

AOI TYO Holdings

2018年12月期

個人投資家セミナー資料

2019年4月8日

AOI TYO Holdings株式会社

目次

1. 事業環境
2. 中期経営方針
3. 連結決算概要
4. 連結業績予想
5. 各事業への取組み状況
6. 株主還元
7. Appendix – 会社概要、株式情報等

1. 事業環境

グループ系統図

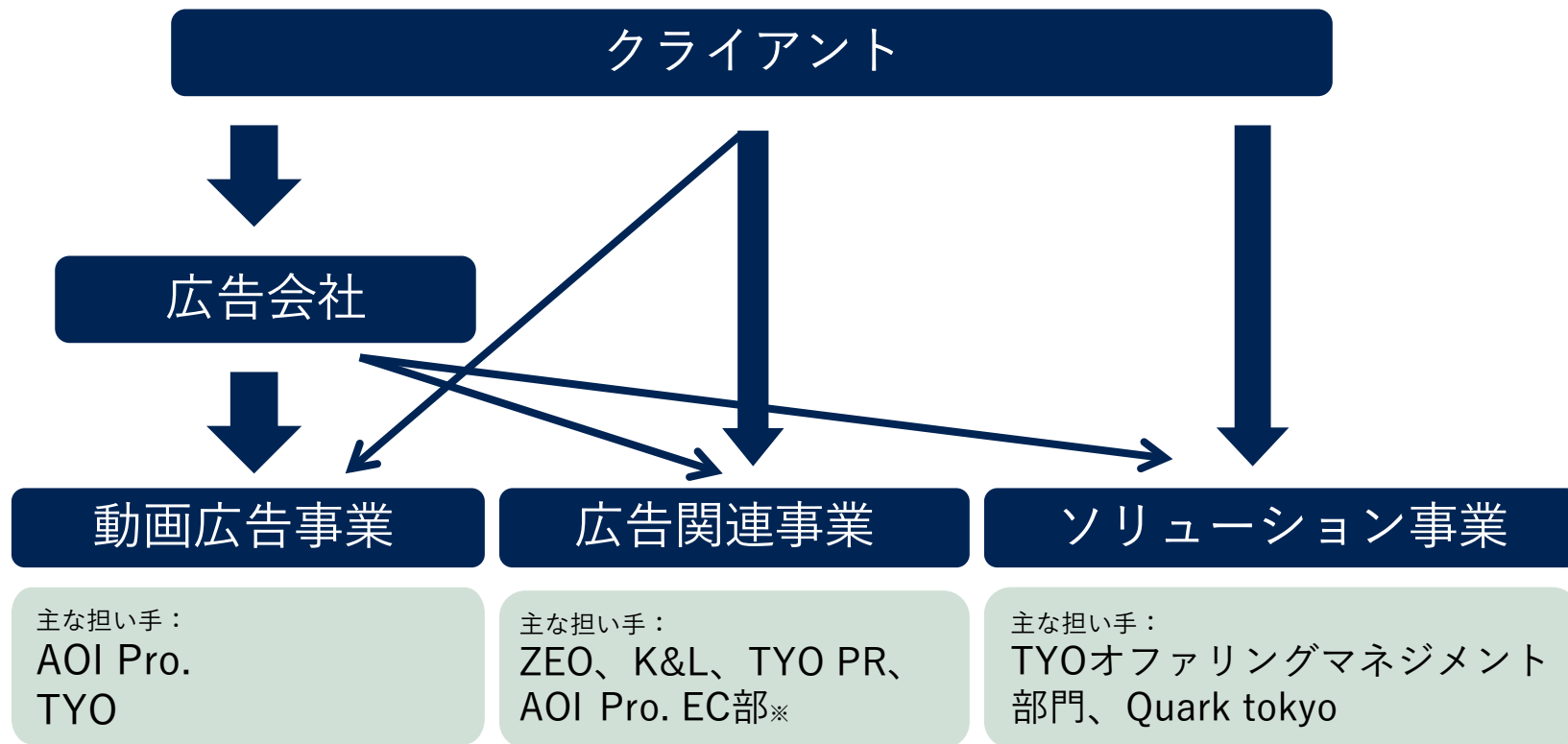
- 2017年1月、AOI Pro.とTYOが経営統合、共同持株会社を設立



事業区分と概要

事業	概要
動画広告事業	テレビCM、オンライン動画などの広告映像の企画・制作。 AOI Pro.及びTYOの主力事業であり、経営統合により業界トップシェアを占める。
広告関連事業	映画やドラマ、イベントの企画制作及びデジタルコンテンツ、販促物、ミュージックビデオの制作。
ソリューション事業	顧客の問題解決のための施策提供。 (広告主直接取引、動画コンテンツマーケティングなど)
海外事業	東南アジアを中心に展開している海外拠点における事業及び海外プロダクションから受注する映像制作。

