

株式会社 テー・オー・ダブリュー
2026年6月期 通期
決算説明会

本プレゼンテーションには2026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. 2026年6月期 レビュー
2. 2027年6月期 方針と通期業績予想
3. 資本政策

1 . 2026年6月期 レビュー

- 大阪・関西万博及び大型展示会等の伸長、プロモーションイベントやIPコンテンツ等の主力のイベント業務の拡大が寄与し、前年比5.1%の増収。
- コーポレートガバナンス強化に向けた基盤強化・労働環境改革にかかわる投資の他、ブルースモービル社の買収に伴う費用等計画外の投資、AI投資含めて販管費が大きく増加、営業利益は6.0%、経常利益は7.4%の減益。
- 純利益は、前期の労働制度運用不備にかかわる特別損失5.8億円がなくなり、前期比22.3%増。

	2025年6月期		2026年6月期		前期比
売上高	17,782	-	18,682	-	+5.1%
売上総利益	3,183	17.9%	3,287	17.6%	+3.3%
販管費	1,030	-	1,263	-	+22.6%
営業利益	2,152	12.1%	2,024	10.8%	△6.0%
経常利益	2,194	12.3%	2,031	10.9%	△7.4%
特別損失	583	-	11	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	1,132	6.4%	1,384	7.4%	+22.3%

(金額単位：百万円)

●コーポレートガバナンス強化・労働環境改革のため、以下項目による基盤強化に向けた構造的な投資を実行。

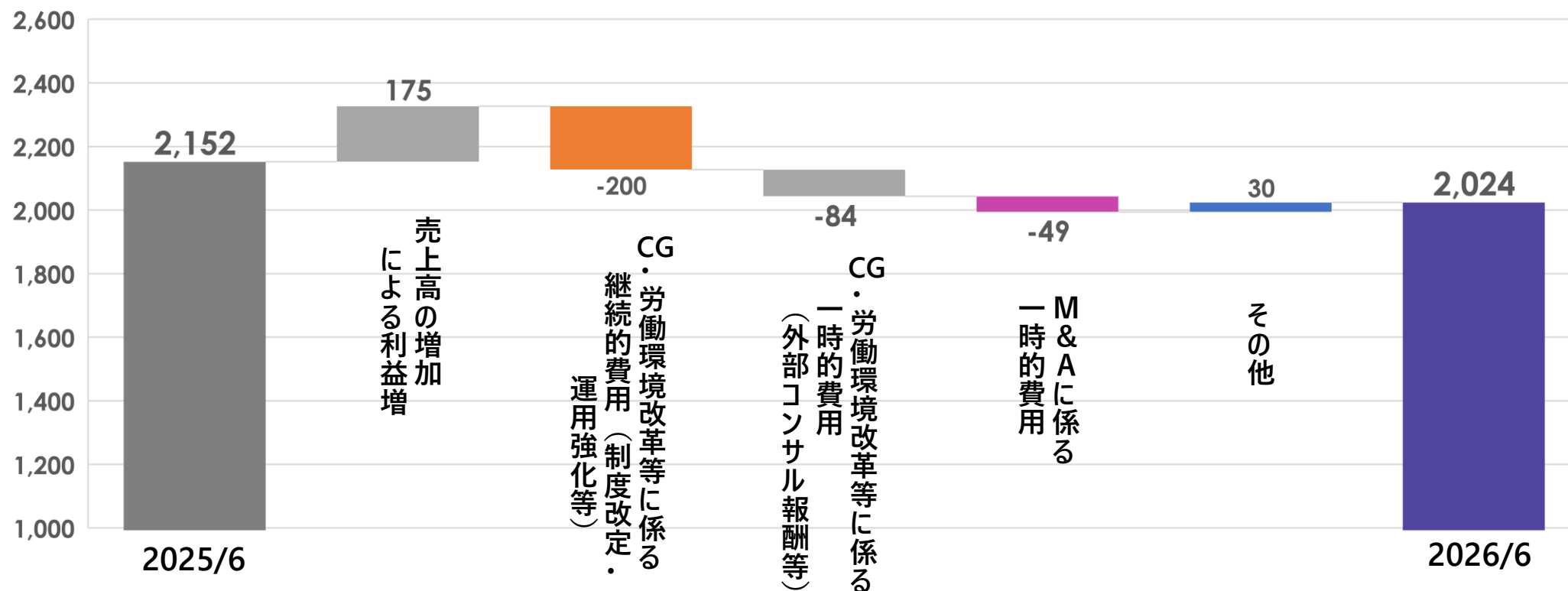
人事制度改定・運用強化等に係るもの（継続的費用） 2億円

実施にあたって外部コンサル報酬等（一時的費用） 0.84億円

●M&Aに係る計画外の費用が発生（一時的費用） 0.49億円

●以上により、2026年6月期営業利益は、前期比△1.28億円（6.0％減）の減益。

* 費用増加の一部は、現業部門と管理部門の割合に応じて、売上原価と販管費に按分される。



(単位：百万円)

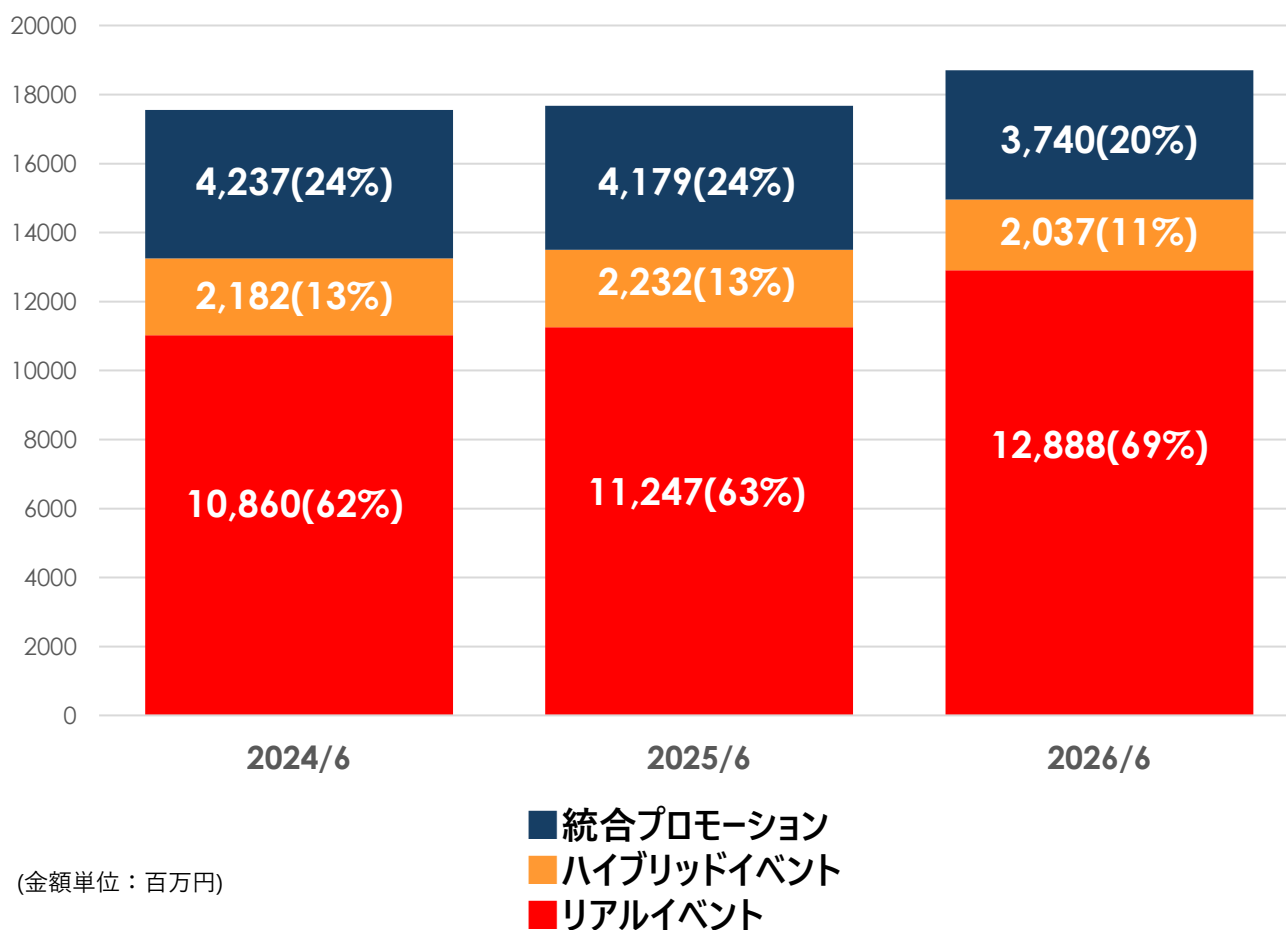
- 前期の特別損失の反動により、親会社株主に帰属する当期純利益は前期比22.3%増。
結果、当期末の純資産額は前期末比9.2%増の108.01億円。
- 自己資本比率は73.3%と引き続き高水準を維持。一方、ROEは前期比1.6ポイント改善の13.4%となり、財務健全性の維持と資本収益性向上の両立を図る。

