

株式会社 テー・オー・ダブリュー

平成27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27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。

# 平成27年6月期の総括 (連結)

- **3期連続増益。前期比で大幅増**

売上110%、営業利益130%、経常利益130%、純利益128%

- **営業利益率が「1.5ポイント」向上**

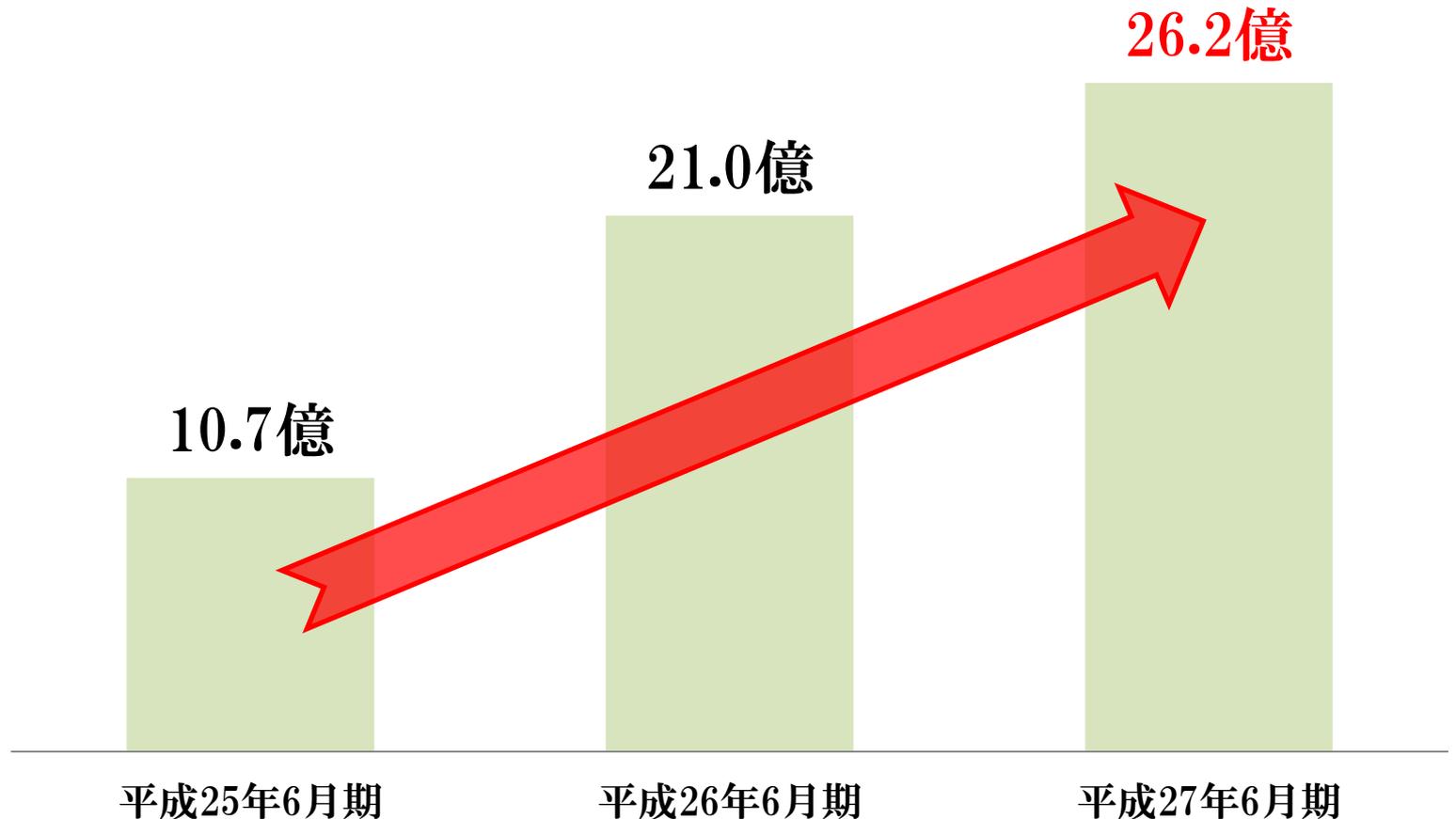
8.4→9.9%

- **大手代理店グループが伸長**

# 主要要因①

## “IP力を武器に受注拡大”するプランの成果

※1-10デザイン社とのコラボ「1→TOW」も貢献



(単位:億円)

※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。

## 主要要因②

“子会社T2Cの**外部売上拡大**”プランの成果

⇒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%)

前々期:約3億→前期:約5億→当期:約11億

## 主要要因③

# “利益率に拘りながら売上伸長”プランの成果

～全チームで3カ月先まで計画・進捗管理徹底

～重要ターゲットへ集中したファン作りの徹底

### ※前期比

営業利益率 +1.5P (8.37%→9.93%)