主な商流

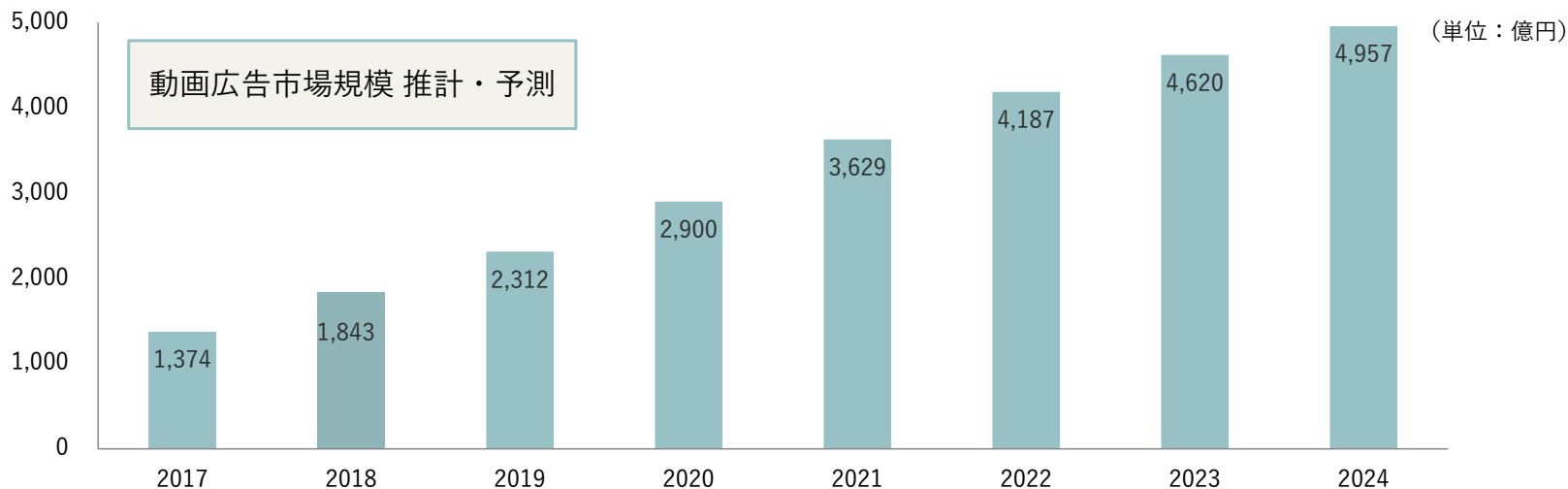


※ エンタテインメントコンテンツ部

事業環境① - 動画広告市場※の拡大

※インターネットを通して配信される動画広告のみ

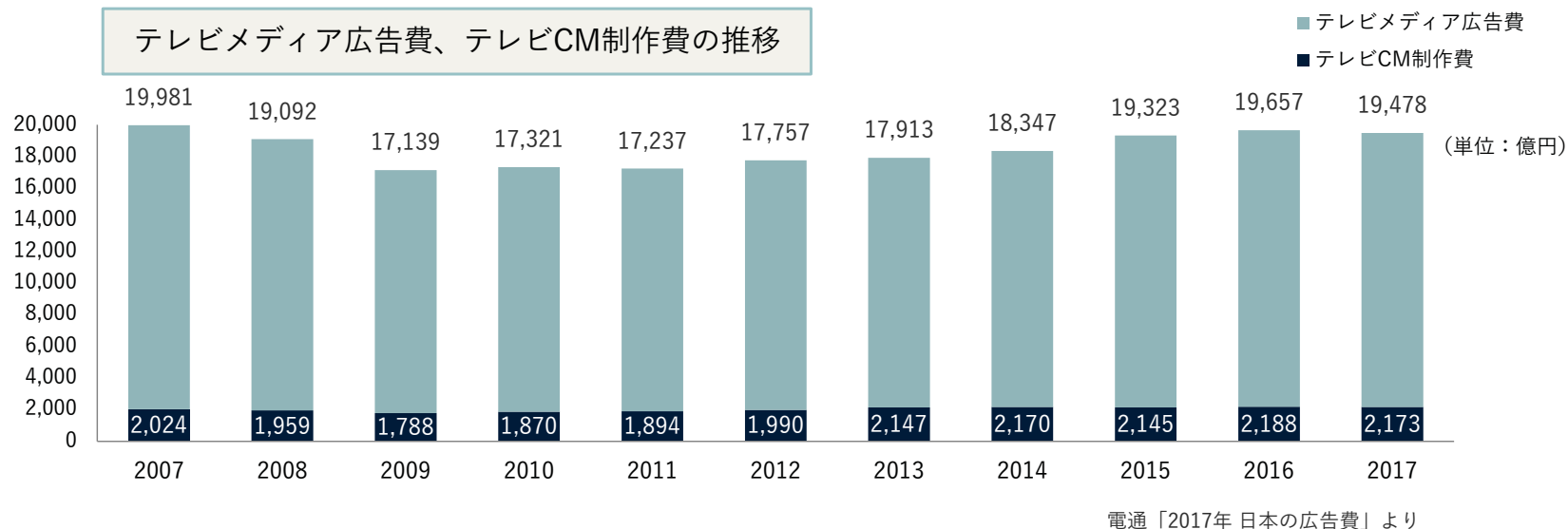
- 2018年の動画広告市場は1,843億円で、前年比134%の成長
- 2020年には2,900億円、2024年には4,957億円に達するとの予測
- 大手広告主を中心にブランディングを目的とした動画広告も定着
- 誰もが撮影可能な「1億総カメラマン時代」であるものの、クォリティーが高く制作による収益を得られる映像は少ない



サイバーエージェント/オンラインビデオ総研/デジタルインファクト調べ

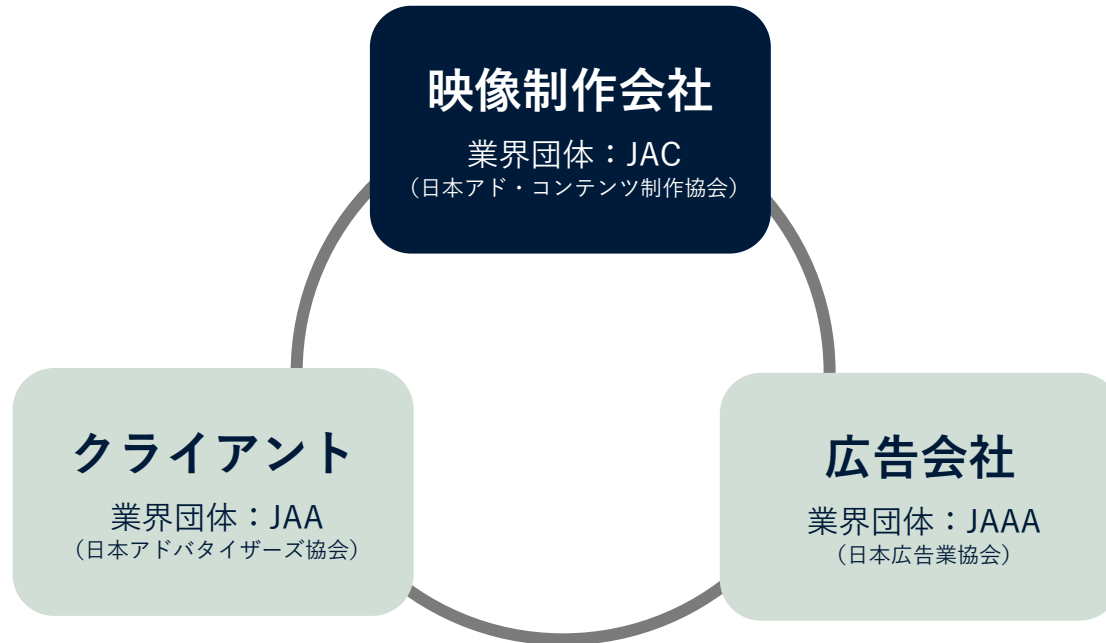
事業環境② - テレビCM制作費の推移

- テレビメディア広告費・テレビCM制作費は、2009年以降、横ばい・もしくは微増傾向
- 2017年のテレビメディア広告費は1兆9,478億円であり、テレビCM制作費は2,173億円
- インターネット広告費は増加しているものの、テレビメディアのリーチ力に対する再評価も



事業環境③ - 働き方改革

- 広告関係の団体同士が協議の場を持ち、「新しい働き方」を推進し、長時間労働削減を目指す



2. 中期経営方針

当社グループの強み

資産

- 唯一の資産は、人材
- グループ約1,650人中、約1,400人がクリエイティブワークに従事
- その人材によって下記実績を実現
 - ✓ CM制作市場のシェア No.1
 - ✓ 年間CM制作数 2,000本以上
 - ✓ 経験と知見 50年以上
 - ✓ 高品質な動画・映像制作 数多の受賞歴 ※パルムドール、ACCグランプリ等

ビジネスモデル

「人材」の力を最大限活用

映像コンテンツというソリューションを提供

企業と消費者のコミュニケーションをサポート

このビジネスモデル自体は、これまでも、これからも、不変

「規模より質」の経営へ

これまで

【目指してきたもの】

CMを中心に量の拡大
(= 「縦」に積み上げ)



