

株式会社 テー・オー・ダブリュー

平成26年6月期
決算説明会

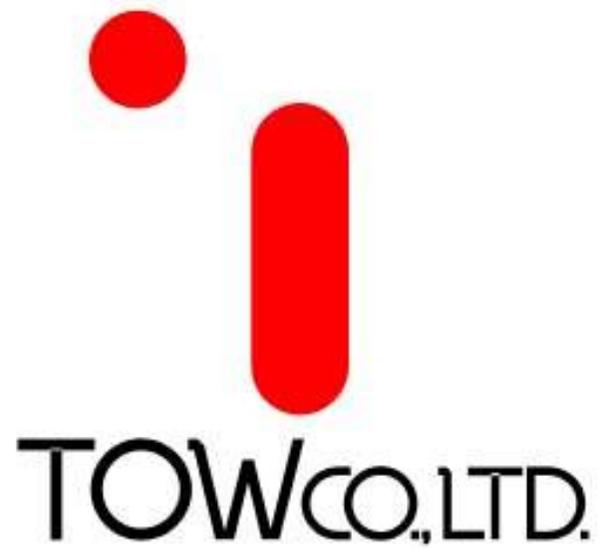
東証1部 4767

本プレゼンテーションには、
平成26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26年6月期決算の概要

平成26年6月期決算の傾向

今後の方針と対策



代表取締役社長兼CEO
江草 康二

平成26年6月期決算の概要

平成26年6月期の業績について

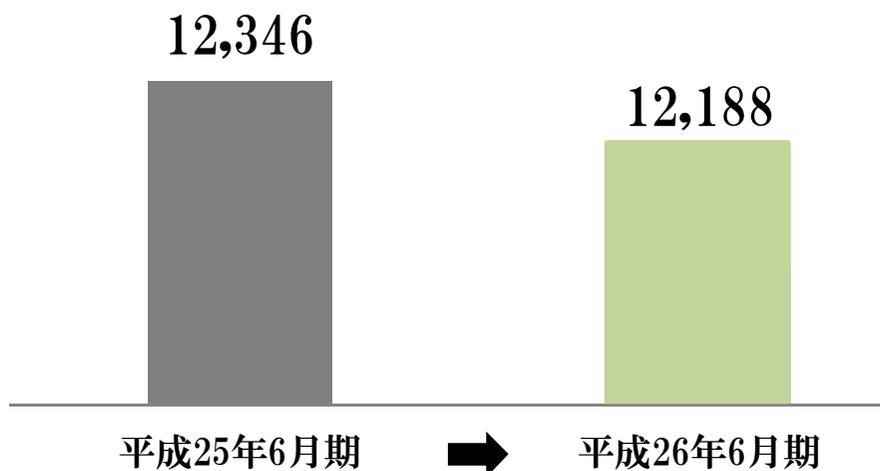
当連結会計年度のわが国経済は、政府の経済対策や金融政策等により、企業収益・個人消費が持ち直していることから、景気は緩やかに回復しつつあります。当社グループの属する広告業界におきましては、大手広告代理店の業績の回復傾向が顕著となっており、当社グループの事業領域であるプロモーション領域におきましても、その傾向は同様であります。

このような事業環境の中、当社といたしましては上半期につきましては、重要顧客にフォーカスした営業活動や、収益力の向上などにより筋肉質な企業になるための施策を実施してまいりました。下半期につきましても収益力の向上努力や、販管費の効率化に努めました。

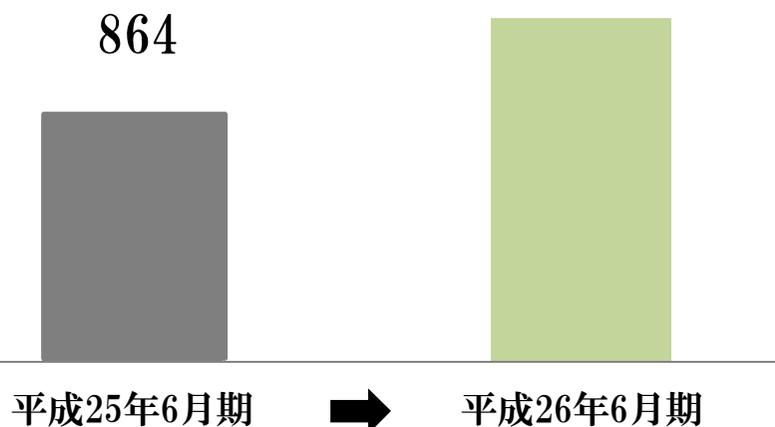
また、平成24年11月に判明した不適切な会計処理の調査過程において発見され、仮受金として計上しておりました37百万円の不明入金につきまして、一定期間が経過し今後返還請求がなされる可能性が低いと判断し、特別利益として計上いたしました。その結果、平成26年7月31日に業績予想の上方修正を行いました。

