

2019年2月14日

株式会社 電通

代表取締役社長執行役員 山本 敏博

(東証第1部 コード番号: 4324)

2018年12月期連結決算(IFRS)および剰余金の配当に関するお知らせ

株式会社電通(本社:東京都港区、代表取締役社長執行役員:山本 敏博、資本金:746億981万円、以下「当社」)は、本日、東京・汐留の電通本社ビルで取締役会を開き、2018年12月期連結累計期間(2018年1月1日~2018年12月31日、以下「当期」)の連結決算を確定しました。

【当決算発表のポイント】

- 2018年度の業績は、調整後営業利益が計画を上回りました。前期比では、売上総利益6.3%増、調整後営業利益6.5%減となりました。国内事業の売上総利益はデジタル領域での増収、連結グループ会社の好調などにより2.0%増となりましたが、労働環境改革の推進に伴うコスト増により調整後営業利益は9.6%減となりました。海外事業の売上総利益はオーガニック成長や買収効果等により9.3%増となりましたが、調整後営業利益は新しい成長フェーズのための企業基盤整備を目的とした費用の増加により2.9%減となりました。
- 国内事業では、2018年の労働環境改革の目標をほぼ達成するとともに、2018年12月の株式会社セプテーニ・ホールディングスの持分法適用関連会社化および2019年1月の株式会社VOYAGE GROUPと株式会社サイバー・コミュニケーションズを傘下に持つ株式会社CARTA HOLDINGSの連結子会社化により、デジタル領域の更なる強化を図りました。
- 海外事業では、引き続きデジタル領域構成比を引き上げながら、堅調なオーガニック成長を実現するとともに、更なる成長に向けて経営体制の刷新を行いました。
- 2019年度連結業績予想は、2018年度比で、売上総利益5.8%増、調整後営業利益2.7%増としています。国内では主にデジタル分野を中心にグループ会社の貢献を見込み、海外では全地域でのオーガニック成長を見込んでいます。
- 株主還元の充実のため、2019年度の1株当たり配当額は、2018年度の90円から5円増配の95円を予定しています。

【当期(2018年度)実績】

(△は減)

| 科目 | 金額 | 2017年度比(差)※4 |
|-----------------------|----------|--------------|
| 収益 | 10,185億円 | +7.2% |
| 売上総利益 | 9,326億円 | +6.3% |
| 調整後営業利益※1 | 1,532億円 | △6.5% |
| オペレーティング・マージン※2 | 16.4% | △230bps |
| 調整後当期利益※3(親会社の所有者に帰属) | 974億円 | △9.7% |
| 営業利益 | 1,116億円 | △18.7% |
| 当期利益(親会社の所有者に帰属) | 903億円 | △14.4% |

- ※1. 調整後営業利益は、営業利益から、買収に伴う無形資産の償却費、M&Aに伴う費用、被買収会社に帰属する株式報酬費用ならびに減損、固定資産の売却損益などの一時的要因を排除した恒常的な事業の業績を測る利益指標です。
- ※2. オペレーティング・マージンは、「調整後営業利益÷売上総利益」で算出しています。
- ※3. 親会社の所有者に帰属する調整後当期利益は、当期利益から、営業利益に係る調整項目、アーンアウト債務・買収関連プットオプション再評価損益、これらに係る税金相当・非支配持分損益相当などを排除した、親会社所有者に帰属する恒常的な損益を測る指標です。
- ※4. 当社は、IFRS 第15号「顧客との契約から生じる収益」を2018年1月1日より適用しています。過去業績との比較を容易にするため、本資料上では、2017年度累計を含む過去業績についても、IFRS 第15号を適用したプロフォーマ情報を使用しています。なお、プロフォーマ情報の詳細は、当社IRサイト上の資料「2018年度 連結決算概況」の「IFRS 第15号適用によるプロフォーマ情報 詳細」をご参照ください。

