
株式会社オプト
2007年12月期中間期
決算説明資料



2007/8/16

目次

- 第2四半期決算サマリー
- 中間期決算サマリー
- 2007年度の戦略進捗
- 中長期的取り組み
- 参考資料

第2四半期決算サマリー

(2007/4 ~ 6)

以降特に記載なき場合、金額は百万円単位で表記しています

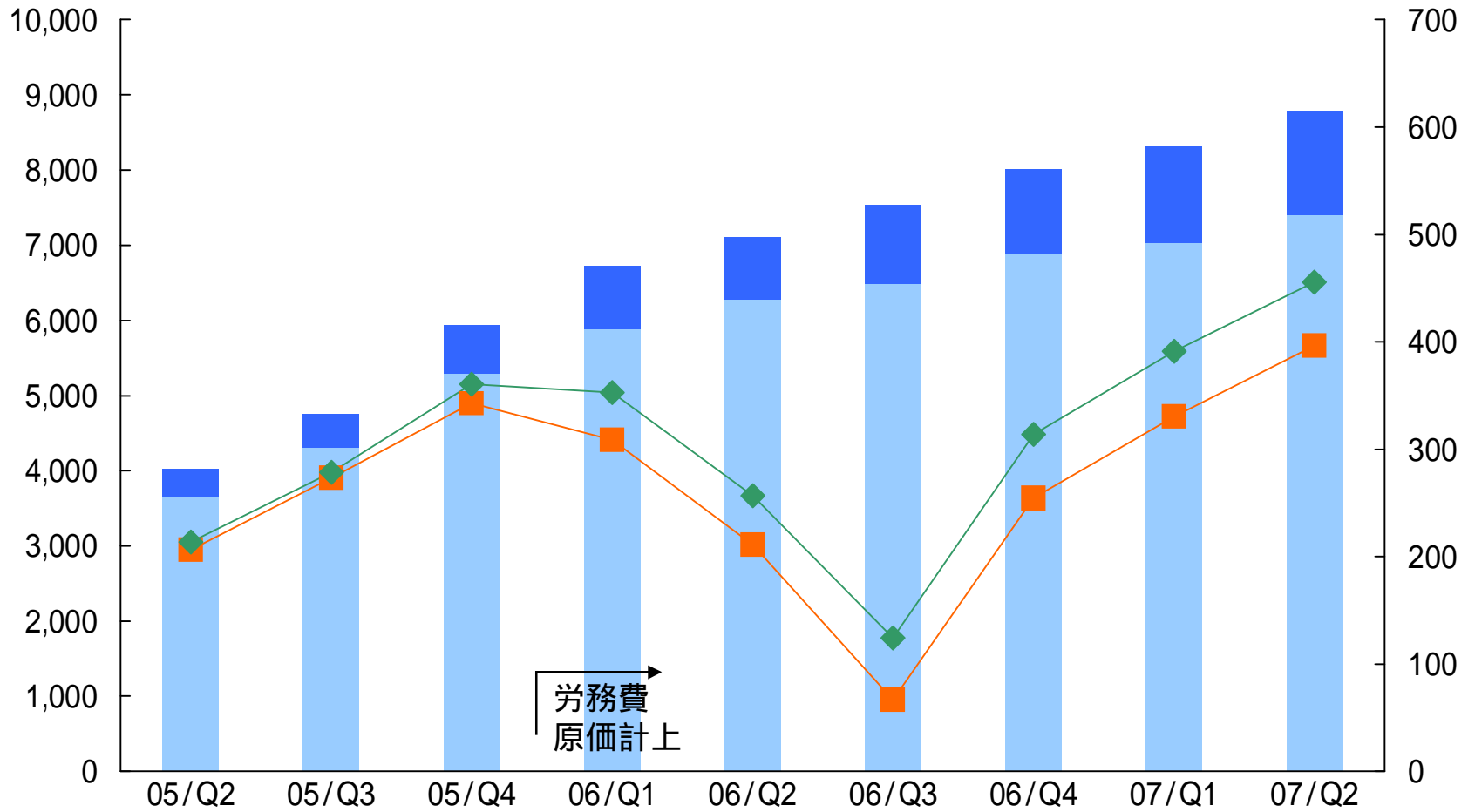
2006年第1四半期より、事業の重要性の高まりに伴い、より正確な採算管理を行うため、単体のテクノロジー・ソリューション・コンテンツの3事業分野において労務費を売上原価に計上しております。また、テクノロジー・ソリューション事業分野において値引相当額を売上・粗利益より控除しております。ご留意ください。

4-6月 四半期業績ハイライト

- ✓ 連結で前年同期比・前四半期比ともに増収増益
成長スピード継続
- ✓ 売上高継続伸長
検索リスティング広告が好調のほか、Yahoo!回復、
mixi大幅伸長など、主に広告代理が伸びる
- ✓ 過去最高の連結営業利益・EBITDAを記録
新卒入社などにより販管費増加も、単体粗利益率
向上+子会社の利益貢献進展がカバー

四半期業績推移

過去最高の連結営業利益・EBITDAを記録、売上・利益成長継続



	05/Q2	05/Q3	05/Q4	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4	07/Q1	07/Q2
■ グループ売上	365	447	638	850	827	1,049	1,137	1,289	1,377
■ 単体売上	3,660	4,303	5,290	5,877	6,275	6,489	6,880	7,026	7,406
◆ EBITDA(右軸)	214	279	361	353	257	124	314	391	456
■ 営業利益(右軸)	206	273	343	309	211	67	255	330	397

前四半期からの業績変化要因

- ✓ 単体増収 + 5.4% (+ 3.8億円)
広告代理 + 4.0億円 他事業横ばい
- ✓ 子会社増収 + 7.7% (+ 1.1億円)
クラシ + 0.7億円、ALBA + 0.5億円
HTL 0.3億円、他社微増

売上高 + 5.6%

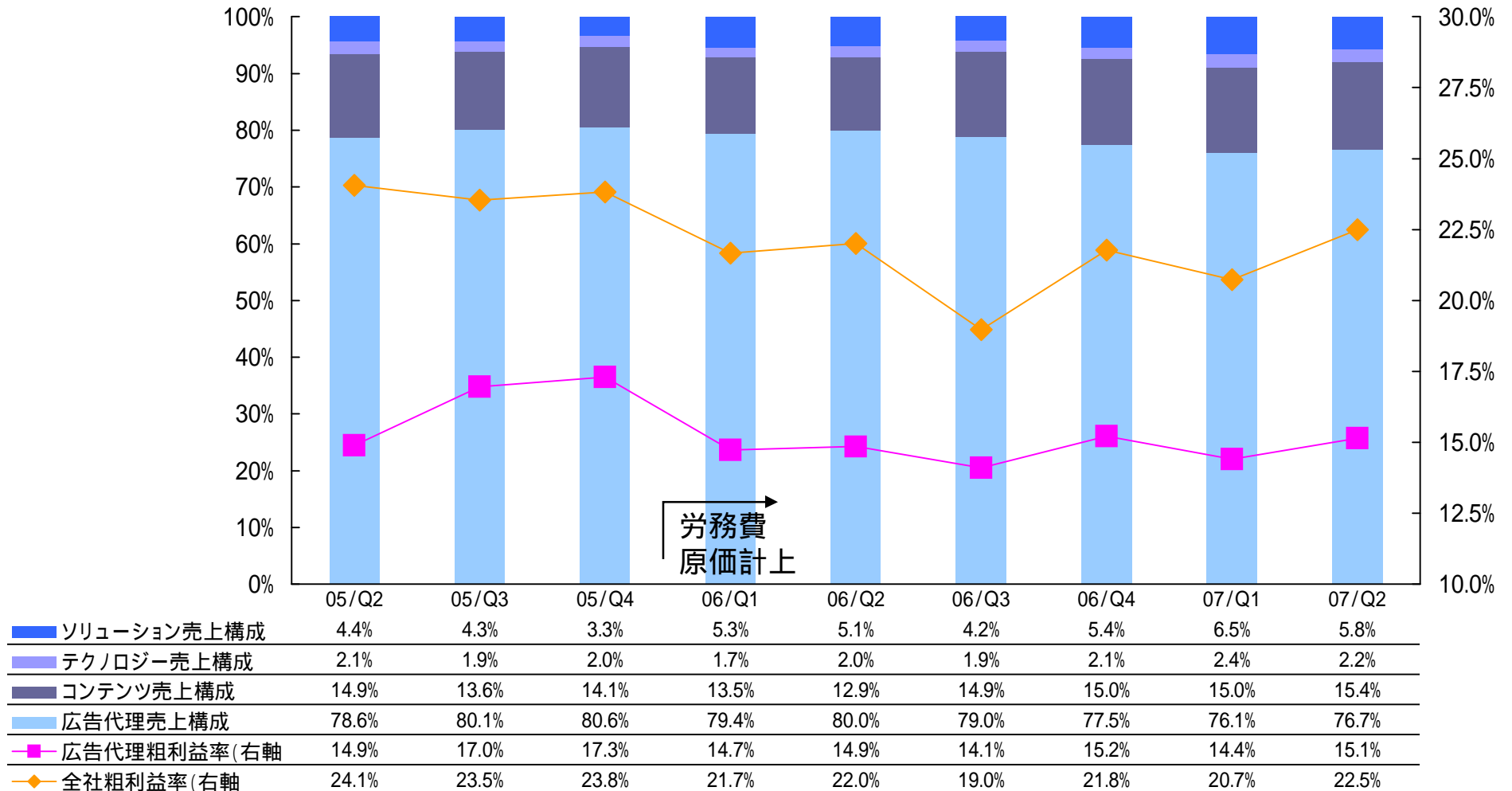
- ✓ 粗利益率向上 > 販管費増加
粗利率向上 + 1.8% (+ 2.5億円)
(単体広告代理とクラシファイド、
ホットリンク粗利率向上の影響)
販管費増加 + 13.5% (+ 1.9億円)
(新卒入社などによる影響)

