

株式会社 テー・オー・ダブリュー

平成24年6月期  
決算説明会

東証1部 4767

**本プレゼンテーションには**

**平成24年8月6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**

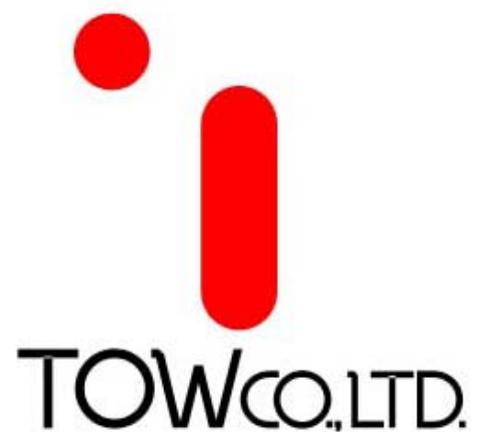
**記載の予測と異なる可能性があります。**

新社長プロフィールと新体制について

平成24年6月期決算の概要

平成24年6月期決算の傾向

今後の方針と対策



**代表取締役社長 / COO**  
**江草 康二**

- 1961 東京生まれ(51歳)
- 家族 妻+娘二人(2歳・1歳)
- 典型的な体育会系  
(陸上・ラグビー・ヨット  
・トライアスロン)
- 趣味 上達しないゴルフ  
／古い車



- 1983 立教大学卒～電通入社(在籍24年)  
営業職 20年
- 2007 オグルヴィ&メーザー・ジャパン(外資広告代理店)  
取締役兼営業本部長
- 2010 TOW 取締役社長室長
- 2012.7 代表取締役社長兼COO(現任)

※信条:コミュニケーションの力で世の中を元気にし、  
人々を幸せにする

# 新体制

※( )は旧役職名

代表取締役会長兼CEO  
川村 治



(代表取締役会長兼社長/CEO)

取締役副会長兼執行役員  
真木 勝次



(取締役副社長)

代表取締役社長兼COO  
江草 康二



(常務取締役社長室長)

## 【第一本部】

本部長:真木勝次  
副本部長:村津憲一  
(副本部長補佐)



## 【第二本部】

本部長:舛森丈人取締役  
副本部長:三宅功執行役員

## 【第三本部】

本部長:秋本道弘常務取締役

## 【企画担当】

鈴木聡執行役員

## 【管理本部】

本部長:木村元常務取締役  
副本部長:島村繁男取締役

## 【子会社】

ティー・ツー・クリエイティブ  
社長 小林雄二

## 【子会社】

ソイル  
社長 長谷川増

# 平成24年6月期決算の概要

## 平成24年6月期の業績について

当連結会計年度の国内の広告市場は、震災後の大きな落ち込みから前年並みの水準に戻りつつあり、自粛措置等が取られていたクライアント各社の販促活動にも持ち直しの傾向が見られました。

このような事業環境の中、当社といたしましては、震災後に活性化した情報通信各社・飲料食品／嗜好品メーカー等のフィールドプロモーションの取り込み、医薬品や化粧品・トイレタリー業界などの新規クライアントの取り込み等、積極的な営業活動に注力しました。

その中でも特に情報通信各社のプロモーションが予想以上に好調であったこと、震災の影響により前期から当期にずれ込み実施された案件があったこと、また震災復興関連案件が発生したこと等の特殊要因も加わり、当連結会計年度の業績は、連結・個別共に平成23年8月5日発表の業績予想を上回り、平成24年6月15日に業績予想の上方修正を行いました。

