

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

株式会社 テー・オー・ダブリュー

平成30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30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。

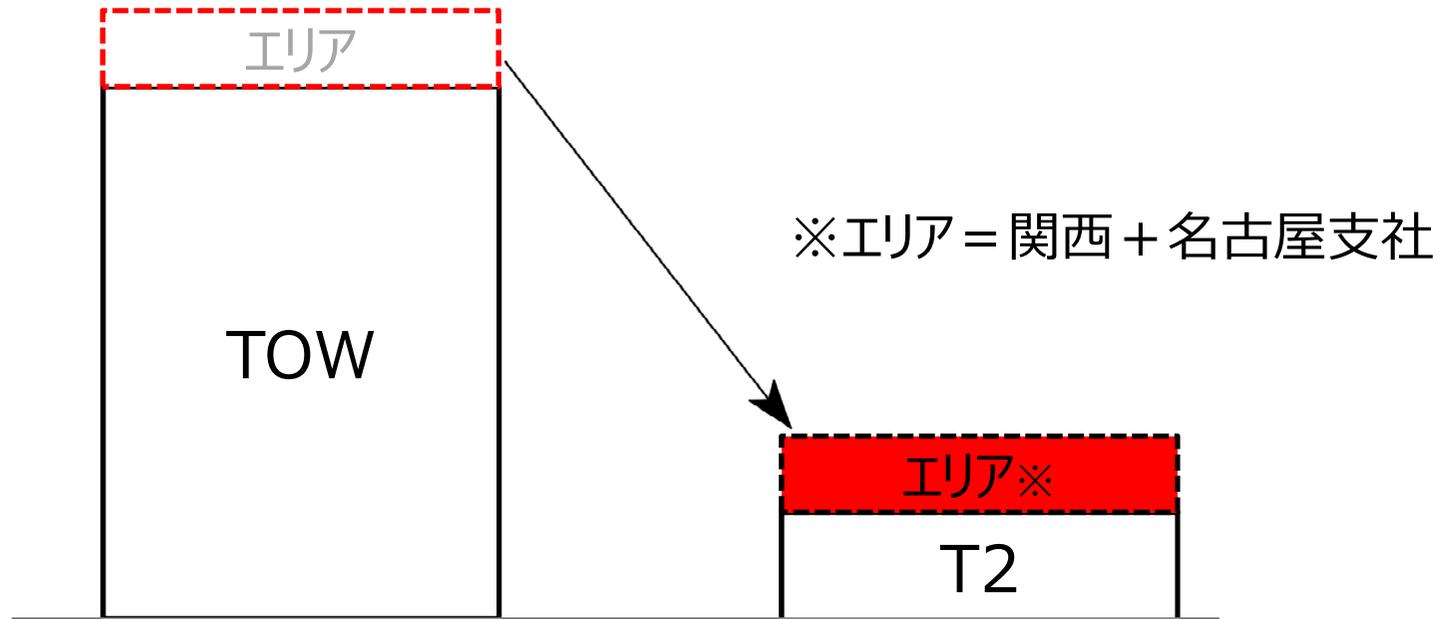
社会・経済・競合状況の変動等に関わる

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。

【総括】

期初に行った機構改革



※当資料は前期と前々期のエリア（関西・名古屋）業績をT2Cとして再計算しています。

連結業績の総括

- ☑ 3期連続で過去最高売上・利益を更新
前年比 売上102.7%、営業利益100.8%、
経常利益102.7%、当期純利益100.1%
- ☑ 粗利率は前年オーバーも、計画比で△0.3ポイント
- ☑ T2：移管したエリア業績目標は達成、東京は未達
全体の粗利率は計画比・前年比とも△1.7ポイント
計画比：売上105.3%、経常利益97.3%

【決算概要】

平成30年6月期 決算の概要 (連結)

	平成30年6月期				平成29年6月期	
	(30年6月)	前年比	計画比	構成比	(29年6月)	構成比
売上高	16,688	102.7%	100.1%	100.0%	16,251	100.0%
売上原価	13,996	102.7%	100.1%	83.9%	13,634	83.9%
売上総利益	2,691	102.9%	100.3%	16.1%	2,616	16.1%
営業利益	1,825	100.8%	98.6%	10.9%	1,811	11.1%
経常利益	1,873	102.7%	101.2%	11.2%	1,823	11.2%
特別損益	-	-	-	-	▲ 2	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,207	100.1%	102.7%	7.2%	1,206	7.4%

(単位：百万円)

平成30年6月期 決算の概要 (個別)

