

HakuhodoDY holdings

2018年3月期 上期 連結決算概要

2017.11.9

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。

2018年3月期 上期 連結業績

2018年3月期 上期 連結業績（1）

上期営業利益 197億円、6期連続で過去最高益更新

- ◎ 売上高：6,109億円、前年同期比+6.5%
 - ・ 統合マーケティング・ソリューションの提供が、国内でのシェアアップと4マスメディア以外の伸びに繋がる。
 - 》 業種別売上高：増加業種「自動車・関連品」「情報・通信」「交通・レジャー」
：減少業種「流通・小売業」「官公庁・団体」「薬品・医療用品」
 - 》 種目別売上高：「4マスメディア 計」は、新聞、ラジオが前年同期を下回ったものの、テレビが好調に推移し増収。
：「4マスメディア以外 計」は、インターネットメディアを中心に全ての種目で好調に推移し増収。
- ◎ 売上総利益：1,228億円、前年同期比+9.0%、+101億円
- ◎ 売上総利益率：20.1%、前年同期比0.5ポイント向上
 - ・ 広告事業会社から制作系子会社まで幅広いグループ各社の収益性向上の意識と取り組みが売上総利益率向上に繋がる。
 - ・ フィー型ビジネスの割合が高い海外の増加による売上総利益率押し上げは0.2ポイント程度。
- ◎ 販管費：1,030億円、前年同期比+8.6%、+81億円
 - ・ 2Qに入り、M&A等による体制強化、のれん等償却額の増加、戦略的費用投下が加速しているものの、売上総利益の伸びが大きく、上期の販管費増加率は売上総利益の伸びを下回った。
- ◎ 営業利益：197億円、前年同期比+10.9%、19億円の増益
 - ・ 販管費の増加率が売上総利益の伸びを下回ったことで、+10.9%と二桁の増益。上期の営業利益としては、6期連続で過去最高益更新。
- ◎ のれん償却前営業利益：216億円、前年同期比+12.7%、24億円の増益
- ◎ M&Aによる増分影響：売上総利益 約+30億円、販管費（のれん等償却額を含む） 約+30億円、営業利益 約-0億円
- ◎ 当期純利益：119億円、前年同期比+11.2%、+12億円

2018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			
	'17年3月期	'18年3月期	前年同期比		'17年3月期	'18年3月期	前年同期比		'17年3月期	'18年3月期	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売上高	279,107	301,164	22,056	7.9%	294,440	309,780	15,340	5.2%	573,548	610,945	37,396	6.5%
売上総利益	53,551	58,458	4,907	9.2%	59,178	64,418	5,240	8.9%	112,730	122,877	10,147	9.0%
(売上総利益率)	(19.2%)	(19.4%)	(+0.2%)		(20.1%)	(20.8%)	(+0.7%)		(19.7%)	(20.1%)	(+0.5%)	
販管費	47,740	50,638	2,897	6.1%	47,150	52,451	5,300	11.2%	94,891	103,089	8,197	8.6%
営業利益	5,810	7,820	2,009	34.6%	12,027	11,967	(59)	-0.5%	17,838	19,788	1,949	10.9%
(オペレーティング・マージン)	(10.9%)	(13.4%)	(+2.5%)		(20.3%)	(18.6%)	(-1.7%)		(15.8%)	(16.1%)	(+0.3%)	
営業外損益	923	1,025	102		824	214	(610)		1,747	1,239	(507)	
経常利益	6,733	8,846	2,112	31.4%	12,852	12,182	(670)	-5.2%	19,586	21,028	1,442	7.4%
特別損益	(376)	(31)	344		(133)	89	223		(510)	58	568	
税引前利益	6,357	8,814	2,457	38.7%	12,718	12,271	(446)	-3.5%	19,075	21,086	2,010	10.5%
当期純利益	3,030	4,418	1,388	45.8%	7,714	7,529	(185)	-2.4%	10,744	11,948	1,203	11.2%

のれん等償却額	693	849	155	22.5%	641	975	334	52.1%	1,334	1,824	490	36.7%
のれん償却前営業利益	6,504	8,670	2,165	33.3%	12,668	12,943	274	2.2%	19,173	21,613	2,440	12.7%
のれん償却前 オペレーティング・マージン	12.1%	14.8%	(+2.7%)		21.4%	20.1%	(-1.3%)		17.0%	17.6%	(+0.6%)	

(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									12.0円	13.0円		
----------	--	--	--	--	--	--	--	--	-------	-------	--	--

- (注) ① のれん等償却額とは、企業買収によって生じるのれんの償却額等のこと。
 ② のれん償却前営業利益とは、企業買収によって生じるのれんの償却額等を除外して算出される営業利益のこと。
 ③ 当期純利益とは、親会社株主に帰属する当期純利益のこと。

2018年3月期 上期 連結業績 (3)

【実績と5月12日発表 上期見通しとの差異】

(単位：百万円)

	上期		
	5月12日 発表見通し	前年同期比	
		増減額	(%)
売上高	605,000	31,451	5.5%
売上総利益	121,300	8,569	7.6%
(売上総利益率)	(20.0%)	(+0.4%)	
販管費	102,600	7,708	8.1%
営業利益	18,700	861	4.8%
(オペレーティング・マージン)	(15.4%)	(-0.4%)	
営業外損益	1,000	(747)	
経常利益	19,700	113	0.6%
特別損益	(250)	260	
税引前利益	19,450	374	2.0%
当期純利益	10,850	105	1.0%

(オペレーティング・マージン) = 営業利益/売上総利益

のれん等償却額	1,800	465	34.9%
のれん償却前営業利益	20,500	1,326	6.9%
のれん償却前 オペレーティング・マージン	16.9%	(-0.1%)	

'18年3月期 (実績)	上期	
	前年同期比	
	増減額	(%)
610,945	37,396	6.5%
122,877	10,147	9.0%
(20.1%)	(+0.5%)	
103,089	8,197	8.6%
19,788	1,949	10.9%
(16.1%)	(+0.3%)	
1,239	(507)	
21,028	1,442	7.4%
58	568	
21,086	2,010	10.5%
11,948	1,203	11.2%

1,824	490	36.7%
21,613	2,440	12.7%
17.6%	(+0.6%)	

上期	
実績と見通しとの差異	
増減額	(%)
5,945	1.0%
1,577	1.3%
(+0.1%)	
489	0.5%
1,088	5.8%
(+0.7%)	
239	
1,328	6.7%
308	
1,636	8.4%
1,098	10.1%

24	1.4%
1,113	5.4%
(+0.7%)	

- (注) ① のれん等償却額とは、企業買収によって生じるのれんの償却額等のこと。
 ② のれん償却前営業利益とは、企業買収によって生じるのれんの償却額等を除外して算出される営業利益のこと。
 ③ 当期純利益とは、親会社株主に帰属する当期純利益のこと。

地域別の業績 (1)

(単位：百万円)		上期			
		'17年3月期	'18年3月期	前年同期比	
				増減額	(%)
日本	売上高	540,648	572,314	31,666	5.9%
	売上総利益	100,291	107,998	7,706	7.7%
	(売上総利益率)	(18.6%)	(18.9%)	(+0.3%)	
	営業利益	23,994	26,474	2,479	10.3%
	(オペレーティング・マージン)	(23.9%)	(24.5%)	(+0.6%)	
海外	売上高	36,018	42,191	6,172	17.1%
	売上総利益	13,919	16,258	2,339	16.8%
	(売上総利益率)	(38.6%)	(38.5%)	(-0.1%)	
	営業利益	(234)	(236)	(1)	-
	(オペレーティング・マージン)	(-1.7%)	(-1.5%)	(+0.2%)	
計	売上高	576,667	614,505	37,838	6.6%
	売上総利益	114,210	124,256	10,046	8.8%
	営業利益	23,760	26,237	2,477	10.4%
消去 又は 全社	売上高	(3,118)	(3,560)	(441)	
	売上総利益	(1,480)	(1,379)	101	
	営業利益	(5,921)	(6,449)	(527)	
連結	売上高	573,548	610,945	37,396	6.5%
	売上総利益	112,730	122,877	10,147	9.0%
	(売上総利益率)	(19.7%)	(20.1%)	(+0.5%)	
	営業利益	17,838	19,788	1,949	10.9%
	(オペレーティング・マージン)	(15.8%)	(16.1%)	(+0.3%)	

