

AOI TYO Holdings

2020年12月期

決算説明会資料

2021年3月3日

AOI TYO Holdings株式会社

目次

1. 連結決算概要
2. 中期経営計画への取り組み
3. 連結業績予想
4. Appendix - 株式情報等

1. 連結決算概要

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
- しかしながら、4Qは売上が回復、業績予想を上回り、下期の営業利益は黒字化

単位：百万円	2020年12月期 上期	2020年12月期 下期	2020年12月期	前期比	予想比 ※8/24公表
売上高	24,367	26,720	51,087	△ 14,142	+1,087
営業利益	△ 881	154	△ 727	△ 2,845	+673
経常利益	△ 1,047	△ 102	△ 1,149	△ 2,912	+351
親会社株主に帰属する 当期純利益	△ 956	△ 1,596	△ 2,552	△ 1,272	△ 1,052
EBITDA	△ 313	735	422	△ 3,184	+652

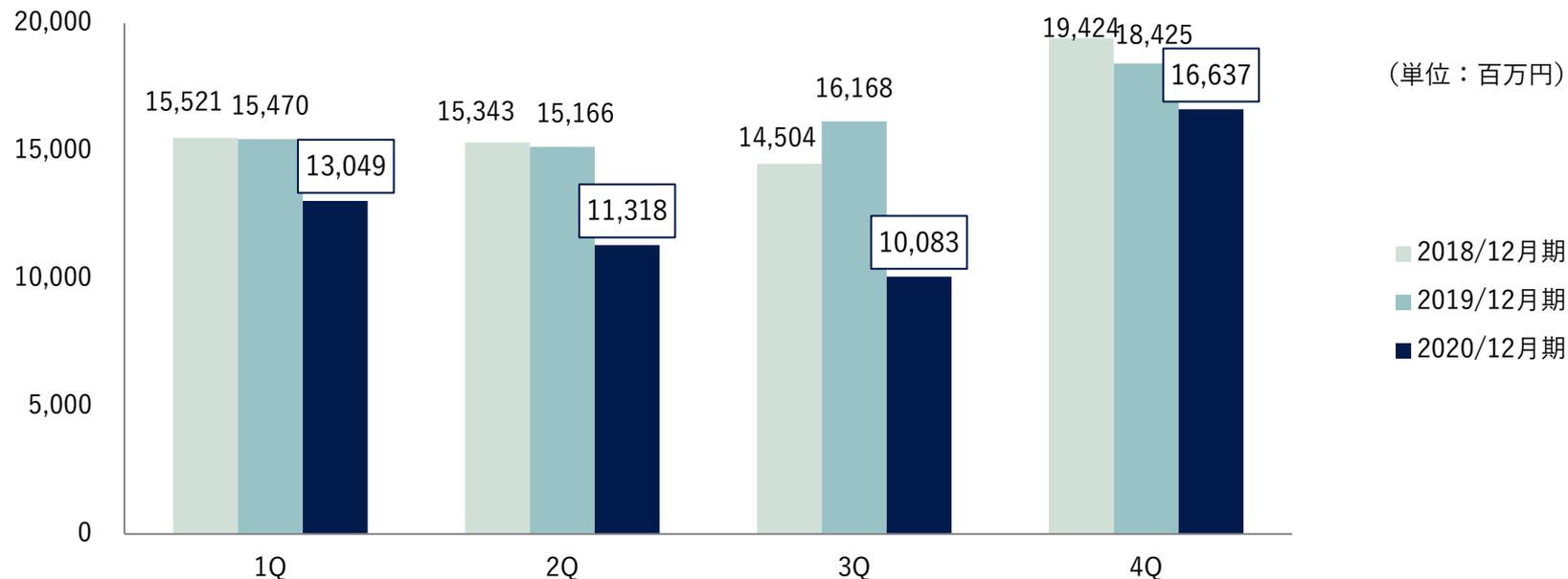
特別損失の内訳

- 中期経営計画に基づく連結子会社数の大幅削減、在宅勤務の推奨の継続によるオフィスの集約、削減等により事業構造改善費用946百万円を計上
- 連結子会社において、新型コロナウイルス感染拡大の影響等により投資時の事業計画と実績値との乖離が発生、のれんの減損損失300百万円を計上

単位：百万円	2020年12月期	要因
事業構造改善費用	946	固定資産の除却損、原状回復工事の費用やその期間の賃借料等、オフィスの集約・削減に伴う費用
減損損失	300	連結子会社に係るのれんの減損処理
投資有価証券評価損	86	保有する投資有価証券の一部の減損処理
その他	53	
合計	1,386	

