株式会社アイレップ
2010年9月期　第2四半期決算説明資料

（2009年10月1日～2010年3月31日）

2010.5.12

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.

0.目次

1 連結決算概要

2 重点戦略と進捗

3 事業概況

4 （参考資料）2011年の検索・マーケティング業界について

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.

第13期第2四半期　連結業績ハイライト

1　前年同期比

売上 17.9%、営業利益 140.6%、経常利益 133.4%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、売上は伸長

販管費抑制の効果に加えて、SEO好調等の要因もあり、利益率は大幅に増加

2　前年同期比

リスティング広告 19.0%増加、SEO 7.1%増加

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も他社案件の獲得等により、四半期ベースで過去最高の売上を計上

3　対 通期目標

売上 50.8%、営業利益 70.4%、経常利益 72.1% 進捗

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

第13期第2四半期　連結業績ハイライト

（単位：百万円）

	2009年9月期 2Q実績	2010年9月期 2Q実績	増減率	2010年9月期 通期計画	進捗率
売上高	4,579	5,399	17.9%	10,622	50.8%
営業利益	74	179	140.6%	255	70.4%
経常利益	77	180	133.4%	250	72.1%
四半期純利益	31	67	110.5%	129	52.0%

- リスティング広告の出稿増加、販管費抑制による収益向上により、**第2四半期業績を上方修正**
- 今後、経済環境や景気動向が急変する可能性を考慮し、**通期業績予想については据え置き**

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

第13期 第2四半期業績予想と実績の差異について（2010/5/10 公表済）

ニッポン・ニュー・マーケット－「ヘラクレス」

平成22年５月10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月期第２四半期累計期間業績予想と実績値の差異に関するお知らせ

本日発表の平成 22 年９月期第２四半期決算において、平成 22 年２月５日に公表した平成 22 年９月期第２四半期累計期間（平成 21 年 10 月１日～平成 22 年３月 31 日）の業績予想との差異が生じましたので、その概要をお知らせいたします。なお、本日「特別損失の計上に関するお知らせ」を開示しておりますが、同内容も反映しております。

記

１．平成 22 年９月期第２四半期連結業績予想数値との差異（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）	5,114	99	93	39	円 銭 1,462.34
実績値（B）	5,399	179	180	67	2,487.28
増減額（B－A）	285	80	87	28	—
増減率（％）	5.6%	80.8%	93.5%	71.8%	—
（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との差異（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）	5,099	102	105	67	円 銭 2,487.93
実績値（B）	5,386	171	177	81	3,023.87
増減額（B－A）	287	69	72	14	—
増減率（％）	5.6%	67.6%	68.6%	20.9%	—
（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．差異の理由

当第２四半期連結会計期間におきましては、持ち直しの動きが続いているなかで、一部には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は、予想以上にリスティング広告の出稿が増加いたしました。この当社の中心サービスであるリスティング広告販売の伸び

「リスティング広告販売」の売上および利益の増加

- （売上）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
- （利益）リスティング広告の伸びに加え、自社の販売管理費抑制により、収益を確保

「通期予想」の据え置き

- 国内景気が低迷した場合、リスティング広告出稿に影響が及ぶ可能性を考慮し、通期予想を、連結・個別ともに据え置き

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

特別損失の計上について（2010/5/10 公表済）

ニッポン・ニュー・マーケット－「ヘラクレス」

平成22年５月10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）

特別損失の計上に関するお知らせ

平成22年９月期第２四半期連結会計期間（平成22年１月１日～平成22年３月31日）において、下記のとおり特別損失を計上いたしましたのでお知らせいたします。本日発表いたしました平成22年９月期第２四半期決算短信に反映しております。

記

（単位：千円）

科目	計上額（連結及び個別）	内容・理由
減損損失	47,459	今後の収益貢献の見込みの低いサイトを適正に評価したためであります。

以上

「減損損失」の計上

- 今後の収益貢献の見込みが低いサイトを、適正に評価したことにより、「減損損失 47,459千円」を計上

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

福岡営業所の開設について（2010/5/6 公表済）

ニッポン・ニュー・マーケット-「ヘラクレス」

平成 22 年 5 月 6 日
株式会社アイレップ（証券コード：2132）
代表取締役社長 COO　紺野俊介

報道関係者各位
プレスリリース

アイレップ、福岡営業所開設に関するお知らせ

株式会社アイレップ（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 COO：紺野俊介）は、福岡県博多区に九州地区の営業拠点として福岡営業所を開設しましたことをお知らせいたします。当社では東京・大阪に続く 3 番目の拠点となります。

九州地区最大の中核都市である福岡は、アジアへのゲートウェイとしても重要なビジネスハブとなっており、発展を続けています。また、EC 事業者などを始めとして、数多くの広告主企業が立地しています。
この度の福岡営業所開設は、九州地区での SEM ニーズの高まりに応えるもので、クライアント企業に対するサービスの向上や、営業基盤の強化を目的としています。

■福岡営業所の概要
名称　　：株式会社アイレップ 福岡営業所
住所　　：〒810-0801
　　福岡県福岡市博多区中洲 5-3-8 アクア博多 5 階
連絡先　　：TEL：092-287-9755　/　FAX：092-287-9756
営業開始日：2010 年 5 月 6 日（木）

SEM に強みを持つアイレップでは、緊密なクライアントコミュニケーションを実現し、今後も引き続き SEM サービスの総合的な向上・強化に努め、一層高度な SEM サービスを提供して参ります。

以上

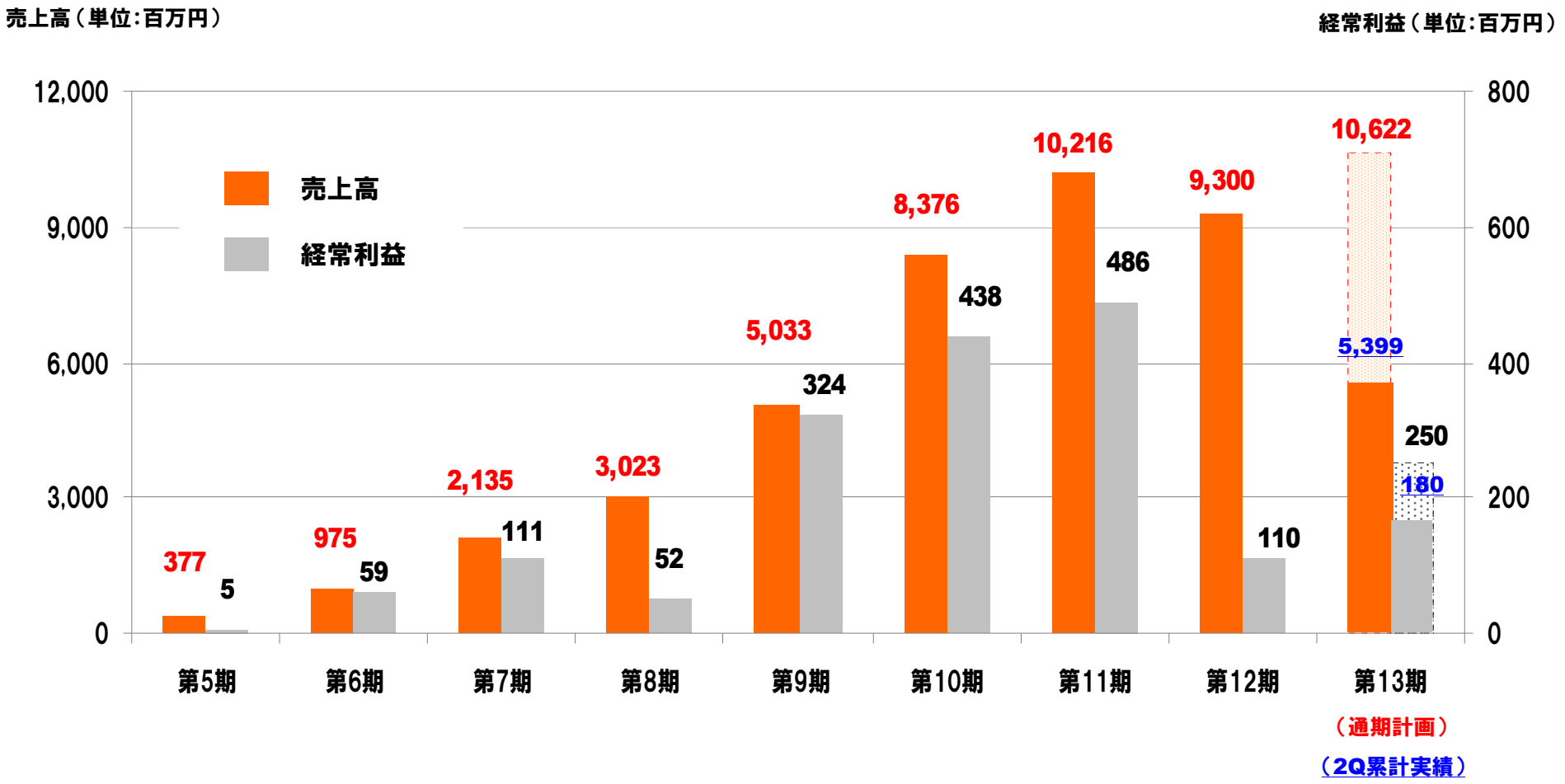
■株式会社アイレップ について
アイレップは SEM（検索エンジンマーケティング）を主軸とし、リスティング広告、SEO、Web 解析、LPO（ランディングページ最適化）まで、SEM 関連の専門サービスをワンストップで提供しております。今後、アイレップは SEM やアフィリエイトマーケティングを中心としながら、広告主のオンライン上のマーケティングを最適化する「デジタルマーケティングエージェンシー」を目指し、企業価値を向上させてまいります。

福岡市博多区に、
東京・大阪に続く3番目の拠点を開設

- 福岡は九州地区最大の都市であり、
  アジアへのゲートウェイとして重要なビジネス拠点
- EC事業者などをはじめ、多数のクライアント企業が進出。
  当社も、九州地区でのSEMニーズの高まりに対応

