

HakuhodoDY holdings

2023年 3月期 第2四半期  
連結決算概要

2022年 11月11日

# 2023年 3月期 第2四半期 連結業績

トップラインは市場を上回る伸長。戦略的費用投下により販管費が計画通り増加し、増収減益。

- 経済情勢の不透明感などを背景に国内広告市場は低調。当社グループはコロナ禍からの回復需要を積み上げ、市場を上回る伸びとなった他、M&Aの押し上げもあり、前年同期比9.1%増収（※）。
- 売上高、収益および売上総利益は過去最高。
- 国内では4マスメディアが前年同期を下回ったものの、インターネットメディア、アウトドアメディアが前年同期を上回り、メディア業務全体でも前年同期を上回る水準。そして、マーケティング/プロモーションが大幅増。
- 海外は中華圏を含むアジアにて回復基調が継続していることに加え、為替変動影響及びM&Aも押し上げる。
- 販管費は戦略費の投下や活動費の戻り、為替変動影響もあり同13.2%増加し、営業利益は同28.3%減益（※）。
- 概ね業績予想の想定通りの進捗。

（※）投資事業を除く数値に基づく。

23年3月期 第2四半期（累計）

▶ 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	719,646	+58,272	+8.8%
収益	419,382	+48,479	+13.1%
営業利益	20,525	-7,724	-27.3%
経常利益	24,006	-5,891	-19.7%
親会社株主に帰属する四半期純利益	11,719	-2,837	-19.5%

- ・ 売上高は前年同期比8.8%増、収益は同13.1%増。
- ・ 営業利益は27.3%減益の205億円。
- ・ 親会社株主に帰属する四半期純利益は19.5%減益の117億円。

23年3月期 第2四半期（累計）

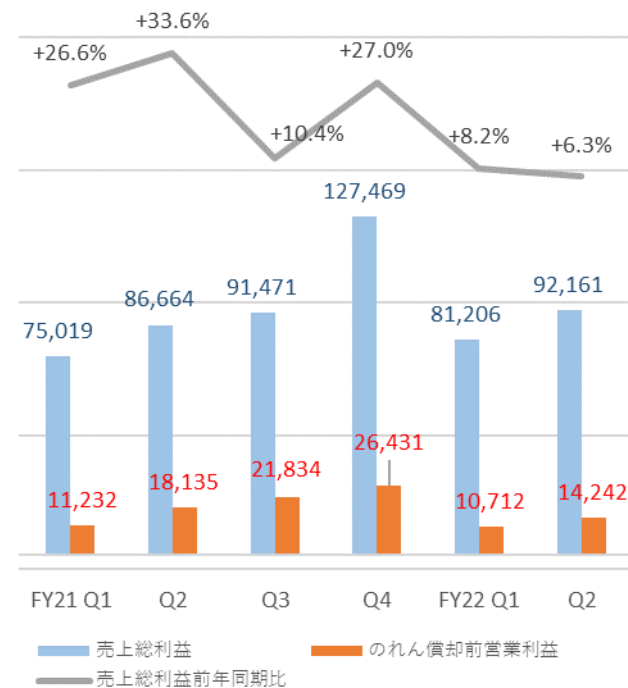
（金額：百万円）

	実績	対前年同期比	
売上高	715,611	+59,402	+9.1%
収益	415,346	+49,608	+13.6%
売上総利益	173,368	+11,685	+7.2%
売上総利益率	24.2%	-0.4pt	
販管費	156,616	+18,292	+13.2%
営業利益	16,751	-6,607	-28.3%
OM率	9.7%	-4.8pt	
のれん等償却額	8,202	+2,193	+36.5%
のれん償却前営業利益	24,954	-4,413	-15.0%
のれん償却前OM率	14.4%	-3.8pt	

▶ 連結損益（投資事業除き）の詳細は、p.18参照。

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）

（金額：百万円）



- ・ 売上高は前年同期比9.1%の増収。
- ・ 売上総利益は同7.2%増加。売上高、収益、売上総利益は過去最高。
- ・ 販管費は同13.2%増加。トップラインの伸び以上に増加し、営業利益は28.3%の減益。
- ・ のれん償却前営業利益は15.0%の減益。

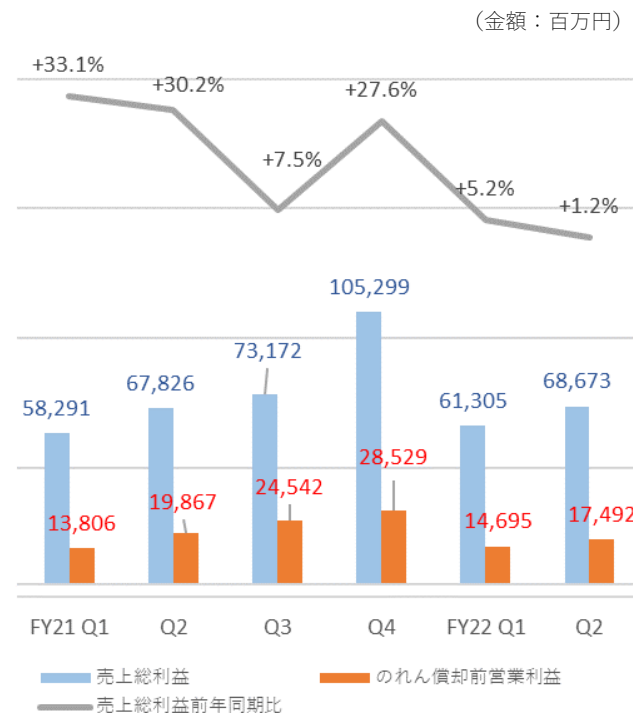
※ のれん等償却額とは、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

23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	611,069	+35,025	+6.1%
収益	310,805	+25,232	+8.8%
売上総利益	129,978	+3,860	+3.1%
売上総利益率	21.3%	-0.6pt	
販管費	98,562	+5,548	+6.0%
営業利益	31,416	-1,687	-5.1%
OM率	24.2%	-2.1pt	
のれん等償却額	772	+201	+35.3%
のれん償却前営業利益	32,188	-1,485	-4.4%
のれん償却前OM率	24.8%	-1.9pt	

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）



- ・ マーケティング/プロモーション、インターネットメディアが牽引し6.1%の増収。
- ・ 売上総利益は前年同期比3.1%増益、一方、売上総利益率は前年から0.6pt低下。
- ・ 戦略費用の投下もあり、販管費は同6.0%増加、営業利益は同5.1%減少、のれん償却前営業利益は同4.4%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。

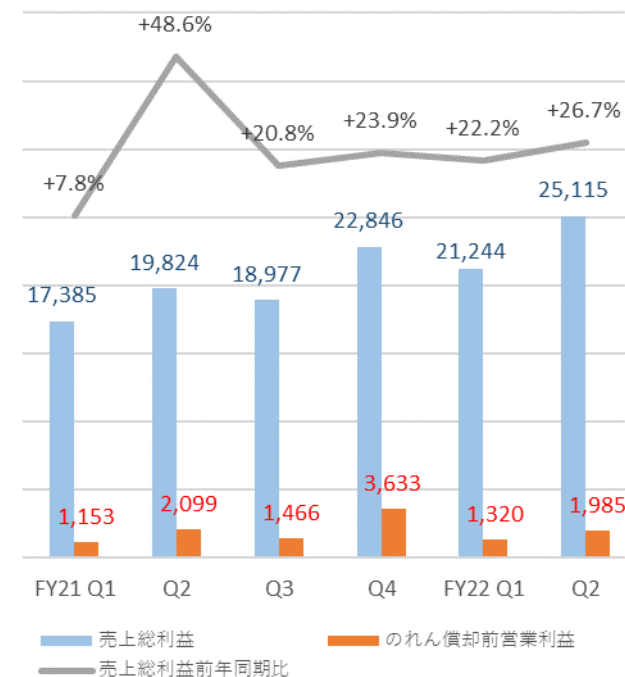
23年3月期 第2四半期（累計）

（金額：百万円）

	実績	対前年同期比	
売上高	108,833	+25,476	+30.6%
収益	108,833	+25,476	+30.6%
売上総利益	46,359	+9,148	+24.6%
売上総利益率	42.6%	-2.0pt	
販管費	50,483	+11,088	+28.1%
営業利益	-4,124	-1,939	n/a
OM率	-8.9%	-3.0pt	
のれん等償却額	7,430	+1,992	+36.6%
のれん償却前営業利益	3,306	+52	+1.6%
のれん償却前OM率	7.1%	-1.6pt	

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）

（金額：百万円）



- ・ 売上総利益は前年同期比30.6%増加。
- ・ 中華圏、ASEANその他アジアの力強い回復の他、北米の為替影響とM&Aの押し上げもあり、高い伸びとなった。
- ・ 販管費は前年同期比28.1%増加、のれん償却前営業利益は同1.6%増加。
- ・ 投資事業を除いた連結売上総利益に占める海外の割合は26.7%。

