

TYOグループ
中期経営計画
2013

株式会社 ティー・ワイ・オー

2013年9月12日

1.1. TYO 3つの誓い:① 提供する価値は？

TYOは、
メディア取引を行わず、
クリエイティブ・エージェンシー※
となる事を目指します。

※広告主と消費者との関係構築に
クリエイティブを通じて
貢献する企業。

1.2. TYO 3つの誓い:② ビジネスモデルは？

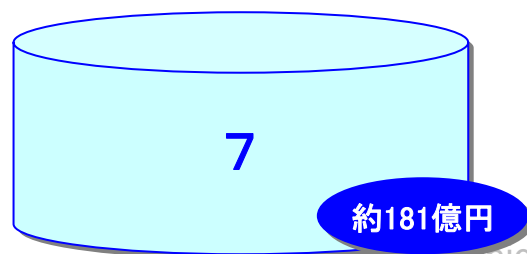
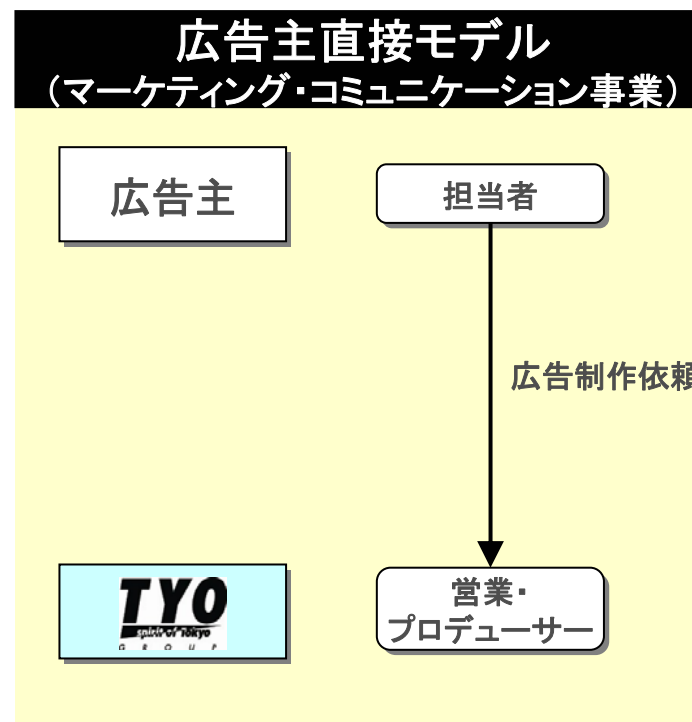
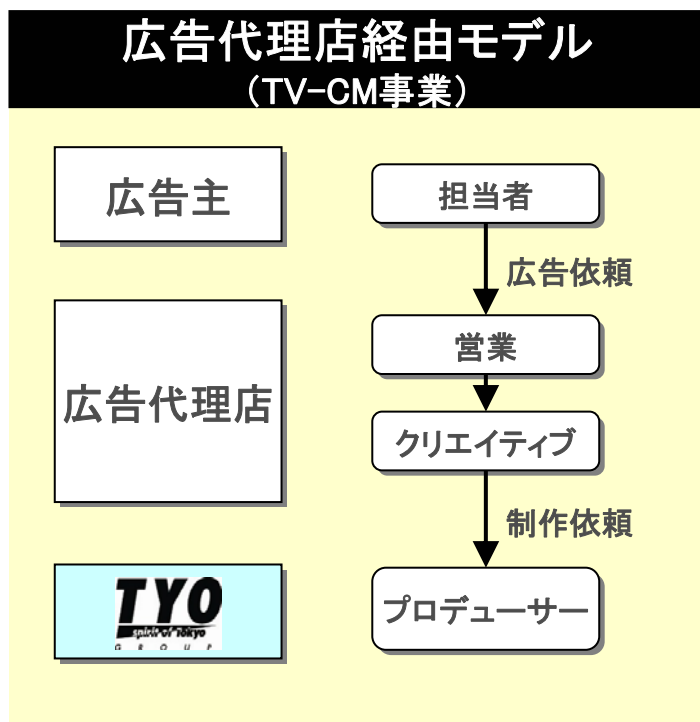
TYOは、
メディアを扱う広告代理店と
共存・並存関係となる
ビジネスモデルの構築を
目指します。

