

2019年8月8日

各 位

会 社 名 株式会社 オプトホールディング
代 表 者 名 代表取締役社長 鉢嶺 登
(コード番号 2389 東証第一部)
電 話 0 3 - 5 7 4 5 - 3 6 1 1

業績予想の修正に関するお知らせ

最近の業績動向を踏まえ、本日開催の取締役会において2019年2月7日に公表した2019年12月期マーケティング事業の業績予想について、下記のとおり修正いたしましたのでお知らせします。

記

1. 2019年12月期マーケティング事業予想数値の修正 (2019年1月1日～12月31日)

(単位：百万円)

	売上高	EBIT	EBITDA
前回発表予想 (A)	93,500	5,000	5,550
今回修正予想 (B)	86,500	2,950	3,450
増減額 (B-A)	△7,000	△2,050	△2,100
増減率	△7.5%	△41.0%	△37.8%
(ご参考) 前期実績 (C) 2018年12月期実績※	80,579	3,814	4,780
前年比増減額 (C-B)※	5,921	△864	△1,380
前年比増減率※	7.4%	△22.7%	△27.8%

※:2018年9月末に売却した株式会社リレイド(旧スキルアップ・ビデオテクノロジー株式会社)の映像配信事業の実績と売却関連損益の影響を除く数値。

2. 修正の背景

2019年12月通期におけるマーケティング事業の業績は、本日公表した当第2四半期の決算においても前第1四半期決算に引き続き、連結売上高、利益項目共に前年実績を下回る結果となりました。コンペティションへの参加を通じたブランド広告主及びナショナルクライアントの新規大型顧客獲得により第3四半期以降の売上は2桁成長に回復すると見込む一方で、競争環境の激化により大型新規案件の収益性(売上総利益率)は既存案件と比べ低下すると想定し、今回修正することといたしました。

主要項目における業績予想との増減要因は以下のとおりです。

1) 売上高は、大手領域においてブランド広告主及びナショナルクライアントの獲得を目的にコンペティションへの参加を中心とした営業活動を積極的に行い、大型案件の受注を獲得しておりますが、第1四半期に発生した一部の既存大口顧客に生じた広告予算を縮小する動きは、年初の予想と異なり第2四半期決算以降も継続する見込みとなります。第3四半期以降の売上成長率は大手領域において14%程度まで回復することを想定しているものの、第2四半期までの減収を補うには至らない見込みとなります。

また、地方中小領域においても通期の売上予想を精査した結果、第3四半期以降の売上成長率は24%まで回復する想定ではありますが、第1四半期における一部大型顧客の取扱高減少による影響を通期で補うことは難しいと見込んでおり、マーケティング事業全体の売上高予想を前回予想から7.5%減(7,000百万円減)の86,500百万円に修正しております。

2) EBITおよびEBITDAは、売上高の減少により売上総利益が大手領域において、2019年2月8日公表の2019年12月期マーケティング事業予想値比で約850百万円、地方中小領域において約500百万円、合計で約1,350百万円減少すると想定しております。加えて、大手領域の新規大型案件における競合企業との価格競争により広告代理ビジネスの収益性が悪化していること、メディアからの販売インセンティブ獲得の縮小が予想されること等による売上総利益率の低下が見込まれ、その売上総利益の影響額は、2019年2月8日公表の2019年12月期マーケティング事業予想値比で約1,600百万円減少することを想定しております。

また、販売管理費の抑制に積極的に取り組む一方で、長期的な成長の実現に向けた採用や教育投資を継続するため、2019年2月8日公表の2019年12月期マーケティング事業予想値比で約900百万円の改善を予想しております。

これらの理由から、マーケティング事業全体のEBIT予想値を前回予想値から41.0%減(2,050百万円減)の2,950百万円、EBITDA予想値を前回予想値から37.8%減(2,100百万円減)の3,450百万円にそれぞれ修正しております。

なお、シナジー投資事業およびHD管理コストについては変更ございません。

(注) 本資料に記載されている業績予想などの将来に関する記述は、当社が現時点で入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づき作成しており、実際の決算数値と異なる可能性があります。

以上