



2017年6月期 2Q 決算説明資料

2016年2月14日
株式会社ディー・エル・イー

1. 決算概況 **P 2**

2. 2017年6月期 通期業績予想 **P 9**

3. 第2四半期の取り組み **P12**

4. Appendix **P29**



1. 決算概況

**2017年6月期第2四半期累計 連結決算概要**

(2017年6月期第1四半期連結会計期間より、連結決算に移行しております。)

単位：百万円

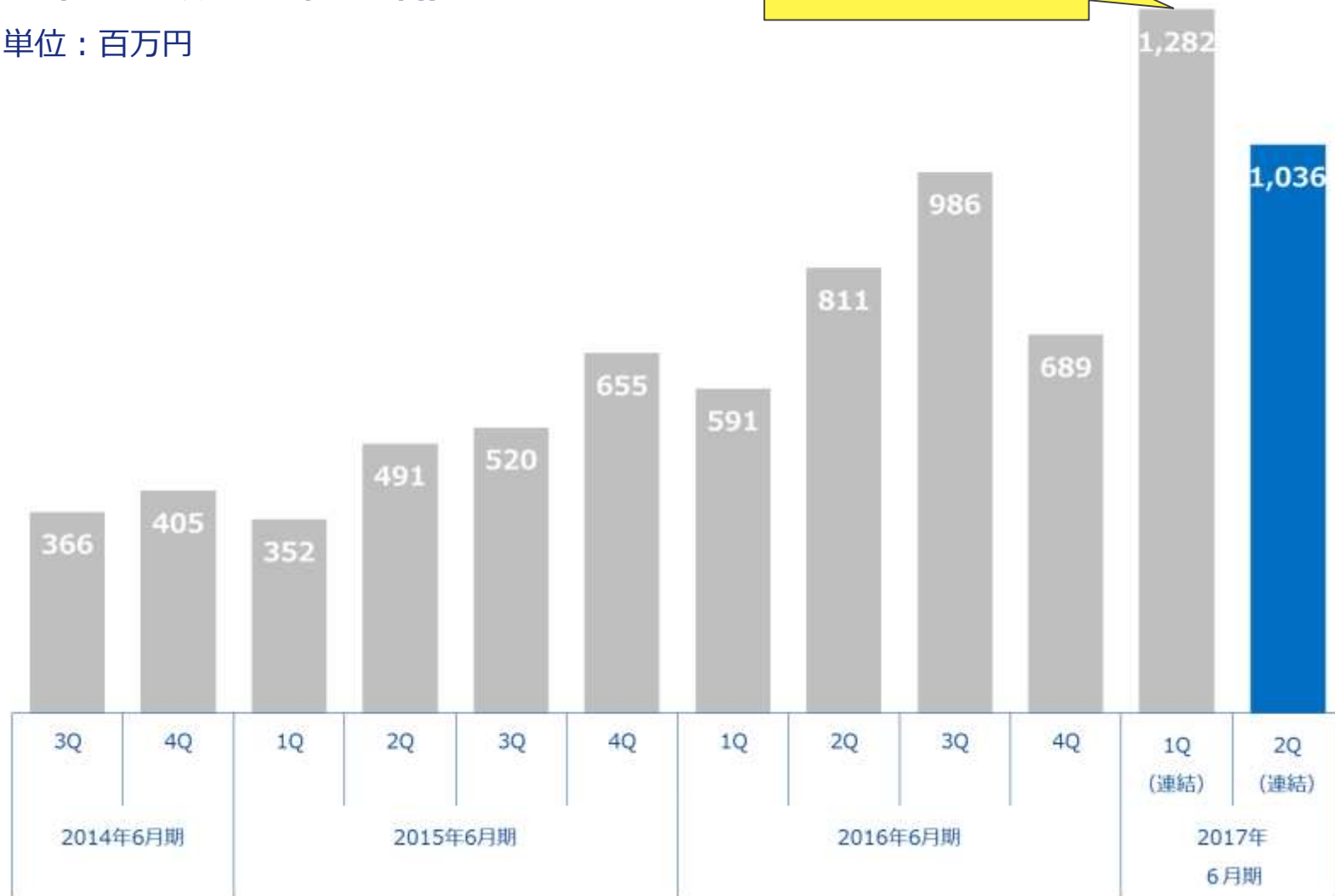
2017年6月期
第2四半期**売上高****2,318****営業利益****▲ 242****経常利益****▲ 258****親会社株主に帰属する四半期純利益****▲ 132**



連結四半期売上高 (2016年6月期以前は単体売上高)

