

HakuhodoDY holdings

2022年 3月期 第2四半期
連結決算概要

2021年 11月12日

2022年 3月期 第2四半期
連結業績

コロナ禍からの回復傾向が継続し、大幅な増収増益となる

- 広告需要の回復に加え、官公庁関連業務も貢献し、大幅な増収増益。
- トップラインが前々年水準に回復したうえで、売上総利益率が改善。売上総利益は前々年を上回る。
- 第2四半期における投資事業を除いた売上総利益および営業利益は過去最高。
- 国内ではインターネットメディアが引き続き強い伸びとなっていることに加え、コロナ対応関連業務・五輪関連業務によりマーケティング/プロモーションが大幅増。テレビ、クリエイティブも回復。
- 海外は中華圏、北米で回復傾向見られるうえ、M&Aも押し上げる。
- 投資事業を除いた売上高は前年同期比24.2%の大幅増（※）。
- 売上総利益は同30.3%増加。前々年実績を7.9%上回る水準に（※）。
- 一方で、販管費は8.2%増加へおさえ、営業利益は270億円増益。前々年から45%増の水準（※）。
- 投資事業を除いた営業利益・のれん償却前営業利益は過去最高。

（※）投資事業を除く数値に基づく。

22年3月期 第2四半期（累計）

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
売上高	661,373	+127,308	+23.8%
収益	370,902	+83,042	+28.8%
営業利益	28,249	+26,449	+1468.9%
経常利益	29,898	+26,185	+705.4%
親会社株主に帰属する四半期純利益	14,557	+17,990	n/a

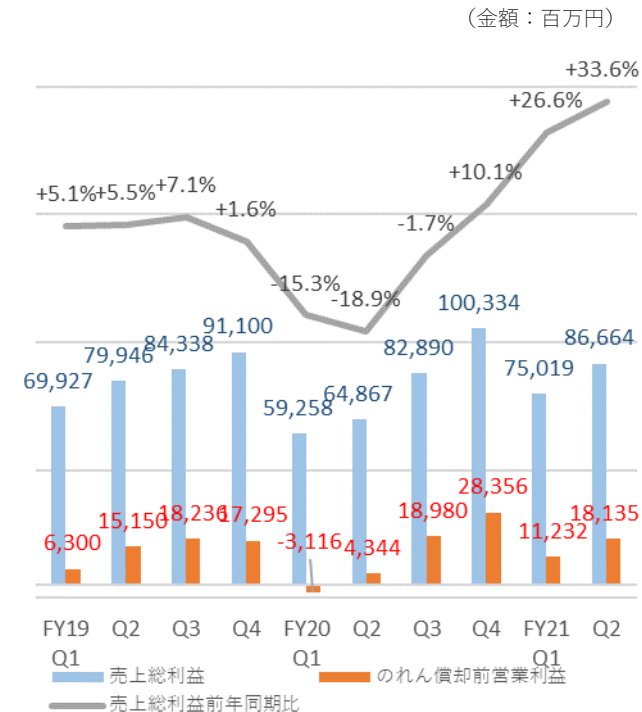
- ・ 市況の回復を追風に、第1四半期に引き続き大幅増収増益。
- ・ 売上高は前年同期比23.8%増、収益は同28.8%増。
- ・ 営業利益は264億円増益の282億円、親会社株主に帰属する四半期純利益は179億円増益の145億円。
- ・ トップラインは前々期と同水準まで回復、売上総利益は過去最高の水準。

22年3月期 第2四半期（累計）

（金額：百万円）

	実績	対前年同期比		対前々年同期比
売上高	656,209	+127,848	+24.2%	-3.3%
収益	365,737	+83,582	+29.6%	+0.8%
売上総利益	161,683	+37,557	+30.3%	+7.9%
売上総利益率	24.6%	+1.1pt		+2.5pt
販管費	138,323	+10,497	+8.2%	+3.4%
営業利益	23,359	+27,059	n/a	+45.2%
OM率	14.4%	+17.4pt		+3.7pt
のれん等償却額	6,008	+1,079	+21.9%	+12.1%
のれん償却前営業利益	29,368	+28,139	+2291.0%	+36.9%
のれん償却前OM率	18.2%	+17.2pt		+3.9pt

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24.2%の増収、前々年比は-3.3%。
- ・ 売上総利益は同30.3%増加、前々年を7.9%上回り、第2四半期累計としては過去最高。
- ・ 販管費は同8.2%増加にとどめ、営業利益は270億円の増益。20年3月期と比較しても45.2%上回る。
- ・ のれん償却前営業利益は293億円。営業利益とともに、第2四半期累計として過去最高。

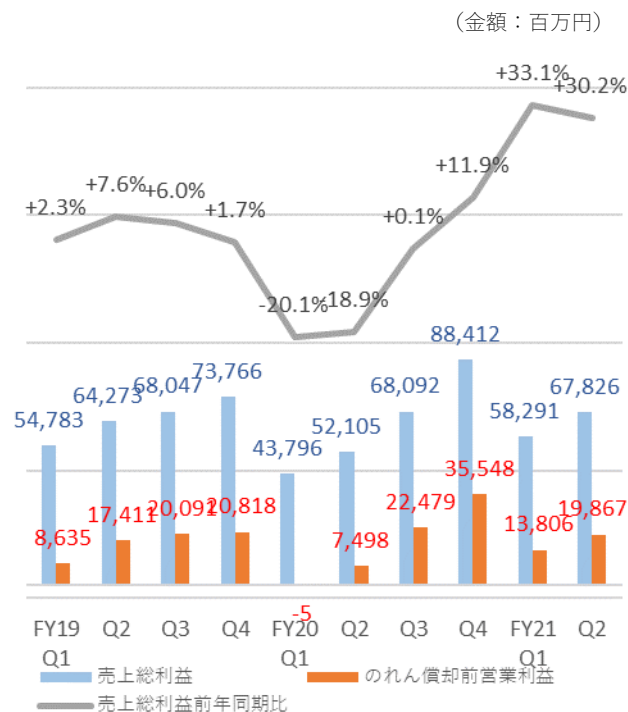
※ のれん等償却額とは、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

22年3月期 第2四半期（累計）

（金額：百万円）

	実績	対前年同期比		対前々年同期比
売上高	576,043	+112,653	+24.3%	-5.4%
収益	285,572	+68,387	+31.5%	-2.7%
売上総利益	126,118	+30,215	+31.5%	+5.9%
売上総利益率	21.9%	+1.2pt		+2.4pt
販管費	93,014	+4,050	+4.6%	-1.1%
営業利益	33,103	+26,165	+377.1%	+32.4%
OM率	26.2%	+19.0pt		+5.2pt
のれん等償却額	570	+15	+2.9%	-45.4%
のれん償却前営業利益	33,674	+26,181	+349.4%	+29.3%
のれん償却前OM率	26.7%	+18.9pt		+4.8%

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）



- ・ 広告需要の回復を取り込んだほか、官公庁関連業務も貢献し24.3%の増収。
- ・ 売上総利益は前年同期比31.5%増となり、前々年と比較しても5.9%上回る水準。売上総利益率は前年から1.2pt改善。
- ・ 販管費は同4.6%増にとどまり、営業利益、のれん償却前営業利益とも261億円の大幅増益。
- ・ 前々年と比較すると、営業利益で32.4%、のれん償却前営業利益で29.3%それぞれ上回る。

