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

株主・投資家の皆様へ

第10期決算のご報告

株式会社アイレップ

SEM専業のリーディングカンパニーとして

SEM（Search Engine Marketing）とは？

インターネット上での探しものは・・・ → 検索エンジンで探しますよね（SEM / Search） → そこで見つけたWebサイトに訪問していませんか？

多くの人が「趣味」、「仕事」、「買物」などで、検索エンジンを利用しています。その検索結果のページへの露出度を高めることにより、自社Webサイトへの誘導を増やすという広告手法があります。それがSEM（Search Engine Marketing、以下SEM）です。

検索エンジンの利用目的

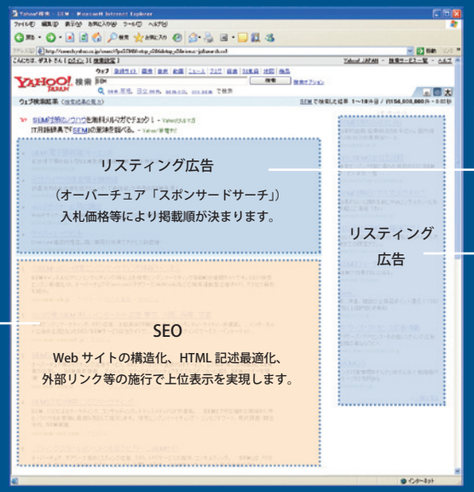
趣味や娯楽のため	87.7%
仕事や研究、勉強のため	51.8%
商品購入のため	45.0%

株式会社ビデオリサーチインタラクティブの調査による（2006年4月）

SEOって何？

検索エンジンの検索結果ページの上位にWebサイトを表示させるための技術手法です。

SEO（Search Engine Optimization：検索エンジン最適化）とは、GoogleやYahoo!といった検索エンジンの検索結果ページの上位にWebサイトを表示させる手法です。当社はクライアント様Webサイトの収益最大化に繋がるキーワード選定やWebサイト構造、コンテンツ提案、外部リンクソリューション等、あらゆる角度から国内最高レベルのソリューションを提供しています。



リスティング広告って何？

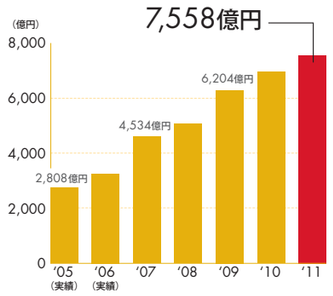
ユーザーが検索したキーワードに適応した広告を、検索結果ページの広告枠内に掲載する広告手法です。

リスティング広告とは、検索エンジンの検索結果ページで、指定されたキーワードで検索された場合にのみテキスト広告を表示する広告のことです。キーワードを設定することでターゲット層を絞りこむことができ、また、広告表示には料金がかからず、クリックされた際に広告料金が発生するという PPC（Pay Per Click：クリック課金）方式となっていることが多く、費用対効果の高い広告手法として注目を集めています。

※ SEM 専業の定義＝リスティング広告代理、SEO 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事業者

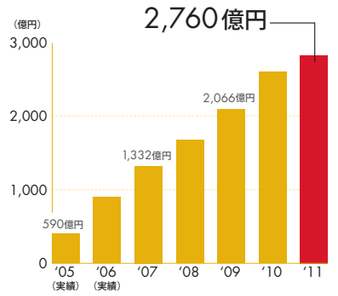
SEM市場は大きく伸びてきています

インターネット広告市場は高い成長性を持続する見込みです。



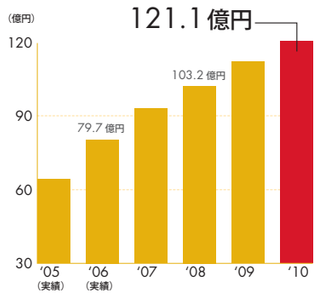
（出典　電通総研「2007 年～2011 年のインターネット広告費の試算結果」）