単位：百万円

TGC'16 A/W (※) の
開催による売上増



※：『第23回 東京ガールズコレクション2016 AUTUMN/WINTER』

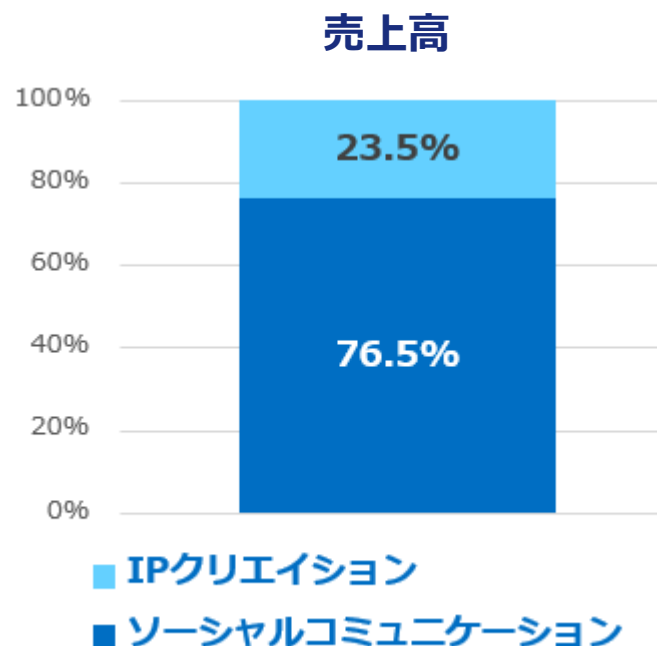


ソーシャル・コミュニケーション領域は、TGC北九州（※1）とAFA（※2）の開催が貢献したものの、セールスプロモーション案件の一部納品時期の後ろ倒し、アプリのリリース時期の遅れ、越境ECの立ちあがりの遅れによる影響で売上高、利益率ともに低下



IPクリエイション領域は、大型案件の契約を第3四半期及び第4四半期に変更したこと及び出資金償却負担増で利益率が低下

(百万円)	2017年6月期 第2四半期
売上高	2,318
ソーシャルコミュニケーション	1,774
IPクリエイション	544
売上総利益	389
ソーシャルコミュニケーション	431
IPクリエイション	▲ 42



※1：『takagi presents TGC KITAKYUSHU 2016 by TOKYO GIRLS COLLECTION』

※2：『TOYOTA presents ASIA FASHION AWARD 2016 in TAIPEI』

 売上高は一部案件の契約時期の変更等があったものの、TGCの貢献により拡大

 M&A及び統合費用の負担増で販売費及び一般管理費が増加

(百万円)	2017年6月期 第2四半期
売上高	2,318
売上総利益	389
販売費及び一般管理費	632
営業利益	▲ 242
経常利益	▲ 258
親会社株主に帰属する四半期純利益	▲ 132



(株)W media（現(株)W TOKYO）の連結により「のれん」が発生



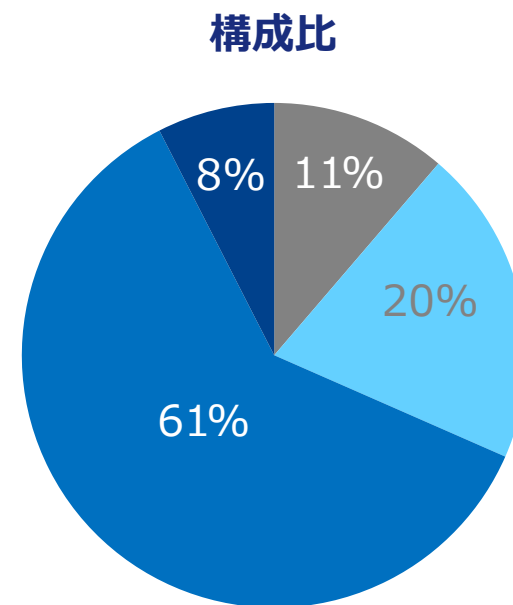
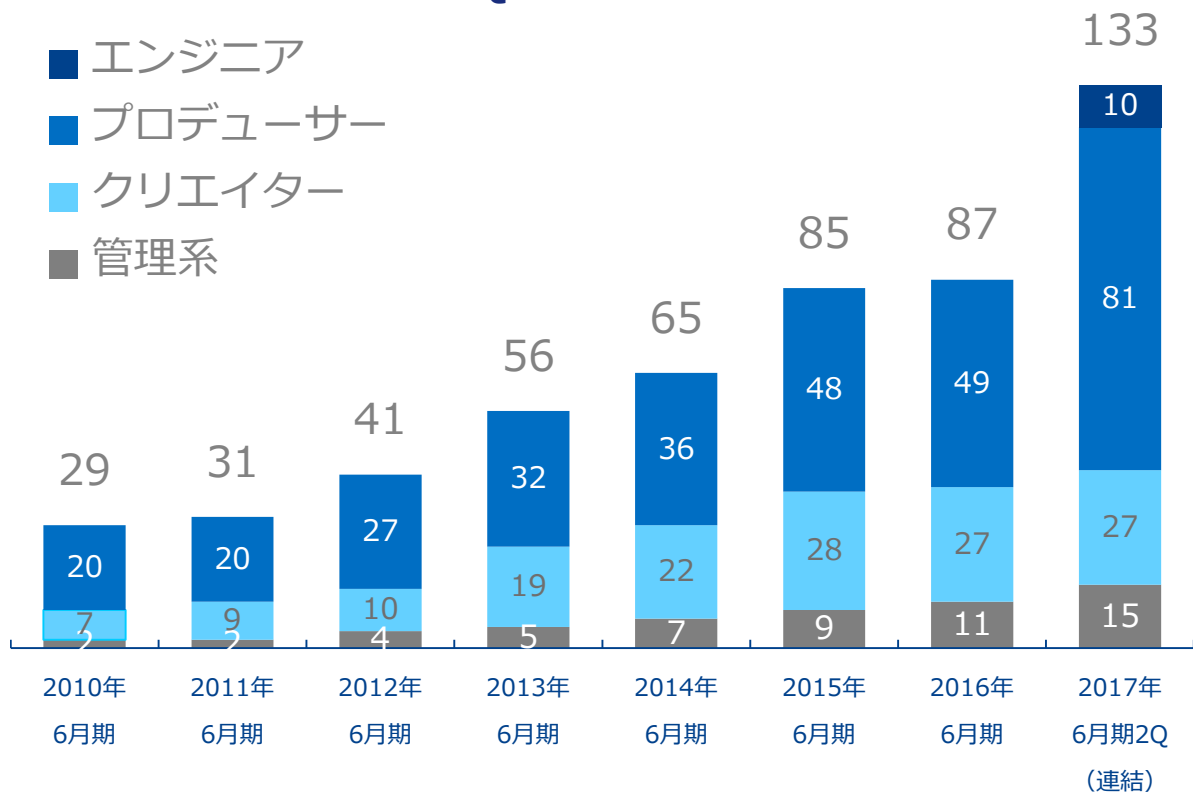
新株予約権の権利行使に伴う新株の発行により資本金及び資本剰余金が増加

