

テー・オー・ダブリュー (4767)

連結通期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する当期純利益	EPS (円)	DPS (円)	BPS (円)
FY06/2023		11,774	1,150	1,178	355	8.61	14.40	208.86
FY06/2024		17,503	2,006	2,058	1,405	34.71	14.00	228.76
FY06/2025会予		18,000	2,120	2,150	1,428	35.17	15.00	-
FY06/2024	前年比	48.7%	74.4%	74.6%	295.3%	-	-	-
FY06/2025会予	前年比	2.8%	5.7%	4.5%	1.6%	-	-	-
連結半期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する四半期純利益	EPS (円)	DPS (円)	BPS (円)
1Q-2Q FY06/2024		9,563	1,333	1,348	893	-	-	-
3Q-4Q FY06/2024		7,939	673	710	512	-	-	-
1Q-2Q FY06/2025会予		9,000	1,089	1,100	732	-	-	-
3Q-4Q FY06/2025会予		9,000	1,031	1,050	696	-	-	-
1Q-2Q FY06/2025会予	前年比	(5.9%)	(18.3%)	(18.4%)	(18.1%)	-	-	-
3Q-4Q FY06/2025会予	前年比	13.4%	53.1%	47.8%	35.9%	-	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

1.0 エグゼクティブサマリー (2024年10月8日)


ホップ・ステップ・ジャンプ

高度化された統合プロモーションのプランニング&プロデュースの展開に注力しているテー・オー・ダブリューの業績動向は、コロナ禍からの回復を経てもう一步前に進む段階にある。また、同社は中長期的な観点における大きな飛躍に向けての準備を進めている。2024年6月期の実績においては、通期を通してリアルイベント回帰の動きが本格化しており、飲料や化粧品などを中心に街頭プロモーションが活発化していることに加えて、隔年開催の自動車大型展示会の開催やIPコンテンツ及び行政関連の大型イベントの開催による寄与も発生しており、同社としての業績はコロナ禍に至る前の水準まで戻っている。一方、2025年6月期に向けては中長期的な将来における持続的な成長ポテンシャルを引き上げていくことを目的とする戦略投資に注力する方針が打ち出されている。同社によれば、積極的な人的資本投資を実施することに加えて、AIや環境などといった強化テーマへの取り組みを進めるとのことである。2025年6月期に対して見込まれている増収率は限定的に留まるともいえるのだが、2026年6月期及びそれ以降に向けては、現状において実施されている各種の戦略投資などに起因する増収が同社としての売上高を引き上げ続けていく方向性にあると考えられよう。

IR担当: 取締役 兼 執行役員 管理本部長 舛森 丈人 (03-5777-1888 / 211masumori@tow.co.jp)

2.0 会社概要

高度化された統合プロモーションのプランニング&プロデュース

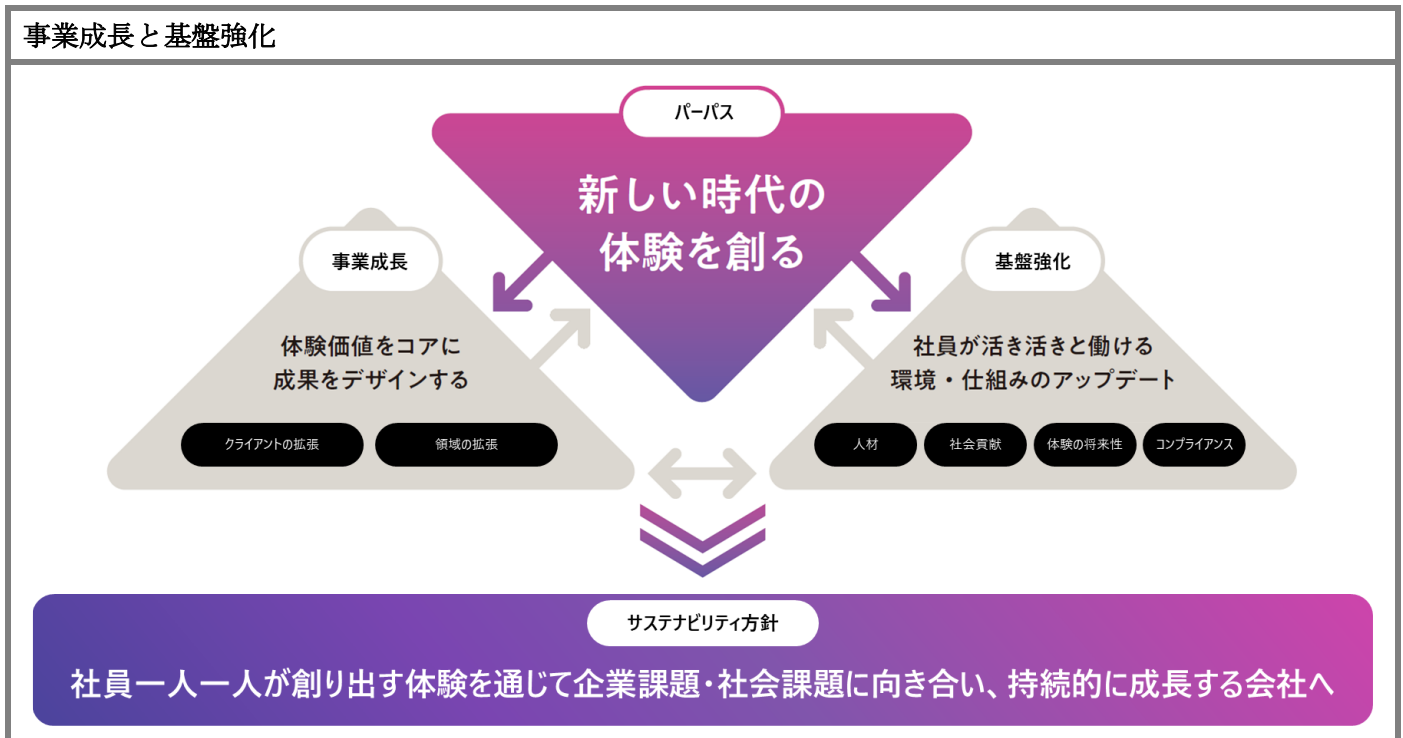
商号	株式会社テー・オー・ダブリュー Web サイト IR 情報 最新株価	
設立年月日	1976年7月6日	
上場年月日	2023年10月20日：東京証券取引所スタンダード市場（証券コード：4767） 2022年4月4日：東京証券取引所プライム市場 2008年6月25日：東京証券取引所第1部 2007年6月25日：東京証券取引所第2部 2000年7月13日：ジャスダック市場	
資本金	948百万円（2024年6月末）	
発行済株式数	48,969,096株、自己株式内数8,349,752株（2024年6月末）	
特色	<ul style="list-style-type: none">● 大手広告会社で売上高構成比60%、直クライアントで売上高構成比19%● イベントやコンテンツをプランニング&プロデュース● 事業成長を推進するための施策：“体験価値をコアに成果をデザインする”	
代表者	代表取締役社長 村津 憲一	
主要株主	日本マスター信託口 16.63%、真木勝次 9.71%、日本カスタディ信託口 5.83%、ライク 2.56%、従業員持株会 1.95%（2024年6月末、自己株式を除く）	
本社	東京都港区	
従業員数	連結 263名、単体 200名（2024年6月末）	

出所：会社データ

3.0 パーパス及び経営方針

新しい時代の体験を創る

クライアント（広告主）によるマーケティング活動の推進を主要な目的として、高度化された統合プロモーションのプランニング&プロデュースの展開に注力している同社は、それぞれの案件に対して常にフルオーダーメイドでの対応を徹底することを通して、クライアント（広告主）の満足度を最大化できるよう努めていることに加えて、成果にコミットしていきたいとしている。



出所：会社データ

2022年2月、パーパスとして“新しい時代の体験を創る”を掲げるに至っている同社によれば、“どんなに時代が変化しても人と人が存在する限り、「体験」は自由自在にかたちや役割を変え、生活者（消費活動を通して生活の豊かさ及び自己実現を追求していく消費者）や社会に寄り添い、人のココロとカラダを動かす。我々は、リアルやデジタルなどの様々な方法を駆使し、「体験」を創り出し、人々に感動や共感、ワクワクを届け続ける。”とのことである。また、持続的な成長及びこのパーパスの実現に向けて、体験デザインの進化による事業成長と人的資本をはじめとした基盤強化によってサステナビリティ経営を推進していくとのことである。同社は、サステナビリティ方針として、“社員一人一人が創り出す体験を通じて企業課題・社会問題に向き合い、持続的に成長する会社へ”と標榜している。

事業成長を推進するための施策として掲げられているのは、“体験価値をコアに成果をデザインする”である。また、これをもってクライアントの拡張並びに領域の拡張を進めていきたいとのことである。一方、基盤強化を推進するための施策として掲げられているのは、“社員が生き生きと働ける環境・仕組みのアップデート”である。また、これをもって人材、社会貢献、体験の将来性、コンプライアンスといった課題に取り組んでいきたいとのことである。

ASAHI DRY CRYSTAL 体験型サンプリングイベント



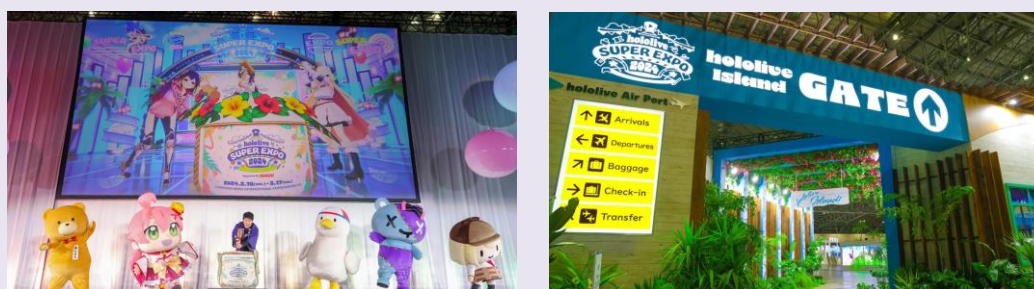
REGENERATION by L'OCCITANE EN PROVENCE



SusHi Tech Tokyo 2024



hololive SUPER EXPO 2024



2024年6月期における動向においては、食品や飲料、化粧品などといった体験価値が重視される商材を中心としてブランド体験イベントに対する需要が大きく拡大しているとのことである。アルコール／ノンアルコール飲料などの場合、イベント会場の来場者に現物を無償で提供して試飲してもらうという従来からのスキームもひとつの体験価値の提供になっているのだが、同社が標榜するところの体験価値には、当該飲料に係る没入感／高揚感の創出を試みている側面も認められる。また、これをもって同社は高まりを示す上述のような需要を着実に取り込んでいるとのことである。

