



Copyright © 2010 OPT, INC. All Rights Reserved.
無断転載・転用を禁じます。



opt Report

2009.1.1-12.31

2009



2010年、
オプトの**変革**が始まる。

ここに留まりたくはない。

進化し続けること。成長し続けること。挑戦し続けること。創出し続けること。

optism

インターネット業界に巻き起こる大きなうねり—— これをエネルギーにイノベーションを。

ネット広告市場の継続成長を追い風に、2009年12月期は売上拡大となりました。
2010年、当社は新たな成長を目指しイノベーションにチャレンジいたします。

下半期に見え始めた 好転の兆し

2009年度は、私たちの主要な取引先である金融・不動産・人材業界が不況の影響を大きく受けました。残念ながらこれが当社の業績にも響いたことは否めません。しかし第3四半期に入ってから、モバイル広告をはじめ好転の兆しが見え始め、2010年度の業績向上へ手ごたえをつかむことができました。

協業体制を敷いている株式会社電通には、当社から59名の精鋭が向出ししております(2009年12月現在)。当社の電通協業におけるインターネット広告の取扱高は2008年度比約150%に達する勢いで、その成果は私たちの2009年12月期業績に反映されました。今後とも両社それぞれの強みによるシナジーの増大を目指してまいります。

大きな変貌を見せる インターネット業界

今インターネット業界には当社の2004年上場以来、もっとも大きなうねりが押し寄せているといってもいいかもしれません。

具体的に申し上げますと、まず2009年に国内外の主要ソーシャルメディアがプラットフォームをオープン化いたしました。これによってゲームを中心としたアプリケーションビジネスが大きく花開き、ソーシャルメディアのページビュー数や視聴時間も急伸長し

ています。また、30〜40歳代の男性がメインユーザーという、ほかのメディアにはない傾向を見せているTwitter^{※1}erも急速にユーザー数を増加させています。さらに、今後スマートフォンが加速度的に普及しマーケットが拡大することも想定されますし、遠からず電子書籍が日本でも実用的になるものと思われ、テレビの地デジ化と併せて4マスメディアのデジタル化が進むことも予測されます。

このような新しいメディアの台頭により、新たなマーケットが生まれ、当社のビジネスフィールドも大きく広がると考えます。

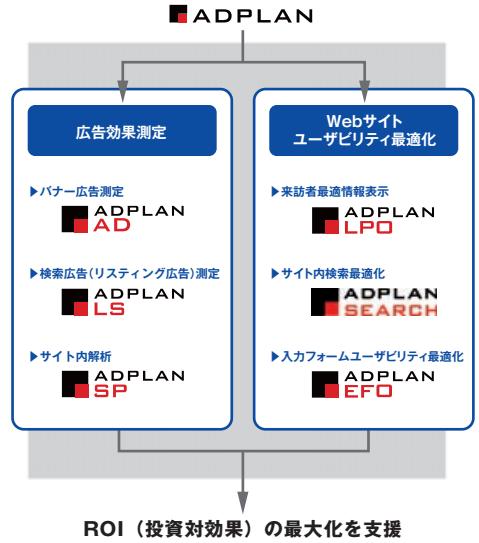
これらを受け、2010年度に当社では三つの戦略を推進いたします。第一は「専門力の強化」、そして第二に「データ力をさらなる強みに」。つまりお客様とその業界、さらにメディアに関する知識をいっそう蓄えるとともに、



