2004年(平成16年)2月13日(金曜日)

株式新聞

TYO

吉田博昭社長に聞く

ティー・ワイ・オー（＝TYO、4338・ジャスダック）は株式を公開してまだ2年にも満たないが、吉田博昭社長が掲げる「マルチブランド戦略」は急速に進んでいる。M&A（企業の合併・買収）を有効に活用し、高い成長力とリスク分散機能を併せ持ったとれまでに前例のない「仕組み」を築き上げ、グループ企業は現在17社。優秀なディレクターやプロデューサーから生み出される「そうだ、京都　行こう」や松嶋菜々子の「生茶」などのテレビCMは視聴者に強烈なインパクトを与えている。株価は180円台とマーケットの認識はまだ不十分ながらTYO自体は着実に進化しつつある。今後の吉田社長の映像コンテンツの戦略とは…。

今9月期グループ企業

20社超へ

マルチブランド戦略着々

先月30日にCM制作会社「サッソ・フィルムズ」の株式70%を取得し子会社化した。これで広告映像事業は「ティー・ワイ・オー」「モンスターフィルムス」「エムワンプロダクション」「ティー・ワイ・オーインタラクティブデザイン」「キャンプ・カズ」を合わせて6社体制となった。

「サッソ・フィルムズの宝田晴夫社長は10年前に当社を退職して独立、現在、年商約10億円規模に育っている会社だ。"サッポロビール黒ラベル"で2000年ACCグランプリを受賞するなどその制作力は高く評価されている」

加えて、「生茶」のテレビCMを撮った真田敦ディレクターがTYOから移籍、「サッソ・フィルムズ」の取締役として経営にも携わる。

「これから"サッソ"はツートップとなり、競争力が一段と強まる。通期の売上高は10億円以上、経常利益で1億円程度の力は十分ある（今9月期は下半期のみの計上）。魅力的な新ブランド、子会社化が実現する社、子会社化を見通し。

「2006年9月期には連結売上高210億円（今期計画比15%増）、経常利益8億円（同2倍）、グループ総数23社（現在17社）を中期計画として掲げているが、達成が早まることも十分考えられる。さらに2010年は売上高400億円、グループ総数43社というビジョンも見えてくる。この時のセグメント別は広告映像事業230億円（今期80億円弱）、エンタテインメント事業120億円（同22億円弱）、コンテンツ・ソリューション事業50億円（同10億円）がらみになる」

なぜ、M&Aによる子会社化を強烈に進めるのか。

「優秀な人材や企業が自然にTYOグループに集まってくるような仕組みを作るのが狙いだ。われわれは投資会社ではない。子会社ひとつひとつの経営にしっかりと参画して"コンテンツビジネスの街"のような連結企業体を実現させたい」

今までにないビジネスモデルを実践し、その足跡を確実に残すことにより、株価は大きく、居所を変えることになりそうだ。