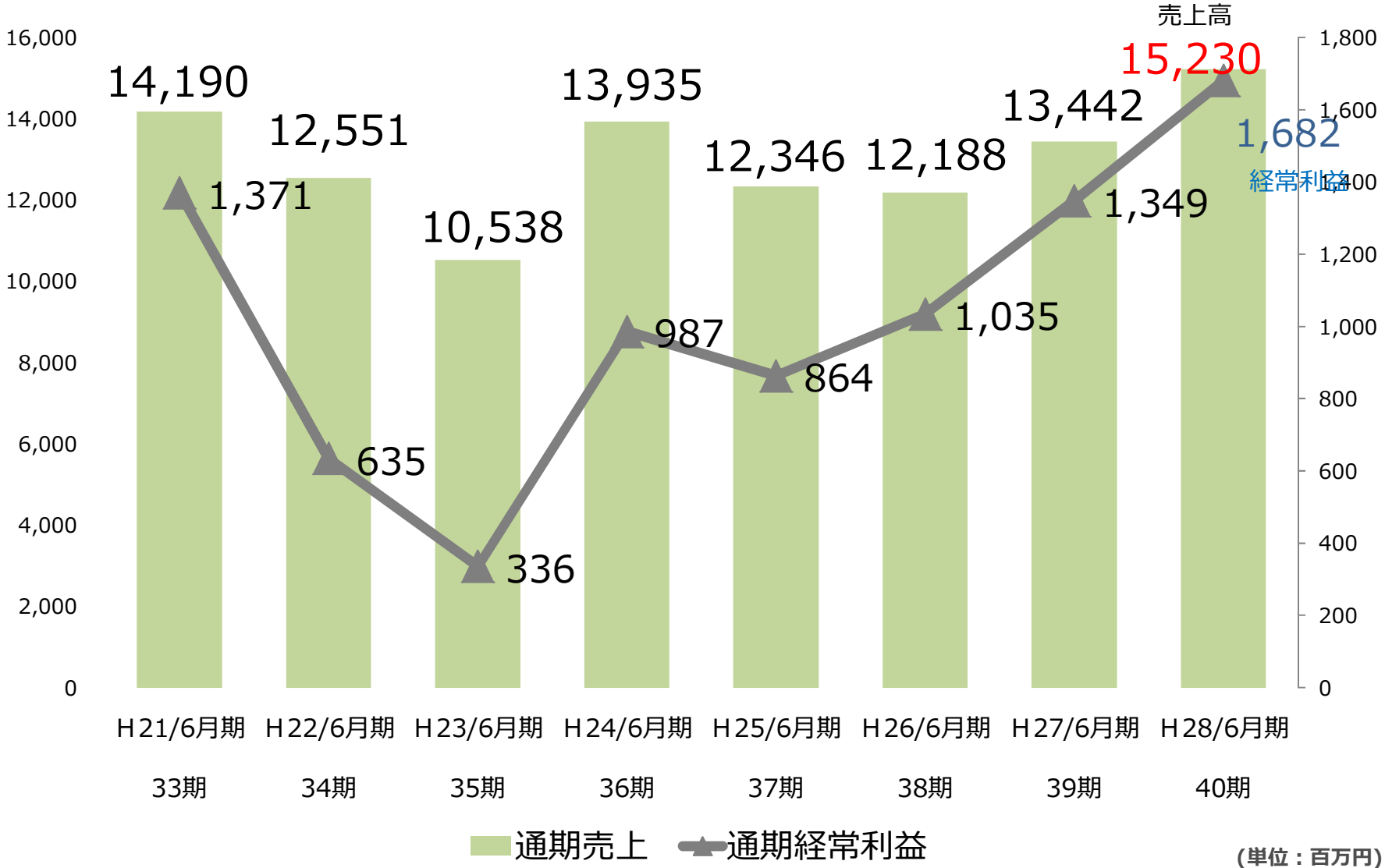
(総括 3)

販管費予算未使用により営業利益増

- ①当期中に採用予定の中途（13名）が採れず、
翌期へ持越し
- ②社員向けインセンティブ目標未達など

連結決算の推移

“過去最高売上・利益”達成



決算概要 (連結)

平成28年6月期 決算の概要 (連結)

	平成28年6月期				平成27年6月期	
	(28年6月)	前年比	当初計画比	構成比	(27年6月)	構成比
売上高	15,230	113.3%	106.6%	100.0%	13,442	100.0%
売上原価	12,756	112.2%	105.4%	83.8%	11,372	84.6%
売上総利益	2,474	119.6%	113.0%	16.2%	2,069	15.4%
営業利益	1,678	125.7%	118.5%	11.0%	1,335	9.9%
経常利益	1,682	124.6%	118.3%	11.0%	1,349	10.0%
特別損益	-	-	-	-	2	0.0%
当期純利益	1,083	132.4%	116.5%	7.1%	818	6.1%

※平成28年2月8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)

決算の概要 (個別)

平成28年6月期 決算の概要 (個別)