※ 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。

23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
新聞	14,373	-3,050	-17.5%	2.4%
雑誌	3,625	-409	-10.2%	0.6%
ラジオ	5,632	-134	-2.3%	0.9%
テレビ	178,149	-5,161	-2.8%	29.3%
<b>4マス計</b>	<b>201,781</b>	<b>-8,755</b>	<b>-4.2%</b>	<b>33.2%</b>
インターネットメディア	156,351	+16,265	+11.6%	25.8%
アウトドアメディア	16,109	+2,871	+21.7%	2.7%
<b>メディア計</b>	<b>374,242</b>	<b>+10,381</b>	<b>+2.9%</b>	<b>61.6%</b>
クリエイティブ	68,298	+2,673	+4.1%	11.3%
マーケティング／プロモーション	147,161	+18,473	+14.4%	24.2%
その他（コンテンツ等）	17,368	+2,410	+16.1%	2.9%
<b>メディア以外計</b>	<b>232,828</b>	<b>+23,557</b>	<b>+11.3%</b>	<b>38.4%</b>
<b>上記種目合計</b>	<b>607,071</b>	<b>+33,939</b>	<b>+5.9%</b>	<b>100.0%</b>
投資事業	4,035	-1,129		
その他	3,998			
<b>国内売上高</b>	<b>615,105</b>	<b>+33,896</b>	<b>+5.8%</b>	
<b>インターネット領域売上高</b>	<b>185,365</b>	<b>+18,440</b>	<b>+11.0%</b>	<b>30.5%</b>
<b>マーケティング実践領域売上高</b>	<b>76,279</b>	<b>+8,243</b>	<b>+12.1%</b>	<b>12.6%</b>

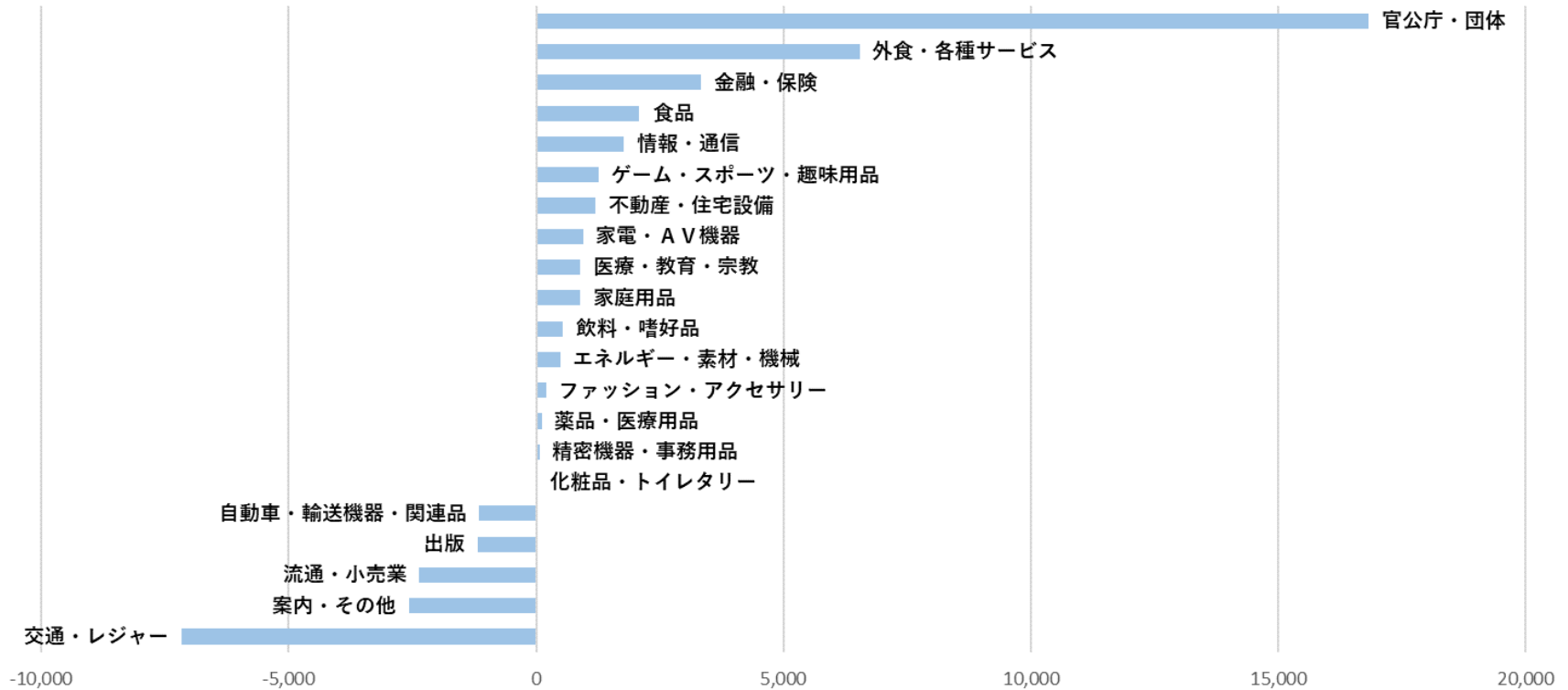
※ 「その他」の主なものは、一部集計不能な国内子会社の売上高である。



業種別売上高の詳細はp.23-26参照。

23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

官公庁・団体	当期実績	273億円	前年同期比	+168億円 (+159.6%)
外食・各種サービス		313億円		+65億円 (+26.4%)
金融・保険		305億円		+33億円 (+12.3%)

・ 主な減少業種

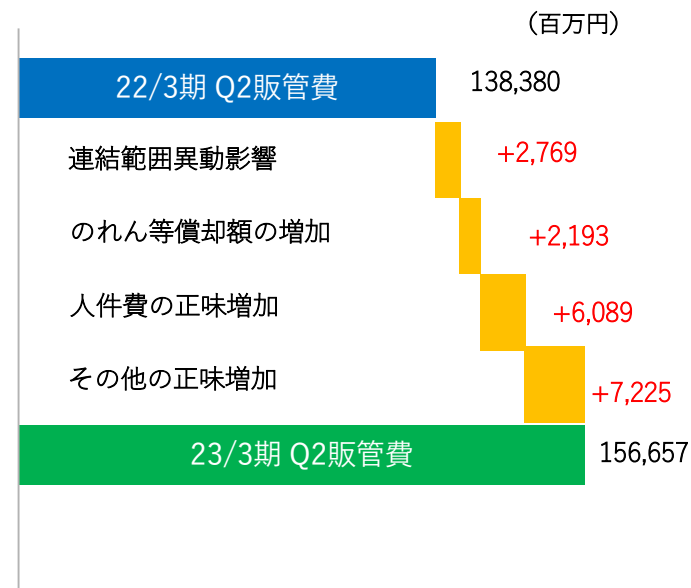
交通・レジャー	当期実績	163億円	前年同期比	-71億円 (-30.5%)
---------	------	-------	-------	----------------

23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	103,908	+8,067	+8.4%
賃借料	9,807	+573	+6.2%
減価償却費	3,939	+607	+18.2%
のれん等償却額	8,202	+2,193	+36.5%
その他	30,799	+6,835	+28.5%
その他経費 計	52,749	+10,209	+24.0%
販売費及び一般管理費 計	156,657	+18,277	+13.2%

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13.2%増加。
- ・ 基盤強化のための戦略費の投下により人件費は同8.4%増加、その他経費は同24.0%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133億円増加。人件費60億円増加、その他経費も72億円増加。
- ・ 22年9月末の従業員数は22年3月末から1,891名増の27,413名。

23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
<b>営業外収益</b>	<b>4,308</b>	<b>+1,953</b>
内 受取利息	188	+39
受取配当金	1,317	+136
為替差益	1,341	+1,341
投資事業組合利益	471	+142
<b>営業外費用</b>	<b>827</b>	<b>+120</b>
内 支払利息	210	-39
持分法損失	293	+156

## 特別損益

(金額：百万円)	実績	対前年同期比
<b>特別利益</b>	<b>2,106</b>	<b>+1,738</b>
内 投資有価証券売却益	1,022	
関係会社株式売却益	501	
権利譲渡収入	350	
<b>特別損失</b>	<b>888</b>	<b>+466</b>
内 特別退職金	338	
投資有価証券評価損	111	

# 2023年 3月期 業績予想

2023年3月期通期業績予想は従来から変更しておりません

通期業績予想

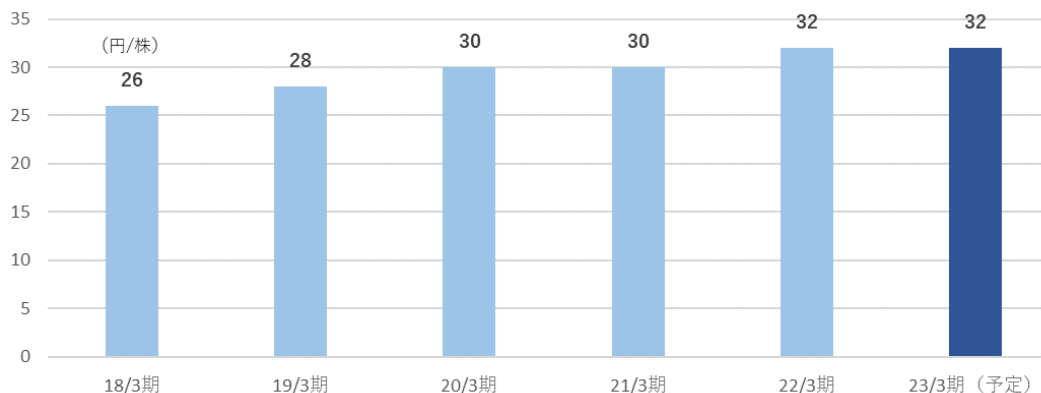
(金額：百万円)

