

株式会社 テー・オー・ダブリュー

# 個人投資家向け会社説明会

東証 1 部 4767

**本プレゼンテーションには  
平成20年8月7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。**

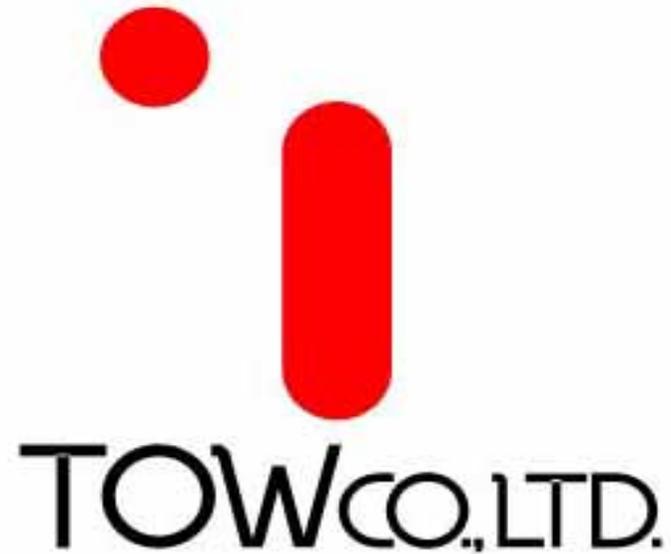
**社会・経済・競合状況の変動等に関わる  
リスクや不確定要因により、実際の業績が  
記載の予測と異なる可能性があります。**

「 当社の概要について 」

「 平成20年6月期の特色・傾向 」

「 中期事業計画の概要 」

# 「当社の概要について」



TOWは、「国内イベント業界最大手のナンバーワン会社」  
現在は、「総合プロモーション制作会社」として躍進中

社 名 : 株式会社テー・オー・ダブリュー (証券コード: 4767)

本 社 : 東京都港区虎ノ門1-26-5 虎ノ門17森ビル

代 表 者 : 代表取締役社長 川村 治

設 立 : 1976年7月

資 本 金 : 948百万円 (平成20年6月末現在)

売 上 高 : 14,397百万円 (平成20年6月期: 連結)

経常利益 : 1,343百万円 (平成20年6月期: 連結)

従業員数 : 160名 (平成20年6月末現在: 連結)

主要業務 : イベントの企画・制作・運営  
セールスプロモーションに関するグッズ・印刷物  
の企画・制作ほか

## 「イベント事業」とは

赤線枠が当社の業務範囲

国・企業が費用を負担する イベント	博覧会	2005年愛知万博など
	文化 / スポーツ	2002 FIFA World Cup™ 閉会式
		国体開・閉会式など
	広報	PRを目的として企業が費用を出す、 自動車の発表会など
販売促進	販売促進を目的としたもの	
	(モーターショーなどの展示会から携帯電話などの店頭キャンペーンまで幅広い)	
参加者が費用を負担する イベント	スポーツ	プロ野球など
	音楽	コンサート

## 「セールスプロモーション事業」とは

赤線枠が当社の業務範囲

セールス・プロモーション (企業が費用を負担)	景品・グッズ	商品キャンペーン賞品・商品ベタ付けなど
	印刷物	店頭装飾・チラシ・バナー・のぼりなど
	Web	キャンペーンWebサイト・広告Webなど
	事務局運営	キャンペーン事務局運営 (電話対応・賞品発送など)