(百万円)	2017年6月期 第2四半期
流動資産	4,944
固定資産	2,488
資産合計	7,433
流動負債	2,445
固定負債	1,723
負債合計	4,168
純資産合計	3,264
負債純資産合計	7,433



人員数は133人に拡大 (2016年6月期以前は単体従業員数)

2Q末人員数 (人)





2. 2017年6月期 通期業績予想



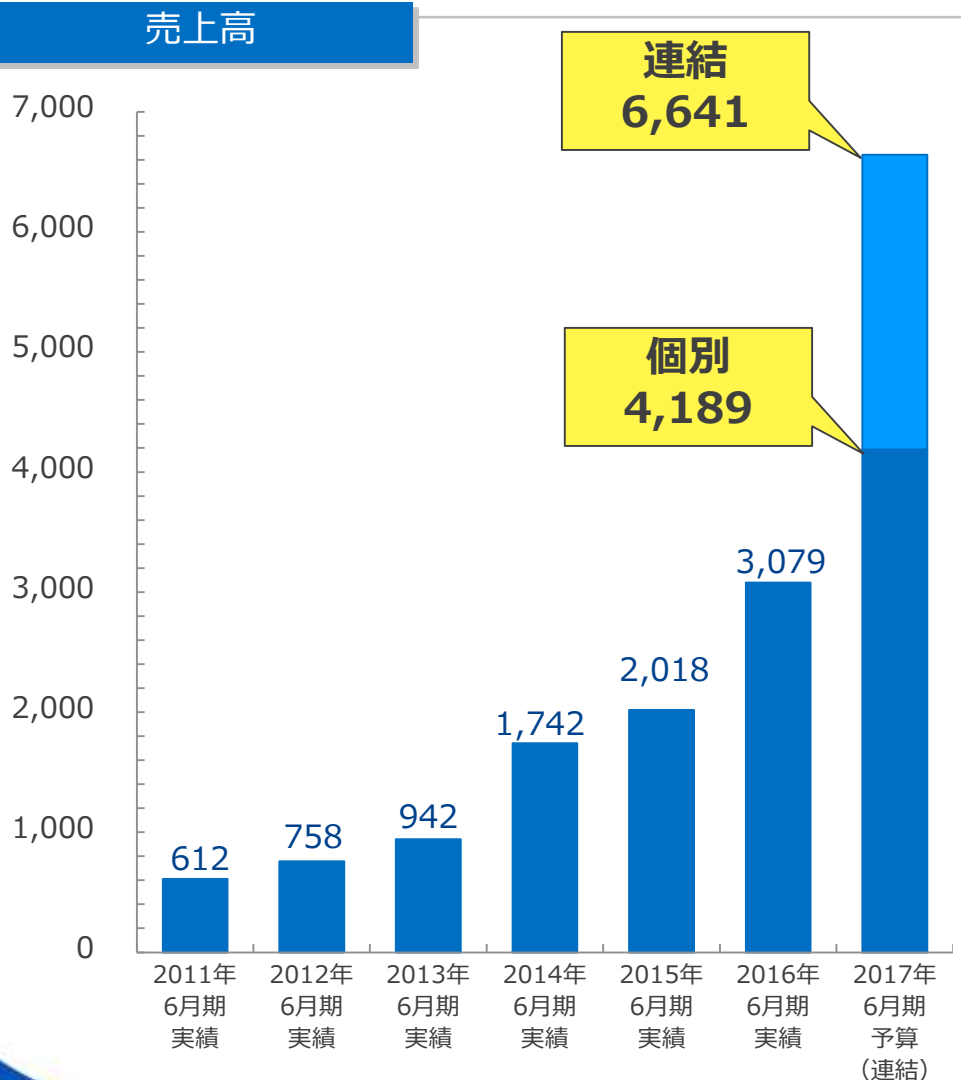
連結経営成績

(百万円)	2017年6月期
売上高	6,641
ソーシャル・コミュニケーション	4,755
IPクリエイション	1,885
営業利益	655
経常利益	645
親会社株主に帰属する当期純利益	492

