# 株式会社アイレップ 2012年9月期 決算説明資料

(2011年10月1日~2012年9月30日)



#### 目次



- 1. 連結決算概要
- 2. 今期業績予想
- 3. 中期経営計画(ローリングプラン)

本資料に記載された意見や予測などは、現時点で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。

2011年1月1日付で子会社化した株式会社レリバンシー・プラスは、2011年9月期第2四半期決算より連結対象となっております。このため、2011年9月期決算には、同社決算の9ヶ月分を取り込んでいます。

#### IRに関するお問い合わせ窓口

TEL:03-3596-8700 FAX:03-3596-8145 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/ SEO情報サイト http://www.alphaseo.jp/



## 1. 連結決算概要

(2011年10月1日~2012年9月30日)

#### 1. 連結決算概要 ①2012/9月期業績ハイライト



• 売上高・営業利益・当期純利益とも、過去最高を更新

**売上高**:377.6億円 (前期比:51.1%增加) **営業利益**: 9.2億円 (前期比:21.5%増加)

• 優位性の高まりにより、広告ビジネスが飛躍的に拡大

リスティング広告: 334.1億円 (前期比:49.1%増加)

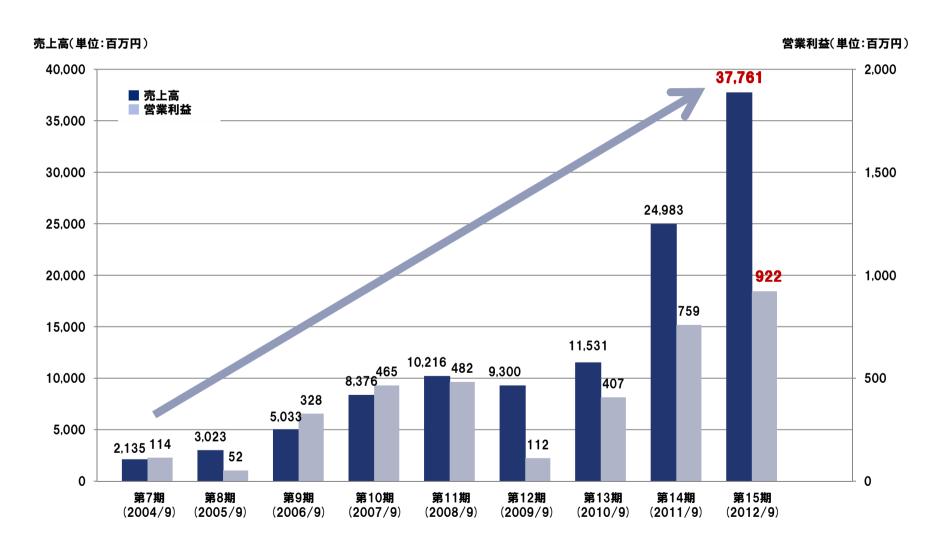
インターネット広告: 27.1億円 (前期比:2.5倍)

• 高い利益成長により資本効率も上昇し、ROEは過去最高に

ROE:21.3% (前期比:2.2pt上昇)

### 1. 連結決算概要 ②連結売上高・営業利益の推移





### 1. 連結決算概要 ③主要指標



(単位:百万円)

	(半位・日力				(単位:日万円)
	2011年9月期	2012年9月期	増減率	2012年9月期 通期計画 上段:2012年5月8日発表 (下段:2011年11月14日発表)	2012年9月期 通期達成率 上段: 2012年5月8日発表 (下段: 2011年11月14日発表)
売上高	24,983	37,761	51.1%	<b>34,914</b> (30,150)	108.2% (125.2%)
営業利益	759	922	21.5%	<b>924</b> (858)	<b>99.8</b> % (107.5%)
経常利益	767	930	21.2%	<b>929</b> (860)	100.1% (108.1%)
当期純利益	426	579	35.8%	520 (442)	<b>111.3</b> % (130.9%)
EPS*	15,732円	21,260円	35.1%	19,077円 (16,212円)	111.4% (131.1%)
ROE	19.1%	21.3%	2.2pt	_	_
配当※	1,500円	3,000円 うち、記念配当 1,500円	2倍	_	_