決算年月	2019.6	2020.6	2021.6	2022.6	2023.6	2024.6	2025.6	2026.6
売上高（千円）	16,278,697	19,325,800	12,209,473	11,134,027	11,774,484	17,503,626	17,782,855	18,682,892
経常利益（千円）	2,017,381	2,332,561	698,918	924,384	1,178,981	2,058,303	2,194,218	2,031,419
親会社株主に帰属する当期純利益（千円）	1,345,469	1,584,565	455,883	598,490	355,704	1,405,980	1,132,201	1,384,620
純資産額（千円）	9,416,431	10,256,492	10,324,353	10,544,622	8,427,234	9,302,353	9,892,005	10,801,005
自己資本比率（%）	68.2	63.1	76.5	76.4	75.1	66.0	69.5	73.3
自己資本利益率（%） ROE	14.9	16.2	4.5	5.8	3.8	15.9	11.8	13.4
配当性向（%）	48.4	47.5	127.2	105.9	167.2	40.3	54.1	54.4
現金及び現金同等物の期末残高（千円）	4,754,865	5,055,985	7,580,540	8,590,452	5,781,523	8,452,900	8,128,004	8,734,135

- 営業活動によるキャッシュ・フローは、労働制度運用に関する是正措置対応にかかる支出があったものの、大阪・関西万博等の大型イベントの売上債権回収による運転資金の改善等により、前期より収入が増加。
- 投資活動によるキャッシュ・フローは、ブルースモービル社の買収により前期より支出が増加。
- 結果、期末現預金残高は、前期末比7.5%増の87.34億円。

		2021/6月期	2022/6月期	2023/6月期	2024/6月期	2025/6月期	2026/6月期
I	営業活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	3,388	1,555	△ 717	3,395	733	1,687
II	投資活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	△ 206	△ 24	211	△44	△91	△346
III	財務活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	△ 657	△ 520	△ 2,303	△ 678	△966	△735
IV	現金及び現金同等物の増加額（百万円）	2,524	1,009	△2,808	2,671	△324	606
V	現金及び現金同等物の期首残高（百万円）	5,055	7,580	8,590	5,781	8,452	8,128
VI	現金及び現金同等物の期末残高（百万円）	7,580	8,590	5,781	8,452	8,128	8,734

- リアルイベントは万博やプロモーションイベントの増加・大型化に加え、IPコンテンツを中心にリアルエンタメ領域の業務も拡大。
- ハイブリッドイベントは案件数の減少に伴い停滞。
- 統合プロモーションは、デジタル・映像をコアにした提案が停滞し、減少。



