



2009年7月期第2四半期決算説明

2009年3月12日
株式会社ティー・ワイ・オー
(JASDAQ:4358)

はじめに TYO成長戦略と現在の課題認識

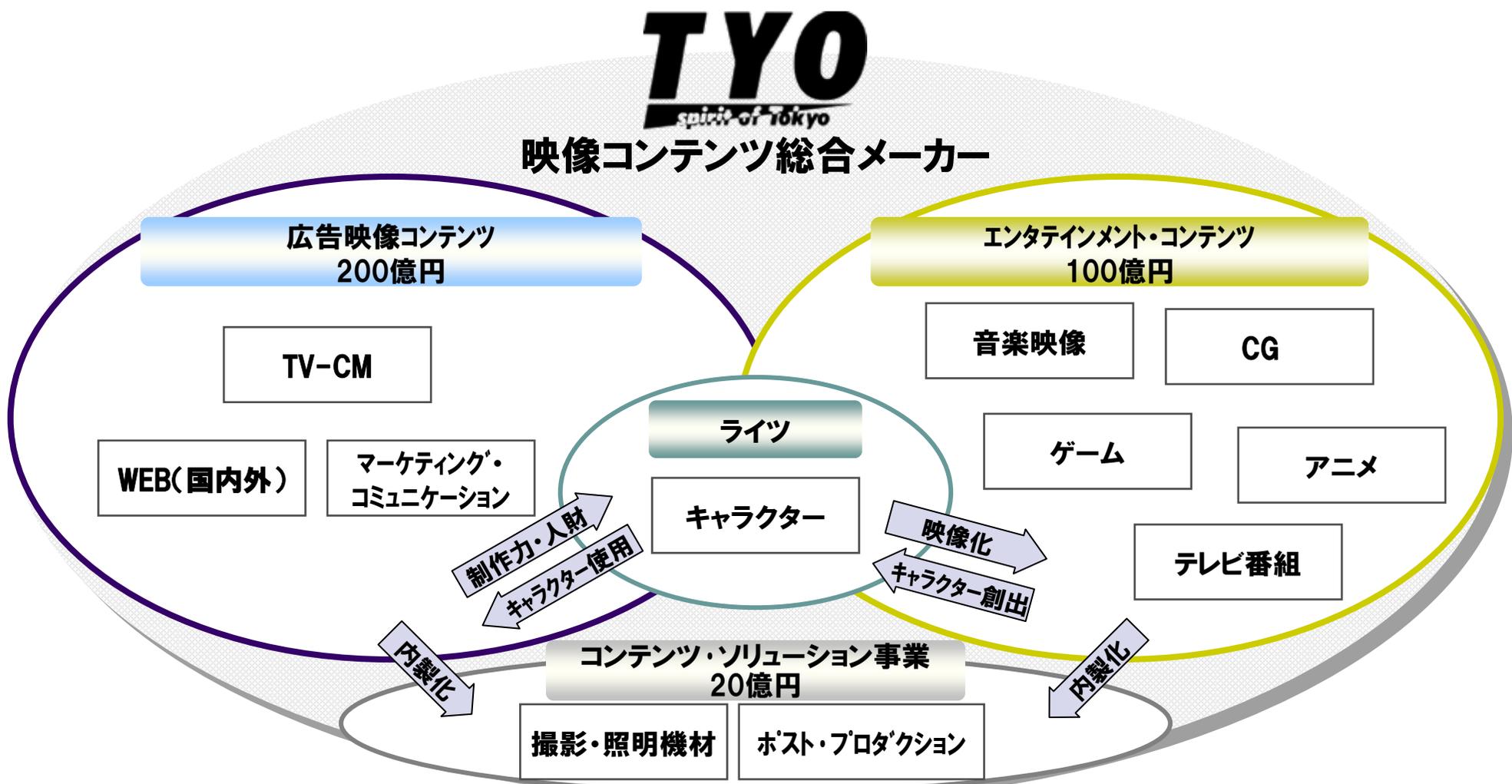
- 2009年7月期 第2四半期決算のご報告
- セグメント別決算の概況
- 2009年7月期 通期業績予想

参考資料

TYO成長戦略と現在の課題認識

TYOグループの事業領域

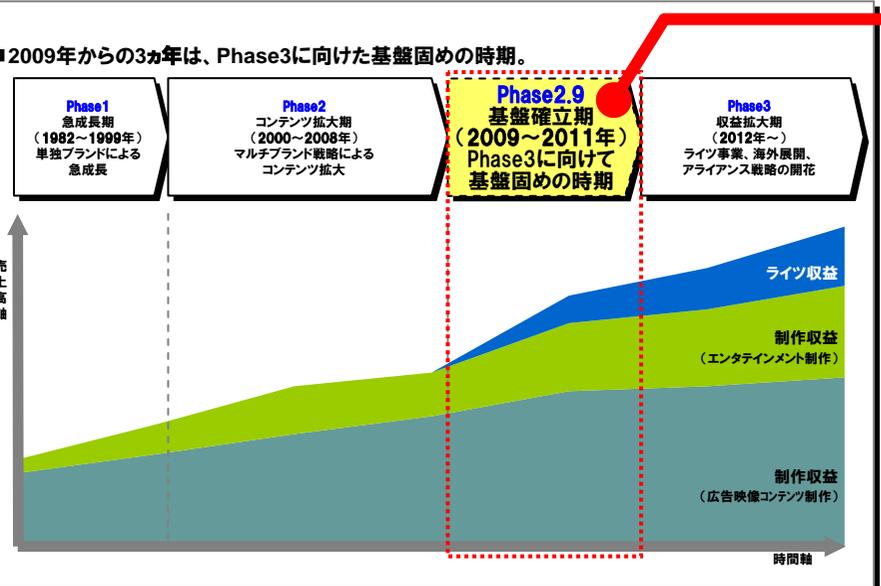
- 広告からエンタテインメントまで、あらゆる映像コンテンツを高いクリエイティブで制作。
- コンテンツ力を活かしたライセンスビジネスへの取組みも開始。



