

2014年3月期 (第51期) 第2四半期 決算説明資料

2013年12月

株式会社 AOI Pro.

Creative Native

AOI Pro.

1. 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
- ・ 競合環境
- ・ AOI Pro.の強み
- ・ 売上高推移
- ・ 広告需要動向
- ・ 受賞

2. 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（前年同期比、計画比）
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]

3. 連結業績予想（通期）

- ・ 2014/3月期連結業績予想(グラフ)
- ・ 2014/3月期連結業績予想(表)

4. 事業環境と中期経営計画への取組み

- ・ 外部環境の変化
- ・ 当社グループの業績成長要因
- ・ 中計への取組みを通じた新たな強みの創造
 - ① デジタル部門の再編・強化
 - ② グローバルなネットワークの構築
 - ③ AOI Pro.のDNA「AOISM」を受け継ぐ人材の強化
- ・ その他の重点取組み事項

5. トピックス

- ・ 「CM作品以外の映像作品」の連結売上高推移
- ・ 「CM作品以外の映像作品」の紹介

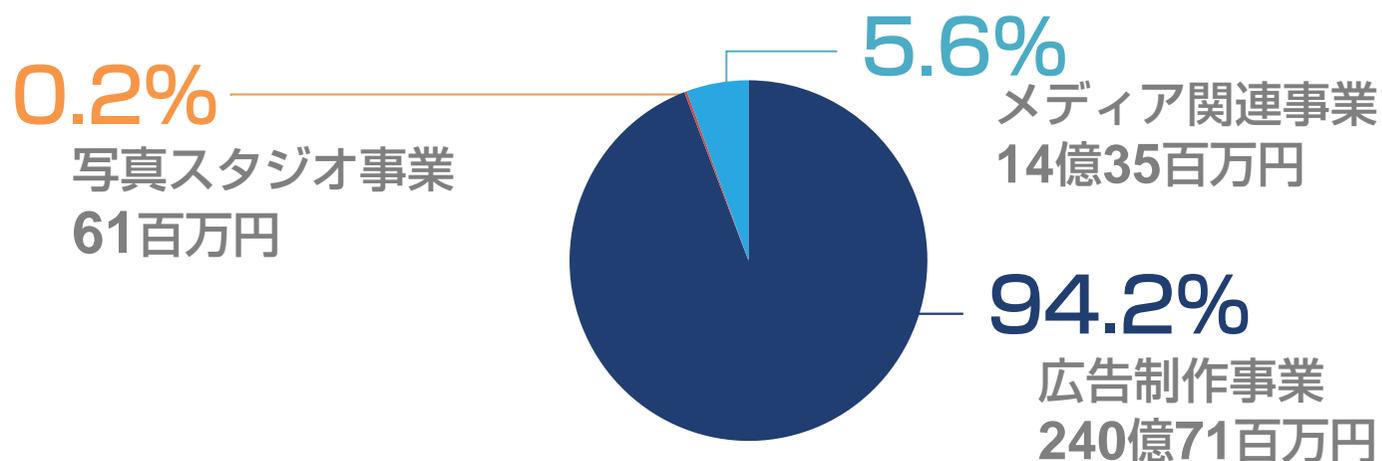
6. 株主還元

- ・ 配当政策の方針

- 1. 事業概要**
2. 連結決算概要（第2四半期累計）
3. 連結業績予想（通期）
4. 事業環境と中期経営計画への取組み
5. トピックス
6. 株主還元

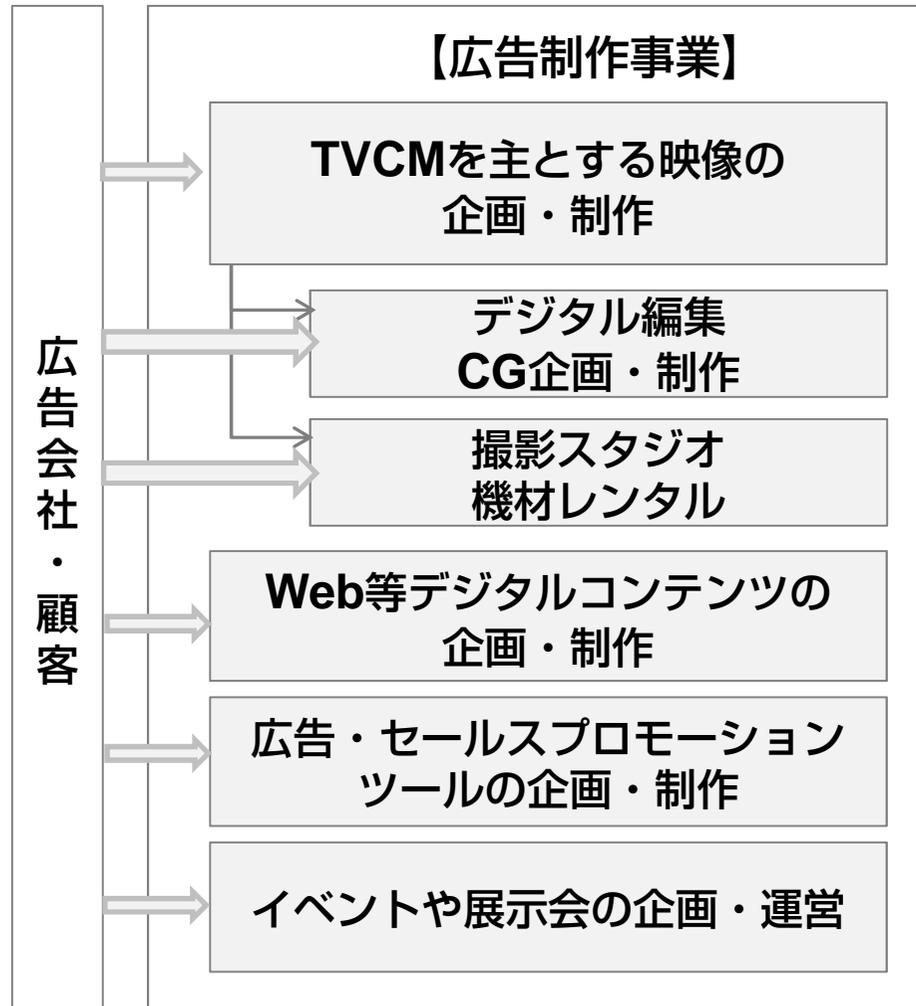
広告制作事業	主にTVCM作品、Web作品の制作及びイベントの運営等、広告に関わる制作事業
写真スタジオ事業	コンシューマ向け写真スタジオ運営並びに全国の写真スタジオに対する販売促進支援事業
メディア関連事業	ゴルフに関わる出版・広告・オンライン事業

【2013年3月期 セグメント別売上高】



広告制作事業とは

AOI Pro.