■ 海外 売上総利益の動向 ■

上期の海外売上総利益は、アセアンにおける新規M&Aの寄与があり、+16.8%の伸び。

《プラス要因》

- ・アセアンにおける新規M&Aの寄与大。
- ・為替影響を除いたオーガニックの伸びは中華圏で一桁前半のプラス、アセアンで二桁のプラス。
- ・欧米はkyuを中心に堅調に推移し、為替影響を除いた伸びは一桁半ばのプラス。
- ・円安の影響は僅少。

■ 海外 のれん償却前営業利益の動向 ■

- ・海外ののれん償却前営業利益は黒字。
- ・前年同期比では、第1四半期の横ばいから、第2四半期に入って改善し、上期では二桁のプラス。

地域別の業績 (2)

(単位：百万円)		第1四半期				第2四半期				上期			
		'17年3月期	'18年3月期	前年同期比		'17年3月期	'18年3月期	前年同期比		'17年3月期	'18年3月期	前年同期比	
				増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
日本	売上高	263,291	282,676	19,384	7.4%	277,356	289,637	12,281	4.4%	540,648	572,314	31,666	5.9%
	売上総利益	47,110	51,281	4,170	8.9%	53,181	56,717	3,536	6.6%	100,291	107,998	7,706	7.7%
	(売上総利益率)	(17.9%)	(18.1%)	(+0.2%)		(19.2%)	(19.6%)	(+0.4%)		(18.6%)	(18.9%)	(+0.3%)	
	営業利益	8,939	11,245	2,306	25.8%	15,055	15,228	173	1.2%	23,994	26,474	2,479	10.3%
	(オペレーティング・マージン)	(19.0%)	(21.9%)	(+3.0%)		(28.3%)	(26.9%)	(-1.5%)		(23.9%)	(24.5%)	(+0.6%)	
海外	売上高	17,550	20,414	2,863	16.3%	18,468	21,776	3,308	17.9%	36,018	42,191	6,172	17.1%
	売上総利益	7,103	7,770	667	9.4%	6,816	8,488	1,672	24.5%	13,919	16,258	2,339	16.8%
	(売上総利益率)	(40.5%)	(38.1%)	(-2.4%)		(36.9%)	(39.0%)	(+2.1%)		(38.6%)	(38.5%)	(-0.1%)	
	営業利益	(181)	(254)	(72)	-	(52)	17	70	-	(234)	(236)	(1)	-
	(オペレーティング・マージン)	(-2.6%)	(-3.3%)	(-0.7%)		(-0.8%)	(0.2%)	(+1.0%)		(-1.7%)	(-1.5%)	(+0.2%)	
計	売上高	280,842	303,091	22,248	7.9%	295,824	311,413	15,589	5.3%	576,667	614,505	37,838	6.6%
	売上総利益	54,213	59,051	4,837	8.9%	59,997	65,205	5,208	8.7%	114,210	124,256	10,046	8.8%
	営業利益	8,757	10,990	2,233	25.5%	15,002	15,246	244	1.6%	23,760	26,237	2,477	10.4%
消去 又は 全社	売上高	(1,734)	(1,927)	(192)		(1,383)	(1,633)	(249)		(3,118)	(3,560)	(441)	
	売上総利益	(661)	(592)	69		(818)	(786)	32		(1,480)	(1,379)	101	
	営業利益	(2,946)	(3,170)	(223)		(2,975)	(3,279)	(304)		(5,921)	(6,449)	(527)	
連結	売上高	279,107	301,164	22,056	7.9%	294,440	309,780	15,340	5.2%	573,548	610,945	37,396	6.5%
	売上総利益	53,551	58,458	4,907	9.2%	59,178	64,418	5,240	8.9%	112,730	122,877	10,147	9.0%
	(売上総利益率)	(19.2%)	(19.4%)	(+0.2%)		(20.1%)	(20.8%)	(+0.7%)		(19.7%)	(20.1%)	(+0.5%)	
	営業利益	5,810	7,820	2,009	34.6%	12,027	11,967	(59)	-0.5%	17,838	19,788	1,949	10.9%
	(オペレーティング・マージン)	(10.9%)	(13.4%)	(+2.5%)		(20.3%)	(18.6%)	(-1.7%)		(15.8%)	(16.1%)	(+0.3%)	

業種別売上高 (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		上期		前年同期比	
	'18年3月期	増減額	(%)	'18年3月期	増減額	(%)	'17年3月期	構成比	'18年3月期	構成比	増減額	(%)						
自動車・関連品	27,102	2,569	10.5%	36,082	4,590	14.6%	56,026	11.8%	63,184	12.7%	7,158	12.8%						
情報・通信	30,436	2,920	10.6%	29,939	4,156	16.1%	53,298	11.2%	60,375	12.1%	7,076	13.3%						
飲料・嗜好品	32,563	1,112	3.5%	29,177	(1,377)	-4.5%	62,005	13.0%	61,740	12.4%	(265)	-0.4%						
食品	19,904	134	0.7%	18,948	(569)	-2.9%	39,287	8.3%	38,852	7.8%	(435)	-1.1%						
化粧品・トイレタリー	19,873	241	1.2%	18,094	65	0.4%	37,661	7.9%	37,967	7.6%	305	0.8%						
流通・小売業	11,586	(2,097)	-15.3%	10,671	(2,291)	-17.7%	26,645	5.6%	22,257	4.5%	(4,388)	-16.5%						
金融・保険	13,123	702	5.7%	13,193	(473)	-3.5%	26,087	5.5%	26,316	5.3%	230	0.9%						
交通・レジャー	13,796	1,836	15.3%	12,406	1,724	16.1%	22,643	4.8%	26,202	5.2%	3,560	15.7%						
薬品・医療用品	10,872	(816)	-7.0%	10,514	(363)	-3.3%	22,565	4.7%	21,386	4.3%	(1,179)	-5.2%						
不動産・住宅設備	11,025	1,611	17.1%	11,405	358	3.2%	20,461	4.3%	22,431	4.5%	1,969	9.6%						
外食・各種サービス	7,899	1,276	19.3%	8,273	1,667	25.2%	13,229	2.8%	16,172	3.2%	2,944	22.3%						
家電・AV機器	5,550	161	3.0%	7,339	1,702	30.2%	11,027	2.3%	12,889	2.6%	1,863	16.9%						
出版	5,972	1,974	49.4%	5,654	(483)	-7.9%	10,135	2.1%	11,626	2.3%	1,491	14.7%						
家庭用品	6,060	1,537	34.0%	6,591	(192)	-2.8%	11,306	2.4%	12,651	2.5%	1,345	11.9%						
趣味・スポーツ用品	4,092	139	3.5%	5,346	760	16.6%	8,540	1.8%	9,439	1.9%	899	10.5%						
ファッション・アクセサリ	4,295	494	13.0%	3,452	(243)	-6.6%	7,496	1.6%	7,747	1.6%	251	3.3%						
官公庁・団体	2,304	(757)	-24.7%	2,329	(1,998)	-46.2%	7,388	1.6%	4,633	0.9%	(2,755)	-37.3%						
エネルギー・素材・機械	3,885	1,276	48.9%	3,465	311	9.9%	5,763	1.2%	7,350	1.5%	1,587	27.5%						
教育・医療サービス・宗教	3,281	441	15.5%	3,054	331	12.1%	5,564	1.2%	6,335	1.3%	771	13.9%						
精密機器・事務用品	1,108	(73)	-6.1%	1,098	(484)	-30.6%	2,763	0.6%	2,206	0.4%	(556)	-20.1%						
案内・その他	13,675	1,406	11.5%	14,011	473	3.5%	25,807	5.4%	27,686	5.5%	1,879	7.3%						
上記業種 計	248,403	16,087	6.9%	251,042	7,663	3.1%	475,694	100.0%	499,445	100.0%	23,751	5.0%						
上記業種以外 計	52,762	5,969	12.8%	58,739	7,677	15.0%	97,855		111,501		13,646	13.9%						
合計	301,164	22,056	7.9%	309,780	15,340	5.2%	573,548		610,945		37,396	6.5%						

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 上記は、「上記業種以外 計」「案内・その他」を除いて、2017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。

