

2016年3月期 通期 連結決算概要

2016.5.13

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 通期 連結業績

2016年3月期 通期 連結業績（1）

のれん償却前営業利益 472億円、中期経営計画目標を前倒し達成

◎ 売上高：1兆2,152億円、前年同期比+7.4%

・下期 積極的な営業活動の成果とM&Aの寄与が拡大し、二桁の増収。

》業種別売上高：増加業種「流通・小売業」「情報・通信」「交通・レジャー」
：減少業種「自動車・関連品」「家電・AV機器」「教育・医療サービス・宗教」

》種目別売上高：「4マスメディア計」は下期にテレビが回復し、通期では前年を上回る。
「4マスメディア以外計」は、インターネットメディアを中心に全種目で前年を上回る。

◎ 売上総利益：2,324億円、前年同期比+12.9%、+266億円

◎ 売上総利益率：19.1%、前年同期比0.9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、国内グループ各社の収益性向上の取り組みが寄与。

◎ 販管費：1,875億円、前年同期比+10.9%、+184億円

・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つつ、販管費コントロールを継続し、費用の増加を抑制。

◎ 営業利益：449億円、前年同期比+22.2%、81億円の増益

・下期の高い売上総利益の伸びに対して、販管費をコントロール出来たことで、4期連続過去最高益更新。

◎ のれん償却前営業利益：472億円、前年同期比+22.8%、87億円の増益

・中期経営計画目標 2019年3月期 450億円を前倒しで達成。

◎ M&Aによる増分影響：売上総利益 +約113億円、販管費（のれん等償却額を含む）+約113億円、
営業利益 +1億円弱。

◎ 当期純利益：285億円、前年同期比+43.5%、86億円の増益

◎ ROE: 10.6%

2016年3月期 通期 連結業績 (2)

(単位: 百万円)

	上期				下期				通期			
	'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	534,516	547,189	12,673	2.4%	596,548	668,060	71,512	12.0%	1,131,064	1,215,250	84,185	7.4%
売上総利益	95,669	103,961	8,292	8.7%	110,198	128,536	18,338	16.6%	205,867	232,498	26,631	12.9%
(売上総利益率)	(17.9%)	(19.0%)	(+1.1%)		(18.5%)	(19.2%)	(+0.8%)		(18.2%)	(19.1%)	(+0.9%)	
販管費	79,807	87,621	7,813	9.8%	89,237	99,882	10,644	11.9%	169,045	187,503	18,458	10.9%
営業利益	15,861	16,340	479	3.0%	20,960	28,654	7,693	36.7%	36,821	44,994	8,173	22.2%
(オペレーティング・マージン)	(16.6%)	(15.7%)	(-0.9%)		(19.0%)	(22.3%)	(+3.3%)		(17.9%)	(19.4%)	(+1.5%)	
営業外損益	931	1,439	507		1,151	1,061	(90)		2,083	2,500	417	
経常利益	16,793	17,779	986	5.9%	22,111	29,715	7,603	34.4%	38,904	47,495	8,590	22.1%
特別損益	994	(163)	(1,158)		(974)	(1,080)	(105)		19	(1,243)	(1,263)	
税引前利益	17,787	17,616	(171)	-1.0%	21,137	28,635	7,498	35.5%	38,924	46,251	7,327	18.8%
当期純利益	9,423	10,264	841	8.9%	10,456	18,267	7,810	74.7%	19,879	28,531	8,652	43.5%
のれん等償却額	688	803	115	16.8%	984	1,486	502	51.0%	1,672	2,290	617	36.9%
のれん償却前営業利益	16,549	17,144	594	3.6%	21,944	30,140	8,196	37.3%	38,494	47,285	8,790	22.8%
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%	23.4%	3.5%		18.7%	20.3%	1.6%	
(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			7.5円	9.0円			15.0円	18.0円	3.0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 通期 連結業績 (3)

(単位：百万円)

	第1四半期			第2四半期			第3四半期			第4四半期			通期		
	'16年3月期	前年同期比		'16年3月期	前年同期比		'16年3月期	前年同期比		'16年3月期	前年同期比		'16年3月期	前年同期比	
		増減額	(%)		増減額	(%)		増減額	(%)		増減額	(%)		増減額	(%)
売上高	266,329	6,624	2.6%	280,859	6,048	2.2%	324,358	35,740	12.4%	343,702	35,771	11.6%	1,215,250	84,185	7.4%
売上総利益	48,466	3,996	9.0%	55,495	4,296	8.4%	61,721	8,498	16.0%	66,814	9,839	17.3%	232,498	26,631	12.9%
(売上総利益率)	(18.2%)	(+1.1%)		(19.8%)	(+1.1%)		(19.0%)	(+0.6%)		(19.4%)	(+0.9%)		(19.1%)	(+0.9%)	
販管費	42,451	3,753	9.7%	45,169	4,060	9.9%	47,108	4,373	10.2%	52,774	6,271	13.5%	187,503	18,458	10.9%
営業利益	6,014	242	4.2%	10,325	236	2.3%	14,613	4,125	39.3%	14,040	3,568	34.1%	44,994	8,173	22.2%
(ホ ^レ ・マ ^ジ ン)	(12.4%)	(-0.6%)		(18.6%)	(-1.1%)		(23.7%)	(+4.0%)		(21.0%)	(+2.6%)		(19.4%)	(+1.5%)	
営業外損益	755	227		683	280		533	(182)		527	91		2,500	417	
経常利益	6,770	469	7.5%	11,009	517	4.9%	15,147	3,943	35.2%	14,568	3,660	33.6%	47,495	8,590	22.1%
特別損益	(71)	(194)		(91)	(963)		(349)	(619)		(731)	514		(1,243)	(1,263)	
税引前利益	6,698	275	4.3%	10,917	(446)	-3.9%	14,798	3,323	29.0%	13,837	4,174	43.2%	46,251	7,327	18.8%
当期純利益	2,976	203	7.3%	7,287	637	9.6%	8,631	2,291	36.1%	9,635	5,519	134.1%	28,531	8,652	43.5%
のれん等償却額	369	82	28.7%	434	33	8.2%	655	183	38.8%	830	318	62.2%	2,290	617	36.9%
のれん償却前営業利益	6,383	325	5.4%	10,760	269	2.6%	15,269	4,308	39.3%	14,871	3,887	35.4%	47,285	8,790	22.8%
のれん償却前 ホ ^レ ・マ ^ジ ン	13.2%	-0.5%		19.4%	-1.1%		24.7%	4.1%		22.3%	3.0%		20.3%	1.6%	

(ホ^レ・マ^ジン) = 営業利益 / 売上総利益

- (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 通期 連結業績 (4)

【通期実績と2016年2月発表見通しとの差異】

(単位：百万円)

	通期				通期				通期実績と '16年2月発表 見通しとの差異	
	'15年3月期 (実績)	'16年2月5日 発表見通し	前年同期比		'15年3月期 (実績)	'16年3月期 (実績)	前年同期比		増減額	(%)
			増減額	(%)			増減額	(%)		
売上高	1,131,064	1,198,000	66,935	5.9%	1,131,064	1,215,250	84,185	7.4%	17,250	1.4%
売上総利益	205,867	228,000	22,132	10.8%	205,867	232,498	26,631	12.9%	4,498	2.0%
(売上総利益率)	(18.2%)	(19.0%)	(+0.8%)		(18.2%)	(19.1%)	(+0.9%)		(+0.1%)	
販管費	169,045	186,500	17,454	10.3%	169,045	187,503	18,458	10.9%	1,003	0.5%
営業利益	36,821	41,500	4,678	12.7%	36,821	44,994	8,173	22.2%	3,494	8.4%
(オペレーティング・マージン)	(17.9%)	(18.2%)	(+0.3%)		(17.9%)	(19.4%)	(+1.5%)		(+1.2%)	
営業外損益	2,083	2,400	316		2,083	2,500	417		100	
経常利益	38,904	43,900	4,995	12.8%	38,904	47,495	8,590	22.1%	3,595	8.2%
特別損益	19	(700)	(719)		19	(1,243)	(1,263)		(543)	
税引前利益	38,924	43,200	4,275	11.0%	38,924	46,251	7,327	18.8%	3,051	7.1%
当期純利益	19,879	21,900	2,020	10.2%	19,879	28,531	8,652	43.5%	6,631	30.3%
1株当たり配当金	15.0円	18.0円	3.0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										
のれん等償却額	1,672	2,100	427	25.5%	1,672	2,290	617	36.9%	190	9.0%
のれん償却前営業利益	38,494	43,600	5,105	13.3%	38,494	47,285	8,790	22.8%	3,685	8.5%
のれん償却前 オペレーティング・マージン	18.7%	19.1%	0.4%		18.7%	20.3%	1.6%		1.2%	

