

2011年3月期 通期 連結決算概要

2011. 05. 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。

2011年3月期 連結業績

2011年3月期 通期 連結業績 (1)

売上高回復と収益性向上で大幅営業増益

◎ 売上高： 前年同期比 +2.1%。

下期は、前年同期比 +5.8%と回復基調に入った。

》業種別売上高：広告市場全般の回復に加え、統合マーケティングソリューションの提供が奏功し、多くの業種で前年同期を上回る。不動産・住宅設備に加え、売上高構成比の高い情報・通信と自動車・関連品が大幅増加。

》種目別売上高：好調なインターネットメディアやテレビスポットに加え、下期にはマーケティング/プロモーションも前年同期比プラスに転じ、全般的に回復基調が鮮明に。

◎ 売上総利益：前年同期比 +6.0%。

売上高の回復と売上総利益率の向上で86億円の増益。

◎ 売上総利益率：16.3%。前年同期から0.6ポイント向上。

グループ全体に広く収益性向上を意識した取組みが浸透し、売上総利益率は16%を上回る水準に。

◎ 販管費：前年同期比 +0.4%。

販管費コントロールの継続により、連結範囲変更などによる費用増をほぼ吸収し、前年同期比+5億円の微増に止める。

◎ 営業利益：142億円。前年同期から81億円の増益。

売上高の回復、売上総利益率の向上、販管費コントロールによって大幅営業増益。

2月4日公表の見通し135億円を上回る力強い利益回復。

◎ 当期純利益：45億円。前年同期から32億円の増益。

特別損益の悪化はあったものの、営業増益に加え、営業外損益の改善が寄与。

◎ 1株当たり年間配当金：期初予定通り 70円

2011年3月期 通期 連結業績 (2)

(単位：百万円)

	上期				下期				通期			
	'10年3月期	'11年3月期	前年同期比		'10年3月期	'11年3月期	前年同期比		'10年3月期	'11年3月期	前年同期比	
			増減額	(%)			増減額	(%)			増減額	(%)
売 上 高	442,477	434,132	(8,344)	-1.9%	474,588	502,344	27,756	5.8%	917,065	936,476	19,411	2.1%
売上総利益	68,247	70,431	2,183	3.2%	75,332	81,787	6,455	8.6%	143,579	152,218	8,639	6.0%
(売上総利益率)	(15.4%)	(16.2%)	(+0.8%)		(15.9%)	(16.3%)	(+0.4%)		(15.7%)	(16.3%)	(+0.6%)	
販 管 費	68,187	67,592	(595)	-0.9%	69,256	70,359	1,103	1.6%	137,443	137,951	508	0.4%
営 業 利 益	60	2,838	2,778	-	6,076	11,428	5,352	88.1%	6,136	14,266	8,130	132.5%
(ホ ^o レーティング・マージン)	(0.1%)	(4.0%)	(+3.9%)		(8.1%)	(14.0%)	(+5.9%)		(4.3%)	(9.4%)	(+5.1%)	
営業外損益	949	1,313	364		1,109	1,528	419		2,058	2,841	782	
経 常 利 益	1,009	4,152	3,143	311.4%	7,185	12,955	5,770	80.3%	8,194	17,107	8,912	108.8%
特 別 損 益	(1,483)	(4,139)	(2,655)		(564)	164	728		(2,047)	(3,975)	(1,928)	
税引前利益	(474)	13	487	-	6,621	13,119	6,498	98.1%	6,147	13,132	6,984	113.6%
当期純利益	(1,699)	(3,343)	(1,644)	-	2,976	7,893	4,917	165.2%	1,277	4,550	3,273	256.3%
(ホ ^o 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	35円	35円			35円	35円			70円	70円		

2011年3月期 通期 連結業績 (3)

(単位：百万円)

	'11年3月期 第1四半期	前年同期比		'11年3月期 第2四半期	前年同期比		'11年3月期 第3四半期	前年同期比		'11年3月期 第4四半期	前年同期比		'11年3月期 通期	前年同期比	
		増減額	(%)		増減額	(%)		増減額	(%)		増減額	(%)		増減額	(%)
売 上 高	212,397	(1,842)	-0.9%	221,735	(6,503)	-2.8%	237,940	11,272	5.0%	264,404	16,484	6.6%	936,476	19,411	2.1%
売上総利益	32,251	404	1.3%	38,180	1,780	4.9%	39,152	2,957	8.2%	42,635	3,498	8.9%	152,218	8,639	6.0%
(売上総利益率)	(15.2%)	(+0.3%)		(17.2%)	(+1.3%)		(16.5%)	(+0.5%)		(16.1%)	(+0.3%)		(16.3%)	(+0.6%)	
販 管 費	34,008	115	0.3%	33,584	(710)	-2.1%	33,571	(146)	-0.4%	36,788	1,249	3.5%	137,951	508	0.4%
営業利益	(1,757)	(289)	-	4,595	2,489	118.2%	5,582	3,105	125.4%	5,846	2,247	62.4%	14,266	8,130	132.5%
(オペレーティング・マージン)	(-5.4%)	(+1.0%)		(12.0%)	(+6.2%)		(14.3%)	(+7.4%)		(13.7%)	(+4.5%)		(9.4%)	(+5.1%)	
営業外損益	845	275		468	88		1,038	494		490	(75)		2,841	782	
経常利益	(911)	564	-	5,063	2,578	103.7%	6,620	3,599	119.1%	6,335	2,171	52.1%	17,107	8,912	108.8%
特別損益	(1,631)	(1,416)	-	(2,508)	(1,239)		1,946	2,161		(1,782)	(1,433)		(3,975)	(1,928)	
税引前利益	(2,542)	(852)		2,555	1,339	110.1%	8,565	5,760	205.3%	4,554	738	19.3%	13,132	6,984	113.6%
当期純利益	(2,310)	(528)	-	(1,033)	(1,116)	-	5,264	4,481	572.3%	2,629	436	19.9%	4,550	3,273	256.3%

(オペレーティング・マージン) = 営業利益/売上総利益

2011年3月期 通期 連結業績 (4)

期初（2010年5月13日）ならびに直近（2011年2月4日）の業績見通しと実績との差異

（単位：百万円）

	通期			
	5/13発表 (期初見通し)	'11年3月期 (実績)	見通しとの差異	
			差異額	(%)
売 上 高	935,000	936,476	1,476	0.2%
売上総利益	148,000	152,218	4,218	2.9%
(売上総利益率)	(15.8%)	(16.3%)	(+0.4%)	
販 管 費	139,500	137,951	(1,549)	-1.1%
営 業 利 益	8,500	14,266	5,766	67.8%
(オペレーティング・マージン)	(5.7%)	(9.4%)	(+3.6%)	
営業外損益	1,500	2,841	1,341	
経 常 利 益	10,000	17,107	7,107	71.1%
特 別 損 益	(1,000)	(3,975)	(2,975)	
税引前利益	9,000	13,132	4,132	45.9%
当期純利益	3,200	4,550	1,350	42.2%