リアルイベント業務



ポケモン「Pokémon Happy Holidays」



ニッスイ「フィッチュロス」

ハイブリッドイベント業務



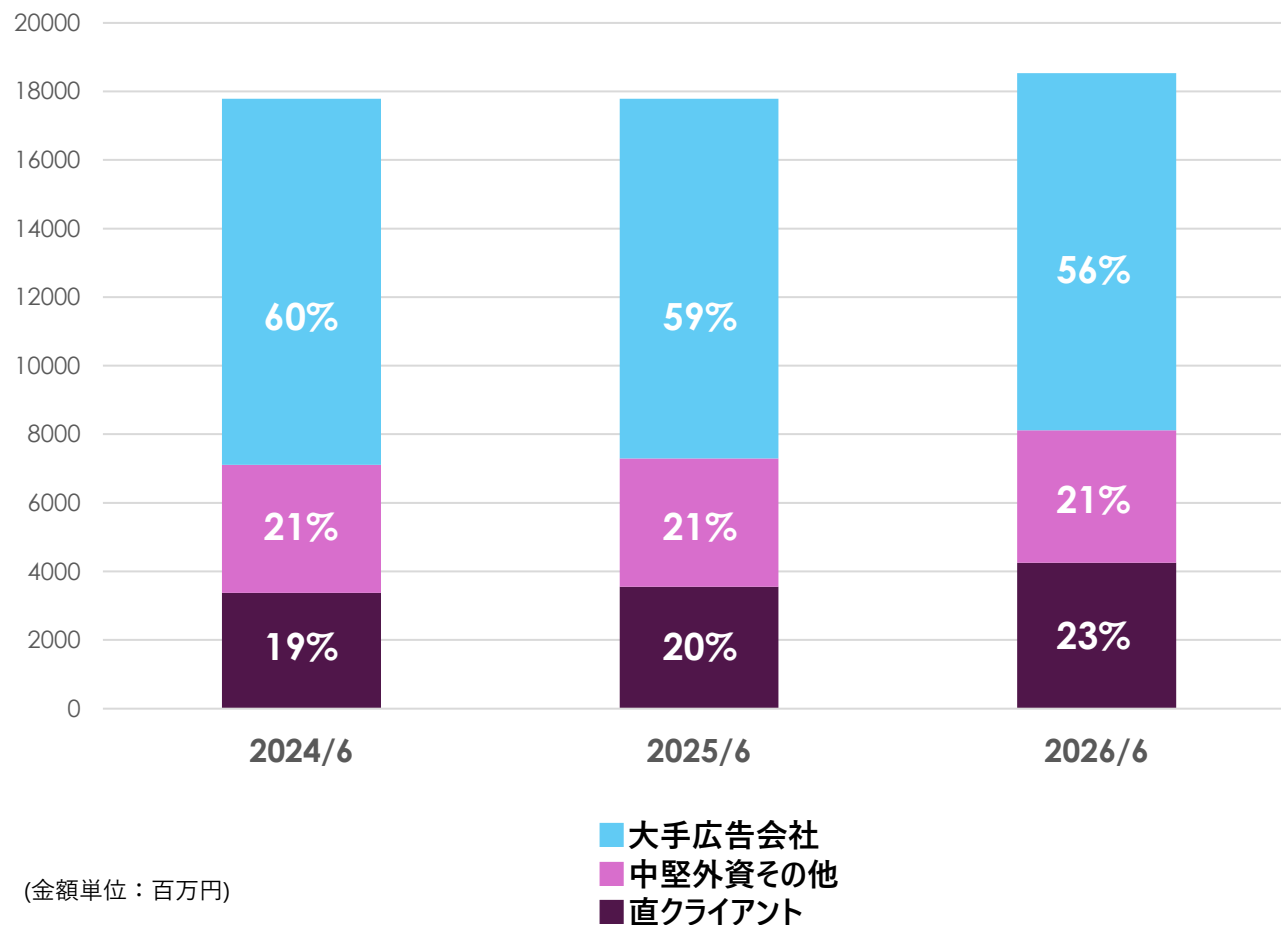
プレイド「X DIVE」

統合プロモーション業務



ロッテ クランキー「ウエカピポグランプリ！」

- 大手広告会社については、万博などリアルイベントが活性化する一方で統合プロモーションが停滞し横ばい。
- 中堅外資に関しては、IP関連イベント・嗜好品などの寄与により堅調に推移。
- 直クライアントは、顧客基盤の着実な拡大と年間パートナーとなるクライアント、ナショナルクライアントからの引き合いも進み、増加。



直接クライアント業務



ファーウェイ・ジャパン 新製品発表会



matsukiyo Beauty School

広告会社商流業務



ポケモンジャパンチャンピオンシップス2026



Tokyo Future Tour 2035 (JMS2025)

(金額単位：百万円)

■ 大手広告会社
■ 中堅外資その他
■ 直クライアント

- 「情報・通信」は外資系プラットフォームの大型カンファレンスに加え、直クライアントの年間パートナー化により堅調に推移。
- 「自動車」は大型展示会に加えて、各自動車メーカーのプロモーションおよびイベントの増加が寄与し伸長。
- 「食品・飲料・嗜好品」はプロモーションイベントなど全般的には堅調だが、一部クライアントのマーケティング抑制もあり飲料が減少。
- 「化粧品・トイレタリー」は大型ポップアップショップ等のブランド体験や機能性製品のプロモーションイベントが拡大。
- 「官公庁・団体」は前年の大型イベントの反動減があり減少。
- 「交通・レジャー」はIPコンテンツやゲームを中心に継続・大型化が堅調に進み、拡大傾向。

	2025年6月期		2026年6月期		前期比
情報・通信	2,970	16.7%	3,106	16.7%	+5%
自動車	1,387	7.8%	1,555	8.3%	+12%
食品・飲料・嗜好品	3,803	21.4%	3,214	17.2%	-15%
化粧品・トイレタリー・日用品	1,273	7.2%	2,290	12.3%	+80%
官公庁・団体	2,269	12.8%	1,719	9.2%	-24%
金融	801	4.5%	531	2.8%	-34%
交通・レジャー	2,023	11.4%	3,304	17.7%	+63%
精密機器その他製造	686	3.9%	876	4.7%	+28%
流通・小売	801	4.5%	886	4.8%	+10%
その他 ※	1,742	9.8%	1,166	6.3%	-33%
合計	17,760		18,647		+5%

※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

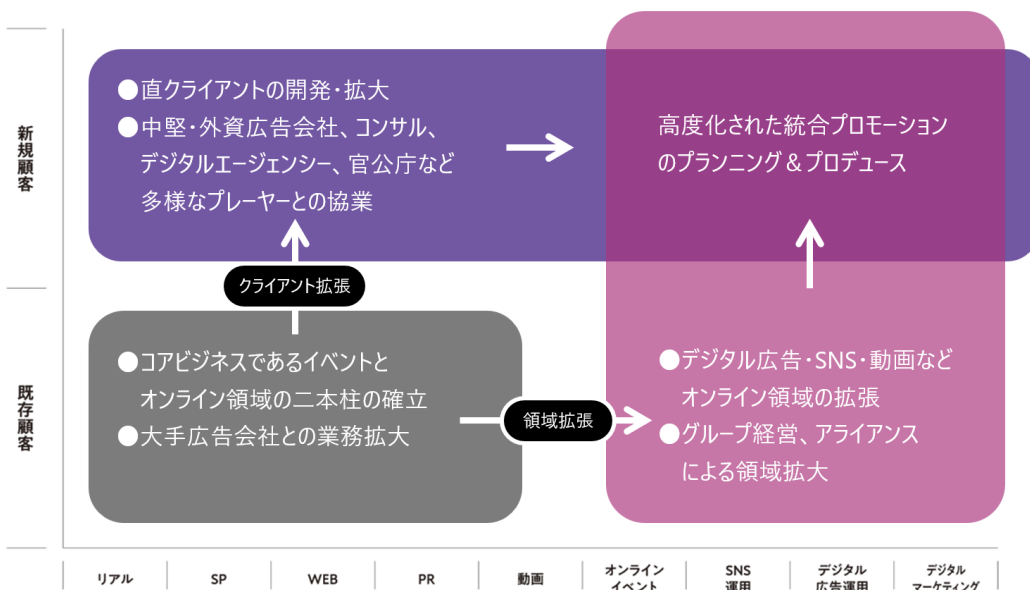
(金額単位：百万円)

2. 2027年6月期 方針と通期業績予想

- マーケティングのデジタル化・AI 活用が進展する一方で、リアル体験が持つ価値が高まっており、マーケティング領域とエンターテインメント領域が融合・隣接化が進むビジネス環境に着目。
- 2026年2月、これまで推進してきたクライアントの拡張と領域の拡張の「2軸の拡張」による事業成長を次のフェーズへ推進するために、ビジネス環境の変化を踏まえ、グループの「中期事業成長ビジョン」を策定。
- 2027年6月期は、中期事業成長ビジョン「プロモーションとリアルエンタメを横断するエクスペリエンス・パートナー」に向けた初年度として位置づけ、リアルエンタメ領域への本格参入を推進。

