

# 2016年3月期（第53期）第2四半期 決算説明資料

---

2015年12月

株式会社 AOI Pro.

CREATIVE ALLIANCE  
AOI Pro.

## 1. 連結決算概要(第2四半期累計)

- ・売上高と営業利益の推移
- ・損益計算書

## 2. セグメント別の業績

- ・広告制作事業
  - ・売上高、経常利益
  - ・受注高と受注残高の推移
  - ・四半期売上高の推移
  - ・顧客別売上高の推移
  - ・広告主の業種別売上高(単体)
- ・写真スタジオ事業
  - ・売上高、経常利益

## 3. 連結業績予想(通期)

- ・売上高推移
- ・2016/3月期連結業績予想(グラフ)
- ・2016/3月期連結業績予想(表)

## 4. 株主還元

- ・配当政策の方針

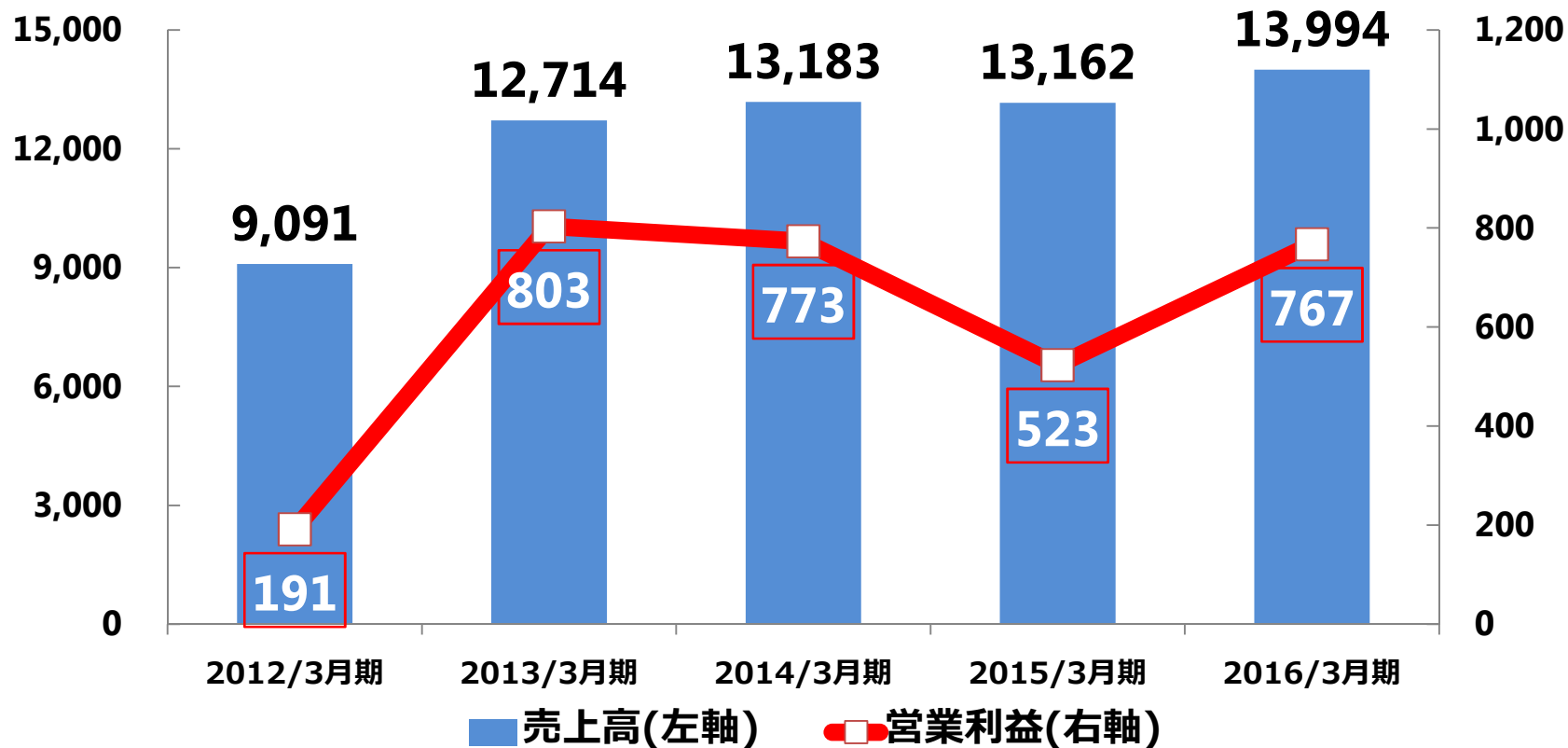
## 5. 中期経営計画への取組み状況

- ・成長イメージ
- ・AOI ASIAのネットワーク構築
- ・AOI ASIAの連結売上高推移
- ・AOI ASIAの今後の方針
- ・「デジタルコンテンツ制作」の連結売上高推移
- ・市場環境とAOI Pro.グループの取組み
- ・AOI Pro.グループの強みを動画コンテンツマーケティングへ
- ・ナカミノ(株)を子会社化
- ・ナカミノ(株)の事業領域
- ・(株)インティメート・マージャーと協業

- 1. 連結決算概要(第2四半期累計)**
2. セグメント別の業績
3. 連結業績予想(通期)
4. 株主還元
5. 中期経営計画への取組み状況

# 売上高と営業利益の推移(第2四半期)

(単位：百万円)



# 損益計算書(第2四半期)

- 売上高が過去最高を更新し、前年同期比、増収増益。
- ほぼ期初の業績予想通りの着地。

(単位：百万円、%)

|        | 2015/3月期<br>第2四半期 |        | 2016/3月期<br>第2四半期 |        | 前年同期比 |        | 業績予想比 |        |
|--------|-------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|-------|--------|
|        | 売上高比              |        | 売上高比              |        | 増減額   | (%)    | 増減額   | (%)    |
| 売上高    | 13,162            | 100.0% | 13,994            | 100.0% | 832   | 6.3%   | △ 5   | 100.0% |
| ※ 売上原価 | 10,794            | 82.0%  | 11,415            | 81.6%  | 621   | 5.8%   |       |        |
| 売上総利益  | 2,367             | 18.0%  | 2,579             | 18.4%  | 212   | 8.9%   |       |        |
| 販管費    | 1,844             | 14.0%  | 1,811             | 12.9%  | △ 33  | △1.7%  |       |        |
| 営業利益   | 523               | 4.0%   | 767               | 5.5%   | 244   | 46.5%  | △ 32  | 95.9%  |
| 経常利益   | 516               | 3.9%   | 759               | 5.4%   | 243   | 46.8%  | △ 20  | 97.3%  |
| 税引前利益  | 409               | 3.1%   | 751               | 5.4%   | 342   | 83.5%  |       |        |
| 当期純利益  | 102               | 0.8%   | 386               | 2.8%   | 284   | 277.7% | 46    | 113.6% |

