

HakuhodoDY holdings

# 2024年 3月期 第3四半期 連結決算概要

2024年2月9日

# 2024年 3月期 第3四半期 連結業績

## （過年度四半期連結財務諸表の遡及修正について）

2022年4月に行われたソウルダウト(株)の株式取得にともなう企業結合について、前第3四半期連結会計期間において暫定的な会計処理を行っていましたが、前連結会計年度末にその処理を確定させました。

この暫定的な会計処理の確定にともない、当第3四半期連結累計期間の比較情報において前第3四半期連結累計期間での取得原価の配分額を遡及して修正しております。

この結果、2023年2月に提出済の四半期報告書等に記載している四半期連結損益計算書と比較して、前第3四半期連結累計期間における営業利益、経常利益及び税金等調整前四半期純利益がそれぞれ25百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が11百万円減少しております。

# 2024年3月期 第3四半期 連結業績

- 売上高は前年同期比0.6%減、収益は同1.0%減。
- 営業利益は56.7%減益の156億円。経常利益は57.3%減益の169億円。
- 投資有価証券評価損・特別退職金等の特別損失や税金費用の影響により、親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期から254億円減少し53億円の赤字。

## 2024年3月期 第3四半期（累計）

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
売上高	1,117,694	-6,698	-0.6%
収益	646,309	-6,723	-1.0%
営業利益	15,629	-20,454	-56.7%
経常利益	16,996	-22,779	-57.3%
親会社株主に帰属する四半期純利益	-5,306	-25,452	-126.3%

# 2024年 3月期 第3四半期 連結業績（投資事業除き）①

- 売上高は前年同期比0.7%の減収。売上総利益は同0.3%増加。売上総利益率は0.2pt上昇。
- 販管費は同8.9%増加。営業利益は前年同期から206億円減少し95億円。
- のれん償却前営業利益は前年同期比50.1%減益の210億円。

## 2024年3月期 第3四半期（累計）

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
売上高	1,110,838	-7,294	-0.7%
収益	639,453	-7,319	-1.1%
売上総利益	271,688	+821	+0.3%
売上総利益率	24.5%	+0.2pt	
販管費	262,180	+21,448	+8.9%
営業利益	9,507	-20,626	-68.4%
OM率	3.5%	-7.6pt	
のれん等償却額	11,585	-529	-4.4%
のれん償却前営業利益	21,093	-21,156	-50.1%
のれん償却前OM率	7.8%	-7.8pt	

※ 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。

# 2024年 3月期 第3四半期 連結業績（投資事業除き）②

- 上期（4-9月）の実績は「減収減益」であったが、第3四半期（10-12月）は「増収増益」に転じた。

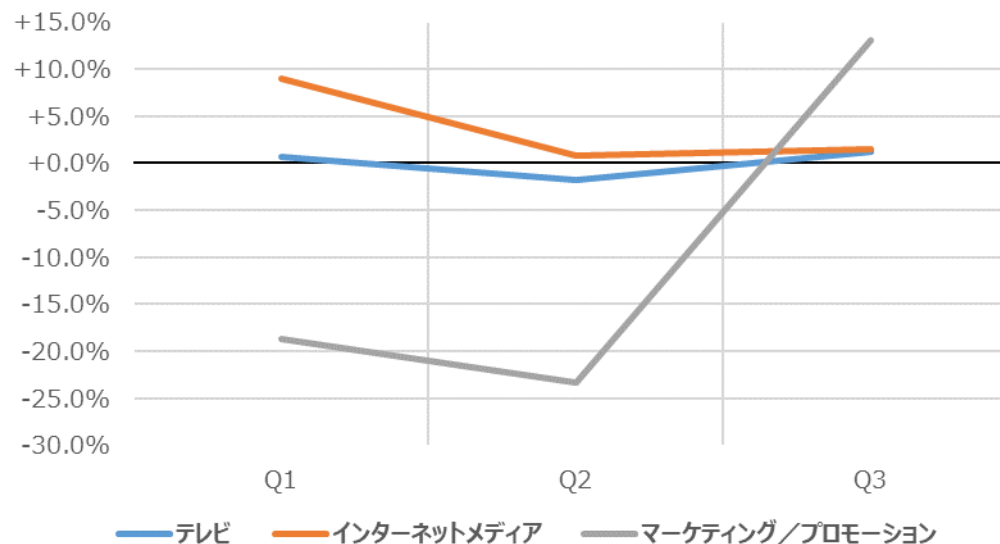
## 上期実績～第3四半期実績の変化

	上期（4-9月）実績	Q3（10-12月）実績
売上高	6,915億円 (-3.4%)	4,192億円 <u>(+4.2%)</u>
売上総利益	1,689億円 (-2.5%)	1,027億円 <u>(+5.4%)</u>
販管費	1,735億円 (+10.8%)	886億円 (+5.4%)
営業利益	-45億円 (-127.3%)	140億円 <u>(+5.1%)</u>
のれん償却前営業利益	31億円 (-87.4%)	179億円 <u>(+3.8%)</u>

# 2024年 3月期 第3四半期 連結業績（投資事業除き）③

- 第3四半期（10-12月）に損益が好転した主な要因
  - ・ 国内におけるトップラインの回復
    - ✓ AaaSの活用やグループ連携の進展によりテレビが市場を上回る伸び、インターネットも着実に成長
    - ✓ BPOの反動影響が縮小、イベントやSPの需要回復を取り込み、マーケティング/プロモーションも大きく伸長
    - ✓ 業種別では、行動制限撤廃やインバウンド拡大を背景に、上期に続き「交通・レジャー」等が堅調に推移
    - ✓ 酒税改正や Japan Mobility Show を契機に「飲料・嗜好品」「自動車・輸送機器・関連品」も回復

### 主要種目別売上高の四半期毎（Q1-Q3）前年同期比



# 2024年 3月期 第3四半期 連結業績（投資事業除き）④

- 第3四半期（10-12月）に損益が好転した主な要因（続き）
  - ・ 海外では、アジアの堅調が続くなか、費用構造の転換も利益増に貢献
  - ・ 収益性改善策も奏功し、売上総利益率も向上

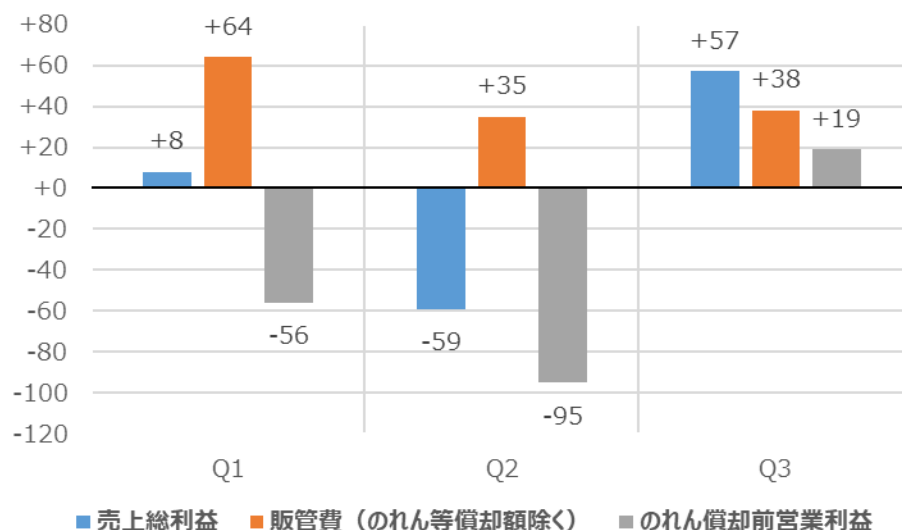


- ・ 戦略的な費用投下を継続する中※、売上総利益の拡大により増益に転じる

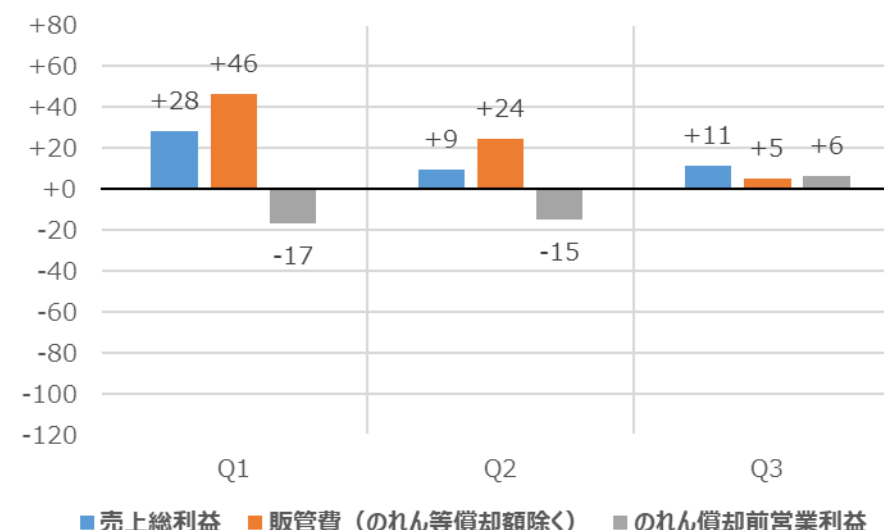
※ 2023年12月末の従業員は28,756名、前年同期比844名増

## 四半期毎（Q1-Q3）のれん償却前営業利益の増減 ※国内/海外別、国内は投資事業を除く

（国内）前年同期差、単位：億円



（海外）前年同期差、単位：億円





2024年 3月期  
業績予想



# 2024年 3月期 業績予想

- 通期業績予想は変更しておりません。
- なお、現在バランスシートのスリム化に向けた諸施策を検討しております。当期の業績に影響を与える場合には、速やかに開示する予定です。