※数値は2008年7月期通期売上高概算

現在の課題認識と取組み方向性

期初に掲げた中長期経営計画



2008年7月期決算説明会資料抜粋(08/9/19)

中長期経営計画のスタートを1年延期

2009年7月期は再び高い目標を掲げる為の準備期間

広告映像コンテンツ

エンタテインメント

聖域なき合理化と徹底的なコストダウン

グループ営業力の強化

メディアの急変に対応する新しいビジネスモデルの構築

- キャッシュ改善
- 財務体質強化

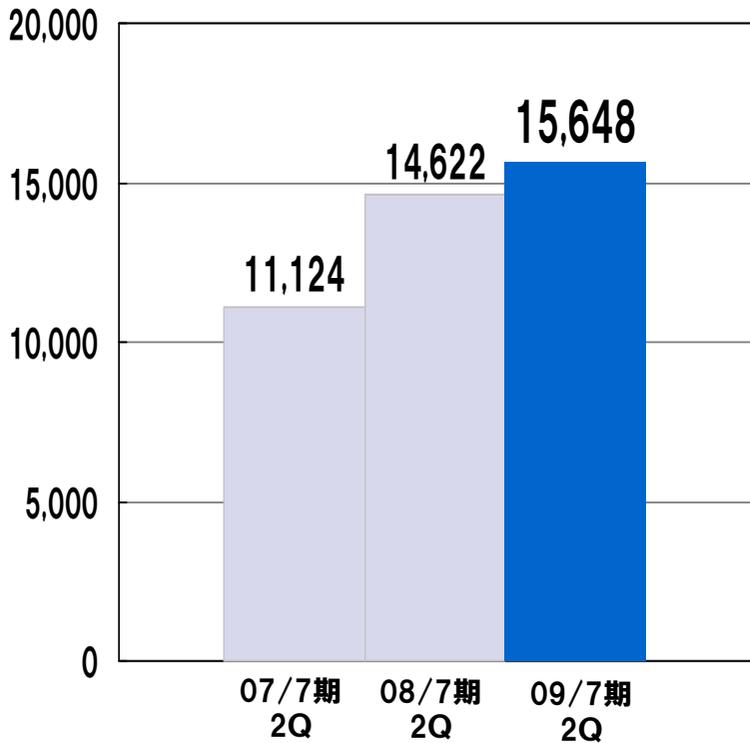
2009年7月期第2四半期決算のご報告

「増収減益」

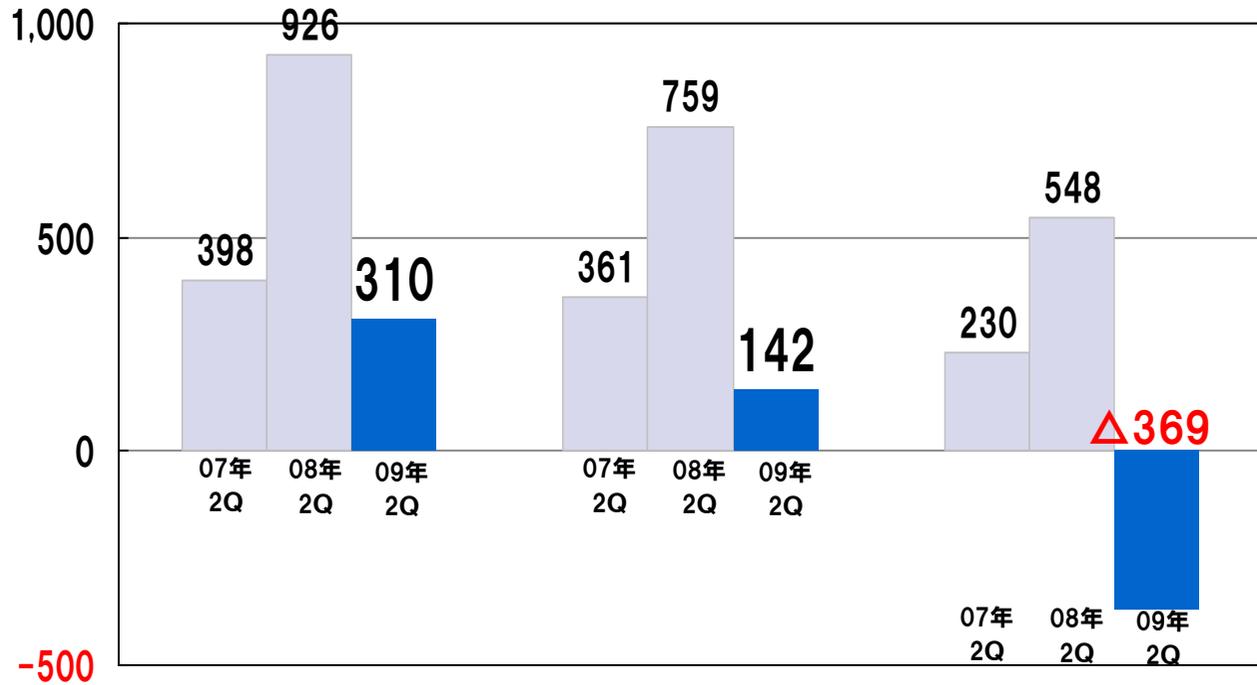
売上高は増収も、一部グループ企業の影響により減益。

(単位:百万円)

