



# 2010年12月期 Q3 決算説明会資料

2010年11月5日

- ▶ 2010年度Q3(7-9月)決算サマリー
- ▶ 2010年度1 9月決算サマリー
- ▶ 2010年度Q3(7-9月)戦略レビュー
- ▶ 2010年度Q4(10-12月)のトピックス
- ▶ 参考資料

# 2010年度Q3(7-9月) 決算サマリー

\* 以降、特に記載なき場合、金額は百万円単位・単位未満切捨、パーセンテージは単位未満四捨五入にて表記しています。

# 単体・連結の構成変更点

## 単体 広告代理事業のサービス構成変更

09Q4に「電通協業 モバイル広告(以降Dm分)」の取扱いがなくなり、  
10Q1に「中堅企業向け広告(以降SO分)」がソウルドアウトに移管されました。

~ 09Q3

オーガニック	大手企業向け広告
	中堅企業向け広告
電通協業	PC広告
	モバイル広告

09Q4

オーガニック	大手企業向け広告
	中堅企業向け広告
電通協業	PC広告

10Q1 ~

オーガニック	大手企業向け広告
電通協業	PC広告

## 連結子会社の構成変更

09Q4にモバイルファクトリー、ソウルドアウトが連結子会社となり、10Q1に単体のSO分がソウルドアウトに移管されました。また、TradeSafeが10Q3末より持分法適用関連会社となりました。

~ 09Q3

クラシファイド
クロスフィニティ
ホットリンク
eMFORCE
TradeSafe

09Q4

ソウルドアウト
モバイルファクトリー
クラシファイド
クロスフィニティ
ホットリンク
eMFORCE
TradeSafe

10Q3

ソウルドアウト(10Q1にSO分移管)
モバイルファクトリー
クラシファイド
クロスフィニティ
ホットリンク
eMFORCE
10Q3末より持分法適用関連会社

# Q3損益計算書サマリー

連結は、09Q3実質対比(Dm分を除く)で売上高が+10.2%増

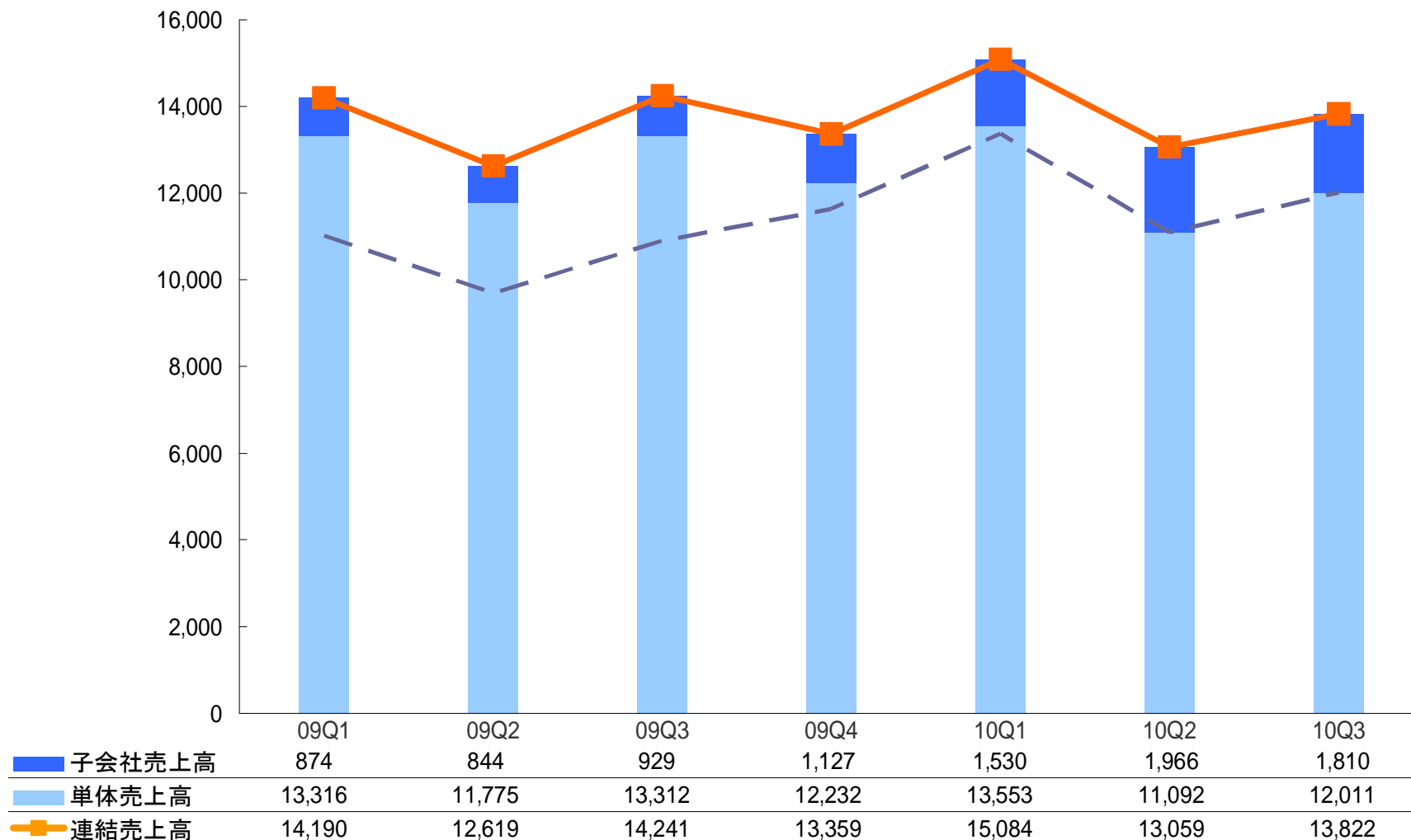
		10Q3	09Q3	09Q3対比	
連結	売上高	13,822	14,241	-2.9%	前年同期の連結売上高からDm分を除く実質対比では+10.2%増
	売上総利益	1,955	1,705	+14.7%	
	販管費	1,581	1,392	+13.6%	
	営業利益	373	312	+19.4%	
	経常利益	379	340	+11.5%	
	当期純利益	194	116	+67.3%	
単体	売上高	12,011	13,312	-9.8%	単体の前年同期からDm分とSO分を除く実質対比で売上高+8.7%増、営業利益はほぼ横ばい
	営業利益	211	288	-26.8%	
	当期純利益	87	114	-23.7%	
子会社	売上高	1,810	929	+94.8%	クロスフィニティ、ホットリンク、eMFORCEなどの業績拡大が継続
	営業利益	162	24	大幅増	
	当期純利益	107	1	大幅増	

