

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%	-	-	-
連結中間期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する中間純利益	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		8,808	1,091	1,109	740	-	-	-
3Q-4Q FY06/2025会予		9,191	1,028	1,040	687	-	-	-
1Q-2Q FY06/2025	前年比	(7.9%)	(18.2%)	(17.7%)	(17.2%)	-	-	-
3Q-4Q FY06/2025会予	前年比	15.8%	52.8%	46.5%	34.3%	-	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

1.0 エグゼクティブサマリー (2025年4月4日)


投資フェーズ

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・ダブリューは、持続的な成長に向けての人的資本経営の強化や AI・環境分野への重点投資を実施している。その分だけ費用が増加している側面が認められるものの、収益性を引き上げていることを目的とするフィー型業務や内製化の推進が奏功している側面もあることから 2025年6月期に向けては増収・増益を確保できる見通しである。第2四半期(中間期)の段階においては、期初より想定されていた通り前年同期に発生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が剥落していることから減収を余儀なくされているのだが、下半期(1-6月)に向けては万博関連業務に係る売上高の計上が集中するため前年同期に対する大幅な増収が達成される見込みである。また、2024年6月期に引き続いて 2025年6月期においても社員の士気向上を促すための戦略的な人件費の引き上げが展開されている模様である一方、現状までに社員の8割が AI 習得プログラムの履修を経ており、AI ツールの活用を通じた業務の効率化及び高度化が本格的に立ち上がりつつあるとのことである。更には、独自開発のイベント CO2 排出量算定ツール「EventGX」の活用を通じた環境配慮型の提案などが増加しているとのことである。また、以上に鑑みれば、やがては現在の投資フェーズから成長フェーズへの転換点が到来することが期待されよう。

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

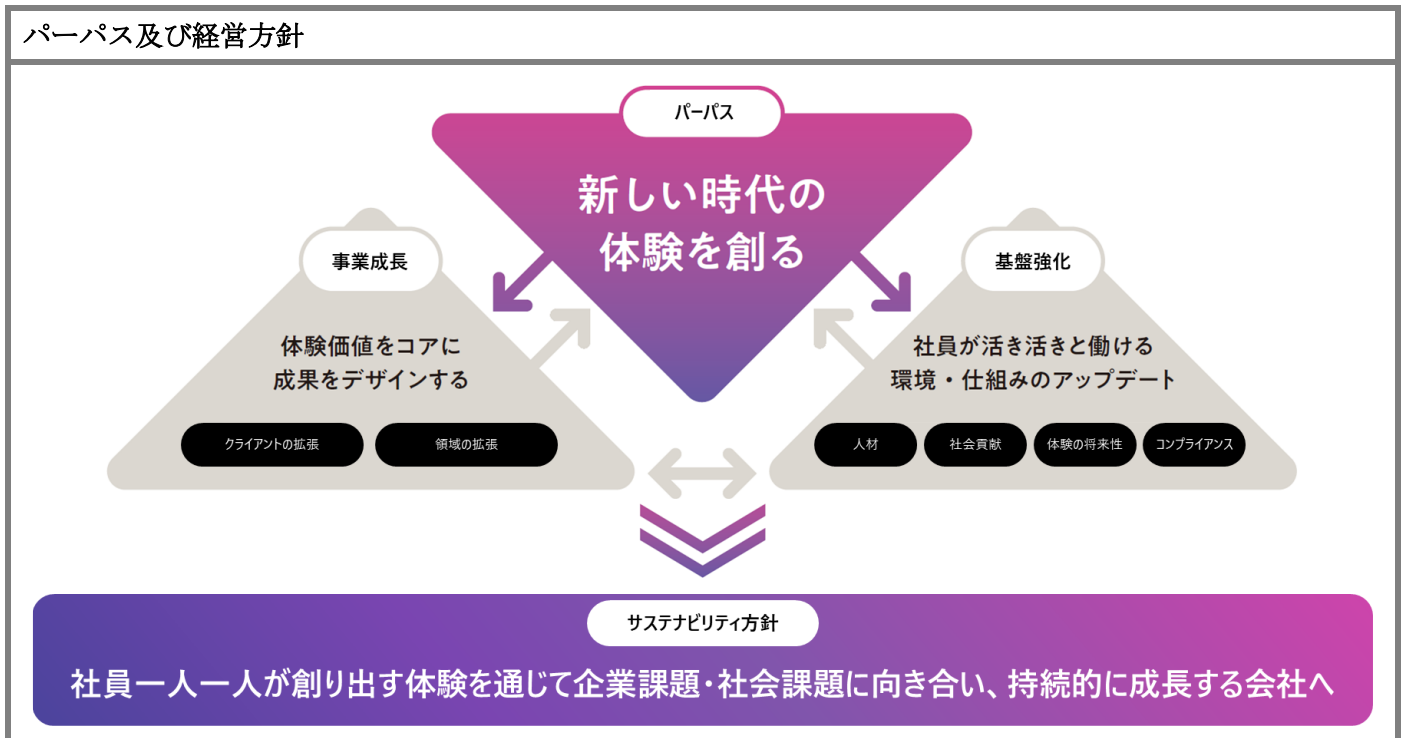
商号	株式会社テー・オー・ダブリュー Web サイト IR 情報 最新株価	
設立年月日	1976年7月6日	
上場年月日	2023年10月20日：東京証券取引所スタンダード市場（証券コード：4767） 2022年4月4日：東京証券取引所プライム市場 2008年6月25日：東京証券取引所第1部 2007年6月25日：東京証券取引所第2部 2000年7月13日：ジャスダック市場	
資本金	948百万円（2024年12月末）	
発行済株式数	48,969,096株、自己株式内数7,978,812株（2024年12月末）	
特色	<ul style="list-style-type: none">● 大手広告会社で売上高構成比57%、直クライアントで売上高構成比20%● 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17.11%、真木勝次9.62%、日本カスタディ信託口5.99%、ライク2.54%、今津秀1.32%（2024年12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。

