

**2010年10月1日～2011年3月31日**

**株式会社アイレップ**

**2011年9月期 第2四半期決算説明資料**

**2011.5.13**

- 1 連結決算概要**
- 2 重点戦略と進捗**
- 3 事業概況**
- 4 中期経営計画概略**
- 5 会社概要**

- 本資料に記載された意見や予測などは、現時点で入手可能な情報に基づき当社が合理的と判断したものです。様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは異なる場合があることをご承知おきください。
- 2011年1月1日付で子会社化した株式会社レリバンシー・プラスは、2011年9月期 第2四半期決算より連結対象となります。このため、2011年9月期決算には、同社決算の9ヶ月分を取り込むこととなります。
- 新しく連結子会社となった株式会社レリバンシー・プラスの決算にあたって、商流変更を行い取引内容を精査し、決算処理体制を整備したこと等を反映しています。

# 1

## 連結決算概要

## 第14期第2四半期 連結業績ハイライト

### 売上高・利益ともに、四半期ベースで過去最高に

前年同期比 売上 **103.6%**増加、営業利益 **130.2%**増加、経常利益 **132.7%**増加

レリバンシー・プラスの連結に加え、積極的施策を行うクライアントの予算増額等により、四半期ベースでの売上高・経常利益が大きく伸長し、過去最高に

### 主力サービスの売上高の増加

リスティング広告 **103.6%**増加、SEO **62.0%**増加

「旅行」「人材／教育」等の大口顧客が、リスティング広告の売上高増加に貢献。  
SEOその他サービスも、大きく伸長

### 通期計画を上方修正

(修正後の通期計画に対し) 売上 **47.7%**、営業利益 **58.5%**、経常利益 **59.0%**進捗

子会社の株式会社レリバンシー・プラスの決算を、第2四半期より連結決算に反映。  
予想以上の進捗となり、通期計画を上方修正

## 第14期第2四半期 連結業績ハイライト

(単位:百万円)

	2010年9月期 2Q実績	2011年9月期 2Q実績	増減率	2011年9月期 通期計画 (修正後)	進捗率 (対修正後 通期計画)
売上高	5,399	10,991	↑103.6%	23,021	47.7%
営業利益	179	413	↑130.2%	707	58.5%
経常利益	180	419	↑132.7%	711	59.0%
四半期純利益	67	272	↑306.6%	425	64.1%

- 全ての数値が、前年同期を上回る。  
増減率は、**100%(前年同期の2倍)**を超過
- 子会社の株式会社レリバンシー・プラスの決算は、**第2四半期より連結決算に反映**。  
今後も引き続き、当該数値の上乗せを見込む

## 第14期第2四半期業績予想と実績の差異及び業績予想の修正について (2011/5/9 公表済)

各 位		本店所在地		東京都区渋谷区渋谷二丁目1番1号	
会社名	株式会社アイレップ	代表取締役社長	紺野 俊介	(JASDAQ・コード2132)	
代表者		常務取締役管理本部長	室井 智有		
問合せ先		電話番号	03-5464-3398 (代)		

平成23年5月9日

平成23年9月期第2四半期累計期間業績予想と実績値の差異  
及び業績予想の修正に関するお知らせ

平成23年9月期第2四半期決算において、平成22年12月17日に公表した平成23年9月期第2四半期累計期間(平成22年10月1日～平成23年3月31日)の業績予想との差異が生じたのでお知らせいたします。また、こうした業績動向を踏まえ、平成22年12月17日に公表した業績予想を下記の通り修正いたしましたのでご報告申し上げます。

記

1. 平成23年9月期連結業績の実績との差異及び修正予想等  
(1) 第2四半期累計予想数値と実績の差異(平成22年10月1日～平成23年3月31日)  
(単位:百万円, %)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益	1株当たり 四半期純利益
前 回 発 表 予 想 (A)	9,392	258	259	143	5,224.07 円 銭
実 績 値 (B)	10,991	413	419	272	10,055.18
増 減 額 (B-A)	1,599	155	160	129	—
増 減 率 (%)	17.0%	60.1%	61.8%	90.2%	—
(ご参考) 前期第2四半期実績 (平成22年9月期第2四半期)	5,399	179	180	67	2,487.28

(2) 通期予想(平成22年10月1日～平成23年9月30日)  
(単位:百万円, %)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益
前 回 予 想 (A)	21,154	534	538	295	10,745.85 円 銭
今 回 修 正 (B)	23,021	707	711	425	15,688.42
増 減 額 (B-A)	1,867	173	173	130	—
増 減 率 (%)	8.8%	32.4%	32.2%	44.1%	—
(ご参考) 前期実績 (平成22年9月期)	11,531	407	405	172	6,397.59

(注) 上記予想は、現時点で入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後の様々な要因によって予想数値と異なる可能性があります。

### 「リスティング広告販売」の売上および利益の増加

- (売上) 想定以上に、リスティング広告の出稿が増加
- (利益) リスティング広告及びSEOの伸びに加え、継続的な販売管理費抑制により、収益を確保

### 「通期予想」の上方修正

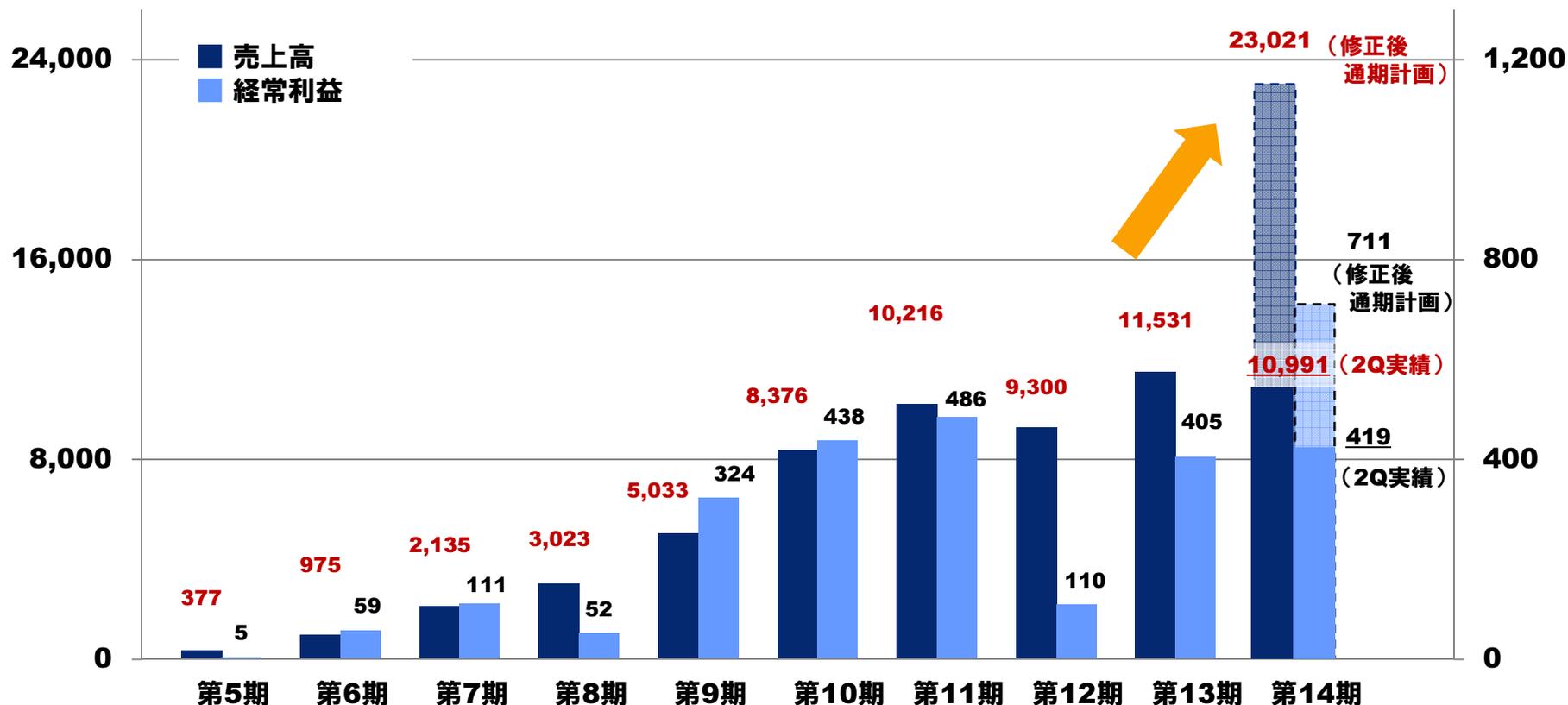
- (売上) デジタルマーケティング領域において、拡大戦略を引き続き推進。レリバンシー・プラスの連結子会社化の影響も考慮
- (利益) 売上高増加の影響に加え、グループシナジーの追求により管理費用を削減