主な事業会社

■ (株)AOI Pro.

■ (株)ワサビ

■ (株)シースリーフィルム

■ (株)大日

■ (株)デジタル・ガーデン

■ (株)メディア・ガーデン

■ (株)ビジネス・アーキテクツ

■ (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)

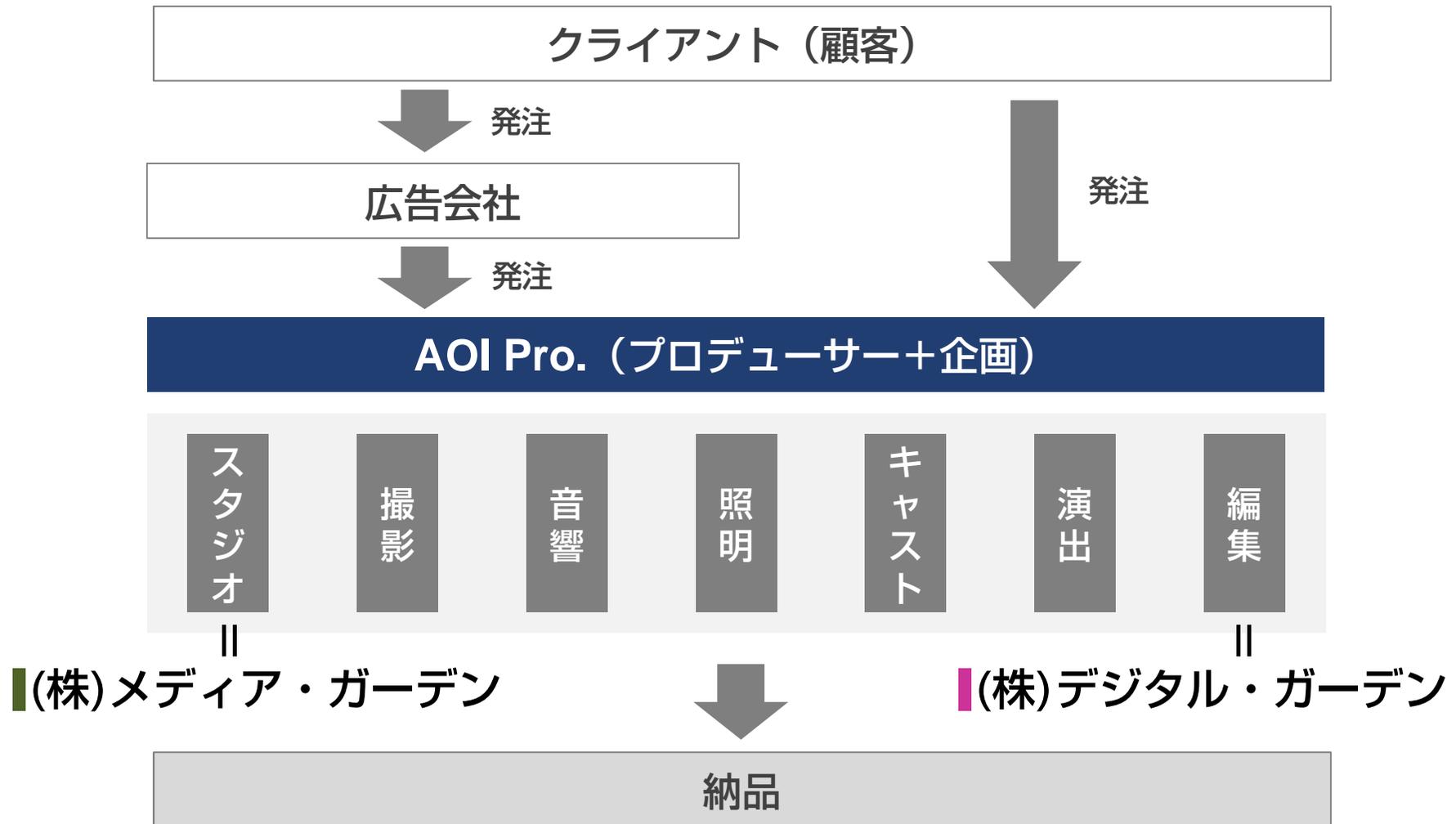
■ AOI ASIA THAI CO., LTD.
(バンコク)

■ 北京葵友广告有限公司
(北京)

■ Land Ahoy Design Ltd
(ロンドン)

TVCM映像制作業務の流れ

AOI Pro.



【広告制作業界内競合の現状】

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97社* (2013年11月現在)。

*AOI Pro.グループでは4社(AOI Pro.、ワサビ、シースリーフィルム、大日)

(JAC：日本アド・コンテンツ制作社連盟 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. 上場企業としてコーポレート・ガバナンスを強化。