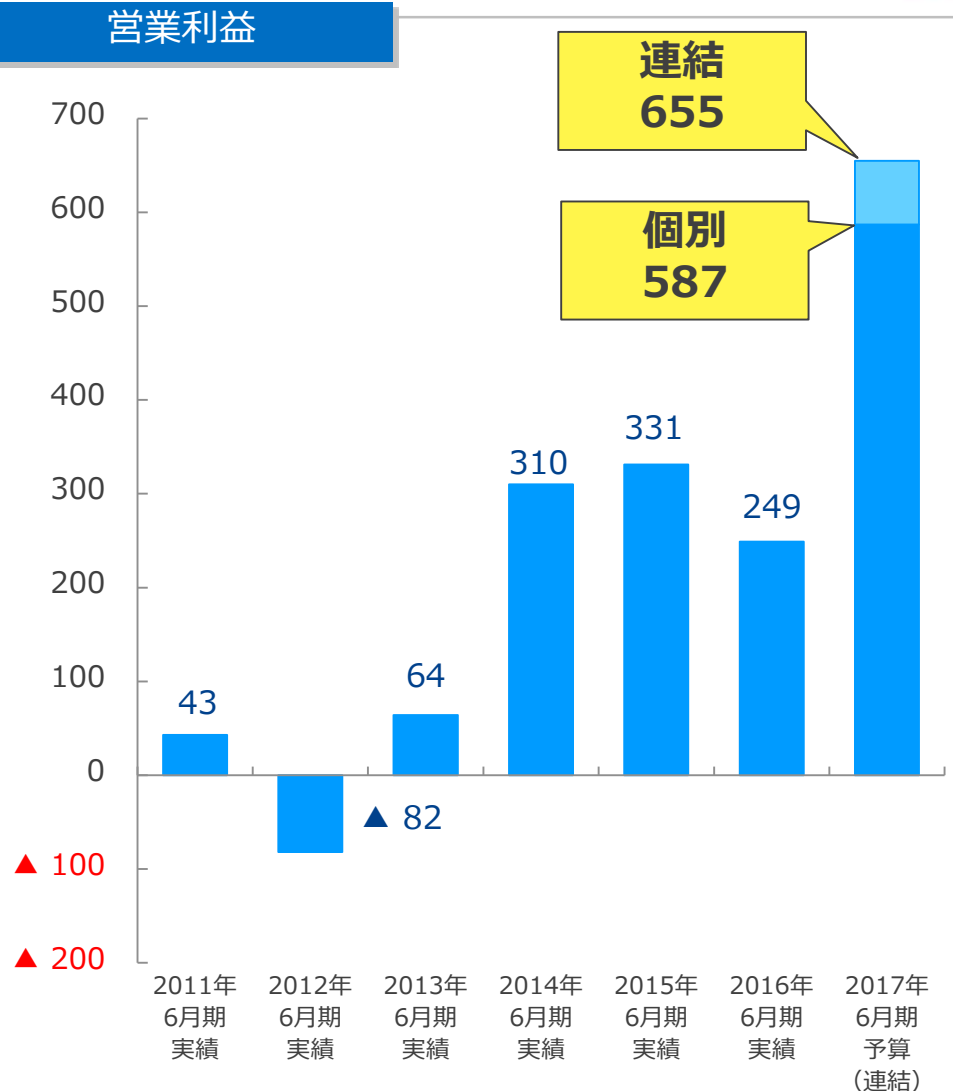
単位：百万円

単位：百万円

売上高



営業利益





3. 第2四半期の取り組み

日本を代表する稼ぐIPを保有



ファッション
ビューティ



アニメーション
キャラクター

ビジネスプロデュースによるレバレッジ

消費者

企業


自治体
(地方創生)


海外


※IP (Intellectual Property : 著作権、商標権等の知的財産権)

アニメーション&キャラクター



- 

日清食品株式会社のカップ麺「日清のとんがらし麺」とのコラボレーション企画。
「日清のとんがらし麺×鷹の爪 『鷹の爪団のとんがらGメン大作戦』」を継続実施。
- 

ヤマキ株式会社の料理のかつお節「花ふわり®」PRキャンペーンを継続実施。
「秘密結社 鷹の爪」オリジナルディッシュプレゼントキャンペーン、
カフェチェーン「PRONTO」とコラボレーションキャンペーンを実施。
- 

2017年2月より、アニメ専門チャンネル「カートゥーン ネットワーク」で
シリーズ作品を順次放送。放送開始を記念し、『世界征服！』をキーワードに
放送と連動した様々な共同企画を予定。

日清食品
「日清のとんがらし麺」



ヤマキ
「花ふわり®」



カートゥーン
ネットワーク



(※) SP:セールスプロモーション、企業のマーケティング・販促施策



全国の小売店舗で特設ショップを展開するなどグッズ展開が好調。
(東急プラザ銀座、東京駅いちばん街ストリート、マルイ海老名等)