成長 = 規模の拡大

これから

【目指すもの】

如何なる時代にも対応できる、力強い企業体であり続けること

「人材」の力を
最大限活用すること

技術等ではなく、
「人材」の質×量を以て、
強さの根源に

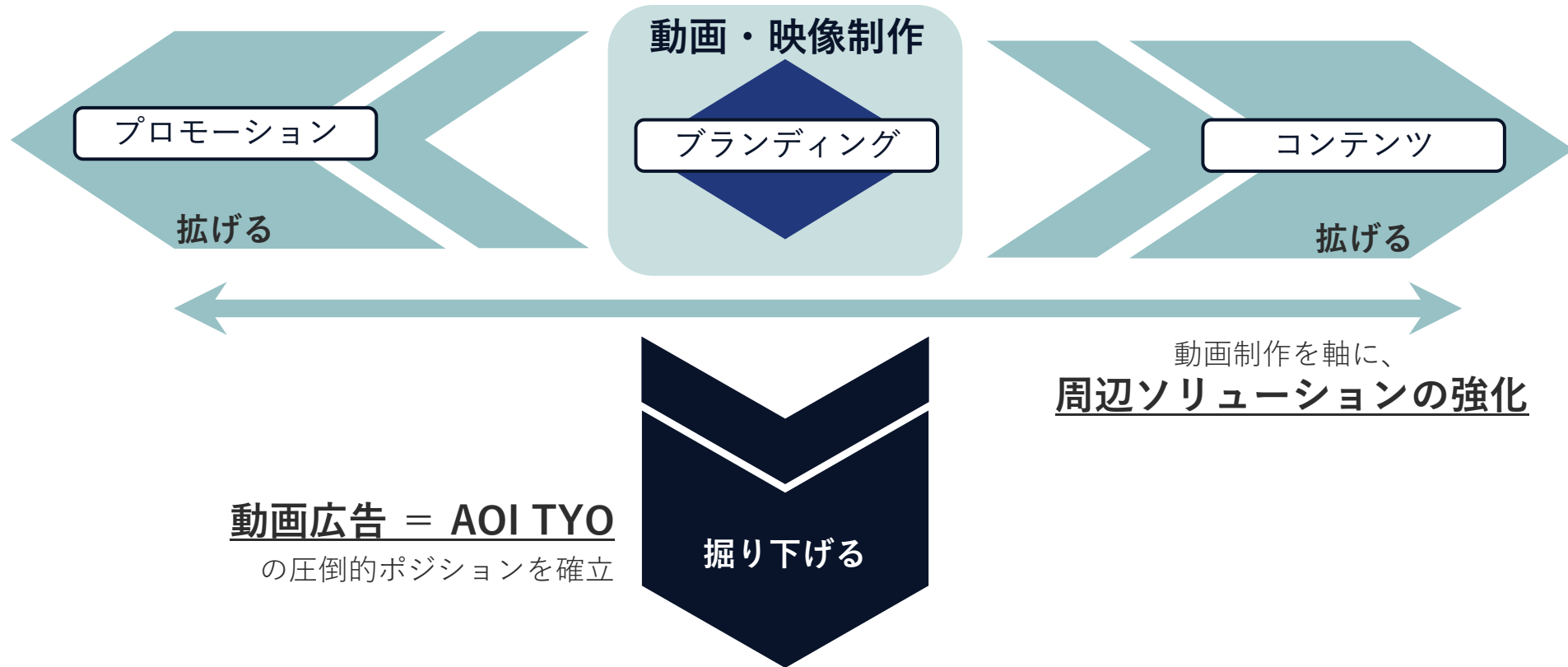
ニーズや変化に対応した
事業を展開していること

「掘り下げる」とともに
「拡げる」

適切な収益を
あげ続けること

(目的ではなく) 結果としての
安定的な収益

「掘り下げる」 「広げる」



「掘り下げる」：動画広告の巻き取り

環境変化

オンライン動画
+
5G (ネットワーク)