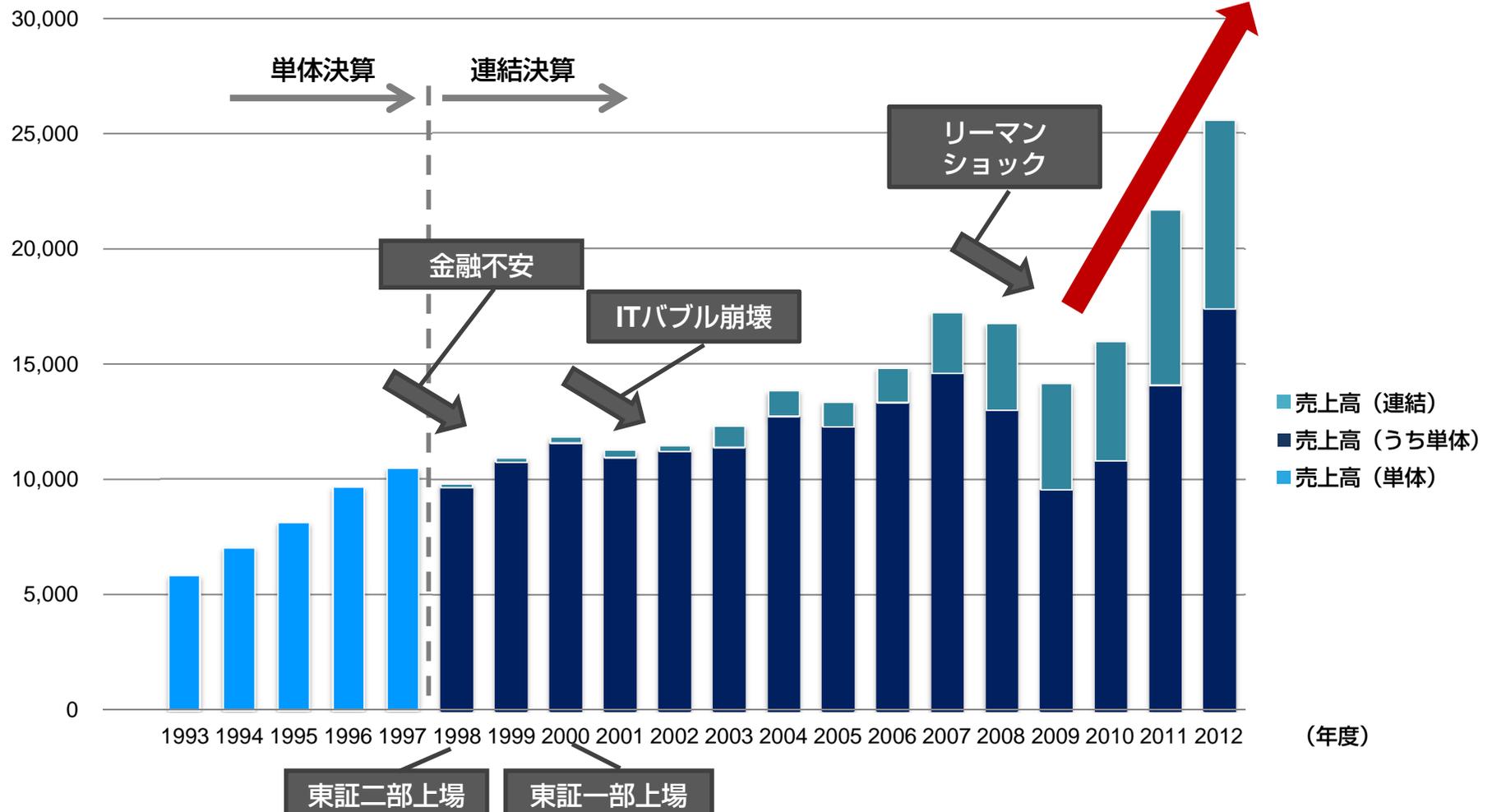
- ・ コンプライアンスに関する体制を整備。
- ・ Pマーク、情報マネジメントシステムの国際的規格の認証を取得し、情報管理体制を整備。

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

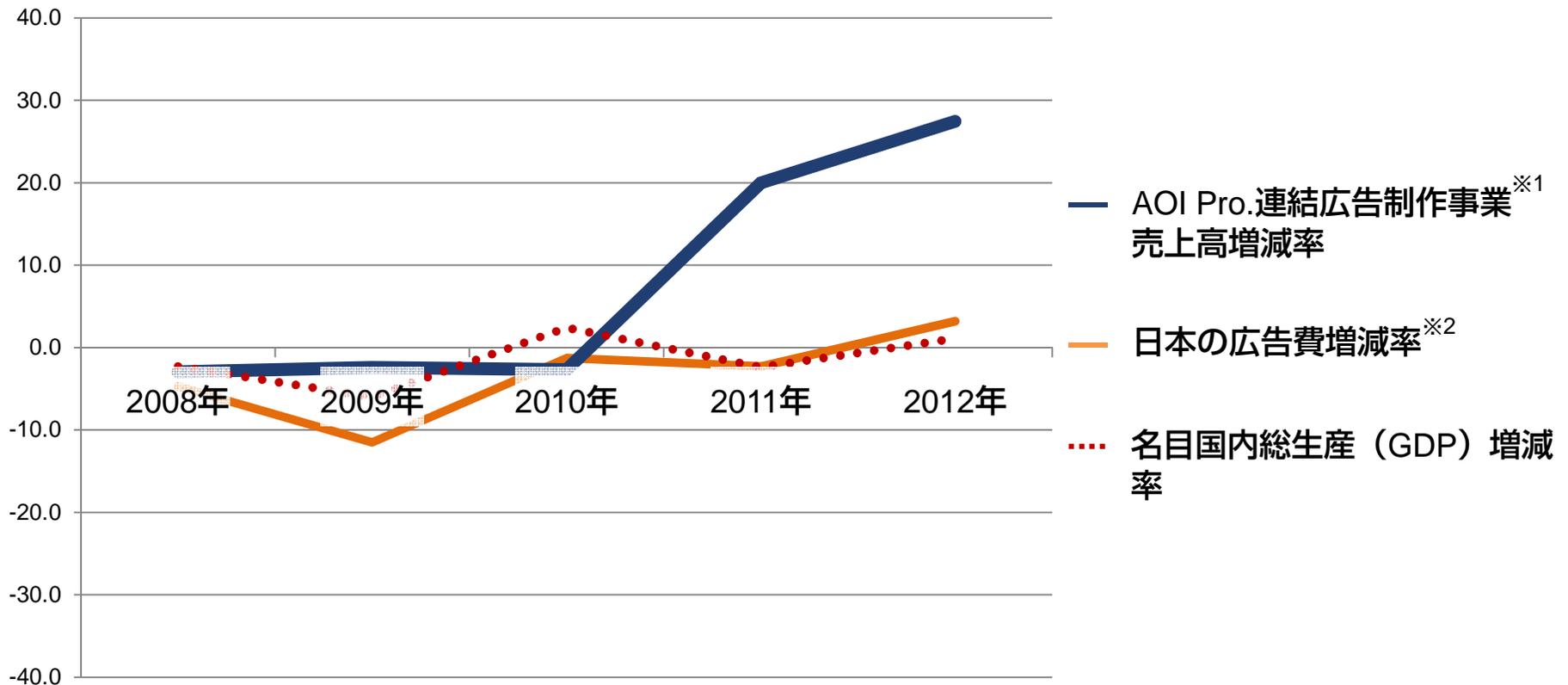
(単位：百万円)



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。

(単位：%)



※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

ACC CM FESTIVAL 2部門にて総務大臣賞・グランプリを受賞

(ACC：全日本シーエム放送連盟 All Japan Radio & Television Commercial Confederation)

日本最大の広告祭「ACC CM FESTIVAL」のテレビCM部門とマーケティング・エフェクティブネス部門*において、当社制作作品が総務大臣賞・グランプリを受賞。

