

# 2014年3月期（第51期）決算説明会

---

2014年7月

株式会社 AOI Pro.

*Creative Native*

**AOI Pro.**

## 1. 2013年度実績

- ・売上高推移
- ・連結決算概要(グラフ)
- ・連結決算概要(表)
- ・事業領域
- ・セグメント別：広告制作事業
- ・単体(AOI Pro.)決算概要
  - 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]
- ・セグメント別：写真スタジオ事業
- ・セグメント別：メディア関連事業

## 2. 2014年度予想

- ・連結業績予想(グラフ)
- ・連結業績予想(表)
- ・中期経営計画連結指標の達成状況

## 3. 事業環境と中期経営計画における重点戦略分野の進展

- ・競合環境
- ・AOI Pro.の強み
- ・受賞
- ・外部環境の変化
- ・広告市場動向
- ・中計への取組みを通じた新たな強みの創造
  - ーデジタル部門の再編・強化
  - ーグローバルなネットワークの構築
- ・当社グループの業績成長要因

ご参考：広告需要動向と広告制作事業の売上推移

## 4. 株主還元

- ・配当政策の方針

**1. 2013年度実績**

2. 2014年度予想

3. 事業環境と中期経営計画における  
重点戦略分野の進展

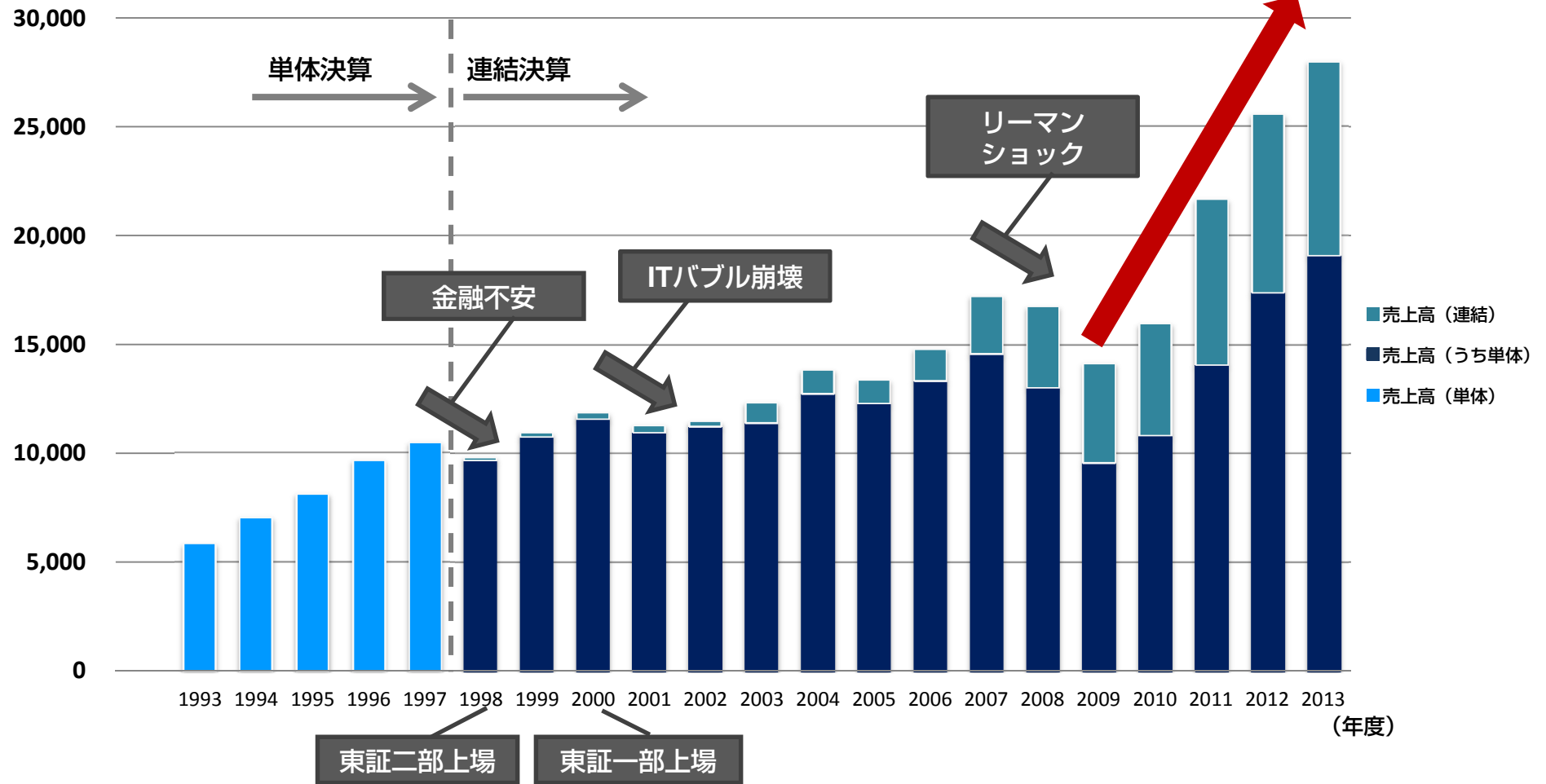
4. 株主還元

# 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

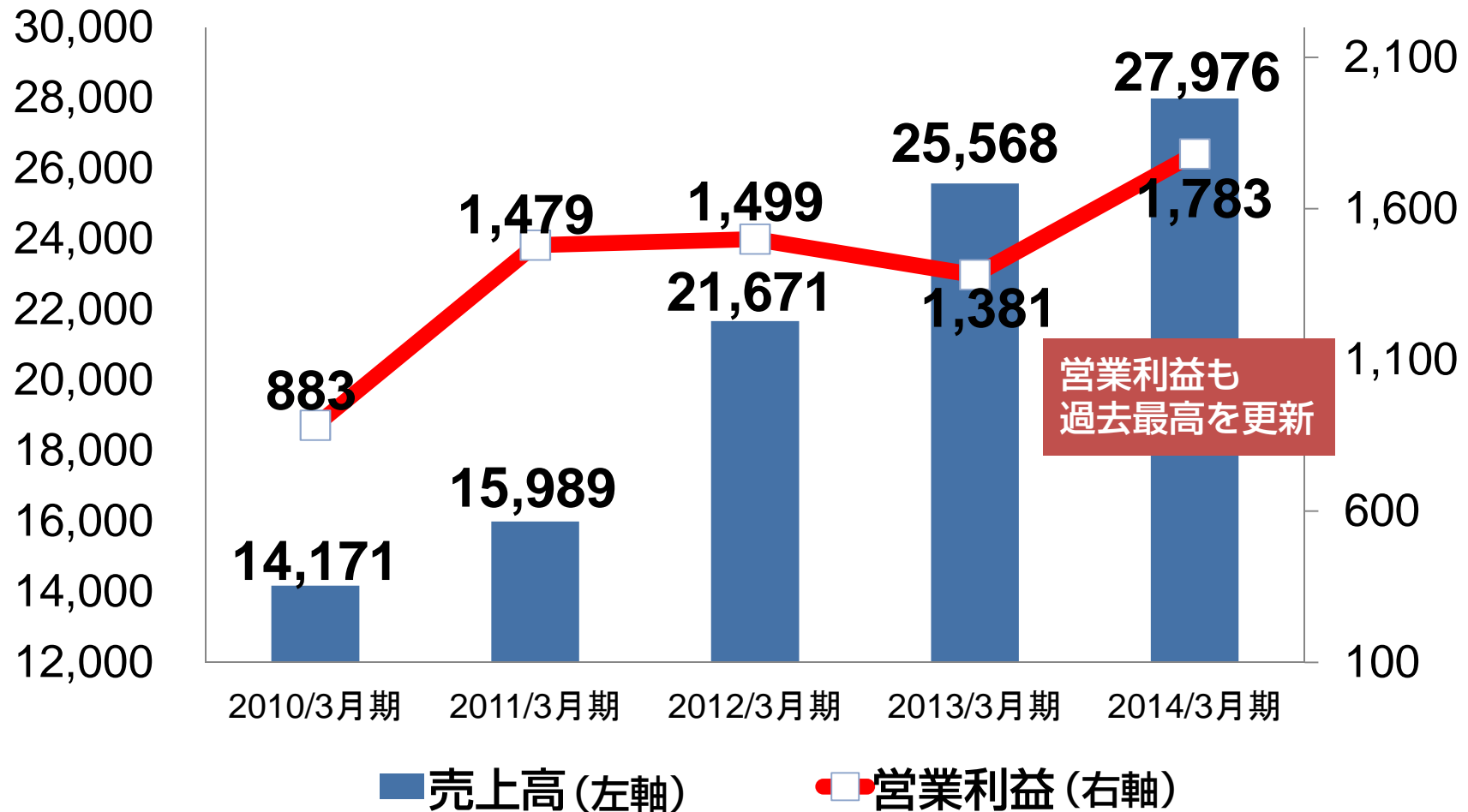
・ 3期連続で過去最高を更新  
・ リーマンショック直後の  
ほぼ倍の水準に

(単位：百万円)



## 売上高と営業利益の推移

(単位：百万円)



# 連結決算概要

AOI Pro.