地域別の業績

(単位：百万円)		上期				下期				通期			
		'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	511,208	518,247	7,039	1.4%	571,178	626,052	54,874	9.6%	1,082,386	1,144,300	61,913	5.7%
	売上総利益	90,932	94,648	3,716	4.1%	102,473	113,905	11,431	11.2%	193,406	208,554	15,147	7.8%
	(売上総利益率)	(17.8%)	(18.3%)	(+0.5%)		(17.9%)	(18.2%)	(+0.3%)		(17.9%)	(18.2%)	(+0.4%)	
	営業利益	21,125	21,862	736	3.5%	27,021	34,983	7,962	29.5%	48,147	56,846	8,698	18.1%
	(株 [△] レティング [△] ・マージン)	(23.2%)	(23.1%)	(-0.1%)		(26.4%)	(30.7%)	(+4.3%)		(24.9%)	(27.3%)	(+2.4%)	
海外	売上高	26,226	32,314	6,087	23.2%	29,520	45,033	15,512	52.5%	55,747	77,348	21,600	38.7%
	売上総利益	5,954	10,616	4,661	78.3%	8,863	15,821	6,957	78.5%	14,818	26,437	11,619	78.4%
	(売上総利益率)	(22.7%)	(32.9%)	(+10.1%)		(30.0%)	(35.1%)	(+5.1%)		(26.6%)	(34.2%)	(+7.6%)	
	営業利益	321	232	(88)	-27.5%	(330)	(18)	311	-94.4%	(9)	214	223	
	(株 [△] レティング [△] ・マージン)	(5.4%)	(2.2%)	(-3.2%)		(-3.7%)	(-0.1%)	(+3.6%)		(-0.1%)	(0.8%)	(+0.9%)	
計	売上高	537,435	550,562	13,127	2.4%	600,699	671,086	70,386	11.7%	1,138,134	1,221,648	83,513	7.3%
	売上総利益	96,887	105,265	8,377	8.6%	111,337	129,727	18,389	16.5%	208,225	234,992	26,767	12.9%
	営業利益	21,447	22,095	648	3.0%	26,690	34,964	8,273	31.0%	48,138	57,060	8,922	18.5%
消去 又は 全社	売上高	(2,919)	(3,372)	(453)	15.5%	(4,150)	(3,025)	1,125	-27.1%	(7,069)	(6,398)	671	-9.5%
	売上総利益	(1,218)	(1,303)	(84)	7.0%	(1,139)	(1,190)	(50)	4.5%	(2,357)	(2,493)	(135)	5.8%
	営業利益	(5,585)	(5,755)	(169)	3.0%	(5,730)	(6,310)	(579)	10.1%	(11,316)	(12,065)	(749)	6.6%
連結	売上高	534,516	547,189	12,673	2.4%	596,548	668,060	71,512	12.0%	1,131,064	1,215,250	84,185	7.4%
	売上総利益	95,669	103,961	8,292	8.7%	110,198	128,536	18,338	16.6%	205,867	232,498	26,631	12.9%
	(売上総利益率)	(17.9%)	(19.0%)	(+1.1%)		(18.5%)	(19.2%)	(+0.8%)		(18.2%)	(19.1%)	(+0.9%)	
	営業利益	15,861	16,340	479	3.0%	20,960	28,654	7,693	36.7%	36,821	44,994	8,173	22.2%
	(株 [△] レティング [△] ・マージン)	(16.6%)	(15.7%)	(-0.9%)		(19.0%)	(22.3%)	(+3.3%)		(17.9%)	(19.4%)	(+1.5%)	

業種別売上高 (1)

(単位：百万円)

	上期	前年同期比		下期	前年同期比		通期		通期		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	59,569	(5,157)	-8.0%	73,990	(5)	0.0%	138,721	14.3%	133,559	13.1%	(5,162)	-3.7%
飲料・嗜好品	58,131	(3,832)	-6.2%	60,431	5,007	9.0%	117,387	12.1%	118,562	11.6%	1,174	1.0%
情報・通信	48,881	(609)	-1.2%	65,563	11,458	21.2%	103,595	10.7%	114,444	11.2%	10,849	10.5%
食品	37,574	869	2.4%	38,830	6,040	18.4%	69,496	7.2%	76,404	7.5%	6,909	9.9%
化粧品・トイレタリー	33,705	(268)	-0.8%	38,215	3,775	11.0%	68,413	7.1%	71,920	7.0%	3,506	5.1%
金融・保険	28,398	1,351	5.0%	31,749	(198)	-0.6%	58,995	6.1%	60,148	5.9%	1,153	2.0%
薬品・医療用品	24,834	281	1.1%	28,289	(832)	-2.9%	53,673	5.5%	53,123	5.2%	(550)	-1.0%
流通・小売業	24,300	2,639	12.2%	35,127	8,552	32.2%	48,236	5.0%	59,427	5.8%	11,191	23.2%
交通・レジャー	21,985	630	2.9%	31,174	6,749	27.6%	45,780	4.7%	53,159	5.2%	7,379	16.1%
不動産・住宅設備	20,009	809	4.2%	22,677	1,051	4.9%	40,827	4.2%	42,686	4.2%	1,859	4.6%
家電・AV機器	11,713	(606)	-4.9%	14,983	(1,769)	-10.6%	29,071	3.0%	26,696	2.6%	(2,375)	-8.2%
外食・各種サービス	16,139	3,377	26.5%	16,324	1,410	9.5%	27,676	2.9%	32,463	3.2%	4,788	17.3%
出版	10,781	914	9.3%	12,907	(338)	-2.5%	23,112	2.4%	23,688	2.3%	576	2.5%
家庭用品	9,534	1,194	14.3%	9,606	536	5.9%	17,409	1.8%	19,140	1.9%	1,731	9.9%
官公庁・団体	5,260	1,557	42.1%	10,529	(2,455)	-18.9%	16,687	1.7%	15,790	1.5%	(897)	-5.4%
教育・医療サービス・宗教	5,811	730	14.4%	8,732	(2,698)	-23.6%	16,512	1.7%	14,543	1.4%	(1,969)	-11.9%
趣味・スポーツ用品	6,357	862	15.7%	9,573	2,330	32.2%	12,737	1.3%	15,930	1.6%	3,192	25.1%
ファッション・アクセサリ	5,733	(548)	-8.7%	7,751	1,385	21.7%	12,648	1.3%	13,485	1.3%	837	6.6%
エネルギー・素材・機械	5,119	(521)	-9.2%	8,826	2,008	29.5%	12,458	1.3%	13,945	1.4%	1,487	11.9%
精密機器・事務用品	3,136	369	13.3%	4,480	606	15.6%	6,641	0.7%	7,616	0.7%	975	14.7%
案内・その他	24,630	1,260	5.4%	28,811	3,814	15.3%	48,368	5.0%	53,442	5.2%	5,074	10.5%
上記業種 計	461,600	5,299	1.2%	558,567	46,427	9.1%	968,442	100.0%	1,020,167	100.0%	51,725	5.3%
上記業種以外 計	85,590	7,374	9.4%	109,493	25,086	29.7%	162,623		195,083		32,460	20.0%
合計	547,189	12,673	2.4%	668,060	71,512	12.0%	1,131,064		1,215,250		84,185	7.4%

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。

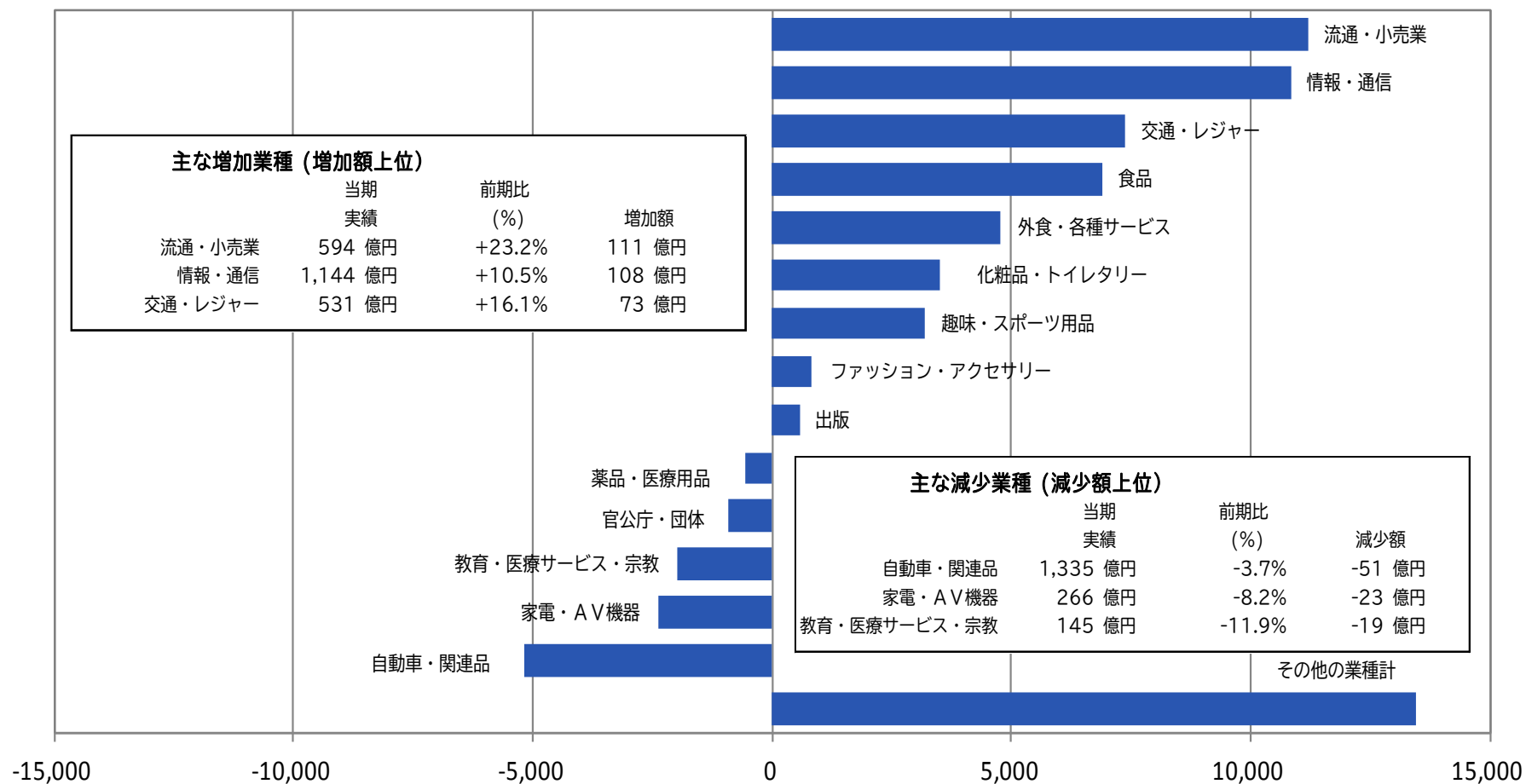
それらの会社の売上高は、種目別売上高において各種目別に集計しておりますが、業種別売上高においては業種別に集計していません。