<当期の連結業績ハイライト>

- **売上総利益（9,326億円、前期比+6.3%、為替影響排除ベース同+6.8%）**
 - ・ 売上総利益の増加の主要因は、オーガニック成長（+306億円、成長率〈連結3.4%、国内2.1%、海外4.3%〉）、買収効果（+286億円）。
 - ・ 国内事業：デジタル領域での増収および連結グループ会社の好調による増（3,692億円、前期比+2.0%）。
 - ・ 海外事業：オーガニック成長や買収効果等により大幅増（5,638億円、同+9.3%、為替影響排除ベース同+10.2%）。
- **調整後営業利益（1,532億円、前期比△6.5%、為替影響排除ベース同△6.0%）**
 - ・ 国内事業：労働環境改革費用等により減（802億円、同△9.6%）。なお、労働環境改革費用は年間で113億円を計上。
 - ・ 海外事業：新しい成長フェーズのための企業基盤整備を目的とした費用の増加により減（729億円、同△2.9%、為替影響排除ベース同△1.6%）。
 - ・ 調整後営業利益と営業利益の前期比増減の差は、主に、営業利益に2017年に計上された固定資産除売却益（電通大阪ビルの土地・建物）によるもの。
- **オペレーティング・マージン（16.4%、前期差△230 bps、為替影響排除ベース同△220 bps）**
 - ・ 上記、調整後営業利益の要因と同様。
- **調整後当期利益（親会社の所有者に帰属）（974億円、前期比△9.7%）**
 - ・ 主な減少要因は、調整後営業利益の減少。
 - ・ 基本的1株当たり調整後当期利益は345.59円（前期は381.58円）。
- **1株当たり配当：90円（中間45円、期末45円）（前期：90円）**
- **配当性向：26.0%（前期：23.6%）**（親会社の所有者に帰属する調整後当期利益ベース）
- **海外事業における企業投資・買収：30社（前期：31社）**

（売上総利益の詳細）

- ・ 売上総利益成長率：連結6.3%、国内事業2.0%、海外事業9.3%
- ・ 売上総利益オーガニック成長率：連結3.4%、国内事業2.1%、海外事業4.3%
- ・ 海外事業構成比：60.4%（前期：58.8%）
- ・ デジタル領域構成比：連結46.1%、国内事業23.9%、海外事業60.6%
（前期：連結43.2%、国内事業22.2%、海外事業57.9%）

<地域別の状況について>

(市場環境)

当社の海外本社「電通イージス・ネットワーク」(以下「DAN」)が2019年1月に発表した「世界の広告費成長率予測」によると、2018年(暦年)の成長率は、全世界で4.1%、地域別では、日本が0.2%、ヨーロッパ・中東・アフリカ(以下「EMEA」)が3.3%、米州(以下「Americas」)が4.0%、アジア太平洋(日本を除く。以下「APAC」)が6.3%でした。

(国内)

厳しい市場環境の中、2.1%のオーガニック成長を達成しました。調整後営業利益は主に労働環境改革費用により減益となりましたが、2018年の労働環境改革の目標はほぼ達成しました。

(労働環境改革の詳細は2月14日発表のニュースリリース「労働環境改革の進捗状況について」をご参照下さい。)

なお、国内事業の業務区分別売上高の状況は下記のとおりです。

国内事業 業務区分別売上高の状況 (IFRS ベース)

(単位：百万円、△は減)

| | 2018年度 年度累計 (1-12月) | 前期比 (%) | 2018年度 第4四半期 (10-12月) | 前年同期比 (%) |
|----------------------------------|---------------------------|---------|-----------------------------|--------------|
| 新聞 | 77,345 | △15.1 | 20,403 | △19.0 |
| 雑誌 | 23,344 | △7.6 | 6,626 | △1.8 |
| ラジオ | 15,768 | △8.4 | 4,076 | △9.8 |
| テレビ | 698,487 | △0.6 | 180,540 | △3.7 |
| インターネット ^{※1} | 191,862 | — | 55,916 | — |
| OOHメディア | 54,080 | △3.4 | 14,088 | +2.6 |
| クリエイティブ | 209,644 | △1.3 | 53,424 | △3.5 |
| マーケティング/プロモーション | 259,088 | △7.5 | 72,480 | △13.4 |
| コンテンツサービス (日本基準) ^{※2} | 207,614 | +16.0 | 33,860 | +1.6 |
| その他 | 143,070 | +4.3 | 38,668 | +7.5 |
| 連結調整等 ^{※3} | 6,413 | — | 16,392 | — |
| マスメディアに含まれるインターネット ^{※4} | △5,952 | — | △1,662 | — |
| 国内事業合計 | 1,880,768 | +0.8 | 494,817 | △2.7 |

