

HakuhodoDY holdings

# 2015年3月期 上期 連結決算概要

2014. 11. 10

## 見通しに関する注意事項と会計監査について

この資料に記載されている、当社又は当社グループに関連する業績見通し、計画、方針、経営戦略、目標、予定、将来の数値・数額、事実の認識・評価などといった、将来に関する情報をはじめとする歴史的事実以外のすべての事実は、当社が現在入手している情報に基づく、現時点における予測、期待、想定、計画、認識、評価等を基礎としているものであります。また、見通し・予想数値を算定するためには、過去に確定し正確に認識された事実以外に、見通し・予想を行うために不可欠となる一定の前提（仮定）を使用しています。これらの事実または前提（仮定）については、その性質上、客観的に正確であるという保証も、また将来その通りに実現するという保証もありません。

これらの事実または前提（仮定）が、客観的には不正確であったり将来実現しないこととなりうるリスクや不確定要因は多数ありますが、以下のものが含まれます。

- (1) 広告業界全般に関するリスク（景気変動や取引慣行の変化など広告業界の動向）
- (2) 法規制の改正に関するリスク
- (3) 広告主およびメディア会社に関するリスク（取引先ニーズの変化への的確な対応）
- (4) 競合によるリスク（他の広告会社や新規参入企業等との競合状況）
- (5) 市場構造変化を捉えた事業領域の拡充に関するリスク
- (6) グローバルな事業展開に関するリスク
- (7) 訴訟等に関するリスク

なお、かかるリスクや要因はこれらの事項に限られるものではありません。

本資料内にあります業種別売上高、種目別売上高ならびに主要な子会社の業績概要につきましては、当社独立監査人の監査を受けておりません。

# 2015年3月期 上期 連結業績

# 2015年3月期 上期 連結業績（1）

## 増収増益で、上期営業利益は過去最高益を更新

### ◎売上高：5,345億円、前年同期比+5.8%

- ・全体では、消費増税前駆け込み需要の反動減を吸収し、幅広い業種で前年同期を上回る。
- ・新中期経営計画に沿って進めているM&Aも増収に寄与。

- 》業種別売上高：増加業種「情報・通信」「飲料・嗜好品」「化粧品・トイレタリー」  
：減少業種「官公庁・団体」「不動産・住宅設備」「精密機器・事務用品」
- 》種目別売上高：「4マスメディア計」「4マスメディア以外計」ともに前年同期を上回る。  
テレビ、インターネットメディア、マーケティング/プロモーションが上期を通して好調に推移。

### ◎売上総利益：956億円、前年同期比+9.5%、+83億円

### ◎売上総利益率：17.9%、前年同期比0.6ポイント向上

- ・売上総利益の伸びを意識したグループ各社の取り組み、制作業務のグループ内製率アップ、M&Aによる海外フィー型ビジネスの取り込みなどが、売上総利益率向上に寄与。

### ◎販管費：798億円、前年同期比+7.3%、+54億円

- ・M&Aなど体制強化、戦略的な費用投下を進めつつ、計画に沿った販管費コントロールで、増加率を売上総利益の伸び率以下に止める。

### ◎営業利益：158億円、前年同期比+22.1%、+28億円

- ・売上総利益率の向上と販管費コントロールで前年同期を超える上期過去最高益。
- ・期初見通し135億円を23億円上回る。

### ◎のれん償却前営業利益：165億円、前年同期比+22.8%、+30億円

### ◎当期純利益：94億円、前年同期比+28.6%、+20億円

## 2015年3月期 上期 連結業績 (2)

(単位：百万円)

	第1四半期				第2四半期				上期			
	'14年3月期	'15年3月期	前年同期比		'14年3月期	'15年3月期	前年同期比		'14年3月期	'15年3月期	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売上高	246,437	259,705	13,268	5.4%	258,912	274,811	15,898	6.1%	505,350	534,516	29,166	5.8%
売上総利益	40,780	44,470	3,689	9.0%	46,552	51,198	4,646	10.0%	87,332	95,669	8,336	9.5%
(売上総利益率)	(16.5%)	(17.1%)	(+0.6%)		(18.0%)	(18.6%)	(+0.7%)		(17.3%)	(17.9%)	(+0.6%)	
販管費	36,991	38,698	1,706	4.6%	37,354	41,109	3,755	10.1%	74,345	79,807	5,461	7.3%
営業利益	3,788	5,771	1,983	52.3%	9,198	10,089	891	9.7%	12,986	15,861	2,874	22.1%
(オペレーティング・マージン)	(9.3%)	(13.0%)	(+3.7%)		(19.8%)	(19.7%)	(-0.1%)		(14.9%)	(16.6%)	(+1.7%)	
営業外損益	399	528	129		594	403	(191)		993	931	(61)	
経常利益	4,187	6,300	2,112	50.5%	9,792	10,492	699	7.1%	13,980	16,793	2,812	20.1%
特別損益	(157)	122	279		1,233	871	(361)		1,075	994	(81)	
税引前利益	4,030	6,423	2,392	59.4%	11,025	11,364	338	3.1%	15,056	17,787	2,731	18.1%
当期純利益	1,299	2,773	1,474	113.5%	6,029	6,650	620	10.3%	7,328	9,423	2,095	28.6%
のれん償却額	244	286	42	17.2%	248	401	153	61.7%	493	688	195	39.6%
のれん償却前営業利益	4,033	6,058	2,025	50.2%	9,446	10,490	1,044	11.1%	13,480	16,549	3,069	22.8%
のれん償却前 オペレーティング・マージン	9.9%	13.6%	3.7%		20.3%	20.5%	0.2%		15.4%	17.3%	1.9%	
(オペレーティング・マージン) = 営業利益 / 売上総利益												
1株当たり配当金									6.0円	7.5円		