(オペレーティング・マージン) = 営業利益 / 売上総利益

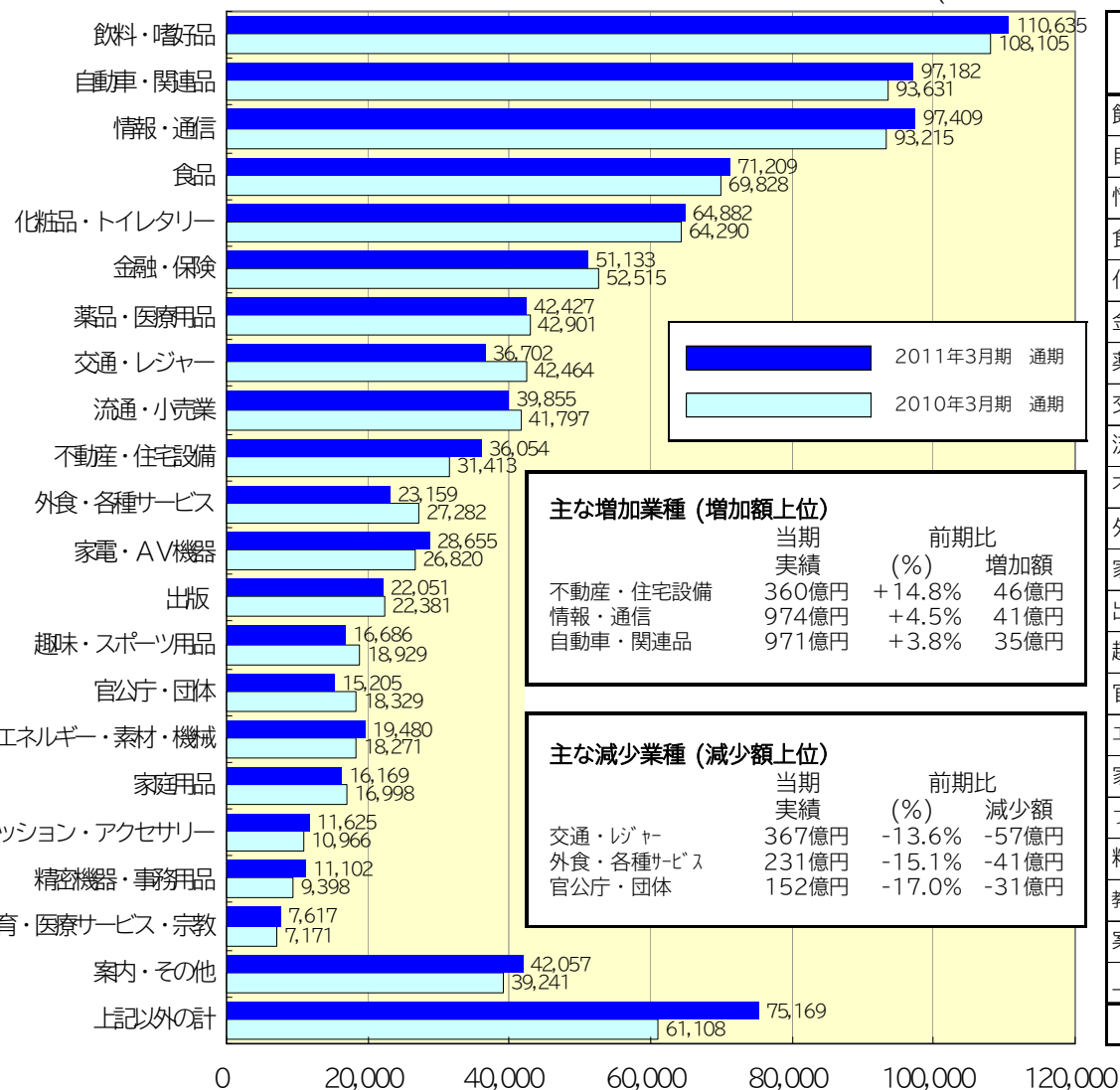
1株当たり配当金	70円	70円	
----------	-----	-----	--

	通期			
	2/4発表 (直近見通し)	'11年3月期 (実績)	見通しとの差異	
			差異額	(%)
売 上 高	931,000	936,476	5,476	0.6%
売上総利益	151,000	152,218	1,218	0.8%
(売上総利益率)	(16.2%)	(16.3%)	(+0.0%)	
販 管 費	137,500	137,951	451	0.3%
営 業 利 益	13,500	14,266	766	5.7%
(オペレーティング・マージン)	(8.9%)	(9.4%)	(+0.4%)	
営業外損益	2,850	2,841	(9)	
経 常 利 益	16,350	17,107	757	4.6%
特 別 損 益	(2,500)	(3,975)	(1,475)	
税引前利益	13,850	13,132	(718)	-5.2%
当期純利益	4,500	4,550	50	1.1%

1株当たり配当金	70円	70円	
----------	-----	-----	--

業種別売上高(グループ合算) (1)

(単位:百万円)



主な増加業種 (増加額上位)

	当期実績	前期比 (%)	増加額
不動産・住宅設備	360億円	+14.8%	46億円
情報・通信	974億円	+4.5%	41億円
自動車・関連品	971億円	+3.8%	35億円

主な減少業種 (減少額上位)

	当期実績	前期比 (%)	減少額
交通・レジャー	367億円	-13.6%	-57億円
外食・各種サービス	231億円	-15.1%	-41億円
官公庁・団体	152億円	-17.0%	-31億円

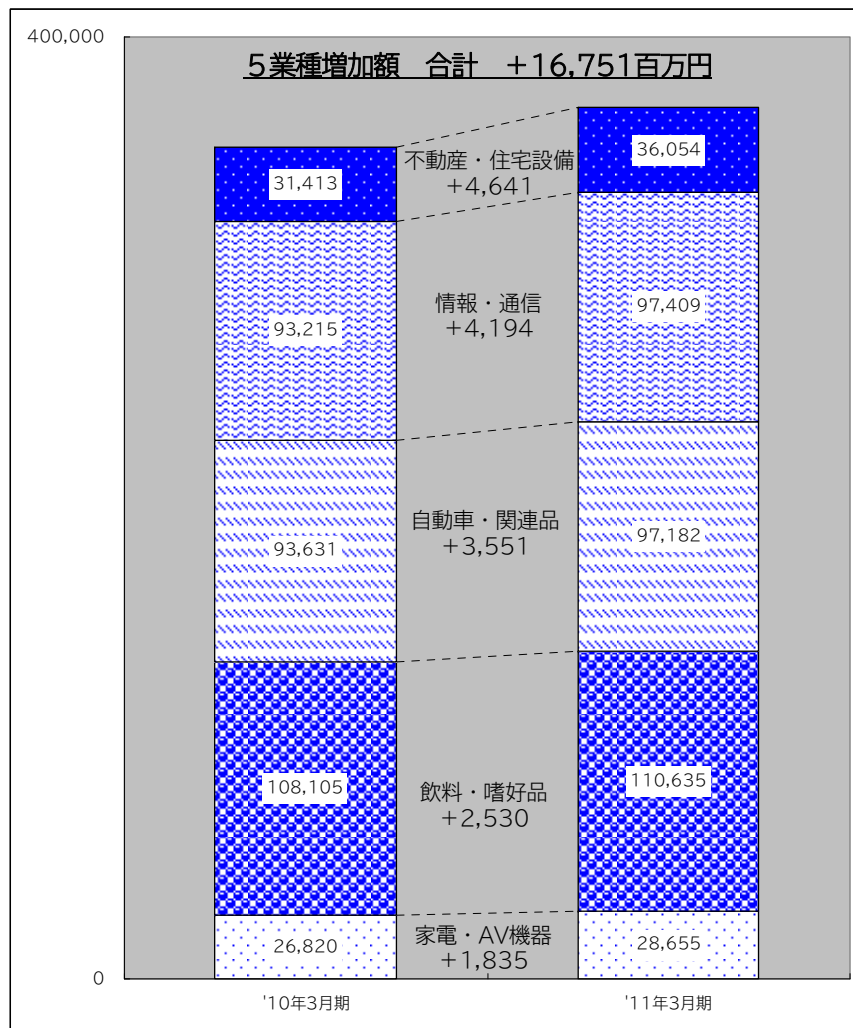
(単位:百万円)

	'11年3月期 通期	前年同期比		当期 構成比
		額	(%)	
飲料・嗜好品	110,635	2,530	2.3%	11.8%
自動車・関連品	97,182	3,551	3.8%	10.4%
情報・通信	97,409	4,194	4.5%	10.4%
食品	71,209	1,381	2.0%	7.6%
化粧品・トイレタリー	64,882	592	0.9%	6.9%
金融・保険	51,133	(1,382)	-2.6%	5.5%
薬品・医療用品	42,427	(474)	-1.1%	4.5%
交通・レジャー	36,702	(5,762)	-13.6%	3.9%
流通・小売業	39,855	(1,942)	-4.6%	4.3%
不動産・住宅設備	36,054	4,641	14.8%	3.8%
外食・各種サービス	23,159	(4,123)	-15.1%	2.5%
家電・AV機器	28,655	1,835	6.8%	3.1%
出版	22,051	(330)	-1.5%	2.4%
趣味・スポーツ用品	16,686	(2,243)	-11.8%	1.8%
官公庁・団体	15,205	(3,124)	-17.0%	1.6%
エネルギー・素材・機械	19,480	1,209	6.6%	2.1%
家庭用品	16,169	(829)	-4.9%	1.7%
ファッション・アクセサリ	11,625	659	6.0%	1.2%
精密機器・事務用品	11,102	1,704	18.1%	1.2%
教育・医療サービス・宗教	7,617	446	6.2%	0.8%
案内・その他	42,057	2,816	7.2%	4.5%
上記以外の計	75,169	14,061	23.0%	8.0%
合計	936,476	19,411	2.1%	100.0%

業種別売上高(グループ合算) (2)