子会社は、連単の差額を記載しております。

# Q別売上高推移

- ・単体は、10Q2対比で+8.3%増
- ・子会社は、順調に推移

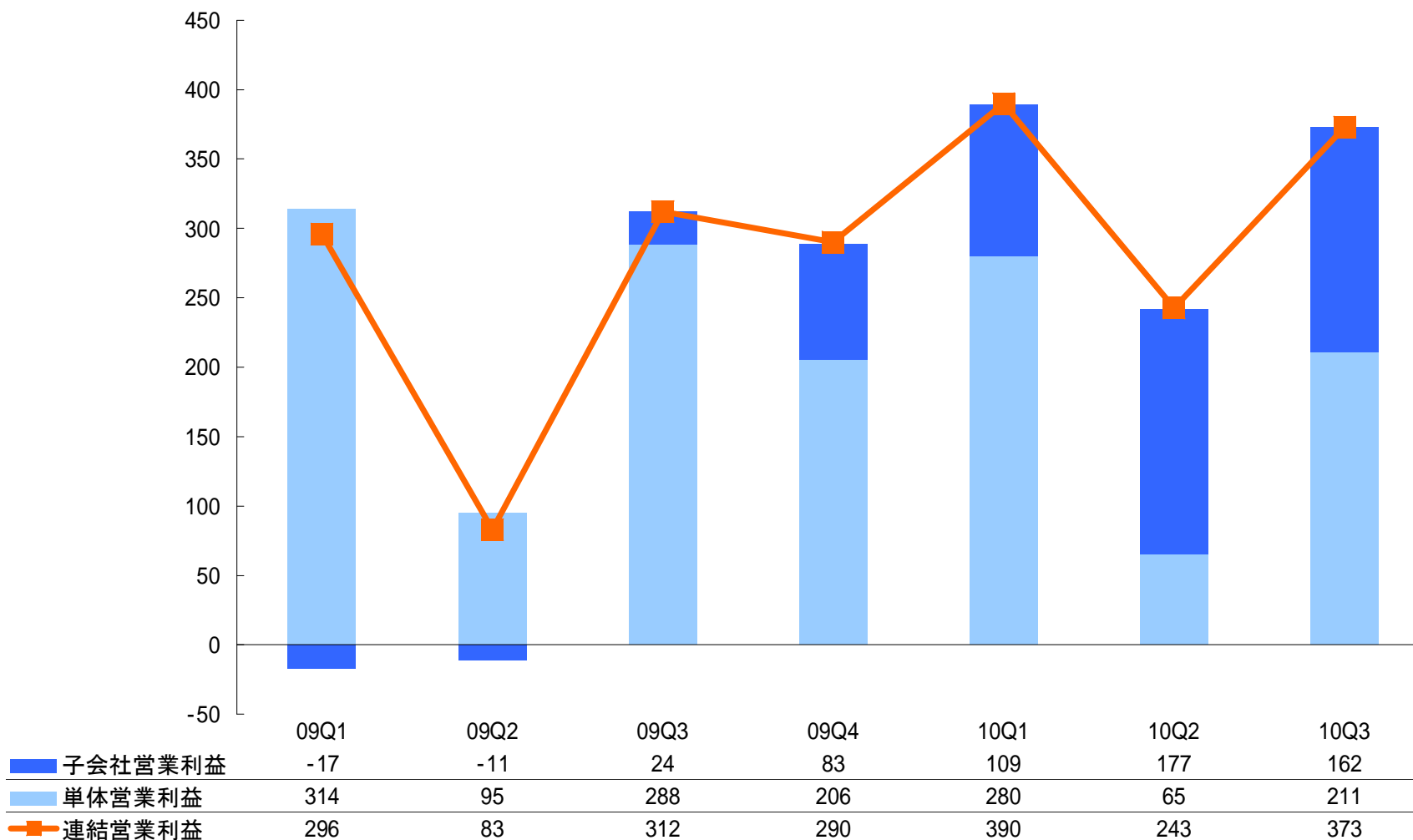
----- 単体実質売上高(Dm分とSO分を除く)



