

HakuhodoDY holdings

2016年3月期 上期 連結決算概要

2015.11.9

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。

2016年3月期 上期 連結業績

2016年3月期 上期 連結業績（1）

売上総利益率の向上で上期営業利益は過去最高益更新

◎ 売上高：5,471億円、前年同期比+2.4%

・オーガニックの伸びを中心に見通しを下回ったものの、M&Aが寄与し、連結売上高は+2.4%の増収。

》業種別売上高：増加業種「外食・各種サービス」「流通・小売業」「官公庁・団体」

：減少業種「自動車・関連品」「飲料・嗜好品」「情報・通信」

》種目別売上高：「4マスメディア以外 計」は前年同期を上回ったが、「4マスメディア 計」は前年同期に好調だったテレビの反動減もあり前年同期を下回る。

◎ 売上総利益：1,039億円、前年同期比+8.7%、+82億円

◎ 売上総利益率：19.0%、前年同期比1.1ポイント向上

・M&Aによる海外フィー型ビジネスの取り込みを中心とした海外の売上総利益の増加が、増益ならびに売上総利益率の向上（0.6ポイント程度）に繋がる。それに加え、国内のグループ各社の収益性向上の取り組みが寄与。

◎ 販管費：876億円、前年同期比+9.8%、+78億円

・中期経営計画に沿ったM&Aなど体制強化、戦略的な費用投下を進めており、当上期は費用の増加率が売上総利益の伸びを上回る。

◎ 営業利益：163億円、前年同期比+3.0%、+4億円

・販管費増も売上総利益の増益で吸収し、前年同期を超える上期過去最高益。

◎ のれん償却前営業利益：171億円、前年同期比+3.6%、+5億円

◎ 当期純利益：102億円、前年同期比+8.9%、+8億円

2016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			
	'15年3月期	'16年3月期	前年同期比		'15年3月期	'16年3月期	前年同期比		'15年3月期	'16年3月期	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売上高	259,705	266,329	6,624	2.6%	274,811	280,859	6,048	2.2%	534,516	547,189	12,673	2.4%
売上総利益	44,470	48,466	3,996	9.0%	51,198	55,495	4,296	8.4%	95,669	103,961	8,292	8.7%
(売上総利益率)	(17.1%)	(18.2%)	(+1.1%)		(18.6%)	(19.8%)	(+1.1%)		(17.9%)	(19.0%)	(+1.1%)	
販管費	38,698	42,451	3,753	9.7%	41,109	45,169	4,060	9.9%	79,807	87,621	7,813	9.8%
営業利益	5,771	6,014	242	4.2%	10,089	10,325	236	2.3%	15,861	16,340	479	3.0%
(オペレーティング・マージン)	(13.0%)	(12.4%)	(-0.6%)		(19.7%)	(18.6%)	(-1.1%)		(16.6%)	(15.7%)	(-0.9%)	
営業外損益	528	755	227		403	683	280		931	1,439	507	
経常利益	6,300	6,770	469	7.5%	10,492	11,009	517	4.9%	16,793	17,779	986	5.9%
特別損益	122	(71)	(194)		871	(91)	(963)		994	(163)	(1,158)	
税引前利益	6,423	6,698	275	4.3%	11,364	10,917	(446)	-3.9%	17,787	17,616	(171)	-1.0%
当期純利益	2,773	2,976	203	7.3%	6,650	7,287	637	9.6%	9,423	10,264	841	8.9%
のれん等償却額	286	369	82	28.7%	401	434	33	8.2%	688	803	115	16.8%
のれん償却前営業利益	6,058	6,383	325	5.4%	10,490	10,760	269	2.6%	16,549	17,144	594	3.6%
のれん償却前 オペレーティング・マージン	13.6%	13.2%	-0.5%		20.5%	19.4%	-1.1%		17.3%	16.5%	-0.8%	
(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									7.5円	9.0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。

2016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	561,000	26,483	5.0%
売上総利益	101,400	5,730	6.0%
(売上総利益率)	(18.1%)	(+0.2%)	
販管費	85,400	5,592	7.0%
営業利益	16,000	138	0.9%
(オペレーティング・マージン)	(15.8%)	(-0.8%)	
営業外損益	700	(231)	
経常利益	16,700	(93)	-0.6%
特別損益	(250)	(1,244)	
税引前利益	16,450	(1,337)	-7.5%
当期純利益	8,550	(873)	-9.3%

'16年3月期 (実績)	上期	
	前年同期比	
	増減額	(%)
547,189	12,673	2.4%
103,961	8,292	8.7%
(19.0%)	(+1.1%)	
87,621	7,813	9.8%
16,340	479	3.0%
(15.7%)	(-0.9%)	
1,439	507	
17,779	986	5.9%
(163)	(1,158)	
17,616	(171)	-1.0%
10,264	841	8.9%

上期	
実績と見通しとの差異	
増減額	(%)
(13,811)	-2.5%
2,561	2.5%
(+0.9%)	
2,221	2.6%
340	2.1%
(-0.1%)	
739	
1,079	6.5%
86	
1,166	7.1%
1,714	20.0%

(注) 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

(単位：百万円)		第1四半期				第2四半期				上期			
		'15年3月期	'16年3月期	前年同期比		'15年3月期	'16年3月期	前年同期比		'15年3月期	'16年3月期	前年同期比	
				増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
日本	売上高	249,605	253,072	3,467	1.4%	261,603	265,175	3,572	1.4%	511,208	518,247	7,039	1.4%
	売上総利益	42,512	44,252	1,740	4.1%	48,420	50,396	1,976	4.1%	90,932	94,648	3,716	4.1%
	(売上総利益率)	(17.0%)	(17.5%)	(0.5%)		(18.5%)	(19.0%)	(0.5%)		(17.8%)	(18.3%)	(0.5%)	
	営業利益	8,429	8,855	425	5.1%	12,696	13,007	310	2.4%	21,125	21,862	736	3.5%
	(※レーティング・マージン)	(19.8%)	(20.0%)	(0.2%)		(26.2%)	(25.8%)	(-0.4%)		(23.2%)	(23.1%)	(-0.1%)	
海外	売上高	11,505	14,903	3,398	29.5%	14,721	17,411	2,689	18.3%	26,226	32,314	6,087	23.2%
	売上総利益	2,465	4,864	2,398	97.3%	3,489	5,752	2,262	64.8%	5,954	10,616	4,661	78.3%
	(売上総利益率)	(21.4%)	(32.6%)	(11.2%)		(23.7%)	(33.0%)	(9.3%)		(22.7%)	(32.9%)	(10.1%)	
	営業利益	166	35	(131)	-78.9%	154	197	43	28.0%	321	232	(88)	-27.5%
	(※レーティング・マージン)	(6.8%)	(0.7%)	(-6.0%)		(4.4%)	(3.4%)	(-1.0%)		(5.4%)	(2.2%)	(-3.2%)	
計	売上高	261,110	267,975	6,865	2.6%	276,325	282,586	6,261	2.3%	537,435	550,562	13,127	2.4%
	売上総利益	44,977	49,116	4,138	9.2%	51,909	56,148	4,238	8.2%	96,887	105,265	8,377	8.6%
	営業利益	8,596	8,890	294	3.4%	12,850	13,205	354	2.8%	21,447	22,095	648	3.0%
消去 又は 全社	売上高	(1,404)	(1,646)	(241)	17.2%	(1,514)	(1,726)	(212)	14.0%	(2,919)	(3,372)	(453)	15.5%
	売上総利益	(507)	(650)	(142)	28.1%	(710)	(653)	57	-8.1%	(1,218)	(1,303)	(84)	7.0%
	営業利益	(2,824)	(2,876)	(51)	1.8%	(2,761)	(2,879)	(117)	4.3%	(5,585)	(5,755)	(169)	3.0%
連結	売上高	259,705	266,329	6,624	2.6%	274,811	280,859	6,048	2.2%	534,516	547,189	12,673	2.4%
	売上総利益	44,470	48,466	3,996	9.0%	51,198	55,495	4,296	8.4%	95,669	103,961	8,292	8.7%
	(売上総利益率)	(17.1%)	(18.2%)	(1.1%)		(18.6%)	(19.8%)	(1.1%)		(17.9%)	(19.0%)	(1.1%)	
	営業利益	5,771	6,014	242	4.2%	10,089	10,325	236	2.3%	15,861	16,340	479	3.0%
	(※レーティング・マージン)	(13.0%)	(12.4%)	(-0.6%)		(19.7%)	(18.6%)	(-1.1%)		(16.6%)	(15.7%)	(-0.9%)	

