

# 株式会社オプト

## 2008年12月期第3四半期 決算説明資料



2008/11/17

## 目次

---

- 第3四半期決算サマリー
- 戦略進捗、課題と取り組み状況
- 第4四半期と09年度の事業方向性
- 参考資料

# 08年戦略と重点指標

## 2008年戦略

### 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)

# 08年成果・課題の確認

08年下半期は、シェア拡大とともに、利益拡大にも一層注力

## (期初目標)

ネット広告代理ダントツNo.1 (圧倒的なシェア拡大)

## (08上期の成果)

オプト・オーガニック\*、電通協業両面でシェア拡大に成功  
単体広告代理+クラシファイド合計で、前年比+45%  
(オプトオーガニックでも+22%と高成長)

参考:08年ネット広告市場成長率(電通総研予想):+18%

## (08上期の課題)

不動産顧客の貸倒引当増加等の特殊要因もあり、  
利益が当初見込みより下回る

## (08下期の取り組み)

シェア拡大の継続とともに、利益拡大も本格化させる

\*単体広告事業より比較サイト事業と電通IM局との協業分(メディアセントラルバイイング)を控除、以降一部で「オーガニック」とも表記しております。4

---

# 第3四半期決算サマリー

# 2008年度第3四半期の概況

継続的なシェア拡大を実現、利益面は子会社が個別要因でスローも  
単体が広告・周辺領域ともに好調で大幅増を実現

## 連結業績ハイライト

	08/Q3	08/Q2比	07/Q3比
売上高	15,289	+17%	+71%
売上 総利益	2,094	+7%	+16%
販管費	1,724	-0.1%	+11%
営業利益	370	+56%	+48%
経常利益	374	+63%	+52%
純利益	137	— (08/Q2は損失計上)	-5%

### < 07/Q3比ポイント >

✓ 広告事業の継続拡大  
オーガニック: 前年+22%増  
電通協業分: 46億円純増

✓ 広告売上拡大が寄与、オ  
ーガニックの利益率も改善  
✓ 広告周辺領域のADPLAN・  
制作・SEOが拡大  
✓ 貸倒引当金含めて、  
販管費は想定内に留まる  
✓ 営業利益・経常利益大幅増

✓ 時価下落により投資有価証券  
評価損(特損)を計上

# 連単での業績変化要因

## 単体

シェア拡大とともに、過去最高の営業利益を実現

	07/Q3	08/Q3	主な要因
売上高	+62億円 (+83%)		電通協業もあり広告増加
売上総利益	+2.9億 (+22%)		広告代理の売上高増加、 周辺領域が好調
販管費	+0.8億円 (+7%)		人員増も広告宣伝費減
営業利益	+2.1億 (+124%)		

## 連結子会社(連単の差)

各社の個別要因にて利益が押される

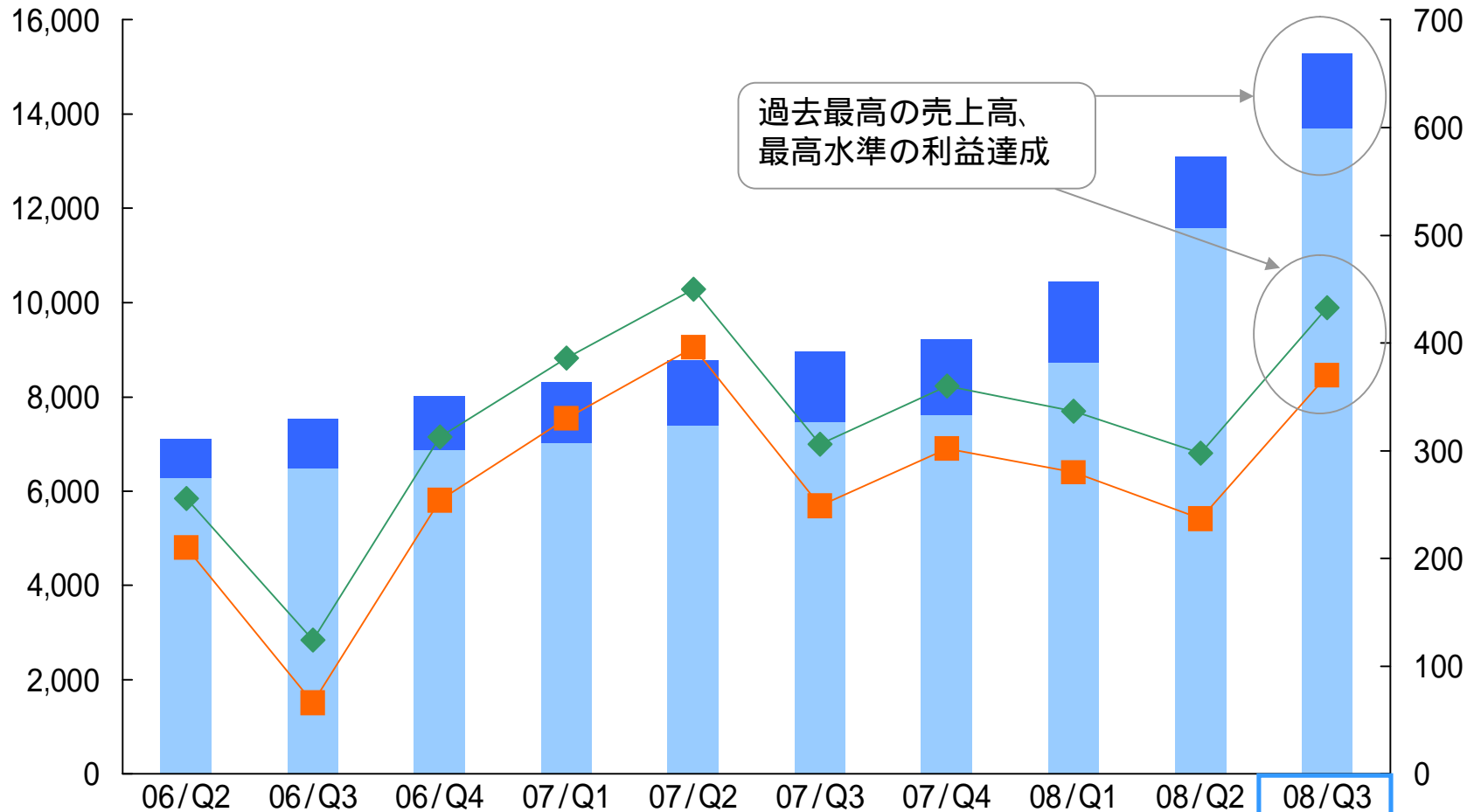
	07/Q3	08/Q3	主な要因
売上高	+0.9億円 (+6%)		クラシファイド拡大
売上総利益	+0.01億円 (+0.2%)		eMFORCE: 韓国不況 ホットリンク: 事業転換中
販管費	+0.9億円 (+23%)		貸倒引当増加、人員増
営業利益	-0.9億円 (08Q3は、-0.1億円の損失)		