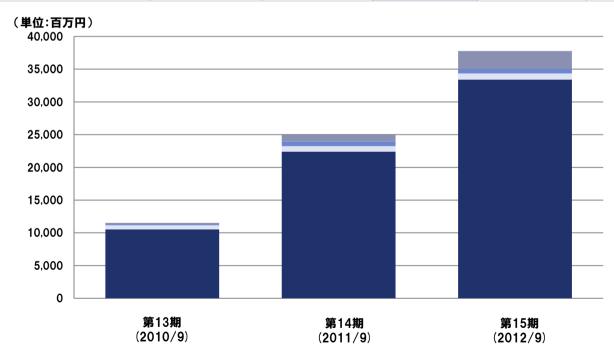
※2012年9月30日の株式分割前の数値としております。

### 1. 連結決算概要 ④サービス別連結売上高推移



(単位:百万円)

	2010年9月期	2011年9月期	2012年9月期	增減率 (2011/2012)	構成比 (2012年9月期)
■ リスティング広告販売代理	10,531	22,412	33,416	49.1%	88.5%
■ SEO	628	832	926	11.2%	2.5%
■ Webコンサルティング	203	687	702	2.1%	1.8%
■ インターネット広告	136	1,047	2,716	2.5倍	7.2%
■その他	32	3	0	_	_



#### 1. 連結決算概要 ⑤バランスシート(サマリー)



# 事業の拡大に伴って、現金、受取手形及び売掛金、買掛金が増加また本社移転により、有形固定資産が増加

(単位:百万円)

	2011年9月期	2012年9月期	増減率				
流動資産	5,604	8,507	51.8%				
現金及び預金	1,548	2,488	60.7%				
受取手形及び売掛金	3,919	5,693	45.2%				
固定資産	788	922	17.0%				
有形固定資産	40	278	5.9倍				
無形固定資産	77	169	119.4%				
投資その他の資産	670	473	-29.4%				
資産合計	6,393	9,429	47.4%				
流動負債	3,852	6,477	68.1%				
買掛金	2,909	5,116	75.8%				
短期借入金	200	200	0.0%				
固定負債	47	1	-97.8%				
負債合計	3,900	6,478	66.1%				
株主資本	2,380	2,923	22.8%				
資本金	545	547	0.3%				
利益剰余金	1,343	1,882	40.1%				
純資産合計	2,492	2,951	18.4%				
負債純資産合計	6,393	9,429	47.4%				



## 2. 今期業績予想

(2012年10月1日~2013年9月30日)

#### 2. 今期業績予想



#### 中長期の飛躍的な成長を見据えた事業基盤確立の時期 事業投資を優先し、ベースの配当は据え置き

(単位:百万円)

	2012年9月期 実績	2013年9月期 予想	増減率
売上高	37,761	41,550	10.0%
営業利益	922	1,024	11.1%
経常利益	930	1,027	10.4%
当期純利益	579	617	6.5%
EPS*	42.52円	45.15円	6.1%
ROE	21.3%	約20%	_
配当※	6円 うち、記念配当3円	3円	-50%

※2012年9月30日の株式分割を考慮しております。



## 3. 中期経営計画(ローリングプラン)

(2011年11月17日発表)

#### 3. 中期経営計画 ①定量目標



# 連結売上高について、2013年9月期の目標350億円を1年前倒しで達成前回発表数値をローリング

#### 【前回発表数値(2011年11月17日付)】

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2012年9月期(予想)※	34,914	924	929	520
	前倒 37,761	922	930	579
2013年9月期(目標)	35,002	1,029	1,030	608
2014年9月期(目標)	38,000	1,300	1,310	773

<sup>※2011</sup>年5月8日付「平成24年9月期第2四半期累計期間業績予想と実績値の差異及び通期業績予想の修正に関するお知らせ」 にて公表した上方修正後の業績予想



#### 【ローリング数値】

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2012年9月期(実績)	37,761	922	930	579
2013年9月期(予想)	41,550	1,024	1,027	617
2014年9月期(目標)	46,000	1,219	1,222	758
2015年9月期(目標)	52,000	1,456	1,459	904