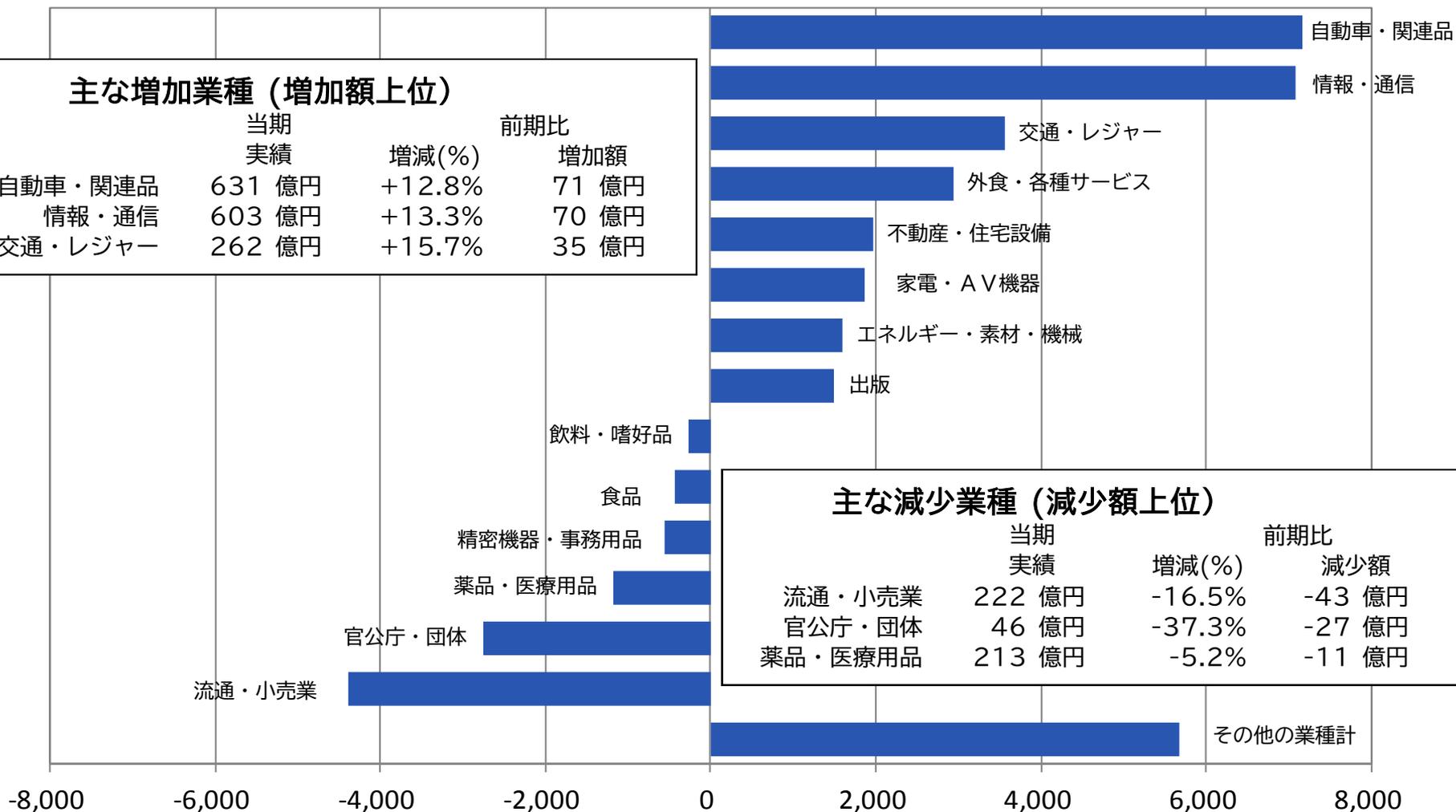
業種別売上高 (2)

2018年3月期 上期 前年同期比増減額

(単位：百万円)

主な増加業種 (増加額上位)

	当期		前期比	
	実績	増減(%)	増加額	
自動車・関連品	631 億円	+12.8%	71 億円	
情報・通信	603 億円	+13.3%	70 億円	
交通・レジャー	262 億円	+15.7%	35 億円	



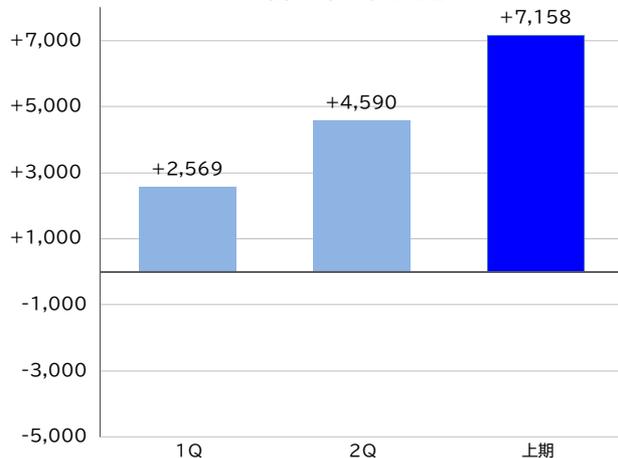
主な減少業種 (減少額上位)

	当期		前期比	
	実績	増減(%)	減少額	
流通・小売業	222 億円	-16.5%	-43 億円	
官公庁・団体	46 億円	-37.3%	-27 億円	
薬品・医療用品	213 億円	-5.2%	-11 億円	

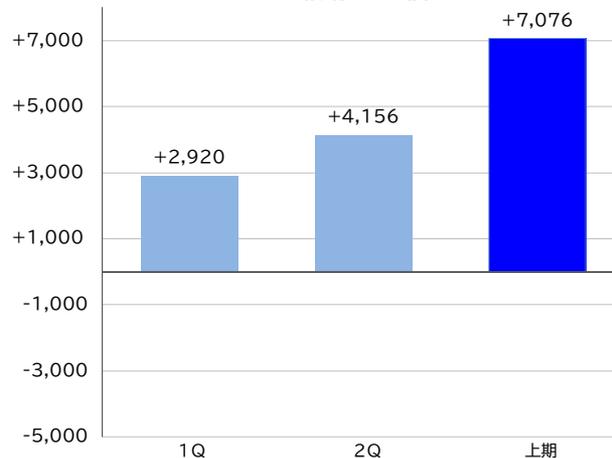
業種別売上高 (3)

四半期別 前年同期比 増減額推移① (通期 増加額/減少額 上位各3業種) (単位:百万円)

