

HakuhodoDY holdings

2021年 3月期 第2四半期
連結決算概要

2020年 11月16日

2021年 3月期 第2四半期 連結業績

新型コロナウイルス感染拡大の影響により大幅な減収減益となったが、第1四半期を底に回復へ向かっている。

- 新型コロナウイルス感染拡大にともない、広告需要が急激に落ち込み、2割を超える減収となった。
- 4-6月を底に緩やかに回復傾向にある。海外は損益取り込みが3ヶ月遅れているため、第2四半期よりコロナ影響が顕在化。
- 売上総利益率は1.4ポイント改善したものの、売上総利益は前年同期比17%減少。（※投資事業を除く）
- 役員報酬の削減、活動費削減を中心にコストコントロールを行い、連結範囲異動影響、のれん等償却額を除き、対前年実績75億円販管費を削減。
- しかしながら、営業利益は184億円の減益。投資事業を除くと197億円の減益で37億円の赤字。
- 親会社株主に帰属する四半期純利益は34億円の赤字。第2四半期の赤字は東日本大震災のあった2011年以来。
- 下期のトップラインを前年比90%程度と想定、販管費対前年同期5%削減（いずれも連結範囲異動影響を除く）を織り込み、通期の営業利益240億円、純利益130億円と予想。

▶ 連結損益計算書の詳細は、p.17参照。

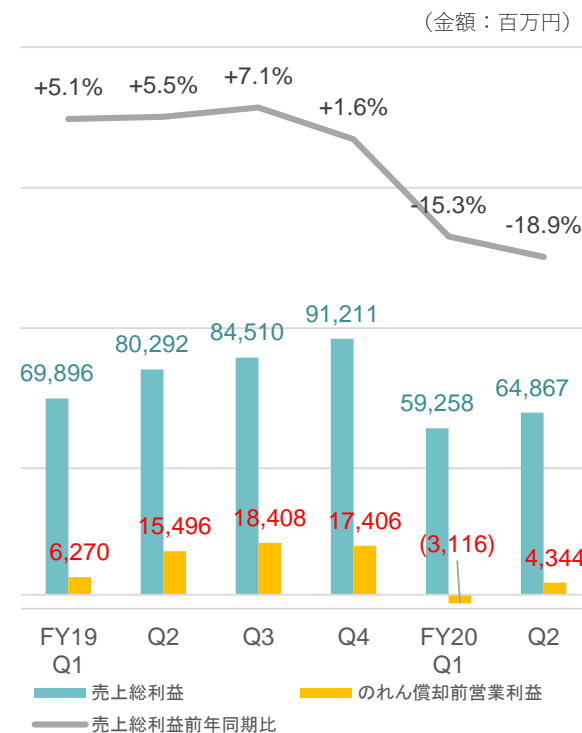
(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
売上高	534,065	-148,761	-21.8%
営業利益	1,800	-18,441	-91.1%
経常利益	3,712	-17,895	-82.8%
親会社株主に帰属する四半期純利益	-3,433	-23,196	-117.4%

- ・ コロナ禍の影響が大きく、前年同期比21.8%の減収。
- ・ 営業利益は前年同期比91.1%の減益となったものの、18億円の黒字を確保。
- ・ 親会社株主に帰属する四半期純利益は34億円の赤字となった。
- ・ 第2四半期（累計）の最終損益が赤字となるのは2011年以来。

▶ 連結損益（投資事業除き）の詳細は、p.18参照。

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
売上高	528,360	-150,046	-22.1%
売上総利益	124,125	-25,748	-17.2%
売上総利益率	23.5%	+1.4pt	
販管費	127,826	-5,955	-4.5%
営業利益	-3,700	-19,793	-123.0%
OM率	-3.0%	-13.7pt	
のれん等償却額	4,929	-430	-8.0%
のれん償却前営業利益	1,228	-20,223	-94.3%
のれん償却前OM率	1.0%	-13.3pt	

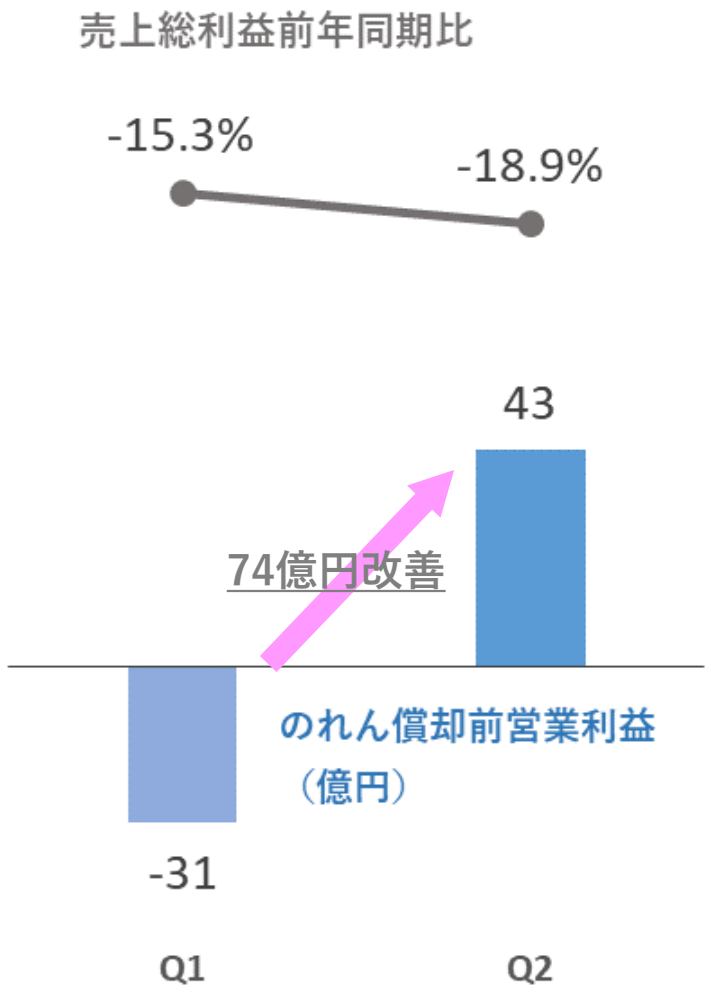
売上総利益・のれん償却前営業利益の推移
(四半期(3ヶ月)ベース)



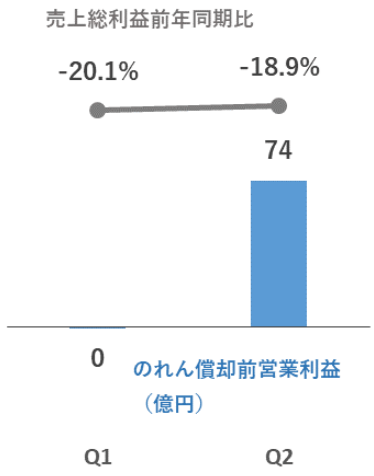
- 売上高は前年同期比22.1%の減収、売上総利益は同17.2%減少。売上総利益率は1.4pt改善。
- 販管費は前年同期比59億円削減したもののトップライン減少を補うには至らず、営業利益は197億円の減益。第2四半期（3ヶ月）で黒字（12億円）に転じるが、第1四半期の赤字の影響で累計では37億円の赤字。
- のれん償却前営業利益は12億円で、累計でも黒字転換。