# 1. 連結決算概要

## 売上高・経常利益の推移（通期）

売上高（単位：百万円）

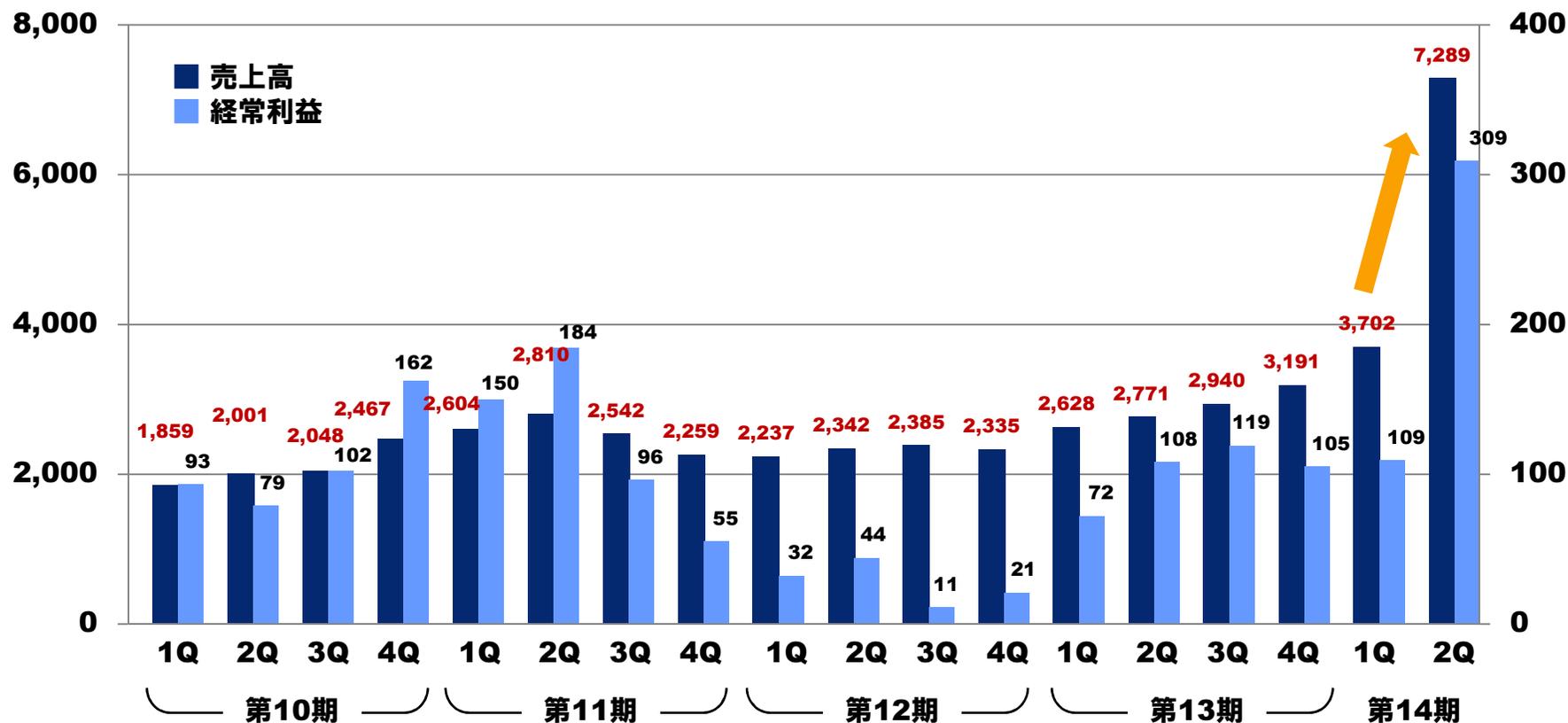
経常利益（単位：百万円）



## 売上高・経常利益の推移（四半期）

売上高（単位：百万円）

経常利益（単位：百万円）

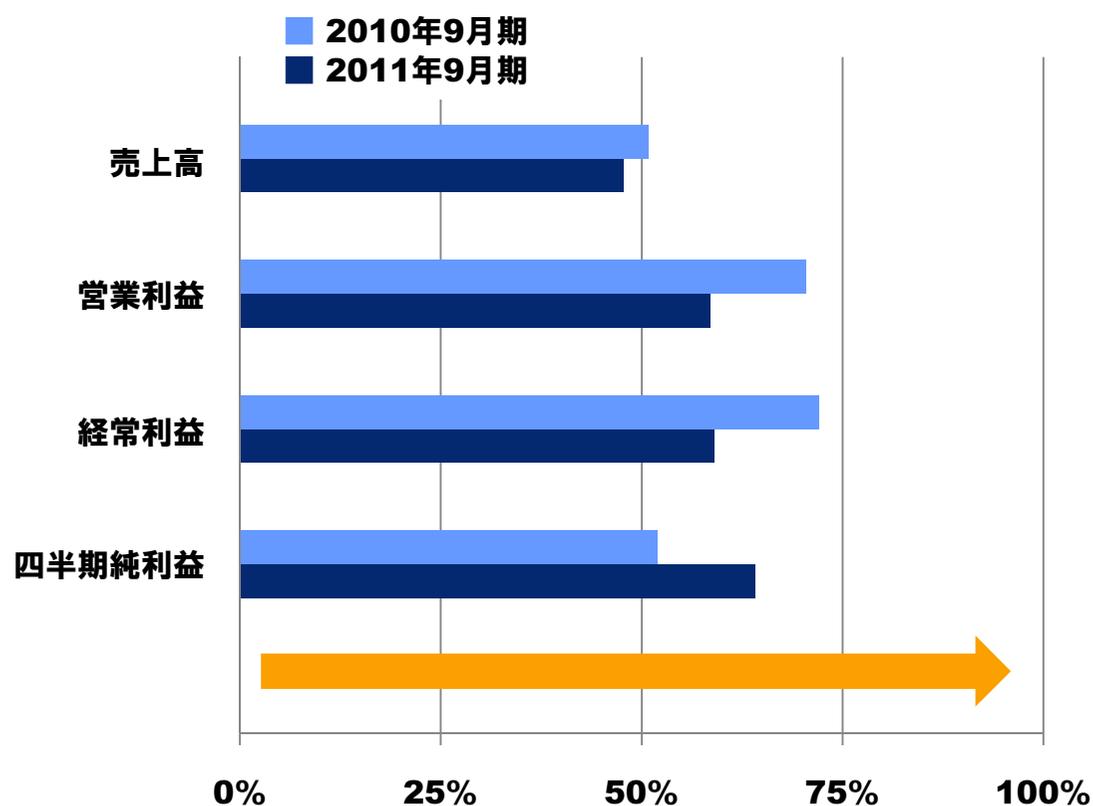


- 第14期第2四半期より、**レリバンシー・プラスの連結を開始**
- 四半期ベースで、売上高は**約2倍**、経常利益は**約3倍**に

# 1. 連結決算概要

## 前年同期比較（通期）

※2011年9月期の進捗率は、  
修正後の通期計画を基に算出



### 進捗率

### 2Q実績 (単位:百万円)

50.8%	5,399
47.7%	10,991
70.4%	179
58.5%	413
72.1%	180
59.0%	419
52.0%	67
64.1%	272

(上段:2010年9月期 下段:2011年9月期)

# 1. 連結決算概要

## 連結損益計算書（要点）

（単位：百万円）

	2011年9月期 2Q (2010年10月-2011年3月)	2010年9月期 2Q (2009年10月-2010年3月)	増減率
売上高	10,991	5,399	103.6%
売上総利益	1,472	870	69.3%
売上総利益率	13.4%	16.1%	△ 2.7 Points
営業利益	413	179	130.2%
営業利益率	3.8%	3.3%	0.5 Points
経常利益	419	180	132.7%
経常利益率	3.8%	3.3%	0.5 Points
税金等調整前四半期純利益	422	121	246.8%
四半期純利益	272	67	306.6%
四半期純利益率	2.5%	1.2%	1.3 Points

- レリバンシー・プラスの連結開始及びリスティング広告の伸長により、  
売上総利益率は低下したものの、売上高及び利益総額は大きく増加
- レリバンシー・プラスの商流変更その他により、営業利益率及び経常利益率が改善

## 連結貸借対照表（要点）

（単位：百万円）

	2011年9月期 2Q末 (2011年3月31日)	2010年9月期 4Q末 (2010年9月30日)	増減率
流動資産	4,955	3,347	48.1%
（現金及び預金）	1,489	1,504	△1.0%
固定資産	538	515	4.5%
資産合計	5,494	3,862	42.3%
流動負債	3,256	1,837	77.2%
固定負債	0	42	—
負債合計	3,257	1,879	73.3%
純資産合計	2,236	1,982	12.8%

