

# AOI TYO Holdings

2020年12月期 第3四半期

個人投資家向け説明会資料

2020年11月28日

AOI TYO Holdings株式会社

# 目次

1. 会社概要
2. 事業環境
3. 中期経営計画
4. 連結決算概要
5. 株主還元

# 1. 会社概要

# AOI TYO Holdings

## 会社概要

AOI TYO Holdingsは、AOIPro.とTYOの経営統合により  
設立された共同持株会社です。

会社名	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 AOI TYO Holdings 株式会社
代表者	代表取締役社長 CEO 中江 康人 代表取締役副社長 COO 上窪 弘晃
設立	2017年1月4日
資本金	50億円
決算期	12月31日
所在地	〒141-8580 東京都品川区大崎1-5-1大崎センタービル5F 03-6893-5005(代表)
事業内容	広告コンテンツの戦略立案・企画・制作を行う傘下会社 及びグループの経営管理等
証券コード	東証一部 / 3975
URL	<a href="http://aoityo.com/">http://aoityo.com/</a>

# AOI TYO Group

ミッション・ビジョン

## Mission

新しい「心動かす」で、新しい価値創出をしつづける。

## Vision

メディアを枠として捉える時代は過ぎ、  
企業と生活者をつなぐチャネルはどんどん多様化しています。

そこに乗せるコンテンツのあり様も変わっていきます。  
映像は視聴から体験へシフトするでしょう。  
会話は言語からノンバーバルへ加速するでしょう。

しかし、どんなコミュニケーションにも欠かせないのは、  
心動かす何か。

私たちは最新のテクノロジー、マーケティング手法、データ解析、  
これまで培ってきたコンテンツ制作の知見で  
企業と生活者のコミュニケーションに変革をもたらします。

そうして来たるべき時代においても、  
感動創出企業として成長していきます。

# AOI TYO Group

私たちにできること

## 01

動画制作に  
圧倒的に強い

### 国内テレビCM制作市場 シェアNo.1

クリエイティブな提案ができるプロデューサー、  
ディレクターが多数在籍。

## 02

あらゆる  
広告コンテンツを  
作る、届ける

WEBサイト、グラフィック、イベントなど、  
あらゆる広告コンテンツの戦略立案・企画・制作  
ができるほか、オンライン動画のデータ解析、  
メディア配信までトータルに手掛ける動画  
コンテンツマーケティングも行う。

映画、ドラマ、アニメーションなど、広告以外の  
コンテンツも多数制作。

## 03

海外への展開



東南アジアを中心に、マーケティング  
コミュニケーション会社や制作会社の  
拠点を7カ国に設置。  
日系企業だけでなく多国籍企業も対象に  
事業を展開。  
海外の制作会社やディレクターとの強い  
ネットワークがある。

# AWARD

AOITYOグループが制作したコンテンツは国内外で高く評価され、カンヌライオンズのグランプリ、カンヌ国際映画祭の最高賞パルムドール、ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS グランプリなど、多数の受賞実績があります。

受賞数  
**800以上**  
(2015-2019年の5年間)



## CSR&SDGsへの取り組み

AOITYOグループでは、企業活動を通して社会の発展に貢献し、同時に社会からの期待に応えるCSR活動を行い、SDGs達成に向けて取り組んでいます。



SDGs(持続可能な開発目標)とは、2030年までに地球規模の課題を解決するべく、国連サミットで採択された世界共通の目標です。世界を変えるための17の目標が示されています。



