

株式会社 テー・オー・ダブリュー

# 2025年6月期 第2四半期 決算説明会

開始は14時00分を予定しております  
今しばらくお待ちください

本会で使用する資料及び映像は本会参加者限定となっております。  
資料や配信映像のキャプチャー・転載はご遠慮ください。

本プレゼンテーションには2025年2月13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。

# INDEX

1. 2025年6月期 第2四半期レビュー  
および2025年6月期 通期について
2. 事業概況
3. 下期に向けたトピックス

1. 2025年6月期 第2四半期レビュー  
および2025年6月期 通期について

- 概況：前年度の大型展示会の反動で期初発表の業績予想の通り減収減益となったが、営業利益、経常利益は期初計画通りに推移。
- 売上：大型展示会の反動減があったが、リアル体験への需要・広告プロモーション市場の堅調さは継続。
- 収益性：高付加価値の提供によるフィー型業務およびグループ内製化により、高い収益性を維持。
- 販管費及び売上原価における人件費：持続的な成長に向け、人的資本経営の強化やAI・環境分野への重点投資を実施。その結果、販管費及び売上原価における人件費が増加。

	2024年6月期 第2四半期		2025年6月期 第2四半期 (計画)		2025年6月期 第2四半期 (実績)		前期比
売上高	9,563	-	9,000	-	8,808	-	-7.9%
売上総利益	1,760	18.4%			1,593	18.1%	-9.5%
販管費	426	-			502	-	+17.8%
営業利益	1,333	13.9%	1,089	12.1%	1,091	12.4%	-18.2%
経常利益	1,348	14.3%	1,100	12.2%	1,109	12.6%	-17.7%
親会社株主に帰属する 中間純利益	893	9.3%	732	8.1%	740	8.4%	-17.1%

(金額単位：百万円)

- 上期は概ね計画通りの進捗であり、通期業績予想は期初発表から変更なし。
- 主力業種のイベント・プロモーションの堅調な受注に加えて、下半期の万博関連業務も寄与し売上高は前期比2.8%増の見込み。
- 持続的な成長に向けて積極的な人的資本投資、AI・環境など強化テーマへの取組を継続し、人件費及び販管費は前年を大きく上回る予定。
- 高付加価値の提供によるフィー型業務及びグループ内製化により、高い収益力は維持・向上のうえ、戦略的な費用投下を進め、経常利益については前期比では4.5%増の見込み。

	2024年6月期		2025年6月期		前期比
売上高	17,503	-	18,000	-	+2.8%
売上総利益	2,939	16.8%	3,220	17.9%	+9.6%
販管費	932	-	1,100	-	+11.8%
営業利益	2,006	11.5%	2,120	11.8%	+5.7%
経常利益	2,058	11.8%	2,150	11.9%	+4.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,405	8.0%	1,428	7.9%	+1.6%

※今後、状況の変化により修正が必要な場合には速やかに開示いたします。

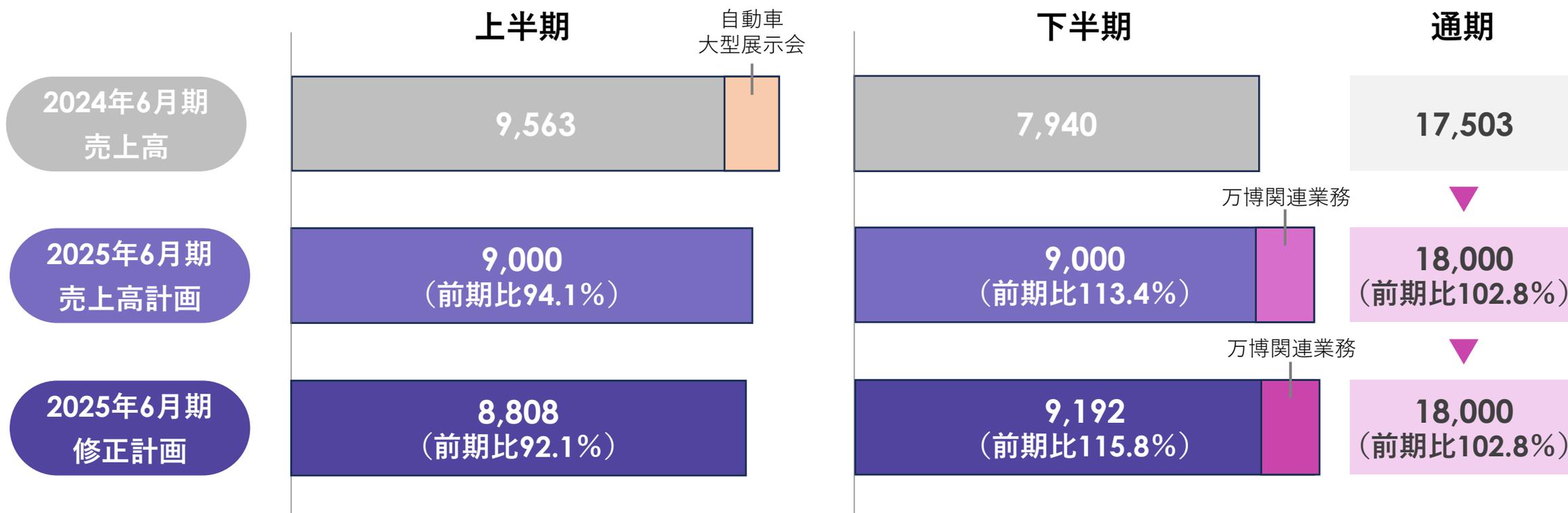
(金額単位：百万円)

●【期初計画】上半期・下半期の売上構成比について

例年の構成比は上半期55%程度・下半期45%程度だが、2025年6月期は一昨年開催の自動車大型展示会の反動減と下半期の万博関連業務が寄与する為、期初は上半期・下半期の構成はそれぞれ50%の売上高90億を計画。

●【修正計画】通期計画について

上期計画の未達売上192百万円は下期計画に上乘せし、2024年8月8日の発表から、通期計画に変更なし。



(金額単位：百万円)

受注残高は、堅調なイベント・プロモーション業務に加えて、万博関連業務も寄与し前年比増。  
受注残高合計の通期業績計画に対し、堅調に推移。

売上高（百万円）	2024年6月期 (2024/2/3現在)	2025年6月期 (2025/2/4現在)	前期差
受注残高 (A・B・松の合計)	14,301	15,535	+1,234
竹・梅の合計	735	869	+134

A：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

- 堅調な業績以上に買掛金の減少、借入金の圧縮により純資産が増加。  
結果ROEは低下したが、通期では前年並みの15%前後に回復する見込み。
- イベント・プロモーションは、景気動向、社会情勢、感染症、自然災害等の影響を受けやすい為、リスクに備えた自己資金の確保、及びM&A投資に備え、一定水準の現預金を維持。

	2024年6月期 第2四半期	2025年6月期 第2四半期
売上高 (百万円)	9,563	<b>8,808</b>
経常利益 (百万円)	1,348	<b>1,109</b>
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	893	<b>740</b>
純資産額 (百万円)	9,039	<b>9,835</b>
自己資本比率 (%)	63.8	<b>72.5</b>
自己資本利益率 (ROE) (%)	10.3	<b>7.5</b>
一株当たり中間純利益	22.14	<b>18.18</b>
配当性向 (%)	31.6	<b>41.3</b>
現金及び現金同等物の中間期末残高	7,111	<b>7,352</b>

