irep

a cycle of success, with us

irep BUSINESS REPORT

15

株式会社アイレップ　第15期 決算のご報告

連結決算ハイライト

業績

売上高
（億円）

2011年9月期	249.8	
2012年9月期	377.6	+51.1%

営業利益
（億円）

2011年9月期	7.5	
2012年9月期	9.2	+21.5%

経常利益
（億円）

2011年9月期	7.6	
2012年9月期	9.3	+21.2%

当期純利益
（億円）

2011年9月期	4.2	
2012年9月期	5.7	+35.8%

バランスシート

総資産
（億円）

2011年9月期末	63.9	
2012年9月期末	94.2	+47.5%

純資産
（億円）

2011年9月期末	24.9	
2012年9月期末	29.5	+18.4%

キャッシュ・フロー

営業キャッシュ・フロー
（億円）

2011年9月期	0.8	12.1億 資金増
2012年9月期	13.0	

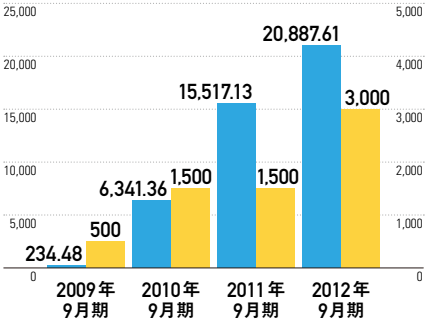
投資キャッシュ・フロー
（億円）

2011年9月期	△2.1	1.1億 支出増
2012年9月期	△3.3	

財務キャッシュ・フロー
（億円）

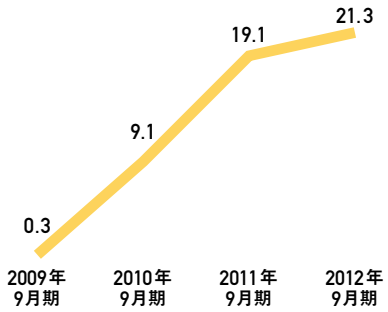
2011年9月期	1.7	2.0億 返済増
2012年9月期	△0.3	

1株当たり当期純利益*／配当金（右軸）
※分割考慮前
（円）

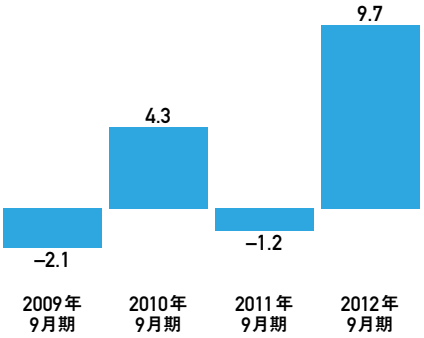


■ 1株当たり当期純利益*　■ 配当金（右軸）
*潜在株式調整後

ROE
（%）



フリー・キャッシュ・フロー
（億円）



競争力の源泉：広告の「運用力」。今後も、私たちならではの『効果が出る』広告提案を行うことで、クライアントの成果実現に貢献し、自らの成長にもつなげます。

代表取締役社長
紺野　俊介　*Shunsuke Konno*

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2012年9月期の株主通信をお届けいたします。

当期の業績

当期におけるインターネット広告市場は、引き続き堅調に推移しました。このような環境の下、主力のリスティング広告サービスにおいては、強みの「運用力」を活かしてクライアント企業の広告効果の最大化に取り組んだ結果、トップレベルの市場シェアを獲得するに至りました。リスティング以外のインターネット広告全般への取り組みも進め、クライアントのデジタル分野でのマーケティング活動を広くサポートしました。一方、SEOやWebコンサルティングなどのソリューションビジネス、そして海外事業においても着実に歩を進めることができました。

以上の結果、売上高で37,761百万円（前期比51.1%増）、営業利益で922百万円（同21.5%増）、当期純利益で579百万円（同35.8%増）といずれも過去最高を更新しました。配当につきましては、会社設立15周年の記念配当を含めた1株につき3,000円としました。

