

株式会社博報堂 DY ホールディングス
2026 年 3 月期 第 1 四半期 連結決算説明会 質疑応答集

2025 年 8 月 6 日（水） 14:00～15:00

説明者：

取締役常務執行役員 禰河 毅

- ・ 売上高に比べ収益が大きく減っている要因は何か。また、第 2 四半期以降も同様な事象が継続するのか。

要因としては、ユナイテッド社をはじめとする連結対象会社が減っていること。もう一つは博報堂 DY ONE の統合に伴い、一部の商流が変化したことにより代理人取引が増加したためである。第 2 四半期以降も同様に続く。ただ、売上原価でもほぼ相当額が減少しており、売上総利益以下に与えるインパクトは大きくない。収益の差が大きくなり、見にくい部分があるが、利益としては影響ない。

- ・ 業界全体で検索広告が不振という話を聞くが、E コマース系広告主の出稿手法の変化、広告運用の内製化といったトレンド変化が、業績へ与えるインパクトがあるのか。

E コマース系広告主に関して、顕著な変化はない。得意先によっては、広告の手法を変えることもあるが、大きな減収要因にはなっていない。内製化を行う得意先があることは事実だが、拡大の兆候には至っていない。これらのトレンド変化により当社の業績に影響がでてきているということはない。

- ・ テレビとインターネットについて、市場全体の伸びとシェア変動の状況を教えてほしい。

市場の伸びについて、当社推計では今年度は 3%程度の伸び、第 1 四半期は 1%強の伸びと見ている。第 1 四半期は、テレビの一過性の問題による影響がある。加えて、関税の影響を受けて先行き不透明なこともあり、4 月は厳しい市況だった。5 月以降は前年を超える市況だったと見ている。シェアについては、第 1 四半期は若干劣後していただろう。要因として、関税の影響を大きく受けた業種の伸びが弱かったため、若干市場を下回った認識である。一方で下期にはジャパンモビリティショー等の大型イベントも控えているため、年度では市場を上回る伸びを目指す。また当社のインターネットメディアは 5%強の伸びであり、堅調に推移している。

- ・ 第 1 四半期の実績は計画に対してどうだったのか。連結範囲の異動影響は計画に織り込んでいたか。

調整後では売上総利益、営業利益ともに前年を上回る業績であり、想定通りの進捗である。連結異動影響も織り込んでおり、ガイダンス通りに進捗している。

- ・ 国内売上高の伸びが弱い印象だが、市況による影響か、自社要因によるものか。EC 系の出稿控えの影響があったのかも教えてほしい。

第 1 四半期の市場成長は 1%強の伸びだったと推定しており、堅調に推移している。当社としては、一部大型案件が第 2 四半期以降に期ズレしている影響もあり、市場を若干下回った認識である。EC 系の出稿控えによる大きな影響は出ていない。

- ・ 第 1 四半期においてもフジテレビ問題を背景にテレビからネットへ一定の振替えがあったと思うが、それを加味するとインターネットの成長が弱くみえる。市場が弱かったのか、御社が弱かったのか。

本年 1 月～3 月は、クライアントが年度の広告予算を消費のためにネットへ振替えるケースもあったが、新年度に入り広告予算の使い方を再検討した得意先も多い。そのため 4 月以降は、1 月～3 月ほど大きなシフトチェンジは起きていない。インターネットの広告市場自体が弱いという認識はない。

- ・ 国内広告市況が 5 月以降に堅調に転じた背景は何か。今後、出稿の回復が期待できる業種はどこか。

4 月時点においては、関税適用時期延長の影響を受け、先行きに不透明感があったが、ある程度の見通しが立ってきたことが堅調な市況に結び付いた。回復を期待している業種としては、出稿を控えていたクライアントの戻りが期待できる「家庭用品」、万博や好調なインバウンドを背景に「交通・レジャー」、ジャパンモビリティショーの開催も予定されている「自動車・輸送機器・関連品」、また今期は「金融・保険」にも期待している。

- ・ 海外事業の状況、今後の方針など教えてほしい。独立性を維持するのか、提携等も選択肢にあるのか。また、業績不振地域への追加施策、リスク要因の有無を教えてほしい。

北米については、構造改革を実施してきたこともあり、利益のだせる体質になった。ASEAN ではタイが昨年好調だったが、今期は厳しい状況となる見込み。一方で、インド、台湾は好調であるなど、地域により濃淡がある。今後の方針として、業務提携も含め選択肢は多様にある。地域によっては厳しい業績が長期化する場合、構造改革も考えるが、現時点で、不調領域は好調領域でカバーし、グローバルビジネス全体で成長していきたい。

- ・ 売上、営業利益の計画に対する進捗はどうか。通期ガイダンス達成には、コストコントロールが必要なのではないか。

当社グループの売上高は、四半期が進むにつれてトップラインが増えていく傾向である。現状、ガイダンスを大きく乖離することなく、順調に推移していくと見ている。コストに関しては、売上総利益の伸びを下回る形でコストコントロールを心がけている。そのため、想定以上にトップラインが落ち込んだ際には、インセンティブでコントロールを実施するなど営業利益のガイダンス達成は可能である。

- ・ 海外事業の売上高が減少しているが、一時的要因なのか、クライアント離れや案件単価低下などの構造的な問題なのか。

今期、海外の子会社でも連結子会社から外れた会社もあり、その分の減収影響がある。一部の会社において、大型案件が前年は第1四半期へ計上されていたが、今年度は下期への計上となることが見込まれる影響もあり第1四半期では減収となってしまっている。

- ・ インターネット広告の伸びについて、動画広告も好調なのか。

OTTなどの動画広告や、TikTokなどの縦型動画も伸びている。

- ・ 全社消去として計上されている費用には、第2四半期以降も第1四半期と同規模の金額が発生すると見てよいか。

ほぼ同じ規模で推移していく想定である。

以 上