(金額単位：百万円)

- 営業活動によるキャッシュ・フローは、法人税の支払い、売上債権の増加、流動負債の減少があり、4億15百万円の支出。
- 投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産の取得（オフィス環境の改善）により、85百万円の支出。
- 財務活動によるキャッシュ・フローは、短期借入金の返済3億15百万円、配当金の支払2億84百万円により、5億99百万円の支出

		2024年6月期 第2四半期	2025年6月期 第2四半期	2024年6月期
I	営業活動によるキャッシュ・フロー	1,732	▲415	3,395
II	投資活動によるキャッシュ・フロー	▲8	▲85	▲44
III	財務活動によるキャッシュ・フロー	▲394	▲599	▲678
IV	現金及び現金同等物の増加額	1,330	▲1,100	2,671
V	現金及び現金同等物の期首残高	5,781	8,452	5,781
VI	現金及び現金同等物の期末残高	7,111	7,352	8,452

(金額単位：百万円)

## 基本方針

株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題のひとつと認識しており、安定した配当を継続して実施していくことを基本としております。

2024年8月8日の公表から変更はありません。

当社の配当方針・利益配分の指標として、連結ベースの配当性向40%で算出された1株当たりの予想配当金と、本決算発表日の前日（2024年8月7日）の終値に株価配当利回り4.5%を乗じて算出された1株当たりの配当金のいずれか高い方を最低配当金として決定することとしております。（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%を上限としております）

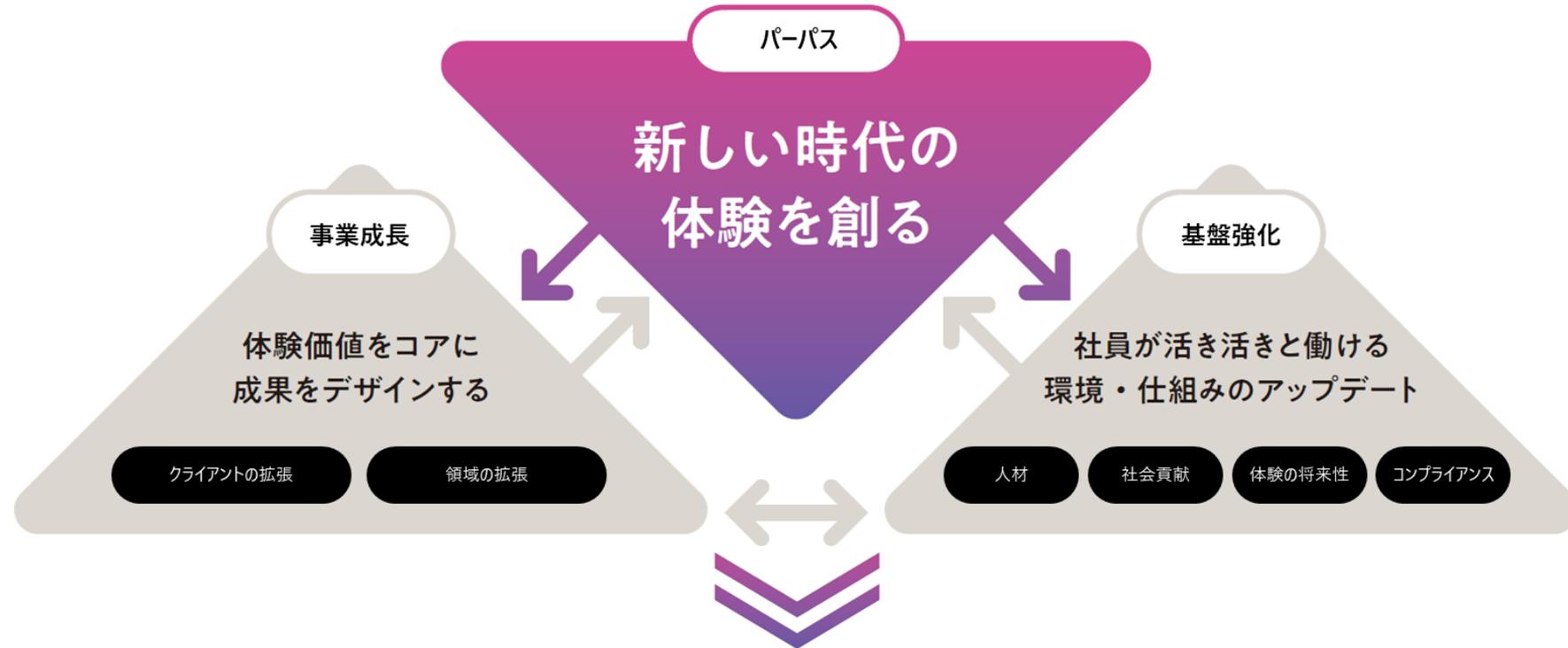
上記計算に基づき算出された最低配当金は14.13円となりますが、株式市場の相場急変動を受け、株主の皆様への利益還元に鑑み、通期で15円、中間配当金を1株につき7.5円、期末配当金を7.5円とさせていただきます。