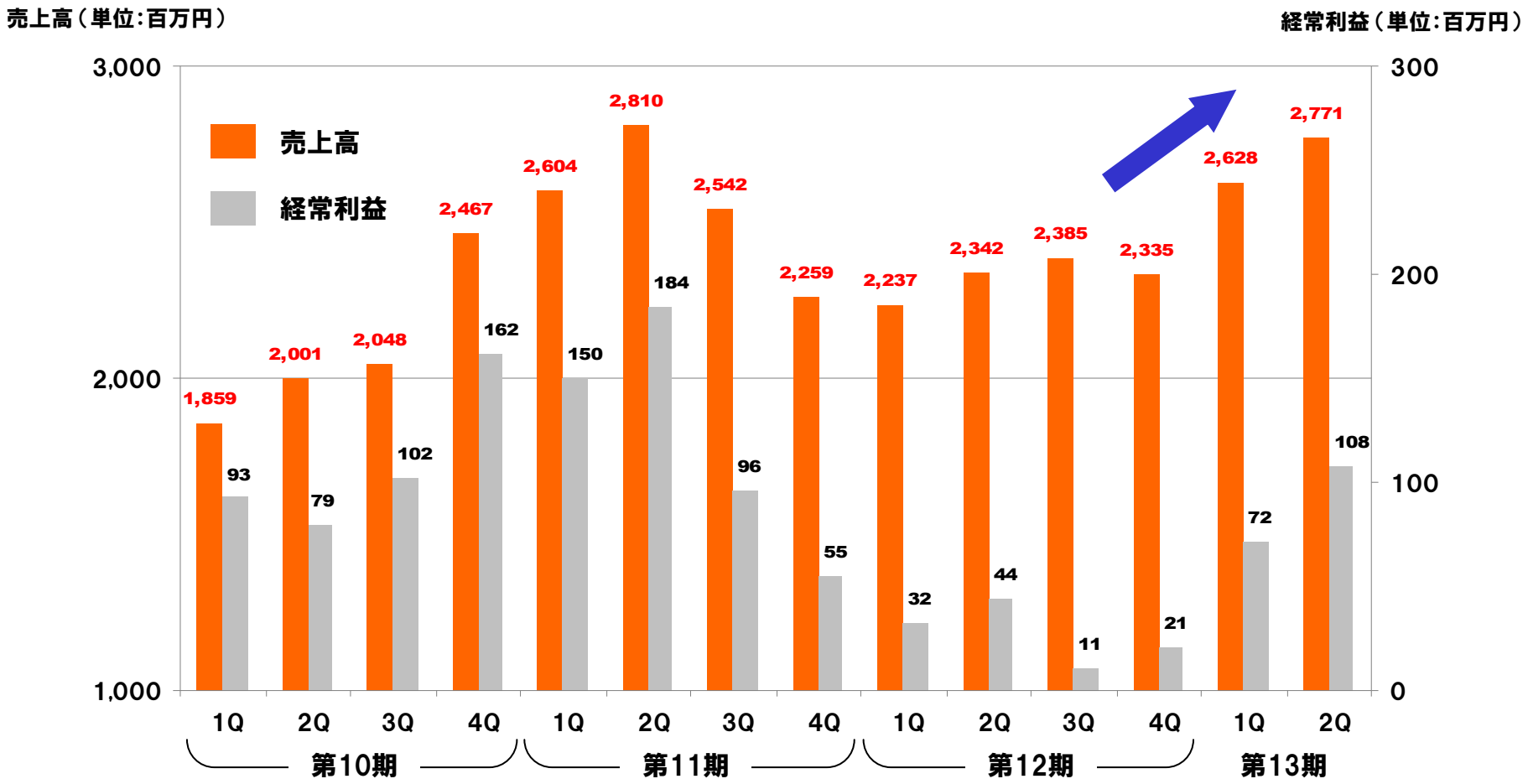
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

売上高・経常利益の推移（通期）



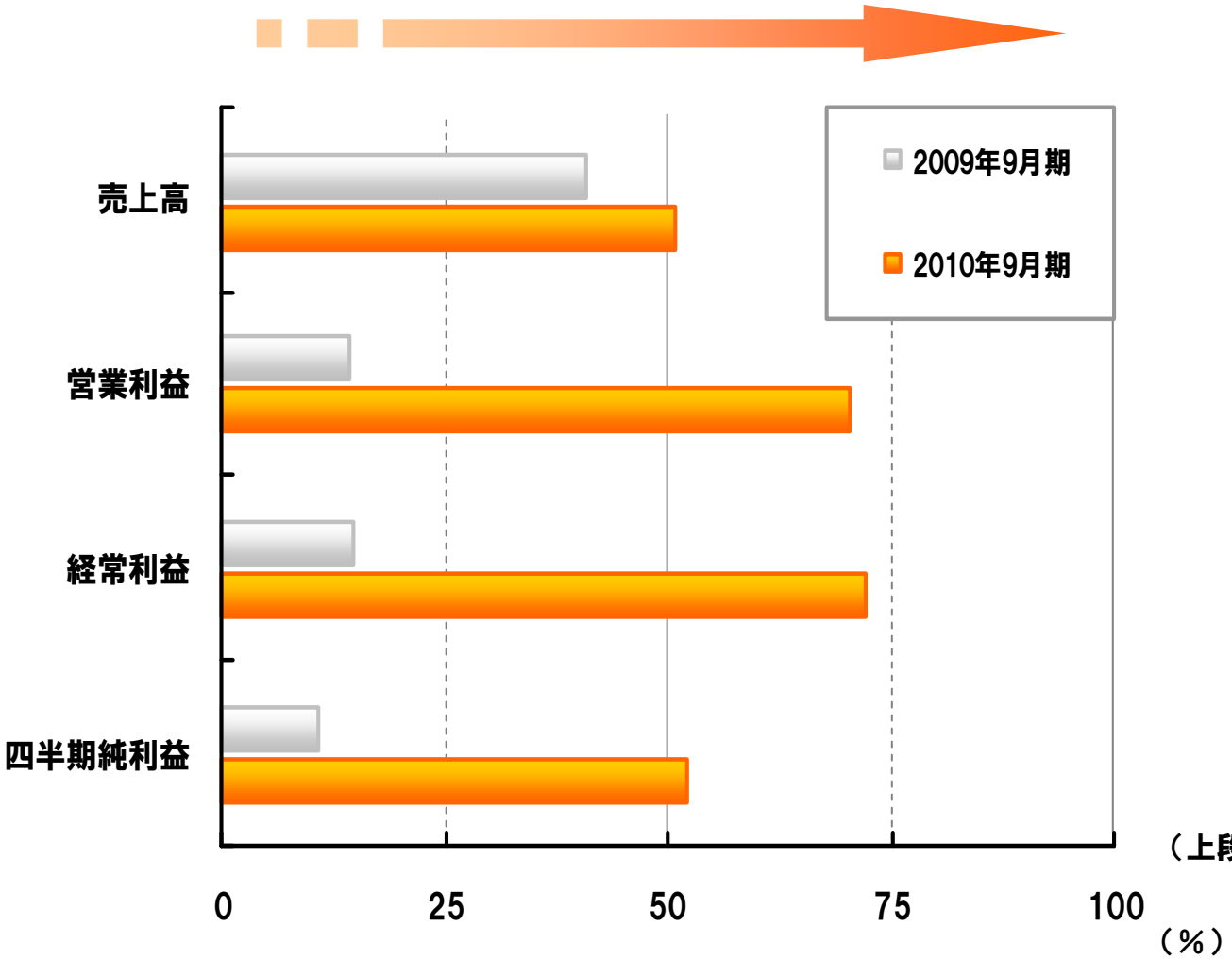
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

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2四半期・累計）



	進捗率	2Q実績（単位:百万円）
売上高	40.9%	4,579
	50.8%	5,399
営業利益	14.5%	74
	70.4%	179
経常利益	14.6%	77
	72.1%	180
四半期純利益	10.8%	31
	52.0%	67

（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 2Q （2009年10月-2010年3月）	2009年9月期 2Q （2008年10月-2009年3月）	増減率
売上高	5,399	4,579	17.9%
売上総利益	870	782	11.2%
売上総利益率	16.1%	17.1%	△ 1.0 Points
営業利益	179	74	140.6%
営業利益率	3.3%	1.6%	1.7 Points
経常利益	180	77	133.4%
経常利益率	3.3%	1.7%	1.6 Points
税金等調整前四半期純利益	121	77	57.8%
四半期純利益	67	31	110.5%
四半期純利益率	1.2%	0.7%	0.5 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% → 16.1%）
- 人材採用を控え、その他販管費の抑制に努めた結果、営業利益率が大きく改善（1.6% → 3.3%）

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 2Q末 （2010年3月31日）	2009年9月期 4Q末 （2009年9月30日）	増減率
流動資産	2,885	2,473	16.7%
（現金及び預金）	1,283	1,066	20.3%
固定資産	450	512	△ 12.1%
資産合計	3,335	2,985	11.7%
流動負債	1,418	1,137	24.7%
固定負債	42	36	14.9%
負債合計	1,461	1,174	24.4%
純資産合計	1,874	1,811	3.5%

- 資産合計は、350万円の増加
  ※（現金及び預金）216百万円 および（受取手形及び売掛金）235百万円 の増加等による
- 負債合計は、286万円の増加
  ※（買掛金）165百万円 および（未払法人税）90百万円 の増加等による
- 純資産合計は、63万円の増加
  ※（利益剰余金）53百万円 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 2Q （2009年10月-2010年3月）	2009年9月期 2Q （2008年10月-2009年3月）
営業活動によるキャッシュ・フロー	221	△ 120
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3	△ 10
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1	△ 39
現金および現金同等物の増減	216	△ 171
現金および現金同等物の四半期末残高	1,283	1,145

- **営業活動によるキャッシュ・フロー**
  増加要因：（仕入債務）169百万円 、（税金等調整前四半期純利益）121百万円 および
  （法人税等の還付額）66百万円 の増加等による
  減少要因：（売上債権）229百万円 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
  減少要因：（保険積立金の積立による支出）8百万円 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：（少数株主からの払込による収入）9百万円 の増加等による
  減少要因：（配当金の支払）13百万円 による

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

2 重点戦略と進捗

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

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

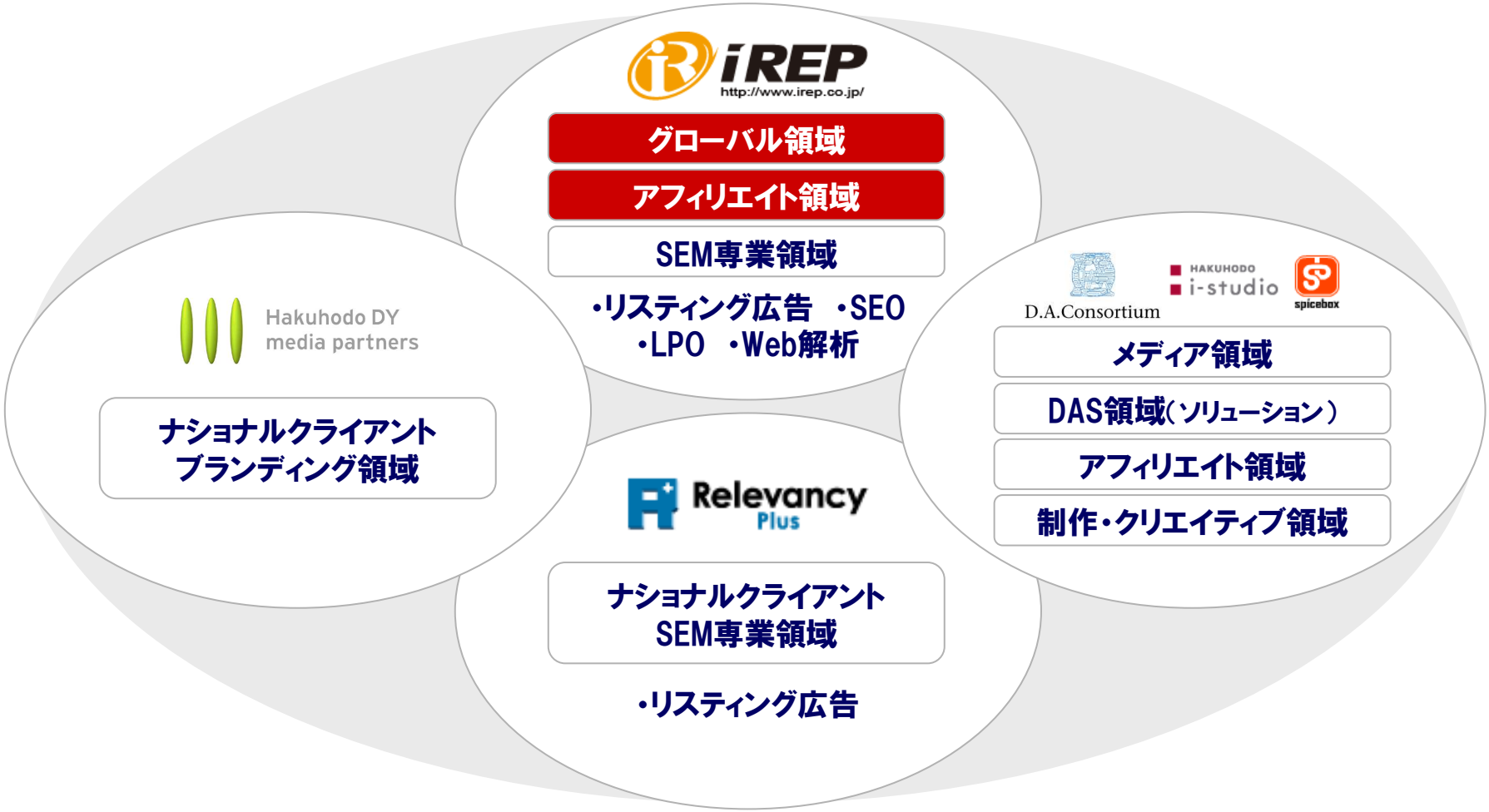
2 グループ企業との連携を強化し、機能の多ラインナップ化を加速

- **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.