● **資産合計は、1,631百万円の増加**

増加要因：株式会社レリバンシー・プラスの連結子会社化及び売掛債権の増加に伴う（受取手形及び売掛金）1,609百万円 の増加等

● **負債合計は、1,377百万円の増加**

増加要因：株式会社レリバンシー・プラスの連結子会社化及び仕入債務の増加に伴う（買掛金）1,185百万円 の増加、  
（短期借入金）200百万円の増加等

● **純資産合計は、254百万円の増加**

増加要因：四半期純利益の計上等に伴う（利益剰余金）232百万円 の増加等

## 連結キャッシュ・フロー計算書（要点）

（単位：百万円）

	2011年9月期 2Q (2010年10月-2011年3月)	2010年9月期 2Q (2009年10月-2010年3月)
営業活動によるキャッシュ・フロー	<b>△105</b>	<b>221</b>
投資活動によるキャッシュ・フロー	<b>△77</b>	<b>△3</b>
財務活動によるキャッシュ・フロー	<b>166</b>	<b>△1</b>
現金および現金同等物の増減額	<b>△15</b>	<b>216</b>
現金および現金同等物の四半期末残高	<b>1,489</b>	<b>1,283</b>

### ● 営業活動によるキャッシュ・フロー

増加要因：（仕入債務）876百万円 および（税金等調整前四半期純利益）422百万円 の増加等  
減少要因：（売上債権）1,219百万円 の増加、（法人税等の支払）165百万円等

### ● 投資活動によるキャッシュ・フロー

増加要因：（連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入）19百万円  
減少要因：（投資有価証券の取得による支出）81百万円等

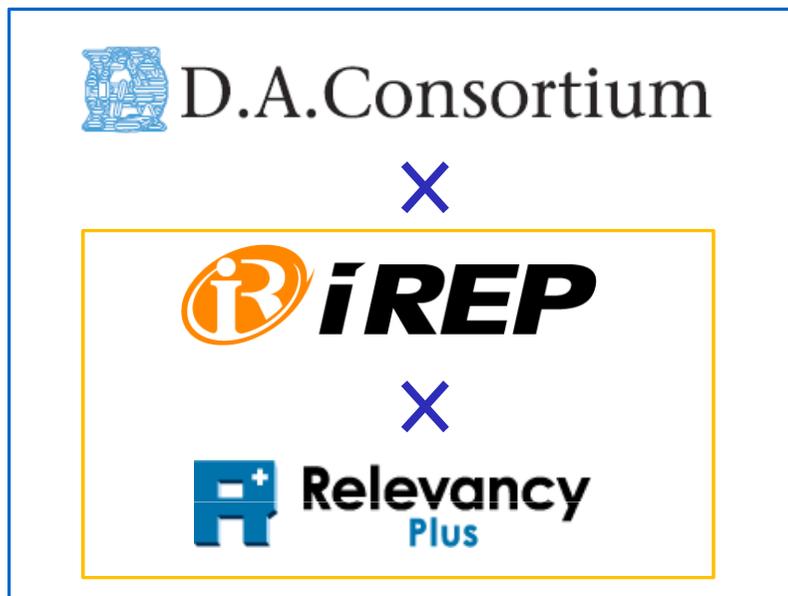
### ● 財務活動によるキャッシュ・フロー

増加要因：（短期借入金の純増額）200百万円等  
減少要因：（配当金の支払）40百万円

# 2

## 重点戦略と進捗

### DACグループへの参加と、レリバンシー・プラス社の完全子会社化



- グループ再編による事業シナジー追求と経営効率化の推進
- SEM領域でのモバイルサービス及びクリエイティブサービスの強化
- DACグループと当社との共同事業の推進
- 当社の「SEM専門」から「デジタルマーケティングエージェンシー」への移行
- ネット広告・SEMソリューションのグローバル展開

SEM専門内トップから、SEM国内トップ、そしてSEMグローバルファームへ

×

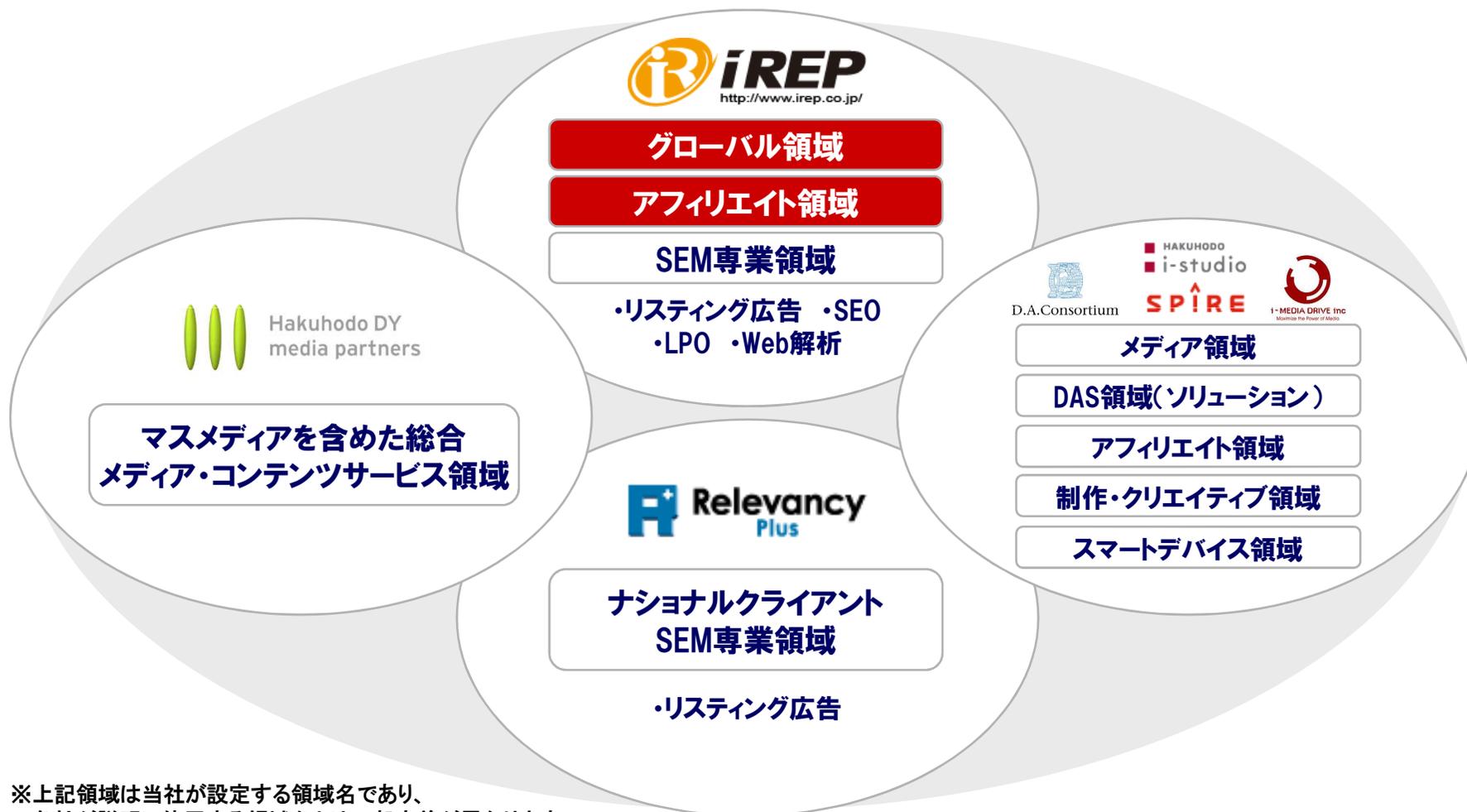
サーチマーケティングの専門家から、デジタルマーケティングの専門家へ

×

サーチ発、運用型ディスプレイ広告市場への挑戦

「SEM専門会社」から「デジタルマーケティングエージェンシー」へ

# 相互連携によるパフォーマンス領域の強化



※上記領域は当社が設定する領域名であり、各社が説明に使用する領域名とは一部定義が異なります

### 第14期 重点戦略と進捗

#### 1 SEM・SMM周辺領域のパフォーマンスを最大化するプラットフォーム構築

##### リスティング広告・SEO

- 行動ターゲティング・ディスプレイ広告などのアドテクノロジー領域、モバイル・スマートフォン、ソーシャルメディア領域に対応するメソッド、ロジックの確立と取扱シェア拡大
- グローバル案件は現地パートナー企業と協業し、欧州圏・南米圏へと対応エリアを拡大  
海外に進出するナショナルクライアントをはじめとした企業へのマーケティング支援

##### LPO・サイト制作・Web解析・ほか

- Web解析をキーに、あらゆるマーケティングチャネルのパフォーマンスを計測。  
SEM周辺領域にとどまらず、2014年には8兆円の市場規模に拡大されると言われる  
デジタルコンテンツ領域も含めたマーケティング全体へのアプローチ

