

株式会社 テー・オー・ダブリュー

個人投資家説明会

東証2部 4767

**本プレゼンテーションには  
平成19年8月7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。**

TOWCO.,LTD.

# 本日のスケジュール

- **当社の概要・沿革**
- **平成19年6月期決算の概要**
- **平成19年6月期の特色・傾向**
- **中期事業計画の概要**

# 業務内容

## 【イベントとは】

国・企業が費用を負担する イベント	博覧会	2005年愛知万博など
	文化／スポーツ	2002 FIFA World Cup™ 閉会式
		国体開・閉会式など
	広報	PRを目的として企業が費用を出す、 自動車の発表会など
販売促進	販売促進を目的としたもの	
	(モーターショーなどの展示会から携帯電話など の店頭キャンペーンまで幅広い)	
参加者が費用を負担する イベント	スポーツ	プロ野球など
	音楽	コンサート

# 業務内容

## 【イベントとは】



## 【セールスプロモーションのグッズとは】



# 業務の流れ



## ◆クライアント(主催者)のねらい

- ・国、地方自治体、企業等の考え方を伝える
- ・新商品・新サービスなどの内容を伝える
- ・知名度をあげる

## ◆広告代理店

- ・マス広告との連動
- ・イベント告知
- ・クライアントのメンテナンス

## ◆当社、ティー・ツー・クリエイティブ

- ・イベントの企画
- ・制作管理
- ・進行管理
- ・コスト管理
- ・適正発注

## ◆外注先

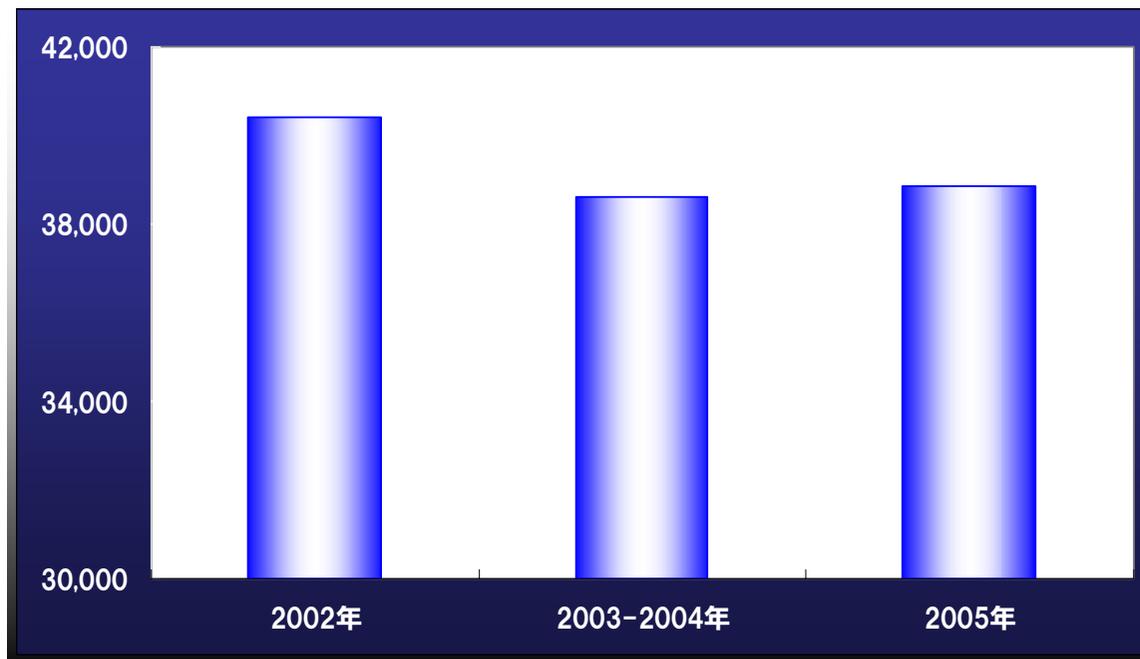
- ・イベント会場
- ・舞台、ブース制作
- ・照明、映像
- ・警備、コンパニオン派遣
- ・講師、司会
- ・デザイン
- ・その他

## ◆イベント本番

- ・大型博覧会(開閉会式、日々の運営)
- ・各種展示会のブース制作・運営
- ・発表会、表彰式(新車発表会、セールスマン表彰式)
- ・販売促進キャンペーン、サンプリング等

