

HakuhodoDY holdings

2014年3月期 上期 連結決算概要

2013. 11. 08

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。

2014年3月期 上期 連結業績

2014年3月期 上期 連結業績 (1)

期初の増収減益見通しから増収増益へ。上期 営業利益は、過去最高益を更新

◎売上高：5,053億円、前年同期比 +2.2%

・2Q売上高の強い伸びで、上期はほぼ見通しどおり。

》業種別売上高：増加業種「自動車・関連品」「金融・保険」「官公庁・団体」
減少業種「家電・AV機器」「交通・レジャー」「食品」

》種目別売上高：2Qに入って、テレビスポット、マーケティング/プロモーションに強い伸び。
上期「4マスメディア計」は微減、「4マスメディア以外計」は+2.9%。

◎売上総利益：873億円、前年同期比 +5.7%

◎売上総利益率：17.3%、前年同期比 0.6ポイント向上

・グループ各社の収益性向上の取り組みに加え、引き続き制作業務のグループ内製化率を高めたことなどにより、売上総利益率が向上。

◎販管費：前年同期比 +4.4%

・体制強化、戦略的な費用投下を進めつつ、計画に沿った販管費コントロールを実施。

◎営業利益：129億円、前年同期比 +14.3%、+16億円

・売上総利益率の向上と販管費コントロールで、2008年3月期の124億円を超える上期 過去最高益。

◎当期純利益：73億円、前年同期比 +18.2%、+11億円

・特別利益もあり、+18.2%の増益。

2014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			
	'13年3月期	'14年3月期	前年同期比		'13年3月期	'14年3月期	前年同期比		'13年3月期	'14年3月期	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売上高	247,479	246,437	(1,042)	-0.4%	246,856	258,912	12,056	4.9%	494,335	505,350	11,014	2.2%
売上総利益	39,552	40,780	1,228	3.1%	43,042	46,552	3,510	8.2%	82,594	87,332	4,738	5.7%
(売上総利益率)	(16.0%)	(16.5%)	(+0.6%)		(17.4%)	(18.0%)	(+0.5%)		(16.7%)	(17.3%)	(+0.6%)	
販管費	35,358	36,991	1,633	4.6%	35,874	37,354	1,479	4.1%	71,232	74,345	3,113	4.4%
営業利益	4,194	3,788	(405)	-9.7%	7,168	9,198	2,030	28.3%	11,362	12,986	1,624	14.3%
(オペレーティング・マージン)	(10.6%)	(9.3%)	(-1.3%)		(16.7%)	(19.8%)	(+3.1%)		(13.8%)	(14.9%)	(+1.1%)	
営業外損益	727	399	(328)		518	594	76		1,245	993	(251)	
経常利益	4,921	4,187	(733)	-14.9%	7,686	9,792	2,106	27.4%	12,607	13,980	1,373	10.9%
特別損益	(70)	(157)	(86)		(284)	1,233	1,516		(354)	1,075	1,429	
税引前利益	4,850	4,030	(819)	-16.9%	7,402	11,025	3,622	48.9%	12,252	15,056	2,803	22.9%
当期純利益	2,159	1,299	(859)	-39.8%	4,038	6,029	1,990	49.3%	6,197	7,328	1,130	18.2%

(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

40円

60円

2014年3月期 上期 連結業績 (3)

【5月9日発表 上期見通し】

(単位：百万円)

	上期		
	5月9日 発表見通し	前年同期比	
		増減額	(%)
売上高	504,000	9,664	2.0%
売上総利益	84,500	1,905	2.3%
(売上総利益率)	(16.8%)	(+0.1%)	
販管費	74,000	2,767	3.9%
営業利益	10,500	(862)	-7.6%
(オペレーティング・マージン)	(12.4%)	(-1.3%)	
営業外損益	1,100	(145)	
経常利益	11,600	(1,007)	-8.0%
特別損益	(500)	(145)	
税引前利益	11,100	(1,152)	-9.4%
当期純利益	5,700	(497)	-8.0%

【上期 実績】

(単位：百万円)

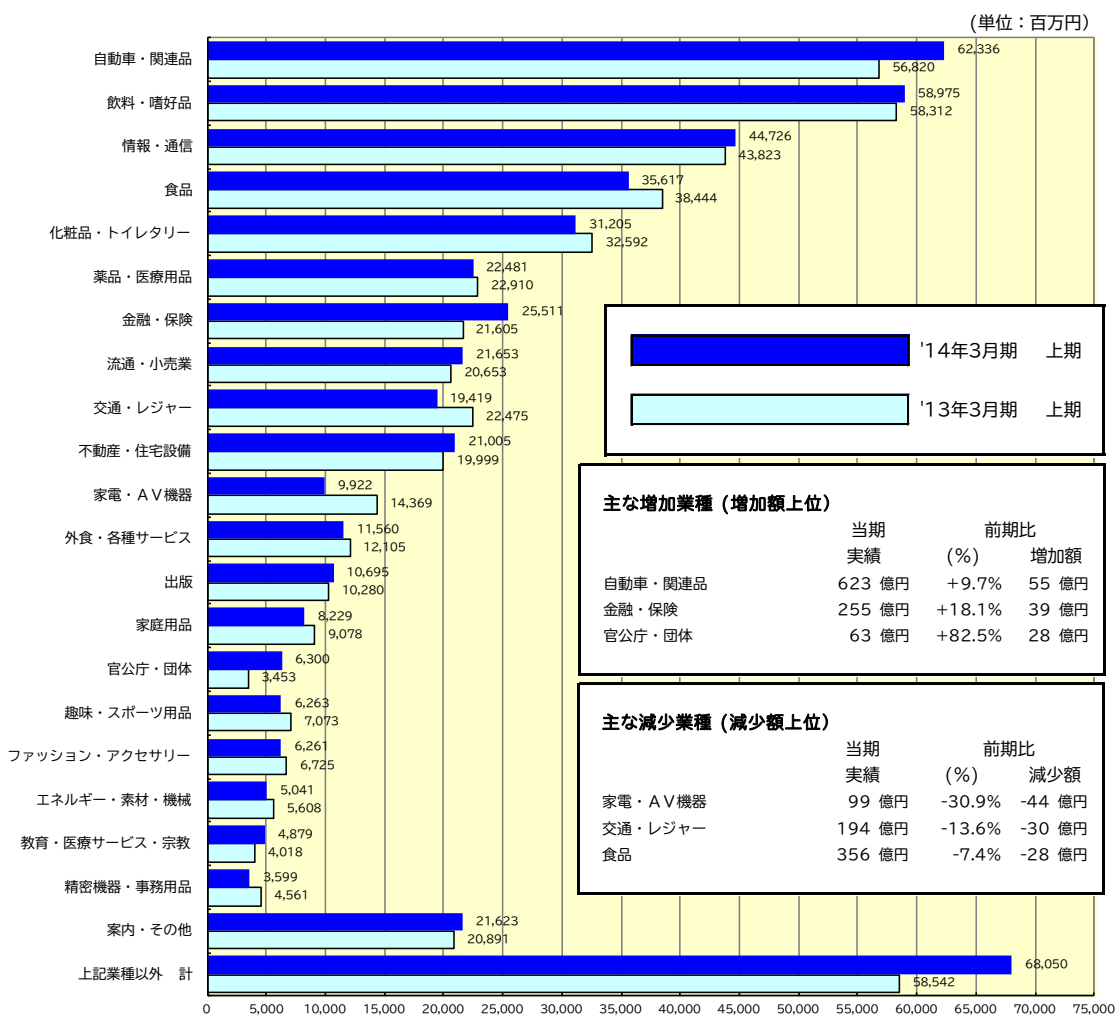
	上期		
	'14年3月期 (実績)	前年同期比	
		増減額	(%)
売上高	505,350	11,014	2.2%
売上総利益	87,332	4,738	5.7%
(売上総利益率)	(17.3%)	(+0.6%)	
販管費	74,345	3,113	4.4%
営業利益	12,986	1,624	14.3%
(オペレーティング・マージン)	(14.9%)	(+1.1%)	
営業外損益	993	(251)	
経常利益	13,980	1,373	10.9%
特別損益	1,075	1,429	
税引前利益	15,056	2,803	22.9%
当期純利益	7,328	1,130	18.2%

【実績と見通しとの差異】

(単位：百万円)

	上期	
	実績と見通しとの差異	
	増減額	(%)
売上高	1,350	0.3%
売上総利益	2,832	3.4%
(売上総利益率)	(+0.5%)	
販管費	345	0.5%
営業利益	2,486	23.7%
(オペレーティング・マージン)	(+2.4%)	
営業外損益	(107)	
経常利益	2,380	20.5%
特別損益	1,575	
税引前利益	3,956	35.6%
当期純利益	1,628	28.6%

