

2019年8月7日

株式会社 電通

代表取締役社長執行役員 山本 敏博

(東証第1部 コード番号: 4324)

2019年度第2四半期累計期間連結決算（IFRS）および剰余金の配当に関するお知らせ

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：山本 敏博、資本金：746億981万円）は、本日開催の取締役会において、2019年度第2四半期累計期間（2019年1月1日～6月30日、以下「当上期」）の連結決算を確定しました。

【決算発表のポイント】

- 当上期の連結業績は、前年同期比で増収減益となった。国内外ともに新規連結が寄与し、前年同期比で売上総利益は増加したものの、オーガニック成長率は国内外でマイナスとなり、さらに費用増もあり、調整後営業利益、調整後当期利益が大幅に減少。期初計画比では減収減益。
- 国内事業の売上総利益は、マス四媒体市場の減少トレンドの影響を受けたものの、デジタル領域での大幅増収に加え、グループ会社の好調な業績と新規連結の貢献でほぼ相殺され、前年同期並みに。調整後営業利益は将来の成長に向けた費用投下等により減益。
- 海外事業は買収効果により売上総利益が増加。一方、APAC 地域の業績低迷を受け、オーガニック成長はマイナスとなった。調整後営業利益はコスト管理の強化に努めたものの、一部相殺に留まり減益。
- 2019年2月14日に公表した通期連結業績予想を修正。上期実績が期初計画を下回ったこと、および国内事業で下期の見通しを慎重に見直し、全体を下方修正*。
- 株主還元については、期初の配当予想（1株当たり年間95円）を変更せず、さらに上限を300億円とする自己株式取得を本日発表*。
- 2020年1月の純粋持株会社体制への移行に向けた準備は計画どおり進捗中。

*通期連結業績予想の修正および自己株式取得の詳細については、<http://www.dentsu.co.jp/ir/> 参照。

【当上期の連結業績について】

(△は実額がマイナスまたは減少)

科目	金額	前年同期比(差)
収益	4,970 億円	+3.2%
売上総利益	4,492 億円	+0.8%
調整後営業利益 ^{※1}	449 億円	△26.1%
オペレーティング・マージン ^{※2}	10.0%	△370 bps
調整後当期利益 ^{※3} (親会社の所有者に帰属)	228 億円	△27.6%
営業利益	180 億円	△55.4%
当期利益(損失)(親会社の所有者に帰属)	△12 億円	—

※1. 調整後営業利益は、営業利益から、買収に伴う無形資産の償却費、M&Aに伴う費用、被買収会社に帰属する株式報酬費用ならびに減損、固定資産の売却損益などの一時的要因を排除した恒常的な事業の業績を測る利益指標。

※2. オペレーティング・マージンは、「調整後営業利益÷売上総利益」で算出。

※3. 親会社の所有者に帰属する調整後当期利益は、当期利益から、営業利益に係る調整項目、関連会社株式売却損益、アーンアウト債務・買収関連プットオプション再評価損益、これらに係る税金相当・非支配持分損益相当などを排除した、親会社所有者に帰属する恒常的な損益を測る指標。

<ハイライト>

- **売上総利益(4,492億円、前年同期比+0.8%、為替影響排除ベース同+2.6%)**
 - ・ 売上総利益の変動要因は、買収効果(前年同期差+180億円)、為替影響(同△77億円)、オーガニック成長による影響(同△67億円)。
 - ・ 国内事業：デジタル領域での大幅増収に加え、グループ会社の好調な業績と新規連結による増で、ほぼ前年同期並みに(1,864億円、前年同期比+0.1%)。
 - ・ 海外事業：買収効果等による増(2,629億円、同+1.3%、為替影響排除ベース同+4.4%)。
- **調整後営業利益(449億円、前年同期比△26.1%、為替影響排除ベース同△25.7%)**
 - ・ 国内事業：将来の成長に向けた費用投下等により減(356億円、前年同期比△21.7%)。
 - ・ 海外事業：季節性要因で利益率が低い上期において、想定を下回るトップラインとなったことによる減(93億円、同△38.9%、為替影響排除ベース同△37.4%)。
 - ・ 調整後営業利益と営業利益の額の差は、主に買収に伴う無形資産の償却費。
- **オペレーティング・マージン(10.0%、前年同期差△370 bps、為替影響排除ベース同△380 bps)**
 - ・ 国内事業は19.1%(前年同期比△530 bps)、海外事業は3.6%(同△230 bps、為替影響排除ベース同△240 bps)。要因は上記調整後営業利益と同様。
- **調整後当期利益(親会社の所有者に帰属)(228億円、前年同期比△27.6%)**
 - ・ 主な減少要因は、調整後営業利益の減少。
 - ・ 調整後当期利益と制度会計上の当期利益の差は、主に営業利益調整項目による。
 - ・ 基本的1株当たり調整後当期利益は、81.11円(前年同期は112.07円)。
- **第2四半期末の1株当たり配当は期初予想通り1株につき47.5円(前期：45円)**