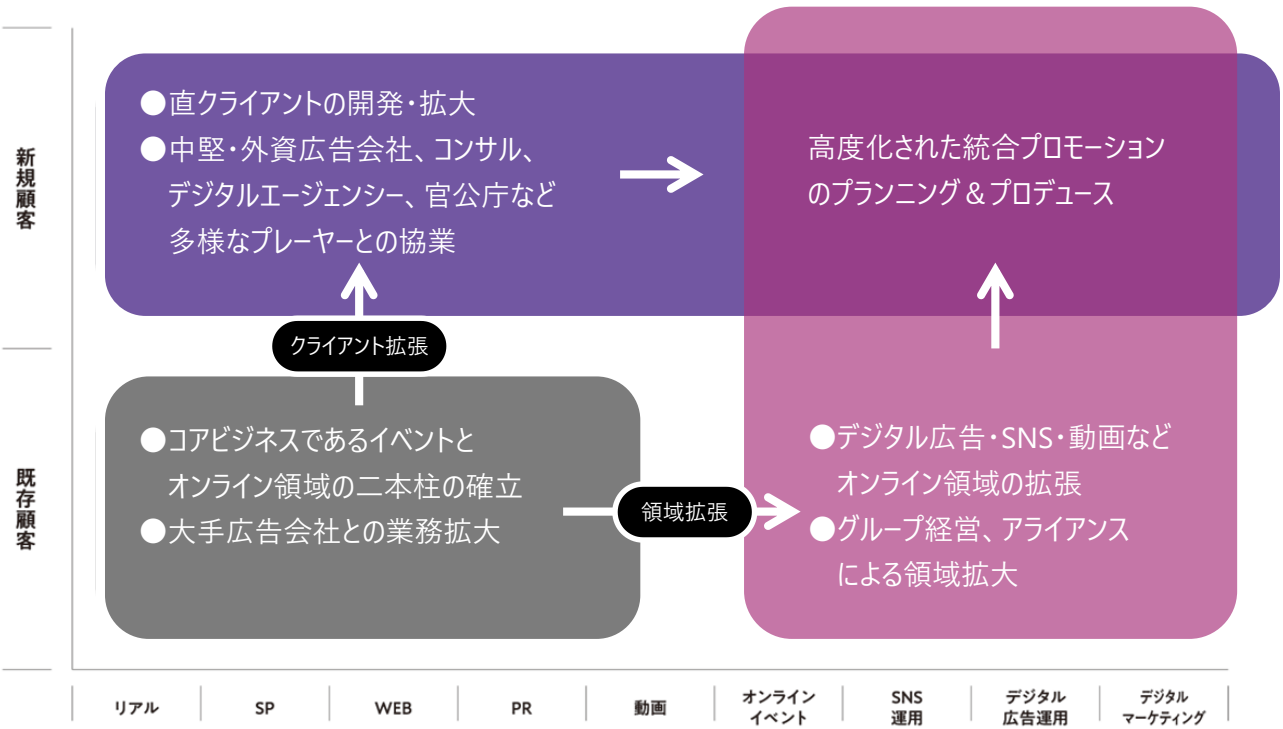


出所：会社データ

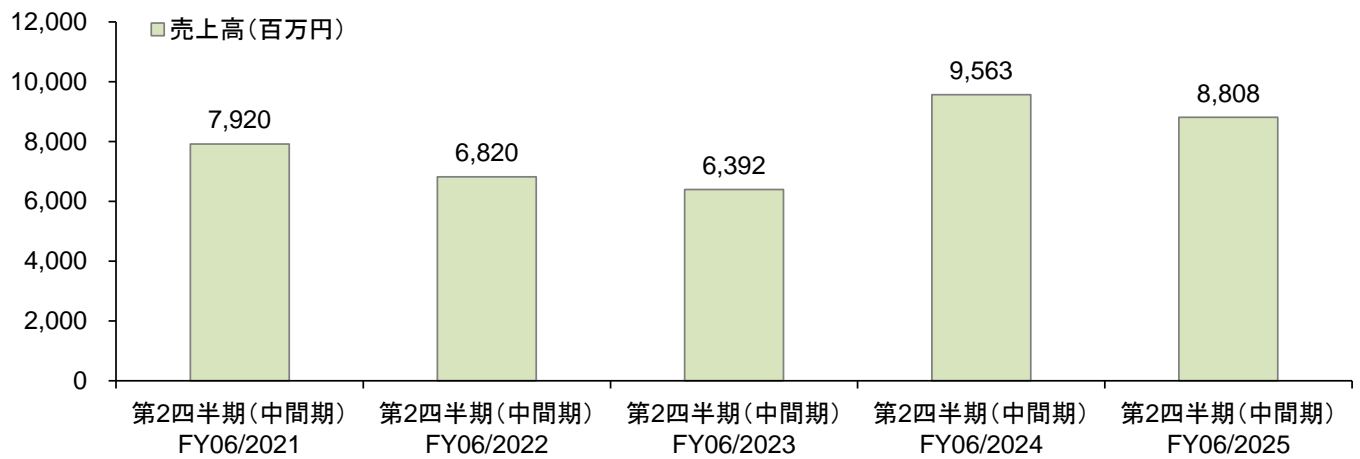
2022年2月、パーパスとして“新しい時代の体験を創る”を掲げるに至っている同社によれば、“どんなに時代が変化しても人と人が存在する限り、「体験」は自由自在にかたちや役割を変え、生活者（消費活動を通して生活の豊かさ及び自己実現を追求していく消費者）や社会に寄り添い、人のココロとカラダを動かす。我々は、リアルやデジタルなどの様々な方法を駆使し、「体験」を創り出し、人々に感動や共感、ワクワクを届け続ける。”とのことである。また、持続的な成長及びこのパーパスの実現に向けて、体験デザインの進化による事業成長と人的資本をはじめとする基盤強化によってサステナビリティ経営を推進していくとのことである。同社は、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

事業戦略：「2軸の拡張」



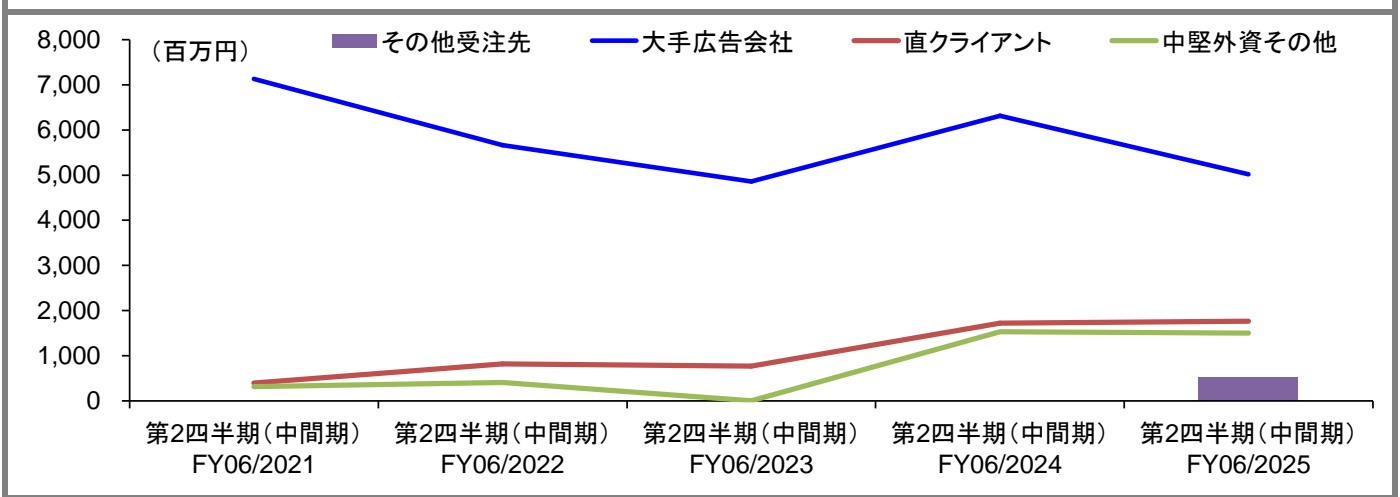
第2四半期（中間期）／売上高



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、“クライアント拡張”と“領域拡張”である。コロナ禍の影響に伴う売上高の減少が一巡している2024年6月期第2四半期（中間期）においては双方が着実に進捗していることに加えて、隔年開催の自動車大型展示会に係る案件による寄与も発生しており、売上高9,563百万円（前年同期比49.6%増）が達成されている。そして、これに引き続く2025年6月期第2四半期（中間期）においても双方が着実に進捗している模様である。ただし、上述にある隔年開催の自動車大型展示会に係る案件による寄与が剥落している影響を補うまでには至っていないとされている。結果、売上高8,808百万円（7.9%減）での着地である。

