

THE LEADER in DIGITAL SHIFT

～デジタルシフトカンパニーへ～

- 1 2019年Q1決算概要
- 2 マーケティング大手領域
- 3 マーケティング地方中小領域
- 4 今後の展望
- 5 2019年通期業績予想
- 6 参考資料



1

2019年Q1決算概要



1. 重要な経営指標

当社グループは、日本会計基準（J-GAAP）を採用しておりますが、業績内容及び財務状況をより正確に判断するために、以下のNon-GAAP指標*を経営指標としております。当社グループのNon-GAAP指標の算出方法は下記をご参照ください。またEBIT、EBITDA、フリーキャッシュフローについては、実績値の計算内容についても開示しております。

【各Non-GAAP指標の算出方法】

1. EBIT(Earnings before Interest and Taxes : 利息及び税金等控除前利益)

税金等調整前当期純利益 + 支払利息 - 受取利息

2. EBITDA(Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) : 金利支払前、税金支払前、有形固定資産の減価償却費及び無形固定資産の償却費控除前利益)

EBIT + その他金融関連損益 + 減価償却費 + 無形固定資産償却費 + 長期前払費用償却費 + 非資金損益

3. FCF(Free Cash Flow : フリーキャッシュフロー)

営業キャッシュフロー + 投資キャッシュフロー ± 一時的なキャッシュフロー項目

4. FMV(Fair Market Value : 公正価値)

取引の知識がある自発的な当事者が独立の第三者間取引において資産を交換又は負債を決済する場合の金額

5. IRR(Internal Rate of Return : 内部収益率)

保有する有価証券のうち、対象とする銘柄につき、各会計期間末時点で売却したものと仮定して算出

6. AUM(Assets Under Management : 運用資産額)

子会社株式・関連会社株式の帳簿価額及び営業投資有価証券・投資有価証券の公正価値(FMV)の合計

* Non-GAAP指標は、当社グループにおいては財務諸表上の指標に加え、経営管理において重要指標であるとの認識から、2018年より開示しております。

【調整後財務指標について】

- 2018年12月期の経営成績には、2018年第3四半期連結会計期間に分割譲渡したマーケティング事業に属する株式会社リレイド（旧スキルアップ・ビデオテクノロジーズ株式会社）動画配信事業の業績及び分割譲渡に係る影響額が含まれております。
- 本資料では、同事業の業績及び分割譲渡売却に係る影響額を控除し、連結財務数値及びマーケティング事業の増減比較をしております。
- なお、2019年12月期第1四半期実績に関しては、同事業は売却済みであり、調整は行っておりません。

(単位：百万円)

	2019年Q1			2018年Q1		
	実績	調整後 成長率	調整前 成長率	a 調整後	b 調整前	a-b 調整額
売上	21,555	(3.0)%	(5.3)%	22,215	22,773	(558)
売上総利益	4,178	(7.5)%	(10.0)%	4,516	4,640	(124)
営業利益	406	(60.5)%	(59.7)%	1,028	1,007	21
EBIT	443	(51.5)%	(50.4)%	913	893	20
EBITDA	685	(42.5)%	(45.8)%	1,192	1,265	(73)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	242	(56.3)%	(52.9)%	555	515	40

マーケティング事業 (調整後)

売上 20,298百万円 前年同期比 1.9%減
EBITDA 970百万円 前年同期比 39.7%減

- ・大手領域：一部既存顧客の広告予算縮小に加え、増員により人件費拡大
年間大型コンペにより新規受注を獲得するも数字貢献は下期以降の見込
- ・地方中小領域：大口顧客の取扱高減少に加え、インセンティブ額減少、人件費拡大

シナジー投資事業

売上 1,260百万円 前年同期比 18.5%減
EBITDA 157百万円 前年同期比 280.4%増
AUM 30,035百万円 前Q比 8,816百万増
IRR 15.7% 前Q比 1.7ポイント増

- ・売上：ライトアップが連結の範囲から外れたこと等により前年同期比減少
- ・EBITDA：有価証券売却や海外子会社清算等により改善
- ・AUM/IRR：営業投資有価証券ラクスルの時価評価等により前Qより増加

連結業績 (調整後)

売上 21,555百万円 前年同期比 3.0%減
EBITDA 685百万円 前年同期比 42.5%減

- ・売上：グループの中核であるマーケティング事業が前年同期比マイナス
- ・EBITDA：マーケティング事業の減少に加え、HD管理コストも増加

(単位：百万円)

	2019年Q1	2018年Q1 調整後	前年比		2018年Q1 調整前	前年比	
			増減額	成長率		増減額	成長率
売上	21,555	22,215	(660)	(3.0)%	22,773	(1,218)	(5.3)%
売上総利益	4,178	4,516	(336)	(7.5)%	4,640	(461)	(10.0)%
営業利益	406	1,028	(601)	(60.5)%	1,007	(601)	(59.7)%
EBIT	443	913	(470)	(51.5)%	893	(450)	(50.4)%
EBITDA	685	1,192	(506)	(42.5)%	1,265	(579)	(45.8)%
親会社株主に 帰属する四半期純利益	242	555	(270)	(52.7)%	515	(272)	(52.9)%
ROE(LTM) ^{※1※2}	7.2%				5.8%	1.4pts	-
フリーキャッシュフロー	(327)				79	(406)	-
1株当たり 四半期純利益(円):EPS	10.60				22.79	(12.19)	-
潜在株式調整後1株当たり 四半期純利益(円):EPS	10.59				22.60	(12.01)	-

※1 ROE=親会社株主に帰属する純利益(LTM) ÷ (2018年3月31日時点と2019年3月31日時点の自己資本の平均)

※2 LTM=Last Twelve Months(直近四半期末から過去12ヶ月)

(単位：百万円)

	報告セグメント			その他計		連結
	マーケティング 事業	シナジー投資 事業	報告 セグメント計	HD管理 コスト	その他	
売上	20,298	1,260	21,558	-	(3)	21,555
売上総利益	3,564	617	4,181	-	(3)	4,178
販売費及び一般管理費	(2,709)	(531)	(3,240)	(538)	7	(3,771)
営業利益	855	86	941	(538)	3	406
EBIT	859	115	974	(534)	2	443
EBITDA	970	157	1,127	(441)	0	685

[フリーキャッシュフロー]

(単位：百万円)

	2019年Q1	2018年Q1	増減額	成長率
営業キャッシュフロー	(131)	486	(618)	-
投資キャッシュフロー	(373)	878	(1,251)	-
フリーキャッシュフロー	(505)	1,364	(1,870)	-
調整額 ※	177	(1,285)	1,463	-
調整後 フリーキャッシュフロー	(327)	79	(406)	-

※調整額=一時的なキャッシュフロー項目

・2019年Q1：株式会社リレイド（旧スキルアップ・ビデオテクノロジーズ株式会社）動画配信事業の分割譲渡に係る違約金の支払額

・2018年Q1：自社株価予約取引に係る申込金の差入額/返還額及びデリバティブ決済による収入

[EBITDA]

(単位：百万円)

	2019年Q1	2018年Q1	増減額	成長率
税前利益	438	886	(447)	(50.5)%
支払利息 (+)	6	8	(2)	(29.7)%
受取利息 (-)	(1)	(1)	0	16.8%
EBIT	443	893	(450)	(50.4)%
減価償却 (+)	1	43	(41)	(97.9)%
無形固定資産償却 (+)	45	241	(195)	(81.3)%
長期前払費用償却 (+)	0	1	0	(40.7)%
非資金損益 (+)	195	87	108	124.4%
EBITDA	685	1,265	(579)	(45.8)%

大手領域

一部既存顧客に広告予算縮小の動きがあり、売上が前年同期比で減少
人件費(採用/教育/昇格等)増により、EBIT/EBITDAは前年同期比で減少

地方中小領域

一部大口顧客の取扱高減少により、2019年Q1売上成長率は過去の水準と比べ鈍化
大手領域と同様、人件費(採用/教育/昇格等)増により、EBIT/EBITDAは前年同期比で減少

(単位：百万円)

	マーケティング大手領域				マーケティング地方中小領域				セグメント合計 ※			
	2019年Q1	2018年Q1	増減額	成長率	2019年Q1	2018年Q1	増減額	成長率	2019年Q1	2018年Q1	増減額	成長率
売上	16,177	16,902	(725)	(4.3)%	4,263	3,969	293	7.4%	20,298	20,697	(398)	(1.9)%
売上総利益	2,725	2,911	(185)	(6.4)%	839	835	3	0.5%	3,564	3,742	(178)	(4.8)%
販売費及び一般管理費	(1,958)	(1,721)	(236)	(13.7)%	(758)	(591)	(167)	(28.2)%	(2,709)	(2,308)	(400)	(17.3)%
営業利益	767	1,169	(401)	(34.4)%	81	244	(163)	(66.8)%	855	1,434	(578)	(40.3)%
EBIT	771	1,188	(417)	(35.1)%	81	247	(165)	(67.0)%	859	1,435	(576)	(40.1)%
EBITDA	848	1,312	(463)	(35.3)%	121	296	(174)	(58.9)%	970	1,608	(638)	(39.7)%

※営業利益/EBIT/EBITDA：HD管理コスト配賦前数値

※セグメント合計：マーケティング大手領域とマーケティング地方中小領域のセグメント間調整を含んだ数値

売上

ライトアップが連結の範囲から外れたことに加え、海外子会社の売却/清算により、前年同期比で減少

EBIT/EBITDA

ライトアップが連結の範囲から外れたことに加え、中国越境EC事業の収益悪化や在庫評価減による売上総利益の悪化による減益も、持分法適用会社の収益改善や海外ファンドの投資運用益が発生したことにより増益

(単位：百万円)

	2019年Q1	2018年Q1	前年比	
			増減額	成長率
売上	1,260	1,546	(286)	(18.5)%
売上総利益	617	773	(156)	(20.2)%
販売管理費	(531)	(738)	207	(28.1)%
営業利益	86	32	53	166.1%
EBIT	115	(40)	155	-
EBITDA	157	41	116	280.4%

(単位：百万円)

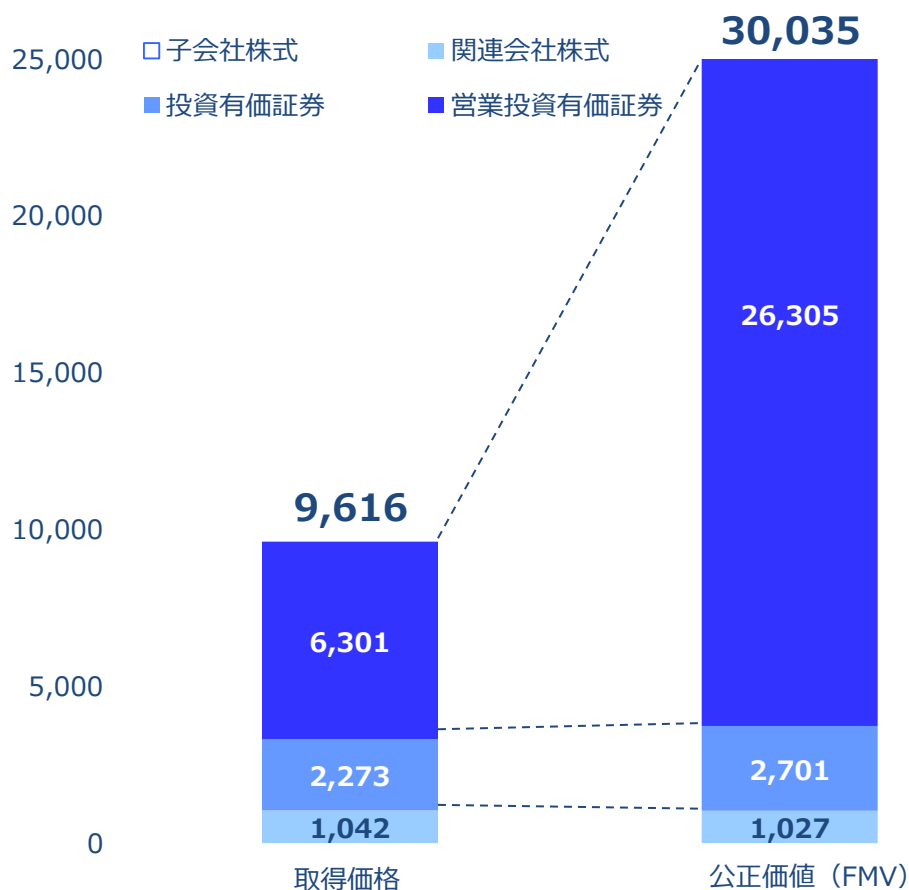
[AUM (公正価値)]※1

- ・ **2019年Q1末AUM : 30,035百万円**
(取得価額比20,418百万円増、212.3%増)
- ・ 営業投資有価証券ラクスの時価評価等により、
2018年Q4末比8,817百万円増