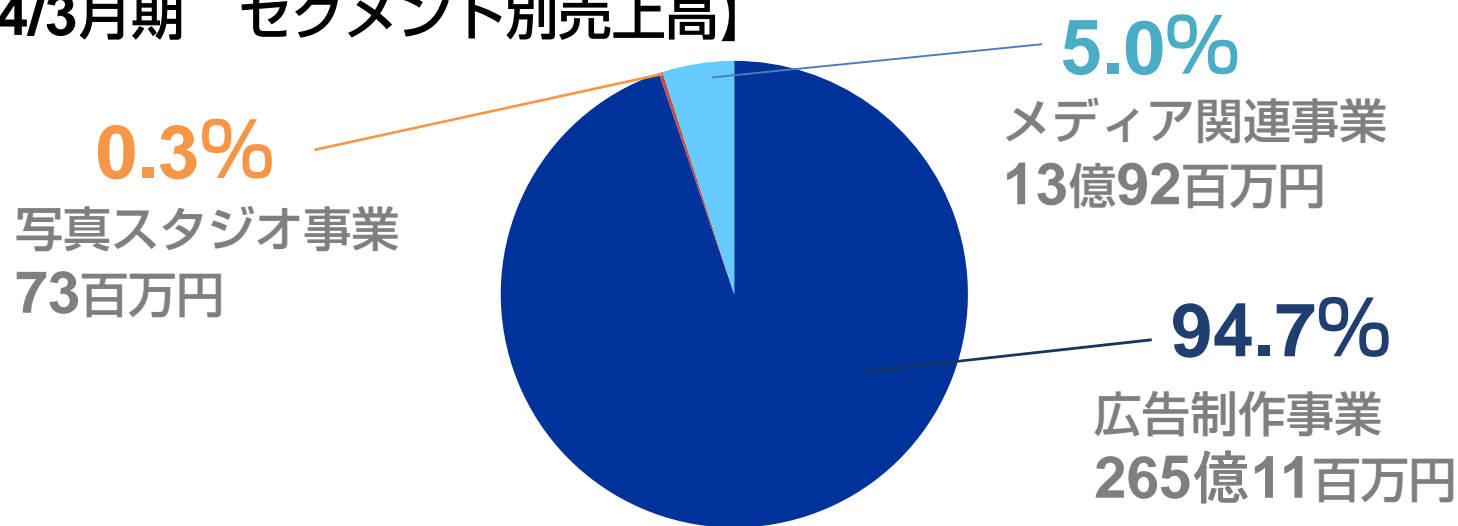
- 主力の広告制作事業において、売上高・利益ともに大きく増加したことから、売上高・営業利益・経常利益が過去最高を更新し、当期純利益も前期比倍増
- 業績予想対比では、売上高は上回ったものの、利益面では一部のグループ会社が減益となったため、90%前後の水準

(単位：百万円、%)	2013/3月期実績		2014/3月期実績		前期比		期初業績予想	達成率
	売上高比	売上高比	増減額	(%)	増減額	(%)		
売上高	25,568	100.0%	27,976	100.0%	2,408	9.4%	26,500	105.6%
※ 売上原価	21,052	82.3%	22,744	81.3%	1,692	8.0%		
売上総利益	4,515	17.7%	5,232	18.7%	717	15.9%		
販管費	3,133	12.3%	3,449	12.3%	316	10.1%		
営業利益	1,381	5.4%	1,783	6.4%	402	29.0%	1,900	93.8%
経常利益	1,383	5.4%	1,704	6.1%	321	23.2%	1,850	92.1%
税引前利益	1,282	5.0%	1,698	6.1%	416	32.4%		
当期純利益	310	1.2%	645	2.3%	335	107.7%	750	86.0%

※返品調整引当金考慮後

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

【2014/3月期 セグメント別売上高】

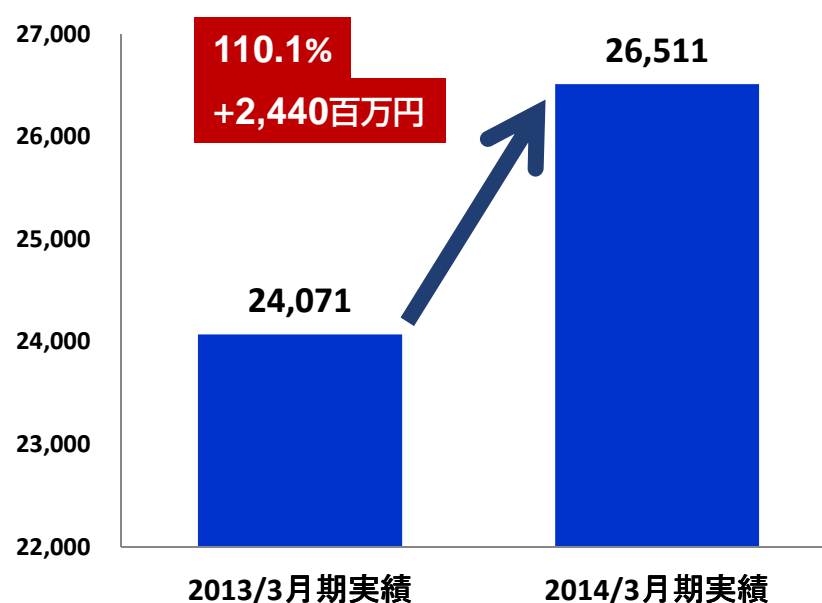


# セグメント別：広告制作事業売上高・経常利益 AOI Pro.

- グループ全体を挙げた営業体制強化、中期経営計画に基づくデジタル部門の強化及びアジアを中心とするグローバル展開等新たな取組みにより、デジタル関連や海外拠点の売上が増加するとともに、主力の国内CM制作売上が増加
- 利益面では、売上高の増加に加え、当社単体(AOI Pro.)における事業規模拡大に応じた人員増や、新たな取組みに伴う先行的費用等の支出増が一服したことから、前期比増収増益に

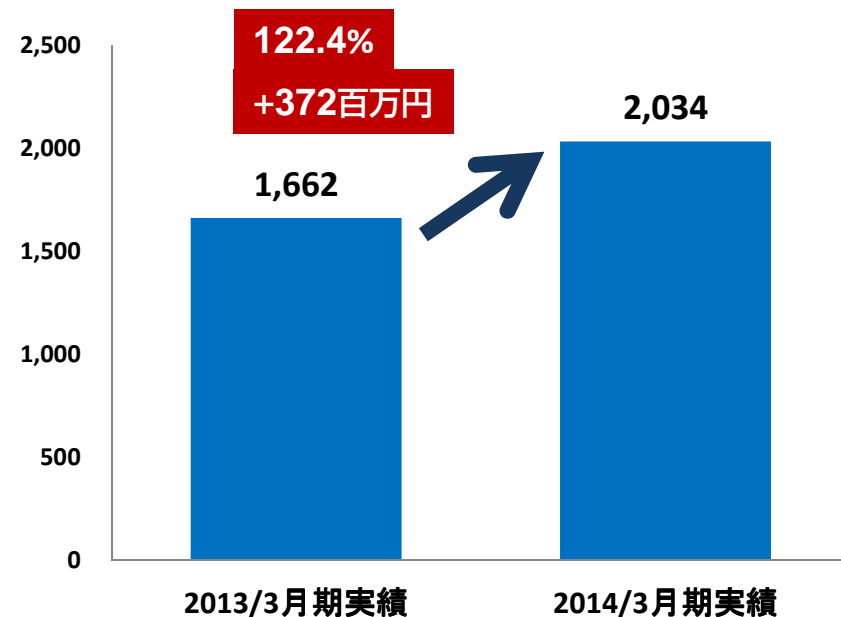
セグメント別：広告制作事業売上高

(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)





# 単体(AOI Pro.)決算概要

AOI Pro.

