



ADK News Digest

ADKニュースダイジェスト

2016年クリエイター・オブ・ザ・イヤー賞でADKの女性クリエイター2名がメダリストを受賞

2016年クリエイター・オブ・ザ・イヤー賞のメダリストに、三井明子と渋谷三紀の2名の女性クリエイターが選ばれました。一般社団法人 日本広告業協会 (JAAA) 主催による2016年クリエイター・オブ・ザ・イヤー賞は、同協会会員社の中で2016年に最も優れたクリエイティブワークを行ったクリエイター個人を表彰するものです。

今回メダリストとなりました三井明子は、「宝島社」のベッキーを起用した企業広告「あたらしい服を、さがそう。」などの、渋谷三紀は、国内外で多数受賞しました「早稲田アカデミー」のブランドムービー・シリーズなどの制作を手掛けました。



三井明子



渋谷三紀

当社元代表取締役社長の長沼孝一郎氏が平成29年春の叙勲において『旭日中綬章』を受章

平成29年春の叙勲において、当社の元代表取締役社長である長沼孝一郎氏が『旭日中綬章』を受章しました。『旭日中綬章』は、「経済社会の発展に対する寄与が特に大きい企業において経営の最高責任者として顕著な功績を挙げたもの」に贈られます。長沼氏は、当社の代表取締役社長として約8年半にわたり、会社業績の拡大に尽力し、日本広告業協会の副理事長として就任以降、運営委員会委員長や財務委員会委員長として、同協会運営を通じて広告業界の発展に尽くしてきました。こうした功績が評価されての受章となりました。



JAAA主催 第46回「懸賞論文」で2作品が入選

JAAA主催による第46回「懸賞論文」の「私の言いたいこと<一般部門>」において、当社社員である山本洋平の「HMOT時代に立ち向かう」と鶴川将成の「ダブルスクリーン時代のコンテの1コマ目」の2作品が入選しました。

同賞は、協会会員社内における実務に根ざした主張や提言を広告業界に反映させるという趣旨で昭和46年に第1回の募集が開始され、今年度で46回を数えます。

代表取締役社長・グループCEO

植野 伸一



基盤構築と構造改革を 継続しながら クライアントに 最適なソリューションを 提供してまいります。

第63期第2四半期の営業状況について

第63期第2四半期は、企業収益や消費に見られる国内経済の改善傾向を背景に、広告業界も概ね堅調に推移しました。その中で当社は、収益管理体制の強化を継続することで売上総利益率を改善し、グループ全体の構造改革、グループ内製化の推進に注力しました。結果として連結業績は、収益性の改善ならびに制作子会社やデジタル子会社が堅調に推移したものの、マーケティング・プロモーション、制作案件などの減少や販管費の増加、広告子会社やコンテンツ子会社の弱含みにより国内全体で減益となりました。海外全体では、アジア子会社の堅調な推移に加え、構造改革を通じた中国圏子会社および欧米子会社の営業黒字転換により増収増益となりました。

構造改革の進捗とコンテンツビジネスについて

当社は、具体的に消費者を動かし、クライアントのビジネス成果に貢献する「コンシューマー・アクティベーション・カンパニー(※)」への転換を目指す「VISION 2020」を掲げ、成長に向けた基盤構築や収益力改善のために構造改革を進めております。当第2四半期においては、グループ全体で人材の再配置や事業ポートフォリオの最適化に努めるなど、基盤構築・構造改革を継

続しました。具体的には、期初の組織再編を通じて効率化・グループ内製化を推進し、専門領域や主要テーマに対する提案力を高めることで、今まで以上にクライアントへ効果的なソリューションを提供できる体制を構築しました。また、デジタル、データ関連の子会社設立・業務提携を進め、デジタルソリューションのための人材登用・育成、他社との連携を強化してまいります。さらに、中国広告市場の環境変化に対応し、デジタル事業推進に向け新たな体制・基盤の整備を開始しました。

コンテンツビジネスにおいては、主力タイトルが堅調に推移し、従来のキャラクター・マーチャンダイジングに加え、複数タイトルのゲーム化ロイヤリティなどを見込んでおります。ADK単体はもちろん、ディーライツやゴンゾが有する豊富なタイトルを有効活用し、収益の底上げ・多様化を図ってまいります。

