

株式会社 テー・オー・ダブリュー

平成22年6月期  
第2四半期 決算説明会

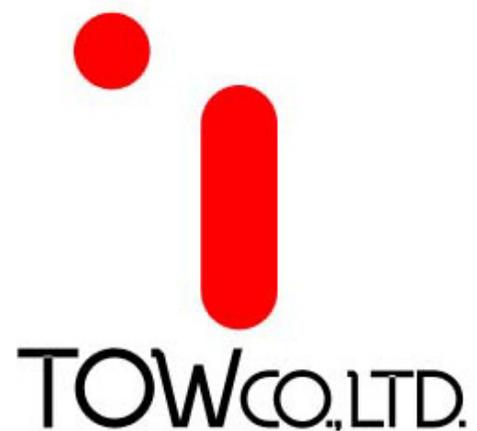
東証1部 4767

**本プレゼンテーションには  
平成22年2月4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。**

**平成22年6月期 第2四半期決算の概要**

**平成22年6月期 第2四半期決算の傾向**

**今後の対策**



**代表取締役社長  
秋本 道弘**

# 平成22年6月期 第2四半期決算の概要

# 平成22年6月期 第2四半期決算の概要(連結)

5

	前第2四半期累計期間 (20年12月)		当第2四半期累計期間(計画) (21年12月)※		当第2四半期累計期間 (21年12月)			通期の見通し (22年6月)※		前期 (21年6月)	
		構成比		構成比		構成比	計画比		構成比		構成比
売上高	7,156	100.0%	6,816	100.0%	6,966	100.0%	102.2%	13,548	100.0%	14,210	100.0%
売上原価	5,995	83.8%	5,966	87.5%	6,117	87.8%	102.5%	11,700	86.4%	11,999	84.4%
売上総利益	1,160	16.2%	850	12.5%	848	12.2%	99.8%	1,847	13.6%	2,211	15.6%
販管費	412	5.8%	471	6.9%	448	6.4%	95.1%	888	6.6%	810	5.7%
営業利益	748	10.5%	378	5.6%	399	5.7%	105.6%	959	7.1%	1,401	9.9%
営業外損益	▲3	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	-	▲6	▲0.1%	▲8	▲0.1%
経常利益	744	10.4%	379	5.6%	400	5.7%	105.5%	952	7.0%	1,392	9.8%
特別損益	▲26	▲0.4%	-	0.0%	-	-	-	-	0.0%	262	1.8%
税金等調整前四半期 (当期)純利益	718	10.0%	379	5.6%	400	5.7%	105.5%	952	7.0%	1,654	11.6%
法人税、住民税及び事業税	291	4.1%	145	2.1%	150	2.2%	103.4%	463	3.4%	700	4.9%
過年度法人税等	92	1.3%	-	0.0%	-	-	-	-	0.0%	92	0.6%
法人税等調整額	23	0.3%	28	0.4%	33	0.5%	117.9%	▲36	▲0.3%	▲14	▲0.1%
四半期(当期)純利益	311	4.3%	205	3.0%	216	3.1%	105.4%	525	3.9%	876	6.2%

(単位:百万円)