## 連結

売上高 +71%  
営業利益 +48%

# 四半期業績推移

売上高が過去最高を継続して記録、営業利益も過去最高水準



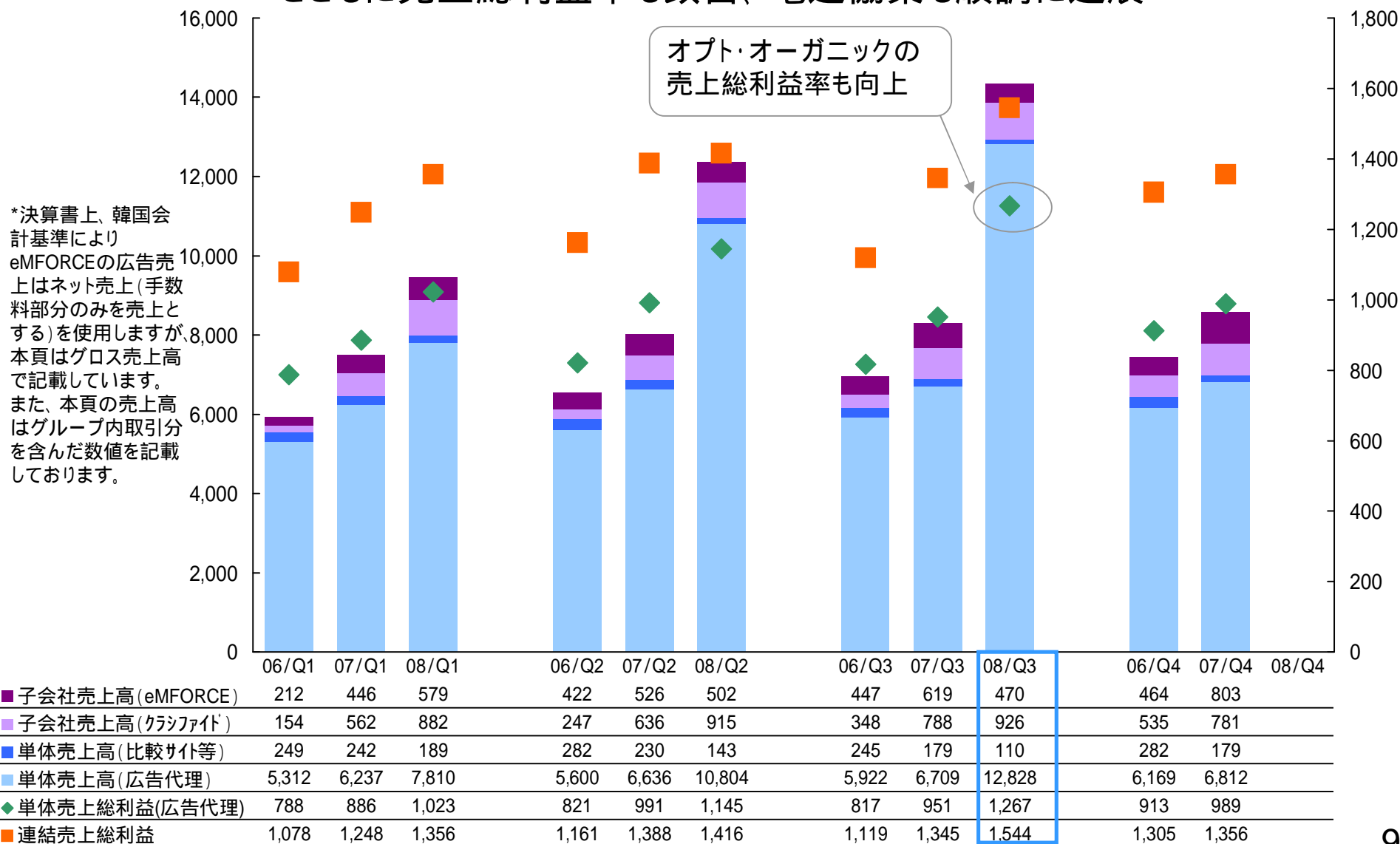
■ 子会社売上高*	826	1,049	1,137	1,288	1,377	1,489	1,605	1,712	1,522	1,583
■ 単体売上高	6,274	6,489	6,879	7,025	7,406	7,471	7,621	8,738	11,586	13,705
◆ EBITDA (右軸)	256	124	313	386	450	306	360	337	298	433
■ 営業利益 (右軸)	210	66	254	330	396	249	302	280	237	370

\*連結売上高と単体売上高の差額を記載しております。



# 広告事業分野

オプト・オーガニックでリスティング広告、モバイル純広を中心に拡大するとともに売上総利益率も改善、電通協業も順調に進展

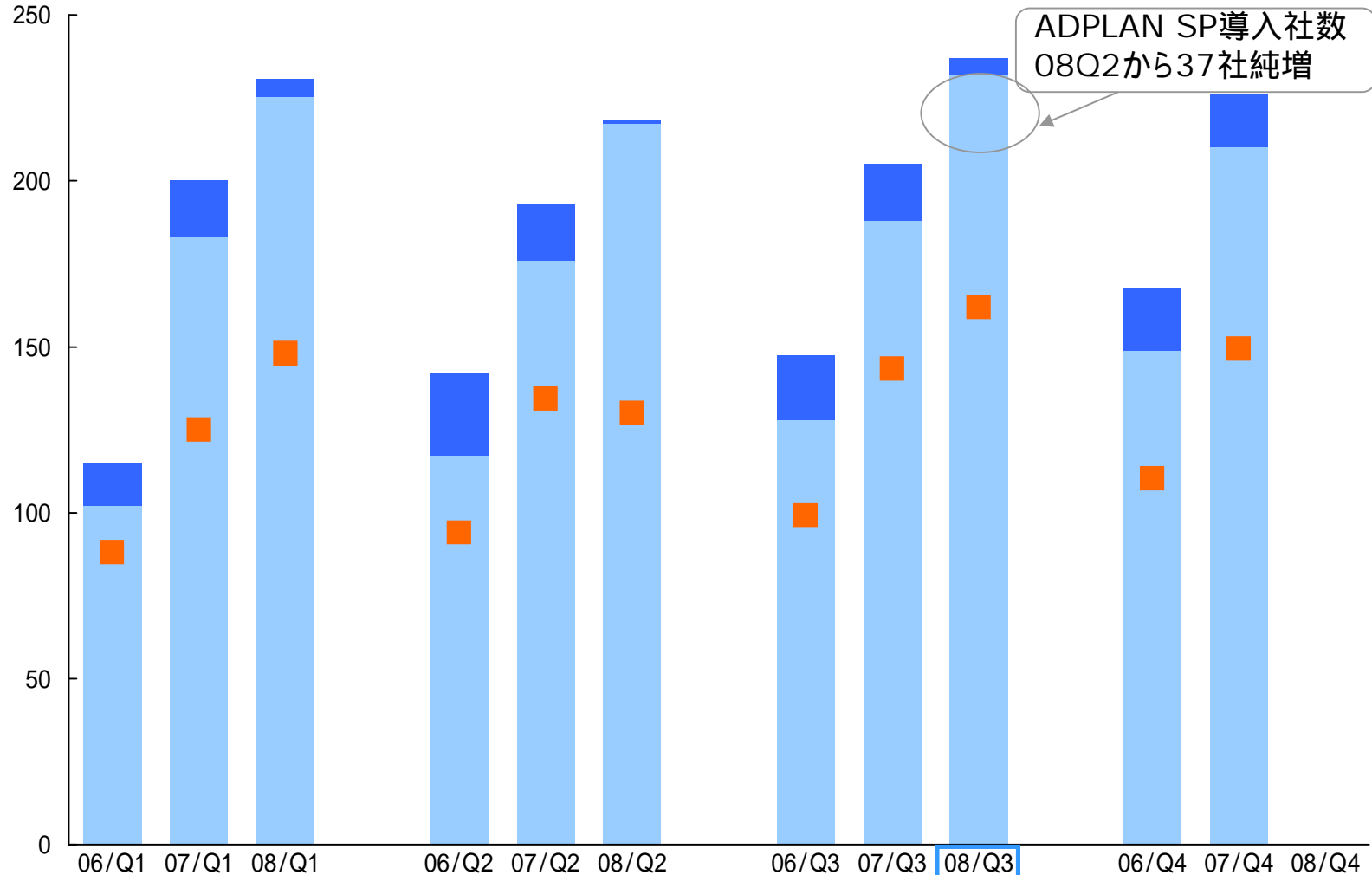


\*決算書上、韓国会計基準によりeMFORCEの広告売上はネット売上(手数料部分のみを売上とする)を使用しますが、本頁は売上高で記載しています。また、本頁の売上高はグループ内取引分を含んだ数値を記載しております。