<地域別の状況>

(国内)

国内事業の業務区分別売上高の状況は下記のとおり。

国内事業 業務区分別売上高の状況 (IFRS ベース) (単位: 百万円、△は実額がマイナスまたは減少)

	2019 年度上期 (1-6 月)	前年同期比 (%)
新聞	38,348	△8.6
雑誌	9,153	△20.3
ラジオ	7,313	△4.6
テレビ	341,211	△3.9
インターネット ^{※1}	121,198	+29.1
OOH メディア	27,000	△5.6
クリエイティブ	104,873	△0.9
マーケティング/プロモーション	125,554	△1.6
コンテンツサービス (日本基準) ^{※2}	124,053	+4.1
その他	74,498	+6.1
連結調整等 ^{※3}	△28,283	—
マスメディアに含まれるインターネット ^{※4}	△3,387	—
国内事業合計	941,532	△0.1

- ※1. インターネット (旧集計) に加え、マスメディアに含まれるインターネット広告売上 (3,387 百万円) を加算し、重複計上した数値。
株式会社 VOYAGE GROUP を連結した影響を除くと、インターネットの前年同期比は+12.5%の増加となる。
- ※2. IFRS ベースでは、日本基準と売上計上のタイミングに差がある。上表では、電通単体 (日本基準) と揃えて、IFRS ベースとの差額は「連結調整等」で調整。
- ※3. 海外グループへの売上や会計基準の違いによる調整等を含む。
- ※4. 「インターネット」と各マスメディアで重複計上された数値。

(海外)

海外事業のオーガニック成長率は、2019 年度上期 (1-6 月) は△1.0%、2019 年度第 2 四半期 (4-6 月) は△1.3%となった。

海外事業 地域別のオーガニック成長率

(△はマイナス成長)

	上期 (1-6 月)	第 2 四半期 (4-6 月)
欧州・中東・アフリカ (EMEA)	0.2%	0.7%
米州 (Americas)	1.5%	2.8%
アジア太平洋 (APAC、日本除く)	△8.1%	△12.3%
海外事業計	△1.0%	△1.3%

- EMEA の状況: 国ごとに状況は異なり、ドイツでは上期ベースではプラス成長だったが第 2 四半期はマイナス成長となった。また、スペイン、フランス、スウェーデンでも、第 2 四半期は顧客の広告予算が低下したこともありマイナス成長となった。英国は上期に顧客数が減少して低迷したことを受け、クライアント戦略の見直しなど改革を推進している。イタリア、スイス、ポーランドでは、いずれも 2 桁のオーガニック成長を達成。ロシアは成長に鈍化がみられるものの、プラス成長を維持した。

- Americas の状況：第 2 四半期に業績が回復し、世界最大の広告市場である米国を中心にモメンタムが改善した。業績改善の主な要因は、メディア領域の Carat、Vizeum、dentsu X、パフォーマンス領域の iProspect、データ活用領域の Merkle など各グローバルネットワーク・ブランドの貢献によるもの。マクロ経済悪化の影響を受けたブラジルは低迷したが、カナダは多くの新規顧客獲得もあり、力強い成長を示した。
- APAC の状況：不調であった中国とクライアント喪失のあったオーストラリアの影響が大きかった。中国では構造改革を継続しつつ、クライアント戦略やサービスの見直しを推進している。オーストラリアでは新しい経営陣による事業刷新を進めているが、リターンの得られる成長に戻るまでには時間がかかる見通し。東南アジアでは、各地で成長鈍化の影響を受けていたが、下期には成長の回復が期待される。デジタル広告収入の比重が高いインドでは、引き続き高成長を維持した。

