

---

# 株式会社オプト

## 2008年12月期第1四半期 決算説明資料



2008/5/16

## 目次

---

- 第1四半期決算サマリー
- 戦略進捗
- 通期業績予想
- 中期戦略と今後の展望
- 参考資料



# 第1四半期決算サマリー

(2008/1 ~ 3)

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

# 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)

# 2008年度第1四半期の概況

2008年の戦略どおり、シェア拡大を実現

## 連結業績ハイライト

	2008/Q1	前年 同期比
売上高	10,451	+26%
営業利益	280	-15%
純利益	-206	- (前年167)

## < 主なポイント >

### 主に広告事業分野が拡大

- ✓ 単体リスティング +33%
- ✓ 単体純広等 +20%
- ✓ クラシファイド  
(不動産広告) +57%

### 要因は、売上総利益率低下と販管費増

- ✓ 比較サイトの事業縮小
- ✓ 期末需要の取り込み
- ✓ 連単で人件費・開発費等増加

### 特殊要因で純損失となる

- ✓ 投資有価証券減損で特別損失計上

# 前年同期との業績変化要因

## 単体

市場シェアを順調に拡大

	07/Q1	08/Q1	主な要因
売上高	+24%		広告取扱拡大
売上総利益	+11%		比較サイト事業縮小等
売上総利益率	18.2%	16.3%	
販管費	+17%		人件費増加等
営業利益	-11%		

## 連結子会社(連単の差)

クラシファイドの不動産物件情報取り扱いが大躍進

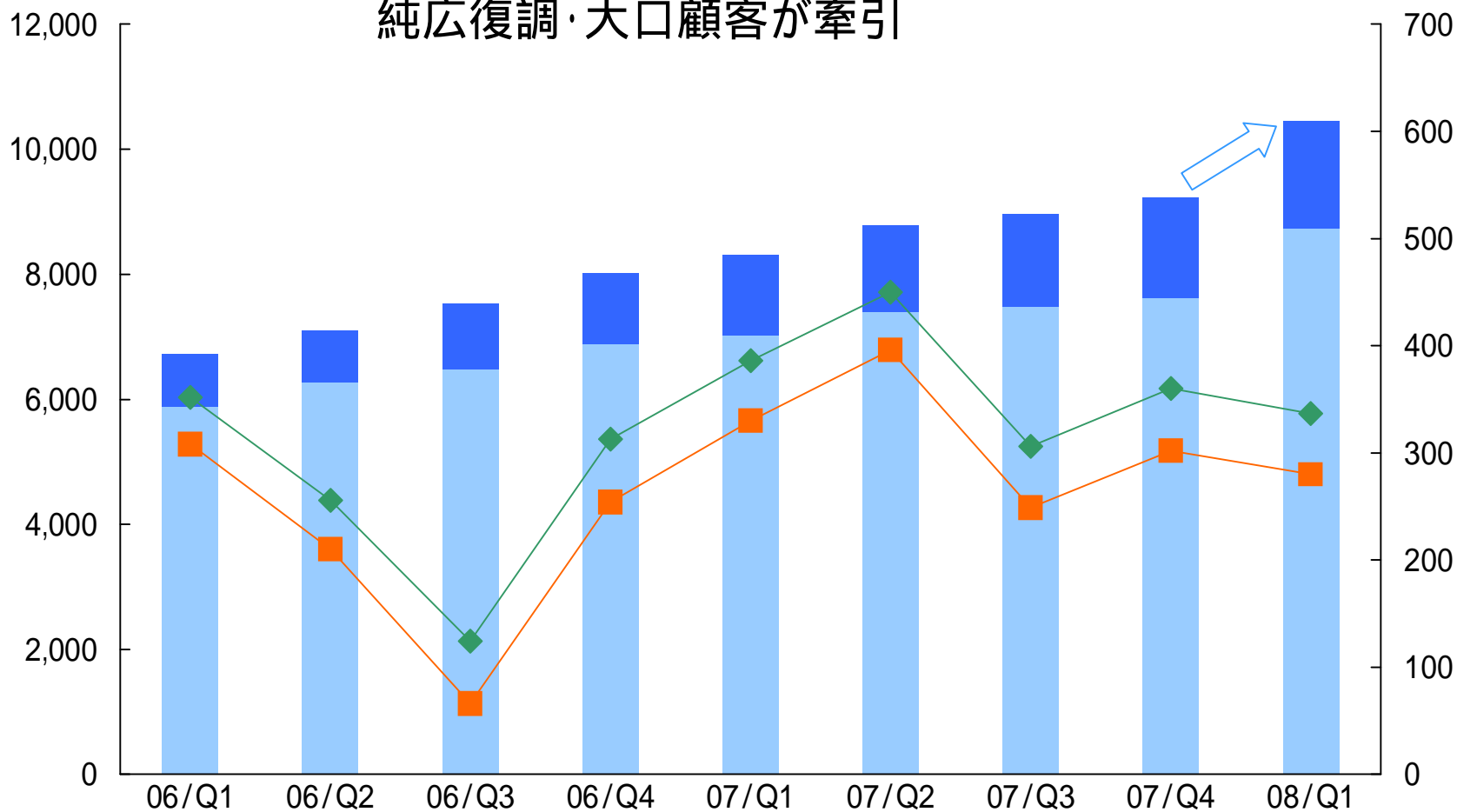
	07/Q1	08/Q1	主な要因
売上高	+33%		クラシファイド拡大
粗利益	+17%		クラシファイド構成比率 拡大等
売上総利益率	34.7%	30.5%	
販管費	+26%		人件費・研究開発費増
営業利益	-31%		

## 連結

売上高	+26%
EBITDA	-13%
営業利益	-15%

# 四半期業績推移

連続増収で過去最高の売上高を記録、  
純広復調・大口顧客が牽引



■ 子会社売上高*	849	826	1,049	1,137	1,288	1,377	1,489	1,605	1,712
■ 単体売上高	5,877	6,274	6,489	6,879	7,025	7,406	7,471	7,621	8,738
◆ EBITDA (右軸)	352	256	124	313	386	450	306	360	337
■ 営業利益 (右軸)	308	210	66	254	330	396	249	302	280

\*連結売上高と単体売上高の差額を記載しております。

# 2008年度の開示セグメント

## 広告事業分野とコンテンツ事業分野を再編成

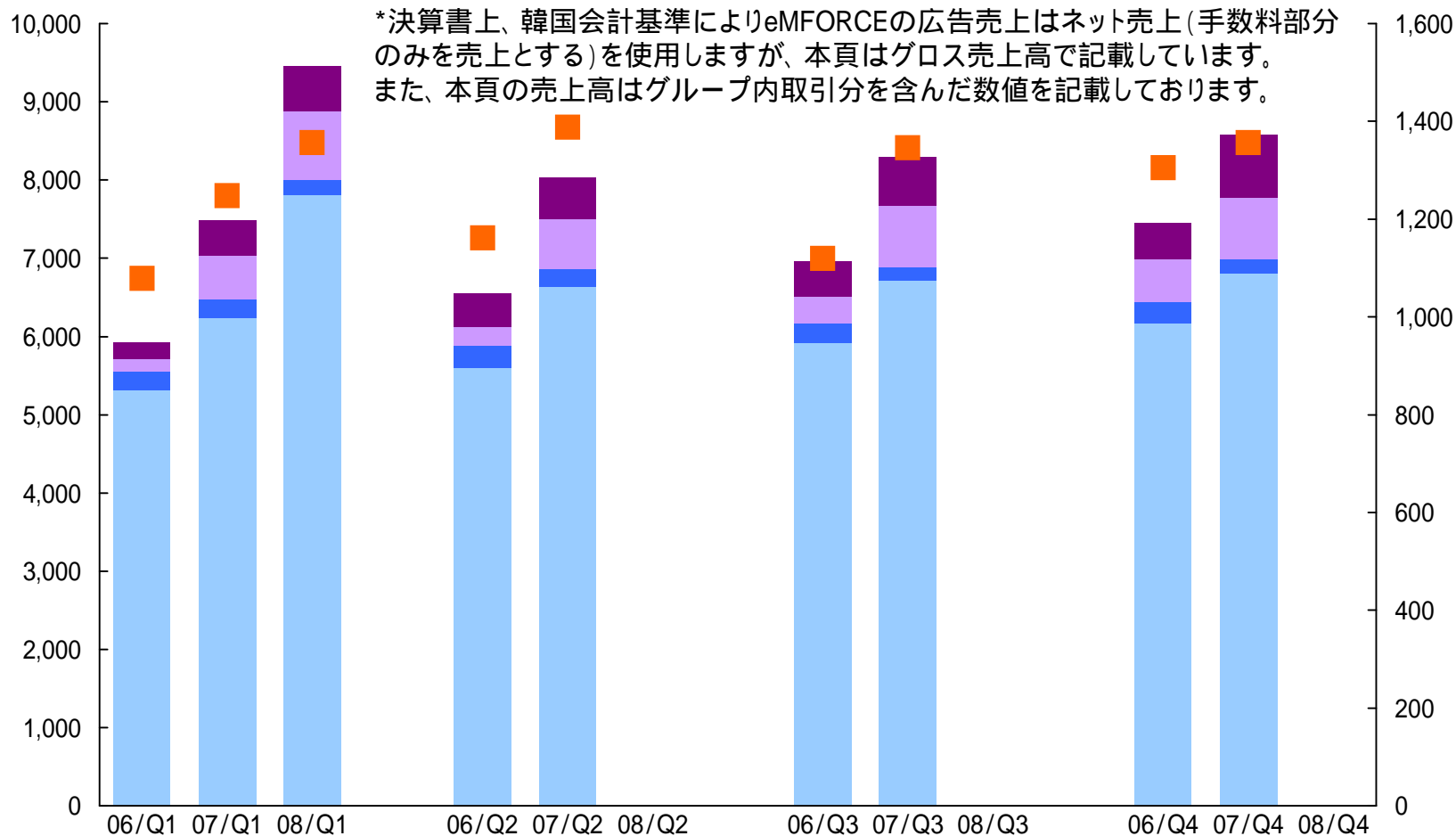
セグメント	2007まで	2008より
B2B事業	広告代理事業分野 他社媒体	広告事業分野 他社媒体 + 自社媒体 + クラシファイド
	テクノロジー事業分野 ADPLANなどASP/パッケージソフト	テクノロジー事業分野 ADPLANなどASP/パッケージソフト
	ソリューション事業分野 制作・SEOなど受託型サービス	ソリューション事業分野 制作・SEOなど受託型サービス
	コンテンツ事業分野 ALBA + 比較サイト + クラシファイド	
B2C事業	コンテンツ事業分野 ALBA + 比較サイト + クラシファイド	コンテンツ事業分野 ALBAのみ



