

 社長兼 CEO	株式会社テー・オー・ダブリュー(4767)
	 世界一の “感動体験”をクリエイイトし、 笑顔を増やす。

会社情報

市場	東証1部
業種	サービス業
代表者	江草 康二
所在地	東京都港区虎ノ門 4-3-13 ヒューリック神谷町ビル 3F
決算月	6月
HP	http://www.tow.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数(自己株式を控除)	時価総額	ROE(実)	売買単位	
782円	22,468,422株	17,570百万円	14.4%	100株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
28.00円	3.6%	50.28円	15.6倍	397.02円	2.0倍

*株価は5/28終値。発行済株式数は直近四半期末の発行済株式数から自己株式を控除。ROEは前期実績。BPSは19/6期 第3四半期実績。

連結業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主帰属利益	EPS	DPS
2015年6月(実)	13,442	1,335	1,349	818	36.93	33.00
2016年6月(実)	15,230	1,678	1,682	1,083	48.35	22.00
2017年6月(実)	16,251	1,811	1,823	1,206	53.74	26.00
2018年6月(実)	16,688	1,825	1,873	1,207	53.75	27.00
2019年6月(予)	15,436	1,700	1,714	1,129	50.28	28.00

*予想は会社予想。2016年3月期より当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益(以下、純利益については同様)。単位は百万円、円。

テー・オー・ダブリューの2019年6月期第3四半期決算と通期の見通しについて、ブリッジレポートにてご報告致します。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
 - [2. 中期的方針](#)
 - [3. 2019年6月期第3四半期決算](#)
 - [4. 2019年6月期業績予想](#)
 - [5. 今後の注目点](#)
- [<参考:コーポレート・ガバナンスについて>](#)

今回のポイント

- 19/6 期 3Q累計は前年同期比 0.3%の減収、同 18.0%の経常増益。前期に引き続き“体験デザイン(※)・プロダクション”を目指し、推進中。3Q(1~3月)において想定していた既存銘柄の受注が堅調だったことに加え、新規銘柄の大型案件の取込みをするに至った。利益面では、2Qに引き続き「付加価値の高い提案による適正利益の確保」、「原価管理の徹底」、「販管費の厳格な管理」を全社的に推進したこと等により、売上総利益率は 16.5%から 18.1%へ、営業利益率は 11.3%から 13.3%へ向上した。
- 通期予想に修正はなく、7.5%減収、8.5%経常減益を計画する。尚、3Q実績や足元の受注進捗を鑑み、期末配当を 13.0 円から 15.0 円に増額修正した。上期に 13.0 円実施しており、通期予想配当は 28.0 円となる。
- 利益率が大きく改善したことに伴い大幅増益となった。特に利益率の改善には光るものがある。通期予想は据え置いたが、3Q累計の通期予想に対する進捗率は売上高で 79.9%、経常利益では 96.9%。前期実績ベースのそれぞれ 74.2%、75.1%を大きく上回っている。増配を発表した理由を加味しても、会社予想を大きく上回るだろう。減収減益予想だが着地は増収増益となる可能性もある。今年はラグビーワールドカップ、来年の 2020 年案件の受注もより具体化し、盛り上がってきそうだ。大阪万博の決定も後押しするだろう。好業績を土産に来年を迎えよう。

※『体験デザイン』ブランドとのWow!な体験を起点に、体験者がそのブランドのファンとなり、特にSNSをハブに多様なメディアで体験の拡散・共有を最大化させる、その仕組みを設計すること。

