

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

2019年6月期 決算説明会

代表取締役社長兼 C E O

江草 康二

本プレゼンテーションには
2019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】

連結業績の総括

- ✓ 期初計画比で売上**105.5%**・経常利益**117.7%**
(修正計画比で売上101.3%、経常利益103.0%)
- ✓ 前期比では売上**97.5%**・経常利益**107.7%**の減収増益
- ✓ 営業利益率は過去最高の**12.3%** (前期比+1.3 P)
- ✓ 単体売上は前期比**103.0%**、営業利益**125.4%**
- ✓ 前期の大型試乗会の反動でT 2 C売上減少 (前期比79%)
- ✓ 営業利益・経常利益・純利益は4期連続で**過去最高**を更新

【決算概要】

2019年6月期 決算の概要 (連結)

	2019年6月期					2018年6月期	
	(2019年6月)	前期比	期初計画比	修正計画比※	構成比	(2018年6月)	構成比
売 上 高	16,278	97.5%	105.5%	101.3%	100.0%	16,688	100.0%
売 上 原 価	13,453	96.1%	104.2%	101.2%	82.7%	13,997	83.9%
売 上 総 利 益	2,825	105.0%	112.1%	102.1%	17.4%	2,691	16.1%
営 業 利 益	1,995	109.3%	117.3%	102.9%	12.3%	1,825	10.9%
経 常 利 益	2,017	107.7%	117.7%	103.0%	12.4%	1,873	11.2%
特 別 損 益	▲ 3	-	-	-	-	-	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,345	111.4%	119.1%	103.8%	8.3%	1,207	7.2%

※2019年6月14日に業績予想の修正を開示しております。

(単位：百万円)

2019年6月期 決算の概要 (個別)

	2019年6月期					2018年6月期	
	(2019年6月)	前期比	期初計画比	修正計画比※	構成比	(2018年6月)	構成比
売上高	13,283	103.0%	111.4%	101.6%	100.0%	12,897	100.0%
売上原価	11,309	101.6%	109.4%	101.3%	85.1%	11,129	86.3%
売上総利益	1,974	111.7%	124.7%	103.3%	14.9%	1,767	13.7%
営業利益	1,198	125.4%	148.9%	105.2%	9.0%	955	7.4%
経常利益	1,781	125.1%	129.1%	103.6%	13.4%	1,423	11.0%
特別損益	▲ 2	-	-	-	-	-	-
当期純利益	1,389	130.2%	125.3%	103.5%	10.5%	1,066	8.3%

※2019年6月14日に業績予想の修正を開示しております。

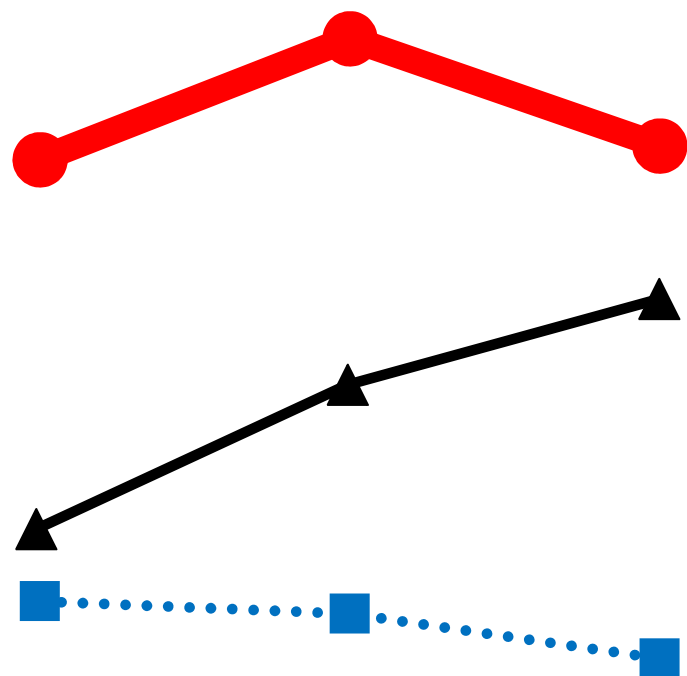
(単位：百万円)

【直近3期の連結業績】

※2017／6月期は、T O Wエリア（関西支社及び名古屋支社）の損益を子会社の損益として再計算しております。

売上高

(百万円)



