



2019年3月期 決算説明資料

株式会社イオレ

(東証マザーズ、証券コード:2334)

2019年5月17日

- I | **イオレについて**
- II | **業績推移及び2019年3月期通期概況**
- III | **2019年3月期戦略進捗状況**
- IV | **2020年3月期の経営戦略と業績予想**
- V | **参考データ**

eole Inc.

I

イオレについて

会社名	株式会社イオレ		
設 立	2001年4月25日	上場市場	東京証券取引所マザーズ市場（証券コード：2334）
		所在地	〒108-0074 東京都港区高輪3丁目5番23号 KDX高輪台ビル9F
資本金	7億3,411万円 ※2019年3月31日現在	電 話	03-4455-7092（代表）
従業員	76名 ※2019年3月31日現在	FAX	03-5793-3533
役 員	代表取締役社長	吉田 直人	事業内容
	代表取締役副社長	小川 誠	
	取締役	中井 陽子	PC / スマートフォン向け各種サービスの運営 （らくらく連絡網、ガクバアルバイト、らくらくアルバイト） インターネット広告事業 アドテクノロジー商品「pinpoint」の開発・提供 セールスプロモーション事業
	取締役	一條 武久	
	社外取締役	冨塚 優	取引銀行
	常勤監査役	秋本 実	
	監査役	大山 亨	
	監査役	田島 正広	
			みずほ銀行 銀座通支店 三井住友銀行 渋谷駅前支店

- 2001年 ● 港区六本木に株式会社イオレを設立(資本金10百万円)
渋谷区西原に本社を移転、営業開始
- 2003年 ● 世田谷区奥沢2丁目に本社を移転
- 2005年 ● **「らくらく連絡網」運用開始**
資本金を126百万円に増資
- 2007年 ● 「らくらく連絡網」登録会員100万人突破
資本金を209百万円に増資
- 2009年 ● 資本金を301百万円に増資
- 2010年 ● **「ガクバアルバイト」** (旧大学生アルバイト.com)
運用開始
資本金を329百万円に増資
「らくらく連絡網」会員400万人突破
- 2013年 ● 「らくらく連絡網」登録団体数35万団体 会員600万人突破
「らくらくアルバイト」運用開始
港区高輪3丁目に移転

- 2014年 ● 「らくらく連絡網」スマートフォンアプリリリース
プライベートDMP*1「pinpoint DMP*2」の提供を開始
「pinpoint DMP」を活用したGoogle社「DBM」
(DoubleClick Bid Manager) への配信開始
- 2015年 ● 資本金を382百万円に増資
- 2016年 ● 「らくらく連絡網」アプリ100万ダウンロード突破
- 2017年 ● 凸版印刷株式会社と資本業務提携締結
東京証券取引所マザーズに上場
資本金を721百万円に増資
- 2018年 ● 資本金を734百万円に増資
- 2019年 ● **「ジョブオレ」運用開始**

* 1,2 巻末の「用語集」をご参照ください。

「pinpoint及びその他運用型広告」サービスの強化、拡大戦略を加速し、新たな経営体制のもと、更なる企業価値の向上を目指す。

代表取締役社長（候補）

オガワ マコト

小川 誠（現・代表取締役副社長）



経 歴

大学在学中に(株)アルファブランチを設立。その後(株)ラフデッサンを設立、代表取締役社長。2010年1月 当社営業部門の顧問を経て、同年6月 取締役。2016年6月 専務取締役。2018年6月 代表取締役副社長（現任）。

※ 2019年6月下旬に開催予定の定時株主総会、及びその後開催される当社取締役会の決議により、正式に決定する予定です。

取締役*



小川 誠 代表取締役社長



吉田 直人
取締役会長



中井 陽子
取締役
経営管理部門管掌



一條 武久
取締役
技術部門管掌
執行役員

富塚 優 社外取締役

監査役

秋本 実 常勤監査役

大山 亨 監査役

田島 正広 監査役

執行役員

高木 盛至 執行役員 営業部門担当

吉田 祐介 執行役員 マーケティング部門担当

山地 哲朗 執行役員 経営管理部門担当

* 2019年6月下旬に開催予定の定時株主総会、及びその後開催される当社取締役会の決議により、正式に決定する予定です。

事業	サービス名	概要	収益モデル
運用型広告		自社サービスの登録情報を基にした精度の高いデータを保有している「pinpoint DMP*1」と連携したDSP*2・ソーシャルメディア広告サービス	トレーディングデスク*3を含むDSP・ソーシャルメディア広告サービス
	その他運用型広告	「ジョブオレ」を活用した「Indeed」・リスティング等の運用型広告事業	運用型広告サービス
自社メディア		日本全国の部活動、サークル、PTAなどの団体活動従事者向けに提供するグループコミュニケーション支援サービス	「らくらく連絡網」内での広告掲載、有料版提供ほか
		大学生に特化したアルバイト求人情報提供サイト	「ガクバアルバイト」への掲載料
		アルバイト求人情報ポータルサイト	「らくらくアルバイト」から連携求人メディアへの送客成果報酬
その他	その他	主として以下のサービス ①SP(セールスプロモーション)： 大学構内でのフィールド系広告商品の代理店販売 ②他求人広告：他社求人メディアの代理店販売	個別設定

*1,2,3 巻末の「用語集」をご参照ください。

団体活動を支援する、日本最大級の連絡網サービス

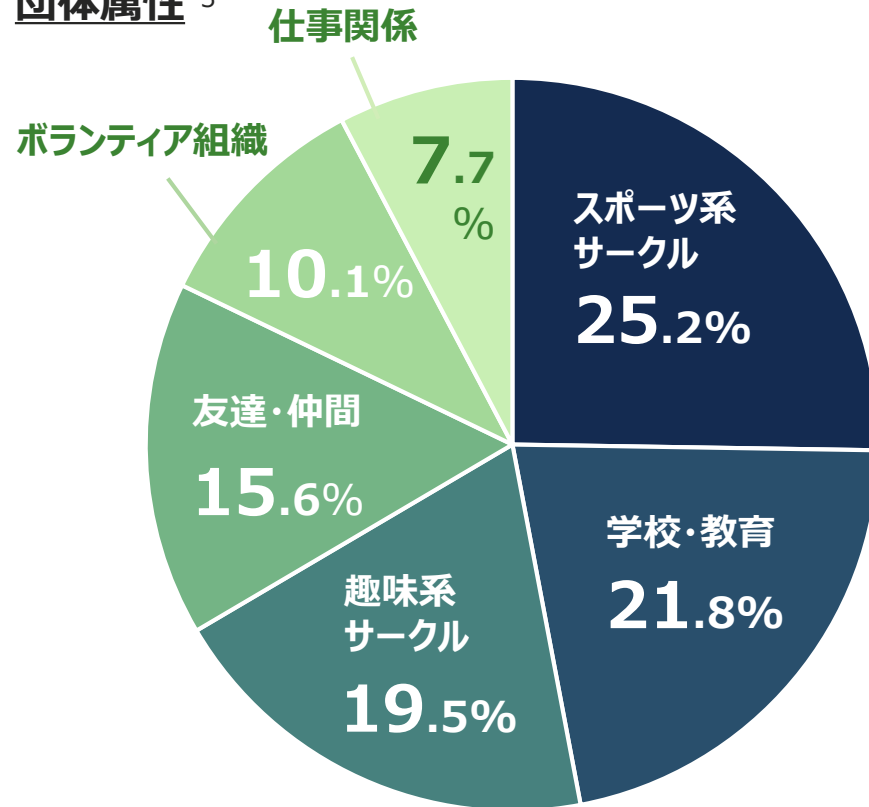


38.2万団体 669万人^{*1}が利用中
 スケジュール調整や出欠確認など便利な機能で団体活動をサポート。



大学生・院生セグメントでは、
4人に1人が利用。^{*2}

団体属性^{*3}

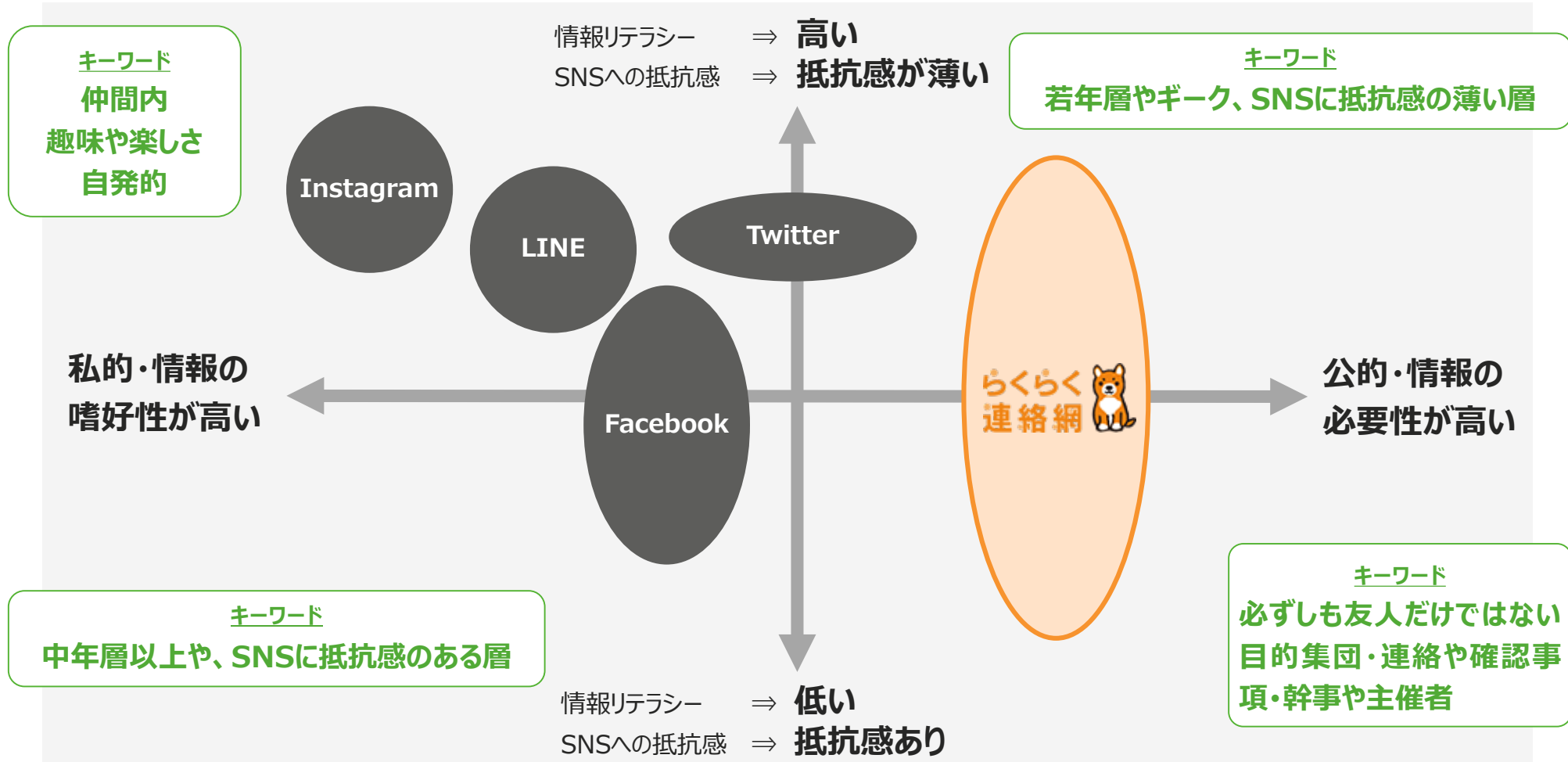


*1,3 2019年3月31日時点

*2 全国の大学生・大学院生：2,909,159名(文部科学省 2018年調べ) らくらく連絡網登録人数：約71万人(2019年3月31日時点)