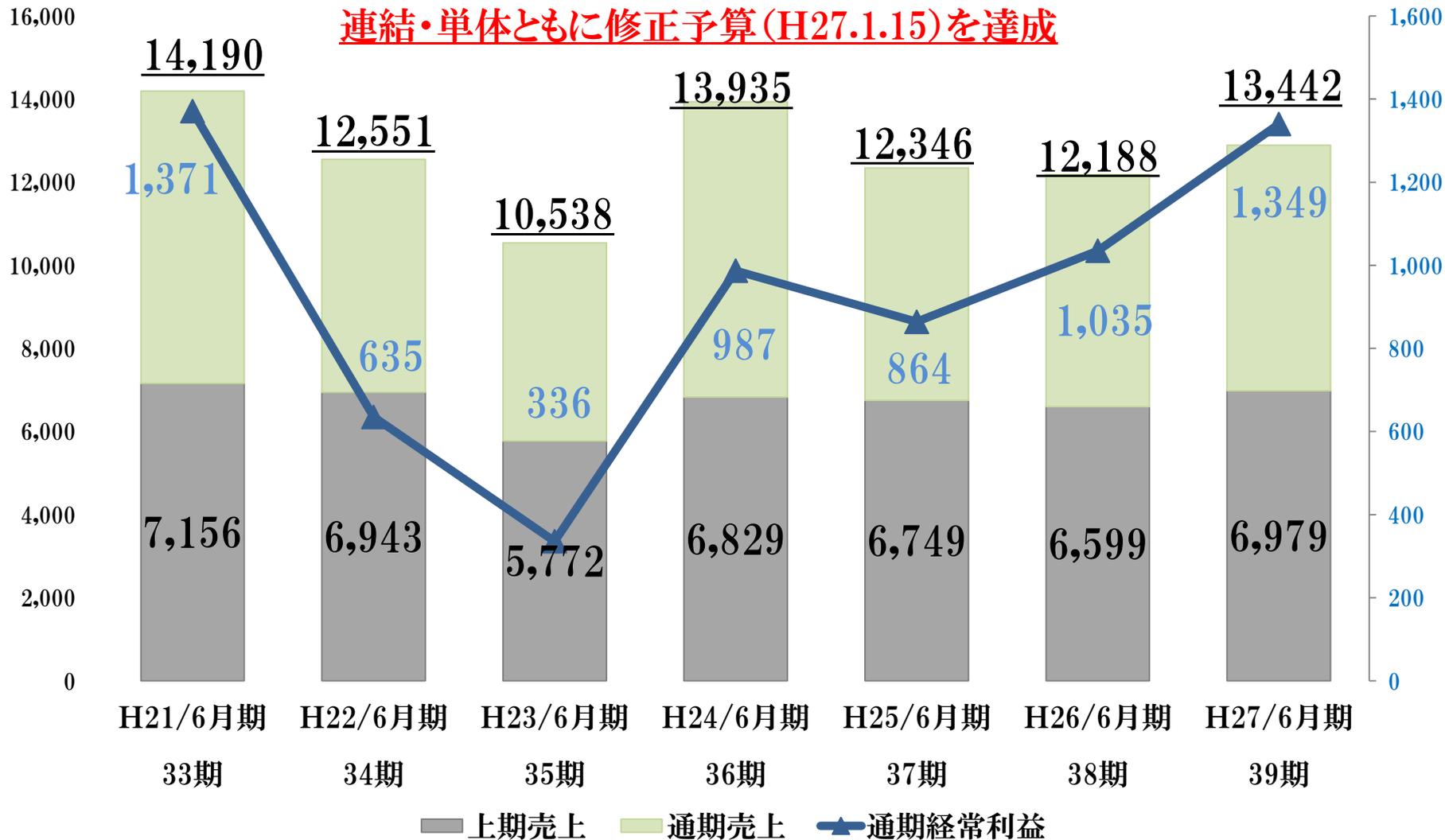
売上 110.3% (121.9→134.4億)

# 連結決算の概要(平成27年6月期)

売上高

経常利益

**連結・単体ともに修正予算(H27.1.15)を達成**



(単位:百万円)

# 平成27年6月期 決算の概要(連結)

	平成27年6月期				平成26年6月期	
	(27年6月)	前年比	当初計画比	構成比	(26年6月)	構成比
売上高	13,442	110.3%	108.2%	100.0%	12,188	100.0%
売上原価	11,372	109.0%	106.4%	84.6%	10,432	85.6%
売上総利益	2,069	117.9%	119.6%	15.4%	1,756	14.4%
営業利益	1,335	130.0%	133.5%	9.9%	1,026	8.4%
経常利益	1,349	130.4%	134.3%	10.0%	1,035	8.5%
特別損益	2	5.5%	-	0.0%	42	0.4%
当期純利益	818	128.2%	131.3%	6.1%	638	5.2%

(単位:百万円)

※平成27年1月15日および6月30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 決算の概要(個別)

