

2013年3月期(第50期)決算説明会

2013年6月13日

株式会社 AOI Pro.

Creative Native

AOI Pro.

1. 企業概要

- ・AOI Pro.の企業ステートメント
- ・企業概要

2. 事業概要

- ・事業領域
- ・広告制作事業とは
- ・**TVCM**映像制作業務の流れ
- ・写真スタジオ事業とは
- ・メディア関連事業とは
- ・競合環境
- ・**AOI Pro.**の強み

3. 2012年度実績

- ・売上高推移
- ・連結決算概要
- ・売上原価及び販管費の概要 [単体]
- ・広告需要動向
- ・当社グループの業績成長要因
- ・ご参考:顧客別売上高の推移[連結]
- ・ご参考:広告主の業種別売上高の推移[単体]

4. 2013年度予想

- ・連結業績予想
- ・中期経営計画連結指標の達成状況

5. 中期経営計画における 重点戦略分野の進展

- ・外部環境の変化
- ・中期経営計画における事業戦略の3つの柱
- ・3つの事業戦略を実現するための6つのキーワード
- ・重点戦略分野
 - －「AOI ASIA PROJECT」
 - －デジタル部門の再編
- ・3つの事業戦略を支える基盤①
- ・3つの事業戦略を支える基盤②
- ・その他の重点取組み事項

6. 株主還元

- ・配当政策の方針

1. 企業概要

2. 事業概要

3. 2012年度実績

4. 2013年度予想

5. 中期経営計画における重点戦略分野の進展

6. 株主還元

AOI Pro.
Promise
(AOI Pro.の約束)

ひとりひとりが
それぞれの立場や役割の
Professional として
最高のクリエイティビティを発揮させ
さまざまな **Produce** を行う。

そこから生み出された **Product** を
社会やステークホルダーの **Profit** につなげる。

それが私たちの **Promise** です。

Creative Native **AOI Pro.**

[Pro]は、「前に」「先へ」という意味の接頭語。私たちは、そこにたくさんの思いや決意を込めました。

社名	: 株式会社 AOI Pro. (東証第一部: 9607)
英文社名	: AOI Pro. Inc.
代表取締役社長	: 藤原 次彦 (ふじわら つぎひこ)
設立	: 1963年10月25日
資本金	: 33億2390万円
売上高	: 255億円(連結)、174億円(単体)*2013年3月期
社員数	: 656名(連結)、320名(単体)*2013年3月末
事業内容	: 1. テレビコマーシャルの企画及び制作 2. デジタルコンテンツの企画及び制作 3. エンタテインメントコンテンツの企画及び制作
本社	: 東京都品川区大崎1-5-1 大崎センタービル5F