2017/6月期
41期

2018/6月期
42期

2019/6月期
43期

通期 / 前期比

連結

16,278 $\triangle 2.5\%$

TOW

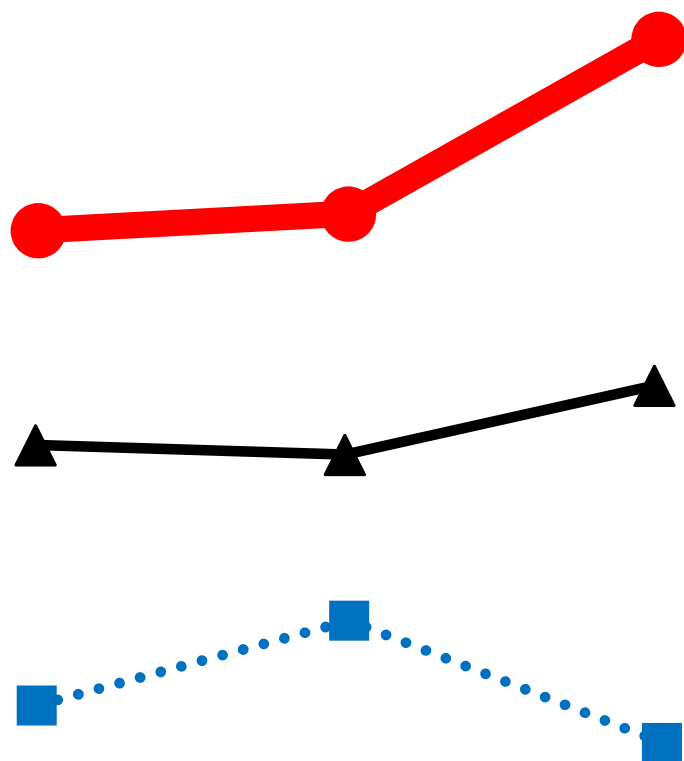
13,283 $+3.0\%$

子会社

2,995 $\triangle 21.0\%$
(外部売上高)

営業利益

(百万円)



2017/6月期
41期

2018/6月期
42期

2019/6月期
43期

通期 / 前年比

連結

1,995 +9.3%

TOW

1,198 +25.4%

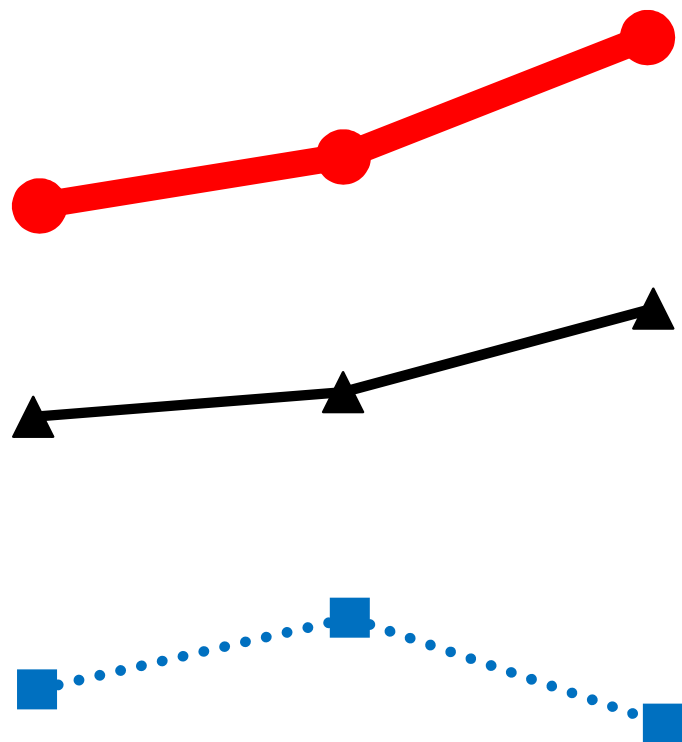
子会社

798 △7.9%

・連結は4期連続の過去最高益

経常利益

(百万円)