業種別売上高 (1)



(単位：百万円)

	上期 14年3月期	前年同期比		当期 構成比
		額	(%)	
自動車・関連品	62,336	5,516	9.7%	14.3%
飲料・嗜好品	58,975	663	1.1%	13.5%
情報・通信	44,726	903	2.1%	10.2%
食品	35,617	(2,826)	-7.4%	8.1%
化粧品・トイレタリー	31,205	(1,387)	-4.3%	7.1%
薬品・医療用品	22,481	(428)	-1.9%	5.1%
金融・保険	25,511	3,905	18.1%	5.8%
流通・小売業	21,653	1,001	4.8%	5.0%
交通・レジャー	19,419	(3,057)	-13.6%	4.4%
不動産・住宅設備	21,005	1,006	5.0%	4.8%
家電・AV機器	9,922	(4,446)	-30.9%	2.3%
外食・各種サービス	11,560	(546)	-4.5%	2.6%
出版	10,695	415	4.0%	2.4%
家庭用品	8,229	(849)	-9.4%	1.9%
官公庁・団体	6,300	2,847	82.5%	1.4%
趣味・スポーツ用品	6,263	(810)	-11.5%	1.4%
ファッション・アクセサリ	6,261	(464)	-6.9%	1.4%
エネルギー・素材・機械	5,041	(566)	-10.1%	1.2%
教育・医療サービス・宗教	4,879	861	21.4%	1.1%
精密機器・事務用品	3,599	(962)	-21.1%	0.8%
案内・その他	21,623	732	3.5%	4.9%
上記業種 計	437,300	1,507	0.3%	100.0%
上記業種以外 計	68,050	9,508	16.2%	
合計	505,350	11,014	2.2%	

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 上記の棒グラフは、「上記業種以外計」「案内・その他」を除いて、2013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)

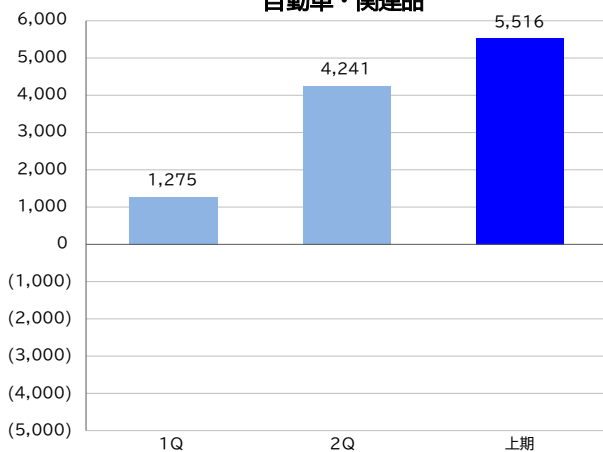
(単位：百万円)

	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	
	'14年3月期	増減額	(%)	'14年3月期	増減額	(%)	'13年3月期	構成比	'14年3月期	構成比	増減額	(%)
自動車・関連品	29,085	1,275	4.6%	33,250	4,241	14.6%	56,820	13.0%	62,336	14.3%	5,516	9.7%
飲料・嗜好品	31,304	293	0.9%	27,671	370	1.4%	58,312	13.4%	58,975	13.5%	663	1.1%
情報・通信	19,032	(2,986)	-13.6%	25,694	3,890	17.8%	43,823	10.1%	44,726	10.2%	903	2.1%
食品	17,614	(1,760)	-9.1%	18,003	(1,066)	-5.6%	38,444	8.8%	35,617	8.1%	(2,826)	-7.4%
化粧品・トイレットリー	16,446	(626)	-3.7%	14,759	(761)	-4.9%	32,592	7.5%	31,205	7.1%	(1,387)	-4.3%
薬品・医療用品	11,235	(423)	-3.6%	11,246	(6)	-0.1%	22,910	5.3%	22,481	5.1%	(428)	-1.9%
金融・保険	13,076	2,313	21.5%	12,435	1,592	14.7%	21,605	5.0%	25,511	5.8%	3,905	18.1%
流通・小売業	11,039	869	8.5%	10,615	131	1.3%	20,653	4.7%	21,653	5.0%	1,001	4.8%
交通・レジャー	10,196	(1,438)	-12.4%	9,222	(1,618)	-14.9%	22,475	5.2%	19,419	4.4%	(3,057)	-13.6%
不動産・住宅設備	10,970	1,469	15.5%	10,035	(463)	-4.4%	19,999	4.6%	21,005	4.8%	1,006	5.0%
家電・AV機器	4,734	(2,539)	-34.9%	5,188	(1,908)	-26.9%	14,369	3.3%	9,922	2.3%	(4,446)	-30.9%
外食・各種サービス	5,459	(826)	-13.1%	6,100	281	4.8%	12,105	2.8%	11,560	2.6%	(546)	-4.5%
出版	4,587	(329)	-6.7%	6,108	744	13.9%	10,280	2.4%	10,695	2.4%	415	4.0%
家庭用品	4,310	(81)	-1.8%	3,919	(768)	-16.4%	9,078	2.1%	8,229	1.9%	(849)	-9.4%
官公庁・団体	1,358	83	6.5%	4,942	2,765	127.0%	3,453	0.8%	6,300	1.4%	2,847	82.5%
趣味・スポーツ用品	2,886	(932)	-24.4%	3,377	122	3.7%	7,073	1.6%	6,263	1.4%	(810)	-11.5%
ファッション・アクセサリ	2,880	(329)	-10.2%	3,381	(135)	-3.9%	6,725	1.5%	6,261	1.4%	(464)	-6.9%
エネルギー・素材・機械	2,204	(535)	-19.5%	2,837	(31)	-1.1%	5,608	1.3%	5,041	1.2%	(566)	-10.1%
教育・医療サービス・宗教	2,166	435	25.1%	2,713	426	18.6%	4,018	0.9%	4,879	1.1%	861	21.4%
精密機器・事務用品	1,901	(132)	-6.5%	1,698	(830)	-32.8%	4,561	1.0%	3,599	0.8%	(962)	-21.1%
案内・その他	10,939	(138)	-1.2%	10,684	870	8.9%	20,891	4.8%	21,623	4.9%	732	3.5%
上記業種 計	213,422	(6,338)	-2.9%	223,878	7,845	3.6%	435,793	100.0%	437,300	100.0%	1,507	0.3%
上記業種以外 計	33,015	5,296	19.1%	35,035	4,212	13.7%	58,542		68,050		9,508	16.2%
合計	246,437	(1,042)	-0.4%	258,912	12,056	4.9%	494,335		505,350		11,014	2.2%

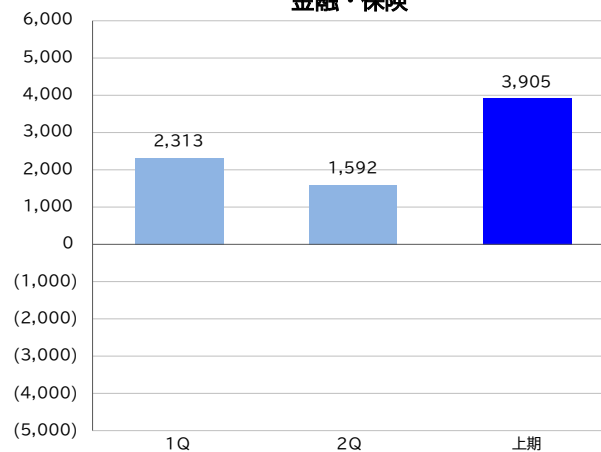
業種別売上高 (3)

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)

