

# 2015年3月期 決算説明資料

---

2015年6月  
株式会社 AOI Pro.

CREATIVE ALLIANCE  
AOI Pro.

## 1. 連結決算概要

- ・売上高推移
- ・売上高と営業利益の推移
- ・損益計算書（前年同期比、業績予想比）

## 2. セグメント別の業績

- ・ 広告制作事業
  - 受注高と受注残高推移
  - 四半期売上高推移
  - 顧客別売上高の推移
  - 広告主の業種別売上高(単体)
  - 「CM作品以外の映像・WEB制作等」の連結売上高推移
  - AOI ASIAのネットワーク構築
  - AOI ASIAの売上高・営業利益推移
- ・ 写真スタジオ事業
- ・ メディア関連事業

## 3. 連結業績予想（通期）

- ・ 2016年3月期連結業績予想

## 4. 株主還元

- ・ 配当政策の方針
- ・ 株主優待制度

## 5. 中期経営計画2019への取組み状況

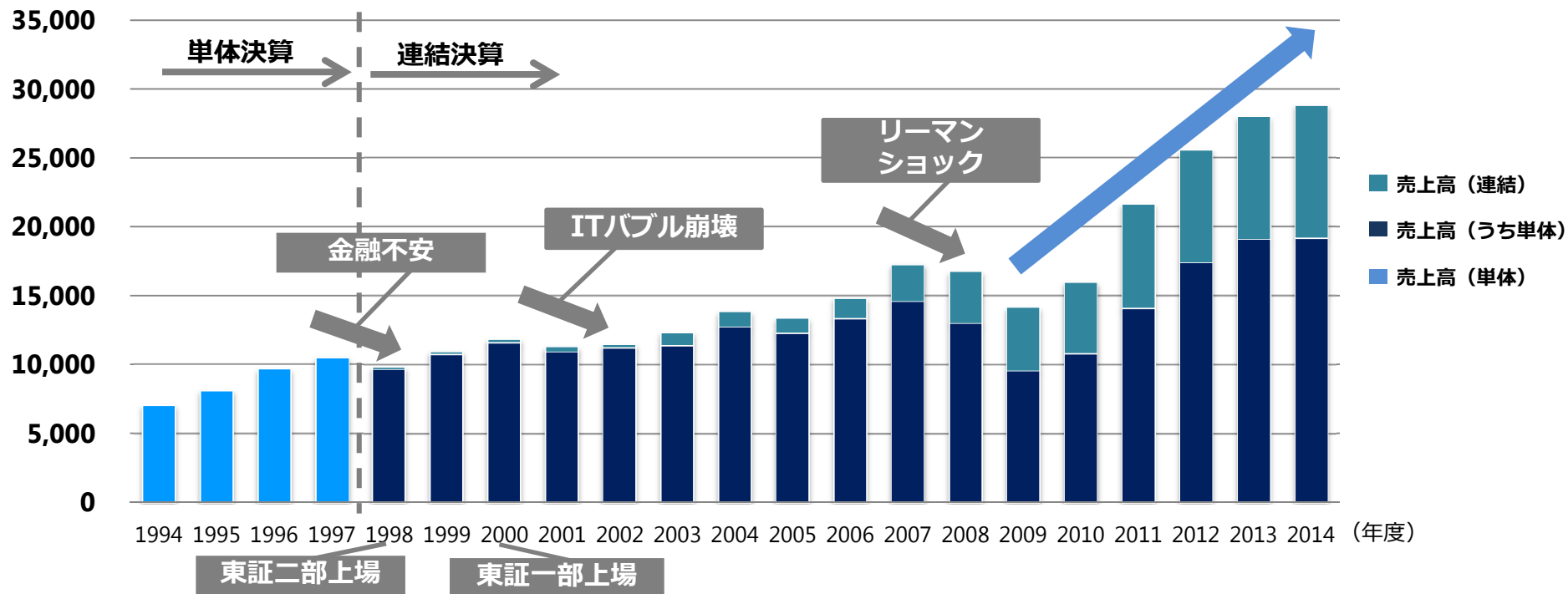
- ・ 外部環境の変化と広告市場動向
- ・ 動画広告市場の動向
- ・ 環境と市場を踏まえたこれまでの取組み
- ・ 新たな強みの創造－背景
- ・ 新たな強みの創造－新領域への拡大
- ・ 新たな強みの創造－まとめ
- ・ 新たな強みの創造－具体的実績と計画
- ・ 成長イメージ①
- ・ 成長イメージ②
- ・ 新コーポレートタグライン
- ・ 数値目標

- 1. 連結決算概要**
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2019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、4期連続で過去最高を更新

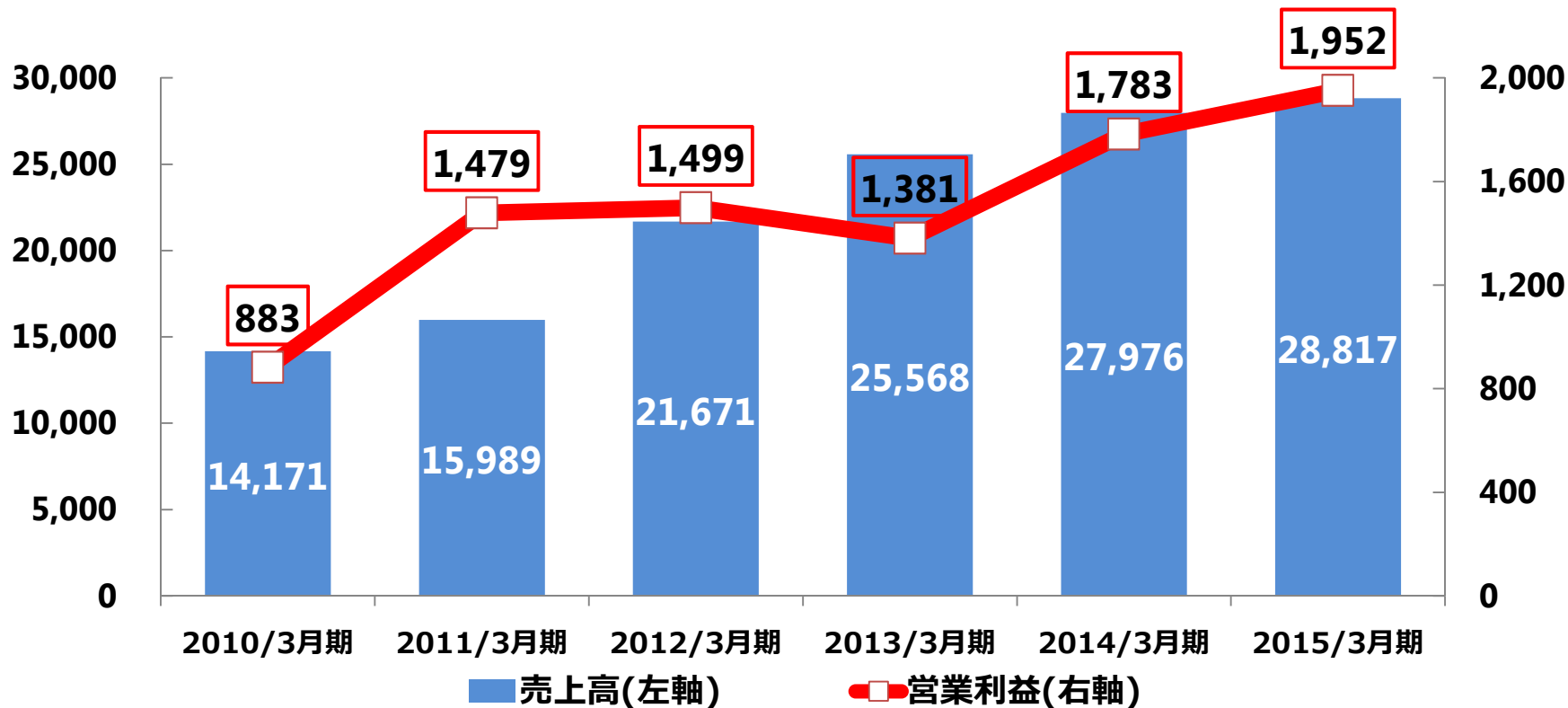
(単位：百万円)



# 売上高と営業利益の推移

- 売上高・営業利益共にリーマンショック直後の2倍を超え、過去最高を更新

(単位：百万円)