人気のデジタルコンテンツを継続的にリリース。
LINEスタンプ、体重管理アプリ「パンパカダイエット」、
ソフトバンクの人気アプリ取り放題サービス向け「パンパカパンツ for App Pass」。



韓国アニメ専門ケーブルチャンネルTooniverse (トゥーニバース) で放送中の
アニメシリーズ「パンパカパンツ WおNEW!」が地上波を含め、
同時時間帯で子供向け (4~13歳) 視聴率 1 位を獲得。





2016年4月より日本テレビ系朝の情報エンタテインメント番組「ZIP!」(※)で
レギュラー放送中

※全国29局ネット：2016年上半期平均視聴率同時間帯民放トップ 2016年4月～9月の平均視聴率：9.0%



認知度向上によりライセンス展開（グッズ、デジタルコンテンツ）急拡大中

貝社員の仕事なめてる
キャンディ

個包装の
絵柄は全30種です

仕事をなめてる
このお菓子を
食べてみて
どうですか？

全国のセブン-イレブンで発売中!!

オフィスで
役立つ!? **貝社員グッズ発売!!**

貝社員のぬいぐるみが発売開始!

存在感抜群の
サイズと
愛くるしさです

ハイ!!

全3種
(アサリ、ハイ貝、カモ貝)

※約30cm X 約40cm

11/30水 新発売 貝社員 マスキングテープ

貝社員たちと
おもしろかわいく
デコレーション!

全8種

432円(税込)

2016.11.07

歩くの
めんどくせ〜

貝社員の万歩計

大人気アニメ「おそ松さん」（2015年10月～2016年3月）のスマートフォン（iOS/Android）向けゲームアプリ「おそ松さんのへそくりウォーズ～ニートの攻防～」を企画/開発/運営。アニメ放送終了後もイベントの継続投入で売上は堅調。

累計発行部数2,100万部の大人気コミック『GANTZ』の新作映画『GANTZ:O（ガンツ：オー）』のゲームアプリ「GANTZ:O/TBR ガンツ:オー/タップ・バトル・ロワイアル」を配信開始。

「おそ松さんのへそくりウォーズ」



「GANTZ : O/TBR」





『ディストラクション・ベイビーズ』（真利子哲也・監督/柳楽優弥・主演）が、

- ・フランスの「ナント三大陸映画祭」で「銀の気球賞（準グランプリ）」受賞
- ・「第38回ヨコハマ映画祭」で、日本映画ベストテンで第3位受賞



©2016「ディストラクション・ベイビーズ」製作委員会



「貝社員」を生んだキャラクター発掘・育成共同プロジェクト「キャラクターバトルクラブ」のセカンドシーズン第3クールを、12月10日より全国のTOHOシネマズ(※)にてスタート。第3クールは、KAWAII文化のパイオニア的存在である“増田セバスチャン”の開発したオリジナルキャラクターも参戦。