検索連動型広告は 2011年に2,760億円規模になる見込みです。



（出典　電通総研「2007 年～2011 年のインターネット広告費の試算結果」）

SEO対策市場も高い成長が見込まれています。

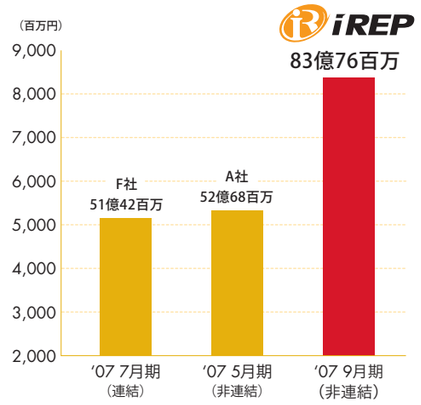


（出典　アウンコンサルティング「ＳＥＭ市場予測」）

アイレップはSEM専業でNo.1です

当社はSEM専業のトッププレーヤーです。

株式公開を行っている SEM 専業（SEM 専業の定義＝リスティング広告代理、SEO 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事業者）のインターネット広告事業者には、当社の他に A 株式会社、株式会社 F があります。A 株式会社の 2007 年 5 月期の売上高は 52 億 68 百万円、株式会社 F の 2007 年 7 月期の連結売上高は 51 億 42 百万円となっています。当社の 2007 年 9 月期決算における売上高は 83 億 76 百万円となりました。これは、SEM専業の中で最も大きな規模となります。



2006年11月、大阪証券取引所「ヘラクレス」に上場。上場後初の通期決算をご報告いたします。

ポイント１　業界水準を上回る成長を実現

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。

2006年11月16日、おかげさまで当社は大阪証券取引所ニッポン・ニュー・マーケット−「ヘラクレス」市場に上場いたしました。ここに、第10期（2006年10月1日から2007年9月30日まで）、上場後初の通期決算をご報告申し上げます。

当社が関連するインターネット広告市場におきましては、2006年に3,630億円（株式会社電通調査）と前年比29.3％増の成長をみせております。また、当社が専業とするSEM市場の内、検索連動型広告市場は、930億円（前年比57.6％増）と大幅に成長しており、インターネット広告市場におけるシェアを拡大させております。2007年のインターネット広告市場は4,534億円と前年比24.9％増の成長、検索連動型広告市場は1,332億円と前年比43.2％増の成長が見込まれております。

このような市場環境の中、当社は前期に引き続きインターネットマーケティング事業におけるリスティング広告販売とSEOを中心としたSEM事業に注力し、特に市場の堅調な成長が続くリスティング広告の売上高は7,657百万円、SEOの売上高は319百万円となりました。一方、シニアマーケティング事業については有料老人ホーム紹介業と介護施設向け人材紹介業に注力し、売上高は82百万円となりました。以上の結果、当社の2007年9月期における業績は、売上高8,376百万円、営業利益465百万円、経常利益438百万円、当期純利益237百万円となりました。おかげさまで、SEMを専業とするインターネット広告事業者の中で売上高首位の座を固めることができ、成長性に関しましても、前期比66.4％増と業界水準を上回る成長を実現することができました。

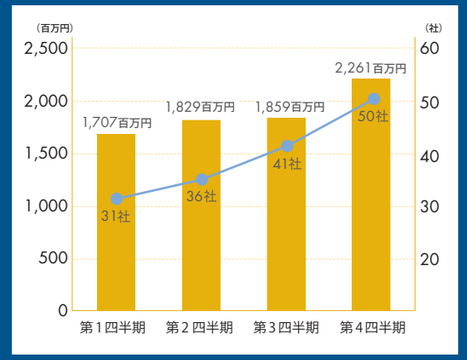
株主の皆様におかれましては、より一層のご理解、ご支援を賜りたく、お願い申し上げます。

代表取締役社長　髙山 雅行

ポイント２　リスティング広告販売の大幅増収とクライアントの大口化

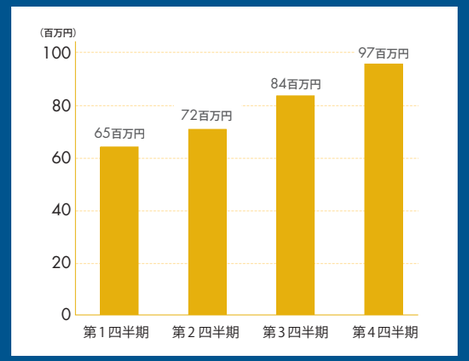
2007年9月期におきましては、当社の主力サービスであるリスティング広告販売が大きく成長し、売上高は7,657百万円と、前期の4,538百万円に比べ68.7％増加しました。リスティング広告の費用対効果の高さへの関心と需要がますます高まり、特に大口クライアント様（四半期売上1,000万円以上の顧客）との取引が大幅に増加したことが主たる要因となっております。第1四半期には31社だった大口クライアント数は第4四半期には50社まで増加し、売上高も第1四半期の1,297百万円に比べ、第4四半期には1,934百万円まで増加してきております。