## 今期の配当

	決算発表日 (2024年8月8日) 前日の終値	中間	期末	合計
<b>2025年6月期</b>	314円	7.5円	(予) 7.5円	(予) 15円

## 2. 事業概況

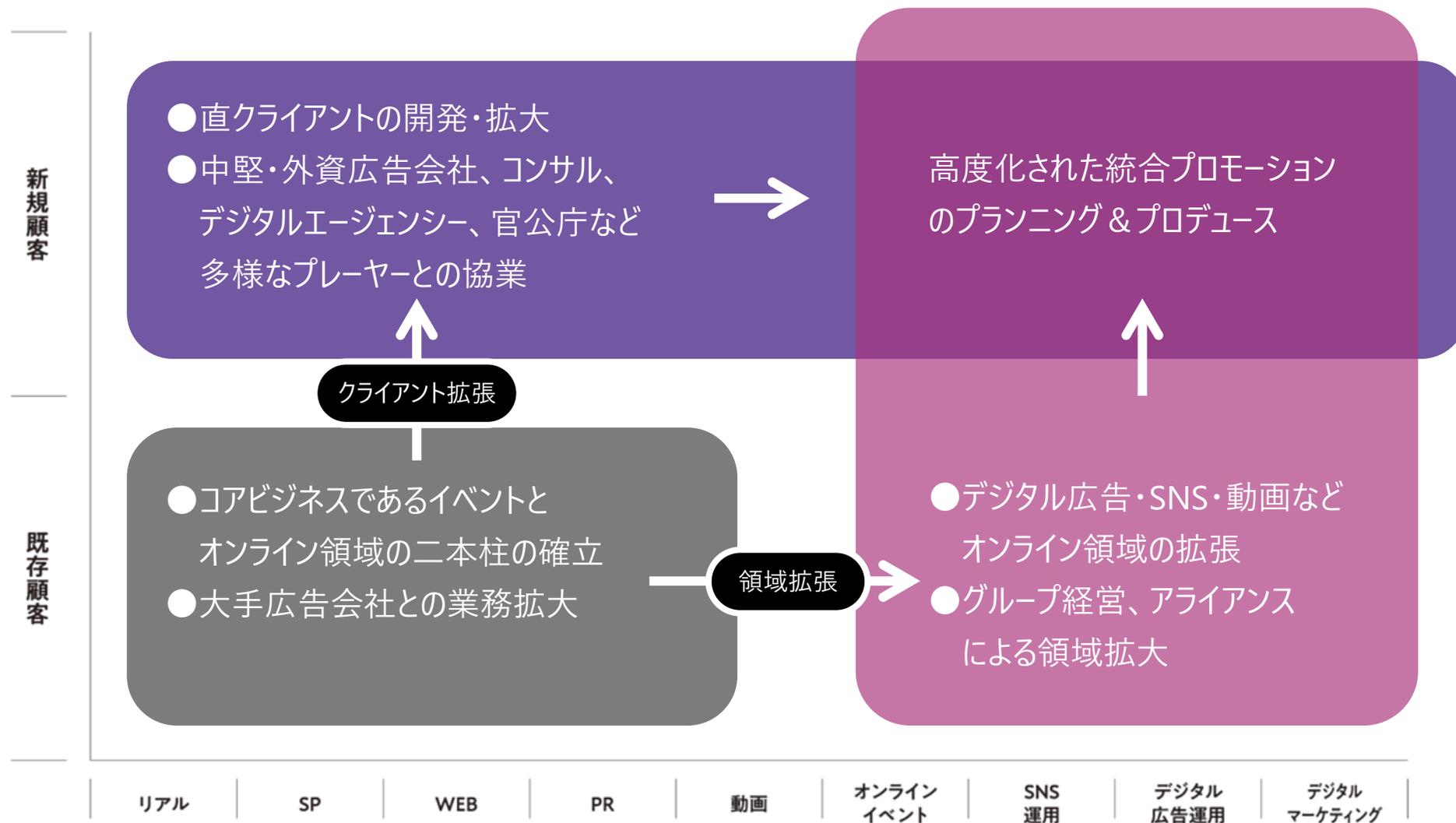
持続的な成長及びパーパスの実現に向けて、体験デザインの進化による事業成長と人的資本をはじめとした基盤強化によってサステナビリティ経営を推進。



## サステナビリティ方針

社員一人一人が創り出す体験を通じて企業課題・社会課題に向き合い、持続的に成長する会社へ

## クライアントの拡張と領域の拡張の「2軸の拡張」による事業拡大を推進



●カテゴリー別の比率は、リアルイベント59.7%、ハイブリッドイベント12.1%、統合プロモーション27.9%と概ね計画通りに進捗。

\*リアルイベント：飲料や食品の街頭プロモーションのほか、ビジネスカンファレンスや官公庁・自治体の大型案件が寄与。

リアル体験への需要は継続も、前年度開催の自動車大型展示会の反動減により前期比で減少。

\*ハイブリッドイベント：情報通信関連の案件が堅調に増加するも、昨年開催の大型ハイブリッドイベントの反動減により減少。

\*統合プロモーション：リアル、デジタル、SNS等を統合した案件に加えて、昨年子会社化したMOTTOとの連携によって動画を主体とした業務が増加。

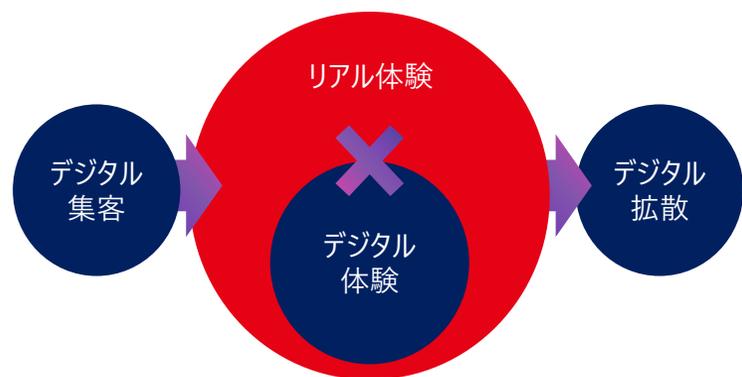
	2024年6月期 第2四半期		2025年6月期 第2四半期		売上前期比
リアルイベント	5,896	61.7%	5,260	59.7%	-10.8%
ハイブリッドイベント	1,185	12.4%	1,064	12.1%	-10.2%
統合プロモーション	2,322	24.3%	2,454	27.9%	+5.7%
その他	160	1.7%	28	0.3%	-82.5%
合計	9,564	100.0%	8,808	100.0%	-7.9%

(金額単位：百万円)

生活者と社会が急速にデジタルシフトし、リアルとデジタルの融合が加速。  
企業マーケティングにおいても成果の最大化を追求するために、  
リアルとデジタルによる統合プロモーションが求められるケースが増加。

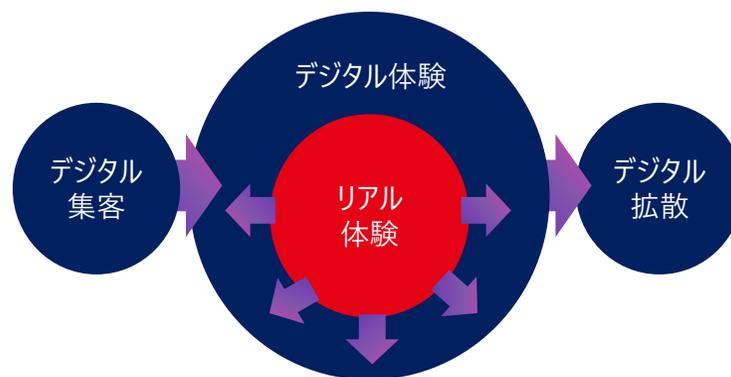
TOWグループのリアルとデジタルを統合する強みを活かして領域の拡大を実践 = 体験デザインの進化