# 損益計算書

- 一部案件の売上計上時期が翌期にずれ込んだこと等により、売上高・利益ともに業績予想を若干下回ったものの、過去最高を更新

|            | 2014/3月期 |        | 2015/3月期 |        | 前年同期比 |       | 業績予想比 |       |
|------------|----------|--------|----------|--------|-------|-------|-------|-------|
|            | 売上高      | 売上高比   | 売上高      | 売上高比   | 増減額   | (%)   | 増減額   | (%)   |
| (単位：百万円、%) |          |        |          |        |       |       |       |       |
| 売上高        | 27,976   | 100.0% | 28,817   | 100.0% | 841   | 3.0%  | △ 182 | 99.4% |
| ※ 売上原価     | 22,744   | 81.3%  | 23,204   | 80.5%  | 460   | 2.0%  |       |       |
| 売上総利益      | 5,232    | 18.7%  | 5,613    | 19.5%  | 381   | 7.3%  |       |       |
| 販管費        | 3,449    | 12.3%  | 3,660    | 12.7%  | 211   | 6.1%  |       |       |
| 営業利益       | 1,783    | 6.4%   | 1,952    | 6.8%   | 169   | 9.5%  | △ 147 | 93.0% |
| 経常利益       | 1,704    | 6.1%   | 1,939    | 6.7%   | 235   | 13.8% | △ 60  | 97.0% |
| 税引前利益      | 1,698    | 6.1%   | 1,792    | 6.2%   | 94    | 5.5%  |       |       |
| 当期純利益      | 645      | 2.3%   | 1,238    | 4.3%   | 593   | 92.0% | △ 61  | 95.3% |

※返品調整引当金考慮後

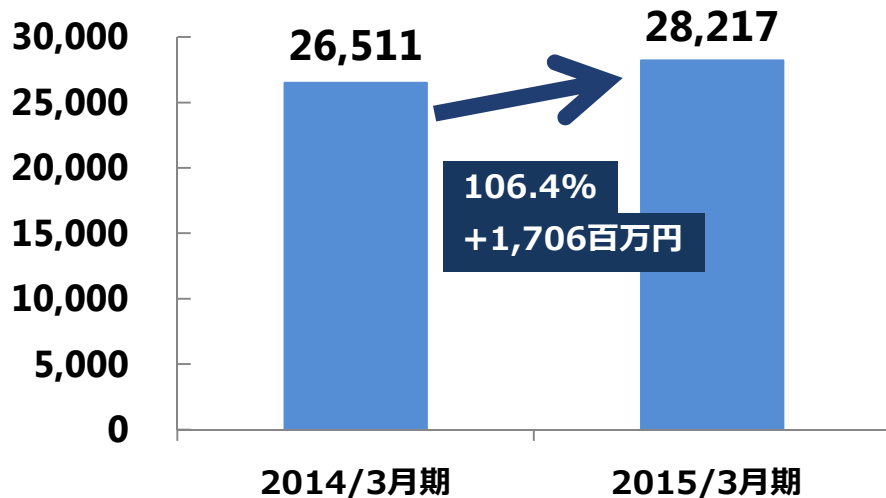
1. 連結決算概要
2. **セグメント別の業績**
3. 連結業績予想（通期）
4. 株主還元
5. 中期経営計画2019への取組み状況

# セグメント別：広告制作事業売上高・経常利益 AOI Pro.

- 主力の国内CM制作に加え、中期経営計画2014に基づき強化してきたデジタル関連やアジア各拠点の売上が増加し、前期比増収増益

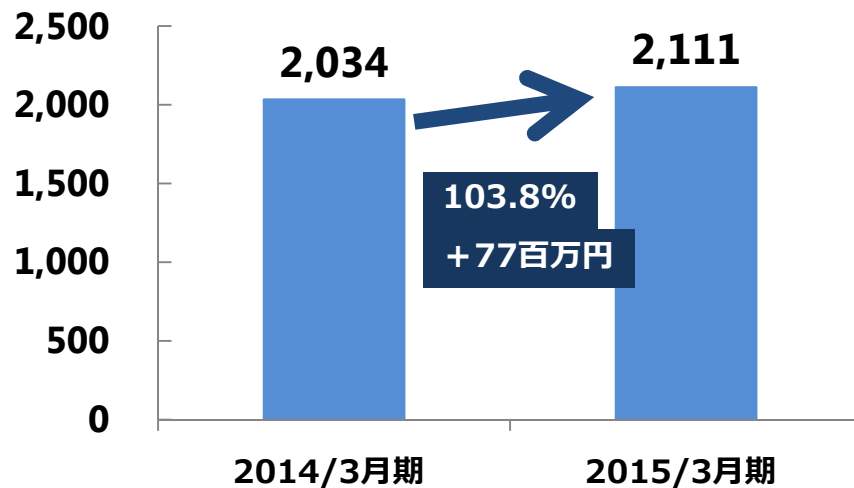
## セグメント別：広告制作事業売上高

(単位：百万円)



## セグメント別：広告制作事業経常利益

(単位：百万円)