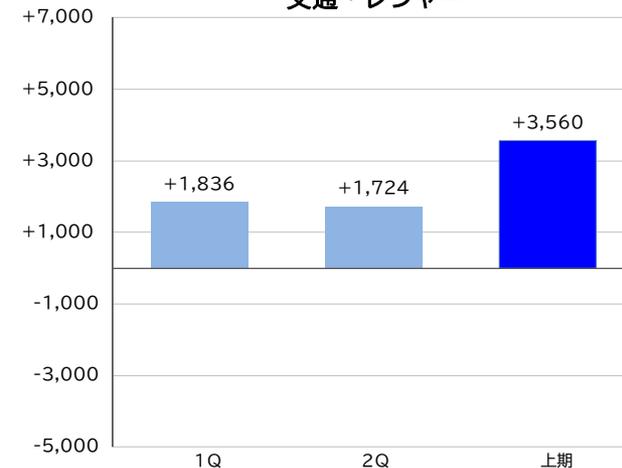
自動車・関連品



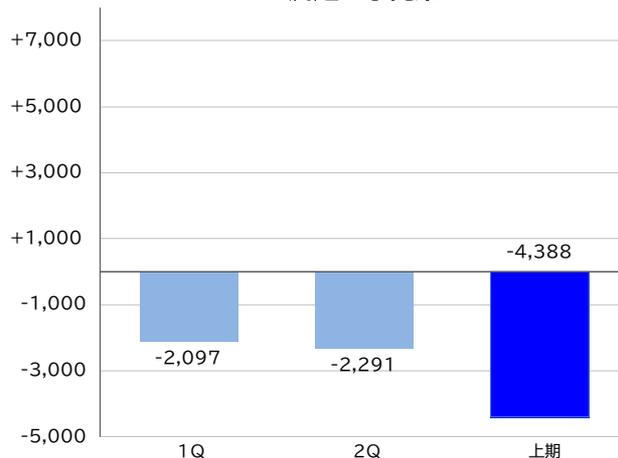
情報・通信



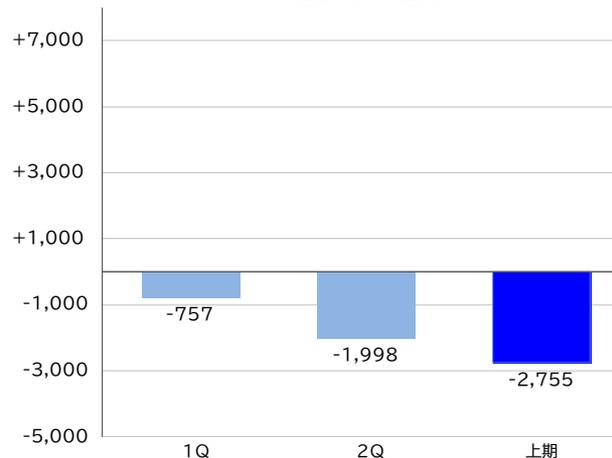
交通・レジャー



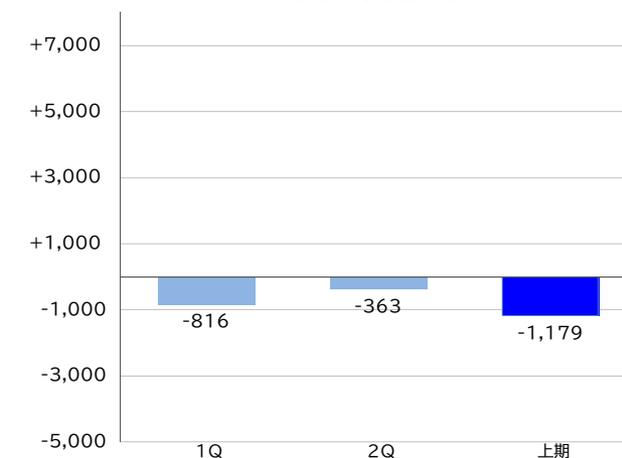
流通・小売業



官公庁・団体

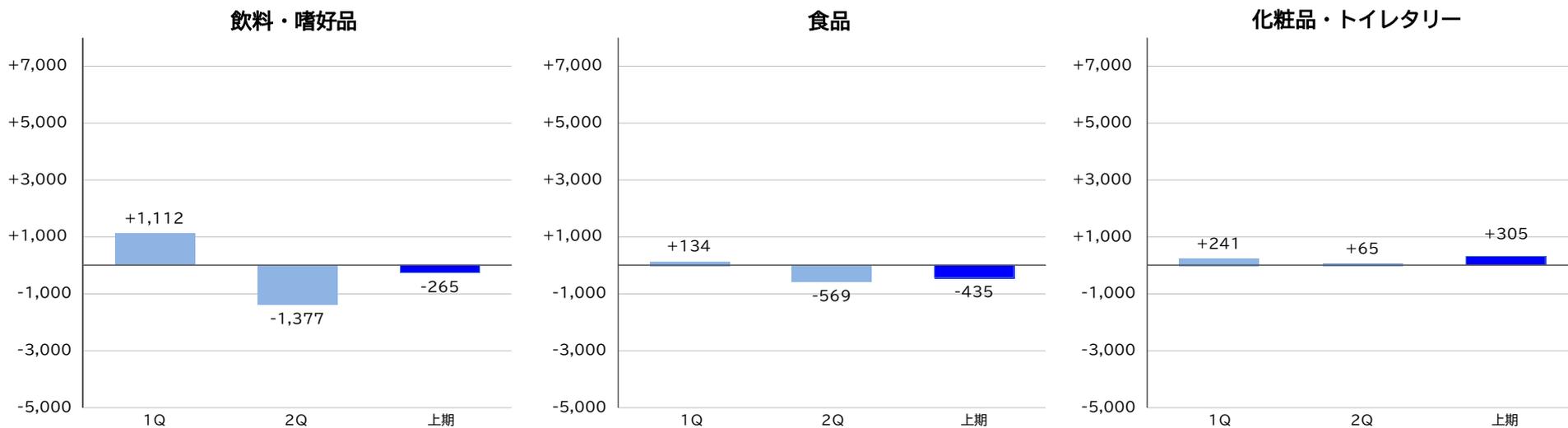


薬品・医療用品



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（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		上期		前年同期比	
	'18年3月期	増減額	(%)	'18年3月期	増減額	(%)	'17年3月期	構成比	'18年3月期	構成比	増減額	(%)
新聞	12,686	(646)	-4.8%	11,767	(2,488)	-17.5%	27,587	5.4%	24,452	4.5%	(3,134)	-11.4%
雑誌	4,647	19	0.4%	5,072	182	3.7%	9,518	1.9%	9,719	1.8%	201	2.1%
ラジオ	3,239	(76)	-2.3%	3,282	(227)	-6.5%	6,824	1.3%	6,522	1.2%	(303)	-4.4%
テレビ	108,328	3,403	3.2%	103,326	1,470	1.4%	206,780	40.5%	211,654	39.3%	4,873	2.4%
4マスメディア計	128,900	2,700	2.1%	123,447	(1,063)	-0.9%	250,710	49.1%	252,347	46.9%	1,637	0.7%
インターネットメディア	44,916	6,780	17.8%	45,311	6,828	17.7%	76,619	15.0%	90,226	16.8%	13,607	17.8%
アウトドアメディア	10,991	1,106	11.2%	9,615	(525)	-5.2%	20,024	3.9%	20,606	3.8%	582	2.9%
クリエイティブ	29,156	1,992	7.3%	31,408	1,931	6.6%	56,641	11.1%	60,564	11.3%	3,923	6.9%
マーケティング/プロモーション	48,204	3,664	8.2%	55,250	2,700	5.1%	97,090	19.0%	103,454	19.2%	6,364	6.6%
その他（コンテンツ等）	5,248	734	16.3%	5,439	614	12.7%	9,339	1.8%	10,687	2.0%	1,348	14.4%
4マスメディア以外計	138,515	14,276	11.5%	147,023	11,548	8.5%	259,714	50.9%	285,537	53.1%	25,824	9.9%
上記種目計	267,415	16,976	6.8%	270,469	10,485	4.0%	510,423	100.0%	537,884	100.0%	27,461	5.4%
上記種目以外計	33,750	5,081	17.7%	39,311	4,855	14.1%	63,125		73,061		9,936	15.7%
合計	301,164	22,056	7.9%	309,780	15,340	5.2%	573,548		610,945		37,396	6.5%