第2四半期（中間期）／受注先別売上高

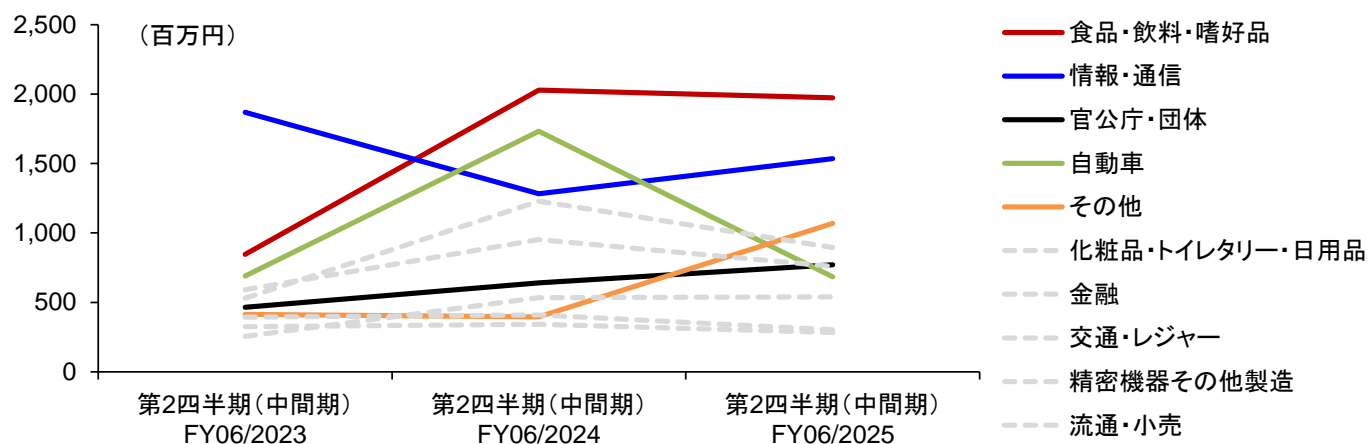


出所：会社データ

2025年6月期第2四半期（中間期）の受注先別売上高においては、大手広告会社で売上高構成比57%（前年同期：66%）、直クライアントで売上高構成比20%（18%）、中堅外資その他で売上高構成比17%（16%）、その他受注先で売上高構成比6%である。

上述にある隔年開催の自動車大型展示会に係る案件の売上高が含まれている、主力の大手広告会社の売上高構成比が低減している一方で、直クライアント及び中堅外資その他（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）の売上高構成比が上昇している。更には、従来からの受注先別のコンセプトに当てはまらない、その他受注先の売上高も計上されている。また、以上に鑑みれば、“クライアント拡張”は着実に進捗していると考えられよう。一方、“領域拡張”に向けては、デジタル広告、ソーシャルメディア、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。

第2四半期（中間期）／業種別売上高



出所：会社データ

2025年6月期第2四半期（中間期）の業種別売上高においては、主力の「食品・飲料・嗜好品」が、体験型プロモーションの増加によって高い売上構成比を維持しているとのことである。また、「情報・通信」の増収に関しては、プラットフォームに加えて SaaS 系企業のハイブリッドイベントが増加していることが背景として挙げられている。「官公庁・団体」の増収に関しては、自治体の大型イベントが寄与しているとのことである。一方、「自動車」の大幅な減収に関しては、上述にある隔年開催の自動車大型展示会に係る案件の売上高が剥落していることに加えて、街頭プロモーションが縮小している影響も発生しているとされている。なお、増収幅が最も大きい「その他」の内容として開示されているのは、エネルギー、素材、機械、教育、医療サービス、宗教、出版、不動産、住宅設備、以上である。

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。

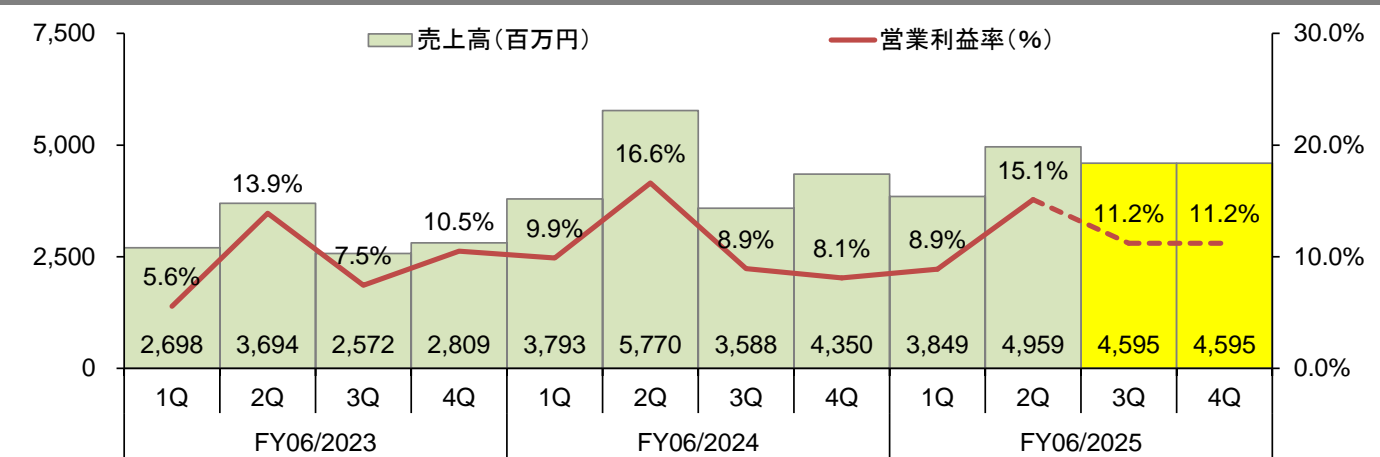
- 2016年10月 関西支社を大阪市北区堂島浜1丁目4番4号に移転。
- 2017年7月 体験デザイン本部を新設。
- 2019年9月 イベント演出と配信を一気通貫したプロデュースを実現するe-Sports専門チーム「TOW×T2 Creative e-Sports Unit TTe（ティー・ティー・イー）」を設立。
- 2020年1月 代表取締役社長に秋本道弘、代表取締役副社長に村津憲一が就任。
- 2020年6月 デジタルプラットフォーム時代の体験価値を拡張する「TOW オンラインイベントパッケージ」を提供開始。
- 2021年2月 デジタルマーケティング企業である株式会社デジタルアイデ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7月 映像制作会社である株式会社モットの全株式を取得し、100%連結子会社化。
- 2023年10月 スタンダード市場へ移行。
- 2024年8月 イベント CO2 排出量算定ツール「EventGX」を提供開始。
- 2025年1月 SNS 領域に強いデジタル制作会社である Qetic 株式会社の全株式を取得し、100%連結子会社化。

