

株主メモ

事業年度	10月1日から翌年9月30日まで	株主名簿管理人	東京都港区芝三丁目33番1号 中央三井信託銀行株式会社
定時株主総会	12月	同事務取扱所	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
基準日	定時株主総会・期末配当金 9月30日	郵便物送付先	中央三井信託銀行株式会社 証券代行部
株式の売買単位	1株	電話照会先	0120-78-2031(フリーダイヤル)
証券コード	2132(大阪証券取引所ヘラクレス)	同取次窓口	中央三井信託銀行株式会社 全国各支店
公告方法	電子公告※		日本証券代行株式会社 本店および全国各支店

※ただし、事故その他やむを得ない事由によって、電子公告による公告ができない場合は日本経済新聞に掲載。

会社概要

会社名	株式会社アイレップ
本社	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷二丁目1番1号青山東急ビル TEL: 03-5464-3398(代) FAX: 03-5464-3291
設立	1997年11月17日
資本金	5億3,514万円(2008年9月末現在)
代表者	代表取締役社長 高山雅行
従業員数	151名(2008年9月末現在)
事業内容	インターネットマーケティング事業 パーティカルマーケティング事業

役員

代表取締役社長	高山雅行
専務取締役	紺野俊介
取締役	渡辺隆広
取締役	室井智有
執行役員	毛利裕二
執行役員	宮園慎一郎
執行役員	永井敦
常勤監査役	大塚彰
非常勤監査役	井手邦男
非常勤監査役	星野克美(多摩大学教授)
非常勤監査役	大武正史(弁護士)

各種出版物のご案内



検索連動型広告を成功に導く
SEM戦略 増補改訂版
[インプレスジャパン]
株式会社アイレップ 紺野俊介 著



検索にガンガンヒットさせる
SEOの教科書
[翔泳社]
株式会社アイレップ 渡辺隆広 著



SMO(ソーシャルメディア最適化)
実践テクニック
[ソフトバンククリエイティブ]
株式会社アイレップ 紺野俊介
渡辺隆広 著



図解 SEO対策がわかる
(知りたい!テクノロジー)
[技術評論社]
株式会社アイレップ SEM総合研究所 著

株式会社アイレップ

本社 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷二丁目1番1号 青山東急ビル TEL: 03-5464-3398(代) FAX: 03-5464-3291
大阪営業所 〒550-0002 大阪府大阪市西区江戸堀一丁目9番1号 肥後橋センタービル10F TEL: 06-6450-3038 FAX: 06-6450-3039



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

株式会社アイレップ

Business Report

第11期決算のご報告

- “マーケティング全体最適化のソリューションカンパニー”を目指すアイレップが、中期経営計画の1年目に何に取り組み、何を達成したのか・・・

Message from the Management

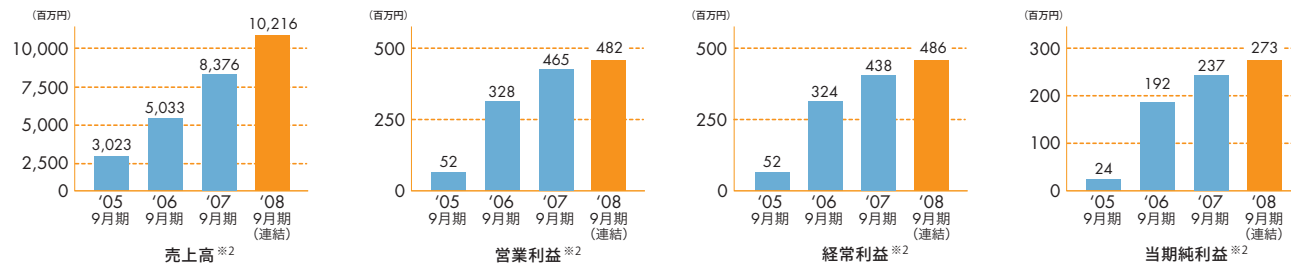


代表取締役社長
高山雅行

株主の皆様におかれましては、ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。2008年9月期は当社の中期経営計画(2008/9~2010/9)の初年度でした。中期経営計画では、最終年度での連結売上高目標を145億円、連結営業利益目標を10億円とし、これまでにSEM(Search Engine Marketing)専門のインターネット広告代理店*1として売上高首位の座を固めた当社が、マーケティング活動全体を最適化できるソリューションカンパニーになるため、“Search”をより強化し、ナショナルクライアント数を増やし、ソリューションの幅を広げ、サービスの高付加価値化を行っていくことを目標としています。また、より多くの分野でパーティカルマーケティング事業を展開し、収益の多様化を図ることも目標としています。

