
株式会社オプト
2006年12月期(第13期)
決算説明資料



2007/2/16

目次

- 第4四半期決算サマリー
- 2006年度通期決算サマリー
- 2007年度の戦略
- 参考資料

第4四半期事業報告

(2006/10~12)

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。

10-12月 四半期業績ハイライト

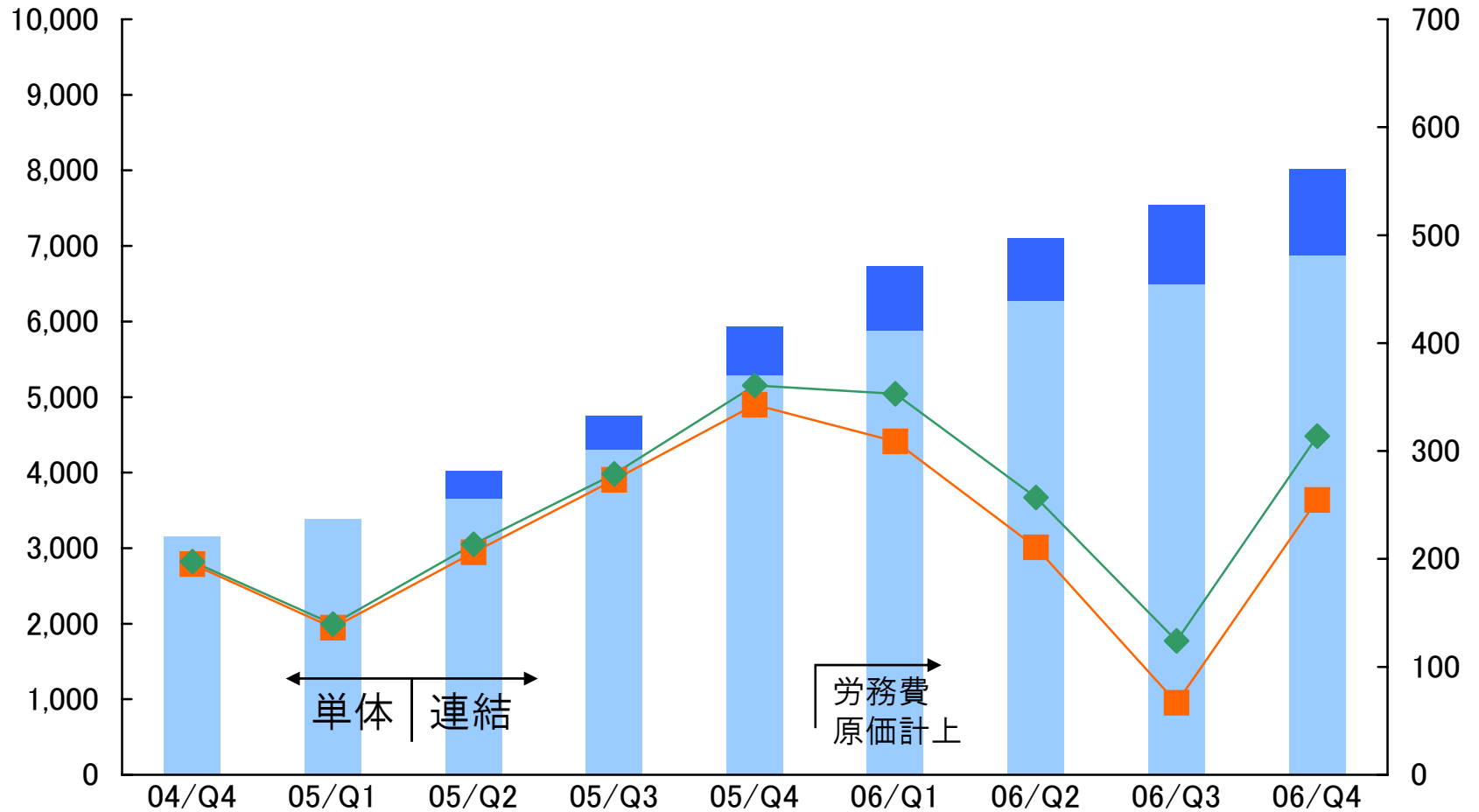
- ✓ 前四半期比で増収大幅増益、営業利益V字回復
- ✓ 単体広告代理伸長、子会社クラシファイドの本格稼働などにより前四半期比+6%増収
- ✓ 単体広告代理の粗利益率向上で営業利益率急改善 前四半期比+282%増益

Q3とQ4の業績比較

		Q3	Q4	増減	
売上	単体	6,489	6,879	+390	+6%
	グループ	1,049	1,137	+88	+8%
粗利益	単体	1,107	1,306	+199	+18%
	グループ	324	438	+114	+35%
営業利益	単体	105	223	+118	+122%
	グループ	▲38	31	+69	—

【連結】四半期業績推移

増収＋粗利益率向上で営業利益がV字回復



■ グループ売上			365	447	638	850	827	1,049	1,137
■ 単体売上	3,153	3,393	3,660	4,303	5,290	5,877	6,275	6,489	6,880
◆ EBIDA(右軸)	197	140	214	279	361	353	257	124	314
■ 営業利益(右軸)	195	136	206	273	343	309	211	67	255

前四半期との業績変化要因

✓ 単体増収+6%(+3.9億円)

- 広告代理+2.5億円 他事業+1.4億円
- 顧客社数145社増加

✓ グループ増収+8%(+0.9億円)