4.0 業績推移

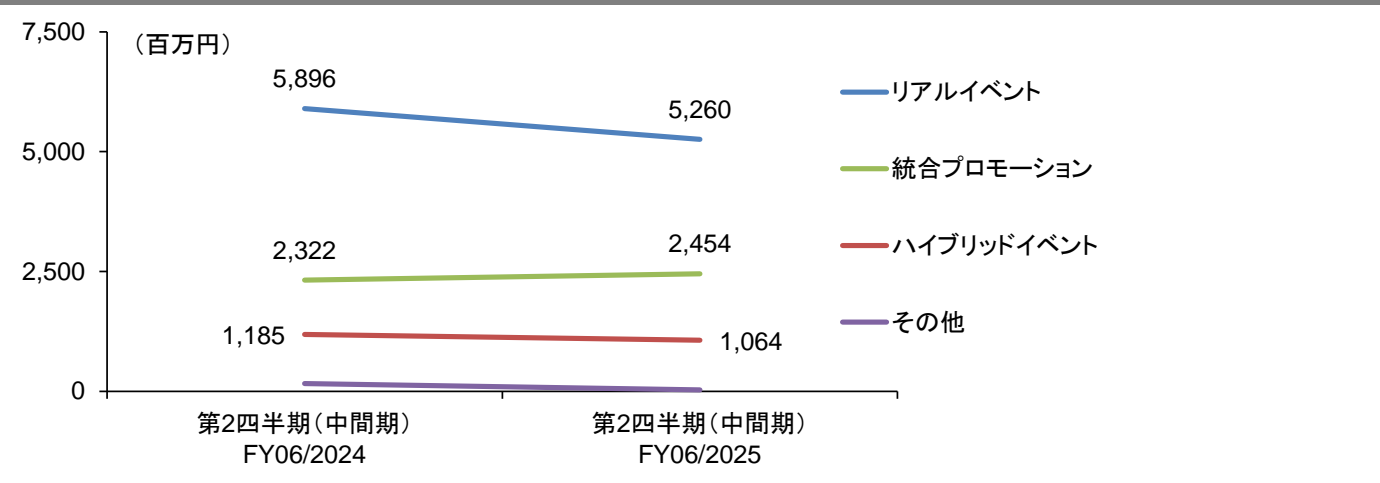
2025年6月期第2四半期（中間期）

2025年6月期第2四半期（中間期）は、売上高 8,808 百万円（前年同期比 7.9%減）、営業利益 1,091 百万円（18.2%減）、経常利益 1,109 百万円（17.7%減）、親会社株主に帰属する中間純利益 740 百万円（17.2%減）での着地である。また、売上総利益 1,593 百万円（9.5%減）、販売管理費 502 百万円（17.8%増）であり、売上総利益率 18.1%（0.3%ポイント低下）、売上高販売管理比率 5.7%（1.2%ポイント上昇）である。結果、営業利益率 12.4%（1.6%ポイント低下）である。

売上高と営業利益率



第2四半期（中間期）／カテゴリー別売上高



出所：会社データ、弊社計算（2025年6月期3Q及び4Q：下半期会社予想を均等に按分）

2024年6月期第2四半期（10-12月）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の影響が一巡していることを主因として売上高が伸び悩んでいることに加えて、持続的な成長に向けての人的資本経営の強化や AI・環境分野への重点投資は引き続き実施されており、その分だけ費用が増加している側面が認められるとのことである。それでも収益性を引き上げていく施策が奏功している側面もあることから、売上総利益率の低下幅は限定的な水準に留まっている。同社によれば、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性を維持できているとのことである。

2023年6月期から2024年6月期に向けての推移としては、期末時点での従業員数は連結ベースで233名から263名へと30名(12.9%)増員されており、単体ベースでは184名から200名へと16名(8.7%)増員されている。また、後者に関しては、平均年間給与を6,366千円から7,397千円へと1,030千円(16.2%)に及んで引き上げている。そして、2025年6月期第2四半期(中間期)においても同様の動きが引き続いていることが示唆されている。また、2024年11月14日、同社は、グループベースでのインセンティブ引き上げを目的として、譲渡制限付株式(384,000株/1株につき327円/125百万円)を、親会社及び子会社の取締役並びに従業員に対して付与している。

一方、現状までに社員の8割がAI習得プログラムの履修を経ており、AIツールの活用を通じた業務の効率化及び高度化が本格的に立ち上がりつつあるとのことである。同社によれば、社員向けAI習得プログラム全12回を実施していることに加えて、Microsoft365 Copilot(Microsoft 365のツールに統合されたAIアシスタント/業務の効率化や生産性向上に寄与/WordやExcel、PowerPoint、OutlookなどのOfficeアプリケーションで利用)を全社導入しているとのことである。更には、画像・動画生成関連の有料AIツールの導入も推進しているとのことである。これをもってプランニングサポートやクリエイティブ開発、プロデュース業務サポートといった顧客に対するサービスに直結している領域においても業務の効率化及び高度化を進捗させていくとのことである。

更には、独自開発のイベントCO2排出量算定ツール「EventGX」の活用を通じた環境配慮型の提案などが増加しているとのことである。2024年8月、同社は当該ツールの運用を開始しており、現状までに概ね200案件ほどのイベントにおけるCO2排出量を最終的な見積りの段階で算定するに至っているとされている。そして、ここで得られたデータにも鑑みて、再生素材やリース品の積極活用並びに化石燃料の代替エネルギーへの置き換えなどを促していくことを通じて、CO2排出量の削減を推進していくとのことである。

また、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。

そして、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じて、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度合いを高めていく施策のことである。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。

リアルイベント（売上高構成比 59.7%）

2025年6月期第2四半期（中間期）においては、売上高 5,260 百万円（10.8%減）での着地である。減収の背景として挙げられているのは、前年同期に発生している、隔年開催の自動車大型展示会による寄与が剥落していることである。ただし、同社によれば、リアル体験に対する需要は継続しており、飲料や食品の街頭プロモーションに加えてビジネスカンファレンスや官公庁・自治体の大型案件に係る売上高が堅調な推移を示しているとのことである。なお、第2四半期（中間期）におけるリアルイベントの種別売上高構成比は、街頭イベントで44%、発表会・カンファレンスで25%、展示会で19%、万博関連で6%、その他で6%とのことである。

リアルイベントの事例／2025年6月期第2四半期（中間期）

●リアルイベントをデジタルで集客最大化しリーチを拡大

SNS
事前告知



ポップアップショップ



SNS
事後拡散



【スターバックス コーヒー】新商品プロモーション

出所：会社データ

種別売上高構成比で中心となる街頭イベントに関しては、コーヒーストアの経営及びコーヒー及び関連商品の販売を展開するクライアント（広告主）の新商品プロモーションの事例が挙げられている。即ち、2024年11月1日に発売されている新作フラペチーノ「マカダミア ホワイトスノー チョコレート フラペチーノ」の拡販に向けたリアルイベントを中心とするプロモーションを同社が手掛けている事例である。

10月31日から11月3日までの4日間の期間限定で、東急プラザ原宿「ハラカド」701エリアにて、まるで初雪が舞い降ったかのような世界で当該新作フラペチーノを楽しめる店舗が運営されている。この先行販売が実施されている期間限定の店舗においては、当該新作フラペチーノを模した、ふわふわのクリームときらめくキャンディ、シュガーを再現した“ホイップかまくら”が設置されており、かまくらの中に入ることもできるようになっていたとのことである。また、雪が舞い降ってくる演出も施されていることもあり、あたたかも本格的な冬の訪れを感じるようなひとときを楽しめるようになっていたとのことである。そして、こういったリアル体験ができる環境を整備することを同社が担っている。更には、SNSを活用した事前告知を通じた集客やこういったリアル体験をした生活者（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）に対して SNS を通じた事後拡散を促すことも同社が担っている。