平成26年6月期 決算の概要(連結)

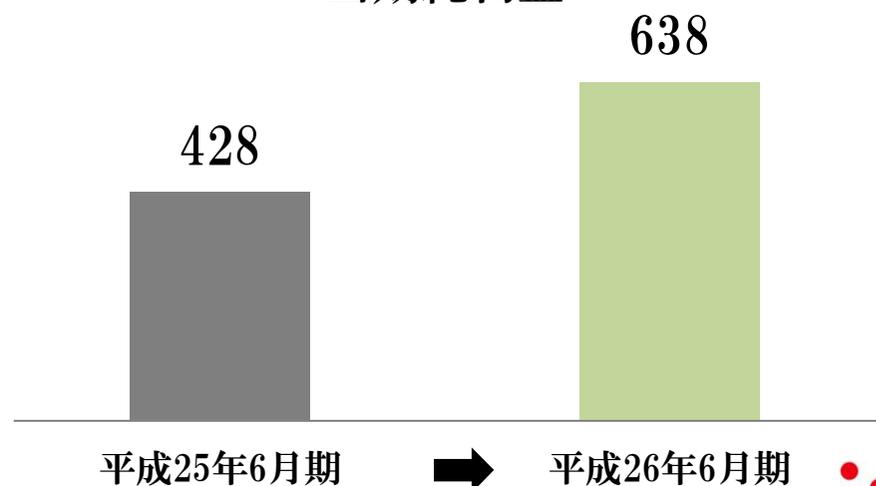
< 売上 >



< 経常利益 >



< 当期純利益 >



(単位:百万円)

平成26年6月期 決算の概要(連結)

	(25年6月)	構成比	(26年6月)	構成比	前期比	期初計画比	修正計画(※)	構成比	期初計画	構成比
売上高	12,346	100.0%	12,188	100.0%	98.7%	112.1%	11,948	100.0%	10,869	100.0%
売上原価	10,753	87.1%	10,432	85.6%	97.0%	108.0%	10,400	87.0%	9,657	88.9%
売上総利益	1,592	12.9%	1,756	14.4%	110.3%	145.0%	1,548	13.0%	1,211	11.1%
営業利益	850	6.9%	1,026	8.4%	120.7%	208.6%	801	6.7%	492	4.5%
経常利益	864	7.0%	1,035	8.5%	119.7%	208.5%	808	6.8%	496	4.6%
特別損益	42	0.4%	42	0.4%	100.5%	-	5	0.0%	-	-
当期純利益	428	3.5%	638	5.2%	148.8%	236.3%	457	3.8%	270	2.5%

※平成26年1月10日に業績予想の修正を発表しております。

(単位:百万円)



