株式会社アイレップ
2010年9月期　第1四半期決算説明資料

（2009年10月1日～2009年12月31日）

2010.2.9

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

0.目次

1 連結決算概要

2 事業概況

3 今後の重点戦略

4 アイレップグループ全体戦略

5 会社概要

本資料に記載された意見や予測などは、現在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。

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

1 連結決算概要

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

第13期第1四半期　連結業績ハイライト

1　前年同期比

売上 17.5%、営業利益 136.8%、経常利益 123.2%増加

複数の新規大型案件の獲得に加え、積極的施策を行うクライアントの予算増額等により、1クライアントあたりの取引金額が増加

経費削減による販管費抑制の効果が発現

2　前年同期比

リスティング広告 18.6%増加、SEO 1.3%減少

上位顧客の増額および新規大型案件の獲得が、リスティング広告の増加に寄与

SEOは引き続き、堅調に推移

3　対 通期目標

売上 24.7%、営業利益 31.1%、経常利益 28.9% 進捗

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

第13期 中間業績予想の修正について（2010/2/5 公表済）

ニッポン・ニュー・マーケット―「ヘラクレス」

平成22年２月５日

各 位

本店所在地　東京都渋谷区渋谷二丁目１番１号
会社名　株式会社アイレップ
代表者　代表取締役社長　紺野　俊介
（コード番号：2132）
問合せ先　常務取締役管理本部長　室井　智有
電話番号　03-5464-3398（代）

平成 22 年９月期業績予想の修正及び特別利益・特別損失の計上に関するお知らせ

最近の業績の動向等を踏まえ，平成 21 年 11 月 13 日に公表した平成 22 年９月期（平成 21 年 10 月１日～平成 22 年９月 30 日）の業績予想を下記のとおり修正いたします。また、あわせて特別利益及び特別損失を計上いたしますので、その概要をお知らせいたします。

記

１　平成 22 年９月期第２四半期連結業績予想数値の修正（平成 21 年 10 月１日～平成 22 年３月 31 日）

（単位：百万円，％）

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益	１株当たり四半期純利益
前回発表予想（A）	4,893	15	12	△3	円 銭 △123.98
今回修正予想（B）	5,114	99	93	39	1,462.34
増減額（B－A）	221	84	81	42	1,586.32
増減率（％）	4.5%	560.0%	675.0%	—	—
（ご参考）前期第２四半期実績（平成 21 年９月期第２四半期）	4,579	74	77	31	1,186.01

２　平成 22 年９月期第２四半期個別業績予想数値の修正（平成 21 年 10 月１日～平成 22 年３月 31 日）

（単位：百万円，％）

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益	１株当たり四半期純利益
前回発表予想（A）	4,876	33	35	19	円 銭 720.96
今回修正予想（B）	5,099	102	105	67	2,487.93
増減額（B－A）	223	69	70	48	1,766.97
増減率（％）	4.6%	209.1%	200.0%	252.6%	245.1%
（ご参考）前期第２四半期実績（平成 21 年９月期第２四半期）	—	—	—	—	—

（注）個別の「前期第２四半期実績」については公表していないため記載しておりません。

３　修正の理由

当第１四半期連結会計期間におきましては、引き続き世界的な景況感や雇用情勢が低迷していることにより広告費の削減や採用の抑制が続く企業が多くあるなかで、一部には経済環境の悪影響を受けていない企業や業績に底打ち感のある企業も見受けられます。このような状況にあるクライアントに関して

「リスティング広告販売」の売上および利益の増加

- 一部クライアントにおいて、想定以上に
  リスティング広告の出稿が増加
- 自社の販売管理費抑制により、収益を確保

「特別利益」および「特別損失」の計上

- ㈱あいけあの株式売却により、
  「特別利益（売却益・個別のみ影響）」と、
  「特別損失（期末純資産額 － 売却価額の差額）」を計上
- 複数の自社所有サイト除却により、
  「特別損失（固定資産除却損）」を計上

09/11/13公表の
第2四半期業績予想について、
連結・個別ともに上方修正いたしました。
（期末業績予想は据え置き）

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

第13期第1四半期　連結業績ハイライト

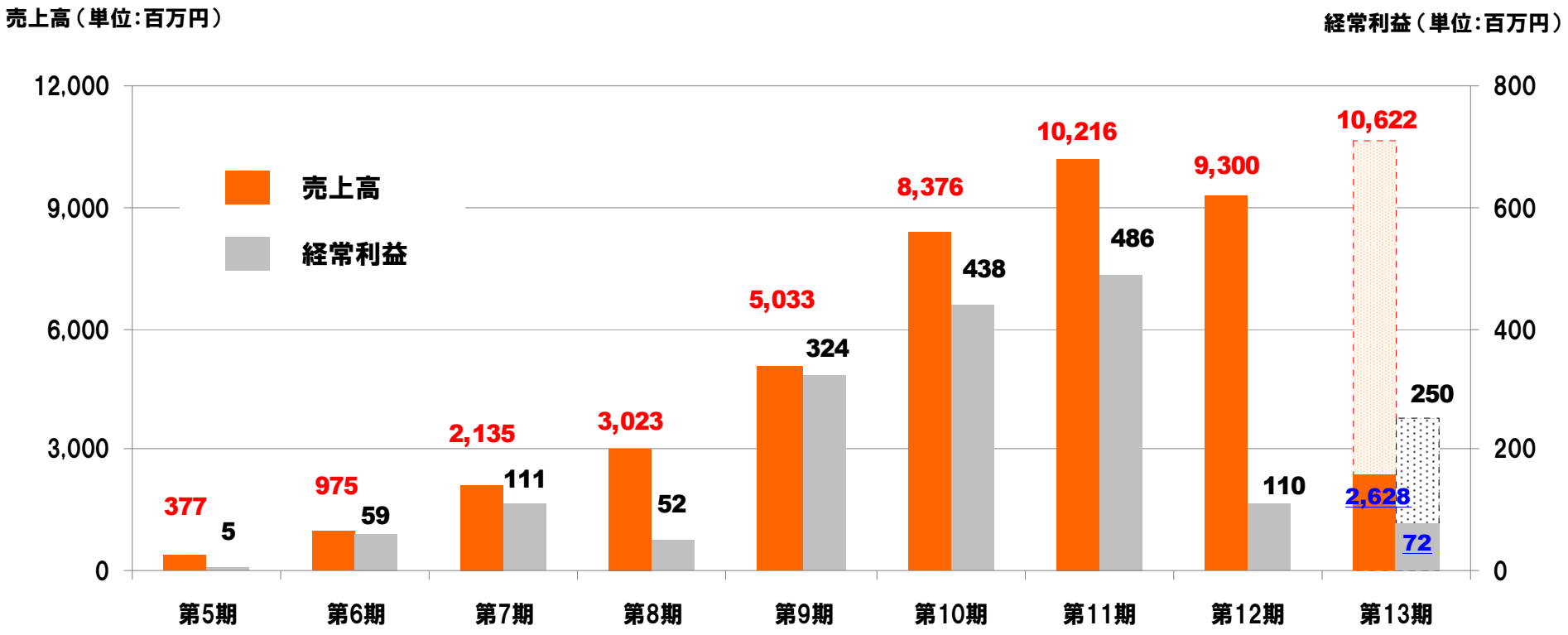
（単位：百万円）

	2009年9月期 1Q実績	2010年9月期 1Q実績	増減率	2010年9月期 通期計画	進捗率
売上高	2,237	2,628	17.5%	10,622	24.7%
営業利益	33	79	136.8%	255	31.1%
経常利益	32	72	123.2%	250	28.9%
四半期純利益	10	30	192.7%	129	23.9%

- 当初予想を上回る業績伸長により、中間期の業績予想を上方修正。前年同期比でも大幅増
- 今後、経済環境や景気動向が急変する可能性を考慮し、通期の業績予想については据え置き

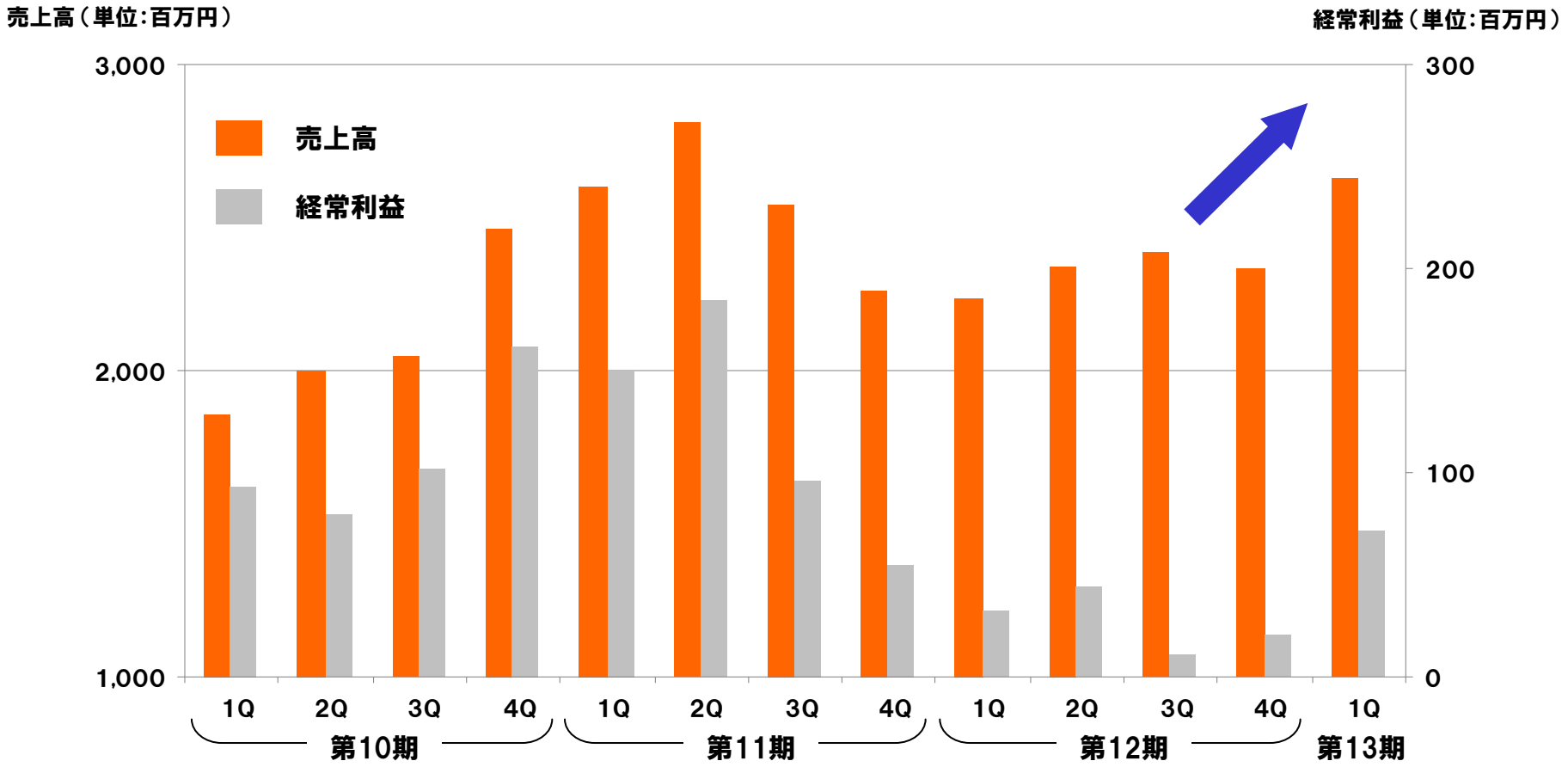
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

