

各 位

本店所在地 東京都千代田区永田町二丁目 11 番 1 号
会 社 名 株式会社アイレップ
代表者名 代表取締役社長 紺野 俊介
(J A S D A Q ・ コード 2132)
問合せ先 取締役管理本部長 永井 敦
電話番号 03-3596-8700 (代)

中期経営計画の提出等について

当社は、平成 26 年 9 月期から平成 28 年 9 月期に係る中期経営計画を策定いたしましたので、当該中期経営計画を記載した資料を提出いたします。

なお、以下のとおり、当該中期経営計画について、投資家向け説明会を開催いたします。

開催日時	平成 25 年 11 月 26 日 (火) 17 時 30 分～18 時 30 分
開催場所	日本証券アナリスト協会 第 3 セミナールーム 住所：東京都中央区日本橋兜町 3-3 兜町平和ビル 3 F

なお、当該資料について、当社のホームページに掲載いたします。

URL	http://www.irep.co.jp/ir/
掲載日	平成 25 年 11 月 14 日

【添付資料】

「長期経営方針」並びに「中期経営計画 2016 (平成 26 年 9 月期～平成 28 年 9 月期)」

以 上

「長期経営方針」並びに「中期経営計画2016（平成26年9月期～平成28年9月期）」

平成25年11月14日

上場会社名 株式会社アイレップ（コード番号：2132）
（URL <http://www.irep.co.jp/>）
代表者 代表取締役社長 紺野 俊介
問合せ先 取締役管理本部長 永井 敦 TEL：03-3596-8700

当社は、平成32（2020）年を目処とした当社グループ全体の“目指すべき姿”を示した『長期経営方針』と、その実現に向けた成長戦略である3カ年計画（平成26年9月期～平成28年9月期）として、『中期経営計画2016』を策定しましたので、下記のとおりお知らせいたします。

I. 『長期経営方針』の概要

当社グループは、生活者が主体的に情報を収集、選別、発信し、自らの情報体験のイニシアティブを握っていく生活者主導社会において、ある情報を求めているユーザーに対して、必要な情報が最適に流通している状態を理想とし、その理想を世界で一番多く創り出す企業グループを形成していきます。

デジタルマーケティング領域を担当するアイレップは、SEM領域に新たな広告事業、ソリューション事業を加えることで、「ユーザーへの最適な情報流通を通じ、クライアント企業のビジネス成果を最大化へと導く国内ナンバーワンエージェンシー」の立場を確固たるものとします。また子会社を通じ、米国・APAC・中国を対象としたグローバル展開を本格化いたします。

グループ全体では、変化の激しい業界に的確かつ迅速に対応するため、引き続き「ユーザー」、「テクノロジー」、「クライアント企業」の変化に着眼し、子会社設立を通じてデジタルマーケティング領域以外での新しい事業機会の開拓に挑戦し、平成32（2020）年にはグループ連結営業利益率5%への成長を目指してまいります。

尚、長期経営方針に関しては、本中期経営計画期間中に検討内容を具体化し、『長期ビジョン 2020』へとバージョンアップさせ、あらためて発表を行うことを予定しております。

II. 『中期経営計画2016』（平成26年9月期～平成28年9月期）の概要

1. 中期経営方針

『長期経営方針』に沿って、当社グループは、生活者が主体的に情報を収集、選別、発信し、自らの情報体験のイニシアティブを握っていく生活者主導社会において、ある情報を求めているユーザーに対して必要な情報が最適に流通している状態を理想とし、その理想を国内のデジタルマーケティング領域で一番

多く支援・実現する企業グループを形成してまいります。

2. 中期経営目標

- (1) インターネットメディア市場の半分強を占める「運用型広告」全体で国内ナンバーワンエージェンシーであるアイレップは、その成長を牽引したSEM領域に加え、近年台頭する運用型ディスプレイ広告への取り組みを強化し、運用型広告での絶対的ナンバーワンエージェンシーを目指します。
- (2) 日本唯一の専門シンクタンクであるSEM総合研究所を中心にそのコンサルティング品質の高さで定評があったSEO、Web解析などの広告周辺ソリューション事業は、より一層の強化と多様化を図り、当中期経営計画期間内に売上高で2～3倍の成長を目指します。
- (3) 国内ナンバーワンSEMエージェンシーからグローバルサーチファームへ成長するための基盤を確立します。GoogleやYahoo!をはじめ媒体社の仕様を徹底的に研究し、世界で一番きめ細やかに運用してきた当社の組織能力は、グローバル市場でも十分に競争力があると考えております。既に子会社を設立しているインドネシア、設立準備中である中国に加え、当中期経営計画期間内で、米国やその他APACでのアライアンス、子会社設立等を予定しています。
- (4) 自社オリジナルのデジタルマーケティングの統合プラットフォームであるMarketiaは、クライアント企業のパフォーマンスに大きな影響を与える「分析の高度化」をより一層強化すると同時に、定型業務に関わるリソースを劇的に削減し、当社のコストリーダーシップを推進する戦略上の要として強化します。