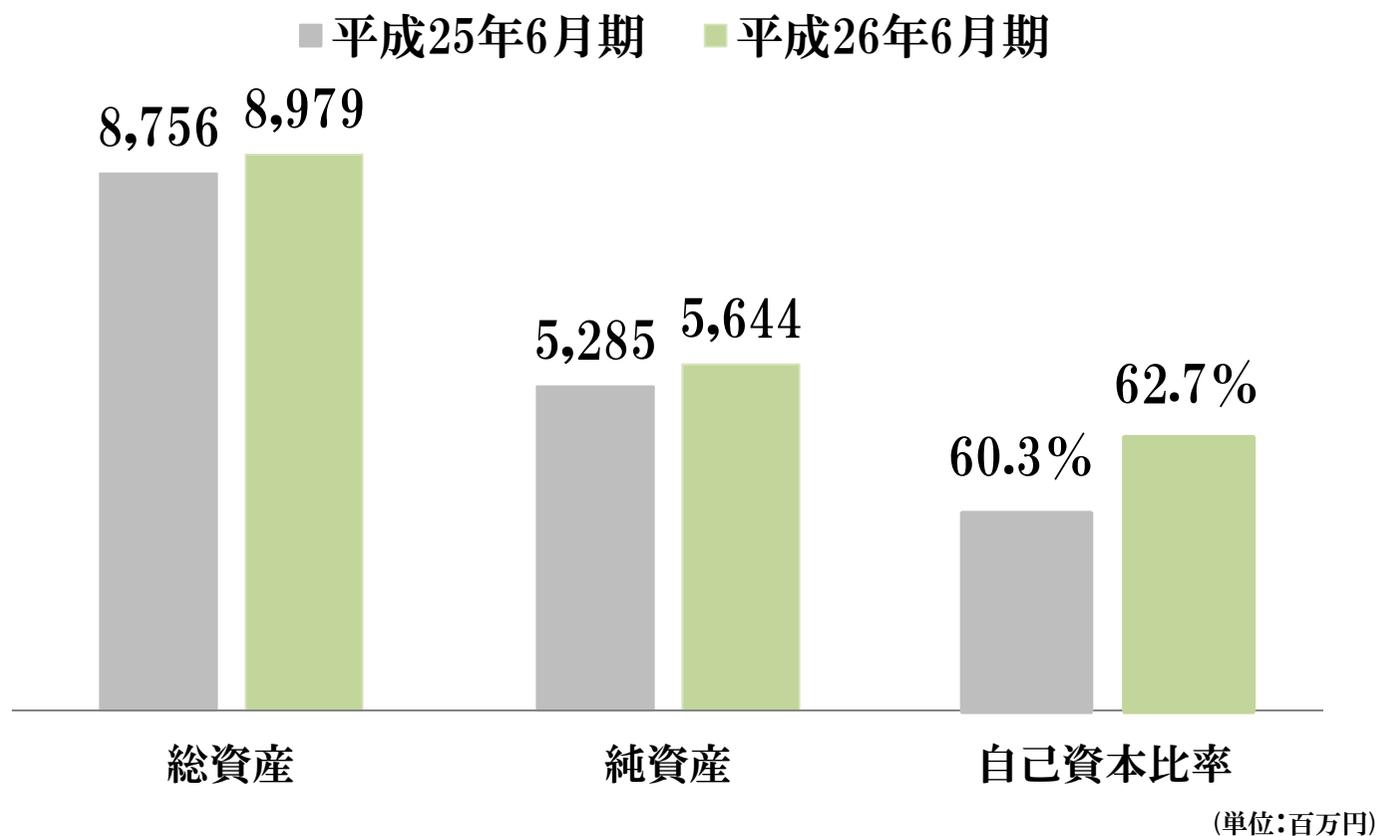
平成26年6月期 決算の概要(個別)

	(25年6月)	構成比	(26年6月)	構成比	前期比	期初計画比	修正計画(※)	構成比	期初計画	構成比
売上高	11,785	100.0%	11,642	100.0%	98.8%	110.4%	11,469	100.0%	10,544	100.0%
売上原価	10,449	88.7%	10,151	87.2%	97.1%	107.5%	10,112	88.2%	9,446	89.6%
売上総利益	1,335	11.3%	1,491	12.8%	111.6%	135.8%	1,356	11.8%	1,097	10.4%
営業利益	620	5.3%	788	6.8%	127.2%	193.2%	639	5.6%	408	3.9%
経常利益	763	6.5%	927	8.0%	121.5%	171.3%	776	6.8%	541	5.1%
特別損益	42	0.4%	42	0.4%	100.5%	-	5	0.0%	-	-
当期純利益	424	3.6%	625	5.4%	147.2%	179.3%	490	4.3%	348	3.3%

※平成26年1月10日に業績予想の修正を発表しております。

(単位:百万円)