1. 企業概要

2. 事業概要

3. 2012年度実績

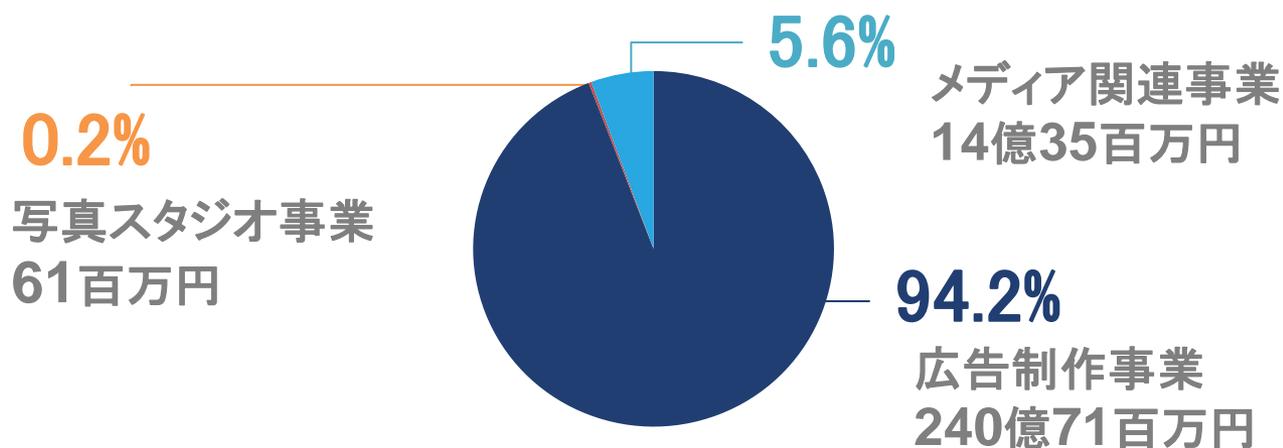
4. 2013年度予想

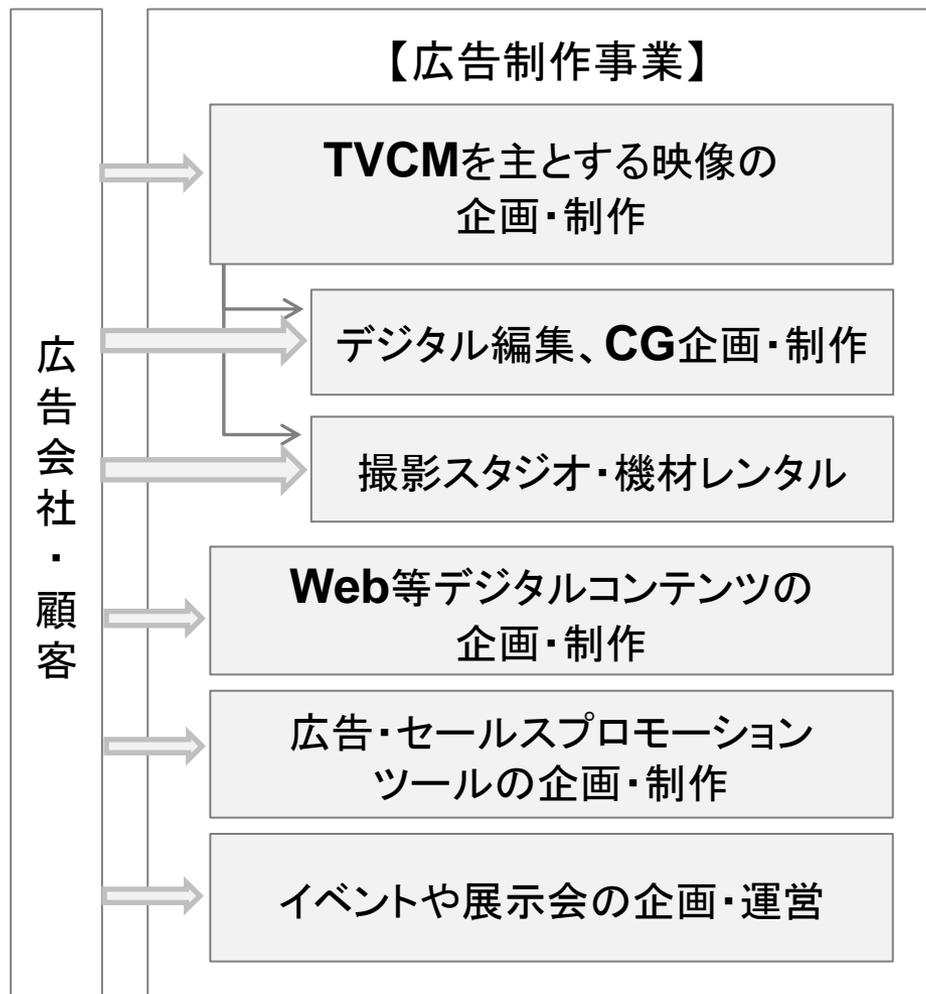
5. 中期経営計画における重点戦略分野の進展

6. 株主還元

広告制作事業	主にTVCM作品、Web作品の制作及びイベントの運営等、広告に関わる制作事業
写真スタジオ事業	コンシューマ向け写真スタジオ運営並びに全国の写真スタジオに対する販売促進支援事業
メディア関連事業	ゴルフに関わる出版・広告・オンライン事業

【2013年3月期 セグメント別売上高】





主な事業会社

■ (株)AOI Pro.

■ (株)ワサビ

■ (株)シースリーフィルム

■ (株)デジタル・ガーデン

■ (株)メディア・ガーデン

■ (株)ビジネス・アーキテクト

■ (株)ティー・ケー・オー

■ (株)スクラッチ

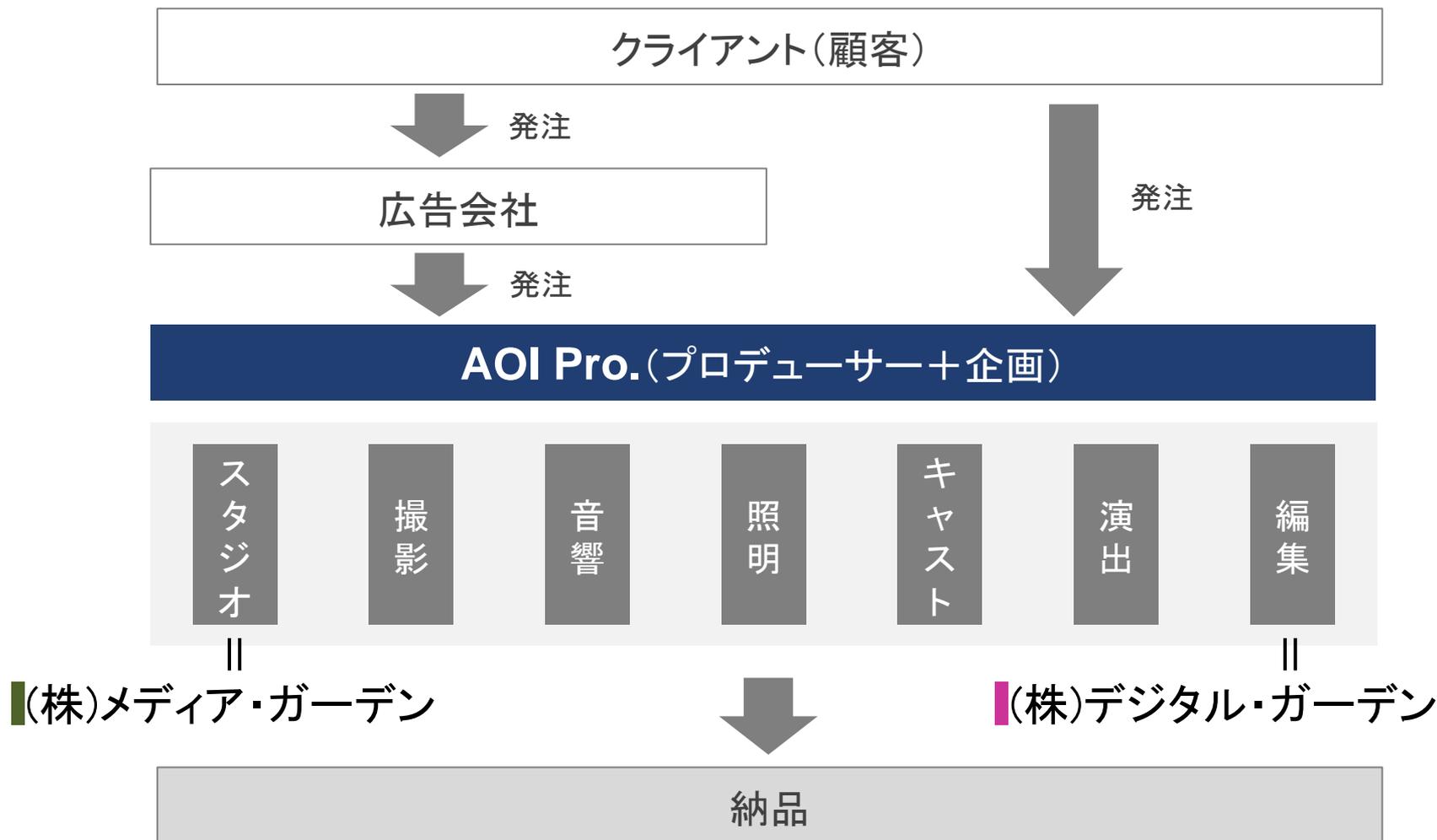
■ (株)エムズプランニング

■ PT. AOI ASIA INDONESIA
(ジャカルタ)

■ AOI ASIA THAI CO., LTD.
(バンコク)

■ 北京葵友広告有限公司
(北京)

■ Land Ahoy Design Ltd
(ロンドン)



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
- ▶ 全国の写真スタジオに対する販売促進支援

2010年9月:六本木東京ミッドタウンに1号店オープン

2012年5月:自由が丘にベビー、キッズに特化した
2号店をオープン



AOI Pro.ブランドの認知度向上に貢献



東京ミッドタウン店



自由が丘店



グラフブック



データ&ブック



Creative Native
AOI Pro.