第2四半期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

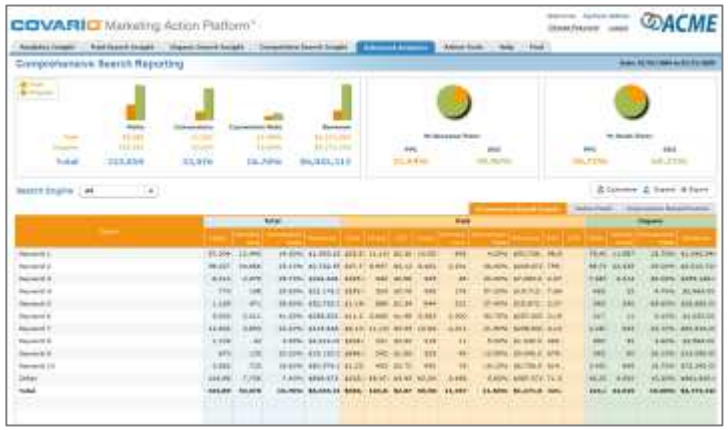
COVARIO

- **大規模SEMの一元管理、多角的な分析やレポート作成が可能なソリューション**
  米Covario社の「Covario Marketing Action Platform」の提供を開始
  http://www.irep.co.jp/press/release/2010/0126-1604.html

SEMは企業のマーケティング戦略の中でも重要なポジションを確立し、リスティング広告やSEOなどにおいて広告主間の競争が激化している。そのような中、Google、Yahoo!をはじめとした検索エンジンは技術やサービスを日々進化させており、SEM全体でのROI向上を目的として運用も多様化・高度化している。
特にグローバルにビジネスを展開している大規模な組織の場合、それぞれの部門ごとのキャンペーンを管理する必要があり、その運用は複雑さを極める。

米Covario社の「Covario Marketing Action Platform」は、複数の国や地域の検索エンジン、部署やブランドを横断するキャンペーンを可能な限り自動化・統合するソリューション。高度なレポート作成機能によって複雑なキャンペーンの課題抽出を容易とし、パフォーマンスの最適化を支援する。

アイレップは、グローバル領域への取り組みの一環として、当ソリューションの提供を行うものである。



■ Covario（本社：米国カリフォルニア州サンディエゴ　http://www.covario.com/）
SEMの分析とレポーティングのソフトウェア、運用サービスにおけるリーディングカンパニー

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

第2四半期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

モバイルリスティング広告の煩雑な管理運用を効率化する自動入札管理ツール「i-bidder（アイビッダー）モバイル Ver1.0」を自社開発

http://www.irep.co.jp/press/release/2010/0312-1635.html

総務省の公表データ※1によれば、2012年にはモバイル広告費がPCの検索連動型広告費を上回るとの予測が出ており、当社顧客においてもモバイルリスティング広告の広告主、広告費用は増加傾向にある。

しかし、モバイルリスティング広告は以下のような理由により、パフォーマンスを維持するためには、PCと比較して煩雑な運用管理が必要となるために、多くの広告主や広告代理店にとって負荷が高い状況にある。

①各種広告媒体の差異に加えて、docomo・au・SoftBankというキャリア毎の掲載管理が必要
②効果測定のための機能が媒体・キャリアによって限定的であり、サードベンダー製ツールの導入と活用が必要
③検索結果の1ページ目に表示される広告枠数が少なく、掲載順位を維持する為に高頻度な入札が必要

「i-bidderモバイル」は、Yahoo!リスティング広告「スポンサードサーチ モバイル」、Googleアドワーズモバイルを対象としたルールベース型の入札管理ツール。既に導入済みの効果測定ツールを変更することなく利用が可能で、今バージョン※2では、効果測定ツールとのデータ紐づけ処理の高速化、入札計算処理の高速化機能を備えている。手動での入札管理業務の限界を緩和することでPDCAサイクルのスピードアップを図り、成果向上を支援するとともに、モバイルリスティング広告の取引拡大を目的とするものである。

※1 平成21年8月発表、総務省 情報通信政策研究所「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」
※2 次回バージョンアップでは完全自動化に向けた機能拡張を予定

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

第2四半期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

SEO

- **検索結果画面に、より豊かな情報を掲載可能とする“構造化データ”作成をサポート「Decoration SERP（デコレーションサープ）」の提供を開始**

http://www.irep.co.jp/press/release/2010/0204-1607.html

Googleが2009年5月に発表したリッチスニペット※1、Yahoo!JAPANが2009年12月に発表したYahoo!検索プラグイン※2など、Webページのコンテンツの意味をコンピュータが処理できる形式で記述した“構造化データ”を取り込み、検索サービスをより優れたものに変えていく取り組みが、主要な検索エンジンのイニシアチブにより行われている。

例えば、検索結果にユーザのレビュー件数や評価点数（星の数）、人物のプロフィールや料理のレシピ材料など、リンク先ページの一部の情報を整理して表示することで、検索ユーザは求めている情報が含まれているページを素早く見つけ出せるメリットを享受できる。このような検索結果を表示するためには、Webサイトがセマンティックウェブ※3に対応し、構造化データを提供していることが前提となっている。

「Decoration SERP」は、Yahoo!JAPAN、Googleそれぞれに対応する仕様を把握した上で構造化データ作成をサポートし、検索結果に適切な情報を提示するためのコンサルティングを行う。

※3 Webページ内の文字列が何を意味しているかの情報を付加することで、コンピュータやプログラムが効率的に情報を収集・解釈できるようにする構想

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

第2四半期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

SEO

- **検索結果に出なくなってしまった（インデックス削除）等のSEOの緊急事態に対して原因分析と改善施策を提案する「Emergency SEO」サービスの提供を開始**

http://www.irep.co.jp/press/release/2010/0315-1636.html

検索エンジンからWebサイトへの流入確保がマーケティング戦略上、重要なポジションを占めることは既知の通りであり、現在、内製・外注問わず多くの企業がSEO(検索エンジン最適化)に取り組んでいる。

しかし、様々なSEO施策の中でサイト内における施策内容が複雑となり、検索エンジン上で不具合が起きたとしても原因の特定や解明が難しくなってきていることから、「トップページだけが急に検索結果に出なくなってしまった」、「検索エンジンのガイドラインに違反したつもりは無いがインデックスから削除されてしまった」等の問合せが増加している。

「Emergency SEO」は、インデックス削除等のSEOの緊急事態に対処するコンサルティングサービス。発生した事象に対して、問題となっている箇所がどこにあるのかを調査し、原因を究明。調査結果を基に必要な改善施策を具体的に提案する。また、その事象が意図せず検索エンジンガイドラインに抵触している場合※1においても、同様に改善施策を提案する。経過観測が必要なものから単発施策にて対処できるものまで、ケースに応じて対応を可能とすることで、顧客の抱える問題を解決し、新規SEO案件の取引拡大を目的とするものである。

※1 検索エンジンガイドラインに故意に違反していると当社が判断したサイト、当社の定めるお取引基準（公序良俗に反しない等）に該当しないサイトについては、サービス対象外

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

第2四半期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

Flashに対応した最適なモバイルランディングページ制作
「モバイルFlash LPO」サービスの提供を開始

http://www.irep.co.jp/press/release/2010/0119-1603.html

モバイル検索サービスの発達に伴い、モバイル検索市場は拡大の一途を辿っている。モバイルとPCではユーザの特性が異なっており、モバイルサイト用に最適化したランディングページを活用する事で、顧客獲得のチャンスが拡がると想定される。また、従来のテキスト中心のページよりも表現が豊かで直感的なユーザビリティを確立できるFlash Lite※1対応端末の普及率が99%を超え、Flashコンテンツを好むユーザも増加。Flash Liteに対応したモバイルサイト構築は、今後のモバイルマーケティングの重要なポイントであるといえる。

LPO(Landing Page Optimization)とは、ユーザが最初に訪問するページ(ランディングページ)を改善することによって、商品購入や資料請求等の企業が期待するアクションに効率良く結びつけるためのWebサイト改善施策。「モバイルFlash LPO」は、アイレップのLPOロジックに基づいたモバイルランディングページをFlash Liteを利用して構築する。

写真等のビジュアルを活用した直感的な訴求や、モバイルコンテンツのリッチ化によるユーザへのインパクト、先進性、洗練された雰囲気を与えることが可能なため、EC業界や美容業界等、ビジュアルでの訴求が重視される業種での効果が特に期待できる。Flash Liteを活用することによって、ページスクロールのより少ないランディングページを作成できるため、ユーザビリティ改善や成果の向上が期待できる。

※1 携帯端末用の軽量化して開発されたFlashのこと

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

第2四半期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

- **ユーザ行動に基づくLPOコンサルティングサービス「BT※1 LPO」の提供を開始**
  個々のユーザにパーソナライズされたランディングページを表示し、成果を改善
  http://www.irep.co.jp/press/release/2010/0202-1606.html

LPO(Landing Page Optimization)とは、ユーザが最初に訪問するページ(ランディングページ)を改善することによって、商品購入や資料請求等の企業が期待するアクションに効率良く結びつけるためのWebサイト改善施策。既にメールマーケティングや広告の分野で一人一人のユーザにカスタマイズした情報を配信するツールやサービスが登場しているが、近年、ランディングページにおいても訪問者のセグメントに合わせた情報やクリエイティブを配信したいという行動ターゲティング(BT＝ ※1Behavioral Targeting)ニーズが出てきている。

「BT LPO」は、アイレップのLPOロジックと、行動ターゲティングツールを融合することで、ユーザの属性に合わせてパーソナライズしたコンテンツを動的に表示し、従来以上の成果向上を支援するサービス。サイト訪問時に使用したキーワードや、新規訪問／複数訪問、会員／未会員、サイト内閲覧ページ等の情報を参照して訪問者を判定する。BT LPOサービスを利用することで、ユーザの関心事に合わせたクリエイティブを動的に掲載したり、おすすめの商品をレコメンドしたり、リピーター向けのキャンペーン情報を掲載することが可能になる。ユーザの興味の対象や過去の行動履歴に基づいて、最適なクリエイティブをランディングページに表示することで、企業が設定するアクションへの結び付けを高める。

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

第3四半期に向けて

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

- 成果の高いSEM運用やサイト制作を目的とした大規模テキストマイニングツール等の活用
- グローバルSEM領域の提供スキーム構築を目的とした社内組織体制の変更（COO直轄組織）

LPO・サイト制作

- サイト内のユーザビリティ等改善により成果向上を目指すヒューリスティック調査サービスの開発

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

- グループ企業との連携、アフィリエイト領域のソリューション提供力、自社メディア開発力強化を目的とした社内組織体制の変更（COO直轄組織）

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

「ソーシャルメディアポリシー」の策定

- **TwitterやブログSNS（Social Networking Service）をはじめとしたソーシャルメディアの活用指針を定めた、従業員向けの「ソーシャルメディアポリシー（ガイドライン）」を策定**
  http://www.irep.co.jp/press/release/2010/0511-1657.html

ソーシャルメディアの浸透、活用は日々進んでおり、企業としては生活者や顧客との関係を強化するチャンスといえる。また同時に、マーケティング関連業務に携わる従業員にとっても、ソーシャルメディアマーケティングに対するリテラシー向上が非常に重要な課題となっている。