営業利益 + 20.0%
EBITDA + 16.5%
いずれも過去最高

事業分野別売上構成と粗利益率推移

広告代理を中心に粗利率向上し、連結粗利益増加

決算書上、韓国会計基準によりeMFORCEの広告代理売上はネット売上(手数料部分のみを売上とする)を表示していますが、本ページではグロス売上高を記載しています

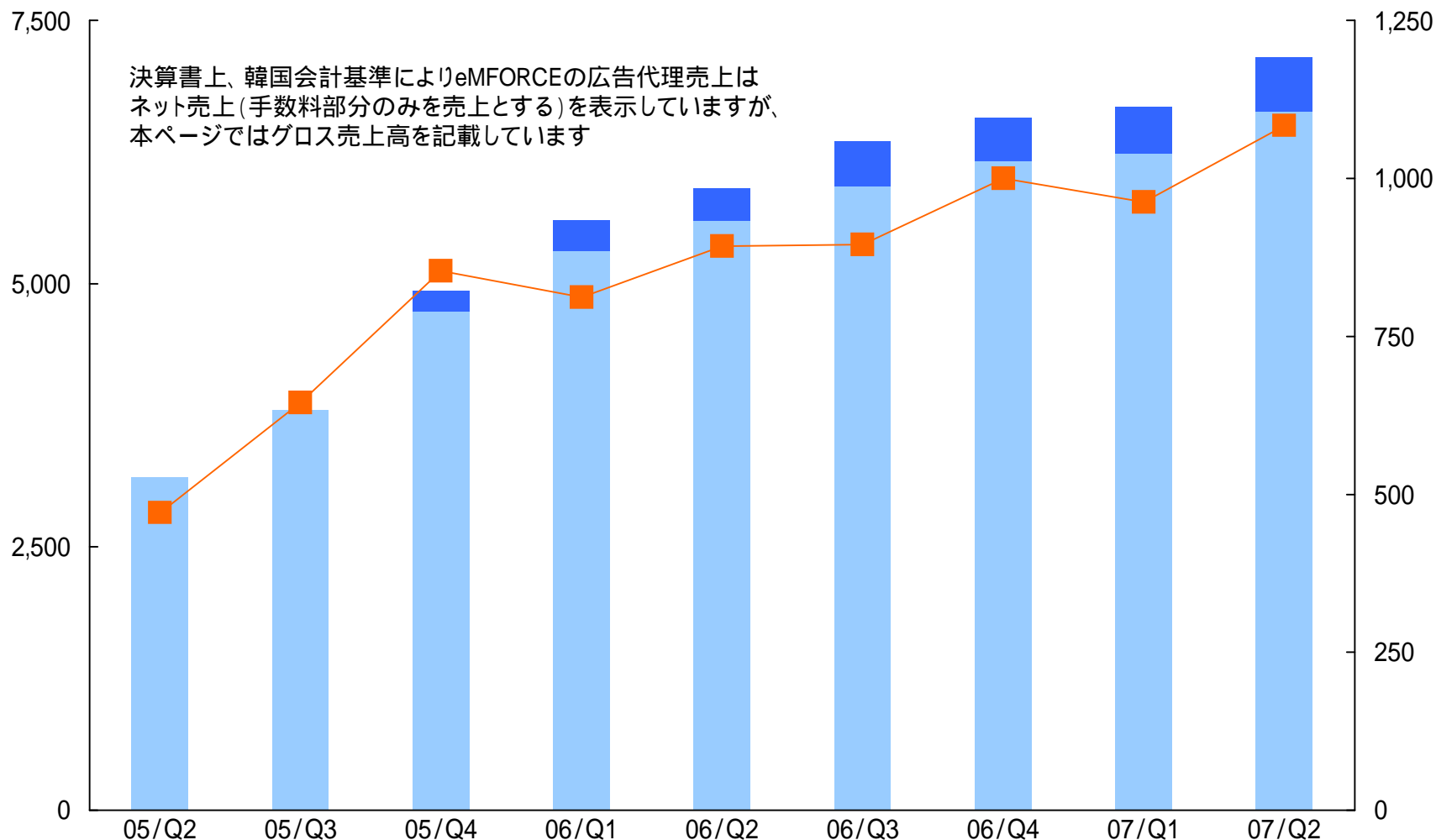


労務費
原価計上

*全社粗利益率は返品調整引当後の差引売上総利益ベースで記載しております

広告代理事業

検索リスティングとともにYahoo!が高水準の取扱高記録、
高利益率媒体伸び粗利益率向上、ナショナルクライアントも取扱拡大



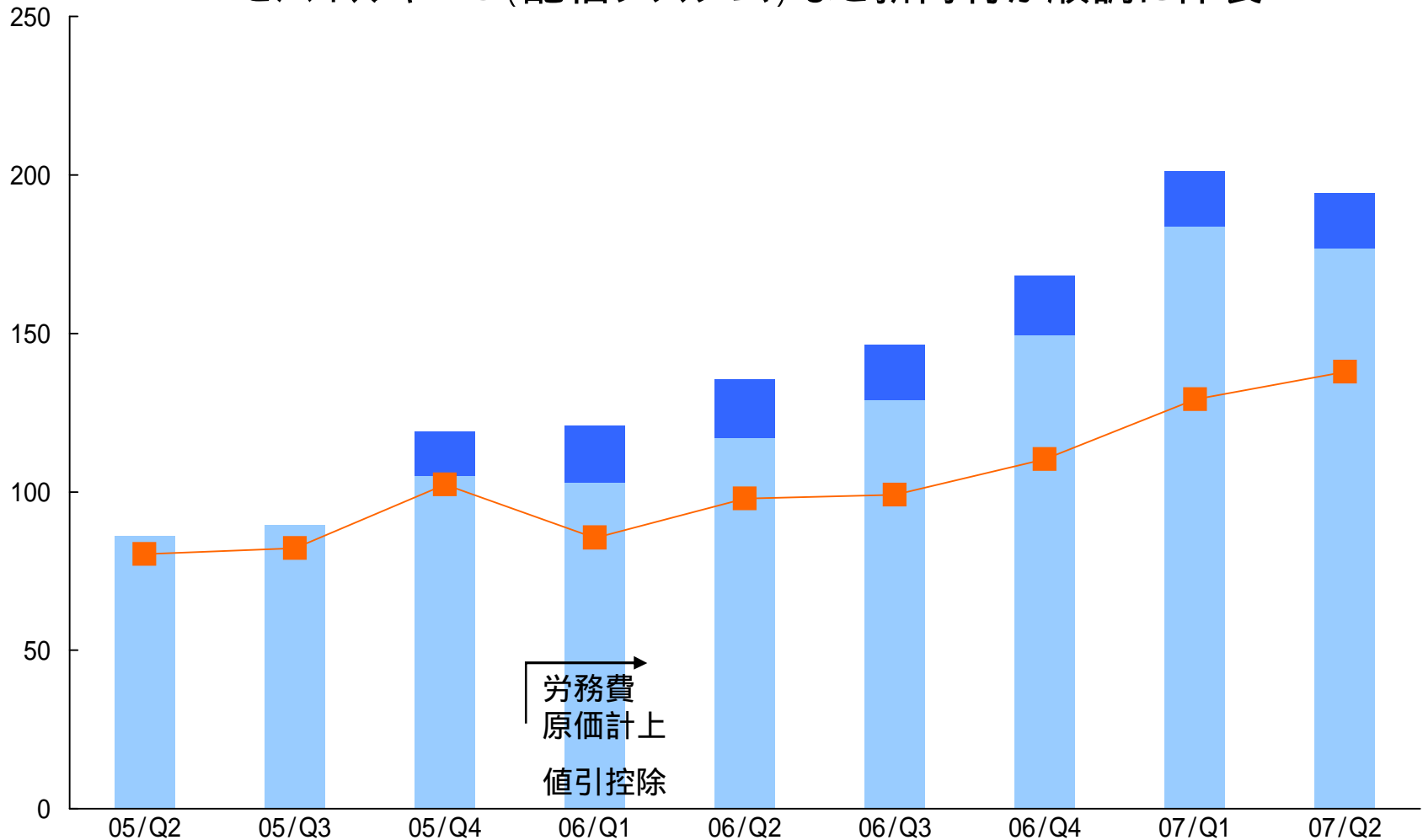
■ グループ売上	197	292	311	432	408	444	519		
■ 単体売上	3,165	3,807	4,737	5,313	5,600	5,923	6,169	6,237	6,636
■ 粗利益 (右軸)	471	645	854	812	893	895	1,000	963	1,084

広告代理の主なトピックス

- ✓ SEM(検索リスティング、SEOなど)の研究機関を社内に設立し、研究体制一層強化
販売面も引き続き高水準で推移・伸長
- ✓ Yahoo!の取扱高が06/Q3以来の前四半期比プラスとなる、行動ターゲティング広告好調
- ✓ mixiの取扱高がPC・モバイルともに大幅伸長、前四半期比約2倍増

テクノロジー事業

前期に大型受注案件があり、売上は前Qマイナスも利益は向上
ADPLANモバイルやDS(配信システム)など新商材が順調に伸長



■ グループ売上			14	18	19	18	19	17	18
■ 単体売上	86	89	105	103	117	129	150	184	177
■ 粗利益	80	82	102	85	98	99	110	129	138

テクノロジー事業の主なトピックス

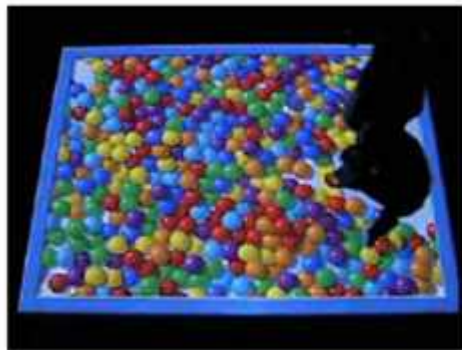
- ✓ 最新テクノロジーを駆使した屋内投影型インタラクティブ映像システム「Reactrix」(リアクトリクス)によるネットワーク事業を展開、米Reactrix社より独占事業ライセンス取得、商業施設へ導入実績
- ✓ ネット広告配信システム「ADPLAN DS」、モバイル広告の効果測定システム「ADPLAN mobile」が順調に導入社数拡大
- ✓ ADPLAN新シリーズの開発着手、07/Q3以降に順次リリース予定

Reactrixのご紹介

米Reactrix社が開発した屋内投影型インタラクティブ映像システム

ショッピングモールやシネコンなど大型商業施設にインターネット経由で映像を配信するネットワーク事業展開(既に複数大型施設に導入決定済)

Reactrixの映像イメージ・実用風景

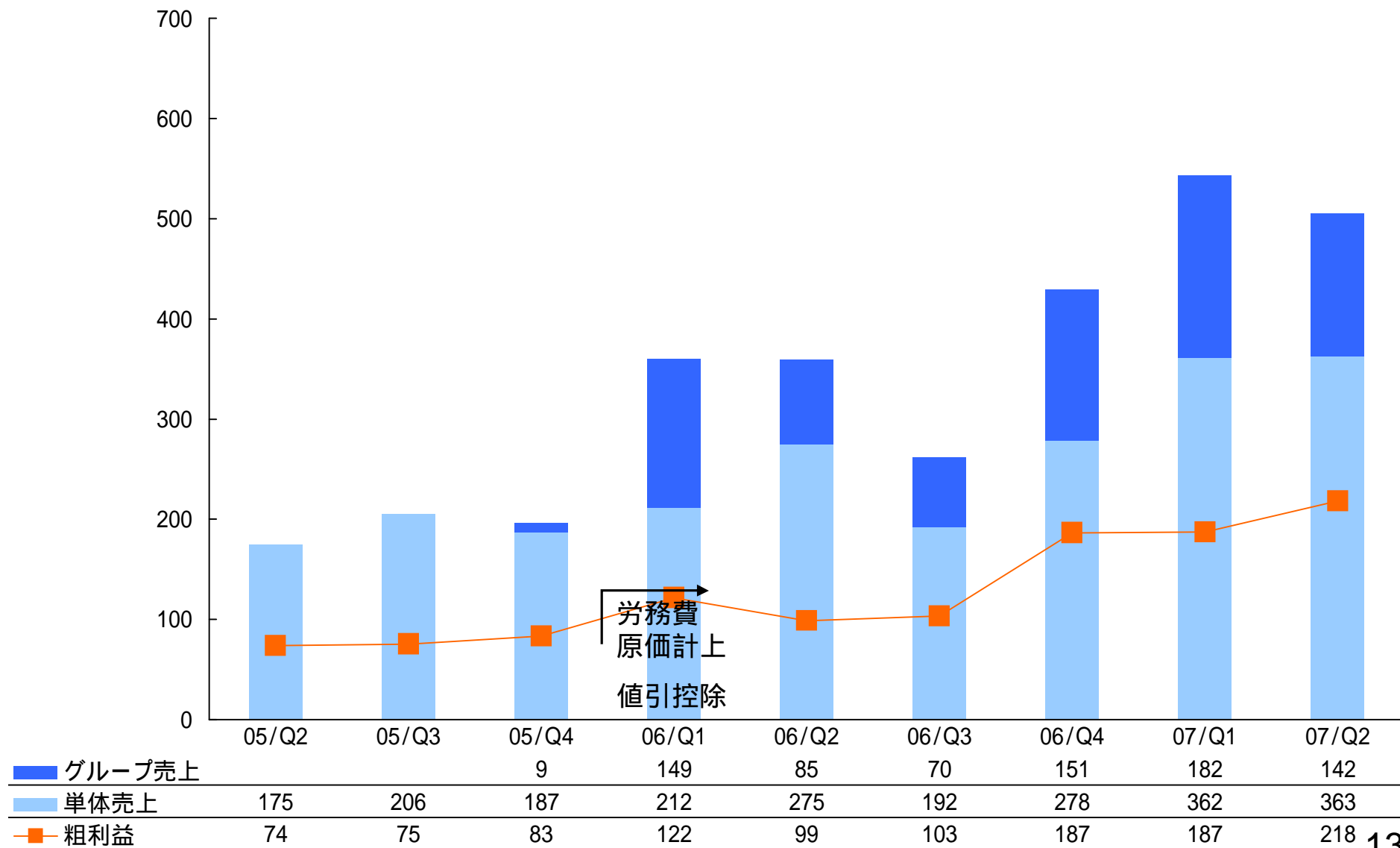


米国で展開実績のあるクライアント



ソリューション事業

ホットリンクの納品タイミングにより売上高マイナスもSEOは継続増収



ソリューション事業の主なトピックス

- ✓ 世界3大広告賞の1つである「International Advertising Festival」(通称:カンヌ・ライオン)を日本のネット専業広告会社でオプトが初入賞
自動車部門ではマス広告会社を含め日本でオプトのみ入賞
- ✓ クロスフィニティ、設立1年(06/Q3実績比)で受注件数約3倍に拡大、シナジーを一層強化へ