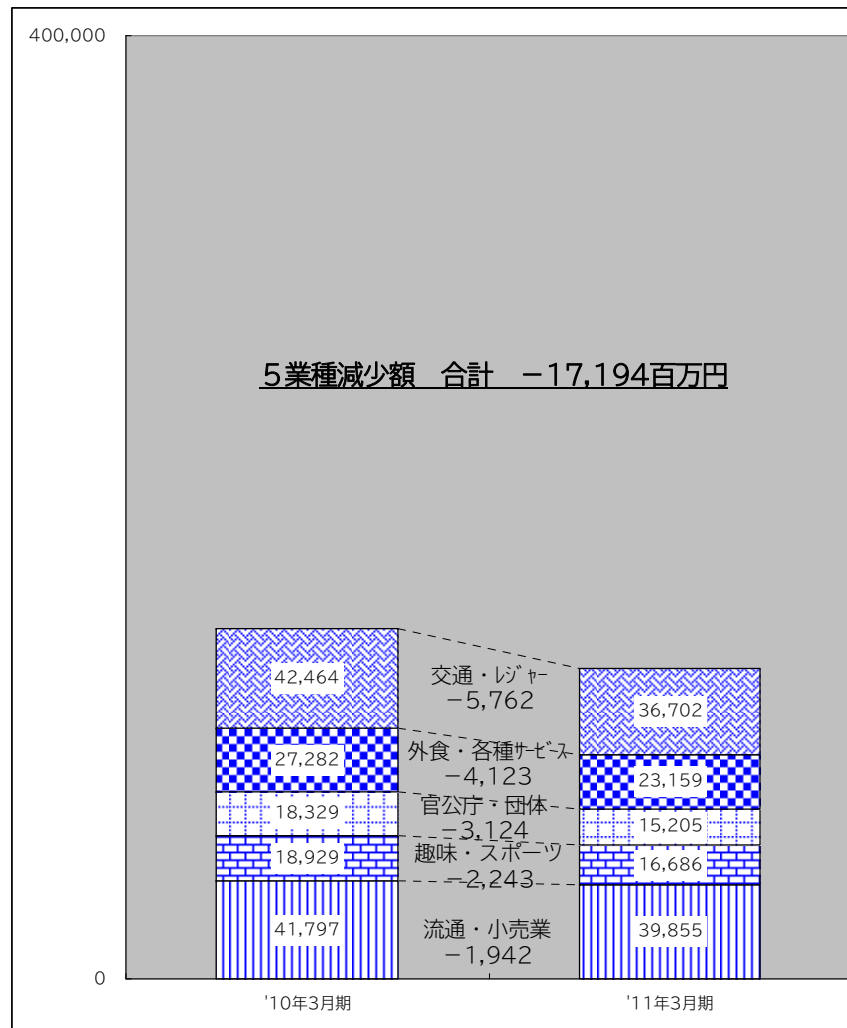
増加額 上位5業種

(単位: 百万円)



減少額 上位5業種

(単位: 百万円)



業種別売上高(グループ合算) (3)

(単位：百万円)

	'11年3月期	前年同期比		'11年3月期	前年同期比		'10年3月期		'11年3月期		前年同期比	
	上期	増減額	(%)	下期	増減額	(%)	通期	構成比	通期	構成比	増減額	(%)
飲料・嗜好品	55,076	3,140	6.0%	55,559	(610)	-1.1%	108,105	11.8%	110,635	11.8%	2,530	2.3%
自動車・関連品	43,647	(2,111)	-4.6%	53,535	5,662	11.8%	93,631	10.2%	97,182	10.4%	3,551	3.8%
情報・通信	39,751	(2,692)	-6.3%	57,658	6,886	13.6%	93,215	10.2%	97,409	10.4%	4,194	4.5%
食品	38,247	2,655	7.5%	32,962	(1,274)	-3.7%	69,828	7.6%	71,209	7.6%	1,381	2.0%
化粧品・トイレタリー	31,831	97	0.3%	33,051	495	1.5%	64,290	7.0%	64,882	6.9%	592	0.9%
金融・保険	24,356	(3,519)	-12.6%	26,777	2,137	8.7%	52,515	5.7%	51,133	5.5%	(1,382)	-2.6%
薬品・医療用品	19,335	(1,800)	-8.5%	23,092	1,326	6.1%	42,901	4.7%	42,427	4.5%	(474)	-1.1%
交通・レジャー	18,389	(2,107)	-10.3%	18,313	(3,655)	-16.6%	42,464	4.6%	36,702	3.9%	(5,762)	-13.6%
流通・小売業	16,682	(1,394)	-7.7%	23,173	(548)	-2.3%	41,797	4.6%	39,855	4.3%	(1,942)	-4.6%
不動産・住宅設備	16,450	2,821	20.7%	19,604	1,820	10.2%	31,413	3.4%	36,054	3.8%	4,641	14.8%
外食・各種サービス	10,778	(2,960)	-21.5%	12,381	(1,163)	-8.6%	27,282	3.0%	23,159	2.5%	(4,123)	-15.1%
家電・AV機器	13,674	1,572	13.0%	14,981	263	1.8%	26,820	2.9%	28,655	3.1%	1,835	6.8%
出版	9,386	(1,412)	-13.1%	12,665	1,082	9.3%	22,381	2.4%	22,051	2.4%	(330)	-1.5%
趣味・スポーツ用品	7,760	(1,797)	-18.8%	8,926	(446)	-4.8%	18,929	2.1%	16,686	1.8%	(2,243)	-11.8%
官公庁・団体	7,334	(2,506)	-25.5%	7,871	(618)	-7.3%	18,329	2.0%	15,205	1.6%	(3,124)	-17.0%
エネルギー・素材・機械	6,997	(1,236)	-15.0%	12,483	2,445	24.4%	18,271	2.0%	19,480	2.1%	1,209	6.6%
家庭用品	8,075	(429)	-5.0%	8,094	(400)	-4.7%	16,998	1.9%	16,169	1.7%	(829)	-4.9%
ファッション・アクセサリ	5,269	666	14.5%	6,356	(7)	-0.1%	10,966	1.2%	11,625	1.2%	659	6.0%
精密機器・事務用品	4,821	327	7.3%	6,281	1,377	28.1%	9,398	1.0%	11,102	1.2%	1,704	18.1%
教育・医療サービス・宗教	2,957	209	7.6%	4,660	237	5.4%	7,171	0.8%	7,617	0.8%	446	6.2%
案内・その他	20,391	1,017	5.2%	21,666	1,799	9.1%	39,241	4.3%	42,057	4.5%	2,816	7.2%
上記以外 計	32,917	3,115	10.5%	42,252	10,946	35.0%	61,108	6.7%	75,169	8.0%	14,061	23.0%
合計	434,132	(8,345)	-1.9%	502,344	27,756	5.8%	917,065	100.0%	936,476	100.0%	19,411	2.1%

種目別売上高(グループ合算) (1)

(単位：百万円)

(グループ合算)	'11年3月期 上期	前年同期比		'11年3月期 下期	前年同期比		'10年3月期 通期		'11年3月期 通期		前年同期比	
	金額	増減額	(%)	金額	増減額	(%)	金額	構成比	金額	構成比	増減額	(%)
新 聞	32,922	(6,879)	-17.3%	35,070	(6,533)	-15.7%	81,404	9.5%	67,992	7.9%	(13,412)	-16.5%
雑 誌	11,444	(1,886)	-14.1%	13,168	(1,114)	-7.8%	27,612	3.2%	24,612	2.9%	(3,000)	-10.9%
ラジオ	7,831	(485)	-5.8%	7,807	(500)	-6.0%	16,623	1.9%	15,638	1.8%	(985)	-5.9%
テレビ	185,695	295	0.2%	200,719	5,276	2.7%	380,843	44.5%	386,414	44.9%	5,571	1.5%
マスメディア 計	237,893	(8,956)	-3.6%	256,765	(2,869)	-1.1%	506,483	59.2%	494,658	57.4%	(11,825)	-2.3%
インターネットメディア	24,671	4,812	24.2%	31,598	9,935	45.9%	41,522	4.9%	56,269	6.5%	14,747	35.5%
アウトドアメディア	17,424	1,506	9.5%	19,367	948	5.1%	34,337	4.0%	36,791	4.3%	2,454	7.1%
クリエイティブ	41,661	1,716	4.3%	51,359	5,473	11.9%	85,831	10.0%	93,020	10.8%	7,189	8.4%
マーケティング/プロモーション	73,938	(9,831)	-11.7%	90,948	2,421	2.7%	172,296	20.1%	164,886	19.1%	(7,410)	-4.3%
その他(コンテンツ等)	5,625	(707)	-11.2%	10,056	904	9.9%	15,484	1.8%	15,681	1.8%	197	1.3%
4マスメディア以外 計	163,321	(2,505)	-1.5%	203,328	19,682	10.7%	349,472	40.8%	366,649	42.6%	17,177	4.9%
上記 合計	401,215	(11,460)	-2.8%	460,092	16,811	3.8%	855,956	100.0%	861,307	100.0%	5,351	0.6%
上記以外 計	32,917	3,115	10.5%	42,252	10,946	35.0%	61,108		75,169		14,061	23.0%
合計	434,132	(8,345)	-1.9%	502,344	27,756	5.8%	917,065		936,476		19,411	2.1%