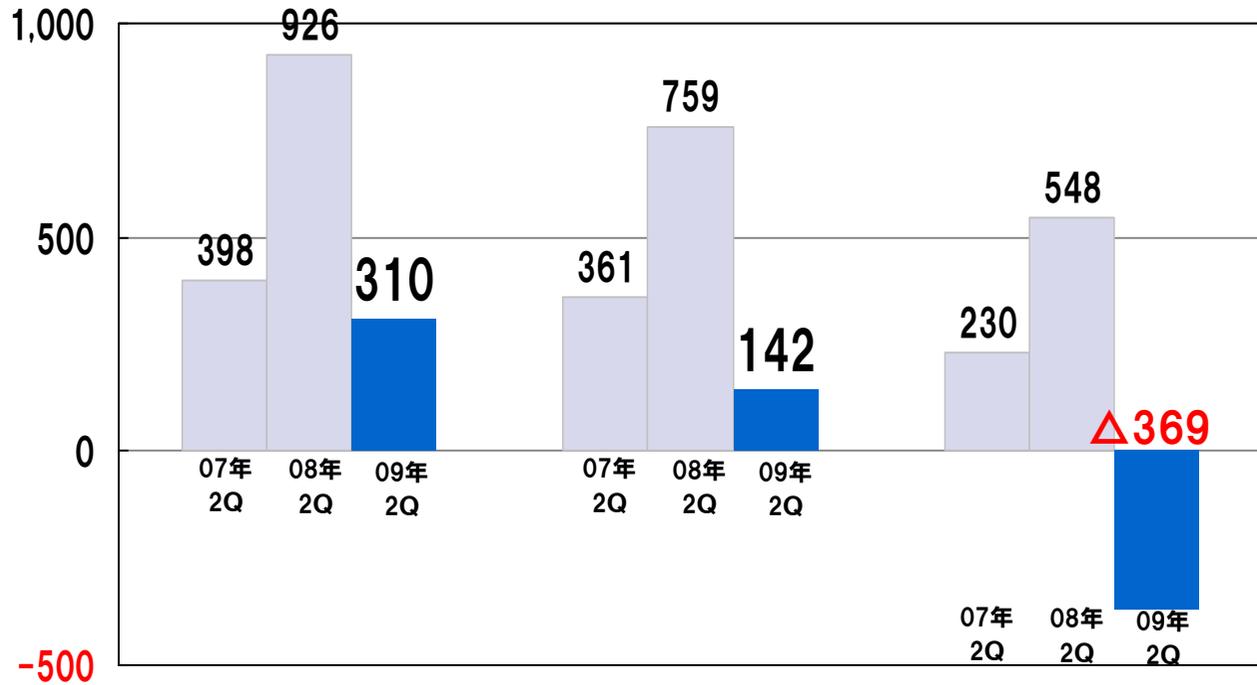
売上高



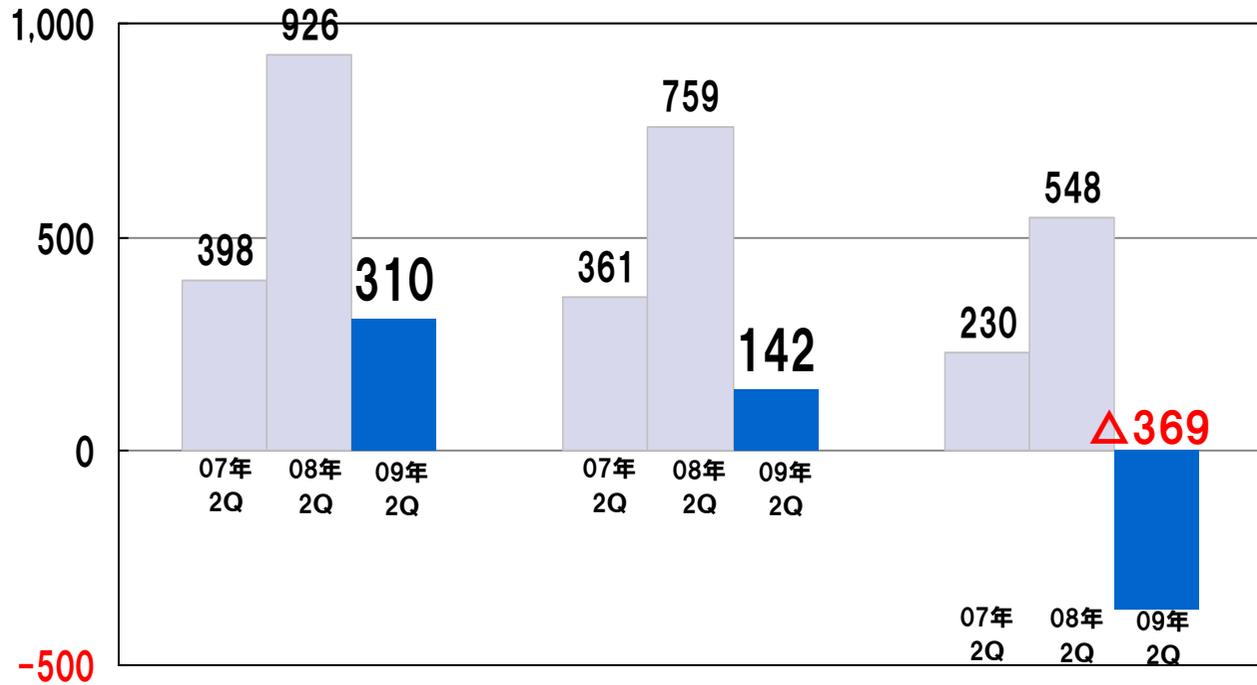
営業利益



経常利益



当期純利益



第2四半期の赤字会社 42社中18社 ※製作委員会及び持分法適用会社除く。

	黒字会社	赤字会社
TV-CM	TYOプロダクションズ、エムワンプロダクション、Camp KAZ、レモンカンパニー、リンフィルムズ	モンスター・ウルトラ、サツソフィルムズ
マーケティング・コミュニケーション	ゼオ、イーヴァム・インターナショナル	1st Avenue
WEB	ティー・ワイ・オーインタラクティブデザイン、テオリアコミュニケーションズ	コラボ、コム
CG	デジタル・フロンティア、ルーデンス、さるちん	GEMBA
キャラクター	円谷プロダクション	ドワーフ
アニメ	リアル・ティ	ハルフィルムメーカー、ゆめ太カンパニー、動画工房
ゲーム	ステイング	朱雀、5pb.、Genterprise、RIZE DRAGON
音楽映像／ドキュメンタリー番組	祭	博宣インターナショナル
コンテンツ・ソリューション	ポスト・プロダクション・センター、CRANK	ライトワーク
インターナショナル	Great Works AB、Great Works SL、上海シエパード、グレートワークス Tokyo	Great Works America
管理会社	TYO本体、TYO International B.V.	TYO Administration

税引前利益単純合算総額 1,492百万円

黒字額が不十分。

税引前損失単純合算総額 387百万円

前期よりも赤字額が増大。

通期見通しでは黒字32社、赤字10社＝連結黒字に。

特定の赤字、目標未達要因を持つグループ会社。

	目標未達会社 (下段数値は経常利益)	要因	対策
広告映像	●モンスター・ウルトラ (△45百万円)	原価管理不足	→ プロジェクト・マネジメントの徹底。
	●1st Avenue (△15百万円)	新規案件の失敗	→ 下期は本業復帰で 目標達成に向け、営業強化。
ゲーム	●スティング (55百万円)	検収認識のズレ	→ 組織再編も視野に入れ 抜本的改革実施。
	●Genterprise (△50百万円)	販売計画未達	
	●5pb. (△10百万円)	開発計画の未達	
アニメ	●動画工房 (△30百万円)	原価管理不足	→ 営業統合、制作ライン集約 による徹底的なコスト削減。
	●ゆめ太カンパニー (△45百万円)	テレビアニメ番組 の中止	

連結利益減少
の最大要因

新規ブランドの加入と共に、不採算子会社の見直しも進む。

2社の新規加入

広告映像事業



イーヴァム・インターナショナル；
展示会や店舗の空間プロデュース。
⇒ 「総合広告提案力」の強化へ。

エンタテインメント事業



RIZE DRAGON；
カーコンテンツを柱としたゲームソフトの企画・開発。
⇒ ゲーム市場ニーズ多様化への対応。

組織再編の推進

広告映像事業



モンスター・ウルトラ；