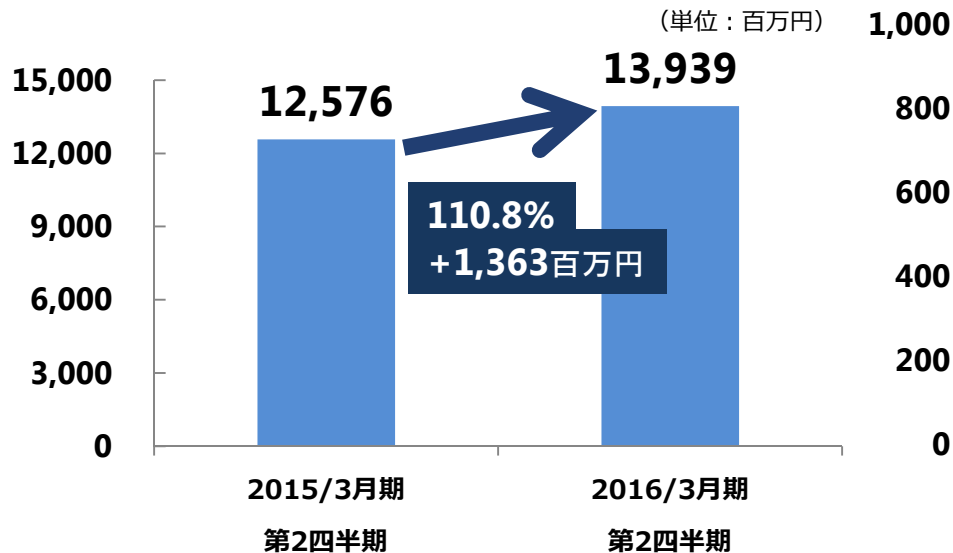
※返品調整引当金考慮後

1. 連結決算概要(第2四半期累計)
2. **セグメント別の業績**
3. 連結業績予想(通期)
4. 株主還元
5. 中期経営計画への取組み状況

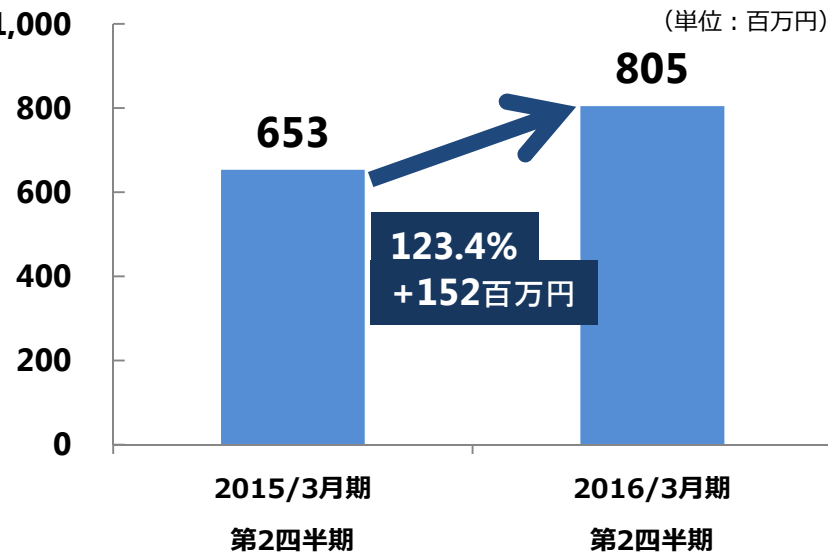
# セグメント別：広告制作事業売上高・経常利益

- 広告需要が堅調な中で、主力の映像制作事業を中心に受注が順調。
- 成長領域と位置付けるデジタル関連、海外拠点の売上も順調に増加。
- 新規事業推進や人材育成・業務効率化(IT化)のための先行的支出もあるが、前年同期比増収増益に。