\*子会社売上高は、連単の差額を記載しております。

# Q別営業利益推移

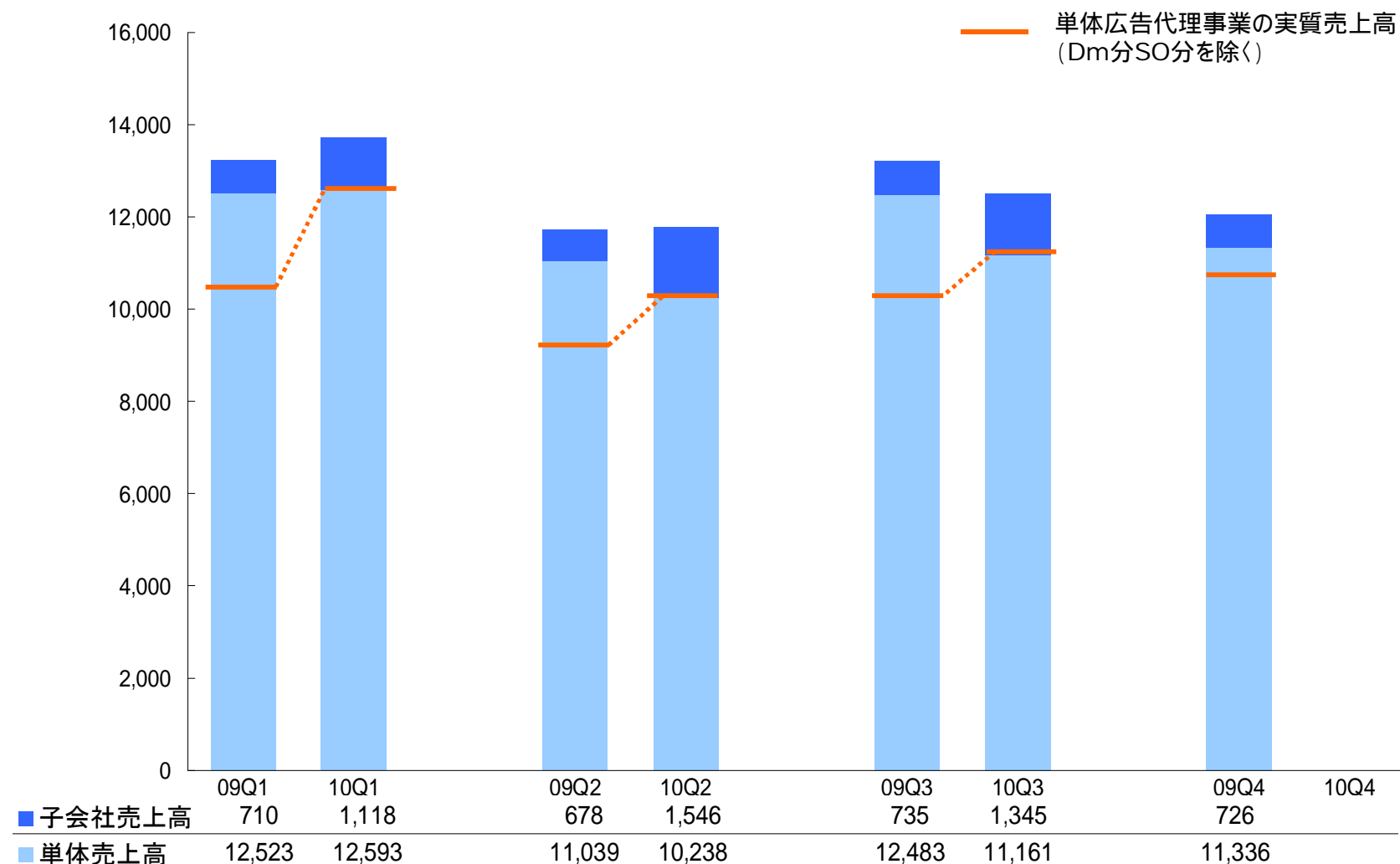
単体は10Q2対比で+222.7%増と回復、子会社は大幅増益を継続



\*子会社営業利益は、連単の差額を記載しております。

# 広告代理事業分野

・単体は、取扱高1億円以上の大型クライアント数が過去最多となり  
09Q3実質対比 (Dm分とSO分を除く) でプラス成長

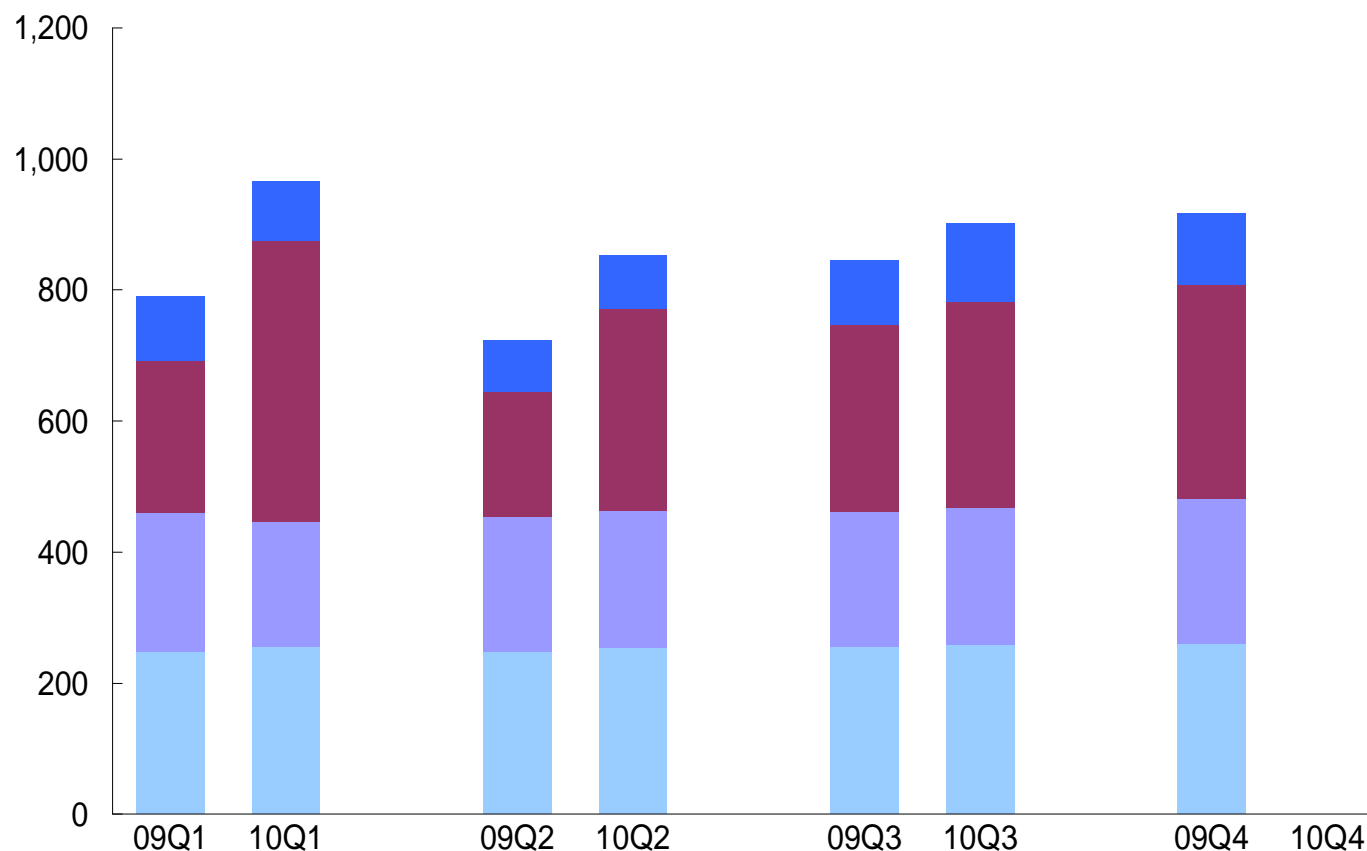


子会社売上高は、連単の差額を記載しております



# ソリューション事業分野

子会社のクロスフィニティのSEO事業、ホットリンクのtwitter分析レポート事業などが拡大し09Q3対比で+6.6%増



■ 子会社売上高	98	90	79	81	98	119	110	
■ 単体売上高(制作等)	233	430	190	310	287	316	325	
■ 単体売上高(SEO)	212	190	206	208	206	209	222	
■ 単体売上高(テクノロジー)	248	256	248	254	255	258	260	

\*子会社売上高は、連単の差額を記載しております。

## コンテンツ事業分野 (B2C事業) : モバイルファクトリー

10Q3売上高 214百万円

- ・アプリ事業のアイテム課金売上が拡大

売上高は、グループ内取引分を消去した数値を記載しております

## その他事業分野 : 単体比較サイト

eMFORCE (韓国ネット広告会社)、TradeSafe

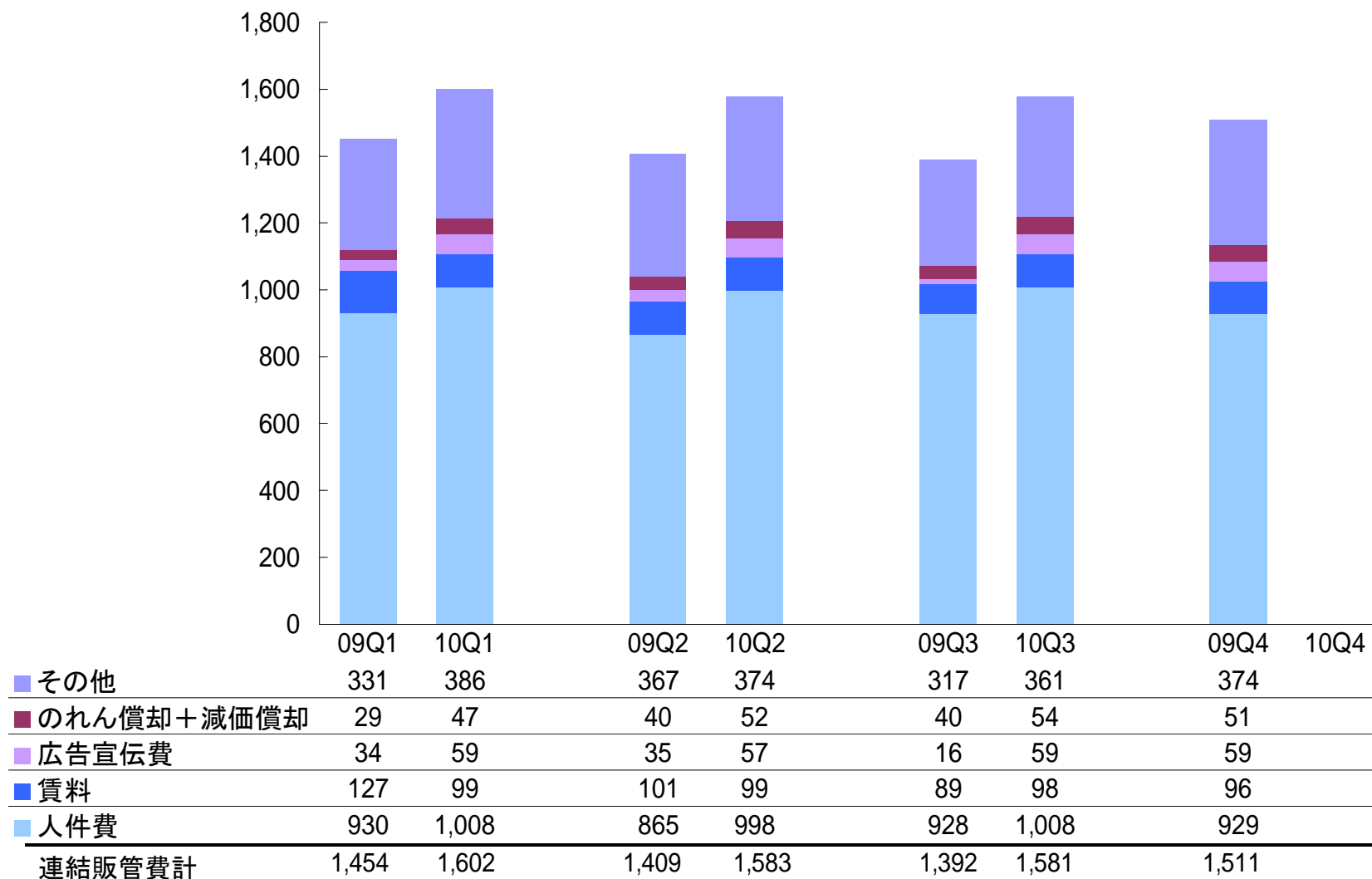
10Q3売上高 196百万円 (単体比較サイト65百万円、子会社131百万円)