当社制作作品が同広告祭のグランプリを受賞するのは3度目であり、2部門でグランプリを受賞するのは創業以来の快挙。

* マーケティング・エフェクティブネス部門：CMを中心に戦略的かつ効果的な広告活動を展開し、ビジネスに大きな成果を残した企画に贈られる賞

テレビCM部門
総務大臣賞・グランプリ



ナイキジャパン ナイキベースボール
「宣誓」

マーケティング・エフェクティブネス部門
総務大臣賞・グランプリ

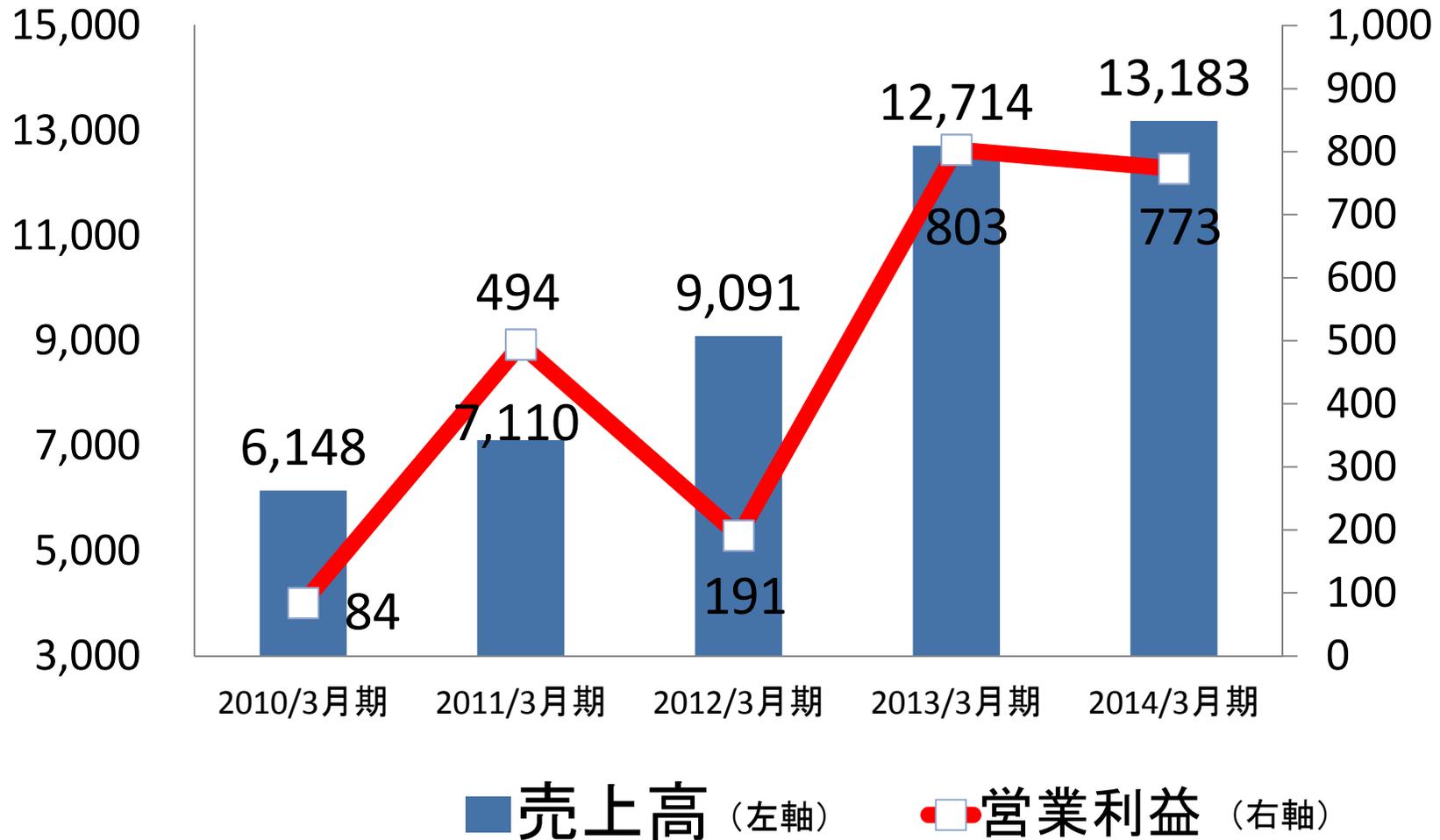


ダイハツ工業 ムーヴ「その進化は事件だ。」
～新型ムーヴ導入キャンペーン
画像：TVCM「パパの愛」

1. 事業概要
2. 連結決算概要（第2四半期累計）
3. 連結業績予想（通期）
4. 事業環境と中期経営計画への取組み