## 【イベントの市場規模】

- ・ 経済産業省の下部団体「日本イベント産業振興協会」によると、2005年で 3兆8,838億円（国内）



※2003年・2004年につきましては、同協会の都合により、一部合算にて算出しております。

- ・ 1994年より、日本イベント産業振興協会（JACE）による、イベント業の資格である「イベント業務管理者」が設定され、現在2,630人が資格を持っている。

## 【業界の現状】

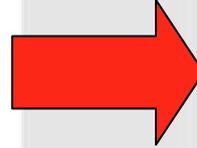
- ・5～20人の中小、零細企業が大多数
- ・限られた大手広告代理店との取引

日本国内に  
8,000社

- ・企画力、資金力、幅広い広告代理店との取引により  
専業最大手となる。(唯一の上場会社)

## 【広告効果の見直し】

商品の複雑化  
短期サイクル化  
(携帯電話・家電製品・飲料など)



テレビCMでは伝えきれない



実際に触れて試せるイベントが増加  
(タッチ&トライ、サンプリング)

効果のあるものに費用を投下

# 当社の優位性

## ①日本をはじめ、世界へ繋がるネットワーク

日本のネットワーク

ESN(イベントスタッフネットワーク)

世界のネットワーク

海外ネットワーク



## ②当社単独での大型イベント実施が可能



東京ドーム

幕張メッセ

ビッグサイト



# 当社の優位性

③他社に例を見ない、単独の「企画部門」がある(14名)

年間2,000本の企画を、各得意先に提案

④大手広告代理店10社すべてとの取引

TOWCO.,LTD.

# 当社の優位性



## TOW イベントプランナーズスクール

### イベントプランナーへのいちばんの近道。



第一線の現役講師陣が、プロを育てる実践型スクール。  
いよいよ第8期開講!

**9月開講 第8期生募集!**

<http://www.tow.co.jp>

**■開講期間:** 2007年9月1日(土)~2008年3月1日(土) 修了式

**■受付期限:** 2007年8月10日(金) 締切

**■定員:** 30名 (定員に達し次第締切とさせていただきます。)

**■対象:** 大学3年生以上30歳以下

**■受講料:** 年間/63,000円(税込)

**■応募方法:** 弊社ホームページ内の応募フォームに必要事項を記入してお申し込みください。

**■お問い合わせ先:** 「TOWイベントプランナーズスクール事務局」TEL.03-3502-8887 (TEL:受付専用)

**スペシャル講義 全4回** ※下記の講師及び日程等は、変更する場合があります。

2007年 9月1日(土)	2007年 10月27日(土)
 <p><b>玉塚 元一</b> 株式会社リクオンズ代表パートナー 「企業を芯から元気にする」</p>	 <p><b>おちまさと</b> プロデューサー 「企画書の作り方」</p>
<p>2007年 12月1日(土)</p>  <p><b>SAKURA</b> モデル・ビューティジャーナリスト 「一流のファッションショー&amp;パーティー演出」</p>	<p>2008年 2月9日(土)</p>  <p><b>青山 みつぐ</b> クリエイティブディレクター 「クリエイティブ発想でつくる企画」</p>