注② 上記は、「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)

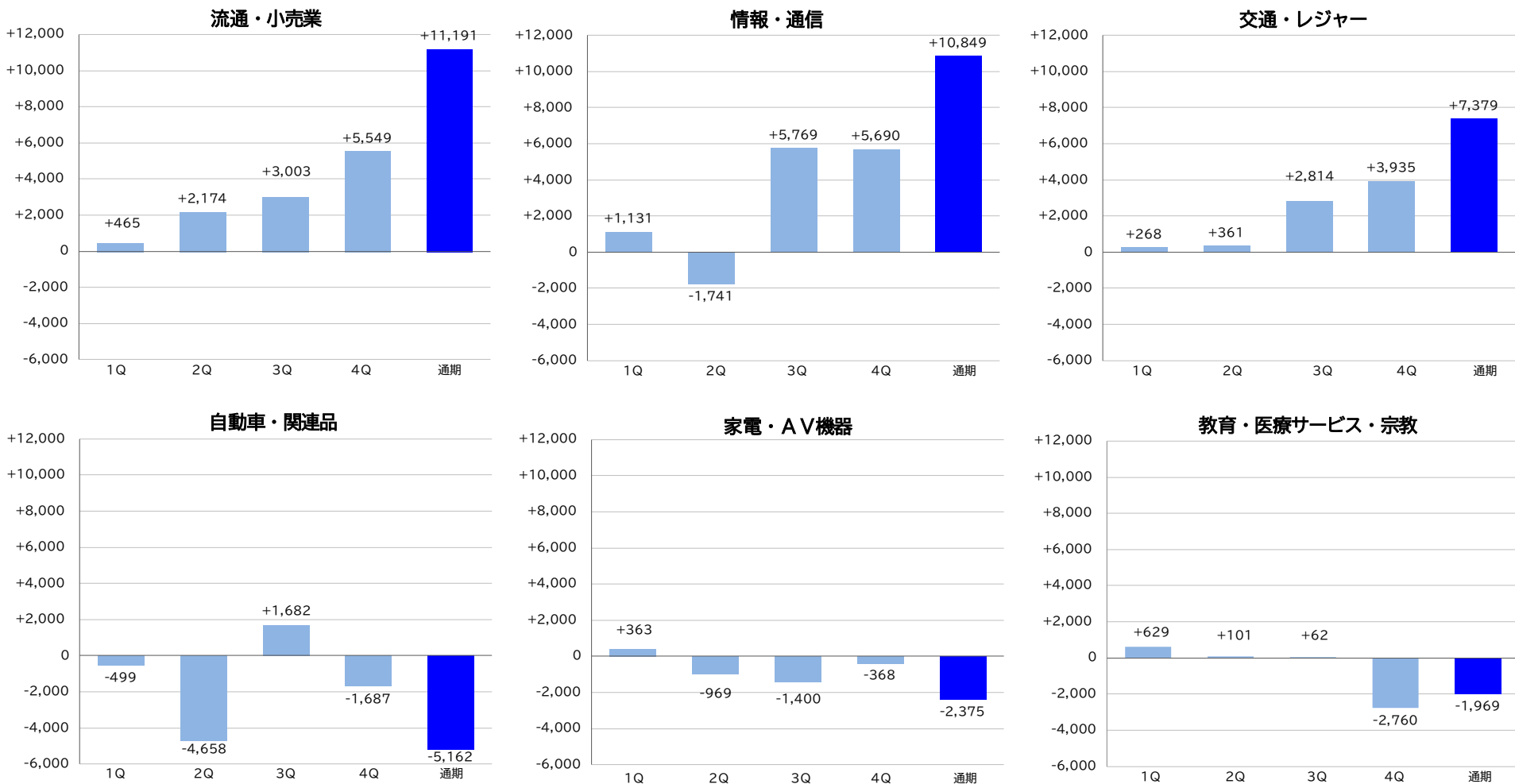
2016年3月期 通期 前年同期比増減額

(単位：百万円)



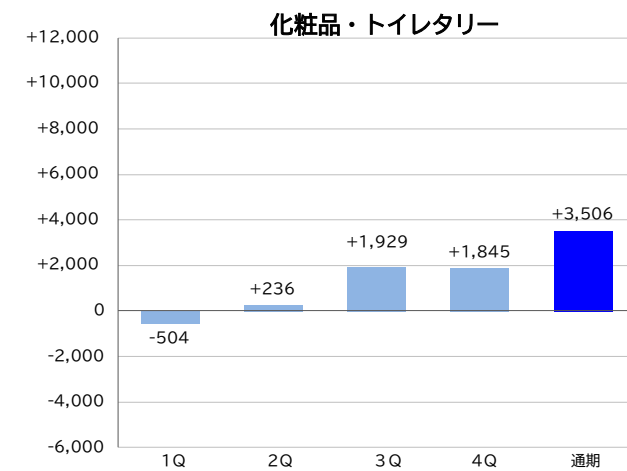
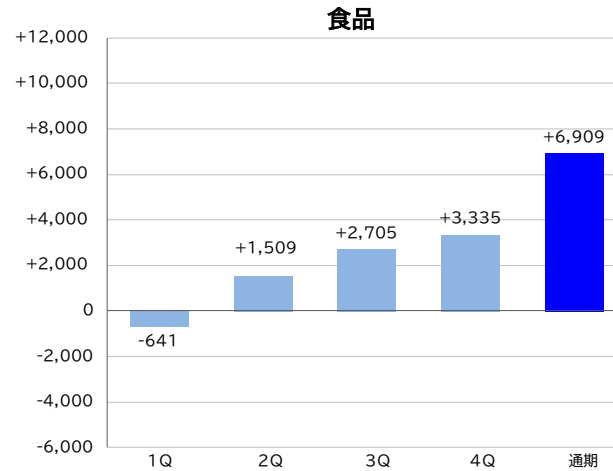
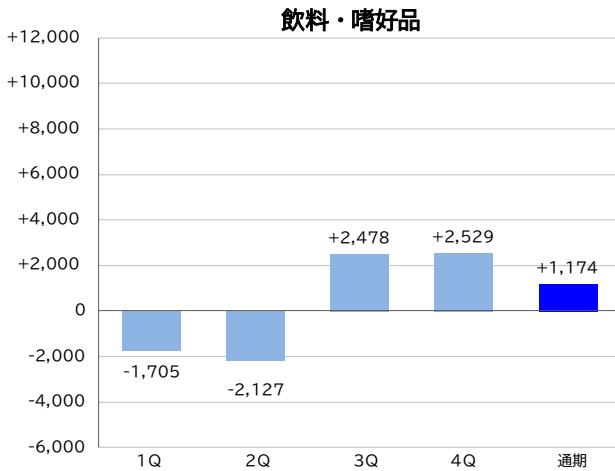
業種別売上高 (3)

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



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）



業種別売上高 (5)

(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		第3四半期	前年同期比		第4四半期	前年同期比		通期		前年同期比	
	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'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%	36,972	1,682	4.8%	37,018	(1,687)	-4.4%	133,559	13.1%	(5,162)	-3.7%
飲料・嗜好品	30,766	(1,705)	-5.3%	27,365	(2,127)	-7.2%	27,935	2,478	9.7%	32,496	2,529	8.4%	118,562	11.6%	1,174	1.0%
情報・通信	23,100	1,131	5.2%	25,781	(1,741)	-6.3%	32,872	5,769	21.3%	32,690	5,690	21.1%	114,444	11.2%	10,849	10.5%
食品	18,726	(641)	-3.3%	18,848	1,509	8.7%	18,089	2,705	17.6%	20,741	3,335	19.2%	76,404	7.5%	6,909	9.9%
化粧品・トイレットリー	17,775	(504)	-2.8%	15,930	236	1.5%	19,949	1,929	10.7%	18,266	1,845	11.2%	71,920	7.0%	3,506	5.1%
金融・保険	14,993	1,016	7.3%	13,405	335	2.6%	14,562	(165)	-1.1%	17,187	(33)	-0.2%	60,148	5.9%	1,153	2.0%
薬品・医療用品	12,543	1,098	9.6%	12,291	(817)	-6.2%	15,732	(797)	-4.8%	12,557	(35)	-0.3%	53,123	5.2%	(550)	-1.0%
流通・小売業	11,906	465	4.1%	12,394	2,174	21.3%	16,414	3,003	22.4%	18,713	5,549	42.2%	59,427	5.8%	11,191	23.2%
交通・レジャー	11,593	268	2.4%	10,392	361	3.6%	14,846	2,814	23.4%	16,327	3,935	31.8%	53,159	5.2%	7,379	16.1%
不動産・住宅設備	8,824	(1,161)	-11.6%	11,185	1,970	21.4%	9,428	374	4.1%	13,249	677	5.4%	42,686	4.2%	1,859	4.6%
家電・AV機器	6,118	363	6.3%	5,596	(969)	-14.8%	7,549	(1,400)	-15.6%	7,434	(368)	-4.7%	26,696	2.6%	(2,375)	-8.2%
外食・各種サービス	7,581	1,648	27.8%	8,559	1,729	25.3%	8,881	1,217	15.9%	7,443	193	2.7%	32,463	3.2%	4,788	17.3%
出版	4,454	477	12.0%	6,327	436	7.4%	4,871	(433)	-8.2%	8,035	96	1.2%	23,688	2.3%	576	2.5%
家庭用品	4,354	301	7.4%	5,180	893	20.8%	5,241	199	3.9%	4,365	338	8.4%	19,140	1.9%	1,731	9.9%
官公庁・団体	2,191	505	30.0%	3,069	1,052	52.2%	3,525	(2,248)	-38.9%	7,004	(207)	-2.9%	15,790	1.5%	(897)	-5.4%
教育・医療サービス・宗教	3,120	629	25.2%	2,691	101	3.9%	3,263	62	1.9%	5,469	(2,760)	-33.5%	14,543	1.4%	(1,969)	-11.9%
趣味・スポーツ用品	2,858	346	13.8%	3,499	517	17.3%	4,996	1,427	40.0%	4,577	902	24.6%	15,930	1.6%	3,192	25.1%
ファッション・アクセサリ	2,665	(631)	-19.1%	3,068	83	2.8%	4,570	557	13.9%	3,181	827	35.1%	13,485	1.3%	837	6.6%
エネルギー・素材・機械	2,387	215	9.9%	2,732	(736)	-21.2%	3,412	363	11.9%	5,415	1,645	43.6%	13,945	1.4%	1,487	11.9%
精密機器・事務用品	1,572	22	1.4%	1,565	347	28.5%	2,269	219	10.7%	2,211	387	21.2%	7,616	0.7%	975	14.7%
案内・その他	11,645	(184)	-1.6%	12,985	1,444	12.5%	14,728	2,470	20.2%	14,084	1,344	10.5%	53,442	5.2%	5,074	10.5%
上記業種 計	226,024	3,159	1.4%	235,576	2,139	0.9%	270,103	22,227	9.0%	288,464	24,200	9.2%	1,020,167	100.0%	51,725	5.3%
上記業種以外 計	40,306	3,465	9.4%	45,284	3,909	9.4%	54,255	13,514	33.2%	55,238	11,572	26.5%	195,083		32,460	20.0%
合計	266,329	6,624	2.6%	280,859	6,048	2.2%	324,358	35,740	12.4%	343,702	35,771	11.6%	1,215,250		84,185	7.4%

