



2008年12月期 決算説明資料

株式会社オプト
2009年2月16日

- ▶ 2008年度決算サマリー
- ▶ 2008年度事業戦略レビュー
- ▶ 2009年度事業戦略・業績見通し
- ▶ 参考資料

2008年度決算サマリー

- * 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。
また、2008年11月28日付で事業譲渡を行った株式会社ALBA(現社名 株式会社オプトゴルフ)については、便宜上、旧社名の「ALBA」として記載しています。

連結

- ・過去最高の売上高、営業利益、経常利益、当期純利益を達成

単体

- ・戦略どおり市場シェア拡大を実現
- ・電通協業純増とともにオーガニック^(*1)が市場^(*2)を上回る21%成長
- ・Q4以降景況感悪化による信用リスクを考慮し一部提案を抑制、同時に売上総利益率改善や販管費削減を図る、結果、貸倒引当金増加分もカバーし過去最高の営業利益を達成

子会社

- ・貸倒引当金増加や事業領域シフトなど個別要因により、売上高、営業利益ともに低調な着地となる
- ・ALBA事業譲渡を行う等グループ体制の再構築に取り組む

*1 単体広告事業より電通協業分と比較サイト事業分を控除

*2 2008年度インターネット広告市場成長率:14%(シードプランニング社調べ)

損益計算書サマリー

5

売上高：電通協業開始もあり広告事業中心に戦略どおり、大幅増収を実現

営業利益・経常利益：貸倒引当金増加等あるも、単体好調で増益を実現

当期純利益：ALBA事業譲渡により増加、有価証券評価損増加で単体赤字

		07FY実績	08FY実績	対比
連結	売上高	35,285	53,656	+52%
	売上総利益	7,451	8,041	+8%
	販管費	6,171	6,718	+9%
	営業利益	1,279	1,323	+3%
	経常利益	1,179	1,315	+12%
	当期純利益	690	1,076	+56%
単体	売上高	29,524	47,504	+61%
	営業利益	822	1,128	+37%
	当期純利益	544	-444	-
連単の差	売上高	5,761	6,151	+7%
	営業利益	456	194	-57%
	当期純利益	145	1,521	+946%

要因分析(売上高)

電通協業開始とオーガニックの高成長等、広告事業中心に戦略どおり大幅増収を実現

連結売上高

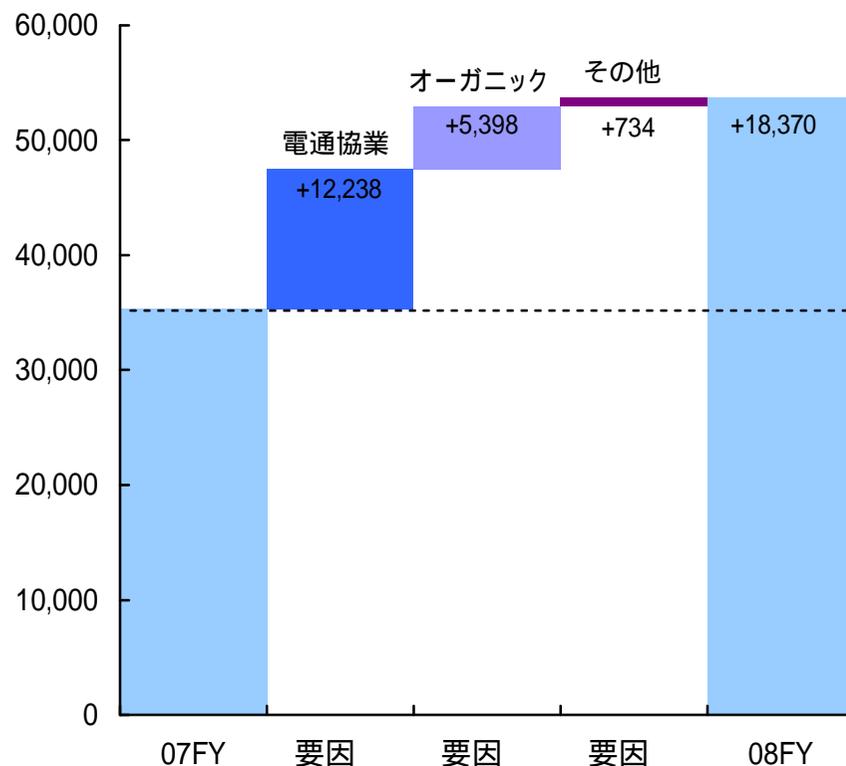
07FY	08FY	増減	増減率
35,285	53,656	+18,370	+52%

(要因) 電通協業分が純増

電通協業売上高

07FY	08FY	増減	増減率
-	12,238	+12,238	-

(売上高の変化要因)



(要因) オーガニックが市場* 上回る高成長

オーガニック売上高

07FY	08FY	増減	増減率
26,395	31,794	+5,398	+21%

うち、リスティング広告が28%成長

(要因) その他、クラシファイド成長等

クラシファイド売上高

07FY	08FY	増減	増減率
2,768	3,593	+824	+30%

* 2008年度インターネット広告市場成長率:14%(シードプランニング社調べ)

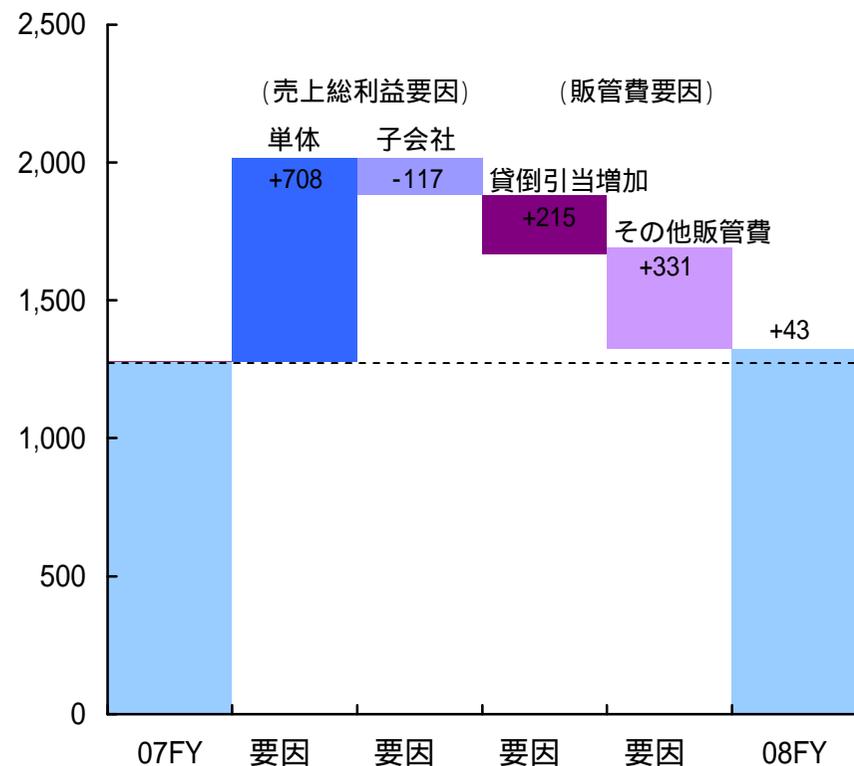
要因分析(営業利益)

主に不動産顧客に対する貸倒引当金増加するも、単体好調で増益を実現

連結売上総利益・販管費・営業利益

	07FY	08FY	増減	増減率
売上総利益	7,451	8,041	+590	+8%
販管費	6,171	6,718	+547	+9%
営業利益	1,279	1,323	+43	+3%

(営業利益の変化要因)



(要因) 単体の売上総利益拡大

単体売上総利益

07FY	08FY	増減	増減率
5,367	6,075	+708	+13%

(要因) 子会社の売上総利益低調

子会社(連単の差)の売上総利益

07FY	08FY	増減	増減率
2,083	1,966	-117	-6%

(要因) 貸倒引当金の増加

貸倒引当金(販管費)