## セグメント別：広告制作事業売上高

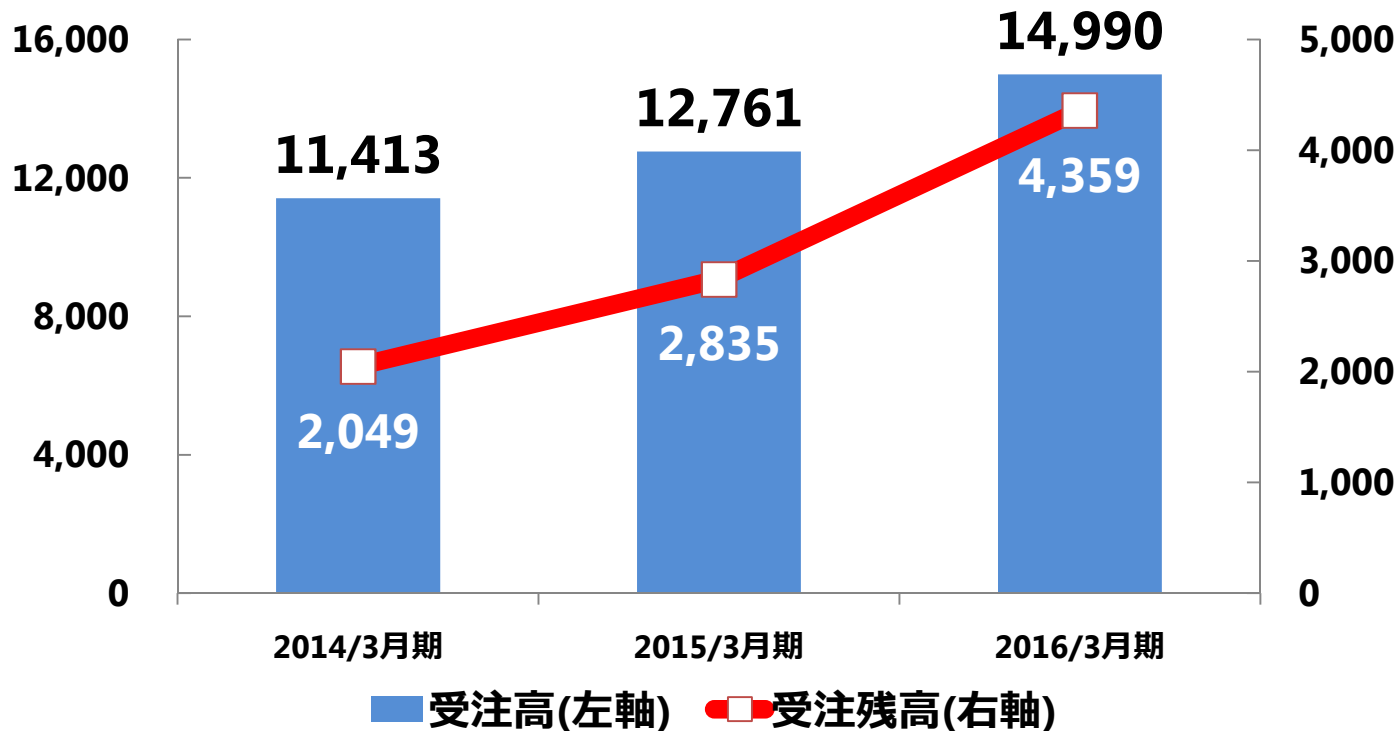


## セグメント別：広告制作事業経常利益



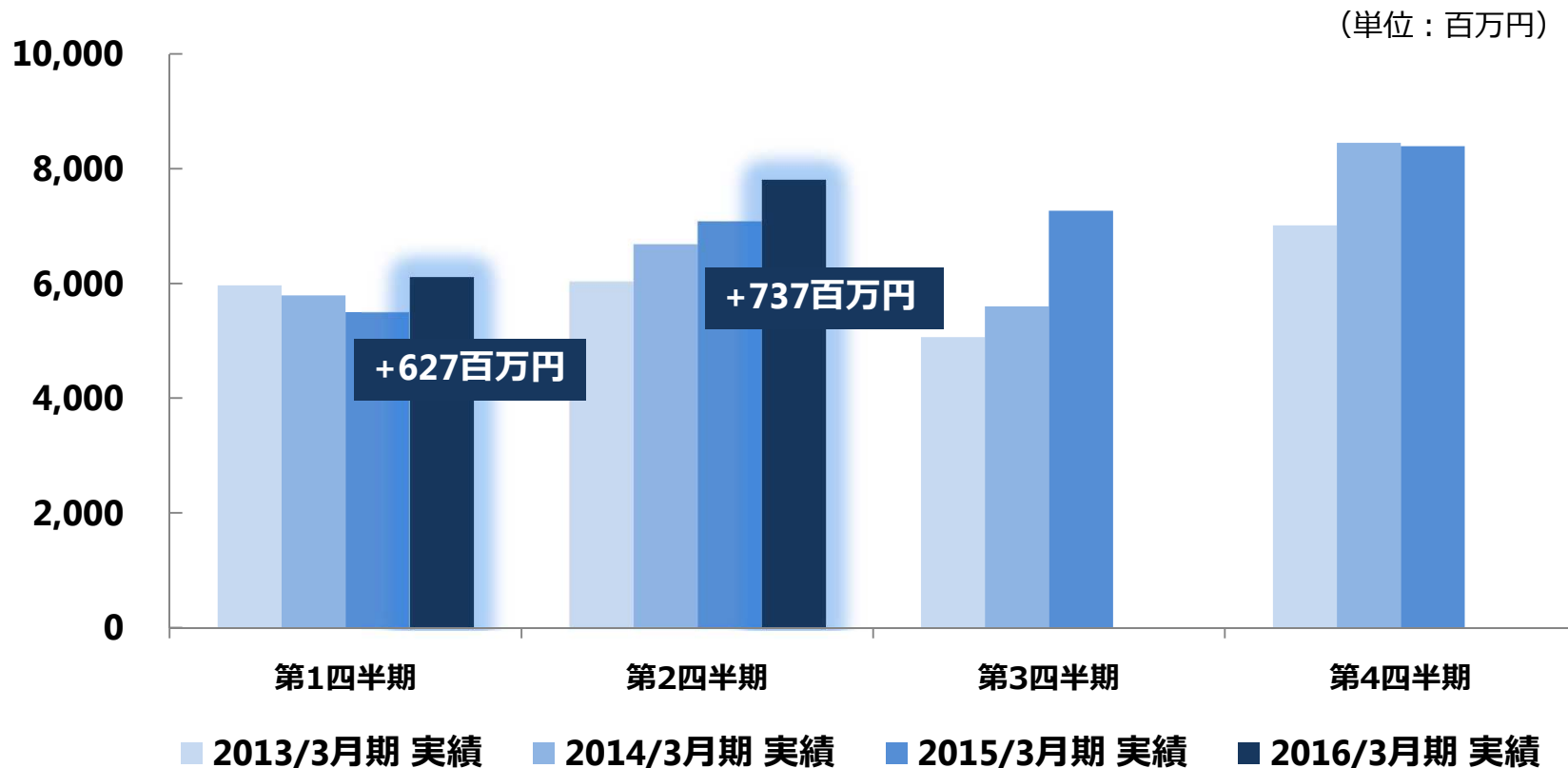
- 受注はCM制作、デジタル関連、海外拠点とも好調。
- 受注残高は、前年同期末を1,524百万円上回る。

(単位：百万円)