種目別売上高（1）

(単位：百万円)

	上期	前年同期比		下期	前年同期比		通期		通期		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	(%)
新聞	28,314	186	0.7%	35,710	(921)	-2.5%	64,759	6.3%	64,024	5.9%	(735)	-1.1%
雑誌	10,093	(856)	-7.8%	12,340	(360)	-2.8%	23,649	2.3%	22,433	2.1%	(1,216)	-5.1%
ラジオ	6,878	(254)	-3.6%	7,134	(168)	-2.3%	14,433	1.4%	14,012	1.3%	(421)	-2.9%
テレビ	207,145	(3,553)	-1.7%	230,044	9,694	4.4%	431,048	42.0%	437,188	40.5%	6,141	1.4%
4マスメディア 計	252,429	(4,476)	-1.7%	285,228	8,245	3.0%	533,889	52.1%	537,658	49.8%	3,769	0.7%
インターネットメディア	60,811	6,934	12.9%	74,678	18,893	33.9%	109,662	10.7%	135,489	12.5%	25,827	23.6%
アウトドアメディア	19,192	(48)	-0.2%	21,681	876	4.2%	40,044	3.9%	40,873	3.8%	829	2.1%
クリエイティブ	53,362	1,597	3.1%	66,497	3,289	5.2%	114,972	11.2%	119,858	11.1%	4,886	4.2%
マーケティング/プロモーション	96,436	(730)	-0.8%	124,642	15,673	14.4%	206,135	20.1%	221,078	20.5%	14,942	7.2%
その他（コンテンツ等）	8,205	925	12.7%	17,112	3,862	29.1%	20,530	2.0%	25,317	2.3%	4,787	23.3%
4マスメディア以外 計	238,005	8,679	3.8%	304,610	42,593	16.3%	491,344	47.9%	542,615	50.2%	51,271	10.4%
上記種目 計	490,434	4,202	0.9%	589,838	50,838	9.4%	1,025,233	100.0%	1,080,272	100.0%	55,040	5.4%
上記種目以外 計	56,756	8,471	17.5%	78,222	20,675	35.9%	105,832		134,978		29,146	27.5%
合計	547,190	12,673	2.4%	668,060	71,512	12.0%	1,131,064		1,215,250		84,185	7.4%

◎ 「4マスメディア 計」は、下期にテレビが回復し、通期では前年を上回る。

◎ 「4マスメディア以外計」は、インターネットメディアを中心に全種目で前年を上回る。

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。

種目別売上高 (2)

(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			第3四半期			前年同期比			第4四半期			前年同期比			通期			前年同期比		
	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)	'16年3月期	増減額	(%)
新聞	13,827	(485)	-3.4%	14,487	671	4.9%	16,766	1,026	6.5%	18,945	(1,947)	-9.3%	64,024	(735)	-1.1%															
雑誌	4,821	(450)	-8.5%	5,272	(406)	-7.2%	6,559	(313)	-4.6%	5,782	(47)	-0.8%	22,433	(1,216)	-5.1%															
ラジオ	3,344	(115)	-3.3%	3,534	(139)	-3.8%	3,644	(81)	-2.2%	3,490	(86)	-2.4%	14,012	(421)	-2.9%															
テレビ	102,914	(3,153)	-3.0%	104,230	(400)	-0.4%	114,088	2,489	2.2%	115,956	7,205	6.6%	437,188	6,141	1.4%															
4マスメディア計	124,906	(4,202)	-3.3%	127,523	(274)	-0.2%	141,057	3,121	2.3%	144,172	5,124	3.7%	537,658	3,769	0.7%															
インターネットメディア	30,195	2,042	7.3%	30,616	4,892	19.0%	35,987	9,011	33.4%	38,691	9,882	34.3%	135,489	25,827	23.6%															
アウトドアメディア	9,382	21	0.2%	9,809	(68)	-0.7%	10,609	15	0.1%	11,073	862	8.4%	40,873	829	2.1%															
クリエイティブ	25,639	1,024	4.2%	27,723	574	2.1%	30,666	1,819	6.3%	35,831	1,469	4.3%	119,858	4,886	4.2%															
マーケティング/プロモーション	46,271	1,572	3.5%	50,165	(2,302)	-4.4%	59,415	7,970	15.5%	65,227	7,702	13.4%	221,078	14,942	7.2%															
その他(コンテンツ等)	4,325	1,155	36.4%	3,880	(229)	-5.6%	8,155	2,571	46.0%	8,958	1,291	16.8%	25,317	4,787	23.3%															
4マスメディア以外計	115,812	5,813	5.3%	122,192	2,866	2.4%	144,830	21,386	17.3%	159,779	21,206	15.3%	542,615	51,271	10.4%															
上記種目計	240,719	1,610	0.7%	249,715	2,592	1.0%	285,887	24,507	9.4%	303,951	26,330	9.5%	1,080,272	55,040	5.4%															
上記種目以外計	25,611	5,014	24.3%	31,145	3,456	12.5%	38,471	11,234	41.2%	39,751	9,441	31.1%	134,978	29,146	27.5%															
合計	266,329	6,624	2.6%	280,859	6,048	2.2%	324,358	35,740	12.4%	343,702	35,771	11.6%	1,215,250	84,185	7.4%															

販管費の増減（1）

(単位：百万円)

	上期		前年同期比		下期		前年同期比		通期		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	54,517	59,440	4,922	9.0%	59,815	66,633	6,817	11.4%	114,333	126,073	11,740	10.3%
その他経費 合計	25,290	28,181	2,891	11.4%	29,421	33,248	3,827	13.0%	54,712	61,430	6,718	12.3%
賃 借 料	5,702	6,316	613	10.8%	6,061	6,569	507	8.4%	11,764	12,885	1,121	9.5%
減価償却費	1,135	1,339	203	18.0%	1,276	1,585	309	24.2%	2,411	2,925	513	21.3%
のれん等償却額	688	803	115	16.8%	984	1,486	502	51.0%	1,672	2,290	617	36.9%
そ の 他	17,764	19,722	1,957	11.0%	21,099	23,607	2,507	11.9%	38,863	43,329	4,465	11.5%
販管費 合計	79,807	87,621	7,813	9.8%	89,237	99,882	10,644	11.9%	169,045	187,503	18,458	10.9%
人件費比率 (人件費/売上総利益)									55.5%	54.2%		