#### 2 グループ企業との連携を強化し、機能の多ラインナップ化をさらに加速

- アフィリエイト広告の提供スキーム確立と取扱シェア拡大
- モバイル、純広告、制作・クリエイティブ領域のソリューション提供体制

### 第2四半期・第3四半期トピックス

#### 1 SEM・SMM周辺領域のパフォーマンスを最大化するプラットフォーム構築

##### SEO・SMM

- **Google**自然検索結果におけるソーシャルメディアサイトの占有率を調査した「**ソーシャルメディア占有率レポート**」を発表
- ソーシャルメディア上でのユーザーとの接点を意識したコンテンツ企画を支援する「**ソーシャルメディア特化型コンテンツ企画サービス**」を提供開始
- **Facebook**広告の取扱開始
- 「**Googleショッピング**」に対応した、コマースリンク株式会社のECデータフィードサービス「**DFO**」(**Data Feed Optimization**)の取り扱いを開始

##### モバイル・スマートフォン

- **iPhone**(TM)・**Android**に対応したスマートフォン用Webサイト最適化を支援する「**スマートフォンサイト最適化支援サービス**」を提供開始
- **モバイル・スマートフォン**広告の取扱拡大

### 第2四半期・第3四半期トピックス

#### 1 SEM・SMM周辺領域のパフォーマンスを最大化するプラットフォーム構築

モバイル・その他

- 注文住宅特化型ポータルサイト「**総合住宅展示場モバイル**」公式化  
自社メディアの運営強化、データ分析やユーザー調査を積極的に行い、  
アドテクノロジーに対するノウハウの更なる蓄積を目指す

#### 2 グループ企業との連携を強化し、機能の多ラインナップ化をさらに加速

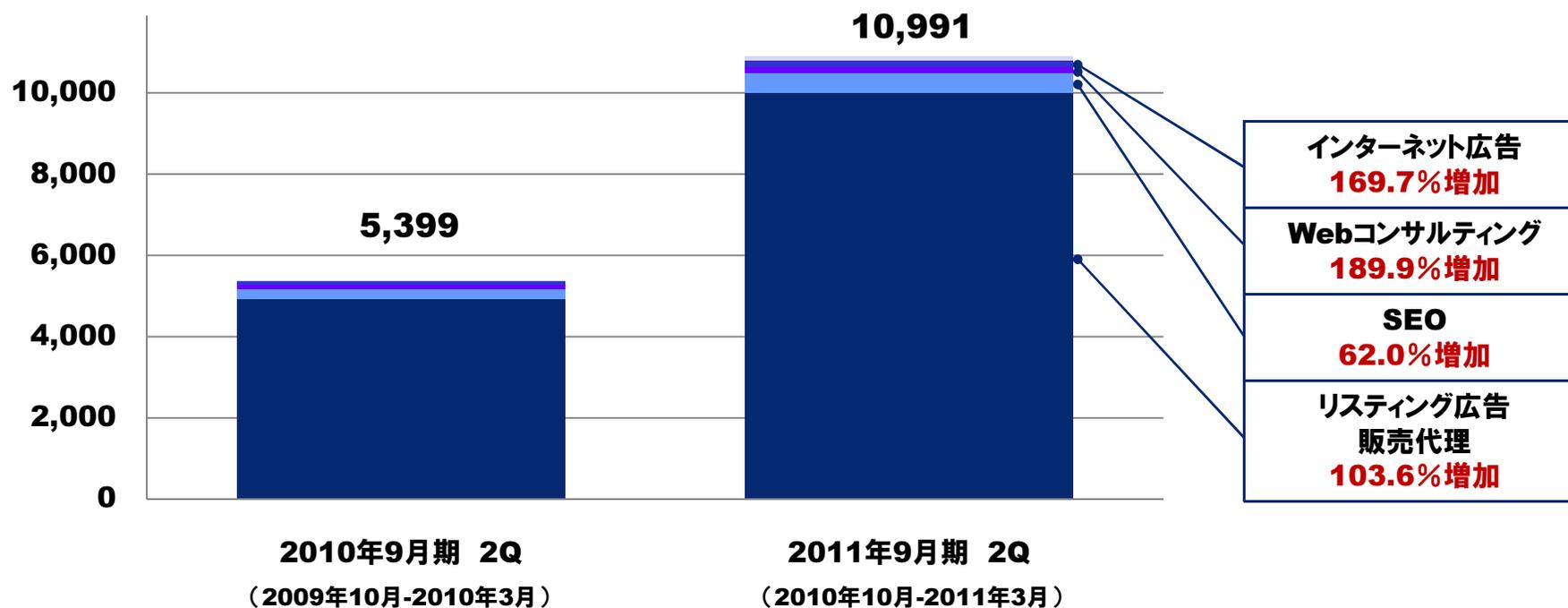
- 株式会社メンバーズと、相互の強みを活かし、営業活動の協力および新規顧客の拡大を  
目的とした業務提携締結

# 3

## 事業概況

#### サービス別売上高（前年同期比）

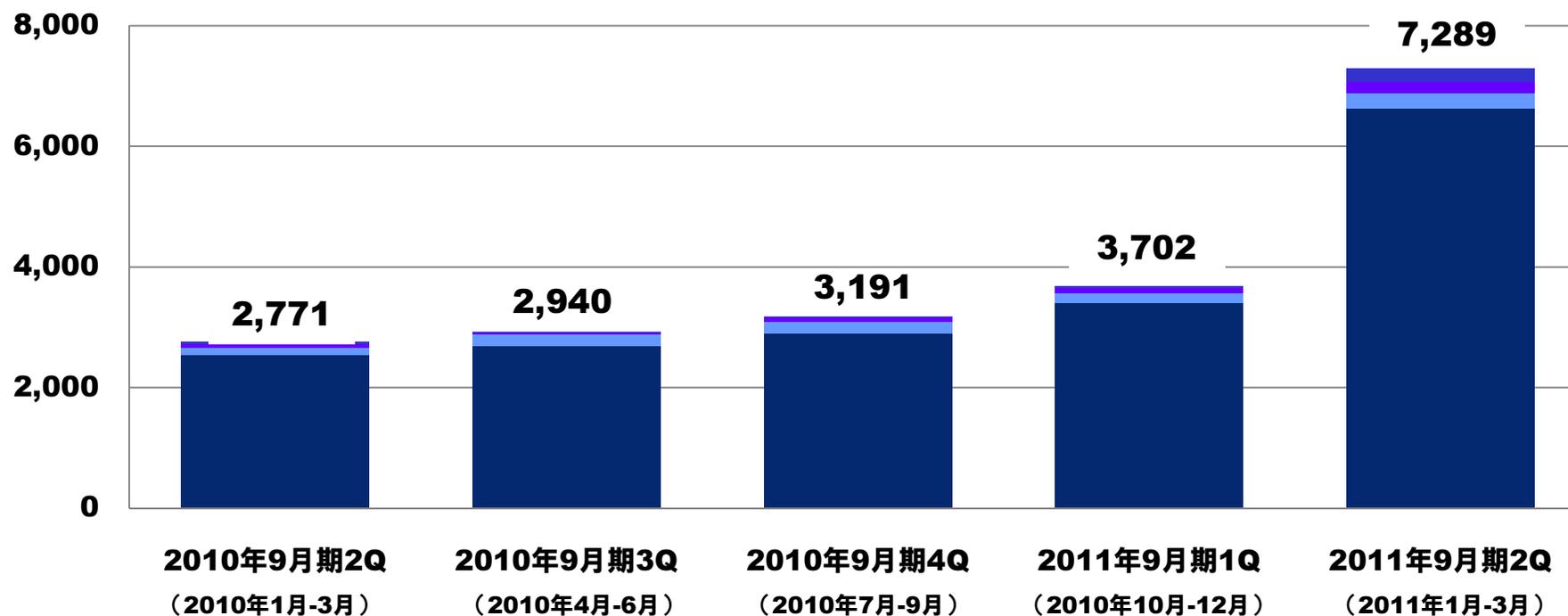
	2010年9月期 2Q	2011年9月期 2Q	(単位:百万円)
■ リスティング広告販売代理	4,932	10,044	
■ SEO	253	410	
■ Webコンサルティング	96	279	
■ インターネット広告	94	253	
■ その他	22	3	