07FY	08FY	増減	増減率
109	325	+215	+196%

(要因) 販管費を抑制

貸倒引当金以外の販管費

07FY	08FY	増減	増減率
6,061	6,393	+331	+5%

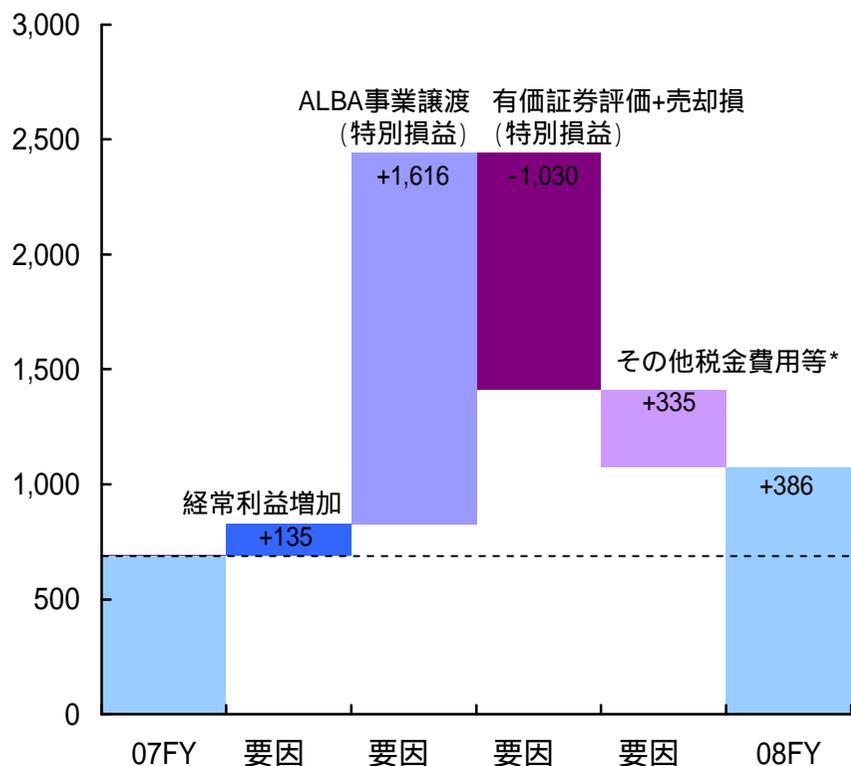
要因分析(当期純利益)

ALBA事業譲渡により大幅増益、有価証券評価損増加で単体赤字

連結当期純利益

07FY	08FY	増減	増減率
690	1,076	+386	+56%

(当期純利益の変化要因)



(要因) 連結経常利益が増加

連結経常利益

07FY	08FY	増減	増減率
1,179	1,315	+135	+12%

(要因) ALBA事業譲渡が寄与

ALBAの事業譲渡損益

07FY	08FY	増減	増減率
-	1,616	+1,616	-

(要因) 時価下落で有価証券評価損増加

投資有価証券評価 + 売却損益

07FY	08FY	増減	増減率
134	-895	-1,030	-

(要因) その他、税金費用等

税金費用 (ALBA事業譲渡分を含む)

07FY	08FY	増減	増減率
615	951	+336	+55%

* その他(特別利益、特別損失、税金費用、少数株主利益)の差額(当期純利益の減少要因)をプラス表記

業績予想対比

売上高：信用リスクを考慮し、期末にかけて提案抑制を行う等により予想値を下回る

営業利益・経常利益：子会社が低調ながら、単体で売上総利益率改善や販管費削減を図った結果、予想値を上回る利益を達成

当期純利益：ALBAの事業譲渡益が当初試算を下回る等により予想値届かず

		08FY予想	08FY実績	達成率
連結	売上高	55,500	53,656	97%
	営業利益	1,200	1,323	110%
	経常利益	1,130	1,315	116%
	当期純利益	1,140	1,076	94%
単体	売上高	49,300	47,504	96%
	営業利益	900	1,128	125%
	経常利益	910	1,195	131%
	当期純利益	-540	-444	-

連結貸借対照表サマリー

10

	07/12末	08/12末	増減	<ポイント>
流動資産	19,866	23,092	+3,226	ALBA事業譲渡等で増加
固定資産	3,987	3,666	-320	
繰延資産	24	13	-11	電通協業開始等による業容拡大に伴い買掛金が増加
資産合計	23,878	26,772	+2,894	
流動負債	8,139	10,289	+2,149	長期借入金返済、短期含め実質的な無借金経営を継続
固定負債	231	19	-211	
負債合計	8,371	10,308	+1,937	
純資産合計	15,507	16,463	+956	当期純利益増加により利益剰余金が拡大

連結キャッシュ・フロー計算書サマリー

	07FY	08FY
営業 キャッシュ・フロー	1,285	1,102
投資 キャッシュ・フロー	- 534	847
財務 キャッシュ・フロー	4,466	- 987
現金同等物増減	5,204	907
現金同等物残高	13,114	14,021

<ポイント>

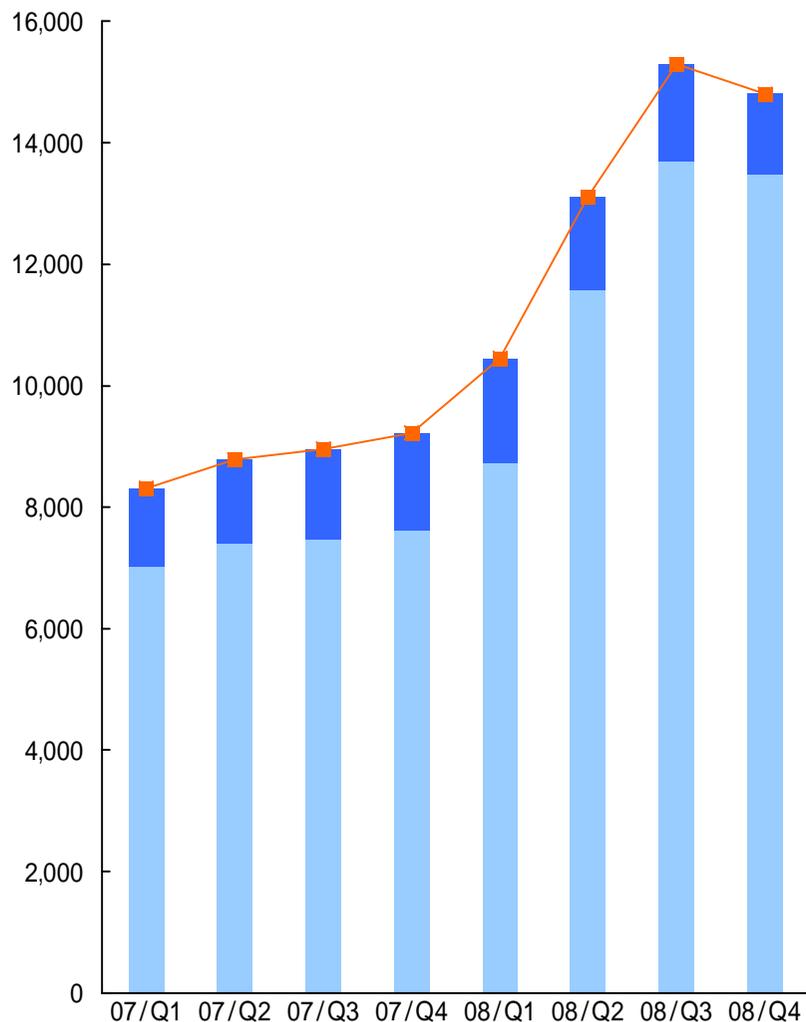
主に税金等調整前当期純利益
(2,056百万円)と仕入債務の増加
(3,096百万円)によるもの
売上債権の増加(3,346百万円)等
と一部相殺

主にALBA事業譲渡による収入
(2,178百万円)によるもの
投資有価証券の取得による支出
(495百万円)等と一部相殺

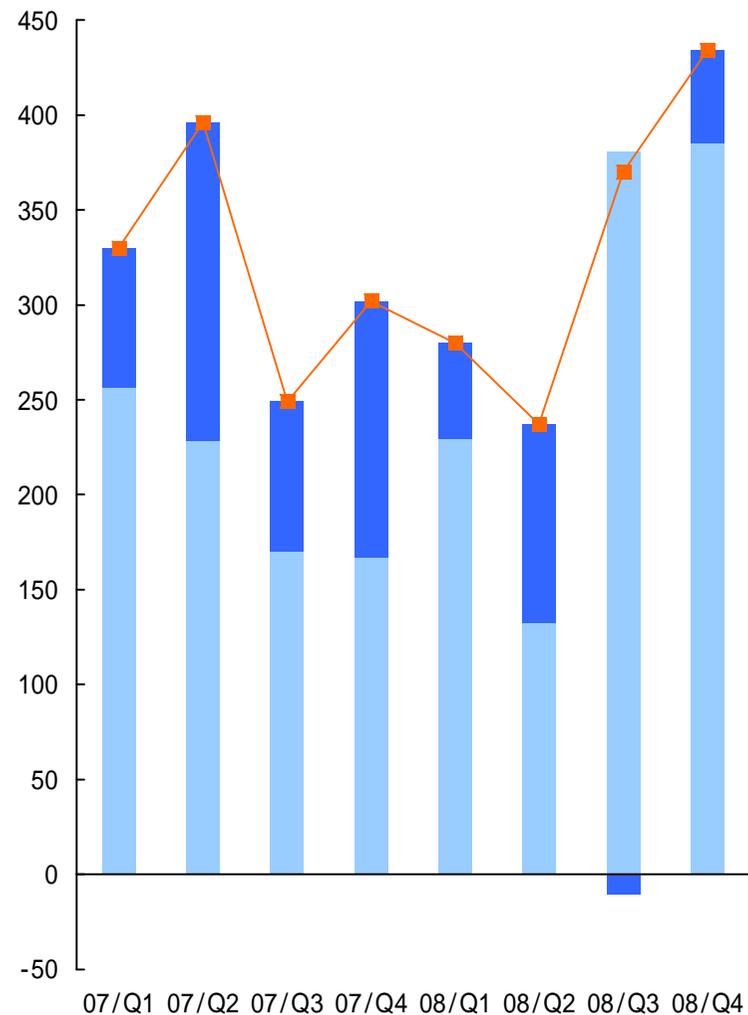
主に長期借入金の返済(966百万円)
によるもの

四半期別売上高・営業利益推移

(売上高推移)