[IRR (内部収益率)]※2

営業投資有価証券ラクスの時価評価等により増加

投資成果の透明性を高めることを目的として、
2018年Q2より当社投資に係るIRRを開示



2019年Q1	(参考) 2018年Q4末
15.7%	14.0%

<その他トピックス>

- ・ 2018年12月に組成したオプトベンチャーズ2号投資事業有限責任組合のファーストクロージングは2019年3月に終了

※1 AUM : 子会社株式・関連会社株式の帳簿価額及び営業投資有価証券・投資有価証券の公正価値(※3)の合計額

※2 IRR : Internal Rate of Return、内部収益率

※3 公正価値 : 取引の知識がある自発的な当事者が独立の第三者間取引において資産を交換又は負債を決済する場合の金額

シナジー投資事業

整理状況 (2019年3月末時点)

海外
マーケティング

海外における主に広告代理サービス事業の見直し/整理を実施

- ・2018年 (売却完了)
 - 株式会社トキオ・ゲッツ
 - GRASIA Bangkok Co., Ltd. (タイ)
- ・2019年 (清算中/売却予定)
 - eMFORCE Inc. (韓国)
 - Chai Communication Co., Ltd. (韓国)
 - GRASIA Pte., Ltd. (シンガポール)
 - OPTSEA Pte., Ltd. (シンガポール)
 - OPTOK Co., Ltd. (タイ) 等

中長期の成長に向けた人材投資(採用/教育)、グループ経営管理基盤構築費用、譲渡制限付株式付与等の影響で販売管理費が増加

(単位：百万円)

	2019年Q1	2018年Q1	前年比
			増減額
販売費及び一般管理費	(538)	(447)	(91)
営業利益	(538)	(443)	(94)
EBIT	(534)	(487)	(46)
EBITDA	(441)	(459)	17

【HD管理コストの定義】

2018年よりHD管理コストの定義を以下のとおり変更しております。

- ✓ オプトホールディング管理部門の人件費
- ✓ オプトホールディング管理部門が実質的に負担する人件費以外のHD維持コスト
- ✓ オプトホールディング管理部門がグループ会社に提供する人件費以外の一部サービスコスト

※販売費及び一般管理費とEBITに差分が発生している理由は、営業外損益等の影響となります。

※EBITとEBITDAに差分が発生している理由は、株式報酬費用等(2018年Q3より発生)の影響となります。

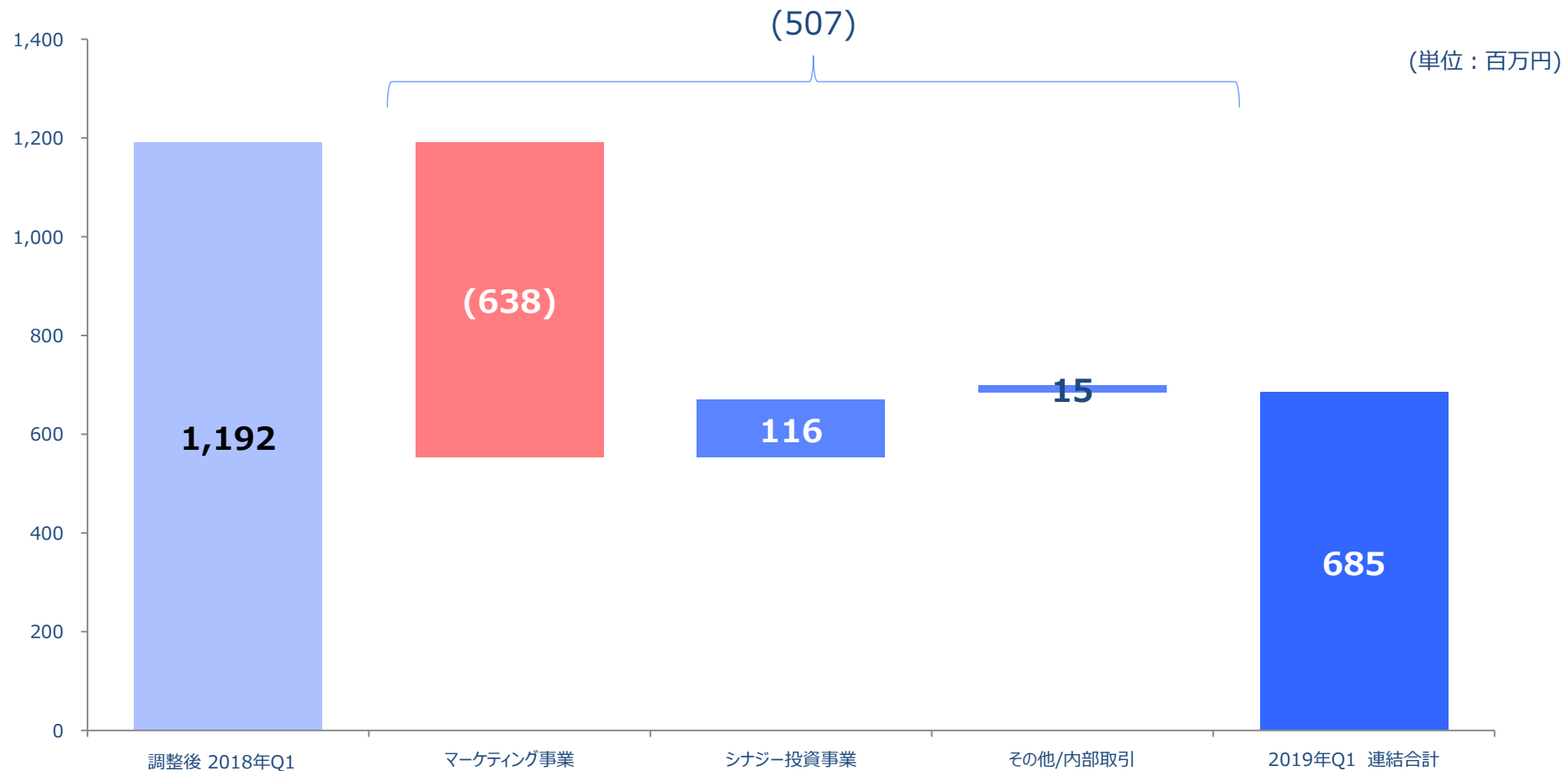
※2018年Q1のEBIT/EBITDAからデリバティブ評価益を控除して比較しております。

マーケティング事業

大手領域/地方中小領域の売上減少と人件費(採用/教育/昇格等)増の影響により減益

シナジー投資事業

ライトアップが連結の範囲から外れたことにより減益も、海外子会社の売却/清算による販売管理費の減少や、海外ファンドの運用益の発生により増益



※事業セグメント（マーケティング事業/シナジー投資事業）EBITDA：HD管理コスト配賦前数値

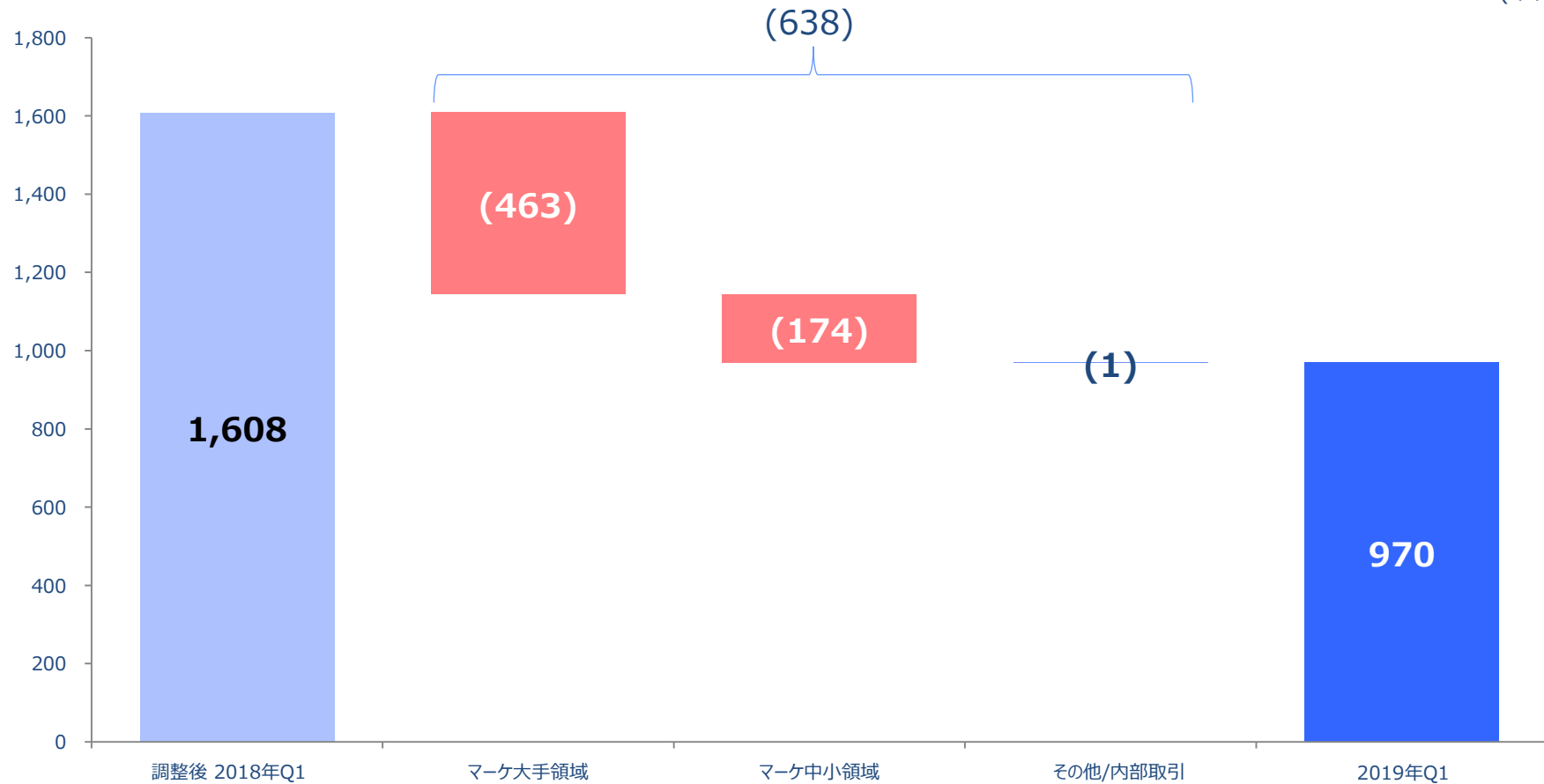
大手領域

一部既存顧客に広告予算縮小の動きがあり、売上が前年同期比で減少
人件費(採用/教育/昇格等) 増により前年同期比で減少

地方中小領域

一部大口顧客の取扱高減少により、2019年Q1売上成長率は過去の水準と比べ鈍化
大手領域と同様、人件費(採用/教育/昇格等) 増により前年同期比で減少

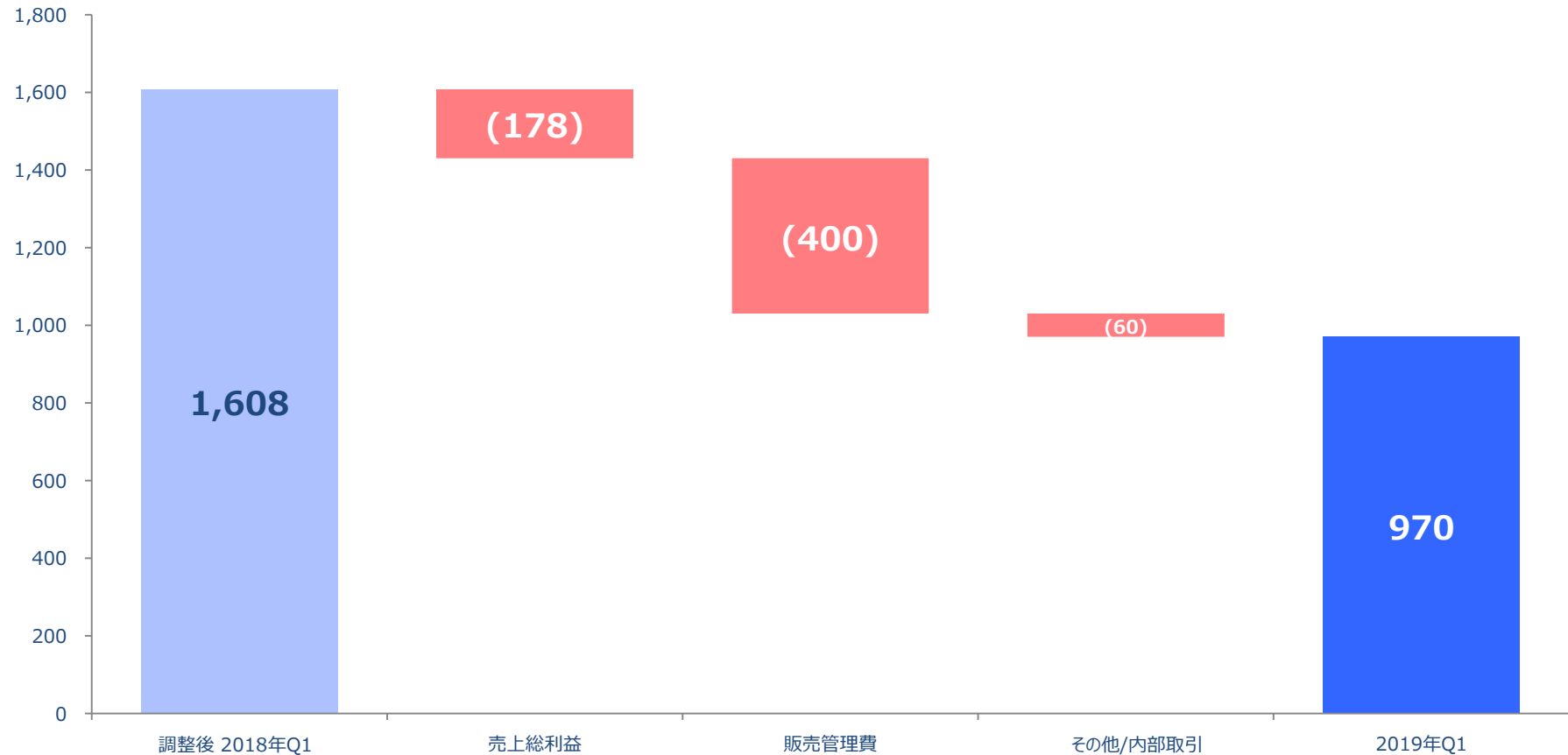
(単位：百万円)