「高尾小仏植樹祭」に協賛、ボランティアとして参加

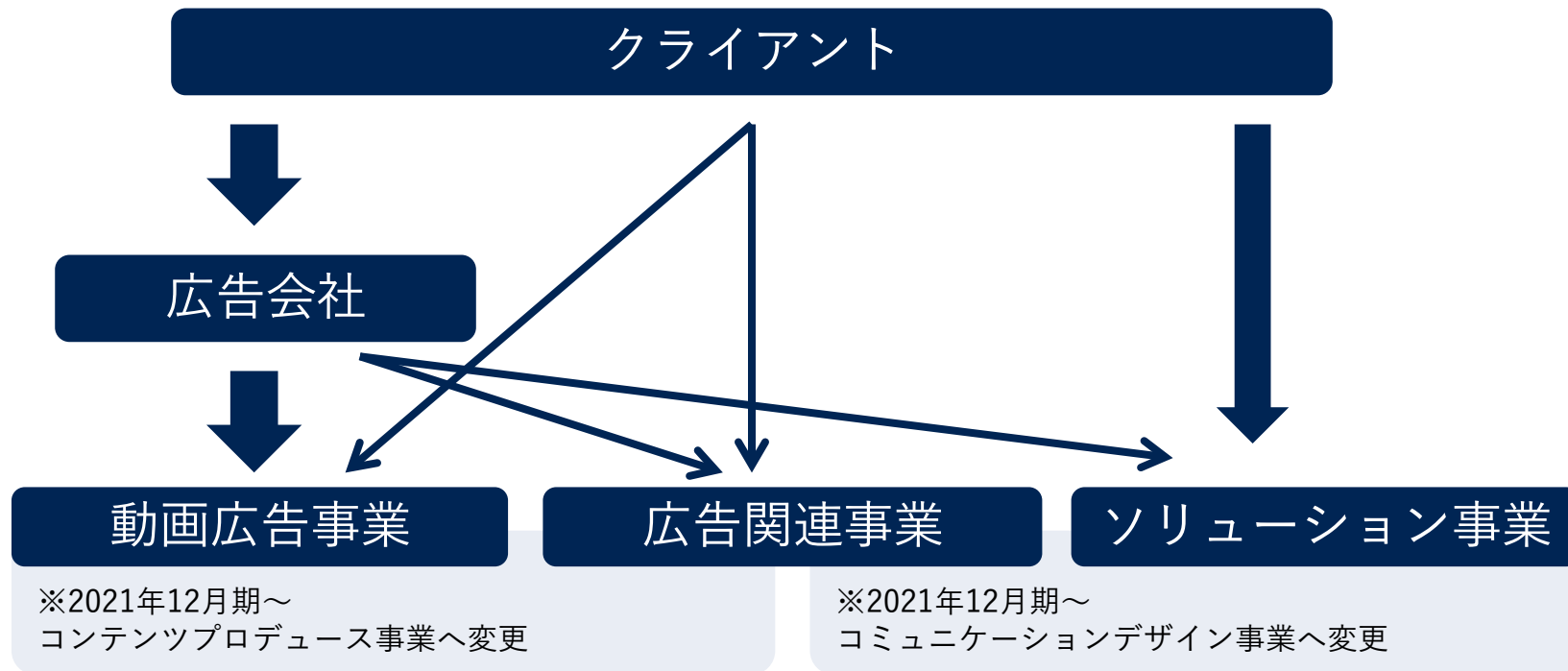


「スペシャルオリンピックス日本」に協賛

## 2. 事業環境



# 主な商流

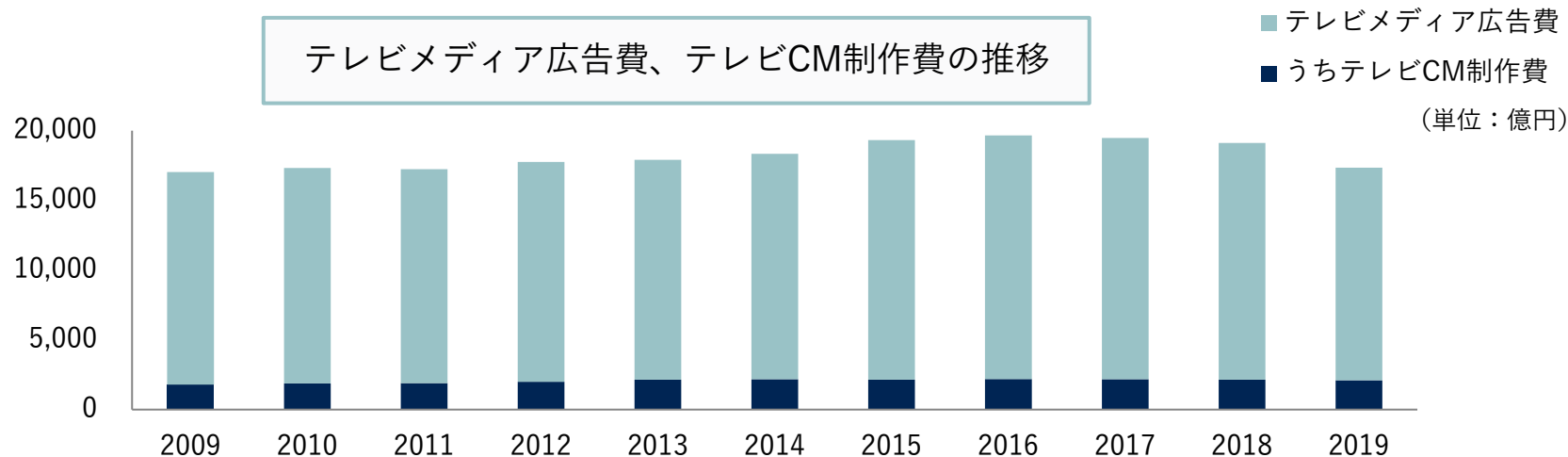


# 各事業区分の概要

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
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

# 事業環境 - 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2016年をピークに、微減傾向
- 2019年のテレビメディア広告費は1兆7,345億円（前年比97.2%）、テレビCM制作費は2,099億円（同98.2%）
- 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一定の評価もあり

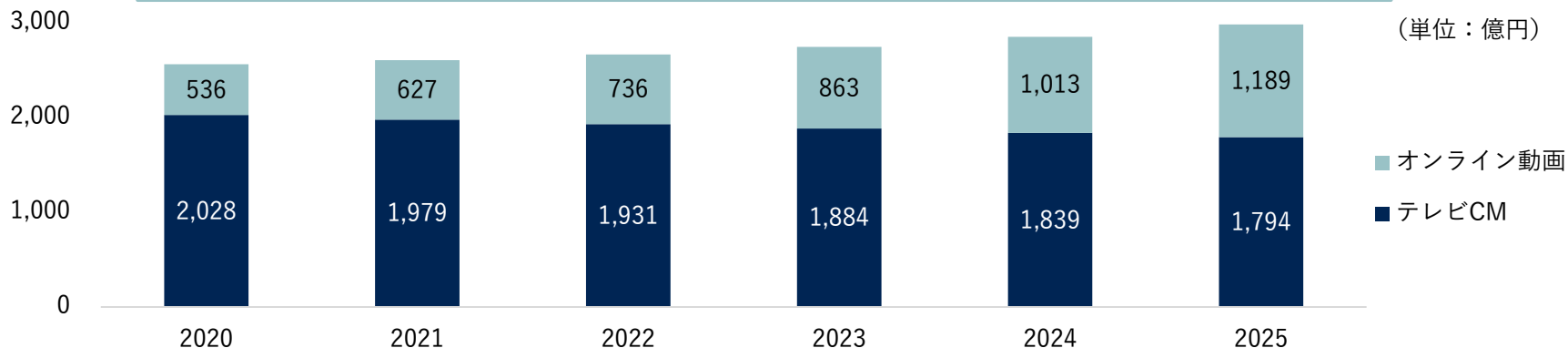


電通「2019年 日本の広告費」より

# 事業環境 - 今後の予測

- テレビCM制作市場は最大で年2%程度のペースで縮小する一方、デジタルシフトの加速により、オンライン動画広告制作市場は年20%程度のペースで成長が見込まれる
- その中では、当社が手掛けてきた高単価のブランド動画も成長するが、低中単価動画の伸びが大きくなる

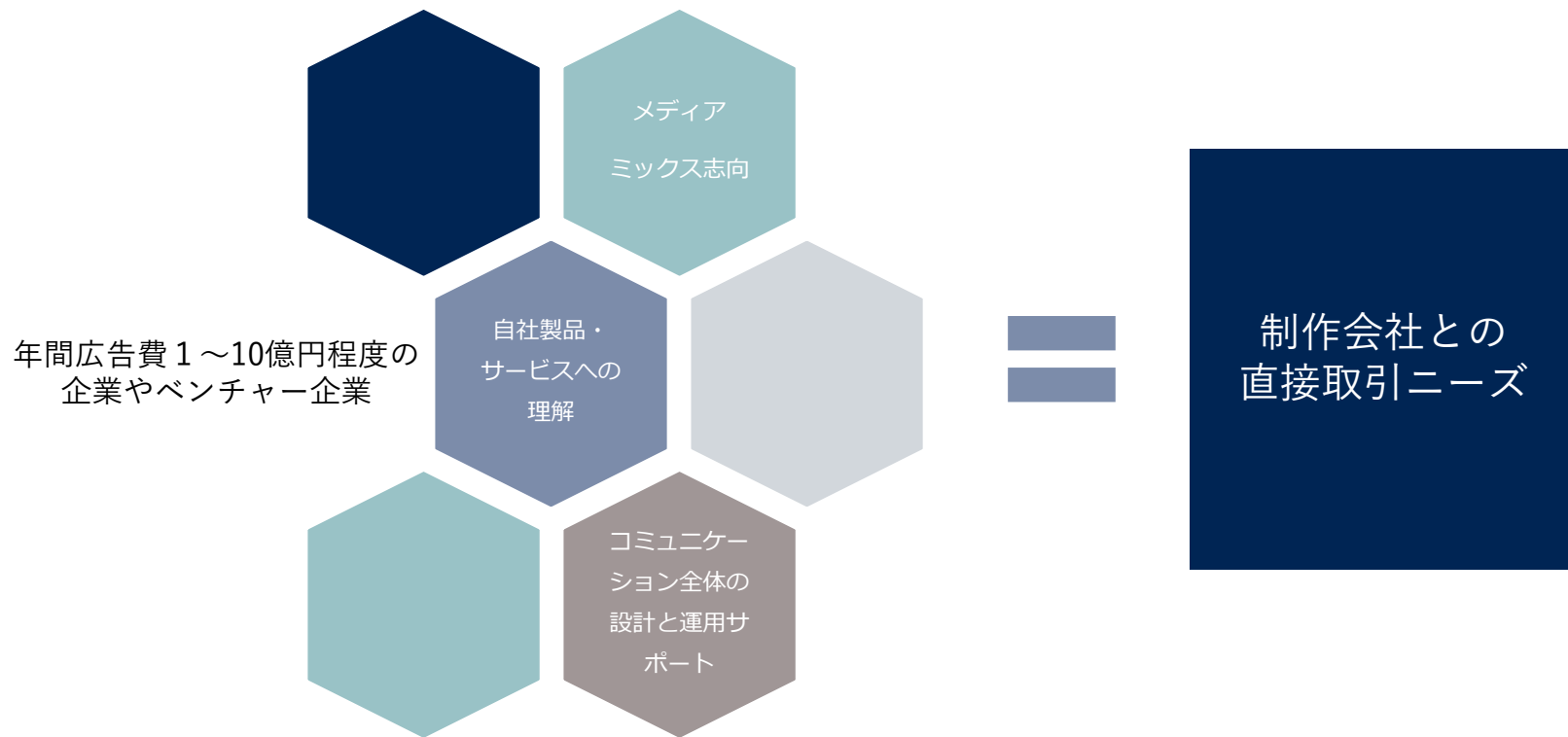
テレビCM制作とオンライン動画広告制作市場規模推計・予測（2020年-2025年）



※ 電通「日本の広告費」、みずほ銀行産業調査部、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、当社分析