\*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。

# テクノロジー事業分野

サイト解析システムのADPLAN SPを中心に順調に拡大、  
高顧客単価の電通向けも増加、売上・利益ともに過去最高



ADPLAN SP導入社数  
08Q2から37社純増

■ 子会社売上高 (eMFORCE)

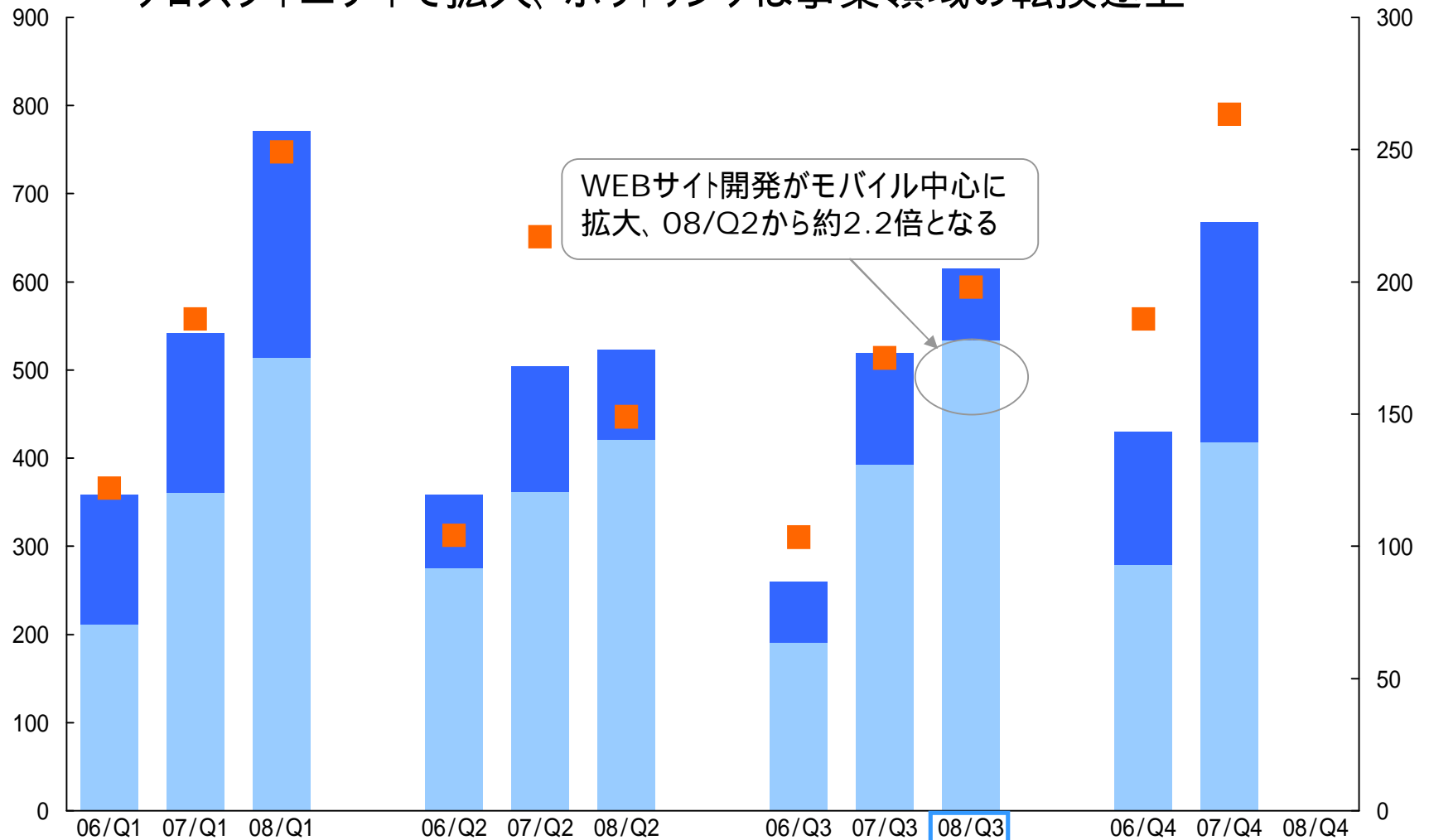
■ 単体売上高

■ 連結売上総利益

\*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。

# ソリューション事業分野

WEBサイト開発を中心に単体の制作が大幅増、SEOも単体・クロスフィニティで拡大、ホットリンクは事業領域の転換途上



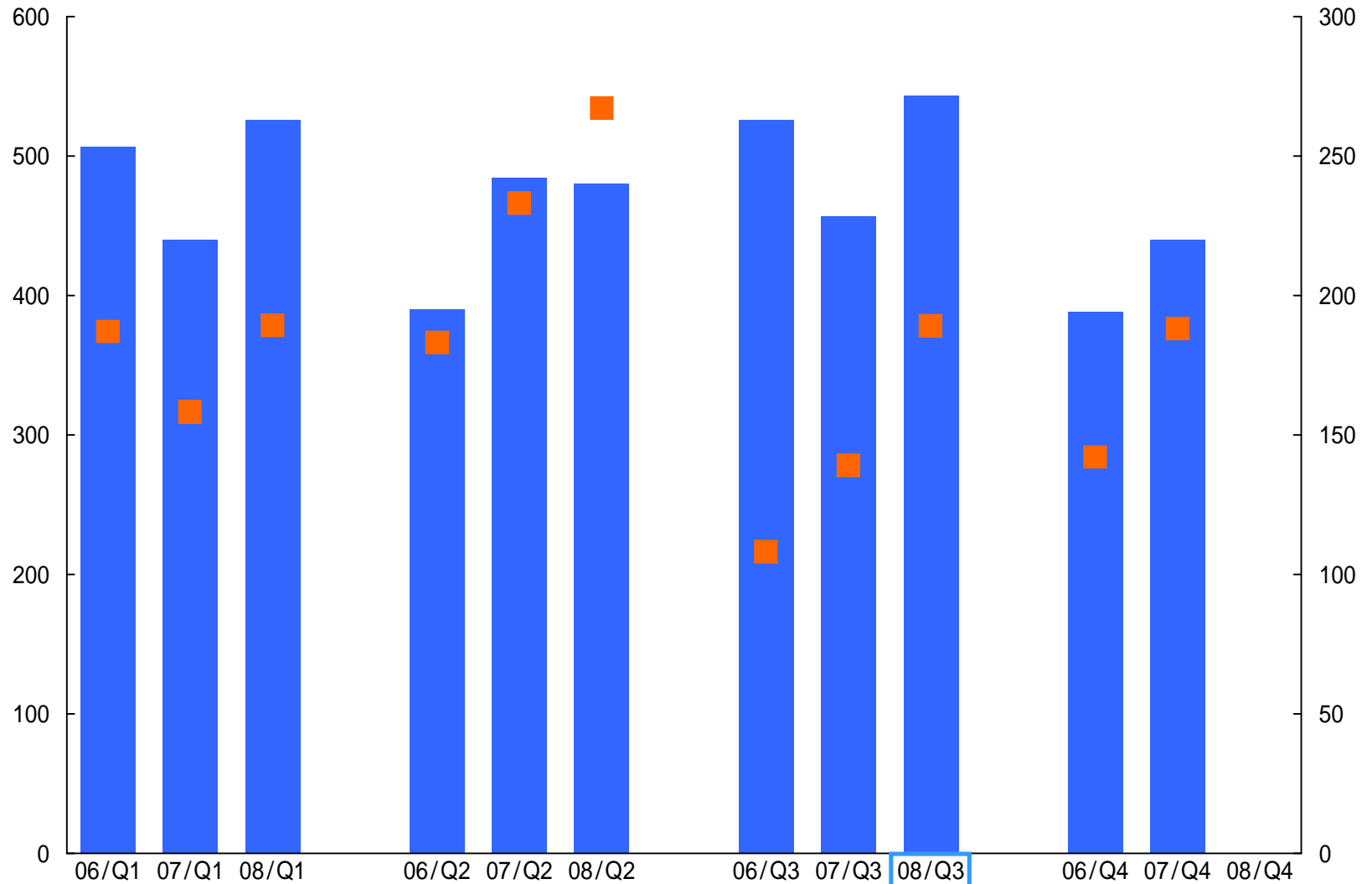
WEBサイト開発がモバイル中心に拡大、08/Q2から約2.2倍となる

	06/Q1	07/Q1	08/Q1	06/Q2	07/Q2	08/Q2	06/Q3	07/Q3	08/Q3	06/Q4	07/Q4	08/Q4
■ 子会社売上高*	148	181	257	84	142	102	69	126	81	151	249	
■ 単体売上高	211	361	514	275	362	421	191	393	534	278	419	
■ 連結売上総利益	122	186	249	104	217	149	103	171	198	186	263	