EBITDA 前年比 (39.7)%

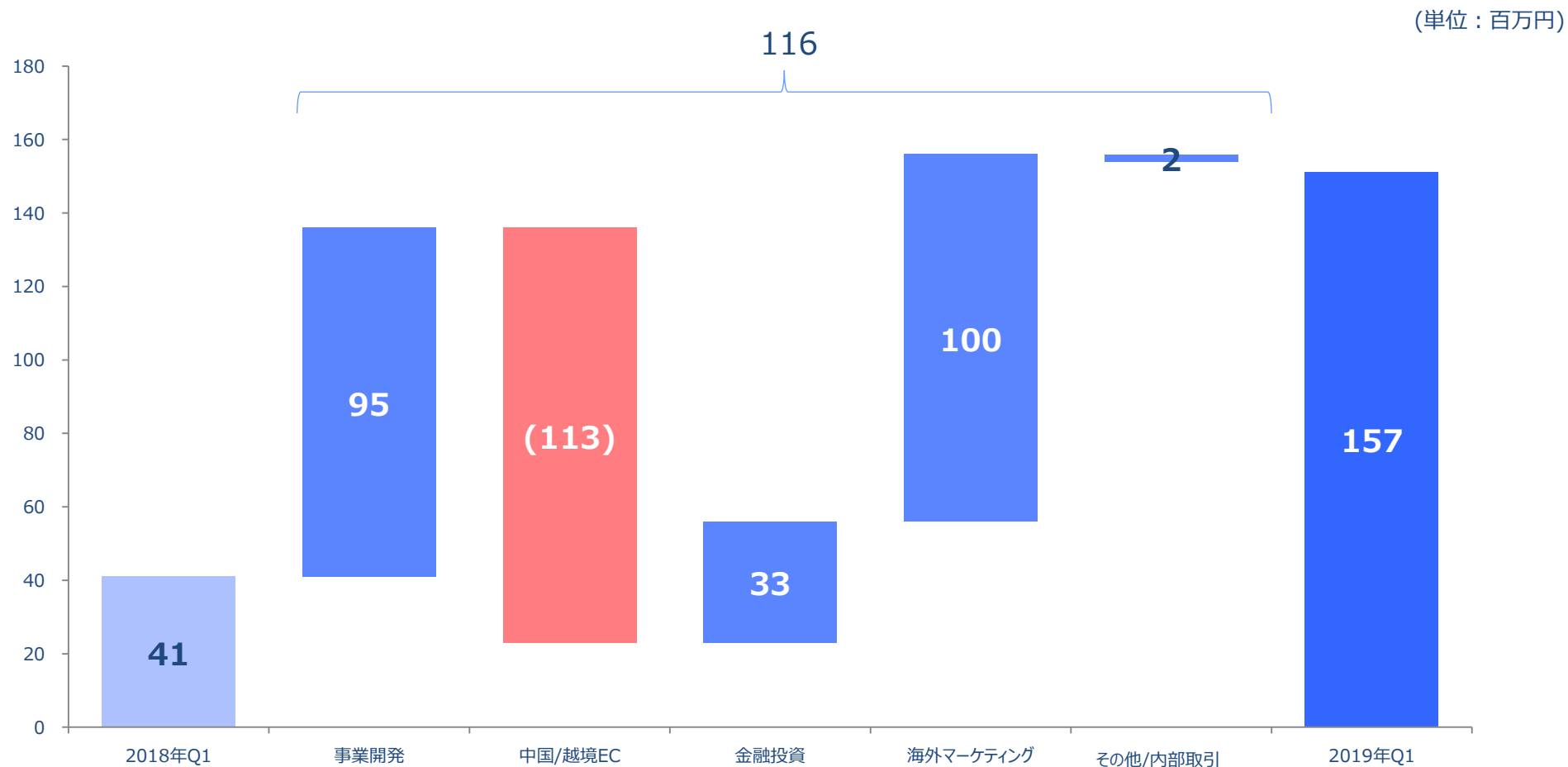
- ・売上減少に連動し売上総利益 前年対比(178)百万円
- ・人材への先行投資 (採用/教育)等による影響で販売管理費増加

(単位：百万円)



2019年Q1 シナジー投資：EBITDA分解

事業開発	SIGNATE大型PJの売上計上により増益	金融投資	海外ファンドの運用益発生により増益
中国/越境EC	原価率悪化と在庫評価減等により減益	海外マーケティング	不採算事業の見直し/清算により赤字縮小





2

マーケティング大手領域

1980年生まれ（38歳）

2005年:株式会社オプト アルバイト入社

2008年:営業部長



2010年:営業本部長

2013年:マーケティング管掌執行役員

2015年:株式会社オプト 代表取締役社長 CEO

2017年:株式会社オプトホールディング
マーケティング大手領域 責任者

2019年:グループ執行役員 デジタルシフト支援本部 責任者

- ・オプト初の試みとなる**ビジョン**の策定
- ・事業ドメインを変更し**広告以外のサービス**を立上げ  
- ・**エンジニアとマーケティングスペシャリスト**の劇的な増員
- ・多彩な役員を選定、**階層の少ない組織**を構築
- ・**個客伴走型のイノベーションエージェンシー**を目指す





マーケット
ダイナミズム

×

マーケティング
大手領域戦略

✓顧客戦略

✓プロダクト/サービス戦略

✓HR戦略

コンペティションへの参加や引き合い、お客様からの紹介が増加

ダイレクトアジェンダ

Direct **AGENDA**

ダイレクト分野の成功事例をシェアし、
課題についてディスカッションを実施。
当社のダイレクトマーケティングに関する知識と実践ノウハウが
評価され、広告主投票で「Best Agenda Award」を獲得

*ダイレクトアジェンダとは
直販/通販事業に携わるトップマーケッターが250名集結して討論する合宿型カンファレンス

リテールアジェンダ

国内外リテールのマーケター/メーカーのマーケター/パートナーの
3社をつなぎ、一気通貫のマーケティングを実現するための
カンファレンスに登壇



データドリブンな世界が可能にしたリアルな消費行動と、デジタル時代だからこそ出来る
顧客へのアプローチを軸とした「オムニチャネル」など、様々なテーマで議論を展開

宣伝会議

宣伝会議マーケティング研究室とO2Oマーケティング研究会の発足



小売有店舗事業者の来店促進・購入促進のデジタルシフトにフォーカスし、
手法論・情報提供をし、小売業のデジタルシフト支援を実施

O2OTech

LINE活用を検討する小売店やメーカーを対象にした
セミナーイベント「O2OTech」への登壇



LINEの最新O2O施策やウォレット構想、O2O事業に携わる小売店・メーカーによる対談
セッションなど、今後のO2O市場の動向についての解説

ブランドサミット

広告主企業の意思決定者・エキスパートが一堂に会し
ブランド向上、マーケティングイノベーションについて議論する
国際カンファレンスに参加

マーケティング・テクノロジーフェア

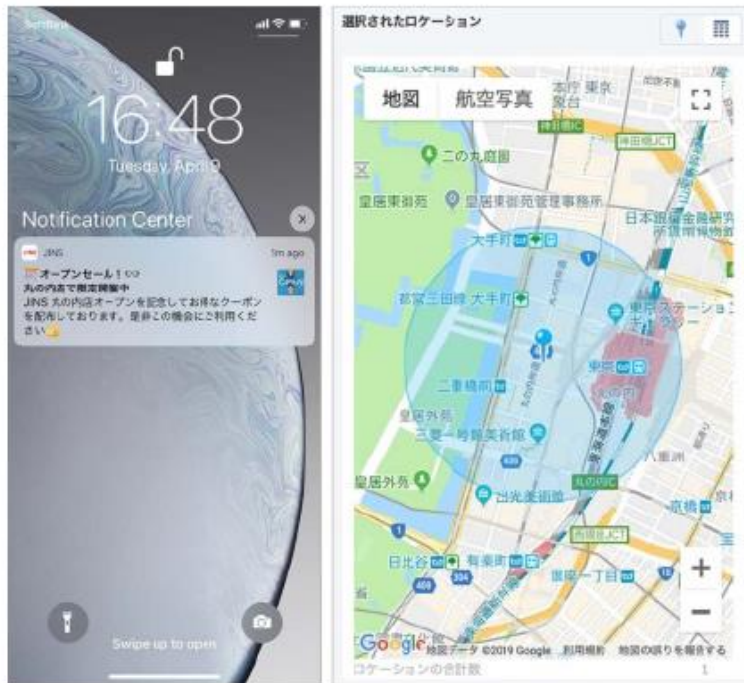
テクノロジー×ノウハウが集結する国内最大級の
マーケティングイベントに登壇

茨城県とオプトが取り組む自治体初の公認バーチャルYouTuber「茨ひより」（茨城県から
の受託案件）での取り組みを通し、実際の効果や今後の展開について講演

デジタルシフトソリューション活用の取り組みが拡大

CRMに向けた取り組み

JINS様のアプリ活用による顧客購買行動分析と、
位置情報を利用した店舗への来店支援



アプリを持つユーザーが東京駅周辺にいるとプッシュ通知が届くように設定。

お客様との共同開発（ノアド）

損保ジャパン日本興亜様のLINE公式アカウントを活用
「保険金請求サービス」の機能拡充を支援

LINEのMessaging API配信ツール

TSUNAGARU

「LINE Biz-Solutions Partner Program」の認定パートナーとして、
企業がMessaging APIを活用するために必要な、
【システム設計/導入支援/ツール開発/ASP提供】を行い、
「LINE」を活用した新たなサービスの開発を提供中