売上高・経常利益の推移（通期）



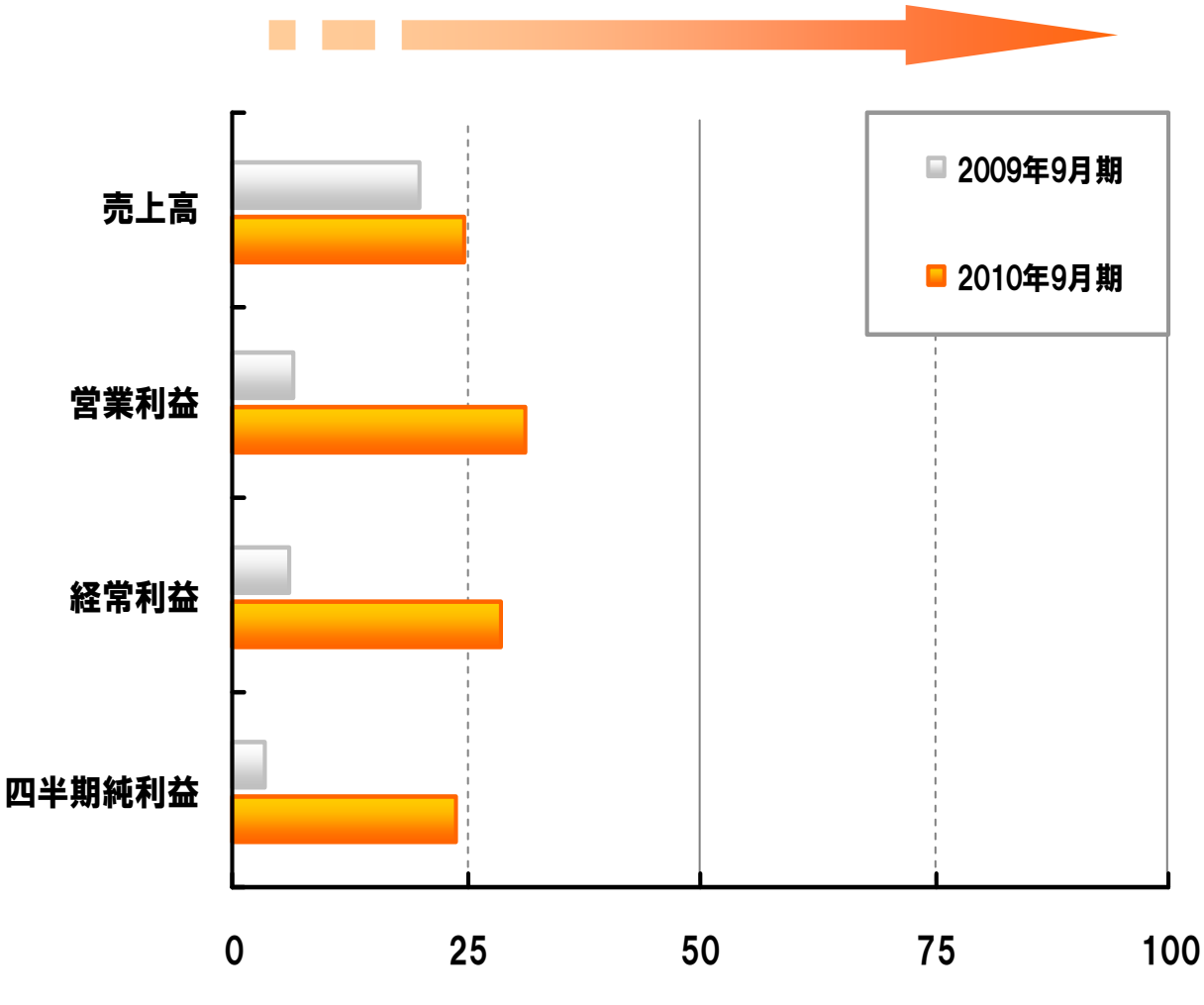
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

売上高・経常利益の推移（四半期）



Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

前年同期比較（第1四半期）



【単位：百万円】

	進捗率	1Q実績	通期計画
売上高	20.0%	2,237	11,188
	24.7%	2,628	10,622
営業利益	6.5%	33	513
	31.1%	79	255
経常利益	6.1%	32	529
	28.9%	72	250
四半期純利益	3.6%	10	295
	23.9%	30	129

（上段：2009年9月期　下段：2010年9月期）

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

連結損益計算書（要点）

【単位：百万円】

	2010年9月期 1Q （2009年10-12月）	2009年9月期 1Q （2008年10-12月）	増減率
売上高	2,628	2,237	17.5%
売上総利益	427	383	11.5%
売上総利益率	16.3%	17.1%	△ 0.8 Points
営業利益	79	33	136.8%
営業利益率	3.0%	1.5%	1.5 Points
経常利益	72	32	123.2%
経常利益率	2.7%	1.4%	1.3 Points
税金等調整前当期純利益	61	32	89.2%
四半期純利益	30	10	192.7%
四半期純利益率	1.2%	0.5%	0.7 Points

- 売上は大きく伸長した一方、売上総利益率は、若干低下（17.1% → 16.3%）
- 人材採用を控え、その他販管費の抑制に努めた結果、営業利益率が改善（1.5% → 3.0%）

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

連結貸借対照表（要点）

【単位：百万円】

	2010年9月期 1Q末 （2009年12月31日）	2009年9月期 4Q末 （2009年9月30日）	増減率
流動資産	2,687	2,473	8.6%
（現金及び預金）	1,150	1,066	7.9%
固定資産	479	512	△ 6.5%
資産合計	3,166	2,985	6.1%
流動負債	1,280	1,137	12.5%
固定負債	42	36	14.9%
負債合計	1,322	1,174	12.6%
純資産合計	1,843	1,811	1.8%

- 資産合計は、180万円の増加
  ※（現金及び預金）84百万円 および（受取手形及び売掛金）120百万円 の増加等による
- 負債合計は、148万円の増加
  ※（買掛金）94百万円 および（未払法人税）26百万円 の増加等による
- 純資産合計は、32万円の増加
  ※（利益剰余金）17百万円 の増加等による

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

連結キャッシュ・フロー計算書（要点）

【単位：百万円】

	2010年9月期 1Q （2009年10-12月）	2009年9月期 1Q （2008年10-12月）
営業活動によるキャッシュ・フロー	71	△ 177
投資活動によるキャッシュ・フロー	5	△ 0
財務活動によるキャッシュ・フロー	7	△ 37
現金および現金同等物の増減	84	△ 215
現金および現金同等物の四半期末残高	1,150	1,101

- **営業活動によるキャッシュ・フロー**
  増加要因：（仕入債務）97百万円 および（税金等調整前四半期純利益）61百万円 の増加等による
  減少要因：（売上債権）112百万円 の増加等 による

- **投資活動によるキャッシュ・フロー**
  増加要因：（預り保証金の受入による収入）5百万円 の増加等による

- **財務活動によるキャッシュ・フロー**
  増加要因：（ストックオプション行使に伴う株式発行による収入）2百万円 および（少数株主からの払込による収入）9百万円
  減少要因：（配当金の支払）4百万円

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

第1四半期TOPICS

1 SEM・SMM周辺領域に対応するソリューション提供体制をより強化

R&D

アイレップSEM総合研究所、「2009年 検索エンジンマーケティング業界 10大ニュース」発表

http://www.irep.co.jp/press/release/2009/1209-1597.html

米Microsoftと米Yahoo!が検索事業で提携を行うなど、今後のSEM市場に影響を及ぼすと考えられる大きな変化の多かった2009年。企業の広告・マーケティング担当者をはじめ、多くの関係者にとって目を離すことのできない1年だった。アイレップSEM総合研究所では、日本のSEOの第一人者でもあるSEM総合研究所 所長の渡辺隆広を中心に討議を重ね、2009年のSEM市場において最重要な10大ニュースを選定。各々のトピックについてSEM専門企業の視点からの解説を付記しており、今後のSEM市場動向を占うとともにブランド価値創造を目的としている。

■2009年
検索エンジンマーケティング業界
10大ニュース

1. 米Microsoftと米Yahoo!が検索事業で提携、Googleを追撃
2. Microsoft、満を持して「意思決定エンジン」Bingをリリース
3. ウェブの「いま」を検索可能に – 検索各社、リアルタイム検索に着手
4. “ガイドライン違反” – Google日本法人のPageRankがペナルティ受ける
5. 韓国大手・NAVERが日本市場再参入、新しいカタチの検索サービスに挑戦
6. Ask.jp、テクノラティなど、検索サービス終了・撤退も相次ぐ
7. 検索各社、URLを正規化する rel= “canonical” のサポート開始
8. Yahoo! JAPAN、コンテンツマッチを終了、インタレストマッチを主軸に
9. オーバーチュアがYahoo! JAPANに吸収合併される
10. 米Adobeがウェブ解析世界最大手・Omnitureを買収

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

第1四半期TOPICS

1 SEM・SMM周辺領域に対応するソリューション提供体制をより強化

R&D

- **アイレップSEM総合研究所、㈱レリバンシー・プラスと共同調査**
  「Googleユニバーサル検索結果画面の行動データを分析したアイトラッキング調査」発表
  http://www.irep.co.jp/press/release/2009/1224-1600.html

2007年5月以降、Googleはウェブ検索結果に、画像・地図・動画・ニュース・ブログ・商品情報など様々なデジタルコンテンツを複合的に表示する「ユニバーサル検索」を、日本を含む世界各国に導入した。従来、個々に提供されていた検索サービスを1つの検索窓から利用できるようになったことで利便性が高まり、検索体験は大幅に改善されたと考えられる。一方で、リスティング広告やSEOを実施する企業にとっては、検索結果に混在表示される動画や画像を含む様々なデジタルコンテンツの最適化が求められるようになるなど、大きな影響が出ることとなった。

本調査では、ユニバーサル検索におけるユーザの検索行動をアイトラッキング技術を用いて立証。検索エンジンマーケティングの担当者が何に注意を払うべきかを明らかにし、科学的分析に基づいたSEM運用を可能とするものである。