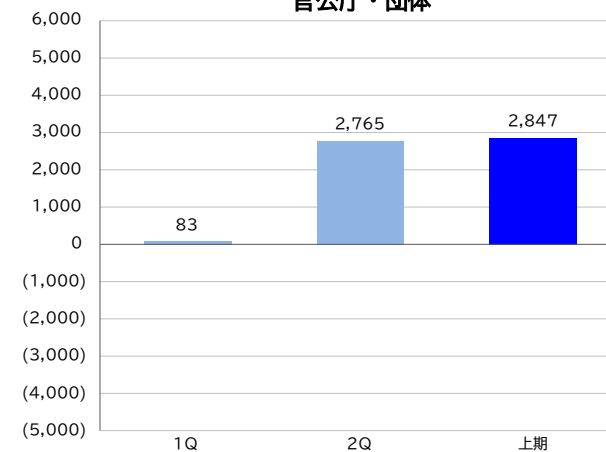
自動車・関連品



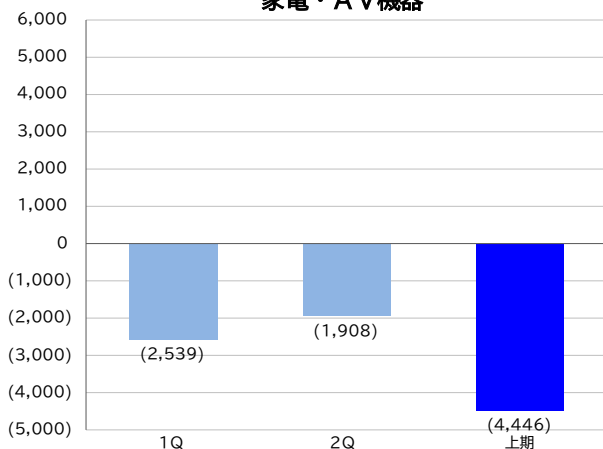
金融・保険



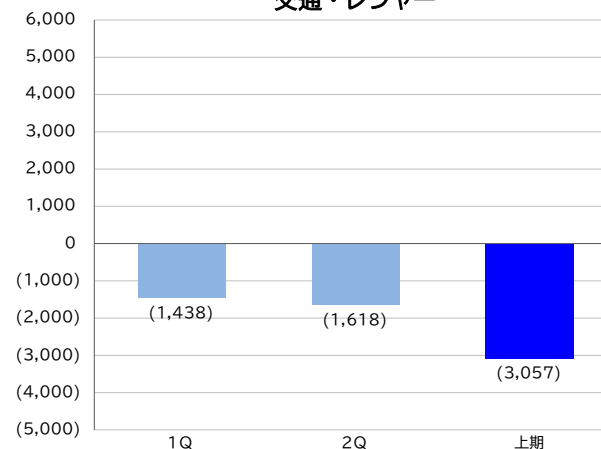
官公庁・団体



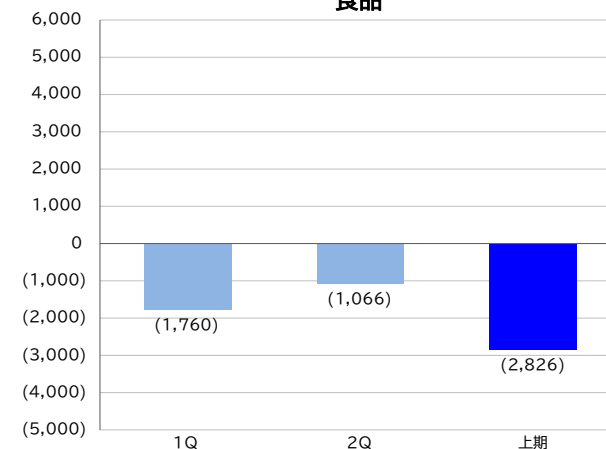
家電・AV機器



交通・レジャー



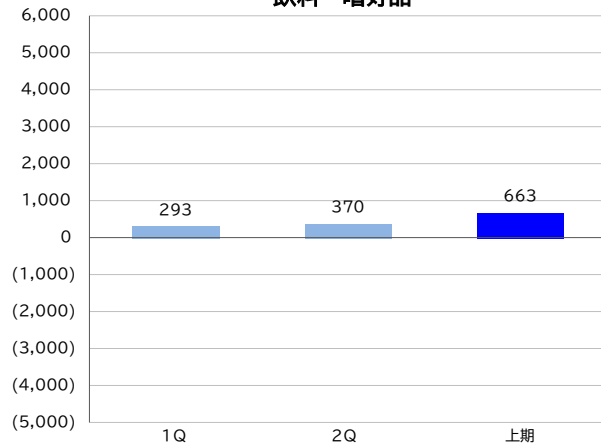
食品



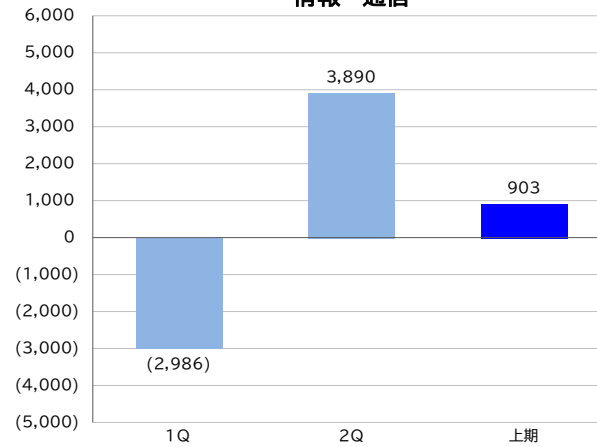
業種別売上高 (4)

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)

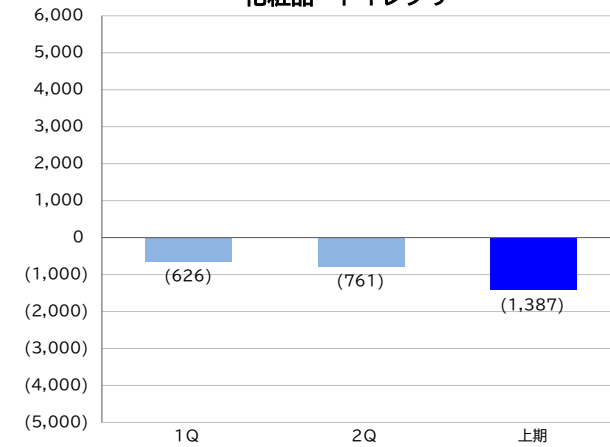
飲料・嗜好品



情報・通信



化粧品・トイレタリー



種目別売上高

(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	
	'14年3月期	増減額	(%)	'14年3月期	増減額	(%)	'13年3月期	構成比	'14年3月期	構成比	増減額	(%)
新聞	14,841	(1,036)	-6.5%	15,191	156	1.0%	30,912	6.7%	30,032	6.5%	(880)	-2.8%
雑誌	5,379	20	0.4%	5,860	569	10.7%	10,650	2.3%	11,239	2.4%	589	5.5%
ラジオ	3,346	(365)	-9.8%	3,625	(146)	-3.9%	7,481	1.6%	6,971	1.5%	(510)	-6.8%
テレビ	102,070	(3,294)	-3.1%	102,166	2,656	2.7%	204,874	44.5%	204,236	43.9%	(638)	-0.3%
4マスメディア 計	125,636	(4,675)	-3.6%	126,842	3,235	2.6%	253,917	55.1%	252,478	54.2%	(1,440)	-0.6%
インターネットメディア	24,020	2,595	12.1%	22,244	1,399	6.7%	42,270	9.2%	46,264	9.9%	3,994	9.4%
アウトドアメディア	9,665	(229)	-2.3%	9,941	913	10.1%	18,922	4.1%	19,606	4.2%	684	3.6%
クリエイティブ	24,124	308	1.3%	26,396	182	0.7%	50,030	10.9%	50,520	10.9%	490	1.0%
マーケティング/プロモーション	41,703	(1,619)	-3.7%	48,526	3,158	7.0%	88,690	19.2%	90,229	19.4%	1,539	1.7%
その他(コンテンツ等)	2,993	(117)	-3.7%	3,441	(518)	-13.1%	7,069	1.5%	6,434	1.4%	(635)	-9.0%
4マスメディア以外 計	102,505	939	0.9%	110,549	5,134	4.9%	206,981	44.9%	213,053	45.8%	6,073	2.9%
上記種目 計	228,141	(3,736)	-1.6%	237,390	8,369	3.7%	460,898	100.0%	465,531	100.0%	4,633	1.0%
上記種目以外 計	18,296	2,694	17.3%	21,523	3,688	20.7%	33,437		39,819		6,382	19.1%
合計	246,437	(1,042)	-0.4%	258,912	12,056	4.9%	494,335		505,350		11,014	2.2%

- ◎「4マスメディア 計」の上期は、前年同期比 -0.6%。1Qは、前年同期がテレビスポットを中心に大幅に増加したことの反動で前年を下回ったものの、2Qから回復に転じ、上期の「4マスメディア 計」は、微減となる。
- ◎「4マスメディア以外 計」の上期は、前年同期比 +2.9%。インターネットメディアは堅調に推移し、2Qにはマーケティング/プロモーションが強い伸びを示したことで、2Qの「4マスメディア以外 計」は、前年同期比+4.9%。
- ◎「上記種目以外 計」の増加は、主に新規連結子会社の売上高が寄与。

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)