1. 会社概要

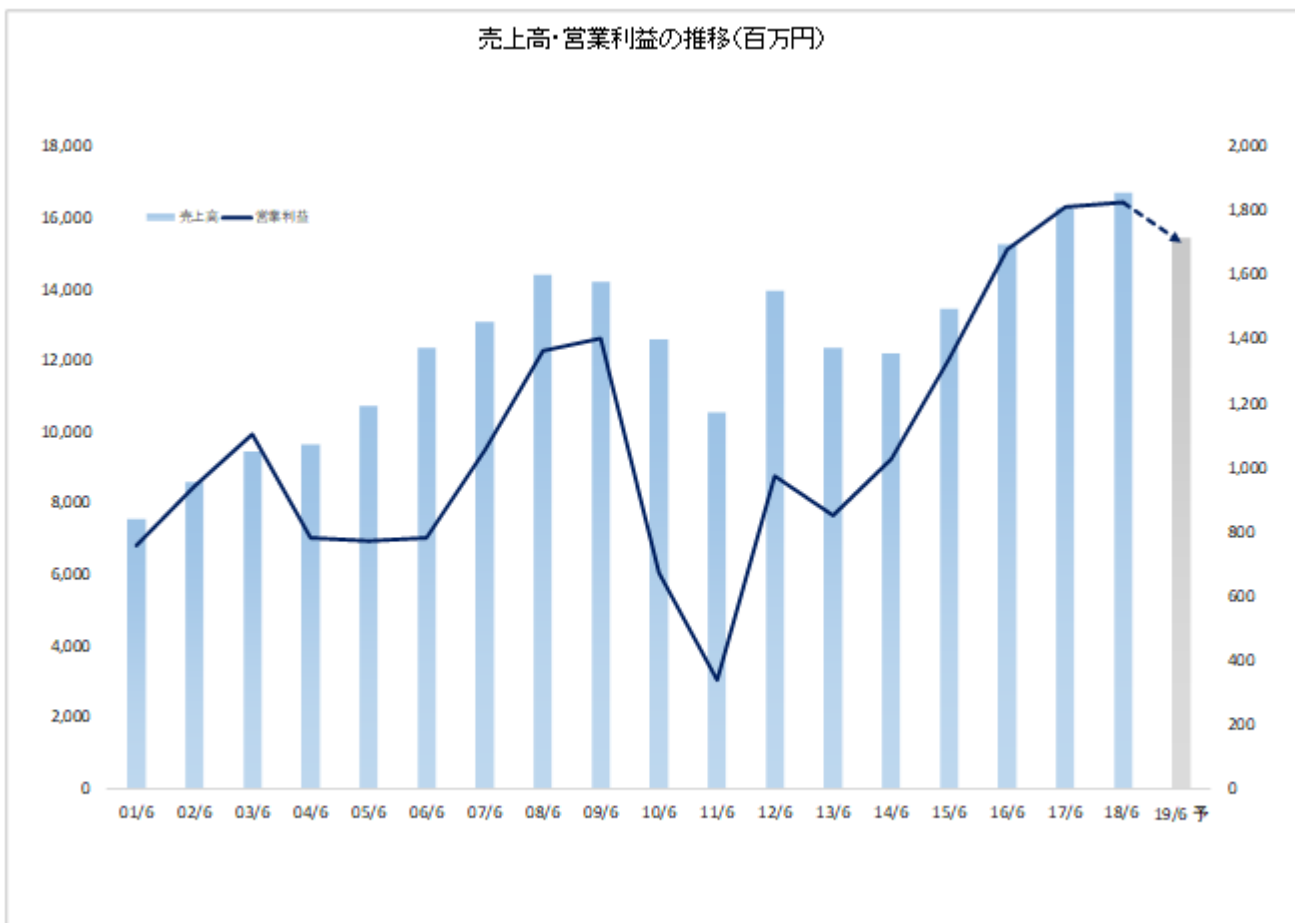
イベント・プロモーション業界で独立系 No.1 の東証一部上場会社。イベント及びプロモーションの企画・制作・運営や、セールスプロモーションに関するグッズ・印刷物の制作等を手掛ける。インターネットの影響力の拡大を踏まえ、長年培ってきたイベントの制作力とアイデア力にデジタルテクノロジーを加えたインタラクティブプロモーション(IP)に力を入れ、多くの実績を上げている。「世界一の“感動体験”をクリエイイトし、笑顔を増やす」を経営理念とし、社名のティー・オー・ダブリューは、「Top Of The World」の頭文字に由来する。