- ◆高単価動画の需要増加
- ◆動画ニーズの拡大

動画の活用シーン拡大

映像・動画クリエイター需要急伸

対応方針

動画広告 = AOI TYO の圧倒的ポジション確立

1

ブランディング動画制作
の巻き取り

@テレビCM制作市場：No.1企業として**残存者利益**を確保

@オンライン動画市場：**高単価映像**を中心に獲得

2

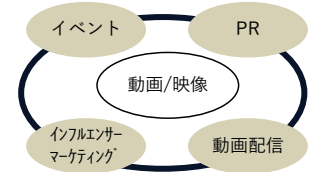
作る + 「届ける」

データ分析・活用で**制作×届ける(配信) = 最適化**を実現

3

市場の囲い込み

機能強化 & 外部連携で**包括受注**



「拡げる」：周辺ソリューションの強化

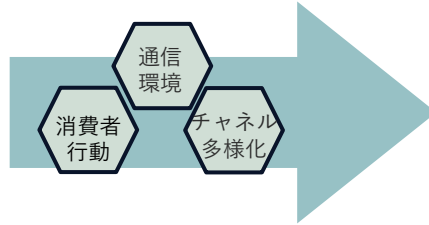
環境変化

【企業－消費者の主なコミュニケーション】

【従来】

テレビCM

紙媒体他



【現在】

テレビCM

SNS

PR

プロモーション
マーケティングオンライン
動画

縦型動画

イベント

インフルエンサー
マーケティングコンテンツ
マーケティング

効果測定

アドネットワーク

Eコマース

動画関連 及び 動画と親和性の高い領域が拡大

対応方針

動画制作を軸に、周辺ソリューションの強化

1 コンテンツとしての動画を強化

動画の制作・プロデュース能力の継続強化
⇒ 動画コンテンツ関連の事業を強化

2 外部取り込み

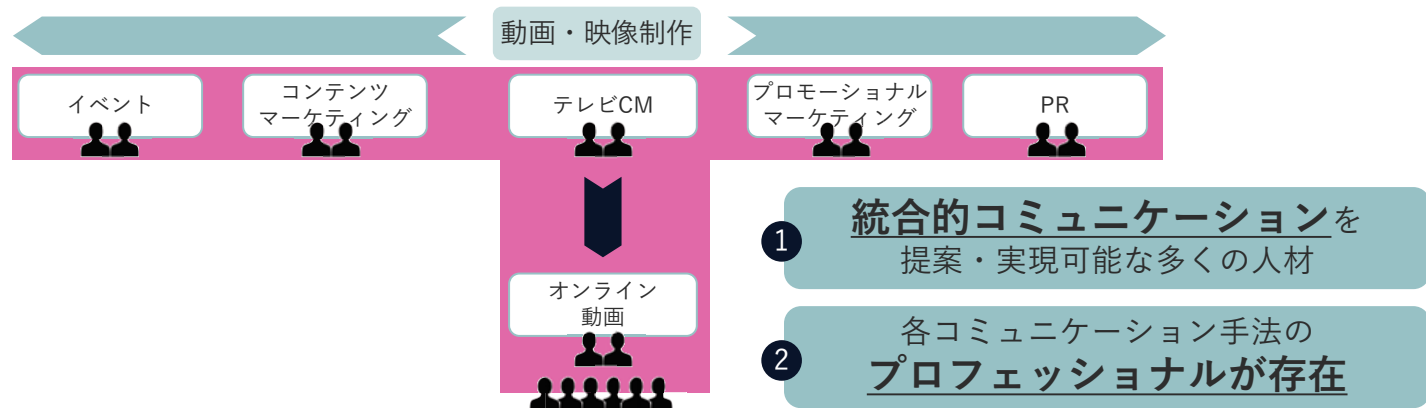
M&A及び資本提携
⇒ イベントやPR関連領域を中心に機能強化

3 ビジネスモデルの多様化

動画を活用したソリューションの開発等
⇒ (広告受託に留まらない) 高付加価値なビジネスモデルの実現

「人材」について

目指す姿



実施・検討施策

素養ある人材の採用

- ・統一的施策実現に素養のある人材を採用

専門チームの組成

- ・統合コミュニケーション専門チーム設立
- ・オンライン動画専門チームの設立

出向・人材交流による育成

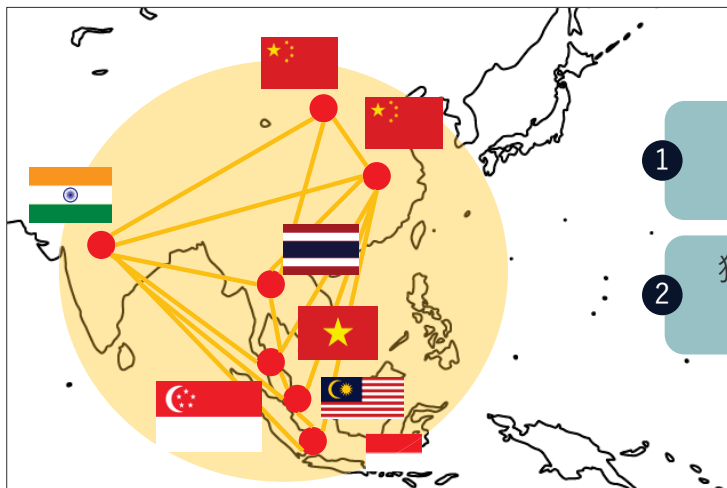
- ・ローテーション／FA制度の採用
- ・異機能グループ会社への出向

教育制度の充実

- ・座学に加え、OJTで統合コミュニケーション案件の機会を拡充

海外展開について

目指す姿



①

拠点間の連携強化により、「点」ではなく「面」としての動き

②

独自の「売り物」や合理的な資本構成に基づく、**強固な収益体制**

※アジア以外の展開可能性も今後検討

実施・検討施策

「面」とする為の動き

- ・ 18年7月、HD 海外戦略部を新設
- ・ 「アジアMTG」の開催
- ・ インフラ/コミュニケーションツールの導入

独自の「売り物」の開発

- ・ 日本で開発・提携したIP資産やテクノロジーをソリューションとしてパッケージ化

資本構成の見直し

- ・ 拠点毎の収益性に応じ、適宜資本の増減を実施

目指すもの

「規模より質」の経営へ

規模の追求を経営の目的としないため、
急激な環境変化も踏まえ、
売上・利益等の数値目標を将来KPIとはしない

結果としての
安定的な収益

但し、持続可能性や株主還元等は継続重視し、
株主資本コスト < ROE を達成する経営を目指す

【2021年度 従来目標】

EBITDA	80億円
ROE	12%以上
DOE	4%目処

廃止

3. 連結決算概要

連結決算ハイライト

- 採算性重視の収益管理徹底、働き方改革に伴う受注コントロール、プリントレス等により、売上高は前期比減少も、実行利益率は改善し、営業利益の減少は限定的

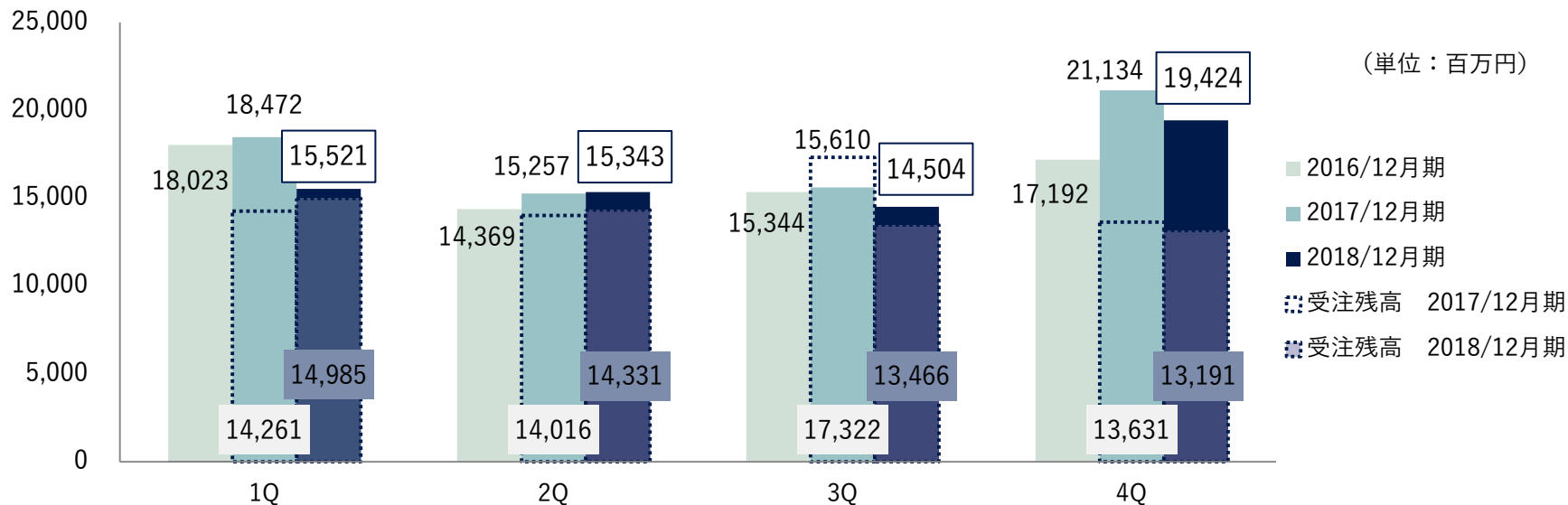
単位：百万円	2016年12月期 実績	2017年12月期 実績	2018年12月期 実績	前期比
売上高	64,928	70,473	64,792	△ 5,681
営業利益	3,422	4,619	3,433	△ 1,186
経常利益	2,963	4,394	3,325	△ 1,068
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,095	2,781	1,952	△ 829
EBITDA	4,389	5,755	4,777	△ 978

※ 実行利益：売上高から外部支出原価を引いた利益

※ 2016年は、(株)AOI Pro.及び(株)ティー・ワイ・オーの暦年ベース（プロフォーマ、12月期末ベース）連結業績の単純合算数値を掲載

四半期別売上高推移と受注残高

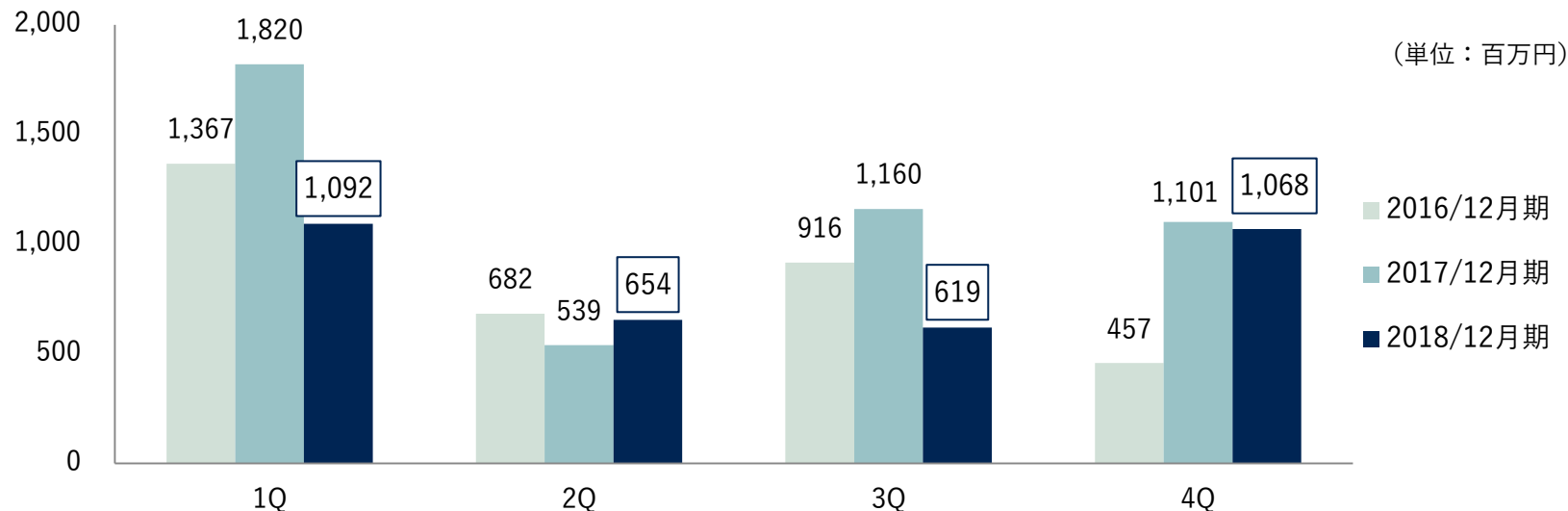
- 前年4Qには大型の映画制作売上が含まれており、これを除けば、2Q以降の売上高はほぼ前年並み
- 当期末の受注残高は13,191百万円（前期末比3.2%減）