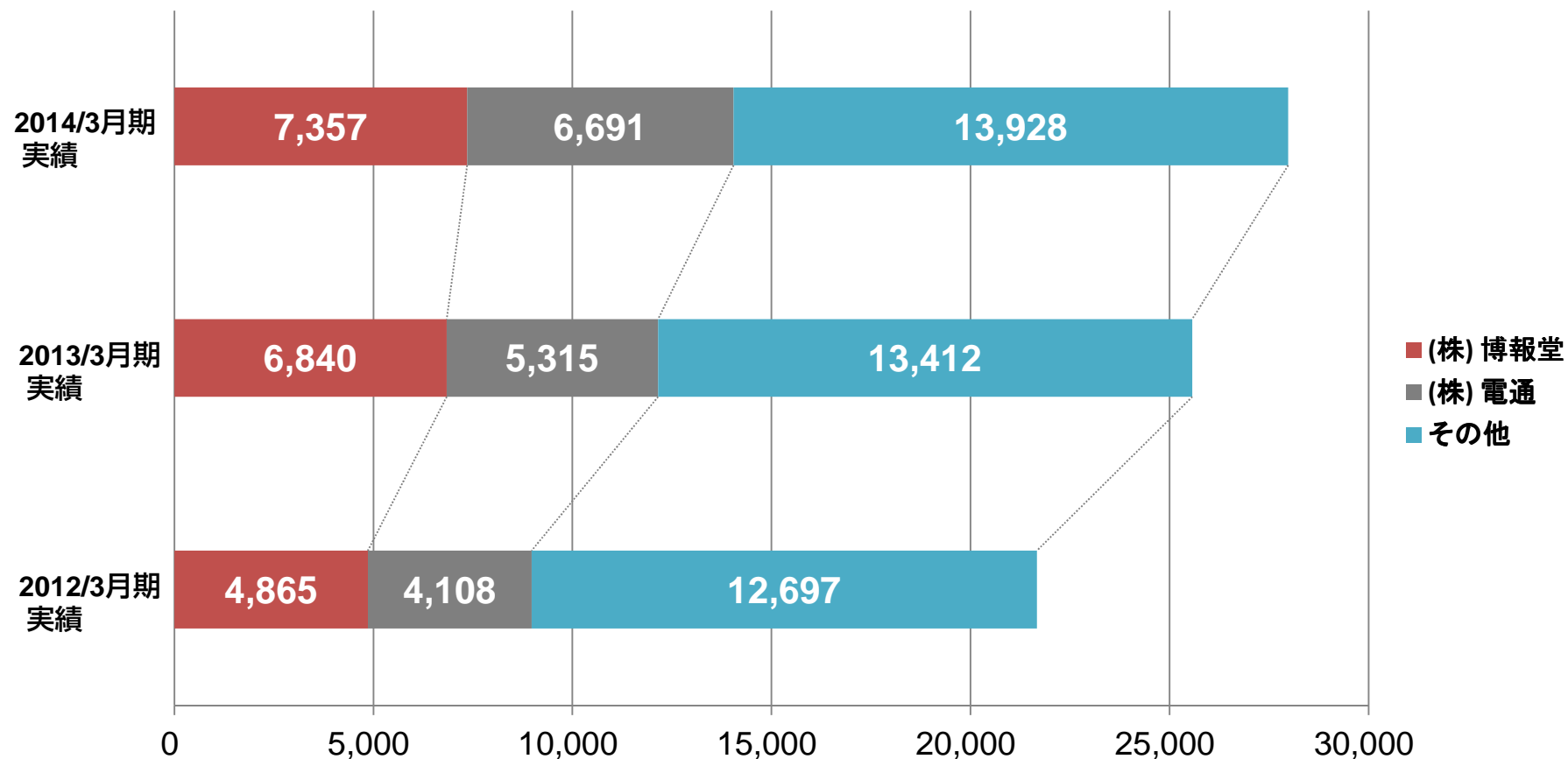
- 主力のCM作品に加え、WEB動画や映画・番組等の映像作品の売上高増加
- 売上原価コントロールのポイントである売上高比制作原価率は、ほぼ前期と同じ水準
- 労務費・人件費・経費は売上原価と販管費の合算で、ほぼ前期と同額に抑制
- 結果として、売上高・営業利益・経常利益が過去最高を更新

(単位：百万円、%)	2013/3月実績		2014/3月期実績		前期比		期初業績予想	達成率
	売上高比	売上高比	増減額	(%)	増減額	(%)		
売上高	17,400	100.0%	19,090	100.0%	1,690	9.7%	18,000	106.1%
売上原価	14,920	85.7%	15,960	83.6%	1,040	7.0%		
当期制作原価	11,707	67.3%	12,876	67.4%	1,169	10.0%		
労務費	2,414	13.9%	2,372	12.4%	-42	△1.7%		
経費	799	4.6%	712	3.7%	-87	△10.9%		
売上総利益	2,479	14.2%	3,129	16.4%	650	26.2%		
販管費	1,622	9.3%	1,751	9.2%	129	7.9%		
人件費	837	4.8%	937	4.9%	100	11.9%		
経費	785	4.5%	814	4.3%	29	3.7%		
営業利益	857	4.9%	1,378	7.2%	521	60.8%	1,260	109.4%
経常利益	948	5.4%	1,455	7.6%	507	53.5%	1,300	112.0%
税引前利益	639	3.7%	1,215	6.4%	576	90.2%		
当期純利益	167	1.0%	536	2.8%	369	220.8%	640	83.8%