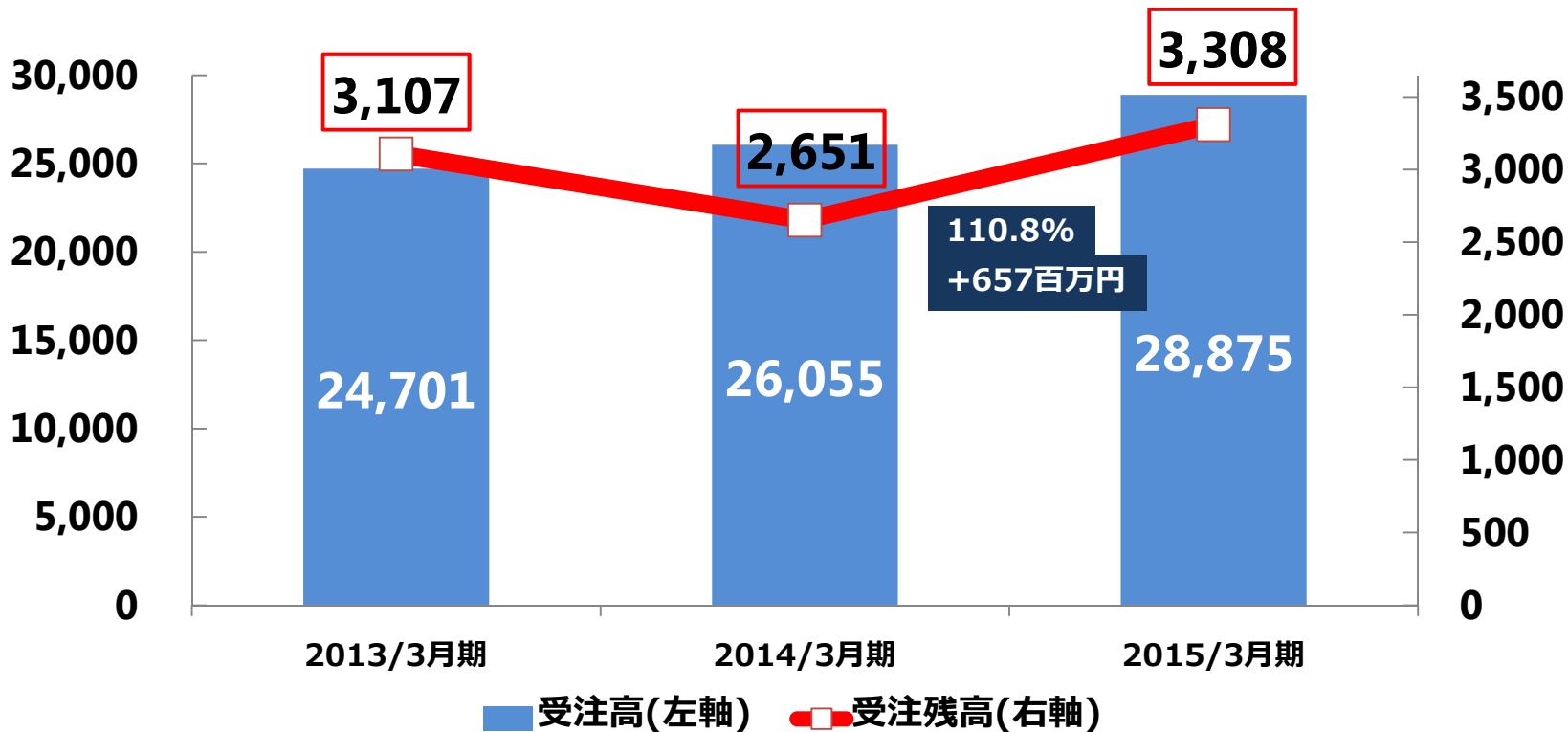




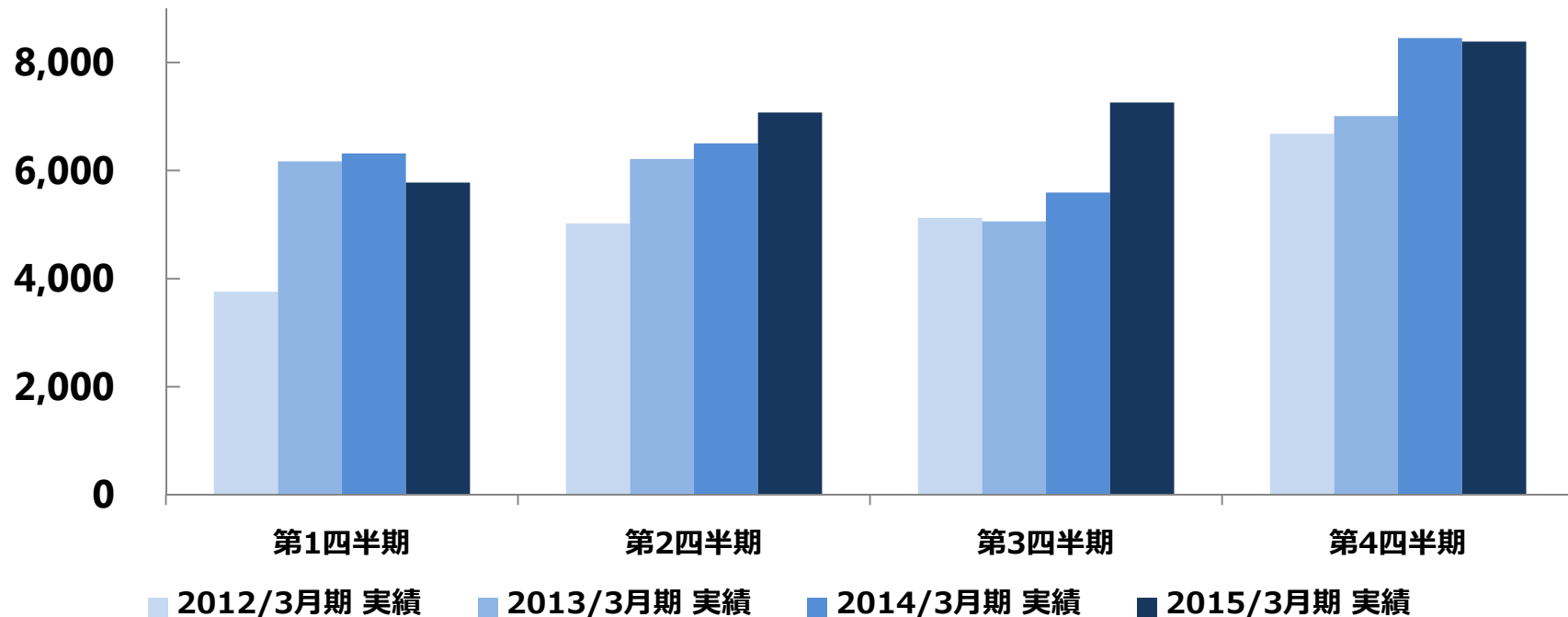
# 受注高と受注残高の推移

- 受注高は前期比10.8%増、期末受注残高は657百万円増加

(単位：百万円)



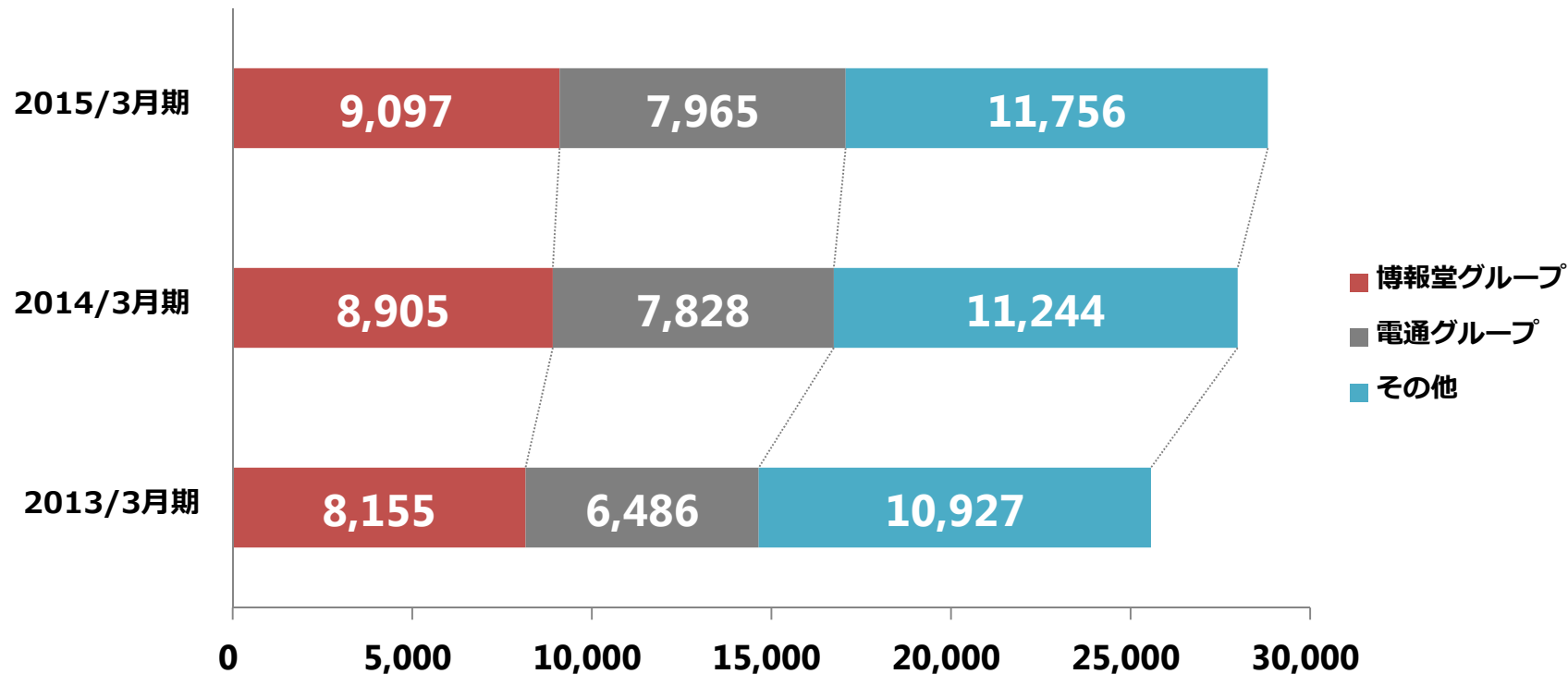
(単位：百万円)



# 顧客別売上高の推移

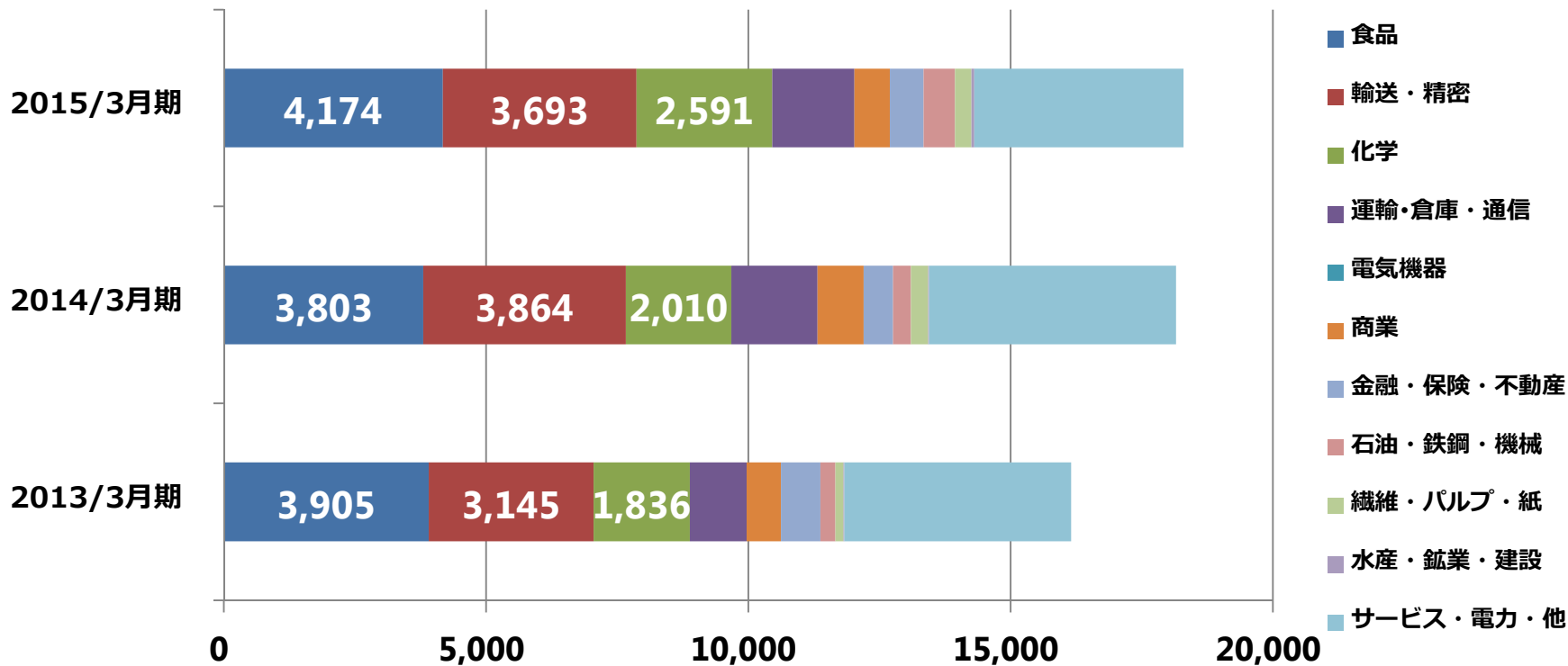
- 博報堂グループ、電通グループともに売上高が増加

(単位：百万円)



