

2026 年 9 月 15 日（火）

博報堂 DY ホールディングス

2027 年 3 月期 第 1 四半期 連結決算説明会 質疑応答集

説明会日時：2026 年 8 月 5 日（水）16:00～17:00

説明者：

取締役副社長 江花 昭彦

取締役常務執行役員 禰 河 毅

- ・ 中東情勢を受け、テレビスポットの見通しが弱いとの声があるが、広告業界への影響はあるか。

第 1 四半期において中東情勢による大きな影響は出ていない。第 2 四半期以降も、現時点で大きなマイナス影響は見えていないが、情勢が長期化した場合、下半期以降に影響が出る可能性はある。

- ・ 海外事業が減収減益となった要因と今後の見通しは。

中国・タイ・北米（特にコンサルティング領域）の低調が主因。台湾・ベトナム・インドネシアは好調に推移。中国は日中関係悪化の影響で 1～2 月に得意先の出稿が減少したが、4 月以降は回復傾向にあり、構造改革の進捗もあって利益面は改善を見込む。タイは原油高による景気停滞に加え、中東情勢の影響も受けており、当面厳しい状況が続く見通し。北米は AI の普及により得意先のコンサル業務ニーズが短期化しており苦戦。IDEO は需要変化を取り込み回復傾向にある一方、SYP は構造転換中かつ中東拠点の打撃もあり、第 2 四半期以降も厳しい状況が続く見込み。北米デジタル広告領域や国内事業でカバーし、通期見通しの達成を目指す。

- ・ デジタルホールディングスの影響及び為替・BPO 影響を除いたオーガニック成長率は。

デジタルホールディングスと為替影響や BPO も含めた売上高は前年から 7.5%程の伸びで、このうち 5%分がデジタルホールディングスの影響となる。売上総利益以下の利益項目に関しては、伸び率の約半分がデジタルホールディングスの影響となる。加えて、為替と BPO 影響を除くと、売上高は 3 %弱、売上総利益は 4 %弱がオーガニックでの成長となる。

- ・ デジタルホールディングスと博報堂 DY グループの強みをかけ合わせた成功事例について具体的にお伺いしたい。

買収後より PMI プロジェクトを開始しており、博報堂と Hakuhodo DY ONE、デジタルホールディングスと大広、読売広告社の連携を基本戦略として、双方の強みを持ち寄って

る。金融分野に強いオプトと大広、読売広告社の顧客基盤との連携や、大広の強みであるD2C 領域でのオプトとの協業などで成果が出始めており、新たな成長の兆しが見え始めている。

- ・ 広告市況の見通しは。テレビスポットに中東影響は出ていない理由は何か。

国内事業については現時点で大きな影響は出ておらず、今後についても大きな影響は見込んでいない。特別な対応を行っているわけではなく、各クライアントに寄り添ったマーケティング提案を継続している結果と捉えている。

- ・ テレビスポットに影響が出ていないに理由は、他媒体で補填しているのか、またはテレビ自体に影響が出ていないのか。

現時点で把握している範囲では、テレビ自体に影響が出ていない。

- ・ 中東情勢の影響を受け、広告主のテレビからインターネットへの出稿シフトは見られるか。

現時点で顕著な動きは見られていない。

- ・ 海外事業における減損の可能性や挽回施策はあるか。

一昨年に大規模な構造改革を実施しており、将来的な減損の可能性を完全には否定できないが、現状で決定している事項はない。AI の潮流に合わせた対応を進めることで挽回を図る。

- ・ デジタルホールディングスを除いたオーガニック成長率を、市場成長率と比較してどう評価しているか。

当社の予測では、インターネット市場は 6～8%の伸びで推移すると想定しており、当社の第1四半期終了時点のオーガニック成長率は、1桁台半ばで、想定通りの水準と捉えている。通期では2桁成長を目指す。プラットフォームへの関心の高まりやAI 広告関連の相談増加を背景に、デジタル広告取扱高の拡大につなげていきたい。

- ・ 政府の食料品税率変更方針が、今後の広告市場や広告主のマーケティング予算に与える影響をどのように考えているか。

現時点で具体的な効果は見込んでいないが、生活者の購買意欲を高める効果を通じて、広告業界にとってプラス要因になると考えている。

- ・ フジテレビの回復がテレビスポットに与える影響は。

昨年落ち込みのあったフジテレビは、4月以降通常ベース程度まで回復してきており、第2四半期以降もこの回復基調が続くとみている。

- ・ デジタルホールディングスとのシナジーを今後さらに深めていく上での課題は。

Hakuhodo DY ONE、デジタルホールディングス、ソウルドアウトの3つのデジタルエージェンシーが連携し、それぞれの強みを先鋭化しながら、AIを活用した新たな仕事の創出を目指すことが目標。各社が共創できる関係を醸成した上で、グループ全体の力に転化していくことが課題と考えている。

- ・ 北米地域の減収について、売上高の鈍化以上にコストが増加しているのか。

為替影響がトップラインと販管費の双方を押し上げており、為替影響を除くとトップラインは伸びていない。コンサルティング領域における収益確保が引き続き課題。

- ・ AIの業務効率化について、御社への影響は。

業務ごとにAI活用の適否を精査している段階。動画・CM制作等での活用も進んでいるが、精度面の課題からまだ使いこなすには時間を要し、外注費が減る一方で稼働時間が増えるケースもある。ナレッジ共有が容易になる利点もあり、コストと効果のバランスを見極めている段階。今後、AIを高度に使いこなせる人材の需要は拡大すると見ている。

- ・ 国内領域のさらなる成長に向けた投資方針は。

得意先の業績へのコミットが一層求められる場面が増えており、それに応えるための新たなケイパビリティ獲得に向けた投資が不可欠と考えている。得意先とのパートナーシップを深化させる上で必要な投資と位置付けている。

- ・ 海外の不調は一過性か。

中東情勢の影響とコンサルティング領域の低調という2つの要因があり、後者については構造改革の効果がまだ十分に表れていない状況。長期的には一過性と捉えている。

- ・ AI活用は、社内業務効率化、提供価値向上、得意先のAI導入支援の3方向という理解でよいか。

その理解の通り。社内業務の効率化や提供価値の高度化に加え、得意先のAI活用支援について、マーケティングコミュニケーション領域にとどまらず、企業全体での活用をサポートしていく方針。

- ・ AI が生活者の行動に与える変化と、それが代理店ビジネスに与える影響は。

携帯電話普及期と同様、AI というテクノロジーにより生活者の行動そのものが大きく変わろうとしている初期段階にある。得意先は「アドフラウド」や「AI 時代におけるコンテンツの視聴のされ方」に不安や課題を抱えており、博報堂の強みである「生活者発想」を活かし、変化の過渡期においてクライアントと生活者をつなぐ役割を果たしていきたい。

以 上