**レギュラー講義 全18回** ※下記の講師及び日程等は、変更する場合があります。

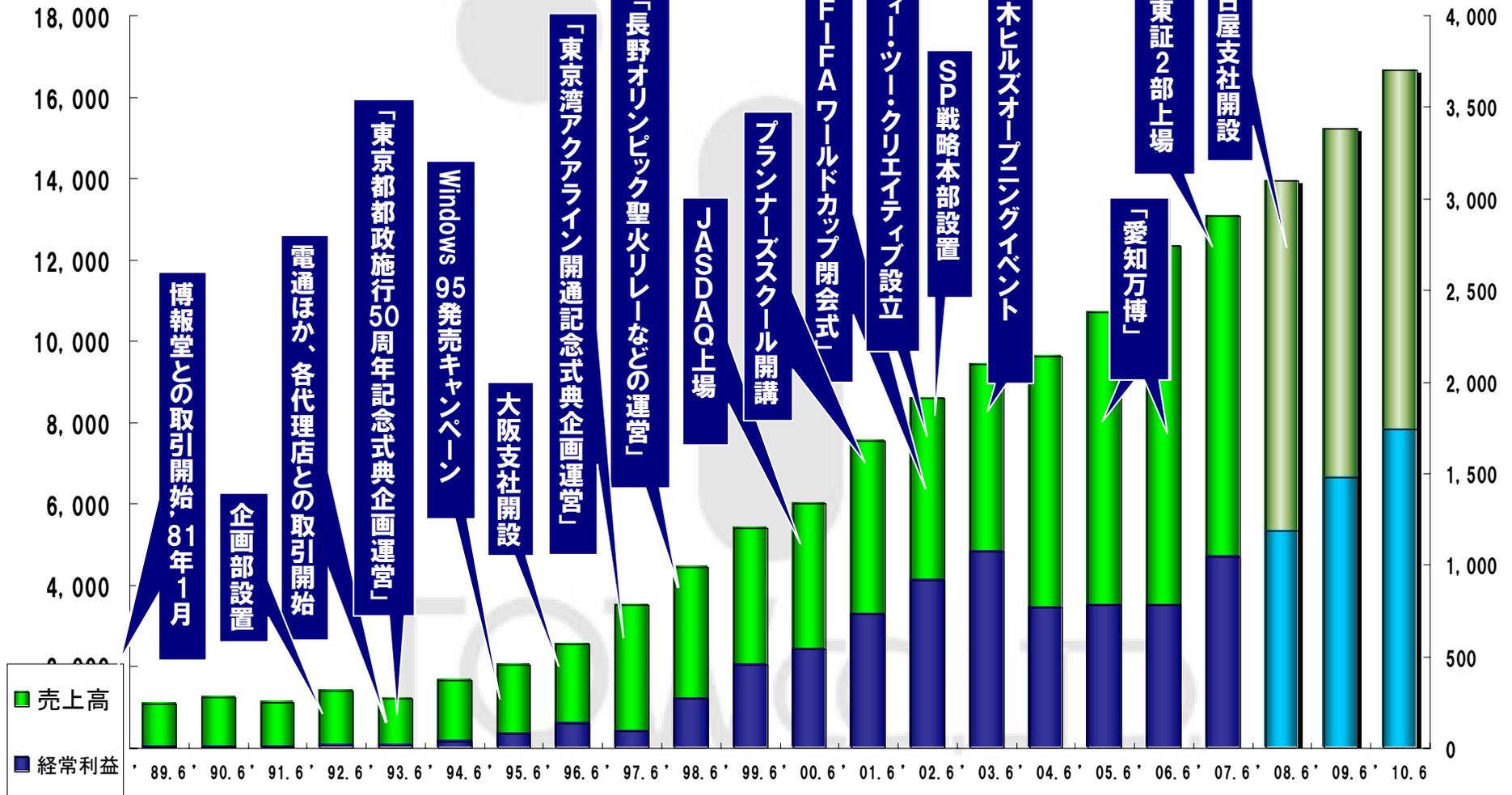
[講師]	[講義テーマ]	[講義日程]
鈴木 聡 株式会社チームリーダー	イベントプランナーの仕事を知る	2007 9月 8日(土) 15日(土) 22日(土)
藤 浩一 フリースタイルプランナー	プランナーの仕事を知りたい方必読	2007 10月 6日(土) 13日(土) 20日(土)
海野 裕 [株] インターナリス 代表取締役	イベントプランナーのためのマーケティング	2007 11月 10日(土) 17日(土) 24日(土)
川本 達人 株式会社チームリーダー	心酔させるプロモーションテクニック	2007 12月 8日(土) 15日(土) 22日(土)
田所 大岳 電子情報経営(株)取締役/ライフェデザイン代表	発見! デジタルプロモーション活用術	2008 1月 19日(土) 26日(土) 2月2日(土)
清水 勝男 株式会社/エスエス代表	卒業演習	2008 2月 16日(土) 23日(土) 3月1日(土)

株式会社テーオーダブリュー 東京本社/〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-26-5 虎ノ門17番ビル2F TEL.03-3502-8887/FAX.03-3502-0800 <http://www.tow.co.jp>

TOW CO., LTD.