	平成30年6月期				平成29年6月期			
	(30年6月)	※前年比	当初計画比	構成比	(29年6月)	構成比	エリア除く	構成比
売上高	12,897	105.3%	100.6%	100.0%	14,309	100.0%	12,251	100.0%
売上原価	11,129	105.1%	100.6%	86.3%	12,367	86.4%	10,590	86.4%
売上総利益	1,767	106.6%	100.5%	13.7%	1,941	13.6%	1,657	13.5%
営業利益	955	97.0%	99.6%	7.4%	1,164	8.1%	985	8.0%
経常利益	1,423	107.3%	106.0%	11.0%	1,505	10.5%	1,326	10.8%
特別損益	-	-	-	-	▲ 2	-	-	-
当期純利益	1,066	-	108.9%	8.3%	1,114	7.8%	-	-

※前年比は「エリア除く」との比較で算出しております。

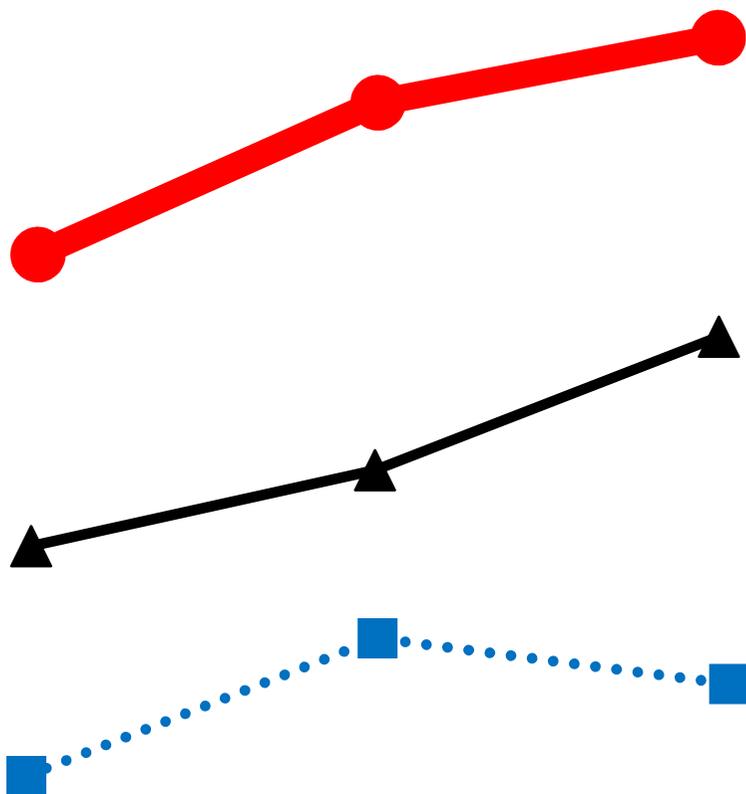
(単位：百万円)

【直近3期の連結業績】

※当期と比較しやすいように、前期と前々期のエリア（関西・名古屋）業績をT2Cとして再計算しています。

売上高

(百万円)



40期

41期

42期

・3期連続で過去最高売上

連結

(計画比+0.1%)

16,688

+2.7%

TOW

12,897

+5.3%

子会社

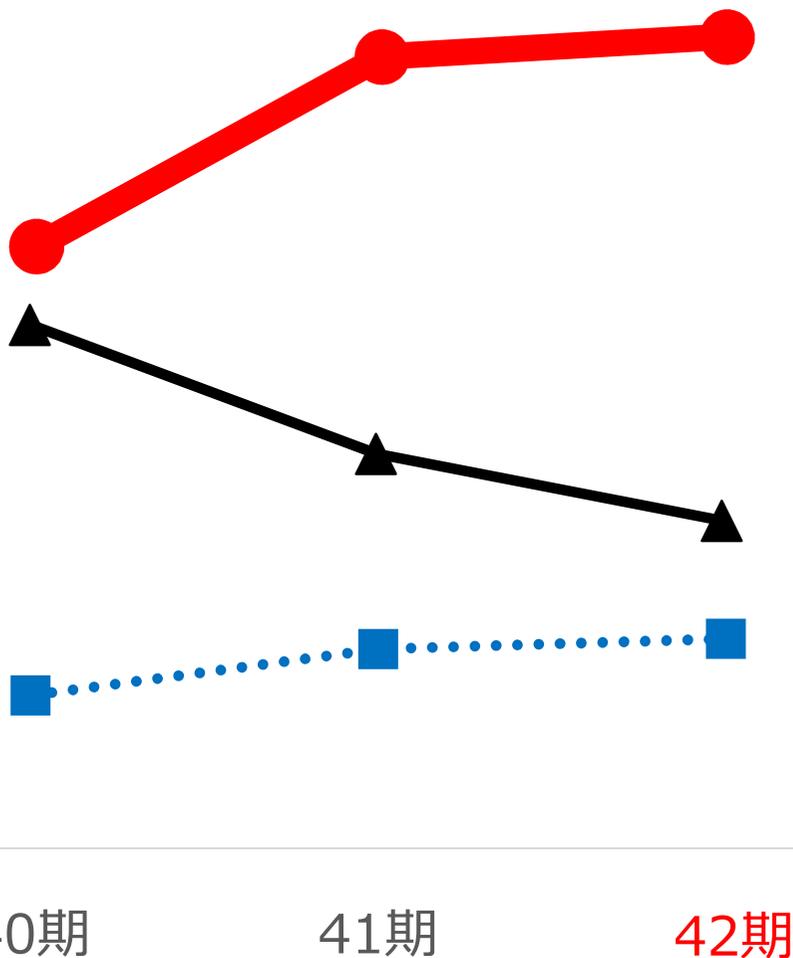
(外部売上高)

