

株式会社アイレップ 2016年9月期第2四半期 決算説明資料

(2015年10月1日～2016年3月31日)



1. 第2四半期の連結決算概要
2. トピックス
3. 2016年下半年期取組み
4. APPENDIX

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。

◆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/>

1. 第2四半期の連結決算概要

(2015年10月1日～2016年3月31日)

2016年9月期第2四半期(累計) 連結業績 主要指標

- 売上高は、直販案件、博報堂DYグループとの協業案件ともに大幅に伸び**38,770百万円**（前年同期比38.5%増）を計上。
- 直販広告事業の採算性見直し、主要媒体社との取引条件の改善、オペレーションセンター・**Marketia**®・媒体の自動化機能等の活用による運用効率化に取り組み、売上総利益の拡大と販管費抑制を実現。**営業利益は988百万円**（同180.0%増）と大幅増益。
- 特別損失211百万円（のれん減損・無形固定資産減損等）の発生があったものの、**四半期純利益は482百万円**（同150.3%増）となり、第2四半期累計で過去最高の純利益を計上。

（単位：百万円）

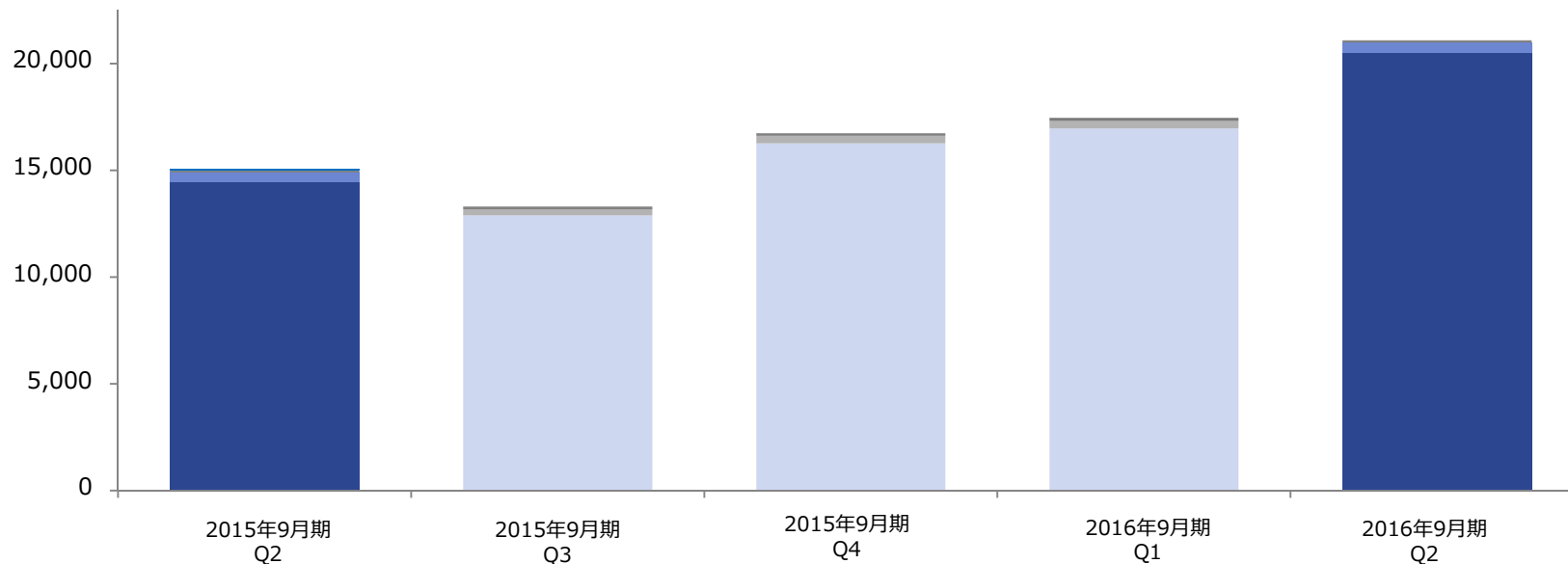
	2015年9月期 Q2	2016年9月期 Q2	増減率(%)	2016年9月期 修正予想
売上高	27,988	38,770	38.5%	76,000~ 77,000
売上総利益 (率)	2,726 (9.7%)	3,561 (9.2%)	30.6%	—
販管費 (率)	2,373 (8.5%)	2,572 (6.6%)	8.4%	—
営業利益 (率)	352 (1.3%)	988 (2.5%)	180.0%	1,600~1,700
経常利益 (率)	354 (1.3%)	985 (2.5%)	178.3%	—
四半期(当期) 純利益 (率)	192 (0.7%)	482 (1.2%)	150.3%	900~1,000

※1率は構成比、※2「四半期(当期)純利益」とは、親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益のこと

サービス別連結売上高推移（四半期）

売上高

(単位：百万円)



(単位：百万円)	2015年 9月期Q2	2015年 9月期Q3	2015年 9月期Q4	2016年 9月期Q1	2016年 9月期Q2	増減率(%) (Q2比較)
■ 広告代理	14,448	12,892	16,266	16,962	20,536	42.1%
■ ソリューション	454	283	353	344	455	0.2%
■ ツール	88	89	96	87	102	15.4%
その他	54	33	20	58	224	313.0%
合計	15,046	13,298	16,736	17,451	21,319	41.7%

2016年9月期第2四半期 連結業績：広告代理事業

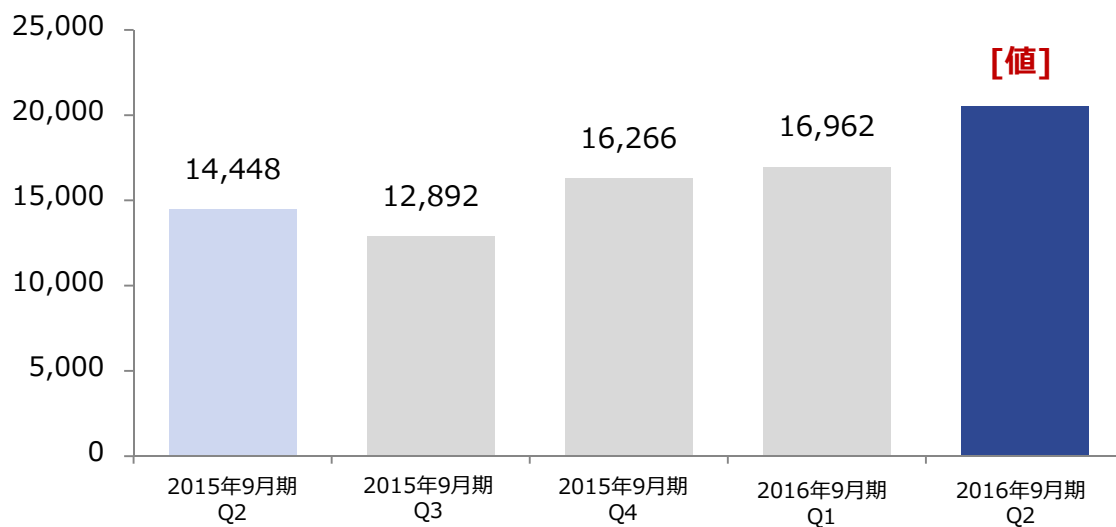
広告代理

売上高：前年同期比 **42.1%増** 売上総利益：同 **29.2%増**

- 直販案件、博報堂D Yグループとの協業案件ともに大幅伸長。売上総利益額の押し上げ要因に。
- サーチ広告ではこれまでの優位性を更に強化。
- サーチ以外の広告については、データ・アドテクノロジーの進化を活用した高付加価値型の新商品群への取組みが結実。売上・利益の拡大に貢献するとともに、「運用型広告絶対的ナンバーワンエージェンシー」の進展にも寄与。