従来の事業成長戦略

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



新中期事業成長ビジョン

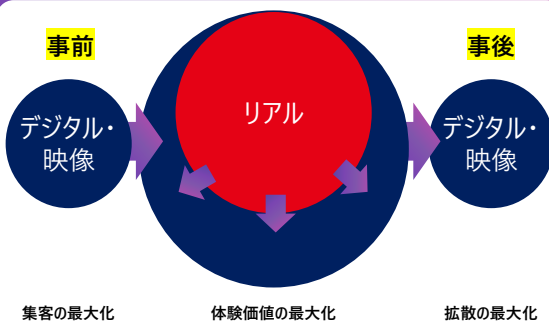


プロモーションとリアルエンタメを横断するエクスペリエンス・パートナー

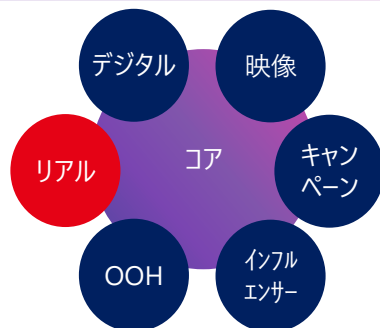
体験デザイン＝プロデュース力とプランニング力とリアル×デジタル統合力

プロモーション領域

リアルをコアに
デジタル・映像・KOL・PR等領域を拡張する



デジタル・映像をコアに
リアル・OOH・KOL・PR等領域を拡張する



リアルエンタメ領域

IPコンテンツ



音楽



スポーツ



食



都市・商業施設



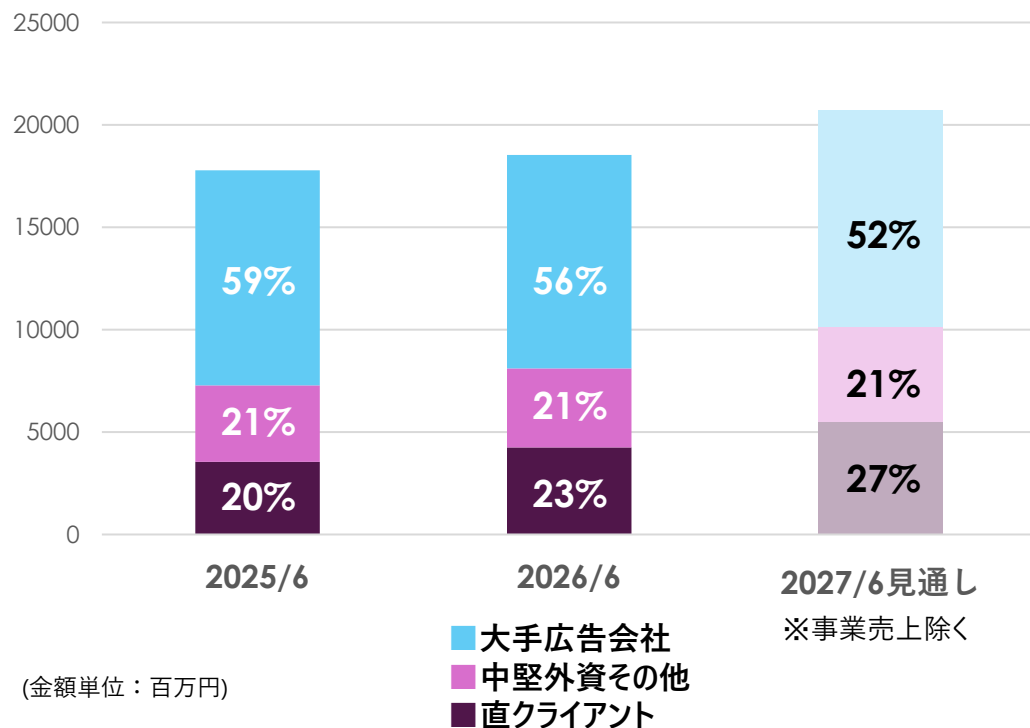
プロモーション型リアルエンタメ

事業・興行型リアルエンタメ

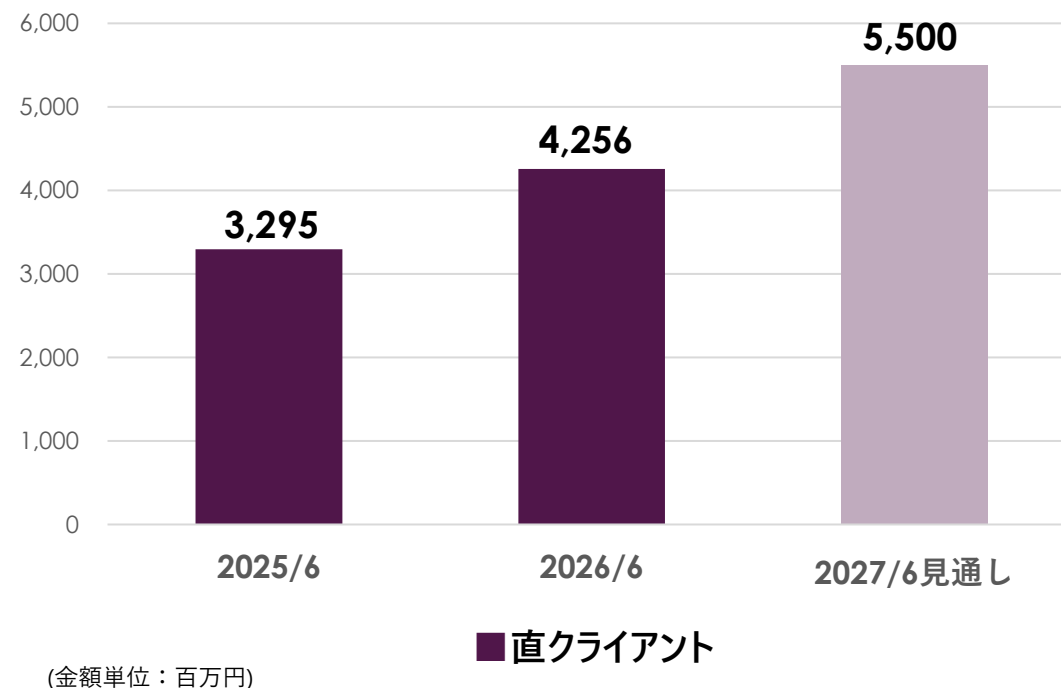
直商流拡大／間接商流継続

- 直商流は、担当部署であるAS室をAS本部へ人員含めて拡充し、社長が本部長を兼務し、3名の副本部長体制による体制強化を実施。また営業広報に注力し、新規クライアントの開発を目指す。
直クライアント業務については全社対応とすることで2027年6月期は前年比130%の55億規模へ拡大を図る。
- 間接商流は、重要な顧客基盤として捉え、大手広告会社との連携も強化。
さらに特定領域で強みを拡大する広告会社や専門領域会社との連携も加速し、顧客基盤の多様化を目指す。