## (2024年3月期通期業績予想)

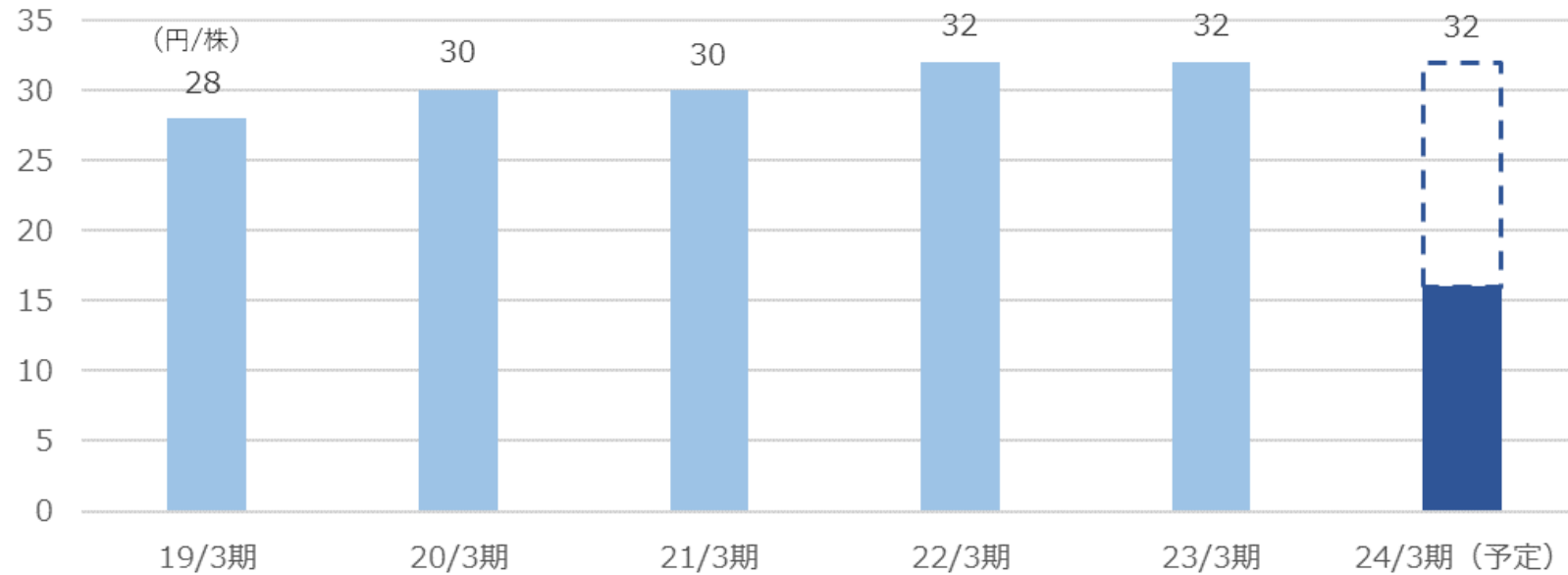
	通期業績予想	対前年同期比	
売上高	1,600,000	-34,340	-2.1%
収益	970,000	-21,137	-2.1%
営業利益	35,000	-20,410	-36.8%
経常利益	36,000	-24,379	-40.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	14,000	-17,010	-54.9%
のれん償却前営業利益	50,000	-21,404	-30.0%

2024年 3月期  
株主還元

# 株主還元

- 年間の配当金予想は従来予想から変更なく、中間配当（1株あたり16円）を含め1株あたり32円。

## （2024年3月期 配当金予想）



# 本資料ご利用上の注意事項について

## （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2023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

## 損益計算書

## GAAP（日本基準）ベース連結損益計算書 2024年3月期 第3四半期

(金額：百万円)	累計（9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	Q3実績	前年同期比
売上高	1,117,694	-6,698	-0.6%	354,422	+1.5%	343,432	-7.3%	419,839	+3.7%
収益	646,309	-6,723	-1.0%	201,466	+3.0%	198,091	-11.5%	246,751	+5.6%
売上総利益	278,101	+1,227	+0.4%	89,189	+5.6%	85,900	-7.4%	103,011	+3.3%
売上総利益率	24.9%	+0.3pt		25.2%	+1.0pt	25.0%	-0.0pt	24.5%	-0.1pt
販管費	262,472	+21,681	+9.0%	85,420	+17.1%	88,323	+5.5%	88,728	+5.5%
営業利益	15,629	-20,454	-56.7%	3,768	-67.1%	-2,422	-126.8%	14,282	-8.3%
OM率	5.6%	-7.4pt		4.2%	-9.3pt	-2.8%	-12.6pt	13.9%	-1.8pt
営業外収益	4,062	-984	-19.5%	3,211	+8.9%	803	-40.9%	47	-93.5%
営業外費用	2,694	+1,340	+99.0%	1,004	+86.9%	793	+173.9%	896	+70.1%
経常利益	16,996	-22,779	-57.3%	5,975	-56.9%	-2,413	-123.8%	13,434	-14.9%
特別利益	1,502	-1,082	-41.9%	1,095	+199.3%	203	-88.3%	203	-57.6%
特別損失	8,143	+6,609	+430.7%	745	+12.8%	5,268	+2218.1%	2,128	+229.6%
税金等調整前四半期純利益	10,355	-30,471	-74.6%	6,325	-53.4%	-7,478	-164.3%	11,509	-26.3%
法人税等	13,865	-4,508	-24.5%	5,462	-28.6%	2,588	-39.7%	5,814	-9.5%
非支配株主に帰属する四半期純利益	1,796	-509	-22.1%	1,655	+23.9%	12	-93.9%	128	-83.1%
親会社株主に帰属する四半期純利益	-5,306	-25,452	-126.3%	-793	-117.3%	-10,079	-241.3%	5,566	-34.0%
のれん等償却額	11,585	-529	-4.4%	3,710	+51.6%	3,993	-30.8%	3,881	-0.5%
のれん償却前営業利益	27,215	-20,984	-43.5%	7,479	-46.2%	1,571	-89.4%	18,164	-6.7%
のれん償却前OM率	9.8%	-7.6pt		8.4%	-8.1pt	1.8%	-14.1pt	17.6%	-1.9pt

※ のれん等償却額は、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。

# 投資事業除き損益計算書

## 2024年3月期 第3四半期

投資事業除き損益 (金額：百万円)	累計（9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	Q3実績	前年同期比
売上高	1,110,838	-7,294	-0.7%	348,568	+0.8%	343,007	-7.2%	419,261	+4.2%
収益	639,453	-7,319	-1.1%	195,612	+1.7%	197,667	-11.3%	246,173	+6.4%
売上総利益	271,688	821	+0.3%	83,378	+2.7%	85,584	-7.1%	102,725	+5.4%
売上総利益率	24.5%	+0.2pt		23.9%	+0.4pt	25.0%	+0.0pt	24.5%	+0.3pt
販管費	262,180	21,448	+8.9%	85,322	+17.0%	88,212	+5.4%	88,645	+5.4%
営業利益	9,507	-20,626	-68.4%	-1,943	-123.5%	-2,628	-131.0%	14,079	+5.1%
OM率	3.5%	-7.6pt		-2.3%	-12.5pt	-3.1%	-12.3pt	13.7%	-0.0pt
のれん等償却額	11,585	-529	-4.4%	3,710	+51.6%	3,993	-30.8%	3,881	-0.5%
のれん償却前営業利益	21,093	-21,156	-50.1%	1,766	-83.5%	1,365	-90.4%	17,961	+3.8%
のれん償却前OM率	7.8%	-7.8pt		2.1%	-11.1pt	1.6%	-13.9pt	17.5%	-0.3pt
投資事業 (金額：百万円)	実績	対前年同期比		Q1実績	前年同期比	Q2実績	前年同期比	Q3実績	前年同期比
売上高	6,856	+596		5,853	+2,595	424	-352	577	-1,645
収益	6,856	+596		5,853	+2,595	424	-352	577	-1,645
売上総利益	6,413	+405		5,810	+2,597	316	-284	285	-1,907
販管費	292	+232		98	+78	111	+90	82	+64
営業利益	6,121	+172		5,712	+2,519	205	-374	203	-1,972

## 地域別業績

## 2024年3月期 第3四半期（累計）

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	対前年同期比
<b>日本</b>			
売上高	954,510	-4,790	-0.5%
収益	483,124	-4,815	-1.0%
売上総利益	209,918	+1,050	+0.5%
販管費	165,295	+14,480	+9.6%
営業利益	44,623	-13,430	-23.1%
<b>海外</b>			
売上高	176,258	+4,478	+2.6%
収益	176,258	+4,478	+2.6%
売上総利益	77,289	+4,936	+6.8%
販管費	84,955	+6,751	+8.6%
営業利益	-7,666	-1,814	n/a
<b>消去または全社</b>			
売上高	-13,074	-6,386	
収益	-13,074	-6,386	
売上総利益	-9,105	-4,759	
販管費	12,221	+449	
営業利益	-21,327	-5,209	
<b>連結</b>			
売上高	1,117,694	-6,698	-0.6%
収益	646,309	-6,723	-1.0%
売上総利益	278,101	+1,227	+0.4%
販管費	262,472	+21,681	+9.0%
営業利益	15,629	-20,454	-56.7%