	平成28年6月期				平成27年6月期	
	(28年6月)	前年比	当初計画比	構成比	(27年6月)	構成比
売上高	13,586	111.4%	105.5%	100.0%	12,196	100.0%
売上原価	11,651	110.7%	105.0%	85.8%	10,528	86.3%
売上総利益	1,935	116.0%	108.8%	14.2%	1,668	13.7%
営業利益	1,170	121.7%	113.3%	8.6%	961	7.9%
経常利益	1,410	126.1%	110.8%	10.4%	1,118	9.2%
特別損益	-	-	-	-	2	0.0%
当期純利益	989	136.4%	108.0%	7.3%	725	5.9%

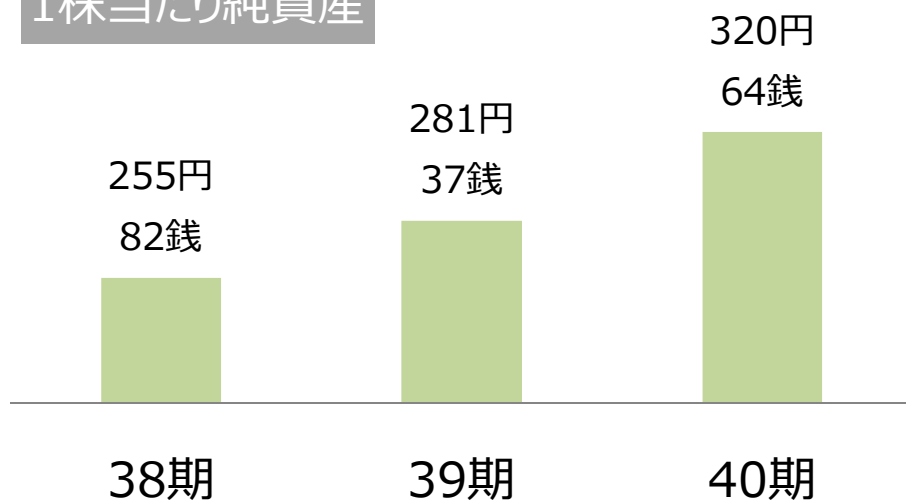
※平成28年2月8日に業績予想の上方修正を発表しております。

(単位：百万円)

財政状態・経営成績（連結）

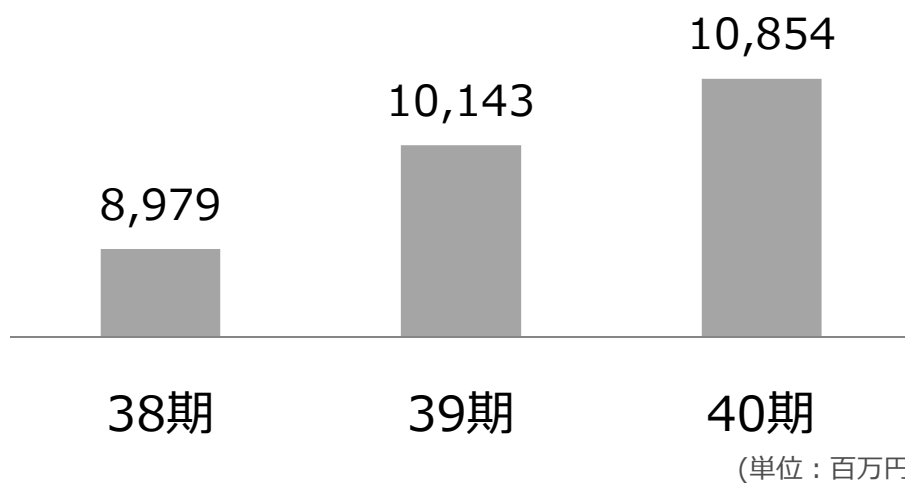
純資産

1株当たり純資産

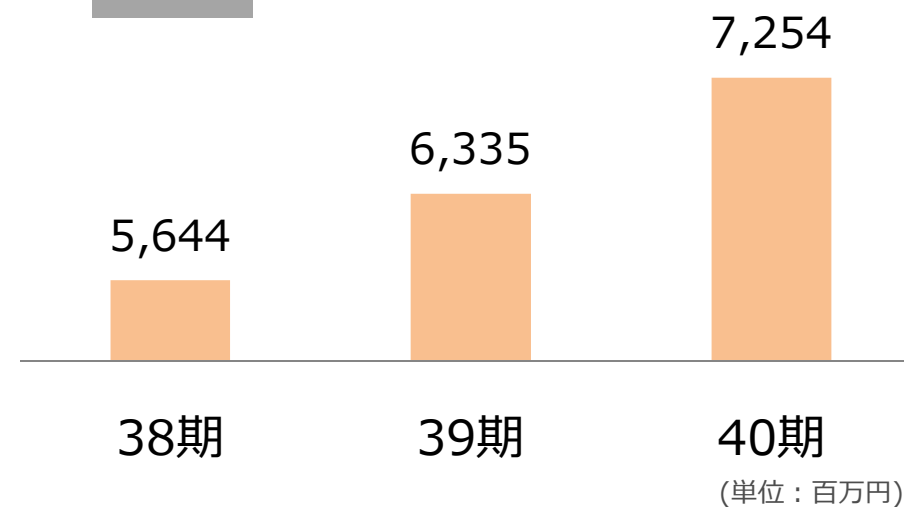


※ 1株当たり純資産については期末発行済株式数
 38期：21,992,520株
 39期：22,408,540株
 40期：22,408,452株を、それぞれ用いております。

