

D.A.Consortium **holdings**

BUSINESS

REPORT

2017

第1期 事業報告書

時代の変化に対応するための新しい船出

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社 (DAC) と株式会社アイレップは、創業以来20年にわたってインターネット広告市場の形成に携わり、業界をリードしてきました。昨年10月、両社は体制を一新し、持株会社「D.A.コンソーシアムホールディングス株式会社」を設立しました。その傘下で、事業会社DACとアイレップの2社が中核となりビジネスを推進する体制が、グループの新しい形です。

DACの顧客は主に媒体社と広告会社であり、アイレップの顧客はクライアント企業です。それぞれの顧客に向き合いながら、ビジネス領域の重複を整理し、相互に補完し合い、グループのパフォーマンスをさらに向上させていくことが再編の狙いです。

ビジネス環境の変化は日々加速しています。とりわけデジタルマーケティングの世界は、他のビジネス分野を大きく上回るスピードで変わり続けています。その変化に対応し、媒体社、広告会社、クライアント企業、そして生活者に提供する価値を最大化していくためには、私たち自身が変わり続けなければなりません。新しい体制のもとで、当社グループは常に最適なフォーメーションを追求し続けます。

変化はまた大きなチャンスでもあります。そのチャンスをビジネスの成長につなげるには、果敢なチャレンジが必要です。大きな変化をグループの成長へとつなげ、社会への貢献に努めてまいります。変化に柔軟に対応し、挑戦を続けることで、デジタルマーケティングの市場を牽引していきます。

D.A.コンソーシアムホールディングスと、事業会社であるDACおよびアイレップのこれからの活躍に、ぜひご期待ください。

代表取締役社長

島田 雅也



東証二部上場 証券コード:6534

D.A.コンソーシアムホールディングス株式会社
D.A.Consortium Holdings Inc.

D.A.Consortium holdings



拡大と成長を続けてきたDACグループとアイレップグループが新体制のもとで目指すさらなる躍進

持株会社設立後の初めての決算

グループ企業であったデジタル・アドバイジング・コンソーシアム (DAC) とアイレップは、2016年10月3日、共同株式移転を実施し、持株会社「D.A.コンソーシアムホールディングス」を設立。これによりグループは新しい時代に入ることとなった。

DACの設立は1996年12月にさかのぼり、2001年7月にナスダック・ジャパン (現JASDAQ) 市場に上場した。97年11月設立のアイレップがDACと資本・業務提携したのは09年。翌年にはDACの連結子会社となった。今回の持株会社設立によって、これまで親子関係にあったDACとアイレップは、上場会社D.A.コンソーシアムホールディングスのもとで事業を推進する100%子会社となった。

D.A.コンソーシアムホールディングスの体制となって初の決算となるこの2017年3月期の売上高は前年比27.5%増収の1847億79百万円、営業利益は前年比36.9%増益の69億28百万円と、それぞれ大きく成長した。(※)

拡大を続ける動画広告市場

この成長の推進力となっているのが、動画広告とコミュニケーションメディアの広告取引拡大である。

PCやスマートフォンのメディアに動画を配信する動画広告市場が立ち上がったのは、2014年から15年にかけてのことだ。DACの動画広告関連の売上は、15年3月期が42億円、16年3月期が99億円、17年3月期が143億円と、毎年伸長を続けている。

当初は、YouTubeなどの動画コンテンツ内に挿入

される「インストリーム型」が主だった動画広告だが、技術の進化により、ニュースサイトなどの記事コンテンツ内に表示される「インリード型」、Facebook、Twitterなどのフィード(新着情報、新着記事の一覧ページ)内に表示される「インフィード型」、従来のバナー広告の枠で動画広告を展開する「インバナー型」など、フォーマットが年々多様化し、それにもなって市場も拡大を続けている。

今後は、コンテンツの質をより高め、動画広告の可能性を広げることによって、この市場での売上をさらに伸ばすことがD.A.コンソーシアムホールディングスの目標である。

コミュニケーションメディアにおける広告ビジネスをリードする

Facebook、Twitter、LINEを中心とする「コミュニケーションメディア」は、スマートフォンでの利用が増えており、ユーザー数、プラットフォームとしての信頼感などにおいて、多くのナショナルクライアントが広告展開するうえで欠かせない存在となっている。