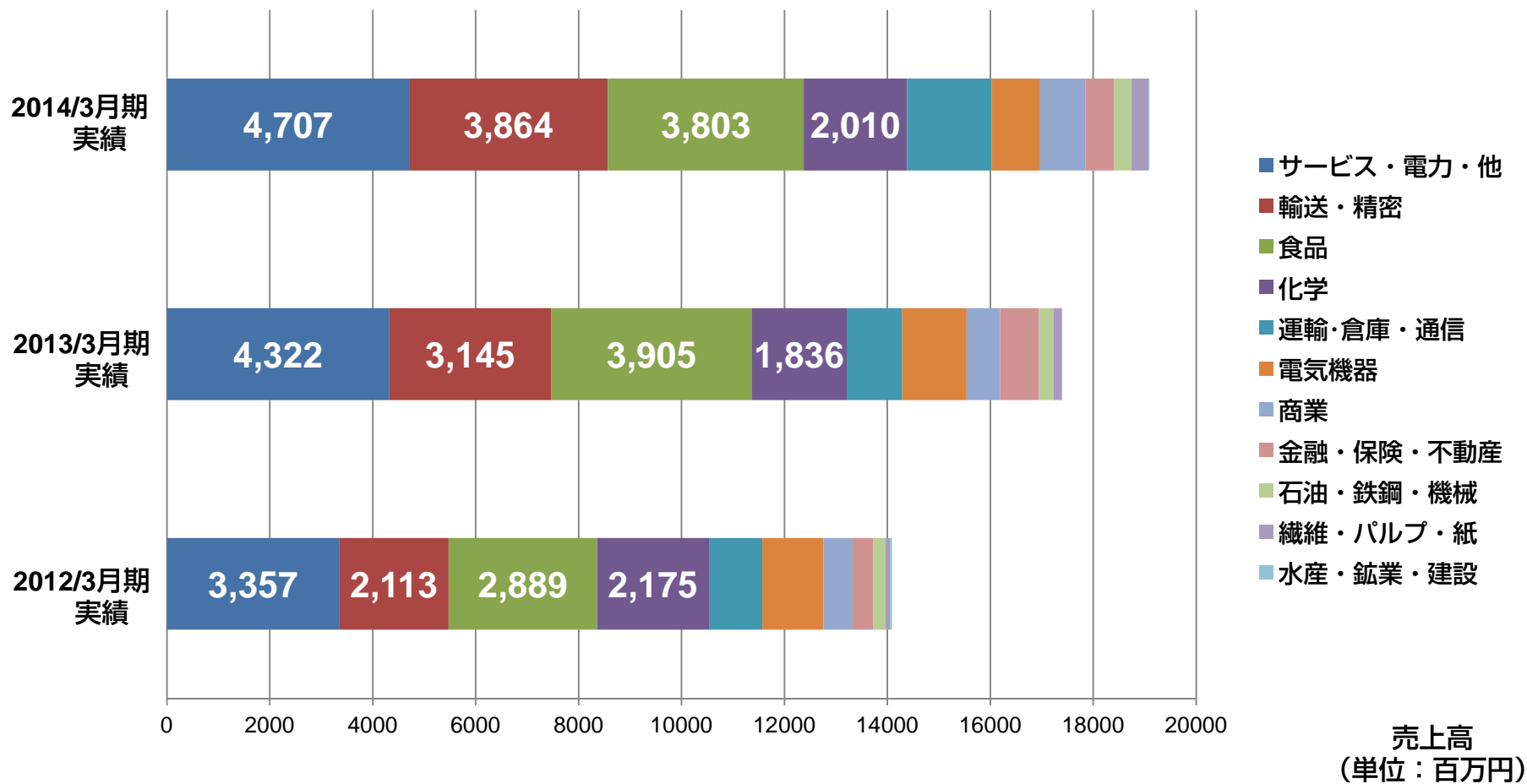
# 顧客別売上高の推移 [連結]

- 主力のCM制作売上の伸びにより、博報堂・電通ともにこの2年間で売上が1.5倍以上に
- ビジネス領域の拡大によりその他売上高も増加

売上高  
(単位：百万円)



# 広告主の業種別売上高の推移 [単体] AOI Pro.



# セグメント別：写真スタジオ事業

AOI Pro.

## 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



**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



写真データ&ブック

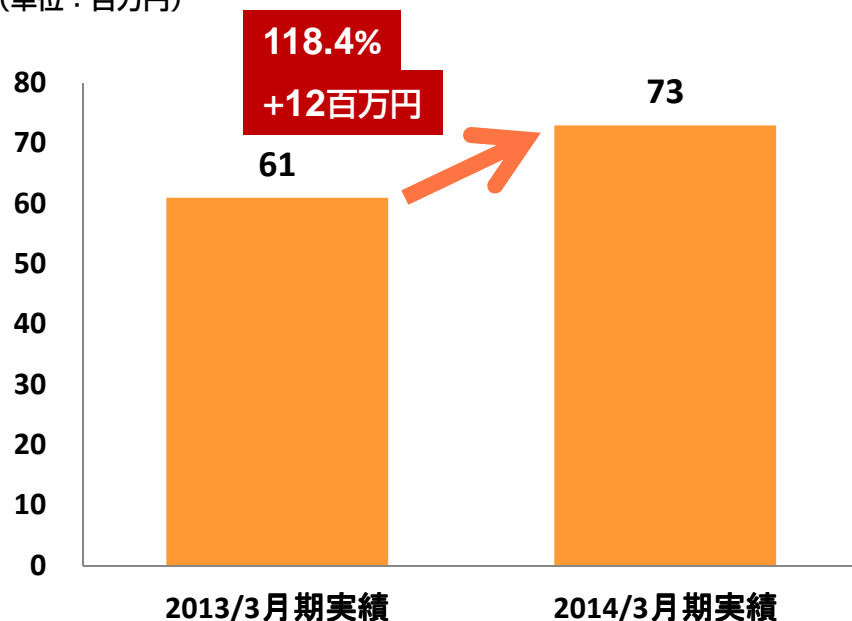


# セグメント別：写真スタジオ事業売上高・経常利益 AOI Pro.

- 認知度の向上や他企業とのタイアップ撮影等により、売上高が増加、損失額も減少
- 本年4月には横浜ベイクォーターに第3号店をオープン。新商品の投入等により、売上の増強を図る

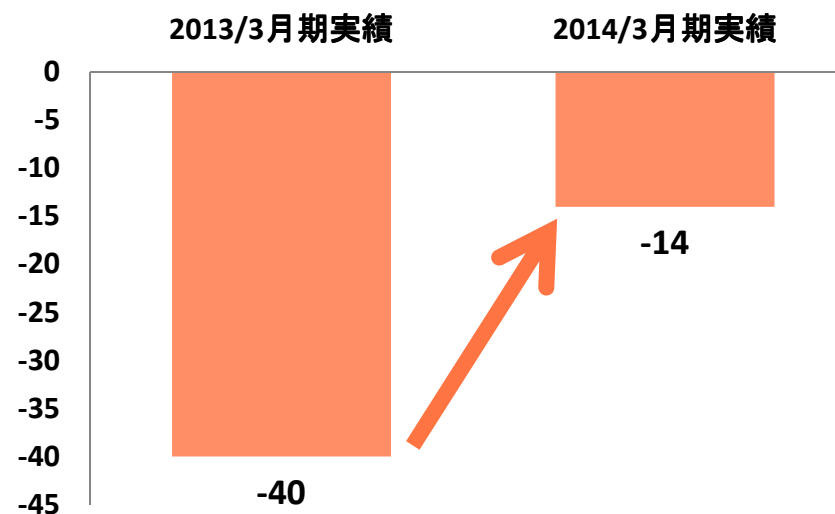
## セグメント別：写真スタジオ事業売上高

(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

AOI Pro.



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



AOI Pro.

- ・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<sup>※</sup>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

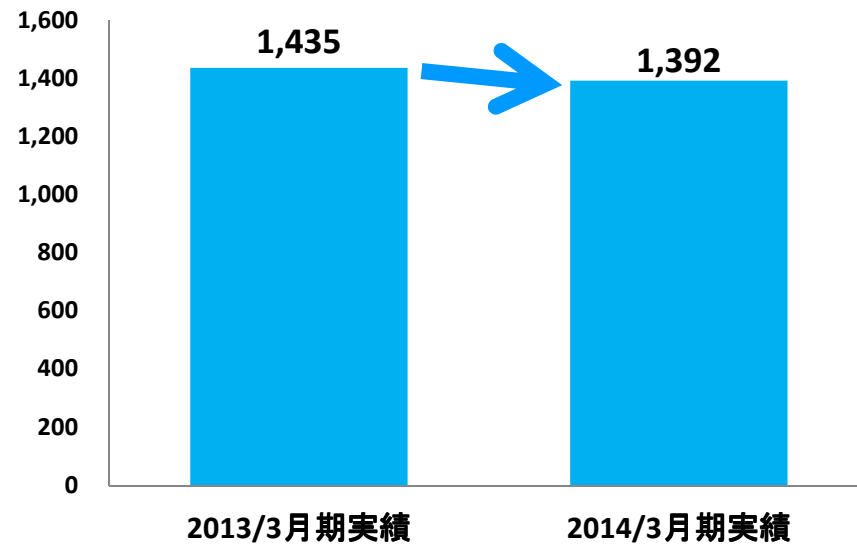


# セグメント別：メディア関連事業売上高・経常利益 AOI Pro.

- 雑誌売上の減少やオンライン事業立上げに伴うコスト増加により、損失額が増加
- 今期は、コスト構造の全面的な見直しにより、雑誌の制作費や人件費等の大幅な削減を行う一方で、オンラインメディアにおける広告収入等の増強を図り、収益状況を改善させる計画