※当第2四半期累計期間(平成21年12月)の計画及び通期の見通しにつきましては、平成21年11月10日の第1四半期決算発表時に修正しております。

# 平成22年6月期 第2四半期決算の概要(個別)

6

	前第2四半期累計期間 (20年12月)		当第2四半期累計期間(計画) (21年12月)※		当第2四半期累計期間 (21年12月)			通期の見通し (22年6月)※		前期 (21年6月)	
		構成比		構成比		構成比	計画比		構成比		構成比
売上高	7,076	100.0%	6,767	100.0%	6,917	100.0%	102.2%	13,360	100.0%	14,014	100.0%
売上原価	5,983	84.6%	5,984	88.4%	6,112	88.4%	102.1%	11,671	87.4%	11,935	85.2%
売上総利益	1,093	15.4%	783	11.6%	805	11.6%	102.8%	1,689	12.6%	2,079	14.8%
販管費	404	5.7%	461	6.8%	439	6.3%	95.2%	867	6.5%	792	5.7%
営業利益	688	9.7%	321	4.8%	365	5.3%	113.7%	822	6.2%	1,286	9.2%
営業外損益	50	0.7%	83	1.2%	83	1.2%	100.0%	76	0.6%	46	0.3%
経常利益	739	10.4%	405	6.0%	449	6.5%	110.9%	899	6.7%	1,332	9.5%
特別損益	▲26	▲0.4%	-	0.0%	-	-	-	-	-	238	1.7%
税金等調整前四半期 (当期)純利益	713	10.1%	405	6.0%	449	6.5%	110.9%	899	6.7%	1,571	11.2%
法人税、住民税及び事業税	273	3.9%	121	1.8%	142	2.1%	117.4%	402	3.0%	653	4.7%
過年度法人税等	92	1.3%	-	-	-	-	-	-	-	92	0.7%
法人税等調整額	18	0.3%	29	0.4%	28	0.4%	96.6%	▲32	▲0.2%	▲14	▲0.2%
四半期(当期)純利益	329	4.7%	254	3.8%	278	4.0%	109.4%	529	4.0%	840	6.0%

(単位:百万円)

※当第2四半期累計期間(平成21年12月)の計画及び通期の見通しにつきましては、平成21年11月10日の第1四半期決算発表時に修正しております。

	前期末 (21年6月末)	当第2四半期末 (21年12月末)	前期比		前第2四半期累計期間 (20年12月)	当第2四半期累計期間 (21年12月)	前期比
総資産	9,093	8,534	6.2%減	売上高	7,156	6,966	2.7%減
純資産	5,175	5,206	0.6%増	営業利益	748	399	46.6%減
自己資本 比率	56.9%	61.0%	—	経常利益	744	400	46.2%減
1株当たり 純資産	449円52銭	452円22銭	2円70銭増	四半期純利益	311	216	30.4%減
期末発行済 株式数	11,511,813株	11,511,813株	—	1株当たり 四半期純利益	26円85銭	18円83銭	8円02銭減

(単位:百万円)

※1株当たり純資産については期末発行済株式数を、1株当たり四半期純利益については期中平均株式数を用いております。

# キャッシュ・フロー計算書(連結)

	前第2四半期累計期間(20年12月)	当第2四半期累計期間(21年12月)	前期(21年6月)
I.営業活動によるキャッシュ・フロー	277	144	908
II.投資活動によるキャッシュ・フロー	28	▲ 108	※1 ▲ 167
III.財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 193	▲ 183	※2 ▲ 377
IV.現金及び現金同等物の増加額 (▲減少額)	112	▲ 148	363
V.現金及び現金同等物期首残高	1,579	1,942	1,579
VI.現金及び現金同等物の四半期末(期末)残高	1,691	1,794	1,942

(単位:百万円)

※1 本社移転に伴う、新社屋の敷金の差入による支出が229百万円、旧社屋の敷金の回収による収入が143百万円、有形固定資産の取得による支出が57百万円含まれております。

※2 配当金の支払額が323百万円、自己株式取得による支出が54百万円含まれております。

# 平成22年6月期 第2四半期 決算の傾向

これまでの環境

「マス広告続落。増加傾向だったプロモーションも一転減少。」

現在の状況

- 「マス広告費を中心に、広告費全体は一層縮小傾向」
- 「プロモーション領域の環境悪化も続いている」

「当社を取り巻く厳しい市場環境は、まだ続いている」

営業強化、提案強化等、新たな施策への継続的取り組みが必要

〈提案の組み合わせ〉

リーマンショック後手控えられたプロモーションが  
1,000万円以下から動き始めた

	前々第2四半期累計期間 (19年12月)	(20年1月~6月)	前第2四半期累計期間 (20年12月)	(21年1月~6月)	当第2四半期累計期間 (21年12月)	前期 (21年6月)
~1,000万円	459	455	481	424	490	905
1,000万円~2,000万円	101	100	85	67	76	152
2,000万円~5,000万円	76	61	78	51	51	129
5,000万円~1億円	19	16	23	21	19	44
1億円~	8	6	4	6	9	10
合計	663	638	671	569	645	1,240