	通期業績予想	対前年同期比	
売上高	1,630,000	+111,078	+7.3%
営業利益	51,000	-20,642	-28.8%
経常利益	53,000	-22,740	-30.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	26,000	-29,179	-52.9%
のれん償却前営業利益	64,000	-20,029	-23.8%

2023年 3月期  
株主還元

## 2023年3月期 配当金予想

従来予想から変更なく、年間1株当たり32円（うち中間配当同16円）といたします。



## 自己株式取得について

2022年11月10日、100億円を上限とする自社株式の取得を発表いたしました。

当社は現在、将来の成長に向けた基盤整備のための投資に、積極的に資金を投じる方針ですが、同時に業績、投資計画の進捗、財務状況など総合的に勘案し、追加的な株主還元も検討してまいります。

## （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2022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 2023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	719,646	+58,272	+8.8%	349,106	+6.8%	370,540	+10.8%
収益	419,382	+48,479	+13.1%	195,636	+13.5%	223,746	+12.7%
売上総利益	177,182	+10,552	+6.3%	84,420	+7.9%	92,762	+4.9%
売上総利益率	24.6%	-0.6pt		24.2%	+0.3pt	25.0%	-1.4pt
販管費	156,657	+18,277	+13.2%	72,961	+10.3%	83,695	+15.9%
営業利益	20,525	-7,724	-27.3%	11,458	-5.2%	9,066	-43.9%
OM率	11.6%	-5.4pt		13.6%	-1.9pt	9.8%	-8.5pt
営業外収益	4,308	+1,953	+83.0%	2,949	+83.7%	1,359	+81.3%
営業外費用	827	+120	+17.1%	537	+21.8%	289	+9.2%
経常利益	24,006	-5,891	-19.7%	13,870	+4.7%	10,136	-39.1%
特別利益	2,106	+1,738	+472.9%	366	+30.7%	1,740	+1885.7%
特別損失	888	+466	+110.8%	661	+512.2%	227	-27.5%
税金等調整前四半期純利益	25,224	-4,619	-15.5%	13,574	+1.1%	11,649	-29.1%
法人税等	11,955	-1,194	-9.1%	7,656	+27.8%	4,299	-39.9%
非支配株主に帰属する四半期純利益	1,549	-587	-27.5%	1,336	+12.0%	212	-77.4%
親会社株主に帰属する四半期純利益	11,719	-2,837	-19.5%	4,582	-26.5%	7,136	-14.2%
のれん等償却額	8,202	+2,193	+36.5%	2,447	+5.1%	5,755	+56.4%
のれん償却前営業利益	28,727	-5,530	-16.1%	13,905	-3.5%	14,822	-25.3%
のれん償却前OM率	16.2%	-4.3pt		16.5%	-2.0pt	16.0%	-6.5pt

※ 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。

2023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	715,611	59,402	+9.1%	345,848	+6.8%	369,763	+11.2%
収益	415,346	49,608	+13.6%	192,377	+13.8%	222,969	+13.4%
売上総利益	173,368	11,685	+7.2%	81,206	+8.2%	92,161	+6.3%
売上総利益率	24.2%	-0.4pt		23.5%	+0.3pt	24.9%	-1.1pt
販管費	156,616	18,292	+13.2%	72,941	+10.3%	83,674	+15.9%
営業利益	16,751	-6,607	-28.3%	8,264	-7.2%	8,486	-41.3%
OM率	9.7%	-4.8pt		10.2%	-1.7pt	9.2%	-7.5pt
のれん等償却額	8,202	2,193	+36.5%	2,447	+5.1%	5,755	+56.4%
のれん償却前営業利益	24,954	-4,413	-15.0%	10,712	-4.6%	14,242	-21.5%
のれん償却前OM率	14.4%	-3.8pt		13.2%	-1.8pt	15.5%	-5.5pt
<b>投資事業</b>							
(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	4,035	-1,129		3,258	-25	776	-1,103
収益	4,035	-1,129		3,258	-25	776	-1,103
売上総利益	3,814	-1,132		3,213	-7	600	-1,124
販管費	41	-14		19	-17	21	+2
営業利益	3,773	-1,117		3,193	+9	579	-1,127

※ 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。

2023年3月期 第2四半期（累計）

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
<b>日本</b>			
売上高	615,105	+33,896	+5.8%
収益	314,841	+24,103	+8.3%
売上総利益	133,793	+2,728	+2.1%
販管費	98,603	+5,533	+5.9%
営業利益	35,189	-2,804	-7.4%
<b>海外</b>			
売上高	108,833	+25,476	+30.6%
収益	108,833	+25,476	+30.6%
売上総利益	46,359	+9,148	+24.6%
販管費	50,483	+11,088	+28.1%
営業利益	-4,124	-1,939	n/a
<b>消去または全社</b>			
売上高	-4,291	-386,997	
収益	-4,291	+369,801	
売上総利益	-2,970	-104,153	
販管費	7,569	-63,073	
営業利益	-10,540	-41,079	
<b>連結</b>			
売上高	719,646	+58,272	+8.8%
収益	419,382	+48,479	+13.1%
売上総利益	177,182	+10,552	+6.3%
販管費	156,657	+18,277	+13.2%
営業利益	20,525	-7,724	-27.3%

2023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
<b>日本（投資事業除き）</b>							
（金額：百万円）							
売上高	611,069	+35,025	+6.1%	298,466	+4.8%	312,603	+7.4%
売上総利益	129,978	+3,860	+3.1%	61,305	+5.2%	68,673	+1.2%
売上総利益率	21.3%	-0.6pt		20.5%	+0.1pt	22.0%	-1.3pt
販管費	98,562	+5,548	+6.0%	46,837	+4.6%	51,724	+7.2%
営業利益	31,416	-1,687	-5.1%	14,467	+6.9%	16,949	-13.4%
OM率	24.2%	-2.1pt		23.6%	+0.4pt	24.7%	-4.2pt
のれん等償却額	772	+201	+35.3%	228	-18.1%	543	+86.6%
のれん償却前営業利益	32,188	-1,485	-4.4%	14,695	+6.4%	17,492	-12.0%
のれん償却前OM率	24.8%	-1.9pt		24.0%	+0.3pt	25.5%	-3.8pt
<b>海外</b>							
（金額：百万円）							
売上高	108,833	+25,476	+30.6%	49,499	+22.8%	59,333	+37.8%
売上総利益	46,359	+9,148	+24.6%	21,244	+22.2%	25,115	+26.7%
売上総利益率	42.6%	-2.0pt		42.9%	-0.2pt	42.3%	-3.7pt
販管費	50,483	+11,088	+28.1%	22,142	+21.1%	28,341	+34.2%
営業利益	-4,124	-1,939	n/a	-897	n/a	-3,226	n/a
OM率	-8.9%	-3.0pt		-4.2%	+0.9pt	-12.8%	-6.3pt
のれん等償却額	7,430	+1,992	+36.6%	2,218	+8.3%	5,212	+53.8%
のれん償却前営業利益	3,306	+52	+1.6%	1,320	+14.5%	1,985	-5.4%
のれん償却前OM率	7.1%	-1.6pt		6.2%	-0.4pt	7.9%	-2.7pt

# 種目別売上高（累計および四半期）

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）			
	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	14,373	-3,050	-17.5%	7,275	-20.9%	7,098	-13.7%
雑誌	3,625	-409	-10.2%	1,553	-18.6%	2,071	-2.6%
ラジオ	5,632	-134	-2.3%	2,866	-0.7%	2,766	-4.0%
テレビ	178,149	-5,161	-2.8%	91,278	-4.5%	86,871	-0.9%
4マス計	201,781	-8,755	-4.2%	102,973	-6.1%	98,807	-2.1%
インターネットメディア	156,351	+16,265	+11.6%	80,118	+5.9%	76,232	+18.3%
アウトドアメディア	16,109	+2,871	+21.7%	7,706	+16.8%	8,403	+26.5%
メディア計	374,242	+10,381	+2.9%	190,798	-0.6%	183,444	+6.7%
クリエイティブ	68,298	+2,673	+4.1%	33,310	+5.0%	34,987	+3.2%
マーケティング/プロモーション	147,161	+18,473	+14.4%	66,004	+24.7%	81,156	+7.1%
その他（コンテンツ等）	17,368	+2,410	+16.1%	7,405	-2.4%	9,963	+35.1%
メディア以外計	232,828	+23,557	+11.3%	106,720	+15.7%	126,108	+7.8%
上記種目合計	607,071	+33,939	+5.9%	297,518	+4.7%	309,552	+7.1%
上記種目以外	8,034	-1,129		4,205		3,828	
国内売上高	615,105	+33,896	+5.8%	301,724	+4.7%	313,380	+6.9%
インターネット領域売上高	185,365	+18,440	+11.0%	93,536	+6.7%	91,829	+15.8%