統合プロモーション（売上高構成比 27.9%）

2025年6月期第2四半期（中間期）においては、売上高2,454百万円（5.7%増）での着地である。増収の背景として挙げられているのは、リアル、デジタル、SNSなどを統合した案件が増加したことに加えて、2024年6月期に子会社化しているMOTTO（映像制作を展開する株式会社モット）との連携によってTVCMを含む動画を主体とする業務も増加していることである。今後に向けては、2025年1月15日に子会社化している、同社との数多の協業実績があるQetic（ケティック）株式会社も含めてグループ連携を更に強化していくことをもって、従来以上に及んで効果の大きい、高度化された統合プロモーションをクライアント（広告主）に提供していく方針が打ち出されるに至っている。

統合プロモーションの事例／2025年6月期第2四半期（中間期）

TVCM・デジタル広告を駆使した統合プロモーション

デジタル広告運用



デジタル
広告

TVCM



動画

マストバイCP



デジタル
コンテンツ

【アイリスオーヤマ】新商品プロモーション

出所：会社データ

TVCM・デジタル広告を駆使した統合プロモーションの事例としては、生活用品の企画、製造、販売を展開するクライアント（広告主）の拡販キャンペーンの事例が挙げられている。“大自然で育ったクセのない美味しい水「富士山の天然水」を飲んで豪華景品を当てよう”と標榜する「水みくじ」キャンペーンを推進することを目的として、同社は、TVCM向けの動画を作成していることに加えて、デジタル広告の展開やデジタルコンテンツの作成及び配信などを手掛けている。即ち、同社が標榜するところの、高度化された統合プロモーションとは、以上の様な業務を幅広く一括して受託して最適なかたちに統合して提供することを意味していると考えられよう。

ハイブリッドイベント（売上高構成比 12.1%）

2025年6月期第2四半期（中間期）においては、売上高 1,064 百万円（10.2%減）での着地である。オフラインとオンラインを融合するハイブリッドイベントにおいては、情報通信関連の案件が堅調に増加しているとされている。ただし、前年同期に発生している大型案件による影響が一巡していることから第2四半期（中間期）においては減収を余儀なくされているとのことである。

ハイブリッドイベントの事例／2025年6月期第2四半期（中間期）

インタラクティブ性を重視したハイブリッドイベント



TikTok LIVE All Stars

オンライン
配信



視聴・
投稿



出所：会社データ

インタラクティブ性を重視したハイブリッドイベントの事例としては、動画に特化した SNS の運営会社をクライアント（広告主）とする事例が挙げられている。2024年12月18日、同クライアント（広告主）は、同社が提供するスキームを基盤として、2024年に活躍したクリエイターのパフォーマンスの披露と表彰を行うリアルイベントを開催していることに加えて、その様子をリアルタイムでオンライン配信している。また、このオンライン配信における視聴者数や投稿数などはかなり大きな規模に及んでおり、同社によれば、「配信を介すことでリアルイベントの演出がアップデートし、深い共感・理解を獲得」できているとのことである。

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 06/2024	2Q累計 06/2024	3Q累計 06/2024	4Q累計 06/2024	1Q 06/2025	2Q累計 06/2025	3Q累計 06/2025	4Q累計 06/2025		
売上高	3,793	9,563	13,152	17,503	3,849	8,808	-	-	-	(755)
売上原価	3,198	7,803	10,843	14,564	3,242	7,215	-	-	-	(588)
売上総利益	595	1,760	2,309	2,939	606	1,593	-	-	-	(166)
販売費及び一般管理費	219	426	655	932	264	502	-	-	-	+75
営業利益	375	1,333	1,653	2,006	342	1,091	-	-	-	(242)
営業外損益	15	14	32	51	10	18	-	-	-	+3
経常利益	390	1,348	1,686	2,058	352	1,109	-	-	-	(238)
特別損益	0	0	0	(2)	-	0	-	-	-	+0
税金等調整前純利益	390	1,348	1,686	2,055	352	1,109	-	-	-	(238)
法人税等合計	142	454	569	649	124	369	-	-	-	(85)
親会社株主に帰属する当期純利益	248	893	1,116	1,405	227	740	-	-	-	(153)
売上高伸び率	+40.6%	+49.6%	+46.7%	+48.7%	+1.5%	(7.9%)	-	-	-	-
営業利益伸び率	+149.7%	+100.8%	+93.3%	+74.4%	(8.9%)	(18.2%)	-	-	-	-
経常利益伸び率	+138.0%	+98.9%	+90.8%	+74.6%	(9.8%)	(17.7%)	-	-	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益伸び率	-	-	+636.3%	+295.3%	(8.2%)	(17.2%)	-	-	-	-
売上総利益率	15.7%	18.4%	17.6%	16.8%	15.8%	18.1%	-	-	-	(0.3%)
売上高販売管理費率	5.8%	4.5%	5.0%	5.3%	6.9%	5.7%	-	-	-	+1.2%
営業利益率	9.9%	13.9%	12.6%	11.5%	8.9%	12.4%	-	-	-	(1.6%)
経常利益率	10.3%	14.1%	12.8%	11.8%	9.2%	12.6%	-	-	-	(1.5%)
親会社株主に帰属する当期純利益率	6.5%	9.3%	8.5%	8.0%	5.9%	8.4%	-	-	-	(0.9%)
法人税等合計／税金等調整前純利益	36.5%	33.7%	33.8%	31.6%	35.4%	33.3%	-	-	-	(0.4%)
損益計算書	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
(百万円)	1Q 06/2024	2Q 06/2024	3Q 06/2024	4Q 06/2024	1Q 06/2025	2Q 06/2025	3Q 06/2025	4Q 06/2025	純増減	
売上高	3,793	5,770	3,588	4,350	3,849	4,959	-	-	(810)	
売上原価	3,198	4,605	3,039	3,720	3,242	3,972	-	-	(632)	
売上総利益	595	1,165	549	629	606	986	-	-	(178)	
販売費及び一般管理費	219	206	228	277	264	237	-	-	+30	
営業利益	375	958	320	352	342	749	-	-	(209)	
営業外損益	15	(0)	17	19	10	7	-	-	+8	
経常利益	390	957	337	372	352	756	-	-	(200)	
特別損益	0	(0)	0	(3)	-	0	-	-	+0	
税金等調整前純利益	390	957	338	368	352	757	-	-	(200)	
法人税等合計	142	311	115	79	124	244	-	-	(66)	
親会社株主に帰属する当期純利益	248	645	222	289	227	512	-	-	(133)	
売上高伸び率	+40.6%	+56.2%	+39.5%	+54.8%	+1.5%	(14.1%)	-	-	-	
営業利益伸び率	+149.7%	+86.5%	+67.3%	+19.6%	(8.9%)	(21.8%)	-	-	-	
経常利益伸び率	+138.0%	+86.4%	+64.0%	+26.2%	(9.8%)	(21.0%)	-	-	-	
親会社株主に帰属する当期純利益伸び率	-	+87.3%	+66.0%	+41.9%	(8.2%)	(20.7%)	-	-	-	
売上総利益率	15.7%	20.2%	15.3%	14.5%	15.8%	19.9%	-	-	(0.3%)	
売上高販売管理費率	5.8%	3.6%	6.4%	6.4%	6.9%	4.8%	-	-	+1.2%	
営業利益率	9.9%	16.6%	8.9%	8.1%	8.9%	15.1%	-	-	(1.5%)	
経常利益率	10.3%	16.6%	9.4%	8.6%	9.2%	15.3%	-	-	(1.3%)	
親会社株主に帰属する当期純利益率	6.5%	11.2%	6.2%	6.7%	5.9%	10.3%	-	-	(0.9%)	
法人税等合計／税金等調整前純利益	36.5%	32.6%	34.2%	21.5%	35.4%	32.3%	-	-	(0.2%)	