SNSサービスにおけるらくらく連絡網の位置付け (概念図)

必ずしも友人だけではない目的集団の主催者やリーダーが、連絡や確認事項の情報共有ツールとして利用。





「ガクバアルバイト」は、大学生に特化した掲載型求人情報提供サイト。

「らくらくアルバイト」は、連携求人メディアへ送客を行う求人情報ポータルサイト。



ガクバアルバイト

- らくらく連絡網を入口とした、大学生に特化したアルバイト求人情報提供サイト。
- 収益モデルは、**掲載型**。



らくらくアルバイト






- 仕事情報提供元の連携求人メディアからの案件を幅広く搭載し、一括応募ができるアルバイト求人情報ポータルサイト。
- 収益モデルは、**送客成果報酬型**。

求人メディア領域における「ガクバアルバイト」「らくらくアルバイト」の位置付け (概念図)



広告出稿の目的

「マス告知」から「確度の高い人への行動促進」に変化


	第一世代 新聞	第二世代 テレビ	第三世代 ネット純広告	第四世代 ネット検索型広告	第五世代 ネット運用型広告
					
広告の 対象	マス	マス 志向性	マス	志向性（検索）	個人 志向性
媒体の 役割	告知	告知	告知 行動促進	行動促進	告知 行動促進

アプリ閲覧から照合、
広告掲出まで**0.1秒未満**。



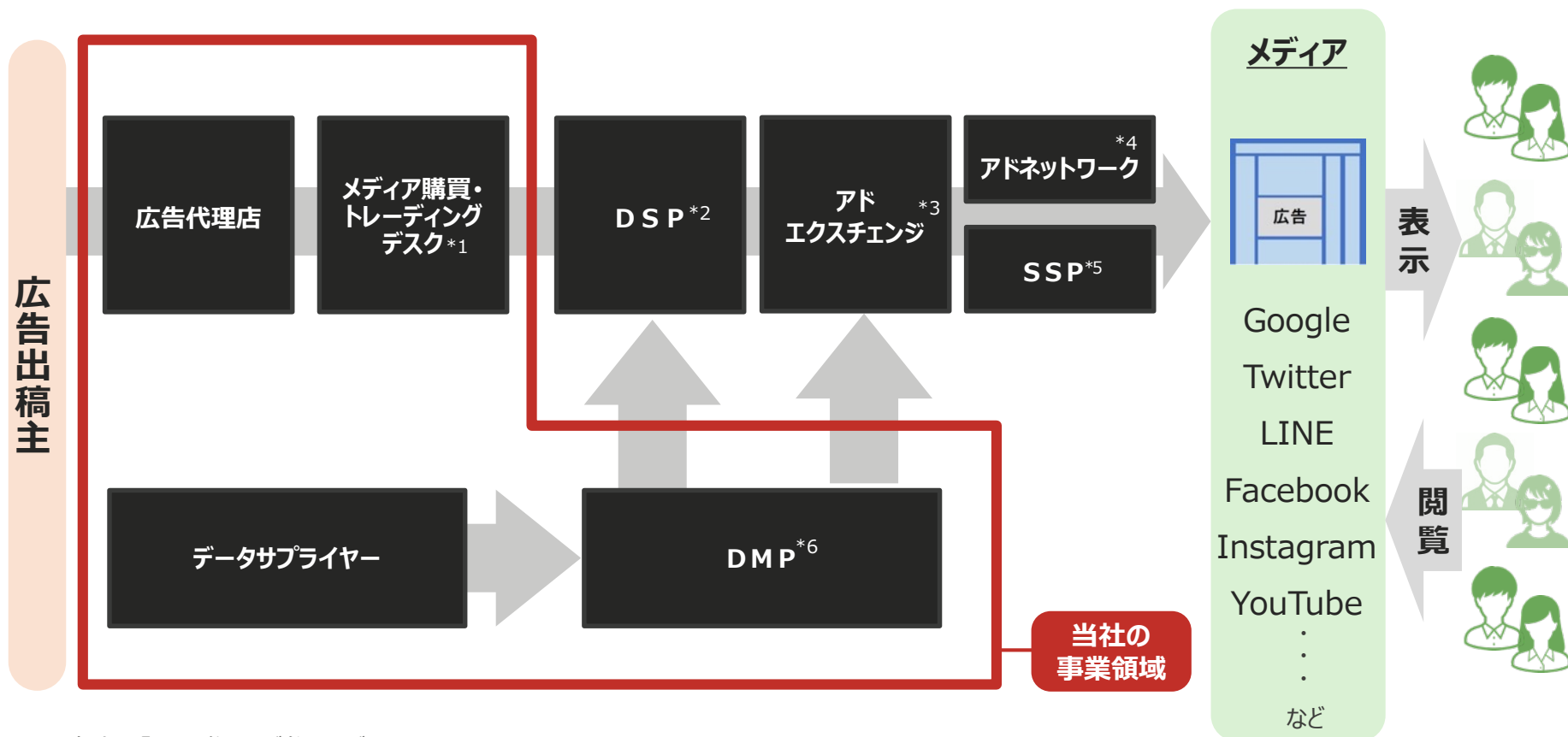
現在のインターネット広告は属性等のデータベースに基づいた、
より即時性の高い広告配信にシフト。

量とともに質も問われ、それを保持している会社ほど、強みを発揮できる。

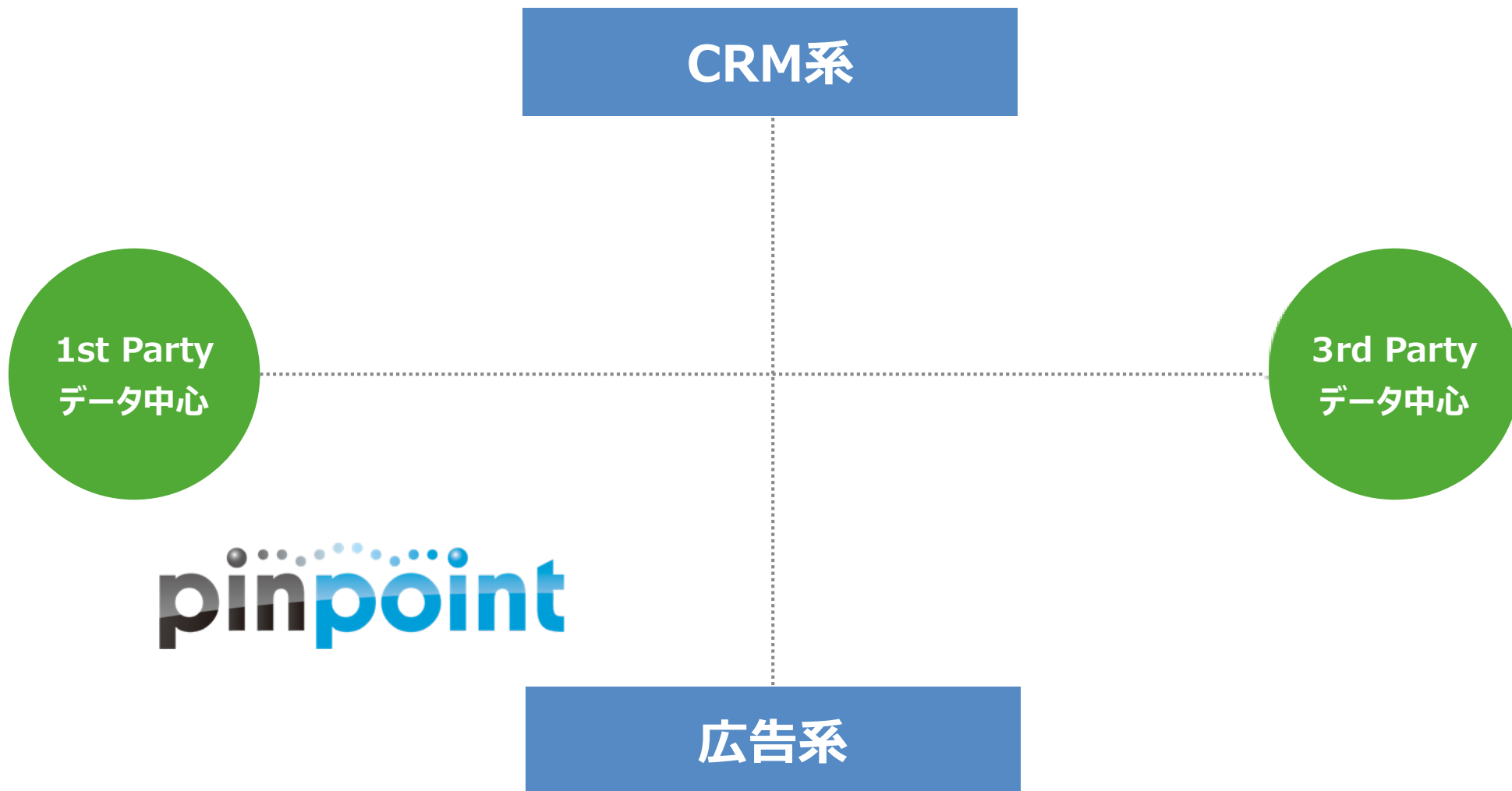
 当社は「pinpoint及びその他運用型広告」等において、ユーザー登録情報に基づきDMPに格納された匿名加工情報を活用。

インターネット広告におけるイオレの業務領域 (概念図)

当社では独自のデータを活用し、トレーディングデスク運用を含むDSP・ソーシャルメディア広告サービスやクリエイティブ制作により収益を獲得。



*1~6 巻末の「用語集」をご参照ください。



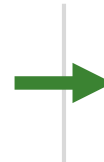
* 巻末の「用語集」をご参照ください。

らくらく連絡網ならびに提携企業のユーザー情報を活用した広告配信が可能なDMP (Data Management Platform)

