

株式会社 テー・オー・ダブリュー

**平成17年6月期
決算説明会**

**本プレゼンテーションには
平成17年8月9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おります。
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、実際の業績は
記載の予測と異なる可能性があります。**

TOWCO.,LTD.

本日のスケジュール

- **平成17年6月期決算の概要**
- **平成17年6月期の特色・傾向**
- **今後の対応・施策**
- **質疑応答**



TOWCO, LTD.

**代表取締役社長
川村 治**

平成17年6月期決算の概要(個別)

	平成16年6月期	百分比	平成17年6月期	百分比
売上高	9,599	100.0%	10,579	100.0%
売上原価	7,981	83.2%	9,246	87.4%
売上総利益	1,617	16.8%	1,333	12.6%
販管費	866	9.0%	592	5.6%
営業利益	750	7.8%	740	7.0%
営業外損益	11	0.1%	29	0.3%
経常利益	761	7.9%	769	7.3%
特別損益	92	1.0%	57	0.6%
税引前当期純利益	854	8.9%	827	7.8%
法人税、住民税及び事業税	354	3.7%	403	3.8%
法人税等調整額	26	0.3%	▲40	▲0.4%
当期純利益	474	4.9%	464	4.4%

(単位/百万円)

※平成17年4月28日に、売上106.8億・経常利益7.3億で下方修正をいたしました。

財政状態(個別)

	平成16年6月期末	平成17年6月期末
総資産	5,563	6,085
株主資本	3,699	3,758
株主資本比率	66.5%	61.8%
1株当たり 株主資本	303円	315円
期末発行済株式数	12,129,970株	11,837,917株

(単位/百万円)

※ 期末発行済株式数は、発行済株式総数から自己株式数を控除しております。

経営成績(個別)

	平成16年6月期	平成17年6月期	前期比
売上高	9,599	10,579	10.2%増
営業利益	750	740	1.4%減
経常利益	761	769	1.0%増
当期純利益	474	464	2.1%減
1株当たり 当期純利益	37円12銭	36円60銭	52銭減
期中平均株式数	12,164,341株	12,015,828株	(単位/百万円)

※ 1株当たり当期純利益の算出にあたっては、期中平均株式数を用いております。

財政状態・経営成績(連結)

	平成17年6月期末
総資産	6,197
株主資本	3,782
株主資本比率	61.0%
1株当たり 株主資本	317円46銭
期末発行済株式数	11,837,917株

	平成17年6月期
売上高	10,705
営業利益	771
経常利益	782
当期純利益	465
1株当たり 当期純利益	36円70銭

※ 1株当たりの指標の算出にあたっては、1株当たり株主資本については期末発行済株式数を、1株当たり当期純利益については期中平均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16年6月期	平成17年6月期
I.営業活動によるキャッシュ・フロー	268	501
II.投資活動によるキャッシュ・フロー	42	49
III.財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 310	▲ 387
IV.現金及び現金同等物の増加額	0	162
V.現金及び現金同等物期首残高	223	223
VI.現金及び現金同等物期末残高	223	386

(単位/百万円)

平成17年6月期の 特色・傾向

TOWCO.,LTD.

平成17年6月期の特色・傾向①

期中受注の推進不足

	平成16年6月期	平成17年6月期
売上高	9,599	10,579
期首受注残高 (A/B/松の合計)	3,978	4,939
期中受注・期中制作高 (A/B/松の合計)	5,621	5,640

(単位/百万円)

期首受注残高に
比較して
期中での受注が進まなかった

- 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

●第一本部・第三本部の計画未達

平成17年6月期の特色・傾向②

企画勝率は3割を超える

	平成15年12月(中間)期	平成16年12月(中間)期	平成16年6月期	平成17年6月期
未決定 企画本数	380	508	724	1,181
制作移行 案件獲得数	113	152	197	366
勝率	29.7%	29.9%	27.2%	31.0%

※企画競合(竹・梅)案件

(単位/件
数)

●企画専門チームの拡大

平成17年6月期の特色・傾向③

提案型案件の減少

	平成16年6月期		平成17年6月期	
競合	279件	3,499	347件	4,750
提案	130件	1,975	113件	1,197
指定	371件	4,079	421件	4,510
合計	780件	9,554	881件	10,456

※企画売上高は除く

(単位/百万円)