出所：会社データ、弊社計算

カテゴリー別売上高（四半期累計／四半期）

カテゴリー別売上高 (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 06/2024	2Q累計 06/2024	3Q累計 06/2024	4Q累計 06/2024	1Q 06/2025	2Q累計 06/2025	3Q累計 06/2025	4Q累計 06/2025		
リアルイベント	2,590	5,896	-	-	2,666	5,260	-	-	(636)	
ハイブリッドイベント	420	1,185	-	-	374	1,064	-	-	(121)	
統合プロモーション	712	2,322	-	-	786	2,454	-	-	+132	
その他	68	160	-	-	21	28	-	-	(132)	
売上高	3,793	9,563	13,152	17,503	3,849	8,808	-	-	(755)	
リアルイベント	-	-	-	-	+2.9%	(10.8%)	-	-	-	
ハイブリッドイベント	-	-	-	-	(11.0%)	(10.2%)	-	-	-	
統合プロモーション	-	-	-	-	+10.3%	+5.7%	-	-	-	
その他	-	-	-	-	(69.3%)	(82.5%)	-	-	-	
売上高(前年比)	+40.6%	+49.6%	+46.7%	+48.7%	+1.5%	(7.9%)	-	-	-	
リアルイベント	68.3%	61.7%	-	-	69.3%	59.7%	-	-	-	
ハイブリッドイベント	11.1%	12.4%	-	-	9.7%	12.1%	-	-	-	
統合プロモーション	18.8%	24.3%	-	-	20.4%	27.9%	-	-	-	
その他	1.8%	1.7%	-	-	0.5%	0.3%	-	-	-	
売上高(構成比)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-	-	-	
カテゴリー別売上高 (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 06/2024	2Q 06/2024	3Q 06/2024	4Q 06/2024	1Q 06/2025	2Q 06/2025	3Q 06/2025	4Q 06/2025		
リアルイベント	2,590	3,305	-	-	2,666	2,594	-	-	(711)	
ハイブリッドイベント	420	764	-	-	374	690	-	-	(74)	
統合プロモーション	712	1,609	-	-	786	1,668	-	-	+58	
その他	68	91	-	-	21	7	-	-	(84)	
売上高	3,793	5,770	3,588	4,350	3,849	4,959	-	-	(811)	
リアルイベント	-	-	-	-	+2.9%	(21.5%)	-	-	-	
ハイブリッドイベント	-	-	-	-	(11.0%)	(9.8%)	-	-	-	
統合プロモーション	-	-	-	-	+10.3%	+3.6%	-	-	-	
その他	-	-	-	-	(69.3%)	(92.4%)	-	-	-	
売上高(前年比)	+40.6%	+56.2%	+39.5%	+54.8%	+1.5%	(14.1%)	-	-	-	
リアルイベント	68.3%	57.3%	-	-	69.3%	52.3%	-	-	-	
ハイブリッドイベント	11.1%	13.3%	-	-	9.7%	13.9%	-	-	-	
統合プロモーション	18.8%	27.9%	-	-	20.4%	33.6%	-	-	-	
その他	1.8%	1.6%	-	-	0.5%	0.1%	-	-	-	
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（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 06/2024	2Q 06/2024	3Q 06/2024	4Q 06/2024	1Q 06/2025	2Q 06/2025	3Q 06/2025	4Q 06/2025		
現金及び預金	6,347	7,111	7,242	8,452	7,567	7,352	-	-	-	+240
電子記録債権	97	71	87	86	500	222	-	-	-	+150
受取手形、売掛金及び契約資産	2,950	4,044	3,262	3,455	2,678	3,755	-	-	-	(288)
その他	1,231	1,339	824	331	447	571	-	-	-	(767)
流動資産	10,627	12,567	11,417	12,326	11,194	11,901	-	-	-	(665)
有形固定資産	157	150	143	216	206	207	-	-	-	+57
無形固定資産	50	52	48	44	41	38	-	-	-	(14)
投資その他の資産合計	1,412	1,374	1,518	1,497	1,406	1,403	-	-	-	+29
固定資産	1,620	1,578	1,710	1,759	1,655	1,649	-	-	-	+71
資産合計	12,247	14,145	13,127	14,085	12,849	13,551	-	-	-	(593)
電子記録債務	4	25	1	11	-	-	-	-	-	(25)
買掛金	1,975	2,939	1,814	2,034	1,838	2,001	-	-	-	(938)
短期借入金	840	840	840	840	840	525	-	-	-	(315)
その他	714	900	976	1,536	562	777	-	-	-	(123)
流動負債	3,534	4,706	3,632	4,422	3,241	3,303	-	-	-	(1,403)
長期借入金	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	386	399	426	360	400	413	-	-	-	+13
固定負債	386	399	426	360	400	413	-	-	-	+13
負債合計	3,920	5,106	4,058	4,782	3,641	3,716	-	-	-	(1,389)
株主資本	7,779	8,524	8,463	8,752	8,696	9,334	-	-	-	+809
その他合計	546	514	605	549	511	501	-	-	-	(13)
純資産	8,326	9,039	9,068	9,302	9,207	9,835	-	-	-	+795
負債純資産合計	12,247	14,145	13,127	14,085	12,849	13,551	-	-	-	(593)
自己資本	8,310	9,028	9,058	9,291	9,197	9,824	-	-	-	+796
有利子負債	840	840	840	840	840	525	-	-	-	(315)
ネットデット	(5,507)	(6,271)	(6,402)	(7,612)	(6,727)	(6,827)	-	-	-	(555)
自己資本比率	67.9%	63.8%	69.0%	66.0%	71.6%	72.5%	-	-	-	-
ネットデットエクイティ比率	(66.3%)	(69.5%)	(70.7%)	(81.9%)	(73.1%)	(69.5%)	-	-	-	-
ROE(12ヵ月)	11.3%	14.1%	15.2%	15.9%	15.8%	13.3%	-	-	-	-
ROA(12ヵ月)	11.9%	14.1%	16.2%	16.3%	16.1%	13.1%	-	-	-	-
当座比率	266%	239%	292%	271%	332%	343%	-	-	-	-
流動比率	301%	267%	314%	279%	345%	360%	-	-	-	-