# 地域別業績（累計および四半期）

## 2024年3月期 第3四半期

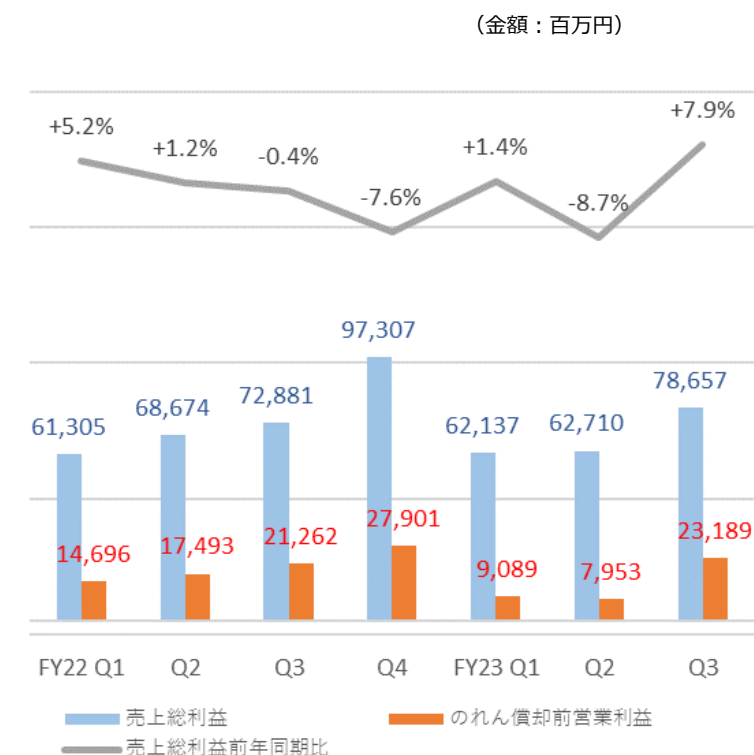
日本（投資事業除き） （金額：百万円）	累計（9か月）			四半期（3か月）					
	累計実績	対前年同期比		Q1実績	対前年同期比	Q2実績	対前年同期比	Q3実績	対前年同期比
売上高	947,653	-5,386	-0.6%	297,790	-0.2%	287,738	-8.0%	362,124	+5.9%
売上総利益	203,505	+644	+0.3%	62,137	+1.4%	62,710	-8.7%	78,657	+7.9%
売上総利益率	21.5%	+0.2pt		20.9%	+0.3pt	21.8%	-0.2pt	21.7%	+0.4pt
販管費	165,003	+14,247	+9.5%	53,607	+14.5%	55,365	+7.0%	56,030	+7.4%
営業利益	38,501	-13,602	-26.1%	8,529	-41.0%	7,344	-56.6%	22,626	+9.3%
OM率	18.9%	-6.8pt		13.7%	-9.9pt	11.7%	-12.9pt	28.8%	+0.4pt
のれん等償却額	1,730	+384	+28.5%	559	+144.7%	608	+9.4%	562	+0.2%
のれん償却前営業利益	40,232	-13,218	-24.7%	9,089	-38.1%	7,953	-54.5%	23,189	+9.1%
のれん償却前OM率	19.8%	-6.6pt		14.6%	-9.3pt	12.7%	-12.8pt	29.5%	+0.3pt
海外									
（金額：百万円）	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	Q3実績	対前年同期比
売上高	176,258	+4,478	+2.6%	55,156	+11.4%	59,677	+0.6%	61,424	-2.4%
売上総利益	77,289	+4,936	+6.8%	24,074	+13.3%	26,035	+3.7%	27,178	+4.6%
売上総利益率	43.8%	+1.7pt		43.6%	+0.7pt	43.6%	+1.3pt	44.2%	+3.0pt
販管費	84,955	+6,751	+8.6%	27,684	+25.0%	28,989	+2.3%	28,281	+2.0%
営業利益	-7,666	-1,814	n/a	-3,609	n/a	-2,954	n/a	-1,102	n/a
OM率	-9.9%	-1.8pt		-15.0%	-10.8pt	-11.3%	+1.5pt	-4.1%	+2.6pt
のれん等償却額	9,854	-914	-8.5%	3,150	+42.0%	3,385	-35.0%	3,319	-0.6%
のれん償却前営業利益	2,188	-2,729	-55.5%	-459	-134.8%	431	-78.3%	2,216	+37.6%
のれん償却前OM率	2.8%	-4.0pt		-1.9%	-8.1pt	1.7%	-6.2pt	8.2%	+2.0pt

# 地域別業績（日本：投資事業除き）

## 2024年3月期 第3四半期（累計）

（金額：百万円）	実績	対前年同期比	
売上高	947,653	-5,386	-0.6%
収益	476,268	-5,447	-1.1%
売上総利益	203,505	+644	+0.3%
売上総利益率	21.5%	+0.2pt	
販管費	165,003	+14,247	+9.5%
営業利益	38,501	-13,602	-26.1%
OM率	18.9%	-6.8pt	
のれん等償却額	1,730	+384	+28.5%
のれん償却前営業利益	40,232	-13,218	-24.7%
のれん償却前OM率	19.8%	-6.6pt	

### 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）

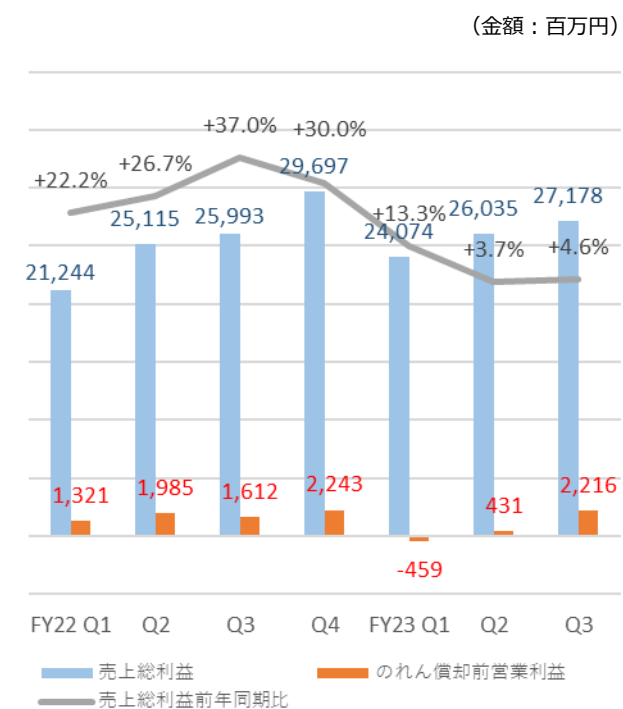


# 地域別業績（海外）

2024年3月期 第3四半期（累計）

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
売上高	176,258	+4,478	+2.6%
収益	176,258	+4,478	+2.6%
売上総利益	77,289	+4,936	+6.8%
売上総利益率	43.8%	+1.7pt	
販管費	84,955	+6,751	+8.6%
営業利益	-7,666	-1,814	n/a
OM率	-9.9%	-1.8pt	
のれん等償却額	9,854	-914	-8.5%
のれん償却前営業利益	2,188	-2,729	-55.5%
のれん償却前OM率	2.8%	-4.0pt	

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）



## 種目別売上高

## 2024年3月期 第3四半期（累計）

（金額：百万円）

	実績	対前年同期比		構成比
新聞	22,492	-1,110	-4.7%	2.4%
雑誌	5,680	-419	-6.9%	0.6%
ラジオ	7,406	-1,077	-12.7%	0.8%
テレビ	281,923	+214	+0.1%	30.4%
4マス計	317,502	-2,392	-0.7%	34.2%
インターネットメディア	254,147	+9,041	+3.7%	27.4%
アウトドアメディア	23,090	-1,415	-5.8%	2.5%
メディア計	594,741	+5,233	+0.9%	64.1%
クリエイティブ	104,525	-2,275	-2.1%	11.3%
マーケティング/プロモーション	198,364	-21,727	-9.9%	21.4%
その他（コンテンツ等）	30,648	+1,586	+5.5%	3.3%
メディア以外計	333,538	-22,416	-6.3%	35.9%
上記種目合計	928,279	-17,183	-1.8%	100.0%
投資事業	6,856	+596		
その他	19,374			
国内売上高	954,510	-4,790	-0.5%	
インターネット領域売上高	300,539	+8,608	+2.9%	32.4%
マーケティング実践領域売上高	78,763	-22,206	-22.0%	8.5%

# 種目別売上高（累計および四半期）

2024年3月期 第3四半期

(金額：百万円)	累計（9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	Q3実績	前年同期比
新聞	22,492	-1,110	-4.7%	7,130	-2.0%	6,917	-2.5%	8,443	-8.5%
雑誌	5,680	-419	-6.9%	1,690	+8.8%	1,876	-9.4%	2,113	-14.6%
ラジオ	7,406	-1,077	-12.7%	2,524	-11.9%	2,505	-9.4%	2,376	-16.6%
テレビ	281,923	+214	+0.1%	91,831	+0.6%	85,260	-1.9%	104,830	+1.2%
4マス計	317,502	-2,392	-0.7%	103,177	+0.2%	96,560	-2.3%	117,765	-0.3%
インターネットメディア	254,147	+9,041	+3.7%	87,284	+8.9%	76,817	+0.8%	90,045	+1.5%
アウトドアメディア	23,090	-1,415	-5.8%	6,939	-10.0%	7,200	-14.3%	8,950	+6.6%
メディア計	594,741	+5,233	+0.9%	197,401	+3.5%	180,578	-1.6%	216,761	+0.7%
クリエイティブ	104,525	-2,275	-2.1%	32,206	-3.3%	29,615	-15.4%	42,703	+10.9%
マーケティング/プロモーション	198,364	-21,727	-9.9%	53,646	-18.7%	62,258	-23.3%	82,459	+13.1%
その他（コンテンツ等）	30,648	+1,586	+5.5%	8,432	+13.9%	9,641	-3.2%	12,574	+7.5%
メディア以外計	333,538	-22,416	-6.3%	94,286	-11.7%	101,514	-19.5%	137,737	+11.9%
上記種目合計	928,279	-17,183	-1.8%	291,687	-2.0%	282,092	-8.9%	354,498	+4.8%
上記種目以外	26,230	+12,393		11,956		6,070		8,203	
国内売上高	954,510	-4,790	-0.5%	303,644	+0.6%	288,163	-8.0%	362,702	+5.4%
インターネット領域売上高	300,539	+8,608	+2.9%	100,639	+7.6%	91,753	-0.1%	108,146	+1.5%

## 業種別売上高

## 2024年3月期 第3四半期 (累計)

(金額：百万円)	実績	対前年同期比		構成比
情報・通信	92,154	-11,463	-11.1%	11.8%
飲料・嗜好品	87,191	-1,066	-1.2%	11.2%
自動車・輸送機器・関連品	76,814	+3,443	+4.7%	9.8%
食品	55,192	-3,881	-6.6%	7.1%
外食・各種サービス	55,075	+4,257	+8.4%	7.1%
化粧品・トイレタリー	54,364	+1,675	+3.2%	7.0%
金融・保険	50,464	+2,169	+4.5%	6.5%
流通・小売業	46,115	+5,210	+12.7%	5.9%
薬品・医療用品	43,987	-1,228	-2.7%	5.6%
交通・レジャー	35,554	+7,208	+25.4%	4.6%
不動産・住宅設備	34,310	+1,227	+3.7%	4.4%
ファッション・アクセサリ	21,099	+3,056	+16.9%	2.7%
ゲーム・スポーツ・趣味用品	20,076	-638	-3.1%	2.6%
官公庁・団体	19,940	-14,534	-42.2%	2.6%
家庭用品	16,021	-824	-4.9%	2.1%
エネルギー・素材・機械	13,386	-912	-6.4%	1.7%
家電・AV機器	12,292	-3,173	-20.5%	1.6%
出版	10,760	-1,057	-9.0%	1.4%
精密機器・事務用品	8,716	+2,494	+40.1%	1.1%
医療・教育・宗教	8,579	-698	-7.5%	1.1%
案内・その他	19,095	-407	-2.1%	2.4%
上記業種計	781,192	-9,143	-1.2%	100.0%
投資事業	6,856	+596		
上記業種以外 計	166,461			
国内売上高	954,510	-4,790	-0.5%	