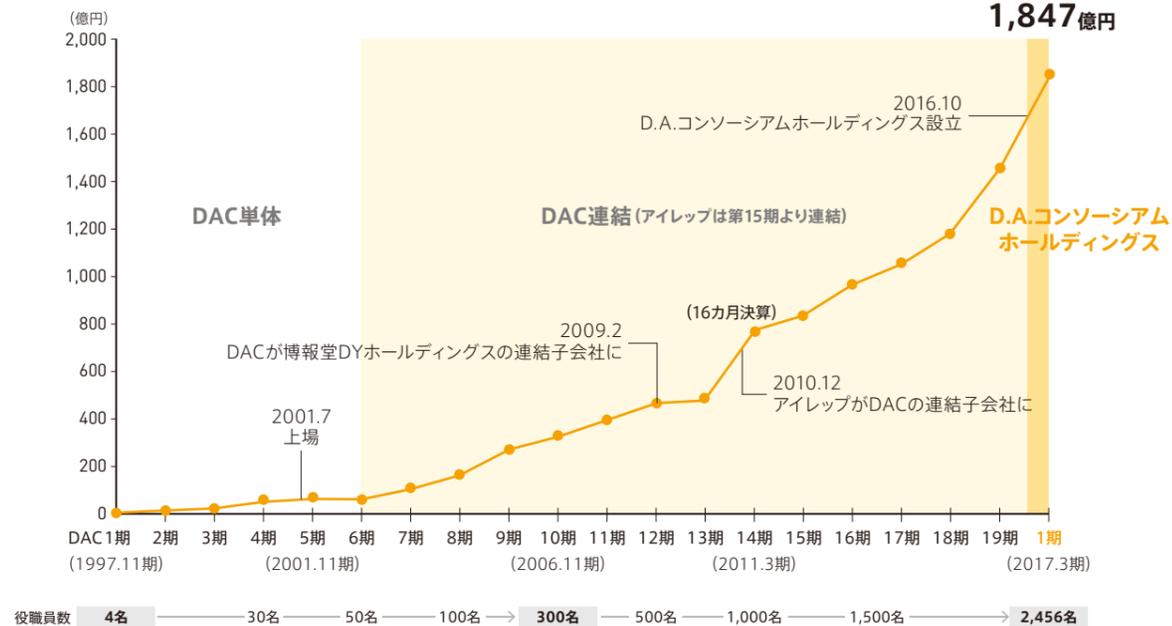
DACとアイレップは、これまでコミュニケーションメディアにおける広告ビジネスをリードし、売上を伸ばしてきた。今後、D.A.コンソーシアムホールディングスは、従来のテクノロジー力や営業力に加えて、広告と連動したコンテンツの質と量を向上させ、この領域のビジネスの拡大を図る。

事業分野を最適化しビジネスをさらに成長させていく

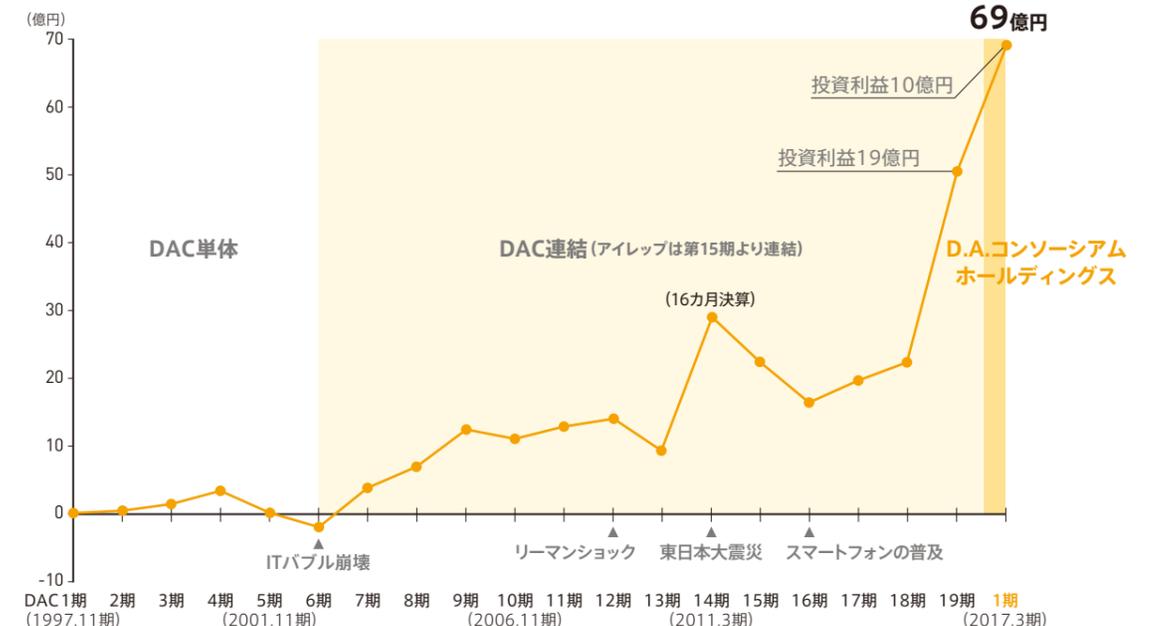
媒体社、広告会社といったパートナーと主に向き合ってきたDACと、クライアント企業と向き合ってきたアイレップ。今後は、それぞれの役割をさらに明確にし、顧客ごとに事業分野を最適化していく。グループ会社ではあっても互いに独立した上場企業であった2社がグループの全体最適を目指す体制が成立したことで、人材の最適配置や、商材の多様化による利益拡大などの面でもすでに効果が出始めている。

今後もD.A.コンソーシアムホールディングスは、市場の成長を上回る躍進を目指していく。

売上高推移



営業利益推移



(※) 当社の設立は2016年10月ですが、2017年3月期は2016年4月~2017年3月を決算期とし、2016年9月までの実績はDAC連結実績(アイレップ連結を含む)で集計しております。