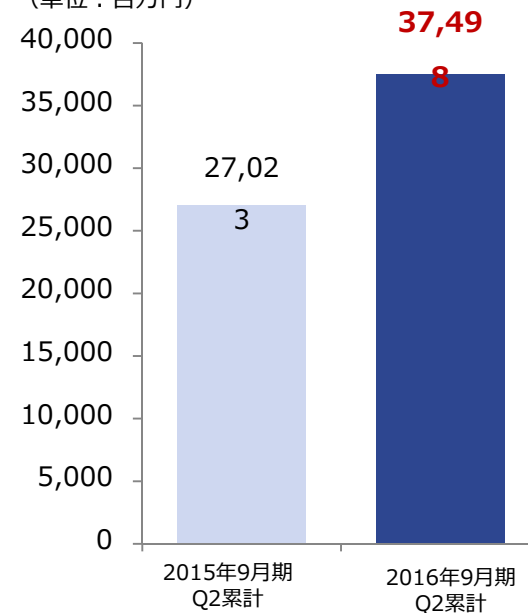
売上高推移（四半期）

(単位：百万円)



(第2四半期累計)

(単位：百万円)



2016年9月期第2四半期 連結業績：ソリューション事業

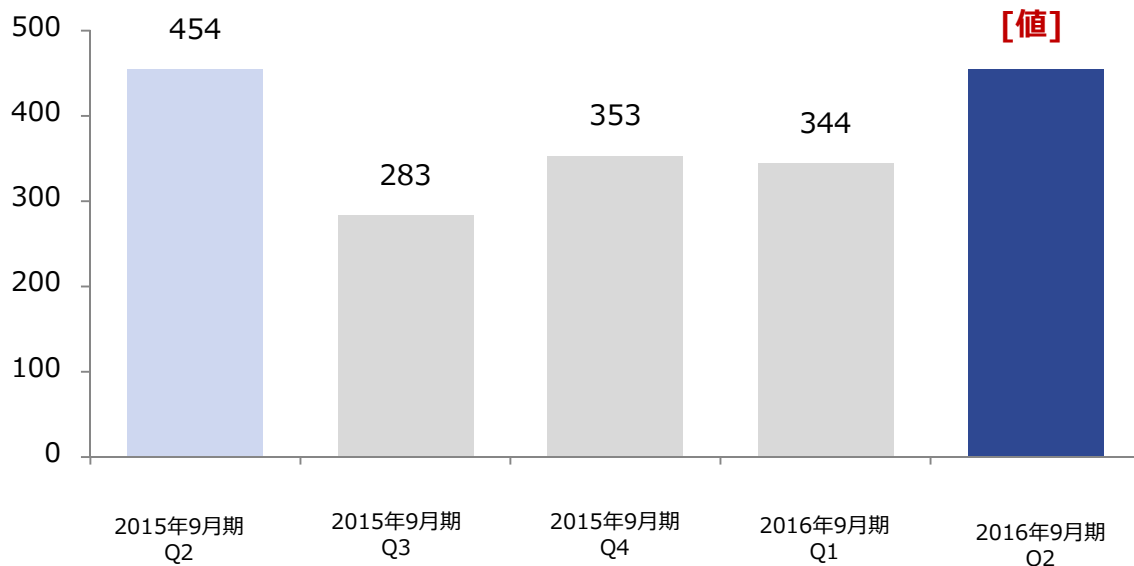
ソリューション

売上高：前年同期比 **0.2%増** 売上総利益：同 **0.6%増**

- 昨年の媒体のポリシー変更によりクライアントが予算を抑制。
- こうした一時的な不振状況に対して、ポリシー変更に対応したコンテンツマーケティング施策実施。
- 施策が奏功し、四半期では前年並みまで回復。
- 第2四半期累計では**対前年8.8%**の成長。四半期・第2四半期累計ともに**過去最高の売上**を計上。

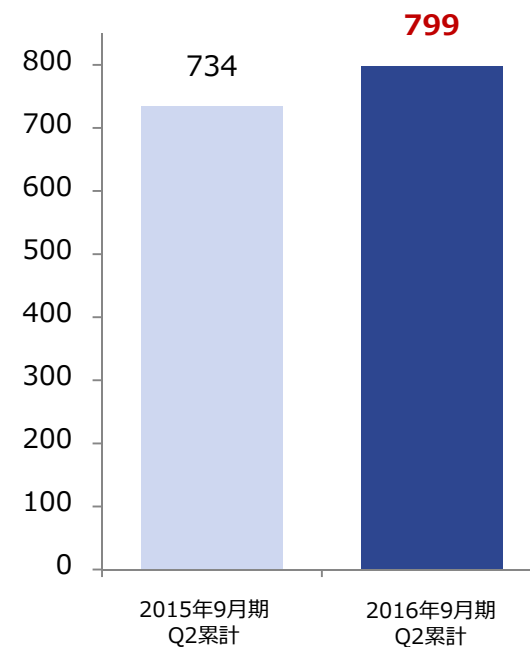
売上高推移（四半期）

(単位：百万円)



(第2四半期累計)

(単位：百万円)



バランスシート (サマリー)

(単位：百万円)

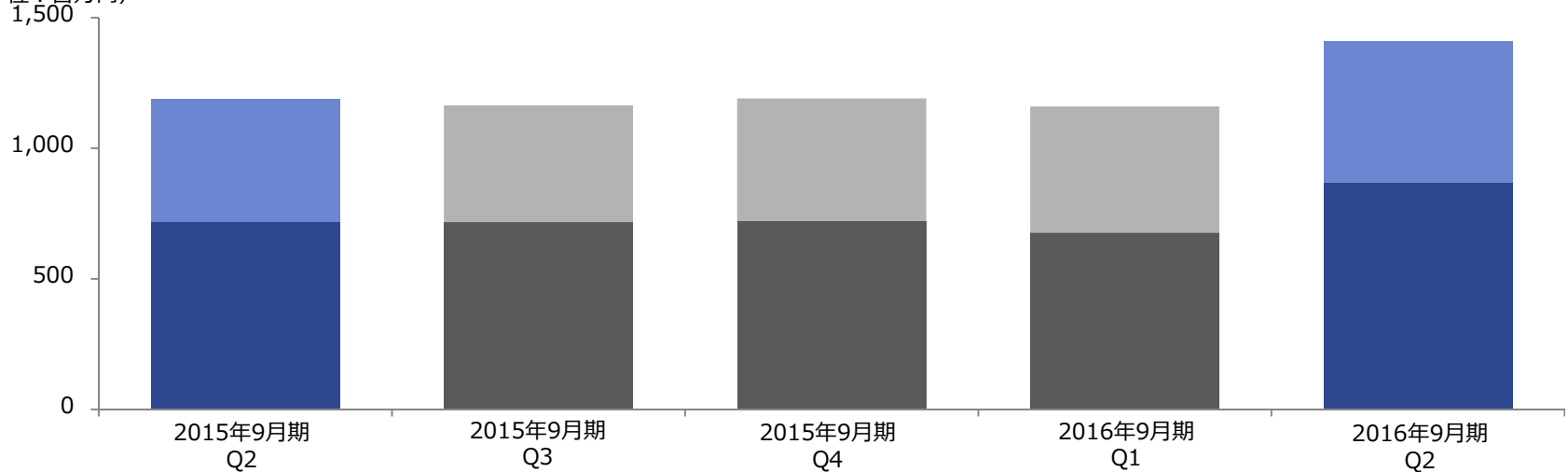
	2015年9月期末	2016年9月期 3 月末	増減率(%)
流動資産	13,221	17,381	31.5%
現金及び預金	3,617	4,206	16.3%
受取手形及び売掛金	9,145	12,442	36.0%
固定資産	1,598	1,422	-11.0%
有形固定資産	191	220	15.6%
無形固定資産	617	346	-43.9%
投資その他の資産	790	855	8.3%
資産合計	14,820	18,804	26.9%
流動負債	10,544	14,055	33.3%
買掛金	8,163	11,346	39.0%
短期借入金	1,001	1,001	-
固定負債	38	44	15.4%
負債合計	10,582	14,099	33.2%
株主資本	3,982	4,424	11.1%
資本金	550	550	0.0%
利益剰余金	2,936	3,377	15.0%
純資産合計	4,237	4,705	11.1%
負債純資産合計	14,820	18,804	26.9%