# 業種別売上高

## ● 主な増加業種

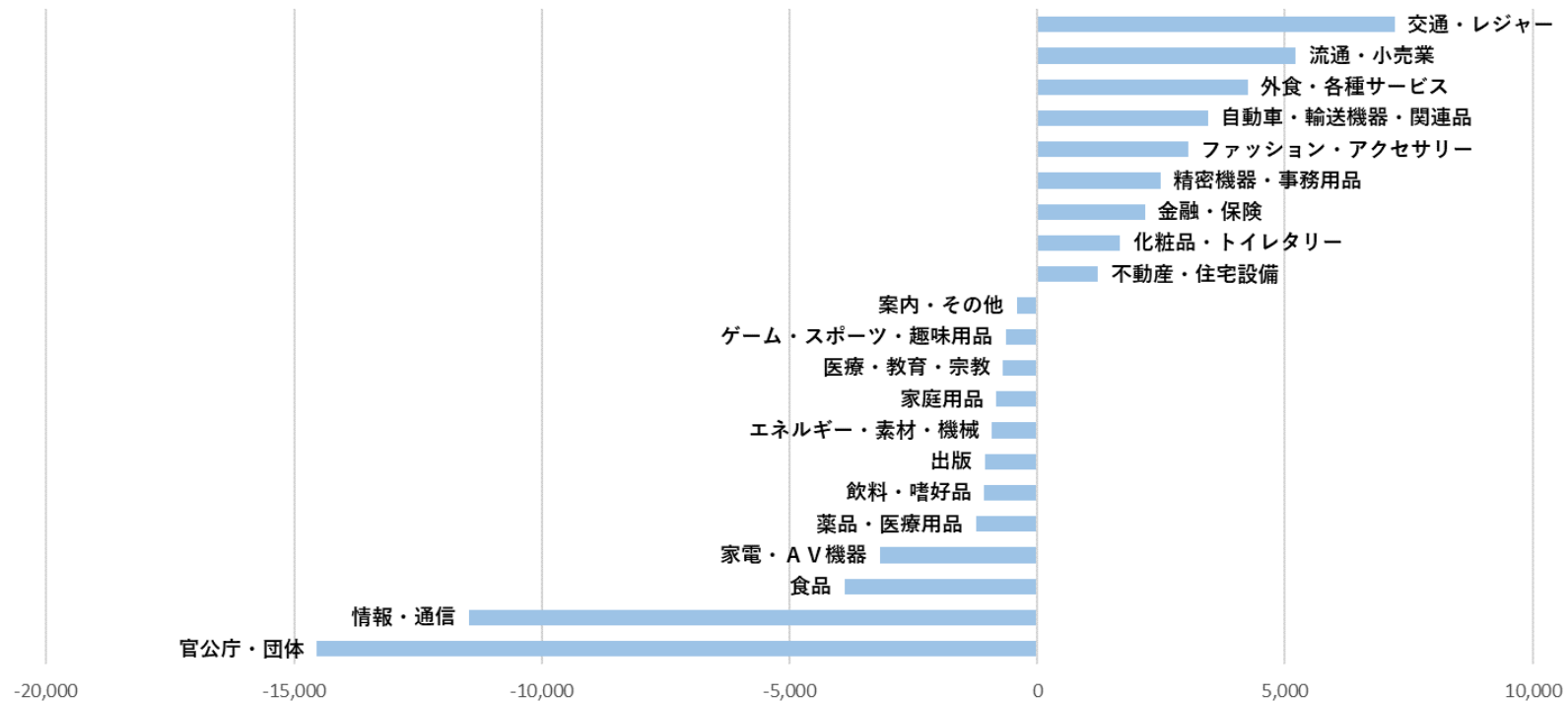
- 交通・レジャー	当期実績	355億円	前年同期比	+72億円 (+25.4%)
- 流通・小売業		461億円		+52億円 (+12.7%)

## ● 主な減少業種

- 官公庁・団体	当期実績	199億円	前年同期比	-145億円 (-42.2%)
- 情報・通信		921億円		-114億円 (-11.1%)