◎「マスメディア 計」は、前年同期比 -2.3%。テレビはスポットが着実に回復し、同1.5%とプラス。

◎「4マスメディア以外 計」では、前年同期比 +4.9%。インターネットメディアが同 +35.5%となったほか、アウトドアメディアとクリエイティブも前年同期を上回る。また、マーケティング/プロモーションも、下期は同2.7%とプラスに転じる。

種目別売上高(グループ合算) (2)

(単位: 百万円)

(グループ合算)	'11年3月期 第1四半期	前年同期比		'11年3月期 第2四半期	前年同期比		'11年3月期 第3四半期	前年同期比		'11年3月期 第4四半期	前年同期比		'11年3月期 通期	前年同期比	
	金額	増減額	(%)	金額	増減額	(%)	金額	増減額	(%)	金額	増減額	(%)	金額	増減額	(%)
新 聞	16,250	(2,848)	-14.9%	16,672	(4,031)	-19.5%	17,068	(3,675)	-17.7%	18,002	(2,858)	-13.7%	67,992	(13,412)	-16.5%
雑 誌	5,644	(747)	-11.7%	5,800	(1,139)	-16.4%	6,780	(888)	-11.6%	6,388	(226)	-3.4%	24,612	(3,000)	-10.9%
ラジオ	3,760	(324)	-7.9%	4,071	(161)	-3.8%	4,002	(150)	-3.6%	3,805	(350)	-8.4%	15,638	(985)	-5.9%
テレビ	93,826	286	0.3%	91,869	9	0.0%	99,420	1,834	1.9%	101,299	3,442	3.5%	386,414	5,571	1.5%
マスメディア 計	119,481	(3,634)	-3.0%	118,412	(5,322)	-4.3%	127,271	(2,878)	-2.2%	129,494	9	0.0%	494,658	(11,825)	-2.3%
インターネットメディア	12,058	1,552	14.8%	12,613	3,260	34.9%	13,834	3,655	35.9%	17,764	6,280	54.7%	56,269	14,747	35.5%
アウトドアメディア	8,677	775	9.8%	8,747	731	9.1%	9,644	267	2.8%	9,723	681	7.5%	36,791	2,454	7.1%
クリエイティブ	19,147	118	0.6%	22,514	1,598	7.6%	21,198	2,046	10.7%	30,161	3,427	12.8%	93,020	7,189	8.4%
マーケティング/プロモーション	34,816	(2,104)	-5.7%	39,122	(7,727)	-16.5%	42,013	2,263	5.7%	48,935	158	0.3%	164,886	(7,410)	-4.3%
その他(コンテンツ等)	2,396	(309)	-11.4%	3,229	(398)	-11.0%	3,386	169	5.3%	6,670	735	12.4%	15,681	197	1.3%
4マスメディア以外 計	77,096	(363)	-0.5%	86,225	(2,142)	-2.4%	90,074	8,401	10.3%	113,254	11,281	11.1%	366,649	17,177	4.9%
上記 合計	196,578	(3,996)	-2.0%	204,637	(7,464)	-3.5%	217,345	5,523	2.6%	242,747	11,288	4.9%	861,307	5,351	0.6%
上記以外 計	15,818	2,153	15.8%	17,099	962	6.0%	20,595	5,750	38.7%	21,657	5,196	31.6%	75,169	14,061	23.0%
合計	212,397	(1,841)	-0.9%	221,735	(6,503)	-2.8%	237,940	11,272	5.0%	264,404	16,484	6.6%	936,476	19,411	2.1%

販管費の増減（１）

(単位：百万円)

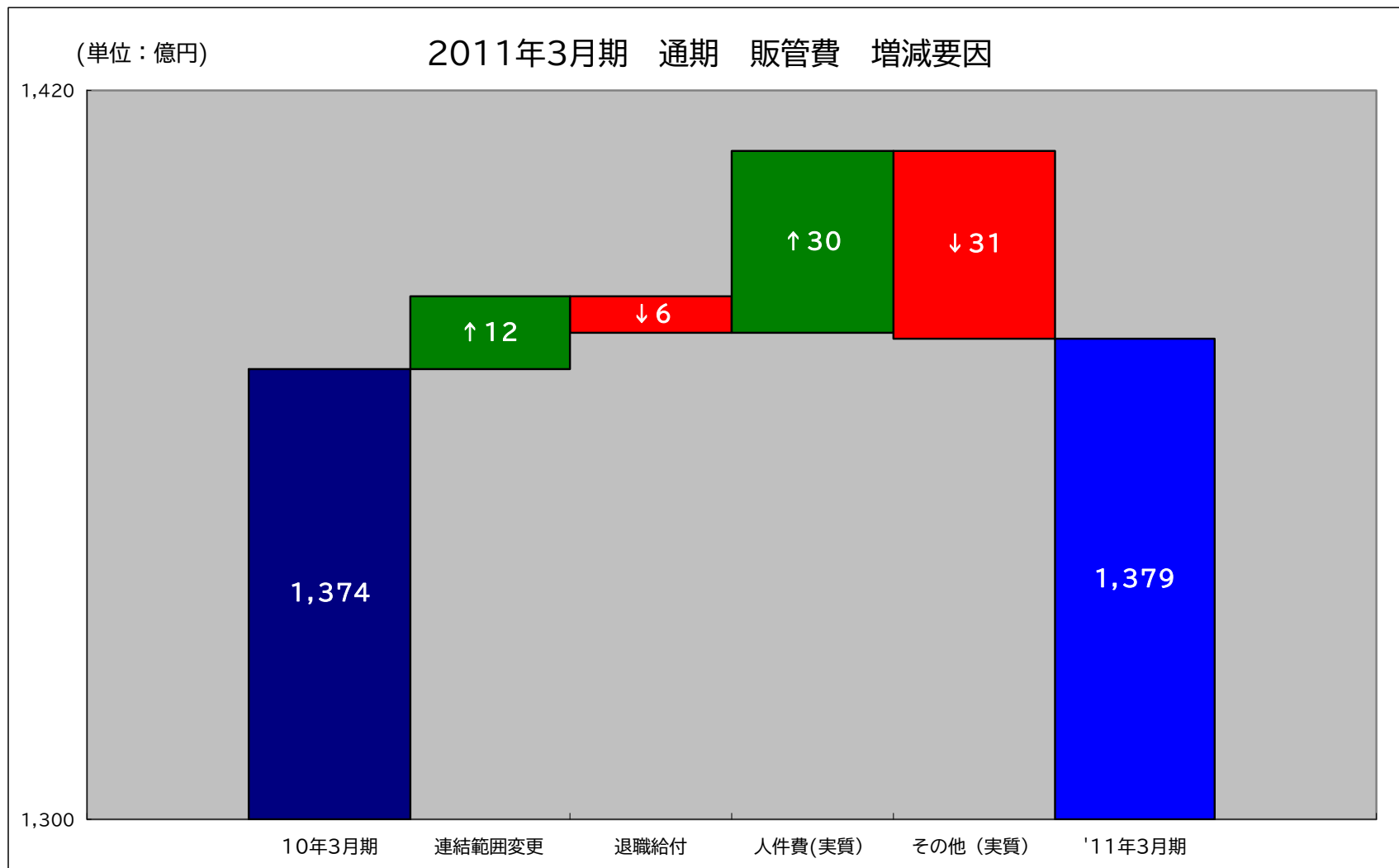
	上期		前年同期比		下期		前年同期比		通期		前年同期比	
	'10年3月期	'11年3月期	増減額	(%)	'10年3月期	'11年3月期	増減額	(%)	'10年3月期	'11年3月期	増減額	(%)
人 件 費	45,168	45,776	607	1.3%	45,157	47,738	2,581	5.7%	90,325	93,514	3,189	3.5%
その他経費 合計	23,019	21,816	(1,203)	-5.2%	24,098	22,621	(1,477)	-6.1%	47,117	44,437	(2,680)	-5.7%
賃 借 料	5,984	5,539	(445)	-7.4%	5,491	5,558	67	1.2%	11,475	11,097	(378)	-3.3%
減価償却費	1,897	1,595	(301)	-15.9%	1,951	1,092	(859)	-44.0%	3,848	2,687	(1,160)	-30.2%
そ の 他	15,138	14,682	(456)	-3.0%	16,656	15,971	(685)	-4.1%	31,794	30,653	(1,141)	-3.6%
販管費 合計	68,187	67,592	(595)	-0.9%	69,256	70,359	1,103	1.6%	137,443	137,951	508	0.4%
人件費比率 (人件費/売上総利益)									62.9%	61.4%		