\*連結売上高と単体売上高の差額を記載しております。

# コンテンツ事業分野 (ALBAのみ)

女性誌寄与もあり、順調に推移



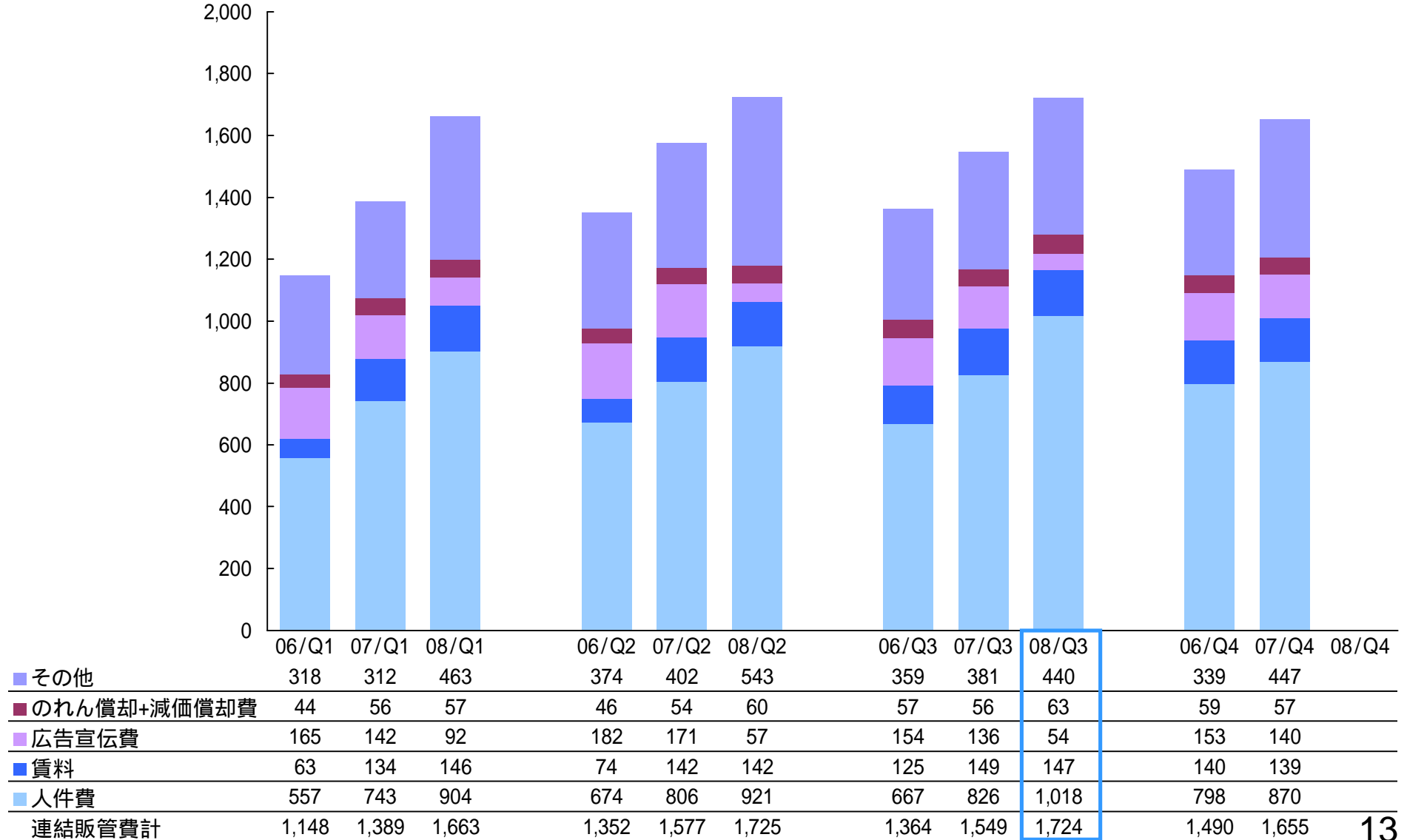
■ 子会社売上高(ALBA)\*

■ 連結売上総利益

\*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

主に不動産顧客にて貸倒引当金の計上55百万円  
(単体23百万円、クラシファイド31百万円)があるも、概ね想定内に推移



# 08/Q3のまとめ

シェア拡大とともに、利益拡大も実現

## < 事業分野 >

## < 主な成果と課題 >

広告事業分野	(成 果) オプト・オーガニック、電通協業分ともに好調 クラシファイドがヤフー・ウエディングでの新規事業展開(11月17日発表) (課 題) 金融・不動産の一部クライアントで景況感悪化による出稿抑制が見られ始める
テクノロジー事業分野	(成 果) ADPLAN SP中心に新規商材好調 Yahoo! JAPANと広告配信分野で提携 (課 題) 販路拡大のため、電通向けを一層強化
ソリューション事業分野	(成 果) WEBサイト開発とSEO中心に拡大 クロスフィニティ受注件数がQ2比で+30% (課 題) ホットリンクの収益貢献が遅れる
コンテンツ事業分野	(成 果) ALBA、Regina(女性誌)ともに順調

