



# 事業計画及び 成長可能性に関する説明資料

株式会社 **W TOKYO**（証券コード：9159）

2025年9月

# Contents

1

会社概要

2

ビジネスモデル

3

市場環境

4

競争力の源泉

5

事業計画

6

リスク情報

## 株式会社W TOKYO

設立日	2015年7月1日
本社所在地	東京都渋谷区神宮前5-28-5
代表者	代表取締役 村上 範義
事業内容	TOKYO GIRLS COLLECTIONのブランドを活用した、ブランディング・コンテンツプロデュース事業
人員数	従業員 54名（2025年6月末時点。アルバイトを除く）

## Branding TOKYO Branding JAPAN

W TOKYOは、東京ガールズコレクション（TGC）を日本最大級のプラットフォームに育て上げてきた独自のプロデュースノウハウを活かし、付加価値を創造し続ける**ブランディングカンパニー**です

### □ VISION

すべてのヒト・モノ・コト・地域が輝く世界をつくる

### □ MISSION

TGCブランドを活かした独自のプロデュースノウハウを軸に、ヒト・モノ・コト・地域のまだ見ぬ価値を共創し、その価値を最大化させる

代表取締役  
村上 範義

第1回東京ガールズコレクションの立ち上げから関与。2012年、TGCチーフプロデューサーに就任し、キャスティング・協賛営業・メディアリレーションのすべてを統括。

2014年に当社の前身であるF1メディアの代表取締役に就任後、2016年に当社代表取締役に就任。YOAKE entertainmentの取締役を兼任。

# TOKYO GIRLS COLLECTION

by Girlswalker

「日本のガールズカルチャーを世界へ」をテーマに2005年8月から年2回、通算41回開催。モデル、タレント、アーティスト、動画クリエイター等のトップインフルエンサーが一堂に会する史上最大級のファッションフェスタ。多種多様なパートナーとのコラボレーションによりファッションショーの枠組みを超え“ラボラトリー”機能を担うブランディングプラットフォームへと発展。

その発信力を活かし、国際連合、政府、官公庁、地方自治体と連携し、SDGs推進・地方創生など、変わり続ける社会課題を若年層へ伝える架け橋としての役割を担う。

### 1. TGCプロデュース領域



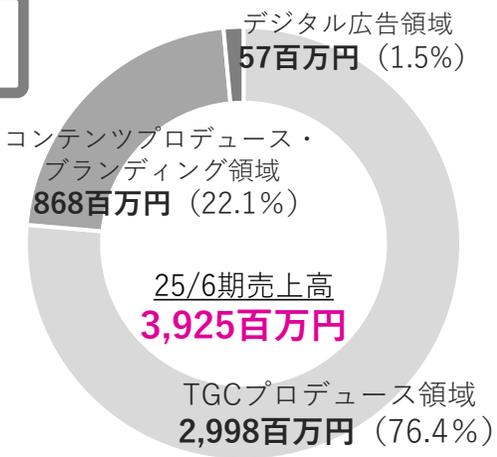
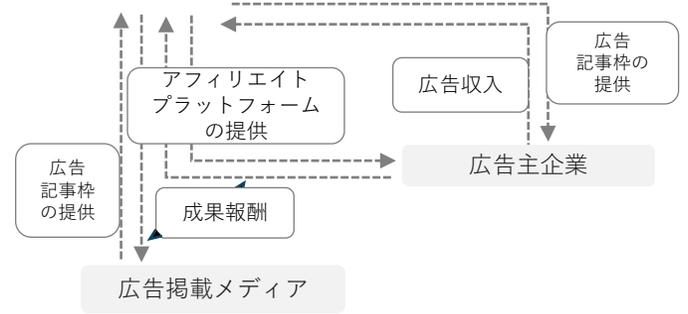
### 2. コンテンツプロデュース・ブランディング領域