5. トピックス
6. 株主還元

売上高と営業利益の推移

（単位：百万円）

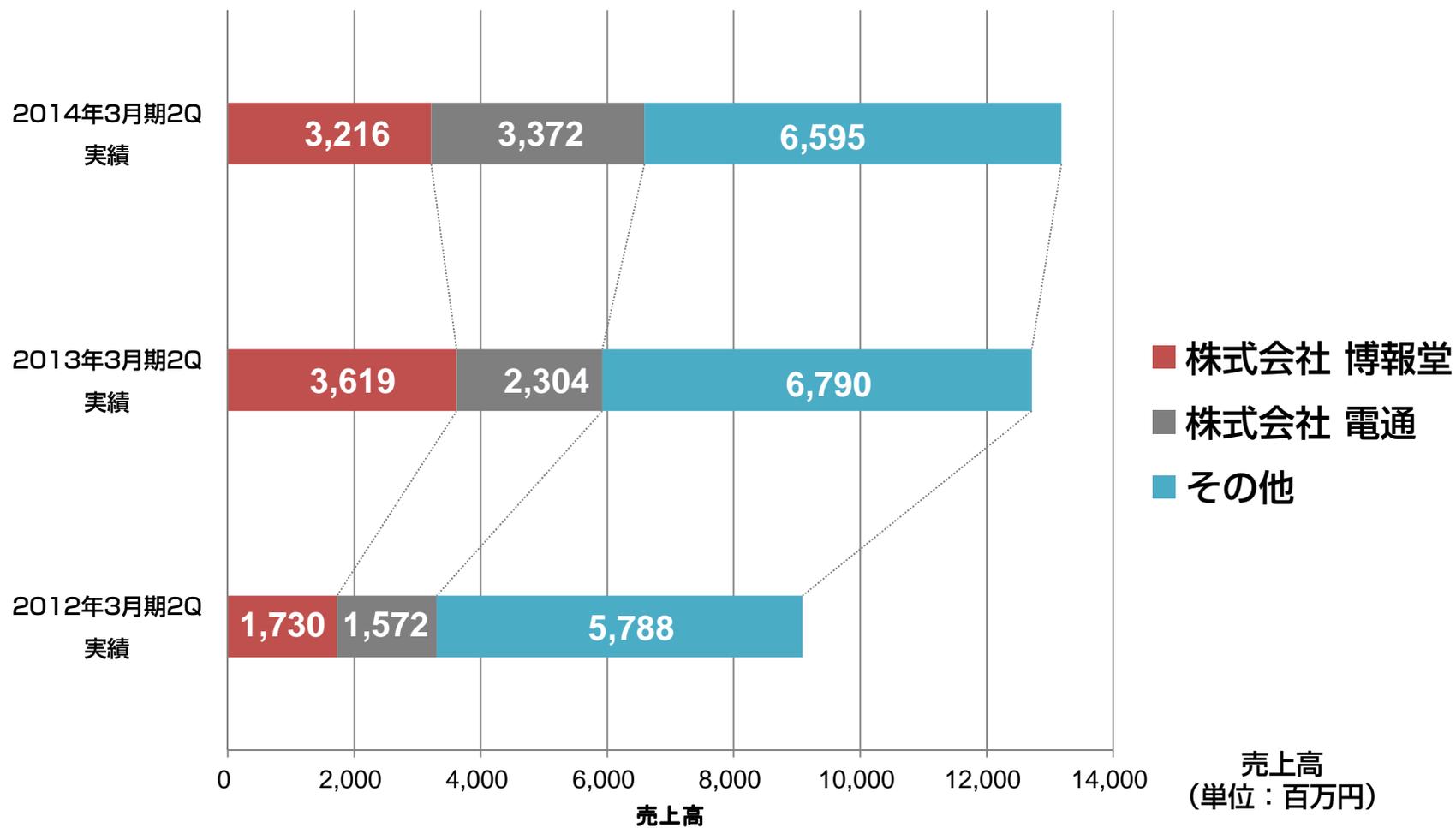


損益計算書（前年同期比、計画比）

（単位：百万円、%）

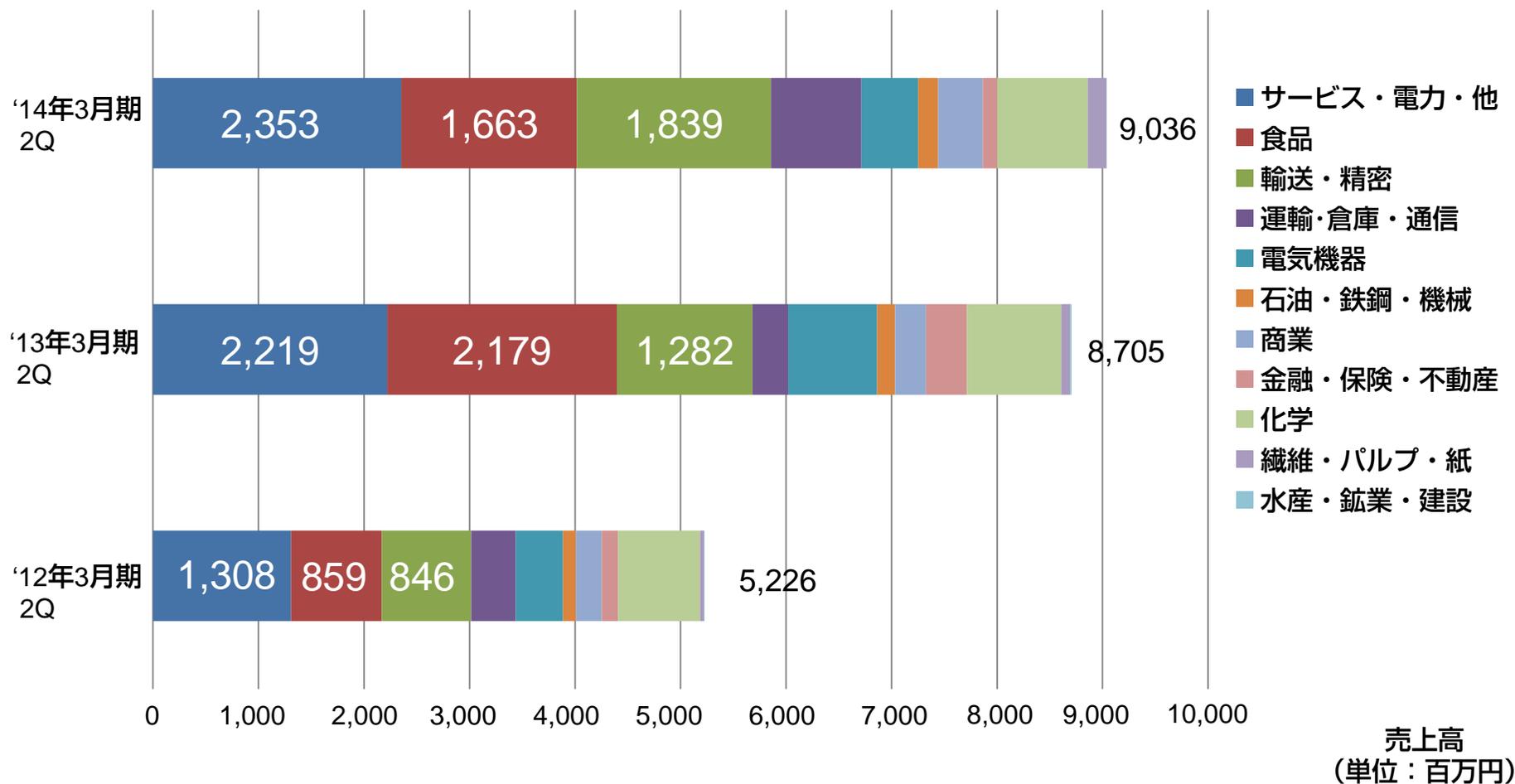
	2013/3月期 第2四半期	2014/3月期 第2四半期	売上高比	前年 同期比	計画比
売上高	12,714	13,183	100.0%	103.7%	101.4%
営業利益	803	773	5.9%	96.3%	93.2%
経常利益	771	722	5.5%	93.7%	90.2%
当期純利益	284	273	2.1%	96.3%	91.3%

顧客別売上高の推移 [連結]