※ のれん等償却額とは、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

連結（投資事業除き）

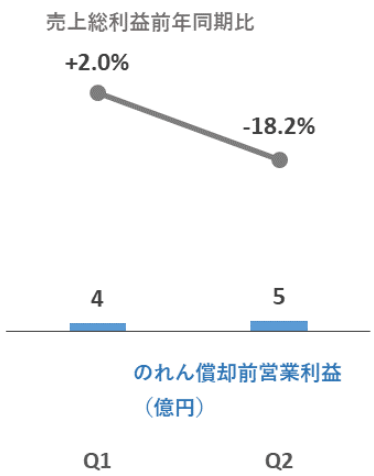


日本



- トップラインは第1四半期を底に緩やかに回復傾向
- 緊急費用削減策も奏功し、第2四半期には黒字転換

海外



- 損益取り込み期間が国内から3ヶ月遅れるため、第2四半期の売上総利益は二桁マイナス
- 販管費を大幅に削減し、第2四半期も黒字を確保

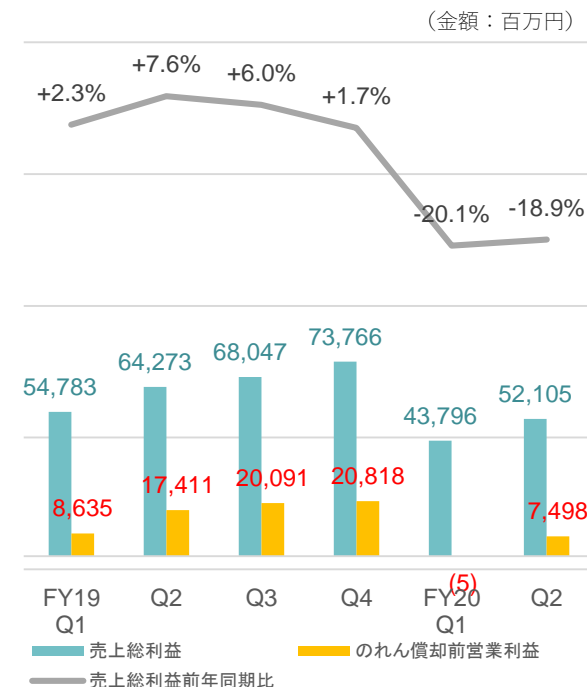
※ のれん等償却額とは、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

21年3月期 第2四半期（累計）

▶ 地域別セグメント情報の詳細は、p.19-20参照。

（金額：百万円）	実績	対前年同期比	
売上高	463,390	-145,855	-23.9%
売上総利益	95,902	-23,155	-19.4%
売上総利益率	20.7%	+1.2pt	
販管費	88,963	-5,092	-5.4%
営業利益	6,938	-18,062	-72.2%
OM率	7.2%	-13.8pt	
のれん等償却額	554	-490	-46.9%
のれん償却前営業利益	7,493	-18,553	-71.2%
のれん償却前OM率	7.8%	-14.1pt	

売上総利益・のれん償却前営業利益の推移
（四半期（3ヶ月）ベース）



- ・ コロナウイルス感染拡大にともなう国内広告市場需要急減の影響を大きく受け、売上高は前年同期比23.9%減少。
- ・ 売上総利益率を1.2pt改善させたものの、減収額のインパクトが大きく、売上総利益は同19.4%減少。
- ・ 販管費を50億円削減したものの、営業利益は180億円の減益。しかし、第1四半期から緩やかに回復し、69億円の黒字に転換。
- ・ のれん償却前営業利益は185億円の減益。74億円となった。

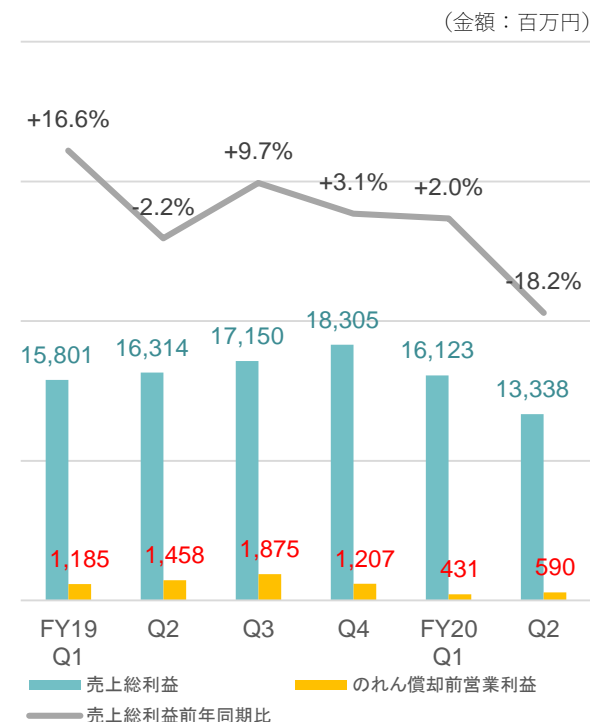
※ のれん等償却額とは、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

21年3月期 第2四半期（累計）

▶ 地域別セグメント情報の詳細は、p.19-20参照。

（金額：百万円）	実績	対前年同期比	
売上高	67,771	-5,788	-7.9%
売上総利益	29,462	-2,653	-8.3%
売上総利益率	43.5%	-0.2pt	
販管費	32,814	-971	-2.9%
営業利益	-3,352	-1,682	n/a
OM率	-11.4%	-6.2pt	
のれん等償却額	4,374	+60	+1.4%
のれん償却前営業利益	1,022	-1,621	-61.3%
のれん償却前OM率	3.5%	-4.8pt	

売上総利益・のれん償却前営業利益の推移
（四半期（3ヶ月）ベース）



- ・ 会計期に3ヶ月のずれがあるため、当四半期からコロナ禍の影響を本格的に受けている。売上総利益は前年同期比8.3%減少。
- ・ 構成比の高い北米でコロナ影響が大きくなった一方、中華圏は第2四半期には回復傾向となる。ASEAN・その他アジアでは前年実施したM&Aの押し上げもあり、前年を上回る。
- ・ 費用削減を進め、販管費はM&A影響がありながらも前年同期比2.9%減少。しかし、トップラインを補うには至らず、営業利益、のれん償却前営業利益とも16億円の減益。

※ のれん等償却額とは、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

21年3月期 第2四半期（累計） 種目別売上高

▶ 種目別売上高の詳細は、p.21参照。

（金額：百万円）	実績	対前年同期比		構成比
新聞	14,617	-6,403	-30.5%	3.2%
雑誌	4,613	-3,676	-44.3%	1.0%
ラジオ	5,595	-1,835	-24.7%	1.2%
テレビ	159,440	-49,076	-23.5%	35.0%
4マス計	184,266	-60,992	-24.9%	40.4%
インターネットメディア	104,898	-13,156	-11.1%	23.0%
アウトドアメディア	11,738	-8,658	-42.5%	2.6%
メディア計	300,902	-82,807	-21.6%	66.0%
クリエイティブ	52,955	-13,643	-20.5%	11.6%
マーケティング／プロモーション	88,528	-40,778	-31.5%	19.4%
その他（コンテンツ等）	13,783	-10,230	-42.6%	3.0%
メディア以外計	155,266	-64,653	-29.4%	34.0%
上記種目合計	456,169	-147,460	-24.4%	100.0%
投資事業	5,705	+1,285		
その他	7,220	+0		
国内売上高	469,095	-144,570	-23.6%	
インターネット領域売上高	125,620	-15,471	-11.0%	27.5%