リスティング広告販売の売上高と大口顧客数の推移



ポイント３　SEOサービスの堅調な伸び

SEO サービスの売上高推移



検索エンジンの検索結果ページの上位に自社Webサイトが表示されることの、マーケティング上の重要性に対する認識とともに、SEO対策へのニーズがより高まってきており、当社のSEOサービスも堅調に伸びてきております。2007年9月期におけるSEOサービスの売上高は319百万円と、前期の217百万円に比べ47.7％増加しました。現状、検索エンジンに認識されやすくするため外部リンクを積極的に利用する手法が多く利用されておりますが、当社の場合、外部リンクだけでなく、Webサイト構造やコンテンツ提案、そしてキーワード選定などのコンサルティング力を活かしたバランスの良いSEOサービスをご提供いたしております。

ポイント4　モバイルSEMの取り組み---株式会社medibaとの業務提携

モバイル検索連動型広告はPCに4～5年遅れているといわれております。その市場規模は2007年に87億円と予想されており(※)、今後も高い成長性が期待できそうです。当社は、2006年12月、モバイルにおけるリスティング広告、SEOなどのサービスを提供する「モバイルSEM」ソリューションを開始しました。そして、2007年1月、KDDI株式会社の51％の出資を受ける会社で、多くのモバイルキャリア公式コンテンツプロバイダーなど幅広い顧客基盤を有する株式会社medibaと業務提携し、株式会社medibaが提供するモバイルSEOサービスの技術面を支援しております。

(※)電通総研「2007年～2011年のインターネット広告費の試算結果」より

mediba

2007年1月、株式会社medibaと業務提携

ポイント5　アフィリエイト事業への取り組み---株式会社ネットマーケティングとの資本・業務提携

Net Marketing

2007年3月、株式会社ネットマーケティングと資本・業務提携

成果報酬型のアフィリエイト広告とSEMとは費用対効果を重視するという点で親和性が高く、当社のクライアント様からもSEMだけでなくアフィリエイトサービスに関する問い合わせや引き合いが多くなってきております。当社は2007年3月、株式会社ネットマーケティングと資本・業務提携を行い、リスティング広告とアフィリエイトマーケティングを組み合わせたマーケティングソリューション「Search & Affiliate Maximize」を共同開発しました。この提携により、当社はSEMとアフィリエイトの両方のサービスをクライアント様に対して提供できるようになりました。

ポイント6　シニアマーケティング事業の分社化---株式会社あいけあの設立

i-care inc
Best matching to be happy

株式会社あいけあの事業内容

- 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

これまで、当社の有するマーケティングノウハウを活用し、特定産業の経営課題を解決する観点からシニアマーケティング事業を行ってまいりました。2007年9月期におきましては当事業の収益力が強化されてきたこともあり、これを分社化して、2007年10月1日、株式会社あいけあを設立しました。シニアマーケティング事業の分社化によって、独自の戦略に基づく人材採用ターゲティング、あいけあブランドによる広報活動の強化、機動的なアライアンス活動、事業部スタッフのモチベーション向上、分社実績を作ることによる当社スタッフの新規事業創出意欲の向上を狙っております。

ポイント7　大手クライアント層のさらなる拡大---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弁会社設立