ご参考

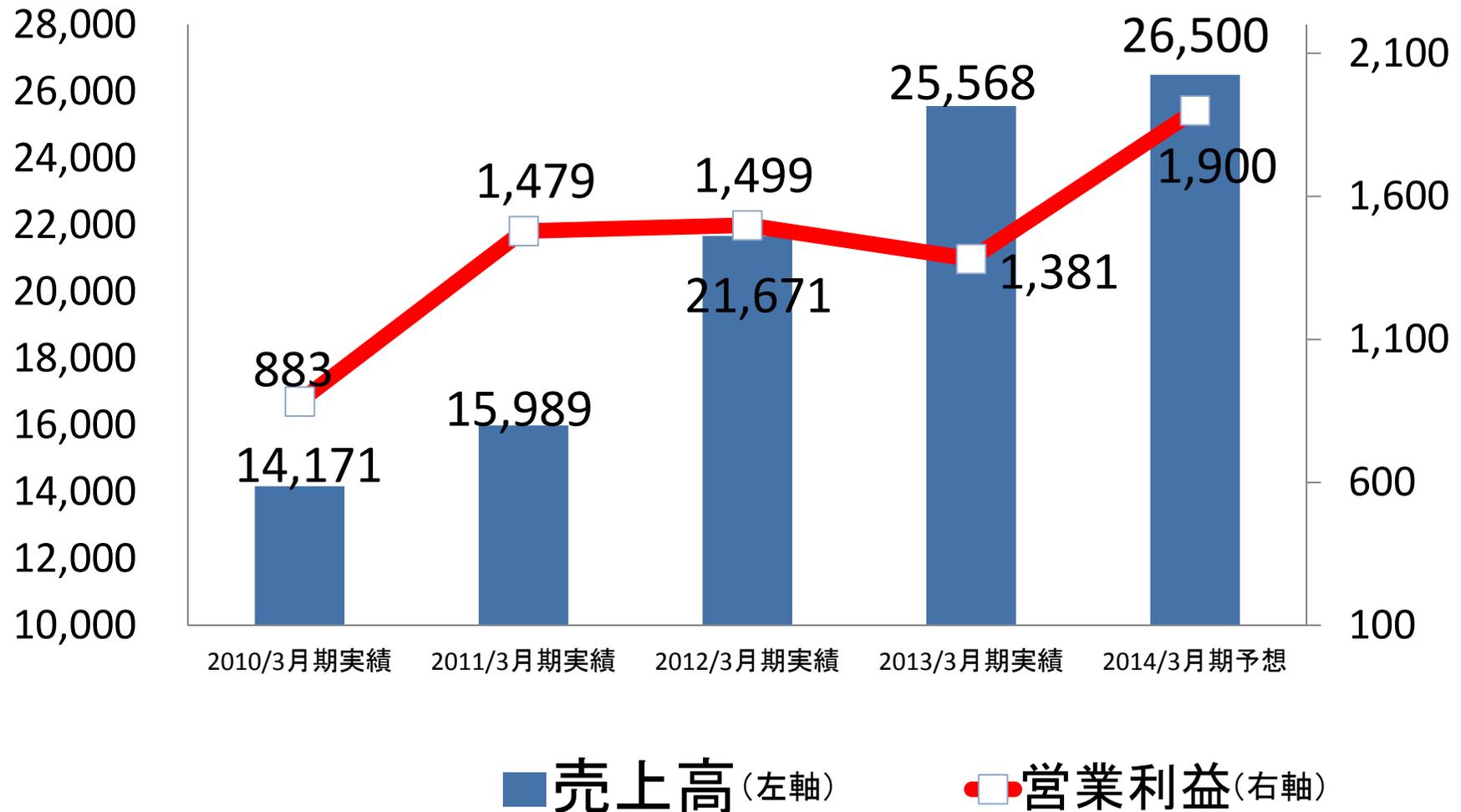
広告主の業種別売上高の推移 [単体] AOI Pro.



1. 事業概要
2. 連結決算概要（第2四半期累計）
- 3. 連結業績予想（通期）**
4. 事業環境と中期経営計画への取組み
5. トピックス
6. 株主還元

売上高と営業利益の推移

（単位：百万円）



連結業績予想（通期）

2014年3月期第2四半期の業績は前述記載のとおり。
わが国経済は回復力を強めており、足元の堅調な受注動向や制作原価率の低下傾向等を踏まえ、連結業績・個別業績ともに、年度初めに発表した前期比増収増益の業績予想に修正はなし。

(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

1. 事業概要
2. 連結決算概要（第2四半期累計）
3. 連結業績予想（通期）
4. **事業環境と中期経営計画への取組み**
5. トピックス
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