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	
	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'15年3月期	構成比	'16年3月期	構成比	増減額	(%)						
自動車・関連品	26,854	(499)	-1.8%	32,715	(4,658)	-12.5%	64,726	14.2%	59,569	12.9%	(5,157)	-8.0%						
飲料・嗜好品	30,766	(1,705)	-5.3%	27,365	(2,127)	-7.2%	61,963	13.6%	58,131	12.6%	(3,832)	-6.2%						
情報・通信	23,100	1,131	5.2%	25,781	(1,741)	-6.3%	49,490	10.8%	48,881	10.6%	(609)	-1.2%						
食品	18,726	(641)	-3.3%	18,848	1,509	8.7%	36,705	8.0%	37,574	8.1%	869	2.4%						
化粧品・トイレットリー	17,775	(504)	-2.8%	15,930	236	1.5%	33,973	7.4%	33,705	7.3%	(268)	-0.8%						
金融・保険	14,993	1,016	7.3%	13,405	335	2.6%	27,047	5.9%	28,398	6.2%	1,351	5.0%						
薬品・医療用品	12,543	1,098	9.6%	12,291	(817)	-6.2%	24,552	5.4%	24,834	5.4%	281	1.1%						
流通・小売業	11,906	465	4.1%	12,394	2,174	21.3%	21,661	4.7%	24,300	5.3%	2,639	12.2%						
交通・レジャー	11,593	268	2.4%	10,392	361	3.6%	21,355	4.7%	21,985	4.8%	630	2.9%						
不動産・住宅設備	8,824	(1,161)	-11.6%	11,185	1,970	21.4%	19,201	4.2%	20,009	4.3%	809	4.2%						
家電・AV機器	6,118	363	6.3%	5,596	(969)	-14.8%	12,320	2.7%	11,713	2.5%	(606)	-4.9%						
外食・各種サービス	7,581	1,648	27.8%	8,559	1,729	25.3%	12,762	2.8%	16,139	3.5%	3,377	26.5%						
出版	4,454	477	12.0%	6,327	436	7.4%	9,867	2.2%	10,781	2.3%	914	9.3%						
家庭用品	4,354	301	7.4%	5,180	893	20.8%	8,340	1.8%	9,534	2.1%	1,194	14.3%						
官公庁・団体	2,191	505	30.0%	3,069	1,052	52.2%	3,703	0.8%	5,260	1.1%	1,557	42.1%						
教育・医療サービス・宗教	3,120	629	25.2%	2,691	101	3.9%	5,081	1.1%	5,811	1.3%	730	14.4%						
趣味・スポーツ用品	2,858	346	13.8%	3,499	517	17.3%	5,495	1.2%	6,357	1.4%	862	15.7%						
ファッション・アクセサリー	2,665	(631)	-19.1%	3,068	83	2.8%	6,281	1.4%	5,733	1.2%	(548)	-8.7%						
エネルギー・素材・機械	2,387	215	9.9%	2,732	(736)	-21.2%	5,640	1.2%	5,119	1.1%	(521)	-9.2%						
精密機器・事務用品	1,572	22	1.4%	1,565	347	28.5%	2,767	0.6%	3,136	0.7%	369	13.3%						
案内・その他	11,645	(184)	-1.6%	12,985	1,444	12.5%	23,371	5.1%	24,630	5.3%	1,260	5.4%						
上記業種 計	226,024	3,159	1.4%	235,576	2,139	0.9%	456,301	100.0%	461,600	100.0%	5,299	1.2%						
上記業種以外 計	40,306	3,465	9.4%	45,284	3,909	9.4%	78,216		85,590		7,374	9.4%						
合計	266,329	6,624	2.6%	280,859	6,048	2.2%	534,516		547,189		12,673	2.4%						