(営業利益推移)



子会社売上高	1,288	1,377	1,489	1,605	1,712	1,522	1,583	1,333	子会社営業利益	74	167	79	135	51	105	-11	49
単体売上高	7,025	7,406	7,471	7,621	8,738	11,586	13,705	13,472	単体営業利益	256	229	170	167	229	132	381	385
連結売上高	8,313	8,783	8,960	9,226	10,451	13,109	15,289	14,805	連結営業利益	330	396	249	302	280	237	370	434

*子会社の売上高・営業利益は、連単の差額を記載しております。

第4四半期(10月-12月)業績サマリー

売上高は提案抑制やALBA事業譲渡等で前四半期比で減少するも、営業利益は売上総利益率改善と販管費削減により過去最高を更新、ALBA事業譲渡益(特別利益)を計上

連結業績

	08/Q4	08/Q3比	07/Q4比
売上高	14,805	-3%	+60%
売上総利益	2,039	-3%	+4%
販管費	1,605	-7%	-3%
営業利益	434	+17%	+44%
経常利益	444	+19%	+80%
四半期純利益	1,334	+1,104%	+1,518%

<ポイント>

<07/Q4比>

- ・広告代理が継続拡大
オーガニック: +16%
電通協業: 46億円純増

<08/Q3比>

- ・オーガニック純広やALBA事業譲渡で売上高減少、単体周辺領域(テクノロジー、ソリューション)は拡大

<07/Q4比>

- ・広告売上高増加が寄与、オーガニックの売上総利益率も改善、販管費は広告宣伝費の削減等が寄与

<08/Q3比>

- ・ALBA事業譲渡等で売上総利益減も単体の売上総利益率改善と販管費削減等が寄与し、営業利益伸長

<07/Q4比・08/Q3比>

- ・11月28日付でALBAの事業譲渡が完了、譲渡益(特別利益)を計上し純利益が大幅増

第4四半期: 連単での業績変化要因

14

単体

過去最高の営業利益を実現

	07/Q4	08/Q4	主な要因
売上高		+58.5億円 (+77%)	電通協業もあり広告代理増加
売上総利益		+2.5億 (+18%)	広告代理の売上高増加寄与、 周辺領域も好調推移
販管費		+0.3億円 (+3%)	広告宣伝費等削減で抑制
営業利益		+2.1億 (+131%)	

連結子会社(連単の差)

主にALBA事業譲渡とホットリンク要因により売上・利益減

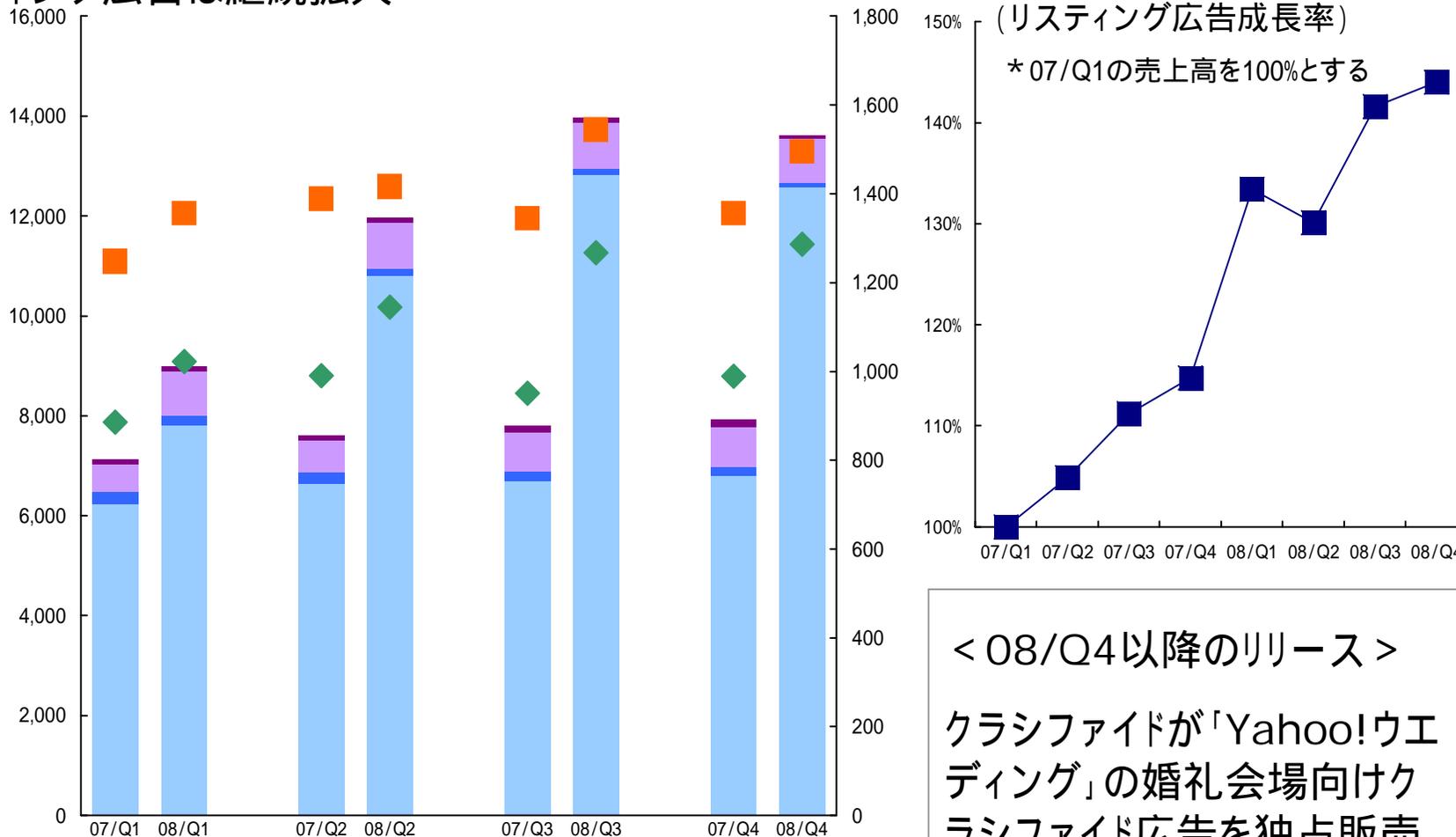
	07/Q4	08/Q4	主な要因
売上高		-2.7億円 (-17%)	ALBA: 11月28日に事業譲渡 ホットリンク: 事業転換途上
売上総利益		-1.6億円 (-29%)	売上高減少による影響
販管費		-0.8億円 (-19%)	ALBA事業譲渡による影響
営業利益		-0.9億円 (-68%)	

連結

売上高 +60%
営業利益 +44%

事業分野別推移 (広告事業分野)