3,792

△5.3%

営業利益

(百万円)



・ 3期連続の過去最高営業利益

連結

(計画比 Δ 1.4%)

1,825 +0.8%

TOW

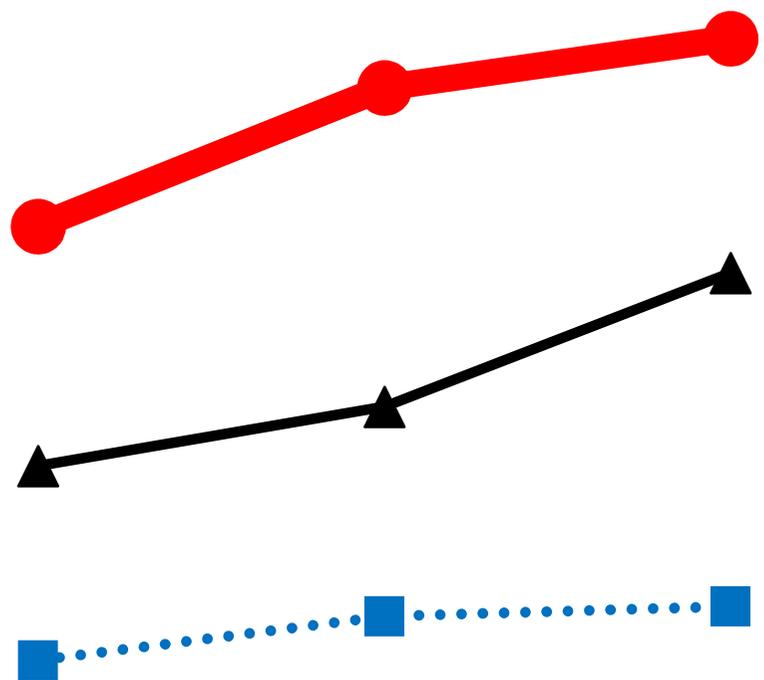
955 Δ 3.0%

子会社

867 +5.2%

経常利益

(百万円)



40期

41期

42期

・3期連続の過去最高経常利益

連結

(計画比+1.2%)