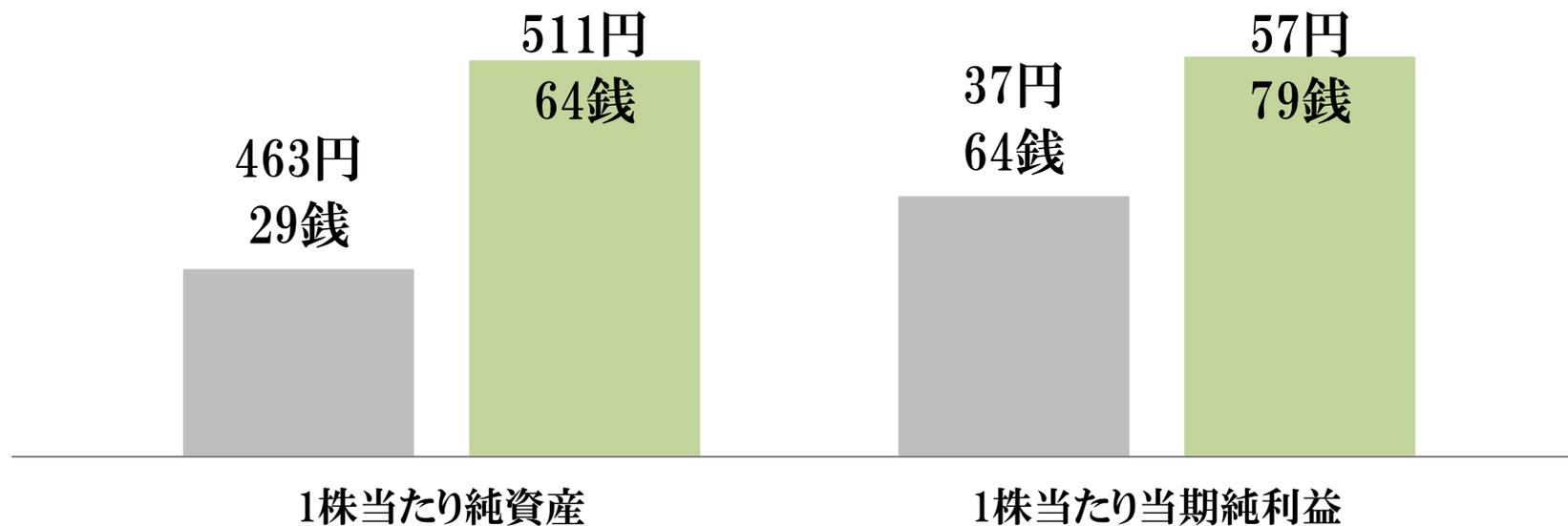
財政状態・経営成績(連結)



・純資産の増加等により、自己資本比率は2.4ポイント向上しております。

財政状態・経営成績(連結)

■ 平成25年6月期 ■ 平成26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25年6月期:11,396,260株 平成26年6月期:10,996,260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25年6月期:11,396,635株 平成26年6月期:11,045,575株)を用いております。

- 純資産の増加により、1株当たり純資産は48円35銭増加しております。
- 当期純利益の増加により、1株当たり当期純利益は20円15銭増加しております。

キャッシュ・フロー計算書(連結)

	平成25年6月期	平成26年6月期
I.営業活動によるキャッシュ・フロー	※1 1,491	※2 ▲86
II.投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 29	※3 118
III.財務活動によるキャッシュ・フロー	※4 ▲376	※4 ▲314
IV.現金及び現金同等物の増減額(▲は減少)	1,086	▲ 282
V.現金及び現金同等物の期首残高	1,392	2,478
VI.現金及び現金同等物の期末残高	2,478	2,196

(単位:百万円)

- ※1 法人税等の支払額が(▲) 620百万円、その他の流動負債の減少額が(▲) 246百万円、未収入金の減少額が1,183百万円、税金等調整前当期純利益が907百万円含まれております。
- ※2 税金等調整前当期純利益が1,078百万円、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。
- ※3 当期末には、保険積立金の解約による収入が88百万円、敷金及び保証金の回収による収入が66百万円含まれております。
- ※4 配当金の支払額が当期末313百万円、前期末376百万円が含まれております。

平成26年6月期 決算の傾向

価格帯別の前年同期対比

1億円超の大型案件が増加。

	平成25年6月期	平成26年6月期	前期比(件数)
～1,000万円	1,039件	1,034件	▲ 5
1,000万円～2,000万円	170件	148件	▲ 22
2,000万円～5,000万円	117件	111件	▲ 6
5,000万円～1億円	26件	18件	▲ 8
1億円～	8件	13件	▲ 5
合計	1,360件	1,324件	▲ 36

(単位:件数)