- ・ブランド力
- ・編集力
- ・Facebookページ
ファン数430万人超

- ・デジタル映像制作技術
- ・エンタテインメント
コンテンツ制作ノウハウ
- ・創造力



雑誌メディアとオンラインメディアを
融合させた新たなゴルフ総合サービスを提供

**「週刊パーゴルフ」全面刷新、
新オンラインサービス「ParOn.」スタート**



**このノウハウを活かし、クライアントのオウンドメディアの
企画・制作業務を強化**

※自社所有のWebサイトなど、企業が自ら「所有する」メディアで、自社と顧客の関係を強化することで効率的なマーケティングを行おうとするもの



【業界内競合の現状】

**TVCMをはじめとする映像コンテンツ制作の
業界団体JACの正会員社数は95社*(2013年3月現在)。**

***AOI Pro.グループでは3社(AOI Pro.、ワサビ、シースリーフィルム)**
(JAC: 日本アド・コンテンツ制作者連盟 Japan Ad Contents Production Companies Association)

そのうち、**TVCM制作事業を中核事業のひとつとする
上場企業は当社を含め3社。**



**創業来50年間で培った信頼と実績を基に
業界最大手の一角としての地位を確立**

1. 映像を企画から制作まで自社で対応できるノウハウとリソースを保有。

- ・自社にプランナーや演出家を多数持ち、クリエイティブな提案が可能。
- ・自社グループで撮影スタジオ、編集スタジオを保有。

2. お客様のニーズに合わせた広告制作にワンストップで対応可能。

- ・映像、**Web**、紙等の各種プロモーションツールやイベントなど全て自社グループで制作可能。

3. 上場会社としてコーポレート・ガバナンスを強化。

- ・コンプライアンスに関する体制を整備。
- ・**P**マーク、情報マネジメントシステムの国際的規格の認証を取得し、情報管理体制を整備。

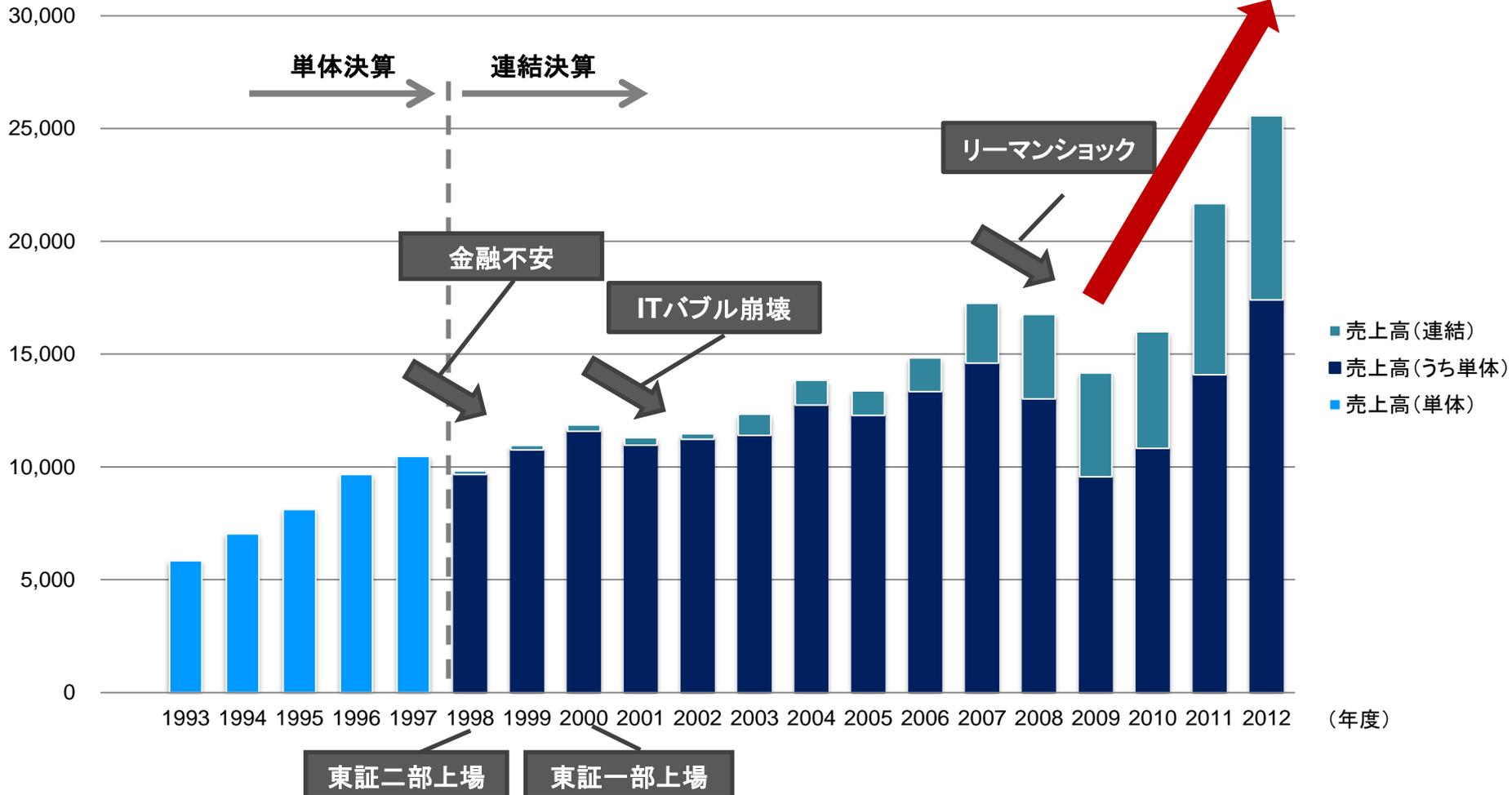
1. 企業概要
2. 事業概要
- 3. 2012年度実績**
4. 2013年度予想
5. 中期経営計画における重点戦略分野の進展
6. 株主還元

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。

2期連続で過去最高を更新

(単位:百万円)



連結決算概要

- 売上高は主力の広告制作事業を中心に大きく増加。
- 一方、利益面は、制作原価率上昇、販管費の増加等により営業利益は前期比減少。
- 加えて、のれん及び固定資産の減損損失209百万円を計上し、当期純利益も前期比減少。

(単位: 百万円)	'12年3月期 実績	'13年3月期 実績	前年同期比		業績修正予想 (‘12年11月発表)	達成率
			増減額	(%)		
売上高	21,671	25,568	+3,897	18.0%	25,800	99.1%
売上原価 ※ (売上原価率)	17,472 (80.6%)	21,052 (82.3%)	+3,580	20.5%		
売上総利益	4,079	4,515	+436	10.7%		
販管費	2,579	3,133	+554	21.5%		
営業利益	1,499	1,381	△118	△7.9%	1,800	76.7%
経常利益	1,454	1,383	△71	△4.9%	1,760	78.6%
特別利益	7	120	+113	1,614.3%		
特別損失	10	221	+211	2,110.0%		
税引前利益	1,452	1,282	△170	△11.7%		
当期純利益	674	310	△364	△54.0%	810	38.3%

※返品調整引当金考慮後

売上原価及び販管費の概要 [単体]

- ① 売上原価コントロールのポイントである売上高比制作原価率は、大型作品の受注や売上の急激な増加による業務輻輳(ふくそう)により、前年同期比1.1%増加。
- ② 労務費・人件費は、事業規模拡大に対応した人員増及び給与・諸手当見直しに加え、退職給付債務算定方法変更による退職給付費用の一時的増加等により、前年同期比811百万円増加(※1)。
- ③ 経費は、社名変更(2012年7月)や創立50周年記念に伴う一時的な費用、及び中期経営計画に基づく新たな取組みに伴う先行費用等の支出により240百万円増加(※2)。