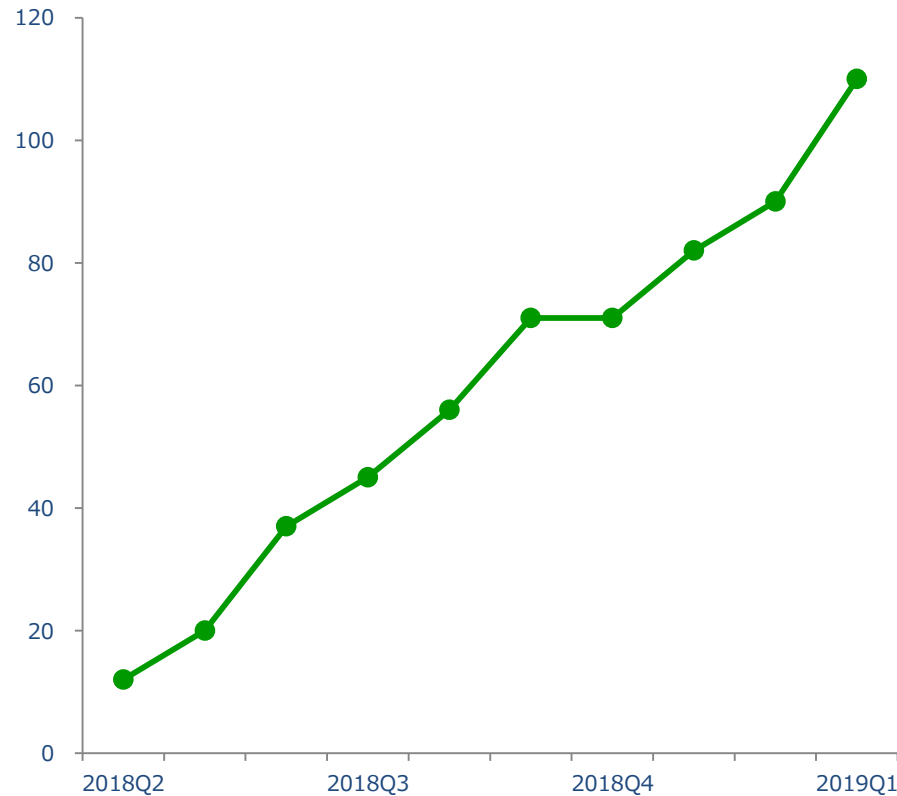


デジタルに特化したマーケターの開発研究機関

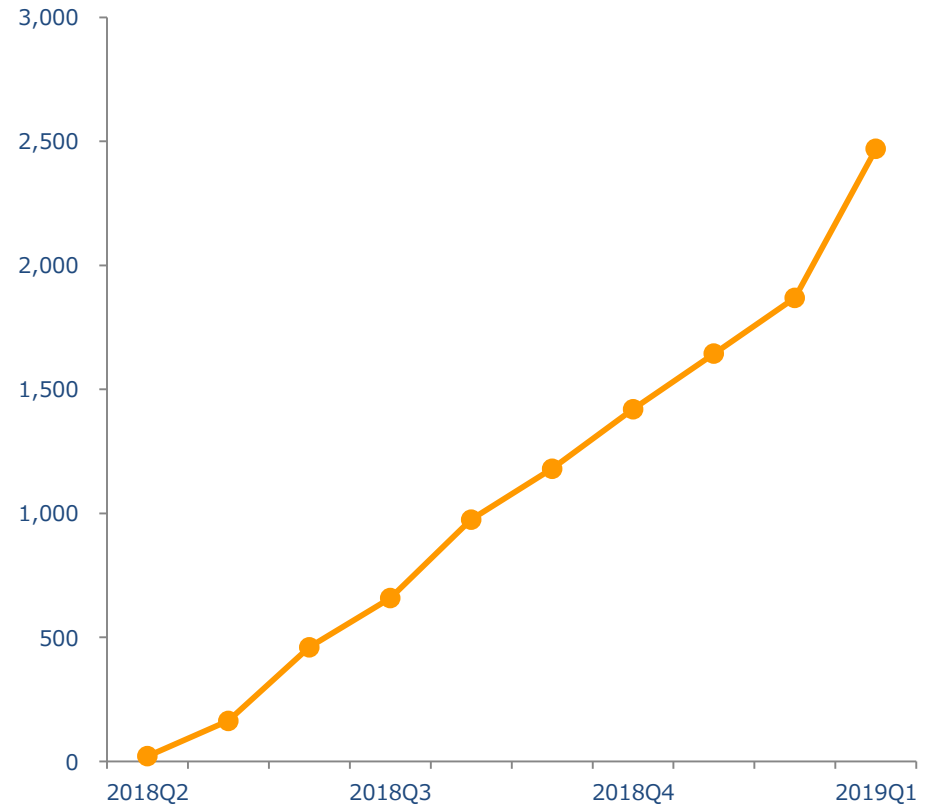
「OPT HR Development センター」により社内デジタル人材の育成早期へ

グループ横断のナレッジマネジメントシステムとして社内教育に活用し人材育成の速度向上や効率化を実現へ
ナレッジをベースとすることにより、高度で幅広い能力が獲得し、お客様へのサービス質向上を目指す

[講座数(延べ)]



[受講者数(延べ)] ※社内向けの講座





3

マーケティング地方中小領域



ソウルアウト株式会社
代表取締役会長CGO 荻原猛
中央大学大学院戦略経営研究科修了
経営学修士（マーケティング専攻）

ソウルアウト株式会社を立ち上げた背景

- ・10歳の時に父親が経営する会社が倒産した事。
- ・大学卒業後、仲間と起業して失敗した事。
- ・中小企業は売上向上が最大の課題だと体感した事。
- ・中小企業でもネット通販で売れると実感した事。
- ・大企業より中小企業支援がしたいと思った事。
- ・10年間でWebマーケティングの知識を得た事。

そんな経験を持つ私こそが、

「同じ苦しみを抱える経営者の悩みを解決できるのではないか？」
「中小企業の支援をする事こそ、私の使命なのではないか？」

そう考え決断し、ソウルアウト株式会社を立ち上げました。

ともに覚悟する。ともに挑む。

SOLDOUT

地方SMB向けマーケティング支援企業No.1
(市場シェア10%)

中堅・中小企業がネットを自在に駆使でき、
中堅・中小企業の生産性が2倍になる社会

10万人の雇用創出 (当社取引先を通じて)

ソールドアウトグループの強み

- ✓全国21カ所の拠点を設置
- ✓直接顧客に向き合い、強い信頼関係を醸成

強み① 直接対話

- ✓成長欲求高い顧客の見出しと長期のお付き合いへ
- ✓広告効果を上げる運用・提案力、地方中小向けノウハウの集積

強み② 目利き・顧客育成

SOLD OUT

強み③ 総合提案力

- ✓IT、人材サービスなどのデジタルマーケ以外の領域に幅広く経営課題にアプローチできる総合提案力

強み④ 業務提携

- ✓Yahoo Japan、LINE、Facebook等との協力体制強化で、地方中小領域においては随一

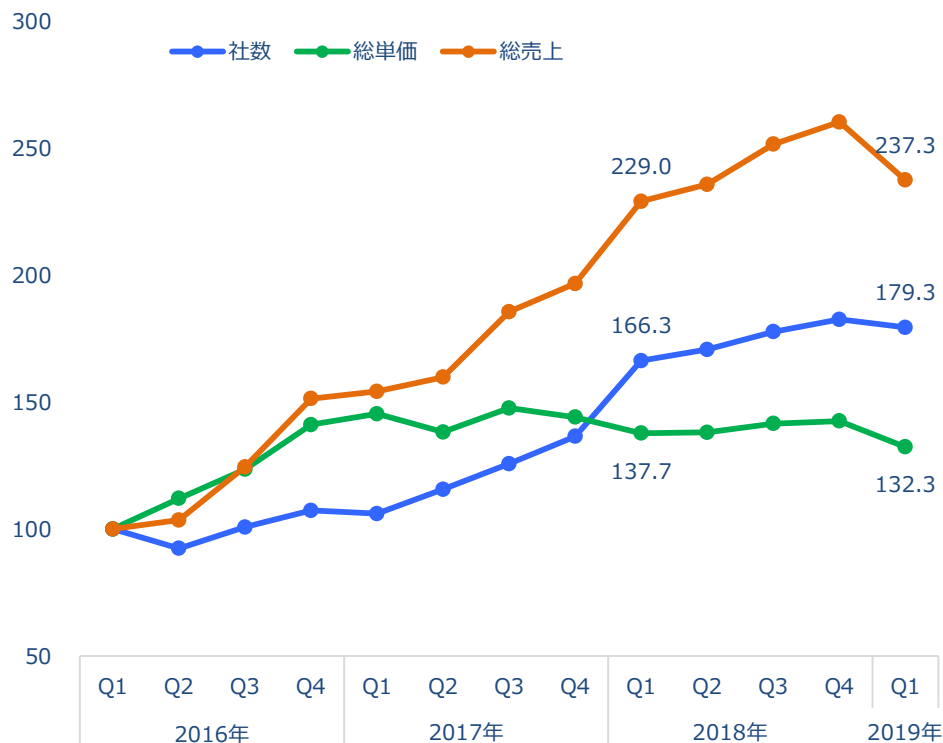
マーケティング地方中小領域：重要KPIの状況

重要なKPIは堅調に進捗中、引き続き高い売上成長を目指す

[社数×単価]

- ・取扱社数は増加傾向で安定的に推移 (前年同期比 **+7.9%**)
- ・総単価は、大口顧客の売上減の影響で減少 (前年同期比**(3.9)%**)
(中価格帯の顧客では、単価は堅調に上昇)

2016年Q1を100とした際の社数・単価の推移

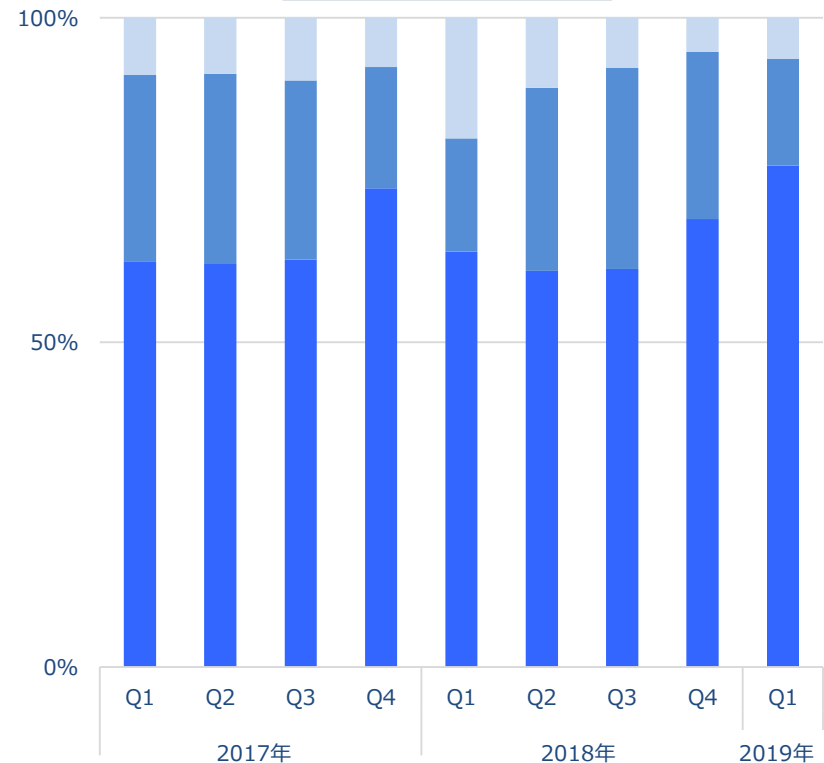


[取引期間(継続性)]

- ・「長期」の取引が増加傾向 前年同期比**+13.3pts**
- ・「新規」「既存」の売上の積み増しを進める

■ 長期 ■ 既存 ■ 新規 (1-3ヶ月連続=「新規」、4-12ヶ月連続=「既存」、13ヶ月以上連続=「長期」と定義)

取引期間に応じた構成比





4

今後の展望

当社が考える“デジタルシフト”

① デジタルシフト支援

For clients

- 広告に加え、ヒト/モノ/カネ/情報の企業活動全般で、デジタルシフト支援を実行

② デジタルシフト変革

With clients

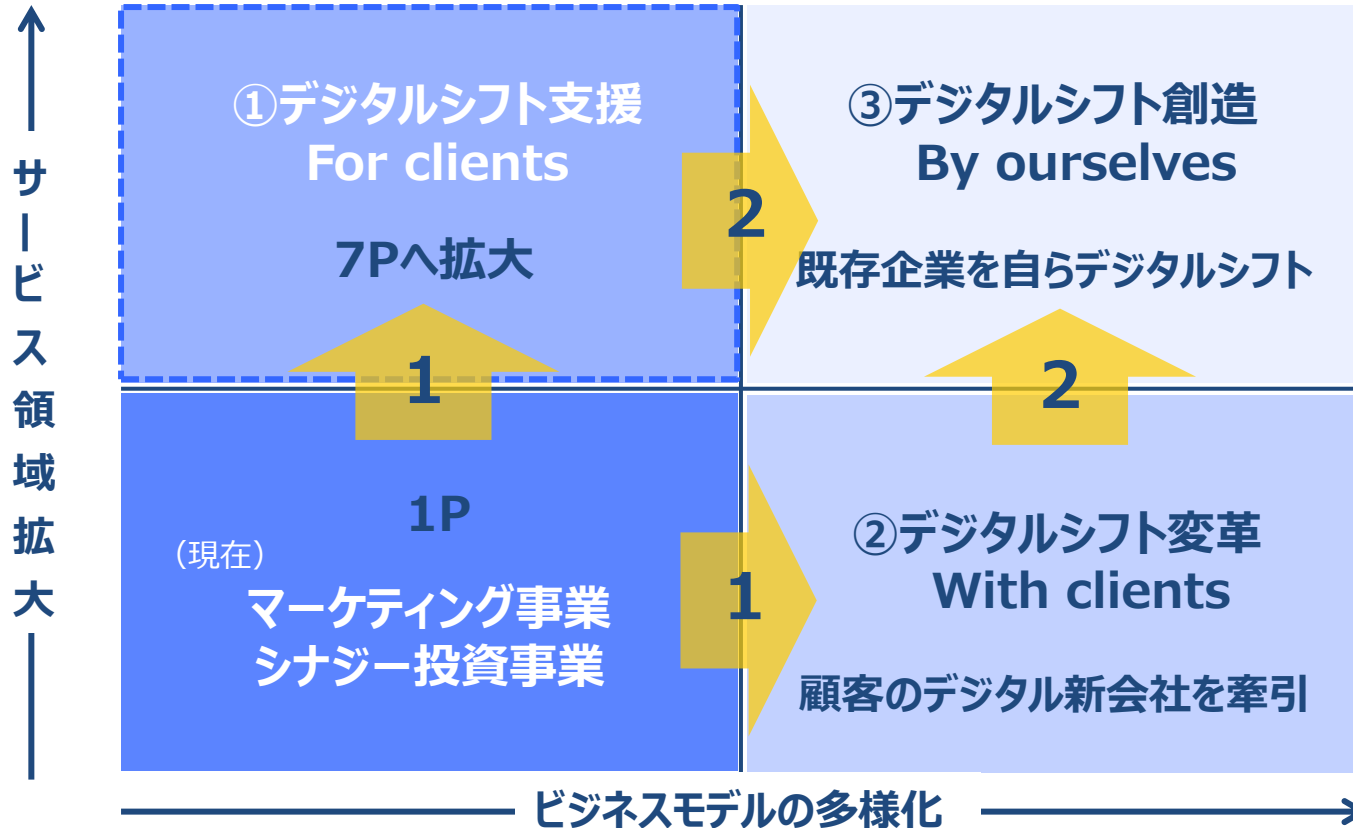
- 顧客のデジタルシフトをコミットして推進
デジタル新会社にオプトグループのリソース投下しサポート