グループは同社の他、イベントの制作・運営・演出及び映像制作を手掛ける(株)ティー・ツー・クリエイティブ(以下、T2C)の連結子会社 1 社。

* 18/6 期末は 2 社だったが、連結子会社(株)スポーツイズグッドが 18 年 11 月末をもって解散した。尚、業績への影響は軽微である。

尚、「インタラクティブ・プロモーション(IP)」とは、デジタル技術とアイデアで感動体験を創りだし、その体験を情報拡散・共感させるプロモーションである。

売上高・営業利益の推移(百万円)



【事業内容】

イベントの企画から本番実施までの流れ

イベントは、主催者が何らかの目的(対象者に情報を発信したいとの意図)を持った時点で案件が発生する。同社は、主催者よりその目的についての説明を受け、企画の作成に入る。その後、幾度かのミーティングを繰り返す事で、企画書 → 基本計画書 → 実施計画書 → 詳細計画書へと段階的に移行し、最終的には進行台本、施工図面、タイムスケジュール表となり、各種資料に従い舞台作りやリハーサルが行われ、イベント当日を迎える。

同社の業務範囲

イベントの場合、同社は、上記の企画からイベント本番までを受注し、「企画」「制作」「運営」「演出」を行うが、実際のイベント現場では多くの業務がある。具体的には、照明、音響、映像、舞台制作、モデル・コンパニオン・警備員の派遣、整理、撤収、清掃等種々雑多の業務があり、これらの専門業者を外注先として業務毎に発注し、イベント全体をトータルにディレクション、プロデュースする事で主催者の意図を来場者に伝える事が同社の業務である。連結子会社については、(株)ティー・ツークリエイティブがイベントの「制作」「運営」を専業として行っている。

一方、プロモーションの場合は、「企画」、「デザイン」、「制作」が主な業務だが、印刷、プレミアム、グラフィックデザイン、事務局運営、OOH(Out of Home:交通広告や屋外広告等)、Web制作等の業務もあり、同社は、イベント同様、トータルにディレクション・プロデュースし納品する。

2. 中期的方針

中期的方針日本初の「体験デザイン・プロダクション」

「体験デザイン」とは、買い方、作り方、売り方も含めたトータルなブランド体験を設計(デザイン)する事。ブランドとのWow!な体験を起点に、体験者がそのブランドのファンとなり、特にSNSをハブに多様なメディアで体験の拡散・共有を最大化させる仕組みを設計する。同社は日本初の「体験デザイン・プロダクション」を目指すと共に、2020年案件の取込みと更に踏み込んだアライアンス戦略を推進していく。また、規模拡大(=高い収益力維持×戦力増)も図る。

「体験デザイン・プロダクション」

強みである「リアルプロモーション(イベント)」を軸に、IPアライアンス・ユニットの活用とデータ活用&成果追及により、IPの次のフェイズを目指す。具体的には、「ネット(SNS)プロモーション」、「AR、VR、アプリ等のデジタル技術を活用した体験イベント」、及び「動画制作・プロモーション」による統合プロモーションに「データに基づくPRプロモーション」等を組み合わせる事でP力を強化していく。

更に踏み込んだアライアンス戦略の推進

「リアル」、「デジタル」、「動画」、「PR」、「データ」等で強みを持つ企業と更に踏み込んだアライアンス関係を構築するべく、出資及びM&Aに積極的に取り組んでいく。「デジタル」ではCRブティック(株)ワン・トゥー・テン・デザイン及びコンテンツ制作会社(株)カヤックの2社と、「映像」では太陽企画(株)及び(株)ギークピクチャーズの映像制作会社2社と、「PR」ではPR会社(株)マテリアルと、それぞれアライアンス関係にある。「データ」では、ソーシャルメディア上でのトレンド分析が可能なブームリサーチを全社で導入した。全社員のパソコンからアクセスが可能で企画や効果検証に活用できる。

規模拡大

5年前から新卒を定期採用しており、若手(14年4月11人、15年4月15人、16年4月17人、17年4月20人)の増員と戦力化に取り組んでいる。17/6期末のグループ社員は16/6期末の169人(TOW:133人、T2C:36人)から188人(TOW138人、T2C50人)、18/6期末には210人に増加した。19/6期以降も、高い収益力の維持を前提に戦力増を図っていく。