## 2024年3月期 第3四半期（累計） 前年同期比増減額

金額単位：百万円

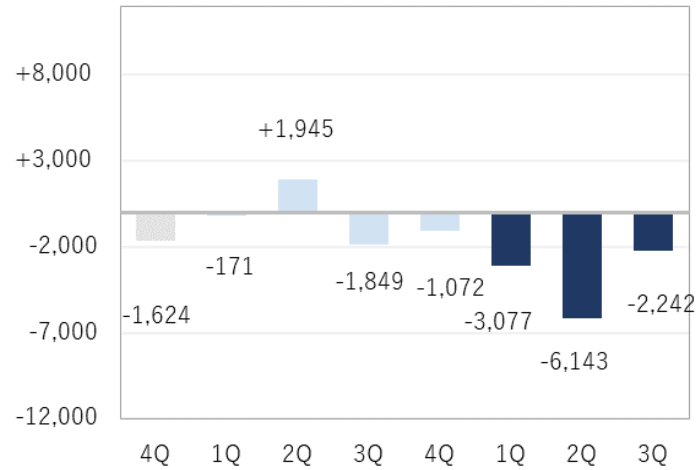


# 業種別前年同期比（四半期単位）（1）

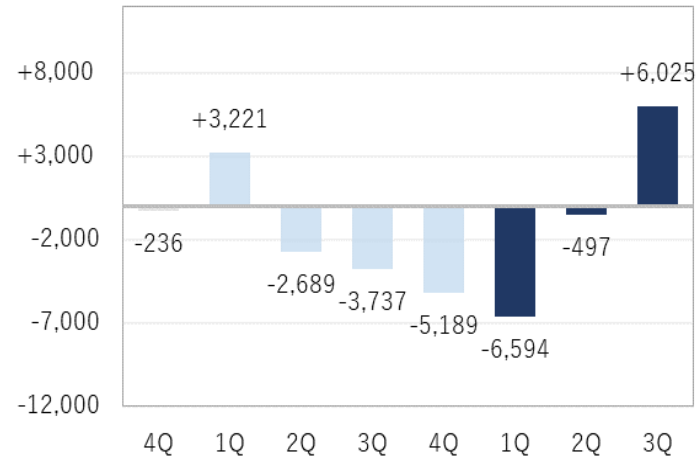
■ 22年3月期 ■ 23年3月期 ■ 24年3月期

金額：百万円

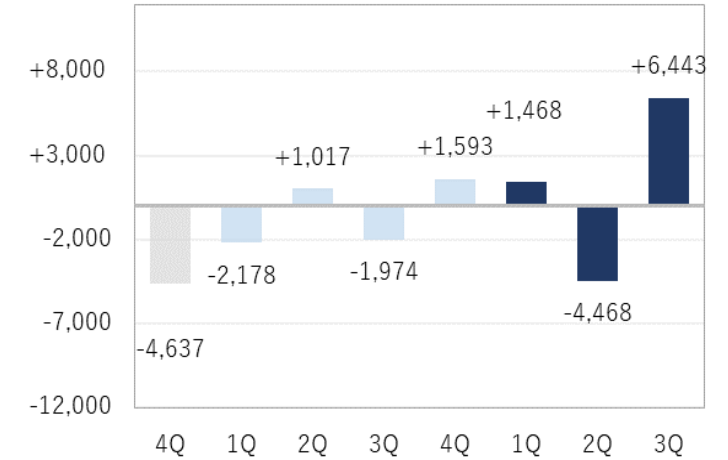
情報・通信



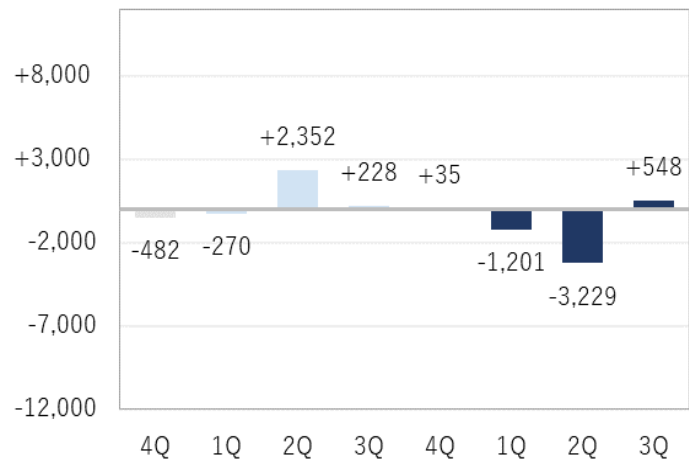
飲料・嗜好品



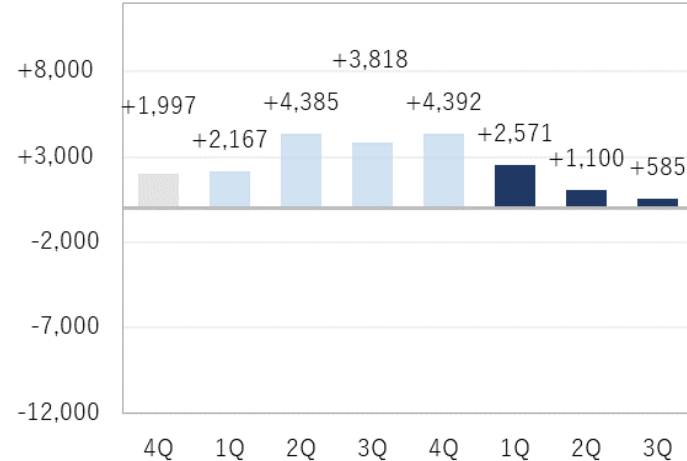
自動車・輸送機器・関連品



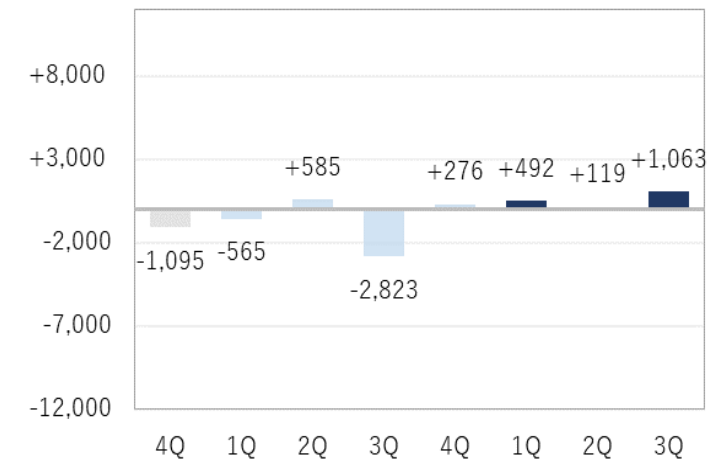
食品



外食・各種サービス

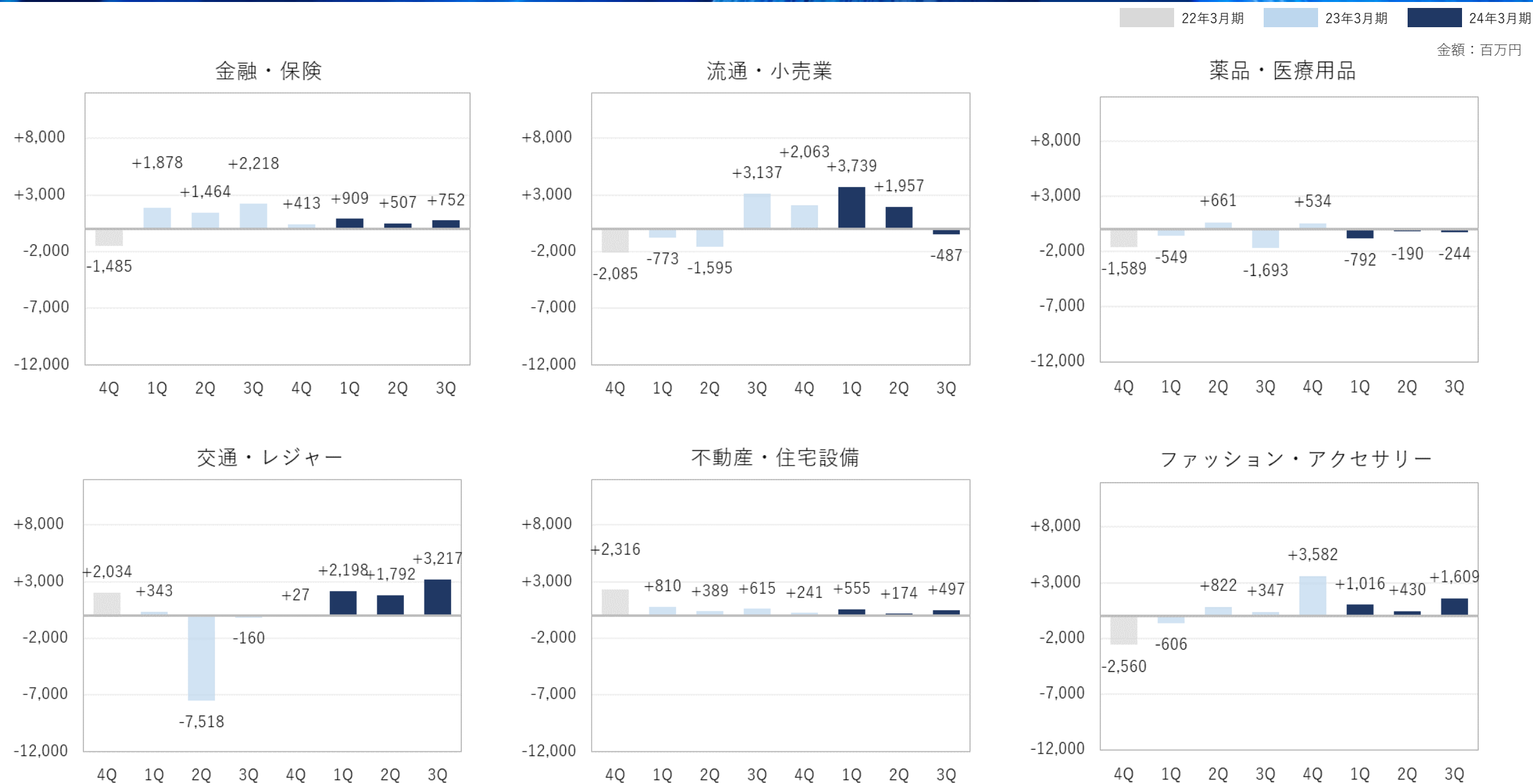


化粧品・トイレットリー





## 業種別前年同期比（四半期単位）（2）

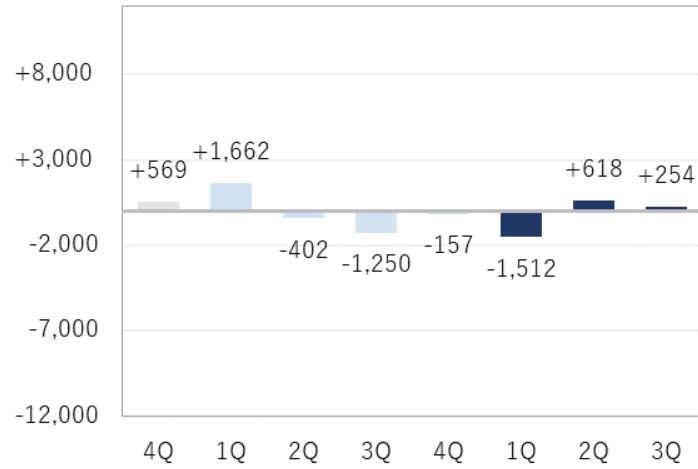


# 業種別前年同期比（四半期単位）（3）

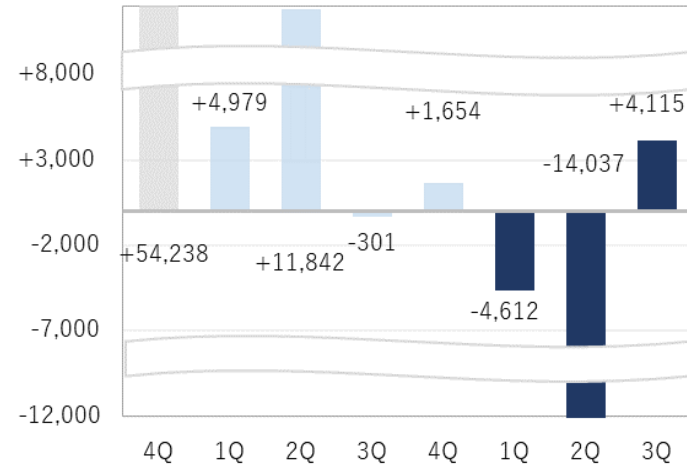
22年3月期 23年3月期 24年3月期

金額：百万円

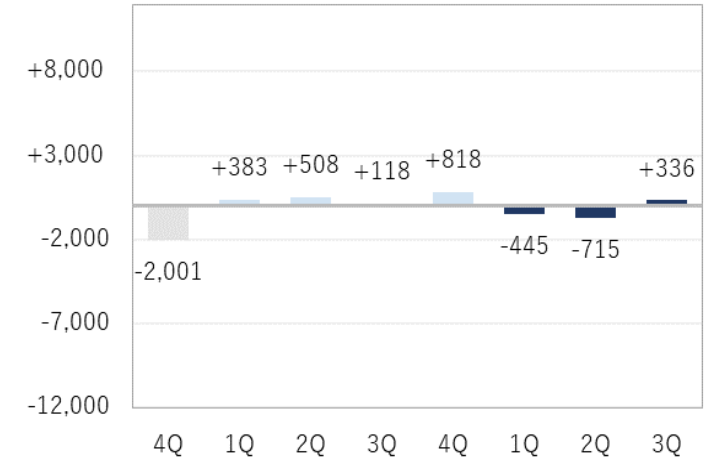
ゲーム・スポーツ・趣味用品



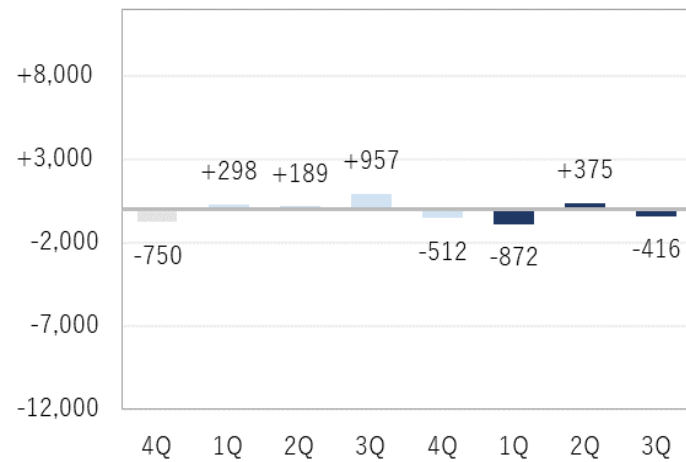
官公庁・団体



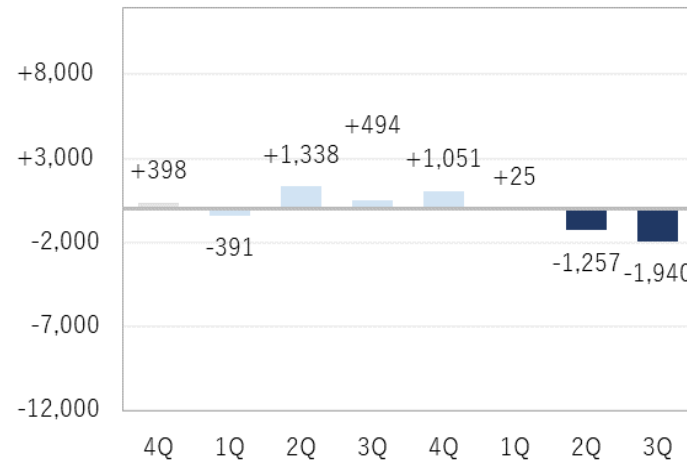
家庭用品



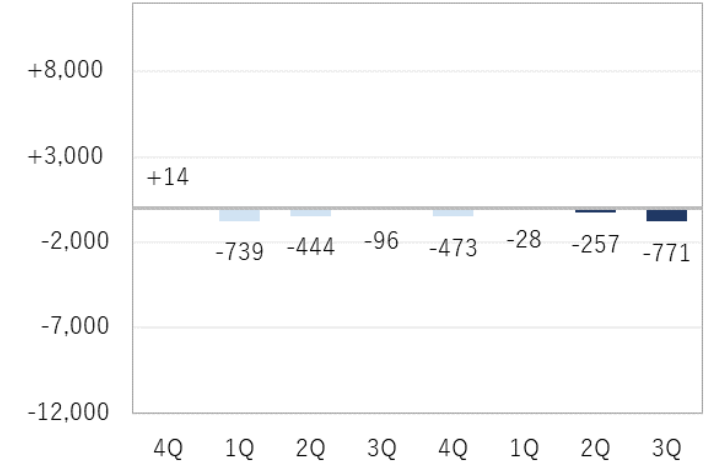
エネルギー・素材・機械



家電・A V機器



出版

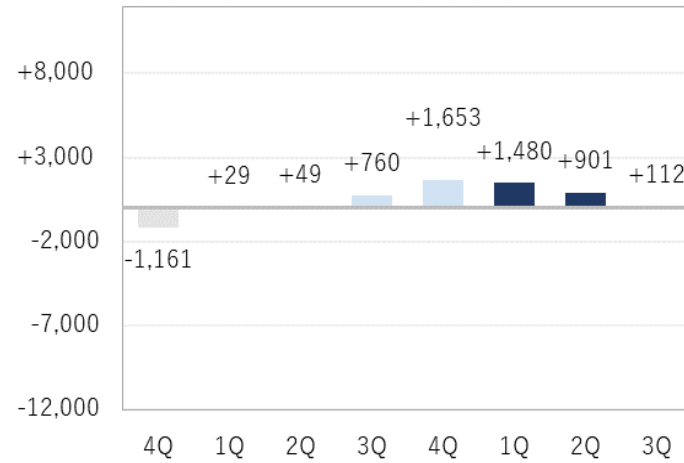


# 業種別前年同期比（四半期単位）（4）

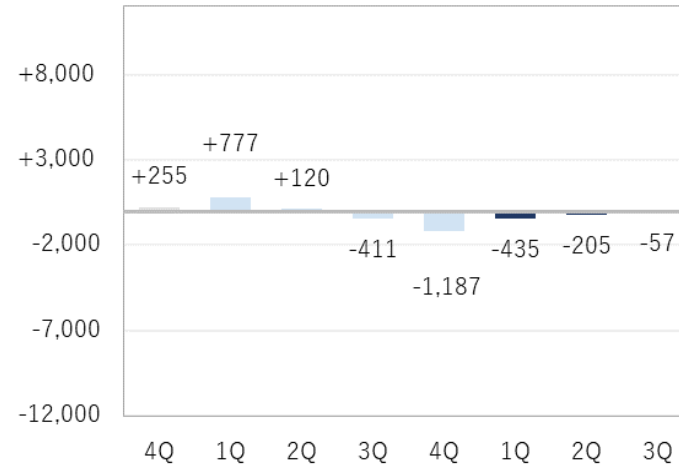
22年3月期 23年3月期 24年3月期

金額：百万円

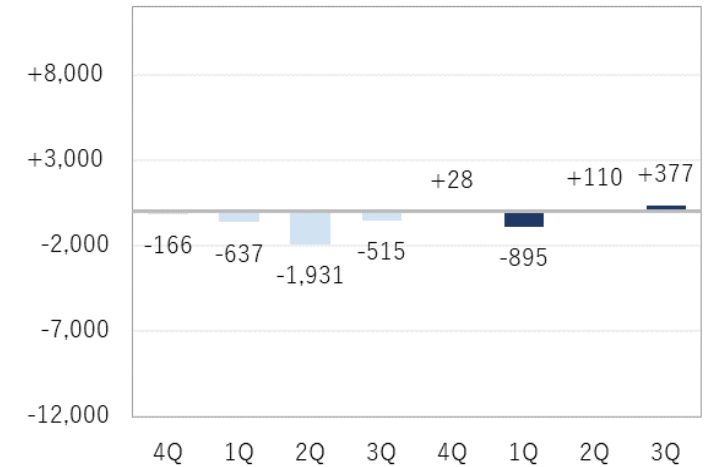
精密機器・事務用品



医療・教育・宗教



案内・その他

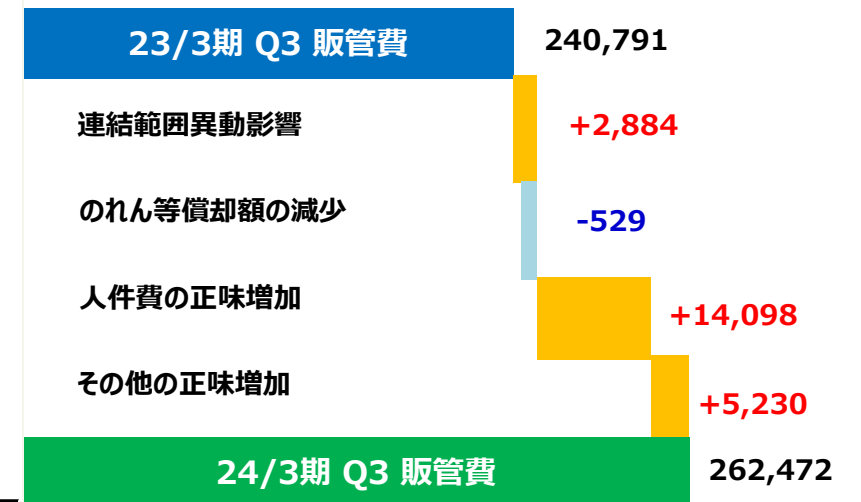


# 販売費及び一般管理費

## 2024年3月期 第3四半期（累計）

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
人件費	176,011	+16,268	+10.2%
賃借料	15,498	+527	+3.5%
減価償却費	7,309	+1,244	+20.5%
のれん等償却額	11,585	-529	-4.4%
その他	52,066	+4,171	+8.7%
その他	86,460	+5,412	+6.7%
<b>販売費及び一般管理費 計</b>	<b>262,472</b>	<b>+21,681</b>	<b>+9.0%</b>

### 販売費及び一般管理費の主要増減要素（百万円）



# 営業外損益・特別損益

## 2024年3月期 第3四半期（累計）

営業外損益	(金額：百万円)	実績	対前年同期比
営業外収益		4,062	-984
内 受取利息		373	+56
受取配当金		2,025	+151
為替差益		273	-917
投資事業組合運用益		-	-465
営業外費用		2,694	+1,340
内 支払利息		998	+620
持分法損失		138	-79
投資事業組合運用損		537	+537
特別損益	(金額：百万円)	実績	対前年同期比
特別利益		1,502	-1,082
内 投資有価証券売却益		1,312	
関係会社株式売却益		21	
特別損失		8,143	+6,609
内 特別退職金		2,774	
事務所移転費用		506	
減損損失		610	
投資有価証券評価損		3,463	

## 貸借対照表

(金額：百万円)	23年12月末	前期末比	構成比
流動資産	673,148	-7,580	64.5%
内 現金及び預金	176,090	+13,108	