1,873

+2.7%

TOW

1,423

+7.3%

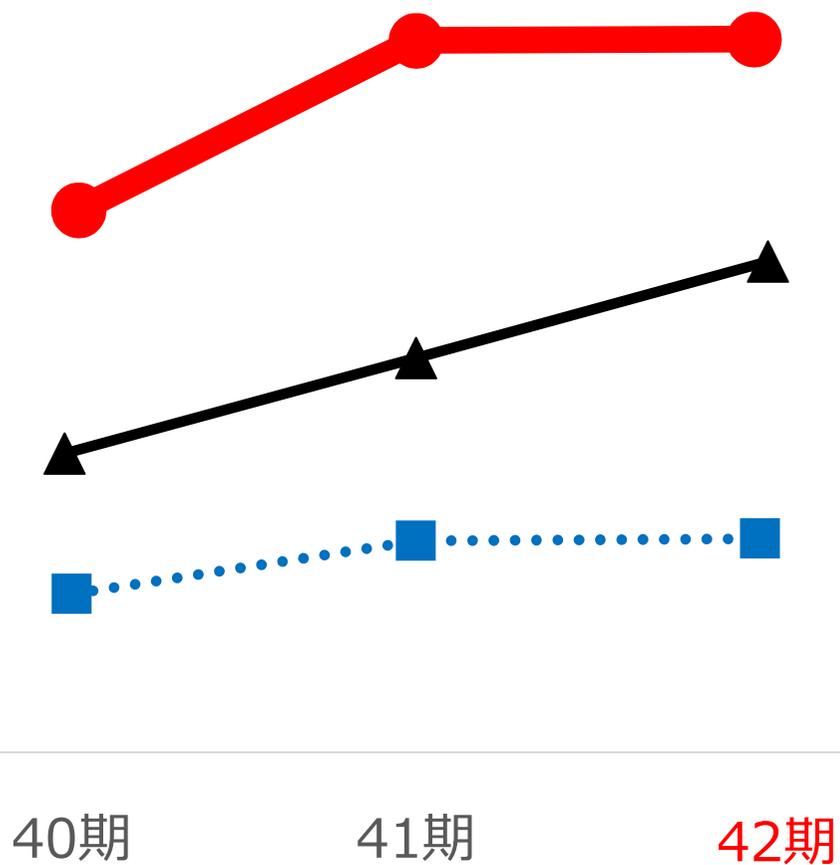
子会社

865

+5.1%

当期純利益

(百万円)



・3期連続の過去最高当期純利益

連結

(計画比+2.7%)

1,207 +0.1%

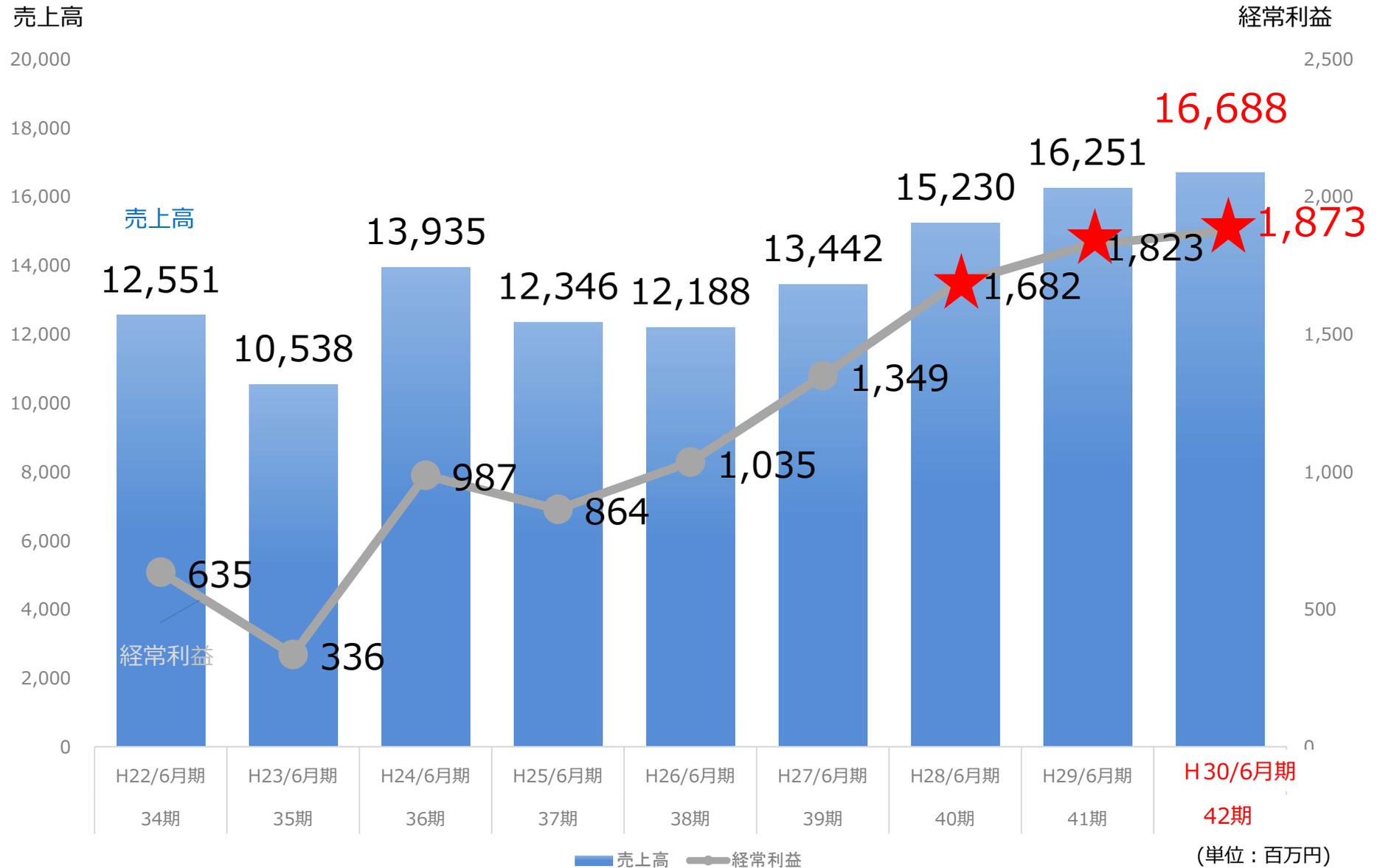
TOW

1,066 +8.6%

子会社

558 +1.1%

3期連続の過去最高売上・最高利益



財政状態・経営成績（連結）

	平成30年6月期	平成29年6月期
総資産	13,055	11,807
純資産	8,739	8,057
1株当たり純資産 ※1	388円96銭	358円63銭

※1 1株当たり純資産については、期末発行済株式数 平成29年6月期：22,468,452株
平成30年6月期：22,468,452株をそれぞれ用いております。

(単位：百万円)