当期においては、サブプライムローン問題を要因とした世界経済の

低迷や国内景況感の悪化など、大変厳しい経営環境となりましたが、そのような中、2008年9月期における連結売上高は10,216百万円となり、おかげさまで創業11年にして初めて100億円を突破することができました(前期比*2 22.0%の増収)。連結営業利益は482百万円で前期比*2 3.7%の増益、連結経常利益は486百万円で前期比*2 10.9%の増益、連結当期純利益は273百万円で前期比*2 15.1%の増益となりました。業績面だけでなく、定性的にみてもこの1年間は当社にとって、“マーケティング全体最適化”への布石を着々と打つことができた年であったと考えております。今回の株主通信では、当社が中期経営計画の初年度に何に取り組み、何を達成したのかについて株主の皆様にご紹介させて頂きたいと思っております。今後ともより一層のご支援を賜りたく、宜しくお願い申し上げます。



*1 SEM専門インターネット広告代理店の定義：リスティング広告やSEO(Search Engine Optimization)サービスなどのSEM関連売上高が全売上高の7割以上を占めるインターネット広告代理店
*2 2008年9月期より連結決算体制に移行したため、「2008年9月期(連結)」は「2007年9月期(個別)」を比較対象としております。

中期経営計画のビジョンと主要戦略 (2008/9~2010/9)

Vision-1

クライアントのマーケティング活動全体を最適化できるソリューションカンパニーになる

- SEM専門トップとしてのプレゼンスをさらに向上
- 大口顧客・ナショナルクライアントの拡大
- “Share”領域でのソリューション開発
- 高付加価値化による収益力と競争力の強化

Vision-2

さまざまな分野でマッチングビジネスを展開し、その産業領域の経営課題解決に貢献する

- シニアマーケティング事業の収益力強化
- パーティカルマーケティングの新領域進出



1st Year Achievements

中期経営計画(2008/9~2010/9)の1年目に、
アイレップは何を達成したのか

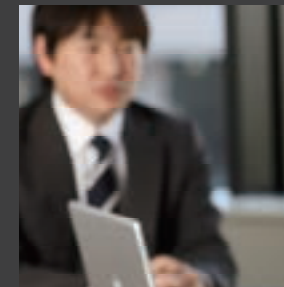
連結売上高100億円を突破

創業11年目で連結売上高100億円の大台を突破することができました。リスティング広告やSEOなどSEMサービスに対する需要は依然として高く、今後も“Search”領域でのプレゼンスを高めながら継続的な高成長を目指します。



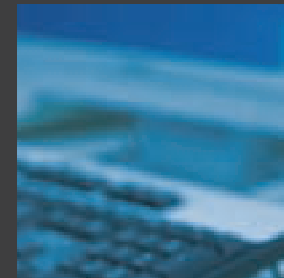
ナショナルクライアント数の大幅増

デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社と合併で設立した株式会社レリバンシー・プラスは、2008年1月から営業をスタートし、当社グループのナショナルクライアント数は前期末の50社から97社へと飛躍的に増加しました。株式会社レリバンシー・プラスは初年度から通期ベースで黒字を達成しています。



サービス競争力をさらに強化

かねてより、米オムニチュア社のリスティング広告管理ツール「SearchCenter™」を活用しクライアントのマーケティング戦略最適化を図ってきましたが、競争力をより一層強化するため、イスラエルのベンチャー企業が開発した「KENSHOO SEARCH™」という自動入札ツールをいち早く導入しました。当社のコンサルティング力とのシナジーによって、より高いレベルのサービスを提供していきたいと考えています。



バーティカルマーケティング領域の拡大

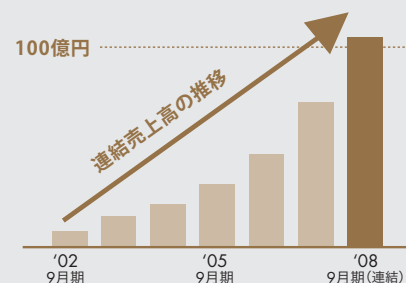
期初に分社化した株式会社あいけあは、順調に事業を拡大し初年度に黒字となりました。また、バーティカルマーケティング事業の第二弾として、「総合住宅展示場」を買収し住宅領域のマッチングビジネスに参入、加えてWebサイトの売買仲介を手掛ける「サイトストック」を買収しました。