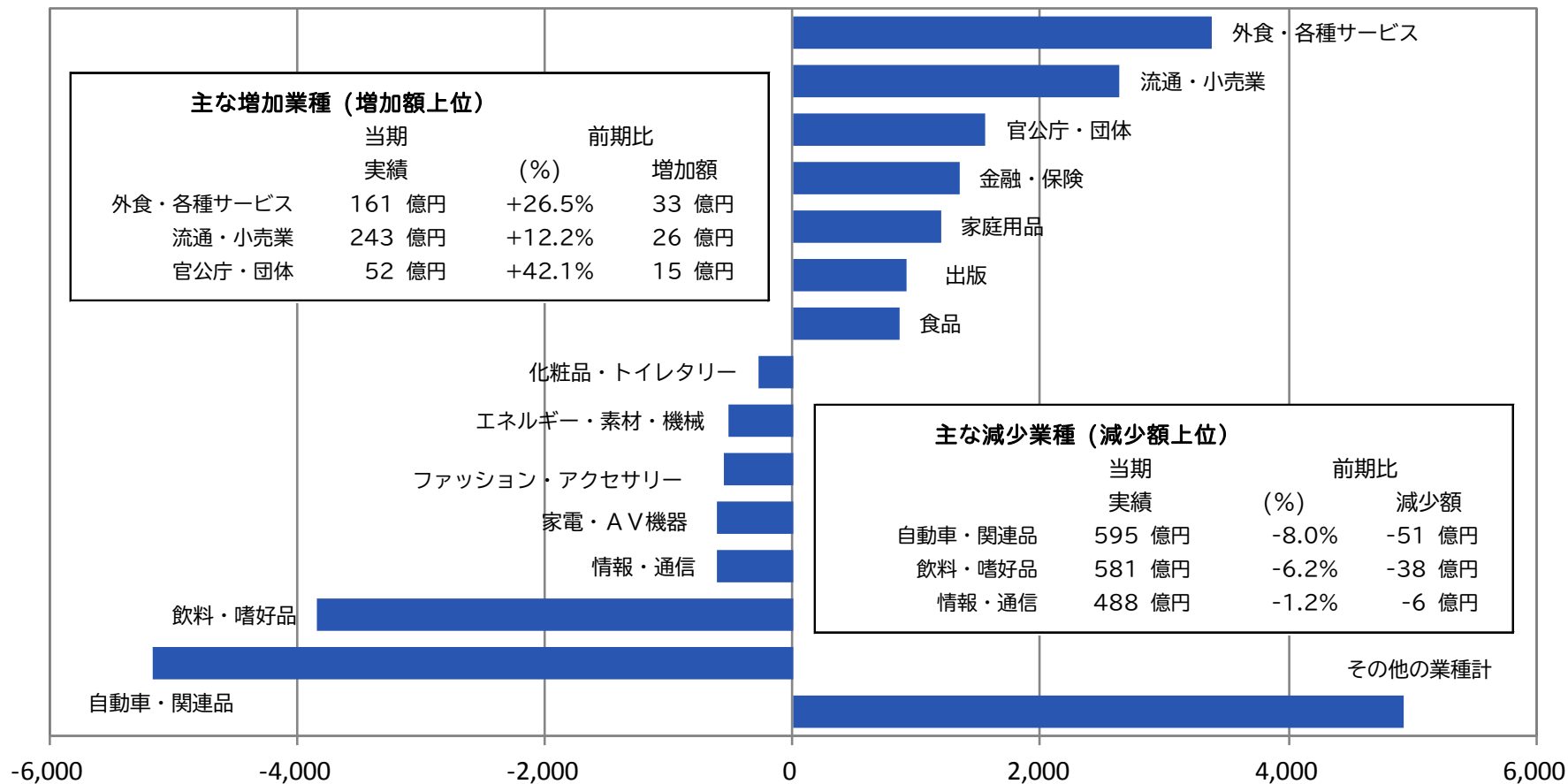
注① 業種別売上高での「上記業種計」と種目別売上高での「上記種目計」との金額が同額となっております。
これは、グループ会社の一部において、現在、売上高を種目別に区分できるものの、業種別に区分できない会社があるためです。
それらの会社の売上高は、種目別売上高において各種目別に集計しておりますが、業種別売上高においては業種別に集計しておりません。

注② 上記の棒グラフは、「上記業種以外計」「案内・その他」を除いて、2015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)

2016年3月期 上期 前年同期比増減額

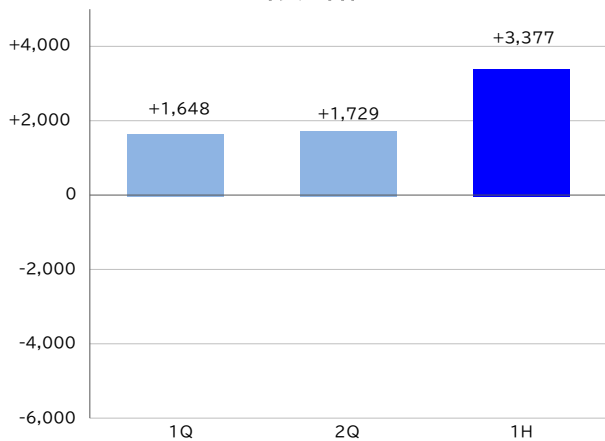
(単位：百万円)



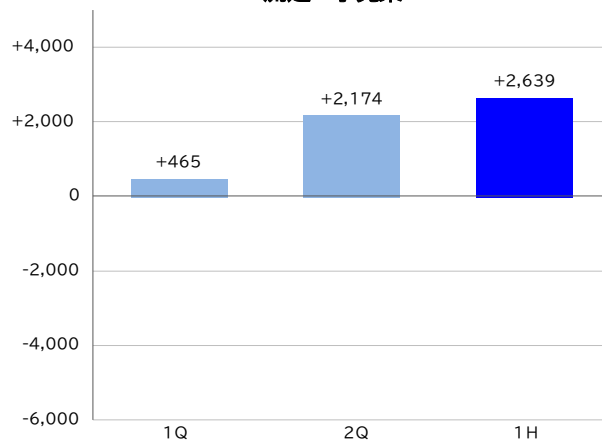
業種別売上高 (3)

四半期別 前年同期比 増減額推移① (上期 増減額 上位各3業種) (単位: 百万円)