	平成30年6月期	平成29年6月期
1株当たり当期純利益 ※2	53円75銭	53円74銭
自己資本比率	66.9%	68.2%
ROE	14.4%	15.8%

※2 1株当たり当期純利益については、期中平均株式数 平成29年6月期：22,453,000株
平成30年6月期：22,468,452株をそれぞれ用いております。

キャッシュ・フロー計算書 (連結)

	平成30年6月期	平成29年6月期
I. 営業活動によるキャッシュ・フロー	※1 1,240	※2 872
II. 投資活動によるキャッシュ・フロー	※3 ▲53	▲6
III. 財務活動によるキャッシュ・フロー	※4 ▲585	※4 ▲556
IV. 現金及び現金同等物の増加額	601	309
V. 現金及び現金同等物期首残高	3,496	3,187
VI. 現金及び現金同等物の期末残高	4,098	3,496

(単位：百万円)

- ※1 税金等調整前当期純利益が1,874百万円、仕入債務の増加額が289百万円、未収入金の減少額が2,424百万、売上債権の増加額(▲)が2,941百万円、法人税等の支払額(▲)が611百万円が含まれております。
- ※2 税金等調整前当期純利益が1,820百万円、仕入債務の増加額が178百万円、未収入金の減少額が295百万、売上債権の増加額(▲)が716百万円、法人税等の支払額(▲)が659百万円、その他負債の減少額が122百万円が含まれております。
- ※3 投資有価証券の取得による支出(▲)が15百万円含まれております。
- ※4 配当金の支払額が平成30年6月期584百万円、平成29年6月期555百万円が含まれております。

事業内容

事業内容の総括

- ☑ データ活用を含めた“体験デザイン力”は徐々に向上し、顧客の評価も高まりつつある中、**体験デザイン型の中・大型案件の受注が進捗した**
- ☑ **複数の1億超の大型案件受注**≡顧客との信頼関係の深化と体験デザイン力の成果 ※いくつかの**低営業案件あり**
- ☑ 受注拡大した大手顧客があった一方、**一部大手顧客ではイベント・プロモーション領域の度重なる組織変革で、商流が細分化・複雑化し内製化も進行、当社の営業的対応が追い付かず受注は低調に**
- ☑ “**2020案件**”の出現は想定より少なく、受注ペースも遅い

カテゴリー別売上高 (連結)

「販促」が堅調。

	平成30年6月期	前期比	平成29年6月期
販促	9,221	13.4%	8,133
広報	5,253	▲4.0%	5,472
文化・スポーツ	578	11.1%	520
博覧会	0	-	0
制作物	1,541	▲23.5%	2,014
合計	16,594	2.8%	16,141

※ 企画売上高は除きます。

(単位：百万円)

業種別売上高 (連結)

	平成30年6月期	構成比	前期比	平成29年6月期	構成比
情報・通信	4,130	24.9%	55.7%	2,653	16.4%
自動車	4,114	24.8%	16.9%	3,520	21.8%
食品・飲料・嗜好品	1,907	11.5%	▲ 37.9%	3,069	19.0%
化粧品・トイレタリー・日用品	1,703	10.3%	▲ 20.6%	2,144	13.3%
官公庁・団体	1,272	7.7%	8.6%	1,171	7.3%
流通・小売	755	4.5%	▲ 38.2%	1,221	7.6%
精密機器その他製造	673	4.0%	7.5%	626	3.9%
金融	559	3.4%	33.8%	418	2.6%
その他	1,477	8.9%	12.5%	1,313	8.1%
合計	16,594	100.0%	2.8%	16,141	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）

