

**株式会社アイレップ
2015年9月期 第2四半期
決算説明資料**

(2014年10月1日～2015年3月31日)



- 1. 第2四半期 連結決算概要**
- 2. 第2四半期 主要なトピックス**
- 3. 2015年9月期 下半期取り組み**
- 4. Appendix**

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。

IRに関するお問い合わせ窓口

TEL:03-3596-8700 FAX:03-3596-8145 MAIL: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/> SEO情報サイト <http://www.alphaseo.jp/>

1. 第2四半期 連結決算概要

(2014年10月1日～2015年3月31日)

2015年9月期 第2四半期（累計）

連結業績実績



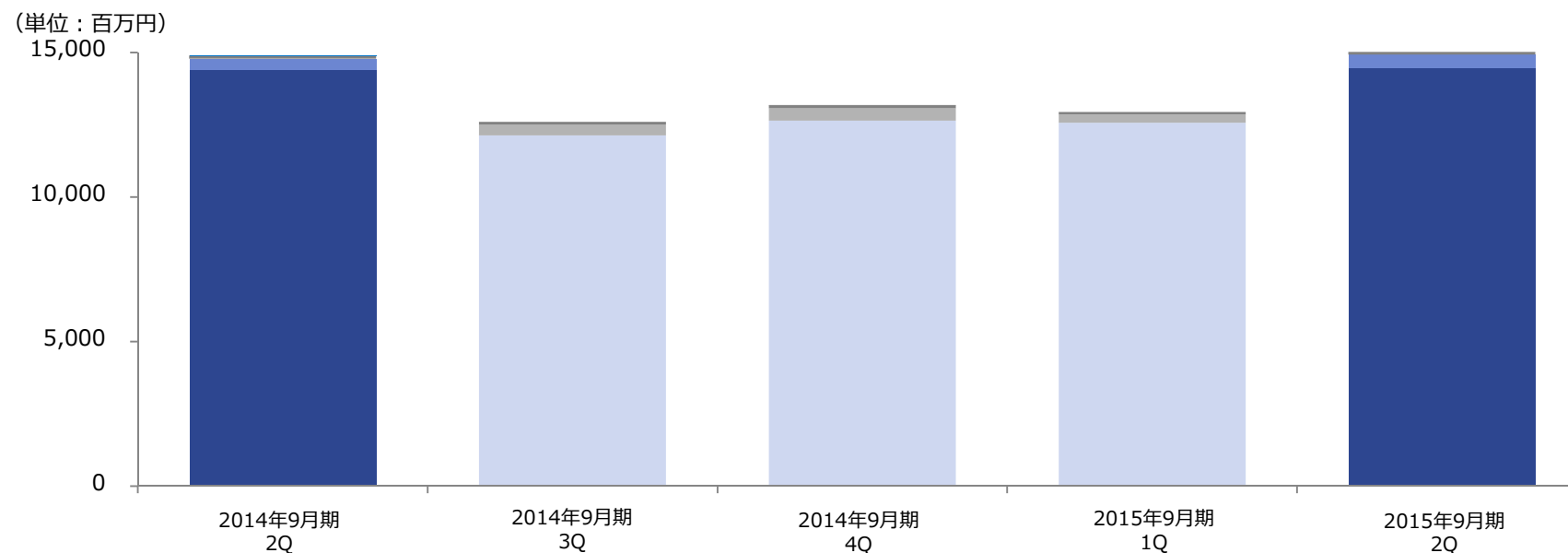
- 運用型ディスプレイ広告、動画広告、ソーシャル広告、といった新しい広告取扱高が伸長。サーチ広告以外もできるエージェンシーへと、サーチ広告中心の事業モデルの変革を推進中。
- ナショナルクライアント商流で売上高が成長するも、既存直販商流では苦戦。
- 広告事業での収益性改善、ソリューション事業の成長により、売上総利益率を改善。
- 昨年比人員増と、これに伴うオフィス経費の増加により販管費増加。

(単位：百万円)

	2014年9月期 2Q	2015年9月期 2Q	増減率(%)	2015年9月期 通期計画
売上高	27,834	27,988	0.6%	55,000～ 58,000
売上総利益 (率)	2,584 (9.3%)	2,726 (9.7%)	5.5%	—
販管費 (率)	2,133 (7.7%)	2,373 (8.5%)	11.2%	—
営業利益 (率)	451 (1.6%)	352 (1.3%)	-21.8%	520～650
経常利益 (率)	445 (1.6%)	354 (1.3%)	-20.5%	—
当期純利益 (率)	261 (0.9%)	192 (0.7%)	-26.2%	280～360

率は対売上高ベース

サービス別連結売上高（四半期）



(単位：百万円)	2014年9月期2Q	2014年9月期3Q	2014年9月期4Q	2015年9月期1Q	2015年9月期2Q	増減率(%) (2Q比較)
■ 広告代理	14,417	12,127	12,644	12,574	14,448	0.2%
■ ソリューション	360	372	429	280	454	26.1%
■ ツール	114	88	97	76	88	-22.8%
その他	9	9	9	9	54	500.0%
合計	14,903	12,598	13,181	12,941	15,046	1.0%

バランスシート (サマリー)



(単位：百万円)

	2014年9月期末	2015年9月期 2Q	増減率(%)
流動資産	11,020	11,846	7.5%
現金及び預金	3,330	2,666	-19.9%
受取手形及び売掛金	7,340	8,836	20.4%
固定資産	1,480	1,803	21.8%
有形固定資産	214	226	5.6%
無形固定資産	529	743	40.5%
投資その他の資産	736	833	13.2%
資産合計	12,501	13,650	9.2%
流動負債	8,500	9,414	10.8%
買掛金	6,363	7,553	18.7%
短期借入金	1,001	1,001	0.0%
固定負債	60	53	-11.7%
負債合計	8,560	9,467	10.6%
株主資本	3,704	3,856	4.1%
資本金	550	550	0.0%
利益剰余金	2,658	2,810	5.7%
純資産合計	3,940	4,183	6.2%
負債純資産合計	12,501	13,650	9.2%