## 08/1-9月期の業績

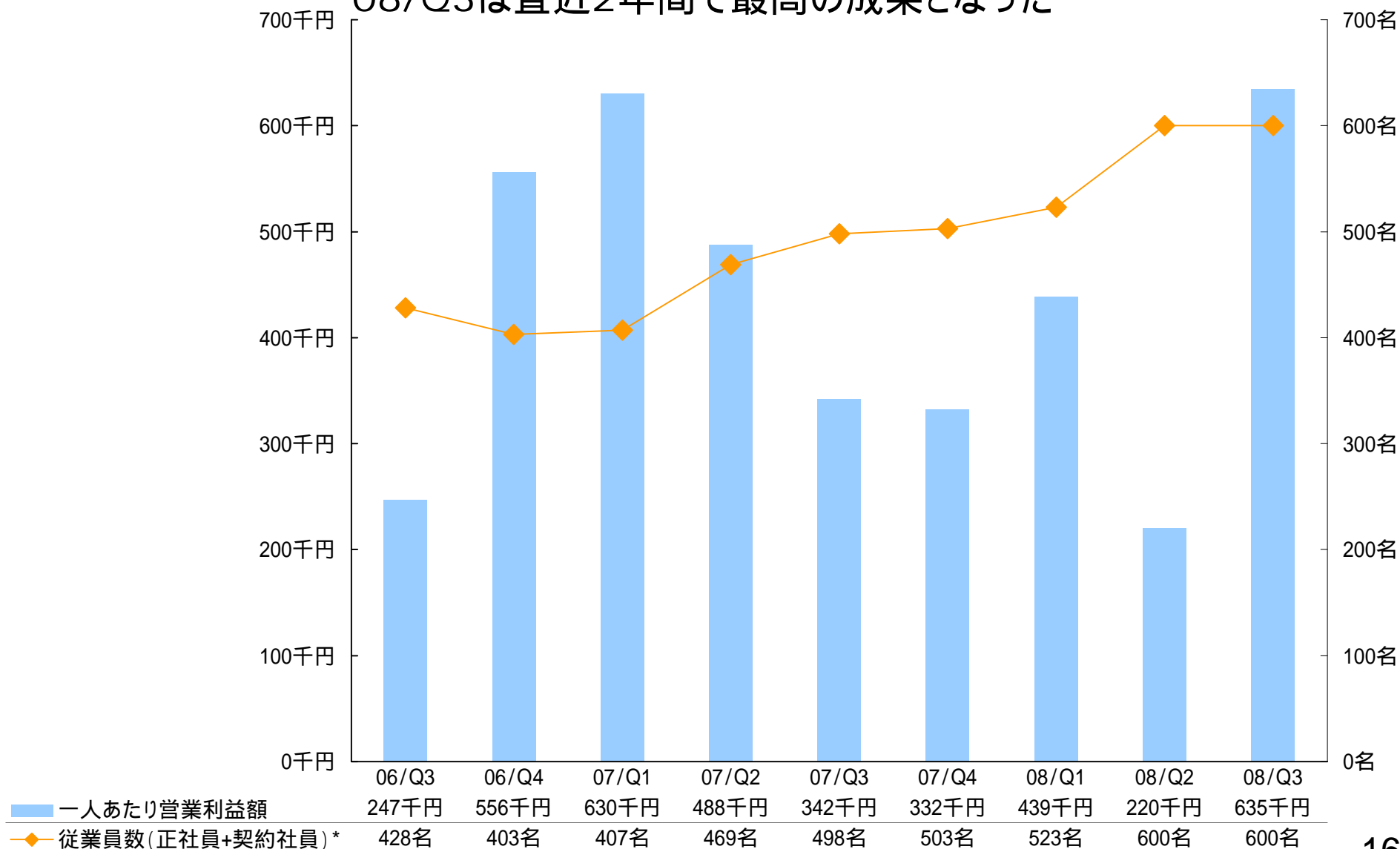
子会社スローも単体好調でカバー、予想比進捗も順調(Q4を慎重に見込み  
 予想値は据置)、ALBA事業譲渡に伴う特別利益はQ4計上予定(連結)、  
 今期の剰余金配当予想を1株あたり1,000円(前年同額)と発表

\*平成20年8月11日開示数値

連結	08/1-9 (実績)	08FY (予想*)	進捗率	07/1-9 (実績)	増減率
売上高	38,850	55,500	70%	26,059	+49%
営業利益	888	1,200	74%	976	-9%
経常利益	870	1,130	77%	932	-7%
純利益	-231	1,140	—	607	—
単体	08/1-9 (実績)	08FY (予想*)	進捗率	07/1-9 (実績)	増減率
売上高	34,031	49,300	69%	21,903	+55%
営業利益	742	900	82%	655	+13%
経常利益	782	910	86%	657	+19%
純利益	-613	-540	—	487	—

# 単体利益指標(一人あたり営業利益額推移)

同指標を単体効率性の重要指標として位置付ける、  
08/Q3は直近2年間で最高の成果となった



\*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。





# 戦略進捗、課題と取り組み状況

# 08年戦略と重点指標(再掲)

## 2008年戦略

### 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

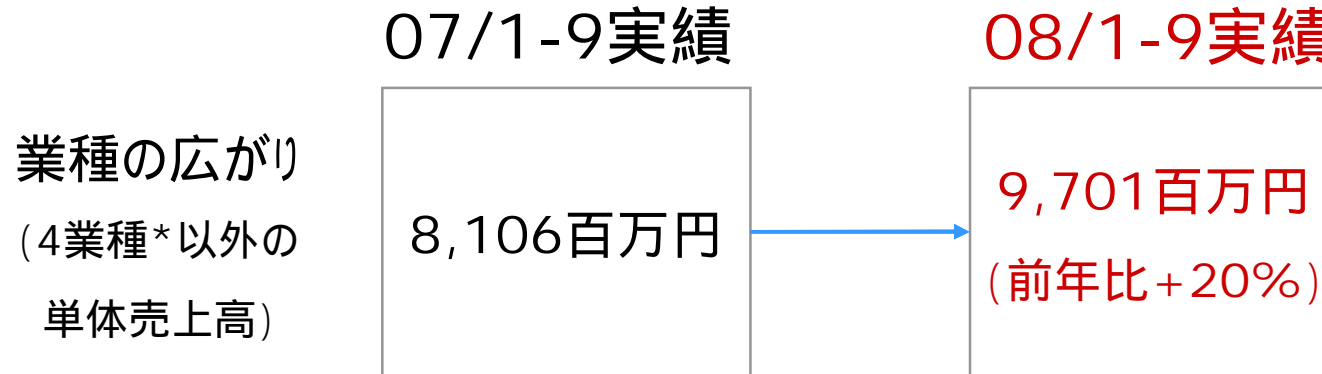
純広取扱高の再拡大  
リスティング継続拡大

### 協業面

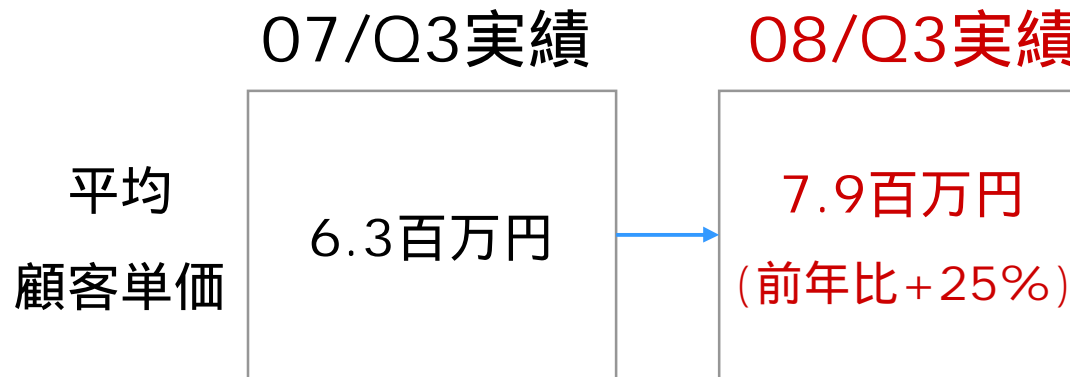
電通との  
協業売上高拡大

ネット広告代理ダントツNo.1(圧倒的なシェア拡大)