# 業績推移

単位：百万円



# 平成19年6月期決算の概要(連結)

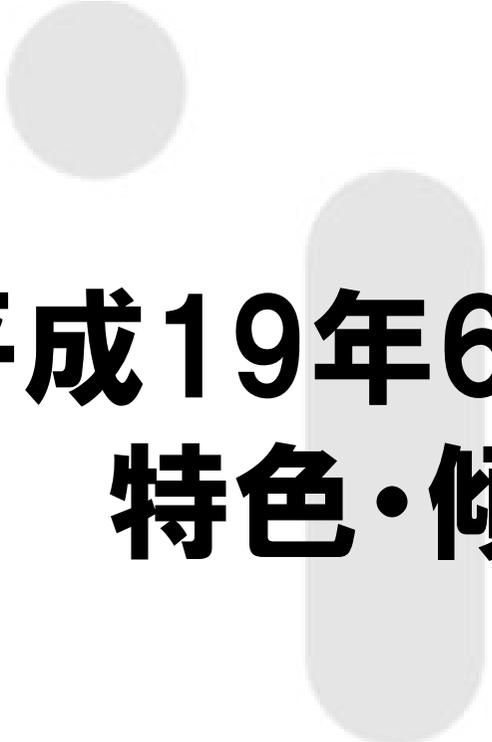
	平成18年6月期	百分比	平成19年6月期	百分比	期初計画	百分比
売上高	12,341	100.0%	13,070	100.0%	12,465	100.0%
間接原価	1,277	10.3%	1,323	10.1%	1,354	9.4%
売上総利益	1,448	11.7%	1,800	13.8%	1,559	12.5%
販管費	667	5.4%	748	5.7%	694	5.5%
営業利益	781	6.3%	1,051	8.1%	864	7.0%
営業外損益	2	0.0%	▲10	▲0.1%	▲21	▲0.0%
経常利益	784	6.4%	1,041	8.0%	843	6.8%
特別損益	12	0.1%	▲22	▲0.2%	—	—
税引前当期純利益	796	6.5%	1,018	7.8%	843	6.8%
法人税、住民税及び事業税	386	3.1%	476	▲3.4%	400	3.2%
法人税等調整額	▲12	▲0.1%	▲9	0.1%	▲13	▲0.1%
当期純利益	423	3.4%	551	4.2%	457	3.7%

**当期純利益は、過去最高益を更新いたしました**

※通期につきましては、平成19年5月21日に上方修正を発表いたしました。

※1株あたり当期純利益は47円50銭です。

(単位:百万円)



# 平成19年6月期の 特色・傾向

TOWCO.,LTD.

# 価格帯別(個別)

## 若手の順調な成長にともない 中型案件が増加

	平成18年6月期	平成19年6月期	前期比
～1,000万円	744	836	12.4%
1,000万円～2,000万円	146	171	17.1%
2,000万円～5,000万円	97	136	40.2%
5,000万～1億	32	36	12.5%
1億円～	13	9	▲30.8%
合計	1,032	1,188	15.1%

※企画売上高は除く

(単位:件数)

# 受注形態別(個別)

競合案件で培った信頼感向上に伴い  
指定案件も増加

	平成17年6月期		平成18年6月期		平成19年6月期	
競合	347件	4,750	423件	4,470	466件	4,956
提案	113件	1,197	126件	2,263	134件	1,939
指定	421件	4,510	483件	4,998	588件	5,870
合計	881件	10,456	1,032件	11,732	1,188件	12,767

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

# 業種別売上高(個別)

## SP業務の多い食品系が増加傾向

	平成18年6月期	構成比	平成18年12月(中間)期	構成比	平成19年6月期	構成比
情報・通信	2,924	24.9%	2,119	33.9%	3,714	29.1%
食品・飲料・嗜好品	747	6.4%	639	10.2%	1,514	11.9%
化粧品・トイレタリー	1,186	10.1%	273	4.4%	713	5.6%
自動車	1,955	16.7%	989	15.8%	2,592	20.3%
精密機器その他製造	835	7.1%	585	9.3%	850	6.6%
官公庁・団体	1,271	10.8%	297	4.8%	507	4.0%
金融	618	5.3%	634	10.1%	1,060	8.3%
流通・小売	477	4.1%	206	3.3%	411	3.2%
その他	1,714	14.6%	513	8.2%	1,402	11.0%
合計	11,732	100.0%	6,258	100.0%	12,767	100.0%

※その他の主なものは、素材・エネルギー関係、不動産など

※企画売上高は除く (単位:百万円)