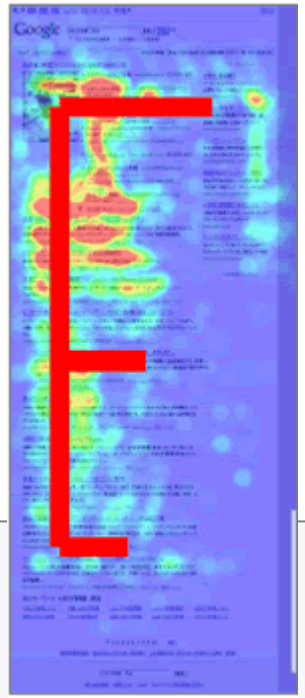


図1

■調査結果サマリー

1. Google検索ユーザは「E字型」で閲覧する傾向あり（図1）
2. 男性ユーザは女性ユーザよりも注視時間は短く、閲覧範囲は広い
3. 検索意図と適合しないサムネイルはクリックされない
4. ユニバーサル検索の満足度は高い

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

第1四半期TOPICS

1 SEM・SMM周辺領域に対応するソリューション提供体制をより強化

リスティング広告・SEO

YouTube内へのリスティング広告出稿とSEOを支援する「YouTube SEM」提供開始

http://www.irep.co.jp/press/release/2009/1125-1596.html

日本最大の動画共有サイトとなったYouTubeは、ユーザによる動画投稿だけでなく、企業や団体によるプロモーションの場の1つとして、積極的な活用が行われている。一方で、YouTube日本版では月間7億5000万回の動画検索が行われており、検索エンジンとして考えると国内第3位相当の規模になるにも関わらず、この検索結果枠からターゲットとするユーザの視聴数を拡大するための施策は限られていた。

今回、Google社から提供された「YouTubeプロモート動画」は、検索キーワードに連動して表示するYouTube動画のリスティング広告。アイレップは、従来のリスティング広告で培ったノウハウと動画検索マーケティングの知見を融合し、企業の動画プロモーション効果を最大限に高めるよう支援する「YouTube SEM」を提供する。

「YouTube SEM」では、YouTubeプロモート動画によるリスティング広告の運用管理を提供。ターゲットとするユーザにリーチするためのキーワード選定から、動画公開時に掲載するタイトルや説明文、タグの作成、キーワードの入札管理、定期的なレポーティングまでを行う。また、ランキングアルゴリズムによって掲載動画ランクが決定するYouTube内の自然検索結果枠においても、関連するキーワードとの適合性を高めるための最適化支援(VSEO:Video Search Engine Optimization)を行う。

この取り組みは、今後さらなる活用が見込まれる動画検索領域へのソリューション提供の一環とするものである。

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

第1四半期TOPICS

1 SEM・SMM周辺領域に対応するソリューション提供体制をより強化

LPO・サイト制作

ロコミ・レビューを利用したLPOサービス「ロコミLPO」提供開始

http://www.irep.co.jp/press/release/2009/1222-1599.html

欲しいものを購入する前にロコミサイト等で情報収集を行い、購入後に感想をレビューとして投稿するなど、ロコミ・レビュー情報はユーザの消費行動において、その影響力と存在感を増している。また、多くのWebサイトが、コンバージョン(商品購入や資料請求等の獲得)をリスティング広告のゴールとしている中で、ランディングページの改善は、広告費用対効果を左右する要素として重要視されている。

アイレップでは従来より、「SEM特化型LPO」サービス提供を行ってきた。企業ごとのターゲットやプロモーション目的に基づき、適切な検索キーワード選定、デザイン、コンテンツ、色彩、サイト内導線など多岐に渡る成果改善ノウハウを凝縮したランディングページ制作を行っている。

「ロコミLPO」では、既存のLPOサービスとレビュー情報を融合して提供。ロコミ情報の収集ツールを活用して、商材やサービスに関連するブログやレビュー記事を抽出、ランディングページ上に掲載を行う。企業側の一方的な情報のみではなく、他のユーザからの“リアルなコメント”としてロコミ情報を掲載することで訴求情報への信頼度を増し、ユーザのアクションを後押しする。

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

第1四半期TOPICS

2 マーケティング全体最適化路線の推進

自社メディア

- **テレビ情報検索サイト「TVais(テレビアイズ)」の月間ユニークユーザ数が230万件を突破**

http://www.tvais.jp/

「TVais(テレビアイズ)」は、関東キー5局のテレビ番組情報を、放送後リアルタイムに更新し掲載を行っている。

テレビで放送された内容に興味を持って検索したユーザに番組情報を提供するとともに、番組内で紹介された店舗・イベント・商品など、ユーザのモチベーションに沿った関連情報もあわせて掲載しており、メディアとしての価値を高めている。

また、継続的なコンテンツ追加とサイト内へのSEO実装、ユーザビリティの改善を目的としたサイトリニューアルを経て、PV(ページビュー数)／UU(ユニークユーザ数)も順調に増加。2010年1月時点で月間390万PV／230万UUを超えるアクセスを達成し、サイト経由での収益も向上傾向にある。

モバイルサイト

PCサイト

■アクセスデータ

月間PV(ページビュー数)　：約3,900,000

月間UU(ユニークユーザ数)：約2,300,000

※当社調査による(2010年1月時点)

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

新役員体制

代表取締役会長CEO	髙山　雅行
代表取締役社長COO 兼　サービスマネジメント本部長	紺野　俊介
常務取締役CFO 兼　管理本部長	室井　智有
取締役CSO 兼　SEM総合研究所　所長	渡辺　隆広
取締役 兼　経営企画本部長	永井　敦
社外取締役 （デジタル・アドバタイジング・ コンソーシアム㈱ 代表取締役社長）	矢嶋 弘毅

常勤監査役	大塚　彰
監査役 （多摩大学大学院教授）	星野　克美
監査役 （弁護士）	大武　正史

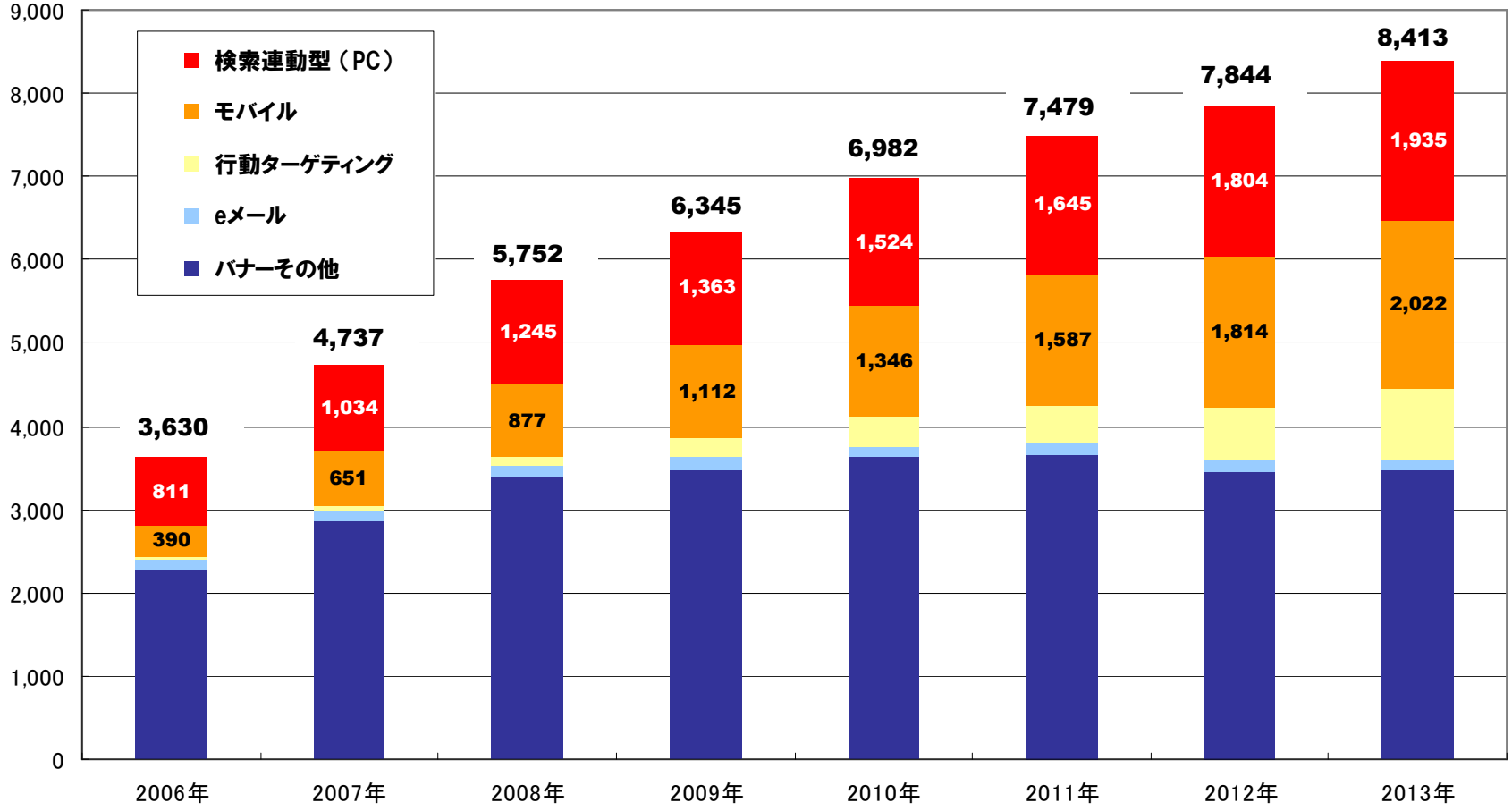
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

