

---

# 株式会社オプト

## 2007年12月期第1四半期 決算説明資料



2007/5/15

## 目次

---

- 第1四半期決算サマリー
- 2007年度の戦略進捗
- 注力分野トピックス
- 参考資料

# 第1四半期決算サマリー

(2007/1 ~ 3)

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

当社グループは2005年第2四半期より連結決算を開始しております  
四半期推移等は参考値としてご覧ください

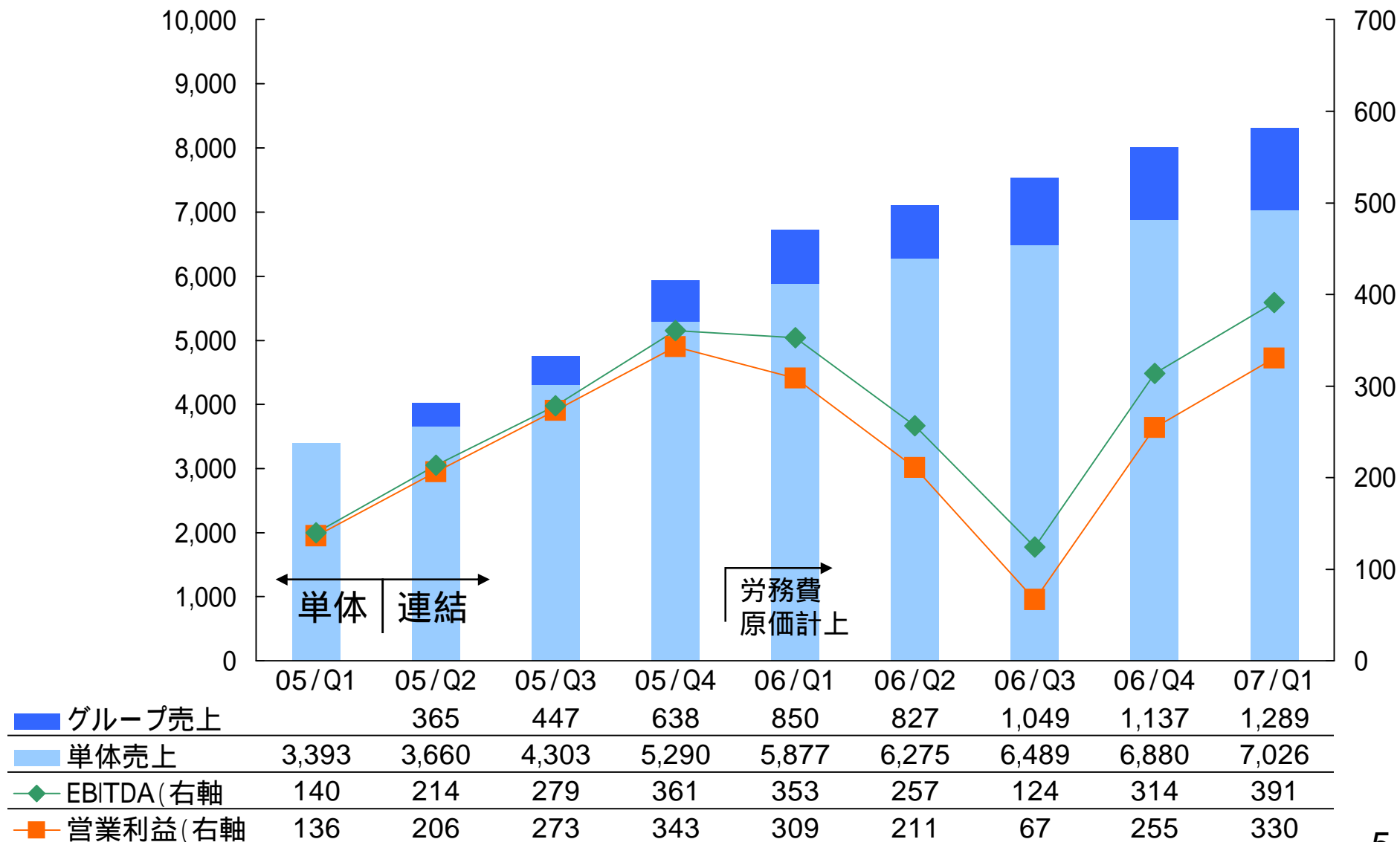
2006年第1四半期より、事業の重要性の高まりに伴い、より正確な採算管理を行うため、単体のテクノロジー・ソリューション・コンテンツの3事業分野において労務費を売上原価に計上しております。また、テクノロジー・ソリューション事業分野において値引相当額を売上・粗利益より控除しております。ご注意ください。

## 1-3月 四半期業績ハイライト

- ✓ 連単ともに前年同期比・前四半期比で増収増益  
06/Q3以降のV字回復継続
- ✓ 検索リスティング広告と制作等ソリューション中心に  
売上高継続伸長
- ✓ 単体営業利益率向上 + 子会社の利益貢献本格化  
により、過去最高の連結EBITDAを記録

# 【連結】四半期業績推移

過去最高の連結EBITDAを記録 07年順調なスタート



## 【連結】前四半期からの業績変化要因

- ✓ 単体増収 + 2.1% (+ 1.5億円)  
    広告代理 + 0.7億円 他事業 + 0.8億
- ✓ 子会社増収 + 13% (+ 1.5億円)

増収  
前Q比 + 3.7%

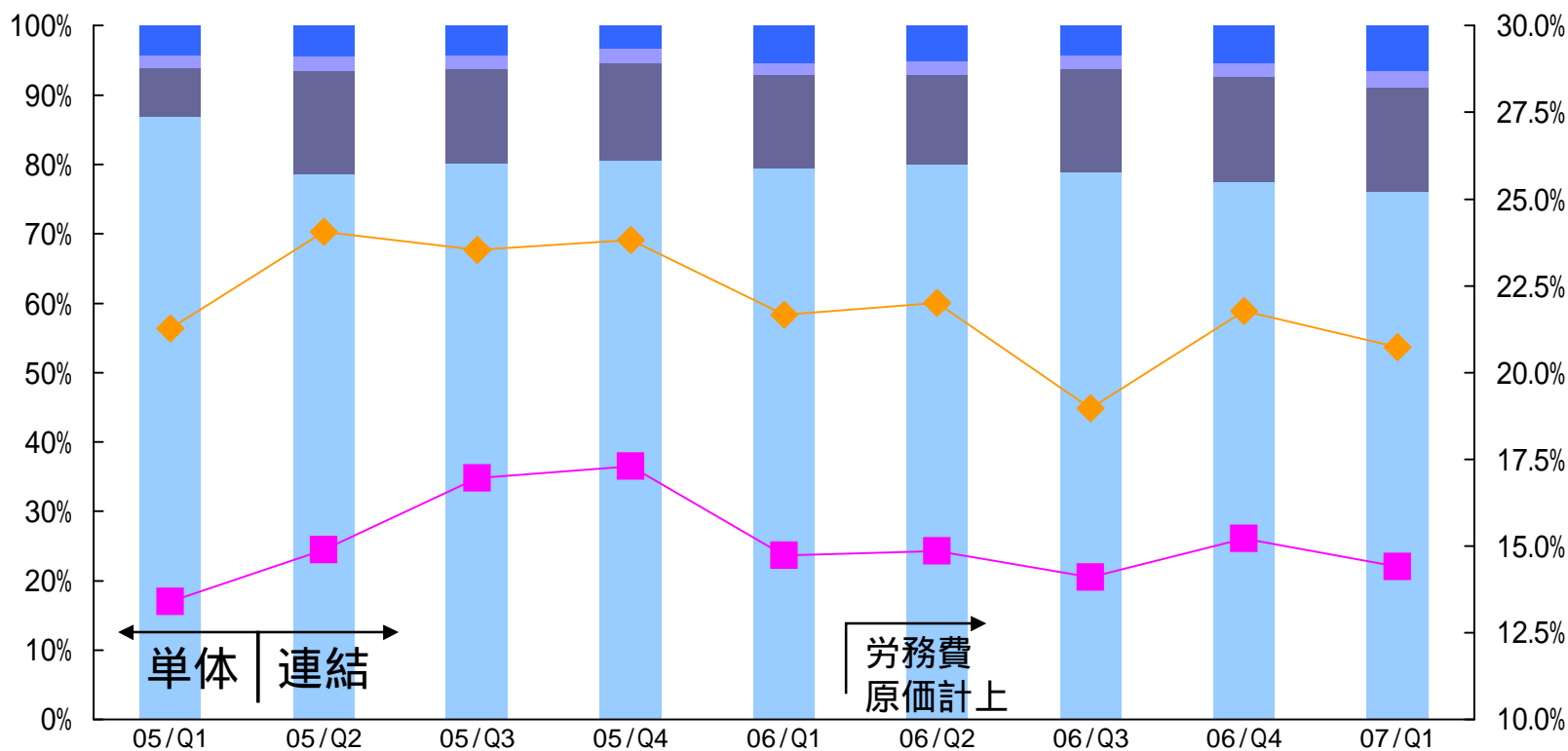
- ✓ 粗利益率若干低下 < 販管費低減  
    粗利率低下 1.1%  
    (単体広告代理粗利率低下の影響)  
    販管費低減 1.0億円  
    (前Qに賞与計上あった影響)

大幅営業増益  
前Q比 + 30.6%  
EBITDA過去最高  
前Q比 + 25.4%

# 【連結】事業分野別売上構成と粗利益率推移

## 広告代理の粗利益率若干低下を主要因に連結粗利益低下

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、本ページの広告代理粗利益率はグロス売上高を基準に表示しています