1.3. TYO 3つの誓い:③ 規模は？

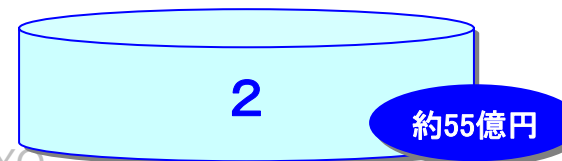
TYOは、
5年後に売上高500億円規模の
企業体となる事を
目指します。

2. 現在の売上高構成比率

現在のTYOグループは、広告代理店経由モデル、広告主直接モデルの2つのビジネスモデルを展開しており、その構成比は約7:2。

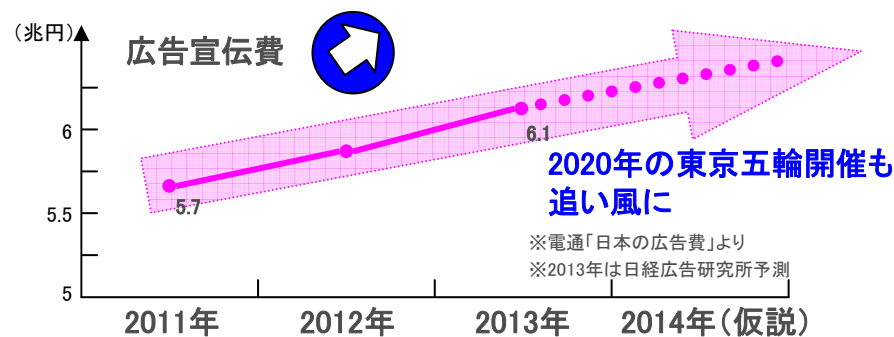
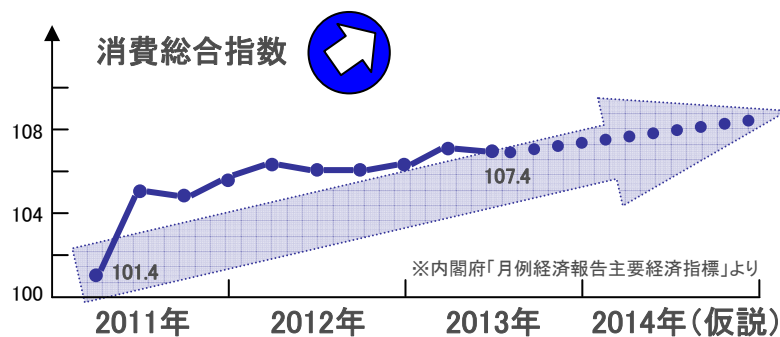
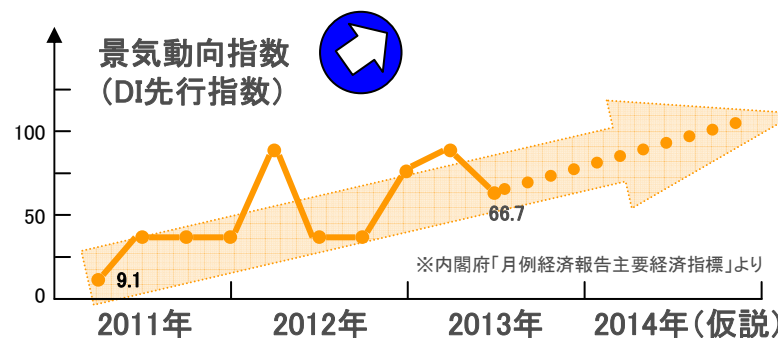
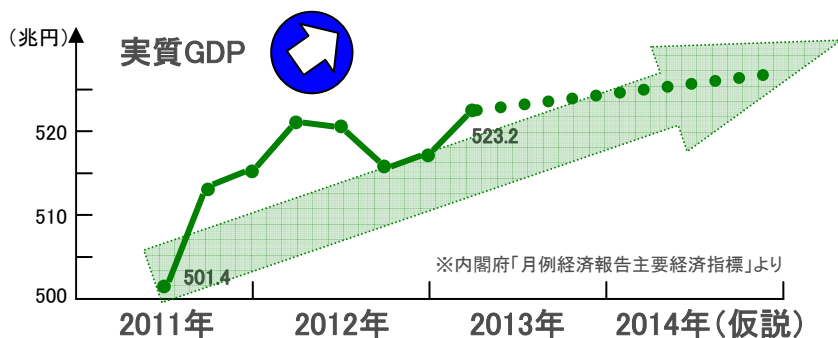


:



3. 好調なマクロ環境

マクロ環境は、**2020年の東京五輪開催も追い風**となり好調な推移が予想され、今後の業績躍進にも寄与すると想定される。



【安倍政権の経済政策目標】



(10年間平均)

