

2024年12月期 第3四半期決算説明会 質疑応答の要旨

2024年11月7日に開催した 2024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. 今回の業績予想の修正と今後の見通しについて

A1. 今回の下方修正に至った要因は大きく、対売上高収益率と生産性の低下の2点であると認識している。前期に実施したベースアップの効果もあり、着実に定着率は上がってきているため、人的リソースについては充足していると捉えている。足元から来期にかけて、追加の新規採用を抑制し、生産性の改善について優先的に取り組みたい。

Q2. 来期および中期経営方針における定量目標の考え方について

A2. 来期に向けて増益転換を目指していく中で、費用を大きく削減することで利益を確保する方針は現状は持っておらず、費用の増加を微増程度に抑えながら、前期に実施した人的資本投資の回収に向けた生産性の改善に取り組んでいく。

今回の業績予想の修正が中期経営方針における定量目標に与える影響については、現在社内で検討・策定のプロセスを踏んでいるため、次回通期決算発表のタイミングでお知らせする予定である。

Q3. 原価におけるクリエイティブ外注費の実績について

A3. クリエイティブについては基本的に内製化を推進する方針のもと、事業運営を行っているが、この四半期における外注費の増加についてはブランディング案件の獲得や当社が直近、注力しているショート動画領域の案件納品などが重なったことが主な要因であり、一時的な部分が大きいと捉えている。構造的な変化が要因で外注費が増加しているということではない。

Q4. 持分法投資利益と持分変動利益、持分法で会計処理されている投資に係る減損損失について

A4. 持分変動利益は今年の4月以降、持分法適用関連会社としているコミックススマート株式の持分変動に伴うもの、また持分法で会計処理されている投資に係る減損損失は持分法適用関連会社において減損損失が生じたことで発生したものとなっており、これらに持分法投資利益を加えた入り繰りによって、この四半期の持分法投資利益が約1.4億円の実績となっている。持分法投資利益については、通期で見ると期初の見立てどおりの着地になる想定である。

Q5. デジタルマーケティング事業の実績と見通しについて

A5. 売上高についてはマーケティング・コミュニケーション領域において金融系などの一部顧客の予算縮小があったため、第3四半期ではやや減速感が出たが、これがなかりせば市場成長に近い前期比成長率が出せていたと捉えている。電通グループとのオンオフ統合提案を行った際のコンペ勝率が高まってきていることもあり、これをフックに売上高成長率を上げていきたい。

また、ダイレクトビジネス領域においても健康食品関連の落ち込みの影響が継続しており、業種全体が回復するまではまだ時間を要すると見ているため、他業種での取引増加、新規獲得を進めていく。

Q6. デジタルマーケティング事業の対売上高収益率について

A6. 対売上高収益率が低下している主な要因は、当社の中核事業であるマーケティング・コミュニケーション領域の商材ミックスにおいて、検索広告のシェアが高まっていることである。当社としても重要な指標として捉えており、この改善に向けては、当社が強みとするパフォーマンス広告において最も重要な広告運用のパフォーマンスを高い水準で維持しながらソーシャル広告、ディスプレイ広告との掛け合わせや利益率の高いプロダクトとのクロスセルによる拡販などに取り組んでいる。足元の進捗としては当初見立てていたほどの速度ではないものの、四半期ごとに着実に改善が進んでおり、引き続き第4四半期においてもQonQでの改善を続けていけるよう、取組みを進めていきたい。

以上