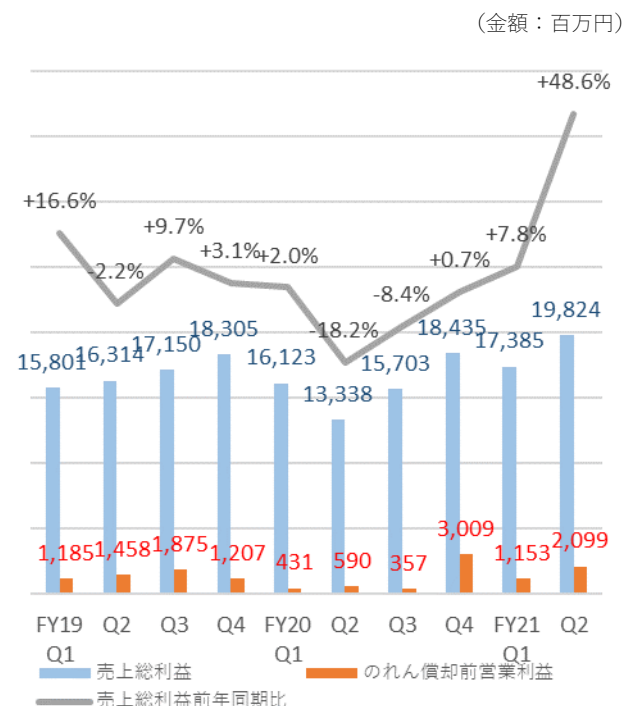
※ のれん等償却額とは、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

22年3月期 第2四半期（累計）

（金額：百万円）

	実績	対前年同期比		対前々年同期比
売上高	83,356	+15,585	+23.0%	+13.3%
収益	83,356	+15,585	+23.0%	+13.3%
売上総利益	37,210	+7,748	+26.3%	+15.9%
売上総利益率	44.6%	+1.2pt		+1.0pt
販管費	39,395	+6,580	+20.1%	+16.6%
営業利益	-2,184	+1,167	n/a	n/a
OM率	-5.9%	+5.5pt		-0.7pt
のれん等償却額	5,438	+1,063	+24.3%	+26.1%
のれん償却前営業利益	3,253	+2,231	+218.3%	+23.1%
のれん償却前OM率	8.7%	+5.3pt		+0.5pt

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）



- ・ 売上総利益は前年同期比26.3%増加。
- ・ 欧米および中華圏では経済活動再開にともなうオーガニック成長に加えてM&A影響もあり、前年同期を大きく上回ったほか、ASEAN・その他アジアでもオーガニックでプラスに転じた。
- ・ 販管費も前年同期比20.1%増加したものの、のれん償却前営業利益は22億円増益。前々年水準以上に回復。

※ 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。

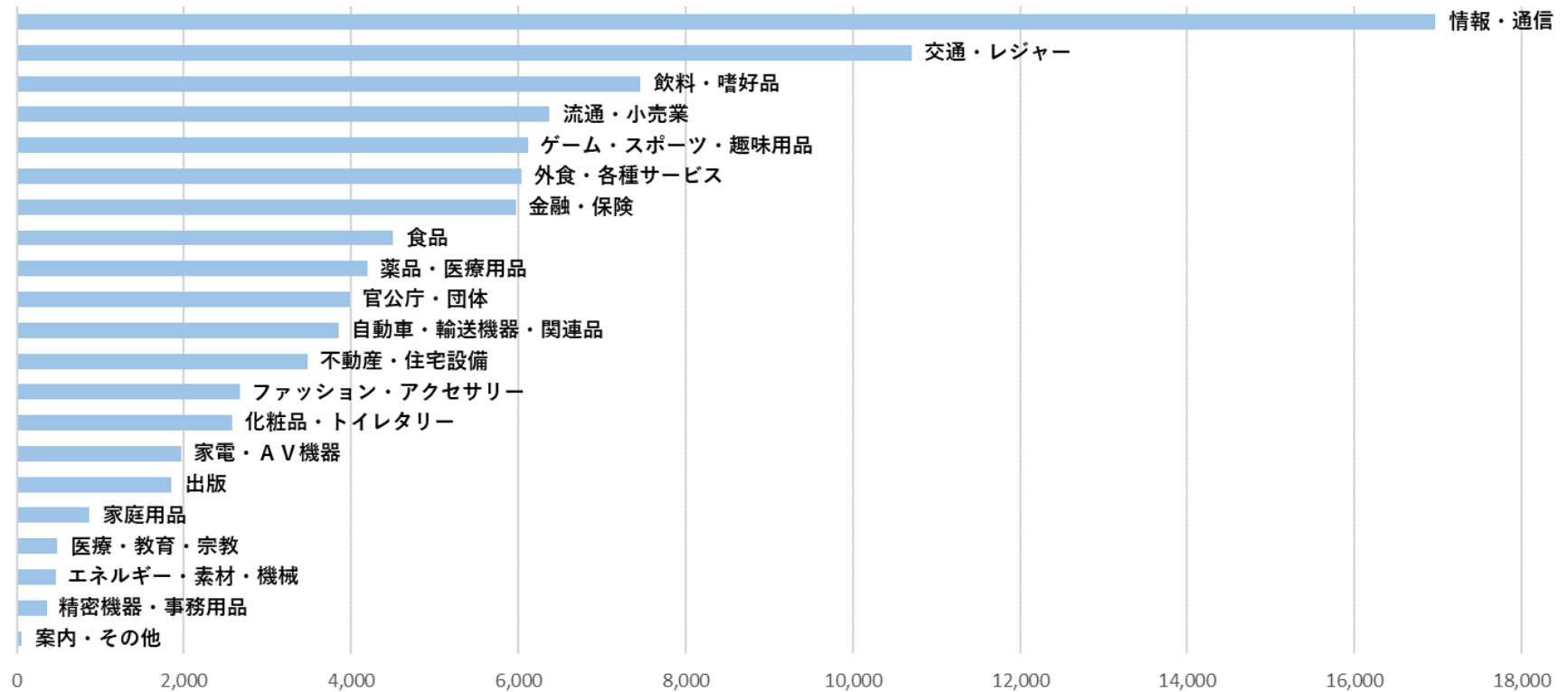
22年3月期 第2四半期（累計） 種目別売上高

（金額：百万円）	実績	対前年同期比		構成比	（参考）前々年同期比	
新聞	17,424	+2,807	+19.2%	3.0%	-3,596	-17.1%
雑誌	4,034	-578	-12.5%	0.7%	-4,255	-51.3%
ラジオ	5,767	+172	+3.1%	1.0%	-1,662	-22.4%
テレビ	183,310	+23,869	+15.0%	32.0%	-25,206	-12.1%
4マス計	210,537	+26,271	+14.3%	36.7%	-34,720	-14.2%
インターネットメディア	140,085	+35,187	+33.5%	24.4%	+22,030	+18.7%
アウトドアメディア	13,237	+1,499	+12.8%	2.3%	-7,159	-35.1%
メディア計	363,861	+62,958	+20.9%	63.5%	-19,849	-5.2%
クリエイティブ	65,624	+12,669	+23.9%	11.5%	-974	-1.5%
マーケティング／プロモーション	128,688	+40,159	+45.4%	22.5%	-618	-0.5%
その他（コンテンツ等）	14,958	+1,175	+8.5%	2.6%	-9,055	-37.7%
メディア以外計	209,270	+54,004	+34.8%	36.5%	-10,648	-4.8%
上記種目合計	573,131	+116,962	+25.6%	100.0%	-30,498	-5.1%
投資事業	5,164	-540				
その他	2,911					
国内売上高	581,208	+112,113	+23.9%		-32,457	-5.3%
インターネット領域売上高	166,925	+41,305	+32.9%	29.1%	+25,833	+18.3%

※ 「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。

22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



・ 主な増加業種

情報・通信	当期実績	644億円	前年同期比	+169億円 (+35.7%)
交通・レジャー		235億円		+107億円 (+83.5%)
飲料・嗜好品		583億円		+74億円 (+14.7%)