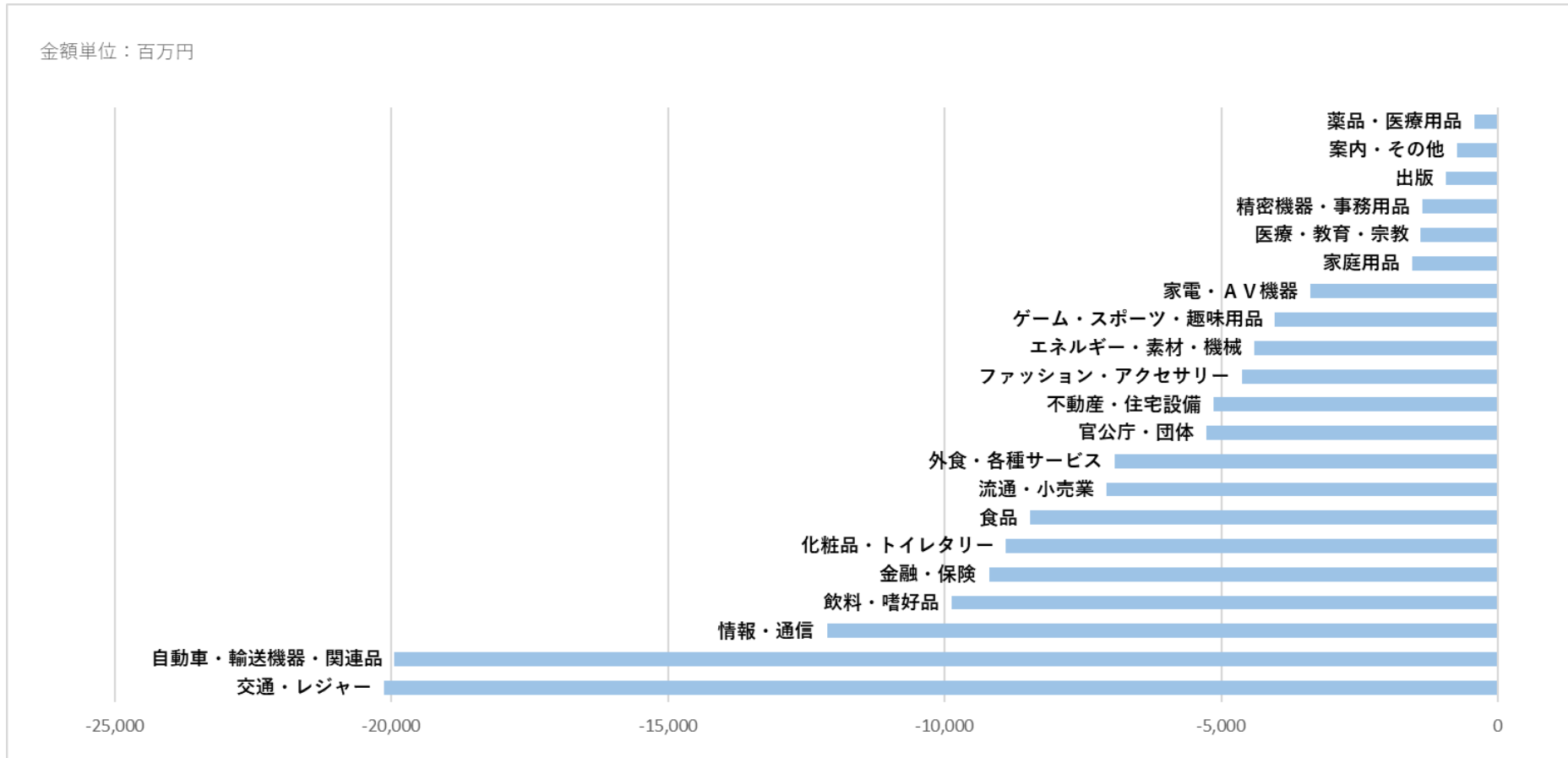
※ 当期より集計範囲の拡大、集計方法の一部変更を行っており、前年実績にも遡って適用している。

※ 「その他」の主なものは、一部集計不能な国内子会社の売上高である。

業種別売上高の詳細はp.22-23参照。

21年3月期 第2四半期（累計） 業種別売上高 前年同期比増減額

金額単位：百万円



・ 主な減少業種

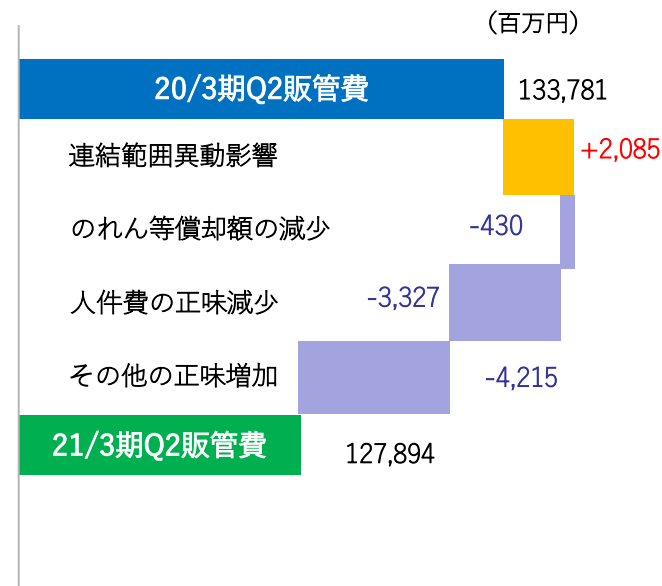
交通・レジャー	当期実績	128億円	前年同期比	-201億円	(-61.1%)
自動車・輸送機器・関連品		442億円		-198億円	(-31.1%)
情報・通信		474億円		-121億円	(-20.3%)

21年3月期 第2四半期（累計）

（金額：百万円）

	実績	対前年同期比	
人件費	87,343	-1,769	-2.0%
賃借料	9,271	+561	+6.4%
減価償却費	2,938	+440	+17.6%
のれん等償却額	4,929	-430	-8.0%
その他	23,411	-4,690	-16.7%
その他経費 計	40,550	-4,118	-9.2%
販売費及び一般管理費 計	127,894	-5,887	-4.4%

販売費及び一般管理費の主要増減要素



- ・ 販管費全体で前年同期比4.4%減少。
- ・ 人件費を2.0%削減、その他経費も9.2%削減。
- ・ 連結範囲異動影響、のれん等償却額を除いた費用削減額は75億円。人件費33億円のほか、旅費交通費、交際費で36億円削減。
- ・ 20年9月末の期末従業員数は20年3月末から1,394名増の25,333名。

21年3月期 第2四半期（累計）

営業外損益

（金額：百万円）

	実績	対前年同期比
営業外収益	2,540	+591
内 受取利息	153	-30
受取配当金	1,670	+297
持分法利益	129	+125
営業外費用	628	+46
内 支払利息	223	-36
為替差損	105	-77

