

2026年 3月期 上期 連結決算概要

2025年11月13日



2026年 3月期 上期 連結業績

2026年 3月期 上期 連結業績

- 連結範囲の異動影響や前年同期に計上したメルカリ株式売却益の反動影響もあり、売上高は前年同期比5.5%減。
- 売上総利益は同2.0%減少するも、国内外で費用コントロールを行った結果、営業利益は同21.0%増益。
- 国内外で実施した構造改革関連費用を含む特別損失（39億円）を計上したが、親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期から53億円増益の3億円で着地。

2026年3月期 上期

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
売上高	695,023	-40,369	-5.5%
売上総利益	179,933	-3,612	-2.0%
営業利益	10,742	+1,866	+21.0%
経常利益	10,696	+897	+9.2%
親会社株主に帰属する四半期純利益	310	+5,300	n/a
のれん償却前四半期純利益	6,527	+3,314	+103.1%

2026年 3月期 上期 連結業績（調整後）①

- 売上高は前年同期比5.1％の減収。売上総利益は同0.2％減少。売上総利益率は1.3pt上昇。
- 販管費は同3.1％減少。営業利益は51億円増益の107億円。
- のれん償却前営業利益は前年同期から31億円増益の169億円。

2026年3月期 上期

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
売上高	695,023	-37,103	-5.1%
売上総利益	179,933	-356	-0.2%
売上総利益率	25.9%	+1.3pt	
販管費	169,190	-5,479	-3.1%
営業利益	10,742	+5,122	+91.1%
OM率	6.0%	+2.9pt	
のれん等償却額	6,216	-1,985	-24.2%
のれん償却前営業利益	16,959	+3,136	+22.7%
のれん償却前OM率	9.4%	+1.8pt	

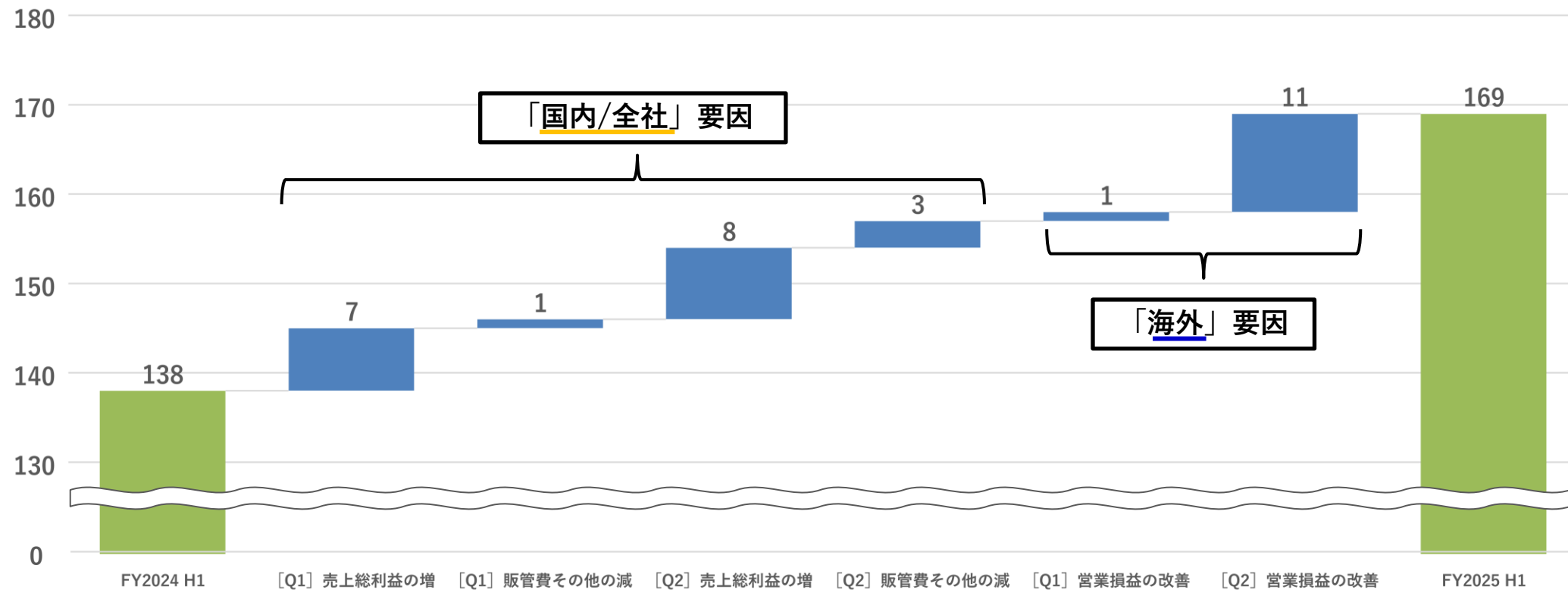
※ のれん等償却額とは、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

※ 調整後：持分法適用会社であるユナイテッド株式会社が保有する、株式会社メルカリの株式売却益を除く。

2026年 3月期 上期 連結業績（調整後）②

- 上期の調整後のれん償却前営業利益は、国内/全社で19億円、海外で12億円の増益。
 - ・ 国内/全社：国内では、連結範囲異動影響や前年のBPO業務の反動影響等によりトップラインは前年を下回ったが、一部案件で収益性が改善した結果、上期の売上総利益は前年同期比で1.2%増加。売上総利益率は1.1pt改善した。
：国内/全社における費用コントロールの効果もあり、Q1で8億円、Q2で11億円の増益を確保。
 - ・ 海外：主に中華圏・ASEANでトップラインが伸び悩む中、費用構造改革の効果によりQ1に1億円、Q2に11億円の増益。

主要増減要素（単位：億円）





2026年 3月期 業績予想

2026年 3月期 業績予想

- 2026年 3 月期通期の業績予想は従来のものから変更しておりません。

2026年3月期 通期業績予想

(金額：百万円)

	通期業績予想	対前年同期比
売上高	1,650,000	+2.3%
収益	970,000	+1.8%
営業利益	40,000	+6.4%
経常利益	43,000	+0.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	20,000	+85.7%
のれん償却前営業利益	53,500	+0.5%
調整後売上総利益	419,000	+5.7%
調整後のれん償却前営業利益	53,500	+7.0%



2026年 3月期
株主還元

株主還元

1. 2026年3月期 配当金予想

- 本日（2025年11月13日）開催の取締役会で、中間配当を1株あたり16円とすることを決議しました。
- なお、年間の配当金予想は従来予想通り、中間配当を含め1株あたり32円とします。

2. 自己株式の取得状況

- 2025年5月13日開催の取締役会で、100億円（または12百万株）を上限とする自己株式の取得を決議しました。
- 2025年10月31日現在、上記取締役会決議に基づき取得した自己株式の累計は65.6億円（5.6百万株）です。

3. 自己株式の消却

- 本日（2025年11月13日）開催の取締役会で、会社法第178条の規定に基づく自己株式の消却を決議しました。
- 2025年5月13日の取締役会決議に基づき取得した自己株式の全株式に17百万株を加えた株式数を、2026年3月31日に消却予定です。

2026年 3月期 上期 業績サマリー

- **2026年3月期上期の連結業績は「減収増益」。収益性（売上総利益率・OM率）は改善。**
 - ・ トップラインは連結範囲異動影響やBPOの反動影響等で減収。
 - ・ 一方、海外における費用構造改革の効果等もあり、営業利益以下で増益の着地。OM率等の収益性指標も改善。
- **2026年3月期通期の業績予想は据え置き。**
 - ・ 上期は概ね想定の範囲内に着地。
 - ・ 下期は期初想定より厳しい事業環境を見込むも、トップラインの状況に応じて費用コントロールを行い、通期業績予想の達成を目指す。
- **自己株式の消却に係る事項を決議。**
 - ・ 本日（2025年11月13日）開催した取締役会で、会社法第178条の規定に基づく自己株式の消却に係る事項を決議。
 - ・ 2026年3月31日に、2025年5月13日の取締役会決議に基づき取得した自己株式の全株式に17百万株を加えた株式数を消却予定。



中期経営計画の進捗状況

中期経営計画（2025年3月期～2027年3月期）

中期戦略

● 目指すべき姿：クリエイティビティ・プラットフォーム

- ✓ 博報堂DYグループは、生活者を起点としたクリエイティビティで生活者・企業・社会をつなぎ、新たな関係価値を生み出すことで、未来を創造するグループとなる
- ✓ 従来の広告会社グループの枠を超え、6つの事業領域に強みを持つクリエイティビティ・プラットフォームへの進化を通し、ダイナミックに事業構造の変革を進め、中長期での大きな成長と企業価値の向上を目指す

事業構造の 変革に向けた 強化施策

収益性改善と成長オプションの創造

① マーケティングビジネスの構造改革

伸長領域であるデジタル&コマース領域の規模拡大/既存領域も含めた費用の最適化

② 新たな成長オプションの創造

コンサルティング、テクノロジー、コンテンツ、インキュベーション

③ グローバルビジネスのリモデル

成長を目指しながらコストコントロールも行い利益化

中期経営目標 基本指標 (2027年3月期)

調整後⁽¹⁾ のれん償却前 営業利益 年平均成長率⁽²⁾

+10%以上

調整後⁽¹⁾ 売上総利益 年平均成長率⁽²⁾

+5%以上

調整後⁽¹⁾ のれん償却前 オペレーティング・マージン

13%以上

(通期決算時に確認)

のれん償却前ROE

10%以上

(通期決算時に確認)

※(1) メルカリ株売却益除く ※(2) 基準年は2024年3月期

中期経営計画：2026年3月期 上期における進捗一覧

中期経営目標

	中期目標 (2027年3月期)	2026年3月期上期実績 ⁽¹⁾ (カッコ内は前年比)	備考
調整後 ⁽²⁾ のれん償却前 営業利益 年平均成長率 ⁽³⁾	+10% 以上	+140% (+22.7%)	-
調整後 ⁽²⁾ 売上総利益 年平均成長率 ⁽³⁾	+5% 以上	+3.2% (-0.2%)	
調整後 ⁽²⁾ のれん償却前 オペレーティング・マージン	13% 以上	(通期決算時に確認)	
のれん償却前ROE	10% 以上	(通期決算時に確認)	

モニタリング指標

	モニタリング指標 (2027年3月期)	2026年3月期上期実績 ⁽¹⁾ (カッコ内は前年比)	備考
マーケティングビジネスの 構造改革	国内マーケティングビジネス 売上総利益 年平均成長率 ⁽³⁾	+4% 程度	売上総利益 構成比 67%
	国内マーケティングビジネス のれん償却前OM	15% 以上	
	国内デジタルマーケティング 売上総利益 年平均成長率 ⁽³⁾	市場以上の伸長率 ⁽⁴⁾	-
新たな成長オプションの創造	国内4事業領域 ⁽⁵⁾ 合計 売上総利益 年平均成長率 ⁽³⁾	+10% 以上	売上総利益 構成比 4.3%
グローバルビジネスの リモデル	売上総利益 年平均成長率 ⁽³⁾	+5% 程度	売上総利益 構成比 28.5%
	のれん償却前OM	10% 程度	

サステナビリティ (人権・DE&Iの取り組み)

- 人権・DE&Iおよびジェンダー平等に向けた目標を定め、ジェンダー課題への取り組みを推進
- 「全員活躍社会」の実現に向け、LGBTQ+に関する制度整備、およびアジア最大級のLGBTQ+イベント「Tokyo Pride」への初出展を行った

※(1) 適切な実態把握を目的として、集計方法の見直しを適宜実施しております。当該見直しにより重要な影響が見込まれる場合、前期以前の数値についても必要に応じて遡及修正を行い、公表いたします

※(2) メルカリ株売却益除く ※(3) 基準年は2024年3月期 ※(4) 当社推計（通期決算時に確認） ※(5) コンサルティングビジネス/テクノロジービジネス/コンテンツビジネス/インキュベーションビジネス