2023年3月期 第2四半期 (累計)

(金額：百万円)

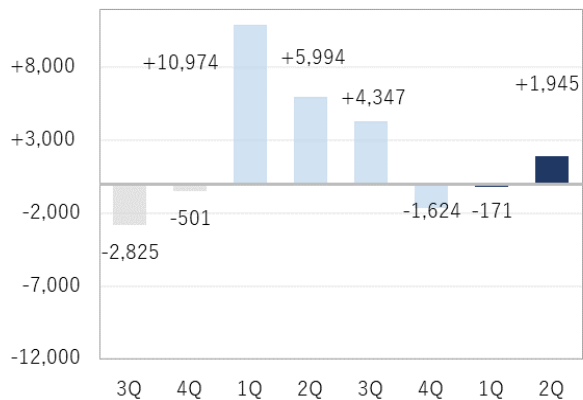
	実績	対前年同期比		構成比
情報・通信	66,234	+1,773	+2.8%	13.1%
飲料・嗜好品	58,892	+532	+0.9%	11.6%
自動車・輸送機器・関連品	46,916	-1,161	-2.4%	9.3%
食品	38,605	+2,082	+5.7%	7.6%
化粧品・トイレタリー	34,140	+20	+0.1%	6.7%
外食・各種サービス	31,358	+6,553	+26.4%	6.2%
金融・保険	30,593	+3,342	+12.3%	6.0%
薬品・医療用品	29,024	+112	+0.4%	5.7%
官公庁・団体	27,362	+16,821	+159.6%	5.4%
流通・小売業	22,249	-2,368	-9.6%	4.4%
不動産・住宅設備	21,547	+1,199	+5.9%	4.3%
交通・レジャー	16,363	-7,175	-30.5%	3.2%
ゲーム・スポーツ・趣味用品	13,501	+1,260	+10.3%	2.7%
家庭用品	11,308	+891	+8.6%	2.2%
ファッション・アクセサリ	10,611	+216	+2.1%	2.1%
家電・AV機器	9,088	+946	+11.6%	1.8%
エネルギー・素材・機械	8,627	+488	+6.0%	1.7%
出版	7,555	-1,184	-13.6%	1.5%
医療・教育・宗教	6,870	+897	+15.0%	1.4%
精密機器・事務用品	3,099	+78	+2.6%	0.6%
案内・その他	12,715	-2,569	-16.8%	2.5%
上記業種計	506,665	+22,758	+4.7%	100.0%
投資事業	4,035	-1,129		
上記業種以外 計	104,404			
国内売上高	615,105	+33,896	+5.8%	