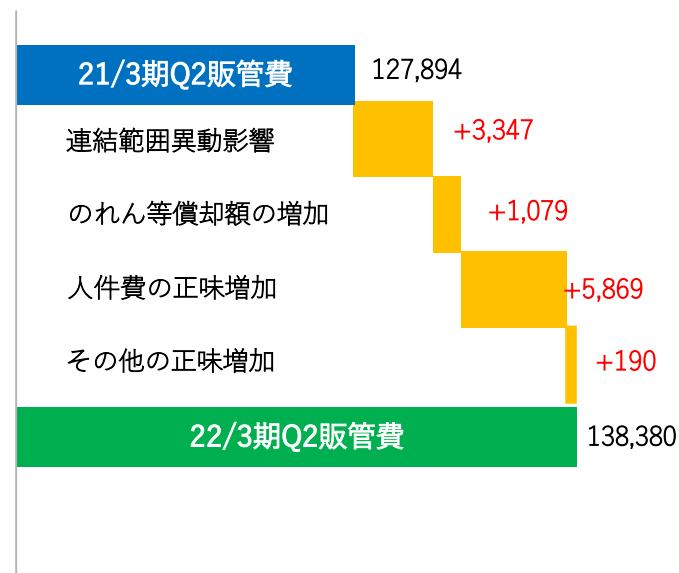
22年3月期 第2四半期（累計）

（金額：百万円）

	実績	対前年同期比	
人件費	95,840	+8,496	+9.7%
賃借料	9,233	-37	-0.4%
減価償却費	3,332	+394	+13.4%
のれん等償却額	6,008	+1,079	+21.9%
その他	23,963	+552	+2.4%
その他経費 計	42,539	+1,988	+4.9%
販売費及び一般管理費 計	138,380	+10,485	+8.2%

販売費及び一般管理費の主要増減要素

（百万円）



- ・ 販管費全体で前年同期比8.2%増加。
- ・ 人件費は同9.7%増加、その他経費は同4.9%増加。
- ・ 連結範囲異動影響、のれん等償却額を除いた販管費は同60億円増加。（前年同期の4.7%相当）
- ・ 21年9月末の従業員数は21年3月末から523名増の25,298名。

22年3月期 第2四半期

営業外損益

(金額：百万円)

	実績	対前年同期比
営業外収益	2,355	-184
内 受取利息	148	-4
受取配当金	1,180	-489
投資事業組合運用益	329	+329
営業外費用	706	+78
内 支払利息	249	+26
為替差損	42	-62
持分法損失	137	+137

特別損益

(金額：百万円)

	実績	対前年同期比
特別利益	367	+217
内 投資有価証券売却益	242	
特別損失	421	-234
内 事務所移転費用	130	
特別退職金	101	

2022年 3月期

業績予想・配当金予想

下期の広告需要は、サプライチェーン混乱による影響や新型コロナウイルスの感染再拡大への懸念等により不透明感が拭えない状況ではありますが、足元は堅調に推移すると思われまます。

こうした市場環境を前提にトップラインの予想を見直すとともに、売上総利益率が当初想定を上回っていることも考慮し、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益の予想を以下の通り上方修正いたします。

2022年3月期業績予想

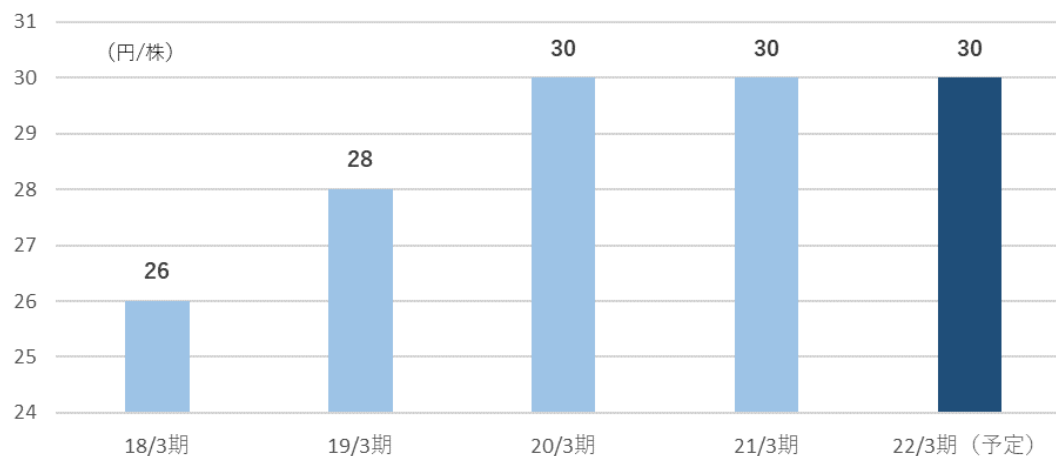
(金額：百万円)	通期業績予想	対前年同期比		従来予想との差
売上高	1,480,000	+182,052	+14.0%	+20,000
営業利益	60,000	+14,966	+33.2%	+13,000
経常利益	63,000	+13,405	+27.0%	+13,000
親会社株主に帰属する当期純利益	35,000	+8,520	+32.2%	+8,500

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。

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。

年間配当金実績推移および予想



（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。

（会計基準の変更について）

当社は、2022年3月期第1四半期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）を適用しており、本資料は同基準適用後の数値に基づき作成しております。なお、2022年3月期以前の「収益」も可能な限り算出し、前年同期比較等に使用しております。また、同基準の適用により、従来の「売上高」は連結財務諸表等において掲載されませんが、当社グループの業績を把握するために有用であると判断し、本資料では2021年3月期に引き続き掲載しております。

（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 2022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	661,373	+127,308	+23.8%	326,964	+25.3%	334,409	+22.5%
収益	370,902	+83,042	+28.8%	172,378	+22.3%	198,524	+35.2%
売上総利益	166,629	+36,934	+28.5%	78,240	+21.0%	88,389	+35.9%
売上総利益率	25.2%	+0.9pt		23.9%	-0.8pt	26.4%	+2.6pt
販管費	138,380	+10,485	+8.2%	66,152	+3.0%	72,227	+13.5%
営業利益	28,249	+26,449	+1468.9%	12,087	+2929.6%	16,161	+1053.1%
OM率	17.0%	+15.6pt		15.4%	+14.8pt	18.3%	+16.1pt
営業外収益	2,355	-184	-7.3%	1,605	+7.3%	750	-28.2%
営業外費用	706	+78	+12.5%	441	+25.4%	265	-4.0%
経常利益	29,898	+26,185	+705.4%	13,251	+759.1%	16,646	+667.3%
特別利益	367	+217	+145.1%	280	+141.0%	87	+159.4%
特別損失	421	-234	-35.7%	108	-45.9%	313	-31.3%
税金等調整前四半期純利益	29,844	+26,637	+830.8%	13,423	+820.0%	16,420	+839.8%
法人税等	13,150	+8,281	+170.1%	5,991	+120.7%	7,158	+232.4%
非支配株主に帰属する四半期純利益	2,136	+366	+20.7%	1,193	-34.2%	943	n/a
親会社株主に帰属する四半期純利益	14,557	+17,990	n/a	6,238	n/a	8,318	n/a
のれん等償却額	6,008	+1,079	+21.9%	2,328	+28.7%	3,680	+18.0%
のれん償却前営業利益	34,258	+27,529	+409.1%	14,416	+553.0%	19,842	+338.8%
のれん償却前OM率	20.6%	+15.4pt		18.4%	+15.0pt	22.4%	+15.5pt

※ 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。

2022年3月期 第2四半期

累計（6か月）

四半期（3か月）

投資事業除き損益

（金額：百万円）

	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	656,209	127,848	+24.2%	323,680	+26.6%	332,528	+21.9%
収益	365,737	83,582	+29.6%	169,094	+24.8%	196,643	+34.1%
売上総利益	161,683	37,557	+30.3%	75,019	+26.6%	86,664	+33.6%
売上総利益率	24.6%	+1.1pt		23.2%	-0.0pt	26.1%	+2.3pt
販管費	138,323	10,497	+8.2%	66,114	+3.0%	72,209	+13.5%
営業利益	23,359	27,059	n/a	8,904	n/a	14,454	+1080.7%
OM率	14.4%	+17.4pt		11.9%	+20.2pt	16.7%	+14.8pt
のれん等償却額	6,008	1,079	+21.9%	2,328	+28.7%	3,680	+18.0%
のれん償却前営業利益	29,368	28,139	+2291.0%	11,232	n/a	18,135	+317.4%
のれん償却前OM率	18.2%	+17.2pt		15.0%	+20.2pt	20.9%	+14.2pt