出所：会社データ、弊社計算

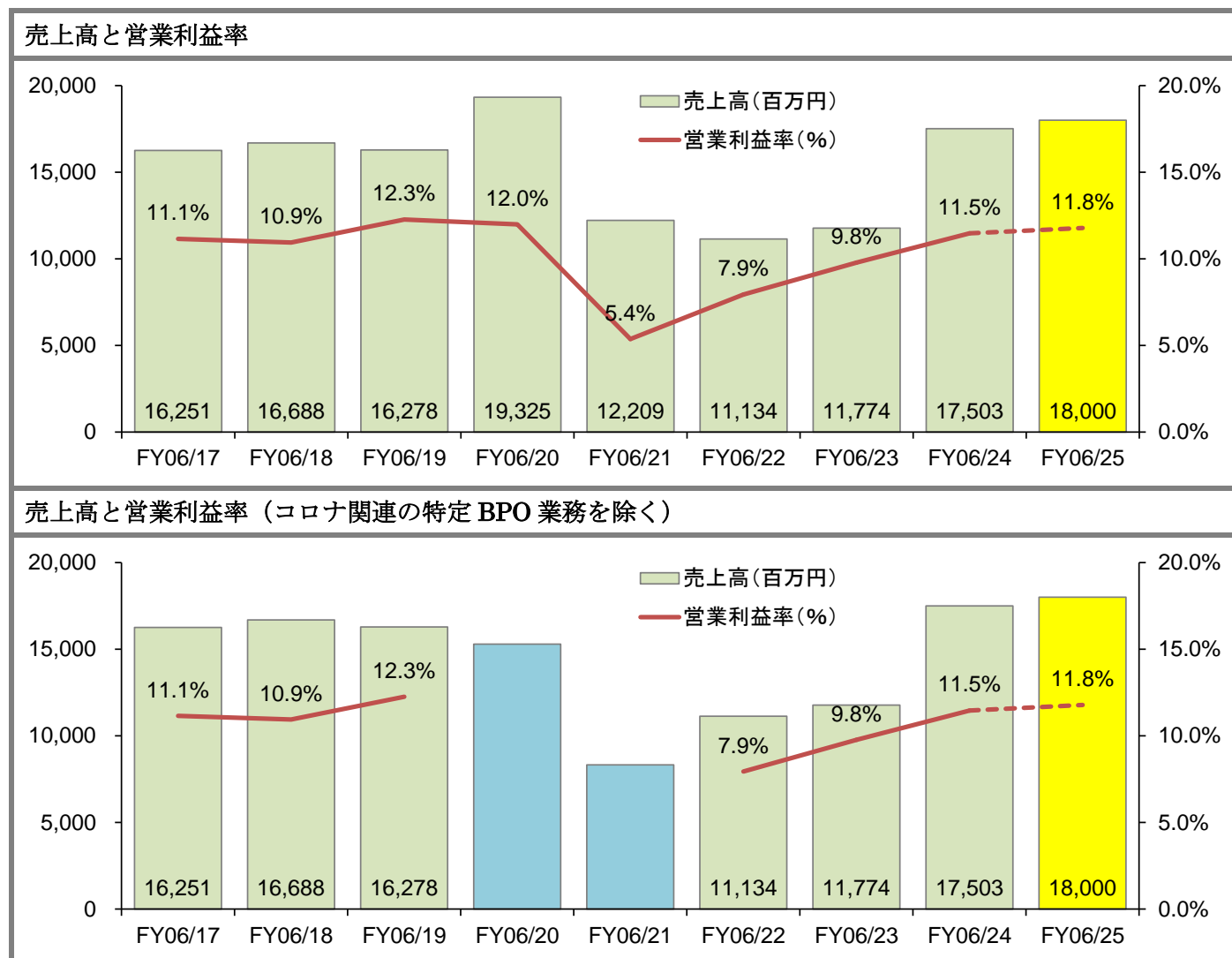
キャッシュフロー計算書（四半期累計）

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 06/2024	2Q累計 06/2024	3Q累計 06/2024	4Q累計 06/2024	1Q 06/2025	2Q累計 06/2025	3Q累計 06/2025	4Q累計 06/2025		
営業活動によるキャッシュフロー	-	1,732	-	3,395	-	(416)	-	-	-	(2,148)
投資活動によるキャッシュフロー	-	(9)	-	(45)	-	(86)	-	-	-	(78)
営業活動によるCF+投資活動によるCF	-	1,724	-	3,350	-	(502)	-	-	-	(2,226)
財務活動によるキャッシュフロー	-	(395)	-	(679)	-	(600)	-	-	-	(205)

出所：会社データ、弊社計算

2025年6月期会社予想

2025年6月期に対する当初の会社予想（公表：2024年8月8日）は据え置かれている。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）の見通しである。また、営業利益率 11.8%（0.3%ポイント上昇）の見通しである。



出所：会社データ、弊社計算

前年度である 2024 年 6 月期においては、コロナ禍の影響を受ける前の段階である 2019 年 6 月期と概ね同等の売上高及び営業利益率が達成されている。前者でそれぞれ 17,503 百万円、11.5%であり、後者でそれぞれ 16,278 百万円、12.3%である。2020 年 6 月期においては、売上高 19,325 百万円、営業利益率 12.0%と、2024 年 6 月期との比較で売上高の規模がより大きく、営業利益率は概ね同水準である。ただし、これには外部環境の変化に伴う短期的な要因によってもたらされ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のだが、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に起因するインパクトがより大きくなっている。結果、単純に考えた場合においては過去最高の売上高が計上されていることになる。

一方、2025年6月期においては、第2四半期（中間期）に対して売上高8,808百万円（前年同期比7.9%減）、営業利益1,091百万円（18.2%減）、営業利益率12.4%（1.6%ポイント低下）であるのに引き続いて、下半期（1-6月）に対しては、売上高9,191百万円（15.8%増）、営業利益1,028百万円（52.8%増）、営業利益率11.2%（2.7%ポイント上昇）が見込まれていることになる。第2四半期（中間期）の売上高は、会社予想の前提との比較でやや下振れているのだが、損益面では前提の水準が達成されており、概ね当初の想定に沿った業績推移であると考えられよう。

下半期（1-6月）に向けては万博関連業務に係る売上高の計上が集中するため前年同期に対する大幅な増収が達成される見込みである。また、持続的な成長に向けての人的資本経営の強化やAI・環境分野への重点投資が引き続き見込みではあるものの、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性を維持できることが想定されている模様である。また、以上に鑑みれば、やがては現在の投資フェーズから成長フェーズへの転換点が到来することが期待されよう。