◎「4マスメディア計」は、新聞、ラジオが前年同期を下回ったものの、テレビが好調に推移し増収。

◎「4マスメディア以外計」は、インターネットメディアを中心に全ての種目で好調に推移し増収。

（注）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いません。

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）

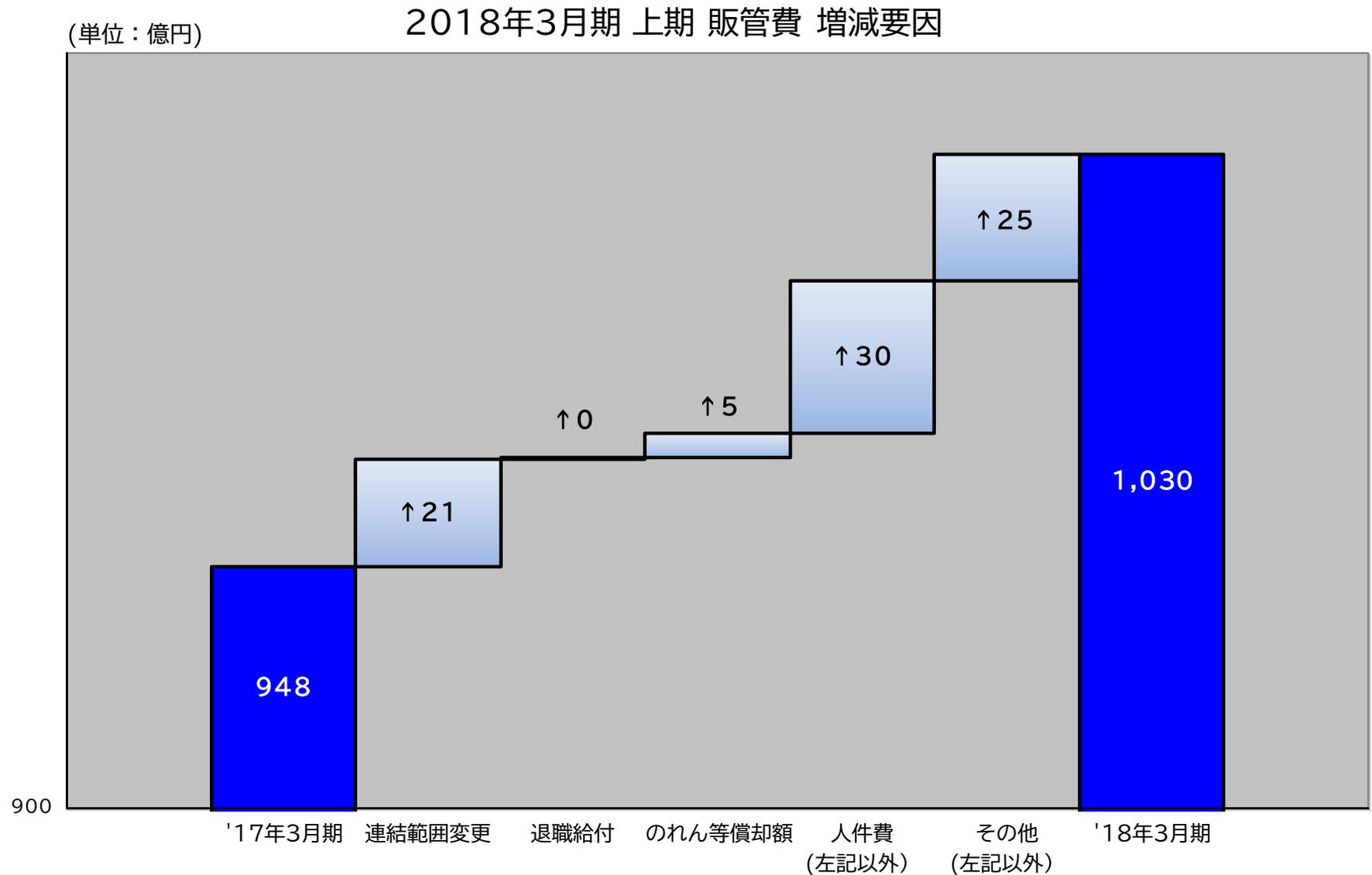
	第1四半期		前年同期比		第2四半期		前年同期比		上期		前年同期比	
	'17年3月期	'18年3月期	増減額	(%)	'17年3月期	'18年3月期	増減額	(%)	'17年3月期	'18年3月期	増減額	(%)
人件費	32,587	34,113	1,525	4.7%	32,319	35,256	2,937	9.1%	64,907	69,370	4,462	6.9%
その他経費 合計	15,153	16,525	1,371	9.1%	14,830	17,194	2,363	15.9%	29,984	33,719	3,735	12.5%
賃借料	3,375	3,613	238	7.1%	3,347	3,506	159	4.8%	6,722	7,120	397	5.9%
減価償却費	747	806	58	7.9%	791	968	177	22.4%	1,539	1,775	236	15.4%
のれん等償却額	693	849	155	22.5%	641	975	334	52.1%	1,334	1,824	490	36.7%
その他	10,336	11,254	918	8.9%	10,051	11,743	1,692	16.8%	20,387	22,998	2,610	12.8%
販管費 合計	47,740	50,638	2,897	6.1%	47,150	52,451	5,300	11.2%	94,891	103,089	8,197	8.6%

(注) ① のれん等償却額とは、企業買収によって生じるのれんの償却額等のこと。

【戦略的費用投下で販管費増加するも、売上総利益の伸びを下回る】

- ◎ 連結範囲異動（新たに損益を取り込んだM&Aや新規設立会社等）による費用増は、約21億円。
- ◎ 連結範囲異動の影響を除いた販管費は、前年同期比+6.4%。

販管費の増減（２）



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	
	'17年3月期	'18年3月期	増減額	(%)	'17年3月期	'18年3月期	増減額	(%)	'17年3月期	'18年3月期	増減額	(%)
営業外収益	1,182	1,251	68	5.8%	784	351	(432)	-55.2%	1,966	1,602	(363)	-18.5%
営業外費用	258	225	(33)	-12.9%	(40)	137	177	-	218	362	143	65.7%
営業外損益	923	1,025	102	11.1%	824	214	(610)	-74.0%	1,747	1,239	(507)	-29.1%

◎ 金融収支（受取利息-支払利息）：	'17年3月期	+22 百万円	'18年3月期	+17 百万円	前年同期比	4 百万円減
◎ 受取配当金：	'17年3月期	775 百万円	'18年3月期	1,002 百万円	前年同期比	227 百万円増
◎ 持分法による投資損益：	'17年3月期	509 百万円	'18年3月期	-101 百万円	前年同期比	611 百万円減

(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	
	'17年3月期	'18年3月期	増減額	(%)	'17年3月期	'18年3月期	増減額	(%)	'17年3月期	'18年3月期	増減額	(%)
特別利益	12	98	85		2	385	383		14	483	468	
特別損失	389	129	(259)		136	295	159		525	425	(99)	
特別損益	(376)	(31)	344		(133)	89	223		(510)	58	568	

◎ 投資有価証券売却益：	'17年3月期	9 百万円	'18年3月期	0 百万円	前年同期比	9 百万円減
◎ 関係会社株式売却益：	'17年3月期	0 百万円	'18年3月期	380 百万円	前年同期比	380 百万円増
◎ 投資有価証券評価損：	'17年3月期	39 百万円	'18年3月期	41 百万円	前年同期比	1 百万円増

連結貸借対照表

(単位：百万円)

(単位：百万円)

	2017年3月末		2017年9月末		前期末比		2016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	516,183	71.5%	462,569	67.8%	(53,613)	-10.4%	429,296	69.9%
固定資産	205,868	28.5%	219,919	32.2%	14,050	6.8%	184,499	30.1%
資産合計	722,051	100.0%	682,488	100.0%	(39,563)	-5.5%	613,796	100.0%
流動負債	359,503	49.8%	301,017	44.1%	(58,485)	-16.3%	284,337	46.3%
固定負債	36,729	5.1%	39,569	5.8%	2,839	7.7%	33,798	5.5%
負債合計	396,233	54.9%	340,587	49.9%	(55,645)	-14.0%	318,135	51.8%
株主資本	262,922	36.4%	269,565	39.5%	6,643	2.5%	252,457	41.1%
その他の包括利益累計額	41,784	5.8%	50,414	7.4%	8,629	20.7%	24,417	4.0%
新株予約権	283	0.0%	390	0.1%	106	37.7%	265	0.1%
非支配株主持分	20,828	2.9%	21,530	3.1%	702	3.4%	18,519	3.0%
純資産 合計	325,818	45.1%	341,901	50.1%	16,082	4.9%	295,660	48.2%
負債純資産合計	722,051	100.0%	682,488	100.0%	(39,563)	-5.5%	613,796	100.0%

◎ 現金及び預金+有価証券（流動資産）：	'17年3月末	1,522 億円	'17年9月末	1,304 億円	218 億円減少。
◎ 受取手形及び売掛金：	'17年3月末	3,076 億円	'17年9月末	2,757 億円	318 億円減少。
◎ 投資有価証券：	'17年3月末	965 億円	'17年9月末	1,106 億円	141 億円増加。
◎ のれん+無形資産(PPA)：	'17年3月末	224 億円	'17年9月末	214 億円	10 億円減少。
◎ 支払手形及び買掛金：	'17年3月末	2,813 億円	'17年9月末	2,458 億円	354 億円減少。
◎ 長・短借入金：	'17年3月末	118 億円	'17年9月末	94 億円	23 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
	'17年3月期	'18年3月期	
営業活動によるキャッシュ・フロー	(11,986)	(10,665)	1,321
投資活動によるキャッシュ・フロー	(2,212)	(3,638)	(1,425)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(4,671)	(8,571)	(3,899)
現金及び現金同等物に係る換算差額	(1,837)	(561)	1,275
現金及び現金同等物の増減額(減少)	(20,708)	(23,437)	(2,728)
現金及び現金同等物の期首残高	143,298	146,688	3,389
現金及び現金同等物の期末残高	122,589	123,250	660

【参考(1)：減価償却費及び固定資産の取得】

減価償却費	2,307	2,574	267
有形固定資産の取得による支出	(1,267)	(1,457)	(189)
無形固定資産の取得による支出	(1,169)	(1,304)	(135)
固定資産の取得 計	(2,437)	(2,762)	(324)

【参考(2)：上記以外の主な当期の項目】

<営業活動によるキャッシュ・フロー>

税引前利益 +210億円、のれん等償却額 +18億円、売上債権 減少 +321億円、仕入債務 減少 -352億円、たな卸資産 増加 -41億円、法人税等 支払 -95億円、賞与引当金 減少 -124億円

