

2019年11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)

2019年度第3四半期累計期間連結決算 (IFRS)

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）は、本日開催の取締役会において、2019年度第3四半期累計期間（2019年1月1日～9月30日）の連結決算を確定しました。

【決算発表のポイント】

- 当第3四半期累計の連結業績は、前年同期比で増収減益となった。国内外ともに新規連結が寄与し、前年同期比で売上総利益は増加したものの、オーガニック成長率は国内外でマイナスとなり、さらに費用増もあり、調整後営業利益、調整後当期利益は減少。
- 国内事業の売上総利益は、マス四媒体市場の減少トレンドの影響を受けたものの、デジタル領域での大幅増収に加え、グループ会社の好調な業績と新規連結の貢献により、増加。調整後営業利益は将来の成長に向けた費用投下等により減少。
- 海外事業は買収効果により売上総利益は増加。米国がけん引した米州は引き続き好調だったが、APAC地域の業績低迷を受け、事業全体のオーガニック成長はマイナス、調整後営業利益も減少。
- 第4四半期には、日本では大型イベントの、米国では高いモメンタムの貢献が期待されるため、修正後通期業績予想の変更はしない。

【当第3四半期累計の連結業績について】

(△は減少)

科目	金額	前年同期比 (差)
収益	7,466 億円	+3.0%
売上総利益	6,742 億円	+0.9%
調整後営業利益 ^{※1}	755 億円	△15.6%
オペレーティング・マージン ^{※2}	11.2%	△220 bps
調整後当期利益 ^{※3} (親会社の所有者に帰属)	394 億円	△17.9%
営業利益	370 億円	△36.1%
当期利益 (親会社の所有者に帰属)	47 億円	△91.9%

※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。

※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。

※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、関連会社株式売却損益、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。

<ハイライト>

- **売上総利益（6,742億円、前年同期比+0.9%、為替影響排除ベース同+3.3%）**
 - ・ 売上総利益の変動要因は、買収効果（前年同期差+282億円）、為替影響（同△153億円）、オーガニック成長による影響（同△69億円）。
 - ・ 国内事業：マス四媒体市場減少の影響があったが、デジタル領域での大幅増収と、グループ会社の好調な業績および新規連結により増（2,764億円、前年同期比+1.4%）。
 - ・ 海外事業：オーストラリアと中国の業績悪化によるAPACの影響が響いたものの、買収効果により増（3,981億円、同+0.6%、為替影響排除ベース同+4.6%）。
- **調整後営業利益（755億円、前年同期比△15.6%、為替影響排除ベース同△14.9%）**
 - ・ 国内事業：将来の成長に向けた費用投下等により減（505億円、前年同期比△17.9%）。
 - ・ 海外事業：第3四半期は増加したものの、季節性要因で利益率が低い上期において、想定を下回るトップラインとなったことが影響し、減（250億円、同△10.5%、為替影響排除ベース同△8.3%）。
 - ・ 調整後営業利益と営業利益の額の差は、主に買収に伴う無形資産の償却費。
- **オペレーティング・マージン（11.2%、前年同期差△220 bps、為替影響排除ベース同△240 bps）**
 - ・ 国内事業は 18.3%（前年同期比△430 bps）、海外事業は 6.3%（同△80 bps、為替影響排除ベース同△90 bps）。要因は上記調整後営業利益と同様。第3四半期のみでは、海外事業のコストマネジメント強化により前年同期比で 70 bps 改善。
- **調整後当期利益（親会社の所有者に帰属）（394億円、前年同期比△17.9%）**
 - ・ 主な減少要因は、調整後営業利益の減少。
 - ・ 調整後当期利益と制度会計上の当期利益の差は、主に営業利益調整項目による。
 - ・ 基本的 1 株当たり調整後当期利益は、139.93 円（前年同期は 170.30 円）。