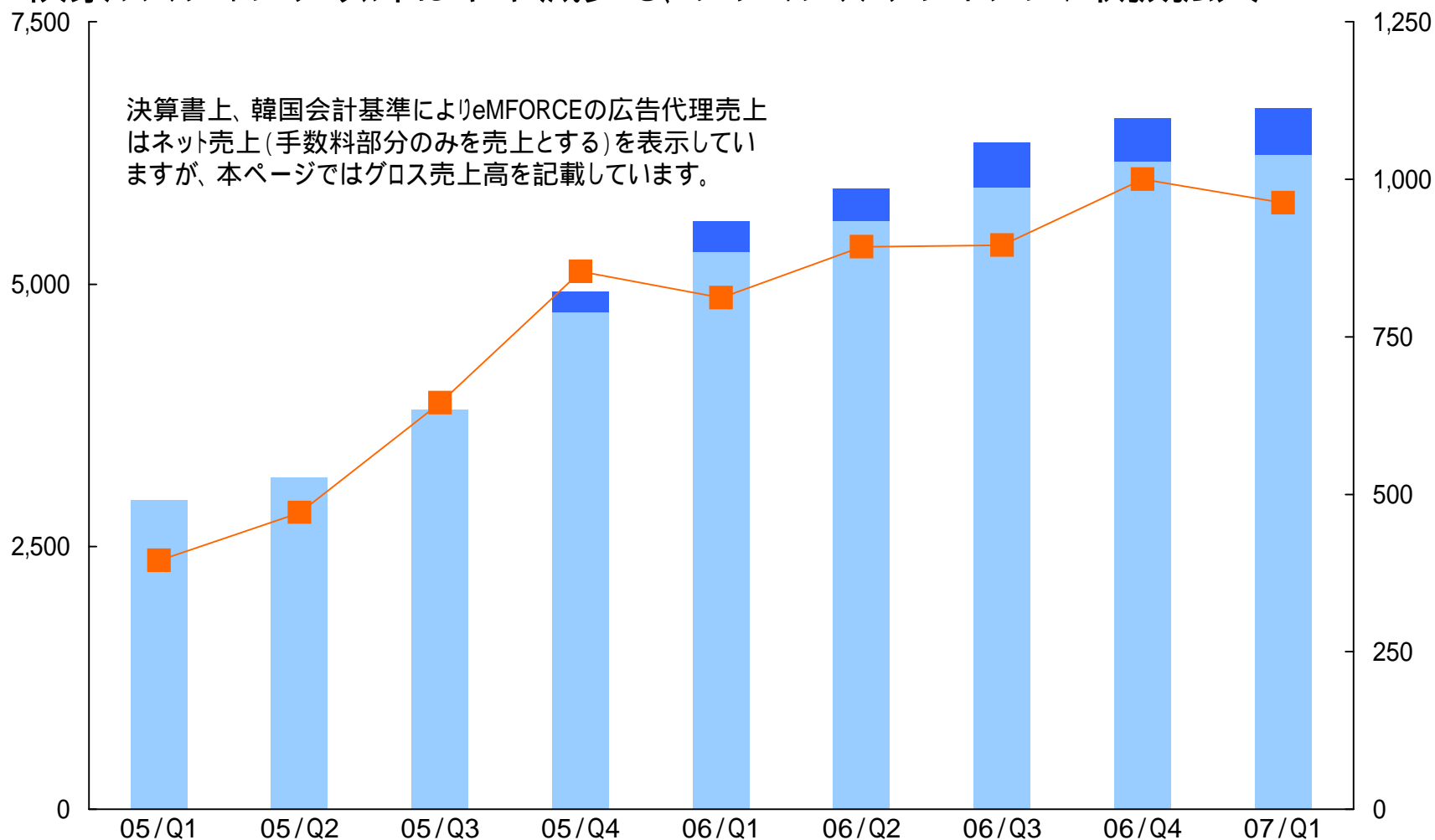


ソリューション売上構成	4.2%	4.4%	4.3%	3.3%	5.3%	5.1%	4.2%	5.4%	6.5%
テクノロジー売上構成	1.9%	2.1%	1.9%	2.0%	1.7%	2.0%	1.9%	2.1%	2.4%
コンテンツ売上構成	7.1%	14.9%	13.6%	14.1%	13.5%	12.9%	14.9%	15.0%	15.0%
広告代理売上構成	86.8%	78.6%	80.1%	80.6%	79.4%	80.0%	79.0%	77.5%	76.1%
広告代理粗利益率(右軸)	13.4%	14.9%	17.0%	17.3%	14.7%	14.9%	14.1%	15.2%	14.4%
全社粗利益率(右軸)	21.3%	24.1%	23.5%	23.8%	21.7%	22.0%	19.0%	21.8%	20.7%

\*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

# 【連結】広告代理

引き続き検索リスティングが大きく伸長、初の売上単月10億円超え  
 検索リスティング以外はやや減少も、ナショナルクライアント取扱拡大



■ グループ売上				197	292	311	432	408	444
■ 単体売上	2,944	3,165	3,807	4,737	5,313	5,600	5,923	6,169	6,237
■ 粗利益(右軸)	395	471	645	854	812	893	895	1,000	963

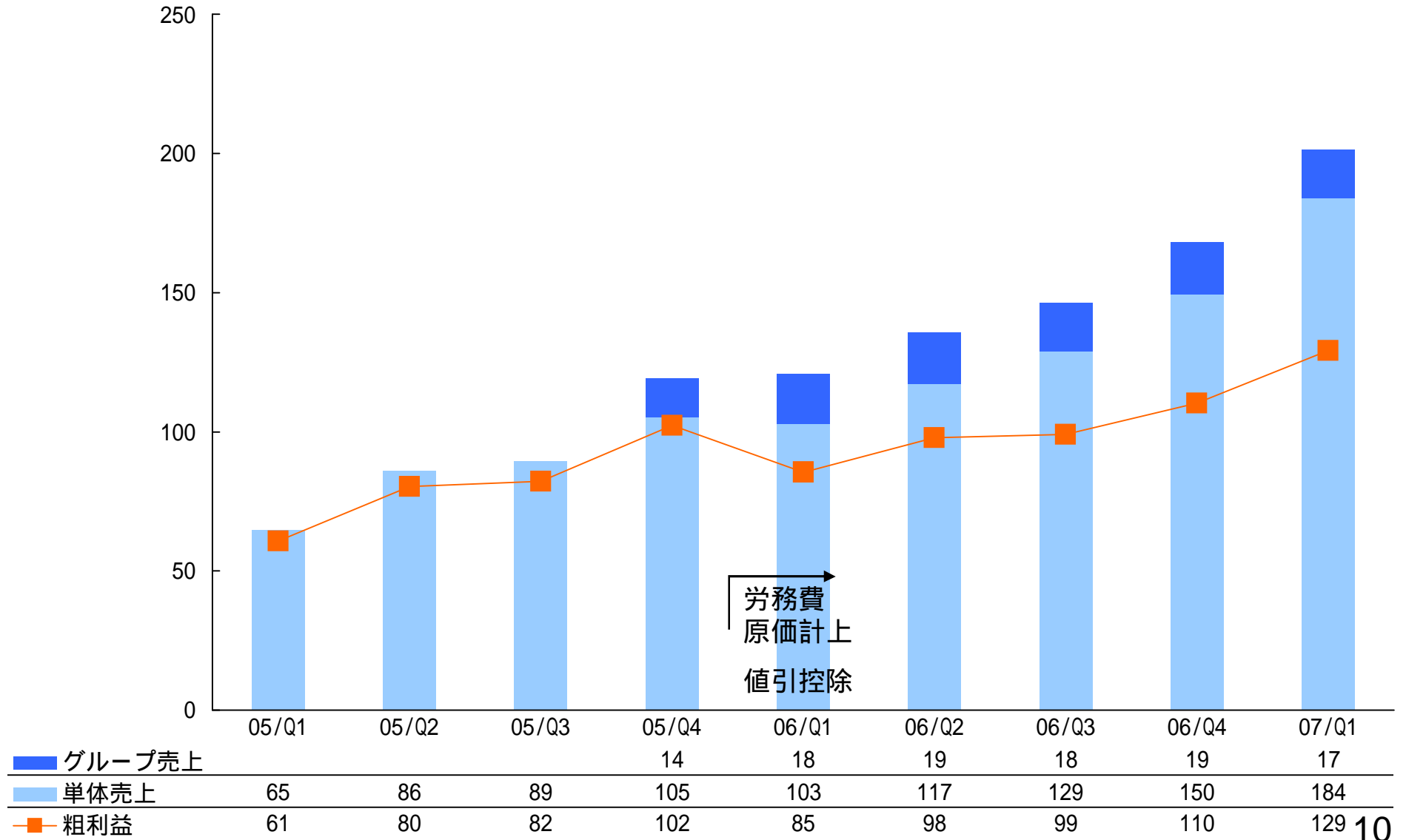


## 広告代理の主なトピックス

- ✓ 検索リスティング広告の拡大が継続、元overtureの営業責任者入社しマーケティング・研究体制一層強化
- ✓ モバイルメニュー中心にmixiの取扱高続伸
- ✓ オンラインゲーム広告子会社のアドバゲーミングが「セカンドライフ」の人気仮想都市「MagSL Tokyo」でのプロモーション業務開始、企業プロモーション用地の独占販売権を取得

# 【連結】テクノロジー

ADPLANシリーズやモバイル向けシステム販売を中心に順調に伸長



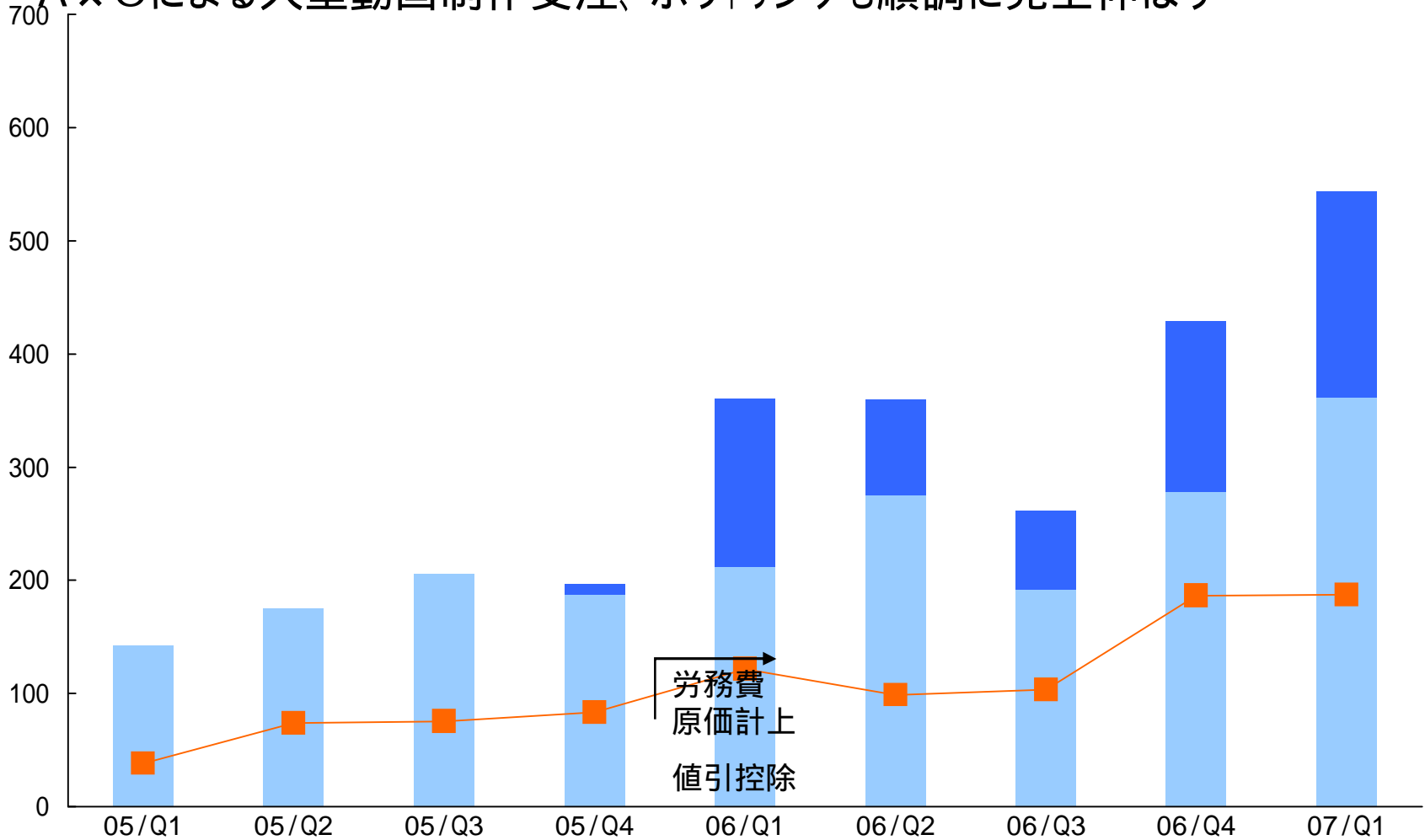
## テクノロジー事業の主なトピックス

- ✓ 従来より格段に導入が容易な新「ADPLANモバイル」(webビーコン方式)をリリース、モバイル広告の一層の拡大に期待
- ✓ 「ADPLAN」バージョンアップ、安定性とスピードがさらに向上
- ✓ ネット広告配信システム「ADPLAN DS」順調に拡販 開始から半年で配信トラフィック3倍に