<投資活動によるキャッシュ・フロー>

連結範囲変更を伴う子会社株式の取得 -1億円、子会社株式及び出資金の取得 -6億円

<財務活動によるキャッシュ・フロー>

配当金支払 -44億円、非支配株主への配当金支払 -8億円、連結範囲変更を伴わない子会社株式の取得 -14億円

主要な子会社の業績概要

(単位：百万円)

	上期		前年同期比	
	'17年3月期	'18年3月期	増減額	(%)
博報堂（連結）				
売上高	400,700	429,422	28,722	7.2%
経常利益	11,590	14,114	2,523	21.8%
当期純利益	6,500	8,925	2,425	37.3%
大広（連結）				
売上高	75,101	79,323	4,222	5.6%
経常利益	1,338	1,688	350	26.2%
当期純利益	802	1,080	277	34.7%
読売広告社（連結）				
売上高	35,052	34,848	(203)	-0.6%
経常利益	(6)	557	564	-
当期純利益	(32)	341	374	-

◎売上高は前年同期比+287億円（+7.2%）の増収。

増加業種：「自動車・関連品」「情報・通信」

減少業種：「流通・小売業」「官公庁・団体」

◎博報堂単体と国内子会社が堅調にしたことに加えて、アセアンにおける新規M&Aの寄与もあり増収。売上総利益率が向上し、また、売上総利益の伸びが販管費の伸びを上回ったことから経常利益・当期純利益とも大幅な増益。

◎売上高は前年同期比+42億円（+5.6%）の増収。

増加業種：「金融・保険」「案内・その他」

減少業種：「薬品・医療用品」「精密機器・事務用品」

◎扱い拡大の得意先もあり増収。売上総利益の伸びが販管費の伸びを上回ったことから経常利益・当期純利益とも大幅な増益。

◎売上高は前年同期比-2億円（-0.6%）の減収。

増加業種：「情報・通信」「交通・レジャー」

減少業種：「飲料・嗜好品」「化粧品・トイレタリー」

◎減収となるも、売上総利益率の向上で売上総利益は前年を上回り、経常利益・当期純利益とも前年赤字から大幅増益で黒字へ転換。

* 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。

* 当期純利益とは、親会社株主に帰属する当期純利益のこと。

2018年3月期 連結業績見通し

2018年3月期 連結業績見通し（1）

- ◎ 上期実績を踏まえ、通期連結業績見通しの見直しを行ったが、ほぼ期初の想定通りであったため、今回、通期連結業績見通しの修正は行わない。

- ◎ なお、5月に発表した「業績見通しの考え方」の中で、国内広告市場の伸びについて+2%程度としたが、上期の国内広告市場がやや低調に推移したことを踏まえ、今回+1%強に見直した。
しかしながら、上期実績同様、下期も国内においてはシェアアップを図れると見ており、連結業績見通しに影響を及ぼさないと考えている。

2018年3月期 連結業績見通し (2)

2017年11月8日現在

(単位:百万円)

	上期				下期				通期			
	'17年3月期 (実績)	'18年3月期 (実績)	前年同期比		'17年3月期 (実績)	'18年3月期 (差引)	前年同期比		'17年3月期 (実績)	'18年3月期 (見通し)	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売上高	573,548	610,945	37,396	6.5%	681,926	706,054	24,128	3.5%	1,255,474	1,317,000	61,525	4.9%
売上総利益	112,730	122,877	10,147	9.0%	135,910	143,122	7,211	5.3%	248,640	266,000	17,359	7.0%
(売上総利益率)	(19.7%)	(20.1%)	(+0.5%)		(19.9%)	(20.3%)	(+0.3%)		(19.8%)	(20.2%)	(+0.4%)	
販管費	94,891	103,089	8,197	8.6%	106,487	113,410	6,923	6.5%	201,379	216,500	15,120	7.5%
営業利益	17,838	19,788	1,949	10.9%	29,422	29,711	288	1.0%	47,261	49,500	2,238	4.7%
(オペレーティング・マージン)	(15.8%)	(16.1%)	(+0.3%)		(21.6%)	(20.8%)	(-0.9%)		(19.0%)	(18.6%)	(-0.4%)	
営業外損益	1,747	1,239	(507)		(3,517)	260	3,777		(1,769)	1,500	3,269	
経常利益	19,586	21,028	1,442	7.4%	25,905	29,971	4,066	15.7%	45,491	51,000	5,508	12.1%
特別損益	(510)	58	568		(21)	(558)	(536)		(531)	(500)	31	
税引前利益	19,075	21,086	2,010	10.5%	25,884	29,413	3,529	13.6%	44,959	50,500	5,540	12.3%
当期純利益	10,744	11,948	1,203	11.2%	15,135	15,451	315	2.1%	25,880	27,400	1,519	5.9%
1株当たり配当金	12.0円	13.0円			12.0円	13.0円			24.0円	26.0円		

(オペレーティング・マージン) = 営業利益/売上総利益

のれん等償却額	1,334	1,824	490	36.7%	1,785	1,775	(10)	-0.6%	3,120	3,600	479	15.4%
のれん償却前営業利益	19,173	21,613	2,440	12.7%	31,208	31,486	278	0.9%	50,381	53,100	2,718	5.4%
のれん償却前 オペレーティング・マージン	17.0%	17.6%	(+0.6%)		23.0%	22.0%	(-1.0%)		20.3%	20.0%	(-0.3%)	

- (注) ① のれん等償却額とは、企業買収によって生じるのれんの償却額等のこと。
 ② のれん償却前営業利益とは、企業買収によって生じるのれんの償却額等を除外して算出される営業利益のこと。
 ③ 当期純利益とは、親会社株主に帰属する当期純利益のこと。

2018年3月期 連結業績見通し (3)

【参考】2017年3月期 連結業績見通しの考え方 (2017年5月12日発表)

新たな中期経営目標達成に向け、営業増益を目指す

- ◎ **マクロ環境**：国内広告市場の伸びは、+2%程度
 国内広告市場：国内経済の緩やかな回復傾向継続を背景に広告市場は+2%程度の伸び。
 海外広告市場：重点エリアであるアジアを中心に堅調な国内市場を上回る伸び。
- ◎ **売上高**：1兆 3,170億円、前年同期比 +4.9%
 中期経営計画の3つの成長ドライバー推進加速で、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**：2,660億円、前年同期比 +7.0% ◎ **売上総利益率**：20.2%、0.4ポイント向上
 国内を中心とした高い売上総利益率水準のもう一段の向上とフィー型ビジネスを中心とした海外の拡大で20%台の売上総利益率を目指す。
- ◎ **販管費**：2,165億円、前年同期比 +7.5%
 費用効率化に努めるも、戦略的な費用投下やM&Aに関わるのれん等償却額増加に加え、「新しい働き方」への投資により、販管費の増加率が売上総利益の伸びを上回る見通し。
- ◎ **営業利益**：495億円、前年同期比 +4.7%
- ◎ **オペレーティング・マージン**：18.6%、前年同期から0.4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**：531億円、20.0%
 のれん償却額の見通しは36億円。前年同期並みの高い収益性を維持する。
- ◎ **当期純利益**：274億円、前年同期比 +5.9%
 営業外損益の改善が見込まれ、当期純利益は前年同期比+5.9%の増益。
- ◎ **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24円から2円増配し、年間26円の予定。

2018年3月期 連結業績見通し (4)

【参考】2017年5月12日発表

2017年5月12日現在

(単位：百万円)