- ・eMFORCEは、SEMの好調継続、純広告も拡大基調に
- ・TradeSafeは10Q3末より持分法適用関連会社に

売上高は、グループ内取引分を消去した数値を記載しております

# 連結販管費

モバイルファクトリー連結化(09Q4から)、および子会社の費用拡大により  
09Q3対比で+13.6%増



# 2010年度1-9月 決算サマリー

# 1-9月エグゼクティブサマリー

1.

連結は、09/1-9実質対比(Dm分除く)で売上高が+15.1%増、営業利益が+50.9%増。通期業績予想に対しても順調に進捗

2.

単体は、金融(保険)、旅行、ファッション業種の売上が拡大し、09/1-9実質対比(Dm分とSO分を除く)で売上高+14.1%、営業利益+32.1%増

3.

子会社は、全社業績が順調に拡大し、09/1-9対比で売上高+100.4%、営業利益は大幅な黒字化を達成

# 10/1-9月期損益計算書サマリー

単体の広告代理事業(09/1-9からDm分とSO分を除く)の成長、  
子会社の業績拡大により、連結で大幅増益を達成

		10/1-9	09/1-9	09/1-9 対比	
連結	売上高	41,965	41,052	+ 2.2%	実質対比で+15.1%増
	売上総利益	5,774	4,949	+ 16.7%	
	販管費	4,767	4,255	+ 12.0%	
	営業利益	1,007	693	+ 45.2%	
	経常利益	1,072	778	+ 37.7%	
	当期純利益	446	417	+ 7.1%	
単体	売上高	36,657	38,403	-4.5%	実質対比で 売上高+14.1%増、 営業利益+32.1%増
	営業利益	557	698	-20.2%	
	当期純利益	235	219	+ 7.3%	
子会社	売上高	5,307	2,648	+100.4%	
	営業利益	449	-5	黒字化	
	当期純利益	210	197	+6.8%	

子会社は、連単の差額を記載しております。

# 連結売上高の増減要因

## 連結売上高

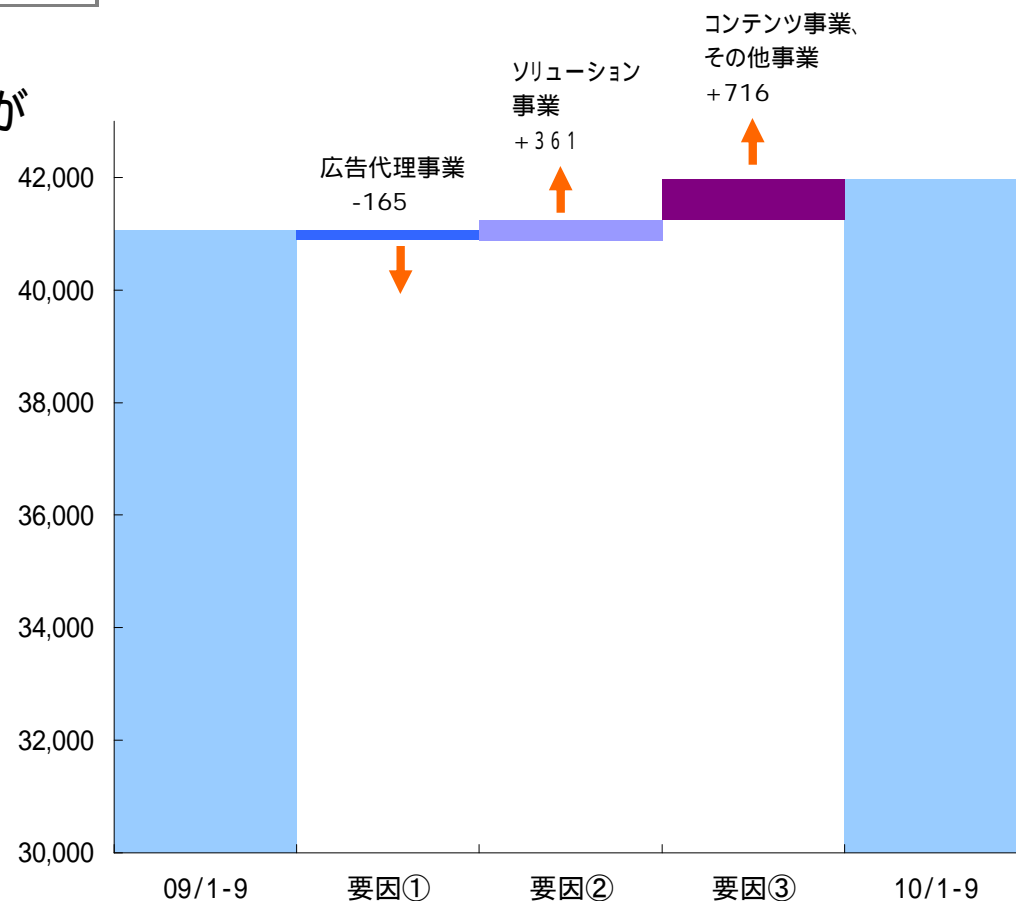
09/1-9	10/1-9	増減	増減率
41,052	41,965	912	+2.2%

**要因** : 広告代理事業は、Dm分の扱いがなくなった影響により、ほぼ横ばい (-165百万円)

**要因** : ソリューション事業は、単体のサイト制作案件増加、ソールドアウト、ホットリンクの売上拡大などにより増加 (+361百万円)

**要因** : コンテンツ事業、その他事業は、モバイルファクトリーの連結化により増加 (+716百万円)

(売上高の増減要因)