TGCブランドを活かしたロイヤリティビジネスやプロデュースノウハウを活かした**新たな価値創造**領域



### 3. デジタル広告領域

アフィリエイト広告 (ASPとしての手数料収入)、TGC公式メディア運営等の領域



注：本領域に係る費用としては、プロデュースされる商材の種別やプロモーション内容に応じて、当社はキャストイング費、クリエイティブ制作費、商品原価等を負担。

注：本領域に係る費用としては、当社は広告掲載メディアに対して支払う成果報酬を負担。ただし、アフィリエイトサービスについて、会計上は代理人取引として手数料相当額を純額で売上高として計上。



インターネット広告市場規模\*  
(2024年)

約 **3.6** 兆円

ライブ・エンタテインメント市場規模\*\*  
(2024年)

約 **7,605** 億円

**TGCプロデュース領域**  
#TOKYO GIRLS COLLECTION  
#TGC地方開催

リアル・SNSともに強みを持つTGCは  
ライブ・エンタテインメント市場、  
インターネット広告市場と親和性が高い

**TGCプロデュース領域**  
#TGC地方開催  
#シティプロモーション

全国1,700以上の自治体が抱える社会課題と  
青年層の架け橋となり、地方創生に貢献  
・都心と地方の体験格差の是正  
・地域の魅力や財産をコンテンツ化し発信

**TGCプロデュース領域**  
#TGC海外開催

アジアをはじめとする海外での展開を通じ、  
ジャパンカルチャーの輸出をサポート

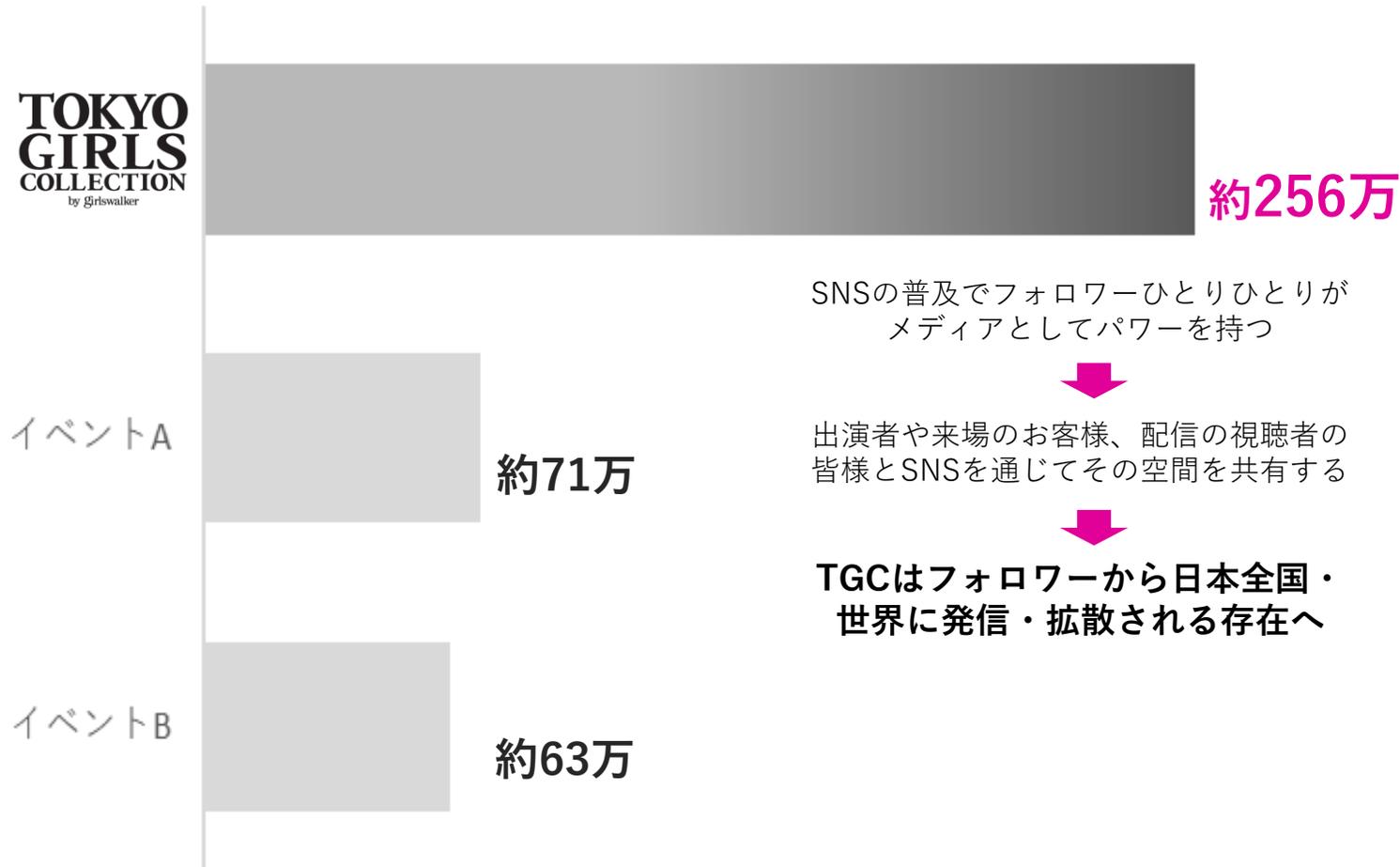
**コンテンツプロデュース・  
ブランディング領域**  
#TGC × ∞  
#トップタレントキャスティング