※のれんの発生により、無形固定資産が増加。

2. 第2四半期 主要なトピックス

2015年9月期 2Q実績：広告代理事業（全体）

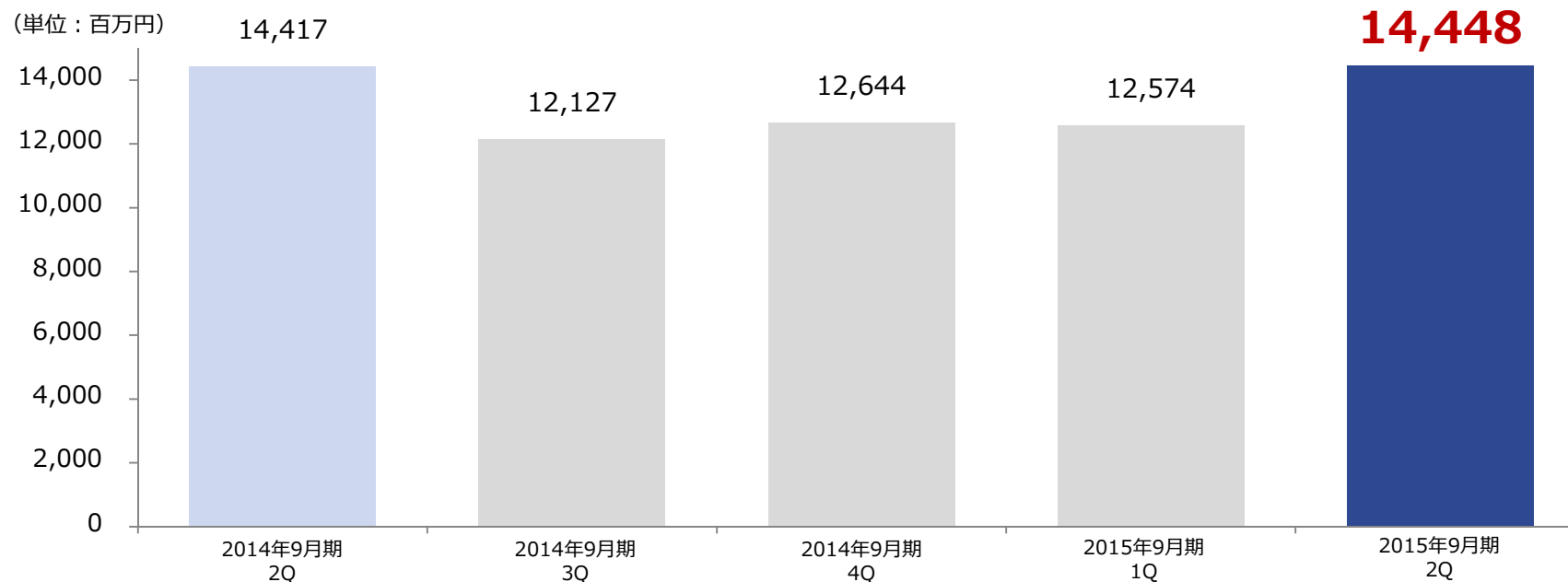


広告代理

売上高：前年同期比 0.2%増 売上総利益：同 12.2%増

- 運用型ディスプレイ広告、動画広告、ソーシャル広告等の取り扱いが拡大。博報堂D Yグループ経由のナショナルクライアントは引き続き堅調。既存顧客においては繁忙期需要を取り込むもマイナスをカバーしきれず。売上高は前年同期比で横ばい。
- 案件ごとの収益性の管理を推進し、既存顧客を中心に売上総利益率が改善。売上総利益は前年同期比で12.2%増加。
- 前年同期と比べ、主要媒体社との取引条件は若干改善。

広告代理の売上高推移



2015年9月期 2Q実績：広告代理事業（新領域）



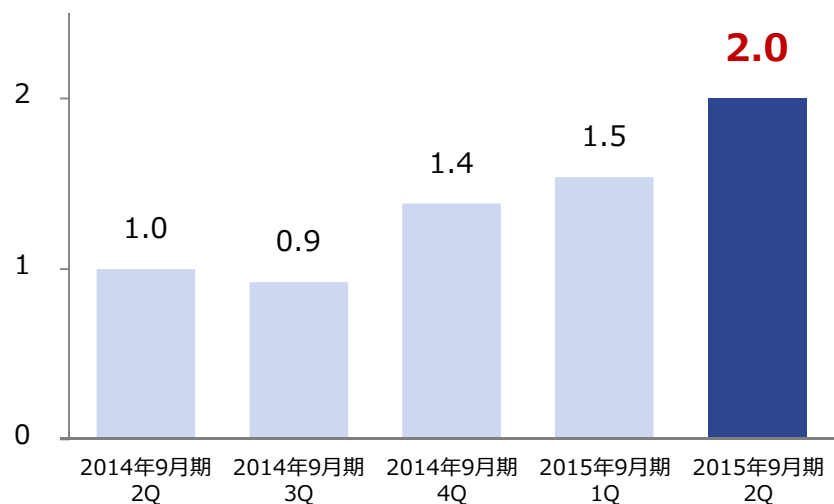
広告代理

- DSP※を活用した広告や動画広告などの運用型ディスプレイ広告が着実に成長。
- 運用型ディスプレイ広告における各種の取組みが顕在化しつつある。

DSPを活用した広告 売上高 (指数)

(当社グループ各社単純合算)

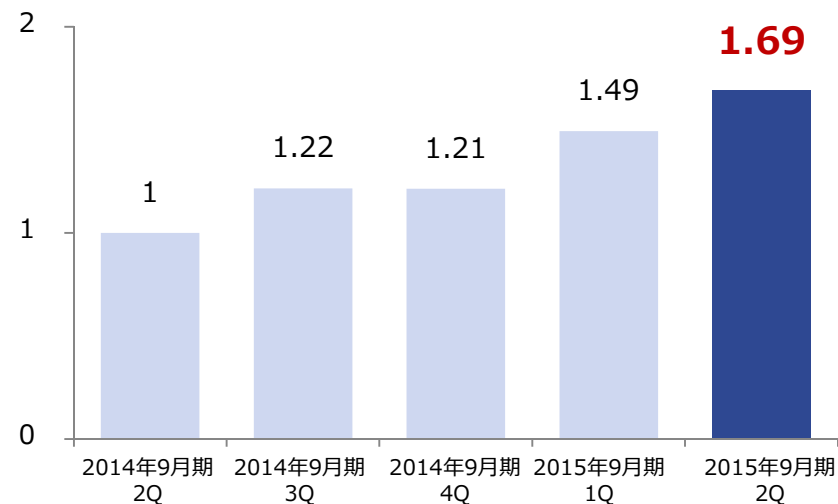
(単位：2014年9月期2Qを1.0として)



動画広告 売上高 (指数)

(Google プラットフォーム)

(単位：2014年9月期2Qを1.0として)



※ DSP (Demand Side Platform)：広告主側で複数の広告枠の取引を一元管理し、リアルタイムでの入札や効果測定、キャンペーンの管理などを行うオンライン広告。取引プラットフォーム。ユーザーの属性や行動履歴、興味関心等のデータを元にしたターゲティングや最適化配信が可能