2017/6月期
41期

2018/6月期
42期

2019/6月期
43期

通期 / 前年比

連結

2,017 +7.7%

TOW

1,781 +25.1%

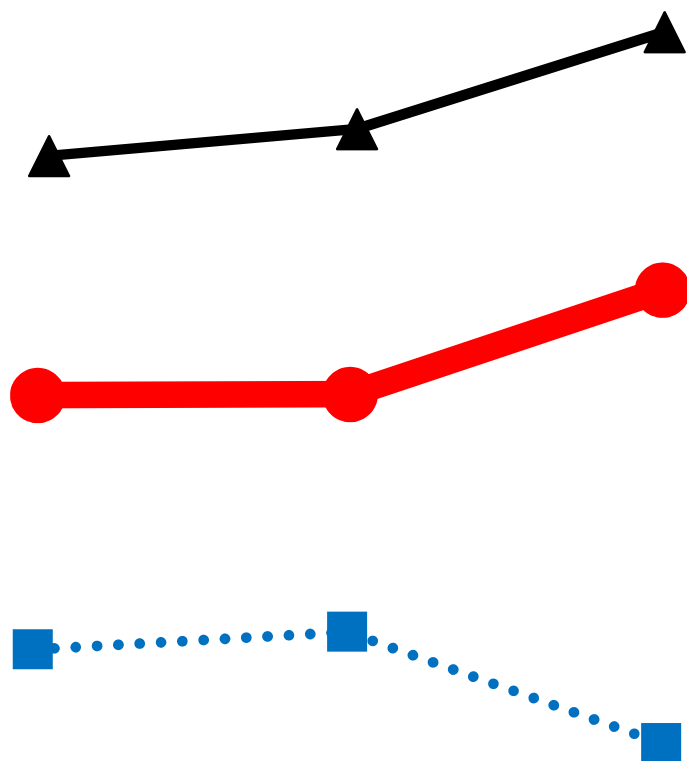
子会社

796 △7.9%

・連結は5期連続の過去最高益

当期純利益

(百万円)



2017/6月期
41期

2018/6月期
42期

2019/6月期
43期

通期 / 前年比

TOW

1,389 +30.2%

連結

1,345 +11.4%

子会社

515 △7.7%

・連結は4期連続の過去最高益

財政状態・経営成績（連結）

	2019年6月期	2018年6月期
総資産	13,679	12,996
純資産	9,416	8,832
1株当たり純資産 ※1	415円20銭	388円96銭

※1 1株当たり純資産については、期末発行済株式数2018年6月期：22,468,452株
2019年6月期：22,468,422株をそれぞれ用いております。(単位：百万円)

	2019年6月期	2018年6月期
1株当たり当期純利益 ※2	59円88銭	53円75銭
自己資本比率	68.2%	67.2%
R O E	14.9%	14.4%

※2 1株当たり当期純利益については、期中平均株式数2018年6月期：22,468,452株
2019年6月期：22,468,431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）

	2019年6月期	2018年6月期
I. 営業活動によるキャッシュ・フロー	※1 1,310	※2 1240
II. 投資活動によるキャッシュ・フロー	※3 ▲ 34	※4 ▲ 53
III. 財務活動によるキャッシュ・フロー	※5 ▲ 620	※5 ▲ 585
IV. 現金及び現金同等物の増加額	656	601
V. 現金及び現金同等物期首残高	4,098	3,496
VI. 現金及び現金同等物の期末残高	4,754	4,098

（単位：百万円）

- ※1 税金等調整前当期純利益が2,014百万円、売上債権の減少額が176百万円、仕入債務の増加額が160百万円、法人税等の支払額（▲）が755百万円、たな卸資産の増加額（▲）が222百万円含まれております。
- ※2 未収入金の減少額が2,424百万円、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、売上債権の増加額（▲）が2,941百万円、法人税等の支払額（▲）が611百万円含まれております。
- ※3 有形固定資産の取得による支出（▲）が23百万円含まれております。
- ※4 有形固定資産の取得による支出（▲）が22百万円、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。
- ※5 配当金の支払額が2019年6月期606百万円、2018年6月期584百万円が含まれております。

事業内容

カテゴリー別売上高（連結）

通期を通して大型のインナーイベントや発表会などの
“広報案件”受注の比率が増えた

	2019年6月期	前期比	2018年6月期
販促	6,512	70.6%	9,221
広報	7,463	142.1%	5,253
文化・スポーツ	537	93.0%	578
博覧会	0	-	0
制作物	1,684	109.3%	1,541
合計	16,198	97.6%	16,594

※ 企画売上高は除きます。

(単位：百万円)