# 連結営業利益の増減要因

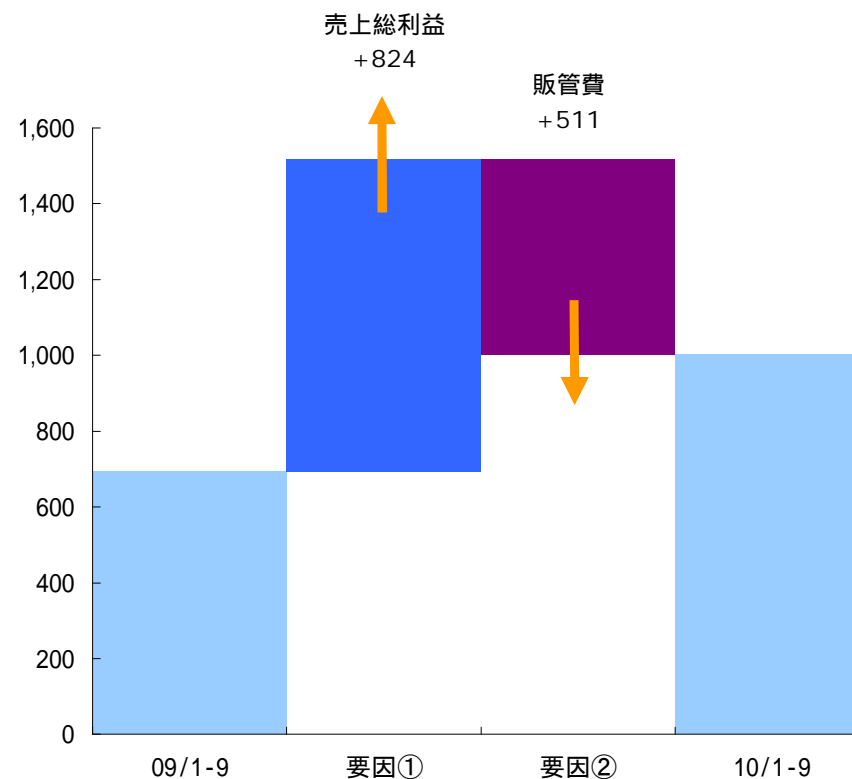
## 連結営業利益

09/1-9	10/1-9	増減	増減率
693	1,007	313	+45.2%

## (営業利益の増減要因)

要因① : モバイルファクトリーの連結化、  
既存子会社の売上拡大により  
売上総利益が増加  
(+824百万円)

要因② : モバイルファクトリーの連結化、  
既存子会社の費用拡大により  
販管費が増加  
(+511百万円)





# 連結当期純利益の要因分析

## 連結純利益

09/1-9	10/1-9	増減	増減率
417	446	29	+7.1%

(当期純利益の変化要因)

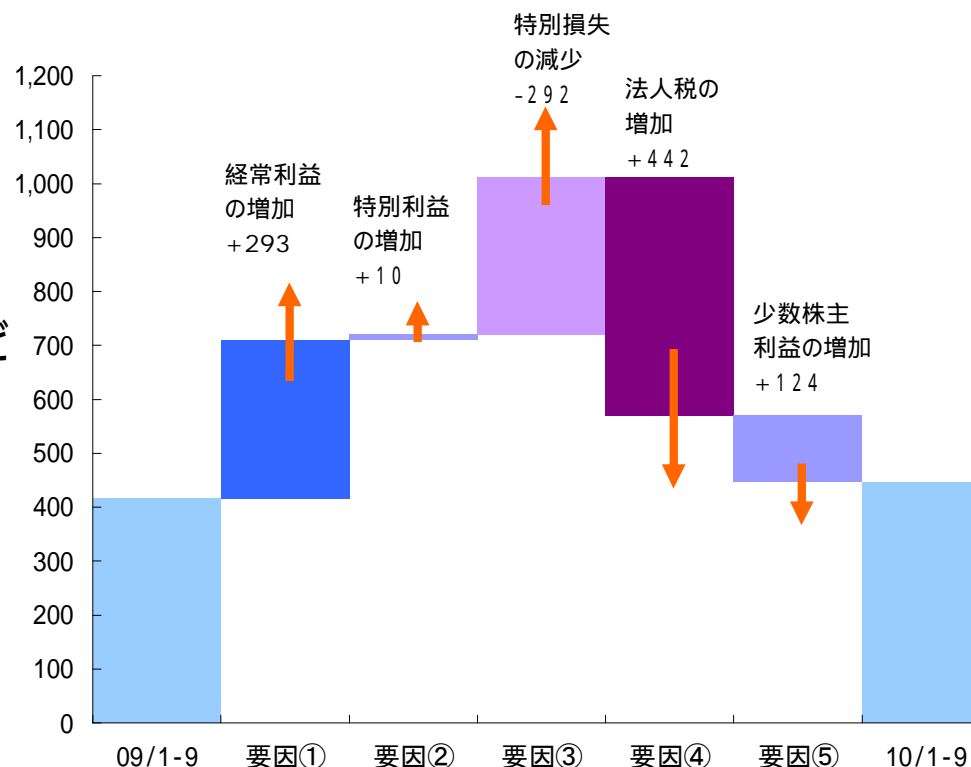
要因① : 営業利益増加分による経常利益増加 (+293百万円)

要因② : 持分変動利益の増加などによる特別利益の増加 (+10百万円)

要因③ : 09発生の本社移転費用との差などで特別損失が減少 (-292百万円)

要因④ : ALBA清算による法人税等調整額の戻りがなくなったことによる税金費用の増加 (+442百万円)

要因⑤ : 子会社数の増加による少数株主利益の増加 (+124百万円)



# 業績予想対比

全項目において順調に推移

連結	10/1-9実績	10/Y 予想	進捗率
売上高	41,965	53,600	78.3%
営業利益	1,007	1,260	79.9%
経常利益	1,072	1,370	78.3%
純利益	446	580	77.0%

# 連結貸借対照表サマリー

	09/12末	10/9末	増減
流動資産	20,324	20,873	+548
固定資産	6,181	6,363	+181
繰延資産	6	1	-5
資産合計	26,513	27,238	+725
流動負債	9,065	9,204	+139
固定負債	71	81	+10
負債合計	9,136	9,286	+149
純資産合計	17,376	17,951	+575

# 連結キャッシュ・フロー計算書サマリー

	09/1-9	10/1-9
営業 キャッシュ・フロー	-887	1,624
投資 キャッシュ・フロー	-2,833	-730
財務 キャッシュ・フロー	2	-178
現金同等物増減	-3,716	712
現金同等物残高	10,324	12,544

# 2010年度Q3(7-9月)の戦略レビュー

# 2010年の事業戦略サマリー

2010年 eマーケティング成長キーワード

- ✓ 「専門力」の更なる強化：業界知識・クライアント知識の習得、機能別組織の強化
- ✓ 「データ力」を更なる強みに：効果見える化、ADPLANの強化
- ✓ 「成長分野」への積極投資：SEM、ソーシャルメディア、モバイルスマートフォン