2015年9月期 2Q実績：広告代理事業（既存領域）



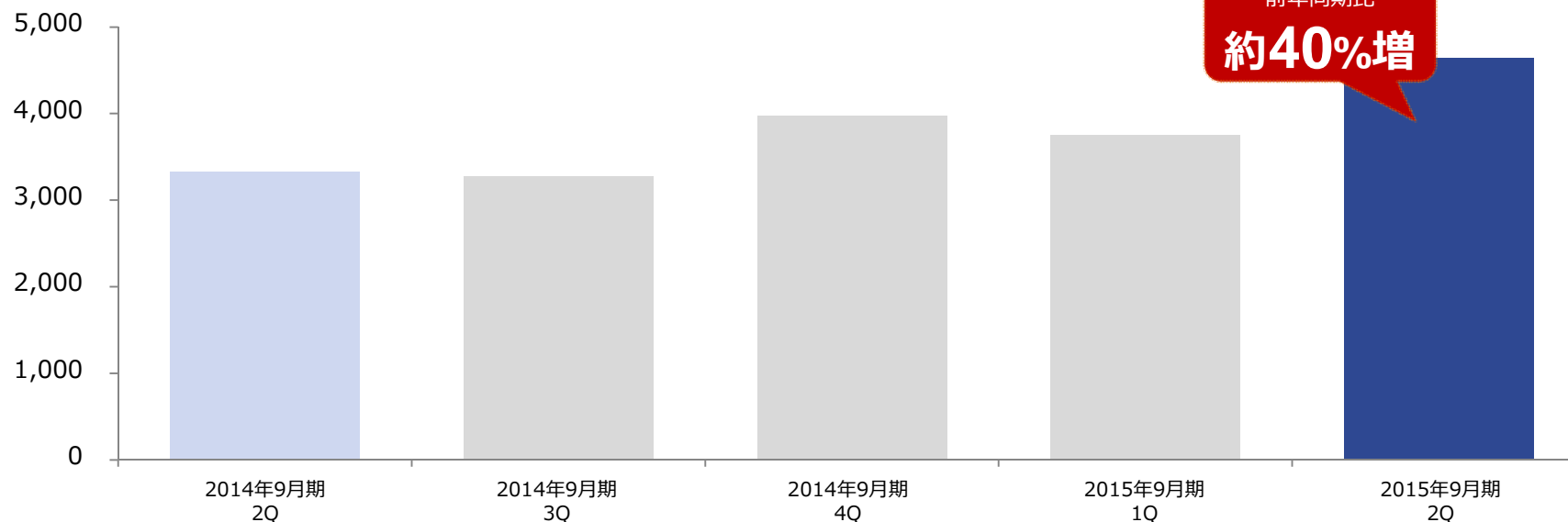
広告代理

- 既存直販顧客はリスティング広告の競争激化、前年第3四半期の一部大口顧客の離脱の影響により前年同期比減少。
- 博報堂D Yグループ経由のナショナルクライアントとの取引額は順調に拡大し前年同期比約40%の増加。

ナショナルクライアント

(博報堂D Yメディアパートナーズ経由取引額)

(単位：百万円)



2015年9月期 2Q実績：ソリューション事業

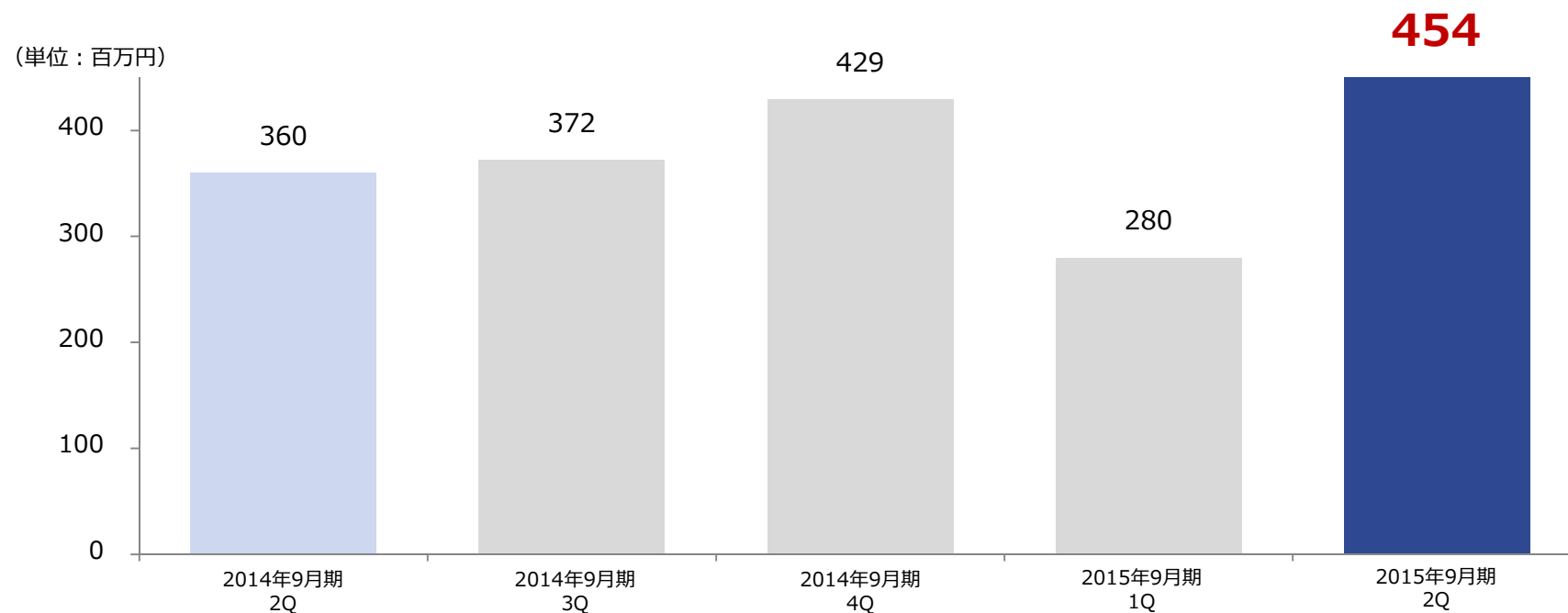


ソリューション

売上高：前年同期比 26.1%増、売上総利益：同 19.4%増

- 繁忙期需要を着実に取り込み、注力するコンテンツマーケティングをはじめ、SEOが業績に貢献。売上高は前年同期比で26.1%の増加。
- 売上高増の好影響を受け、売上総利益は前年同期比19.4%増加。