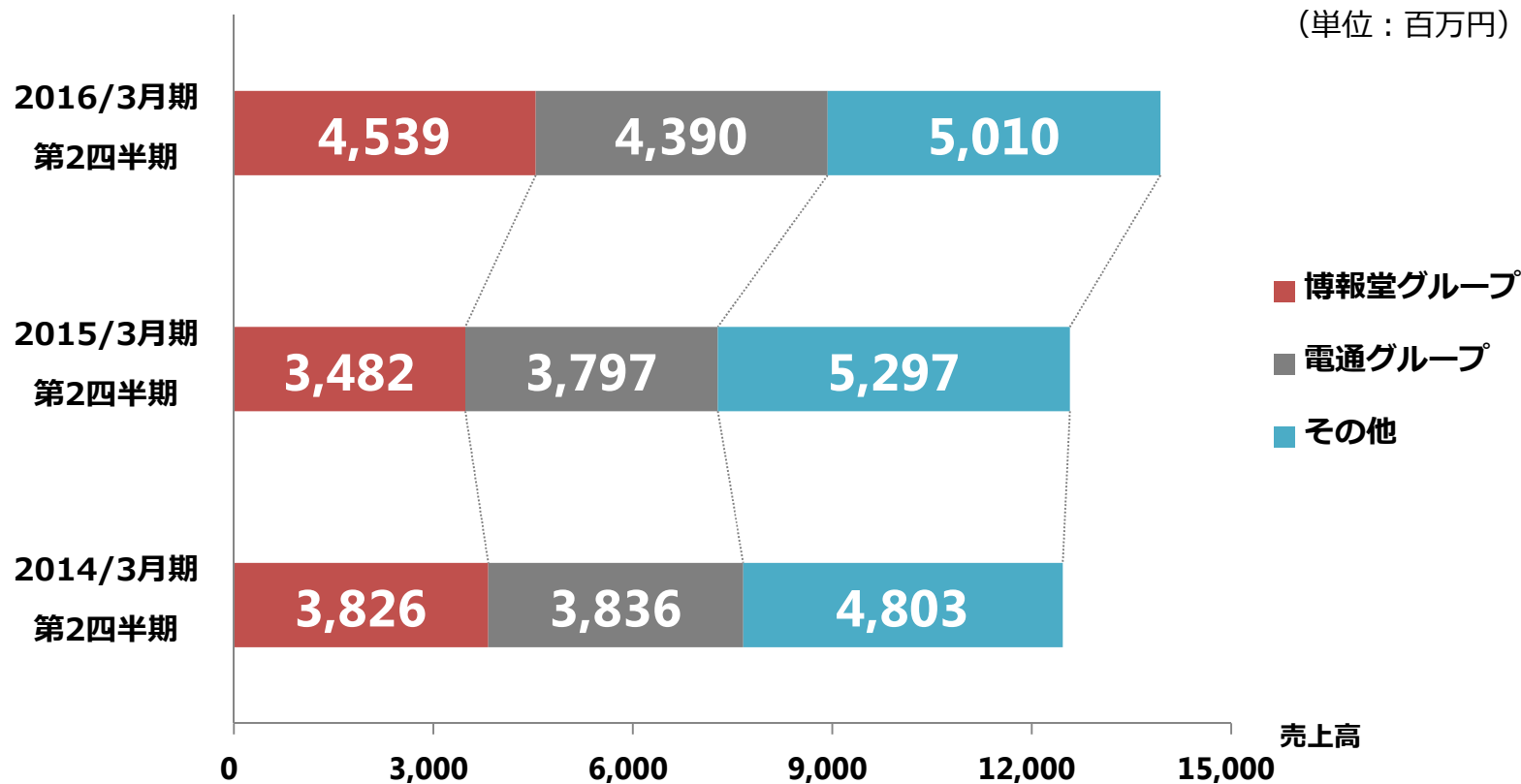




# 四半期売上高の推移

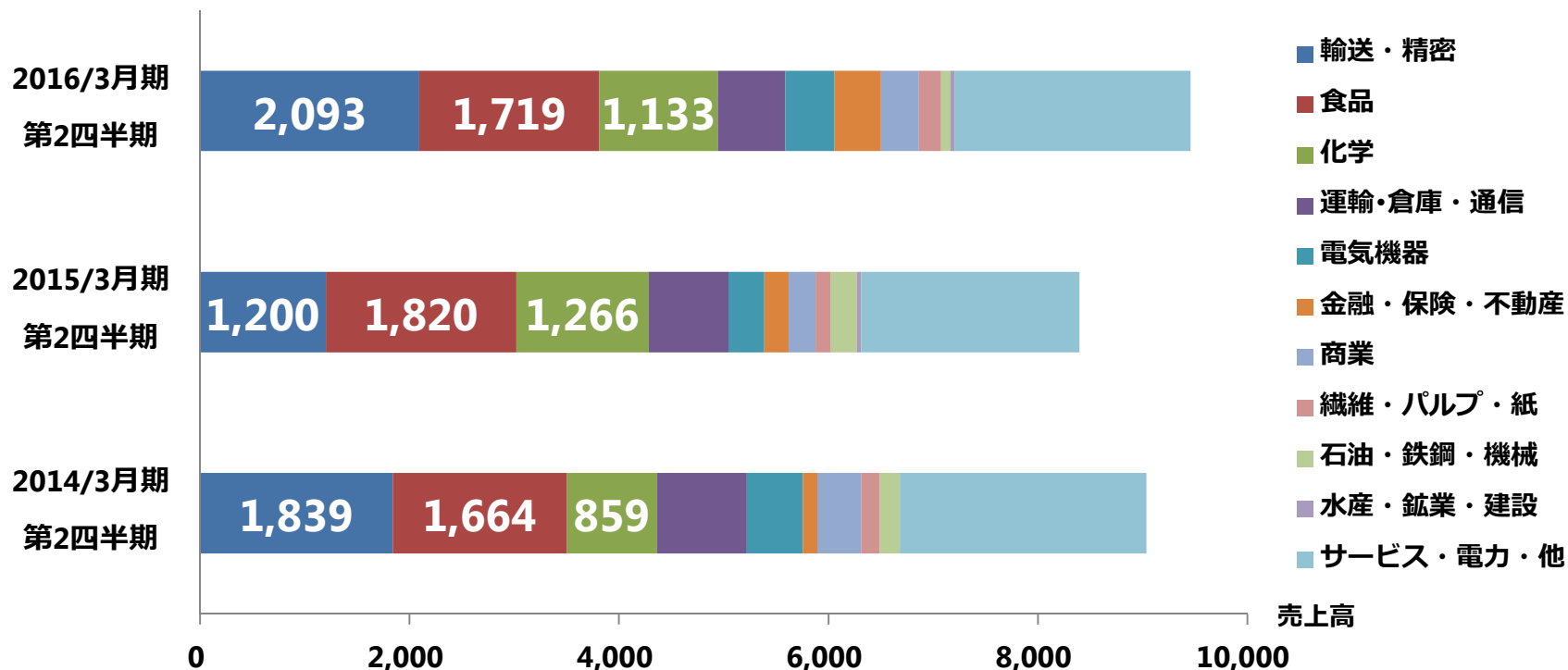


## 顧客別売上高の推移



# 広告主の業種別売上高（単体）

(単位：百万円)



# hollyhock

当社グループの映像制作ノウハウを活かした  
ハイクオリティーサービスの提供をコンセプトとする  
初のB to C事業

## ▶ コンシューマ向け写真スタジオ運営事業

2010年 9月：六本木東京ミッドタウン店オープン

2014年 4月：横浜ベイクォーター店オープン

2015年 3月：港北みなも店オープン

2015年10月：ららぽーと海老名店オープン

2015年12月：ららぽーと立川立飛店オープン予定



**AOI Pro.ブランドの認知度向上に貢献**

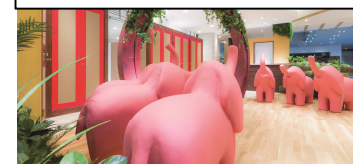
東京ミッドタウン店



横浜ベイクォーター店



ららぽーと海老名店



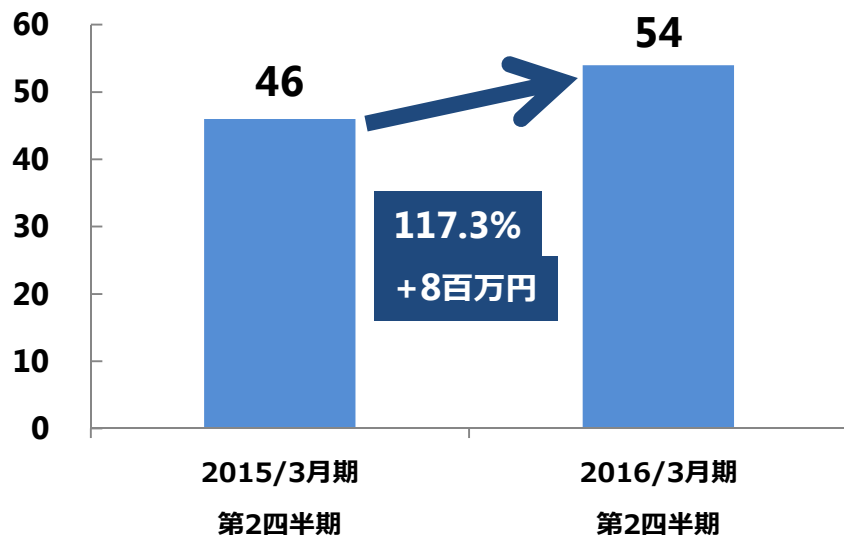
ららぽーと立川立飛店



- 2015年3月の港北みなも店の新規出店効果もあり、売上高は前年同期比増加。
- ららぽーと海老名・立川立飛2ヶ店のオープンに向けた先行的費用負担により、セグメント損失は増加。
- これらの大型商業施設への出店により、来期は黒字化の見込。

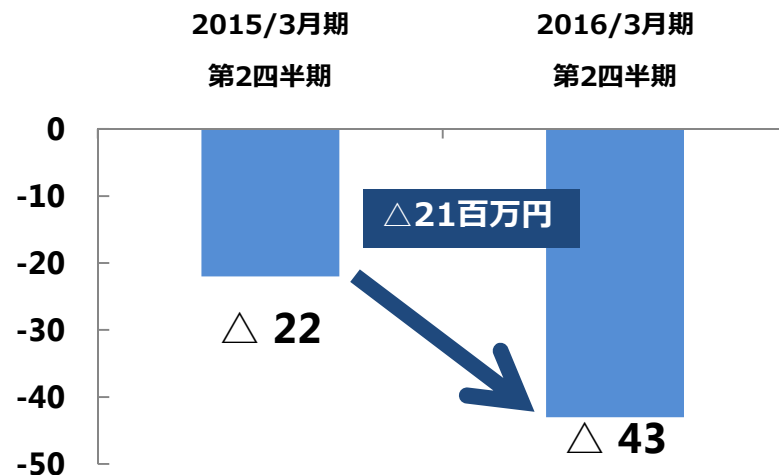
## セグメント別：写真スタジオ事業売上高

(単位：百万円)



## セグメント別：写真スタジオ事業経常利益

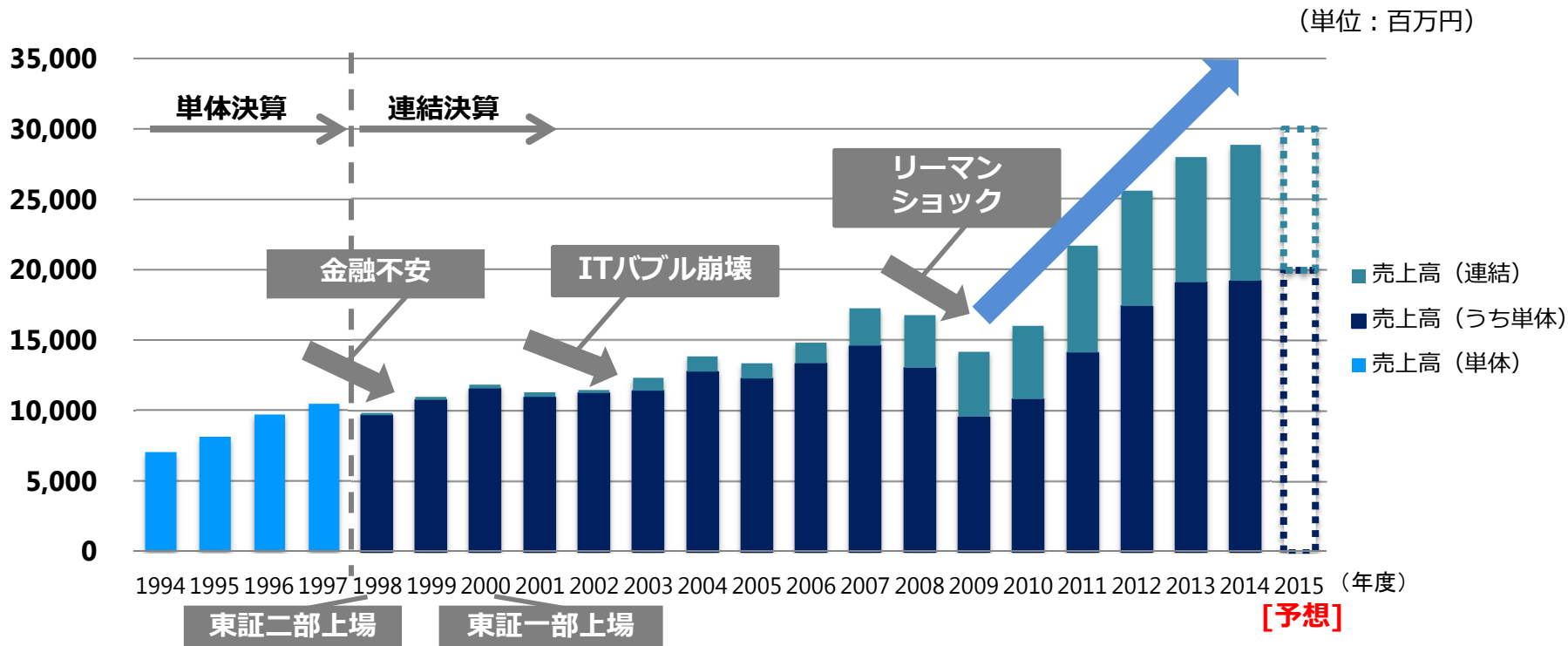
(単位：百万円)