販売管理費

販売管理費

- 今後の成長に備えた施策として、人的投資・システム投資を実施。
- 従業員・システムへの投資を行ったものの、販管費全体で第2四半期累計で対前年**8.4%増**と抑制に成功、営業利益率は第2四半期累計で対前年**1.2ポイント増**と改善。

(単位：百万円)



(単位：百万円)	2015年 9月期Q2	2015年 9月期Q3	2015年 9月期Q4	2016年 9月期Q1	2016年 9月期Q2	増減率(%) (Q2比較)
■ 人件費	720	717	721	676	869	20.6%
■ その他	468	447	470	484	542	15.8%
販売管理費 合計	1,188	1,164	1,191	1,160	1,412	18.8%
(人件費比率)	60.6%	61.6%	60.5%	58.3%	61.6%	

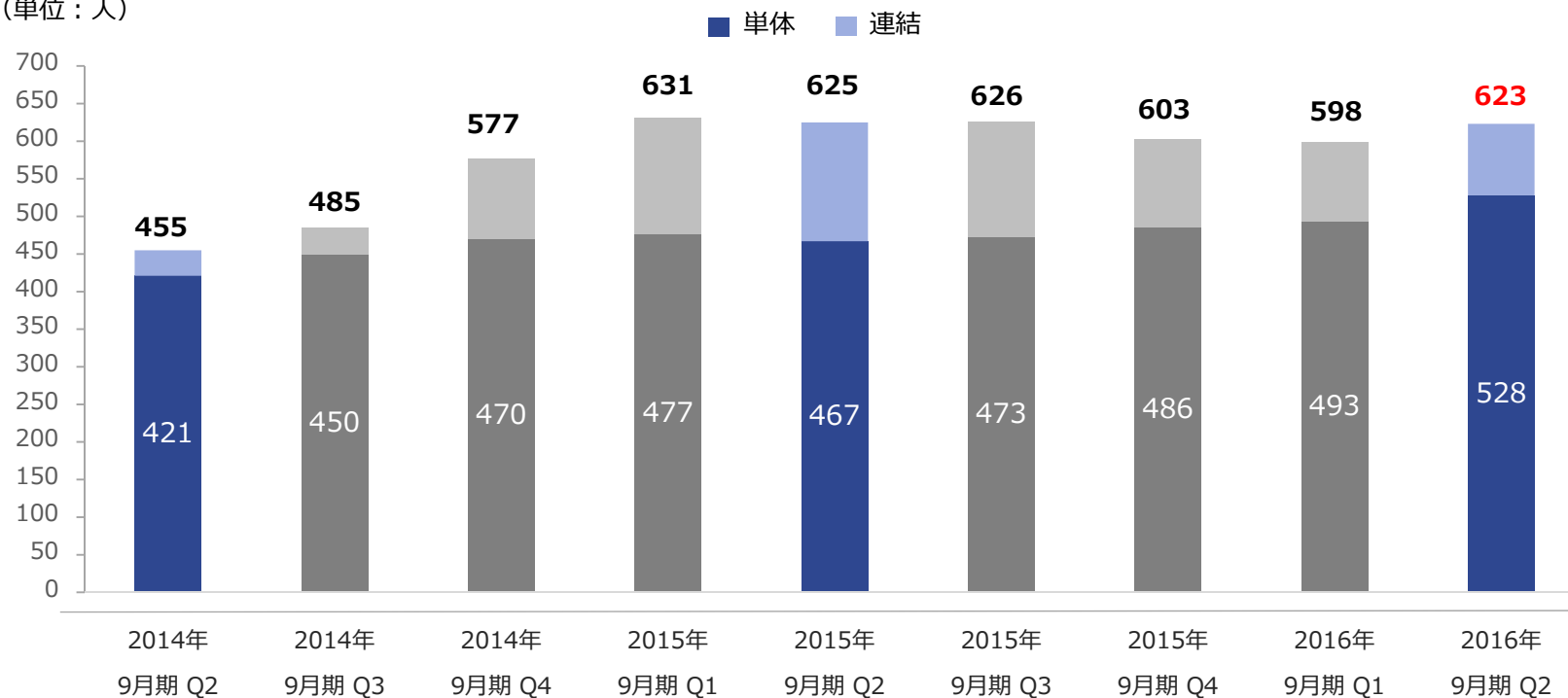
従業員数

連結-単体従業員数

- 高知・東京で増員実施。4月以降も積極採用。
- 大幅な営業人員強化を実施。プレミアム広告やFacebook/Twitter等ソーシャル広告の提案力強化を図る。
- アドテクの進化、広告フォーマットの多様化に対応し、クリエイティブ制作力を強化するため「アイクリエイティブ開発センター高知」設立準備中。6月に20名体制スタートを目指す。

アイレップグループ全体の従業員数※

(単位：人)



※正社員、出向者、パート/アルバイトに加え派遣社員を含む

2. 2016年9月期の業績予想修正と事業方針

(2016年3月30日業績予想修正開示済)

2016年9月期 連結業績予想の修正と進捗

2016年3月30日 業績予想を修正。

- 足元では熊本地震の影響は若干あるものの、引き続き旺盛な需要を背景に成長基調は継続する見込み。
- 効率化目的のシステム投資、運用力・提案力増強目的の人員関連投資を継続しつつ、利益成長を実現。

(単位：百万円)

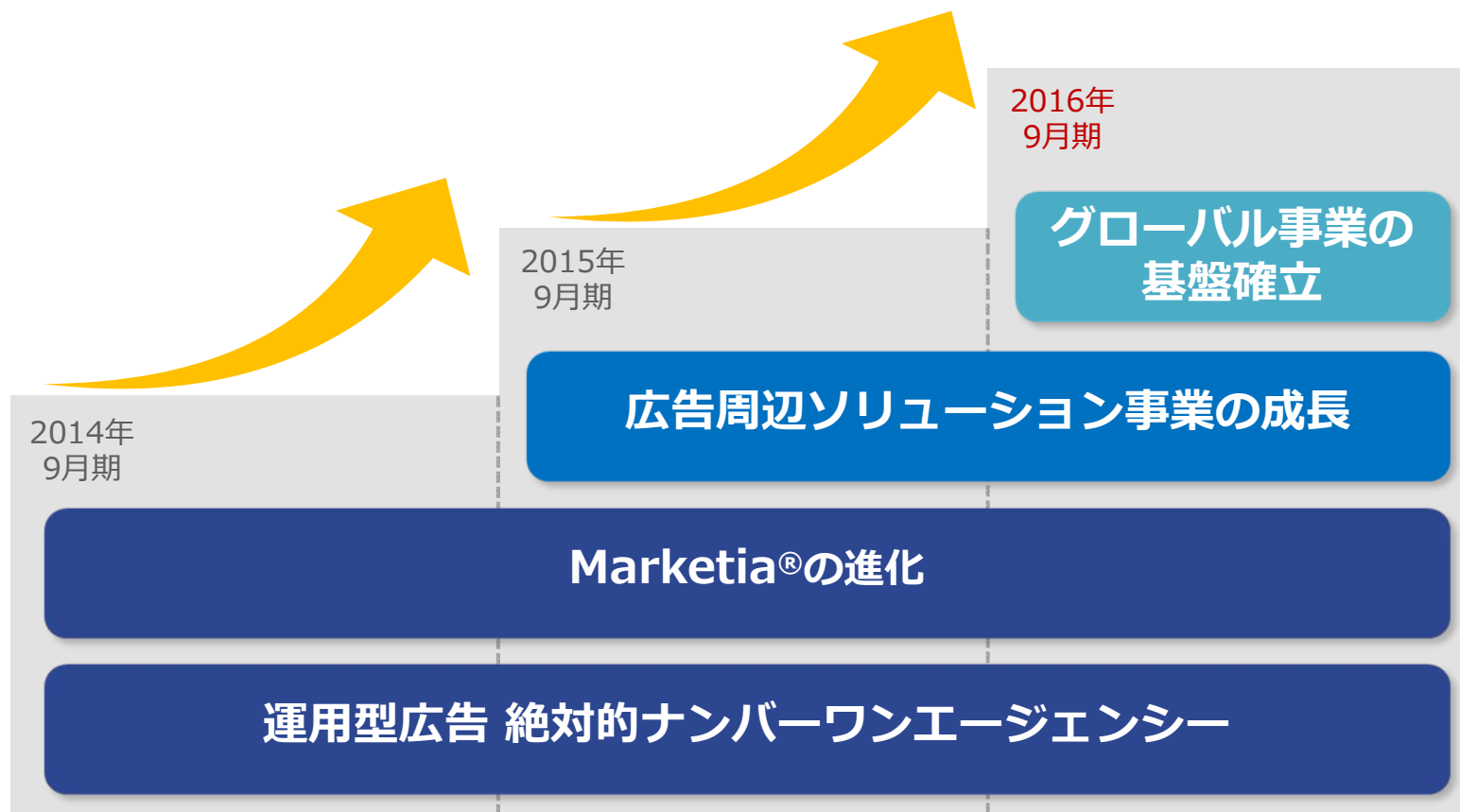
	2016年9月期 修正予想	Q2累計実績	進捗率 (%)
売上高	76,000～77,000	38,770	50.4～51.0%
営業利益	1,600～1,700	988	58.1～61.8%
当期（四半期） 純利益	900～1,000	482	48.2～53.6%