総資産

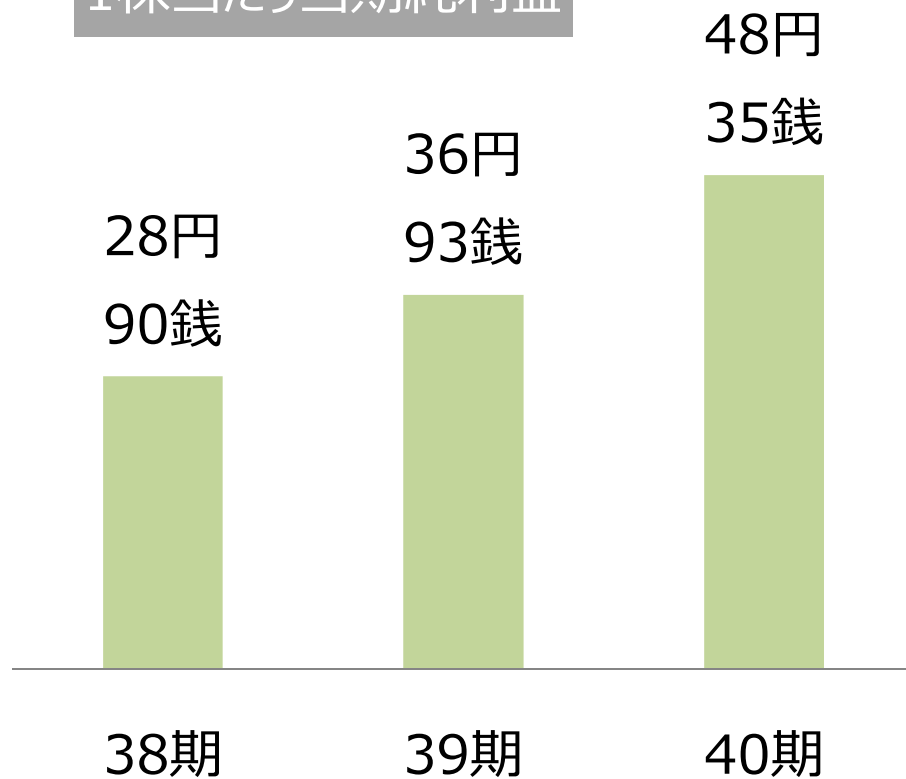


純資産



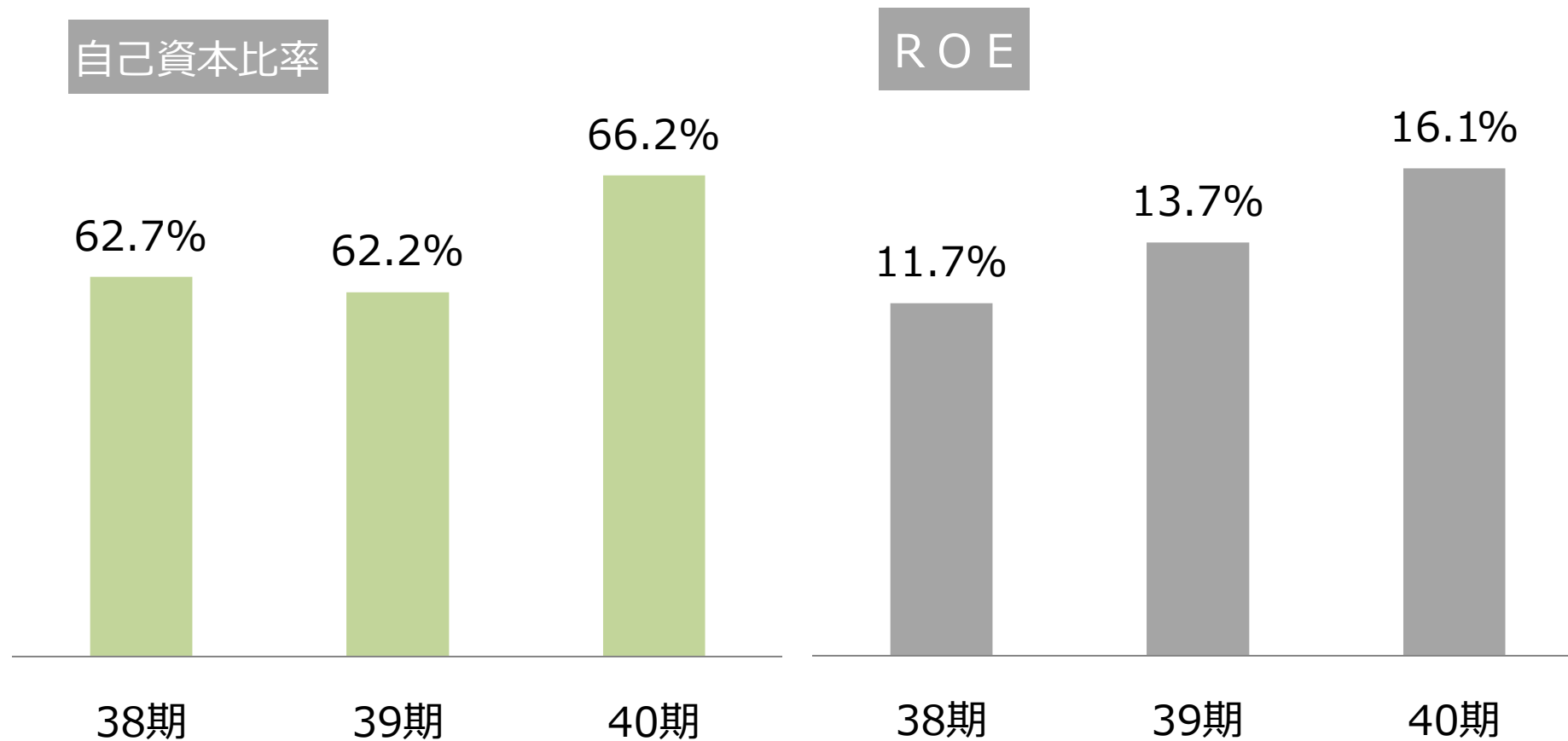
純利益

1株当たり当期純利益



※ 1株当たり当期純利益については、
期中平均株式数
38期：22,091,150株
39期：22,163,215株
40期：22,408,465株
をそれぞれ用いております。

自己資本比率／ROE



キャッシュ・フロー計算書（連結）

	平成28年6月期	平成27年6月期
I.営業活動によるキャッシュ・フロー	※1 196	※2 1,287
II.投資活動によるキャッシュ・フロー	※3 174	※3 ▲67
III.財務活動によるキャッシュ・フロー	※4 ▲412	※4 ▲189
IV.現金及び現金同等物の増加額	▲40	1,031
V.現金及び現金同等物期首残高	3,227	2,196
VI.現金及び現金同等物の期末残高	3,187	3,227

(単位：百万円)

- ※1 税金等調整前当期純利益が1,682百万円、未収入金の増加額が(▲)1,133百万円、法人税等の支払額が(▲)588百万円含まれております。
- ※2 税金等調整前当期純利益が1,352百万円、仕入債務の増加額が449百万円、法人税等の支払額が(▲)542百万円含まれております。
- ※3 当期末には、有価証券の償還による収入が200百万円含まれております。
前期末には、有形固定資産の取得による支出が(▲)45百万円含まれております。
- ※4 当期末には、配当金の支払額が(▲)425百万円含まれております。
前期末には、ストックオプションの行使による収入が136百万円、配当金の支払額が(▲)324百万円含まれております。

事業内容

カテゴリー別売上高（個別）

「広報」、「販促」が共に堅調。
「制作物」も伸長。

	平成28年6月期	前期比	平成27年6月期
販促	7,718	12.7%	6,850
広報	4,046	4.8%	3,859
文化・スポーツ	177	2.7%	172
博展	63	▲47.0%	120