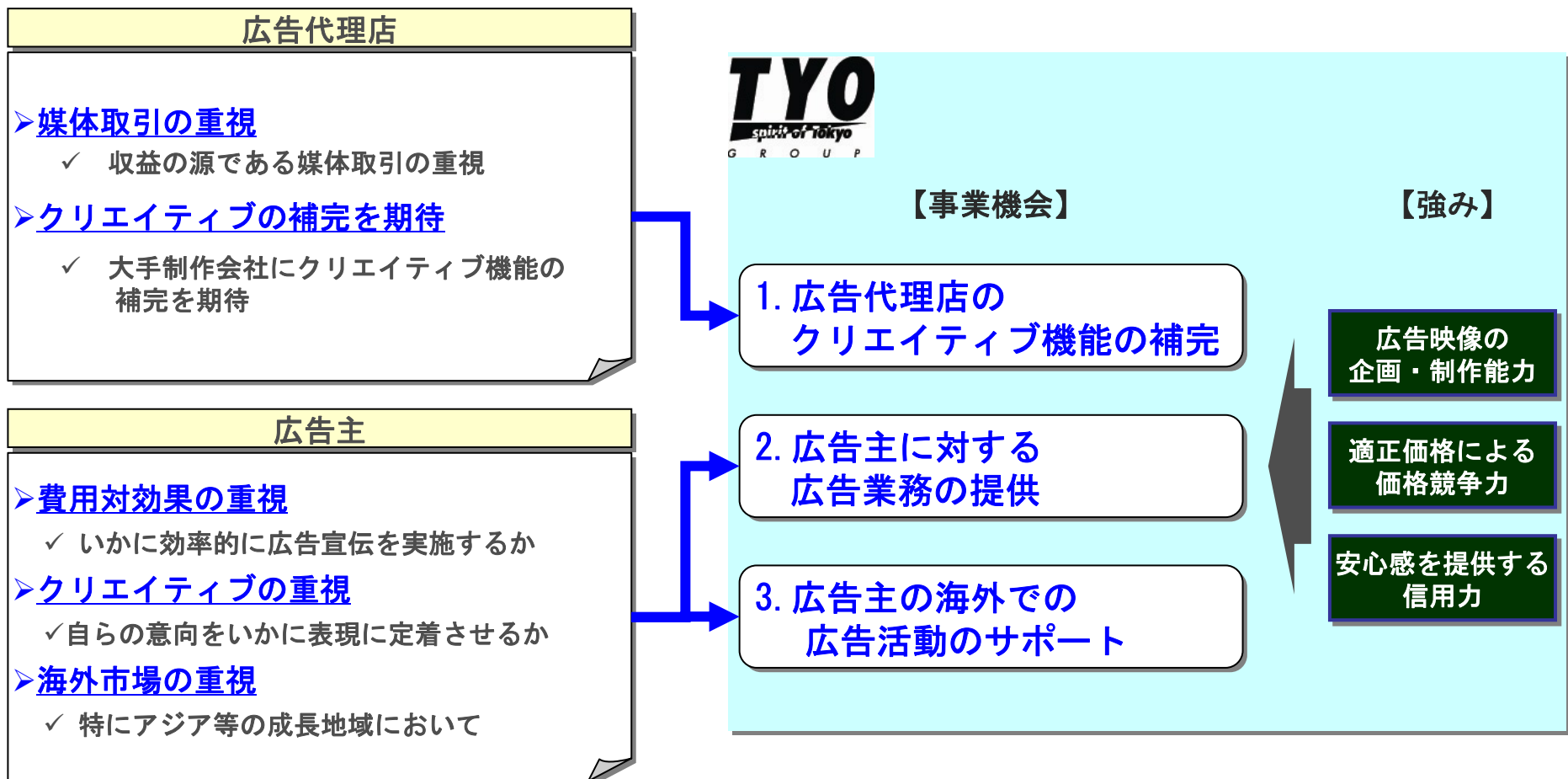
- 名目GDP成長率 3%
- 実質GDP成長率 2%

(10年後)