リスティング広告で培った「運用力」を軸に、クライアント企業のデジタル領域におけるマーケティング活動を総合的に支援します。

中期経営計画（ローリングプラン）

目標を前倒しで達成。計画を一部改編

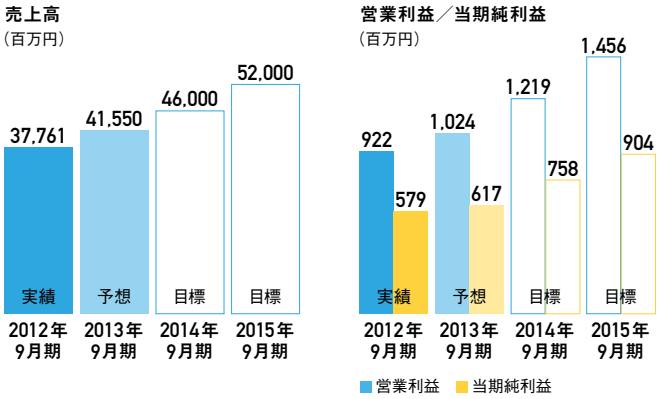
当社は、ビジョンであるクライアント企業のデジタル領域におけるマーケティング活動を総合的に支援する「デジタルマーケティングエージェンシー」の実現に向け、2011年11月に3ヵ年（2012年9月期～2014年9月期）の中期経営計画を発表しました。これに対して、当期に連結売上高目標を1年前倒しで達成したこともあり、基本方針を踏襲しつつ事業の進捗に合わせて目標や計画、戦略を一部改編することとしました。

なお、当中期経営計画期間は長期的な視点における「成長基盤の整備段階」と位置づけ、システム投資や国内外の人材採用等に対して戦略的に経営資源を投下する計画です。これにより、売上高の進捗に対して利益スピードは緩やかなものになると見込んでいます。

変化に即した新たな戦略の柱

ビジョン「デジタルマーケティングエージェンシー」の実現に向け、今回の計画ではインターネット広告市場を展望しつつ2つの戦略を策定しました。

ローリング数値



市場の変化に即したアイレップの進化

出所：2011年 日本の広告費（電通）より作成

詳細はこちらをご覧ください ❯ www.irep.co.jp/ir/policy/management-plan.html

戦略 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

現在当社は、リスティング広告市場において国内トップレベルのシェアを有しています。この日本国内におけるポジションをより強固なものにするとともに、グローバル展開を加速すべく、以下の2つの分野に注力していきます。

1 既存市場の強化

代理店経由市場

統計解析を用いた広告効果の予測モデルの導入等、提供サービスの品質を高めて、クライアント企業の広告効果をさらに高めます。同時に博報堂DYグループやDACグループ各社との連携で、販売チャネルや提供サービスの拡充を目指します。