持株会社設立によって新しいスタートラインに立った

D.A.コンソーシアムホールディングス。

デジタルマーケティングのあらゆる領域を網羅する

グループの強みとは？



それぞれの領域におけるキーパーソンが、ビジョンと想いを語る。

Technology

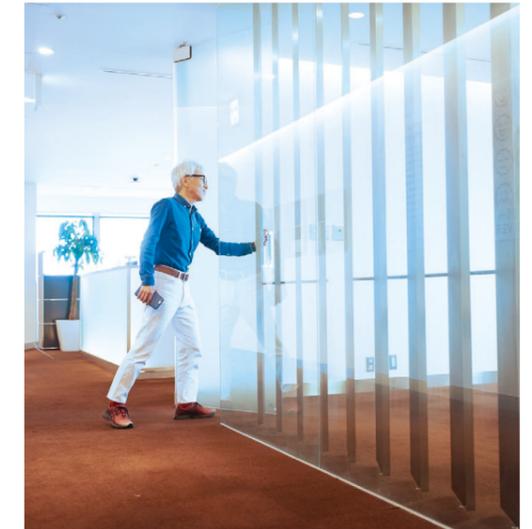
「テクノロジー」と「データ」が
新しい時代のマーケティングの推進力となる

デジタルトランスフォーメーションを
テクノロジーの力で牽引していく

これまで、広告ビジネスにおける最大の資産は「人」
であると考えられてきた。人材の力がビジネスのネット
ワークをつくり、クリエイティブを生み出し、メディア
やクライアント、生活者のための価値を創り出す。
その本質自体に変わりはないが、人の力のみで広告
ビジネスの勝者となれる時代は終わった。そう話す
のは、D.A.コンソーシアムホールディングスのテクノ
ロジー&データ分野を統括する徳久昭彦だ。

「テクノロジー、とりわけデータを活用する技術や
ノウハウが、これからの広告ビジネスにおける大きな
差別化の要素となっていくことは間違いありません」。

現在、社会全体のデジタル化、いわゆるデジタル
トランスフォーメーションが進んでいる。テレビ、新聞
など、従来、非デジタルの領域にあったメディアの
デジタルへの移行も急速に進行中だ。あらゆるものが



デジタル化していく時代においてマーケティングに
求められるのは、メディアやコンテンツと生活者との
接点をより豊かなものにしていく技術であり、各接点
において日々蓄積していくデータを価値に変えていく
ノウハウである。D.A.コンソーシアムホールディングス
がその一員として名を連ねる博報堂DYグループは、
データを中心とする新しい時代のマーケティングを
“生活者データ・ドリブン” マーケティングと呼んでいる。

「DACとアイレップはこれまで、テクノロジーの力に
よってビジネスを飛躍的に拡大してきました。ホール
ディングスの体制となっても、技術開発力とそれを
ビジネスに応用していく力がグループの推進力となる
ことには変わりはありません。データドリブンマーケ
ティングを技術的に支えること。社会全体のデジタル
トランスフォーメーションを広告テクノロジーの力で
牽引していくこと。それが私たちの役割であり続け
ると考えています」。



D.A.コンソーシアムホールディングス株式会社 専務取締役
デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社 専務取締役CMO
徳久 昭彦

Global

グループのグローバル展開を一体化し ビジネスを着実に成長させていく

グローバル全体での 数値目標を明確に定める

「ホールディングスとなって大きく変わったのは、グループ内のグローバル展開を事実上一体化したことです。それぞれの会社で独自に進めてきたグローバルビジネスの足並みを揃え、確実な成果を目指すフォーメーションをつくりました」。

グループのグローバル領域における責任者である相坂勇人はそう話す。デジタル広告市場の規模がすでに日本をはるかに上回っている中国、急速に社会のデジタル化が進むインドネシア、経済成長が続くタイ。この3カ国に軸足を置きながら、米国、台湾、ベトナム、インドなどの市場も視野に入れる。それがD.A. コンソーシアムホールディングスのグローバル戦略である。

相坂とともに、グローバルビジネスを担う北爪宏彰は説明する。

「売上、粗利、営業利益について、グローバル全体

での数値目標を明確に決めました。その全体目標を達成するために、各国のオフィスが独自に工夫をしていく。それが新しいグローバル戦略の根本にある考え方です」。

DACとアイレップが中心となって、各国の広告マーケットの特性や競合環境などを踏まえたうえで、最適なビジネススキームをつくる。そして、両社のマネジメント層がそのスキームを牽引し目標を着実に達成していく。それがグループの新しいグローバルビジョンだ。「私たちのグローバル展開は、まったく新しいフェーズに入りました」と北爪は話す。

広告テクノロジーの力、博報堂DYグループ内のさまざまな企業とのコラボレーションの力、そしてDACとアイレップの人材力。それらの力をグローバルで発揮することができれば、ビジネスは間違いなく拡大していく。そう相坂は言う。

「D.A. コンソーシアムホールディングスグループのグローバルビジネスのこれからの、ぜひ注目していただきたいと思います」。



デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社 取締役副社長COO
株式会社アイレップ 取締役

相坂 勇人



株式会社アイレップ 取締役 CBDO (Chief Business Development Officer)
デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社 執行役員

北爪 宏彰

Brand Marketing

コンテンツとソリューションの両面から メディアのデジタル化をサポートする

デジタルブランディングに特化した 新しい専門組織

商品やサービスを人々に印象づけ、その価値の理解を促し、強い絆を築いていく——。ブランディングと呼ばれるその戦略は、かつては4 マスメディア、すなわちテレビ、新聞、雑誌、ラジオが担うものでであるとされていた。近年、WEBでも動画をはじめとするリッチな表現が可能となり、デジタルを活用したブランディングも盛んになったが、依然「ブランディングはマスメディアの領域」という考え方が根強いのも事実だ。

しかし、マスメディアが急速にデジタル化しつつある中で、「デジタルによるブランディング」の重要性は日に日に高まっている。2017年4月、DACがデジタルブランディングに特化した専門組織「ブランドマーケティング本部」を新設したのも、今後この市場が拡大していくという確かな見通しがあったからだ。新たな本部を率いる豊福直紀は説明する。

「この本部には、2つの大きな役割があります。1つは、マスメディアのデジタルトランスフォーメーションをサポートしていく役割、もう1つは、その動きに対応するコンテンツとソリューションを提供していく役割です」。