1人当り名目国民総所得 **150万円**以上拡大

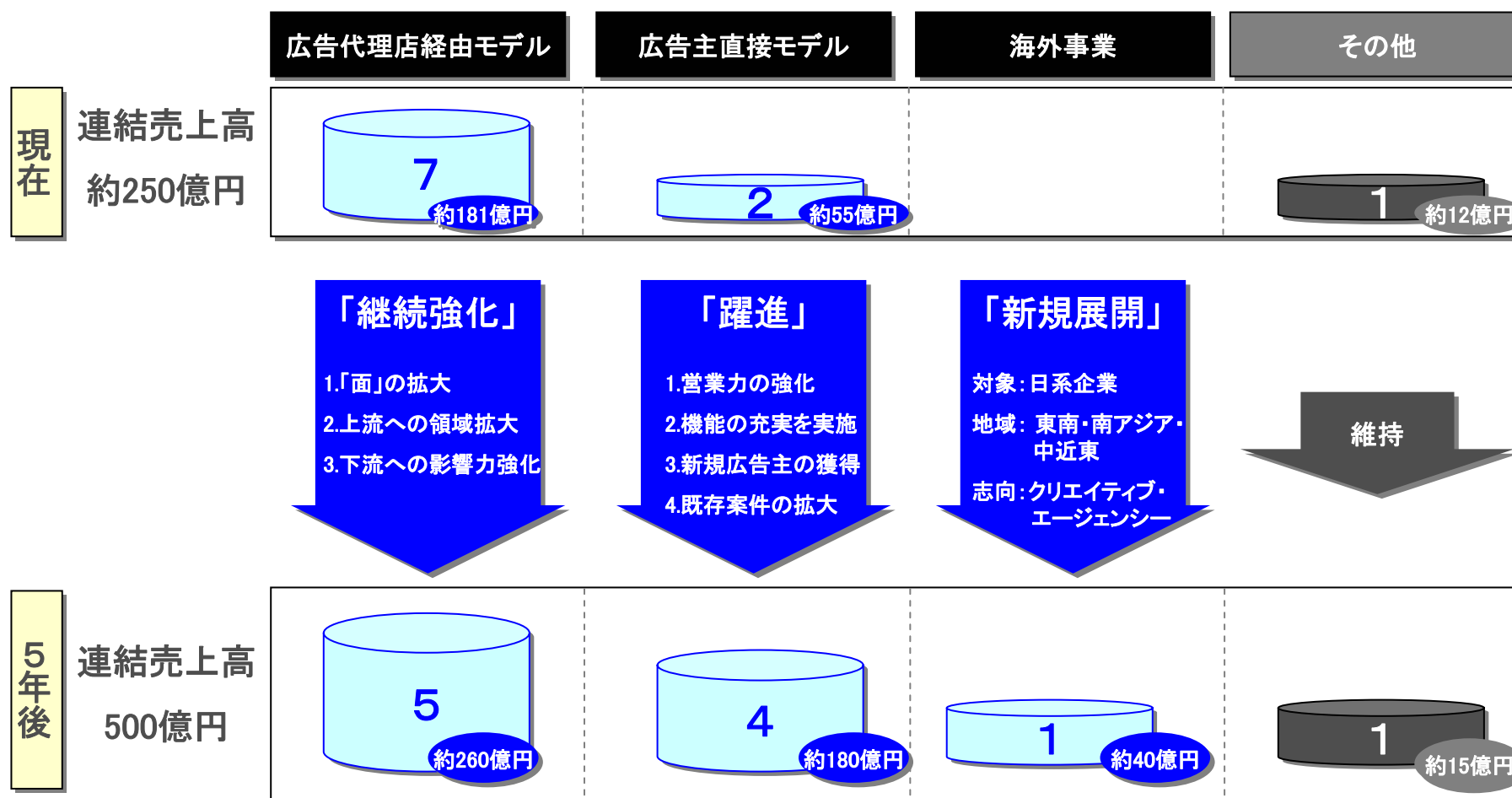
4. 業界動向による3つの事業機会

広告代理店及び広告主の動向により、
1. 代理店のクリエイティブ機能の補完、2. 広告主への広告業務の提供、
3. 海外での広告活動サポート の3つの事業機会が存在する。



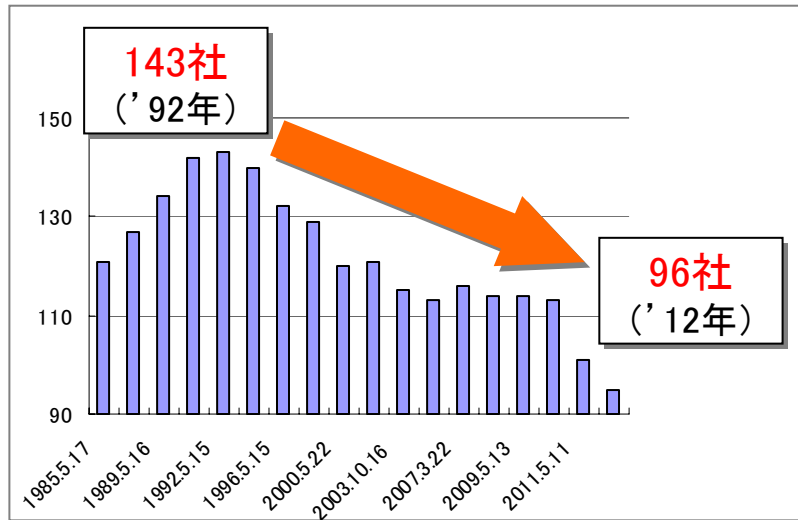
5. 今後のビジネスモデルと売上高構成比率

今後5年間、**広告代理店経由モデルは継続強化**し、**広告主直接モデルを躍進**させる事で2本目の事業の柱とする。
また、**海外事業を新規展開**する事で、3本目の事業の軸とする。