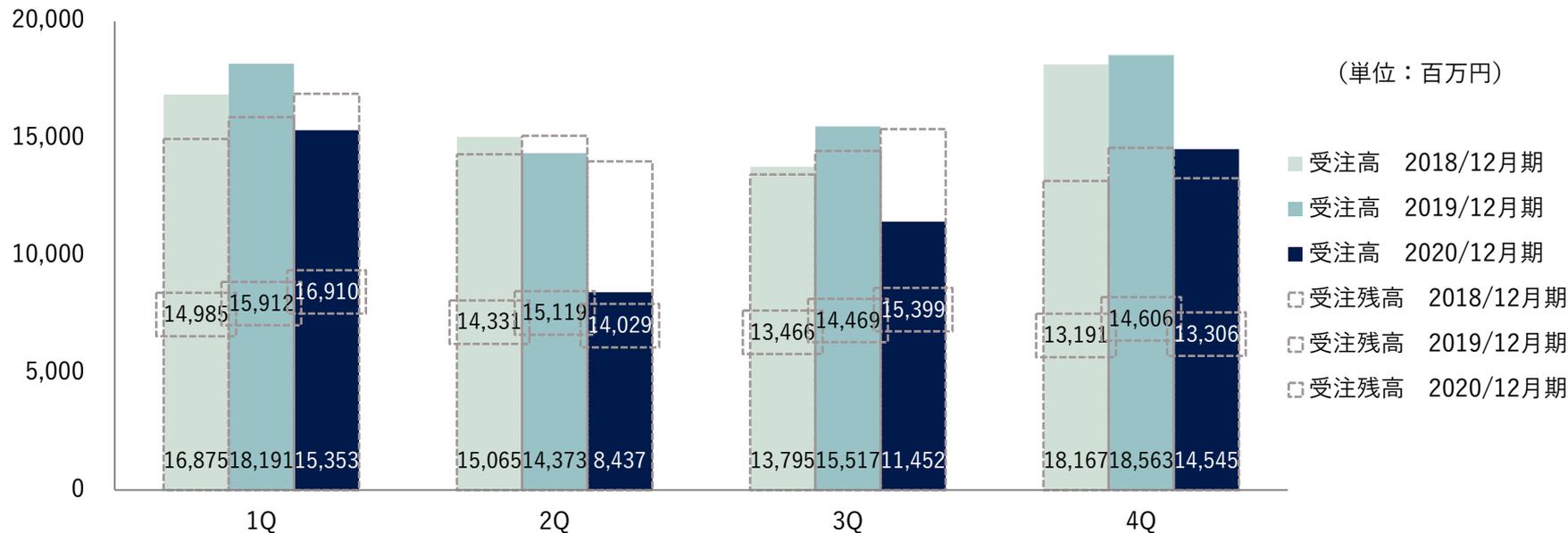
四半期別売上高推移

- 新型コロナウイルス感染拡大の影響により落ち込んだ売上が、4Qは大きく回復



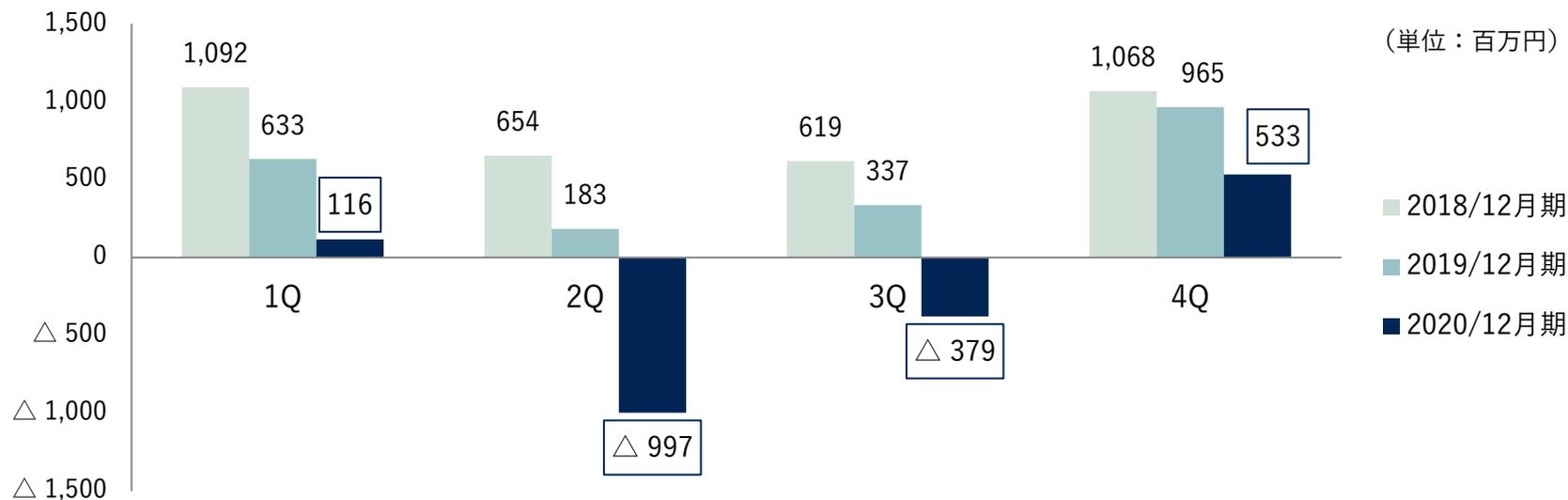
四半期別受注高・受注残高推移

- 受注高は緊急事態宣言解除後の3Qから増加に転じ、4Qも増加
- 当期末の受注残高は13,306百万円（前期末比8.9%減）と前期末には届かないものの相応の水準は確保



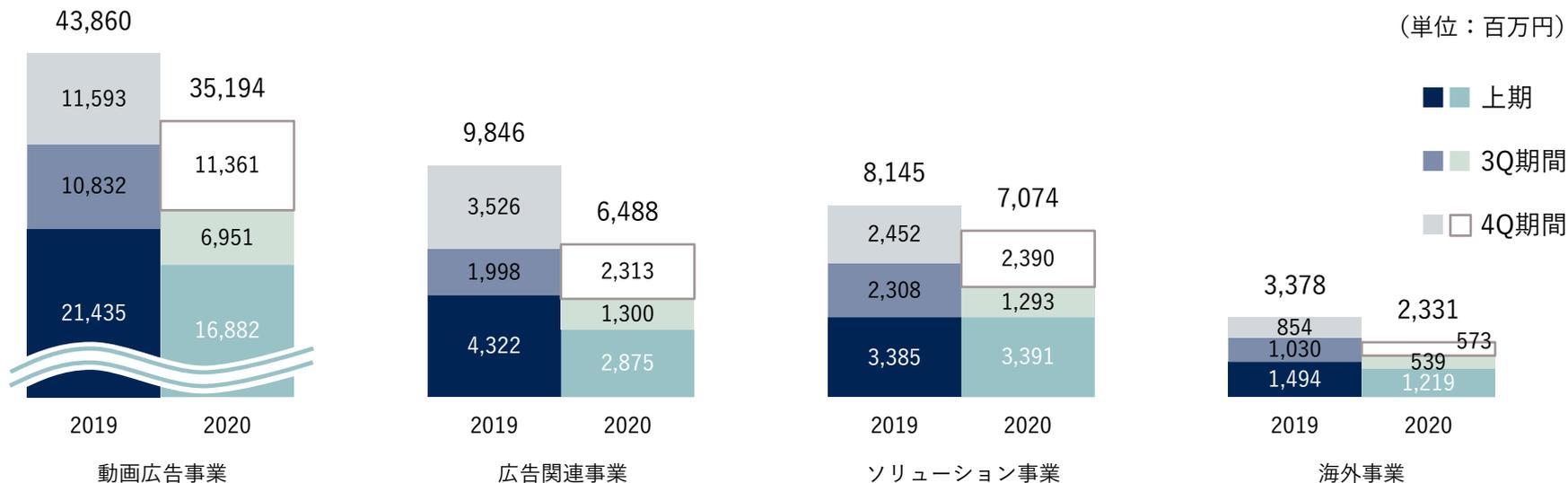
四半期別営業利益推移

- 4Qの営業利益は、売上高の回復、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、黒字化



事業区分別売上高

- 新型コロナウイルス感染拡大の影響が継続している広告関連事業と海外事業の4Q売上高は、引き続き前年同期比減少
- 一方、動画広告事業とソリューション事業の4Q売上高は回復し、ほぼ前年同期並み