ソリューションの売上高推移



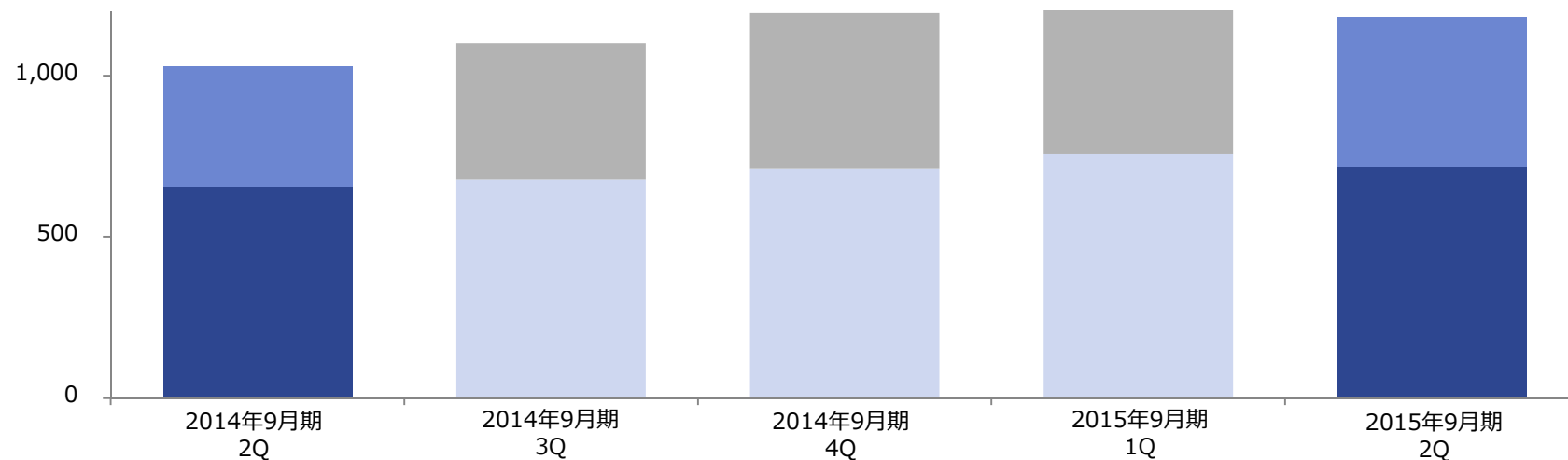
2015年9月期 2Q実績：販売管理費



販売管理費

- 昨年比で人員数が増加し、これに伴いオフィス経費も増加。また新たに連結化した子会社の販管費が影響。当期第1四半期と同水準で推移したため、前年同期比では7.9%の増加。第2四半期累計では11.2%の増加。

(単位：百万円)



(単位：百万円)	2014年 9月期2Q	2014年 9月期3Q	2014年 9月期4Q	2015年 9月期1Q	2015年 9月期2Q	増減率(%) (2Q比較)
■ 人件費	678	712	757	719	720	6.2%
■ その他	423	483	480	465	468	10.6%
販売管理費 合計	1,101	1,195	1,237	1,184	1,188	7.9%
(人件費比率)	61.6%	59.6%	61.2%	60.7%	60.6%	—

2015年9月期 2Q実績：連結従業員数

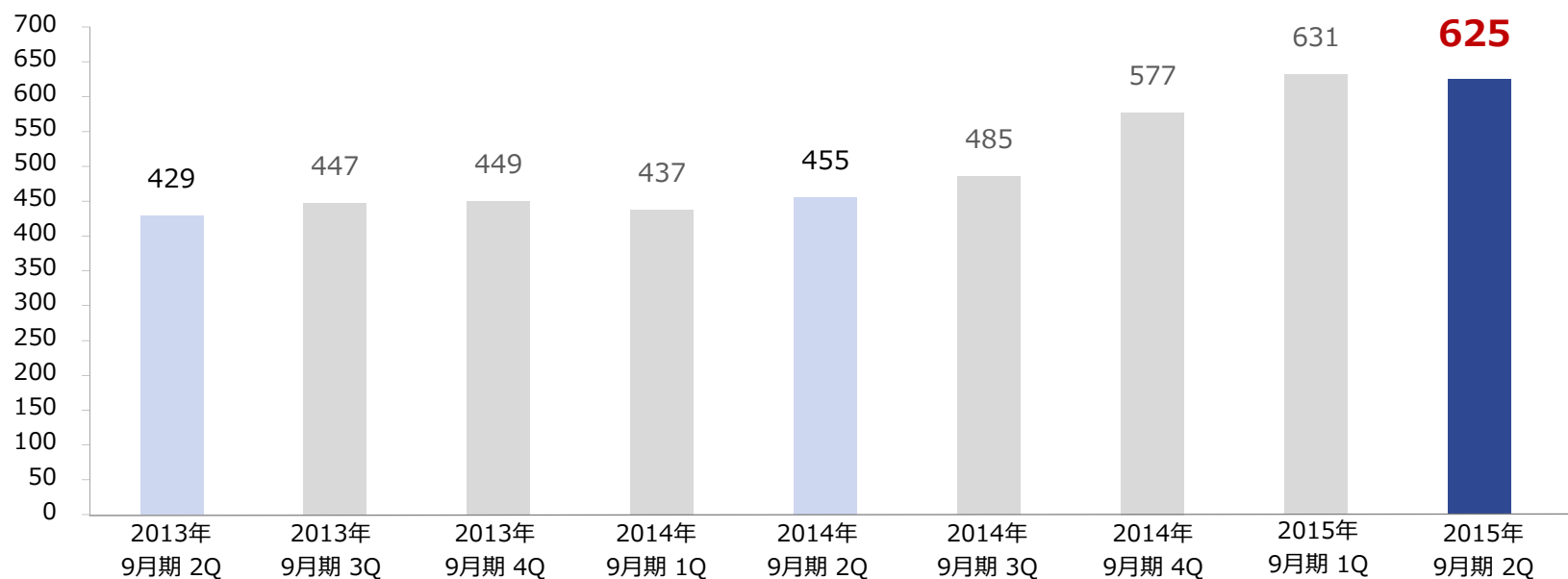


連結従業員数

- オープンコート社、ベトナムMOORE社の連結子会社化に伴い、前年同期比で従業員数は増加。第1四半期以降は同水準で推移。

アイレップグループ全体の従業員数※

(単位：人)



※出向者、パート/アルバイト、派遣社員を含む

3. 2015年9月期 下半期取り組み

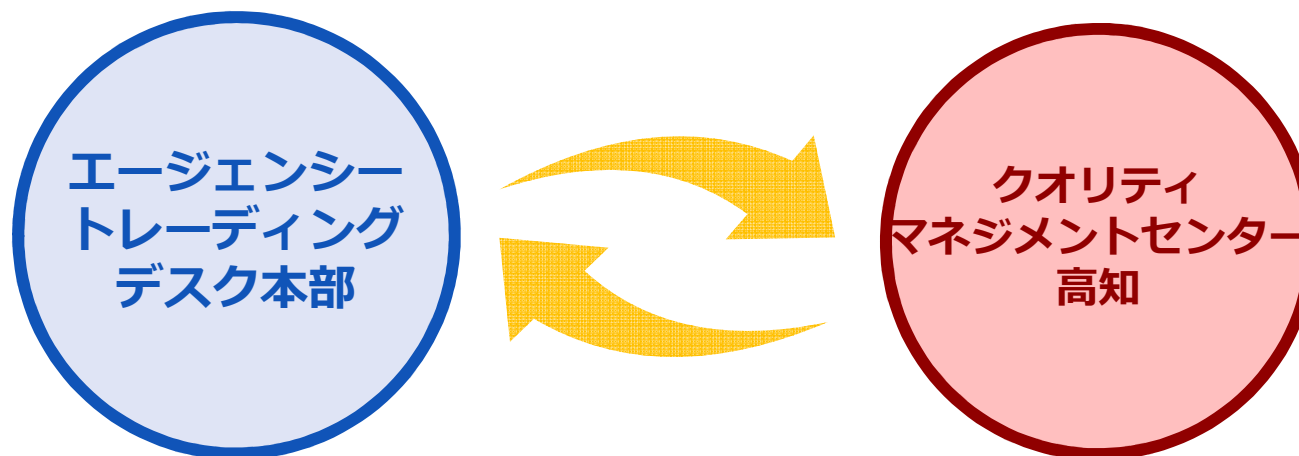
2015年9月期 下半期取り組み：広告代理事業



- 主力商材である検索連動型広告・運用型ディスプレイ広告を、より高品質かつ効率的に運用するための実行組織とシステム面を整備。
- 広告運用機能を横断的に担う、エージェンシートレーディングデスク本部を設立し、広告プラットフォームの増加、運用の複雑化に対応。
- あわせて、クオリティマネジメントセンター高知の機能を強化し、広告運用オペレーションの移管を加速。更なる運用効率化をはかる。