# 顧客面の戦略進捗(単体:電通協業分除く)

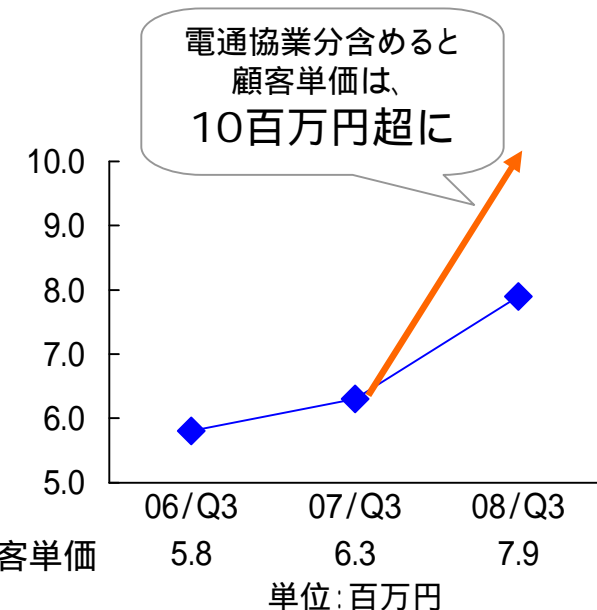


業種特化体制がフル稼働し、順調な広がりを続ける



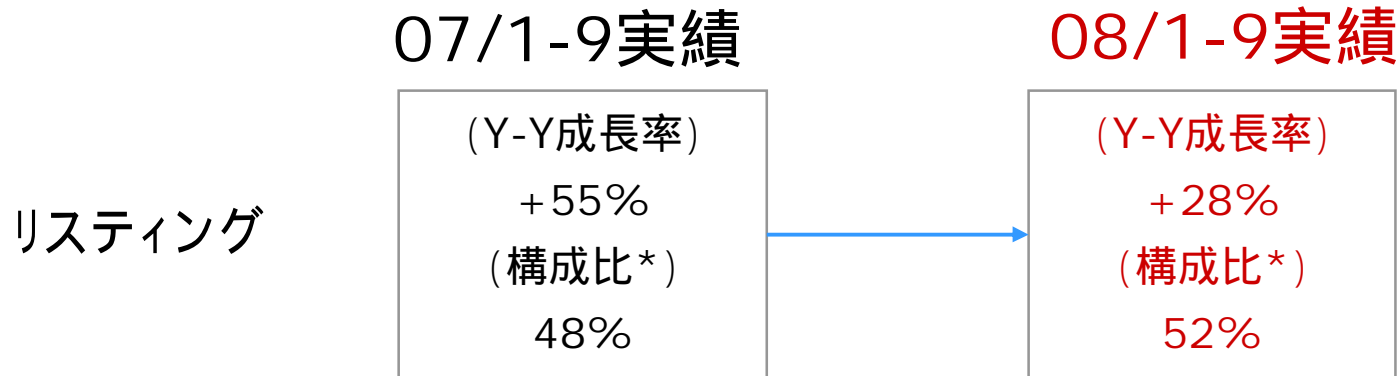
大口顧客中心に単価は引き続き拡大基調

平均顧客単価推移

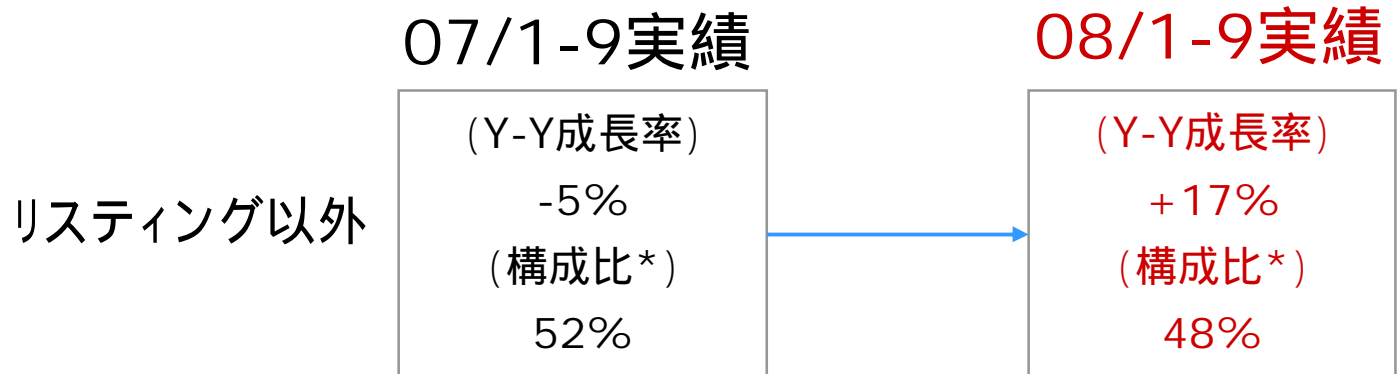


\*4業種 = 金融、不動産、人材教育、化粧品・美容

# 商品面の戦略進捗(単体広告:オプト・オーガニック)

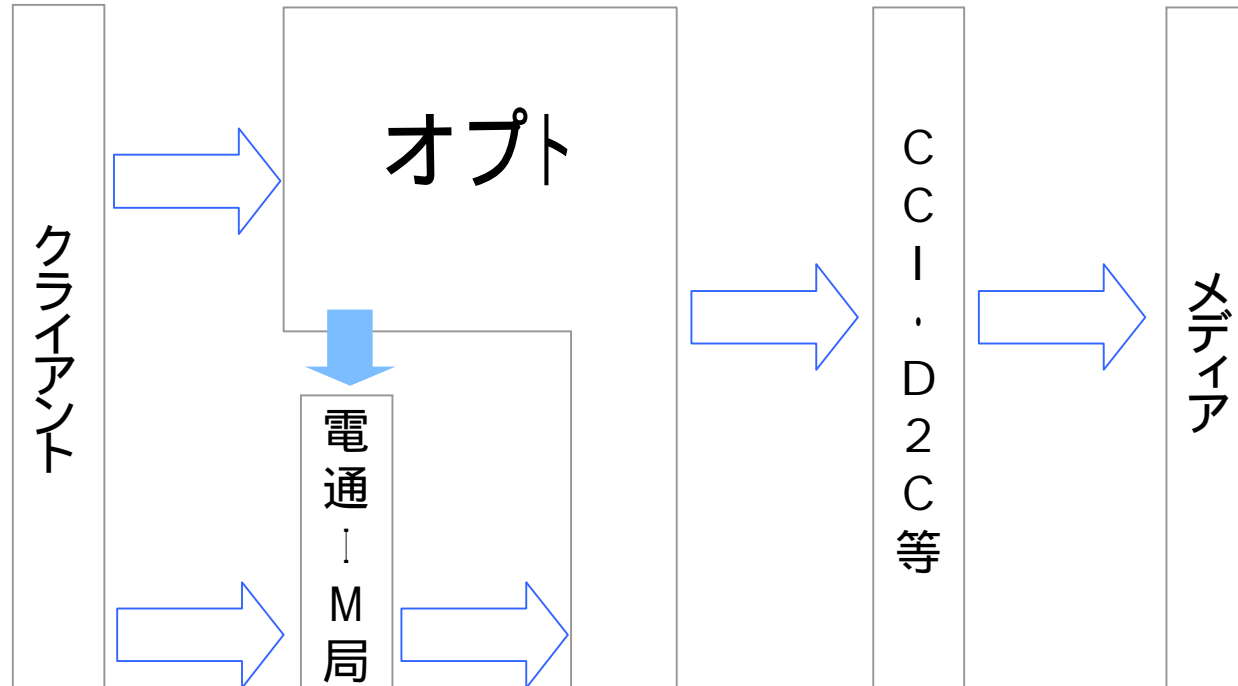


継続増加、顧客のニーズ拡大を確実に取り込む



Yahoo! JAPANで高水準の取り扱い高、モバイル純広が拡大  
但し、Q4以降は一部顧客で景況感悪化による鈍化に懸念

## 協業面の進捗(電通との協業)



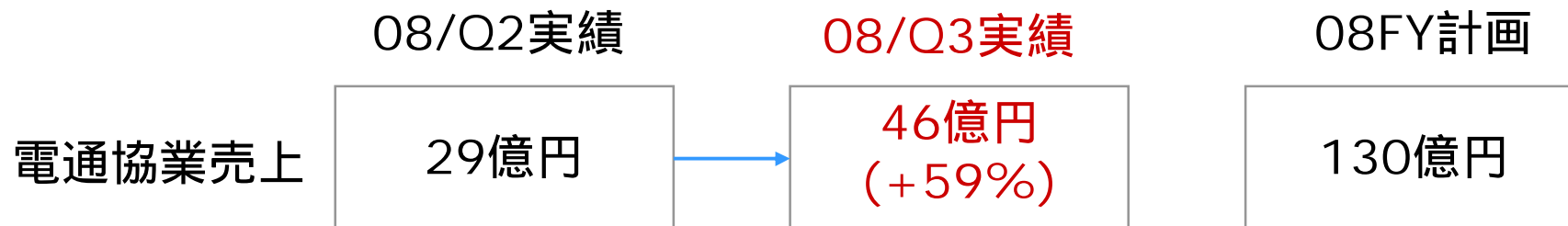
現在、電通IM局へ50名出向(10月1日に24名出向)、  
電通クライアントへのインタラクティブ提案

