

各 位

会 社 名 株式会社ティー・ワイ・オー  
 代表者名 代表取締役社長 吉田 博昭  
 (登録銘柄 コード番号:4358)  
 問合せ先 取締役経営企画部長  
 繁松 徹也  
 T E L 03 - 5434 - 1586

**平成 15 年 9 月期中間 (連結・単独) 業績予想との差異及び平成 15 年 9 月期通期 (単独) 業績予想の修正について**

平成 15 年 9 月期 (平成 14 年 10 月 1 日 ~ 平成 15 年 9 月 30 日) の業績予想について、平成 14 年 11 月 27 日付「平成 14 年 9 月期決算短信 (連結)」及び「平成 14 年 9 月期個別財務諸表の概要」にて発表いたしました業績予想を下記のとおり修正いたします。なお、本開示における決算数値等は監査法人による監査前数値であるため、監査後決算数値等とは必ずしも一致いたしません。

記

1. 平成 15 年 9 月期連結業績予想の修正等

(1) 通期 (平成 14 年 10 月 1 日 ~ 平成 15 年 9 月 30 日)

当期におきましても株式公開以前の事業戦略である「マルチブランド戦略」が着実に実行され、  
 昨年の株式公開時点で 7 社のグループが現在では 11 社のグループに拡大し、**売上高では前年同期比 116.9%の増収となっております。**下期につきましても、中間期末における広告映像事業の受注残は 1,063 百万円 (前年対比 245.1%) エンタテインメント事業は 1,043 百万円 (前年対比 311.5%) となっており、更なる連結子会社増加や連結子会社の業績拡大等が見込まれるため、平成 14 年 11 月 27 日付「平成 14 年 9 月期決算短信 (連結)」にて発表いたしました**通期業績予想に変更はございません。**

(ご参考)

(単位:百万円)

	売 上 高	経常利益	当期純利益
平成 15 年 9 月期連結予想	11,246	726	397

(2) 中間期 (平成 14 年 10 月 1 日 ~ 平成 15 年 3 月 31 日)

(単位:百万円)

	売 上 高	経常利益	当期純利益
前回発表予想 (A)	5,241	263	116
今回修正予想 (B)	4,959	196	37
増減額 (B - A)	282	67	79
増減率 (%)	5.3	25.4	68.1
(ご参考) 前期実績 (平成 14 年 3 月期)	4,239	328	108
対前年同期比 (%)	116.9	59.7	34.2

(3) 修正理由

広告映像事業セグメントの連結売上高計画未達による売上総利益の減少、グループ経営効率向上のためグループ5社を本社隣地に移転したことによる支払家賃増加（予算超過のオフィス重複賃借期間等）及び株式会社ウルトラの予算未達が主要因であります。また、「マルチブランド戦略」実行による営業権や連結調整勘定の償却額及び過年度の役員退職慰労金引当による償却負担が、上半期において約92百万円（営業利益ベースで31百万円）損益計算書に影響を与えております。今後も継続的にM&A等を行って参りますが、償却一巡後（現時点での最長償却時期は平成20年3月期）には大きな利益拡大が見込まれます。

2. 平成15年9月期単独業績予想の修正等

(1) 中間期（平成14年10月1日～平成15年3月31日）

（単位：百万円）

	売上高	経常利益	当期純利益
前回発表予想（A）	2,801	54	0
今回修正予想（B）	2,544	34	23
増減額（B - A）	257	20	23
増減率（%）	9.1	37.0	
（ご参考） 前期実績（平成14年3月期）	3,281	306	123
対前年同期比（%）	77.5	11.1	

(2) 修正理由

平成14年9月期の業績予想下方修正後、平成14年9月期末受注残が前年同期比約28%という厳しい状況よりスタートし、プロダクションズ本部における擬似カンパニー制等の導入により営業面を強化し、着実に業績を回復させたものの、当初予算をキャッチアップするまでには至らず、上記のような結果となりました。しかしながら、上半期の営業強化の成果もあり、平成15年4月25日現在で下半期約1,300百万円の売上高見込みを確保しております。

(3) 通期（平成14年10月1日～平成15年9月30日）

（単位：百万円）

	売上高	経常利益	当期純利益
前回発表予想（A）	6,162	352	154
今回修正予想（B）	5,900	280	65
増減額（B - A）	262	72	89
増減率（%）	4.2	20.4	57.7
（ご参考） 前期実績（平成14年9月期）	5,552	195	9

(4) 修正理由

上半期と同様に、今後も営業面の強化を図って参りますが、広告業界の現状及び上半期の結果を勘案すると、上半期の未達分をカバーすることは困難と予想され、通期の売上高、経常利益、当期純利益予想を上記の様に修正いたします。

以上