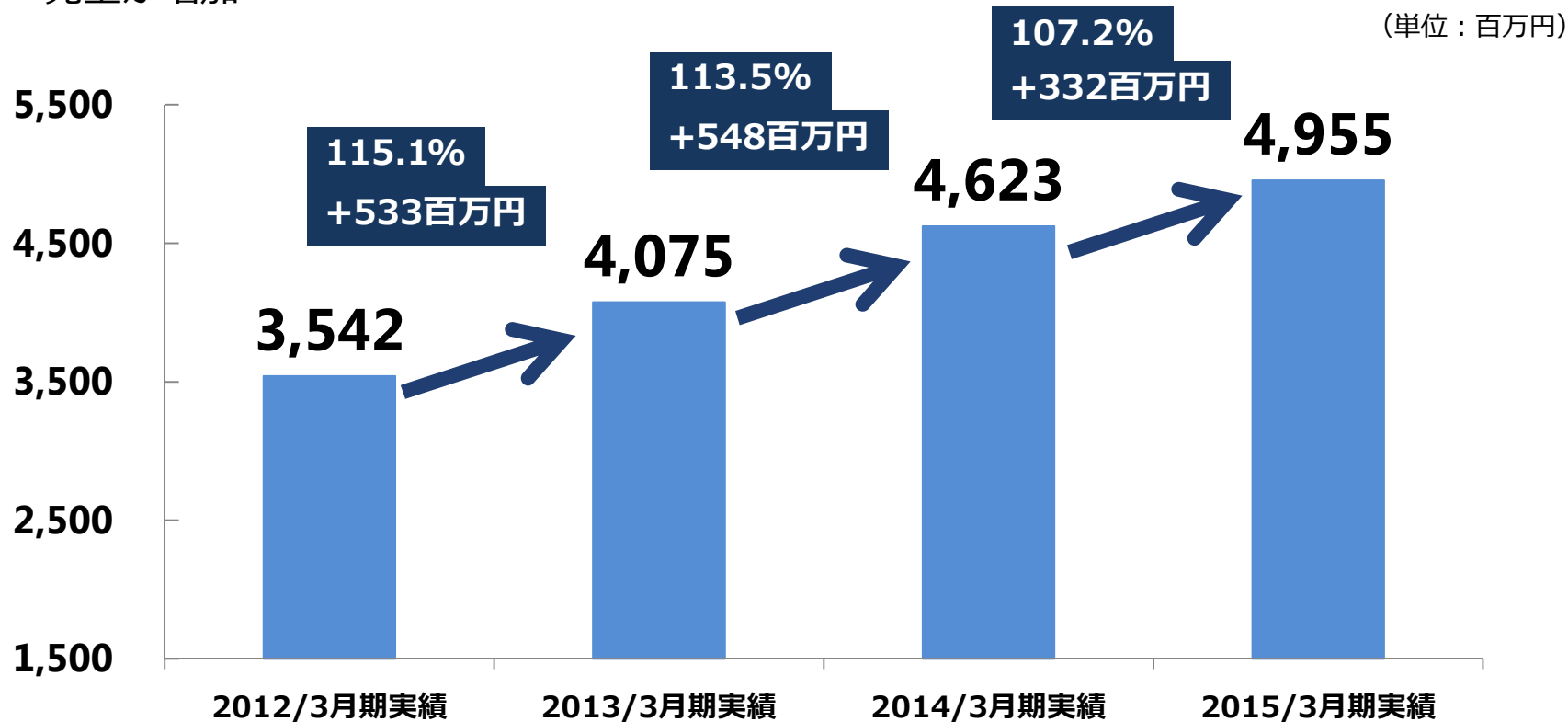
# 広告主の業種別売上高(単体)

(単位：百万円)



# 「CM作品以外の映像・WEB制作等」の連結売上高推移 AOI Pro.

- デジタル領域への取組み強化により、WEB動画制作を含むデジタルコンテンツ関連売上が増加



# AOI ASIAのネットワーク構築

AOI Pro.

- 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

## 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

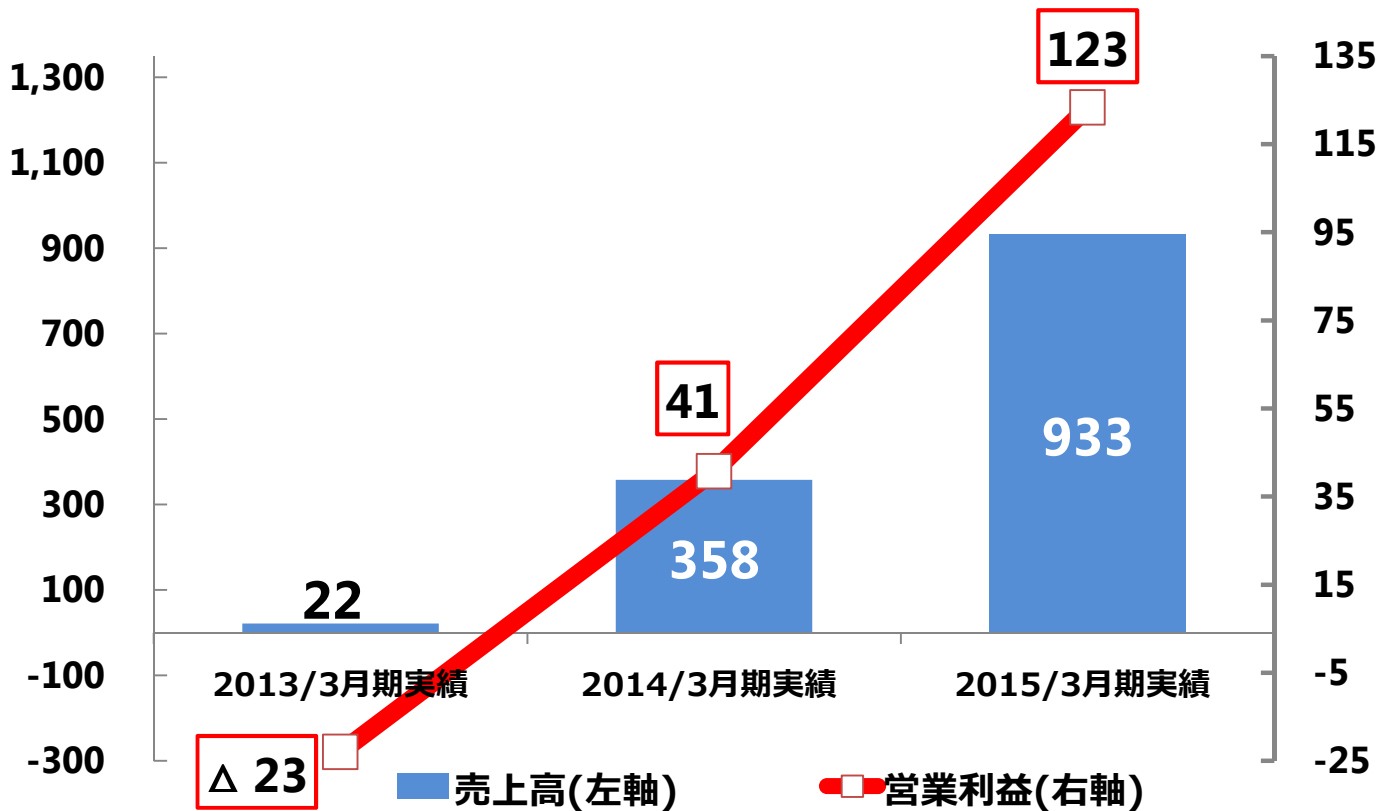
AOI Pro.  
aoiasia

A map of Southeast Asia and East Asia showing the network structure of AOI Pro. The map includes nodes for Bangkok, Beijing, Singapore, and Jakarta, connected by dotted lines. The AOI Pro. logo is positioned on the right side of the map.

# AOI ASIAの売上高・営業利益推移

●北京を中心に売上高・営業利益ともに急増

(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に1号店オープン
- 2012年 5月 : 自由が丘に2号店をオープン
- 2014年 4月 : 横浜ベイクォーターに3号店をオープン
- 2014年12月 : 港北みなもに4号店をオープン
- 2015年10月 : ららぽーと海老名に5号店をオープン予定



**AOI Pro.ブランドの認知度向上に貢献**

東京ミッドタウン店



自由が丘店



横浜ベイクォーター店



港北みなも店



©hollyhock Inc.