TGCのブランド力やノウハウ、ネットワー  
クを駆使したあらゆるヒト・モノ・コトの  
ブランディングの実施は広告やブランド  
ロイヤリティを創出

出所：

\* 株式会社電通が2025年2月27日に発表した『2024年 日本の広告費』  
\*\* びあ総研が2025年6月24日に発表したライブ・エンタテインメント市場動向の調査結果

## ■主要ファッションフェスタのSNS等メディアでのフォロワー数\*



## ■TGCの比較優位性

### メディアフリー・独立運営

- 特定のメディアや企業グループに属さない  
全方位型の運営

### 発信プラットフォーム

- 特定事業の販促等を目的とした事業の一部ではなく発信プラットフォームとしての開催
- フォロワーを通じても発信・拡散される

### フォーマット化されたビジネスモデル

- 確立されたブランド、ノウハウがあり  
他の事業・地域へ横展開が可能

\* LINE、X、Instagram、Threads、TikTok、YouTubeにおけるフォロワー数・登録者数合計（2025年9月10日時点）。

■発信力\*

総体感人数  
(来場者+配信視聴者)

約500万人

掲載メディア数  
(TV/Web等)

約1.1万媒体

関連SNS拡散

約31億imp  
以上

関連SNS投稿

約95億件  
以上

■競争原理と自浄作用



開催が終わればすべてリセットし  
次の開催に向けて“旬”を集めて組み立てる

破壊と創造を繰り返す自浄作用と、  
時代の象徴としてTGCに出たい競争原理がはたらき、  
ランウェイは輝き続ける

\* マイナビ TOKYO GIRLS COLLECTION 2025 SPRING/SUMMER 実績



TGCプロデュース領域  
#TOKYO GIRLS COLLECTION

◀TGC 2024 A/W



TGC 2025 S/S▶  
第40回となる記念回



TGCプロデュース領域 #TGC地方開催 #シティプロモーション



TGC 松山 2024



TGC 2024 A/Wを活用した  
甲府市ステージ



TGC 北九州 2024



TGC しずおか 2025



TGC in 大阪・関西万博



TGC 熊本 2025



TGC 香川 2025



EMPOWER MIYAGI FES.  
EMPOWER MIYAGI 2024の集大成として

### #TGC地方開催

地域の魅力や財産をコンテンツ化して発信し、ショーやライブ等とともに体験価値を提供する大規模TGCを開催

### #シティプロモーション

TGCのプロデュース力を活かし、開催場所や形態にこだわらず地域の魅力や財産をオンリーワンの形で発信



GOTEMBA MIRAI FES 2025

GOTEMBA MIRAI PROJECT 2024の集大成として



TGC teen 一関 2025

## ■ 損益計算書

(単位：百万円)	2022/6期 (2021/7-2022/6)	2023/6期 (2022/7-2023/6)	2024/6期 (2023/7-2024/6)	2025/6期 (2024/7-2025/6)	2025/6期 修正業績予想	着地	2025/6期 当初業績予想
売上高	2,065	3,616	3,957	<b>3,925</b>	<b>3,881</b>	101.1%	<b>4,192</b>
売上総利益	911	1,588	1,516	<b>1,380</b>	-	-	-
売上総利益率	23.0%	40.1%	38.3%	35.2%			
販売費及び一般管理費	817	942	1,008	<b>1,028</b>	-	-	-
営業利益	93	645	508	<b>351</b>	<b>317</b>	110.7%	<b>557</b>
営業利益率	4.5%	17.8%	12.8%	9.0%	8.2%		13.3%
経常利益	87	620	496	<b>341</b>	<b>306</b>	111.3%	<b>549</b>
経常利益率	4.3%	17.2%	12.5%	8.7%	7.9%		13.1%
当期純利益	128	406	327	<b>173</b>	<b>137</b>	125.6%	<b>358</b>
当期純利益率	6.2%	11.2%	8.3%	4.4%	3.5%		8.6%
(参考)							
調整後営業利益*	257	809	671	<b>515</b>			
調整後営業利益率	12.5%	22.4%	17.0%	13.1%			
調整後当期純利益*	292	542	463	<b>308</b>			
調整後当期純利益率	14.2%	15.0%	11.7%	7.9%			

## ■ 業績予想と実績の差異

- 一部案件の不開催や継続案件の契約規模縮小による売上高の減少、各種制作原価の高騰に伴い売上総利益が減少
- 人件費以外の販管費の削減に努めるも、営業利益以下前期比30%超減益が決定的となり、2025年5月に当初業績予想の修正