そのような背景からも、ソーシャルメディア上で情報発信する従業員は今後も増加すると考えられるが、一方で、ソーシャルメディア上では誤った振る舞いがすぐに大きな問題に直結する可能性がある。

これらのリスクへの対応として、アイレップは従業員のソーシャルメディア利用についての指針を策定した。自律性や一貫性を持って適切な情報発信行動がなされるよう、従業員教育などを通して遵守に努める。

■ アイレップ　ソーシャルメディアポリシー（ガイドライン）概略　※内容を一部抜粋

1. プロフェッショナルとして振る舞いましょう
2. 法律を順守しましょう
3. 守秘義務を守りましょう
4. 著作権、肖像権（パブリシティ権）を尊重しましょう
5. 誰かを困らせる投稿をしてはいけません
6. 同僚・他人・他社の悪口は避けましょう
6. 同僚・他人・他社の悪口は避けましょう
7. スルー（無視、聞き流す）することも大事です
8. 投稿していいのか判断に迷ったら、同僚や上司に相談してみるのも良いでしょう
9. ミスがあったら、潔く、誠実に、すぐに訂正しましょう
10. 本名・所属を明らかにして投稿するときは、自分自身の意見と、アイレップの立場・戦略・意見を表すものを区別しましょう

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

3 事業概況

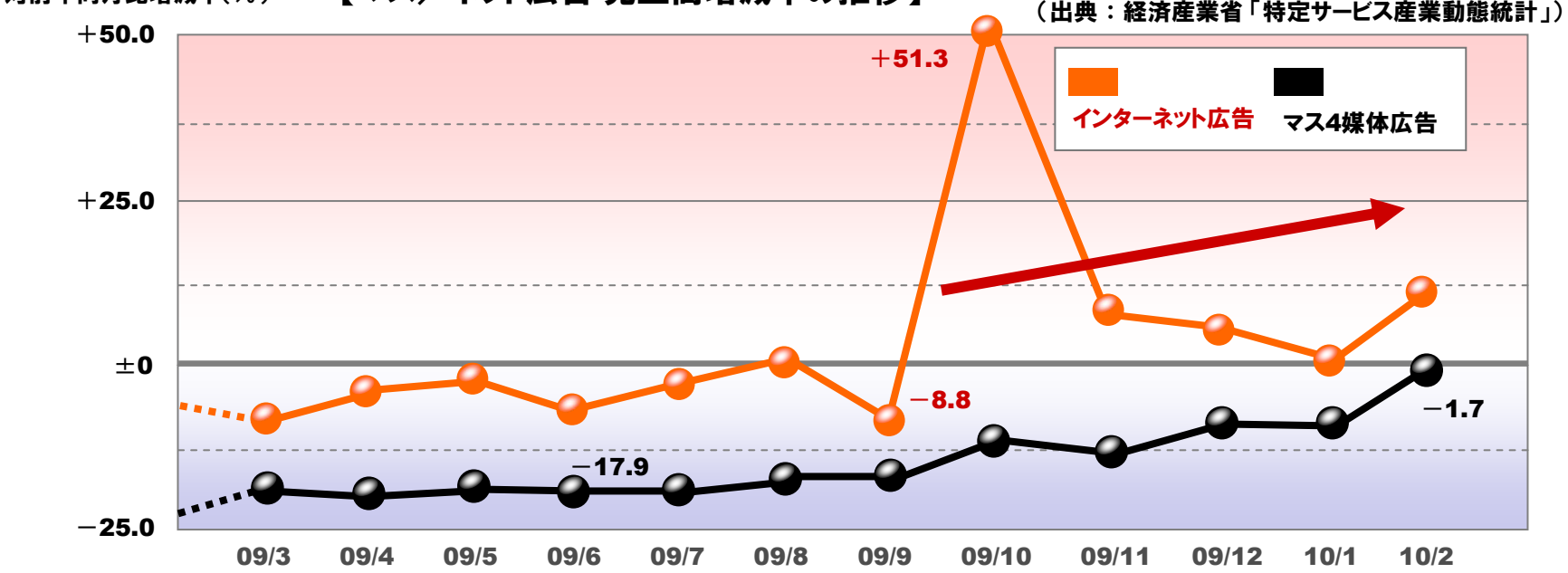
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

広告業全体 および マス／ネットの売上高推移【国内企業全体】

	広告業全体の売上高(百万円)	広告業全体の前年同期比	ネット広告の前年同期比
2008年 10～12月	1,358,522	88.3%	100.8%
2009年 1～ 3月	1,293,539	84.3%	96.8%
4～ 6月	1,105,017	82.5%	95.6%
7～ 9月	1,118,537	84.5%	96.0%
10～12月	1,189,123	86.8%	120.9%

【マス／ネット広告 売上高増減率の推移】

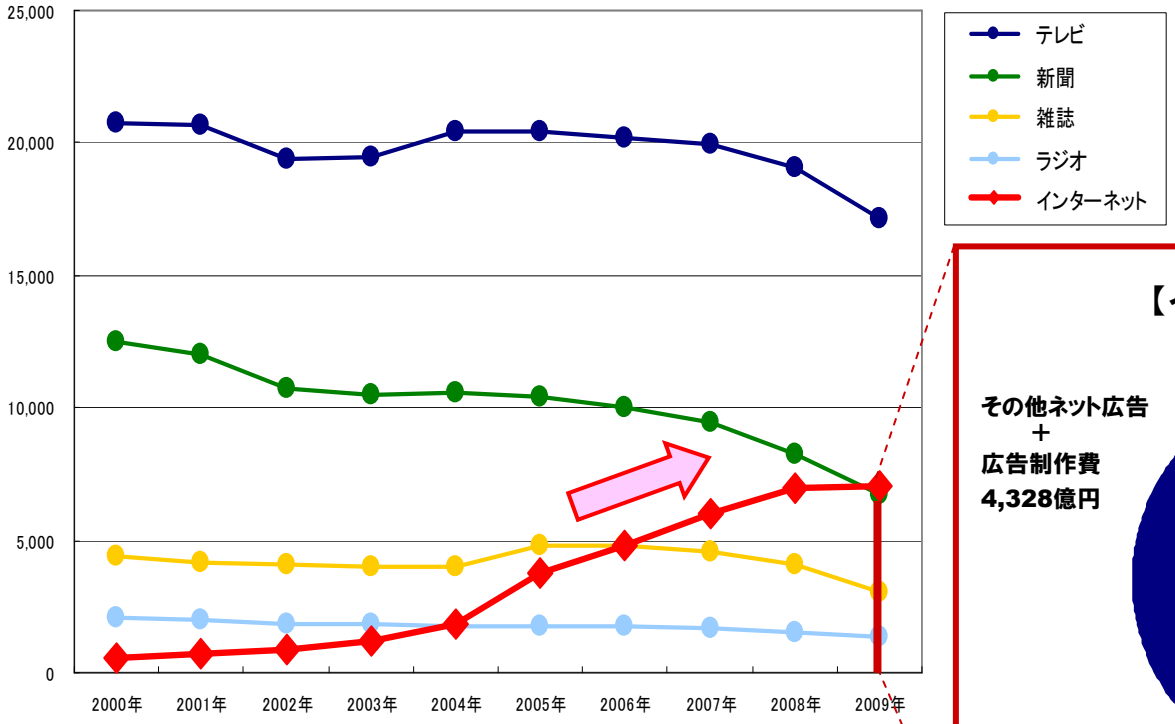
（出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計」）