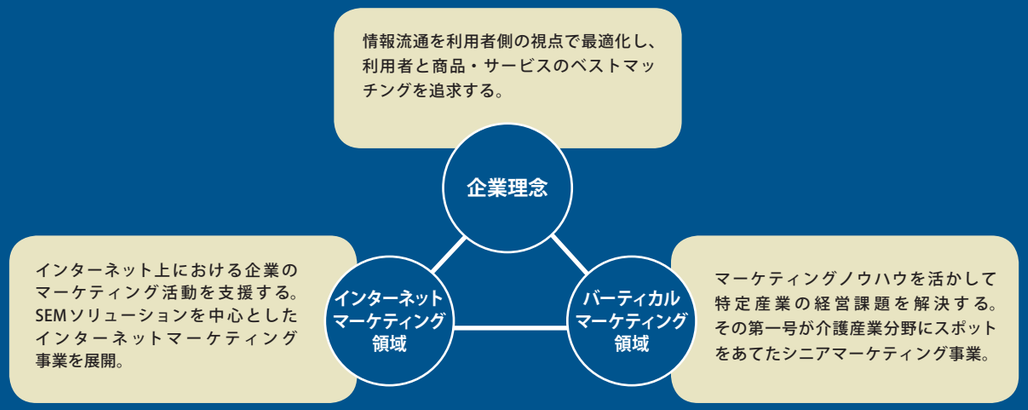
D.A.Consortium

デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社との合弁会社、株式会社レリバンシー・プラスを設立

2007年12月1日、当社はデジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社（以下、DAC）との合弁会社である、株式会社レリバンシー・プラスを設立しました。当社専務取締役インターネットマーケティング事業部長の紺野俊介が合弁会社の代表取締役を兼任し、2008年1月から営業を開始します。合弁会社設立によって、当社のSEM分野における高い技術やノウハウと、インターネットメディアレップとしてDACが培ってきた広告会社を主とする顧客基盤や営業力を融合させることが可能となり、当社としては、より大口の顧客、ナショナルクライアントの開拓を進めることができ、また、インターネット広告領域における当社のプレゼンスを大きく向上させることが可能となります。なお、株式会社レリバンシー・プラスは当社の持分法適用会社となります。

アイレップの中期経営計画について

アイレップの事業ドメイン



当社の経営理念は、「情報流通を利用者側の視点で最適化し、利用者と商品・サービスのベストマッチングを追求する」であります。当社は、世の中にある幾多の商品やサービスの供給者が利用者へのマーケティングを行う際、その情報流通を利用者側の視点で最適化させることによって、供給者の事業拡大に貢献しております。

事業領域としては、「インターネットマーケティング領域」と「バーティカルマーケティング領域」があります。「インターネットマーケティング領域」におきましては、インターネット上でのクライアント企業様のマーケティング活動を、SEMソリューションという手法で費用対効果の高いマーケティング活動を実現して頂くことで、クライアント企業様の売上・利益の拡大をご支援しております。また、「バーティカルマーケティング領域」におきましては、特定の産業に対し、当社のマーケティングノウハウを活かすことで、その経営課題を解決する事業を行っております。その第一号が、介護産業分野にスポットをあてたシニアマーケティング事業です。

ユーザーの購買行動上でみたアイレップの中期戦略

中期戦略のポイント①

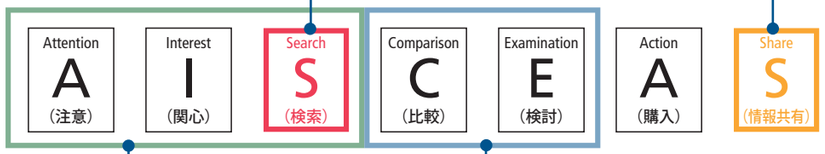
「Search」領域でダントツのトップになる。

圧倒的知識資産と技術資産を蓄積し、ダントツのトップを目指します。リスティング、SEOの両分野でSEM専業トップとなる「マーケットシェア」、業界のオーソリティーとなる「ナレッジ」、SEMソリューション技術トップの「テクノロジー」を目指します。

中期戦略のポイント②

「Share」領域への進出を果たす。

CGM（Consumer Generated Media）を活用したマーケティングソリューションに参入、Share領域へ進出します。同時にクロスメディアノウハウを確立させ、他領域のカテゴリーキラーとのアライアンスを強化します。



中期戦略のポイント③

ナショナルクライアント層を拡大する。

当社本体は勿論のこと、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社との合弁会社である、株式会社レリバンシー・プラスにて、ナショナルクライアントを中心とした大口顧客の開拓をさらに進め、当社の市場内プレゼンスを大きく向上させます。

中期戦略のポイント④

バーティカルマーケティングの新領域へ。

特定産業の経営課題を解決するバーティカルマーケティング領域におきましては、現在、介護産業分野で介護関連の人材紹介、老人ホームと入居者のマッチング、老人ホーム専門ポータルサイト運営等を行っておりますが、今後、新たな産業領域を次々と開拓していきます。

※AISCEASはアンヴィコミュニケーションズ社が提唱

定量的目標について

2010 年 9 月期、売上高 145 億円、営業利益 10 億円を目指します。

	2010 年 9 月期目標	2007 年 9 月期実績
売上高	145 億円	83.7 億円
営業利益	10 億円	4.6 億円
売上総利益率	21%	18.2%
営業利益率	7%	5.5%