引合案件形態別

案件単価はUP 8.5百万円 → 8.7百万円

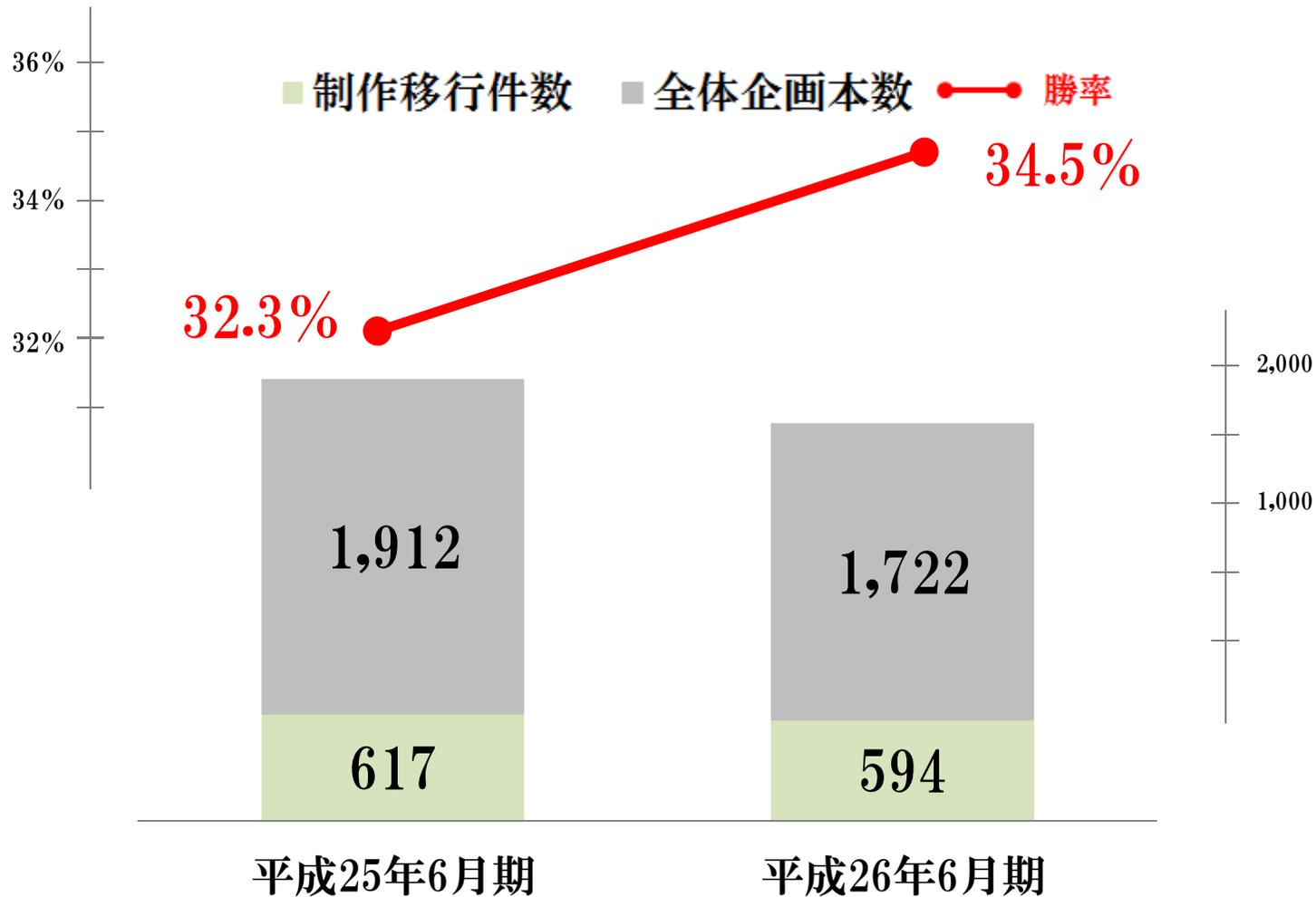
	平成25年6月期		平成26年6月期	
競合	138件	1,878	138件	2,094
提案	269件	2,137	269件	2,920
指定	953件	7,659	917件	6,533
合計	1,360件	11,675	1,324件	11,548
案件単価		8.5		8.7

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

企画力について(企画勝率)

全体の提案本数は減少したが
勝率は、2.2%向上。



業種別売上高(個別)