媒体社や制作のプロとともに良質なコンテンツを開発し、それを広告コミュニケーションにつなげていくこと。さらにそのコミュニケーションを深化させるためのソリューションを提供すること。それができるのが、20年におよぶデジタル広告ビジネスの蓄積があるDACの強みである。

ソリューションサービスの責任者、田中雄三は話す。「デジタルブランディングの領域では、今後さまざまなソリューションが必要になるはず。新規開発、海外からの調達、グループ外のパートナーとのコラボレーションなど、あらゆる可能性を追求してニーズに応えていきたいと考えています」。

マーケティングの新しい領域で、DACの底力が試されることになる。



デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社 取締役執行役員
株式会社アイレップ 取締役

豊福 直紀



デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社 取締役執行役員

田中 雄三

DACとアイレップ、2社の強みを融合させ すべての顧客に最適なサービスを提供していく

上場会社D.A.コンソーシアムホールディングスのもとで、
今後グループの要として事業を行っていくのがDACとアイレップだ。
この2社のシナジーのあり方とはどのようなものか。
D.A.コンソーシアムホールディングス代表取締役社長、
DAC代表取締役社長CEOを兼任する島田雅也と、
アイレップ代表取締役社長CEOの紺野俊介が語る。



D.A.コンソーシアムホールディングス株式会社 代表取締役社長
デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社
代表取締役社長CEO

島田 雅也

1990年、博報堂入社。2000年にデジタル・アドバイジング・
コンソーシアムに入社し、06年に取締役に就任。戦略統括本部長や
営業本部長、常務執行役員COOを経て、16年6月より代表取締役
社長COO。同10月にD.A.コンソーシアムホールディングス取締役に就任。
17年6月にD.A.コンソーシアムホールディングス代表取締役社長、
デジタル・アドバイジング・コンソーシアム代表取締役社長CEO就任。



D.A.コンソーシアムホールディングス株式会社 取締役
株式会社アイレップ 代表取締役社長CEO
デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社 取締役

紺野 俊介

EDSジャパン(現日本ヒューレット・パッカート)を経て、2003年に
アイレップ入社。リスティング広告運用の体系化や、SEO(検索エンジン
最適化)の手法の確立などを手がけ、09年1月より代表取締役社長。
16年10月、D.A.コンソーシアムホールディングス取締役に、17年4月、
デジタル・アドバイジング・コンソーシアム取締役に就任。

D.A.Consortium holdings

ホールディングス機能により
各社を結びつける



パートナー事業

パートナー(広告会社・媒体社)向け
サービス・ソリューションを提供



クライアント事業

広告主向け
サービス・ソリューションを提供

テクノロジー & データ戦略

中国 台湾 東南アジア 米国 など

グローバル戦略

インドネシア ベトナム など

媒体社と広告会社を主な顧客とするDACと、
クライアント企業を顧客とするアイレップ。持株会社
D.A.コンソーシアムホールディングスのもとで、この
2社がグループを率いている。

グループのあるべき姿を、島田はこう説明する。
「デジタル広告の多様化にともなって、業界各社は
さらなる機能拡張や投資を迫られています。DACと
アイレップは本来、顧客が違い、提供価値が近接しな
がらも異なる会社です。しかし、激しい変化基調の
中では両社が個別発想で各々対応するのではなく、

全体発想で役割分担を行い、機能や投資を最適化
して両社の顧客に最良のサービスを提供するグループ
となることが重要だと思っています」。

一方、紺野は次のように話す。
「社会全体のデジタル化が加速し、企業や生活者
にとって“デジタル”はますます身近なものになっ
ています。広告ビジネスの中でそのデジタルの価値を
最大化していくことが私たちの役割です」。

2社のシナジーが、グループを成長させ、デジタル
社会を力強く支えていく。

新しいグループ体制は どのような新しい価値を生み出すのか

市場や顧客のニーズに応じて ビジネスの形をつくっていく

DACは昨年、創業20周年を迎えた。DACの歴史は、日本のインターネット広告の歴史とほぼ重なる。インターネット広告市場が急激な勢いで拡大するのにもなって、DACはテクノロジーの力をテコとし、一方では積極的なM&Aを続けながら事業を成長させてきた。20年にわたって拡大を続けてきたグループの事業の最適化を図ることが、持株会社設立と組織再編の大きな目的である。

「この再編によって、DACとアイレップ、そしてそれぞれのグループ会社間で共通のアセット（資産）を使うことが可能になりました」と島田は言う。

アセットとは、アドテクノロジーであり、それをベースとしたソリューションやサービスであり、さらにはそれらを生み出し使いこなすことができる人材である。それらを環境の変化に合わせて常に新たにすることによって、さらなる成長を続けていく。

「今後、さまざまなビジネス領域が生まれていくことでしょう。しかし、現時点でそれがどのようなものかを具体的に言い当てることは困難です。市場や顧客のニーズがどのように変化しても、それに対応し、新しいビジネスの形をつくっていく土台が、今回の再編によって整いました」。

グローバルで発揮される テクノロジーとネットワークの力

アイレップの創業は1997年にさかのぼる。2002年にGoogleやYahoo! JAPANの検索連動型広告の

取り扱いを開始し、以後、「サーチ=検索」を中心としたデジタルマーケティングの領域を牽引する会社に成長していった。

アイレップが多くのクライアント企業に提供してきたサービスの一つが、「トレーディングデスク」だ。

紺野は説明する。
「トレーディングデスクとは、デジタルマーケティングの戦略設計、運用、レポートまでを一貫して実現するサービスです。2017年4月に、このサービスをDAC側に移管しました。このような柔軟なフォーメーションが可能になったのも、再編の大きな効果の一つだと思います」。

