株式会社 テー・オー・ダブリュー

2025年6月期 通期
決算説明会

本プレゼンテーションには2025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。

INDEX

1. 2025年6月期 レビュー
2. 事業概況
3. 2026年6月期 通期業績予想

1. 2025年6月期 レビュー

2025年6月期 連結業績

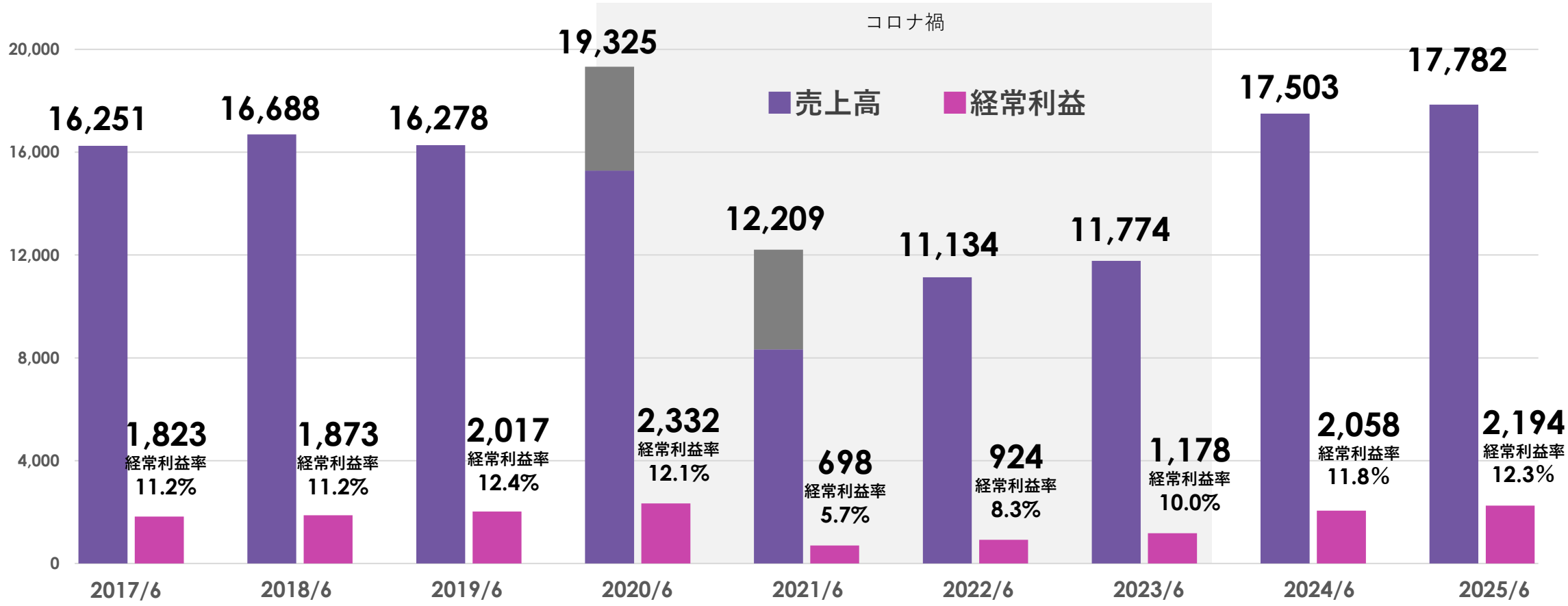
●情報通信、食品・飲料のリアルイベントやハイブリッドイベントの伸長、官公庁・団体の大型イベントに加えて、大阪・関西万博も寄与し、前期比で堅調に推移。
●持続的な成長に向けて、積極的な人的資本への投資、事業成長に向けたAI関連など重点テーマへの費用投下を継続し、販管費及び売上原価に占める人件費は増加。
●高付加価値の提供によるフィー型業務の拡大やグループ内製化により、高い収益力を維持し、売上総利益、営業利益、経常利益は前期比で伸長。
●7月15日に公表した労働制度運用に関する是正措置対応に伴い、特別損失5.8億円を計上

	2024年6月期		2025年6月期		前期比
売上高	17,503	-	**17,782**	-	**+1.6%**
売上総利益	2,939	16.8%	**3,183**	**17.9%**	**+8.3%**
販管費	932	-	**1,030**	-	**+10.5%**
営業利益	2,006	11.5%	**2,152**	**12.1%**	**+7.3%**
経常利益	2,058	11.8%	**2,194**	**12.3%**	**+6.6%**
特別損失	3	-	**583**	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	1,405	8.0%	**1,132**	**6.4%**	**-19.5%**

(金額単位：百万円)

売上高・経常利益推移（連結）

●2025年6月期においては、コロナ禍における特定のBPO業務影響を除いて、売上高・経常利益は過去最高



※2020年6月期、2021年6月期のグレー部分はコロナ関連の特定BPO業務

(金額単位：百万円)

2025年6月期 財務状況・経営指標

●売上高は前年比1.6％増、経常利益は前年比6.6％増と伸長したが、労働制度運用に関する是正措置による特別損失を5.8億円計上したことにより、親会社株主に帰属する当期純利益は前年比19.5％減。

決算年月	2018.6	2019.6	2020.6	2021.6	2022.6	2023.6	2024.6	2025.6
売上高（千円）	16,688,881	16,278,697	19,325,800	12,209,473	11,134,027	11,774,484	17,503,626	**17,782,855**
経常利益（千円）	1,873,251	2,017,381	2,332,561	698,918	924,384	1,178,981	2,058,303	**2,194,218**
親会社株主に帰属する当期純利益（千円）	1,207,666	1,345,469	1,584,565	455,883	598,490	355,704	1,405,980	**1,132,201**
純資産額（千円）	8,832,128	9,416,431	10,256,492	10,324,353	10,544,622	8,427,234	9,302,353	**9,892,005**
自己資本比率（%）	67.2	68.2	63.1	76.5	76.4	75.1	66.0	**69.5**
自己資本利益率（%）ROE	14.4	14.9	16.2	4.5	5.8	3.8	15.9	**11.4**
配当性向（%）	50.2	48.4	47.5	127.2	105.9	167.2	40.3	**54.1**
現金及び現金同等物の期末残高（千円）	4,098,717	4,754,865	5,055,985	7,580,540	8,590,452	5,781,523	8,452,900	**8,128,004**