(参考)

| | | | | |
|-----------------------------|---------|-------|--------|-------|
| インターネット (旧集計) ^{※5} | 185,909 | +18.9 | 54,254 | +21.6 |
|-----------------------------|---------|-------|--------|-------|

※1. インターネット (旧集計) に加え、マスメディアに含まれるインターネット広告売上 (2018年1-12月で5,952百万円、10-12月で1,662百万円) を加算し、重複計上した数値です。

※2. IFRS ベースでは、日本基準と売上計上のタイミングに差があります。上表では、電通単体 (日本基準) (当資料P9参照) と揃えて、IFRS ベースとの差額は「連結調整等」で調整しています。

※3. 海外グループへの売上や会計基準の違いによる調整等を含みます。

※4. 「インターネット」と各マスメディアで重複計上された数値です。

※5. 2017年度12月分まで開示していた単体月次の「インタラクティブメディア」と同じ方法で集計した数値です。

(海外)

当期の海外事業のオーガニック成長率は、好調に推移した EMEA と Americas がけん引し、全体では 4.3%と高い伸びを示しました。収益源の多様化が進み、主要国のうち 9 カ国では 2 桁のオーガニック成長を達成しました。市場競争は激化していますが、成長率の高いデータ/テクノロジー分野などに焦点を当てた事業は順調に推移しました。

オペレーティング・マージンは、新しい成長フェーズのための企業基盤整備を目的とした費用等の増加により若干低下しましたが、ほぼ計画どおりの結果となりました。

海外事業におけるネット（増減の相殺後）の新規媒体取引獲得金額（年間ベース）については、競合プレゼンの勝率は年度を通して高い状況にありましたが、一部大型アカウントの喪失もあり、16 億 US ドル（2017 年度：52 億 US ドル）にとどまりました。2017 年、2018 年の新規扱い獲得が、2019 年以降のオーガニック成長につながると期待しています。

(DAN による企業買収)

| 年度（1~12 月） | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 |
|------------|------|------|------|------|
| 会社数 | 30 社 | 31 社 | 45 社 | 36 社 |

2018 年度における企業投資・買収数は 30 社となりました。引き続き成長を加速する魅力的な企業の買収を検討・実施していきます。

| | 売上総利益 前期比 (為替影響排除ベース) | 売上総利益オーガニック成長率（△はマイナス成長） | |
|----------|--------------------------|--------------------------|---------------|
| | | 2018 年度（12 カ月） | 第 4 四半期（3 カ月） |
| EMEA | +13.9% | 7.4% | 12.0% |
| Americas | +12.4% | 4.9% | 3.5% |
| APAC | +0.8% | △1.7% | △9.6% |
| 海外事業計 | +10.2% | 4.3% | 3.4% |

- EMEA の状況：第 4 四半期（10-12 月）は、2 桁のオーガニック成長を遂げ、過去 3 年間の四半期成長率では最高を記録し、年間でも高い成長率となり、強いモメンタムを持続しました。年間では、スイス、スペイン、イタリア、ロシア、スウェーデン、デンマーク、ノルウェーが 2 桁成長となったほか、英国は 1 桁後半の成長、ドイツ、オランダは 1 桁前半の成長となり、フランスを除く全主要国がプラス成長を遂げました。
- Americas の状況：世界最大の広告市場である米国は、第 4 四半期（10-12 月）にはプロジェクトベースのビジネスに若干低下傾向が見られたものの、年間（1-12 月）では新規アカウントの獲得を背景に強いモメンタムを維持し、1 桁前半の成長となりました。この他、ブラジルでは 2 桁成長、カナダでも 1 桁前半の成長を遂げました。
- APAC の状況：中国は好調であった第 3 四半期（7-9 月）から一転、第 4 四半期（10-12 月）にはマイナス成長に戻り、年間（1-12 月）でも厳しい数値となりました。また年間で見ると、オーストラリアは厳しい状況でしたが、インドは 2 桁、タイは 1 桁後半、台湾は 1 桁前半のプラス成長を達成しました。