アワード受賞作品介绍

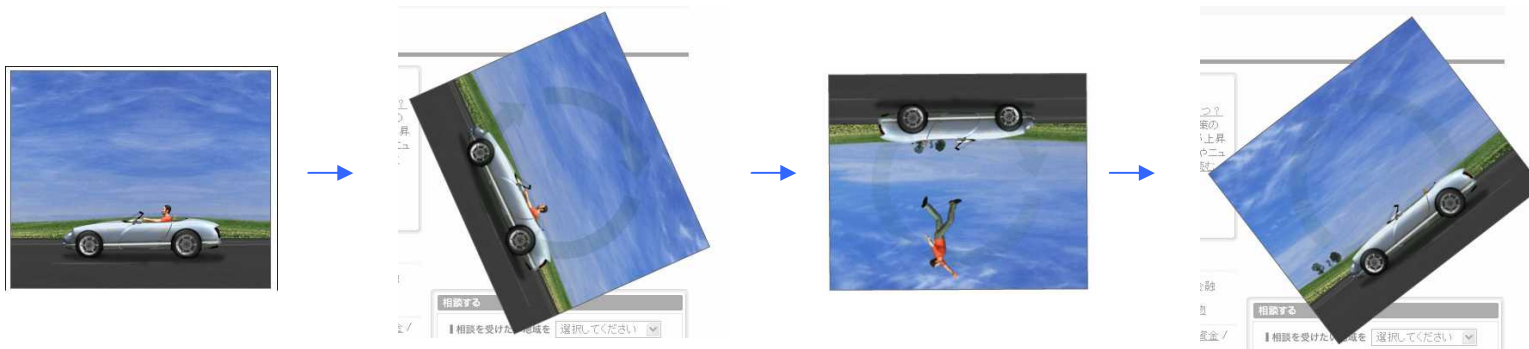
International Advertising Festival (通称:カンヌ・ライオン)

< Automotive Products & Services部門 >

作品名:「JUST FITS YOU」

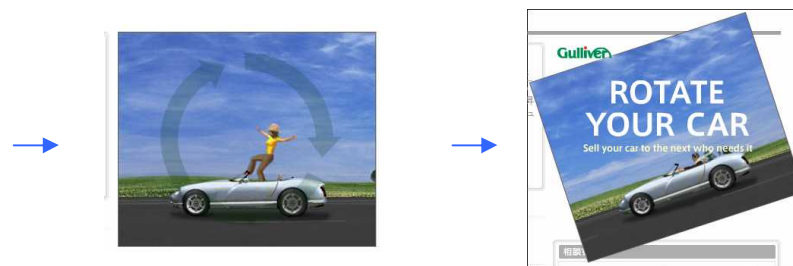
URL: <http://www.opt.ne.jp/creative/gulliver/>

クライアント名: 株式会社ガリバーインターナショナル様



マウス操作でバナー回転

さらに回転させると人が落ち…

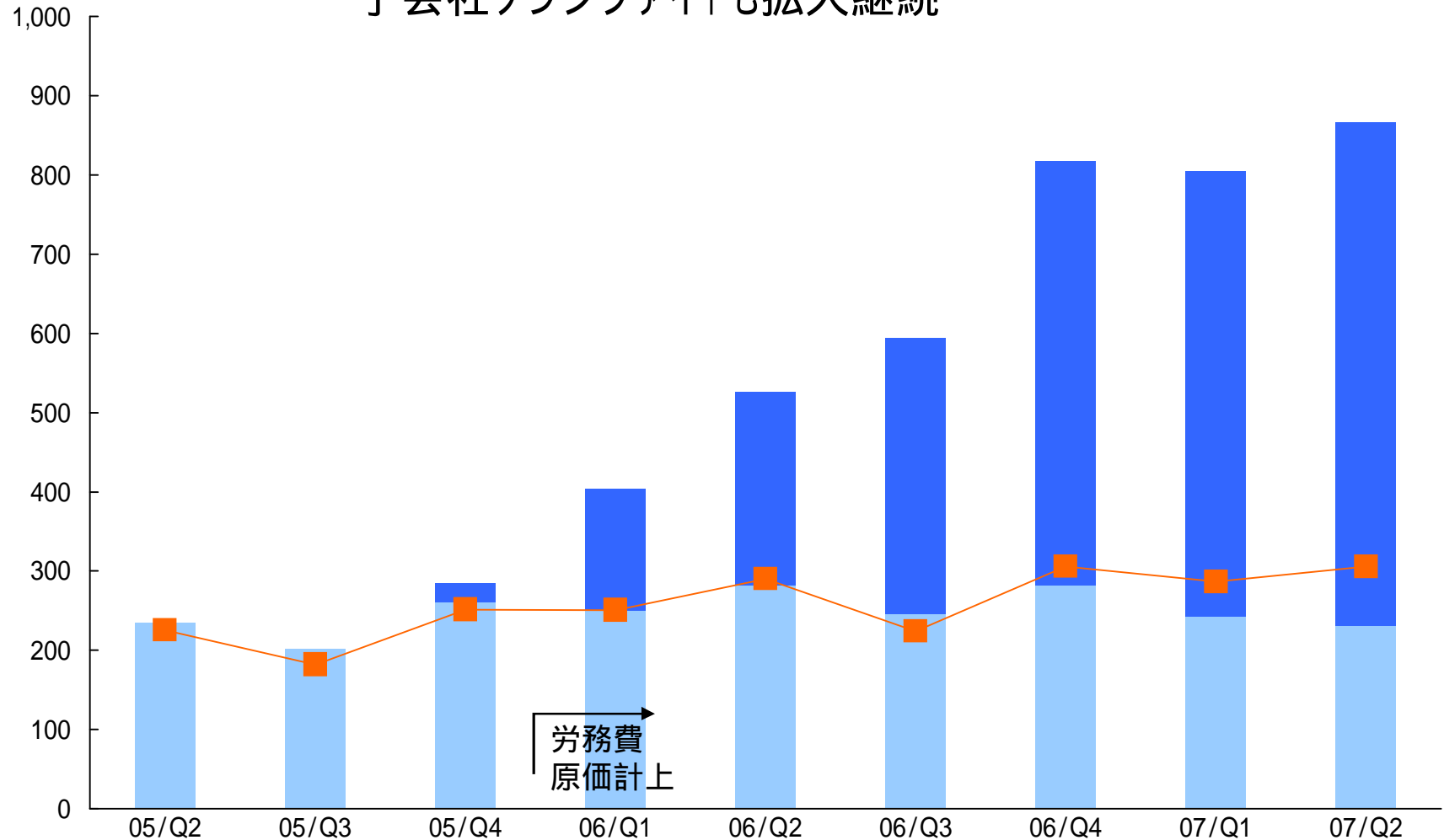


また回転させると…

新しい人が登場します！

コンテンツ事業 (B2B)

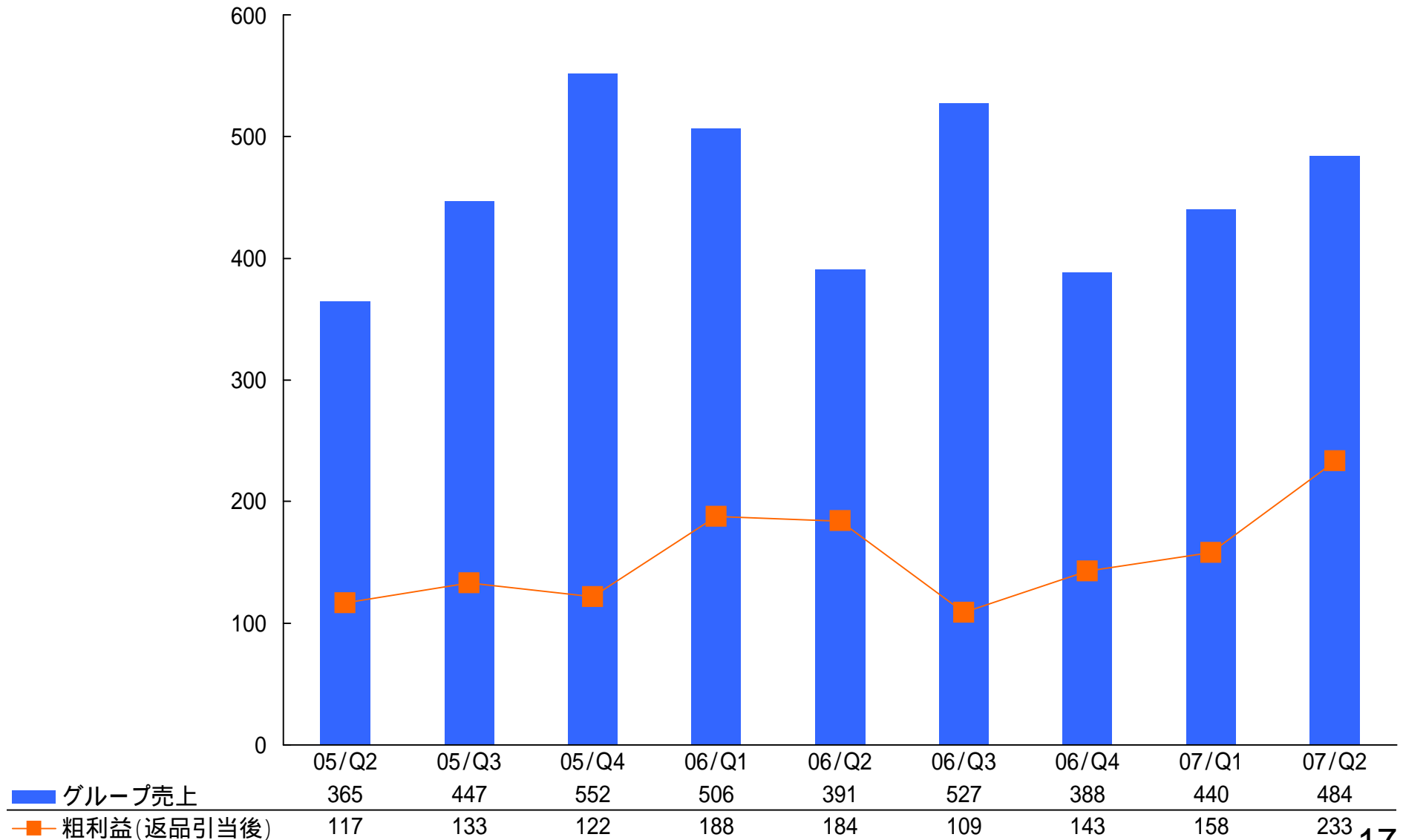
単体コンテンツ比較サイトは売上低下したが利益率向上にフォーカス
子会社クラシファイドも拡大継続



	05/Q2	05/Q3	05/Q4	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4	07/Q1	07/Q2
グループ売上			24	153	245	349	535	562	636
単体売上	234	202	261	250	282	246	282	243	231
粗利益	226	182	251	251	290	224	306	286	306

コンテンツ事業(B2C ALBAのみ)