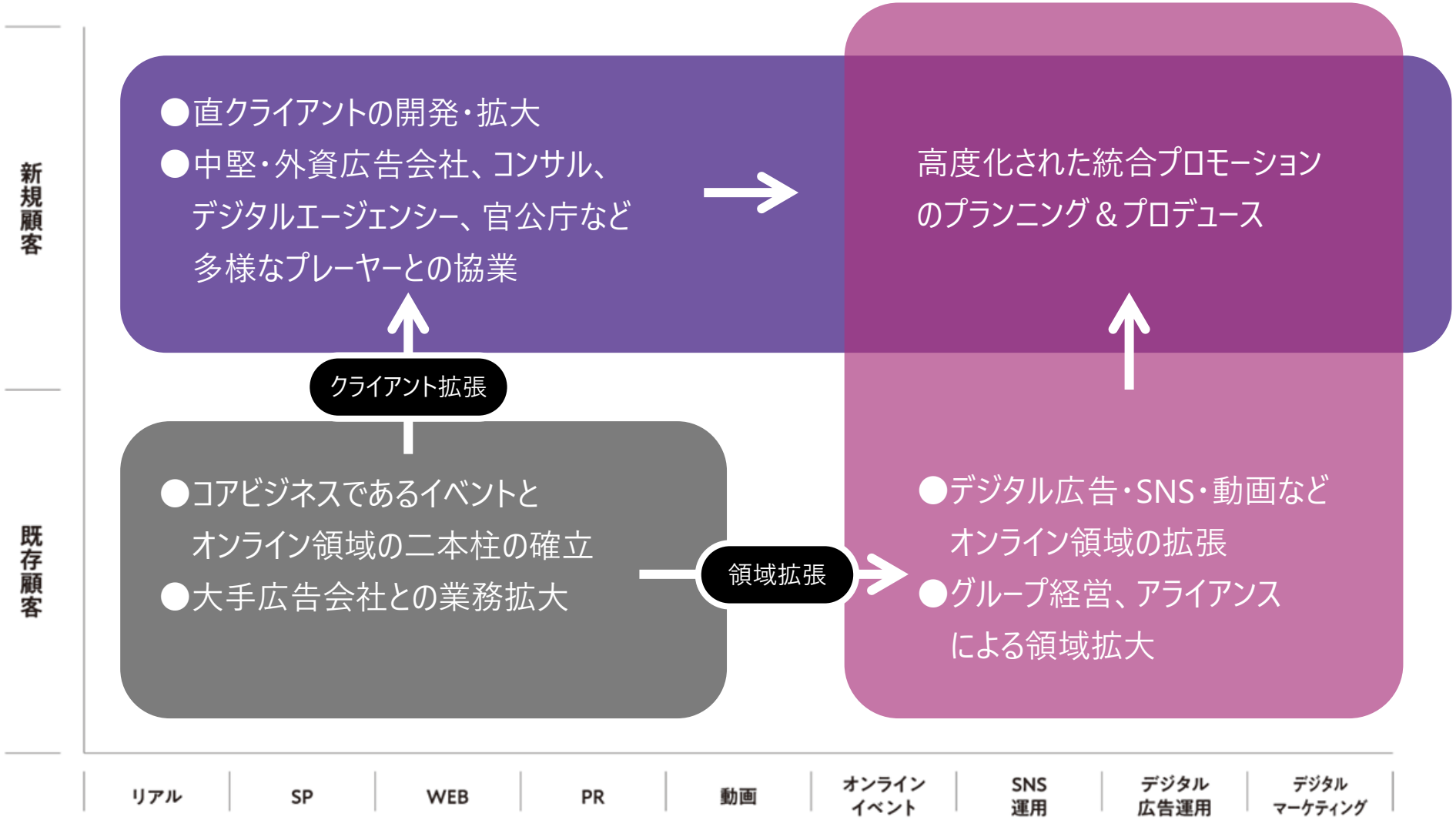
2025年6月期 キャッシュ・フロー計算書（連結）

●業績の伸長に伴い、営業キャッシュフローが増加
●投資活動によるキャッシュフローは、オフィスレイアウト変更費用が増加
●財務活動によるキャッシュフローは、配当のほか、短期借入金の返済により減少

		2020/6月期	2021/6月期	2022/6月期	2023/6月期	2024/6月期	2025/6月期
I	営業活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	1,142	3,388	1,555	△ 717	3,395	733
II	投資活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	△ 110	△ 206	△ 24	211	△44	△91
III	財務活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	△ 731	△ 657	△ 520	△ 2,303	△ 678	△966
IV	現金及び現金同等物の増加額（百万円）	301	2,525	1,010	△2,808	2,671	△324
V	現金及び現金同等物の期首残高（百万円）	4,754	5,055	7,580	8,590	5,781	8,452
VI	現金及び現金同等物の期末残高（百万円）	5,055	7,580	8,590	5,781	8,452	8,128