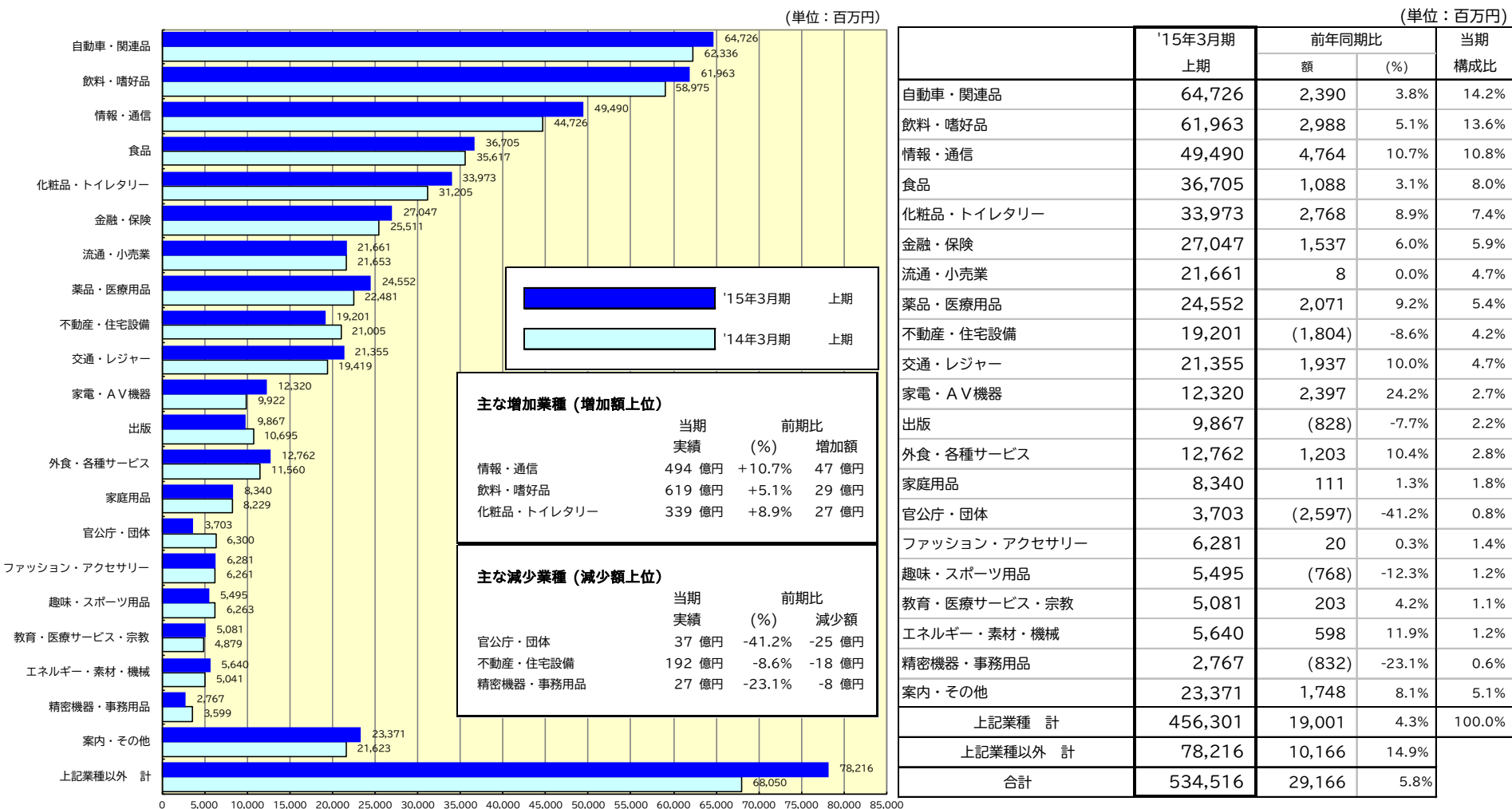
## 2015年3月期 上期 連結業績 (3)

## 【実績と5月9日発表 上期見通しとの差異】

(単位：百万円)

	上期			上期			上期	
	5月9日 発表見通し	前年同期比		'15年3月期 (実績)	前年同期比		実績と見通しとの差異	
		増減額	(%)		増減額	(%)	増減額	(%)
売上高	536,300	30,949	6.1%	534,516	29,166	5.8%	(1,783)	-0.3%
売上総利益	93,200	5,867	6.7%	95,669	8,336	9.5%	2,469	2.6%
(売上総利益率)	(17.4%)	(+0.1%)		(17.9%)	(+0.6%)		(+0.5%)	
販管費	79,700	5,354	7.2%	79,807	5,461	7.3%	107	0.1%
営業利益	13,500	513	4.0%	15,861	2,874	22.1%	2,361	17.5%
(オペレーティング・マージン)	(14.5%)	(-0.4%)		(16.6%)	(+1.7%)		(+2.1%)	
営業外損益	1,400	406		931	(62)		(468)	
経常利益	14,900	919	6.6%	16,793	2,812	20.1%	1,893	12.7%
特別損益	(250)	(1,325)		994	(81)		1,244	
税引前利益	14,650	(406)	-2.7%	17,787	2,731	18.1%	3,137	21.4%
当期純利益	7,450	121	1.7%	9,423	2,095	28.6%	1,973	26.5%

## 業種別売上高 (1)



注① 業種別売上高での「上記業種計」と種目別売上高での「上記種目計」との金額が同額となっております。

これは、グループ会社の一部において、現在、売上高を種目別に区分できるものの、業種別に区分できない会社があるためです。

それらの会社の売上高は、種目別売上高において各種目別に集計しておりますが、業種別売上高においては業種別に集計していません。

注② 上記の棒グラフは、「上記業種以外計」「案内・その他」を除いて、2014年3月期通期における業種別売上高上位の金額の順に並べております。

## 業種別売上高 (2)

(単位：百万円)

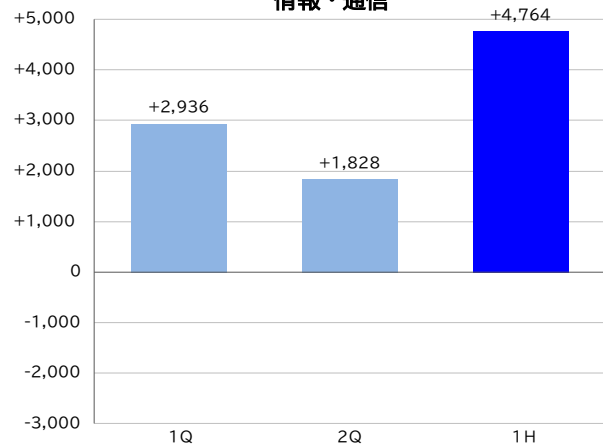
	第1四半期	前年同期比		第2四半期	前年同期比		上期		上期		前年同期比	
	'15年3月期	増減額	(%)	'15年3月期	増減額	(%)	'14年3月期	構成比	'15年3月期	構成比	増減額	(%)
自動車・関連品	27,353	(1,732)	-6.0%	37,373	4,123	12.4%	62,336	14.3%	64,726	14.2%	2,390	3.8%
飲料・嗜好品	32,471	1,167	3.7%	29,492	1,821	6.6%	58,975	13.5%	61,963	13.6%	2,988	5.1%
情報・通信	21,968	2,936	15.4%	27,522	1,828	7.1%	44,726	10.2%	49,490	10.8%	4,764	10.7%
食品	19,367	1,752	9.9%	17,338	(664)	-3.7%	35,617	8.1%	36,705	8.0%	1,088	3.1%
化粧品・トイレタリー	18,278	1,832	11.1%	15,695	935	6.3%	31,205	7.1%	33,973	7.4%	2,768	8.9%
金融・保険	13,977	902	6.9%	13,070	635	5.1%	25,511	5.8%	27,047	5.9%	1,537	6.0%
流通・小売業	11,441	402	3.6%	10,220	(395)	-3.7%	21,653	5.0%	21,661	4.7%	8	0.0%
薬品・医療用品	11,445	210	1.9%	13,107	1,861	16.5%	22,481	5.1%	24,552	5.4%	2,071	9.2%
不動産・住宅設備	9,985	(985)	-9.0%	9,215	(820)	-8.2%	21,005	4.8%	19,201	4.2%	(1,804)	-8.6%
交通・レジャー	11,325	1,129	11.1%	10,030	808	8.8%	19,419	4.4%	21,355	4.7%	1,937	10.0%
家電・AV機器	5,755	1,021	21.6%	6,565	1,376	26.5%	9,922	2.3%	12,320	2.7%	2,397	24.2%
出版	3,976	(611)	-13.3%	5,891	(217)	-3.6%	10,695	2.4%	9,867	2.2%	(828)	-7.7%
外食・各種サービス	5,933	474	8.7%	6,829	729	12.0%	11,560	2.6%	12,762	2.8%	1,203	10.4%
家庭用品	4,053	(257)	-6.0%	4,287	367	9.4%	8,229	1.9%	8,340	1.8%	111	1.3%
官公庁・団体	1,686	328	24.1%	2,017	(2,925)	-59.2%	6,300	1.4%	3,703	0.8%	(2,597)	-41.2%
ファッション・アクセサリ	3,295	416	14.4%	2,986	(396)	-11.7%	6,261	1.4%	6,281	1.4%	20	0.3%
趣味・スポーツ用品	2,513	(373)	-12.9%	2,982	(395)	-11.7%	6,263	1.4%	5,495	1.2%	(768)	-12.3%
教育・医療サービス・宗教	2,491	325	15.0%	2,590	(123)	-4.5%	4,879	1.1%	5,081	1.1%	203	4.2%
エネルギー・素材・機械	2,172	(33)	-1.5%	3,468	631	22.2%	5,041	1.2%	5,640	1.2%	598	11.9%
精密機器・事務用品	1,550	(351)	-18.5%	1,217	(481)	-28.3%	3,599	0.8%	2,767	0.6%	(832)	-23.1%
案内・その他	11,829	890	8.1%	11,541	857	8.0%	21,623	4.9%	23,371	5.1%	1,748	8.1%
上記業種 計	222,865	9,443	4.4%	233,437	9,558	4.3%	437,300	100.0%	456,301	100.0%	19,001	4.3%
上記業種以外 計	36,841	3,826	11.6%	41,375	6,340	18.1%	68,050		78,216		10,166	14.9%
合計	259,705	13,268	5.4%	274,811	15,898	6.1%	505,350		534,516		29,166	5.8%