2 事業概況

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

インターネット広告の市場規模

（単位：億円）

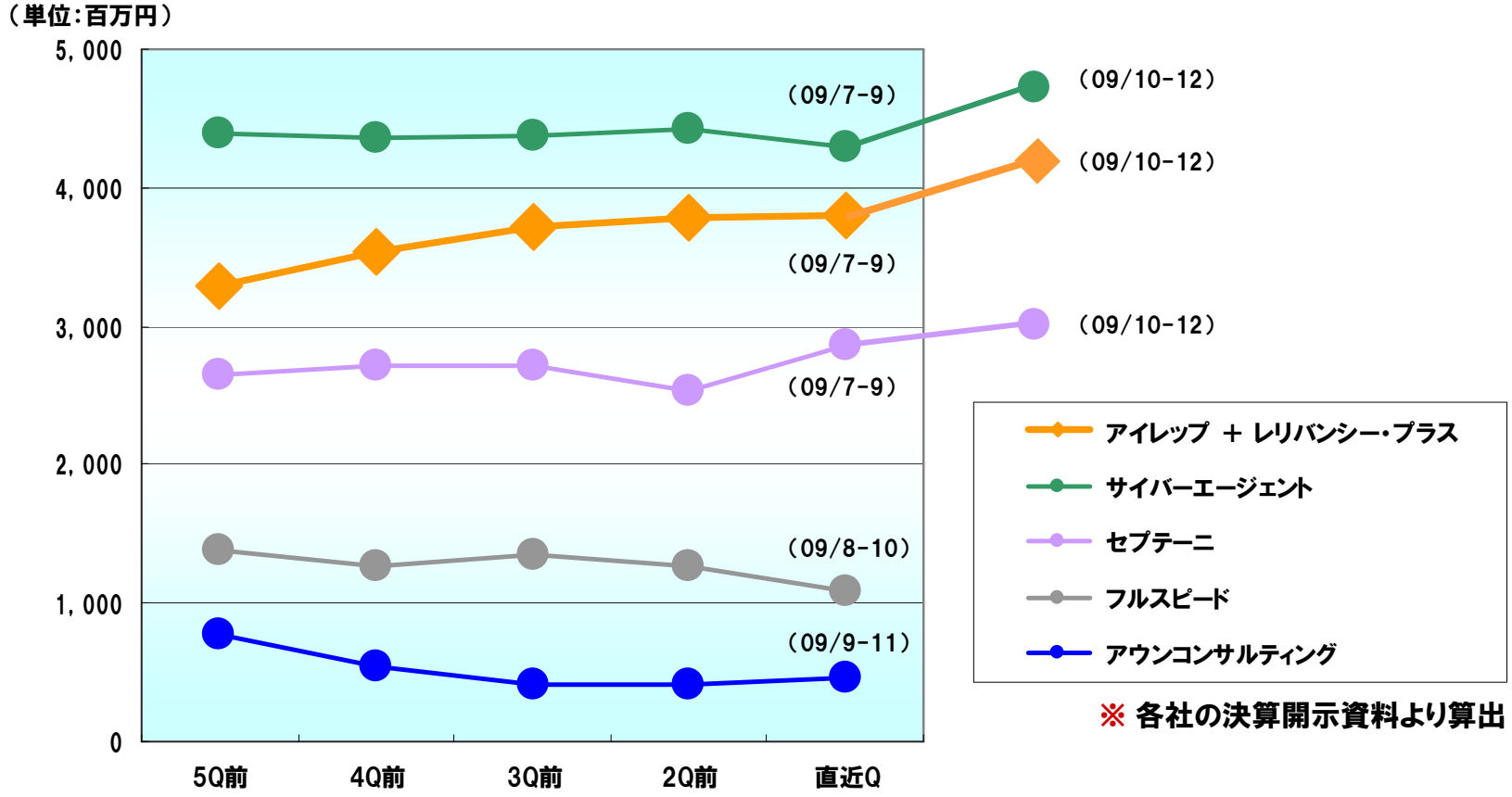


※ 総務省「インターネット検索エンジンの現状と市場規模等に関する調査」および
㈱ 野村総合研究所「IT市場ナビゲーター2009年版」を元に作成。
（2008年までは実績値。2009年度以降は見込値）

※ モバイルの 検索連動広告・ターゲティング広告は、モバイルに含む。

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

リスティング広告の売上比較（PC ＋ モバイル）

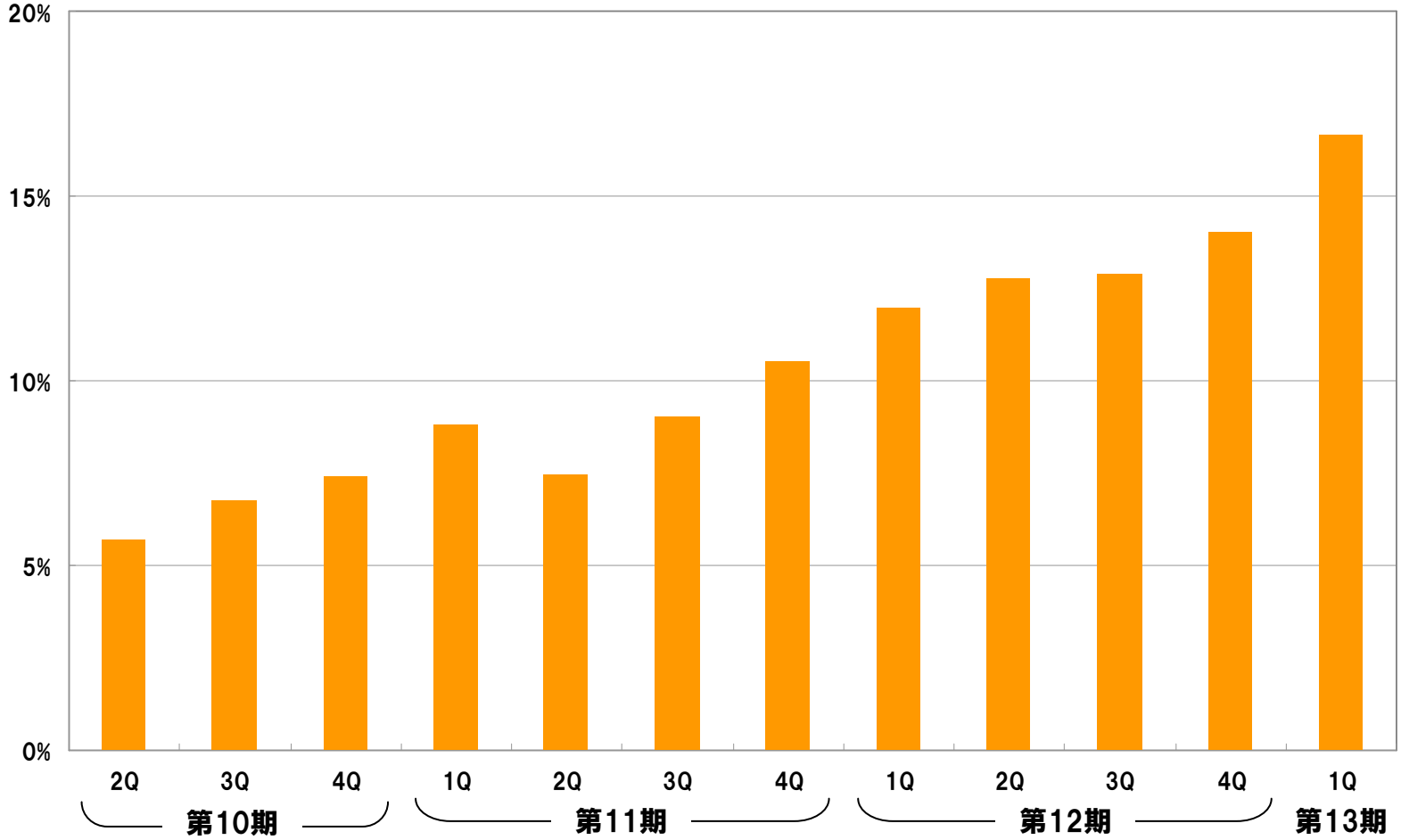


※ 各社の決算開示資料より算出

- 「アイレップ ＋ レリバンシー・プラス」でのリスティング売上高は、オプト社・サイバーエージェント社に次ぐ **業界第3位**
- 博報堂グループとの提携効果により、業界TOPも視野に

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

モバイルリスティング広告の売上比率（リスティング広告全体に占める割合）



- 新規クライアントの出稿や、積極的施策を行うクライアントの予算増額等により、モバイルリスティング広告の売上が伸長

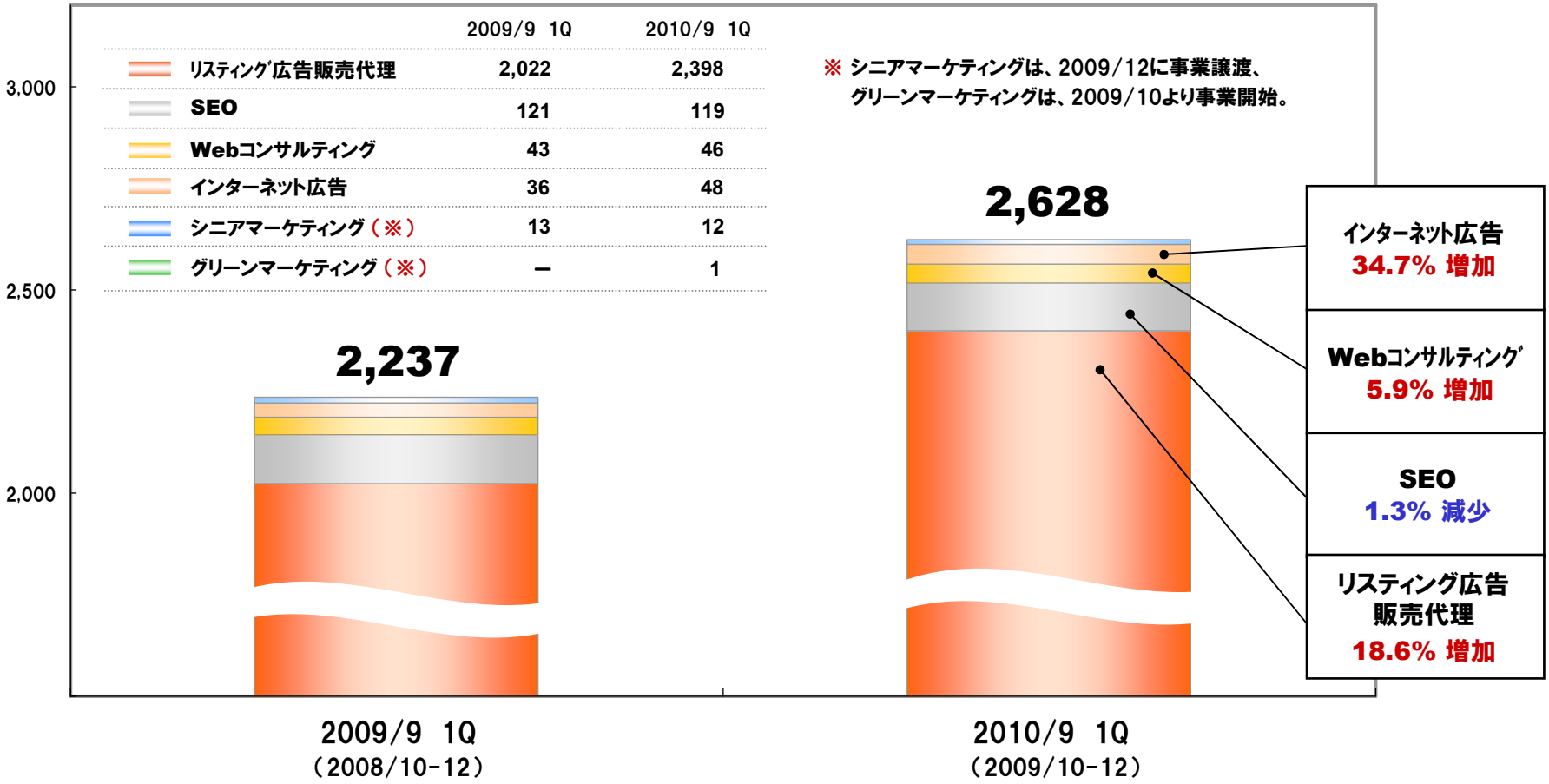
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

サービス別売上高（前年同期比）

（単位：百万円）

	2009/9 1Q	2010/9 1Q
リスティング広告販売代理	2,022	2,398
SEO	121	119
Webコンサルティング	43	46
インターネット広告	36	48
シニアマーケティング（※）	13	12
グリーンマーケティング（※）	―	1