連結売上高100億円を突破

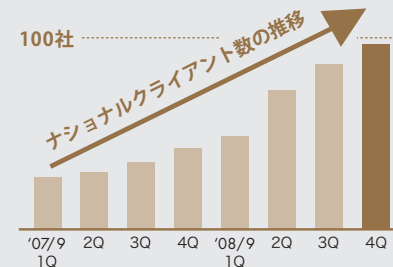
“Search” 領域でのプレゼンスがさらに向上
SEMの“ダントツトップ”に向けて前進



2008年は米国のサブプライムローン問題をきっかけに世界中の金融機関が危機的な経営状態に陥り、大変不安定な経済環境が続いています。日本においてもグローバル経済の成長鈍化の影響により、輸出企業の業績が悪化するなど景気減速を余儀なくされています。

このような経済環境においても、リスティング広告やSEOといったSEMサービスへの需要は、その費用対効果の高さへの認知がより浸透してきた結果、依然として高く推移しており、また、コンテンツ連動型広告やモバイルリスティング広告への需要も順調に拡大してきています。そうした追い風を受け、当期においても当社はそのナレッジとテクノロジーの優位性を生かしながら、業界内における“Search”領域での

プレゼンスをより向上させることができました。おかげさまで、当社の売上高は創業11年目で100億円の大台を突破いたしました。直近3年間の売上高成長率が338%に達する当社の継続的成長性は、監査法人トーマツによるテクノロジー・メディア・テレコミュニケーション業界の急成長企業ランキング、第6回「デロイト トウシュ トーマツ 日本テクノロジー Fast50」(2008年10月)において50位中26位を受賞するなど、社外からも高い評価を受けています。今後、SEMの“ダントツトップ”のポジションを目指し、中期経営計画の定量目標である連結売上高145億円の達成に向けて鋭意努力していきたくと考えています。



株式会社レリバンシー・プラス設立による効果 総合代理店とのタイアップ戦略に成功

※2008年9月期 第2四半期より株式会社レリバンシー・プラスを含めたナショナルクライアント数を開示
※ナショナルクライアントの定義：日経広告研究所調べによる年間広告費上位500社(2006年)

「情報流通を利用者の視点で最適化し、利用者と商品・サービスとのベストマッチングを追求する」という経営理念のもと、当社は“マーケティング全体最適化のソリューションカンパニー”となることを目指しています。それを実現するには、当社の知的資産や技術資産をより多くのお客様に活用して頂ける環境を整える必要があります。そのため、当社は2007年12月3日に、デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社と合併で株式会社レリバンシー・プラスを設立し、当社専務取締役の紺野俊介が合併会社の代表取締役を兼任、2008年1月から営業を開始いたしました。この合併によって、当社のナショナルクライアント数は前期末の50社から97社へと飛躍的に伸び、SEM領域での

総合代理店案件の獲得力向上につながりました。株式会社レリバンシー・プラスは、おかげさまで初年度から通期ベースで黒字を達成しています。“マーケティング全体最適化”という視点においては、当期はナショナルクライアントに強い総合代理店と連携することにより、基礎的な顧客ベースを強化することができた1年であったと考えています。今後、サービス提供の幅をより広げていく予定です。



株式会社レリバンシー・プラス
代表取締役 紺野俊介

ナショナルクライアント数の大幅増



SEMナレッジ&テクノロジーで差別化

当社はSEM専業の広告代理業者として日本でNo.1の売上高を誇っています。これは急成長したSEM市場において、当社が常に専門的なSEMテクノロジーをお客様にご提供してきた結果であると自負しています。SEMに関する知見や技術を磨き続けるため、当社はR&D部門である「アイレップSEM総合研究所」にて最先端の情報を常時収集し、ノウハウを蓄積しながらサービス競争力を高めてきました。また、リスティング広告やSEOサービスだけでなく、LPO(ランディングページ最適化)サービスやWeb解析サービスなど、SEM関連の専門サービスをワンストップで提供できることも当社の強みになっています。