2018 年度の業績の詳細については、<http://www.dentsu.co.jp/ir/> をご覧ください。

【2019年度（2019年1月1日～12月31日）の通期連結業績予想】

DANが2019年1月に発表した「世界の広告費成長率予測」によると、2019年（暦年）の成長率は、全世界で3.8%、地域別では、日本が0.6%、EMEAは3.0%、Americasは3.6%、APACは6.0%となっています。

こうした状況下、当社は、2019年度の連結業績は増収、調整後営業利益の増益、調整後当期利益の減益を予想しており、その国内事業と海外事業の内訳は次のとおりです。

| IFRS ベース (単位：百万円、△は減) | 2019年度 1-12月 | 2018年度 1-12月 | 2018年度比 | 為替影響 排除ベース |
|--------------------------|-----------------|-----------------|----------|---------------|
| 収益 | 1,097,900 | 1,018,512 | +7.8% | — |
| 売上総利益 | 986,400 | 932,680 | +5.8% | +7.9% |
| 国内事業 | 400,800 | 369,258 | +8.5% | +8.5% |
| 海外事業 | 585,600 | 563,852 | +3.9% | +7.4% |
| 調整後営業利益 | 157,400 | 153,229 | +2.7% | +4.3% |
| 国内事業 | 81,300 | 80,268 | +1.3% | +1.3% |
| 海外事業 | 76,100 | 72,963 | +4.3% | +7.5% |
| オペレーティング・マージン | 16.0% | 16.4% | △40 bps | △50 bps |
| 国内事業 | 20.3% | 21.7% | △140 bps | △140 bps |
| 海外事業 | 13.0% | 12.9% | +10 bps | +10 bps |
| 調整後当期利益 | 95,400 | 97,419 | △2.1% | — |
| 1株当たり調整後当期利益 | 338.42円 | 345.59円 | △2.1% | — |
| 営業利益 | 122,500 | 111,638 | +9.7% | — |
| 当期利益 | 61,400 | 90,316 | △32.0% | — |
| 為替 | 2019年1月平均 | 2018年1-12月平均 | | |
| 円/USD | 109.0円 | 110.4円 | △1.3% | — |
| 円/GBP | 140.7円 | 147.5円 | △4.6% | — |

国内事業では、デジタル分野を中心としたグループ会社の貢献を、海外事業では、全3地域でのプラスのオーガニック成長を見込んでいます。

国内事業ではオペレーティング・マージンの低下を想定していますが、これは、労働環境改革費用が減少する一方で、それ以上に、将来の成長に向けた費用（人材育成、IT基盤、デジタル領域のビジネス基盤、2020年の事業関連費用、純粋持株会社化関連費用）を投下することが要因です。

オペレーティング・マージンは2020年にはこれまでの生産性向上への投資効果等も期待されるため、改善する予定です。

【剰余金の配当】

| | 2018 年度 | | | 2019 年度（予想） | | |
|-------------------|---------|------|-------|-------------|--------|-------|
| | 中間配当 | 期末配当 | 年間 | 中間配当 | 期末配当 | 年間 |
| 1 株当たり配当 | 45 円 | 45 円 | 90 円 | 47.5 円 | 47.5 円 | 95 円 |
| 配当性向 [※] | | | 26.0% | | | 28.1% |