業種別売上高（連結）

	2019年6月期	構成比	前期比（額）	2018年6月期	構成比
情報・通信	4,109	25.4%	▲ 20	4,130	24.9%
自動車	3,031	18.7%	▲ 1,083	4,114	24.8%
食品・飲料・嗜好品	2,145	13.3%	238	1,907	11.5%
化粧品・トイレタリー・日用品	1,860	11.5%	156	1,703	10.3%
官公庁・団体	1,510	9.3%	237	1,272	7.7%
金融	979	6.1%	419	559	3.4%
精密機器その他製造	490	3.0%	▲ 183	673	4.0%
流通・小売	363	2.2%	▲ 391	755	4.5%
その他	1,707	10.5%	230	1,477	8.9%
合計	16,198	100.0%	▲ 396	16,594	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）

1億以上の案件数が増え、
平均単価・案件本数が共に微増

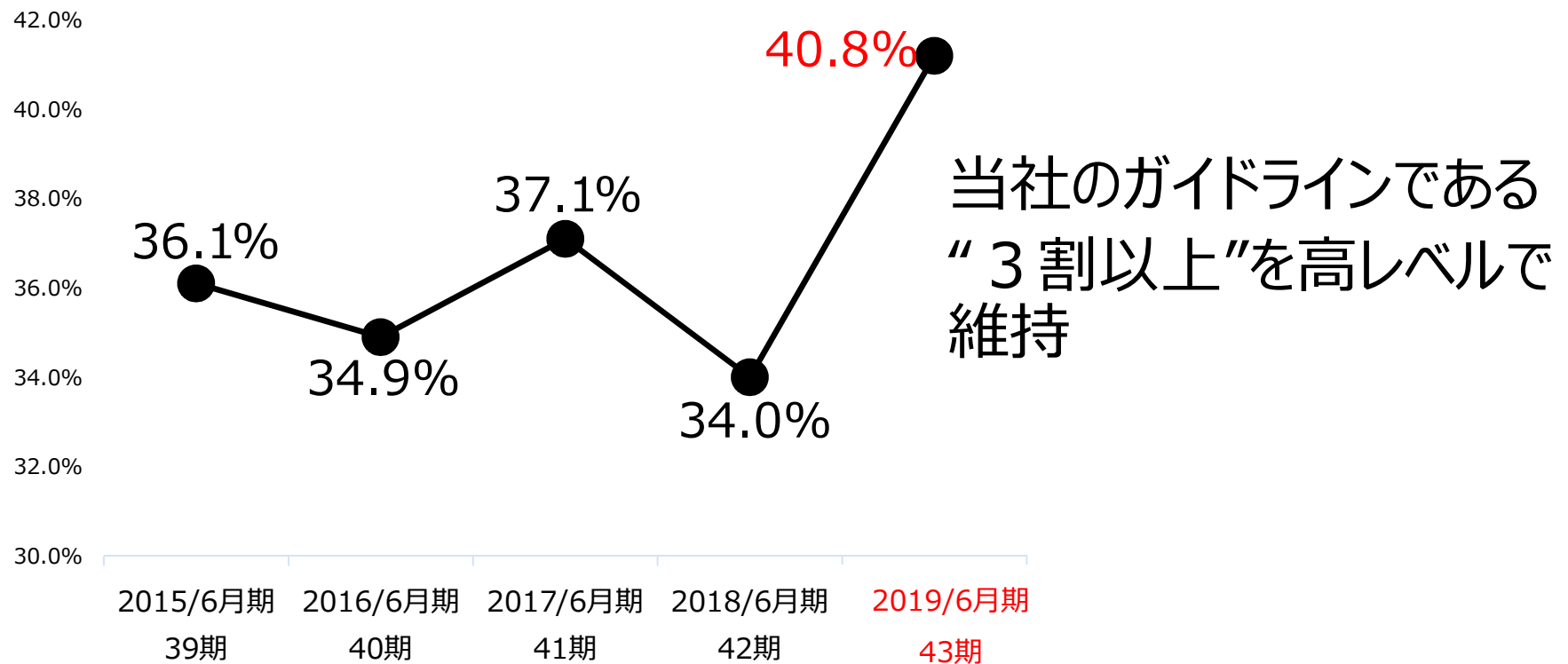
	2019年6月期	前期比（件数）	2018年6月期
～1,000万円	858	▲ 4	862
1,000万円～2,000万円	131	1	130
2,000万円～5,000万円	115	11	104
5,000万円～1億円	30	▲ 10	40
1億円～	20	5	15
合計	1,154	3	1,151
案件単価	1,144万円	+31万円	1,112万円

