

## 2012年9月期業績に関するご質問とご回答

### 2012年9月期 業績について

Q1.

前年同期比 51.1%増加という売上の成長に対して、利益面での成長が限定的ですが、理由を教えてください。

A1.

・広告運用力が評価され競合他社からのクライアント企業の移行があり、大口クライアント数が増加するとともに、既存クライアントの投下予算も順調に伸張しました。広告ビジネスが成長したことにより、前年比 51.1%売上が成長しました。もっとも、広告ビジネスは当社の SEO 等のソリューションビジネスと比較して粗利率が低いことから、広告ビジネスが伸張すると全体の粗利率は低下する傾向にあります。このため利益成長が売上の成長に及びませんでした。

・また、高い売上高成長を維持するための人材採用・育成、提供サービスの高品質化を狙ったシステム「Marketia(マーケティア)」の開発や R&D 投資を加速したことにより、利益面の伸びが限定的となりました。

・今後につきましては、広告ビジネスのクライアントに対して「Marketia(マーケティア)」の提案・導入して頂くことによる業務の効率化・高度化、またソリューションビジネスの提案・導入頂くこと等により、利益率の改善を目指します。

■業績サマリー(別添 1)

■売上高構成比(別添 2)

■大口顧客の推移(別添 3)

■従業員数の推移(別添 4)

### 2013年9月期 業績予想について

Q2.

2012年9月期の売上の成長が前年同期比 51.1%増加であるのに対して、2013年9月期の売上高の伸びが低いように感じられるが、その背景を教えてください。

A2.

・2012年9月期の売上の伸びが高かった主な理由の一つに、競合他社から当社へ移行されたクライアントが多かったことあげられます。2013年9月期の売上は、予測しづらい移行による増分を

殆ど考慮せず、マーケットの成長をベースに比較的固めに予想したものです。

・またコンサルティング人材において、計画通りに採用・育成が進まない等、一定のリスクを折り込んだ形で予想数値を策定したこともあります。

#### ■連結業績予想(別添 5)

#### 中期経営計画(ローリング数値について)

Q3.

2011年11月の前回発表時と比較して、売上高は拡大している一方で、営業利益及び経常利益の面では前回目標を下回っています。理由を教えてください。

A3.

・当社は、当中計期間は長期的な視点における「成長基盤の整備段階」と位置付け、戦略投資を優先させることにしております。この“投資”に伴う費用の増加から、利益面での目標は今回発表の値としております。

・このように戦略投資を優先させる理由は、運用型ディスプレイ広告やリスティング広告の継続的な拡大等、成長機会が見込まれる分野がより一層明確になってきたことによるものです。

#### ■中期経営計画(定量目標)(別添 6)

#### 事業について

(全体像)

Q4.

アイレップのビジネスの全体像と戦略の方向性について、教えてください。

A4.

・クライアント企業のインターネット上のマーケティング課題を、「広告」と「ソリューション」で解決する企業で、「広告:リスティングとインターネット広告」「ソリューション:SEOとWebコンサル」で構成されています。

・もっとも広告技術の進化等により、現在ではリスティング広告とインターネット広告の垣根はあいまいになってきています。それに伴い、クライアントニーズも「インターネット上の広告・施策を統合的に管理したい」というものに変化しています。

・当社は「Search\*」に関するノウハウをコアとしつつ、クライアントニーズが高まっているデジタル上のマーケティング活動全般を支援する「デジタルマーケティングエージェンシー」への転換を図っています。

・現行の中期経営計画において、Search の領域では既存マーケット(代理店市場)の深堀と中堅・中小企業向け(インターネット経由市場)と海外ビジネスへの進出を計画しています。

・加えて「デジタルマーケティングエージェンシー」を実現するために、リスティング広告を含むインターネット広告領域全般において、クライアントの広告効果を高める取り組みを進めていきます。

\*検索エンジンを通じた情報流通を最適化し、ユーザーと商品・サービスのベストマッチングを提供すること

#### ■アイレップの広告ビジネスの全体概要と戦略の方向性(別添 7)

(強み)

Q5.

アイレップの強みを教えてください。

A5.

・アイレップの強みは、リスティング広告等の「運用型広告」における「運用力の高さ」と、その運用力を継続的に高める「仕組み」を整えている点です。

・リスティング広告は、興味・関心の高いユーザーへアプローチが可能、クリック課金のため費用対効果が明白、また広告の出稿後も継続的に広告内容を改善可能(運用可能)といった特徴があります。

・アイレップは仕組みやノウハウを活かしてクライアントの広告運用を行い、その効果を継続的に高めることでご評価をいただき、高い成長を実現しています。

#### ■運用力を高める仕組み(別添 8)

(クライアント企業)

Q6.