# 広告事業分野

単体広告代理・クラシファイドで取扱高大幅伸長、  
モバイル・純広等復調、過去最高の売上高を記録

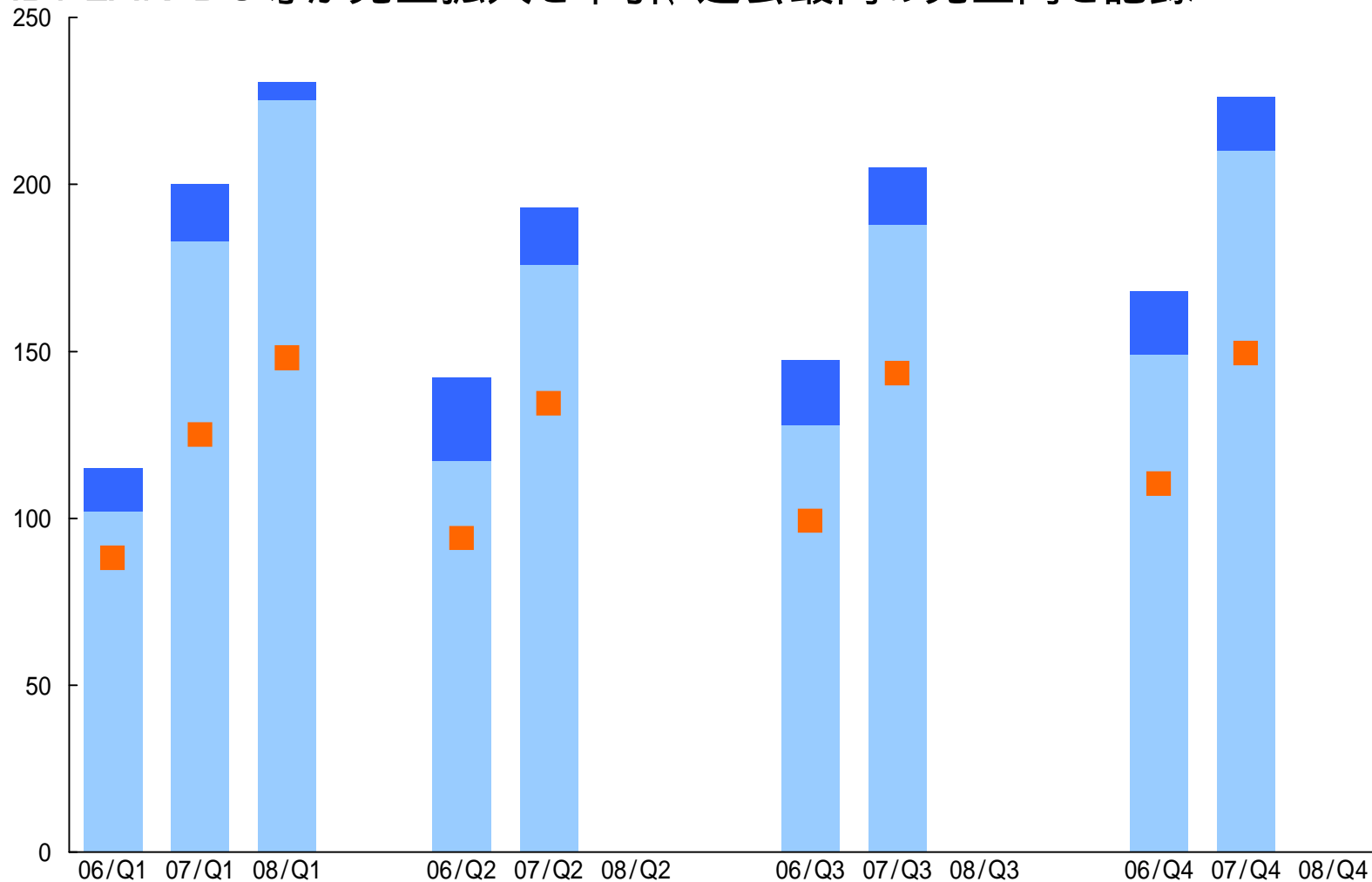
\*決算書上、韓国会計基準によりeMFORCEの広告売上はネット売上(手数料部分のみを売上とする)を使用しますが、本頁はグロス売上高で記載しています。また、本頁の売上高はグループ内取引分を含んだ数値を記載しております。



子会社売上高(eMFORCE)	212	446	579	422	526		447	619		464	803	
子会社売上高(クラシファイド)	154	562	882	247	636		348	788		535	781	
単体売上高(比較サイト等)	249	242	189	282	230		245	179		282	179	
単体売上高(広告代理)	5,312	6,237	7,810	5,600	6,636		5,922	6,709		6,169	6,812	
売上総利益	1,078	1,248	1,356	1,161	1,388		1,119	1,345		1,305	1,356	