「自動車」が増加、
「化粧品・トイレタリー・日用品」が減少。
物産展案件などにより「官公庁・団体」が増加。

	平成25年6月期	構成比	平成26年6月期	構成比	前期比
情報・通信	3,178	27.2%	2,962	25.7%	▲ 6.8%
食品・飲料・嗜好品	1,938	16.6%	1,608	13.9%	▲ 17.0%
化粧品・トイレタリー・日用品	1,564	13.4%	970	8.4%	▲ 38.0%
自動車	1,340	11.5%	1,663	14.4%	24.1%
精密機器その他製造	923	7.9%	919	8.0%	▲ 0.5%
官公庁・団体	582	5.0%	1,240	10.7%	112.8%
金融	335	2.9%	433	3.8%	29.1%
流通・小売	1,019	8.7%	959	8.3%	▲ 5.9%
その他	793	6.8%	791	6.8%	▲ 0.3%
合計	11,675	100.0%	11,548	100.0%	▲ 1.1%

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

カテゴリー別売上高(個別)

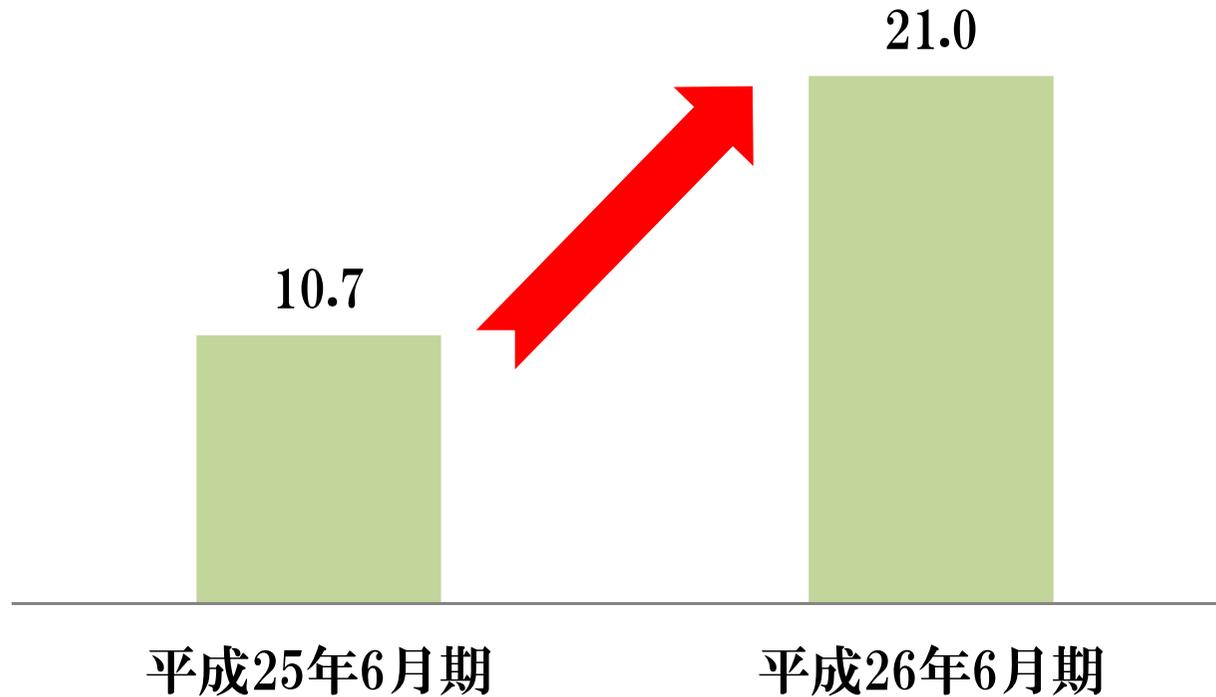
	平成25年6月期	平成26年6月期	前期比	
イベント	博展	52	0	—
	文化・スポーツ	63	188	195.2%
	広報	3,321	3,532	6.3%
SP	販促	6,811	6,721	▲1.3%
	制作物	1,426	1,105	▲22.5%
	合計	11,675	11,548	▲1.1%

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

デジタル×リアル＝ハイブリッド型プロモ案件の推移

(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。

平成27年6月期予想(連結)

	平成26年6月期	平成27年6月期	
			前期比
売上高	12,188	12,423	101.9%
売上原価	10,432	10,694	102.5%
売上総利益	1,756	1,729	98.5%
営業利益	1,026	1,000	97.5%
経常利益	1,035	1,005	97.1%
特別損益	42	-	-
当期純利益	638	623	97.6%

(単位:百万円)

平成27年6月期の考察(個別)