例えば、当該飲料を試飲してもらうことに集中できる環境を整備することを通して、五感（視覚、聴覚、触覚、味覚、嗅覚）のすべてを用いた体験ができるようにする施策が実施されている。具体的には、イベント会場にドームシアター（映像世界に高い没入感を得られるような、高精度3次元曲面スクリーンやハイクオリティ音響を使用した没入型シアター）に類するような設備を設置することがあるとのことである。そして、現地においては文字通りドームシアターに類する効用をもって当該飲料の魅力を強くアピールする施策が採られているとのことである。

一方、都心部のビルの屋上にクライアント（広告主）のブランドイメージを醸し出す空間を演出するなど、同社は多様な業務を展開している。例えば、クライアント（広告主）の企業理念として強く打ち出されている環境配慮に呼応する各種のグッズやリサイクル商品を上述の空間で実際に体験することを促し、これをもって拡販を強化していくことが試みられているとされている。

また、同社においては、大型イベントのプロデュース力を活かして、文字通り大型の自治体関連業務などを受託し、これを効率的に展開できる強みがあるとのことである。例えば、自治体のビジョンを体験することができる、大型のイベントプログラムを構築する業務の実績があるとのことである。同社が示唆するところによれば、いわゆるVTuberなどに関連する業務においても大型イベント案件の獲得が進捗しているとのことである。そして、ここではVTuberなどが提供する各種のコンテンツを効率的に体験できるスキームが導入されているとのことである。なお、市場規模の拡大が引き続く、IPコンテンツ（人気キャラクター／他）に関連する業務などに関しては、リアルとデジタルの両方を駆使して体験価値の最大化を試みている側面も認められる。

ポケカオールスターバトル2023



JAPAN MOBILITY SHOW 2023

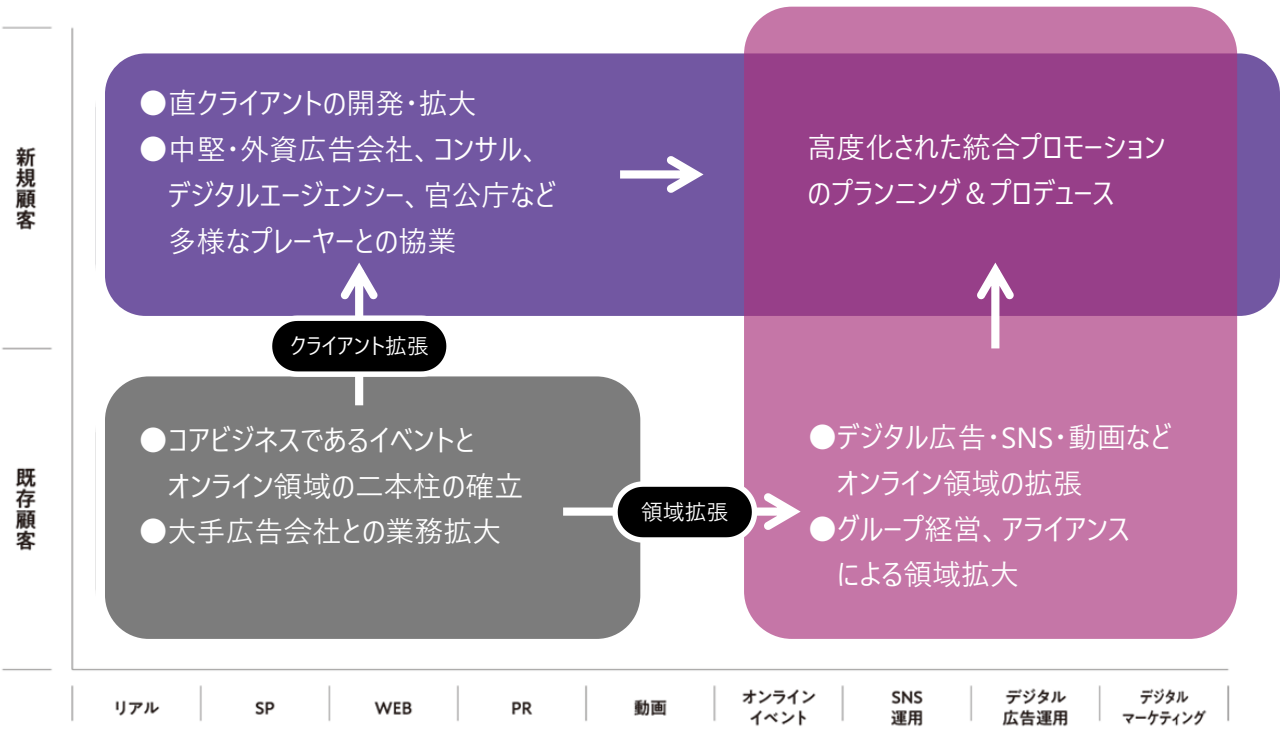


出所：会社データ

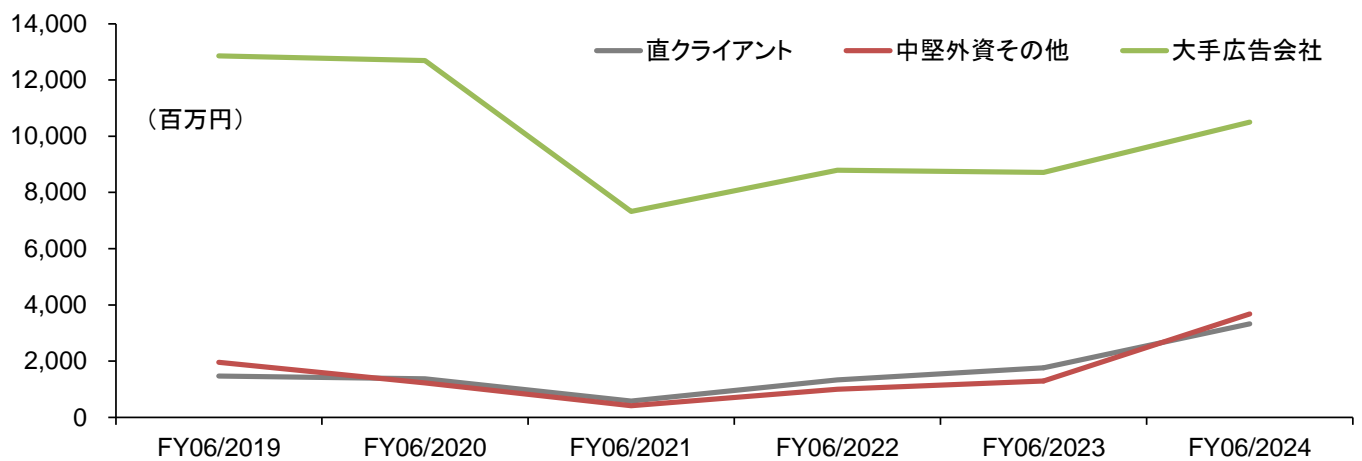
例えば、世界的にも人気を博しているキャラクターに係るリアルイベントを開催すると同時に、その内容をオンライン配信することを通して、多くの人がその内容を視聴してそこで行われるバトル (battle/交戦) の応援などができるようにならしめるスキームが提供されている。

また、リアルイベントの会場にイマーシブシアター (Immersive Theater/物語から現れた登場人物たちと一緒に、まるで1本の映画・演劇の中に入り込んでしまったかのような体験を味わえる新感覚の没入型演劇) の概念に沿った環境を構築することに加えて、現地で多くの人気アーティストや芸人を招聘した、いわゆる“フェス (イベントやショーなどの特定の目的を持つ集まり/「お祭り」という意味の「フェスティバル (festival)」を省略した造語)” の開催を担うなど、同社は多様な業務に関与している。なお、イマーシブシアターの概念に沿った環境の下では、その没入感をもってクライアント (広告主) が自社の商品やサービスなどに込める思いなども強くアピールすることができるとされている。更に同社は、イベント会場での回遊に役立つ公式スマホアプリの開発及び提供なども展開している。先述の通り、同社は、リアルとデジタルの両方を駆使して体験価値の最大化を試みていると考えられよう。

事業戦略：「2軸の拡張」



受注先別売上高のトレンド（コロナ関連の特定 BPO 業務除く）



出所：会社データ

同社は、事業戦略として「2軸の拡張」を掲げている。また、これをもって高度化された統合プロモーションのプランニング&プロデュースの展開に注力していくとしている。「2軸」とは、上述にある通り、“クライアント拡張”と“領域拡張”である。“クライアント拡張”に向けては、大手広告会社（売上高構成比 60%/2024年6月期の実績）との業務拡大を推進しつつ直クライアント（19%）における新規開拓及び業務拡大も推進する一方、中堅外資その他（21%/中堅・外資広告会社、コンサル、デジタルエージェンシー、官公庁/他）といった多様なプレーヤーとの協業を強化していくとのことである。同社によれば、体験価値を軸とするマーケティングに対する期待が高まっていることから、直クライアント及び中堅外資その他に係る売上高が、2024年6月期に至る経緯において堅調に推移しているとのことである。一方“領域拡張”に向けては、デジタル広告、SNS、動画などといったオンライン領域の拡張を推進していくことに加えて、グループ経営やアライアンスの強化に伴う拡張も推進していくとのことである。