※ シニアマーケティングは、2009/12に事業譲渡、
グリーンマーケティングは、2009/10より事業開始。



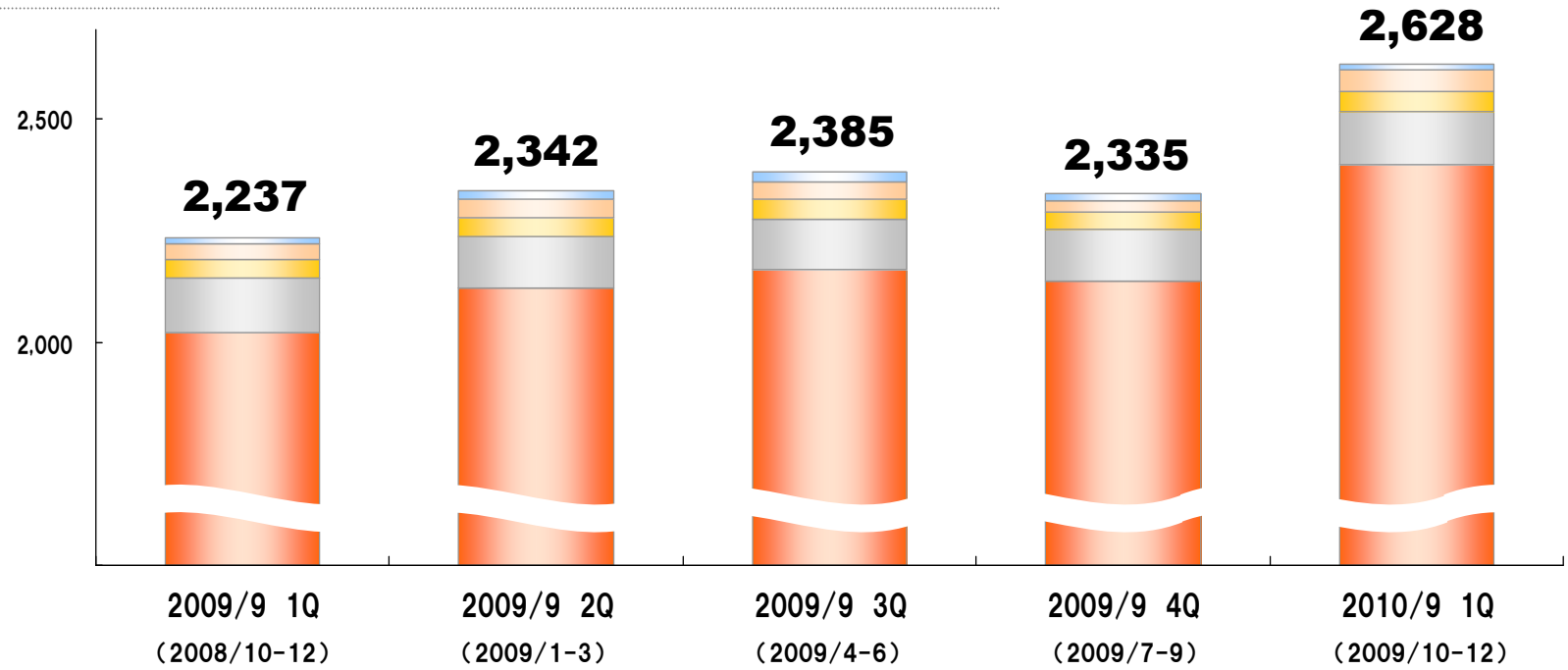
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

サービス別売上高の推移（四半期）

（単位：百万円）

	2009/9 1Q	2009/9 2Q	2009/9 3Q	2009/9 4Q	2010/9 1Q
ﾘｽﾃｨﾝｸﾞ広告販売代理	2,022	2,122	2,162	2,137	2,398
SEO	121	115	114	117	119
Webコンサルティング	43	41	43	38	46
インターネット広告	36	41	41	26	48
シニアマーケティング（※）	13	21	23	14	12
グリーンマーケティング（※）	－	－	－	－	1

※ シニアマーケティングは、2009/12に事業譲渡、
グリーンマーケティングは、2009/10より事業開始。

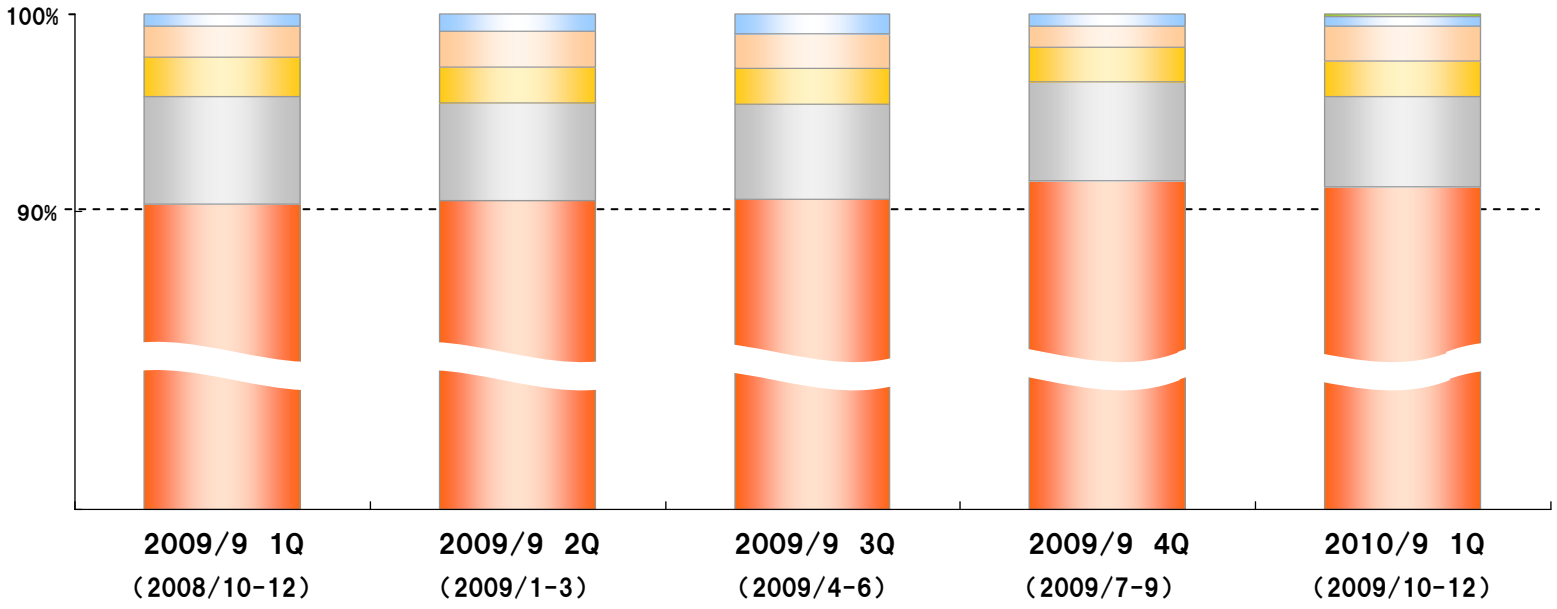


Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

サービス別売上構成比の推移（四半期）

	2009/9 1Q	2009/9 2Q	2009/9 3Q	2009/9 4Q	2010/9 1Q
ﾘｽﾃｨﾝｸﾞ広告販売代理	90.4%	90.6%	90.6%	91.6%	91.3%
SEO	5.4%	4.9%	4.8%	5.0%	4.5%
Webコンサルティング	2.0%	1.8%	1.8%	1.7%	1.8%
インターネット広告	1.6%	1.8%	1.8%	1.1%	1.8%
シニアマーケティング（※）	0.6%	0.9%	1.0%	0.6%	0.5%
グリーンマーケティング（※）	－	－	－	－	0.1%