博報堂DYグループ AI活用による事業成長の加速

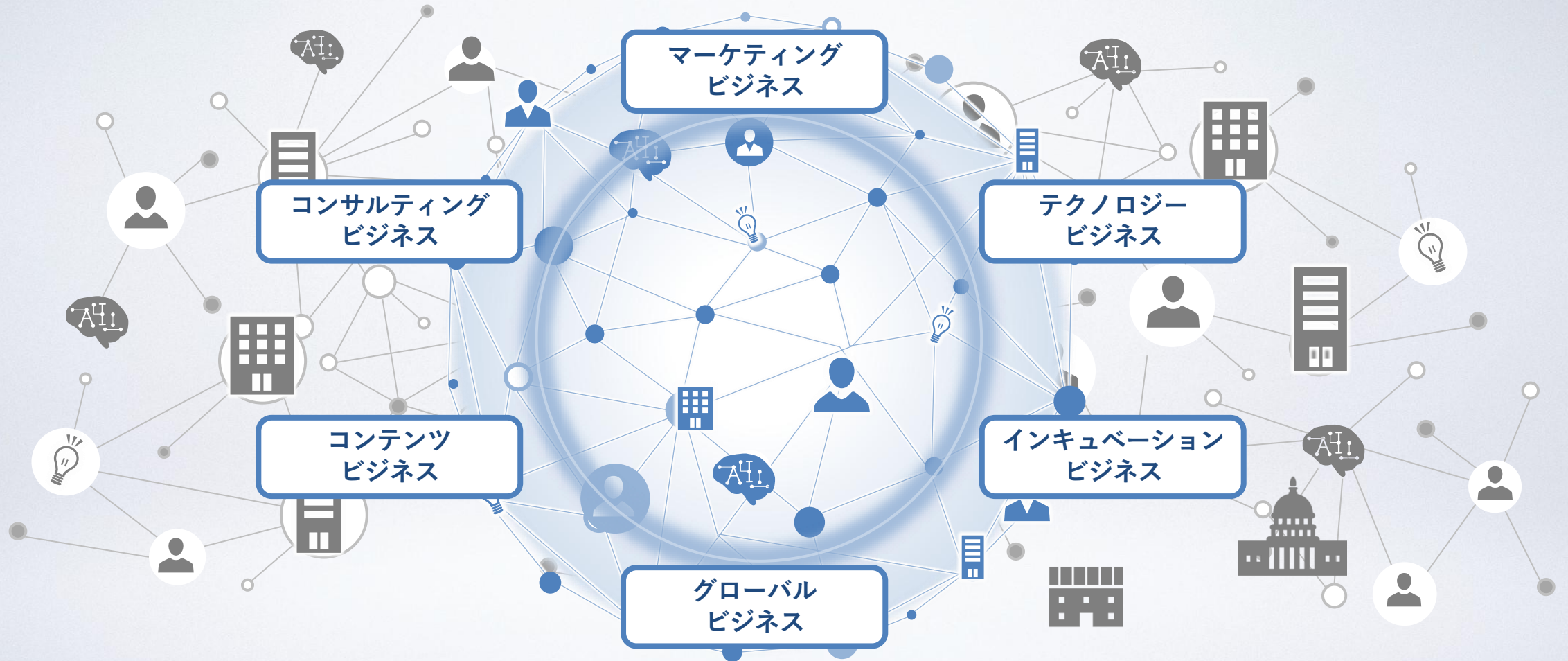
© 2025 Hakuhodo DY Holdings Inc. All rights reserved.



Human-Centered AI

生活者を真ん中においたAIテクノロジーを。

目指すべき姿 Creativity Platform



6つの事業領域でのAI活用/AIビジネス事例

マーケティングビジネス

・HAKUHODO・

DAIKO

YOMIKO

Hakuhodo DY ONE

SOLDOUT

AIエージェントを活用し
高度化・効率化を推進

- ✓ 戦略
- ✓ メディア
- ✓ クリエイティブ
- ✓ パフォーマンスマーケティング
- ✓ セールス
- ✓ CRM

・PRODUCT'S・

ビジュアル制作の革新
「AI Craft Studio」始動

コンサルティングビジネス

IDEO

AI × デザインシンキング

SYPartners

AI時代への適応を促進する
組織変革コンサルティング

ENND PARTNERS

インテリジェンス機能に
AIを最大活用

テクノロジービジネス

HAKUHODO
Technologies

マルチAIエージェントシステム
「Nomatica（ノーマティカ）」

&DIGITAL

最適なAIの活用方針が分かる
「AIビジネス診断」提供開始

ReD.

“AI経営”コンサルティング

コンテンツビジネス

HUUM

生成AI技術を用いて、
インフルエンサーによる
PR施策の効果を可視化する
ソリューションの提供

ZETTAI
WORKS

AIを活用したアニメーション
拡張スタジオ
“ZETTAI WORKS”が黒字化

インキュベーションビジネス

HAKUHODO DY
VENTURES

×

Third
Intelligence

Third Intelligence社の
資金調達ラウンドに参加し、
日本のAI進化に投資

HAKUHODO
synVoice

AIを活用し、顧客対応力の
向上を目的としたシステムを
開発・提供する新会社設立

グローバルビジネス

KEPLER

AIを活用したプラットフォーム
Kip (Kepler Intelligence Platform)
を開発

kyu PULSE

Kipをkyu Pulse横断で導入
グループ横断コラボレーションの
エンジンに

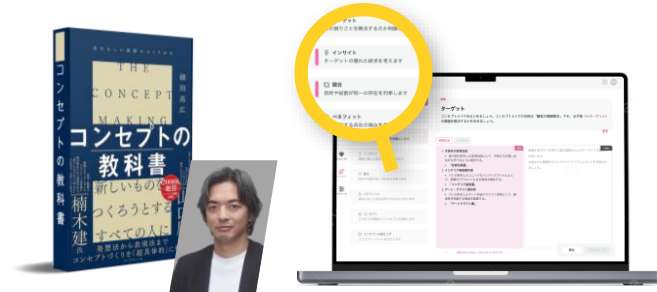
AI×マーケティングビジネス

各ツールの延べ利用人数はグループ内 1万人を超え、高度化・効率化を推進

戦略

戦略プランニング支援AI

著名プランナー/CDの実践知を学習した専門家AIエージェント 等



メディア

メディアプランニング支援AI

複数の思考の異なるプランナーAGENTと対話しながら、広告予算配分プランを策定する。大胆なメディアプランナー等



クリエイティブ

CM制作支援AI

生活者のCMに対する意識×博報堂のCMナレッジを組み込んだ、新しいCM制作支援AIエージェント



パフォーマンスマーケティング

広告配信効率化・高度化AI

クリエイティブ生成エージェント/ 分析レポートエージェント など。専門AIエージェントの相互連携を行う。



セールス

バーチャル販売員

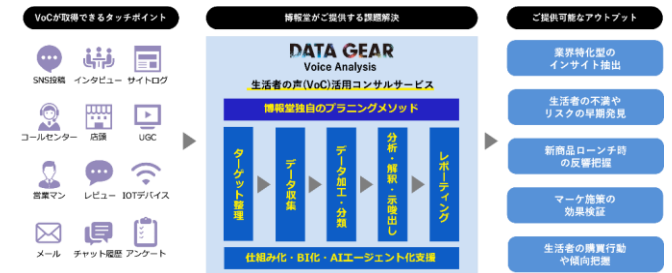
リアル販売員が、対応できない夜間や休日に、リアル販売員のパーソナリティを反映したバーチャル販売員を生成し、補完。



CRM

AI活用による顧客獲得支援サービス

各社が持つ定性/定量の顧客データ（声、履歴）をAIを活用して分析。顧客の理解向上、施策立案・実施の支援を行う。

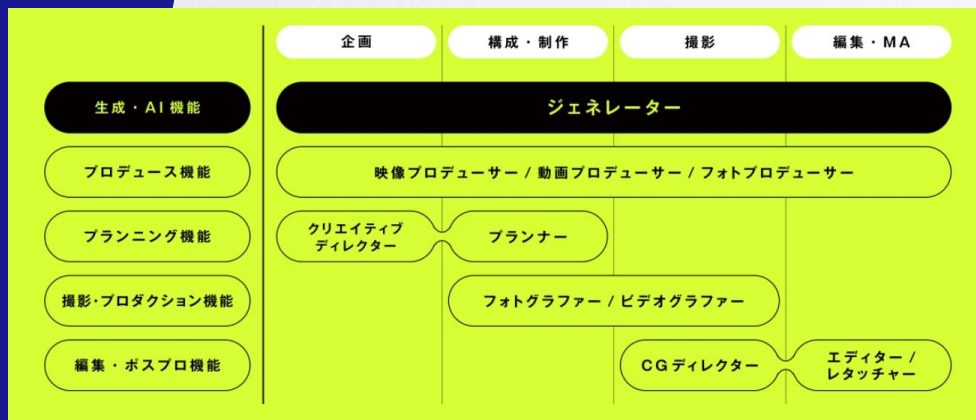


AI×マーケティングビジネス



・PRODUCT'S・

人とAIのクリエイティビティで
ビジュアル制作の業務プロセスを革新
「AI Craft Studio」始動



AIと従来の専門性を融合したAI専門職種“ジェネレーター”を
新設し、次世代のクリエイティブ体制を構築。
Adobe社の協力を得て設計した独自の研修プログラムを通じて、
高度な生成技術を習得。

AI×コンサルティングビジネス



AI × Design Thinking Programsを提供開始 **IDEO**

IDEOはデザインシンキングにAIを活用し、創造性を高め、イノベーションを推進する方法を学ぶプログラムを提供。

AIを入り口としたコンサルティングが活況

SYPartners

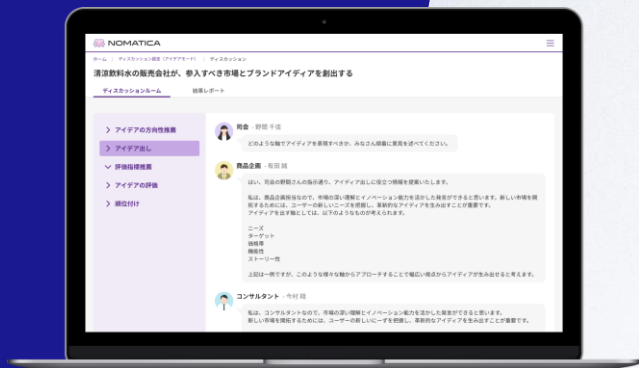
SYPartnersは、大手企業の経営幹部に対し、経営戦略や組織へのAI活用にあたっての支援を実施。ワークショップ等を通じた組織変革コンサルティングを実施。

インテリジェンス機能にAIを活用

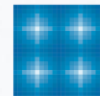
ENND PARTNERS 他

コンサルティング各社は、リサーチや情報収集に、複数AIを統合的に活用。AI活用と業務の型化により5日→2日といった短縮が可能に。

AI×テクノロジービジネス



SaaS型AIサービス Nomatica（ノーマティカ）



HAKUHODO
Technologies

複数の専門家AIエージェントが相互連携し、専門的な回答や多様なアイデアを提供するマルチAIエージェントシステム。導入企業拡大中。



中小企業向け“AIビジネス診断”を提供開始

クライアント企業の生成AIに対する理解度や活用実態、導入障壁を定量・定性的に分析。組織課題やフェーズに応じた導入ロードマップを提示。

AIビジネス診断



Business Transformation with AI

Hakuhodo DY ONE が持つ生成AIの豊富な知見や実績をもとに、生成AIの活用を目指すクライアント企業の施策実行や体制強化から、社内のAI気運醸成まで、経営課題に合わせて包括的にご支援します。



OUR SERVICES

Business Transformation with AI

人的リソースを高付加価値な業務へ転換

Entry into AI World

AIのトレンドを正しく理解

01 セミナー/ワークショップ
生成AIの活用やケースについて学ぶことで、活用を促すとともに組織的な理解を醸成する。

02 ユースケース創出

経営課題のAI化や業務効率化の観点から、ユースケースの創出を支援し、AI活用を推進する。

03 PoCから現場活用

特定業務のAI化による効果検証を行い、現場での活用を推進する。

04 徹底伴走コーチング

生成AIの活用による業務効率化の観点から、現場での活用を推進する。

05 全社推進タスクフォース

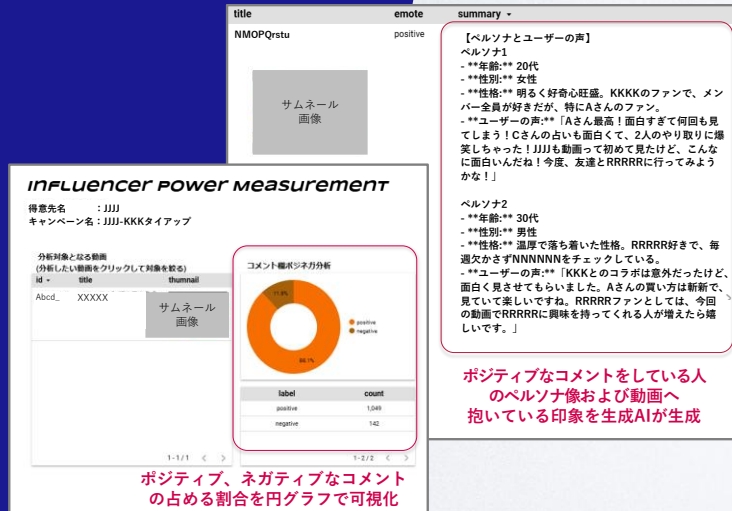
全社的なAI活用推進のためのタスクフォースを構築し、活用を推進する。

“AI経営”コンサルティング

最新のAI技術を活用して組織や業務の変革、新たな顧客体験の創出を図り、企業の生産性を高めるコンサルティングサービス。

ReD.