※ 「当期(四半期)純利益」とは、親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益のこと

不確定要素が大きいことから売上高、営業利益、当期純利益の見通しをレンジ開示としました。

中期経営計画2016では**4つの目標**を掲げています。
取り組みの状況を順番に説明します。

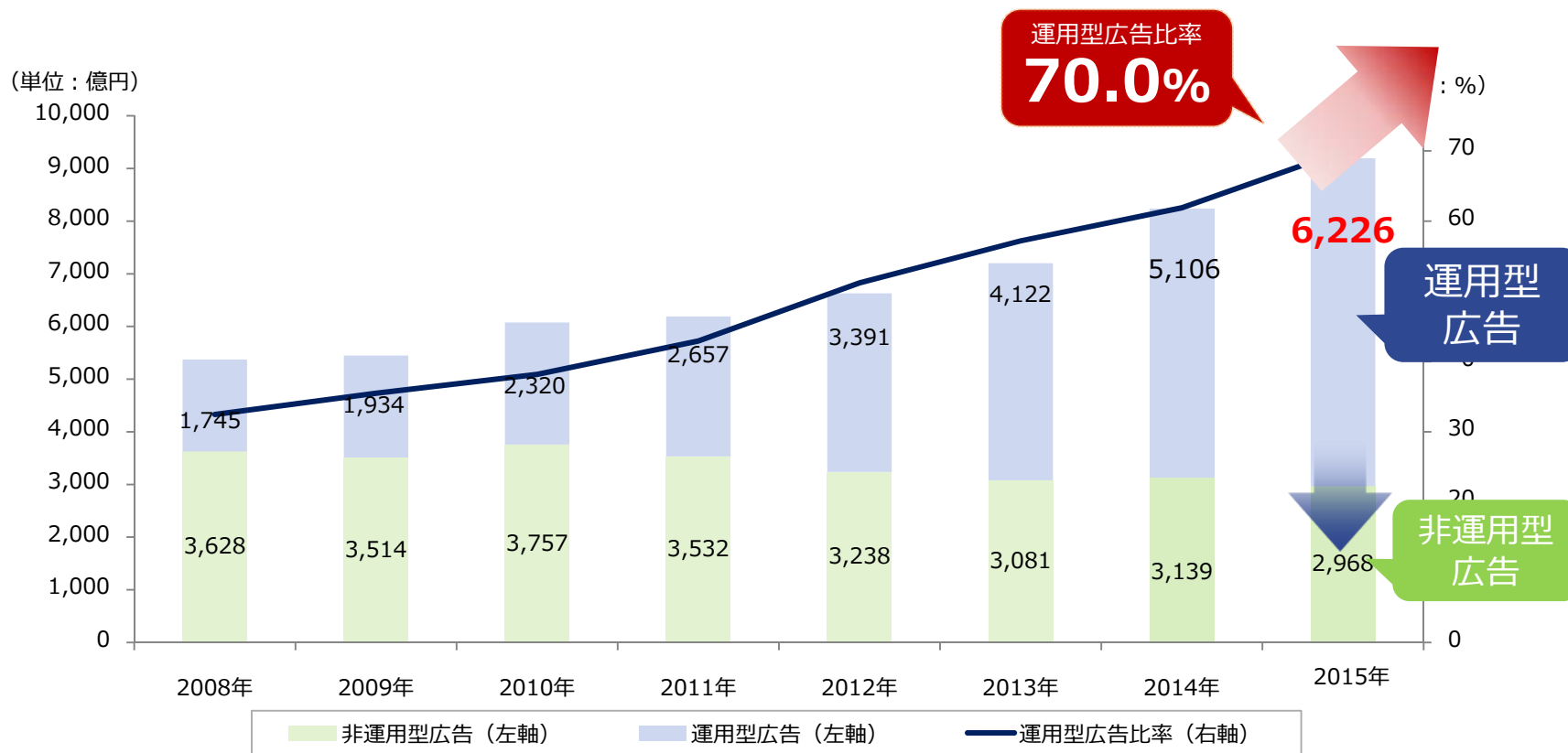
中期経営計画2016の目標



国内インターネット広告市場

運用型広告は「サーチ」「ディスプレイ」「動画」を中心に大きく伸長継続

国内インターネット広告市場（媒体費のみ）の推移



出典：日本の広告費（電通）よりアイレップ作成

同調査において、2012年に小分類を変更。検索連動広告を含む広告配信の新技术を包含する「運用型広告」を新たな小分類として設定。

サーチ広告の再強化

- 運用型広告市場は、「サーチ広告」「運用型ディスプレイ広告」のうち、元々トップシェアを誇るサーチ広告を再強化し、市場におけるシェア拡大に取り組む。
- そのために、内部的には「企画」「R&D」「運用」「オペレーション」機能を結集し、組織を一本化。運用水準強化と運用効率の向上を目指し、高度化する顧客からの要望に応える態勢を整備。
- 顧客基盤の拡大に際しては、直販、博報堂D Yグループ経由に加えて、株式会社フルスピード社と合併会社設立を伴う業務提携※（10月30日開示済）などにより、新しい事業機会開拓を継続。

※：株式会社フルスピードのSEM領域をはじめとするリスティング広告運用業務をアイレップに集約



<運用型広告>



Search



運用型ディスプレイ広告

No. 1

※出典：日本の広告費（電通）及び関連各社へのヒアリングをベースにアイレップ作成（2015年時点）

運用型ディスプレイ広告

- 運用型ディスプレイ広告、スマートフォン関連広告、動画広告、といった新しい広告の運用については、顧客ニーズの高まりにあわせ、提案力・運用力をともに強化。
- 大幅な営業人員増強を実施。プレミアム広告やFacebook/Twitter等ソーシャル広告の提案力強化を図る。
- アドテクの進化、広告フォーマットの多様化に対応し、クリエイティブ制作力を強化するため「アイクリエイティブ開発センター高知」設立準備中。6月に20名体制スタートを目指す。