### パターン①：リアルイベント



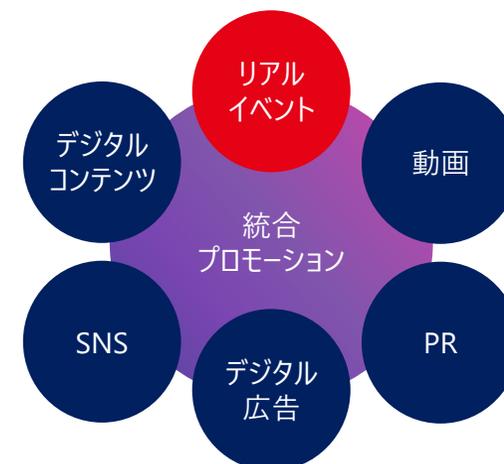
デジタルを活用してリアルの価値をアップデート

### パターン②：ハイブリッドイベント



リアルの価値をデジタルを駆使して最大化

### パターン③：統合プロモーション



リアルとデジタルによる統合プロモーション

## 体験価値最大化に向けて、デジタル活用型のリアルイベントが増加

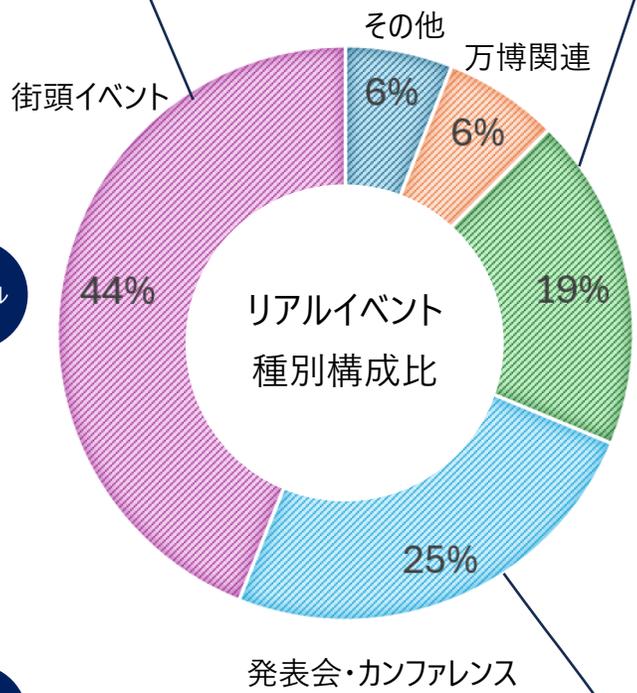
体験型プロモーションの企画力と実行力を強みに街頭イベントが構成比44%と高水準で推移。各種ステークホルダーに向けたカンファレンスや推し活を背景としたIP企業の展示会出展なども活況。気運醸成に向けて実体験を重視する官公庁・自治体のイベントも伸長。

### 街頭イベント

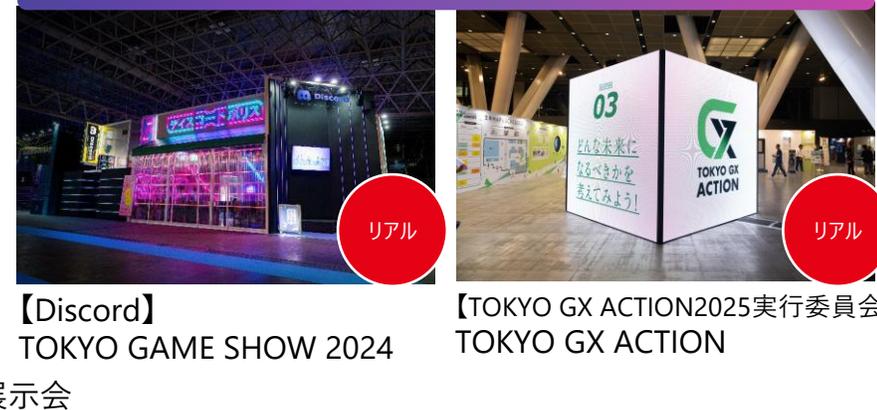
●リアルイベントをデジタルで集客最大化しリーチを拡大



●デジタルを活用したコンテンツでリアル体験の価値を最大化



### 展示会



### 発表会・カンファレンス

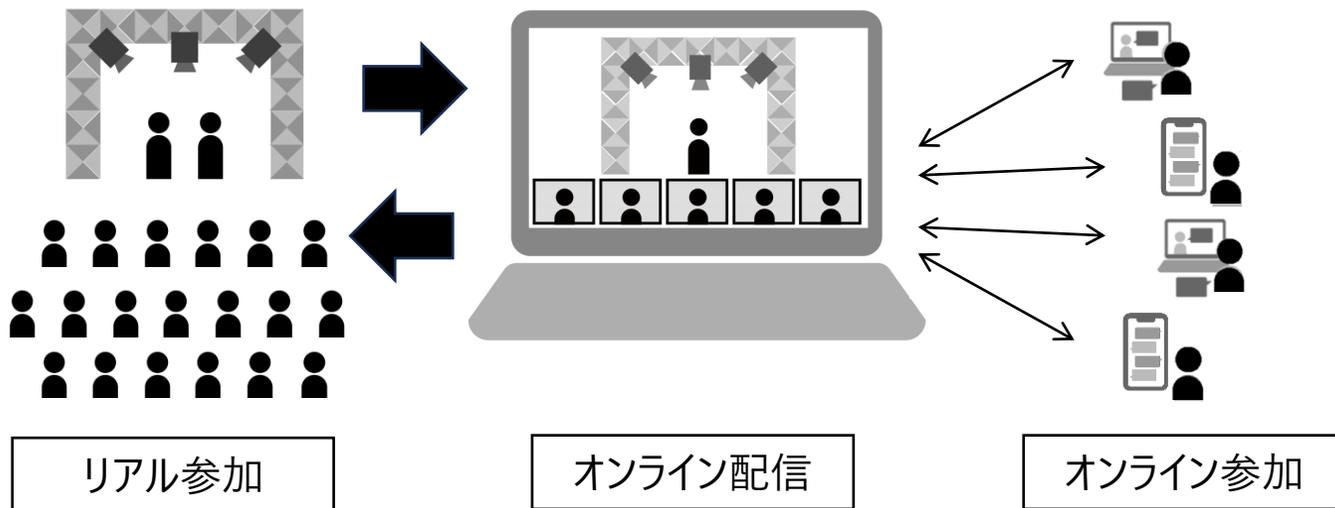


# オフラインとオンラインを融合したハイブリッドイベントで、リアルをデジタルに拡張・成果の最大化へ

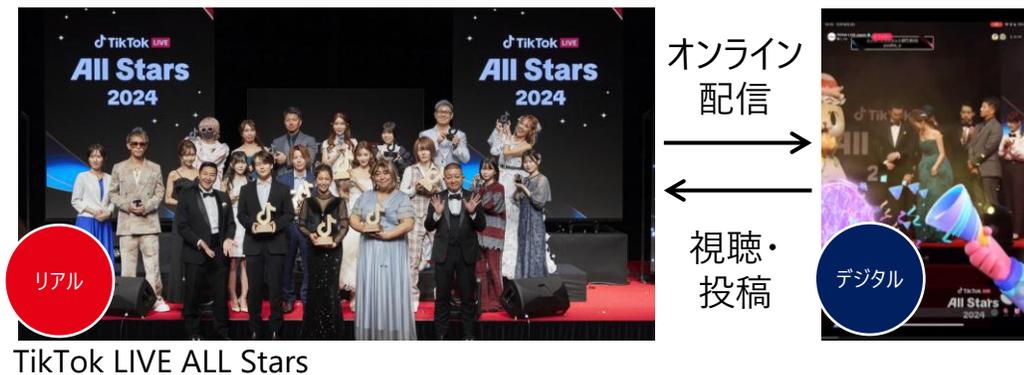
外資系プラットフォームやクラウド上のサービスを提供するSaaS系企業を中心とした情報通信においてハイブリッドイベントが定番化。対面による深いコミュニケーションとオンライン配信でリーチが拡大できるハイブリッドイベントで効果的なマーケティングを実現。

## ハイブリッドイベントのメリット

- PCやスマートフォンからの参加を可能にし、参加者数の最大化に貢献
- オンライン参加者のアクションを配信・リアル会場に反映し双方向性を実現
- 配信を介すことでリアルイベントの演出がアップデートし、深い共感・理解を獲得



## インタラクティブ性を重視したハイブリッドイベント



## オンラインを活用したビジネスカンファレンス



- メディア向け新商品発表会
- パートナー企業向けカンファレンス
- 従業員向け方針説明会

## TVCMを含めた動画、SNS・デジタルコンテンツを組み合わせることで領域拡大を実現

前期に子会社化した映像制作会社「MOTTO」との連携により動画を主体とした統合プロモーションが増加。TOWが培ってきたイベント、デジタルコンテンツ、SNS、動画を統合する力とグループ連携によって、効果の高いマーケティングをクライアントに提供。