2025年6月期に対する会社予想と実績

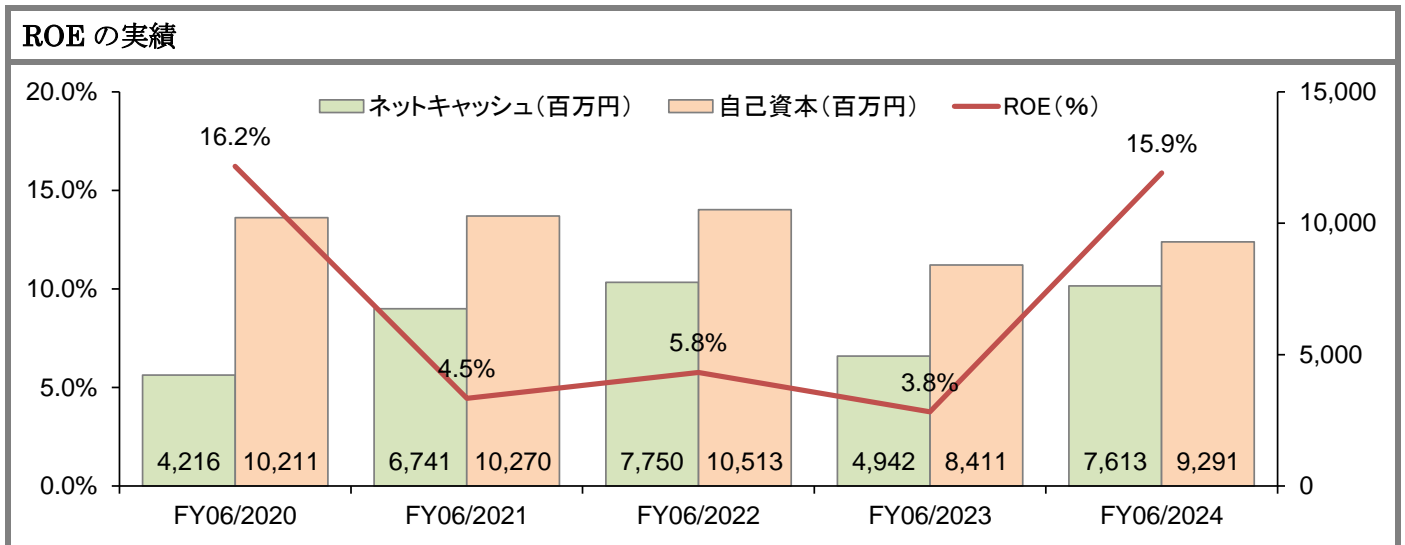
連結通期 (百万円)	発表日	イベント	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する当期純利益
FY06/2025会予	2024年8月8日	4Q決算発表	18,000	2,120	2,150	1,428
FY06/2025会予	2024年11月14日	1Q決算発表	18,000	2,120	2,150	1,428
FY06/2025会予	2025年2月13日	2Q決算発表	18,000	2,120	2,150	1,428
		増減額	0	0	0	0
		増減率	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
FY06/2025会予	2024年8月8日	4Q決算発表	18,000	2,120	2,150	1,428
FY06/2025会予	2025年2月13日	2Q決算発表	18,000	2,120	2,150	1,428
		増減額	0	0	0	0
		増減率	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
連結中間期 (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 する中間純利益
1Q-2Q FY06/2025会予	2024年8月8日	4Q決算発表	9,000	1,089	1,100	732
1Q-2Q FY06/2025会予	2024年11月14日	1Q決算発表	9,000	1,089	1,100	732
1Q-2Q FY06/2025実績	2025年2月13日	2Q決算発表	8,808	1,091	1,109	740
		増減額	(192)	2	9	8
		増減率	(2.1%)	0.2%	0.8%	1.1%
1Q-2Q FY06/2025会予	2024年8月8日	4Q決算発表	9,000	1,089	1,100	732
1Q-2Q FY06/2025実績	2025年2月13日	2Q決算発表	8,808	1,091	1,109	740
		増減額	(192)	2	9	8
		増減率	(2.1%)	0.2%	0.8%	1.1%
連結中間期 (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 する中間純利益
3Q-4Q FY06/2025会予	2024年8月8日	4Q決算発表	9,000	1,031	1,050	696
3Q-4Q FY06/2025会予	2024年11月14日	1Q決算発表	9,000	1,031	1,050	696
3Q-4Q FY06/2025会予	2025年2月13日	2Q決算発表	9,192	1,029	1,041	688
		増減額	192	(2)	(9)	(8)
		増減率	2.1%	(0.2%)	(0.9%)	(1.1%)
3Q-4Q FY06/2025会予	2024年8月8日	4Q決算発表	9,000	1,031	1,050	696
3Q-4Q FY06/2025会予	2025年2月13日	2Q決算発表	9,192	1,029	1,041	688
		増減額	192	(2)	(9)	(8)
		増減率	2.1%	(0.2%)	(0.9%)	(1.1%)

出所：会社データ、弊社計算

ROEの回復

2024年6月期の実績においては、ROEが15.9%にまで回復している。また、2025年6月期に向けてはROEで概ね15%ほどを達成できる見込みとのことである。第2四半期（中間期）の段階においては、買掛金の減少や借入金の圧縮に伴う自己資本の一時的な増加を背景としてROEは一時的にやや落ち込んでいるとされているのだが、通期を通しては、高水準のROEを維持できる方向性にあることが示唆されていると考えられよう。弊社が試算するところによれば、第2四半期（中間期）の段階におけるROE（過去12ヶ月）は13.3%である。

また、同社は高水準のネットキャッシュを維持する方針を打ち出している。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、これに備える側面もあり現預金の残高を取って高く維持するとのことである。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。また、2025年6月期第2四半期（中間期）の期末残高としては、ネットキャッシュで6,827百万円、自己資本で9,824百万円、現金及び現金同等物で7,352百万円である。

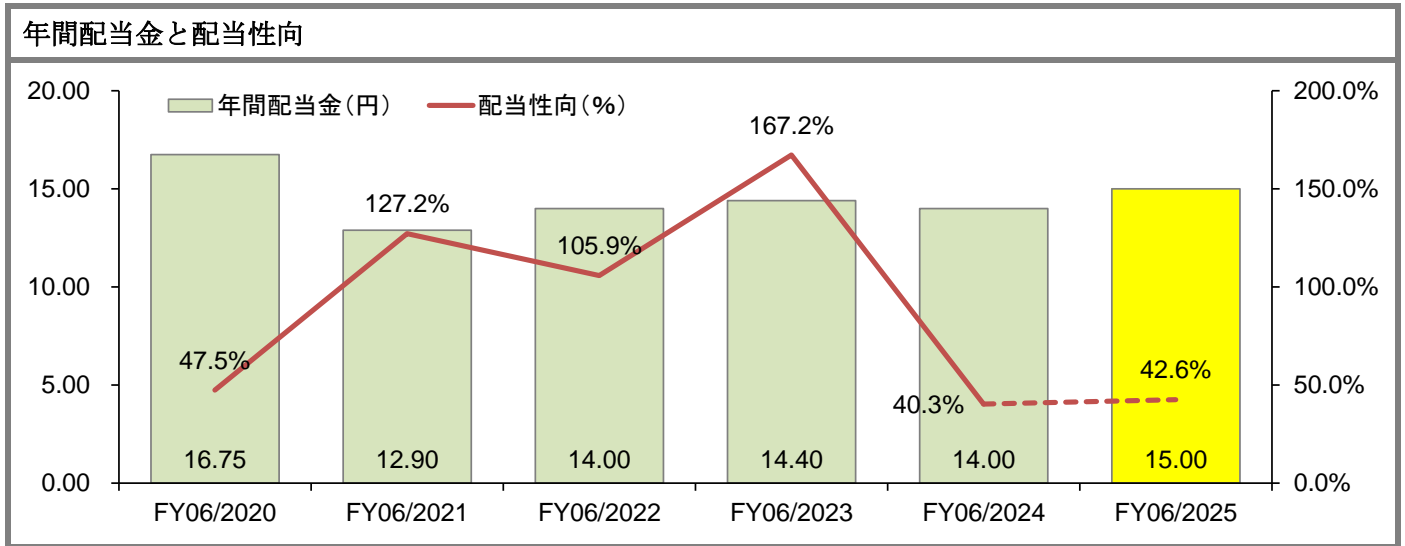


出所：会社データ、弊社計算

2022年6月期の期末から2023年6月期の期末に向けては、ネットキャッシュの残高が一時的に減少している。背景として挙げられているのは、2023年6月期において特別功労金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も影響を及ぼしている。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。

配当方針と年間配当金

2025年6月期に対する会社予想においては、年間配当金予定も据え置かれている。2025年6月期に対して15.00円（中間期で7.50円、期末で7.50円／配当性向42.6%）である。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して捉えており、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いえよう。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のに引き続いて、2022年6月期及び2023年6月期においても同様の状況が引き続いていている。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、上述にある2024年6月期に新たに打ち出されている方針が引き続き適用されている。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（ $=314 \text{円} \times 4.5\% / 2024 \text{年} 6 \text{月期} \text{の} \text{決算発表前日} \text{である} 8 \text{月} 7 \text{日} \text{の} \text{終値} \times \text{配当利回り}$ ）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 (百万円)	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
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

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

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

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