今後、SEM業界における競争はより厳しくなっていきそうです。当社が“勝ち組”として生き残っていくためには、これまで以上にサービス競争力の強化に努めなければなりません。当社はかねてより、米オムニチュア社のWeb解析ツール「SiteCatalyst®(サイトカタリスト)」、リスティング広告管理ツール「SearchCenter™(サーチセンター)」といった最新のツールを活用しクライアントのマーケティング戦略最適化を図ってきましたが、多岐に渡るクライアントのニーズにより的確に応えるため、イスラエルのベンチャー企業が開発した「KENSHOO SEARCH™(ケンショー・サーチ)」というリスティング広告の自動入札ツールをいち早く導入しました。さらに、Web解析ツールにおいては、米Auriq Systems,Inc.の有力ツールである「RTmetrics SaaS Edition®」の販売代理を開始いたしました。コンサルティングサービスとしては、Webサイトの入力フォームのユーザビリティを高めることを通じてユーザの離脱防止とコンバージョン率向上を図る「EFO(Entry Form Optimization)サービス」の提供も開始しています。

サービス競争力を さらに強化

バーティカルマーケティング領域の拡大

シニアマーケティング事業の分社化

2007年10月1日、当月初日にバーティカルマーケティング事業の第一弾であり、介護領域にスポットをあてたシニアマーケティング事業を分社化し、株式会社あいけあを設立いたしました。株式会社あいけあでは、有料老人ホーム紹介サービス、有料老人ホームのマーケティング支援、有料老人ホーム専門ポータルサイト運営、介護関連人材紹介などを行っていますが、当期は介護施設のM&Aの仲介という業務も手掛けるなど順調に事業を拡大してきており初年度から黒字となりました。

「住宅総合展示場」の買収

当社はバーティカルマーケティング事業の第二弾として、2007年12月、「総合住宅展示場」を買収し、戸建て住宅領域におけるマッチングビジネスに参入しました。これは大手ハウスメーカー等と一般消費者をマッチングさせるサイトで、家を建てることを検討している一般ユーザーが、ハウスメーカー各社のパンフレット等を「総合住宅展示場」を通じて一括請求できるというものです。収益モデルはハウスメーカーからの月額広告掲載料で成り立っています。当サイトを運営することを通じて、大手ハウスメーカーに対するSEM提案のシナジーも実現してまいります。

「サイトストック」の買収

バーティカルマーケティング事業のさらなる展開を図るべく、2008年5月、当社はWebサイトの売り手と買い手をマッチングさせるサイトである「サイトストック」を買収しました。「サイトストック」では、様々なWebサイトを発掘・評価し、その価値をさらに向上させることができる企業に紹介する仕事をしており、収益モデルは成果報酬形式による手数料収入で成り立っています。今後、当サイトの収益力を高めていくと同時に、当社自身が、バーティカルマーケティング事業の新領域発掘のために有効活用していきたいと考えております。



あいけあサイト



総合住宅展示場サイト



サイトストックサイト

■財務諸表

貸借対照表 (単位：千円)

科目		第10期(個別) (平成19年9月30日現在)	第11期(連結) (平成20年9月30日現在)		
流動資産	現金及び預金	1,291,201	1,312,569		
	売掛金	1,402,928	1,175,612		
	たな卸資産	579	609		
	繰延税金資産	13,030	13,457		
	その他	63,932	44,843		
	貸倒引当金	△4,674	△6,800		
	流動資産合計	2,766,999	2,540,292		
	有形固定資産	i. 建物	14,657	14,903	
		減価償却累計額	△3,326	△5,233	
		ii. 工具器具備品	25,312	24,351	
減価償却累計額		△13,870	△15,890		
有形固定資産合計		22,773	18,130		
無形固定資産		のれん	2,000	147,010	
		ソフトウェア	12,878	10,922	
		無形固定資産合計	14,878	157,932	
		投資その他の資産	投資有価証券	30,090	41,988
			関係会社株式	—	100,348
	繰延税金資産		1,047	8,309	
	その他		123,559	178,449	
	貸倒引当金		△2,660	△22,073	
	投資その他の資産合計	152,035	307,021		
	固定資産合計	189,687	483,084		
資産合計	2,956,686	3,023,377			

資産の部のポイント

当連結会計年度末における総資産につきましては、前個別事業年度末と比べて66百万円増加し、3,023百万円となりました。これは主に、住宅展示場サイトの購入等によりのれんが145百万円増加したことや、合併会社の設立により関係会社株式が100百万円増加したものの、売掛債権の回収に伴い、受取手形及び売掛金が232百万円減少したことによるものです。

科目		第10期(個別) (平成19年9月30日現在)	第11期(連結) (平成20年9月30日現在)
負債の部	買掛金	977,302	853,788
	未払法人税等	140,984	122,123
	その他	229,160	199,721
	流動負債合計	1,347,447	1,175,633
	負債合計	1,347,447	1,175,633
株主資本	資本金	530,140	535,140
	資本剰余金	520,140	525,140
	利益剰余金	558,959	832,323
	自己株式	—	△44,807
	株主資本合計	1,609,239	1,847,795
	評価・換算差額等	—	△51
	純資産合計	1,609,239	1,847,744
負債・純資産合計	2,956,686	3,023,377	