※ 新型コロナウイルスによる影響は推計・予測に含んでおりません

# 広告主のニーズ



# 新型コロナウイルス感染症への対応

2月～	広告映像制作における撮影・編集等の業務は「3密」に該当する場合も多く、段階的に感染拡大防止対策を講じた
日本政府の 緊急事態宣言 発令下 (4/7～5/25)	撮影・編集スタジオの臨時休業や、撮影を伴う案件の広告会社・ 広告主に対する延期要請等の措置を講じた
緊急事態宣言 解除後 (5/25～)	医療コーディネート会社とアドバイザー契約を締結、ガイドラ インを作成し、感染拡大防止対策を講じた上で、撮影・編集等の 業務を再開

# 3. 中期経営計画

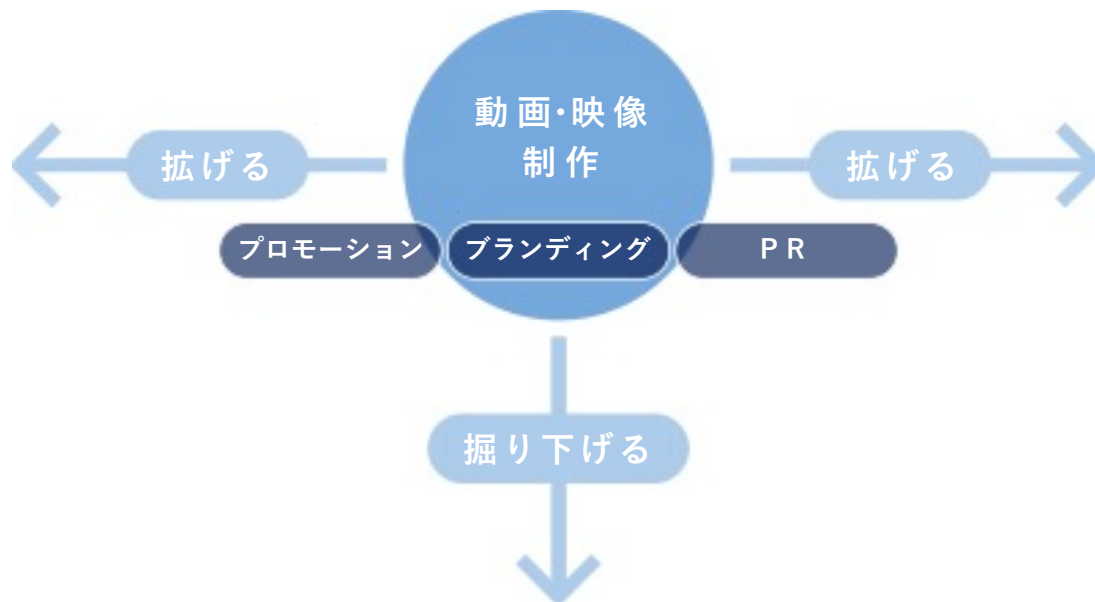
# 2019年3月 中期経営方針

## ■ 基本方針

- 「いか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」

## ■ 事業方針

- 「掘り下げる」
- 「拡げる」





2017年1月の経営統合から2019年12月までの3年間で  
以下の大きな経営課題にひと区切り

---


プリントレス※

働き方改革

グループ会社（ノンコア事業会社・業績不振子会社）の整理

システムの統一

---



中長期的な企業価値の向上を図るため、新経営体制の下で  
中期経営方針に則った中期経営計画を2020年8月に策定

※ 放送局に対するテレビCM素材の提供方法については従来から記憶媒体へ複製（プリント）し各局へ納品しており、その複製にかかる売上・利益が計上されていますが、2017年10月からオンラインでのデータ送稿が可能になり、この売上・利益が段階的に減少しています