制作物	1,489	34.8%	1,104
合計	13,495	11.5%	12,108

(単位：百万円)

※ 企画売上高は除きます。

業種別売上高（個別）

	平成28年6月期	構成比	前期比	平成27年6月期	構成比
情報・通信	2,409	17.9%	▲17.8%	2,931	24.2%
食品・飲料・嗜好品	2,413	17.9%	16.0%	2,081	17.2%
化粧品・トイレタリー・日用品	1,615	12.0%	33.5%	1,210	10.0%
自動車	2,078	15.4%	▲1.6%	2,111	17.4%
精密機器その他製造	891	6.6%	18.1%	754	6.2%
官公庁・団体	939	7.0%	18.6%	792	6.5%
金融	565	4.2%	24.0%	456	3.8%
流通・小売	1,465	10.9%	110.2%	697	5.8%
その他	1,116	8.3%	4.0%	1,073	8.9%
合計	13,495	100.0%	11.5%	12,108	100.0%

※ 企画売上高は除きます。

(単位：百万円)

価格帯別案件数の推移（個別）

全ての価格帯で増え、
1億円超は3割増し、案件単価も向上。

	平成28年6月期	前期比（件数）	平成27年6月期
～1,000万円	1,047	34	1,013
1,000万円～2,000万円	187	38	149
2,000万円～5,000万円	122	11	111
5,000万円～1億円	27	0	27
1億円～	18	4	14
合計	1,401	87	1,314
案件単価	963万円	+41万円	921万円

（単位：件数）

引合案件形態別（個別）

全てで案件数が増加。

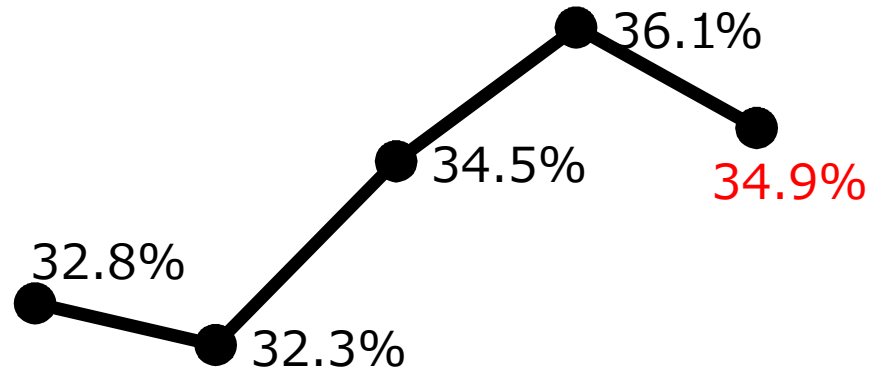
	平成28年6月期		平成27年6月期	
競合	148件	2,991	132件	2,065
提案	248件	2,471	248件	2,534
指定	1,005件	8,031	934件	7,508
合計	1,401件	13,495	1,314件	12,108