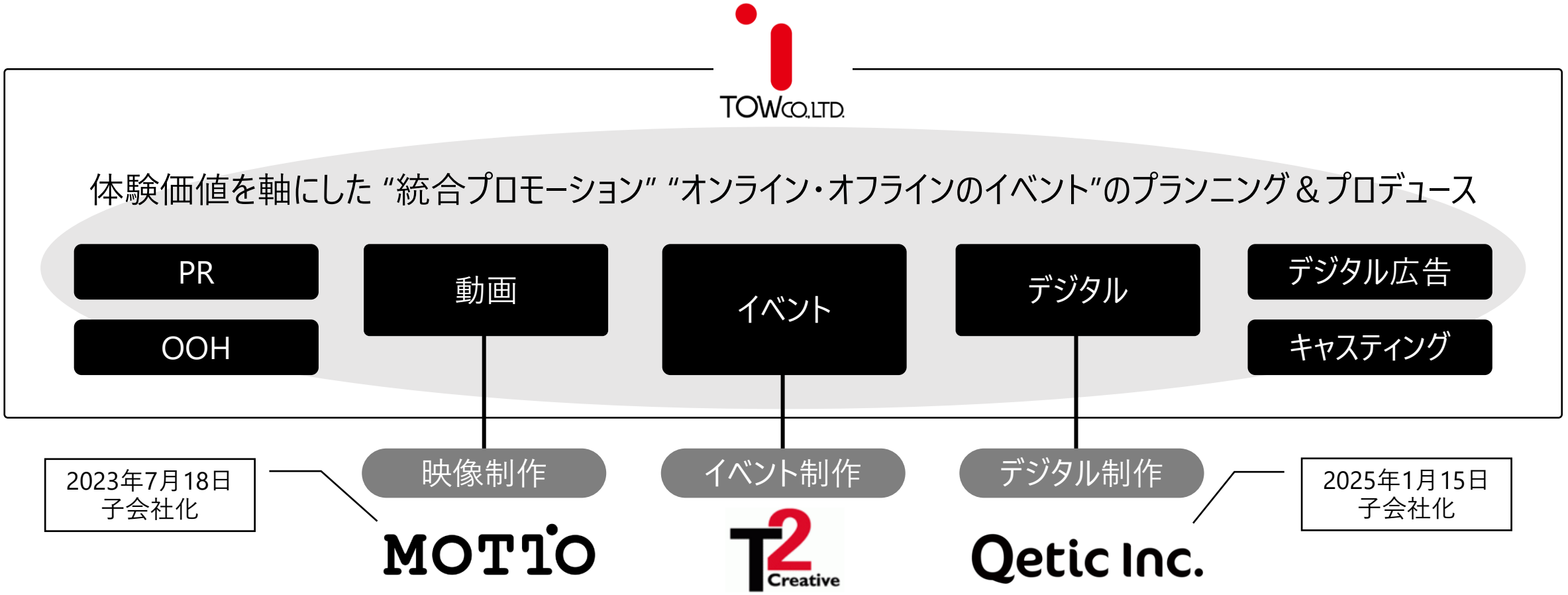
2. 事業概況

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



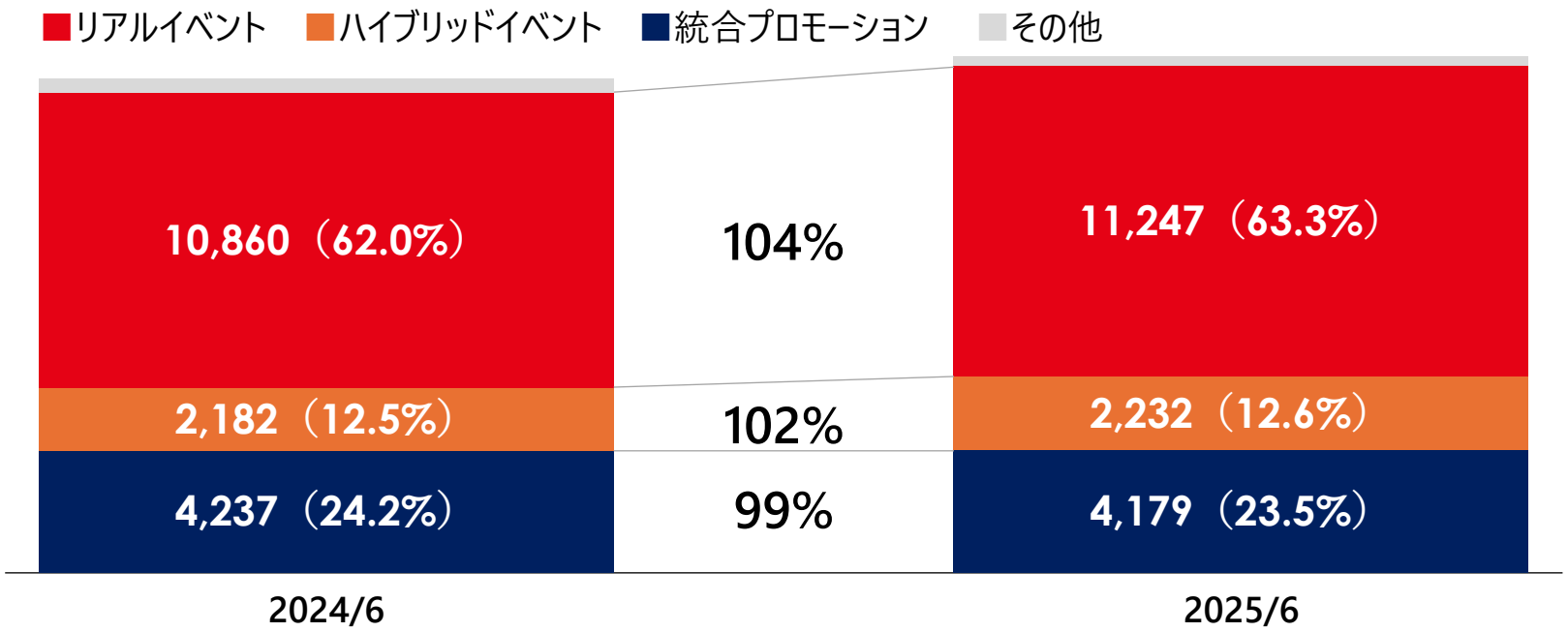
TOWグループ新体制の推進

●2025年1月15日に、エンターテイメント・カルチャー領域に強いデジタル制作会社Qeticを子会社化しグループ新体制を確立
●イベント、映像、デジタル各領域において専門性の高い子会社と連携を加速し、クオリティ・収益向上を推進
●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＆プロデュースとの相乗効果を創出し、3カテゴリー拡大に注力



カテゴリー別比率はリアルイベント63.3%、ハイブリッドイベント12.6%、統合プロモーション23.5%

- ●体験型商材の需要及び万博の影響もあり、リアルイベントは前期比104%、ハイブリッドイベントは前期比102%と堅調に推移。
- ●統合プロモーションは、グループ連携で映像領域が増加するも万博へのリソース影響もあり、前年比ほぼ横ばい
- ●一方で、TOWグループの独自価値としてデジタル・映像を活用したイベント価値の最大化を図る取り組みが加速
- ●全社のデジタルおよび映像領域の推進は、統合プロモーションに加え、リアルイベント、ハイブリッドイベントにおいても着実に拡大、全体として堅調に推移。



(金額単位：百万円)

体験価値の最大化を図るために、デジタルや映像を活用したリアルイベントが増加

大型イベントでのデジタル・映像活用が定番化。またデジタルを活用した集客・拡散を求められる街頭イベントは、構成比42%となり安定に推移。
万博業務においても多くの業務をプロデュース。東京都を中心に官公庁・団体業務も大きく伸長。