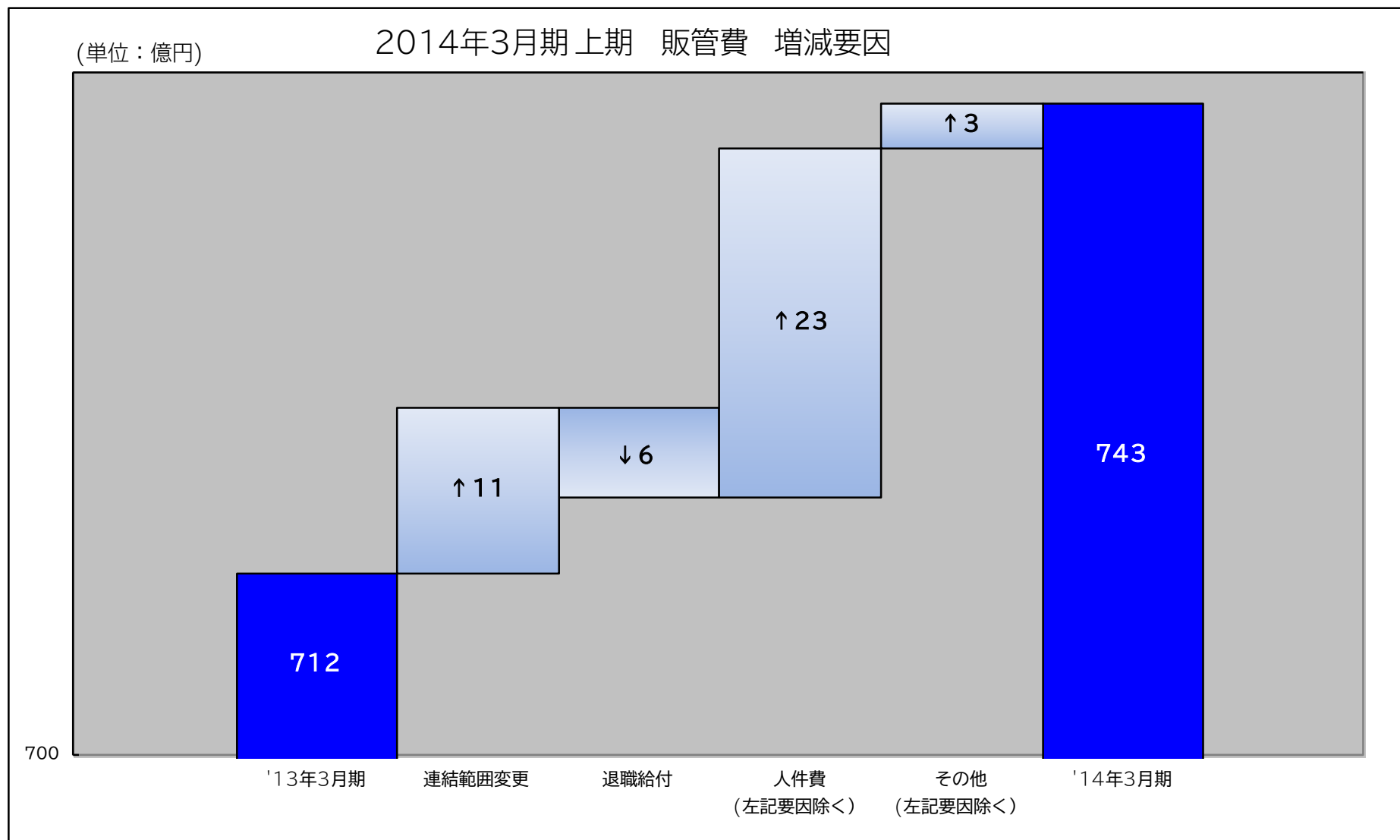
	第1四半期		前年同期比		第2四半期		前年同期比		上期		前年同期比	
	'13年3月期	'14年3月期	増減額	(%)	'13年3月期	'14年3月期	増減額	(%)	'13年3月期	'14年3月期	増減額	(%)
人件費	24,556	25,598	1,042	4.2%	24,568	25,808	1,241	5.1%	49,124	51,407	2,283	4.6%
その他経費 合計	10,801	11,392	591	5.5%	11,307	11,546	239	2.1%	22,108	22,938	830	3.8%
賃借料	2,703	2,728	25	0.9%	2,670	2,738	68	2.5%	5,373	5,466	93	1.7%
減価償却費	482	469	(13)	-2.7%	464	487	23	5.0%	946	956	10	1.1%
その他	7,616	8,195	579	7.6%	8,173	8,321	148	1.8%	15,789	16,516	727	4.6%
販管費 合計	35,358	36,991	1,633	4.6%	35,874	37,354	1,479	4.1%	71,232	74,345	3,113	4.4%

【体制強化、戦略的な費用投下を進めつつ、計画に沿った販管費コントロールを実施】

◎連結範囲変更による費用増 約11億円、退職給付費用減 約6億円。それらを除いた費用の増加は 約26億円。

◎重点戦略領域を中心とした体制強化による人件費増や戦略的な費用投下が行われているが、それらは年間計画に沿った水準でコントロールされており、営業増益に寄与。

販管費の増減（2）



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	
	'13年3月期	'14年3月期	増減額	(%)	'13年3月期	'14年3月期	増減額	(%)	'13年3月期	'14年3月期	増減額	(%)
営業外収益	807	699	(108)	-13.4%	592	516	(76)	-12.9%	1,399	1,215	(184)	-13.2%
営業外費用	79	299	220	278.5%	75	(77)	(152)	-	154	222	67	43.6%
営業外損益	727	399	(328)	-45.1%	518	594	76	14.7%	1,245	993	(251)	-20.2%

◎ 金融収支（受取利息-支払利息）：	'13年3月期	+64 百万円	'14年3月期	+35 百万円	前年同期比	28 百万円減
◎ 受取配当金：	'13年3月期	506 百万円	'14年3月期	720 百万円	前年同期比	214 百万円増
◎ 持分法による投資損益：	'13年3月期	+600 百万円	'14年3月期	+71 百万円	前年同期比	529 百万円減

(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	
	'13年3月期	'14年3月期	増減額	(%)	'13年3月期	'14年3月期	増減額	(%)	'13年3月期	'14年3月期	増減額	(%)
特別利益	65	72	7		156	1,453	1,297		221	1,526	1,304	
特別損失	136	229	93		440	220	(218)		576	450	(125)	
特別損益	(70)	(157)	(86)		(284)	1,233	1,516		(354)	1,075	1,429	

◎ 関係会社株式売却益：	'13年3月期	43 百万円	'14年3月期	1,404 百万円	前年同期比	1,360 百万円増
◎ 投資有価証券評価損：	'13年3月期	355 百万円	'14年3月期	166 百万円	前年同期比	189 百万円減

連結貸借対照表

(単位：百万円)

(単位：百万円)

	2013年3月末		2013年9月末		前期末比		2012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	410,264	77.6%	379,555	75.5%	(30,708)	-7.5%	359,966	76.1%
固定資産	118,270	22.4%	122,889	24.5%	4,619	3.9%	112,830	23.9%
資産合計	528,535	100.0%	502,445	100.0%	(26,089)	-4.9%	472,797	100.0%
流動負債	281,842	53.3%	244,664	48.7%	(37,177)	-13.2%	237,090	50.1%
固定負債	12,340	2.4%	12,977	2.6%	637	5.2%	12,550	2.7%
負債合計	294,182	55.7%	257,642	51.3%	(36,540)	-12.4%	249,641	52.8%
株主資本	215,279	40.7%	221,088	44.0%	5,809	2.7%	210,101	44.4%
評価・換算差額等	6,339	1.2%	10,296	2.0%	3,957	62.4%	(148)	0.0%
新株予約権	242	0.0%	255	0.1%	12	5.3%	296	0.1%
少数株主持分	12,490	2.4%	13,162	2.6%	671	5.4%	12,906	2.7%
純資産 合計	234,352	44.3%	244,803	48.7%	10,450	4.5%	223,155	47.2%
負債純資産合計	528,535	100.0%	502,445	100.0%	(26,089)	-4.9%	472,797	100.0%

◎ 現金及び預金+有価証券（流動資産）：	'13年3月末	1,139 億円	'13年9月末	1,093 億円	45 億円減少。
◎ 受取手形及び売掛金：	'13年3月末	2,607 億円	'13年9月末	2,348 億円	259 億円減少。
◎ 投資有価証券：	'13年3月末	569 億円	'13年9月末	624 億円	54 億円増加。
◎ 支払手形及び買掛金：	'13年3月末	2,346 億円	'13年9月末	2,132 億円	213 億円減少。
◎ 長・短借入金：	'13年3月末	30 億円	'13年9月末	34 億円	4 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
	'13年3月期	'14年3月期	
営業活動によるキャッシュ・フロー	(7,948)	(3,406)	4,542
投資活動によるキャッシュ・フロー	(1,446)	2,150	3,597
財務活動によるキャッシュ・フロー	(1,317)	(2,512)	(1,194)
現金及び現金同等物に係る換算差額	10	776	766
現金及び現金同等物の増減額 (減少)	(10,702)	(2,990)	7,711
現金及び現金同等物の期首残高	92,193	101,546	9,353
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	10	(157)	(168)
現金及び現金同等物の期末残高	81,501	98,398	16,896