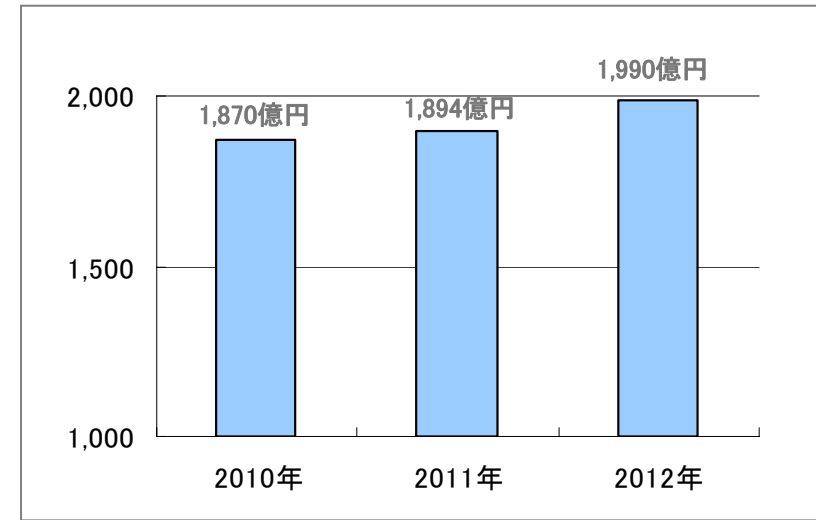


6.① 広告代理店経由モデル_業界動向

【JAC(業界団体) 正会員社数推移】

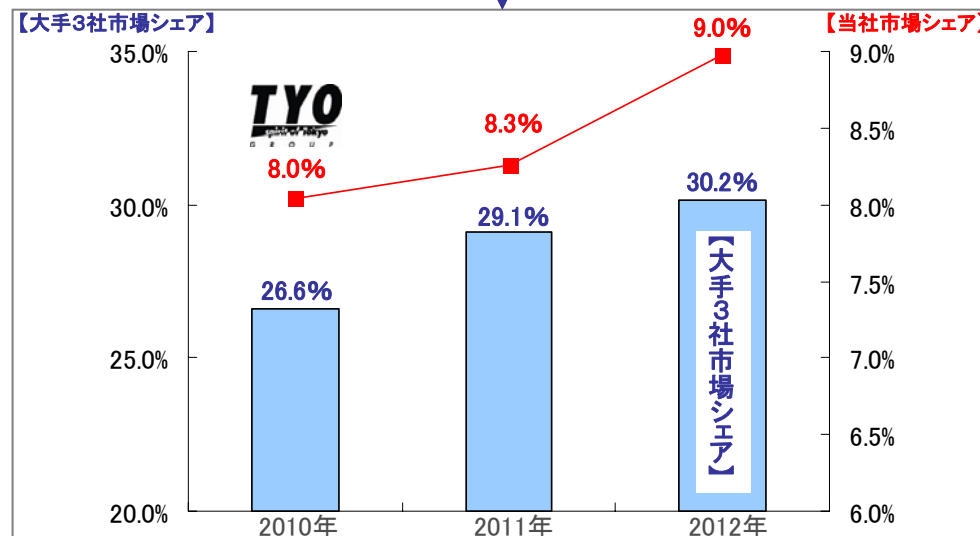


【TV-CM制作市場】



▶ 減少する競合企業

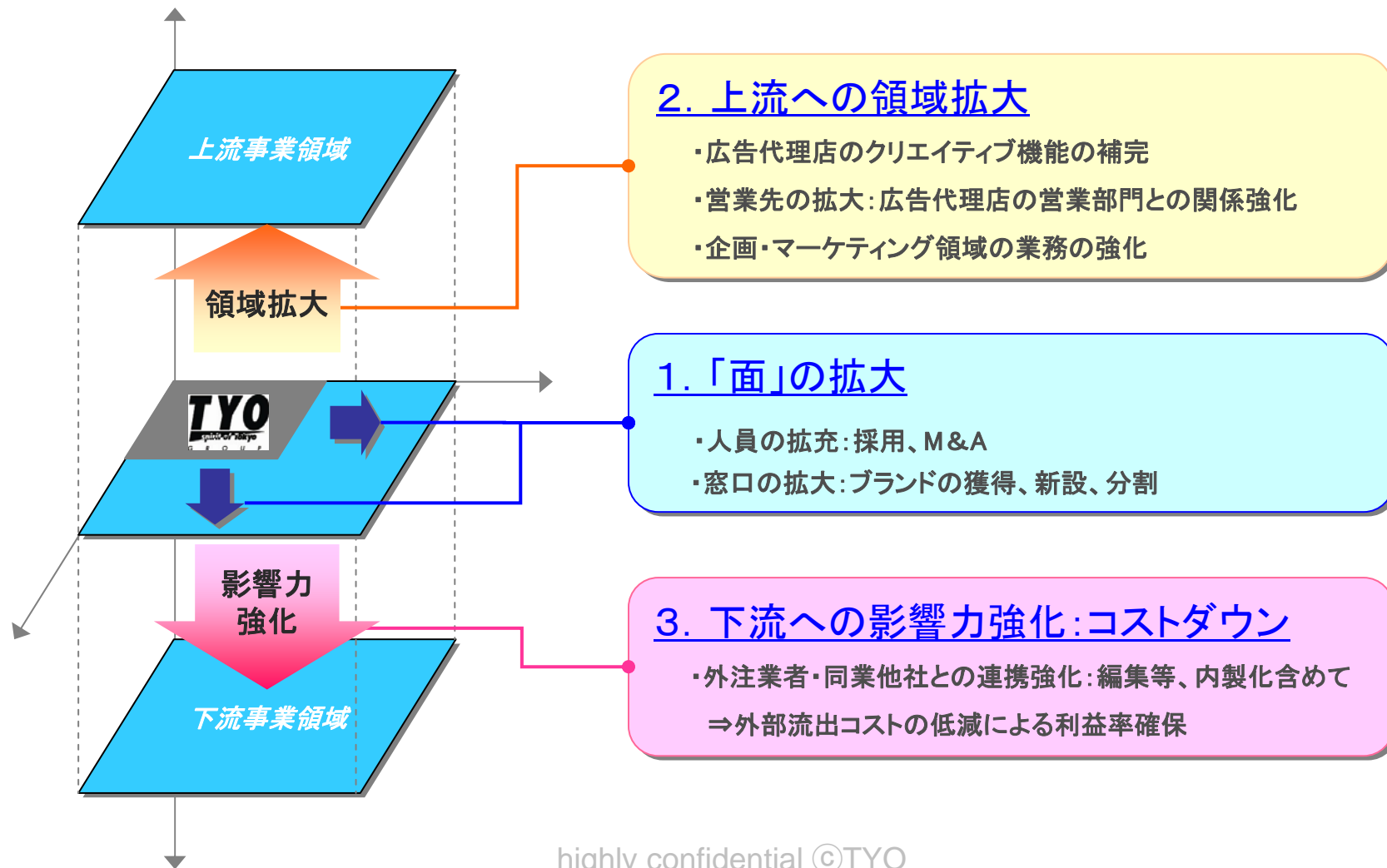
▶ 安定 且つ 拡大する市場



▶ 当社を含めた大手制作会社による寡占化の傾向

6.① 広告代理店経由モデル_拡大・発展施策

既存広告代理店経由モデルの拡大・発展の為、1.「面」の拡大を中心に行う。