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

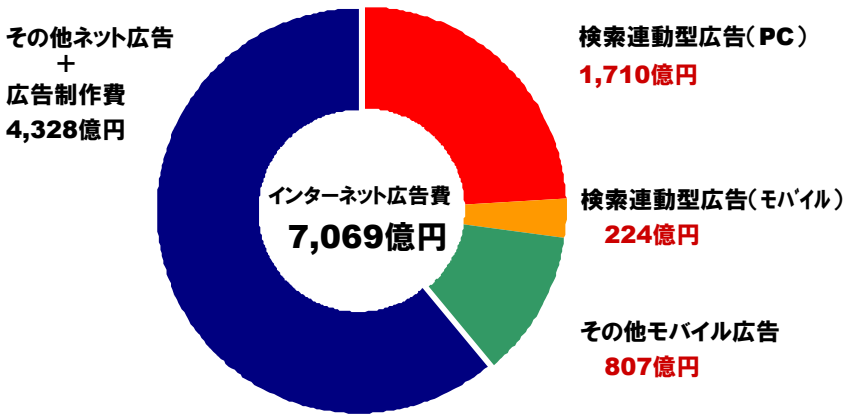
媒体別広告費 および インターネット広告費の内訳【国内企業全体】

【媒体別広告費（2000年～2009年）】



（出典：電通「2009年（平成21年）日本の広告費」）

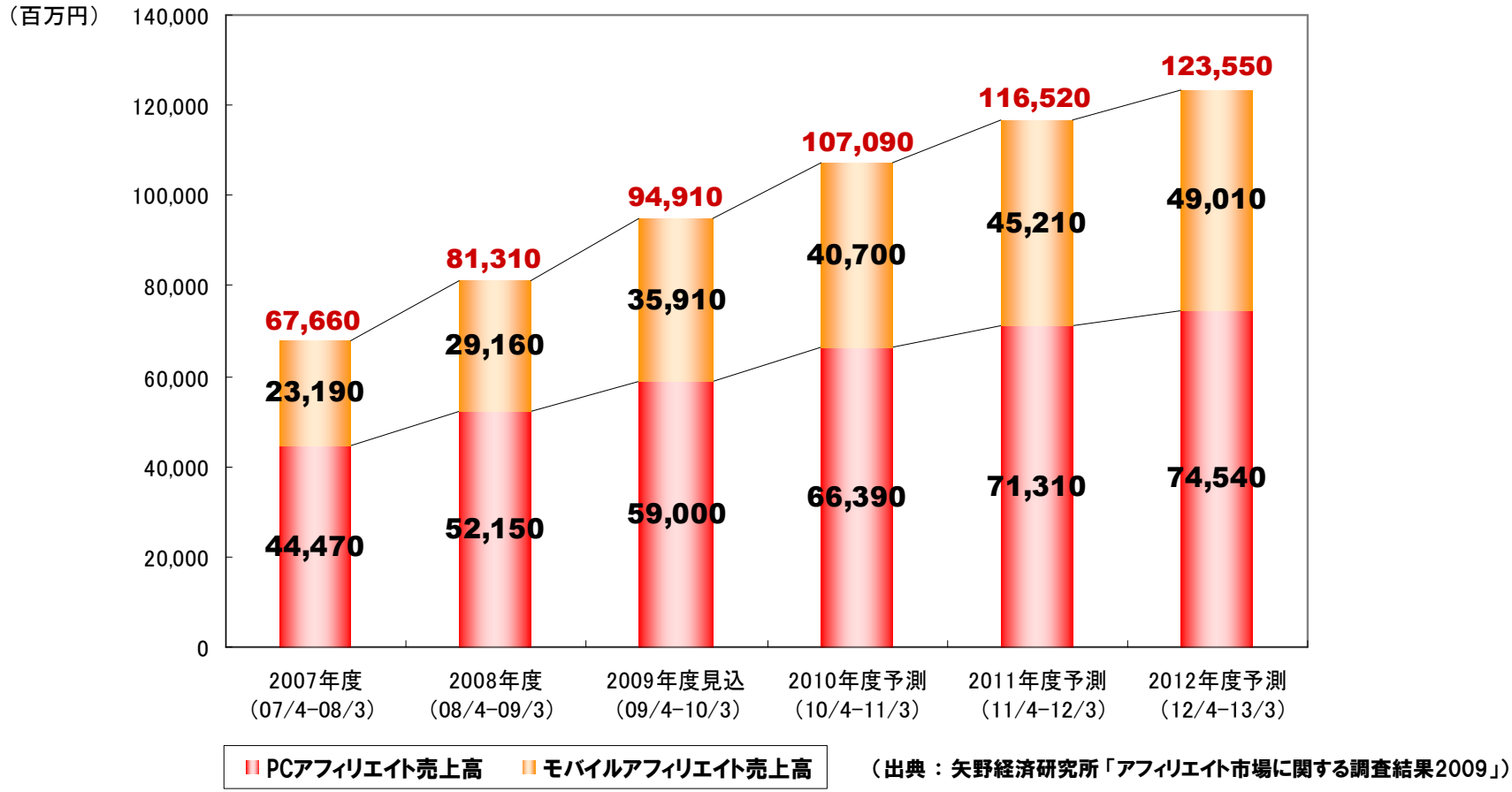
【インターネット広告費（2009年）】



「検索連動型 ＋ モバイル」広告は、2,741億円（ネット広告の約40%）まで成長

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

アフィリエイト広告の市場規模予測【国内企業全体】

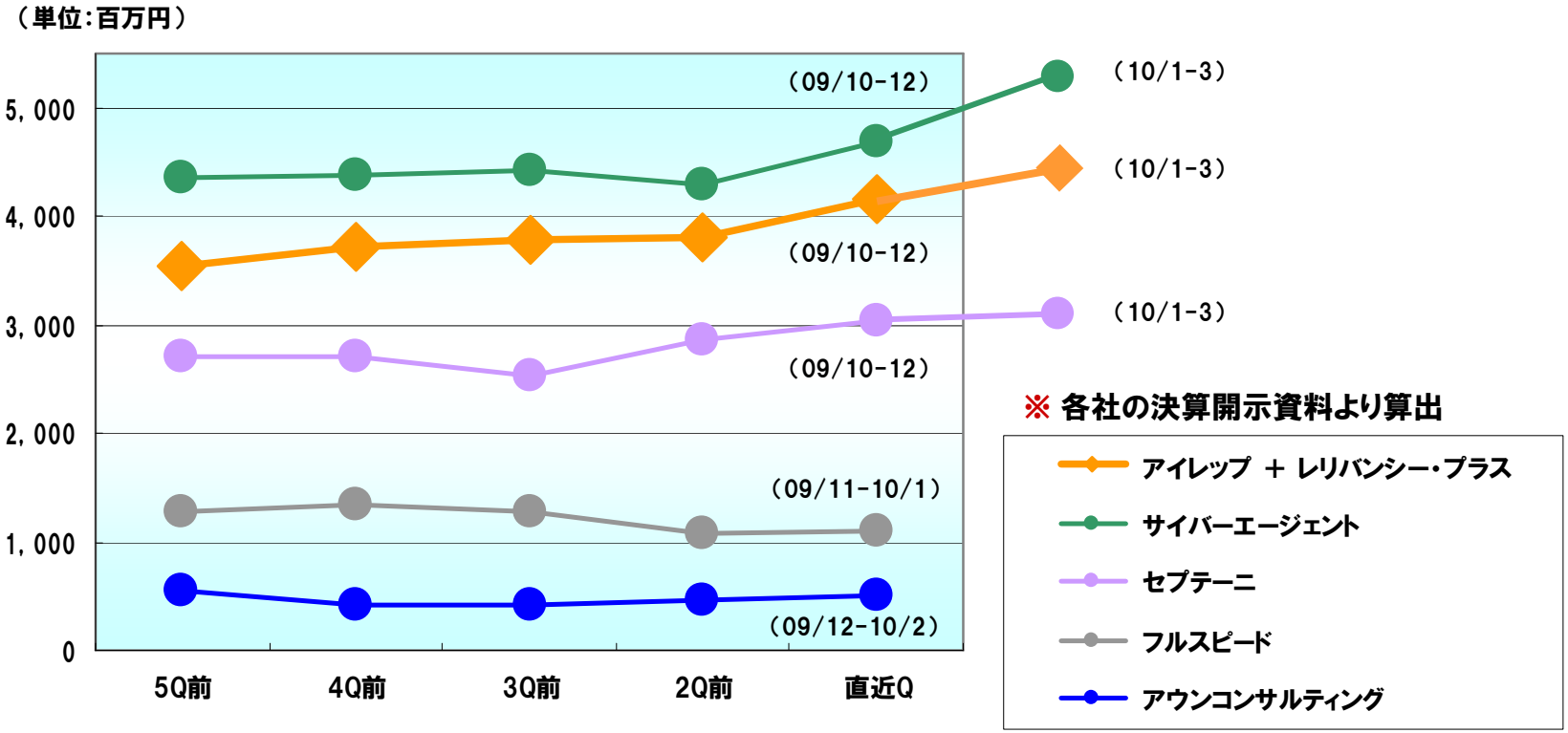


（出典：矢野経済研究所「アフィリエイト市場に関する調査結果2009」）

「アフィリエイト市場」は、**2010年度に 1,000億円**を超える見込。
今後は、質（効果）向上のため、**「コンサルティング」**や**「マッチング」**の重要性が増す

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

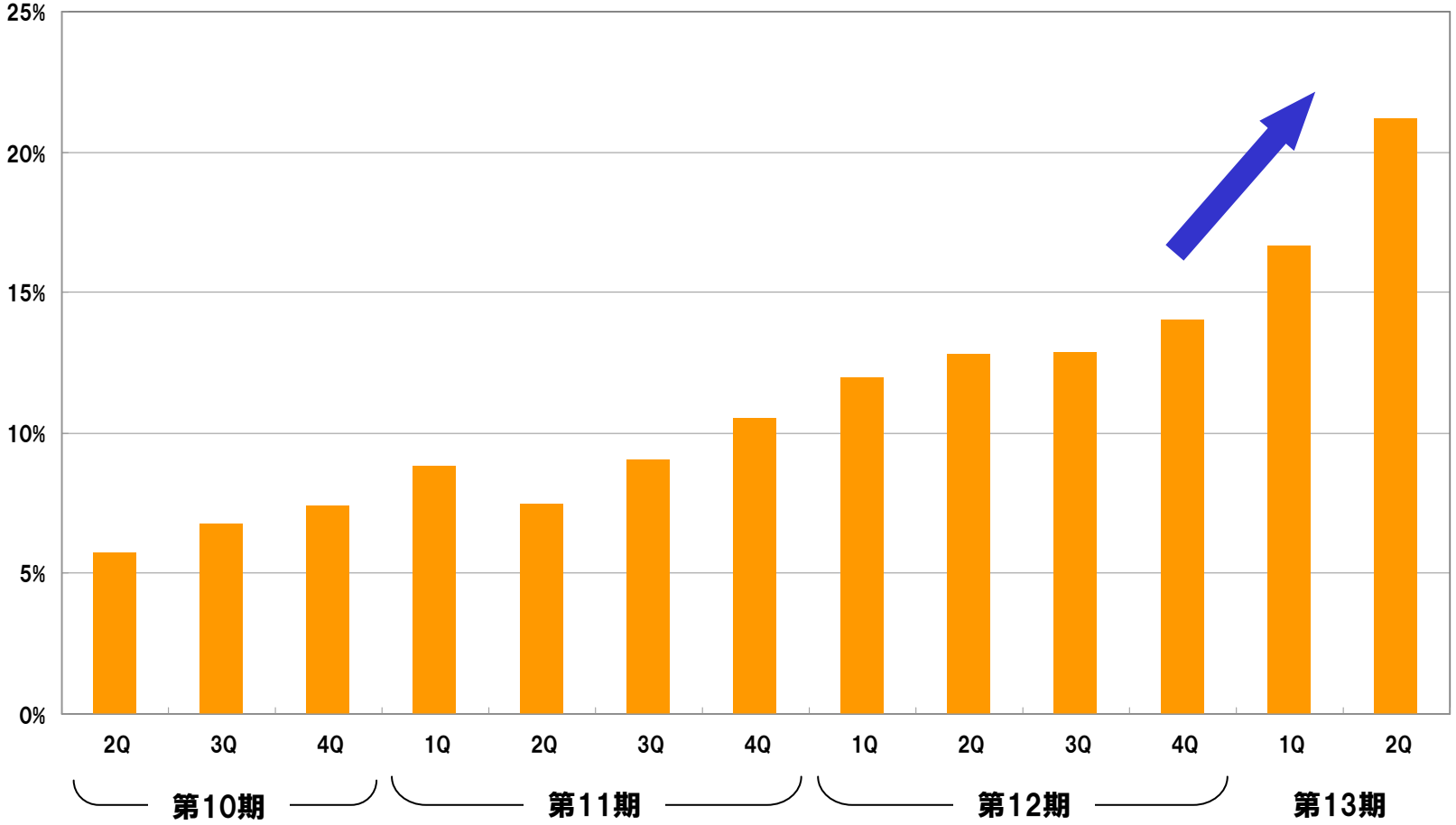
リスティング広告の売上比較（PC ＋ モバイル）



- 「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**
- 景況感の改善に伴い、各社とも増額傾向

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）



- PCリスティング広告の売上が微増に留まる一方、モバイル広告予算の増額等により、モバイルリスティング広告の売上比率が、大きく向上

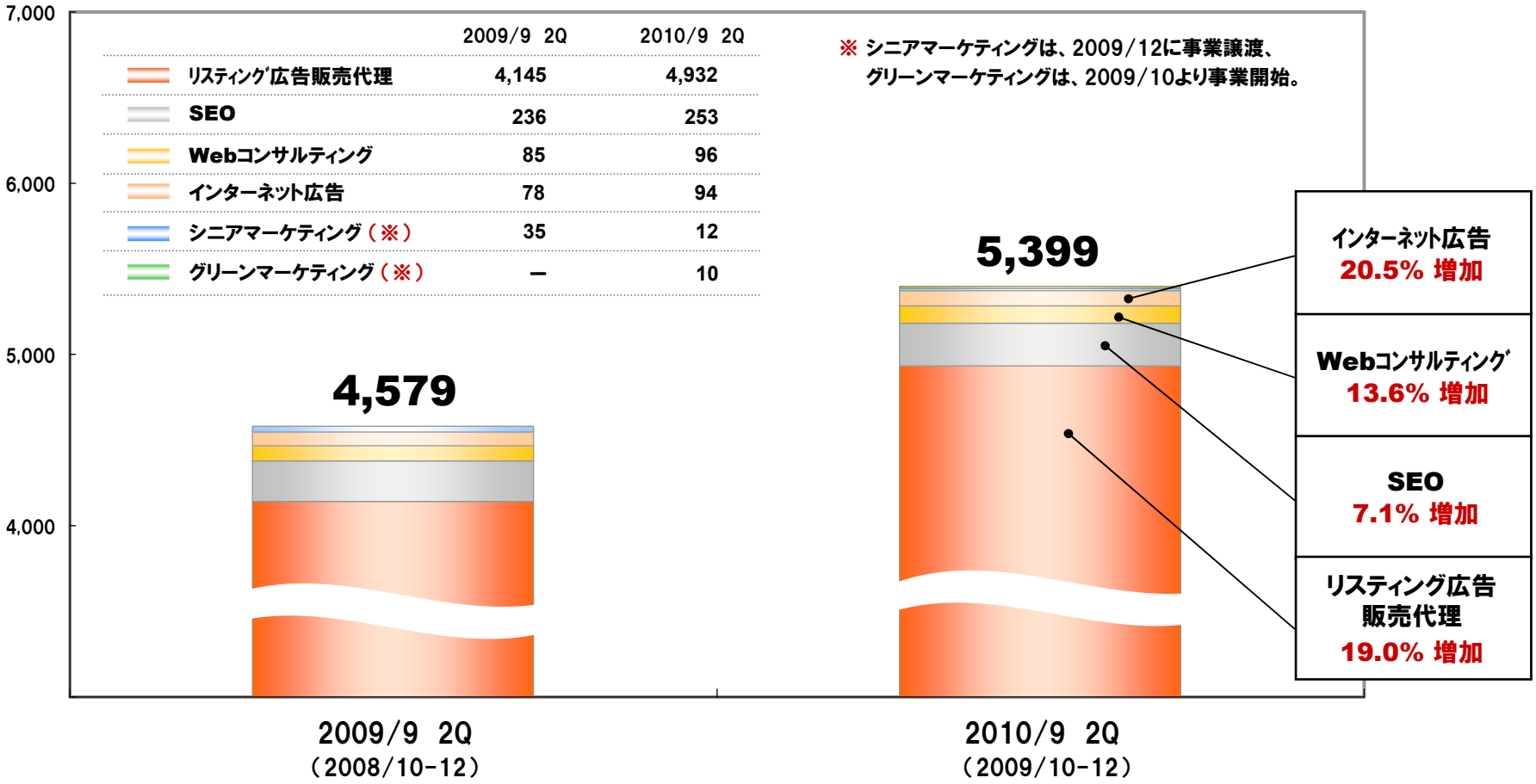
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