3. 平成26年9月期～平成28年9月期 3カ年連結業績目標

当社グループが関連するインターネット広告媒体費市場は継続的かつ順調に拡大しており、平成24(2012)年には6,629億円(前年比7.1%増:株式会社電通調査)となりました。なかでも、当社の主力サービスであるリスティング広告を代表とする運用型広告市場は、運用型ディスプレイ広告といった新しい広告の活用が進み、前年比18.9%増(3,391億円)と、市場全体の伸びを大きく上回る成長を見せております。今後も、運用型広告市場は引き続きインターネット広告媒体費市場全体をけん引する形で成長を続け、市場全体に占めるその割合も高まることが予想されており、当社が属する市場は引き続き拡大基調にあります。

なお、前述した運用型広告市場には、リスティング広告やDSP等の典型的な運用型広告に加えて、いわゆるプレミアム広告と位置付けられてきた、現状では必ずしも運用を伴わないディスプレイ広告が運用型広告のプラットフォームを通じて一部配信されるようになったこと等を受けて、これらを含んだ形で市場規模が算出されているものと考えております。

そのような中で当社グループでは、当中期経営計画期間において、運用型広告におけるリーディングカンパニーとして、市場成長をけん引する存在でありたいと考えており、典型的な運用型広告市場の成長を上回る成長を目指してまいります。

一方、アドテクノロジーの進化による広告手法の多様化・複雑化の波を当社事業の成長機会とするべく、

引き続き成長基盤の強化を進める計画であり、リサーチ機能、更に高度な運用を支えるマーケティングシステムの開発やこれらを担う人材の強化を積極的に行っていくため、平成26年9月期～平成27年9月期の2カ年における利益面での成長は緩やかなものになる計画です。なお、平成28年9月期にはソリューション事業の拡大により、売上高経常利益率3%とする計画であります。

(今後の連結業績予想並びに連結業績目標)

(単位:百万円)

	売上高	営業利益 (利益率)	経常利益 (利益率)	当期純利益 (利益率)
平成25(2013)年9月期(実績)	47,390	950 (2.0%)	967 (2.0%)	584 (1.2%)
平成26(2014)年9月期(予想)	52,176	1,004 (1.9%)	1,010 (1.9%)	611 (1.2%)
平成27(2015)年9月期(目標)	57,400	1,205 (2.1%)	1,263 (2.2%)	746 (1.3%)
平成28(2016)年9月期(目標)	63,150	1,831 (2.9%)	1,895 (3.0%)	1,137 (1.8%)

4. 中期経営計画に基づいた戦略

(1) 広告事業のシフト

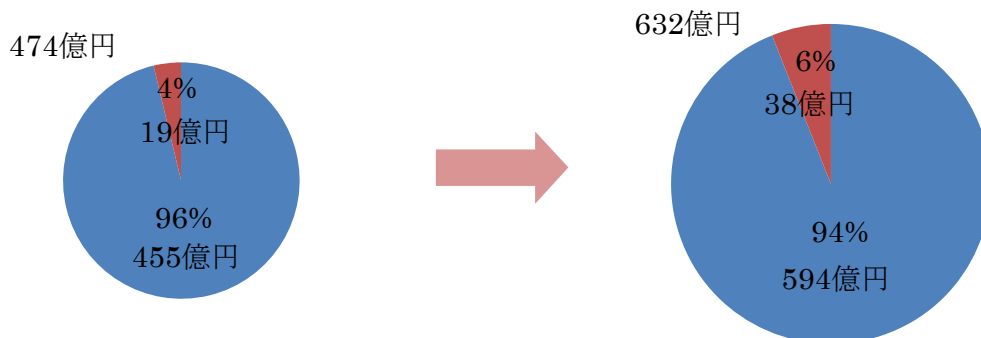
SEM領域に留まらずデジタル広告ビジネス全体が「広告を枠へと配信する」ビジネスから「一人ひとりへの最適な情報を配信する」ビジネスへと変化をしています。当社は、ある情報を求めているユーザーに対して、必要な情報が最適に流通している状態を理想とし、SEM領域の国内ナンバーワン企業としてのサービスを推進強化すると同時に、RTBを経由した「運用型ディスプレイ広告」を含めた運用型広告市場における国内ナンバーワン企業としての高品質なサービスを提供してまいります。

(2) 事業ポートフォリオの構造変化

広告事業のシフトに加え、「一人ひとりへの最適な情報を配信する」ソリューションの深耕・拡大に努めます。現主要ソリューションであるSEOでは、Googleのアルゴリズム変化に合わせてSEOの新潮流に対応すべく、コンテンツマーケティングおよびオンラインPR領域に関連するソリューションをより一層強化し、SEOコンサルティング領域で圧倒的な競争力を保持します。

また、新サービスとしては、従来の広告LPに対する最適化(LPO)だけでなく、サイト内改善コンサルティングサービスを強化します。さらに、アフィリエイト、e-CRM、システム販売等、広告周辺ソリューション領域の高付加価値事業の保持もしくは強化を図ります。