街頭イベント

●デジタルを活用して事前～事後までの顧客体験を設計

LINE事前予約　ポップアップショップ　デジタル スタンプラリー



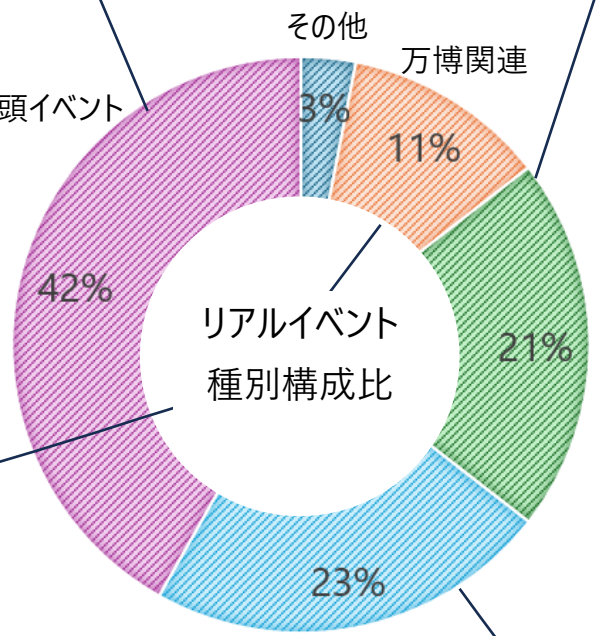
【牛乳石鹸】みんなのAWA-YA meets 下北沢

大阪・関西万博

空間造作　CG体験映像制作　スマホコンテンツ



【日本生命】人生ゲーム REBORN in 2050



展示会



【東京都】
SusHiTechTokyo2025



【IRIAM】
夏・冬コミックマーケット出展ブース

発表会・カンファレンス



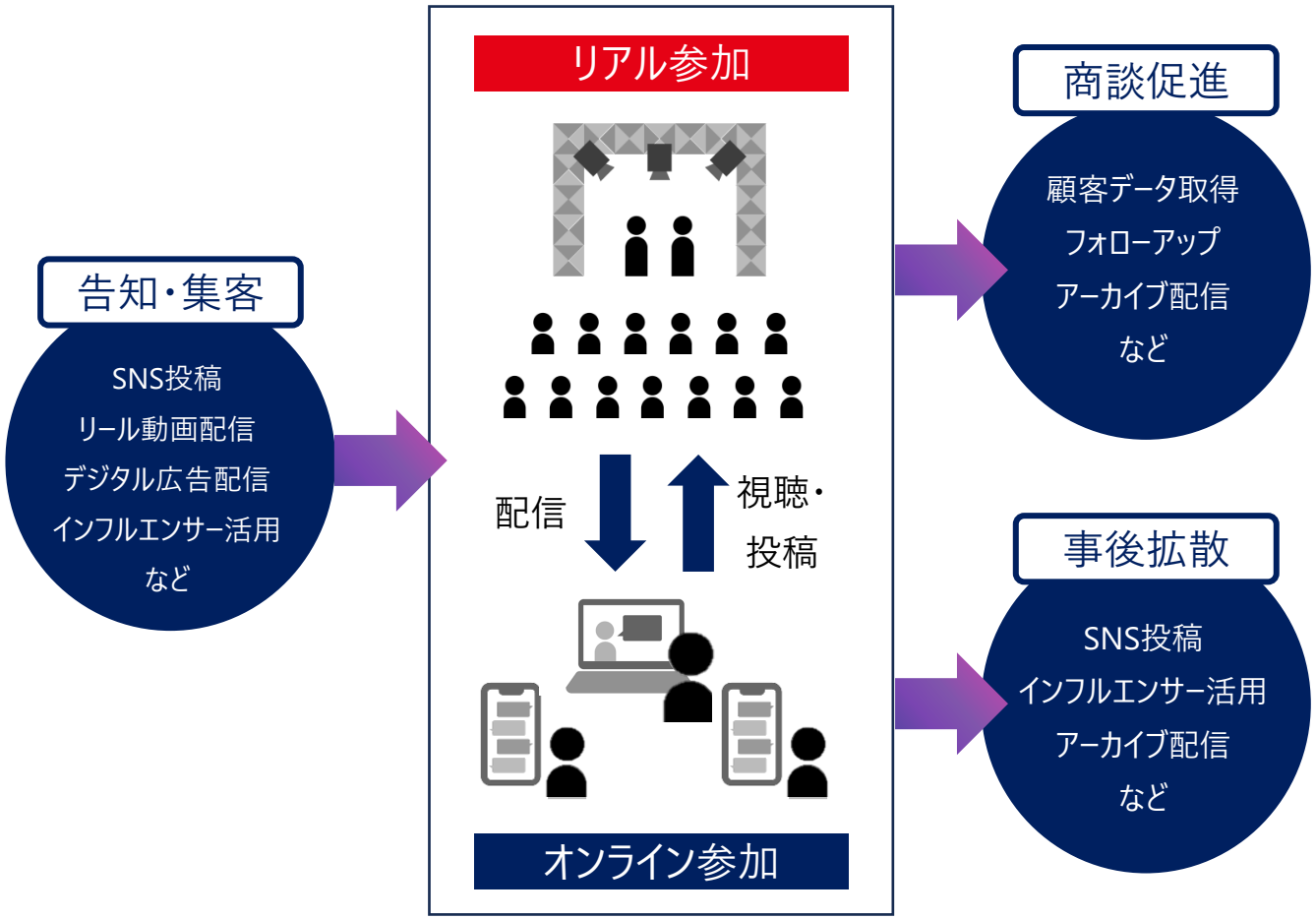
【東京都】
Tachikawa Twinkle Garden



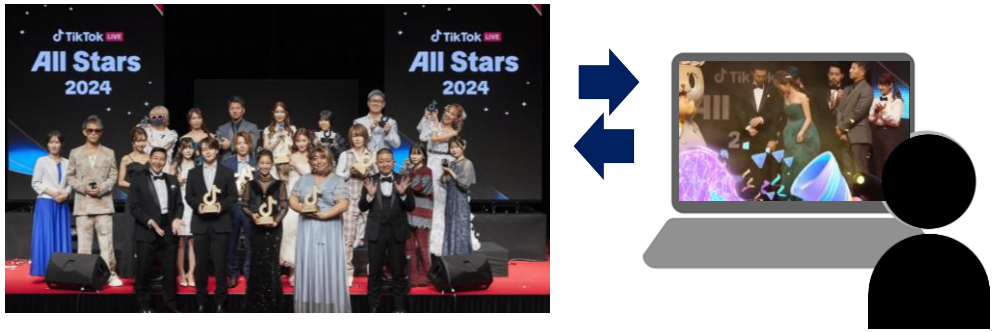
【ByteDance】
TikTok for Business Agency Day

深い対面コミュニケーションとターゲットへの幅広いリーチを両立するハイブリッドイベントが定番化

顧客との密なコミュニケーションを重視するBtoBイベントに加えて、ファン層とコンテンツのエンゲージメント強化を目指すIP企業においても、
ハイブリットイベントがマーケティング活動の中での重要な役割を担い、堅調に維持・拡大。デジタル・映像との相性も良く、今後更なる拡大を見込む。



商談機会を創出する顧客向けハイブリッドイベント



【ByteDance】TikTok LIVE ALL Stars

IPコンテンツにおけるファン向けハイブリッドイベント



【IRIAM】ミライトパーティ2024 ～グランドフィナーレ～

デジタル・動画を起点にリアルイベントを組み込んだ統合プロモーションが増加

TOWの強みのイベントとグループ会社（Qetic・MOTTO）の強みのデジタル・映像を組み合わせた統合プロモーションが増加。
広告クリエイティブを軸にメディアタイアップ、OOHなど統合プロモーションの手段も多様化。

リアルイベントが組み込まれた統合プロモーション

事前告知 / ライブイベント / 事後動画



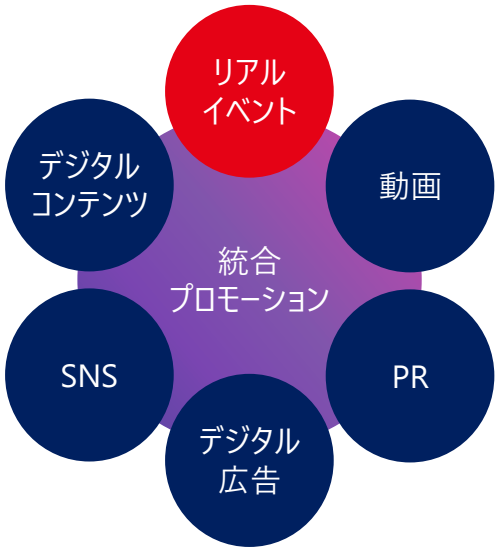
【 adidas 】THE ORIGINAL LIVE TOUR TOKYO 2025