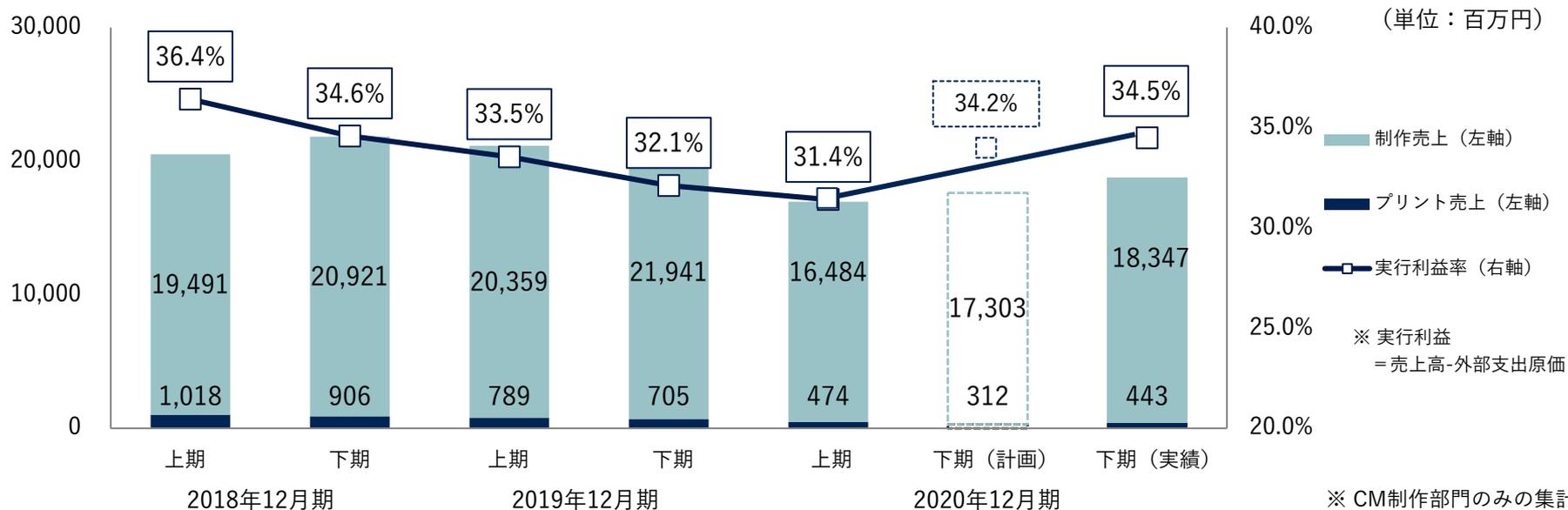


各事業区分の概要

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

動画広告事業

- 下期の売上高は回復し、修正計画を上回って着地
- 新型コロナウイルスの影響で中止・延期となった案件の実費請求の影響等もあって低下した実行利益率が改善

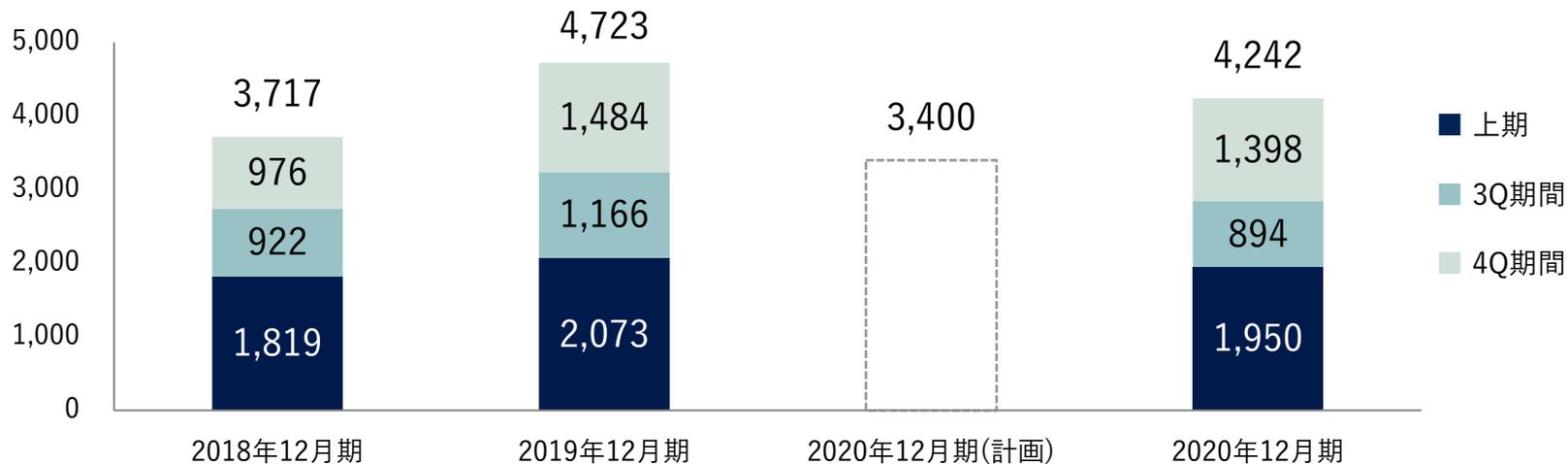


ソリューション事業① - TYOオフリングマネジメント部門

- 2Qの対面営業自粛の影響で3Qの売上高は減少したものの、4Qは回復し、修正計画を大きく上回って着地