#### 3. 中期経営計画 ②戦略概要



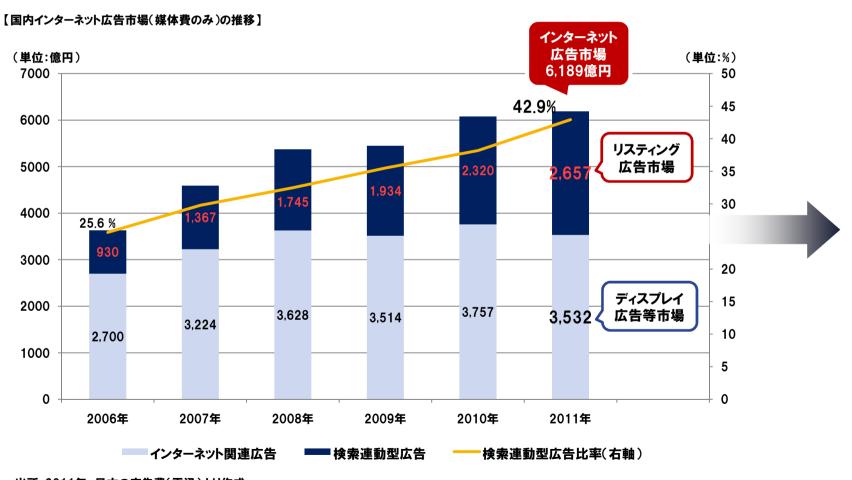
基本は、2011年11月17日付で発表した方針を踏襲 事業の進捗に沿って、一部改編

- 1 SEM国内代理店トップからSEMグローバルファームへの進出
  - 1)既存市場の強化
    - >提供サービスの品質を高め、クライアントのROIを高める
    - >グループ企業と連携し、ナショナルクライアントへのアプローチを強化等
  - 2)新市場の開拓
    - >中堅・中小企業との取引拡大 ·・(株) ロカリオを設立
    - >グローバル事業の展開 ・・(株)フロンティアデジタルマーケティング、lab+(ラボプラス)との協働
- ② サーチマーケティングの専門家からデジタルマーケティングの専門家への転換
  - 1)デジタルマーケティングプラットフォーム「Marketia(マーケティア)」の進化
  - 2) R&Dの強化
  - 3)解析技術の保持発展