1. 連結決算概要(第2四半期累計)
2. セグメント別の業績
3. **連結業績予想(通期)**
4. 株主還元
5. 中期経営計画への取組み状況

# 売上高推移

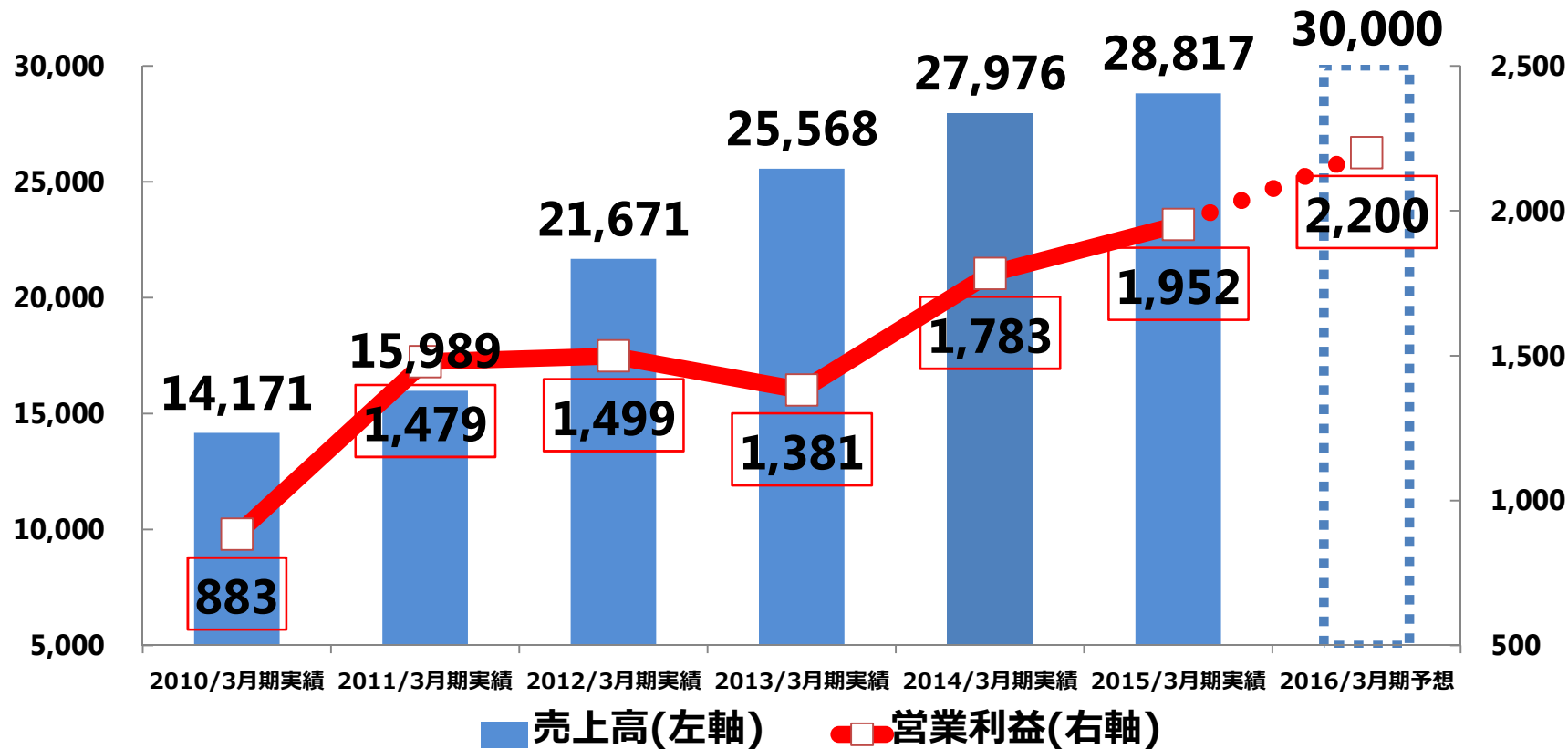
- 設立以来、基本的には右肩上がりの成長を維持。
- 直近ではリーマンショック後、V字回復し、今期も5期連続で過去最高を更新する予想。



# 連結業績予想(通期)

●営業利益も3期連続で過去最高を更新する予想。

(単位：百万円)





# 連結業績予想(通期)

- 足元の受注状況も踏まえ、通期の業績予想は修正せず。

(単位：百万円、%)

|                 | 2015/3月         | 2016/3月期        |       | 2016/3月期下期 |       |       |
|-----------------|-----------------|-----------------|-------|------------|-------|-------|
|                 | 実績              | 予想              | 前期比   | 必要額        | 上期比   | 前年同期比 |
| 売上高             | 28,817          | 30,000          | 1,183 | 16,006     | 2,012 | 351   |
| 営業利益<br>(営業利益率) | 1,952<br>(6.8%) | 2,200<br>(7.3%) | 248   | 1,433      | 666   | 4     |
| 経常利益            | 1,939           | 2,150           | 211   | 1,391      | 632   | △ 32  |
| 当期純利益           | 1,238           | 1,000           | △ 238 | 614        | 228   | △ 522 |

1. 連結決算概要（第2四半期累計）
2. セグメント別の業績
3. 連結業績予想（通期）
4. **株主還元**
5. 中期経営計画への取組み状況

## 〈利益配分の基本方針〉

- 経営基盤と財務体質の強化を図るとともに、株主の皆様に積極的、かつ継続的に利益還元を行う方針。
- 配当に関しては今後の収益予想を踏まえ、当面以下のとおり実施。
  - ① 配当性向 30%以上
  - ② 1株当たり 年10円以上