# AOI TYOグループ スローガン

未来を、感動を、人を、プロデュース。

「未来を」は、成長領域へのチャレンジ

「感動を」は、強みの一層の深掘り

「人を」は、資産である人が成長する場

これらをグループ社員一丸となって、プロデュースする

※プロデュース：モノ、コト、価値を生み出すこと

# テーマと重点施策

テーマ：「グループ全体のプロデュース機能のアップデート」

重点施策：「事業セグメントの再構築」

- ① 事業・組織構造の変革
- ② 各事業における取り組みの明確化
- ③ グループ経営の深化・強化とコスト削減

# セグメントと注力すべき取り組み

## コンテンツプロデュース事業

広告会社を主な顧客として広告映像制作、  
ポストプロダクションを手掛ける

受託事業のテコ入れ

低中単価デジタル案件の取り込み

ポストプロダクション事業の多角化

VR/ARを含むxRコンテンツの企画、制作

## コミュニケーションデザイン事業

広告主との直接取引を中心にソリューション  
提供、ならびにPR・イベント等を手掛ける

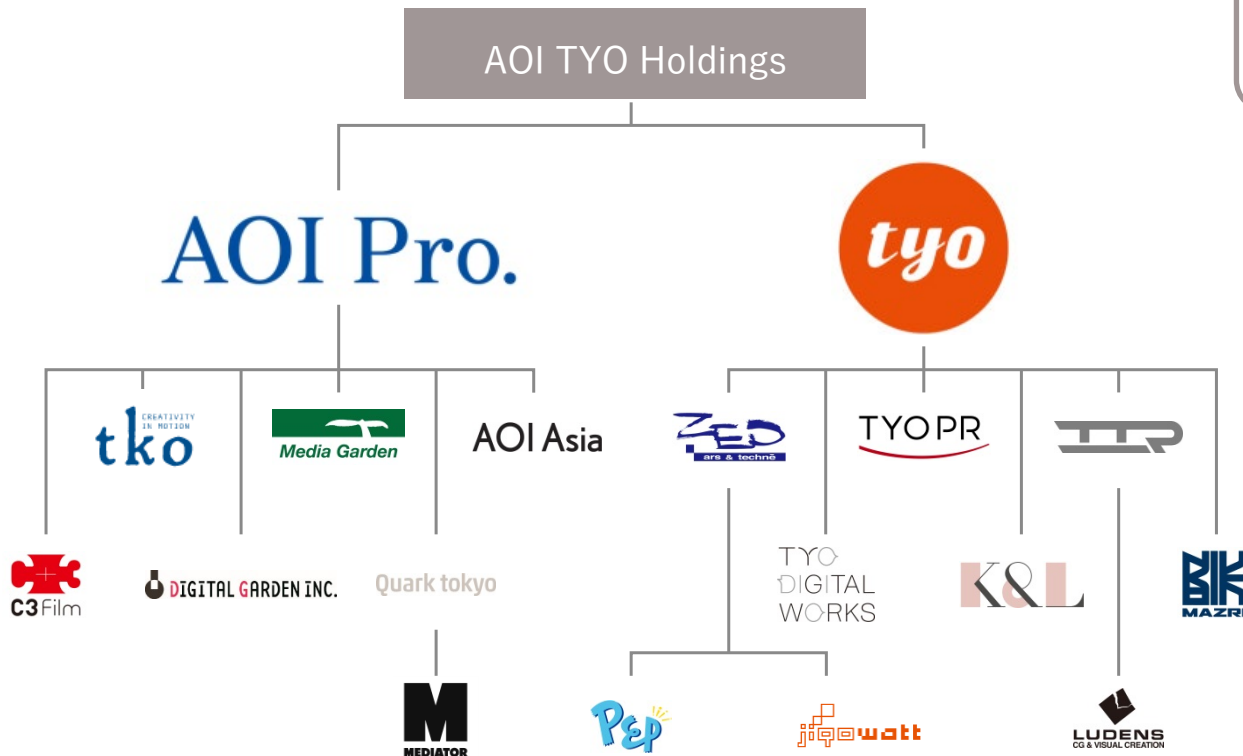
リピート顧客層の拡大

全エグゼキューションの請負

統合型マーケティング・プランニング提供

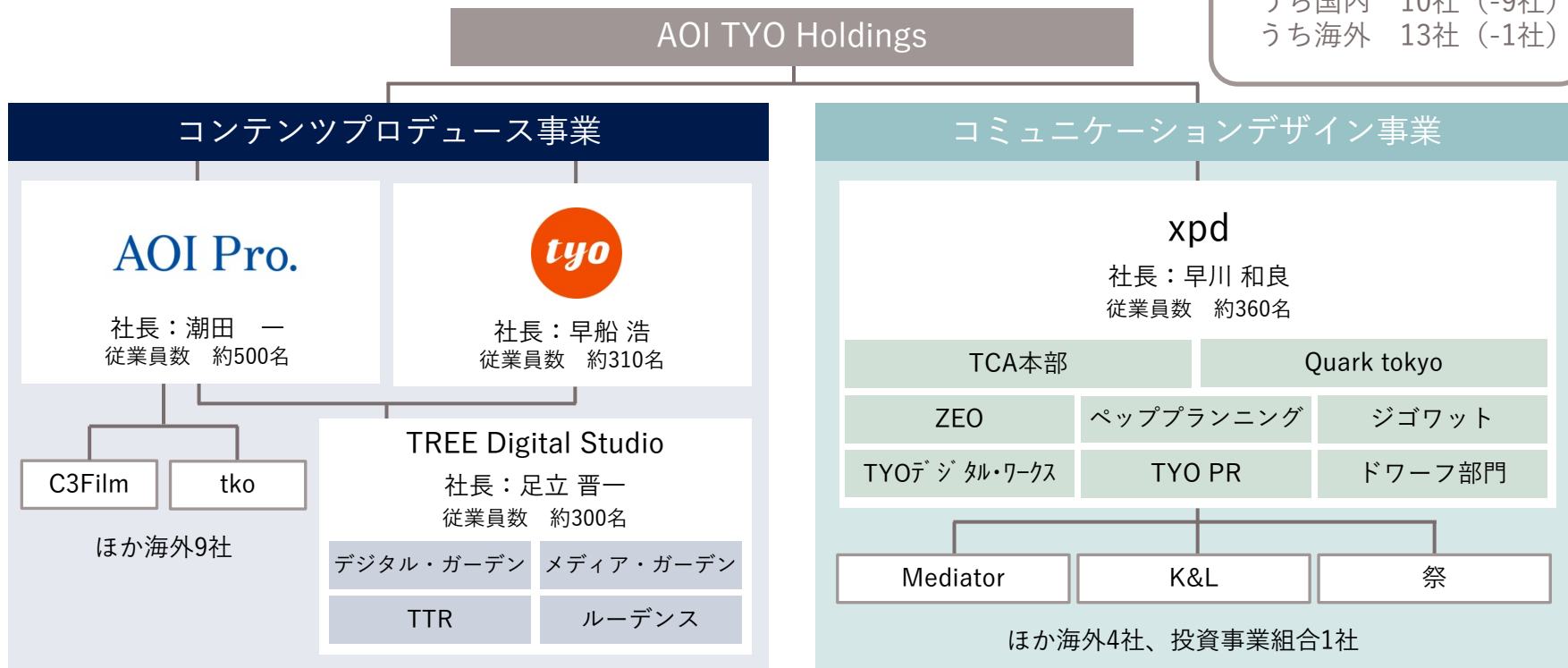
# 現体制図

連結子会社 33社  
 うち国内 19社  
 うち海外 14社



# 新体制図 (2021年1月)

連結子会社 23社  
 うち国内 10社 (-9社)  
 うち海外 13社 (-1社)



# コンテンツプロデュース事業

- 業界トップシェアやこれまで培ったノウハウを強みに、高くオリティ、高生産性を追求してテコ入れを図るとともに、市場の伸びが期待される低中単価のデジタル動画市場へ対象を拡大

受託事業のテコ入れ：実行利益率33%以上

新規/デジタル案件受注強化 売上高+50億円以上

- 営業管理手法の見直し
- 若手プロデューサー育成
- プラットフォーマーからの受注獲得

制作外部コスト削減 削減2.5億円

- 購買専門部署への集約

低中単価デジタル案件取り込み：売上高+6億円以上

- 大手広告会社以外からの低中単価案件は制作一本化
- 段階的に実行利益率※を50%へ引き上げ
- アカデミー（AOI Film Craft Lab.）からの人材発掘とビデオグラファーネットワークの拡充

ポストプロダクション多角化：売上高+5億円以上

- MA（音声編集）、カラーグレーディング、CG拡大
- 低中単価動画案件の編集
- バーチャルスタジオ
- イベント領域中心にxR事業展開

※売上高から外部支出原価を引いた実行利益の売上高に対する比率

# コミュニケーションデザイン事業

- 企業のコミュニケーションを、全体設計から具体的なカタチを作り上げる  
ところまで手掛ける
- 顧客基盤の強化を図るとともに、より高付加価値なサービスを提供

## 強み①

- 広告・マーケティングソリューション領域において、映像から、デジタルソリューション、PR、イベント、空間デザイン等、全方位型のエグゼキューションを単独で提供可能

## 強み②

- 予算を含めた効率性とスピード感を担保可能



売上高  
+ 90億円



# 人事戦略

## ■ 人材マネジメント方針

基本方針：「記憶に残り後世に語り継がれる感動を生み出す人材を輩出する」

コアワード： ①一緒に ②倫理観 ③挑戦

## ■ グループ人事戦略

- 新卒採用における母集団形成・選考管理の統一化
- 評価制度・報酬体系の見直し
- 育成環境・キャリア開発の環境構築

# コスト削減

- リモートワーク等の働き方の変化によりオフィス系コスト・交通費等を削減
- 生産性を高めることでコーポレート系コストを適正化

削減額  
最大**20**億円

(参考)  
2019年度コスト  
204億円

オフィス関連  
コスト ▲5.5億円

- ・ 地代家賃 : ▲4.8億円  
オフィス集約、賃貸面積3割減
- ・ 消耗品費 : ▲0.3億円  
リモートワーク推奨
- ・ 水道光熱費 : ▲0.3億円  
オフィス集約、リモートワーク

コーポレート系  
コスト ▲10億円

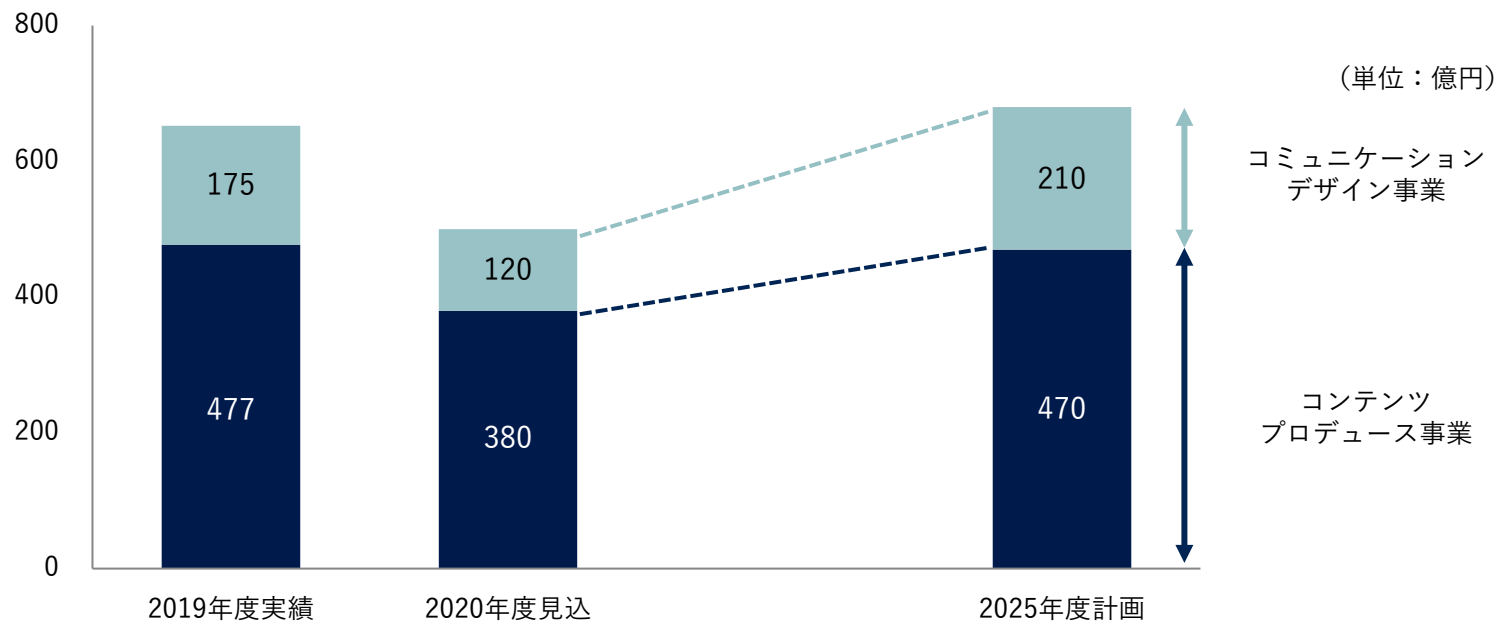
- ・ 人件費、外注費  
業績連動分等（削減ピークは  
FY2022）
- ・ 業務委託費・支払手数料  
オフィス/システム統合による  
効率化