リアルイベントが組み込まれ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



広告クリエイティブを軸にした統合プロモーション

動画プラットフォーム / OOH



【イオンモール】川口前川2025年リニューアル

メディアタイアップを起点とした統合プロモーション

オウンドメディアコンテンツ×ペイドメディアコンテンツ



【旭化成】HEBEL HAUS×BRUTUSタイアップ

2025年6月期 業種別売上高（連結）

●「情報・通信」は、BtoB、BtoC問わずリアルな接点を重視する外資系プラットフォーマー、通信キャリアが大幅に拡大。
●「食品・飲料・嗜好品」は、体験型イベント・プロモーションの大型化、キャラバン型の施策が増え、高い売上構成比を維持。
●「官公庁・団体」は、大阪・関西万博に加えてサステナブル・スポーツ振興などをテーマにした大型イベントの受注が拡大。
●「交通・レジャー」は、IPコンテンツ企業の大型イベントを継続的に受注するも、大型ゲーム展示会の受注が停滞し減少。
●「自動車」は、統合プロモーション業務が拡大したが、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		2025年6月期		前期比
情報・通信	2,185	12.5%	2,970	16.7%	+35.9%
自動車	2,913	16.7%	1,387	7.8%	-52.4%
食品・飲料・嗜好品	3,343	19.1%	3,803	21.4%	+13.8%
化粧品・トイレタリー・日用品	1,458	8.3%	1,273	7.2%	-12.7%
官公庁・団体	1,771	10.1%	2,269	12.8%	+28.1%
金融	648	3.7%	801	4.5%	+23.7%
交通・レジャー	2,795	16.0%	2,023	11.4%	-27.6%
精密機器その他製造	676	3.9%	686	3.9%	+1.4%
流通・小売	935	5.3%	801	4.5%	-14.3%
その他 ※	750	4.3%	1,742	9.8%	+132.1%
合計	17,477		17,760		+1.6%
上記のうち、ゲーム案件	1,180	6.7%	1,363	7.7%	+15.6%

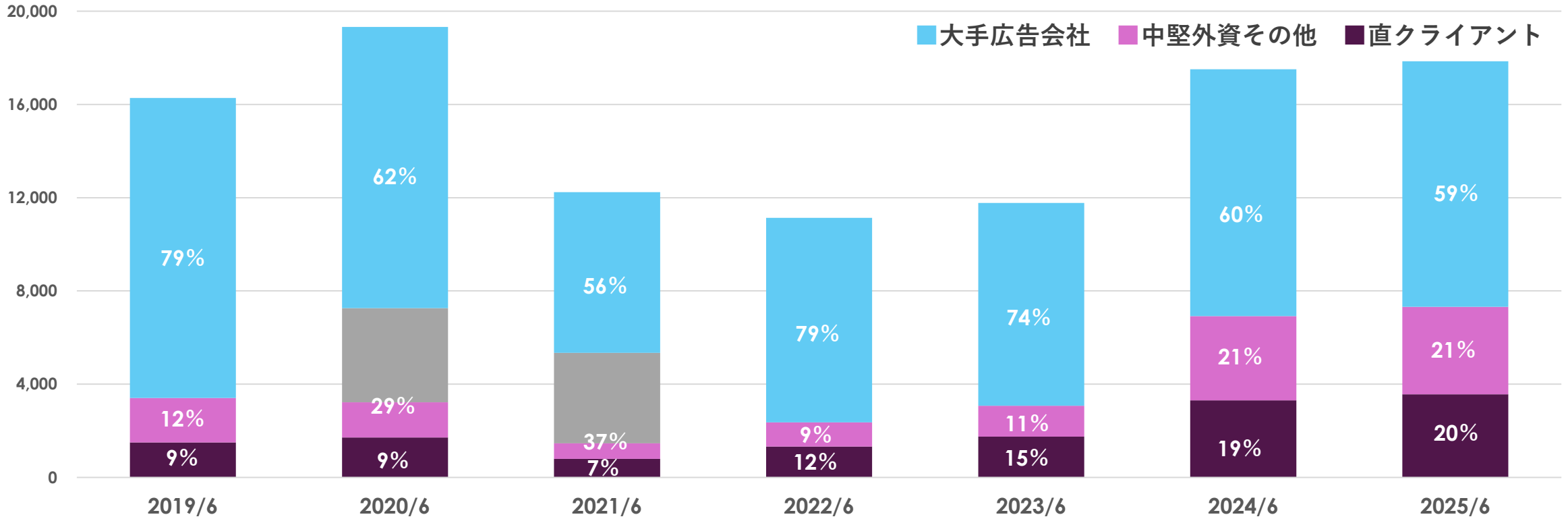
※その他：エネルギー・素材・機械、教育・医療サービス・宗教、出版、不動産・住宅設備

(金額単位：百万円)

2025年6月期 受注先別売上高推移（連結）

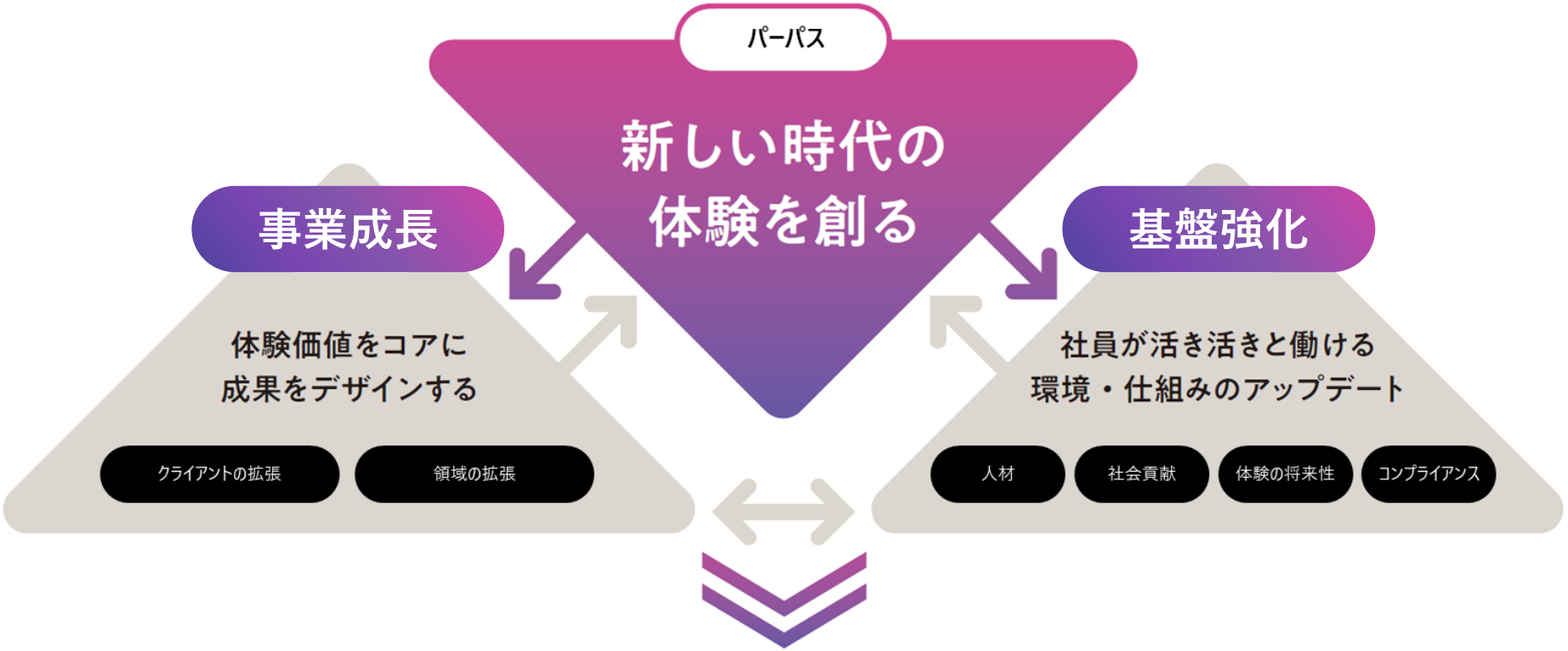
大阪・関西万博関連業務を含め大手広告会社が堅調に推移。
直クライアント・中堅外資その他では主力業務であるイベント・プロモーションが伸長し、受注先の構成比が安定。