不採算子会社のウルトラをモンスターフィルムスに吸収合併
⇒ 経営資源の集約。

エンタテインメント事業



上海圓谷策划有限公司；
現地孫会社を解散
⇒ 現地企業とのアライアンス戦略へ転換。

本格稼働開始

インターナショナル事業



グレートワークス TOKYO；
08年9月より活動開始。受注好調。
⇒ 日本におけるグローバルクライアントの新規開拓。

2009年7月期第2四半期決算概要 連結損益計算書

(単位:百万円/%)

決算年月	2008年7月期 第2四半期		2009年7月期 第2四半期		増減額	増減率
		構成比		構成比		
売上高	14,622	100.0	15,648	100.0	1,026	7.0%
売上総利益	3,778	25.8	3,478	22.2	-300	-7.9%
販売管理費	2,852	19.5	3,167	20.2	315	11.0%
営業利益	926	6.3	310	2.0	-616	-66.5%
営業外収益	123	0.9	127	0.8	4	3.3%
営業外費用	290	2.0	296	1.9	6	2.1%
経常利益	759	5.2	142	0.9	-617	-81.3%
特別利益	668	4.6	3	0.0	-665	-99.6%
特別損失	37	0.3	88	0.6	51	137.8%
当期純利益	548	3.8	-369	-	-917	-

TYOプロダクションズ(広告映像)の健闘、CG制作のデジタル・フロンティア(エンタテインメント)、円谷プロダクション(エンタテインメント)の堅調な推移。

WEB事業、アニメ制作(エンタテインメント)のコスト増とゲーム制作(エンタテインメント)の販売計画未達及び検収認識のズレ等。

※ 前期は関係会社株式売却益631百万円(円谷プロ株式をバンダイへ売却)を特別利益に計上。

2009年7月期第2四半期決算概要 連結貸借対照表①

(単位:百万円)

	2008年7月期 第2四半期	2009年7月期 第2四半期	増減
流動資産	12,080	10,743	△1,337
現金及び預金	2,156	1,398	△758
受取手形及び売掛金	5,463	4,401	△1,062
たな卸資産	3,760	4,118	358
その他	700	825	125
固定資産	13,349	12,581	△768
有形固定資産	2,923	2,512	△411
無形固定資産	6,684	6,558	△126
著作権 ※1	4,884	4,786	△98
のれん	1,496	1,449	△47
その他	303	322	19
投資その他の資産	3,741	3,510	△231
出資金	1,401	1,034	△367
その他	2,340	2,476	136
資産合計	25,429	23,325	△2,104

資産の部

子会社毎の滞留預金を集約し、
負債圧縮に活用。

- ① 新規出資案件に対する可否判断の厳格化。
- ② 既存の出資金、及びM&Aに伴うのれんの償却による減少。

※ 円谷プロダクションの「ウルトラマン」等のキャラクター資産。

2009年7月期第2四半期決算概要 連結貸借対照表②

(単位:百万円)