# 業種別前年同期比（四半期単位） (1)

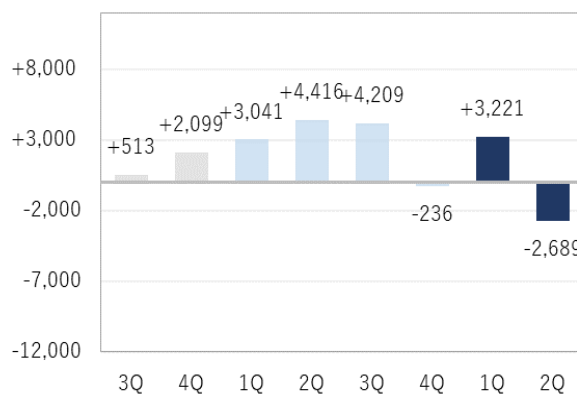
21年3月期
  22年3月期
  23年3月期

金額：百万円

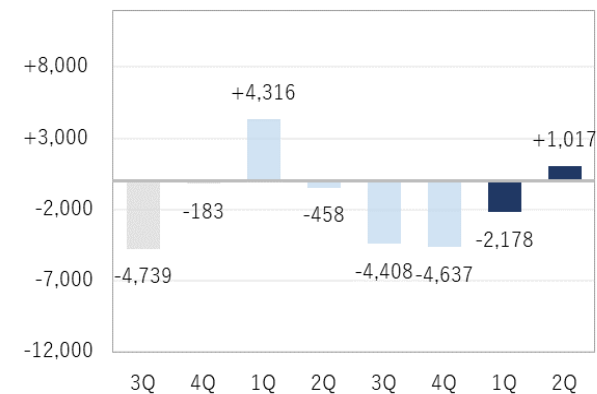
情報・通信



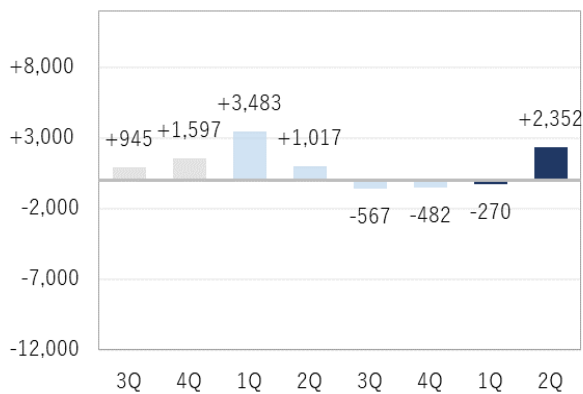
飲料・嗜好品



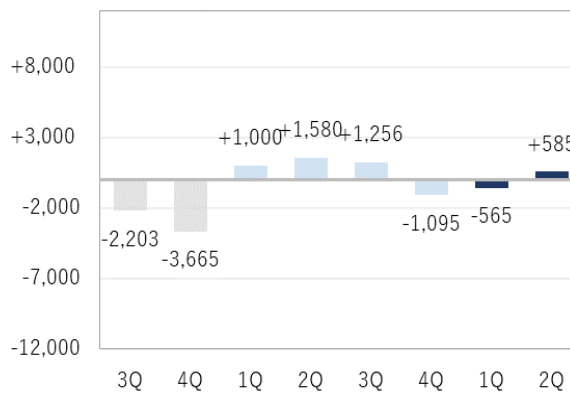
自動車・関連品



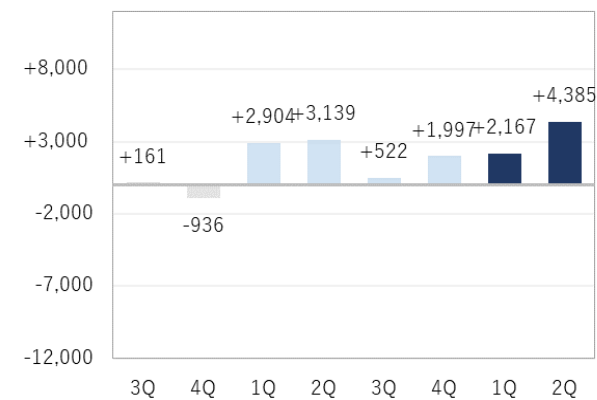
食品



化粧品・トイレットリー



外食・各種サービス

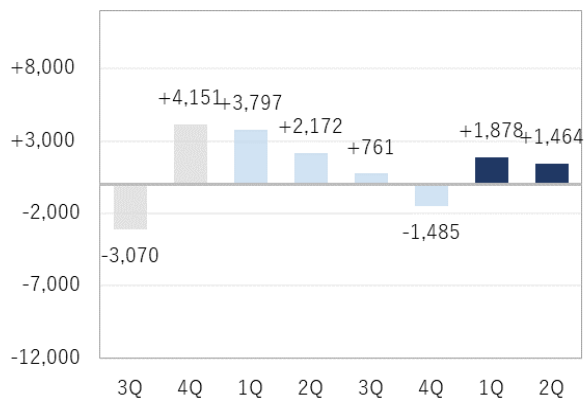




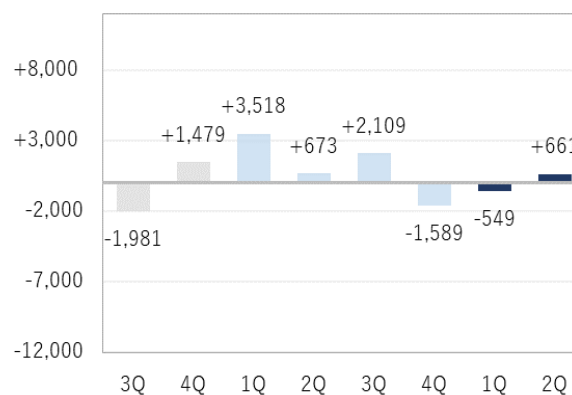
# 業種別前年同期比（四半期単位）（2）

■ 21年3月期 ■ 22年3月期 ■ 23年3月期  
金額：百万円

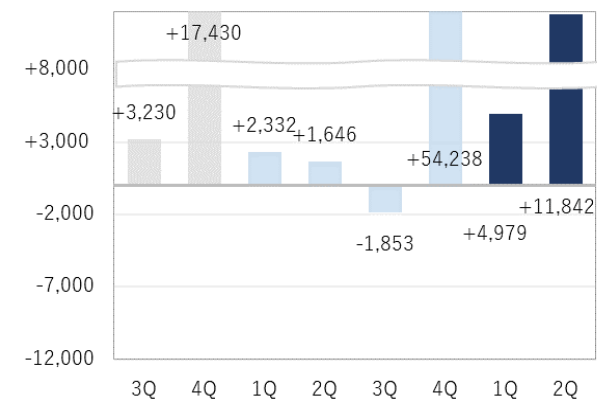
金融・保険



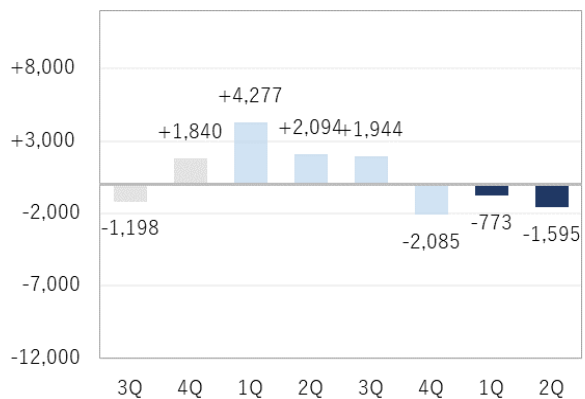
薬品・医療用品



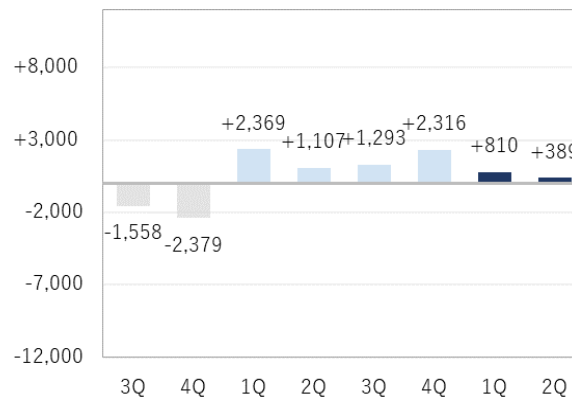
官公庁・団体



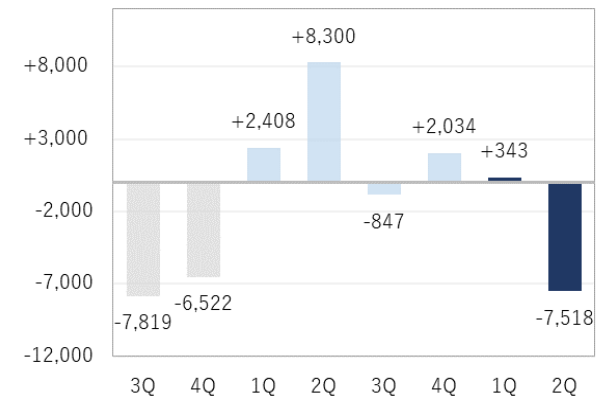
流通・小売業



不動産・住宅設備



交通・レジャー

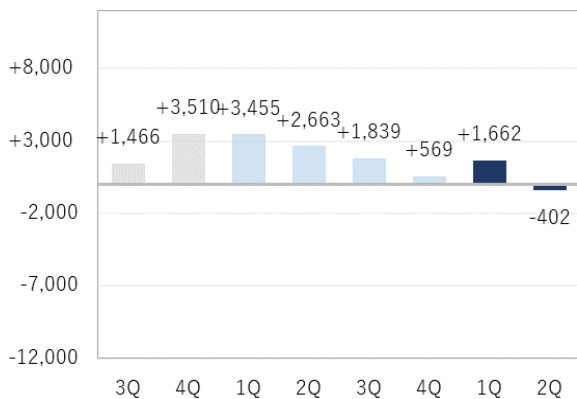


# 業種別前年同期比（四半期単位） (3)

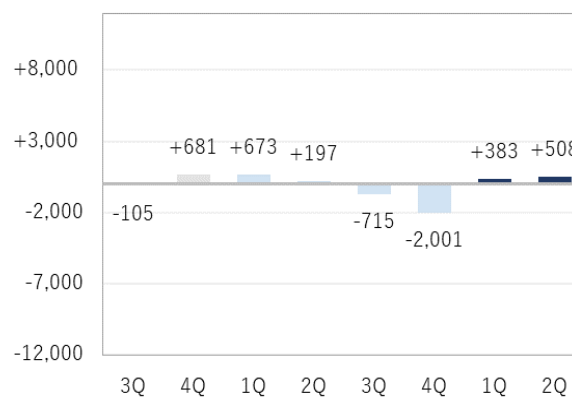
21年3月期
  22年3月期
  23年3月期

金額：百万円

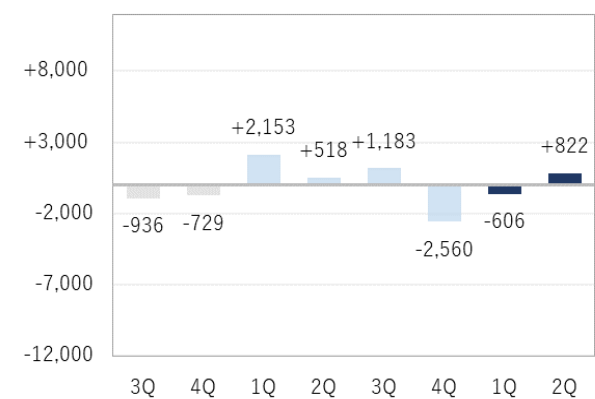
ゲーム・スポーツ・趣味用品



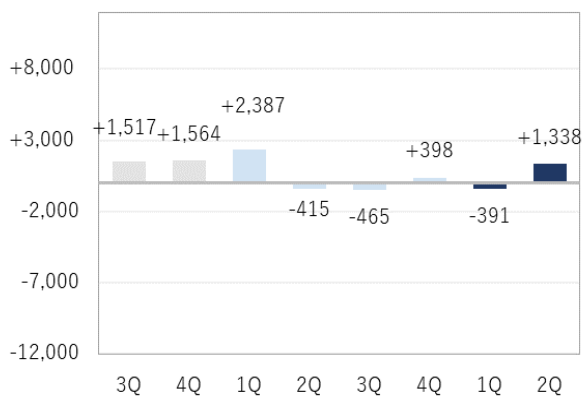
家庭用品



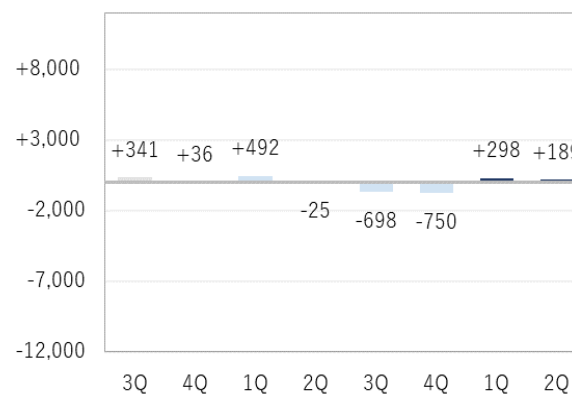
ファッション・アクセサリ



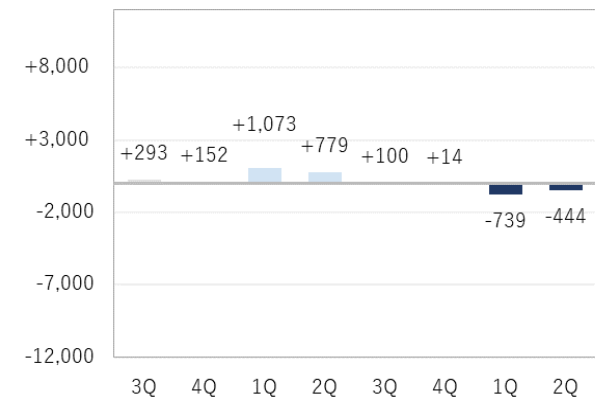
家電・AV機器



エネルギー・素材・機械



出版

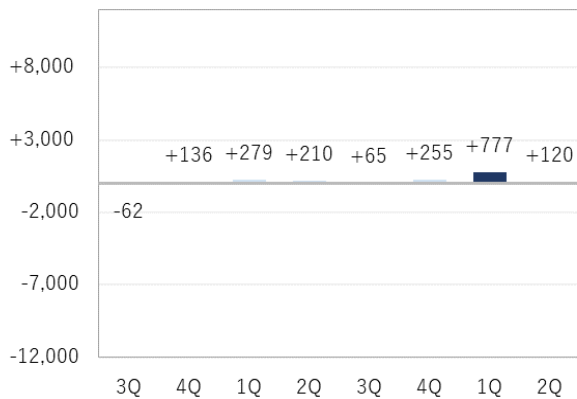


# 業種別前年同期比（四半期単位） (4)

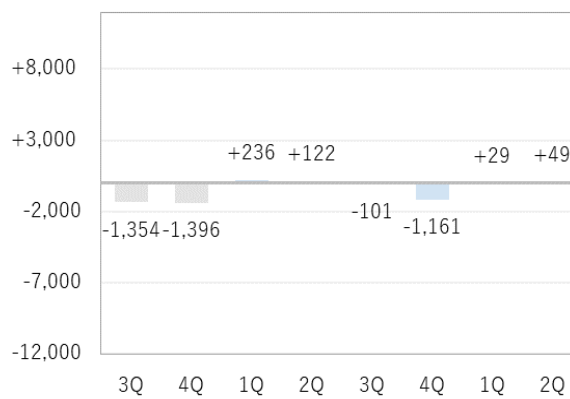
21年3月期
  22年3月期
  23年3月期

金額：百万円

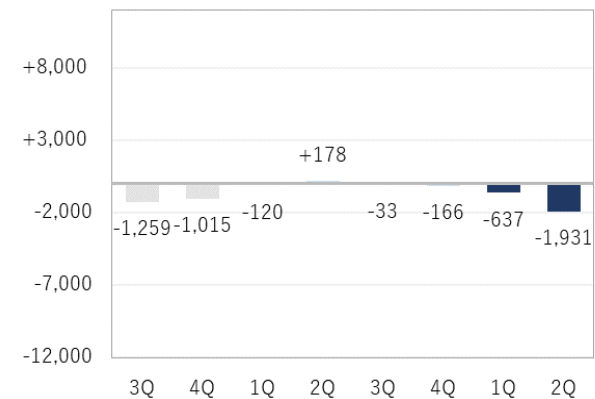
医療・教育・宗教



精密機器・事務用品



案内・その他



(金額：百万円)	22年9月末	前期末比	構成比
流動資産	648,160	-106,693	66.5%
内 現金及び預金	205,385	+21,401	
受取手形及び売掛金	316,550	-121,854	
固定資産	327,229	+29,066	33.5%
有形固定資産	39,688	+2,564	
無形固定資産	103,614	+31,297	
内 のれん	72,387	+27,289	
投資その他の資産	183,926	-4,794	
内 投資有価証券	137,422	+725	
資産合計	975,390	-77,626	100.0%
流動負債	421,483	-84,156	43.2%
内 支払手形及び買掛金	241,902	-56,767	
短期借入金	8,731	-2,019	
固定負債	154,712	-5,249	15.9%
内 長期借入金	113,332	-655	
負債合計	576,195	-89,406	59.1%
株主資本	324,673	+5,497	33.3%
資本金	10,790	-	
資本剰余金	-	-	
利益剰余金	325,094	+5,336	
自己株式	-11,212	+160	
その他の包括利益累計額	44,800	+6,122	4.6%
新株予約権	223	-2	0.0%
非支配株主持分	29,497	+162	3.0%
純資産合計	399,194	+11,779	40.9%

2023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	47,616	+15,858
投資活動によるキャッシュ・フロー	-18,850	-9,251
有形固定資産の取得による支出	-2,530	-487
無形固定資産の取得による支出	-4,659	-2,450
投資有価証券の取得による支出	-3,449	-1,299
出資金の払込による支出	-2,535	-2,151