※2018 年度は実績の調整後当期利益と配当を、2019 年度は業績予想の調整後当期利益と配当予想に基づく計算。

2018 年度の剰余金の配当は、1 株当たり第 2 四半期末の 45 円と、期末の 45 円を合わせ、年間配当 90 円としました。

また、2019 年度の配当予想については、第 2 四半期末に 47.5 円、期末に 47.5 円と、年間配当で 95 円を見込んでいます。

【参考資料】

参考① 2018 年度の連結業績ハイライト表

（単位：百万円、△は減）

| IFRS ベース | 2018 年度 (1-12 月) | 2017 年度 (1-12 月) ^{※3} | 前期比 (差) | 為替影響 排除ベース ^{※4} |
|----------------------|---------------------|-----------------------------------|------------|-----------------------------|
| (売上高 ^{※1}) | 5,357,278 | 5,187,300 | +3.3% | — |
| 収益 ^{※2} | 1,018,512 | 949,837 | +7.2% | — |
| 売上総利益 | 932,680 | 877,622 | +6.3% | +6.8% |
| 業績 | | | | |
| ・営業利益 | 111,638 | 137,392 | △18.7% | — |
| ・当期利益（親会社の所有者に帰属） | 90,316 | 105,478 | △14.4% | — |
| ・基本的 1 株当たり当期利益 | 320.39 円 | 373.11 円 | △14.1% | — |
| 調整後の業績 | | | | |
| ・営業利益 | 153,229 | 163,946 | △6.5% | △6.0% |
| ・オペレーティング・マージン | 16.4% | 18.7% | △230 bps | △220 bps |
| ・当期利益（親会社の所有者に帰属） | 97,419 | 107,874 | △9.7% | — |
| ・基本的 1 株当たり当期利益 | 345.59 円 | 381.58 円 | △9.4% | — |
| EBITDA | 171,406 | 194,073 | △11.7% | — |
| 為替 | | | | |
| 円/USD | 110.4 円 | 112.2 円 | △1.6% | — |
| 円/GBP | 147.5 円 | 144.5 円 | +2.1% | — |

※1. 売上高は当社グループが顧客に対して行った請求額および顧客に対する請求可能額の総額（割引および消費税等の関連する税金を除く）です。売上高の情報が財務諸表利用者にとって有用であるとの観点から、IFRS に準拠した開示ではないものの、自主的に開示しています。

- ※2. 当社グループの収益の内訳は、主に各種メディアへの広告出稿によって得られる手数料、およびクリエイティブ・サービスを含む広告制作や各種コンテンツサービス等のサービスの提供に対する広告主等からの報酬です。広告制作やその他の広告サービスによる収益は、当社グループがこれらサービスに対する報酬として広告主およびその他のクライアントから受領する対価から原価を控除した純額、あるいは定額または一定の報酬対価により計上しています。なお、広告業以外の事業および広告業の一部に係る取引は、収益および原価を総額表示しています。
- ※3. IFRS 第 15 号を適用したプロフォーマ情報です。
- ※4. 為替影響排除ベース：当期累計実績と、前期実績などの比較数値を直近決算為替レートで洗い替えた数値との比較のことです。

参考② 調整後営業利益から営業利益への調整額 (百万円、△は実額がマイナスまたは減少)

| IFRS ベース | 2018 年度 (1-12 月) | 2017 年度 (1-12 月) | 前期差 | 前期比 |
|--------------------------|---------------------|---------------------|---------|--------|
| 調整後営業利益 | 153,229 | 163,946 | △10,717 | △6.5% |
| 調整項目： | △41,590 | △26,554 | △15,035 | |
| 買収に伴う無形資産の償却費 | △35,123 | △31,779 | △3,343 | |
| M&A 関連コスト | △1,554 | △1,795 | +241 | |
| 被買収会社に帰属する株式報酬費用 | △4,314 | △2,046 | △2,268 | |
| 非経常的項目 | △599 | +9,066 | △9,665 | |
| 勤務時間に関する一時金 [※] | — | △3,103 | +3,103 | |
| 固定資産除売却損益 | △252 | +13,168 | △13,420 | |
| 減損損失 | △27 | △1,093 | +1,065 | |
| その他 | △320 | +94 | △413 | |
| 営業利益 | 111,638 | 137,392 | △25,753 | △18.7% |

※2015 年 4 月~2017 年 3 月に、業務性の強かった未登録の時間を確認するため、従業員の自己申告による勤務調査を実施し、その結果に基づいて支払った一時金のことです。

参考③ 四半期別オーガニック成長率の推移

(売上総利益ベース、%、△はマイナス成長)

| | 電通グループ | | | 国内事業 | | | 海外事業 | | |
|-------------|------------|------|------|-------------|------|------|------------|------|------|
| | 2018 | 2017 | 2016 | 2018 | 2017 | 2016 | 2018 | 2017 | 2016 |
| Q1 (1-3月) | 2.1 | 3.7 | 4.1 | 1.9 | 4.3 | 3.6 | 2.2 | 3.1 | 4.5 |
| Q2 (4-6月) | 5.9 | △4.6 | 10.0 | 8.4 | △7.6 | 13.4 | 4.5 | △2.7 | 7.2 |
| Q3 (7-9月) | 5.4 | △2.1 | 3.0 | 2.7 | △4.8 | 0.9 | 7.0 | △0.2 | 5.2 |
| Q4 (10-12月) | 0.9 | 2.8 | 4.1 | △3.0 | 5.5 | 1.4 | 3.4 | 1.2 | 5.8 |
| 年間 (1-12月) | 3.4 | 0.1 | 5.1 | 2.1 | △0.3 | 4.5 | 4.3 | 0.4 | 5.7 |