●営業色の強い提案型の不足

平成17年6月期の特色・傾向④

中規模案件の減少

	平成15年12月(中間)期	平成16年12月(中間)期	平成16年6月期	平成17年6月期	前期比
～1,000万円	244	251	502	611	21.7%
1,000万円～2,000万円	73	60	141	127	▲9.9%
2,000万円～5,000万円	56	57	96	107	11.5%
5,000万～1億	17	15	34	29	▲14.7%
1億円～	3	6	7	7	0.0%
合計	393	389	780	881	12.9%

(単位/件数)

●小規模案件からの拡大が出来ていない

平成17年6月期の特色・傾向⑤

官公庁・団体（花博など）の増大、その他の減少

	平成15年12月(中間)期	構成比	平成16年12月(中間)期	構成比	平成16年6月期	構成比	平成17年6月期	構成比
情報・通信	1,314	27.5%	1,655	28.8%	2,709	28.3%	2,921	27.9%
食品・飲料・嗜好品	479	10.0%	502	8.7%	994	10.4%	1,011	9.7%
化粧品・トイレタリー	62	1.3%	408	7.1%	469	4.9%	725	6.9%
自動車	1,238	25.9%	1,066	18.6%	1,774	18.6%	1,913	18.3%
精密機器その他製造	198	4.1%	240	4.2%	484	5.1%	485	4.6%
官公庁・団体	260	5.4%	893	15.6%	773	8.1%	1,396	13.4%
金融	231	4.8%	371	6.5%	402	4.2%	513	4.9%
流通・小売	993	20.8%	206	3.6%	562	5.9%	386	3.7%
その他			394	6.9%	1,383	14.5%	1,106	10.6%
合計	4,775	100.0%	5,738	100.0%	9,554	100.0%	10,456	100.0%

※企画売上高は除く(単位/百万円)

●既存案件に追われて、新規営業が出来ていない

平成18年6月期予想(個別)

	平成17年6月期	平成18年6月期	
			前期比
売上高	10,579	11,400	7.8%
売上総利益	1,333	1,230	▲7.7%
営業利益	740	624	▲15.7%
経常利益	769	621	▲19.3%
当期純利益	464	336	▲27.6%
期首受注残高	4,939	5,140	4.1%

(単位/百万円)

今後の対応・施策

TOWCO.,LTD.

今後の基本的な施策

1

積極的な営業アプローチのための

営業体質強化

2

粗利率アップのための

原価低減

3

特に若年層教育に力点を置いた

組織体質強化

今後の対応・施策①

専務取締役
草柳 弘昌

營業體質強化

TOWCO.,LTD.

品目別売上高

		平成16年6月期	平成17年6月期	平成18年6月期
イベント	博展	533	858	▶ 3,700
	文化・スポーツ	65	232	
	広報	1,764	2,321	
SP	販促	5,628	5,477	▶ 7,700
	制作物	1,514	1,568	
合計		9,505	10,456	11,400

※企画売上高は除く

(単位/百万
円)