更に、既存案件の売上高が予想を上回ったため、売上高、営業利益、経常利益、当期純利益ともに公表値を上回る結果となりました。

# 平成24年6月期 決算の概要(連結)

9

	平成23年6月期	百分比	平成24年6月期	百分比	前期比	修正計画(※)	百分比	期初計画	百分比
売上高	10,570	100.0%	14,033	100.0%	132.8%	13,822	100.0%	11,470	100.0%
売上原価	9,441	89.3%	12,103	86.3%	128.2%	11,981	86.7%	9,973	86.9%
売上総利益	1,128	10.7%	1,929	13.8%	170.9%	1,841	13.3%	1,496	13.0%
販管費	750	7.1%	817	5.8%	108.9%	831	6.0%	822	7.2%
営業利益	378	3.6%	1,112	7.9%	293.8%	1,009	7.3%	674	5.9%
営業外損益	▲0	▲0.0%	14	0.1%	-	14	0.1%	11	0.1%
経常利益	377	3.6%	1,126	8.0%	298.1%	1,023	7.4%	686	6.0%
特別損益	▲18	▲0.2%	16	0.1%	-	16	0.1%	17	0.1%
税引前当期純利益	359	3.4%	1,142	8.1%	317.6%	1,039	7.5%	703	6.1%
法人税、住民税及び 事業税	193	1.8%	599	4.3%	310.2%	541	3.9%	361	3.1%
法人税等調整額	36	0.3%	▲54	▲0.4%	-	▲37	▲0.3%	▲31	▲0.3%
少数株主損失	▲1	0.0%	-	-	-	-	-	-	-
当期純利益	131	1.2%	597	4.3%	455.0%	535	3.9%	372	3.2%

※平成24年6月15日に業績予想の修正を発表しております。

(単位:百万円)

# 平成24年6月期 決算の概要(個別)

10

	平成23年6月期	百分比	平成24年6月期	百分比	前期比	修正計画(※)	百分比	期初計画	百分比
売上高	10,065	100.0%	13,635	100.0%	135.5%	13,427	100.0%	11,180	100.0%
売上原価	9,050	89.9%	11,963	87.7%	132.2%	11,834	88.1%	9,829	87.9%
売上総利益	1,014	10.1%	1,671	12.3%	164.8%	1,592	11.9%	1,351	12.1%
販管費	709	7.0%	791	5.8%	111.6%	809	6.0%	796	7.1%
営業利益	304	3.0%	879	6.5%	288.4%	783	5.8%	555	5.0%
営業外損益	51	0.5%	55	0.4%	107.5%	56	0.4%	52	0.5%
経常利益	356	3.5%	934	6.9%	262.3%	838	6.2%	607	5.4%
特別損益	▲ 24	▲ 0.2%	▲ 1	▲ 0.0%	4.2%	▲ 1	0.0%	0	0.0%
税引前当期純利益	331	3.3%	933	6.8%	281.3%	837	6.2%	607	5.4%
法人税、住民税及び 事業税	157	1.6%	483	3.5%	307.9%	430	3.2%	304	2.7%
法人税等調整額	30	0.3%	▲ 51	▲ 0.4%	-	▲ 37	▲ 0.3%	▲ 34	▲ 0.3%
当期純利益	144	1.4%	501	3.7%	347.5%	444	3.3%	337	3.0%

※平成24年6月15日に業績予想の修正を発表しております。

(単位:百万円)



# 財政状態・経営成績(連結)

11

	平成23年6月期末	平成24年6月期末	前期比		平成23年6月期末	平成24年6月期末	前期比
総資産	7,391	9,466 ※1	28.1%増	売上高	10,570	14,033	32.8%増
純資産	5,015	5,340	6.5%増	営業利益	378	1,112	193.8%増
自己資本比率	67.8%	56.4%	—	経常利益	377	1,126	198.1%増
1株当たり純資産※2	439円98銭	468円41銭	28円43銭増	当期純利益	131	597	355.0%増
期末発行済株式数	11,397,175株	11,397,085株	—	1株当たり当期純利益※2	11円47銭	52円39銭	40円92銭増
期中平均株式数	11,443,588株	11,397,148株	—				

※1 主に受取手形及び売掛金が1,267百万円、未収入金(ファクタリング債権)が1,281百万円(単位:百万円)増加したことにより、前年比28.1%の増加となっております。

※2 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。

# キャッシュ・フロー計算書(連結)

12

	平成23年6月期	平成24年6月期
I.営業活動によるキャッシュ・フロー	270	※1 ▲229
II.投資活動によるキャッシュ・フロー	※2 ▲200	※2 ▲67
III.財務活動によるキャッシュ・フロー	※3 ▲385	※3 ▲205
IV.現金及び現金同等物の増減額(▲は減少)	▲315	▲502
V.現金及び現金同等物の期首残高	2,210	1,894
VI.現金及び現金同等物の期末残高	1,894	1,392

(単位:百万円)

※1 税金等調整前当期純利益が1,142百万円、仕入債務の増加額が952百万円※、売上債権の増加額(▲)が1,274百万円※、未収入金(ファクタリング債権)の増加額(▲)が1,285百万円※含まれております。(※B/Sの増減額との差異は、(株)ペッププランニングの連結除外によるものです。)