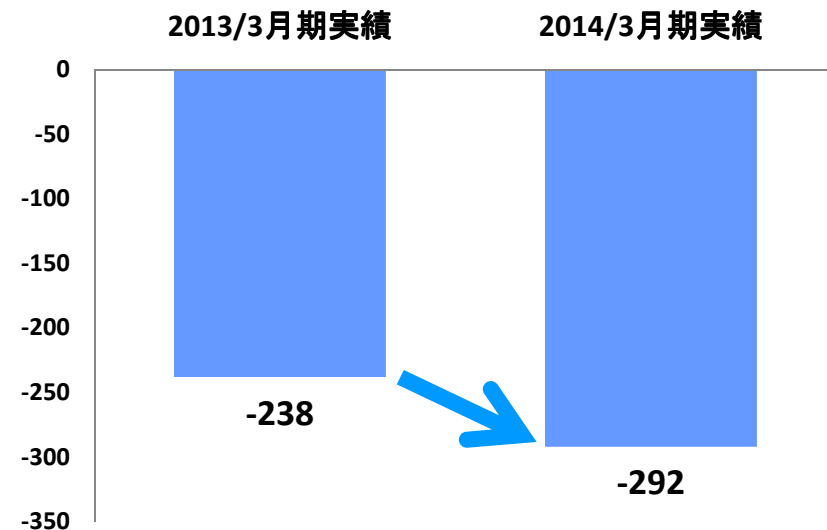
セグメント別：メディア関連事業売上高

(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. 2013年度実績

2. 2014年度予想

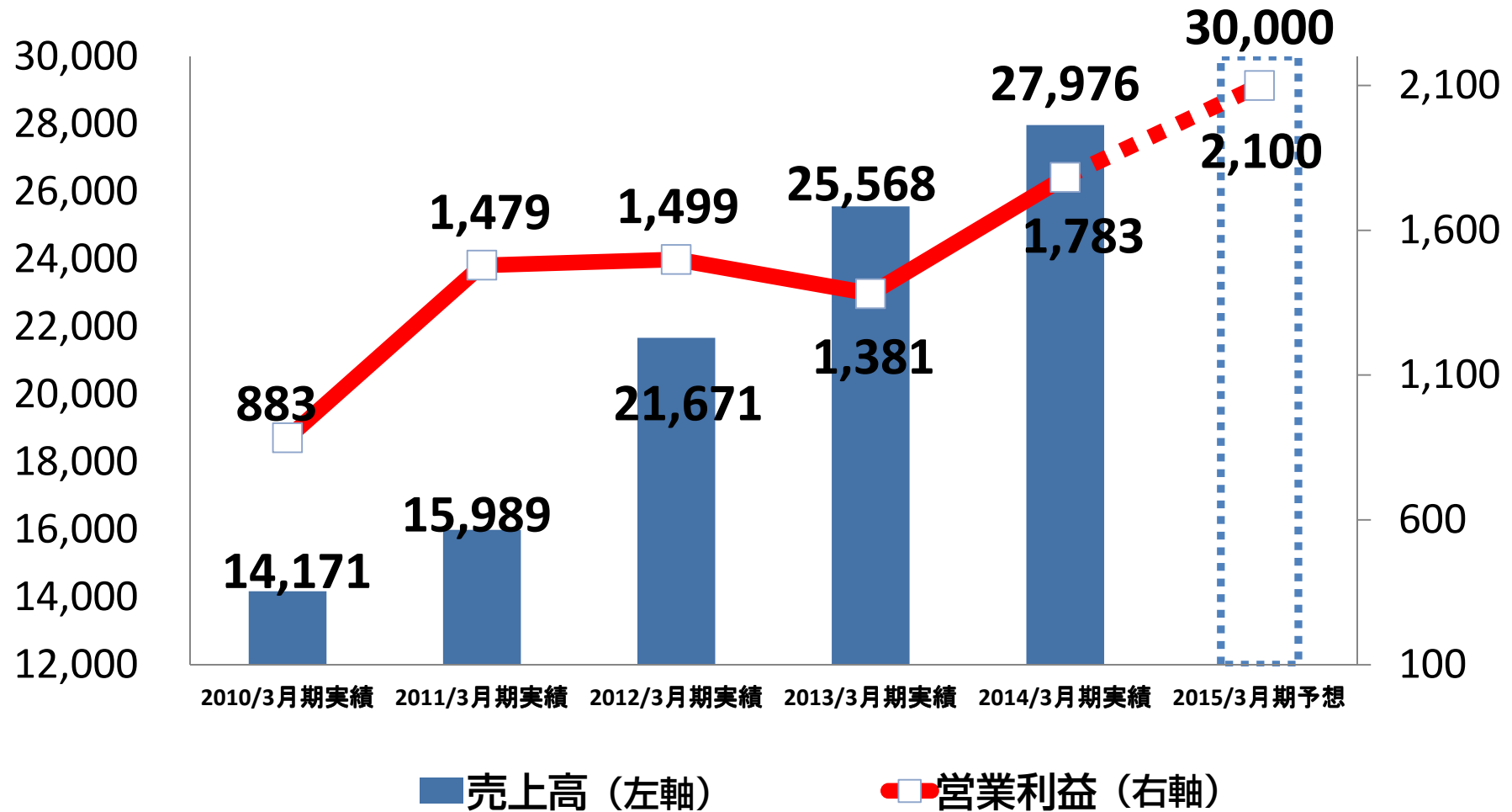
3. 事業環境と中期経営計画における  
重点戦略分野の進展

4. 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）

- 広告需要は引き続き、好調を維持
- 加えて、中期経営計画に基づき強化してきたデジタル部門やアジア各拠点の売上増加を見込めることから、主力である広告制作事業の売上高が引き続き堅調に推移
- メディア関連の収益状況も改善する見通し
- 結果として、売上高・利益ともに過去最高を更新する業績予想

(単位：百万円、%)	2014/3月期実績		2015/3月期予想		前期比増減額		前期比増減率(%)	
	連結	単体	連結	単体	連結	単体	連結	単体
売上高	27,976	19,090	30,000	20,000	2,024	910	7.2%	4.8%
営業利益 (営業利益率)	1,783 (6.4%)	1,378	2,100 (7.0%)	1,470	317	92	17.8%	6.6%
経常利益	1,704	1,455	2,000	1,510	296	55	17.4%	3.7%
当期純利益	645	536	900	830	255	294	39.5%	54.8%

# 中期経営計画連結指標の達成状況

AOI Pro.

指標	目標	2014年3月期 実績	2015年3月期 予想
連結 売上高	<b>300億円</b> (2017/3月期)	<b>279億円</b>	<b>300億円</b> (2年前倒し)
連結 営業利益率	<b>9.5%</b> (2015/3月期)	<b>6.4%</b>	<b>7.0%</b>
連結 ROE	<b>10.0%</b> (2015/3月期)	<b>6.5%</b>	<b>8.6%</b>

1. 2013年度実績
2. 2014年度予想
- 3. 事業環境と中期経営計画における  
重点戦略分野の進展**
4. 株主還元

## 【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93社\* (2014年4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