- クラシファイド+1.9億円 値上インパクト大
- ホットリンク+0.8億円 大型納品こなす

増収
前Q比+6%

✓ 粗利益率向上+2.8%

- 単体広告代理粗利益率+1.0%(単体の高マージン媒体が好調)
- 広告以外事業(相対的に高粗利益率)の粗利益率・売上比率ともに上昇

大幅営業増益
前Q比+282%

【単体】Q3課題とQ4の進捗

Q3における課題

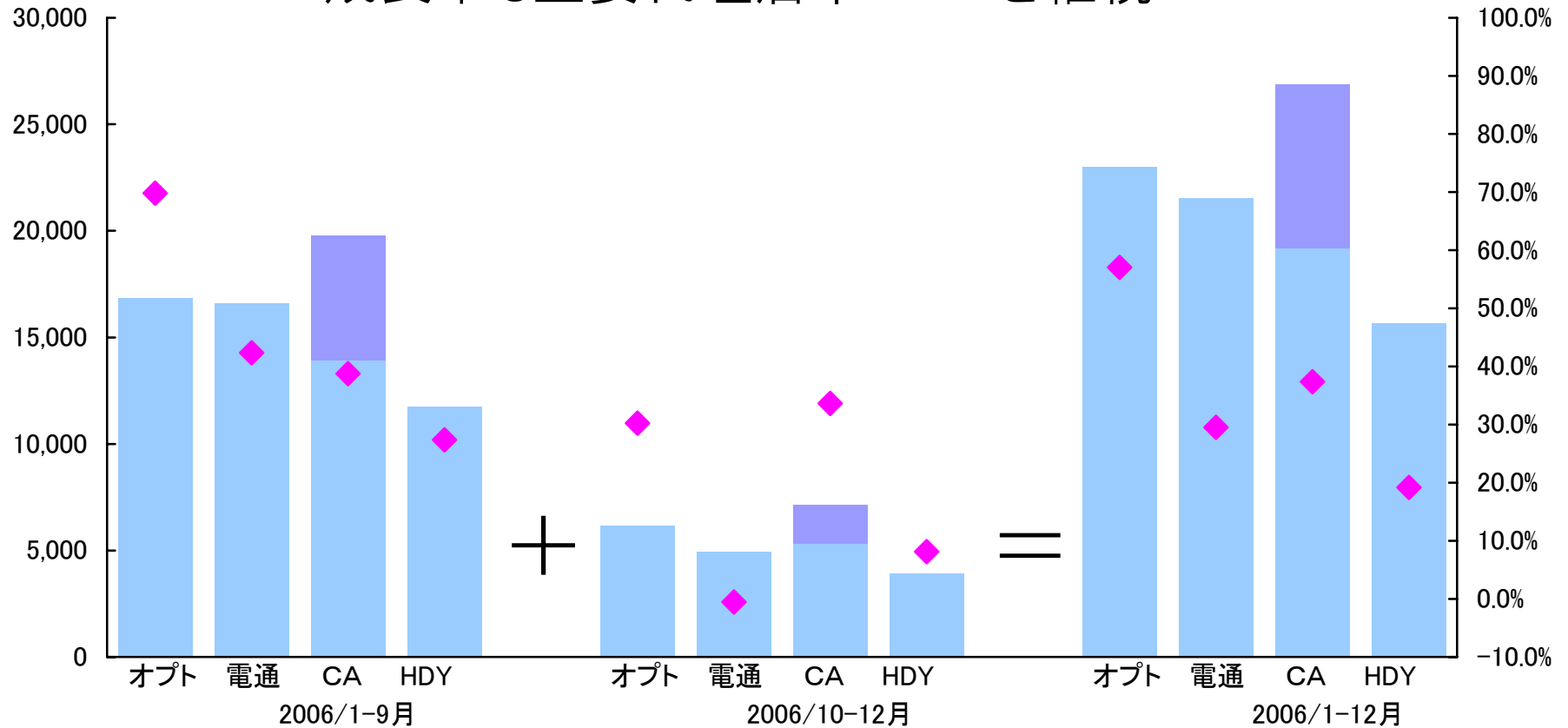
Q4の対応・成果・現況

取引社数減少	→	新規開拓注力が成功 Q3: 1,107社→Q4: 1,252社
主要媒体Y!のPV成長鈍化 顧客がメニュー選別	→	Googleモバイルやmixi等拡販 Y!取扱高初の減少も増収を確保
特定業種の広告手控え	→	個社ごとに状況異なるが、全体では 底打ち感
新人戦力化遅れ	→	採用抑制・教育強化が結実 AE一人あたり売上が14%伸びる
*AE比率が低下(Q3: 30%台前半)	→	Q4は変化ないが、07/Q1組織変更 で大幅改善

*AEとは、「アカウントエグゼクティブ」のことであり、営業(企画・提案)活動をメイン業務とするクライアント担当(責任)者です。

【単体】ネット広告代理取扱高比較

通期でネット広告取扱高No.1達成
成長率も主要代理店中No.1を継続



	Opt	Denso	CA	HDY	Opt	Denso	CA	HDY	Opt	Denso	CA	HDY
■ 自社媒体			5,849				1,824				7,673	
■ 他社媒体	16,836	16,584	13,910	11,728	6,169	4,944	5,299	3,919	23,005	21,528	19,209	15,647
◆ 前年同期比	69.8%	42.3%	38.8%	27.4%	30.3%	-0.5%	33.6%	8.1%	57.0%	29.5%	37.4%	19.2%

各社2005年および2006年1～12月のネット広告代理売上高を下記のデータより記載

CA(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

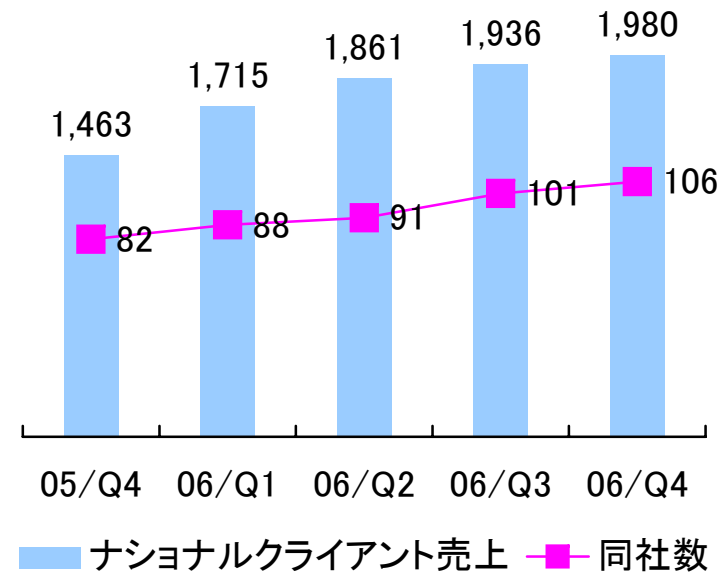
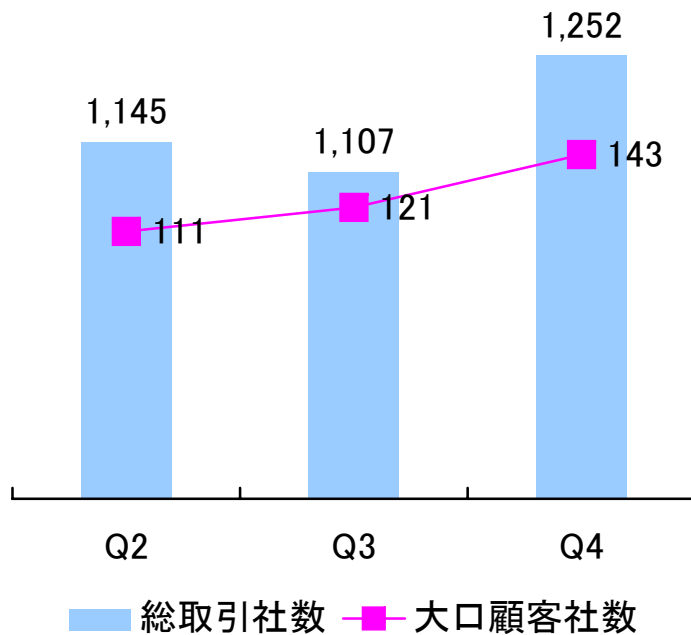
HDY(博報堂DY):財務ファクトシートより1～3月は「インターネット広告」売上、4～12月は「インターネットメディア」売上を抜粋 Opt:単体の広告代理売上高