※ 2016年は、(株)AOI Pro.及び(株)ティー・ワイ・オーの暦年ベース（プロフォーマ、12月期末ベース）連結業績の単純合算数値を掲載

四半期別営業利益推移

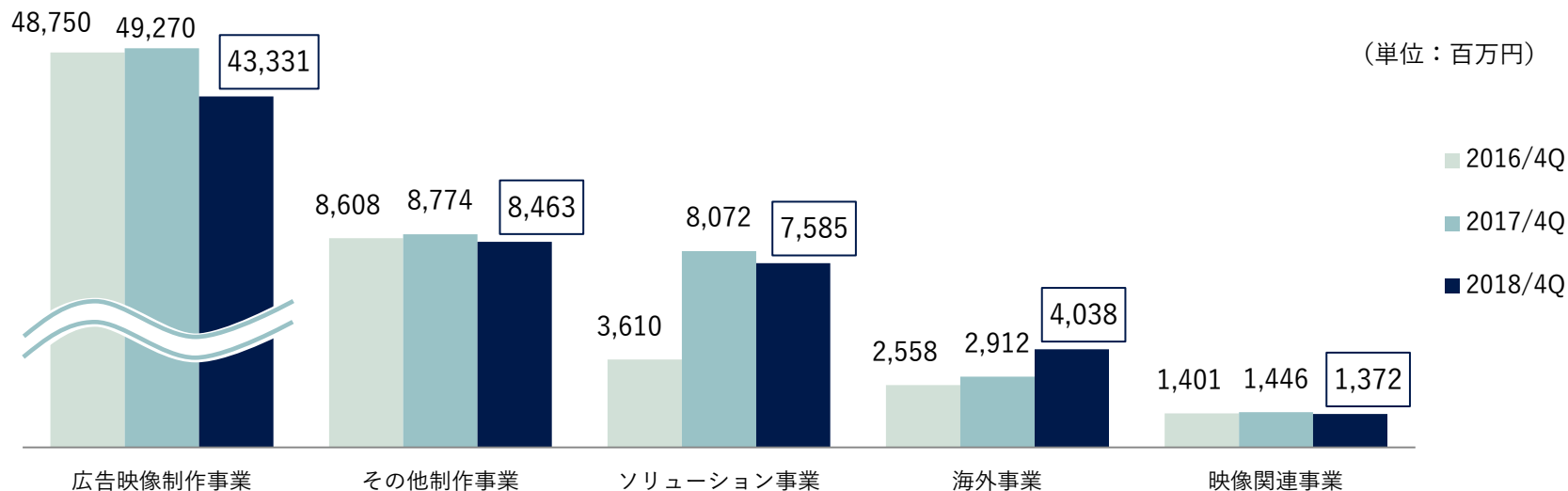
- 4Qの営業利益は、新システム稼働等による費用の増加、利益率の高いプリント売上の減少等のマイナス要因があった一方で、実行利益率の改善、出資・制作した映画の配当収入等により、ほぼ前年並み



※ 2016年は、(株)AOI Pro.及び(株)ティー・ワイ・オーの暦年ベース（プロフォーマ、12月期末ベース）連結業績の単純合算数値を掲載

事業区分別売上高

- 広告映像制作事業において、受注コントロール、プリントレス等により売上高が減少
- 海外事業は、マレーシアの広告制作会社を新たに連結子会社化したこと等により、売上高が増加



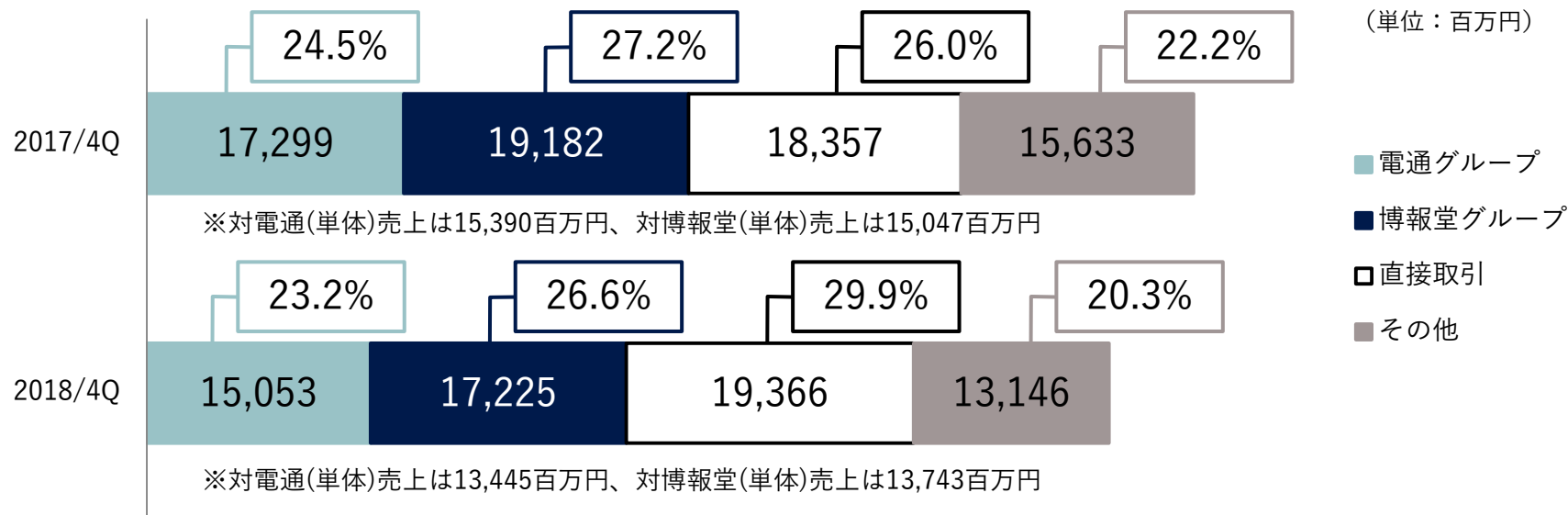
各事業区分の概要

事業	概要
広告映像制作事業	テレビCMなど広告映像の企画・制作を行う事業。AOI Pro.及びTYOの主力事業であり、経営統合により業界トップシェアを占める。
その他制作事業	広告映像以外の制作事業で、映画やドラマ、イベントの企画制作、デジタルコンテンツ制作や販促物制作が含まれる。
ソリューション事業	顧客の問題解決のための施策を提供する事業。広告主直接取引や、動画広告の企画制作からメディア配信、データ解析までのワンストップサービスのほか、VR等の環境下でセンシングしたバイタルデータを活用し、体験設計やマーケティング支援も行う。
海外事業	中国及び東南アジアに拠点を構え、日系及び現地企業との取引拡大を図る。M&Aを推進。
映像関連事業	写真スタジオの運営、ミュージックビデオの制作等を行う。

※ 広告事業セグメント=広告映像制作事業、その他制作事業、ソリューション事業、海外事業 / 映像関連事業セグメント=映像関連事業

顧客別売上高

- 広告代理店向け売上は減少
- 広告主との直接取引は、映像制作やイベント、PR等も含め増加



媒体別売上高

(単位：百万円)

媒体	2017年12月期	構成比	2018年12月期	構成比	前期比
テレビCM制作	44,119	63.2%	38,632	58.9%	△ 5,487
CMオリジナル	38,360	54.2%	32,458	49.5%	△ 5,902
プリント	2,745	3.9%	1,914	2.9%	△ 831
CM制作その他	3,014	4.3%	4,260	6.5%	1,246
エンタテインメントコンテンツ	3,865	5.5%	3,083	4.7%	△ 782
デジタルコンテンツ	11,312	16.0%	10,293	15.7%	△ 1,019
海外	2,801	4.0%	4,242	6.5%	1,441
その他	8,727	12.3%	9,302	14.2%	575
合計	70,825	100.0%	65,552	100.0%	△ 5,273

※(株)AOI Pro.及び(株)ティー・ワイ・オーの連結業績の単純合算数値を掲載。3Qより一部集計範囲を見直いたしました。

連結貸借対照表サマリー

単位：百万円	2017年12月期	2018年12月期	主な増減要因
流動資産	41,503	36,307	現金及び預金△2,737、受取手形及び売掛金△1,082、電子記録債権△1,934、仕掛品 + 626
固定資産	18,234	19,327	有形固定資産△444、無形固定資産+503、投資その他の資産+1,033
資産合計	59,737	55,634	
流動負債	25,275	20,114	買掛金 + 785、短期借入金△4,666
固定負債	8,756	9,840	長期借入金+1,084
負債合計	34,031	29,954	
純資産合計 (総資産に対する比率)	25,706 (43.0%)	25,679 (46.2%)	利益剰余金 + 1,231、自己株式△478
負債純資産合計	59,737	55,634	

連結キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円	2018年12月期	主な構成
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,379	税金等調整前当期純利益3,483、 減価償却費1,012、売上債権の増減額3,123
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,060	有形固定資産の取得△1,354、 有形固定資産の売却1,328、 無形固定資産の取得△676、 投資有価証券の取得△681
財務活動によるキャッシュ・フロー	△5,862	短期借入金の純増減額△4,701、 長期借入れによる収入3,643 長期借入金の返済△2,708
現金及び現金同等物の期首残高	12,372	
現金及び現金同等物の期末残高	9,790	