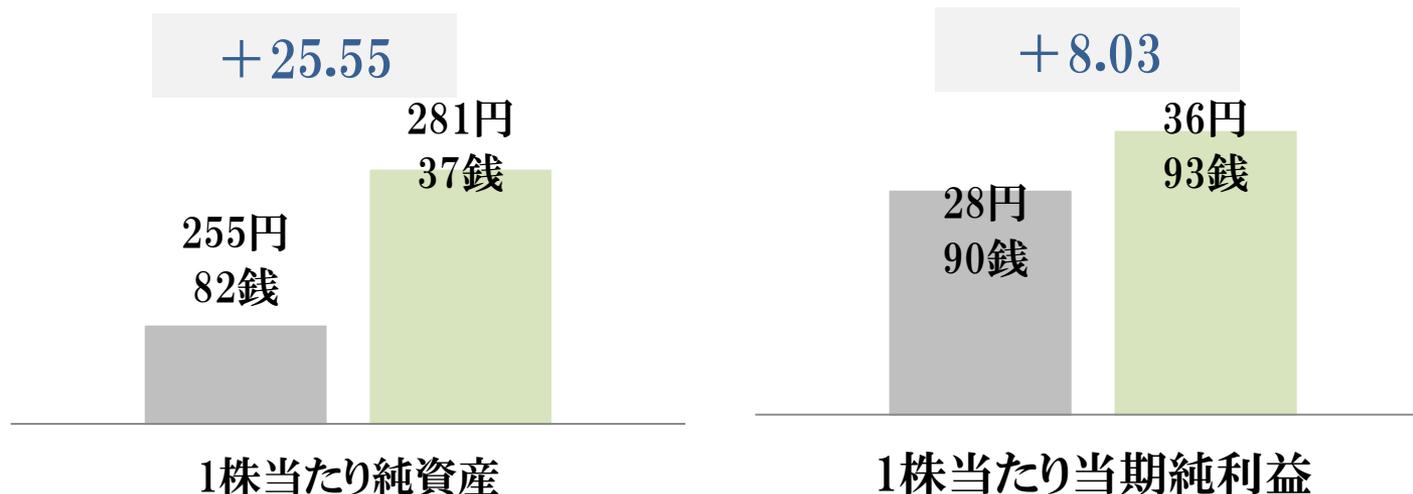
	平成27年6月期				平成26年6月期	
	(27年6月)	前年比	当初計画比	構成比	(26年6月)	構成比
売上高	12,196	104.8%	108.6%	100.0%	11,642	100.0%
売上原価	10,528	103.7%	106.9%	86.3%	10,151	87.2%
売上総利益	1,668	111.9%	121.1%	13.7%	1,491	12.8%
営業利益	961	121.9%	143.1%	7.9%	788	6.8%
経常利益	1,118	120.6%	136.7%	9.2%	927	8.0%
特別損益	2	5.5%	-	0.0%	42	0.4%
当期純利益	725	116.0%	129.2%	5.9%	625	5.4%

(単位:百万円)

※平成27年1月15日および6月30日に業績予想の上方修正を発表しております。

# 財政状態・経営成績(連結)

■平成26年6月期 ■平成27年6月期



※ 1株当たり純資産については期末発行済株式数（平成26年6月期：21,992,520株、平成27年6月期：22,408,540株）を、1株当たり当期純利益については、期中平均株式数（平成26年6月期：22,091,150株、平成27年6月期：22,163,215株）を用いております。

※ 1株当たり純資産及び1株当たり当期純利益については、株式分割平成26年6月期の期初に行われたと仮定して算定しております。

(単位：百万円)

	平成26年6月期	平成27年6月期	前期比	
総資産	8,979	10,143	1,163	※1
純資産	5,644	6,335	690	※2
自己資本比率	62.7%	62.2%	▲0.5P	

※1 未収入金が342百万円減少しましたが、現金及び預金が1,031百万円、受取手形及び売掛金が442百万円増加したこと等により、1,163百万円の増加となっております。

※2 当期純利益が818百万円、ストックオプションの行使による収入が136百万円、配当金の支払が324百万円あったこと等により、690百万円の増加となっております。

# キャッシュ・フロー計算書(連結)

	平成26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 ▲86	※2 1,287
II.投資活動によるキャッシュ・フロー	118	※3 ▲67
III.財務活動によるキャッシュ・フロー	※4 ▲314	※4 ▲189
IV.現金及び現金同等物の増加額	▲282	1,031
V.現金及び現金同等物期首残高	2,478	2,196
VI.現金及び現金同等物の期末残高	2,196	3,227

- (単位:百万円)
- ※1 税金等調整前当期純利益が1,078百万円、その他の流動負債の増加額が202百万円、未収入金の増加額が(▲)523百万円、仕入債務の減少額が(▲)421百万円、法人税等の支払額が(▲)365百万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、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、前期末には、配当金の支払額が(▲)313百万円含まれております。

# カテゴリー別売上高(個別)

「広報」、「販促」が共に堅調。

	平成26年6月期	平成27年6月期	前期比
博展	0	120	-
文化・スポーツ	188	172	▲8.3%
広報	3,532	3,859	9.3%
販促	6,721	6,850	1.9%
制作物	1,105	1,104	▲0.1%
合計	11,548	12,108	4.9%

イベント

SP

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

# 業種別売上高(個別)

前期に引き続き「食品・飲料・嗜好品」、  
「化粧品・日用品」、「自動車」が好調。

	平成26年6月期	構成比	平成27年6月期	構成比	前期比
情報・通信	2,962	25.7%	2,931	24.2%	▲1.0%
食品・飲料・嗜好品	1,608	13.9%	2,081	17.2%	29.4%
化粧品・トイレットリー・日用品	970	8.4%	1,210	10.0%	24.8%
自動車	1,663	14.4%	2,111	17.4%	27.0%
精密機器その他製造	919	8.0%	754	6.2%	▲17.9%
官公庁・団体	1,240	10.7%	792	6.5%	▲36.1%
金融	433	3.8%	456	3.8%	5.3%
流通・小売	959	8.3%	697	5.8%	▲27.3%
その他	791	6.8%	1,073	8.9%	35.6%
合計	11,548	100.0%	12,108	100.0%	4.9%

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

# 価格帯別の推移

5000万以上の中・大型案件数が増加。  
案件単価が向上（東京モーターSがない当期）。

	平成26年6月期	平成27年6月期	前期比(件数)
～1,000万円	1,034件	1,013件	▲21件
1,000万円～2,000万円	148件	149件	1件
2,000万円～5,000万円	111件	111件	0件
5,000万円～1億円	18件	27件	9件
1億円～	13件	14件	1件
合計	1,324件	1,314件	▲10件
案件単価(万)	872.2	921.5	

(単位:件数)