# テクノロジー事業分野

PC向けADPLANが引き続き堅調に推移、2007年にリリースのADPLAN DS等が売上拡大を牽引、過去最高の売上高を記録

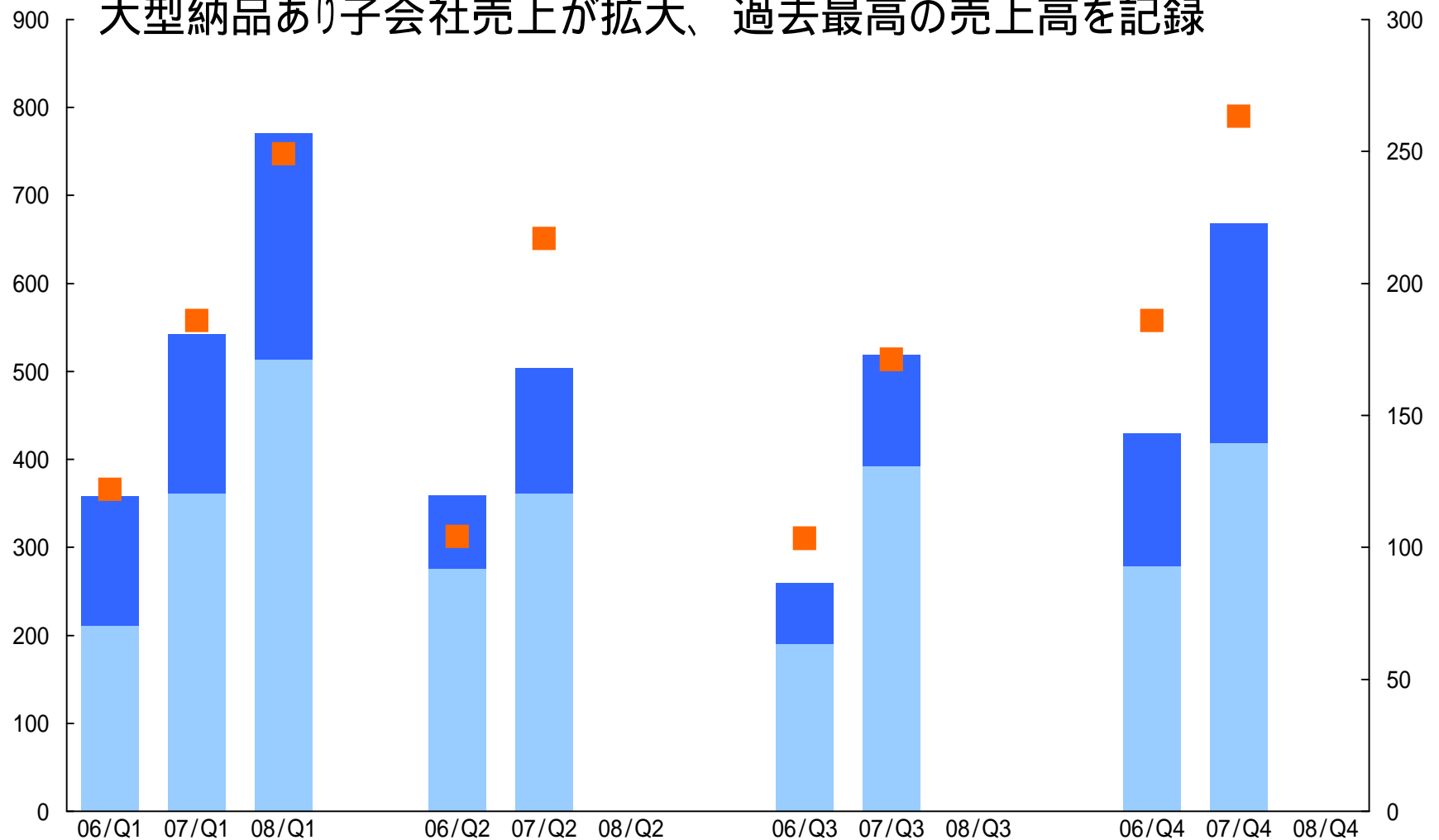


■ 子会社売上高 (eMFORCE)	13	17	5	25	17	19	17	19	16
■ 単体売上高	102	183	225	117	176	128	188	149	210
■ 売上総利益	88	125	148	94	134	99	143	110	149

\*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

制作が案件大型化するとともにSEOが堅調に推移、ホットリンクも大型納品あり子会社売上が拡大、過去最高の売上高を記録

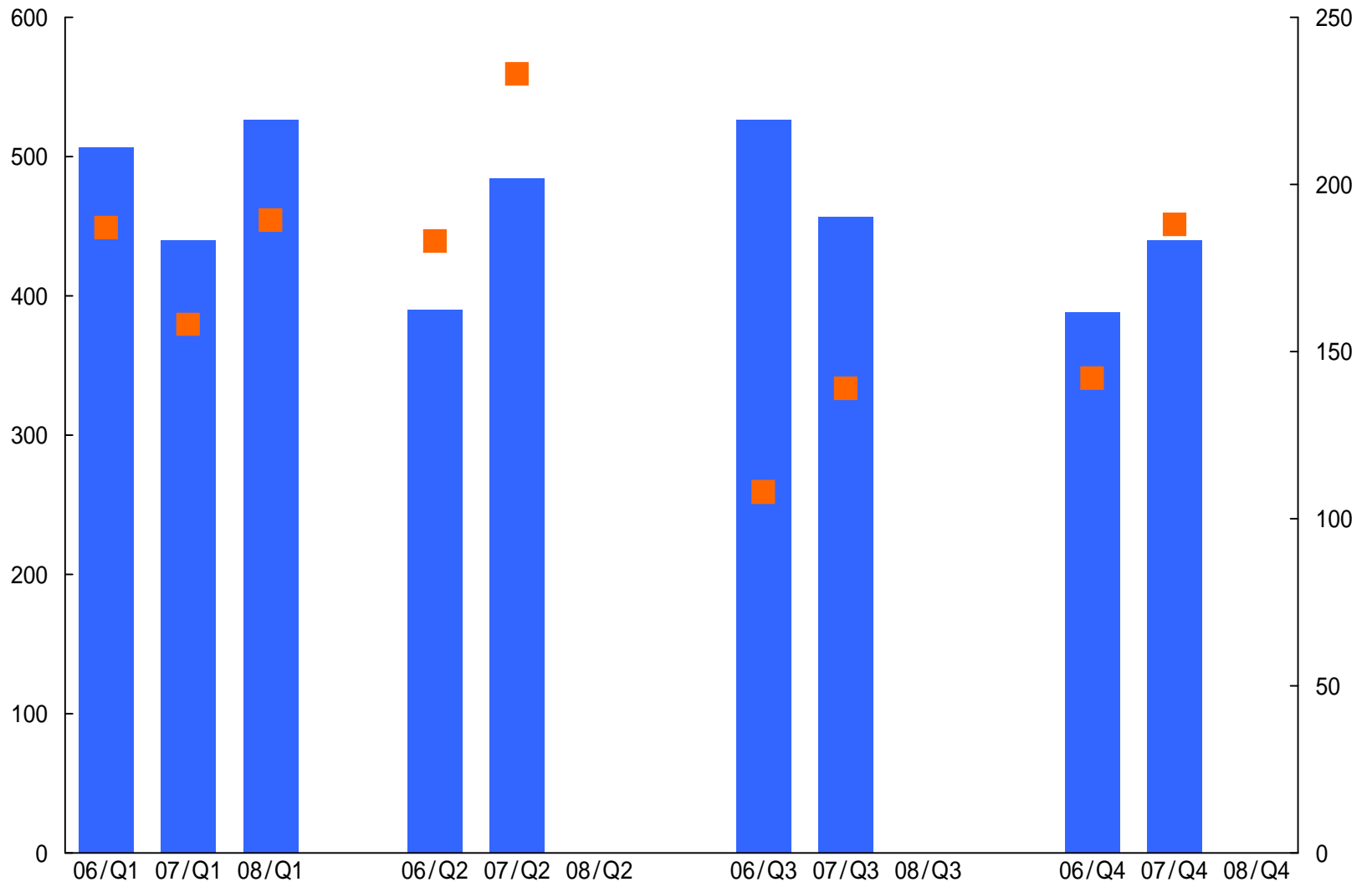


■ 子会社売上高*	148	181	257	84	142	69	126	151	249
■ 単体売上高	211	361	514	275	362	191	393	278	419
■ 売上総利益	122	186	249	104	217	103	171	186	263

\*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)