※ シニアマーケティングは、2009/12に事業譲渡、
グリーンマーケティングは、2009/10より事業開始。

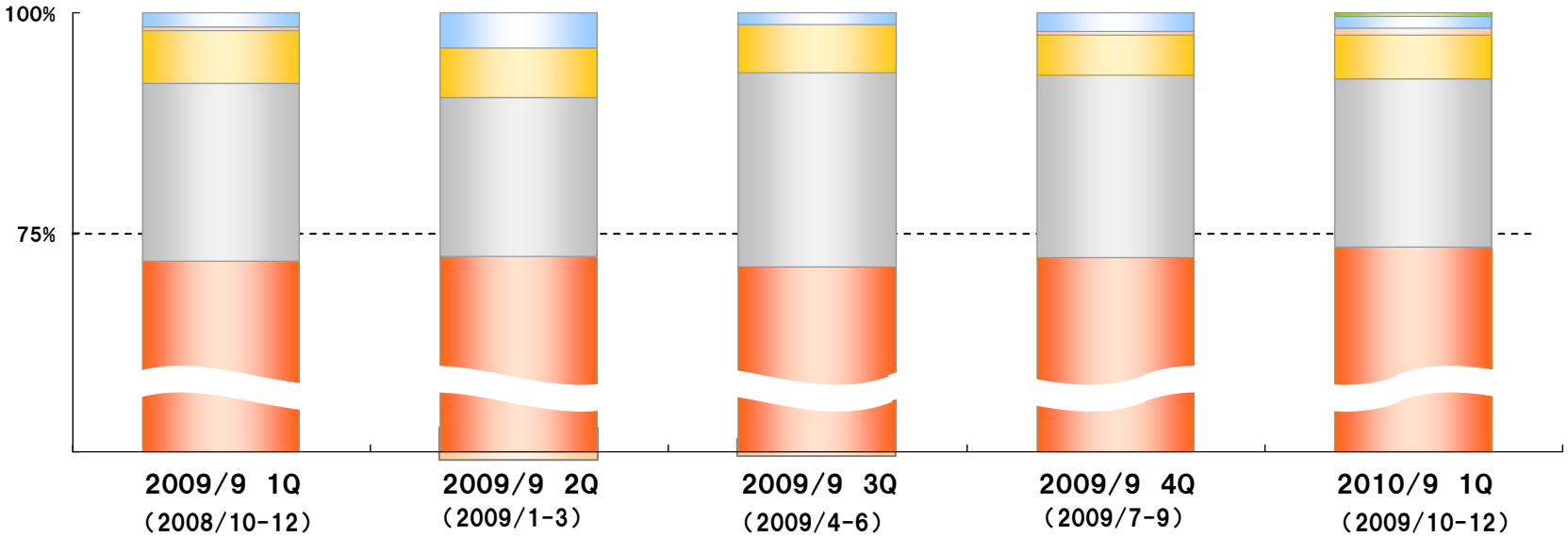


Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

サービス別粗利構成比の推移（四半期）

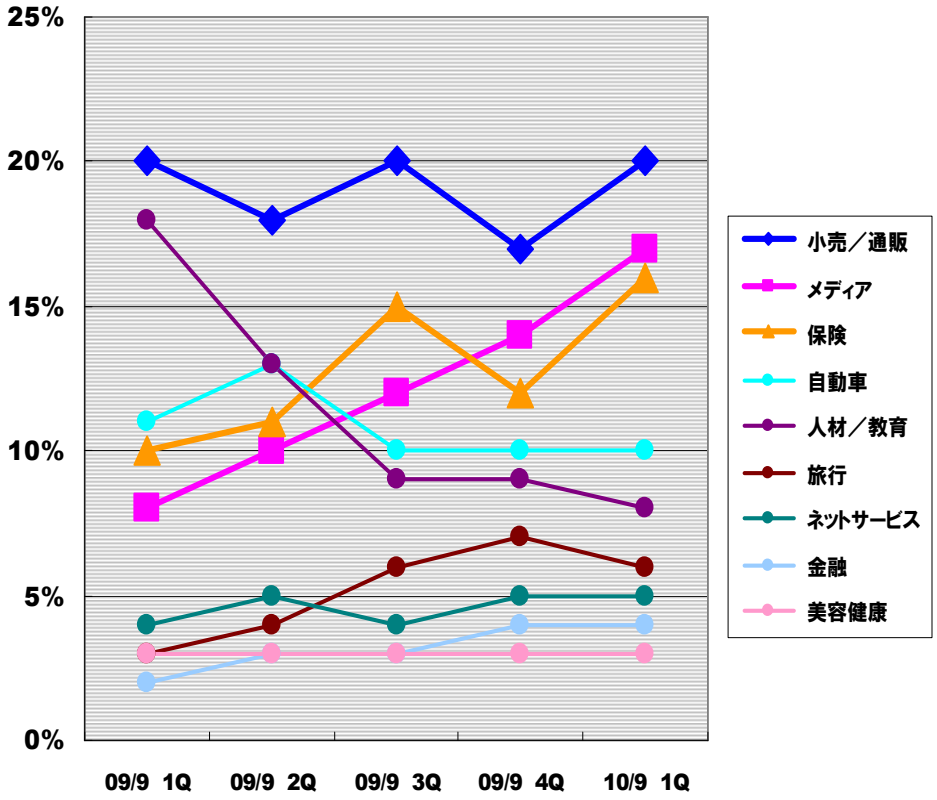
	2009/9 1Q	2009/9 2Q	2009/9 3Q	2009/9 4Q	2010/9 1Q
リスティング広告販売代理	71.7%	73.0%	71.2%	72.1%	73.3%
SEO	20.2%	18.3%	22.3%	20.8%	19.2%
Webコンサルティング	6.1%	5.7%	5.5%	4.6%	5.0%
インターネット広告	0.4%	▲1.0%	▲0.3%	0.4%	0.7%
シニアマーケティング（※）	1.6%	4.0%	1.3%	2.1%	1.4%
グリーンマーケティング（※）	－	－	－	－	0.4%

※ シニアマーケティングは、2009/12に事業譲渡、
グリーンマーケティングは、2009/10より事業開始。



Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

業種別顧客属性の推移（四半期）



	2009/9 1Q	2009/9 2Q	2009/9 3Q	2009/9 4Q	2010/9 1Q
小売／通販	20%	18%	20%	17%	20%
メディア	8%	10%	12%	14%	17%
保険	10%	11%	15%	12%	16%
自動車	11%	13%	10%	10%	10%
人材／教育	18%	13%	9%	9%	8%
旅行	3%	4%	6%	7%	6%
ネットサービス	4%	5%	4%	5%	5%
金融	2%	3%	3%	4%	4%
美容健康	3%	3%	3%	3%	3%
その他	21%	20%	18%	19%	11%

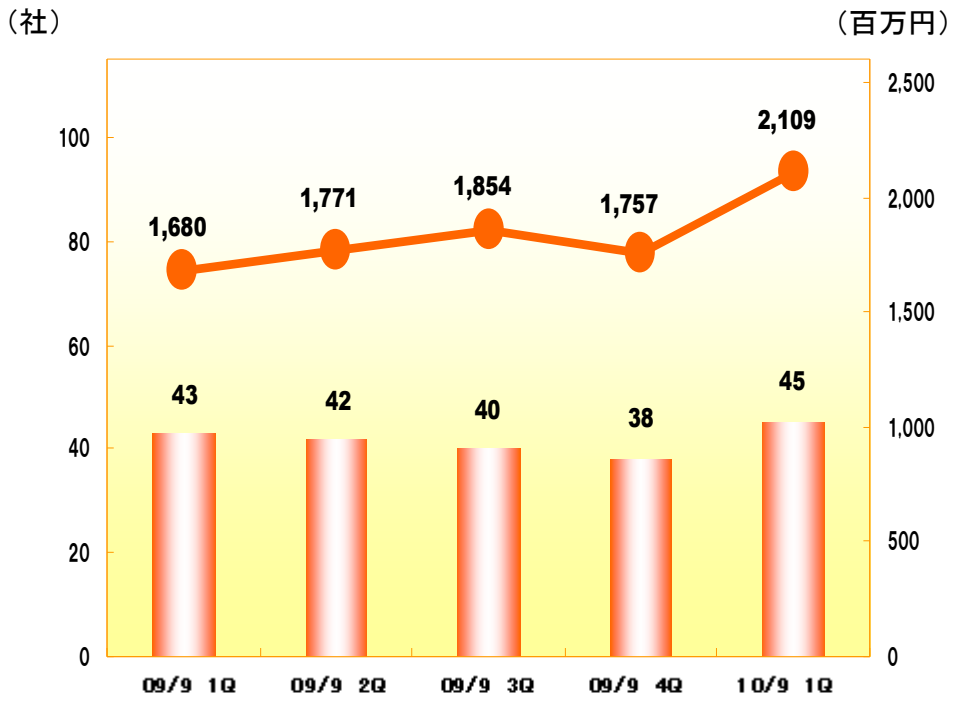
- 「小売／通販」「メディア」「保険」の上位3項目が、金額・割合ともに大きく増加
- 「人材／教育」は、前四半期とほぼ同額ながら、割合は下落継続

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

大口顧客およびナショナルクライアント

大口顧客数及び大口顧客取引額の推移

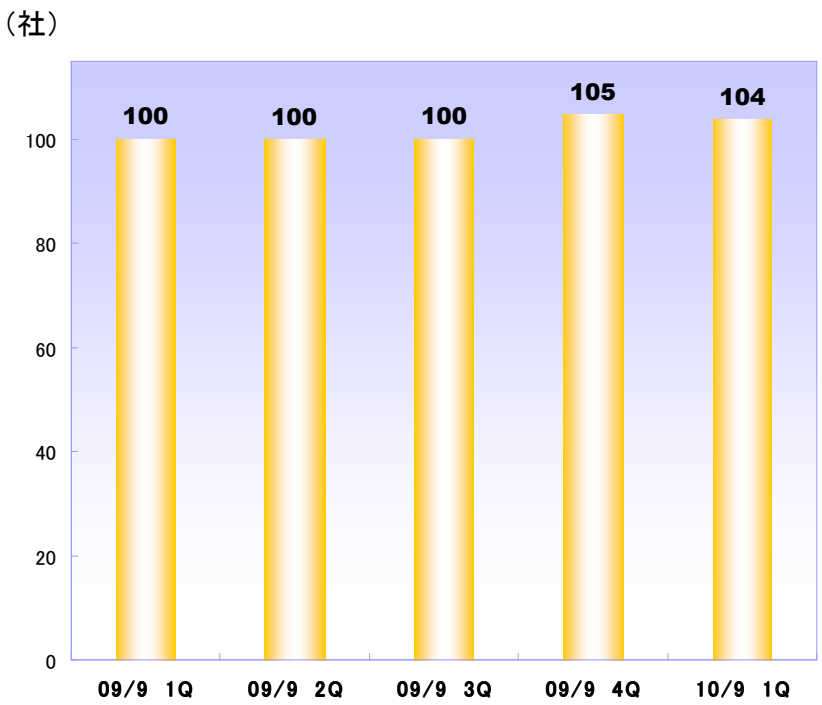
※大口顧客の定義＝四半期売上1,000万円以上の顧客



金額は、あらゆる業種で
大口顧客数は、特に「小売／通販」で増加

ナショナルクライアント数の推移

※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2008年間広告費上位500社

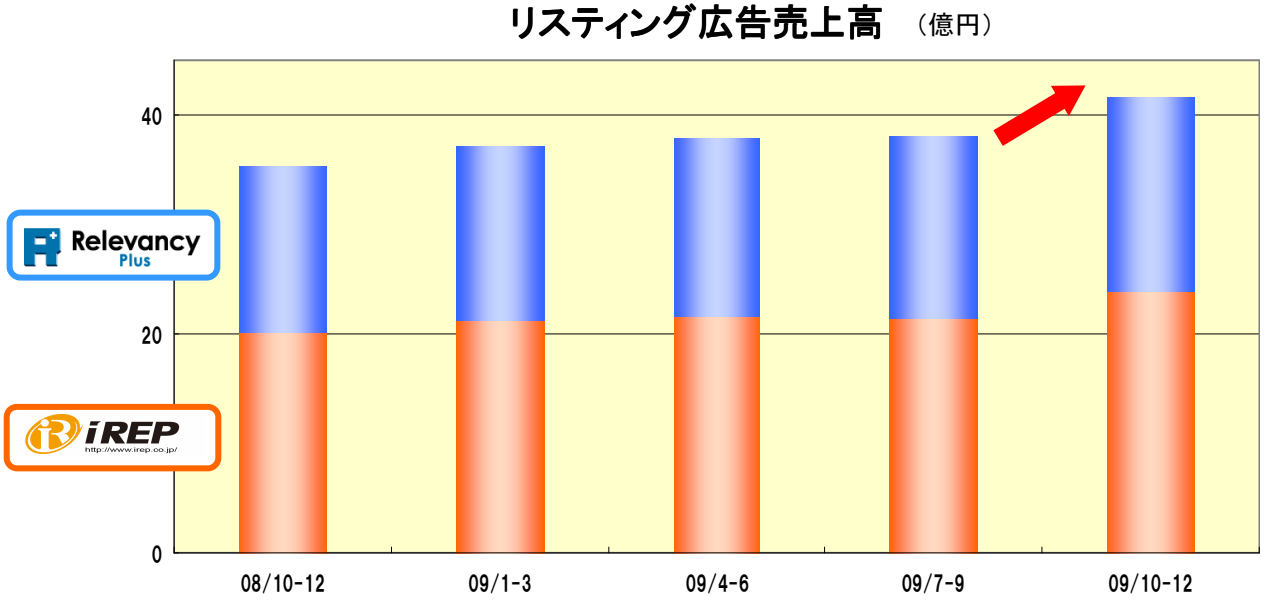


ほぼ同数（約15社）のクライアント増減があり、
ナショナルクライアント数は、堅調に推移

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

「レリバンシー・プラス」の連結業績への影響

- 増床工事などのコスト発生や、売上増加を見込んだ先行投資的な採用が有り、当社グループに **営業外損失8,631千円**を計上
- アイレップグループ（アイレップ ＋ レリバンシー・プラス）での **リスティング取扱高は、大きく増加。40億円を超過**
- ナショナルクライアントの**「Searchへの予算シフト傾向」**は依然として継続



Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

「グリーンエネルギーマーケティング」の業績進捗

- 昨年10月より、ウエストホールディングス社の「太陽光発電・オール電化」のネットでの販売支援 を実施

- ネットマーケティング全般（サイト企画・制作、SEM、その他集客など）を請け負い、最終的にウエスト社の販売につながった分の「成果報酬」を得るスキーム

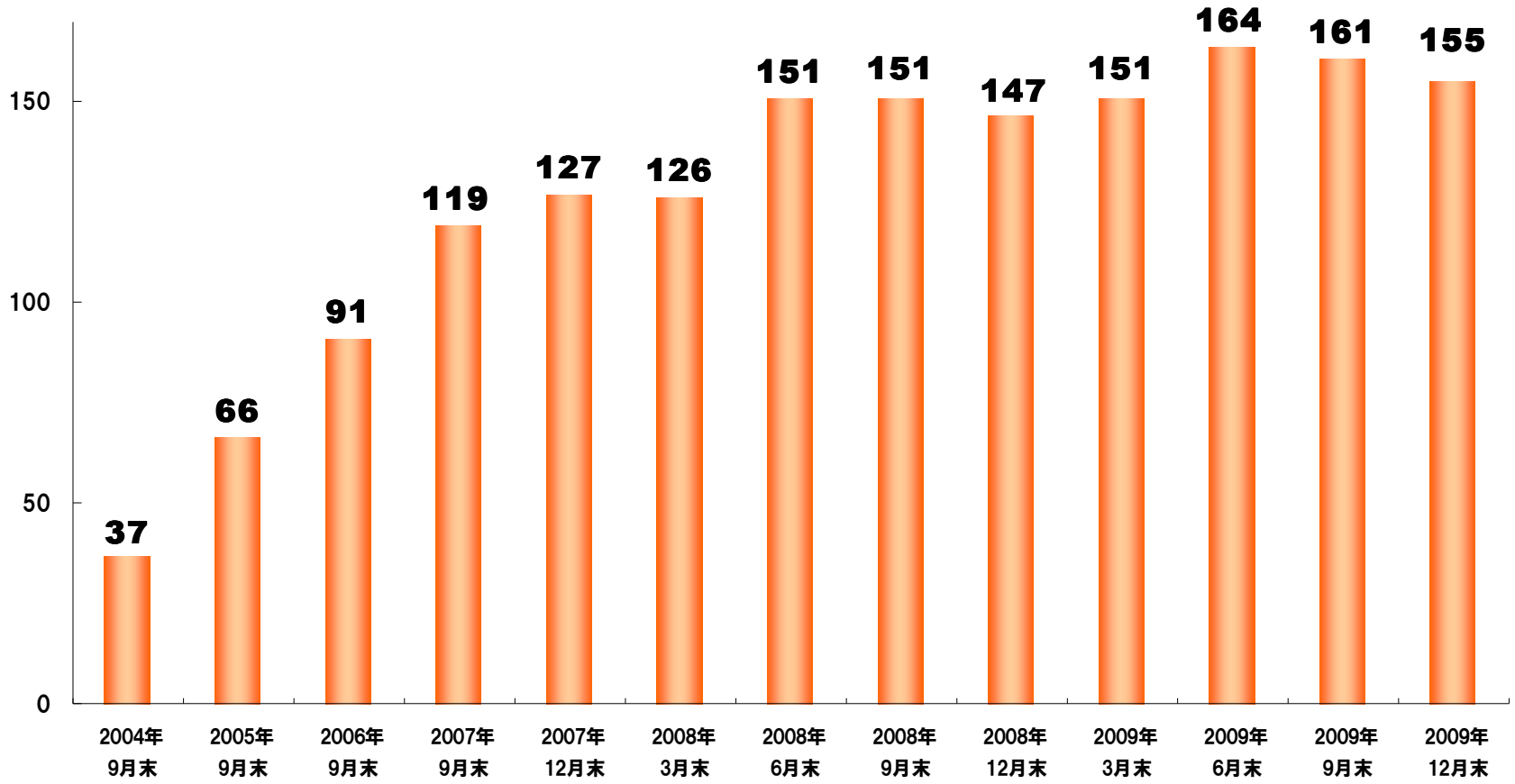
- 昨年11月からの余剰電力買取の新制度スタートにあわせて、反響も増加。大手量販店、他業種の訪問販売会社の参入で、競争は激化するも、単月黒字が視野に

- 鳩山政権の「CO2の25%削減政策」により、太陽光発電導入は今後も加速

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

社員数の推移

（単位：人）



Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

3 今後の重点戦略

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

今後の重点戦略

1 SEM・SMM周辺領域に対応するソリューション提供体制をより強化

- **検索対象範囲の拡大と検索技術の進化**

  行動ターゲティングなどターゲットセグメント技術の進化、
  twitterと検索エンジン企業(Google、Microsoft)の提携によるリアルタイム検索、
  動画・音楽などWebサイトのリッチコンテンツ化、検索エンジンのリッチ化、ソーシャル検索など

- **インフラやテクノロジーの進化と新領域の登場**

  スマートフォン市場の拡大、SNS・ソーシャルアプリの登場と市場の拡大、
  セカイカメラをはじめとした拡張現実(AR)、デジタルサイネージなどの新領域

- **上記のような周辺領域の進化に伴い、マーケティング手法も高度化。
  リスティング広告やSEOといった単体サービスだけではなく、
  周辺領域を理解したSEM・SMM(※1)ソリューション提供体制をより強化**

  (※1) SMM: ソーシャルメディアマーケティング

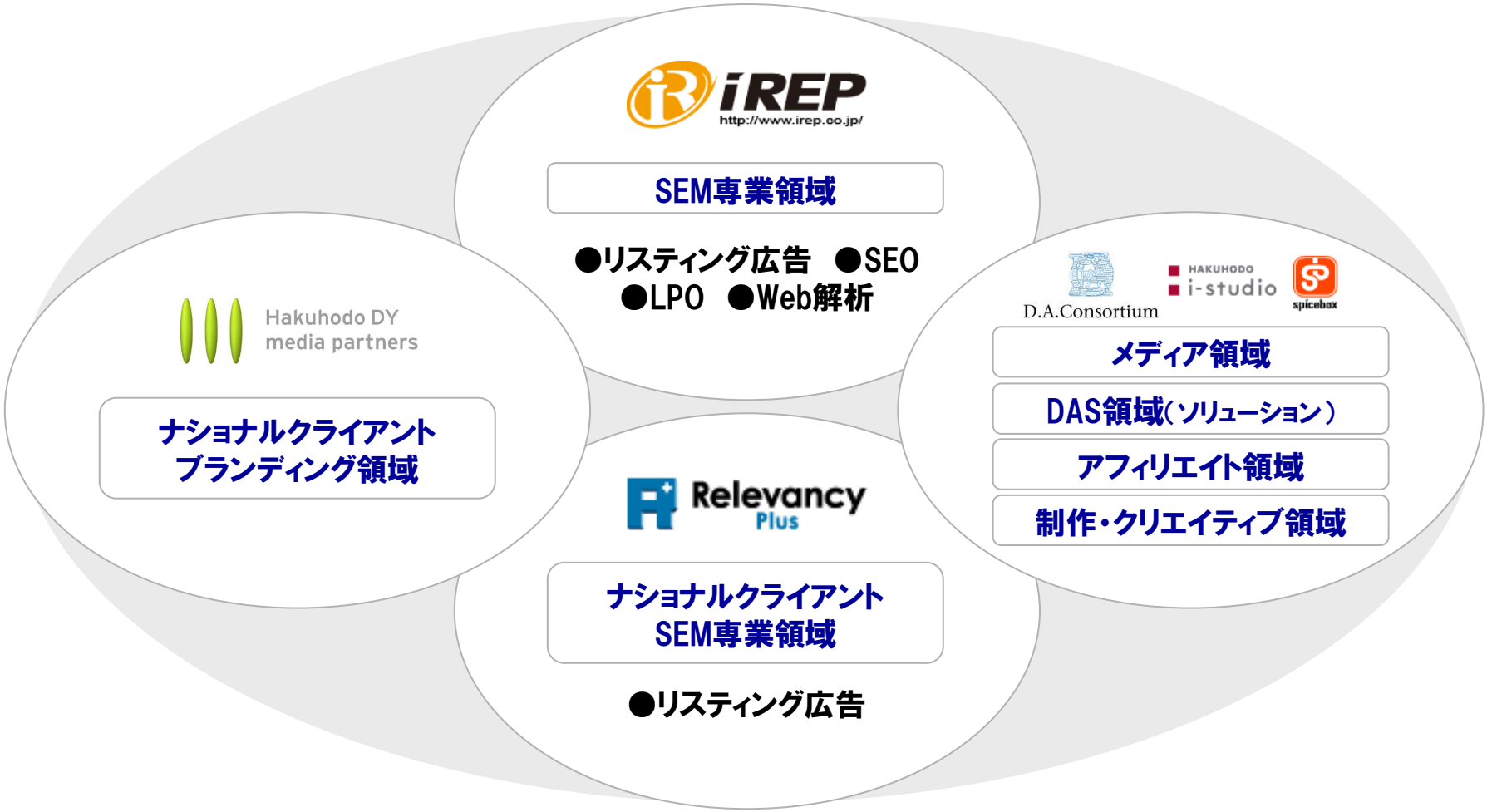
2 グループ企業との連携を強化し、機能の多ラインナップ化を加速

- **アフィリエイト、モバイル、クリエイティブ領域のソリューション強化を目的として
  グループ企業との協業を促進**

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

「SEM専業会社」から「デジタルマーケティングエージェンシー」へ

相互連携によるパフォーマンス領域の強化



Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

4 アイレップグループ全体戦略

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

業績概況

1 底打ち ＋ 拡大局面 へ

- 景況感の影響を受けにくいクライアントが、パフォーマンスメディアへの投資を増加
- 全体傾向として、予算増加の動き

2 「正のスパイラル」へ

- 新規開拓営業力 ＜ ソリューション・運用力 の組織・文化
- リスティング広告運用モデルの特性

  ➡ 1顧客あたりの広告投資額が増加する局面で、「正のスパイラル」に

3 スクラップ ＆ ビルド

- 「あいけあ」を譲渡。今後も一定期間での Exit・運営見直し を徹底
- 「グリーンエネルギーマーケティング」は、黒字化射程距離。新事業も計画中

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

「新・中期経営計画」の策定に着手

1 「博報堂DYグループとの協業領域」の拡大

- DAC社のアフィリエイトを、レリバンシー・プラスへ移管
  インターライド社（DACグループのモバイル広告代理店）との協業
  博報堂アイ・スタジオ社との協業
- 博報堂DYグループのSEO拡販体制を強化
- さらなる協業方針の策定

2 「2011年9月期～2013年9月期 の 新・中期経営計画」を、今期中に策定

- 「デジタルマーケティングエージェンシー」として、“自社で持つ機能”と、
  “アライアンスで補完する機能”を整理
- グローバル戦略の策定
- バーティカルマーケティングの新領域

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

5 会社概要

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

会社概要と沿革

会社名	株式会社アイレップ （証券コード：2132）
事業内容	■ インターネットマーケティング領域 ・インターネットマーケティング事業 ■ バーティカルマーケティング領域 （特定分野のマッチング） 【環境分野】 ・グリーンマーケティング事業 （株式会社ｸﾞﾘｰﾝｴﾈﾙｷﾞｰﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ） 【住宅分野】 ・住宅展示場サイトの運営 （総合住宅展示場）
所在地	東京都渋谷区渋谷2-1-1 青山東急ビル7F
設　立	1997年11月
資本金	5億3,789万円 （2009年12月末現在）
代表者	代表取締役会長CEO　髙山雅行 代表取締役社長COO　紺野俊介
上場取引所	大阪証券取引所ヘラクレス
決算期	9月