【 徹底した販管費コントロールで、実質の販管費は減少 】

◎連結範囲変更による費用増が約12億円あり、それを除けば実質7億円の販管費減少。

◎人員の増加ならびに業績の回復に伴う賞与増などにより人件費は増加したものの、中期的な視点で取り組んできたオフィス関連費用などが減少し、販管費全体では実質7億円の減少。

販管費の増減（２）



営業外損益ならび特別損益の増減

(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	
	'10年3月期	'11年3月期	増減額	(%)	'10年3月期	'11年3月期	増減額	(%)	'10年3月期	'11年3月期	増減額	(%)
営業外収益	1,189	1,602	412	34.7%	1,355	1,663	308	22.7%	2,544	3,265	720	28.3%
営業外費用	240	288	48	20.2%	245	136	(109)	-44.5%	485	424	(61)	-12.7%
営業外損益	949	1,313	364	38.4%	1,109	1,528	419	37.8%	2,058	2,841	782	38.0%

◎ 金融収支（受取利息-支払利息）：'10年3月期 +125百万円、'11年3月期 +109百万円、前期比15百万円減

◎ 受取配当金：'10年3月期 629百万円、'11年3月期 711百万円、前期比81百万円増

◎ 持分法による投資損益：'10年3月期 +643百万円、'11年3月期 +1,652百万円、前期比1,009百万円増

(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	
	'10年3月期	'11年3月期	増減額	(%)	'10年3月期	'11年3月期	増減額	(%)	'10年3月期	'11年3月期	増減額	(%)
特別利益	277	154	(123)		282	415	133		559	569	10	
特別損失	1,761	4,293	2,532		845	252	(593)		2,606	4,545	1,938	
特別損益	(1,483)	(4,139)	(2,655)		(564)	164	728		(2,047)	(3,975)	(1,928)	

◎ 投資有価証券評価損：'10年3月期 518百万円、'11年3月期 2,641百万円、前期比2,122百万円増

◎ 減損損失：'10年3月期 235百万円、'11年3月期 1,050百万円、前期比814百万円増

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2010年3月末		2011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	339,357	74.4%	362,086	76.4%	22,729	6.7%
固定資産	116,955	25.6%	112,039	23.6%	(4,916)	-4.2%
資産 合計	456,313	100.0%	474,126	100.0%	17,812	3.9%
流動負債	238,131	52.2%	255,999	54.0%	17,868	7.5%
固定負債	9,378	2.0%	11,670	2.5%	2,291	24.4%
負債合計	247,510	54.2%	267,670	56.5%	20,160	8.1%
株主資本	200,468	44.0%	199,213	42.0%	(1,255)	-0.6%
評価・換算差額等	421	0.1%	(2,506)	-0.5%	(2,927)	
新株予約権	126	0.0%	154	0.0%	28	22.5%
少数株主持分	7,786	1.7%	9,593	2.0%	1,807	23.2%
純資産 合計	208,802	45.8%	206,455	43.5%	(2,347)	-1.1%
負債及び純資産 合計	456,313	100.0%	474,126	100.0%	17,812	3.9%

◎ 現金及び預金+有価証券（流動資産）	'10年3月末	778億円	'11年3月末	924 億円	146 億円増加。
◎ 長・短借入金：	'10年3月末	21億円	'11年3月末	25 億円	4 億円増加。
◎ 受取手形及び売掛金：	'10年3月末	2,334億円	'11年3月末	2,405 億円	70 億円増加。
◎ 支払手形及び買掛金：	'10年3月末	2,114億円	'11年3月末	2,213 億円	99 億円増加。
◎ 投資有価証券：	'10年3月末	499億円	'11年3月末	459 億円	40 億円減少。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2010年3月期	2011年3月期	前年同期比 増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	25,300	22,616	(2,684)
投資活動によるキャッシュ・フロー	(4,211)	(1,379)	2,831
財務活動によるキャッシュ・フロー	(3,421)	(5,792)	(2,370)
現金及び現金同等物に係る換算差額	115	(500)	(615)
現金及び現金同等物の増減額（減少）	17,782	14,944	(2,838)
現金及び現金同等物の期首残高	50,222	68,005	17,782
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増減額（減少）	-	-	-
現金及び現金同等物の期末残高	68,005	82,949	14,944

<営業活動によるキャッシュ・フロー>

税引前利益+131億円、減価償却費等+32億円、賞与引当金の増加+22億円、売上債権増加-37億円、仕入債務増加+89億円、法人税等支払-57億円。

<投資活動によるキャッシュ・フロー>

投資有価証券取得-34億円、投資有価証券売却+10億円。

<財務活動によるキャッシュ・フロー>

自己株式取得による支出-31億円、配当金支払-26億円、短期借入金の純増減+3億円。

主要な子会社の業績概要

(単位：百万円)

	通期		前年同期比	
	'10年3月期	'11年3月期	増減額	(%)
博報堂（連結）				
売上高	661,026	670,532	9,506	1.4%
経常利益	4,284	8,427	4,142	96.7%
当期純利益	11	1,962	1,950	
大広（連結）				
売上高	148,130	152,209	4,079	2.8%
経常利益	860	1,071	211	24.5%
当期純利益	180	(35)	(215)	
読売広告社（連結）				
売上高	74,264	73,300	(964)	-1.3%
経常利益	(317)	368	686	
当期純利益	(547)	306	854	

◎売上高は、前年同期比 +95億円（+1.4%）の増収。下半期の回復傾向は鮮明で、特に1～3月の第4四半期は前年比149億円のプラス。構成比の大きな情報・通信、自動車・関連品に加え、不動産・住宅設備の新規案件等が牽引。

◎経常利益は、前年同期比41億円増加し、84億円。グループを上げての原価管理の徹底、内製化体制の強化等を行い、売上総利益を確保。販管費の抑制継続や、国内外の連結子会社の貢献もあり、経常利益増加に寄与。

◎当期純利益は19億円と大幅な増益。

◎売上高は、前年同期比 +40億円（+2.8%）。ダイレクトマーケティングが期初から堅調で増収。

◎販管費の削減を継続、経常利益は前年同期比2億円増加し、10億円。

◎繰延税金資産の取り崩しの影響が大きく、当期純損失は35百万円の赤字。

◎売上高は、前年同期比 -9億円（-1.3%）。構成比の大きな不動産、飲料・嗜好品は堅調に推移したが、金融・保険など複数業種扱いが低調となり減収。

◎売上総利益の向上や販管費削減への継続的な取組みにより、経常利益は前年同期比6億円増加し、3億円の黒字を確保。

◎前年にあった特別退職金の反動減などにより、特別損益が改善。当期純利益は同8億円増加し、3億円の黒字。

* 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。

2012年3月期 連結業績見通し

2012年3月期 連結業績見通し (1)

秋以降の景気回復を前提に、営業利益 前期並みを維持する

- ◎ **マクロ環境**：広告市場は、上期、震災により企業活動が大きな影響を受けることから、大変厳しい環境が続くと見ている。また、秋以降の景気回復に伴って広告市場も回復していくものの、通期では前期を下回る可能性が大きい。
- ◎ **売上高**：通期 9430億円、前期比 +0.7%。
上期は広告市場の悪化を受け前年同期比減少の見通しだが、下期は広告市場の回復が進む中、中期経営計画の戦略を着実に実行し、シェアを拡大しながら広告市場の伸びを上回る成長を目指す。
- ◎ **売上総利益**：通期 1535億円、前期比 +0.8%。
前期並みの売上総利益率水準を維持し、前期比微増。
- ◎ **販管費**：通期 1391億円、前期比 +0.8%。
戦略的費用や退職給付費用の増加などを、オフィス関連費用の削減や販管費コントロールで吸収し、増加率を売上総利益と同水準に止める。
- ◎ **営業利益**：通期 144億円、前期並み。
厳しい環境だが、売上総利益率と販管費をコントロールすることで、営業利益は前期並みを維持。
- ◎ **当期純利益**：通期 64億円、前期比 +18億円。
- ◎ **1株当たり配当金**：安定配当の考え方を基本に、今後の事業環境等を総合的に勘案し、年間70円（前期と同額）