得意な業種などはありますか？

A6.

・アイレップは、特定の領域に注力するという戦略は取っていません。

・もっとも現時点では、旅行、人材/教育、ECといったインターネットを介した集客等の施策がビジネスモデルにフィットするクライアントからの受注が多いと言えます。

・特定の大手クライアントが増減する、あるいは特定の大手クライアントが投下予算を大きく増やすということ等がない限り、当社のクライアント層に大きな変化はないと見えています。

#### ■2011/9 期 4Q と 2012/9 期の顧客業種別売上高構成比(別添 9)

(海外展開について)

Q7.

アイレップの海外展開の進捗について教えてください。

A7.

・お客さまの海外への出稿意欲が高まっており、それに伴い当社でも海外出稿体制を整備しています。具体的には、出稿国数 28 カ国、出稿可能メディア 27 メディアとなっています。(2012 年 11 月 9 日時点)

・また、今後はアジアを中心に現地法人の設立など、より事業を加速する予定です。

#### ■地域別海外取扱いメディア数(別添 10)

(スマートフォンについて)

Q8.

スマートフォンへの取り組み状況はいかがでしょう？

A8.

・売上の 20%程度が、スマートフォン関連となっています。

・当社は、ユーザー行動の追求をベースとして、その先にスマートフォンがある、というスタンスで取り組んでいます。スマートフォンの出荷台数に目を向けると、その数は確実に伸張しており、このことから戦略的に取り組むべきデバイスであると認識しています。

・現時点では、配信技術といった様々な制約によりクライアントのPCからスマートフォンへの広告予算の移行が大きくは進んでおらず、PCを強化するクライアントが多いことも事実です。今後においても、PCからスマートフォンに切り換えるのではなく、ユーザー動向や技術の進化を見据えてPCと共に取り組みを行うことが必要と考えています。