※ 企画売上高は除きます。

(単位：百万円)

企画力について（勝率）

勝 率



ガイドラインである3割以上を
高レベルで維持

36期 37期 38期 39期 40期

	36期	37期	38期	39期	40期
全体企画本数	2,066	1,912	1,722	1,873	1,763
制作移行件数	678	617	594	676	615

平成29年6月期の予想と進捗

平成29年6月期の進捗（個別）

受注ペースは堅調。
良質の竹梅獲得の継続。

	平成29年6月期 (H28/8/8現在)	平成28年6月期 (H27/8/7現在)
売上高	14,155	13,586
受注残高 (A・B・松の合計)	6,434	5,474
期中受注・期中制作高 (A・B・松の合計)	7,721	8,112
竹・梅の合計	3,973	4,615

(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

平成29年6月期 決算の概要 (連結)

	平成29年6月期			平成28年6月期	
	(29年6月)	前年比	構成比	(28年6月)	構成比
売上高	16,032	105.3%	100.0%	15,230	100.0%
売上原価	13,407	105.1%	83.6%	12,756	83.8%
売上総利益	2,625	106.1%	16.4%	2,474	16.2%
営業利益	1,793	106.8%	11.2%	1,678	11.0%
経常利益	1,792	106.6%	11.2%	1,682	11.0%
特別損益	-	-	-	-	-
当期純利益	1,185	109.4%	7.4%	1,083	7.1%

(単位：百万円)

平成29年6月期 決算の概要 (個別)

	平成29年6月期			平成28年6月期	
	(29年6月)	前年比	構成比	(28年6月)	構成比
売上高	14,155	104.2%	100.0%	13,586	100.0%
売上原価	12,132	104.1%	85.7%	11,651	85.8%
売上総利益	2,023	104.5%	14.3%	1,935	14.2%
営業利益	1,228	105.0%	8.7%	1,170	8.6%
経常利益	1,563	110.9%	11.0%	1,410	10.4%
特別損益	-	-	-	-	-
当期純利益	1,156	116.8%	8.2%	989	7.3%

(単位：百万円)

配当方針及び配当金について

○配当実績・予定

37期 平成25年6月期	38期 平成26年6月期	39期 平成27年6月期	40期 平成28年6月期	41期 (予定) 平成29年6月期
28円	28円	33円	22円 《44円》	26円 《52円》