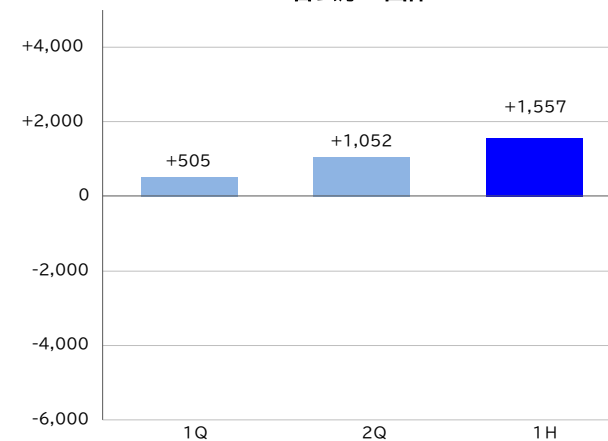
外食・各種サービス



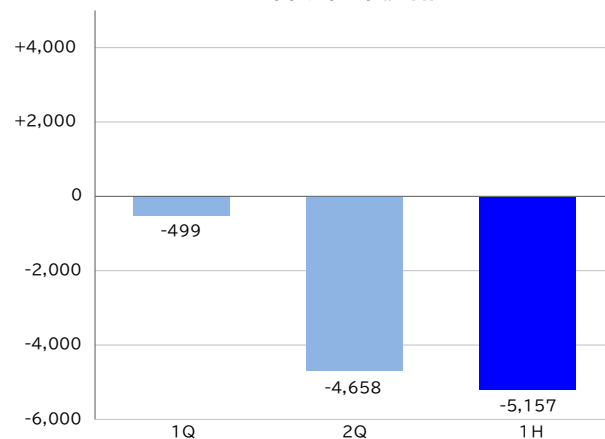
流通・小売業



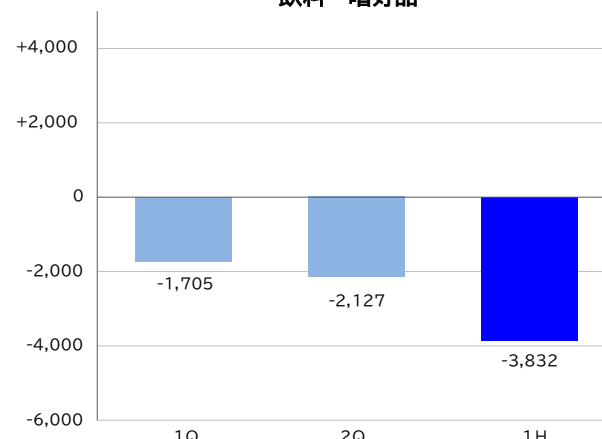
官公庁・団体



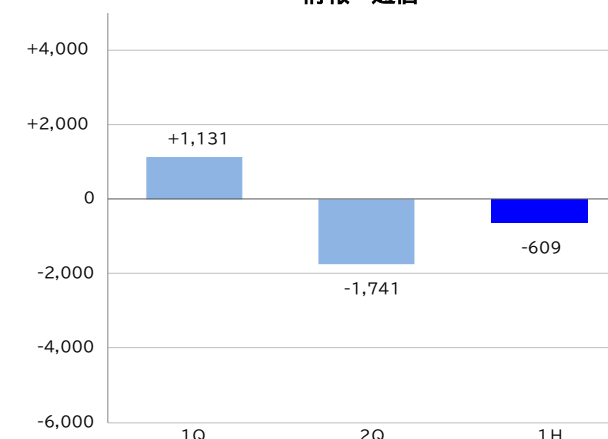
自動車・関連品



飲料・嗜好品



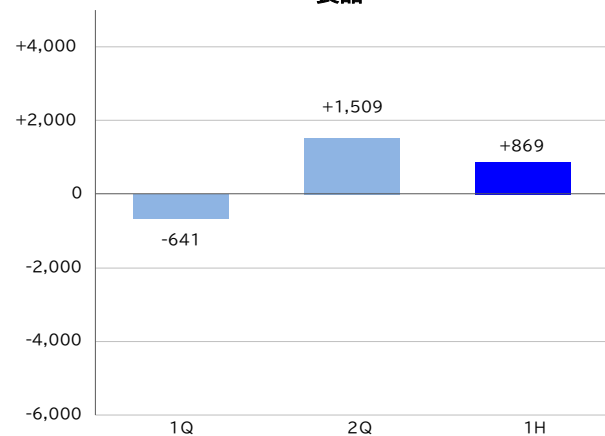
情報・通信



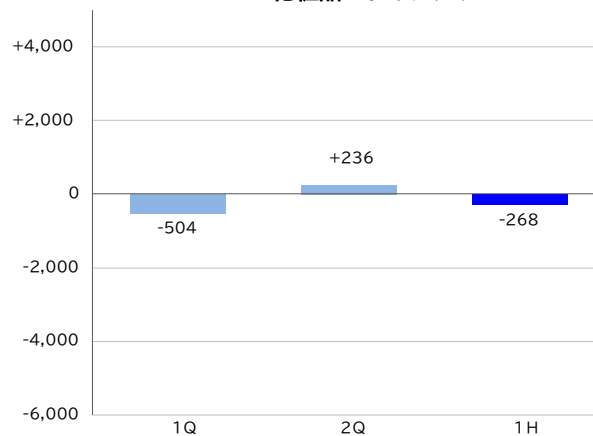
業種別売上高（4）

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）

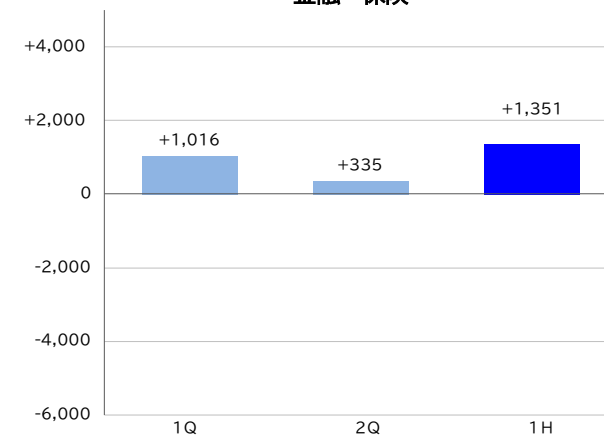
食品



化粧品・トイレタリー



金融・保険



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	
	'16年3月期	構成比	増減額	(%)	'16年3月期	構成比	増減額	(%)	'15年3月期	構成比	'16年3月期	構成比	増減額	(%)
新聞	13,827	5.7%	(485)	-3.4%	14,487	5.8%	671	4.9%	28,127	5.8%	28,314	5.8%	186	0.7%
雑誌	4,821	2.0%	(450)	-8.5%	5,272	2.1%	(406)	-7.2%	10,949	2.3%	10,093	2.1%	(856)	-7.8%
ラジオ	3,344	1.4%	(115)	-3.3%	3,534	1.4%	(139)	-3.8%	7,132	1.5%	6,878	1.4%	(254)	-3.6%
テレビ	102,914	42.8%	(3,153)	-3.0%	104,230	41.7%	(400)	-0.4%	210,697	43.3%	207,145	42.2%	(3,553)	-1.7%
4マスメディア 計	124,906	51.9%	(4,202)	-3.3%	127,523	51.1%	(274)	-0.2%	256,906	52.8%	252,429	51.5%	(4,476)	-1.7%
インターネットメディア	30,195	12.5%	2,042	7.3%	30,616	12.3%	4,892	19.0%	53,877	11.1%	60,811	12.4%	6,934	12.9%
アウトドアメディア	9,382	3.9%	21	0.2%	9,809	3.9%	(68)	-0.7%	19,239	4.0%	19,192	3.9%	(48)	-0.2%
クリエイティブ	25,639	10.7%	1,024	4.2%	27,723	11.1%	574	2.1%	51,765	10.6%	53,362	10.9%	1,597	3.1%
マーケティング/プロモーション	46,271	19.2%	1,572	3.5%	50,165	20.1%	(2,302)	-4.4%	97,166	20.0%	96,436	19.7%	(730)	-0.8%
その他（コンテンツ等）	4,325	1.8%	1,155	36.4%	3,880	1.6%	(229)	-5.6%	7,279	1.5%	8,205	1.7%	925	12.7%
4マスメディア以外 計	115,812	48.1%	5,813	5.3%	122,192	48.9%	2,866	2.4%	229,326	47.2%	238,005	48.5%	8,679	3.8%
上記種目 計	240,719	100.0%	1,610	0.7%	249,715	100.0%	2,592	1.0%	486,232	100.0%	490,434	100.0%	4,202	0.9%
上記種目以外 計	25,611		5,014	24.3%	31,145		3,456	12.5%	48,285		56,756		8,471	17.5%
合計	266,329		6,624	2.6%	280,859		6,048	2.2%	534,516		547,189		12,673	2.4%

- ◎ 4マスメディアでは、前年同期に好調だったテレビの反動減もあり前年同期を下回る。
- ◎ 4マスメディア以外では、前年同期に好調だったマーケティング/プロモーションの反動減があったものの、インターネットメディアやクリエイティブが好調に推移し、前年同期を上回る。