売上高は景況感を勘案し利益重視の営業姿勢をとった結果、前四半期比で減少となる、リスティング広告は継続拡大

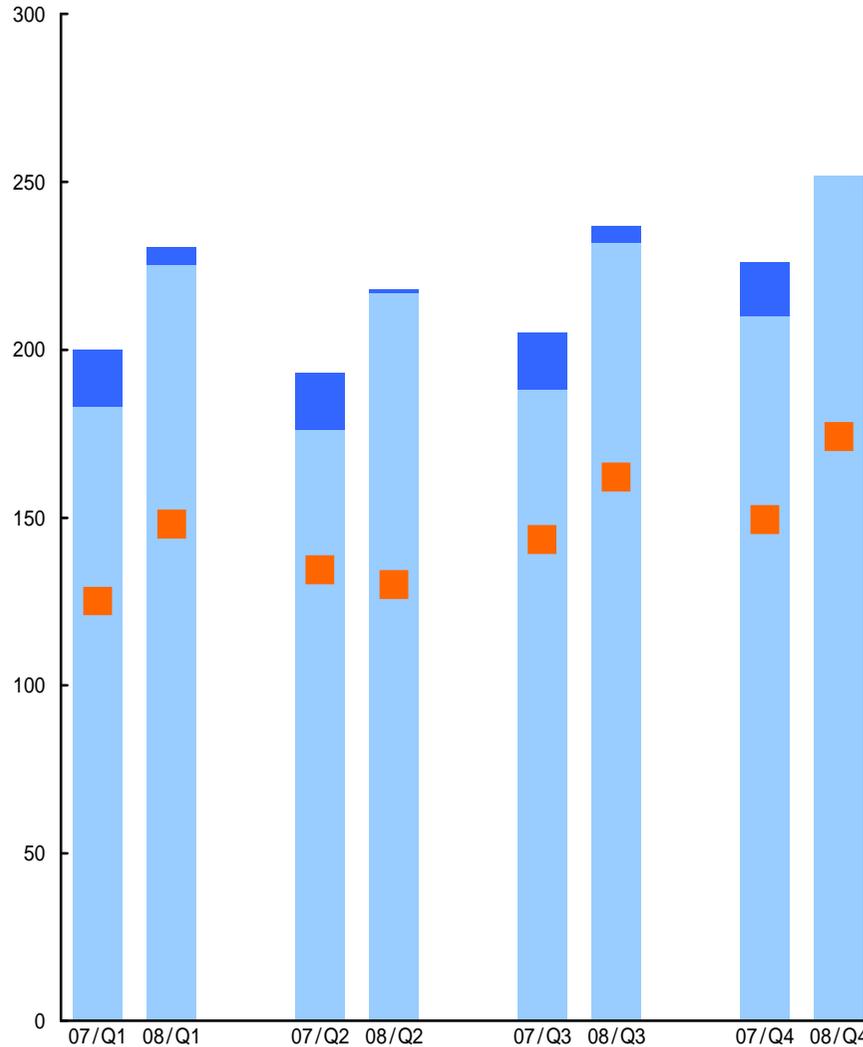


< 08/Q4以降のリリース >
クラシファイドが「Yahoo!ウエディング」の婚礼会場向けクラシファイド広告を独占販売、収益貢献は、09年下期以降を見込む

*本頁の売上高は、グループ内取引分を含んだ数値を記載しております。またeMFORCEは韓国の会計基準によりネット売上(手数料部分のみが売上)を使用しています。

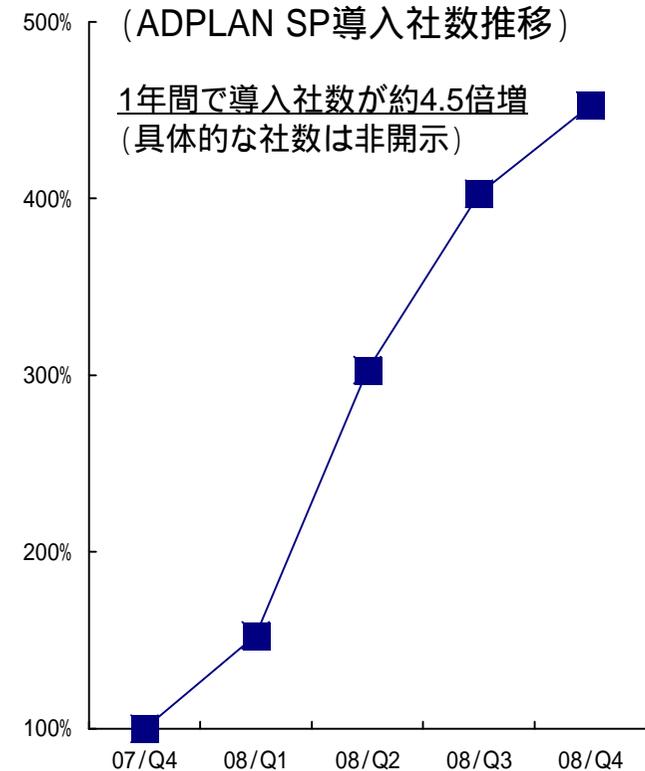
事業分野別推移 (テクノロジー事業分野)

サイト内解析システム (ADPLAN SP) 中心に売上継続拡大



■ 子会社売上高 (eMFORCE)	17	5	17	1	17	5	16	0
■ 単体売上高	183	225	176	217	188	232	210	252
■ 連結売上総利益	125	148	134	130	143	162	149	174

*本頁の売上高は、グループ内取引分を含んだ数値を記載しております。

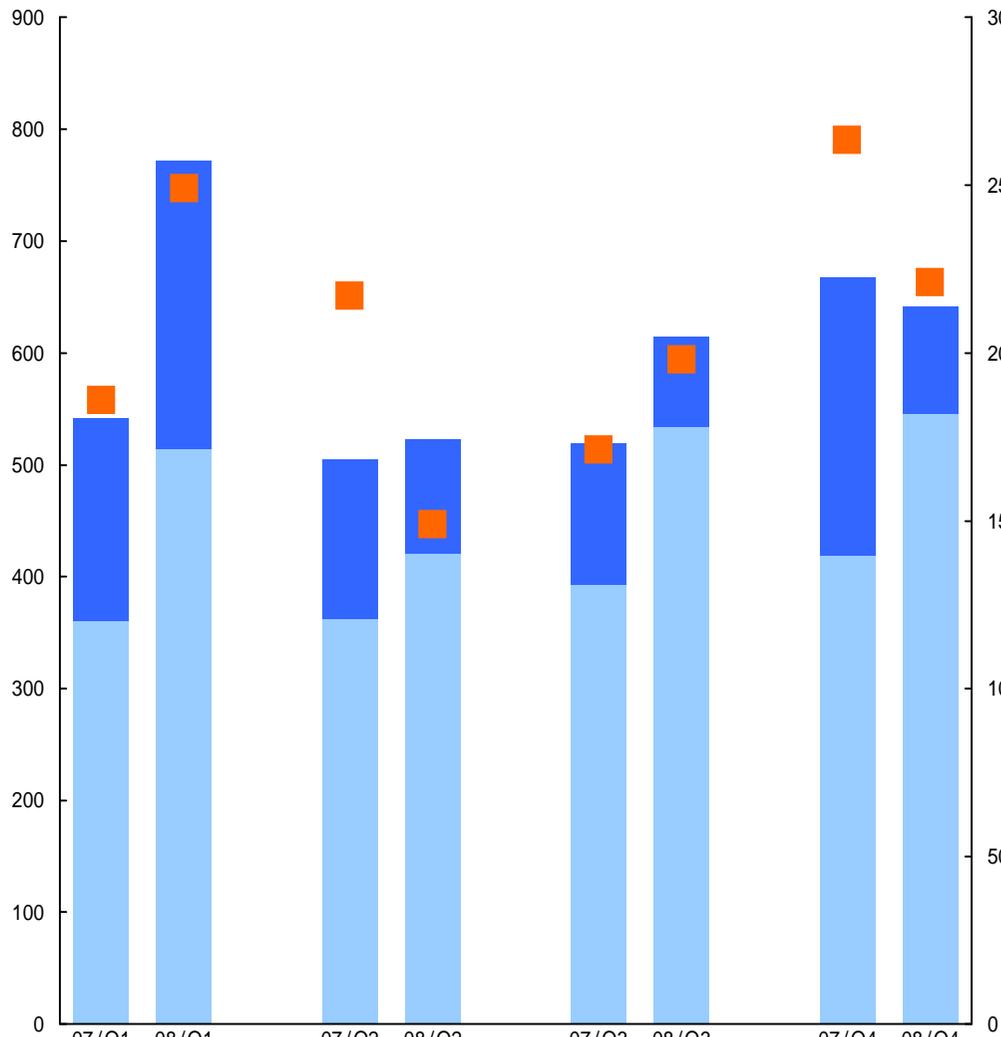


< 08/Q4以降のリリース >

エントリーフォーム最適化システム「ADPLAN EFO」を開発・販売開始

事業分野別推移 (ソリューション事業分野)

単体のサイト制作とSEOを中心に伸長

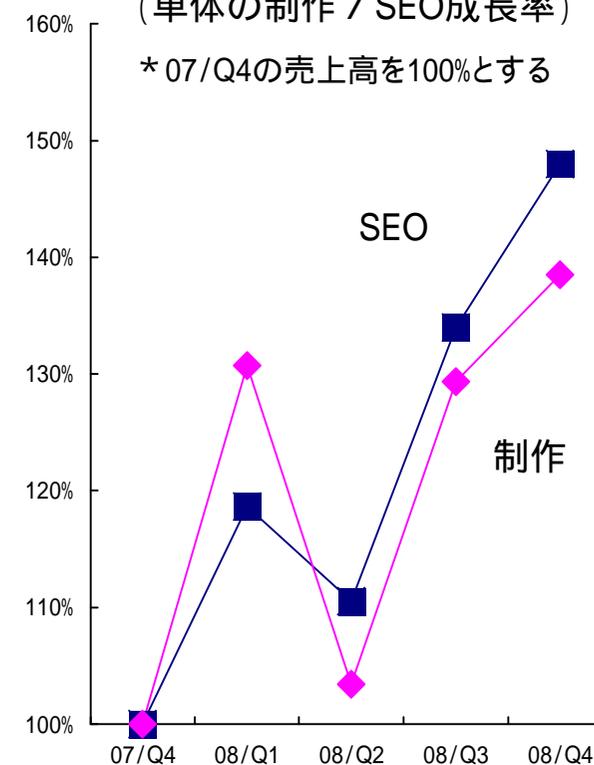


■ 子会社売上高*	181	257	142	102	126	81	249	96
■ 単体売上高	361	514	362	421	393	534	419	545
■ 連結売上総利益	186	249	217	149	171	198	263	221