中期方針のレビューと対策

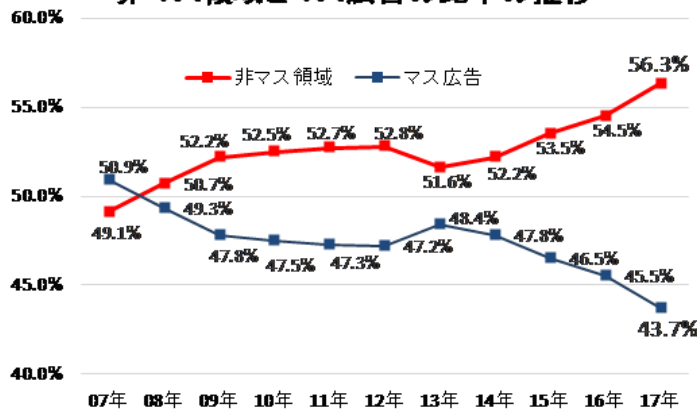
- ① 一部大手顧客の変革への対応
 - ・1/1付で“営業統括担当専務”を配置
全社の営業を統括する役員体制をスタート
 - ・社員の本部間異動も実施済、
今後も随時最適なリソース配分を全社的に行う
 - ・営業管理のナレッジの均質化を図り、
中期的視点で受注・提案力向上施策を推進
- ② 高い収益力維持×戦力増＝規模拡大
 - ・営業利益率 12.0%(18/6期上期)→14.1%(19/6期上期)、2.1p上昇
 - ・企画勝率 32%→39%、7p上昇
 - ・グループ社員数
169名(17/6期初)⇒188名(18/6期初)⇒200名(19/6期)
*人材の定着化が重要

③ 日本初の『体験デザイン・プロダクション』の深化

- ・社員の体験デザイン力向上中(バイリンガル⇒マルチリンガルへ)
- ⇒研修・勉強会・定例案件レビュー・異業種中途社員とコラボ・社内受講者表彰・評価制度・海外視察など社員の体験デザイン力向上施策を多面的かつ継続的に実施中
- ・顧客から体験デザイン力も評価されつつある
- ⇒体験デザイン型の中大型案件も増加
- ・今後はデータ活用やアライアンス強化などを含め、デザイン力向上とさらなる深化を全社的に推進

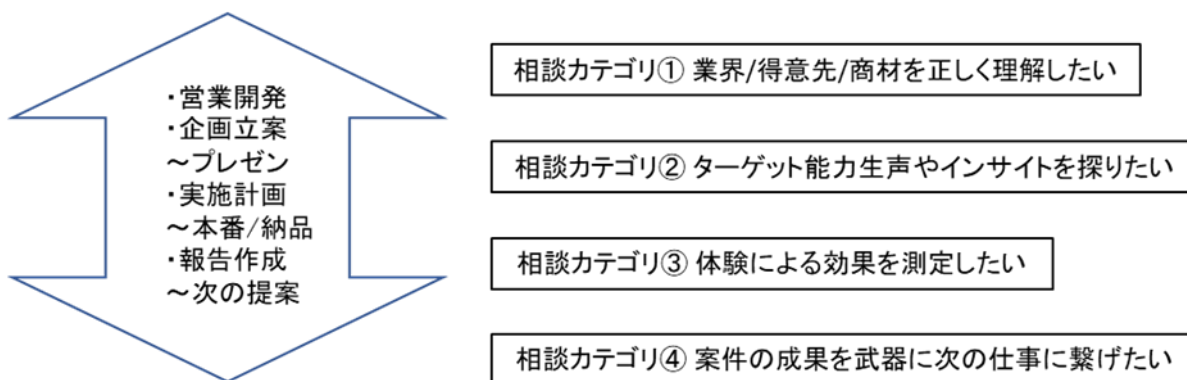
広告主は“非マス領域”を年々重要視

非マス領域とマス広告の比率の推移



同社資料を元にインベストメントブリッジ作成

マス広告だけでは人は動かない。
体験をデザインし、ヒトとココロを動かす。
案件の課題に合わせたデータ活用メニューを開発し、体験デザインの精度と成果を追求する考え。



第5回 体験デザイン大賞

全社員の体験デザインに対する理解とチャレンジを促し、より良い体験デザイン案件を生み出していくための年2回の社内アワード。



(同社説明会資料より)