# 平成20年6月期予想(連結)

	平成19年6月期	平成20年6月期	
			前期比
売上高	13,070	13,942	6.7%増
売上粗利益	3,123	3,515	12.6%増
売上総利益	1,800	2,098	16.6%増
営業利益	1,051	1,218	15.9%増
経常利益	1,041	1,185	13.8%増
当期純利益	551	645	17.0%増

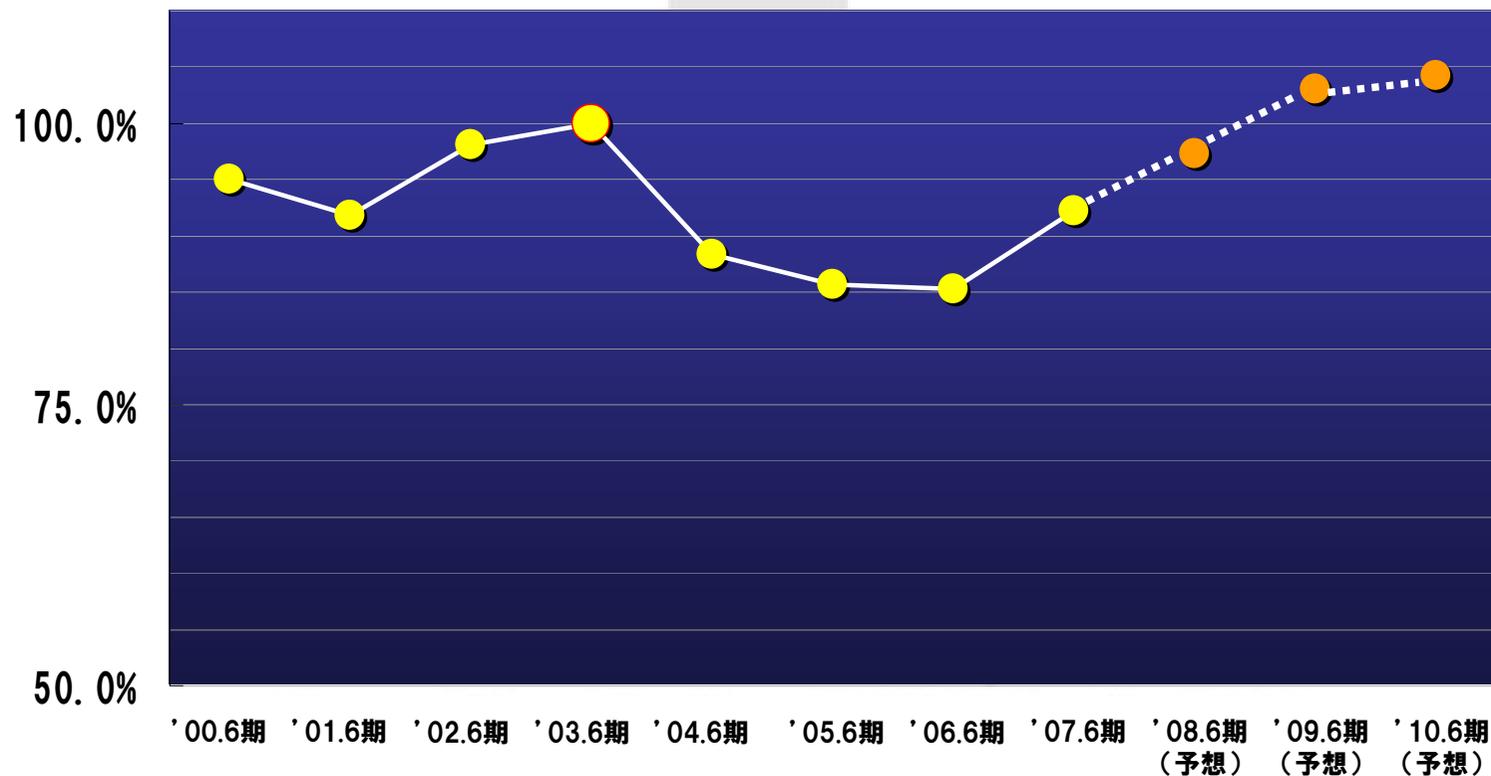
※平成20年6月期1株当たり当期純利益(予想) 55円58銭

(単位:百万円)