*連結売上高と単体売上高の差額を記載しております。

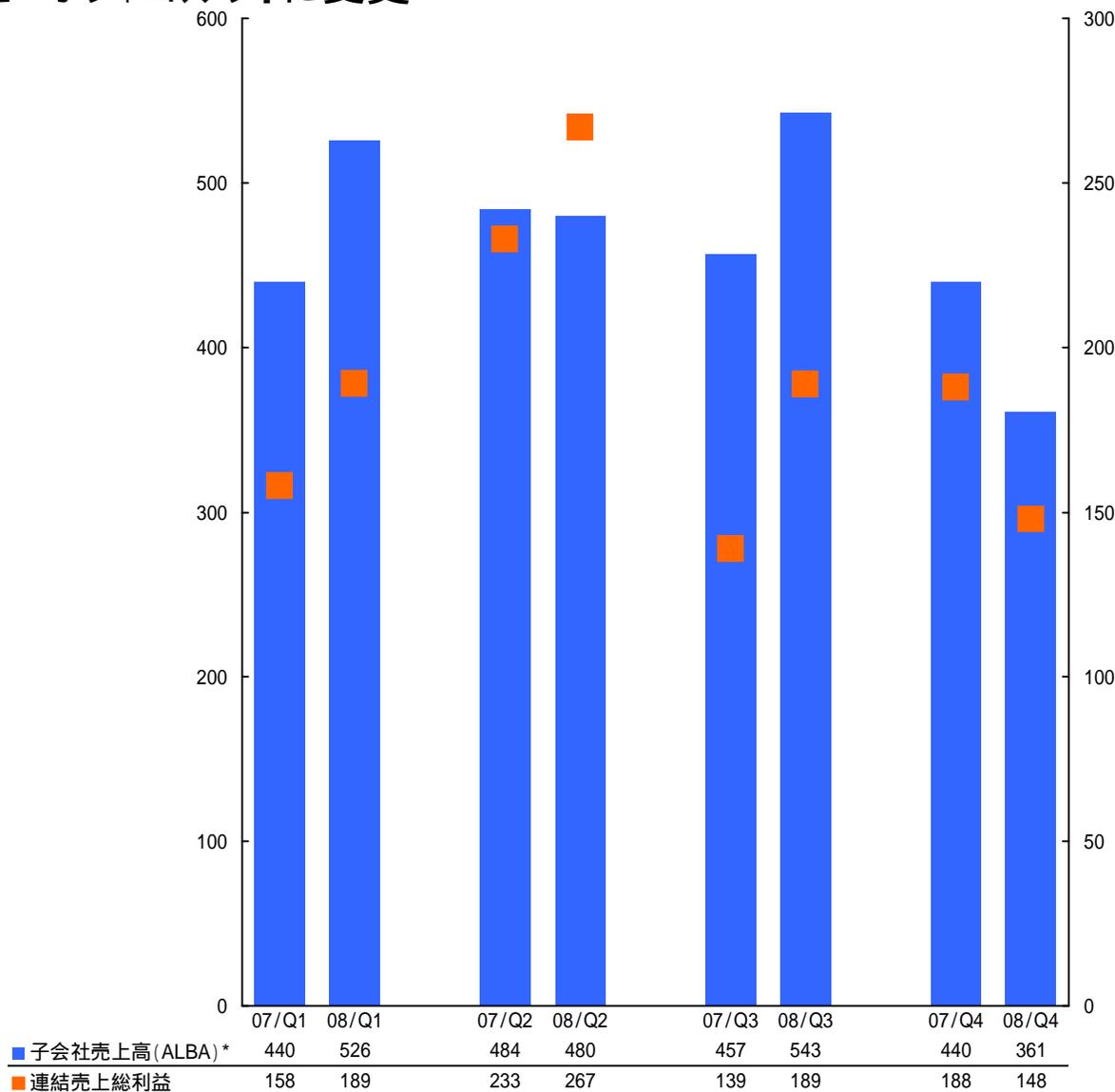
(単体の制作 / SEO成長率)

* 07/Q4の売上高を100%とする



事業分野別推移 (コンテンツ事業分野: ALBA)

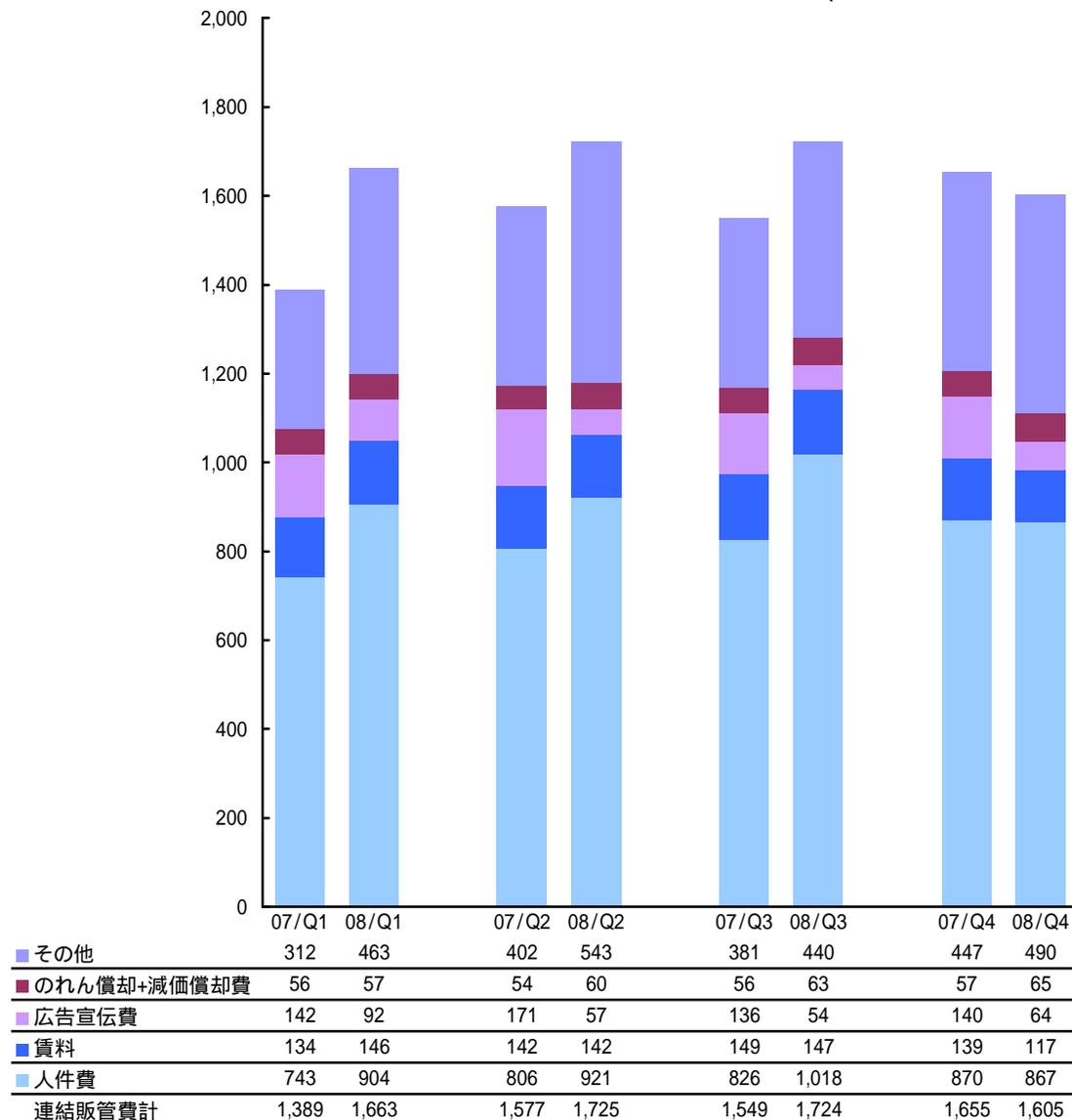
2009年11月28日付で事業譲渡完了 (08/Q4は事業譲渡完了までの損益を計上)、
社名を「オプトゴルフ」に変更



*本頁は、グループ内取引分を
控除した数値を記載しております。

連結販管費推移

販管費削減策実施やALBA事業譲渡等により前四半期・前年対比ともに減少、貸倒引当金は不動産顧客向けで増加(08/Q4に105百万円計上)



< 08/Q4以降のリリース >

4月下旬に本社オフィスを移転
(千代田区神田錦町へ移転)
効率的なオフィス運営を図り、
生産性向上につなげる

2008年度事業戦略レビュー

2008年度の事業戦略

(組織戦略)

- 重点業種に特化し営業組織を細分化
- キャンペーン企画・データ分析の専門組織新設
- 電通協業の専門組織新設

(営業戦略)

- 重点業種の拡大
- 大手大口先により集中(重点業種内上位先 + ナショナルクライアント)

(協業戦略)

電通本体に50名出向、共に電通ナショナルクライアントを本格開拓

2008年度の重点指標(単体)