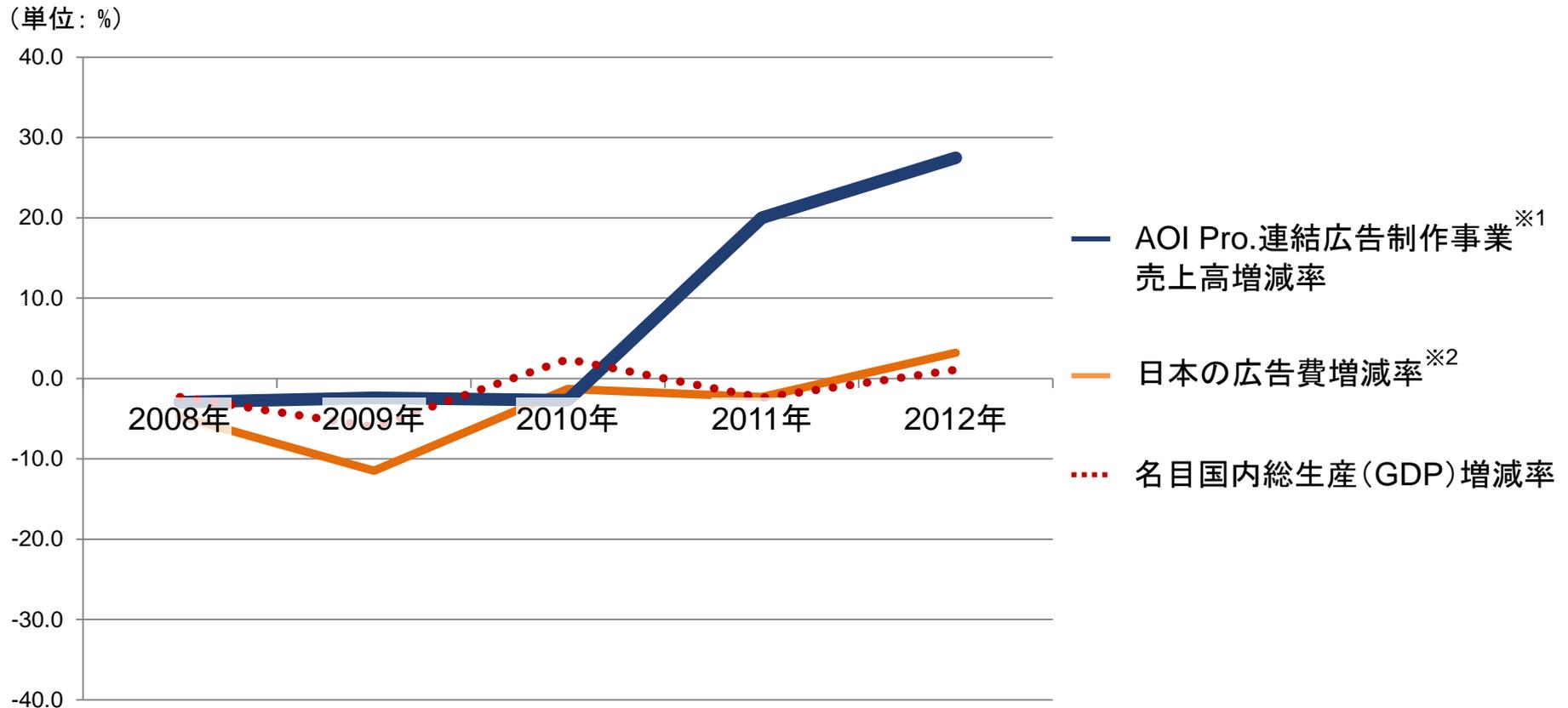
	連結		内訳	売上高比	前年同期		前年同期比		
	売上高	単体			売上高	売上高比	増減額	(%)	
(単位: 百万円、%)									
売上高	25,568	17,400	売上原価	14,920	85.7%	11,999	85.2%	2,921	0.5%
売上原価	※3 21,052	14,920	当期制作原価	11,659	67.0%	9,288	65.9%	2,370	1.1%
売上高総利益	4,515	2,479	労務費	2,451	14.1%	1,868	13.3%	※1 583	0.8%
販管費	3,133	1,622	経費	810	4.7%	843	6.0%	※2 △32	△1.3%
営業利益	1,381	857	販管費	1,622	9.3%	1,119	7.9%	503	1.4%
経常利益	1,383	948	人件費	744	4.3%	514	3.6%	※1 228	0.6%
当期純利益	310	167	経費等	878	5.0%	605	4.3%	※2 273	0.8%

※3返品調整引当金考慮後



広告需要動向(前年比増減率の推移)