# 【連結】ソリューション

クリエイティブとSEOを中心に増収続く

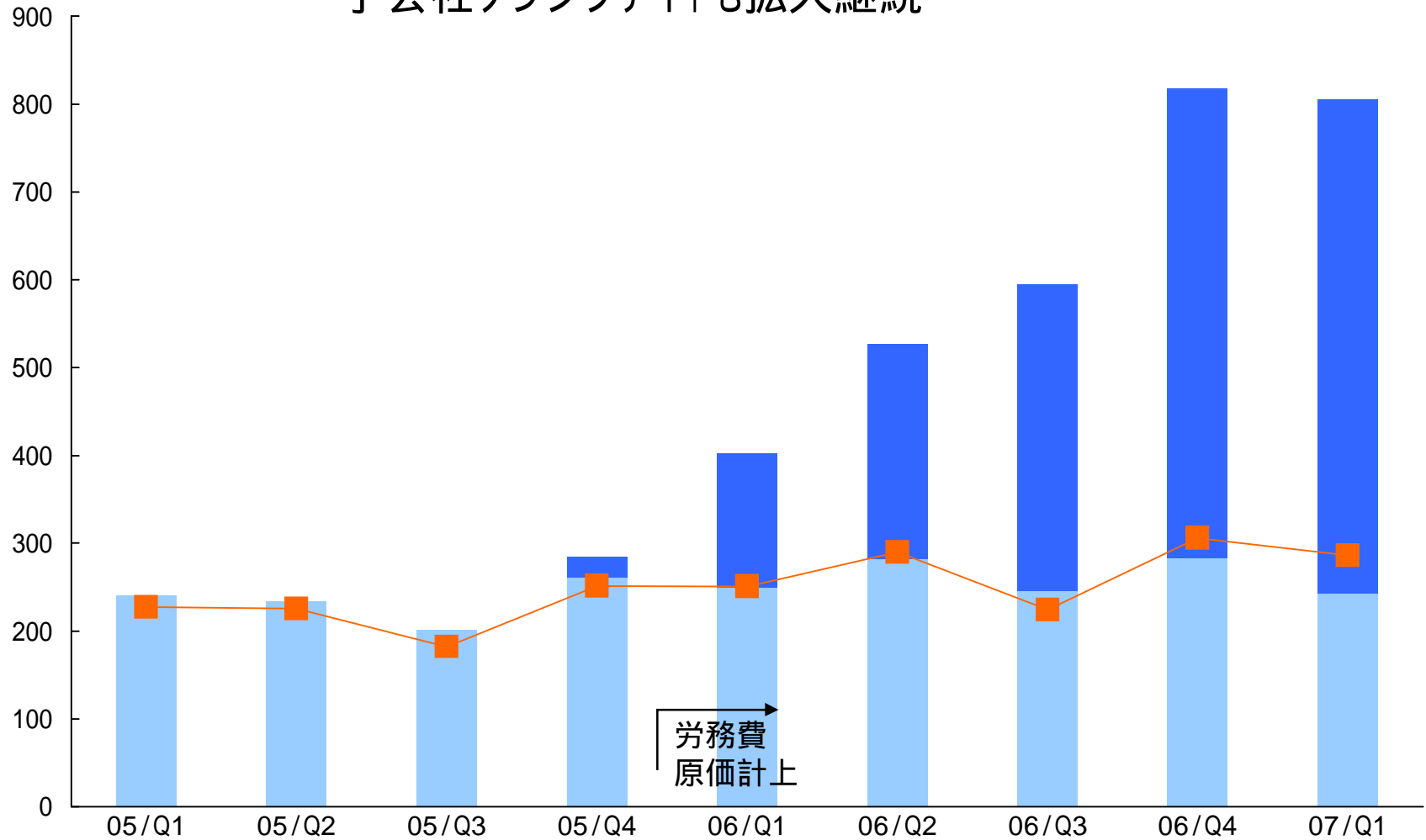
A×Oによる大型動画制作受注、ホットリンクも順調に売上伸ばす



	05/Q1	05/Q2	05/Q3	05/Q4	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4	07/Q1
グループ売上				9	149	85	70	151	182
単体売上	143	175	206	187	212	275	192	278	362
粗利益	38	74	75	83	122	99	103	187	187

# 【連結】コンテンツB2B

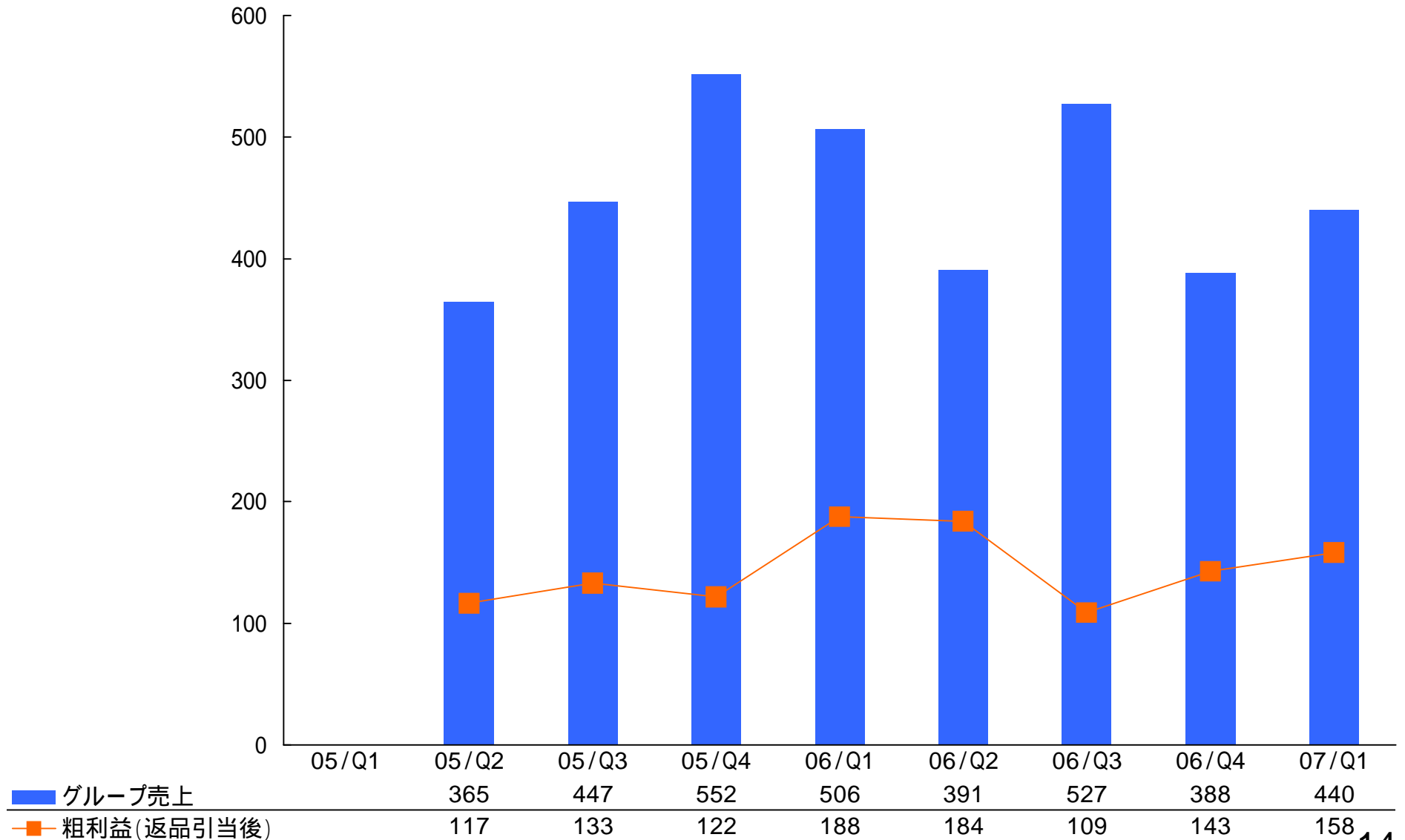
単体コンテンツ比較サイトは売上低下したが高利益率は維持  
 子会社クラシファイドも拡大継続



	05/Q1	05/Q2	05/Q3	05/Q4	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4	07/Q1
■ グループ売上				24	153	245	349	535	562
■ 単体売上	241	234	202	261	250	282	246	282	243
■ 粗利益	228	226	182	251	251	290	224	306	286

# 【連結】コンテンツB2C(株式会社ALBAのみ)

雑誌本業回帰により、Q1広告受注順調で利益回復



## ソリューション/コンテンツ事業の主なトピックス

### 【ソリューション】

- ✓ ネット動画コンテンツ制作子会社A×O活動本格化、「じゃらん」プロモーションで実績
- ✓ 東京インタラクティブ・アド・アワードで2年連続入賞、ネット専業広告会社では、オプトのみ受賞
- ✓ クロスフィニティ(SEO子会社)設立以来最高の伸び、取扱案件数06/Q3から2倍超に