## 当社イベント実績



写真の無断転載はご遠慮ください



写真の無断転載はご遠慮ください



写真の無断転載はご遠慮ください



写真の無断転載はご遠慮ください



写真の無断転載はご遠慮ください

## 当社SP (販売促進施策) グッズ実績



写真の無断転載はご遠慮ください



写真の無断転載はご遠慮ください



写真の無断転載はご遠慮ください



写真の無断転載はご遠慮ください



写真の無断転載はご遠慮ください

## 当社Web案件実績



写真の無断転載はご遠慮ください





## クライアント(主催者)のねらい

- ・ 国、地方自治体、企業等の考え方を伝える
- ・ 新商品・新サービスなどの内容を伝える
- ・ 知名度をあげる

## 広告代理店

- ・ マス広告との連動
- ・ イベント・プロモーション告知
- ・ クライアントのメンテナンス

## 当社、ティー・ツー・クリエイティブ

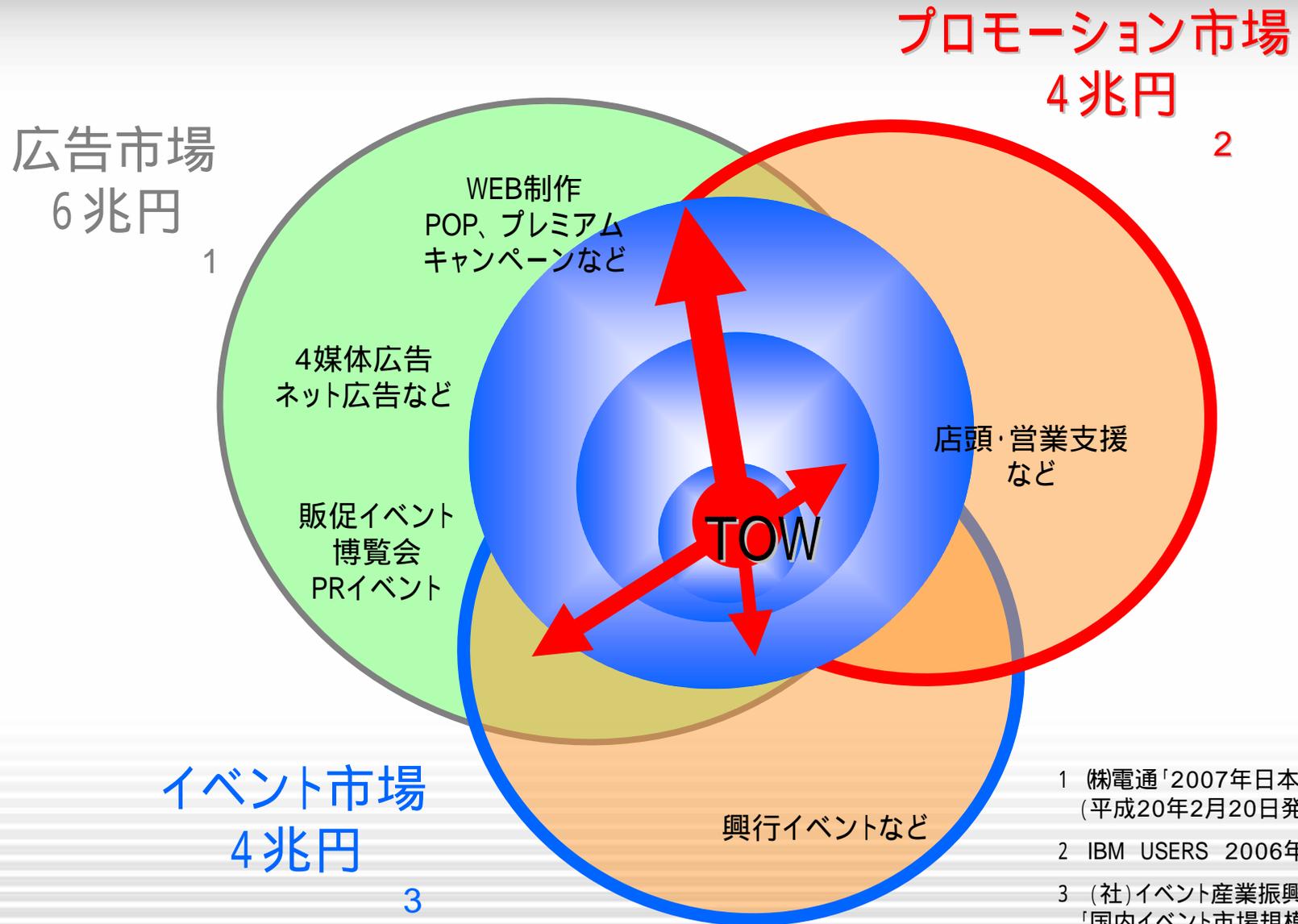
- ・ イベント・プロモーションの企画
- ・ 制作管理
- ・ 進行管理
- ・ コスト管理
- ・ 適正発注