- 広告需要動向はGDPとほぼ比例する中、当社グループの近年の売上高は、それを大きく上回る水準となっている。

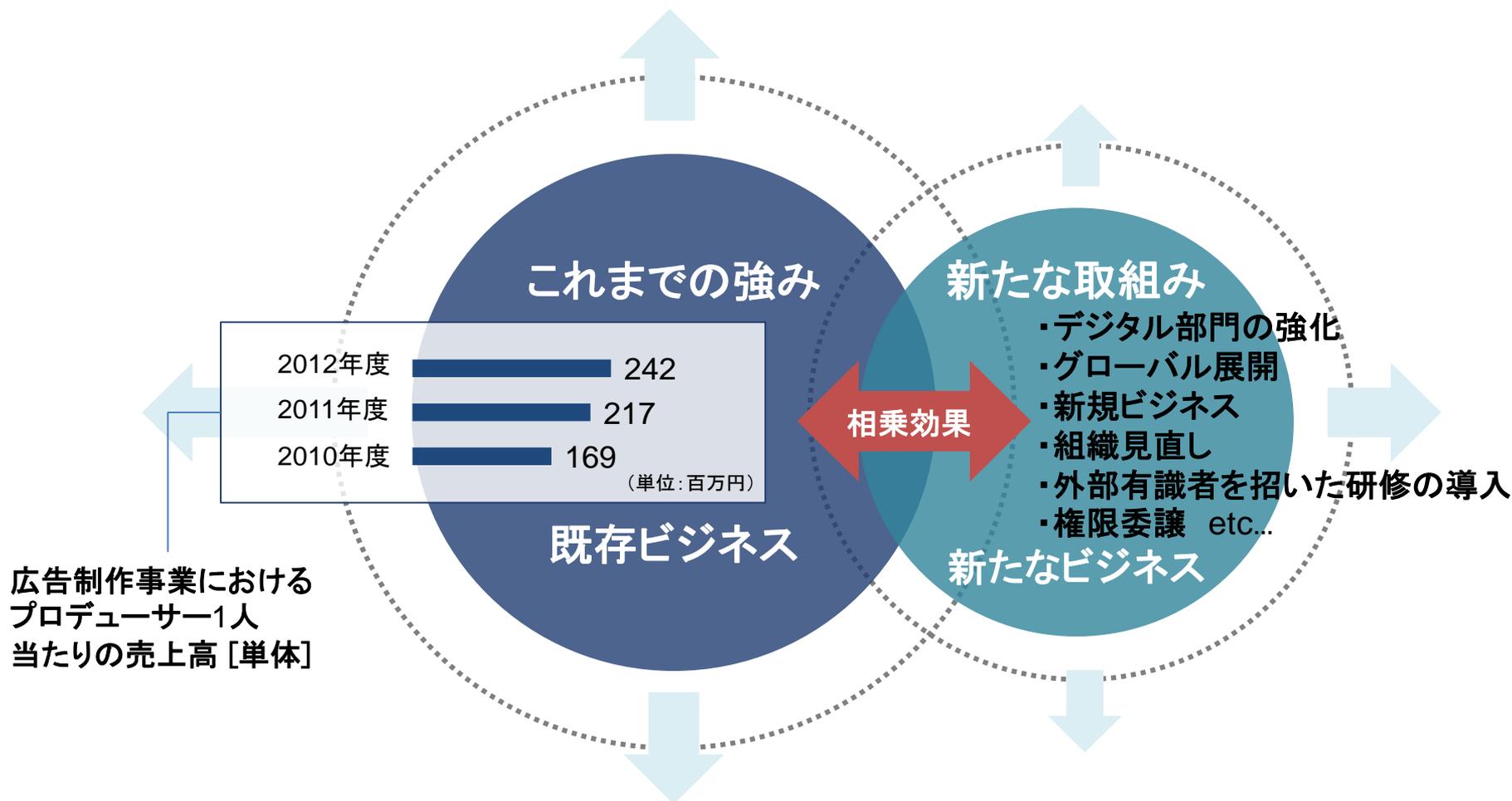


※1 各年度の期間は1月～12月の12ヶ月間

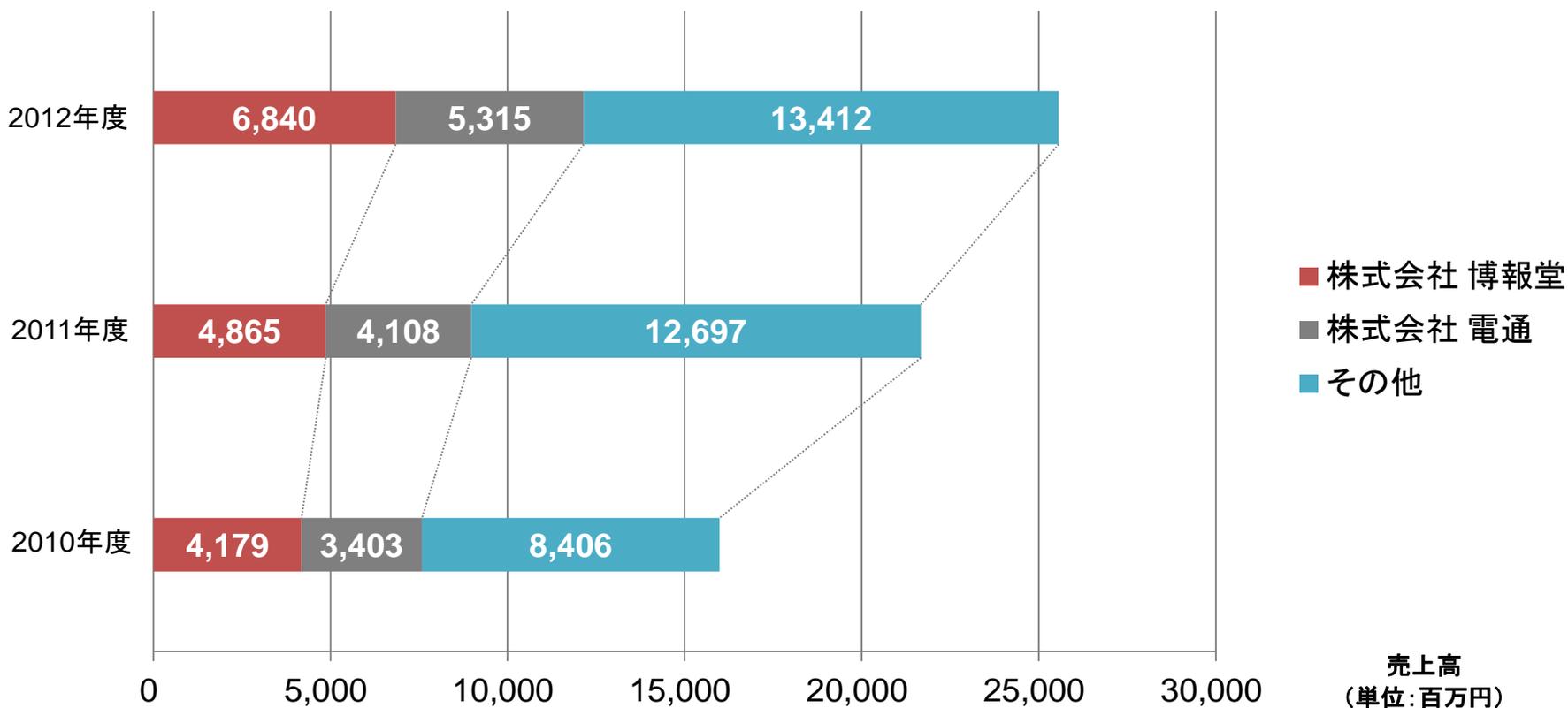
※2 電通推定値(出典:電通HP)、各年度の期間は1月～12月の12ヶ月間

当社グループの業績成長要因

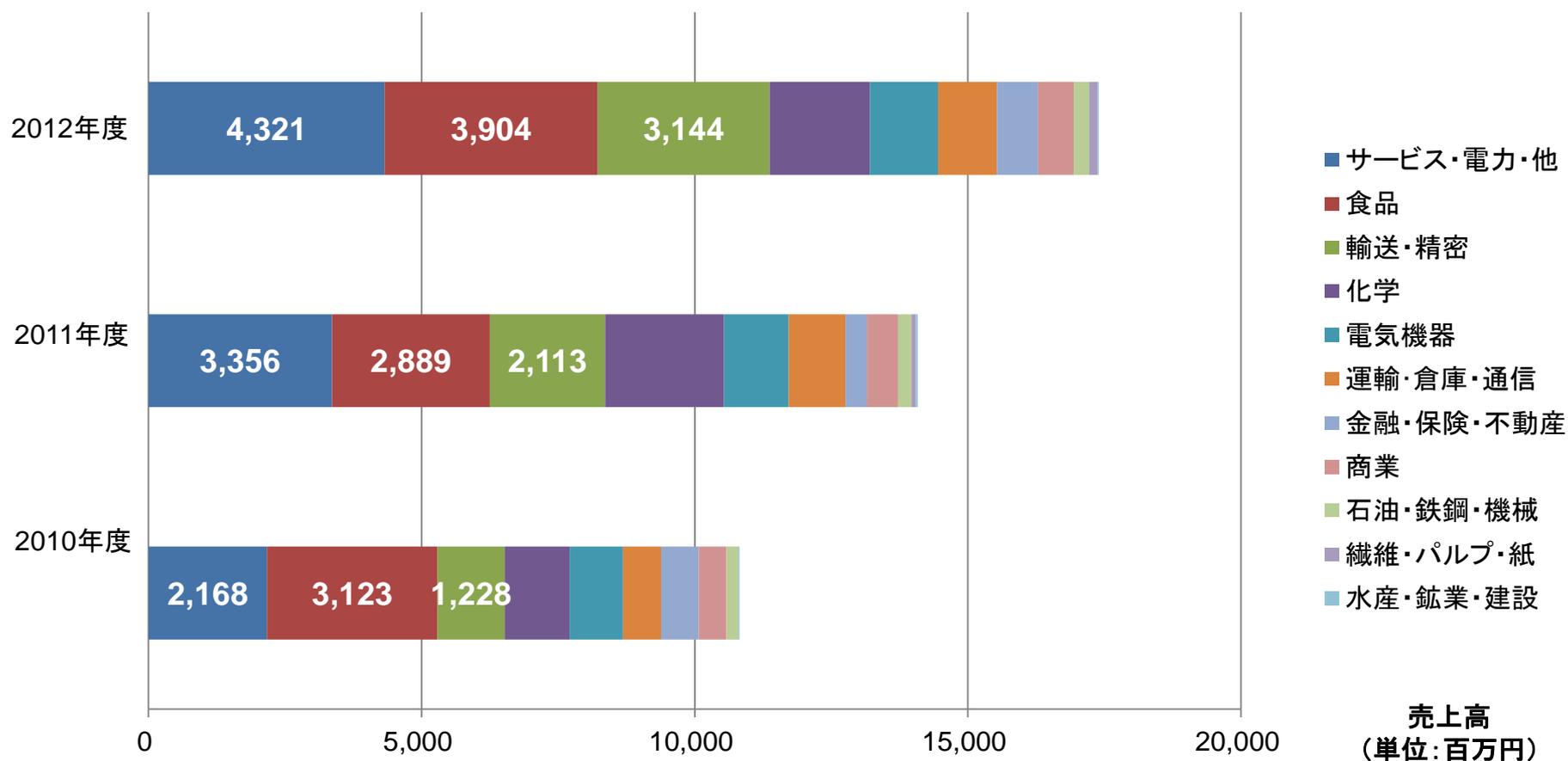
- 前述の既存ビジネスの強みに加えて、中期経営計画に基づいたデジタル部門の強化やアジアを中心とするグローバル展開などの新たな取組みとの相乗効果により、主力の広告制作事業の売上が、広告需要動向を上回って増加。



- ビジネス領域の拡大と全方位的な営業体制強化等により、その他の売上高も伸ばしている。



● 「サービス・電力・他」、「食品」、「輸送・精密」を中心に売上高を伸ばしている。



1. 企業概要
2. 事業概要
3. 2012年度実績
- 4. 2013年度予想**
5. 中期経営計画における重点戦略分野の進展
6. 株主還元

連結業績予想

今後のわが国経済は、緩やかに改善していくと予想される中、今後の広告需要についても、テレビを中心に回復基調を維持するものと予想。そのため、主力である広告制作事業の売上高は引き続き堅調に推移し、利益面では、制作管理体制の強化により制作原価率の抑制を図ることに加え、当連結会計年度に計上した一時的な費用がなくなること等により収益率が改善する見通し。

(単位:百万円)	'13年3月期 実績		'14年3月期 予想		前年同期比増減額		前年同期比(%)	