※《 》は分割前換算

配当予想	中 間	期 末	合 計
平成29年6月期	(予) 13.00円	(予) 13.00円	(予) 26.00円

※平成27年7月1日付で普通株式1株につき普通株式2株の割合で株式分割を行っております。

○配当方針

①配当性向40%

②株価配当利回り4.5%



①②それぞれで算出した予想配当金のいずれか“高い方”を最低配当金※

※内部留保の確保という基本方針に基づき、連結配当性向換算50%を上限とし配当額を決定いたします。

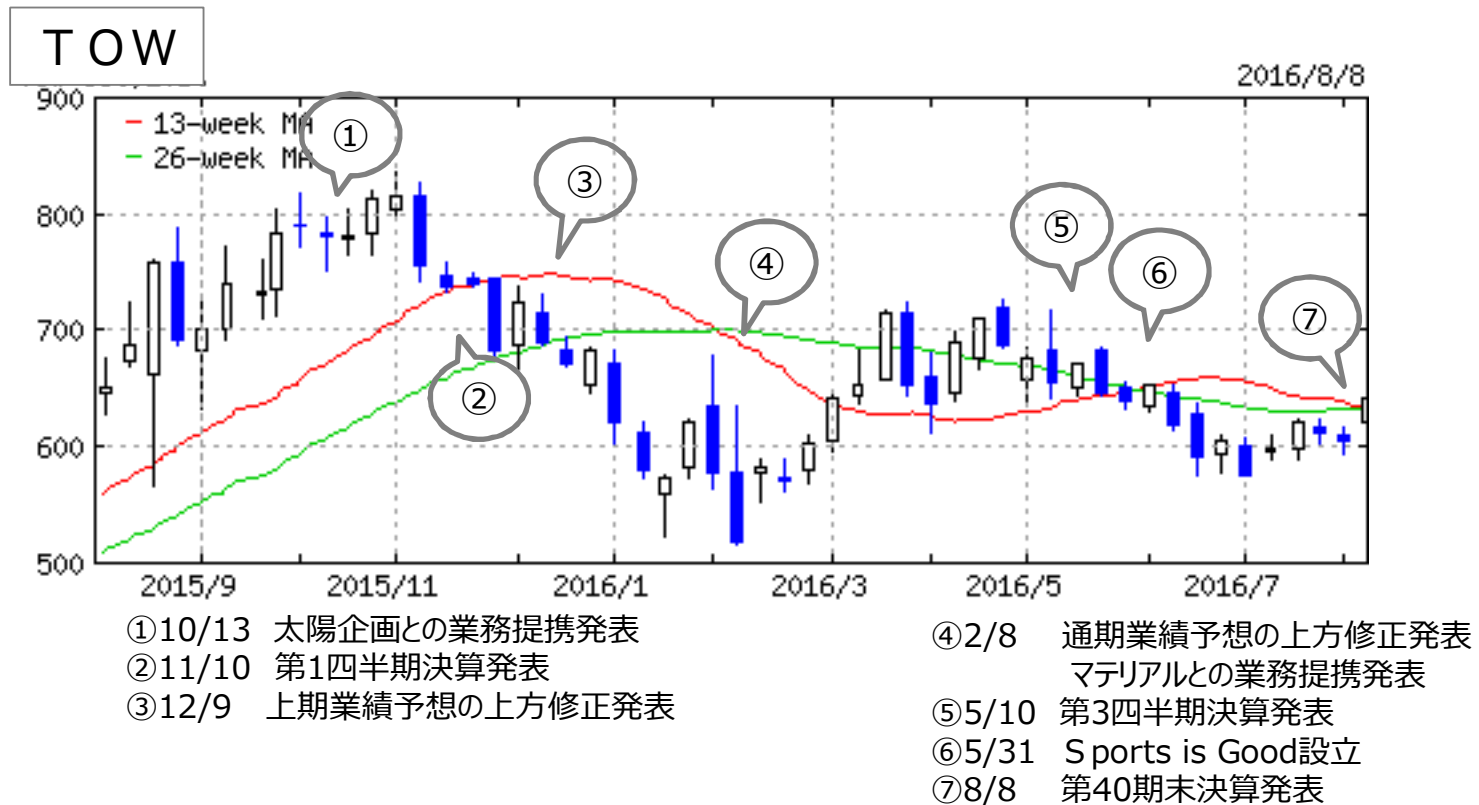
株価推移

	平成26年6月	平成26年12月	平成27年6月	平成27年12月	平成28年6月
株価	346円	405円	598円	683円	605円
出来高	28,598株	24,632株	43,423株	111,968株	69,743株
時価総額	84.7億	99.1億	146.4億	167.2億	148.1億

※株価については、各月末の数値を反映しております。

※平成26年の株価については、分割前ですが、分割後の理論値として試算しております。

※出来高については、6か月ごとの平均値を反映しております。



今期を含めた中期の方針

中期的な方針として

◎ IPにデータ活用 & 成果追求を装備し、次のフェイズへ
→顧客が求める日本初の『体験デザイン・プロダクション』へ

○高い収益力維持×“戦力増” = 規模拡大
→4年前から新卒定期採用した若手（@11・15・17・21名ほか）の成長と
継続的な定期採用

○リオ後の活性化が見込まれる2020年に向けスポーツ
をテーマにした案件の取込み
→新会社“Sports is good.”でレバレッジ

中期的な方針として

◎ IPにデータ活用 & 成果追求を追加装備し、次のフェイズへ
→顧客が求める日本初の『体験デザイン・プロダクション』へ

○高い収益力維持×“戦力増” = 規模拡大
→4年前から新卒定期採用した若手（@11・15・17・21名ほか）の成長と
継続的な定期採用

○リオ後の活性化が見込まれる2020年に向けスポーツ
をテーマにした案件の取込み
→新会社“Sports is good.”でレバレッジ

(釈迦に説法ですが)
モノが不足している時代は、
モノを手に入れることが目的なので、
“モノの価値”
を買っていることになります。

しかし

モノ不足ではない今、
必要なモノはほとんど手に入れてしまい、
むしろモノ余りの時代。

よって現代では、
モノの品質や機能だけでなく

モノを選んだり・買ったり・使ったりする
過程から得られる**“体験価値”**を
買っている。

例えば**音楽業界**。
CDが売れなくなってきました。

これは『CD』=モノの価値が
なくなっている。

【問題】

音楽界で『CD』の代わりに、
価値が出てきたものは何でしょう？

それは「ライブ」です。

歌手やロックバンドグループ
と共に過ごす時間や、
会場でレアグッズを購入すること、

つまり「体験」に大きな価値が
出てきている。

“体験価値”を買っている例

『心地よい空間で飲む』

香りも値段も高いコーヒー

休日、高級ビールを飲むという

『贅沢な時間』を買っている

さらに**SNS**上では

“体験（情報）をユーザー間で共有・共感”
することが、モノそのものの価値より重要に。

生活者の「買い方」が変化

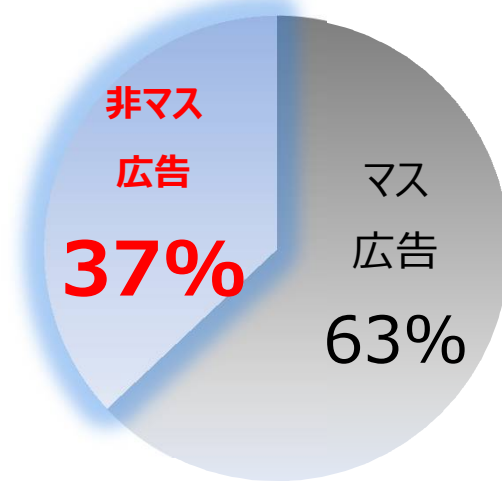
消費の目的は、

“商品価値から**体験価値**へ”