- ① 2020年案件を含め2019～2025年の6年間はゴールデン・国際イベント・イヤーズ G20 大阪サミット、ラグビーワールドカップ(2019年)、ワールド・マスターズゲームス(2021年)、大阪万博(2025年)とこの6年間は世界中から人が集まる国際的ビッグイベントが多く開催される。様々な企業のプロモーションも活発化が予想される。こうした中、**2020案件の取込みでは動き出した具体的案件の確実な受注を継続的に目指す。**
- ② さらに踏み込んだアライアンス戦略
 - ・『ゴールデン・国際イベント・イヤーズ』への突入を控え、大型で長期的なプロジェクト案件の受注に対応できるよう数社のイベント会社とのアライアンスを実施
 - ・今後も全国のイベント関連会社との連携を進める考え。

『体験デザイン力向上』による
ブランド・プロジェクト案件の受注

+

『ゴールデン・国際イベント・イヤーズ』の
大型イベント案件の取込

両輪で成長

3. 2019年6月期第3四半期決算

単位:百万円	18/6期	3Q累計	構成比	19/6期	3Q累計	構成比	前年同期比
売上高		12,377	100.0%	12,340	100.0%		-0.3%
売上総利益		2,037	16.5%	2,228	18.1%		+9.4%
販管費		644	5.2%	591	4.8%		-8.2%
営業利益		1,392	11.3%	1,636	13.3%		+17.5%
経常利益		1,407	11.4%	1,660	13.5%		+18.0%
親会社株主に帰属する四半期純利益		909	7.3%	1,110	9.0%		+22.1%

※数値には(株)インベストメントブリッジが参考値として算出した数値が含まれており、実際の数値と誤差が生じている場合があります(以下同じ)。

前年同期比 0.3%の減収、同 18.0%の経常増益

売上高は前年同期比 0.3%減の 123 億 40 百万円。経常利益は同 18.0%増の 16 億 60 百万円。前期に引き続きマス広告から総合プロモーション(デジタルを含む)へとシフトする顧客ニーズに応えるべく、同社の強みである「リアル(体験)プロモーション」を軸としてデジタル・動画・PR・データ等の新たな領域も組み合わせる“体験デザイン・プロダクション”を目指し、推進中。これらの取り組みが一定の成果を上げ、3Q(1~3月)において想定していた既存銘柄の受注が堅調だったことに加え、新規銘柄の大型案件の取込みをするに至った。利益面では、2Qに引き続き「付加価値の高い提案による適正利益の確保」、「原価管理の徹底」、「販管費の厳格な管理」を全社的に推進し、連結子会社であるティー・ツー・クリエイティブにおいても原価管理を徹底したことで収益力が向上した。前年同期との比較で売上総利益率は 16.5%から 18.1%へ、営業利益率は 11.3%から 13.3%へ向上した。

カテゴリー別売上高(企画売上高を除く)

単位:百万円	18/6期 3Q累計	構成比	19/6期 3Q累計	構成比	前年同期比
販促	6,927	56.0%	5,277	42.8%	-23.8%
広報	3,938	31.8%	5,445	44.1%	+38.3%
文化・スポーツ	515	4.2%	327	2.7%	-36.4%
博覧会	-	-	-	-	-
制作物	928	7.5%	1,238	10.0%	+33.4%
制作売上高合計	12,310	-	12,289	-	-0.2%

※構成比は連結売上高に対する比率

カテゴリー別では、「広報」において大規模な“周年イベント”、“新商品披露パーティー”等の大型受注があったため大幅増益となった。「販促」の減少は、引き合いが減っているわけではなく、限られた人材を有効活用するためである。

【財政状態】

単位:百万円	18年6月	19年3月		18年6月	19年3月
現預金	4,098	3,831	仕入債務	1,868	1,982
売上債権	5,673	6,085	短期借入金	840	840
未成業務支出金	245	368	未払法人税等	369	112
未収入金	1,178	1,454	退職給付負債・役員退職慰労金	404	401
前払費用	31	31	負債	4,164	4,090
流動資産	11,265	11,790	純資産	8,832	9,023
投資その他	1,625	1,227	負債・純資産合計	12,996	13,113
固定資産	1,730	1,323	有利子負債合計	840	840