※ 企画売上高は除きます。

（単位：件数）

企画力について（勝率）

勝率



2020年6月期の予想と進捗

2020年6月期 決算の見通し（連結）

	2020年6月期			2019年6月期	
	(2020年6月 予想)	前期比	構成比	(2019年6月)	構成比
売 上 高	16,829	103.4%	100.0%	16,278	100.0%
売 上 原 価	13,903	103.3%	82.6%	13,453	82.7%
売 上 総 利 益	2,925	103.5%	17.4%	2,825	17.4%
営 業 利 益	2,040	102.2%	12.1%	1,995	12.3%
経 常 利 益	2,040	101.1%	12.1%	2,017	12.4%
特 別 損 益	-	-	-	▲ 3	-
親会社株主に帰属する当期純利益	1,352	100.5%	8.0%	1,345	8.3%

(単位：百万円)

2020年6月期 決算の見通し（個別）

	2020年6月期			2019年6月期	
	(2020年6月 予想)	前期比	構成比	(2019年6月)	構成比
売 上 高	13,155	99.0%	100.0%	13,283	100.0%
売 上 原 価	11,260	99.6%	85.6%	11,309	85.1%
売 上 総 利 益	1,895	96.0%	14.4%	1,974	14.9%
営 業 利 益	1,063	88.8%	8.1%	1,198	9.0%
経 常 利 益	1,582	88.8%	12.0%	1,781	13.4%
特 別 損 益	-	-	-	▲ 2	-
当 期 純 利 益	1,235	89.0%	9.4%	1,389	10.5%

(単位：百万円)

2020年6月期の進捗（個別）

国際的イベント関連の受注が好調。

	2020年6月期 (2019/8/8現在)	2019年6月期 (2018/8/8現在)
売上高	13,155	13,283
受注残高 (A・B・松の合計)	6,705	5,183
期中受注・期中制作高 (A・B・松の合計)	6,450	8,100
竹・梅の合計	1,769	2,365

(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

42期 2018年6月期	43期 2019年6月期	44期（予定） 2020年6月期
27円	29円	30円

配当予想	中 間	期 末	合 計
2020年6月期	（予）15円	（予）15円	（予）30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

中期方針のレビューと対策

中期方針 （下記は期初・期中に発表済の内容）

- ①一部大手顧客の変革への対応
- ②高い収益力維持×戦力増＝規模拡大
- ③日本初の『体験デザイン・プロダクション』の深化
- ④2019～2025 ゴールデン・国際イベント・イヤーズ
の案件取込み
- ⑤さらに踏み込んだアライアンス

①一部大手顧客の変革への対応

- ・1/1付で“営業統括担当専務”を配置
全社の営業を統括する役員体制をスタート
- ・社員の本部間異動も実施済、今後も随時最適なリソース
配分を全社的に行う
- ・営業、管理のナレッジの均質化を図り、中期的視点で
受注・提案力向上施策を推進



グループでの受注額は前期を上回る。
ただし、上記施策は継続的に維持・強化し、
必要とされるソリューションを提供し続ける。

②高い収益力維持×戦力増＝成長

・営業利益率 10.94% ⇨ 12.26% (+1.3P)

・企画勝率 34.0% ⇨ 40.8% (+6.8%)