## 外注先

- ・ イベント会場
- ・ 舞台、ブース制作
- ・ 照明、映像
- ・ 警備、コンパニオン・司会派遣、キャストینگ
- ・ 印刷、グッズ、Web制作
- ・ デザイン
- ・ その他

## イベント本番

- ・ 販売促進イベント、店頭支援
- ・ 大型博覧会 (開閉会式、日々の運営)
- ・ 各種展示会のブース制作・運営
- ・ 発表会、表彰式 (新車発表会、セールスマン表彰式)
- ・ 懸賞キャンペーン、サンプリング等



1 (株)電通「2007年日本の広告費  
(平成20年2月20日発表)」による。

2 IBM USERS 2006年5月号による。

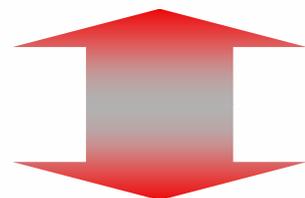
3 (社)イベント産業振興協会  
「国内イベント市場規模推計結果報告書  
(平成18年10月発行)」による。

## 業界内競合の現状

- 5～20人の中小、零細企業が大多数
- 限られた大手広告代理店との取引



日本国内に  
8,000社



企画力、資金力、幅広い広告代理店との取引により  
専業最大手となる。

(総合プロモーション会社として唯一の上場会社)



1

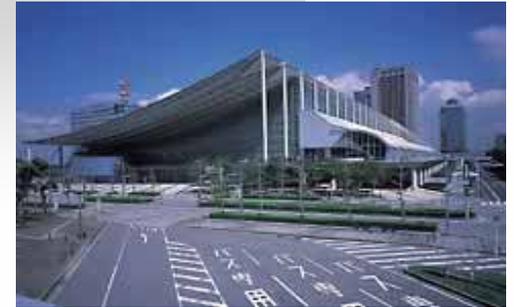
## 当社単独での大型イベント実施が可能



東京ドーム

幕張メッセ

東京ビッグサイト



2 他社に例を見ない、専門の「企画部門」がある (17名)