		2008年7月期 第2四半期	2009年7月期 第2四半期	増減
負債の部	流動負債	13,917	15,451	1,534
	支払手形及び買掛金	3,673	3,672	△1
	短期借入金	6,750	9,098	2,348
	未払法人税等	647	340	△307
	前受金	1,216	870	△346
	その他	1,630	1,470	△159
	固定負債	8,143	5,224	△2,919
	長期借入金	4,196	1,764	△2,432
	社債	724	380	△344
	負ののれん	761	723	△38
	繰延税金負債	1,991	1,948	△43
	その他	468	407	△61
	負債合計	22,061	20,675	△1,386
	純資産の部	株主資本	2,376	1,789
資本金		1,077	1,077	0
資本剰余金		1,023	1,023	0
利益剰余金		1,154	742	△412
自己株式		△879	△1,053	△174
評価・換算差額等合計		84	△95	△179
その他有価証券評価差額金		3	△44	△47
為替換算調整勘定		81	△50	△131
少数株主持分		907	938	31
純資産合計		3,368	2,649	△719
負債純資産合計		25,429	23,325	△2,104

運転資金の増加
⇒回収サイトを整理・短縮
することで借入金を
圧縮予定。

負債の圧縮
⇒円谷プロダクションの
有利子負債を
30億→15億まで圧縮。
(1月末現在)

(単位:百万円)

	2008年7月期 第2四半期	2009年7月期 第2四半期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	△600	26	626
投資活動によるキャッシュ・フロー	771	△576	△1,347
財務活動によるキャッシュ・フロー	338	149	△189

◆ 営業活動によるキャッシュ・フロー

- 増加要因 売掛金の回収。
- 減少要因 たな卸資産の増加、未払い金の減少及び法人税の支払い。

◆ 投資活動によるキャッシュ・フロー

- 減少要因 M & Aによる子会社株式取得。

◆ 財務活動によるキャッシュ・フロー

- 増加要因 短期借入金の増加。
- 減少要因 長期借入金の返済、社債の償還、配当金の支払い。

セグメント別の概況

2009年7月期第2四半期決算概要 セグメント別売上高・営業利益

<売上高>

(単位:百万円/%)

事業別	2008年7月期第2四半期		2009年7月期第2四半期		増減額	増減率
	期別	構成比	期別	構成比		
広告映像	8,624	56.2	8,523	52.7	△101	△1.2
WEB	1,013	6.6	938	5.8	△75	△7.4
エンタテインメント	4,105	26.8	5,192	32.1	1,087	26.5
コンテンツ・ソリューション	747	4.9	737	4.6	△10	△1.3
インターナショナル	847	5.5	776	4.8	△71	△8.4
合計	15,339	100.0	16,168	100.0	829	5.4

<営業利益>

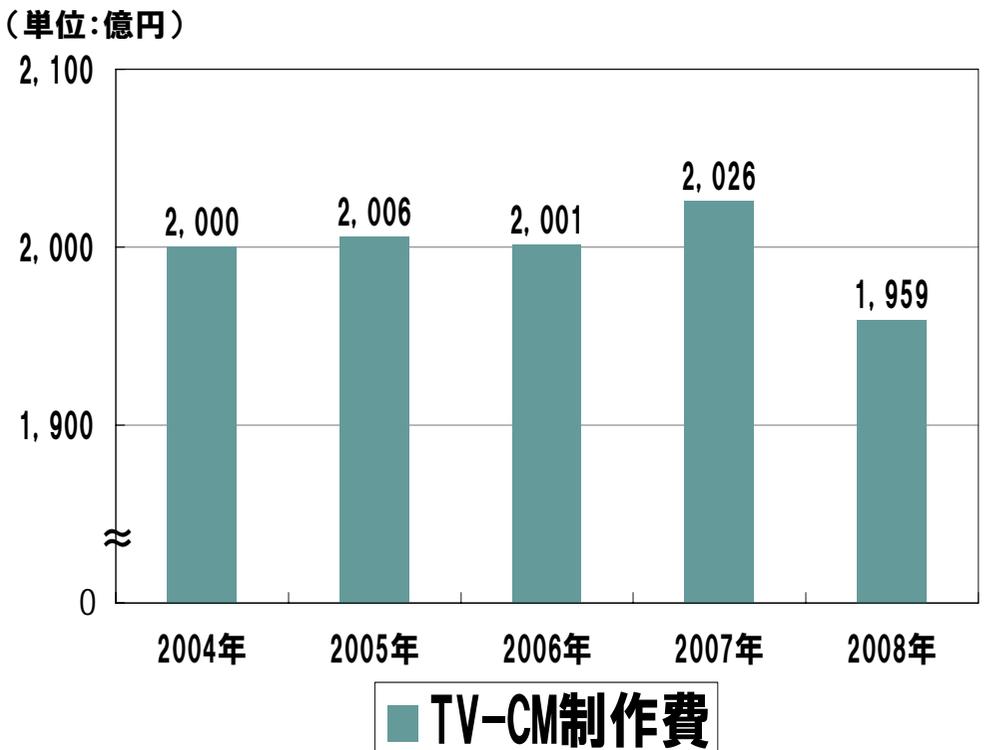
(単位:百万円/%)

事業別	2008年7月期第2四半期		2009年7月期第2四半期		増減額	増減率
	期別	利益率	期別	利益率		
広告映像	556	6.4	415	4.9	△141	△25.4
WEB	6	0.6	△28	—	△34	—
エンタテインメント	396	9.6	193	3.7	△203	△51.3
コンテンツ・ソリューション	99	13.3	36	4.9	△63	△63.6
インターナショナル	57	6.7	△82	—	△139	—
合計	1,115	7.3	533	3.3	△582	△52.2