受取手形及び売掛金	371,902	-39,206	
固定資産	370,378	+24,691	35.5%
有形固定資産	63,582	+5,162	
無形固定資産	110,138	+1,671	
内 のれん	69,936	-1,741	
投資その他の資産	196,657	+17,856	
内 投資有価証券	158,259	+25,473	
資産合計	1,043,526	+17,110	100.0%
流動負債	577,596	+11,745	55.4%
内 支払手形及び買掛金	246,435	-54,035	
短期借入金	76,903	+67,964	
1年内返済予定長期借入金	106,187	+8	
固定負債	72,133	+1,383	6.9%
内 長期借入金	5,014	-4,142	
負債合計	649,730	+13,129	62.3%
株主資本	307,506	-22,079	29.5%
資本金	10,790	-	
利益剰余金	317,753	-18,967	
自己株式	-21,037	-3,112	
その他の包括利益累計額	61,861	+27,547	5.9%
新株予約権	219	-4	0.0%
非支配株主持分	24,209	-1,482	2.3%
純資産合計	393,796	+3,981	37.7%

# キャッシュ・フロー計算書

## 2024年3月期 第3四半期（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	-18,712	-69,711
投資活動によるキャッシュ・フロー	-13,066	+13,923
有形固定資産の取得による支出	-5,479	-1,813
無形固定資産の取得による支出	-7,267	-26
投資有価証券の取得による支出	-4,220	-114
投資有価証券の売却による収入	2,208	+621
子会社株式及び出資金の取得による支出	-2,647	+5,982
連結範囲の変更を伴う子会社株式の取得支出	-1,048	+4,801
財務活動によるキャッシュ・フロー	40,284	+64,743
短期借入金の純増減	66,878	+70,738
長期借入金・社債の純増減	-4,675	-6,570
自己株式の取得による支出	-3,286	-945
配当金の支払額	-11,250	+542
非支配株主への配当金の支払額	-1,734	-884
連結範囲の変更を伴わない子会社株式の取得支出	-5,345	-4,113
現金及び現金同等物の期首残高	159,081	-21,615
現金及び現金同等物の期末残高	172,100	-15,298



**博報堂DYホールディングス 新中期経営計画  
(概要)**



# 現中期経営計画のレビュー

# 中期経営計画（見直し期間:2022年3月期～2024年3月期）※当初計画

中期基本戦略	<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。</p> <p>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>		
提供サービスと事業基盤の变革	<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>		
重点領域の目標水準 (2024年3月期)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● マーケティング実践領域</li> <li>● インターネット領域</li> <li>● 海外事業領域</li> </ul>	<p>売上総利益年平均伸長率※1</p> <p>売上高年平均伸長率</p> <p>売上総利益年平均伸長率</p>	<p>: +10%以上</p> <p>: +15%以上</p> <p>: +15%以上</p>
中期経営目標 (2024年3月期)	<p>のれん償却前営業利益 650億円以上</p> <p>調整後※2売上総利益年平均成長率 +7%以上</p> <p>調整後のれん償却前営業利益年平均成長率 +7%以上</p> <p>〈 重点指標 〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 調整後のれん償却前オペレーティング・マージン 15%程度</li> <li>・ のれん償却前ROE 10%以上</li> </ul>		