2012年3月期 連結業績見通し (2)

2011年5月12日現在

(単位：百万円)

	上期				下期				通期			
	'11年3月期	'12年3月期	前年同期比		'11年3月期	'12年3月期	前年同期比		'11年3月期	'12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	434,132	410,700	(23,432)	-5.4%	502,344	532,300	29,956	6.0%	936,476	943,000	6,524	0.7%
売上総利益	70,431	66,600	(3,831)	-5.4%	81,787	86,900	5,113	6.3%	152,218	153,500	1,282	0.8%
(売上総利益率)	(16.2%)	(16.2%)	(-0.0%)		(16.3%)	(16.3%)	(+0.0%)		(16.3%)	(16.3%)	(+0.0%)	
販 管 費	67,592	67,600	8	0.0%	70,359	71,500	1,141	1.6%	137,951	139,100	1,149	0.8%
営 業 利 益	2,838	(1,000)	(3,838)	-	11,428	15,400	3,972	34.8%	14,266	14,400	134	0.9%
(オペレーティング・マージン)	(4.0%)	(-1.5%)	(-5.5%)		(14.0%)	(17.7%)	(+3.7%)		(9.4%)	(9.4%)	(+0.0%)	
営業外損益	1,313	1,000	(313)		1,528	1,000	(528)		2,841	2,000	(841)	
経 常 利 益	4,152	0	(4,152)		12,955	16,400	3,445	26.6%	17,107	16,400	(707)	-4.1%
特 別 損 益	(4,139)	(500)	3,639		164	(500)	(664)		(3,975)	(1,000)	2,975	
税引前利益	13	(500)	(513)	-	13,119	15,900	2,781	21.2%	13,132	15,400	2,268	17.3%
当期純利益	(3,343)	(800)	2,543		7,893	7,200	(693)	-8.8%	4,550	6,400	1,850	40.7%

(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	35円	35円			35円	35円			70円	70円		
----------	-----	-----	--	--	-----	-----	--	--	-----	-----	--	--

中期経営計画の進捗状況

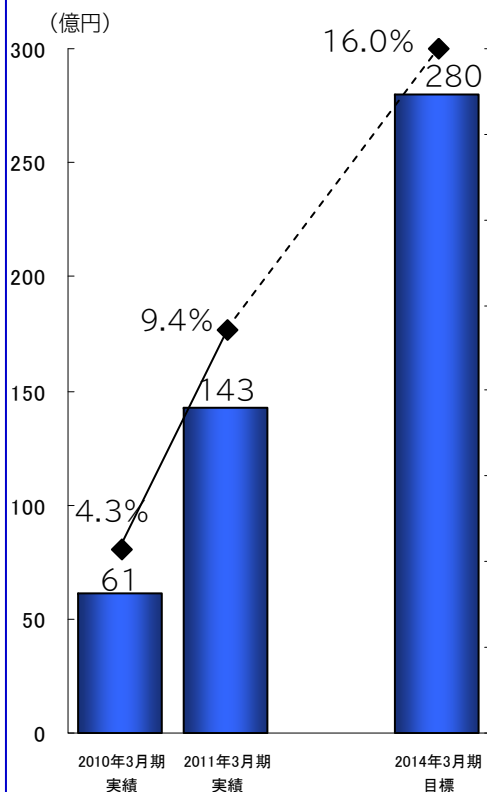
博報堂DYグループ 中期経営計画

中期基本戦略	博報堂DYグループは、次世代型の統合マーケティング・ソリューションの実践を通じて、企業のマーケティング活動全体の最適化を実現する責任あるパートナーとなる。	
戦略実現のための コアエンジン	Marketing Technology X Creativity Initiative	
戦略実現のための 事業構造転換	事業領域の拡大、グループ経営体制の強化、 成長領域への資源投下、収益モデルの多様化	
重点戦略領域	インターネット、マーケティング/プロモーション、グローバル	
中期経営目標	計画期間 2014年3月期目標	2014年3月期までの5カ年計画 営業利益 280億円 オペレーティングマージン 16% 売上総利益 1750億円

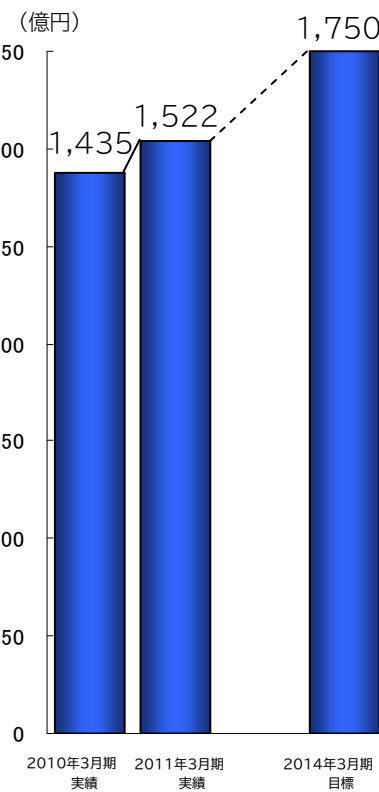
2011年3月期における進捗総括

2011年3月期業績

【営業利益、オペレーティングマージン】

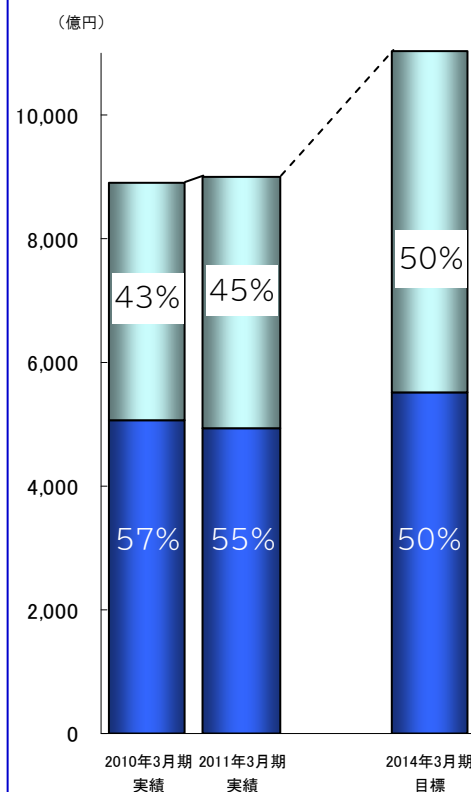


【売上総利益】

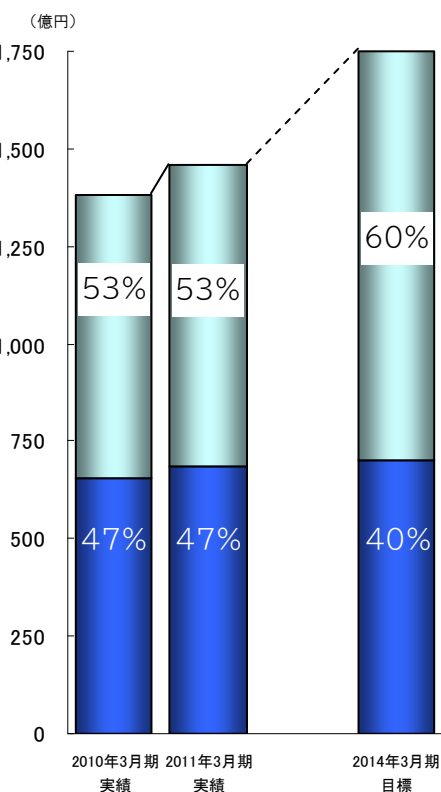


4マスメディア、4マスメディア以外の売上高、売上総利益の推移（国内）

【売上高】



【売上総利益】



※「4マス以外」には4マス以外の国内の全ての種目（インターネットメディア、アウトドアメディア、クリエイティブ、マーケティングプロモーション、その他等）を含む

戦略実現のための体制強化

コアエンジン（マーケティングテクノロジー）の強化

- ・ P D C A支援ツール「Vision-Graphics™」の開発 (HDY)
- ・ インターネット広告効果測定ツール「X-ADVANCE™」の機能強化 (HDY)

事業構造転換の推進

- ・ 3つの重点戦略領域（成長領域）への資源投下 (HDY)
- ・ グループ経営体制の強化、グループ内製化率の向上 (HDY)
- ・ 新規事業開発およびイノベーション風土の活性化
 - ・ 博報堂DYグループ横断 社内公募型ビジネスアイデア募集・育成プログラム「AD+VENTURE（アド+ベンチャー）」開始 (HDY)