#### ■スマートフォン関連売上(別添 11)

# 別添1. 連結決算概要

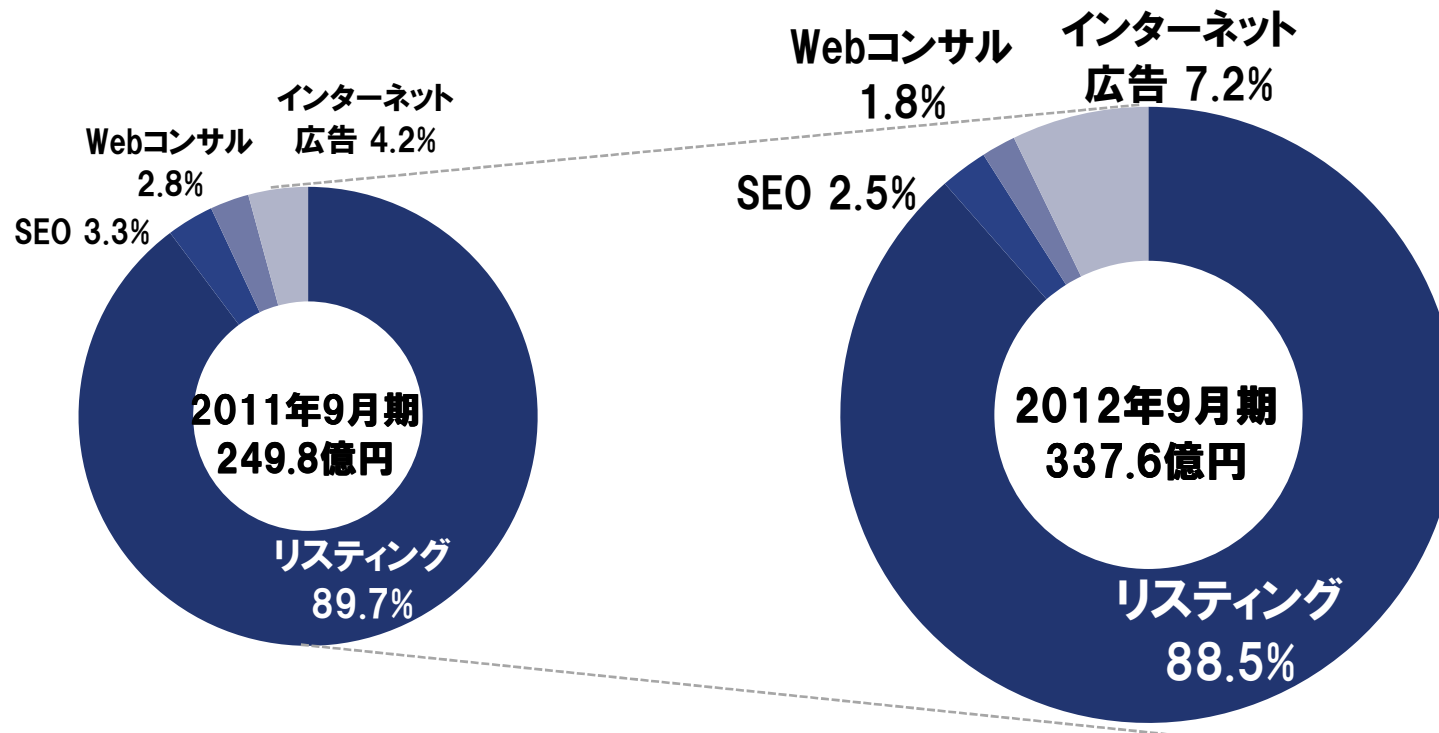


(単位:百万円)

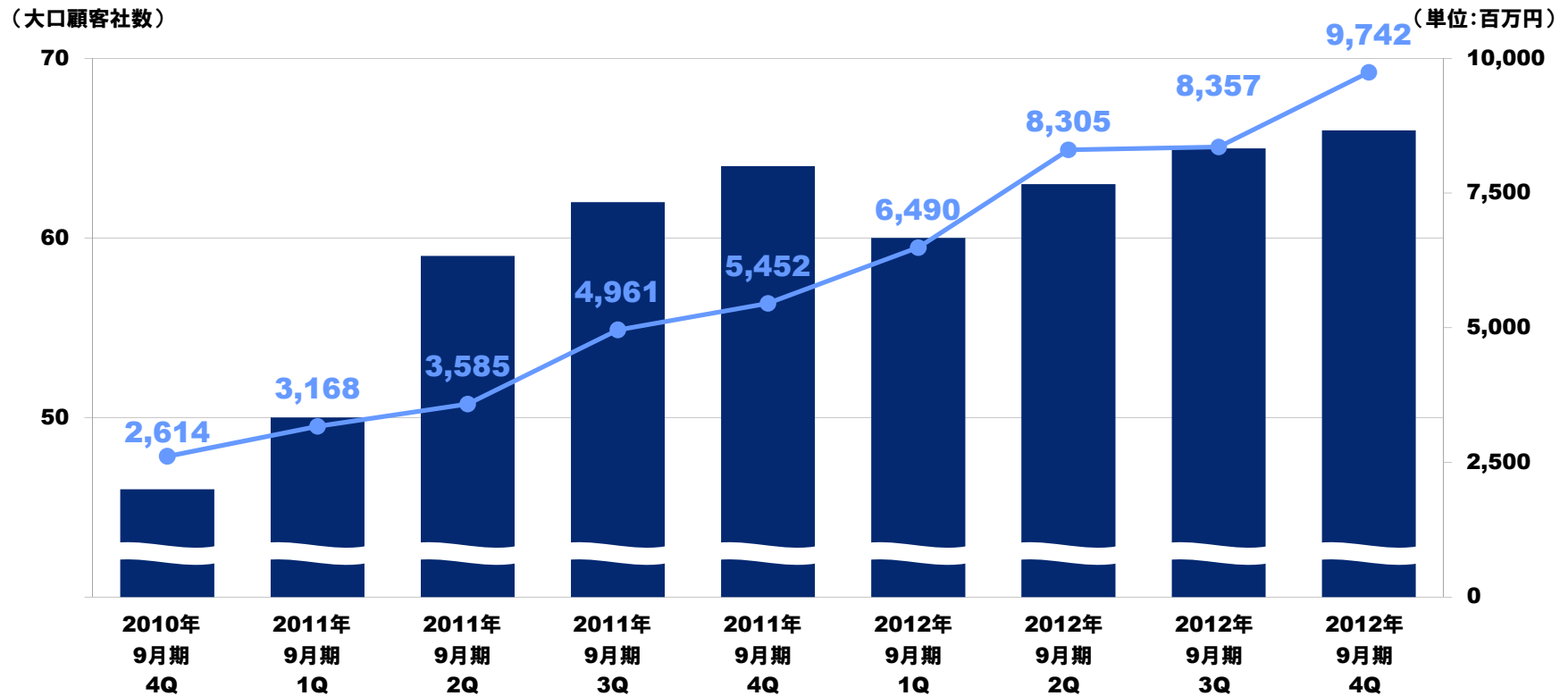
	2011年9月期	2012年9月期	増減率	2012年9月期 通期計画 <small>上段:2012年5月8日発表 (下段:2011年11月14日発表)</small>	2012年9月期 通期達成率 <small>上段:2012年5月8日発表 (下段:2011年11月14日発表)</small>
売上高	24,983	37,761	51.1%	34,914 (30,150)	108.2% (125.2%)
営業利益	759	922	21.5%	924 (858)	99.8% (107.5%)
経常利益	767	930	21.2%	929 (860)	100.1% (108.1%)
当期純利益	426	579	35.8%	520 (442)	111.3% (130.9%)
EPS※	15,732円	21,260円	35.1%	19,077円 (16,212円)	111.4% (131.1%)
ROE	19.1%	21.3%	2.2pt	—	—
配当※	1,500円	3,000円 うち、記念配当 1,500円	2倍	—	—