併せて、2.上流への領域拡大、3.下流への影響力強化も実施。



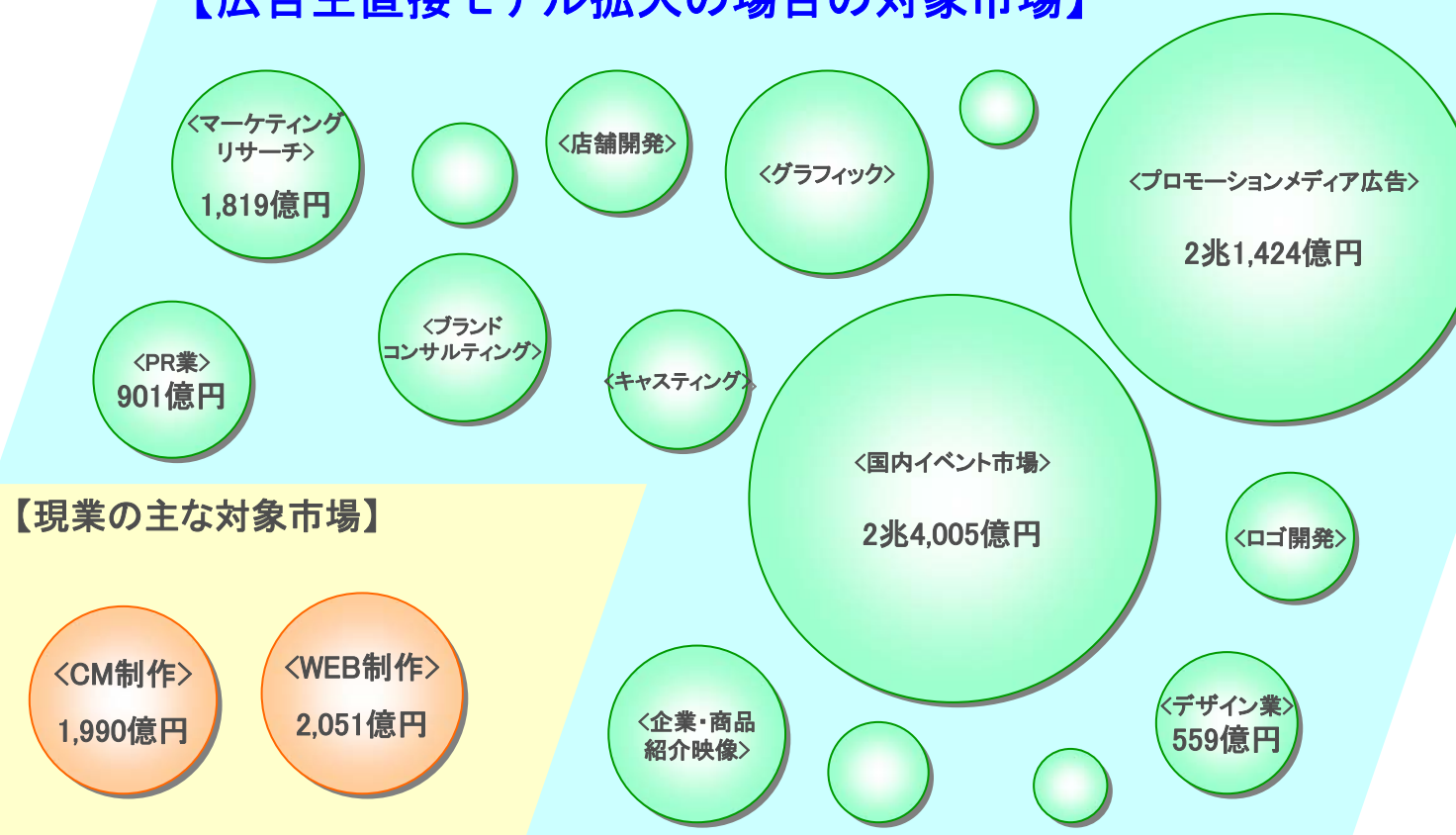
6.② 広告主直接モデル_メリット

- ・**広告会社としての主体的な地位の確立**
- ・**収益性の向上**
 - ✓ 媒体取引のキックバックによる利益率向上
- ・**長期的な関係の構築**
 - ✓ 広告主と直接対話し、将来の提案を実施する事で、長期的関係を構築
- ・**案件規模の拡大**
 - ✓ 媒体や部署を跨いだ案件の獲得による単価の向上
- ・**販売促進費の獲得**
 - ✓ 「広告宣伝費」に加え、販売促進費もターゲットに