# 引合案件形態別

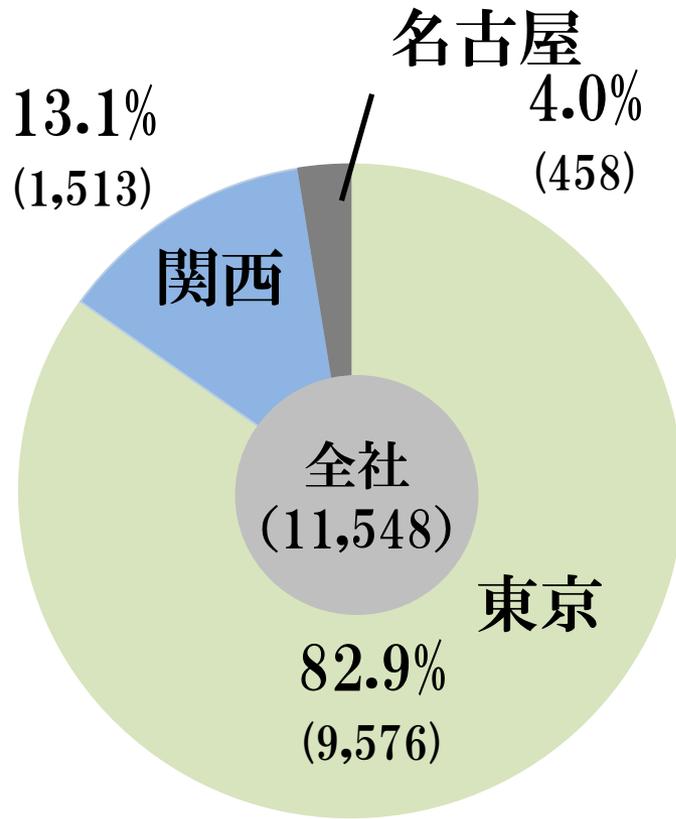
重要顧客にフォーカスしたことで、  
「指定案件」が案件数・受注額ともに増加。

	平成26年6月期		平成27年6月期	
競合	138件	2,094	132件	2,065
提案	269件	2,920	248件	2,534
指定	917件	6,533	934件	7,508
合計	1,324件	11,548	1,314件	12,108

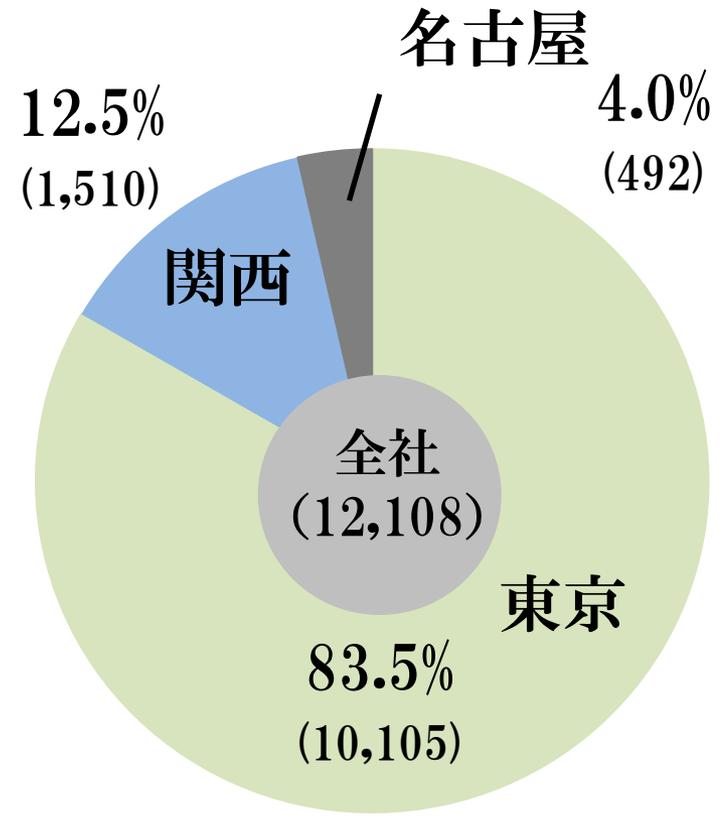
※企画売上高は除く

(単位:百万円)