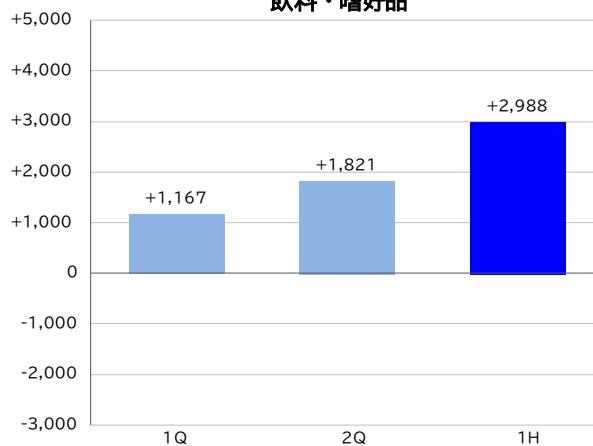
## 業種別売上高 (3)

四半期別 前年同期比 増減額推移① (上期 増減額 上位各3業種) (単位:百万円)

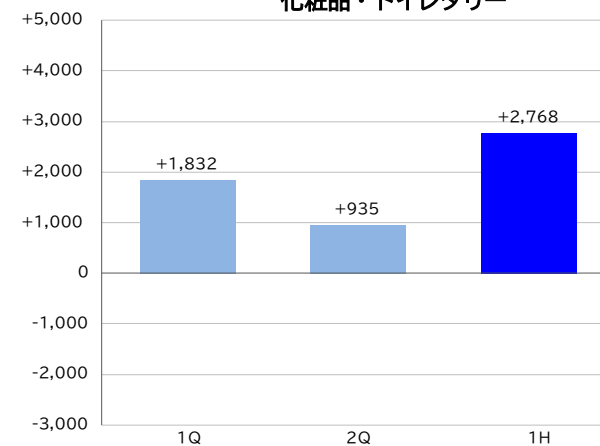
情報・通信



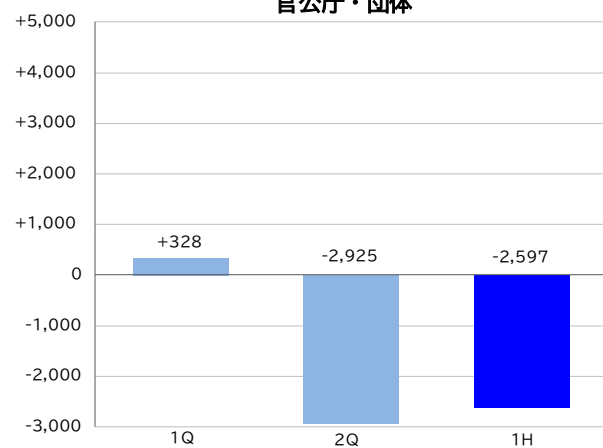
飲料・嗜好品



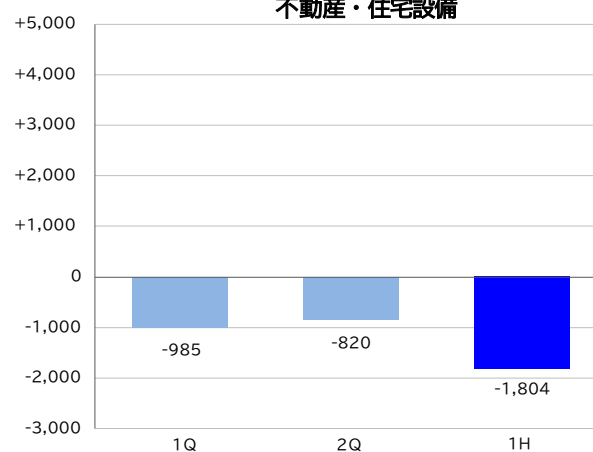
化粧品・トイレタリー



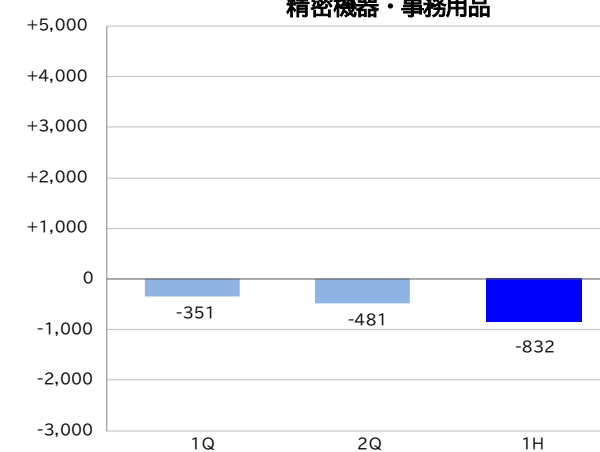
官公庁・団体



不動産・住宅設備

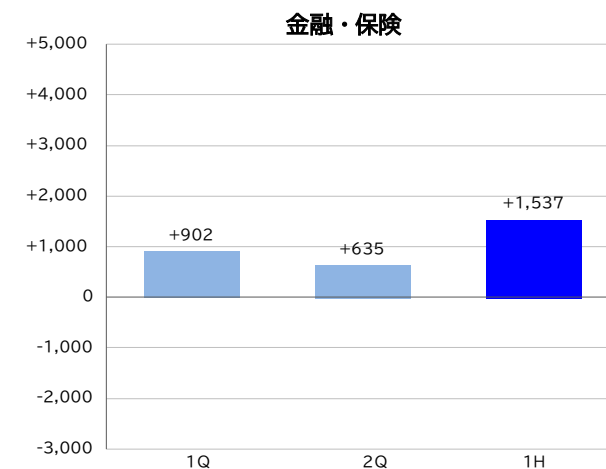
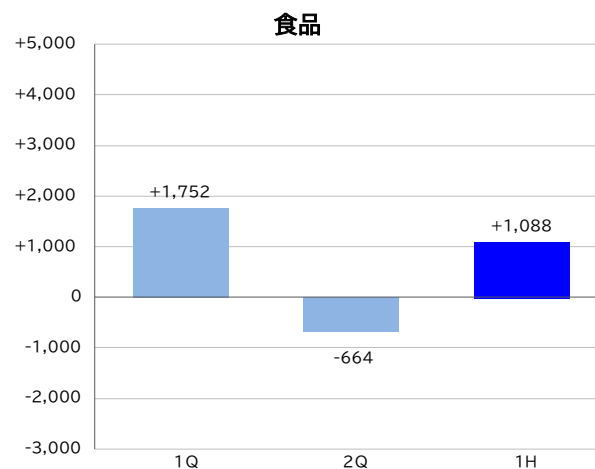
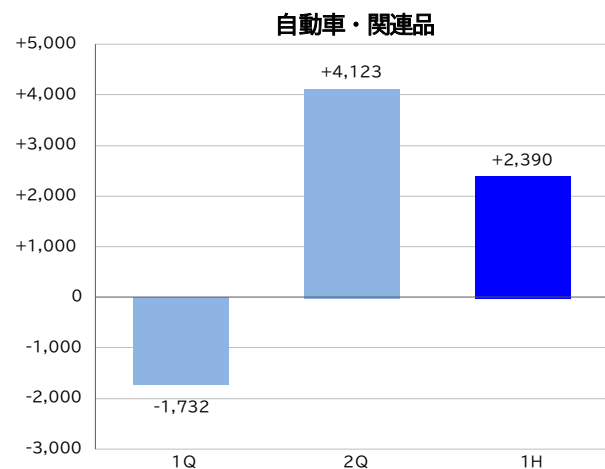


精密機器・事務用品



## 業種別売上高（4）

四半期別 前年同期比 増減額推移②（その他 主要業種）（単位：百万円）



## 種目別売上高

(単位：百万円)

	第1四半期			前年同期比			第2四半期			前年同期比			上期		上期		前年同期比	
	'15年3月期	増減額	(%)	'15年3月期	増減額	(%)	14年3月期	構成比	'15年3月期	構成比	増減額	(%)						
新聞	14,312	(529)	-3.6%	13,816	(1,376)	-9.1%	30,032	6.5%	28,127	5.8%	(1,905)	-6.3%						
雑誌	5,271	(108)	-2.0%	5,678	(182)	-3.1%	11,239	2.4%	10,949	2.3%	(290)	-2.6%						
ラジオ	3,459	113	3.4%	3,673	48	1.3%	6,971	1.5%	7,132	1.5%	161	2.3%						
テレビ	106,067	3,997	3.9%	104,630	2,464	2.4%	204,236	43.9%	210,697	43.3%	6,461	3.2%						
4マスメディア 計	129,109	3,473	2.8%	127,797	955	0.8%	252,478	54.2%	256,906	52.8%	4,428	1.8%						
インターネットメディア	28,153	4,133	17.2%	25,724	3,480	15.6%	46,264	9.9%	53,877	11.1%	7,613	16.5%						
アウトドアメディア	9,361	(303)	-3.1%	9,878	(64)	-0.6%	19,606	4.2%	19,239	4.0%	(367)	-1.9%						
クリエイティブ	24,615	491	2.0%	27,149	753	2.9%	50,520	10.9%	51,765	10.6%	1,244	2.5%						
マーケティング/プロモーション	44,699	2,996	7.2%	52,467	3,941	8.1%	90,229	19.4%	97,166	20.0%	6,937	7.7%						