沿革（抄）

年月	概要
1976年7月	販売促進の企画、コンサートの企画等を目的とし、有限会社テー・オー・ダブリューを東京都千代田区に資本金2百万円で設立し、代表取締役役に川村治が就任。
1981年1月	ソニー株式会社のウォークマン発売のキャンペーンを株式会社博報堂より受注。以降株式会社博報堂との継続的取引を開始。
1989年3月	有限会社テー・オー・ダブリューから株式会社テー・オー・ダブリュー（資本金5百万円）に改組。
1989年3月	本店を東京都港区六本木三丁目4番33号 マルマン六本木ビルに移転。
1993年6月	株式会社博報堂の各部局をはじめ、株式会社博報堂プロス、株式会社電通、株式会社東急エージェンシー、株式会社旭通信社、株式会社読売広告社、株式会社大広、株式会社朝日広告社、株式会社マッキンゼーエリクソン、凸版印刷株式会社、株式会社ジェイアール東日本企画等へ営業活動を拡大。
1996年4月	大阪支社開設。関西地区への営業活動を本格的に開始。
1996年8月	特定建設業（内装仕上工事業：東京都知事登録）の登録。
1998年2月	冬季長野オリンピックのトーチリレー（聖火リレー）の関東地区の運営、並びに公式スポンサー 日本コカ・コーラ株式会社の白馬会場ブースの運営を受託。
1998年8月	夏季国民体育大会の開催式典、並びに秋季大会の開催式典の企画、運営を受託。
2000年7月	イベント制作会社としては初めて日本証券業協会へ店頭登録。
2000年12月	ISO14001を認証取得。
2001年1月	「TOW イベントプランナーズスクール」を開講。
2001年5月	本店を東京都港区虎ノ門一丁目26番5号 虎ノ門17森ビルへ移転。
2002年1月	韓国の株式会社ユニワンコミュニケーションズと業務提携及び資本提携。
2002年3月	当社の100%連結子会社株式会社ティー・ツー・クリエイティブ設立。
2004年11月	ISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）の認証を取得。
2004年12月	日本証券業協会への店頭登録を取消し、ジャスダック証券取引所に株式を上場。
2005年3月	愛知万博の各種パビリオンの企画・演出・運営を受託。
2005年7月	名古屋支社開設。東海地区への営業活動を本格的に開始。
2005年8月	Pマーク（プライバシーマーク）の認証を取得。
2005年11月	viZoo社より新映像技術「Free Format」のイベントにおける独占販売権、日本国内でのすべての実施施工の独占実行（制作）権を取得。
2007年6月	東京証券取引所市場第2部へ上場。
2008年6月	東京証券取引所市場第1部指定。
2009年5月	本店を東京都港区虎ノ門四丁目3番13号 神谷町セントラルプレイスへ移転。（現ヒューリック神谷町ビル）
2010年2月	ジェイコムホールディングス株式会社（現ライク株式会社）と業務提携及び資本提携。
2014年11月	「TOW インタラクティブプロモーションスクール」を開講。
2015年7月	株式会社カヤックとの業務提携による新プロジェクトバズるイベント「TOWAC（トワック）」を開始。
2015年9月	監査等委員会設置会社へ移行。
2016年2月	株式会社マテリアルとの業務提携による新プロジェクト「PR モーションズ（ピーアールモーションズ）」を開始。

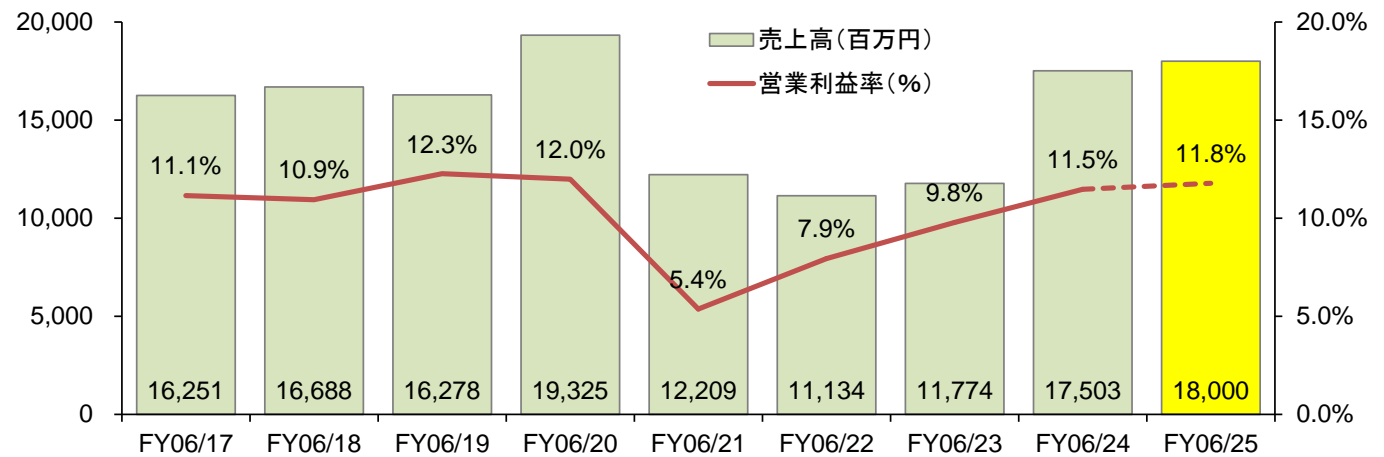
- 2016年10月 関西支社を大阪市北区堂島浜1丁目4番4号に移転。
- 2017年7月 体験デザイン本部を新設。
- 2019年9月 イベント演出と配信を一気通貫したプロデュースを実現するe-Sports専門チーム「TOW×T2 Creative e-Sports Unit TTe（ティー・ティー・イー）」を設立。
- 2020年1月 代表取締役社長に秋本道弘、代表取締役副社長に村津憲一が就任。
- 2020年6月 デジタルプラットフォーム時代の体験価値を拡張する「TOW オンラインイベントパッケージ」を提供開始。
- 2021年2月 デジタルマーケティング企業である株式会社デジタルアイデンティティと業務提携。
- 2021年2月 メディアマネジメント企業である INCLUSIVE 株式会社と業務提携。
- 2021年5月 プロモーション成果データの集合知を活かした成果解析ツール「体験デザインエンジン」を開発。
- 2021年5月 顧客体験のDX化で成果を追求する新サービス「プロモーションDXパッケージ」を提供開始。
- 2021年7月 業務領域拡大を目的として、体験デザイン本部内に「ソーシャルメディアグループ」「顧客体験マーケティング室」を新設。
- 2021年7月 「TOW グループ神谷町スタジオ」を開設。
- 2022年1月 代表取締役社長に村津憲一が就任。
- 2022年2月 ゲームプロモーションにおける共創パートナープログラム「PLAY LAB」プロジェクトを開始。
- 2022年2月 パーパス「新しい時代の体験を創る」を制定。
- 2022年4月 東京証券取引所の市場区分の見直しにより、市場第1部からプライム市場へ移行。
- 2022年9月 創業者である取締役会長川村治及び取締役副会長秋本道弘が任期満了につき退任。
- 2023年10月 スタンダード市場へ移行。
- 2024年8月 イベント CO2 排出量可視化ツール「EventGX」を提供開始

4.0 業績推移

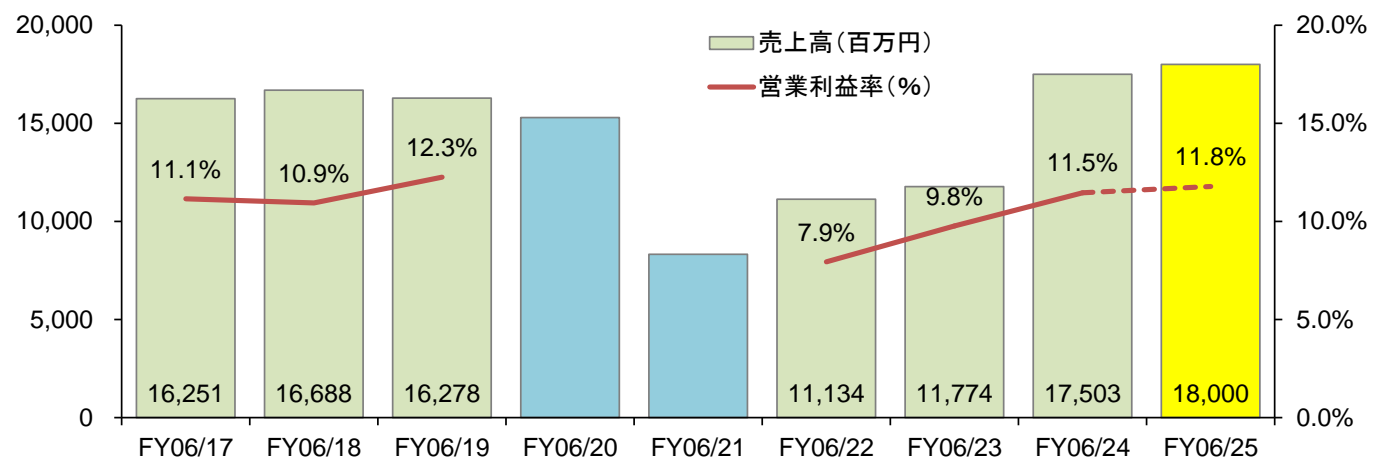
2024年6月期

2024年6月期は、売上高 17,503 百万円（前年比 48.7%増）、営業利益 2,006 百万円（74.4%増）、経常利益 2,058 百万円（74.6%増）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,405 百万円（295.3%増）での着地である。また、営業利益率 11.5%（1.7%ポイント上昇）である。特別損益の段階においては、2023年6月期に対して計上されている特別功労金 647 百万円の拠出に伴う影響が一巡しており、この分だけ親会社株主に帰属する当期純利益の増益幅が大きくなっている側面が認められる。