雑誌本業回帰策継続し、女性向け雑誌の広告受注などもあり回復継続

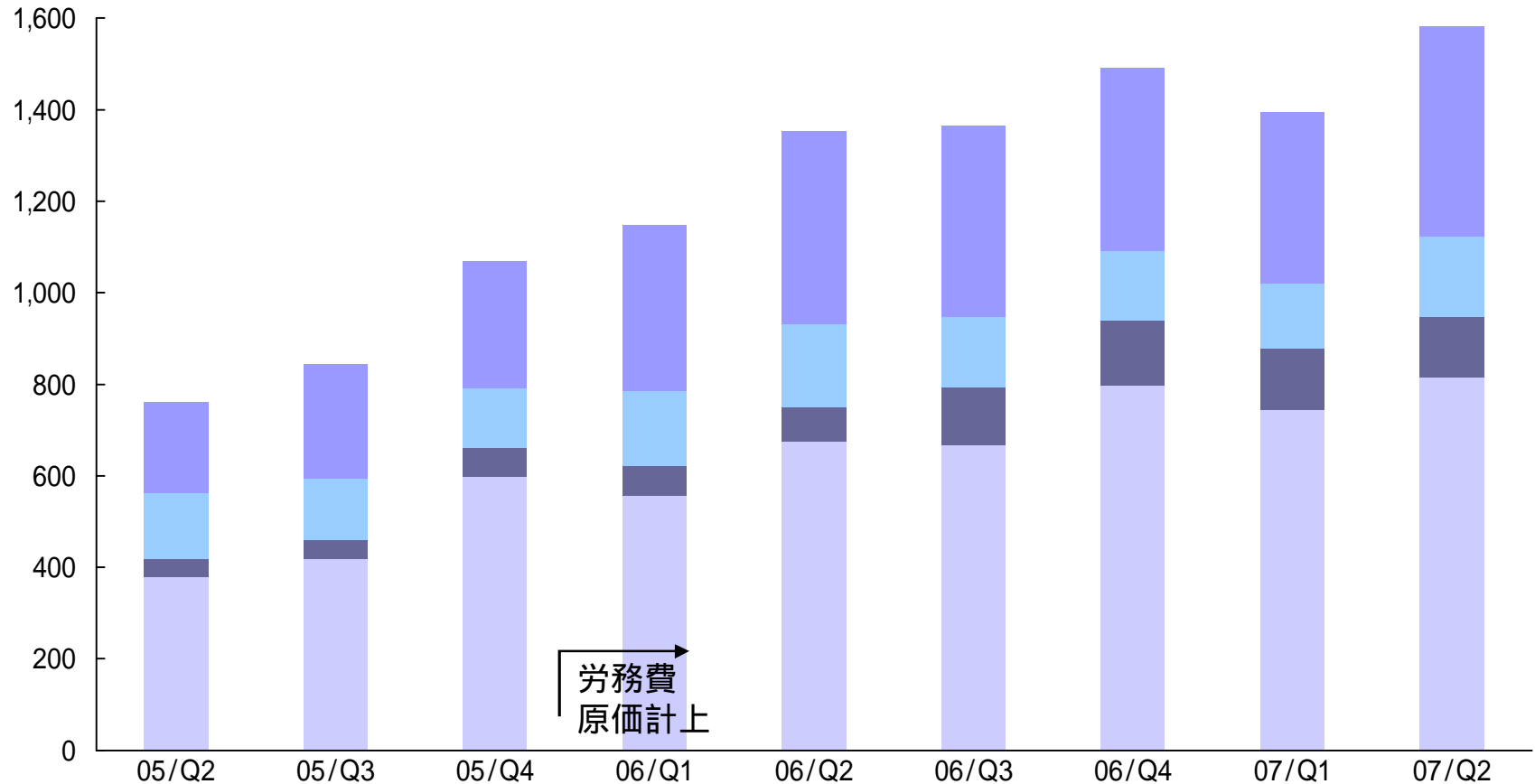


コンテンツ事業の主なトピックス

- ✓ 教育関連サイト「スマートキャリア」を他社へ譲渡、譲渡益は07/Q3計上予定
- ✓ クラシファイド、設立3年目も順調なスタート
直近1年間での掲載物件数は1.7倍超増加
- ✓ ALBA、女性ゴルフ雑誌「Regina」初夏号発刊
ゴルフ関連以外の広告主も開拓深耕

連結販管費推移

単体新卒入社による人件費増もあり、前Q比大幅増加



	05/Q2	05/Q3	05/Q4	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4	07/Q1	07/Q2
■ その他	191	246	261	318	375	360	339	313	400
■ 減価/のれん償却	8	6	18	44	46	57	59	61	59
■ 広告宣伝費	145	133	129	165	183	154	153	142	174
■ 賃料	39	43	63	64	74	126	140	134	133
■ 人件費	379	417	598	558	675	667	799	744	816
販管費計	762	845	1,070	1,149	1,353	1,364	1,491	1,393	1,582

中間期決算サマリー

中間決算予想の上方修正

連結経常利益と連結当期純利益を上方修正 通期は順調だが予想は据置

連結	07中間実績	中間予想比	通期予想進捗	前年同期比
売上高	17,098	+98	46%	+3,270
経常利益	685	+305	57%	+247
当期純利益	463	+183	65%	+183

単体	07中間実績	中間予想比	通期予想進捗	前年同期比
売上高	14,432	68	45%	+2,280
経常利益	474	+54	43%	+13
当期純利益	360	+10	51%	+112

< 単体 > 高利益媒体増による粗利益率の上ブレ

→ 営業利益 +70百万円

< 子会社 > ALBA黒字再定着、クラシファイド成長継続

→ 営業利益 +250百万円

連結業績の進捗

	07予想値	07/H1実績	進捗率
売上高	37,500	17,098	46%
広告代理	29,100	13,058	45%
テクノロジー	700	395	56%
ソリューション	2,400	1,048	44%
コンテンツ	5,300	2,596	49%
粗利益	7,750	3,702	48%
販管費	6,550	2,975	45%
EBITDA	1,400	846	60%
営業利益	1,200	727	61%
経常利益	1,200	685	57%
当期純利益	710	463	65%

