

## 2022年2月期 1Q 決算説明会質疑応答の要約

Q1 DM 事業の進捗が気になる。コロナ影響は今後も続くと思うが売上利益拡大の施策はあるのか？

A1 コロナ影響で発送の差止めが続いている。それを受け今期のはじめからコロナ影響を受けていない好調企業に向けての営業促進に注力し、少しずつ成果は見えている。また、商品 DM にも注力しているので、その結果を積み上げていきたい。

Q2 テレビ通販市場の市況感を教えてください。

A2 去年はコロナ禍で上期のテレビ枠はブランド CM のオンエア量が減り通販の放送枠が仕入れやすい環境だったが、9 月以降はブランド CM が回復して通販会社には出稿しにくい環境にあった。4 月の改編では通常 of 市況感に戻ってきた。

Q3 コロナ影響が落ち着いたとのことですが、業績に影響及ぼす可能性のあることがあれば、開示できる範囲で教えてください。

A3 コロナ影響で WEB 事業では新規商談が進まなかったが、すでに新規商談は通常ペースで進めることができている。一番影響があるのが小売事業で、出店している館の閉館や時間短縮営業もあるため影響を大きく受けている。

Q4 ウルテレの出足の手ごたえと今後の見通しを教えてください。

A4 4 月にリリースしてすでに 3 社出稿が決まっており好調な出足。ウルテレは WEB サービスや金融系のお客様を中心にのご案内をしているが、評価は高く手ごたえを感じている。

Q5 ウルテレとノバセルの競合状況及び貴社の優越性についてご教示下さい。

A5 ウルテレはスタートしたばかりなので競合というのも恐縮だが、お客様にご提案する中でお名前が出てくることも多く、競合していると考える。当社の優位性は 2 つ。1 つは、当社ではテレビ放送枠を直接仕入れができること。何時どこでオンエアするか等、条件を細かく決められるので良い結果が出やすい。もう 1 つは、当社は放送枠の運用を 10 年以上実施しており、運用ノウハウについては他社よりも優位性があると思う。

Q6 ウルテレについてコンバージョンを測定できるのお話がありましたが、レスポンス広告が中心となるのでしょうか。

A6 はい。中心はレスポンスをとりたいクライアント。業種は WEB サービスや金融などのサービス提供される企業が候補。

Q7 中計の進捗は順調でしょうか？

A7 4月にリリースした中計について、初年度は順調に計画通り進んでおり、2年目に向けての足掛かりも十分に出来ている。

以上