

株式会社 テー・オー・ダブリュー

**平成15年6月期
決算説明会**



TOW/CO.,LTD.

オープニング デモンストレーション

本日のスケジュール

- 平成15年6月期決算の概要
- 平成15年6月期の特色・傾向
- 今後の対応
- 具体的な、今後の施策
(中期事業計画をもとに)
- 質疑応答



TOWCO, LTD.

**代表取締役社長
川村 治**

平成15年6月期決算の概要(個別)

	平成14年6月期		平成15年6月期	
売上高	8,600	100.0%	9,417	100.0%
売上原価	6,945	80.8%	7,583	80.5%
売上総利益	1,654	19.2%	1,833	19.5%
販売管費	752	8.7%	783	8.3%
営業利益	902	10.5%	1,049	11.1%
営業外損益	▲ 19		▲ 8	
経常利益	883	10.3%	1,041	11.1%
特別損益	▲ 47		※ ▲ 71	
税引前当期純利益	835	9.7%	969	10.3%
法人税、住民税及び事業税	433		481	
法人税等調整額	▲ 37		▲ 37	
当期純利益	440	5.1%	525	5.6%

※特別損益につきましては、有価証券の評価損等であります

(単位/百万円)

財政状態(個別)

	平成14年6月期末	平成15年6月期末
総資産	4,846	5,911
株主資本	2,609	3,550
株主資本比率	53.8%	60.1%
1株当たり 株主資本	297円	292円
期末発行済株式数	8,778,594株	12,171,502株

(単位/百万円)

経営成績(個別)

	平成14年6月期	平成15年6月期	前期比
売上高	8,600	9,417	9.5% 増
営業利益	902	1,049	16.4% 増
経常利益	883	1,041	17.9% 増
当期純利益	440	525	19.4% 増
1株当たり 当期純利益	50円15銭	43円22銭	6円93銭 減
期末発行済株式数	8,778,594株	12,171,502株	(単位/百万円)

※ 1株当たり利益の算出にあたっては、期末発行済株式数を用いております

財政状態・経営成績(連結)

	平成15年6月期
総資産	5,912
株主資本	3,582
株主資本比率	60.60%
1株当たり 株主資本	294円37銭
期末発行済株式数	12,171,502株

	平成15年6月期
売上高	9,441
営業利益	1,103
経常利益	1,073
当期純利益	537
1株当たり 当期純利益	44円19銭

※ 1株当たりの指標の算出にあたっては、期末発行済株式数を用いております

(単位/百万円)

キャッシュ・フロー計算書(連結)

項目	平成14年6月期	平成15年6月期
I.営業活動によるキャッシュ・フロー	▲ 45	※1 ▲427
II.投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 50	▲101
III.財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 369	※2 434
IV.現金及び現金同等物の減少額	▲ 465	▲94
V.現金及び現金同等物期首残高	783	317
VI.現金及び現金同等物期末残高	317	223

- ※1 売上債権の期日前資金化を全額行わなかった (単位/百万円)
- ※1 6月本番実施の案件が多く、売上債権が増加した
- ※2 短期借入金の返済を全額行った

平成15年6月期 特色と傾向

TOWCO.,LTD.

平成15年6月期の特色・傾向①

引き続き発注サイクルの短期化

実施直前のキャンセル・延期

再提案に次ぐ、再提案

平成15年6月期の特色・傾向①

	平成14年6月期	平成15年6月期
売上高	8,600	9,417
各期首制作見込残高 (A/B/松の合計)	3,220	3,113
各期中受注・期中制作高 (A/B/松の合計)	5,380	6,304

平成14年7月1日現在での
AB松合計4,868(百万)が
景気の悪化、SARS、
イラク戦争などの影響により
1,755(百万)減少した
減少率=35%強

(単位/百万円)

●13年6月期以前は、期初の制作見込み残は
5%程度の減少しかなかった

●イベント・キャンペーン共にクライアントの目的が
明確でないものはキャンセルの可能性が大きい

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 : 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 : 企画競合案件のうち、当社が受注する確度の高い案件(50%以上の確度)
梅 : 企画競合案件

平成15年6月期の特色・傾向②

信頼を伴う、中規模案件の獲得へ

●新規開拓顧客のリピーター化

⇒クライアントの定着

	平成14年6月期	平成15年6月期	前期比
～1,000万	465	504	8.4%増
1,000万～2,000万	103	122	18.4%増
2,000万～5,000万	85	107	25.9%増
5,000万～1億	29	28	3.4%減
1億～	8	8	0%増
合計	690	769	11.4%増

(単位/件)

平成15年6月期の特色・傾向③

営業施策としての、提案の増大

(平成14年6月期)

企画本数	案件獲得数	勝率
632本	175本	27.7%

(平成15年6月期)