新本部の設立

QMC高知の機能強化



Marketia Listing

2015年9月期 下半期取り組み：広告代理事業



- Marketia Listingの導入効果は、
 - ①細部に至るきめ細かい運用をシステムで実現し、広告配信機会の増大と顧客成果の向上を実現する。
 - ②システム利用をベースとした業務標準化により、広告運用コストを下げる。の2つを想定。
- 新システム移行（第1四半期）後、システム利用をベースにした業務見直しに遅れが生じ、活用面で課題。下半期、組織を大幅に変更し、業務改革に着手。

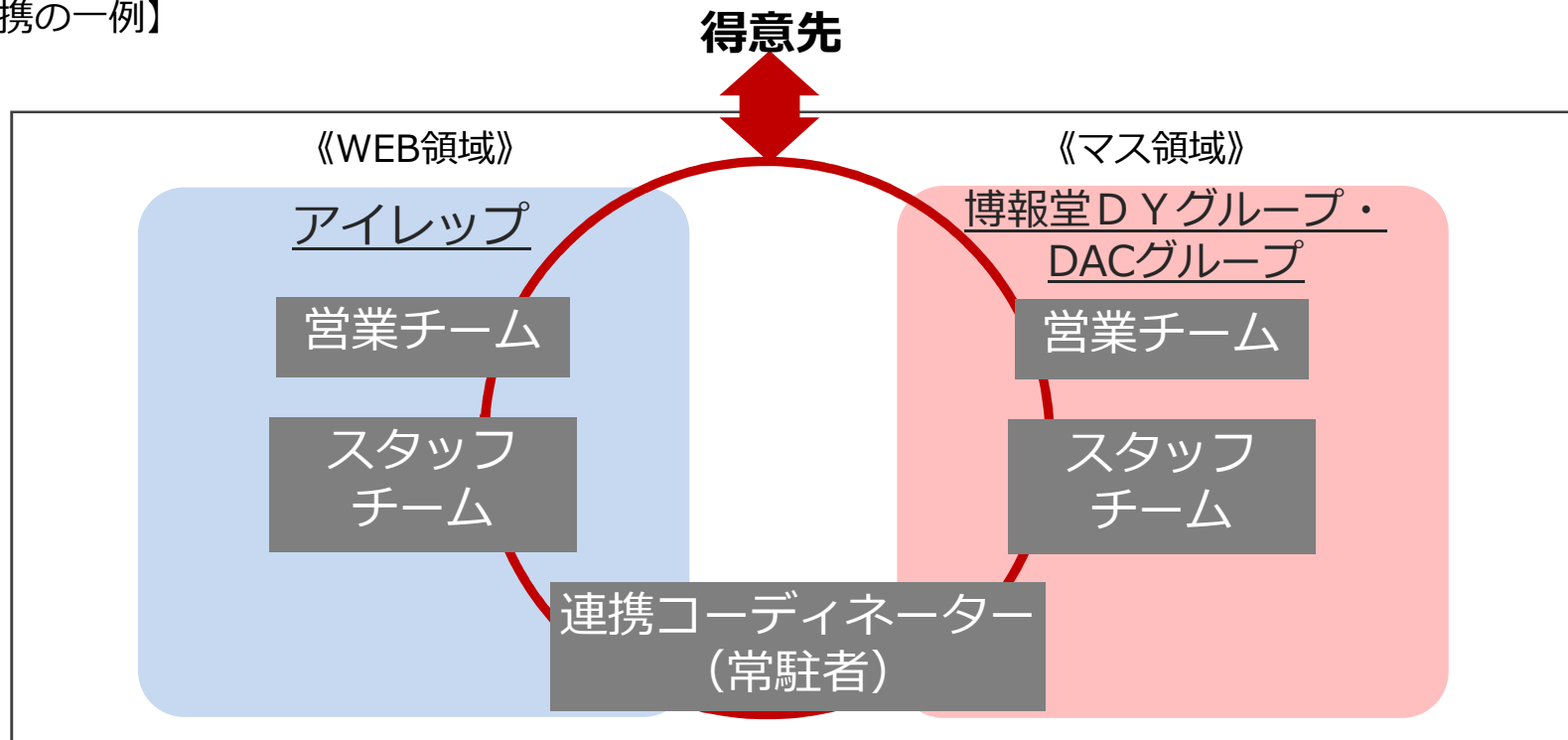


2015年9月期 下半期取り組み：運用型ディスプレイ広告

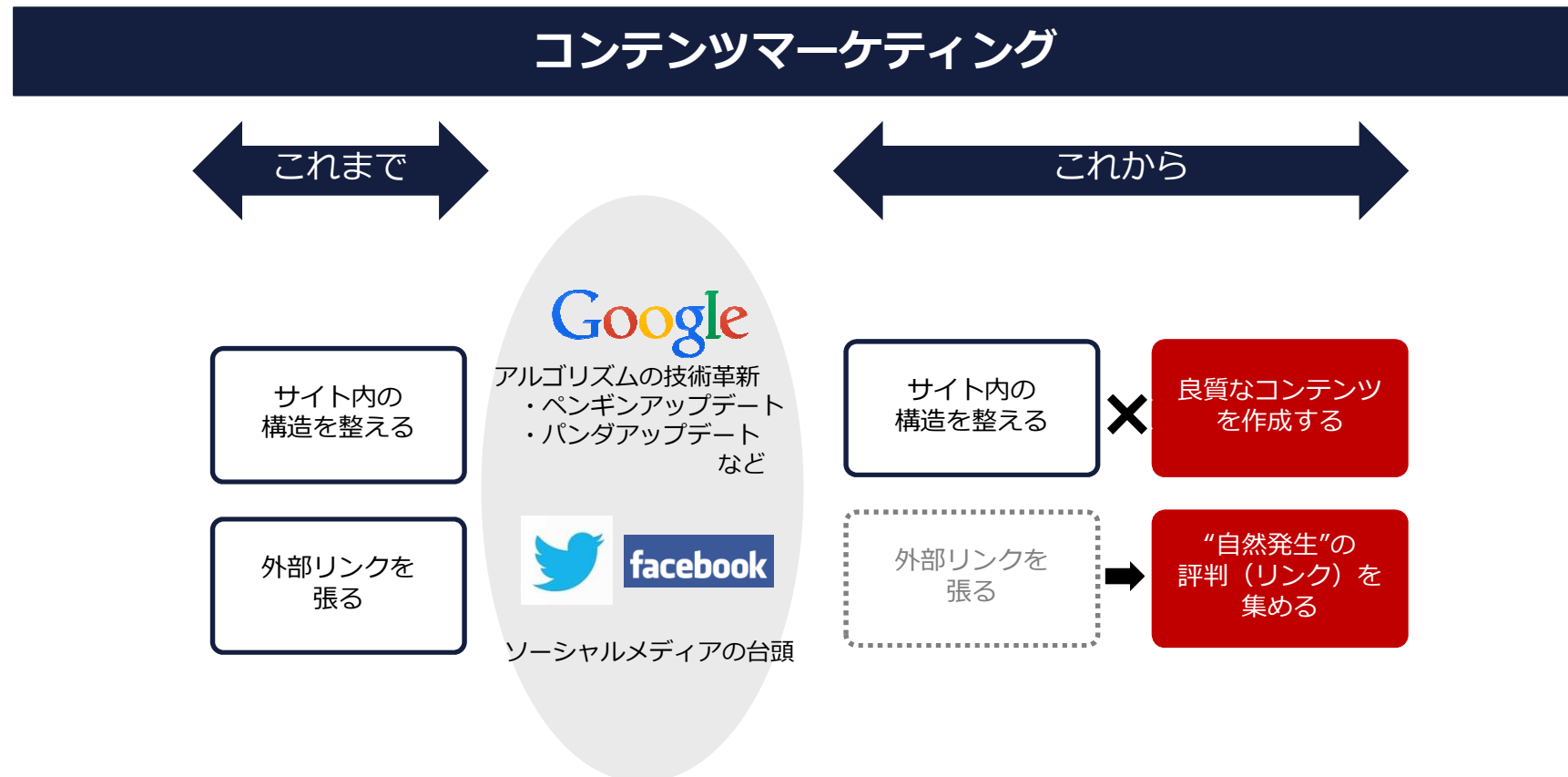
- バリューチェーンの全体をカバーする専門組織を設置したことにより、メディアとの関係性が向上。効率的な運用ノウハウ取得と社内への素早い展開が可能に。
- 博報堂D YグループおよびDACグループとの相互出向者の配置等の連携により、提案力が飛躍的に向上。サーチ広告に特化した組織からの変革を強かにドライブ。
- ニーズが拡大傾向にあるテレビ等のマス広告も含めた「統合プロモーション」の提案と実施においても連携して対応。