目標平均成長率：25 ～ 26%

ネット広告市場の平均成長率　約 15%
リスティング広告市場の平均成長率　約 22%

※市場成長率は電通総研「2007年 ～2011年のインターネット広告費の試算結果」を参考

リスティング以外の事業モデルシェア目標

売上高に占める割合：15%　2007 年 9 月期は 8.6%
粗利益に占める割合：43%　2007 年 9 月期は 26.2%

【2007年9月期における各事業モデルの粗利益率】
●リスティング広告：14.7%　●SEO：67.8%　● Web コンサル：63.5%
●ネット広告：10.1%　●シニアマーケティング：79.9%

定量目標のポイント 1 / 市場成長を上回る。

中期経営計画では「SEMでダントツトップ」の市場内ポジションを確立させることを目標にしておりますが、そのためにはインターネット広告市場及びSEM市場全体の成長性を上回るスピードで売上高を拡大させる必要があります。当社は計画期間中の平均売上成長率の目標を25-26％と設定しております。

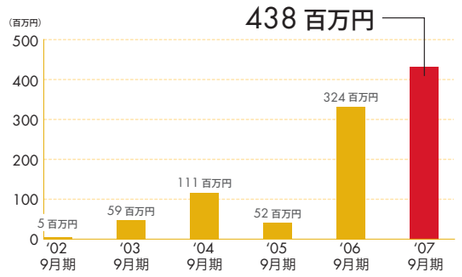
定量目標のポイント2 / 利益率をさらに向上させる。

企業価値を増大させるため、売上成長だけでなく収益性の向上も定量目標として掲げました。計画期間中に粗利益率の高いリスティング広告以外の事業モデルが売上に占める割合を15％、粗利益に占める割合に関しては 43％まで高めていく予定です。また、2010 年 9 月期における営業利益率目標を 7％に設定しております。