・グループ社員数

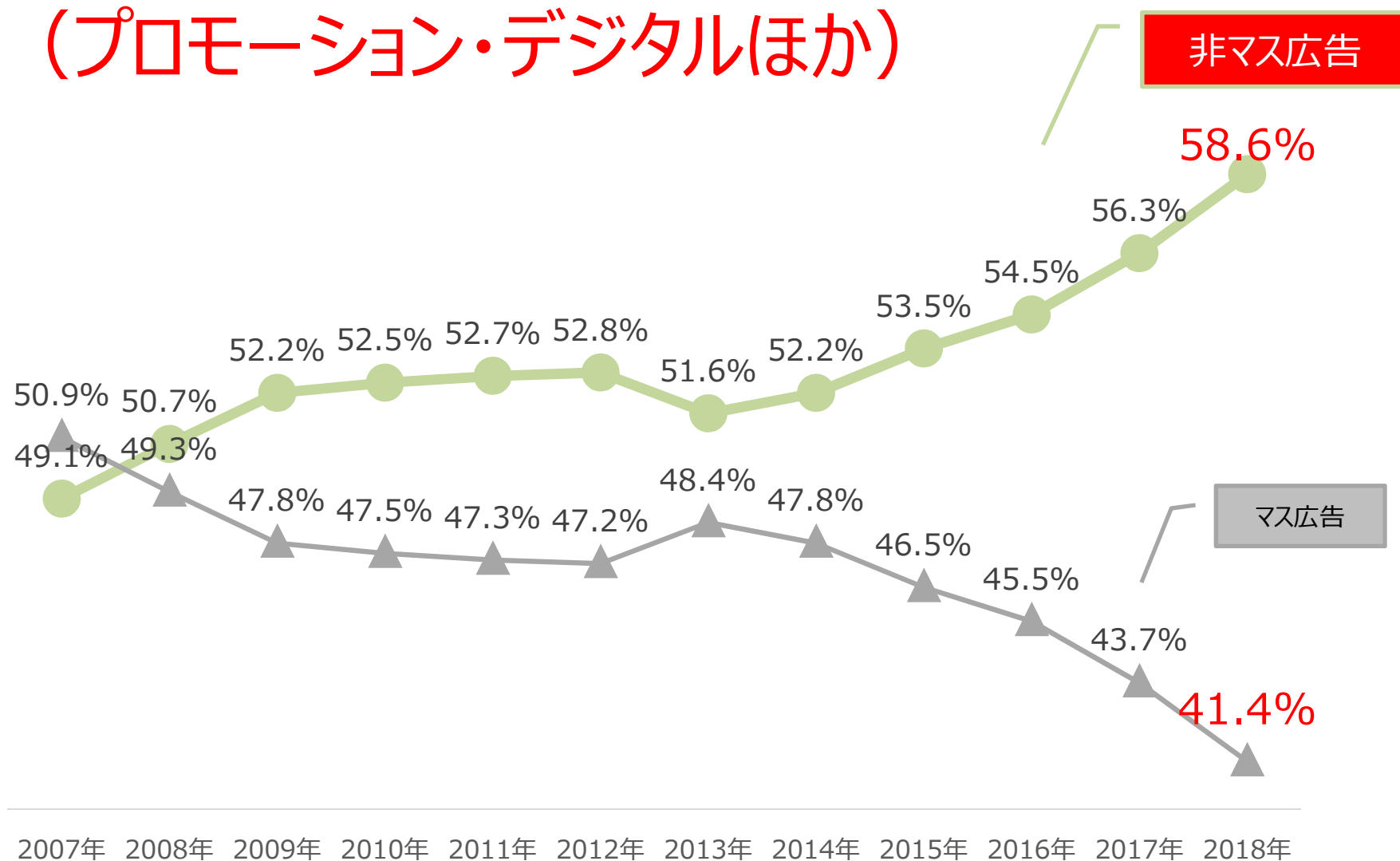
196名 (42期初) ⇨ 214名 (43期初) ⇨ 205名 (44期初)