連結相殺前の数値であります。

放送メディア不況による競合他社の淘汰により、相対的に競争力強化。

市場環境



電通「日本の広告費」より

上期のレビュー

- モンスター・ウルトラが利益目標未達。
- 不況による制作費の削減や競合他社の淘汰。
→クオリティを維持できる大手に案件集中。



下期以降の見通し・取組み

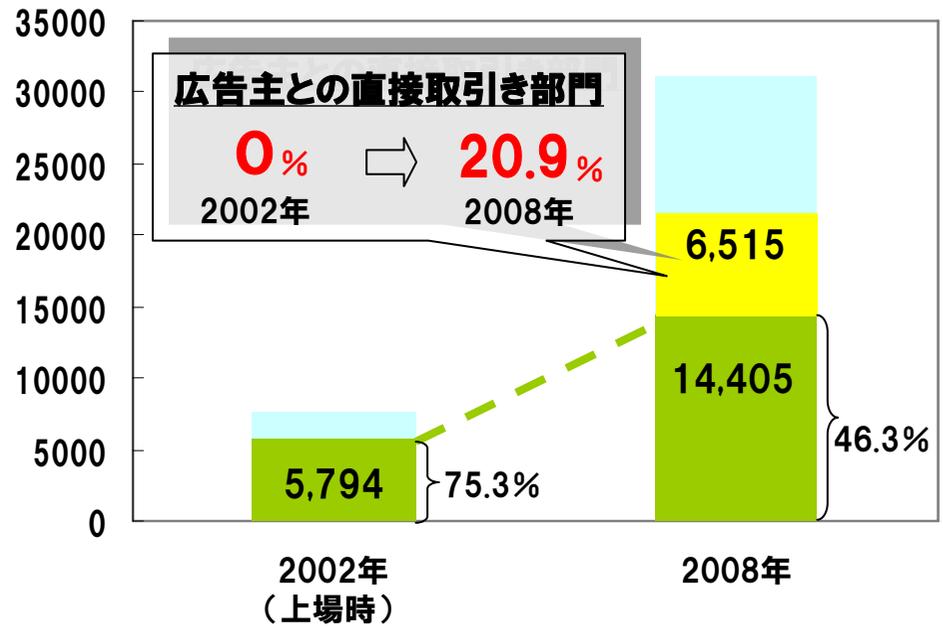
- TV-CMの媒体費低下による新規広告主の獲得。
- 個人消費喚起のため、メーカーが新商品を前倒しで投入する傾向も。

広告主にとってより最適な広告の提案。

**広告主との直接取引部門。
大手顧客からの案件受注で堅調に推移。**

TYOにおける当部門の売上高の推移

(単位:百万円)



■ TV-CMの売上高
■ マーケティング・コミュニケーション、WEB(国内外)の売上高

上期のレビュー

- 1st Avenueが業績目標未達。
- イーヴァム・インターナショナル、ゼオは堅調。



下期以降の見通し・取組み

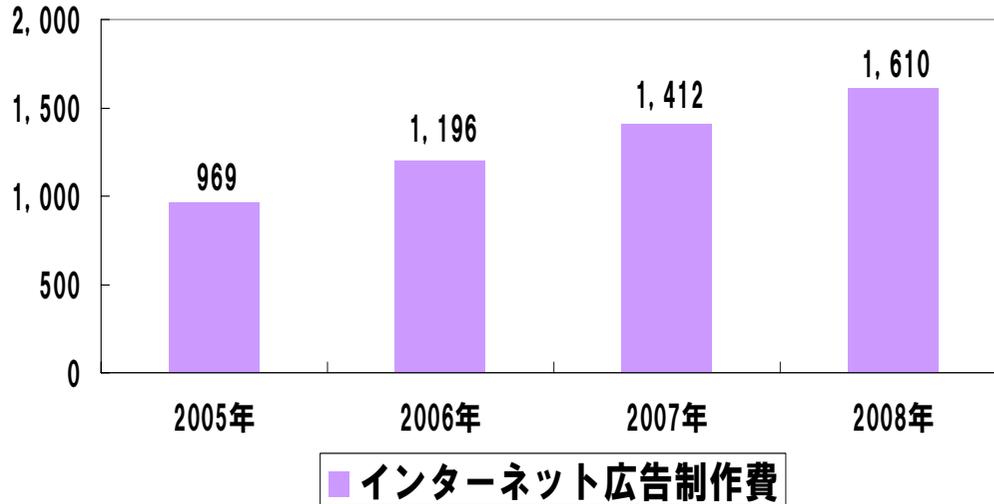
- 個人消費喚起のため、メーカーが新商品を前倒しで投入する傾向も。
- 新商品発売期にはイベント等の販売促進活動に注力する傾向も。

積極的な営業展開で更なる受注拡大を図る。

企画・制作から運用まで一括で担える強みを活かし受注拡大を図る。

市場環境

(単位:億円)



電通「日本の広告費」より

上期のレビュー

- ティー・ワイ・オーインタラクティブデザイン、新規設立のグレートワークス TOKYOは堅調。
- テオリアコミュニケーションズは顧客の属する自動車業界の不況で目標未達。