1997年	株式会社アスパイア設立。
2000年	株式会社アイレップに社名変更。キーワード広告を中心としたインターネット広告代理業を本格的に開始。
2002年	グーグル社アドワーズ広告の取扱を開始。 「日本有料老人ホーム紹介センター」を開設。 オーバーチュア社（現 ヤフー社）スポンサードサーチ取扱を開始。
2003年	本社を東京都新宿区新宿四丁目に移転。 オーバーチュア社（現 ヤフー社）「推奨認定代理店」に認定される。
2004年	サーチエンジンマーケティング総合研究所（SEM総研）を開設。
2005年	本社を東京都渋谷区渋谷二丁目に移転。 老人ホーム専門ポータルサイト「あいけあ」をオープン。 大阪営業所開設。
2006年	博報堂DYメディアパートナーズと資本・業務提携。 大阪証券取引所「ヘラクレス」市場に上場。
2007年	ネットマーケティング社との資本・業務提携。 Mediba社（KDDI子会社）とモバイルSEO領域で業務提携。 シニアマーケティング事業部を分社化（株式会社あいけあ）。 DAC社と合弁で 株式会社レリバンシー・プラスを設立。 住宅情報サイト「総合住宅展示場」運営開始。
2008年	サイト売買仲介サイト「サイトストック」運営事業を譲受け。 イスラエルKenshoo社の広告自動運用管理ツール「KENSHOO SEARCH」提供開始。
2009年	DAC社と業務・資本提携。 株式会社グリーンエネルギーマーケティングを設立。 株式会社あいけあの全株式を、インターネットインフィニティー社に譲渡。

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

企業理念と事業ドメイン

企 業 理 念

情報流通をユーザ側の視点で最適化し、ユーザと商品・サービスのベストマッチングを追求

企業のマーケティングを支援する事業

マーケティングのノウハウを活用

インターネットマーケティング領域

・インターネットマーケティング事業

特定産業の経営課題を解決する事業

バーティカルマーケティング（※）領域

・グリーンマーケティング事業
・住宅展示場サイト運営

（※）バーティカルマーケティング ＝ 分野特化、産業特化のマーケティング支援

当社は、企業理念に基づき、法人のお客様のマーケティングを支援する事業と、特定産業の経営課題を解決する事業の2つを事業軸としています。

前者の事業軸として、SEMを中心とするインターネットマーケティング事業を展開し、後者の事業軸として、グリーンマーケティング事業（株式会社グリーンエネルギーマーケティング）や住宅展示場サイト運営を展開しています。

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

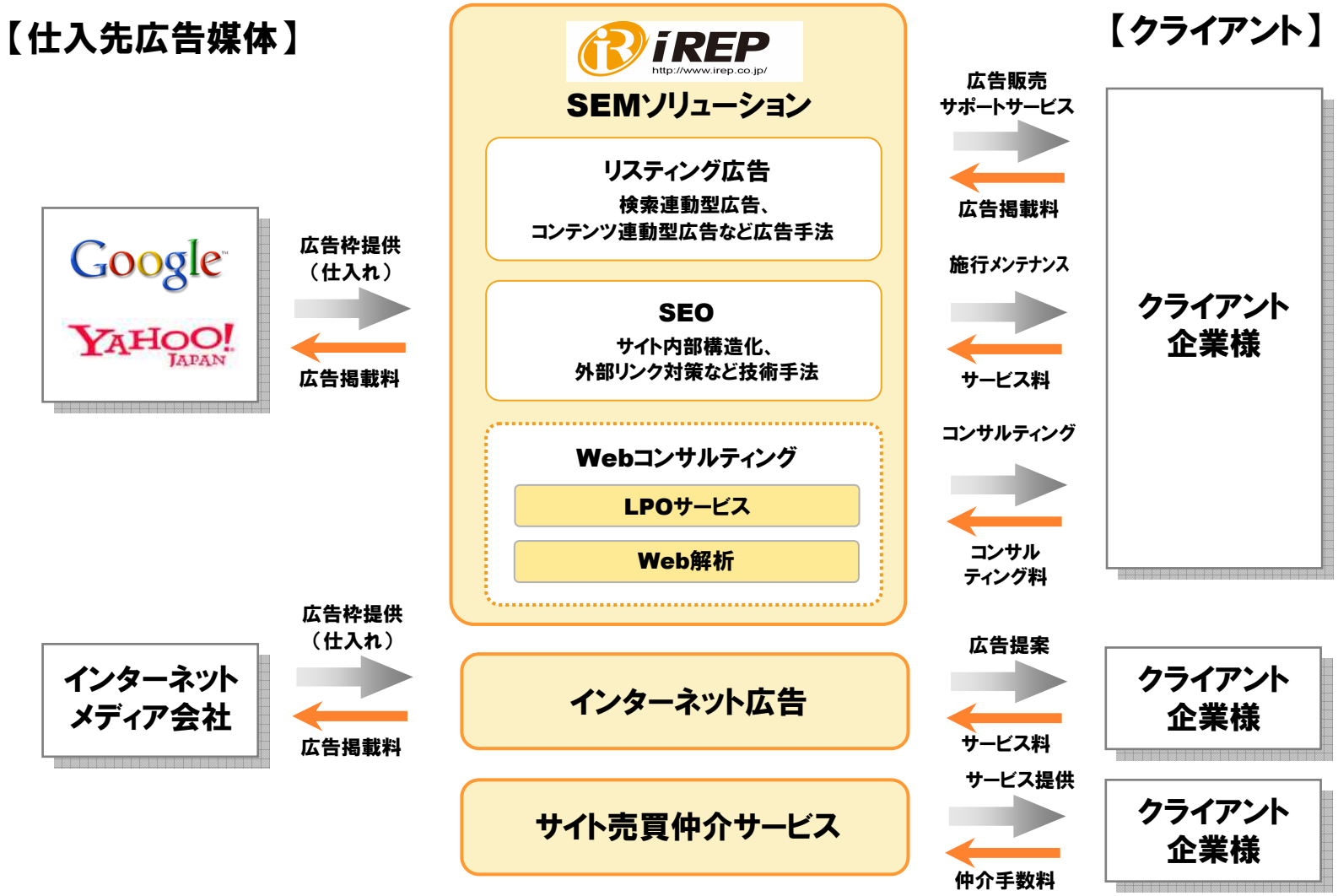
SEM（検索エンジンマーケティング）の概略

「Yahoo! Japan
スポンサードサーチ」
入札価格等により
掲載順が決まる広告です。

HTMLの記述や
Webサイトの構造を整え、
Webサイトを検索エンジンに
認識・評価されやすい状態に
する技術です。

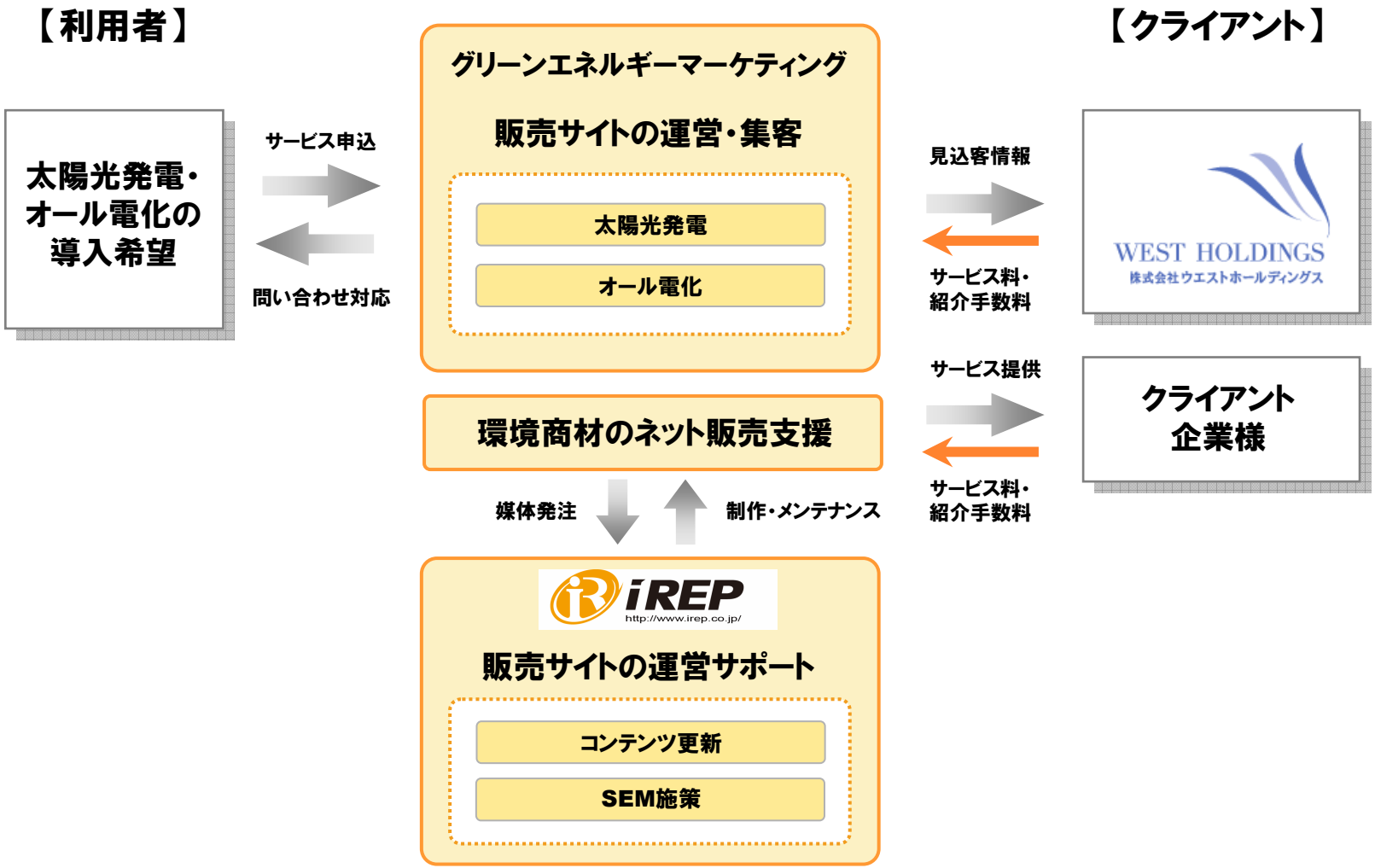
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

インターネットマーケティング事業



Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

グリーンマーケティング事業（株式会社グリーンエネルギーマーケティング）



Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

住宅展示場サイトの運営（総合住宅展示場）

総合住宅展示場
http://www.jutakutenjijo.com/

資料請求

資料送付

見込客情報

出展料

家を建てたいユーザ

住宅メーカー

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

iREP

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

【IRに関するお問い合わせ窓口】

TEL：03-5464-3398

FAX：03-5464-3291

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
サービスサイト	http://www.sem-irep.jp/
SEM情報ブログ	http://www.semilog.jp/
SEO情報サイト	http://www.alphaseo.jp/
代表者ブログ	http://www.irep.co.jp/blog/takayama_blog2/

Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.