注① 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。

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	
	'15年3月期	'16年3月期	増減額	(%)	'15年3月期	'16年3月期	増減額	(%)	'15年3月期	'16年3月期	増減額	(%)
人件費	26,750	29,272	2,522	9.4%	27,767	30,167	2,400	8.6%	54,517	59,440	4,922	9.0%
その他経費 合計	11,947	13,179	1,231	10.3%	13,342	15,002	1,659	12.4%	25,290	28,181	2,891	11.4%
賃借料	2,818	3,134	315	11.2%	2,883	3,181	298	10.3%	5,702	6,316	613	10.8%
減価償却費	504	643	139	27.7%	631	695	64	10.2%	1,135	1,339	203	18.0%
のれん等償却額	286	369	82	28.7%	401	434	33	8.2%	688	803	115	16.8%
その他	8,337	9,031	693	8.3%	9,426	10,690	1,264	13.4%	17,764	19,722	1,957	11.0%
販管費 合計	38,698	42,451	3,753	9.7%	41,109	45,169	4,060	9.9%	79,807	87,621	7,813	9.8%

(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。

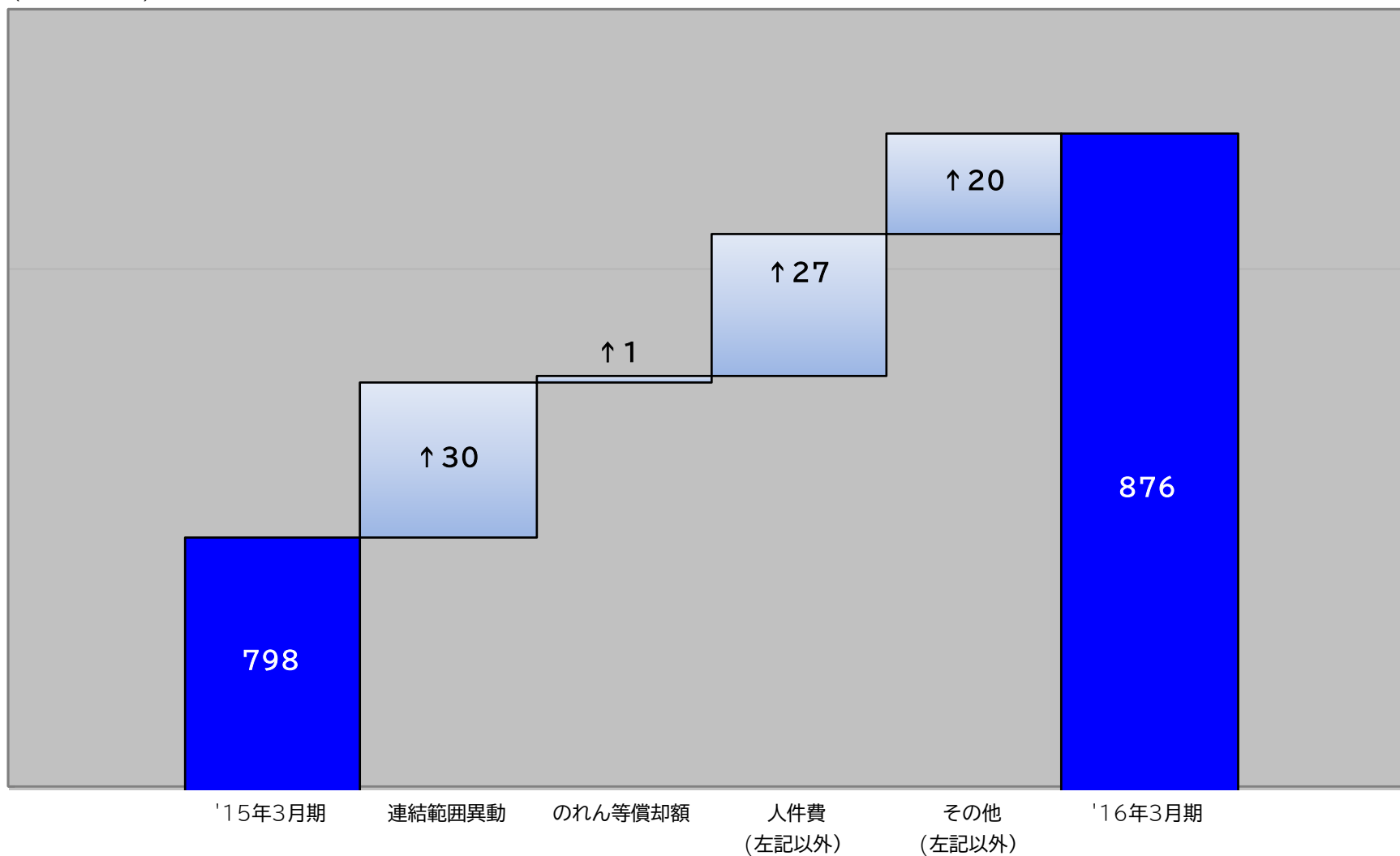
【中期経営計画に沿ったM&Aなど体制強化、戦略的な費用投下を実施】

- ◎ 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30億円。
- ◎ 連結範囲異動の影響を除いた販管費は、前年同期比+6.0%。

販管費の増減（２）

(単位：億円)

2016年3月期 上期 販管費 増減要因



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	
	'15年3月期	'16年3月期	増減額	(%)	'15年3月期	'16年3月期	増減額	(%)	'15年3月期	'16年3月期	増減額	(%)
営業外収益	601	803	201	33.6%	460	747	286	62.2%	1,061	1,550	488	46.0%
営業外費用	72	47	(25)	-34.8%	57	63	5	10.4%	129	110	(19)	-14.8%
営業外損益	528	755	227	42.9%	403	683	280	69.6%	931	1,439	507	54.5%

◎ 金融収支（受取利息-支払利息）：	'15年3月期	+63 百万円	'16年3月期	+74 百万円	前年同期比	10 百万円増
◎ 受取配当金：	'15年3月期	510 百万円	'16年3月期	639 百万円	前年同期比	129 百万円増
◎ 持分法による投資損益：	'15年3月期	134 百万円	'16年3月期	330 百万円	前年同期比	196 百万円増

(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	
	'15年3月期	'16年3月期	増減額	(%)	'15年3月期	'16年3月期	増減額	(%)	'15年3月期	'16年3月期	増減額	(%)
特別利益	301	211	(89)		990	136	(854)		1,291	347	(943)	
特別損失	178	283	104		118	227	109		297	511	214	
特別損益	122	(71)	(194)		871	(91)	(963)		994	(163)	(1,158)	

◎ 投資有価証券売却益：	'15年3月期	935 百万円	'16年3月期	22 百万円	前年同期比	912 百万円減
◎ 関係会社株式売却益：	'15年3月期	0 百万円	'16年3月期	138 百万円	前年同期比	138 百万円増
◎ 投資有価証券評価損：	'15年3月期	34 百万円	'16年3月期	119 百万円	前年同期比	84 百万円増

連結貸借対照表

(単位：百万円)

(単位：百万円)