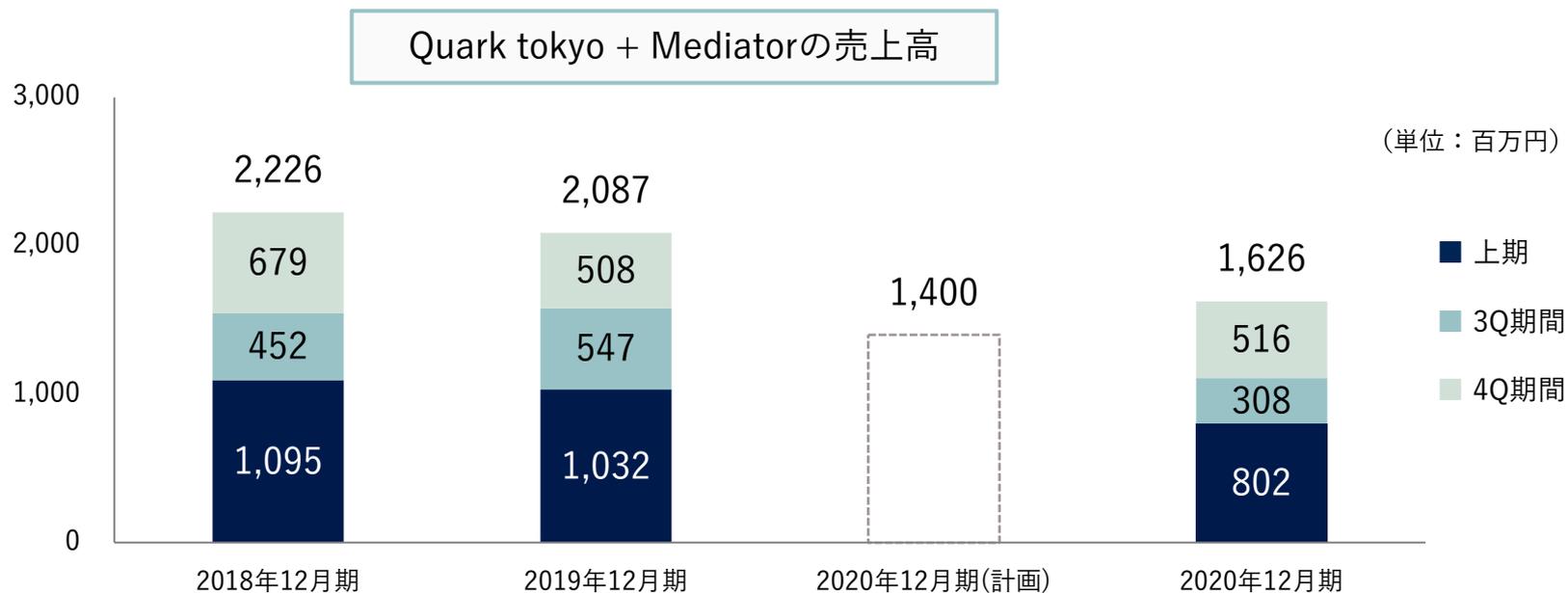
TYOオフリングマネジメント部門の売上高
※ メディア費を除く売上高推移

(単位：百万円)



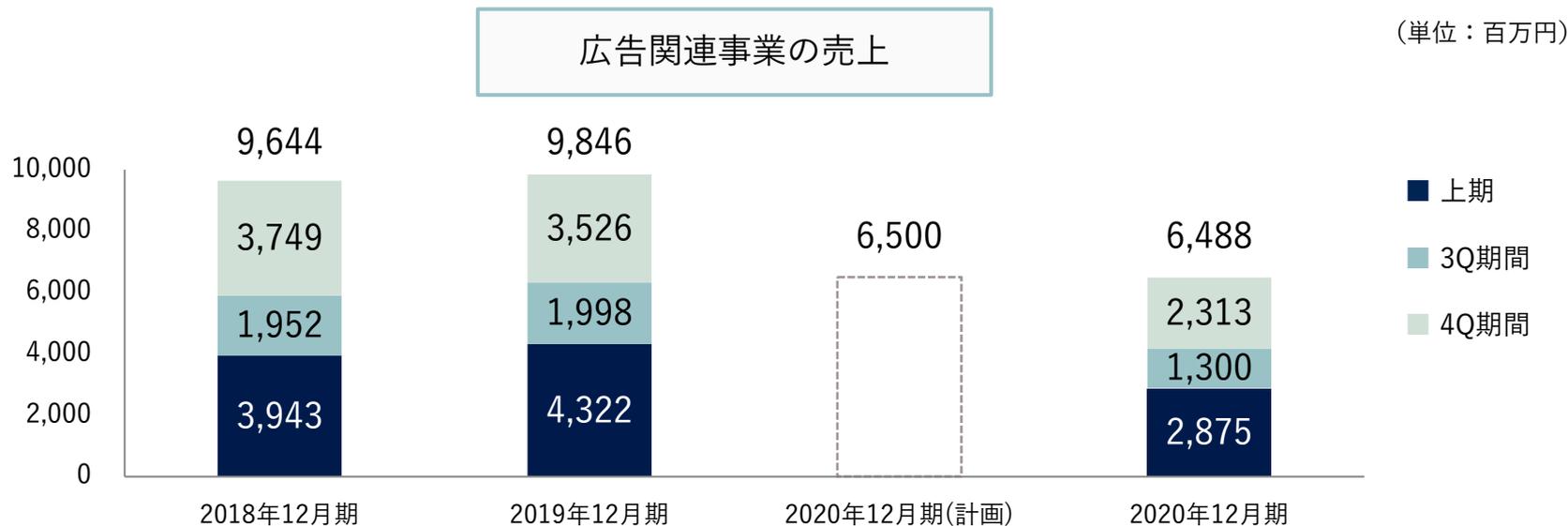
ソリューション事業② - Quark tokyo + Mediator

- 広告主の予算削減の影響を受けつつも、4Qは前年同期比増加し、修正計画を上回って着地



広告関連事業

- イベント事業における新型コロナウイルス感染拡大の影響は継続するも、オンラインとリアルを組み合わせたハイブリッド型イベントが新たに主流となっており顧客層が拡大、4Qの売上高は回復
- ほぼ修正計画通りの着地