(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。

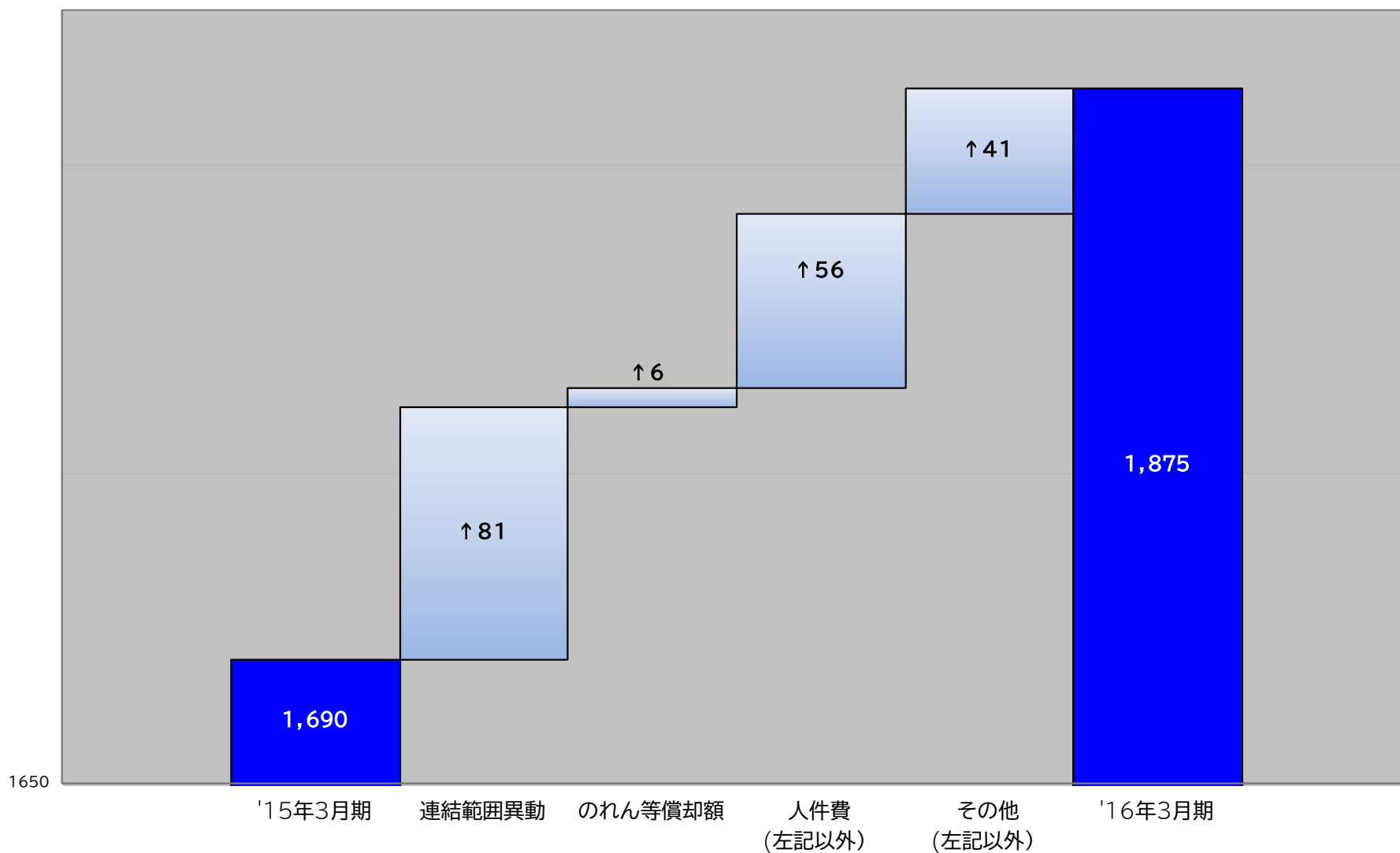
【中期経営計画に沿ったM&Aなど体制強化、戦略的な費用投下を実施】

- ◎ 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81億円。
- ◎ 連結範囲異動の影響を除いた販管費は、前年同期比+6.1%。
- ◎ M&Aによる増分影響は、約113億円。

販管費の増減（２）

(単位：億円)

2016年3月期 通期 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)

	上期		前年同期比		下期		前年同期比		通期		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	1,061	1,550	488	46.0%	1,312	1,238	(73)	-5.6%	2,373	2,789	415	17.5%
営業外費用	129	110	(19)	-14.8%	160	177	16	10.4%	290	288	(2)	-0.8%
営業外損益	931	1,439	507	54.5%	1,151	1,061	(90)	-7.8%	2,083	2,500	417	20.0%

◎ 金融収支（受取利息-支払利息）：	'15年3月期	+146 百万円	'16年3月期	+76 百万円	前年同期比	69 百万円減
◎ 受取配当金：	'15年3月期	744 百万円	'16年3月期	866 百万円	前年同期比	121 百万円増
◎ 持分法による投資損益：	'15年3月期	829 百万円	'16年3月期	727 百万円	前年同期比	101 百万円減

(単位：百万円)

	上期		前年同期比		下期		前年同期比		通期		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	1,291	347	(943)		667	794	126		1,959	1,142	(816)	
特別損失	297	511	214		1,642	1,874	232		1,939	2,386	446	
特別損益	994	(163)	(1,158)		(974)	(1,080)	(105)		19	(1,243)	(1,263)	

◎ 投資有価証券売却益：	'15年3月期	1,361 百万円	'16年3月期	300 百万円	前年同期比	1,061 百万円減
◎ 関係会社株式売却益：	'15年3月期	142 百万円	'16年3月期	531 百万円	前年同期比	388 百万円増
◎ 投資有価証券評価損：	'15年3月期	65 百万円	'16年3月期	655 百万円	前年同期比	589 百万円増

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2015年3月末		2016年3月末		前期末比	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	(%)
流動資産	473,844	74.8%	498,308	73.4%	24,463	5.2%
固定資産	160,059	25.2%	180,224	26.6%	20,164	12.6%
資産合計	633,904	100.0%	678,532	100.0%	44,628	7.0%
流動負債	321,299	50.7%	352,961	52.0%	31,662	9.9%
固定負債	29,875	4.7%	31,539	4.7%	1,664	5.6%
負債合計	351,175	55.4%	384,501	56.7%	33,326	9.5%
株主資本	224,550	35.5%	245,637	36.2%	21,086	9.4%
その他の包括利益累計額	39,026	6.1%	27,520	4.0%	(11,505)	-29.5%
新株予約権	197	0.0%	223	0.0%	25	13.0%
非支配株主持分	18,954	3.0%	20,648	3.1%	1,694	8.9%
純資産 合計	282,729	44.6%	294,031	43.3%	11,301	4.0%
負債純資産合計	633,904	100.0%	678,532	100.0%	44,628	7.0%

- ◎ 現金及び預金+有価証券（流動資産）： '15年3月末 1,630 億円 '16年3月末 1,579 億円 50 億円減少。
◎ 受取手形及び売掛金： '15年3月末 2,698 億円 '16年3月末 2,940 億円 242 億円増加。
◎ 投資有価証券： '15年3月末 819 億円 '16年3月末 768 億円 50 億円減少。
◎ のれん+無形資産： '15年3月末 89 億円 '16年3月末 209 億円 119 億円増加。
◎ 支払手形及び買掛金： '15年3月末 2,604 億円 '16年3月末 2,835 億円 231 億円増加。
◎ 長・短借入金： '15年3月末 45 億円 '16年3月末 80 億円 34 億円増加。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	通期		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	33,314	29,698	(3,615)
投資活動によるキャッシュ・フロー	(7,563)	(20,686)	(13,123)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(12,484)	(5,290)	7,194
現金及び現金同等物に係る換算差額	991	(533)	(1,525)
現金及び現金同等物の増減額(減少)	14,257	3,188	(11,069)
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		(23)	(23)
現金及び現金同等物の期末残高	140,133	143,298	3,165

【参考(1)：減価償却費及び固定資産の取得】

減価償却費	3,340	4,359	1,018
有形固定資産の取得による支出	(1,849)	(5,390)	(3,541)
無形固定資産の取得による支出	(2,819)	(2,760)	58
固定資産の取得 計	(4,668)	(8,151)	(3,483)

【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 +462億円、のれん等償却額 +22億円、売上債権 増加 -226億円、仕入債務 増加 223億円、たな卸資産 増加 -24億円、法人税等 支払 -138億円、賞与引当金増加 63億円

<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 -142億円

<財務活動によるキャッシュ・フロー>

配当金支払 -61億円、非支配株主への配当金支払 -7億円

主要な子会社の業績概要

(単位：百万円)

	通期		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	832,528	875,294	42,765	5.1%
経常利益	27,083	30,429	3,346	12.4%
当期純利益	14,281	18,017	3,736	26.2%
大広（連結）				
売上高	147,736	155,237	7,500	5.1%
経常利益	1,873	2,817	944	50.4%
当期純利益	1,119	3,370	2,250	201.0%
読売広告社（連結）				
売上高	73,041	74,744	1,702	2.3%
経常利益	668	1,324	655	98.1%
当期純利益	42	1,529	1,486	-

◎売上高は前年同期比+427億円（+5.1%）の増収。
 増加業種：「流通・小売業」「情報・通信」
 減少業種：「自動車・関連品」「医療・教育・宗教」

◎好調な単体に加えて子会社やM&Aの貢献もあり増収、また、売上総利益率も向上し、経常利益、当期純利益とも二桁の増益。

◎売上高は前年同期比+75億円（+5.1%）の増収。
 増加業種：「食品」「飲料・嗜好品」
 減少業種：「流通・小売業」「外食・各種サービス」

◎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+17億円（+2.3%）の増収。
 増加業種：「趣味・スポーツ用品」「情報・通信」
 減少業種：「化粧品・トイレタリー」「交通・レジャー」

◎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。

*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。

2017年3月期 連結業績見通し

2017年3月期 連結業績見通し（1）

さらなる成長に向けた体制強化を進めつつ、営業増益を目指す

- ◎ **マクロ環境**：国内広告市場の伸びは、+2%前後
国内広告市場は、先行きに不透明感あるも、マーケティング活動活発化につながる各種トピックスあり。
海外広告市場は、中華圏の伸びがやや鈍化するも、市場全体としては国内よりも高い伸び。
- ◎ **売上高**：1兆 2,710億円、前年同期比 +4.6%
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**：2,475億円、前年同期比 +6.5%
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**：2,010億円、前年同期比 +7.2%
費用効率化に努めるも、のれん償却額増加や戦略的な費用投下に加え、退職給付費用増加により販管費の増加率が売上総利益の伸びを上回る見通し。
- ◎ **営業利益**：465億円、前年同期比 +3.3%
- ◎ **オペレーティング・マージン**：18.8%、前年同期から0.6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**：498億円、20.1%
のれん償却額の見通しは33億円。前年同期並みの高い収益性を維持する。
- ◎ **当期純利益**：264億円、前年同期比 -7.5%
前年同期の法人税等押し下げ要因が無くなり、当期純利益は減益。
- ◎ **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18円から6円増配し、年間24円の予定。

2017年3月期 連結業績見通し (2)

2016年5月12日現在

(単位: 百万円)