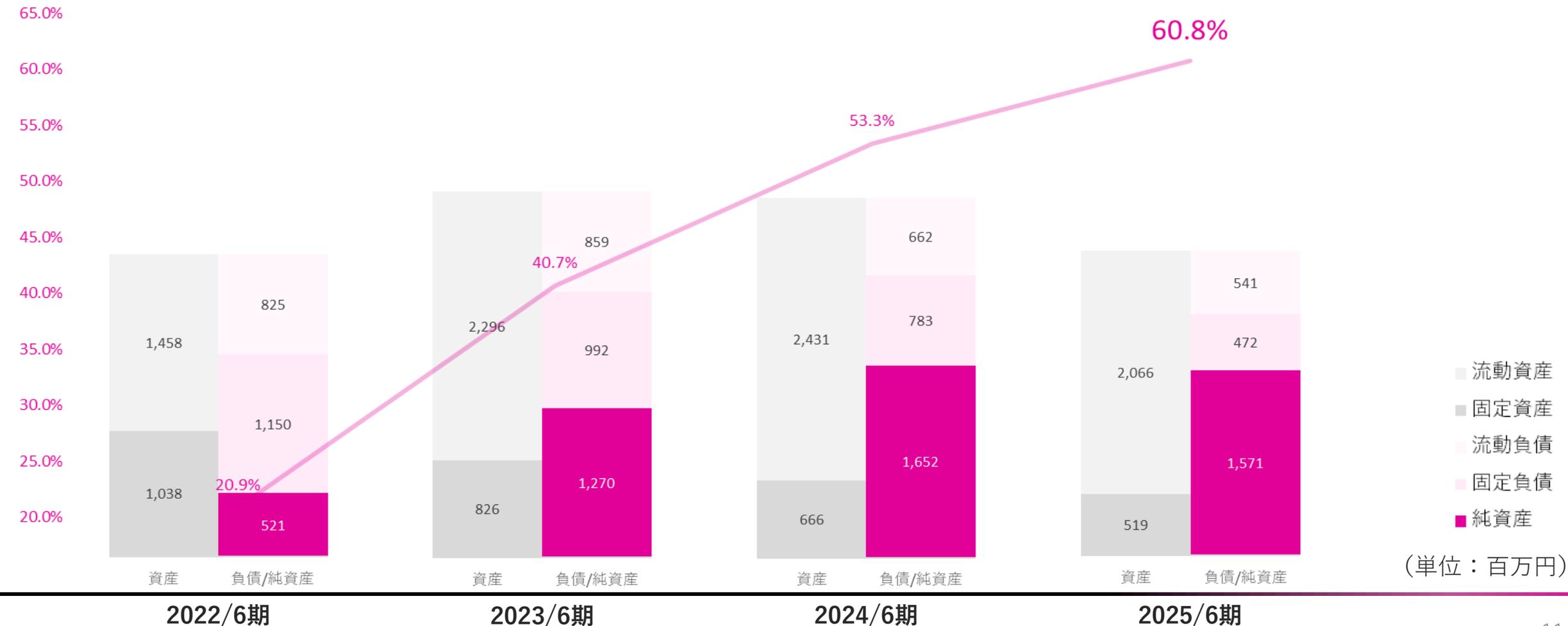
\* 調整後営業利益 = 営業利益 + のれん償却額 + 商標権償却額

\* 調整後当期純利益 = 税引前当期純利益 + のれん償却額 + 商標権償却額 - 想定税金費用

## ■貸借対照表

- ・利益の創出及び借入の返済（繰上返済含む）により財務健全性を高めてきた
- ・堅実な財務体質を保ちながら成長投資のために積極的に現預金を振り向けていく

自己資本比率



## 定款「事業の目的」追加について - 美容サロン

## ■定款第2条（目的）追加

18. (略)美容サロンの経営(略)

## ■美容サロンの経営

## - Esprit Beauty by TGC の始動

- 2025年秋に旗艦店を開業
- 正しく効果的な美容の本質を届けることを目的とし、エステサロンでも美容医療でもない新しい美容メソッドを提供
- BtoC事業への進出により、持続的な収益基盤を構築

## - 今後の見通し

- 店舗運営、化粧品・美容商品の開発等により収益化
- 中長期的には全国展開も目指す
- 本件による損益は、2025年8月14日公表の2026年6月期通期業績予想に保守的に織り込み済

## ■Esprit Beautyとは

- 多くの人気タレントやモデルを顧客に持ち、メディアで活躍する方や美容分野の権威も足繁く通うトータルビューティーサロン。
- 六本木店・横浜店を展開。



店舗名 Esprit Beauty by TGC 南青山店  
所在地 東京都港区南青山5丁目4-44 103号室  
URL <https://eb-tgc.com/>

