

博報堂 DY ホールディングス

2024年3月期 第1四半期 連結決算説明会 質疑応答集

2023年8月9日(水) 15:30~16:30

説明者：

代表取締役専務執行役員 西岡 正紀

執行役員 禿河 毅

- ・ 第1四半期の販管費や戦略投資の内訳と、通期見通しを教えてください。また、第2四半期以降、不透明感もある中で、戦略投資やその他の販管費について抑制する可能性があるか、費用コントロールの考え方を教えてください。

M&A や為替変動の影響を除いた第1四半期の販管費の正味の増加は64億円。このうち戦略費は中期計画見直し時から進めているもので、デジタル化に向けての人員補強が増加の半分ほどを占める。前年採用した人員の費用が通年化することで第1四半期の人件費の増加に大きく影響している。その他にも、AaaSなどデジタル化対応のためのシステム開発や基盤整備、働き方改革に向けた人員増、なども増加要因となっている。

戦略投資は現段階では計画通りに進んでおり、通期では、前年度から80億円程度増加する想定。不測の事態がない場合には、戦略投資は優先的に投下していきたい。

費用抑制が必要となった場合には、戦略投資以外の活動費やインセンティブの見直しから検討する。

- ・ BPO業務の剥落の影響について。売上総利益はBPO除きで何%増収か。また、第2四半期以降の影響についても教えてください。

BPO除きで見ると、国内の売上総利益は6%超の増加。つまり、4%程度のBPOの剥落影響があった。ただ、BPO業務の減少見通しは期初の想定から変わっていないので通期のガイダンスには影響しない。

前年は第1四半期と第4四半期にBPO業務の計上が大きかったため、第2四半期や第3四半期は、第1四半期ほどは影響が出ないと考えている。

- ・ 得意先の業種別の市況の認識について教えてください。

行動制限撤廃やインバウンドの拡大により、「外食・各種サービス」「交通・レジャー」好調だった。また、「流通・小売業」では通販関連の得意先が伸びた。

「外食・各種サービス」では、HR関連や宅配関連の得意先が好調だった。また、「自動車・関連品」は、サプライチェーン問題が徐々に解消に向かっており、時間はかかるものの出荷も回復していく過程にあると認識している。

原材料高の影響を受ける「飲料・嗜好品」「化粧品・トイレタリー」や料金規制の影響を

受ける「情報・通信」では足元の需要はやや弱い。「官公庁・団体」はBPO業務の影響で減少している。

第2四半期以降は、「自動車・輸送機器・関連品」は、JAPAN MOBILITY SHOWに向けて、出稿増を期待している。また、「飲料・嗜好品」は酒税改正に向けて、各社ビール系飲料の強化や新商品投入などを予定しており、下期に向けては出稿増の期待。また、インバウンドの影響を受け、ホテルやアウトレット、オフィス賃貸の需要も増加していることから、「不動産・住宅設備」も好調になると予想している。

・ 海外事業の詳細を国別に教えてほしい。

第1四半期の海外の売上総利益は、前期比+13.3%の増加だった。為替影響、新規連結影響を除いたオーガニックでは若干の減少。地域別では、中華圏は横ばい、その他アジアは2桁増、北米は微減。

中華圏は、台湾がイベントに強みを持つ会社がコロナ以降V字回復していることもあり前年に引き続き堅調だが、中国本土で自動車アカウントの広告予算の縮小などもあり、全体としては横ばいとなった。

中華圏以外のアジアでは、インドやシンガポールが堅調。

北米に関しては、コンサル系業務の回復が遅れている。全体では+12%ほど増加しているが、為替影響の押し上げが大きく、それを除くと若干のマイナスである。

コンサルティング事業は、プロジェクトベースの業務が多いため、景気の不透明感によりプロジェクトの延期や見直しが複数あった。第2四半期以降に関しては、その他アジアにおいて堅調に推移すると考えており、また北米でも販管費のコントロールも含め利益を出すよう計画している。

・ 種目別の第2四半期以降の想定について教えてほしい。

インターネットメディアに関しては、市場成長が鈍化している状態ではあるが、HDYグループは市場を上回る伸びとなっている。中小企業や地方の得意先に関しては、デジタル化の進みが十分ではない面もあるが、特に博報堂などの総合広告代理店は好調である。

テレビに関しては、テレビ自体の広告費は減少傾向にあるが、インターネットと組み合わせで最適な効果を買っていただくという営業スタイルが効果を発揮していると考えており、前年水準を維持していきたいと考えている。

また、地上波放送に加えて、OTT領域など成長市場にも注力していく。

マーケティング/プロモーションについては、民間企業向けデジタル販促などのご提案を進めており、またイベントやリアル接点業務についても回復傾向にあるため、第2四半期以降の業績を支えると期待している。

・ 業種別の見通しについて、期初と現段階で認識に変更はあるか。

行動制限の緩和、インバウンドの拡大、原材料高の影響など、概ね従来の想定通りに進んでいる。

以 上