※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

# 現中期計画の進捗レビュー

- 現中期経営計画で掲げた各種取り組みは、今後に向けた課題はあるが着実に進捗

提供サービスの変革	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 戦略的費用投下により、<b>マーケティング実践/デジタル/テクノロジー領域の基盤を拡充</b></li> <li>・ 広告メディアビジネスの次世代型モデル「AaaS」の活用は、順調に拡大</li> <li>・ 生活者インターフェース市場での新たなビジネス創造は、規模/件数拡大フェーズへ</li> </ul>
海外事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ M&amp;Aの押上げもあり、当初計画以上に事業規模は拡大</li> <li>・ <b>専門性/先進性の取り込み、アジア圏におけるケイパビリティ/体制強化</b>は着実に進捗</li> </ul>
外部連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ミライの事業室やUoC※、博報堂DYベンチャーズなど、<b>外部との連携基盤を構築</b></li> <li>・ 今後は事業インパクト創出フェーズへ</li> </ul>
横串機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 博報堂テクノロジーズ/博報堂DYコーポレートイニシアティブを設立し、共通基盤を強化</li> <li>・ グループ横断組織で<b>AI技術などテクノロジー活用の研究/開発を推進</b></li> </ul>
サステナビリティ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>コーポレートアクションや従業員に対する啓蒙活動が進捗</b></li> <li>・ サステナビリティをテーマとしたクライアントサービスなど、様々な具体事例を創出</li> </ul>

※ UNIVERSITY of CREATIVITY

# 中期経営目標 / 重点指標の進捗

- 売上総利益など「成長性」に関する指標は、当初計画を上回る進捗となる一方、「収益性」の観点では課題を残す状況

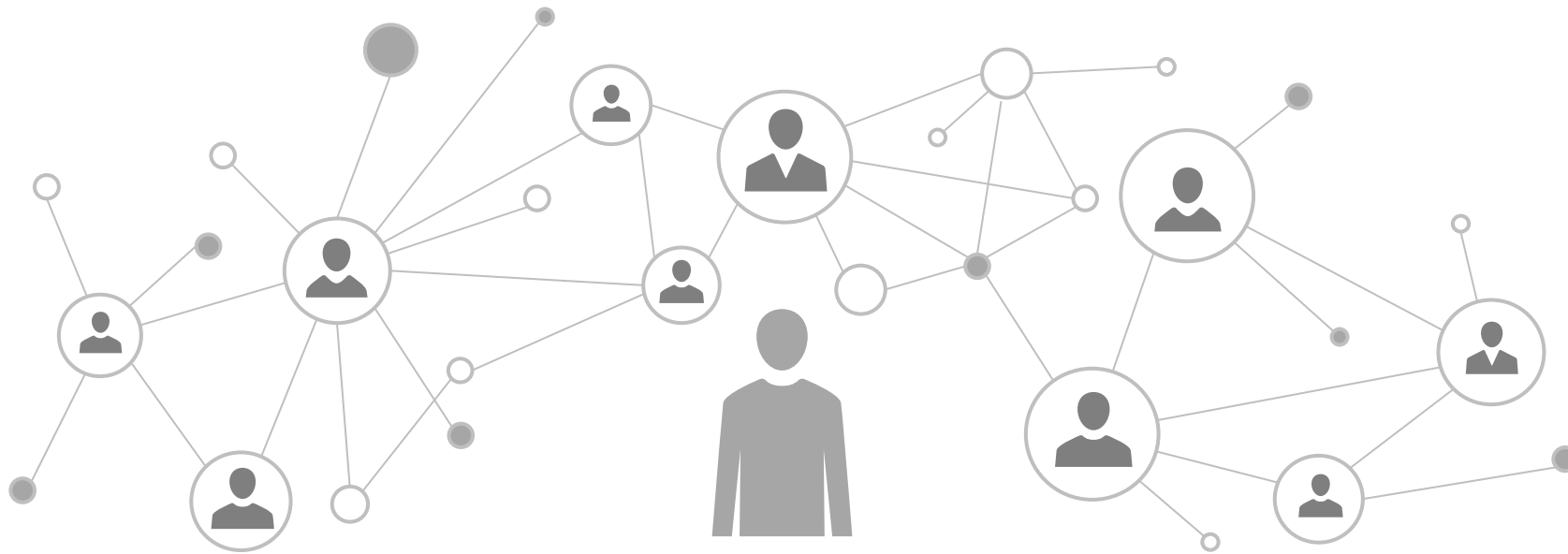
		中期目標	FY23 通期見通し
中期経営目標	のれん償却前営業利益	650億円以上	<b>500億円</b>
	調整後 売上総利益 伸長率	期間平均 +7%以上	期間平均 <b>+8%程度</b>
	調整後 のれん償却前営業利益 伸長率	期間平均 +7%以上	期間平均 <b>▲4%程度</b>
重点指標	調整後 のれん償却前 OM率	15%程度	<b>11%程度</b>
	のれん償却前 ROE	10%以上	<b>8%程度</b>



# 新中期経営計画の骨子

## 目指すべき姿

「広告会社グループ」から「クリエイティビティ・プラットフォーム」へ  
a creativity platform



博報堂DYグループは、生活者を起点としたクリエイティビティをエッジに、生活者・企業・社会をつなぎ、新たな関係価値を生み出すことで、未来を創造するグループとなる

# クリエイティビティ・プラットフォームを構成する6つの事業領域

- 生活者を起点としたクリエイティビティで、新たな関係価値を生み出す6つの領域

**1** コンサルティングビジネス

**4** テクノロジービジネス

**2** マーケティングビジネス

**5** コンテンツビジネス

**3** グローバルビジネス

**6** インキュベーションビジネス

# 事業構造の変革

- 6つの事業それぞれが収益を拡大、相互連携によるグループ収益力強化を目指す
- グループ横断の**変革を推進する専門組織を組成**、事業領域の拡張と収益構造の変革を実現

現在

マーケティングビジネス（特に広告）中心

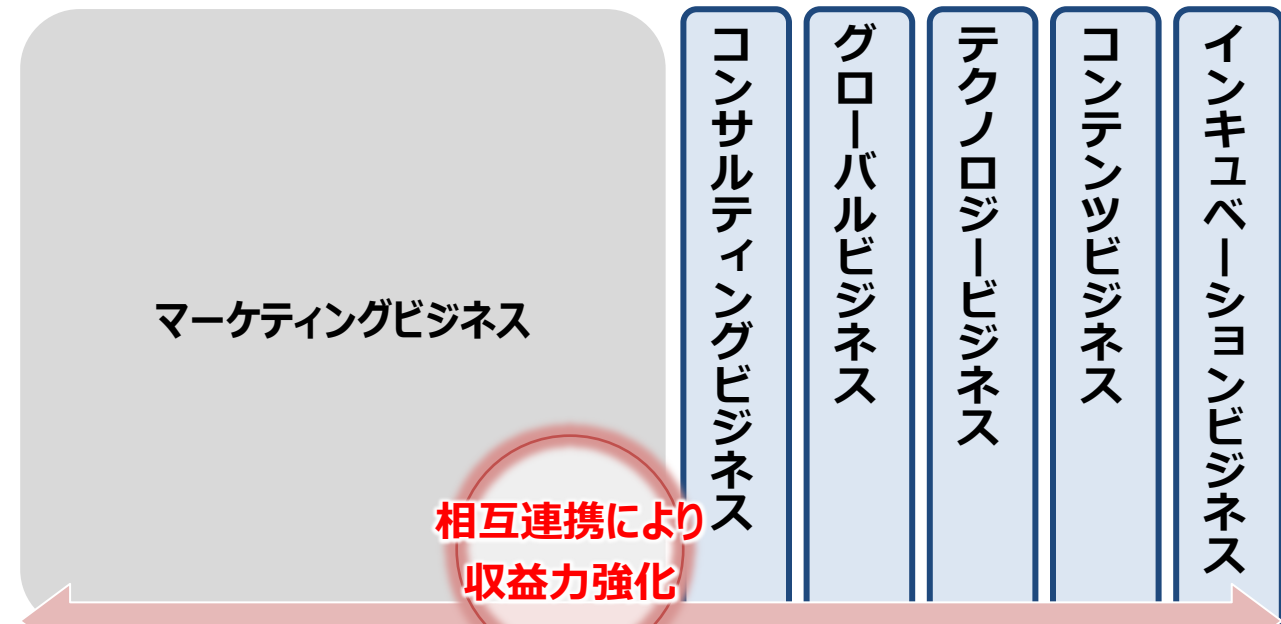
HDYグループ



将来像

6つの異なるビジネスが相互連携

HDYグループ



※のれん償却前営業利益の構成イメージ



# 各事業領域における戦略

## 1 コンサルティングビジネス

マーケティング領域でのコンサルティング

・HAKUHODO・ IDEO SYPartners

ブランドデザイン  
コンサルティング

デザインコンサルティング

## 2 マーケティングビジネス

個社の特性を活かした成長

・HAKUHODO・ DAIKO YOMIKO

I R E P

SOLDOUT

Hakuhodo DY  
media partners

D.A.Consortium

これまで

今後

経営トップ層に対して  
プロフェッショナルサービスを提供する  
新会社を設立

クライアントニーズに対応する  
コア機能の強化と  
最適なサービス設計/提供

# マーケティングビジネスの強化

- 事業会社間の連携強化と収益モデルの多様化を推進
- 統合マーケティング、デジタルマーケティング、コマースビジネスを推進する機能を強化
- AI技術などの活用により、“生活者データ・ドリブン”フルファンネルマーケティングの高度化/効率化を推進する  
**「統合マーケティングプラットフォーム」を実装**