子会社株式及び出資金の取得による支出	-8,478	-4,256
連結範囲の変更を伴う子会社株式の取得収入	1,975	+1,975
財務活動によるキャッシュ・フロー	-14,412	-17,013
短期借入金の純増減	-3,189	-13,457
長期借入金・社債の純増減	-2,666	-3,267
配当金の支払額	-6,347	-758
非支配株主への配当金の支払額	-453	+334
連結範囲の変更を伴わない子会社株式の取得支出	-263	-106
現金及び現金同等物の期首残高	180,697	+4,654
現金及び現金同等物の期末残高	201,058	-1,665

# 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、(SO) : ソウルドアウト

# 中期経営計画（見直し期間：2022年3月期～2024年3月期）

<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>提供サービスと事業基盤の变革</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 提供サービスの变革：“生活者データ・ドリブン”フルファネルマーケティングの実践</li> <li>● 变革を加速する横串機能の強化</li> <li>● 従来戦略に基づく变革の継続</li> <li>● サステナブルな企業経営のための基盤強化</li> </ul>												
<p>重点領域の目標水準 (2024年3月期)</p>	<table border="0"> <tr> <td>● マーケティング実践領域</td> <td>売上総利益年平均伸長率※1</td> <td>:</td> <td>+10%以上</td> </tr> <tr> <td>● インターネット領域</td> <td>売上高年平均伸長率</td> <td>:</td> <td>+15%以上</td> </tr> <tr> <td>● 海外事業領域</td> <td>売上総利益年平均伸長率</td> <td>:</td> <td>+15%以上</td> </tr> </table>	● マーケティング実践領域	売上総利益年平均伸長率※1	:	+10%以上	● インターネット領域	売上高年平均伸長率	:	+15%以上	● 海外事業領域	売上総利益年平均伸長率	:	+15%以上
● マーケティング実践領域	売上総利益年平均伸長率※1	:	+10%以上										
● インターネット領域	売上高年平均伸長率	:	+15%以上										
● 海外事業領域	売上総利益年平均伸長率	:	+15%以上										
<p>中期経営目標 (2024年3月期)</p>	<table border="0"> <tr> <td>のれん償却前営業利益</td> <td>650億円以上</td> </tr> <tr> <td>調整後※2売上総利益年平均成長率</td> <td>+7%以上</td> </tr> <tr> <td>調整後のれん償却前営業利益年平均成長率</td> <td>+7%以上</td> </tr> <tr> <td colspan="2">〈 重点指標 〉</td> </tr> <tr> <td>・ 調整後のれん償却前ホ<sup>o</sup>レーティング・マージン</td> <td>15%程度</td> </tr> <tr> <td>・ のれん償却前ROE</td> <td>10%以上</td> </tr> </table>	のれん償却前営業利益	650億円以上	調整後※2売上総利益年平均成長率	+7%以上	調整後のれん償却前営業利益年平均成長率	+7%以上	〈 重点指標 〉		・ 調整後のれん償却前ホ <sup>o</sup> レーティング・マージン	15%程度	・ のれん償却前ROE	10%以上
のれん償却前営業利益	650億円以上												
調整後※2売上総利益年平均成長率	+7%以上												
調整後のれん償却前営業利益年平均成長率	+7%以上												
〈 重点指標 〉													
・ 調整後のれん償却前ホ <sup>o</sup> レーティング・マージン	15%程度												
・ のれん償却前ROE	10%以上												

※1 基準年（2021年3月期）と2024年3月期を比較した数値

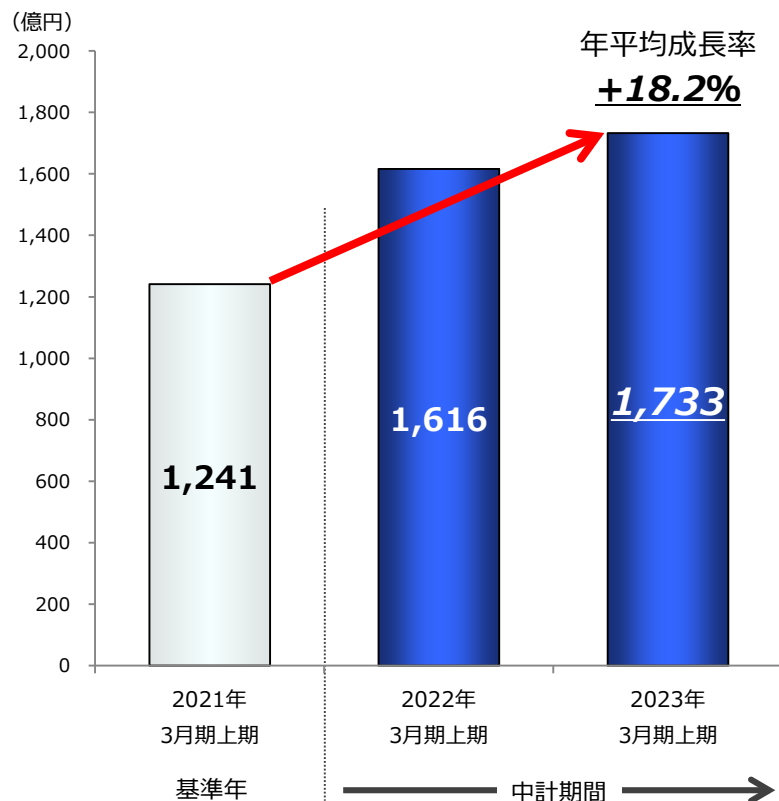
※2 調整後＝投資事業除き

# 2023年3月期上期における進捗総括

- 調整後売上総利益は、広告需要の回復の取り込みにより国内外ともに伸長し、基準年から二桁増
- 調整後のれん償却前営業利益は、積極的な戦略的投資や活動費の戻りの影響を受けつつも、基準年から大幅増益