## < 顧客戦略 >

各業種上位の開拓深耕・新規獲得の継続  
電通協業によるナショナルクライアント獲得  
中堅企業の開拓

## < サービス戦略 >

モバイル広告・ソーシャルメディア・SEMの拡販  
ADPLANのサービスラインナップ拡大

## < 新領域への投資 >

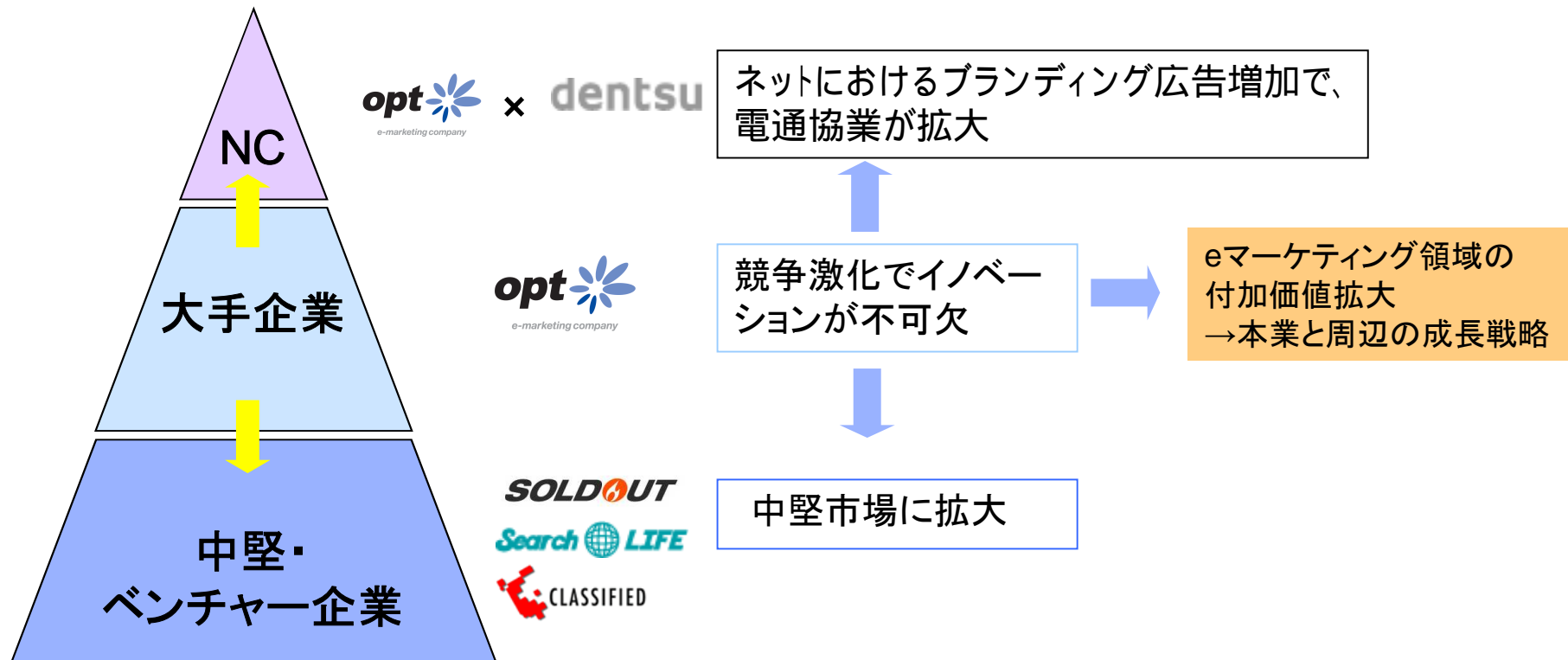
EC支援、ネットメディア・コンテンツ、  
マスメディアのデジタル化支援

## < 組織戦略 >

- ・マーケティング本部を  
アカウント部に移管
- ・データテクノロジー部  
門拡大
- ・ソーシャルメディア部  
の新設
- ・モバイル、SEM分野  
の人員増

# 2010年度 顧客戦略スキーム

ネット広告の主流である大手企業に対する競争が激化するなか、  
ナショナルクライアント (NC) や中堅企業に顧客層を拡大していく



# Q3顧客戦略レビュー

## 各業種上位の開拓深耕・新規獲得の継続

業種上位の開拓深耕に成果

人材・教育、化粧品・美容等の売上が  
10Q2対比で大幅増加

取引社数の拡大

取引社数が10Q1実質対比(SO分除く)で  
大幅増加

## 電通協業によるナショナルクライアント獲得

電通協業の拡大継続

SEM等が順調拡大

## 中堅企業の開拓

ソウルドアウトの新規獲得好調

EC事業者等への新規開拓が順調

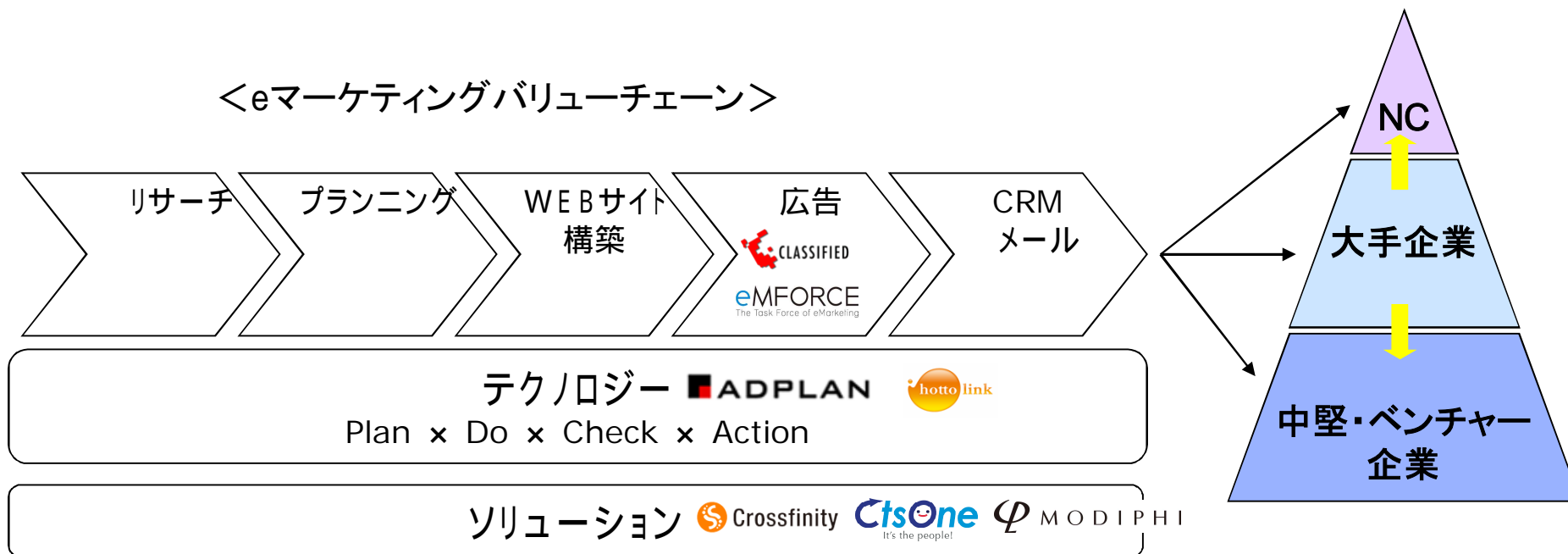


# 2010年度 サービス戦略スキーム

戦略: ワンストップで eマーケティングサービスを提供するバリューチェーン構築

- ✓テクノロジーを活用したデータ分析力、クリエイティブ力を軸にしたROI課題解決型提案スタイル確立
- ✓バリューチェーンに対応した新サービスのリリース
- ✓高粗利商材の拡販

## <eマーケティングバリューチェーン>



## モバイル広告・ソーシャルメディア・SEMの拡販

### SEMの拡販

- ・10Q2対比で+9.9%増、うちモバイルは+18.6%増
- ・電通クライアントへのSEO拡販が進み、クロスフィニティの売上高が09Q3対比で+57.7%増