(単位:件数)

大きな効果が期待される大型案件は堅調

厳しい環境の中、自主提案案件増加。  
引き続き提案本数拡大へ。

	前第2四半期累計期間 (20年12月)		当第2四半期累計期間 (21年12月)		前期 (21年6月)	
競合	283件	3,258	258	3,207	499件	6,093
提案	80件	922	101	774	170件	2,663
指定	308件	2,838	286	2,894	571件	5,151
合計	671件	7,020	645	6,875	1,240件	13,909

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

新規営業窓口、新規銘柄開発により、  
企画本数は増加。勝率が課題。

企画競合(竹・梅)案件	前第2四半期累計期間 (20年12月:7~12月)	前第3・4四半期累計期間 (21年1月~6月)	当第2四半期累計期間 (21年12月)
全体企画本数	1,122	1,249	1,567
制作移行案件 獲得数	329	277	367
勝率	29.3%	22.2%	23.4%

(単位:件数)

“第三の柱”作りに注力するも、  
「食品・飲料・嗜好品」、「精密機器その他製造」は苦戦。

	前第2四半期累計期間 (20年12月)	構成比	当第2四半期累計期間 (21年12月)	構成比	前期(21年6月)	構成比
情報・通信	1,724	24.6%	1,836	26.7%	3,530	25.4%
食品・飲料・嗜好品	846	12.1%	511	7.4%	1,513	10.9%
化粧品・トイタリー	488	6.9%	498	7.2%	1,075	7.7%
自動車	1,615	23.0%	1,505	21.9%	2,904	20.9%
精密機器その他製造	537	7.7%	496	7.2%	773	5.6%
官公庁・団体	383	5.5%	727	10.6%	1,400	10.1%
金融	333	4.7%	183	2.7%	766	5.5%
流通・小売	483	6.9%	355	5.2%	742	5.3%
その他	606	8.6%	762	11.1%	1,200	8.6%
合計	7,020	100.0%	6,875	100.0%	13,909	100.0%

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

## 「総広告費削減」「プロモーションも手控え」から販促領域低迷

(単位:百万円)

	前第2四半期累計期間(20年12月)	当第2四半期累計期間(21年12月)	
イベント SP	博展	48	852
	文化・スポーツ	86	233
	広報	1,620	1,336
	販促	4,714	3,886
	制作物	551	567
	合計	7,020	6,875

※企画売上高は除く

	平成21年6月期	平成22年6月期	
			前期比
売上高	14,210	13,548	4.7%減
売上総利益	2,211	1,847	16.5%減
営業利益	1,401	959	31.5%減
経常利益	1,392	952	31.6%減
特別損益	262	-	-
当期純利益	876	525	40.1%減

(単位:百万円)

**受注残(A・B・松)は減少。  
企画案件(竹・梅)獲得に一層注力。**

	平成21年6月期 (平成21年2月5日現在)	平成22年6月期 (平成22年2月4日現在)
受注残高 (A・B・松の合計)	12,768	10,995
竹・梅計	5,499	5,636
売上高	14,014	13,360

(単位:百万円)

- 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

厳しい局面続くが、新規開発の成果が  
提案状況に一部顕在化

■提案件数

(単位:件数)

	平成21年6月期	平成22年6月期 (平成22年2月4日現在)	増減
食品・飲料・嗜好品	156	300	192.3%
化粧品・トイレタリー	111	162	146.0%
精密機器その他製造	87	112	128.7%
流通・小売	65	108	166.2%

※参考

情報・通信	247	304	123.1%
自動車	154	203	131.8%

# 今後の対策

厳しい広告業界環境

▶ マス広告⇒プロモーションへ

大手広告代理店：プロモーション領域へのシフト推進

●→ 自動車・情報通信に続く第3・第4の柱作りに注力

社内体制見直し

- ① 人員配置の見直し
- ② 対電通対応の新チーム編成

新施策Ⅰ

提案価値と領域の拡大

(イベント中心から、プロモーション全域へ)