# 地域別売上シェア(個別)



平成26年6月期



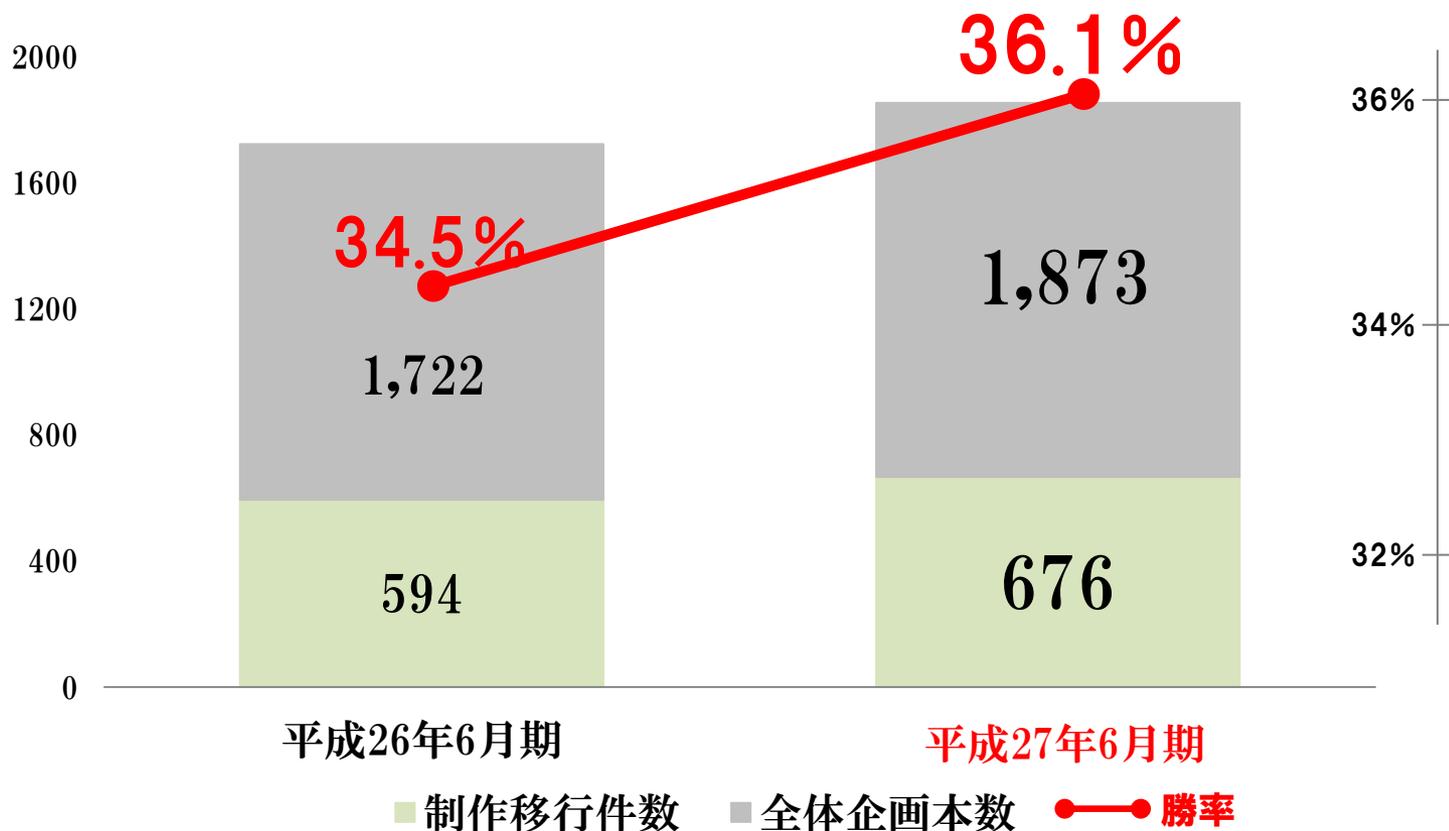
平成27年6月期

(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)

企画件数が増加。  
勝率も1.6%向上し、高勝率へ。

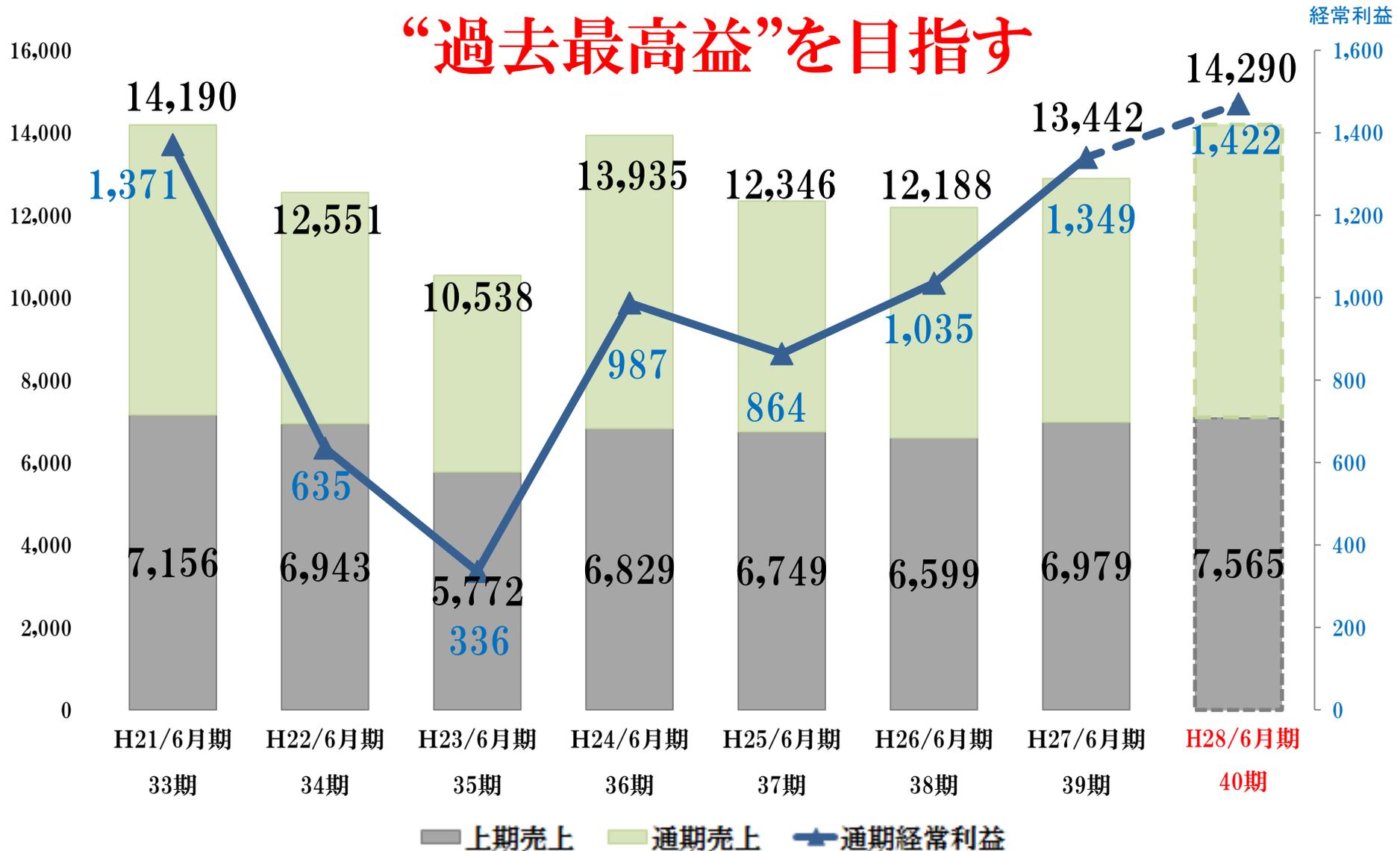


(単位:件数)