AI×コンテンツビジネス



生成AIを用いたPR施策の効果可視化ソリューション “Influencer Power Measurement” 提供中

UUUM

UUUMとの合併会社「HUUM」が提供する新たなソリューション。
生成AIを用いて、インフルエンサーのPR動画投稿に対するコメントを
定量・定性的に分析し、視聴者の反応をダッシュボード上に可視化。（特許出願中）

ボジティブなコメントをしている人
のベルソナ像および動画へ
抱いている印象を生成AIが生成



AIを活用したアニメーション拡張スタジオ “ZETTAI WORKS”が黒字化

ZETTAI
WORKS

社内ベンチャープログラムから2024年誕生。
AIとテクノロジーを駆使し、従来の制作工程では難しい広告表現を実現。
クリエイティブの壁、制作工程を最速で突き抜けていくことを目指す。

AI×インキュベーションビジネス

博報堂DYベンチャーズ、Third Intelligence社の 資金調達ラウンドに参加。日本のAI進化に投資

HAKUHODO DY
VENTURES

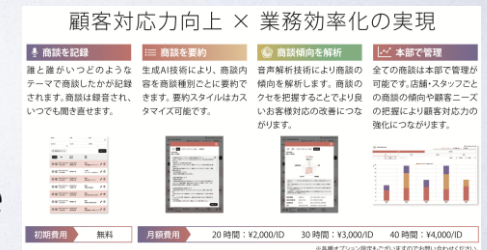
AI研究・プロダクト開発企業である株式会社Third Intelligenceが実施した、80億円の第三者割当増資に、引受先として資本参画。本パートナーシップを通じて、Third Intelligence社が目指す「遍在型AGI（汎用人工知能）」の確立と、その社会実装の加速を目指す。
※ 本ラウンドは三菱UFJ銀行をリードインベスターとし、三井住友銀行、SBIグループも参加



Third Intelligenceは、松尾豊教授が石橋準也氏らと共に設立したAI研究・プロダクト開発企業。「それぞれの場所で独自に成長する『遍在型AGI（汎用人工知能）』を実現し、人間とAIが豊かに共生する世界をつくる。」というミッションのもと、2025年6月より独自AIの開発事業を本格的に開始。

音声認識/解析技術とAIを活用し、顧客応対力向上を目的とした システムを開発・提供する新会社“博報堂SYNVOICE”

商談の音声を自動で解析・要約し、営業活動の質と効率を向上させるツール「voice value」などを提供。



AI×グローバルビジネス



kyu PULSE

Kip (Kepler Intelligence Platform)

AIで強化されたオーディエンス・インサイトの提供、メディアキャンペーンの最適化、ワークフローの自動化を可能にするプラットフォーム。kyu Pulseの一員であるKeplerが開発。業界最高水準のツール。



Kipをkyu Pulse横断で導入 グループ横断コラボレーションのエンジンに

kyu Pulseを横断したプラットフォームの基盤となり、協業を促進。kyu Pulse横断のコラボレーションによりAIエージェントによるクリエイティブ制作、生成エンジン最適化などの機能が追加され、Kipの機能を拡張。マーケティング施策の成果は最大で200%向上。

AI-POWERED CREATIVITY

生産性向上だけでなく、
博報堂DYグループの強みである生活者発想を
核としたクリエイティビティの拡張に注力



マーケティングビジネスに閉じない
グループ共通の“生活者発想プラットフォーム”を構築し、
グループ社員のクリエイティビティを拡張



「生活者発想Platform」の構築

40年以上の生活者研究知見、豊富な生活者データをAIテクノロジーと融合した独自プラットフォーム。
AIとの対話による気づき、発想支援。



生活者発想Platform

生活者に関する研究知見

ひらけ、みらい。

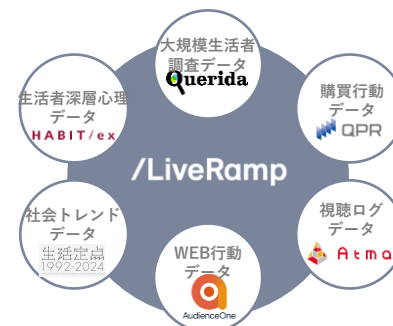


博報堂生活総合研究所
生活者発想の具現化に向け
1981年に設立した研究所。
独自の視点での生活者の“未来
の見立て”を研究

Human-Centered AI 機能



豊富な生活者データ



データ例)

1億を超えるデバイスのIDを保有するオーディエンスワン等の独自データに加え、企業が保有する顧客データを安全に活用できるデータ基盤

生活者発想Platformの一例

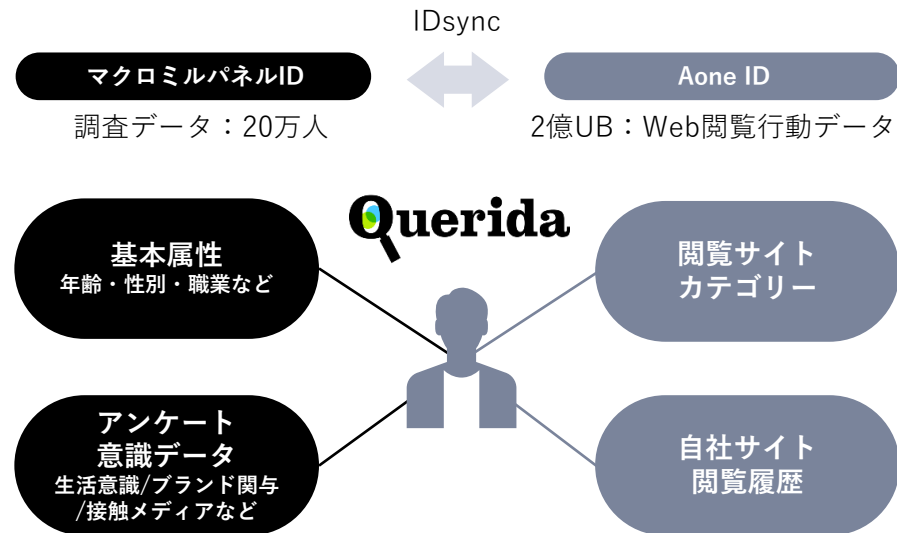
エビデンス
ベースド

バーチャル生活者

生活者DATA×博報堂DYグループの匠なインサイトワークを再現した
プロンプト技術を駆使し、市場データに忠実でリアルなバーチャル生活者を生成

2018年より蓄積した毎年20万人の大規模パネル

20万人の調査データと2億のWeb行動ログをSyncし
「意識×Web閲覧行動×購買行動」を統合した大規模パネル



市場データに忠実でリアルなバーチャル生活者との対話により、
より質の高いインサイトワークが可能に



コンテンツファン消費
行動調査CL12
田中 真理子

CL12、17歳 高校生女性。両親と実家で暮らしている。

デモグラフィック

概要

17歳 高校生女性。両親と実家で暮らしている。

詳細

[性年代]: 17歳 女性 [ライフステージ]: 学生女性 [世帯構成]: 2世代世帯: 夫婦 (または、そのいずれか) と子ども (成人の子ども含む) だけの世帯 [末子年齢]: [世帯年収]: [職業]: 高校生

メディア・インターネットサービス利用状況

概要

利用する媒体は基本的にスマホであり、Instagram、LINE、TikTokの他にXやBeRealなどのSNSを利用する。タイムラインで世の中や繋がりのある人の話題をチェックし、ファッションやコスメ、美容といった自分の知りたい情報にアクセスするだけでなく、仲のいい友達には発信することもある。他にも、気になる商品やサービスを探すためにSNSを利用し、商品を購入する際は楽天やAmazonよりもメルカリを利用する。決済アプリはPayPay。

詳細

[SNS利用頻度]: Instagram, TikTok, LINEは頻繁に利用するが、Xはたまに覗く程度で、Facebookは利用していない。[SNS利用目的]: タイムラインで動画や画像などを含む世の中の話題をチェックしたり、商品やサービスを検索したりする。好きなコンテンツや仲のいい友達など、自分の興味のある情報を得る。友達に向けてストーリーなどの動画で発信することもある。[その他サービス利用状況]: インスタ、TikTok、LINE、PayPay、メルカリなどを利用。Yahoo!や楽天、新聞などの利用は少ない。[インターネットでの情報接触ジャンル]: ファッションやコスメ、美容などの情報に接触。

インサイトワーク

アクティベーション
施策開発

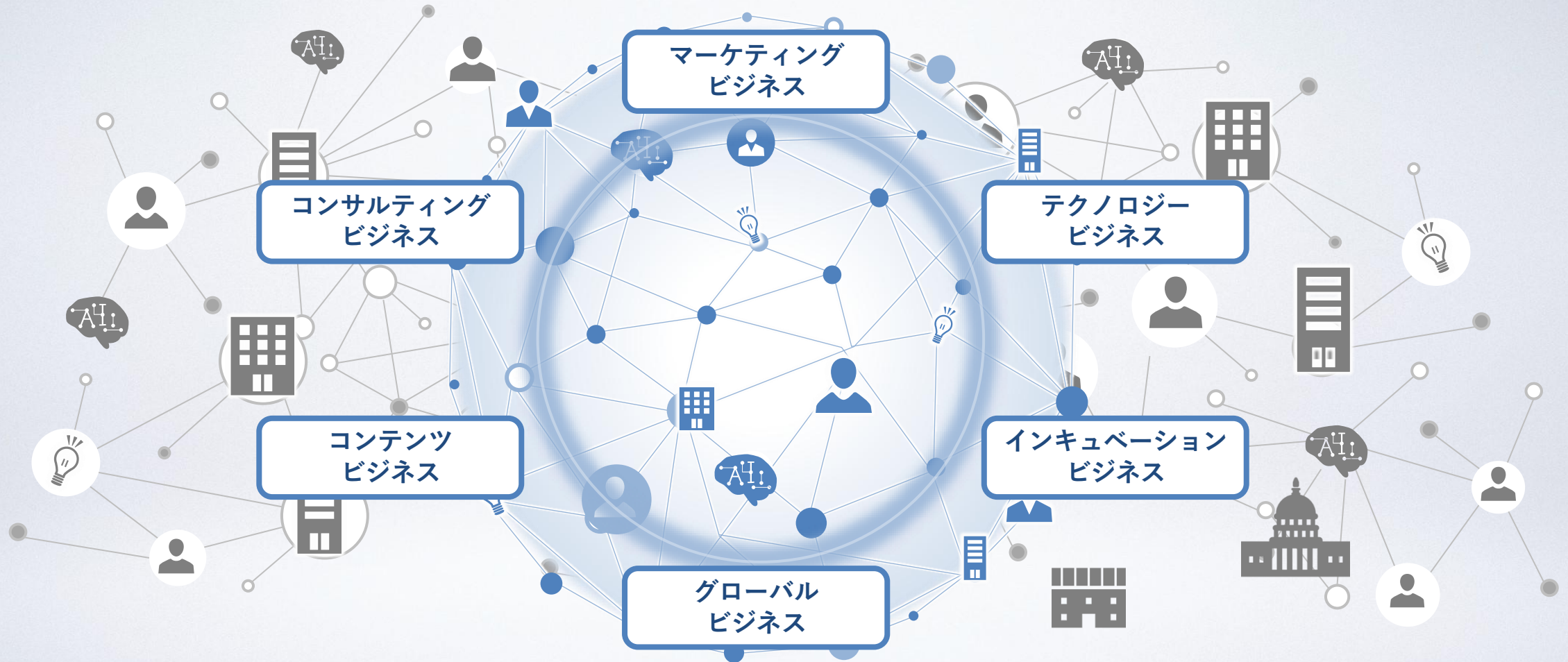
メディアプランニング

オーディエンス
セグメント～配信

クリエイティブ
プランニング

リブラン

目指すべき姿 Creativity Platform





補足資料

関連トピックス

- 2024年3月に発表した「バーチャル生活者」のプロトタイプを、データとテクノロジーの両面から高度化
- 市場データに忠実でリアルなバーチャル生活者との対話により、より深く多様な洞察を得ることが可能に