<営業活動によるキャッシュ・フロー>

税引前利益 +150億円、減価償却費 +13億円、賞与引当金 -55億円
 売上債権 減少 +279億円、たな卸資産 増加 -21億円、仕入債務 減少 -231億円
 関係会社株式売却益 -14億円、その他営業活動 -59億円、法人税等 支払 -77億円

<投資活動によるキャッシュ・フロー>

有形固定資産 取得 -5億円、無形固定資産 取得 -11億円

<財務活動によるキャッシュ・フロー>

配当金支払 -15億円、少数株主への配当金支払 -4億円、長期借入金の返済 -13億円

主要な子会社の業績概要

(単位：百万円)

	上期		前年同期比	
	'13年3月期	'14年3月期	増減額	(%)
博報堂（連結）				
売上高	353,059	362,104	9,044	2.6%
経常利益	8,029	9,589	1,559	19.4%
当期純利益	3,824	4,956	1,131	29.6%
大広（連結）				
売上高	71,870	70,171	(1,699)	-2.4%
経常利益	268	(95)	(364)	-
当期純利益	19	(362)	(382)	-
読売広告社（連結）				
売上高	35,866	37,709	1,843	5.1%
経常利益	189	371	181	95.9%
当期純利益	90	140	50	55.5%

◎売上高は、前年同期比 +90億円 (+2.6%) の増加。

増加業種「自動車・関連品」「金融・保険」

減少業種「家電・AV機器」「食品」

◎売上総利益率の向上に加え、戦略的な費用投下を進めつつ、計画に沿った販管費コントロールを実施し、経常利益、当期純利益ともに大幅増益。

◎売上高は、前年同期比 -16億円 (-2.4%) の減収。

増加業種「薬品・医療用品」「官公庁・団体」

減少業種「不動産・住宅設備」「食品」

◎売上総利益率の向上、販管費コントロールは行っているものの、減収をカバーしきれず、経常利益、当期純利益ともに赤字。

◎売上高は、前年同期比 +18億円 (+5.1%) の増収。

増加業種「不動産・住宅設備」「流通・小売業」

減少業種「化粧品・トイレタリー」「食品」

◎増収と販管費コントロールにより、経常利益、当期純利益ともに大幅増益。

* 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。

2014年3月期 連結業績見通し

2014年3月期 連結業績見通し (1)

上期上振れも、通期連結業績見通しの考え方に変更なし

上期の上振れは、通期見通しにおいて想定の範囲内であり、見通しの考え方に大きな変更はない。そのため、現時点で、通期連結業績見通しの変更は行なわない。

◎ 下期連結業績見通しについて

- ・ 連結業績見通しについては、通期で考えている。
- ・ そのため、下期連結業績見通しは、あくまで、通期見通しから上期実績を差し引いたものである。
- ・ 下期の売上総利益率については、現時点で前年同期の水準を下回るとは見ていない。
- ・ 一方、売上総利益が増加した場合、それに伴って、販管費が増加する可能性はあるが、販管費コントロールは、引き続き行なっていく。

◆ 株式分割に伴う期末の1株当たり配当金予想の修正について：

2013年10月1日付で、普通株式1株につき10株の割合をもって分割を行いました。そのため、決算短信の期末配当予想は、株式分割後の株式数を基準とするため、5月9日に公表しました60円から6.00円に修正されます。なお、本修正は株式分割の実施に伴う修正であり、配当予想に実質的な変更はありません。今期のIR資料では、前年同期との比較を考慮し、株式分割前換算で表記しています。

2014年3月期 連結業績見通し (2)

2013年11月7日現在

(単位：百万円)

	上期				下期				通期			
	'13年3月期	'14年3月期	前年同期比		'13年3月期	'14年3月期	前年同期比		'13年3月期	'14年3月期	前年同期比	
	(実績)	(実績)	増減額	(%)	(実績)	(見通し)	増減額	(%)	(実績)	(見通し)	増減額	(%)
売上高	494,335	505,350	11,014	2.2%	551,096	581,650	30,554	5.5%	1,045,431	1,087,000	41,568	4.0%
売上総利益	82,594	87,332	4,738	5.7%	93,370	97,368	3,998	4.3%	175,964	184,700	8,735	5.0%
(売上総利益率)	(16.7%)	(17.3%)	(+0.6%)		(16.9%)	(16.7%)	(-0.2%)		(16.8%)	(17.0%)	(+0.2%)	
販管費	71,232	74,345	3,113	4.4%	78,413	80,355	1,942	2.5%	149,645	154,700	5,054	3.4%
営業利益	11,362	12,986	1,624	14.3%	14,956	17,014	2,058	13.8%	26,319	30,000	3,680	14.0%
(オペレーティング・マージン)	(13.8%)	(14.9%)	(+1.1%)		(16.0%)	(17.5%)	(+1.5%)		(15.0%)	(16.2%)	(+1.3%)	
営業外損益	1,245	993	(251)		445	507	62		1,691	1,500	(191)	
経常利益	12,607	13,980	1,373	10.9%	15,403	17,520	2,117	13.7%	28,010	31,500	3,489	12.5%
特別損益	(354)	1,075	1,429		(2,709)	(2,075)	634		(3,062)	(1,000)	2,062	
税引前利益	12,252	15,056	2,803	22.9%	12,696	15,444	2,748	21.6%	24,948	30,500	5,551	22.3%
当期純利益	6,197	7,328	1,130	18.2%	6,697	8,172	1,475	22.0%	12,894	15,500	2,605	20.2%
1株当たり配当金 (株式分割前換算)	40円	60円			40円	60円			80円	120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

2014年3月期 連結業績見通し (3)

【参考】2014年3月期 連結業績見通しの考え方 (2013年5月9日公表)

中期経営計画 最終年度の目標は、営業利益300億円

- ◎ **マクロ環境**：国内広告市場の伸びは、+3%程度
各種経済対策の効果、消費者マインドの改善、消費税率UP前の駆け込み需要などを背景に、年度後半にかけて力強い伸びを期待する。
- ◎ **売上高**：1兆870億円、前年同期比 +4.0%
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、もう一段のシェア向上を目指す。
- ◎ **売上総利益**：1,847億円、前年同期比 +5.0%
利益を伴う売上高拡大を意識し、高い売上総利益率水準の更なる向上に取り組む。
- ◎ **販管費**：1,547億円、前年同期比 +3.4%
中期経営計画達成だけでなく、次のステージに備えるため、将来を見据えた戦略的な費用投下を進める。一方、これまで進めてきた費用の効率化や集中化を継続し、増加率を売上総利益の伸び以下に止め、オペレーティング・マージンの向上を追求する。
- ◎ **営業利益**：300億円、前年同期比 +14.0%
- ◎ **オペレーティング・マージン**：16.2%、前年同期から1.3ポイント向上
中期経営計画の目標である280億円、16.0%を上回るより高い利益水準を目指す。
- ◎ **当期純利益**：155億円、前年同期比 +20.2%
- ◎ **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、普通配当を前期から10円増配し、年間90円。さらに、会社設立10周年の記念配当として30円を加え、合計で年間120円の予定。

2014年3月期 連結業績見通し (4)

2013年5月9日現在

(単位：百万円)