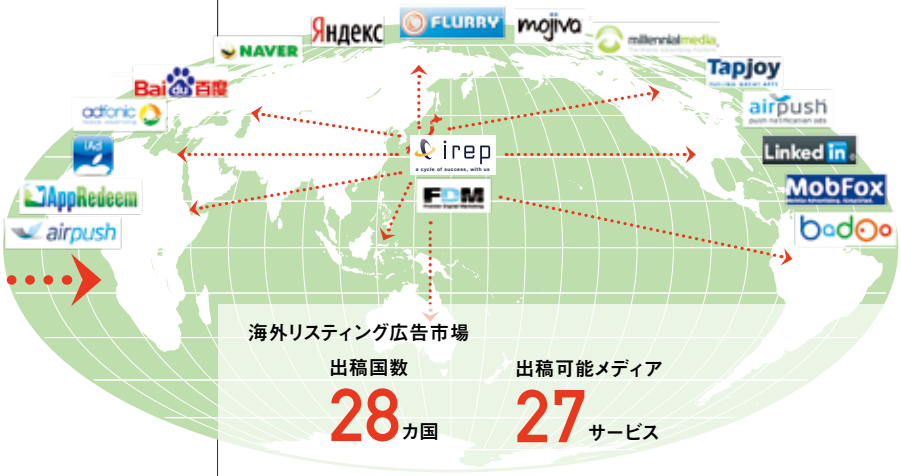
2 新市場の開拓

インターネット経由市場（中堅・中小企業との取引）

新たに設立した子会社の株式会社ロカリオを通して、中堅・中小企業向け（インターネット経由）市場に対してデジタルマーケティングサービスの提供を進めます。

海外市場

子会社の株式会社フロンティアデジタルマーケティングとの協業を通じて、各国・地域のメディア企業等との関係構築を進め、クライアント企業の海外への広告出稿をサポートします。また、国内での蓄積を中国や東南アジア等の新興国マーケット向けに展開することで、グローバル事業の展開を加速します。



＊2012年11月9日現在

戦略

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

リスティング広告で蓄積した「運用力」をベースに、クライアント企業のデジタルマーケティング活動全体を最適化する「デジタルマーケティングエージェンシー」への転換を加速します。

デジタルマーケティング領域は、スマートフォンの台頭といった「デバイスの多様化」や、Facebook等のソーシャルメディアの登場による「ユーザー行動の複雑化」、加えてターゲティング技術の進化等の「広告技術の高度化」といった変化が起こり、「複雑化」が急速に進んでいます。当社はこの「複雑化」という変化をビジネスチャンスととらえて、確実に成長につなげるべく次の取り組みに注力します。

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

複雑化する環境下では、クライアント企業はどのデバイス・どのメディアにどういった広告を配信するのかという広告の最適化という課題を抱えています。

そこで当社は、デジタル領域全般におけるマーケティング活動の統合管理・運用を支援するプラットフォーム「Marketia」の開発を加速します。

2 R&Dの強化

SEM総合研究所やlab＋（ラボプラス）を通じて、進化を続ける国内外の広告技術等についての知見を蓄積。そして、R&D部門と連携して、今後の市場動向に合わせて素早いソリューション化に努めます。

3 解析技術の保持発展

ユーザー行動の複雑化や技術の進化等により、取得可能なデータが増加しています。このような状況下では「どの広告を見て購入意思を明確に持ったか」等、ユーザーのネット上の遷移データの取得やその解析技術を保持することが、広告の最適化を実現するうえで重要です。当社でもこの領域の取り組みを進めて、サービスの高品質化を目指します。

以上の取り組みを着実に進めることで、ビジョンである「デジタルマーケティングエージェンシー」を実現し、クライアント企業をはじめとしたステークホルダーの皆様に貢献していきたいと考えています。

今後のアイレップの取り組みに、どうぞご期待ください。

特集：リスティング広告って何？

本特集では、アイレップの主力サービス「リスティング広告販売代理」について、その仕組みや当社のポジションといったポイントをわかりやすく解説します。

リスティング広告とは

インターネット広告は、大きく「リスティング広告」、「ディスプレイ広告」そして「アフィリエイト広告」等に分けられます。

当社が得意とするリスティング広告とは、Yahoo! JAPANやGoogleといった検索エンジンの検索ボックスにユーザーが入力したキーワードと、予め広告主が指定したキーワードが一致する場合等に表示される広告をさします。

リスティング広告

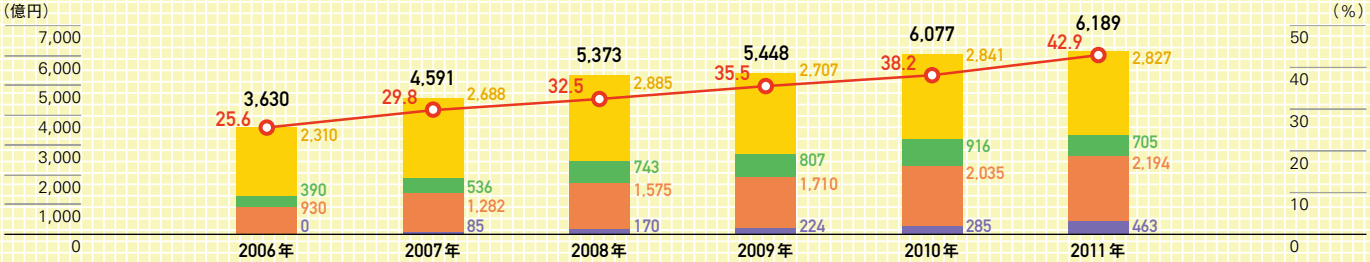
検索キーワードに関連する製品やサービスの広告で、入札によって順位が決定されます。アイレップは広告主に代わって入札を行っています。