極めて詳細で明確なららくらく連絡網の属性データおよび提携先との連携により、総数2,000万人を超えるデータを保有している。



Web広告市場およびスマートフォン広告市場が伸長し、技術（アドテクノロジー）を駆使し、よりピンポイントにターゲティングされた広告露出が主流になっている。

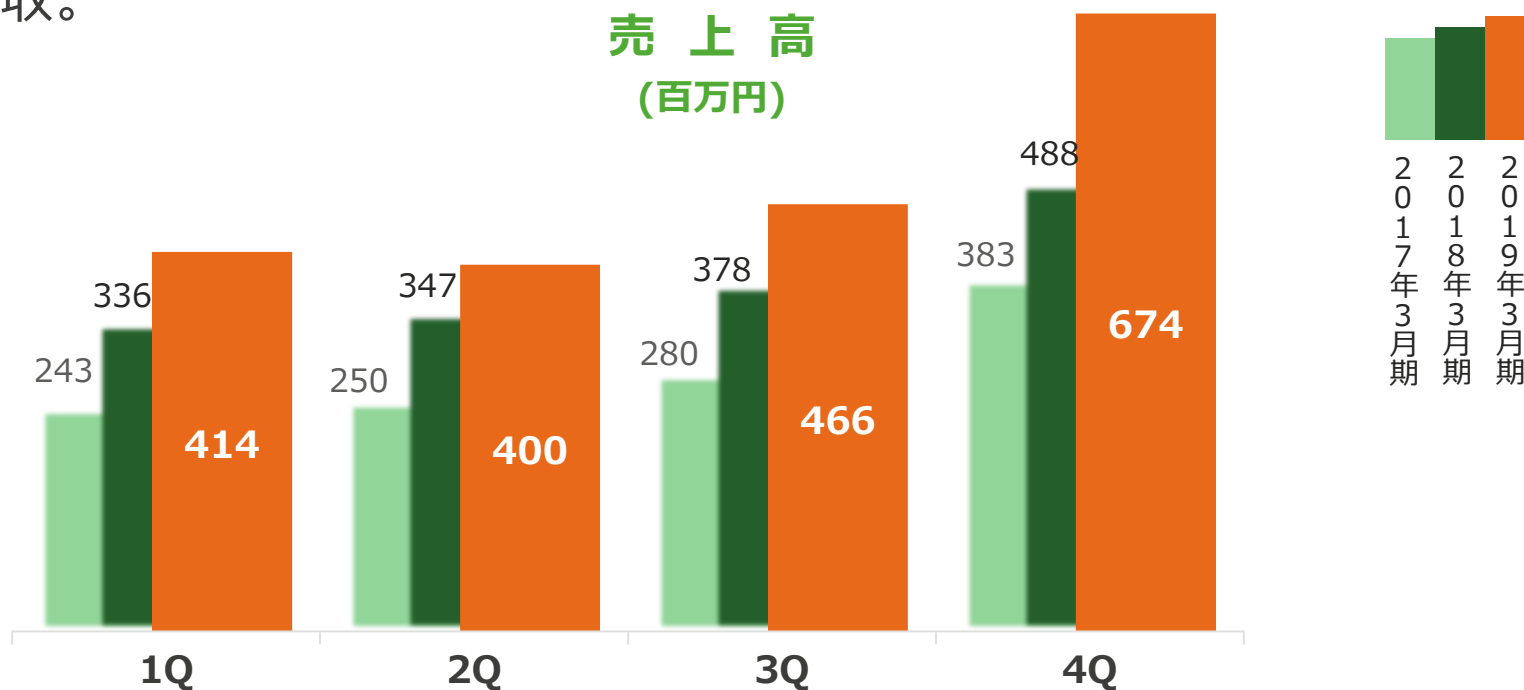


個人情報保護法に則り収集、個人を特定しない形でデータとして利用している。また、2017年10月より匿名加工情報取扱業者としての宣言をしている。

eole Inc.

Ⅱ | 業績推移及び 2019年3月期通期概況

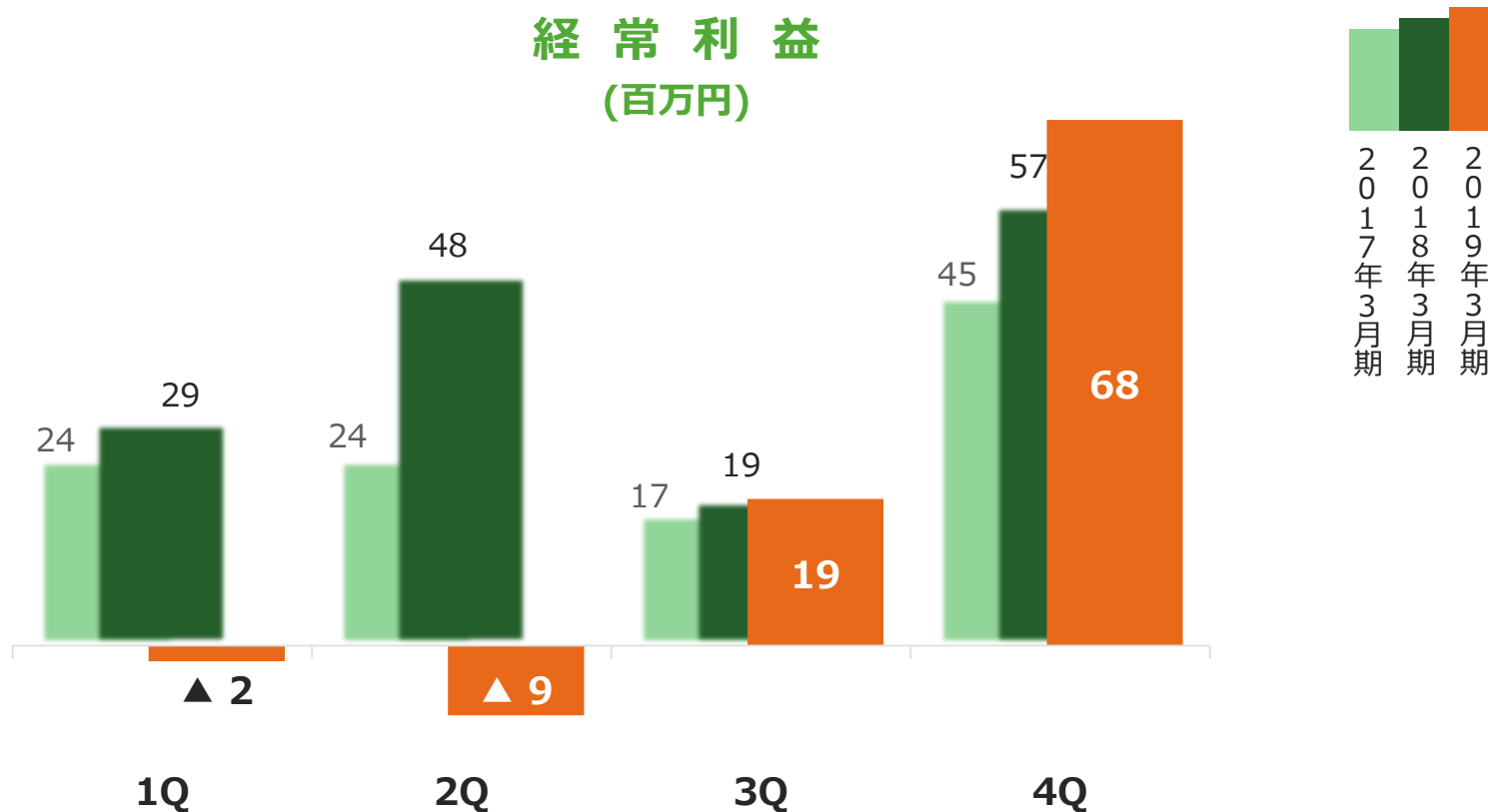
2019年3月期は、「pinpoint及びその他運用型広告」へのシフトを優先。サービスミックスを変えながらも、市場性の高い分野に注力することにより、売り上げは順調に推移し、増収。



広告業界全般、特に当社が現在事業上の重点を置いております求人広告市場は（新年度を意識した採用活動の特性等により）年度末に向けて大きく伸びる季節性動向があります。

※ 本資料における2017年3月期は、四半期財務諸表を作成していないため参考数値であり、監査法人の監査を受けておりません。記載金額は、単位未満を切り捨てて表記しております。また、比率については切り捨て前金額にて算出の上、単位未満を四捨五入で表記しております。なお、次ページ以降も同様となります。

新たな売上の伸びに伴い、第3四半期からは利益も回復。第4四半期は前年同期比増益で着地し、事業構造の転換は成功。

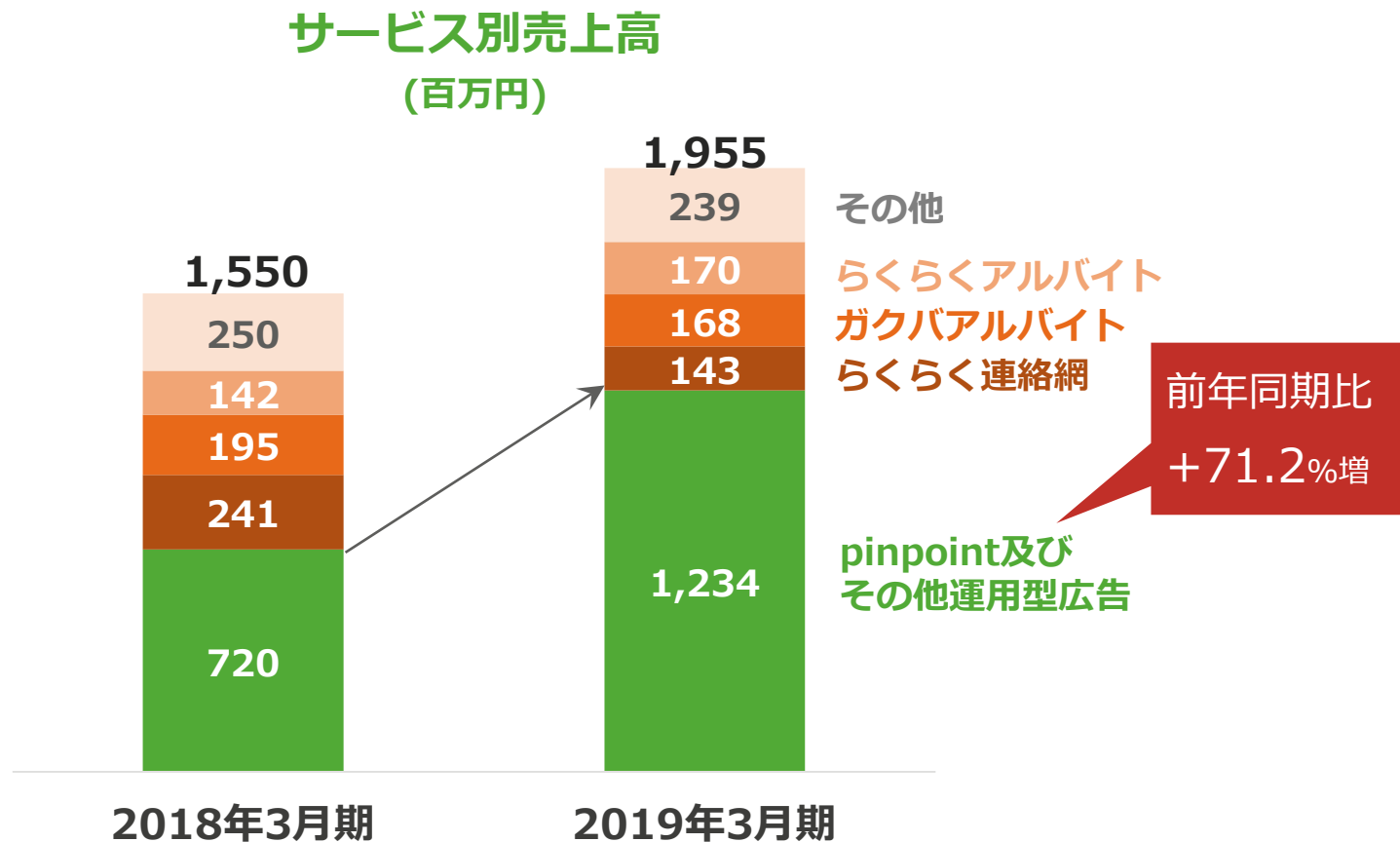


※ 本資料における2017年3月期は、四半期財務諸表を作成していないため参考数値であり、監査法人の監査を受けておりません。

2019年3月期は、「pinpoint及びその他運用型広告」へのシフトを優先し、前年に対し、通期で増収減益の計画であったが、前述の通り、直近数値は堅調に拡大。2020年3月期は増収増益の見通し。

(百万円)	2018年3月期 実績	2019年3月期 予想 (2018年11月14日)	2019年3月期 実績	前年 同期比	2020年3月期	
					通期予想	前年同期比
売上高	1,550	1,900	1,955	+26.1%	2,420	+23.7%
営業利益	169	30	78	▲53.8%	166	+112.9%
経常利益	155	27	76	▲50.9%	166	+118.7%
純利益	91	15	58	▲35.3%	112	+90.9%