## 〈配当実績・予定〉

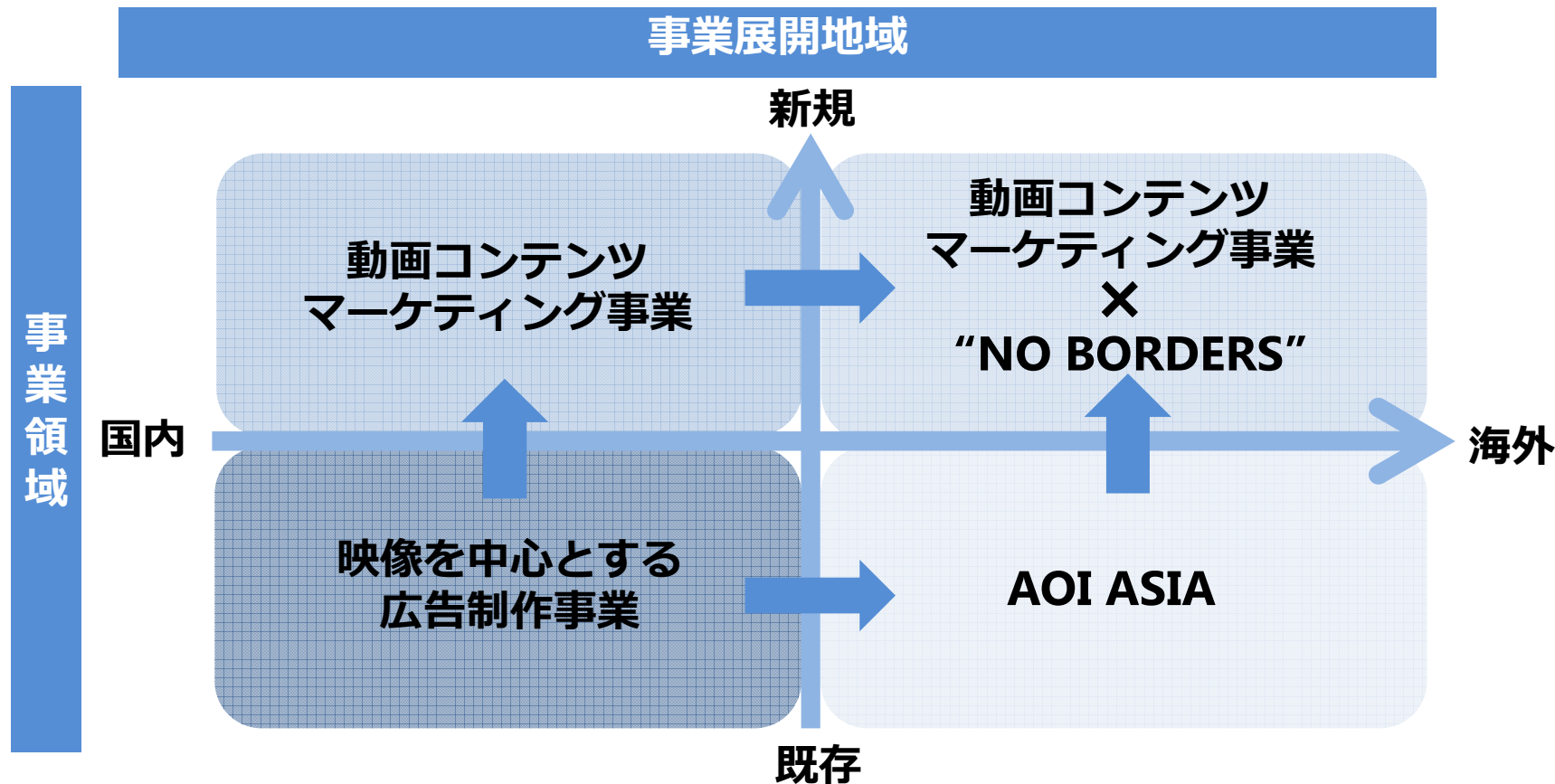
- 2015/3月期 (実績) 年間24円、うち中間配当7円
- 2016/3月期 (予定) 年間25円を予定(1円増配)

※別途、自己株式の取得を実施  
取得し得る株式の総数：100,000株(上限)  
株式の取得価格の総額：100百万円(上限)  
取得期間：2015年3月3日～2016年2月29日

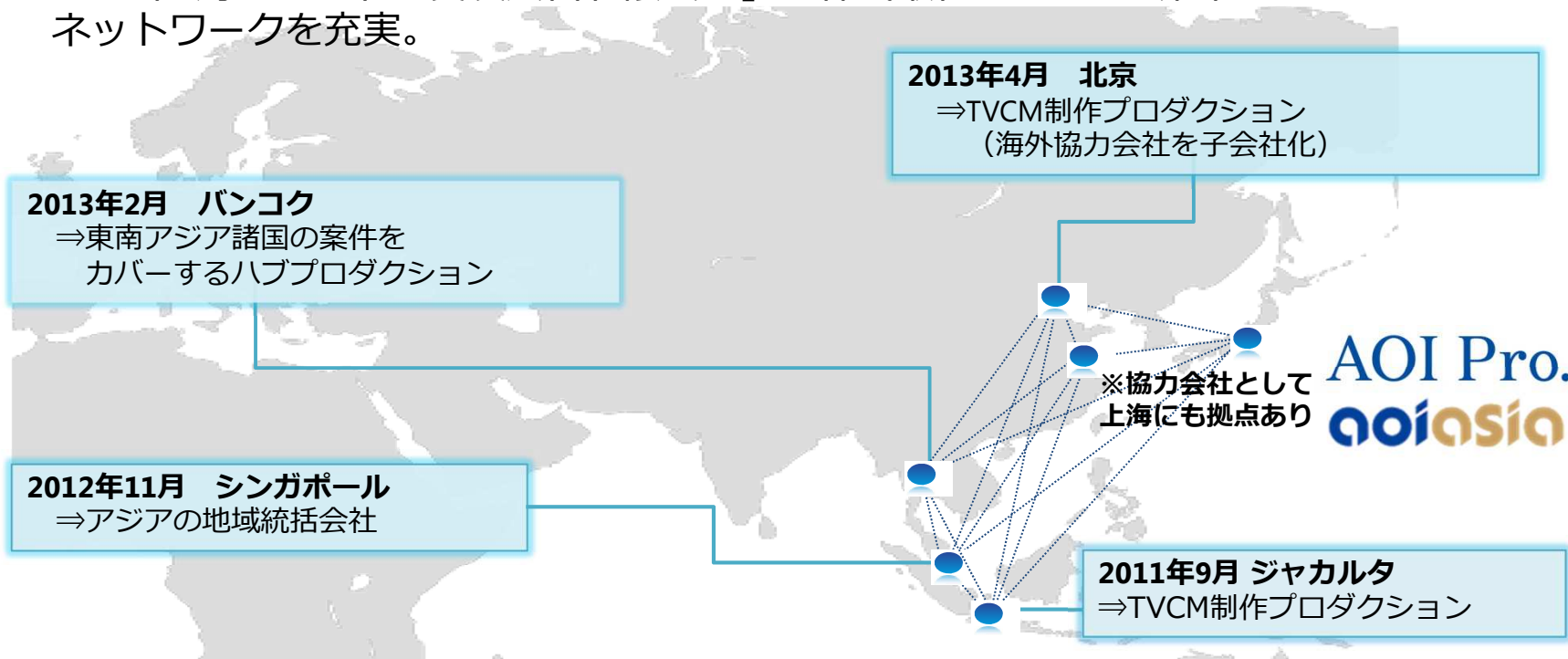
## 〈配当の状況〉

|                 | 2012/3月期 | 2013/3月期 | 2014/3月期 | 2015/3月期 | 2016/3月期 |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|
|                 | 実績       | 実績       | 実績       | 実績       | 予定       |
| 1株当たり当期利益       | 56.88円   | 26.15円   | 53.90円   | 101.38円  | 80.48円   |
| 1株当たり配当額        | 20円      | 23円      | 23円      | 24円      | 25円      |
| 配当性向<br>(連結ベース) | 35.2%    | 88.0%    | 42.7%    | 23.7%    | 31.1%    |