顧客面

大手大口開拓・業種
広がり・顧客単価上昇

商品面

純広取扱高の再拡大
リスティング継続拡大

協業面

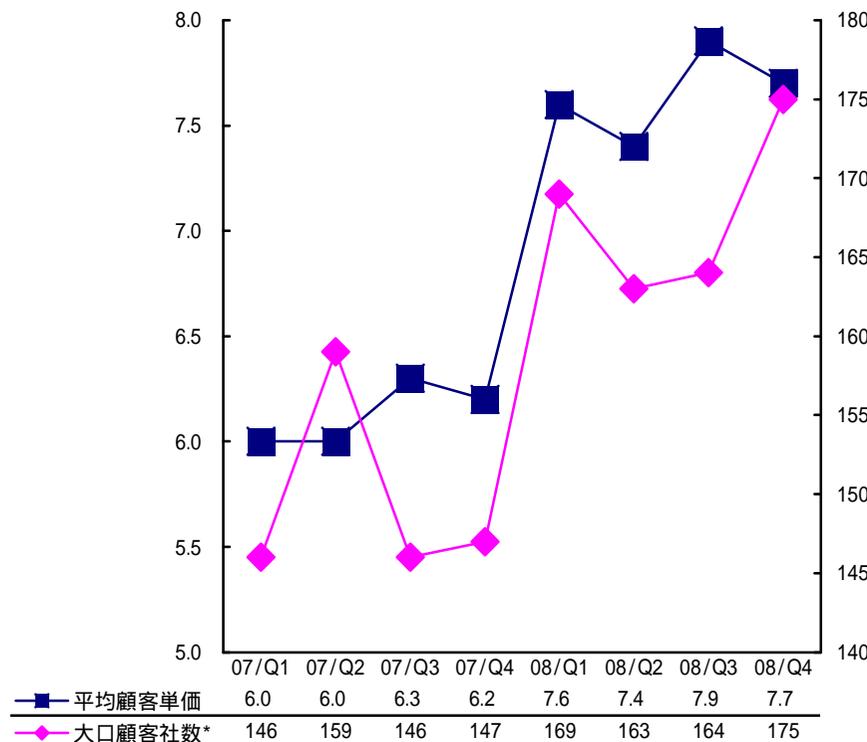
電通との
協業売上高拡大

ネット広告代理ダントツNo.1 (圧倒的なシェア拡大)

顧客面 (単体:電通協業分除く)

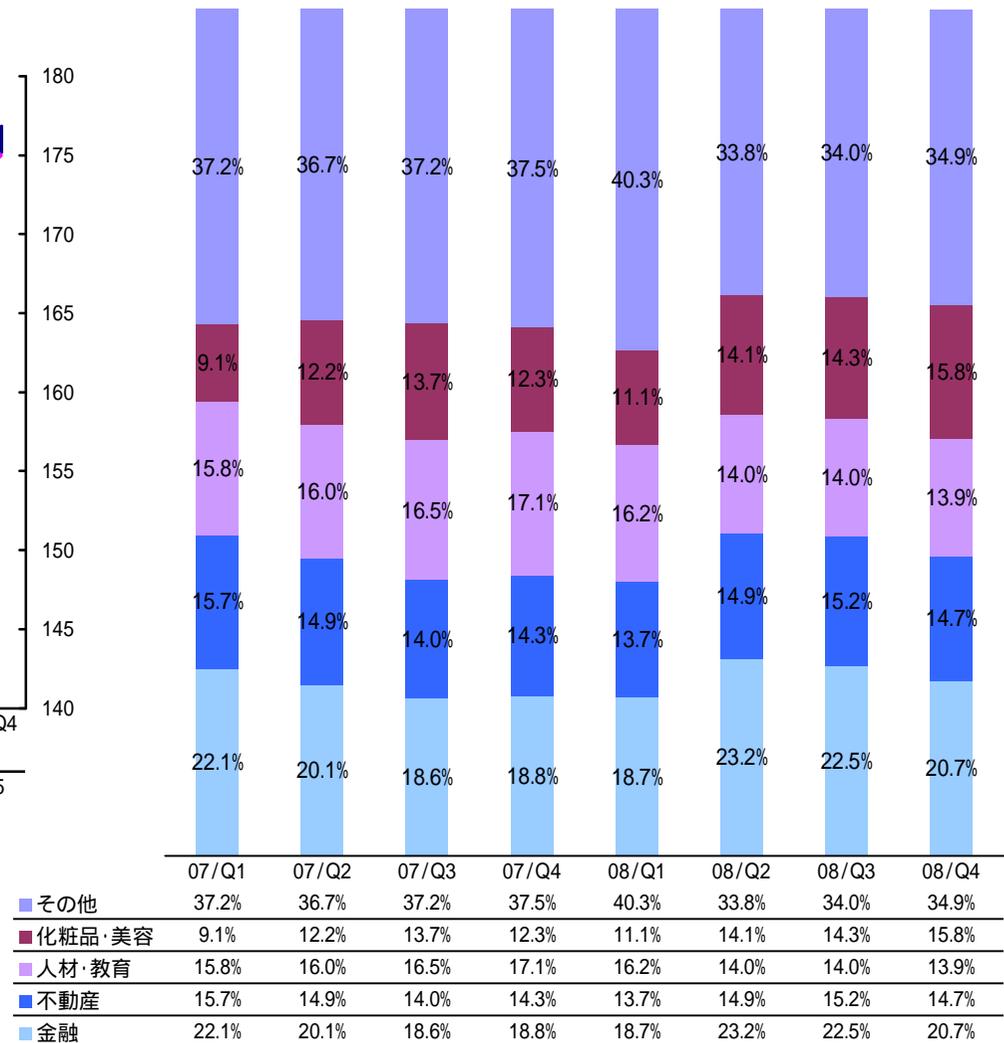
- ✓ 平均顧客単価が7百万円台後半の高水準で推移し顧客大型化が順調に進展
- ✓ 業種構成に大きな変動はないが、業種内での大手シフトやその他業種内の大型化が進展

(平均顧客単価 / 大口顧客社数推移)



* 四半期の売上高が1千万円以上の顧客社数

(主要業種別取扱シェア)

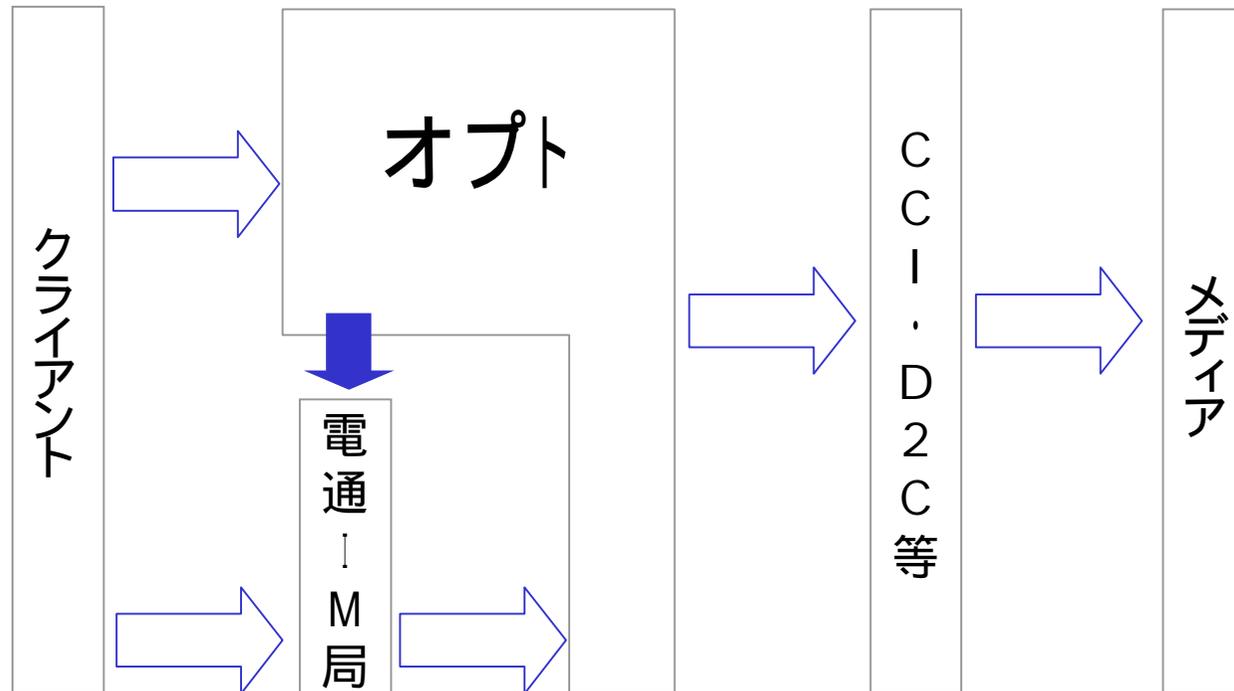


商品面(単体:電通協業分除く)

- ✓リスティング広告や一昨年伸び悩んだPC純広等は、市場を上回る成長率を達成
- ✓モバイル広告は、拡大するも市場成長率を下回り継続課題となる

	商品	08FY(オプト) Y-Y成長率	08FY(市場) Y-Y成長率*
(成果)	リスティング広告	+ 28%	+ 21%
	その他PC純広等 (モバイル含まない)	+ 9%	+ 5%
(課題)	モバイル広告	+ 25%	+ 34%

*シードプランニング社調べ



現在、電通IM局へ50名出向(人件費等コストは電通負担)、
電通クライアントへのインタラクティブ提案、新規開拓を支援()