- 大手広告会社は万博関連業務に加え、体験価値を軸にしたイベント・プロモーションや、グループ連携による統合プロモーション業務が増加傾向。
- 直クライアントは、体験価値を重視するクライアントが増加し、情報通信、IPコンテンツ、官公庁・団体などの受注が拡大。
- 中堅外資その他では、飲料・食品・嗜好品やIPコンテンツを中心に体験型イベント・プロモーションが拡大し、堅調に推移。



※2020年6月期、2021年6月期のグレー部分はコロナ関連の特定BPO業務

パーパスの実現に向けて、事業の拡張と経営基盤の強化を両立による持続的な会社の成長を目指す。
組織・制度・人材のあり方が経営における重要課題となっており、「組織基盤の更なる強化」を推進。



労働制度の不備と特別損失の発生

2025年6月期において、以下2点の労働制度運用に関する不備が発覚し、
労働基準監督署より是正勧告・指導を受領。

●専門業務型裁量労働制の運用に関して、過半数労働者代表の選出と協定周知の不備、
要件未充足のままの制度運用が判明

●管理監督者の適用範囲について、制度上の判断と実態運用の乖離が認められ、指導を受領

これらに関連し、過去の制度運用に起因する未払い賃金相当の精算を中心とした費用を特別損失として5.8億円を計上。

これらは過去の運用に起因する費用であり、未払い賃金相当の精算については2025年6月期にて会計処理を行う。

一方で、制度是正・人件費改定・運用体制強化など、再発防止および基盤強化に向けた取り組みは2026年6月期以降も継続する予定であり、当社はこれらを「中長期的な基盤強化に向けた構造的投資」と位置づけて対応を進める。

コーポレートガバナンス体制の再構築と機能強化

コーポレートガバナンス体制の再構築と経営基盤の強化。
持続的成長を支える「組織の土台」づくりへの取り組み。

当社は本事案を、単なる制度是正にとどめず、経営の信頼基盤を問い直す契機と受け止め、
ガバナンス強化を担う代表取締役副社長 チーフガバナンスオフィサー 兼 グループCHROを設置。
企業価値の土台となる体制強化、制度改定とともに労働環境改革の取り組みを推進。

コーポレートガバナンス再構築の4つの柱

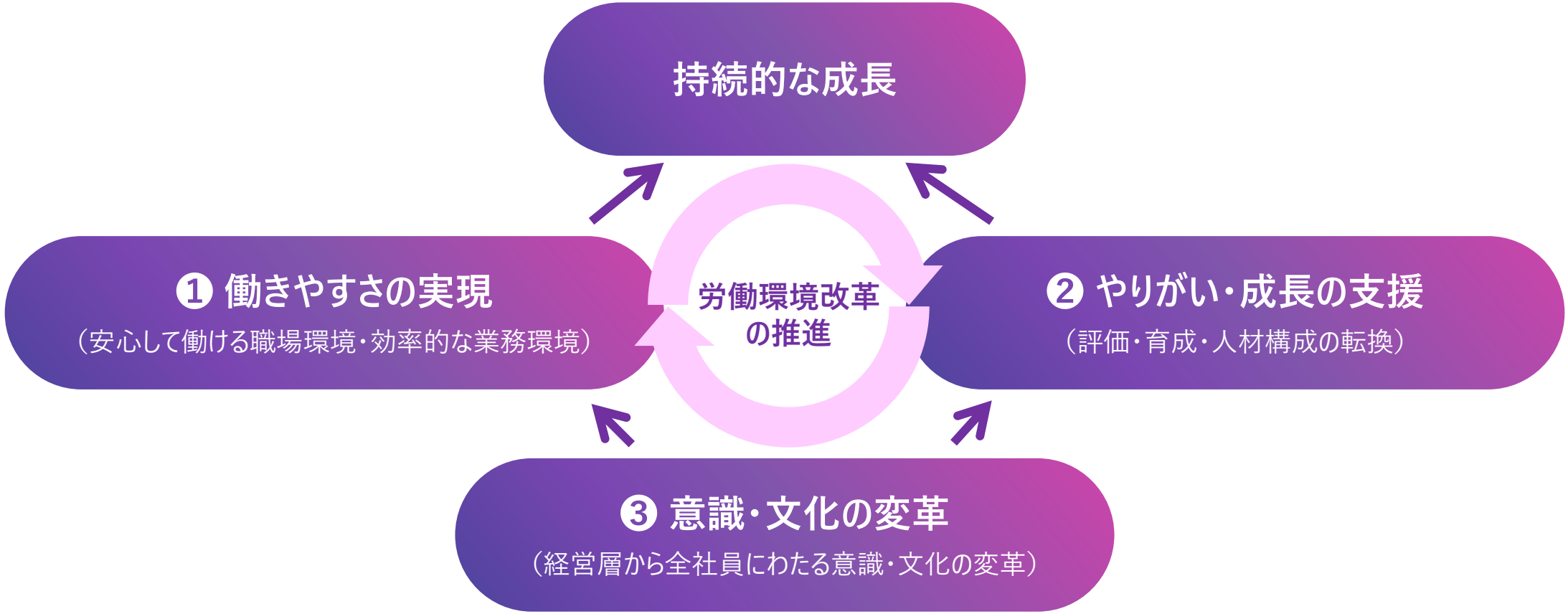
1. ガバナンス体制の強化と意識改革の推進
2. 外部視点を活用した監査・診断体制の構築
3. 労働制度の適正化と制度設計の見直し
4. 担当部門の実務運用体制の強化

コーポレートガバナンス体制の再構築と機能強化

1. ガバナンス体制の強化と意識改革の推進	●代表取締役副社長チーフガバナンスオフィサーの設置を軸に、制度運用と体制の明確化 ●経営陣・管理職への研修強化と倫理意識の向上 ●コンプライアンス行動規範の再構築と社内浸透、意識改革の推進
2. 外部視点を活用した監査・診断体制の構築	●外部専門家との連携による制度・運用調査（デューデリジェンス）の実施 ●外部・内部の監査体制の整備、再構築とモニタリング体制の強化
3. 労働制度の適正化と制度設計の見直し	●労働制度を運用実態や法令要件に即した形へ再設計 ●外部専門家の助言も受け、法令適合性と実態運用の整合性を担保した制度導入を推進
4. 担当部門の実務運用体制の強化	●労務管理・制度運用部門の人員体制と専門性強化（外部登用含む） ●担当者への教育研修と業務効率化により、実務対応力の量と質を向上