【単体】取引社数推移

新規開拓注力が成功、取引社数が大きく増加
大口顧客・ナショナルクライアントともに拡大

総取引社数・大口顧客数
(Q1,000万以上)

*ナショナルクライアント
売上高・取引社数推移

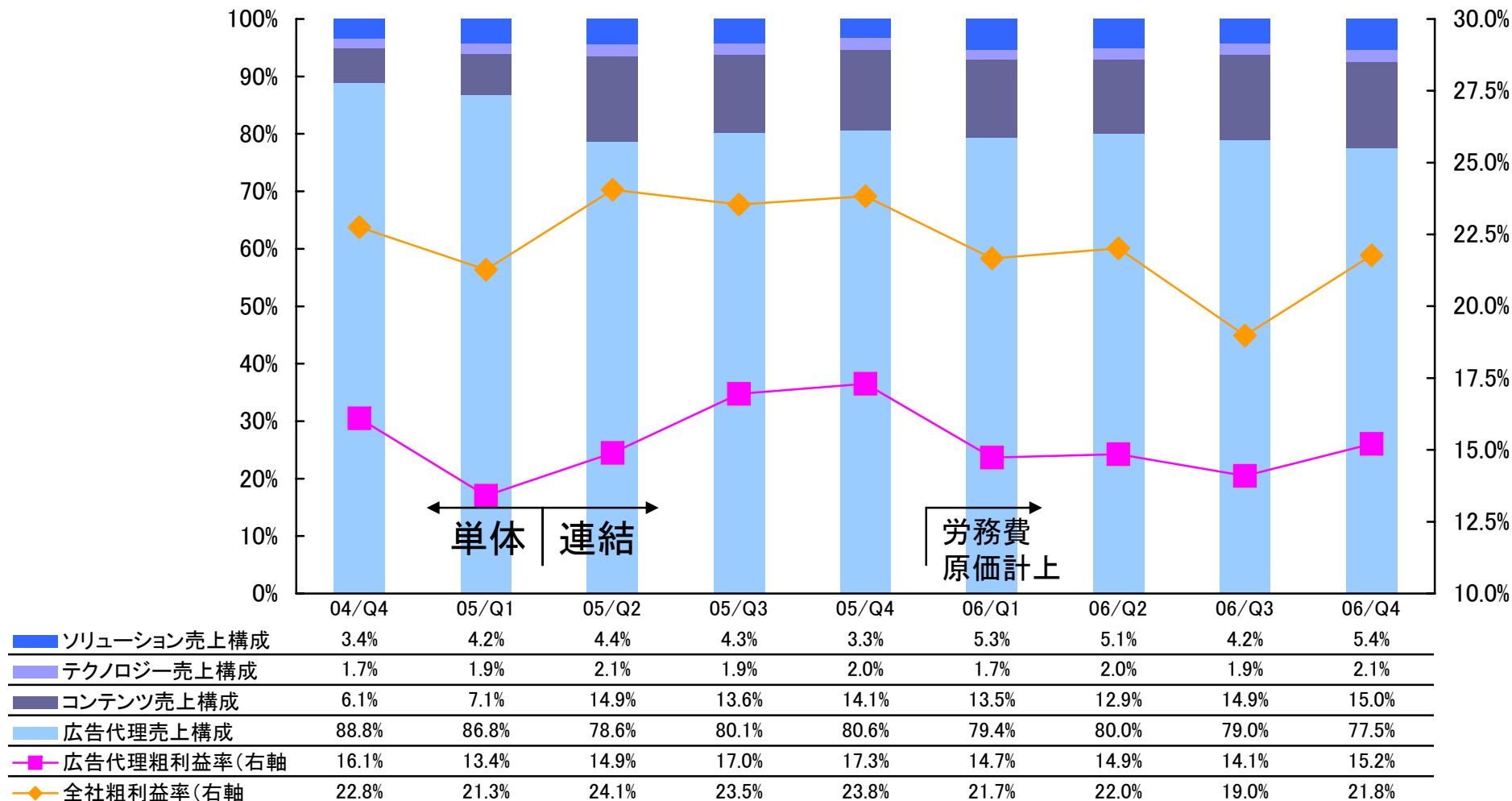


*ナショナルクライアント定義：日経広告研究所調べによる2004年間広告費上位500社

【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向上＋他3事業の比率増により全社粗利益率が上昇

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

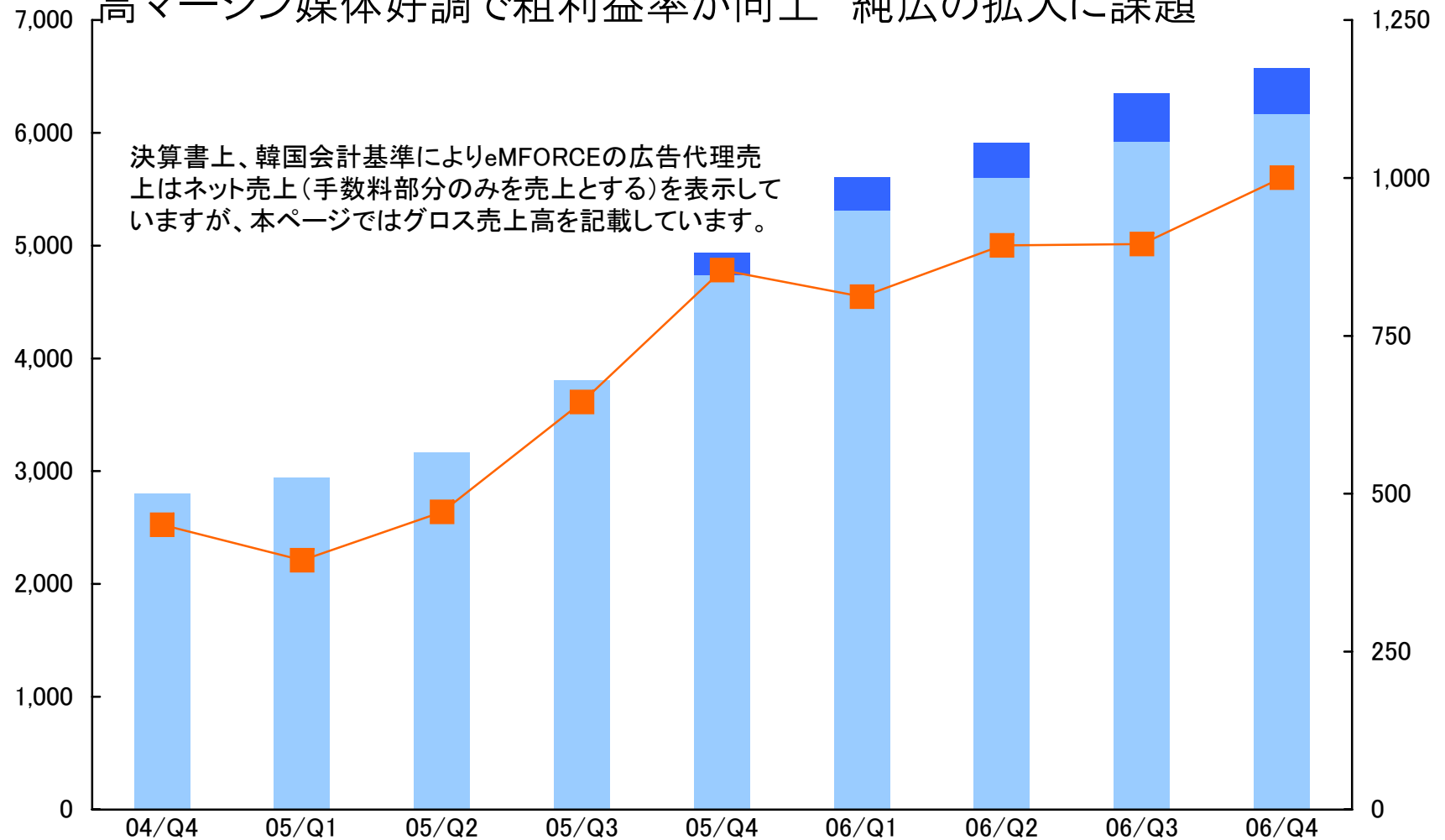