その他一律  
削減コスト ▲4.5億円

- ・ 接待交際費/旅費交通費/会  
議費 : ▲3億円  
一律3割減
- ・ 広告宣伝費 : ▲0.4億円
- ・ その他経費 : ▲1億円  
一律1割減

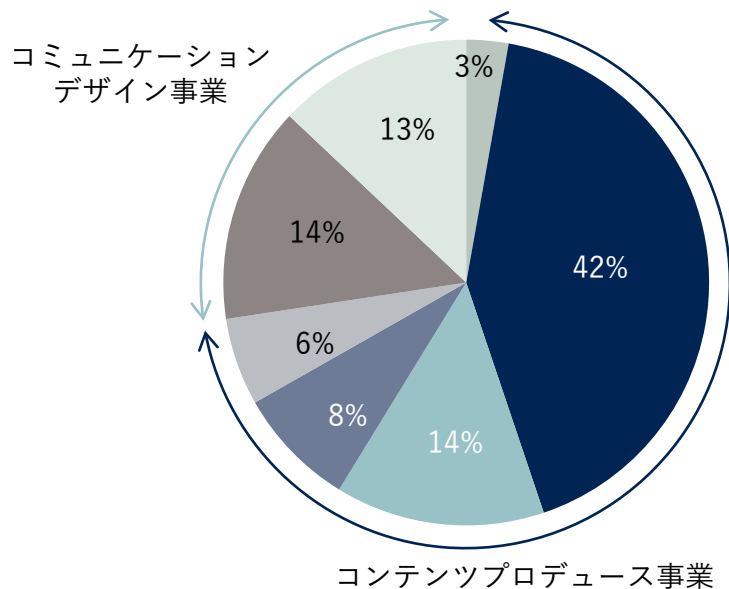
## 業績計画

■売上 680億円 ■営業利益 44億円

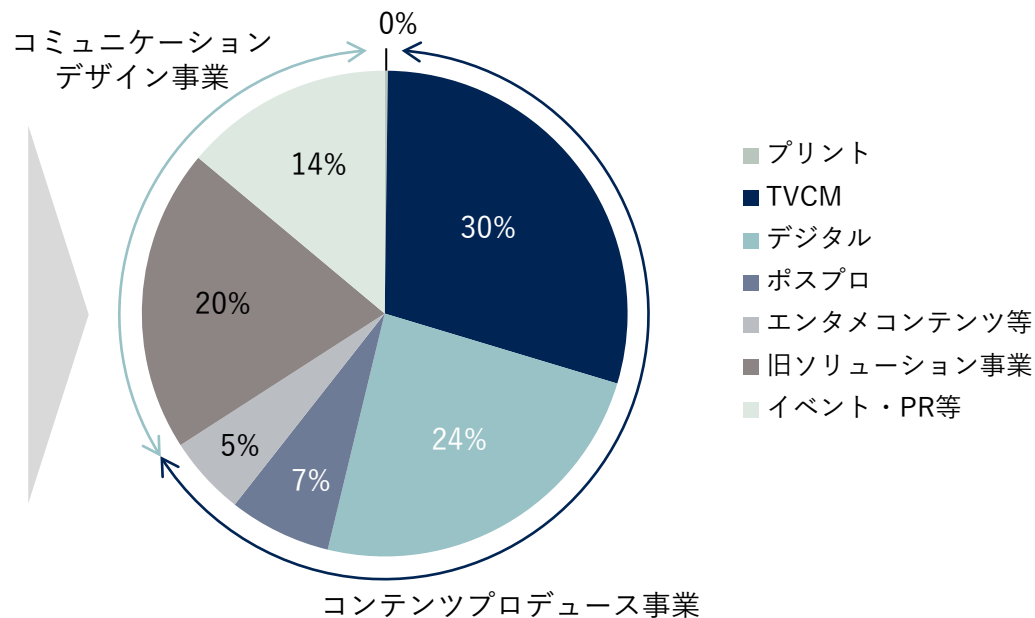


# 売上高構成比

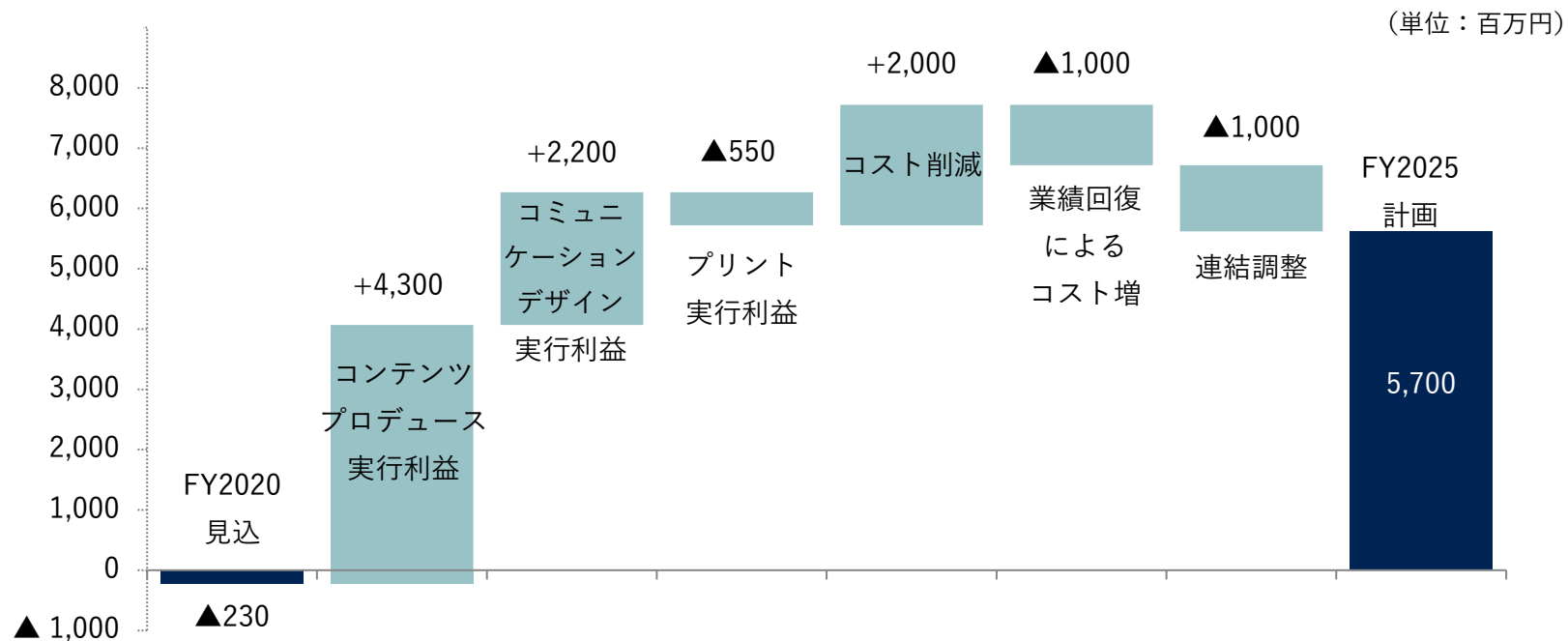
<2019年度実績（参考）>



<2025年度計画>



## EBITDA



## KPI 2025年度

## 財務

EBITDA **57億円** (2020年度見込▲2.3億円)