## クライアントニーズに対応する グループ最適視点でのサービス設計/提供体制の構築

事業会社間  
の連携強化



統合  
マーケティング

デジタル  
マーケティング

コマース  
ビジネス

収益モデル  
の多様化

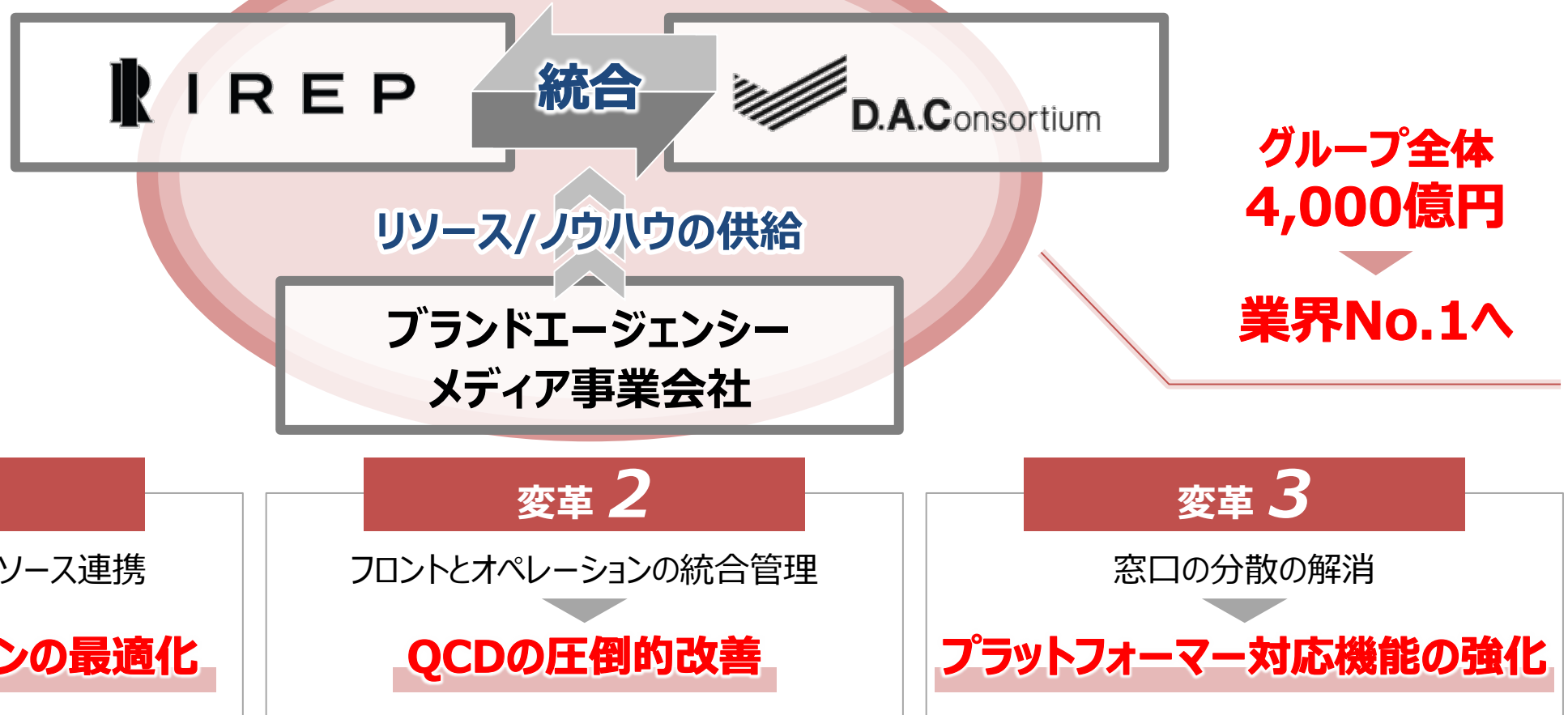


統合マーケティングプラットフォーム  
(AI技術/生活者データの活用)

# デジタルコアの組成

- アイレップとDACを統合し、グループのリソース/ノウハウの集約した新会社を設立
- 成長するデジタル市場で競争力強化と生産性向上を推進し、グループとして業界No.1を目指す

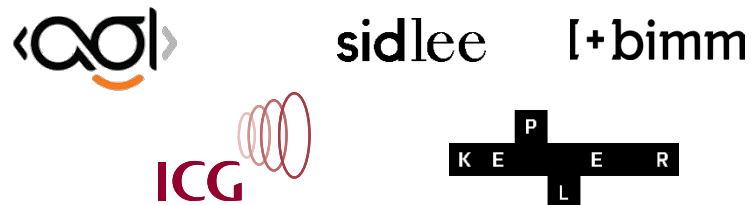
## 「デジタルコア新会社」設立



## 各事業領域における戦略

## 3 グローバルビジネス

「国内外一体運営」と  
「専門性/先進性」を軸に拡大



これまで

今後

kyuとHakuhodoが  
個別戦略強化と対象エリアを拡張し  
両者が連携する  
モダンネットワークを形成

## 4 テクノロジービジネス

テクノロジー活用に必要な  
基盤/リソースの強化に注力



生活者体験を創造する  
テクノロジービジネスを  
マーケティングSI/SaaS領域で展開

# 各事業領域における戦略

## 5 コンテンツビジネス

マーケティングサービスの一環としての取り組み



これまで

IP投資や周辺ビジネス開発など  
コンテンツ事業として  
新たな収益モデルを構築

今後

## 6 インキュベーションビジネス

連携基盤や事業開発案件の創出



ミライの事業室

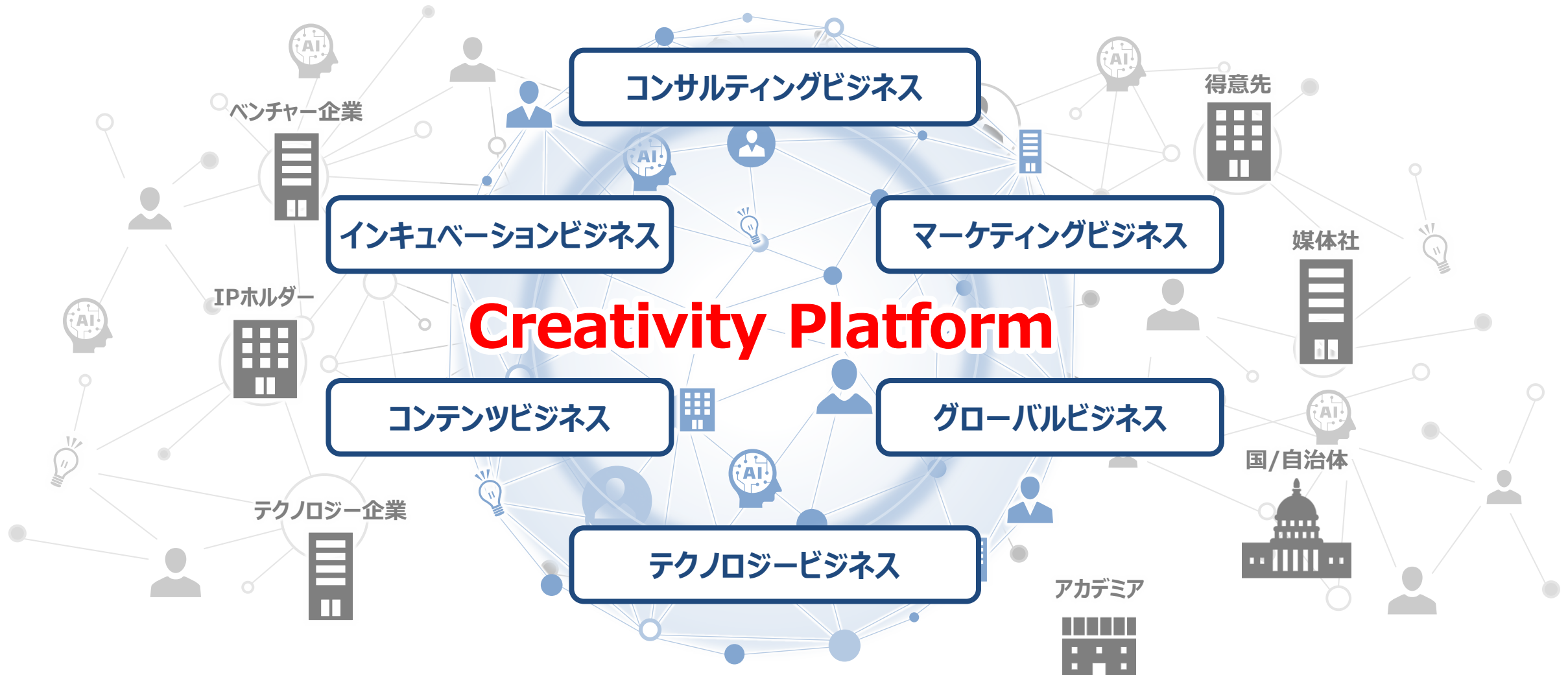


quantum

グループ内のインキュベーション機能を  
10年後の当社グループを  
支える事業の柱へ

# 当社グループの創出する関係価値のひろがり

- クリエイティビティ・プラットフォームを中心に広く世の中と繋がり、当社グループの創出する関係価値の範囲は拡張していく



# 社会的責任を重視した経営

- 企業としての社会的責任を果たすため、今後もコンプライアンス強化やサステナビリティの推進に注力

## 企業の社会的責任

## 社会的インパクト創出

### E nvironment

- **CO2排出量2030年50%削減目標へのチャレンジ**
  - 国内は再エネ導入などの活動に着手
  - 2025年までに海外拠点を含めた計測終了予定

### S ocial

- **「グループ女性管理職目標30%」に向けた取組みの推進**
  - 評価登用のバイアス払しょくに向けた研修の開始
- **「クリエイティビティ発揮に向けたDE&I」の推進**
  - グループ間でのナレッジ連携による推進加速

### G overnance

- **ビジネス意識と行動改革を推進する委員会の設置**
  - 行動指針などコンプライアンスの再確認
  - グループ1万人規模の人権研修の実施

- **社会課題に対する社員啓発活動**
  - 気候変動をテーマとしたグループイベントの実施
- **グループ社会貢献活動**
  - 将来世代との共創プログラムの開発

# Hakuhodo DY holdings

博報堂DYホールディングス

【注】 略称は下記のとおり  
(DAC) : デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム