

## 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 青山ファーストビル  
TEL: 03-5464-3398(代) FAX: 03-5464-3291  
設立 1997年11月17日  
資本金 5億3,914万円(2010年9月末現在)  
代表者 代表取締役会長CEO 高山 雅行  
代表取締役社長COO 紺野 俊介  
従業員数 142名(2010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

※社外役員を示します。

代表取締役会長CEO	高山 雅行	取締役*	高梨 秀一
代表取締役社長COO	紺野 俊介	取締役*	櫻井 康芳
常務取締役CFO	室井 智有	取締役*	新倉 雄二
取締役CSO	渡辺 隆広	常勤監査役*	大塚 彰
取締役	永井 敦	非常勤監査役*	星野 克美 [多摩大学名誉教授]
取締役*	矢嶋 弘毅	非常勤監査役*	大武 正史 [弁護士]
取締役*	大塔 達也	非常勤監査役*	寺井 久春

## 株主メモ

事業年度 毎年10月1日から翌年9月30日まで  
定時株主総会 12月  
株主確定日 定時株主総会・期末配当金 9月30日  
株式の売買単位 1株  
証券コード 2132(JASDAQグロス\*)  
公告方法 電子公告 [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。]  
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  
同事務取扱所 〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号  
郵便物送付先 中央三井信託銀行株式会社 証券代行部  
電話照会先 TEL: 0120-78-2031(フリーダイヤル)

※2010年10月12日付で実施されたJASDAQおよびヘラクレス市場の統合に伴い、大阪証券取引所ヘラクレスからJASDAQグロスへ市場変更しております。

## 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 青山ファーストビル  
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  
福岡営業所 〒810-0801 福岡県福岡市博多区中洲五丁目3番8号 アクア博多5F  
TEL: 092-287-9755 FAX: 092-287-9756

## 各種出版物のご案内

当社代表取締役の紺野俊介、当社取締役の渡辺隆広が著したSEM、SEOに関する出版物をご案内させていただきます。ぜひご覧ください。



### 最新ケータイSEO&SEM戦略

[秀和システム]  
株式会社アイレップ 紺野俊介 著



### Google SEO完全攻略ガイド

[翔泳社]  
株式会社アイレップ 渡辺隆広 著



### 検索連動型広告を成功に導くSEM戦略

[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

# Business Report

第13期  
決算のご報告

## 数字でみるアイレップ

全ての数値が  
前期を上回りました。

売上高  
**24.0%**  
UP

営業利益  
**261.3%**  
UP

経常利益  
**268.2%**  
UP

## ごあいさつ

株主の皆様には、平素より格別のご支援を賜りまして誠にありがとうございます。ここに2010年9月期の株主通信をお届けいたします。

当期におけるインターネット広告市場は、景気後退の影響で需要が冷え込んだ前期から回復基調に転じ、中でも当社が専業とするSEM（検索エンジンマーケティング）市場は、モバイル広告を中心に拡大傾向が続いています。