ディスプレイ広告における集中と結集

ダイナミック
リターゲティング

↓
Criteo・Googleを中心に
取扱いNo.1を目指す

スマートフォン
インフィード広告

↓
Topグループではあるもの
のシェア拡大余地有
Facebook・LINEへの注力

スマートフォン
アプリプロモーション

↓
博報堂DY・DACとの連携
強化により再取組

2016年9月期 取組み : Marketia®の進化

Marketia®の本格活用

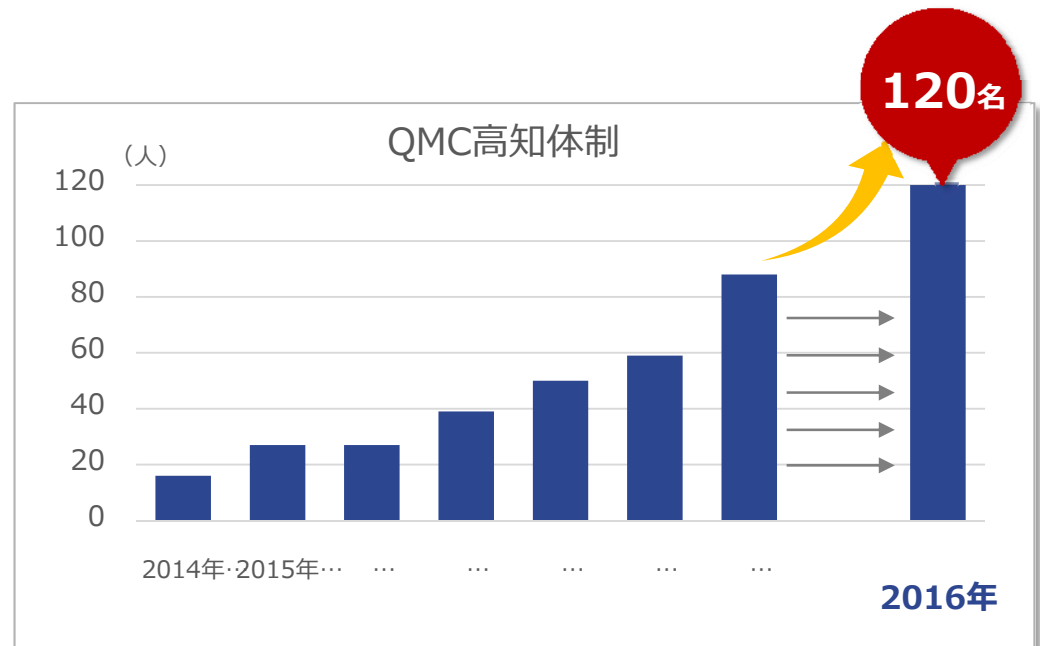
- 大量データの分析を高速化し、レポートの自動化や、入札・予算管理の人工知能による自動化を可能にするMarketia®。今期は機能がアップグレードし、導入率が大きく増加。その結果、運用成果が向上する事例が増加。
- 今後は「機械が得意な領域は機械に任せ、人にしかできない緻密な運用により多くの時間がかけられるようになり、顧客へのサービス品質が向上していく」ことを理想の状態として取組む。
- Marketia®は、東京本社のみならず、運用オペレーションの専門センターであるクオリティマネジメントセンター高知においても活用すべく、Marketia®を含む東京本社ナレッジの高知移転にあたっては、本社より高知にマネジメントを増員。



2016年9月期 取組み：クオリティマネジメントセンター高知

QMC高知更に増員 120名体制に

- 運用型広告専門オペレーションセンターとしての戦略拠点、クオリティマネジメントセンター高知。業務拡大のため120名体制まで増員予定（4月時点で88名）。
- Marketia® の導入と併せて、広告代理事業を中心に生産性向上を図る。



2016年9月期 取組み：広告周辺ソリューション事業の成長

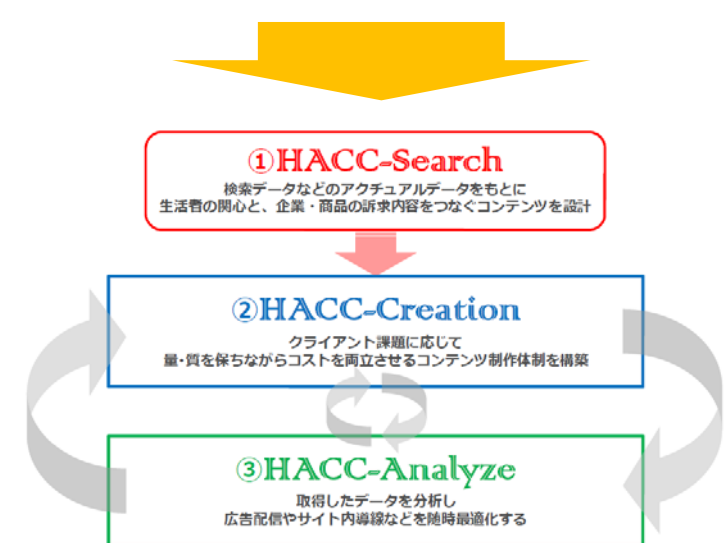
ソリューション

- コンテンツマーケティングは、今後も成長を担う主力商材として注力。
- 前期、クラウドソーシング業界大手のランサーズ株式会社と業務提携し、コンテンツ企画からSEOコンサルティングまで一括でディレクションする「ONE CUSHION」を立ち上げましたが、当期は、さまざまなアライアンスにより編集部機能を増強。
- Webコンテンツ特有の企画設計・構成・ライティング・編集・運用・改善・成果測定に至るまでのオウンドメディア運営等、全工程にまたがるナレッジの開発、ならびにそれらを担う人材育成の支援も行う。

主力ソリューション



新ブランド「HACC」で顧客基盤拡大



2016年9月期 取組み：コンテンツマーケティング

博報堂DYグループ連携

- 博報堂DYグループと共同でオウンドメディアのコンテンツ開発ソリューション「HACC (HakuhodoDY Actual-data Content Creator)」ブランドでの事業展開を開始。
- サービスの高付加価値化、販路（顧客）開拓に挑戦。
 - ✓ サービスの高付加価値化：ONE CUSHION × 博報堂DYグループ各社のクリエイティブカ
 - ✓ 顧客への販路開拓：ナショナルクライアントへのリーチ拡大
 - ✓ ニュース配信サイト「しらべえ」運営の株式会社NEWSYをクリエイティブカ強化目的で子会社化



クリエイティブカ※

ソリューションカ
(ナレッジ)

irep
ONE CUSHION



NEWS CREATIVE AGENCY
NEWSY

PRODUCT'S

spicebox

HAKUHODO
i-studio

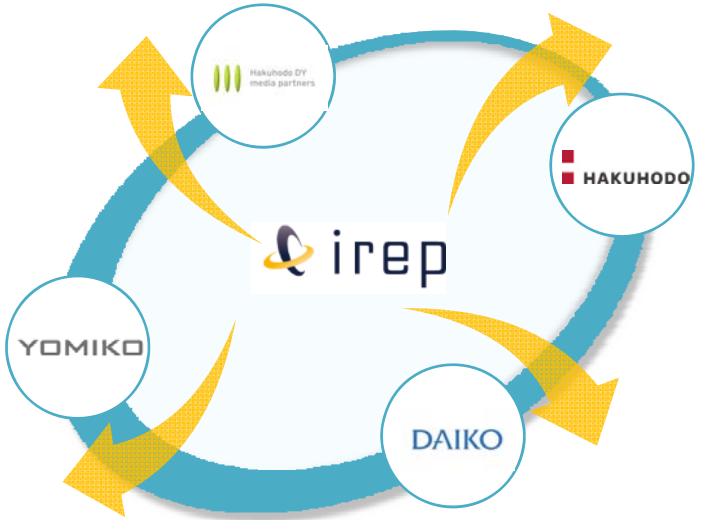
YOMIKO
株式会社読広クロスコム

HAKUHODO DY
intersolutions

DAIKO ONES

人と企業をメディアでつなぐ
デジタルエージェンシー
INFOBAHN

※：博報堂DYグループより提供
「INFOBAHN」は協力パートナー



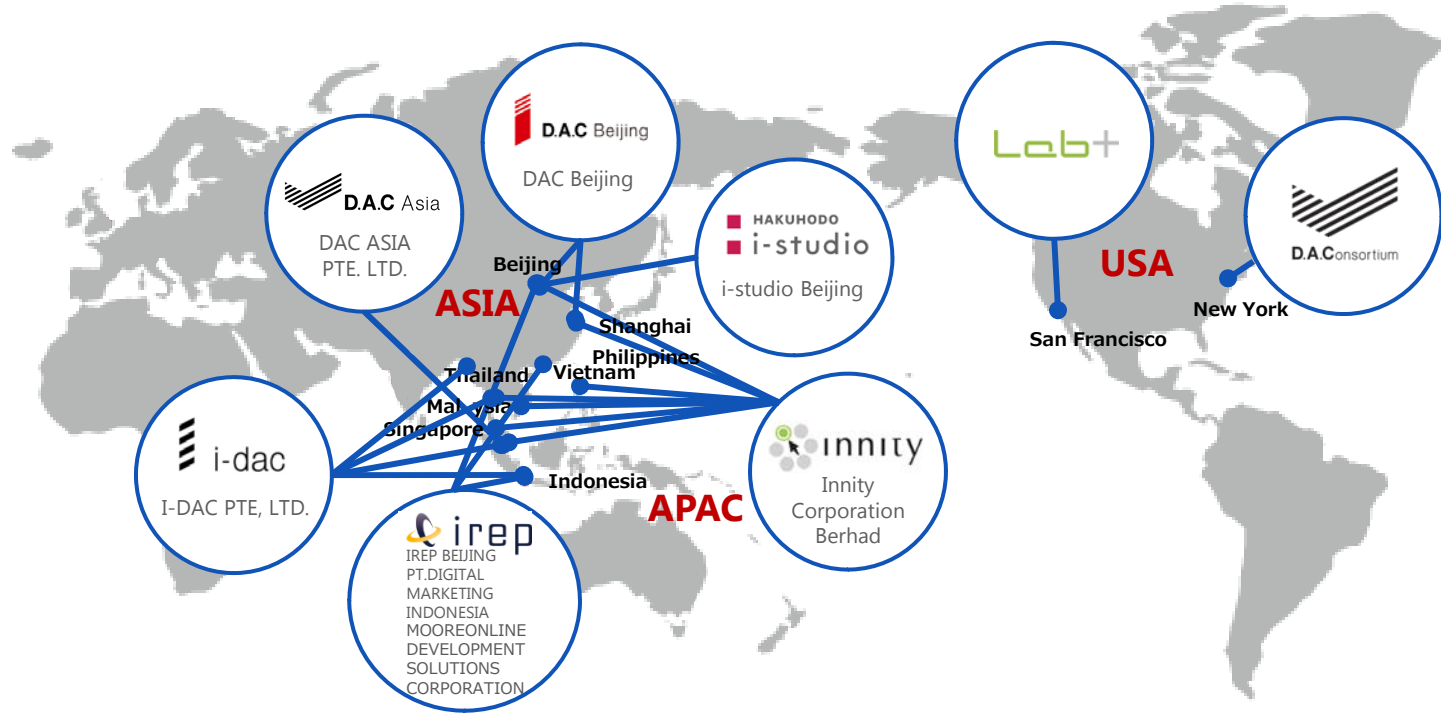
ナショナルクライアントへの
リーチ拡大

サービスの高付加価値化

2016年9月期 取組み : グローバル事業の基盤確立

グローバル事業の進捗

- 取扱高が大躍進を遂げているインドネシア (PT.DIGITAL MARKETING INDONESIA) や 堅調に伸長している中国 (北京艾睿普广告有限公司) では、投資を加速。
- 東南アジアマーケットでのアドネットワーク事業環境の急速な変化により、ベトナムでは減損損失が発生しましたが、今後の事業再構築を早期に検討。
- グローバルで広がるGoogleプラットフォームへの深い知見を背景に、博報堂D Yグループ・DACグループの海外ネットワーク等とも連携し、新たな事業機会への投資を今後とも継続。



全世界に広がる博報堂D Yグループ・DACグループのグローバルネットワーク

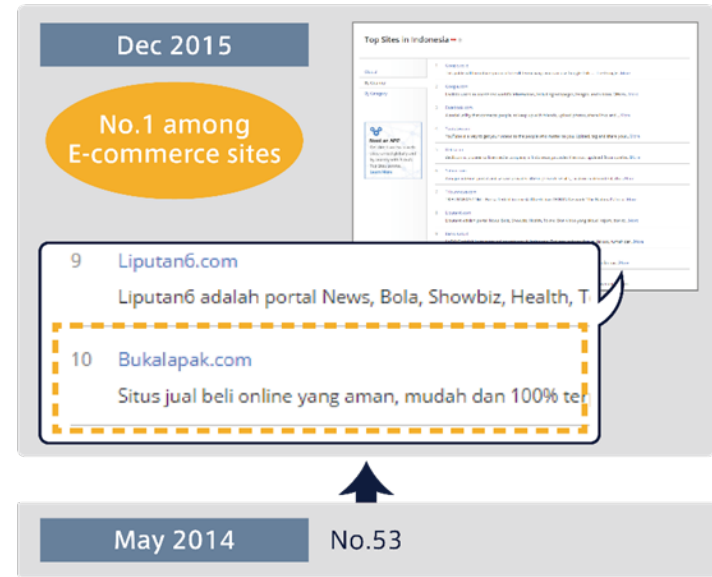
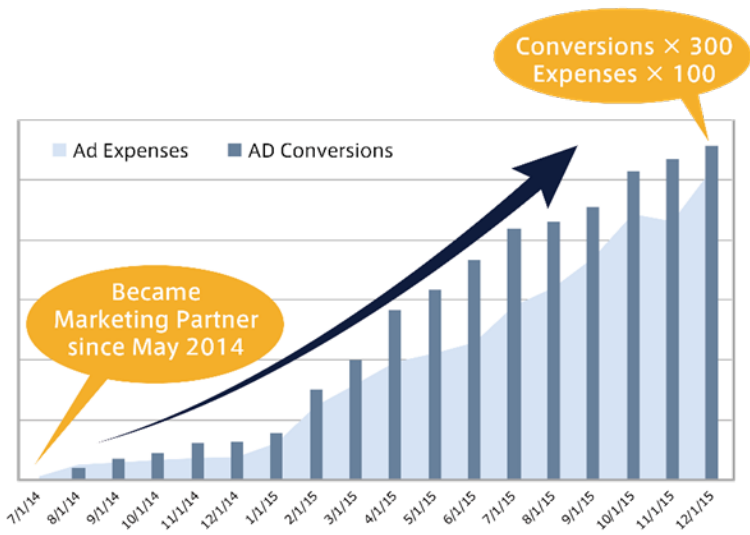
2016年9月期 取組み：グローバル事業の基盤確立

「少額出資」 + 「マーケティングパートナー」のパッケージ戦略

■ インドネシア (PT.DIGITAL MARKETING INDONESIA「以下、DMI社」) での取組事例



- ❑ インドネシア最大級のECサイトBukalapakに当社が少額出資。
- ❑ DMI社がBukalapakのマーケティングパートナーとして参画。
- ❑ 2014年7月当初スモールスタートであったが、1年半の間に。運用予算100倍、広告効果300倍に。
- ❑ Alexa Traffic Rankでスタート時53位→10位にアップ。
- ❑ 今後も「少額投資」と「マーケティングパートナー」のパッケージアライアンスの推進で拡大を図る。



2016年9月期 取組み：まとめ

サーチ広告

- ✓ **最(再)注力。市場シェア拡大・運用効率継続改善を目指す**
成長を続ける市場を牽引する存在として、更なる運用品質・運用効率を追求し、顧客価値最大化に取組み、更なるシェア拡大を図る

ディスプレイ広告

- ✓ **顧客基盤を鑑みて適切なテーマヘリソースを結集し取扱高を拡大**
人材育成、ナレッジ開発、新規の顧客開拓においては、グループ横断の取り組みも強化

提案力強化

- ✓ **新商材を含めた顧客課題に対する提案力の強化を図り拡大**
サーチ・ディスプレイでの強みを維持しつつ、ソーシャルメディア・データ活用型新商材に対する提案力強化の取組を開始
DACから11名の出向による体制強化・クリエイティブ制作力強化施策実施

ソリューション

- ✓ **成長を担う主力商材としてコンテンツマーケティングへ注力**
“ONE CUSHION”などのサービスの高付加価値化を
グループ連携、アライアンスなど合わせて多面的に取り組む