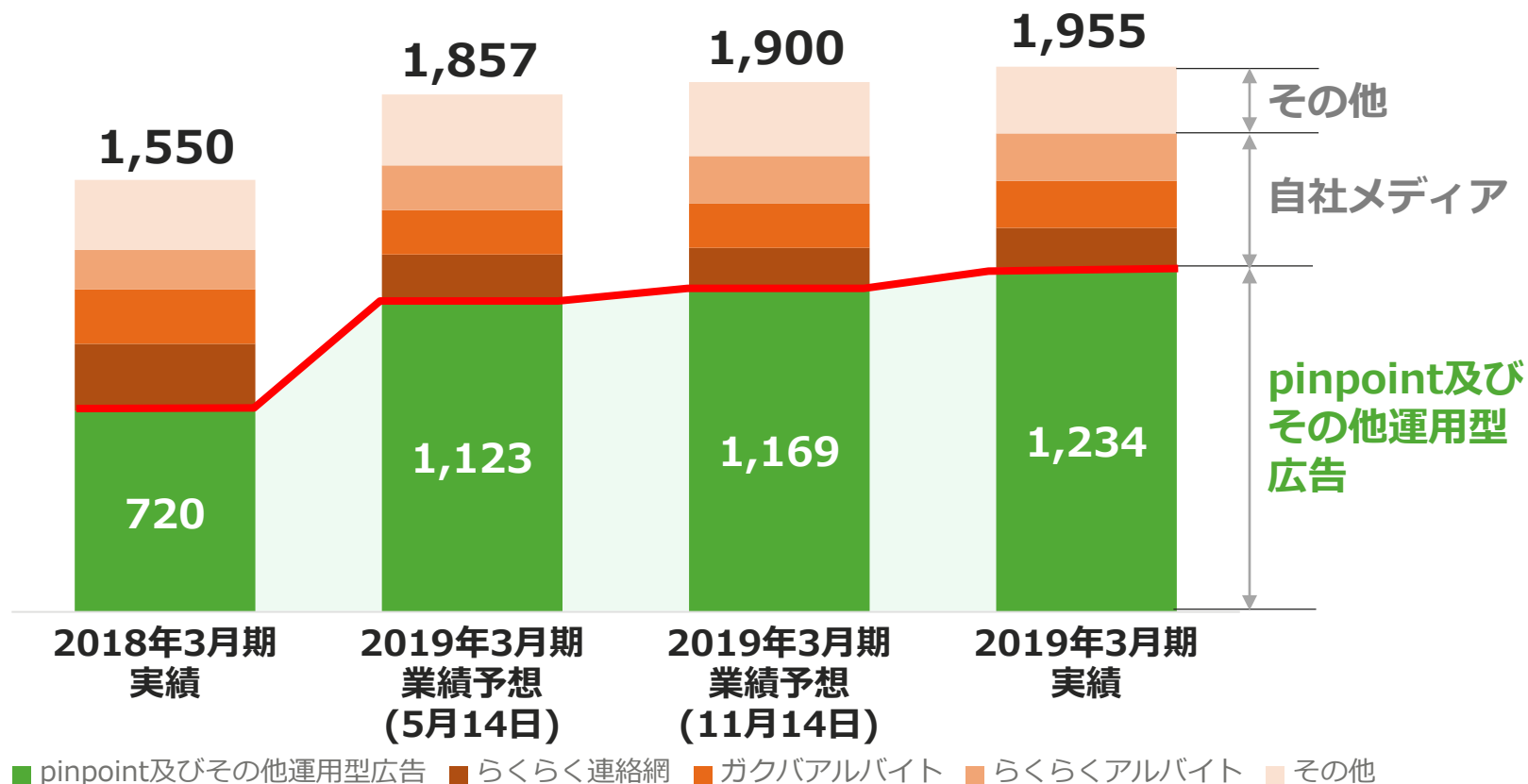
営業における比重をより成長性の高い「pinpoint及びその他運用型広告」にシフト。
同サービスが成長を大きく牽引。



※ 各サービスの売上高の合計と売上高（全体）は、表示単位未満切り捨てのため一致しません（次ページ以降も同様です）。

求人広告市場での「pinpoint及びその他運用型広告」の需要は、予想を超えて拡大し、期初の予想以上に成長分野へのシフトが早まった。

サービス別売上高
(百万円)



※ 各サービスの売上高の合計と売上高（全体）は、表示単位未満切り捨てのため一致しません（次ページ以降も同様です）。

(百万円)	2018年3月期 期末 (2018年3月31日)	2019年3月期 期末 (2019年3月31日)	増減
資産の部			
流動資産			
現金及び預金	790	761	△29
売掛金	246	312	65
その他	12	10	△2
流動資産合計	1,049	1,083	33
固定資産			
有形固定資産	8	7	0
無形固定資産	282	292	10
投資その他の資産	90	89	△1
固定資産合計	381	389	8
繰延資産	2	0	△2
資産合計	1,433	1,473	40

(百万円)	2018年3月期 期末 (2018年3月31日)	2019年3月期 期末 (2019年3月31日)	増減
負債の部			
流動負債			
買掛金	109	182	73
1年内償還予定の社債	50	20	△30
1年内返済予定の長期借入金	4	—	△4
その他	135	129	△9
流動負債合計	298	328	29
固定負債			
固定負債合計	50	—	△50
負債合計	349	328	△20
純資産の部			
株主資本	1,081	1,142	60
(内 利益剰余金)	(△327)	(△268)	(58)
新株予約権	2	2	—
純資産合計	1,084	1,145	60
負債純資産合計	1,433	1,473	40

現在

- 配当可能利益額に達しておりません。
- 当社の事業規模はまだ小さいため、事業の拡大を優先し、早期に業界プレゼンスを確立し、安定した収益を出せるようになることを優先させたいと考えております。

今後の見通しについて

- 現在の収益トレンドが続けば、利益剰余金のマイナスは近い将来解消する見込みです。
- 今後収益が安定的に出せてきたと判断できた時点で、配当の実施を検討してまいります。

eole Inc.

III

2019年3月期戰略進捗状況

1. pinpointを中心とした運用型広告の販売と運用に注力

- <Topics> • 2019年3月期の売上高は、前年同期比+26.1%の増収と順調に推移。
- 「pinpoint及びその他運用型広告」*の売上高は、前年同期比+71.2%の増加と力強く成長。
 - 「pinpoint及びその他運用型広告」の売上構成比率は、46.5%⇒63.1%となり当社の中核事業に。
 - 特に、期初予想した求人広告市場の構造変化と運用型広告の伸びが著しい。

2. OEM代理店の営業支援体制の強化

- <Topics> • OEM代理店の売上高は、前年同期比+201.0%の増加、営業支援体制強化が奏功。

3. データベースの連携を強化し、アドテクノロジーを推進

- <Topics> • らくらく連絡網の会員数は669万人、有効団体数は38.2万団体と、前年同期(2018年3月末)より増加。

※ 2019年3月期より、それまで「その他」の中の「他媒体広告」であったものと「pinpoint」を合わせ、「pinpoint及びその他運用型広告」としています。したがって、2018年3月期の数字は参考数字となります。

**1. pinpointを中心とした運用型広告の販売と運用に注力
求人広告市場の構造変化と運用型広告需要の伸長が顕著**

2. OEM代理店の営業支援体制の強化

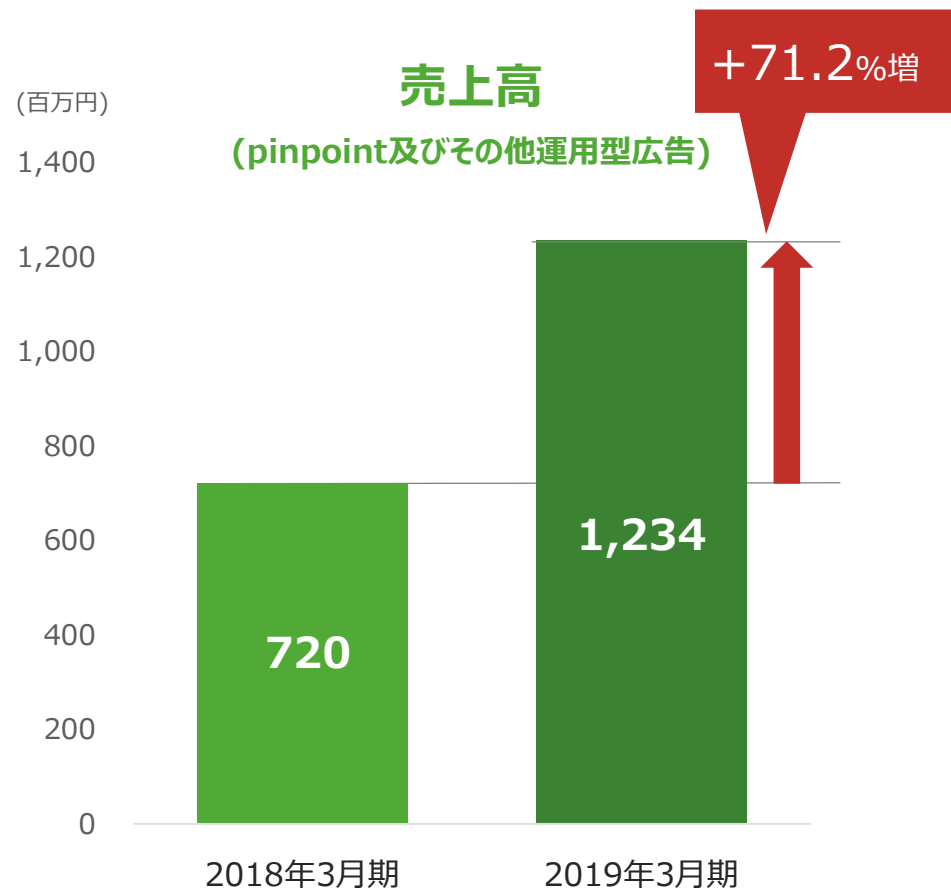
3. データベースの連携を強化し、アドテクノロジーを推進

2019年3月期は、当社の強みと実績のある求人広告市場にて、拡大する可能性の高い運用型広告の伸長に傾注。スポット型からストック型へのシフトを進めた。



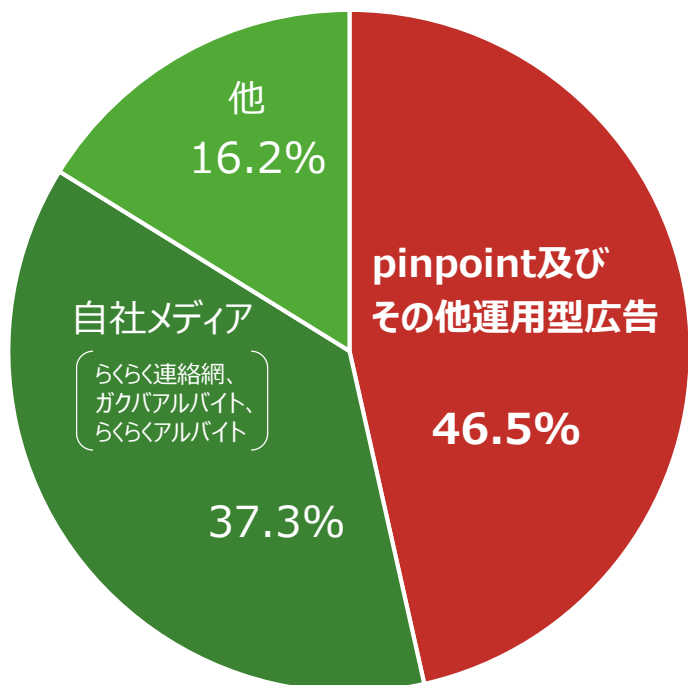
* Life Time Valueの略。顧客生涯価値。

2019年3月期は、前年同期比+26.1%の増収と順調に推移。特に、「pinpoint及びその他運用型広告」が伸長。

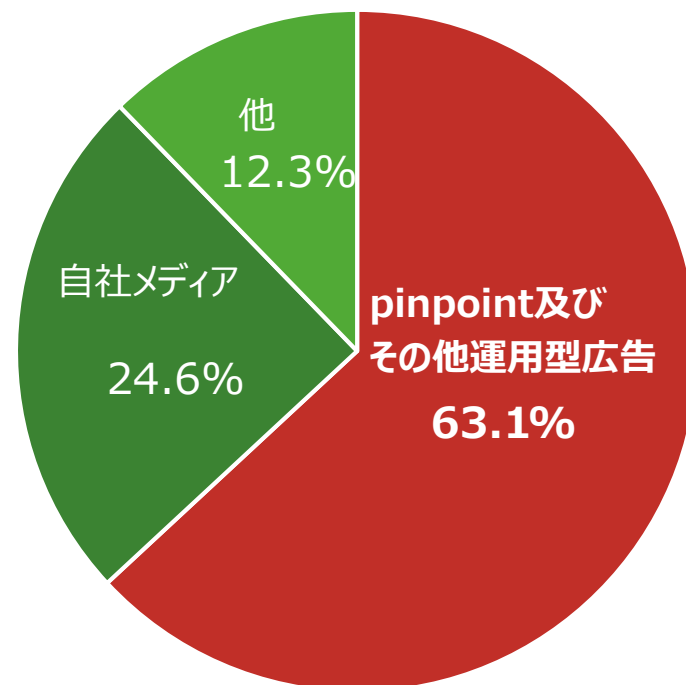


2019年3月期期初から、ストック型の「pinpoint及びその他運用型広告」へのシフトは順調に進み、事業構造の転換は完了。

2018年3月期
売上構成比率



2019年3月期
売上構成比率

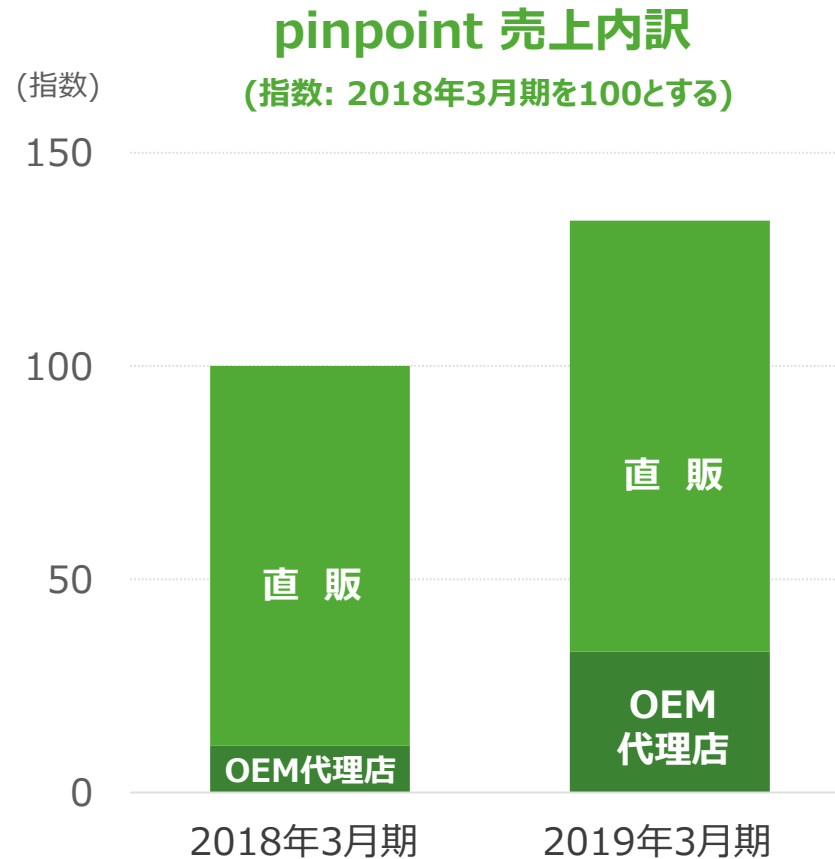


1. pinpointを中心とした運用型広告の販売と運用に注力
求人広告市場の構造変化と運用型広告需要の伸長が顕著

2. OEM代理店の営業支援体制の強化

3. データベースの連携を強化し、アドテクノロジーを推進

販売リソースをOEM代理店に投下した結果、OEM代理店の売上比率が高まり、全体も伸長。

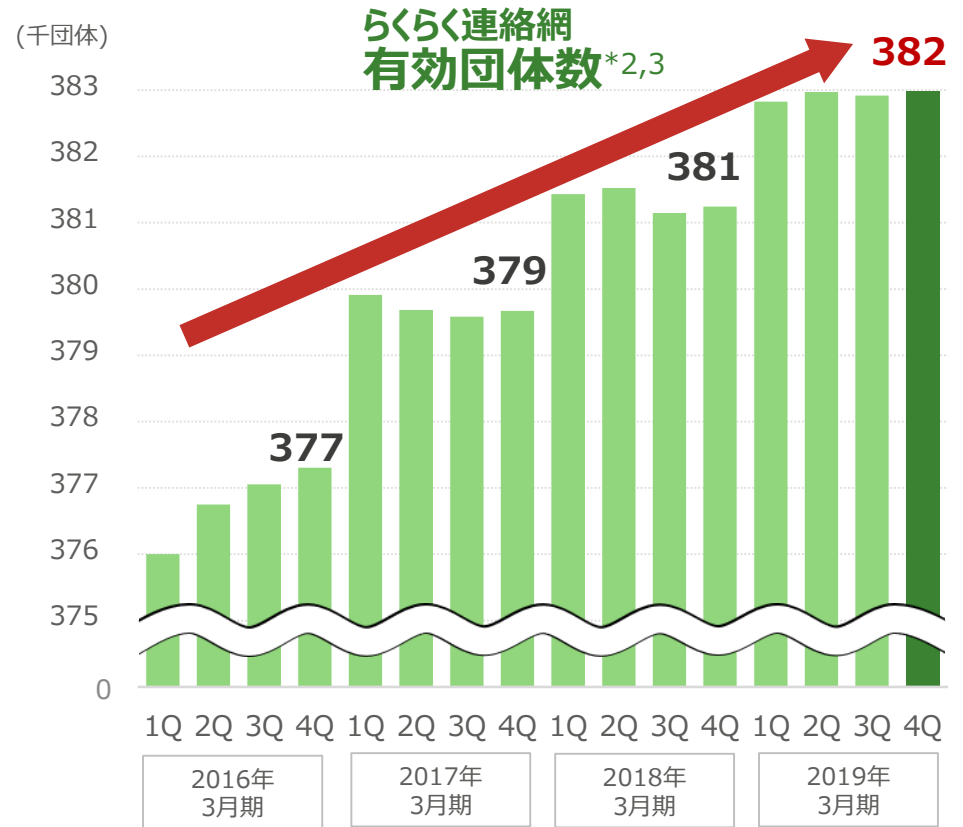
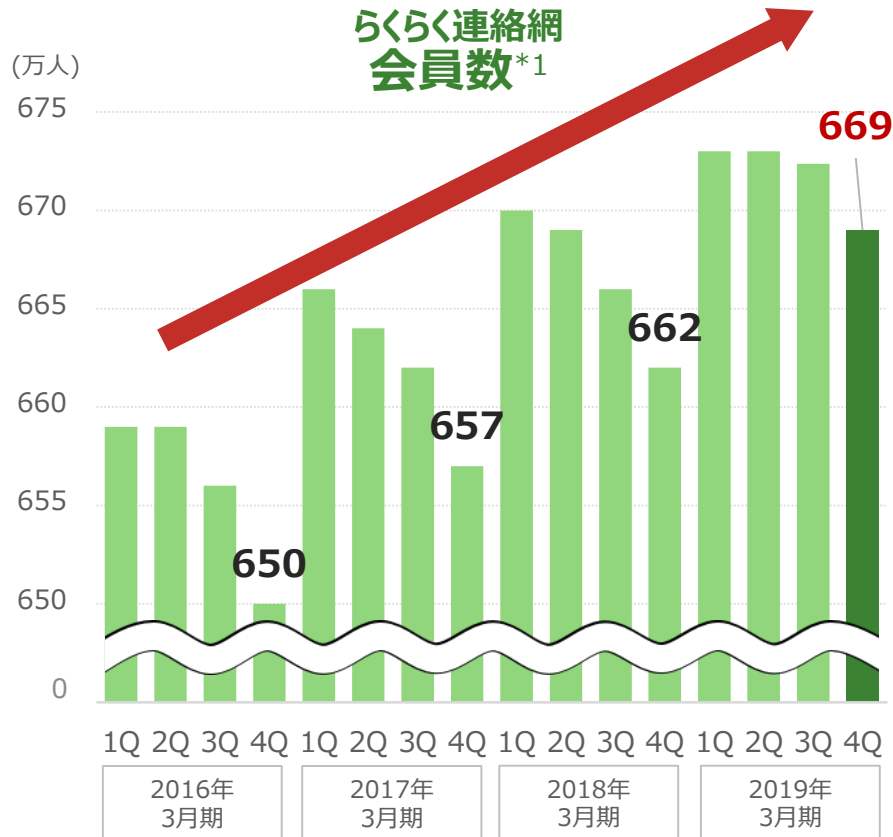


1. pinpointを中心とした運用型広告の販売と運用に注力
求人広告市場の構造変化と運用型広告需要の伸長が顕著

2. OEM代理店の営業支援体制の強化

3. データベースの連携を強化し、アドテクノロジーを推進

らくらく連絡網の会員数・有効団体数は、季節性のトレンドがある中でも、前年同期比で増加。



👉 新学期が始まる4~6月にかけて会員数並びに団体数は増加し、一方で、学校関係をはじめとする一部の団体活動が終了する年末から3月末にかけて減少する季節性動向がある。