	上期				下期				通期			
	'16年3月期 (実績)	'17年3月期 (見通し)	前年同期比		'16年3月期 (実績)	'17年3月期 (見通し)	前年同期比		'16年3月期 (実績)	'17年3月期 (見通し)	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売上高	547,189	584,900	37,710	6.9%	668,060	686,100	18,039	2.7%	1,215,250	1,271,000	55,749	4.6%
売上総利益	103,961	113,900	9,938	9.6%	128,536	133,600	5,063	3.9%	232,498	247,500	15,001	6.5%
(売上総利益率)	(19.0%)	(19.5%)	(+0.5%)		(19.2%)	(19.5%)	(+0.2%)		(19.1%)	(19.5%)	(+0.3%)	
販管費	87,621	96,600	8,978	10.2%	99,882	104,400	4,517	4.5%	187,503	201,000	13,496	7.2%
営業利益	16,340	17,300	959	5.9%	28,654	29,200	545	1.9%	44,994	46,500	1,505	3.3%
(オ ^レ ・マ ^ジ ン)	(15.7%)	(15.2%)	(-0.5%)		(22.3%)	(21.9%)	(-0.4%)		(19.4%)	(18.8%)	(-0.6%)	
営業外損益	1,439	650	(789)		1,061	550	(511)		2,500	1,200	(1,300)	
経常利益	17,779	17,950	170	1.0%	29,715	29,750	34	0.1%	47,495	47,700	204	0.4%
特別損益	(163)	(100)	63		(1,080)	(550)	530		(1,243)	(650)	593	
税引前利益	17,616	17,850	233	1.3%	28,635	29,200	564	2.0%	46,251	47,050	798	1.7%
当期純利益	10,264	9,850	(414)	-4.0%	18,267	16,550	(1,717)	-9.4%	28,531	26,400	(2,131)	-7.5%
1株当たり配当金	9.0円	12.0円			9.0円	12.0円			18.0円	24.0円		

(オ^レ・マ^ジン) = 営業利益/売上総利益

のれん等償却額	803	1,650	846	105.3%	1,486	1,650	163	11.0%	2,290	3,300	1,009	44.1%
のれん償却前営業利益	17,144	18,950	1,805	10.5%	30,140	30,850	709	2.4%	47,285	49,800	2,514	5.3%
のれん償却前 オ ^レ ・マ ^ジ ン	16.5%	16.6%	0.1%		23.4%	23.1%	-0.4%		20.3%	20.1%	-0.2%	

(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・アドタイジング・コンソーシアム
(iREP)：アイレップ、(UN)：ユナイテッド

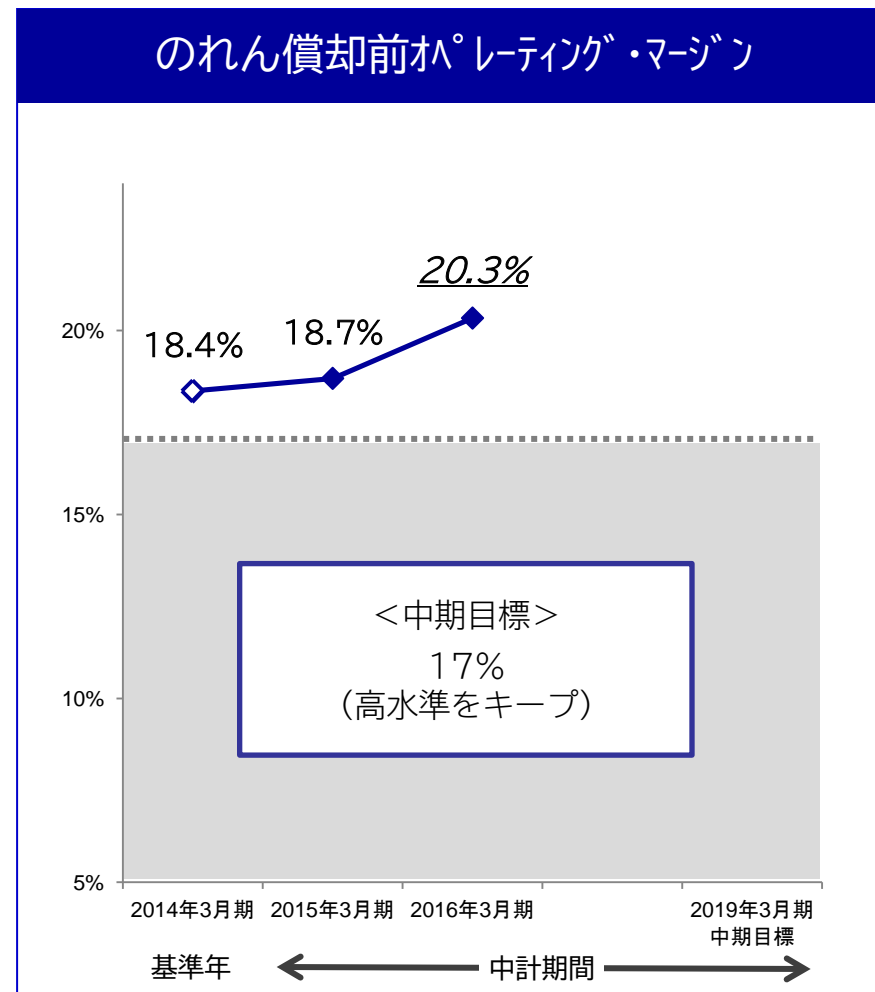
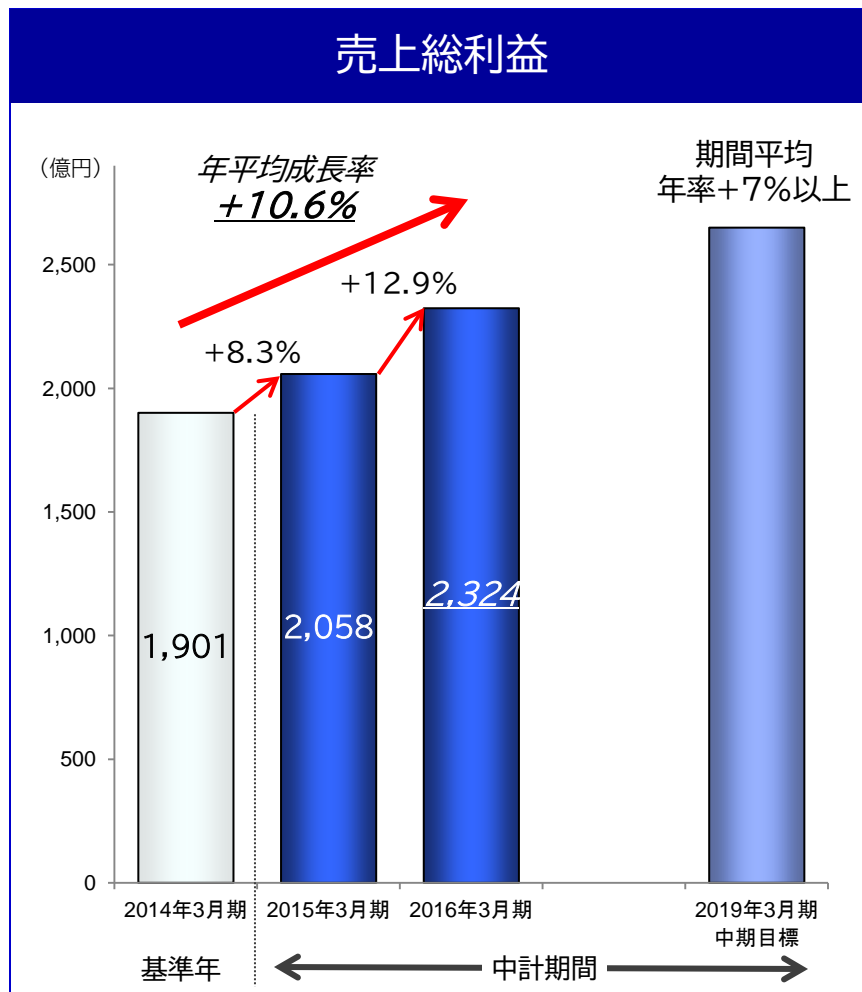
中期経営計画（2015年3月期～2019年3月期：5カ年計画）

<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[△]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