設立来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

## 2013年 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)

### ➡ クリエイティブ力強化の結果

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」

メディアの  
多様化

4マス<sup>※</sup> →

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



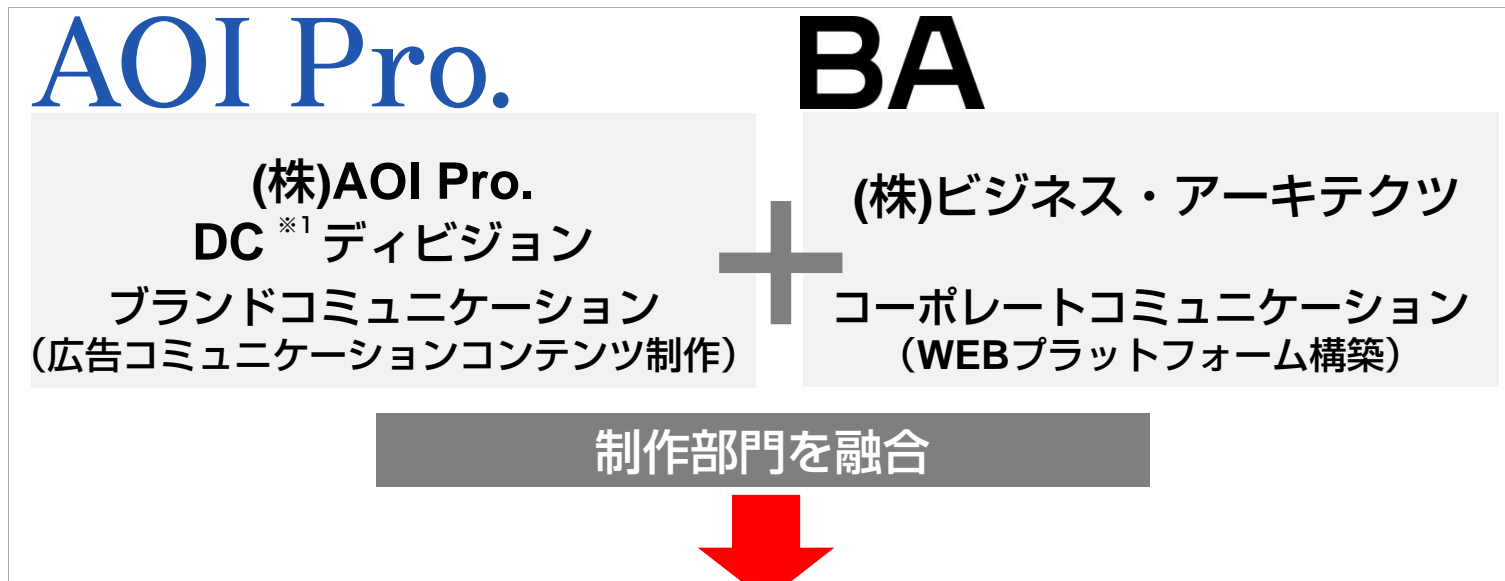
1. 日本の総広告費は2年連続で増加、成長軌道へ  
TV広告の影響力は引き続き大きく、TVCM制作費も増加  
(2013年7.9%増)
2. インターネット広告では動画を活用した運用型広告も急伸  
インターネット広告制作費も増加 (2013年6.2%増)
3. 世界の総広告費は2014年～2017年 毎年4%増加予想  
※アジアは 同 毎年5%増加予想

(電通、eMarkter等の発表より当社調べ)

# 中計への取組みを通じた新たな強みの創造 AOI Pro.

## 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、昨年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



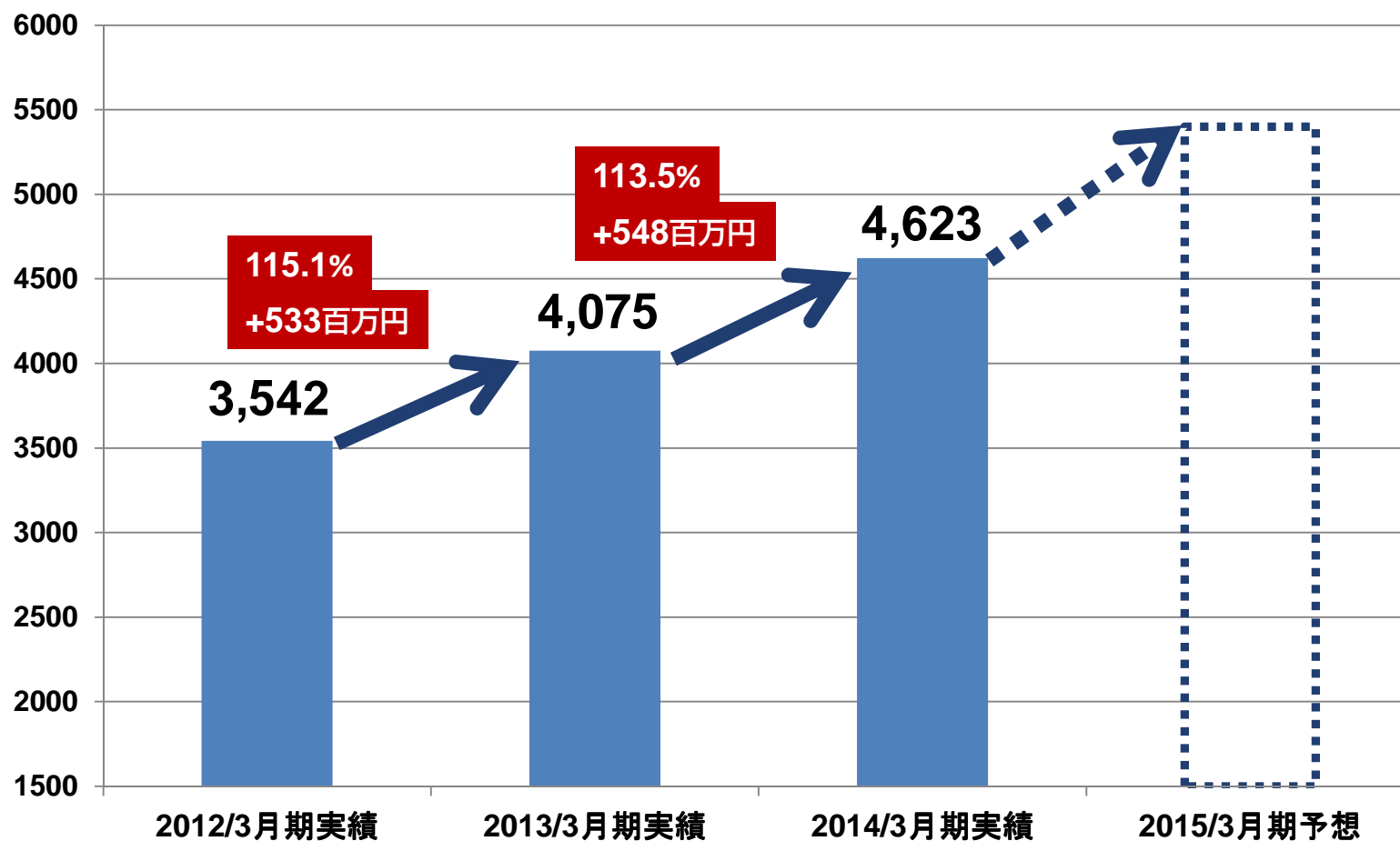
※1 DC=デジタルクリエイション

※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

## 「CM作品以外の映像・WEB制作等」の連結売上高推移 AOI Pro.

- デジタル部門の再編・強化によりWEB動画制作を含むデジタル関連売上が増加
- 映画製作や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、AOI Pro.ブランドの認知度が向上

(単位：百万円)



# 「CM作品以外の映像・WEB制作等」 作品の紹介AOI Pro.

## 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



## 映画

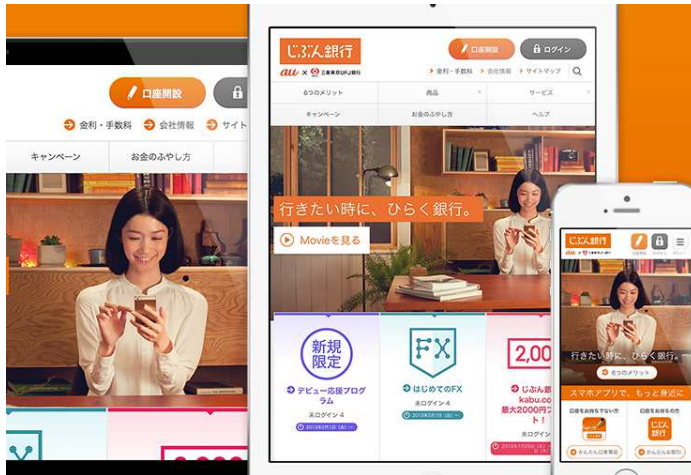
2013年11月16日全国ロードショー  
『くじけないで』 当社出資・制作、松竹配給映画