受注残は堅調に推移。
良質の竹梅獲得の“継続が重要”。

	平成26年6月期 (H25/8/7現在)	平成27年6月期 (H26/8/7現在)
売上高	11,642	11,226
受注残高 (A・B・松の合計)	4,590	5,060
期中受注・期中制作高 (A・B・松の合計)	7,052	6,166
竹・梅の合計	5,381	4,580

(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

四半期ごとの売上高(連結)(36期～38期)

前方のスライドをご覧ください。

新マネジメントフォーマット

前方のスライドをご覧ください。

『新・マネジメントフォーマット』の導入

38期の第4四半期の不調を踏まえ、2ヶ月先までの引合い状況と受注見込(=3~5ヶ月先の売上見込)状況を常にチェックしながら、目標達成のために必要な具体的な活動プランを2ヶ月分逆算して立てられるよう『マネジメントフォーマット』をつくり、チーム毎に全社で同じフォーマットを活用。

配当方針について

本決算発表日(平成26年8月7日)に公表した当期(平成27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

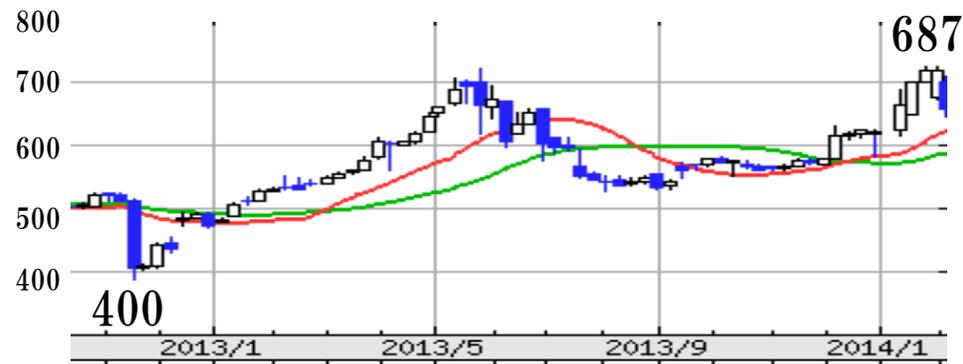


配当(修正後)	中 間	期 末	合 計
平成26年6月期	14.0円	(予) 14.0円	(予) 28.0円



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

株価



今後の方針と対策

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 の強化

“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

インタラクティブ・プロモーション力とは？

リアルとデジタルを

※“ハイブリッド”=良いところ取りに組合わせ、
プロモーション効果を最大化。

※“ハイブリッド”のTOW的解釈

その時、その場でしか味わえない

心揺さぶるリアルなライブ体験

と

デジタル・テクノロジーとアイデアで

仲間にシェア&参加させる仕組み

を企画・実施すること。

新ユニット「1→TOW」の実績 (2014年1月～7月)

引合い案件数 34件



受注件数 6件

(+進行中案件 6件)

インタラクティブ・プロモーション(IP力)の強化施策

- ▷ IPユニット『1→TOW』の推進
- ▷ DP室→IP室 へ名称変更&採用・増員
- ▷ IP数字と責任者を各本部内に設定・予算化
- ▷ “IPプランナー”育成を始動(今期6名×3年=18名)
- ▷ “IPプロデューサー”育成を始動(現8名を3年間)
- ▷ プランナーズスクール→『IPスクール』の開講(今年11月～)

2) つくる力

- 2014年新卒10名採用。2015年新卒8～9名採用予定。
- OJT強化。AD1級昇格まで、「キャリアシート」による成長フォロー。新入社員を稼ぎ頭であるDへ早期に育て上げる。
- 26年7月より人事制度を改訂し、『プロダクション力(自身のスキルアップ・部下の育成)』を重点評価項目に

3) 顧客力

- “僅差は大差”の実践・指導を強化（僅差Book改訂版を制作中）
- 26年7月より人事制度を改訂し、『ファン作り(主要顧客との関係値を社員ごとにベンチマーク)』を重点評項目に

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

T2Cの制作力と提案力を強化し、顧客が発注しやすい環境を作り、外部売上を拡大。

- TOW → T2C まずディレクター3名を出向
- TOWのプランナー7名 → T2Cのプランナーを兼務
- 新卒採用、契約・業務委託から社員登用(6名増)で内製対応

5) 安心力

- 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)
- コンプライアンス担当社員が、各現場での危険予知シートの作成を指導