グローバル

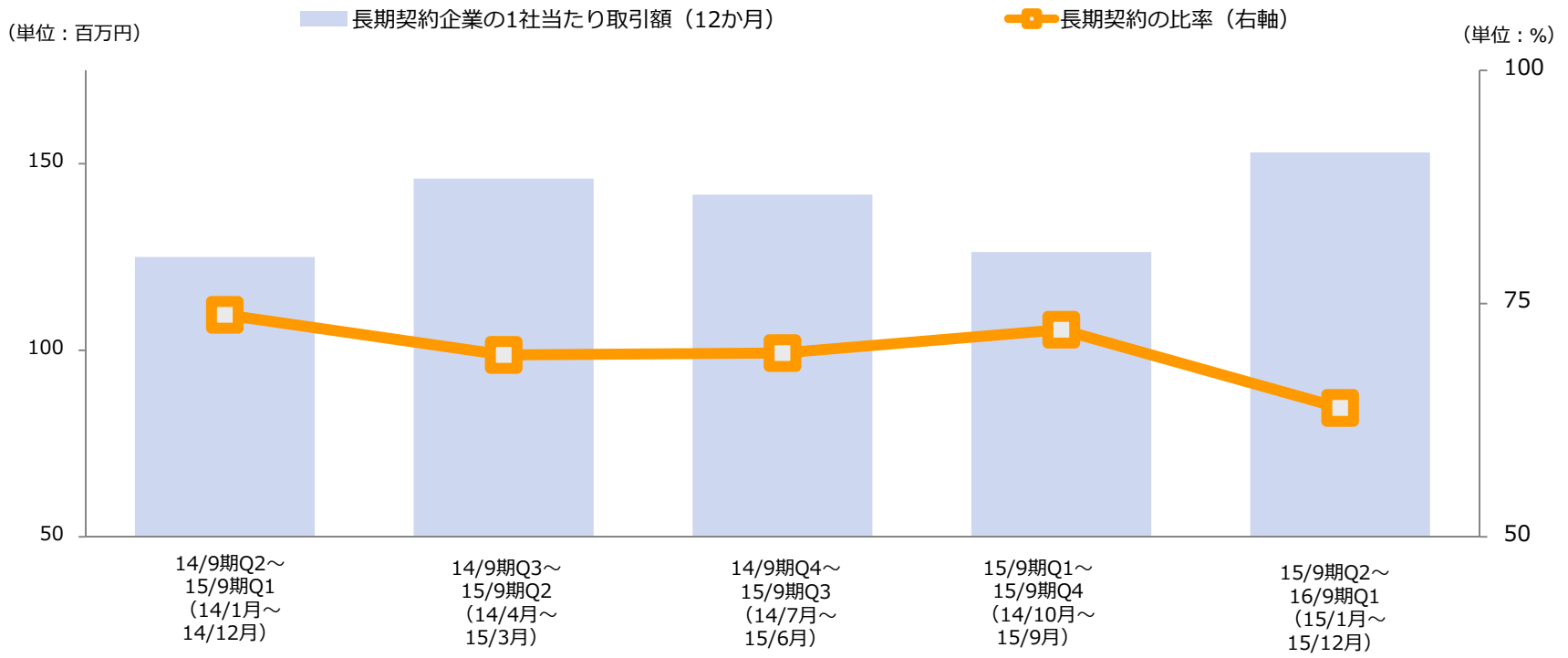
- ✓ **成長市場への投資と、急変する市場における事業再構築を進める**
Googleプラットフォームへの深い知見と博報堂DYグループの海外ネットワークをテコに、新たな事業機会の創出を図る

3. Appendix

長期契約比率

- 長期契約比率63.8%と下落。（Q2取引先急増のため。継続社数自体は前四半期並み。）
- 1社当たりの取引額は前年同期比21%増と伸長。

長期契約※の比率・取引額

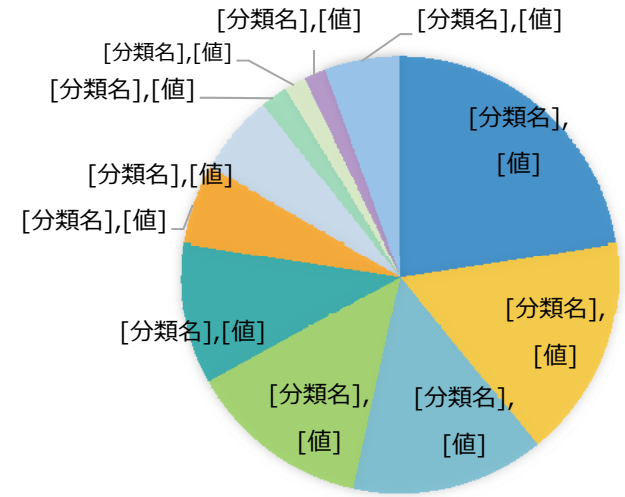


※ 12か月連続でマーケティング予算を投下いただいたクライアント企業。期間限定のキャンペーン案件及び代理店アカウントは除外

業種別売上高構成比

	2015年 9月期 Q2	2015年 9月期 Q3	2015年 9月期 Q4	2016年 9月期 Q1	2016年 9月期 Q2
旅行	16.6%	18.9%	22.0%	13.9%	22.6%
人材/教育	17.9%	22.6%	21.8%	19.4%	16.5%
小売/通販	16.2%	14.5%	13.3%	16.7%	14.3%
メディア	11.0%	14.0%	13.1%	15.1%	13.6%
不動産	15.7%	10.3%	10.4%	9.8%	10.4%
金融	4.4%	6.0%	6.0%	7.3%	5.9%
ネットサービス	1.7%	2.1%	4.1%	6.8%	5.9%
広告	3.4%	3.0%	1.9%	2.1%	2.0%
美容健康	1.0%	0.8%	0.5%	0.7%	1.6%
自動車	5.3%	2.6%	1.9%	2.3%	1.6%
その他	6.9%	5.1%	5.0%	6.0%	5.6%

**2016年9月期Q2
顧客業種別売上高構成比**

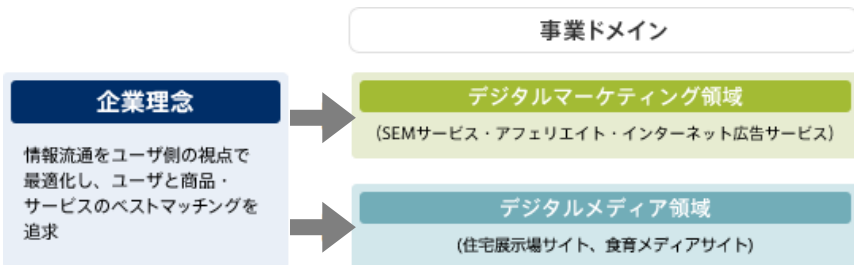


※ 期間限定のキャンペーン案件及び代理店アカウントは除外

会社概要

社名	株式会社アイレップ (IREP Co., Ltd.)
設立	1997年11月
事業内容	<input type="checkbox"/> デジタルマーケティング領域 <input type="checkbox"/> デジタルメディア領域
資本金	5億5,064万円
所在地	(本社) 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 (営業所) 名古屋、大阪、福岡 (オペレーションセンター) クオリティマネジメントセンター高知
売上高	580億2千万円 (2015年9月期・連結) 536億1千万円 (2014年9月期・連結) 473億9千万円 (2013年9月期・連結)
従業員数	623名 (グループ全体※)
役員	代表取締役社長CEO 紺野俊介 取締役COO 高梨秀一 取締役CFO 永井敦 取締役CSO 下山哲平 取締役CCO 小坂洋人 取締役CBDO 北爪宏彰 取締役 矢嶋弘毅 取締役 島田雅也 取締役 三神正樹 社外取締役 杉山全功 社外取締役 麻生巖 常勤監査役 大塚彰 社外監査役 星野克美 社外監査役 大武正史 監査役 大塔達也
決算期	9月
主要株主	デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社 高山雅行 (創業者) 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ
監査法人	有限責任 あずさ監査法人