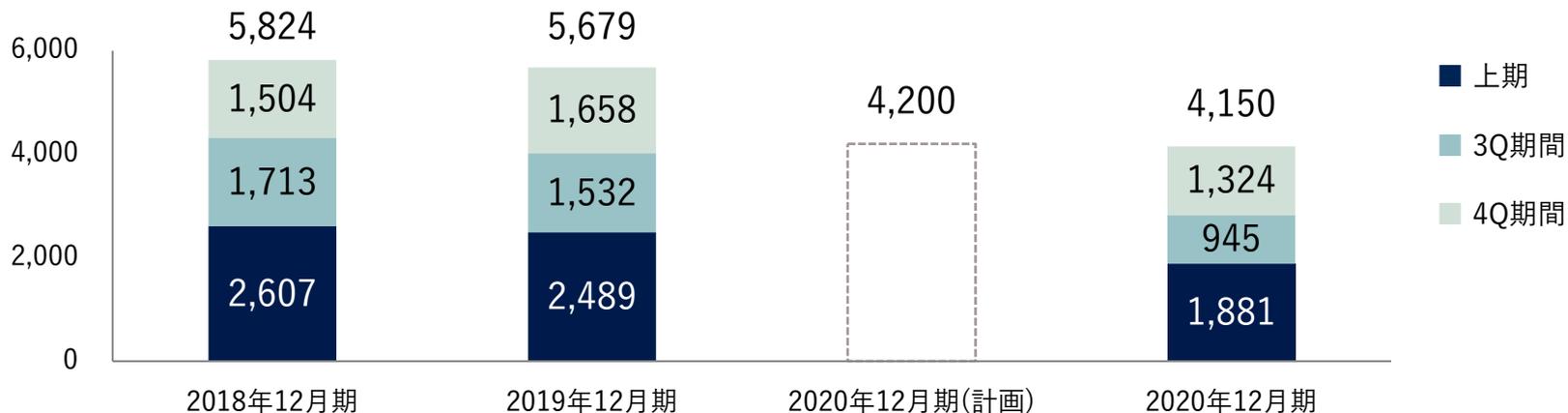


海外事業

- 東南アジアの一部地域では新型コロナウイルス感染拡大が収束しておらず、売上への影響が継続
- ほぼ修正計画通りの着地

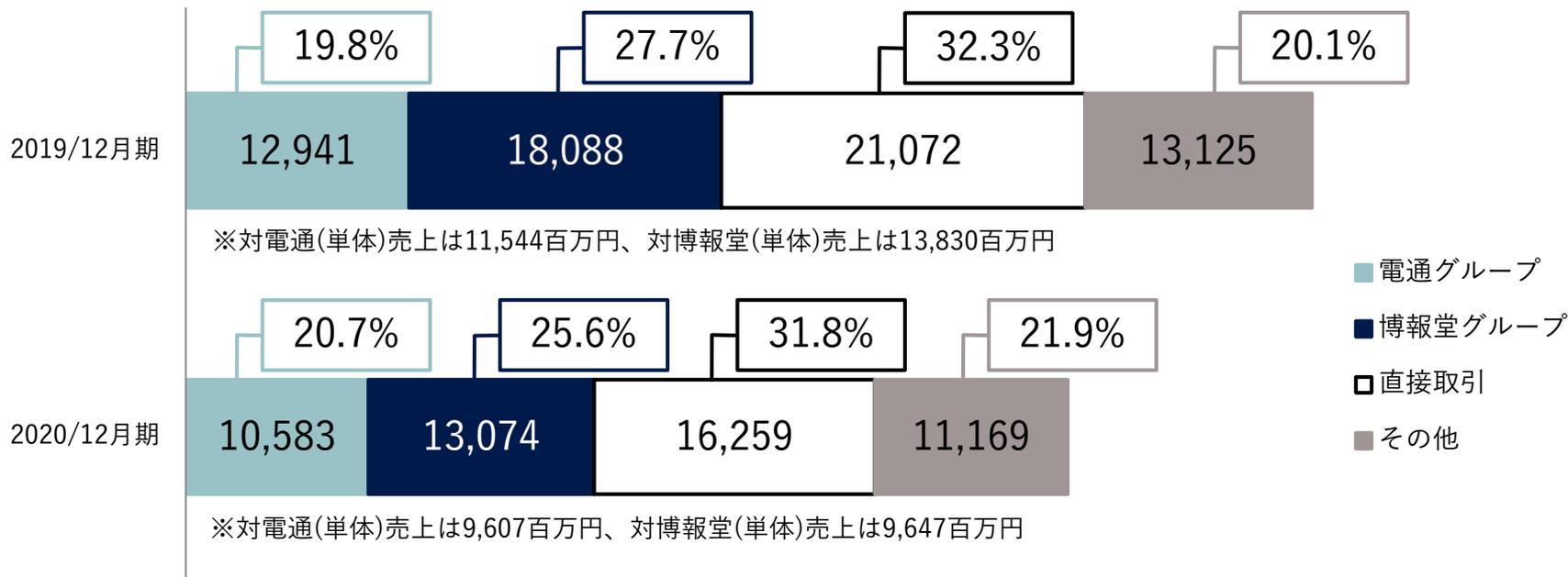
海外事業の売上規模 ※持分法適用会社を含む

(単位：百万円)



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	構成比	2020年12月期	構成比	前期比
テレビCM制作	38,399	58.2%	29,379	56.8%	△ 9,020
CM	36,795	55.8%	28,392	54.9%	△ 8,403
プリント	1,604	2.4%	987	1.9%	△ 616
エンタテインメントコンテンツ	2,579	3.9%	2,329	4.5%	△ 251
デジタルコンテンツ	12,713	19.3%	11,878	23.0%	△ 835
海外	2,915	4.4%	2,119	4.1%	△ 796
その他	9,361	14.2%	5,981	11.6%	△ 3,381
合計	65,968	100.0%	51,686	100.0%	△ 14,282

※(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 10,813百万円、流動比率は 223.9%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12月末・利用残高0億円）

単位：百万円	2019年12月期	2020年12月期	主な増減要因
流動資産	36,003	33,014	現金及び預金+1,702、受取手形及び売掛金△3,651、電子記録債権△850
固定資産	17,348	15,667	
資産合計	53,352	48,682	
流動負債	18,343	14,743	買掛金△1,552、短期借入金△3,200
固定負債	11,645	13,707	長期借入金+2,102
負債合計	29,988	28,451	
純資産合計（総資産に対する比率）	23,363（43.8%）	20,231（41.6%）	利益剰余金△2,839
負債純資産合計	53,352	48,682	

連結キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円	2020年12月期	主な構成
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,892	税金等調整前当期純損失△2,457 減価償却費826、減損損失300 事業構造改善費用946 売上債権の増減額4,484 仕入債務の増減額△1,532
投資活動によるキャッシュ・フロー	△843	有形固定資産の取得△447 敷金及び保証金の差入△283 出資金の払込△235
財務活動によるキャッシュ・フロー	△397	短期借入金の純増減額△3,200 長期借入れ7,200 長期借入金の返済△3,793
現金及び現金同等物の期首残高	9,060	
現金及び現金同等物の期末残高	10,703	

2. 中期経営計画への取り組み

組織再編と新事業区分 (2021年1月)

- 中期経営計画に沿った組織再編により、コンテンツプロデュース事業、コミュニケーションデザイン事業の2事業体制へ

旧		新	概要	主要会社
動画広告事業		コンテンツ プロデュース事業	国内外における広告映像制作、 ポストプロダクション事業、xR コンテンツの企画制作等、幅広い コンテンツ制作を手掛ける	AOI Pro. TYO TREE Digital Studio
広告関連事業				
ソリューション 事業		コミュニケーション デザイン事業	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 提供	xpd
海外事業				

2021年の経営体制（2021年3月25日～）

- グループ経営の深化・強化を目的に執行役員制度を導入、業務執行取締役・執行役員を経営会議メンバーとし、業務執行の効率性向上を目指す
- 新たに女性取締役を選任予定

取締役

※ 松尾一平、和田こいそは3月25日開催の定時株主総会をもって就任予定

- ・ 代表取締役 グループCEO 中江康人
- ・ 代表取締役 グループCOO 上窪弘晃
- ・ 取締役 グループCFO 譲原理
- ・ 取締役 経営企画部部長 松尾一平
- ・ 取締役 財務・経理部部長 和田こいそ
- ・ 社外取締役（監査等委員）萩原義春
- ・ 社外取締役（監査等委員）高田一毅
- ・ 社外取締役（監査等委員）小久保崇

執行役員

- ・ AOI Pro. 代表取締役社長 潮田一
- ・ TYO 代表取締役社長 早船浩
- ・ xpd 代表取締役 早川和良
- ・ TREE Digital Studio 代表取締役 足立晋一
- ・ AOI TYO Holdings 業務統括部部長 川森貴樹
- ・ AOI TYO Holdings 人材戦略部部長 吉田恵子

事業環境の変化

■ 動画広告制作市場の今後の見通し

- デジタルシフトの加速により、年20%程度のペースで成長
- 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