	連結	単体	連結	単体	連結	単体	連結	単体
売上高	25,568	17,400	26,500	18,000	932	600	3.6%	3.4%
売上原価	※21,052	14,920	※21,400	15,180	348	260	1.7%	1.7%
(売上原価率)	(82.3%)	(85.7%)	(80.8%)	(84.3%)				
売上総利益	4,515	2,479	5,100	2,820	585	341	13.0%	13.8%
販管費	3,133	1,622	3,200	1,560	67	△ 62	2.1%	△ 3.8%
営業利益	1,381	857	1,900	1,260	519	403	37.6%	47.0%
(営業利益率)	(5.4%)		(7.2%)					
経常利益	1,383	948	1,850	1,300	467	352	33.8%	37.1%
当期純利益	310	167	750	640	440	473	141.9%	283.2%

※返品調整引当金考慮後

指標	目標	2013年3月期 実績	2014年3月期 予想
連結 売上高	300億円 (2017年3月期)	255億円	265億円
連結 営業利益率	9.5% (2015年3月期)	5.4%	7.2%
連結 ROE	10.0% (2015年3月期)	3.2%	7.1%

1. 企業概要
2. 事業概要
3. **2012年度実績**
4. **2013年度予想**
5. **中期経営計画における重点戦略分野の進展**
6. 株主還元

メディアの
多様化

4マス[※] →

4マス+インターネットを中心とした
デジタルメディア

デバイスの
多様化

テレビ →

テレビ+スマートフォン、タブレット、
デジタルサイネージ etc...