＜地域別の状況＞

（国内）

国内事業の業務区分別売上高の状況は下記のとおり。

国内事業 業務区分別売上高の状況（IFRS ベース）（単位：百万円、△は実額がマイナスまたは減少）

	2019年度 第3四半期累計 (1-9月)	前年同期比 (%)
新聞	54,170	△4.9
雑誌	13,620	△18.5
ラジオ	11,121	△4.9
テレビ	500,020	△3.5
インターネット ^{※1}	176,667	+30.0
OOHメディア	37,777	△5.5
クリエイティブ	152,419	△2.4
マーケティング/プロモーション	192,608	+3.2
コンテンツサービス（日本基準） ^{※2}	158,345	△8.9
その他	110,262	+5.6
連結調整等 ^{※3}	△8,981	—
マスメディアに含まれるインターネット ^{※4}	△4,943	—
国内事業合計	1,393,087	+0.5

※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（4,943百万円）を加算し、重複計上した数値。

株式会社 VOYAGE GROUP を連結した影響を除くと、インターネットの前年同期比は+12.6%の増加となる。

※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る。上表では、電通単体（日本基準）と揃えて、IFRS ベースとの差額は「連結調整等」で調整。

※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む。

※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。

（海外）

海外事業のオーガニック成長率は、2019年度第3四半期累計（1-9月）は△1.0%、2019年度第3四半期（7-9月）は△1.0%となった。第3四半期は、米国は大きく成長したが、前年同期の成長率が7%と高かったため、全体として成長のハードルが高かった。

海外事業 地域別のオーガニック成長率

（△はマイナス成長）

	第3四半期累計 (1-9月)	第3四半期 (7-9月)
欧州・中東・アフリカ（EMEA）	△0.2%	△1.0%
米州（Americas）	2.7%	5.0%
アジア太平洋（APAC、日本除く）	△9.7%	△12.3%
海外事業計	△1.0%	△1.0%

- EMEA の状況：第3四半期累計期間で、英国とフランスの不調が大きく影響した。ノルウェーとスウェーデンはマイナス成長となったが、スイスは二桁成長、ロシア、ドイツ、イタリアは一桁の成長となった。

- Americas の状況：第 3 四半期には特に世界最大の広告市場である米国でモメンタムが向上し、全体のオーガニック成長率も上昇した。9 月単月では、Carat（カラ）、Merkle（マークル）、Vizeum（ビジウム）、dentsuX（デンツー エックス）という各グローバルネットワーク・ブランドの競合勝利および成長に起因し、米国が二桁成長だったことから、全体のオーガニック成長率も 8%を達成した。顧客の広告費減少とマクロ経済悪化の影響を受けたブラジルは低迷したが、新経営体制を敷き、巻き返しを図っている。
- APAC の状況：南アジアの CEO であった Ashish Bhasin APAC 地域の CEO に抜擢するなど同地域の経営体制の改革を行っているが、第 3 四半期累計期間ではオーストラリアと中国の業績悪化の影響が大きく、同地域全体でマイナス成長となった。APAC 内の他の国についても、第 2 四半期に比べて第 3 四半期の方が若干弱含みの業績だった。

上記のとおり、第 3 四半期累計はマイナスのオーガニック成長となったが、一方で年初来累計で 40 億ドルに及ぶネット（獲得・喪失による増減の相殺後）の新規取引を獲得しており、既に年間平均の数値を大きく上回っている。この多くの競合勝利はまだ業績に反映されておらず、2020 年度からの成長に向けて追い風となると考えている。

2019 年度における買収は、本日（11 月 14 日）までに 11 件を実施（EMEA で 3 件、Americas で 2 件、APAC で 6 件）。米州地域では、世界最大規模の DTC（Direct-to-Consumer：消費者直販）マーケティングエージェンシー「MuteSix（ミュートシックス社）」を買収した。また、世界最大の E コマース市場である中国では、E コマースエージェンシーである EBP 社を買収し、デジタルパフォーマンス領域に強みを持つ iProspect（アイプロスペクト）に統合することで、同国における競争力を強化した。

【利益の詳細】

調整後営業利益から営業利益への調整額

（単位：百万円、△は実額がマイナスまたは減少）

IFRS ベース	2019 年度 第 3 四半期累計 (1-9 月)	2018 年度 第 3 四半期累計 (1-9 月)	前年同期差	前年同期比
調整後営業利益	75,578	89,510	△13,931	△15.6%
調整項目：	△38,527	△31,517	△7,010	
買収に伴う無形資産の償却費	△26,789	△26,290	△499	
M&A 関連コスト	△936	△831	△105	
被買収会社に帰属する株式報酬費用	△6,182	△3,996	△2,186	
非経常的項目	△4,620	△400	△4,220	
営業利益	37,050	57,993	△20,942	△36.1%