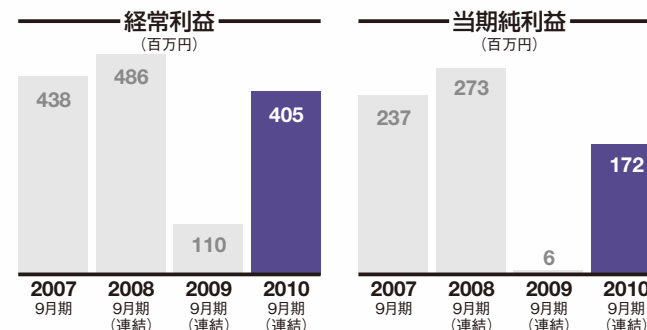
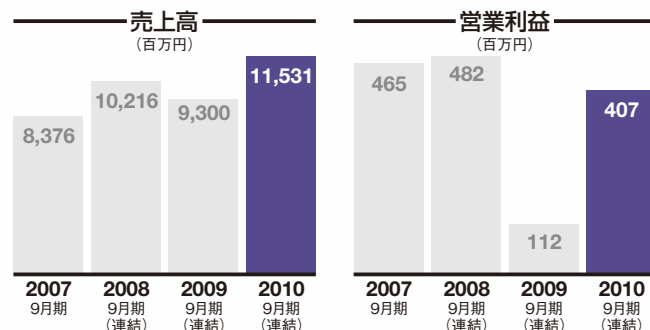
こうした事業環境の下、当期は前期の低迷から脱却し、売上高、営業利益、経常利益、当期純利益とも前期を大きく上回る業績を収めました。これは、広告主の求める費用対効果に対し、SEM専業企業として技術志向のマーケティング支援を提供する当社が、他社に比べ高いソリューション能力を保持したことが要因と考えています。今後は、資本業務提携先のデジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社や当社関連会社の株式会社レリバンシー・プラスとの連携を強め、さらなる収益拡大を目指します。

また、バーティカルマーケティング領域では、株式会社あいけあの全株式を譲渡しシニアマーケティング事業から撤退する一方、新たに、太陽光発電システムやその他の環境・エネルギー関連商材の販売促進を包括的に支援する株式会社グリーンエネルギーマーケティングを設立しました。主力のインターネットマーケティング事業とシナジー効果の高い事業に資源を注力していきます。

急激な円高などが企業収益を圧迫し、経済情勢は再び厳しさを増しています。インターネット広告市場も競争が激化するでしょう。当社はSEM専業企業から広告主のマーケティングを最適化する「デジタルマーケティングエージェンシー」への転換を図り、企業価値を向上させ、競争力を強化してまいります。

株主の皆様には、なお一層のご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

## SEM市場でのプレゼンスを保持しながら 次のステージへの転換を図ってまいります



代表取締役社長COO  
紺野 俊介





## お客様のデジタル領域の課題を解決する マーケティングエージェンシーを目指します

代表取締役社長COO 紺野俊介

### Q1

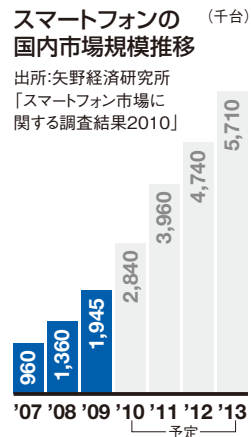
#### インターネット広告／マーケティング業界 の市場環境について教えてください。

昨年度までは世界的不況の影響で広告業界全体が大きく低迷していましたが、今年度は徐々に回復の兆しを見せています。中でもインターネット分野では、新たなマーケットの流れと需要が生まれています。例えば、ソーシャルメディア\*1という領域が顕著に伸びてきているほか、既存の広告スタイルとインターネットを組み合わせたような事業も台頭し、企業もそこに新たな広告予算を投下し始めています。

また、マス広告を中心に広告出稿量の上位を占めるナショナルクライアントが、今まではキャンペーン等の一環として単

発で利用していたインターネット広告を年間広告予算に組み込み、ネット専門部署も設置し始めました。費用対効果という明快な指標を示せるネット広告が評価されたのです。ただ、ネットだけでは不十分な場合もあり、マス広告等のオフラインと連動させるなどの戦略的な展開も必要になるでしょう。

最も変化が大きいのがモバイル分野です。グーグルと携帯キャリアの提携や、端末の高機能化などによりユーザーが拡大、SEM（検索エンジンマーケティング）事業領域も伸びています。実際、当社でもモバイル分野のシェアは急拡大しています。今後はスマートフォン市場も急速に伸びるでしょう。当社もこの流れを受け、スマートフォン向けサービスのラインナップを充実させています。



### Q2

#### アイレップのコアビジネスと強みを教えてください。

当社は、PCやモバイルにおけるユーザー行動のうち検索を中心に分析し、お客様にソリューションとして提供しています。アイレップの“レップ”は一般に広告代理業を意味しますが、私たちが考える代理というのは「パートナーシップ」を指しています。パートナーとしてお客様と向き合い、お客様のデジタル領域での課題解決を行うマーケティング会社として、広告代理業者とは一線を画しています。この考え方はインフラの変化、つまりスマートフォンやタブレットPC、あるいはソーシャルメディアなど新しいデバイスやメディアが登場し、新たなユーザー行動が生まれ、でも、私たちのコアとして変わりません。

さらに当社の強みは、「ドキュメント」「システム」「組織」の3つを組み合わせることで事業を行っていることです。

ドキュメントとは、当社のノウハウをまとめた書物などお客様に対して提供するレポート、アウトプットが確立されていること、PDCAサイクル\*2を回すときのマニュアルがあることです。ネット広告の世界であいまだったノウハウを、体系立ったドキュメントに整理していることが1つめの強みです。

2つめは、自社でデータベース化やそれを使って分析を行えるドキュメント型のシステムを持っていること。3つめは、お客様にサービスを提案するコンサルティング部門、日々の運用を行うオペレーティング部門、お客様の予算を最適に活用できているか日々確認するモニタリング部門をきちんと組織化していることです。さらに研究所機能を持つR&D部門も保有しています。

このように会社全体として仕組みづくりを確立していることが強みであり、マーケティング／コンサルティングを行う会社として単なる代理業にはできないソリューション提供を可能にしています。

#### 現在のアイレップのSEM事業モデル



\*1 ソーシャルメディア:ユーザーが情報を発信し、形成していくメディアのこと。代表的なものはTwitterやブログ、SNS (Social Networking Service) など。

\*2 PDCAサイクル:生産管理や品質管理などの管理業務を円滑に進める手法。Plan (計画)、Do (実行)、Check (評価)、Act (改善)のプロセスを繰り返すことで業務を継続的に改善する。

# Q3

## デジタルマーケティングエージェンシーとはどのような意味ですか？

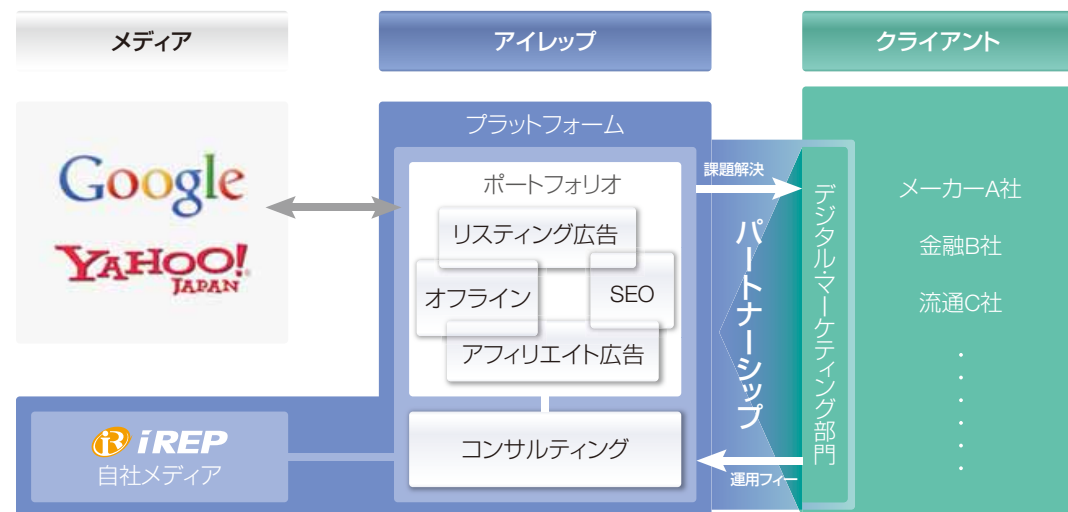
私たちが目指しているマーケティングとは、デジタルの世界におけるお客様の経営課題を解決するためのメソッドやロジックです。今後もそこをコアとしてビジネスを拡大していきます。将来的には、お客様のデジタル領域におけるマーケティング部門を当社に移管していただけるような関係をつくりたい。その思いから、デジタルマーケティングエージェンシーを目指すことを掲げました。

今は検索領域が強みであり今後も注力し続けますが、私たちはリスティング広告やSEOに特化するつもりはありません。それだけでは最終的にお客様の課題解決にはならないと考えています。お客様が求めるのは費用対効果です。

私たちはそれを「パフォーマンス」と呼んでいます。パフォーマンスというすべてが成果として見える指標に結びついてしまっていますが、ユーザー行動を解析していくと、必ずしも直接成果に結びつかない行動を行っています。これまでは直前に行動したユーザーの成果を計り、それを指標に運用を行っていましたが、今では参照前データの分析も重要になっています。テレビCMを見て検索をする、検索をしてバナーを踏むといった、多岐にわたる分析なしには、お客様が本来望んでいるパフォーマンスを提供できません。

今後はより深い解析が求められるでしょう。当社には、そのソリューションがあります。私たちの施策によって効果の有無が明確に表れるため、逆に怖い側面もあります。だからこそ、それを確実に行うことで、お客様との強いパートナーシップが築けるのです。

### これからのアイレップのビジネスモデル(イメージ)



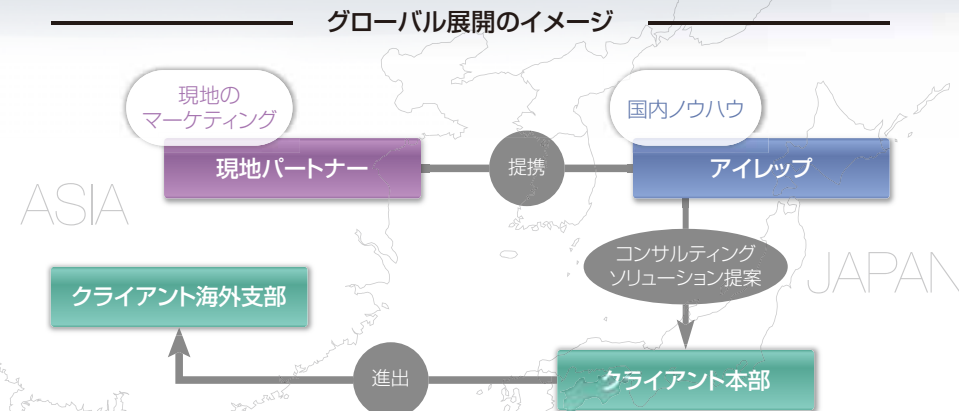
# Q4

## これからの事業展開、ビジョンをお聞かせください。

1つめは、自社メディアに対する取り組みです。お客様の事業を支援するのに必要であれば、本体のマーケティング事業を今後より成長させるためにも、その分析対象としてメディア運営は重要です。本業の推進のためのメディア展開を検討していきます。

2つめはネット広告の拡充、特にシェアが拡大しているアフィリエイト広告に注力します。成果指標に基づいた運用を行えることから、この領域は当社の掲げるデジタルマーケティングの観点からも有効と考えています。お客様はリスティングにいくら、アフィリエイトにいくらではなく、広告予算の中での成果最大化を望んでいます。リスティング事業を行う関連会社レリバンシー・プラスと連携し、ネット広告の最適化を図るモデルを確立したいと考えています。現在もアフィリエイトの扱いはありますが、リスティングに比べてその割合は小さいため、今後取り組みを強化