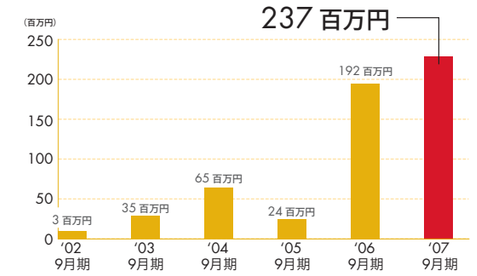
財務ハイライト

売上高

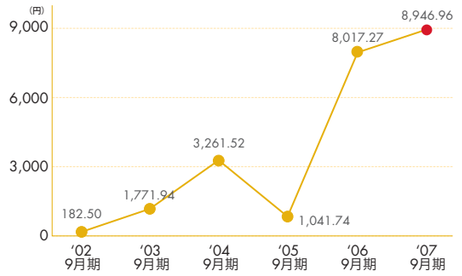
経常利益



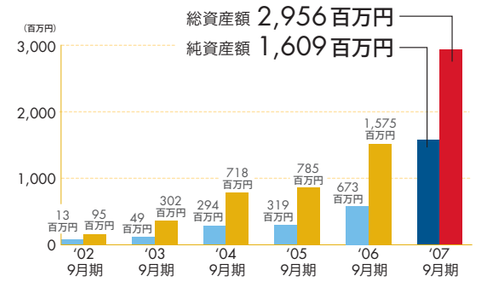
当期純利益



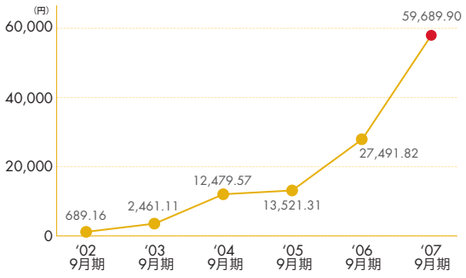
1 株当たり当期純利益



純資産額／総資産額



1 株当たり純資産額



財務諸表

貸借対照表（単位：千円）

科目	第 9 期（平成 18 年 9 月 30 日現在）	第 10 期（平成 19 年 9 月 30 日現在）
（資産の部）		
流動資産		
現金及び預金 ポイント1	449,512	1,291,201
受取手形	—	5,516
売掛金 ポイント2	957,756	1,402,928
仕掛品	275	579
前渡金	933	1,393
前払費用	11,756	20,792
繰延税金資産	5,727	13,030
未収入金	16,376	34,915
その他	34	1,313
貸倒引当金	△ 2,118	△ 4,674
流動資産合計	**1,440,253**	**2,766,999**
固定資産		
有形固定資産	**20,432**	**22,773**
建物	8,344	14,657
減価償却累計額	△ 2,175	△ 3,326
工具器具備品	25,869	25,312
減価償却累計額	△ 11,606	△ 13,870
無形固定資産	**9,185**	**14,878**
ソフトウェア	9,185	12,878
のれん	—	2,000
投資その他の資産	**105,913**	**152,035**
投資有価証券	—	30,090
破産更生債権等	2,117	2,660
長期前払費用	722	515
繰延税金資産	82	1,047
敷金保証金	95,747	102,102
その他	9,140	18,281
貸倒引当金	△ 1,896	△ 2,660
固定資産合計	**135,530**	**189,687**
資産合計	**1,575,784**	**2,956,686**

科目	第 9 期（平成 18 年 9 月 30 日現在）	第 10 期（平成 19 年 9 月 30 日現在）
（負債の部）		
流動負債		
買掛金 ポイント3	636,539	977,302
短期借入金	—	—
1 年内返済予定長期借入金	—	—
未払金	51,714	31,038
未払費用	70,678	91,207
未払法人税等	70,188	140,984
未払消費税等	54,612	87,141
前受金	12,179	9,453
預り金	6,321	9,731
その他	—	588
流動負債合計	**902,234**	**1,347,447**
負債合計	**902,234**	**1,347,447**
（純資産の部）		
株主資本		
資本金	181,000	530,140
資本剰余金	171,000	520,140
利益剰余金 ポイント4	321,549	558,959
株主資本合計	**673,549**	**1,609,239**
純資産合計	**673,549**	**1,609,239**
負債純資産合計	**1,575,784**	**2,956,686**

ポイント1

売上高の増加及び株式公開などにより、現預金が 841 百万円増加。

ポイント2

売上高の増加などにより、売掛金等が 450 百万円増加。

ポイント3

仕入高の増加などにより、買掛金が 340 百万円増加。

ポイント4

当期純利益の計上などにより、利益剰余金が 237 百万円増加。

損益計算書（単位：千円）

科目	第 9 期（平成 17 年 10 月 1 日から 平成 18 年 9 月 30 日まで）	第 10 期（平成 18 年 10 月 1 日から 平成 19 年 9 月 30 日まで）
売上高	**5,033,073**	**8,376,627**
売上原価	4,002,361	6,850,881
売上総利益 ポイント5	**1,030,711**	**1,525,746**
販売費及び一般管理費	702,347	1,060,641
営業利益	**328,364**	**465,104**
（営業外収益）	**122**	**2,286**
受取利息	121	1,642
助成金収入	—	400
その他	0	244
（営業外費用）	**3,837**	**28,992**
支払利息	788	—
株式交付費	2,049	9,469
公開準備費用	1,000	19,482
その他	—	40
経常利益 ポイント6	**324,648**	**438,398**
（特別利益）	**3,196**	—
貸倒引当金戻入益	3,196	—
（特別損失）	**2,015**	**3,373**
固定資産除却損	1,611	3,373
減損損失	403	—
税引前当期純利益	**325,830**	**435,025**
法人税、住民税及び事業税	136,661	205,884
法人税等調整額	△ 3,278	△ 8,268
当期純利益	**192,446**	**237,410**

キャッシュ・フロー計算書（要旨）（単位：千円） ポイント7

科目	第 9 期（平成 17 年 10 月 1 日から 平成 18 年 9 月 30 日まで）	第 10 期（平成 18 年 10 月 1 日から 平成 19 年 9 月 30 日まで）
営業活動によるキャッシュ・フロー	**181,417**	**217,581**
投資活動によるキャッシュ・フロー	**△ 91,008**	**△ 64,703**
財務活動によるキャッシュ・フロー	**95,151**	**688,810**
現金及び現金同等物の増減額	**185,559**	**841,688**
現金及び現金同等物の期首残高	**263,952**	**449,512**
現金及び現金同等物の期末残高	**449,512**	**1,291,201**