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	5,164	-540	3,283	-2,166	1,880	+1,625
収益	5,164	-540	3,283	-2,166	1,880	+1,625
売上総利益	4,946	-622	3,221	-2,170	1,725	+1,548
販管費	56	-11	37	-30	18	+18
営業利益	4,890	-610	3,183	-2,140	1,707	+1,529

※ 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。

2022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	581,208	+112,113	+23.9%
収益	290,737	+67,847	+30.4%
売上総利益	131,064	+29,593	+29.2%
販管費	93,070	+4,038	+4.5%
営業利益	37,994	+25,554	+205.4%
海外			
売上高	83,356	+15,585	+23.0%
収益	83,356	+15,585	+23.0%
売上総利益	37,210	+7,748	+26.3%
販管費	39,395	+6,580	+20.1%
営業利益	-2,184	+1,167	n/a
消去または全社			
売上高	-3,191	-390	
収益	-3,191	-390	
売上総利益	-1,645	-406	
販管費	5,914	-134	
営業利益	-7,559	-272	
連結			
売上高	661,373	+127,308	+23.8%
収益	370,902	-43,117	-10.4%
売上総利益	166,629	+36,934	+28.5%
販管費	138,380	+10,485	+8.2%
営業利益	28,249	+26,449	+1468.9%

2022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	576,043	+112,653	+24.3%	284,874	+30.2%	291,169	+19.0%
売上総利益	126,118	+30,215	+31.5%	58,291	+33.1%	67,826	+30.2%
売上総利益率	21.9%	+1.2pt		20.5%	+0.4pt	23.3%	+2.0pt
販管費	93,014	+4,050	+4.6%	44,764	+1.7%	48,250	+7.4%
営業利益	33,103	+26,165	+377.1%	13,527	n/a	19,576	+170.6%
OM率	26.2%	+19.0pt		23.2%	+23.9pt	28.9%	+15.0pt
のれん等償却額	570	+15	+2.9%	279	-3.6%	291	+10.0%
のれん償却前営業利益	33,674	+26,181	+349.4%	13,806	n/a	19,867	+165.0%
のれん償却前OM率	26.7%	+18.9pt		23.7%	+23.7pt	29.3%	+14.9pt
海外							
（金額：百万円）							
売上高	83,356	+15,585	+23.0%	40,301	+5.0%	43,054	+46.4%
売上総利益	37,210	+7,748	+26.3%	17,385	+7.8%	19,824	+48.6%
売上総利益率	44.6%	+1.2pt		43.1%	+1.1pt	46.0%	+0.7pt
販管費	39,395	+6,580	+20.1%	18,280	+6.2%	21,114	+35.3%
営業利益	-2,184	+1,167	n/a	-895	n/a	-1,289	n/a
OM率	-5.9%	+5.5pt		-5.1%	+1.6pt	-6.5%	+10.5pt
のれん等償却額	5,438	+1,063	+24.3%	2,048	+34.9%	3,389	+18.7%
のれん償却前営業利益	3,253	+2,231	+218.3%	1,153	+167.2%	2,099	+255.7%
のれん償却前OM率	8.7%	+5.3pt		6.6%	+4.0pt	10.6%	+6.2pt

種目別売上高（累計および四半期）

2022年3月期 第2四半期（累計）

(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	17,424	+2,807	+19.2%	9,201	+44.2%	8,222	-0.1%
雑誌	4,034	-578	-12.5%	1,907	-20.2%	2,126	-4.3%
ラジオ	5,767	+172	+3.1%	2,887	+5.9%	2,880	+0.4%
テレビ	183,310	+23,869	+15.0%	95,622	+27.0%	87,687	+4.2%
4マス計	210,537	+26,271	+14.3%	109,619	+26.3%	100,917	+3.5%
インターネットメディア	140,085	+35,187	+33.5%	75,665	+38.8%	64,420	+27.8%
アウトドアメディア	13,237	+1,499	+12.8%	6,595	+6.5%	6,642	+19.8%
メディア計	363,861	+62,958	+20.9%	191,880	+30.1%	171,980	+12.1%
クリエイティブ	65,624	+12,669	+23.9%	31,719	+41.0%	33,904	+11.3%
マーケティング/プロモーション	128,688	+40,159	+45.4%	52,943	+30.5%	75,744	+57.9%
その他（コンテンツ等）	14,958	+1,175	+8.5%	7,585	+15.4%	7,373	+2.2%
メディア以外計	209,270	+54,004	+34.8%	92,248	+32.5%	117,022	+36.6%
上記種目合計	573,131	+116,962	+25.6%	284,128	+30.9%	289,003	+20.9%
上記種目以外	8,076	-540		4,029		4,046	
連結売上高	581,208	+112,113	+23.9%	288,158	+28.5%	293,049	+19.7%
インターネット領域売上高	166,925	+41,305	+32.9%	87,630	+38.5%	79,294	+27.2%

2022年3月期 第2四半期（累計）

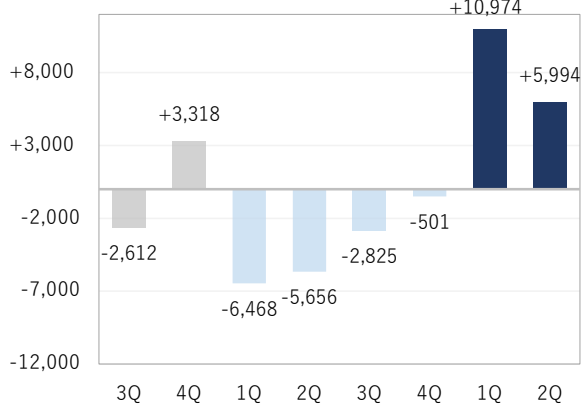
(金額：百万円)	実績	対前年同期比		構成比	(参考) 前々年比	
情報・通信	64,460	+16,969	+35.7%	13.3%	+4,844	+8.1%
飲料・嗜好品	58,360	+7,458	+14.7%	12.1%	-2,413	-4.0%
自動車・輸送機器・関連品	48,077	+3,857	+8.7%	9.9%	-16,093	-25.1%
食品	36,523	+4,501	+14.1%	7.5%	-3,955	-9.8%
化粧品・トイレタリー	34,120	+2,581	+8.2%	7.1%	-6,317	-15.6%
薬品・医療用品	28,912	+4,192	+17.0%	6.0%	+3,773	+15.0%
金融・保険	27,250	+5,970	+28.1%	5.6%	-3,225	-10.6%
外食・各種サービス	24,804	+6,043	+32.2%	5.1%	-874	-3.4%
流通・小売業	24,618	+6,372	+34.9%	5.1%	-710	-2.8%
交通・レジャー	23,538	+10,709	+83.5%	4.9%	-9,416	-28.6%
不動産・住宅設備	20,347	+3,476	+20.6%	4.2%	-1,665	-7.6%
ゲーム・スポーツ・趣味用品	12,241	+6,119	+100.0%	2.5%	+2,086	+20.5%
官公庁・団体	10,540	+3,978	+60.6%	2.2%	-1,295	-10.9%
家庭用品	10,416	+870	+9.1%	2.2%	-676	-6.1%
ファッション・アクセサリ	10,395	+2,672	+34.6%	2.1%	-1,957	-15.8%
出版	8,740	+1,853	+26.9%	1.8%	+912	+11.7%
家電・AV機器	8,141	+1,971	+32.0%	1.7%	-1,422	-14.9%
エネルギー・素材・機械	8,139	+466	+6.1%	1.7%	-3,940	-32.6%
医療・教育・宗教	5,972	+489	+8.9%	1.2%	-904	-13.2%
精密機器・事務用品	3,021	+359	+13.5%	0.6%	-1,013	-25.1%
案内・その他	15,285	+58	+0.4%	3.2%	-684	-4.3%
上記業種計	483,906	+90,972	+23.2%	100.0%	-44,950	-8.5%
投資事業	5,164	-540			+744	
上記業種以外 計	92,137	+21,681			+11,748	
国内売上高	581,208	+112,113	+23.9%		-32,457	-5.3%