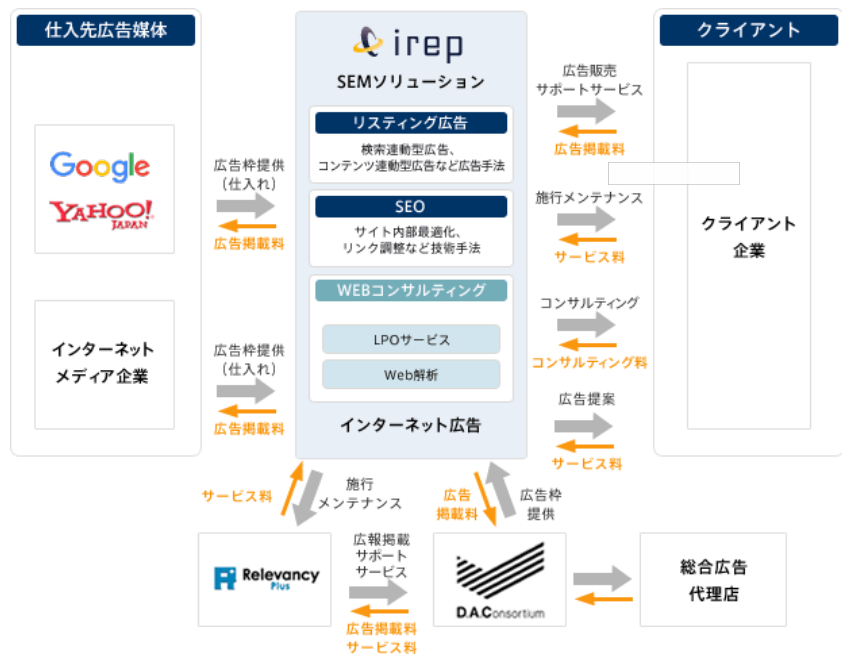
企業理念と事業ドメイン



「総合住宅展示場」



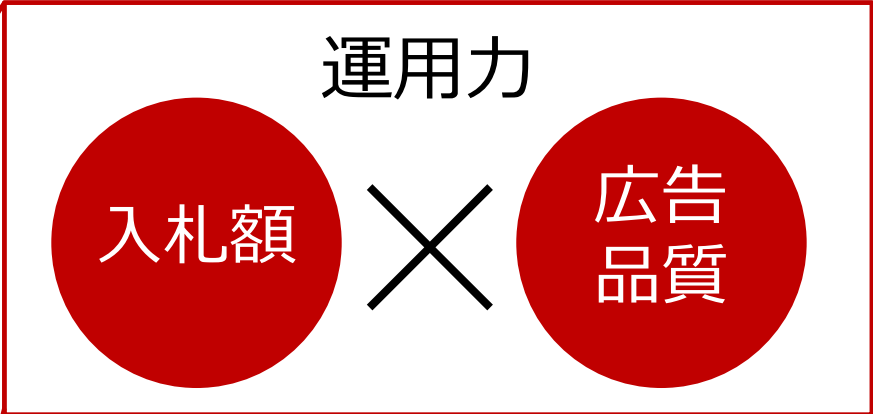
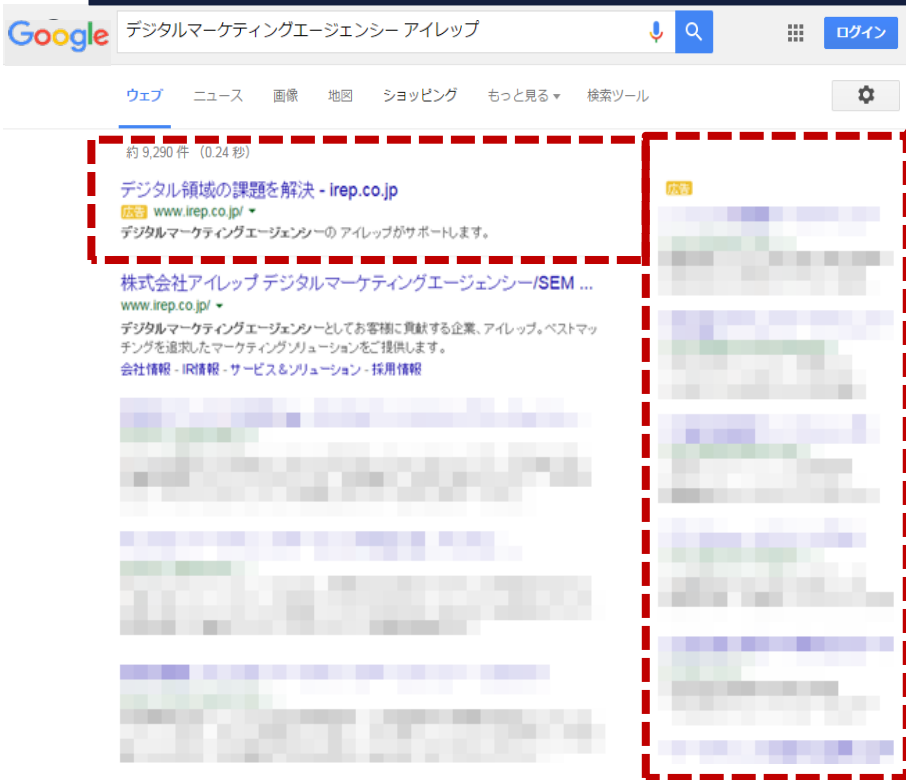
デジタルマーケティング領域の商流



当社の強み ～広告の運用力～

入札額の調整と広告品質向上により、広告効果を最大化する「運用力」が当社の強みの源泉。

リスティング広告（検索連動型広告）

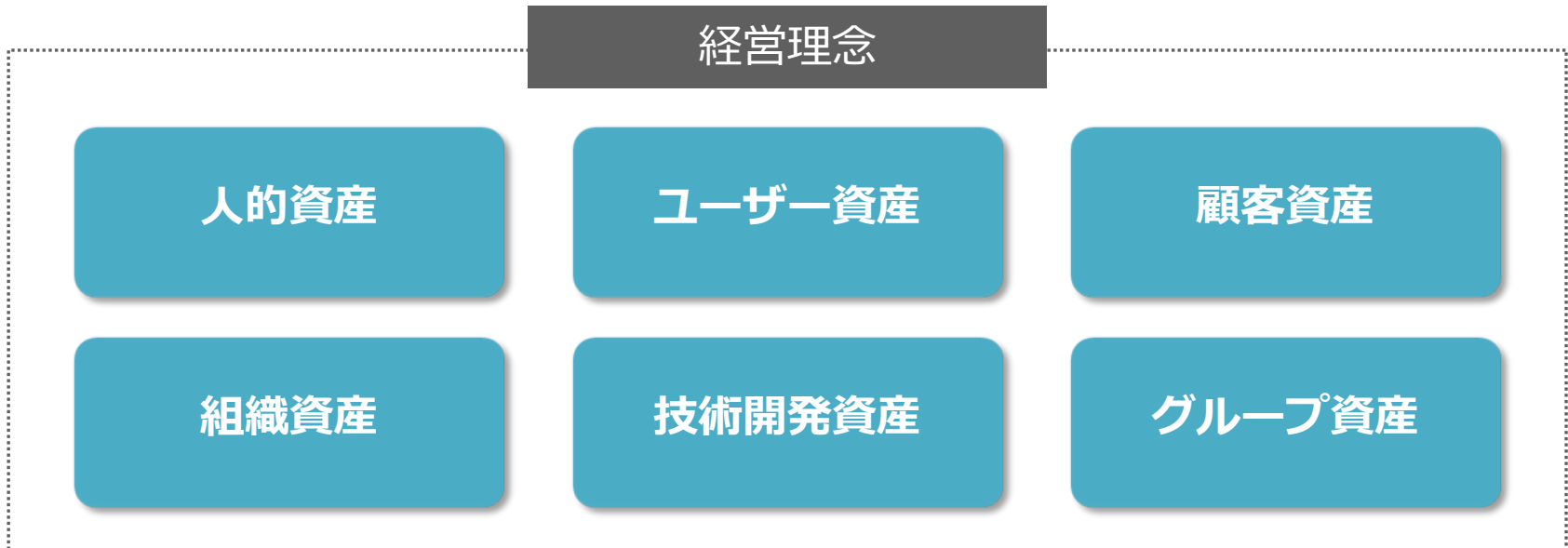


例) Google AdWords における広告ランクのイメージ

	入札額	品質スコア	広告ランク
A社	¥80	15	1位
B社	¥100	10	2位

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

※2015年11月9日現在の検索結果画面 (<http://www.google.co.jp>)



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