※ 未収入金:ファクタリング方式により譲渡した売上債権の未収額

3Q末の総資産は、前期末比(以下同)1億 17 百万円増加し、131 億 13 百万円となった。

流動資産は 5 億 24 百万円増の 117 億 90 百万円となった。おもな要因は受取手形及び売掛金が 2 億 89 百万円、現預金が 2 億 67 百万円減少したものの、電子記録債権が 7 億円、未収入金が 2 億 76 百万円増加したことによるもの。

固定資産は 4 億 7 百万円減の 13 億 23 百万円となった。有形固定資産は 5 百万円減の 78 百万円、無形固定資産は 4 百万円減の 16 百万円、ともに減価償却によるもの。

投資その他の資産は 3 億 97 百万円減の 12 億 27 百万円となった。おもな要因は投資有価証券が 4 億 56 百万円減少したこと等によるもの。

流動負債は、30 百万円減の 36 億 71 百万円となった。おもに買掛金 1 億 35 百万円の増加、未払法人税等 2 億 57 百万円の減少によるもの。

固定負債は、42 百万円減の 4 億 18 百万円となった。主に、繰延税金負債が 42 百万円減少したこと等によるもの。

純資産は、1 億 91 百万円増の 90 億 23 百万円となった。おもにその他有価証券評価差額金 3 億 23 百万円の減少、利益剰余金が 5 億 4 百万円増加等によるもの。

4. 2019年6月期業績予想

単位:百万円	18/6期 実績	構成比	19/6期 予想	構成比	前期比
売上高	16,688	100.0%	15,436	100.0%	-7.5%
売上総利益	2,691	16.1%	2,523	16.3%	-6.2%
営業利益	1,825	10.9%	1,700	11.0%	-6.8%
経常利益	1,873	11.2%	1,714	11.1%	-8.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,207	7.2%	1,129	7.3%	-6.5%

19/6期計画は7.5%減収、8.5%経常減益、配当を増額修正

通期予想に修正はなく、19/6期は売上高が前期比7.5%減の154億36百万円、経常利益は同8.5%減の17億14百万円を計画する。尚、3Q実績や足元の受注進捗を鑑み、期末配当を13.0円から15.0円に増額修正した。上期に13.0円実施しており、通期予想配当は28.0円となる。

5. 今後の注目点

利益率が大きく改善したことに伴い大幅増益となった。特に利益率の改善には光るものがある。通期予想は据え置いたが、3Q累計の通期予想に対する進捗率は売上高で79.9%、経常利益では96.9%。前期実績ベースのそれぞれ74.2%、75.1%を大きく上回っている。増配を発表した理由を加味しても、会社予想を大きく上回るだろう。減収減益予想だが着地は増収増益となる可能性もある。今年はラグビーワールドカップ、来年の2020年案件の受注もより具体化し、盛り上がってきそう。大阪万博の決定も後押しするだろう。好業績を土産に来期を迎えそう。

コーポレート・ガバナンスについて

◎組織形態及び取締役、監査役の構成

組織形態	監査等委員会設置会社
取締役	9名、うち社外4名

◎コーポレート・ガバナンス報告書

更新日:2018年10月10日

基本的な考え方

同社では、コーポレート・ガバナンスの意味を「企業価値の継続的な向上を目指して、経営層による適正かつ効率的な意思決定と業務執行、並びにステークホルダーに対する迅速な結果報告、及び健全かつ公正で透明性の高い経営を実現する仕組みの構築・運用」と考えている。

株主をはじめ、顧客、従業員その他のステークホルダーに対する責任を果たすとともに、当社の継続的成長と中長期的な企業価値の向上を図ることを目的として、以下の基本方針に則って、実効性あるコーポレート・ガバナンスを実現していく。

1. 株主の権利を尊重し、平等性を確保する。
2. 株主を含むステークホルダーの利益を考慮し、適切に協働する。
3. 会社情報を適切に開示し、透明性を確保する。
4. 取締役会による業務執行に対する監督機能の実効性を向上させる。
5. 中長期的な株主の利益と合致する投資方針を有する株主との間で建設的な対話を行う。