### 【コンテンツ】

- ✓ Y!JAPAN内コンテンツ「セカンドライフ」にて新コンテンツ「大人の学び」リリース

# アワード受賞作品介绍

## 第5回東京インタラクティブ・アド・アワード

< フローティング広告部門 >

作品名: 「焼肉ジュウジウ(最強のジズルシリーズ1)」

<http://galleryads.net/tiaa/2007/hotpepper/niku.htm>

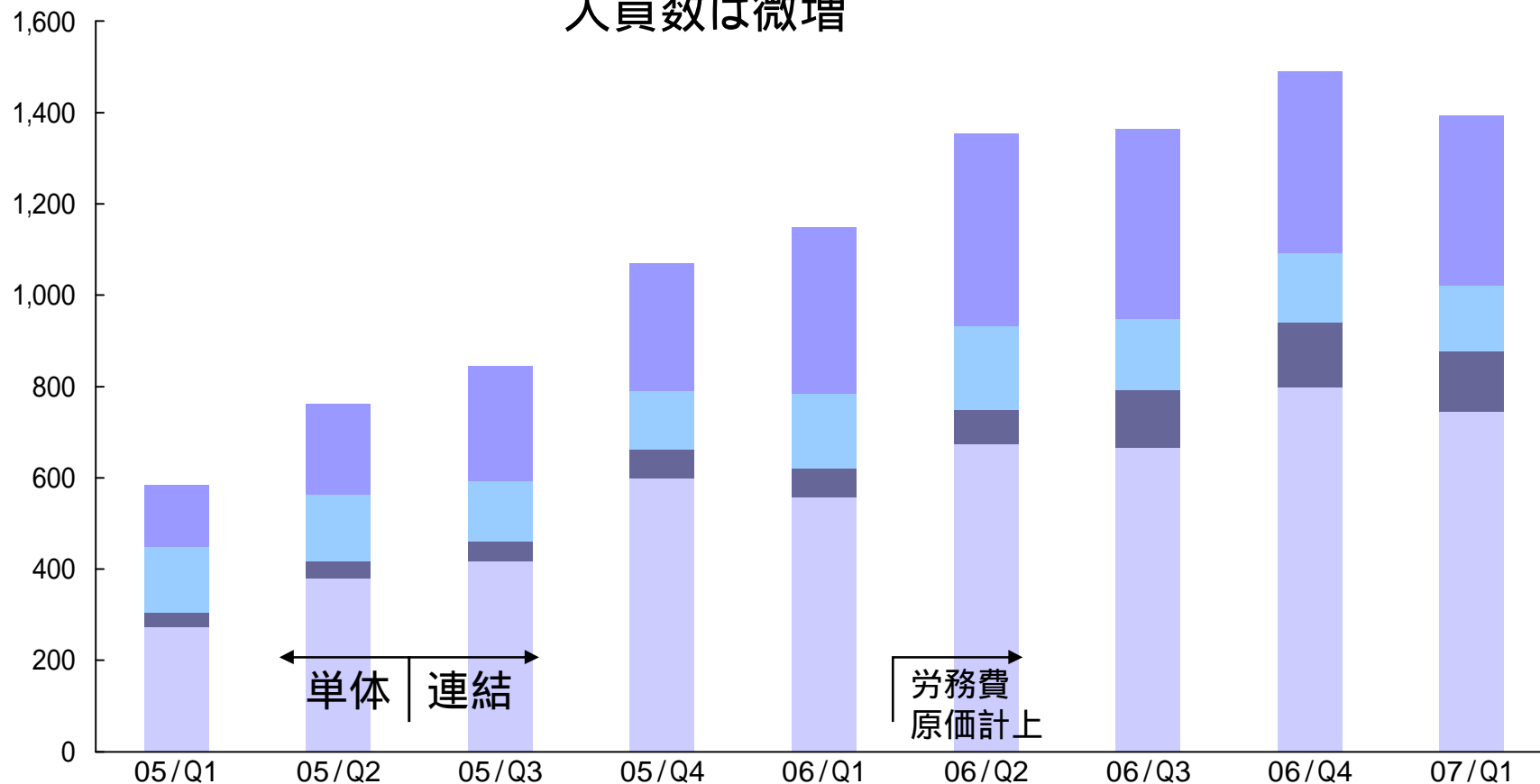
クライアント名: 株式会社リクルート様 (HotPepper.jp)





# 連結販管費推移

前Qは期末賞与計上あったため今Qは費用減に  
人員数は微増



	05/Q1	05/Q2	05/Q3	05/Q4	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4	07/Q1
■ その他	133	191	246	261	318	375	360	339	313
■ 減価/連調償却	3	8	6	18	44	46	57	59	61
■ 広告宣伝費	145	145	133	129	165	183	154	153	142
■ 賃料	31	39	43	63	64	74	126	140	134
■ 人件費	273	379	417	598	558	675	667	799	744
販管費計	585	762	845	1,070	1,149	1,353	1,364	1,491	1,393