調整後当期利益から当期利益への調整額

(単位：百万円、△は実額がマイナスまたは減少)

IFRS ベース	2019 年度 第 3 四半期累計 (1-9 月)	2018 年度 第 3 四半期累計 (1-9 月)	前年同期差	前年同期比
調整後当期利益 (親会社の所有者に帰属)	39,432	48,006	△8,574	△17.9%
調整項目：	△34,689	+10,193	△44,883	
営業利益調整項目	△38,527	△31,517	△7,010	
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	△12,229	△8,003	△4,225	
関連会社株式売却益	—	+52,128	△52,128	
段階取得に係る再測定による損益	+2,239	—	+2,239	
関連する税金影響	+11,373	△4,575	+15,949	
非支配持分帰属分	+2,455	+2,161	+293	
当期利益 (親会社の所有者に帰属)	4,742	58,200	△53,457	△91.9%

営業利益以下の損益項目

(単位：百万円、△は実額がマイナスまたは減少)

IFRS ベース	2019 年度 第 3 四半期累計 (1-9 月)	2018 年度 第 3 四半期累計 (1-9 月)	前年同期差	前年同期比
営業利益	37,050	57,993	△20,942	△36.1
持分法による投資損益	409	1,996	△1,587	△79.5
関連会社株式売却益	—	52,128	△52,128	—
段階取得に係る再測定による損益	2,239	—	+2,239	—
金融損益及び税金控除前利益	39,698	112,118	△72,419	△64.6
金融収益 (費用)	△23,602	△13,631	△9,970	—
金融収益	6,504	6,081	+422	+7.0
金融費用	30,107	19,713	△10,393	+52.7
税引前利益	16,096	98,487	△82,390	△83.7
法人所得税費用	6,831	35,745	△28,914	△80.9
当期利益	9,265	62,741	△53,476	△85.2
親会社の所有者に帰属する当期利益	4,742	58,200	△53,457	△91.9
非支配持分に帰属する当期利益	4,522	4,541	△18	△0.4

2019 年度第 3 四半期累計の業績の詳細については、<https://www.dentsu.co.jp/ir> 参照。

【2019 年度 (2019 年 1 月 1 日～12 月 31 日) の通期連結業績予想】

2019 年 8 月 7 日に公表した修正後の通期連結業績見通しから変更なし。

【参考資料】

参考① 2019年度第3四半期累計の連結業績ハイライト表

(単位：百万円、△は減少)

IFRS ベース	2019年度 第3四半期累計 (1-9月)	2018年度 第3四半期累計 (1-9月)	前年同期比 (差)	為替影響 排除ベース ^{※3}
(売上高 ^{※1})	3,665,096	3,836,587	△4.5%	—
収益 ^{※2}	746,610	725,168	+3.0%	—
売上総利益	674,205	668,301	+0.9%	+3.3%
業績				
・営業利益	37,050	57,993	△36.1%	—
・当期利益 (親会社の所有者に帰属)	4,742	58,200	△91.9%	—
・基本的1株当たり当期利益	16.83円	206.46円		
調整後の業績				
・営業利益	75,578	89,510	△15.6%	△14.9%
・オペレーティング・マージン	11.2%	13.4%	△220 bps	△240 bps
・当期利益 (親会社の所有者に帰属)	39,432	48,006	△17.9%	—
・基本的1株当たり当期利益	139.93円	170.30円		
EBITDA	105,016	102,202	+2.8%	—
為替				
円/USD	109.1円	109.6円	△0.4%	—
円/GBP	139.0円	148.2円	△6.2%	—

※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)。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る。

※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。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る。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る。