年間約2,000本の企画を、各得意先に提案

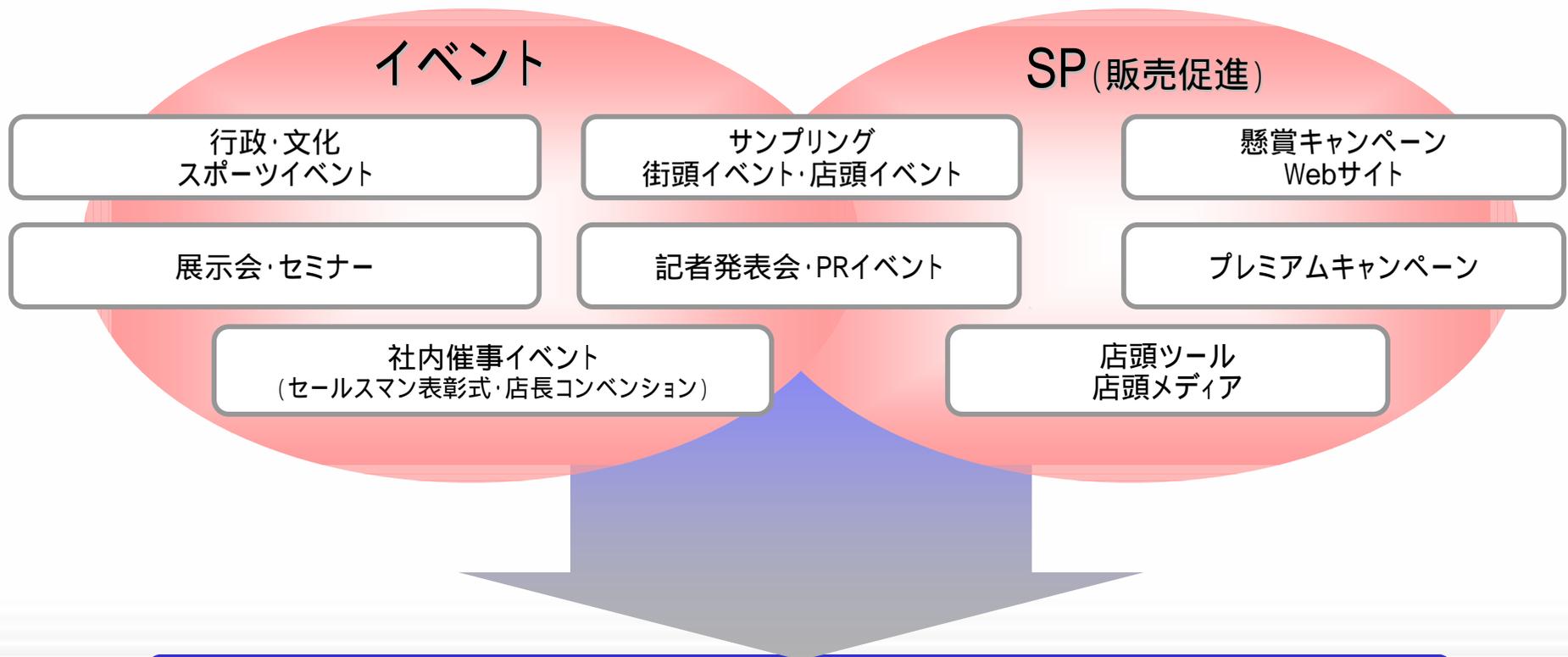
総合的なプロモーション企画が可能

(競合他社は特定領域のみの企画対応力)