---

# 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

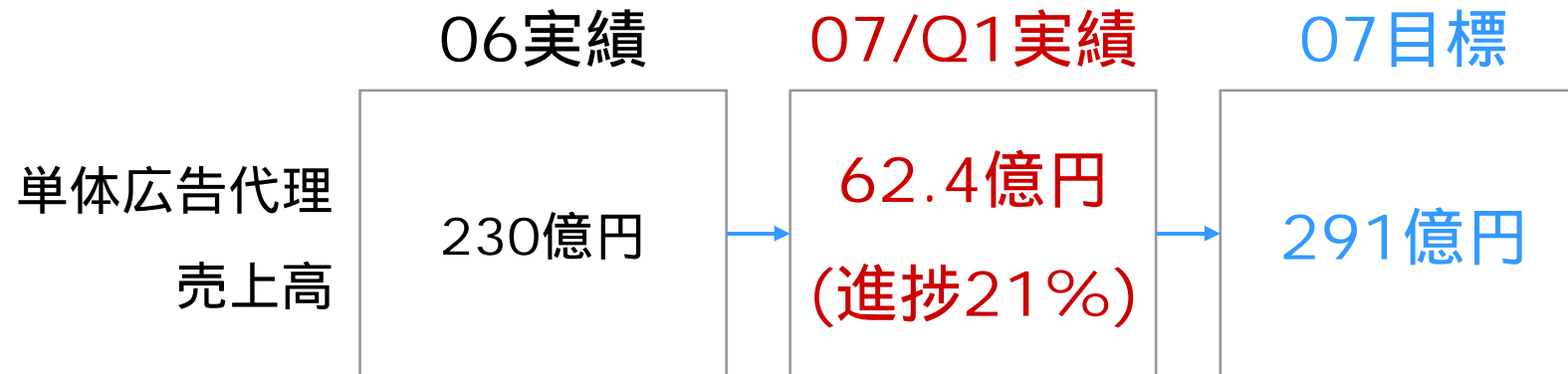
戦略1  
広告代理の継続拡大

戦略2  
グループをあげた広告関連サービス強化

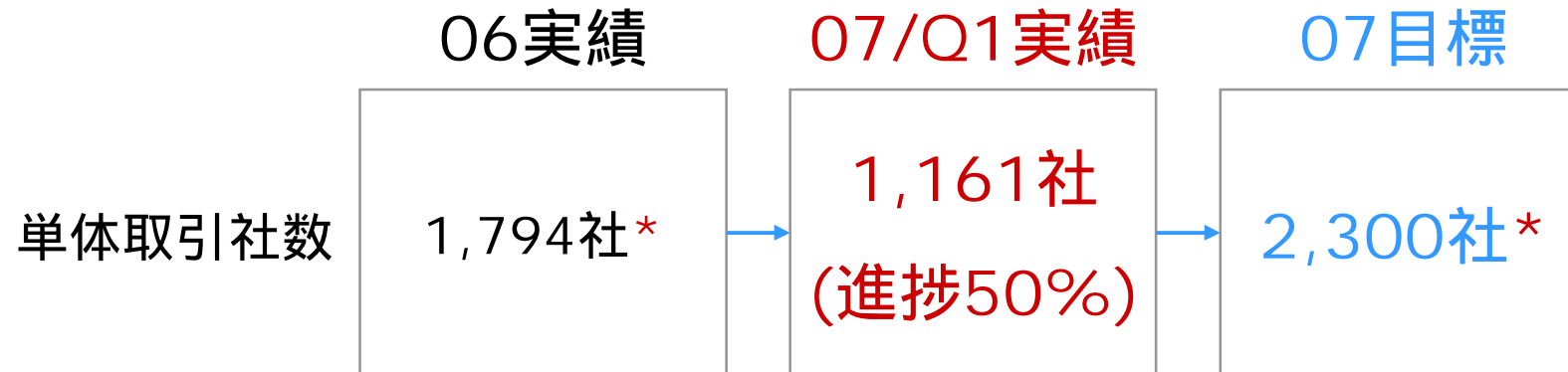
戦略3  
生産性向上による収益性向上

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



検索リスティング広告中心に堅調推移 純広拡大に課題

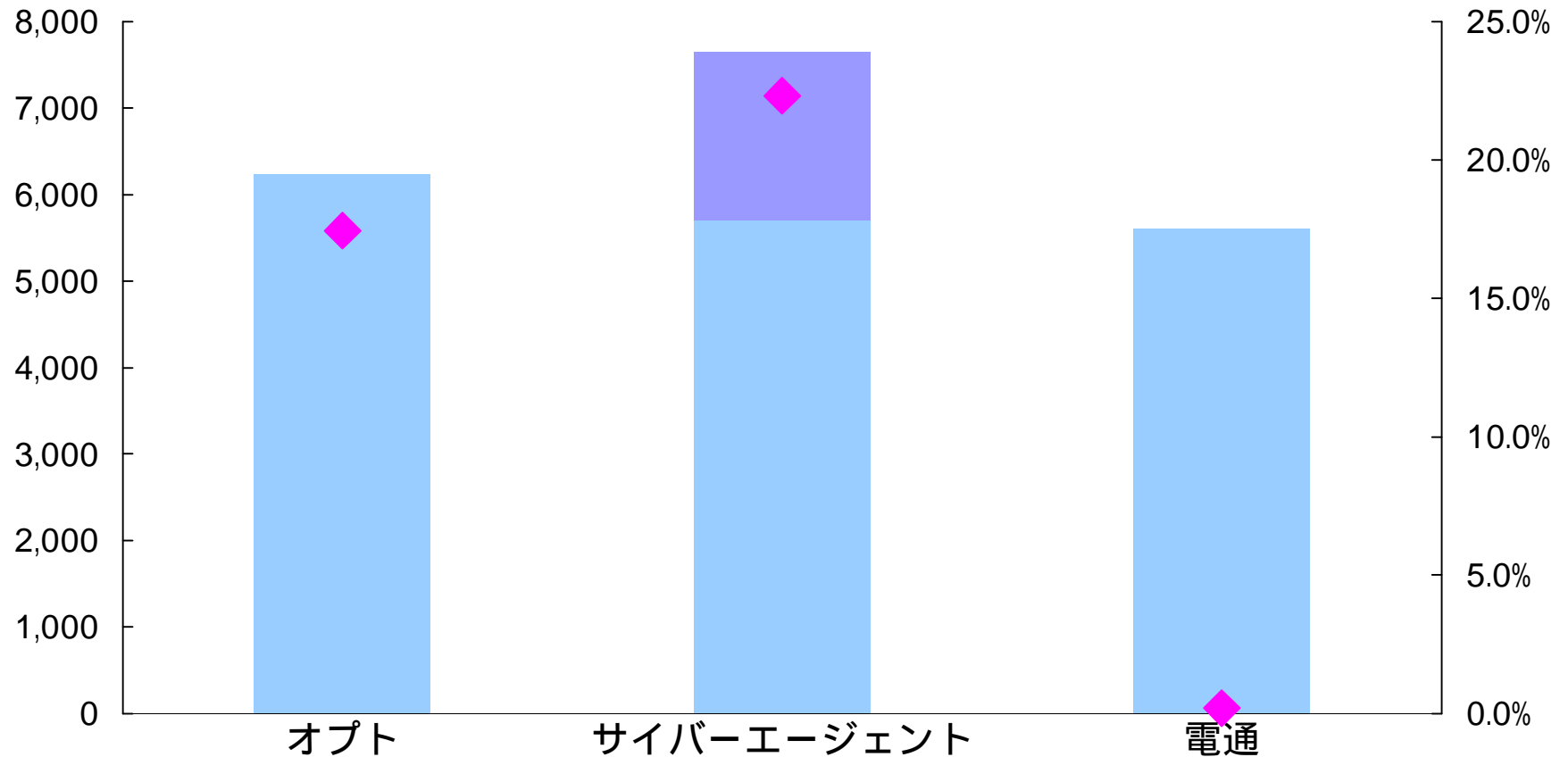


前年よりややスローなスタート 新規開拓に課題

\*通期延べ取引社数

# 【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



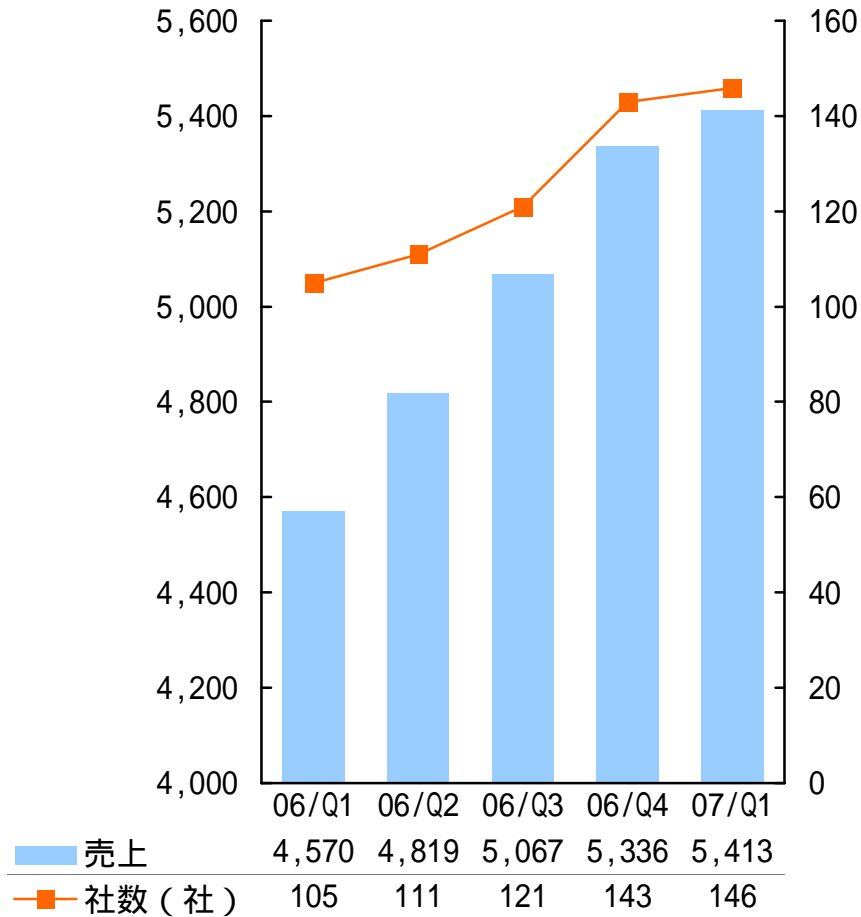
■ 自社媒体		1,951	
■ 他社媒体	6,240	5,705	5,608
◆ 前年同期比	17.5%	22.3%	0.2%