その他(コンテンツ等)	3,170	177	5.9%	4,109	668	19.4%	6,434	1.4%	7,279	1.5%	845	13.1%						
4マスメディア以外 計	110,000	7,495	7.3%	119,327	8,778	7.9%	213,053	45.8%	229,326	47.2%	16,273	7.6%						
上記種目 計	239,108	10,968	4.8%	247,123	9,733	4.1%	465,531	100.0%	486,232	100.0%	20,701	4.4%						
上記種目以外 計	20,597	2,301	12.6%	27,688	6,165	28.6%	39,819		48,285		8,466	21.3%						
合計	259,705	13,268	5.4%	274,811	15,898	6.1%	505,350		534,516		29,166	5.8%						

- ◎ 4マスメディアでは、スポットが好調だったテレビとラジオが前年同期を上回る。
- ◎ 4マスメディア以外では、インターネットメディアとマーケティング/プロモーションを中心に伸びる。

注① 種目別売上高での「上記種目計」と業種別売上高での「上記業種計」の金額が同額となっております。  
これは、グループ会社の一部において、現在、売上高を種目別に区分できるものの、業種別に区分できない会社があるためです。  
それらの会社の売上高は、種目別売上高において各種目別に集計しておりますが、業種別売上高においては業種別に集計していません。

# 販管費の増減（１）

(単位：百万円)

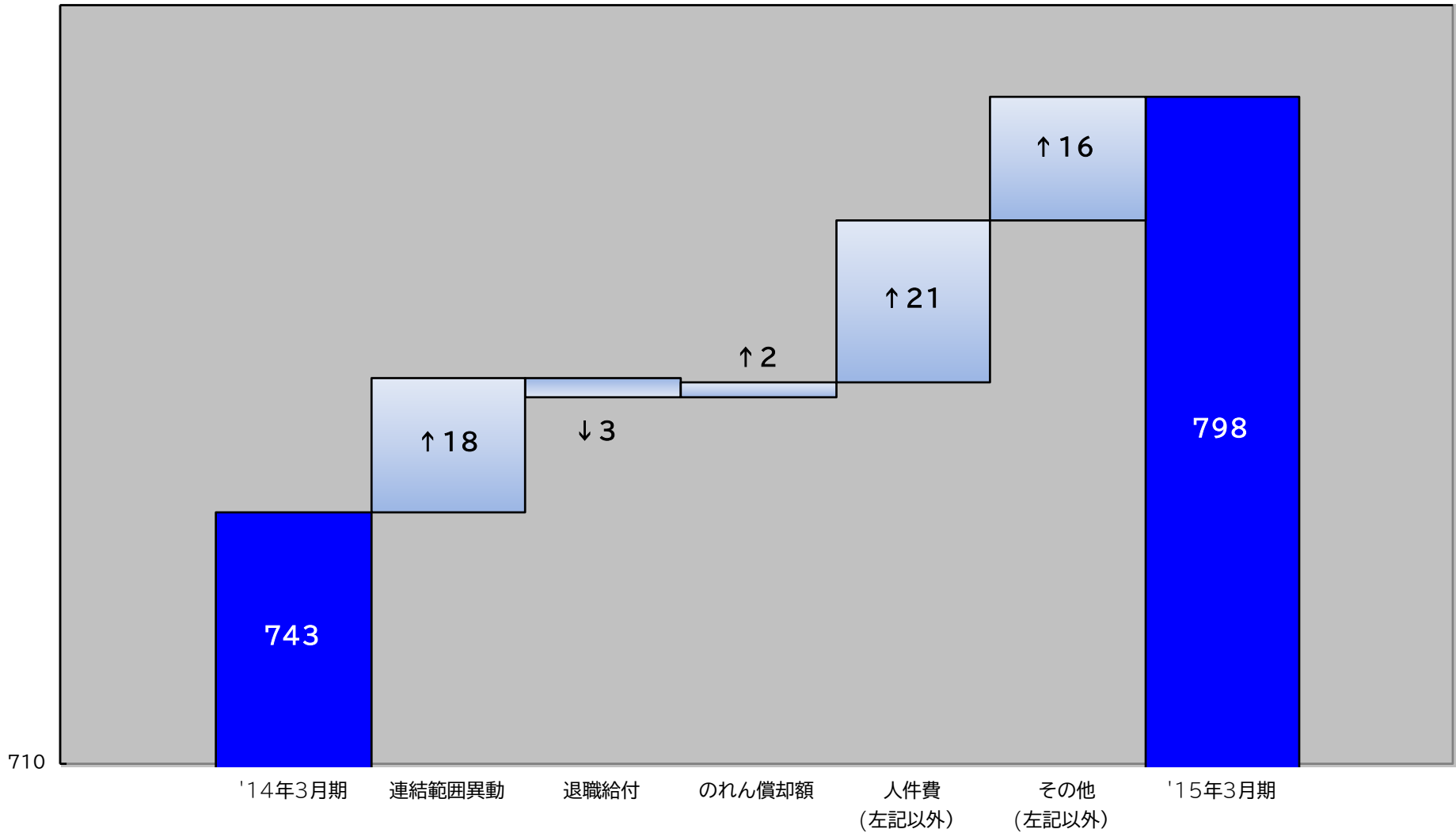
	第1四半期		前年同期比		第2四半期		前年同期比		上期		前年同期比	
	'14年3月期	'15年3月期	増減額	(%)	'14年3月期	'15年3月期	増減額	(%)	'14年3月期	'15年3月期	増減額	(%)
人件費	25,598	26,750	1,151	4.5%	25,808	27,767	1,958	7.6%	51,407	54,517	3,110	6.1%
その他経費 合計	11,392	11,947	555	4.9%	11,546	13,343	1,797	15.6%	22,938	25,290	2,352	10.3%
賃借料	2,728	2,818	90	3.3%	2,738	2,884	146	5.3%	5,466	5,702	236	4.3%
減価償却費	469	504	35	7.5%	487	631	144	29.6%	956	1,135	179	18.7%
のれん償却額	244	286	42	17.2%	248	401	153	61.7%	493	688	195	39.6%
その他	7,951	8,339	388	4.9%	8,072	9,426	1,354	16.8%	16,023	17,765	1,742	10.9%
販管費 合計	36,991	38,698	1,706	4.6%	37,354	41,109	3,755	10.1%	74,345	79,807	5,461	7.3%