AIによる創造性の拡張

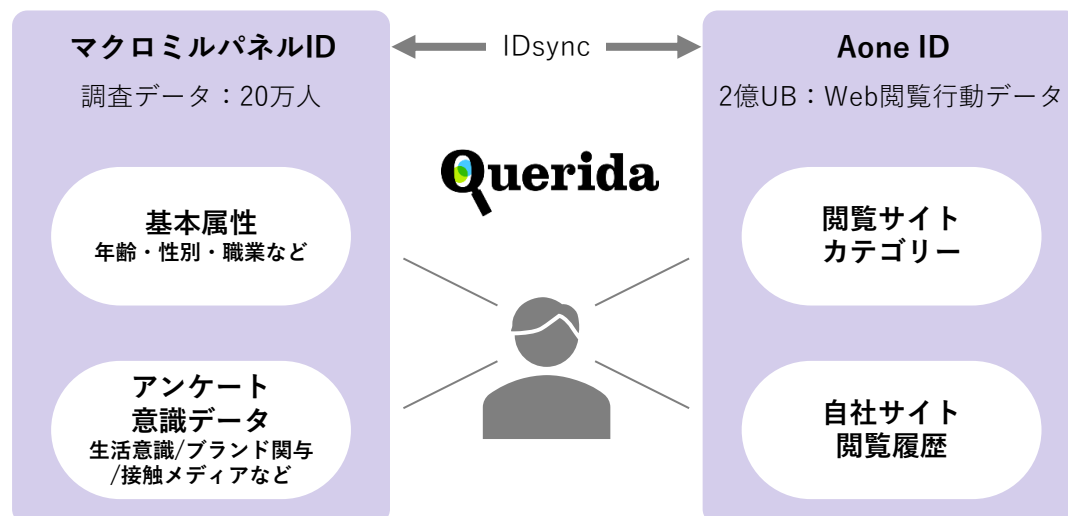
博報堂DYホールディングス

“エビデンスベースド”「バーチャル生活者」

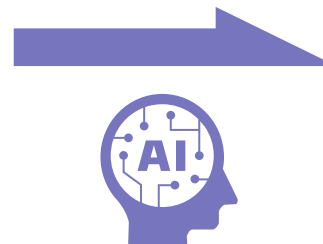
2018年より蓄積した毎年20万人の大規模パネル

20万人の調査データと2億のWeb行動ログをSyncし
「意識×Web閲覧行動×購買行動」を統合した大規模パネル

市場データに忠実でリアルなバーチャル生活者との対話により、 より質の高いインサイトワークが可能に



AIテクノロジーの 融合



コンテンツファン消費
行動調査CL12
田中 真理子

CL12、17歳 高校生女性。両親と実家で暮らしている。

デモグラフィック

概要
17歳 高校生女性。両親と実家で暮らしている。

詳細

[性年代]: 17歳 女性 [ライフステージ]: 学生女性 [世帯構成]: 2 世代世帯: 夫婦 (または、そのいずれか) と子ども (成人の子ども含む) だけの世帯 [未成年年齢]: [世帯年収]: [職業]: 高校生

メディア・インターネットサービス利用状況

概要

利用する媒体は基本的にスマホであり、Instagram、LINE、TikTokの他にXやBeRealなどのSNSを利用する。タイムラインで世の中や周りの人々の話題をチェックし、ファッションやコスメ、美容といった自分の知りたい情報にアクセスするだけでなく、仲のいい友達には発信することもある。他にも、気になる商品やサービスを探すためにSNSを利用し、商品を購入する際は楽天やAmazonよりもメルカリを利用する。決済アプリはPayPay。

詳細

[SNS利用頻度]: Instagram, TikTok, LINEは頻繁に利用するが、Xはたまに覗く程度で、Facebookは利用していない。[SNS利用目的]: タイムラインで動画や画像などを含む世の中の話題をチェックしたり、商品やサービスを検索したりする。好きなコンテンツや仲のいい友達など、自分の興味のある情報を得る。友達に向けてストーリーなどの動画で発信することもある。[その他サービス利用状況]: インスタ、TikTok、LINE、PayPay、メルカリなどを利用。Yahoo!や楽天、新聞などの利用は少ない。[インターネットでの情報接触ジャンル]: ファッションやコスメ、美容などの情報に接触。

- ✓ インサイトワーク
- ✓ クリエイティブプランニング
- ✓ オーディエンスセグメント～配信
- ✓ メディアプランニング
- ✓ アクティベーション施策開発
- ✓ リプラン

関連トピックス

- 松尾研究所との共同研究により、生成AIで広告表現を革新するアクションを加速
- AI活用における倫理的配慮や透明性を担保し、新たな価値創造と、市場の健全な発展に貢献

生成AIで広告表現を革新（松尾研究所との共同開発）

博報堂DYホールディングス / 博報堂テクノロジーズ

広告特化型LLM（大規模言語モデル）

[リリースリンク](#)

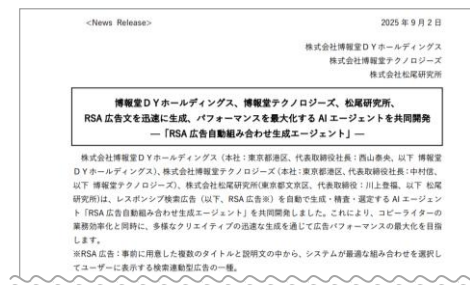
広告に特化したAIモデルを共同開発し、従来の広告生成AIに比べ、より多彩で人の心を動かす広告表現を生み出す新技術を確認。



RSA広告自動組み合わせ生成エージェント

[リリースリンク](#)

「広告特化型LLM」の技術を基盤として開発。RSA広告（レスポンス検索広告）を自動で生成・精査・選定するAIエージェントにより、業務効率化と同時に、広告パフォーマンス最大化を目指す。



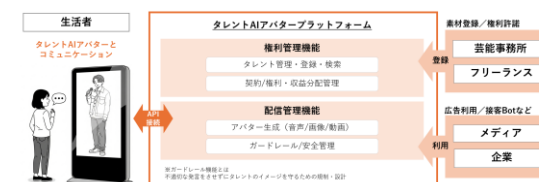
『人間中心のAI』の社会実装の推進

博報堂DYホールディングス / 博報堂 / Hakuhodo DY ONE

安心・安全なタレントAIアバター

[リリースリンク](#)

独自のガードレール※設計により、タレントの正規アバターを安全に開発・提供するプラットフォームを構築。



※ ガードレール機能：不適切な発言をさせずタレントのイメージを守るための規制・設計

人間のみに広告を配信するアドネットワーク

[リリースリンク](#)

LG電子、Tools for Humanityと共同で、デジタル広告領域におけるAI時代のアドフラウド問題に対する新たな取り組みとして、「Human-Verified Ad Network」の実証実験を実施。



関連トピックス

- 統合マーケティングプラットフォームの新たなモデルを拡充し、ビジネス基盤の強化を推進
- 若手が経営層を指導する「AIメンタリング」制度により、世代を越えた共創文化を醸成

統合マーケティングプラットフォーム CREATIVITY ENGINE BLOOMの新たなモデルをローンチ

博報堂DYホールディングス / 博報堂テクノロジーズ

ディスプレイ広告制作支援 プラットフォーム [リリースリンク](#)

AIを活用した、ディスプレイ広告におけるクリエイティブ制作支援プラットフォームを開発。



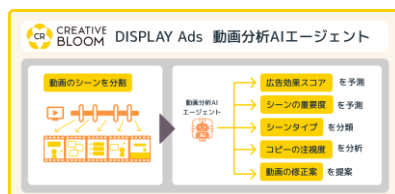
コンテンツを活用したマーケティング支援 [リリースリンク](#)

当社グループが独自に保有するデータをもとに、企業のマーケティング目的と親和性の高いコンテンツの選定やプランニングを支援するプロダクトを開発。



動画分析AIエージェント [リリースリンク](#)

「CREATIVITY BLOOM DISPLAY Ads」にて、AIエージェントによる動画広告の分析機能を開発。



AIエージェントギャラリー [リリースリンク](#)

デジタルクリエイティブ制作において、AIエージェントを迅速に開発し、利用することが可能に。



若手が経営層を指導する「AIメンタリング」制度

博報堂DYホールディングス

「GenAI HR Awards 2025」準グランプリを受賞 [リリースリンク](#)

一般社団法人生成AI活用普及協会（GUGA）が主催する「GenAI HR Awards 2025」において、企業セクター・大手企業の部で準グランプリを受賞。



（役員とAIメンター担当社員の実際の写真）

AIメンタリング
積極的にAIを活用している若手社員の中からAIメンターを選出し、ペアとなる博報堂DYグループの経営層に対し定期的にAIツールのトレーニングやサポートを行う一方、経営層は自身の経験知や知見を若手社員に提供する相互補完型のプログラム。

サステナビリティ：人権・DE&Iの取り組み

- 人権・DE&Iおよびジェンダー平等に向けた目標を定め、ジェンダー課題への取り組みを推進
- 具体的には、「全員活躍社会」の実現に向け、LGBTQ+に関する制度整備および社会への発信を行った

LGBTQ+に関する制度・環境整備

制度・環境の整備

取り組み内容

- 相談窓口の設置
- 配偶者要件の拡大
- 通称名の使用や希望する性の選択
- 多目的トイレの設置
- ハラスメント対応ガイドラインの設置
- 採用エントリー時における男女以外の性別選択
- 社内啓発イベントの実施
- 研修動画の配信

グループ横断の勉強会



社会への発信

- アジア最大級のLGBTQ+イベント「Tokyo Pride」に初出展（2025年6月）



クリエイティブの力による理解・行動変容を促進する取り組みを行った

損益計算書

GAAP（日本基準）ベース連結損益計算書 2026年3月期 上期

(金額：百万円)	累計（6か月）			四半期（3か月）			
	実績	対前年同期比		Q1実績	前年同期比	Q2実績	前年同期比
売上高	695,023	-40,369	-5.5%	339,011	-3.8%	356,012	-7.0%
収益	366,131	-61,722	-14.4%	169,820	-15.2%	196,310	-13.7%
売上総利益	179,933	-3,612	-2.0%	85,815	-3.6%	94,117	-0.4%
売上総利益率	25.9%	+0.9pt		25.3%	+0.1pt	26.4%	+1.8pt
販管費	169,190	-5,479	-3.1%	83,288	-1.8%	85,902	-4.4%
営業利益	10,742	+1,866	+21.0%	2,527	-39.9%	8,215	+76.0%
OM率	6.0%	+1.1pt		2.9%	-1.8pt	8.7%	+3.8pt
営業外収益	2,465	-1,607	-39.5%	1,837	-44.0%	627	-20.8%
営業外費用	2,511	-638	-20.3%	1,460	+79.6%	1,050	-55.0%
経常利益	10,696	+897	+9.2%	2,904	-56.5%	7,792	+149.4%
特別利益	329	-1,045	-76.0%	298	-68.5%	31	-92.6%
特別損失	3,967	-3,124	-44.1%	959	-57.0%	3,008	-38.1%
税金等調整前四半期純利益	7,058	+2,976	+72.9%	2,243	-58.4%	4,815	n/a
法人税等	6,173	-1,764	-22.2%	3,865	-4.0%	2,308	-41.0%
非支配株主に帰属する四半期純利益	575	-558	-49.3%	194	-81.3%	380	+325.2%
親会社株主に帰属する四半期純利益	310	+5,300	n/a	-1,816	-671.6%	2,127	n/a
のれん等償却額	6,216	-1,985	-24.2%	3,447	-15.6%	2,768	-32.7%
のれん償却前四半期純利益	6,527	+3,314	+103.1%	1,631	-63.0%	4,896	n/a