# 平成28年6月期の予想と進捗

# 連結業績予想(通期)

“過去最高益”を目指す



(単位:百万円)

# 平成28年6月期予想(連結)

	平成27年6月期	平成28年6月期	
			前期比
売上高	13,442	14,290	106.3%
売上原価	11,372	12,100	106.4%
売上総利益	2,069	2,189	105.8%
営業利益	1,335	1,416	106.1%
経常利益	1,349	1,422	105.4%
特別損益	2	-	-
当期純利益	818	930	113.7%

(単位:百万円)

# 平成28年6月期の考察(個別)

受注ペースは計画通りの進捗。  
今後は、良質の竹梅獲得の継続・拡大。

	平成27年6月期 (H26/8/7現在)	平成28年6月期 (H27/8/7現在)
売上高	12,228	12,875
受注残高 (A・B・松の合計)	5,060	5,474
期中受注・期中制作高 (A・B・松の合計)	7,168	7,401
竹・梅の合計	4,580	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

# 配当方針について

本決算発表日(2015年8/7)に公表した当期(2016.6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の**いずれか高い方**を最低配当金としておりますが、内部留保の確保という基本方針に基づき、連結配当性向換算で**※50%を上限**とし配当額を決定いたします。

※平成27年4月15日に「配当方針の変更に関するお知らせ」を発表

配当	中間	期末	合計
平成27年6月期	15.5円	15.5円	31.0円



配当	中間	期末	合計
平成27年6月期	15.5円	17.5円	33.0円

※平成27年6月期 期末配当を2円増配し、前期比+5円の33円を年間配当金としております。



配当予想	中間	期末	合計
平成28年6月期	(予) 10.25円	(予) 10.50円	(予) 20.75円
分割前換算	(予) (20.50円)	(予) (21.0円)	(予) (41.50円)

※平成28年6月期の年間配当金は、分割前換算で**前期比+8.5円**の予想としております。

# 株価推移

TOW



2015年8月5日  
上場以来高値668円  
(分割前換算1,336円)

○時価総額

99.1億(2014年12月)



146.4億(2015年6月)

○出来高(1日当たり平均)

29,684株(10月~12月)