【M&Aなど体制強化、戦略的な費用投下を進めつつ、計画に沿ったコントロール】

◎ 連結範囲異動による費用増 約18億円、退職給付費用減 約3億円、のれん償却額の増加 約2億円、それらを除いた費用の増加は 約37億円。

# 販管費の増減（２）

(単位：億円) 2015年3月期 上期 販管費 増減要因



## 営業外損益および特別損益の増減

(単位：百万円)

	第1四半期		前年同期比		第2四半期		前年同期比		上期		前年同期比	
	'14年3月期	'15年3月期	増減額	(%)	'14年3月期	'15年3月期	増減額	(%)	'14年3月期	'15年3月期	増減額	(%)
営業外収益	699	601	(97)	-14.0%	516	460	(55)	-10.8%	1,215	1,061	(153)	-12.6%
営業外費用	299	72	(227)	-75.9%	(77)	57	135	-174.0%	222	129	(92)	-41.5%
営業外損益	399	528	129	32.5%	594	403	(191)	-32.2%	993	931	(61)	-6.2%

◎ 金融収支（受取利息-支払利息）：	'14年3月期	+35 百万円	'15年3月期	+63 百万円	前年同期比	27 百万円増
◎ 受取配当金：	'14年3月期	720 百万円	'15年3月期	510 百万円	前年同期比	210 百万円減
◎ 持分法による投資損益：	'14年3月期	71 百万円	'15年3月期	134 百万円	前年同期比	63 百万円増

(単位：百万円)

	第1四半期		前年同期比		第2四半期		前年同期比		上期		前年同期比	
	'14年3月期	'15年3月期	増減額	(%)	'14年3月期	'15年3月期	増減額	(%)	'14年3月期	'15年3月期	増減額	(%)
特別利益	72	301	228		1,453	990	(463)		1,526	1,291	(234)	
特別損失	229	178	(50)		220	118	(102)		450	297	(153)	
特別損益	(157)	122	279		1,233	871	(361)		1,075	994	(81)	

◎ 投資有価証券売却益：	'14年3月期	73 百万円	'15年3月期	935 百万円	前年同期比	861 百万円増
◎ 関係会社株式売却益：	'14年3月期	1,404 百万円	'15年3月期	0 百万円	前年同期比	1,404 百万円減
◎ 投資有価証券評価損：	'14年3月期	166 百万円	'15年3月期	34 百万円	前年同期比	131 百万円減

## 地域別の業績 〈決算短信 参考情報〉

(単位：百万円)		上期			
		'14年3月期	'15年3月期	前年同期比	
				増減額	(%)
日本	売上高	488,802	511,208	22,406	4.6%
	売上総利益	84,220	90,932	6,711	8.0%
	営業利益	15,321	21,125	5,804	37.9%
海外	売上高	19,663	26,226	6,563	33.4%
	売上総利益	4,264	5,954	1,690	39.6%
	営業利益	74	321	246	331.1%
計	売上高	508,465	537,435	28,970	5.7%
	売上総利益	88,485	96,887	8,401	9.5%
	営業利益	15,396	21,447	6,050	39.3%
消去 又は 全社	売上高	(3,115)	(2,919)	196	-6.3%
	売上総利益	(1,152)	(1,218)	(65)	5.7%
	営業利益	(2,409)	(5,585)	(3,176)	131.9%
連結	売上高	505,350	534,516	29,166	5.8%
	売上総利益	87,332	95,669	8,336	9.5%
	営業利益	12,986	15,861	2,874	22.1%

## 連結貸借対照表

(単位：百万円)

(単位：百万円)

	2014年3月末		2014年9月末		前期末比		2013年9月末	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	(%)	金額	構成比
流動資産	455,063	77.9%	409,660	75.5%	(45,403)	-10.0%	379,555	75.6%
固定資産	128,907	22.1%	132,811	24.5%	3,904	3.0%	122,889	24.4%
資産合計	583,970	100.0%	542,472	100.0%	(41,498)	-7.1%	502,445	100.0%
流動負債	313,681	53.7%	271,698	50.1%	(41,982)	-13.4%	244,664	50.1%
固定負債	15,779	2.7%	26,772	4.9%	10,993	69.7%	12,977	2.7%
負債合計	329,460	56.4%	298,470	55.0%	(30,989)	-9.4%	257,642	52.8%
株主資本	230,203	39.4%	216,893	40.0%	(13,309)	-5.8%	221,088	42.9%
評価・換算差額等	8,850	1.6%	9,237	1.7%	386	4.4%	10,296	1.8%
新株予約権	209	0.0%	191	0.0%	(18)	-8.7%	255	0.0%
少数株主持分	15,246	2.6%	17,678	3.3%	2,432	16.0%	13,162	2.5%
純資産 合計	254,510	43.6%	244,001	45.0%	(10,509)	-4.1%	244,803	47.2%
負債純資産合計	583,970	100.0%	542,472	100.0%	(41,498)	-7.1%	502,445	100.0%

◎ 現金及び預金+有価証券（流動資産）：	'14年3月末	1,399 億円	'14年9月末	1,262 億円	137 億円減少。
◎ 受取手形及び売掛金：	'14年3月末	2,766 億円	'14年9月末	2,430 億円	336 億円減少。
◎ 投資有価証券：	'14年3月末	616 億円	'14年9月末	596 億円	19 億円減少。
◎ のれん：	'14年3月末	35 億円	'14年9月末	84 億円	49 億円増加。
◎ 支払手形及び買掛金：	'14年3月末	2,604 億円	'14年9月末	2,296 億円	308 億円減少。
◎ 長・短借入金：	'14年3月末	50 億円	'14年9月末	46 億円	4 億円減少。