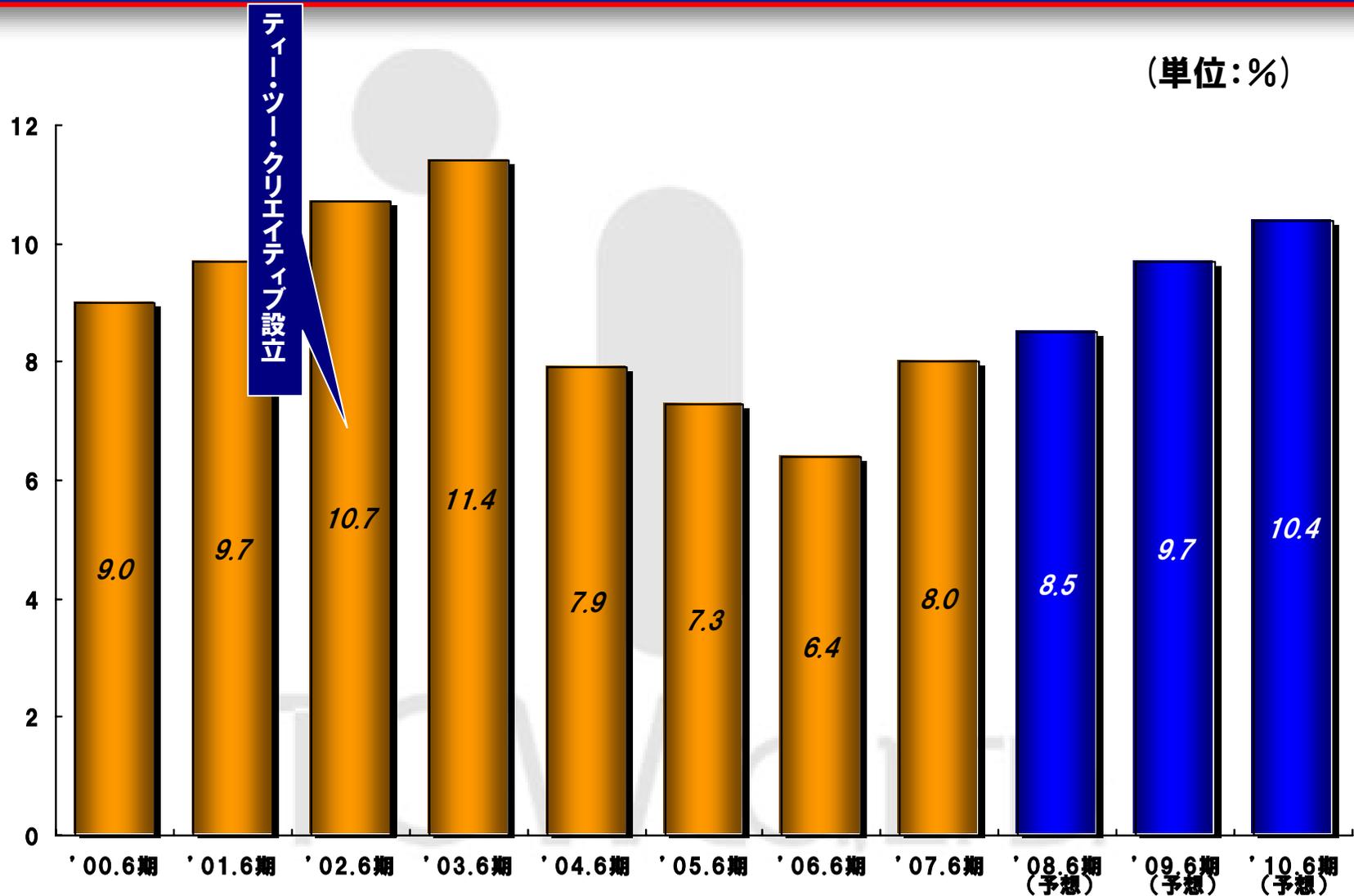
# 売上高総利益率の推移

$$\text{粗利率} = \frac{\text{売上} - \text{外注費(舞台、ブース制作、照明、映像、警備、コンパニオン派遣など)}}{\text{売上}}$$

粗利率の推移（'03.6期を100%とした場合）



# 売上高経常利益率の推移



# 中期事業計画の概要

TOWCO.,LTD.