【注】各頁における略称は下記のとおり

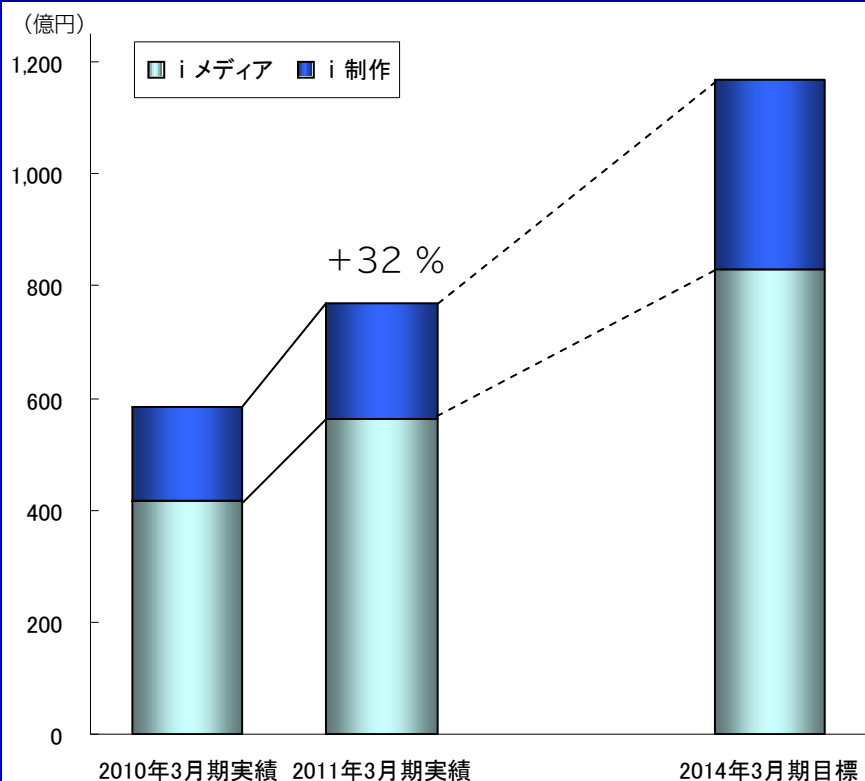
(HDY)：博報堂DYホールディングス、(H)：博報堂、(D)：大広、(Y)：読売広告社、

(MP)：博報堂DYメディアパートナーズ、(DAC)：デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム

重点戦略領域の強化 ①インターネット領域

インターネット領域（＝iメディア＋i制作）においては、グループをあげた様々な対応力強化の施策を推進し、売上高前年比＋32％を達成。

インターネット領域売上高前年比



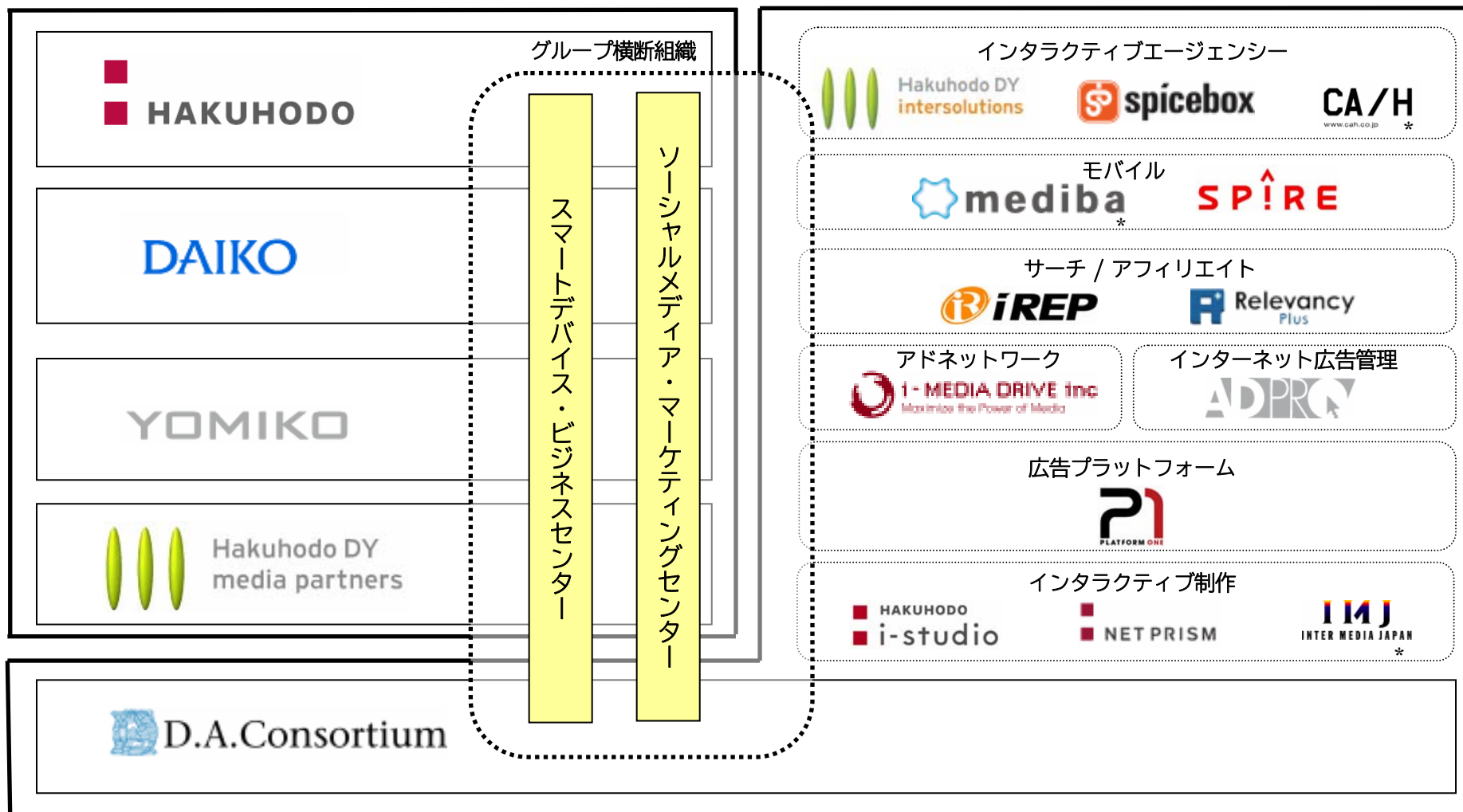
具体的な強化策

- ・ソリューション提供体制の更なる拡充
 - ・成長分野への取り組み
 - ・SEM領域：（株）アイレップ社の連結子会社化（DAC）
 - ・ネット広告取引プラットフォーム：（株）プラットフォームワン設立（DAC）
 - ・新領域ビジネスへの対応
 - ・電子出版ビジネス（MP・H）
- ・デジタル人材育成プログラムの導入
- ・重点テーマにおけるグループ横断での取り組み
 - ・ソーシャルメディア・マーケティングセンター新設（HDY）
 - ・スマートデバイス・ビジネスセンター（HDY）