<実施しない主な原則とその理由>

【補充原則 1-2-4 議決権行使プラットフォーム利用、招集通知の英訳】

議決権電子行使プラットフォームの利用や招集通知の英訳については、同社の株主における機関投資家や海外投資家の比率などの動向を踏まえ、導入を検討していく。

【補充原則 3-1-2 英語での情報開示・提供】

同社は英語版の事業報告書を作成するとともに、半年ごとに英語版のアナリストレポートを当社ホームページ等で開示しているが、今後は、同社の株主における機関投資家や海外投資家の比率などの動向を踏まえ、決算説明会資料、招集通知記載内容等についても英語での情報提供を検討していく。

【補充原則 4-10-1 指名・報酬等に関する独立社外取締役の関与・助言】

取締役等の指名・報酬等に係る取締役会の機能の独立性・客観性と説明責任を強化するために、指名・報酬等の検討に際しては、独立社外取締役との連携を深める等、より公正で、透明性の高い検討と手続きが実施できることを目指した体制整備の検討を進める。なお、任意の諮問委員会については、必要性に応じ検討していく。

<開示している主な原則>

【原則 1-4 政策保有株式】

同社の純投資目的以外の投資を行う際の基本方針は、投資対象会社との業務提携、情報共有等を通じて当社の統合プロモーション事業におけるシナジー効果が期待されることであり、中長期的な視点で価値向上を図るために、取引先との関係強化の観点等を踏まえ、効果が見込まれると判断した場合に限り、必要最小限の上場株式を保有することとしている。

政策保有株式の議決権の行使については、適切な対応を確保するために、議案毎に、保有先企業の中長期的な企業価値の向上、当社及びグループ会社の中長期的な経済的利益の増大等の観点から総合的に判断するものとし、主要な政策保有株式については、議決権行使の状況を取締役に報告する。

【原則 4-9 独立社外取締役の独立性判断基準及び資質】

社外取締役候補者の選任にあたっては、東京証券取引所が定める独立性基準を満たす者としている。

【補充原則 4-11-1 取締役会全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性及び規模に関する考え方】

同社は、定款により、取締役の員数を14名以内と定めており、2018年10月1日現在9名(うち社外取締役4名)で取締役会を構成。取締役会を構成するメンバーについては、経験、知見、能力等における多様性に配慮している。

【原則 5-1 株主との建設的な対話に関する方針】

同社は、株主・投資家との双方向の建設的な対話を促進し、これにより同社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に向けた実効的なコーポレート・ガバナンスの実現をはかることを、同社の責任を果たす上での最重要課題の1つと位置付けており、このような考えに基づき、以下のような施策を実施する。

1. 株主との対話に関する担当取締役の指定

経営トップ自らが株主との対話に取り組み、管理本部長がIR実務を統括する。

2. 社内部署の有機的な連携のための方策

IR担当部署でもある総務チームが経理チームと日常的に打ち合わせや意見交換を実施しており、開示資料作成に際しても連携し、経営トップを交えて内容の検討を行っている。

3. 個別面談以外の対話の手段の充実に係る取組み

株主総会を株主との重要な対話の場と位置付け、株主総会において、同社事業に関する十分な情報開示の確保をはじめ、株主の皆様からの信頼を得られるような運営につとめる。

また、定期的に決算説明会を開催することにより、株主・投資家の皆様とのより緊密なコミュニケーションの実現につとめる。

4. 株主の意見・懸念のフィードバックのための方策

株主・投資家との対話において把握されたご意見や当社に関する懸念を担当部署において取りまとめ、その重要性や性質に応じ、これを定期的に経営陣幹部や取締役会に報告するための体制を整備する。

5. インサイダー情報の管理に関する方策

株主・投資家の実質的な平等性を確保すべく、公平な情報開示につとめることを基本方針とし、当該方針に基づき、当社に関する重要情報については、適時かつ公平にこれを開示することとし、一部の株主・投資家に対してのみこれを提供することがないよう、その情報管理の徹底につとめる。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) 2019 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.