## 定款「事業の目的」追加について - 暗号資産

## ■定款第2条（目的）追加

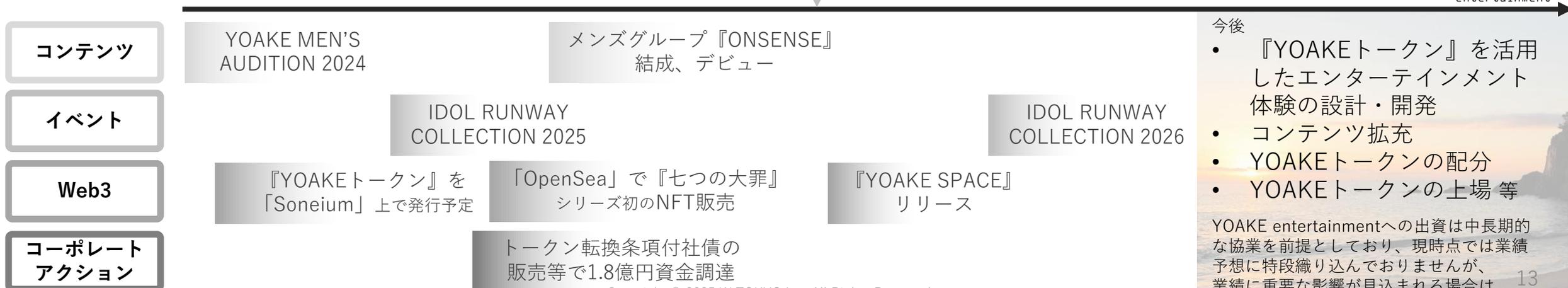
21. 暗号資産の売買、保有、投資、運用

## ■暗号資産

## - 当社における考え方

- 当社としては、合併会社YOAKE entertainmentを通じてWeb3戦略に関与
- 将来、YOAKE entertainmentより『YOAKEトークン』の配分を受け、その結果としてYOAKEトークン含む様々な暗号資産の保有・売買等が起こりうることを想定
- 現時点では保有資産の多角化・インフレ対策等を目的とする取得は想定していない
- 本件は、2025年8月14日公表の2026年6月期通期業績予想には織り込んでいない

## ■YOAKE entertainment 事業進捗



YOAKE entertainmentへの出資は中長期的な協業を前提としており、現時点では業績予想に特段織り込んでおりませんが、業績に重要な影響が見込まれる場合は精査のうえ速やかに開示いたします。

## ■成長戦略の中における現在地

- ✓ 地方自治体との継続的なコミュニケーションにより、2026年6月期中及びそれ以降の地方創生プロジェクトの企画立案進行中（地方開催・その他のシティプロモーション等手法は様々）
- ✓ TGC KIDS・TGC RESKILLING SCHOOLなど、新たなブランド展開を開始、持続的な収益化を目指す
- ✓ TGC Jakarta 2025の開催以降、海外の他の地域での取組も検討
- ✓ 持続的に収益を生むB to C事業として、美容サロン Esprit Beauty by TGCの開業準備中

## ■アップサイド

- ・ B to C事業
- ・ M&A

## ■Web3.0等

- ・ YOAKE entertainment 出資

## ■TGC × ∞

- ・ 自社ブランドラインナップ増加
- ・ ロイヤリティビジネス
- ・ 海外展開

Web3.0等

ブランドビジネス

地方創生プロジェクト

## ■1,700超の地方自治体に社会課題解決の価値提供

- ・ TGC地方開催
- ・ シティプロモーション

## ■TOKYO GIRLS COLLECTIONの更なる発展

東京の地で、ブランドを構築しながら利益を生み出す  
唯一無二のプラットフォーム

TOKYO  
GIRLS  
COLLECTION  
by Girlswalker

## 2026年6月期通期 業績予想の概要と前提

(単位：百万円)	2025/6期 通期実績	2026/6期 通期業績予想	対前期	
売上高	3,925	4,051	125	3.2%
営業利益	351	520	169	48.1%
営業利益率	9.0%	12.9%		
経常利益	341	517	176	51.7%
経常利益率	8.7%	12.8%		
当期純利益	173	333	160	92.9%
当期純利益率	4.4%	8.2%		
(参考)				
調整後営業利益*	515	684	168	32.8%
調整後営業利益率	13.1%	16.9%		
調整後当期純利益*	308	469	160	51.9%
調整後当期純利益率	7.9%	11.6%		