売上高と営業利益率



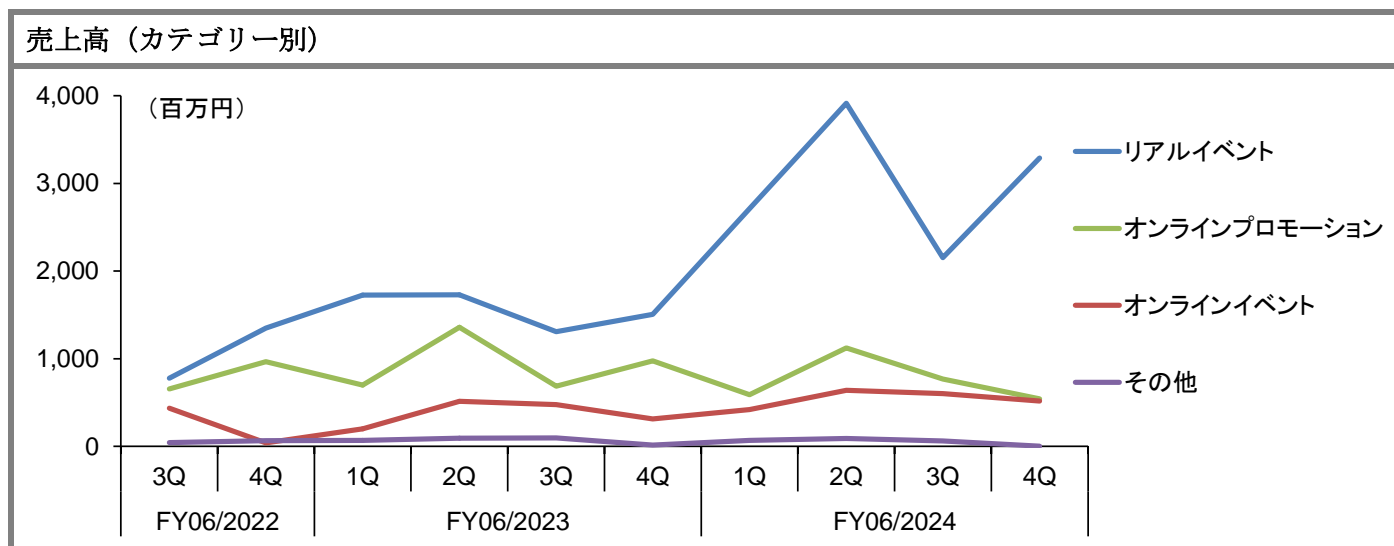
売上高と営業利益率（コロナ関連の特定 BPO 業務除く）



出所：会社データ、弊社計算

また、2024年6月期の実績においては、コロナ禍の影響を受ける前の段階である2019年6月期の実績と概ね同等の売上高及び営業利益率が達成されている。上述の通り、前者でそれぞれ17,503百万円、11.5%であるのに対して、後方で16,278百万円、12.3%である。2020年6月期の実績においては、売上高19,325百万円、営業利益率12.0%と、2024年6月期の実績との比較で売上高の規模がより大きいのだが、これには一時的な要因によって発生している側面があるため、比較の対象としての妥当性が欠如しているとされている。

2020年6月期においては、コロナ禍の影響が顕在化していることから本来の業務に係る売上高が減少することを余儀なくされている。ただし、これと同時にコロナ禍に伴い創出されている、特定BPO業務を受託していることから過去最高の売上高が計上されている。なお、2021年6月期においても当該受託業務による売上高の計上が引き続いている。一方、これと同時にコロナ禍の影響も引き続いていることから本来の業務に係る売上高は更に落ち込んでいる。そして、同社は、その後における需要の回復を着実に取り込み続けている。

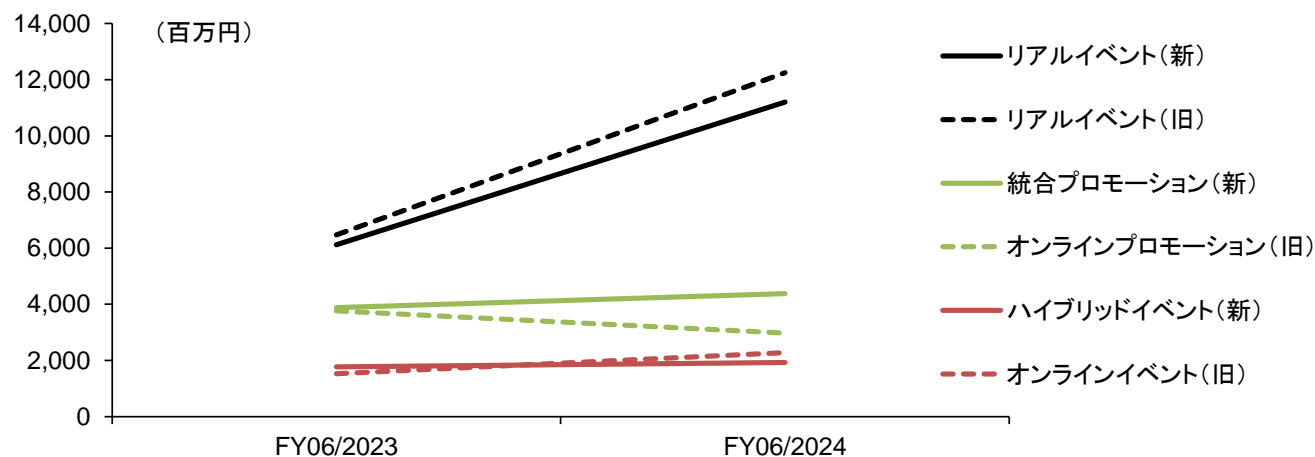


出所：会社データ、弊社計算

2024年6月期の実績においては、リアルイベントで売上高12,069百万円(92.5%増)、オンラインプロモーションでは売上高3,027百万円(18.7%減)、オンラインイベントで売上高2,181百万円(45.0%増)、その他で売上高225百万円(18.8%減)である。即ち、主力のリアルイベントの増収が同社としての増収に大きく寄与している。背景として挙げられているのは、通期を通してリアルイベント回帰の動きが本格化しており、飲料や化粧品などを中心に街頭プロモーションが活発化していることに加えて、隔年開催の自動車大型展示会の開催やIPコンテンツ及び行政関連の大型イベントの開催による寄与も発生していることである。

一方、オンラインプロモーションの動向に関しては、リアルイベントの急回復によってここでの営業や提案活動に対するリソースの配分が停滞を余儀なくされた側面が認められるとのことである。2025年6月期に向けては、増収を確保すべく拡販に向けての施策を改めて実施していくとのことである。なお、オンラインイベントの動向に関しては、売上高の中心であるリアルとオンライン配信を掛け合わせたハイブリッド型イベントが定着し始めていることが大きな影響を及ぼしているとされている。

売上高の概念図（カテゴリー種別の変更）



出所：会社データ、弊社計算

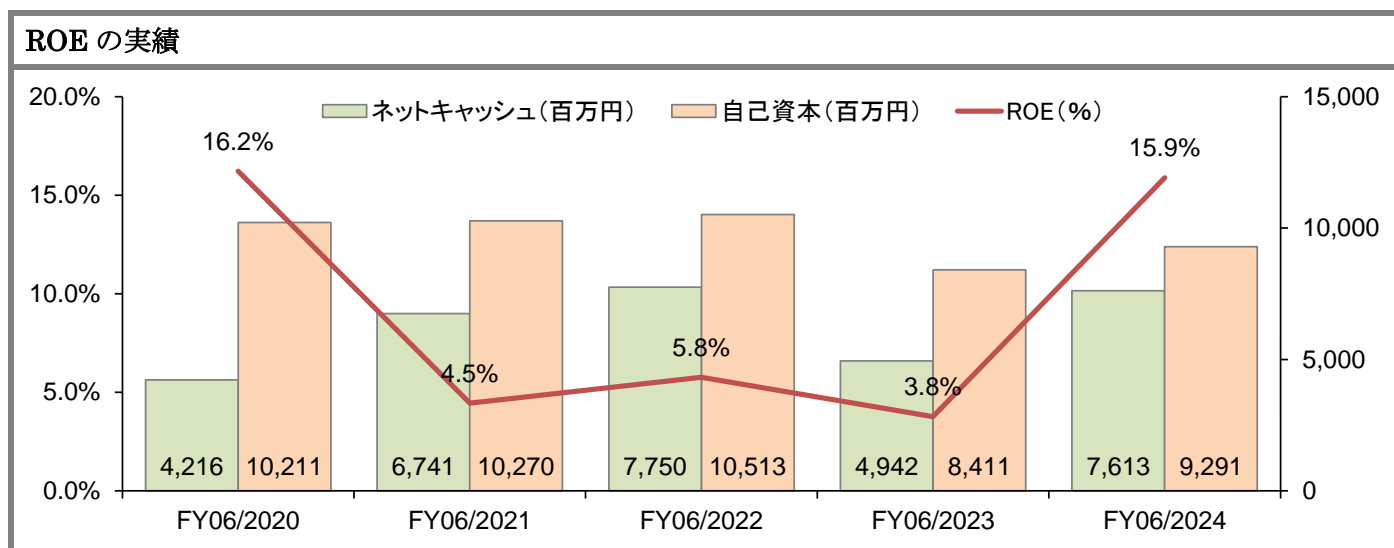
2024年6月期におけるカテゴリー別の売上高の動向は先述の通りである一方、同社は、2025年6月期よりカテゴリー種別の変更を行うとしている。リアルとデジタルを統合した体験デザインの強化に向けて、実態把握の精度を高めて、戦略的にカテゴリー毎の取り組みを加速させていくとのことである。

カテゴリー種別の変更のポイントとして挙げられているのは、下記の通りである。リアルイベントに関しては、カテゴリーの名称に新旧で変更はないのだが、実態に鑑みていくつかの案件に係る売上高が統合プロモーション（新）へと移行される模様である。オンラインプロモーション（旧）に関しては、統合プロモーション（新）へと名称が変更される一方、より精度を高めた定義に基づくリアルとデジタルが統合された案件の売上高を計上するとのことである。そして、オンラインイベント（旧）に関しては、ハイブリッドイベント（新）へと名称が変更される一方、定番化しているハイブリッドイベントの案件のみに係る売上高を計上するとのことである。