6.② 広告主直接モデル_広大な市場

広告主直接モデルを拡大する事により、従来のCM制作・WEB制作市場に加え、
広大な市場が当社の事業領域の対象市場となる。

【広告主直接モデル拡大の場合の対象市場】



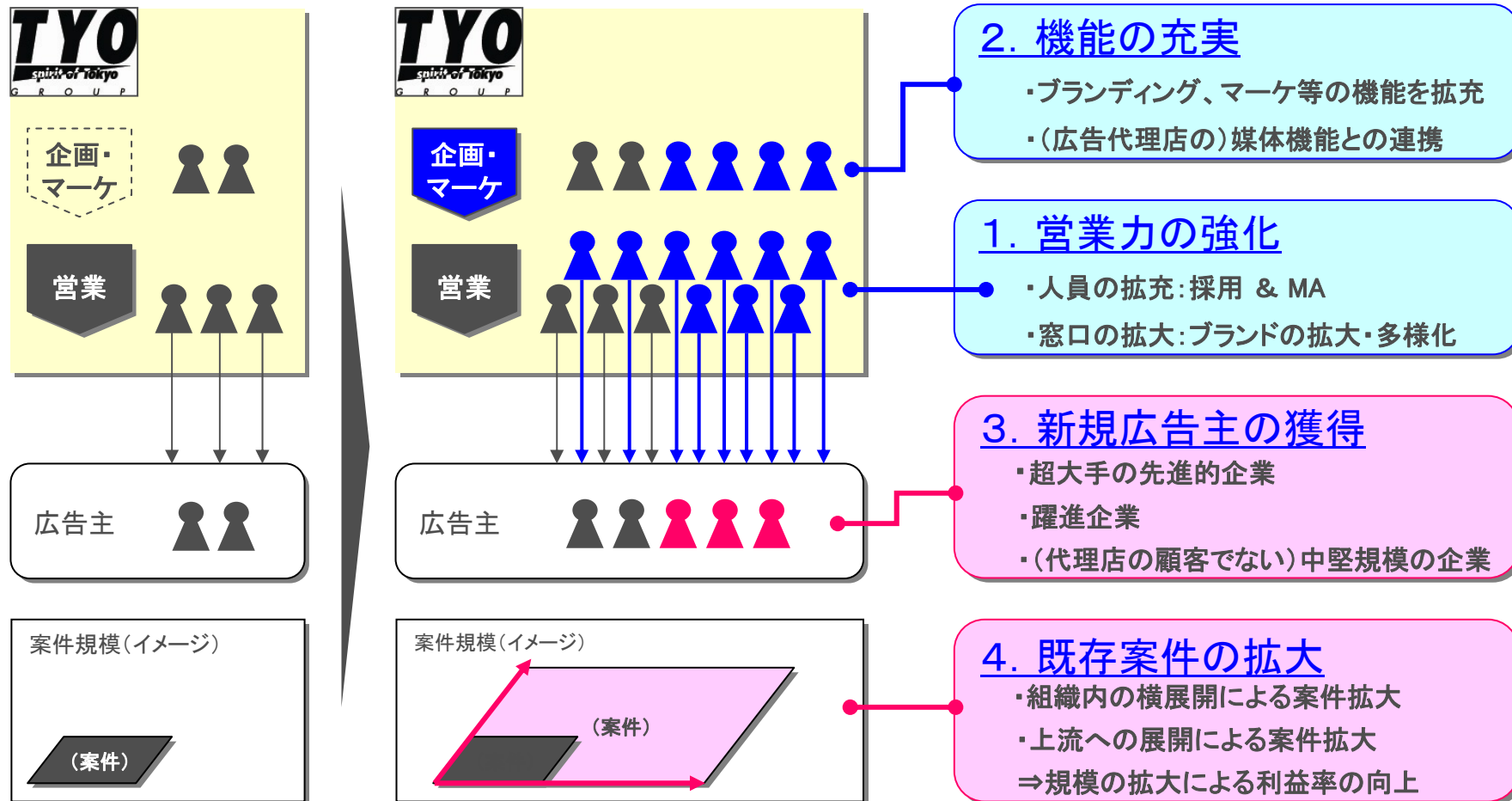
【現業の主な対象市場】



※「CM制作」、「WEB制作」、「プロモーションメディア広告」については、電通「日本の広告費」より
 ※「国内イベント市場」については、日本イベント産業振興協会「平成21年 国内イベント市場規模推計結果」より
 ※「PR業」については、日本パブリックリレーションズ協会資料より
 ※「マーケティングリサーチ」については、日本マーケティング・リサーチ協会「第38回経営業務実態調査」より
 ※「デザイン業」については、経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」より

6.② 広告主直接モデル_拡大・発展施策

広告主直接モデルの拡大・発展の為、1. 営業力の強化、2. 機能の充実を実施し、3. 新規広告主の獲得、4. 既存広告主案件の拡大を実現する。



6.③ 海外展開_事業展開施策

事業目的： 展開当初は日系企業の海外での広告活動のサポートとする。

展開地域： 東南アジア・南アジア・中近東を展開地域とする。

志向性： クリエイティブ・エージェンシーを志向する。

【実績】

当社はこの数年間、
インド・中近東・中国等で
広告・販促キャンペーンを既に実施済

【要点】

- ▶ エリアでの採算を考慮
- ▶ 国内経験の転用可能性を模索
- ▶ 必要な資源を当初は外部から取得

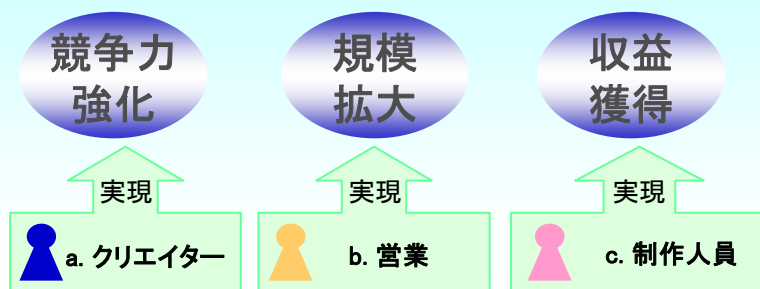
【FS】

市場状況・必要資源の取得方法
・ 事業管理の仕方 等、
十分な検討を行いつつ実施

7. 投資

重点投資領域は、人材獲得 及び M&A の2点。