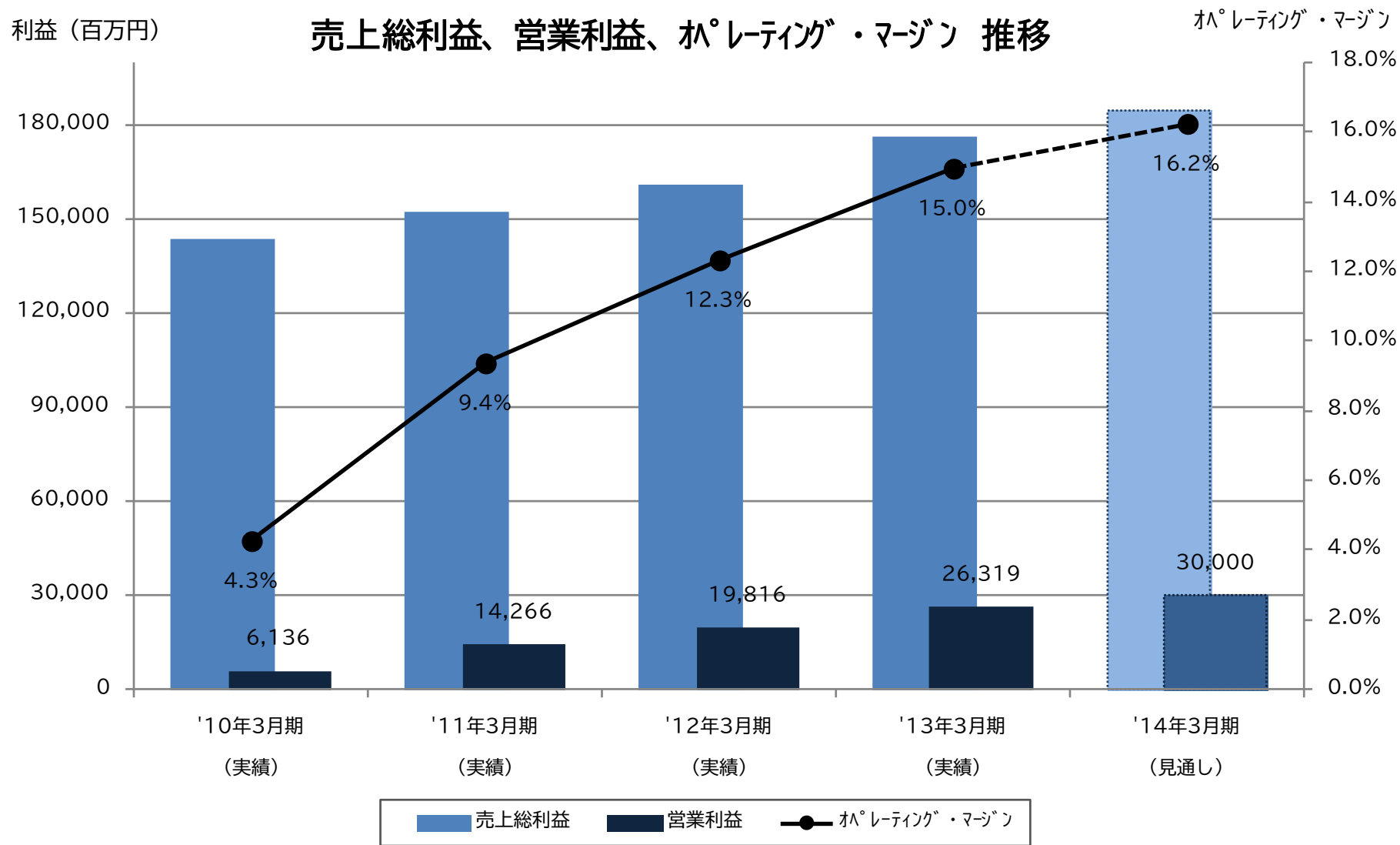
	上期				下期				通期			
	'13年3月期	'14年3月期	前年同期比		'13年3月期	'14年3月期	前年同期比		'13年3月期	'14年3月期	前年同期比	
	(実績)	(見通し)	増減額	(%)	(実績)	(見通し)	増減額	(%)	(実績)	(見通し)	増減額	(%)
売上高	494,335	504,000	9,664	2.0%	551,096	583,000	31,904	5.8%	1,045,431	1,087,000	41,568	4.0%
売上総利益	82,594	84,500	1,905	2.3%	93,370	100,200	6,830	7.3%	175,964	184,700	8,735	5.0%
(売上総利益率)	(16.7%)	(16.8%)	(+0.1%)		(16.9%)	(17.2%)	(+0.2%)		(16.8%)	(17.0%)	(+0.2%)	
販管費	71,232	74,000	2,767	3.9%	78,413	80,700	2,287	2.9%	149,645	154,700	5,054	3.4%
営業利益	11,362	10,500	(862)	-7.6%	14,956	19,500	4,544	30.4%	26,319	30,000	3,680	14.0%
(オペレーティング・マージン)	(13.8%)	(12.4%)	(-1.3%)		(16.0%)	(19.5%)	(+3.4%)		(15.0%)	(16.2%)	(+1.3%)	
営業外損益	1,245	1,100	(145)		445	400	(45)		1,691	1,500	(191)	
経常利益	12,607	11,600	(1,007)	-8.0%	15,403	19,900	4,497	29.2%	28,010	31,500	3,489	12.5%
特別損益	(354)	(500)	(145)		(2,709)	(500)	2,209		(3,062)	(1,000)	2,062	
税引前利益	12,252	11,100	(1,152)	-9.4%	12,696	19,400	6,704	52.8%	24,948	30,500	5,551	22.3%
当期純利益	6,197	5,700	(497)	-8.0%	6,697	9,800	3,103	46.3%	12,894	15,500	2,605	20.2%
1株当たり配当金 (株式分割前換算)	40円	60円			40円	60円			80円	120円		

(オペレーティング・マージン) = 営業利益/売上総利益

注①) 2014年3月期の配当(株式分割前換算)：上期末 普通配当 45円，記念配当 15円，合計 60円。 期末 普通配当 45円，記念配当 15円，合計 60円。
年間 普通配当 90円，記念配当 30円，合計 120円。

注②) 2013年10月1日付で、普通株式1株につき10株の割合をもって分割を行いました。そのため、決算短信の期末配当予想は、株式分割後の株式数を基準とするため、5月9日に公表しました60円から6.00円に修正されます。今期のIR資料では、前年同期との比較を考慮し、株式分割前換算で表記しています。

2014年3月期 連結業績見通し (5)



<余白>

Hakuhodo DY holdings

博報堂DYグループ 次期中期経営計画

2013. 11. 08

現中期経営計画のレビュー

現中期経営計画のレビュー

□ 2014年3月期 目標指標の見通し

	<見通し>	<中期目標値>
営業利益	300億円	280億円
ホ°レーティングマージン	16.2%	16.0%
売上総利益	1,847億円	1,750億円

□ 種目構成の変化

	<2010年3月期>	<2013年3月期>	<目標値>
売上高 4マス、4マス以外比率	57 : 43	52 : 48	50 : 50
売上総利益 4マス、4マス以外比率	47 : 53	43 : 57	40 : 60

重点戦略領域の強化

領域 (目標※)	2013年3月期 通期売上高 目標達成度 (年平均成長率)	2014年3月期 上期売上高 前年同期比	これまでの具体的な強化策
インターネット (2倍強)	97.6% (年率+25%)	+8.4%	<ul style="list-style-type: none"> デジタル専門会社の拡充 (アイレップ/ユナイテッドの子会社化) デジタル人材育成 グループ横断組織での取り組み (スマートデバイス/ソーシャルメディア/O2O)
マーケティング/ プロモーション (+25%以上)	89.3% (年率+4%)	+1.7%	<ul style="list-style-type: none"> 専門マーケティングサービス領域の強化 (TSR/オズマPR/バックスグループの子会社化) デジタルプロモーションの強化 顧客データの活用 (ショッパーインサイト設立、ショッパーマーケティングセンター設置) 売上総利益率の向上
グローバル (2倍強)	65.8% (年率+10%)	+0.4%	<ul style="list-style-type: none"> 国内外一体運営の実践 中国を中心としたアジアでの基盤整備 (博報堂生活綜研(上海)や新拠点設立、インタラクティブマーケティングや専門マーケティングサービス対応体制の整備) アジアでのプレゼンス向上 (グループ会社の海外広告賞受賞)

※ 目標は、2014年3月期における当該領域売上高の2010年3月期同領域実績に対する倍数、比率。

次期中期経営計画について

デジタル化の進展による企業のマーケティング活動の変化

- データ利活用の本格化
- 生活者とのつながり活用の拡大
- 手法の進化・複雑化に伴う
高度な統合マーケティング・マネジメントの必要性
- 世界同時化/同質化

新興国の成長による企業のグローバルシフトの加速

- 新興国が世界の成長センターへ
- 新興国対応を中心とした
企業のグローバル・マーケティングの進展


博報堂D Yグループは、

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。

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。

3つの成長ドライバー

成長ドライバー 1	“生活者データ・ドリブン” マーケティング 対応力の強化
成長ドライバー 2	アジアを中心とした新興国での体制強化
成長ドライバー 3	“専門性”と“先進性”の継続的な取り込み