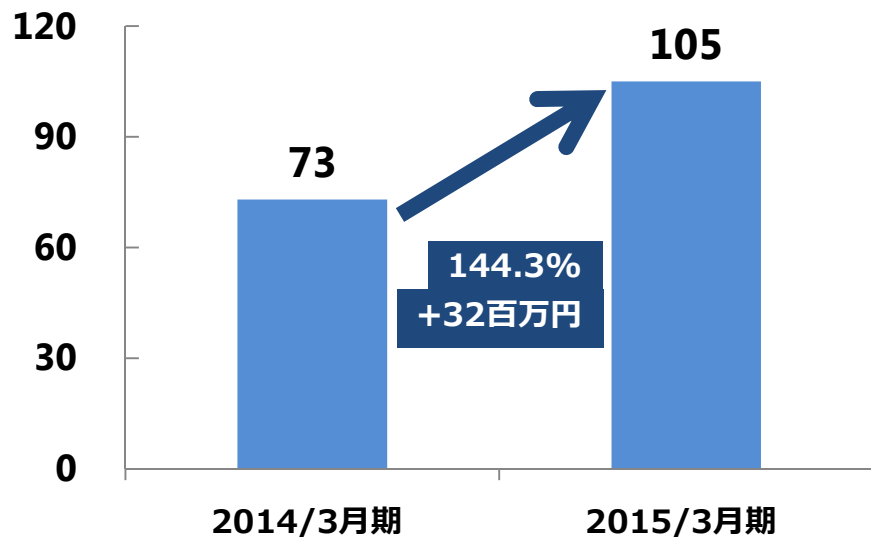


# セグメント別：写真スタジオ事業売上高・経常利益 AOI Pro.

- 2ヶ店の新規出店もあり、売上高は増加したが、出店時の経費負担により損失額は増加
- 今期は大型商業施設への出店も計画しており、経費負担が先行するものの、来期は黒字化の見込

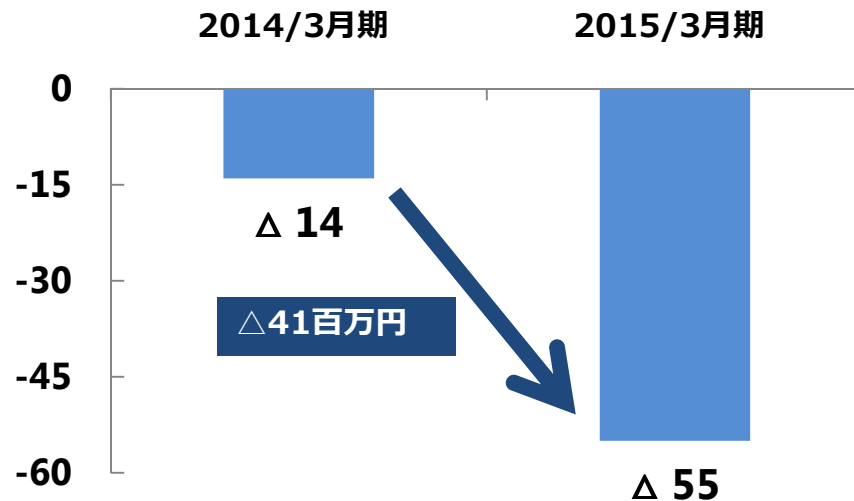
## セグメント別：写真スタジオ事業売上高

(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)

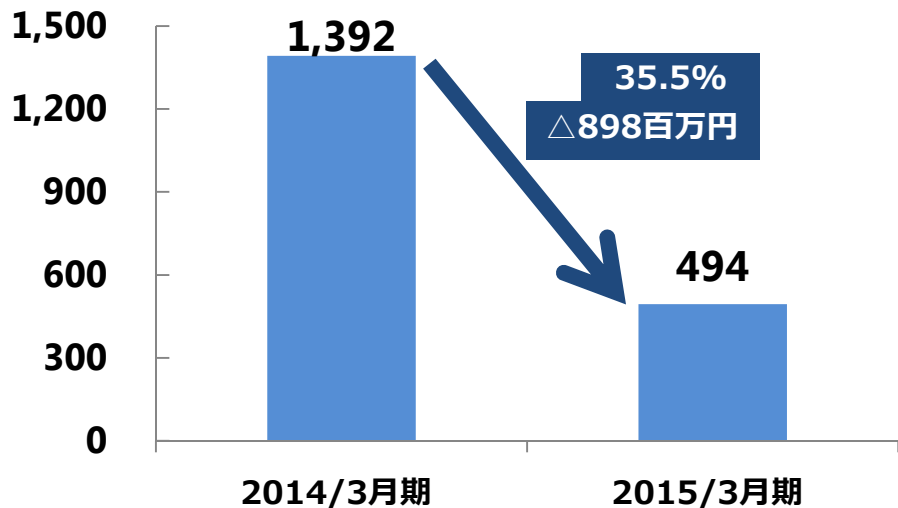


# セグメント別：メディア関連事業売上高・経常利益 AOI Pro.

- 2014年10月事業譲渡を行い、2015年1月には解散を決定、清算手続き中
- 本セグメントは今期廃止

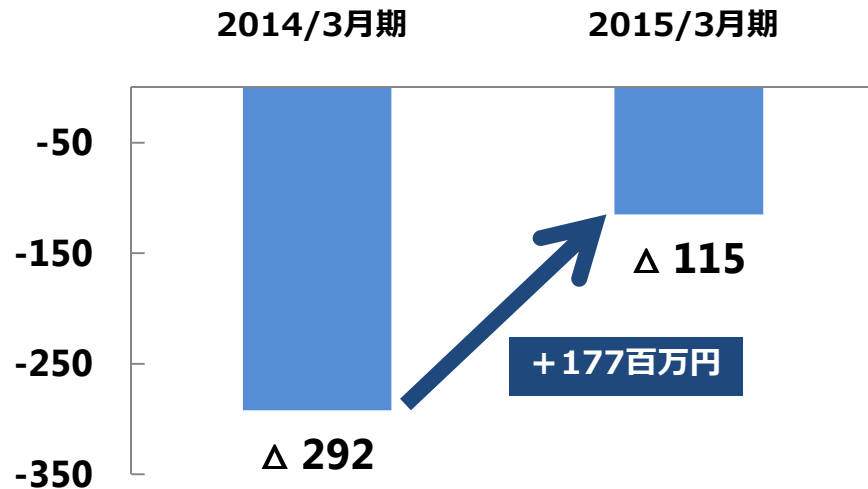
## セグメント別：メディア関連事業売上高

(単位：百万円)



## セグメント別：メディア関連事業経常利益

(単位：百万円)



1. 連結決算概要
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2019への取組み状況

# 連結業績予想（通期）

- 広告需要は引き続き増加傾向。CMを中心とする広告映像制作の売上也堅調に推移
- デジタル領域や海外拠点の増強にも注力
- 利益面では、メディア関連事業の損失計上がなくなる一方で、中期経営計画2019に基づく戦略的投資も積極的に行う

(単位：百万円、%)

|         | 2015/3月期 | 2016/3月期 | 前期比   |        |
|---------|----------|----------|-------|--------|
|         | 実績       | 予想       | 増減額   | (%)    |
| 売上高     | 28,817   | 30,000   | 1,183 | 104.1% |
| 営業利益    | 1,952    | 2,200    | 248   | 112.7% |
| (営業利益率) | 6.8%     | 7.3%     |       |        |
| 経常利益    | 1,939    | 2,150    | 211   | 110.8% |
| 当期純利益   | 1,238    | 1,000    | △ 238 | 80.7%  |

過去最高を更新

前期に一時的なプラス要因があり、マイナス予想

1. 連結決算概要
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2019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、株主の皆様積極的に、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〉

- 2015/3月期（予定）

|      |            |     |
|------|------------|-----|
| 普通株式 | 1株当たり年間配当金 | 24円 |
|      | うち中間配当     | 7円  |

- 2016/3月期（予想） 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)  
 取得機関：2015年3月3日～9月30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       | 予定       | 予想       |
| 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%    |

# 株主優待制度 (2014年8月新設)

## 〈内容〉

### ① QUOカード贈呈

当社株式保有株数に応じてオリジナルQUOカードを贈呈いたします。

| 保有株数     | QUOカード   |
|----------|----------|
| 500株以上   | 2,000円分  |
| 2,000株以上 | 5,000円分  |
| 5,000株以上 | 10,000円分 |

### ② 撮影付オリジナル写真集の作成

ご応募いただいた優待対象の株主様の中から、抽選により10名の株主様にオリジナルの写真集を作成いたします。AOI Pro.グループの(株)ホリーホックが、株主様ご本人とご家族またはご友人と一緒に写真撮影を行い、オリジナル写真集にしてお渡しいたします。



オリジナル写真集

## 〈株主優待対象者〉

毎年9月30日現在の当社株主名簿に記載または記録された5単元(500株)以上保有されている株主様を対象といたします。

(①は優待対象の方全員、②はご応募された方の中から抽選で10名様)