博報堂D Yグループ・DACグループとの相互連携

【連携の一例】



- コンテンツマーケティングは、今後も成長を担う主力商材として注力。
- その他、モバイル検索のアルゴリズム変更等、SEOの潮流を捉え、サービスを開発、提供していく。

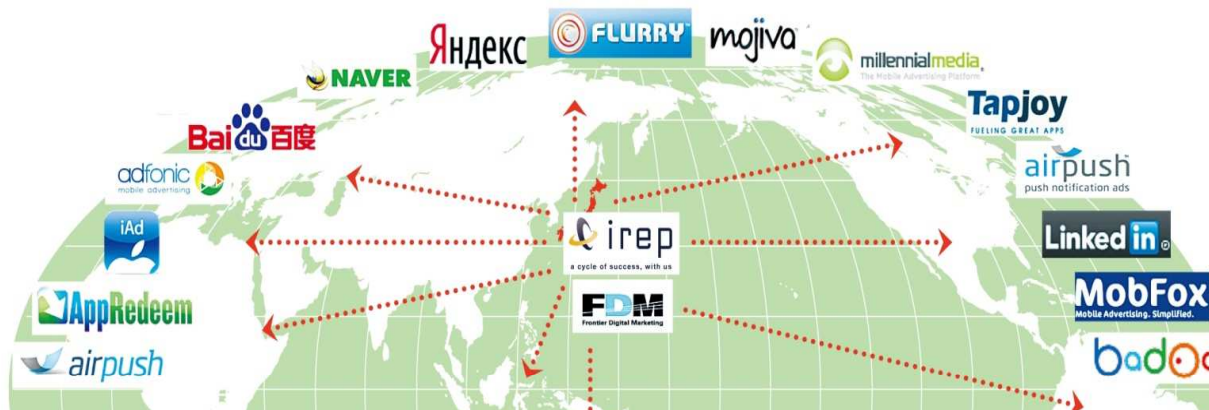


2015年9月期 下半期取り組み：グローバル事業



- 特に成長が見込めるAPACにおいて、継続的な投資を行い、現地市場におけるシェアの獲得を目論む。
- グローバルで利用されているGoogle プラットフォームへの深い知見、博報堂D Yグループの海外ネットワーク等を活かし、事業機会を確実に取り込む。