オプトクライアント()、電通IM局()のメディアバイイングは、
基本的にオプトが集約して取り扱う(セントラルバイイング)

CCIやD2C等電通グループとの連携を強化へ

景況感悪化の影響で計画未達成も、協業取り組みは着実に進展

期間	電通協業 売上高	主な取り組み・成果・課題
08FY	122億円 (計画130億円)	<p>(総括)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当初見込んだ施策がほぼ行え充実した協業初年度、体制も構築され、09年は業績貢献の本格化に期待 ・期末にかけて顕在化した景況感悪化の影響が協業効果を上回り、08年は計画に届かず、動向を注視
08/Q2	29億円	<ul style="list-style-type: none"> ・4月より24名が電通へ出向、協業スキーム開始
08/Q3	46億円	<ul style="list-style-type: none"> ・純広告中心に規模拡大 ・テクノロジー商材(ADPLAN)の大型受注が開始 ・CCIより常駐者を受け入れ、仕入作業効率化が進展
08/Q4	46億円	<ul style="list-style-type: none"> ・10月より電通への出向者50名体制となる ・出向者の営業局常駐やADPLAN支援人員の派遣 ・新規顧客開拓が進展、一部大型顧客向けで受注減 ・リスティング広告を開始、ADPLANやSEOも拡大

(目標)

ネット広告代理ダントツNo.1 (圧倒的なシェア拡大)

(組織戦略・営業戦略)

- ・業種別営業組織が早期に立ち上がる
- ・データ分析研究所の社内連携が進展

(協業戦略)

- ・50名出向体制の構築完了
- ・営業フロントへの支援も開始

顧客面

(成果)

- ・顧客の大型化に成功
- ・重点業種の拡充進展

(課題)

- ・従来の重点業種内の一部顧客層に減速感

商品面

(成果)

- ・リスティング広告拡大
- ・PC純広等が再拡大

(課題)

- ・モバイル広告拡大するも市場成長を下回る

協業面

(成果)

- ・着実に広告受注、支援等の実績があがる

(課題)

- ・期末に一部で受注減あり、売上計画届かず

(目標に対する成果)

ネット広告代理*のシェア大幅拡大を実現(07年:6.2% 08年:8.9%)

* 広告代理売上高合計(オーガニック+電通協業+クラシファイド)をインターネット広告市場規模(シードプランニング社調べ)で除して算出

2009年度事業戦略・業績見通し

ネット広告へのニーズは引き続き拡大傾向だが、
不況の影響で成長速度は一時的に減速懸念

(景況悪化による影響)

- ✓ 期末にかけて一部業種で出稿抑制が顕在化、販促費予算の顧客が多く、不況でも概ね出稿意欲は継続であるが一時的に市場成長が減速する懸念
- ✓ 先行きの不透明感から、先々の案件への発注意欲が減少、案件への発注タイミングが遅くなる
- ✓ リスティング広告を中心に、ROI系商材に予算がシフトしつつある



(現在の対応)

- ✓ 顧客の動向に対して機動的な対応を実行、提案サイクル短期化に対応
- ✓ 社内でデータ分析研究所等と営業が連携し、データに基づく提案の質を向上
- ✓ ROIニーズの高まりに対応するため、ADPLANシリーズの拡販を既存顧客向け強化の他、電通クライアント等に本格展開する
- ✓ ADPLANプラットフォームによる計測を核に、外部集客から内部改善までの付加価値サービス展開を一層推進する

ブランドスローガン

「先端的なデジタル提案とテクノロジーで市場創造に全力で取り組みます」



組織戦略

単体を4機能(広告、ソリューション、インキュベーション、サポート)に再編予定
子会社はポートフォリオ見直しを行いつつ単体各機能とのシナジーを追求

既存事業(広告、ソリューション)

キーワード:

測定可能なマーケティング / 数値を使った問題解決

(顧客戦略) 重点業種をシフト
業種上位の開拓深耕を継続

(商品戦略) リスティング広告等ROI系商品とナショナル
クライアントへのモバイル広告拡販に注力

(協業戦略) 出向50名体制が本格稼働、営業フロントで
の支援一層強化、ADPLAN等拡販も注力

新規事業

(インキュベーション)

ネット広告に続く、
新事業領域の創出・
展開を抜本的に
取り組む
収益化は2010年を
ターゲットとする



安定的な高成長を目指すとともに、
さらなる飛躍に向けた足場固めの1年と位置付ける

(キーワード)

測定可能なマーケティング / 数値を使った問題解決



(提供する価値)

過去実績の分析に基づく、広告の企画・提案、クリエイティブ制作等



(数値・事実を支えるインフラ)

ADPLANシリーズ(PC/モバイル版)

広告効果測定(ADPLAN AD)、サイト内解析(ADPLAN SP)、最適化(ADPLAN EFO等)等 09年も新ラインを順次リリース予定

開示セグメント変更(予定)

2008年		
セグメント名		主な構成
B2B 事業	広告 事業分野	<ul style="list-style-type: none"> ✓国内外他社媒体 ✓自社媒体 ✓クラシファイド *海外(eMFORCE)含む
	テクノロジー 事業分野	<ul style="list-style-type: none"> ✓テクノロジー (ADPLAN等) *海外(eMFORCE)含む
	ソリューション 事業分野	<ul style="list-style-type: none"> ✓制作 ✓SEO ✓ホットリンク 等 *海外(eMFORCE)含む
B2C 事業	コンテンツ 事業分野	<ul style="list-style-type: none"> ✓ALBA

2009年	
セグメント名	主な構成
広告代理 事業	<ul style="list-style-type: none"> ✓国内他社媒体 (オーガニック+電通協業) ✓クラシファイド *海外含まない
ソリューション 事業	<ul style="list-style-type: none"> ✓テクノロジー (ADPLAN等) ✓制作 ✓SEO ✓ホットリンク 等 *海外含まない
海外・新規他 事業	<ul style="list-style-type: none"> ✓海外事業 ✓新規事業 ✓その他自社媒体 等

2009年度業績予想

売上高: ネット広告の成長率を前年比+10%として計画、電通協業は200億円を見込む

営業利益・経常利益: 景況感悪化の影響を考慮し、保守的な利益計画とする

当期純利益: オフィス移転による特別損失(約1.6億円)等を見込む

ALBA分が売上高、利益ともに前年比で純減

	09H1				09FY			
	連結	前年比	単体	前年比	連結	前年比	単体	前年比
売上高	29,700	+26%	28,000	+38%	63,300	+18%	59,300	+25%
営業利益	280	-46%	300	-17%	1,360	+3%	1,250	+11%
経常利益	300	-40%	330	-14%	1,390	+6%	1,310	+10%
当期純利益	40		60		700	-35%	540	

	09FY売上高	前年比
広告代理事業	55,000	+25%
(オーガニック)	(35,000)	(+10%)
(電通協業)	(20,000)	(+63%)

うち、広告代理事業(単体)の計画値

(成長性)

ネット広告売上高の増加

予想値である前年比+10%を越える成長を目指す

(収益性)

営業利益率の向上

連単ともに下期に3%以上の営業利益率を目指す

(生産性)