### モバイル純広告の拡販

単体の売上高が09Q3実質対比(Dm除く)+40.7%増

### ソーシャルメディア関連

- ・ソーシャルメディア活用案件が増加  
例) (株)大丸松坂屋百貨店様(P27参照)
- ・マーケティング専門機関「ソーシャルテック・ラボ」設立

## ADPLANのサービスラインナップ拡大

### ソーシャルメディア向け 機能拡張

ソーシャルメディア管理システム「ADPLAN SMO」、  
twitter分析システム「ADPLAN SM」の提供開始

# twitter・USTREAM活用事例

(株)大丸松坂屋百貨店様が展開された「まさかの総取りキャンペーン」において、twitterやUSTREAMを活用した企画を実施しました。



WEBサイト「さくらパンダ館」



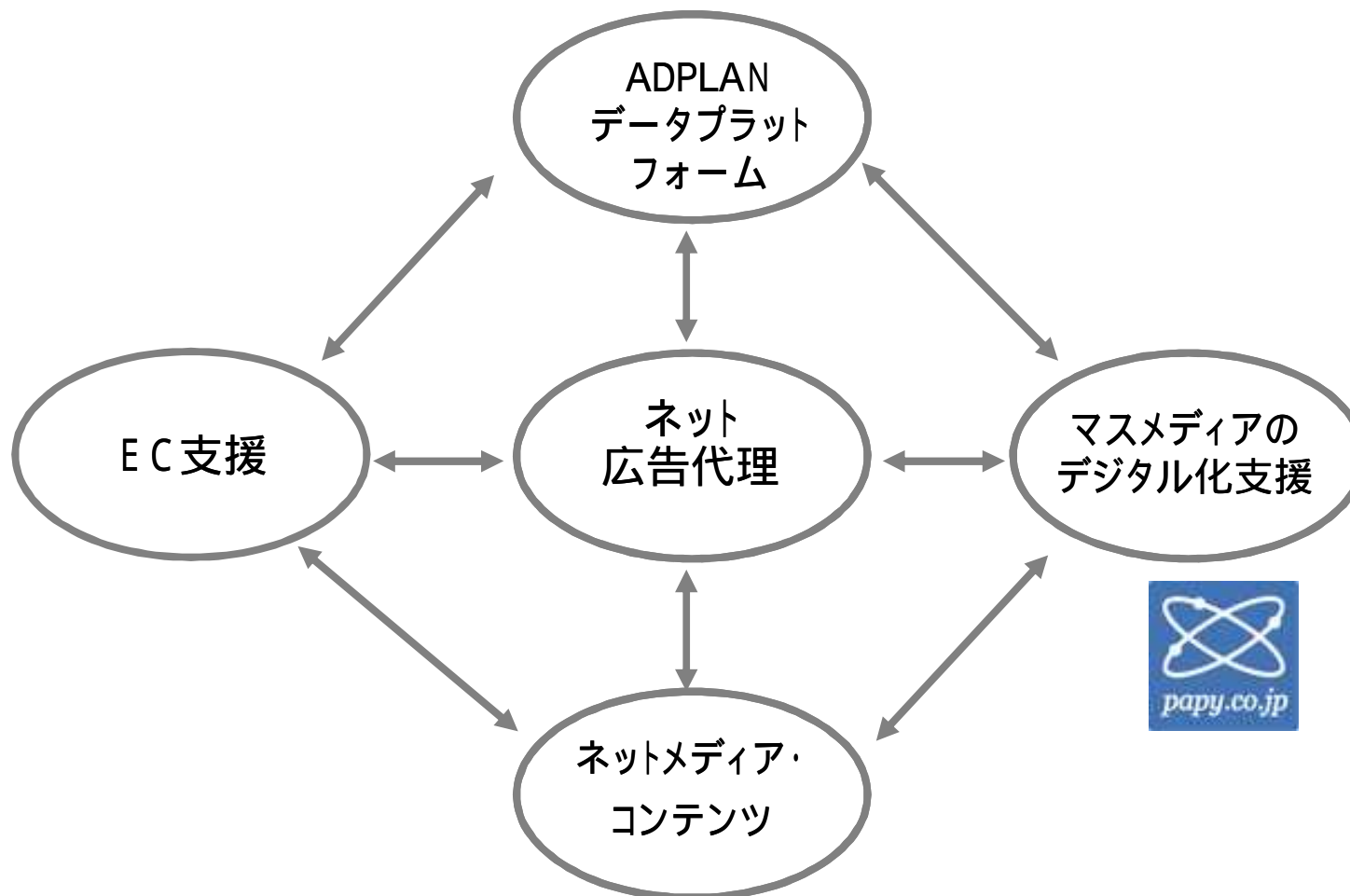
twitterアカウント



USTREAMで生中継した  
キャンペーン大抽選会の模様

# 2010年度 新領域スキーム

ネット広告代理店NO.1のノウハウとADPLANデータプラットフォーム(以降DPF)を活用し、EC支援、ネットメディア・コンテンツ、マスメディア支援の領域を拡大する



## EC支援、ネットメディア・コンテンツ、マスメディアのデジタル化支援

### 人員拡大

新領域部門人員の対全社比率が  
09Q3の2.8%から10Q3の5.1%に拡充

### DPF

- ・ターゲティング広告配信「PAT」販売開始
- ・DPF閲覧可能データ数が3,500万人分に、年内5,000万人分まで拡張予定

### ネットメディアコンテンツ

モバイルファクトリーが「みんなパラ」「アカネ神話」など、  
モバゲー 6アプリ、GREE 4アプリ、mixi 4アプリを提供、  
アイテム課金が順調に拡大



# 2010年度Q4(10-12月)のトピックス

## eマーケティング領域

1. 競合の上位クライアントからのリプレイス大型受注
2. モバイル広告への出稿意欲が拡大
3. ソーシャルメディアを活用したプロモーション提案による新規顧客開拓に注力
4. 「ADPLAN SMO」、「ADPLAN SM」の拡販強化
5. 20社が参画するクーポン情報ポータルサイト「クーポンギンザ」を開設



## 新領域

1. 新ブランド「Xrost」(クロスト)によるDPF事業推進



2. DPF事業において10月にcci、マイクロアドと提携。今後も複数社と提携予定
3. ターゲティング広告配信「PAT」の拡販強化
4. モバイルファクトリーが年内に10アプリ前後をリリース予定

# 參考資料



# Q3 グループ各社のリリース

## < オプト >

- OpenDPF 構想推進を目的にマイクロアドと提携 (データプラットフォーム)
- 「ネットモールショップ運営コンサルティングサービス」の提供開始 (EC 支援)
- OpenDPF 構想推進を目的にcciと提携 (データプラットフォーム)
- アスコエパートナーズと共同で、行政サービスに関する新しいインターネットサービスの事業構想を開始 (メディア開発)
- ブレインパッドと連携し Sybase IQ を導入、「ADPLAN」シリーズや OpenDPF の開発へ活用 (データプラットフォーム)
- 共同購入クーポンサービスのポータルサイト「クーポンギンザ」をリリース (メディア開発)
- モディファイと連携し、「SMO スコア」の提供を開始 (ソーシャルメディア)
- 「ソーシャルテック・ラボ」を開設 ~ ループス、モディファイ、ホットリンクと連携 ~ (ソーシャルメディア)
- オプトとデジミホ、「リスティング広告分析 & Web サイトコンサルパッケージ」を提供開始 (SEM 支援)
- オプトおよびシルバーエッグ、業務資本提携のお知らせ (その他)
- ソーシャルメディア最適化システム「ADPLAN SMO」の提供開始 (ソーシャルメディア)
- Twitter ユーザーのつぶやきを媒体とした広告サービス「つあど」の取り扱い再開 (ソーシャルメディア)
- バナー広告最適化ソリューション「ココロミ」を提供開始 (ソリューション)
- ループスと連携し、モバゲータウン「オープンアカウント」の開設サポートを付帯した広告パッケージ提供開始 (ソーシャルメディア)

# Q3グループ各社のリリース

## < クロスフィニティ >

- 「モバゲータウン」ソーシャルゲーム「料理バトラー」にて、リアル店舗との連動企画を開始(モバイルアプリ)
- 「モバゲータウン」にてソーシャルゲーム「モンスター・サーガ」をリリース(モバイルアプリ)
- SEO調査分析ツール「SEO411」にコミュニケーション機能追加(SEO支援)
- オリジナルスマートフォンケース作成サイト「CASEMAN」の提供開始(新デバイス)

