

博報堂 DY ホールディングス

2025年3月期 第2四半期 連結決算説明会 質疑応答要旨

2024年11月13日（水） 17:30～18:30

説明者：

代表取締役社長	水島 正幸
取締役副社長	矢嶋 弘毅
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
取締役常務執行役員	安藤 元博
常務執行役員	禿河 毅

・ 博報堂と博報堂 DY メディアパートナーズの統合について、費用面でのシナジーはあるか。また、更なるグループ再編の予定があるか教えてほしい。

重複する機能を中心に合理化できる部分はある。しかし、統合の目的は、競争力を上げ、得意先サービスを強化することである。それによって得意先の期待を高め、シェアを上げることが期待できる。

また、これまでは各事業会社の特色を活かす方向でやってきたが、今後は競争力や収益性を高めるために、サービス領域や専門領域を中心に専門性特化と共通機能の強化を分けてグループのフォーメーションを考えていく。

・ BPO 業務について、昨年からの期ズレ案件が計上されたのか。また、下期の見通しを教えてください。

前期から繰り延べた BPO 業務は第2四半期で計上している。下期も官公庁系 BPO 業務は継続しており、売上高では上期を上回る規模での計上が見込まれる。今後は、民間企業の DX 業務サポートや社会課題解決などを含めた BPO 業務に力を入れていく。

・ 業種別、種目別の国内広告市況の見通しを教えてください。

テレビ、インターネットを含めて上期は堅調に推移した。下期も引き続き好調が見込まれる。業種別では上期同様に、「情報・通信」「飲料・嗜好品」「食品」などは下期も好調に推移する見通し。「自動車・関連品」では、昨年開催されたジャパンモビリティショー等のイベントによる反動減影響があり前年同期をわずかに下回るとみている。

- ・ デジタルコアの新会社として Hakuholdo DY ONE の事業が始まっているが、統合効果も含め状況をお伺いしたい。

社内の制度面も含めて統合を進めている状況である。メディアバイイングに関しては、両社の知見を統合することによる業務の進化が確認できる。ナレッジの共有が進み、博報堂・博報堂メディアパートナーズのノウハウも加わることで提案力が強化され、来期以降の期待が高まっている。

- ・ 海外ビジネスの状況及び下期の見通しを教えてください。

北米ではコンサル領域の低調が続いている一方で、昨年度から実施している構造改革は成果が出始めており、来期以降の回復期待が高まっている。日系自動車アカウントの構成比の高い中国については、電気自動車メーカーの台頭もあり、来期もまだ厳しい状況とみている。

- ・ 市場は自社株式取得の実施を期待していたが、見送った背景及び社内における議論内容も教えてください。

今期の業績見直しは変更しておらず、配当も維持する方針とした。業績面で北米、中国の見通しが不透明な状況ということもあるが、通期ガイダンスを達成することで、まずは安定配当を実現したい。

自己株式取得は常に検討している。現中計に資する事業への投資、テクノロジーへの投資を検討しており、自己株式取得については、そうした投資計画や年度業績、キャッシュの状況などを踏まえて検討を重ねていく。

- ・ インターネット広告が好調だった要因と今後の見通しを教えてください。

外資系プラットフォームの好調が主要因である。そのほか、OTT や縦型動画の需要が伸びている。特に縦型動画についてはテレビでは獲得できないターゲットにリーチできることもあり需要が拡大しており、下期も動画の需要は拡大するとみている。

- ・ 北米ビジネスで構造改革費用として特別損失を計上しているが、北米ビジネスの今期の業績における影響や今後の業績見通しを教えてください。

北米のコンサル系企業は厳しい状況が継続しており、コストコントロールは今年度も引き続き実施する。今期計上した減損損失は、コストコントロールによって削減した人員数に

みあったオフィス再編によるものである。人員削減効果や、オフィス再編による一部効果は既に現れているが、現地ベースで第3四半期（24年1月~9月）まで終了しているため（今期への影響は）限定的であり、今回の再編効果は主に来期以降にあらわれる想定である。コンサル系企業の状態を見ながら、追加の各種施策を検討していく。

- ・ 上期業績の進捗としては期初計画通りなのか。また下期の費用の使い方を教えて欲しい。

上期は想定内の増収増益となった。国内市場の回復を捉え、テレビやインターネットのシェアを上げることができた。一方で通期では業績の見通しは不透明な部分もある。下期の費用については、状況をみながらインセンティブも含めてコントロールを行い、利益を確保していく。

- ・ 今後の事業再編について。規模や費用、ペースの想定を教えて欲しい。

中計期間で収益性の改善を計画しており、主力の国内マーケティング事業ではのれん償却前OM率15%を目標設定している。現中計期間で素地を固め、その先の成長期間を見据えて、トップラインを伸ばした上で、収益性をもっと高めていきたい。

- ・ 前年から繰り越されたBPO業務の計上は期初の計画通りか。

期初の計画通りである。

- ・ 期初計画では大きな特別損益、特別損失を想定していない認識だったが、特別損失などが発生した背景を教えてほしい。

北米事業が想定より不調だった背景もあり、将来の成長のために行った判断の結果である。予定通りにはいかないこともあるが、安定した経営の実現に邁進していく。

- ・ 収益性を高めることを目指す一方で、上期までの販管費水準が変わっていないが、下期以降のコストコントロールの方向性を教えてほしい。

販管費のコントロールは進めているが、給与水準を上げていることや、中計推進に資する戦略費等が費用増の要因となる。一方で、経常的な戦略費等を減らすことにより、前年並みの水準に抑えている。下期もトップラインの状況をみながら、インセンティブも含めてコストコントロールを実施する。

- ・ 投資有価証券の売却予定、売却資金の用途について考え方を教えて欲しい。

現時点で有価証券の売却を決定した事実はない。通期業績ガイダンスの達成を実現するにあたり、様々な対応策を検討していく。投資有価証券を売却した場合の資金用途は、事業成長への投資を第一に想定しているが、総合的に勘案して決めていく。

- ・ ディスプレイ広告など、動画広告以外のインターネット広告の市況を教えて欲しい。

全体の好調に与える要因としては、リスティング広告の拡大影響が大きい。そのほか、ディスプレイ広告など予約型広告も、動画広告などではそれぞれ、規模感は大きくないが拡大している。

以 上