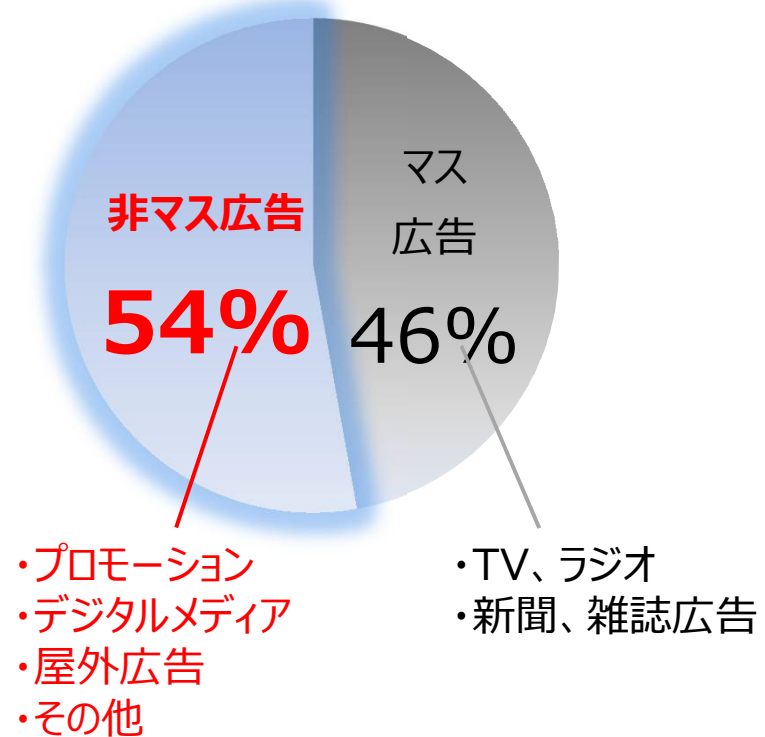
(さらにモノからコトへ)