企画本数	案件獲得数	勝率
821本	205本	25.0%

平成15年6月期の特色・傾向④

競合・提案案件の順調な増加
実績を伴う、指定案件の増加

●再提案に伴う、クライアントのリピーター化

	平成14年6月期		平成15年6月期	
競合	210	2,695	239	3,152
提案	128	1,993	148	2,109
指定	352	3,827	382	4,072
合計	690	8,515	769	9,334

※企画売上は除く

(単位/件・百万円)

平成15年6月期の特色・傾向⑤

個人消費系クライアントの増大 官公庁、金融の減少

	平成14年6月期		平成15年6月期	
情報・通信	2,090	24.5%	2,624	28.1%
食品・飲料・嗜好品	646	7.6%	1,391	14.9%
化粧品・トイタリー	271	3.2%	588	6.2%
自動車	1,550	18.2%	1,773	19.0%
精密機器その他製造	198	2.3%	239	2.6%
官公庁・団体	1,199	14.1%	416	4.5%
金融	820	9.6%	494	5.3%
その他	1,741	20.5%	1,806	19.4%
合計	8,515	100.0%	9,334	100.0%

※企画売上は除く

(単位/百万円)

平成15年6月期の特色・傾向⑥

個人消費系クライアント⇒
売りに直結する、セールスプロモーション中心へ

		平成14年6月期		平成15年6月期	
制 作 売 上 高	販促	4,146	48.2%	5,175	55.0%
	広報	1,941	22.6%	2,213	23.5%
	博展	157	1.8%	52	0.6%
	制作物	1,189	13.8%	1,675	17.8%
	文化・スポーツ	1,080	12.6%	220	2.3%
小 計		8,515	99.0%	9,334	99.1%
企画 売上高		84	1.0%	79	0.8%
合 計		8,600	100.0%	9,417	100.0%

(単位/百万円)

特色と傾向のまとめ

キャンセル⇒再提案の増加

発注サイクルの短期化

次なる成長ステップのために
社内体制の
強化・整備が急務

セールスプロモーションが中心

信頼される関係作り

なぜ、今がその時なのか

業界背景

- 価値のあるイベント・SPのみが望まれている
- 広告(テレビCM、新聞)からSP・イベントへ、またはSP・イベント⇒広告(テレビCM、新聞)へ仕事の流れる
- 9.11テロ以前に比べ、同額の売上げを達成するためには50%増しの労働力が必要

社内状況

- 入社4年以内の社員が、45名(全体の約半数)に達する

新たな気持ちで、一丸となって進む企業へ

今後の対応(社内対策)

**社員が一丸となって
目標を達成する**

教育・研修の強化

組織・体制の整備

全社員へのインセンティブ
⇒ストックオプション付与(100万株)

今後の対応(株主の皆様へ)

増配の実施

第28期年間配当金16円(3円増配)の方針

中間配当の実施

第28期より中間配当を実施(中間期8円)

自己株式の取得

第27期定時株主総会で
自己株式の60万株の取得を付議

平成16年6月期予想(個別)

	平成15年6月期		平成16年6月期	
		前期比		前期比
売上高	9,417	9.5%増	9,800	4.1%増
売上総利益	1,833	10.8%増	1,942	5.9%増
営業利益	1,049	16.4%増	1,053	0.3%増
経常利益	1,041	17.9%増	1,053	1.1%増
当期純利益	525	19.4%増	573	9.1%増

AB松期首残高	4,868	4,970
---------	-------	-------

(単位/百万円)

具体的な今後の施策 (中期事業計画をもとに)

TOWCO.,LTD.



TOWCO, LTD.

専務取締役
草柳 弘昌

組織の体質強化

営業先拡大の基盤強化

プロモーション市場開拓強化

ネットワーク構築強化

社員教育の徹底

全社一斉朝会の実施

TOWCO.,LTD.

ナレッジマネジメントの推進

社内報奨金制度

採用システムの適正化

営業先拡大の基盤強化

営業開発体制強化

営業研修

チームリーダー個別ミーティング

専任担当営業の強化

プロモーション市場開拓強化

プロモーションに関する
社員の意識・スキル向上

企画顧問の拡充

プロモーション制作インフラの
更なる整備

調査研究の強化

プロモーション市場開拓強化

品目別売上げ高

		平成15年6月	平成16年6月	平成17年6月	平成18年6月
イベント	博展	0.5			
	文化・スポーツ	24.8	2.2 → 27	29	37
	広報	22.1			
SP	販促	69.2	51.7 → 71	73	77
	制作物	17.5			
合計		94.1	98	102	114

(単位/億円)



TOWCO, LTD.

