



TOWCO, LTD.

株式会社テー・オー・ダブリュー
中期事業計画

平成20年6月期(32期)~22年6月期(34期)

(単位:百万円)

期別 項目	2007/6 第31期(19/6)実績			2008/6 第32期(20/6)			2009/6 第33期(21/6)			2010/6 第34期(22/6)		
		百分比	伸び率		百分比	伸び率		百分比	伸び率		百分比	伸び率
売上高	13,070	100.0%	5.9%	13,942	100.0%	6.7%	15,230	100.0%	9.2%	16,650	100.0%	9.3%
売上原価	11,270	86.2%	3.5%	11,844	85.0%	5.1%	12,863	84.5%	8.6%	14,013	84.2%	8.9%
売上総利益	1,800	13.8%	2.1ポイント	2,098	15.0%	1.2ポイント	2,367	15.5%	0.5ポイント	2,637	15.8%	0.3ポイント
販管費	748			880			886			894		
営業利益	1,051	8.0%	34.6%	1,218	8.7%	15.9%	1,481	9.7%	21.6%	1,743	10.5%	17.7%
営業外損益	△ 10			△ 33			△ 6			△ 4		
経常利益	1,041	8.0%	32.8%	1,185	8.5%	13.8%	1,475	9.7%	24.5%	1,739	10.4%	17.9%
特別損益	△ 22											
税引前当期純利益	1,018	7.8%	27.9%	1,185	8.5%	16.4%	1,475	9.7%	24.5%	1,739	10.4%	17.9%
法人税等	467			540			666			785		
当期純利益	551	4.2%	30.3%	645	4.6%	17.1%	809	5.3%	25.4%	954	5.7%	17.9%
正社員人数	143人			163人			177人			192人		

(単位:百万円)

期別 項目	2007/6 第31期(19/6)実績			2008/6 第32期(20/6)			2009/6 第33期(21/6)			2010/6 第34期(22/6)		
		百分比	伸び率		百分比	伸び率		百分比	伸び率		百分比	伸び率
売上高	12,890	100.0%	8.9%	13,752	100.0%	6.7%	15,020	100.0%	9.2%	16,420	100.0%	9.3%
売上原価	11,203	86.9%	7.1%	11,773	85.6%	5.1%	12,790	85.2%	8.6%	13,959	85.0%	9.1%
売上総利益	1,687	13.1%	1.3ポイント	1,979	14.4%	1.3ポイント	2,230	14.8%	0.4ポイント	2,461	15.0%	0.2ポイント
販管費	731			858			865			876		
営業利益	955	7.4%	30.3%	1,120	8.1%	17.3%	1,365	9.1%	21.9%	1,585	9.7%	16.1%
営業外損益	14			17			46			57		
経常利益	970	7.5%	28.3%	1,137	8.3%	17.2%	1,411	9.4%	24.1%	1,642	10.0%	16.4%
特別損益	△ 21											
税引前当期純利益	948	7.4%	23.3%	1,137	8.3%	19.9%	1,411	9.4%	24.1%	1,642	10.0%	16.4%
法人税等	428			498			618			719		
当期純利益	520	4.0%	25.9%	639	4.6%	22.9%	793	5.3%	24.1%	923	5.6%	16.4%
正社員人数	128人			141人			151人			161人		

(単位:百万円)

期別 項目	2007/6 第6期(19/6)			2008/6 第7期(20/6)			2009/6 第8期(21/6)			2010/6 第9期(22/6)		
		百分比	伸び率		百分比	伸び率		百分比	伸び率		百分比	伸び率
売上高	1,358	100.0%	-0.1%	1,530	100.0%	12.7%	1,860	100.0%	21.6%	2,240	100.0%	20.4%
売上原価	1,245	91.7%	-3.6%	1,411	92.2%	13.3%	1,723	92.6%	22.1%	2,064	92.1%	19.8%
売上総利益	113	8.3%	3.3ポイント	119	7.8%	△0.5ポイント	137	7.4%	△0.4ポイント	176	7.9%	0.5ポイント
販管費	19			23			22			19		
営業利益	94	6.9%	104.3%	96	6.3%	2.1%	115	6.2%	19.8%	157	7.0%	36.5%
営業外損益	0			0								
経常利益	94	6.9%	123.8%	96	6.3%	2.1%	115	6.2%	19.8%	157	7.0%	36.5%
特別損益	0											
税引前当期純利益	93	6.8%	116.3%	96	6.3%	3.2%	115	6.2%	19.8%	157	7.0%	36.5%
法人税等	39			41			48			66		
当期純利益	53	3.9%	112.0%	55	3.6%	3.8%	67	3.6%	21.8%	91	4.1%	35.8%

正社員人数	15人			22人			26人			31人		
-------	-----	--	--	-----	--	--	-----	--	--	-----	--	--

外部売上	179百万円			190百万円			210百万円			230百万円		
------	--------	--	--	--------	--	--	--------	--	--	--------	--	--