### 動画・PRを駆使した統合プロモーション

オンライン動画      採用向けサイト      メディアタイアップ



【fundbook】リクルーティング活動

### TVCM・デジタル広告を駆使した統合プロモーション

デジタル広告運用      TVCM      マストバイCP



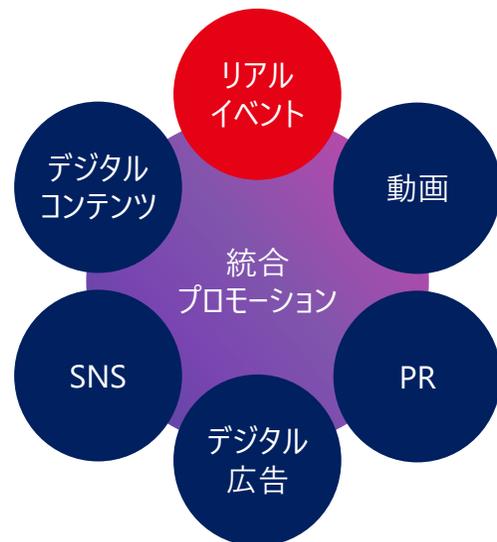
【アイリスオーヤマ】新商品プロモーション

### 動画・SNSを駆使した統合プロモーション

CPサイト      オンライン動画      街頭イベント      SNS CP

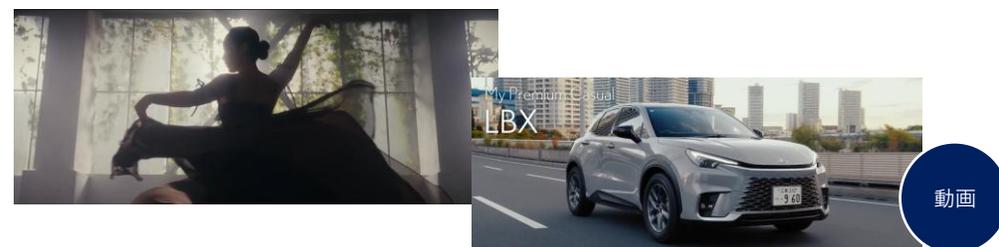


【JRA】JOin us AR1MA



### 動画を駆使したオンラインプロモーション

オンライン動画



【LEXUS】新車種オンラインプロモーション

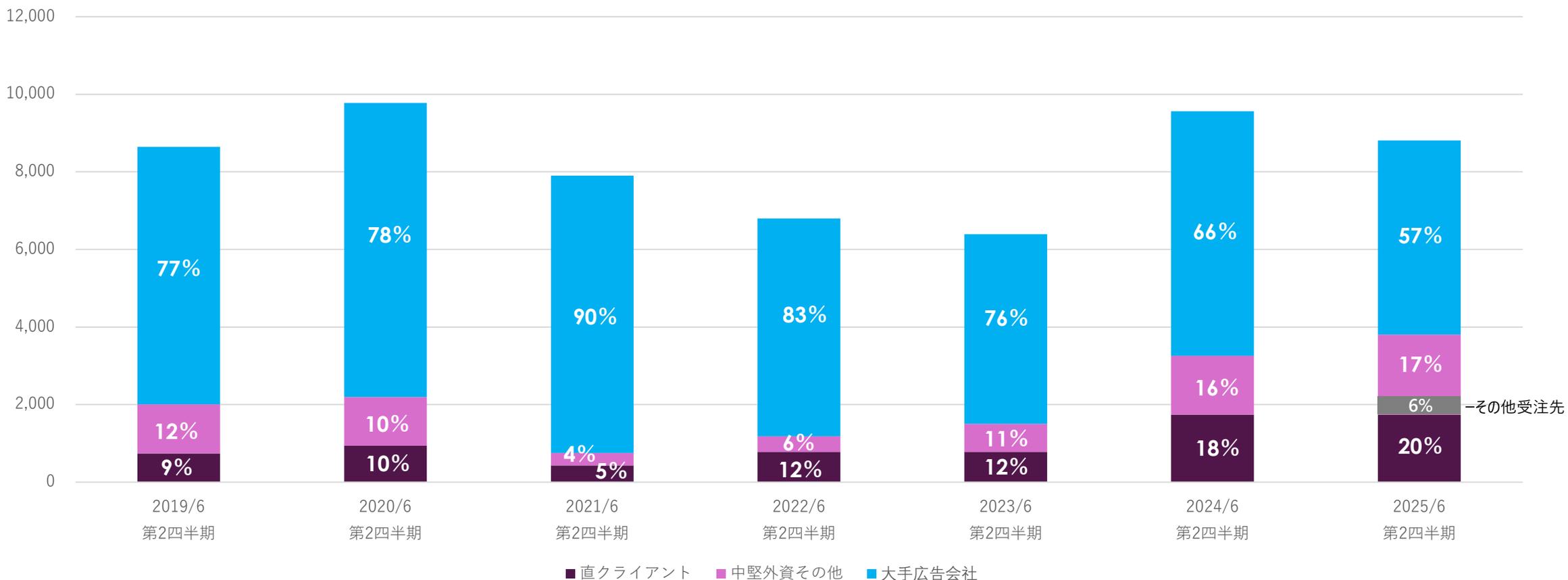
- 「食品・飲料・嗜好品」は体験型プロモーションの増加によって高い売上構成比を維持。
- 「情報・通信」はプラットフォームに加えてSaaS系企業のハイブリッドイベントが増加。
- 「官公庁・団体」は自治体の大型イベントが寄与。
- 「自動車」は大型展示会の反動減や街頭プロモーションの縮小もあり減少。

	2024年6月期 第2四半期		2025年6月期 第2四半期		前期比
情報・通信	1,282	13.4%	1,534	17.4%	+19.6%
自動車	1,733	18.1%	683	7.8%	-60.6%
食品・飲料・嗜好品	2,029	21.3%	1,973	22.4%	-2.8%
化粧品・トイレットリー・日用品	953	10.0%	758	8.6%	-20.4%
官公庁・団体	640	6.7%	771	8.8%	+20.5%
金融	343	3.6%	283	3.2%	-17.5%
交通・レジャー	1,229	12.9%	896	10.2%	-27.1%
精密機器その他製造	409	4.3%	302	3.4%	-26.2%
流通・小売	533	5.6%	539	6.1%	+1.2%
その他 ※	396	4.2%	1,069	12.1%	+169.3%
合計	9,550	100.0%	8,808	100.0%	-7.9%
上記のうち、ゲーム案件	1,180	12.4%	603	6.8%	-48.9%