※4マス=テレビ、新聞、雑誌、ラジオ

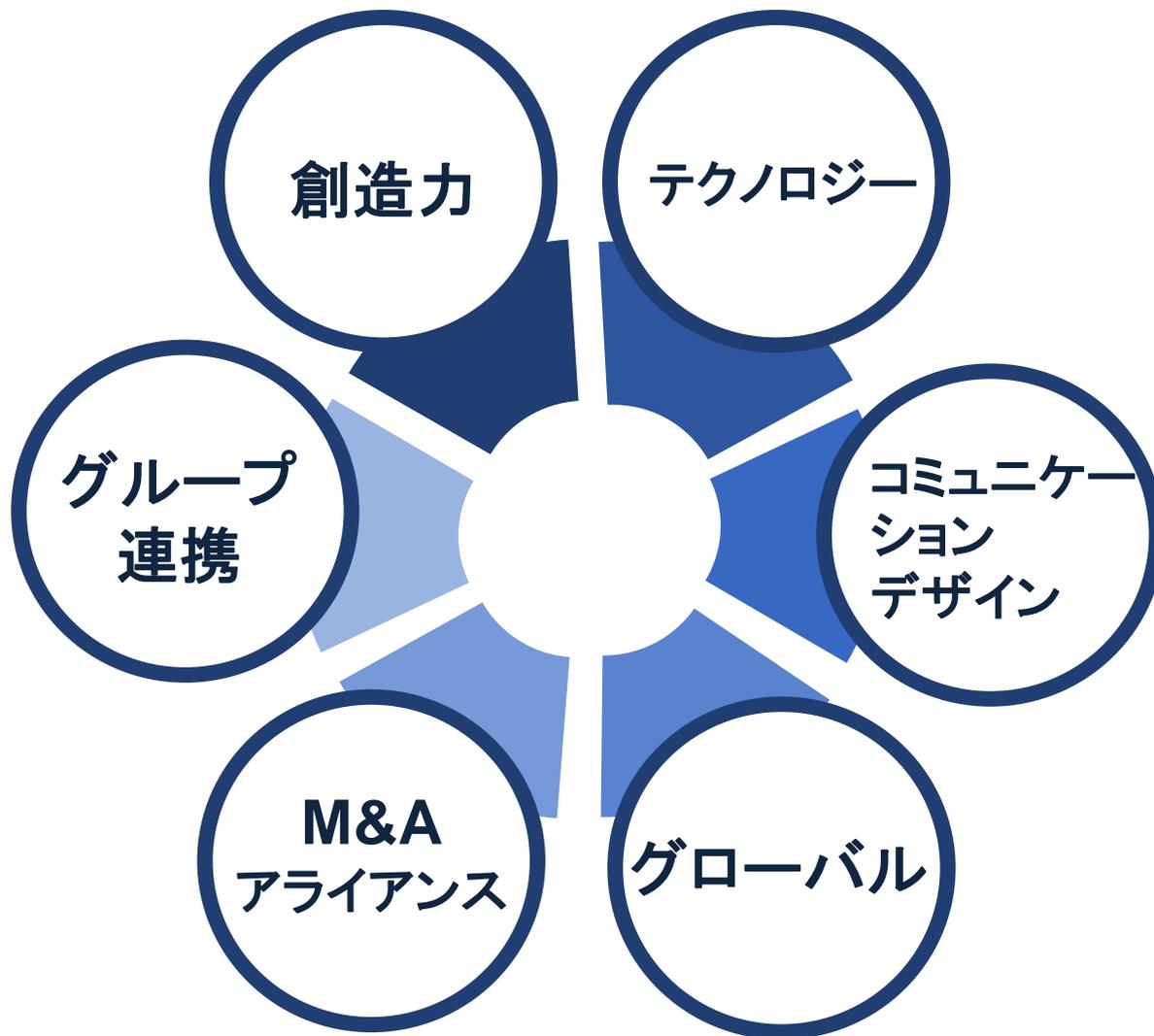


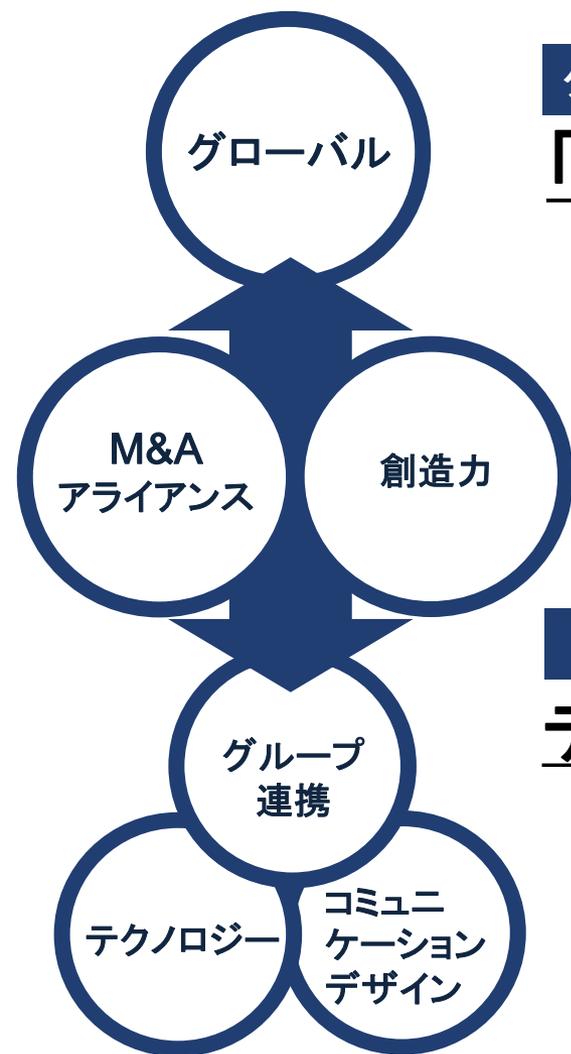
消費者のテレビに接する時間が減少する一方で、
テレビ以外のメディア、デバイスで映像に接する機会は増加



中長期的に、TVCM制作マーケットの大幅な拡大は
難しいものの、映像に対するニーズは高まっていく

- 1** 主力であるTVCM、Webコンテンツ等広告映像制作における業界シェア拡大のための、営業力・技術力強化とクロスメディアに対応できる人材・グループ会社の育成。
- 2** これまで培ってきた映像制作に関わるノウハウをフル活用することによるビジネス領域の拡大。
- 3** われわれの財産である創造力を異業種とコラボレーションさせることで生まれる新規ビジネスの開発。





グローバル

「AOI ASIA PROJECT」

近年、急成長のアジアを中心とする海外戦略「AOI ASIA PROJECT」を加速化。AOI Pro.グループのサービスを品質はそのままに海外へ展開。特に東南アジアを中心に積極的に取り組む。

テクノロジー

グループ連携

コミュニケーションデザイン

デジタル部門の再編

近時におけるクラウド、高速データ通信、スマートデバイスなどのテクノロジーの進化に対応した、多様なメディアを統合させたコミュニケーションデザインに一貫して対応できるプロデュース力を強化。

- 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。
- 国内外及び海外間の連携強化により、グループビジネスの領域拡大を推進。

2013年2月 バンコク

⇒東南アジア諸国の案件を
カバーするハブプロダクション

2013年4月 北京

⇒TVCM制作プロダクション
(海外協力会社を子会社化)
※協力会社として上海にも拠点あり

2012年11月 シンガポール

⇒アジアの地域統括会社

2011年9月 ジャカルタ

⇒TVCM制作プロダクション

AOI Pro.

- 多様なメディアを統合させたコミュニケーションデザインに一貫して対応するため、グループ会社の制作部門を融合。
- 先進的なテクノロジーへの対応力、新しいサービスの開発力の強化、制作体制を効率化