コーポレートガバナンス強化を通じた「労働環境改革」の推進

コーポレートガバナンス体制の強化とあわせて、「働く環境」の再構築も重要なテーマとして位置付け。
労働環境改革では、法令順守や働き方の制度見直しに加え、多様な人材が安心して力を発揮できる環境づくりを通じて、「働きやすさ」と「やりがい・成長」を両立させる持続的な人材基盤の確立を目指す。



コーポレートガバナンス強化・労働環境改革に掛かる主な投資（予定）

本件に伴い、2026年6月期に以下の項目の合計で290百万円（見込）の投資を実施。
うち約6割は制度改定に伴う人件費増、体制強化や運用強化に関わる継続的な費用として、
取り組みに対する一時的なコストではなく、
「基盤強化に向けた構造的な投資」と捉え、2027年6月期以降も見込む。

	項目	内容	見込額
売上原価	①是正対応・制度改定人件費	制度改定に伴う人件費増	＋100
小計			**＋100**
販管費	②経営体制の強化	経営体制変更（配置変更）、幹部人材の外部登用	＋30
	③是正対応・制度改定人件費	制度改定に伴う人件費増	＋30
	④外部対策費用	外部調査、デューデリジェンス、監査体制再構築、各種制度設計	＋35
	⑤運用強化	ガバナンス関連教育等、労務管理、HR体制、監視機能整備等	＋50
	⑥生産性向上投資	AI・テクノロジーツール導入、業務効率化の仕組みづくり	＋45
小計			**＋190**
合計			**＋290**

(金額単位：百万円)

3. 2026年6月期 通期業績予想

2026年6月期 通期 連結業績予想

大阪・関西万博関連業務の反動減はあるものの、主力のイベント・プロモーション業務の成長によって売上高は伸長する計画。一方で、経営基盤の強化に向けた積極的な投資を推進、経常利益の伸長幅は限定的。

- ●主力業務であるイベント・プロモーション領域の推進や自動車大型展示会が寄与し、売上高は前期比5.7％増を計画。
- ●フィー型業務の拡大、グループ内製化の推進に加え、TOWグループの強みを活かした提供価値の高い業務により高い収益力を維持。
- ●ガバナンス体制の再構築と経営基盤・人的資本への継続的な投資により、販管費は増大し、経常利益は前期比2.5％増を計画。

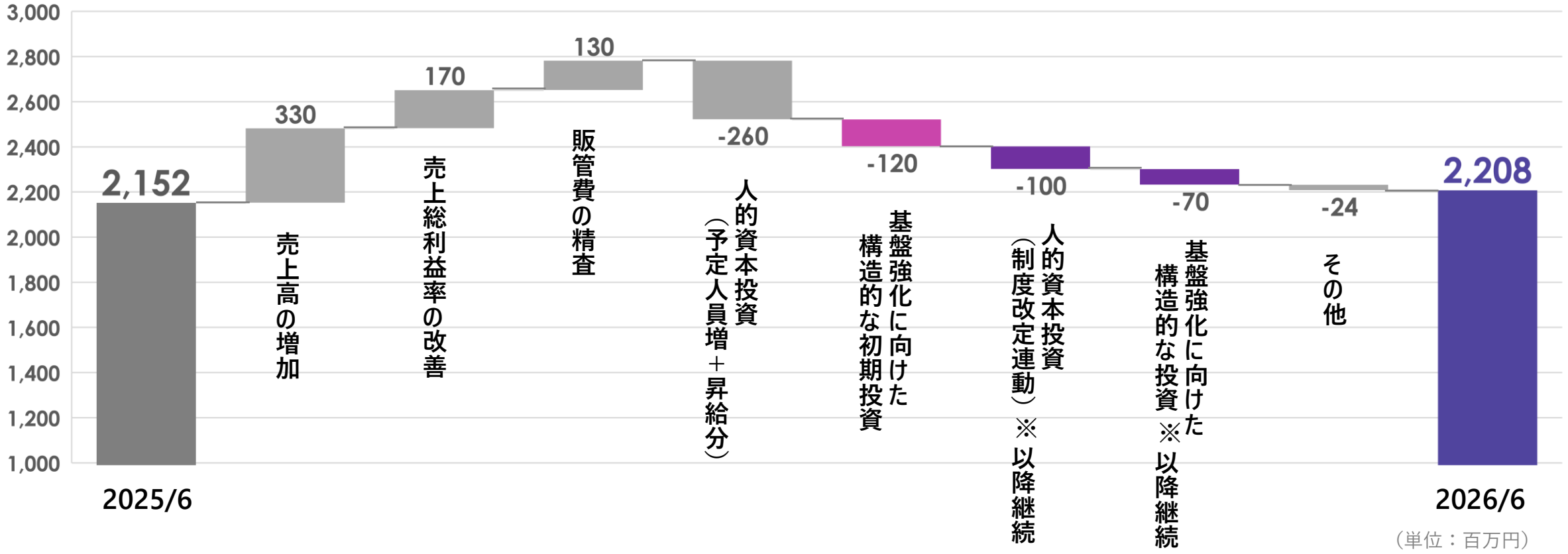
	2025年6月期		2026年6月期		前期比
売上高	17,782	-	18,800	-	+5.7%
売上総利益	3,183	17.9%	3,440	18.3%	+8.1%
販管費	1,030	-	1,232	-	+19.6%
営業利益	2,152	12.1%	2,208	11.7%	+2.6%
経常利益	2,194	12.3%	2,250	12.0%	+2.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,132	6.4%	1,500	8.0%	+32.5%

