

2016年度上半期の総括とトピックス

代表取締役 社長執行役員

石井 直

このプレゼンテーション資料には、2016年8月12日現在の、経営陣の将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。経済情勢などに関わるリスクや不確定要因により、実際の業績が記載の予測と大幅に異なる可能性があります。

2016年8月

連結全体で競合を上回るオーガニック成長を継続

- 国内事業： 堅調な単体とデジタル子会社の伸長。
- EMEA：スペイン、イタリア、ロシア、ポーランド、北欧諸国が貢献。
- Americas： 好調なカナダに加え、米国が徐々に回復。
- APAC： オーストラリア、インドがけん引。中国もプラスへ。

	2016年	1-3月	4-6月	1-6月
連結		+5.1	+9.5	+7.2
国内事業		+5.6	+12.2	+8.5
海外事業		+4.5	+7.2	+6.0
EMEA		+10.7	+5.0	+7.6
Americas		-2.0	+2.4	+0.3
APAC		+5.2	+16.8	+11.5

1

- この上半期の当社グループのオーガニック成長は、国内事業・海外事業各リージョンとも、好調に推移し、グループ全体では+7.2%と、競合メガエージェンシーの平均を上回る高い成長を継続しています。
- 国内事業は、東京2020の寄与に加え、単体と子会社双方におけるデジタル領域での業績伸長によって、+8.5%のオーガニック成長となりました。
- また、海外事業の上半期のオーガニック成長は+6.0%となりました。地域別に、第2四半期の状況を見えます。
- EMEAは、前年同期のハードルが高いために今期の伸び率はやや下げているものの、スペイン、イタリア、ロシア、北欧諸国が高い伸びを継続しています。
- Americasは、ブラジル以外の南米諸国での力強い成長、好調なカナダに加え、米国も昨年第4四半期から今年の第1四半期にかけて獲得した新規扱いなどの貢献で徐々に回復しつつあり、オーガニック成長はプラスに転じております。
- APACは、第2四半期にニケタ成長を達成しました。引き続きオーストラリア、インドが成長をけん引しており、域内最大の中国も第1四半期こそ前年同期の高いハードルでマイナス成長でしたが、第2四半期にはプラスに転じております。

国内・海外ともにデジタル領域での売総2ケタ成長

- 国内事業：運用型広告の伸長とソリューション領域のリソース集約
- 海外事業：既存デジタル・ネットワークのオーガニック成長とM&A

2016年1-6月	デジタル領域売上総利益 前年同期比 (%)	デジタル領域構成比 (%)	
			前年同期差(ppt)
連結	+19.1%	35.0%	+2.1
国内事業	+14.8%	19.7%	+1.1
海外事業	+20.9%	50.1%	+4.4

※海外事業は、為替影響排除ベース

- 当社の競合を上回る成長を支えている要因の一つが、デジタル領域での収益拡大です。
- ご覧のようにデジタル領域の売上総利益は、国内・海外ともに2ケタの高い成長を達成しております。また、売総に占めるデジタル領域構成比についても、海外事業においては、50%を超える水準に達しており、連結全体でも35%と、現行中計のKPIと同水準に達しました。
- 国内事業においては、運用型広告の伸長と単体と子会社にわたるソリューション領域のリソースの集約が、海外事業では、Isobar、Amnetなど既存デジタル・ネットワークのオーガニック成長に加え、積極的なM&Aが、デジタル領域の成長を加速しつつあります。
- この領域における競争力強化にあたっては、今後もさらに人材、データ、ツール、システム等、多岐にわたるリソースとケイパビリティの拡充が必要とされます。続いて、当社グループの取り組みについて説明させていただきます。

「電通デジタル」設立：マーケティングそのものの革新を

■ 幅広いサービスライン

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1. デジタルトランス
フォーメーション関連
サービス | <ul style="list-style-type: none"> ・ マーケティングプロセス革新 ・ マーケティングエコシステム構築 ・ マーケティング ROI 向上 ・ エクスペリエンスデザイン |
| 2. カスタマージャーニー関連
サービス | <ul style="list-style-type: none"> ・ マーケティングオートメーション ・ パフォーマンスマーケティング ・ ダイレクトマーケティング ・ ソーシャルメディアマーケティング ・ モバイル/アプリマーケティング ・ ウェブインテグレーション ・ デジタル広告運用 ・ コンテンツマーケティング ・ EC ソリューション ・ CRMソリューション |
| 3. テクノロジーとデータ関連
サービス | <ul style="list-style-type: none"> ・ データプラットフォーム/マーケティングプラットフォーム構築 ・ マーケティングテクノロジー/AI/IoT 関連サービス |