イベント及びプロモーションを通して
人と人とのコミュニケーションを大切に
心豊かな社会作りに貢献すること



企業理念を再認識し成長を目指す

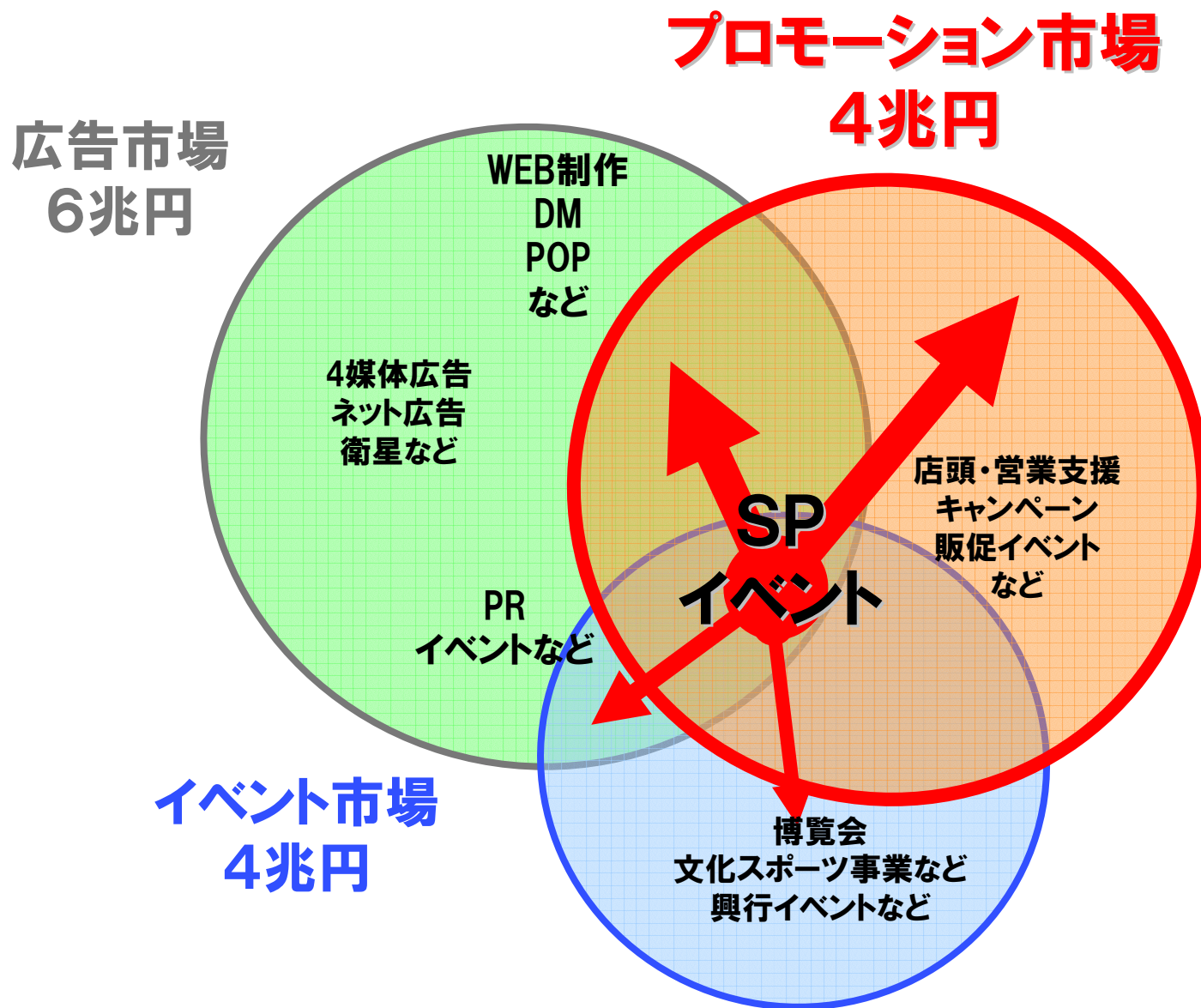
プロモーションの総合制作会社

イベントを含めた、プロモーションの
総合提案力と、総合制作力で
TOWブランドを確立



安定した受注・制作力で
売上高経常利益率を
2010年6月期に10%へ復活

**中 期 計 画
基 本 方 針**



広告市場で、SPが重要なポジションを占めてきた

「広告と経済・媒体別売上上位30社」より

(百万円)

	4媒体 売上高	前年比	4媒体以外 売上高	前年比
2005年	3,651,100	99.3%	2,311,400	106.0%
2006年	3,577,800	98.0%	2,417,600	104.6%