各社2006年および2007年1～3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

# 取引クライアントの状況

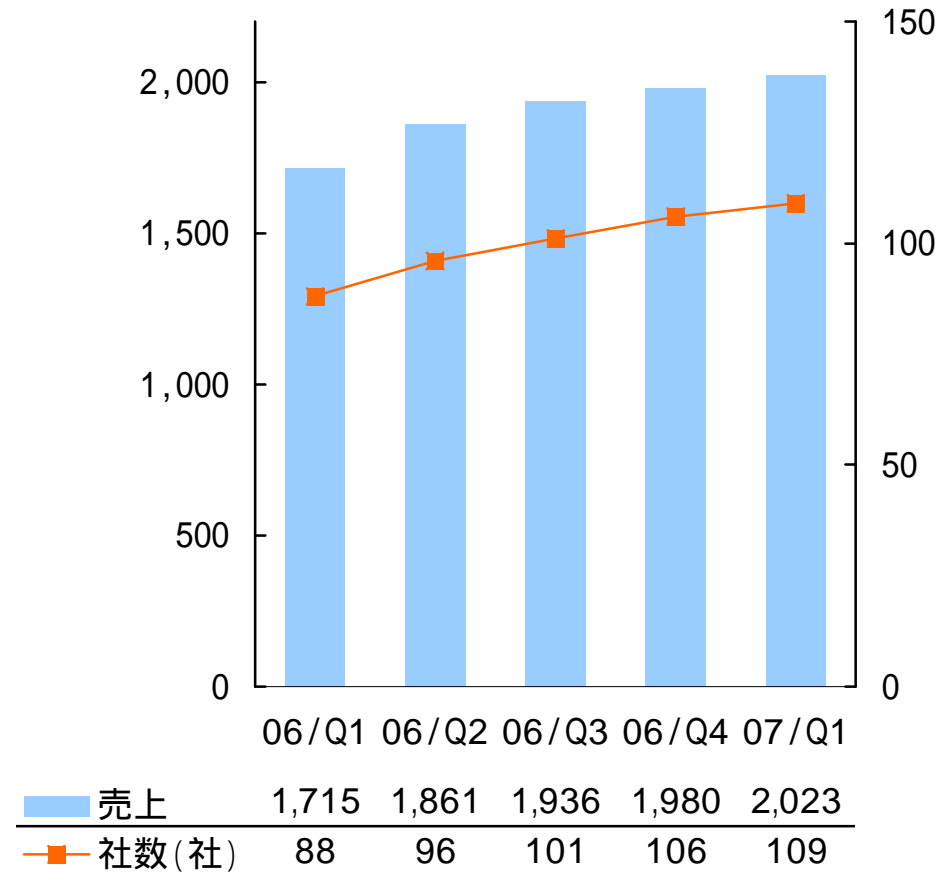
## 大手大口クライアントは順調に伸長

### 大口顧客 売上・社数推移



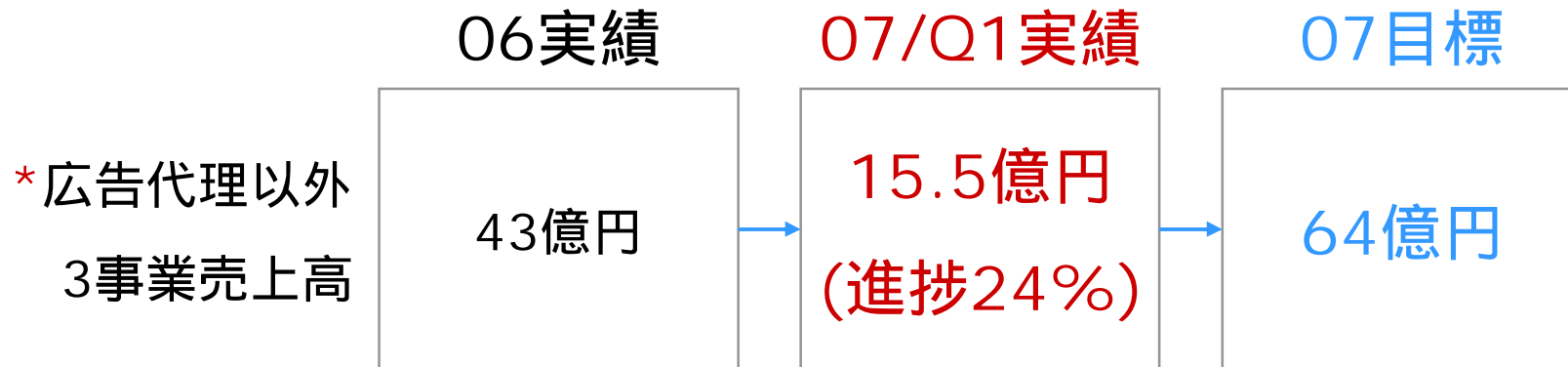
大口取引先定義: 四半期の取扱が1千万円以上

### ナショナルクライアント売上・社数推移

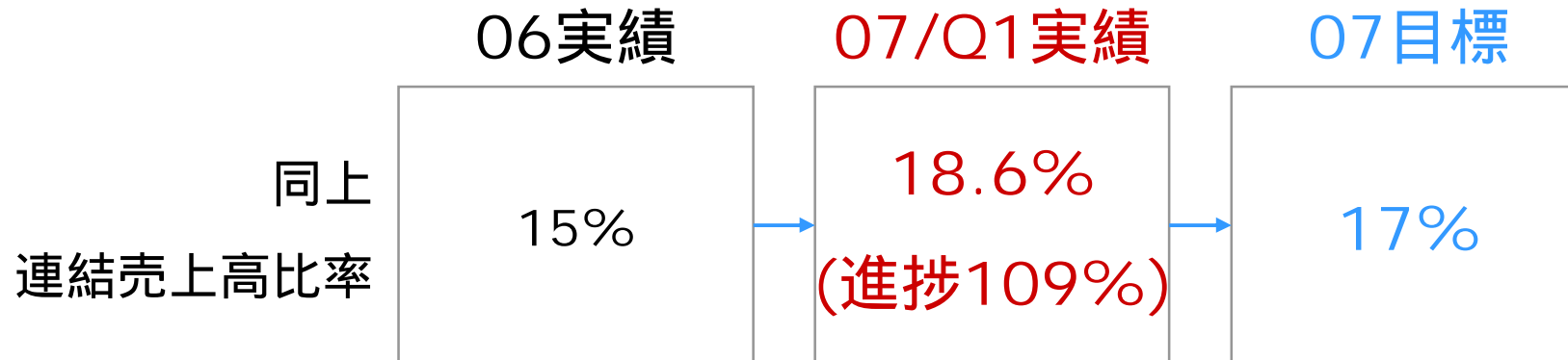


ナショナルクライアント定義: 日経広告研究所調べによる広告費上位500社  
06/Q1-06/Q4は2004年度基準、07/Q1は2005年度基準にて抽出

## 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



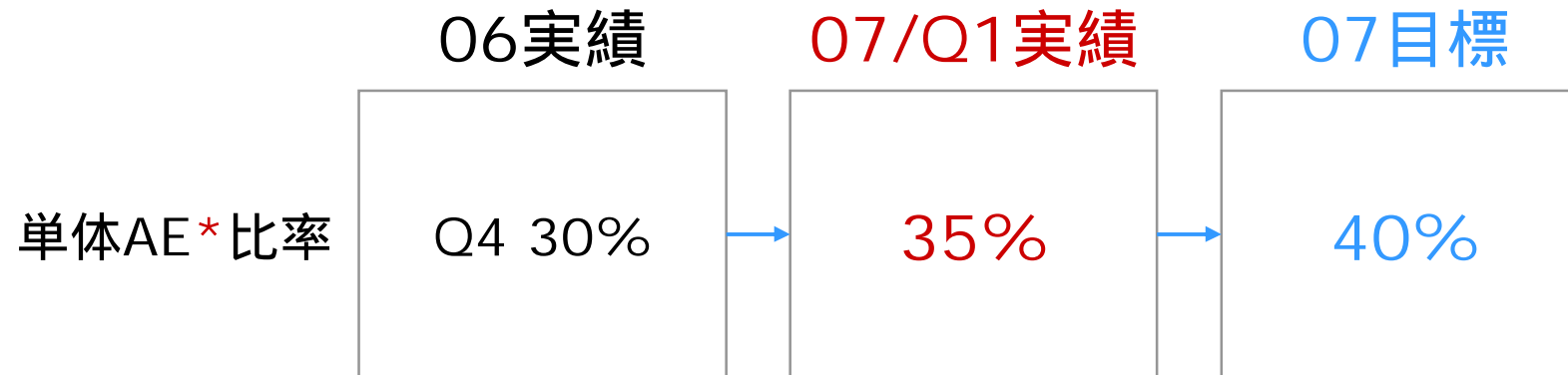
各事業・各社とも順調 子会社全体で1億のEBITDA貢献



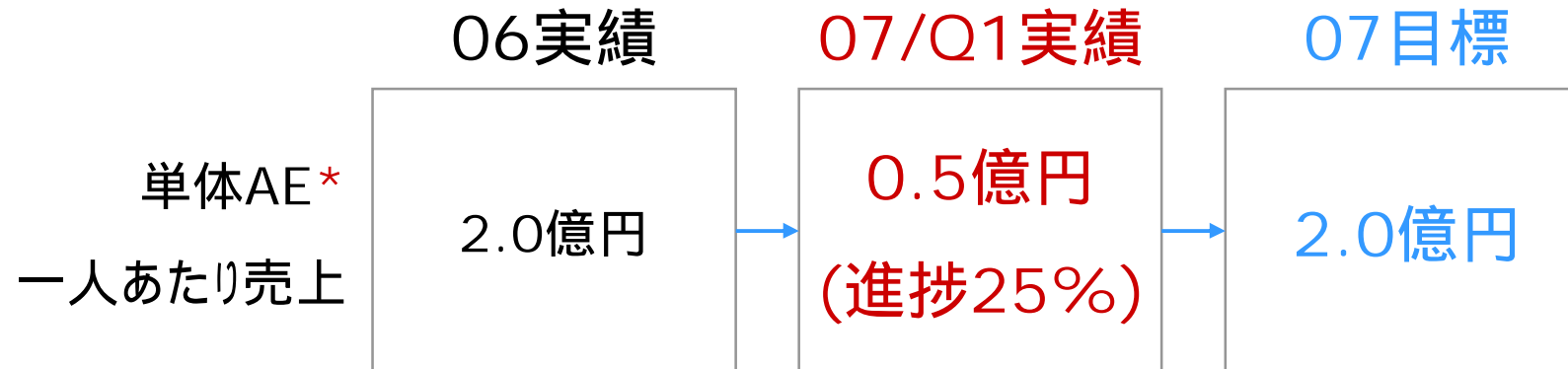
Q1時点では目標値をクリア

\* 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



組織変更などによりAE比率向上



大型組織変更も順調スタート Q2以降は新卒戦力化課題

\* 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



## 連結業績の進捗

	07予想値	07/Q1実績	進捗率
売上高	37,500	8,314	22%
広告代理	29,100	6,325	22%
テクノロジー	700	201	29%
ソリューション	2,400	543	23%
コンテンツ	5,300	1,244	23%
粗利益	7,750	1,759	23%
販管費	6,550	1,393	21%
EBITDA	1,400	391	28%
営業利益	1,200	330	28%
経常利益	1,200	315	26%
当期純利益	* 710	167	23%

\* 2007年4月17日にスタイライフ株式売却益(07Q2計上予定)分を上方修正しております

## 2007Q1戦略進捗の総括

---

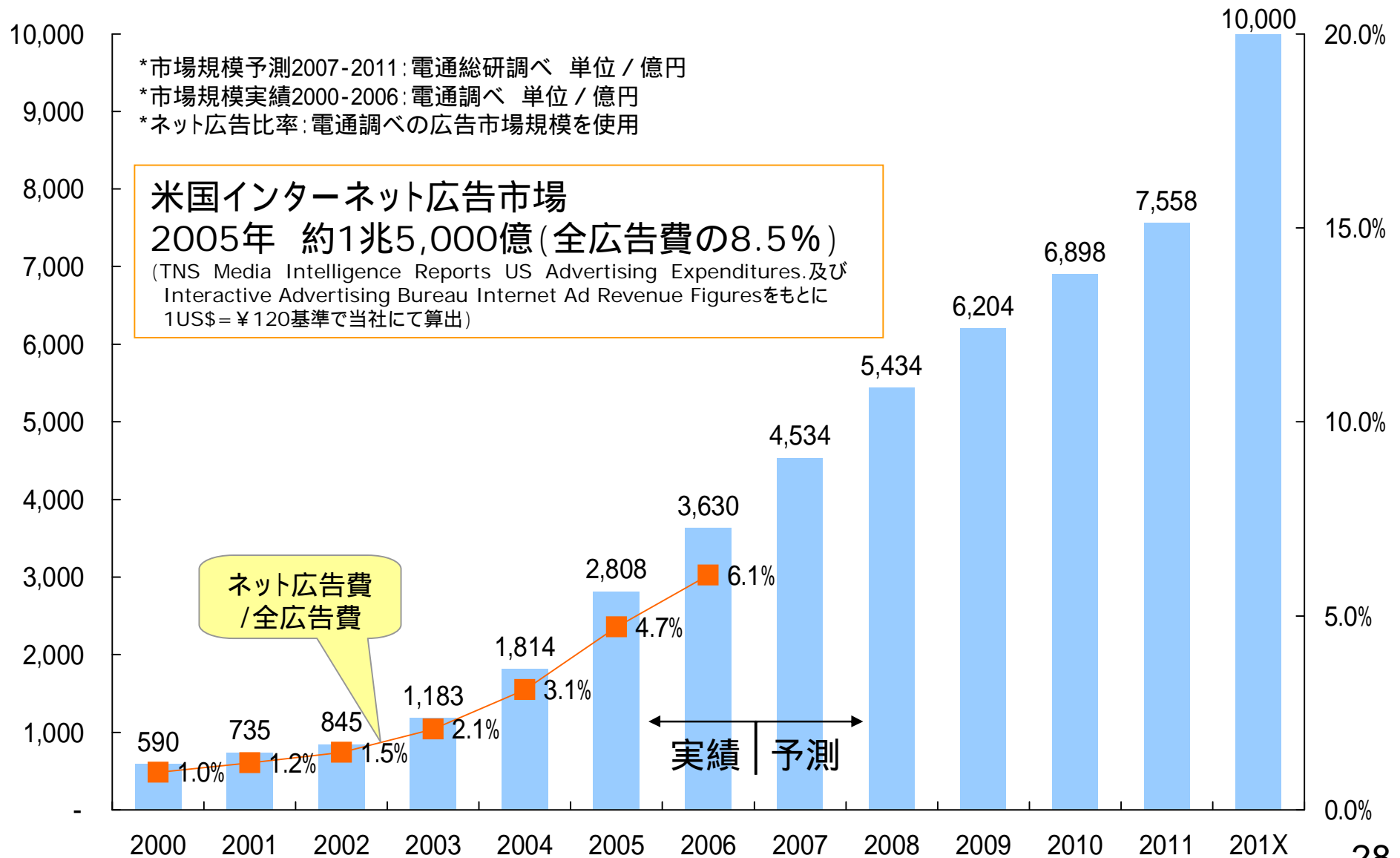
- ✓ グループあげた広告関連サービス強化と生産性向上策は順調なスタート
- ✓ 業績予想値に対し順調な進捗
- ✓ 新規顧客開拓と純広拡大が重点課題