雑誌販売・広告受注ともに好調

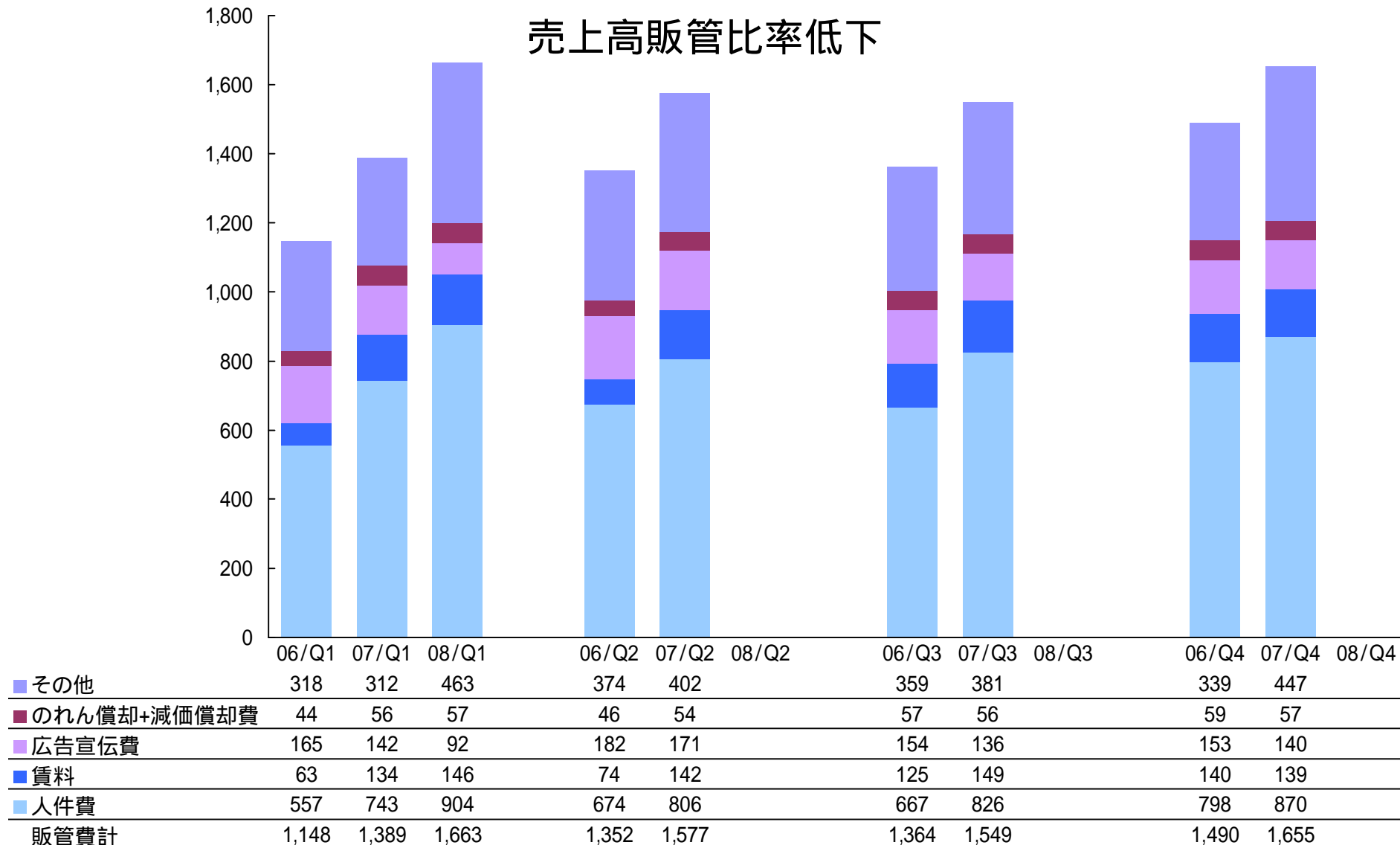


■ 子会社売上高 (ALBA)*	506	440	526	390	484		526	457		388	440	
■ 売上総利益	187	158	189	183	233		108	139		142	188	

\*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

連単ともに人件費が増加、比較サイト縮小に伴い広告宣伝費が減少、  
売上高販管比率低下



\*前回の決算説明資料(2008年2月15日付)と一部異なっておりますが、上記が正しい数値となっております。前回の資料では、減価償却費(販管費)の原価への一部振替えが決算説明資料に、記載上正しく反映されなかったためです。財務諸表等には変更はございません。

# (まとめ) 成果とトピックス

広告事業を中心に戦略どおりシェア拡大を実現

< 事業区分 >

< 主な成果とトピックス >

広告事業分野	(成 果) 純広告が復調するとともに、リスティング・クラシファイドが継続拡大、売上過去最高となる (トピックス) 電通と大型クロスメディア案件を実施
テクノロジー事業分野	(成 果) 既存PC向け効果測定システムその他、配信システム等が牽引し、売上過去最高となる (トピックス) ADPLANシリーズをプラットフォーム化、配信システムで広告在庫管理サービス開始
ソリューション事業分野	(成 果) 制作・SEOとともに順調、ホットリンクのブログソリューションも拡大し、売上過去最高となる (トピックス) SEOサービスラインナップ拡張、動画共有サイトでのプロモーション最適化サービス開始
コンテンツ事業分野	(成 果) 雑誌販売、広告受注とともに好調であり、前年比で売上、利益ともに拡大 (トピックス) 女性向けゴルフファッション誌Reginaの春号を発刊、ゴルフ関連以外の広告主も開拓

---

# 戰略進捗

# 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

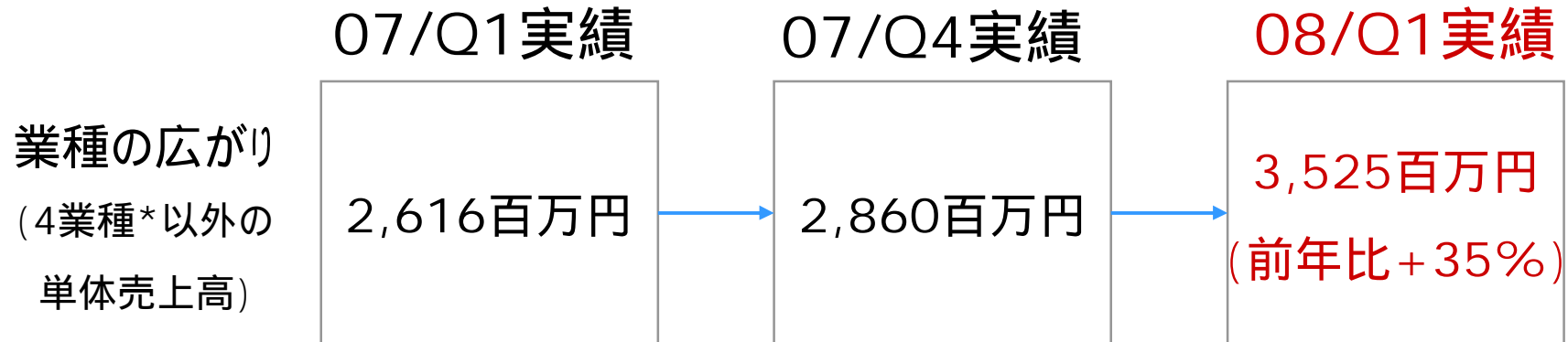
### 協業面

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(業種・単価)