### グローバル展開のイメージ



していきます。

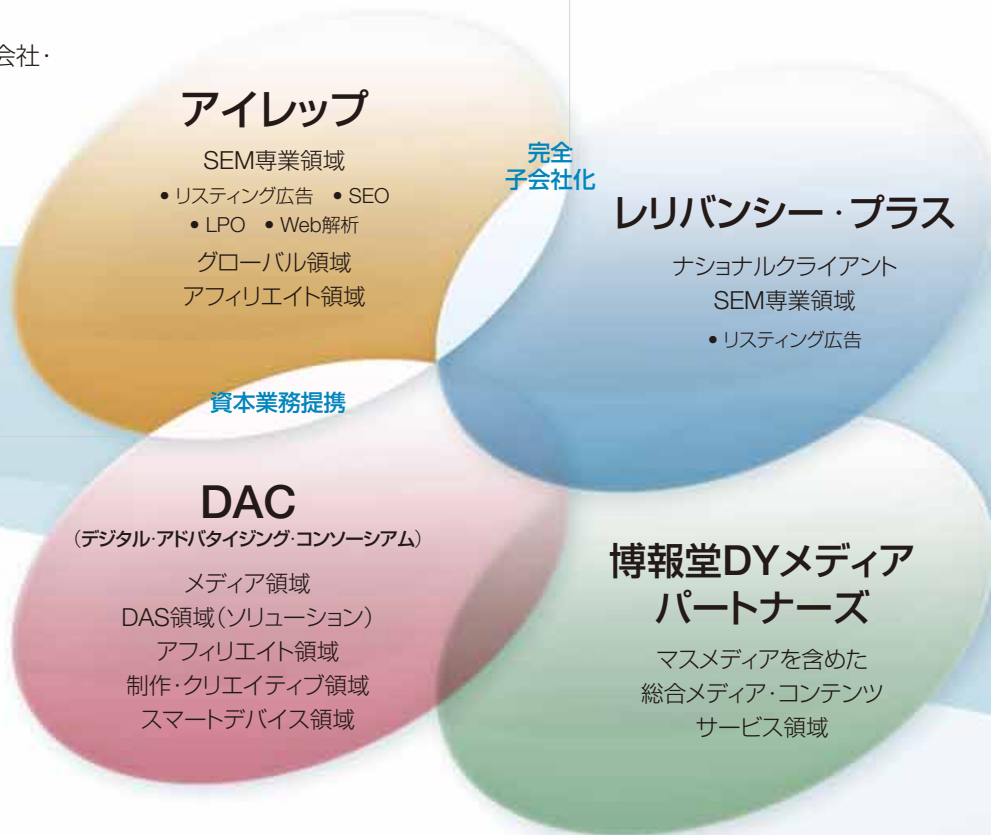
3つめは、海外に進出するお客様への対応です。これまで日本で展開してきた当社のノウハウを海外で活用するために、特に香港、上海、韓国、台湾などアジア圏のメディアやパートナーと組み、お客様に日本と同様のサービスを提供していきます。国によりユーザー行動も、マーケットや現地の人の考え方も大きく違います。これらを把握するためには、ノウハウを持つ現地のパートナー企業と協業するのが近道です。すでにアジア圏や主要英語圏も対応できるパートナー企業との提携が進んでいます。日本のお客様が世界展開していくお手伝いをしながら、海外事業を拡大していきたいと思えます。

メディア展開、ネット広告の拡充、グローバル化。すべてはお客様のポートフォリオを最適化するプラットフォームをつくり成果の最大化を図る施策です。デジタルマーケティングエージェンシー構想を具現化するこれらの施策により、お客様サービスを向上させ、さらなる成長を目指します。

# デジタルマーケティングエージェンシーを目指して

当社は10月27日に取締役会を開き、デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社(DAC)の当社株式等に対する公開買付けの実施を受け入れ、同社グループに参加するとともに、DACと資本業務提携を行うことを決議しました。また同時に、DACが保有する当社関連会社・株式会社レリバンシー・プラスの株式の全部を譲り受け、同社を完全子会社化します。連携強化、グループ力向上により競争力を高め、デジタルマーケティング領域におけるポジションの確立、「デジタルマーケティングエージェンシー」の実現を目指します。