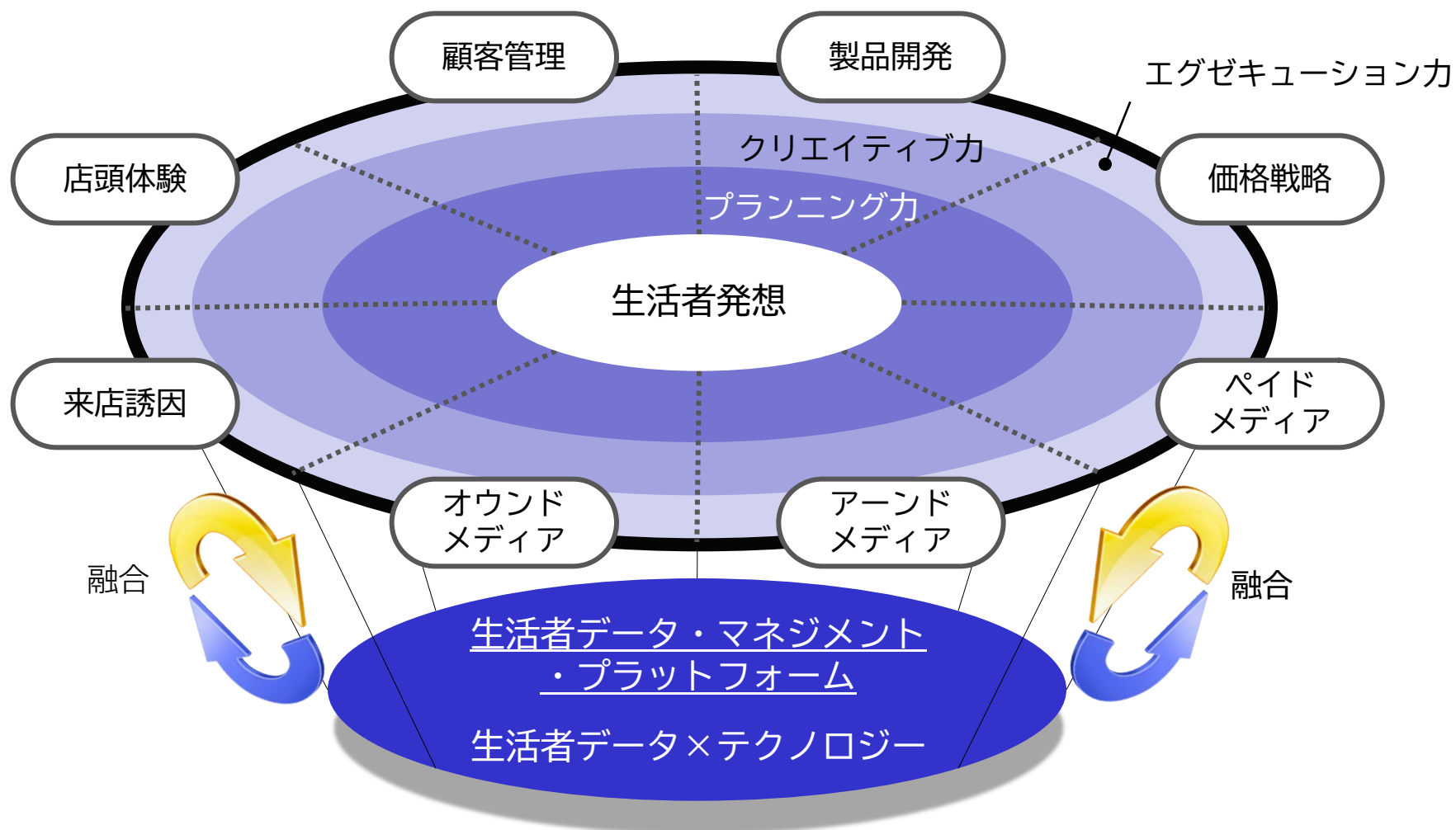


スピーディかつ着実な成長を支える

「積極的な投資戦略」

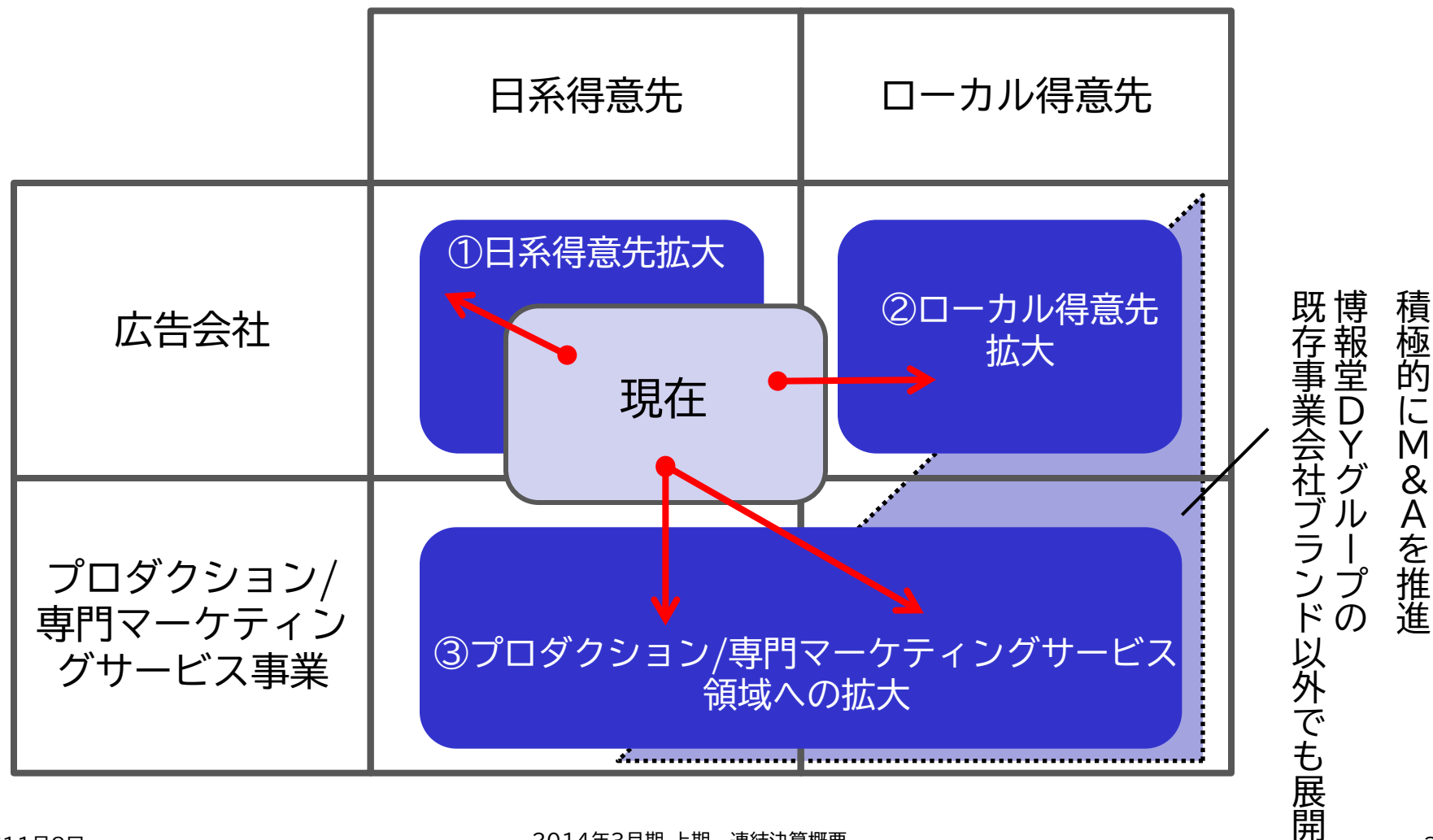
1. “生活者データ・ドリブン” マーケティング対応力の強化

- 生活者データ・マネジメント・プラットフォームを構築し、生活者発想をさらに高度化
- “生活者データ・ドリブン” な統合マーケティング・ソリューションを提供



2. アジアを中心とした新興国での体制強化

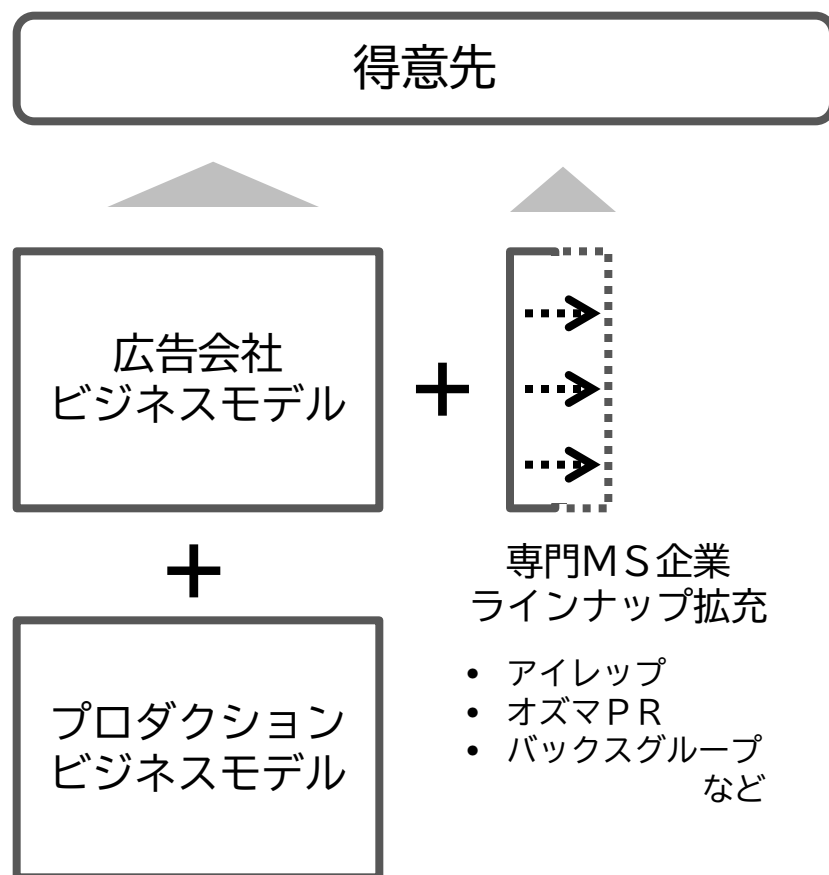
- 引き続き、日系得意先対応を強化する一方、ローカル得意先の扱いを獲得・拡大
- 積極的なM&Aを行い、統合マーケティング・ソリューション提供体制を整備



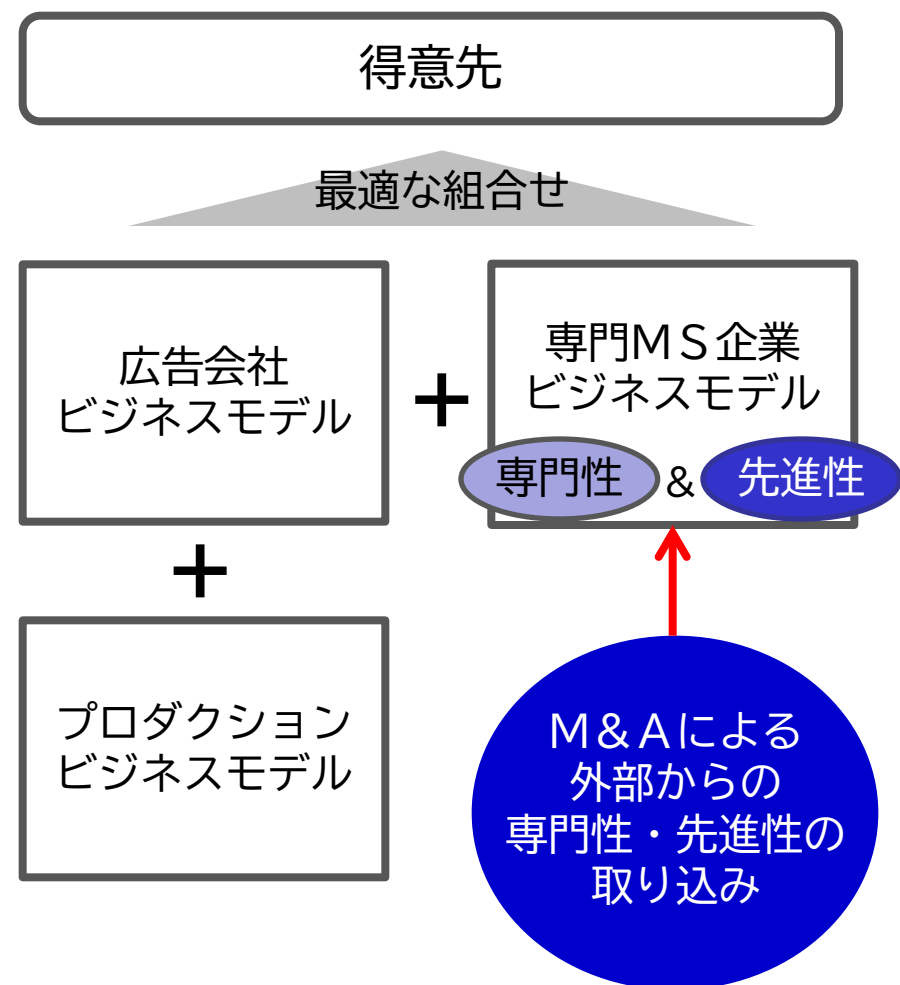
3. “専門性”と“先進性”の継続的な取り込み

- 専門マーケティングサービス（MS）企業ビジネスモデルを確立し、専門性・先進性を継続強化
- 従来型ビジネスとの最適な組合せで、高度な統合マーケティング・マネジメント・ニーズに対応

<これまで>



<今後>



最適な組合せ

専門性 & 先進性