## 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	上期		前年同期比 増減額
	'14年3月期	'15年3月期	
営業活動によるキャッシュ・フロー	(3,406)	(916)	2,490
投資活動によるキャッシュ・フロー	2,150	(6,920)	(9,070)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(2,512)	(9,264)	(6,752)
現金及び現金同等物に係る換算差額	776	(446)	(1,222)
現金及び現金同等物の増減額 (減少)	(2,990)	(17,548)	(14,558)
現金及び現金同等物の期首残高	101,546	125,875	24,329
新規連結もしくは連結除外に伴う現金及び現金同等物の増減額	(157)	0	157
現金及び現金同等物の期末残高	98,398	108,327	9,929

## 【参考(1)：減価償却費及び固定資産の取得】

減価償却費	1,321	1,434	113
有形固定資産の取得による支出	(515)	(956)	(441)
無形固定資産の取得による支出	(1,172)	(1,697)	(525)
固定資産の取得 計	(1,687)	(2,653)	(966)

## 【参考(2)：上記以外の主な当期の項目】

## &lt;営業活動によるキャッシュ・フロー&gt;

税引前利益 +177億円、のれん償却額 +6億円、売上債権 減少 +367億円、仕入債務 減少 -319億円、たな卸資産 増加 -27億円、法人税等 支払 -94億円、賞与引当金減少 -72億円

## &lt;投資活動によるキャッシュ・フロー&gt;

連結範囲変更を伴う子会社株式の取得 -45億円

## &lt;財務活動によるキャッシュ・フロー&gt;

自己株式取得による支出 -62億円、配当金支払 -22億円、少数株主への配当金支払 -3億円

# 主要な子会社の業績概要

(単位：百万円)

	上期		前年同期比	
	'14年3月期	'15年3月期	増減額	(%)
<b>博報堂（連結）</b>				
売上高	362,104	393,054	30,949	8.5%
経常利益	9,589	12,525	2,936	30.6%
当期純利益	4,956	7,388	2,432	49.1%
<b>大広（連結）</b>				
売上高	70,171	69,494	(676)	-1.0%
経常利益	(95)	160	256	-
当期純利益	(362)	15	377	-
<b>読売広告社（連結）</b>				
売上高	37,709	34,744	(2,964)	-7.9%
経常利益	371	128	(243)	-65.5%
当期純利益	140	10	(130)	-92.9%

◎売上高は前年同期比+309億円（+8.5%）の増収。

増加業種：「情報・通信」「飲料・嗜好品」

減少業種：「官公庁・団体」「出版」

◎増収に加え、売上総利益率が向上し、さらに、販管費の増加率を売上総利益の伸び以下に止めたため、経常利益、当期純利益ともに大幅な増益。

◎売上高は前年同期比-6億円（-1.0%）の減収。

増加業種：「化粧品・トイレットリー」「飲料・嗜好品」

減少業種：「案内・その他」「薬品・医療用品」

◎売上総利益率の向上、販管費の抑制により、経常利益、当期純利益ともに黒字化。

◎売上高は前年同期比-29億円（-7.9%）の減収。

増加業種：「食品」「交通・レジャー」

減少業種：「不動産・住宅設備」「飲料・嗜好品」

◎消費増税前駆け込み需要の反動減による売上高減少があったものの、売上総利益率の向上と販管費削減により、経常利益、当期純利益ともに黒字確保。

\*博報堂、大広、読売広告社の各社の連結数値は社内管理上の集計数値で、個々に監査を受けておりません。

<余白>

# 2015年3月期 連結業績見通し

# 2015年3月期 連結業績見通し（1）

## 通期 売上高見通しの下振れ可能性あるも、利益見通しに変更なし

---

- ◎ 下期の売上高は、マクロ経済の先行きに不透明感が高まってきており、期初見通しより若干下振れる可能性が出てきた。
- ◎ しかしながら、収益性については、上期実績同様、下期も高い水準を維持出来ると見ている。
- ◎ また、仮に下期の売上高が下振れた場合でも、高い収益性を維持することで、利益への影響を吸収することは可能であり、現時点で、通期の営業利益見通しは達成可能と考えている。

## 2015年3月期 連結業績見通し (2)

2014年11月7日現在

(単位：百万円)

	上期				下期				通期			
	'14年3月期 (実績)	'15年3月期 (実績)	前年同期比		'14年3月期 (実績)	'15年3月期 (見通し)	前年同期比		'14年3月期 (実績)	'15年3月期 (見通し)	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売上高	505,350	534,516	29,166	5.8%	590,559	616,484	25,925	4.4%	1,095,909	1,151,000	55,090	5.0%
売上総利益	87,332	95,669	8,336	9.5%	102,817	105,831	3,014	2.9%	190,150	201,500	11,349	6.0%
(売上総利益率)	(17.3%)	(17.9%)	(+0.6%)		(17.4%)	(17.2%)	(-0.2%)		(17.4%)	(17.5%)	(+0.2%)	
販管費	74,345	79,807	5,461	7.3%	81,887	86,193	4,306	5.3%	156,233	166,000	9,766	6.3%
営業利益	12,986	15,861	2,874	22.1%	20,929	19,639	(1,290)	-6.2%	33,916	35,500	1,583	4.7%
(オペレーティング・マージン)	(14.9%)	(16.6%)	(+1.7%)		(20.4%)	(18.6%)	(-1.8%)		(17.8%)	(17.6%)	(-0.2%)	
営業外損益	993	931	(61)		522	1,169	647		1,515	2,100	584	
経常利益	13,980	16,793	2,812	20.1%	21,451	20,807	(644)	-3.0%	35,432	37,600	2,167	6.1%
特別損益	1,075	994	(81)		531	(1,494)	(2,025)		1,607	(500)	(2,107)	
税引前利益	15,056	17,787	2,731	18.1%	21,983	19,313	(2,670)	-12.1%	37,039	37,100	60	0.2%
当期純利益	7,328	9,423	2,095	28.6%	11,393	9,477	(1,916)	-16.8%	18,721	18,900	178	1.0%
1株当たり配当金 (株式分割後換算)	6.0円	7.5円			6.0円	7.5円			12.0円	15.0円	3.0円	

(オペレーティング・マージン) = 営業利益/売上総利益

注) 下期見通しは、通期見通し－上期実績

のれん償却額	493	688	195	39.6%	490	611	121	24.7%	983	1,300	316	32.1%
のれん償却前営業利益	13,480	16,549	3,069	22.8%	21,420	20,250	(1,169)	-5.5%	34,900	36,800	1,899	5.4%
のれん償却前 オペレーティング・マージン	15.4%	17.3%	1.9%		20.8%	19.1%	-1.7%		18.4%	18.3%	-0.1%	

# 2015年3月期 連結業績見通し (3)

【参考】 2015年3月期 連結業績見通しの考え方 (2014年5月9日発表)