※TOHOシネマズ錦糸町は除きます

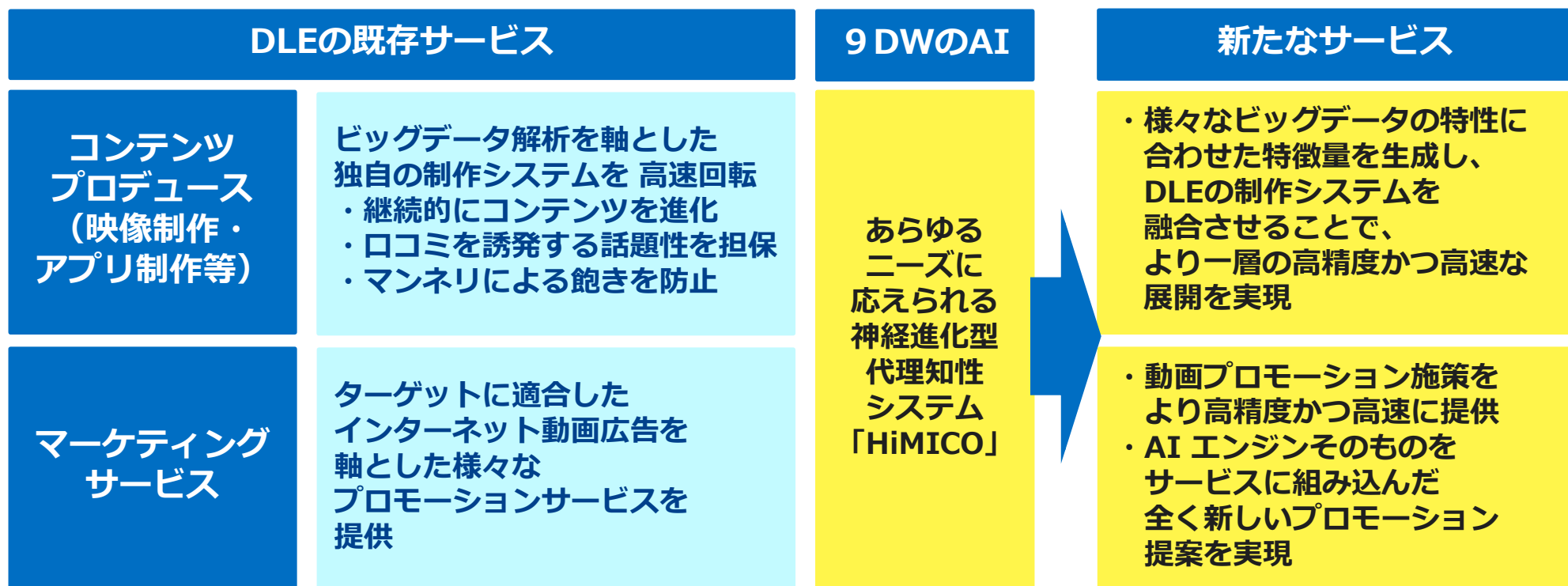




AI（人工知能）開発を専門に行う株式会社9 DWと戦略的業務提携を締結。

DLEのエンタメプロデュース・マーケティングサービスに、

AIによる付加価値を融合することで、IoT時代に適合した新たなサービスを展開。



A large, illuminated stage screen displays the 'TOKYO GIRLS COLLECTION' logo in a stylized, metallic font. The background of the screen is a vibrant, abstract pattern of red and purple lights and shapes, creating a dynamic and festive atmosphere. The stage is lit with blue and purple spotlights, and the overall scene is captured from a low angle, emphasizing the scale of the event.

TOKYO GIRLS COLLECTION

**TOKYO
GIRLS
COLLECTION**
by girlswalker.com

ファッション&ビューティ



2017年1月1日に(株)W TOKYOが誕生

東京都の「東京ブランド推進プロジェクト」に選定

海外展開

TGCが手掛けるインフルエンサーマーケティング：
INFLUENCE tokyo

2017年1月1日に(株)W TOKYOが誕生

(株)TOKYO GIRLS COLLECTION

TGC商標権を活用した、
主にイベントプロデュースを除く
幅広い事業を展開



(株)W media

TGC商標権を活用した、
主にイベントプロデュース事業を
展開

W TOKYO

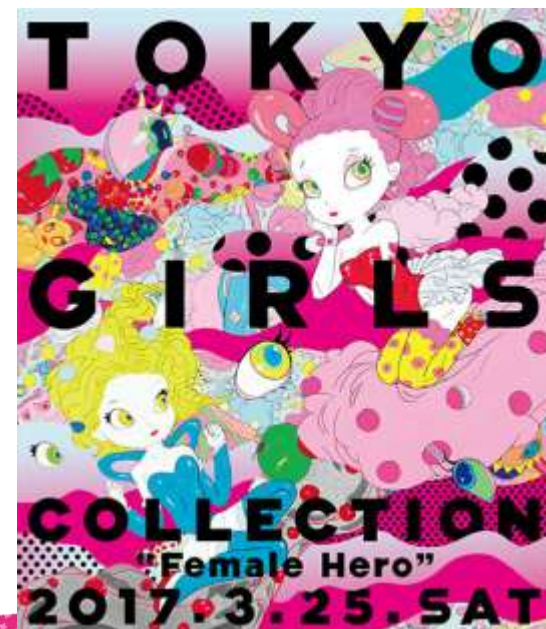
日本のガールズカルチャーを世界に発信する、
TGCブランドの価値最大化及び経営の効率化

東京都の「東京ブランド推進プロジェクト」に選定

- ・ 東京都は、旅行地としての東京を強く印象づける「東京ブランド」の確立に向けた取組を実施
- ・ 取組の一環として、東京ブランドの普及・浸透のため、民間事業者と連携した「東京ブランド推進プロジェクト」の提案を募集
- ・ DLEが提案した「&TOKYO meets TOKYO GIRLS COLLECTION～熱狂的ガールズ・ファッションイベントを通じた東京ブランディング～」が採択。

TGC 2017 S/S キービジュアル

世界から注目されるファッションイベント
「TOKYO GIRLS COLLECTION」を活用して
東京ブランドのPRを実施



ASIA FASHION AWARDをプロデュース

(株)W media (現株)W TOKYO) と、日本・台湾・香港・中国などで映画・テレビ・音楽などのエンタテインメント事業を数多く手掛ける beachwalkers. クループがタッグを組み仕掛ける、アジアの最旬「ファッション」「文化」「エンタテインメント」を世界へ発信する「TOYOTA presents ASIA FASHION AWARD 2016 in TAIPEI」を台湾の台北で12月10日に開催



ローラ/
AFA SPECIAL COLLECTION

TGC、インドネシア開催、人気アパレルで日本ブランドを販売

(株)W TOKYOが、(株)フジテレビジョンの協力および日本貿易振興機構 (JETRO) との共催で、2017年1月12日にジャカルタ (インドネシア) で「TGC Night in JAKARTA 2017 produced by TOKYO GIRLS COLLECTION」を開催

イベント開催だけではなくTGCが橋渡しとなり、2月頃からジャカルタ市内の人気アパレル店舗で日本を代表するリアルクローズブランドの販売を開始。今後はアパレルだけでなく、ビューティー関連商品やサービス、ライフスタイル等を、流行に敏感な若いジャカルタの女性たちに発信し、日本のガールズカルチャーのアジア市場への展開の一助を担う。