※ のれん等償却額は、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

損益計算書（調整後）

2026年3月期 上期

	累計（6か月）			四半期（3か月）			
調整後損益							
（金額：百万円）	実績	対前年同期比	前年同期比	Q1実績	前年同期比	Q2実績	前年同期比
売上高	695,023	-37,103	-5.1%	339,011	-2.9%	356,012	-7.0%
売上総利益	179,933	-356	-0.2%	85,815	+0.0%	94,117	-0.4%
売上総利益率	25.9%	+1.3pt		25.3%	+0.7pt	26.4%	+1.8pt
販管費	169,190	-5,479	-3.1%	83,288	-1.8%	85,902	-4.4%
営業利益	10,742	+5,122	+91.1%	2,527	+165.6%	8,215	+76.0%
OM率	6.0%	+2.9pt		2.9%	+1.8pt	8.7%	+3.8pt
のれん等償却額	6,216	-1,985	-24.2%	3,447	-15.6%	2,768	-32.7%
のれん償却前営業利益	16,959	+3,136	+22.7%	5,975	+18.6%	10,984	+25.1%
のれん償却前OM率	9.4%	+1.8pt		7.0%	+1.1pt	11.7%	+2.4pt
調整額							
（金額：百万円）	実績	対前年同期比		Q1実績	前年同期比	Q2実績	前年同期比
売上高	0	-3,266		0	-3,266	0	+0
売上総利益	0	-3,256		0	-3,256	0	+0
販管費	0	+0		0	+0	0	+0
営業利益	0	-3,256		0	-3,256	0	+0

※のれん等償却額とは、のれん償却額および企業結合により発生した無形資産の償却額の合計である。

※ 調整額：連結子会社であるユナイテッド株式会社が保有する、株式会社メルカリの株式の売却益を指す。「調整後」は当該金額を除くことを意味する。

地域別業績

2026年3月期 上期

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	対前年同期比
日本			
売上高	598,081	-27,145	-4.3%
収益	269,188	-48,498	-15.3%
売上総利益	131,733	-1,725	-1.3%
販管費	102,501	-1,488	-1.4%
営業利益	29,232	-237	-0.8%
海外			
売上高	101,313	-13,708	-11.9%
収益	101,313	-13,708	-11.9%
売上総利益	50,857	-2,172	-4.1%
販管費	53,477	-5,196	-8.9%
営業利益	-2,620	+3,023	n/a
消去または全社			
売上高	-4,371	+484	
収益	-4,371	+484	
売上総利益	-2,657	+285	
販管費	13,211	+1,205	
営業利益	-15,868	-919	
連結			
売上高	695,023	-40,369	-5.5%
収益	366,131	-61,722	-14.4%
売上総利益	179,933	-3,612	-2.0%
販管費	169,190	-5,479	-3.1%
営業利益	10,742	+1,866	+21.0%

地域別業績（累計および四半期）

2026年3月期 上期

累計（6か月）				四半期（3か月）			
日本（調整後）							
（金額：百万円）	累計実績	対前年同期比		Q1実績	対前年同期比	Q2実績	対前年同期比
売上高	598,081	-23,879	-3.8%	294,367	-1.2%	303,713	-6.3%
売上総利益	131,733	+1,530	+1.2%	61,983	+1.2%	69,749	+1.2%
売上総利益率	22.0%	+1.1pt		21.1%	+0.5pt	23.0%	+1.7pt
販管費	102,501	-1,488	-1.4%	48,031	-2.1%	54,469	-0.8%
営業利益	29,232	+3,018	+11.5%	13,951	+14.5%	15,280	+9.0%
OM率	22.2%	+2.1pt		22.5%	+2.6pt	21.9%	+1.6pt
のれん等償却額	984	-154	-13.6%	492	-9.5%	492	-17.3%
のれん償却前営業利益	30,216	+2,863	+10.5%	14,444	+13.4%	15,772	+7.9%
のれん償却前OM率	22.9%	+1.9pt		23.3%	+2.5pt	22.6%	+1.4pt
海外							
（金額：百万円）	累計実績	対前年同期比		Q1実績	対前年同期比	Q2実績	対前年同期比
売上高	101,313	-13,708	-11.9%	47,156	-12.3%	54,156	-11.6%
売上総利益	50,857	-2,172	-4.1%	25,310	-2.7%	25,546	-5.5%
売上総利益率	50.2%	+4.1pt		53.7%	+5.3pt	47.2%	+3.1pt
販管費	53,477	-5,196	-8.9%	27,625	-4.8%	25,852	-12.8%
営業利益	-2,620	+3,023	n/a	-2,314	n/a	-305	n/a
OM率	-5.2%	+5.5pt		-9.1%	+2.4pt	-1.2%	+8.6pt
のれん等償却額	5,231	-1,831	-25.9%	2,955	-16.6%	2,276	-35.3%
のれん償却前営業利益	2,611	+1,192	+84.1%	641	+18.6%	1,970	+124.3%
のれん償却前OM率	5.1%	+2.5pt		2.5%	+0.5pt	7.7%	+4.5pt

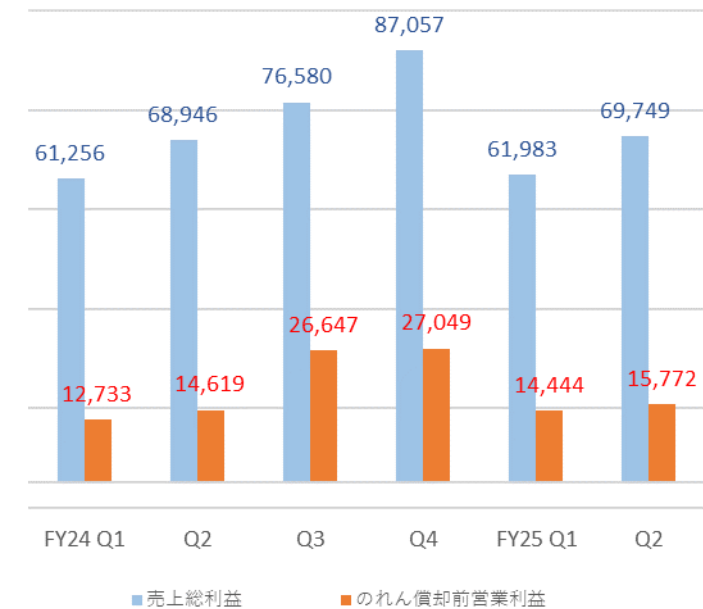
地域別業績（日本：調整後）

2026年3月期 上期

（金額：百万円）	実績	対前年同期比	
売上高	598,081	-23,879	-3.8%
売上総利益	131,733	+1,530	+1.2%
売上総利益率	22.0%	+1.1pt	
販管費	102,501	-1,488	-1.4%
営業利益	29,232	+3,018	+11.5%
OM率	22.2%	+2.1pt	
のれん等償却額	984	-154	-13.6%
のれん償却前営業利益	30,216	+2,863	+10.5%
のれん償却前OM率	22.9%	+1.9pt	

売上総利益・のれん償却前営業利益の推移
（四半期（3ヶ月）ベース）

（金額：百万円）



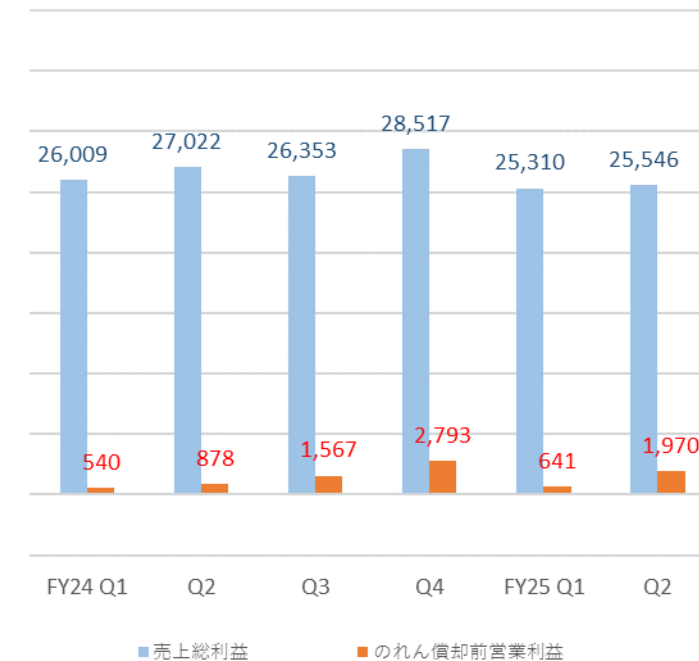
地域別業績（海外）

2026年3月期 上期

（金額：百万円）	実績	対前年同期比	
売上高	101,313	-13,708	-11.9%
売上総利益	50,857	-2,172	-4.1%
売上総利益率	50.2%	+4.1pt	
販管費	53,477	-5,196	-8.9%
営業利益	-2,620	+3,023	n/a
OM率	-5.2%	+5.5pt	
のれん等償却額	5,231	-1,831	-25.9%
のれん償却前営業利益	2,611	+1,192	+84.1%
のれん償却前OM率	5.1%	+2.5pt	

売上総利益・のれん償却前営業利益の推移
（四半期（3ヶ月）ベース）

（金額：百万円）



国内：種目別売上高

2026年3月期 上期

(金額：百万円)	実績	対前年同期比		構成比
新聞	10,724	-867	-7.5%	1.8%
雑誌	2,462	-517	-17.4%	0.4%
ラジオ	3,878	-403	-9.4%	0.7%
テレビ	160,333	-15,576	-8.9%	27.6%
4マス計	177,400	-17,364	-8.9%	30.5%
インターネットメディア	172,275	+4,729	+2.8%	29.6%
アウトドアメディア	18,320	+2,137	+13.2%	3.2%
メディア計	367,995	-10,498	-2.8%	63.3%
クリエイティブ	72,034	+2,765	+4.0%	12.4%
マーケティング／プロモーション	123,320	-16,268	-11.7%	21.2%
その他（コンテンツ等）	18,204	+2,060	+12.8%	3.1%
メディア以外計	213,559	-11,442	-5.1%	36.7%
種目別売上高計	581,555	-21,940	-3.6%	100.0%
インターネット領域売上高	203,997	+6,306	+3.2%	35.1%

種目別売上高（累計および四半期）

2026年3月期 上期

	累計（6か月）			四半期（3か月）			
（金額：百万円）	累計実績	対前年同期比		Q1実績	前年同期比	Q2実績	前年同期比
新聞	10,724	-867	-7.5%	5,113	-7.6%	5,611	-7.4%
雑誌	2,462	-517	-17.4%	1,121	-14.9%	1,341	-19.3%
ラジオ	3,878	-403	-9.4%	1,908	-13.4%	1,970	-5.3%
テレビ	160,333	-15,576	-8.9%	80,010	-9.7%	80,323	-7.9%
4マス計	177,400	-17,364	-8.9%	88,153	-9.8%	89,247	-8.1%
インターネットメディア	172,275	+4,729	+2.8%	90,803	+5.5%	81,471	+0.0%
アウトドアメディア	18,320	+2,137	+13.2%	8,959	+12.6%	9,360	+13.8%
メディア計	367,995	-10,498	-2.8%	187,915	-2.0%	180,079	-3.6%
クリエイティブ	72,034	+2,765	+4.0%	34,567	+5.2%	37,467	+2.9%
マーケティング／プロモーション	123,320	-16,268	-11.7%	57,102	+1.0%	66,218	-20.3%
その他（コンテンツ等）	18,204	+2,060	+12.8%	7,415	-4.7%	10,788	+29.0%
メディア以外計	213,559	-11,442	-5.1%	99,085	+2.0%	114,474	-10.4%
上記種目合計	581,555	-21,940	-3.6%	287,001	-0.7%	294,553	-6.4%
インターネット領域売上高	203,997	+6,306	+3.2%	105,351	+5.2%	98,645	+1.1%