---

# 注力・成長分野のトピックス

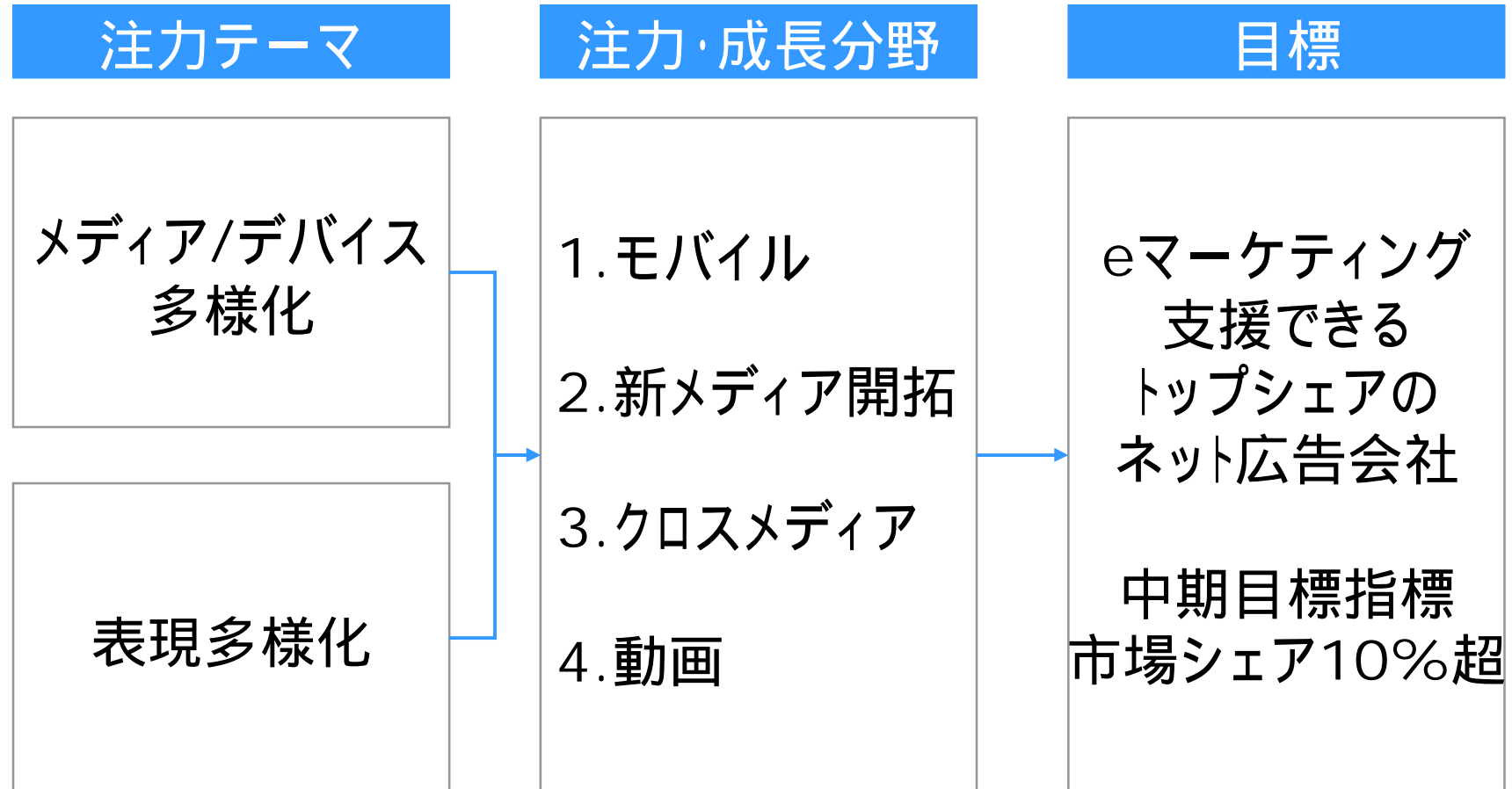
# 日本のネット広告市場

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



# 1兆円市場に向けた足元の注力分野

成長性、ニーズの高い分野注力し、市場成長の牽引役に



# 1. モバイル

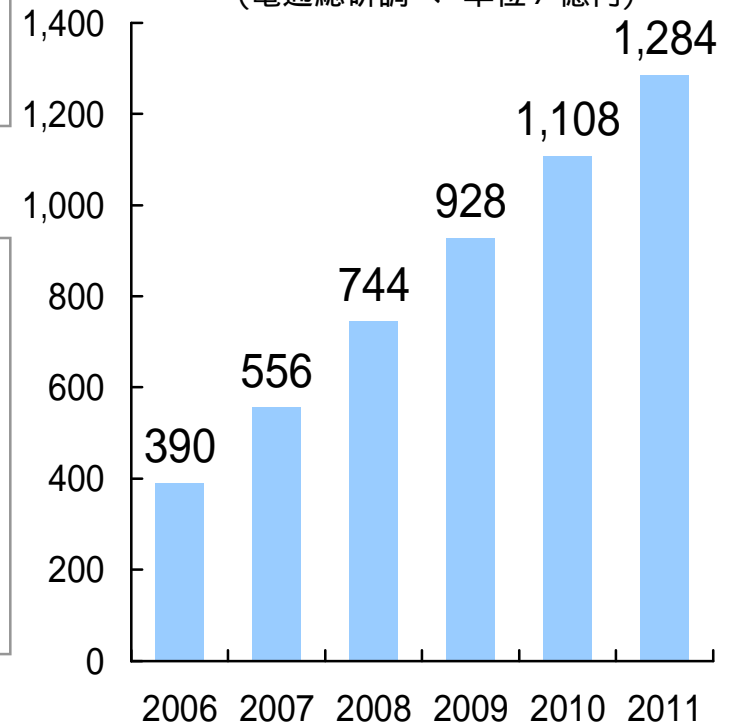
パケット定額制  
普及率50%超へ

各キャリア  
検索を強化

- ✓ 勝手サイト中心にトラフィック増加
  - ✓ PC同様に検索リスティング広告も普及
- PCの2-3年後を追いモバイル広告市場急拡大

モバイル広告費の予測

(電通総研調べ 単位/億円)

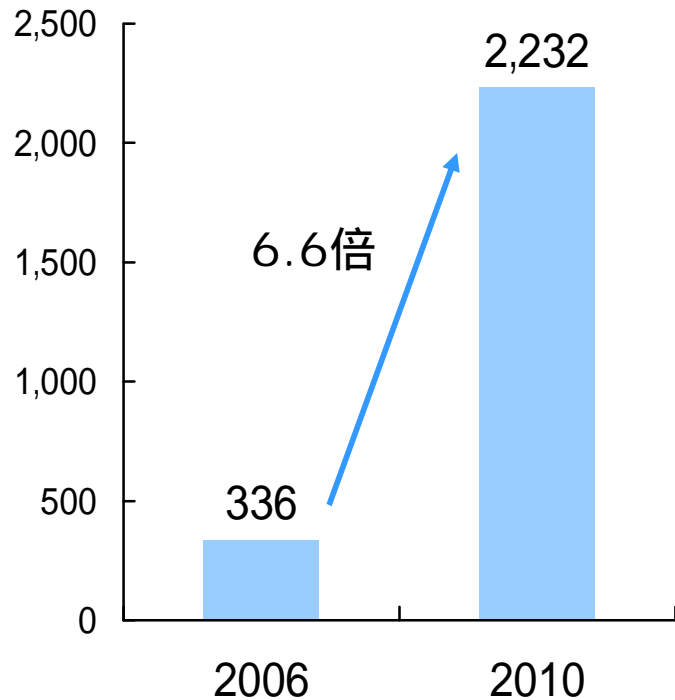


<方針> PCネット広告同様、効果測定システムを先行普及させることにより、モバイル広告取扱高の拡大を図る  
ADPLANモバイル新バージョンをリリース、販売好調

## 2. 新メディア

### CGM内広告

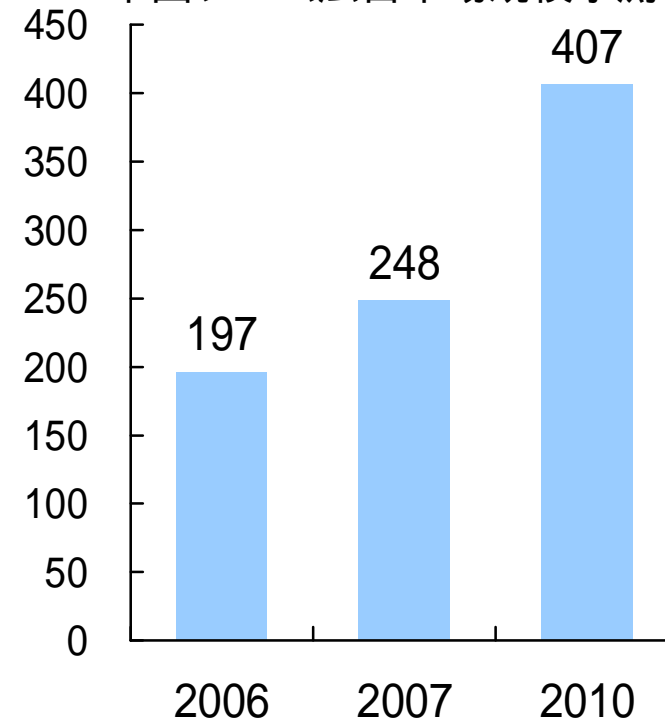
米国SNS広告市場規模予測



日本でもmixi等CGM急拡大

### ゲーム内広告市場

米国ゲーム広告市場規模予測



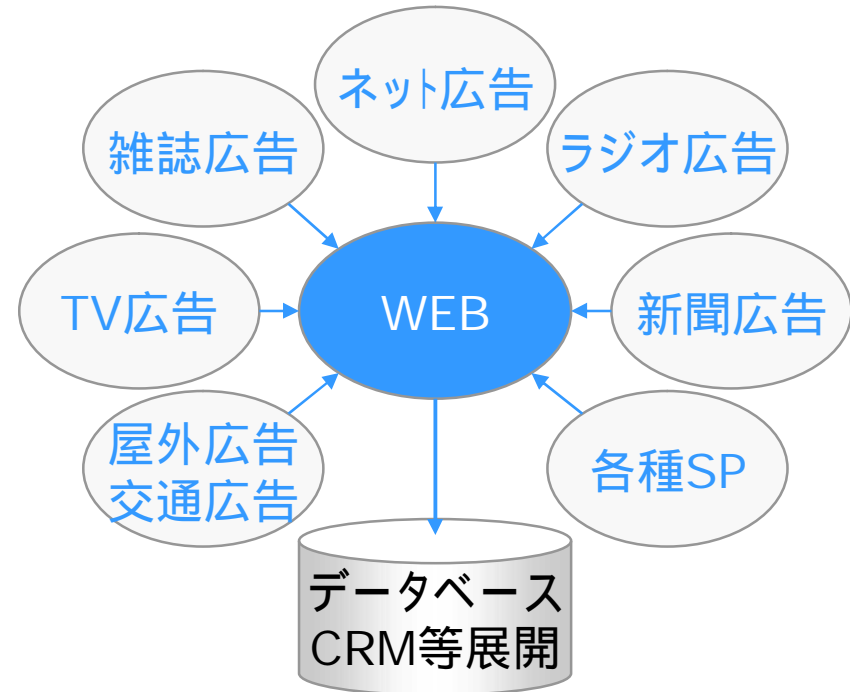
日本でもセカンドライフ等で本格拡大期待

< 方針 > 有望メディア発掘、本格普及前から積極的に販売する  
仮想世界セカンドライフ内MagSL Tokyo独占販売権を取得

(両グラフともeMarketer調べ 単位 / 億円 1US\$=¥120円基準として当社で算出)

### 3. クロスメディア

検索窓付きのTV広告などネット  
+ 他メディア連動広告増加  
クロスメディア提案に対する顧客ニーズが着実に高まる



PC・モバイル以外のデバイスでも、インターネットのインフラ・技術を活用した広告手法を積極的に開発する  
屋外LED映像看板への動画アフィリエイト広告配信開始  
フリーペーパーへの電話着信課金型広告ネットワーク「オプ  
クロスネット」開始

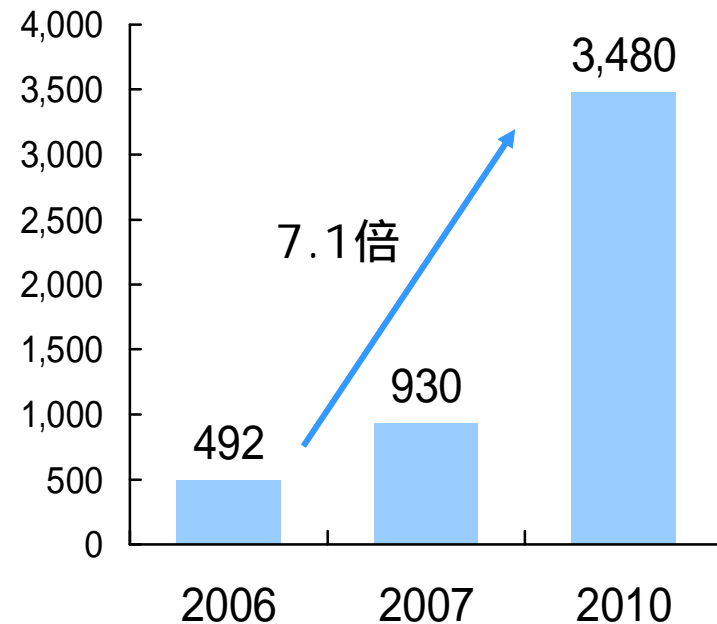


## 4. 動画

日本においては2006年30億円と今は小規模市場ながら前年比6倍と急増  
動画サイト拡大、広告主サイトのリッチ化にあわせて市場拡大が期待される

### 米国ネット動画広告予測

(eMarketer調べ 単位 / 億円  
1US\$=¥120円基準として当社で算出)



<方針> 葵プロモーションとの合弁子会社A×Oにおいて、動画コンテンツ制作受託を積極展開する  
「じゃらん」動画プロモーションが話題のコンテンツとして新聞に取り上げられるなど受注・成果ともに順調