4. 連結業績予想

連結業績予想

- 働き方改革の推進に伴う受注コントロール、プリントレス化の継続、人材育成・採用等を中心とする今後の成長に向けた先行投資等により、前期に続き2019年12月期までは営業利益は減少するものと予想

単位：百万円	2018年12月期 実績	2019年12月期 通期予想	前期比
売上高	64,792	65,000	+ 207
営業利益	3,433	2,600	△833
経常利益	3,325	2,500	△825
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,952	1,300	△652
EBITDA	4,777	4,060	△717

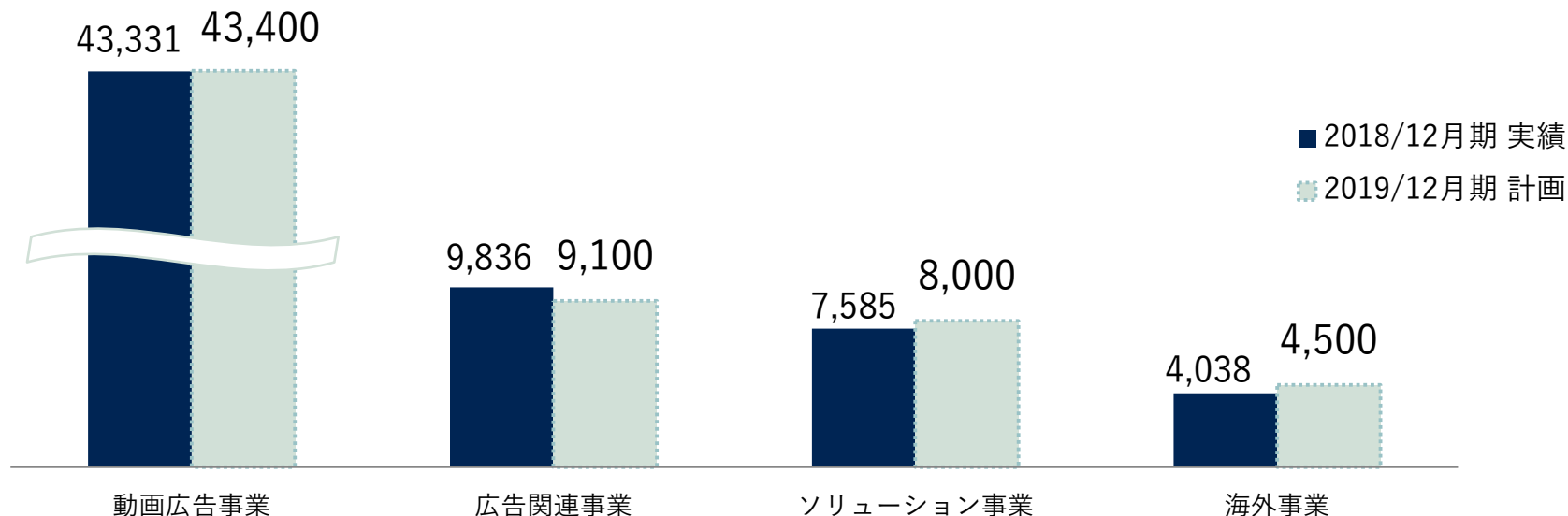
新旧事業区分

- 中期経営方針策定にあわせ、事業区分・名称を下記のとおりとする

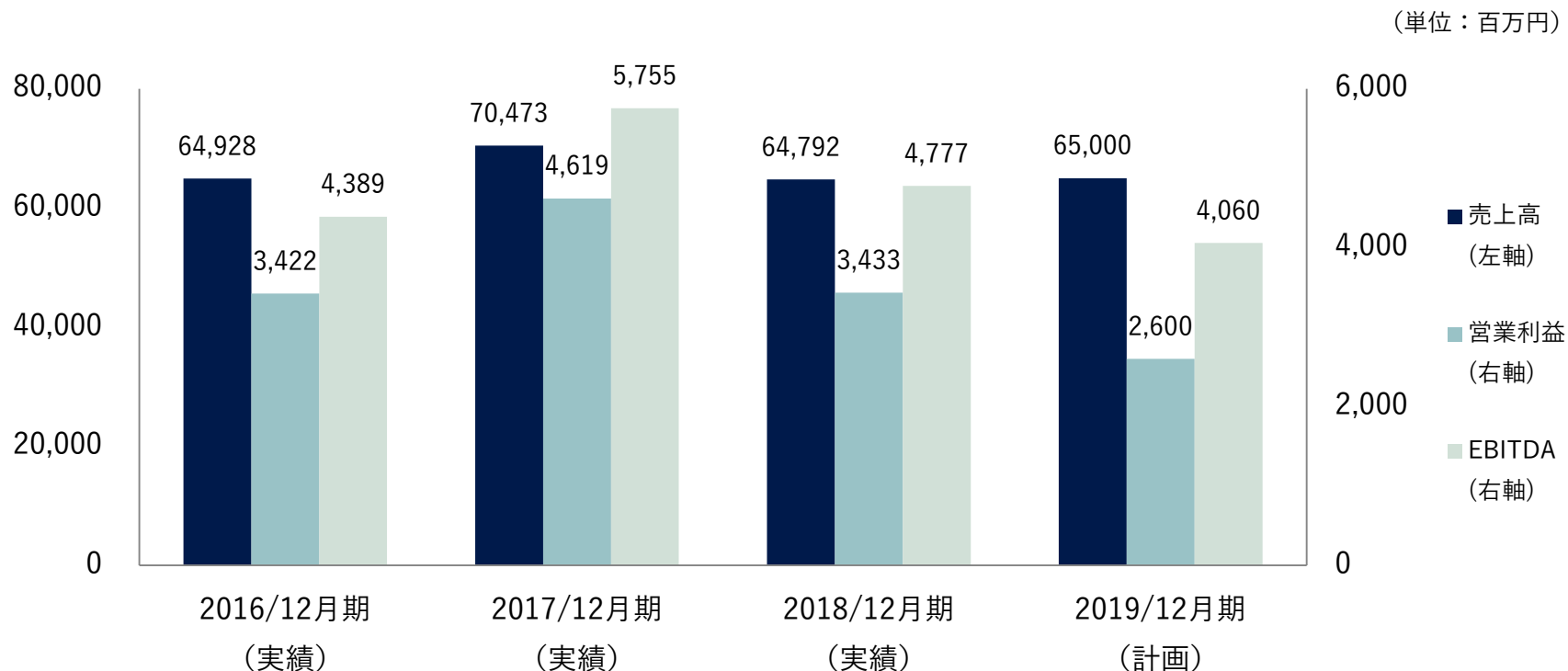
旧		新	概要	
広告映像制作事業	→	動画広告事業	テレビCM、オンライン動画などの広告映像の企画・制作	
その他制作事業	→	広告関連事業	映画やドラマ、イベントの企画制作及びデジタルコンテンツ、販促物、ミュージックビデオの制作	
ソリューション事業		ソリューション事業	顧客の問題解決のための施策提供 (広告主直接取引、動画コンテンツマーケティングなど)	
海外事業		海外事業	東南アジアを中心に展開している海外拠点における事業及び海外プロダクションから受注する映像制作	
映像関連事業				