*1 会員数は千の位を切り捨てております。 *2 有効団体数は百の位を切り捨てております。*3 有効団体数とは、会員が3名以上所属している団体数です。

引き続きデータベース連携を進め、らくらく連絡網以外の利用可能なデータの量と質を高め
ていく... 現在、約2,000万人超のユーザー情報が活用可能。

【pinpoint DMP*におけるデータ連携】



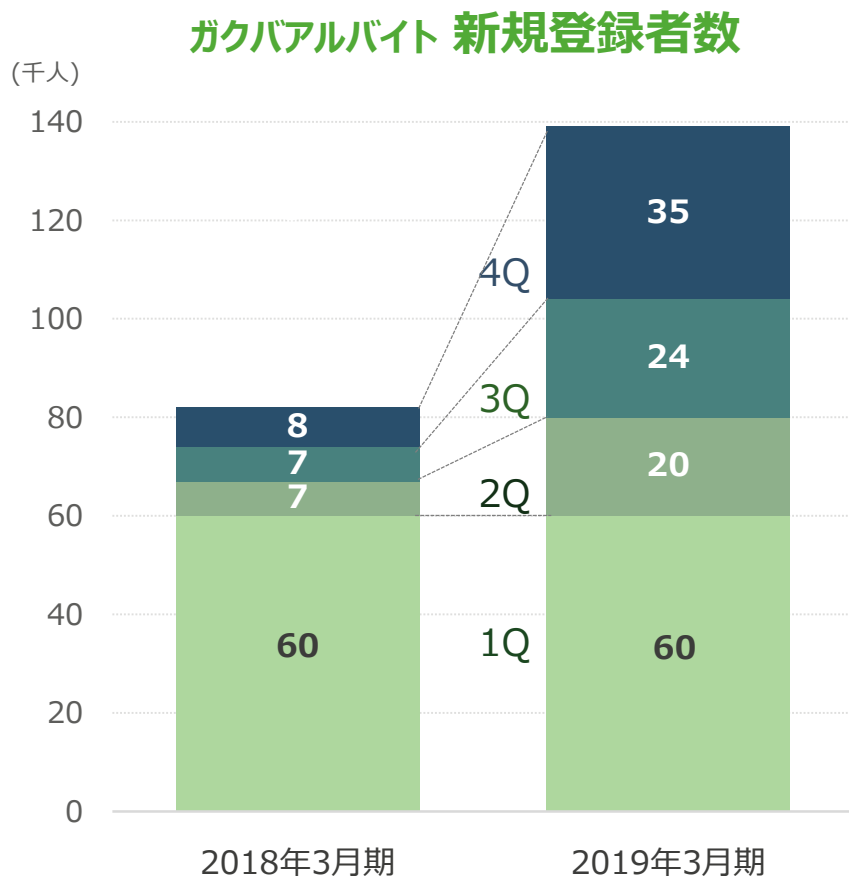
pinpoint DMP

* 巻末の「用語集」をご参照ください。

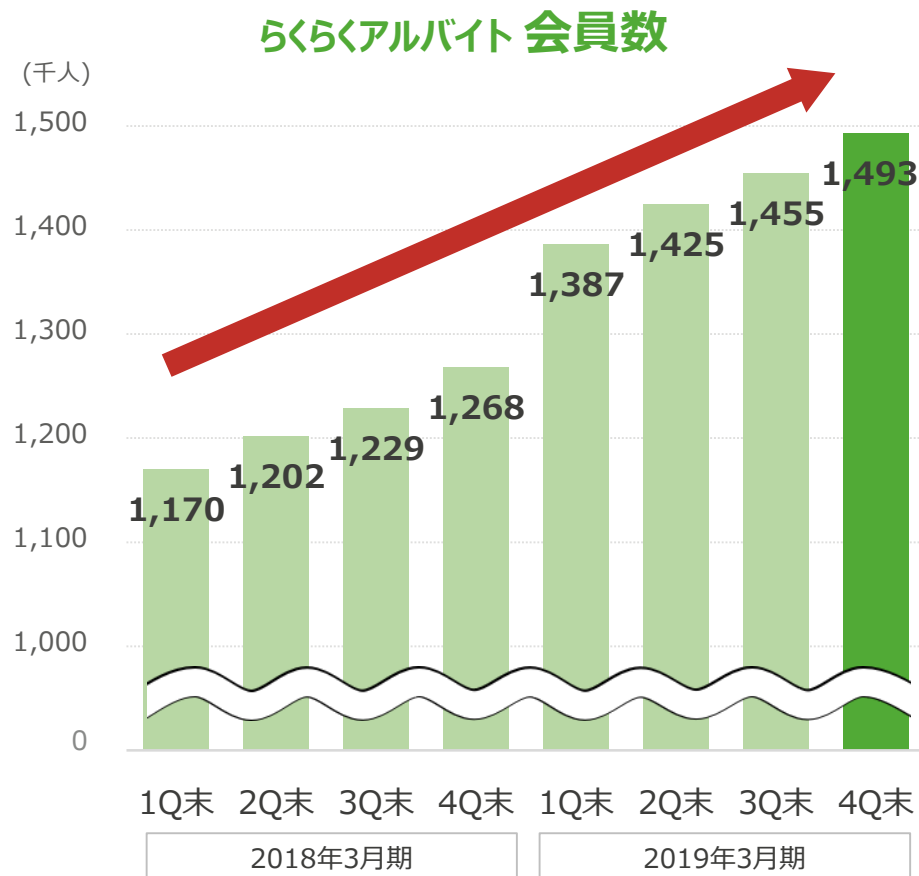
採用活動における運用型広告出稿活動拡大を支援し、そのニーズを取り込むべく、出稿支援ツールである「ジョブオレ」を2019年3月にリリース。



ガクバアルバイトの新規登録者数は、前年同期比+68.8%増加。らくらくアルバイトの会員数は、前年同期比で+17.7%増加。



※ 新規登録者数は百の位を切り捨てております。



※ 会員数は百の位を切り捨てております。

● ガクバアルバイト

ガクバアルバイトのフルリニューアルを実
行中(2019年5月完成)



ユーザーの利便性と運用効率が向上

● 中途採用ポータル

らくらくアルバイトをベースに、派遣・
中途採用領域への拡大を検討 (下期)



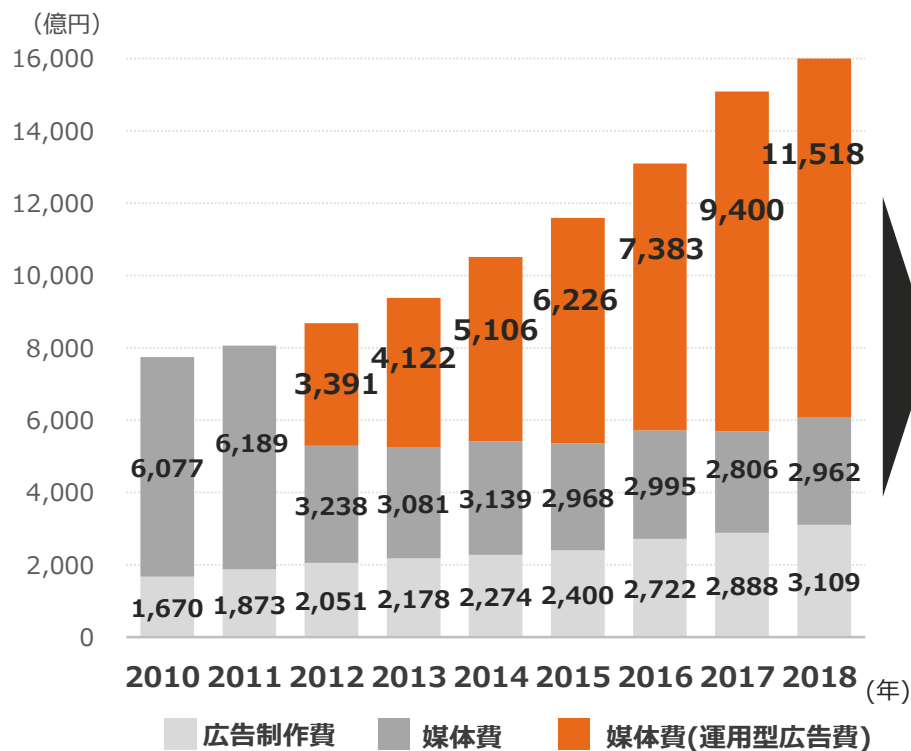
総合求人ポータルへ

eole Inc.

IV | 2020年3月期の経営戦略と 業績予想

運用型広告はインターネット広告市場で主流となった。活発な求人広告市場でも運用型広告が拡大すると考えられる。

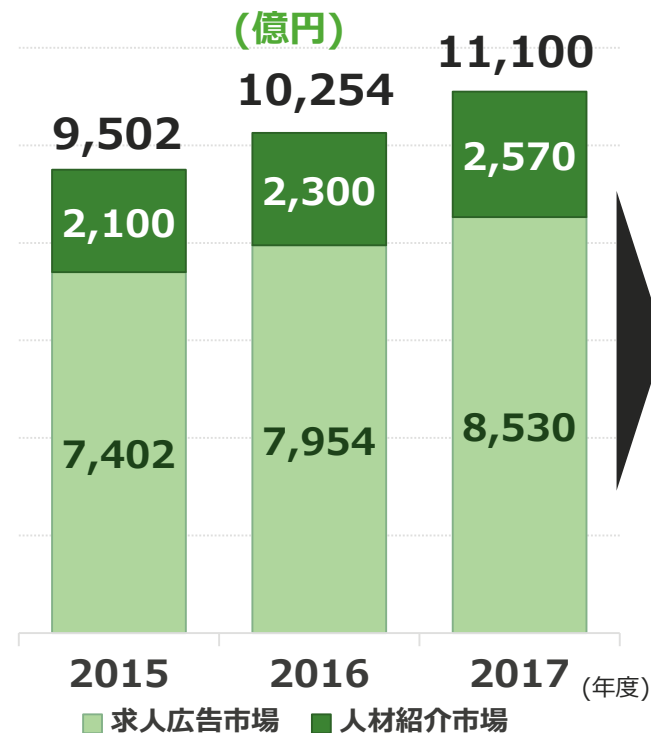
インターネット広告市場の推移



運用型広告が主流となった

求人広告市場及び人材紹介市場の推移

市場規模 1兆1,100億円



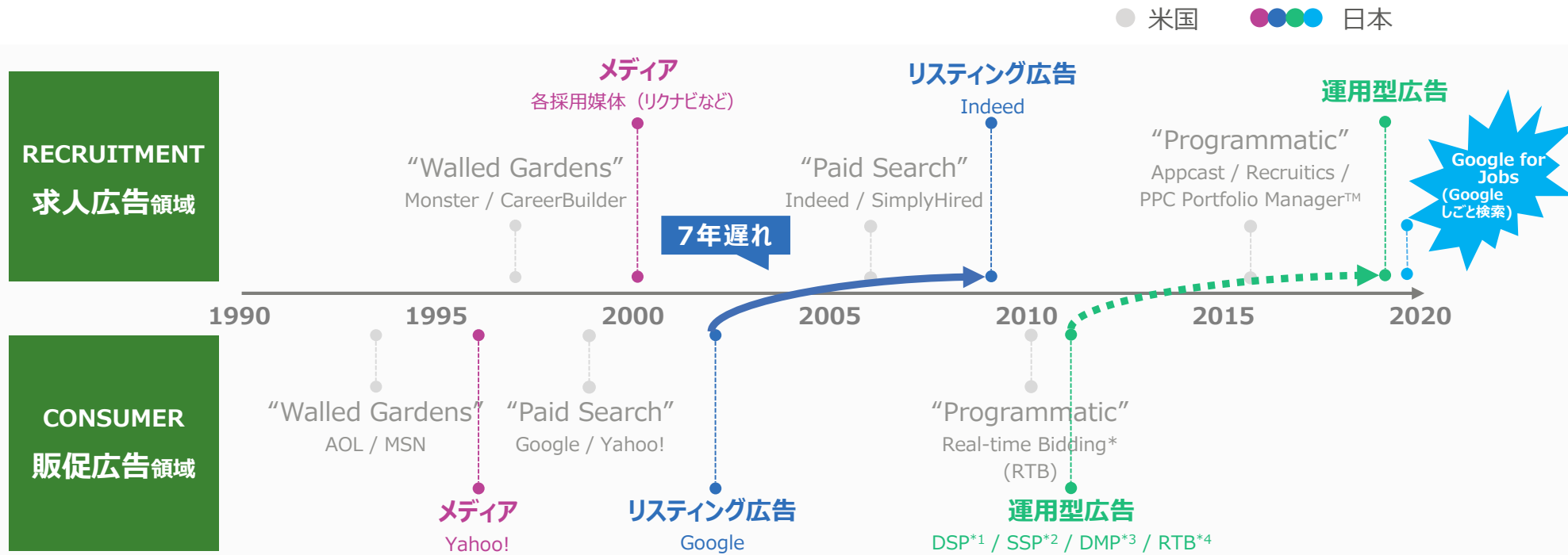
いずれ運用型広告が主流になる可能性大

※ 2011年以前は媒体費-運用型広告費の数値が入手できないため、運用型広告費を含む媒体費合計を表示

出典：株式会社電通「日本の広告費」

出典：人材紹介市場…株式会社矢野経済研究所「人材ビジネスの現状と展望 2018年度版」(2018年11月20日発表)、求人広告市場…公益社団法人全国求人情報協会「2017年度求人情報提供サービス市場規模調査結果」(2019年1月17日発表)