※2012年9月30日の株式分割前の数値としております。

## 別添2. 連結売上高構成比(サービス別)



# 別添3. 大口顧客数・取引額

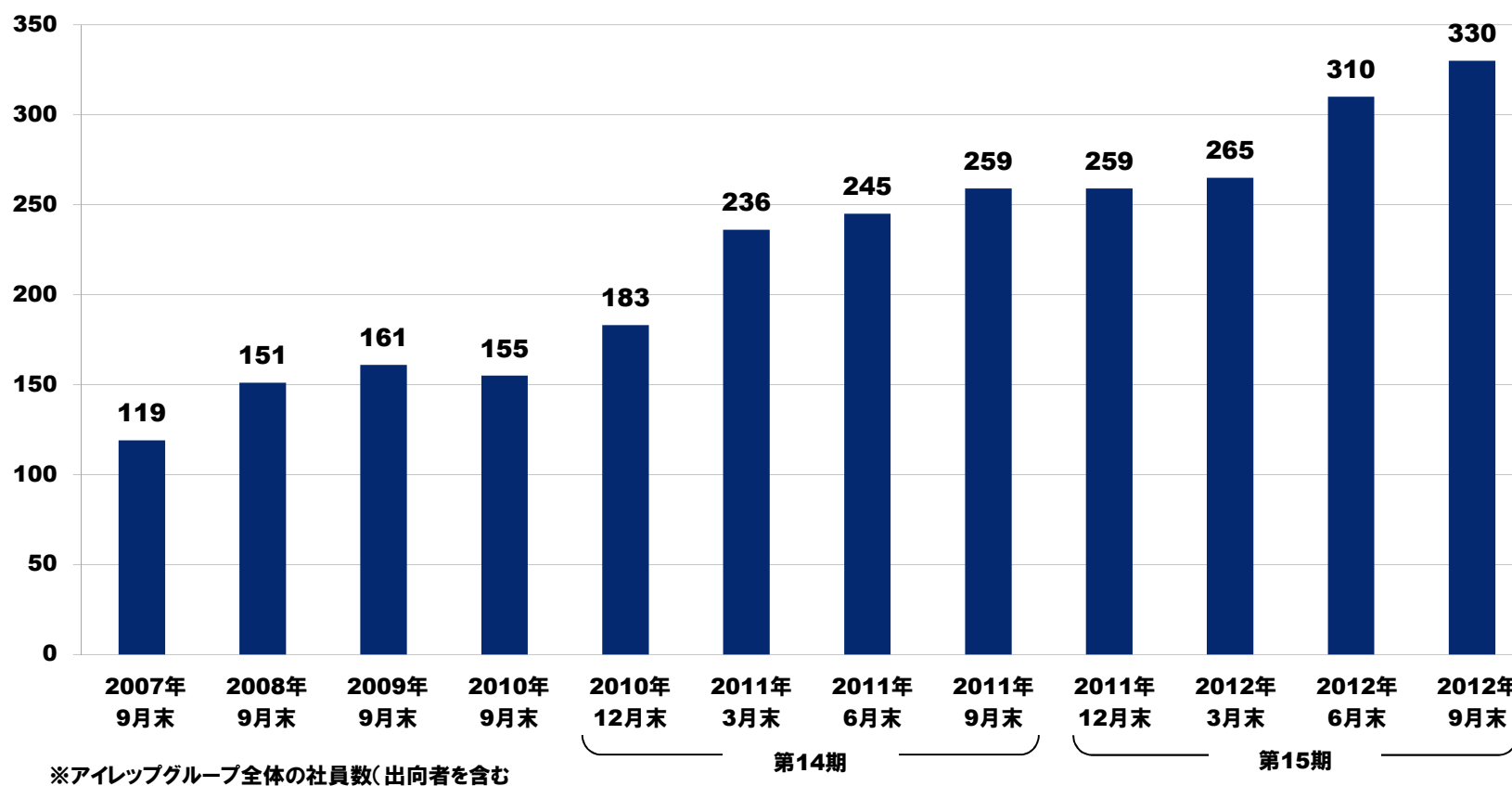


※大口顧客の定義: 四半期売上1,000万円以上の顧客

## 別添4. 従業員数(連結)



(単位:人)