## < モバイルファクトリー >

- 人気沸騰中の恋愛シミュレーションゲーム「携帯彼氏2」がGREEに登場！(ソーシャルアプリ)
- モバイルファクトリー ソーシャルアプリ祭7連発(ソーシャルアプリ)
- GREE向け第一弾！大人気のソーシャルゲーム「みんなパラ」提供開始(ソーシャルアプリ)
- 「顔ちえき！」が遂に「mixiアプリ」モバイル版に登場！「顔ちえき！ for mixi」開始(ソーシャルアプリ)
- 「顔ちえき！」をスマートフォン対応へ(ソーシャルアプリ)
- あなたの笑いレベルと笑い寿命を診断する「一発屋チェッカー」を開始(ソーシャルアプリ)
- 懐かしのアニメキャラクター診断ができる「アニメちえき！」を開始(ソーシャルアプリ)

# Q3グループ各社のリリース

## < ホットリンク >

- 「第3のビール」テレビCMとネット口コミのクロスメディア調査(ソリューション)
- エコカー口コミランキング 1位「プリウス」～ホットリンク「第34回ホットリサーチネットニュース」～(ソリューション)
- オプト、ホットリンクの技術を活用しtwitterのリスニング・分析システムの提供を開始(ソリューション)

## < モディファイ >

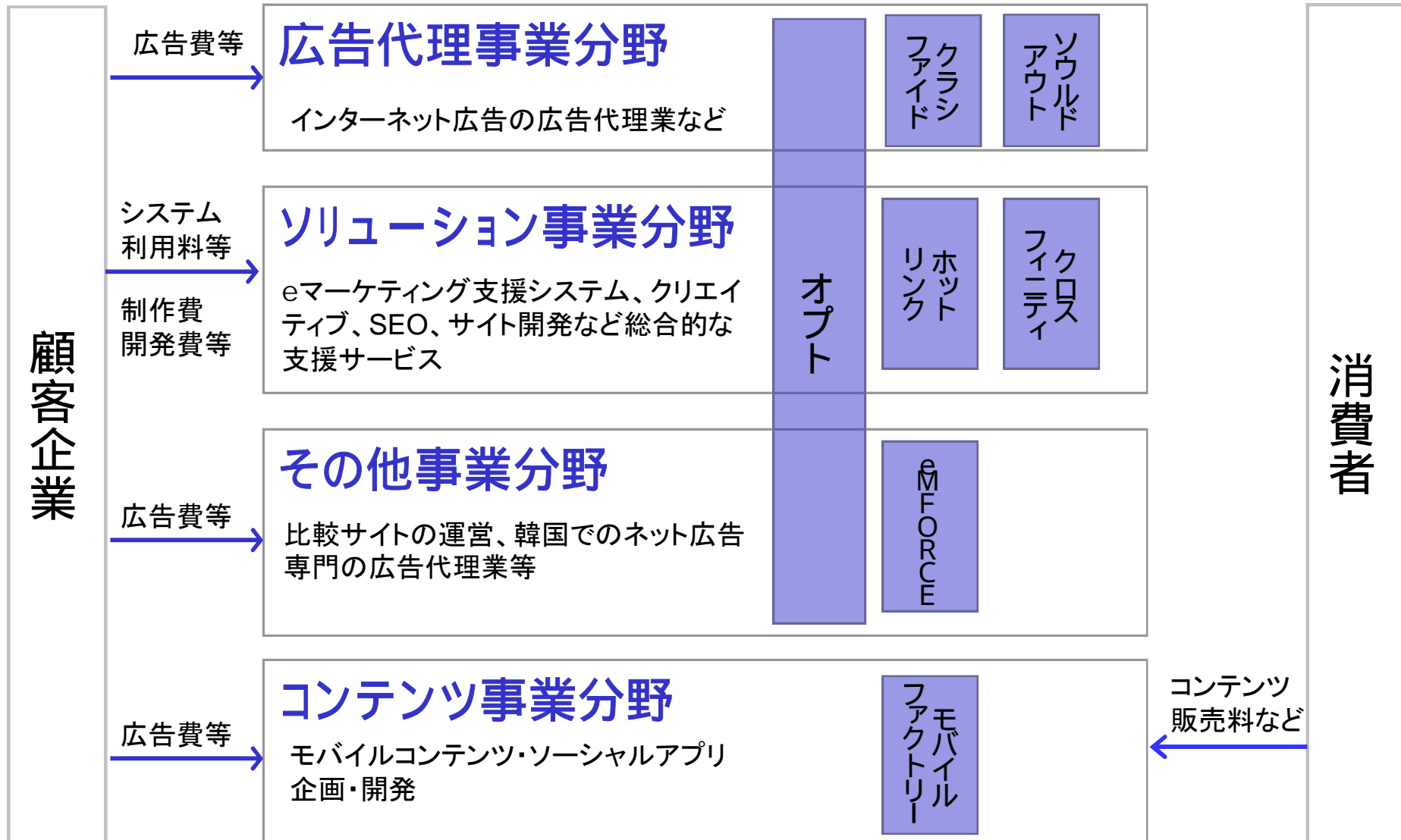
- オプトと連携し、「SMOスコア」の提供を開始(ソーシャルメディア)
- ネットマイル社、モディファイ社の技術を活用し、企業のマーケティング活動を支援(ソーシャルメディア)
- ネットマイル社、モディファイ提供サービス、「Social Media Administered Portal」の提供を開始(ソーシャルメディア)
- オプトと連携し、「ソーシャルテック・ラボ」を開設(ソーシャルメディア)
- オプトにソーシャルメディア向けコンテンツ配信プラットフォーム「SM3」をOEM提供(ソーシャルメディア)
- 企業向けSMO対策ツールを「Facebook」「アメーバなう」に対応(ソーシャルメディア)

# 会社概要



社名	株式会社オプト(JQ2389)	
事業内容	eマーケティング事業	
本社	東京都千代田区	
設立	1994年	
株式数	149,316株(2010年6月末現在)	
資本金	7,595百万円(同上)	
従業員数	810名(2010年9月末日現在 連結、出向者除く)	
経営チーム	代表取締役社長CEO	鉢嶺 登
	取締役会長	海老根 智仁
	取締役	野内 敦
	取締役	高森 雅人
	取締役CFO	石橋 宜忠
	取締役	山口 幸生
	取締役(非常勤)	大山 俊哉

# 事業領域(2010年Q3末時点)



→ 主な収益の流れ

連結子会社カバー領域

# 主要グループ会社概要 (2010年Q3末時点)



社名	事業内容	持分比率	10/9末連結状況
クラシファイド	クラシファイド広告の企画販売	66.0%	連結子会社
クロスフィニティ	SEOコンサルティングサービス	66.7%	連結子会社
ホットリンク	SaaS事業	59.6%	連結子会社
eMFORCE	韓国でのネット広告代理	88.5%	連結子会社
モバイルファクトリー	モバイルコンテンツ事業	40.8%	連結子会社
ソウルドアウト	中堅・ベンチャー企業向け広告代理	100.0%	連結子会社
その他グループ企業 (非連結子会社)	北京欧芙特信息科技有限公司、サーチライフ、コンテンツワン、モディファイ		



# 株式会社オプト

## JQ2389

<http://www.opt.ne.jp/>

IRに関するお問い合わせは、  
経営企画・広報IR部 大野・熊谷・山田までお願い致します  
TEL:03-3219-7655

### < 注意事項 >

スライドに記載されている、株式会社オプトの現在の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の見通しであり、これらは現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいております。実際の業績は、これら業績見通しとは異なる結果があることをご了承ください。