規模及び収益強化の為に人材の獲得・育成に努め、
業務提携・資本提携等のM&Aについても、積極的に検討する。

【人材獲得】



- ・5年で**400名**を増員し、**1,100人超**の規模へ
- ・定着率の向上

【M&A】



- ・対象：広告制作事業及び関連業種
且つ
一定規模以上の企業
- ・手法：業務提携、資本提携等も含め
手法を柔軟に検討

8. 数値計画

- 売上高 5年後に、500億円 ※2018年7月期
- 営業利益率 3年後に、6.7% ※2016年7月期
- 有利子負債 1年後に、実質無借金 (ネット有利子負債ゼロ) ※2014年7月期末
- 自己資本比率 3年後に、50%以上 ※2016年7月期末

	2013年7月期 【実績】	2014年7月期 【1年後/計画値】	2015年7月期 【2年後/計画値】	2016年7月期 【3年後/計画値】
売上高	250億円	265億円	280億円	320億円
営業利益 (率)	14.9億円 (6.0%)	17.0億円 (6.4%)	18.5億円 (6.6%)	21.5億円 (6.7%)

※ 有利子負債 = 借入金
 ※ ネット有利子負債 = 借入金 - 現預金

9. 株主還元方針

➤ 企業の所有者たる株主への還元を重視

➤【参考】当社経営方針

- TYOの所有者は株主です。
- TYOのすべての役職員は株主の意志と利益に忠実であり、自らに対する最終的な評価は株主にゆだねます。

➤ 配当性向は、25%以上を目標

- 配当性向の基準を連結当期純利益で算出し、連結配当性向25%以上を目標

➤ 株主優待の継続実施

- 期末の配当と併せ、中間期における株主還元施策として株主優待制度を継続実施

【見通しに関する注意事項】

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。

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