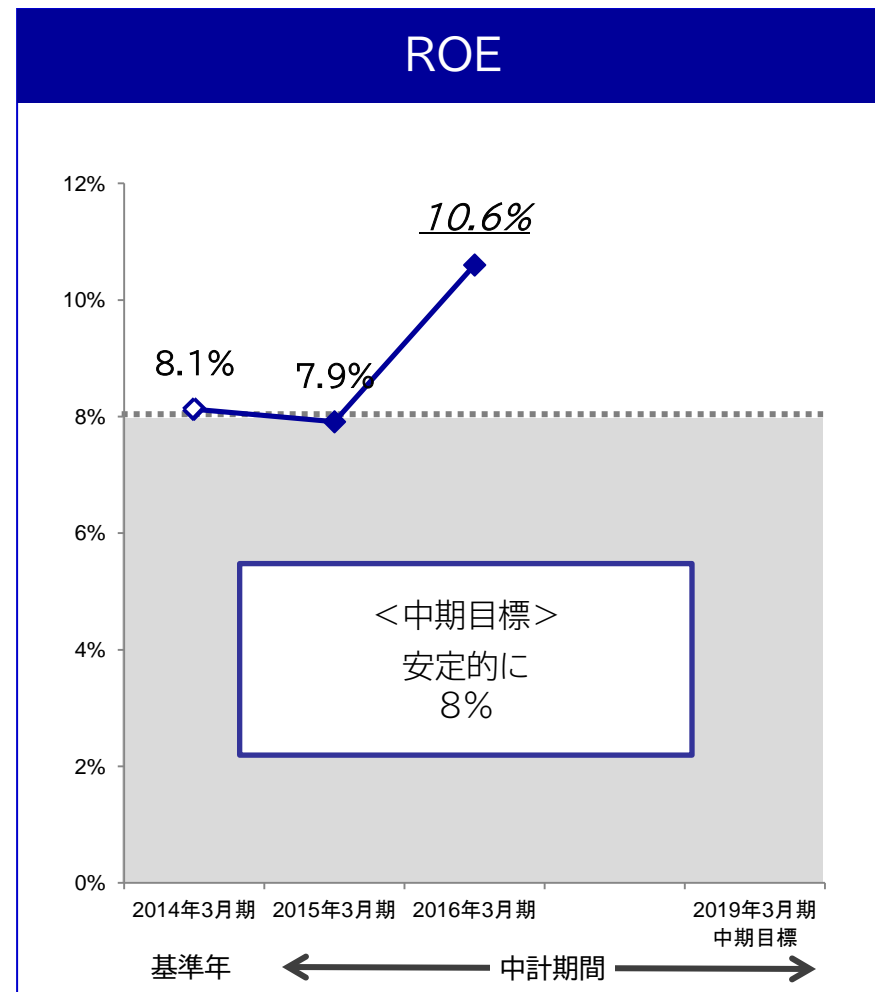
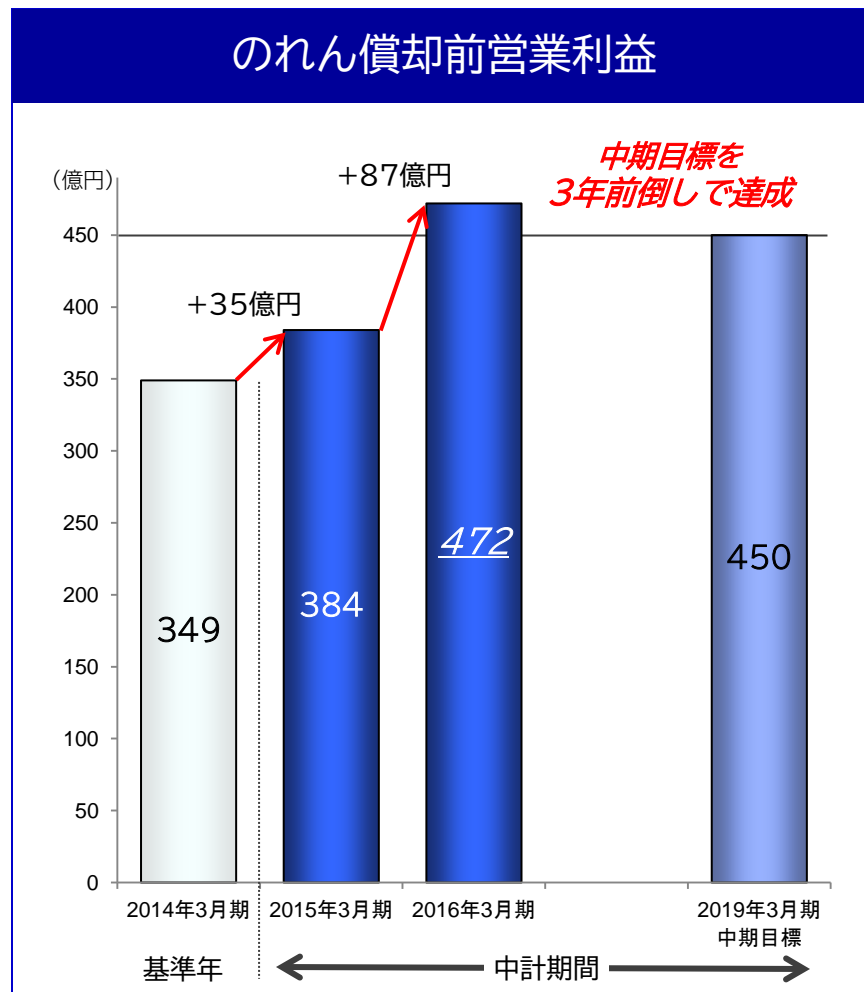
2016年3月期における進捗総括

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あり、売上総利益は年平均で+10.6%の伸長。のれん償却前が^oレーティング・マージンも20%以上の高水準へ。



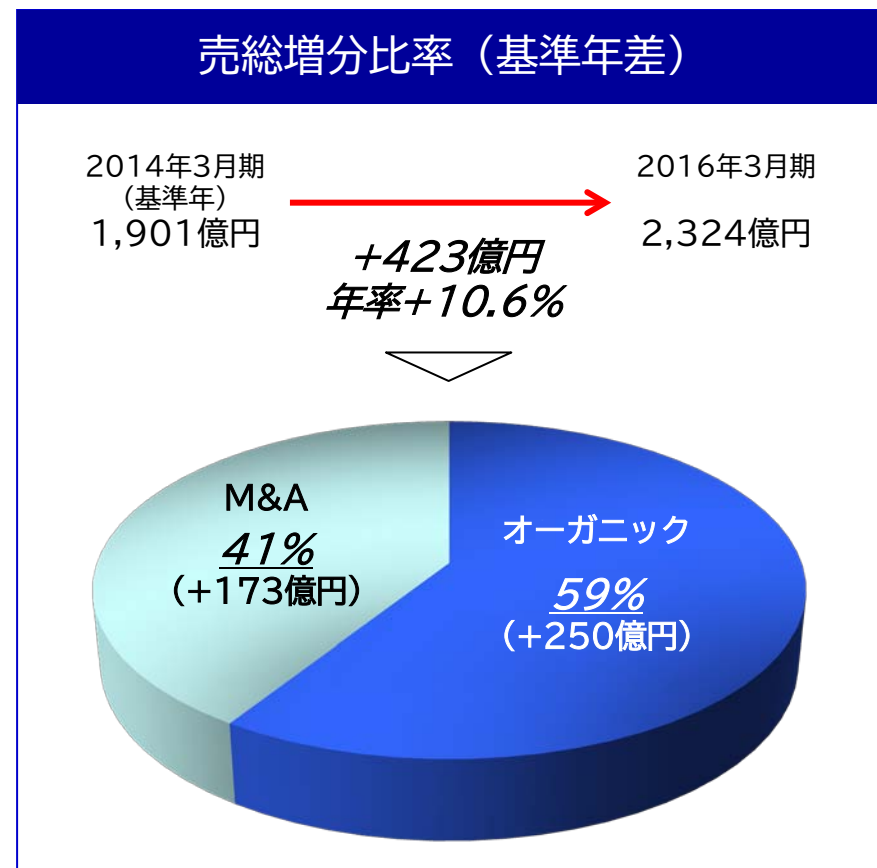
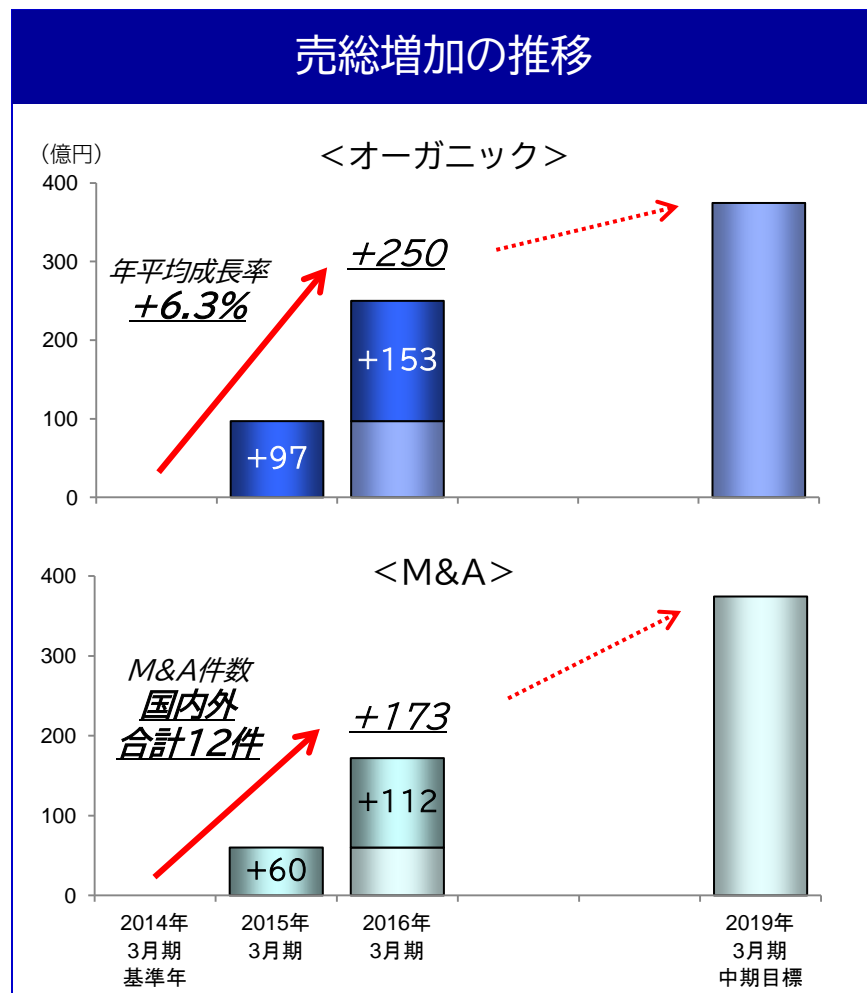
2016年3月期における進捗総括