	上期				下期				通期			
	'17年3月期 (実績)	'18年3月期 (見通し)	前年同期比		'17年3月期 (実績)	'18年3月期 (見通し)	前年同期比		'17年3月期 (実績)	'18年3月期 (見通し)	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売上高	573,548	605,000	31,451	5.5%	681,926	712,000	30,073	4.4%	1,255,474	1,317,000	61,525	4.9%
売上総利益	112,730	121,300	8,569	7.6%	135,910	144,700	8,789	6.5%	248,640	266,000	17,359	7.0%
(売上総利益率)	(19.7%)	(20.0%)	(+0.4%)		(19.9%)	(20.3%)	(+0.4%)		(19.8%)	(20.2%)	(+0.4%)	
販管費	94,891	102,600	7,708	8.1%	106,487	113,900	7,412	7.0%	201,379	216,500	15,120	7.5%
営業利益	17,838	18,700	861	4.8%	29,422	30,800	1,377	4.7%	47,261	49,500	2,238	4.7%
(オペレーティング・マージン)	(15.8%)	(15.4%)	(-0.4%)		(21.6%)	(21.3%)	(-0.4%)		(19.0%)	(18.6%)	(-0.4%)	
営業外損益	1,747	1,000	(747)		(3,517)	500	4,017		(1,769)	1,500	3,269	
経常利益	19,586	19,700	113	0.6%	25,905	31,300	5,394	20.8%	45,491	51,000	5,508	12.1%
特別損益	(510)	(250)	260		(21)	(250)	(228)		(531)	(500)	31	
税引前利益	19,075	19,450	374	2.0%	25,884	31,050	5,165	20.0%	44,959	50,500	5,540	12.3%
当期純利益	10,744	10,850	105	1.0%	15,135	16,550	1,414	9.3%	25,880	27,400	1,519	5.9%
1株当たり配当金	12.0円	13.0円			12.0円	13.0円			24.0円	26.0円		

(オペレーティング・マージン) = 営業利益/売上総利益

のれん等償却額	1,334	1,800	465	34.9%	1,785	1,800	14	0.8%	3,120	3,600	479	15.4%
のれん償却前営業利益	19,173	20,500	1,326	6.9%	31,208	32,600	1,391	4.5%	50,381	53,100	2,718	5.4%
のれん償却前 オペレーティング・マージン	17.0%	16.9%	(-0.1%)		23.0%	22.5%	(-0.4%)		20.3%	20.0%	(-0.3%)	

- (注) ① のれん等償却額とは、企業買収によって生じるのれんの償却額等のこと。
 ② のれん償却前営業利益とは、企業買収によって生じるのれんの償却額等を除外して算出される営業利益のこと。
 ③ 当期純利益とは、親会社株主に帰属する当期純利益のこと。

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、(HDYD)：博報堂DYデジタル、

(DAC)：デジタル・アドタイジング・コンソーシアム

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"> ● “生活者データ・ドリブン” マーケティング対応力の強化 ● アジアを中心とした新興国での体制強化 ● “専門性” と “先進性” の継続的な取り込み <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」※2</p> <ul style="list-style-type: none"> ● オーガニック : M&A = 50 : 50 ● 国内 : 海外 = 50 : 50 <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>新中期経営目標※1 (2019年3月期)</p>	<p>のれん償却前営業利益 : 570億円</p> <p>〈重点指標〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 売上総利益年平均成長率※2 : +7～10% ● のれん償却前ホレーティング・マージン : 18～20% ● のれん償却前ROE : 10%以上

※1 当初掲げた経営目標を達成したため、2016年11月に上方修正した計画値

※2 売総増加額に占める割合は計画期間内（5カ年）の増加額、年平均成長率は2016年3月期～2019年3月期間の年平均成長率

2018年3月期上期における進捗総括

既存事業会社での伸びに加え、M&Aによる押し上げ効果もあり、売上総利益は中期経営目標見直し後、年率+8.7%の伸長。海外比率も13.2%まで拡大。



売上総利益の増加要因①

基準年：2014年3月期

	オーガニック	M&A
基準年差	+226億円	+130億円
構成比	64%	36%
年平均成長率	+5.9%	-

売上総利益の増加要因②

	国内	海外
基準年差	+237億円	+119億円
構成比	67%	33%
年平均成長率	+6.4%	+39.7%

売上総利益に占める海外比率 : 4.9%→13.2%

※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)

3つの成長ドライバーを中心とした主な強化施策

- 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。

主な強化施策

“生活者データ・ドリブン” マーケティング対応力の強化

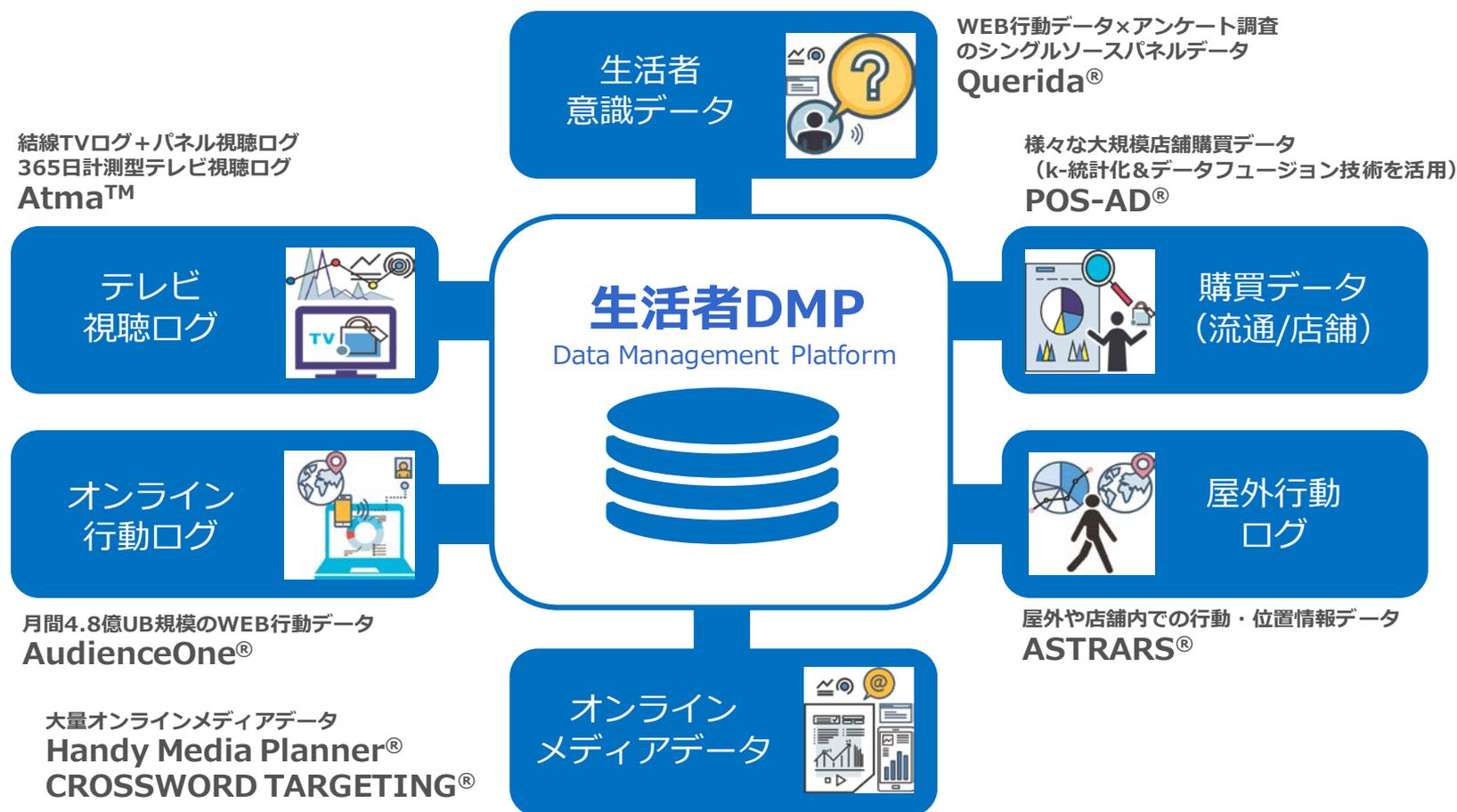
アジアにおける体制の強化

“専門性” と “先進性” の継続的な取込み

“生活者データ・ドリブン” マーケティング対応力の強化

- 2013年11月の発表から4年間の取組みを通じ、生活者DMPデータの充実やソリューション開発を推進。多数の企業への導入に加え、対応人材の育成と運用ノウハウの蓄積を行った。