※1.ユーザーが140文字以内の「つぶやき」をサイトに投稿できるコミュニケーション・サービス。

※2.携帯電話にインターネット接続などパソコンの機能も備えた携帯端末。

■進化するADPLANシリーズ

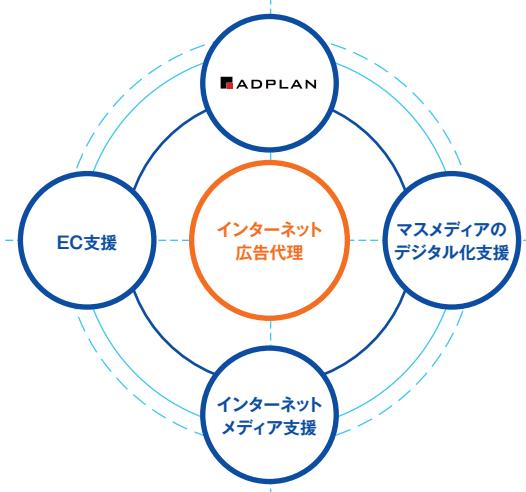


ADPLANを消費者のインターネット上での行動予測ツールとして活用し、お客様へ常にベストな提案を行ってまいります。第三の戦略は「成長分野への積極投資」。広告という枠に留まらず、当社の事業領域であるeマーケティングという広い概念のもとで、市場が拡大基調にあるモバイルやソーシャルメディアなどに対して積極的に経営資源を投入してまいります。

2010年度の合い言葉
「イノベーション」

2010年度を迎え、私たちはイノベーションを誓い合いました。当社はいまなおベンチャー精神あふれる企業でなくてはなりません。当社の存在意義、それは常に新しい価値を創造し、次世代の繁栄を生み出すような新たな事業を展開し続けること。それが私た

■eマーケティングの展開分野



この使命であり、私たちにとってのイノベーションなのです。

これを実践に移すべく、エントリ制度を導入し、人事制度をベンチャー風土に合わせたものに改革いたしました。また事業面では、EC支援、マスメディアのデジタル化支援、ソーシャルメディアほか新メディアへの対応、ADPLANの拡充にそれぞれ担当役員を配し、迅速に対応できる体制を整えました。このような取り組みを行うことで、今後広告ビジネスと並ぶ当社の新しい柱を確立していきたいと考えております。

インターネット業界に巻き起こる大きなうねり。それは大きな成長エネルギーに等しいといえます。この好機をとらえてイノベーションに挑む私たちに、皆様の変わらぬご支援をよろしくお願い申し上げます。

eビジネスをフィールドに世界へ広がるオプトグループ。 そのパワーで利益創出に貢献。

eマーケティング業界の雄であり続けるために常に新しいことにチャレンジしていく。
そこにグループ経営というメソッドが生まれました。



企業理念の延長線上にある グループ経営

当社は今から3〜4年前から積極的にグループ経営に取り組み、現在は主に国内に7社、海外に2社の子会社を有しております。

グループ経営、それは当社が創業当時から掲げる企業理念を実践することにはかたまりません。つまり、子会社を設立し、事業戦略、人事そのほかほとんどの経営権限を委譲することで役員、社員が成長しやすい土壌をつくること。これが大きな目的の一つです。

また、当社がビジネスフィールドとしているインターネット業界は、技術の進化やトレンドの移行スピードが非常に速く、日々刻々と成長事業分野が変化していきます。そのなかでお客様の業種・業態・規模及びニーズに合わせ、いち早くサービスを提供するためにはグループ経営がマッチしていると確信しております。

取締役会長 海老根 智仁

つまり、eマーケティング事業を当社が行い、その周辺領域などを子会社で網羅することが事業戦略の上で大きな武器になると考えております。

バリエーションの 構築を目指して

企業の強さとは経営を担うことができるスキルを持った人材が何人いるかで決まってくるのではないのでしょうか。グループ経営を行うことでそういう人材を数多く輩出するとともに、今後はグループ全体でワンストップサービスを提供するための強力なバリエーションを構築していくために尽力してまいります。

グループ経営の推進こそが イノベーション

海外展開については、現在、韓国にインターネット広告代理事業を行うeMFORCE Inc.、中国・北京にウェブ制作・システム開発などを行う北京欧芙特信息科技有限公司の2社を配置しております。