新規窓口開発強化

||

提案本数の拡大

営業活動の一層の分析・管理徹底

基本施策

ワンストップ体制と提案力強化

- ① 店頭対策強化  
(店頭・営業支援会社との提携)
- ② Web部門の拡充  
(部門買収)
- ③ イベント制作体制強化  
(イベント会社系列化)

新施策Ⅱ

収益力強化

新施策Ⅲ

提案価値と領域の拡大

新規窓口開発強化

||

提案本数の拡大

1

厳しい環境下での業績拡大  
(足許対策)

イベント中心からプロモーション全域での  
対応強化

2

中期的成長力強化  
(中期戦略)

専門特化型という業界傾向からの脱皮、  
ワンストップ力強化で揺ぎないポジション確立

## 新施策Ⅰ．社内体制見直し

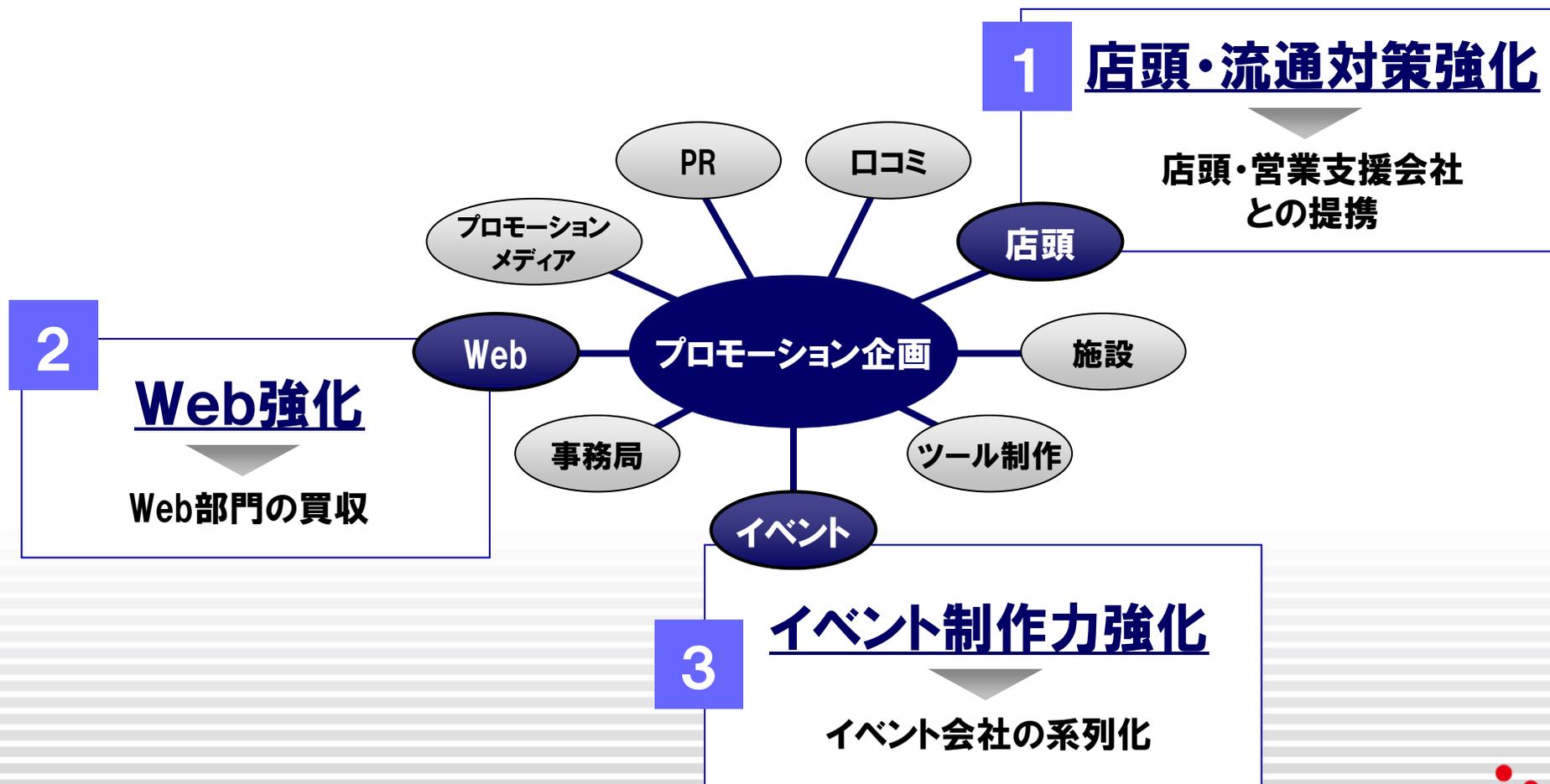
### ①人員配置の見直し

- ・大阪支社強化
- ・対電通強化
- ・対博報堂チーム編成見直し

### ②対電通対応の新チーム編成

- ・担当役員チームリーダー兼務
- ・未達成社員だけで構成、指導強化

## 新施策Ⅱ. ワンストップ体制と提案力強化



## ①店頭対策強化

店頭・営業支援／人材派遣大手  
「ジェイコムホールディングス(株)」との資本・業務提携

**業務提携**・・・ ●共同営業開発  
●新プロモーションシステム開発  
●新コンテンツ開発

**資本提携**・・・ 相互に約1億円規模の資本参加

### ジェイコムホールディングス(株)

東証一部(証券コード:2462)

- 設立 :平成5年9月
- 売上高 :141億円  
(平成21年5月期:連結)
- 代表者 :岡本 泰彦
- 従業員数:145名  
(平成21年12月1日現在:連結)
- 事業内容:
  - ・営業支援サービス
  - ・就職支援サービス
  - ・人材派遣サービス
  - ・マルチメディアサービス

## ②Web部門の拡充

### (株)コンテンツ Web部門の買収

⇒各種Webサイトの制作に強み。プロモーションWebサイト制作部門を買収。

