

株式会社博報堂 DY ホールディングス  
2022年3月期 第3四半期 連結決算説明会 質疑応答集

2022年2月9日（水） 16:30～17:30

説明者 :

代表取締役社長	水島 正幸
取締役副社長	矢嶋 弘毅
取締役専務執行役員	西岡 正紀
取締役専務執行役員	江花 昭彦
執行役員	禿河 毅

- ・ 第4四半期の業績予想について、トップラインは好調だが、営業利益は厳しい想定に見える。費用はどのようなものを見込んでいるか。

トップラインは広告市場の回復を順調に取り込んでいることに加えて、BPO業務の影響もあり、4Qも堅調に推移すると想定している。一方で、販管費は前年同期を3割上回るが、その一因として戦略費を計画通り積極的に投下する。今期準備してきたデジタル基盤整備、採用したデジタル人材の人件費が増加する。また、業績好調によるインセンティブも今までの四半期と比較しても増加要因となる。

- ・ 中計の数字について、広告市場やトップラインの前提と費用投下の見込みを教えてください。

国内の広告市場は年率で5%以上の伸びを想定している。種目別には、インターネットメディアは年率2桁以上の成長、テレビ横ばい程度で推移すると想定する。それを踏まえて、売上総利益は20年度をベースとして年平均7%程度の成長を計画している。

費用面に関して、今年度は期初に100億円の戦略費の投下を発表したが、次の2年間ではさらに追加で100億円以上の戦略費の投下する計画。戦略費の投下を抑えればOM率20%も見込めるが、環境変化に対応した事業構造改革や人員の増強などに戦略費を投下すべきタイミングと考えている。本中計終了後の次の中計については、投資を回収する計画にしなければいけないと考えている。

- ・ 中計期間中の株主還元の考え方について教えてほしい。

基本的には従来の安定配当方針を変える計画はないが、資金需要や業績動向を勘案しつつ総合的に判断していく。

- ・ 22年度の国内広告市場の伸びを何%程度と考えているか。メディア別や業種別に教えてほしい。

国内経済は個人消費の回復、半導体の供給の回復、政府の経済対策、21年度に見込まれていた景気回復の後ろ倒しなどにより、名目GDPで3.5%程度の成長を想定している。そのような国内経済の回復を背景に、国内の広告市場もプラス成長が継続し、19年度と同水準へと回復することを見込む。種目別では、インターネットメディアは21年度から10%を超える成長、テレビは21年度の回復が大きかったこともあり22年度は横ばい、回復の遅れていた雑誌は二桁以上の伸びとなることを想定している。

- ・ 中計期間での先行投資の結果として、業界内でどのようなポジションをとることを狙っているか。他社含めて業界が変化し続けている中で、本中計期間で先行投資が終わり回収のフェーズに入れると想定しているか。

“生活者データ・ドリブン”フルファネルマーケティングの実践への提供サービスの変革、横串機能の強化、人的投資、新会社の設立などを通して、クリエイティビティとテクノロジーをもって得意先のマーケティングとイノベーションへ対応のパートナーとしてNO1のポジションとなることを目指す。

本中計期間で構築する基盤をもとに利益を回収しつつも、テクノロジーやデジタルの世界は変化が激しいため、新たな投資は継続的に必要になると考えている。

- ・ フルファネルマーケティングやAaaSなどのソリューションの提供により、クライアントとの契約形態はどのように変わっていくと考えているか。

従来は広告枠の受発注の関係だったが、メディアが常時接続型・運用型への変化し、オウンドメディアやEC関連の業務も行うようになってきており、フィー契約、レベニューシェアなど多岐にわたった取引を想定している。従来の広告会社の領域を超えてマーケティン

グやソリューション全般で得意先と取引を行い成長していこうと考えている。

以 上