

2024 年 12 月期 第1四半期決算説明会 質疑応答の要旨

2024 年5月9日に開催した 2024 年 12 月期 第1四半期決算説明会(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. 第1四半期の実績と今期の見通しについて

A1. 業績予想に対してはおおむね計画通りの進捗であった。

今期の見通しについて、取扱高の成長としては年単位で見た場合に市場成長をアウトパフォームできそうな手ごたえを感じつつあるため、このトップライン成長を前提として、前期より実施している人的投資を吸収し、なるべく早いタイミングで増益トレンドを作っていきたい。

Q2. 今後の株主還元の考え方について

A2. デジタルマーケティング事業を中心とした成長投資へのアロケーションを検討する中で、株主還元に関する議論も進めている。前期にも、従来 15%と設定していた配当性向を 25%に引き上げたが、ここからのさらなる拡充に向け、検討している。

Q3. 今期の人材採用と人的投資について

A3. 前期実施したベースアップによる費用の増加影響は、今期の第3四半期で一巡する。今期中のさらなるベースアップの予定はない。

人材採用については、今年の4月に 120 名以上の新卒入社があり、当面は新卒社員の戦力化に集中する予定である。中途採用は足元で全面的に強めていく方針ではなく、一部の職種などについて優先して実施する。今回の雇用形態の変更による人員数の増加については、オフショアの開発拠点で発生したもので一過性の事象である。

Q4. デジタルマーケティング事業の売上高の2桁成長について

A4. 市況全体について、2022年、2023年と厳しい状況が続いていたが、足元では徐々に回復しつつある印象を持っている。当社の第1四半期においては売上高で前期比+13%と市場成長率を上回っている。業種では、ECをはじめとした情報通信系を中心として、商材では足元で注力している検索広告を中心に高い成長率を出すことができた。

Q5. 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

A5. 商品ミックスとして粗利率が比較的低い傾向にある検索連動型広告の構成比が高まったことが要因である。今後はマーケティング・コミュニケーション領域において、自社プロダクトの拡販に注力していく方針のため、さらに対売上高収益率が低下する可能性は低いと考えている。

以上