特別損益

（金額：百万円）

	実績	対前年同期比
特別利益	149	-14,532
内 投資有価証券売却益	105	
特別損失	655	-508
内 減損損失	116	
固定資産除却損	111	

※20年3月期Q2の主な特別利益

投資有価証券売却益
14,642百万円

2021年 3月期 通期業績予想

予想の考え方

- 景気や広告市場はコロナ禍から緩やかに回復に向かう前提（いわゆる第三波は到来しない）
- 下期のトップラインは、市場の伸びを若干上回り、前年同期の9割程度と想定（※）
- 下期の販管費は、上記のトップラインを前提に前年同期比5%程度の削減を織り込む（※）
- 現時点では、大きな特別利益、特別損失は見込まない
- 以上の前提が変わる場合には、業績予想の変更を検討する
（※）連結範囲異動影響を別途加える

通期業績予想

（金額：百万円）

	通期業績予想	対前年同期比	
売上高	1,247,000	-219,249	-15.0%
営業利益	24,000	-31,131	-56.5%
経常利益	27,000	-31,100	-53.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	13,000	-31,893	-71.0%

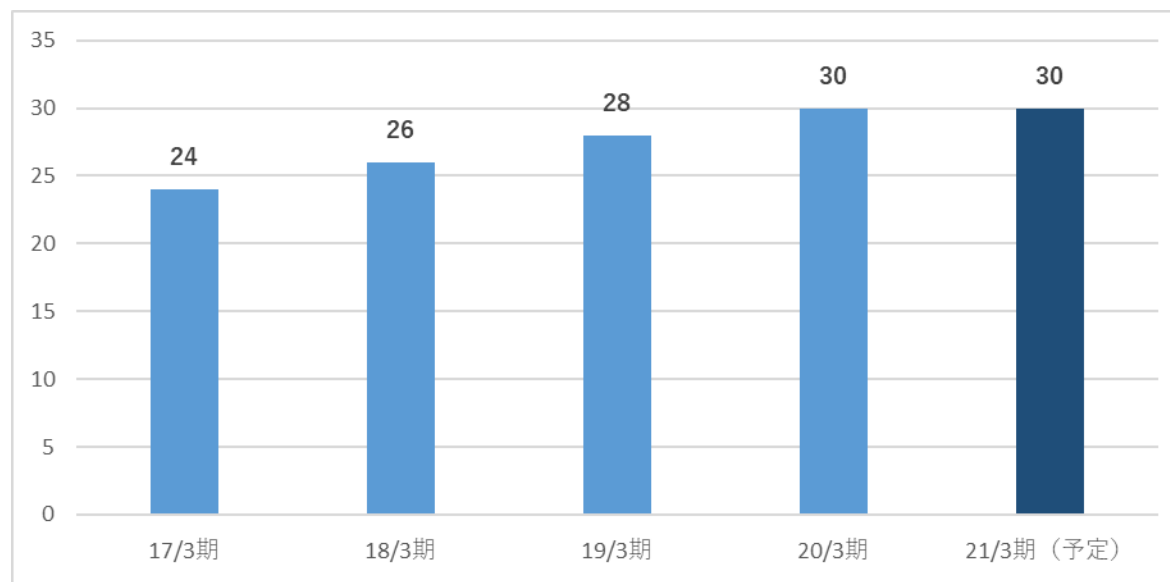
当社は、安定かつ継続して配当を実施することを基本としながら、資金需要の状況、業績の動向及び内部留保の充実等を総合的に勘案の上配当金額を決定することとしております。（業績動向等に不測の事態が発生しない限り、1株当たり5円を下限とする方針です。）

当期の中間配当につきましては、安定配当の観点から1株当たり15円といたします。

また、期末の配当金予想を同じく1株当たり15円、年間合計で前年同額の1株当たり30円といたします。

年間配当金の推移

(円/株)



（見通しに関する注意事項）

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
- （8） 天災、疫病の流行、紛争等によるリスク

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。

（会計監査について）

本資料内の数値につきましては、独立監査人の監査を受けておりません。

補足資料

GAAP（日本基準）ベース連結損益計算書 2021年3月期 第2四半期

(金額：百万円)	累計（6か月）			四半期（3か月）			
	実績	対前年同期比		Q1実績	前年同期比	Q2実績	前年同期比
売上高	534,065	-148,761	-21.8%	261,023	-21.6%	273,041	-22.0%
売上総利益	129,695	-24,328	-15.8%	64,650	-10.8%	65,044	-20.3%
売上総利益率	24.3%	+1.7pt		24.8%	+3.0pt	23.8%	+0.5pt
販管費	127,894	-5,887	-4.4%	64,251	-1.9%	63,643	-6.8%
営業利益	1,800	-18,441	-91.1%	398	-94.3%	1,401	-89.5%
OM率	1.4%	-11.8pt		0.6%	-9.0pt	2.2%	-14.1pt
営業外収益	2,540	+591	+30.4%	1,495	+2.8%	1,044	+111.7%
営業外費用	628	+46	+7.9%	351	-33.2%	276	+398.7%
経常利益	3,712	-17,895	-82.8%	1,542	-80.4%	2,169	-84.2%
特別利益	149	-14,532	-99.0%	116	-21.0%	33	-99.8%
特別損失	655	-508	-43.7%	199	-70.7%	456	-5.4%
税金等調整前四半期純利益	3,206	-31,919	-90.9%	1,459	-80.1%	1,747	-93.7%
法人税等	4,868	-9,260	-65.5%	2,715	-32.7%	2,153	-78.7%
非支配株主に帰属する四半期純利益	1,770	+537	+43.6%	1,814	+146.5%	-43	-108.8%
親会社株主に帰属する四半期純利益	-3,433	-23,196	-117.4%	-3,070	-219.2%	-362	-102.1%
のれん等償却額	4,929	-430	-8.0%	1,808	-2.6%	3,120	-10.9%
のれん償却前営業利益	6,729	-18,871	-73.7%	2,207	-74.9%	4,522	-73.1%
のれん償却前OM率	5.2%	-11.4pt		3.4%	-8.7pt	7.0%	-13.6pt

※ のれん等償却額とは、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

2021年3月期 第2四半期

投資事業除き損益 (金額：百万円)	累計（6か月）			四半期（3か月）			
	実績	対前年同期比	前年同期比	Q1実績	前年同期比	Q2実績	前年同期比
売上高	528,360	-150,046	-22.1%	255,573	-22.6%	272,786	-21.6%
売上総利益	124,125	-25,748	-17.2%	59,258	-15.3%	64,867	-18.9%
売上総利益率	23.5%	+1.4pt		23.2%	+2.0pt	23.8%	+0.8pt
販管費	127,826	-5,955	-4.5%	64,183	-2.0%	63,643	-6.8%
営業利益	-3,700	-19,793	-123.0%	-4,925	-210.8%	1,224	-89.5%
OM率	-3.0%	-13.7pt		-8.3%	-14.7pt	1.9%	-12.7pt
のれん等償却額	4,929	-430	-8.0%	1,808	-2.6%	3,120	-10.9%
のれん償却前営業利益	1,228	-20,223	-94.3%	-3,116	-149.5%	4,344	-71.3%
のれん償却前OM率	1.0%	-13.3pt		-5.3%	-14.3pt	6.7%	-12.3pt
投資事業 (金額：百万円)	実績	対前年同期比		Q1実績	前年同期比	Q2実績	前年同期比
売上高	5,705	+1,285		5,449	+2,812	255	-1,527
売上総利益	5,569	+1,420		5,392	+2,881	177	-1,461
販管費	68	+68		68	+68	0	+0
営業利益	5,501	+1,352		5,324	+2,813	177	-1,461