国内：業種別売上高

2026年3月期 上期

(金額：百万円)	実績	対前年同期比		構成比
情報・通信	66,256	-5,407	-7.5%	12.4%
外食・各種サービス	56,228	+1,672	+3.1%	10.5%
飲料・嗜好品	55,980	+1,369	+2.5%	10.5%
自動車・輸送機器・関連品	42,256	-1,860	-4.2%	7.9%
金融・保険	41,295	+5,494	+15.3%	7.7%
食品	38,571	-242	-0.6%	7.2%
化粧品・トイレタリー	33,393	-4,234	-11.3%	6.2%
交通・レジャー	28,818	+1,004	+3.6%	5.4%
薬品・医療用品	27,468	-473	-1.7%	5.1%
不動産・住宅設備	24,005	-108	-0.4%	4.5%
流通・小売業	22,517	-6,770	-23.1%	4.2%
ファッション・アクセサリー	12,971	-1,628	-11.2%	2.4%
官公庁・団体	12,435	-15,809	-56.0%	2.3%
エネルギー・素材・機械	11,702	+784	+7.2%	2.2%
ゲーム・スポーツ・趣味用品	10,792	-1,514	-12.3%	2.0%
家庭用品	10,089	+1,578	+18.6%	1.9%
精密機器・事務用品	9,483	+1,444	+18.0%	1.8%
家電・AV機器	8,575	+102	+1.2%	1.6%
医療・教育・宗教	8,426	+2,389	+39.6%	1.6%
出版	6,696	-425	-6.0%	1.3%
案内・その他	7,153	-229	-3.1%	1.3%
業種別売上高計	535,119	-22,863	-4.1%	100.0%

※業種別売上高の集計対象会社変更については、P.53注意事項ページを参照。 42

国内：業種別売上高

● 主な増加業種

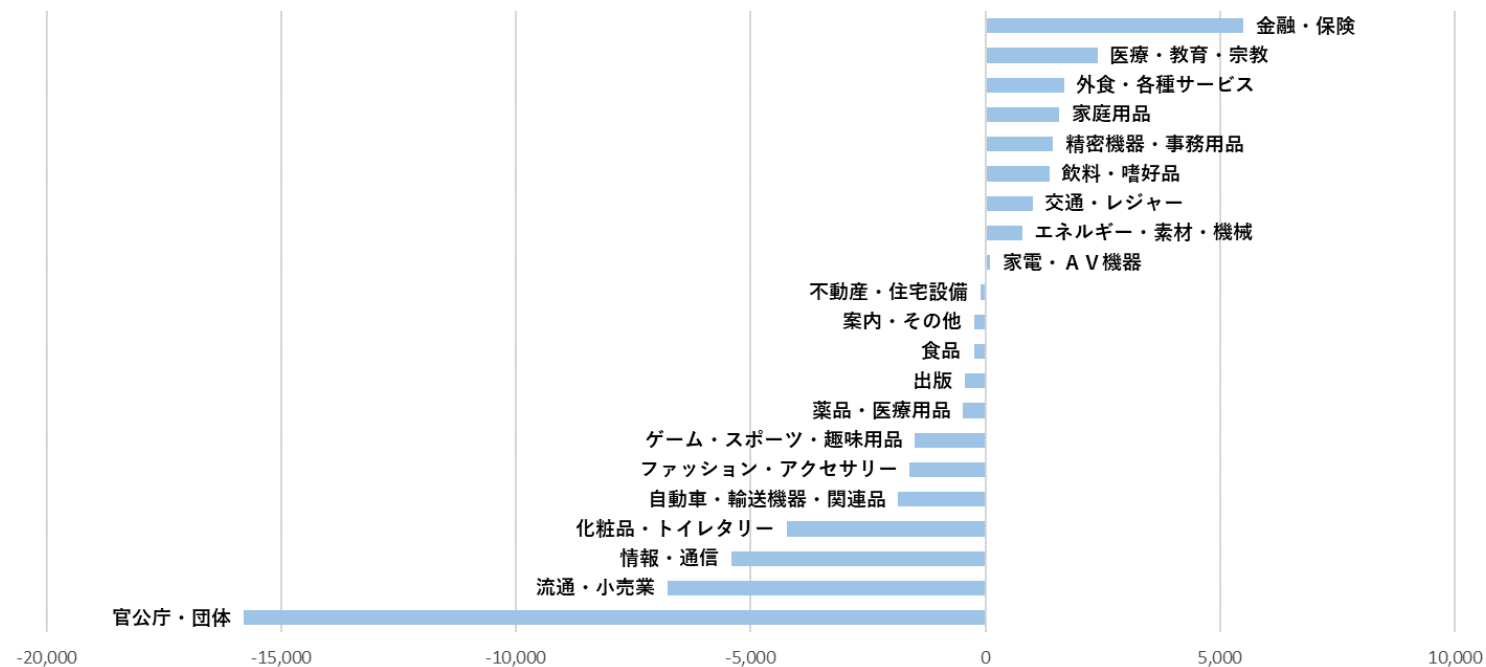
－ 金融・保険	当期実績	412億円	前年同期比	+54億円 (+15.3%)
－ 医療・教育・宗教		84億円		+23億円 (+39.6%)

● 主な減少業種

－ 官公庁・団体	当期実績	124億円	前年同期比	-158億円 (-56.0%)
－ 流通・小売業		225億円		-67億円 (-23.1%)

2026年3月期 上期 前年同期比増減額

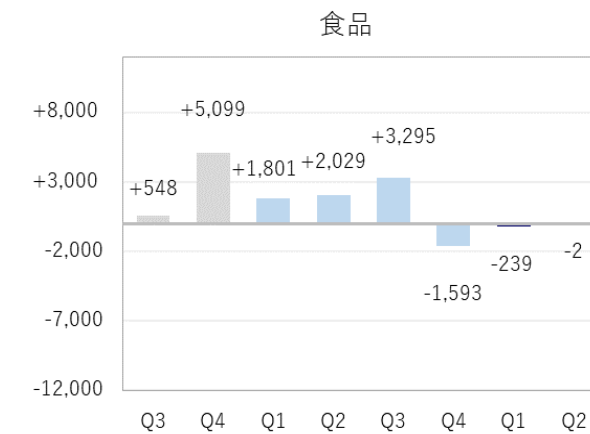
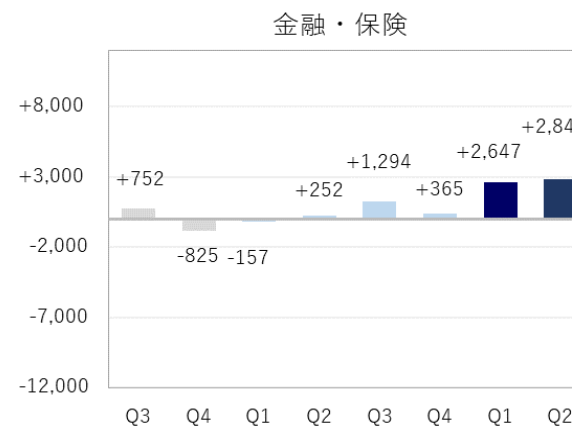
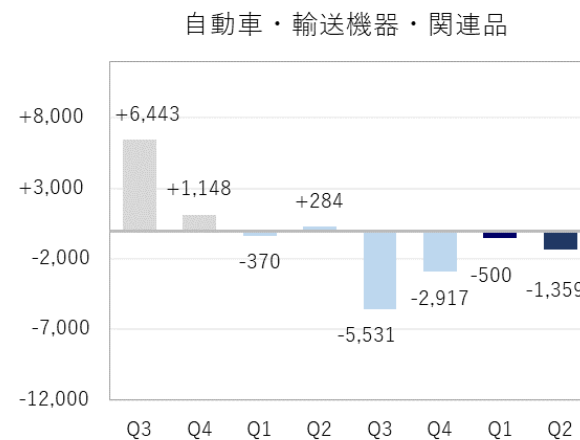
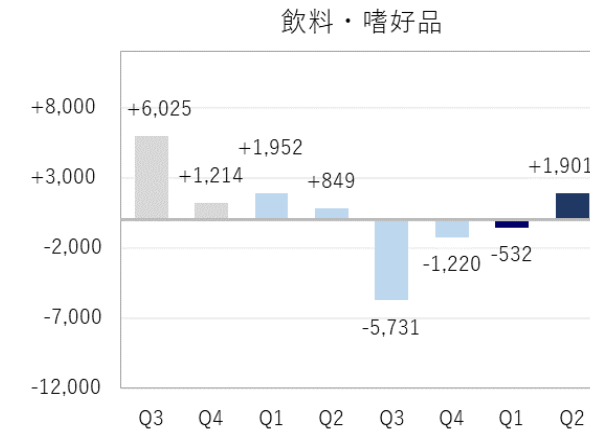
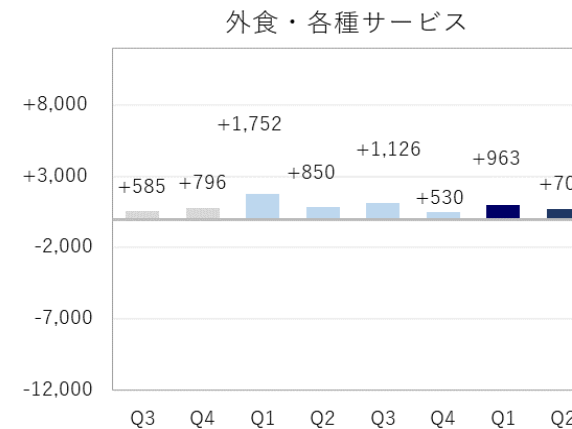
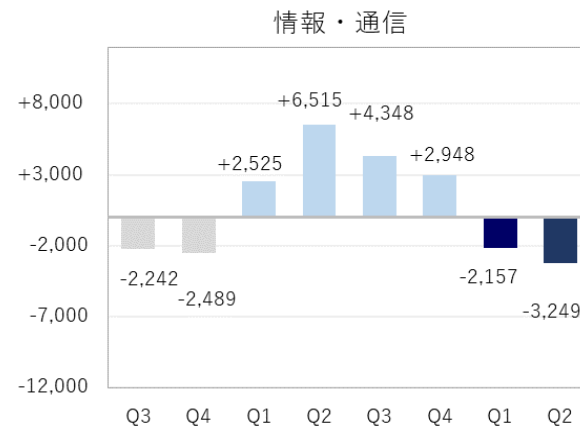
金額単位：百万円



国内：業種別前年同期比（四半期単位）（1）

24年3月期
 25年3月期
 26年3月期

金額：百万円

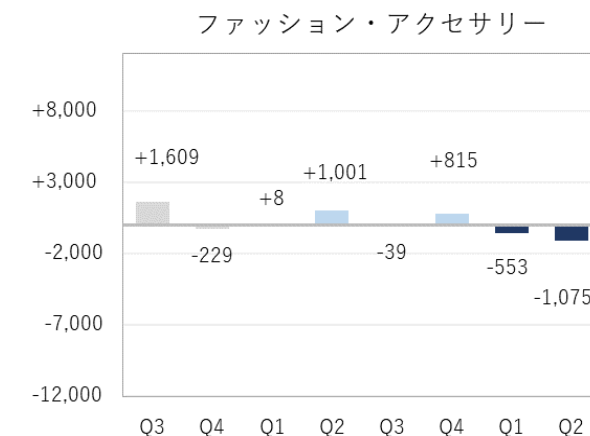
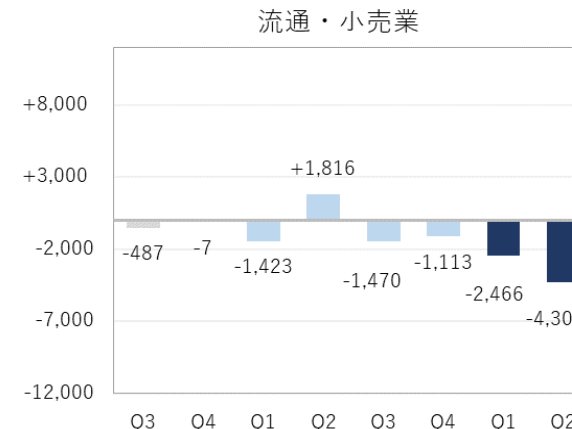
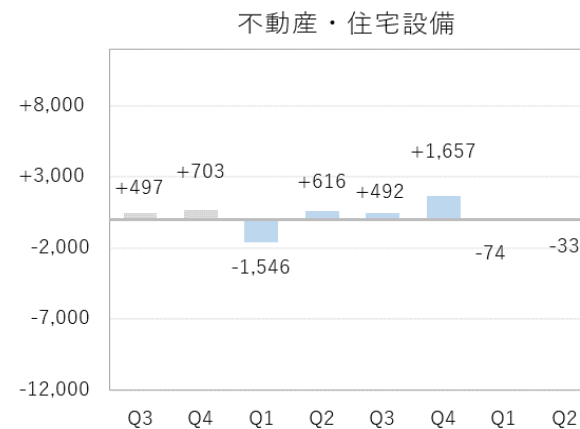
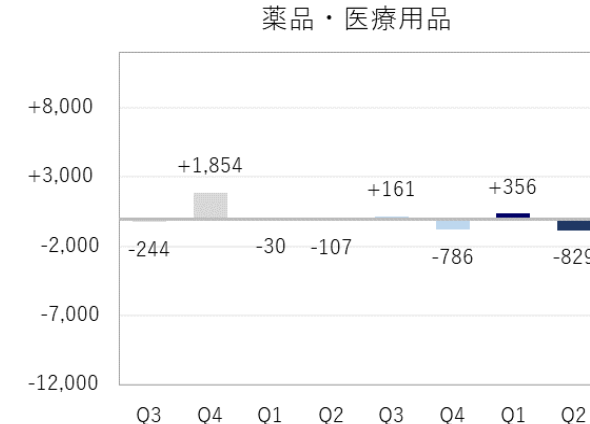
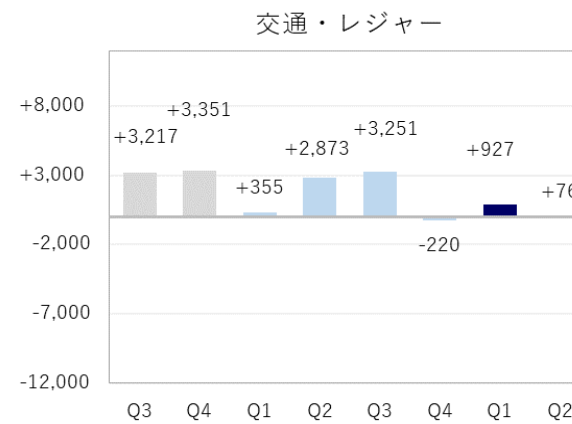
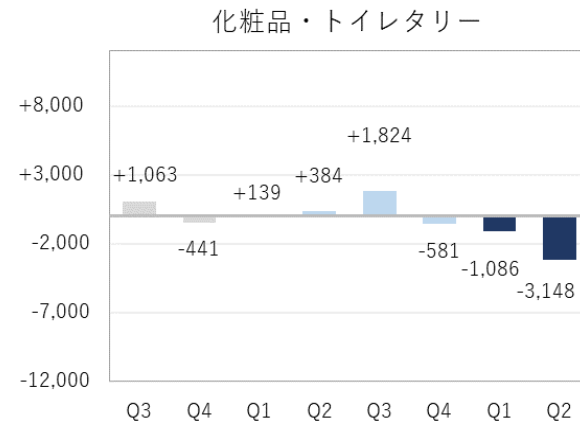