■ 広告主のニーズの多様化

- 広告主が広告戦略立案機能の内製化を進める中、直接取引のニーズが増加

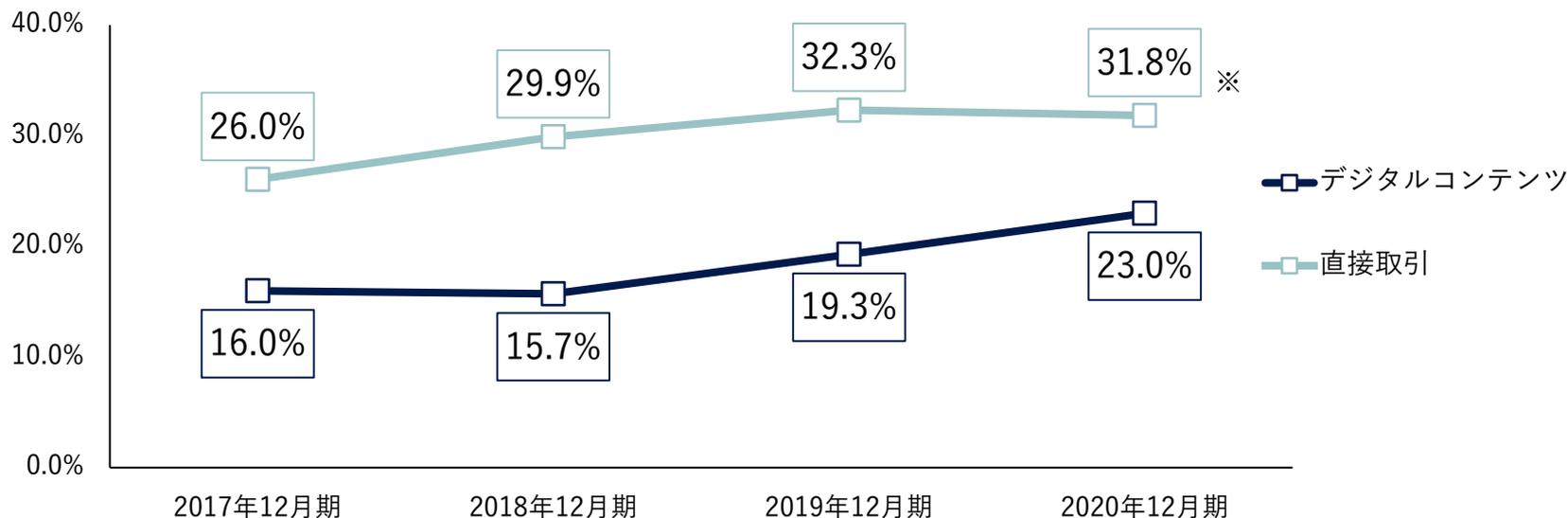
広告会社介在によるコミュニケーション非効率化を防ぐため、必要な機能のみ（クリエイティブ）を直接発注したい