* 2012年11月5日現在の検索結果画面（www.google.co.jp）

良好なマーケット環境

インターネット広告市場は拡大を続けており、ユーザーのインターネット利用時間の増加や、広告主のコスト意識の高まりなどを受けて今後も堅調な増加が見込まれます。中でも、当社が得意とする検索連動型広告（リスティング広告）の市場でのポジションが高まっています。

国内インターネット広告市場（媒体費のみ）の推移



左軸：■検索連動型広告（モバイル）　■検索連動型広告（PC）　■インターネット関連広告（モバイル）　■インターネット関連広告（PC）　右軸：検索連動型広告比率

出所：2011年 日本の広告費（電通）より作成

リスティング広告の仕組みと特徴

リスティング広告の掲載順位は、「入札」によって決定されます。その要素は「入札額」と、ユーザーのクリック率といった「広告品質」に分解されます。ユーザーの利便性に重点を置く検索エンジンは、入札額が低くても広告品質が高い場合、広告を上位に掲載する傾向にあります（下表参照）。

リスティング広告の最大の特徴は、「ユーザーニーズが顕在化している（＝購買意欲が高いことが多い）。またクリック率等の定量的な効果を確認しながら、入札内容の調整が可能（＝運用が可能）」という点です。従来のマス広告と比べ購買意欲が高い層へアプローチできること、また広告効果を定量的に検証しつつ継続的に改善できるため、クライアント企業（広告主）にとって大きなメリットとなります。以上のような特徴により、リスティング広告は継続的かつ景気に左右されにくいモデルとも言えます。

アイレップは、入札額やキーワード、広告文等を細やかに見直すことで広告効果を高め、クライアント企業からお預かりしたご予算の効果の最大化を実現しています。アイレップの競争力の源泉は、この「運用力」にあります。