第63期(2017年度)の見通しについて

第63期(2017年度)の連結業績見通しは、中長期的な広告市況が底堅く推移すると予想されることから、平成29年2月14日公表の連結業績予想からの変更はなく、売上高3,547億円(前期比0.6%増)、営業利益62億3千万円(同11.9%増)、経常利益92億5千万円(同6.5%増)、親会社株主に帰属する当期純利益55億8千万円(同134.8%増)としています。引き続き、メディア環境や消費者行動の変化をとらえたソリューションの開発・提供を推し進め、競争力・収益性を向上させて一層の業績拡大を目指してまいります。

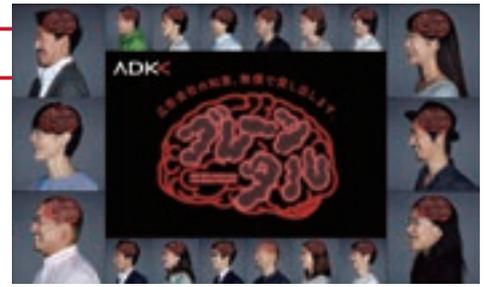
株主の皆様におかれましては、当社グループ事業の持続的な成長にご期待いただき、今後とも一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

※ コンシューマー・アクティベーション(CA):消費者にメッセージを伝えるだけでなく、「消費者をどう動かすか=消費者(コンシューマー)をアクティブにする」ことをゴールに置く、統合型コミュニケーションの進化形。

ADKのCSRの取り組み

ADK 60周年記念CSR/CSVプロジェクト

社会の課題を解決する 「ブレインタル」プロジェクト続々始動



創立60周年を記念し、当社社員が広告会社ならではのスキルを活かし、社会の「課題」や日常生活の中の「悩み」に対するアイデアやソリューションを提供するプロボノ企画「ブレインタル」を期間限定で開始いたしました。ウェブサイトを通じて「課題」や「悩み」を募集し、当社の「ブレイン」がお役に立てると判断した支援先5件を選出。その後、8名前後のプロジェクトメンバーが依頼主の方とのディスカッションを経て企画を練りあげ、今年3月より順次、実施しております。その一部をご紹介します。

CASE 1 上野・日の出湯

銭湯で地域コミュニティを活性化
はだかの学校



銭湯で地域コミュニティの活性化を目指すプロジェクト。上野・稲荷町にある銭湯・日の出湯を地域の新たな学びの場として捉え、お風呂の中で授業を行う新発想のイベント『はだかの学校』を3月27日に開校。「誰でも先生、誰でも生徒」を合言葉に、地域住民を中心に、老若男女を問わず広く参加できる場をつくりました。授業内容は落語や囲碁など地域文化や銭湯にゆかりのあるもので、地域の活性化につながることを目指します。

はだかの学校

<http://www.sento-manabi.com/>

CASE 2 国立成育医療研究センター

次世代を守る医療を支援
卒業寄付 # グラドネ



国立成育医療研究センターの「次世代を守り、未来をつなぐ」医療を支援するプロジェクト。高校卒業を機に使わなくなってしまう学校指定のコートや制服、バッグ、参考書など学用品を寄贈いただき、専属の事業者によって換金されたお金を国立成育医療研究センターへ寄付するシステムを構築しました。高校卒業を「子どもから大人になる」人生の分岐点と考え、これからの社会を担う次世代ができることの可能性を提示すると同時に、社会参加への第一歩につなげる施策です。

卒業寄付

<http://www.ncchd.go.jp/donation/graduate.html>

CASE 3 NPO法人ボレボレ

初任給でカンボジア女性の自立支援
子育て卒業証書



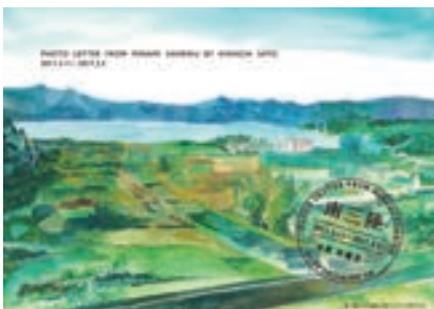
カンボジアの最貧困地域の女性たちの自立につながるシルクストールのブランド「メコンブルー」の認知拡大と販売促進を目指すプロジェクト。新社会人が初任給をもらうことで「親からの自立」を実感するというインサイトに着目し、初任給ギフト向けの特別パッケージ『子育て卒業証書』を開発しました。「収入を得て自立する」というカンボジアの女性と新社会人に共通する価値を見出し、世の中に広めるためのアイデアを開発した企画。