制作会社に、PR・デジタル広告運用等を含めたコミュニケーション全体の設計・運用をサポートしてほしい



直接取引、デジタルコンテンツの売上推移

- 当社の売上高全体に占める、直接取引やデジタルコンテンツの割合は増加傾向にあり、今後もさらに伸びると見込まれる

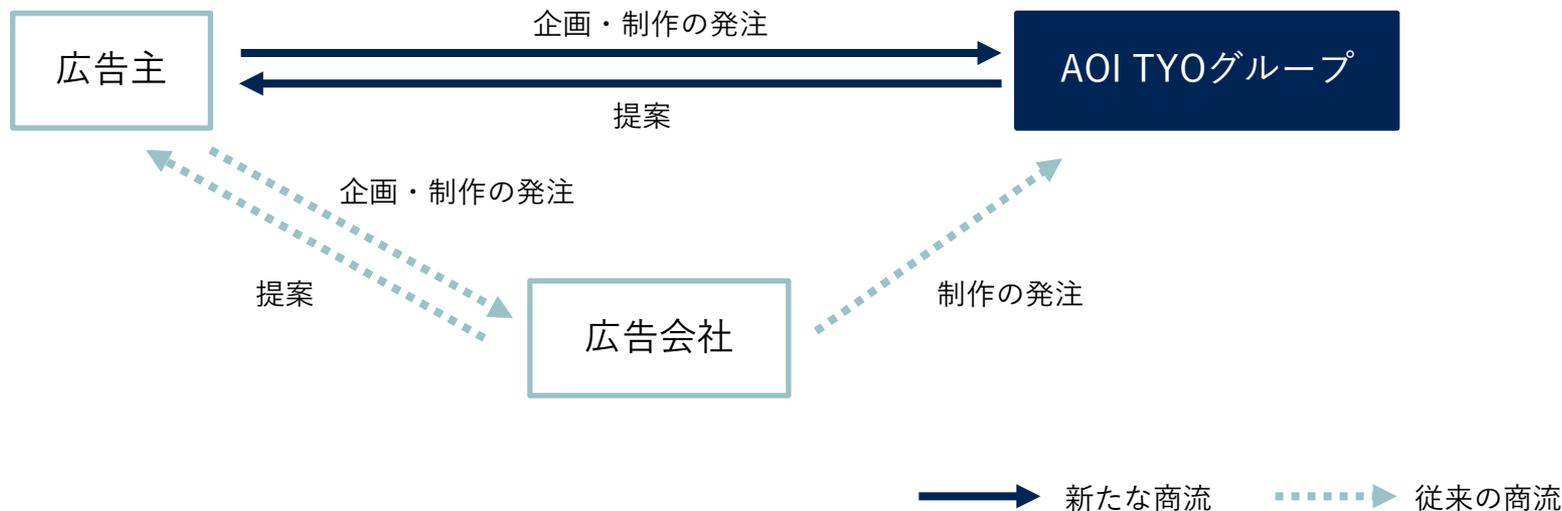


※2020年12月期の減少は、新型コロナウイルス感染拡大に伴うイベント売上の減少が主要因

新たな商流

- 広告主ニーズに対応するエグゼキューション(※)パートナーとして、CMに限らずWeb、イベント、PR等の企画・制作を直接に受注する取引が増加

※実施、実行



事例紹介

メルカリ テレビCM/OOH/Web/PR等

TV-CM CASTING



MAKING



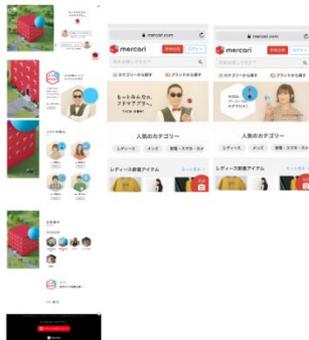
OOH 渋谷道玄坂ハッピーボード



渋谷スクランブルスクエアビジョン



キャンペーンLP・WEB/app内バナー



Amazon Amazon Prime Video テレビCM

ブランドCM



CD: 角田誠 PL: 松本善 Dir: 三木健一郎 映像制作: MONSTER
作品CM



ブランドCM



CD: 角田誠 PL: 松本善 Dir: 三木健一郎 映像制作: MONSTER
Amazon original (ドキュメンタルシリーズ) CM



ジャンル (映画) CM



CD/PL: 小幡俊輔 Dir: 高崎 健太 映像制作: MONSTER
Amazon original (バチャレンジャーシリーズ) CM



ロッテ パイの実 × Uber Eats タイアップ/イベント



BMW Web/イベント/グラフィック/SNS等

WEB CASTING



EVENT



GRAPHIC



MAKING



SNS



COVID-19への対応

2020年

緊急事態宣言発令下では、撮影・編集スタジオの臨時休業、広告会社・広告主に対し撮影を伴う案件の延期要請を実施。

宣言解除後は、医療コーディネイト会社とアドバイザリー契約を締結、ガイドラインを作成し、感染拡大防止策を講じた上で、撮影・編集等の業務を再開。

2021年

緊急事態宣言が再発令されたものの、上記の感染拡大防止策により問題なく撮影・編集等の業務を継続。中止・延期となる案件もほとんど発生せず。



当社における対応は完了しているとの認識

今期のアクションプラン

コンテンツプロデュース事業

- 電通・博報堂からの安定的な受注獲得
 - ・アプローチ先の拡大
 - ・営業力の強化
- 顧客の拡大
 - ・ADK、外資系広告会社、ネット系広告会社、コンサルティング会社など
 - ・プラットフォームからの直接受注
- 低中単価動画制作の本格始動（22年～）に向けた準備

コミュニケーションデザイン事業

- 部門間連携強化に向けた取り組み
 - ・管理体制の構築
 - ・人事評価・報酬制度の制定
- 不足機能の拡充
 - ・PR会社やプランニング会社との業務提携及び出向受け入れ
 - ・ストラテジックプランナーの新規採用

コスト削減の取り組み① - オフィス関連

- 2020年12月期 3Q-4Qで、連結子会社数の削減、在宅勤務推奨の継続による17拠点(※)のオフィス削減を決定 ※面積縮小を伴う移転、一部返却を含む
- 賃料の4.9億円減少 (2019年度比2022年度) を実現

単位：百万円	2019年 実績	2020年 実績	2021年 予算	2019年度比
支払家賃	1,978	1,964	1,630※	△ 348
消耗品費、水道光熱費	501	445	430	△ 71

※退去分の重複家賃支払1.4億円を含む

コスト削減の取り組み②

- 2021年度は、業績連動性の高い人件費が減少するほか、前期削減した接待交際費・旅費交通費等を維持、その他、業務委託費・支払手数料等を削減

単位：百万円	2019年 実績	2020年 実績	2021年 予算	2019年度比
人件費	13,320	13,078	12,470	△ 850
業務委託費・支払手数料等	1,343	1,269	1,150	△ 193
接待交際費・旅費交通費等	1,140	802	860	△ 280
のれん・減価償却費	1,488	1,122	990	△ 498

※売上原価の社内人件費、社内経費を含む

3. 連結業績予想

連結業績予想

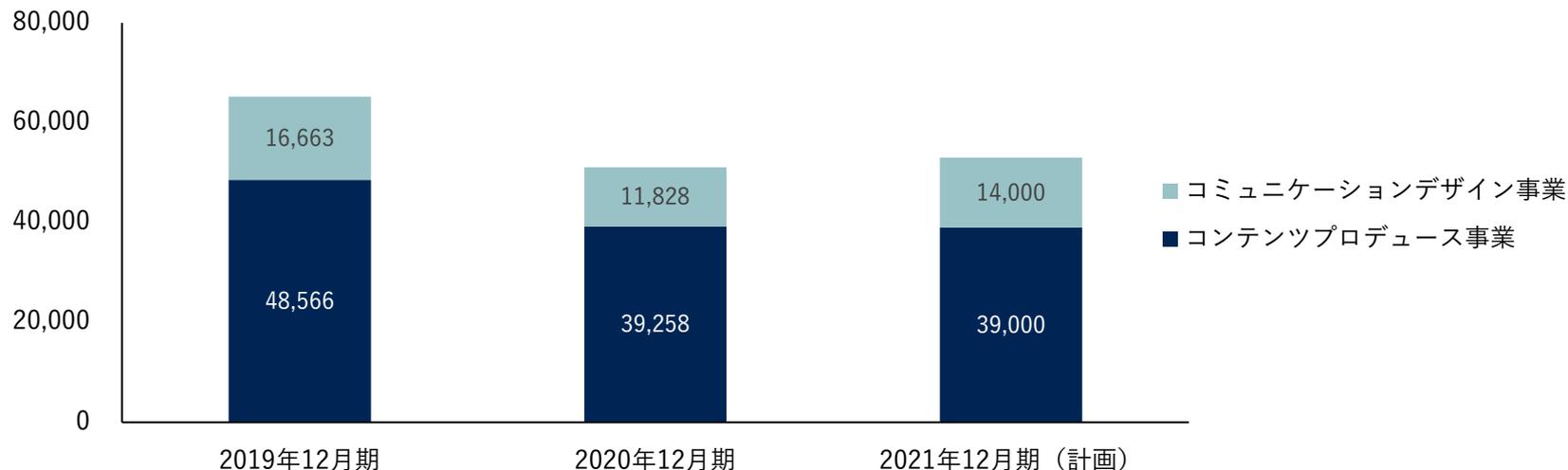
- 国内広告市場の回復が見込まれるものの、緩やかなものとなる見通し
- 足元での緊急事態宣言再発出による案件の中止・延期はほとんどないものの、広告市場の回復が遅れる可能性あり
- 2021年12月期は売上高の緩やかな回復と着実なコスト削減により、以下の業績予想とする

単位：百万円	2020年12月期 実績	2021年12月期 通期予想	前期比
売上高	51,087	53,000	+1,913
営業利益	△ 727	900	+1,627
経常利益	△ 1,149	800	+1,949
親会社株主に帰属する 当期純利益	△ 2,552	400	+2,952
EBITDA	422	1,900	+1,478

