

**2019年3月期 第1四半期 連結決算説明会  
質疑応答要旨**

開催日：2018年8月7日（火）

当社出席者：執行役員 西岡 正紀、IR部長 八木 聡

**Q：足もとの国内市場をどのように見ているか。**

A：国内においても、統合マーケティング・ソリューションの中でデジタルの重要度は増している。国内広告市場全体としては、足もと前年並みの水準で推移すると見ている。

**Q：昨日(8月6日)「D.A.コンソーシアムホールディングス株式会社株券等(証券コード 6534)に対する公開買付けの開始に関するお知らせ」を発表しているが、なぜ、このタイミングで行おうとしたのか。**

A：事業環境が変化する中、競争優位性を獲得するためには、①インターネット広告領域における成長の加速 ②マスメディアを含むあらゆるメディア領域におけるデジタル対応力の強化 ③データ/テクノロジー領域の強化 という3点が必要であり、そのためには両社グループの一体運営が必須と考え、検討してきた結果、今回の判断となった。

**Q：販管費の増加要因のひとつとして、中期経営計画推進のための戦略的な費用投下とあるが、人件費以外でどのような費用が増加しているのか。**

A：体制強化という目的で人件費が増えているが、それ以外の費用としては、マーケティングツール開発に必要なデータ購入費やM&Aに伴うのれん等償却額が増えている。販管費については、当社グループは年間でコントロールしており、第2四半期以降においても環境を見ながら適宜判断しつつ、通期では予算内に収める予定でいる。

**Q：第1四半期における海外の売上総利益の伸びが強く、kyuの貢献度が大きいとのことだが、具体的にどの会社が寄与しているのか。**

A：kyuの中でも、好調な会社、不調な会社があるが、この第1四半期で寄与が大きいのは、今期から連結対象子会社となったIDEO。

**Q：売上総利益率改善のポイントについて教えて欲しい。**

A：資料で説明しているとおり、インバースメント事業やフィー型ビジネスの割合が高い海外の要因を除いた国内においても売上総利益率が改善している。その要因は大きくふたつ。ひとつは、国内広告市場が前年並みで推移し、売上高が伸ばしづらい環境の中で、広告事業会社を中心にいかに売上総利益を確保するかに取り組んだ結果。もうひとつは、クリエイティブやマーケティング/プロモーションといった制作業務における収益の拡大で、内製化比率は安定してきているものの、原価管理の徹底と扱い高の拡大に取り組んでいる。

**Q：海外の営業利益動向と今期の見通しについて**

A：第1四半期の営業利益は、M&Aによるのれん等償却額もあるため1億円強の赤字となっているが、前年同期から収益は改善しており、通期では黒字化を目指している。

**Q：今回の公開買付けを行うことで、今後のM&A戦略に影響は出てくるのか。**

A：今期は、中期経営計画の最終年度であり、現在、次期の中期経営計画を策定中である。その具体的な内容について言及することはできないが、これまでのM&Aに関する基本的な考え方は変わらないと考えている。今後も、個々の戦略領域の進捗状況を見ながら必要なM&Aは検討していくことになる。

**Q：今回の公開買付けが完了した時に、段階取得に関わる損益は発生しないのか。**

A：今回のケースは、関連会社から連結子会社になるものではないため、段階取得に関わる損益は発生しないと認識している。

注) 2018年8月6日に公表しました「D.A.コンソーシアムホールディングス株式会社株券等（証券コード 6534）に対する公開買付けの開始に関するお知らせ」の買付け等の期間は、2018年9月18日までであり、現時点（8月7日）では、まだ、完了しておりませんので、ご注意ください。

以上