※ のれん等償却額とは、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

2021年3月期 第2四半期（累計）

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
日本			
売上高	469,095	-144,570	-23.6%
売上総利益	101,471	-21,735	-17.6%
販管費	89,031	-5,024	-5.3%
営業利益	12,439	-16,710	-57.3%
海外			
売上高	67,771	-5,788	-7.9%
売上総利益	29,462	-2,653	-8.3%
販管費	32,814	-971	-2.9%
営業利益	-3,352	-1,682	n/a
消去または全社			
売上高	-2,800	+1,598	
売上総利益	-1,238	+60	
販管費	6,048	+108	
営業利益	-7,286	-48	
連結			
売上高	534,065	-148,761	-21.8%
売上総利益	129,695	-24,328	-15.8%
販管費	127,894	-5,887	-4.4%
営業利益	1,800	-18,441	-91.1%

2021年3月期 第2四半期

	累計（6か月）			四半期（3か月）			
	累計実績	対前年同期比		Q1実績	対前年同期比	Q2実績	対前年同期比
日本（投資事業除き）							
（金額：百万円）							
売上高	463,390	-145,855	-23.9%	218,766	-26.3%	244,623	-21.7%
売上総利益	95,902	-23,155	-19.4%	43,796	-20.1%	52,105	-18.9%
売上総利益率	20.7%	+1.2pt		20.0%	+1.6pt	21.3%	+0.7pt
販管費	88,963	-5,092	-5.4%	44,023	-5.7%	44,940	-5.1%
営業利益	6,938	-18,062	-72.2%	-294	-103.6%	7,233	-57.2%
OM率	7.2%	-13.8pt		-0.7%	-15.5pt	13.9%	-12.4pt
のれん等償却額	554	-490	-46.9%	289	-46.3%	264	-47.6%
のれん償却前営業利益	7,493	-18,553	-71.2%	-5	-100.1%	7,498	-56.9%
のれん償却前OM率	7.8%	-14.1pt		0.0%	-15.8pt	14.4%	-12.7pt
海外							
（金額：百万円）							
売上高	67,771	-5,788	-7.9%	38,369	+6.0%	29,401	-21.3%
売上総利益	29,462	-2,653	-8.3%	16,123	+2.0%	13,338	-18.2%
売上総利益率	43.5%	-0.2pt		42.0%	-1.6pt	45.4%	+1.7pt
販管費	32,814	-971	-2.9%	17,210	+8.0%	15,603	-12.6%
営業利益	-3,352	-1,682	n/a	-1,087	n/a	-2,265	n/a
OM率	-11.4%	-6.2pt		-6.7%	-5.9pt	-17.0%	-7.6pt
のれん等償却額	4,374	+60	+1.4%	1,518	+15.4%	2,855	-4.7%
のれん償却前営業利益	1,022	-1,621	-61.3%	431	-63.6%	590	-59.5%
のれん償却前OM率	3.5%	-4.8pt		2.7%	-4.8pt	4.4%	-4.5pt

種目別売上高（累計および四半期）

2021年3月期 第2四半期

(金額：百万円)	累計（6か月）			四半期（3か月）			
	累計実績	対前年同期比		Q1実績	前年同期比	Q2実績	前年同期比
新聞	14,617	-6,403	-30.5%	6,382	-37.4%	8,234	-23.9%
雑誌	4,613	-3,676	-44.3%	2,391	-38.8%	2,221	-49.3%
ラジオ	5,595	-1,835	-24.7%	2,727	-26.9%	2,867	-22.5%
テレビ	159,440	-49,076	-23.5%	75,268	-29.2%	84,171	-17.7%
4マス計	184,266	-60,992	-24.9%	86,769	-30.1%	97,496	-19.5%
インターネットメディア	104,898	-13,156	-11.1%	54,500	-10.9%	50,397	-11.4%
アウトドアメディア	11,738	-8,658	-42.5%	6,192	-37.7%	5,545	-47.0%
メディア計	300,902	-82,807	-21.6%	147,463	-24.5%	153,439	-18.6%
クリエイティブ	52,955	-13,643	-20.5%	22,500	-25.5%	30,454	-16.4%
マーケティング/プロモーション	88,528	-40,778	-31.5%	40,557	-30.2%	47,970	-32.6%
その他（コンテンツ等）	13,783	-10,230	-42.6%	6,570	-41.2%	7,212	-43.8%
メディア以外計	155,266	-64,653	-29.4%	69,628	-30.0%	85,637	-28.9%
上記種目合計	456,169	-147,460	-24.4%	217,092	-26.3%	239,076	-22.6%
上記種目以外	12,926	+1,285		7,124		5,802	
連結売上高	469,095	-144,570	-23.6%	224,216	-25.1%	244,879	-22.1%
インターネット領域売上高	125,620	-15,471	-11.0%	63,271	-11.1%	62,349	-10.9%

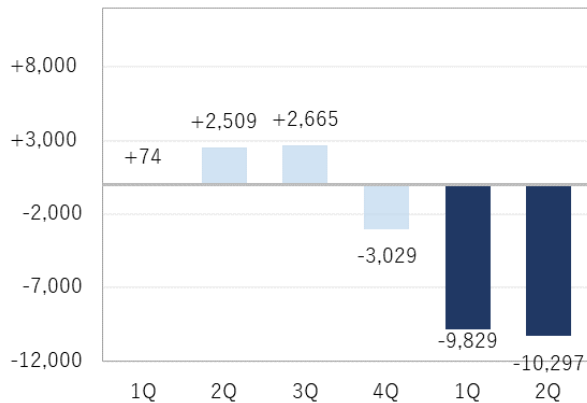
2021年3月期 第2四半期（累計）

（金額：百万円）	実績	対前年同期比		構成比
飲料・嗜好品	50,902	-9,871	-16.2%	13.0%
情報・通信	47,490	-12,125	-20.3%	12.1%
自動車・輸送機器・関連品	44,220	-19,951	-31.1%	11.3%
食品	32,022	-8,457	-20.9%	8.1%
化粧品・トイレタリー	31,538	-8,898	-22.0%	8.0%
薬品・医療用品	24,720	-418	-1.7%	6.3%
金融・保険	21,280	-9,195	-30.2%	5.4%
外食・各種サービス	18,761	-6,917	-26.9%	4.8%
流通・小売業	18,245	-7,082	-28.0%	4.6%
不動産・住宅設備	16,871	-5,141	-23.4%	4.3%
交通・レジャー	12,829	-20,126	-61.1%	3.3%
家庭用品	9,545	-1,546	-13.9%	2.4%
エネルギー・素材・機械	7,672	-4,406	-36.5%	2.0%
ファッション・アクセサリ	7,722	-4,630	-37.5%	2.0%
出版	6,886	-941	-12.0%	1.8%
官公庁・団体	6,561	-5,274	-44.6%	1.7%
家電・AV機器	6,169	-3,394	-35.5%	1.6%
ゲーム・スポーツ・趣味用品	6,121	-4,032	-39.7%	1.6%
医療・教育・宗教	5,482	-1,394	-20.3%	1.4%
精密機器・事務用品	2,661	-1,372	-34.0%	0.7%
案内・その他	15,226	-743	-4.7%	3.9%
上記業種計	392,934	-135,923	-25.7%	100.0%
投資事業	5,705	+1,285		
上記業種以外 計	70,456			
国内売上高	469,095	-144,570	-23.6%	