北京欧芙特信息科技有限公司についても、おかげさまでeMFORCE Inc.に続き、2009年度は黒字に転換いたしました。

取締役 野内 敦



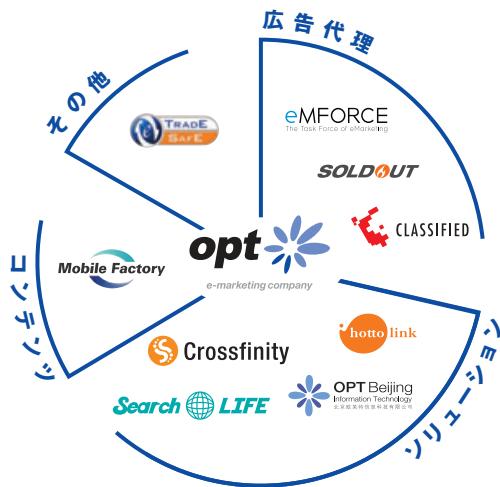
opt Innovation

これについては単なるウェブ制作・システム開発に留まることなく、当社の強みであるeマーケティング支援能力を中国でも存分に発揮できた成果だと評価しております。

海外の子会社が黒字となっている企業は、インターネット業界ではあまり類例のないことではないでしょうか。

インターネット業界は世界のポータル化がもつとも進んだ業界の一つといえます。今後もアンテナを高くし、当社で培ったノウハウとスキルを活かしながら、国内外、業種・業態にとらわれることなく、利益の創出が見込める成長市場にはいち早く参入していきたいと考えております。

つまり、当社にとってグループ経営自体がイノベーションの一つの手段なのです。



新設子会社の
ご紹介

2009年12月、オプトに新しい子会社、 「ソールドアウト株式会社」が誕生しました。



ネット販促を通じ、成長の喜びをお客様とともに分かち合える真のパートナー企業を目指して。

■ 会社概要 (2010年2月1日現在)

名称	ソールドアウト株式会社
設立	2009年12月16日
所在地	東京都千代田区神田錦町二丁目四番地 ダヴィンチ小川町
資本金	888万円
代表者	荻原 猛
事業内容	中堅中小企業及び成長企業向けインターネットマーケティングソリューションの提供事業

当社のもっとも大きな特徴は、なによりお客様を中小・ベンチャー企業の皆様に特化しているところにあります。

私はオプトでは入社以降ずっと営業職に就き、2006年から営業担当執行役員を務めさせて頂きました。在任中に強く感じたことは、大企業と中小・ベンチャー企業のインターネットに対するニーズの違いという販売促進のチカラをインターネットに求めているのです。そこで当社では低コストで売り上げに直結する「費用対利益」に徹底的にこだわり、商品開発から提供・運用までをパッケージ化し販売いたします。

オプトで培ったeマーケティングのノウハウを活かし、中小・ベンチャー企業の皆様と苦楽をともにしながら成長していく、そんな会社にしていきたいと思っております。



ソールドアウト株式会社 代表取締役社長 荻原 猛

全社員が常に夢を持ち続ける。 それはオプトがオプトらしくあり続けるということ。

社員全員が高い自律意識を共有する企業風土を構築するため、新しい人事・評価制度の導入やインフラの整備などをスタート。継続的にソフト・ハード両面から改革を行ってまいります。

オプトイズムを盤石なもの とするための新たな施策

当社は創業以来、ベンチャー・マインドを尊重し、「一人一人が社長」という哲学のもと事業活動を行ってまいりました。そのなかで私たちの企業文化「オプトイズム」は育まれ、会社全体に浸透してきたと思っております。しかしながら、2004年の上場以降、急激に社員数が増加したこともあり、改めて社員全員が企業理念を共有する必要性が出てきたことも事実です。

そのため、改革や浸透に時間のかかるソフト面からスタートし、2010年1月から新しい人事制度を導入いたしました。この制度のコンセプトは「キャリア決定のボールを会社から個人へ」。つまり、社員自身が自らの将来像を描き、それを実現していくことができるシステムへの変革です。