#### サービス別売上高の推移（四半期）

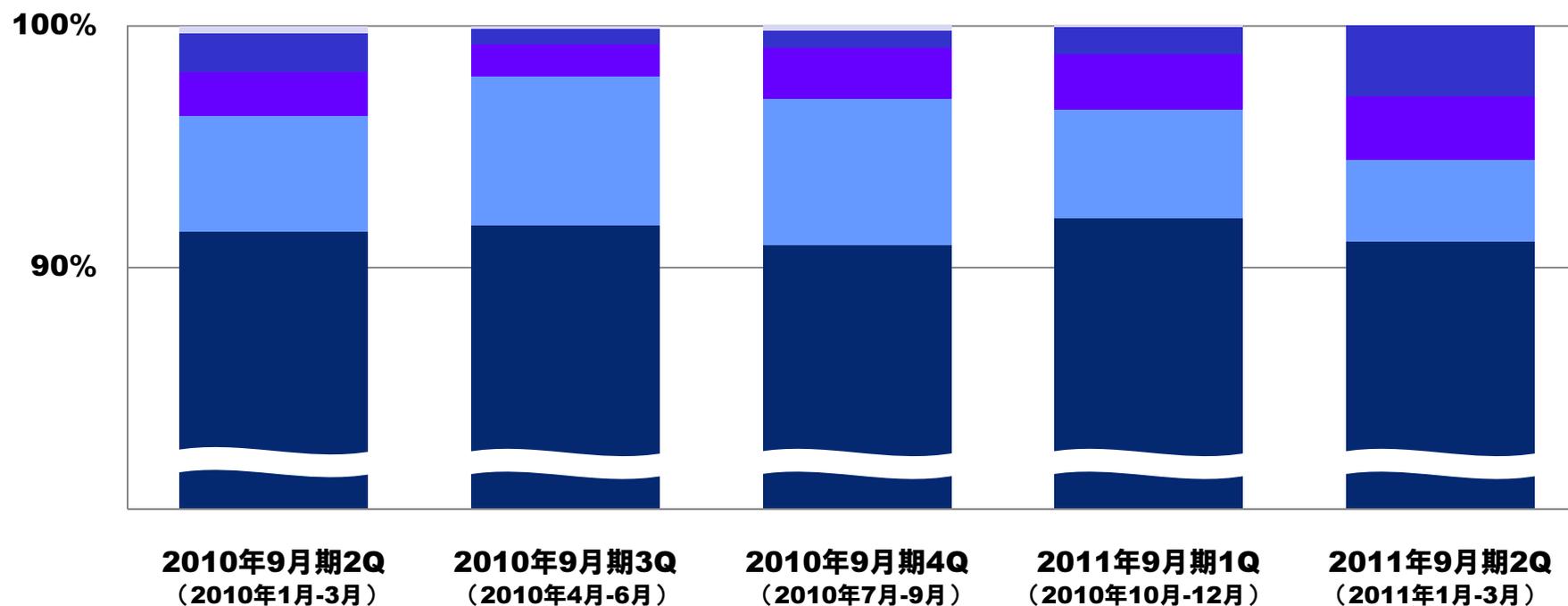
（単位：百万円）

	2010年9月期 2Q	2010年9月期 3Q	2010年9月期 4Q	2011年9月期 1Q	2011年9月期 2Q
■ リスティング広告販売代理	2,534	2,696	2,901	3,406	6,638
■ SEO	133	181	193	166	244
■ Webコンサルティング	50	39	68	86	192
■ インターネット広告	45	19	22	40	212
■ その他	8	3	6	2	0



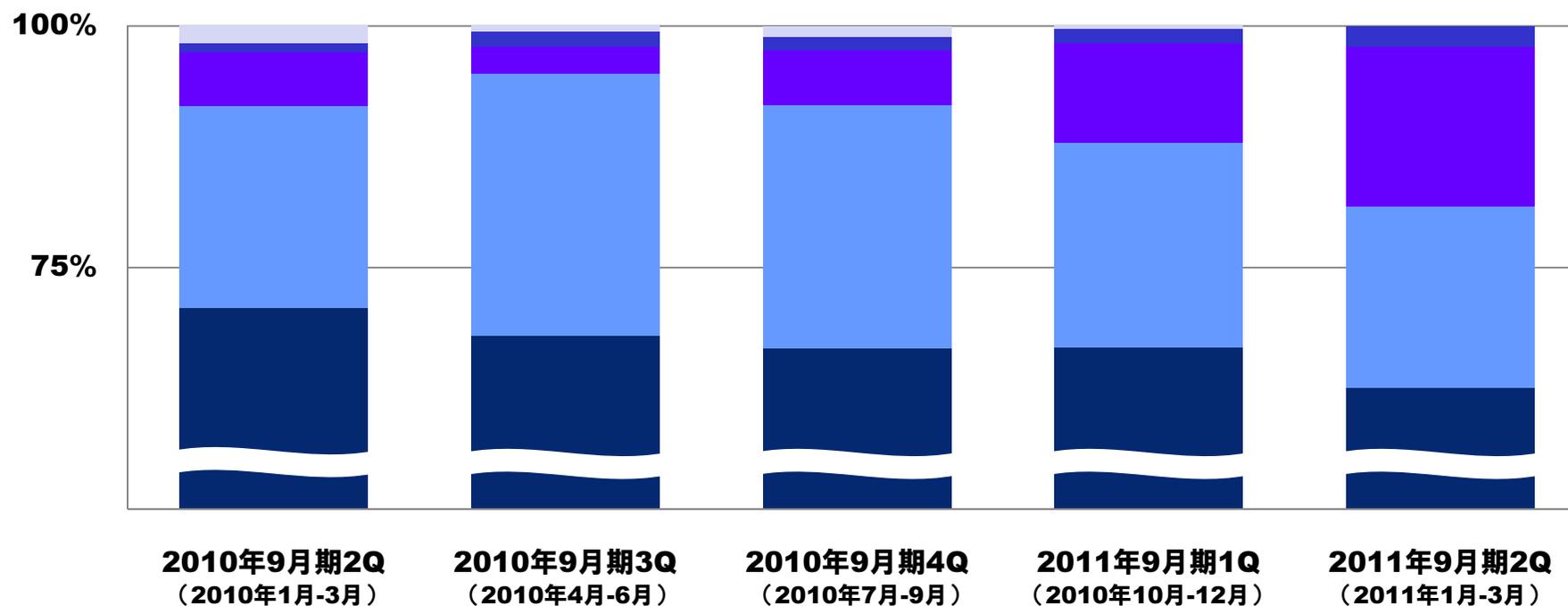
#### サービス別売上構成比の推移（四半期）

	2010年9月期 2Q	2010年9月期 3Q	2010年9月期 4Q	2011年9月期 1Q	2011年9月期 2Q
■ リスティング広告販売代理	91.5%	91.7%	90.9%	92.0%	91.1%
■ SEO	4.8%	6.2%	6.1%	4.5%	3.4%
■ Webコンサルティング	1.8%	1.3%	2.1%	2.3%	2.6%
■ インターネット広告	1.6%	0.7%	0.7%	1.1%	2.9%
■ その他	0.3%	0.1%	0.2%	0.1%	0.0%

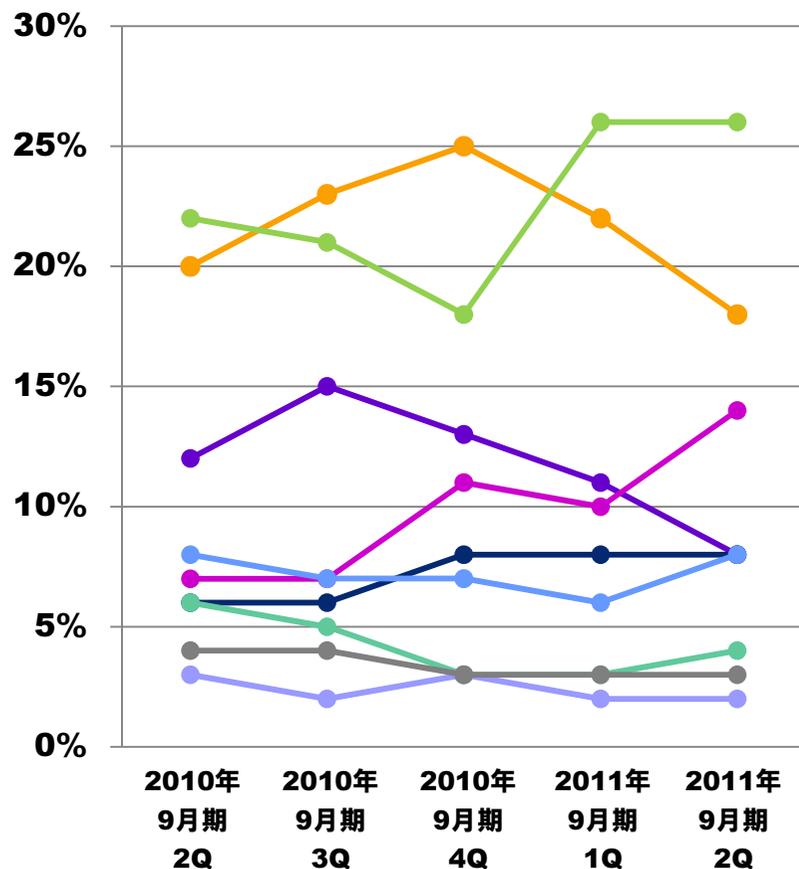


#### サービス別粗利構成比の推移（四半期）

	2010年9月期 2Q	2010年9月期 3Q	2010年9月期 4Q	2011年9月期 1Q	2011年9月期 2Q
■ リスティング広告販売代理	70.9%	67.9%	66.7%	66.8%	62.6%
■ SEO	20.8%	27.2%	25.1%	21.1%	18.7%
■ Webコンサルティング	5.6%	2.8%	5.7%	10.3%	16.6%
■ インターネット広告	0.9%	1.5%	1.4%	1.5%	2.1%
■ その他	1.8%	0.6%	1.1%	0.3%	0.0%