※2 当期には、(株)ペッププランニング株式の売却による支出が41百万円含まれており、前期には、銀行系社債の取得による支出200百万円が含まれております。

※3 配当金の支払額が、当期には205百万円、前期には367百万円含まれております。

# 平成24年6月期 決算の傾向

各価格帯ともに、前期比で増加。  
特に中型・大型案件が回復

	平成23年6月期	平成24年6月期	前期比
～1,000万円	1,055件	1,076件	2.0%
1,000万円～2,000万円	142件	173件	21.8%
2,000万円～5,000万円	86件	121件	40.7%
5,000万円～1億円	16件	26件	62.5%
1億円～	11件	15件	36.4%
合計	1,310件	1,411件	7.7%

代理店競合が減少傾向にある中、  
継続的な営業活動の成果として、指定案件が増加。

	平成23年6月期		平成24年6月期	
競合	233件	2,663	168件	2,500
提案	242件	1,700	266件	1,962
指定	835件	5,607	977件	9,085
合計	1,310件	9,970	1,411件	13,549

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

企画勝率は3割台へ回復。  
 更なる受注拡大には企画提案数の増加が必要。

(単位:件数)

	平成23年6月期 (7月~12月)	平成23年6月期 (1月~6月)	平成23年通期	平成24年6月期 (7月~12月)	平成24年6月期 (1月~6月)	平成24年通期
全体企画 本数(竹・梅)	1,485	1,111	2,596	1,063	1,003	2,066
制作移行 案件獲得数	396	286	682	337	341	678
勝率	26.7%	25.7%	26.3%	31.7%	34.0%	32.8%

「情報・通信」「自動車」に次ぐ第3の柱として、  
「食品・飲料・嗜好品」「化粧品・トイレタリー・医薬」が  
順調に成長。

	平成23年6月期	構成比	平成24年6月期	構成比	前期比
情報・通信	3,150	31.6%	4,005	29.6%	27.1%
食品・飲料・嗜好品	958	9.6%	2,084	15.4%	117.4%
化粧品・トイレタリー・医薬	1,298	13.0%	1,856	13.7%	43.1%
自動車	909	9.1%	1,266	9.3%	39.2%
精密機器その他製造	864	8.7%	1,189	8.8%	37.6%
官公庁・団体	545	5.5%	680	5.0%	24.6%
金融	293	2.9%	438	3.2%	49.6%
流通・小売	679	6.8%	886	6.5%	30.4%
その他	1,270	12.7%	1,141	8.5%	▲ 10.1%
合計	9,970	100.0%	13,549	100.0%	35.9%

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

## 全カテゴリーが前期を大きく上回る

	平成23年6月期	平成24年6月期	前期比	
イベント	博展	—	—	
	文化・スポーツ	1	30	1556.5%
	広報	2,234	3,306	48.0%
SP	販促	6,902	8,786	27.3%
	制作物	830	1,425	71.6%
	合計	9,970	13,549	35.9%

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

# 平成25年6月期予想(連結)

	平成24年6月期	平成25年6月期	
			前期比
売上高	14,033	12,650	90.1%
売上総利益	1,929	1,636	84.8%
営業利益	1,112	826	74.3%
経常利益	1,126	831	73.8%
特別損益	16	-	-
当期純利益	597	463	77.5%

(単位:百万円)

**受注残・企画案件額は前期並。  
前期の期中受注にどれだけ近づけるか。**

	平成24年6月期 (H23/8/5現在)	平成25年6月期 (H24/8/6現在)
売上高	13,645	12,080
受注残高 (A・B・松の合計)	4,882	4,955
期中受注・期中制作高 (A・B・松の合計)	8,763	7,125
竹・梅の合計	5,531	5,697

(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・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・提案案件のうち、当社が受注する確度が50%未満の案件