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

# 実績と今後の施策

協業は着実に進展、広告周辺領域も強化へ



## (Q3協業実績)

- ・営業面：純広告中心に規模拡大、リスティング広告はQ4より本格化  
ADPLAN大型受注増加(顧客単価が既存の約2倍)、制作でも実績  
出向者(IM局所属)の電通営業局への常駐を開始  
地域電通(Q3より仙台開始)や電通グループ各社からの受注拡大\*
- ・仕入面：CCIより常駐者を受け入れ、仕入作業の効率化進展

## (Q4以降の主な施策)

- ✓ 10月1日より出向者50人体制となり、提案・顧客開拓がフル稼働へ
- ✓ テクノロジー・ソリューション領域の協業スピードも加速し利益貢献本格化
- ✓ CCI・地域電通を中心とした電通グループ各社との協業を一層進展

\*電通協業売上には含まず、オプト・オーガニック売上としてカウント

# Q2時点の課題と取り組み状況

次年度以降のさらなる成長に向けた施策を着実に進める

## < 08/Q2設定の課題 >

広告代理のシェア継続拡大

周辺領域強化による利益向上

eマーケティング分野への集中

内部管理体制の強化

新規事業の強化

## < 取り組み状況 >

業界知識やデータ分析活用の展開強化、景況感によるQ4顧客動向を注視

足元でADPLAN SPやWEBサイト開発、SEOを中心に拡販順調

子会社ポートフォリオを見直し中

J-SOX対応とともに債権や投資先の管理等内部管理体制強化に取り組む

新組織の新規事業本部が本格稼動  
ホットリンクのレコメンドエンジン受注増

---

# 第4四半期と09年度の 事業方向性



# 市場認識

景況感悪化で一部業種減少懸念も、ネット広告の需要は概ね拡大

## < 顧客環境 >

### 景況悪化による影響

- ✓ 販促費予算の顧客が多く、不況でも概ね出稿意欲は継続  
一時的に一部業種においては純広等に減速感
- ✓ 電通協業は、現ネット売上比率の低さから成長ポテンシャルは高い  
さらに協業本格化から景気低迷の影響は限定的と考える
- ✓ 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系商材は拡大

### ネット利用進展による影響

- ✓ 主要顧客の多くが運営するEC等の利用がさらに活発化  
ネット広告への出稿意欲や成長ポテンシャル高まる
- ✓ ユーザーの行動が多様化・複雑化  
商材ごとの効率変動が活発化し、提案サイクルも短期化傾向にある
- ✓ より細かく、精度高いターゲティングが可能な広告へのニーズ高まる
- ✓ メディアバイイング力とともにユーザー行動の変動に対応する高度な  
課題解決力や体制が一層求められる

# オプトの対応、事業方向性

機動的な対応とともに、オプトが得意とする測定可能なマーケティングを強化

## < Q4以降の対応 >

- ✓顧客の動向に対して機動的な対応を実行  
具体的には、PDCAサイクル(Plan-Do-Check-Action)をスピーディに廻し、顧客への提案サイクル短期化に対応していく
- ✓社内でデータ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
- ✓新たなテクノロジー商材も開発進行中、08/Q4以降に随時リリース予定

09年キーワード：測定可能なマーケティングの提供  
「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」

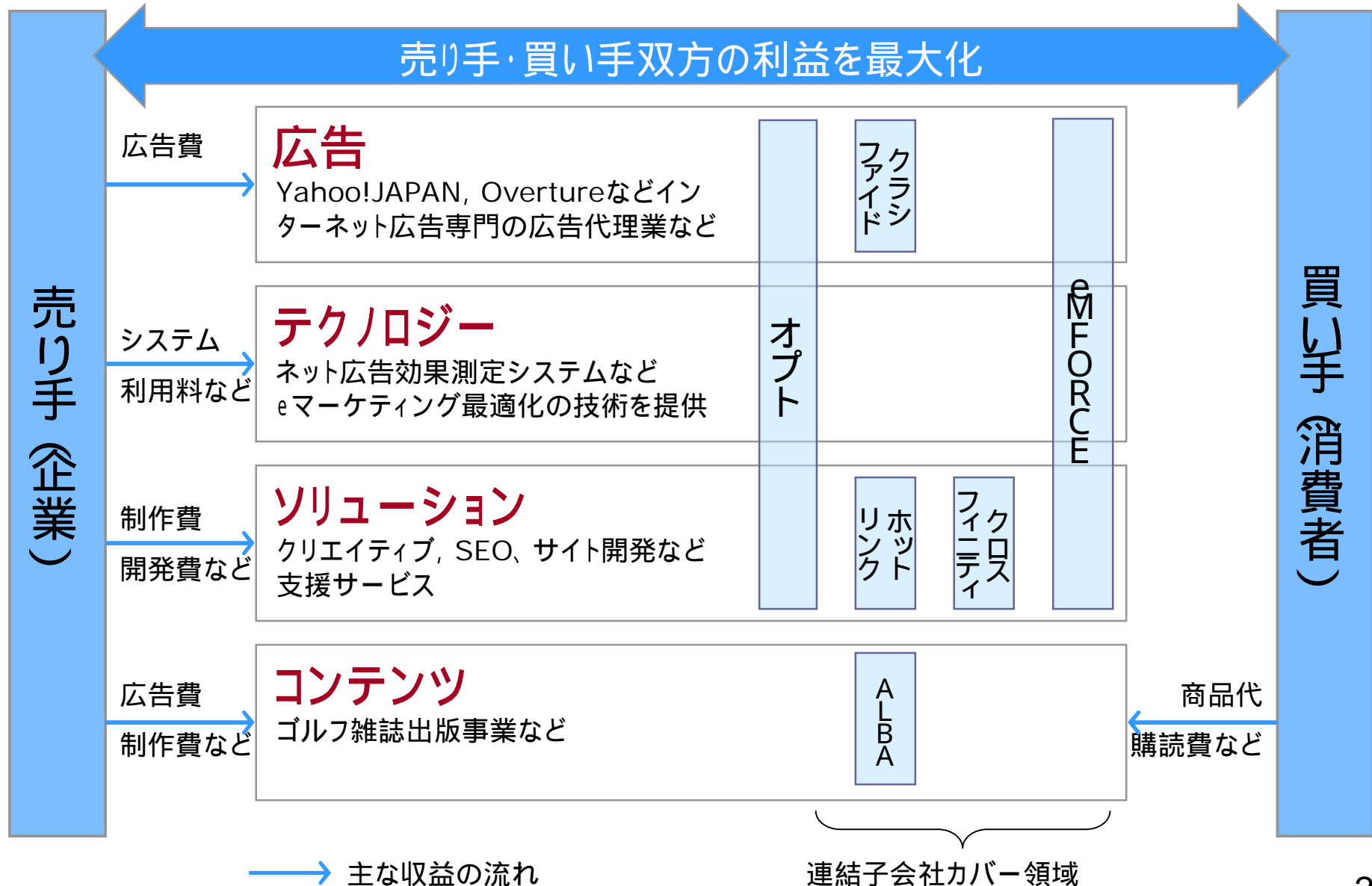
---

# 參考資料

## 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 149,304株(2008年9月末現在)
- 資本金 7,595百万円(同上)
- 従業員数 763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