※2025年6月期においては、特別損失として労働制度運用に関する不備に係る580百万円を計上しております。　（単位：百万円）

2026年6月期 営業利益の増減分析

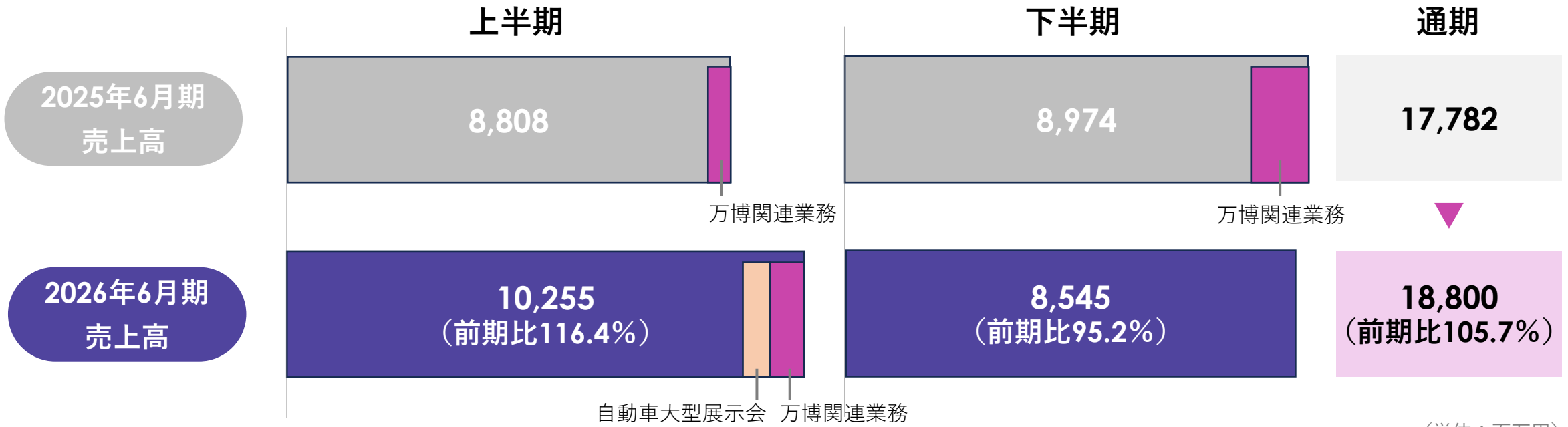
●売上高の増加と売上総利益率の改善、販管費の精査により6.3億増となるが、
当初計画の人的資本投資に加え、基盤強化に向けた構造的な投資により、営業利益は2.6%増の22.08億の計画。

●制度改定による人的資本投資1.0億と基盤強化に向けた構造的な投資0.7億は、2027年6月期以降も継続的な費用として計画。



2026年6月期 通期 連結業績予想（補足）

●2026年6月期は通年においてリアルイベント・ハイブリッドイベント・統合プロモーションの主要カテゴリーの拡大を目指す。
●2026年6月期の上半期は、大阪・関西万博関連業務の一部と自動車大型展示会が寄与。
●売上構成比については上半期が約55％、下半期が約45％を計画。



（単位：百万円）

2026年6月期の進捗（連結）

●大阪・関西万博業務を含む2025年7月末現在の受注残高は前期比6.6%増。

●一方、万博関連業務を除く通常のイベント・プロモーション業務は前期比13.8%増と堅調に推移。

* 受注残高：進行期の受注状況の進捗のこと

売上高（百万円）		2025年6月期 （2024/7/31現在）	**2026年6月期 （2025/7/31現在）**	**前期差**
受注残高 （A・B・松の合計）		7,774	**8,288**	**+514**
	万博関連業務除く	6,530	**7,429**	**+899**
竹・梅の合計		2,080	**2,759**	**+679**

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

2026年6月期 配当方針及び配当金について

基本方針

成長戦略に掲げる「クライアント」と「領域」の2軸の拡大の元、人的資本拡充及びM&Aも進めてまいりますが、当社の受託型ビジネスは再投資負荷が比較的小さく、自己資本蓄積が進むという事業特性も踏まえ、今後も、安定的な利益還元を重要課題の一つとして再認識し、株主様に積極的に還元していく方針とし、2026年6月期より配当方針を変更いたします。

今期の配当

これまで、当社の配当方針・利益配分の指標として、①連結ベースの配当性向、②本決算発表日の前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、③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、最低配当金として決定しておりました。

2026年6月期より、3つの指標は変えずに、それぞれの指標を見直し、最低配当金を引き上げ株主の皆様に積極的に還元してまいります。

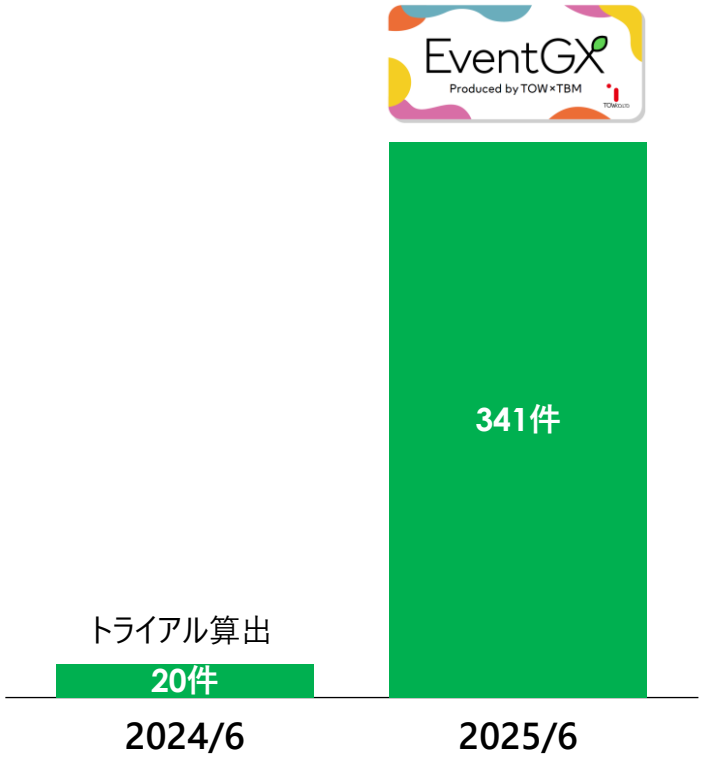
	～2025年6月期	**2026年6月期～**
配当性向	40％	**50％**
株価配当利回り	4.5％	**5.5％**
配当性向換算上限	50％	**60％**

上記計算に基づき算出された最低配当金は18.3円となり、１株につき中間配当金を9.15円、期末配当金を9.15円とさせていただく予定です。
今後、事業環境の変化や業績動向及びM&Aの実施等特別な事情で利益が変動する場合は、柔軟に対応していく予定です。

	決算発表日 前日の終値	中　間	期　末	合　計
2025年6月期	314円	7.5円	（予）7.5円	（予）15.0円
2026年6月期	323円	（予）9.15円	（予）9.15円	（予）18.30円

イベントCO2排出量算定ツール「EventGX」で一定基準に該当する約350案件でCO2排出量を算出。
サステなイベントガイドラインに基づきCO2排出量を低減可能な工夫を施し、イベントCO2排出量を削減。
さらに、業界団体と共にイベント業界標準カーボンカリキュレーターの開発への参画。

「EventGX」の運用



サステなイベントガイドラインの活用

【従来イベント制作】		【サステなイベント制作】
新規木工造作	→	単管などリース部材
スチレンパネル	→	再生可能パネル
床材・スタッフ衣装	→	エコ床材・エコTシャツ



約30%のCO2の削減を実現

京セラコミュニケーションシステム株式会社
「第6回 脱炭素経営 EXPO【春】」

サステなイベントガイドライン

業界カーボンカリキュレーターへの参画

JACE 一般社団法人 日本イベント産業振興協会

一般社団法人日本イベント産業振興協会（JACE）加盟12社で開発を開始

重量換算など新たなカーボンカリキュレーターの開発を2025年度内のデモ版リリースを目標に推進

イベント業界各社の共創アクションの取り組みに参画し、イベントの持つ価値や魅力を向上させ、持続可能な業界発展に寄与

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。

TOW CO.,LTD.