# 今後の方針

## 「“P2P”ビジネス力の強化」

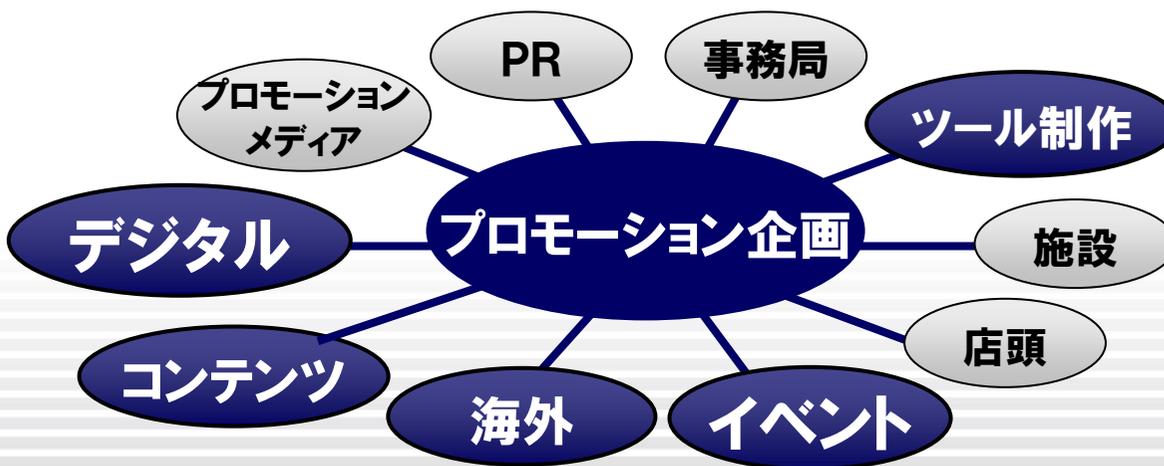
**=TOWの営業マン(People)が、  
どれだけ発注権者(People)の数を押さえられるか！**