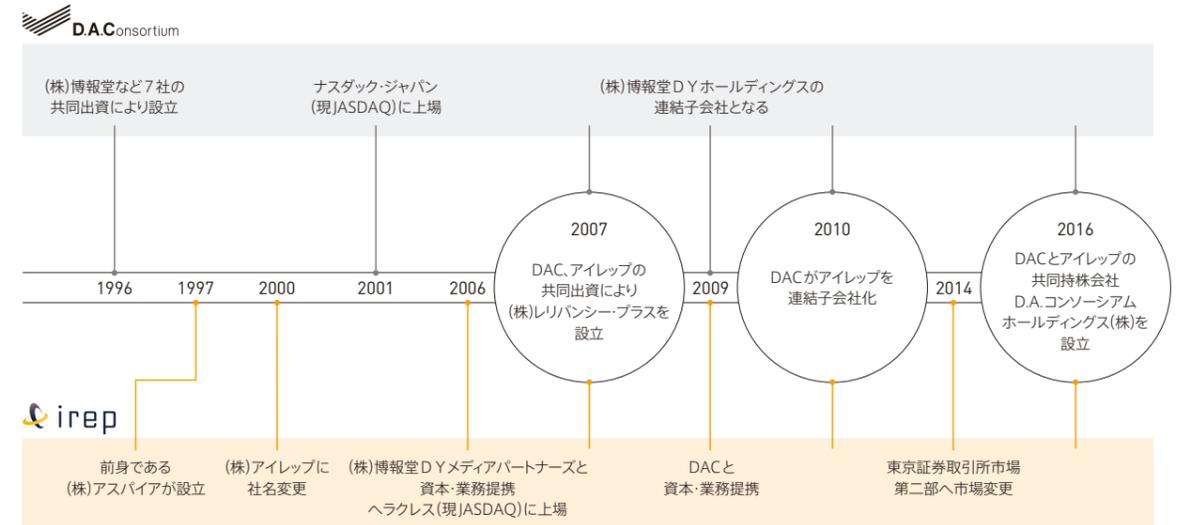
もう一つ、再編の効果が発揮されそうなのがグローバル展開だ。

両社には、長年にわたって海外の企業とともにアドテクノロジーの研究開発を進めてきた実績もある。世界中の最先端のマーケティング企業とのネットワークを活かし、常に新しいソリューションを生み出していくことが、D.A.コンソーシアムホールディングスが持つグローバル力の一つだ。

「デジタルマーケティングの歴史が欧米や日本と比べて浅い中国や東南アジアでは、非連続的なジャンプによって、日本でも実現していないような最先端のデータマーケティングが実施されるケースもあります。海外には非常に大きなビジネスチャンスがあるといっているでしょう」。

DACとアイレップはこれまで、さまざまなグローバルプラットフォームと深い関係を築いてきた。そのビジネスの経験と知見が海外での強みとなることは間違いない。

DACとアイレップのこれまでの歩み



新しい協業体制のもとで ともにビジョンを実現していく

この数年、メディアだけでなく、社会、産業のあらゆる分野でデジタル化が進んでいます。この流れは、もはや止まることはないでしょう。これは、デジタルを事業領域とする企業が「総力戦」で戦わなければならないことを意味します。自社の持てる力のすべてを発揮しなければ、「デジタルでできること」が日々拡大していく時代に対応することはできないからです。グループ内のあらゆるリソースを最適に活用して、デジタル社会に価値を提供し続けること。それがこれからのD.A.コンソーシアムホールディングスの重要な役割となります。

1996年のDAC創業以来トップを務めてきた私は、このたび、株式会社博報堂DYメディアパートナーズの社長に就任いたしました。新たなポジションで、これまでの経験を活かし、広告ビジネス全体のデジタルトランスフォーメーションをサポートし、市場の発展に寄与していくことが私の次のミッションです。DAC、アイレップをはじめ、D.A.コンソーシアムホールディングス傘下の

企業との協業が、その強力な推進力になるでしょう。「デジタルの未来に、もっと力を。」DACグループがこれまで掲げてきたそのビジョンがいよいよ試される時代になっています。今後も、D.A.コンソーシアムホールディングスのグループとともに、このビジョンの実現に向けて引き続き努力していきます。

株式会社博報堂DYホールディングス 取締役
株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 代表取締役社長
D.A.コンソーシアムホールディングス株式会社 取締役

矢嶋 弘毅

1984年、博報堂入社。96年12月にDACを設立し、代表取締役社長。2016年6月に代表取締役会長CEO就任。16年10月、D.A.コンソーシアムホールディングス代表取締役社長。17年6月、博報堂DYホールディングス取締役、博報堂DYメディアパートナーズ代表取締役社長に就任。