受注先別売上高推移（連結）

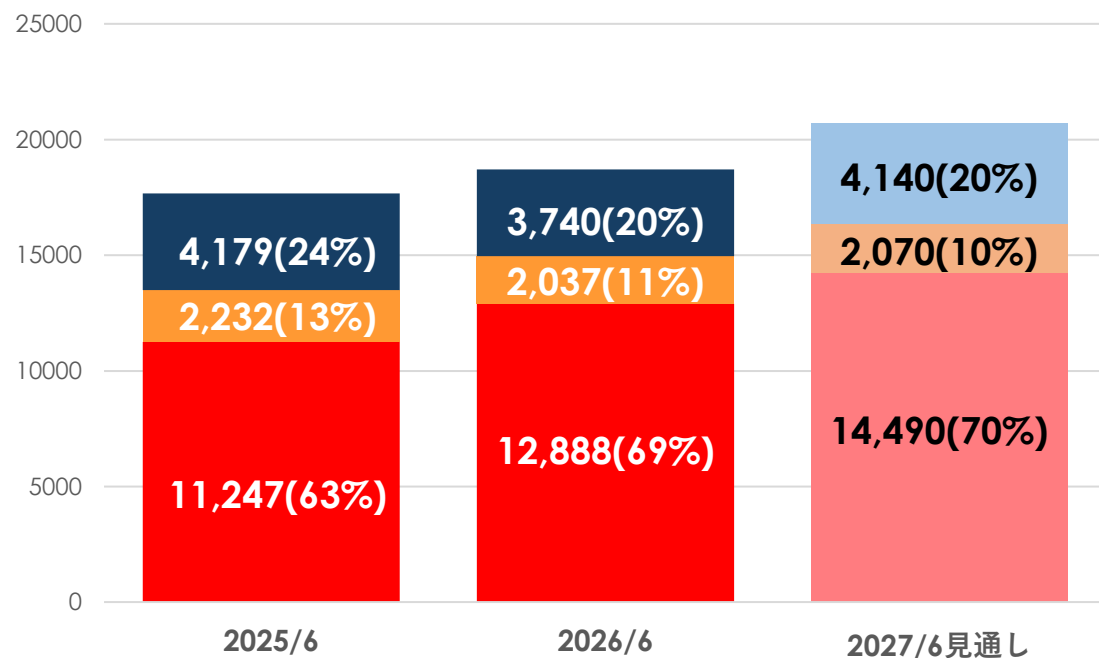


直商流売上高推移（連結）



- リアルイベントは、マーケティングにおけるリアルイベントの価値向上・体験型プロモーションの増加を追い風に拡大を推進。
また国際スポーツイベント・行政イベント・国際博覧会など、万博に代わる大型案件ポートフォリオの再構築を進める。
- さらに、リアルエンタメ領域の強化を目的に、当社グループ5社横断部門「リアルエンタメユニット」を新設し、リアルイベントに注力。
- デジタル・映像についても統合プロモーション及びリアルをコアとした領域拡大の両軸で拡大を図る。

カテゴリー別売上高推移（連結）



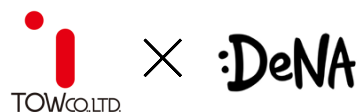
(金額単位：百万円)

■統合プロモーション
■ハイブリッドイベント
■リアルイベント

グループ5社横断で
推進

DeNA社およびブルースモバイル社を起点にリアルエンタメ領域への取り組みを推進し、提案活動が活性化。
TOW主催事業「AMBIENT KYOTO」を東京で初開催。

DeNA社内の新設部門 TOW×DeNA組織「REACT」



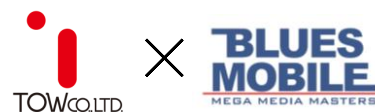
- 2026年4月1日より、IPコンテンツ・スポーツを中心としたリアエンタメ領域の強化に向けて、DeNA社内に「リアルエンタメ・アクティベーション部（REACT）」を新設し運営。
- 両社共同営業・提案によりIP企業・ディベロッパー・自治体に向けた複数のプロジェクトを進行中。

特定IPを活用した物販イベント

自治体イベントの企画運営にDeNAと共に参画

大型展示会 複数企業共同提案

フードフェス主催「ブルースモバイル」



- 同年4月1日に連結子会社化した「食」をテーマとしたフードフェス主催大手「ブルースモバイル」が合流。
- 同社のノウハウや実績を活用したTOWとの共同営業・提案を推進し、現在IP企業・食品飲料メーカー・自治体に向けた複数のプロジェクトを推進。

IP企業×TOW
共催型フードフェス

商業施設×TOW
共催型フードフェス

自治体×TOW
共催型フードフェス

飲料メーカー
受託型フードフェス

TOW主催事業 「AMBIENT KYOTO – TOKYO」



- 当社が2022年の初開催以来、主催および企画・制作を担ってきた体験型アート展プロジェクト「AMBIENT KYOTO」を東京で初開催（2026年8月～10月 麻布台ヒルズギャラリーにて）



- 大阪・関西万博関連の反動減はあるが、直クライアントの拡大、子会社化したブルースモビルの主催イベント等リアルエンタメ領域の本格参入を見込んでいることに加え、国際スポーツイベント等、万博に代わる大型案件ポートフォリオを再構築することで、売上高10.8%増と伸長する計画。
- 一方で、事業成長のための、人材、AI、営業広報に関する投資、オフィス環境整備の投資、業務効率性と情報セキュリティ強化のためのシステム投資により販管費は大きく増加。営業利益7.0%増、経常利益は8.3%増の計画。
- 純利益率は、実効税率の変動を見込んでいるため低下。

	2026年6月期		2027年6月期		前期比
売上高	18,682	-	20,700	-	+10.8%
売上総利益	3,287	17.6%	3,700	17.9%	+12.5%
販管費	1,263	-	1,535	-	+21.5%
営業利益	2,024	10.8%	2,165	10.5%	+7.0%
経常利益	2,031	10.9%	2,200	10.6%	+8.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,384	7.4%	1,444	7.0%	+4.3%

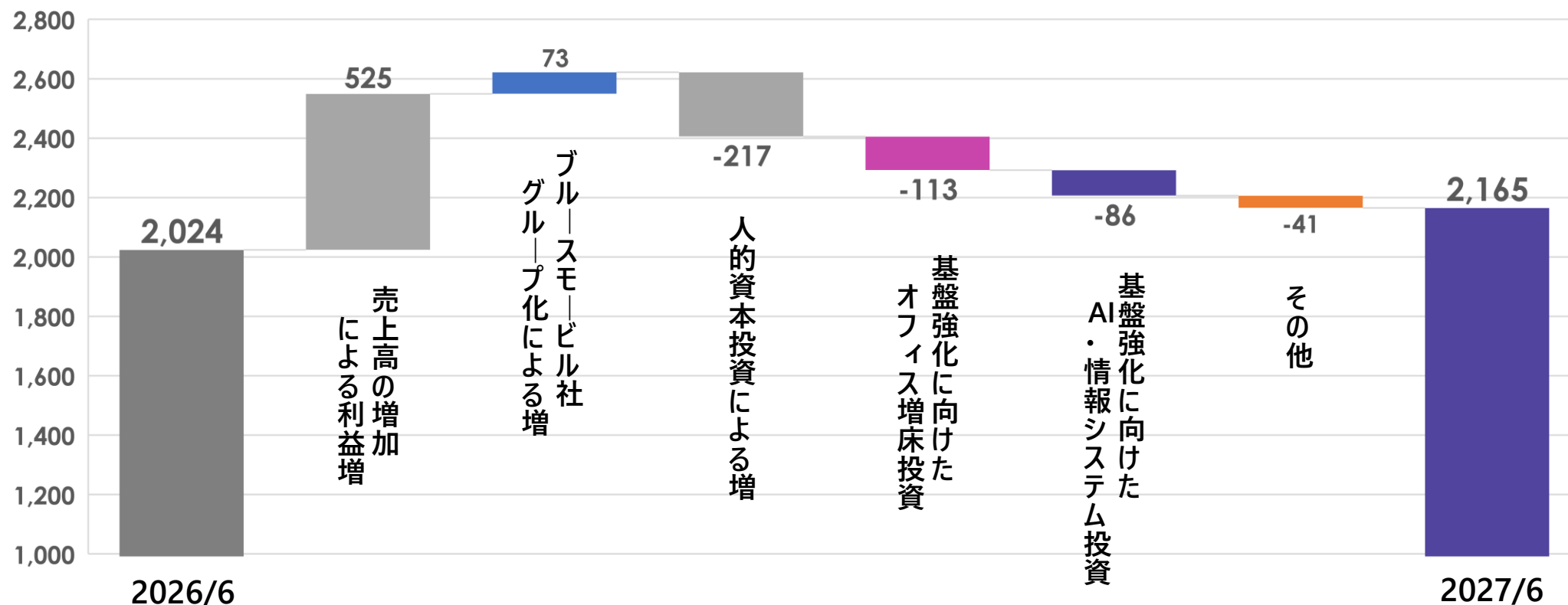
(金額単位：百万円)