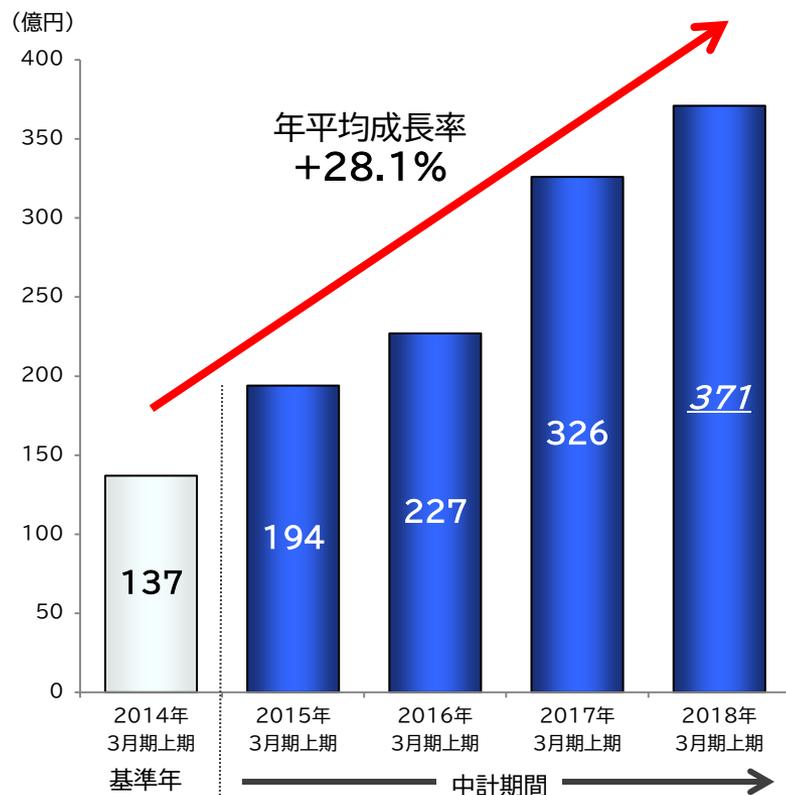
<生活者DMPのデータと主なソリューション>



“生活者データ・ドリブン” マーケティング対応力の強化

- 同領域の取組みとの関係性が深い「インターネットメディア売上高」が、マスメディアとの統合を推進する広告事業会社において、年率+28.1%で急成長するなど、効果が顕在化。
- 生活者DMPの強化・活用促進、同領域の推進のための環境整備を継続。

博報堂/大広/読売広告社3社の インターネットメディア売上高推移



トピックス

<生活者DMPの強化・活用促進>

- 100万台規模の大規模テレビ実視聴ログデータを連携
 - テレビCM効果の最大化ソリューション「Atma」(MP)
- 大規模購買データを活用したソリューション開発
 - デジタル広告×リアル店舗での購買効果が測定できる「購買トラッキングツール」を開発 (MP、HDYD、DAC)

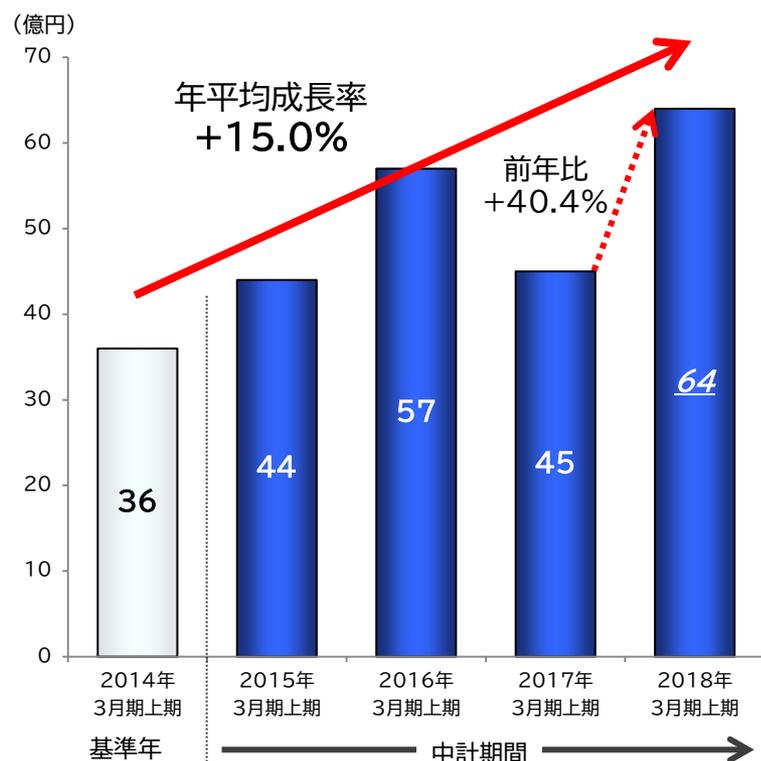
<環境整備>

- ビューアビリティ/アド Fraud /ブランドセーフティへの対応
 - デジタル広告の透明性や品質改善に全方位で対応する「Hakuhodo DY MQM_」(MP、HDYD、DAC)
- AIテクノロジーを活用した解析基盤強化
 - 米国DataRobot社のAIプラットフォームを生活者DMPのマーケティング・インテリジェンス機能として採用
 - 同社とコンサルティングパートナー契約も締結 (HC)

アジアにおける体制の強化

- アジアの売上総利益は、M&Aによる押し上げもあり、前年度のマイナス成長から反転し、前年比+40.4%と大幅伸長。中華圏・アセアン等、各エリアで前年を上回った。
- デジタル領域の新規拠点設立や、現地クリエイティブ人材の連携推進など対応体制を強化。

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

<統合マーケティング・ソリューションの提供体制の強化>

M&Aによる機能拡充（メディア/アクティベーション）と、業績への貢献開始

- Media Intelligence (H)
- Integrated Communications Group (H)

<デジタル領域の体制強化>

タイ、ベトナムに新規拠点設立

- I-DAC (BANGKOK) (DAC)
- DAIKO MEKONG COMMUNICATIONS (D)

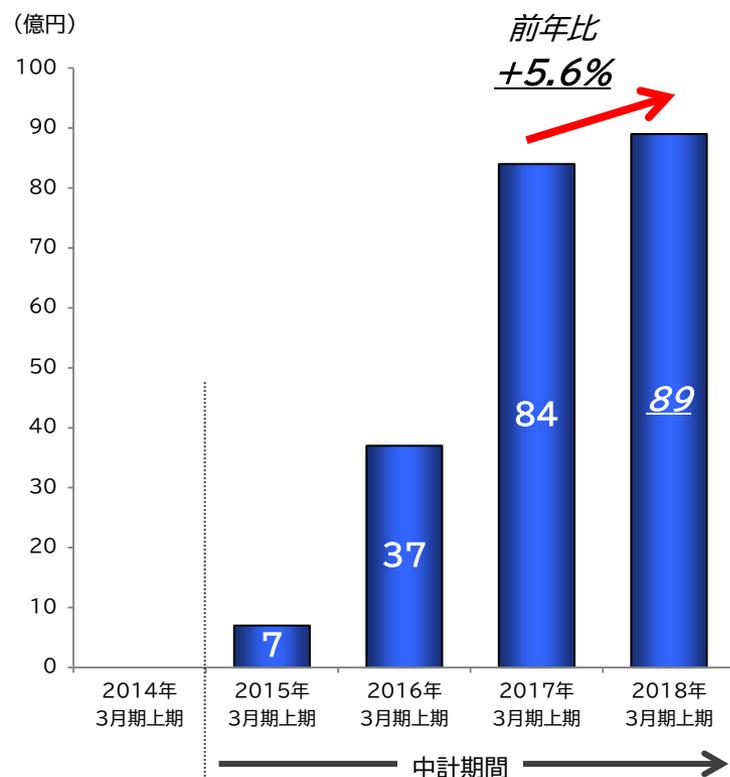
<アジアにおけるクリエイティブ力強化>

APAC Co-CCOを中心とした現地クリエイティブ人材の連携強化 (H)

“専門性” と “先進性” の継続的な取込み

- kyuの売上総利益は、上期で89億円の規模まで拡大。
- ブランドデザインファーム「Hornall Anderson Design Works」が、新たにkyuメンバーに参画。さらに、kyu傘下の事業会社でもM&Aによる機能強化が進行。

kyuの売上総利益の推移



トピックス

<新たな専門性と先進性の取込み>

「Hornall Anderson Design Works」が、kyuメンバーに参画

- 米国のグローバルブランドデザインファーム

<kyu傘下の事業会社によるM&A>

Sid Lee傘下に「One Yard」が参画

- 若年層へのアプローチを得意とするブランドエージェンシー

IDEO傘下に「Datascope Analytics」が参画

- データに対する「人間中心的」なアプローチをベースに戦略策定、データコンサルティング等を提供

<シナジー創出へ向けた取組み>

中核事業会社とkyuメンバー企業間の人材交流を開始、協働アカウント開発の成功事例も増加

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。