業種別前年同期比（四半期単位） (1)

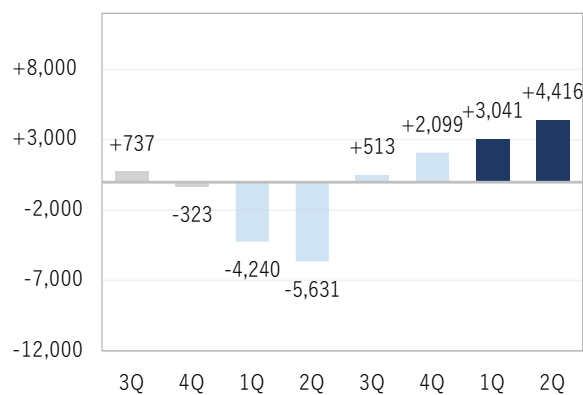
20年3月期 21年3月期 22年3月期

金額：百万円

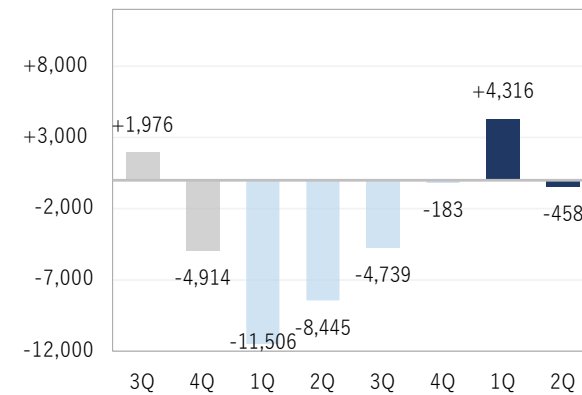
情報・通信



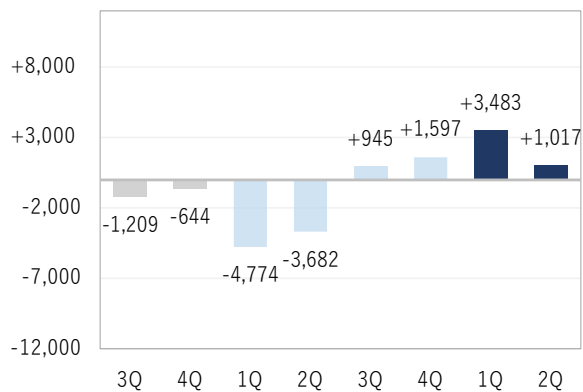
飲料・嗜好品



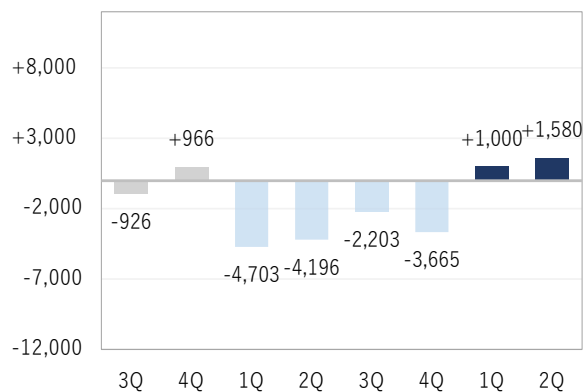
自動車・関連品



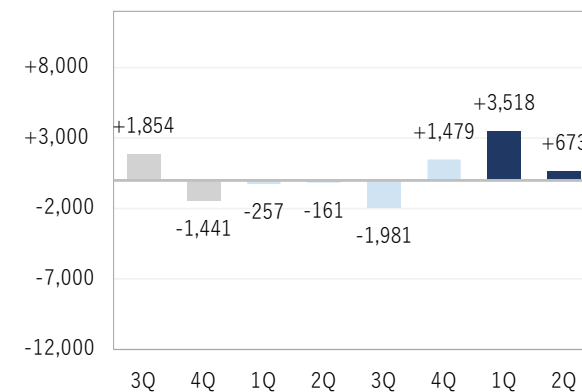
食品



化粧品・トイレットリー



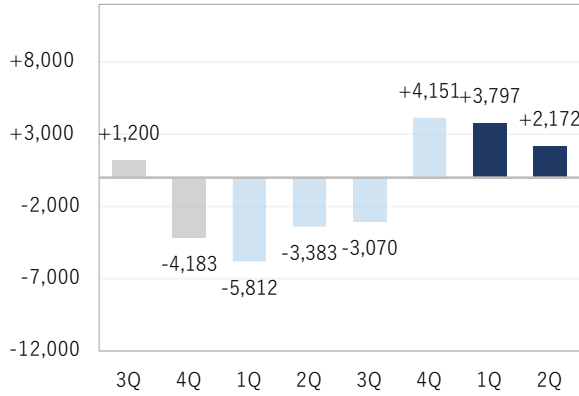
薬品・医療用品



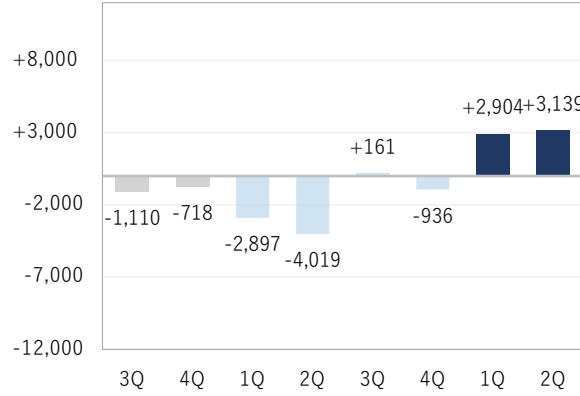
業種別前年同期比（四半期単位） (2)