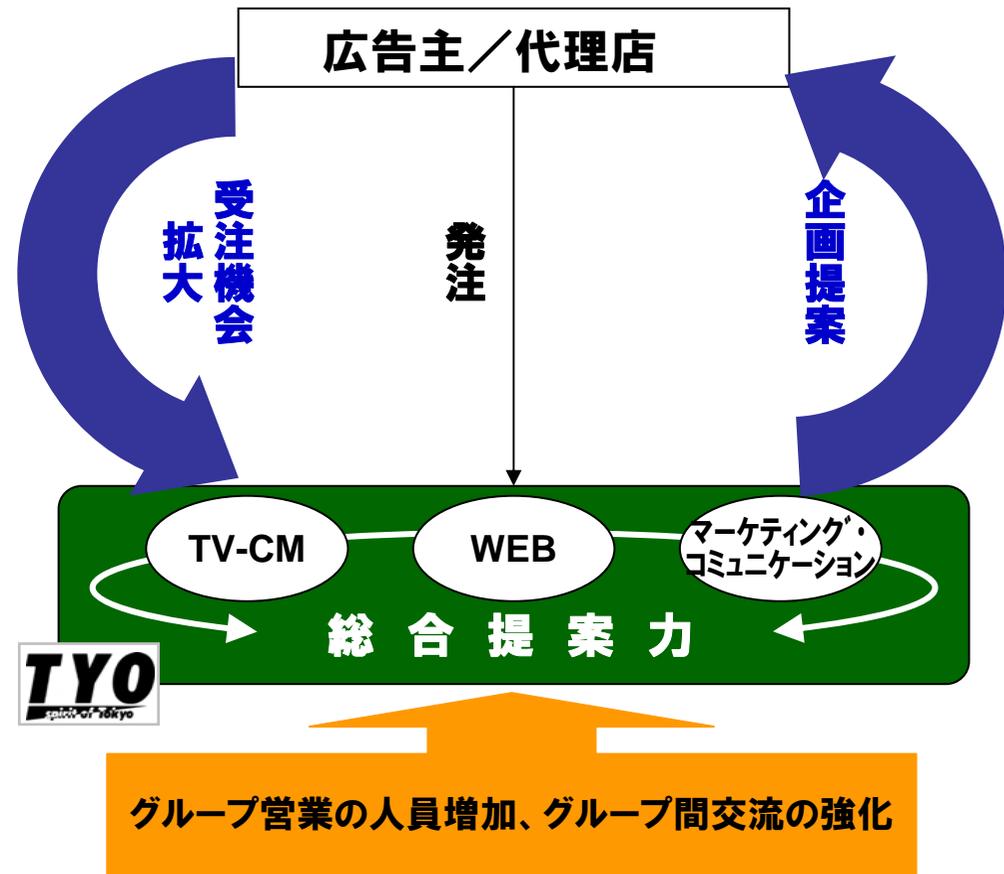
下期以降の見通し・取組み

- 市場環境は減速傾向も、費用対効果の見直しでインターネット広告を用いる企業が増加。
新規顧客の開拓、既存顧客との関係強化で受注の拡大を図る。

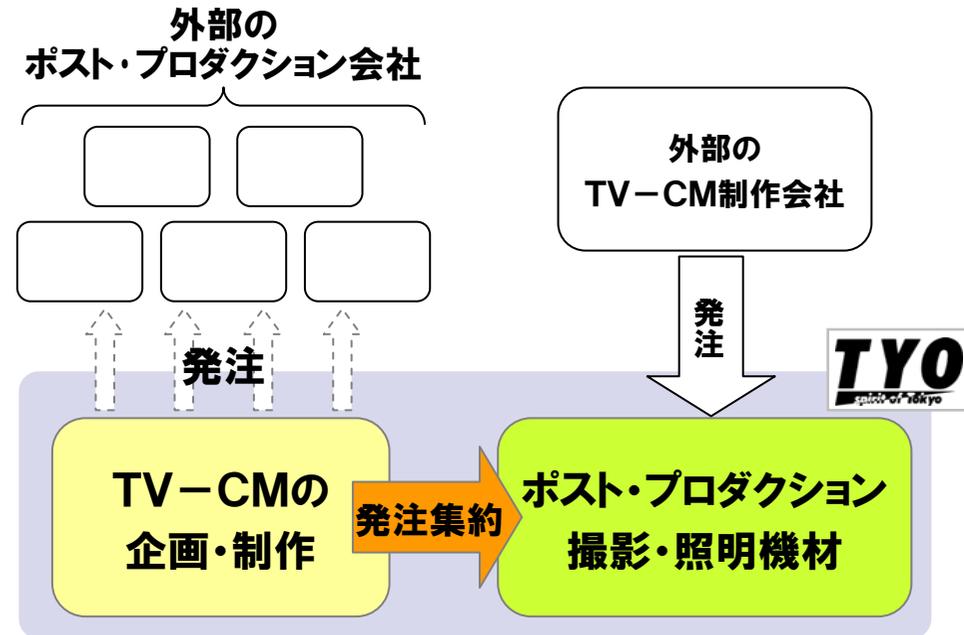
広告映像コンテンツ：制作事業における取組み

- ①総合広告(TV-CM、WEB、マーケティング・コミュニケーション)提案で案件受注。
- ②徹底的なコスト削減による利益率の維持。

①総合広告提案力の強化



②外注費削減による徹底的なコスト削減



- ポスプロ集約による効果
- ・スケールメリットによるコスト競争力向上
 - ・ノウハウの集約
 - ・発注の柔軟性(即対応)
 - ・キャッシュの内部留保

業界No.1ブランドを活かし、付加価値の高い作品で差別化を図る。

市場環境とTYO

CG適用市場の拡大による収益機会の増大。
技術進歩により参入障壁の低下。

上期のレビュー

- デジタル・フロンティアはゲーム、パチンコ、映画等
堅調な業界からの案件受注で好調。
- ルーデンスも、積極的な営業展開で目標達成。



業界No.1のデジタル・フロンティア、
老舗ブランドのルーデンスは
付加価値の高い作品で差別化を図る。

下期以降の見通し・取組み

- 参入障壁の低下で1件当たりの単価は下落傾向。

ブランド力を活かし、海外も視野に入れ
ビジネスチャンスの拡大を図る。



圧倒的な知名度を誇る「ウルトラマン」ブランドで積極的に営業展開。

市場環境とTYO

少子化でキャラクター市場は縮小傾向。



定番キャラクターへの「集中化」。



Only oneキャラクター、「ウルトラマン」「どーもくん」を保有＝絶対的な強み。



上期のレビュー

- Only oneキャラクター「ウルトラマン」。
→強みを活かした営業展開で目標達成。
- ドワーフの「どーもくん」が米小売大手のキャラクターに。
→海外でも知名度向上。