2007年度の戦略進捗

2007基本戦略

クライアントニーズの多様化・高度化・複雑化

2007キーワード 「クライアントファースト」

組織方針

- ✓ 顧客ニーズ別の営業組織
- ✓ 広告サービス子会社の注力強化

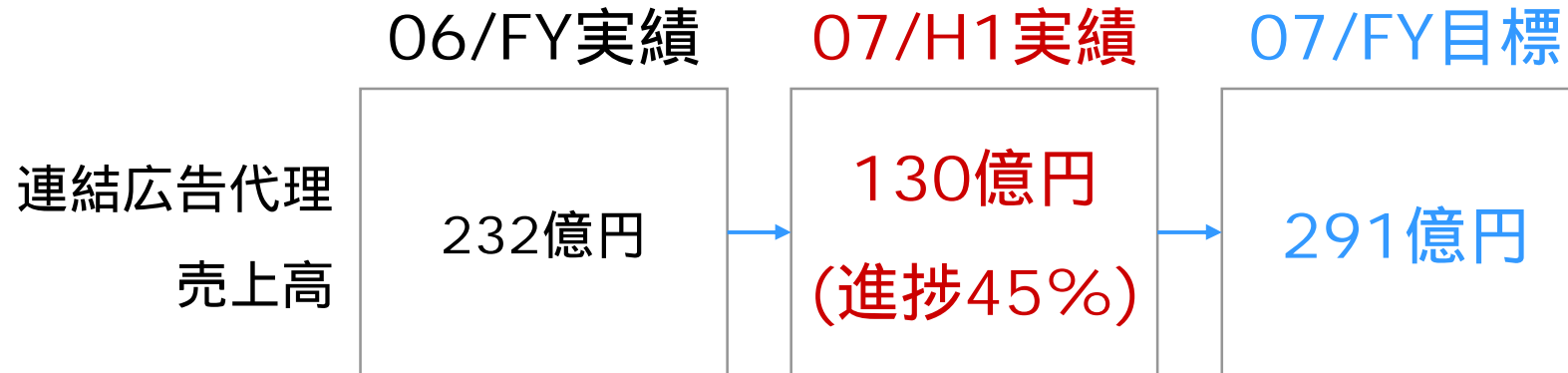
戦略1
広告代理の継続拡大

戦略2
グループをあげた広告関連サービス強化

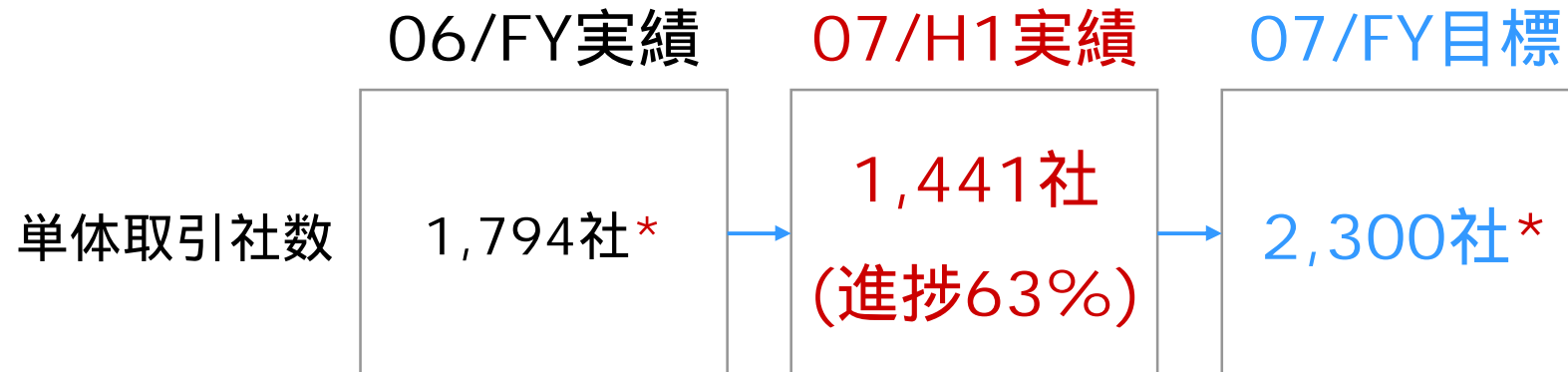
戦略3
生産性向上による収益性向上

eマーケティング支援できるトップシェアのインターネット広告会社

戦略1 ネット広告代理の継続拡大 重点指標



検索リスティング順調、Y!回復もモバイルなど一部に課題



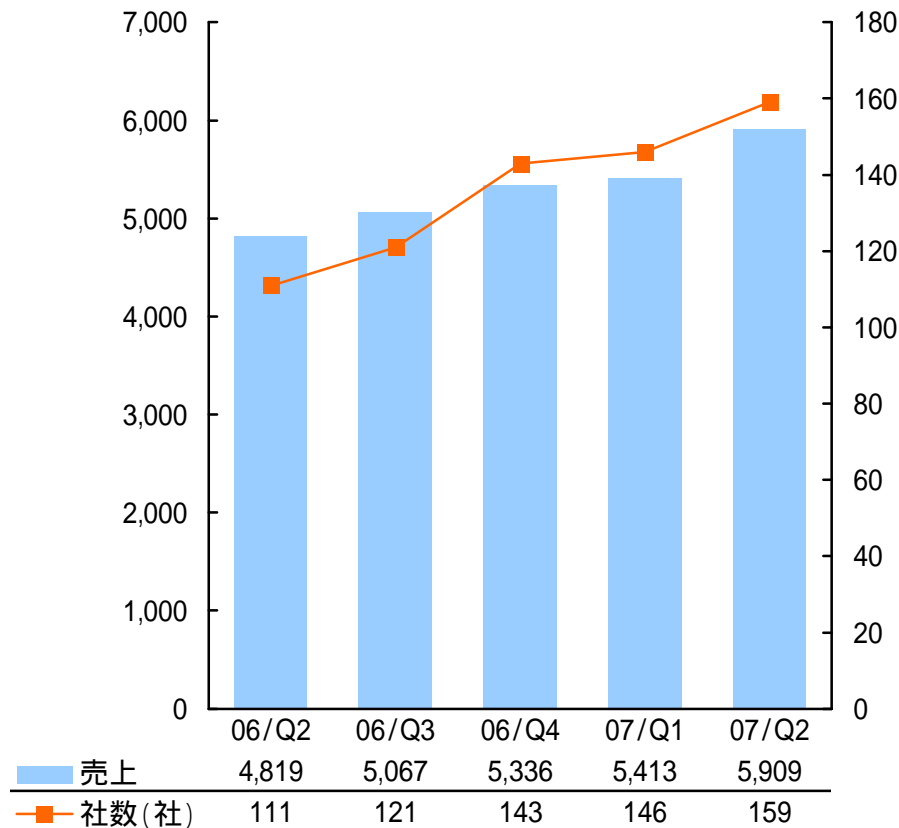
新規開拓に課題、下期の最注力課題

*通期延べ取引社数

単体取引クライアントの状況

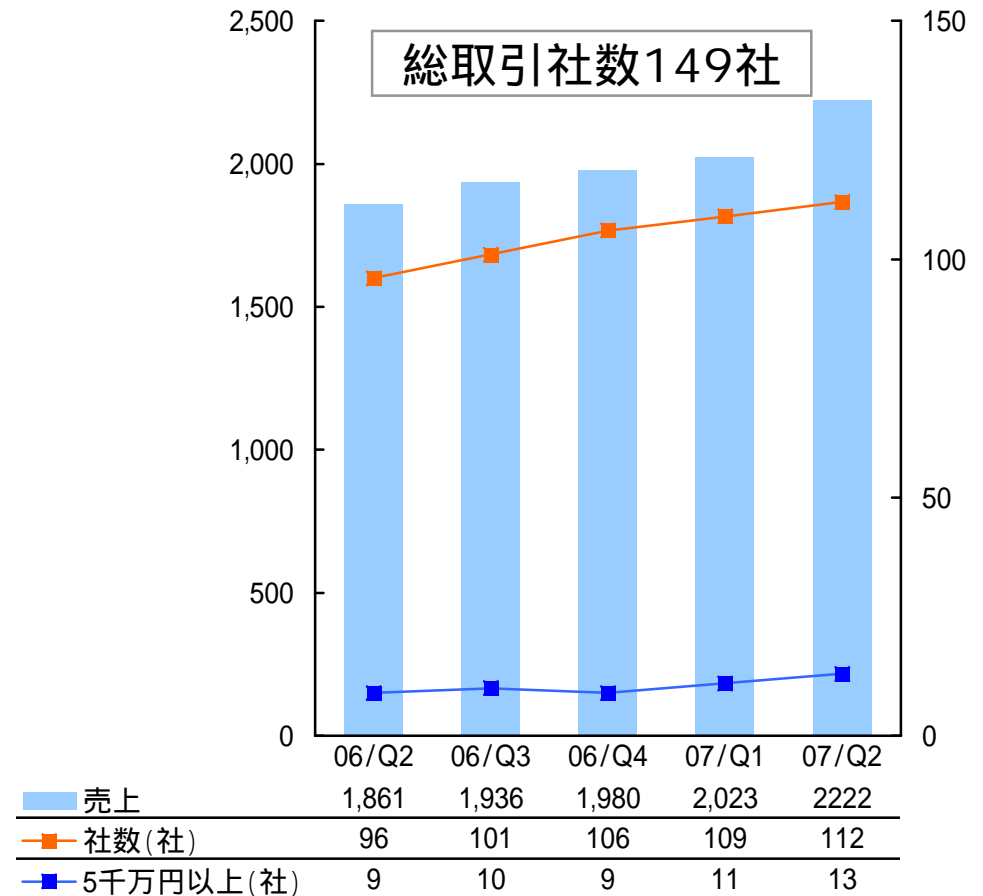
順調に伸長、ナショナルクライアントの大型取引拡大、電通との共同営業も進展

大口顧客 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

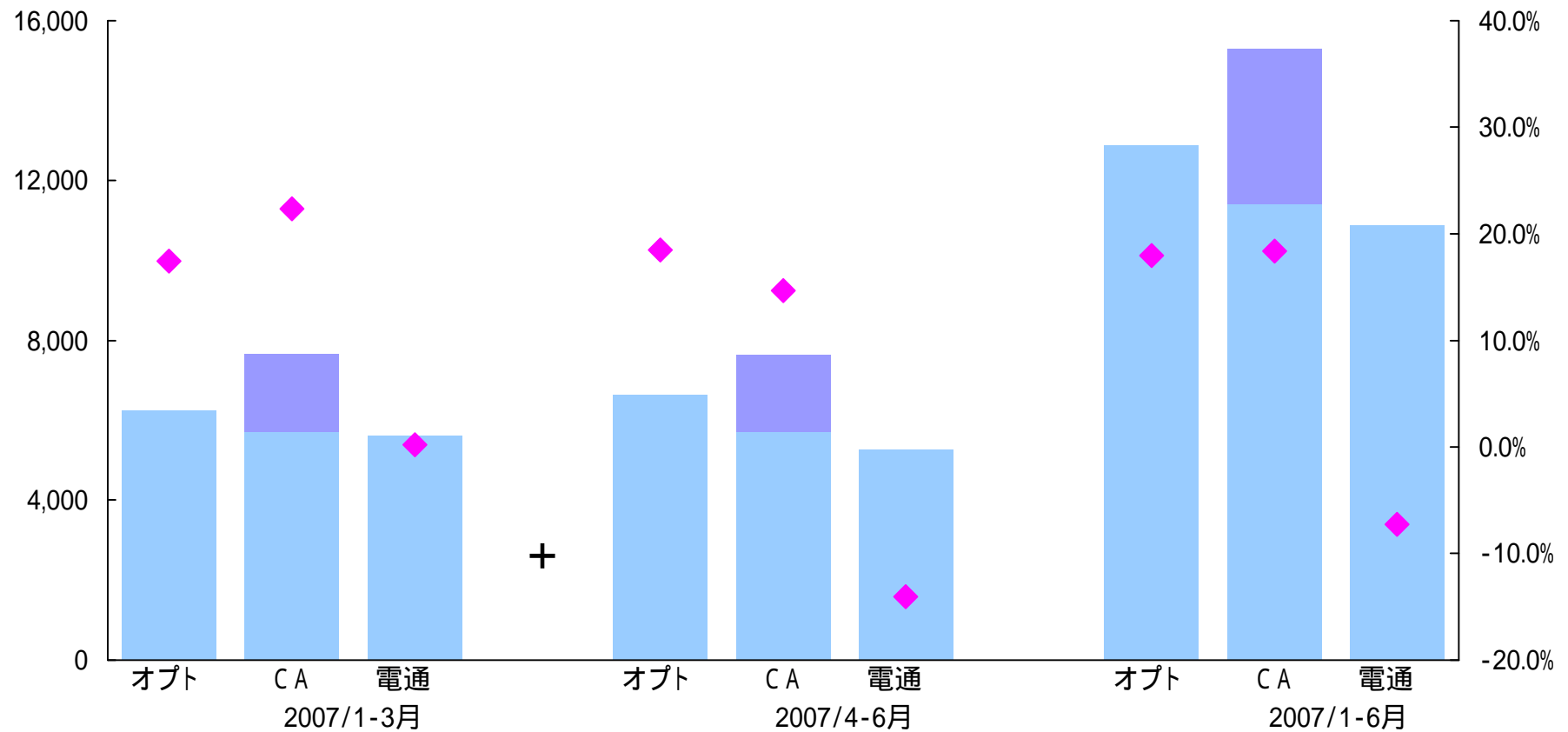
ナショナルクライアント売上・社数推移



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
06/Q1-06Q4は2004年度基準、07/Q1以降は2005年度基準にて抽出

単体ネット広告代理取扱高比較

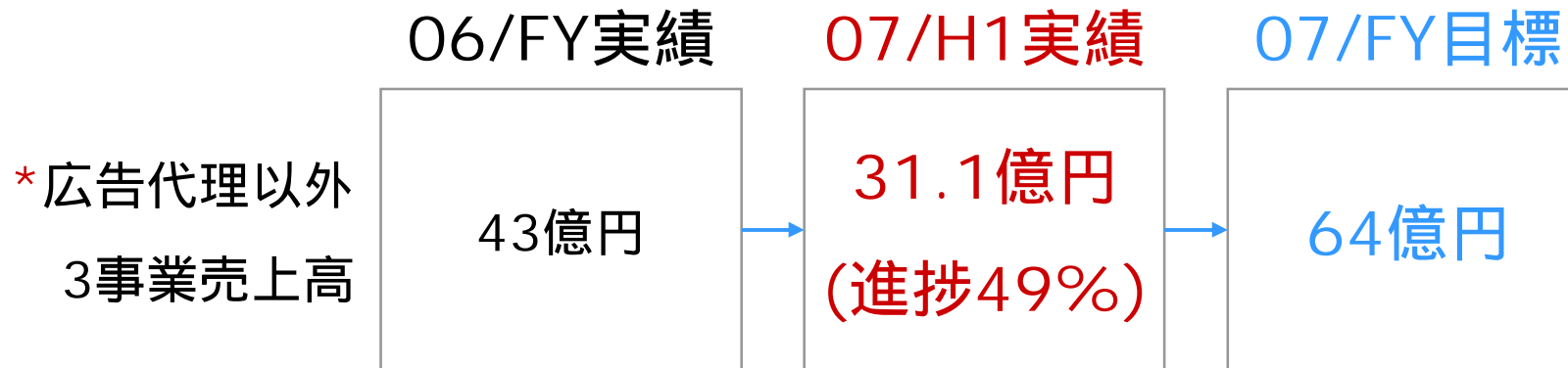
ネット広告代理取扱高No.1 継続



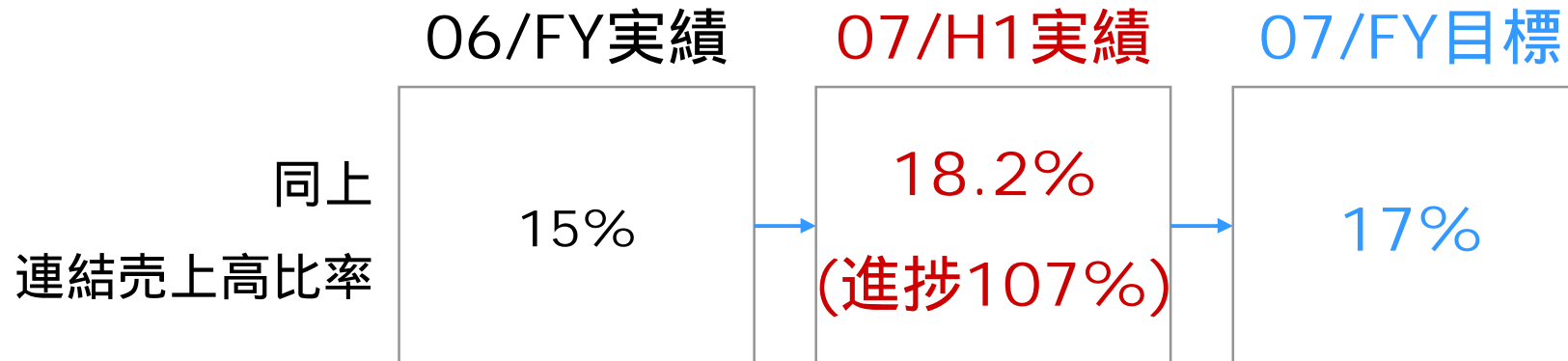
■ 自社媒体	1,951	1,930	3,881
■ 他社媒体	6,237	5,705	5,608
◆ 前年同期比	17.5%	22.3%	0.2%
	6,636	5,701	5,270
	18.5%	14.7%	-14.1%
	12,873	11,406	10,878
	18.0%	18.4%	-7.3%

* 各社2006年および2007年1～6月のネット広告代理売上高を下記のデータより記載
 サイバーエージェント: 決算説明会資料より広告代理事業売上より制作等売上除く 電通: 月次売上高発表よりインタラクティブメディア売上を抜粋
 オプト: 単体の広告代理売上高