#### 業種別顧客属性の推移（四半期）



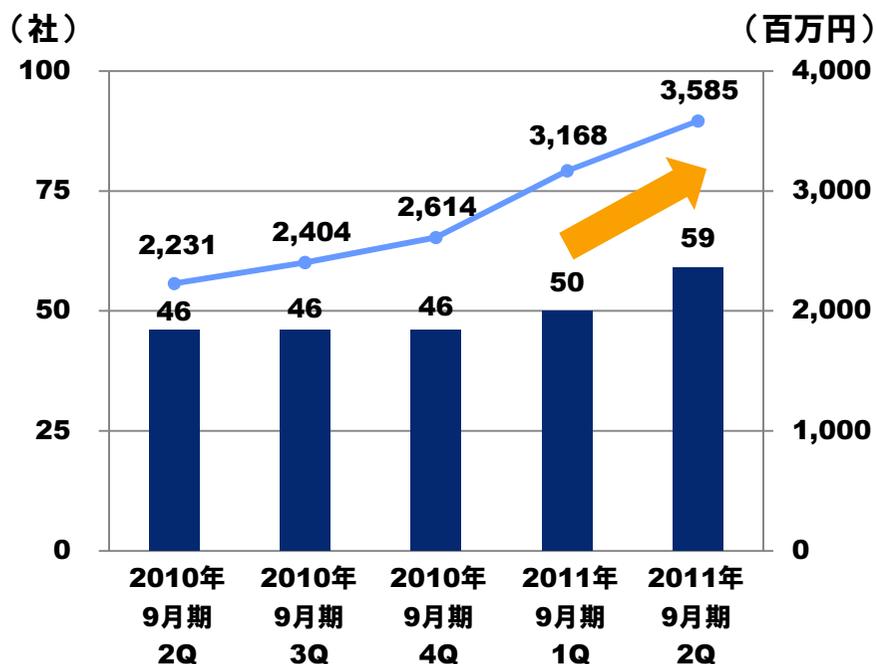
	2010年 9月期 2Q	2010年 9月期 3Q	2010年 9月期 4Q	2011年 9月期 1Q	2011年 9月期 2Q
■ メディア	22%	21%	18%	26%	26%
■ 小売／通販	20%	23%	25%	22%	18%
■ 旅行	7%	7%	11%	10%	14%
■ 人材／教育	8%	7%	7%	6%	8%
■ 保険	12%	15%	13%	11%	8%
■ 自動車	6%	6%	8%	8%	8%
■ ネットサービス	6%	5%	3%	3%	4%
■ 金融	4%	4%	3%	3%	3%
■ 美容健康	3%	2%	3%	2%	2%
その他	12%	10%	9%	9%	9%

- 「旅行」「人材／教育」「ネットサービス」の売上総額および割合が増加
- 「小売／通販」「保険」が減額となったものの、他の業種は概ね増額

## 大口顧客およびナショナルクライアント

### 大口顧客数及び大口顧客取引額の推移

※大口顧客の定義＝四半期売上1,000万円以上の顧客

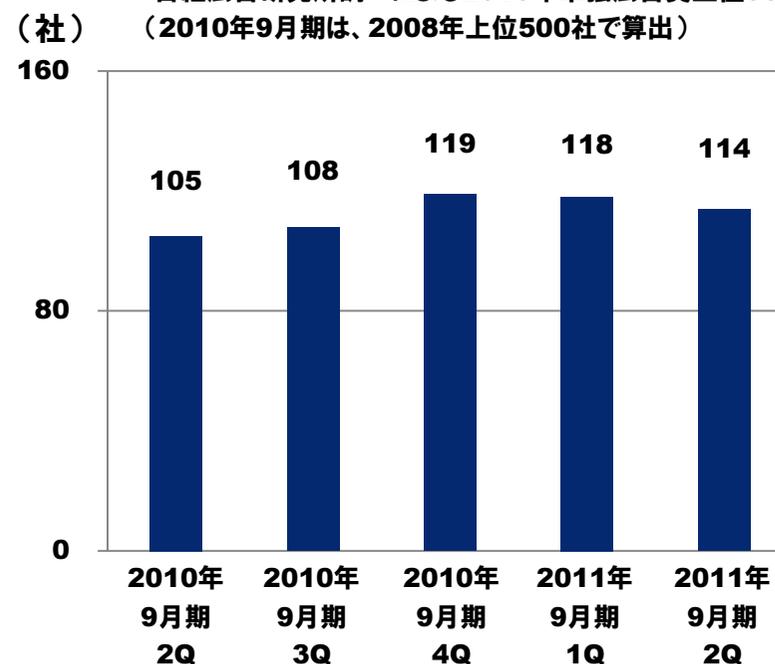


- 顧客数は、あらゆる業種で増加。  
取引額は、「旅行」「人材/教育」等で大きく増加

### ナショナルクライアント数の推移

※ナショナルクライアントの定義

＝日経広告研究所調べによる2010年単独広告費上位500社  
(2010年9月期は、2008年上位500社で算出)