情報サイト等からの大型案件受注で取扱拡大、営業新組織も順調な立ち上がり



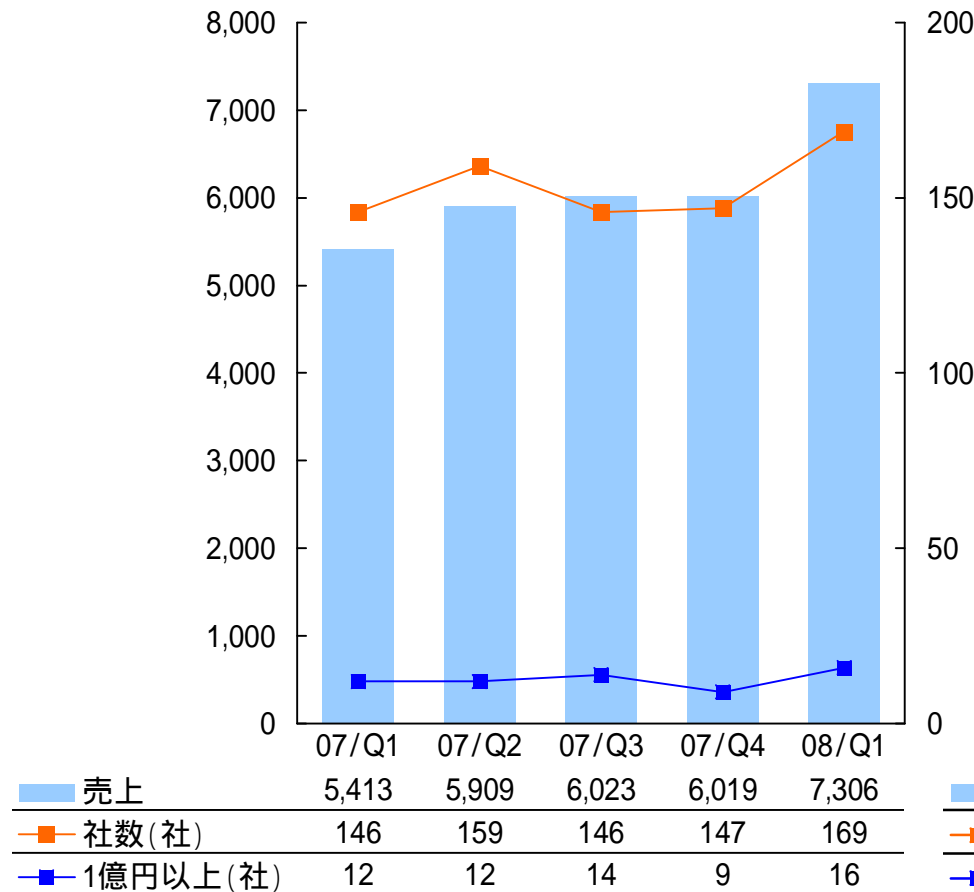
重点顧客の拡大、中小顧客との取引見直しの両施策順調

\*4業種 = 金融、不動産、人材教育、化粧品・美容

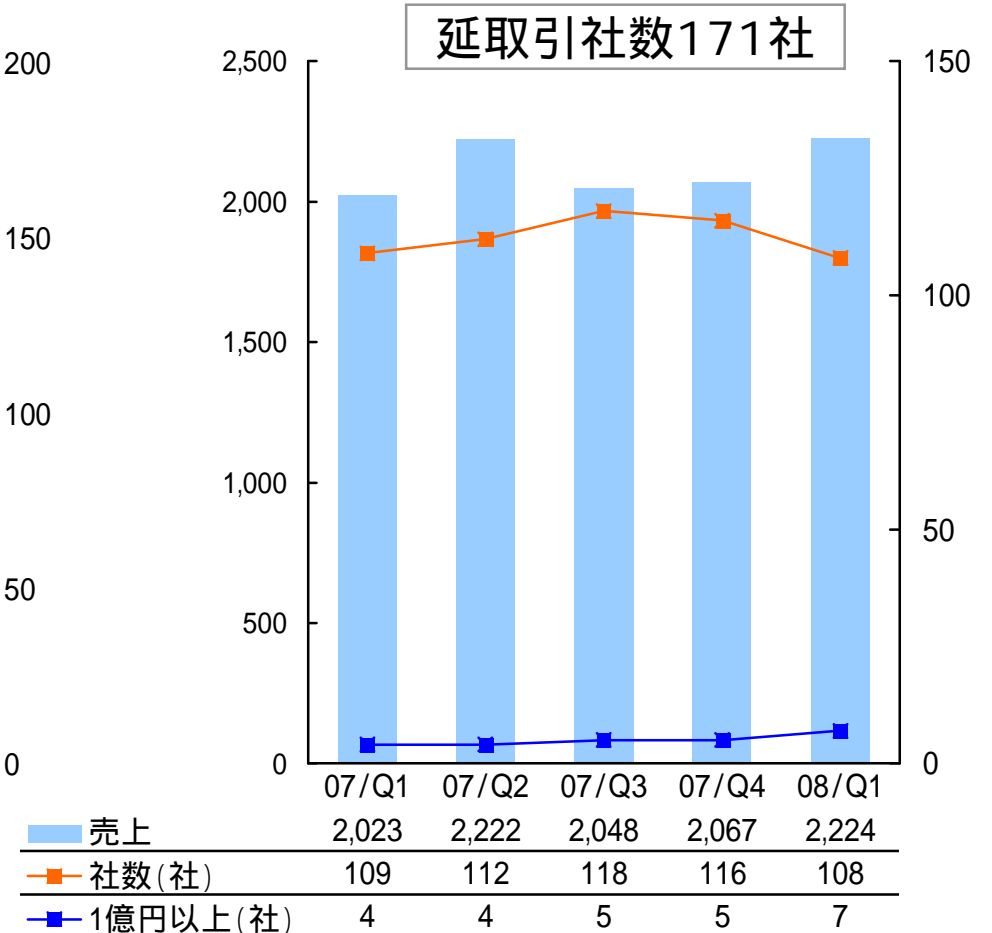
# 顧客面の進捗(大手大口顧客開拓)