## 別添5. 連結業績予想



(単位:百万円)

	2012年9月期 実績	2013年9月期 予想	増減率
売上高	37,761	41,550	10.0%
営業利益	922	1,024	11.1%
経常利益	930	1,027	10.4%
当期純利益	579	617	6.5%
EPS※	42.52円	45.15円	6.1%
ROE	21.3%	約20%	—
配当※	6円 うち、記念配当3円	3円	-50%

※2012年9月30日の株式分割を考慮しております。

## 別添6. 中期経営計画(定量目標)



【前回発表数値(2011年11月17日付)】

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2012年9月期(予想)※	34,914	924	929	520
2012年9月期(実績)	37,761	922	930	579
2013年9月期(目標)	35,002	1,029	1,030	608
2014年9月期(目標)	38,000	1,300	1,310	773

※2011年5月8日付「平成24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通期業績予想の修正に関するお知らせ」にて公表した上方修正後の業績予想

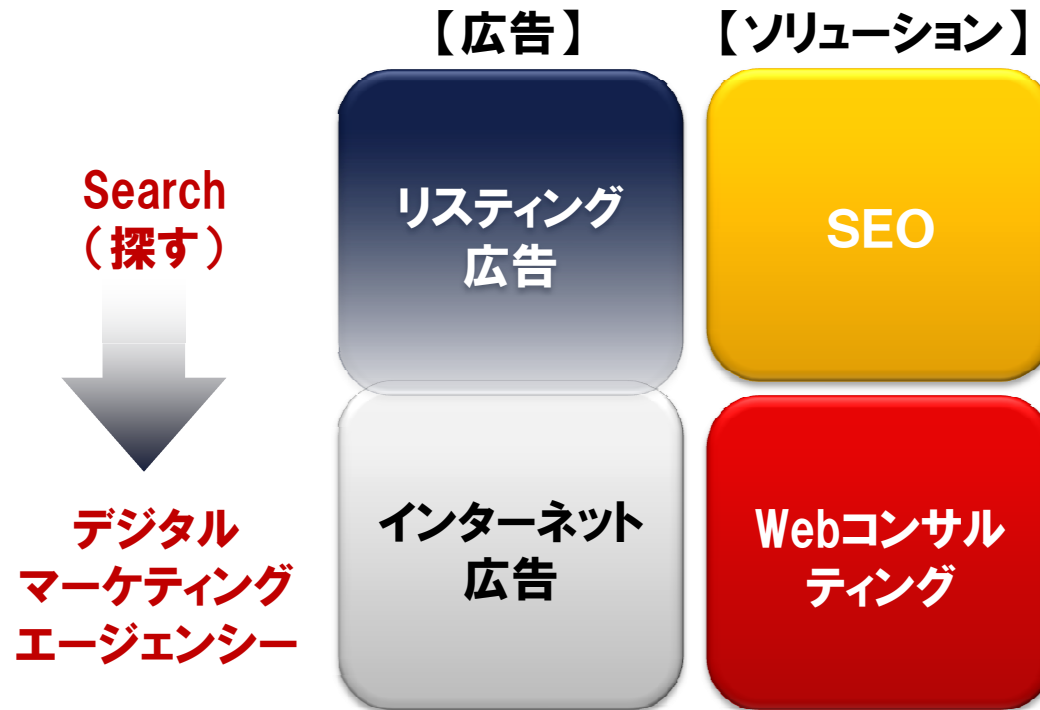


【ローリング数値】

(単位:百万円)

