

2132 アイレップ

紺野 俊介 (コンノ シュンスケ)

株式会社アイレップ社長

スマートフォン関連広告や動画広告の売上が順調に伸長

◆2014年9月期第2四半期連結決算概要

[連結業績トピックス]

当第2四半期(2013年10月～2014年3月:上期)は、引き続き売上を伸ばしてトップシェアを堅持した。

競争が激化しており、同業他社はさまざまな形でこの領域に関する取り組みを強化している。そのなかで、当社は売上高278億34百万円(前年同期比16.8%増)、営業利益4億51百万円(同9.1%減)で着地した。

市場ではスマートフォン広告が非常に伸びており、当社においてもスマートフォン関連広告が4割弱を占めるまで増えている。4月には米国で多くの実績を持つスマートフォンアプリプロモーションプラットフォーム「Fiksu(フィクス)」の独占的サービス提供権を取得し、更にこれを専門的にコンサルティング導入・運用を行う「(株)ネクストフィールド」という子会社を設立した。今後の売上ならびに利益成長に貢献していく会社として、体制強化を進めているところである。

また高い成長が見込まれている運用型ディスプレイ広告の領域に関しても、戦略的に取り組んだ結果売上を大きく伸ばす事ができた。一方動画広告に関しては、ナショナルクライアントの“TV広告予算のネットシフト”という大きなトレンドの中、博報堂DYグループを中心とした総合広告会社との連携により売上高を伸ばすことができた。具体的にはYouTube等への広告配信となるが、これまで培ってきた運用力をベースに事業を拡大している。

Facebook 広告への向き合いも強化している。Facebook をソーシャルメディアとして捉えるのではなくソーシャルアドとして捉え、運用型広告におけるシェア戦略の大きな一要素として、今後の取り組みを強化していく所存だ。

大きなポテンシャルを持つ博報堂DYグループとの連携は、非常にスムーズに進んでおり、ナショナルクライアントとの取引額が大きくなってきている。今後の売上・利益成長の大きなドライバーとなると見ている。

加えて、既存クライアント企業の長期契約で、契約継続率が非常に高い状況が引き続き維持されている。

課題である利益面に関しては、主にソリューション関連事業の取り扱いを増やしていくことと、広告事業で「Marketia(マーケティア)」といったツールを活用すること等により、収益改善を目指していく。

[連結業績実績]

当上期の連結業績では、売上高が計画を上回るペースで推移した。利益面は売上総利益率の低下により、計画を下回っての着地となった。当上期の実績は、売上高278億34百万円(前年同期比16.8%増)、売上総利益25億84百万円(同3.6%増)、販管費21億33百万円(同7.3%増)、営業利益4億51百万円(同9.1%減)、経常利益4億45百万円(同12.6%減)、四半期純利益2億61百万円(同14.6%減)となった。

利益が計画を下回った要因の1つとして、商品のミックスと顧客のミックスという比較的短期の売上面での構成変化がある。中長期において、これら一つひとつを改善していくことで、目標を達成していく考えだ。

利益が計画を下回ったもう1つの要因は、主要媒体社との取引条件の影響である。販売奨励金を十分に取り込めなかったことが影響した。

[2014年9月期通期予想]

上期において売上高は計画を上回るペースで進捗し、利益は計画を下回った。下期の利益面では、期初予想に織り込んでいないいくつかのプラス要因を想定し、通期計画を据え置いている。

一つは当社がこれまであまり取組めてこなかったスマートフォン関連で、もう一つは博報堂 DY グループを中心としたパートナービジネスにおける利益率の改善だ。これらが下期においてはプラス要因となる見込みである。

今期通期(2013年10月～2014年9月)の業績として、売上高 521 億 76 百万円(前期比 10.1%増)、営業利益 10 億 4 百万円(同 5.7%増)、経常利益 10 億 10 百万円(同 4.5%増)、当期純利益 6 億 11 百万円(同 4.5%増)の達成を見込んでいる。

◆ 質 疑 応 答 ◆

今期通期予想で売上高を前期比 10.1%増としているが、足元の状況を見ると、それより高い伸びを見込めるのではないか。

プラス要因もあるので、その可能性を期待したいが、現時点での変更はない。

動画広告におけるアイレップの役割を教えてください。

リスティング広告等、他の運用型広告と同様に、どういったユーザーにどのタイミングで広告を出すか等を設計して配信している。動画コンテンツの制作においては、博報堂DYグループ企業と連携したり、自社で体制を整備するなどしている。

スマホ広告においては、検索連動型広告・ディスプレイ広告・アプリ広告等、どの分野が成長するのか。

当社はこれまでアプリ広告について十分に取組めてなかったが、強力なツール「Fiksu」と専門子会社のネクストフィールド社をドライバーに成長を加速させる。

(平成 26 年 5 月 15 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

<http://www.irep.co.jp/ir/library/presentation.html>