戦略2 グループをあげた広告関連サービス強化 重点指標



順調な進捗



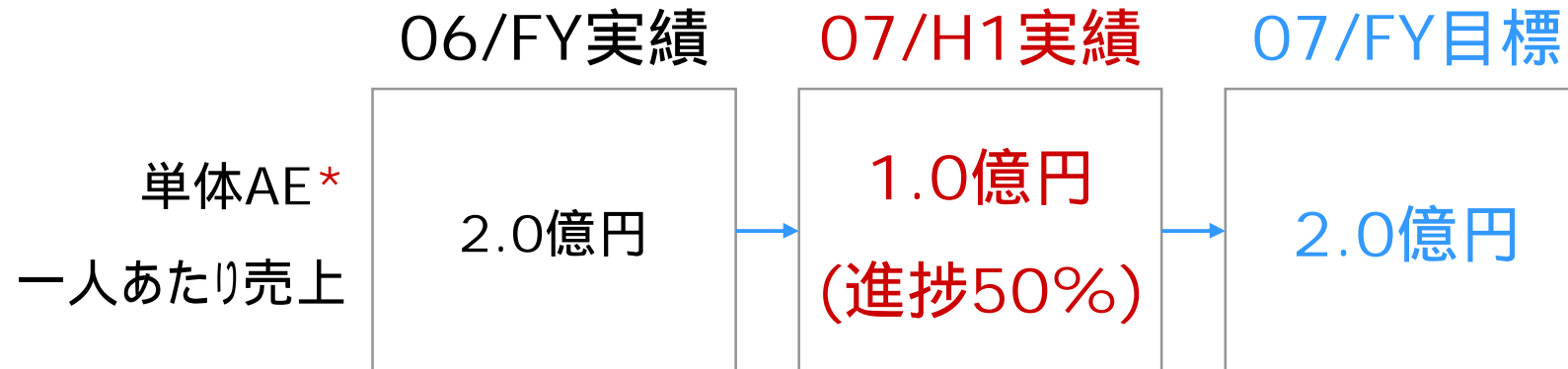
目標値クリアを継続

* 連結売上高 - (広告代理事業売上高 + ALBA売上高)