また、上述にある通り、2024年6月期においては同社としての売上高が17,503百万円（48.7%増）であるのに対して、売上原価で14,564百万円（47.5%増）、販売管理費で932百万円（24.3%増）である。なお、売上総利益2,939百万円（54.6%増）、売上総利益率16.8%（0.6%ポイント上昇）である。同社によれば、持続的な成長に向けて、下半期からベースアップなど戦略的な人的資本への投資を始めていることに加えて、事業の成長に向けた重点テーマへの取り組みなどに対する費用投下も始めていることから、販売管理費及び売上原価が増加しているとのことである。同社の売上原価のかなりの部分が人件費によって占められているとされていることに鑑みれば、人件費の増加による影響がかなり大きい模様である。ただし、販売管理費の増加率は売上高の増加率を下回る水準に留まっている一方で、売上総利益率が上昇していることから営業利益率も向上している。背景として挙げられているのは、高付加価値の提供によるフィー型業務及びグループ内製化により、高い収益力を維持できていることである。

高付加価値の提供によるフィー型業務とは、同社の体験デザイン本部に所属するプロフェッショナル人材の知見やノウハウを基盤として、コンサルティングフィーに相当する収益を獲得する業務のことである。従来からの同社においては、イベントやコンテンツをプランニング&プロデュース”することを請け負ってその対価を獲得することが収益モデルとなっているのだが、現状に至る経緯においては収益モデルの多様化が始まりつつある模様である。即ち、実際に上述の業務を請け負わずとも、その業務の基盤となっている知見やノウハウをクライアント（広告主）に提供して対価を得るといふ、新たな収益モデルが本格的に立ち上がりつつある模様である。

一方、グループ内製化とは、従来においてアウトソーシングしていた各種業務の執行をグループ内に取り込んでいくことを通して、イベントの制作、運営、演出などといった実務に係るノウハウをグループ内に蓄積していくと同時にグループ内での付加価値創造の割合を高めていく施策のことである。即ち、2024年6月期においては、この施策を実施することが進捗していることから売上総利益が増加している側面があることが示唆されていることになる。なお、同社においては、株式会社ティー・ツー・クリエイティブ（100%子会社）の人材が上述の実務を担っているとのことである。



出所：会社データ、弊社計算

上述の通りの期間損益の回復をもって、同社においては ROE も回復している。2024年6月期に対して 15.9% である。一方、同社は、高水準のネットキャッシュを維持している。背景として挙げられているのは、景気動向や社会情勢、感染症、自然災害など、同社が展開しているイベント・プロモーション業務には、常に数多のリスク要因に晒されざるを得ない側面があり、継続的に流動性の高い自己資本を一定水準以上に及んで確保しておくことが望ましいとのことである。なお、事業成長を促す施策のひとつとして新規の M&A 投資の実施を掲げている同社においては、これに備える意味もあり現預金の残高を敢えて高く維持しておく方針が打ち出されている。2024年6月期の現金及び現金同等物の期末残高としては 8,452 百万円である。

一方、2022年6月期の期末から 2023年6月期の期末に向けてネットキャッシュの残高が一時的に減少しているのは、2023年6月期において先述の特別功労金 647 百万円の拠出に伴うアウトフローが発生していることである。更には、自己株式の取得に伴うアウトフローが 1,694 百万円発生していることである。また、2023年6月期の期末から 2024年6月期の期末に向けてネットキャッシュの残高が大きく回復している背景として挙げられているのは、営業キャッシュフローで 3,395 百万円が創出されていることである。同社によれば、業績の回復に伴い税金等調整前当期純利益によるキャッシュフローの創出が拡大していることに加えて、大手広告会社を含むクライアント（広告主）の支払いサイトが短縮されている影響が発生しているとのことである。

2024年6月期に対する会社予想と実績

連結通期 (百万円)	発表日	イベント	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する当期純利益
FY06/2024会予	2023年8月9日	4Q決算発表	14,000	1,370	1,400	915
FY06/2024会予	2023年11月14日	1Q決算発表	14,000	1,370	1,400	915
FY06/2024会予	2023年12月18日	業績予想修正	14,000	1,370	1,400	915
FY06/2024会予	2024年2月8日	2Q決算発表	16,000	1,748	1,777	1,172
		増減額	2,000	377	377	256
		増減率	14.3%	27.5%	27.0%	28.0%
FY06/2024会予	2024年5月15日	3Q決算発表	16,000	1,748	1,777	1,172
FY06/2024会予	2024年6月14日	業績予想修正	17,300	1,920	1,950	1,267
		増減額	1,300	172	173	95
		増減率	8.1%	9.8%	9.7%	8.1%
FY06/2024実績	2024年8月8日	4Q決算発表	17,503	2,006	2,058	1,405
		増減額	203	86	108	138
		増減率	1.2%	4.5%	5.5%	10.9%
FY06/2024会予	2023年8月9日	4Q決算発表	14,000	1,370	1,400	915
FY06/2024実績	2024年8月8日	4Q決算発表	17,503	2,006	2,058	1,405
		増減額	3,503	636	658	490
		増減率	25.0%	46.4%	47.0%	53.6%
連結半期 (百万円)	発表日	イベント	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する四半期純利益
1Q-2Q FY06/2024会予	2023年8月9日	4Q決算発表	7,962	956	970	637
1Q-2Q FY06/2024会予	2023年11月14日	1Q決算発表	7,962	956	970	637
1Q-2Q FY06/2024会予	2023年12月18日	業績予想修正	9,300	1,167	1,180	778
		増減額	1,337	210	209	140
		増減率	16.8%	22.1%	21.6%	22.1%
1Q-2Q FY06/2024実績	2024年2月8日	2Q決算発表	9,563	1,333	1,348	893
		増減額	263	166	168	115
		増減率	2.8%	14.2%	14.2%	14.8%
1Q-2Q FY06/2024会予	2023年8月9日	4Q決算発表	7,962	956	970	637
1Q-2Q FY06/2024実績	2024年2月8日	2Q決算発表	9,563	1,333	1,348	893
		増減額	1,601	377	378	256
		増減率	20.1%	39.4%	39.0%	40.2%
連結半期 (百万円)	発表日	イベント	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する四半期純利益
3Q-4Q FY06/2024会予	2023年8月9日	4Q決算発表	6,038	414	430	278
3Q-4Q FY06/2024会予	2023年11月14日	1Q決算発表	6,038	414	430	278
3Q-4Q FY06/2024会予	2023年12月18日	業績予想修正	4,700	203	220	137
		増減額	(1,338)	(211)	(210)	(141)
		増減率	(22.2%)	(51.0%)	(48.8%)	(50.7%)
3Q-4Q FY06/2024会予	2024年2月8日	2Q決算発表	6,437	415	429	279
		増減額	1,737	212	209	142
		増減率	37.0%	104.4%	95.0%	103.6%
3Q-4Q FY06/2024会予	2024年5月15日	3Q決算発表	6,437	415	429	279
3Q-4Q FY06/2024会予	2024年6月14日	業績予想修正	7,737	587	602	374
		増減額	1,300	172	173	95
		増減率	20.2%	41.4%	40.3%	34.1%
3Q-4Q FY06/2024実績	2024年8月8日	4Q決算発表	7,939	673	710	512
		増減額	202	86	108	138
		増減率	2.6%	14.7%	17.9%	36.9%
3Q-4Q FY06/2024会予	2023年8月9日	4Q決算発表	6,038	414	430	278
3Q-4Q FY06/2024実績	2024年8月8日	4Q決算発表	7,939	673	710	512
		増減額	1,901	259	280	234
		増減率	31.5%	62.6%	65.1%	84.2%

出所：会社データ、弊社計算

損益計算書（四半期累計／四半期）

損益計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 06/2023	2Q累計 06/2023	3Q累計 06/2023	4Q累計 06/2023	1Q 06/2024	2Q累計 06/2024	3Q累計 06/2024	4Q累計 06/2024		
売上高	2,698	6,392	8,964	11,774	3,793	9,563	13,152	17,503	+5,729	
売上原価	2,320	5,317	7,526	9,873	3,198	7,803	10,843	14,564	+4,690	
売上総利益	377	1,075	1,437	1,900	595	1,760	2,309	2,939	+1,038	
販売費及び一般管理費	227	411	582	750	219	426	655	932	+182	
営業利益	150	663	855	1,150	375	1,333	1,653	2,006	+856	
営業外損益	13	13	28	28	15	14	32	51	+23	
経常利益	164	677	883	1,178	390	1,348	1,686	2,058	+879	
特別損益	(622)	(622)	(625)	(625)	0	0	0	(2)	+622	
税金等調整前純利益	(458)	55	258	553	390	1,348	1,686	2,055	+1,501	
法人税等合計	(130)	37	107	198	142	454	569	649	+451	
親会社株主に帰属する当期純利益	(327)	17	151	355	248	893	1,116	1,405	+1,050	
売上高伸び率	(12.9%)	(6.3%)	+2.9%	+5.8%	+40.6%	+49.6%	+46.7%	+48.7%	-	
営業利益伸び率	(55.8%)	(13.7%)	+13.6%	+30.2%	+149.7%	+100.8%	+93.3%	+74.4%	-	
経常利益伸び率	(54.5%)	(14.3%)	+11.2%	+27.5%	+138.0%	+98.9%	+90.8%	+74.6%	-	
親会社株主に帰属する当期純利益伸び率	-	(96.7%)	(71.0%)	(40.6%)	-	-	+636.3%	+295.3%	-	
売上総利益率	14.0%	16.8%	16.0%	16.1%	15.7%	18.4%	17.6%	16.8%	+0.6%	
売上高販売管理費率	8.4%	6.4%	6.5%	6.4%	5.8%	4.5%	5.0%	5.3%	(1.0%)	
営業利益率	5.6%	10.4%	9.5%	9.8%	9.9%	13.9%	12.6%	11.5%	+1.7%	
経常利益率	6.1%	10.6%	9.9%	10.0%	10.3%	14.1%	12.8%	11.8%	+1.7%	
親会社株主に帰属する当期純利益率	(12.1%)	0.3%	1.7%	3.0%	6.5%	9.3%	8.5%	8.0%	+5.0%	
法人税等合計／税金等調整前純利益	28.6%	68.4%	41.4%	35.8%	36.5%	33.7%	33.8%	31.6%	(4.2%)	