新人事・評価制度で 社員の意識向上を図る

具体的には意欲ある人間が自らキャリアを描き、部署・役職を希望できるエントリー型制度を導入いたしました。もちろん役員へのプレゼンテーションなど、その道は容易ではなく、社内での競争も発生するなど厳しいことも多いと思っております。しかし、それらの過程を通して組織の緊張感を創出しながら、自分で考え、問題を発見し、判断していく自律精神を醸成しているものと考えます。この制度は今後数

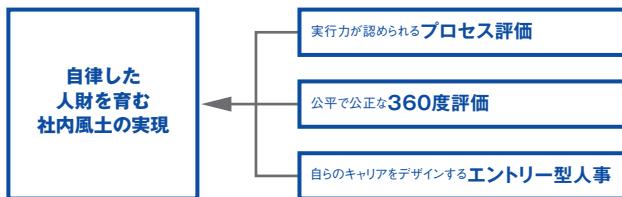
年をかけ、キャリアを考える機会を定期的に与え続けることで浸透していくことでしょう。

これと併せて営業実績などの結果だけではなく、お客様への訪問・提案回数など日々の努力を評価するプロセス評価や当社の規範に沿った行動・発言を行っているかを測るイズム評価、役職者を対象として多角的に評価を行う360度評価など新評価制度も施行いたしました。

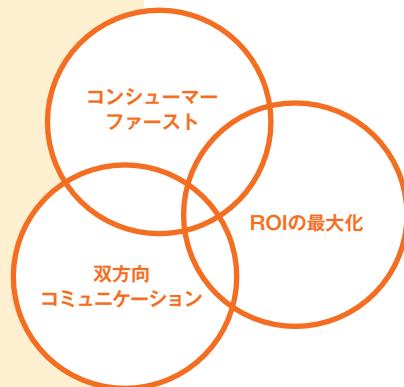
加えて社内システムの統合などインフラの充実・拡充を図り、より働きやすい環境を整備するべく、現在取り組みを進めております。

しかし制度やインフラはあくまで手段でしかありません。最終的にはヒトという資産を活かし、どれだけ会社をワクワクしたものにできるかが重要であり、目標でもあるのです。そのためには、制度面だけでなく、経営理念や存在意義、事業ドメインなど、会社の方向性も明確にしながら、足元の改革と合わせて組織を元気にしていきたいと考えております。

取締役CFO 石橋 宜忠



広告代理シェアNo.1に向けて、 2010年度に取り組む新たなチャレンジ。



お客様に収益をもたらすためのキーワード

当社が目指すイノベーションの一環として、2010年度は「コンシューマーファースト」「双方向コミュニケーション」「ROIの最大化」という三つのキーワードを具現化してまいります。

これらの言葉の意図するところは、まずお客様の向こう側に存在するコンシューマー（消費者）のインターネット上で行動を分析することにあります。そしてマスマーケティングのように「一方通行」ではなく、消費者の思考・趣味嗜好・購買行動などに合わせた「双方向」のマーケティングコミュニケーションを提案することでもあります。

その結果、当社がお客様のマーケティングにおける「ROI（投資対効果）」を最大化し、収益増をもたらすことができるパートナーになれると考えております。

**専門力とデータを
さらなる強みに**

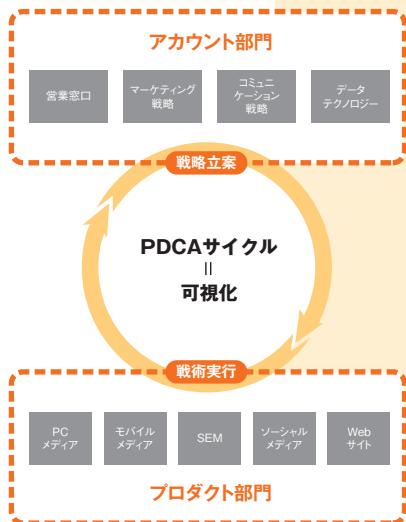
2010年度は、いっそうの営業力強化を目指した「業種別×機能別」の体制を構築いたします。具体的には、お客様の業種知識に長け、戦略立案を行うアカウント部門と、商品知識に長け戦術実行を行うプロダクト部門がチームになり、提案活動を行ってまいります。