博報堂DYグループ インターネット領域対応体制

中核事業会社グループ

インターネット領域専門会社群

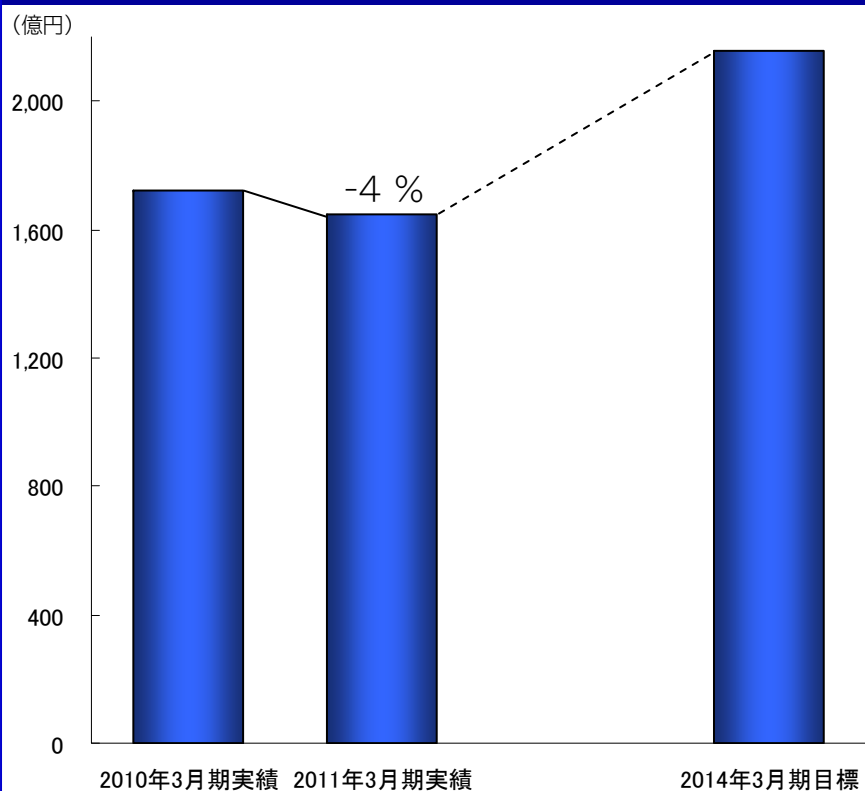


*印は持分法適用関連会社

重点戦略領域の強化 ②マーケティング/プロモーション領域

マーケティング/プロモーション領域は、
上期の前期大型案件の反動減等により売上高は通期で前年比-4%で推移したものの、
下期はプラス成長へ。

マーケティング/プロモーション領域売上高前年比



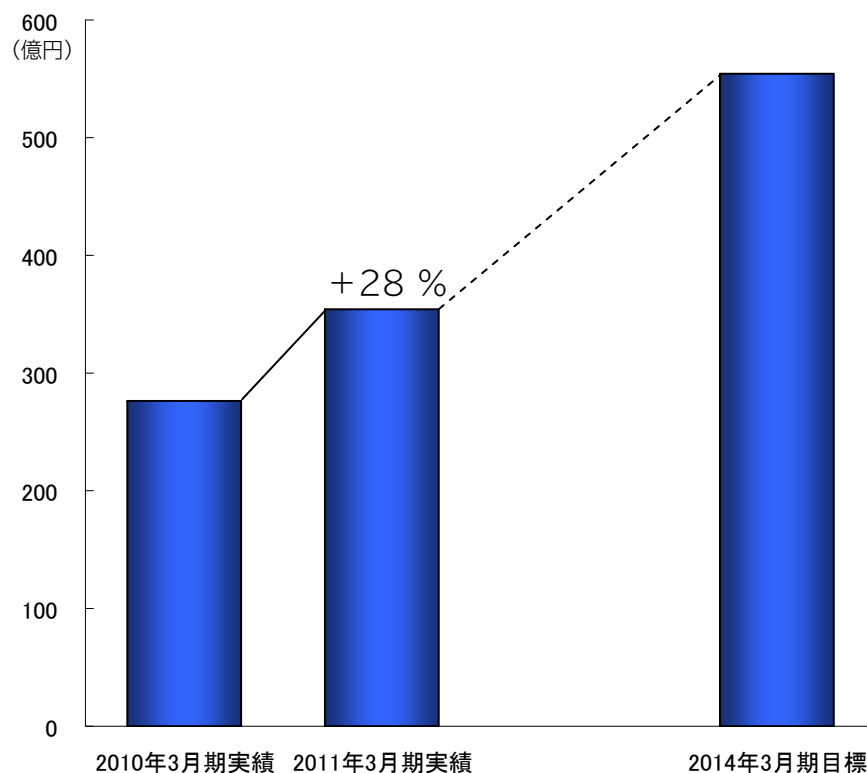
具体的な強化策

- ・ トップライン拡大に向けた体制強化
 - ・ プロモーション領域：プロモーションビジネスユニット新設 (H)
 - ・ 企業のマーケティング活動の川上領域：コンサルティングビジネスユニット新設 (H)
- ・ 対応領域拡大、内製体制拡充
 - ・ PR領域：(株) オズマピーアールの連結子会社化 (H)

重点戦略領域の強化 ③グローバル領域

グローバル領域は、日系得意先対応を中心に、中国に加え、アジア・欧州地域で業績が好調に推移し、売上高前年比+28%を達成。

グローバル領域売上高前年比



具体的な強化策

- ・ 日系得意先への対応力強化
 - ・ 上海上広博報堂广告有限公司 (SH博報堂) 設立 (H)
- ・ グローバル人材育成の推進 (H)
- ・ 国内ナレッジ、ノウハウ、ツールの積極活用
- ・ 広告周辺領域における対応力強化
 - ・ インタラクティブマーケティング領域：
Charm Communications Inc. (中国) との業務提携 (DAC)
 - ・ デジタル制作領域：
海和グループ (中国) との業務提携 (DAC)

<補足資料 当期のトピックス>

当期のトピックス 《中期経営計画関連》

<コアエンジン（マーケティング・テクノロジー）の強化>

2010年 8月	博報堂DYグループ、インターネット広告効果測定ツール「X-ADVANCE（クロスアドバンス）」を開発、広告主への提供を開始。
----------	--

2010年 10月	博報堂DYグループ、生活者の情報接触から購買までの情報行動を可視化し構造化するPDCA支援ツール「Vision-Graphics™（ヴィジョン・グラフィックス）」を開発、導入を開始。
-----------	---

<事業構造転換の推進>

2010年 9月	博報堂DYホールディングス、グループ事業会社である博報堂、大広、読売広告社、博報堂DYメディアパートナーズとともに、社員による公募型ビジネスアイデア募集・育成プログラム“AD+VENTURE”（アド＋ベンチャー）の活動を開始。
----------	---

2011年 4月	博報堂DYホールディングス、上記“AD+VENTURE”（アド＋ベンチャー）の活動への応募案件を母体としたインターネットメディア事業会社「株式会社Media JUMP」を、株式会社ゼンリンデータコムと共同で設立。
----------	--

当期のトピックス 《中期経営計画関連》

<インターネット領域>

2010年 6月	スマートデバイス（スマート・フォンやタブレット型端末等の多機能型情報端末）に関連するビジネス・サービス開発の推進を目的に、博報堂DYグループ横断型の組織「博報堂DYグループ・スマートデバイス・ビジネスセンター」を設置。
2010年 10月	デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム、株式会社アイレップの普通株式及び新株予約権を公開買付けにより取得することを決議、同年11月末に買付けを完了。
2011年 4月	博報堂DYグループ、グループ横断型組織「ソーシャルメディア・マーケティングセンター」を設置。

<マーケティング/プロモーション領域>

2011年 4月	博報堂、総合PR会社「株式会社オズマピーアール」を連結子会社化。
----------	----------------------------------

<グローバル領域>

2010年 11月	博報堂、上海広告との合併により、上海上広博報堂广告有限公司を設立。
-----------	-----------------------------------

当期のトピックス 《その他》

<クリエイティブ（主な受賞実績）>

2010年 6月	博報堂、カンヌと並び称される権威であるクリオ広告賞において、コンテンツ＆コンタクト部門の銀賞を受賞。
2010年 7月	広告業界で最も権威ある広告祭といわれる第57回カンヌ国際広告祭において、博報堂がダイレクト部門の金賞と銀賞を（2つのカテゴリーで受賞）、サイバー部門で銅賞を獲得。また、大広がラジオ部門で銅賞を2本獲得、博報堂ケトルがデザイン部門の銀賞を受賞。
2010年 8月	第13回ADFEST（アジア太平洋広告祭）において、博報堂がダイレクト賞の銀賞に、博報堂ケトルがアウトドア、ダイレクト、デザインのそれぞれ3部門にまたがり4つの銀賞を、ポスター部門でも銅賞を受賞。
2010年 10月	Spikes Asia 2010（スパイクスアジア広告祭）にて、博報堂DYグループ（博報堂、博報堂ケトル、TBWA\HAKUHODO、SPA-HAKUHODO）が7部門にまたがり、金賞1、銀賞8、銅賞8の計17のメダルを獲得。
2010年 12月	TBWA\HAKUHODO、Campaign Asia Pacific誌主催のエージェンシー・オブ・ザ・イヤー授賞式において北アジア地域のクリエイティブ・エージェンシー・オブ・ザ・イヤーを受賞。

当期のトピックス 《その他》

<クリエイティブ（主な受賞実績）>

2011年 1月	TBWA\HAKUHODO、国際的に権威ある広告賞、インターナショナルAME賞（*）においてプラチナ賞を受賞。
----------	---

*広告が販売に対してどのように貢献したかを、マーケティングとクリエイティブの両面から審査するという、独自の評価基準を持った広告賞。

2011年 3月	博報堂グループ、第14回ADFEST（アジア太平洋広告祭）にて部門最高賞であるグランプリ2、金賞3、銀賞8、銅賞11を獲得。
----------	--

<その他>

2011年 2月	博報堂DYホールディングス、資本効率の向上及び経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行を可能とするため自社株買いを実施、発行済株式総数の1.56%にあたる600,000株を市場から買付け。
----------	---

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。