③ デジタルシフト創造

By ourselves

- 既存企業のデジタル化を実施
• 0→1でデジタル事業を立ち上げ

広告代理 + デジタルシフトカンパニーへ



オプトグループのコアアセット

- ・約6,000社の顧客基盤/約1,600名のデジタル人材
- ・中国との太いパイプ/ベンチャー企業とのネットワーク/日本一のAI人材バンクと高い技術



広告代理＋デジタルシフトカンパニーへの進捗状況

- (1) デジタルシフトブランディング
- (2) 担当役員体制とデジタルシフトKPI
- (3) 中国に強いオプトグループ
- (4) AIに強いオプトグループ
- (5) ベンチャーに強いオプトグループ

1) デジタルシフトタイムス開始

・デジタルシフトにおける世の中の動きや企業の取り組み等の情報発信（2019年6月より開始予定）

2) デジタルシフト書籍発刊

・デジタルシフトに関する書籍発刊（2019年秋予定）

3) デジタルシフトアカデミー開講 デジタルシフト勉強会

・企業様の未来のCDO/CDTOを育て、あらゆる企業のデジタルシフト実現の支援本格始動（2019年7月開始）

4) 中国視察ツアー

・中国最先端のデジタルを体感する当社企画の視察ツアー開催中

グループデジタルシフト戦略領域/体制を構築

(デジタルシフトKPIは今後順次開示予定)

グループCEO 鉢嶺 登

グループCOO 野内 敦

グループデジタルシフト戦略領域

デジタルシフト推進 戦略本部

加藤毅之



・(株)オプトホールディンググループ
執行役員(シナジー投資事
業で金融投資領域/事業開発
領域/海外領域担当役員)

デジタルシフト 支援本部

金澤大輔



・(株)オプト代表取締役社長
・マーケティング大手領域責任者
・(株)オプトホールディンググループ
執行役員

デジタルシフト 創造本部

吉田康祐



・(株)オプトホールディンググループ
執行役員シナジー投資事
業で中国領域担当役員)

デジタルシフト 変革準備室

石原靖士



・(株)オプト執行役員 事業開発
担当役員
・(株)オプトホールディンググループ
執行役員

AI事業推進本部

齊藤秀



・(株)SIGNATE代表取締役
社長 CEO/CDO
・(株)オプトホールディンググループ
執行役員

1) 外資企業で唯一の中国国家広告プロジェクトに参画

- ・日本でのネットマーケティング実績と中国での事業展開構想が認められ、中国政府から参画認定を受ける
- ・中国広告国家プロジェクト『中国（深圳）新媒体広告産業園』

2) ベンチャー向けインキュ施設を運営する TechTemple深圳に共同出資



- ・TechTempleグループは既に10拠点、500社入居で当該ネットワークも利活用可能

3) 中国視察ツアー

- ・今やシリコンバレーを凌ぐイノベーション拠点中国
- ・中国との太いパイプを利用し、顧客の強い要請に応じ年間複数回開催(自動車業界・小売業界など)

4) オプトチャイナ設立 (2019年4月1日)



- ・日本中小メーカーの総代理店として、中国での販売を手掛ける
- ・越境ECから一般貿易にシフトすることで対象市場拡大を担う

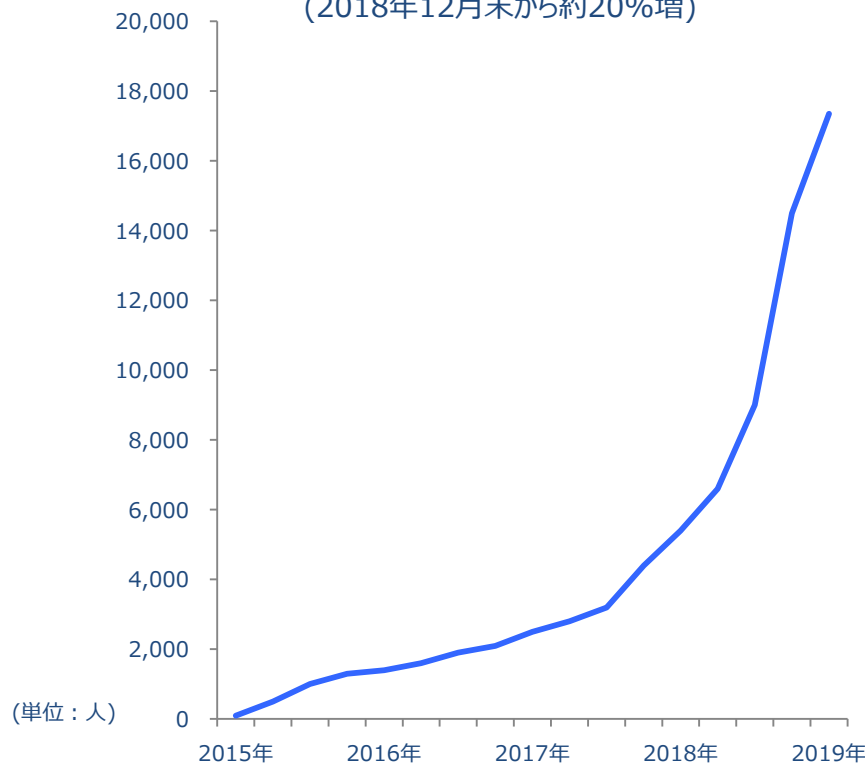
2018年4月新会社設立後AI事業本格始動

社会インフラ系の大型プロジェクトに参画

AIプラットフォーム人材会員数推移

2019年度 1万7千人へ

(2018年12月末から約20%増)



(単位：人)

SIGNATEが選ばれる理由

①どこのAI企業/技術者が優秀か分からない

SIGNATEのAIプラットフォーム
によるスコアリングで一目瞭然

②日本におけるAI人材の不足

日本NO.1の
データサイエンティスト登録者数を誇る
SIGNATEのAIプラットフォームでサポート

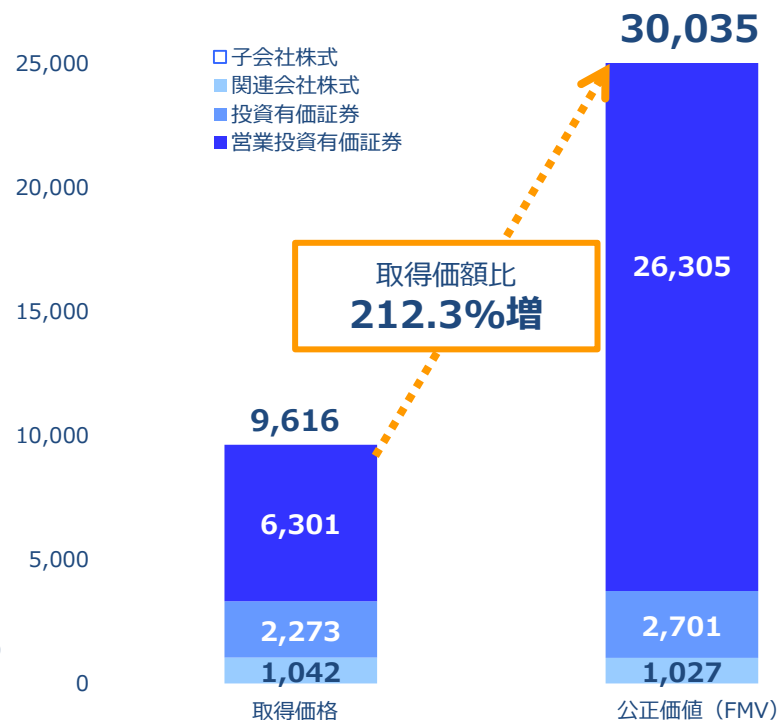
1) オプトベンチャーズ2号ファンド組成

・募集総額 100億円、ファーストクロージング終了

2) ベンチャー投資先 順調に成長、AUMは増加

・ラクスルは上場後も大きく株価伸長、ベンチャー有力投資先も順調に成長中

[AUM (公正価値)]*



シェアリングエコノミーを中心に投資
ラクスルを筆頭に今後飛躍が期待されるベンチャーが多数
(主なポートフォリオ)

*AUM：子会社株式・関連会社株式の帳簿価額及び営業投資有価証券・投資有価証券の公正価値の合計額



5

2019年通期業績予想

マーケティング事業：

(単位：百万円)

	2019年Q1 実績	2019年 ガイダンス	進捗率
売上	20,298	93,500	21.7%
EBIT	859	5,000	17.2%
EBITDA	970	5,550	17.5%

2019年Q2以降予想背景

- 不振だった一部既存顧客の売上回復を想定
- コンペティションにおける受注状況が好調。新規受注案件の売上計上を2019年下期以降に見込む
- 2018年より積極的に取り組んできた人材採用/教育による投資効果が下期以降発現へ

シナジー投資事業及びHD管理コスト：現時点でガイダンスに変更なし



6

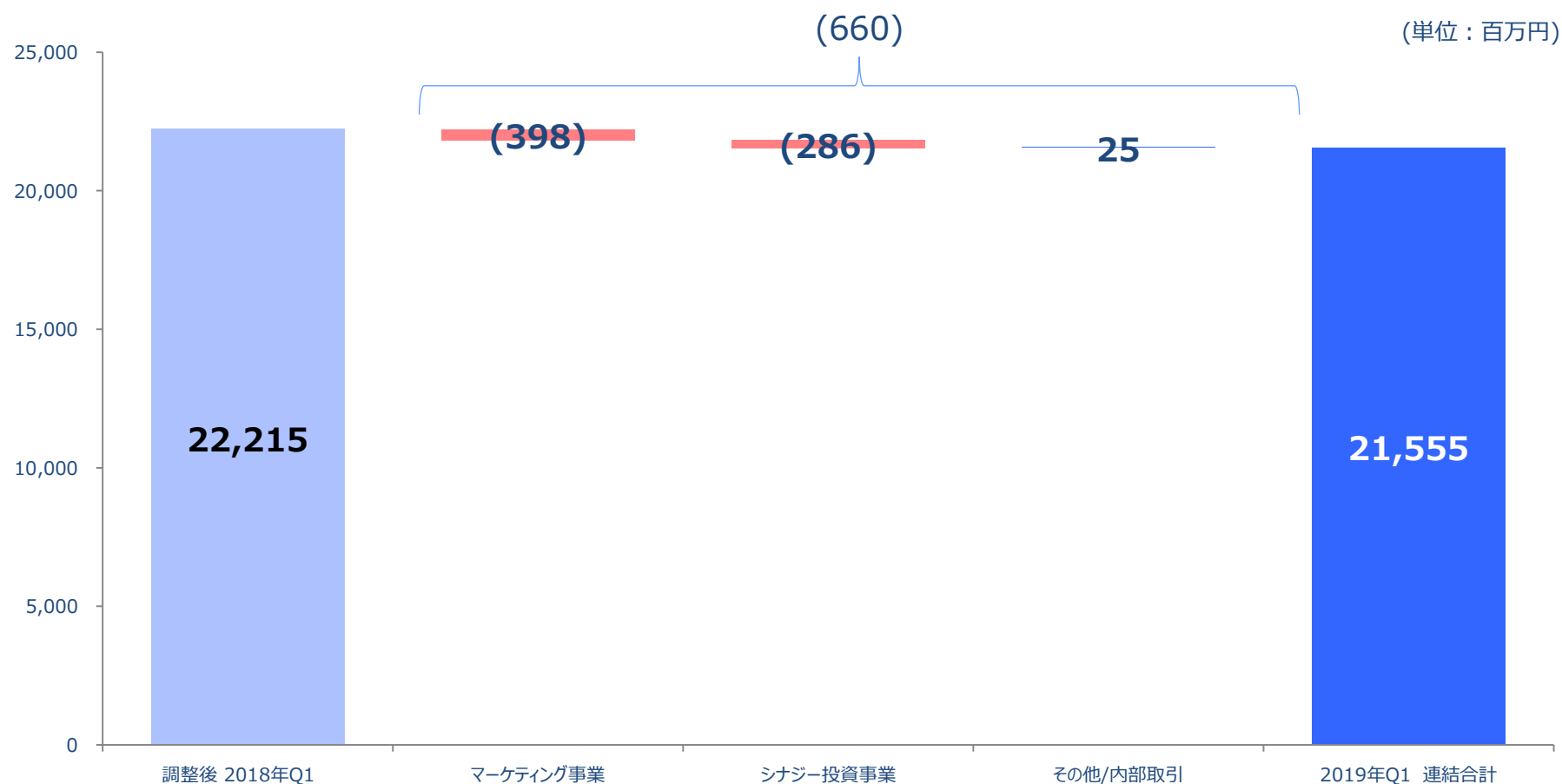
參考資料

マーケティング事業

大手領域：一部既存顧客に広告予算縮小の動きがあり、売上が前年同期比で減少
 地方中小領域：一部大口顧客の取扱高減少により、2019年Q1売上成長率は過去の水準と比べ鈍化