サービス別売上高（前年同期比）

（単位：百万円）

	2009/9 2Q	2010/9 2Q
リスティング広告販売代理	4,145	4,932
SEO	236	253
Webコンサルティング	85	96
インターネット広告	78	94
シニアマーケティング（※）	35	12
グリーンマーケティング（※）	―	10

※ 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。



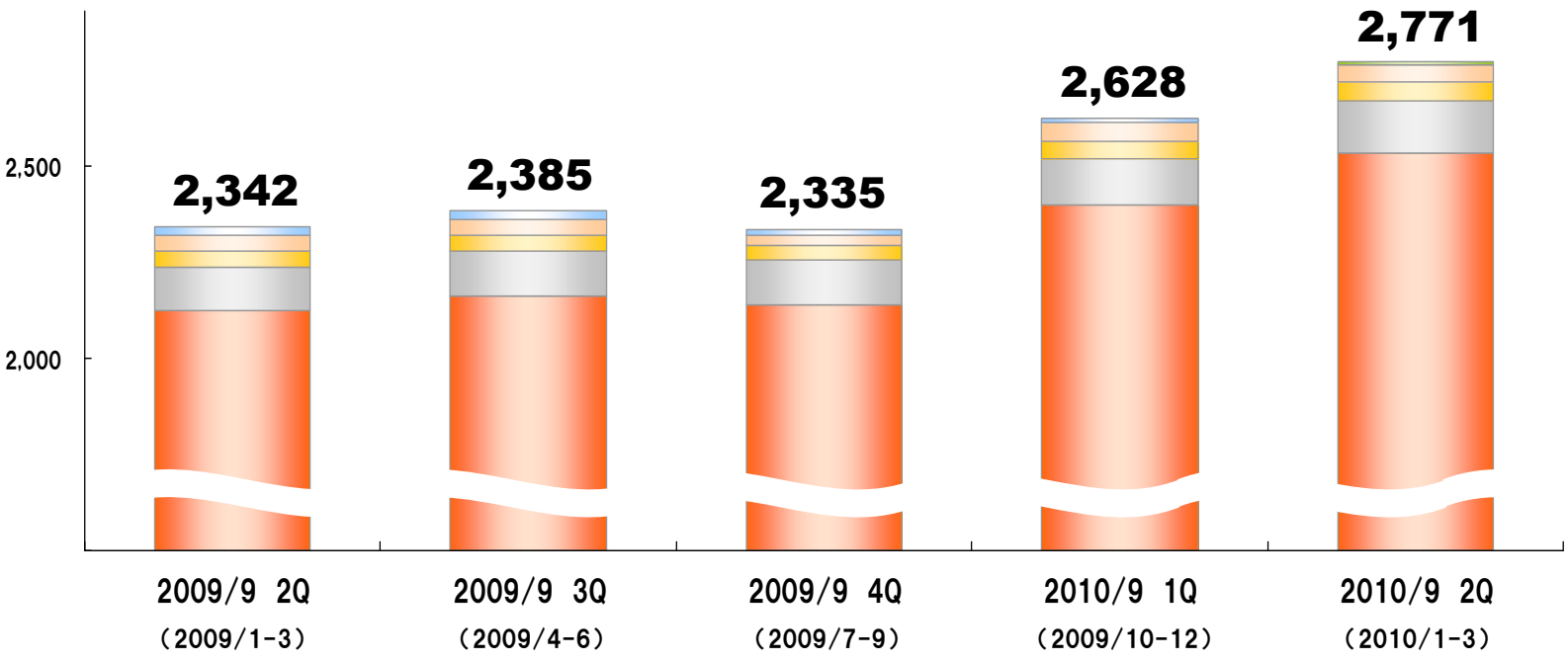
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

サービス別売上高の推移（四半期）

（単位：百万円）

	2009/9 2Q	2009/9 3Q	2009/9 4Q	2010/9 1Q	2010/9 2Q
ﾘｽﾃｨﾝｸﾞ広告販売代理	2,122	2,162	2,137	2,398	2,534
SEO	115	114	117	119	133
Webコンサルティング	41	43	38	46	50
インターネット広告	41	41	26	48	45
シニアマーケティング（※）	21	23	14	12	―
グリーンマーケティング（※）	―	―	―	1	8

※ 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。

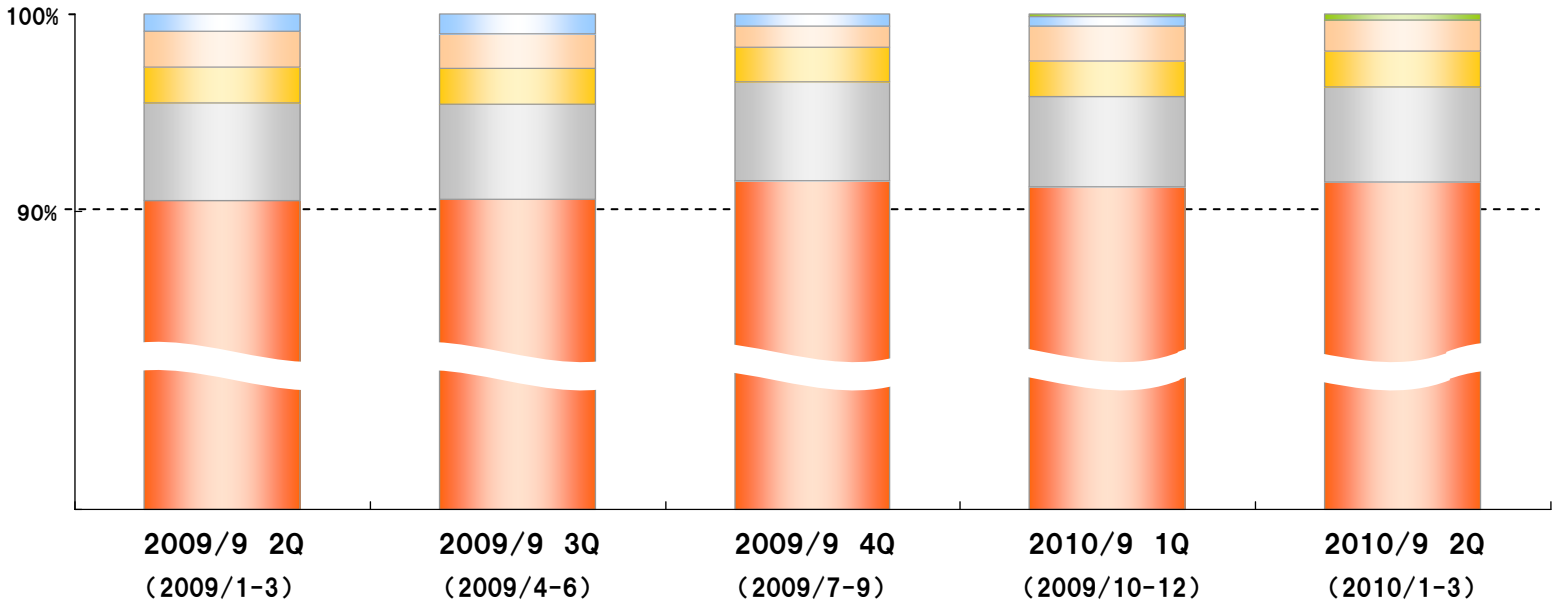


Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

サービス別売上構成比の推移（四半期）

	2009/9 2Q	2009/9 3Q	2009/9 4Q	2010/9 1Q	2010/9 2Q
リスティング広告販売代理	90.6%	90.6%	91.6%	91.3%	91.5%
SEO	4.9%	4.8%	5.0%	4.5%	4.8%
Webコンサルティング	1.8%	1.8%	1.7%	1.8%	1.8%
インターネット広告	1.8%	1.8%	1.1%	1.8%	1.6%
シニアマーケティング（※）	0.9%	1.0%	0.6%	0.5%	－
グリーンマーケティング（※）	－	－	－	0.1%	0.3%