損益計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 06/2023	2Q 06/2023	3Q 06/2023	4Q 06/2023	1Q 06/2024	2Q 06/2024	3Q 06/2024	4Q 06/2024		
売上高	2,698	3,694	2,572	2,809	3,793	5,770	3,588	4,350	+1,540	
売上原価	2,320	2,996	2,209	2,346	3,198	4,605	3,039	3,720	+1,374	
売上総利益	377	697	362	463	595	1,165	549	629	+166	
販売費及び一般管理費	227	183	170	168	219	206	228	277	+109	
営業利益	150	513	191	294	375	958	320	352	+57	
営業外損益	13	0	14	0	15	(0)	17	19	+19	
経常利益	164	513	206	295	390	957	337	372	+77	
特別損益	(622)	0	(2)	(0)	0	(0)	0	(3)	(7)	
税金等調整前純利益	(458)	513	203	295	390	957	338	368	+73	
法人税等合計	(130)	168	69	90	142	311	115	79	(11)	
親会社株主に帰属する当期純利益	(327)	344	134	204	248	645	222	289	+85	
売上高伸び率	(12.9%)	(0.8%)	+36.2%	+15.9%	+40.6%	+56.2%	+39.5%	+54.8%	-	
営業利益伸び率	(55.8%)	+19.8%	-	+126.7%	+149.7%	+86.5%	+67.3%	+19.6%	-	
経常利益伸び率	(54.5%)	+19.5%	-	+127.4%	+138.0%	+86.4%	+64.0%	+26.2%	-	
親会社株主に帰属する当期純利益伸び率	-	+18.3%	-	+170.4%	-	+87.3%	+66.0%	+41.9%	-	
売上総利益率	14.0%	18.9%	14.1%	16.5%	15.7%	20.2%	15.3%	14.5%	(2.0%)	
売上高販売管理費率	8.4%	5.0%	6.6%	6.0%	5.8%	3.6%	6.4%	6.4%	+0.4%	
営業利益率	5.6%	13.9%	7.5%	10.5%	9.9%	16.6%	8.9%	8.1%	(2.4%)	
経常利益率	6.1%	13.9%	8.0%	10.5%	10.3%	16.6%	9.4%	8.6%	(1.9%)	
親会社株主に帰属する当期純利益率	(12.1%)	9.3%	5.2%	7.3%	6.5%	11.2%	6.2%	6.7%	(0.6%)	
法人税等合計／税金等調整前純利益	28.6%	32.9%	34.0%	30.8%	36.5%	32.6%	34.2%	21.5%	(9.3%)	

出所：会社データ、弊社計算

カテゴリ別売上高（四半期累計／四半期）

カテゴリ別売上高 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 06/2023	2Q累計 06/2023	3Q累計 06/2023	4Q累計 06/2023	1Q 06/2024	2Q累計 06/2024	3Q累計 06/2024	4Q累計 06/2024		
リアルイベント	1,726	3,454	4,763	6,269	2,712	6,627	8,781	12,069	+5,800	
オンラインイベント	200	714	1,191	1,504	421	1,062	1,663	2,181	+677	
オンラインプロモーション	701	2,060	2,747	3,723	591	1,713	2,483	3,027	(696)	
その他	69	163	261	277	68	159	223	225	(52)	
売上高	2,698	6,392	8,964	11,774	3,793	9,563	13,152	17,503	+5,729	
リアルイベント	+4.1%	+41.9%	+48.3%	+37.4%	+57.1%	+91.9%	+84.3%	+92.5%	-	
オンラインイベント	(73.3%)	(69.1%)	(56.6%)	(46.0%)	+110.4%	+48.7%	+39.6%	+45.0%	-	
オンラインプロモーション	+8.0%	+4.9%	+4.9%	+3.8%	(15.6%)	(16.8%)	(9.6%)	(18.7%)	-	
その他	+77.6%	+85.8%	+99.5%	+40.3%	(1.4%)	(2.3%)	(14.3%)	(18.8%)	-	
売上高(前年比)	(12.9%)	(6.0%)	+2.9%	+5.8%	+40.6%	+49.6%	+46.7%	+48.7%	-	
リアルイベント	64.0%	54.0%	53.1%	53.2%	71.5%	69.3%	66.8%	69.0%	-	
オンラインイベント	7.4%	11.2%	13.3%	12.8%	11.1%	11.1%	12.6%	12.5%	-	
オンラインプロモーション	26.0%	32.2%	30.6%	31.6%	15.6%	17.9%	18.9%	17.3%	-	
その他	2.6%	2.6%	2.9%	2.4%	1.8%	1.7%	1.7%	1.3%	-	
売上高(構成比)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-	
カテゴリ別売上高 (百万円)	連結実績 1Q 06/2023	連結実績 2Q 06/2023	連結実績 3Q 06/2023	連結実績 4Q 06/2023	連結実績 1Q 06/2024	連結実績 2Q 06/2024	連結実績 3Q 06/2024	連結実績 4Q 06/2024	前年比 純増減	
リアルイベント	1,726	1,728	1,309	1,506	2,712	3,915	2,154	3,288	+1,782	
オンラインイベント	200	514	477	313	421	641	601	518	+205	
オンラインプロモーション	701	1,359	687	976	591	1,122	770	544	(432)	
その他	69	94	98	16	68	91	64	2	(14)	
売上高	2,698	3,694	2,572	2,810	3,793	5,770	3,589	4,351	+1,541	
リアルイベント	+4.1%	-	+68.3%	+11.5%	+57.1%	+126.6%	+64.6%	+118.3%	-	
オンラインイベント	(73.3%)	-	+9.7%	+682.5%	+110.4%	+24.7%	+26.0%	+65.5%	-	
オンラインプロモーション	+8.0%	-	+4.9%	+0.9%	(15.6%)	(17.4%)	+12.1%	(44.3%)	-	
その他	+77.6%	-	+127.9%	(76.1%)	(1.4%)	(3.2%)	(34.7%)	(87.5%)	-	
売上高(前年比)	(12.9%)	(0.2%)	+34.5%	+15.9%	+40.6%	+56.2%	+39.5%	+54.8%	-	
リアルイベント	64.0%	46.8%	50.9%	53.6%	71.5%	67.9%	60.0%	75.6%	-	
オンラインイベント	7.4%	13.9%	18.5%	11.1%	11.1%	11.1%	16.7%	11.9%	-	
オンラインプロモーション	26.0%	36.8%	26.7%	34.7%	15.6%	19.4%	21.5%	12.5%	-	
その他	2.6%	2.5%	3.8%	0.6%	1.8%	1.6%	1.8%	0.0%	-	
売上高(構成比)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-	

出所：会社データ、弊社計算

貸借対照表（四半期）

貸借対照表 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 06/2023	2Q 06/2023	3Q 06/2023	4Q 06/2023	1Q 06/2024	2Q 06/2024	3Q 06/2024	4Q 06/2024		
現金及び預金	6,008	5,786	5,464	5,781	6,347	7,111	7,242	8,452	+2,671	
電子記録債権	168	341	487	169	97	71	87	86	(82)	
受取手形、売掛金及び契約資産	2,230	3,037	2,293	2,289	2,950	4,044	3,262	3,455	+1,165	
その他	1,022	1,021	1,268	1,307	1,231	1,339	824	331	(976)	
流動資産	9,428	10,186	9,513	9,548	10,627	12,567	11,417	12,326	+2,777	
有形固定資産	184	176	175	164	157	150	143	216	+52	
無形固定資産	27	25	23	26	50	52	48	44	+18	
投資その他の資産合計	1,749	1,670	1,631	1,454	1,412	1,374	1,518	1,497	+43	
固定資産	1,961	1,872	1,831	1,645	1,620	1,578	1,710	1,759	+113	
資産合計	11,390	12,059	11,344	11,194	12,247	14,145	13,127	14,085	+2,890	
電子記録債務	14	13	10	4	4	25	1	11	+6	
買掛金	1,347	1,859	1,297	986	1,975	2,939	1,814	2,034	+1,048	
短期借入金	840	840	840	840	840	840	840	840	0	
その他	744	461	444	534	714	900	976	1,536	+1,001	
流動負債	2,946	3,174	2,593	2,365	3,534	4,706	3,632	4,422	+2,057	
長期借入金	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
その他	301	354	399	401	386	399	426	360	(41)	
固定負債	301	354	399	401	386	399	426	360	(41)	
負債合計	3,248	3,529	2,992	2,767	3,920	5,106	4,058	4,782	+2,015	
株主資本	7,398	7,820	7,617	7,821	7,779	8,524	8,463	8,752	+931	
その他合計	744	710	735	605	546	514	605	549	(55)	
純資産	8,142	8,530	8,352	8,427	8,326	9,039	9,068	9,302	+875	
負債純資産合計	11,390	12,059	11,344	11,194	12,247	14,145	13,127	14,085	+2,890	
自己資本	8,111	8,508	8,336	8,411	8,310	9,028	9,058	9,291	+880	
有利子負債	840	840	840	840	840	840	840	840	0	
ネットデット	(5,168)	(4,946)	(4,624)	(4,941)	(5,507)	(6,271)	(6,402)	(7,612)	(2,671)	
自己資本比率	71.2%	70.6%	73.5%	73.8%	67.9%	63.8%	69.0%	66.0%	-	
ネットデットエクイティ比率	(63.7%)	(58.1%)	(55.5%)	(61.2%)	(66.3%)	(69.5%)	(70.7%)	(81.9%)	-	
ROE(12カ月)	0.4%	1.0%	2.4%	3.8%	11.3%	14.1%	15.2%	15.9%	-	
ROA(12カ月)	5.8%	6.2%	8.3%	9.4%	11.9%	14.1%	16.2%	16.3%	-	
当座比率	285%	289%	318%	348%	266%	239%	292%	271%	-	
流動比率	320%	321%	367%	404%	301%	267%	314%	279%	-	

