

株式会社 博報堂 DY ホールディングス
2024 年 3 月期 上期 連結決算説明会 質疑応答集

2023 年 11 月 14 日（火） 14:00～15:00

説明者：

代表取締役社長	水島 正幸
取締役副社長	矢嶋 弘毅
代表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

- ・ 2024 年 3 月期下期の広告市況の見通しを業種別に教えてほしい。また、種目別にてインターネットメディアの見通しも教えてほしい。

酒税改正に伴い「飲料・嗜好品」、コロナ後の人流回復に伴う「交通・レジャー」などが復調傾向にある。インボイス制度が始まったことなどに関連する得意先の動きも出てきている。

「飲料・嗜好品」では、酒税改正により、例年にはない 10 月の広告投下も行われてきており、非アルコールについても好調と捉えている。ジャパンモビリティショーは、自動車業種のみならず、様々な業種を巻き込んだ形で百万人以上の動員を開催された。自動車関連についても今後の広告活動に期待している。また、マッチングアプリの TV コマーシャル解禁など、新たな話題も豊富に出てきている。

一方で、「食品」、「化粧品・トイレットリー」等の業種では、原材料・物流費等の高騰の影響が続いており、「情報・通信」の領域では、料金規制などの影響が出ている。

第 2 四半期のインターネットメディアが前年比 0.8% 増だったが、主要なプラットフォームが広告費を削減した影響で伸びが鈍化した。

下期のインターネットメディアの見込みについて、我々は同領域の成長率を 5% 程度とみているが、現状インターネット広告に対する需要は強く、この水準は超えられると思う。理由としては、プラットフォームの投稿が戻ってきており、また OTT など新しいメディアのボリュームも伸びてきていることが挙げられる。

- ・ 次期中期経営計画のポイントを教えてほしい。のれん償却前 ROE を KPI として掲げているが、目標値を一段踏み込んだものにするのか。また、より資本コストや資本効率を意識した経営を目指すのかについて教えてほしい。

まず、現時点では、今回修正した業績予想を確実に達成することが最も重要であると考えている。次期中期経営計画については、課題の洗い出しや戦略の方向性などの議論を始めているが、内容についてはまだお伝えできる段階ではない。本年度の業績の着地がある程度見

えるであろう 2024 年 3 月期第 3 四半期決算発表のタイミングでその骨子を発表し、同通期決算発表時に、詳細な内容を発表する予定である。

現在も、のれん償却前 ROE を KPI として設定しているが、別の指標も検討している。これからも資本効率を高め、企業価値を最大化させていくことに変わりはない。

・ 販管費が第 2 四半期累計で正味 113 億円増加したが、戦略的な費用とその他に分けて教えてほしい。また、業績予想の営業利益 350 億円を達成するために、販管費のコントロールも必要になってくると思うが、前年同期比での増加幅の見込みや増減要因などを教えてほしい。

販管費の正味増加の内訳であるが、中期経営計画に基づく基盤構築のための先行費用が 20 億円程度、活動費が 10 億円程度増加した。また、海外では為替影響もあり 20 億円程度増加した。これらを除いた 60 億円強の増加は通常のコスト増となる。なお、第 2 四半期累計での販管費の増加は概ね想定通りである。

通期の見通しについては、トップラインの状況を勘案して費用コントロールを行い、前年を若干下回る水準に抑える想定である。基盤構築のための費用に関しては下期も継続投下して将来の成長に繋げていく。インセンティブも含めた費用に関しては、前年を下回る水準を想定している。

・ 北米の回復が遅れている理由と現在の状況を教えてほしい。

主に kyu グループが北米で活動しており、彼らの業務はコンサルティングが中心である。北米市場の不透明さとともに、企業のコンサルティング業務の発注が少し控えられており、プロジェクトの延期も発生している。受注までの期間が以前より長くなっており、全体的に収益性を上げることに苦労している状況である。

リストラや新しい業種のビジネスを獲得するなど、既に業績を回復させるための施策には取り掛かっている。2024 年 3 月期中に全ての対策を完了し、来期からは攻めに転じたい。

・ 国内の売上総利益率が第 2 四半期のみだと若干低下している。その要因と今後の見通しを教えてほしい。

BPO 業務の影響を受け売上総利益率が低下したが、このような特殊要素を除くと、売上総利益率は改善が続いている。第 2 四半期累計では 0.1 ポイント改善しており、収益性改善は着実に進んでいるが、四半期毎でみると多少の上下があるため、累計で見たい。

なお、AaaS などのソリューション開発、サービス導入による収益貢献も進んでおり、従来とは異なる報酬体系を設定するなど、さらなる売上総利益率の向上に向かっていきたい。

・ BPO 業務について、通期の見通しを教えてほしい。また、前年からの反動を四半期ご

とに教えてほしい。

BPO 業務はプロジェクトによって大小があり、四半期毎にばらつきが出てくる。官公庁系の BPO 業務は第 4 四半期に収益計上となる業務が多く、第 4 四半期のボリュームが大きくなる傾向にある。

2024 年 3 月期上期における BPO 業務のインパクトについて、コロナ収束に伴いコロナ関連 BPO 業務が減少した結果、売上高を 240 億円程度押し下げた。それを除けば、国内の売上高はほぼ前年並みである。

なお、通期では、BPO 業務で 700 億円規模の減収を想定している。

- ・ インターネットメディアの成長率の目安が 10%増から 5%増に低下しているということだが、その背景を教えてほしい。また、博報堂 DY グループのインターネットメディアの利益率について、今後の見通しも教えてほしい。

背景としては市場規模が一定程度拡大したことが挙げられる。また、米国はリテールメディアが回復傾向にあるが、同メディアは広告会社を介さず、EC メディアが直接ビジネスをしている場合が多く、広告会社の成長に結びつくにはもう少し時間がかかることも挙げられる。

当社グループのインターネットメディアの利益率に関しては、アイレップとソウルドアウトがフォーメーションを組み直しており、博報堂・大広・読売広告社と共に行う業務と、直接クライアントに提案する業務を半々の比率にしたい。その結果、単体でみると直販業務より少し利益率が落ちる部分もあるが、連結では伸長していくことを想定している。

DAC は、博報堂などと協業し、グループ一体でビジネスする構造に変化している最中で、利益率の改善に取り組んでいる。既に利益率も徐々に上がってきていると認識している。

- ・ 現在先行投資を続けているが、2025 年 3 月期以降のオペレーティングマージンについて、今後どの程度の水準を目安として考えていけば良いか教えてほしい。

当社は、現中期経営計画期間を先行投資の期間として位置づけており、次期中期経営計画では刈り取りのステージに変わる。来期以降、中期的に OM 率を改善させていく方向性で計画を策定しているところである。

以 上