©2013『くじけないで』製作委員会

## WEB制作

株式会社じぶん銀行  
ウェブサイトリニューアル



## ミュージックビデオ

AKB48 32nd シングル

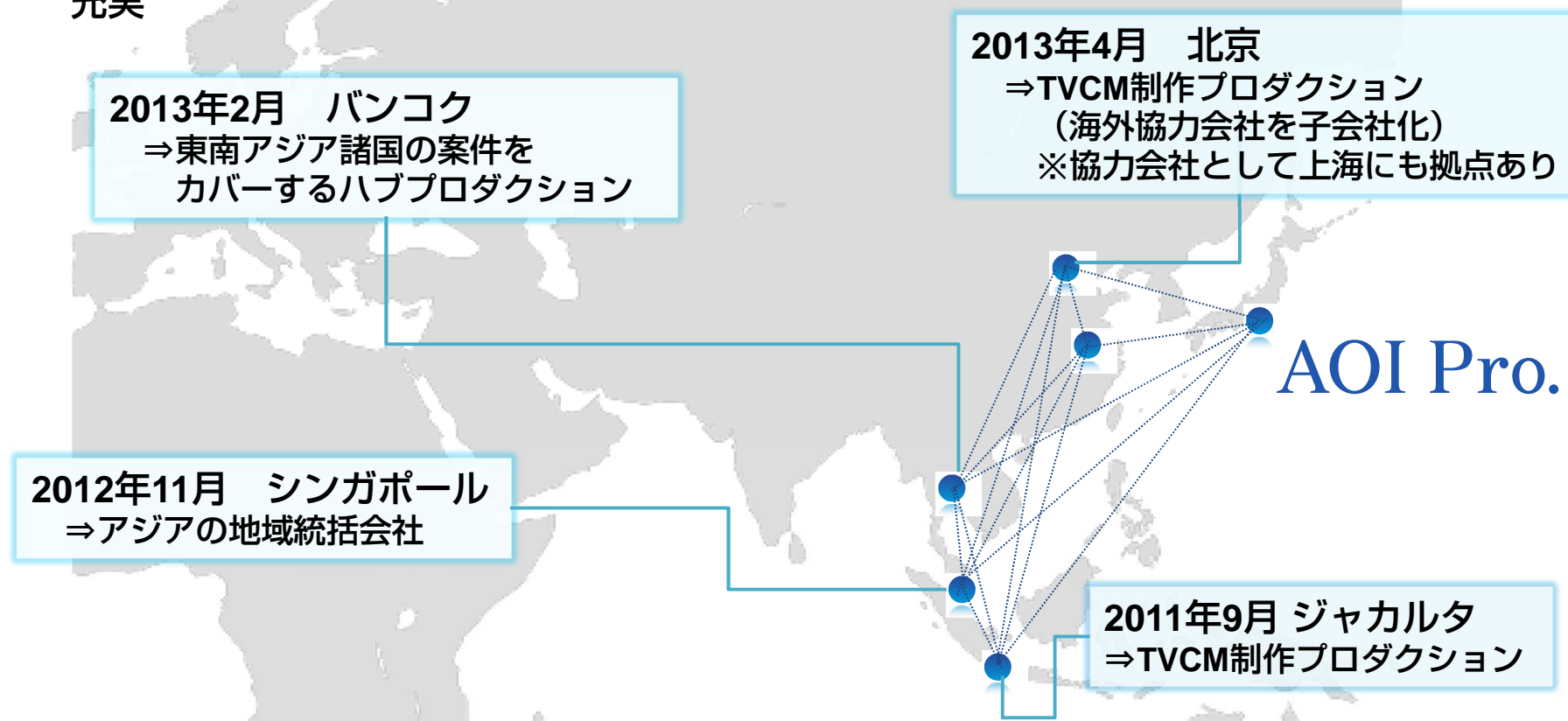
「恋するフォーチュンクッキー」ミュージックビデオ



# 中計への取組みを通じた新たな強みの創造 AOI Pro.

## 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
- 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

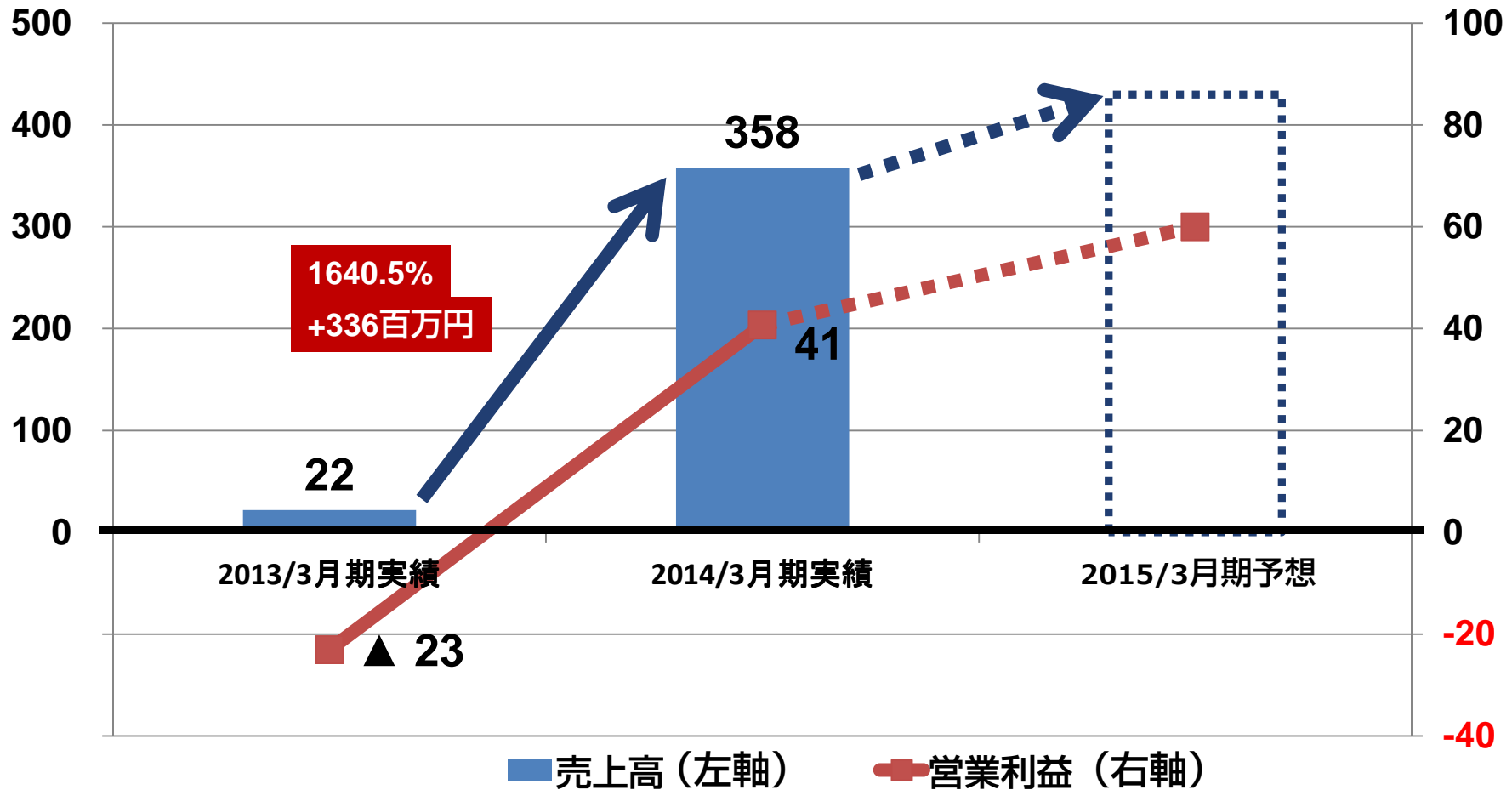


# AOI ASIAの売上高・営業利益推移

AOI Pro.