子育て卒業証書

<http://www.mekongblue.jp/project/>

東日本大震災復興支援

写真集「南三陸から」、記念すべきVol.5発行



東日本大震災復興支援として、震災直後から現地の様子を撮影し続けている佐藤信一さんの写真集『南三陸からvol.5 2011.3.11～2017.3.3』を刊行しました。

Vol.5は、「震災から6年を経て、変わる街並みと変わらぬ思い」をメッセージに、震災当日から、津波で大きな被害を受けた「南三陸さんさん商店街」が仮設での営業期間を経て新たにオープンした日までの街と人々の変化をお伝える総集編です。

写真集1冊につき300円が南三陸町復興のための寄付となります。本シリーズのVol.1から4までの販売による、現在までの寄付金額は10,600,000円となっております。(2017年3月末日時点)

3カ年業績推移

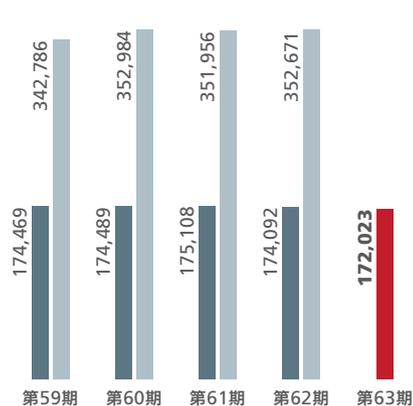
決算期	第61期		第62期		第63期	
	第2四半期	通期	第2四半期	通期	第2四半期	通期(計画)
経営成績(百万円)						
売上高	175,108	351,956	174,092	352,671	172,023	354,700
売上総利益	24,496	48,824	25,672	51,182	26,359	—
営業利益	2,936	4,901	3,857	5,569	3,710	6,230
営業利益率(%)	1.7	1.4	2.2	1.6	2.2	—
経常利益	5,157	8,590	5,555	8,688	5,803	9,250
親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益	3,155	5,362	1,010	2,376	4,296	5,580
総資産	228,313	235,205	193,059	227,260	210,034	—
純資産	123,607	125,488	99,957	113,225	108,033	—
営業活動によるキャッシュ・フロー	9,864	10,192	6,011	11,637	1,985	—
投資活動によるキャッシュ・フロー	1,046	5,046	828	△4,475	570	—
財務活動によるキャッシュ・フロー	△23,347	△23,803	△11,152	△11,912	△5,239	—
現金及び現金同等物の四半期末(期末)残高	22,609	25,924	20,318	21,027	18,501	—
財務指標(%)						
自己資本当期純利益率(ROE)	—	4.2	—	2.0	—	—
自己資本比率	53.6	52.7	51.1	49.1	50.8	—
1株当たりデータ(円)						
1株当たり四半期(当期)純利益(EPS)	75.34	127.72	24.22	56.96	103.77	134.79
1株当たり純資産額(BPS)	2,906.44	2,947.40	2,363.28	2,674.92	2,577.86	—
1株当たり配当金	(中間)10.00 (期末)238.00	(中間)10.00 (期末)90.00	(中間)10.00 (期末)90.00	(中間)10.00 (期末)90.00	(中間)10.00	—

連結決算の概況

売上高

(百万円)

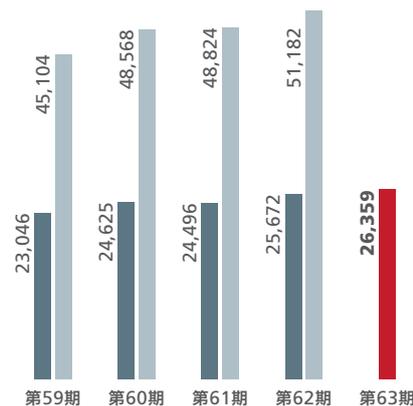
■ 第2四半期累計 ■ 通期



売上総利益

(百万円)

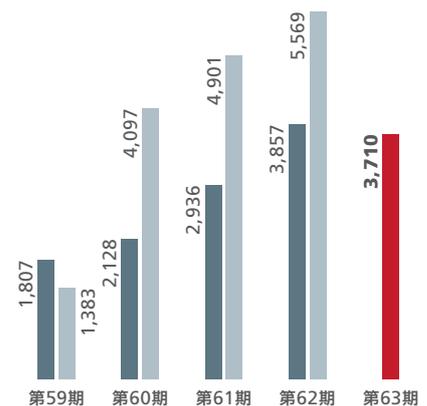
■ 第2四半期累計 ■ 通期



営業利益

(百万円)