- 第1四半期は、大阪・関西万博の反動減による売上前期比14～16%減に加え、販管費の増加により、営業利益は10～40百万程度となり減益見通しとなります。第2四半期は直クライアント業務の増加、美容系大型イベント、国際スポーツイベント、ブルースモービル主催事業等を予定。上半期では、売上前期比8.1%増、営業利益は前期比11.7%増を計画。
- 下半期は、直クライアント業務の増加、国際博覧会、ブルースモービル主催事業を予定し、売上は前期比14.0%増の見通しとなるが、販管費の増加により営業利益は横ばいの計画。

(金額単位：百万円)

2027年 6月期	第1四半期	第2四半期	上半期	第3四半期	第4四半期	下半期	通期
売上高	3,600～3,700	7,331～7,431	11,031	3,700～3,900	5,769～5,969	9,669	20,700
営業利益	10～40	1,301～1,331	1,341	40～100	724～784	824	2,165
主な 要因	●大阪・関西万博の反動減	●JMSの反動減 <増額要因> ●直クライアント業務増 ●美容系大型イベント ●国際スポーツイベント ●ブルースモービル主催事業			<増額要因> ●直クライアントの業務増 ●国際博覧会関連 ●ブルースモービル主催事業		
2026年 6月期	第1四半期	第2四半期	上半期	第3四半期	第4四半期	下半期	通期
売上高	4,297	5,903	10,201	3,592	4,889	8,481	18,682
営業利益	337	863	1,201	184	638	822	2,024

- 人材が最大の資産の当社にとって、競争力の源泉である人的資本投資2.17億円、オフィス増床投資1.13億円増加。
- 基盤強化に向けた、AI投資および情報システム投資0.86億円を計画。
- 2027年6月期の営業利益は、1.41億円増の21.65億円を計画。
- * 費用増加の一部は、現業部門と管理部門の割合に応じて、売上原価と販管費に按分される。



(単位：百万円)

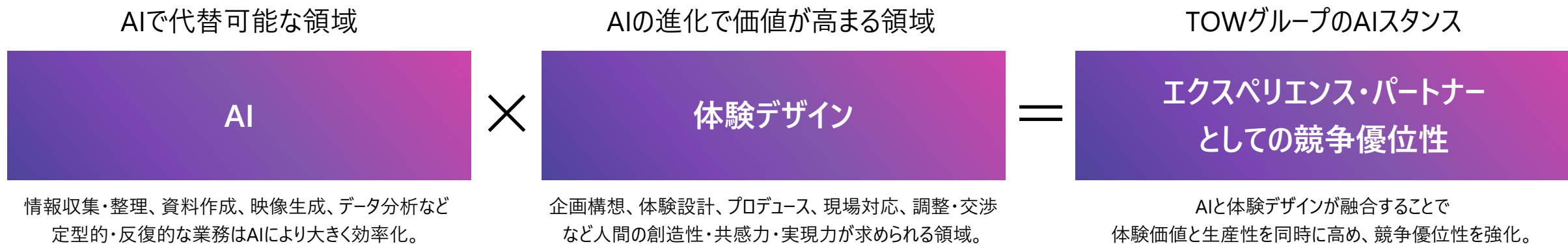
- 2026年7月末現在の受注残高は前期比12.9%増。
- 直クライアントの拡大、ブルースモービルの主催イベント、IP関連イベント、国際スポーツイベントなどにより、通期計画に対し、堅調に推移。

売上高（百万円）		2026年6月期 (2025/7/31現在)	2027年6月期 (2026/7/31現在)	前期差
受注残高 (A・B・松の合計)		8,288	9,359	+1,071
	万博関連業務除く	7,429		
竹・梅の合計		2,759	3,217	+458

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

AIは、TOWグループの価値を代替するものではなく、体験デザインと融合することで、エクスペリエンス・パートナーとしての価値をさらに高める成長エンジンであると考えています。

- AIの進化により広告・マーケティング業界は大きな転換期に直面。
- 一方で、人を動かし、感動や共感を生み出す「体験」の価値は今後さらに高まると予測。
- 現時点の当社グループ業務の多くは、フルオーダーメイドのサービスであり、AIに代替されにくい領域との一定の認識はあるものの、今後はAI活用により、更なる高度化が求められる領域であるとも認識。



AIを全社業務の基盤として位置付け、従来のワークフローをアップデートし、全社員がアクセス可能な環境を構築

AI for Experience Partner

- 事業成長を加速させるために「AI for Experience Partner」を掲げ体験価値を進化させるAI活用を推進。
- 業務の効率化にとどまらず、AIで「思考」「提案」「体験」「品質」を進化させ、より良い体験を作る基盤を構築。
- AIを全社のワークフローに組み込み、アウトプットの品質と生産性を向上させ、体験デザインの高度化を実現。

AI活用環境の構築

TOWグループAIポリシーの下でAI推進グループを中心にAI活用環境を開発・整備

AIエージェント全社導入（利用率68.0%）

※発行250アカウント週1以上利用の内訳

対話型AIパートナー利用（利用率85.6%）

※TOW + T2CDメイン250名中の契約者

対話型AIエンタープライズ版導入

AIエキスパート向け特定AIツール先行利用

AI活用人材の育成

日々進化する最新AI技術を組み込んだ継続的な育成プログラムを実施

AI活用研修プログラム（全10回）

AIコンプライアンス研修

伴走型エキスパートプログラム

資格取得支援

AI×体験デザインによる量と質の向上

業務の入口から出口までAIを組み込んだワークフローで体験デザインを高度化

浸透

戦略立案・企画提案フェーズ

AIを活用した課題把握・戦略立案からカンパ生成・提案書生成

体験設計・実施計画フェーズ

AIを活用した計画の事前シミュレーションやサプライヤ選定

制作・演出・現場運営フェーズ

AIを活用した制作・演出・運営プロセスの自動化・高度化

施策成果 計測・分析フェーズ

AIを活用したアウトプットの効果を計測・分析の自動化・高度化

更なる活用を促進

- 事業領域の拡大やAIの進化など事業環境が変化する中、人的資本戦略は持続的な成長を支える重要な経営課題。
- 事業環境や組織課題を踏まえ、人材獲得・定着・育成を中心に、働く環境、健康・安全、ダイバーシティ及びガバナンスを含めた7つの重点テーマを一体的に推進し、事業成長を支える人材戦略及び経営基盤の強化を推進。
- 各テーマは独立した施策ではなく、事業戦略と連動しながら相互に連携することで、人材の成長、生産性向上及び企業価値向上を実現。
- 人材戦略の構想と実行においてAIを活用し効率性を向上させ、またAI活用人材の育成により全社の生産性向上を実現。