全社粗利益率は返品調整引当後の差引売上総利益ベースで記載しなおしております

【連結】広告代理

Y!が初の売上減もGoogleモバイルなど検索リスティングが大きく伸びる

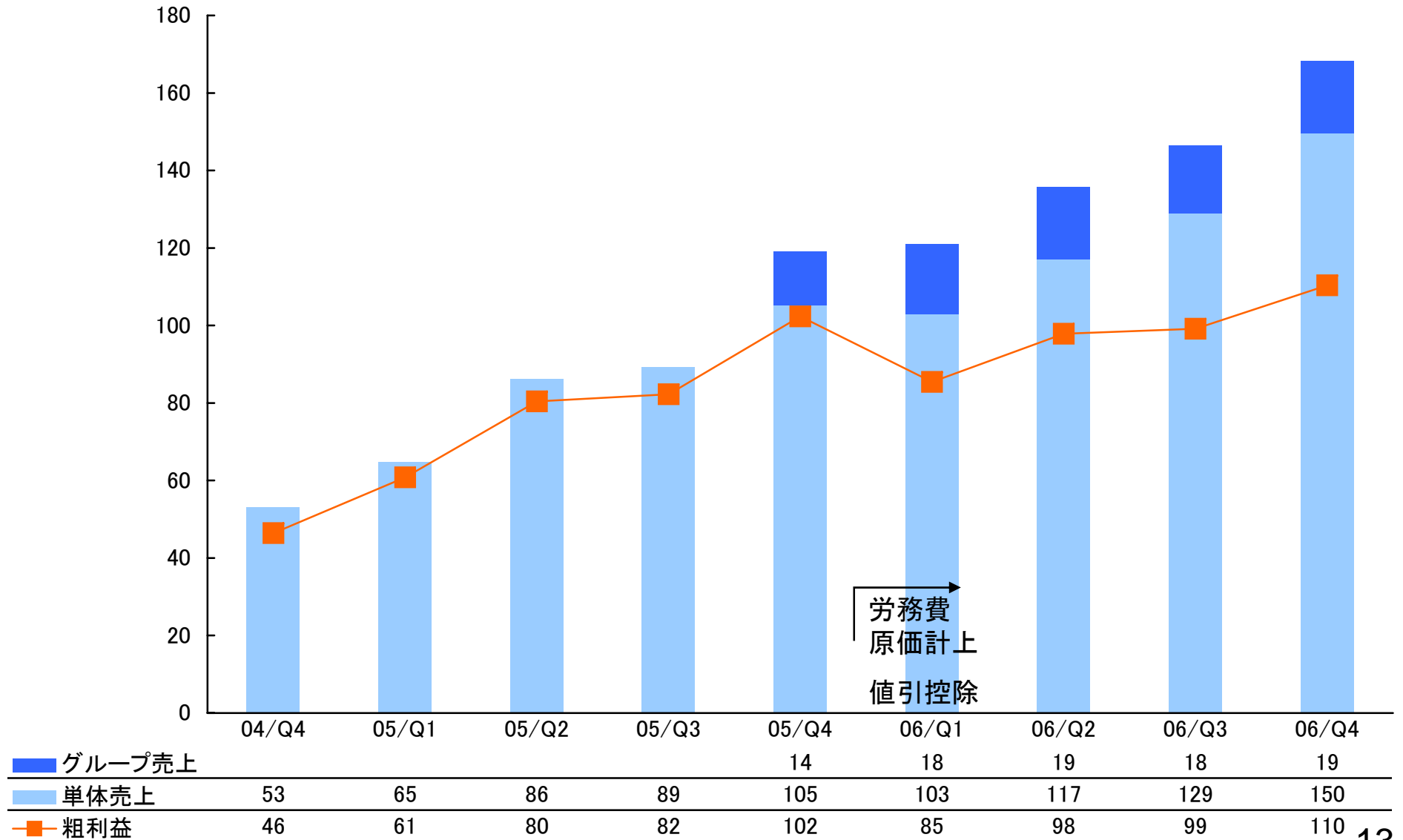
高マージン媒体好調で粗利益率が向上 純広の拡大に課題



	04/Q4	05/Q1	05/Q2	05/Q3	05/Q4	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4
グループ売上					197	292	311	432	408
単体売上	2,801	2,944	3,165	3,807	4,737	5,313	5,600	5,923	6,169
粗利益(右軸)	451	395	471	645	854	812	893	895	1,000