大口顧客・ナショナルクライアントともに、取引大型化に成功

## 大口顧客 売上・社数推移



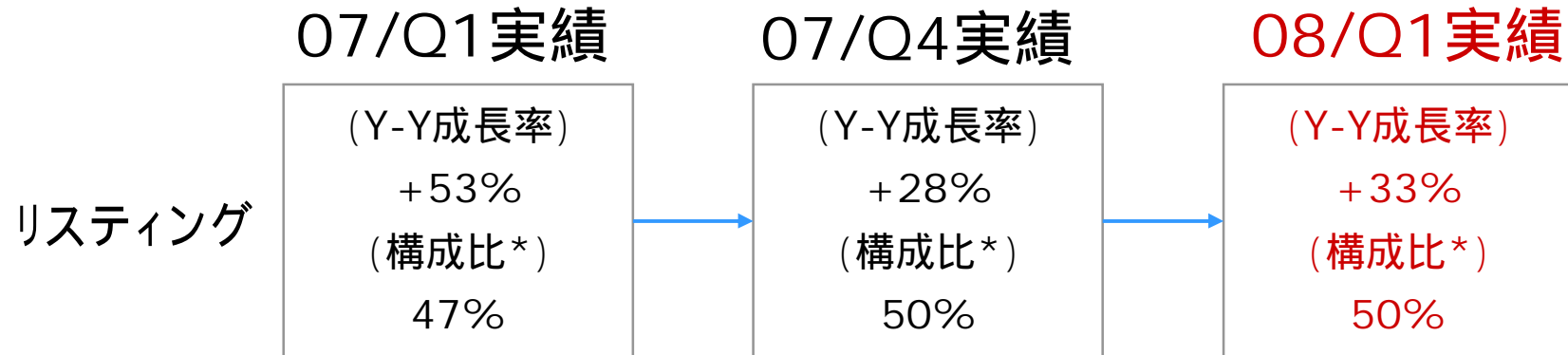
## ナショナルクライアント売上・社数推移



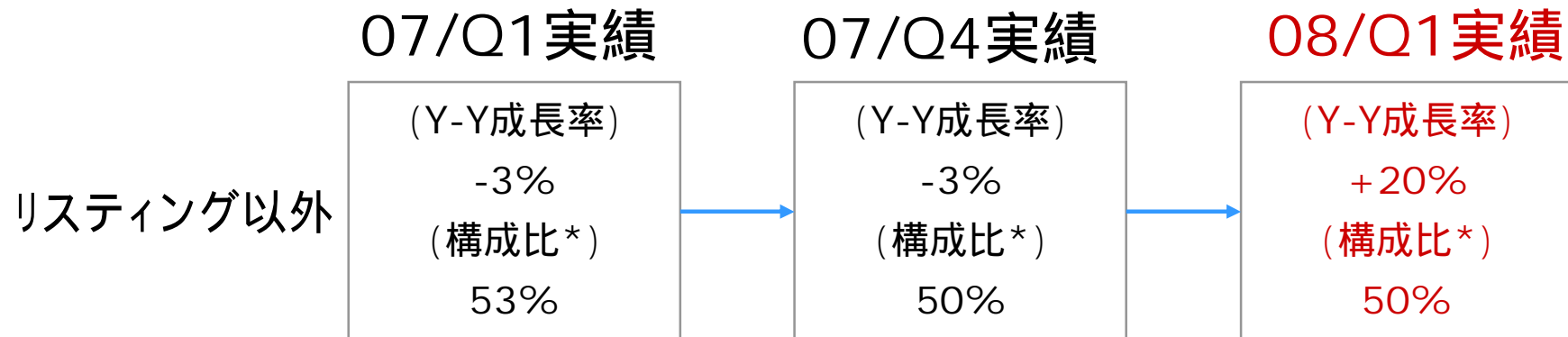
大口取引先定義: 四半期の取扱が1千万円以上

ナショナルクライアント定義: 日経広告研究所調べによる広告費上位500社

# 商品面の戦略進捗



継続拡大

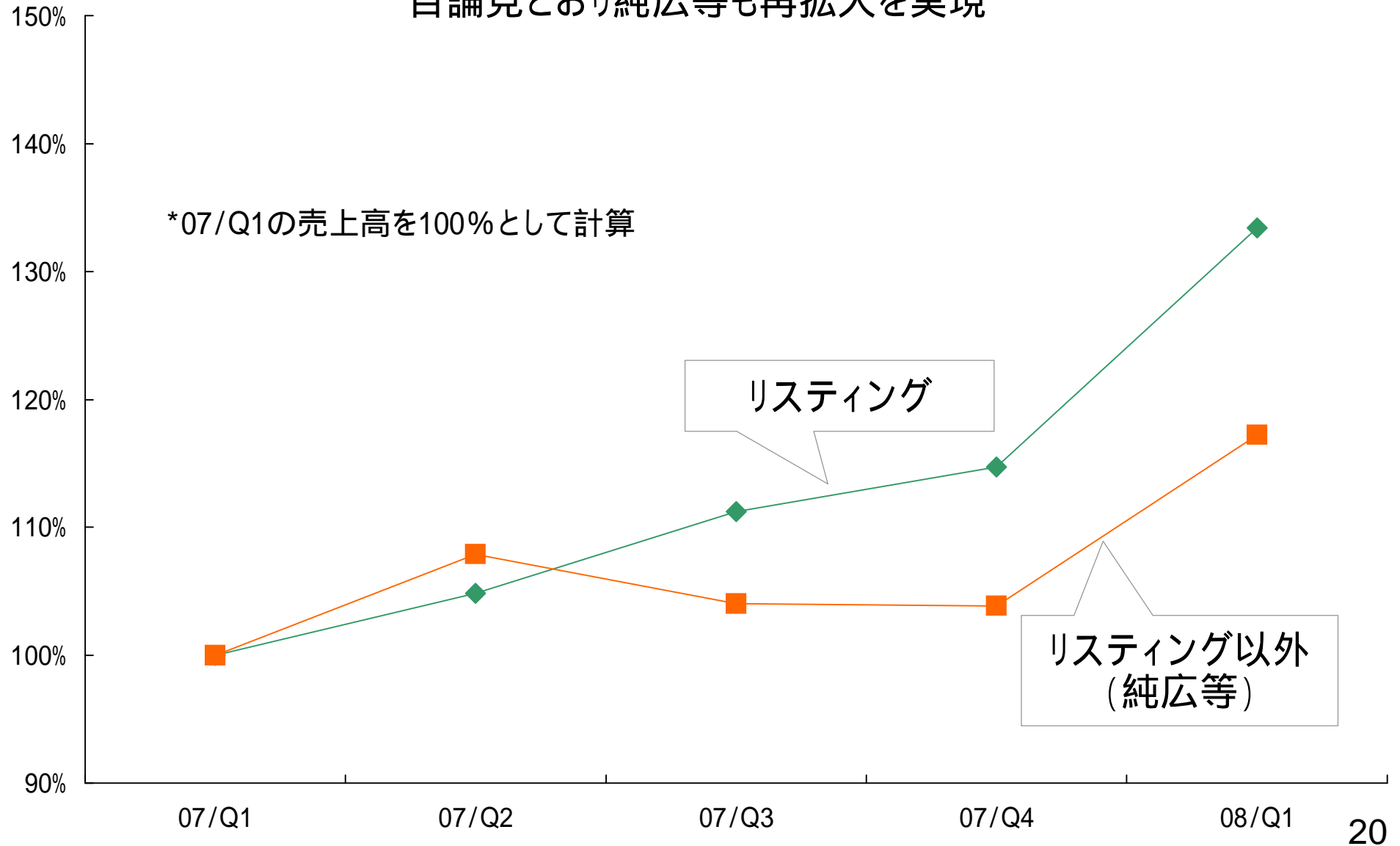


モバイル・純広等が順調に拡大

\*単体広告事業分野売上高に対する構成比

# 単体広告売上高推移

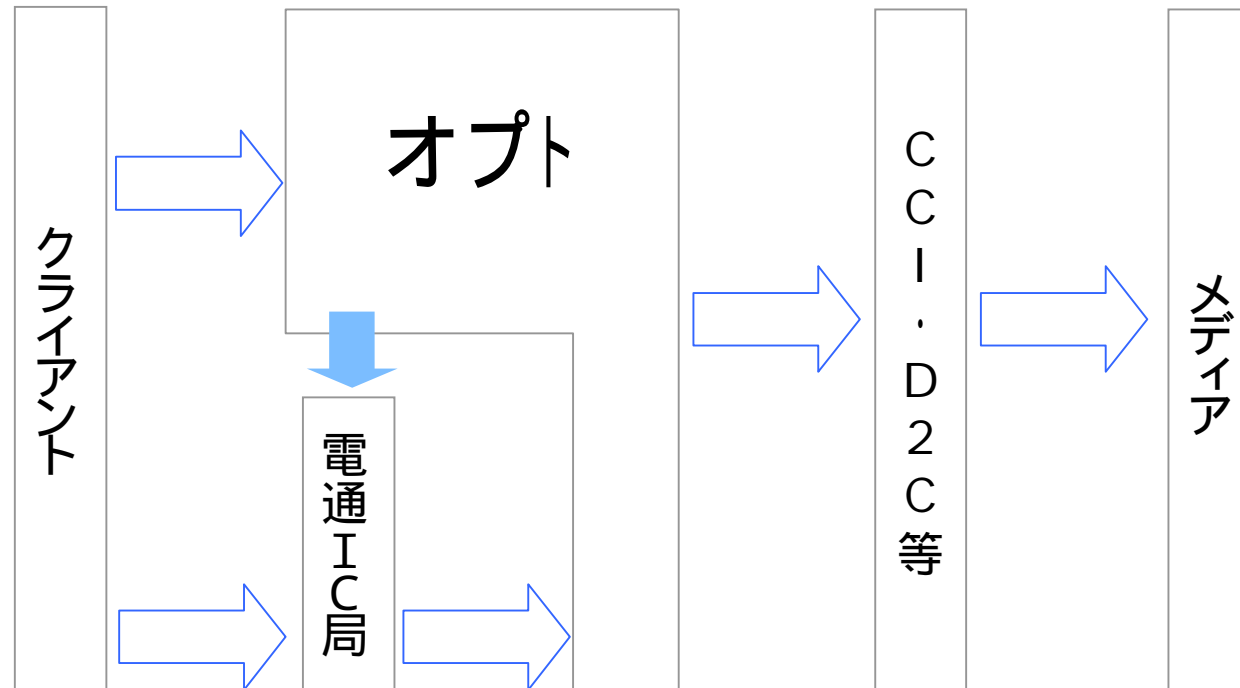
リスティング広告が大幅拡大するとともに、  
目論見どおり純広等も再拡大を実現



## 協業面の進捗(電通との協業)

- ✓ 3月4日をもって、電通の公開買付けが完了し、当社の筆頭株主(持株比率35%)となる
- ✓ 1月～3月に提携スキームを協議・決定
- ✓ 4月1日より当社社員24名を電通IC局に出向完了  
提携本格開始
- ✓ 地域電通との協業も順調に進展

## 協業の主なスキーム



4月よりオプトから電通IC局へ24名の出向(10月までに約50名出向を予定)、電通クライアントへの提案開始

オプトクライアント( )、電通IC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

## 期待される効果

- ✓ 電通クライアントの開拓  
電通とともに、ナショナルクライアントのネット広告需要を開拓  
売上高の大幅増加、取引大型化・発注単価の大幅増加から、  
効率性が向上
- ✓ メディアバイイングの集約・強化  
オプト・電通のメディアバイイングを集約化  
共同メディア企画や買切りなどで、中期的な利益構造改善
- ✓ 企画力・提案力の強化  
当社社員の電通出向により、「マス広告」ノウハウの習得や  
「クロスメディア」提案・手法を共同で開発  
オプトクライアントへの活用により競業他社との差別化、競争  
優位性向上



---

# 業績予想



## 2008年度業績予想

- ✓売上高は、営業戦略および電通協業効果により広告売上が大幅増
- ✓営業利益・経常利益は、上期は協業当初の人員増等により対前年で減少も、下期の電通協業効果と増強した人員の戦力化で大幅回復
- ✓純利益は、主に投資有価証券評価損等により減少

		連結	前期比	単体	前期比
売上高	中間	22,500	32%	19,000	32%
	通期	55,500	57%	48,000	63%
営業利益	中間	560	-23%	400	-18%
	通期	1,570	23%	1,210	47%
経常利益	中間	530	-23%	410	-14%
	通期	1,490	26%	1,210	48%
当期純利益	中間	-100	-	-135	-
	通期	460	-33%	335	-39%

\*平成20年3月19日に公表いたしました投資有価証券評価損を中間、通期共に織り込んでおります。

## セグメント別 通期連結売上高

広告事業がオプト単体の独自成長・電通協業効果と  
クラシファイド拡大により大幅増収となる、注力分野であるテクノロジーも高成長

区分	2008	2007*	前期比
通期連結売上高	55,500	35,285	+57%
広告	49,700	30,398	+63%
テクノロジー	1,100	826	+33%
ソリューション	2,600	2,237	+16%
コンテンツ	2,100	1,822	+15%

\*2007年度の売上高は、2008年度の開示セグメント基準に振り替えています。

## 電通協業効果について

従来のオプトとしても19%の売上増と、市場成長水準の拡大を見込む、  
電通協業効果は08/Q3以降より本格化する見込み

	オプト独自	前期比	電通協業*	合計	前期比
単体売上高	35,000	+19%	13,000	48,000	+63%
子会社売上貢献(連単の差)	7,500	+30%	-	7,500	+30%
連結売上高	42,500	+20%	13,000	55,500	+57%

\*電通協業分は業務提携強化に伴い、4月以降に当社売上として計上される金額を指します。  
上記売上の予想数字はあくまで当社による独自の予測であり、株式会社電通との間で現時点  
で取り決めた金額ではなく、最終的に変動する可能性があることにご留意ください。

---

# 中期戦略と今後の展望

# ネット広告市場とオプトの戦略

- ✓ ネットメディアの領域は今後も力強い伸長が望める  
ネットを中心とした新業態(クライアント)の出現、メディア新商品の開発、  
モバイル等PC以外の伸長  
さらにナショナルクライアントによるネットの積極活用、  
クロスメディアキャンペーンの本格化
- ✓ オプトはネットメディアのシェア大幅拡大に加え、制作の更なる強化、および  
テクノロジー、SEO等日本の広告費に含まれない領域でも成長を目指す。

日本の広告費: 約7兆円 \*1

広告周辺領域

- ✓ ネットメディア広告  
約4,600億円(2007年\*1)  
約6,900億円(2010年\*2)
- ✓ ネット制作費  
約1,400億円(2007年\*1)



- ✓ テクノロジー  
ネット広告効果測定ツール市場  
約20億円(2006年\*3)  
約120億円(2012年\*3)
- ✓ ソリューション(SEO等)  
SEO市場  
約100億円(2007年\*4)  
約176億円(2011年\*4)
- ✓ マーケティング
- ✓ コンサルティング 等