※3. 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。

参考② 当第3四半期累計 売上総利益の詳細情報

- ・ オーガニック成長率：連結△1.0%、国内事業△0.9%、海外事業△1.0%
(前年同期：連結 4.4%、国内事業 4.1%、海外事業 4.6%)
- ・ デジタル領域構成比：連結 47.8%、国内事業 28.6%、海外事業 61.1%
(前年同期：連結 45.4%、国内事業 23.4%、海外事業 60.5%)
- ・ 海外事業構成比：59.0% (前年同期：59.2%)

参考③ 当第3四半期(7-9月) 詳細情報

(単位：百万円、△は減少)

IFRS ベース	2019 年度 第 3 四半期 (7-9 月)	前年同期比 (差)
売上高	1,186,396	△5.0%
収益	249,542	+2.5%
売上総利益	224,962	+1.1%
国内事業	89,950	+4.3%
海外事業	135,232	△0.8%
調整後営業利益	30,580	+6.7%
国内事業	14,866	△6.8%
海外事業	15,713	+23.8%
オペレーティング・マージン	13.6%	+70 bps
国内事業	16.5%	△200 bps
海外事業	11.6%	+230 bps
調整後当期利益	16,568	+0.9%
営業利益	18,974	+8.7%
当期利益	6,017	△87.3%
EBITDA	41,367	+28.0%

参考④ 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		
	2019	2018	2017*	2019	2018	2017*	2019	2018	2017*
Q1 (1-3月)	△1.6	2.1	3.7	△2.7	1.9	4.3	△0.7	2.2	3.1
Q2 (4-6月)	△1.3	5.9	△4.6	△1.4	8.4	△7.6	△1.3	4.5	△2.7
Q3 (7-9月)	△0.1	5.4	△2.1	1.7	2.7	△4.8	△1.0	7.0	△0.2
Q4 (10-12月)	—	0.9	2.8	—	△3.0	5.5	—	3.4	1.2
年間 (1-12月)	—	3.4	0.1	—	2.1	△0.3	—	4.3	0.4

※ IFRS 第 15 号を適用したプロフォーマ情報。

参考⑤ 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)		
	2019	2018	2017*	2019	2018	2017*	2019	2018	2017*
	Q1 (1-3月)	△0.4	2.7	5.8	0.1	4.6	0.6	△3.0	△2.9
Q2 (4-6月)	0.7	4.8	△0.3	2.8	6.5	△4.1	△12.3	0.8	△3.8
Q3 (7-9月)	△1.0	8.2	5.9	5.0	5.3	△2.0	△12.3	8.2	△5.5
Q4 (10-12月)	—	12.0	1.3	—	3.5	△0.0	—	△9.6	2.6
年間 (1-12月)	—	7.4	3.1	—	4.9	△1.5	—	△1.7	△0.6

※ IFRS 第 15 号を適用したプロフォーマ情報。

参考⑥ 連結決算の範囲

(2019年9月末時点の会社数、カッコ内は2018年9月末)

	国内	海外	連結
連結子会社数	116 (86)	880 (870)	996 (956)
持分法適用関連会社	61 (40)	31 (34)	92 (74)

参考⑦ (株)電通 単体情報

1. 2019年度第3四半期累計の単体業績 (日本基準)

(単位:百万円、△は減)

科目	2019年度 第3四半期累計 (1-9月)	前年同期比 (%)
売上高	1,127,447	△2.6
売上総利益	162,286	△7.6
営業利益	28,461	△31.2
経常利益	44,787	△25.9
四半期純利益	53,044	△38.2

2. 単体の業務区分別売上高の状況 (日本基準)

(単位:百万円、△は減)

	2019年度 第3四半期累計 (1-9月)	前年同期比 (%)
新聞	47,158	△6.3
雑誌	12,628	△18.3
ラジオ	9,314	△5.0
テレビ	469,835	△3.3
インターネット※1	99,800	+13.5
OOHメディア	35,026	△8.5
クリエイティブ	137,454	△3.5
マーケティング/プロモーション	141,882	+5.0
コンテンツサービス	151,312	△9.4
その他	27,978	△4.7
マスメディアに含まれるインターネット※2	△4,943	—
合計	1,127,447	△2.6

※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 (4,943 百万円) を加算し、重複計上した数値。

※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。

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。