グローバル事業



【海外拠点】



PT.DIGITAL MARKETING INDONESIA（インドネシア）：2013年5月 設立



北京艾睿普广告有限公司（北京アイレップ）（中国）：2014年1月 設立



MOORE ONLINE DEVELOPMENT SOLUTIONS CORPORATION(ベトナム)
：2014年10月子会社化

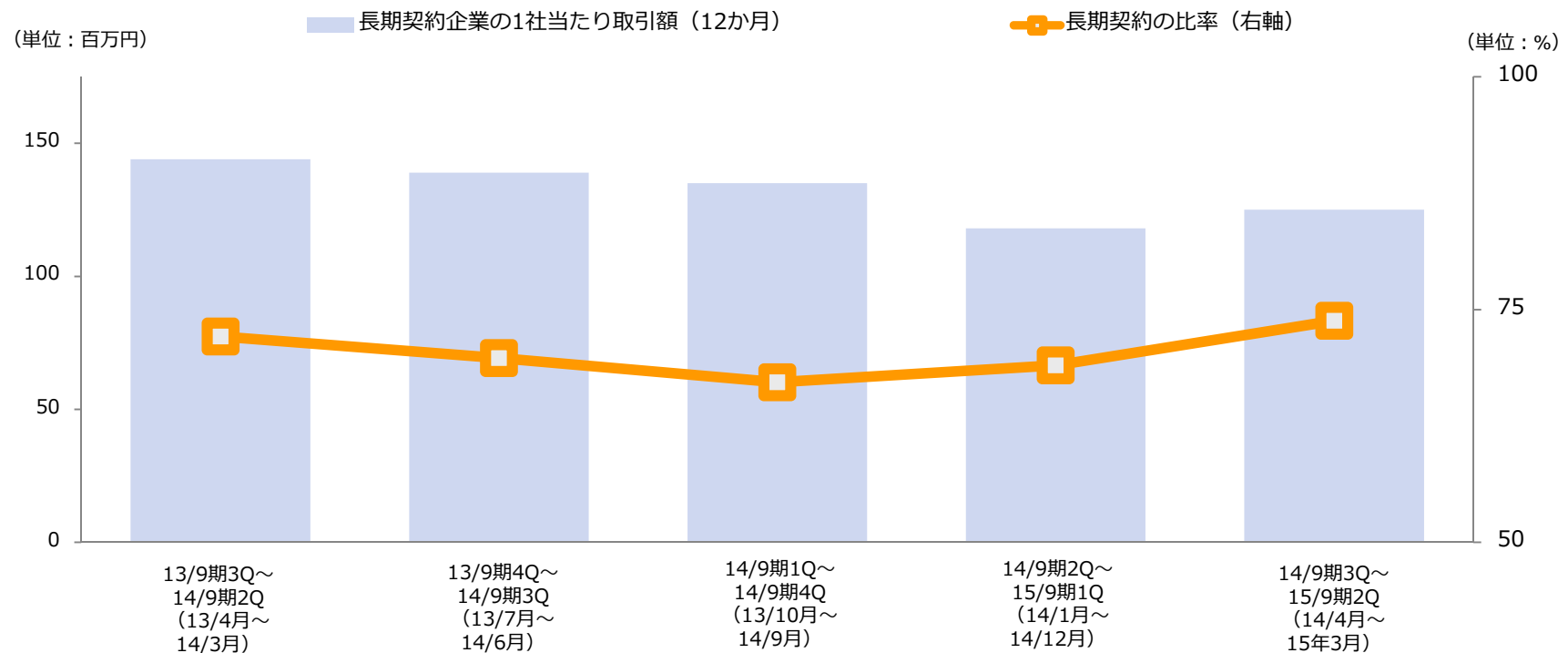
4. Appendix

長期契約比率



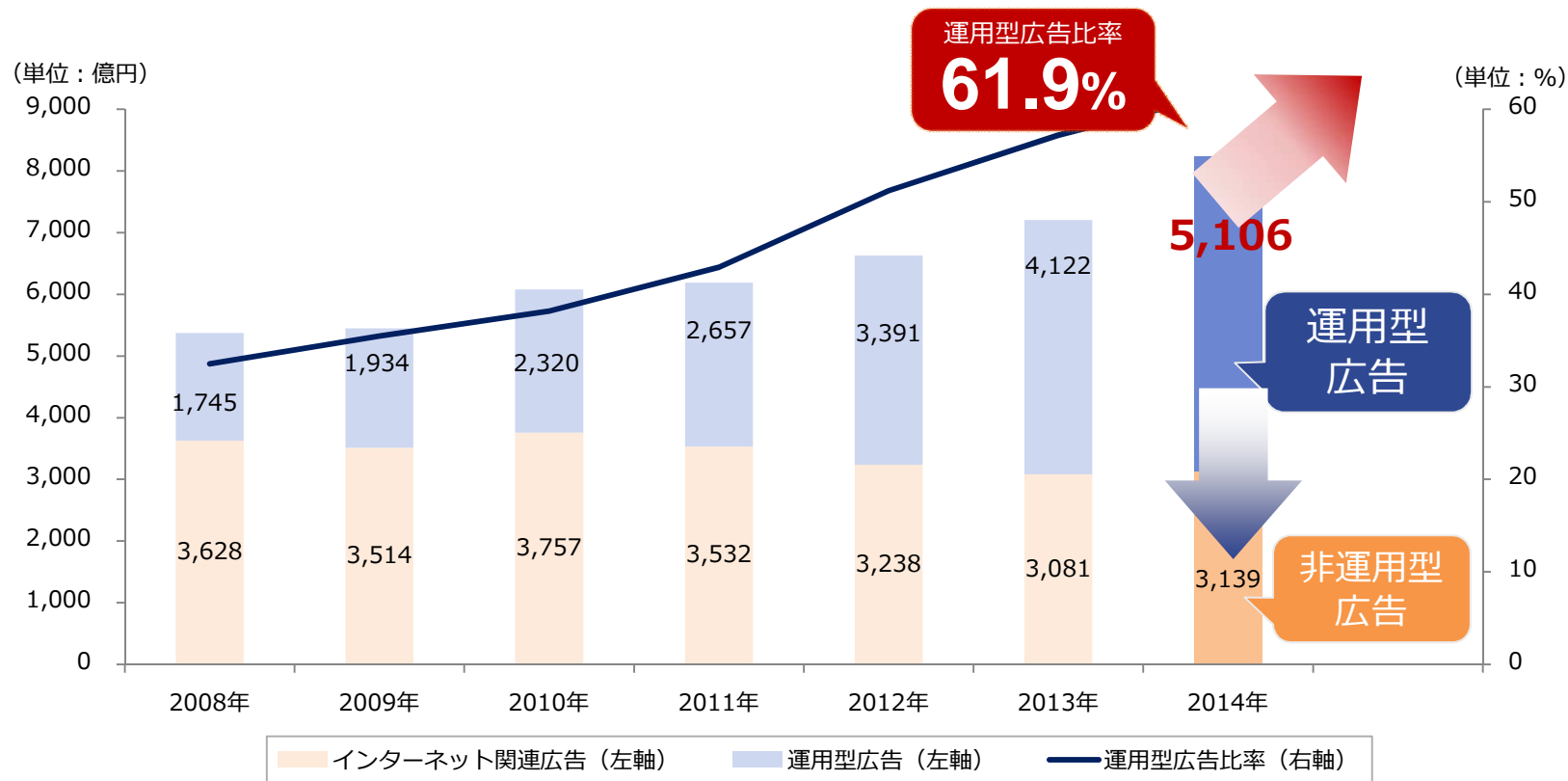
■ 第2四半期の長期契約比率は、前年同期比で向上し、引き続き約70%以上と高い水準を維持。

長期契約※の比率・取引額



※ 12か月連続でマーケティング予算を投下いただいたクライアント企業。期間限定のキャンペーン案件及び代理店アカウントは除外

国内インターネット広告市場（媒体費のみ）の推移



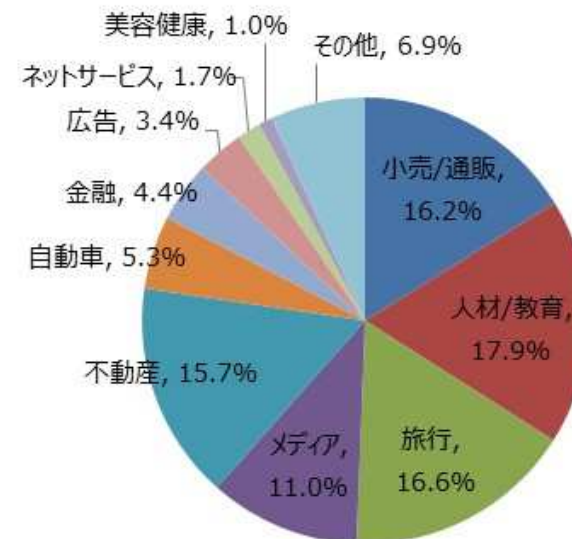
出典：日本の広告費（電通）よりアイレップ作成

同調査において、2012年に小分類を変更。検索連動広告を含む広告配信の新技术を包含する「運用型広告」を新たな小分類として設定。

業種別売上高構成比

	2014年 9月期 2Q	2014年 9月期 3Q	2014年 9月期 4Q	2015年 9月期 1Q	2015年 9月期 2Q
小売/通販	14.6%	16.6%	15.3%	21.5%	16.2%
人材/教育	22.2%	22.7%	17.5%	17.0%	17.9%
旅行	19.0%	16.9%	22.4%	14.7%	16.6%
メディア	11.4%	13.1%	10.8%	11.3%	11.0%
不動産	14.0%	9.4%	10.6%	9.4%	15.7%
自動車	5.8%	7.0%	6.4%	6.4%	5.3%
金融	3.0%	4.2%	3.5%	4.4%	4.4%
広告	3.0%	3.0%	2.4%	4.3%	3.4%
ネットサービス	2.8%	2.4%	3.7%	2.3%	1.7%
美容健康	0.6%	1.1%	1.5%	1.5%	1.0%
その他	3.6%	3.7%	5.8%	7.3%	6.9%