20年3月期
 21年3月期
 22年3月期
 金額：百万円

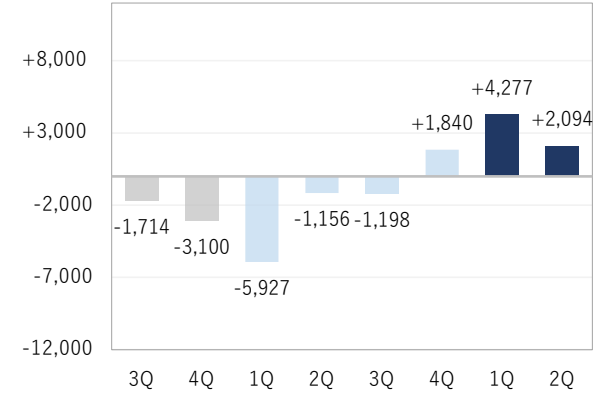
金融・保険



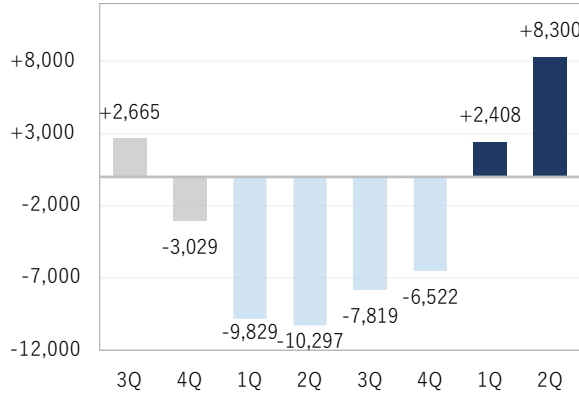
外食・各種サービス



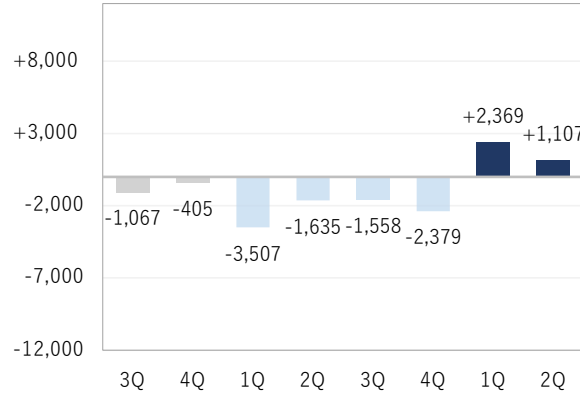
流通・小売業



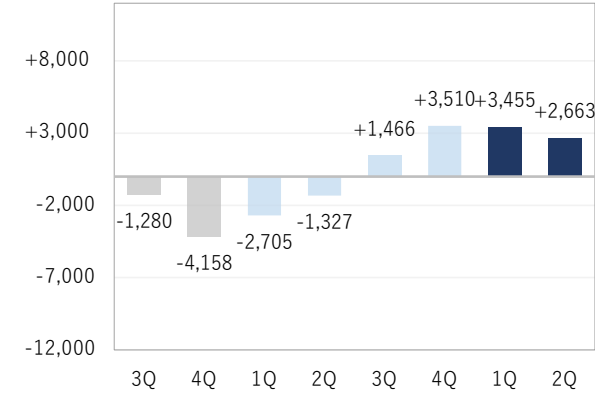
交通・レジャー



不動産・住宅設備



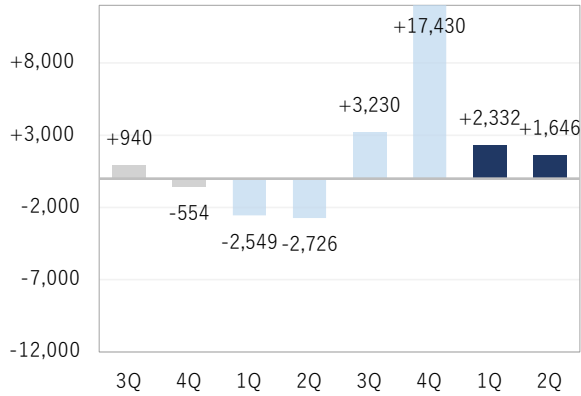
ゲーム・スポーツ・趣味用品



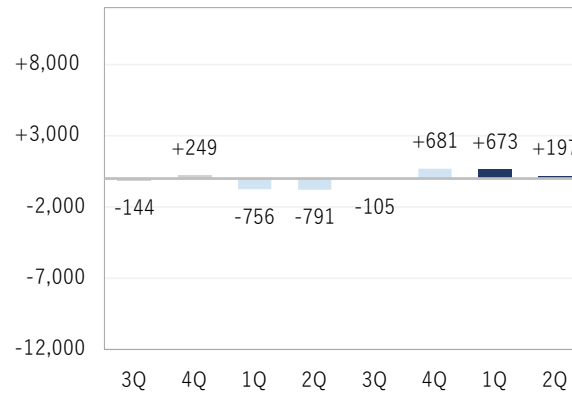
業種別前年同期比（四半期単位） (3)

20年3月期
 21年3月期
 22年3月期
 金額：百万円

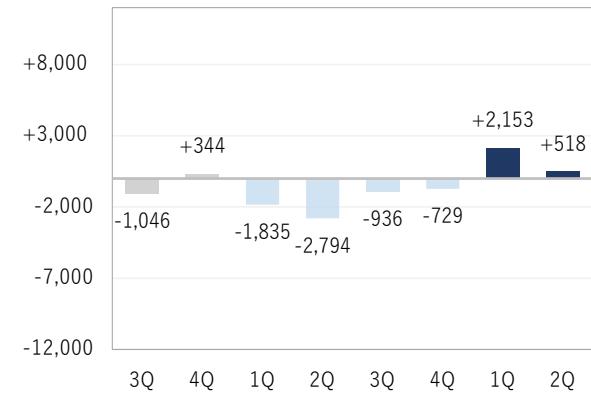
官公庁・団体



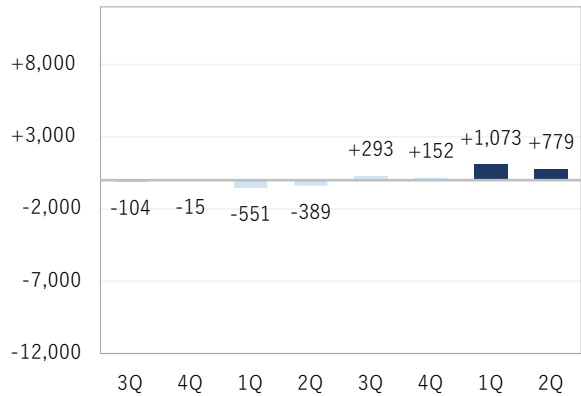
家庭用品



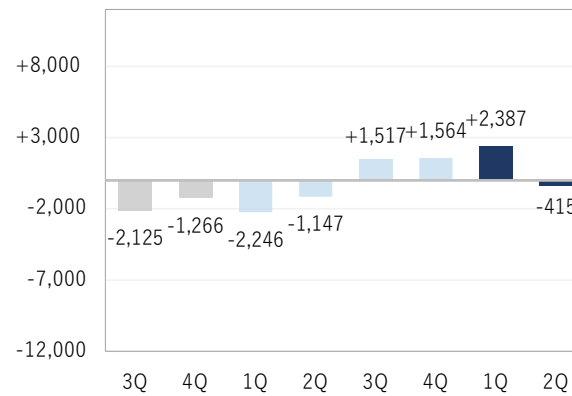
ファッション・アクセサリ



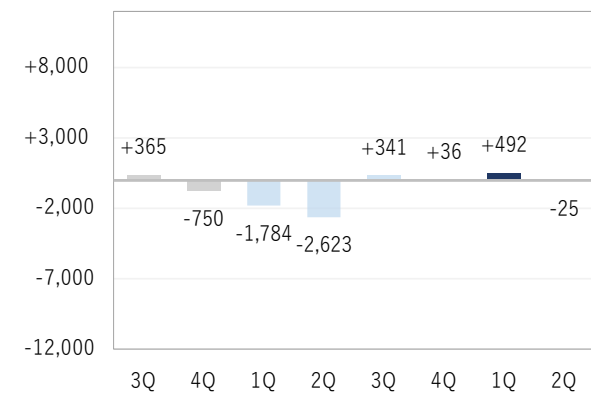
出版



家電・A V機器



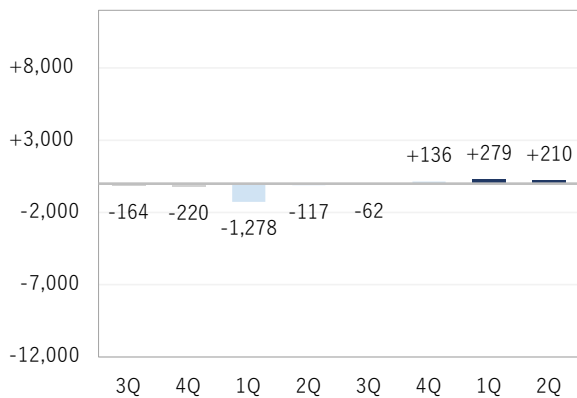
エネルギー・素材・機械



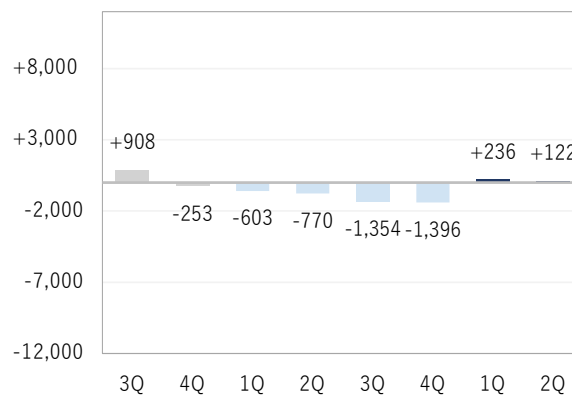
業種別前年同期比（四半期単位） (4)