上記のとおり、上期はマイナスのオーガニック成長となったが、一方で年初来、累計で 34 億ドルに及ぶネット（獲得・喪失による増減の相殺後）の新規取引を獲得している。さらに、下期の競合案件のパイプラインは 96%が「攻め」案件のため、2015 年以降では最大の新規扱い獲得のチャンスと捉えている。

2019 年度における買収は、本日（8 月 7 日）までに 9 件を実施（EMEA で 3 件、Americas で 1 件、APAC で 5 件）。投資先は今後も世界の上位 20 市場を中心とするが限定せず、他の市場、特に成長スピードの速い市場でのケイパビリティの獲得を模索していく。すべての投資が戦略的な優先事項と整合していることを確認しながら、引き続き企業買収によるケイパビリティや人材の獲得、規模の拡大を図っていく。2019 年 7 月には、インドを拠点とするデータ・アナリティクスのグローバルリーダー「Ugam」（ウガム社）を買収。Ugam のソリューションは、Merkle のケイパビリティと補完的な関係にあることから、主に米国市場での相乗効果が期待できる。

【剰余金の配当について】

配当については、2019 年 2 月 14 日に公表した内容からは変更なし。

	2018 年度			2019 年度		
	中間配当 (実績)	期末配当 (実績)	年間	中間配当 (実績)	期末配当 (予想)	年間
1 株当たり配当	45 円	45 円	90 円	47.5 円	47.5 円	95 円
配当性向※			26.0%			31.1%

※2018 年度は実績の調整後当期利益と配当を、2019 年度は業績予想の調整後当期利益と配当予想に基づく計算。

【利益の詳細】

調整後営業利益から営業利益への調整額

(単位：百万円、△は実額がマイナスまたは減少)

IFRS ベース	2019 年度上期 (1-6 月)	2018 年度上期 (1-6 月)	前年同期差	前年同期比
調整後営業利益	44,997	60,862	△15,865	△26.1%
調整項目：	△26,921	△20,329	△6,592	
買収に伴う無形資産の償却費	△17,935	△17,516	△419	
M&A 関連コスト	△654	△523	△132	
被買収会社に帰属する株式報酬費用	△3,850	△2,071	△1,779	
非経常的項目	△4,482	△219	△4,262	
営業利益	18,075	40,533	△22,457	△55.4%

調整後当期利益から当期利益への調整額

(単位：百万円、△は実額がマイナスまたは減少)

IFRS ベース	2019 年度上期 (1-6 月)	2018 年度上期 (1-6 月)	前年同期差	前年同期比
調整後当期利益（親会社の所有者に帰属）	22,864	31,592	△8,727	△27.6%
調整項目：	△24,139	△20,806	△3,333	
営業利益調整項目	△26,921	△20,329	△6,592	
アーンアウト債務・買収関連プット オプション再評価損益	△8,069	△16,774	+8,704	
関連する税金影響	+9,138	+14,342	△5,204	
非支配持分帰属分	+1,713	+1,395	+317	
当期利益（損失）（親会社の所有者に帰属）	△1,275	10,786	△12,061	—

営業利益以下の損益項目

(単位：百万円、△は実額がマイナスまたは減少)

IFRS ベース	2019 年度上期 (1-6 月)	2018 年度上期 (1-6 月)	前年同期差	前年同期比
営業利益	18,075	40,533	△22,457	△55.4
持分法による投資損益	△168	1,771	△1,940	—
関連会社株式売却益	—	558	△558	—
金融損益及び税金控除前利益	17,906	42,864	△24,957	△58.2
金融収益（費用）	△15,213	△19,960	+4,746	—
金融収益	4,912	2,908	+2,003	+68.9
金融費用	20,126	22,869	△2,743	△12.0
税引前利益	2,693	22,903	△20,210	△88.2
法人所得税費用	1,111	8,989	△7,877	△87.6
当期利益	1,581	13,914	△12,332	△88.6
親会社の所有者に帰属する当期利益（損失）	△1,275	10,786	△12,061	—
非支配持分に帰属する当期利益	2,856	3,128	△271	△8.7