## 新中期経営計画初年度は、増収、増益見通し

- ◎ **マクロ環境**：国内広告市場の伸びは、+2~3%程度  
回復傾向にある国内経済を背景に、国内広告市場も緩やかな伸び。  
アジアを中心とした海外広告市場は、国内よりも高い伸びを期待。
- ◎ **売上高**：1兆1,510億円、前年同期比 +5.0%  
中期経営計画の戦略を着実に実行し、広告市場の伸びを上回る成長、シェア向上を目指す。
- ◎ **売上総利益**：2,015億円、前年同期比 +6.0%  
高い売上総利益率水準を維持し、新規連結子会社の寄与を取り込み、増益を目指す。
- ◎ **販管費**：1,660億円、前年同期比 +6.3%  
のれん償却額の増加や戦略的な費用投下はあるが、販管費の増加率を売上総利益の伸びに近い水準でコントロールする。
- ◎ **営業利益**：355億円、前年同期比 +4.7%
- ◎ **オペレーティング・マージン**：17.6%、前年同期から0.2ポイント低下
- ◎ **のれん償却前営業利益及びオペレーティング・マージン**：368億円、18.3%  
のれん償却額の見通しは13億円。好調な外部環境もあり前年同期並みの高い収益性を維持する。
- ◎ **当期純利益**：189億円、前年同期比 +1.0%  
前期に発生した特別利益が無くなるため、当期純利益は微増。
- ◎ **1株当たり配当金**：安定配当の考え方を基本とするが、業績の動向などを総合的に勘案し、前期の12円から3円増配し、年間15円の予定。

## 2015年3月期 連結業績見通し (4)

## 【参考】2014年5月9日発表

2014年5月9日現在

(単位：百万円)

	上期				下期				通期			
	'14年3月期 (実績)	'15年3月期 (見通し)	前年同期比		'14年3月期 (実績)	'15年3月期 (見通し)	前年同期比		'14年3月期 (実績)	'15年3月期 (見通し)	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売上高	505,350	536,300	30,949	6.1%	590,559	614,700	24,141	4.1%	1,095,909	1,151,000	55,090	5.0%
売上総利益	87,332	93,200	5,867	6.7%	102,817	108,300	5,483	5.3%	190,150	201,500	11,349	6.0%
(売上総利益率)	(17.3%)	(17.4%)	(+0.1%)		(17.4%)	(17.6%)	(+0.2%)		(17.4%)	(17.5%)	(+0.2%)	
販管費	74,345	79,700	5,354	7.2%	81,887	86,300	4,413	5.4%	156,233	166,000	9,766	6.3%
営業利益	12,986	13,500	513	4.0%	20,929	22,000	1,071	5.1%	33,916	35,500	1,583	4.7%
(ホ°レティング・マージン)	(14.9%)	(14.5%)	(-0.4%)		(20.4%)	(20.3%)	(-0.0%)		(17.8%)	(17.6%)	(-0.2%)	
営業外損益	993	1,400	406		522	700	178		1,515	2,100	584	
経常利益	13,980	14,900	919	6.6%	21,451	22,700	1,249	5.8%	35,432	37,600	2,167	6.1%
特別損益	1,075	(250)	(1,325)		531	(250)	(781)		1,607	(500)	(2,107)	
税引前利益	15,056	14,650	(406)	-2.7%	21,983	22,450	467	2.1%	37,039	37,100	60	0.2%
当期純利益	7,328	7,450	121	1.7%	11,393	11,450	57	0.5%	18,721	18,900	178	1.0%
1株当たり配当金 (株式分割後換算)	6.0円	7.5円			6.0円	7.5円			12.0円	15.0円	3.0円	

(ホ°レティング・マージン) = 営業利益 / 売上総利益

のれん償却額	493	600	107	21.7%	490	700	210	42.9%	983	1,300	317	32.2%
のれん償却前営業利益	13,479	14,100	621	4.6%	21,420	22,700	1,280	6.0%	34,899	36,800	1,901	5.4%
のれん償却前 ホ°レティング・マージン	15.4%	15.1%	-0.3%		20.8%	21.0%	0.1%		18.4%	18.3%	-0.1%	



# 中期経営計画の進捗状況

【注】各頁における略称は下記のとおり

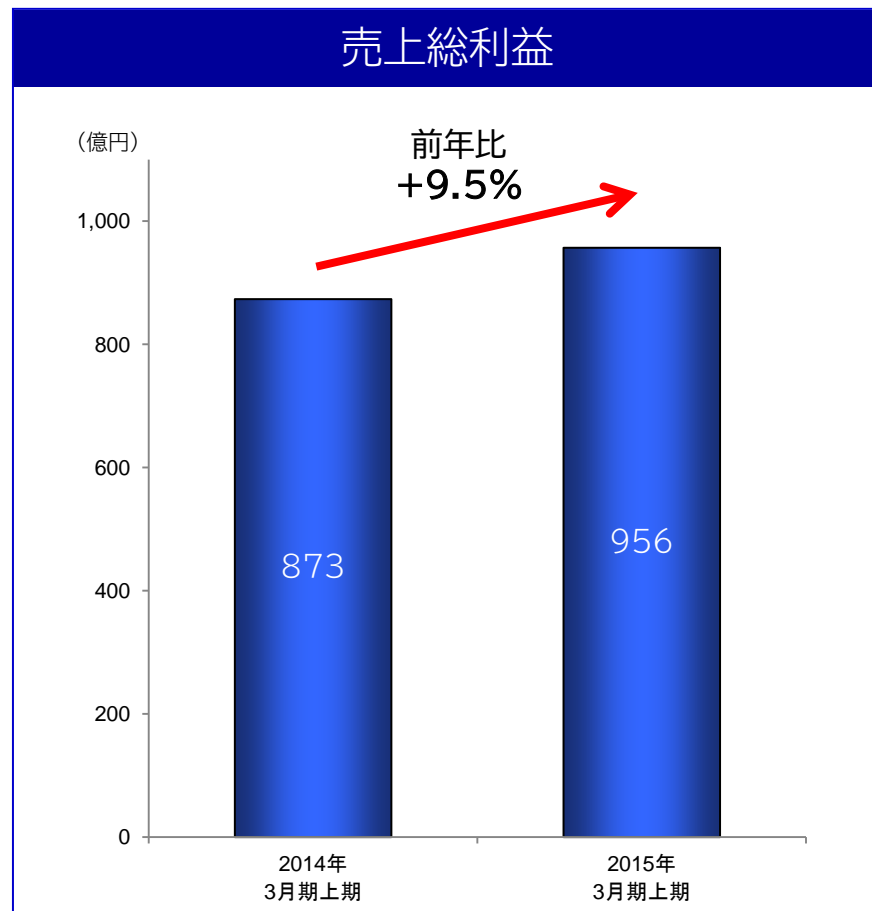
(HC)：博報堂DYホールディングス、(H)：博報堂、(D)：大広、(Y)：読売広告社、  
(MP)：博報堂DYメディアパートナーズ、(HP)：博報堂プロダクツ

# 中期経営計画（2015年3月期～2019年3月期：5カ年計画）

<p>中期基本戦略</p>	<p>企業のベスト・マーケティング・パートナーとして、世界一級のマーケティングサービス企業集団を目指す。</p> <p>先進的かつ創造的な統合マーケティング・ソリューションの提供を通じて、新たな市場やムーブメントを創造し、社会/生活者に活力を与え続ける存在になる。</p>
<p>成長ドライバー</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● “生活者データ・ドリブン” マーケティング対応力の強化</li> <li>● アジアを中心とした新興国での体制強化</li> <li>● “専門性” と “先進性” の継続的な取り込み</li> </ul> <p style="text-align: center;">▲</p> <p style="text-align: center;">スピーディかつ着実な成長を支える「積極的な投資戦略」</p>
<p>成長のイメージ</p>	<p>計画期間中の「売上総利益増加額に占める割合」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● オガニック : M&amp;A = 50 : 50</li> <li>● 国内 : 海外 = 50 : 50</li> </ul> <p>(2019年3月期の売上総利益に占める海外比率を「20%」へ)</p>
<p>中期経営目標 (2019年3月期)</p>	<p>のれん償却前営業利益 : 450億円</p> <p>〈重点指標〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 売上総利益年平均成長率※ +7%以上</li> <li>● のれん償却前<sup>ハ</sup>レーティング・マージン 17%</li> <li>● ROE 8%</li> </ul> <p>※2014年3月期～2019年3月期における年平均成長率</p>