事業区分別 売上高計画

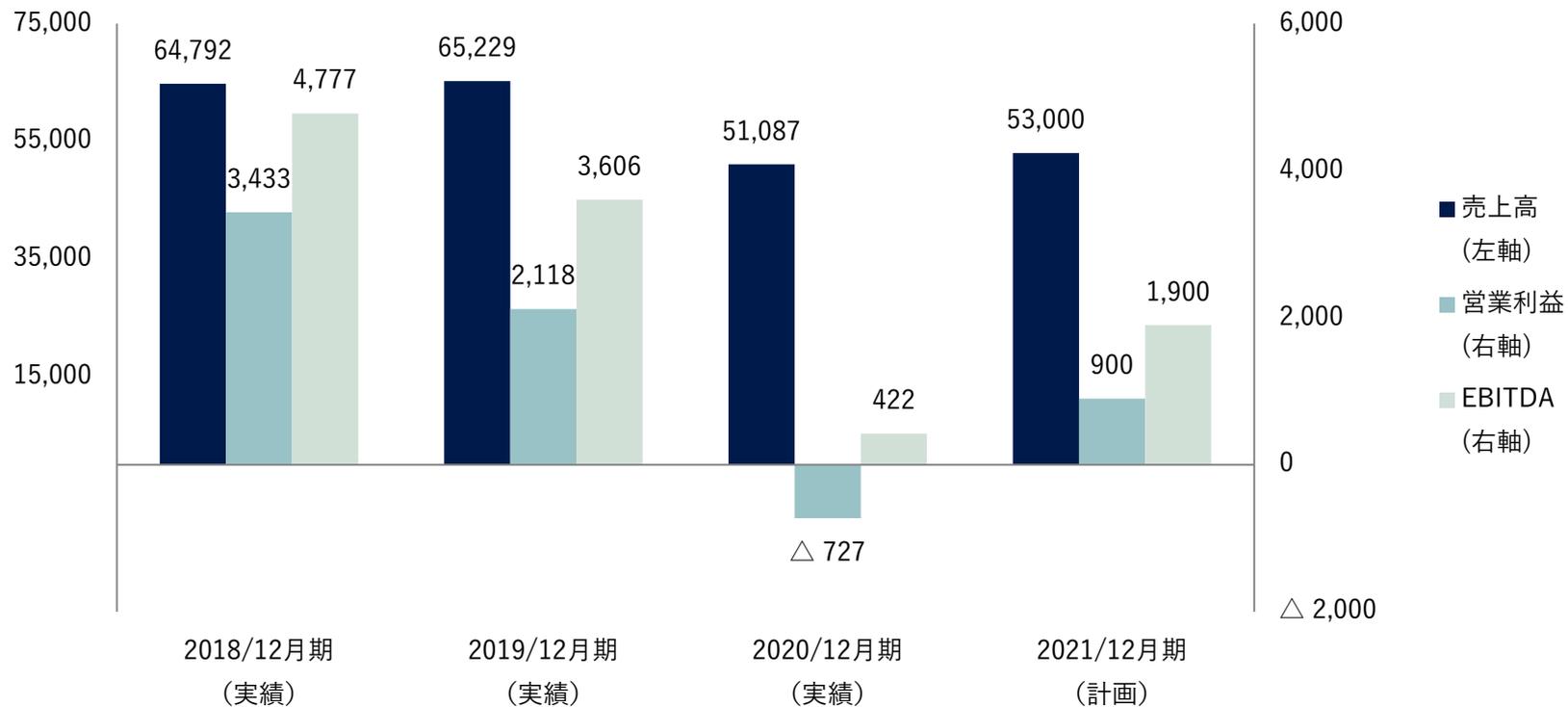
- コンテンツプロデュース事業は、広告市場の緩やかな回復を見込む一方で、コミュニケーションデザイン事業への一部制作人員のシフトもあり、ほぼ横ばいの計画
- コミュニケーションデザイン事業は、広告主ニーズの変化を新設したxpdが捉えていくことで、増加する計画

(単位：百万円)



売上高、営業利益、EBITDAの推移

(単位：百万円)



株主還元

配当方針：連結配当性向 30%以上

■ 2020年12月期

-当期純利益が損失を計上するものの、安定的な配当水準を可能な限り維持する観点から、期末配当は2019年12月期実績と同額の1株あたり12円の予定

■ 2021年12月期

-業績予想を踏まえつつも、2020年12月期と同額の1株あたり12円の配当予想

	2Q末	期末	合計	配当性向
2019年12月期（実績）	8円	12円	20円	-
2020年12月期（予定）	-	12円	12円	-
2021年12月期（予想）	-	12円	12円	73.7%

4. Appendix

- 株式情報等

グループ体制

AOI TYO Holdings

連結子会社 23社

※ 2021年1月4日現在

※ ()は再編前の社名・事業部名

コンテンツプロデュース事業

AOI Pro.

tyo

C3Film

tko

ほか海外9社

Tree
Digital Studio

(デジタル・ガーデン)

(メディア・ガーデン)

(TTR)

(ルーデンス)

コミュニケーションデザイン事業

xpd

(TCA本部)

(Quark Tokyo)

(ZEO)

(ペッププランニング)

(ジゴワット)

(TYOデジタル・ワークス)

(TYO PR)

(ドワーフ部門)

Mediator

K&L

祭

ほか海外4社、投資事業組合1社

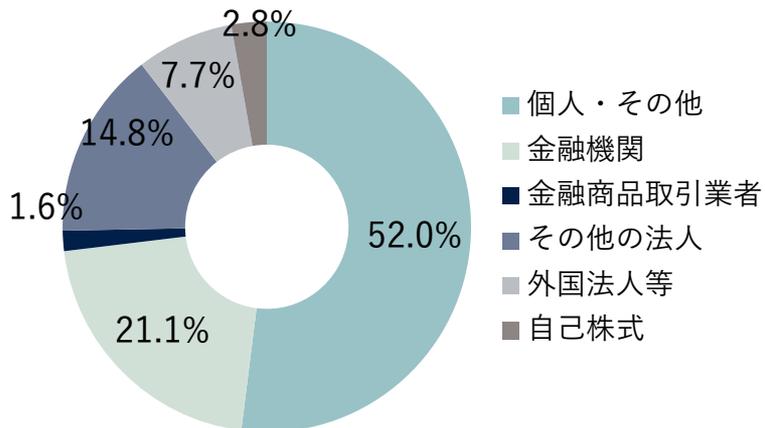
株式・株主の状況

※2020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	13,646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）	1,357,900	5.68%
2	株式会社コスモチャンネル	1,153,740	4.83%
3	株式会社IMAGICA GROUP	1,018,000	4.26%
4	株式会社日本カストディ銀行（信託口）	849,500	3.56%
5	竹林 嘉浩	515,100	2.16%
6	フィールズ株式会社	479,660	2.01%
7	住友不動産株式会社	452,600	1.89%
8	株式会社日本カストディ銀行（信託E口）	411,200	1.72%
9	原 仁	400,000	1.67%
10	AOI TYO Holdings従業員持株会	367,035	1.54%

※持株比率は自己株式(677,098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。
お問い合わせ窓口 (<http://aoityo.com/ja/contact.html>)