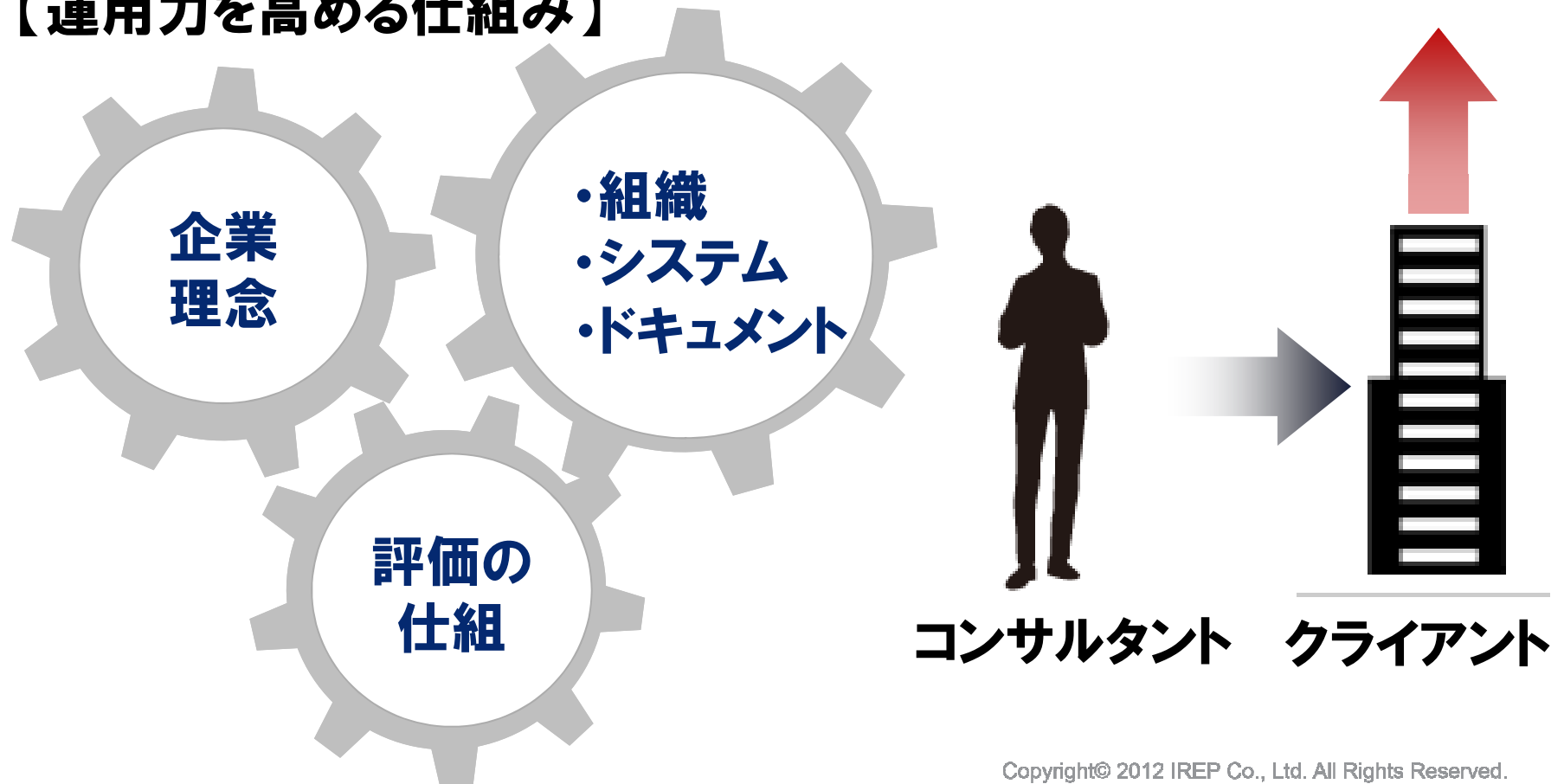
	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2012年9月期(実績)	37,761	922	930	579
2013年9月期(予想)	41,550	1,024	1,027	617
2014年9月期(目標)	46,000	1,219	1,222	758
2015年9月期(目標)	52,000	1,456	1,459	904