戦略3 生産性向上による収益性向上 重点指標



期初の計画どおり進捗だが下期は見直しも検討



新組織本格化 新卒戦力化し実績出始める

* AE=アカウントエグゼクティブ クライアント窓口を担当する営業職者

2007戦略の総括と展望

- ✓ 広告関連サービス強化と生産性向上策は順調
- ✓ 広告代理売上は半期進捗45%と前年実績47%に比べややスロー

顧客内シェアの拡大

取引先平均売上高が、
06/各Q: 5百万台から、
07/各Q: 6百万台へ上昇傾向

モバイル、動画などの提案を強化し、一層の拡大を図る

新規顧客拡大

総取引社数はQ1: 1161社から
Q2: 1230社と微増

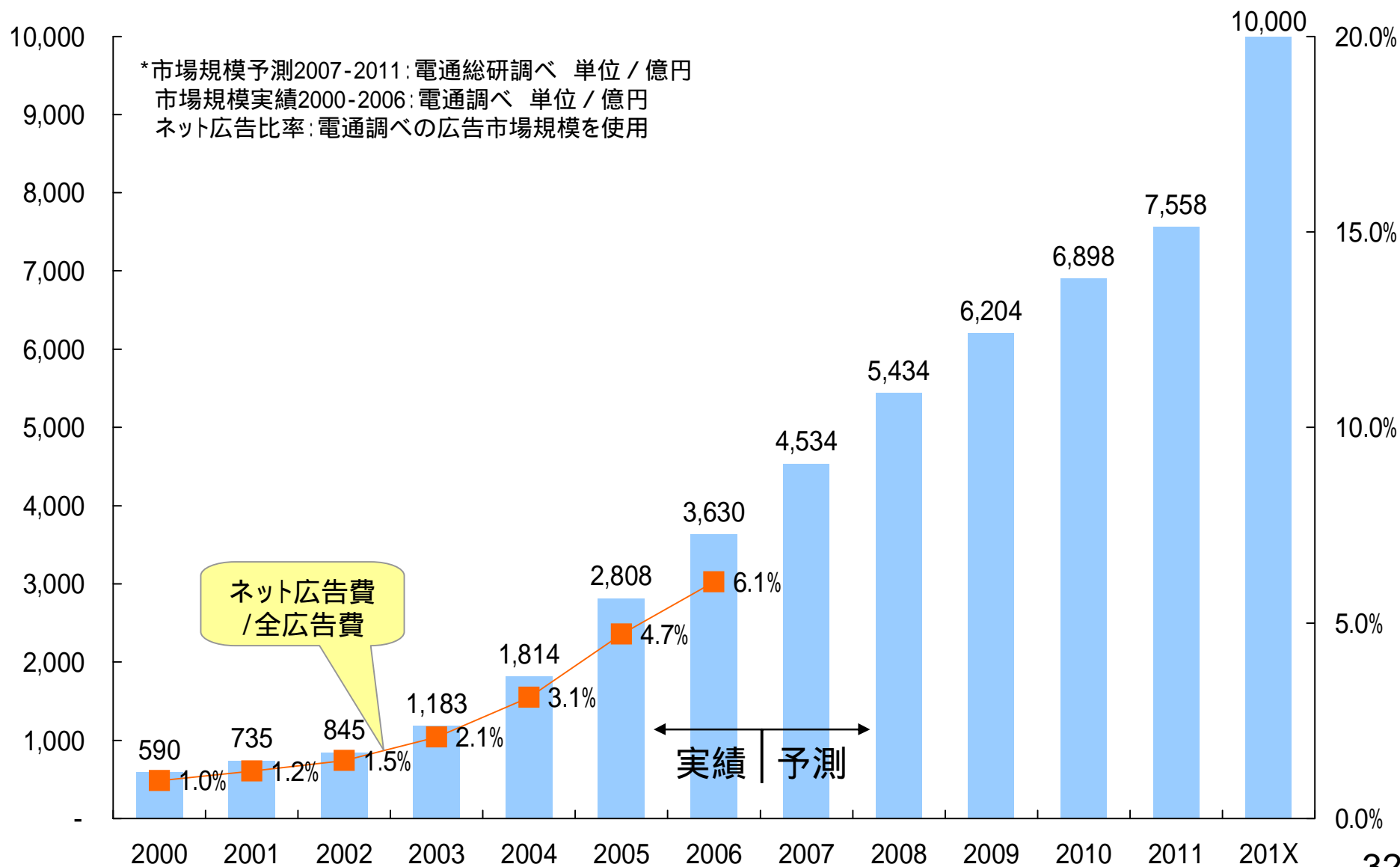
新規開拓の伸び悩みが課題
下期は新規開拓専任者 + プロジェクト化で強化図る

eマーケティング支援できるトップシェアのインターネット広告会社

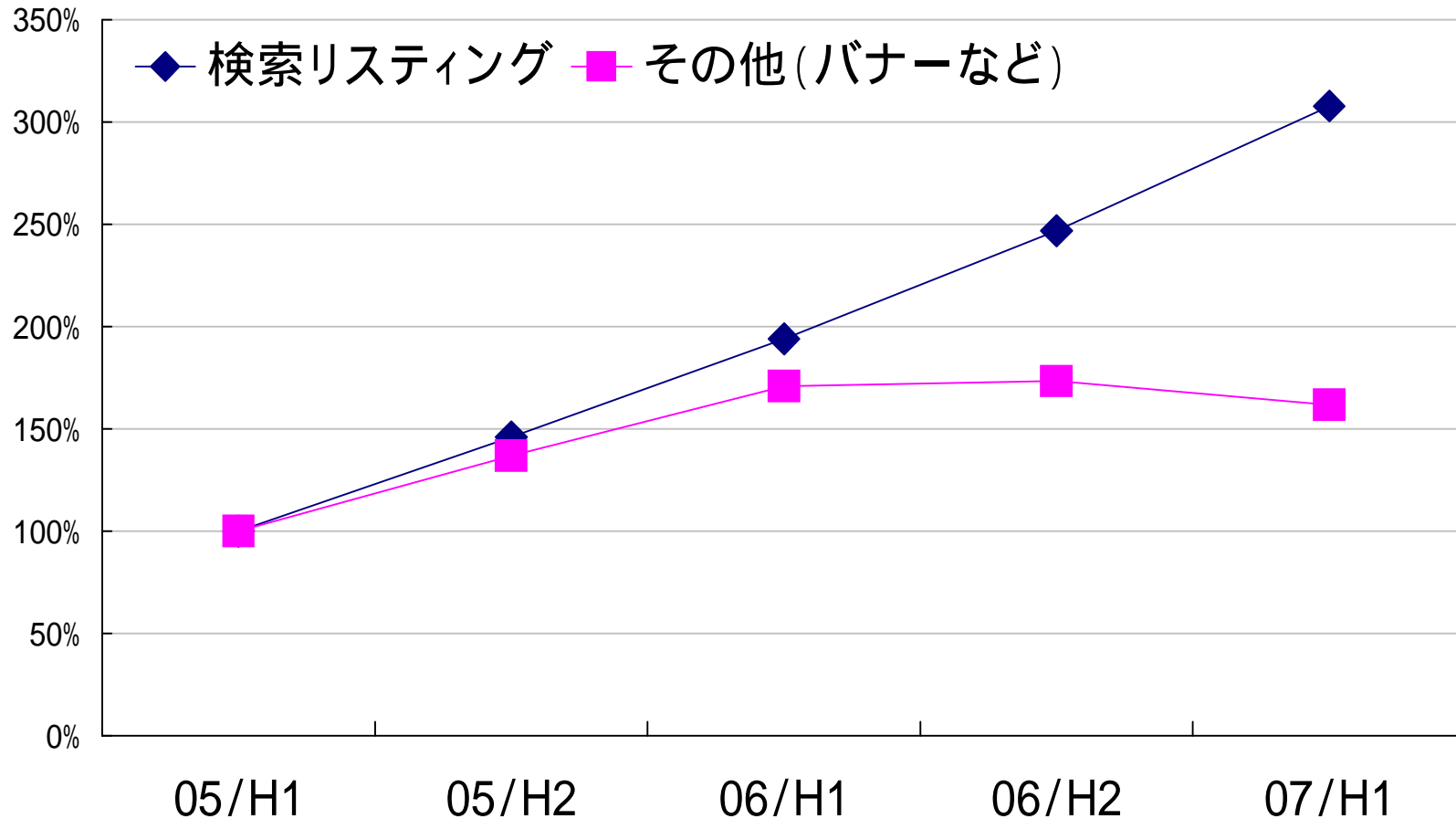
中長期的取り組み

ネット広告市場規模

全広告比6%強まで拡大 長期的には新聞広告市場を越す1兆円市場へ

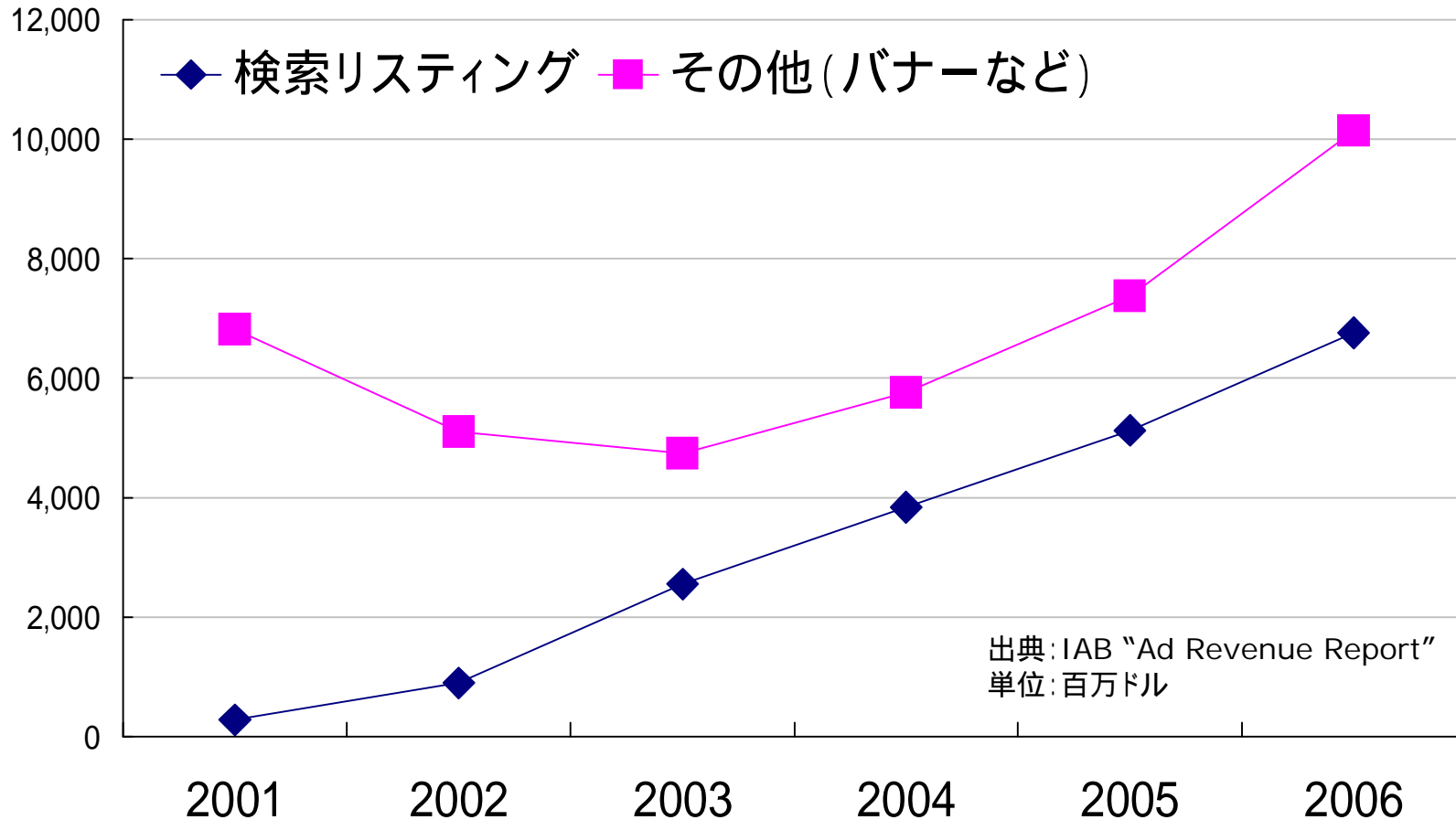


オプトのネット広告種別売上トレンド



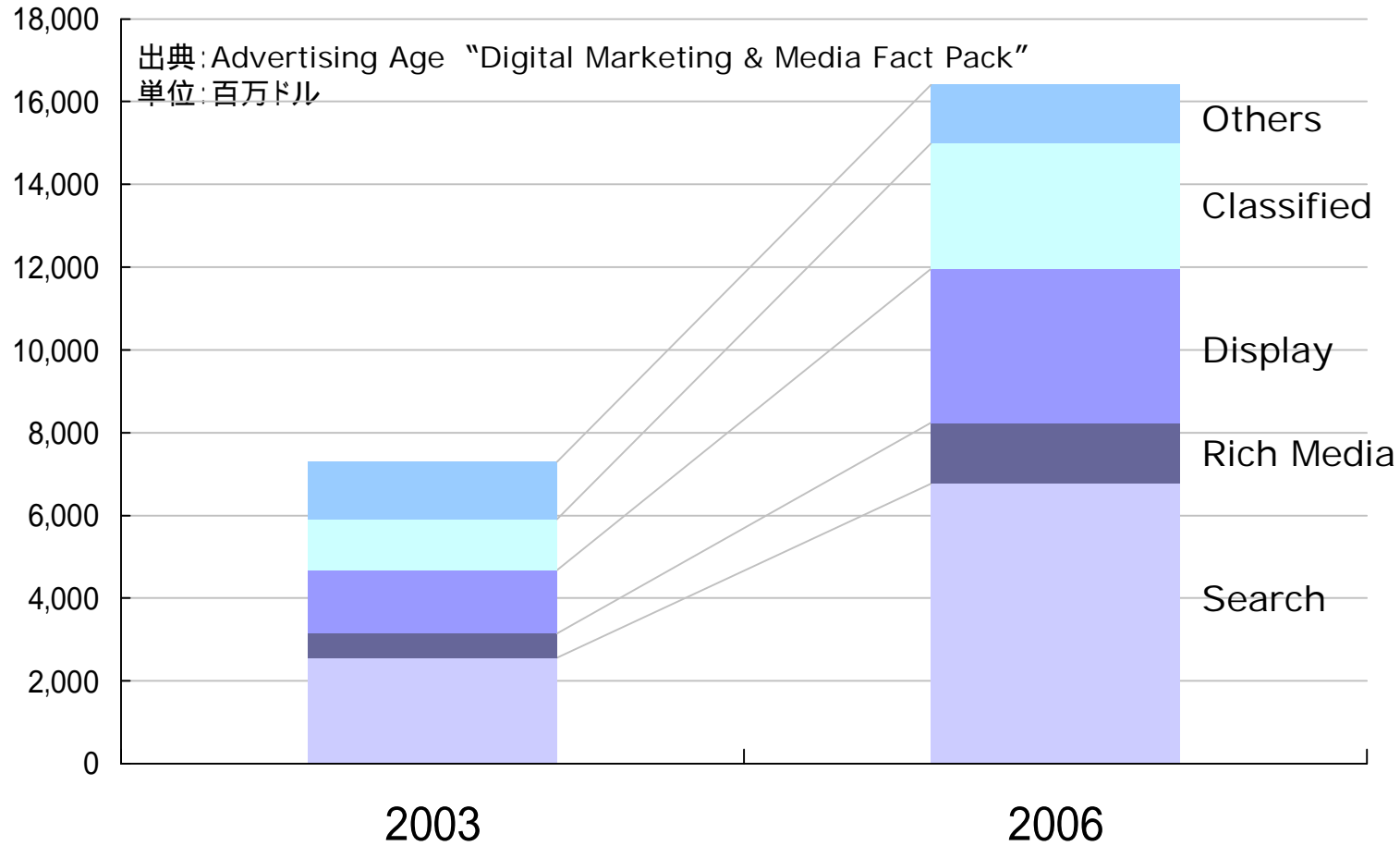
検索リスティングが大きく伸びる一方、バナー他が伸び悩み
市場全体の伸び悩み懸念が言われているが
当社では以降の理由により1兆円規模以上の成長を確信している

米国のネット広告種別売上トレンド



米国でも2001年から2003年にかけてバナー他が落ち込んだが
2004年以降一転して検索リスティングと同等以上に伸びている
日本は4～5年前の米国と同じ状況

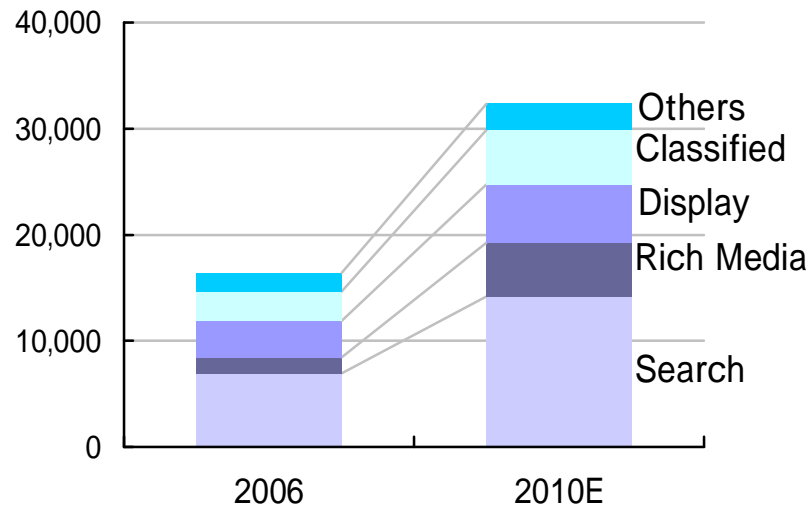
米国2003 2006の種別変化要因



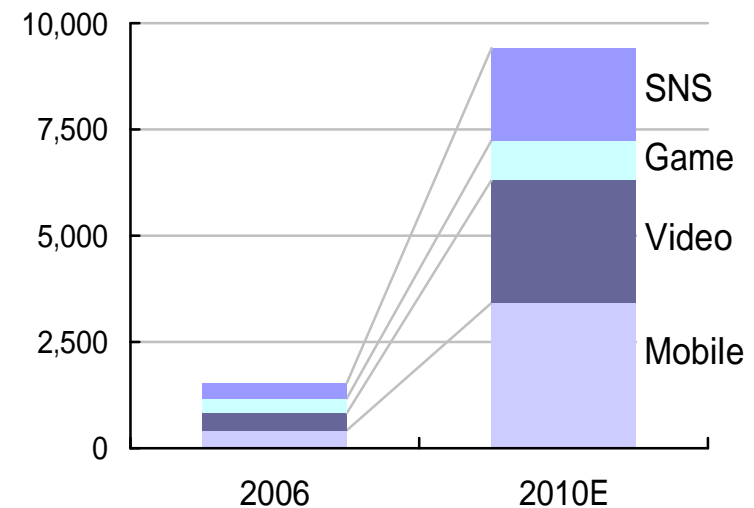
リッチメディア、ディスプレイ(主にバナー)、クラシファイドが
そろって150%増と検索リスティングとほぼ同率の伸び

米国2006 2010の種別変化要因予測

種別広告成長予想



新興媒体の種別広告成長予想



サーチ(以下、検索リスティング)
 中心に全種別が成長期待
 特にリッチメディアは高い伸び率を予測
 2010年390億ドル(4.6兆円)に到達

新興4種(モバイル,ビデオ,ゲーム,SNS)
 2010年94億ドル(1.1兆円)に到達

* "Digital Marketing & Media Fact Pack" Advertising Age調べ
 単位:百万ドル(文中の円換算は以降頁\$1=¥120として計算)

日米の主要指標比較

	米国	日本
人口	100	42
GDP	100	39
総広告市場	100	32
ネット広告市場	100	18

ネット広告のみが市場規模比率に乖離ある
仮に2010年に日本のネット広告が1兆円市場になると
米国の3割弱の市場規模となって他指標と比率近づく

* 各数値とも以下の2006年データより算出

米国人口: 日本貿易振興機構調べ、日本人口: 総務省調べ、米国GDP: 米国商務省経済分析局調べ、日本GDP: 内閣府調べ、
米国総広告市場・ネット広告市場: TNS Media Intelligence調べとInteractive Advertising Bureau 調べをもとに当社にて算出、
日本総広告市場・ネット広告市場: 電通調べ

米国に見るネット広告成長要因と今後の展望

2000-2003年	2004-2006年	2007年以降
<p>ネットバブル崩壊などにより市場が停滞</p> <ul style="list-style-type: none"> - 検索リスティングが唯一成長 - 検索リスティング以外はバナー中心にシュリンク 	<p>検索リスティング継続成長 + バナー他が完全復調</p> <ul style="list-style-type: none"> - 行動マーケティング発達でバナー再評価 - リッチ広告がブレイク - 広告の評価分析手法が確立される - ナショナルブランドのネット活用進展 - クロスメディア化と既存マス広告からの予算シフト 	<p>規模拡大により成長率は鈍るが市場成長は続く</p> <ul style="list-style-type: none"> - 検索リスティングは継続成長 - リッチメディアがバナーと同規模に - 新興メディア (モバイル, ビデオ, ゲーム, SNS) が次なる牽引役に