参考④ 四半期別オーガニック成長率の推移

(海外地域別、売上総利益ベース、%、△はマイナス成長)

| | EMEA ヨーロッパ・中東・アフリカ | | | Americas 米州 | | | APAC アジア太平洋 (日本除く) | | |
|-------------|-----------------------|------|------|----------------|------|------|-----------------------|------|------|
| | 2018 | 2017 | 2016 | 2018 | 2017 | 2016 | 2018 | 2017 | 2016 |
| | Q1 (1-3月) | 2.7 | 5.8 | 10.7 | 4.6 | 0.6 | △2.0 | △2.9 | 4.5 |
| Q2 (4-6月) | 4.8 | △0.3 | 5.0 | 6.5 | △4.1 | 2.4 | 0.8 | △3.8 | 16.8 |
| Q3 (7-9月) | 8.2 | 5.9 | 5.0 | 5.3 | △2.0 | 5.4 | 8.2 | △5.5 | 5.3 |
| Q4 (10-12月) | 12.0 | 1.3 | 7.5 | 3.5 | △0.0 | 4.4 | △9.6 | 2.6 | 5.6 |
| 年間 (1-12月) | 7.4 | 3.1 | 6.9 | 4.9 | △1.5 | 3.1 | △1.7 | △0.6 | 7.9 |

参考⑤ 連結決算の範囲

(2018年12月末時点会社数、カッコ内は2017年12月末)

| | 国内 | 海外 | 連結 |
|-----------|----------------|------------------|------------------|
| 連結子会社数 | 88 (86) | 888 (825) | 976 (911) |
| 持分法適用関連会社 | 42 (36) | 32 (32) | 74 (68) |

参考⑥ (株)電通 単体情報

1. 2018年度の単体業績 (日本基準)

(百万円、△は減)

| 科目 | 金額 | 前期比 (%) |
|-------|-----------|---------|
| 売上高 | 1,539,962 | △1.4 |
| 売上総利益 | 231,520 | +1.3 |
| 営業利益 | 48,604 | △10.5 |
| 経常利益 | 75,414 | △1.9 |
| 当期純利益 | 94,841 | +49.2 |

2. 単体の業務区分別売上高の状況 (日本基準)

(百万円、△は減)

| | 2018年度 (1-12月) | 前期比 (%) |
|----------------------|-------------------|---------|
| 新聞 | 68,462 | △15.5 |
| 雑誌 | 21,562 | △7.7 |
| ラジオ | 13,195 | △4.6 |
| テレビ | 656,560 | △1.0 |
| インターネット※1 | 122,564 | — |
| OOHメディア | 51,508 | △6.7 |
| クリエイティブ | 189,434 | △1.1 |
| マーケティング/プロモーション | 183,251 | △14.5 |
| コンテンツサービス | 200,126 | +15.9 |
| その他 | 39,248 | △4.6 |
| マスメディアに含まれるインターネット※2 | △5,952 | — |
| 電通単体合計 | 1,539,962 | △1.4 |

(参考)

| | | |
|------------------|---------|-------|
| インターネット (旧集計) ※3 | 116,611 | +10.8 |
|------------------|---------|-------|

※1. インターネット (旧集計) に加え、マスメディアに含まれるインターネット広告売上 (5,952 百万円) を加算し、重複計上した数値です。

※2. 「インターネット」と各マスメディアで重複計上された数値です。

※3. 2017年12月分まで開示していた単体月次の「インタラクティブメディア」と同じ方法で集計した数値です。

以 上

(注) 将来の事象に係る記述に関する注意

本資料上の業績予想については、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断をしたものであり、潜在的なリスクや不確定要素等の要因が内在しています。そのため、さまざまな要因の変化により、実際の業績はこれらの予想数値と異なる可能性があります。