※その他：エネルギー・素材・機械、教育・医療サービス・宗教、出版、不動産・住宅設備

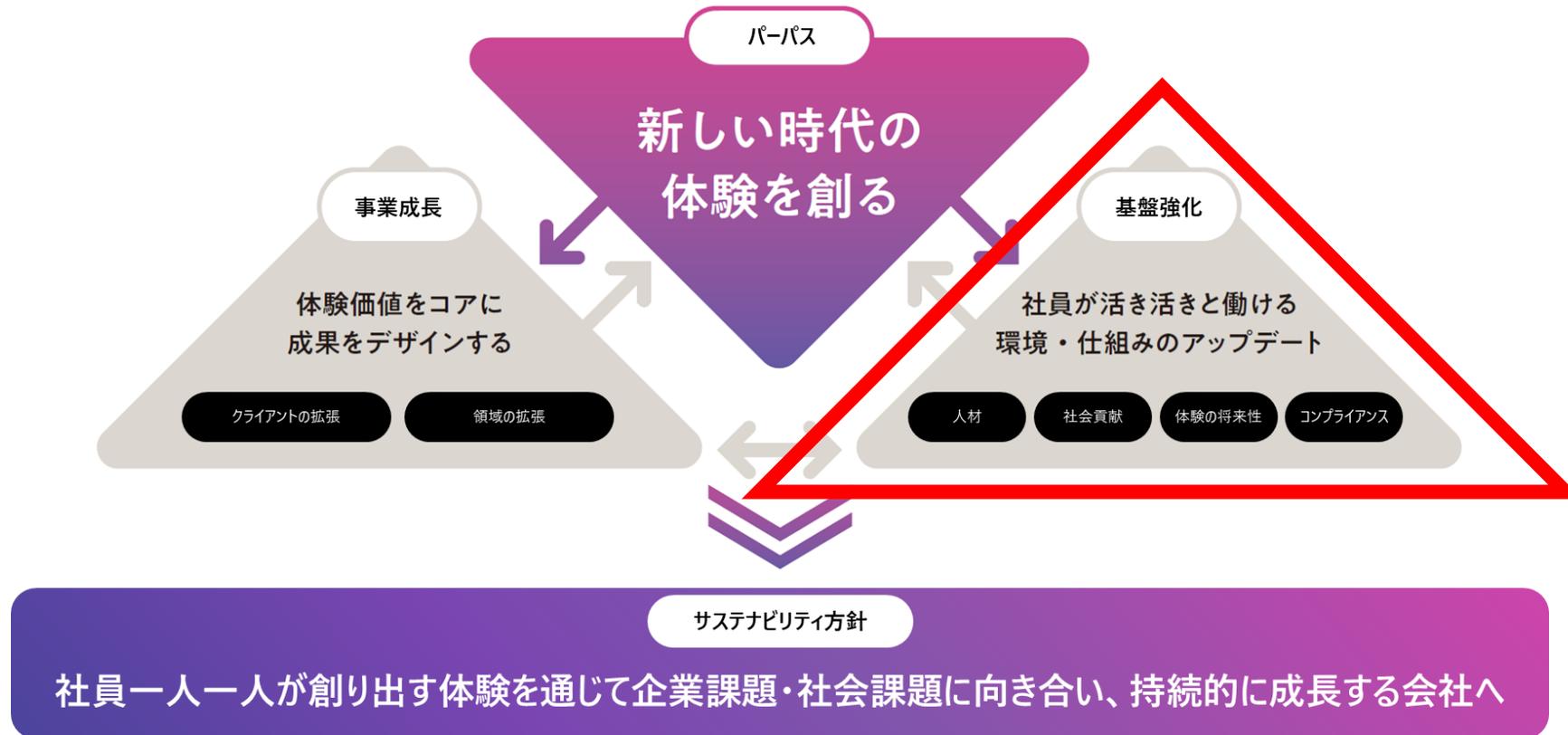
(金額単位：百万円)

- 事業戦略に則って直クライアントの開発、中堅・外資広告会社、官公庁など新規顧客からの受注が進み、「直クライアント」「中堅外資その他」の構成比が徐々に拡大。
- 大手広告会社については、前年度の自動車大型展示会の反動減もあり減少も、引き続き取引拡大に注力する。



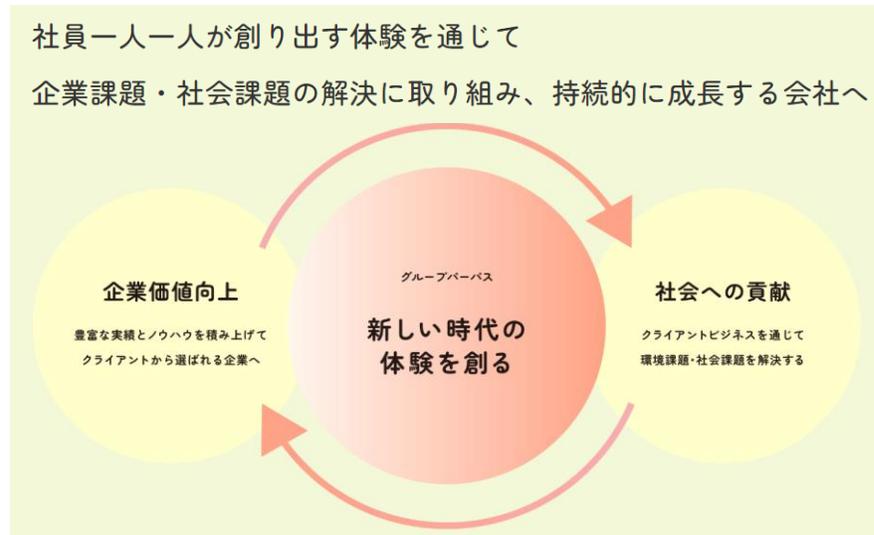
(金額単位：百万円)