出所：会社データ、弊社計算

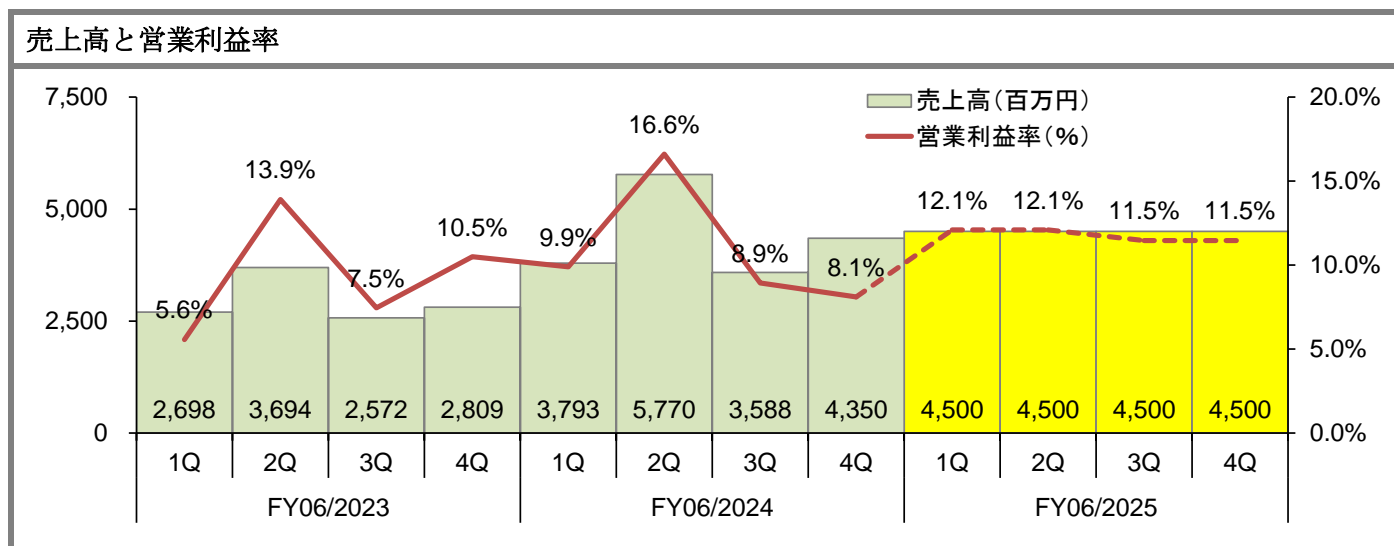
キャッシュフロー計算書（四半期累計）

キャッシュフロー計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 06/2023	2Q累計 06/2023	3Q累計 06/2023	4Q累計 06/2023	1Q 06/2024	2Q累計 06/2024	3Q累計 06/2024	4Q累計 06/2024		
営業活動によるキャッシュフロー	-	(999)	-	(718)	-	1,732	-	3,395	+4,112	
投資活動によるキャッシュフロー	-	206	-	211	-	(9)	-	(45)	(257)	
営業活動によるCF+投資活動によるCF	-	(792)	-	(506)	-	1,724	-	3,350	+3,856	
財務活動によるキャッシュフロー	-	(2,013)	-	(2,304)	-	(395)	-	(679)	+1,624	

出所：会社データ、弊社計算

2025年6月期会社予想

2025年6月期に対する会社予想（公表：2024年8月8日）では、売上高18,000百万円（前年比2.8%増）、営業利益2,120百万円（5.7%増）、経常利益2,150百万円（4.5%増）、親会社株主に帰属する当期純利益1,428百万円（1.6%増）が見込まれている。また、会社予想の前提においては売上総利益3,220百万円（9.6%増）、販売管理費1,100百万円（18.0%増）が織り込まれており、売上総利益率17.9%（1.1%ポイント上昇）、売上高販売管理費率6.1%（0.8%ポイント上昇）である。結果、営業利益率11.8%（0.3%ポイント上昇）が見込まれている。



出所：会社データ、弊社計算（2025年6月期の四半期：半期会社予想を均等に按分）

売上高の増加に関しては、主力のクライアント（広告主）が帰属する業種のイベント・プロモーションからの需要が増加傾向を示しており、これを着実に取り込んでいくことが寄与する見込みとのことである。なお、2024年7月末現在の受注残高（進行期においてかなりの確度で売上高を計上できる受注状況の進捗のこと）は前年同期に対して12.1%増の7,774百万円に及んでいるとのことである。通期の会社予想では売上高に関して2.8%増が織り込まれているに過ぎないことに鑑みれば、会社予想の前提がやや保守的に過ぎるとも考えられよう。ただし、同社が示唆するところによれば、上述の受注残高には現状に至る経緯において2025年4月より開催予定の万博関連業務の受注残高が既に含まれている側面もあり、単純な比較はできないとされている。

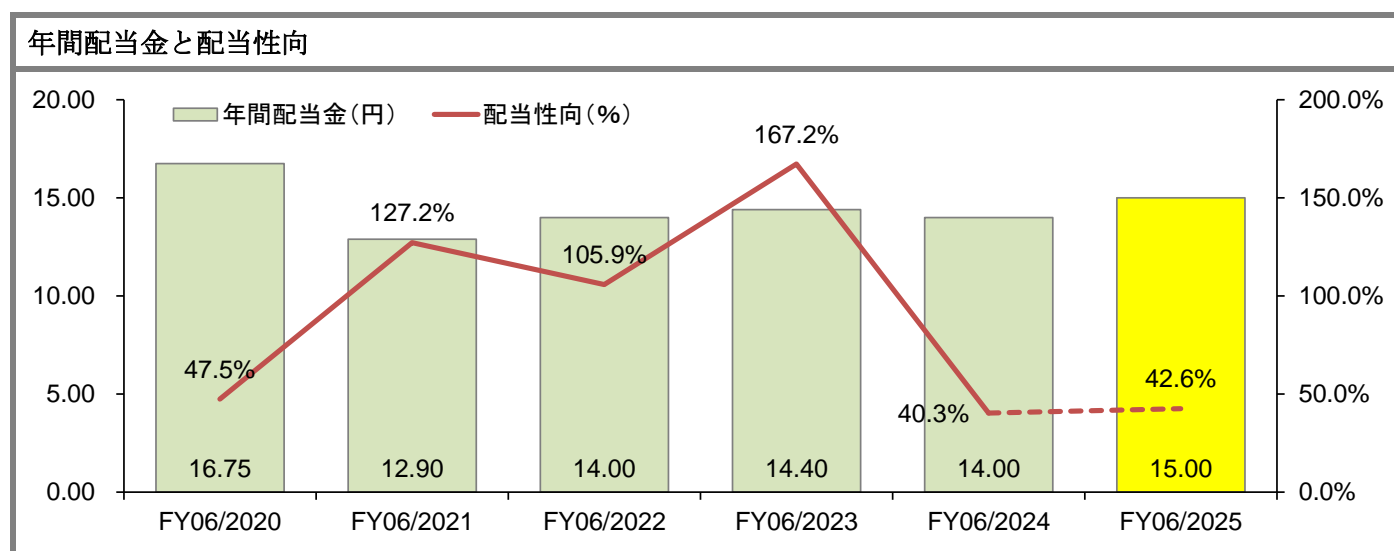
2024年6月期に対して売上高を計上している隔年開催の自動車大型展示会に係る案件による寄与は剥落するものの、下半期に向けては万博関連業務に係る売上高の計上が予定されており、2024年6月期から2025年6月期に向けての売上高の変動という観点においては双方のインパクトが概ね相殺されることが想定されている。また、双方によるインパクトを除いた場合における当該期間における売上高の変化率は概ね3%増となることを想定しているとのことである。

なお、半期ベースでの売上高の動向に関しては、従来にないかたちになることが想定されている。同社によれば、季節要因などから例年において第2四半期累計期間の売上高は通期の売上高の概ね55%ほどの計上となる一方、下半期には残る概ね45%ほどの計上となる場合が多いとのことである。例えば、2023年6月期の実績及び2024年6月期の実績の双方においてもその傾向が認められよう。ただし、2025年6月期においてはそれぞれに関して9,000百万円を見込んでおり、売上高の構成比も当然ながらそれぞれに関して50%となることを見込んでいるとのことである。背景として挙げられているのは、そもそもの売上高構成比が大きいとされる第2四半期累計期間においては前年同期に売上高が計上されている自動車大型展示会に係る売上高の反動減があるとされている一方で、そもそもの売上高構成比が小さいとされている下半期においては万博関連業務による寄与が発生することである。

一方、2024年6月期と同様に、2025年6月期においても高付加価値の提供によるフィー型業務及びグループ内製化により、高い収益力を維持していく方針が打ち出されている。同社は、2024年6月期の下半期から本格的に取り組んでいる、持続的な成長に向けての積極的な人的資本投資を、2025年6月期においても継続することであり、また、AIや環境などといった強化テーマへも戦略的かつ継続的に取り組んでいくとのことで、人件費及び販売管理費の増加も引き続くとのことである。先述の通り、2025年6月期に対する会社予想の前提としては、販売管理費に関して1,100百万円（18.0%増）が織り込まれており、人件費のかなりの部分が含まれているとされる売上原価に関しては14,780百万円（1.5%増）が織り込まれている。売上原価の増加率はむしろ限定的ともいえるのだが、同社が示唆するところによれば、2024年6月期の実績において一時的に売上原価を押し上げている要因によるインパクトが一巡することなどによる影響が大きくなる模様である。

配当方針と配当金

2025年6月期に対する会社予想においては、年間配当金予定 15.00 円（第2四半期末で 7.50 円、期末で 7.50 円／配当性向 42.6%）が織り込まれている。同社は、株主に対する利益還元を経営の重要課題のひとつと認識しており、安定した配当を継続して実施していくことを配当の基本方針として掲げている。実際にも過去 5 年間（2020年6月期～2024年6月期）の実績における年間配当金に関しては、上限値が 16.75 円である一方、下限値が 12.90 円であり、基本方針に沿った配当が実施されていると考えられよう。また、上述の通り、2025年6月期に対して年間配当金予定 15.00 円であり、2025年6月期に向けても基本方針に沿った配当が引き続き見込みである。