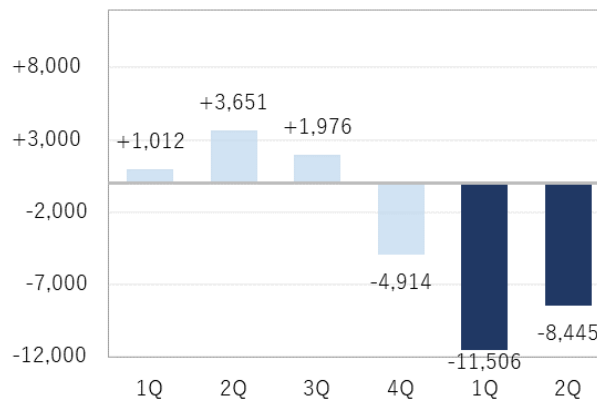
累計増加下位3社の四半期毎対前年同期比増減

左側：20年3月期、右側：21年3月期
金額：百万円

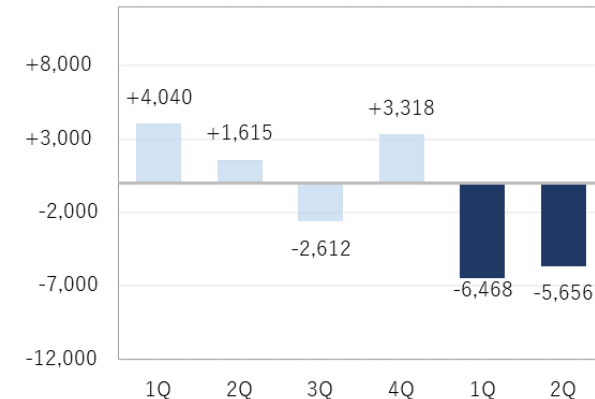
交通・レジャー



自動車・関連品

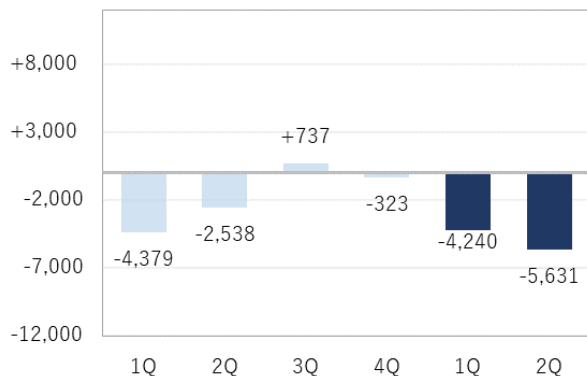


情報・通信

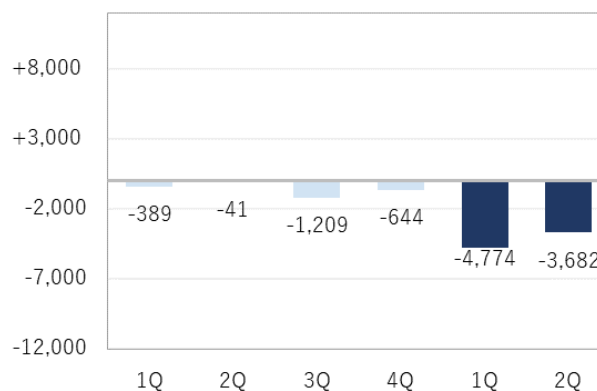


主要業種の四半期毎対前年同期比増減

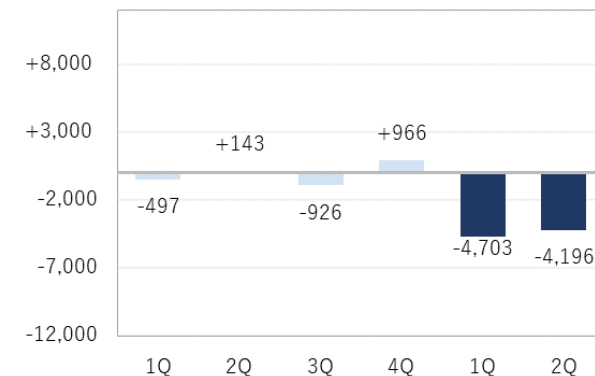
飲料・嗜好品



食品



化粧品・ toileタリー



(金額：百万円)	20年9月末	前期末比	構成比
流動資産	461,197	-133,882	60.6%
内 現金及び預金	135,019	-31,557	
受取手形及び売掛金	242,067	-115,034	
固定資産	299,806	+34,999	39.4%
有形固定資産	33,637	-492	
無形固定資産	64,043	+11,660	
内 のれん	38,052	+10,147	
投資その他の資産	202,125	+23,831	
内 投資有価証券	161,345	+24,084	
資産合計	761,003	-98,883	100.0%
流動負債	274,352	-121,369	36.1%
内 支払手形及び買掛金	195,159	-97,150	
短期借入金	14,276	+10,297	
固定負債	156,910	+8,892	20.6%
内 長期借入金	108,236	+2,011	
負債合計	431,262	-112,476	56.7%
株主資本	251,976	-9,165	33.1%
資本金	10,648	+156	
資本剰余金	34	-290	
利益剰余金	252,666	-9,031	
自己株式	-11,372	+0	
その他の包括利益累計額	45,973	+17,912	6.0%
新株予約権	227	+9	0.0%
非支配株主持分	31,562	+4,836	4.1%
純資産合計	329,740	+13,593	43.3%

2021年3月期 第2四半期（累計）

（金額：百万円）	実績	前年同期比
営業活動によるキャッシュ・フロー	-21,217	-2,374
投資活動によるキャッシュ・フロー	-12,504	-16,746
有形固定資産の取得による支出	-1,509	+1,356
無形固定資産の取得による支出	-3,069	-219
投資有価証券の取得による支出	-837	+1,171
投資有価証券の売却による収入	563	-16,172
子会社株式及び出資金の取得による支出	-6,145	-1,945
連結範囲の変更を伴う子会社株式の取得支出	-4,545	-3,510
財務活動によるキャッシュ・フロー	3,834	+15,890
短期借入金の純増減	10,014	+13,451
長期借入金・社債の純増減	585	+1,482
配当金の支払額	-5,593	-372
非支配株主への配当金の支払額	-333	+956
連結範囲の変更を伴わない子会社株式の取得支出	-651	-602
現金及び現金同等物の期首残高	163,299	+11,144
現金及び現金同等物の期末残高	132,506	+7,542

2021年3月期 第2四半期（累計）

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
博報堂（連結）			
売上高	354,155	-111,865	-24.0%
経常利益	353	-14,226	-97.6%
親会社株主に帰属する四半期純利益	-1,690	-9,388	-122.0%
大広（連結）			
売上高	64,567	-13,048	-16.8%
経常利益	131	-909	-87.3%
親会社株主に帰属する四半期純利益	-114	-532	-127.3%
読広（連結）			
売上高	21,496	-13,348	-38.3%
経常利益	-824	-1,507	-220.5%
親会社株主に帰属する四半期純利益	-751	-1,196	-268.8%