20年3月期
 21年3月期
 22年3月期
 金額：百万円

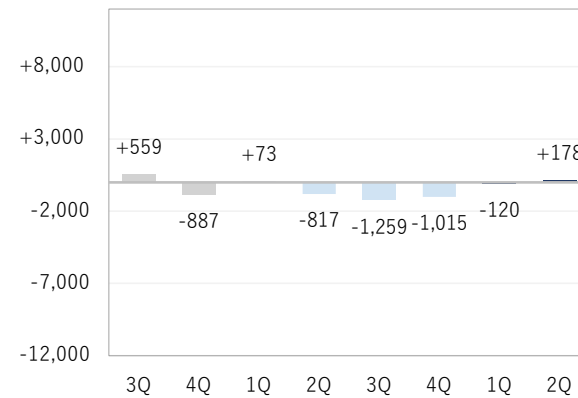
教育・医療サービス・宗教



精密機器・事務用品



案内・その他



(金額：百万円)	21年9月末	前期末比	構成比
流動資産	639,873	+13,141	65.6%
内 現金及び預金	205,962	+26,650	
受取手形及び売掛金	312,685	-48,038	
固定資産	334,862	+20,490	34.4%
有形固定資産	35,888	+972	
無形固定資産	73,516	+4,465	
内 のれん	46,223	+4,422	
投資その他の資産	225,457	+15,052	
内 投資有価証券	187,604	+16,410	
資産合計	974,736	+33,632	100.0%
流動負債	404,464	-11,874	41.5%
内 支払手形及び買掛金	219,116	-62,490	
短期借入金	14,885	+10,614	
固定負債	177,206	+14,580	18.2%
内 長期借入金	111,352	+1,036	
負債合計	581,670	+2,706	59.7%
株主資本	284,394	+8,196	29.2%
資本金	10,790	+142	
資本剰余金	0	-37	
利益剰余金	284,976	+8,091	
自己株式	-11,372	-	
その他の包括利益累計額	75,168	+20,939	7.7%
新株予約権	270	+23	0.0%
非支配株主持分	33,232	+1,765	3.4%
純資産合計	393,065	+30,925	40.3%

2022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	31,758	+52,975
投資活動によるキャッシュ・フロー	-9,599	+2,905
有形固定資産の取得による支出	-2,043	-534
無形固定資産の取得による支出	-2,208	+860
投資有価証券の取得による支出	-2,150	-1,313
投資有価証券の売却による収入	2,038	+1,474
子会社株式及び出資金の取得による支出	-4,222	+1,923
連結範囲の変更を伴う子会社株式の取得支出	-1,285	+3,259
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,601	-1,233
短期借入金の純増減	10,268	+253
長期借入金・社債の純増減	600	+15
配当金の支払額	-5,589	+4
非支配株主への配当金の支払額	-787	-454
連結範囲の変更を伴わない子会社株式の取得支出	-157	+493
現金及び現金同等物の期首残高	176,042	+12,743
現金及び現金同等物の期末残高	202,723	+70,216

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、(HP) : 博報堂プロダクツ、(上海H) : 上海博報堂

中期経営計画（2020年3月期～2024年3月期：5カ年計画）

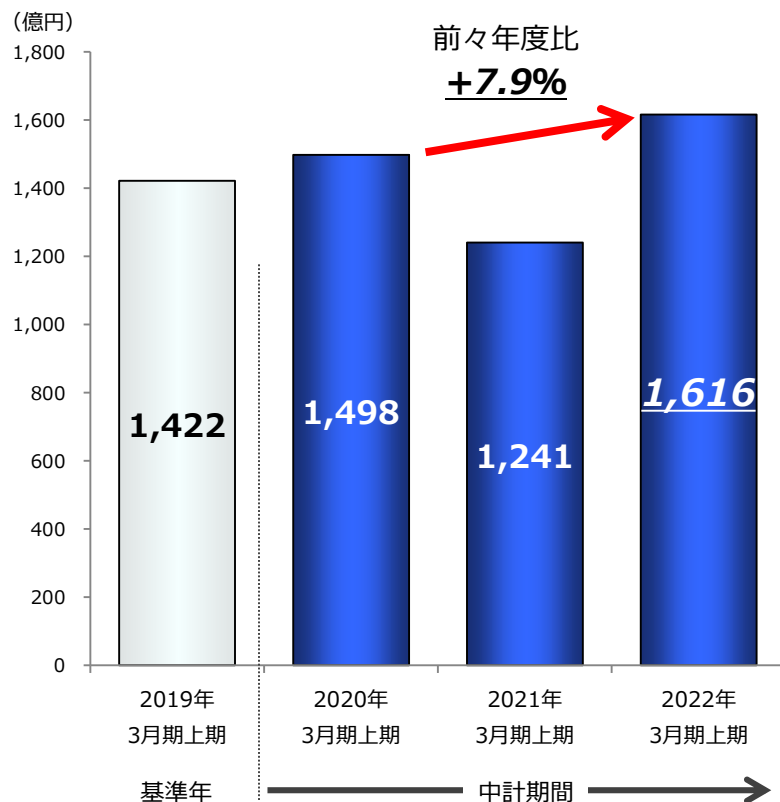
<p>中期基本戦略</p>	<p>博報堂DYグループは、生活者発想を基軸に、クリエイティビティ、統合力、データ/テクノロジー活用力を融合することで、オールデジタル時代における企業のマーケティングの進化と、イノベーション創出をリードする。そのことで、生活者、社会全体に新たな価値とインパクトを与え続ける存在になる。</p>
<p>成長基盤の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 広義デジタル領域でのリーディングポジション確立 ● ボードレス化する企業活動への対応力強化 ● 外部連携によるイノベーションの加速 <p style="text-align: right;">「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>	<p style="text-align: center;">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、 中期経営計画の数値目標は取り下げ</p>
<p>中期経営目標 (2024年3月期)</p>	

2022年3月期上期における進捗総括

- 調整後売上総利益/のれん償却前営業利益は、広告需要の回復とコロナ環境下における各種ニーズへの適切な対応に加えて、活動費の圧縮や構造改革の効果もあり、コロナ禍前を上回る水準