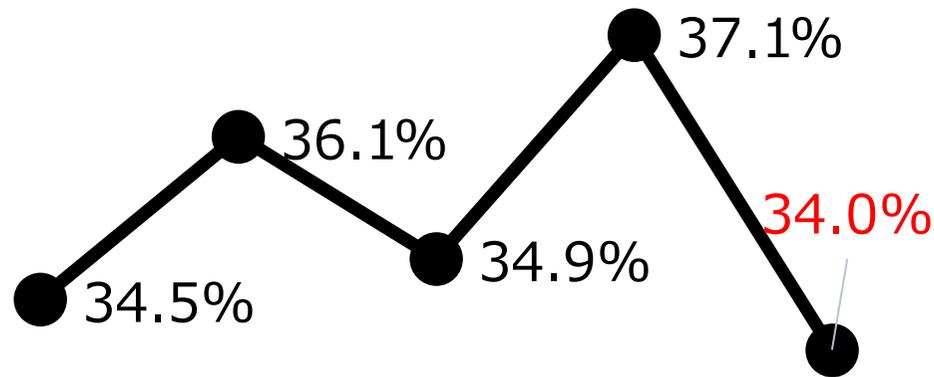
これまでにない数の1億超大型案件を受注
平均単価は@1,000万円超を維持

	平成30年6月期	前期比（件数）	平成29年6月期
～1,000万円	862	46	816
1,000万円～2,000万円	130	▲ 38	168
2,000万円～5,000万円	104	▲ 1	105
5,000万円～1億円	40	0	40
1億円～	15	7	8
合計	1,151	14	1,137
案件単価	1,112万円	44万円	1,067万円

（単位：件数）

企画力について・勝率（個別）

勝率



当社のガイドラインである
“3割以上”を高レベルで維持

30%

38期 39期 40期 41期 42期

平成31年6月期の予想と進捗

平成31年6月期 業績予想 (連結)

	平成31年6月期 (計画)			平成30年6月期 (実績)	
	(31年6月)	前年比	構成比	(30年6月)	構成比
売上高	15,436	92.5%	100.0%	16,688	100.0%
売上原価	12,912	94.7%	83.6%	13,633	81.7%
売上総利益	2,523	93.8%	16.3%	2,691	16.1%
営業利益	1,700	93.2%	11.0%	1,825	10.9%
経常利益	1,714	91.5%	11.1%	1,873	11.2%
特別損益	-	-	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益※	1,129	93.5%	7.3%	1,207	7.2%

(単位：百万円)

前期あった複数の大型案件が見込めないことと、
一部大手顧客の受注をより慎重に見込み、
利益率アップと販管費抑制するが減収減益の予想

平成31年6月期 業績予想 (個別)

	平成31年6月期 (計画)			平成30年6月期 (実績)	
	(31年6月)	前年比	構成比	(30年6月)	構成比
売上高	11,925	92.5%	100.0%	12,897	100.0%
売上原価	10,337	92.9%	86.7%	11,129	86.3%
売上総利益	1,587	89.8%	13.3%	1,767	13.7%
営業利益	804	84.2%	6.7%	955	7.4%
経常利益	1,379	96.9%	11.6%	1,423	11.0%
特別損益	-	-	-	-	-
当期純利益	1,108	104.0%	9.3%	1,066	8.3%

(単位：百万円)

平成31年6月期の進捗（個別）

受注ペースは前期並み。
さらなる良質の竹梅獲得の継続。

	平成31年6月期 (H30/8/8現在)	平成30年6月期 (H29/8/8現在)
売上高	11,925	12,897
受注残高 (A・B・松の合計)	5,183	5,184
期中受注・期中制作高 (A・B・松の合計)	6,742	7,713
竹・梅の合計	2,365	3,355

(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

配当方針及び配当金について

○配当実績・予定

41期 平成29年6月期	42期 平成30年6月期	43期 (予定) 平成31年6月期
26円	27円	26円

(中間13円+期末14円)