## 2015年3月期上期における進捗総括

既存事業会社での伸長に加え、M&Aによる押し上げ効果も奏功し、売上総利益は前年比+9.5%と大幅伸長。



## 売上総利益の増加要因①

※基準年：2014年3月期

	国内	海外
基準年差※	+67億円	+16億円
構成比	80%	20%
期間平均成長	+8.0%	+39.6%

売上総利益に占める海外比率 : 4.9%→6.2%

## 売上総利益の増加要因②

	オーガニック	M&A
基準年差※	+66億円	+16億円
構成比	80%	20%
期間平均成長	+7.6%	-

※オーガニック増分：既存事業会社およびLP/ア外等新規拠点における中計期間の売総増分の累計  
 ※M&A増分：中計期間にP/L取り込みを行ったM&A対象会社の売総総額  
 (M&A後の対象会社の成長分を含む)

# 2015年3月期上期における進捗総括

- 中期経営計画にて掲げた3つの成長ドライバーを中心に、体制や対応力を強化。

## 具体的な強化施策

---

外部との連携による  
“生活者データ・ドリブン” マーケティング対応力の強化

アジアにおける体制の強化

最先端かつユニークな  
専門マーケティングサービス企業の取り込み

国内におけるサービスラインナップの拡充

## “生活者データ・ドリブン” マーケティング対応力の強化

### (株)アイズファクトリーとの業務提携 (MP/HC)

- データ分析力および分析業務対応体制を強化
- マーケティング活動の意思決定を支援する新サービス「m-Quad」の提供開始

The logo for m-Quad, featuring the letters 'm' in a stylized green font and 'Quad' in a black, bold, sans-serif font.

### ウイングアーク1st(株)との業務提携 (HC)

- システム/ソリューション開発力を強化
- 「Vision-Graphics™ powered by MotionBoard」の提供開始
  - アジア各国での展開も開始

The logo for Vision-Graphics, featuring the text 'Vision-Graphics' in a large, black, sans-serif font, with a blue horizontal line underneath. To the right is a blue square with the white letters 'VG'. Below the main text, it says 'powered by MotionBoard' in a smaller, black, sans-serif font.

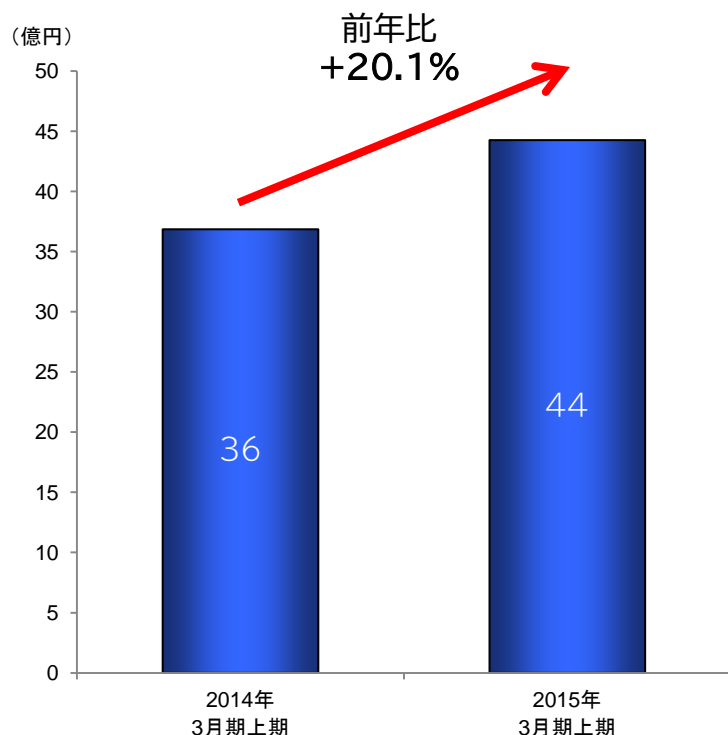
### 日本オラクル(株)との協業 (H)

- グローバルで活用されてきたクラウド型マーケティング・プラットフォーム「Oracle Marketing Cloud」の日本市場導入・運用支援で協業

# アジアにおける体制の強化

- 中華圏で大きく伸長し、アジア全体では前年比+20.1%。
- ネットワーク拠点の拡充に加えて、専門マーケティングサービス企業のM&Aを行うなど、体制を強化。

## アジアの売上総利益



※アジア：中華圏やアセアン諸国の他、韓国、インド等（オセアニアは除く）  
 ※連結子会社の単純合算ベース

## トピックス

- 新規ネットワーク拠点の設立
  - ・ 「大広インド」の設立 (D)
  - ・ 「大広インドネシア」の設立 (D)
- プロダクション/専門マーケティングサービス事業領域の機能拡充
  - <リサーチ>
    - ・ 「Cimigo Holdings」の損益取り込み開始 (H)
  - <プロダクション>
    - ・ 「PRODUCTS (BANGKOK)」の設立 (HP)
  - <PR>
    - ・ 「Grestad Hicks Communications」の子会社化 (H)

# 最先端かつユニークな 専門マーケティングサービス企業の取り組み

- “専門性”と“先進性”の取り組みを推進する戦略事業組織「kyu」の本格始動。
  - マイケル・バーキンがkyuのCEO、および当社の専務執行役員に就任。  
また、CFOも着任し、事業の推進体制を整備。
  - kyuへ新たに参画した「SYPartners LLC」「Red Peak Group LLC」の損益  
取り込みを開始。

## kyuとは



A NEW KIND OF COLLECTIVE  
〔全く新しい共同体〕

To be a source of CREATIVITY  
that propels the economy and  
society forward

〔経済および社会を前進させる〕  
〔クリエイティビティの源泉になる〕

## kyu参画事業会社

**SY/Partners**

SYPartners LLC

「チェンジマネジメント」「トランス  
フォーメーション」に特化した  
イノベーションコンサルティング

**RED PEAK**

Red Peak Group LLC

**RED PEAK** Red Peak Branding

デザインとブランディング領域を中心  
とした統合的コンサルティング

**RPMC**

RPMC

スポーツ・音楽イベントのスポンサー  
シップ・ホスピタリティプログラムの  
提供を通じた体験型プロモーション  
サービス

## 国内におけるサービスラインナップの拡充

- マーケティングサービスのラインナップ拡充は、国内市場においても重要な戦略テーマ。
- (株) ディー・ブレンをM&Aし、新たに店舗内装の領域でも対応体制を整備。





# Hakuhodo DY holdings

博報堂DYホールディングス

本資料では、株式会社博報堂がユニバーサルデザインの発想に基づき、誤認を防ぐこと、可読性を高めることを目的に、株式会社タイプバンク、慶應義塾大学と共同開発した独自のフォントである「つたわるフォント」を使用しています。