ポイント5

リスティング広告の急拡大により粗利益率が前年より低下（20.5%→ 18.2%）。

ポイント6

上場関連費用などの計上により経常利益率が前年より低下（6.5%→ 5.2%）。

ポイント7

営業活動によるキャッシュ・フローの主な増加要因は税引前当期純利益 435 百万円、主な減少要因は売上債権 453 百万円の増加。投資活動によるキャッシュ・フローの主な減少要因は投資有価証券取得による支出 30 百万円。財務活動によるキャッシュ・フローの主な増加要因は新規株式公開に伴う収入 688 百万円。

株主資本等変動計算書（単位：千円）

	株主資本						純資産合計
	資本金	資本剰余金		利益剰余金		株主資本合計	
		資本準備金	資本剰余金合計	その他利益剰余金 繰越利益剰余金	利益剰余金合計		
平成 18 年 9 月 30 日残高	**181,000**	**171,000**	**171,000**	**321,549**	**321,549**	**673,549**	**673,549**
事業年度中の変動額							
新株の発行	**349,140**	**349,140**	**349,140**			**698,280**	**698,280**
当期純利益				**237,410**	**237,410**	**237,410**	**237,410**
事業年度中の変動額合計	**349,140**	**349,140**	**349,140**	**237,410**	**237,410**	**935,690**	**935,690**
平成 19 年 9 月 30 日残高	**530,140**	**520,140**	**520,140**	**558,959**	**558,959**	**1,609,239**	**1,609,239**

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 3,014 万円（2007 年 9 月末現在）
代表者	代表取締役社長 : 髙山雅行
従業員数	119 名（2007 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 シニアマーケティング事業（株式会社あいけあ）

役員	代表取締役社長：髙山雅行 専務取締役：紺野俊介 取締役：渡辺隆広 取締役：室井智有 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）

株式情報

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
中間配当金	3 月 31 日
公告方法	電子公告※
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 電話 0120-78-2031（フリーダイヤル）
株式の売買単位	1 株
証券コード	2132（大阪証券取引所ヘラクレス）

※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をすることができない場合は日本経済新聞に掲載。

お知らせ	住所の変更、単元未満株式買取および買増請求、名義書換請求および配当金振込指定に必要な各用紙のご請求は、株主名簿管理人（中央三井信託銀行）の次のフリーダイヤルまたはホームページをご利用ください。 フリーダイヤル：0120-87-2031 （24 時間受付：自動音声案内） ホームページ： http://www.chuomitsui.co.jp/person/p_06.html

各種出版物のご案内

当社専務取締役の紺野俊介、取締役渡辺隆広、当社SEM総合研究所が著したSMO、SEO、SEMに関する出版物をご案内します。是非ご覧下さい。

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

検索連動型広告を成功に導く SEM 戦略
費用対効果を最大化する魔法のキーワードの見つけ方
[インプレスジャパン]
株式会社アイレップ　紺野 俊介 著

用語解説

Yahoo!JAPAN（ヤフージャパン）	日本でもっとも多くのユーザーに利用されている検索ポータルサイト。http://www.yahoo.co.jp/
Google（グーグル）	先進的な技術で躍進し、世界中で支持されている検索エンジン。http://www.google.co.jp/
Overture（オーバーチュア）	Yahoo!JAPAN や MSN、エキサイトなどのパートナーサイトに、検索連動型広告のスポンサードサーチ® やコンテンツマッチ™を提供。
SEM	「Search Engine Marketing」の略。検索結果の上位表示や広告掲載などの手法を通じ、検索エンジンからの集客を向上させるマーケティング施策。
リスティング広告	検索結果ページなどに一覧表示 (listing) される検索連動型広告とコンテンツ連動型広告の総称。
コンテンツ連動型広告	Web サイトのコンテンツに応じて表示される広告。例えば、ブログでパソコンに関する記事を書いた場合、その記事の下部などにパソコンに関する広告が表示される。
SEO	「Search Engine Optimization」の略で、「検索エンジン最適化」の意。検索エンジンの上位に表示されるよう、サイトのコンテンツを工夫すること。
SMO	「Social Media Optimization」の略。ブログや掲示板、SNS などユーザーが情報を発信する CGM 系のサイトでの認知度や評判を高めることで Web サイトのアクセスを向上させる手法。
CGM	「Consumer Generated Media」の略。インターネット上でユーザーが内容を生成していくメディアのこと。ブログや SNS、クチコミサイト、Q&A コミュニティなどがある。
SNS	「Social Networking Service」の略。原則、既存の参加者の招待がないと参加できないコミュニティ型の Web サイトのこと。株式会社ミクシィが運営する「mixi」などがある。