2019 年度上期の業績の詳細については、<http://www.dentsu.co.jp/ir/> 参照。

【2019年度（2019年1月1日～12月31日）の通期連結業績予想】

2019年2月14日に公表した通期連結業績見通し（前回見通し）を下記のとおり修正。

（単位：百万円、△は実額がマイナスまたは減少）

IFRS ベース	2019年度 (1-12月) 今回修正	2019年度 (1-12月) 前回見通し	前回見通し比
収益	1,054,400	1,097,900	△4.0%
売上総利益	959,700	986,400	△2.7%
国内事業	383,200	400,800	△4.4%
海外事業	576,500	585,600	△1.6%
調整後営業利益	142,900	157,400	△9.2%
国内事業	66,800	81,300	△17.8%
海外事業	76,100	76,100	—
オペレーティング・マージン	14.9%	16.0%	△110 bps
国内事業	17.4%	20.3%	△290 bps
海外事業	13.2%	13.0%	+20 bps
調整後当期利益	86,000	95,400	△9.9%
1株当たり調整後当期利益	305.08円	338.42円	
営業利益	98,500	122,500	△19.6%
当期利益	35,800	61,400	△41.7%
為替	2019年1-6月平均	2019年1月平均	
円/USD	110.0円	109.0円	+1.0%
円/GBP	142.4円	140.7円	+1.2%

通期連結業績予想修正の詳細については、<http://www.dentsu.co.jp/ir/> 参照。

【参考資料】

参考① 2019 年度上期の連結業績ハイライト表

(単位：百万円、△は実額がマイナスまたは減)

IFRS ベース	2019 年度上期 (1-6 月)	2018 年度上期 (1-6 月)	前年同期比 (差)	為替影響 排除ベース ^{※3}
(売上高 ^{※1})	2,478,700	2,588,177	△4.2%	—
収益 ^{※2}	497,068	481,654	+3.2%	—
売上総利益	449,242	445,739	+0.8%	+2.6%
業績				
・ 営業利益	18,075	40,533	△55.4%	—
・ 当期利益 (親会社の所有者に帰属)	△1,275	10,786	—	—
・ 基本的 1 株当たり当期利益	△4.52 円	38.26 円		
調整後の業績				
・ 営業利益	44,997	60,862	△26.1%	△25.7%
・ オペレーティング・マージン	10.0%	13.7%	△370 bps	△380 bps
・ 当期利益 (損失) (親会社の所有者に帰属)	22,864	31,592	△27.6%	—
・ 基本的 1 株当たり当期利益	81.11 円	112.07 円		
EBITDA	63,648	69,888	△8.9%	—
為替				
円/USD	110.0 円	108.7 円	+1.3%	—
円/GBP	142.4 円	149.7 円	△4.9%	—

※1. 売上高は当社グループが顧客に対して行った請求額および顧客に対する請求可能額の総額(割引および消費税等の関連する税金を除く)。売上高の情報が財務諸表利用者にとって有用であるとの観点から、IFRS に準拠した開示ではないものの、自主的に開示している。

※2. 当社グループの収益の内訳は、主に各種メディアへの広告出稿によって得られる手数料、およびクリエイティブ・サービスを含む広告制作や各種コンテンツサービス等のサービスの提供に対する広告主等からの報酬。広告制作やその他の広告サービスによる収益は、当社グループがこれらサービスに対する報酬として広告主およびその他のクライアントから受領する対価から原価を控除した純額、あるいは定額または一定の報酬対価により計上している。なお、広告業以外の事業および広告業の一部に係る取引は、収益および原価を総額表示している。