配当予想	中 間	期 末	合 計
平成31年6月期	(予) 13円	(予) 13円	(予) 26円

○配当方針

- ①配当性向 40%
- ②株価配当利回り 4.5%

} いずれか“高い方”を最低配当金※

※ただし連結配当性向換算50%を上限とさせていただきます

当期を含めた
中期方針のレビューと対策

当期における中期方針のレビュー

①一部大手顧客の変革への対応

対応・適応力がまだまだ不十分

②高い収益力維持×戦力増＝規模拡大

4年前から新卒を定期採用してきた若手の育成・成長は順調

③日本初の『体験デザイン・プロダクション』の深化

体験デザイン力も評価され体験デザイン型の中大型案件も増

④“2020案件”の取込み

案件の出現が見込より遅く、受注はまだまだ少ない

⑤さらに踏み込んだアライアンス戦略

随時各社とコンタクト中

中期方針の進捗課題と対策

①一部大手顧客の変革への対応

課題：対応・適応力がまだまだ不十分

⇒“個の力”から“組織の力”への変革

全社の営業を統括できる役員体制とし、営業・管理ナレッジの均質化を図り、中期的視点で受注力を向上。

中期方針の進捗課題と対策

②高い収益力維持×戦力増＝規模拡大

課題：高粗利・高勝率を維持

4年前から定期採用してきた新卒育成は順調

⇒グループ社員数

169名（41期）⇒188名（42期）⇒210名（43期）

※2018年7月1日現在

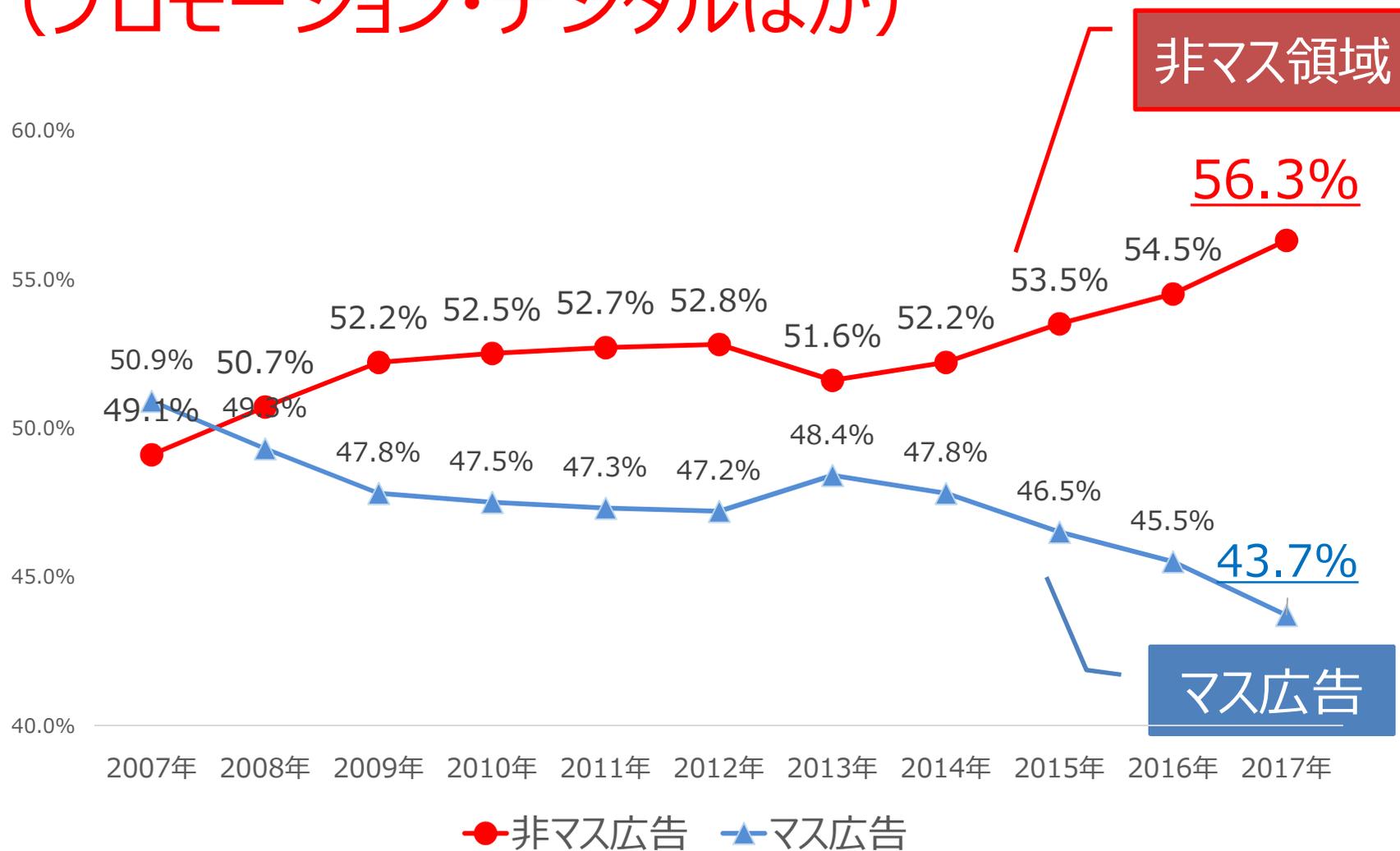
中期方針の進捗課題と対策

③日本初の『体験デザイン・プロダクション』の深化