2021年3月期

(金額：百万円)

	通期業績予想		対前年同期比		上期実績		対前年同期比		下期予想		対前年同期比	
売上高	1,247,000	-219,249	-15.0%	534,065	-148,761	-21.8%	712,934	-70,487	-9.0%			
営業利益	24,000	-31,131	-56.5%	1,800	-18,441	-91.1%	22,199	-12,690	-36.4%			
経常利益	27,000	-31,100	-53.5%	3,712	-17,895	-82.8%	23,287	-13,205	-36.2%			
親会社株主に帰属する当期純利益	13,000	-31,893	-71.0%	-3,433	-23,196	-117.4%	16,433	-8,696	-34.6%			

中期経営計画の進捗状況

【注】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、(DAC) : デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム、
(irep) : アイレップ

中期経営計画（2020年3月期～2024年3月期：5カ年計画）

<p>中期基本戦略</p>	<p>博報堂DYグループは、生活者発想を基軸に、 クリエイティビティ、統合力、データ/テクノロジー活用力を融合することで、 オールデジタル時代における 企業のマーケティングの進化と、イノベーション創出をリードする。 そのことで、生活者、社会全体に新たな価値とインパクトを与え続ける存在になる。</p>					
<p>成長基盤の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 広義デジタル領域でのリーディングポジション確立 ● ボードレス化する企業活動への対応力強化 ● 外部連携によるイノベーションの加速 	<p>「積極的な投資」 データ/テクノロジー/ インフラ/人材/M&Aなど</p>				
<p>成長のイメージ (2024年3月期)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● インターネットメディア売上高（国内事業） ● 海外事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 売上総利益 ・ のれん償却前^oレーティング・マージン 	<p>: 2倍以上※ : 2倍以上※ : 継続的な改善</p>				
<p>中期経営目標 (2024年3月期)</p>	<p><u>のれん償却前営業利益</u> : 950億円</p> <table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: middle;"> <p>重点指標</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ・ 売上総利益年平均成長率※ ・ のれん償却前営業利益年平均成長率※ ・ のれん償却前^oレーティング・マージン ・ のれん償却前ROE ・ 株主還元 </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>+7%以上 +8%以上 20%以上 15%以上 安定/継続的な配当 業績や財務状態に応じた還元</p> </td> <td style="vertical-align: middle;"> <p>調整後ベース (投資事業除き)</p> </td> </tr> </table>		<p>重点指標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上総利益年平均成長率※ ・ のれん償却前営業利益年平均成長率※ ・ のれん償却前^oレーティング・マージン ・ のれん償却前ROE ・ 株主還元 	<p>+7%以上 +8%以上 20%以上 15%以上 安定/継続的な配当 業績や財務状態に応じた還元</p>	<p>調整後ベース (投資事業除き)</p>
<p>重点指標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上総利益年平均成長率※ ・ のれん償却前営業利益年平均成長率※ ・ のれん償却前^oレーティング・マージン ・ のれん償却前ROE ・ 株主還元 	<p>+7%以上 +8%以上 20%以上 15%以上 安定/継続的な配当 業績や財務状態に応じた還元</p>	<p>調整後ベース (投資事業除き)</p>			

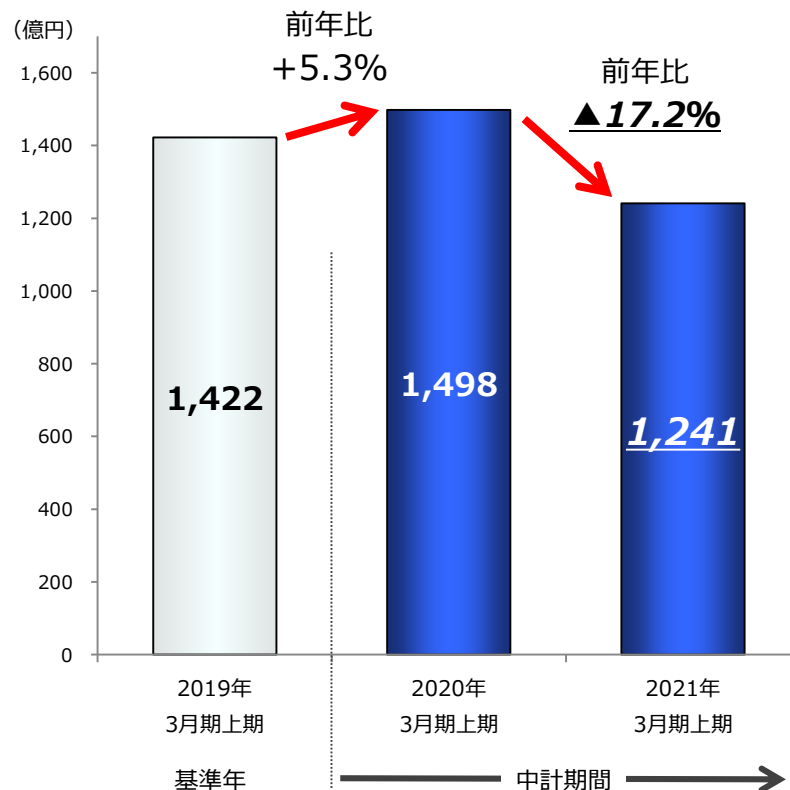
※ 基準年（2019年3月期）と2024年3月期を比較した数値

2021年3月期上期における進捗総括

- 投資事業を除いた調整後売上総利益は、中期経営計画の初年度である2020年3月期は順調に拡大したが、本上期は、コロナ禍のマイナス影響が大きく、前年を下回る結果となった。
- 一方、ニューノーマル時代を捉えた事例も出始めており、環境変化への対応は着実に進行。

調整後※売上総利益

※調整後：投資事業除き/遡及修正後数値



<ニューノーマル時代を捉えた動き>

- 家で楽しむ新たな生活シーンの創造 / 自粛生活の応援
- 既存リアルイベント/コンテンツのDX化
- ブランド体験の非接触化
→ 統合・継続的なDXの推進
- 企業・ビジネスのデジタル化支援
- 都市と地方の新しい住み方、新しい働き方の提案