1. 連結決算概要
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2019への取組み状況**



## 外部環境の変化

### メディアの多様化

4マス<sup>※</sup> + インターネットを中心  
としたデジタルメディア

※4マスメディア=TV,新聞,雑誌,ラジオ

### デバイスの多様化

TV + スマートフォン,タブレット,  
デジタルサイネージ 等

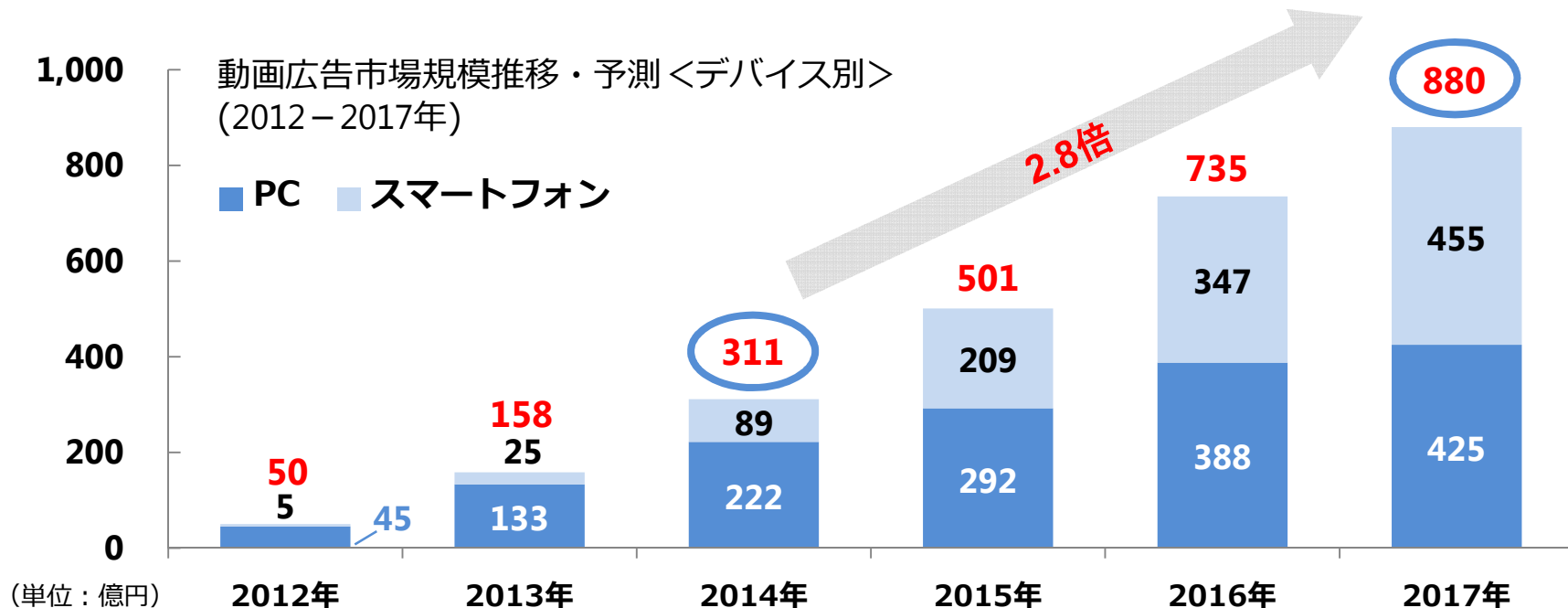
## 広告市場動向

1. 日本の総広告費は3年連続で増加し、成長軌道へ TVCM制作費も増加  
(2014年 2,170億円 前年比**1.1%増**)
2. インターネット広告費は2005年以降  
継続して増加  
インターネット広告制作費も増加  
(2014年 2,274億円 前年比**4.4%増**)
3. 世界の総広告費 (2014年~2017年)  
毎年+4%、アジアは毎年+5%  
(1,2:電通、3:eMarkter等の発表より当社調べ)

- 広告市場は引き続き拡大傾向にあり、TVCMなど映像制作マーケットも堅調に推移
- 一方、デバイスの多様化により、インターネットを中心に映像に対するニーズは高まっている

# 動画広告市場の動向

- 動画広告市場は、2017年には2014年の2.8倍、880億円規模の市場と急拡大
- 配信先はスマートフォンのシェアが拡大



〈サイバーエージェント / シード・プランニング調べ〉  
Copyright © CyberAgent, Inc. All Rights Reserved.

# 環境と市場を踏まえたこれまでの取組み

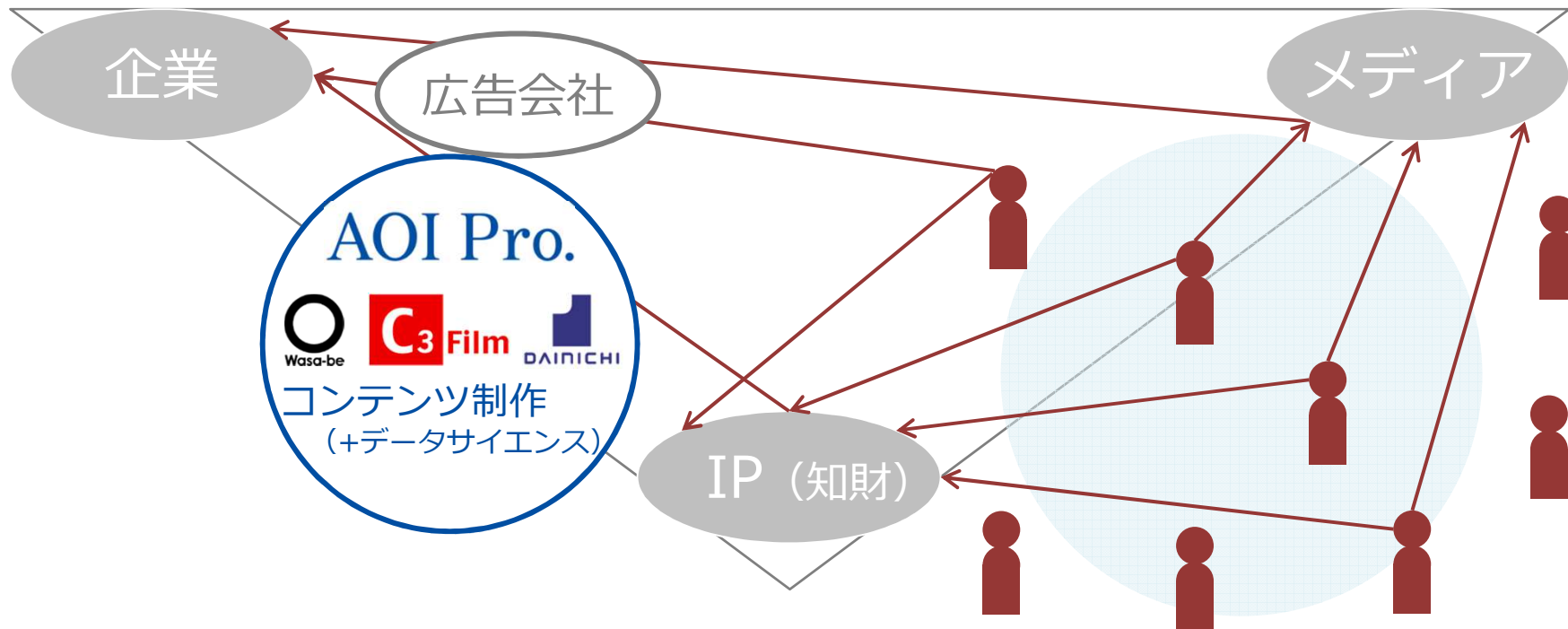
AOI Pro.