Topics

DAC	<p>Topics 1</p> <p>高い技術力が認められ2件の特許を取得</p> <p>ウェブの行動履歴をもとに生活者が購買に至る構造を可視化する「FAIV」(Framework for Audience Intent Visualization)、および、テレビ、ラジオ、屋外広告などのオフラインメディアで視聴されているコンテンツを音声をもとに特定し、それに応じて生活者に広告を配信するシステムを独自に開発。いずれも特許を取得した。</p>	R&D	
	<p>Topics 2</p> <p>海外拠点が次々に立ち上がり、グローバル展開が加速</p> <p>2016年8月、台湾に現地法人「台湾DAC」を設立。12月には米カリフォルニア州に現地法人「Yengage Corporation」を設立した。また、2017年2月には、ソフトウェア開発を手掛ける「DAC Tech Vietnam」をグループのオフショア開発拠点として連結子会社化した。海外拠点が増え、グローバル展開が加速している。</p>	グローバル	
	<p>Topics 3</p> <p>ソリューションが評価されLINEのプラチナパートナーに</p> <p>2017年2月、LINE株式会社の「LINE ビジネスコネクト パートナーアワードプログラム」において、DACは最上位に当たる「プラチナパートナー」に認定された。LINE ビジネスコネクト対応ソリューション「DialogOne」などの取り組みが評価されたもの。</p>	ソリューション	
	<p>Topics 4</p> <p>統合メディアプランニング支援システム「XmediaOne」を開発</p> <p>日々複雑化する広告・マーケティング展開を支援する統合メディアプランニング支援システム「XmediaOne」を開発。プランニングからレポートまでの一連のオペレーションにおいて、「予約型」と「運用型」の両広告をまたいだハイブリッドで効率的な広告運用を可能にした。</p>	ソリューション	
	<p>Topics 5</p> <p>日本初の「デジタル広告効果透明化」実証実験を開始</p> <p>次世代仮想通貨を支える技術「ブロックチェーン」を活用した日本初の「デジタル広告効果透明化」の実証実験を2017年4月から開始。日本IBM株式会社と連携し、複数のプラットフォームにまたがる広告配信の実績レポートの透明性を検証。フェアな広告ビジネスの環境づくりに寄与する取り組みを本格化させた。</p>	ソリューション	
	<p>Topics 6</p> <p>ゲームアプリ「クラッシュフィーバー」が800万DL突破</p> <p>グループ会社であるユナイテッド株式会社と、その出資先であり開発元のワンダープラネット株式会社の共同事業である、ネイティブソーシャルゲーム「クラッシュフィーバー」が800万ダウンロードを突破。</p>	メディア事業	

IREP	<p>Topics 1</p> <p>Yahoo! JAPAN 認定制度・主催アワードで高評価</p> <p>2017年4月、Yahoo! JAPANがパートナーを評価する制度「Yahoo! マーケティングソリューション パートナープログラム」において、最高評価の「ダイヤモンド」に認定。同時に、信頼度の高い広告代理店に与えられる「審査エクスペンスパス」を前期から引き続き取得した。両制度においてアイレップは国内唯一の9期連続の認定取得。また、17年5月、「2017年度 Yahoo! JAPAN エージェンシーカンファレンス」において、「総合賞」と「検索広告賞」を受賞。「総合賞」は国内最多の12期連続の受賞。</p>	エージェンシー事業	
	<p>Topics 2</p> <p>Facebookの広告メッセージ力を強化するソリューション</p> <p>データフィード最適化サービス「Marketia Feed Manager」に「カスタムバッジ」機能を導入。これにより、Facebookダイナミック広告出稿時に積極的に訴求したい文言を追加することが可能になった。クリエイティブは動的に制作されるため、手間とコストをかけずにフィード広告の効果を高めることができる。</p>	ソリューション	
	<p>Topics 3</p> <p>Facebook Japanとの共同調査を実施</p> <p>Facebook Japanとの共同調査で、Facebook広告の最適な予算投下量を明らかにする調査を実施。また、同調査でFacebook広告がユーザーの検索行動に影響を与えることも判明した。これにより、クライアント企業の広告予算を適切に配分しながら、広告効果を最大化する戦略的提案が可能になる。</p>	R&D	
	<p>Topics 4</p> <p>高知市にクリエイティブ制作業務の拠点を設立</p> <p>2016年7月、クリエイティブ制作業務の拠点「アイクリエイティブデベロップメントセンター高知」を開所。これは2014年に開設した「クオリティマネジメントセンター高知」に続く高知市内の2つめの拠点となる。開所に当たって、高知県知事と高知市長を招いたレセプションが開催された。</p>	クリエイティブ	
	<p>Topics 5</p> <p>CSR活動「“けんさく”教室」を継続開催</p> <p>小学生向け出張授業「“けんさく”教室」を2016年も実施。アイレップの社員がデジタルマーケティングの知見を活かして授業を行う同教室は、CSR活動の一環として4年前から開催しているもの。ネット検索のコツ、スマートフォンやSNS使用のルールやマナーなどを小学生に伝え、ネットリテラシーを高めることを目的としている。</p>	CSR	

5年間の主要財務データ

	DAC 連結				D.A.コンソーシアムHD連結
	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度 ※1
会計年度(百万円)					
売上高	96,319	105,335	117,463	144,980	184,779
売上総利益	14,188	14,392	16,400	20,555	26,409
販売費及び一般管理費	12,530	12,411	14,153	15,492	19,480
営業利益	1,658	1,980	2,246	5,062	6,928
経常利益	1,704	2,017	2,518	4,974	3,728
親会社株主に帰属する当期純利益	804	2,022	1,050	2,026	209
会計年度末(百万円)					
純資産	16,472	20,045	22,998	25,437	25,533
総資産	31,344	37,499	43,897	54,252	55,768
1株当たり(円)					
当期純利益 ※2	16.57	41.66	21.64	41.73	3.92
配当金 ※3	6	6	8	12	15
比率(%)					
売上総利益率	14.7	13.7	14.0	14.2	14.3
オペレーティング・マージン ※4	11.7	13.8	13.7	24.6	26.2
自己資本比率	36.0	35.7	34.7	30.8	31.8
ROE	7.3	16.4	7.3	12.7	1.2