#### 3. 中期経営計画 ③市場環境



#### インターネット広告市場は順調に推移

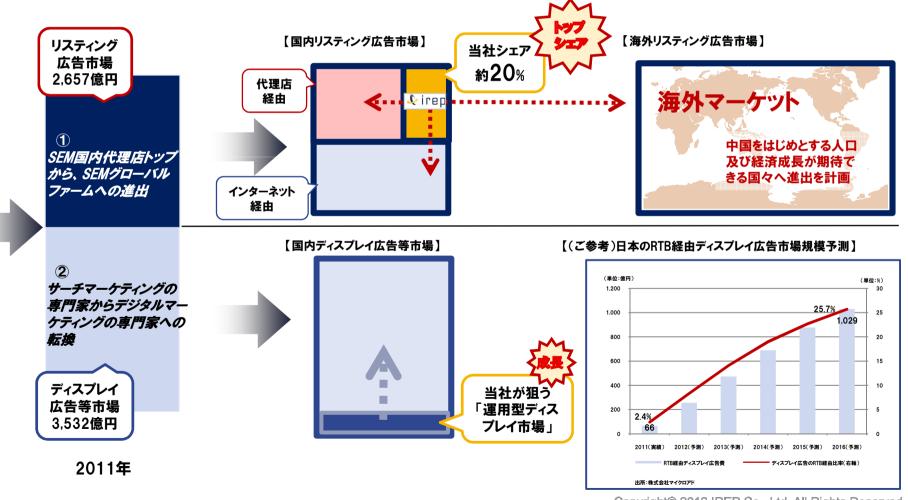


出所:2011年 日本の広告費(電通)より作成

### 3. 中期経営計画 ④当社の取り組み領域 1



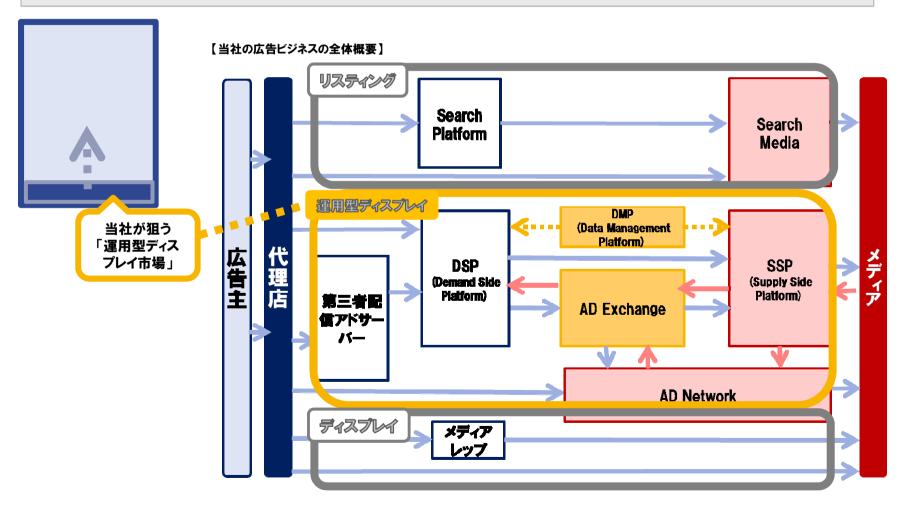
リスティング広告では、既存市場の深堀とともに取り組み領域を拡大ディスプレイ広告等市場では、成長が期待できる「運用型ディスプレイ市場」へ積極アプローチ



### 3. 中期経営計画 ④当社の取り組み領域 2



「運用型ディスプレイ市場」は、配信方法がとても複雑 それぞれのプラットフォームの特性を深く理解し、マーケティング施策へと統合する必要がある



### 3. 中期経営計画 ④当社の取り組み領域 3



配信方法の複雑化に加えて、ユーザー行動の変化や広告技術の進化がもたらすビッグデータ化 これらすべてを統合して運用に活かすニーズが顕在化

• ユーザー行動の変化

>スマートフォン等のデバイスの多様化 >ソーシャルメディアの台頭

• 広告技術の進化

>ユーザーターゲット手法の多様化 >広告効果測定方法の進化





「統合管理」「広告技術の知識」「ユーザーデータの保持」が運用型ディスプレイ広告市場で勝ち抜くカギ

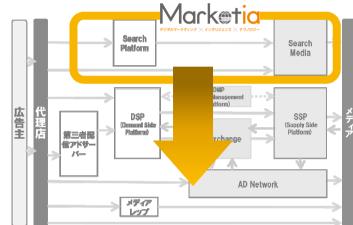
# 3. 中期経営計画 **5戦略**: サーチマーケティングの専門家から



• デジタルマーケティングプラットフォーム

「Marketia(マーケティア)」の進化

- > 統合化ニーズにこたえる「Marketia」
- > 現在、「リスティング広告」の統合管理において 優れたパフォーマンスを発揮
- > 今後、「運用型ディスプレイ広告」も含めた インターネット広告の全領域をカバー



#### • R&Dの強化

- >SEM総合研究所やlab+(ラボプラス)といった基礎研究部隊が中心となって、 国内外の主要動向をウォッチ
- >R&D部門と連携して、市場動向に合わせた素早いサービス化を目指す
- 解析技術の保持・発展

>ターゲティングにおいて重要なユーザー行動の遷移等のデータ取得と解析技術の保持

#### 3. 中期経営計画 ⑥戦略を支える強み



#### リスティング広告で培った当社の資産が、次の戦略の実現を担保



■経営理念:「クライアントと向き合い成果を最大化する」が組織に浸透

■人的資産 :優秀なコンサルタントやリサーチャー、サービス開発者や技術者を擁する

■ユーザー資産:「キーワード」を中心としたインターネット上でのユーザー行動に関する知見

■顧客資産:一定の業界に偏らない先進的なクライアントとの良好な関係

■組織資産 :国内外の媒体や技術動向等を収集し、すばやく事業に展開する体制

■技術開発資産:デジタルマーケティング事業を革新するシステムの開発力

■グループ資産:事業機会の創出と業務の効率化を可能にするグループ各社との連携