また、アカウント部門にはデータ・テクノロジー部署を設置し、お客様にADPLANのデータを活用した提案を行う仕組みも整備いたしました。

この営業力を最大限に活かし、特に市場が拡大傾向にある通販業界での新規のお客様獲得、主要業種の深耕に注力してまいります。

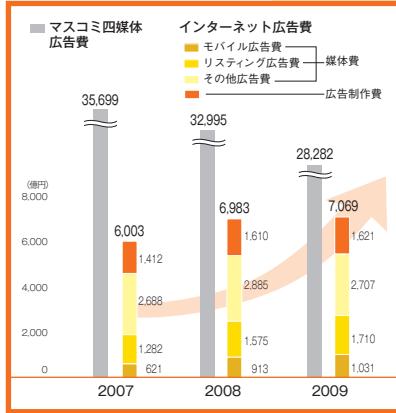
成長分野への投資をより強化

営業力の強化と同時に、成長マーケットであるリスティング広告、モバイル広告、ソーシャルメディア領域への投資を積極的に行います。



opt Innovation

媒体別広告費の推移



(電通調べ)

最後にソーシャルメディア領域については、新しいメディアの台頭など業界に新たなうねりが起こっていますので、「コンシューマーファースト」「双方向コミュニケーション」を体現する重要な領域として、積極的な投資を行ってまいります。

また、モバイル広告については2010年度にモバイル領域のソリューションを一気通貫してご提供できる仕組みを構築いたしました。eマーケティング全体の最適化を実現する上で、常に消費者の身近にあるモバイル端末こそ、さまざまなメディアをつなぐ存在と位置づけ、より有効なモバイルの活用方法を創出してまいります。

具体的には、従来のリスティング広告に加え、マスメディアを含む他メディアとの相関関係なども分析に取り入れた上でお客様へのコンサルティングを行うなど、当社の売り上げ構成比のなかで高い比率を占めるリスティング広告のコンサルティングを積極展開してまいります。

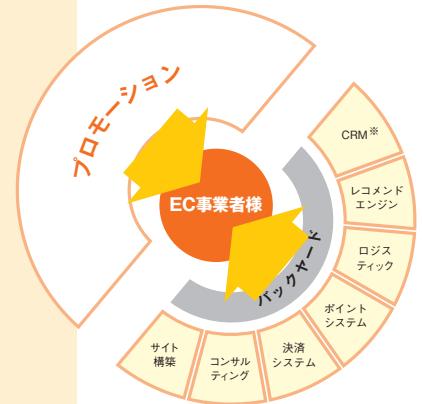
当社が業界の先駆者であり続けるためには、eマーケティング事業のみならず、さらなる事業領域の拡大に挑戦していかなければなりません。今後もイノベーションし続ける風土づくりを目指すとともに、現在の事業領域で培ったナレッジとスキルを存分に活かすことができるフィールドで新規事業に取り組んでまいります。

新しい事業モデルの
創出を目指して

近年、EC市場は右肩上がりの成長を遂げており、今後も大きな拡大が予想されると同時に、同分野におけるお客様のニーズも多様化・高度化しております。そこで当社ではこれらの声にお応えし、広告効果の向上だけではなく事業収益の向上をご支援すべく、EC支援本部を設立いたしました。

成長が期待できる
EC市場への参入

eマーケティングとバックヤードの両面から
EC事業者様を総合的に支援



※顧客情報の管理、分析

eマーケティングを基盤に
ハイポテンシャルな領域へ飛躍。

Opt Innovation

体制の変革

新取締役・
新執行役員のご紹介

オプトに吹く新しい風が、
イノベーションをさらに大きな波へ——。

2010年1月1日付で新執行役員人事が、同年3月の株主総会で新役員人事がそれぞれ決定いたしましたので、ご紹介させていただきます。

取締役

山口 幸生

Yukio Yamaguchi



1962年生まれ。千葉県出身。筑波大学社会工学類卒。1984年株式会社電通入社。同社営業企画局、第16営業局勤務等を経て、2004年アカウント・プランニング計画局取引管理部長。2008年株式会社オプト出向。営業本部副本部長兼メディア本部副本部長就任。2010年1月執行役員就任。同年3月取締役就任。