※ 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。

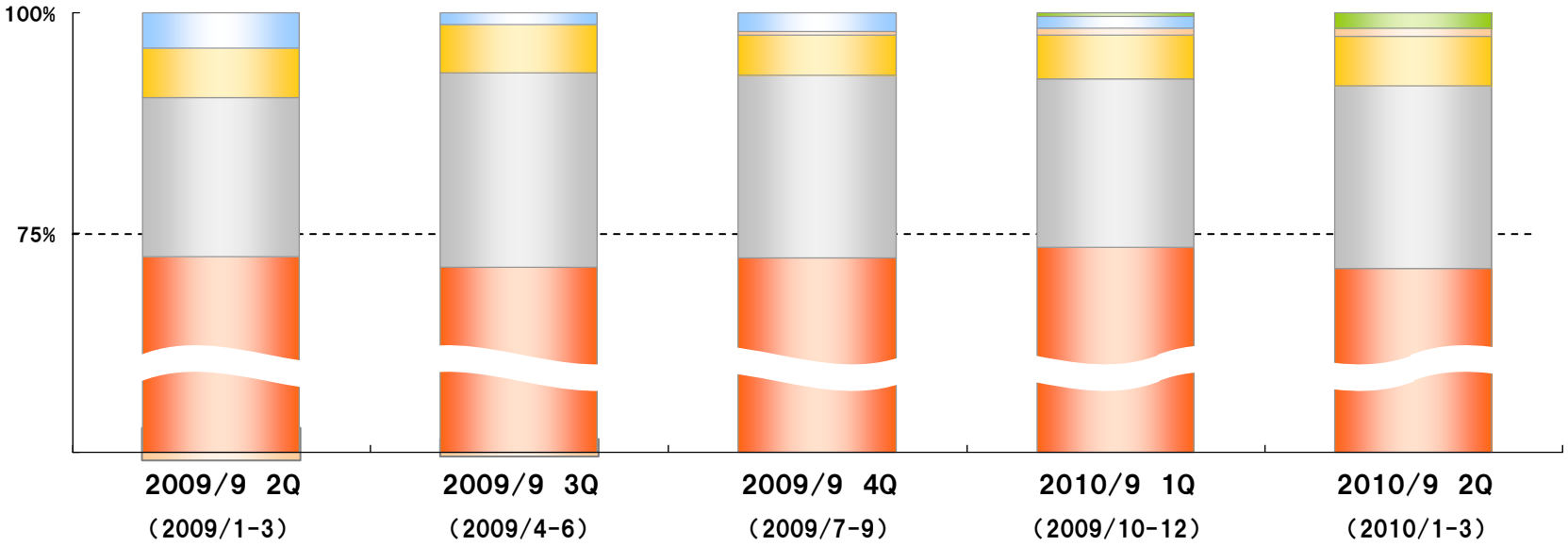


Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

サービス別粗利構成比の推移（四半期）

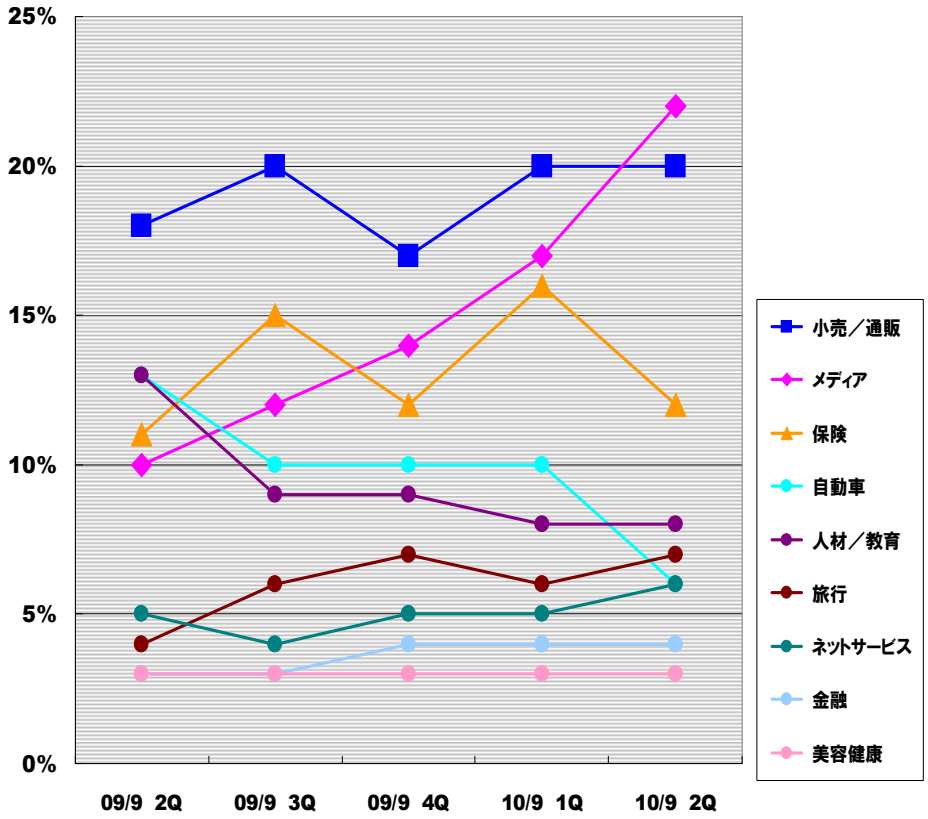
	2009/9 2Q	2009/9 3Q	2009/9 4Q	2010/9 1Q	2010/9 2Q
ﾘｽﾃｨﾝｸﾞ広告販売代理	73.0%	71.2%	72.1%	73.3%	70.9%
SEO	18.3%	22.3%	20.8%	19.2%	20.8%
Webコンサルティング	5.7%	5.5%	4.6%	5.0%	5.6%
インターネット広告	▲1.0%	▲0.3%	0.4%	0.7%	0.9%
シニアマーケティング（※）	4.0%	1.3%	2.1%	1.4%	－
グリーンマーケティング（※）	－	－	－	0.4%	1.8%

※ 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 2Q	2009/9 3Q	2009/9 4Q	2010/9 1Q	2010/9 2Q
メディア	10%	12%	14%	17%	22%
小売／通販	18%	20%	17%	20%	20%
保険	11%	15%	12%	16%	12%
人材／教育	13%	9%	9%	8%	8%
旅行	4%	6%	7%	6%	7%
自動車	13%	10%	10%	10%	6%
ネットサービス	5%	4%	5%	5%	6%
金融	3%	3%	4%	4%	4%
美容健康	3%	3%	3%	3%	3%
その他	20%	18%	19%	11%	12%

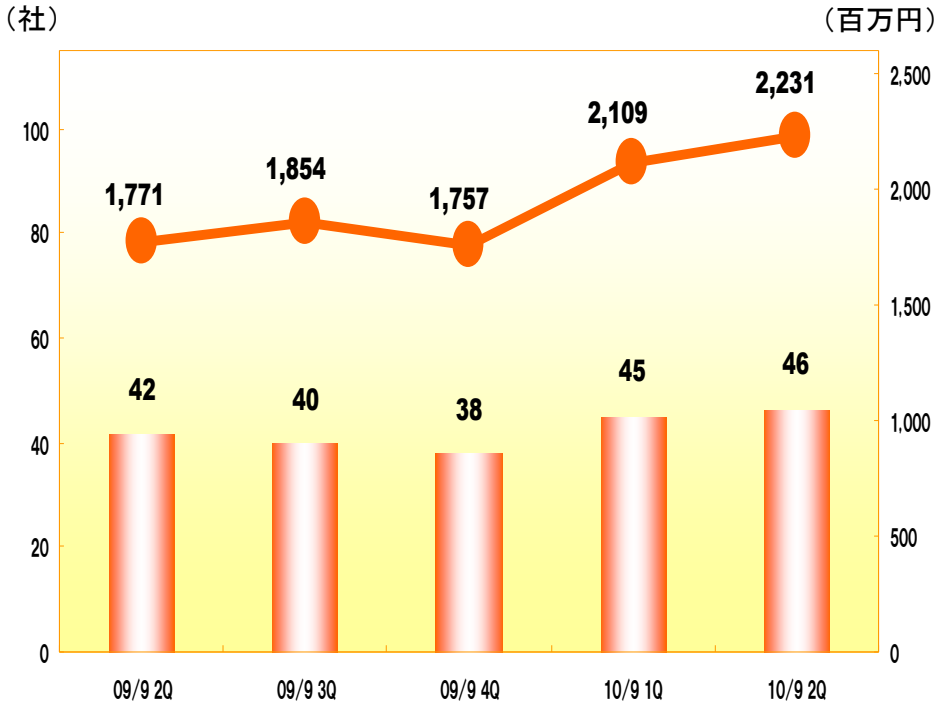
- 「メディア」が金額増加に伴い、初の首位に。他の業種も軒並み増額
- 一方、「保険」「自動車」は大口顧客の金額減少に伴い、割合が大きく下落

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

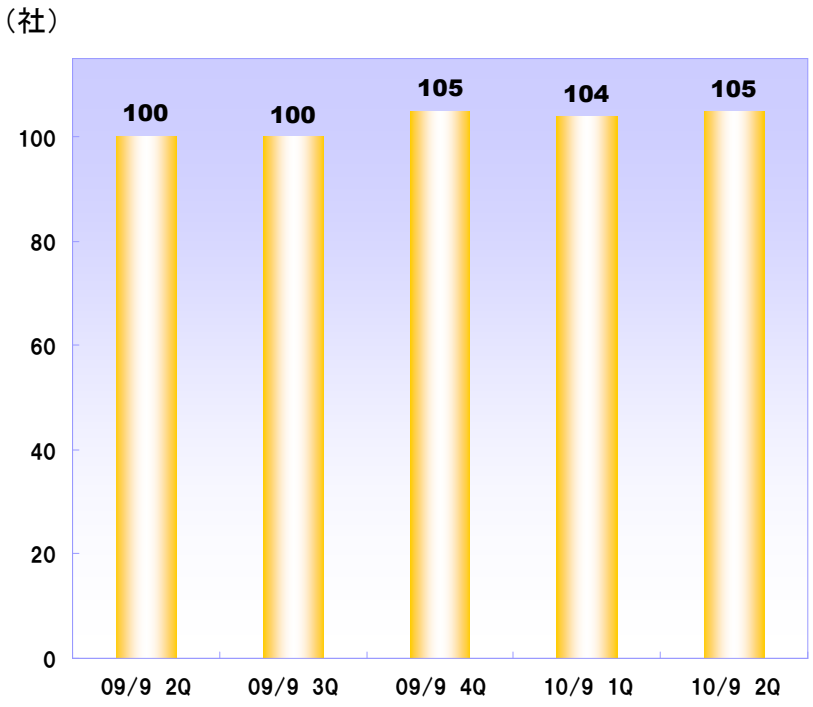
※大口顧客の定義＝四半期売上1,000万円以上の顧客



金額は、「メディア」「小売／通販」が大きく増加。
大口顧客数は、各業種とも大きな変動無し

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

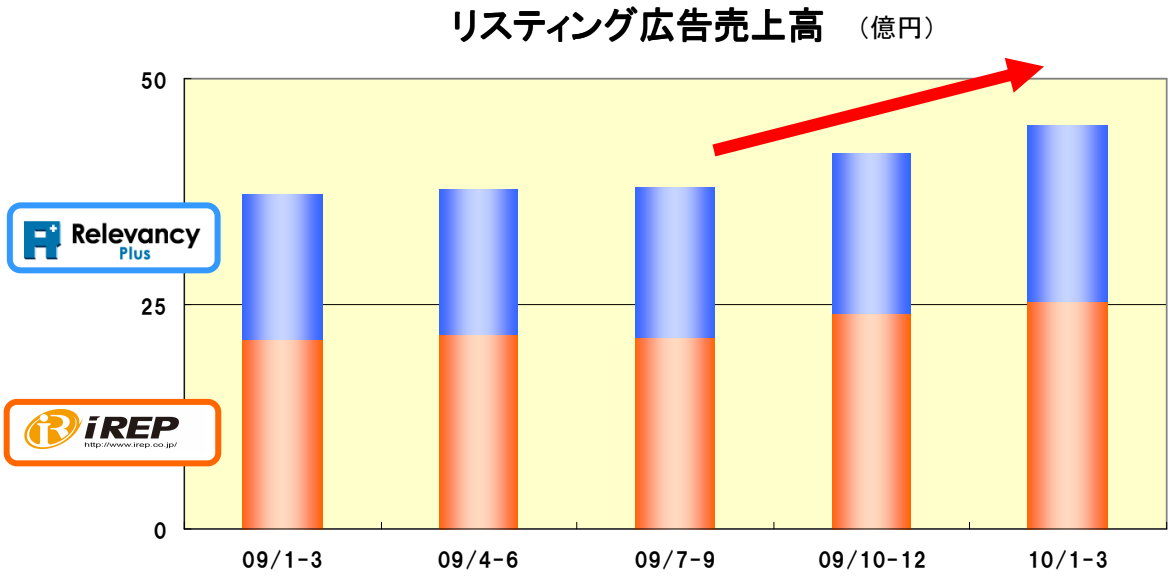


業種に偏りなく、10数社の入れ替わりあり。
ナショナルクライアント数は、堅調に推移

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3,430千円**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、2四半期連続で大きく増加。合計金額は、約45億円に**
- ナショナルクライアントの**「Searchへの予算シフト・増額傾向」**が顕著に



