

2026年2月26日

博報堂 DY ホールディングス

2026年3月期 第3四半期 連結決算説明会 質疑応答要旨

説明会日時：2026年2月12日（木）17:00～18:00

説明者：

取締役副社長 江花 昭彦

取締役常務執行役員 禿河 毅

・ 3Qに入り増収に転じた要因を教えてください、4Q以降も増収が見込まれるのか。

3Q（10-12月）で前年を上回る実績となった要因はいくつかある。一つはジャパンモビリティショー、万博関連などの大型イベントの売上が計上されたこと。なお、それらの要素を除いても前年より増収している。今期は冬季五輪やWBCにより企業のマーケティング活動が旺盛になることが期待されており、ある程度の売上高は確保できると見込んでいる。特に「金融・保険」、「自動車・輸送機器・関連品」、「家庭用品」等の業種で引き続き堅調に推移すると見ている。

・ AIの台頭に伴い広告業界における競争環境や強みの変化を教えてください。

チャンスと捉えている部分とマイナスの影響を及ぼす両方の側面がある。マイナス要素としてはAIによる得意先の内製化が進むのではないかとということがあげられる。実際に、当社グループの得意先の一部においてもそのような動きがあることは事実ではあるが、現時点で当社への業績影響は顕著には出ていない。今後の動向が見通しにくい部分もあるが、当社グループの強みである生活者データやクリエイティビティが、AIによる均質化により、さらに重要になると考えている。楽観視しているわけではないが、そこまで大きな影響はないと見ている。即時的なものとしてAIによる業務効率化が挙げられるが、今後も継続的に進めていく。AIによって膨大なデータを処理できることを考えても、AIはプラスの要素が多いだろうと捉えている。

・ 競合他社との競争環境において、AIが武器になっているか。

クライアントのニーズレベルも高くなっており、多様な場面でAIを使った提案が増えている。業務効率化の側面、メディアにおけるオペレーションの効率化など、クリエイティブをどのように新しくしていくかというものがある。当社グループでは、バーチャル生活者のようなアイデアを当社が蓄積してきたデータを用いて、さらに効率的に活用することが強みとなって得意先から選ばれるケースも増えている。デジタル運用においてはクリエイティブ制作過程のAIによる効率化に取り組んでいる。ただ、AIだけで全てが対応できるわけではないため、AIと人間のクリエイティビティをどのように掛け算してさらに

効率的にするかということが提案の核になっている。そこに競合他社との差別化が図られている。デジタルにおいてはクライアントのニーズも多様だが、コストや効果面によって勝敗が左右することも多くあるが、直近では、博報堂と Hakuhodo DY ONE との連携によりコンペの勝率も高くなってきている。AI 技術とこれまでの知識を掛け算することで競合に対する優位性があると考えている。

・ 売上総利益率が改善している背景は何か、内製化の影響が寄与しているのか

いくつか要因がある。一つは内製化の継続的な取り組み、もう一つは原価管理の徹底を今まで以上に行っていること。また、得意先との報酬交渉もある。これらの取り組みは、今後も継続して実施していく。

・ 通期のガイダンスを据え置いている背景を教えてください。第 4 四半期にコスト増やトップライン減などのリスクが想定されるのか。

現時点で第 4 四半期において、トップラインを落とす要素やコストを大きく上げるようなことは想定していない。来年度が中計最終年度であり、目標の達成に向けて費用投下の可能性や、昨今の物価高に伴ってのインセンティブコントロールも検討の余地はある。利益を伸ばす成長施策は第 4 四半期も引き続き実行していくことに変わりはない。

・ デジタル系案件の競合他社との勝率について、どのような業種、案件が改善しているのか。

獲得系の業種やブランディングを重視する得意先案件が複数とれている。当社グループ内で連携を強化することによって、得意先の単一的なニーズだけではなく、総合的に得意先の成長に貢献できるかを示していることが評価されている結果である。より一層連携を加速させることで、この確率を上げていきたい。

・ デジタルホールディングスが御社グループに加わり、競争力に変化は生じてきているのか。

完全子会社化へ向けたスクイーズアウトを実施している段階であるが、既に連結子会社になったことで各種連携も進めている。デジタルホールディングス、当社グループの既存得意先に対してお互いの強みをどのように付加していくかということに取り組んでおり、足元、デジタルホールディングスがマスメディアを提案する案件や、当社グループのデジタル対応人材が不足している分野にデジタルホールディングスの人材を充当することも進めている。これらは、TOB を実施した目的の 1 つでもあり、お互いの理解を進め、得意先への提供価値を重層化することで両社が成長できると考えている。当社グループに加わることにより、売上高が約 600 億円加わることになるが、メディアに対する影響度合いや得意先

に対する提供価値の質を向上することができると考えている。PMIを始めたばかりではあるが、来期には様々な成果があらわれるだろう。

以 上