I チーム格差の拡大

→社内体質改善が必要

II SPのノウハウと機能が 社内に充分蓄えられていない

→SPのインフラの社内整備

→全社的取り組みに

Ⅰ. 社内体質改善による営業強化

① 組織改革

- ・大幅な人事異動
- ・副本部長職の設置 等

② 人材確保

- ・新卒採用増
- ・セカンドキャリアの活用
- ・エキスパートの中途採用 等

③ 教育、研修

- ・モチベーションアップ
- ・スキルアップ 等

④ 人事制度改革

- ・育児、食事手当の導入 等

II. SP戦略による営業強化

①SPのインフラを社内で本格的に整備

- 1)プレミアム制作
- 2)キャンペーンオペレーション
- 3)SPツール制作

②SP推進体制の整備

イベントチームとSPチームの連携強化

II-①-1)プレミアム制作

エキスパートの人材確保

プレミアム制作会社などに在籍し経験値の高い即戦力の人材の採用

迅速な提案体制強化

社内デザイナーの強化／プレミアムDBの構築など

独自の品質基準構築

TOW独自の品質基準を運用しクオリティーを確保し、差別化

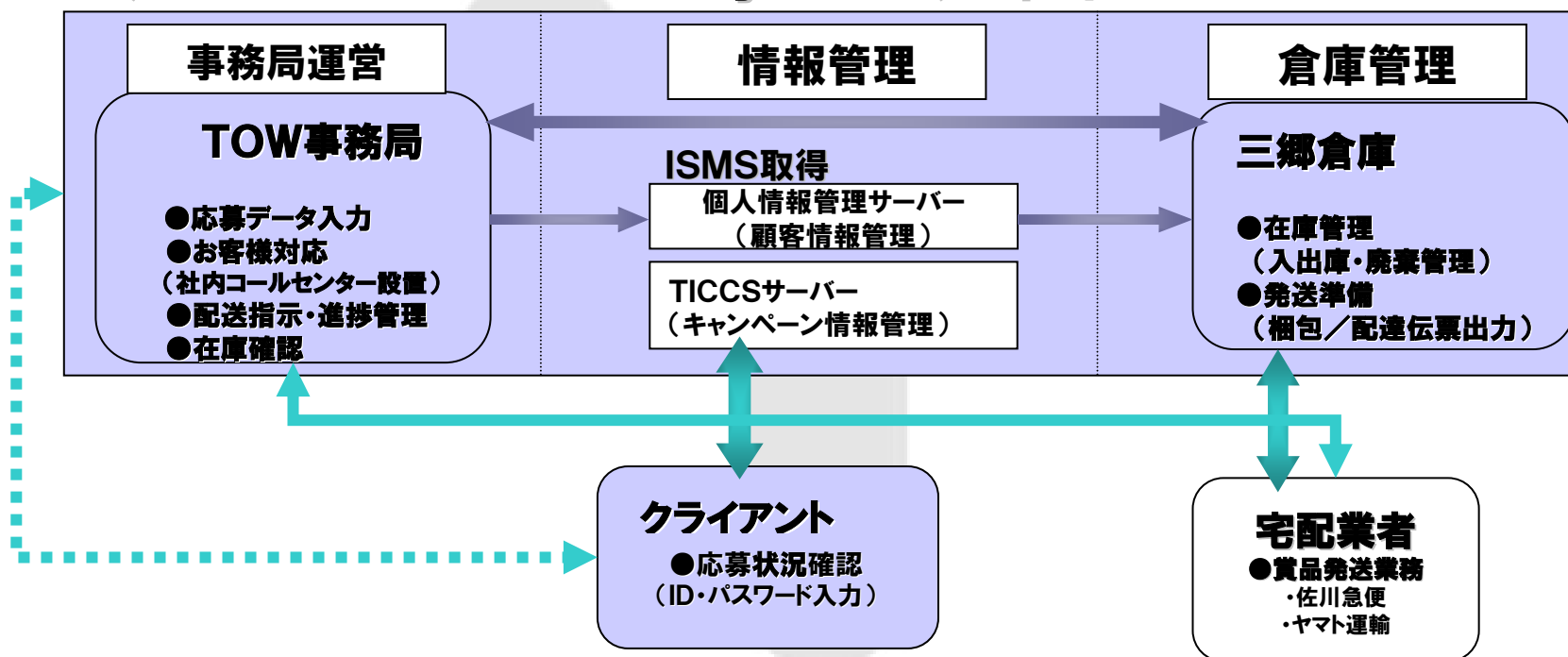
中国での生産背景確立

中国の協力工場を確保し適正コストで提供

**プレミアム制作専門会社と
同等の機能とノウハウを持つ**

II-①-2) キャンペーンオペレーション

TFFS(TOW Fulfillment System)の仕組み



**TFFSの確立、拡大により
キャンペーンオペレーション業務の
受注拡大を目指す**

II - ① - 3) SPツール制作

エキスパートの人材確保

印刷会社などに在籍し経験値の高い即戦力の人材の採用

迅速な提案体制強化

企画と連動したツール提案／社内デザイナーの強化

印刷会社に負けない低コスト

ツール毎に適正なコストで調達

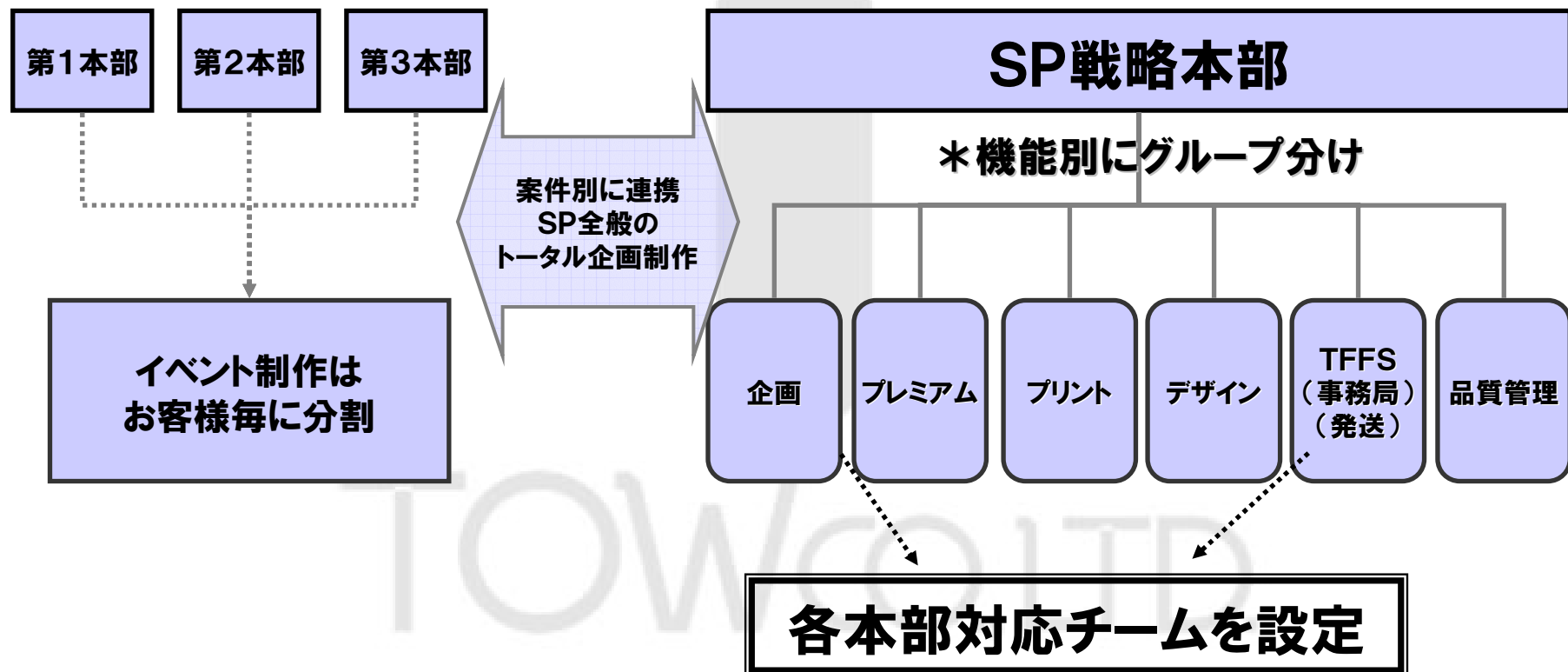