執行役員

吉川 浩永

Hironaga Yoshikawa



1973年生まれ。福井県出身。明治大学商学部卒。2000年株式会社オプト入社。プロダクト部副部长、第三事業部部長、メディアカンパニープレジデント、メディア本部兼モバイル本部本部長(兼務)を経て、2010年1月執行役員就任。

吉田 康祐

Kousuke Yoshida



1978年生まれ。埼玉県出身。拓殖大学外国語学部卒。2004年株式会社オプト入社。金融営業担当、営業本部部長、営業本部副本部長、SEM本部本部長を経て、2010年1月執行役員就任(SEM本部本部長兼務)。

岩切 隆吉

Ryukichi Iwakiri



1978年生まれ。神奈川県出身。法政大学工学部経営工学科卒。2003年株式会社オプト入社。広告代理カンパニーSEM部部長等を経て、2007年クロスフィニティ株式会社代表取締役社長。2010年1月執行役員就任。

2009年連結貸借対照表サマリー

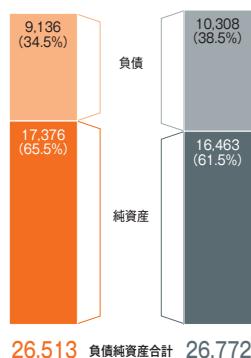
■資産の部

(単位:百万円)



■負債・純資産の部

(単位:百万円)



2008年12月末

2009年12月末

2008年12月末

(注) 以降特に記載なき場合、金額は単位未満切り捨て、パーセンテージは単位未満四捨五入にて表記しております。

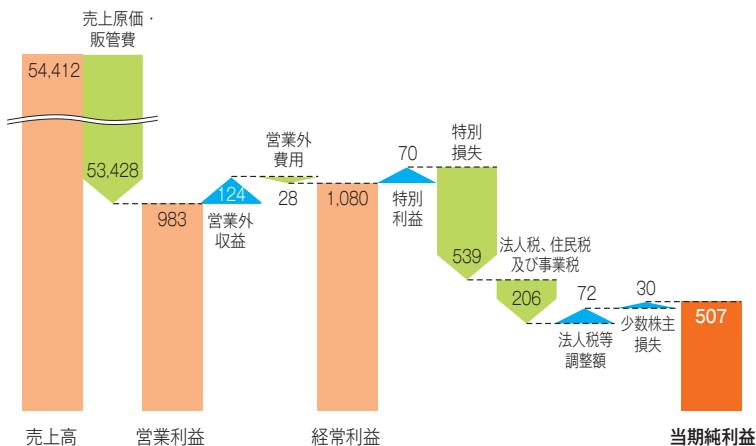
資本・負債とも変動しましたが、依然として高い安定性を維持しております。

資産面では、売掛金の減少等により、前年同期比2億59百万円減少の265億13百万円。負債面では、買掛金の減少、未払法人税の減少などにより、前年同期比11億72百万円減少し91億36百万円となりました。純資産は、利益剰余金などの増加により、前年同期比9億13百万円増加の173億76百万円となりました。当期末においても、依然として高い流動比率・自己資本比率を継続しており、健全な財務体質を維持しております。

2009年連結損益計算書サマリー

■連結損益内訳

(単位:百万円)



売上高は544億12百万円と増収ながら、利益面では減益となりました。

売上高は、電通協業でのナショナルクライアント向け広告取扱いの拡大が寄与し、544億12百万円(前年同期比1.4%増)と増収となりましたが、景気低迷による企業の広告宣伝費の抑制の影響などから当社単独での売上が減少したこと、連結子会社の事業譲渡などの影響により、営業利益9億83百万円(前年同期比25.6%減)、経常利益10億80百万円(前年同期比17.9%減)、当期純利益5億7百万円(前年同期比52.9%減)となりました。なお、当期純利益の前年比大幅な減少は、前年度に特別利益として連結子会社の事業譲渡益16億16百万円を計上していた影響となります。