## Our Vision



レリバンシー・プラスを完全子会社化

今回の取締役会において、DACの当社に対する公開買付けの成立を条件として、DACが保有する当社の関連会社・株式会社レリバンシー・プラスの株式の全部(所有割合51.0%)を譲り受け、完全子会社とすることを決議しました。

レリバンシー・プラスは2007年12月、当社とDACが共同で設立しました。リスティング広告に強みを持つ同社は、インターネットで検索を行う消費行動を独自に研究・分析し、広告主のマーケティングパフォーマンスの最適化を高次元で実現しています。同社と当社が連携を強めることでSEM領域における事業シナジーとスケールメリットを追求するとともに、一体化により経営効率化を図ります。

## Digital Marketing Agency

### 連携強化で歩みを加速。

DACとの資本業務提携、レリバンシー・プラスの完全子会社化で、「デジタルマーケティングエージェンシー」への歩みを加速します。

#### デジタル・アドバイジング・コンソーシアムと資本業務提携

当社はこのたび、デジタル・アドバイジング・コンソーシアム(DAC)による当社普通株および新株予約権\*に対する公開買付けについて賛同の意見を表明し、DACとの間で資本業務提携を行うことを決議しました。

当社とDACは、これまでSEM(検索エンジンマーケティング)領域で協業してきました。近年、特に企業の広告の費用対効果へのニーズが高まり、そのニーズに対応できるリスティング広告を中心としたSEM領域のさらなる強化が求められています。競合の多いこの領域で中長期的に成長を続けるには、両社の連携を強めて競争力をつけなければなりません。また、急速な市場拡大が見込まれるSMM(ソーシャルメディアマーケティング)領域やモバイル・スマートフォン等の新デバイス領域への対応も急務です。

今回の資本業務提携で、両社のテクノロジーを融合させてシナジーを最大限に発揮し、デジタルマーケティング領域全般に優れたサービスをワンストップで提供する「デジタルマーケティングエージェンシー」への移行を加速します。また、DACグループ各社との共同事業、海外進出を行うDACとのグローバル領域での協業を推進していきます。

当社はDACの連結子会社となることで、DACグループの持つ顧客、経営基盤等をグループの一員としての立場で活用し、さらなる事業規模の拡大、利益率の改善を図ることができると考えています。

\*平成16年9月13日開催の臨時株主総会及び平成17年3月30日開催の取締役会の各決議に基づき発行された新株予約権並びに、平成17年9月29日開催の臨時株主総会及び平成17年11月1日開催の取締役会の各決議に基づき発行された新株予約権を指します。

#### 博報堂DYメディアパートナーズ

マスメディアを含めた総合メディア・コンテンツサービス領域

当社は、DACとより強固な提携関係を構築することが両社の企業価値を高め、株主価値向上につながるものと確信しています。株主・投資家の皆様には何とぞご理解をいただき、引き続きご支援を賜りますようお願いいたします。

なお、当社は本公開買付け後も当社株式を株式会社大阪証券取引所JASDAQ市場において上場維持させることを希望しており、DACも当社株式の上場廃止を企図していません。

本記事に関する詳しい内容は、弊社Webサイト掲載の各リリースをご参照ください。

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社による当社株券等に対する公開買付けに関する賛同意見表明及び資本業務提携に関するお知らせ

<http://ir.irep.co.jp/library/pdf/10102701.pdf>

株式会社レリバンシー・プラスの株式取得(完全子会社化)に関するお知らせ

<http://ir.irep.co.jp/library/pdf/10102702.pdf>

# Financial Statements

連結貸借対照表 [単位:千円]

	第13期 2010年9月30日現在	第12期 2009年9月30日現在	増減額
流動資産	<b>3,347,026</b>	2,473,380	873,646
固定資産	<b>515,359</b>	512,160	3,199
負債	<b>1,879,938</b>	1,174,381	705,557
純資産	<b>1,982,446</b>	1,811,160	171,286