→専門のベンダーに分割発注

→徹底した見積り競合

企画、デザインから納品までを一元管理
「刷り」以外の機能は全て社内完結する
最適なプリントディレクション体制を確立する

II - ② SP推進体制

イベントチームとSPチームとの連携強化



今後の対応・施策②

常務取締役
小林 雄二

組織體質強化

TOWCO.,LTD.

■営業体制(管理部のぞく)

第1本部
主に博報堂G対応

第2本部
主にADK対応・大阪支社

第3本部
主に電通G対応

SP戦略本部
SP専門・中堅代理店

全14チーム

平均年齢30.6歳、平均勤続年数5.0年
2000年以前入社34人
2000年以降新卒入社25人・中途35人

営業体制合計94人

組織体制の変更

■ポイント①

副本部長の設定・配属(大山・舂森・尾関)

●第1・3・SP戦略本部に副本部長職を設置

⇒第1本部	前大阪支社長	尾関
⇒第3本部	新任取締役	大山
⇒SP戦略本部	SP専任開発担当	舂森

大型チームを抱え、さらに本部長を補佐

組織体制の変更

■ポイント②

第1本部⇒SP専門人材の投入

- 実績のあるSP営業とデザイナーなどの専門人材の配属

第3本部⇒チーム人員のスリム化

- チーム受注数字を押さえて、指導・管理を徹底

SP戦略本部⇒ベテランイベント制作マンの配属

- SPからイベントへの受注促進

個別スキル向上
全社的にSP領域への営業促進

より実践的な底上げ

■OJT(新人)

週単位で個別行動をグラフ化
雑務に陥らない、制作姿勢作り

■案件個別指導(中途・2年目以降)

副本部長・チーム長が案件内容を精査
現場で質の向上と共に、営業姿勢作り

制作専門パートの強化育成

■プロモーション研修

プロモーション視点での、営業視点作り
日常的な企画スキル向上

■専門研修(イベント・SP)

過去実施事例からの成功例・失敗例報告
外部講師による専門スキル・知識の向上