3 10社以上の大手広告代理店代理店と取引

4

## 様々なプロモーションをまとめて一括対応できる

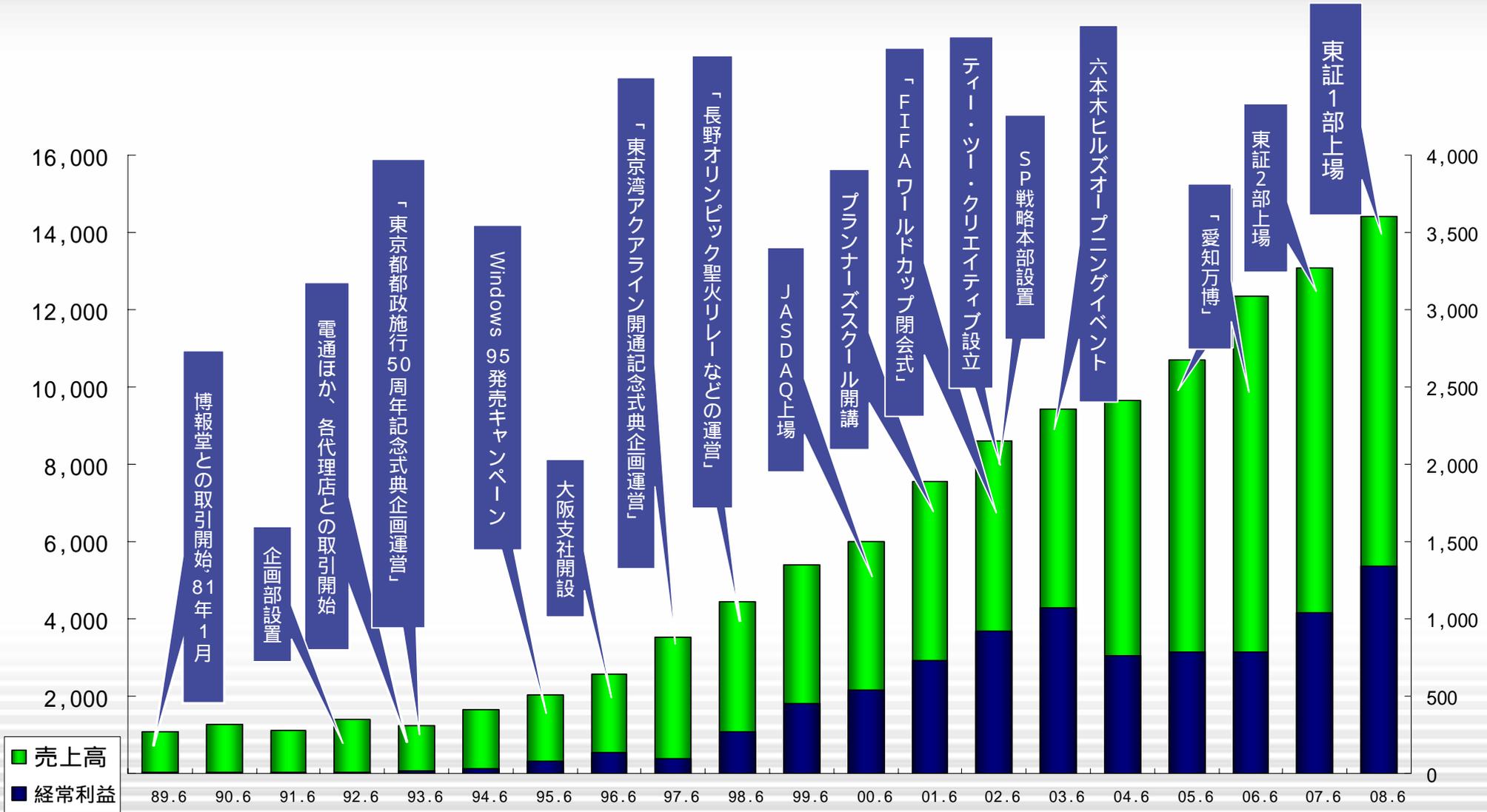


### 総合的なプロモーション制作が可能

(競合他社は特定領域のみの制作)

# 業績推移

単位：百万円



# 「平成20年6月期の特色・傾向」

## 経常利益・当期純利益は、過去最高益を更新いたしました

(単位:百万円)

	平成19年6月期	百分比	平成20年6月期	百分比
売上高	13,070	100.0%	14,397	100.0%
売上原価	11,270	86.2%	12,214	84.8%
売上総利益	1,800	13.8%	2,182	15.2%
販管費	748	5.7%	819	5.7%
営業利益	1,051	8.1%	1,362	9.5%
営業外損益	10	0.1%	19	0.2%
経常利益	1,041	8.0%	1,343	9.3%
特別損益	22	0.2%	24	0.1%
税金等調整前当期純利益	1,018	7.8%	1,318	9.2%
法人税、住民税及び事業税	476	3.7%	623	4.3%
法人税等調整額	9	0.1%	34	0.2%
当期純利益	551	4.2%	729	5.1%

平成20年6月期 1株当たり当期純利益は62円84銭です。

平成21年6月期 1株当たり当期純利益は83円79銭です。(予想)

## 小型案件を着実に受注し、営業基盤拡大。

	平成19年6月期	平成20年6月期	前期比
～1,000万円	836	914	9.3%
1,000万円～2,000万円	171	201	17.5%
2,000万円～5,000万円	136	137	0.7%
5,000万円～1億円	36	35	2.8%
1億円～	9	14	55.6%
合計	1,188	1,301	9.5%

企画売上高は除く

(単位:件数)

## 自動車、化粧品、流通、食品が増加。

	平成19年6月期	構成比	平成20年6月期	構成比
情報・通信	3,714	29.1%	3,485	24.7%
食品・飲料・嗜好品	1,514	11.9%	1,750	12.4%
化粧品・トイレットリー	713	5.6%	1,051	7.5%
自動車	2,592	20.3%	3,582	25.4%
精密機器その他製造	850	6.6%	883	6.3%
官公庁・団体	507	4.0%	643	4.6%
金融	1,060	8.3%	865	6.1%
流通・小売	411	3.2%	606	4.3%
その他	1,402	11.0%	1,232	8.7%
合計	12,767	100.0%	14,101	100.0%

企画売上高は除く

(単位:百万円)

	平成20年6月期	平成21年6月期	
			前期比
売上高	14,397	15,230	5.8%増
売上総利益	2,182	2,420	10.9%増
営業利益	1,362	1,510	10.9%増
経常利益	1,343	1,490	11.0%増
特別損益	24	191	—
当期純利益	729	973	33.3%増

(単位:百万円)