\*1 電通調べ、\*2 電通総研調べ、\*3 シードプランニング調べ、\*4 アウンコンサルティング調べ

# 中期方針

## ✓ クライアントポートフォリオ



自社による開拓および電通との協業により、  
ナショナルクライアント比率を高める

## ✓ サービスポートフォリオ



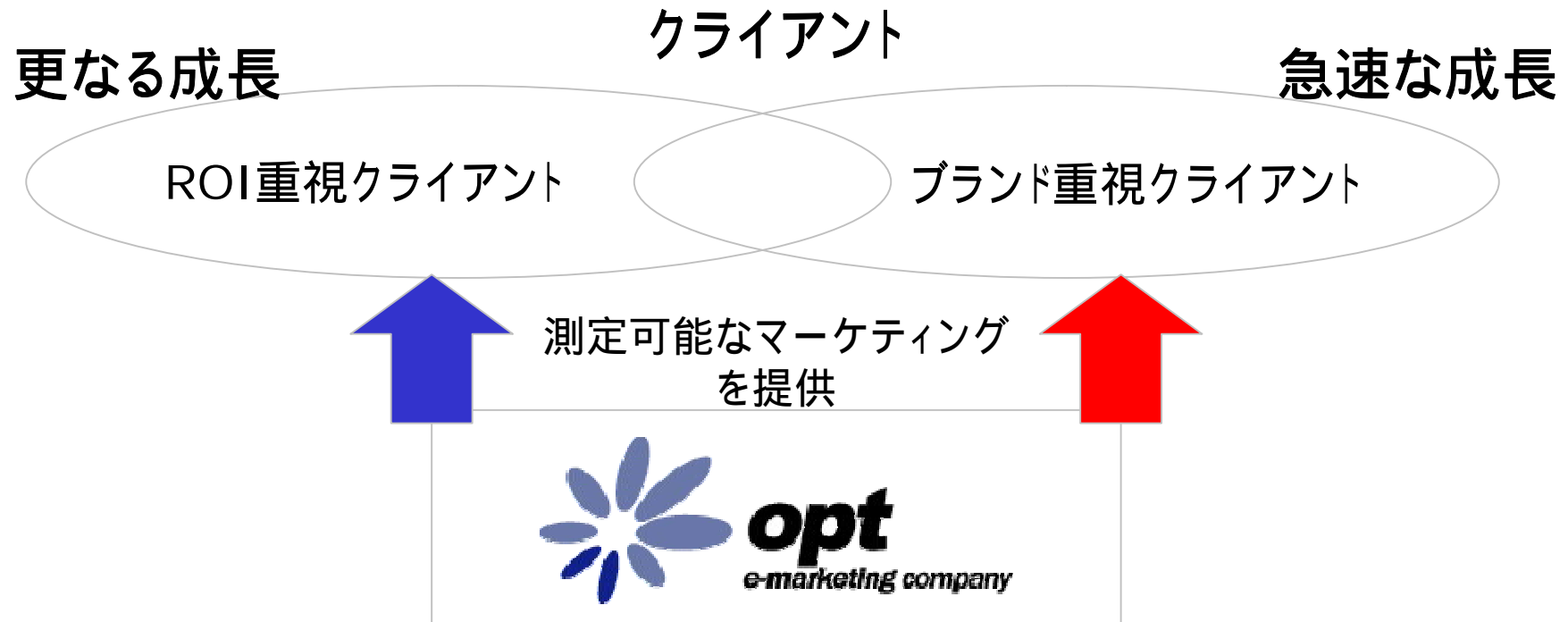
メディア売上伸長に加え、テクノロジー・ソ  
リューション(広告効果測定ツール・SEO・  
制作等)領域をより加速度的に成長

## ✓ 地域ポートフォリオ



国内にとどまらず「アジアのオプト」を標榜し、  
韓国・中国・インド等へ積極展開

# オプトのクライアント・サービス



- ✓ 最先端メディア・SEM提案力
- ✓ テクノロジーによる検証力
- ✓ グループによるソリューション力(SEO、レコメンド他)

- ✓ 最先端クロスメディア提案力(電通と協力)
- ✓ ブランディング実現に向けた制作力
- ✓ テクノロジーによる検証力

## オプト 新ブランドスローガン

- ✓ 新社長体制、電通との新スキーム等、新たなフェーズを目指すとき
- ✓ 国内にとどまらず、アジアに向けた新たなチャレンジ
- ✓ これまで使用してきた「e-marketing Company」をよりわかりやすく



最先端の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 148,492株(2008年3月末現在)
- 資本金 7,587百万円(同上)
- 従業員数 501名(同上 単体正社員のみ)
- 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

# 主要グループ会社概要

社名	事業内容	持分比率	08/3末連結状況
クラシファイド	「Yahoo!不動産新築物件情報」代理店 などクラシファイド型広告の企画販売	66.0%	連結子会社
クロスフィニティ	SEOサービス	66.7%	連結子会社
ホットリンク	プログソリューションなど企画・開発・販売	59.6%	連結子会社
eMFORCE, Inc.	韓国のネット広告代理店	70.0%	連結子会社
ALBA	ゴルフ誌ALBA + オンラインゴルフサービス	100.0%	連結子会社
葵オプトビジュアル マーケティング (呼称:A×O)	ネット専門動画コンテンツ制作	65.0%	非連結子会社
アドバゲーミング	オンラインゲーム内広告企画	50.0%	持分法非適用関連会社
その他グループ企業	ペットゴー(持分法適用関連会社)、TradeSafe(持分法適用非連結子会社)、 北京欧芙特信息科技有限公司、メディアライツ など		

# オプトのビジネスモデル

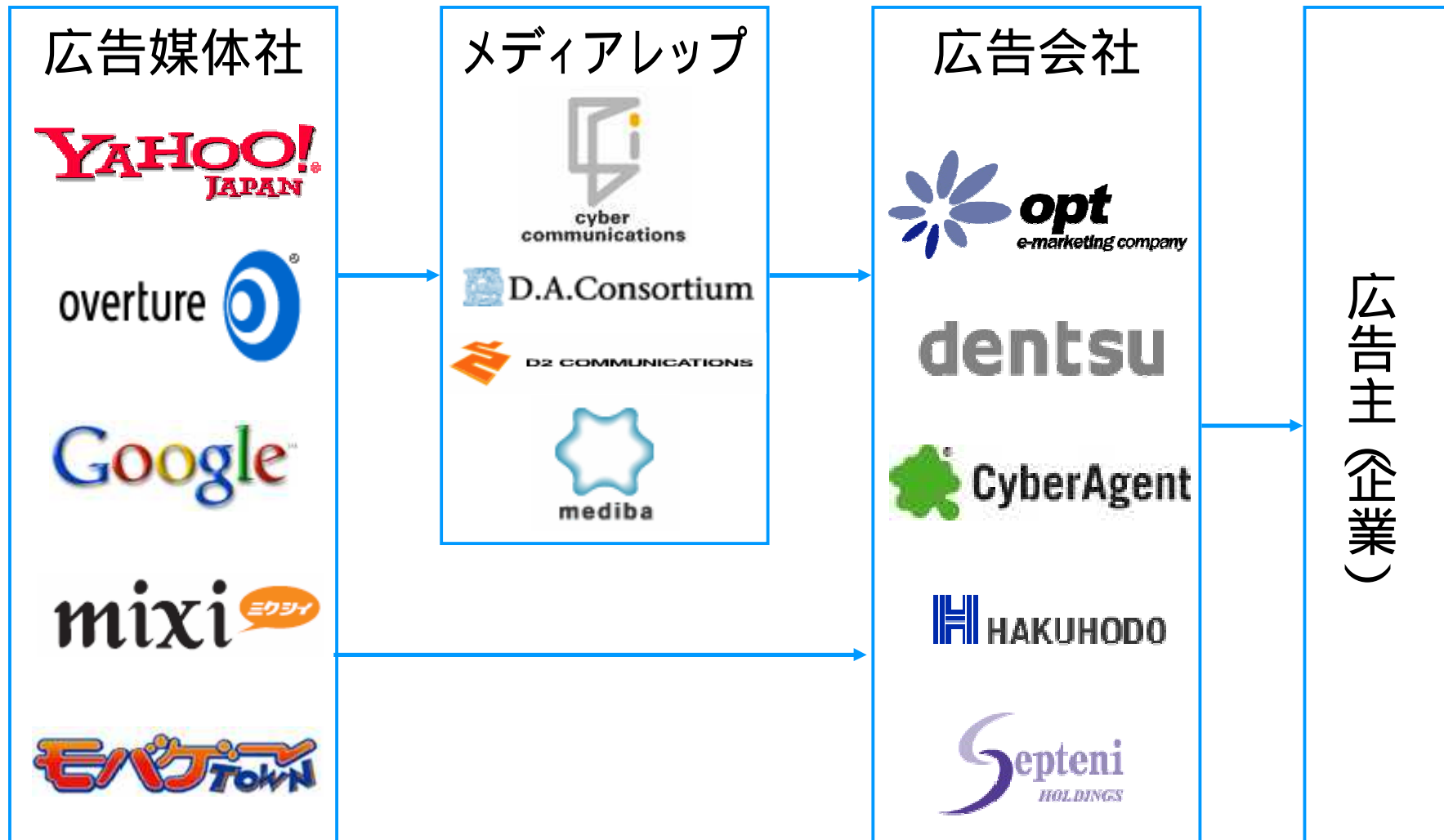


→ 主な収益の流れ

主要グループ各社カバー領域( 2008/3非連結)