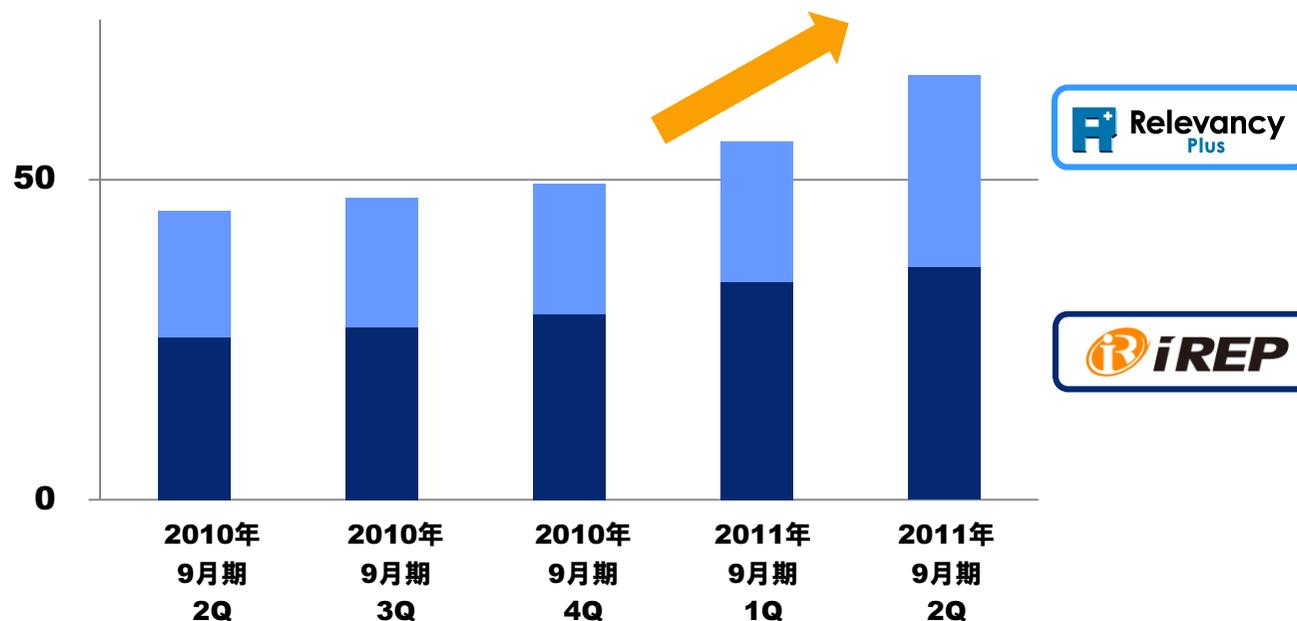
- ナショナルクライアント数は、微減。

#### 「レリバンシー・プラス」の連結業績への影響



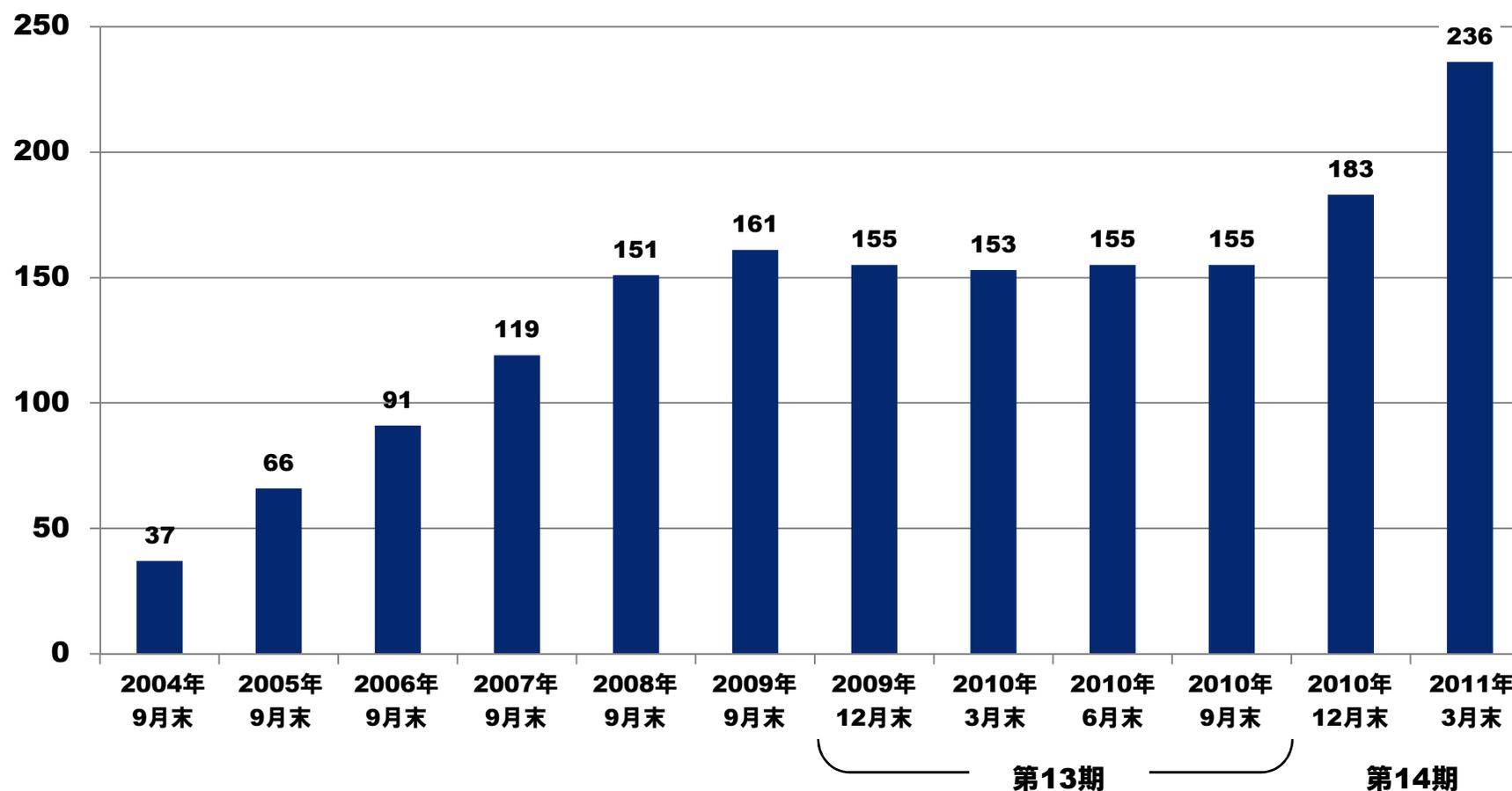
- 2011年9月期第2四半期より、**レリバンシー・プラスの決算を連結決算に反映。**  
あわせて商流変更、取引内容の精査等を実施
- アイレップグループ（アイレップ + レリバンシー・プラス）での  
リスティング広告取扱高は、大きく伸長。**四半期売上高が大幅増加**

リスティング広告売上高（単位：億円）



## 社員数の推移

※出向者含め、アイレップグループ全体の社員数  
(単位:人)



- 2011年1月にレリバンシー・プラスを完全子会社化したことにより、社員数が大きく増加

4

# 中期経営計画概略

### 当社グループを取り巻く市場環境の変化

#### 既存のデジタルマーケティング市場の順調な拡大

- ・インフラやデバイスの進化による、ユーザのインターネットメディアへの接触機会の増加
- ・企業のマーケティングROI意識の高まりによる、マス広告からインターネット広告への予算シフト
- ・ターゲティング手法の進化(サイト・カテゴリターゲティング、ジオターゲティング、コンテンツ連動、行動ターゲティング、リターゲティング、オーディエンスターゲティングなど)

#### あらゆるものがデジタル化する社会

- ・デジタルデバイスの多様化と急速な市場拡大  
(スマートフォン、タブレット型端末、デジタルサイネージ、ネットTVなど)

#### 生活者の情報接触行動、購買行動プロセスの変化

- ・生活者が主体的に情報を取得・発信・共有しあう社会  
(検索、ソーシャルメディアの発展)

#### 日本企業のグローバル化

- ・企業の海外進出・グローバル経営

### デジタルをキーとしたマーケティング活動の変化、グローバル化

### 3つの成長戦略

SEM専門内トップから、SEM国内トップ、そしてSEMグローバルファームへ



サーチマーケティングの専門家から、デジタルマーケティングの専門家へ



サーチ発、運用型ディスプレイ広告市場への挑戦

### SEM専門内トップから、SEM国内トップ、そしてSEMグローバルファームへ



株式会社レリバンシー・プラスを完全子会社とし、ノウハウの共有等をこれまで以上に推し進め、ナショナルクライアントの開拓・取扱高の拡大を実現します。

加えて、当社が持つSEM関連テクノロジーを利用し、中堅・中小企業を中心とした企業に対してノウハウを提供する新たな事業展開を進め、SEM事業ではSEM専門代理店トップから、国内代理店トップ(リスティング広告の取扱高No.1)を目指します。

また、日本の高品質SEMコンサルティングサービスの輸出により、この3カ年でSEMグローバルファームへと進化していきます。

### サーチマーケティングの専門家から、デジタルマーケティングの専門家へ

これまで当社は、PC、モバイルというデバイスを中心に、“サーチ”というターゲティング手法の扱いに長けていました。

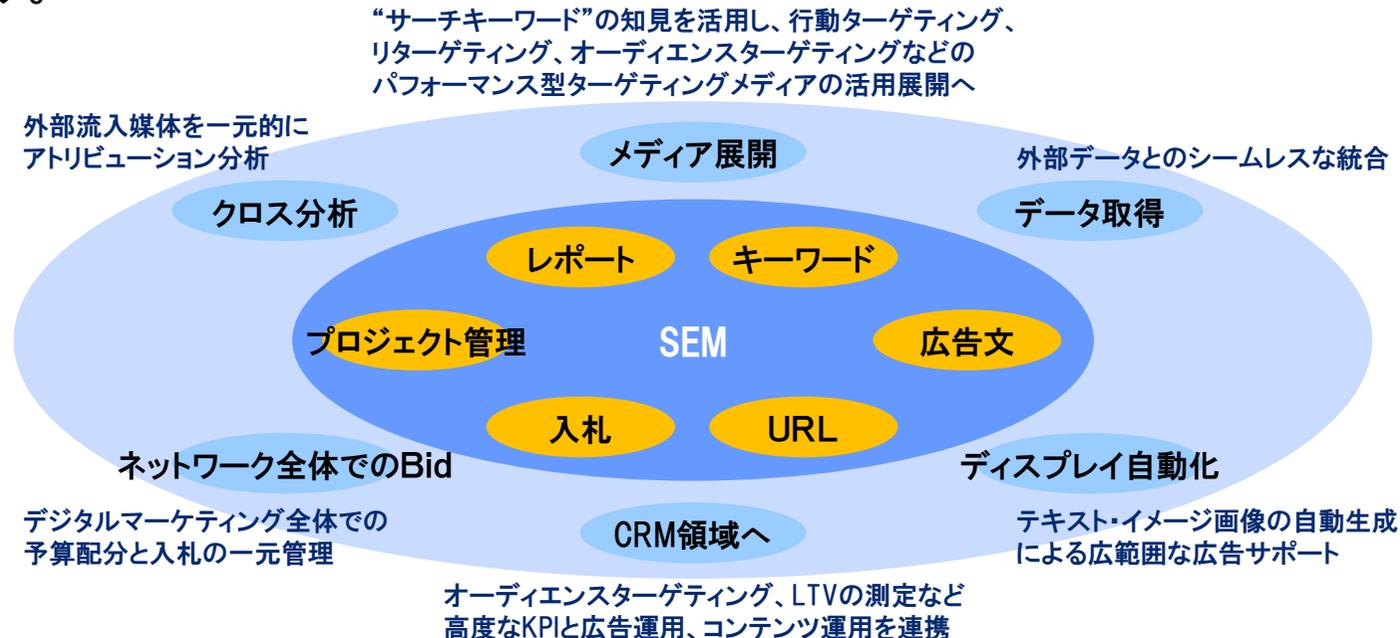
今後は、デジタルデバイスの多様化によるユーザ行動の変化を深く理解し、またインターネット広告技術の進化によって生まれた新しいターゲティング手法(行動ターゲティング広告、サーチリターゲティング広告等)の扱いに長け、各デバイス・手法に対して最適化するだけでなく、これらを統合して最適化できるソリューション力を保持していきます。