**Point** 総資産(流動資産+固定資産)

当連結会計年度末における総資産は、前連結会計年度末と比べて876百万円増加し、3,862百万円となりました。これは主に、税金等調整前当期純利益による現金及び預金の増加438百万円並びに売掛債権の増加による受取手形及び売掛金の増加455百万円によるものです。

**Point** 負債

当連結会計年度末における負債は、前連結会計年度末と比べて705百万円増加し、1,879百万円となりました。これは主に、仕入債務の増加に伴う買掛金の増加402百万円及び法人税等の計上に伴う未払法人税等の増加169百万円によるものです。

**Point** 純資産

当連結会計年度末における純資産は、前連結会計年度末と比べて171百万円増加し、1,982百万円となりました。これは主に、配当金の確定により13百万円減少するも当期純利益172百万円の計上により利益剰余金が158百万円増加したことによるものです。

連結損益計算書 [単位:千円]

	第13期 2009年10月1日～ 2010年9月30日	第12期 2008年10月1日～ 2009年9月30日	増減率(%)
売上高	<b>11,531,980</b>	9,300,625	24.0
売上総利益	<b>1,888,359</b>	1,544,174	22.3
営業利益	<b>407,406</b>	112,764	261.3
経常利益	<b>405,166</b>	110,036	268.2
当期純利益	<b>172,434</b>	6,350	2,615.3

**Point** 損益計算書

当連結会計年度における業績は、売上高11,531百万円、営業利益407百万円、経常利益405百万円となり、今後の収益貢献の見込みが低いサイトを適正に評価することによる減損損失を計上したものの、当期純利益は172百万円となりました。なお、インターネットマーケティング事業とシナジー効果の高い事業に資源を注力するため、株式会社あいけあの全株式を譲渡し、シニアマーケティング事業から撤退いたしました。

連結キャッシュ・フロー計算書 [単位:千円]

	第13期 2009年10月1日～ 2010年9月30日	第12期 2008年10月1日～ 2009年9月30日
営業活動によるキャッシュ・フロー	<b>551,120</b>	△113,750
投資活動によるキャッシュ・フロー	<b>△114,007</b>	△100,102
財務活動によるキャッシュ・フロー	<b>1,129</b>	△36,859
現金及び現金同等物の増減額	<b>438,242</b>	△250,712
現金及び現金同等物の期首残高	<b>1,066,372</b>	1,317,084
現金及び現金同等物の期末残高	<b>1,504,614</b>	1,066,372

**Point** 連結キャッシュ・フロー計算書

**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551百万円(前年同期は113百万円の減少)となりました。これは主に、売上債権の増加447百万円等の減少要因があったものの、仕入債務の増加405百万円及び税金等調整前当期純利益317百万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114百万円(前年同期比13.9%増)となりました。これは主に、投資有価証券の取得による支出53百万円及び本社増床に伴う敷金及び保証金の差入による支出27百万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、増加した資金は1百万円(前年同期は36百万円の減少)となりました。これは主に、配当金の支払額13百万円の減少要因があったものの、少数株主からの払込による収入9百万円等の増加要因があったことによるものです。

連結株主資本等変動計算書(2009年10月1日から2010年9月30日まで) [単位:千円]

	株主資本					評価・換算差額		少数株主 持分	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		
2009年9月30日 残高	536,765	526,765	798,408	△44,807	1,817,130	△5,969	△5,969		1,811,160
連結会計年度中の変動額									
新株の発行	2,375	2,375			4,750				4,750
剰余金の配当			△13,454		△13,454				△13,454
当期純利益			172,434		172,434				172,434
株主資本以外の項目の連結 会計年度中の変動額(純額)						△1,135	△1,135	8,692	7,556
連結会計年度中の変動額合計	2,375	2,375	158,979		163,729	△1,135	△1,135	8,692	171,286
2010年9月30日 残高	539,140	529,140	957,387	△44,807	1,980,860	△7,105	△7,105	8,692	1,982,446