- Web対応力強化
- Web&リアルプロモーションの提案力強化
- 内製力強化

#### (株)コンテンツ

- 設立 :平成7年8月
- 売上高 :40億円(平成21年7月期)
- 代表者 :岩切 敏晃
- 従業員数:174名(平成21年10月1日現在)  
(プロモーションWebサイト制作部門:10名)
- 事業内容・空間プロデュース事業
  - ・LED照明プロダクト事業
  - ・Webサイトプロデュース事業
- 実績:「サムライウエポン:(株)コーエー」
  - ⇒New York Festivals Digital&Interactive部門“金賞”
  - ⇒第7回インタラクティブ・アド・アワード ウィジェット部門“銀賞”
- 「東京メトロこども大学グローバルキャンパス:東京メトロ」
  - ⇒第48回消費者のためになった広告コンクール  
Web部門“JAA賞(部門最高賞)” 他

### ③ イベント制作体制強化

#### (株)ペッププランニングを子会社化

⇒設立以来20年、メディアに強みを持ち、中規模ながら多くの実績を誇るイベント制作会社

- 制作体制強化
- グループ内製力強化

本社人員のプロデュース力底上げ

#### (株)ペッププランニング

- 設立 :平成元年4月
- 売上高 :4億円(平成21年2月期)
- 代表者 :鳴本 照彦
- 従業員数:10名(平成21年2月1日現在)
- 事業内容:イベントの企画・制作・運営
- 実績:「SNOW BOARD JAPAN15」  
「HOTERES JAPAN 2009」  
「ROBO\_JAPAN 2008」  
「お台場ハワイフェスティバル」他

## 新施策Ⅲ. 収益力再強化

- 制作管理チームの権限強化
- 本部長を責任者とした指定案件の改善強化
- 内製力強化
  - ・Webチームの拡充
  - ・イベント制作体制強化

# 各対策の具体的推進

新規営業開発

||

提案本数の拡大

今期修正計画の確実な達成