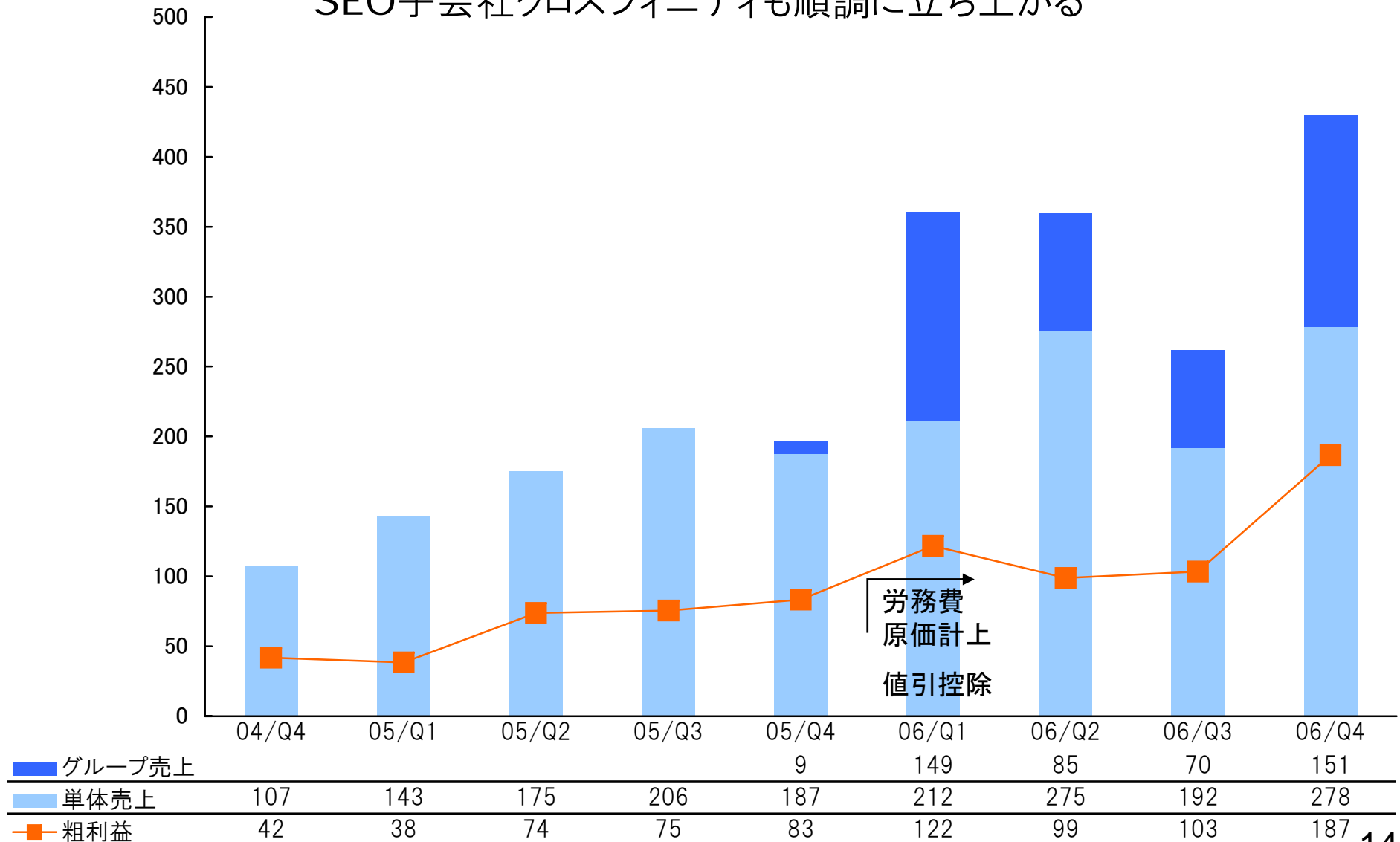
【連結】テクノロジー

広告代理の新規開拓進展にともない、ADPLANも導入社数伸びる



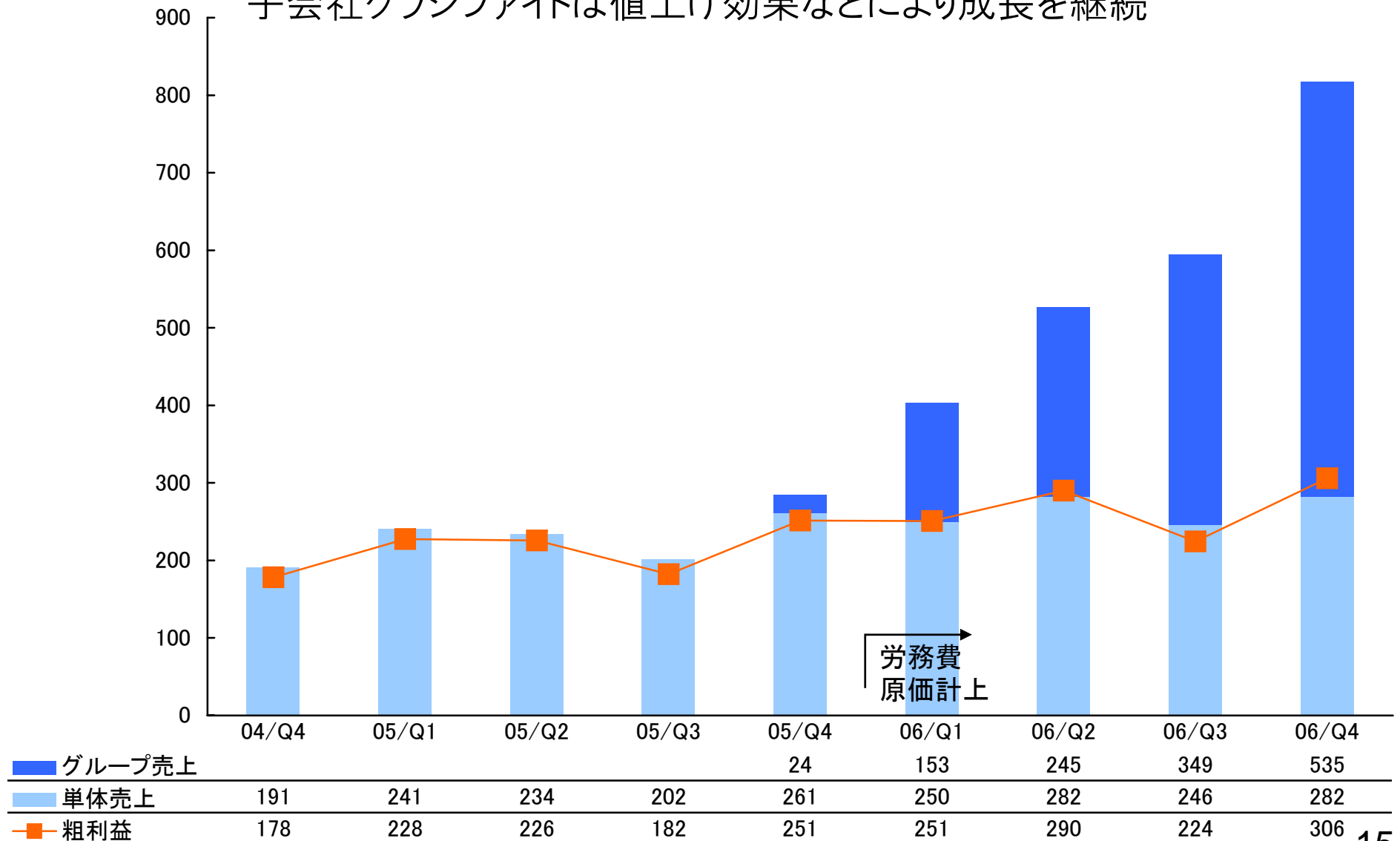
【連結】ソリューション

単体クリエイティブが好調 子会社ホットリンクも大型納品こなす