ROE **10%以上**

## 非財務

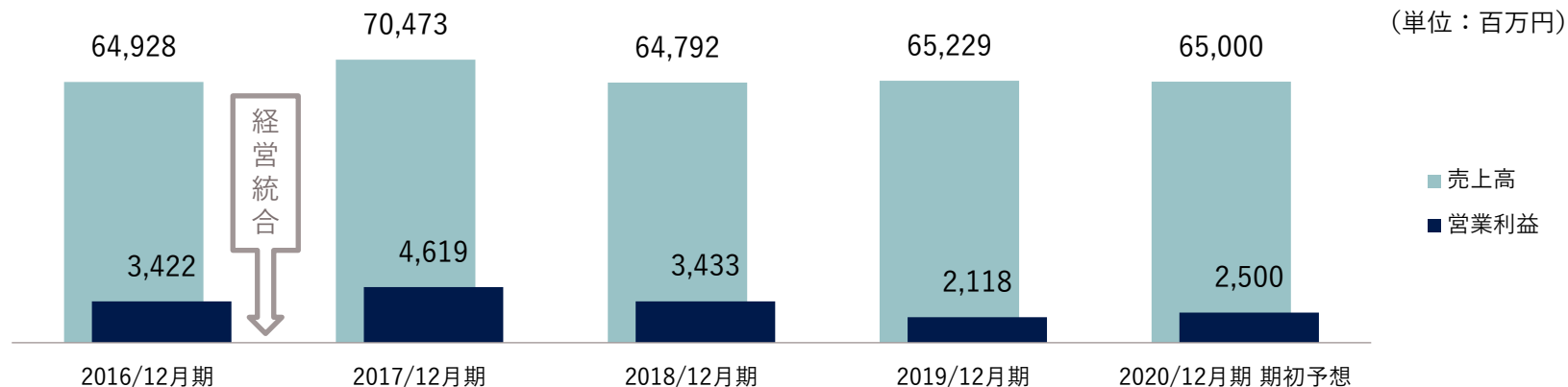
従業員のエンゲージメント向上

SDGsへの貢献

## 4. 連結決算概要

# 売上高、営業利益の推移

- 経営統合後、2017年度は売上高・営業利益ともに増加したものの、その後はプリントレスの進展、働き方改革への対応等により減少
- 本年度の期初においては、売上高は前年度業績不振な子会社を整理したこと等により横ばいとしたものの、営業利益は増加する業績予想とした



※ 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



# 連結業績予想の修正

- 新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、4月28日に一旦「未定」としたうえで、再度、8月24日に業績予想を公表
- 2Qの緊急事態宣言下における各種案件の中止・延期、その後の広告需要の減少等により、売上高の大幅な減少を見込む

※2020年2月19日発表

※2020年8月24日発表

単位：百万円	2020年12月期 期初予想	2020年12月期 修正予想	期初予想比
売上高	65,000	50,000	△ 15,000
営業利益	2,500	△1,400	△ 3,900
経常利益	2,400	△1,500	△ 3,900
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,400	△1,500	△ 2,900
EBITDA	3,830	△230	△ 4,060

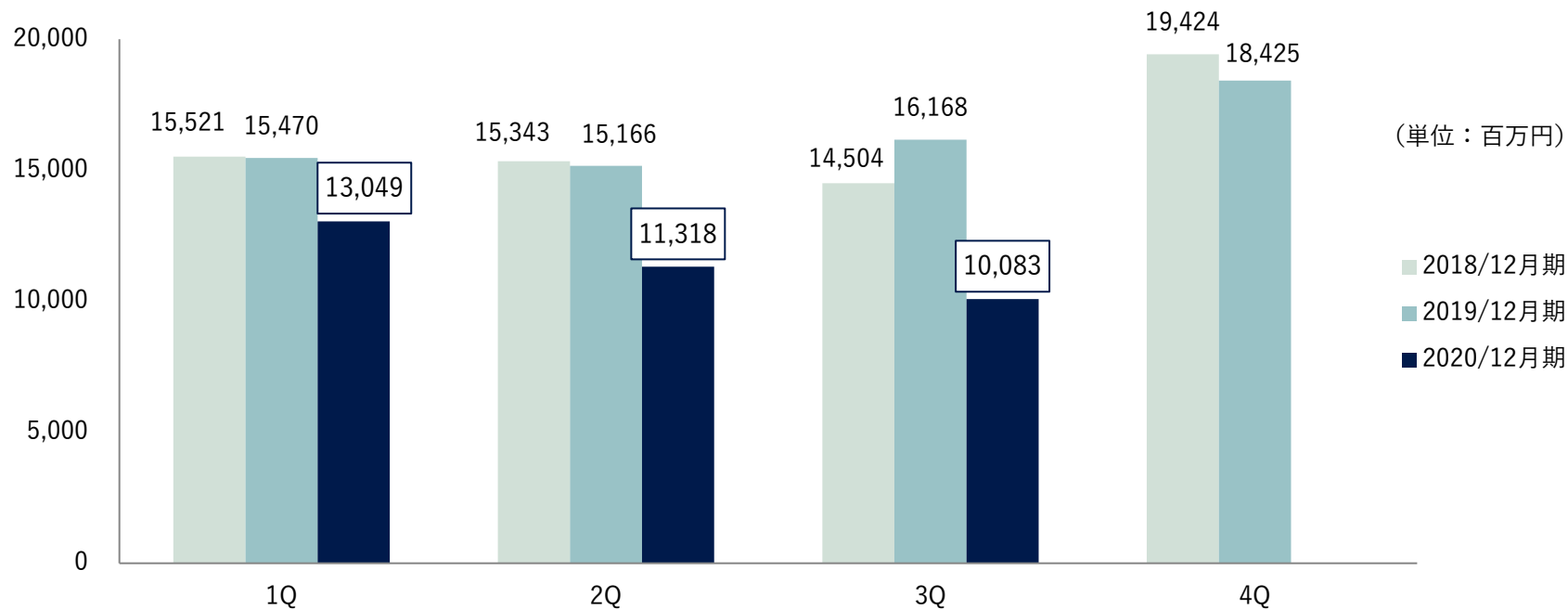
## 2020年12月期3Q(1月～9月) 連結決算ハイライト

- 新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言下での撮影業務の中止・延期、広告需要の減少等により、売上高が大きく減少し、各段階利益は損失を計上
- 8月に策定したコスト削減策を前倒しで実行、7拠点のオフィスの移転、面積削減を決定し、311百万円の特別損失を計上

単位：百万円	2018年12月期 3Q	2019年12月期 3Q	2020年12月期 3Q	前期比
売上高	45,368	46,804	34,450	△ 12,354
営業利益	2,365	1,153	△ 1,260	△ 2,413
経常利益	2,374	921	△ 1,325	△ 2,246
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,520	348	△ 1,368	△ 1,716
EBITDA	3,231	2,245	△ 415	△ 2,660