\* 調整後営業利益 = 営業利益 + のれん償却額 + 商標権償却額

\* 調整後当期純利益 = 税引前当期純利益 + のれん償却額 + 商標権償却額 - 想定税金費用

## ■ 業績予想の主な前提

科目	内容
売上高	・ TGC東京開催、TGC地方開催及びシティプロモーションは受注確定額及び受注見込に基づき積み上げ ・ その他継続的なプロモーション・ブランディング案件を積み上げ
売上原価	・ TGC・その他広告制作の原価率は上昇傾向にある直近傾向を反映
販売費及び一般管理費	・ 従業員の増加により人件費は継続的に増加 ・ 業務委託費その他諸経費等は25/6期と同水準見込

## ■ 取り組むべき課題

- ✓ 地方自治体との連携強化やニーズの適切な把握により、イベントの開催にとどまらない地方創生プロジェクトの拡大
- ✓ 単発の売上以外に継続的かつ持続可能な売上を生み出す収益モデルの開発及び営業機能の強化
- ✓ 戦略的な人的資本投資と、組織として高付加価値なサービスを提供するためのプロデュースノウハウの蓄積
- ✓ 事業提携やM&Aを含む、中長期的な事業戦略実行のための組織化と事業ポートフォリオの最適化

1Q

2Q

3Q

4Q

TGC東京開催

TGC 2025 A/W

TGC 2026 S/S

TGC地方開催/海外開催\*\*

TGC Jakarta 2025

TGC 北九州 2025

TGC しずおか 2026

TGC 広島 2025

その他

Esprit Beauty by TGC 開業

\*\* 本資料公表日までに公表しているもののみ掲載。

	リスクの内容	発生可能性	影響度	対応策
ブランド	<ul style="list-style-type: none"> <li>TOKYO GIRLS COLLECTIONのブランド価値維持・向上のための継続的な投資が、不測の事態により適切なタイミングで行えないことで、ブランド価値が低下し業績に影響を及ぼすリスク</li> </ul>	中	中	今後も最先端のテクノロジーや最旬のトレンドを取り入れたキャスティング・コンテンツプロデュース・ステージ演出・メディア連携等により、ブランド価値の向上に努めてまいります。
	<ul style="list-style-type: none"> <li>TOKYO GIRLS COLLECTIONや当社グループに関する風評が拡散され、ブランド価値や社会的な信用が損なわれることで、業績に影響を及ぼすリスク</li> </ul>			SNS・インターネット検索により風評被害や知的財産権の侵害等の発生有無の調査を継続的に行い、権利保全・権利侵害防止に努めております。
	<ul style="list-style-type: none"> <li>特にTOKYO GIRLS COLLECTIONの商標権等の知的財産権が第三者に侵害されたり、商標権を取得していない国や地域で無許可のイベントが開催されたりすることで、ブランドイメージが低下し、業績に影響を及ぼすリスク</li> </ul>	中	小	
業務・資本提携等	<ul style="list-style-type: none"> <li>他社との業務提携や資本提携において、当初見込んだ効果が得られず、事業展開や業績に影響を及ぼすリスク</li> </ul>	中	中	提携にあたっては事前に他社の強みを理解し、提携の効果について十分な検討を行ったうえで、当社グループと提携先の持つ経営資源を融合することにより、事業シナジーを発揮することを目指します。

## 免責事項

- 本資料は、当社の事業や業績に関する情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の株式その他の有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料には、当社の見通し・目標等の将来に関する記述がなされています。これらは、本資料の作成時点において入手可能な情報、予測や作成時点における仮定に基づいた当社の判断等によって作成しています。
- 将来予想に関する記述は、経済情勢や景気動向、その他の様々なリスクや不確定要素の影響を受け、結果として、将来の実際の経営成績等が本資料に記載された内容と異なる可能性があることにご留意ください。
- 次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は、2026年9月を予定しております。

# WTOKYO



IR公式アカウント開設しました  
[https://x.com/WTOKYO\\_IR\\_9159](https://x.com/WTOKYO_IR_9159)