TGC出演者



取材する現地メディア

©ASIA FASHION AWARD 2016 in TAIPEI

©TGC Night in JAKARTA 2017

TGCが手掛けるインフルエンサーマーケティング： INFLUENCE tokyo

インフルエンサーとは？

タレントやモデルなどSNSやメディアで商品やサービスを紹介することで人々の消費行動に大きな影響を与える人。
SNSの普及により、主婦や学生などのマイクロインフルエンサーも台頭。
インフルエンサーからの1次拡散だけでなく、SNSを通じた2次・3次拡散による波及効果が期待できる。

インフルエンサーマーケティングの成長性

米国mediakix社の2015年12月時点の推定では、米国国内で今後5年で50億～100億ドル（約5700億円～1.1兆円）規模に成長。
日本でも今後、大きな成長が期待される。

インフルエンサー台頭の背景：消費者の変化

嗜好

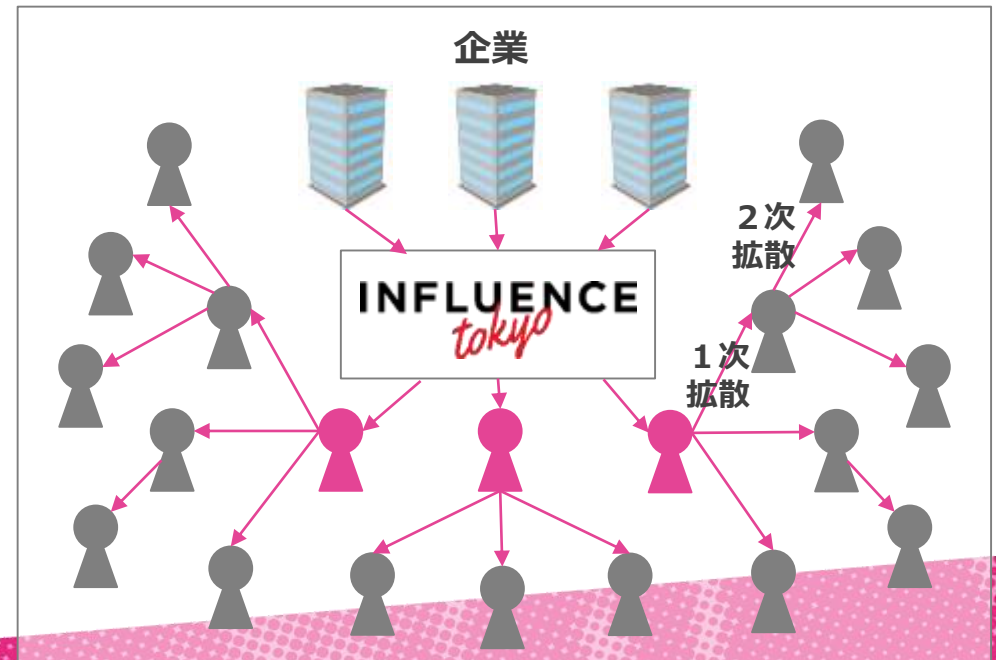
セグメントの細分化
年齢・性別だけでは区分できない
⇒広告媒体選定の複雑化

情報接点

- ・テレビからスマートフォンへ
- ・検索だけではなく、SNSでの情報取得へ

意思決定プロセス

多様な情報のなかで、信頼を置く人の判断を重視



TGCが手掛けるインフルエンサーマーケティング： INFLUENCE tokyoの強み

質・量ともに優れたインフルエンサーネットワークと
東京ガールズコレクション（TGC）で培ったトレンド創造力を組み合わせ、
他社のサービスと差別化した企業向けマーケティングソリューションを提供