■ 3つの機能



3

- まず、日本国内においては、
「顧客のマーケティングを革新し、さらに、マーケティングそのものを革新する」というミッションのもと、「電通デジタル」を7月に設立いたしました。
- デジタルテクノロジーの進化に伴い、
クライアントはこれまで以上に、マーケティングプロセスを有機的に結び付け、効果を最大化する取り組みに注力し始めており、
ITコンサルティングやビッグデータ分析、Eコマース支援など、
デジタル・マーケティング市場が大きく拡大しています。
- 電通デジタルは、ここに掲げたような幅広いサービスを、
「コンサルティング」から「開発・実装」「運用と実行」に至る
統合ソリューションとして提供する、700名規模の新会社です。
- デジタルの専門性はもちろん、電通がこれまで培ってきた
マーケティングやクリエイティブ領域での幅広い知識や経験に加え、
電通イージスネットワークのケーパビリティを
組み合わせたハイブリッドなリソースを有しているという強みを活かすことで、
クライアントの成長にコミットできるパートナーとして選ばれる存在となり、
マーケティングそのものの革新に挑戦していきたいと考えております。

海外事業における主要M & A（1月～直近）： 重要性の高まる領域への戦略投資でグループ成長の礎を築く

■ カーディナル・パス（北米）

データアナリティクス専門コンサルティング会社



■ ジャイロ（米国）

独立系では世界最大級規模のBtoB広告会社

gyro:

■ マークル（米国）

米国独立系で最大級のデータマーケティング会社



4

- 続いて、今期これまでに実施した海外事業におけるM&Aについて、説明させていただきます。
- 先程も申し上げた通り、当社グループでは、デジタル領域の競争力強化に向け、リソースとケイパビリティの拡充を企図したM&Aを特に海外において積極的に進めており、この上半期では15件のM&Aを実施いたしました。
- ここにあげているのは、新たに当社グループに加わった企業の一例です。世界最大かつ重要性の高い北米市場でのM&Aにフォーカスしたいと思います。
- 例えば、カナダに本社を持ち北米で広くビジネスを展開しているカーディナル・パス社は、多様かつ大量のデータ分析とそれに基づくコンサルティングやソリューションに強みを持っており、米国の権威ある業界団体のアワードを獲得するなど、多くのグローバル企業から高い評価を得ています。
- また、成長機会の拡大という観点では、今後更に大きな成長が期待されるBtoBマーケティング市場において、独立系としては世界最大級の事業基盤を有するジャイロ社を買収いたしました。
- 最後に、先週リリースしました通り、米国で独立系として最大のCRM・データ・マーケティング会社であるマークル社のマジョリティ取得について合意をいたしました。マークルは北米のみならず、アジア、欧州でもビジネスを展開しております。同社は、データやその分析、CRM、テクノロジーを通じて、クライアントの持つブランドへのソリューションを提供し、この分野のパイオニアとして優れた成長のトラックレコードを有しています。マークルにより、“ピープル・ベースド・マーケティング”に関するケイパビリティを当社の既存のサービスラインに加え、既存の、あるいは新規クライアントへのサービスを向上させることができると確信しております。
- M&Aについては、ケイパビリティ向上のドライバーとして、今後も積極的に取り組んでまいります。

2016年下半期の見通し

- Brexitからの業績影響はこれまではないものの、今後の広告市場に与える影響については、引き続き注視。
- 昨年獲得した大型案件の業績貢献本格化で、米国も下期回復へ。
- 国内/海外ともに、今後も高成長分野であるデジタル領域に注力。

- 最後にスライドのページ5に沿って、今後の見通しについて、説明させていただきます。
- 本年6月に、イギリスのEU離脱が決まりましたが、これまでのところ当社グループのビジネスに大きなインパクトは見られません。
- しかしながら、今後のマクロ経済や企業のマーケティング活動に対して及ぼす影響については、現時点で明確にその度合いを見定めるのは難しく、具体的な言及は差し控えさせていただきたいと思います。
- 当社グループの海外事業について申し上げるならば、最重要市場の1つとして位置づけている米国において昨年第4四半期以降に獲得した大型の新規案件の業績貢献が今後本格化することもあり、下期以降、オーガニック成長の回復の手応えを持っております。
- また、マクロ環境の不透明さが増す環境下では、デジタル・マーケティングに対するクライアントの関心が一層増すと思われます。
- そのため、国内・海外事業ともに、今後もデジタル領域における競争力の強化を図り、成長機会の確実な獲得、積極的なビジネス拡大を進めてまいります。
- 通期業績についても、現在の業績予想を上回れるよう、引き続き最大限の努力を重ねてまいります。