1. 連結決算概要（第2四半期累計）
2. セグメント別の業績
3. 連結業績予想（通期）
4. 株主還元
5. **中期経営計画への取組み状況**



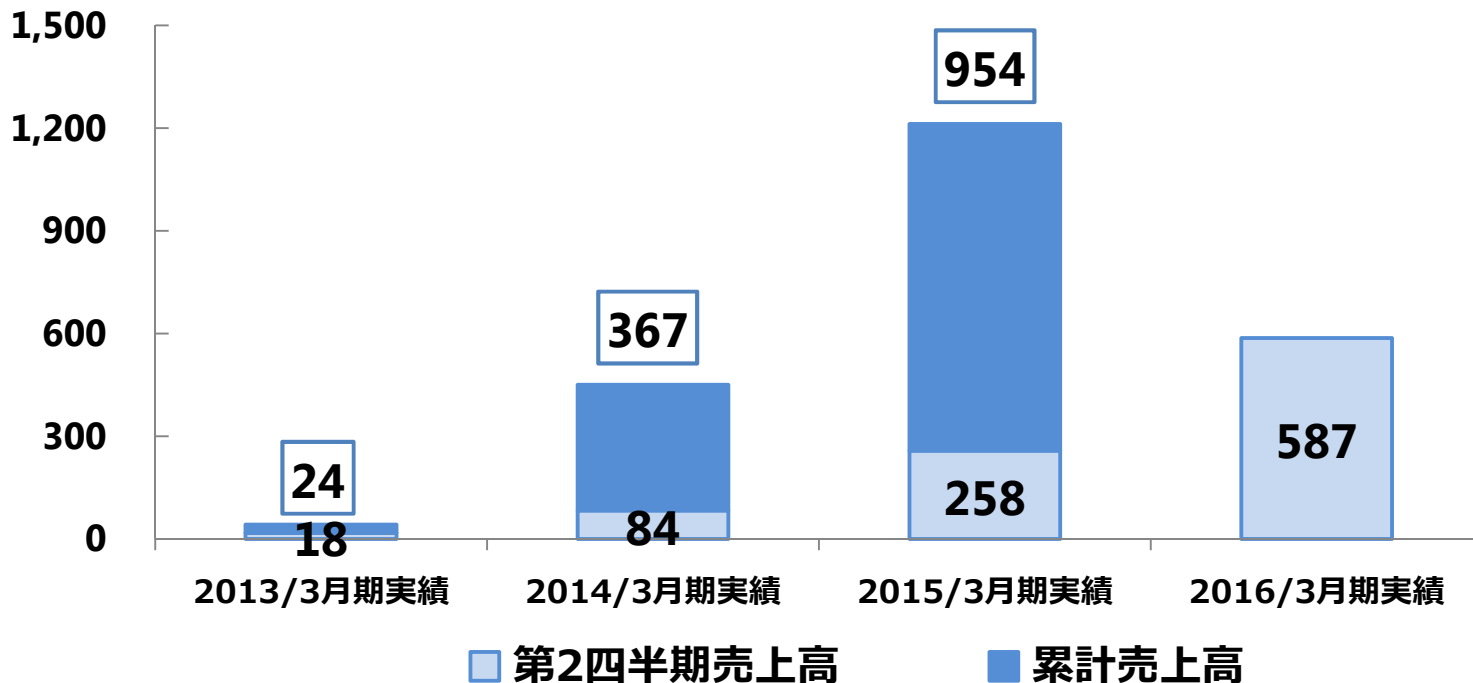
- 2011年9月ジャカルタへの現地法人設立をスタートとして、海外の各拠点を線として結ぶ体制を構築、東南アジアを中心とする海外戦略を加速化。
- 2013年4月には「北京葵友広告有限公司」を株式取得により子会社化し、ネットワークを充実。



# AOI ASIAの連結売上高推移

- ローカルのプロダクションを子会社化した北京の売上が急激に拡大。
- AOI ASIAの売上高は3年でほぼ10億に。

(単位：百万円)



## 現状

- アジアにおいてCM制作マーケットは今後も拡大する見通し。
- 一方で、伸び悩んでいるジャカルタ、バンコクは、北京と同様にローカルの制作体制強化が必要。

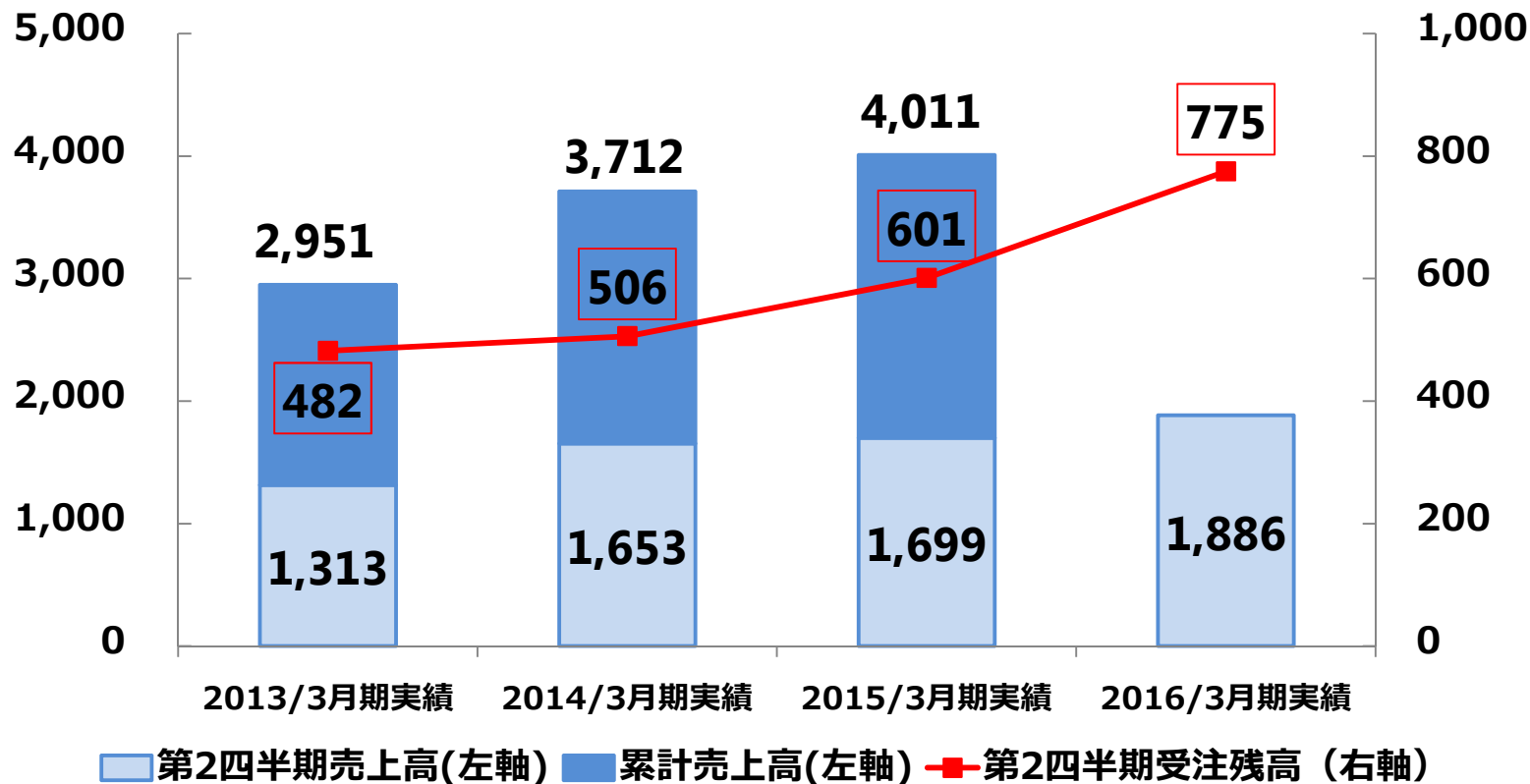
## AOI ASIAの今後の方針

- ✓ ジャカルタ、バンコクもローカルプロダクションとのリレーションができつつあるため、今後はM&Aや合併会社設立等も含め、ローカルの制作体制を強化していく。
- ✓ ジャカルタについては国内マーケット、バンコクについては国内だけではなく、マレーシアやベトナム、カンボジア等もターゲットにする。