持続的な成長及びパーパスの実現に向けて、体験デザインの進化による事業成長と人的資本をはじめとした基盤強化によってサステナビリティ経営を推進。



当社グループのサステナビリティ方針に基づき、人的資本経営を中心とする4つのマテリアリティへの取り組み推進を強化。推進体制も新たな部署の設置、人員の配置など整備。

## TOWグループのサステナビリティ方針



## TOWグループの4つのマテリアリティ



※マテリアリティは自社および社会の状況の変化に合わせ、定期的に見直しを図ります。

## 推進体制の強化

- グループCHROの設置（取締役 兼 執行役員）
- コーポレート室・HR室の新設、推進体制・環境整備のための投資

多様な人材を増やす × 多様な人材が活躍する

中長期的な業績拡大を目指して、社員数の持続的な拡大を進め、  
定着・育成による提供価値の高い人材を増やしていく

採用

採用の強化  
(新卒・キャリア)  
継続的な社員数拡大  
を目指す

育成

高付加価値の提供を  
実現する人材の  
育成・投資

評価・待遇

多様な活躍に合わせた  
評価制度のアップデート  
ベースアップ含めた  
継続的な待遇の改善

活躍の場の提供

若手社員、女性社員の  
活躍への支援  
多様な活躍の創出

持続的な活躍

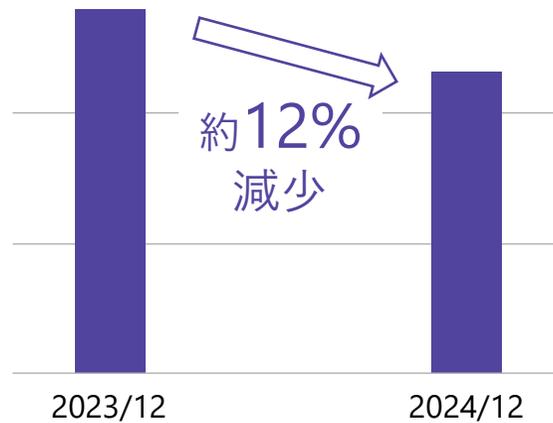
社員が生き生きと働ける  
「やりがい」×「働きやすさ」  
の実現



新しい時代の体験を創る 多様な人材が多様な活躍する会社へ

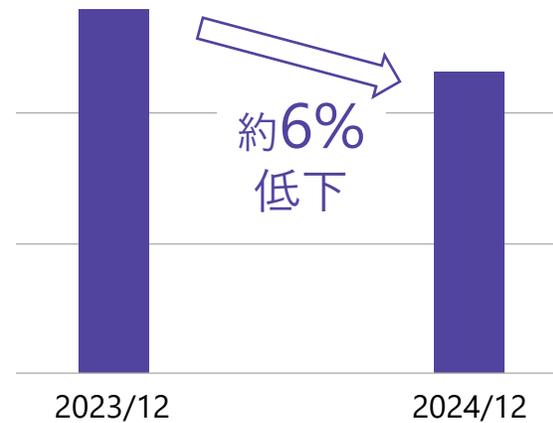
「やりがい」×「働きやすさ」の実現に向けて、CHROの任命、コーポレート室・HR室を新設。  
 労働時間管理、各種面談、エンゲージメントサーベイなど各種取り組みを推進。  
 全社における労働時間減少及び離職率の低下に繋がり、社員エンゲージメントが向上。

### 労働時間の減少



半期では昨対比12%減の実績と  
 通期でも大幅に達成見込み

### 離職率の低下



昨対比でグループ連結での離職率  
 -約6%の目標に対して順調に推移

### エンゲージメントサーベイの実施

#### TOWグループ サステナビリティサーベイ 8月度

回答期限：2024/08/30 18:30

回答の取り扱い：担当者のみ確認可能

設問数：8

① このサーベイは回答期限内であれば何度でも編集できます。

「いい仕事」「やりがい」「働きやすさ」のバランスが保てているかを定量的に把握し、組織運営に活かすため、2ヶ月に1度、サステナビリティサーベイを実施します。継続して回答していただくことで、上司や会社に知ってほしい考えや状況を伝えたり、自分自身の働き方や心身の状態を振り返ることができます。各質問に対して、10段階の内、最も当てはまる数字を回答してください。

今期初よりグループ全社員を対象に隔月実施  
 モニタリングおよび個別面談などを実施

個々人の環境や適性にあわせた各種取組や業務効率化を推進。  
制度のアップデートや生産性向上に向けた取り組みにも着手。

**社員面談** | 入社年次や労務状況に合わせた定期面談プログラムを開始

**負荷軽減** | 新設したマネジメントリーダーと営業事務配置による現業社員の負荷軽減

**教育研修** | リーダー研修やキャリア社員向けOJTプログラムなどの強化およびスキル習得状況の可視化

**制度改定** | グループ全体の制度の見直し、アップデートの推進

**生産性** | 生産性向上に向けた分析、対策検討の推進



AIを活用したプロモーション・イベントの高度化と効率化に着手。

社員向けAI習得プログラムは全12回を終了、社員のスキルは向上し、業務での活用を推進。

●AI・テクノロジー活用への取り組み

社員向けAI習得プログラム  
全12回の実施

Microsoft365  
Copilotの全社導入

画像・動画生成関連の  
有料AIツールの導入

●AI・テクノロジー活用による業務効率化の具体例

社員の8割が  
AIツールを活用し  
業務効率化および  
高度化を推進

【高度化】構想パートナー活用

事業課題  
構想パートナー

営業戦略  
構想パートナー

自社課題  
解決パートナー

【業務効率化】作業アシスタント活用

プランニング  
サポート

クリエイティブ  
開発

プロデュース  
業務サポート

当社独自開発のイベントCO2排出量算定ツール「EventGX」の運用を2024年8月～開始。一定基準に該当する約200案件でCO2排出量を算出。クライアントへのレポート機会も継続。サステナイベントガイドラインを活用した環境配慮型の提案およびイベントプロデュース案件が増加。

●環境配慮型イベントプロデュース事例

TOKYO GX ACTION (再生可能エネルギーの積極利用など)



Anker Power Conference 2024 Fall (ファブリックを活用した施工など)



●サステナイベントガイドライン及び

EventGXを活用した環境配慮アクション例



CO2排出量を削減を貢献する提案の加速

EventGXのデータを活用し  
通常プランと削減プランを提案

サステナイベントガイドラインを活用し  
再生素材や代替エネルギーを提案

サステナイベントプロデュースの増加

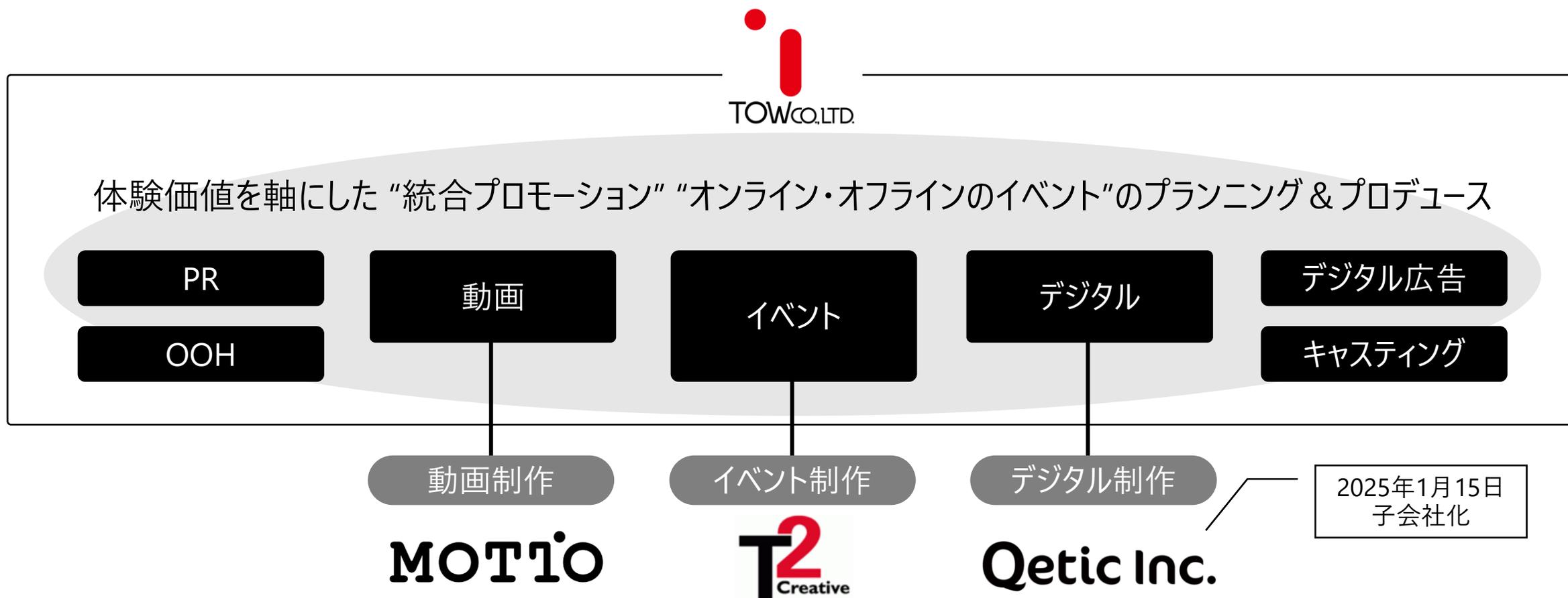
再生素材や  
リース品の積極活用

代替エネルギーを使用し  
化石燃料使用を削減

デジタル活用し  
紙資源の利用を削減

### 3. 下期に向けたトピックス

- 2025年1月15日に、エンターテインメント・カルチャー領域に強いデジタル制作会社Qeticを子会社化
- グループ連携を加速し、体験価値をコアに統合プロモーション・イベントのプランニング & プロデュースを推進
- イベント制作、動画制作、デジタル制作のグループ体制の整備及びクオリティ・収益向上を実現