シナジー投資事業

ライトアップが連結の範囲から外れたことに加え、海外子会社の売却/清算により、前年同期比で減少



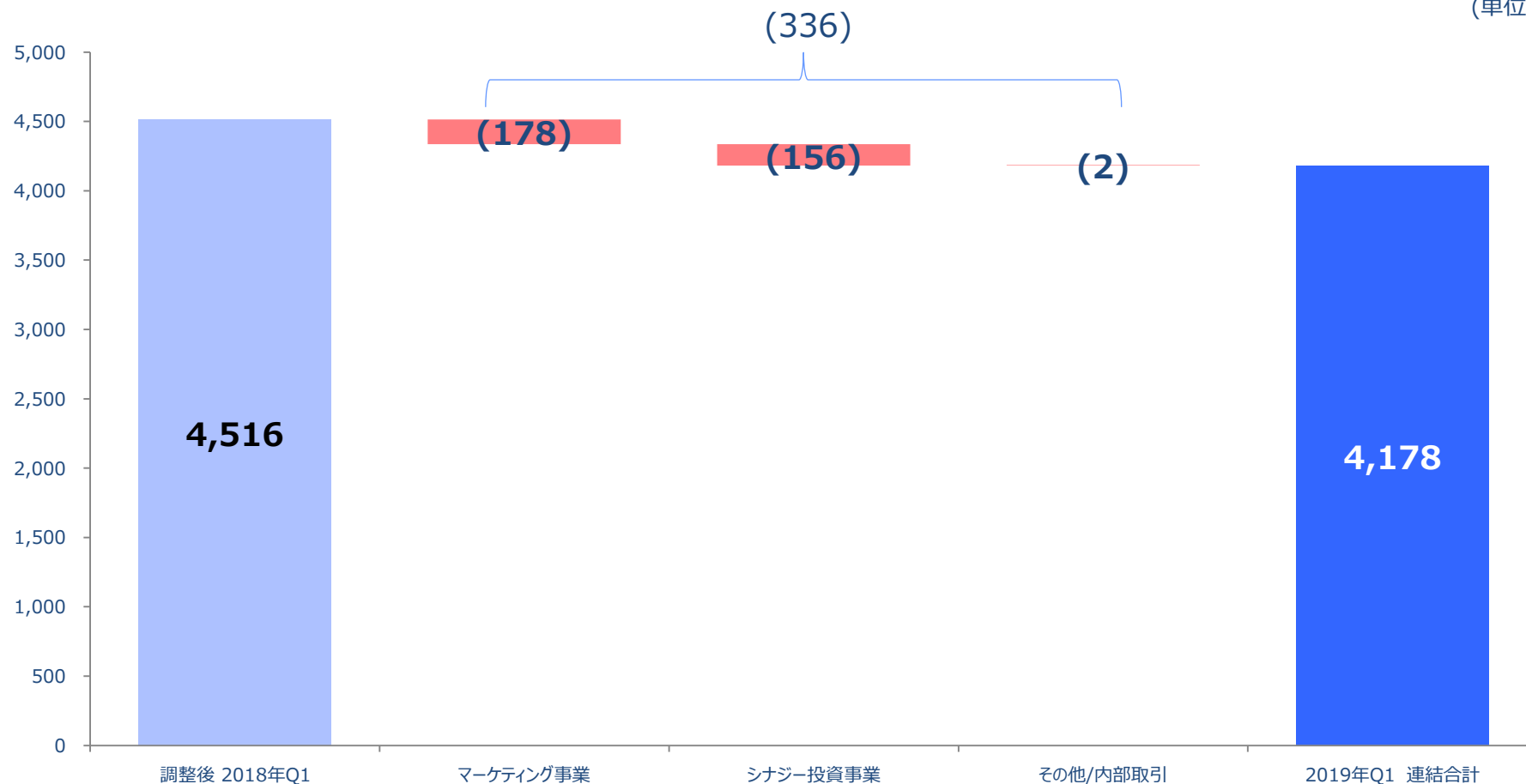
マーケティング事業

大手領域の売上減少、地方中小領域の売上成長鈍化により減益

シナジー投資事業

ライトアップが連結の範囲から外れたことに加え、中国越境EC事業の収益悪化や在庫評価減により減益

(単位：百万円)



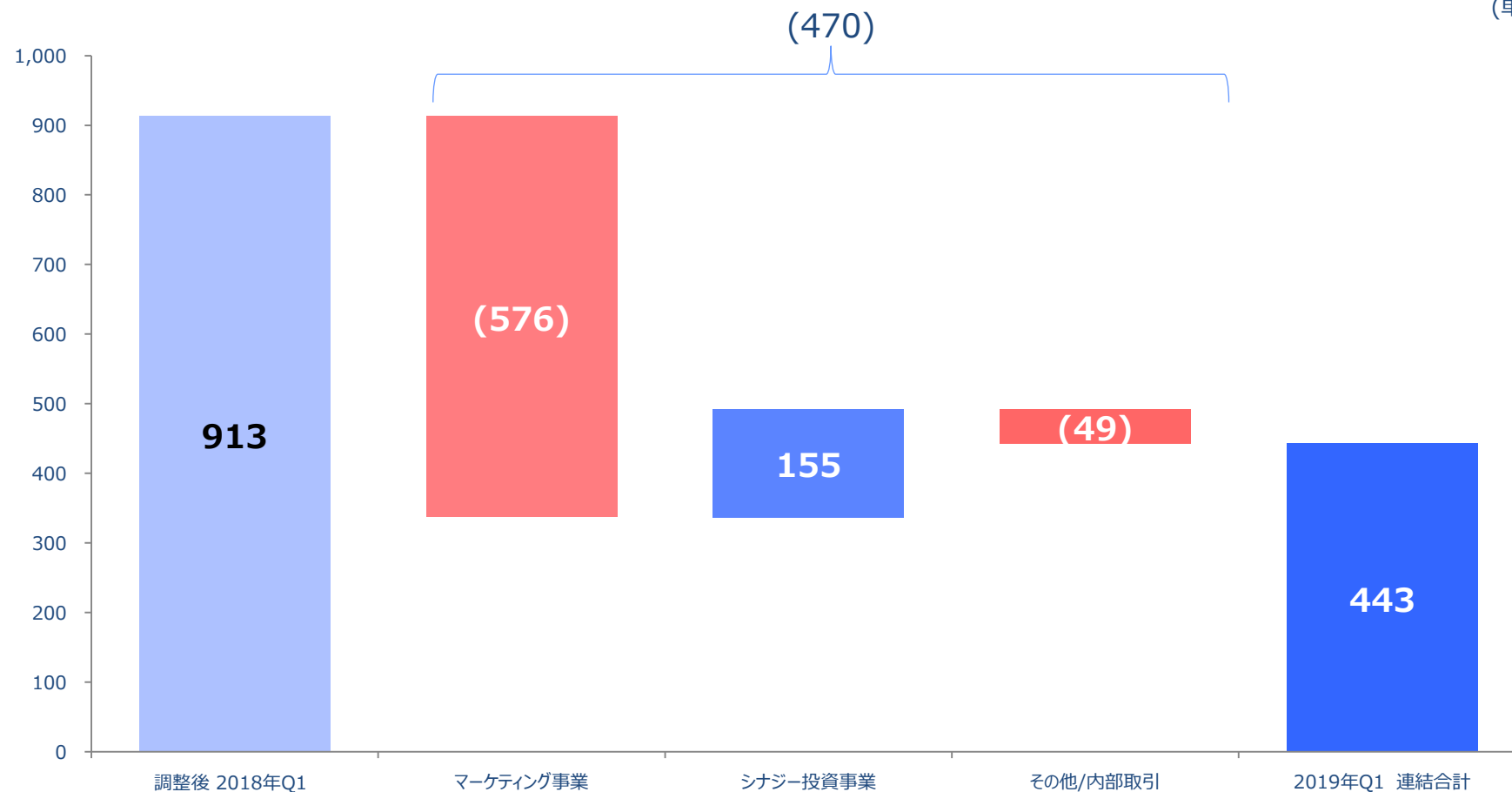
マーケティング事業

大手領域/地方中小領域の売上減少と人件費(採用/教育/昇格等) 増により減益

シナジー投資事業

ライトアップが連結の範囲から外れたことに加え、中国越境EC事業の収益悪化や在庫評価減による売上総利益の悪化により減益も、持分法適用会社の収益改善や海外ファンドの投資運用益が発生したことにより増益

(単位：百万円)