- M&Aを通じたデジタル部門の再編・強化
- TVCMおよびWEB動画の制作事業 × (動画) コンテンツマーケティング事業の強化



# 新たな強みの創造 - 背景

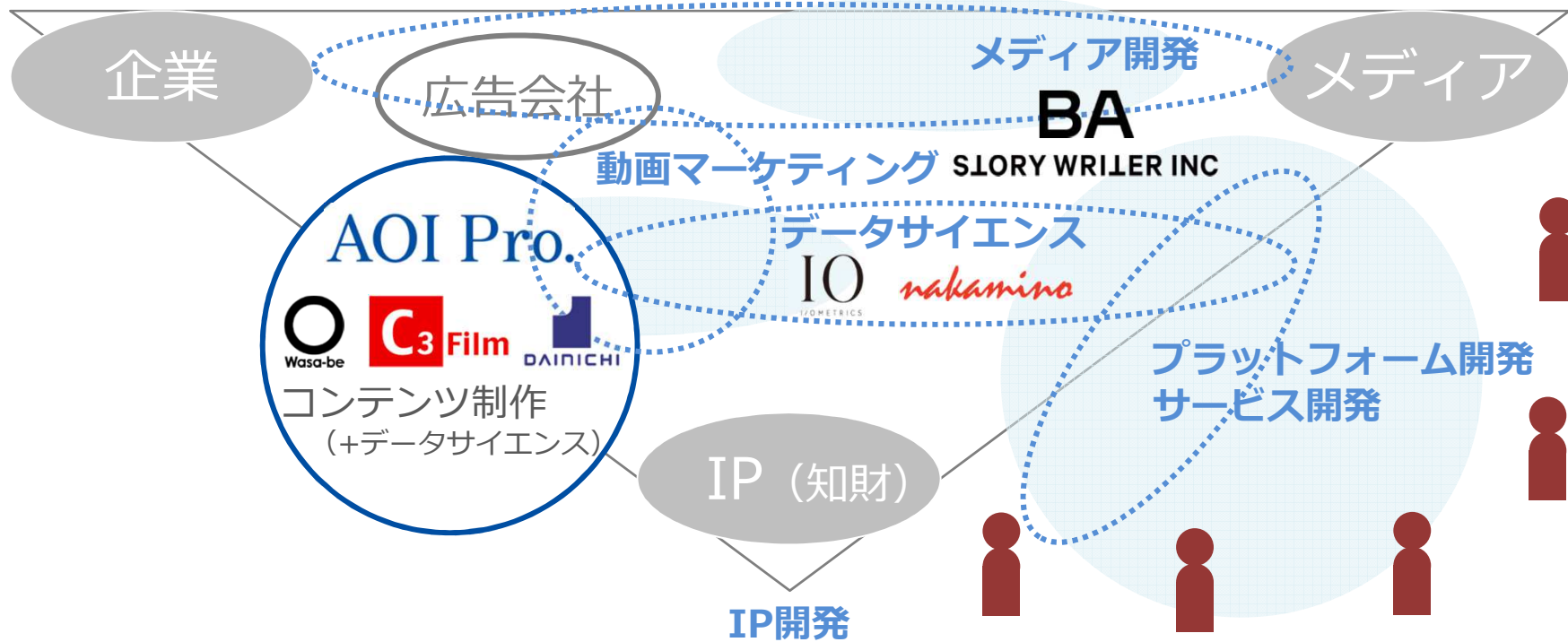
- 個人が様々なデバイスを通じて商品にもコンテンツにも「自由」に触れられる時代に
- 企業のコミュニケーション活動の「領域」と「手段」も、より直接的に変化してきた



# 新たな強みの創造 - 新領域への拡大

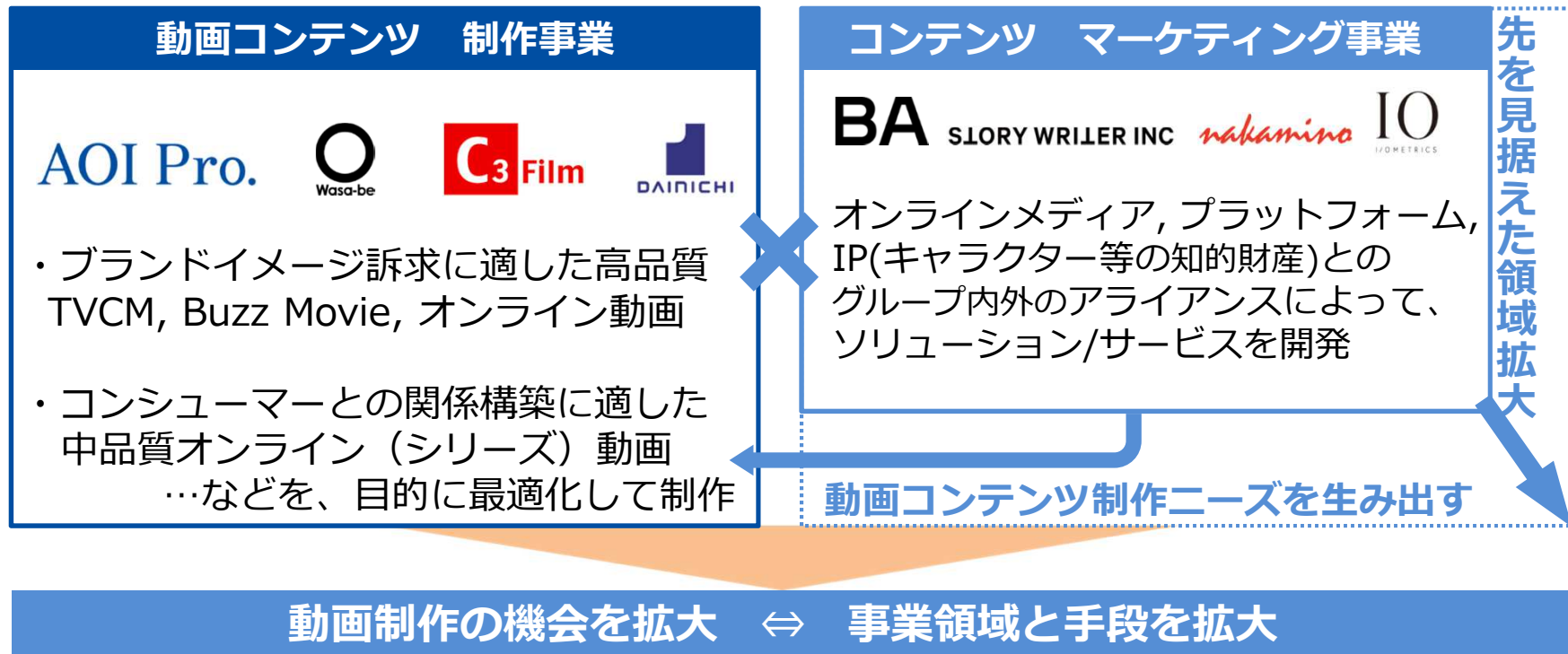
AOI Pro.

- 「個人」「IP（キャラクターなどの知的財産）」「メディア」が直接絡み合う領域に事業を拡大し、「そこで得られる行動データを扱うビジネス」への布石を打つ



# 新たな強みの創造 - まとめ

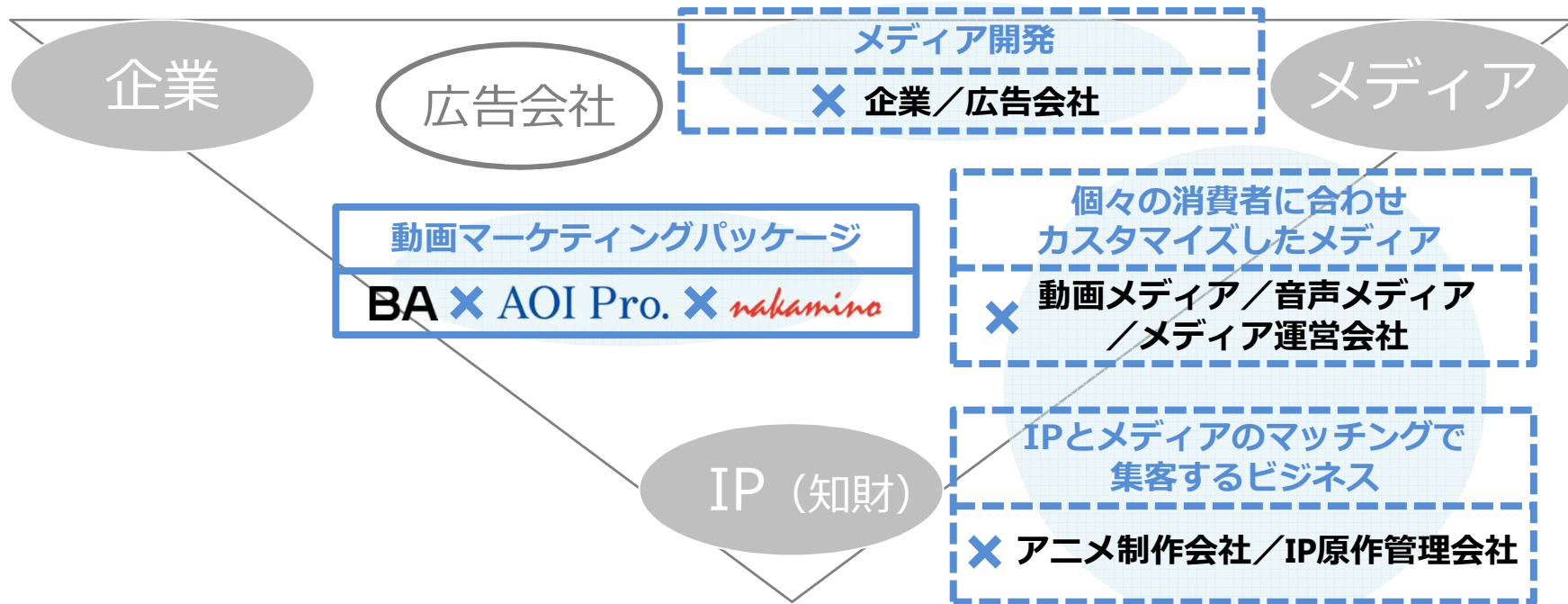
- 「TVCMおよびWEB動画制作事業」 × 「コンテンツマーケティング事業」 関連する2つの事業領域を同時に扱うことで、継続して相乗効果を創出し、独自の強みとする