※戦力を増やすための新卒・中途の積極的採用活動が必要

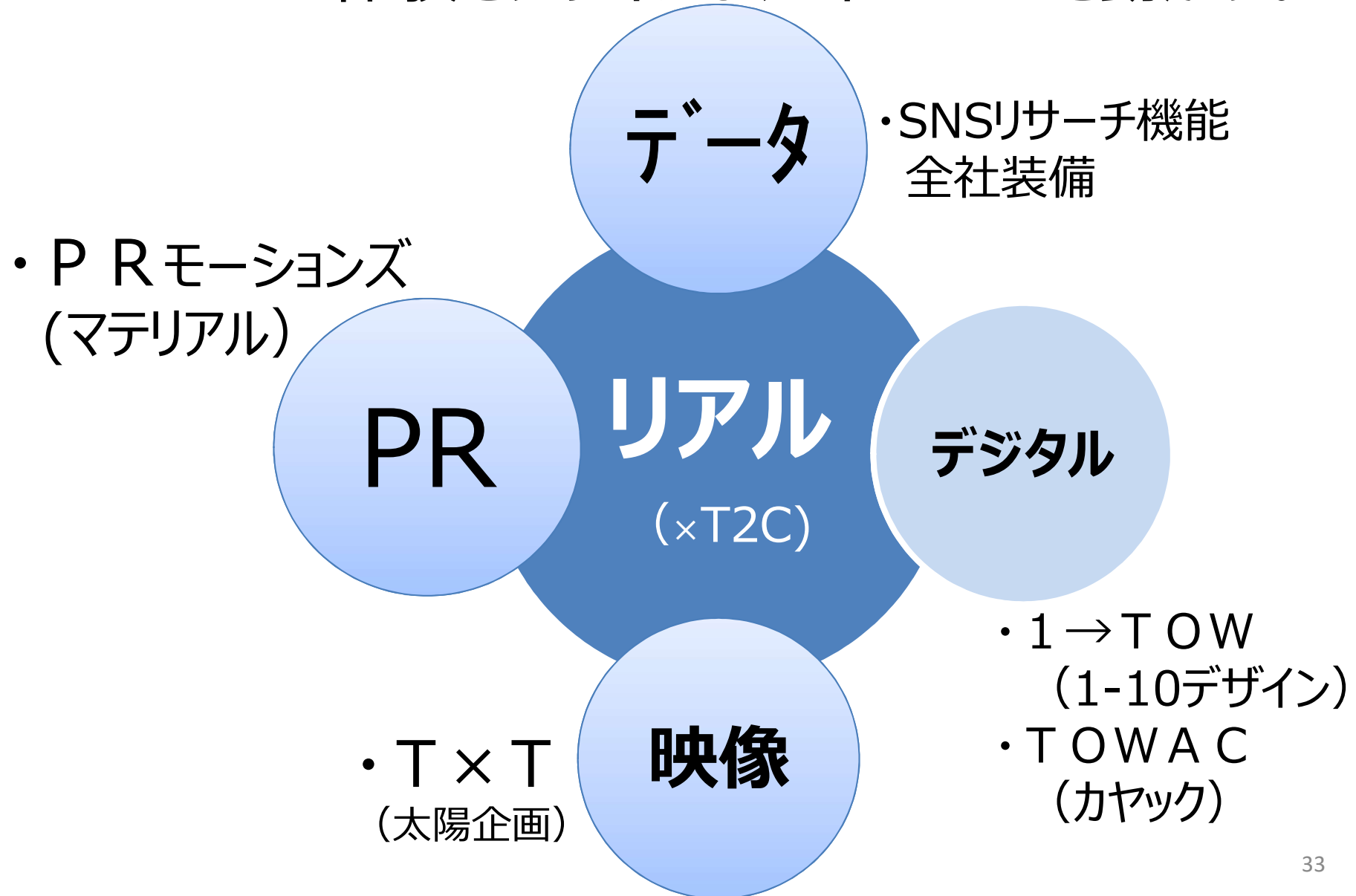
③『体験デザイン・プロダクション』の深化

- 社員の体験デザイン力向上（バイリン⇒マルチリンガルへ）
⇒研修・勉強会・定例案件レビュー・社内表彰・評価制度・
海外視察など社員の体験デザイン力向上施策を多面的かつ
継続的に実施
- 体験デザイン力を高めるため映像プロデューサー、P Rプロデューサー、
アートディレクター、美術デザイナー、データアナリストを採用
- 顧客や業界から体験デザイン力が評価される
⇒広告賞も多数受賞、当社社員がA C C賞審査員に選出
- 今後は“データ活用”で成果指標の見える化、“アライアンス強化”による
体験デザイン提案力のさらなる向上と深化を全社的に推進

広告主は“非マス領域”を年々重要視 (プロモーション・デジタルほか)



マス広告だけで人は動かない。
T O Wは体験をデザインし、ヒトとココロを動かす。



自由・意外・奇抜・大胆！ 独特な視点から生みだされる新しい発想

シモダテツヤ氏が T O Wのワクワク創造アドバイザーに就任 体験デザインプランニングをパワーアップ



2004年にpaperboy&co.（現GMOペパボ株式会社）に入社後、面白さを追及するサイトWEBメディア「オモコロ」を立上げ、2010年に株式会社バーグハンバーグバーグを創設し、2019年1月に退任。

東京MX「モーニングCROSS」のコメンテーターや、ラジオパーソナリティー、週間アスキーでの連載、数々の著書を通して、「おもしろさ」を追い続ける姿勢と発想で活躍。