入札の仕組み

入札額

×

広告品質

- クリック率
- 検索キーワードとの関連性（広告主が指定するキーワードや広告文、リンク先ランディングページ）
- ランディングページの利便性 等

Googleアドワーズ広告における広告ランクのイメージ

	入札額	品質スコア	広告ランク
A社	¥100	1	100
B社	¥80	2	160

入札額が低くても、品質スコアが高い場合は上位に掲載される傾向にある。

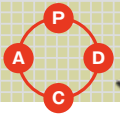
ビジネスモデルの比較

従来のマス広告のモデル

定量的に広告効果を検証しにくい
出稿後の広告メンテナンスが難しい

? クライアント企業（広告主）
↓
広告代理店
↓
メディア（媒体社）
↓
ユーザー

アイレップが得意とする「運用型モデル」



ユーザーのクリック率や「実際の購入につながったか」といった広告効果の定量的な把握が可能

結果に基づいて、広告内容の見直しを行い、より高い効果を目指すことが可能（PDCA）

クライアント企業（広告主）
↓
広告代理店 irep a cycle of success, with us
↓
メディア（媒体社）

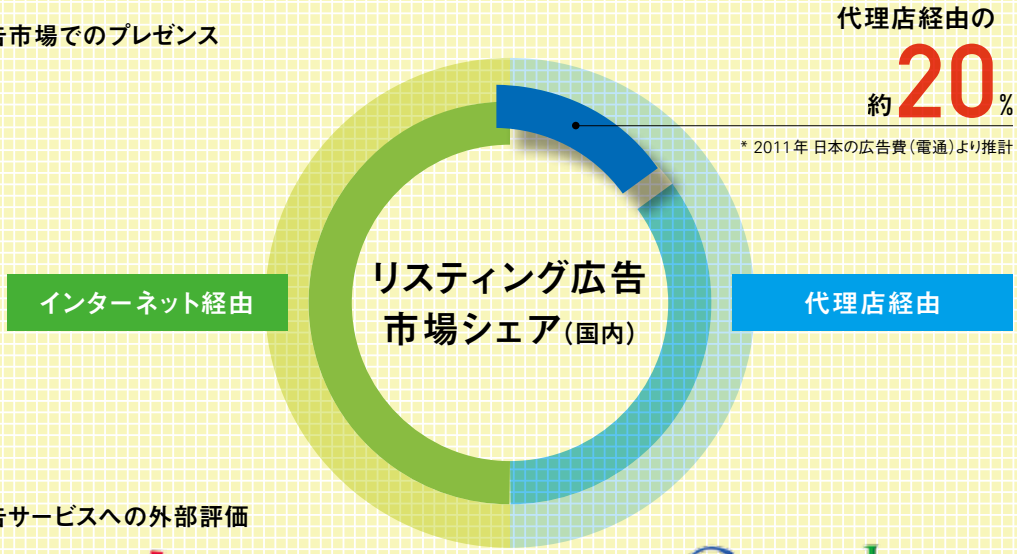
（実際のリスティング広告の一例）

↓
ユーザー

アイレップはリスティング広告でNo.1

リスティング広告市場は現在、「代理店経由」と広告主がヤフー社やグーグル社など媒体社と直接やり取りを行う「インターネット経由」という2つの領域に分かれています。アイレップは強みである「運用力」がクライアント企業から高く評価され、現在は代理店経由市場で約20%というトップシェアを有しています。

リスティング広告市場でのプレゼンス



リスティング広告サービスへの外部評価

YAHOO! JAPAN 四つ星保有正規代理店

2012年度下半期Yahoo! JAPANプロモーション広告エージェンシーカンファレンスにおいて「最優秀代理店賞 第1位」を3期連続受賞

Google 正規代理店

アイレップは日本で最大級の資格取得コンサルタントが所属するGoogle認定パートナー企業（111人 2012年11月12日時点）

まとめ

アイレップの主力サービスであるリスティング広告の市場は、インターネット広告全体の成長とあいまって順調に拡大しています。このような良好な環境下、当社は強みである「運用力」を発揮してクライアント企業の広告効果の最大化に注力しており、この取り組みが高く評価され、現在ではトップシェアを有しています。

次回リスティング広告の特集では「アイレップの強み」について詳しくご説明します ›

株主通信アンケートご協力のお願い

当社では、株主の皆様の声をお聞かせいただくため、アンケートを実施することといたしました。お手数ではございますが、ご協力いただきますようお願い申し上げます。

Q1 「特集：リスティング広告って何?」の内容はわかりやすかったですか?

ア　十分理解できた
イ　ほぼ理解できた
ウ　あまり理解できなかった
エ　理解できなかった
オ　その他

Q2 当社ホームページの開示情報についてどのようにお考えですか?（複数回答 可）

ア　知りたい情報が見つけやすい
イ　掲載内容がわかりやすい
ウ　普通
エ　わかりにくい
オ　閲覧したことがない

Q3 「アイレップ ビジネスレポート」において関心の高かった項目は何ですか?（複数回答 可）

ア　連結決算ハイライト
イ　トップメッセージ
ウ　特集：リスティング広告って何?
エ　IRコミュニティ
オ　特になし

Q4 当社株式に関する今後の方針をどのようにお考えですか?