事業区分別 売上高計画

- 働き方改革に伴う受注コントロール等により、全体的に、売上高計画は横ばいとしている



売上高、営業利益、EBITDAの推移

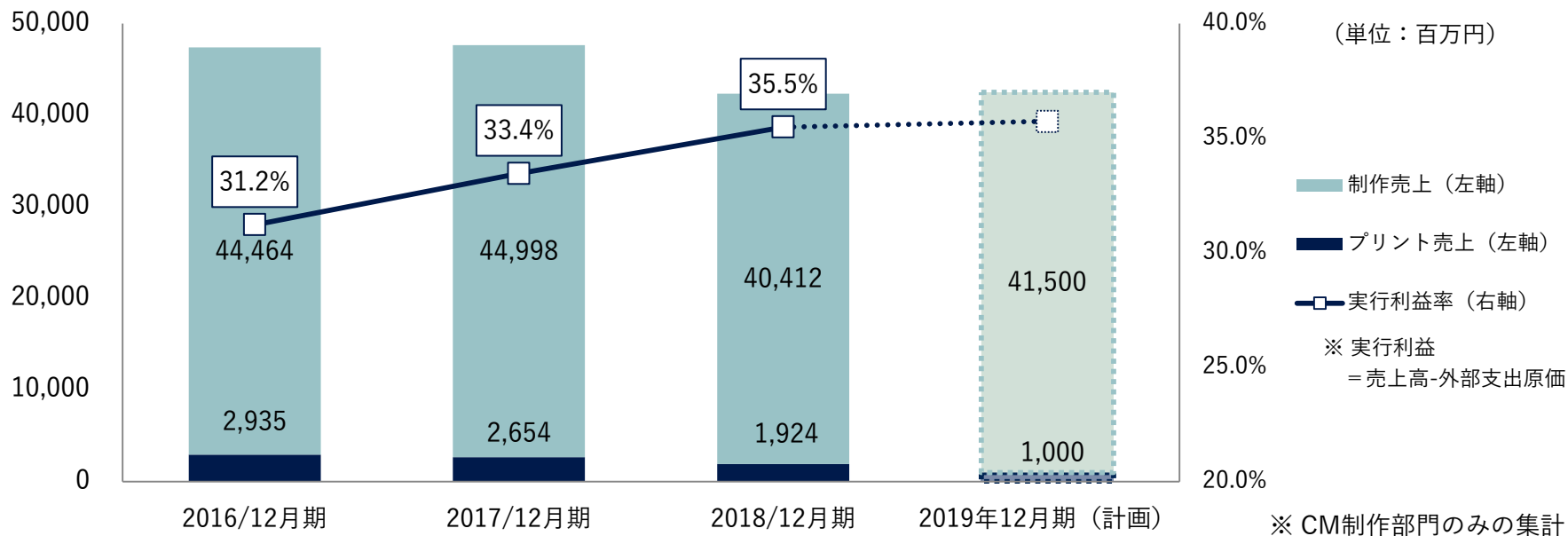


※ 2016年は、(株)AOI Pro.及び(株)ティー・ワイ・オーの暦年ベース（プロフォーマ、12月期末ベース）連結業績の単純合算数値を掲載

5. 各事業への取組み状況

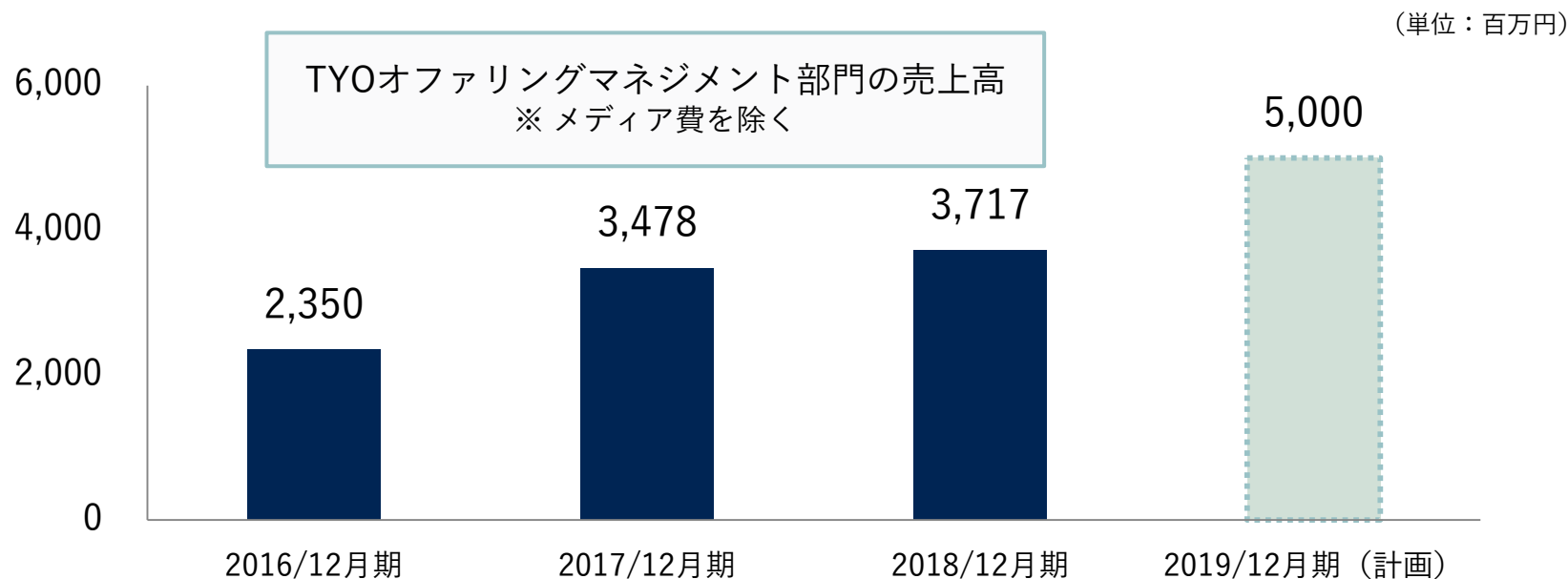
動画広告事業における取組み

- 2018年12月期においても、プリントレスの進行によりプリント売上が減少するも、外部支出原価の管理徹底により実行利益率は引き続き改善



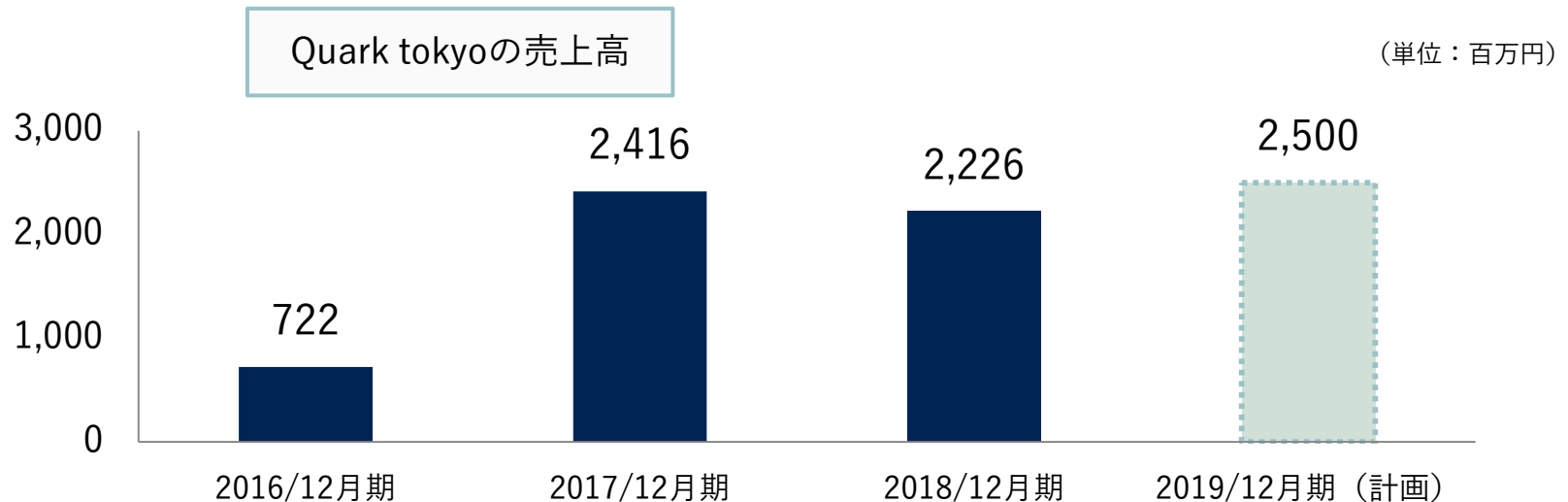
ソリューション事業における取組み ①

- 2019年12月期は、新興企業のテレビCM受注だけでなく、ナショナルクライアントからのデジタル映像やイベント制作、運営、PRの受注も強化して受注の幅を広げる



ソリューション事業における取組み ②

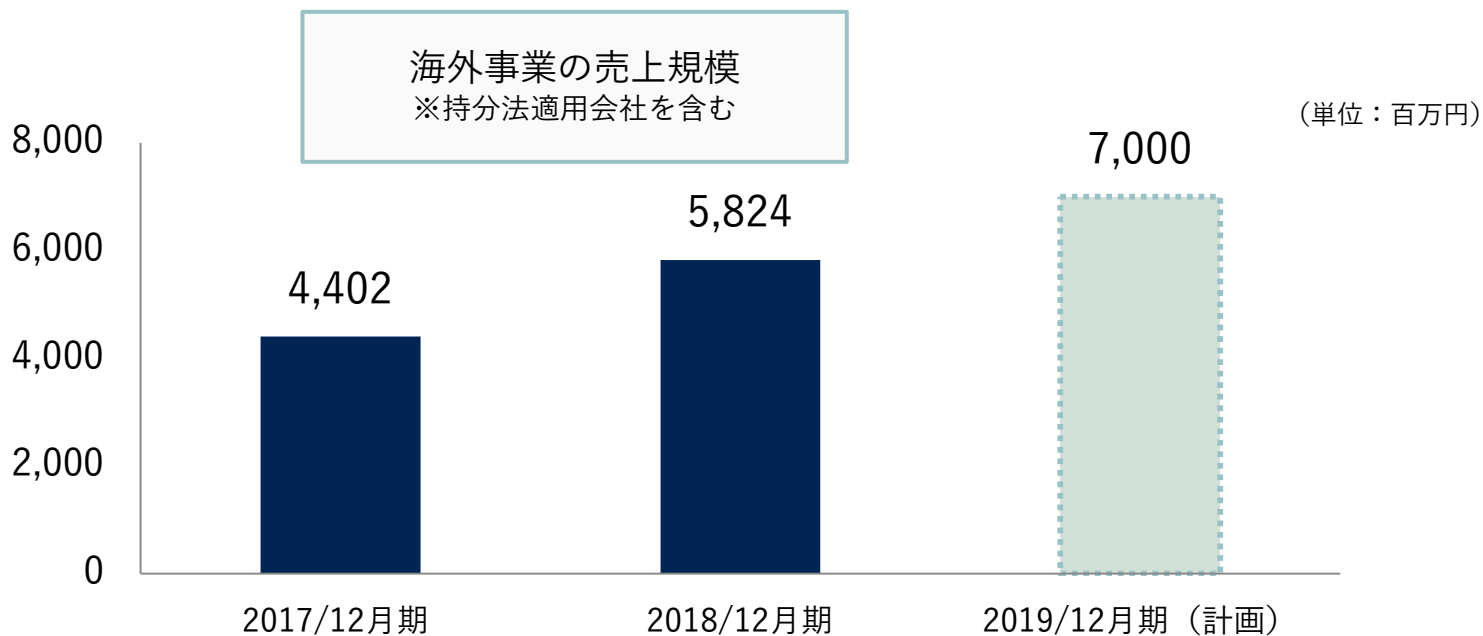
- Quark tokyoでは、2018年12月期は、大型案件の企画・コンサルがあった前期比では売上高減少も、動画広告の制作は増加
- 2019年12月期は、若年層マーケティングを中心にコンテンツ制作と配信事業のパッケージ売りを増加、クロスセル・アップセルを目指す



海外事業における取組み

- 2018年12月期において、DTTグループ(マレーシア)の子会社化により売上規模が拡大

※ DTT : DIRECTORS THINK TANK



6. 株主還元

配当について

配当方針：連結配当性向 30%以上

■ 2018年12月期

- 配当予想どおり、1株当たり30円
- 総額531百万円の自己株式取得を実施⇒総還元性向は 64.5%

■ 2019年12月期

- 1株当たり20円の配当予想
- 上限600百万円の自己株式取得を予定⇒総還元性向は 83.0% (予想)

	2Q末	期末	合計	配当性向
2018年12月期	8円	22円	30円	36.4%
2019年12月期 (予想)	8円	12円	20円	36.4%

自己株式取得

■ 下記のとおり自己株式の取得に係る事項を決定

	取得期間	株式の種類	取得株式の総数	取得価額の総額
2017年12月期 (実績)	2017年5月16日～2018年2月27日	普通株式	261,400株	289百万円
2018年12月期 (実績)	2018年6月1日～2018年6月7日	普通株式	400,000株	531百万円
2019年12月期 (予定)	2019年3月1日～2020年2月29日	普通株式	500,000株 (上限)	600百万円 (上限)

株主優待制度

- 2019年6月30日現在の株主名簿に記載または記録された、当社株式500株以上を保有する株主様を対象に、下記の株主優待を実施

優待品の贈呈

500株以上保有	オリジナルクオカード	3,000円分