SEO子会社クロスフィニティも順調に立ち上がる



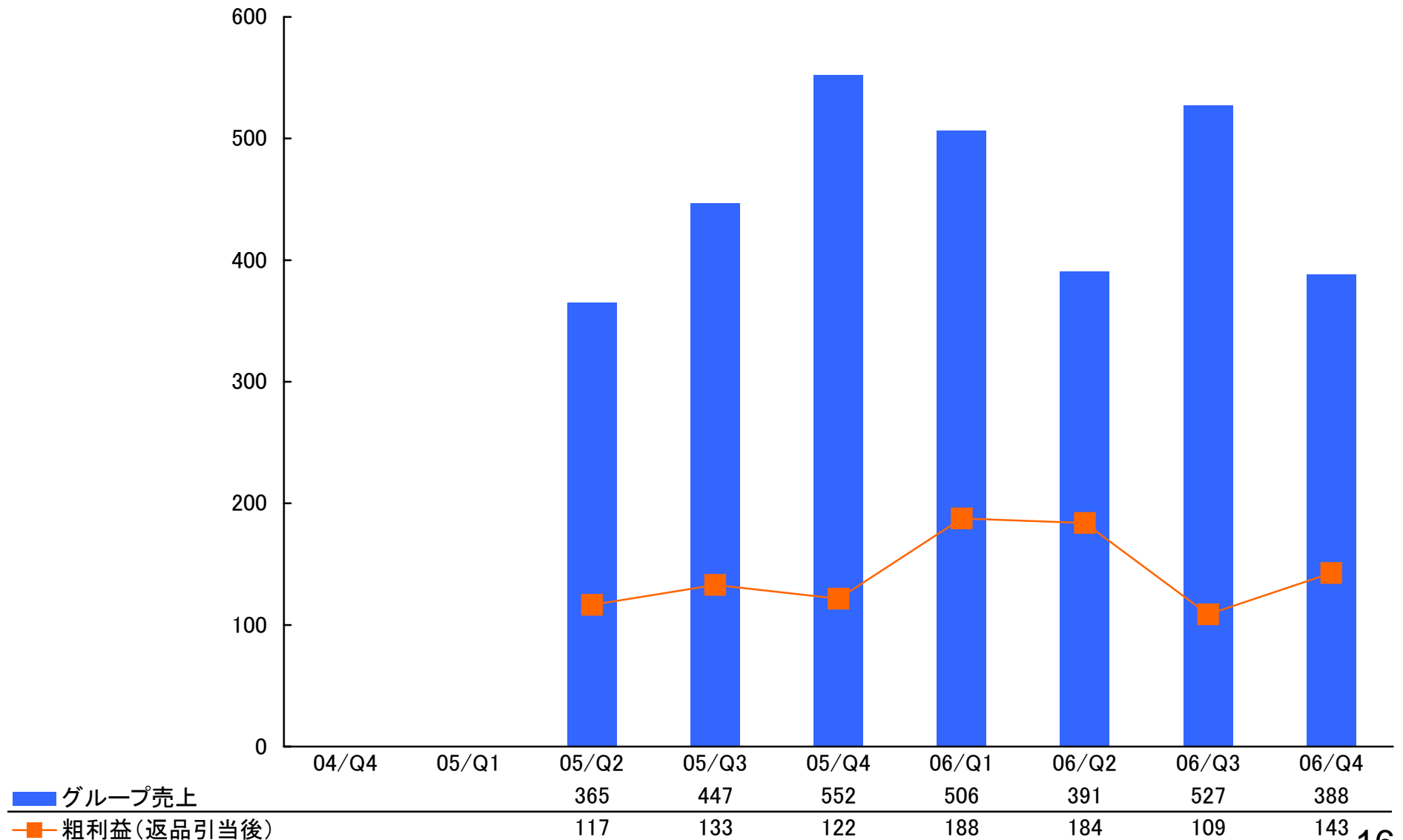
【連結】コンテンツB2B

運営効率化が奏功し単体コンテンツの利益率急回復、広告最適化も実施
子会社クラシファイドは値上げ効果などにより成長を継続



【連結】コンテンツB2C(株式会社ALBAのみ)