2019年7月22日～就任

一生に一度の体験デザイン事例 『新元号“令和”発表』

海外の広告賞も多数受賞

○高崎市 『絶やすな！ 絶品高崎グルメ「絶メシリスト」』

✓カンヌ国際C R



✓アドフェスト



○ヤフーモバイル 『720 HOURS OF YOUTH』

✓N Y フェスティバル



✓アドフェスト



○Electronic Arts 『小林市 シムシティ課』

✓ P R アワード A S I A   

✓ D & A D アワード マテリアル賞

✓ アドフェスト 



○ロッテ 『お絵かき爽ハッピー』

✓ アドフェスト



○講談社 『100万の命の上に俺は立っている ワケあり無料版』

✓ アドフェスト



④2020案件を含め2019～2025年の6年間は ゴールデン・国際イベント・イヤーズ

世界中から人が集まる国際的ビッグイベントが多く開催
様々な企業のプロモーションも活発化が予想

『ラグビーWC 2019 日本大会（9～11月）』

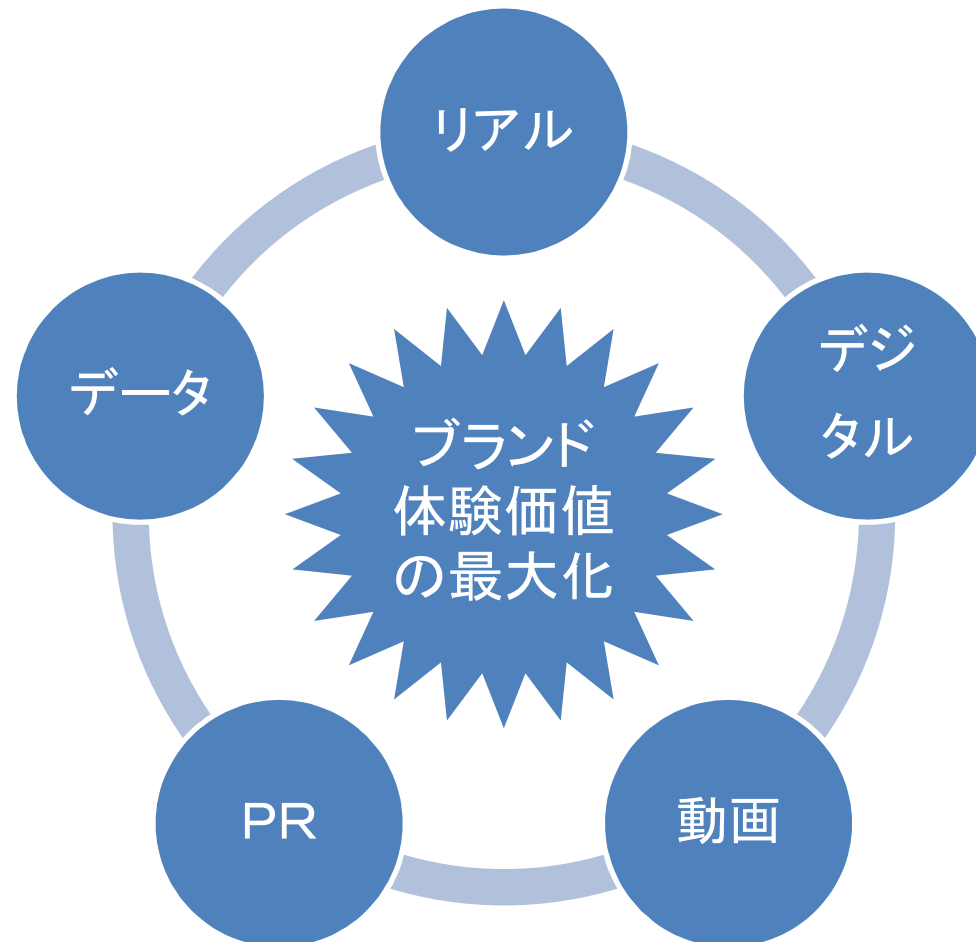
2019年は、東京モーターショー開催年

“2020 案件”の取込み

動き出した具体的案件の確実な受注を
継続的に目指す！

⑤さらに踏み込んだアライアンス

提携・出資・M & Aなどを活用したさらなる成長の方向性と領域



3本柱で成長

- ① 『体験デザイン力向上』による統合プロモーション案件の拡大
- ② 『ゴールデン・国際イベント・イヤーズ』の大型イベント案件の取込
- ③ 『直クライアント・ビジネス』の拡大

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。