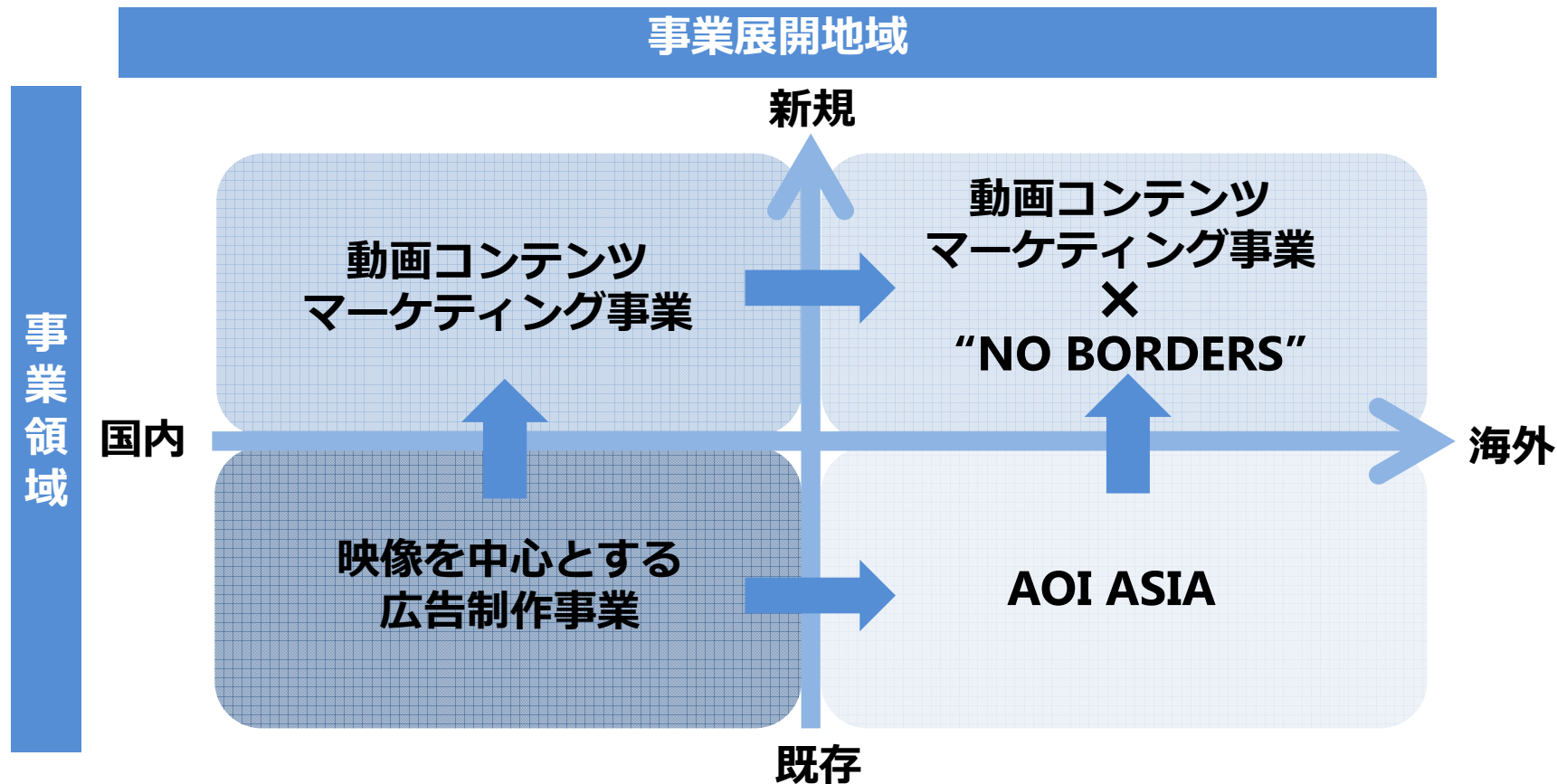


# 新たな強みの創造 - 具体的実績と計画

AOI Pro.

- 「コンサルと企画制作をパッケージした動画マーケティングサービス」を6月ローンチ予定
- 「メディア開発」「IP×メディアサービス開発」をグループ内外アライアンスで着手

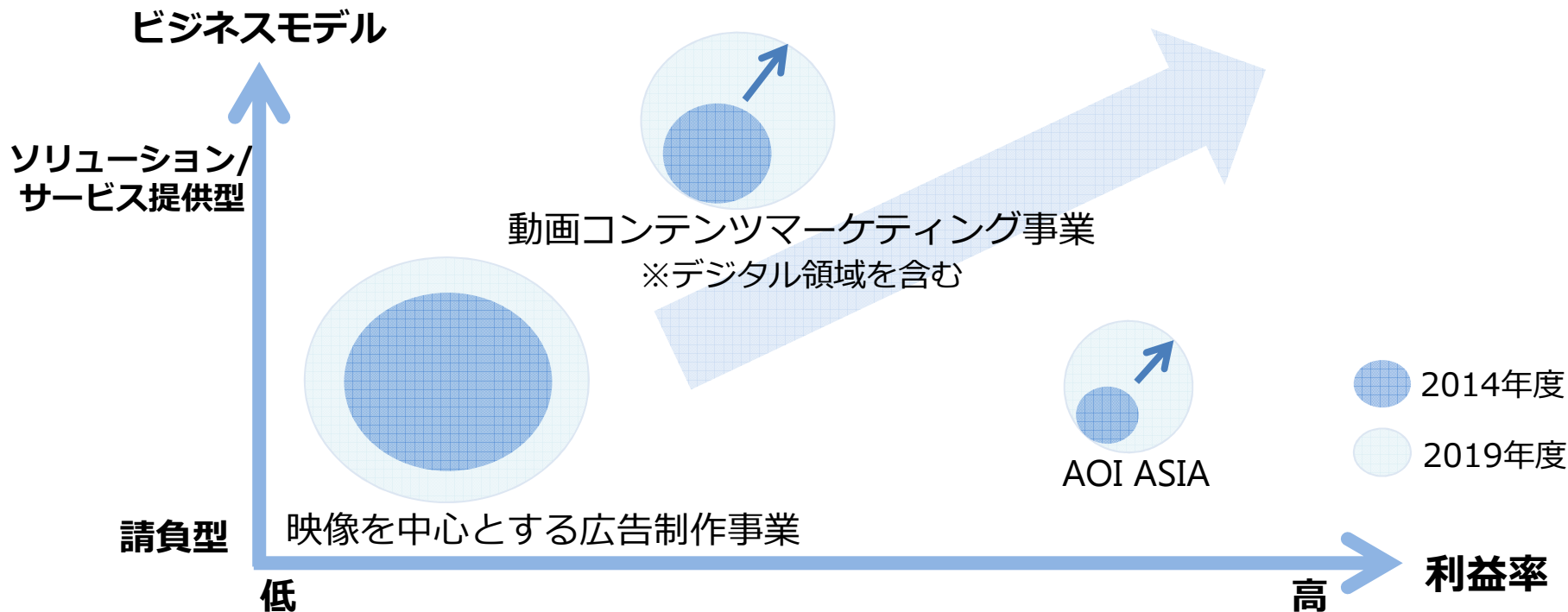




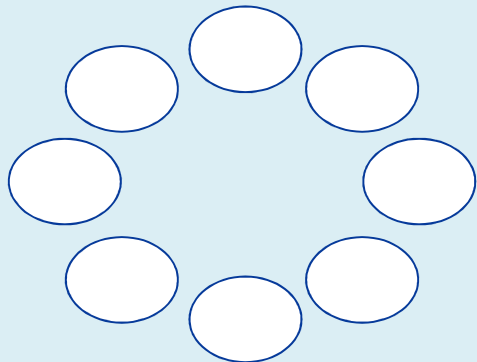


# 成長イメージ ②

- 既存の映像を中心とする広告制作事業に加え、より利益率の高いソリューション提供型のビジネスモデルも拡大



多様なアライアンスパートナーの  
最先端データ技術/マーケティングカ



AOI Pro.グループの  
映像を中心とするソリューション

## AOI Pro.

|   |  |   |  |   |
|---|--|---|--|---|
| <br>Media Garden | <br>DIGITAL GARDEN INC. | <br>Wasabi           | <br>Mz planning | <br>Scratch  |
| <br>C3 Film      | <br>hollycheck          | <br>tko              | <br>BA          | <br>aoi asia |
| <br>Land Ahoy    | <br>DAINICHI            | <br>STORY WRITER INC | <br>nahamino    |   |



CREATIVE ALLIANCE  
**AOI Pro.**

| 指標          | 目標<br>(2020年3月期) |
|-------------|------------------|
| 連結<br>売上高   | <b>500億円</b>     |
| 連結<br>営業利益率 | <b>10.0%</b>     |
| 連結<br>ROE   | <b>12.0%以上</b>   |

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。