今Qは返本多く減収 ネット事業の収益化遅れが継続課題



第4四半期の主なトピックス

【広告代理】

- ✓ Y!JAPAN連続増収が23四半期にてストップ
- ✓ 主要な検索リスティング広告において取扱高日本一に(当社調べ)
- ✓ mixi(前Q比+70%超)、モバイル検索広告が急増
- ✓ フリーペーパーと電話着信課金ASP「ADPLAN Call」を組み合わせた「オプトクロスネット」を開始
- ✓ オンラインゲーム広告子会社のアドバゲーミングが稼動開始

第4四半期の主なトピックス

【テクノロジー】

- ✓ 媒体向け支援サービス
ネット広告配信ASP「ADPLAN DS」開始
- ✓ ADPLANは期末利用社数400社突破

【ソリューション】

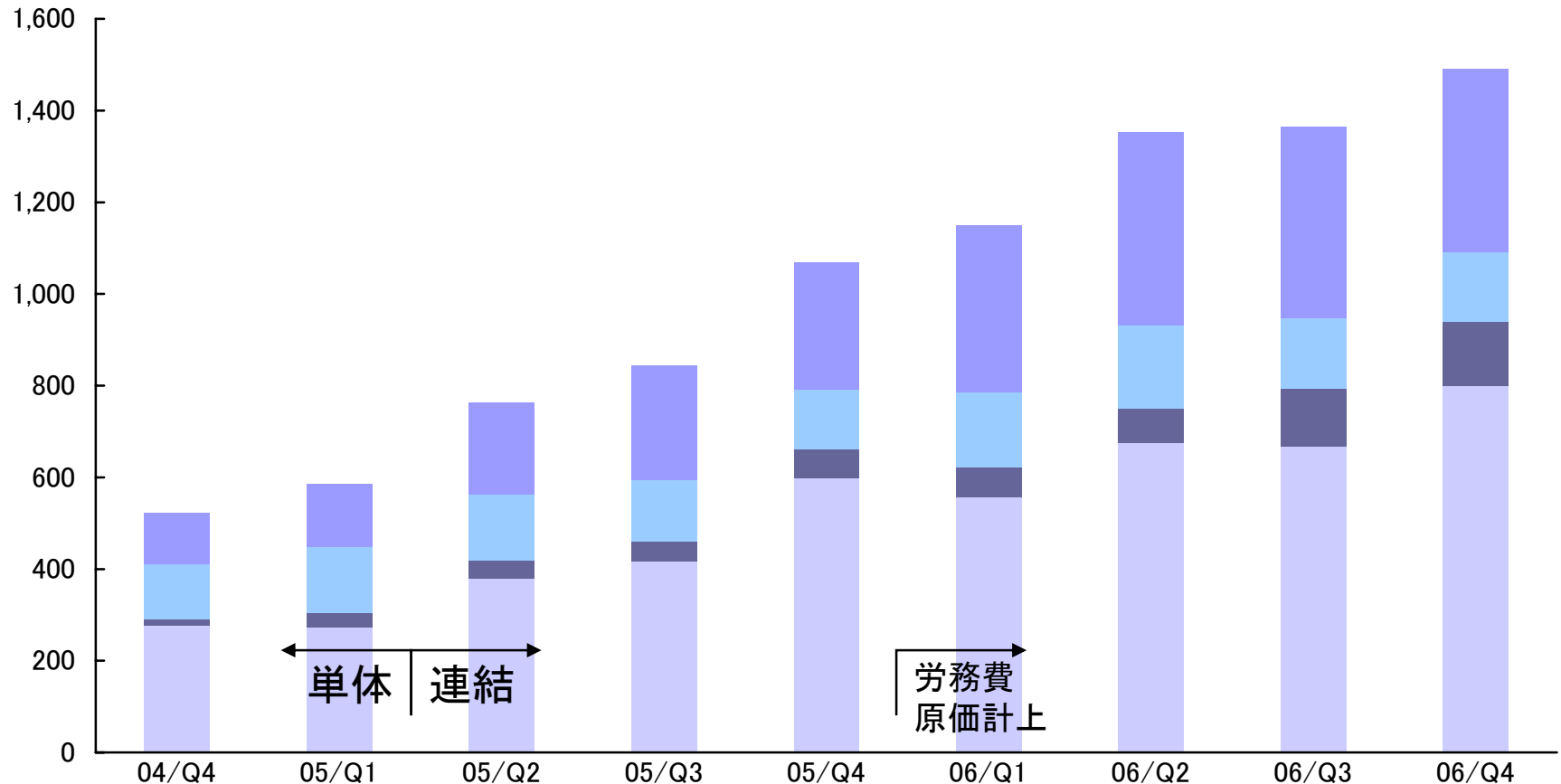
- ✓ ネット動画コンテンツ制作子会社A×O稼動開始

【その他】


- ✓ 北京に中国子会社を設立(07/1月営業開始)
- ✓ 関連会社スタイライフの10%株式をサマンサタバサに譲渡 売却益2億円発生

連結販管費推移

利益急回復に伴う賞与引当金増加により人件費が伸びる



	04/Q4	05/Q1	05/Q2	05/Q3	05/Q4	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4
■ その他	110	133	191	246	261	318	375	360	339
■ 減価/連調償却	2	3	8	6	18	44	46	57	59
■ 広告宣伝費	119	145	145	133	129	165	183	154	153
■ 賃料	13	31	39	43	63	64	74	126	140
■ 人件費	277	273	379	417	598	558	675	667	799
販管費計	522	585	762	845	1,070	1,149	1,353	1,364	1,491



2006年12月期 通期決算サマリー

業績サマリー(連結)