3つの成長基盤を中心とした主な強化施策

- 中期経営計画にて掲げた3つの成長基盤を中心に、体制や対応力を強化。

主な強化施策

広義デジタル領域でのリーディングポジション確立

ボーダレス化する企業活動への対応力強化

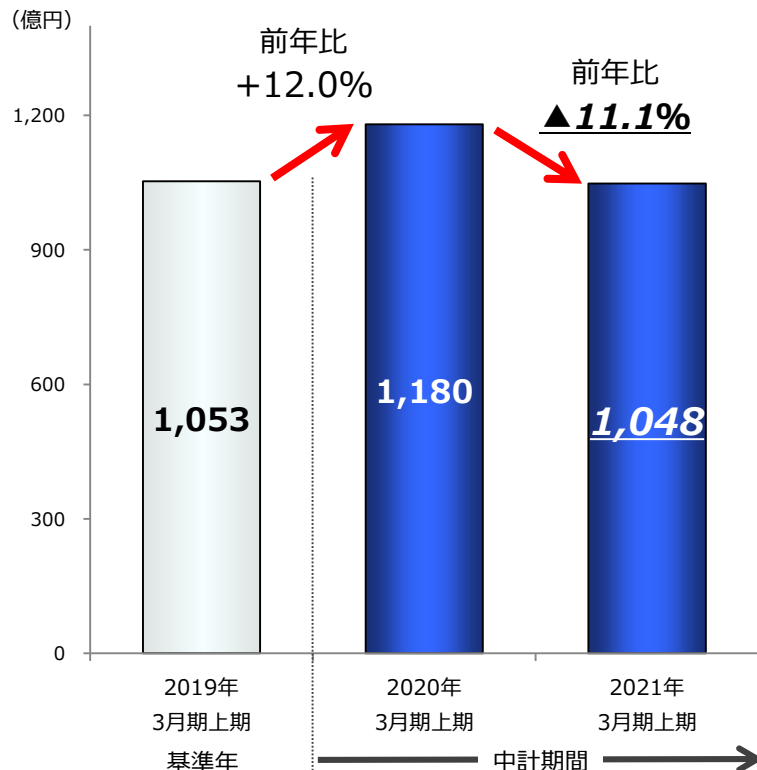
外部連携によるイノベーションの加速

広義デジタル領域でのリーディングポジション確立

- コロナ禍の影響が大きく、インターネットメディアの売上高は前年比▲11.1%と二桁減。
- オールデジタル化の加速に対応すべく、デジタルマーケティング機能の拡充に加え、DXソリューションやD2Cビジネスへの対応力強化にも注力。

インターネットメディア売上高※

トピックス



※対象は国内事業の連結ベース/投資事業は除く/遡及修正後数値
 ※種目別売上高の集計方法変更に伴い、過去に遡及して数値を補正

<デジタルマーケティング機能の拡充>

- Gunosy社との協業にて、TVCMによる獲得成果を最適化するプラットフォーム「Guhack」提供開始 (MP)
- Salesforceの統合マーケティングツールに強みを持つ「toBeマーケティング」との協業開始 (irep)

<DXソリューション提供>

- エンジニアリングとクリエイティブの両面からDXを支援する専門チーム「hakuhodo DXD」発足 (H)
- 顧客接点コミュニケーションを「非接触・非対面化」するDXソリューション「GOGO DX」を提供開始 (H)

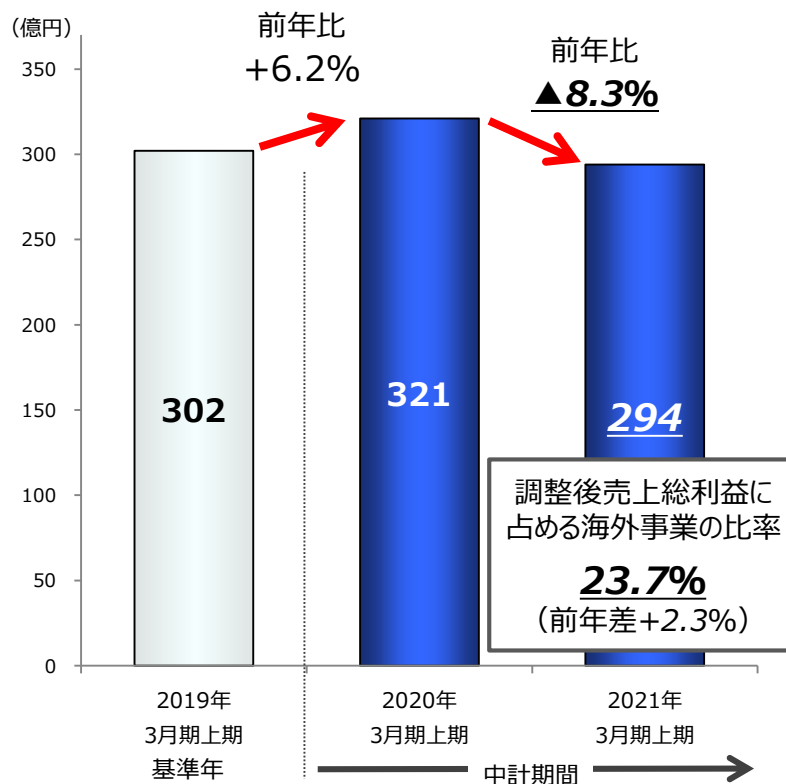
<D2Cビジネス対応力の強化>

- 生活者発想でD2Cブランド開発を支援するプログラム「D2C Design Studio」を提供開始 (H)

ボーダレス化する企業活動への対応力強化

- 海外事業の売上総利益は、M&Aによる押上げもあり、アジアは前年並みの水準となったが、北米での落ち込みが大きく、全体としては前年比▲8.3%。
- 多様な専門性と先進性をもつ企業の取り込みやクリエイティビティの強化を継続。アジアではコロナ禍における生活者の変化を捉える動きも進めており、今後のビジネス拡大に注力。

海外事業の売上総利益の推移



トピックス

<専門性/先進性の取り込み>

- ストーリーテリングと編集力を武器とするコミュニケーションファーム「Godfrey Dadich」が新たに参画 (kyu)
- 英国のDXコンサルティング会社「Public Digital」の株式を取得 (kyu)

Godfrey Dadich. **public digital**

<クリエイティビティの強化>

- Sid Leeが米国のTV業界の権威ある賞、エミー賞を受賞 (kyu)

<コロナ禍における生活者調査>

- 博報堂生活総研アセアン、博報堂生活総研上海がコロナ禍における生活者動向を調査、発表 (H)

外部連携によるイノベーションの加速

- 産業の枠を超えた多様なプレイヤーと連携しながら、「生活者発想」や「クリエイティビティ」を起点に、新事業推進のための取り組みが活発化。
- 未来創造の技術としての「クリエイティビティ」を強化するための基盤構築にも注力。

生活者が主役のスマートシティの実現へ

- 博報堂ミライの事業室は、生活者が主役のスマートシティを実現する活動「Smart Citizen Vision」を開始
- 多様なパートナーとの連携により、新事業を推進



<多様なパートナーとの連携>



グローバル・オープンイノベーション・プログラム『SmartCityX』に参画



三井物産とスマートシティ領域での新事業推進で連携

「UNIVERSITY of CREATIVITY」設立

- 未来創造の技術としてのクリエイティビティを研究/開発し、社会実験していく場「UNIVERSITY of CREATIVITY」 TOKYO Campusを設立
- 産官学/文理芸/社内外の壁を超えた創発ラーニングプラットフォーム



中期経営計画の数値目標について

当社グループを取り巻く環境認識

- 本計画の戦略の基礎となる「オールデジタル化の進行」は、コロナ禍の影響により、さらに加速すると見ており、この変化への柔軟かつスピーディーな対応は今後も継続。
- 一方、足元の経済や広告市場は甚大なダメージを受けており、今後の景気や広告市場の回復の道筋については、依然として不透明な状況。



**計画の前提となる経済/広告市場の見方に大きな変動が生じたため、
現中期経営計画の数値目標は取り下げ**

新たな数値目標につきましては、中期的な市場の見通しが合理的に算定可能となった時点で検討を行い、適宜、公表させていただきます。

HakuhodoDY holdings

博報堂DYホールディングス