	2015年3月末		2015年9月末		前期末比		2014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	473,844	74.8%	415,360	69.8%	(58,483)	-12.3%	409,660	75.5%
固定資産	160,059	25.2%	179,858	30.2%	19,798	12.4%	132,811	24.5%
資産合計	633,904	100.0%	595,219	100.0%	(38,685)	-6.1%	542,472	100.0%
流動負債	321,299	50.7%	278,595	46.8%	(42,704)	-13.3%	271,698	50.1%
固定負債	29,875	4.7%	30,745	5.2%	870	2.9%	26,772	4.9%
負債合計	351,175	55.4%	309,340	52.0%	(41,834)	-11.9%	298,470	55.0%
株主資本	224,550	35.5%	230,945	38.8%	6,395	2.8%	216,893	40.0%
その他の包括利益累計額	39,026	6.1%	35,108	5.9%	(3,918)	-10.0%	9,237	1.7%
新株予約権	197	0.0%	225	0.0%	27	14.0%	191	0.0%
非支配株主持分	18,954	3.0%	19,598	3.3%	644	3.4%	17,678	3.3%
純資産 合計	282,729	44.6%	285,878	48.0%	3,149	1.1%	244,001	45.0%
負債純資産合計	633,904	100.0%	595,219	100.0%	(38,685)	-6.1%	542,472	100.0%

◎ 現金及び預金+有価証券（流動資産）：	'15年3月末	1,630 億円	'15年9月末	1,309 億円	320 億円減少。
◎ 受取手形及び売掛金：	'15年3月末	2,698 億円	'15年9月末	2,417 億円	280 億円減少。
◎ 投資有価証券：	'15年3月末	819 億円	'15年9月末	799 億円	19 億円減少。
◎ のれん+無形資産：	'15年3月末	89 億円	'15年9月末	217 億円	128 億円増加。
◎ 支払手形及び買掛金：	'15年3月末	2,604 億円	'15年9月末	2,318 億円	285 億円減少。
◎ 長・短借入金：	'15年3月末	45 億円	'15年9月末	82 億円	36 億円増加。

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
	'15年3月期	'16年3月期	
営業活動によるキャッシュ・フロー	(916)	(9,703)	(8,787)
投資活動によるキャッシュ・フロー	(6,920)	(16,106)	(9,185)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(9,264)	(1,782)	7,481
現金及び現金同等物に係る換算差額	(446)	29	475
現金及び現金同等物の増減額 (減少)	(17,548)	(27,562)	(10,014)
現金及び現金同等物の期首残高	125,875	140,133	14,257
新規連結もしくは連結除外に伴う現金及び現金同等物の増減額	0	0	0
現金及び現金同等物の期末残高	108,327	112,570	4,243

【参考(1)：減価償却費及び固定資産の取得】

減価償却費	1,434	1,897	463
有形固定資産の取得による支出	(956)	(4,512)	(3,556)
無形固定資産の取得による支出	(1,697)	(1,152)	545
固定資産の取得 計	(2,653)	(5,664)	(3,011)

【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 +176億円、のれん等償却額 +8億円、売上債権 減少 +308億円、仕入債務 減少 -302億円、たな卸資産 増加 -13億円、法人税等 支払 -63億円、賞与引当金減少 -58億円

<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 -139億円

<財務活動によるキャッシュ・フロー>

配当金支払 -27億円、非支配株主への配当金支払 -5億円

主要な子会社の業績概要

(単位：百万円)

	上期		前年同期比	
	'15年3月期	'16年3月期	増減額	(%)
博報堂（連結）				
売上高	393,054	395,255	2,201	0.6%
経常利益	12,525	11,262	(1,263)	-10.1%
当期純利益	7,388	7,030	(358)	-4.9%
大広（連結）				
売上高	69,494	72,145	2,650	3.8%
経常利益	160	698	537	334.1%
当期純利益	15	363	347	-
読売広告社（連結）				
売上高	34,744	35,825	1,080	3.1%
経常利益	128	391	263	205.8%
当期純利益	10	144	134	-

◎売上高は前年同期比+22億円（+0.6%）の増収。
 増加業種：「流通・小売業」「金融・保険」
 減少業種：「飲料・嗜好品」「自動車・関連品」

◎子会社やM&Aの貢献もあり増収、また、売上総利益率も向上したが、販管費の伸びを吸収できず、経常利益、当期純利益とも減益。

◎売上高は前年同期比+26億円（+3.8%）の増収。
 増加業種：「案内・その他」「食品」
 減少業種：「交通・レジャー」「飲料・嗜好品」

◎増収と売上総利益率の向上により、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+10億円（+3.1%）の増収。
 増加業種：「食品」「飲料・嗜好品」
 減少業種：「自動車・関連品」「化粧品・トイレタリー」

◎増収と売上総利益率の向上に加えて、販管費を抑制した結果、経常利益、当期純利益とも大幅な増益。

*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。

<余白>

2016年3月期 連結業績見通し

2016年3月期 連結業績見通し（1）

通期 営業利益見通しに変更なし

- ◎ 上期の実績及び足もとの状況を踏まえ、通期の連結業績見通しの見直しを行った。
- ◎ 通期の営業利益見通しに変更はなく、売上高及び経常利益、当期純利益においても適時開示に該当する水準ではないと思われ、連結業績見通しの修正は行わない。
- ◎ 売上高については、上期実績が期初の見通しを下回ったため、通期においても期初見通しを下回る可能性が大きい。
- ◎ 通期の売上総利益ならびに販管費については、期初見通し発表後、いくつかのM&Aを実施しており、期初見通しを上回る見通し。
- ◎ 下期の連結業績見通しは、期初の通期見通しから、上期の実績を差し引いたものであり、売上総利益率については、下期においても、上期同様、前年同期の水準を上回る見通し。

2016年3月期 連結業績見通し (2)

2015年11月6日現在 (単位: 百万円)

	上期				下期				通期			
	'15年3月期 (実績)	'16年3月期 (実績)	前年同期比		'15年3月期 (実績)	'16年3月期 (差引)	前年同期比		'15年3月期 (実績)	'16年3月期 (見通し)	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売上高	534,516	547,189	12,673	2.4%	596,548	646,811	50,262	8.4%	1,131,064	1,194,000	62,935	5.6%
売上総利益	95,669	103,961	8,292	8.7%	110,198	114,139	3,940	3.6%	205,867	218,100	12,232	5.9%
(売上総利益率)	(17.9%)	(19.0%)	(+1.1%)		(18.5%)	(17.6%)	(-0.8%)		(18.2%)	(18.3%)	(+0.1%)	
販管費	79,807	87,621	7,813	9.8%	89,237	91,679	2,441	2.7%	169,045	179,300	10,254	6.1%
営業利益	15,861	16,340	479	3.0%	20,960	22,460	1,499	7.2%	36,821	38,800	1,978	5.4%
(オペレーティング・マージン)	(16.6%)	(15.7%)	(-0.9%)		(19.0%)	(19.7%)	(+0.7%)		(17.9%)	(17.8%)	(-0.1%)	
営業外損益	931	1,439	507		1,151	61	(1,090)		2,083	1,500	(583)	
経常利益	16,793	17,779	986	5.9%	22,111	22,521	409	1.8%	38,904	40,300	1,395	3.6%
特別損益	994	(163)	(1,158)		(974)	(337)	637		19	(500)	(519)	
税引前利益	17,787	17,616	(171)	-1.0%	21,137	22,184	1,046	4.9%	38,924	39,800	875	2.2%
当期純利益	9,423	10,264	841	8.9%	10,456	10,636	179	1.7%	19,879	20,900	1,020	5.1%
1株当たり配当金	7.5円	9.0円			7.5円	9.0円			15.0円	18.0円	3.0円	