---

< 參考資料 >

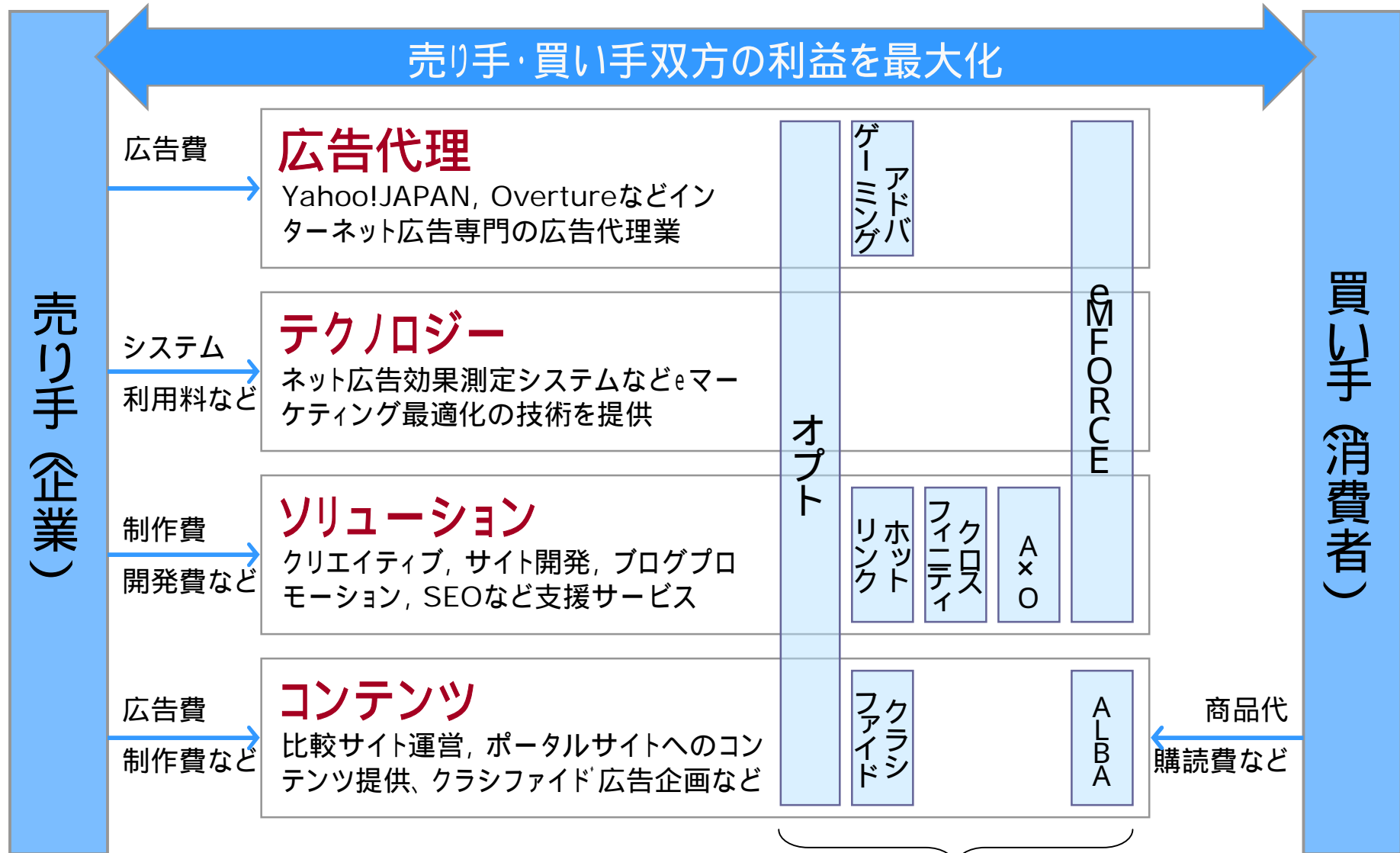
## 会社概要

- 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 128,888株(2007年3月末現在)
- 資本金 4,591百万円(同上)
- 従業員数 369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	06期末連結状況
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%	関連会社 (持分法非適用)
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、アクションクリック、ペットゴー など		

# オプトのビジネスモデル

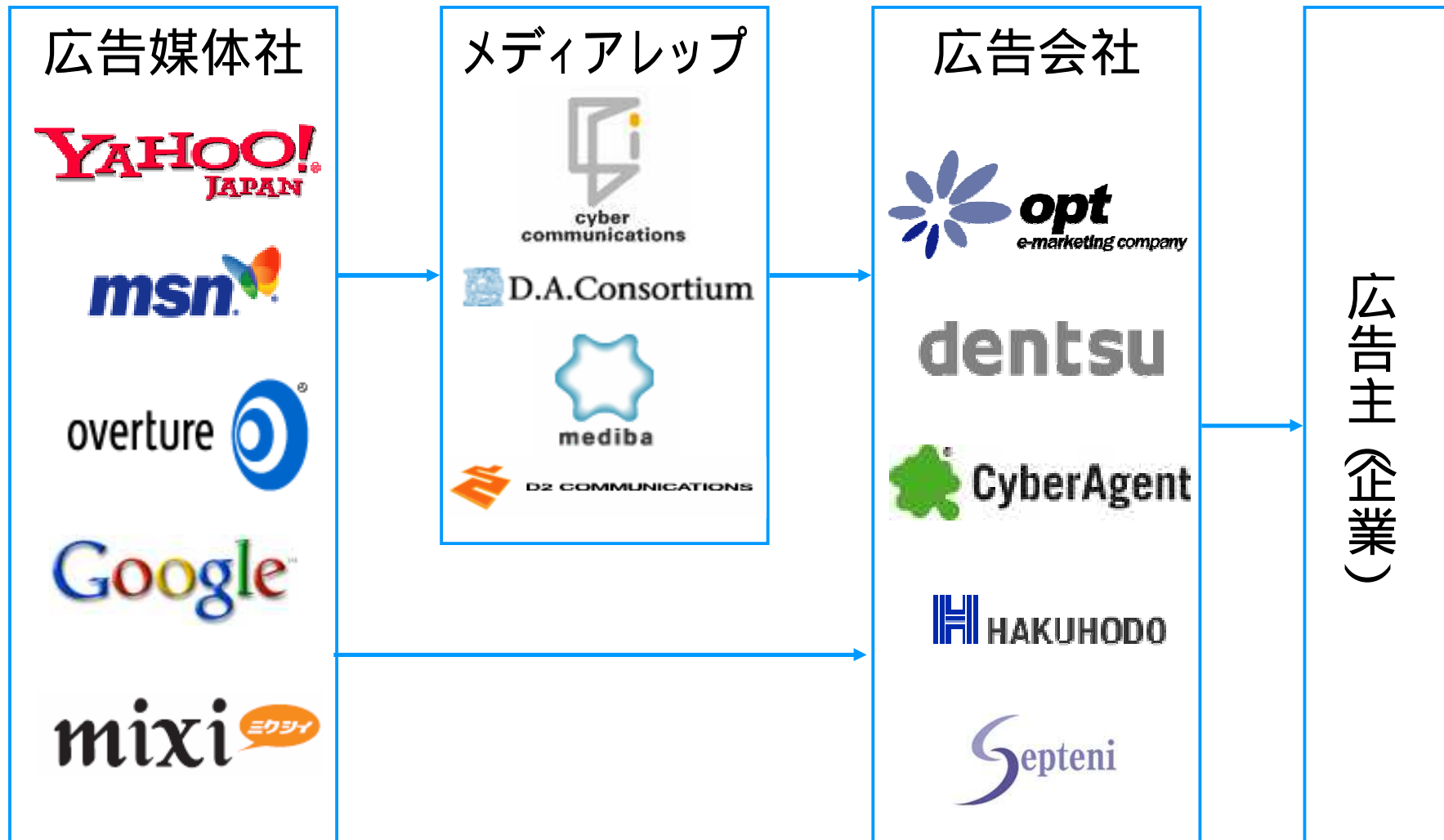


→ 主な収益の流れ

主要グループ各社カバー領域( 2007/3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



## 連結損益計算書概要(1-3月)

	2007Q1	2006Q1	増減
売上	8,314	6,727	+24%
売上総利益	1,759	1,476	+19%
販管費	1,393	1,148	+21%
EBITDA	391	312	+11%
営業利益	330	308	+7%
経常利益	315	274	+15%
純利益	167	172	3%

## 単体損益計算書概要(1-3月)

	2007Q1	2006Q1	増減
売上	7,025	5,877	+20%
売上総利益	1,277	1,136	+12%
販管費	1,020	847	+20%
営業利益	256	288	11%
経常利益	247	282	12%
純利益	141	148	5%



## 連結貸借対照表概要

	2007/3末	2006/3末	増減
流動資産	14,020	15,407	9%
(現預金)	{7,388}	{10,404}	{ 29%}
固定資産	4,249	3,763	+13%
繰延資産	19	40	51%
資産合計	18,290	19,211	5%
流動負債	7,369	7,246	+2%
固定負債	894	3,175	72%
負債合計	8,264	10,422	21%
純資産(資本)合計	10,025	8,676	+16%

## 連結キャッシュフロー計算書概要(1-3月)

	2007Q1	2006Q1	増減
営業CF	252	15	+1,505%
投資CF	259	330	—
財務CF	113	4,173	97%
現金同等物増減	627	3,825	—
現金同等物残高	7,282	10,375	30%

営業キャッシュフローのマイナス

売上債権の増加 +634百万円、仕入債務の増加 278百万円

投資キャッシュフローのマイナス

有価証券の取得(子会社増資など) 105百万円、定期預金の預入 62百万円

財務キャッシュフローのマイナス

長期借入金の返済 113百万円

# 単体経営指標の推移

	05/Q1	05/Q2	05/Q3	05/Q4	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4	07/Q1
売上高	3,393	3,660	4,303	5,290	5,877	6,275	6,489	6,880	7,026
粗利益	722	851	985	1,232	1,137	1,193	1,107	1,307	1,277
営業利益	136	146	219	372	289	190	105	224	256
経常利益	136	145	209	361	282	178	102	218	248
販管費(百万円)	585	706	766	860	848	1,003	1,002	1,083	1,021
人件費	273	361	399	498	440	532	509	650	579
賃料	31	38	38	45	44	52	104	113	111
広告宣伝費	145	136	125	120	159	172	145	118	124
減価償却費	3	4	5	5	7	10	20	24	25
その他	133	168	200	191	198	237	222	177	182
取引社数	620	805	892	1,006	1,000	1,145	1,107	1,252	1,161
新規取引社数	128	269	222	261	183	260	176	249	146
リピート取引社数	492	536	670	745	817	885	931	1,003	1,015
取引500万円以上社数	99	119	134	148	179	193	205	231	238
同 未満	521	686	758	858	821	952	902	1,021	923
業種別売上構成									
金融	28%	24%	24%	23%	23%	29%	24%	23%	22%
不動産	16%	17%	15%	15%	16%	13%	13%	14%	16%
人材教育	19%	16%	14%	14%	17%	16%	15%	15%	16%
化粧品・美容	14%	20%	15%	12%	11%	11%	13%	13%	9%
情報サイト・メール	6%	5%	9%	11%	7%	8%	7%	10%	7%
その他	17%	18%	23%	25%	27%	24%	28%	27%	30%
従業員数(派遣含む)	209	254	312	329	349	457	468	455	457
正社員	147	182	211	242	259	351	367	361	369
非正社員	62	72	101	87	90	106	101	94	88

\* 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。