インフルエンサー マーケティングとしての強み

国内外の幅広い
インフルエンサーネットワーク

国内最大級のインフルエンサー数

トップモデルから主婦・学生まで
さまざまな属性・ジャンルをカバー

日本国内にくわえ、中国（Rayli）や
タイ（DTK AD）など国内外の
ネットワークを活用し幅広いエリア
に対応可能



INFLUENCE tokyoだけが 提供できる付加価値

TGCを10年間運営してきた
（株）W TOKYOのトレンド創造力

TGCなどリアルイベントとの連動

モデル・タレントのキャスティング

有カメディアへの露出

企業の商品開発への協力

流通向け販売促進施策



4. Appendix

独自のプロデュース手法

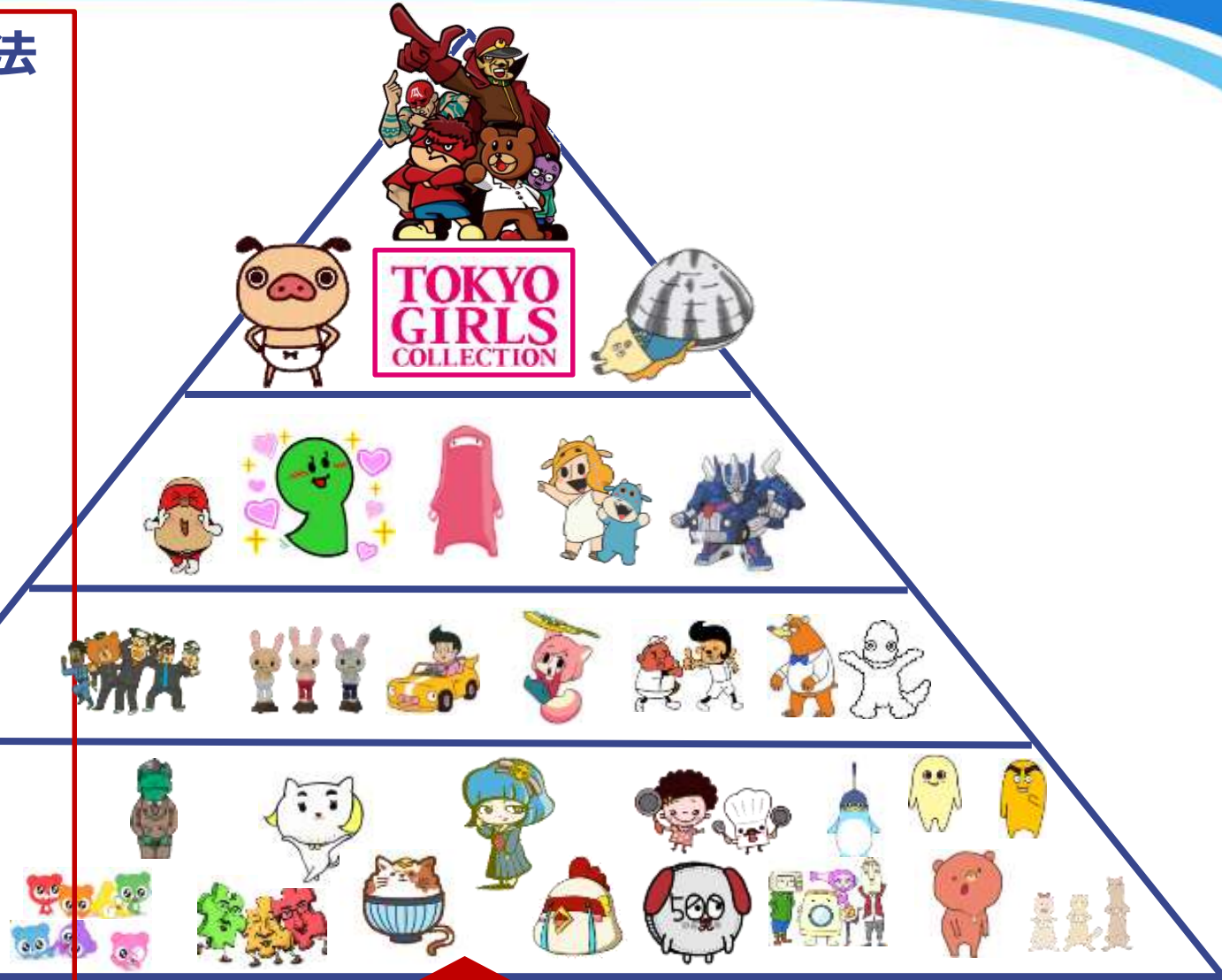
収益力アップ

マス・マーケットIP

セグメント成長IP

セグメント育成IP

セグメント誕生IP



低コスト・大量生産

右肩上がりの「鷹の爪」の人気・活躍の場・収益



- 2006年 秘密結社 鷹の爪 誕生、テレビ朝日系列にてテレビ初放送
- 2007年 劇場映画化
- 2008年 ネーミングライツ導入
映画第2弾公開
- 2009年 第2期TVアニメがテレビ朝日系列にて放送
- 2010年 映画第3弾公開
- 2011年 スピンオフ映画公開
- 2012年 島根観光大使、第3期TVアニメがEテレにて放送
東京FMにてラジオ番組開始
- 2013年 第4期TVアニメがEテレにて放送
映画第5弾公開
- 2014年 第5期TVアニメがEテレにて放送
- 2015年 第6期TVアニメがEテレにて放送
島根県松江城にて「SHIROZEME」を開催
- 2016年 第7期アニメをLINE LIVEにて放送
映画第8弾公開

2017年
10周年企画
推進中

誕生



2006年 2007年 2008年 2009年 2010年 2011年 2012年 2013年 2014年 2015年 2016年

IPクリエイション領域

映像等コンテンツ化 (TV・映画・ラジオ等)



ソーシャル・コミュニケーション領域

セールス・プロモーション



グッズ・DVD・書籍



イベント/小売



地域活性化



マナー広告



デジタル&コミュニケーション



「鷹の爪団」

本社	東京都千代田区麹町3-3-4 KDX麹町ビル7階
代表者	代表取締役 椎木 隆太
設立	2001年12月27日
資本金	1,513,748千円（2016年12月31日現在）
従業員数	133名（2016年12月31日現在）
主な関連会社	株式会社W TOKYO ちゅらっぷす株式会社 AppBeach株式会社 株式会社エモクリ DLE America, Inc. 夢饗年代股份有限公司（DLE-ERA）

経営理念

私たちの誓い

世界有数の高付加価値を創り出し、
世界で最も憧れられる、エンタテインメント&コミュニケーション創造企業となり、
世界的に高い評価と期待を受ける企業となります。
世界中の人々から愛され、多くの日本人が誇りに思ってくれる、
特別で重要な「ブランド」となります。