会社概要 (2009年12月31日現在)

- 名称 株式会社オプト
- 業種 eマーケティング事業
- URL <http://www.opt.ne.jp/>
- 設立 1994年3月4日
- 売上高 544億円 ※連結
- 資本金 75億9,543万円
- 従業員数 798名 ※連結、出向者除く

■役員 (2010年3月30日現在)

代表取締役社長CEO	鉢 嶺 登	社外監査役	石 崎 信 明
取締役会長	海老根 智 仁	社外監査役	小 川 由紀夫
取締役	野 内 敦	社外監査役	呉 雅 俊
取締役	高 森 雅 人	社外監査役	山 上 俊 夫
取締役CFO	石 橋 宜 忠		
取締役	山 口 幸 生		
社外取締役	大 山 俊 哉		

- 所在地 東京本社：
〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3丁目26番地 一ツ橋SIビル
- 大阪支社：
〒530-0003 大阪府大阪市北区堂島2丁目1番16号 フジタ東洋紡ビル5F
- 福岡営業所：
〒810-0001 福岡県福岡市中央区天神1丁目6番8号 天神ツインビル8F
- 名古屋営業所：
〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄4丁目3番26号 昭和ビル1F

- 主な株式会社 株式会社クラシファイド (不動産分野を中心としたインターネット広告代理事業)
- クロスフィニティ株式会社 (SEOを中心としたSEM関連サービスの提供事業)
- 株式会社ホットリンク (ロコミ分析ツールなどソフトウェアの開発・販売事業)
- eMFORCE Inc. (韓国におけるインターネット広告代理事業)
- 株式会社TradeSafe (通販サイトへの信頼性認証サービスの提供事業)
- 株式会社モバイルファクトリー (モバイルコンテンツ運営事業)
- ソウルダアウト株式会社 (中堅中小企業及び成長企業向けインターネットマーケティングソリューションの提供事業)
- 北京欧芙特信息科技有限公司 (中国における広告制作及びシステム開発事業)
- 株式会社サーチライフ (リスティング広告運用コンサルティング事業)

株式の状況 (2009年12月31日現在)

- 発行可能株式総数 433,152株
- 発行済株式総数 149,316株
- 株主数 5,857名
- 大株主

株主名	持株数	持株比率
株式会社電通	52,000株	35.10%
鉢 嶺 登	23,498株	15.86%
海老根 智仁	9,312株	6.28%
野内 敦	5,654株	3.81%
小林 正樹	5,554株	3.74%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口9)	5,077株	3.42%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	2,968株	2.00%
ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー-505044	2,775株	1.87%
ザチェスマンハッタンバンクエヌエイロンドンエスエルオムバスアカウント	2,137株	1.44%
ノーザントラストカンパニー(エイブイエフ)サブアカウントアメリカクライアント	2,116株	1.42%

(注) 1. 持株比率については、自己株式(1,200株)を控除して算出し、小数点第3位以下は切り捨てしております。
2. 大株主の株電通が保有する当社株式の全てについて、2010年2月15日付けで株電通デジタル・ホールディングスに移管され筆頭株主の異動が生じております。

■株主メモ

事業年度	1月1日～12月31日
期末配当金受領株主確定日	12月31日
定時株主総会	毎年3月
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
特別口座の口座管理機関	
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 TEL：0120-232-7111 (フリーダイヤル)
上場証券取引所	ジャスダック証券取引所
公告の方法	電子公告により行う 公告掲載URL http://www.opt.ne.jp/ (ただし、電子公告によることができない事故、その他のやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に公告いたします。)

(ご注意)

- 株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。
株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記載された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてお取次ぎいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本店でお支払いいたします。