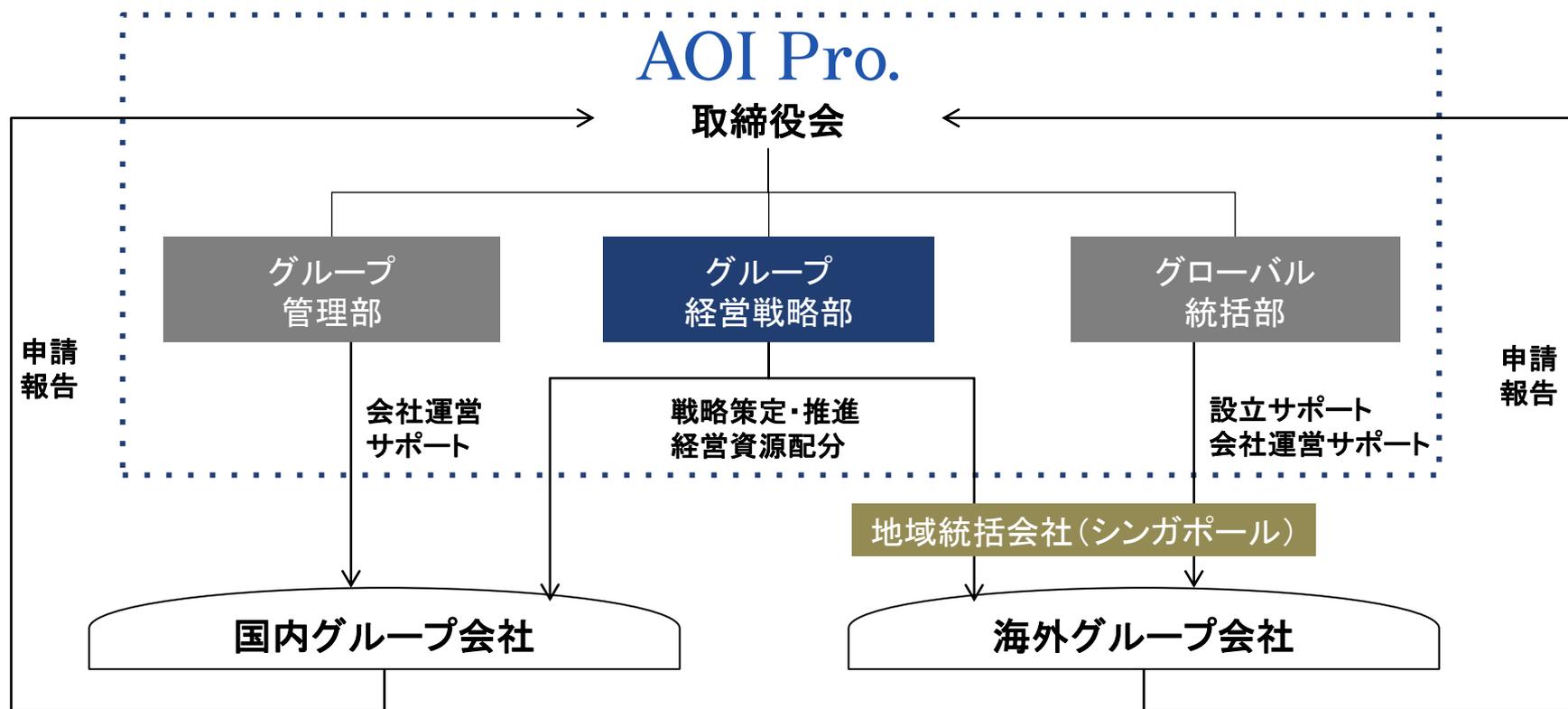
※1 DC=デジタルクリエイション

※2 IMC(Integrated Marketing Communication)

企業のマーケティング活動において、媒体を限定しない統合的なコミュニケーションのこと

① スピード感のある効率的な経営を支えるための組織及びグループ管理体制の構築

- 国内のグループ会社、及び海外戦略「AOI ASIA PROJECT」を支えるグループ資源の戦略的かつ適切な配分、経営基盤の共通化に向けたグループ管理体制の強化。



② AOI Pro.のDNA「AOISM」を受け継ぐ最新型のプロフェッショナルを育成する仕組み → 次の50年の成長に向けた新しい教育プログラム スタート

- 「AOISM」「AOI Pro. Promise」による全グループ社員の価値観の共有。
- 多様化するキャリアに対応した教育プログラム “AOI University” の創設。
- 社員一人ひとりのナレッジが活きる “新たな情報共有システム” の導入。

AOI University

Leadership (リーダーシップ)

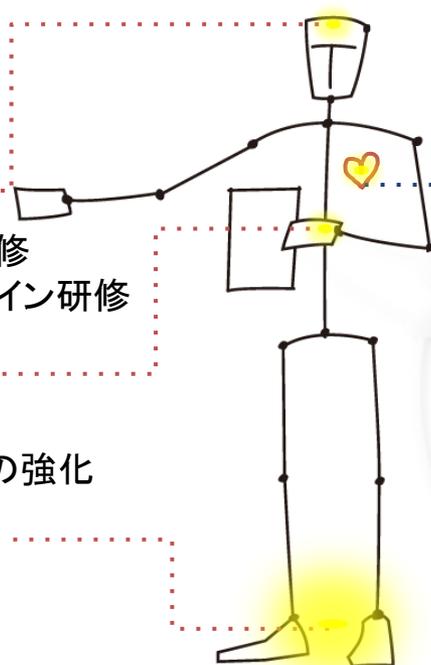
- ・経営知識をはじめとするマネジメント研修
- ・中長期を見越したキャリア/ビジネスデザイン研修

Craftsmanship (匠の技能)

- ・全社員、匠として必要な知識技術の習得
- ・時代にあわせた技術、知識、デザイン力の強化

Entrepreneurship (創造意欲)

- ・学びと気づきの場「はみだし塾」
- ・グローバル、最新テクノロジー研修



最新型の
プロフェッショナル

Knowledge Sharing

(社員の暗黙知共有)

- ・業界内外の最新情報配信による社員全体の知識レベル向上
- ・IT化による知識の共有化
- ・グループ内社員のコミュニケーションの活性化

※ AOISM

グループ社員への
浸透

※代表取締役社長藤原自身の仕事に対する考え方をまとめたもの

●AOI Pro. グループのCSR活動をまとめたページをホームページにオープン(2013年4月)



各トピックスは、
本日配布の資料を
ご覧ください

- ①事業を通じた社会貢献
- ②社会貢献活動
- ③環境への取り組み
- ④人材育成
- ⑤コンプライアンス / ガバナンス

AOI Pro.グループの考える社会貢献は、映像やコンテンツの力を最大限に発揮して人の心に感動を呼び起こし、心豊かな社会をつくること、また、さまざまな形でコミュニケーションを促進し、社会の皆様の暮らしをより喜びに溢れた楽しいものとする事です。そのために従業員一人ひとりが持てる力を十分に発揮し、最高のアウトプットを創り出せるよう、今後もグループ全体でCSR活動に高い意識と使命感を持って臨んでまいります。

1. 企業概要
2. 事業概要
3. **2012年度実績**
4. **2013年度予想**
5. 中期経営計画における重点戦略分野の進展
6. **株主還元**

〈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

〈配当予定〉

- 2013年3月期

普通株式	1株当たり年間配当金	23円 (含、記念配当3円)
	うち中間配当金	7円

- 2014年3月期 2013年10月が設立50年であり、引き続き前期同様の年間23円を予定。

〈配当の状況〉

	'10年3月期	'11年3月期	'12年3月期	'13年3月期	'14年3月期
	実績	実績	実績	予定	予定
1株当たり当期純利益	39.84円	30.43円	56.88円	26.15円	62.99円
1株当たり配当金	20円	20円	20円	23円	23円
配当性向(連結ベース)	50.2%	65.7%	35.2%	88.0%	36.5%

本日はありがとうございました。

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。