## サーチ発、運用型ディスプレイ広告市場への挑戦

近年のアドネットワークの進化により、これまでメディア媒体単位の配信最適化にとどまっていたディスプレイ広告はユーザ単位にセグメントした最適な配信を行う事が可能になり、新しい広告市場＝リアルタイム性の運用(Real Time Bidding)を伴うディスプレイ広告市場が生まれつつあります。

当社は、SEMや各種ターゲティング広告によって得られるデータとディスプレイ広告によって得られるデータを融合することで、この市場で成果を生み出す知見を確立し、新たな事業領域とすることを目指します。



### 達成に向けた8つの課題と施策

①解析技術の  
保持、発展

②SEM業務統合  
プラットフォームの  
開発

③レリバンシー・プラス  
との事業シナジー追求、  
経営効率化の推進

④アドテクノロジーに対する  
高い見識の保持、  
自社メディアの運用

⑤グローバル事業の  
展開

⑥ソーシャルメディア  
マーケティング領域の  
ソリューション開発

⑦DACグループ  
各社との連携強化

⑧マネジメント人材、  
技術志向の  
コンサルタント人材の  
育成

**SEM市場の成長率を超える成長を継続**  
**2013年9月期 売上高:350億円、営業利益:10億円**  
**目標平均成長率:20%**

※2011年～2013年の検索連動型広告等市場の平均成長率…約6%  
 検索連動型(PC)+モバイル市場の平均成長率…約10.6%  
 (総務省「インターネット検索エンジンの現状と市場規模等に関する調査」より)

### 2011年9月期～2013年9月期の中期経営目標

(2010年10月1日～2013年9月30日)

(単位:百万円)

	2011年9月期		2012年9月期		2013年9月期	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
連結	21,154	534	29,168	858	35,002	1,029
単体	13,490	502	16,800	672	20,160	806

※2011年1月1日付で子会社化した株式会社レリバンシー・プラスは、2011年9月期 第2四半期決算より連結対象となります。  
 このため、2011年9月期決算には、同社決算の9ヶ月分を取り込むこととなります。

# 5

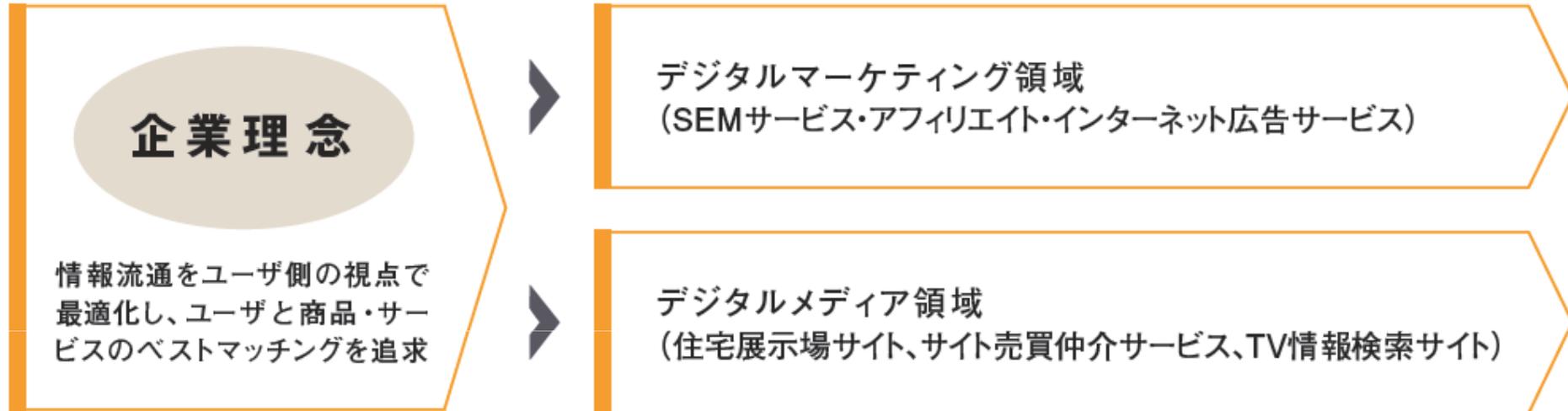
## 会社概要

## 会社概要と沿革

会社名	株式会社アイレップ (証券コード:2132)
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ デジタルマーケティング領域                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・SEMサービス</li> <li>・モバイルSEMサービス</li> <li>・SMM(ソーシャルメディアマーケティング)</li> <li>・アフィリエイトマーケティング</li> <li>・インターネット広告</li> </ul> </li> <li>■ デジタルメディア領域                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・サイト売買仲介事業</li> <li>・住宅展示場サイトの運営</li> <li>・TV情報検索サイト</li> <li>・株式会社グリーンエネルギーマーケティング</li> </ul> </li> </ul>
所在地	東京都渋谷区渋谷2-1-1 青山ファーストビル
設立	1997年11月
資本金	5億4,276万円 (2011年3月末現在)
代表者	代表取締役社長CEO 紺野俊介
上場取引所	大阪証券取引所 JASDAQ市場
決算期	9月

- 1997年 株式会社アスパイア設立。
- 2000年 株式会社アイレップに社名変更。キーワード広告を中心としたインターネット広告代理業を本格的に開始。
- 2002年 グーグル社アドワーズ広告の取扱を開始。  
「日本有料老人ホーム紹介センター」を開設。  
オーバーチュア社(現 ヤフー社)スポンサードサーチ取扱を開始。
- 2003年 本社を東京都新宿区新宿四丁目に移転。  
オーバーチュア社(現 ヤフー社)「推奨認定代理店」に認定される。
- 2004年 サーチエンジンマーケティング総合研究所(SEM総研)を開設。
- 2005年 本社を東京都渋谷区渋谷二丁目に移転。  
大阪営業所開設。
- 2006年 博報堂DYメディアパートナーズと資本・業務提携。  
大阪証券取引所「ヘラクレス」市場に上場。(現「JASDAQ」市場)
- 2007年 Mediba社(KDDI子会社)とモバイルSEO領域で業務提携。  
シニアマーケティング事業部を分社化(株式会社あいけあ)。  
DAC社と合併で 株式会社レリバンシー・プラスを設立。  
住宅情報サイト「総合住宅展示場」運営開始。
- 2008年 サイト売買仲介サイト「サイトストック」運営事業を譲受け。
- 2009年 DAC社と業務・資本提携。  
株式会社あいけあの全株式を、インターネットインフィニティー社に譲渡。
- 2010年 福岡営業所開設。  
DAC社の連結子会社となる。
- 2011年 レリバンシー・プラス社を完全子会社化。

### 企業理念と事業ドメイン



当社は、「**Search(検索)**」を中心としたデジタル領域における経営課題の解決を支援するデジタルマーケティングと、ユーザ側の視点で、ユーザと商品、サービスのベストマッチングを実現するサイトの運営を行うデジタルメディアの2つの領域を事業軸としています。

## SEM（検索エンジンマーケティング）の概略



「Yahoo!リスティング広告」  
入札価格等により  
掲載順が決まる広告です。

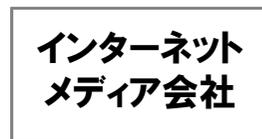
htmlの記述や  
Webサイトの構造を整え、  
Webサイトを検索エンジンに  
認識・評価されやすい状態に  
する技術です。

## デジタルマーケティング事業

【仕入先広告媒体】



広告枠提供  
(仕入れ)  
→  
←  
広告掲載料



広告枠提供  
(仕入れ)  
→  
←  
広告掲載料



【クライアント】



広告販売  
サポートサービス  
→  
←  
広告掲載料  
施行メンテナンス  
→  
←  
サービス料  
コンサルティング  
→  
←  
コンサル  
ティング料  
広告提案  
→  
←  
サービス料



## デジタルメディア事業（総合住宅展示場）





#### IRに関するお問い合わせ窓口

**TEL : 03-5464-3398**

**FAX : 03-5464-3291**

**Mail : [ir@irep.co.jp](mailto:ir@irep.co.jp)**

#### ホームページのご案内

コーポレートサイト <http://www.irep.co.jp/>

サービスサイト <http://www.sem-irep.jp/>

SEM情報ブログ <http://www.semilog.jp/>

SEO情報サイト <http://www.alphaseo.jp/>