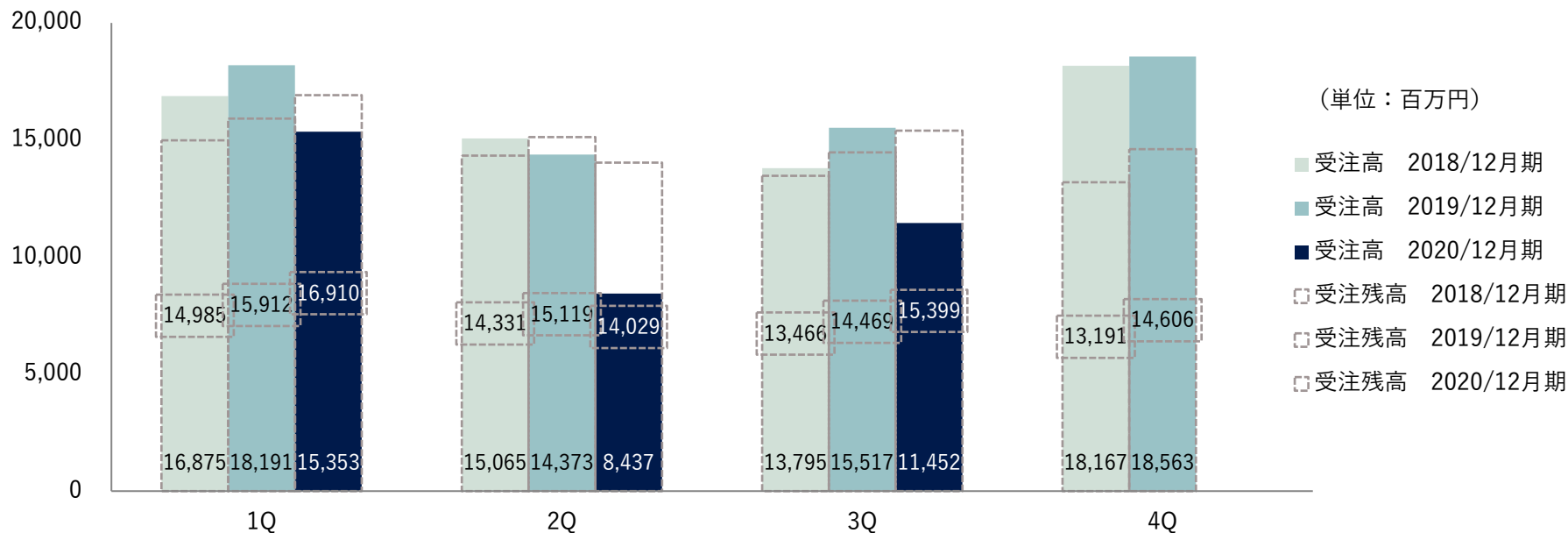
# 四半期別売上高推移

- 緊急事態宣言下の経済活動の停止、先行きの不透明感等で、2Qの受注高が大きく落ち込んだ影響等により、3Qの売上高は引き続き低迷



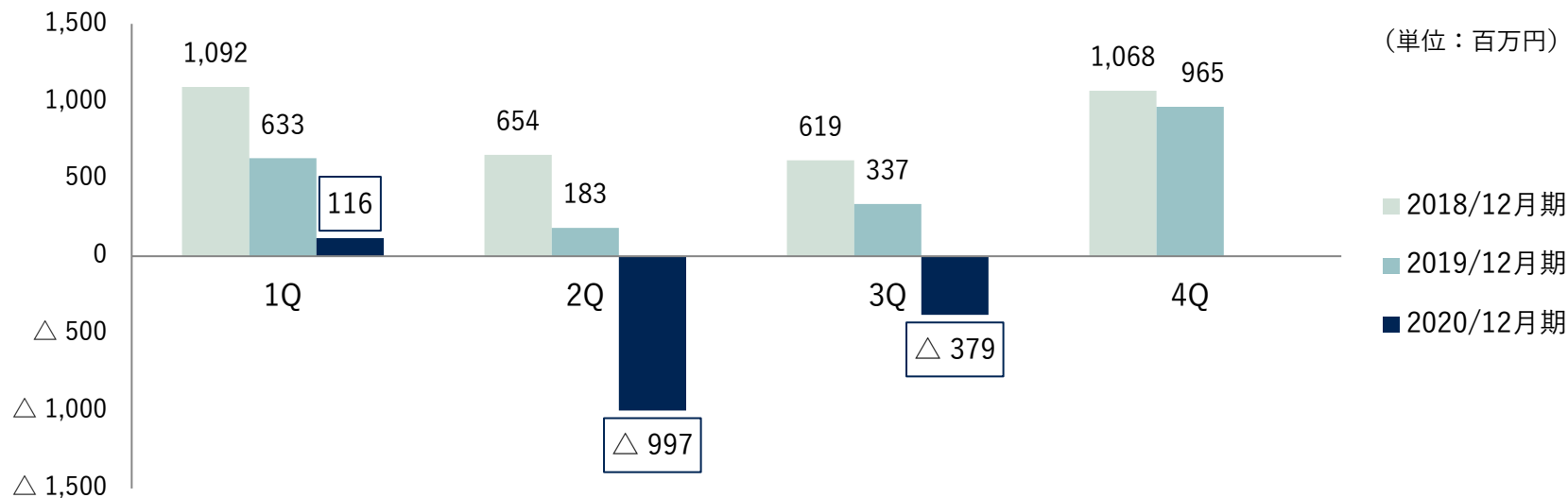
# 四半期別受注高・受注残高推移

- 緊急事態宣言解除後、徐々に経済活動の再開が進められる中、3Qの受注高は増加に転じ、3Q末の受注残高は15,399百万円（前年同四半期末比6.4%増）



# 四半期別営業利益推移

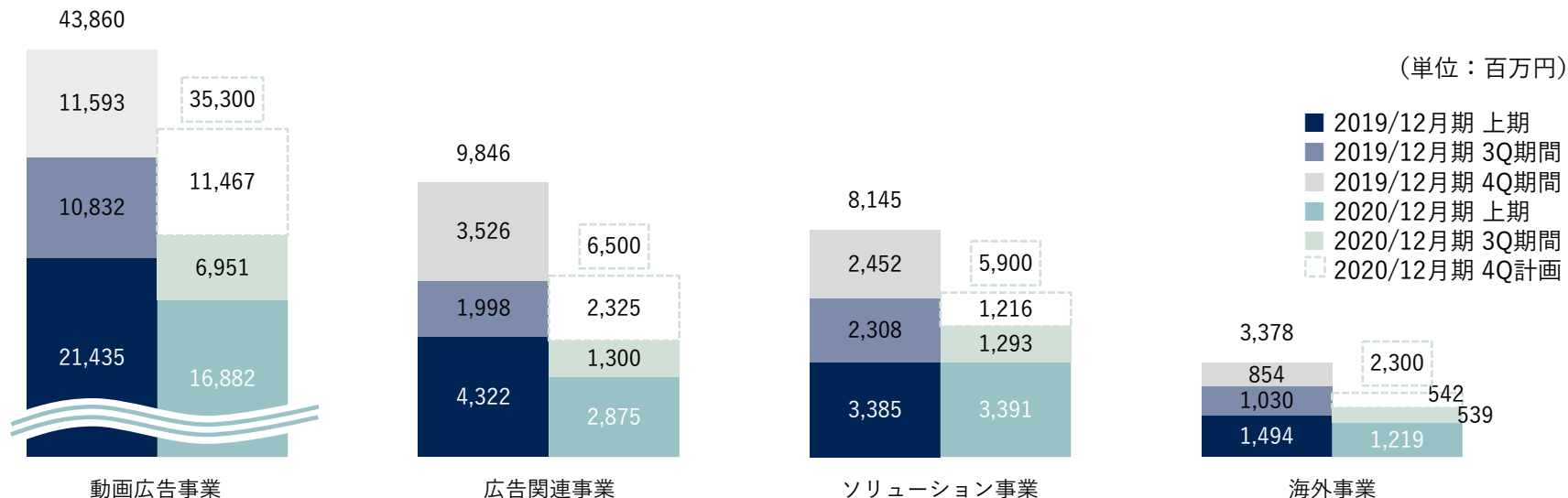
- 3Qの営業利益も売上高の減少により損失を計上したものの、費用削減策の前倒しでの実行、実行利益率※の改善等により、損失額が2Qに比べて減少