# オプトのビジネスモデル



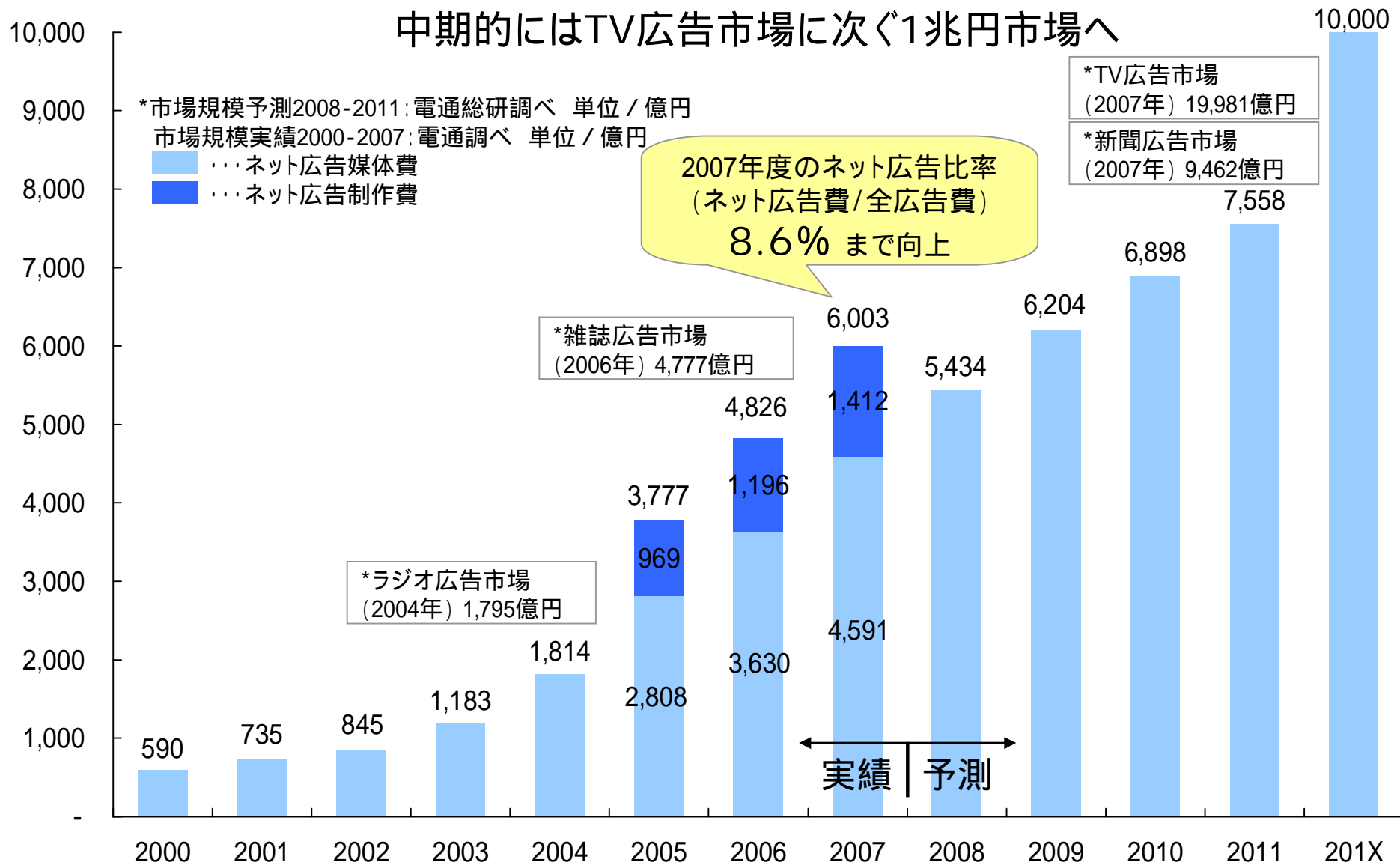
# 主要グループ会社概要

社名	事業内容	持分比率	08/9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	韓国のネット広告代理	73.2%	連結子会社
ALBA	ゴルフ誌ALBAの出版 + オンラインゴルフサービス	100.0%	連結子会社 * 11月28日事業譲渡予定
その他グループ企業	TradeSafe(持分法適用非連結子会社)、アドバゲーミング、葵オプトビジュアルマーケティング(A×O)、北京欧芙特信息科技有限公司、メディアライツ 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



## 連結損益計算書概要(1-9月)

	2008/1-9	2007/1-9	増減
売上高	38,850	26,059	+49%
売上総利益	6,002	5,510	+9%
販管費	5,113	4,533	+13%
EBITDA	1,069	1,161	-8%
営業利益	888	976	-9%
経常利益	870	932	-7%
四半期純利益	-231	607	-

2008年12月2日付開示「(訂正)平成20年12月期 第3四半期財務・業績の概況の一部訂正について」に基づき、本頁「2008/1-9 四半期純利益」の数値を修正しております。



## 単体損益計算書概要(1-9月)

	2008/1-9	2007/1-9	増減
売上高	34,031	21,903	+55%
売上総利益	4,448	4,008	+11%
販管費	3,705	3,352	+11%
営業利益	742	655	+13%
経常利益	782	657	+19%
四半期純利益	-613	487	-

## 連結貸借対照表概要

	2008/9末	2007/9末	増減
流動資産	21,962	14,928	+47%
固定資産	3,451	3,574	-3%
繰延資産	16	9	+71%
資産合計	25,429	18,512	+37%
流動負債	10,018	7,892	+27%
固定負債	161	289	-44%
負債合計	10,180	8,182	+24%
純資産合計	15,249	10,329	+48%

2008年12月2日付開示「(訂正)平成20年12月期 第3四半期財務・業績の概況の一部訂正について」に基づき、本頁「2008/9末 固定資産、資産合計、純資産合計」の数値を修正しております。

## 連結キャッシュ・フロー計算書概要(1-9月)

	2008/1-9	2007/1-9
営業キャッシュ・フロー	902	520
投資キャッシュ・フロー	-727	137
財務キャッシュ・フロー	-747	-440
現金同等物増減	-613	213
現金同等物残高	12,500	8,123

## 単体経営指標の推移

	06/Q3	06/Q4	07/Q1	07/Q2	07/Q3	07/Q4	08/Q1	08/Q2	08/Q3
売上高	6,489	6,879	7,025	7,406	7,471	7,621	8,738	11,586	13,705
売上総利益	1,107	1,306	1,272	1,392	1,325	1,376	1,422	1,406	1,619
営業利益	105	223	256	228	170	167	229	132	380
経常利益	102	217	247	226	182	159	237	145	399
販管費(百万円)	1,001	1,082	1,016	1,163	1,154	1,209	1,192	1,274	1,238
人件費	509	650	579	643	646	668	701	709	784
賃料	104	112	110	111	118	111	115	114	112
広告宣伝費	145	117	123	137	118	112	68	36	41
減価償却費	20	24	20	18	21	24	19	27	27
その他	222	177	181	253	250	292	287	387	273
取引社数	1,107	1,252	1,161	1,230	1,182	1,217	1,135	1,172	1,144
取引1000万円以上社数	121	143	146	159	146	147	169	163	164
同 未満	986	1,109	1,015	1,071	1,036	1,070	966	1,009	980
業種別売上構成									
金融	24%	23%	22%	20%	19%	19%	19%	23%	23%
不動産	13%	14%	16%	15%	14%	14%	14%	15%	15%
人材教育	15%	15%	16%	16%	17%	17%	16%	14%	14%
化粧品・美容	13%	13%	9%	12%	14%	12%	11%	14%	14%
情報サイト・メール	7%	10%	7%	7%	9%	9%	14%	9%	6%
その他	28%	27%	30%	29%	28%	28%	27%	25%	28%
従業員数(派遣含む)	468	455	444	506	529	533	549	631	627
正社員	364	351	356	414	442	454	471	545	555
非正社員	104	104	88	92	87	79	78	86	72

\*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。