2015年9月期2Q
顧客業種別売上高構成比



※ 期間限定のキャンペーン案件及び代理店アカウントは除外

会社概要



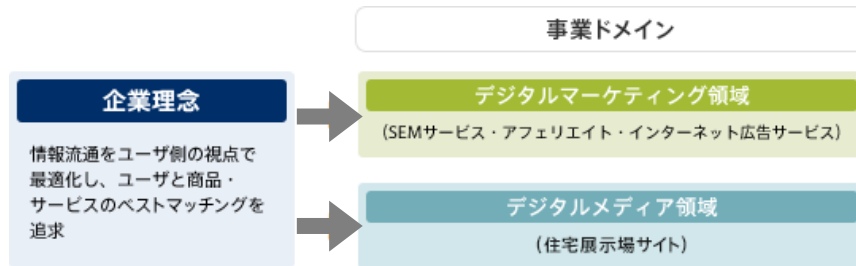
社名	株式会社アイレップ (IREP Co., Ltd.)
設立	1997年11月
事業内容	<input type="checkbox"/> デジタルマーケティング領域 <input type="checkbox"/> デジタルメディア領域
資本金	5億5,039万円
所在地	(本社) 東京都千代田区永田町二丁目11番1号 山王パークタワー7F (営業所) 名古屋、大阪、福岡 (オペレーションセンター) クオリティマネジメントセンター高知
売上高	536億1千万円 (2014年9月期・連結) 473億9千万円 (2013年9月期・連結) 377億6千万円 (2012年9月期・連結)
従業員数	625名 (グループ全体※)
役員	代表取締役社長CEO 紺野俊介 取締役CFO 永井敦 取締役 下山哲平 取締役 小坂洋人 社外取締役 矢嶋弘毅 社外取締役 島田雅也 社外取締役 三神正樹 社外取締役 辻輝 社外取締役 禿河毅 社外取締役 杉山全功 常勤監査役 大塚彰 監査役 星野克美 監査役 大武正史 監査役 大塔達也
決算期	9月
主要株主	デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社 高山雅行 (創業者) 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ
監査法人	有限責任 あずさ監査法人

2015年3月31日現在 ※出向者、パート/アルバイト、派遣社員を含む

事業内容



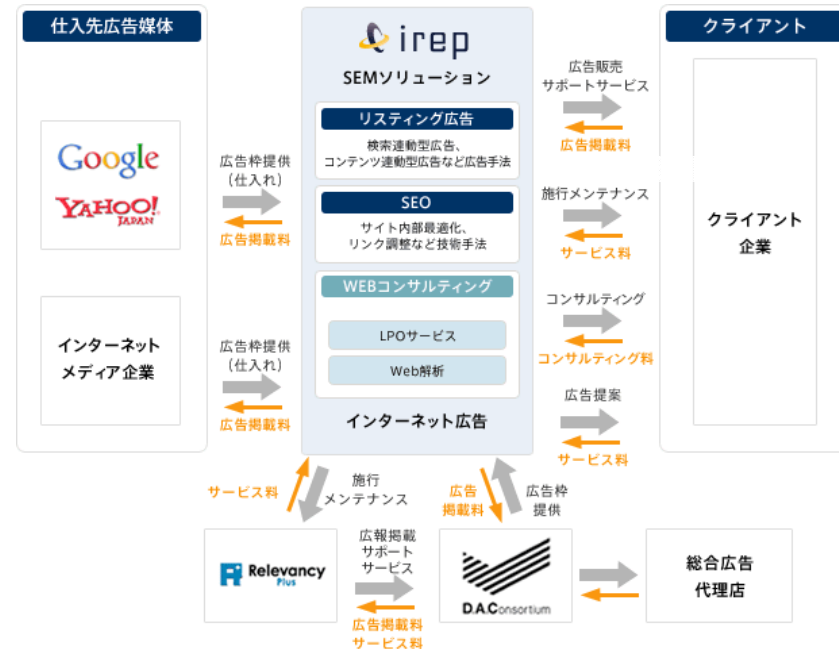
企業理念と事業ドメイン



「総合住宅展示場」



デジタルマーケティング領域の商流



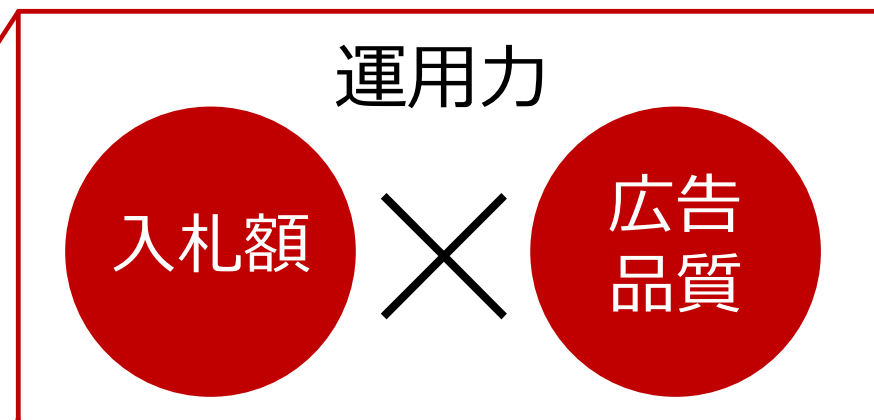
当社の強み ～広告の運用力～



入札額と広告品質を調整して、広告効果を最大化する「運用力」が当社の強みの源泉。



2014年11月7日現在の検索結果画面 (<http://www.google.co.jp>)



例) Google AdWords における広告ランクのイメージ

	入札額	品質スコア	広告ランク
A社	¥80	15	1位
B社	¥100	10	2位

入札額が低くても、品質スコアが高い場合は上位に掲載される傾向にある

経営理念		
人的資産	ユーザー資産	顧客資産
組織資産	技術開発資産	グループ資産

経営理念	「クライアントと向き合い成果を最大化する」が組織に浸透
人的資産	優秀なコンサルタントやリサーチャー、サービス開発者や技術者を擁する
ユーザー資産	「キーワード」を中心としたインターネット上でのユーザー行動に関する知見
顧客資産	一定の業界に偏らない先進的なクライアントとの良好な関係
組織資産	国内外の媒体や技術動向等を収集し、すばやく事業に展開する体制
技術開発資産	デジタルマーケティング事業を革新するシステムの開発力
グループ資産	事業機会の創出と業務の効率化を可能にするグループ各社との連携

【ご参考】 IRサイトのご案内



社員インタビューを掲載し、当社の強みや今後の展開を多様な視点でレポートしています。

<http://www.irep.co.jp/ir/>



最新のIR情報をお届けします

IRに関する最新情報を、
ご登録アドレスに随時送付いたします。
是非ご登録ください。
詳細は、当社IRサイトをご覧ください。

<http://www.irep.co.jp/ir/investor/interview.html>

【ご参考】 企業活動の幅を広げる取り組み

エコサイトの運営により、
環境の輪の拡大を目指しています。

<http://www.ecology-life.jp/>



子どものための「けんさく」きょうしつ」
を不定期で開催。
ネットリテラシー向上への寄与を目指し
ています。

