

**2023年12月期 第3四半期決算説明会 質疑応答の要旨**

2023年8月8日に開催した2023年12月期 第3四半期決算説明会(機関投資家・アナリスト・報道関係者向け)における主な質疑応答の要旨は下記の通りとなります。

**Q1. 今後の見通しについて**

A1. 第4四半期における増収転換について、増収率としては小幅にとどまる見通しではあるものの、デジタルマーケティング事業における一部顧客の予算縮小の影響が弱まっていくとともに新規顧客開拓による積み上げ効果が出始めている。

第5四半期においては、QonQで売上高、収益の伸びが強まる想定であることに加え、人的投資以外の費用の見直しによる増益転換を目指す。

来期については、第5四半期の状況が来期の見通しのベースとなる。費用コントロールについても今期の着地を見たうえで方針を決定していく。外部環境の解像度も含め、期初と比較すると悪い材料は出尽くしたと捉えている。

**Q2. 人的投資と人的投資以外の費用について**

A2. 人員数の増加としては今期が過去最大人数の新卒社員の入社となった。人件費においてはベースアップの影響もあるため、これらが重なり大きく増加している。ベースアップの影響は来年4月以降で一巡するため、それ以降の人件費の増加要因は人員数の増加のみとなる。採用ペースは景気動向を踏まえて調整する局面が出てくる可能性もあるが、当社の企業価値の源泉でもあり、顧客提供価値の向上を通じたトップライン成長のために必要な人的資本への積極的投資という方針自体に変更はない。

人的投資以外の費用については、一部を除いた中途採用の停止や業務委託費を中心に見直しを進めており、第3四半期をピークに第4四半期以降、QonQで減少していく見通しである。

### Q3. 持分法投資利益について

A3. 持分法適用関連会社である電通デジタルにおいても景気や季節性の影響が顕在化しており、当社の業績トレンドに近い状態と認識しているが、これは電通グループとの協業全体に影響を与えるものではないと捉えている。

### Q4. デジタル広告市場について

A4. 1年前は世界情勢の変化によってマクロ経済や広告市場の動向を見通すのが難しい状況だったが、当時と比較すると足元は解像度が上がってきている。また、リオープニングも相まって各顧客企業においてもポジティブな変化が起き始めているように感じている。短期的にはコロナ禍でのオンライン業種の急成長による反動もあるが、これの戻りに加えオフライン業種の需要増加によってデジタル広告市場全体が伸びていくと捉えている。

### Q5. デジタルマーケティング事業の実績について

A5. 足元の市場動向においては販促の伸びが強まっているため、検索広告の需要増加によって取扱高ベースでのトップライン成長は安定していく一方、短期的な粗利率の低下が見られているため、収益の戻りが鈍くなっている。業種別においてはリオープニングによってオフライン業種の需要は戻ってきているものの、オンライン業種の反動減が続いている。

### Q6. 電通グループとの協業について

A6. 協業顧客数については、季節性の影響が一部生じたものと認識しており、協業全体に大きな影響を与えるものではない。今後は顧客数を積み上げつつ、景気サイクルが上向いていくなかで段階的な顧客単価の上昇を狙うことで、顧客数・顧客単価の両面での伸びによって協業の規模をより大きくしていくことを目指す。

### Q7. IPプラットフォーム事業の見通しについて

A7. IPプラットフォーム事業は成長ペースが加速しており、ヒットIPを量産できる体制ができていることを示している。現在はマンガIPが成長をけん引しており、この状況がしばらく続く認識を持っているが、今期の後半から来期にかけてWebtoonへの展開を強め、Webtoon作品のローンチや収益貢献を見込んでいる。現時点では来期も含めて大型の投資は予定しておらず、Webtoonへの投資を現状からさらに強めるかどうかは、収益の伸長が確認できてから判断していきたい。

以上