(オペレーティング・マージン) = 営業利益/売上総利益

注) 下期見通しは、通期見通し-上期実績

のれん等償却額	688	803	115	16.8%	984	1,096	112	11.4%	1,672	1,900	227	13.6%
のれん償却前営業利益	16,549	17,144	594	3.6%	21,944	23,555	1,611	7.3%	38,494	40,700	2,205	5.7%
のれん償却前 オペレーティング・マージン	17.3%	16.5%	-0.8%		19.9%	20.6%	0.7%		18.7%	18.7%	0.0%	

(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。

2016年3月期 連結業績見通し (3)

【参考】 2016年3月期 連結業績見通しの考え方 (2015年5月12日発表)

中期経営計画の施策を着実に実行し、増収増益を目指す

- ◎ **マクロ環境**：国内広告市場の伸びは、+2%を上回る着実な伸び
国内広告市場は、個人消費を中心とした国内経済の成長トレンドを背景に着実な伸び。
アジアを中心とした海外広告市場は、国内よりも高い伸びを見込む。
- ◎ **売上高**：1兆1,940億円、前年同期比 +5.6%
中期経営計画の戦略を着実に実行し、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**：2,181億円、前年同期比 +5.9%
高い売上総利益率水準を維持し、新規連結子会社の寄与を取り込み、増益を目指す。
- ◎ **販管費**：1,793億円、前年同期比 +6.1%
のれん償却額の増加や戦略的な費用投下はあるが、販管費の増加率を売上総利益の伸びに近い水準でコントロールする。
- ◎ **営業利益**：388億円、前年同期比 +5.4%
- ◎ **オペレーティング・マージン**：17.8%、前年同期から0.1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**：407億円、18.7%
のれん償却額の見通しは19億円。好調な外部環境もあり前年同期並みの高い収益性を維持する。
- ◎ **当期純利益**：209億円、前年同期比 +5.1%

- ◎ **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15円から3円増配し、年間18円の予定。

2016年3月期 連結業績見通し (4)

【参考】2015年5月12日発表

2015年5月12日現在

(単位：百万円)

	上期				下期				通期			
	'15年3月期 (実績)	'16年3月期 (見通し)	前年同期比		'15年3月期 (実績)	'16年3月期 (見通し)	前年同期比		'15年3月期 (実績)	'16年3月期 (見通し)	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売上高	534,516	561,000	26,483	5.0%	596,548	633,000	36,451	6.1%	1,131,064	1,194,000	62,935	5.6%
売上総利益	95,669	101,400	5,730	6.0%	110,198	116,700	6,501	5.9%	205,867	218,100	12,232	5.9%
(売上総利益率)	(17.9%)	(18.1%)	(+0.2%)		(18.5%)	(18.4%)	(-0.0%)		(18.2%)	(18.3%)	(+0.1%)	
販管費	79,807	85,400	5,592	7.0%	89,237	93,900	4,662	5.2%	169,045	179,300	10,254	6.1%
営業利益	15,861	16,000	138	0.9%	20,960	22,800	1,839	8.8%	36,821	38,800	1,978	5.4%
(ホ ^レ レーティング ^o ・マージン)	(16.6%)	(15.8%)	(-0.8%)		(19.0%)	(19.5%)	(+0.5%)		(17.9%)	(17.8%)	(-0.1%)	
営業外損益	931	700	(231)		1,151	800	(351)		2,083	1,500	(583)	
経常利益	16,793	16,700	(93)	-0.6%	22,111	23,600	1,488	6.7%	38,904	40,300	1,395	3.6%
特別損益	994	(250)	(1,244)		(974)	(250)	724		19	(500)	(519)	
税引前利益	17,787	16,450	(1,337)	-7.5%	21,137	23,350	2,212	10.5%	38,924	39,800	875	2.2%
当期純利益	9,423	8,550	(873)	-9.3%	10,456	12,350	1,893	18.1%	19,879	20,900	1,020	5.1%
1株当たり配当金	7.5円	9.0円			7.5円	9.0円			15.0円	18.0円	3.0円	

(ホ^レレーティング^o・マージン) = 営業利益/売上総利益

のれん等償却額	688	950	261	38.0%	984	950	(34)	-3.5%	1,672	1,900	227	13.6%
のれん償却前営業利益	16,549	16,950	401	2.4%	21,944	23,750	1,805	8.2%	38,494	40,700	2,205	5.7%
のれん償却前 ホ ^レ レーティング ^o ・マージン	17.3%	16.7%	-0.6%		19.9%	20.4%	0.4%		18.7%	18.7%	0.0%	

(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、(DAC)：デジタル・アドバイジング・コンソーシアム