- バンコク・北京拠点の設立により売上が大幅に拡大し、黒字化
- 日系クライアント・広告会社の広告動画制作のニーズは高まる傾向にあり、3年後に売上高10億円を目指す

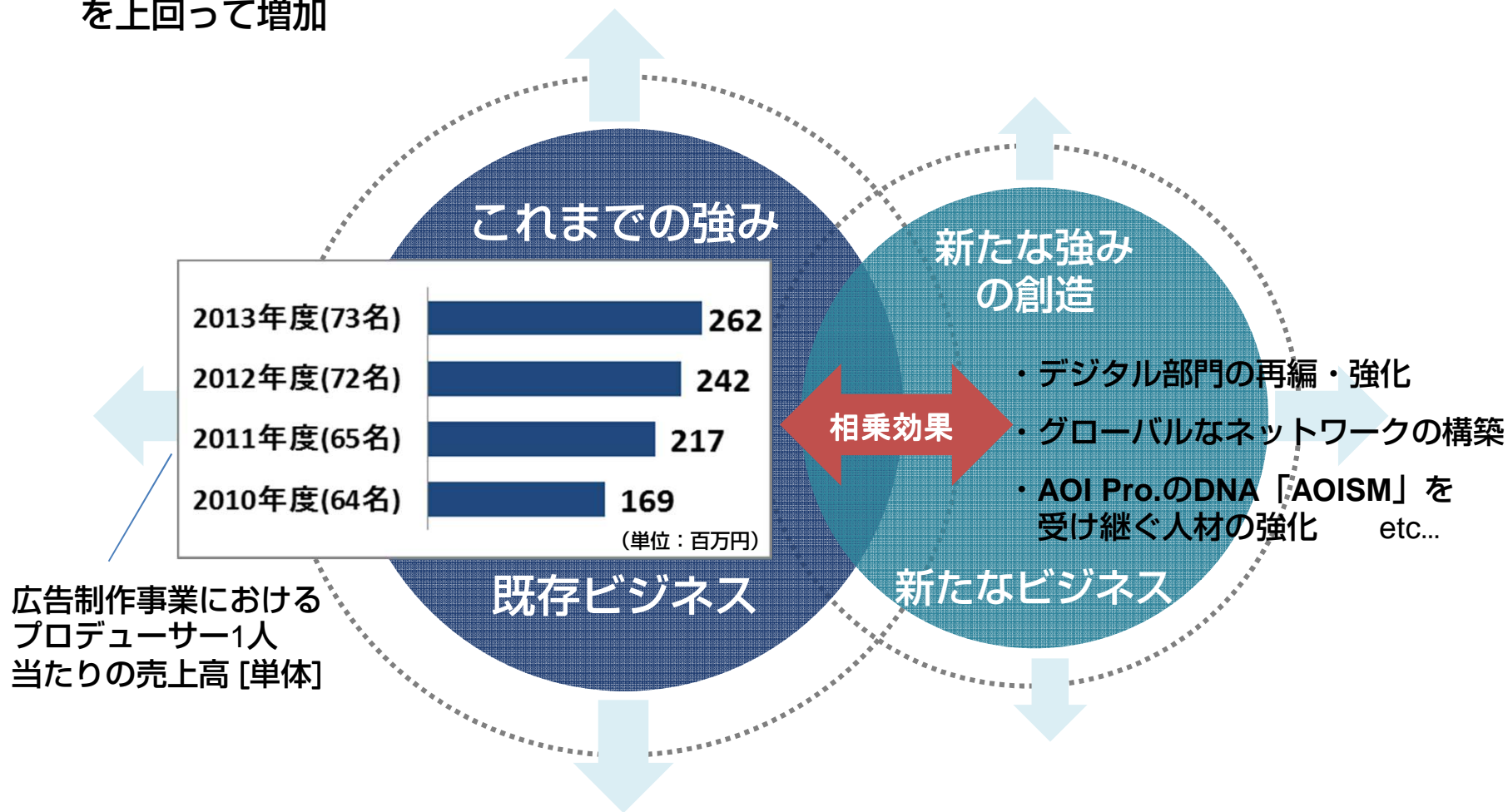
(単位：百万円)



# 当社グループの業績成長要因

AOI Pro.

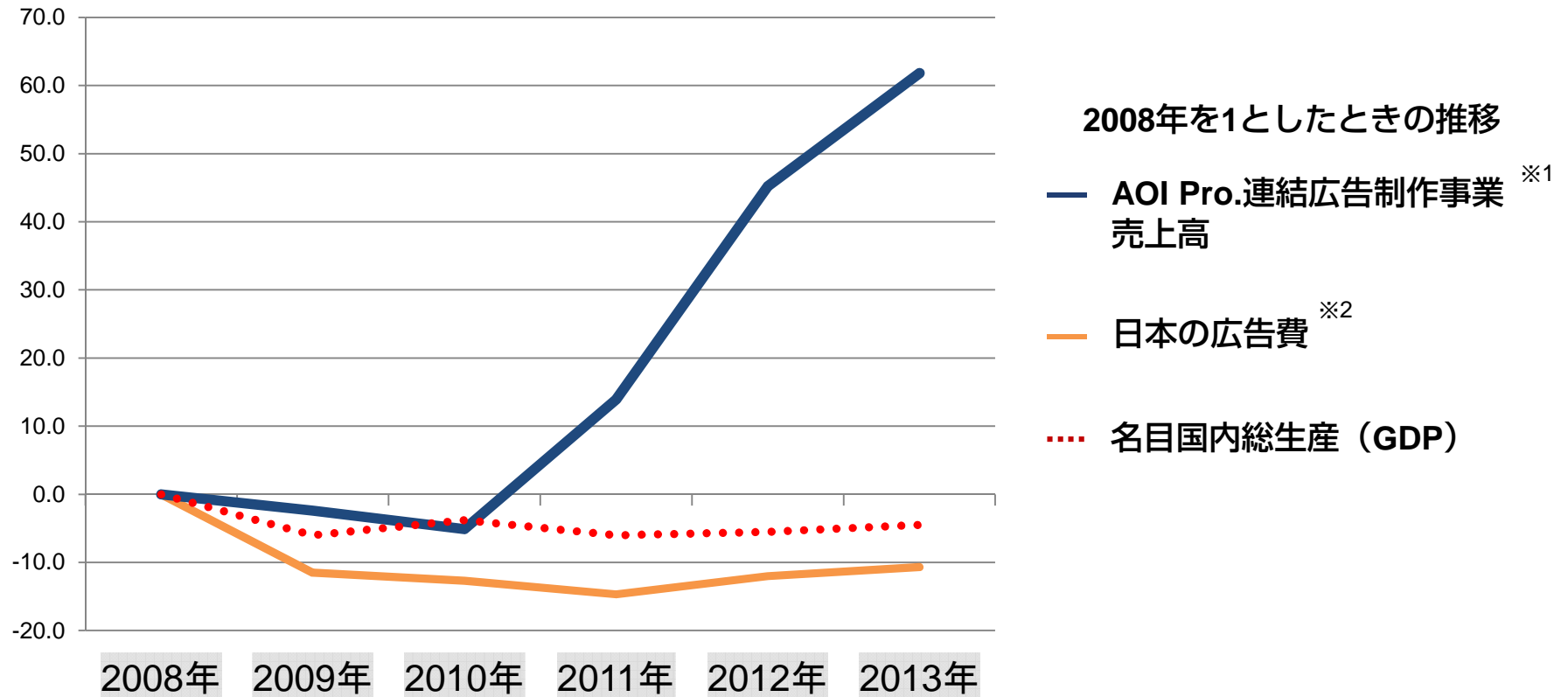
- 前述の既存ビジネスの強みに加えて、2012年3月に策定した中期経営計画（2013年3月期～2015年3月期）に基づいたデジタル部門の強化やアジアを中心とするグローバル展開などの新たな取組みとの相乗効果により、主力の広告制作事業の売高が、広告需要動向を上回って増加



# 広告需要動向と広告制作事業の売上推移 (2008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



1. 2013年度実績
2. 2014年度予想
3. 事業環境と中期経営計画における  
重点戦略分野の進展
4. 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

## 〈配当実績・予定〉

- 2014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
- 2015年3月期 (予定)  
記念配当を含まず、前期同様の年間23円を予定

## 〈配当の状況〉

	2011/3月期	2012/3月期	2013/3月期	2014/3月期	2015/3月期
	実績	実績	実績	実績	予定
1株当たり当期純利益	30.43円	56.88円	26.15円	53.90円	74.72円
1株当たり配当金	20円	20円	23円	23円	23円
配当性向 (連結ベース)	65.7%	35.2%	88.0%	42.7%	30.8%

**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。