※売上高から外部支出原価を引いた実行利益の売上高に対する比率

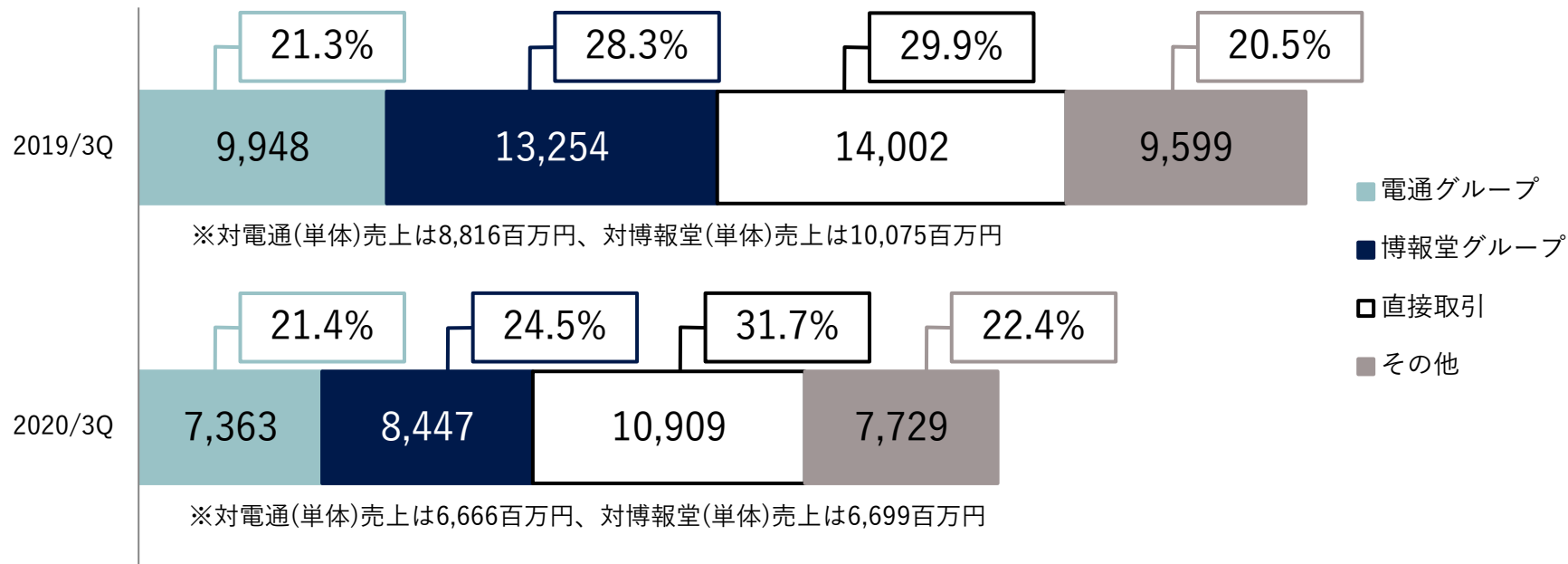
# 事業区分別売上高

- 動画広告事業は、大手広告会社からの売上高が減少するも、4Qに向け受注も増加しており売上回復の見込み
- 広告関連事業は、3Qはイベントの中止・延期が継続したが、4Qはリアルの大型イベントも受注
- 2Qまではほぼ前年並みを維持していたソリューション事業も、緊急事態宣言下での対面営業自粛の影響を受け3Qは売上高が減少、一方4Qの受注は好調で計画を上回る見込み
- 海外事業は、東南アジアの一部地域で新型コロナウイルス感染拡大が終息しておらず、売上への影響が継続



## 顧客別売上高

(単位：百万円)



# 媒体別売上高

単位：百万円	2019年12月期 3Q	構成比	2020年12月期 3Q	構成比	前期比
テレビCM制作	27,916	59.0%	19,794	56.7%	△ 8,122
CM	26,731	56.5%	19,048	54.6%	△ 7,683
プリント	1,185	2.5%	746	2.1%	△ 439
エンタテインメントコンテンツ	1,359	2.9%	1,658	4.8%	299
デジタルコンテンツ	9,513	20.1%	8,030	23.0%	△ 1,483
海外	2,522	5.3%	1,575	4.5%	△ 948
その他	6,030	12.7%	3,825	11.0%	△ 2,205
合計	47,341	100.0%	34,882	100.0%	△ 12,459

※(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



# 連結貸借対照表サマリー

- 現金及び預金 14,238百万円、流動比率は 246.6%と高い水準
- 複数の金融機関との間で 120 億円のコミットメントラインを締結しており、流動性を十分に確保している状況（2020年9月末・利用残高0億円）

単位：百万円	2019年12月期	2020年12月期 3Q	主な増減要因
流動資産	36,003	32,547	現金及び預金+5,127、受取手形及び売掛金△8,028、電子記録債権△2,091
固定資産	17,348	16,891	
資産合計	53,352	49,438	
流動負債	18,343	13,196	買掛金△3,159、短期借入金△3,200
固定負債	11,645	14,663	長期借入金+3,190
負債合計	29,988	27,859	
純資産合計（総資産に対する比率）	23,363 (43.8%)	21,578(43.6%)	利益剰余金△1,654
負債純資産合計	53,352	49,438	

# コスト削減の状況

中期経営計画にて謳ったコスト削減策を前倒しで実行

## ■ オフィスの集約、削減

削減予定額 △4.8億円

- 3Qに以下のオフィス削減を決定、4Qでもさらに追加の削減を検討中

削減拠点数	特別損失計上額	2021年度の賃料削減額
7拠点	3.1億円	4.2億円※

※退去分の賃料支払（重複家賃）を除いて比較

## ■ 接待交際費、交通費、広告宣伝費等の削減

削減予定額 △4.5億円

2019年12月期 3Q実績	2020年12月期 3Q実績	前期比削減額
14.2億円	10.1億円	4.1億円

# 連結業績予想の進捗

- 2Qに大きく落ち込んだ受注高は3Qに増加に転じ、4Qは売上高も増加に転じる見込み

単位：百万円	2020年12月期	2020年12月期		2020年12月期	
	3Q実績	通期予想	前期比	4Q必要額	前期比
売上高	34,450	50,000	△ 15,229	15,550	△ 2,875
営業利益	△ 1,260	△ 1,400	△ 3,518	△ 140	△ 1,105
(営業利益率)	(-3.7%)	(-2.8%)	-	-	-
経常利益	△ 1,325	△ 1,500	△ 3,263	△ 175	△ 1,017
親会社株主に帰属する 四半期(当期)純利益	△ 1,368	△ 1,500	△ 220	△ 132	1,496
EBITDA	△ 415	△ 230	△ 3,836	-	-

## 5. 株主還元

# 配当

## ■ 基本方針：連結配当性向 30%以上

- 恒常的な企業価値向上を目指しつつ、継続的かつ安定的な配当を行うという観点も踏まえ、業績に応じた適正な利益配分を実施

## ■ 今期業績がボトムと見込んでおり、2020年12月期 期末配当は、安定的な配当水準を可能な限り維持する観点から、前期実績の12円を維持

	中間	期末	年間
2019年12月期実績 (参考)	8円	12円	20円
2020年12月期予想	-	12円	12円

# 株主優待制度

- 2021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1年以上継続して保有する株主様を対象に、下記の株主優待を実施予定

## 優待品の贈呈

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



※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

## 体験型オリジナル株主優待

### 500株以上（応募・抽選）

当社グループ見学会へのご招待など ※2019年度はアニメーションスタジオ見学会を実施

※2020年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止

# 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。  
お問い合わせ窓口 (<http://aoityo.com/ja/contact.html>)