※業種別売上高の集計対象会社変更については、P.53注意事項ページを参照。
 ※24年3月期および25年3月期の前年同期比は、集計対象会社変更前の数値。

国内：業種別前年同期比（四半期単位）（2）

24年3月期
 25年3月期
 26年3月期

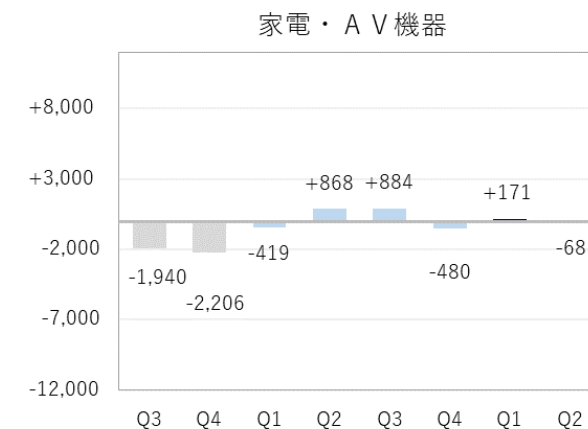
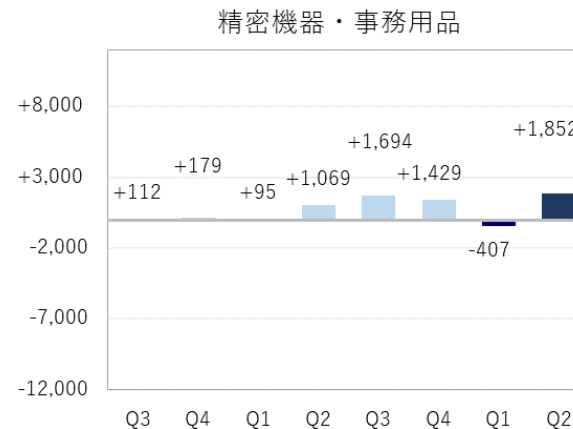
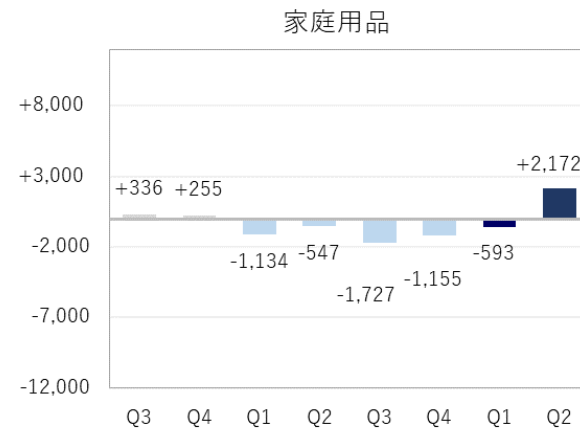
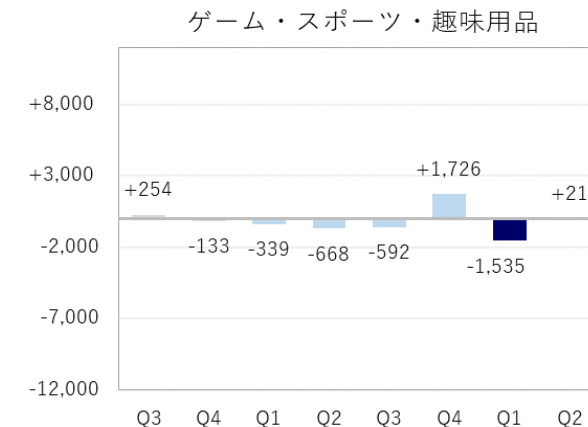
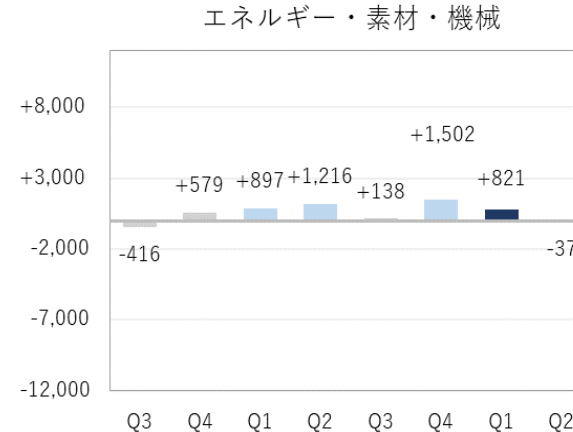
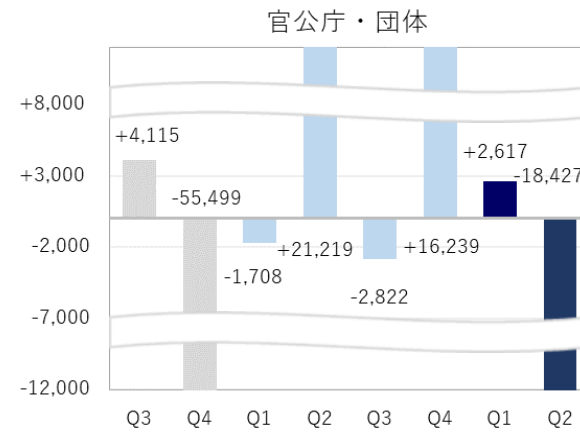
金額：百万円



※業種別売上高の集計対象会社変更については、P.53注意事項ページを参照。
 ※24年3月期および25年3月期の前年同期比は、集計対象会社変更前の数値。

国内：業種別前年同期比（四半期単位）（3）

24年3月期 25年3月期 26年3月期
金額：百万円

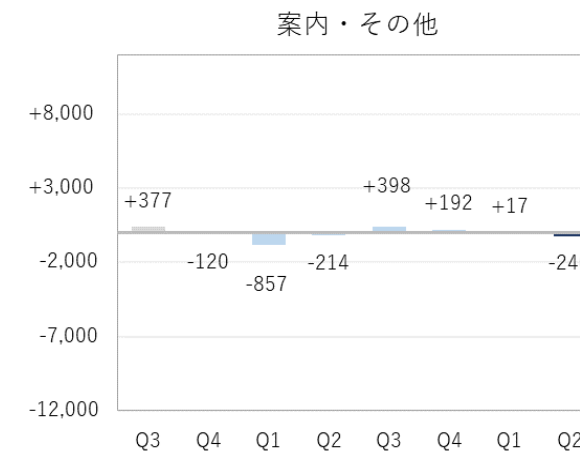
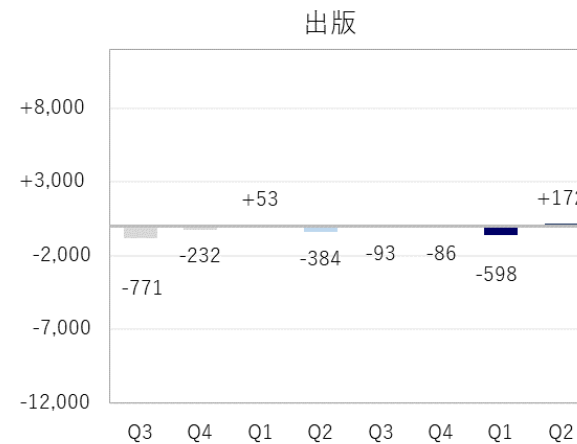
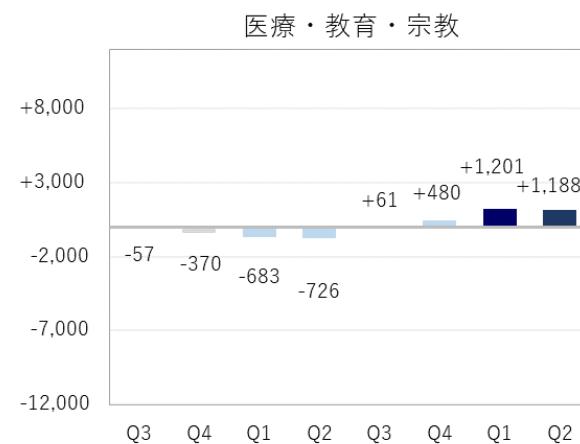


※業種別売上高の集計対象会社変更については、P.53注意事項ページを参照。
※24年3月期および25年3月期の前年同期比は、集計対象会社変更前の数値。

国内：業種別前年同期比（四半期単位）（4）

24年3月期 25年3月期 26年3月期

金額：百万円



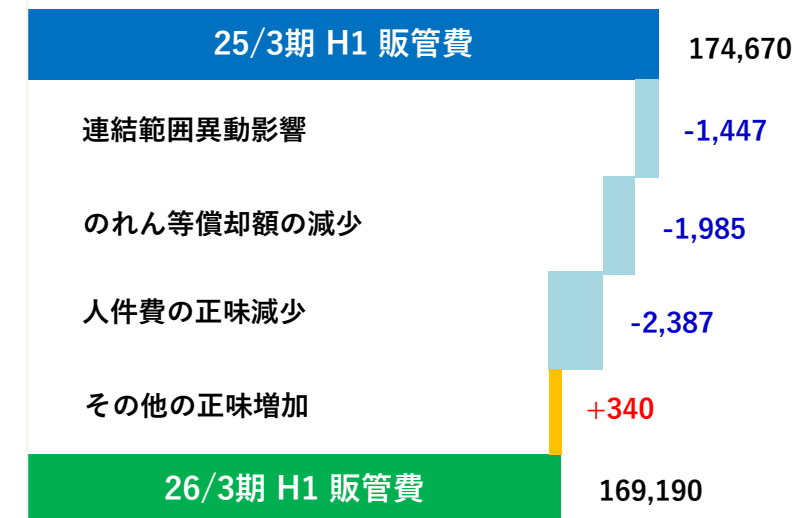
※業種別売上高の集計対象会社変更については、P.53注意事項ページを参照。
 ※24年3月期および25年3月期の前年同期比は、集計対象会社変更前の数値。