基本方針

一人ひとりが価値を創出し続ける高付加価値人材基盤の確立

①人材獲得

- 事業戦略に基づく採用力の強化
- 多様な採用チャネルの拡充・最適化

②エンゲージメント

- 活躍機会の創出と適正配置
- 対話を通じた定着・離職防止の強化

③育成

- 階層別の育成・研修プログラム推進
- 部門別の人材戦略・育成方針の推進

④働く環境

- 実態に即した人事・労働制度への継続改善
- 生産性向上を支える働く環境の整備

⑤健康・安全

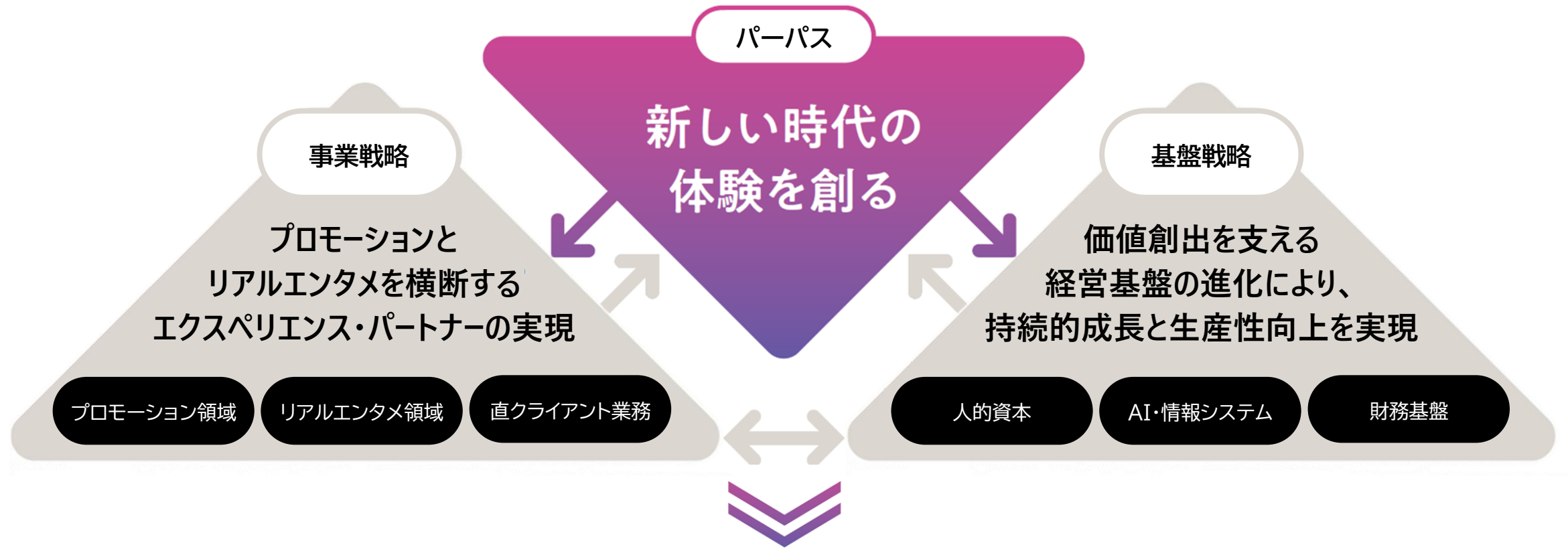
- 労働時間の可視化・適正化と健康管理
- 予防型メンタルヘルス体制の強化

⑥ダイバーシティ

- 多様な人材が活躍できる組織づくり
- 女性・若手・ベテラン人材の活躍推進

⑦ガバナンス

- コンプライアンス・ガバナンスの強化
- リスクマネジメントの推進

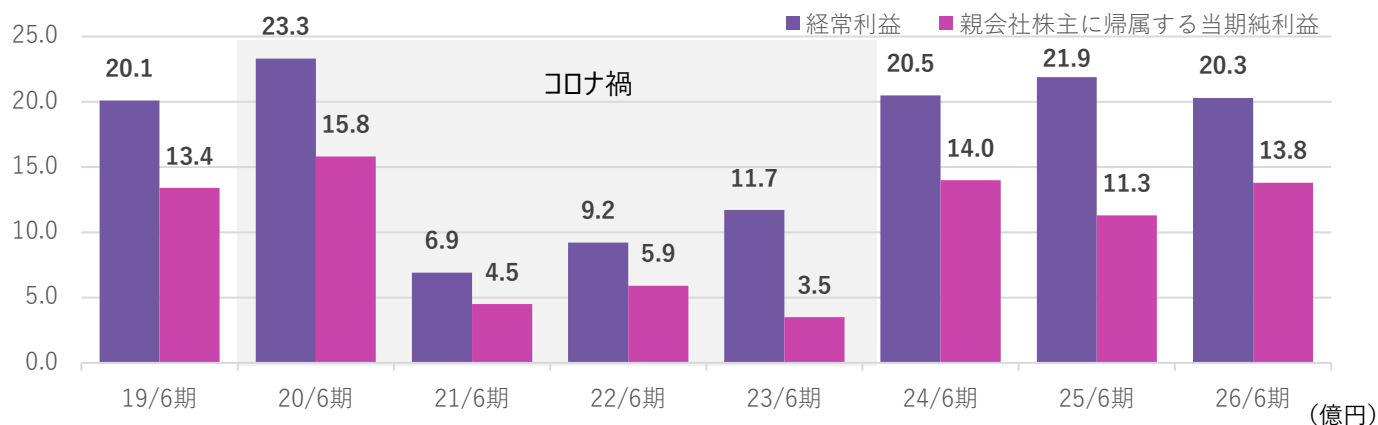
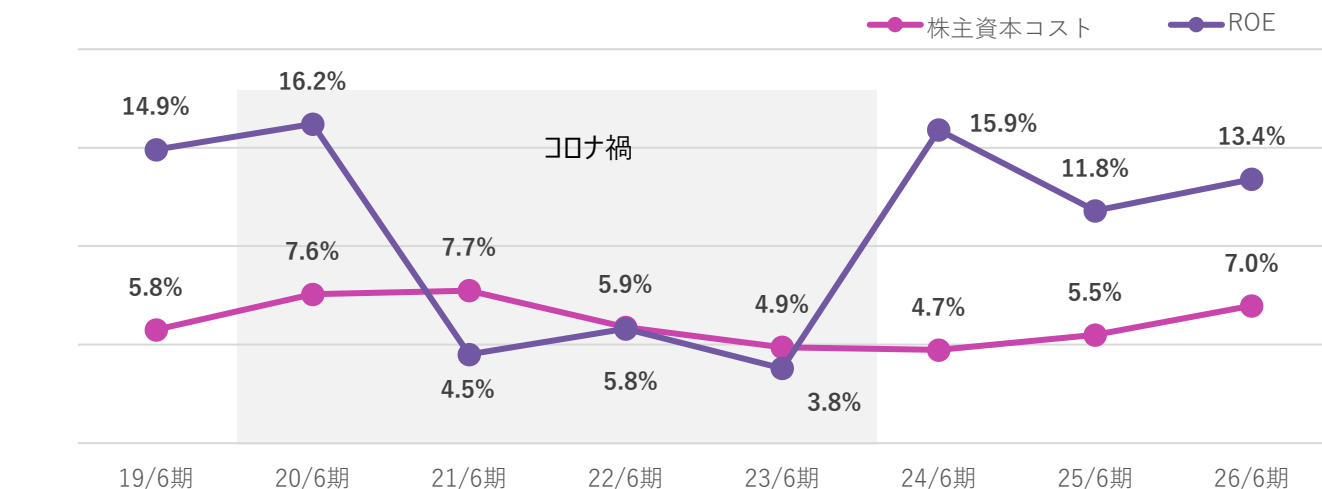