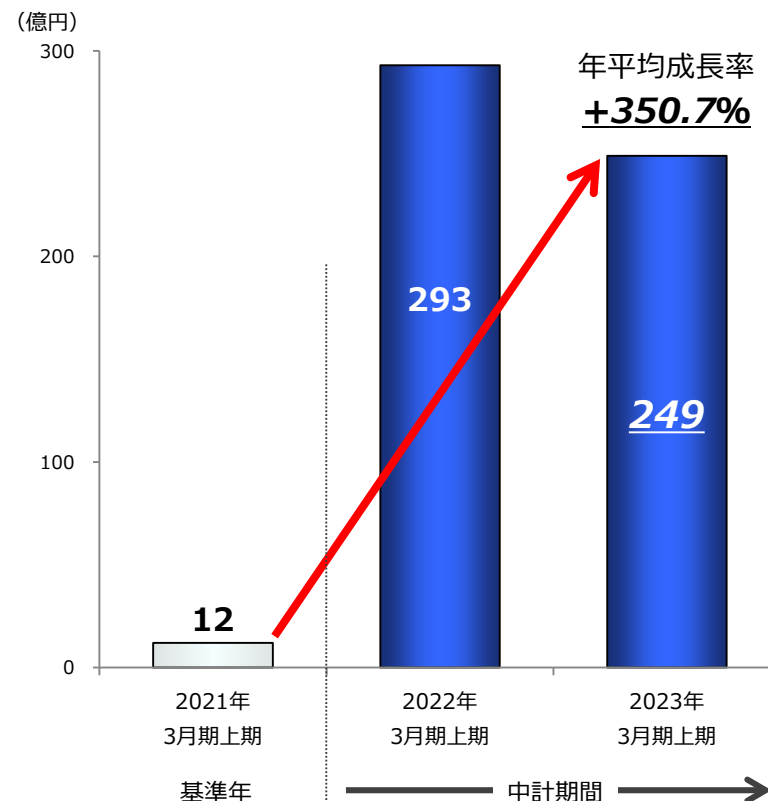
## 調整後※売上総利益

※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





# 提供サービスと事業基盤の変革に向けた取り組み

- 中期経営計画にて掲げた4つの取り組みを進め、体制や対応力を強化

**1**

## 提供サービスの変革

“生活者データ・ドリブン”フルファネルマーケティングの実践

**2**

## 変革を加速する横串機能の強化

**3**

## 従来戦略に基づく変革の継続

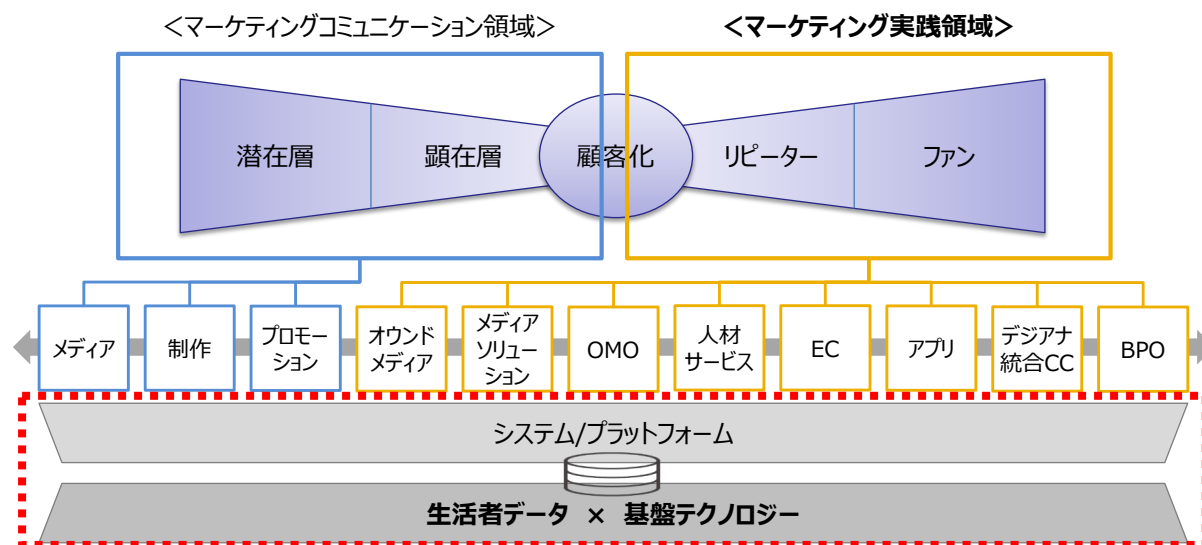
**4**

## サステナブルな企業経営のための基盤強化

# 1. 提供サービスの変革 : “生活者データ・ドリブン”フルファネルマーケティングの実践

- “生活者データ・ドリブン”フルファネルマーケティングの実践の要となる、生活者データの基盤強化をデータプライバシーに配慮しながら、積極的に推進

## “生活者データ・ドリブン”フルファネルマーケティングの実践



### 次世代データソリューションの研究/開発 (HC)

- ・ 楽天と「楽天データソリューションズ」を設立し、両社のデータと知見により企業のマーケティングを支援

**Rakuten**

### 次世代マーケティングDX推進 (H/MP/DAC/irep)

- ・ ポストクッキー時代の広告効果計測/サイト解析サービス「DATA GEAR Connect」の提供を開始

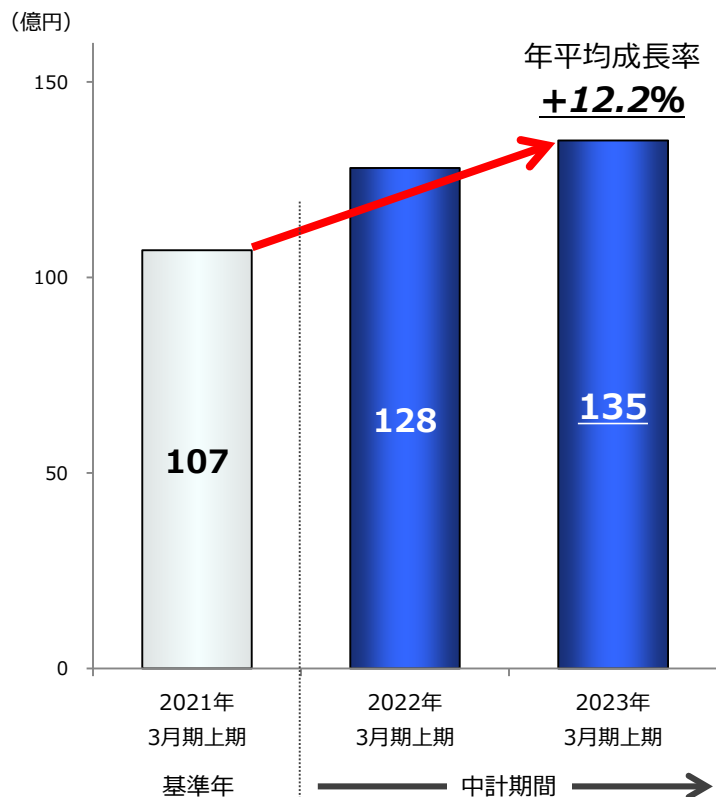
**DATA GEAR**  
Connect

# 1. 提供サービスの変革：マーケティング実践領域の拡張

- コロナ関連のBPO業務を除いたマーケティング実践領域の売上総利益は、人材サービス領域を中心に、基準年から年平均+12.2%と伸長
- 企業や生活者の変化を捉え、既存事業の拡大や成長が見込まれる市場での取り組みが進行

## マーケティング実践領域売上総利益※

※国内事業を対象に集計/コロナ関連のBPO業務除き



## トピックス

### 各領域の事業会社が着実に伸長

- ・ 人材サービス領域では、社会的な営業代行ニーズの高まりを捉え、事業拡大を継続
- ・ セレブリックスでは、800名超の営業のプロ人材を紹介する人材マッチングサービスの提供を開始



### ライブコマース市場での新価値創造 (MP)

- ・ 強力なインフルエンサーを多数抱えるUUUM社と合併会社「HUUM」設立に関する基本契約を締結
- ・ 放送局とインフルエンサーの連動により、高い信頼と訴求力を持つライブコマースの実現を目指す

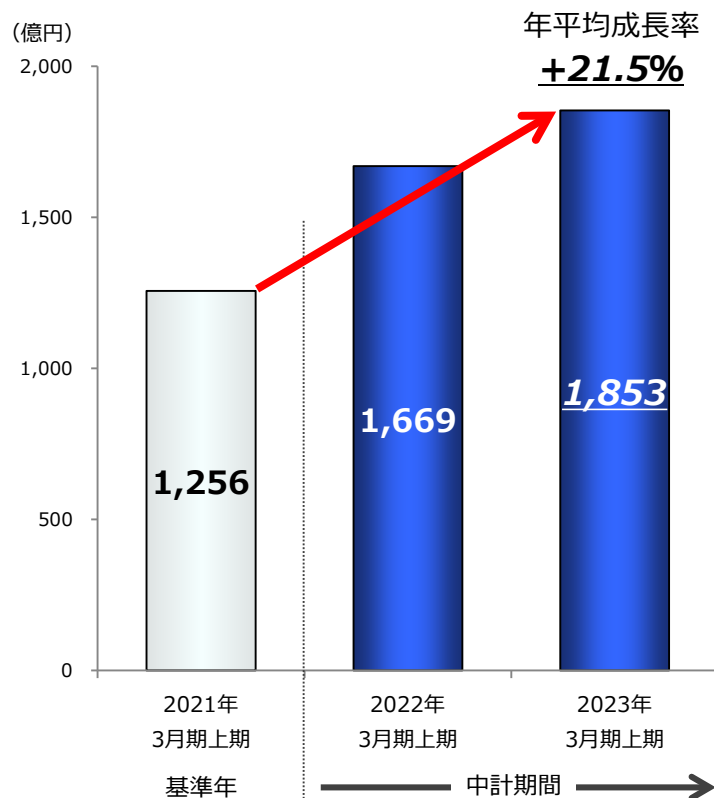
# UUUM

# 1. 提供サービスの変革：メディアビジネスの変革

- インターネット領域の売上高は、既存事業会社の伸長に加え、M&Aの押上げもあり、年平均+21.5%
- グループ内連携の進展によるデジタル領域の体制拡充や、急速に広がりつつあるメタバース領域での次世代型メディア事業への取り組みにも注力