米国では、日本に先行して求人広告市場の構造変化が進んできた。日本でも求人広告領域での運用型広告への移行は、予想以上に進展している。



市場変化の背景

- ・ 求人難の加速
- ・ 米国発Indeedの浸透
- ・ 米国発Google for Jobs(Googleしごと検索)の日本参入
- ・ 新卒ターゲットにおける「就活ルール廃止」など、求人方法、採用スケジュールの多様化
- ・ ネット専業代理店の参入

*1,2,3,4 巻末の「用語集」をご参照ください。

出典：広瀬信輔『アドテクノロジーの教科書』(翔泳社、2018)をもとに当社作成



掲載型求人広告の場合、ユーザーは多くのプロセスを踏まなくてはならない。その上探せるのは、その媒体の中で、かつその期間掲載されている案件のみ。それに比べ運用型広告は検索後すぐに案件詳細、エントリーと遷移ができ、効率的、かつリアルタイムに最新の求人情報を取得できる。

掲載型求人広告

掲載期間や成果数により
コストが確定し、掲載終
了後に運用効果を計る。



広告

掲載期限、掲載枠固定



コスト

掲載期間等により決定



費用対効果

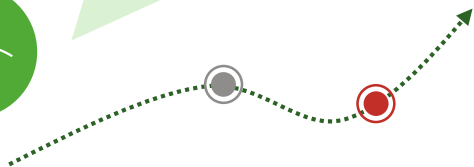
掲載終了後に判断



1か月間求人広告を出してみたが、
掲載終了日まで全く応募がなかった



求人広告の表示先を色々変えてみ
たら、最終的に応募数が確保できた



広告A
コスト↓
リーチ↑



広告B
コスト↑
リーチ↑



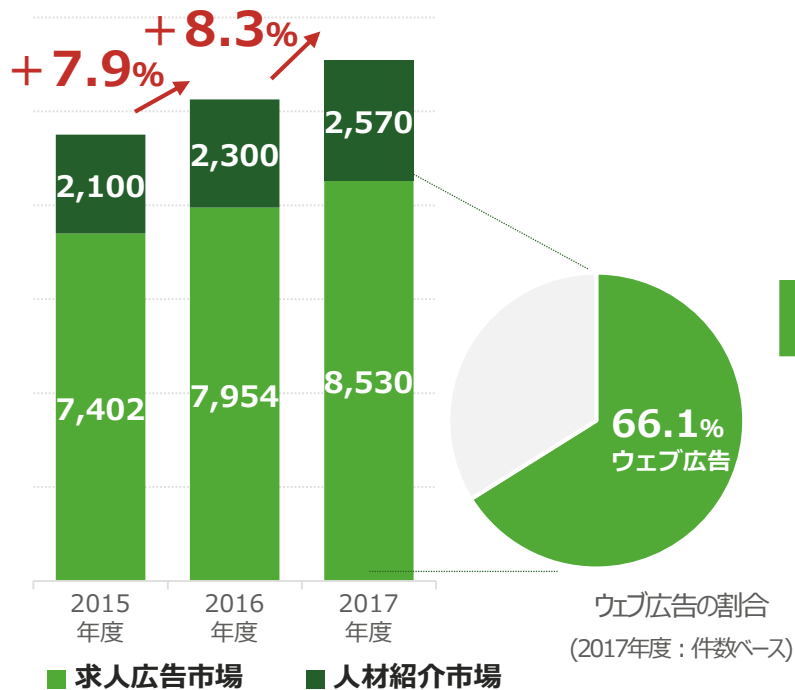
広告C
コスト↑
リーチ↓

運用型広告

希望する採用単価に沿って、案件の上げ下げ、
広告価格の入札調整、クリエイティブ変更を適
宜行う事で、採用ニーズにマッチした求職者へ
効率的に、かつタイムリーにリーチすることが
できる。

特に、採用広告領域における運用型広告 (pinpoint DMP含む) をターゲットとして、早期にシェアを取りに行き、事業規模を拡大する。

求人広告市場及び人材紹介市場の推移 (億円)



採用広告領域における運用型広告イメージ (億円)

最低でも**2,000億円超**の市場に
2018年秋の米国並みの普及率(25%)を元に
予想**

$$\begin{aligned}
 & \text{求人広告市場} \quad \text{ウェブ広告の割合} \quad \text{人材紹介市場} \quad \text{普及率} \\
 & (8,530 \times 66.1\% + 2,570) \times 25\% \\
 & = \mathbf{2,052 \text{ 億円}}
 \end{aligned}$$

出典： 人材紹介市場…株式会社矢野経済研究所「人材ビジネスの現状と展望 2018年度版」(2018年11月20日発表)、求人広告市場…公益社団法人全国求人情報協会「2017年度求人情報提供サービス市場規模調査結果」(2019年1月17日発表) * 公益社団法人全国求人情報協会「求人広告掲載件数等集計結果 (2018年3月分)」より当社計算

** Industry Dive社 (DEEP LIVE) 「How programmatic recruitment marketing could get more bang for your hiring buck [https://www.hrdive.com/news/how-programmatic-recruitment-marketing-could-get-more-bang-for-your-hiring/531995/] (検索日2019-2-4)

採用広告領域で黎明期よりプレゼンスを確立。市場の拡大とともに成長し、当該市場でのリーディングカンパニーを目指す。

イオレの拡大イメージ

インターネット広告市場におけるリーディングカンパニーのシェアがおよそ10%。

当社は採用広告領域の運用型広告でシェア10%を目標に、リーディングカンパニーを目指します。

採用広告領域における運用型広告の成長イメージ

市場の**10%**を目指す



今 期

- 採用広告領域のさらなる拡大と推進
- OEM代理店及び求人広告代理店とのパートナーシップ[®]制の強化

中長期

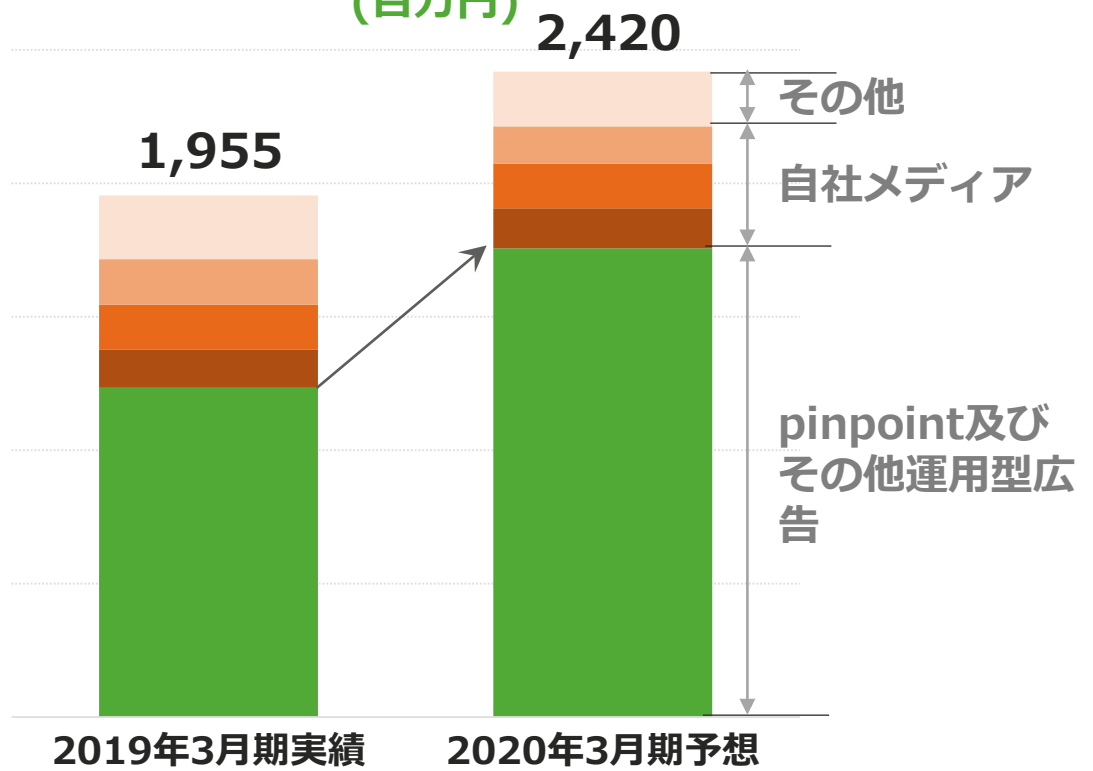
- 売上高20%以上伸長の維持、営業利益率15%を目指す
- データの拡張
- 新たな市場（マーケット）の開拓

ジョブオレの活用をはじめ、「pinpoint及びその他運用型広告」の強化を続けることで、2020年3月期通期業績については以下の通りの増収増益を計画。

(百万円)	2019年3月期 実績	2020年3月期 通期予想	前年同期比
売上高	1,955	2,420	+23.7%
営業利益	78	166	+112.9%
経常利益	76	166	+118.7%
当期純利益	58	112	+90.9%

2020年3月期も引き続き、「pinpoint及びその他運用型広告」の拡大を図り、それに向けてOEM代理店や求人広告代理店とのパートナーシップの強化、ジョブオレの活用等を計画。

サービス別売上高 (百万円)