東京都の再開発事業に伴ない本社移転を予定しており、特別利益として都からの移転補償金2億88百万円及び特別損失として移転費用96百万円を見込んでおります。

# 「中期事業計画の概要」

# 中期事業計画の概要(連結)

(単位:百万円)

期別 項目	2008/6 第32期(20/6)			2009/6 第33期(21/6)			2010/6 第34期(22/6)			2011/6 第35期(23/6)		
		百分比	伸び率		百分比	伸び率		百分比	伸び率		百分比	伸び率
売上高	14,397	100.0%	10.2%	15,230	100.0%	5.8%	16,210	100.0%	6.4%	17,210	100.0%	6.2%
売上原価	12,214			12,810			13,664			14,496		
売上総利益	2,182	15.2%	21.2%	2,420	15.9%	10.9%	2,546	15.7%	5.2%	2,714	15.8%	6.6%
販管費	819			910			904			935		
営業利益	1,362	9.5%	29.6%	1,510	9.9%	10.9%	1,642	10.1%	8.7%	1,779	10.3%	8.3%
営業外損益	19			20			18			17		
経常利益	1,343	9.3%	29.0%	1,490	9.8%	11.0%	1,624	10.0%	9.0%	1,762	10.2%	8.5%
特別損益	24			191								
税金等調整前当期純利益	1,318	9.2%	29.5%	1,681	11.0%	27.5%	1,624	10.0%	-3.4%	1,762	10.2%	8.5%
法人税等	589			708			714			770		
当期純利益	729	5.1%	32.3%	973	6.4%	33.3%	910	5.6%	-6.5%	992	5.8%	9.0%

正社員人数	160人			172人			184人			196人		
-------	------	--	--	------	--	--	------	--	--	------	--	--

東京都の再開発事業に伴ない本社移転を予定しており、特別利益として都からの移転補償金2億88百万円及び特別損失として移転費用96百万円を見込んでおります。

4マス媒体の影響力はさらに低下、  
プロモーション領域への期待は明らか。

(百万円)

	4媒体 売上高	前年比	4媒体以外 売上高	前年比
平成17年	3,740,800		3,082,700	
平成18年	3,666,800	98.2%	3,273,100	106.2%
平成19年	3,569,900	97.4%	3,449,200	105.4%

「広告と経済・媒体別売上上位30社(平成20年4月21日発行)」より

プロモーションへの期待感は、さらに高まっている。

## プロモーションの 1 総合制作会社

イベントを含めた、プロモーションの総合提案力と、  
総合制作力でTOWブランドを確立

平成23年6月期

売上高	172.1億円
経常利益	17.6億円
対売上高経常利益率	10.2%

# 中期計画 具体的な施策

# 『プロモーションの 1 総合制作会社』

を目指し、  
中期事業計画を達成させるための

## 5つの基本戦略



プロモーション  
提案力強化

イベント制作力と  
収益率の向上

ブランド構築

営業力強化

人材育成

## プロモーション 提案力強化

トップクリエイターとの協業体制

異業種とのアライアンス強化

プランナーズスクール拡大

## イベント制作力と 収益率の向上

ESNセミナー開催による関係強化

子会社・T2クリエイティブの強化

制作管理チームの設置

## ブランド構築

「海のエジプト展」主催事業参画

毎年2冊の発刊継続

日本イベント大賞『制作賞』の継続

大学キャリア教育プログラム

## 営業力強化

3本部制・SP専門部署設立

新人事制度

## 人材育成

OJT制度の推進

教育研修プログラムの拡大

（カリキュラムテーマ拡大・非正社員研修）

社内共有情報のデータベース化

# プロモーションの 1 総合制作会社へ

イベントを含めた、プロモーションの総合提案力と、総合制作力でTOWブランドを確立

# 福利厚生の充実

出産祝金

育児手当の充実

全社での学資保険の加入

## 配当予想の修正（増配）

平成20年8月8日発表

基準日	中間期末	期末	年間
平成19年6月期	8円	8円	16円
平成20年6月期	12円	12円	24円
平成21年6月期 <small>予想</small>	16円	16円	32円



今後も、株主の皆様への利益還元を継続して図っていく方針