# 別添7. ビジネスの全体概要と戦略の方向性



# 運用力

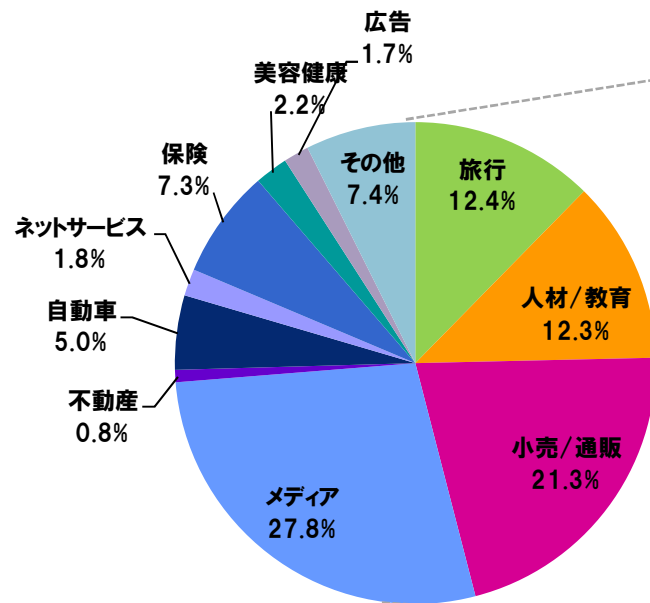
### 【運用力を高める仕組み】



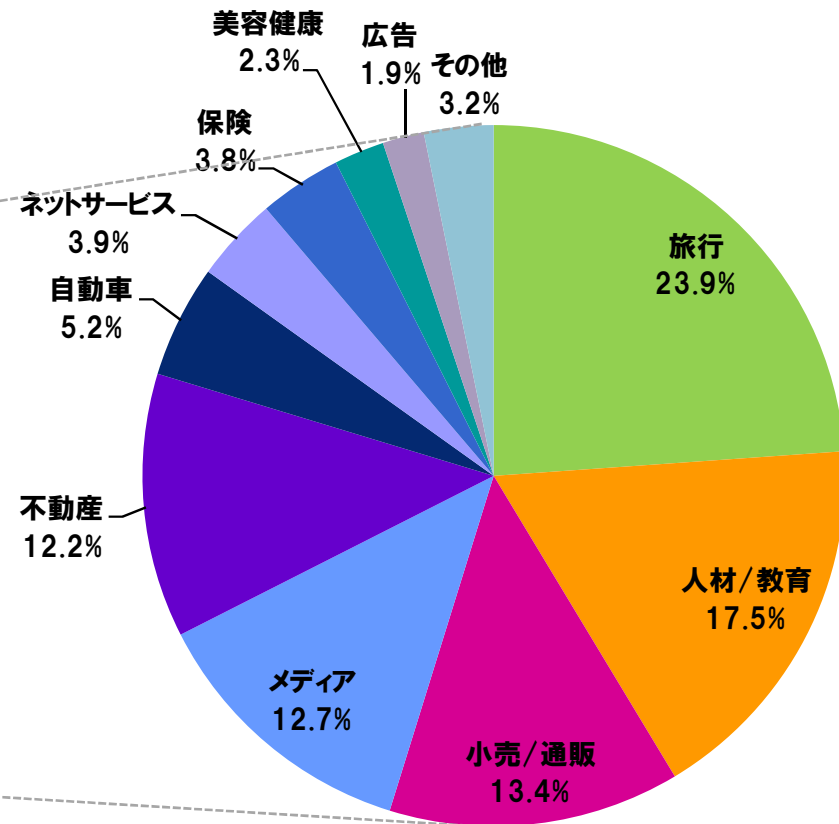
# 別添9. 顧客業種別売上高構成比



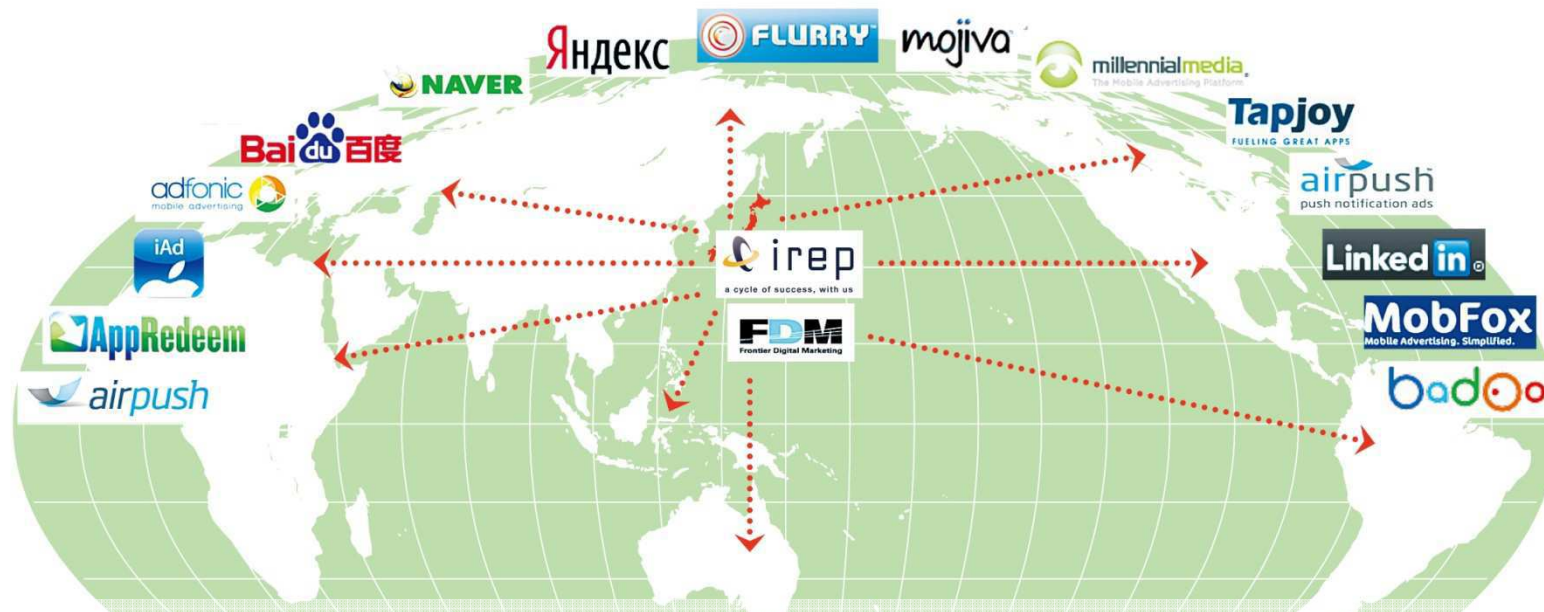
【2011年9月期4Q 顧客業種別売上高構成比】