**社員一人ひとりが発注案件を多く持つお客様を  
ターゲットに企画提案を続け、  
信頼関係を深め受注につなげる**

## 「（引続き）リアルイベントを軸とした トータルプロモーション会社としての 成長と成熟を目指す＝“統合力”」

- ・領域の拡大
- ・専門力の強化
- ・統合提案力の強化



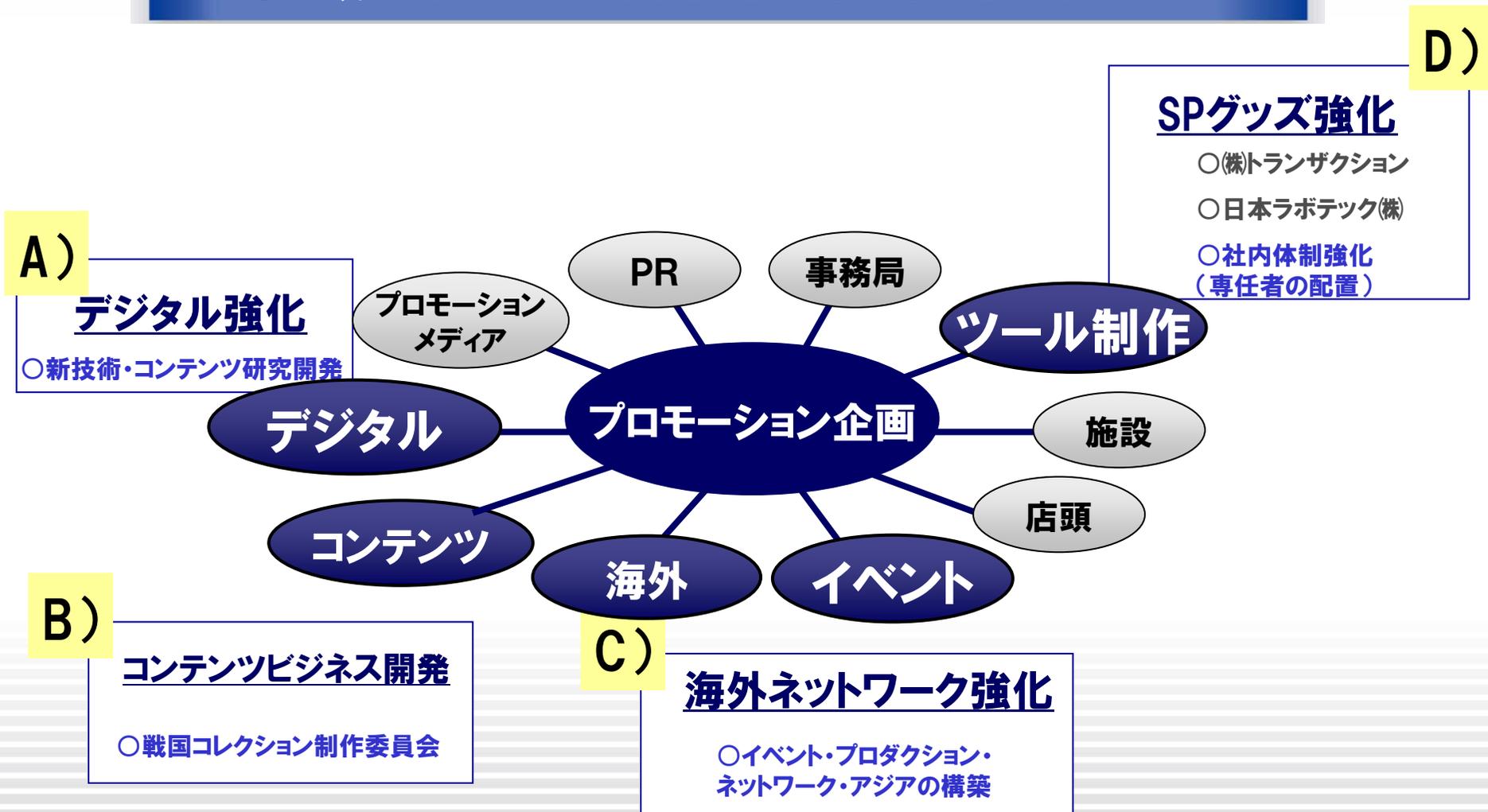
※さらにスピードUP！

# 今後の対策

## 1. リソースの強化

- 1) 専門領域からの中途採用（2012年採用）  
PR会社プランナー、店頭マーケティング会社、Web制作会社ディレクター、中国人
- 2) 人材育成の強化～働く仲間を育てることが全社員の仕事  
営業力／提案力／専門力の伝承・教育  
～育成を人事考課に強く反映（特にTL・D）  
新・階層別研修プログラム（合宿形式も導入）
- 3) 新卒の定期採用の復活～継続的な成長  
2013年4月新卒採用（10名予定）

## 2. 領域の拡大と専門力 & 提案力の強化



## A) デジタル強化

『リアルとデジタルを融合させた実世界情報環境をデザイン』  
する研究を行っている慶應義塾大学 環境情報学部  
筧 康明 准教授と、共同研究開発&ワークショップ活動を実施中



プロモーション施策に活用できる、汎用性の高い演出装置や  
最新の販促ツールなど新技術・コンテンツの開発を目指す。  
(～2012年12月)

～筧 康明 准教授 プロフィール～

2007年3月 東京大学 大学院学際情報学府 博士課程修了

2011年4月 慶應義塾大学 環境情報学部 准教授

主な研究対象 インタラクティブメディア、メディアアートなど

## B)コンテンツビジネス開発

人気の携帯ソーシャルゲーム「戦国コレクション」のTV放送用アニメーションの制作委員会に参加し、プロモーション化権を獲得。

ファン対象のイベントビジネスの開発や、コンテンツを活かし客層が重なる他社とのタイアッププロモーションに取り組み、コンテンツビジネスのノウハウを蓄積する。



## C)海外ネットワーク強化

増加しつつあるクライアント・代理店の海外プロモーションニーズへの対応として、「TOW イベント・プロダクション・ネットワーク(EPN) アジア」の開発に着手。

既存の韓国、上海、シンガポールとのネットワークに加え、「中国・インド・台湾・オーストラリア」の現地イベントプロダクション計22社とのネットワークを構築。

今後の海外案件のニーズへ対応。

## D)SPグッズ品質管理の強化

民間の品質管理・総合検査サービス会社である日本ラボテック(株)との業務連携に加え、社内に専任の品質管理責任者を配置（今年9月～）

豊富な経験と知識を活用し、  
品質管理の強化によるグッズ案件  
の受注拡大を目指す。

### 日本ラボテック(株)

- 設立 :平成21年7月
- 売上高 :2億円  
(平成23年12月期)
- 代表者 :羽賀 威一郎
- 従業員数:20名  
(平成23年12月末現在)
- 事業内容:  
衣類品検査 / 生活用品検査 / 食品検査  
雑貨、履物ペット用品検査 / 店舗衛生検査  
コンサルティング / 商品開発支援

### 3. 収益管理の強化

制作管理チームを各本部ごとの担当制とし、  
原価管理の責任意識を強く持たせる



「新・協力機関単価表」を作成し全社員へ配付、  
最新の相場情報を共有しチームごとに底上げ



平成25年6月期に約1ポイント改善を図る



TOWCO.,LTD.