TOWグループが目指す姿

パーパスの実現に向けて、事業戦略と基盤戦略を両輪で推進し、持続的な成長を実現

3. 資本政策

- 当社の「株主資本コスト」については、現在おおよそ「6.5～8.5%」程度と認識。CAPMおよび投資家からのフィードバックを勘案し、水準を設定。
- これに対しROEは、新型コロナウイルスの影響を受けた2021年6月期から2023年6月期を除いて11.8～16.2%、2025年6月期の労働制度運用に関する一時的な影響を除くと13～16%で推移しており、株主資本コストを上回る水準を実現できているものと認識。今後も資本コストを意識し、資本収益性を重視した経営を継続、持続的に達成・維持することに意義のある水準としてROE12%を目安としてまいります。



当社の株主資本コストの算定について（CAPMにて算定）

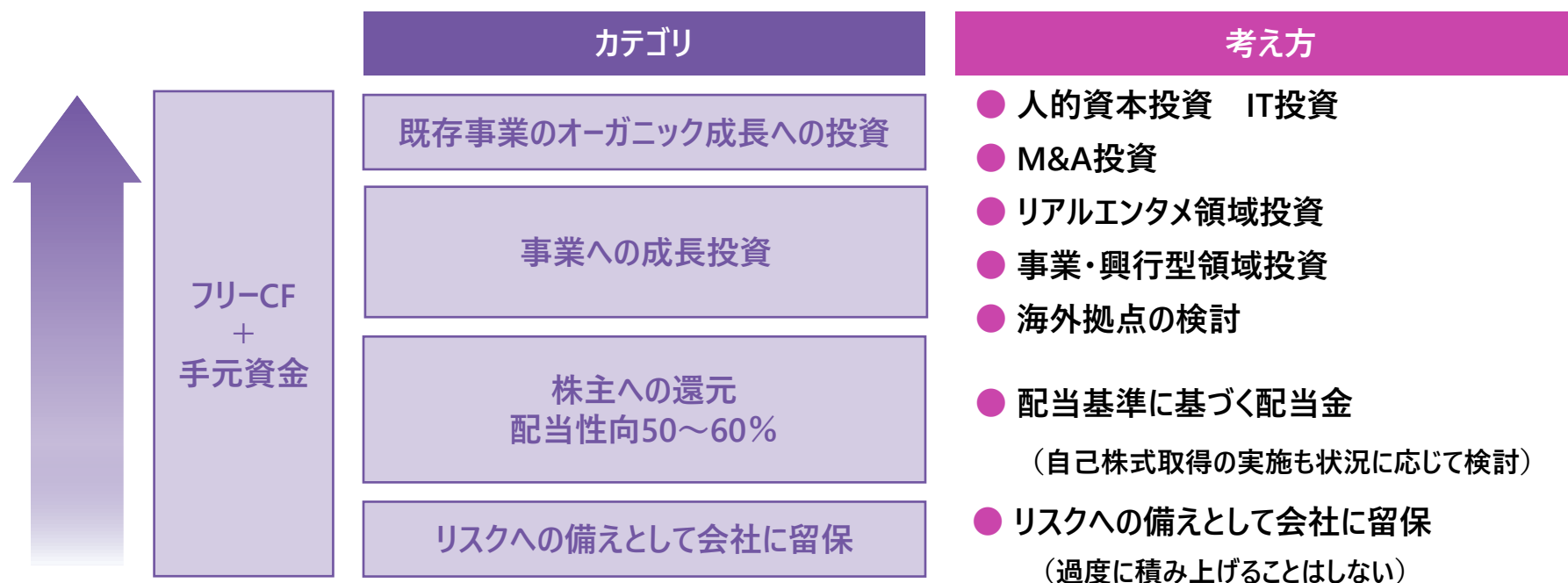
$$\begin{array}{ccc}
 \text{リスクフリーレート} & + & \text{ベータ}(\beta) \times \text{リスクプレミアム} \\
 2.71\% & & 0.71 \times 6.0\% \\
 \hline
 \text{株主資本コスト} & & 6.5\sim 8.5\%
 \end{array}$$

リスクフリーレートは10年国債利回りを用いています。

β 値は修正 β 値を用いています（修正 β 値= β 値 $\times 2/3 + 1 \times 1/3$ ）。

リスクプレミアムは6%で一定としています。

- 当社グループの事業は、クライアントの製品・サービスのプロモーション、リアルエンタメ実現のために、企画から実施までを案件一つ一つに対しフルオーダーメイドのサービスであり、それを生み出す源泉は人材（社員）です。
- 広告費が景気変動の影響を受けやすいことに加え、地政学・金融市場の激変によるクライアントの事業への影響、自然災害では東日本大震災は6か月間、感染症では新型コロナウイルスに伴う需要の縮小は3年間にわたり、当社グループの業績は多大な影響を受けました。今後、南海トラフ地震や首都圏直下型地震等の大規模地震が発生した場合には、社会全体の活動が停滞し、広告宣伝活動の自粛や延期が広がる可能性も高く、その期間が長期におよぶ可能性があります。
- 当社グループの競争力は、クライアントニーズに応えるための企画力・推進力・制作力を有する優秀な人材の確保と育成に依拠しており、上記のような長期停滞などのリスクの備えとして、人件費等の固定費・成長投資の18～24箇月分を留保したうえで、人的資本、IT、M&A、新領域投資と、株主の皆様への還元を実施していきます。
- 手元資金の水準の妥当性については、今後も資本政策全体の中で検証していきます。



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。

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50％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（2026年 8 月6日）の終値に株価配当利回り5.5％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60％を上限としております）

加えて、創立50周年にあたり、株主の皆様へ感謝の意を表すため、2027年 6 月期の中間期配当において、1株当たり2円の記念配当を実施予定です。普通配当 9.35円と合わせ、中間期配当は 11.35円、年間配当は20.70円になる見込みです。

今期の配当

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
2026年6月期	323円	9.15円	9.15円	18.30円
2027年6月期	339円	(予) 11.35円 (うち普通配当 9.35円) (うち記念配当 2.00円)	(予) 9.35円	(予) 20.70円 (うち普通配当 18.70円) (うち記念配当 2.00円)

- 自己株式については、株式需給の安定化及び資本政策の柔軟性確保の観点から、500万株の消却実施を決定しました。
（消却日 2026年8月31日予定）
残りは引き続き、株式報酬等、従来方針に沿って活用していきます。
- 今後も資本効率の向上と資本収益性を重視した経営を継続し、株主の皆様への還元を重要課題と認識し、安定した株主還元を継続して実施してまいります。

決算年月	2022.6	2023.6	2024.6	2025.6	2026.6	2027.6見込
自己株式額（千円）	330,726	1,957,226	1,876,526	1,790,530	1,694,194	594,194
発行済株式総数（株）	48,969,096	48,969,096	48,969,096	48,969,096	48,969,096	43,969,096
自己株式数（株）	3,496,752	8,696,752	8,349,752	7,978,812	7,698,809	2,698,809
一株当たり当期純利益（円）	13.22	8.61	34.71	27.72	33.61	34.99
一株当たり配当額（円）	14.00	14.40	14.00	15.00	18.30	20.70 （うち普通配当 18.70） （うち記念配当 2.00）
配当性向（％）	105.9	167.2	40.3	54.1	54.4	59.2

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。