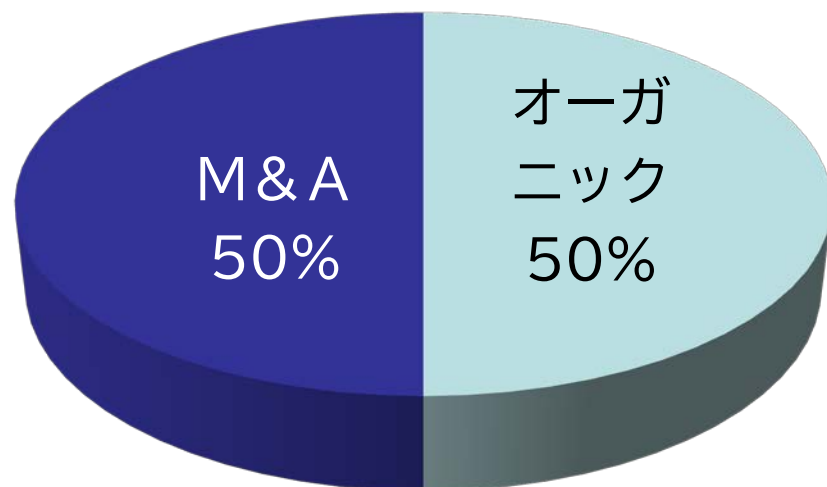
M&Aによる
外部からの
専門性・先進性の
取り込み

成長のイメージと中期経営目標

- 計画期間は2015年3月期～2019年3月期までの「5カ年計画」
- 計画期間中に生み出されるキャッシュの大半を3つの成長ドライバーへ投下

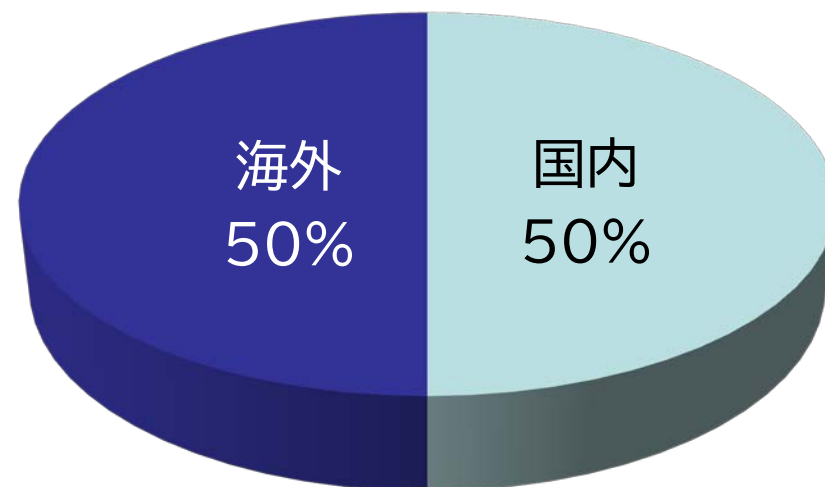
<成長のイメージ（売上総利益ベース）>

2014年3月期～2019年3月期の
売上総利益増分に占める
M&A比率



売上総利益の年平均成長率
+7%以上

2014年3月期～2019年3月期の
売上総利益増分に占める
海外比率



売上総利益の海外比率
2019年3月期に20%へ

成長のイメージと中期経営目標（つづき）

□ 中期経営目標（2019年3月期）

のれん償却前
営業利益

450億円

<重点指標>

売上総利益
年平均成長率

+7%以上

計画期間における
年平均成長率

のれん償却前
オペレーティングマージン

17%

ROE

8%

※ 2014年3月期の通期見通しを、中期経営目標（2019年3月期）の設定のベースとしております。

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。