下期以降の見通し・取組み

- 不況でスポンサーが子ども向けTV番組への支出を低減。→製作委員会の組成が減少。
- テレビだけではない、新たなビジネス展開（映画、DVD、海外展開等）。**

エンタテインメント事業：キャラクター（参考事例）

新たなビジネス展開。
円谷プロダクションのテレビに依存しない新たな取り組み。

DVDビジネス



版元だけでなく発売元も。

音源ビジネス



自社保有の音源を活用した
CD発売やコンサート開催。

オンラインビジネス



「You Tube」「ニコニコ動画」

イベントビジネス



自社企画開催へ。
入場料ビジネスの構築。



グループシナジーを活かした徹底的なコスト削減で生き残りを図る。

市場環境とTYO

不況による
企業収益の悪化。

アニメDVDソフトの
販売減少。

スポンサー（DVD販売会社等）が
テレビ番組への出資低減
＝テレビ番組枠（製作委員会）の組成が減少

アニメ3社の多様性が強み

- ・独自のブランド展開
- ・独自のターゲットを保有

上期のレビュー

- 3社とも売上目標達成も、コスト増で収益を圧迫。
- 複数プロジェクトの延期等による影響が表れ始めている。

下期以降の見通し・取組み

- 守** スケールメリットを活かし、営業の統合、編集・制作ラインの共有によるコスト削減で生き残りを図る。
- 攻** テレビだけではない、新たなビジネスの模索。（劇場用アニメ、海外展開等）



組織再編も視野に入れ、抜本的な改革に取り組む。

市場環境とTYO

開発コストの増加、開発期間の長期化が顕著に。
中小のゲームソフト会社は販売力が課題。

上期のレビュー

- スティングが検収認識のずれにより目標未達。
- 5pbが開発計画の遅れで目標未達。
- ジェンタープライズが販売計画の未達で不調。



開発力には定評があるものの、
販売力・営業力に弱さが残る。

下期以降の取組み

- 不採算事業・ブランドの見直し等、
抜本的な改革への取組み。
- アライアンス戦略
……大手販売先等との業務提携強化。



2009年7月期通期業績予想

(単位:百万円/%)

	第2四半期実績		通期業績予想		進捗率
		構成比		構成比	
売上高	15,648	100.0	35,000	100.0	44.7%
営業利益	310	2.0	1,850	5.3	16.8%
経常利益	142	0.9	1,500	4.3	9.5%
当期純利益	-369	-	500	1.4	-

上記の通期業績予想につきましては、現段階における仮定を前提にしており、実際の業績は今後の様々な要因によって異なる可能性があります。今後の市場動向、グループ各社の業績動向を踏まえた結果、修正が必要である場合には、速やかに開示いたします。



本日はお忙しいところ、誠にありがとうございました。

本資料は発表日現在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おります。

経済状況・市況環境にかかわるリスクや不確定要因により実際の業績が予測数値と異なる可能性があります。

当資料記載の業績見通しのみに全面的に依拠してご判断されることはくれぐれもお控えになられるようお願いいたします。

当社は、株主や投資家の方々に、当社についての理解をより一層深めて頂くことを目的としてIR(Investor Relations)活動を行って参ります。また、取り扱う業績結果、財務内容、経営戦略等につきましては迅速、正確かつ公平に開示することを基本姿勢としております。

なお、いかなる目的であれ、当資料を無断で複製、または転用などを行われないようにお願いいたします。

お問合せ先

株式会社ティー・ワイ・オー 経営企画部

TEL 03-5434-1586

E-mail irwindow@tyo.co.jp

ご参考資料

■Phase3に向けた基盤固めに注力し、利益率の向上を目指す。

	2009年7月期	2010年7月期	2011年7月期
売上高	350億円	390億円	420億円
経常利益	15億円	18億円	22億円
経常利益率	4.3%	4.6%	5.2%
自己資本比率	11.7%	16.2%	20.0%
ROA	5.7%	7.5%	9.0%

※ROA(総資産経常利益率)

2012年(Phase3 収益拡大期)以降の高成長を目指す。

<売上高>

【売上高(億円)/構成比率】	2009年7月期		2010年7月期		2011年7月期	
広告映像コンテンツ制作 (広告映像+WEB+インターナショナル)	241	62.0%	253	59.8%	267	58.7%
エンタテインメント	130	33.4%	150	35.5%	166	36.5%
コンテンツ・ソリューション	18	4.6%	20	4.7%	22	4.8%

<営業利益>

【営業利益(億円)/営業利益率】	2009年7月期		2010年7月期		2011年7月期	
広告映像コンテンツ制作 (広告映像+WEB+インターナショナル)	15	6.2%	17.5	6.9%	20	7.5%
エンタテインメント	8.8	6.8%	13	8.7%	19	11.4%
コンテンツ・ソリューション	2.4	13.3%	2.7	13.5%	2.9	13.2%

※連結相殺前の単純合算数値となっております。