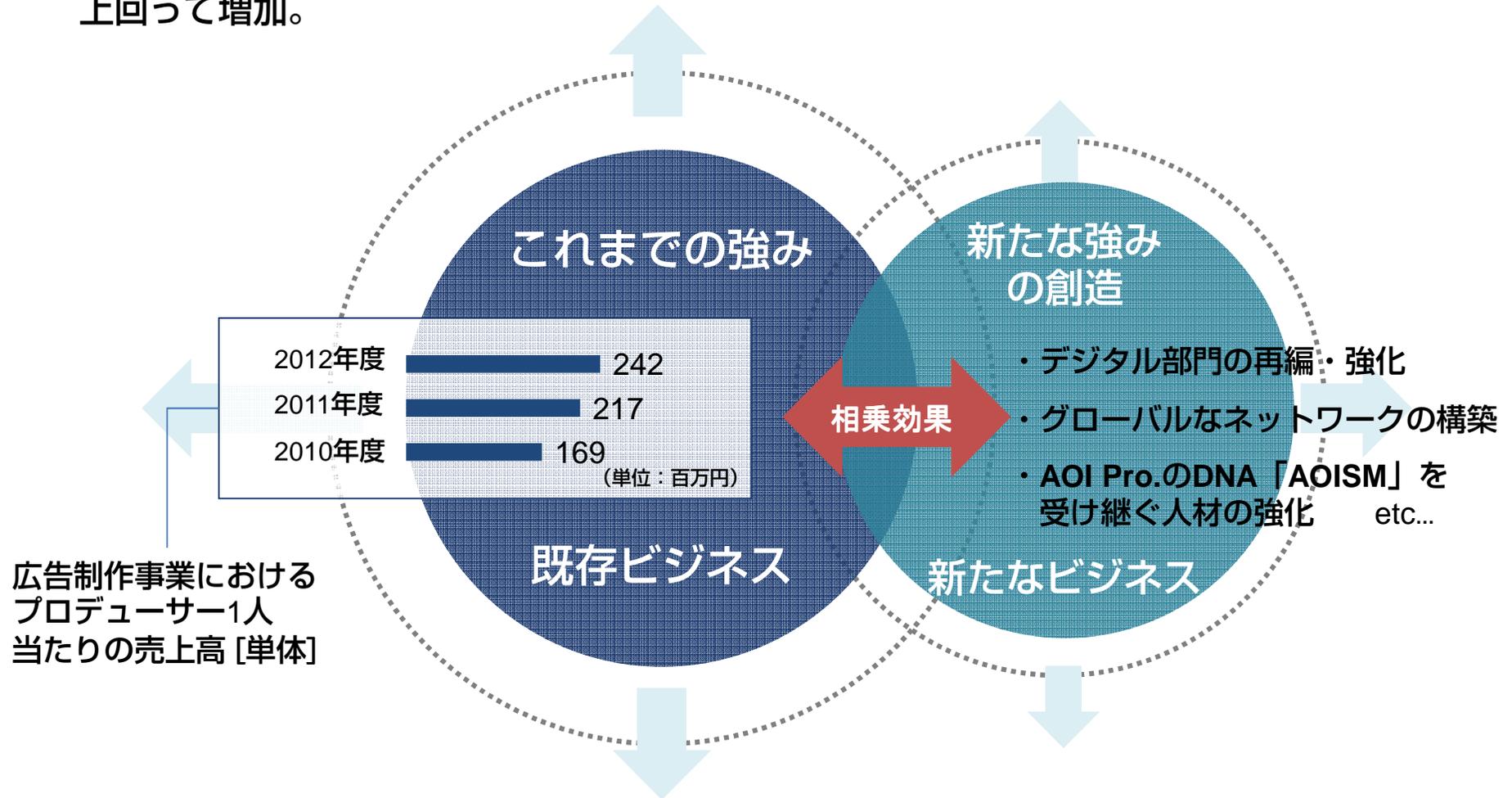


中長期的に、TVCM制作マーケットの大幅な拡大は
難しいものの、映像に対するニーズは高まっていく

当社グループの業績成長要因

AOI Pro.

- 前述の既存ビジネスの強みに加えて、2012年3月に策定した中期経営計画（2013年3月期～2015年3月期）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。



中計への取組みを通じた新たな強みの創造 AOI Pro.

① デジタル部門の再編・強化

② グローバルなネットワークの構築

③ AOI Pro.のDNA「AOISM」を受け継ぐ人材の強化

中計への取組みを通じた新たな強みの創造 AOI Pro.

① デジタル部門の再編・強化

- 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、本年4月に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。



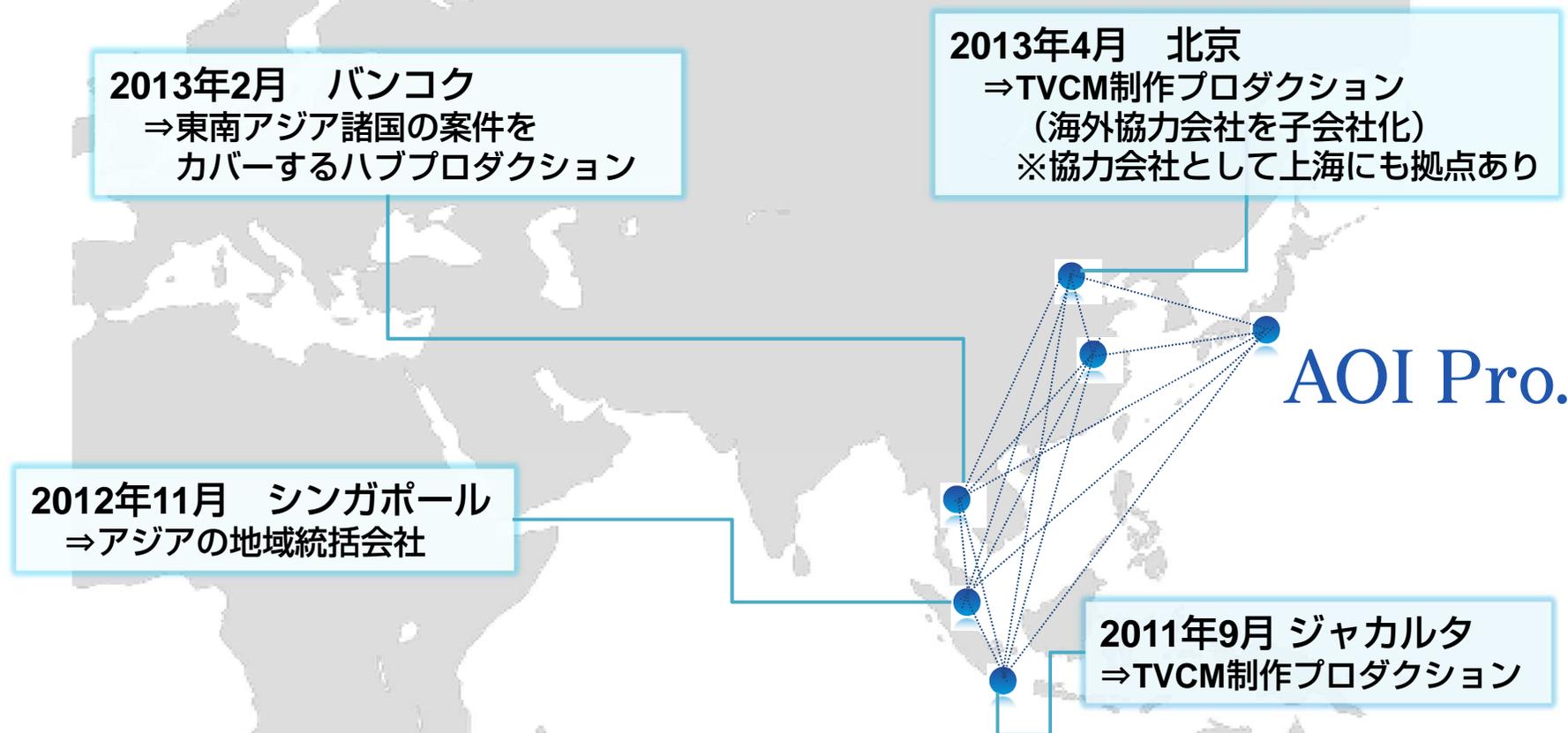
※1 DC=デジタルクリエイション

※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

中計への取組みを通じた新たな強みの創造 AOI Pro.

②グローバルなネットワークの構築

- 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。
- 本年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。



中計への取組みを通じた新たな強みの創造 AOI Pro.

③ AOI Pro.のDNA「AOISM」を受け継ぐ人材の強化

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をスタート

- 「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)

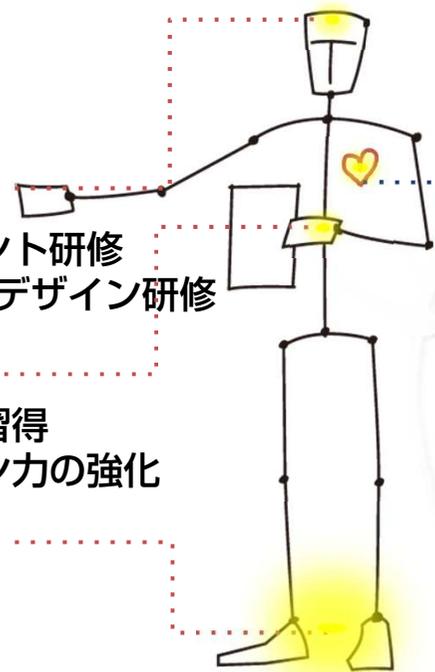
- ・ 経営知識をはじめとするマネジメント研修
- ・ 中長期を見越したキャリア/ビジネスデザイン研修

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

その他の重点取り組み事項

AOI Pro.