出所：会社データ、弊社計算

2021年6月期においては、コロナ禍による社会経済活動及び生活行動の低迷を背景として、配当原資である親会社株主に帰属する当期純利益の水準は低く留まっている。一方、これに鑑みた同社は、配当性向 50% を上限とする方針を撤廃していることに引き続いて、2022年6月期及び2023年6月期においても同様の状況である。一方、2024年6月期に対する当初の会社予想においては、配当性向にして 40% に相当する水準か配当利回りにして 4.5% に相当する水準かいずれかより高い方を最低配当金とする方針が新たに打ち出されており、年間配当金予定 14.00 円が設定されそしてこれが実施されている。結果的に配当性向 40.3% であり、上述にある配当性向 50% を上限とする方針も達成されるに至っている。

2025年6月期に向けても2024年6月期に新たに打ち出されている方針を引き続き適用することである。なお、配当性向 50% を上限とする方針への言及が改めて行われている。一方、配当性向にして 40% に相当する水準が 14.07 円（ $= 35.17 \text{ 円} \times 40\% / \text{EPS} \times \text{配当性向}$ ）となり、配当利回りにして 4.5% に相当する水準が 14.13 円（ $= 314 \text{ 円} \times 4.5\% / 2024 \text{ 年 6 月 期 の 決 算 発 表 前 日 で あ る 8 月 7 日 の 終 値} \times \text{配 当 利 回 り}$ ）となる。よって後者の 14.13 円が最低配当金に相当することになる。そして、2025年6月期に対する年間配当金予定 15.00 円は、これに対応する値である。

5.0 財務諸表

損益計算書

損益計算書	連結実績 通期	連結実績 通期	連結実績 通期	連結実績 通期	連結実績 通期	連結予想 通期	前年比 純増減
(百万円)	06/2020	06/2021	06/2022	06/2023	06/2024	06/2025	
売上高	19,325	12,209	11,134	11,774	17,503	18,000	+496
売上原価	16,086	10,738	9,400	9,873	14,564	14,780	+215
売上総利益	3,239	1,470	1,733	1,900	2,939	3,220	+280
販売費及び一般管理費	922	815	850	750	932	1,100	+167
営業利益	2,316	655	883	1,150	2,006	2,120	+113
営業外損益	16	43	40	28	51	30	(21)
経常利益	2,332	698	924	1,178	2,058	2,150	+91
特別損益	6	11	2	(625)	(2)	-	-
税金等調整前純利益	2,338	710	926	553	2,055	-	-
法人税等合計	754	254	328	198	649	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	1,584	455	598	355	1,405	1,428	+22
売上高伸び率	+18.7%	(36.8%)	(8.8%)	+5.8%	+48.7%	+2.8%	-
営業利益伸び率	+16.1%	(71.7%)	+34.7%	+30.2%	+74.4%	+5.7%	-
経常利益伸び率	+15.6%	(70.0%)	+32.3%	+27.5%	+74.6%	+4.5%	-
親会社株主に帰属する当期純利益伸び率	+17.8%	(71.2%)	+31.3%	(40.6%)	+295.3%	+1.6%	-
売上総利益率	16.8%	12.0%	15.6%	16.1%	16.8%	17.9%	+1.1%
売上高販売管理費率	4.8%	6.7%	7.6%	6.4%	5.3%	6.1%	+0.8%
営業利益率	12.0%	5.4%	7.9%	9.8%	11.5%	11.8%	+0.3%
経常利益率	12.1%	5.7%	8.3%	10.0%	11.8%	11.9%	+0.2%
親会社株主に帰属する当期純利益率	8.2%	3.7%	5.4%	3.0%	8.0%	7.9%	(0.1%)
法人税等合計/税金等調整前純利益	32.2%	35.9%	35.4%	35.8%	31.6%	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

カテゴリ別売上高

カテゴリ別売上高	連結実績 通期	連結実績 通期	連結実績 通期	連結実績 通期	連結実績 通期	連結予想 通期	前年比 純増減
(百万円)	06/2020	06/2021	06/2022	06/2023	06/2024	06/2025	
リアルイベント	-	3,381	4,563	6,269	12,069	-	-
オンラインイベント	-	2,601	2,786	1,504	2,181	-	-
オンラインプロモーション	-	2,106	3,586	3,723	3,027	-	-
その他	-	4,121	197	277	225	-	-
売上高	19,325	12,209	11,134	11,774	17,503	18,000	+497
リアルイベント	-	-	+35.0%	+37.4%	+92.5%	-	-
オンラインイベント	-	-	+7.1%	(46.0%)	+45.0%	-	-
オンラインプロモーション	-	-	+70.3%	+3.8%	(18.7%)	-	-
その他	-	-	(95.2%)	+40.3%	(18.8%)	-	-
売上高(前年比)	+18.7%	(36.8%)	(8.8%)	+5.8%	+48.7%	+2.8%	-
リアルイベント	-	27.7%	41.0%	53.2%	69.0%	-	-
オンラインイベント	-	21.3%	25.0%	12.8%	12.5%	-	-
オンラインプロモーション	-	17.2%	32.2%	31.6%	17.3%	-	-
その他	-	33.8%	1.8%	2.4%	1.3%	-	-
売上高(構成比)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-

出所: 会社データ、弊社計算

貸借対照表

貸借対照表 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結予想	
	通期 06/2020	通期 06/2021	通期 06/2022	通期 06/2023	通期 06/2024	通期 06/2025	前年比 純増減
現金及び預金	5,055	7,580	8,590	5,781	8,452	-	-
電子記録債権	1,630	312	196	169	86	-	-
受取手形、売掛金及び契約資産	4,390	2,318	1,936	2,289	3,455	-	-
その他	3,362	1,113	814	1,307	331	-	-
流動資産	14,439	11,325	11,537	9,548	12,326	-	-
有形固定資産	188	229	192	164	216	-	-
無形固定資産	24	28	28	26	44	-	-
投資その他の資産合計	1,541	1,840	2,005	1,454	1,497	-	-
固定資産	1,754	2,098	2,226	1,645	1,759	-	-
資産合計	16,194	13,423	13,764	11,194	14,085	-	-
電子記録債務	-	5	6	4	11	-	-
買掛金	3,151	1,341	1,081	986	2,034	-	-
短期借入金	840	840	840	840	840	-	-
その他	1,496	341	670	534	1,536	-	-
流動負債	5,488	2,528	2,598	2,365	4,422	-	-
長期借入金	-	-	-	-	-	-	-
その他	448	570	620	401	360	-	-
固定負債	448	570	620	401	360	-	-
負債合計	5,937	3,099	3,219	2,767	4,782	-	-
株主資本	9,782	9,594	9,737	7,821	8,752	-	-
その他合計	473	729	806	605	549	-	-
純資産	10,256	10,324	10,544	8,427	9,302	-	-
負債純資産合計	16,194	13,423	13,764	11,194	14,085	-	-
自己資本	10,211	10,270	10,513	8,411	9,291	-	-
有利子負債	840	840	840	840	840	-	-
ネットデット	(4,215)	(6,740)	(7,750)	(4,941)	(7,613)	-	-
自己資本比率	63.1%	76.5%	76.4%	75.1%	66.0%	-	-
ネットデットエクイティ比率	(41.3%)	(65.6%)	(73.7%)	(58.8%)	(81.9%)	-	-
ROE(12ヵ月)	16.2%	4.5%	5.8%	3.8%	15.9%	-	-
ROA(12ヵ月)	15.6%	4.7%	6.8%	9.4%	16.3%	-	-
当座比率	202%	404%	413%	348%	271%	-	-
流動比率	263%	448%	444%	404%	279%	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

キャッシュフロー計算書

キャッシュフロー計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結予想	
	通期 06/2020	通期 06/2021	通期 06/2022	通期 06/2023	通期 06/2024	通期 06/2025	前年比 純増減
営業活動によるキャッシュフロー	1,142	3,388	1,555	(718)	3,395	-	-
投資活動によるキャッシュフロー	(111)	(207)	(25)	211	(45)	-	-
営業活動によるCF+投資活動によるCF	1,032	3,182	1,530	(506)	3,350	-	-
財務活動によるキャッシュフロー	(732)	(658)	(521)	(2,304)	(679)	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

1株当たりデータ

1株当たりデータ (株式分割調整前) (円)	連結実績 通期 06/2020	連結実績 通期 06/2021	連結実績 通期 06/2022	連結実績 通期 06/2023	連結実績 通期 06/2024	連結予想 通期 06/2025	前年比 純増減
期末発行済株式数(千株)	48,969	48,969	48,969	48,969	48,969	-	-
当期純利益/EPS(千株)	44,939	44,959	45,272	41,313	40,506	-	-
期末自己株式数(千株)	4,032	3,992	3,497	8,697	8,350	-	-
1株当たり当期純利益 (潜在株式調整後)	35.26	10.14	13.22	8.61	34.71	35.17	-
1株当たり純資産	227.24	228.35	231.21	208.86	228.76	-	-
1株当たり配当金	16.75	12.90	14.00	14.40	14.00	15.00	-
1株当たりデータ (株式分割調整後) (円)	連結実績 通期 06/2020	連結実績 通期 06/2021	連結実績 通期 06/2022	連結実績 通期 06/2023	連結実績 通期 06/2024	連結予想 通期 06/2025	前年比 純増減
株式分割ファクター	1	1	1	1	1	1	-
1株当たり当期純利益	35.26	10.14	13.22	8.61	34.71	35.17	-
1株当たり純資産	227.24	228.35	231.21	208.86	228.76	-	-
1株当たり配当金	16.75	12.90	14.00	14.40	14.00	15.00	-
配当性向	47.5%	127.2%	105.9%	167.2%	40.3%	42.6%	-

出所: 会社データ、弊社計算

Disclaimer

ここでの情報は、ウォールデンリサーチジャパンが当該事業会社の発信する「IR情報」を中立的かつ専門的な立場から要約して、レポート形式にまとめたものである。「IR情報」とは、即ち、当該事業会社に係る①弊社との個別取材の内容、②機関投資家向け説明会の内容、③適時開示情報、④ホームページの内容などである。

商号： 株式会社ウォールデンリサーチジャパン

本店所在地： 〒104-0061 東京都中央区銀座6丁目14番8号 銀座石井ビル4階

URL： <https://walden.co.jp/>

E-mail： info@walden.co.jp

Tel: 03-3553-3769