課題：体験デザイン型の中・大型案件も増えてきたので、
デザイン力のさらなる深化を目指す

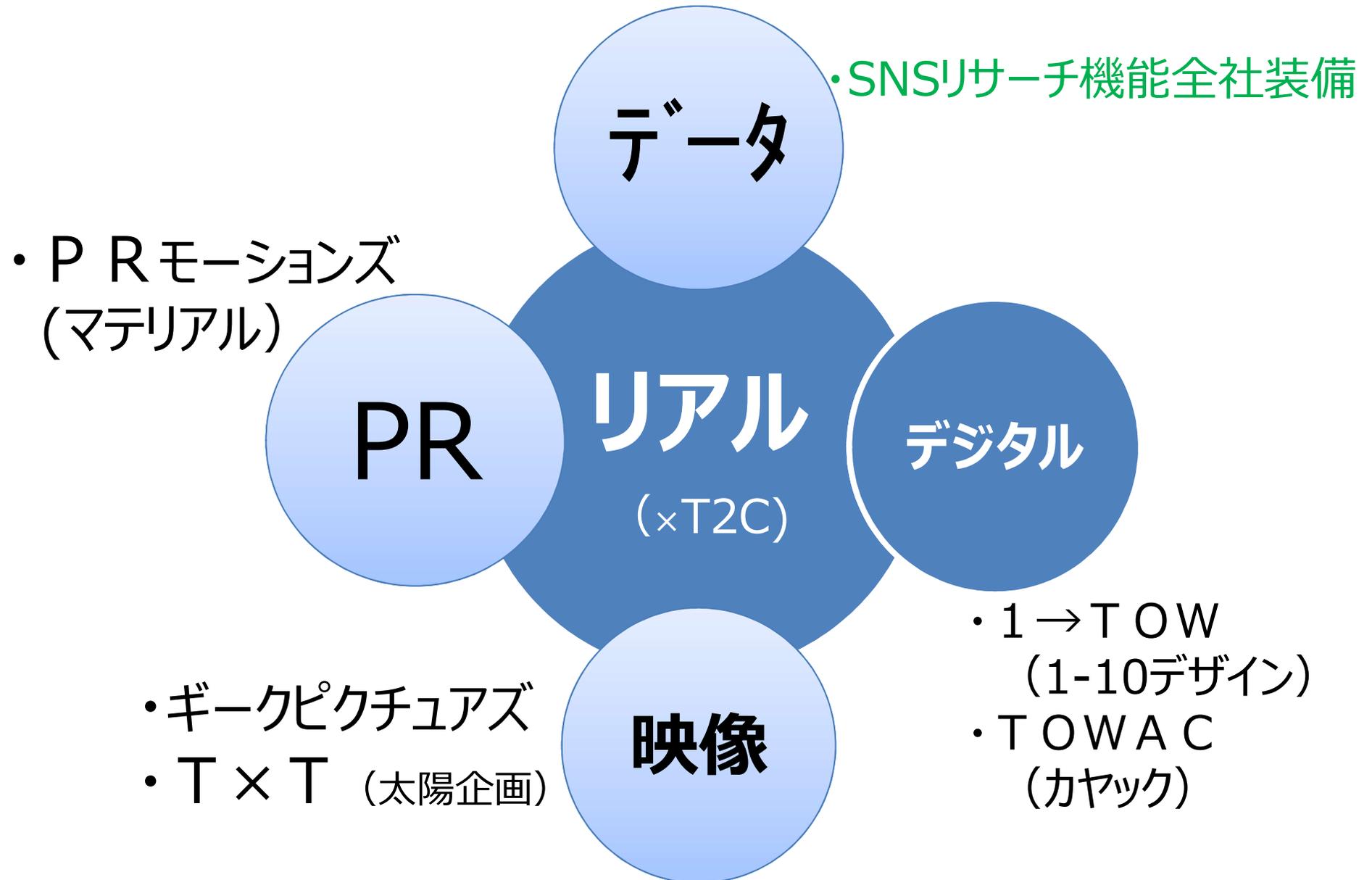
⇒ データ活用とアライアンス含め、デザイン力向上と
さらなる深化を全社的に推進してゆく

“非マス領域”が年々拡大 (プロモーション・デジタルほか)



(株)電通「2017年日本の広告費」より

バイリンガルからマルチリンガルへ



「課題に合わせたデータ活用・メニューを開発し、 体験デザインの精度と成果を追求する」

相談カテゴリ①

業界/得意先/
商材を
正しく理解したい

A

B

相談カテゴリ②

ターゲットの生声や
インサイトを
探りたい

C

D

相談カテゴリ③

体験による効果を
測定したい

E

F

相談カテゴリ④

案件の成果を
武器に次の仕事
に繋げたい

G

H



第4回 体験デザイン大賞

全社員の体験デザインに対する理解と興味を深め、より良い体験デザイン案件を生み出していくための社内アワード”

中期方針の進捗課題と対策

④ “2020案件”の取込み

課題：案件の出現が見込より遅く少ない進捗

⇒2年前、500日前、1年前、
100日前・・・

継続して積極的に仕掛ける

中期方針の進捗課題と対策

⑤さらに踏み込んだアライアンス戦略

課題：随時コンタクト中 ⇒**継続**

M & A・出資などを活用した さらなる成長の方向性と領域



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

ありがとうございました。