

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

構造改革の期として先行投資が利益を圧迫

◆2014年9月期連結業績総括

売上高は536億15百万円(前年同期比13.1%増)、売上総利益50億80百万円(同1.9%増)、営業利益5億12百万円(同46.0%減)となった。期中に利益の下方修正を開示しており、期初目標を達成できず皆様にご迷惑とご心配をおかけしたことを深く反省している。

主要事業である広告代理に関しては、ヤフージャパン社で半年に1回実施しているカンファレンスで、検索連動型広告(以下、サーチ広告)に関して1位、並びに、博報堂DYグループ企業と共同で総合賞1位を受賞するなど、引き続き高い市場ポジションを確立している。売上高は前期比12.8%増加した。一方、売上総利益が同約3%減となり、これが全社の利益面でのマイナスの主要因となった。売上総利益の減少にはいくつか要因があり、一つは競合他社の値引攻勢により、一部大手顧客に対して当社も値引対応せざるを得なかったこと。また、商品ラインナップ拡充のための政策的な値引き、さらには、主要媒体社から得ている販売奨励金(以下、インセンティブ)の獲得が不調だったことが主なものである。

第2の主力事業であるソリューションについては、売上高は前年同期比31.3%増、アカウント数、1顧客当たり売上規模は順調に成長している。売上総利益も同約30%増となった。主力のSEOにおいてはグーグルが様々な技術を進化させる中で、同じSEOでも、外部リンクの提供型からコンサルティングモデルにシフトしている。その他、2014年9月期はSEOで代理店販売を中心に行っているオープンコート社を子会社化したことで販路の拡大に成功した。このSEOの領域はまだまだ伸び代がある領域である。ただ、SEO、特に当社が得意とするコンサルティングモデルは人に依存するモデルであり、一人のコンサルタントが担当するアカウント数に限りがあるため、拡大する需要に対応するため、採用強化や外部との提携を進めていく。

新規の子会社設立など、戦略的に投資を行ったため、先行的に費用がかかった。

◆2015年9月期は「構造見直しの期」

2015年9月期(今期)は、市場環境の変化に対応するための「構造見直しの期」と位置付けている。既存事業領域を中心とした売上高成長率の重視と、収支構造を含めた事業構造の積極的な見直し、このバランスを鑑みた経営に取り組んでいく。今、短期の売上成長に注力すると、中長期の売上・利益の成長が厳しくなる。今期は将来を見据えて意志を持った踊り場とさせていただきたい。

以上より、売上高は550~580億円(前期比2.6~8.2%増)と緩やかな増加を見込んでいる。営業利益は5億20百万~6億50百万円(同1.4~26.7%増)、当期純利益は2億80百万円~3億60百万円を予想している。緩やかな売上高成長に対して、戦略的投資をしつつも一定の利益を積み上げられる形の目標。なお、配当額は前期と同額を維持する。

◆2015年9月期各セグメント事業方針

グーグル、ヤフーを中心とした運用型広告の成長は引き続き堅調な成長が見込まれている。ただし、当社が圧倒的優位を保持していたサーチ広告の市場は、緩やかな成長、もしくは一部横ばいの状況を予想している。一方、スマートフォンに特化したビジネスを行っている広告主は、予算を増やしている。また、まだ伸び代のある運用型ディスプレイ広告などは、拡大余地が大きいので、これらの領域に注力していく。

運用型ディスプレイ広告に関しては、2014年9月期は競合他社に遅れをとっていたが、今期は、すでに組織体制や仕組みは出来上がってきており、加えて博報堂 DY グループ企業のディスプレイ広告の専門家が当社常駐を開始。これらにより本領域の拡大を底上げ目指す。

なお、2014年9月期にカナダの Acquisio(アクイジオ)社と合弁会社を設立し、広告運用の自動化ツール「Marketia®」のメジャーバージョンアップを完了。現在テスト稼働・導入を進めている。これにより、当社の優位性が高まっていくことが見込まれ、中長期の成長に寄与するものとみている。加えて、運用に特化した「クオリティマネジメントセンター高知」の体制強化と安定稼働にも力を注ぐ。これらは、下期以降の業績に寄与してくるものと考えている。

一方、スマートフォン関連広告の比率は4割を超えてきている。当社はこれまでの蓄積が生かせるグーグル、ヤフーのプラットフォームを中心に高いシェアを取ってきたが、アプリ関連に関しては若干遅れを取っていた。しかし、専門子会社であるネクストフィールド社が2014年8月から本格稼働しており、今期は通期での業績寄与を見込んでいる。

ソリューション事業については、培った高品質サービスの保持と M&A や外部連携強化により更なる拡大を目指す。堅調に数字は伸びているものの、引き続き人員採用と教育に注力することで、この成長を維持したい。

グローバル事業については、日本企業が海外メディアに対して広告を出稿する「アウトバウンド」部分に関して数年前からサポートしている。2015年9月期は、主に2014年9月期に子会社化した海外子会社全体の黒字化を実現させる計画である。

人材関連については、市場環境の変化に対応するための「構造見直しの期」に適した取り組みを推進していく。2014年9月期は多くの人員を採用し教育に注力してきた。これは継続しなくてはならないと捉えている。構造変革の実現には、人員が定着し、高度な専門技術を獲得することが重要であることから、人事評価制度を刷新したり、スペシャリストの優遇等の施策を進めていく。また、複雑化・高度化する運用環境へ効率的に対応していくために、ナレッジの集約・管理・展開する専門組織の活用を促進していく。

(平成26年11月17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>