※3. 為替影響排除ベース：当期累計実績と、前期実績などの比較数値を直近決算為替レートで洗い替えた数値との比較のこと。

参考② 当上期 売上総利益の詳細情報

- ・ オーガニック成長率：連結△1.5%、国内事業△2.1%、海外事業△1.0%
(前年同期：連結 4.0%、国内事業 4.7%、海外事業 3.4%)
- ・ デジタル領域構成比：連結 48.9%、国内事業 28.5%、海外事業 63.3%
(前年同期：連結 45.0%、国内事業 23.9%、海外事業 60.1%)
- ・ 海外事業構成比：58.5% (前年同期：58.2%)

参考③ 四半期別オーガニック成長率の推移

(売上総利益ベース、%、△はマイナス成長)

	電通グループ			国内事業			海外事業		
	2019	2018	2017*	2019	2018	2017*	2019	2018	2017*
Q1 (1-3月)	△1.6	2.1	3.7	△2.7	1.9	4.3	△0.7	2.2	3.1
Q2 (4-6月)	△1.3	5.9	△4.6	△1.4	8.4	△7.6	△1.3	4.5	△2.7
Q3 (7-9月)	—	5.4	△2.1	—	2.7	△4.8	—	7.0	△0.2
Q4 (10-12月)	—	0.9	2.8	—	△3.0	5.5	—	3.4	1.2
年間 (1-12月)	—	3.4	0.1	—	2.1	△0.3	—	4.3	0.4

※ IFRS 第 15 号を適用したプロフォーマ情報。

参考④ 四半期別オーガニック成長率の推移 (海外地域別)

(売上総利益ベース、%、△はマイナス成長)

	EMEA ヨーロッパ・中東・アフリカ			Americas 米州			APAC アジア太平洋 (日本除く)		
	2019	2018	2017*	2019	2018	2017*	2019	2018	2017*
	Q1 (1-3月)	△0.4	2.7	5.8	0.1	4.6	0.6	△3.0	△2.9
Q2 (4-6月)	0.7	4.8	△0.3	2.8	6.5	△4.1	△12.3	0.8	△3.8
Q3 (7-9月)	—	8.2	5.9	—	5.3	△2.0	—	8.2	△5.5
Q4 (10-12月)	—	12.0	1.3	—	3.5	△0.0	—	△9.6	2.6
年間 (1-12月)	—	7.4	3.1	—	4.9	△1.5	—	△1.7	△0.6

※ IFRS 第 15 号を適用したプロフォーマ情報。

参考⑤ 連結決算の範囲

(2019年6月末時点の会社数、カッコ内は2018年6月末)

	国内	海外	連結
連結子会社数	113 (88)	888 (854)	1,001 (942)
持分法適用関連会社	58 (40)	32 (35)	90 (75)

参考⑥ (株)電通 単体情報

1. 2019年度上期の単体業績 (日本基準)

(単位: 百万円、△は減)

科目	2019年度上期 (1-6月)	前年同期比 (%)
売上高	782,935	△1.5
売上総利益	111,887	△5.1
営業利益	21,450	△24.6
経常利益	36,675	△18.4
四半期純利益	27,541	△19.4

2. 単体の業務区分別売上高の状況 (日本基準)

(単位: 百万円、△は減)

	2019年度上期 (1-6月)	前年同期比 (%)
新聞	33,673	△9.5
雑誌	8,451	△21.1
ラジオ	6,152	△4.0
テレビ	319,807	△4.1
インターネット※1	68,990	+13.5
OOHメディア	24,658	△10.0
クリエイティブ	94,232	△2.1
マーケティング/プロモーション	92,347	+0.3
コンテンツサービス	119,499	+4.9
その他	18,510	△6.0
マスメディアに含まれるインターネット※2	△3,387	-
合計	782,935	△1.5

※1. インターネット (旧集計) に加え、マスメディアに含まれるインターネット広告売上 (3,387 百万円) を加算し、重複計上した数値。

※2. 「インターネット」と各マスメディアで重複計上された数値。

以上

(注) 将来の事象に係る記述に関する注意

本資料上の業績予想については、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断をしたものであり、潜在的なリスクや不確定要素等の要因が内在しています。そのため、さまざまな要因の変化により、実際の業績はこれらの予想数値と異なる可能性があります。