マス→**プロモーション・デジタルが主流**に
大きくゲームチェンジしていることから分かる

2003年



2015年



(株)電通「2015年日本の広告費」より

TOWの得意領域“体験”が
広告・コミュニケーションのど真ん中へ！

TOW-Vision

日本初の
『体験デザイン』プロダクション

としてプロモ業界を牽引する。

一方で「ど真ん中」になるからこそ
クライアントから求められてくるものがあります。

それが、

「効果」です。

世の中の人
が感動するツボは
どこか？

① 「データ分析」

どう
いう体験を
提供すれば
WOW! & シェア
されるか？

② 「体験プランニング」

イベント・プロモーションでの 「WOW! な体験」と「その後の変化」

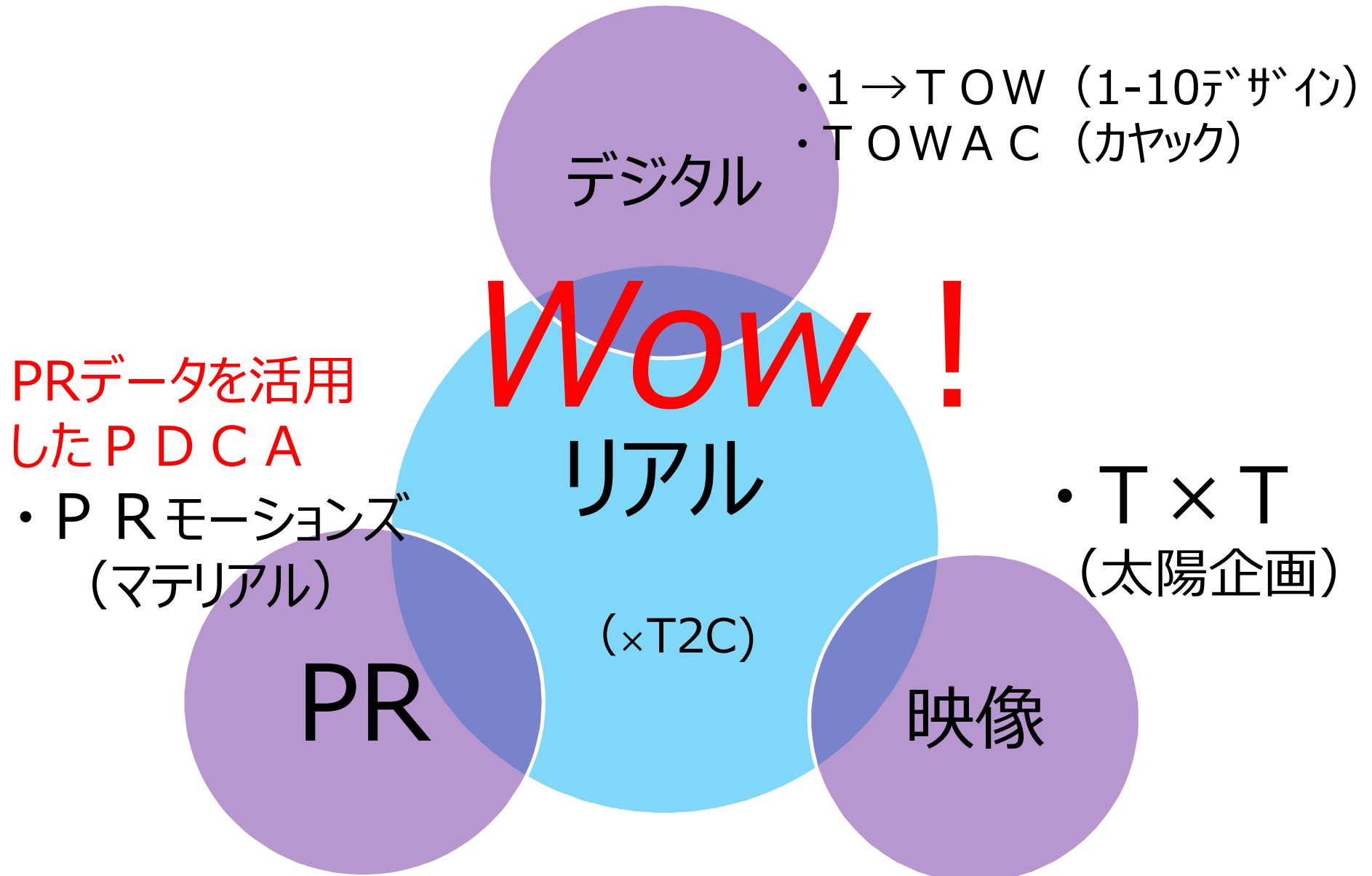
WOW! な体験を
提供する
アウトプットの
クオリティを！

③ 「イグゼキューション」

体験者は、
その後どう
変化したか？

④ 「効果検証」

TOWの『体験デザイン』ポートフォリオ



中期的な方針として

◎ IPにデータ活用 & 成果追求を追加装備（後述）

→顧客が求める日本初の『体験デザイン・プロダクション』へ

○高い収益力維持×“戦力増” = 規模拡大

→4年前から新卒定期採用した若手（@11・15・17・21名ほか）の成長と
継続的な定期採用

○リオ後の活性化が見込まれる2020年に向けスポーツ
をテーマにした案件の取込み

→新会社“Sports is good.”でレバレッジ

2020年に向けスポーツをテーマにした案件の受注を
レバレッジ

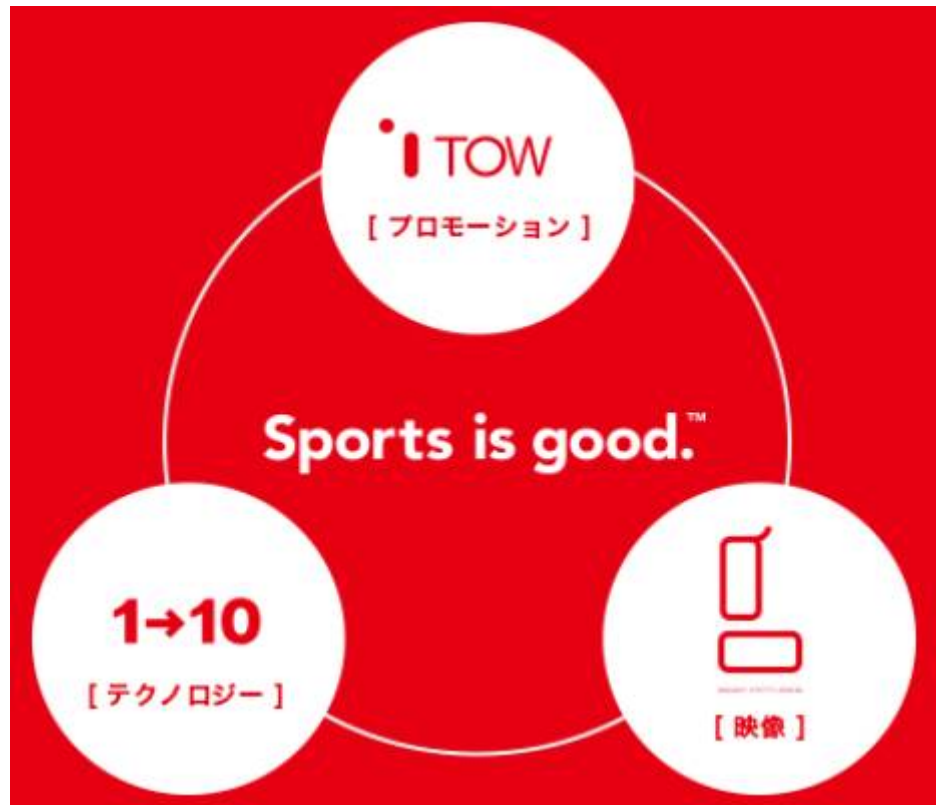
Sports is good.TM

そう、スポーツは素敵だ

※本年6月1日 新会社設立

異業種 3 社がタッグを組み、
「新たなスポーツ体験」をプランニング & プロデュース。

<出資51%>



<出資34%>

<出資15%>

- 大規模な国際スポーツイベントなどのプロデュースを行ってきた「TOW」
- 最新のデジタルテクノロジーとクリエイティブの「1→10」
- 映像表現において豊富な経験値を持つ「ギークピクチュアズ」

<何をする会社なのか>



『新たなスポーツ体験』による課題解決

Sports



マイノリティ

マイナースポーツや障がい者スポーツの活性化



企業資産

企業の持つ資産や技術とスポーツとのマッチング



テクノロジー

最新テクノロジーによる新しいスポーツ観戦の形

2017年6月期は、
『2期連続の最高売上・最高益へ。』

経営理念

世界一の
“感動体験”をクリエイトし、
笑顔を増やす。

TOP OF THE WORLD
TOWCO.,LTD

Thank you.