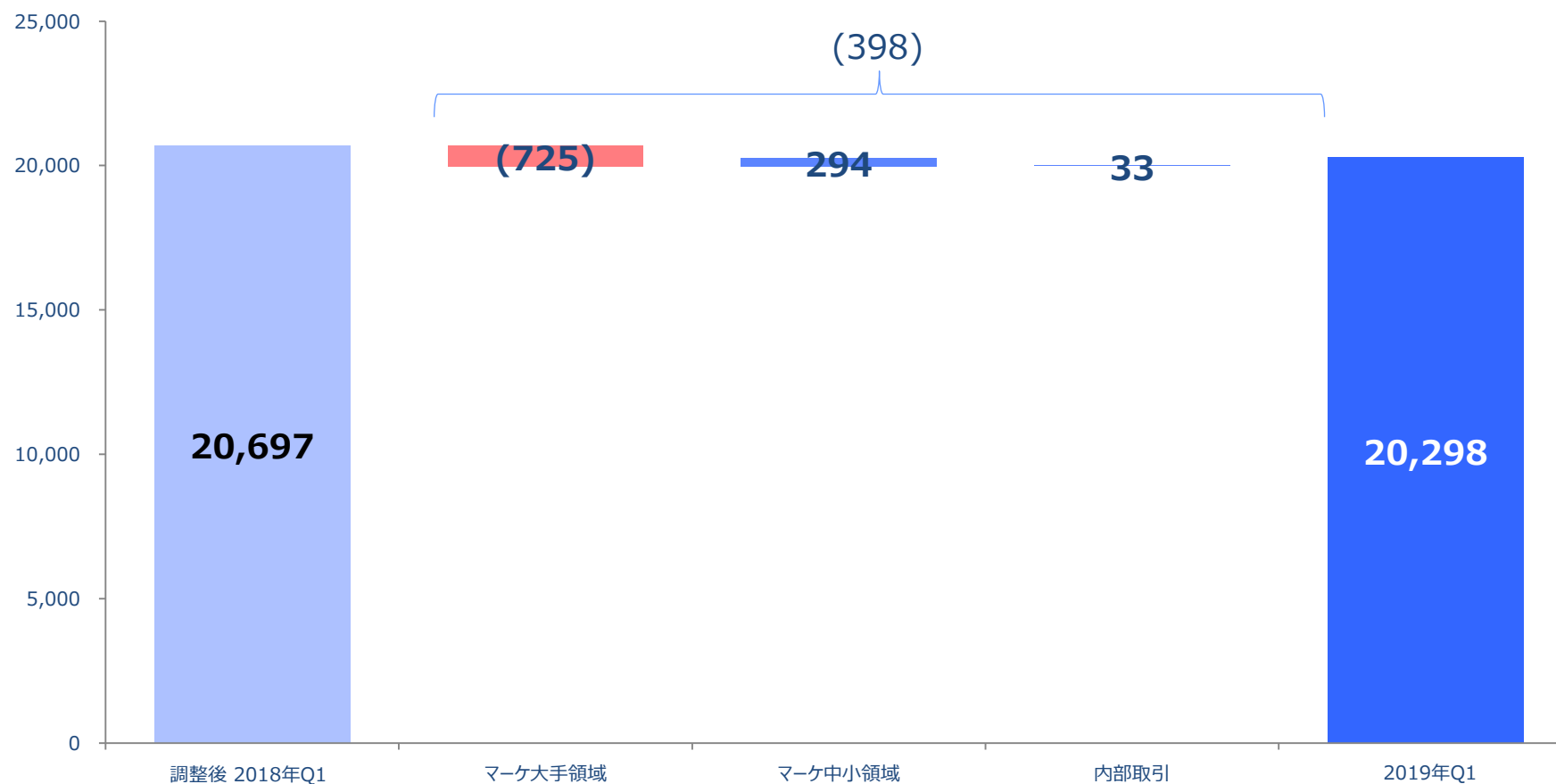
大手領域

一部既存顧客に広告予算縮小の動きがあり、売上が前年同期比で減少

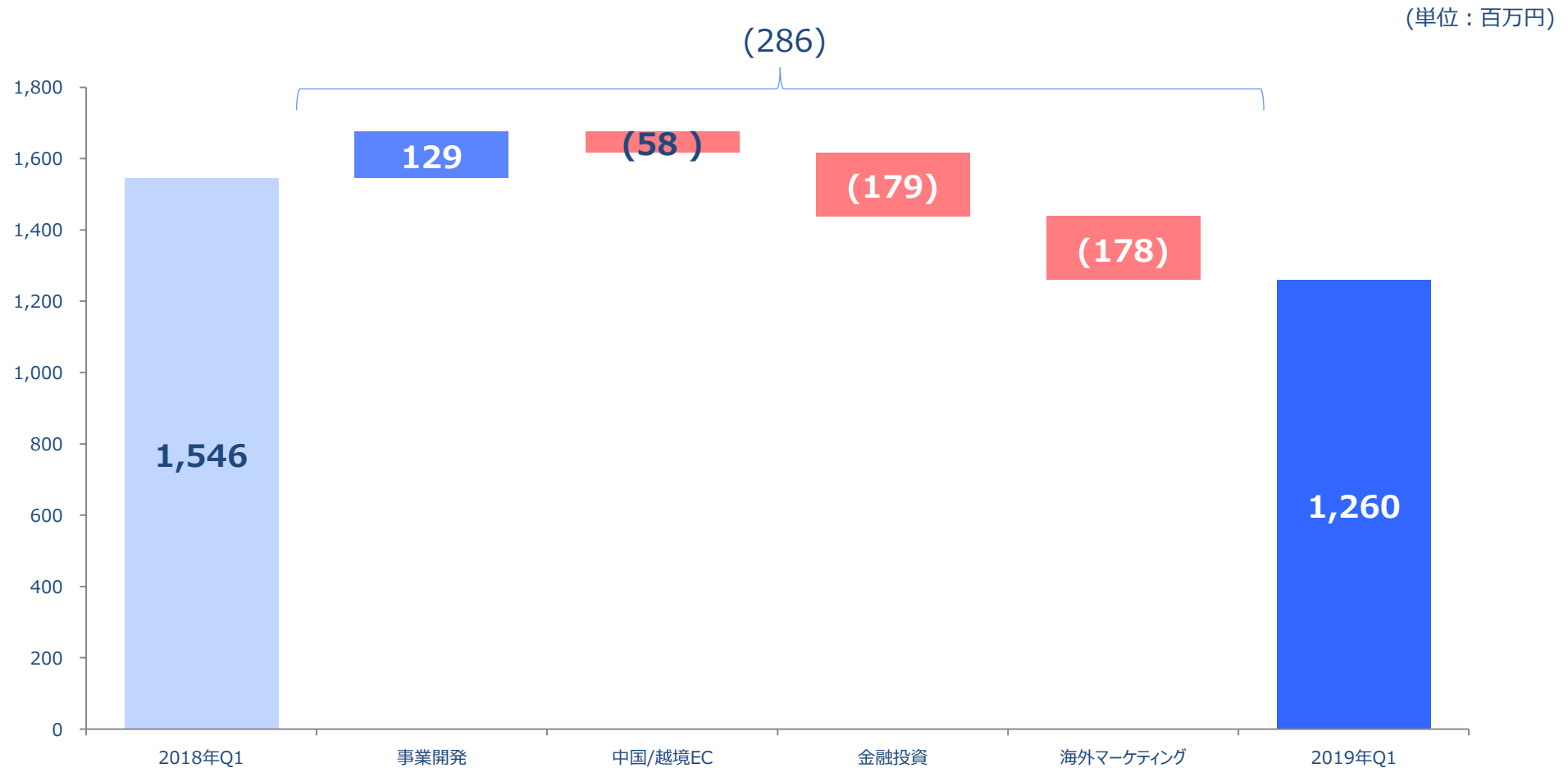
地方中小領域

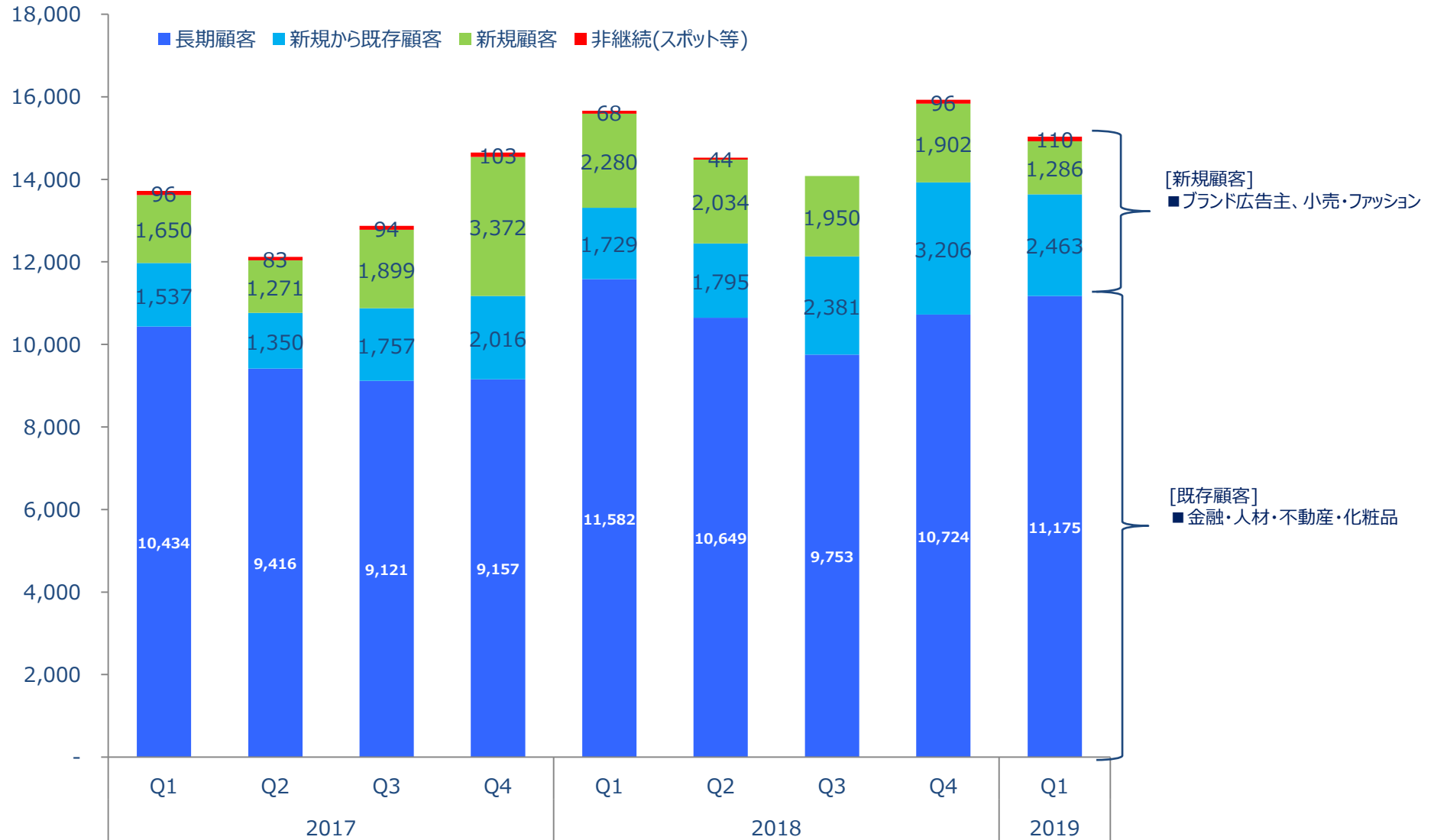
一部大口顧客の取扱高減少により、2019年Q1売上成長率は過去の水準と比べ鈍化

(単位：百万円)



事業開発	SIGNATE大型PJの売上計上に伴い増収	金融投資	ライトアップが連結の範囲から外れた影響により減収
中国/越境EC	越境EC事業から一般貿易事業へのビジネスモデル転換に伴う減収	海外マーケティング	不採算事業の見直し/清算により減収





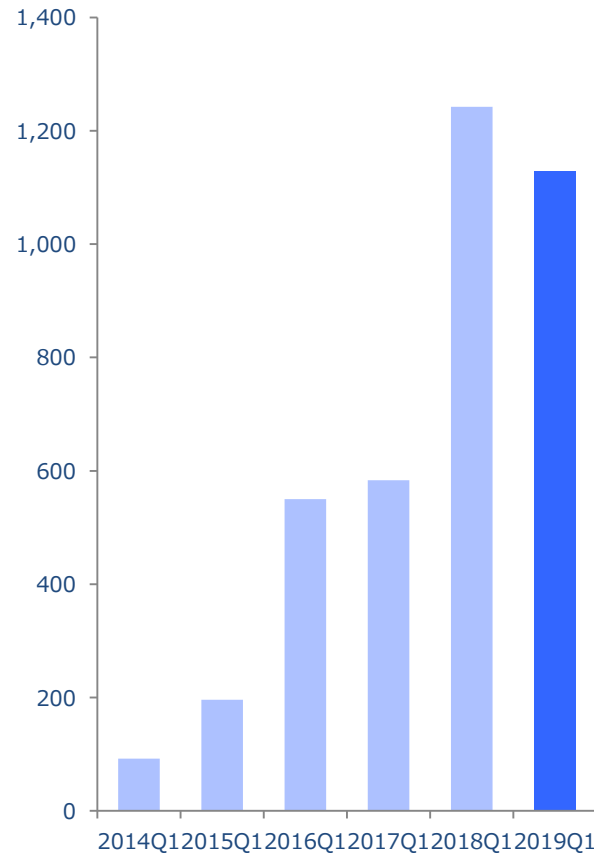
※長期顧客：24ヶ月以上継続取引ある顧客、新規から既存：12ヶ月以上 24ヶ月未満の継続取引ある顧客、新規顧客：1ヶ月以上 12ヶ月未満の顧客、非継続(スポット等)：継続取引が1ヶ月未満の顧客

戦略ターゲット注力により、ソーシャル広告/LINE広告は継続成長も動画広告は前年割れ

(単位：百万円)

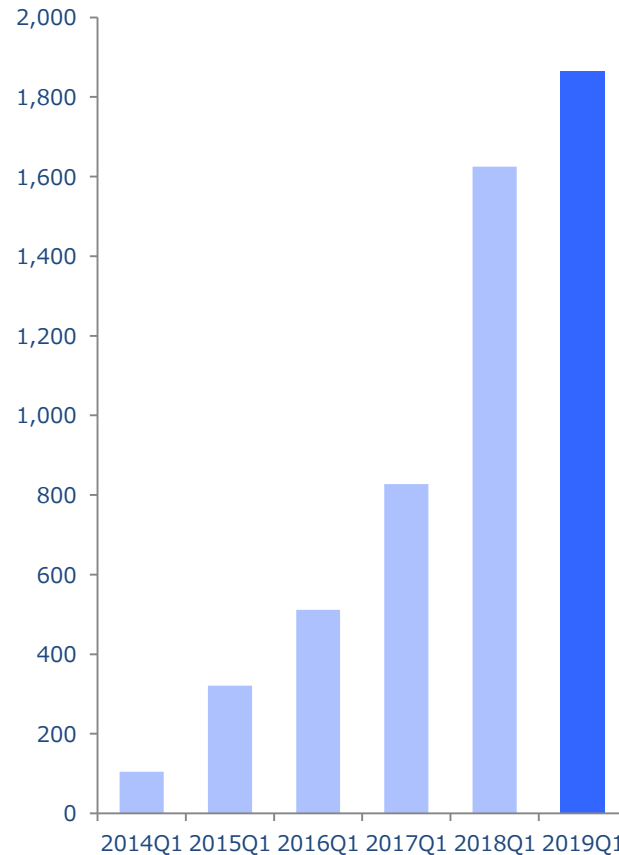
[動画広告]