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
  （実際に売上に繋がった分の「成果報酬モデル」）

- 第2四半期は、3ヶ月連続で営業黒字
  （四半期売上 8,326千円、営業利益率 37.5%）

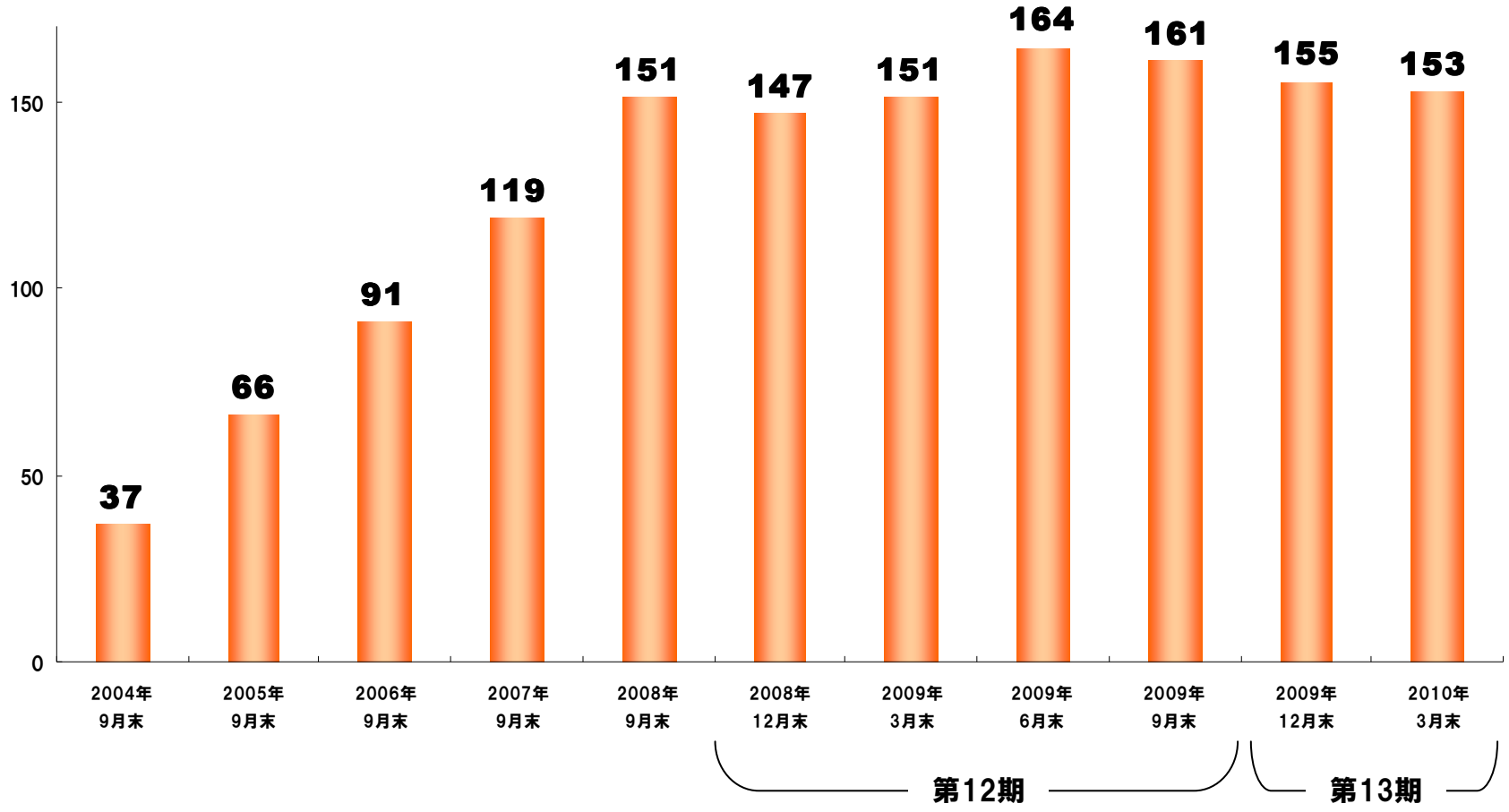
- 累計で796千円の営業赤字ながら、黒字化が視野に

- 太陽光発電市場の活況は続く（補助金も継続）が、
  販売市場の競争は激化

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.

4 （参考資料）2011年の検索・マーケティング業界について

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

4.（参考資料）2011年の検索・マーケティング業界について

ターニングポイントを迎えた「2011年の検索・マーケティング業界」

1 複雑・高度化するターゲティング広告

- インタレストベース広告、リマーケティング、レーティング方式（米国）
- 媒体社からの詳細なレポート表示により、深い検索行動の分析も可能に

➡ データ分析の伴わない、「単純なオペレーションで進める代理店は、困難」に

2 リアルな生活に密着した情報が探せる、検索技術・サービスの登場

- リアルタイム検索やソーシャル検索の登場
- 日本にフォーカスしたウェブスパム対策

➡ 「クチコミ、ソーシャルメディアを理解したうえでのSEM提案」が要求される時代に

3 10年以上続いてきた、検索結果画面の改革

- ウェブページのリンクを示す「10本の青いリンク」の終焉
- 「候補」から「答え」へ、「リンクの集まり」から「メディア」へ

➡ ウェブページだけでなく、「デジタルコンテンツの最適化」へ

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 青山ファーストビル
設　立	1997年11月
資本金	5億3,789万円 （2010年3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。
2010年	福岡営業所開設。

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.

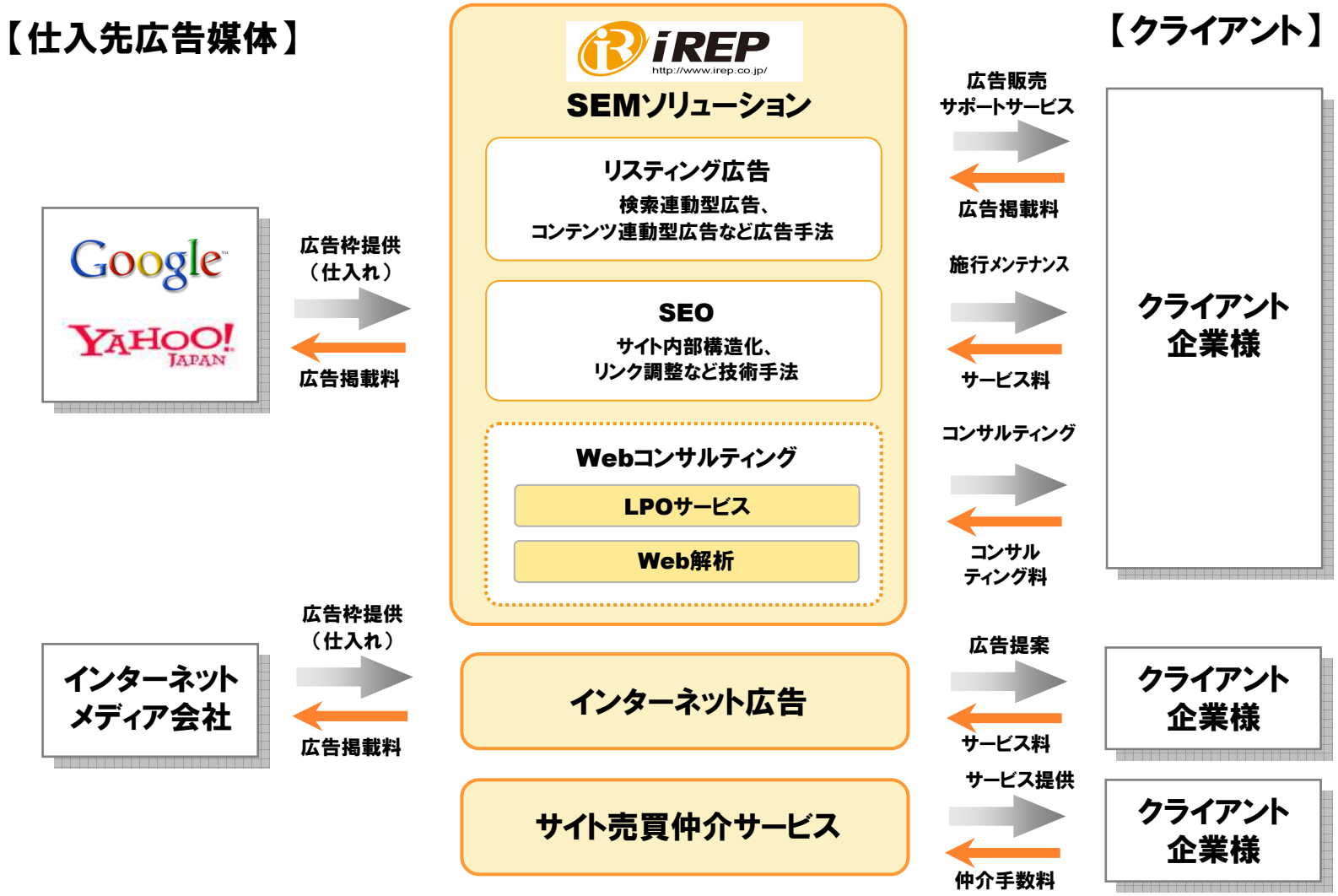
SEM（検索エンジンマーケティング）の概略

「Yahoo!リスティング広告」
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。

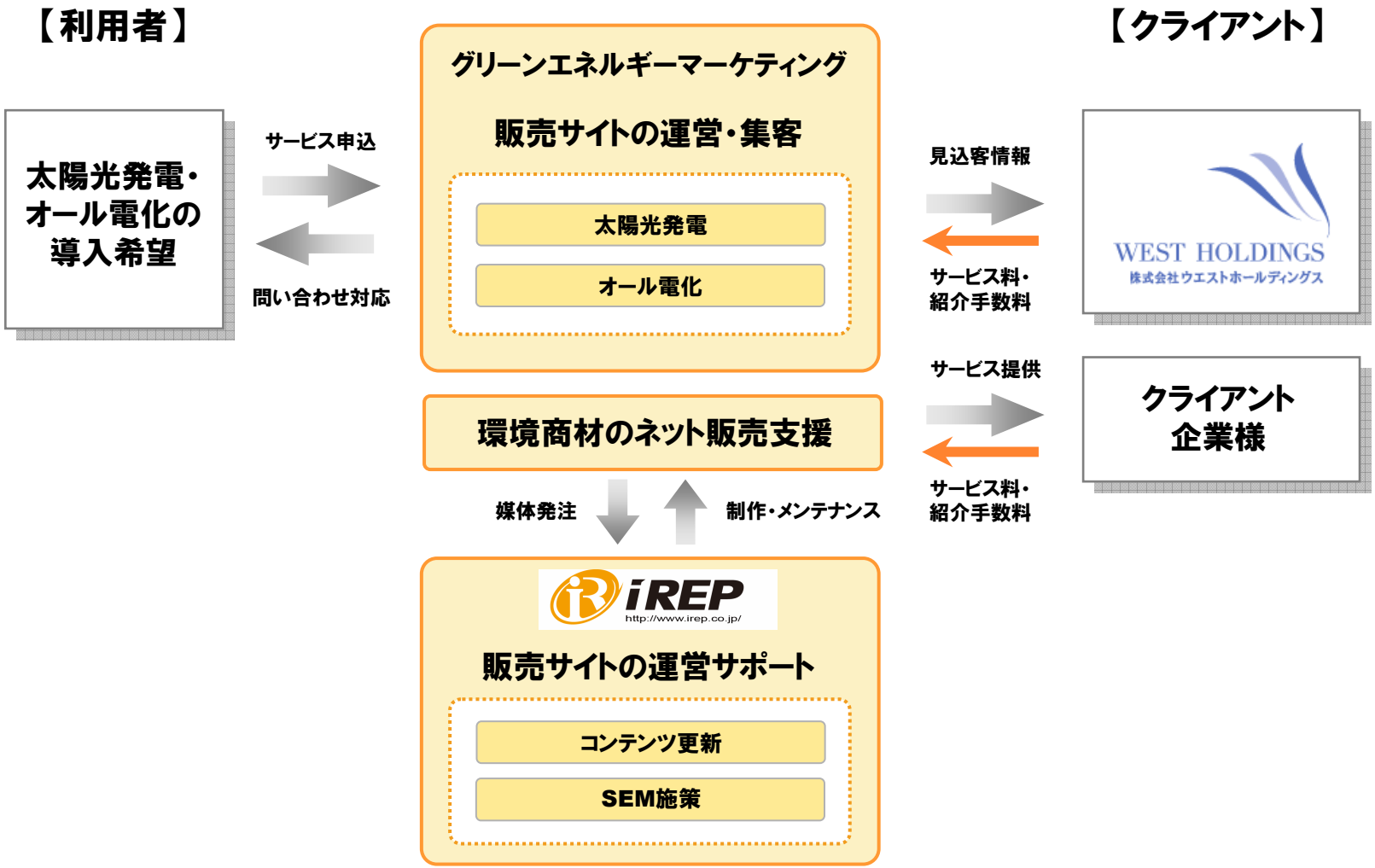
Copyright(C) 1997-2010 IREP CO.,LTD. All Rights Reserved.

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.