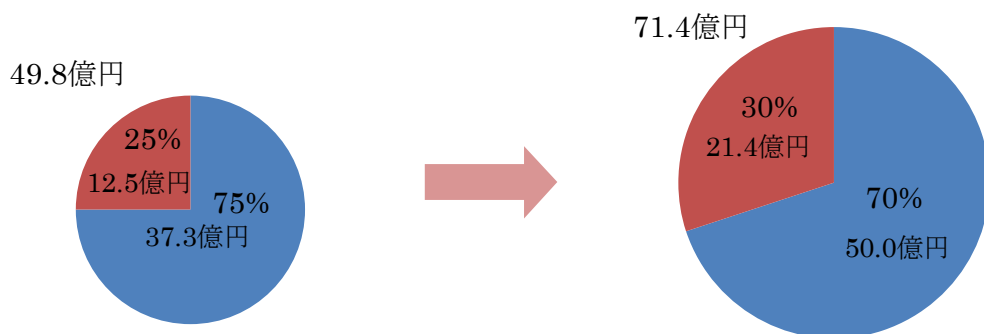
【売上】 事業ポートフォリオ：■ 広告事業 ■ ソリューション事業



平成25 (2013) 年 9 月 期 (実績)

平成28 (2016) 年 9 月 期 (目標)

【粗利益】 事業ポートフォリオ：■ 広告事業 ■ ソリューション事業



平成25 (2013) 年 9 月 期 (実績)

平成28 (2016) 年 9 月 期 (目標)

(3) グローバル事業の基盤整備

デジタルマーケティング市場として世界最大規模の米国、ならびに成長が著しいAPACや中国の新興国マーケットに進出し、『長期経営方針』達成のための成長基盤を平成28 (2016) 年までに確立します。また、広告配信技術など、アドテクノロジーで先行する北米エリアにおけるアライアンスを強化し、R&Dや新しいサービスの開発を推進してまいります。

(4) Marketiaの進化

昨今、効率的なデジタルマーケティングの実施には大量のデータを分析・運用することが不可欠になってきています。同時に、プラットフォームが分散していくため、これらを制御する必要性が高まっています。そのような背景を受けて、当社アイレップでは以下の3つの視点から自社のデジタルマーケティングプラットフォームMarketiaを開発・強化してまいります。

- ① マルチプラットフォーム/チャネル/デバイスへの入稿可能なトレーディングシステムとしてのMarketia

- ② 大量かつ複数の外部データを取込み、予測分析を行うプラットフォームとしての Marketia
- ③ 複雑化し続ける媒体の仕様にリアルタイムに対応するプラットフォームとしての Marketia

なお、Marketiaは、クライアント企業への価値を創造すると同時に、当社の従業員が人的オペレーションに割く時間を圧倒的に短縮し、販売管理費の抑制にも効果を発揮してまいります。

(5) 持続的な成長を支える人材・組織基盤の強化

- ① 事業領域の多様化・複雑化に対応した専門性の追求、ならびに責任の明確化を実現する組織・各種会議体等意思決定機関の再編成を行います。
- ② 運用型ディスプレイ広告領域は、平成 26 (2014) 年 9 月期より抜本的な組織体制の強化を図り、クライアント企業も交えた全社プロジェクトの推進を行います。
- ③ 変化の激しいアドテクノロジー領域は、外部調達、ならびに自社開発機能を一元化し、戦略的な対応を行います。
- ④ 人材価値向上への取り組みを強化します。
 - ・多様なワークスタイルの支援を通じた働きやすさの追求
 - ・職責、職制、経験年数、ワークスタイルに対応した人事評価制度の再構築
 - ・専門性を有する外部人材の積極登用や新卒採用をはじめとする採用活動の強化
 - ・人材育成の早期化・抜本的強化 - アイレップビジネスカレッジ強化等 -

(6) M&Aを含むアライアンスの戦略的推進

上記(1)～(4)の成長加速および強化を実現するM&Aを含むアライアンスを戦略的に推進します。

	広告事業	アド周辺領域・ソリューション事業	ツール事業
国内市場	自力での伸長	自力での伸長 業務提携(資本提携含む)	自力での伸長 業務提携(資本提携含む)
グローバル市場	連結対象子会社の設立 業務提携(資本提携含む) JV設立		

(7) 成長を支える盤石な財務基盤構築

成長戦略を実現するための戦略的かつ機動的な投資を可能とする多様な資金調達手段を確保します。

(8) 博報堂DYグループならびにDACグループ各社との連携強化

国内市場、グローバル市場において、博報堂DYグループが担当するマーケティング領域全般におけるデジタルマーケティング領域でのスペシャリストとしてビジネス連携を強化します。また、DACグループ各社との連携を強化し、多様化・高度化するデジタルマーケティングの効果的な実施運用に必要な各種ツール・ソリューションのラインアップを整備します。

以上