当初想定を上回る売総の伸びと経営効率の改善により、のれん償却前営業利益の中期目標を3年前倒しで達成。法人税等の特殊要因も重なり、ROEは二桁以上の水準へ。



売上総利益の増分内訳①：オーガニック/M&A

オーガニック成長は年平均+6.3%と計画時の想定を大きく上回り、基準年からの売総増分の約6割を占める。M&Aもkyuを中心に、着実に進捗。



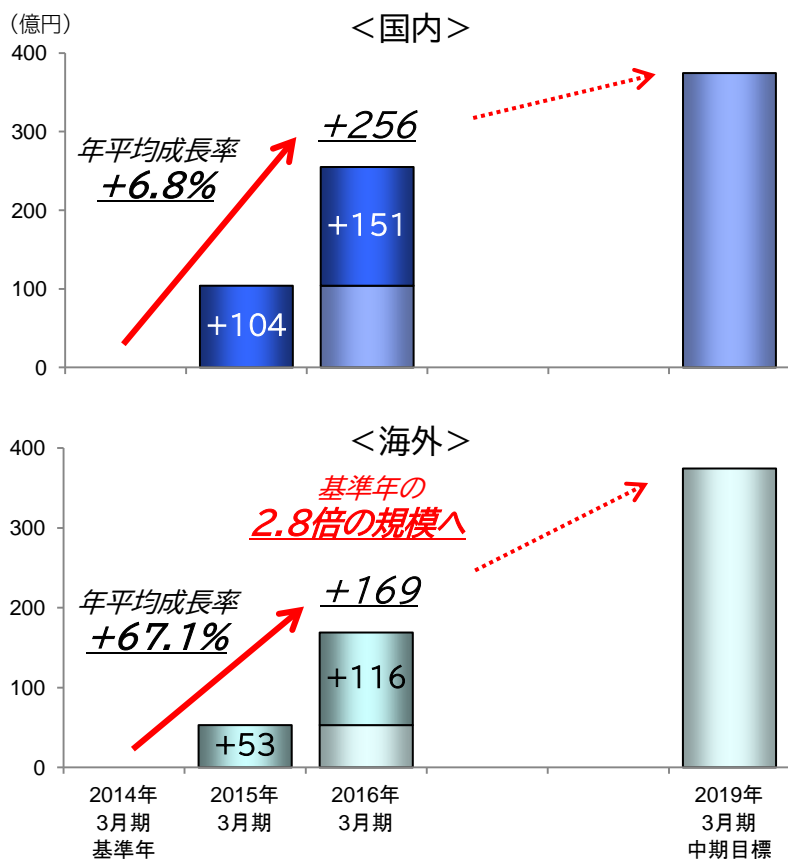
※オーガニック増分：既存事業会社およびSPC/ソフト等新規拠点における中計期間の売総増分の累計

※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)

売上総利益の増分内訳②：国内/海外

国内では、広告市場の伸びを上回る年平均+6.8%で伸長。海外は、オーガニックでの年率二桁以上の成長に加え、M&Aの押し上げもあり、売総の海外比率が二桁超へ。

売総増加の推移

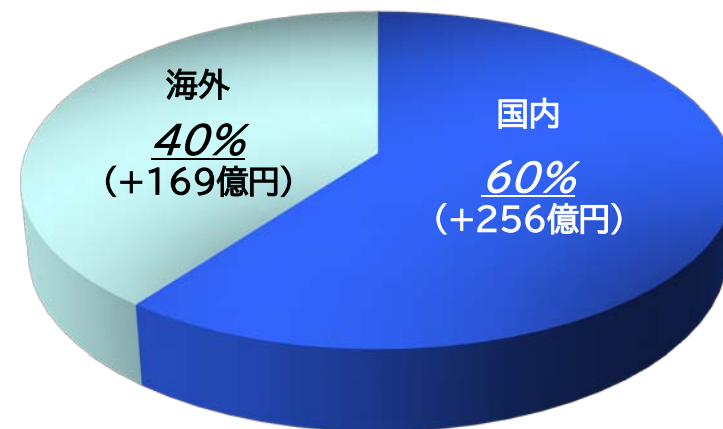


売総増分比率 (基準年差)

2014年3月期 (基準年) 1,901億円

2016年3月期 2,324億円

+423億円
年率+10.6%



売上総利益に占める海外比率 : 5.0% → **11.4%**

3つの成長ドライバー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

国内における専門機能の強化

“生活者データ・ドリブン” マーケティング対応力の強化

①生活者行動データの利用拡大

- 「POS-AD」の提供開始 (MP, DAC)
 - 大規模な購買アクチュアルデータを活用した高精度広告配信ソリューション
- 屋外行動データを活用したメディアサービスの共同開発の開始(H, MP, DAC)
 - スマホアプリの許諾済み位置情報とWEB行動データを連携させ、独自の屋外情報配信プラットフォームで広告配信を行うメディアサービス

②オウンドメディア向け独自ソリューションの開発・提供

- 「HACC」「PRECTORY」の提供開始 (HC)
 - HACC：アクチュアルデータを起点にしたオウンドメディアのコンテンツ開発ソリューション
 - PRECTORY：媒体社の企画制作力を活かしたオウンドメディアのコンテンツ制作ソリューション

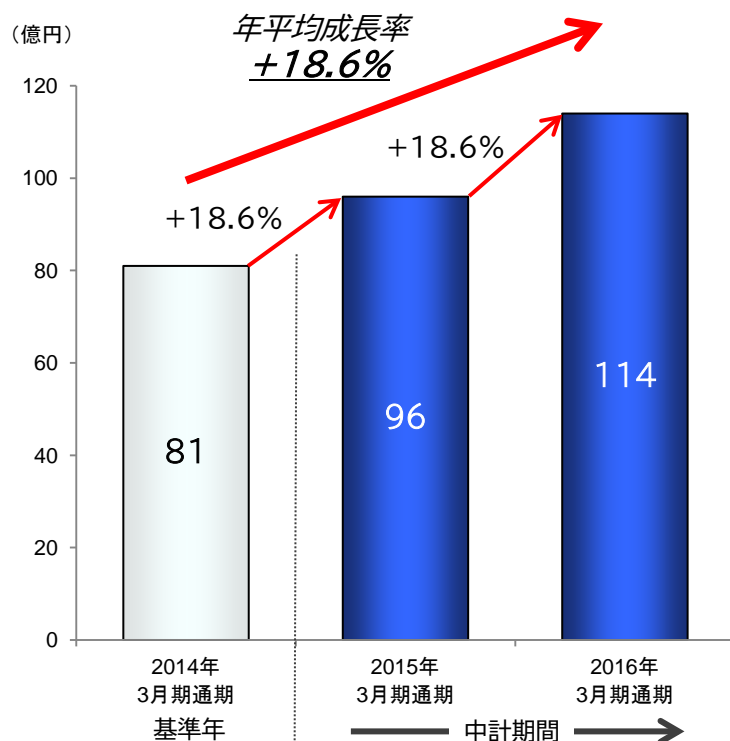
③対応体制の強化

- データマーケティング戦略ユニットの新設 (H)
 - 「データドリブンマーケティング局」「生活者データマネジメントプラットフォーム局」「マーケティングシステムコンサルティング局」の新設

アジアにおける体制の強化

- 中華圏、アセアンともに2年連続で二桁成長となり、アジア全体では年平均+18.6%。
- ネットワーク拠点の拡充や、生活者発想のアジアでの活用促進に加え、“生活者データ・ドリブン”マーケティングの対応体制の強化にも着手。

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

<サービス提供体制の強化>

- ・アドプラネット大広（インドネシア）の設立（D）

<生活者研究のノウハウ活用>

- ・博報堂生活総研（上海）、博報堂生活総研アセアン、博報堂行動デザイン研究所が、アジアの生活者研究の成果を発表（H）

<“生活者データ・ドリブン”マーケティング 対応体制の強化>

- ・インドネシアでDMP事業の強化（DAC）
- ・タイのSanookとの業務提携（DAC, iREP）
- ・マレーシアに子会社を設立し、SSP「AdStir」が東南アジアへ進出（UN）

- 戦略事業組織「k y u」に、新たに2社の専門マーケティングサービス企業が参画。

企業名

提供サービス等



C2 International

クリエイティビティと産業を結び付ける大規模カンファレンス「C2 Montréal」のノウハウを活かし、全世界でカンファレンスビジネスを展開する会社

IDEO

IDEO

人間中心のデザイン思考や高いクリエイティビティを武器に、幅広い領域でデザインコンサルティング業務を展開する、国際的なデザイン/イノベーション会社

※ 2社ともに当社の持分法適用会社。IDEOについては、将来的に持分の過半数以上を取得するオプションを当社が保有することについて、同社持分保有者と合意済み。

k y uメンバー

- 「C2 International」と「IDEO」の2社が新たにメンバーに加わり、戦略事業組織「k y u」への参画事業会社は6社へ増加。

kyuとは



A New Kind of Collective
〔全く新しい共同体〕

kyuメンバー



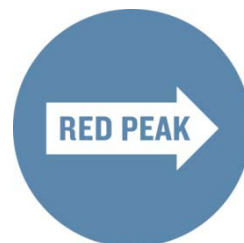
C2 International



Digital Kitchen



IDEO



Red Peak



Sid Lee



SYPartners

※ C2 InternationalおよびIDEOは、持分法適用会社。

国内における専門機能の強化

- エンタテインメント領域およびデジタル領域における専門機能の強化へ向けて、グループ内の組織再編を実施。
- 博報堂DYメディアパートナーズ内の各領域の専門組織と、同領域の機能会社のリソースを集約・再編し、新会社を設立。さらに、DACとアイレップの経営統合を発表するなど、各領域での対応体制強化へ向けた取り組みを加速。

エンタテインメント領域

Hakuhodo DY



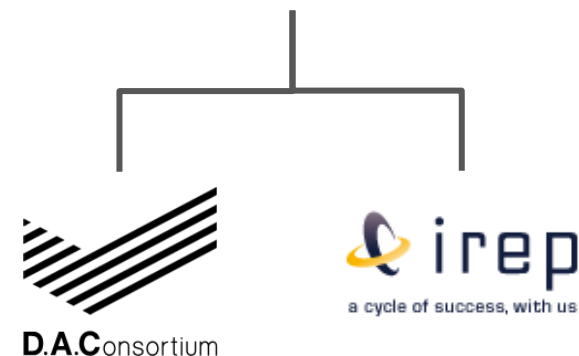
博報堂DYミュージック
&ピクチャーズ

デジタル領域

Hakuhodo DY
digital_

博報堂DYデジタル

D.A.コンソーシアム
ホールディングス



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。