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		

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

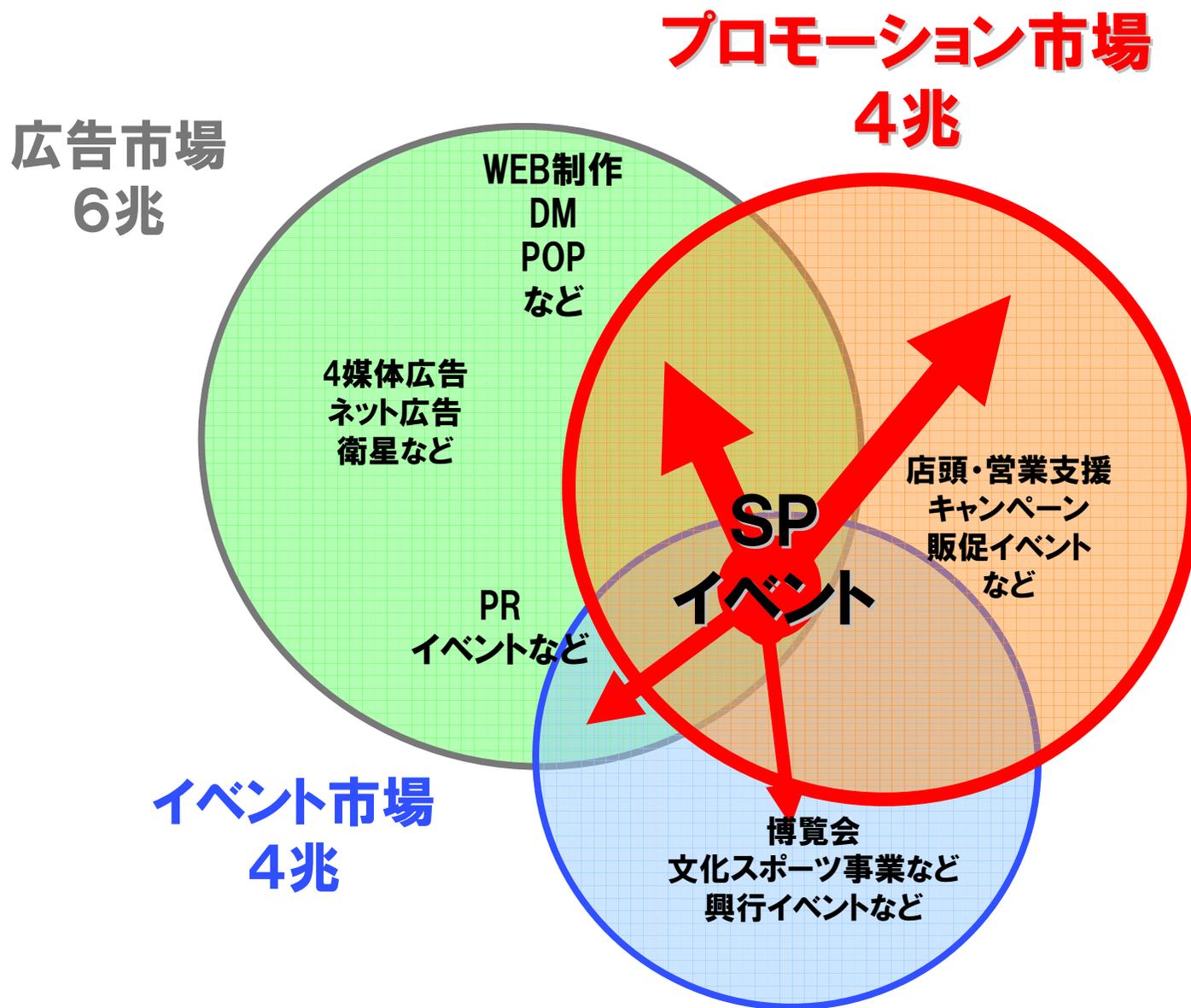
## プロモーションの総合制作会社

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

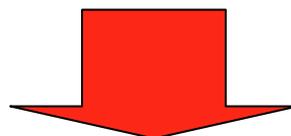
- ・財務報告の信頼性向上
- ・コーポレートガバナンスの向上
- ・リスク管理体制の強化
- ・ITインフラの再構築

## 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

## 株主への還元

### 【これまでの株式分割の実績】

2001年2月	1:1.3	配当据え置き
2002年2月	1:1.3	〃
2003年2月	1:1.3	〃



今後も、分割・配当据え置き（実質増配）の方針