日本は現在は検索リスティング以外伸び悩んでいるが、再び成長軌道に

中長期成長のポイントとオプトの戦略課題

成長のキーワード

- ✓ メディア多様化
- ✓ クロスメディア化
- ✓ リッチ化
- ✓ ビヘイビアマーケティング
- ✓ ダイレクトレスポンスとブランディングの融合

課題1

コンタクトポイント™
の拡大

課題2

クリエイティブ強化
リッチ化への対応

課題3

測定・配信ツール
の高度化

< 參考資料 >

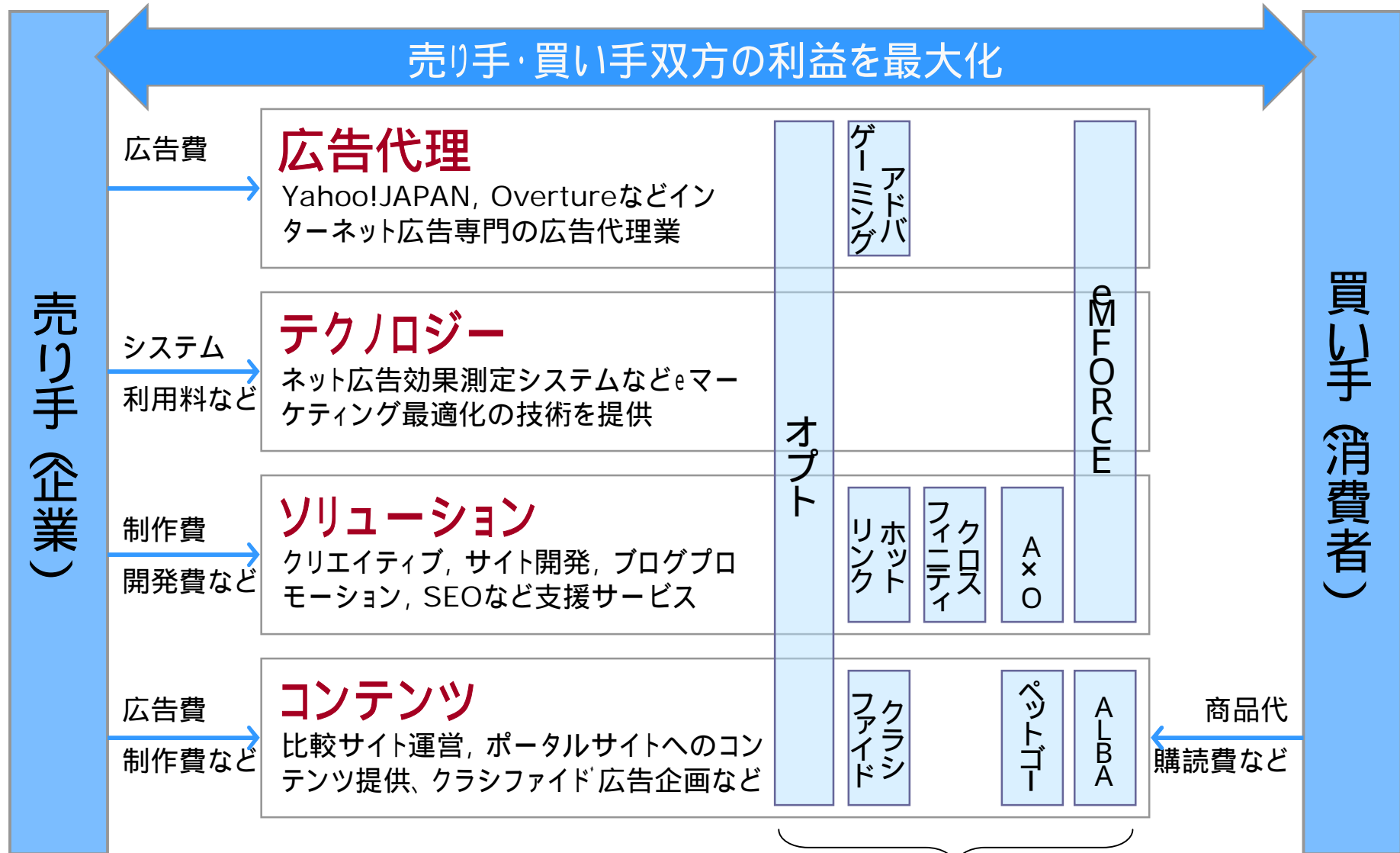
会社概要

- 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 129,684株(2007年6月末現在)
- 資本金 4,597百万円(同上)
- 従業員数 427名(同上 単体正社員のみ)
- 経営チーム 代表取締役社長CVO 鉢嶺 登
代表取締役CEO 海老根 智仁
取締役CFO 小林 正樹
取締役COO 野内 敦
社外取締役 杉山 恒太郎(電通 上席常務執行役員)

主要グループ会社概要

社名	事業内容	持分比率	07/6末連結状況
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
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	100.0%	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
クロスフィニティ	SEOサービス	66.7%	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
ホットリンク	ブログソリューションなど企画・開発・販売	60.6%	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
ペットゴー	ペット用品専門eコマース	15.7%	持分法適用関連会社
その他グループ企業	グローブコミュニケーション、メディアライツ など		

オプトのビジネスモデル

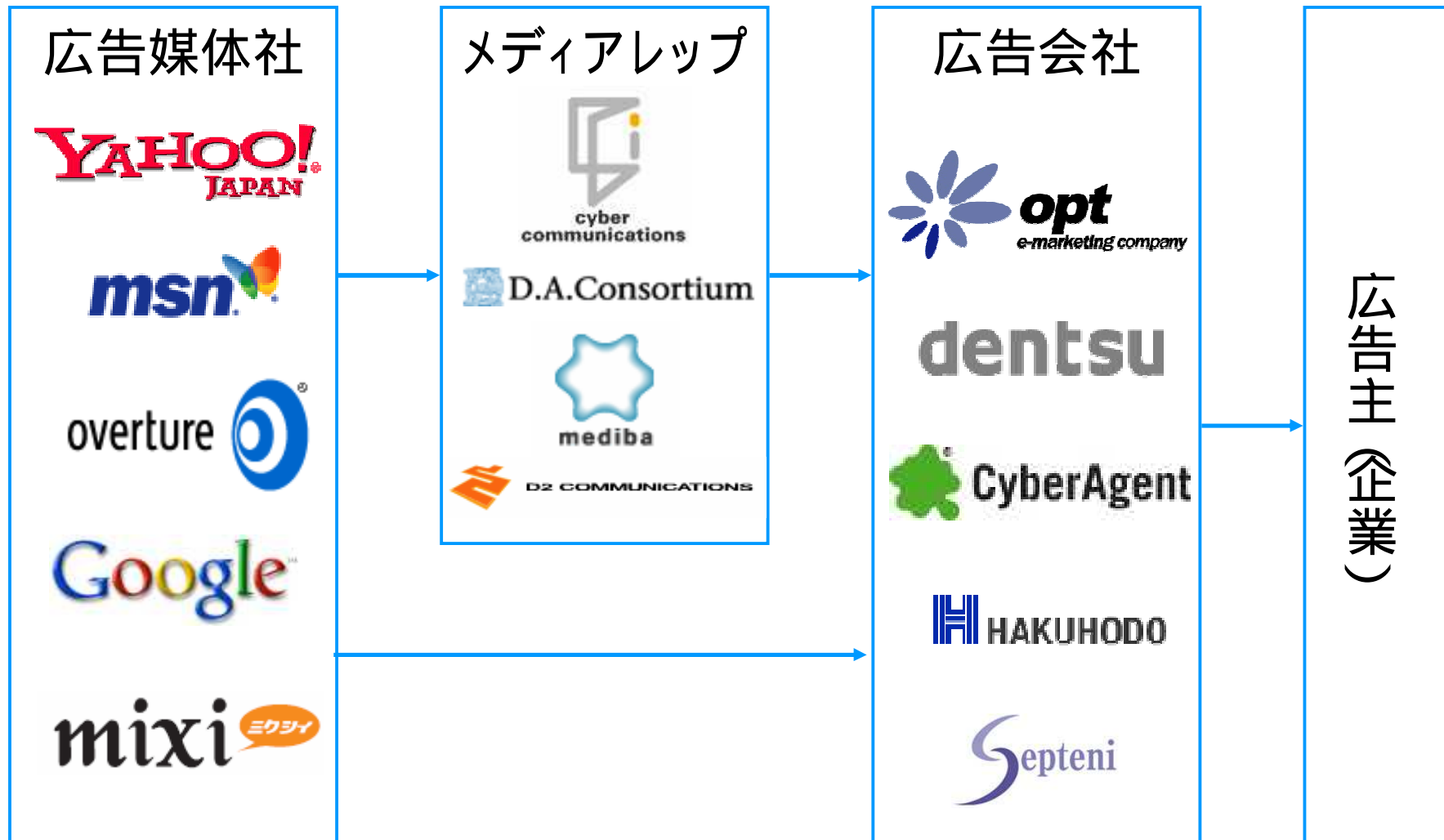


→ 主な収益の流れ

主要グループ各社カバー領域(2007/6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



連結損益計算書概要(1-6月)

	2007Q2	2006Q2	増減
売上	17,098	13,828	+24%
売上総利益	3,702	3,021	+23%
販管費	2,975	2,501	+19%
EBITDA	846	609	+39%
営業利益	727	519	+40%
経常利益	685	438	+56%
純利益	463	280	+65%

単体損益計算書概要(1-6月)

	2007Q2	2006Q2	増減
売上	14,432	12,152	+19%
売上総利益	2,674	2,330	+15%
販管費	2,189	1,850	+18%
営業利益	485	479	+1%
経常利益	474	461	+3%
純利益	360	248	+45%

連結貸借対照表概要

	2007/6末	2006/6末	増減
流動資産	14,828	12,835	+16%
(現預金)	{8,581}	{7,975}	{+8%}
固定資産	3,597	4,859	26%
繰延資産	14	35	60%
資産合計	18,441	17,731	+4%
流動負債	7,907	6,258	+26%
固定負債	287	1,457	80%
負債合計	8,194	7,716	+6%
純資産(資本)合計	10,247	10,014	+2%

連結キャッシュフロー計算書概要(1-6月)

	2007Q2	2006Q2	増減
営業CF	520	452	+15%
投資CF	317	1,124	—
財務CF	334	2,034	—
現金同等物増減	508	1,389	63%
現金同等物残高	8,417	7,939	+6%

営業キャッシュフローのプラス要因

売上債権の増加 +526百万円、仕入債務の増加 354百万円 など

投資キャッシュフローのプラス要因

有価証券の売却 +654百万円、定期預金の預入 129百万円 など

財務キャッシュフローのマイナス要因

長期借入金の返済 286百万円、配当金の支払 61百万円 など

単体経営指標の推移

	05/Q2	05/Q3	05/Q4	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4	07/Q1	07/Q2
売上高	3,660	4,303	5,290	5,877	6,275	6,489	6,880	7,026	7,406
粗利益	851	985	1,232	1,137	1,193	1,107	1,307	1,277	1,398
営業利益	146	219	372	289	190	105	224	256	229
経常利益	145	209	361	282	178	102	218	248	227
販管費(百万円)	706	766	860	848	1,003	1,002	1,083	1,021	1,169
人件費	361	399	498	440	532	509	650	579	651
賃料	38	38	45	44	52	104	113	111	111
広告宣伝費	136	125	120	159	172	145	118	124	138
減価償却費	4	5	5	7	10	20	24	25	23
その他	168	200	191	198	237	222	177	182	245
取引社数	805	892	1,006	1,000	1,145	1,107	1,252	1,161	1,230
新規取引社数	269	222	261	183	260	176	249	146	207
リピート取引社数	536	670	745	817	885	931	1,003	1,015	1,023
取引500万円以上社数	119	134	148	179	193	205	231	238	229
同 未満	686	758	858	821	952	902	1,021	923	1,001
業種別売上構成									
金融	24%	24%	23%	23%	29%	24%	23%	22%	20%
不動産	17%	15%	15%	16%	13%	13%	14%	16%	15%
人材教育	16%	14%	14%	17%	16%	15%	15%	16%	16%
化粧品・美容	20%	15%	12%	11%	11%	13%	13%	9%	12%
情報サイト・メール	5%	9%	11%	7%	8%	7%	10%	7%	7%
その他	18%	23%	25%	27%	24%	28%	27%	30%	29%
従業員数(派遣含む)	254	312	329	349	457	468	455	457	519
正社員	182	211	242	259	351	367	361	369	427
非正社員	72	101	87	90	106	101	94	88	92

* 06/Q1以降の従業員数・正社員数は、連結子会社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

< 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。