※1 当社の設立は2016年10月ですが、2017年3月期は2016年4月～2017年3月を決算期とし、2016年9月までの実績はDAC連結実績(アイレップ連結を含む)で集計しております。
 ※2 2013年4月1日付で普通株式1株につき100株の株式分割を行っております。2012年度につきましては、連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株当たり当期純利益を算定しております。
 ※3 2013年4月1日付で普通株式1株につき100株の株式分割を行っております。2012年度につきましては、当該株式分割が行われたと仮定して、配当金を記載しております。
 ※4 オペレーティング・マージンは、売上総利益に対する営業利益の比率を表示しています。

【2016年度の業績】

2016年の日本の総広告費は、5年連続で前年実績を上回り、前年比101.9%の6兆2880億円となりました。当社グループの主力事業が属するインターネット広告市場は、当年度においても広告市場全体の伸びを上回る成長が続きました。インターネット広告費は前年比113.0%の1兆3100億円となり、初めて総広告費の2割を超え、20.8%を占める規模となりました。インターネット上のオンライン行動データと、リアルな購買データや位置情報データなどのオフラインデータを共に活用するなど広告配信方法の多様化に加え、ブランディングへの活用の拡がりも寄与し、運用型広告費は前年比118.6%の7383億円と増加しました(広告市場データは株式会社電通「2016年(平成28年)日本の広告費」によります)。

このような環境において、当社グループは、デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社を中心とした「パートナー事業」、株式会社アイレップを中心とした「クライアント事業」の強化及び双方の連携関係を構築し、迅速かつ一体的な戦略策定を進め、経営統合のシナジー効果を発揮することにより、持続的

な成長を目指しております。

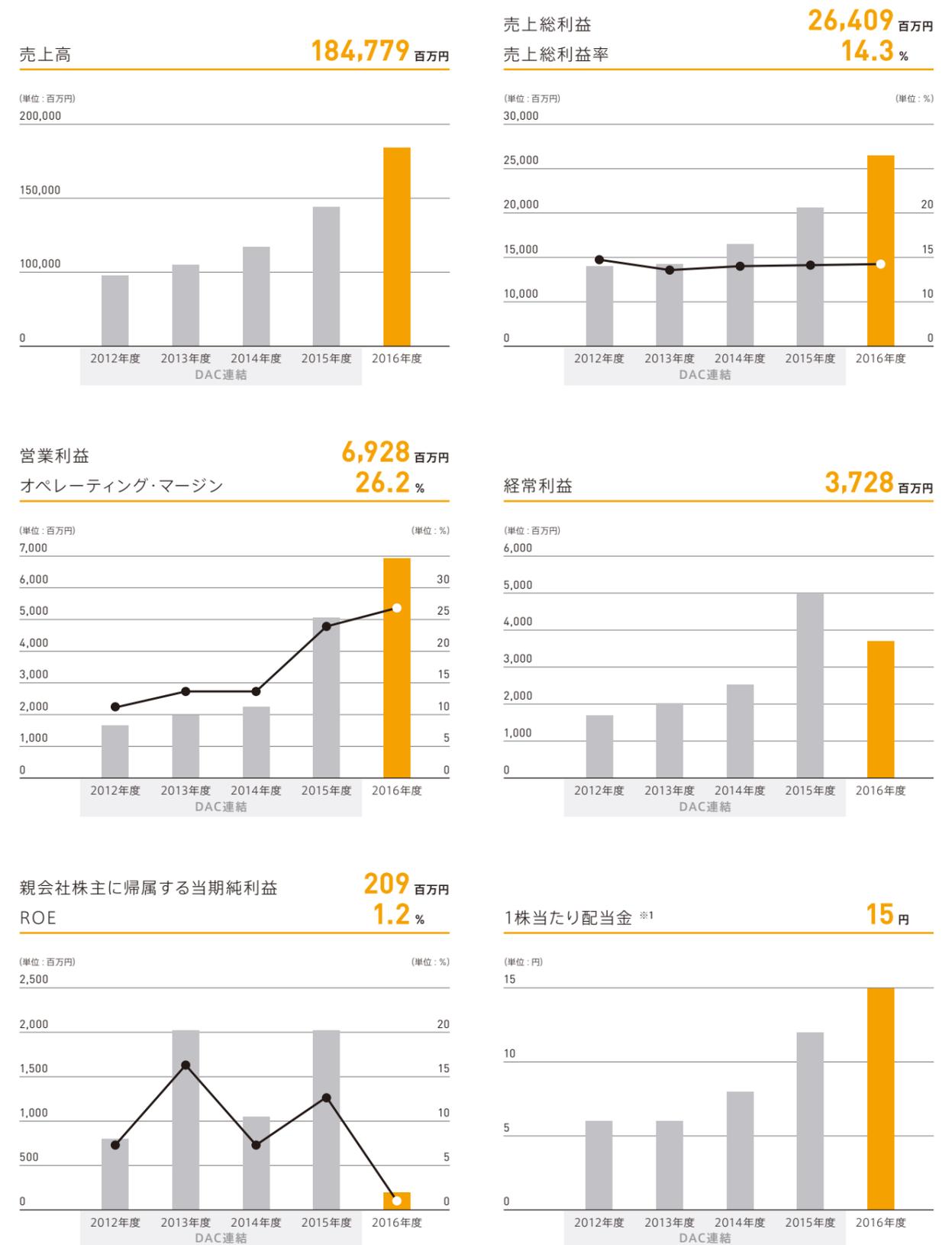
その結果、当連結会計年度の業績は、売上高は1847億円、営業利益は69億円となりました。なお、連結子会社であるデジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社が持分法適用関連会社株式の減損処理をし、営業外費用として持分法による投資損失を計上したため、経常利益は37億円、親会社株主に帰属する当期純利益は2億円となりました。