1,000株以上保有	オリジナルクオカード	5,000円分
2,000株以上保有	オリジナル優待カタログ	10,000円相当

※オリジナル優待カタログでは、掲載されたグルメ商品などのほか、クオカードや社会貢献活動への寄付よりご希望のものをお選びいただけます

アニメーションスタジオ見学会ご招待

500株以上保有（応募・抽選）

キャラクター開発と、こま撮りアニメーションを手掛ける、AOI TYOグループ「(株)ティー・ワイ・オードワーフ」のスタジオ見学会へご招待



©NHK・TYO

7. Appendix

－ 会社概要、株式情報等

会社概要

会社名 (フリガナ)	AOI TYO Holdings株式会社 (アオイ ティーワイオー ホールディングス カブシキガイシャ)
代表者	代表取締役会長 CEO 吉田 博昭 代表取締役社長 COO 中江 康人
設立	2017年1月4日
資本金	50億円
決算期	12月31日
本社所在地	〒141-8580 東京都品川区大崎1-5-1 大崎センタービル5階 03-6893-5005 (代表)
証券コード	東証一部 / 3975
URL	http://aoityo.com/

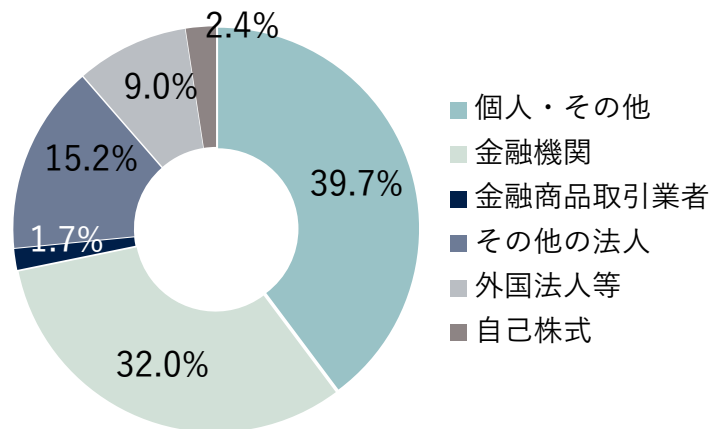
株式・株主の状況

※2018年12月31日現在

株式数・株主数

発行済株式総数	24,566,447株
株主総数	11,011名

所有者別株主構成



大株主の状況

	株主名	所有株数	持株比率
1	日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	1,956,500	8.16%
2	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	1,890,200	7.88%
3	株式会社コスモチャンネル	1,153,740	4.81%
4	株式会社IMAGICA GROUP	1,018,000	4.25%
5	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口9)	558,200	2.33%
6	フィールズ株式会社	479,660	2.00%
7	野村信託銀行株式会社 (投信口)	475,300	1.98%
8	資産管理サービス信託銀行株式会社 (信託E口)	418,900	1.75%
9	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口5)	418,000	1.74%
10	原 仁	400,000	1.67%

※持株比率は自己株式(594,257株)を控除して計算しております。

免責事項

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せん。

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。

ご不明な点がございましたら、下記までご連絡ください。
財務・IR部（03-3779-8415）