【2012年9月期4Q 顧客業種別売上高構成比】



# 別添10. 地域別海外取扱いメディア



◆ **出稿国数** : **28カ国**  
◆ **出稿可能メディア** : **27サービス**

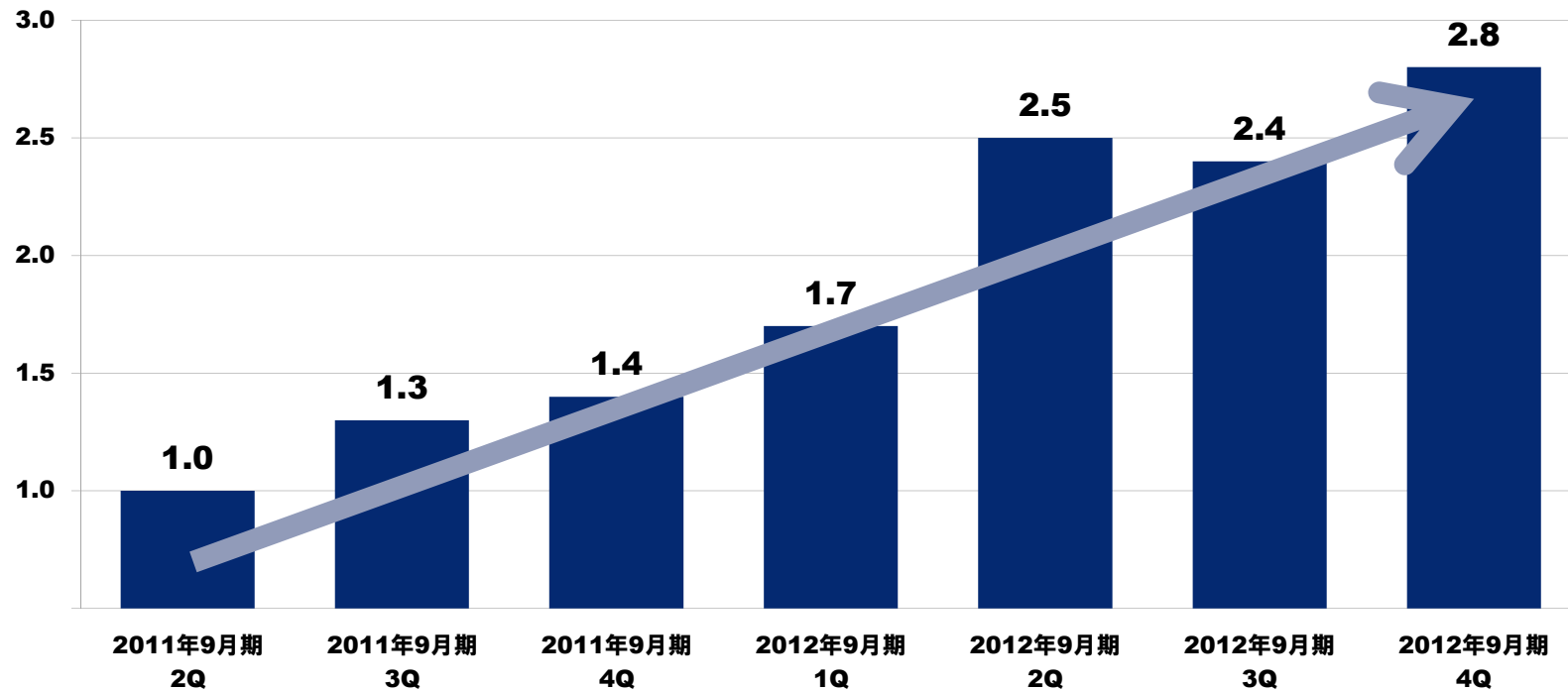
2012年11月9日現在

# 別添11. モバイル・スマートフォン関連売上



【モバイル・スマートフォン向け広告売上高】

(売上:2011年9月期2Qを1.0として)



※タブレットPCは含まれております。