負債・純資産の部のポイント

当連結会計年度末における負債につきましては、前個別事業年度末と比べて171百万円減少し、1,175百万円となりました。これは主に、仕入債務の支払に伴い買掛金が123百万円減少したことによるものです。
当連結会計年度末における純資産につきましては、前個別事業年度末と比べて238百万円増加し、1,847百万円となりました。これは主に、当期純利益の増加に伴い、利益剰余金が273百万円増加したことによるものです。

損益計算書のポイント

当連結会計年度における業績は、売上高10,216百万円、営業利益482百万円、経常利益486百万円、当期純利益273百万円となりました。売上総利益率につきましてはマージンシェアの低下により前個別事業年度と比べて1.6%低下し、16.6%となりました。これは、「総合住宅展示場」の買取によるのれん代の償却負担も要因の一つになっています。株式会社レリバンシー・プラスへの出向者の人件費負担割合が低下したことにより売上高販管費率は前個別事業年度と比べて0.8%低下し11.9%となりましたが、粗利益率低下の影響は避けられず、売上高営業利益率につきましては、前個別事業年度と比べて0.8%低下し、4.7%となりました。

損益計算書 (単位：千円)

科目	第10期(個別) (平成18年10月1日から 平成19年9月30日まで)	第11期(連結) (平成19年10月1日から 平成20年9月30日まで)
売上高	8,376,627	10,216,930
売上原価	6,850,881	8,516,094
売上総利益	1,525,746	1,700,835
販売費及び一般管理費	1,060,641	1,218,403
営業利益	465,104	482,432
(営業外収益)	2,286	7,089
受取利息	1,642	2,580
受取手数料	—	1,599
持分法による投資利益	—	2,348
その他	644	561
(営業外費用)	28,992	3,316
開業費	—	350
株式交付費	9,469	515
保険解約損	—	1,859
その他	19,522	591
経常利益	438,398	486,205
特別利益	—	—
特別損失	3,373	—
税引前当期純利益	435,025	486,205
法人税、住民税及び事業税	205,884	220,495
法人税等調整額	△8,268	△7,653
当期純利益	237,410	273,363

連結株主資本等変動計算書 (平成19年10月1日から平成20年9月30日まで) (単位：千円)

	株主資本					評価・換算差額等		純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券 評価差額金	評価・換算 差額等合計	
平成19年9月30日 残高	530,140	520,140	558,959	—	1,609,239	—	—	1,609,239
連結会計年度中の変動額								
新株の発行	5,000	5,000			10,000			10,000
当期純利益			273,363		273,363			273,363
自己株式の取得				△44,807	△44,807			△44,807
株主資本以外の項目の連結 会計年度中の変動額(純額)						△51	△51	△51
連結会計年度中の変動額合計	5,000	5,000	273,363	△44,807	238,556	△51	△51	238,504
平成20年9月30日 残高	535,140	525,140	832,323	△44,807	1,847,795	△51	△51	1,847,744

キャッシュ・フロー計算書 (単位：千円)

科目	第10期(個別) (平成18年10月1日から 平成19年9月30日まで)	第11期(連結) (平成19年10月1日から 平成20年9月30日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	217,581	387,934
投資活動によるキャッシュ・フロー	△64,703	△326,430
財務活動によるキャッシュ・フロー	688,810	△35,621
現金及び現金同等物の増加額	841,688	25,883
現金及び現金同等物の期首残高	449,512	1,291,201
現金及び現金同等物の期末残高	1,291,201	1,317,084

キャッシュ・フロー計算書のポイント

当連結会計年度末における現金及び現金同等物(以下「資金」という。))は、1,317百万円となりました。当連結会計年度における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次のとおりです。

■営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動の結果、増加した資金は387百万円となりました。これは主に、法人税等の支払額238百万円及び仕入債務の減少124百万円等の減少要因があったものの、売上債権の減少217百万円及び税金等調整前当期純利益486百万円等の増加要因があったことによるものです。

■投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動の結果、減少した資金は326百万円となりました。これは主に、関係会社株式の取得による支出98百万円及び事業の譲受による支出169百万円等の減少要因があったことによるものです。

■財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動の結果、減少した資金は35百万円となりました。これは主に、自己株式の取得による支出45百万円等の減少要因があったことによるものです。