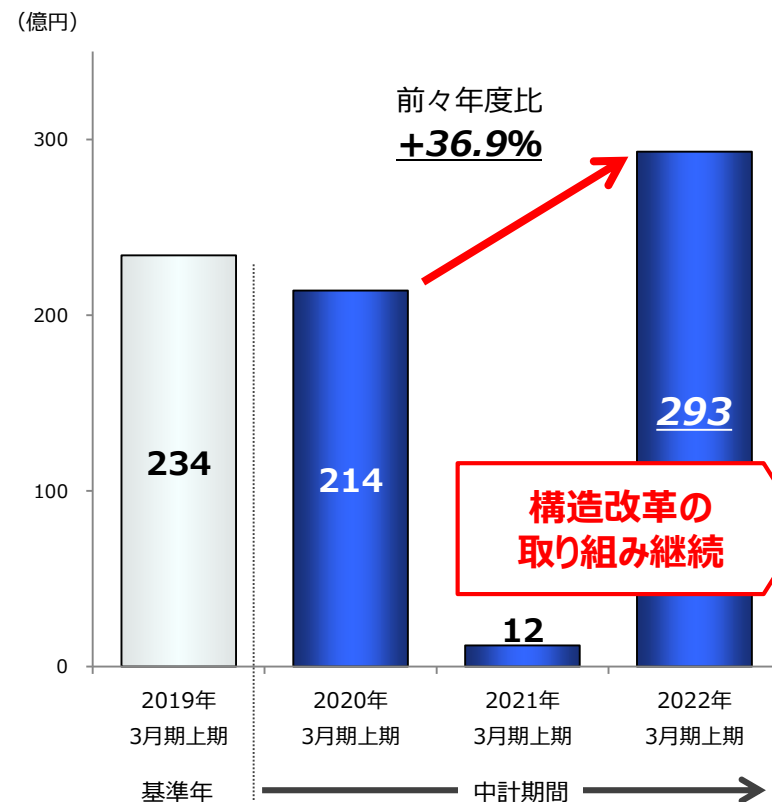
調整後※売上総利益

※調整後：投資事業除き/遡及修正後数値



調整後※のれん償却前営業利益

※調整後：投資事業除き/遡及修正後数値



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

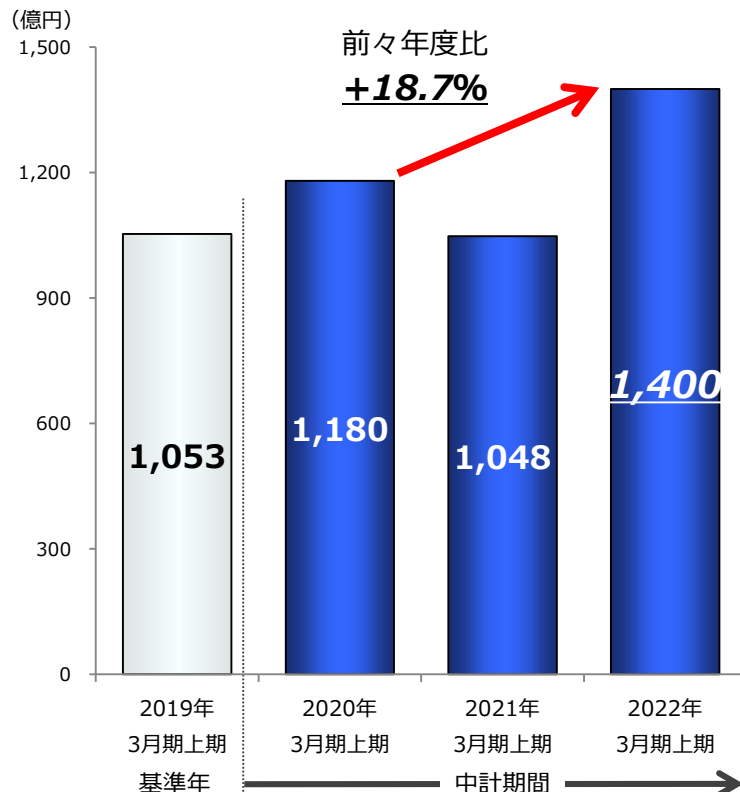
ボーダレス化する企業活動への対応力強化

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

- インターネットメディアの売上高は、一部でコロナ禍の影響が残りながらも、前々年度比+18.7%
- オールデジタル化の加速に伴う企業のDXニーズへの対応力強化や、外部連携も含めたデジタル領域の体制拡充にも注力

インターネットメディア売上高※



※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

トピックス

<企業のマーケティングDX・メディアDX推進>

- グループ7社との連携で、BtoB企業のマーケティングDXを統合的に推進する「GRIP & GROWTH」提供開始 (H)
- 通信・メディア業界のDX推進のためのSaaS型プラットフォーム提供に向けた「日本IBM社」との協業開始 (DAC)
- 広告メディアビジネスの次世代型モデル「AaaS」のサービスを4つの新たなサービス群として展開 (MP)

**Analytics AaaS_™ Tele-Digi AaaS_™
 TV AaaS_™ Digital AaaS_™**

<デジタル領域の体制拡充>

- アプリマーケティングに強みを持つデジタルエージェンシー「アドウェイズ社」との資本業務提携関係を強化 (HC/MP)

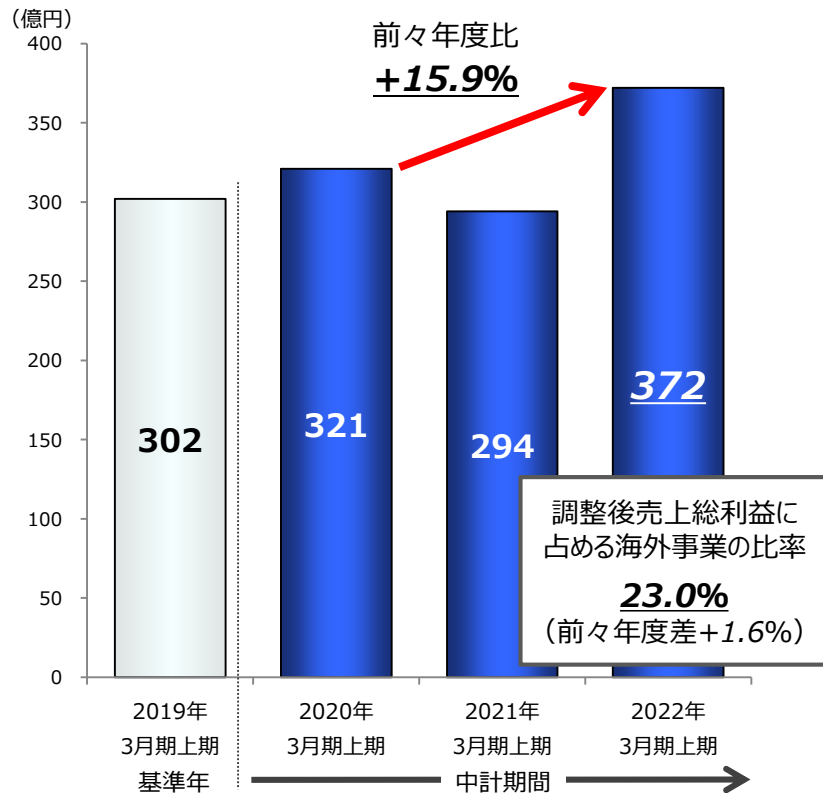


- 博報堂プロダクツとテンダ、東北エリア8社のSI企業が共同で「博報堂プロダクツテクノロジーズ東北」を設立 (HP)

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、中華圏と北米の復調に加え、M&Aによる押し上げ効果もあり、前々年度比+15.9%、調整後売上総利益に占める海外の比率も23.0%まで拡大
- M&Aによる機能拡充やプラットフォーム連携によるデータ活用、クリエイティブ性の強化を継続

海外事業の売上総利益の推移



トピックス

<M&Aによる機能拡充>

- テクノロジー領域のエグゼクティブ人材に強みを持つ人材会社「Rich Talent Group」がkyuに参画 (kyu)
- ロシアのデジタルクリエイティブエージェンシー「Ailove Digital」を子会社化 (H)

<プラットフォーム連携によるデータ活用推進>

- バイドゥ社のビッグデータを活用した、日中クロスボーダービジネス支援ソリューションの提供を開始 (HC/DAC)
- アリババ社傘下「Tモール(天猫)」の購買データを活用した中国市場におけるEC事業の支援を開始 (上海H)

<クリエイティブ性の強化>

- アジア太平洋広告祭「ADFEST 2021」にて博報堂が「ネットワーク・オブ・ザ・イヤー」受賞 (H)
- Campaign誌「2020 Global Agency of the Year Awards」にてIdeasXMachina Groupが4部門で受賞 (H)

外部連携によるイノベーションの加速

- コロナ禍の影響が残る中、多様なパートナーとの新規事業創造に向けた連携基盤の強化を継続
- 当社グループの「生活者発想」や「クリエイティビティ」と、協働企業のアセットを掛け合わせることで、ソーシャルグッドな事業の創造に注力

多様なパートナーとの連携基盤強化

- 博報堂ミライの事業室は、「Hakuhodo JV Studio」プログラムを設置し、クライアント企業とのJVによる新規事業共創を本格開始（H）



- 東大IPC「オープンイノベーション推進 1号ファンド」やベンチャー投資ファンド「WiL Ventures III, L.P.」への出資により、アカデミアやスタートアップとの連携を強化（H/MP/DAC）



ソーシャルグッドな事業創造

- UNIVERSITY of CREATIVITYは、都市の遊休地や屋上を活用したアーバンファームという生活文化の創造を推進（H）

Tokyoを
食べられる森
にしよう



Tokyo
Urban
Farming
Re-generative Livedesign
in Cities

- 大阪・関西万博「TEAM EXPO 2025」プログラムの共創パートナーとして、『未来を変える買い物 EARTH MALL』の取り組みを通じ、未来社会の共創に貢献（H）

未来を変える買い物を。



HakuhodoDY holdings

博報堂DYホールディングス