【配当方針】

当社は、企業体質の強化と将来的な事業拡大に備えるために内部留保を確保しつつ、株主の皆様への利益還元を充実させることを経営の重要課題と認識しております。中長期的な企業価値の向上を目指し、資金需要の状況、業績の動向等を総合的に勘案しながら、安定した配当を継続的に実施することを配当の基本方針としております。

2017年3月期(第1期)の期末剰余金の配当は、1株につき15円といたしました。

主要指標推移 (2015年度まで: DAC連結、2016年度: D.A.コンソーシアムホールディングス連結としての業績)



※1 2013年4月1日付で普通株式1株につき100株の株式分割を行っております。2012年度につきましては、当該株式分割が行われたと仮定して、配当金を記載しております。

会社概要 (2017年3月31日時点)

社名	D.A.コンソーシアムホールディングス株式会社
設立時期	2016年10月3日
資本金	4,000百万円
所在地	〒150-6033 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番3号 YGPタワー TEL: 03-5449-6200
業務内容	インターネット広告ビジネスを 運営する子会社等の経営管理 およびこれらに附帯または関連する一切の事業
役員数	2,456名 (連結)

役員一覧 (2017年6月27日時点)

取締役	代表取締役社長	島田 雅也
	専務取締役	徳久 昭彦
	専務取締役	大塔 達也
	取締役	紺野 俊介
	取締役	永井 敦
	取締役	矢嶋 弘毅
	取締役	三神 正樹
	取締役	野沢 直樹
	取締役	ジェイムスブルース
	社外取締役	西村 行功
	社外取締役	横山 淳
監査役	監査役(常勤)	寺井 久春
	社外監査役(常勤)	森嶋 士郎
	監査役	西岡 正紀
	社外監査役	水上 洋
	社外監査役	大塚 彰

株式情報

- 証券コード：6534 ●上場証券取引所：東京証券取引所市場第二部 ●単元株式数：100株
- 事業年度：4月1日～翌年3月31日 ●期末配当金受領株主確定日：3月31日 ●定時株主総会：毎年6月
- 株主名簿管理人、特別口座の口座管理機関：三菱UFJ信託銀行株式会社
- 同連絡先：三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 TEL.0120-232-711 (通話料無料)
- 公告の方法：電子公告により行う 公告掲載URL <https://www.dac-holdings.co.jp/>
(ただし、電子公告によることができない事故、そのほかのやむを得ない事由が生じたときには、日本経済新聞に公告いたします)

株式の状況 (2017年3月31日時点)

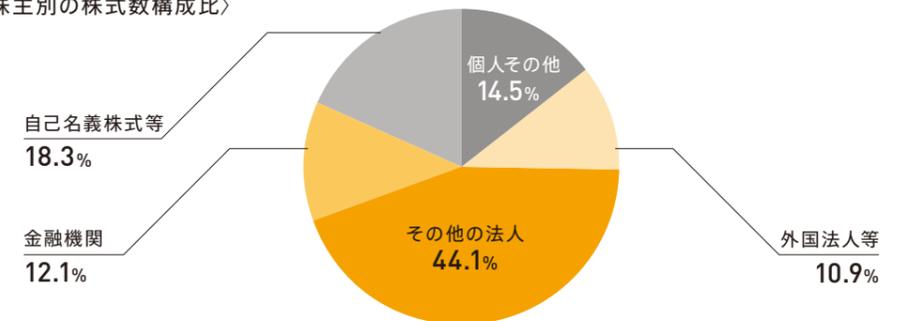
発行可能株式総数	250,000,000株
発行済株式総数	71,481,422株
株主数	7,522名

〈大株主〉

株主名	持株数(株)	持株比率 [※] (%)
株式会社博報堂DYメディアパートナーズ	25,074,750	43.0
株式会社博報堂	4,500,000	7.7
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	4,053,800	6.9
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,819,300	4.8
高山 雅行	2,606,200	4.5
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	1,684,319	2.9
株式会社東急エージェンシー	1,000,000	1.7
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) RE HCR00	881,300	1.5

※ 持株比率は自己株式(13,082,736株)を控除して計算しております。

〈所有株主別の株式数構成比〉



【ご注意】

- 株主様の住所変更、買取請求その他各種手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取り扱いいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。
- 当社は、2016年10月3日に、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社と株式会社アイレップで共同株式移転の方法により設立いたしました。

主な事業会社

 <p>D.A. Consortium</p>	<p>デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社</p> <p>所在地：東京都渋谷区恵比寿四丁目20番3号 YGPタワー 代表取締役社長CEO：島田 雅也 設立：1996年12月</p> <ul style="list-style-type: none"> ・メディアサービス事業 ・ソリューションサービス事業 ・オペレーションサービス事業
 <p>irep</p>	<p>株式会社アイレップ</p> <p>所在地：東京都千代田区永田町二丁目11番1号 山王パークタワー 代表取締役社長CEO：紺野 俊介 設立：1997年11月</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広告代理事業 ・ソリューション事業 ・ツール事業 ・その他(デジタルメディア事業等)
 <p>UNITED</p>	<p>ユナイテッド株式会社</p> <p>所在地：東京都渋谷区渋谷一丁目2番5号 MFPR渋谷ビル 上場市場：東京証券取引所マザーズ市場(証券コード：2497) 代表取締役会長CEO：早川 与規 代表取締役社長COO：金子 陽三 設立：1998年2月</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アドテク事業 ・スマホコンテンツ事業