販売費及び一般管理費

2026年3月期 上期

(金額：百万円)	実績	対前年同期比	
人件費	114,038	-3,275	-2.8%
賃借料	9,548	-765	-7.4%
減価償却費	5,815	+625	+12.0%
のれん等償却額	6,216	-1,985	-24.2%
その他	33,571	-77	-0.2%
その他	55,152	-2,203	-3.8%
販売費及び一般管理費 計	169,190	-5,479	-3.1%

販売費及び一般管理費の主要増減要素（百万円）



営業外損益・特別損益

2026年3月期 上期

営業外損益

(金額：百万円)

実績

対前年同期比

営業外収益

2,465

-1,607

内 受取利息

341

-57

受取配当金

1,347

-28

投資事業組合運用益

-

-1,257

営業外費用

2,511

-638

内 支払利息

662

+81

為替差損

75

-1,285

持分法損失

776

+120

投資事業組合運用損

429

+429

特別損益

(金額：百万円)

実績

対前年同期比

特別利益

329

-1,045

内 投資有価証券売却益

127

関係会社株式売却益

149

特別損失

3,967

-3,124

内 特別退職金

2,302

固定資産除却損

776

投資有価証券評価損

170

事務所移転費用

76

減損損失

46

貸借対照表

(金額：百万円)	25年9月末	前期末比	構成比
流動資産	542,216	-171,057	61.6%
内 現金及び預金	124,458	-87,046	
受取手形及び売掛金	326,298	-87,052	
固定資産	338,069	+1,151	38.4%
有形固定資産	53,252	-4,539	
無形固定資産	89,156	-10,454	
内 のれん	49,962	-7,250	
投資その他の資産	195,660	+16,145	
内 投資有価証券	146,458	+19,623	
資産合計	880,286	-169,905	100.0%
流動負債	318,310	-151,524	36.2%
内 支払手形及び買掛金	208,361	-51,658	
短期借入金	6,677	-204	
1年内返済予定長期借入金	514	-71	
固定負債	166,582	-92	18.9%
内 長期借入金	83,977	-113	
負債合計	484,892	-151,616	55.1%
株主資本	328,039	-8,273	37.3%
資本金	10,790	-	
利益剰余金	339,990	-6,305	
自己株式	-22,742	-1,968	
その他の包括利益累計額	55,249	+1,306	6.3%
新株予約権	-	-127	0.0%
非支配株主持分	12,104	-11,195	1.4%
純資産合計	395,393	-18,288	44.9%

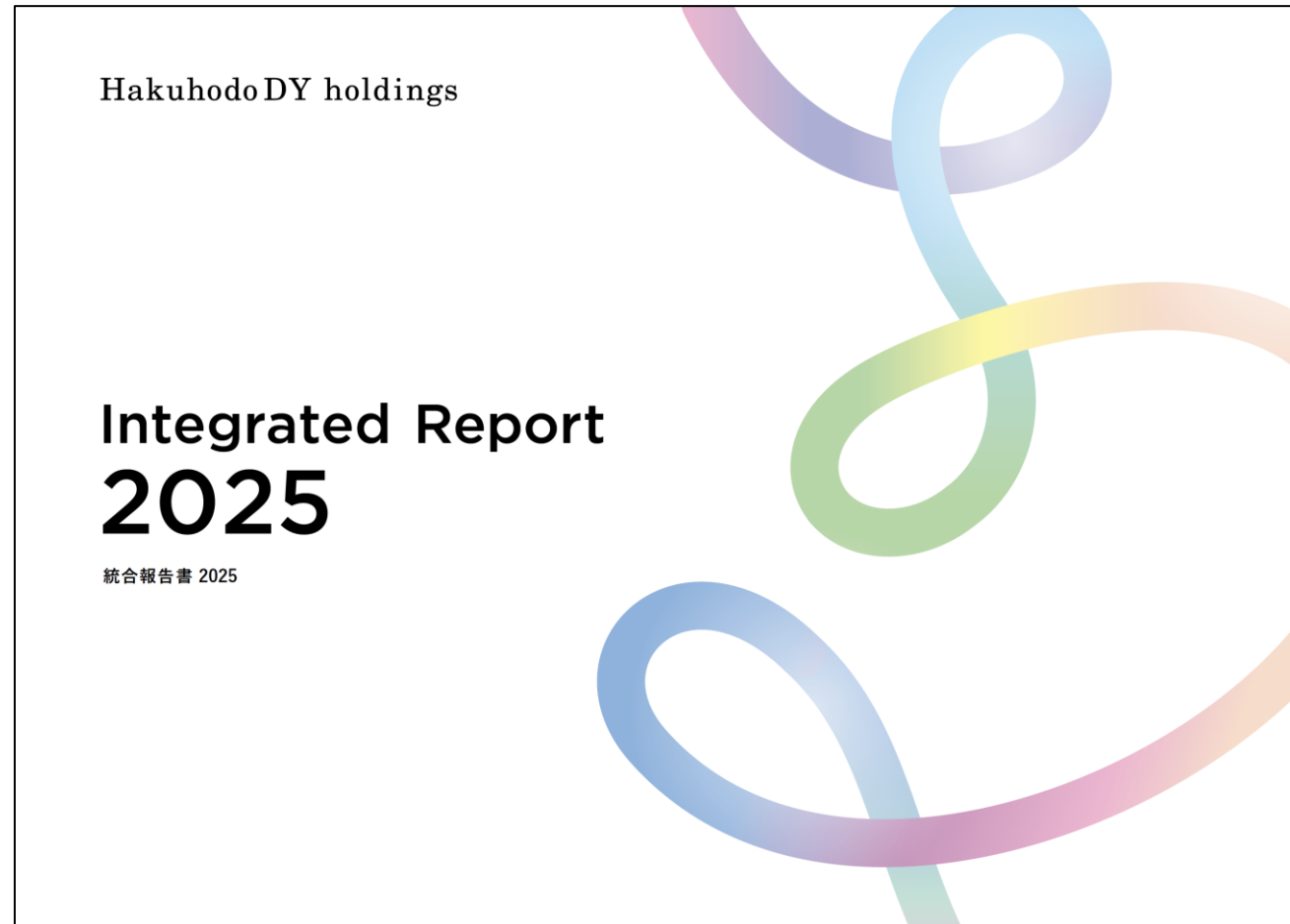
キャッシュ・フロー計算書

2026年3月期 上期

(金額：百万円)	実績	前年同期比
営業活動によるキャッシュ・フロー	-53,351	-54,827
投資活動によるキャッシュ・フロー	-18,833	-5,371
有形固定資産の取得による支出	-1,530	+70
無形固定資産の取得による支出	-3,854	+1,167
投資有価証券の取得による支出	-2,500	-722
投資有価証券の売却による収入	560	-635
子会社株式及び出資金の取得による支出	-967	+3,022
連結範囲の変更を伴う子会社株式の取得支出	-184	+873
財務活動によるキャッシュ・フロー	-10,348	+6,528
短期借入金の純増減	225	+8,834
長期借入金・社債の純増減	-290	-290
自己株式の取得による支出	-2,252	-2,252
配当金の支払額	-5,877	-3
非支配株主への配当金の支払額	-413	+475
連結範囲の変更を伴わない子会社株式の取得支出	-1,181	-1,055
現金及び現金同等物の期首残高	207,520	+27,452
現金及び現金同等物の期末残高	121,150	-33,598

「統合報告書2025」

- サステナビリティ関連情報の詳細は、2025年11月5日(水)公開の「統合報告書2025」をご確認ください。



<https://www.hakuhodody-holdings.co.jp/ir/library/ar/>

本資料ご利用上の注意事項について

（見通しに関する注意事項）

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
- （８） 天災、疫病の流行、紛争等によるリスク

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。

（会計基準の変更について）

当社は、2022年3月期第1四半期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）を適用しており、本資料は同基準適用後の数値に基づき作成しております。

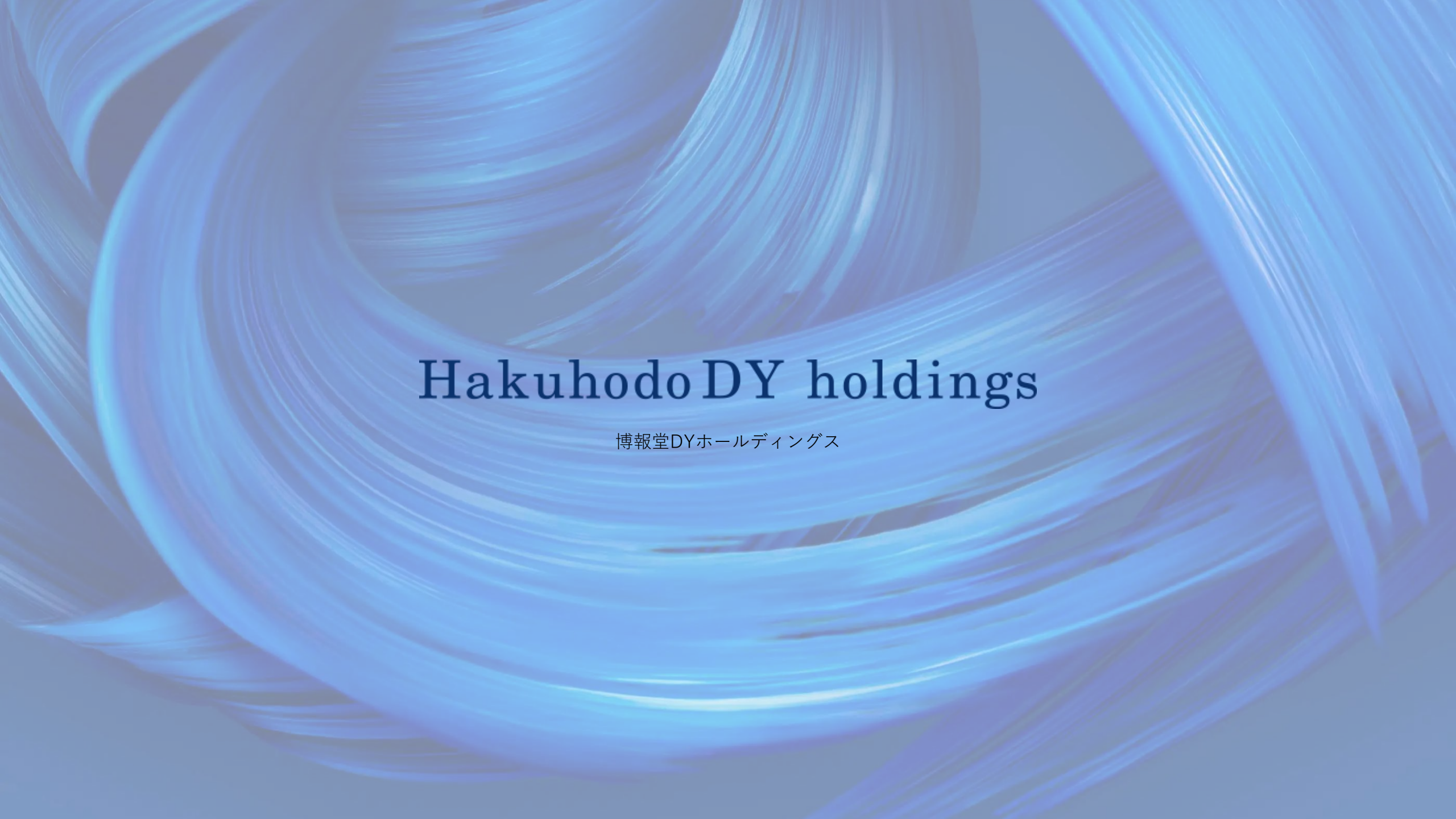
また、同基準の適用により、従来の「売上高」は連結財務諸表等において掲載されませんが、当社グループの業績を把握するために有用であると判断し、本資料では2025年3月期に引き続き掲載しております。

（種目別/業種別売上高の集計対象会社の変更について）

2026年3月期より、適切な実態把握を目的として、集計対象会社の見直しを実施しました。なお、2025年3月期の種目別/業種別売上高は、原則変更後の区分方法に基づき集計しておりますが、一部変更前の数値を掲載しております。

（会計監査について）

本資料内の数値につきましては、独立監査人の監査を受けておりません。

The background of the entire image is a deep blue with dynamic, swirling brushstrokes in lighter shades of blue and white, creating a sense of movement and depth.

HakuhodoDY holdings

博報堂DYホールディングス