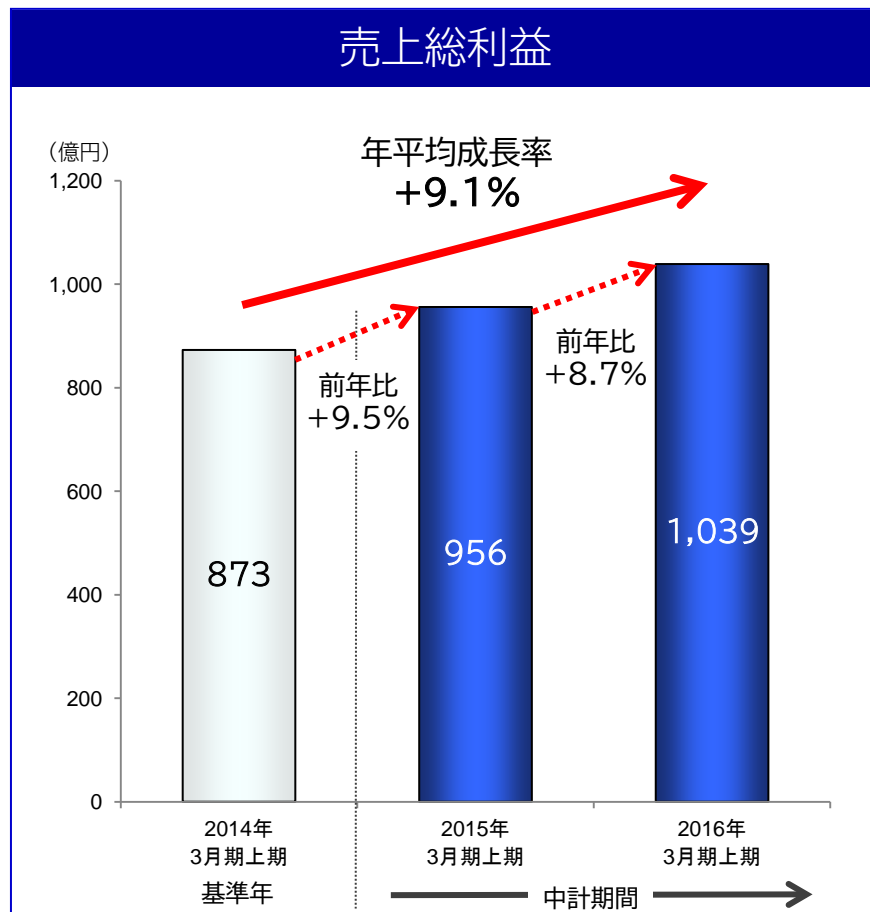
中期経営計画（2015年3月期～2019年3月期：5カ年計画）

<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」※</p> <ul style="list-style-type: none"> ● オガニック : 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>中期経営目標 (2019年3月期)</p>	<p>のれん償却前営業利益 : 450億円</p> <p>〈重点指標〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 売上総利益年平均成長率※ +7%以上 ● のれん償却前^ハレーティング・マージン 17% ● ROE 8%

※2014年3月期（基準年）と2019年3月期の比較における増加額/年平均成長率

2016年3月期上期における進捗総括

既存事業会社での伸長に加え、M&Aによる押し上げ効果も奏功し、売上総利益は年平均で+9.1%と大きく伸長。海外比率も10.2%と、二桁の水準まで拡大。



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	+103億円	+62億円
構成比	63%	37%
年平均成長率	+5.7%	-

売上総利益の増加要因②

	国内	海外
基準年差	+104億円	+63億円
構成比	62%	38%
年平均成長率	+6.0%	+57.8%

売上総利益に占める海外比率：4.9%→10.2%

※オーガニック増分：既存事業会社およびSPA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)

2016年3月期上期における進捗総括

- 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

最先端かつユニークな
専門マーケティングサービス企業の取り込み

国内におけるサービスラインナップの拡充

“生活者データ・ドリブン” マーケティング対応力の強化

① マスメディア X オンラインメディア

- 「TVCross Simulator™」提供開始 (HC/MP)
 - TVPlus Simulator™の機能を拡張
- 「Vision-Graphics™ for Apps」提供開始 (HC/H)
 - テレビCMとアプリのダウンロードやアプリ内での課金状況などの相関を、タイムリーに追跡でき、広告効果が可視化できる解析ツール

② 次世代型広告配信モデル開発

- 屋外情報配信プラットフォームの実証実験開始 (H/MP/DAC)
 - タクシー配車アプリと連携した新しいメディアサービス
- 「CROSSWORD TARGETING™」を開発 (H)
 - 検索データを活用した広告配信モデル
 - カンヌ国際クリエイティビティ・フェスティバル「クリエイティブデータ部門」銀賞受賞

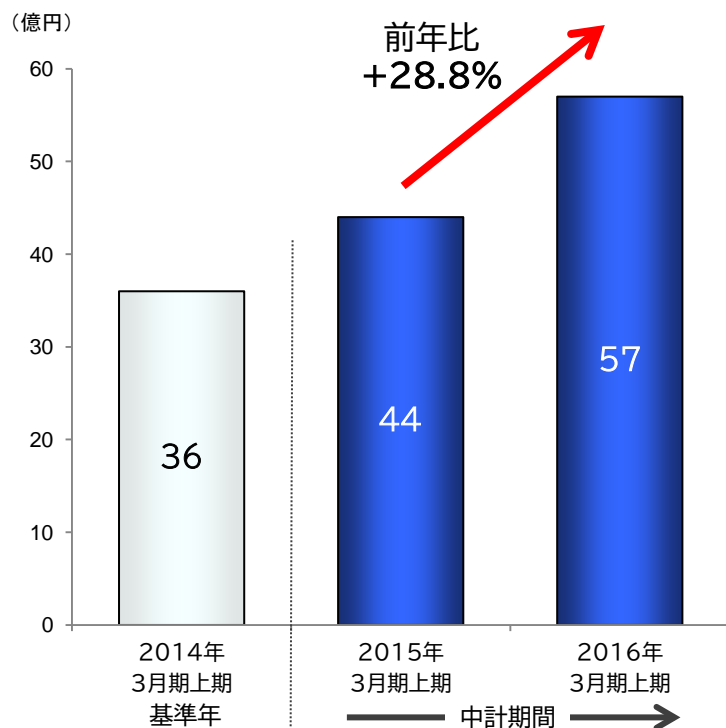
③ グループ横断での体制強化

- 「次世代オウンドメディア・マーケティングセンター」、「マーケティングプラットフォーム・ソリューションセンター」の新設 (HC)

アジアにおける体制の強化

- 中華圏・アセアンの売上総利益が大きく伸長し、アジア全体では前年比+28.8%。
- 地域統括機能の強化、ネットワーク拠点の拡充に加えて、アジアにおける“生活者データ・ドリブン”マーケティング領域の強化にも着手。

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

- 地域統括機能の強化
 - 「博報堂インターナショナルチャイナ」設立(H)
 - 域内統括機能の強化、および中華圏における事業拡大の支援
- 新規ネットワーク拠点の設立
 - 「アドプラネット大広（シンガポール）」設立(D)
 - シンガポール独立系最大手のアドプラネットグループと合併会社を設立
 - アセアンにおける事業を拡大
- “生活者データ・ドリブン”マーケティング領域の強化
 - 「PT Data Arts Xperience」設立(DAC)
 - インドネシア大手自動車企業「インドモビルグループ」と、DMPを中核とするマーケティングソリューション事業を開始

最先端かつユニークな 専門マーケティングサービス企業の取り組み

- 戦略事業組織「kyu」への新規参画事業会社として、北米の専門マーケティングサービス企業2社の買収を完了。

企業名

提供サービス等



Digital Kitchen LLC

戦略アドバイザーとコンテンツ制作者の2つの役割を融合しながら、企業ブランドを構築するデジタル・クリエイティブ・エージェンシー

SID LEE

Sid Lee International LLC

広告、建築、デジタルマーケティング、コンテンツ、CRMとデータ分析など、あらゆる専門分野のクリエイティビティを組み合わせ、生活者のブランド体験を変革する、クリエイティブ・エージェンシー

国内におけるサービスラインナップの拡充

- 国内市場におけるマーケティングサービスのラインナップ拡充の為、新たに2つの企業を子会社化。

企業名

提供サービス等



アイビーシステム (株)

テレビ通販・カタログ通販の受注業務に強みを持ち、国内5か所にコールセンターを有するテレマーケティングエージェンシー

EDGE

International

(株) エッジ・インターナショナル

IR領域における企業報告に関わるコミュニケーションツールの企画・制作を、トータルに支援するプロフェッショナル集団

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。