■ 第2四半期累計 ■ 通期



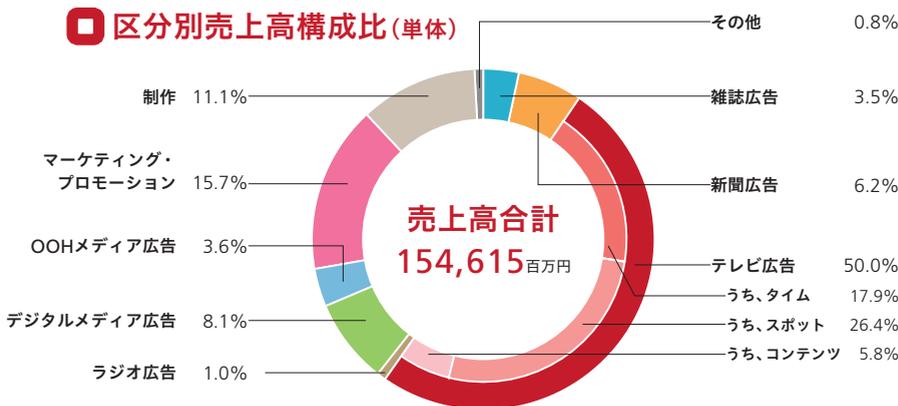
資産関連増減ポイント

資産合計 主に売上債権回収に伴う受取手形及び売掛金の減少、および時価下落に伴う投資有価証券の減少などにより、前期末に比べ172億25百万円減少の2,100億34百万円となりました。

負債合計 主に支払手形及び買掛金の減少などにより、前期末に比べ120億33百万円減少の1,020億1百万円となりました。

純資産合計 1,080億33百万円となり、非支配株主持分および新株予約権を除いた自己資本比率は50.8%となりました。

区分別売上高構成比(単体)



(注)1. 広告市場の成熟化やメディア環境の多角化に伴い、当社は広告主に統合的ソリューションを提供しており、区分別の売上高を厳密に分別することが困難な場合があります。従って、上記の区分別売上高は、厳密に各区分の売上高を反映していないことがあります。

- コンテンツには、アニメコンテンツ、文化スポーツマーケティングなどが含まれます。
- デジタルメディアには、インターネット、モバイル関連メディアなどが含まれます。(WEBサイト制作・システム開発などデジタルソリューションは「マーケティング・プロモーション」に含まれます)
- OOH(アウト・オブ・ホーム)メディアには、交通広告、屋外広告、折込広告などが含まれます。
- マーケティング・プロモーションには、マーケティング、コミュニケーション・プランニング、プロモーション、イベント、PR、博覧会事業、デジタルソリューションなどが含まれます。

通期連結業績の見込み

売上高
354,700百万円 (0.6%増)

営業利益
6,230百万円 (11.9%増)

経常利益
9,250百万円 (6.5%増)

親会社株主に帰属する当期純利益
5,580百万円 (134.8%増)

1株当たり当期純利益
134.79円

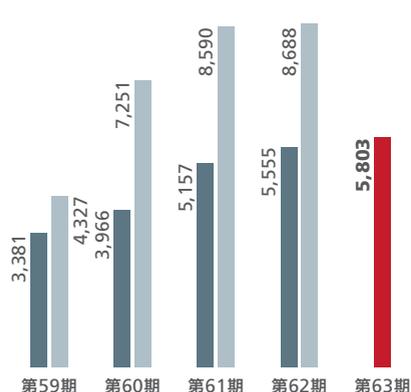
株主還元方針

当社は、原則として1株当たり年間配当額の下限を20円として配当の長期安定性を図りながらも、自己株式取得を含む年間総還元性向の目安を親会社株主に帰属する当期純利益の50%として年間配当を実施することを方針としております。中間基準日配当は安定的に10円を原則とし、期末基準日配当は下限の10円または年間総還元性向50%の目安を達成する金額のいずれか高い額としております。



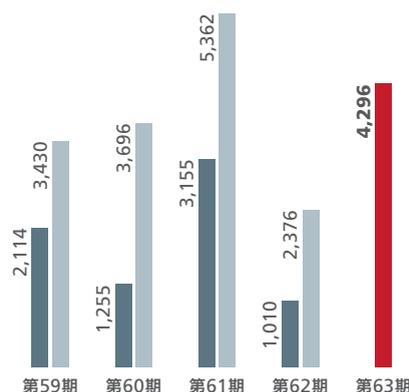
経常利益

(百万円) 第2四半期累計 通期



親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益

(百万円) 第2四半期累計 通期



自己資本比率

(%) 第2四半期 通期