一人あたり営業利益額の向上

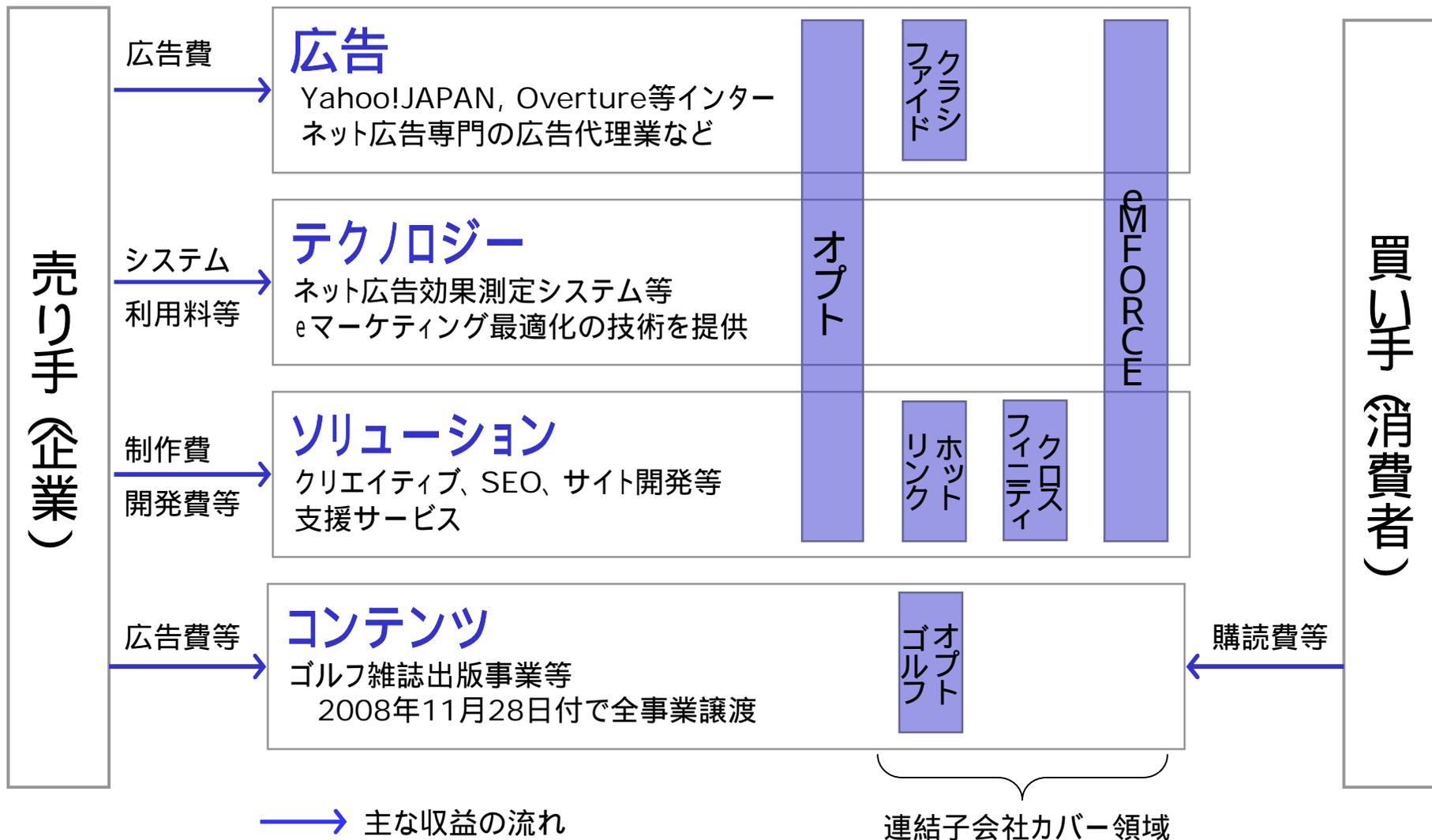
下期に前年実績を上回る一人あたり営業利益額を目指す

參考資料

- 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 149,304株(2008年12月末現在)
- 資本金 7,595百万円(同上)
- 従業員数 701名(同上 連結、出向者除く)
- 経営チーム
代表取締役会長CVO 鉢嶺 登
代表取締役社長CEO 海老根 智仁
取締役COO 野内 敦
取締役 高森 雅人
取締役 青木 聡

(ブランドスローガン)

先端的なデジタル提案とテクノロジーで市場創造に全力で取り組みます



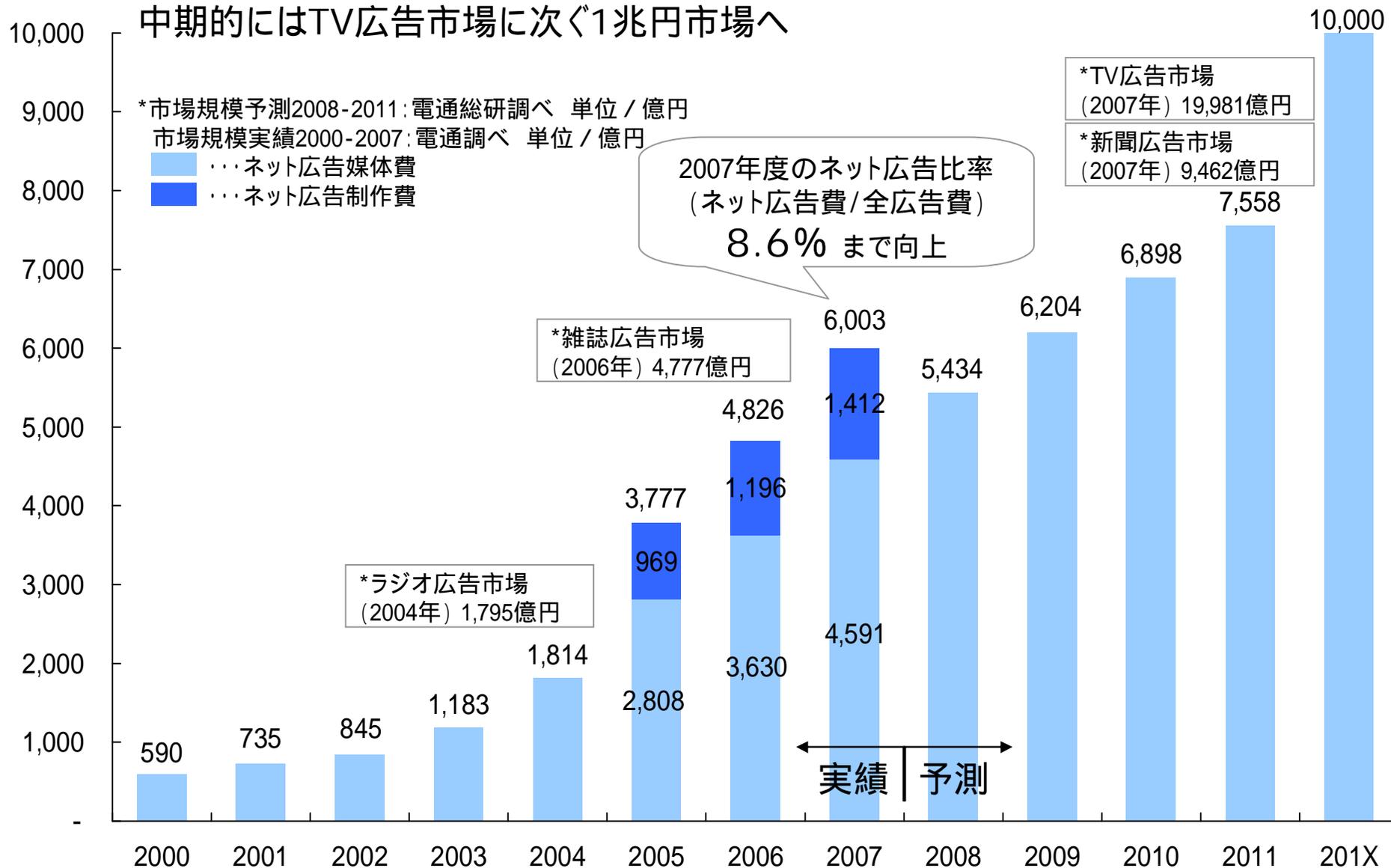
主要グループ会社概要

37

社名	事業内容	持分比率	08/12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
オプトゴルフ (旧社名 ALBA)	ゴルフ誌関連事業	100.0%	連結子会社 * 08年11月28日事業譲渡完了
その他グループ企業	TradeSafe(持分法適用非連結子会社)、葵オプトビジュアルマーケティング(A×O)、メディアライツ、北京欧芙特信息科技有限公司 など		

ネット広告市場規模

全広告比8.6%強まで拡大、TV・新聞広告市場に次ぐ第3の地位確立
 中期的にはTV広告市場に次ぐ1兆円市場へ



単体経営指標の推移

39

	06/Q4	07/Q1	07/Q2	07/Q3	07/Q4	08/Q1	08/Q2	08/Q3	08/Q4
売上高	6,879	7,025	7,406	7,471	7,621	8,738	11,586	13,705	13,472
売上総利益	1,306	1,272	1,392	1,325	1,376	1,422	1,406	1,619	1,627
営業利益	223	256	228	170	167	229	132	380	385
経常利益	217	247	226	182	159	237	145	399	412
販管費(百万円)	1,082	1,016	1,163	1,154	1,209	1,192	1,274	1,238	1,241
人件費	650	579	643	646	668	701	709	784	740
賃料	112	110	111	118	111	115	114	112	91
広告宣伝費	117	123	137	118	112	68	36	41	50
減価償却費	24	20	18	21	24	19	27	27	35
その他	177	181	253	250	292	287	387	273	323
取引社数	1,252	1,161	1,230	1,182	1,217	1,135	1,172	1,144	1,134
取引1000万円以上社数	143	146	159	146	147	169	163	164	175
同 未満	1,109	1,015	1,071	1,036	1,070	966	1,009	980	959
業種別売上構成									
金融	22.8%	22.1%	20.1%	18.6%	18.8%	18.7%	23.2%	22.5%	20.7%
不動産	13.6%	15.7%	14.9%	14.0%	14.3%	13.7%	14.9%	15.2%	14.7%
人材・教育	14.7%	15.8%	16.0%	16.5%	17.1%	16.2%	14.0%	14.0%	13.9%
化粧品・美容	12.6%	9.1%	12.2%	13.7%	12.3%	11.1%	14.1%	14.3%	15.8%
その他	36.3%	37.2%	36.7%	37.2%	37.5%	40.3%	33.8%	34.0%	34.9%
従業員数(派遣含む)	455	444	506	529	533	549	631	627	629
正社員	351	356	414	442	454	471	545	555	568
非正社員	104	88	92	87	79	78	86	72	61

*電通クライアントの社数はカウントせず、業種別売上構成もオプト・オーガニックのみの数値となっております。
従業員数は電通以外への出向者を控除した人数を記載しております。



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、
広報・IR部 増田までお願い致します
TEL:03-6268-3845

< 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。