「カルチャーと文化を、接続する」をビジョンに

自社メディア「QETIC」の運用にて培ったユーザー解析、コンテンツ制作の知見を活かし、企業・ブランドが求める、“共感性の高い”コンテンツ企画制作、オウンドメディアを構築・運用。

# Qetic Inc.

- 設立 : 2010年12月24日
- 役員 : 代表取締役 穴戸 麻美  
 取締役 小嶋 修平  
 取締役 竹下 弘基  
 取締役 舂森 丈人
- 社員数 : 16名  
 プロデューサー6名／アートディレクター2名  
 ディレクター4名／デザイナー・コーダー2名  
 (バックオフィス2名)
- 資本金 : 39,500,185円

## WEBメディア事業

### カルチャーメディアQETIC

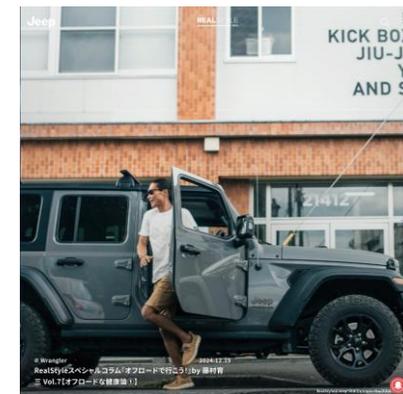
- ニュースメディア運用
- タイアップ
- キャスティング (ネットワーク活用)



※2009年4月 メディア設立 ※110万PV数 / 70万UU数

## デジタル企画制作事業

- WEBサイト制作 (デザイン、コーディング)
- SNS運用 (コンテンツ制作、運用)
- デジタルコンテンツ制作
  - ↳記事コンテンツ (企画、スチル撮影、執筆、編集)
  - ↳動画コンテンツ (企画、ムービー撮影、編集)



TOWのプランニング・プロデュース力とQeticのエンタメ・カルチャーを軸としたネットワーク・デジタル・編集力によって、イベントやプロモーションにカルチャー文脈を掛け合わせてクリエイティブ力・共感性・リーチ数等を向上させ、体験価値の最大化を実現。



TOW Co., LTD.

イベント・プロモーションの統合プランニング・プロデュース



## Qetic Inc.

エンタメ・カルチャーの最新トレンドに強みを持つデジタルコンテンツ企画制作・運用



アート



音楽



食



ファッション



SNS企画制作・運用



WEB制作



記事制作



キャスティング

カルチャーの力でイベント・プロモーションをアップデート

【協業事例①】17組のアーティストのキャスティング／Qeticタイアップ



【東京ミッドタウンマネジメント】八重洲夜市

【協業事例②】プレイメント店舗調整／取材・記事制作



【キヤノンマーケティングジャパン】albos「Light & Speaker」プロモーション

- 2025年4月に開幕する「大阪・関西万博」では、当社グループの強みを活かし、幅広い領域の業務を推進中。

主催者催事・パビリオンの運営、演出制作業務に加え、集客を目的とした事前PR業務や事前啓蒙イベント、パビリオン全体のプロデュース、展示体験コンテンツの企画制作、デジタルを活用したプロモーション業務など、多岐にわたる業務で当社グループの強みを活かした体験価値を提供予定。

## ◇主催者催事

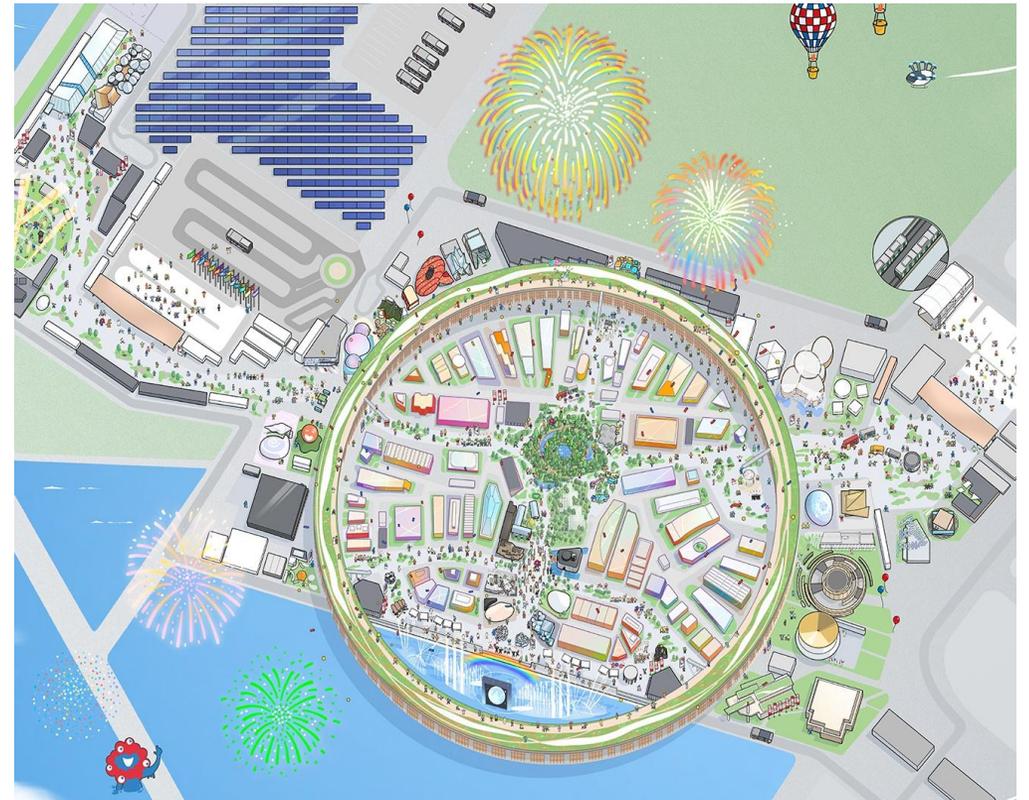
主催催事演出業務、パビリオン展示体験演出  
催事管理業務、事前PRイベントなど

## ◇民間関連業務

パビリオン全体プロデュース、展示体験コンテンツの企画制作、  
デジタルを活用したプロモーション業務など

## ◇その他

海外出展社の事前PRイベント制作、  
官公庁主体の事前啓蒙イベントなど



# 新しい時代の体験を創る

どんなに時代が変化しても人と人が存在する限り、「体験」は自由自在にかたちや役割を変え、生活者や社会に寄り添い、人のココロとカラダを動かす。我々は、リアルやデジタルなど様々な方法を駆使し、「体験」を創り出し、人々に感動や共感、ワクワクを届け続ける。