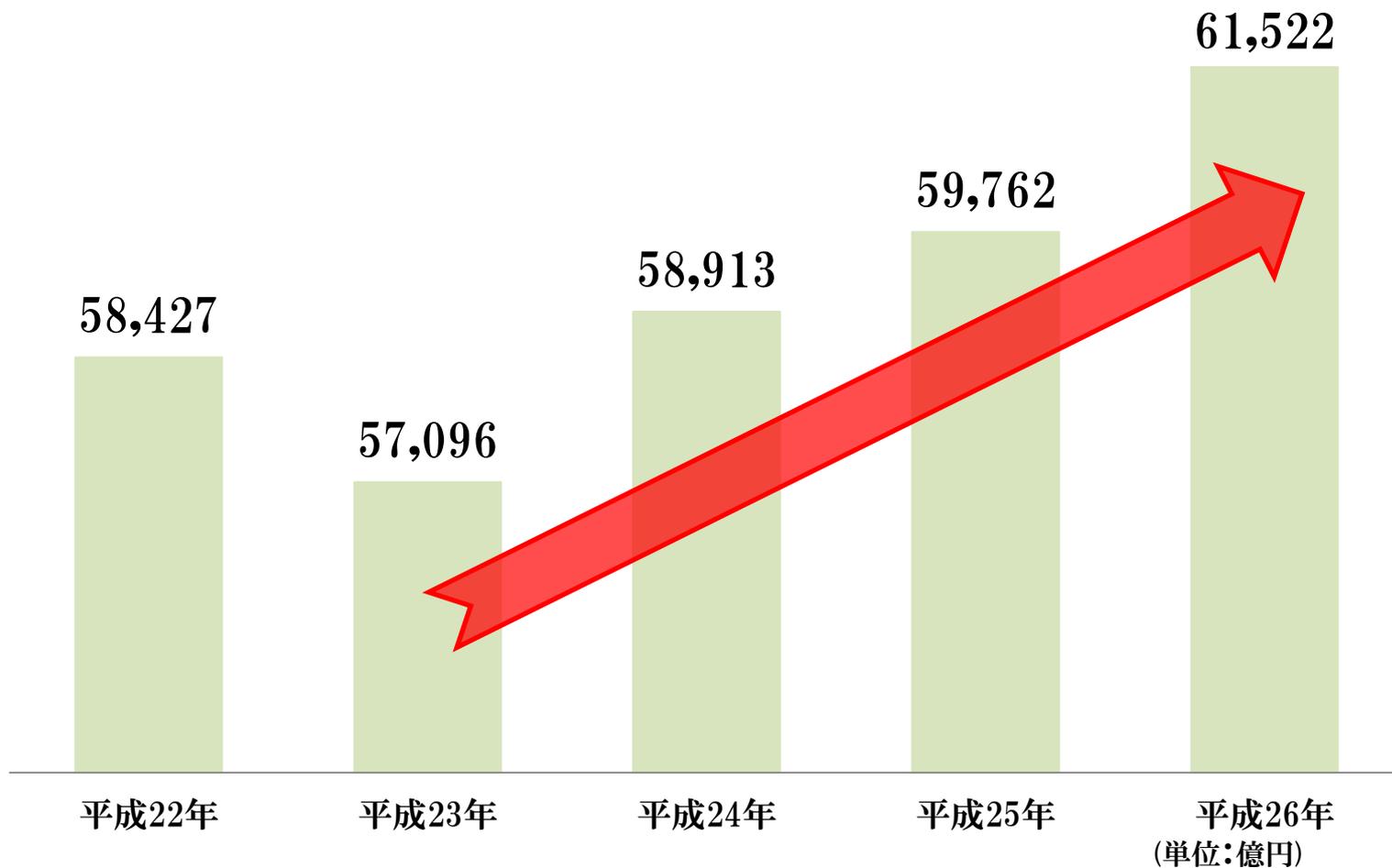


56,280株(4月~6月)

- ①1/15 業績(上方)予想の修正
- ②6/15 株式分割発表
- ③6/30 業績予想の上方修正発表
- ④7/7 面白法人カヤックとの業務提携発表

# 今期(平成28年6月期)の方針

# 日本の広告費は、回復トレンドへ。

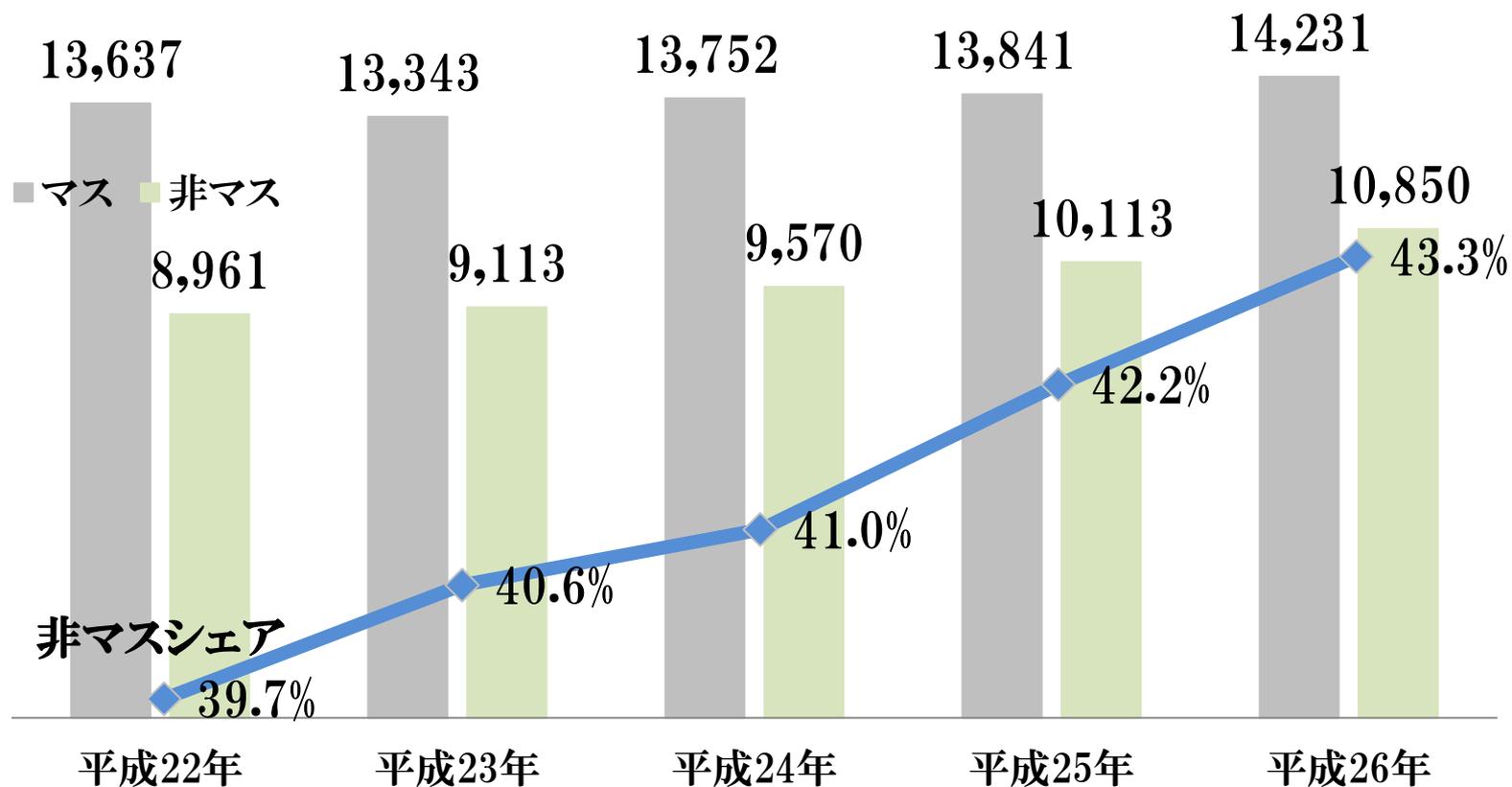


「電通 日本の広告費」より

# 非マス広告費の量・シェアともに拡大傾向が続く

(大手代理店3社の合計)