**4マス媒体の影響力が低下
 広告主のプロモーション領域への
 期待が高まっている。**

総合的・複合的なプロモーションが有効

宣伝・販促・広報など
媒体を含む予算の垣根がなくなり
商品戦略にとどまらず
企業ブランドから購買機会の店頭まで
一元管理が進んできた



プロモーション力のある
総合的・複合的な
プランニング力・制作力が
求められてきた

プロモーションの企画・プロデュース

イベントを含めたプロモーションの制作

SP

イベント

製品・キャンペーン
Webサイト

サンプリング
街頭イベント

行政・文化
スポーツイベント

プレミアムキャンペーン

記者発表会・PRイベント

展示会・セミナー

店頭ツール
店頭メディア

チャンネルミーティング
インナーイベント

ワンストップ

『TOWプロモーション加速!』

提案力の拡大

制作力と収益率の向上

人材教育強化

ブランド構築

中期計画

具体的な施策

プロモーションの提案力を拡大

- **WEBクリエイターとのネットワークを構築**
 - プロモーションに関係あるクリエイターと顧問契約
 - SP領域と関係が深いWEBの次世代クリエイターを選出し総合企画に活用
- **外部プランニングスタッフを拡大**
 - 現在活動中のイベント専門企画顧問を補強
 - TOWの企画をプロモーション全体に移行するために専門性の高いイベント、映像、空間プランナーなどを企画顧問で強化
- **スケジュール:**
 - クリエイター:32期2名、33期4名、34期8名
 - 外部プランナー(31期4名):32期6名、33期8名

SP制作力と収益率の向上

- ・ 直接輸入(中国・東南アジア)を意図した
プレミアム・ノベルティの海外制作体制の見直し
 ⇒コスト及びコミュニケーションロスの低減を目指した体制作り
 - 中国語専門スタッフの採用
 - 現地工場と業務請負契約締結
 - ・ クライアントが求める品質・安全基準を確保できる
生産工場の認定
 - グリーン調達に向けたガイドラインを工場に発行
- ・ スケジュール：
 - 32期 候補企業の選定、契約内容の策定
 - 33期より実施⇒33期5社、34期10社

イベント制作力と収益率の向上

- **イベント業務管理の専門部署化**
 - イベントの「品質」と「価格」を管理する体制の徹底
 - 31期より実施した専門人員を補強し、制作過程や本番・実施で、問題点の洗い出しを行い全社で共有化
 - 若手の原価管理に積極的に相談に乗り、より高い収益率の向上を図る
 - 原価の統一化による基準価格の徹底
 - 外部発注先の妥当性を毎月チェックし最適な協力機関の選定基準を決定する
- **スケジュール：**
 - 32期は個別対応でのテスト導入
 - 33期より本稼動し、34期には購買部門設立を目指す

イベント制作力と収益率の向上

- ・ **T2クリエイティブの成長**
 - **TOWのイベント制作を支える体制強化**
 - ・ チーム制の導入による、制作責任の明確化
 - 31期3部体制⇒32期2部6チーム体制
 - **演出・映像などの専門性強化**
 - ・ 外注比率の多い演出・映像を内製化し
TOWの「武器」になる体制作り
 - 若手演出スタッフの専属配属による育成
 - 33期までには演出家として、1人立ちを目指す
 - 映像ディレクターの増強(3~5名)
 - **TOW内にT2社員やT2スタッフを専属配備**
 - ・ 発注量に合わせた、アシスト業務の徹底
 - 会場調査、キャスティングなどアシスト業務の充実化

イベント制作力と収益率の向上

- イベントスタッフネットワーク拡大
 - ネットワークを通じた発注体制拡大
 - 31期末でメンバー500名体制確立
 - 案件メルマガの継続発行
 - 案件発注から、常駐体制の呼びかけ
 - コミュニケーション強化による困り込み
 - メンバー所属会社とのトップミーティング開催
 - 32期から10社程度でスタート～拡大
 - 全国への連携体制
 - 地方イベントディレクター(個人)との研修会
 - 33期より、年2回開催

人材育成強化

- **教育プログラムの拡大**
 - 過去の実績を踏まえ、研修プログラムを統合
 - 既存の職階別研修に加えて、テーマ別研修・女性研修など様々な研修プログラムを展開
 - AD向け集中営業セミナー
 - 次世代リーダー育成プログラム
 - 女性専用の研修プログラム
- **若手向けナレッジ体制**
 - 全社ナレッジミーティングの開催
 - SP情報や、成功事例を積極的に全社紹介

ブランド構築

- **出版の定例化**
 - **毎年2冊の発行継続**
 - 2007年6月発行済み、年末にも発行予定
- **JACE(イベント産業振興協会)への積極的な参加**
 - **イベント大賞『制作賞』の継続**
 - 2007年実績を定例化
- **大学キャリア教育プログラムへの参加**
 - **研修ソフト開発との連動による講座化**
 - 平成20年度より3校実施を計画

内部統制の構築 全社横断型プロジェクト推進

- ・財務報告の信頼性向上
- ・コーポレートガバナンスの向上
- ・リスク管理体制の強化
- ・ITインフラの再構築

福利厚生の充実 育児手当の充実 全社での学資保険の加入

言行一致

～社員一人一人がTOWブランド！！～

強い責任感

自身が、それぞれの「責任」を自覚し「実行力」を最大限に発揮する

圧倒的な品質

自身が常にTOWならではのクオリティを確保するため「創造性」を働かせる

品格と倫理観

TOWのメンバーとして、正しい「品格」を持ち、倫理観ある行動を心がける