**専務取締役
秋本 道弘**

ネットワーク強化

国内外におけるイベント・SPの競争力を向上

環太平洋拠点ネットワークで日本企業による海外イベントを積極受注

拠点ネットワーク

国内拠点ネットワークで、全国及び地方イベントを効率的に実施

KBCメディア

ESN

テクニカルネットワーク

イベント制作・運営の専門会社ネットワークで専門的ノウハウを提案

T2クリエイティブ

ソフトランディング

フレックス
インターナショナル

メイク&メリー
カンパニー

TOW

東洋紙業
アテナ

ソウル

アジアにおいて急激に広がる日本企業の活動をサポート

北京

上海

香港

シンガポール

従来市場の中心、米国西海岸における日本企業の活動をサポート

ハワイ

西海岸

国内ネットワーク

テクニカルネットワーク

イベント

T2クリエイティブ

100%子会社のイベント制作会社

ソフトランディング

IT関連イベント企画としてのノウハウを活用 全国のイベントプロダクションネットワーク

SP

東洋紙業

印刷物に関する専門的ノウハウの活用

アテナ

カスタマーアクセスにおける専門的ノウハウの活用

フレックスインターナショナル

企画顧問契約、SPキャンペーン等における専門的ノウハウの活用

メーク&メリーカンパニー

デザイン及び制作物に関する専門的ノウハウの活用

拠点ネットワーク

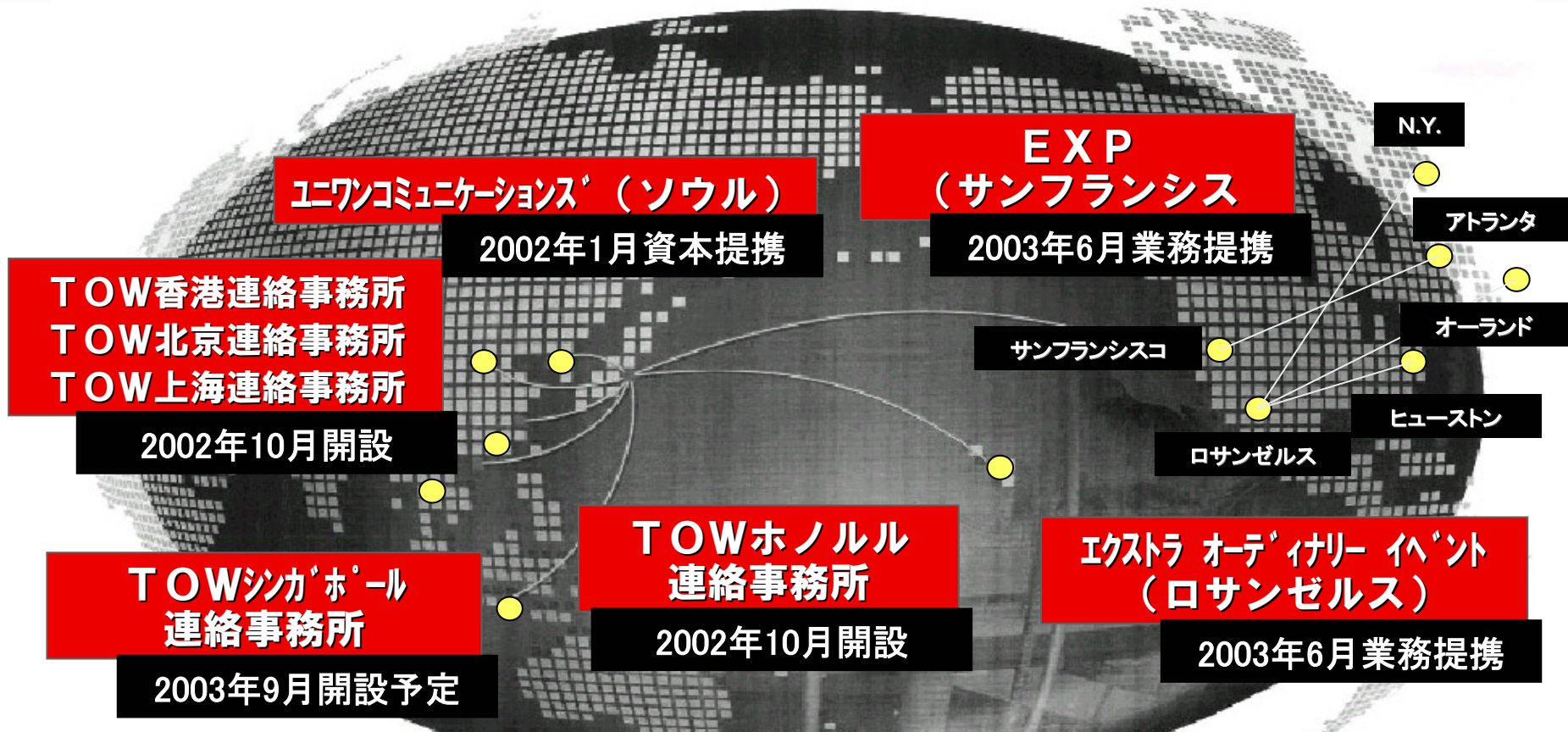
KBCメディア

西日本地区における制作拠点

ESN(イベント・スタッフ・ネットワーク)

全国のイベントプロダクションネットワーク

海外ネットワーク



市場性は急拡大しながらも、未成熟なアジアを中心とした環太平洋におけるイベント&プロモーションのサポート体制を確立
営業力拡大の基盤を整備

