

2018年3月期 通期 連結決算説明会
質疑応答要旨

開催日：2018年5月14日（月）

当社出席者：

代表取締役社長 戸田 裕一

代表取締役副社長 沢田 邦彦

専務取締役 松崎 光正

取締役 西岡 正紀

【国内広告市場】

Q：2018年3月期と2019年3月期の国内広告市場をどのように見ているのか。

A：2018年3月期の国内経済は順調に拡大したが、国内広告市場は「特定サービス産業動態統計調査」（経済産業省）ベースで見ると、前年並みの着地となると見込んでいる。経済環境に比べて広告は低調な動きになったといえるが、その要因としては、2017年3月期にテレビでオンラインゲーム企業の大量出稿があった反動で前年を下回ったことや競合大手広告会社の売上高が大きく落ちこんだことなどが考えられる。

この国内広告市場と国内経済の動向が連動していない特殊な動きは一時的と我々は考えている。そのため、2019年3月期以降は、東京2020に向けて国内経済は回復傾向が持続し、国内広告市場も緩やかな回復傾向に転じていくと見ている。2019年3月期は、テレビ広告市場は微増にとどまるが、インターネットメディア市場が2ケタ成長を続け、広告市場全体を牽引する。広告市場全体では2%程度の成長を期待している。

【海外事業の状況】

Q：海外のオーガニックの実績と今後の見通しについて教えて欲しい。

A：2018年3月期実績の海外売上総利益は、M&Aも含めて+22.7%だった。そのうち、オーガニックの伸びは、+7%強だった。今期、2019年3月期の見通しでは、M&Aを行った会社の寄与を大きく見ているが、オーガニックについても2ケタ近い伸びを期待している。

Q：2019年3月期の売上総利益の見通しを国内、海外に分けた場合、どのようなイメージになるか。

A：2019年3月期の売上総利益は前年同期から377億円増加する見通しだが、その70%強は海外における増益。海外においては、既存の事業会社が堅調に推移する見通しであることに加え、今期から新たに損益の取り込みが決まっている会社が13社あるため。

Q：2019年3月期に海外のM&Aを行った会社を中心に13社が新規に連結決算に取り込まれるとのことだが、このM&Aに伴うキャッシュアウトはどれくらいあるのか。

A：それらの会社に対する買収と出資はすでにほぼ完了している。金額はお答えできないが、キャッシュフロー計算書にある投資活動によるキャッシュフロー204億円、その大半がこの13社に対応するものと考えて頂いて良い。

Q：2019年3月期に新規に連結決算に取り込まれる会社13社について詳しく教えて欲しい。

A：地域別で見ると、中華圏、アセアン、北米、この3つの地域。

中華圏では、決算説明会資料に記載している台湾で2社の他に、中国で2社。

アセアンでは、フィリピン、ベトナムで資料に記載のあるそれぞれ1社、タイでは記載の1社の他に3社が加わり合計4社。

北米では、kyuのグループで3社が加わり、合計13社ということになる。

アジアにおいては、統合マーケティングソリューションの提供に加え、ローカルクライアントに対す

る取り組みも可能な体制で成長を目指している。kyu においては、マーケティングの進化と拡大、イノベーションニーズに応じていく、という 2 つの側面で拡充していきたいと考えており、今回、新たに 3 社が連結対象となった。

Q：戦略事業組織 kyu の収益性と今後の改善余地について教えて欲しい。

A：戦略事業組織 kyu ののれん償却前オペレーティングマージンは、今期は改善する見通しであるものの、国内や海外の同業他社と比較するとまだ低い。今後、段階的に上げていきたいと考えている。

【販管費】

Q：2019 年 3 月期の販管費増加要因のひとつとして退職給付費用をあげているが、その金額と来期以降の影響について教えて欲しい。

A：今年の 4 月から、主要な子会社で、年金制度を確定給付（DB）から確定拠出（DC）に変更した。その影響による費用増を 18 億円と見ている。来期以降、人数に変更がなければ、退職給付費用の金額は今期の水準で推移する。

【株主還元】

Q：今期の配当については、安定配当の考え方を基本として、業績動向を総合的に勘案した上で決定したとのことだが、配当性向は前期から若干下がっている。今後、業績が堅調に推移した場合の配当あるいは自社株買い等株主還元について、考えをお聞きしたい。

A：見通しの親会社株主に帰属する当期純利益 402 億円に対し 1 株当たり配当金 28 円は配当性向で 26%となる。ただ、今期の見通しの 402 億円の中には、年金制度移行に伴う一時的な特別利益が含まれており、この一時的な利益を除いた当期純利益で配当性向を計算すると 34%程度になると見込んでいる。今後も、配当については、安定的かつ継続して実施することを基本とし、資金需要の状況、業績の動向及び企業競争力強化のための内部留保の充実等を総合的に勘案の上決定していく。

【その他】

Q：この 4 月からテレビの取引において新しい指標が導入されていると思うが、それによって何か変化が起きていけば教えていただきたい。

A：指標改訂のポイントの 1 つは従来の世帯視聴率から、個人全体視聴率へ変化するという事。もう 1 つはタイムシフト視聴率を算入し、スポットの在庫として扱うことにある。4 月から東京地区ですでに取引が行われているが、事前に在京キー局と、日本アドバタイザーズ協会の間で協議が合意されていて、現時点では大きな変化はないと聞いている。また、大阪、名古屋においては取引指標の変更に先立つ調査を実施している状況だと聞いているので、今後テレビ広告の価値を上げていく話これから出てくると期待している。

以上