TV・ラジオ・新聞・雑誌以外



(単位:億円)

「広告と経済」より

# 日本人の1日当たりのメディア接触度

10年前と比較（平成18年→27年）

- 4マスメディア 267→215分（▲50分）
- スマホ、PC、タブレット 67→169分（+100分）

**スマホで情報を受発信する人が急伸**

※博報堂DYメディアパートナーズ・メディア環境研究所調査

今、広告主が強く求めているプロモーション効果  
(TOWのプロモーション設計)

リアル×デジタルの**感動体験**



バズる**映像コンテンツ**



ネットで大勢の**共感&シェア**

# 競争力強化のための“3つの付加価値”

- ① “IP力の標準装備化の加速”と  
さらなる“異業種コラボ”の推進
- ② IP含む“統合プロモーション力”強化
- ③ “グループ力”の更なる強化

※IP＝デジタル技術とアイデアで感動体験を創りだし、  
その体験を情報拡散・共有させるプロモーション

# ①“IP力の全社標準装備化”の加速 と“異業種コラボ”の推進

# IPコラボ第1弾

リアル×デジタルのハイブリットユニット  
「1→TOW」 (2014.1～15.6)

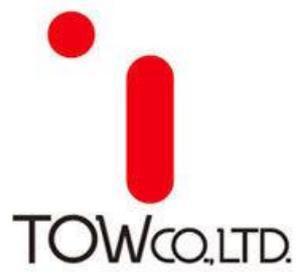
TOWCO.,LTD. × **1→10design**<sup>®</sup>  
INTERACTIVE STUDIO

1→TOW

ワン・トゥー・ダブリュー

# IPコラボ 第2弾

(7/7スタート)



×



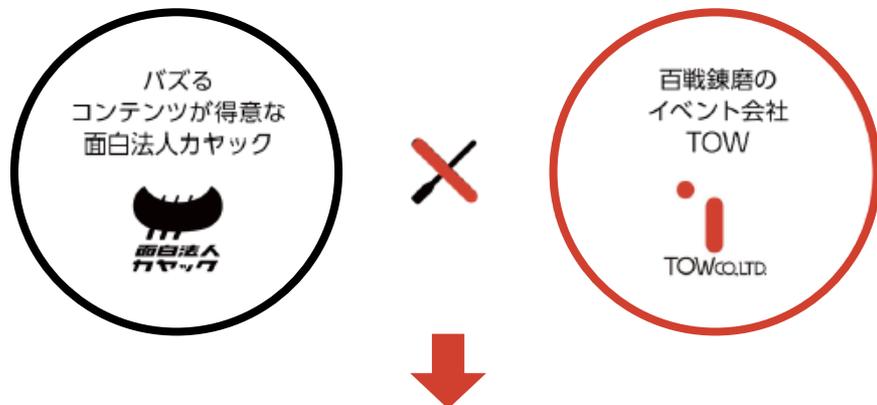
バズるイベント

# TOWAC

トワック

# インタラクティブプロモーション プロジェクト「TOWAC」

業務提携しました!!



イベントが得意なTOW と  
バズらせるのが得意なカヤックが  
タッグを組んだ  
「チーム・トワック」が発足。

“バズるイベント”を仕掛ける。

TOWACではこんなバズるイベントを提供できます

ポップアップストアが・・・



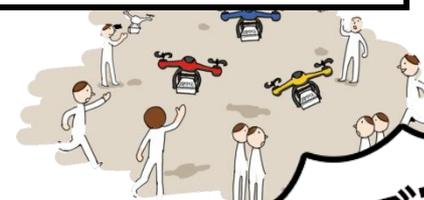
バズる!!

試乗회가・・・



バズる!!

サンプリングが・・・



バズる!!

日本屈指のCD4名が集結  
“クリエイティブ・ラボ”

**PARTY**

の指定ネットワーク会社へ関係強化

(常駐出向1名)

# 組織

IP室の戦力強化・増員

10⇒18名

- ～本部員異動、外部クリエイター採用ほか
- ～本部から切り離し、独立したルームへ

## ② “統合プロモーション力の強化”

# TOW初のクリエイティブ・ディレクター就任 ⇒リアル×デジタル×クリエイティブの時代へ



## 阿部 晶人 あべ あきひと

デジタルを起点としたコミュニケーション構築を得意とし、数々のキャンペーンを成功に導く。

TIA金賞、カンヌ銅賞など多数受賞。

クリオ賞日本代表審査員、OneShow日本代表審査員などを歴任。

著書に「WEBキャンペーンのしかけ方。」(共著)がある。

**7/1～ IP室クリエイティブ・ディレクター**

## ③“グループカ”の更なる強化

# T2Cの外部売上げの更なる拡大

- 「ソイル」を「T2C」へ合併しT2Cを拡大  
～インバウンド・アウトバウンドの制作力強化
- T2CとTOWの役割を明分化
- TOWグループ全社員対象“マイレージ型ストックオプション”導入（四半期ごとの予算達成に対し権利を付与）
- その他、東京モーターショー・オリパラ関連イベント

# ガバナンス強化について

## 監査等委員会設置会社へ移行

- 目的：経営の健全性、業務執行の適法性、妥当性の観点からの監査、また業務執行取締役への監督によりコーポレートガバナンスの強化と透明性の高い経営実現
- 監査役⇒社外取締役 監査等委員：倉見晴夫（委員長）、萩原新太郎、吉田茂生
- 新任の社外取締役にカヤック社長の柳澤氏が就任（予定）  
(上記：9月25日定時株主総会にて承認)

# 新・経営理念

## 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。