●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、
弊社ホームページを
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

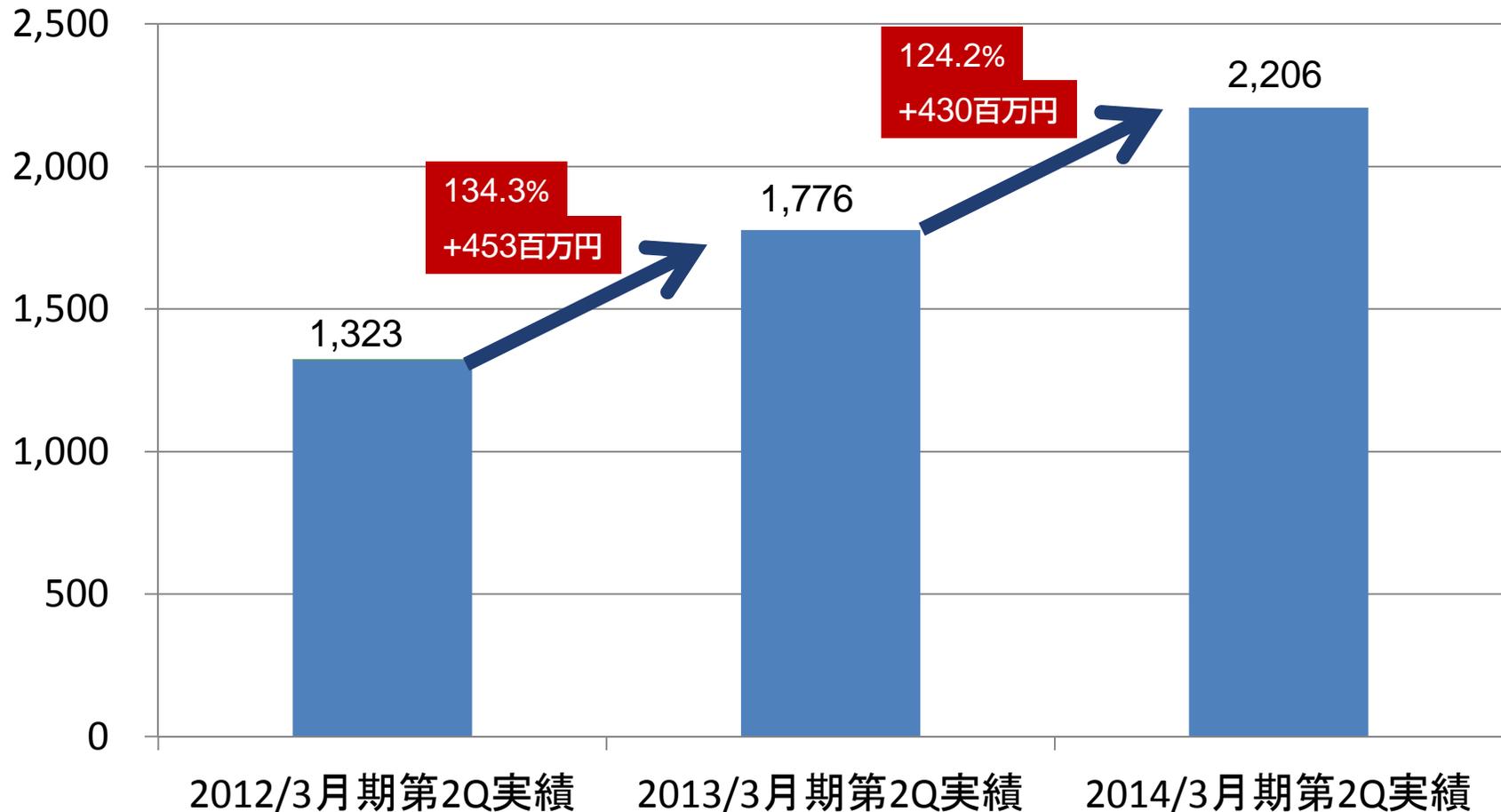
AOI Pro.グループの考える社会貢献は、映像やコンテンツの力を最大限に発揮して人の心に感動を呼び起こし、心豊かな社会をつくること、また、さまざまな形でコミュニケーションを促進し、社会の皆様の暮らしをより喜びに溢れた楽しいものとする事です。そのために従業員一人ひとりが持てる力を十分に発揮し、最高のアウトプットを創り出せるよう、今後もグループ全体でCSR活動に高い意識と使命感を持って臨んでまいります。

1. 事業概要
2. 連結決算概要（第2四半期累計）
3. 連結業績予想（通期）
4. 事業環境と中期経営計画への取組み
- 5. トピックス**
6. 株主還元

「CM作品以外の映像作品」の連結売上高推移 AOI Pro.

- デバイスの多様化に伴うWeb動画広告制作を主として増加（前年同期比124.2%）。
- 映画製作のほか、ミュージックビデオ（MV）等のエンタテインメント映像制作にも取り組み。

（単位：百万円）



「CM作品以外の映像作品」の作品紹介

AOI Pro.

映画

『くじけないで』
当社出資・制作、松竹配給映画
11月16日(土)より全国ロードショー



©2013『くじけないで』製作委員会

グループ会社の写真スタジオhollyhockでは、映画『くじけないで』と連動したキャンペーンを実施。シルバー層を囲むご家族を対象としたパッケージ商品「Brilliant History(TM)」の発売記念として、映画『くじけないで』をご覧になった方先着100名様に半額で提供。

※詳細はhollyhockのホームページ
<http://ho-hock.jp/topics/131114.html> をご覧ください。

WEBムービー

富士重工業株式会社 SUBARU フォレスター「Let me drive」篇



ミュージックビデオ

AKB48 32nd シングル「恋するフォーチュンクッキー」ミュージックビデオ



1. 事業概要
2. 連結決算概要（第2四半期累計）
3. 連結業績予想（通期）
4. 事業環境と中期経営計画への取組み
5. トピックス
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

〈配当実績・予定〉

- 2013年3月期（実績）

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（予定）

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	実績	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。