# 「デジタルコンテンツ制作」の連結売上高推移

(単位：百万円)



## 市場環境・業界動向

- 動画コンテンツの利用シーンは多岐に渡り、オンライン動画市場は急速に拡大中。
- クラウドサービスなど様々な価格帯のソリューションが登場、参入企業が増加中。
- 動画コンテンツの品質・価格帯にばらつきがあり、効果指標は成熟していない状況。

## AOI Pro.グループ

- AOI Pro.のコア事業であるテレビCMを中心とした広告制作事業で培ったノウハウを活用できる。
- 中期経営計画における「動画コンテンツマーケティング事業」を強力に推進するためには、AOI Pro.グループの機能統合、業容拡大および市場優位性の早期構築に向けた強化が必須。

## 動画コンテンツ制作

目的  
ハイクオリティの動画制作  
**AOI Pro.グループの強みを広げる**

## 動画コンテンツマーケティング

目的  
市場拡大するWEB領域における  
**動画コンテンツ  
動画コミュニケーション**  
の高付加価値化

- ・WEB領域での動画活用機会は増える
- ・動画の品質・価格体系・納期も多様化
- ・マーケティング領域の競合プレイヤーは多数

目標  
**企画からアウトプットまで  
実行力でNo.1**

目標  
**指標・オペレーションルール  
を創り出す**

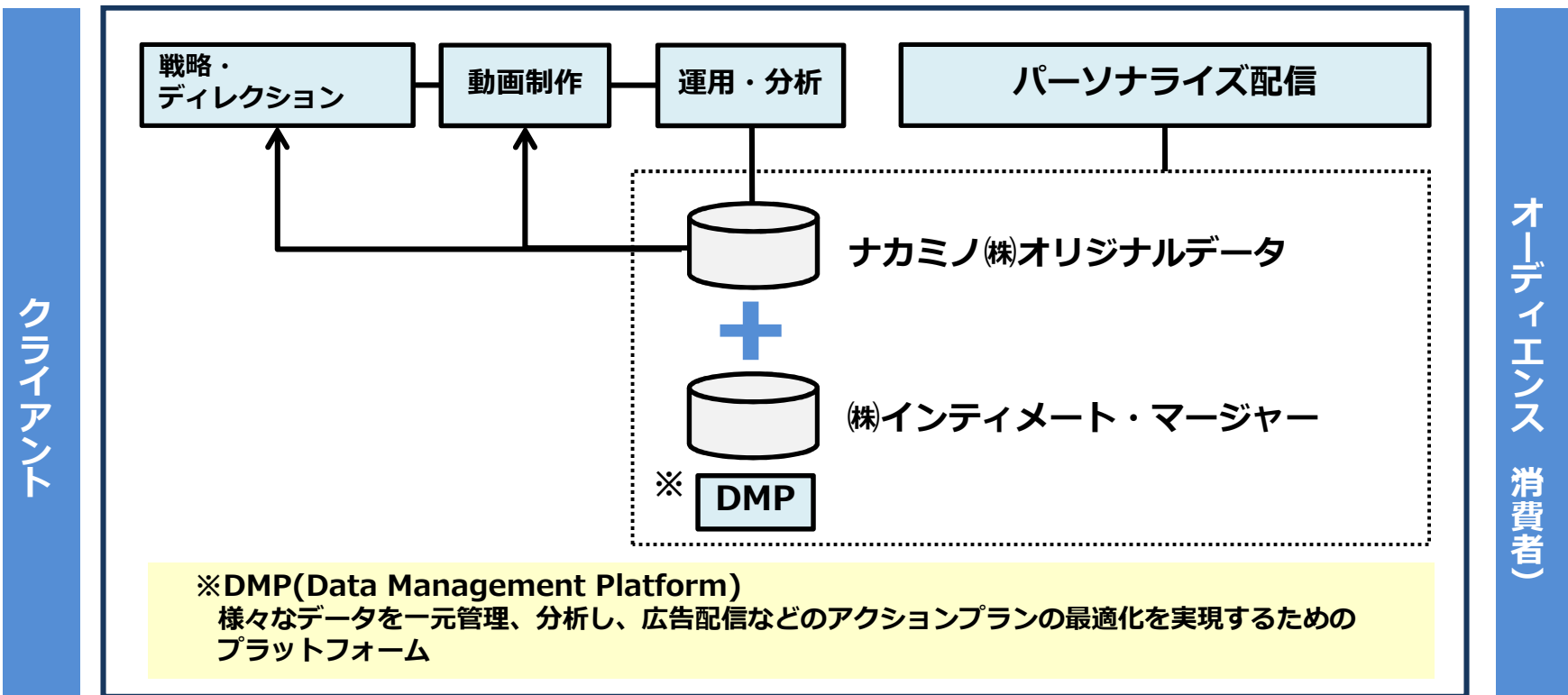
**分析～企画～制作～運用～測定まで継続できる事業体制を構築**

- 2014年10月、ナカミノ(株)の増資を引き受け、35.5%の筆頭株主となり、コンテンツマーケティングの事業領域における資本業務提携を締結。
- 2015年11月、ナカミノ(株)の増資を引き受け、保有比率を83.3%に引き上げ、子会社化することを決定。

- ✓ クライアントの多岐に渡るニーズに対して、最適なソリューションを提供するマーケティング推進集団へ。
- ✓ 戦略・ディレクションから、動画制作、運用、配信までを一貫して行うことが可能に。

コンテンツマーケティング領域における収益力を強化

戦略・ディレクションから、動画制作、運用、配信まで一貫した事業体制を構築

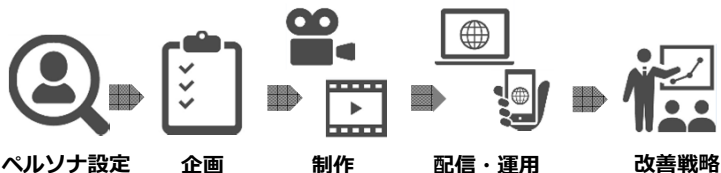


- ナカミノ(株)の子会社化と併せ、DMP専業大手の(株)インティメート・マージャーと協業し、コンテンツマーケティング事業を一層強化していく。
- オリジナルDMPを活用したコンテンツマーケティングと動画統合ソリューションパッケージの販売を開始。

## ソリューションの概要

### 「ナカミノDMP」を活用した コンテンツマーケティングを展開

ナカミノ(株)が蓄積してきたオリジナルデータと、日本最大級のオーディエンス関連データを有する(株)インティメート・マージャーのDMPの複合的な活用を可能にする「ナカミノDMP」を開発。



### 「動画統合ソリューション」を共同開発

動画施策導入意向のあるクライアントの様々な課題に対し、

- ✓ 「狙うべきユーザーの発掘」
- ✓ 「最適なクリエイティブ」
- ✓ 「ターゲットの顧客化を実現するコミュニケーション」

・・・等々の面において、成果を実感してもらうための独自のトータルソリューションサービスをパッケージとして販売。

当資料には、当社の計画と見通しを反映した将来予想に関する記述を含んでおります。

かかる将来予想に関する記述は、当社が現時点で入手可能な情報を基にした予想値であり、これらは経済環境、競争状況、新サービスの成否等、不確実な要因の影響を受けます。

従いまして、実際の業績はこの資料に記載されている将来予想に関する記述とは大きく異なる場合があることをご承知おきください。

また当社は、この資料の開示後において、かかる将来予想に関する記述を更新して義務を負うものではありません。