## インターネット領域売上高※

※対象は国内事業の連結ベース/投資事業は除く



## トピックス

### 地方/SMB対応に向けたグループ連携開始 (SO)

- ・ 日本全国の地方/中小・ベンチャーにデジタルサービスを提供する「ソールドアウト」の損益取り込みを開始
- ・ グループ各社との速やかな連携体制の構築も進展し、デジタルサービス提供のエコシステム構築を推進

ともに覚悟する。ともに挑む。

**SOLDOUT**

### 次世代型メディア事業への取り組み (DAC)

- ・ ゲーム/XRコンテンツ等のバーチャル空間内での広告展開サービス「arrova」の取り組みが活発化
- ・ 米国Super League Gaming社と提携し、メタバース領域で国内初の広告販売も開始



# 1. 提供サービスの変革 : 生活者起点でのDX推進

- 「デジタル田園都市国家構想」の主要事業に採択された、地方の社会課題解決を目的としたDXプロジェクトや、ARを活用した生活者の新たな体験価値の創出に向けた取り組みを推進

## デジタル田園都市国家構想の社会実装 (H)

- 富山県朝日町と博報堂の共助/共創型サービスが、国が推し進める「デジタル田園都市国家構想」に採択
- 「地域教育」「地域交通」「地域活性」の各分野で、地域コミュニティ/自治体サービスをDXで再構築

## 仮想空間上でのコンテンツ体験の提供 (H)

- イオンモールとの共同で、AR技術を活用した新しい顧客体験創出の実証実験を開始
- リアル体験をより豊かにするARコンテンツ体験のあり方を検証し、企業のコミュニケーション活動の変革を推進



地域交通

地域活性

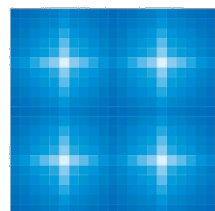


地域教育



## 2. 変革を加速する横串機能の強化

- グループのテクノロジー開発と基盤整備のコアとなる、本年4月に設立した「博報堂テクノロジーズ」が8月より営業活動を開始し、エンジニア等の積極採用に注力



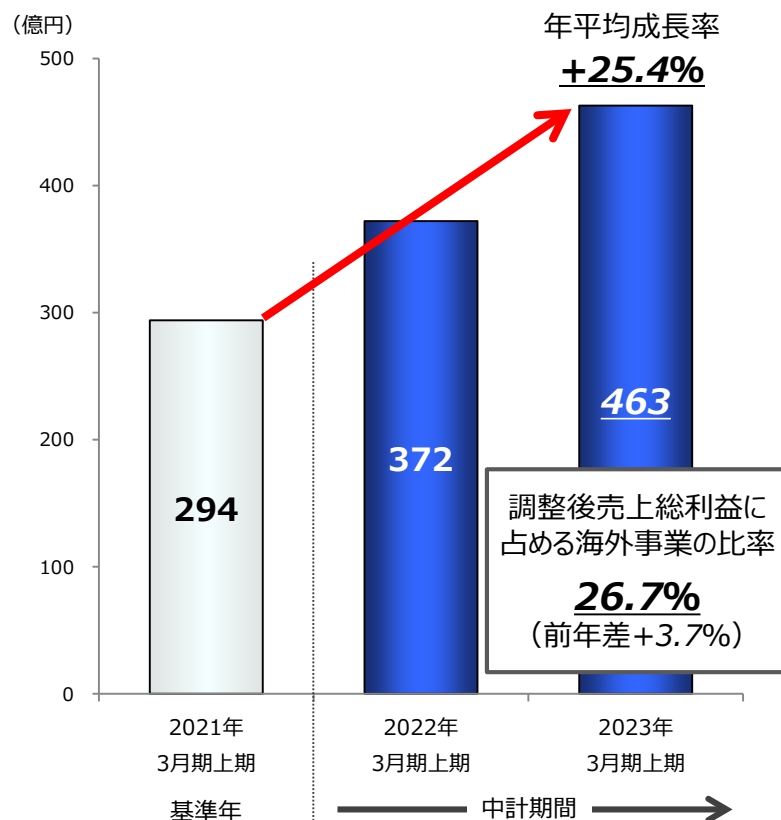
# HAKUHODO Technologies

MISSION	マーケティング×テクノロジーによって 社会と生活者に新しい価値・体験を提供する
VISION	世界一級のマーケティング×テクノロジー会社になる
VALUE	<ol style="list-style-type: none"><li>1. プロフェッショナルであること</li><li>2. オーナーシップを発揮すること</li><li>3. 新しい価値を生み出すことに果敢にチャレンジすること</li></ol>

### 3. 従来戦略に基づく変革の継続：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年平均+25.4%の伸びとなり、海外の比率は26.7%に拡大
- M&Aによる機能拡充の継続や、APACのグループ各社のネットワーク化により、グローバル企業の事業拡大やDX化支援などの対応体制を強化

#### 海外事業領域売上総利益



#### トピックス

##### M&Aによる機能拡充 (kyu/H)

- ・ イギリス屈指のパブリック・アフェアーズコンサルティング会社「Lexington」がkyuに参画
- ・ マレーシアの独立系デジタルエージェンシー「Kingdom Digital」を博報堂が子会社化

lexington **KINGDOM DIGITAL**

##### グループ体でのグローバル企業支援 (H/DAC)

- ・ APACにおける企業のマーケティングDXやメディアDX推進のための戦略ネットワーク「H+」を発足
- ・ 企業のDXをグループ体で支援し、グローバル視点での企業と生活者の新たな絆づくりに貢献

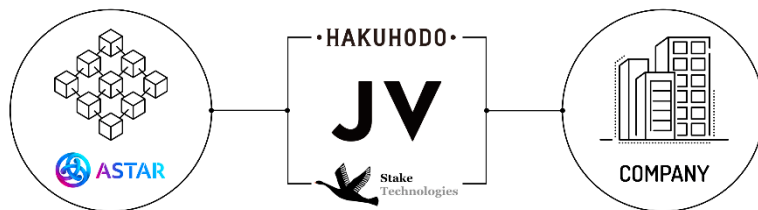


### 3. 従来戦略に基づく変革の継続 : 外部連携によるイノベーションの加速

- 日本発のパブリックブロックチェーン開発企業や、即時配達サービス企業/体験型ストアの運営企業など、多様なパートナーとの事業創造を継続

#### WEB3.0の新しい顧客体験開発 (H)

- 日本発パブリックブロックチェーン「AstarNetwork」開発元の「Stake Technologies」と、企業のWEB3.0参入/普及を目指す新会社設立に合意
- 多様なパートナー企業と共にWEB3.0の体験を創造し、より多くの生活者がWEB3.0に参加できる世界の構築を目指す



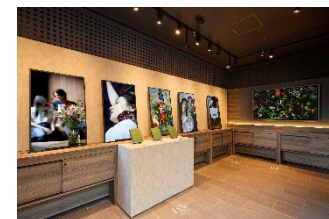
#### 新たなマーケティング事業の共同開発 (H)

- 日本発のQコマース(即時配達サービス)企業である「OniGO」と資本業務提携を締結



#### 新規事業の受容性検証手法の共同開発 (H)

- 体験型ストアb8taを運営する「b8ta Japan」と新規事業のテストマーケティング手法の提供開始





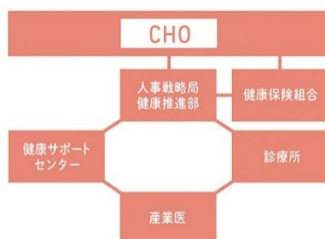
## 4. サステナブルな企業経営のための基盤強化

- 「サステナビリティゴール」の実現に向け、社員と会社の持続的な成長を支える「健康経営」を強化
- 気候変動対策等のESGの継続的な取り組み強化により、ESG投資指標の構成銘柄に選定

### サステナビリティゴール

生活者一人ひとりが、自分らしく、いきいきと生きていける社会の実現

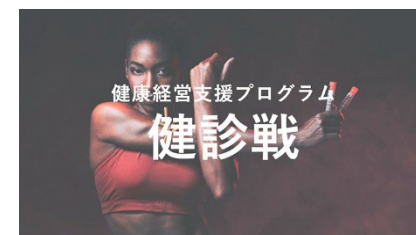
#### 足元の主な取り組み：「健康経営」の推進



CHOの任命  
(健康経営最高責任者)



健康白書のリリース



健康経営支援プログラム「健診戦」  
(2020年「厚生労働省健康局長優良賞」受賞)

#### ESG投資指標の構成銘柄に選定

**FTSE4Good Index Series**  
**FTSE Blossom Japan Index**

4年連続で選定

**FTSE Blossom Japan Sector**  
**Relative Index**

初選定

HakuhodoDY holdings

博報堂DYホールディングス