- OEM代理店及び求人広告代理店とのパートナーシップの強化
- ジョブオレの活用

■ pinpoint及びその他運用型広告 ■ らくらく連絡網 ■ ガクバアルバイト ■ らくらくアルバイト ■ その他

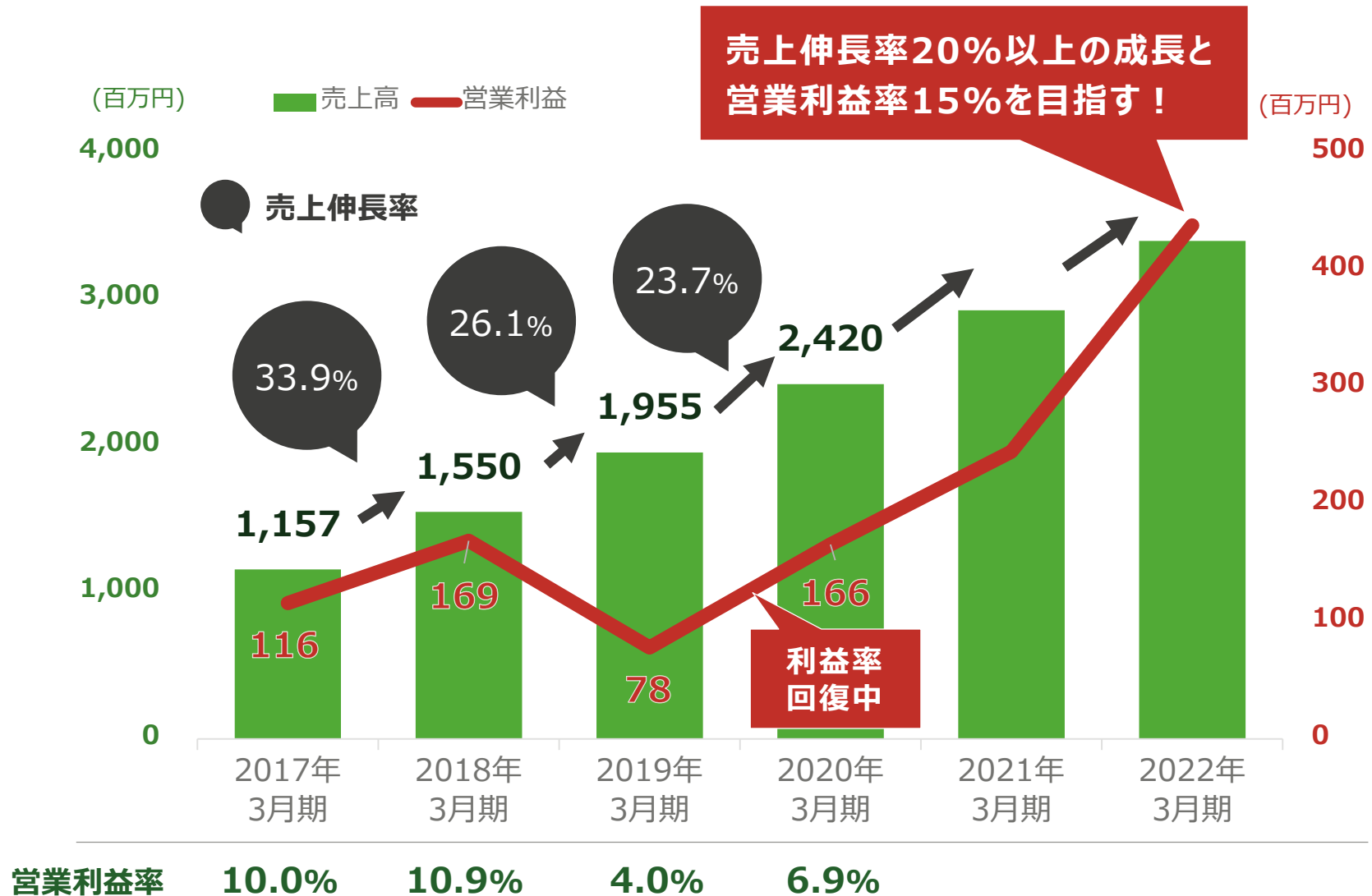
※ 各サービスの売上高の合計と売上高（全体）は、表示単位未満切り捨てのため一致しません（次ページ以降も同様です）。

今 期

- 採用広告領域のさらなる拡大と推進
- OEM代理店及び求人広告代理店とのパートナーシップ[®]制の強化

中長期

- 売上高20%以上伸長の維持、営業利益率15%を目指す
- データの拡張
- 新たな市場（マーケット）の開拓



eole Inc. データ



らくらく連絡網 

pinpoint DMP

+ データ拡張



市場

人材 

旅行 

不動産・住宅

飲食 

...

...

...



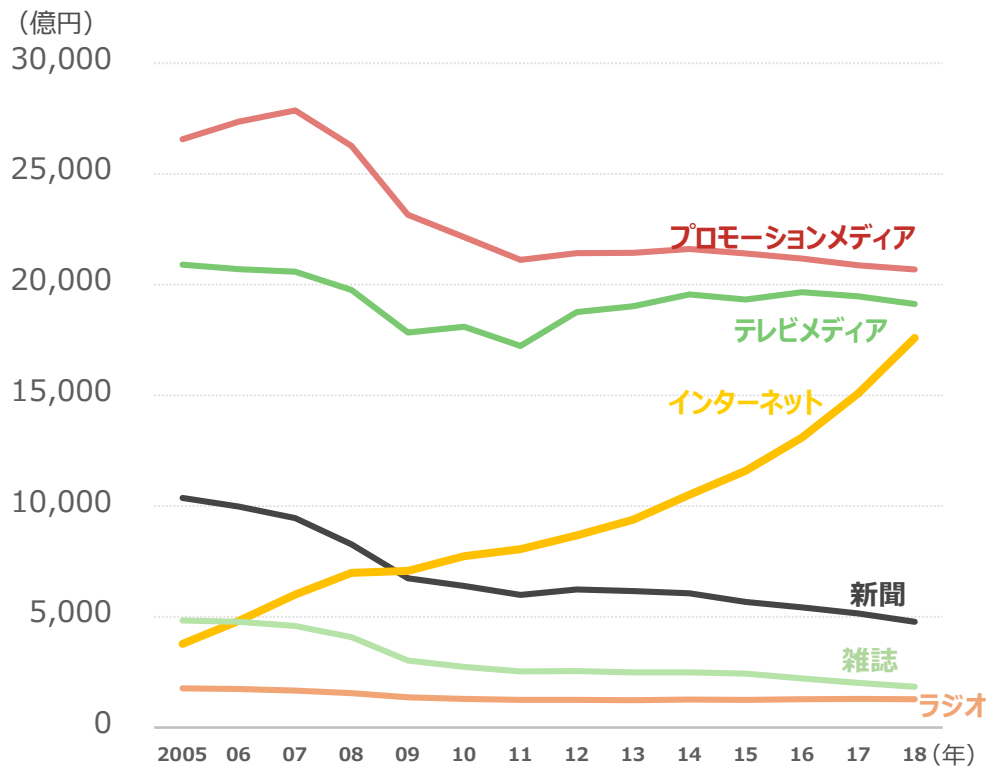
eole Inc.

V

参考データ

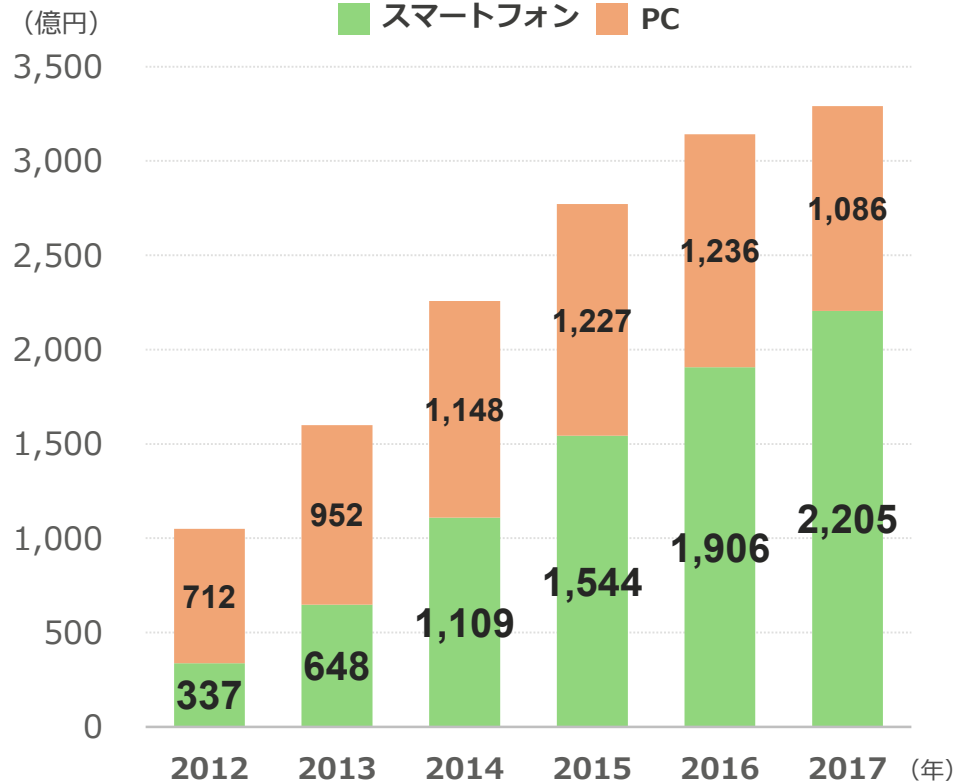
媒体別広告費の推移

インターネット広告は引き続き伸長、テレビメディアに肉薄



出典：株式会社電通「2018年 日本の広告費」

アドテクノロジー広告*1市場推移



出典：株式会社サイバーエージェント(アドテクスタジオ/シードプランニング共同調べ)
「アドテクノロジー広告市場推計(デバイス別)」,
[<https://markezine.jp/article/detail/20826>] (検索日 2018-11-13)

*1 アドテクノロジー広告の定義は、「Real Time Bidding*2を経由したディスプレイ広告」「CPC*3・CPM*4課金型アドネットワーク」「成果報酬型アドネットワーク」とする。

*2,3,4 巻末の「用語集」をご参照ください。

求人・求職及び求人倍率の推移



出典：厚生労働省「一般職業紹介状況」

用語	説明
CPC (Cost Per Click)	広告の露出によって得られるユーザーの広告クリック1回あたりの費用。また、クリック課金型の広告取引の場合におけるクリック単価。
CPM (Cost Per Mille)	広告到達または広告露出1,000回あたりの費用。
DMP (Data Management Platform)	サイトアクセスログや、購買データ、広告出稿データなどの様々なデータの管理と、それらを活用して企業のマーケティング活動の最適化を図るためのプラットフォーム。
DSP (Demand Side Platform)	提携するメディアサイトやアドネットワークなどの多くの出稿面に、ユーザーの行動履歴や属性をもとに適切なターゲットへ希望の金額以下でリアルタイム入札（RTB=Real Time Bidding）を行える、お客様（広告主）が出稿する広告の効果を最大化する広告配信プラットフォーム。
pinpoint DMP	当社が独自開発したDMP。『らくらく連絡網』ならびに提携企業のユーザー情報を活用した広告配信やマーケティング調査が可能で、個人が特定できない情報でかつ暗号化されたデータが格納されている。
RTB (Real Time Bidding)	ユーザーのサイト閲覧（インプレッション）が発生するたびに瞬時にクッキーによるユーザー情報と最低入札価格などの広告枠情報を複数のDSPに渡し、最高価格で入札した広告を表示するデジタル広告枠オークションシステム。
SSP (Supply Side Platform)	ホームページやアプリなど媒体側の収益を最大化させるためのプラットフォーム。広告枠に対して最も高値を提示した広告が表示される。
アドエクスチェンジ (ad exchange)	DSPとSSP及びアドネットワーク、さらに媒体社との広告在庫需要を取り持つプラットフォーム。
アドネットワーク (ad network)	Webサイトやソーシャルメディア、ブログなどの広告配信可能な媒体を集めた広告ネットワーク。一括して広告を配信することができる。
運用型広告	膨大なデータを処理するプラットフォームにより、広告の最適化を自動的もしくは即時的に支援する広告手法のこと。検索連動広告や一部のアドネットワークが含まれるほか、DSP/アドエクスチェンジ/SSPなどが典型例として挙げられる。
トレーディングデスク	広告主の代わりに、DSPなどを用いたデジタル広告の運用を行う代行サービス。

免責事項

本資料は、株式会社イオレ（以下、当社）の現状をご理解いただくことを目的として作成したものです。当社は、当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としておりますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。

また、将来に関する記述が含まれている場合がございますが、実際の業績はさまざまなリスクや不確定要素に左右され、将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合がございます。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。

本資料及びその記載内容につきまして、当社の書面による事前の同意なしに、第三者が、その他の目的で公開または利用することはご遠慮ください。