# ネット広告事業の一般的なビジネスモデル

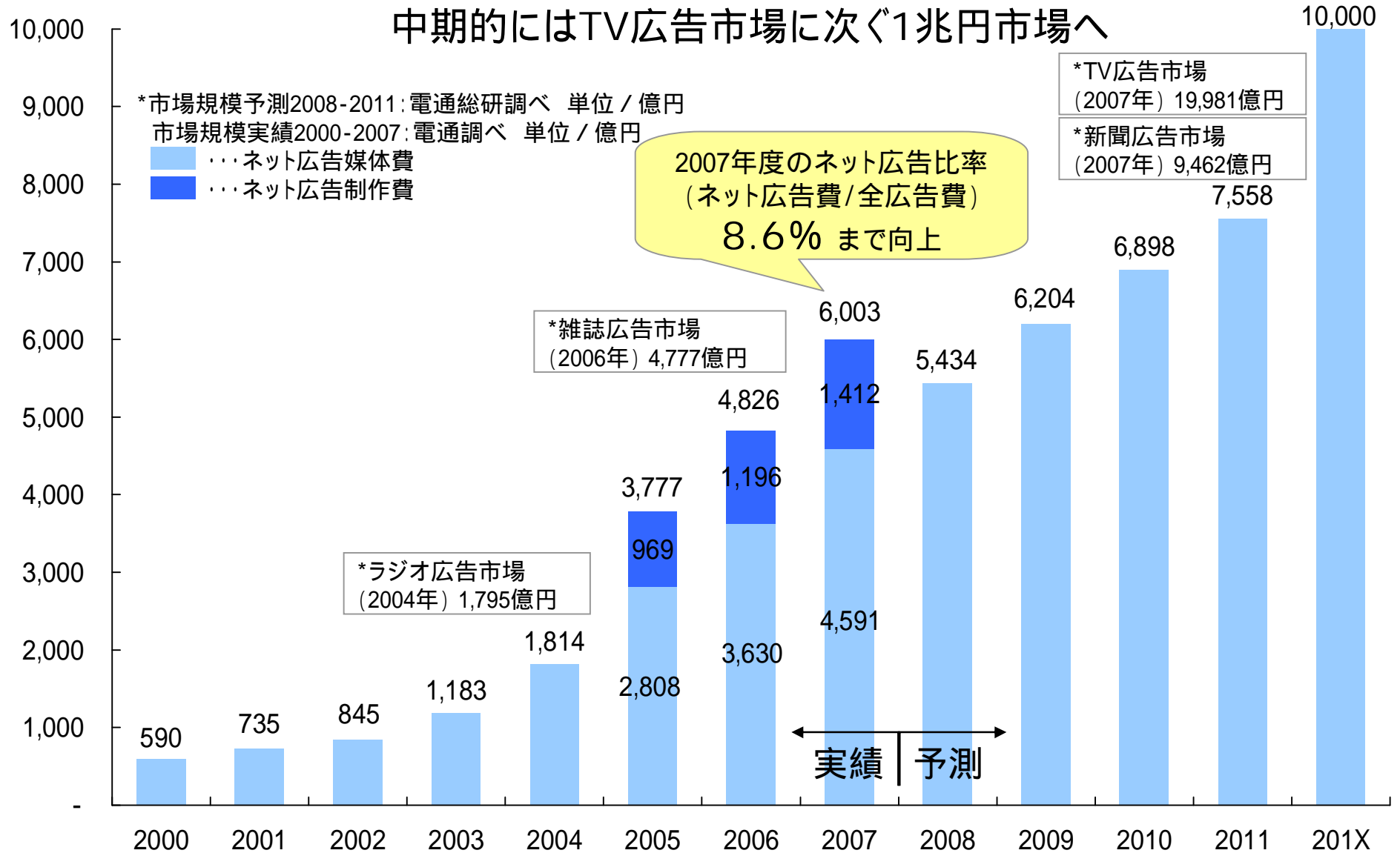
代理店は媒体社またはメディアレップから広告枠を仕入れ広告主に販売する



# 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(1-3月)

	2008/Q1	2007/Q1	増減
売上高	10,451	8,314	+26%
売上総利益	1,943	1,723	+13%
販管費	1,663	1,393	+19%
EBITDA	337	386	-13%
営業利益	280	330	-15%
経常利益	266	315	-16%
純利益	-206	167	-

## 単体損益計算書概要(1-3月)

	2008/Q1	2007/Q1	増減
売上高	8,738	7,025	+24%
売上総利益	1,422	1,277	+11%
販管費	1,192	1,020	+17%
営業利益	229	256	-11%
経常利益	237	247	-4%
純利益	-214	141	-



## 連結貸借対照表概要

	2008/3末	2007/3末	増減
流動資産	20,362	14,020	+45%
(現預金)	{12,750}	{7,388}	(+73%)
固定資産	3,650	4,249	-14%
繰延資産	21	19	+9%
資産合計	24,034	18,290	+31%
流動負債	8,617	7,369	+17%
固定負債	224	894	-75%
負債合計	8,842	8,264	+7%
純資産合計	15,192	10,025	+52%

## 連結キャッシュ・フロー計算書概要(1-3月)

	2008/Q1	2007/Q1
営業キャッシュ・フロー	-214	-252
投資キャッシュ・フロー	-190	-259
財務キャッシュ・フロー	-120	-113
現金同等物増減	-555	-627
現金同等物残高	12,558	7,282

営業キャッシュ・フローの主な要因

売上債権の増加 -1,167百万円、仕入債務の増加 +884百万円 など

投資キャッシュ・フローの主な要因

無形固定資産の取得 -138百万円 など

財務キャッシュ・フローの主な要因

長期借入金の返済 -113百万円 など

# 単体経営指標の推移

	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4	07/Q1	07/Q2	07/Q3	07/Q4	08/Q1
売上高	5,877	6,274	6,489	6,879	7,025	7,406	7,471	7,621	8,738
売上総利益	1,136	1,193	1,107	1,306	1,272	1,392	1,325	1,376	1,422
営業利益	288	190	105	223	256	228	170	167	229
経常利益	282	178	102	217	247	226	182	159	237
販管費(百万円)	847	1,002	1,001	1,082	1,016	1,163	1,154	1,209	1,192
人件費	440	531	509	650	579	643	646	668	701
賃料	43	52	104	112	110	111	118	111	115
広告宣伝費	158	171	145	117	123	137	118	112	68
減価償却費	7	10	20	24	20	18	21	24	19
その他	197	236	222	177	181	253	250	292	287
取引社数	1,000	1,145	1,107	1,252	1,161	1,230	1,182	1,217	1,135
新規取引社数	183	260	176	249	146	207	157	201	139
リピート取引社数	817	885	931	1,003	1,015	1,023	1,025	1,016	996
取引1000万円以上社数	105	111	121	143	146	159	146	147	169
同 未満	895	1,034	986	1,109	1,015	1,071	1,036	1,070	966
業種別売上構成									
金融	23%	29%	24%	23%	22%	20%	19%	19%	19%
不動産	16%	13%	13%	14%	16%	15%	14%	14%	14%
人材教育	17%	16%	15%	15%	16%	16%	17%	17%	16%
化粧品・美容	11%	11%	13%	13%	9%	12%	14%	12%	11%
情報サイト・メール	7%	8%	7%	10%	7%	7%	9%	9%	14%
その他	27%	24%	28%	27%	30%	29%	28%	28%	27%
従業員数(派遣含む)	346	457	468	455	455	506	529	533	549
正社員	256	349	364	351	356	414	442	454	471
非正社員	90	108	104	104	88	92	87	79	78

\*2007年度の売上総利益と販管費が前回の決算説明資料(2008年2月15日付)と一部異なっておりますが、今回の説明会資料が正しい数値となっております。前回の資料では、減価償却費(販管費)の原価への一部振替えが決算説明資料に、記載上正しく反映されなかったためです。なお、財務諸表および決算短信には変更はございません。

\*従業員数は、出向者を控除した人数を記載しております。07/Q4の正社員数を修正しております。



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、  
統括本部 IR担当 増田までお願い致します  
TEL: 03-6268-3845 E-Mail: ir@opt.ne.jp

< 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。