

## 2024年5月期第2四半期決算説明会

### <質疑応答>

質問者1：今回黒転しましたが、何故ここまで時間がかかったのでしょうか。またこれからどうスピードをもって取り組んでいかれるのでしょうか。数年前に『マーケティングメーカー』となると言われてから、マーケティングと称号して逆にスピード感が失われているのではないのでしょうか。

飯田：ご質問ありがとうございます。スピード感が失われているのではないかという点に関しては、ここ1年はホールディングスとなり、企業グループのガバナンス体制を整えて参りました。それがようやく整い巡行運転を始めたところでございます。新設した株式会社アイケイ（当グループの中でセールスマーケティング事業を担う）では、役員が30代～40代と非常に若く、スピード感が遅いと感じられる部分は今後解消されていくのではないかと思います。また、株式会社プライムダイレクトは、TVショッピングの分野で非常に苦戦していましたが、ここ2～3年で媒体効率を維持させる方に舵をきってまいり、これで底を打ったと思っています。媒体効率の維持に関しては、探りながら媒体を選んでいた関係である程度時間をかけざるをえなかったというところではあります。

質問者1：成長をふまえてどういうところを目指しているか、少し詳しく教えてください。

長野：はい。目指すところはやはり当社の業容である『マーケティングメーカー』をもっと磨きこんで、マーケティングメーカーといえればIKホールディングスと言われるレベルになるまでマーケティング志向のモノづくり、お客様に喜ばれるモノづくり・お届けの仕方というのを極めていくのが、私たちが目指しているところです。