ア　買い増し
イ　長期保有
ウ　売却
エ　未定

Q5 今後の当社IRに期待する活動を教えてください。（複数回答 可）

ア　株主通信の充実
イ　ホームページの充実
ウ　会社説明会の実施
エ　株主総会／懇親会の充実
オ　電子メールによる情報配信

皆様のご協力をよろしくお願いいたします

同封したハガキにご回答をご記入のうえ、切手を貼らずにそのままご投函下さい。

この株主通信やIR活動、経営全般に対する率直なご意見をお寄せいただければ幸いです。頂戴したご意見は今後のIRへ活かし、できる限りこの株主通信にも反映してまいります。

個人投資家説明会を開催

多くの皆様と直接対話をすることで当社への理解を深めていただきたいという思いから、2012年8月に個人投資家向け説明会を東京で開催しました。当日は積極的にご意見・ご質問をいただくなど、活気ある説明会となりました。引き続き、このような機会を積極的に設けていきたいと考えています。

個人投資家向け説明会の様子（2012年8月18日）

IRサイトのご案内

当社に関する様々な情報を発信することで皆様のお役に立てるよう、IRサイトの拡充に努めています。皆様からの評価やご意見を踏まえて今後も改善を図っていきます。

IRメールの配信を始めました

IRサイト

CSRサイト『エコライフ』

アイレップのIRに関する情報を掲載 ❯ www.irep.co.jp/ir/
アイレップのCSRに関連する取り組みサイト ❯ www.ecology-life.jp/

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。

グーグルSEO完全攻略ガイド PC&モバイル対応

出版：翔泳社
著者：株式会社アイレップ 渡辺隆広

検索連動型広告を成功に導く SEM戦略　増補改訂版

出版：インプレスジャパン
著者：株式会社アイレップ 紺野俊介

検索にガンガンヒットさせる SEOの教科書

出版：翔泳社
著者：株式会社アイレップ 渡辺隆広

企業情報（2012年9月末現在）

会社概要

会社名	株式会社アイレップ
本社	〒100-6107　東京都千代田区永田町二丁目11番1号 山王パークタワー7F Tel: 03-3596-8700（代）　Fax: 03-3596-8145
設立	1997年11月17日
資本金	5億4,789万円
代表者	代表取締役社長　紺野　俊介
従業員数	303名
事業内容	デジタルマーケティング事業

役員（2012年12月21日現在）

代表取締役社長	紺野　俊介	
取締役	渡辺　隆広	
取締役	永井　敦	
取締役	下山　哲平	
取締役※	矢嶋　弘毅	
取締役※	島田　雅也	
取締役※	三神　正樹	
常勤監査役※	大塚　彰	
非常勤監査役※	星野　克美	多摩大学名誉教授
非常勤監査役※	大武　正史	弁護士
非常勤監査役※	寺井　久春	

※社外役員を示します。

株式会社アイレップ

irep
a cycle of success, with us

山王パークタワー

本社
〒100-6107
東京都千代田区永田町二丁目11番1号
山王パークタワー7F
Tel: 03-3596-8700（代）
Fax: 03-3596-8145

営業所
名古屋、大阪、福岡

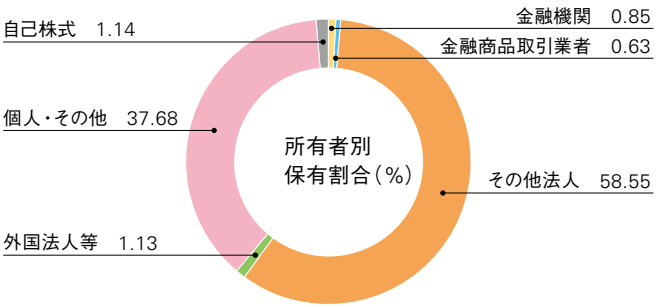
株主メモ

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（2012年10月1日より100株）
証券コード	2132（JASDAQグロース）
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	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
郵便物送付先	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
電話照会先	0120-782-031（フリーダイヤル）

- 住所変更、配当金受取口座の指定等について
  株主様の口座のある証券会社にお申し出ください。
- 未払配当金の支払について
  株主名簿管理人である三井住友信託銀行株式会社にお申し出ください。

株式の状況

発行済株式総数	27,670株（2012年10月1日より13,835千株）
株主数	745名



本レポート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。

TOYO INK
non VOC