前年同期比:(9.2)%



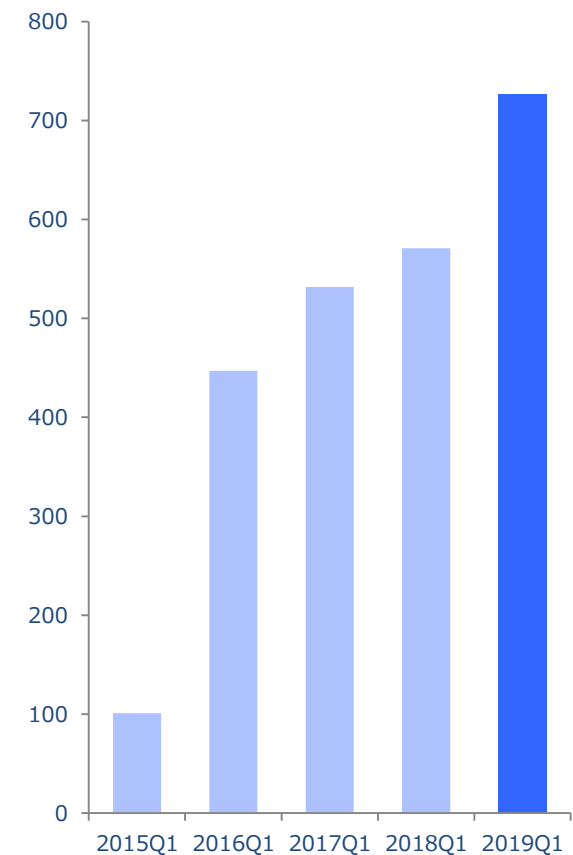
[ソーシャル広告]

前年同期比：14.8%増



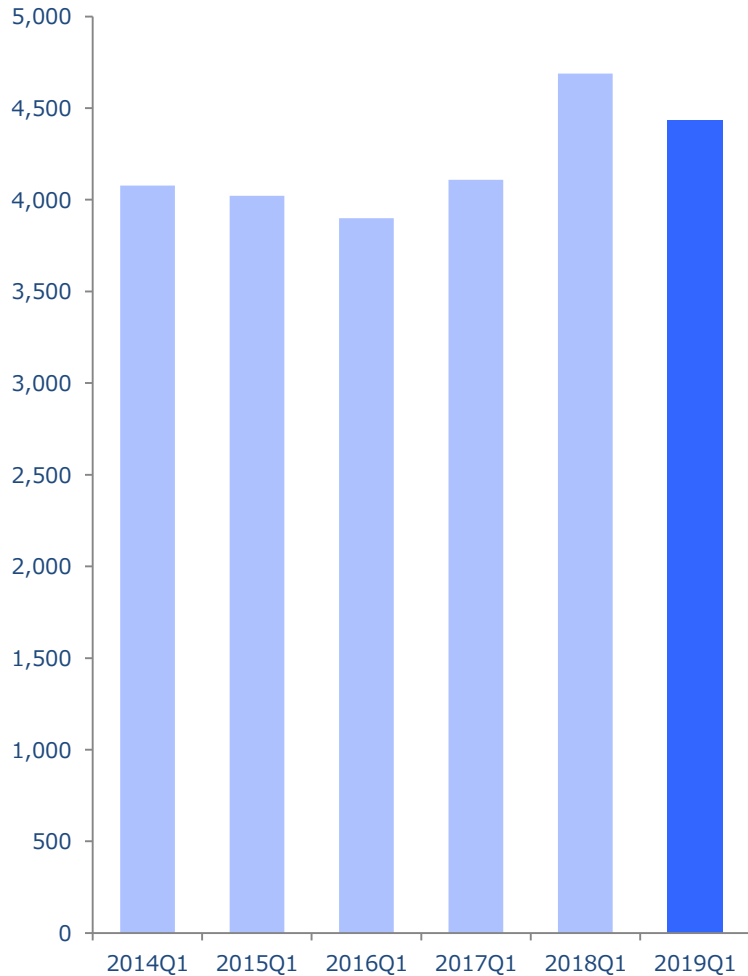
[LINE広告]

前年同期比：27.2%増



[リスティング広告] 前年同期比：(5.5)%

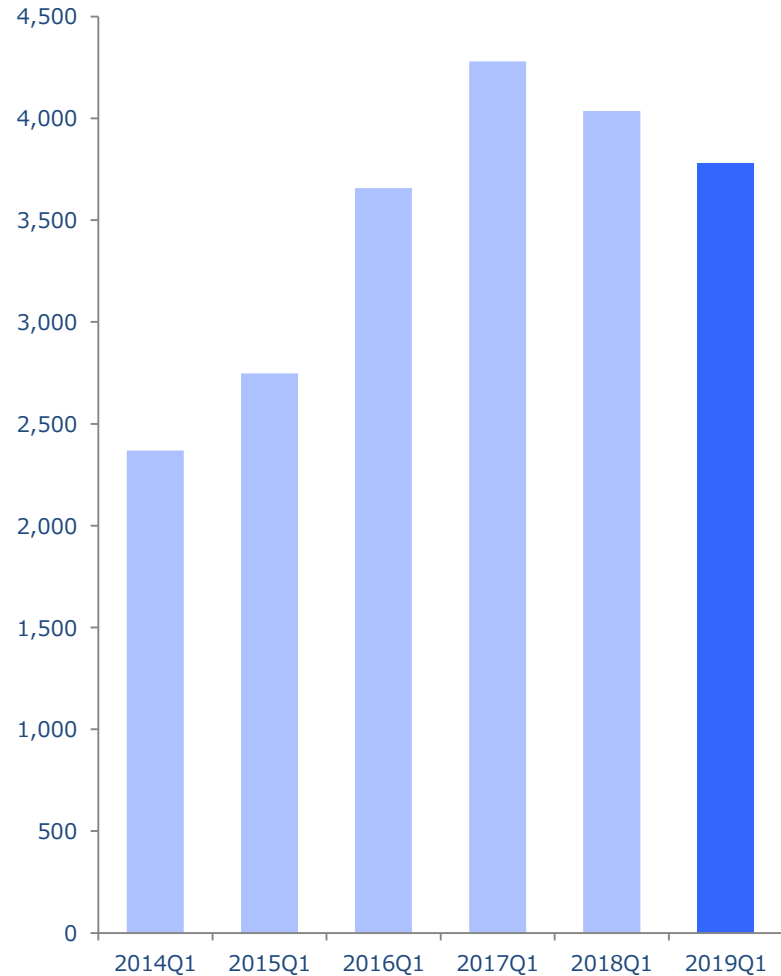
人材サービス顧客の取扱高低下に連動して減少



[アドネットワーク広告] 前年同期比：(6.3)%

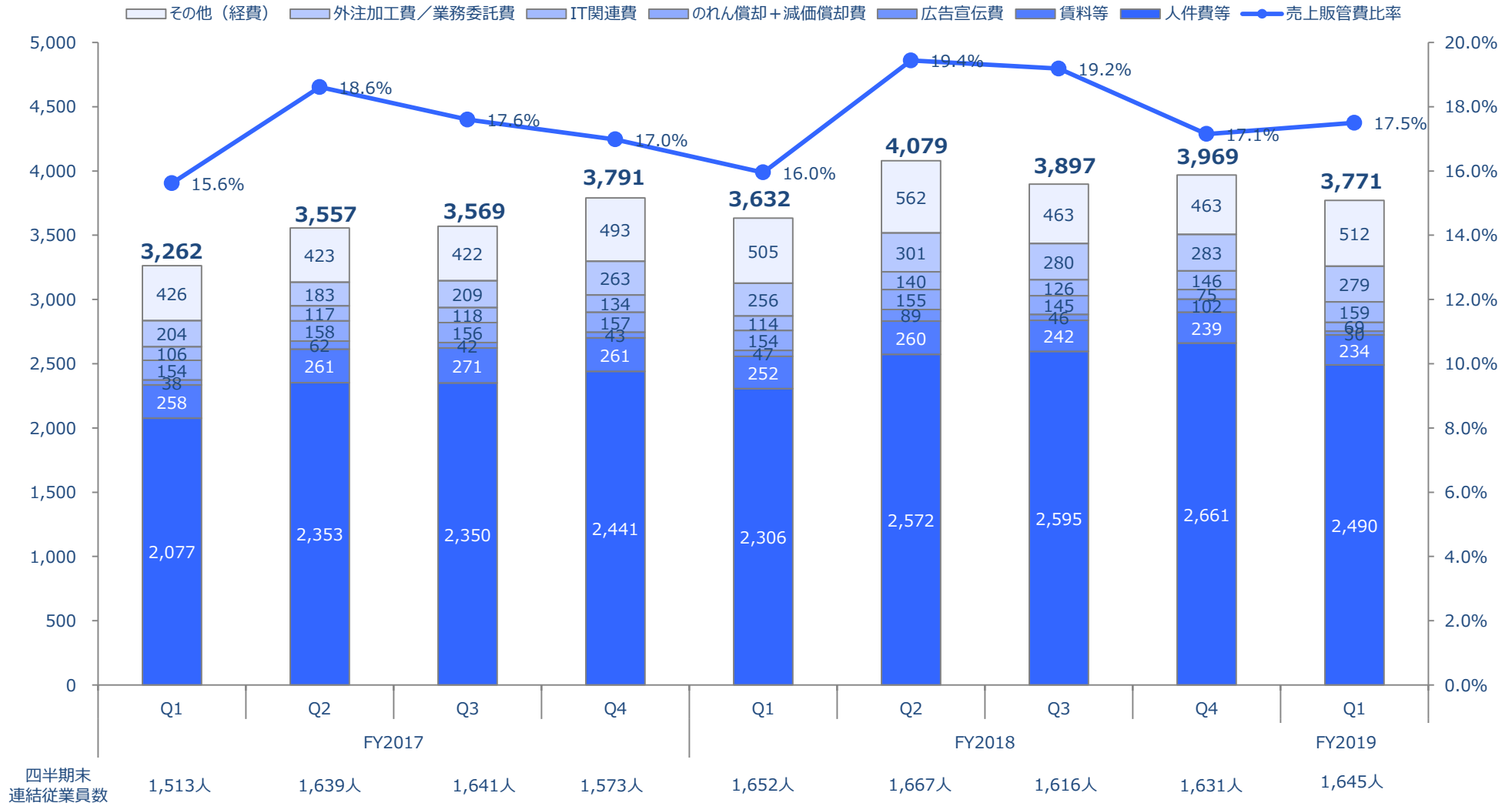
人材系サービス/不動産顧客の取扱高低下に連動して減少

(単位：百万円)



・中長期の成長に向けた人材投資(採用/教育)を継続、グループ経営管理基盤構築によりコスト増加

(単位：百万円)



※従業員定義：正社員、契約社員

- 1) 子会社株式及び関連会社株式は帳簿価額とする。
- 2) 営業投資有価証券及び投資有価証券は以下の区分に基づいて評価算定を行う。

区分	評価方法
① 投資額が少額な銘柄	取得価額で評価
② 上場銘柄	2019年3月末の市場価格で評価
③ 直近でファイナンスのある銘柄(①～②を除く)	当該ファイナンス価額で評価
④ 上記以外の銘柄	事業状況によりマルチプル法※1/DCF法※2/純資産法※3に分類して評価

※1 マルチプル法

情報分析ツール等で競合他社が設定されている銘柄はマルチプル法で評価

※2 DCF法

情報分析ツール等で競合他社が設定されていない銘柄でかつ、KPI等を算定基礎とした合理的な事業計画が取得できる銘柄はDCF法で算定し、実績と事業計画に乖離がある場合は計画達成率を乗じて評価

※3 純資産法

明確な事業計画が入手できない銘柄、又は継続企業的前提に疑義ある銘柄、マルチプル法/DCF法を用いた算定結果が持分純資産を下回る銘柄は純資産法で評価

なお、公正価値算定について、有限責任あずさ監査法人の指導及び助言を受けております。

項目		内容
算定対象銘柄		2003年から2019年3月末までに投資した銘柄
算定基準日		2019年3月末
算定方法	減損銘柄	減損時の純資産額で売却したと仮定して算定
	ファイナンスがある銘柄	直近1年以内にある銘柄は当該ファイナンス価額で売却したと仮定して算定
	上場銘柄	算定基準日の時価で売却したと仮定して算定
	ファンド銘柄	2019年3月末までの回収額と2019年3月末の簿価を用いて算定
	上記以外の銘柄	売却/減損/ファイナンス/IPO等により取得価額に変動がない銘柄は、算定基準日に取得価額で売却したと仮定して算定
法人税の取り扱い		法人税を考慮

本資料に掲載されている情報は、当社の事業内容、経営方針・計画、財務状況等をご理解いただくことを目的として、細心の注意を払って掲載しておりますが、その正確性、完全性、有用性、安全性等について、一切保証するものではありません。

本資料に掲載されている情報は、いかなる情報も投資勧誘を目的に作成したものではありません。投資等に関する最終ご判断は、利用者ご自身の責任において行われるようお願いいたします。なお、本情報を参考・利用して行った投資等の一切の取引の結果につきましては、当社では一切責任を負いません。

本資料に掲載されている情報のうち、過去または現在の事実以外のものについては、現時点で入手可能な情報に基づいた当社の判断による将来の見通しであり、様々なリスクや不確定要素を含んでおります。したがって、実際に公表される業績等はこれら種々の要因によって変動する可能性があることをご承知おきください。



THE LEADER in DIGITAL SHIFT

～デジタル産業革命を「支援・変革・創造」～