	2006	2005	増減
売上高	29,384	18,096	+11,288 (+62%)
広告代理	23,246	14,692	+8,554 (+58%)
テクノロジー	571	359	+211 (+59%)
ソリューション	1,411	720	+691 (+96%)
コンテンツ	4,154	2,324	+1,830 (+79%)
粗利益*	6,444	4,220	+2,224 (+53%)
販管費*	5,602	3,261	+2,341 (+72%)
EBITDA	1,047	992	+54 (+6%)
営業利益	841	958	▲117 (▲12%)
経常利益	658	790	▲132 (▲17%)
当期純利益	309	▲1,248	+1,557 (—)

* 06期より原価と販管費の計上基準を変更しているため、05期と同基準での値を記載しております

業績予想との比較

連結は予想比ほぼオンラインで着地
単体はQ4好調の結果上ブレ

連結	2006実績	2006予想	対予想比	2005実績	前期比
売上高	29,384	30,000	▲2%	18,096	+62%
経常利益	658	550	+20%	790	▲17%
当期純利益	* 309	330	▲6%	▲1,248	—

* 経常利益は上ブレしたがALBAの繰延税金資産を保守的に償却したこと等により、やや下回る結果となった

単体	2006実績	2006予想	対予想比	2005実績	前期比
売上高	25,521	25,000	+2%	16,646	+53%
経常利益	781	730	+7%	851	▲8%
当期純利益	595	550	+8%	475	+25%

前期との業績変化要因

広告代理伸長で大幅増収も、粗利益率低下で費用増加を吸収できず減益

- ✓ 単体増収+53%(+88億円)
 - 広告代理+83億円 他事業+5億円
 - 顧客社数・平均取引額とも2割増
- ✓ グループ増収+167%(+24億円)
 - クラシファイド本格稼働+12億円
 - ホットリンク新規子会社化+4億円

大幅増収
前期比+62%

- ✓ 粗利益率低下▲1.4%*
 - 単体広告代理粗利益率▲1.7%
 - 高粗利率事業の伸び不足
- ✓ 販管費増加+65%(+24億円)*
 - 単体人件費・賃料等+13億円
 - 子会社増・のれん償却+11億円

EBITDA+6%
営業減益-12%

* 06期より原価と販管費の計上基準を変更しているため、05期と同基準での値を記載しております

2007年度の戦略

2007基本戦略

クライアントニーズの多様化・高度化・複雑化

(1) 2007キーワード 「クライアントファースト」

(2)
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

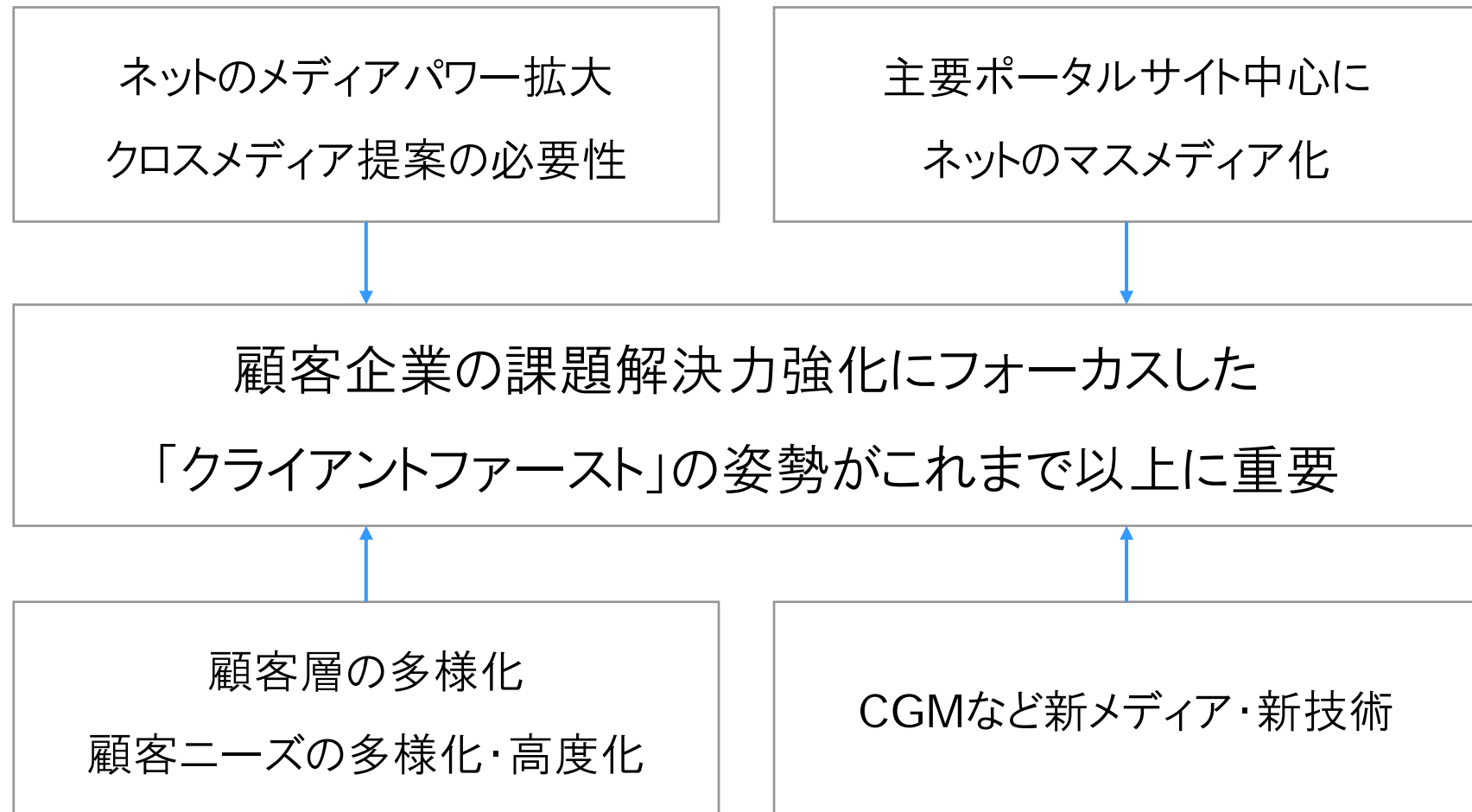
(3) 戦略1
広告代理の継続拡大

(4) 戦略2
グループをあげた広告関連サービス強化

(5) 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

(1)「クライアントファースト」を掲げる背景



(2) ネット広告市場変遷と当社の強み

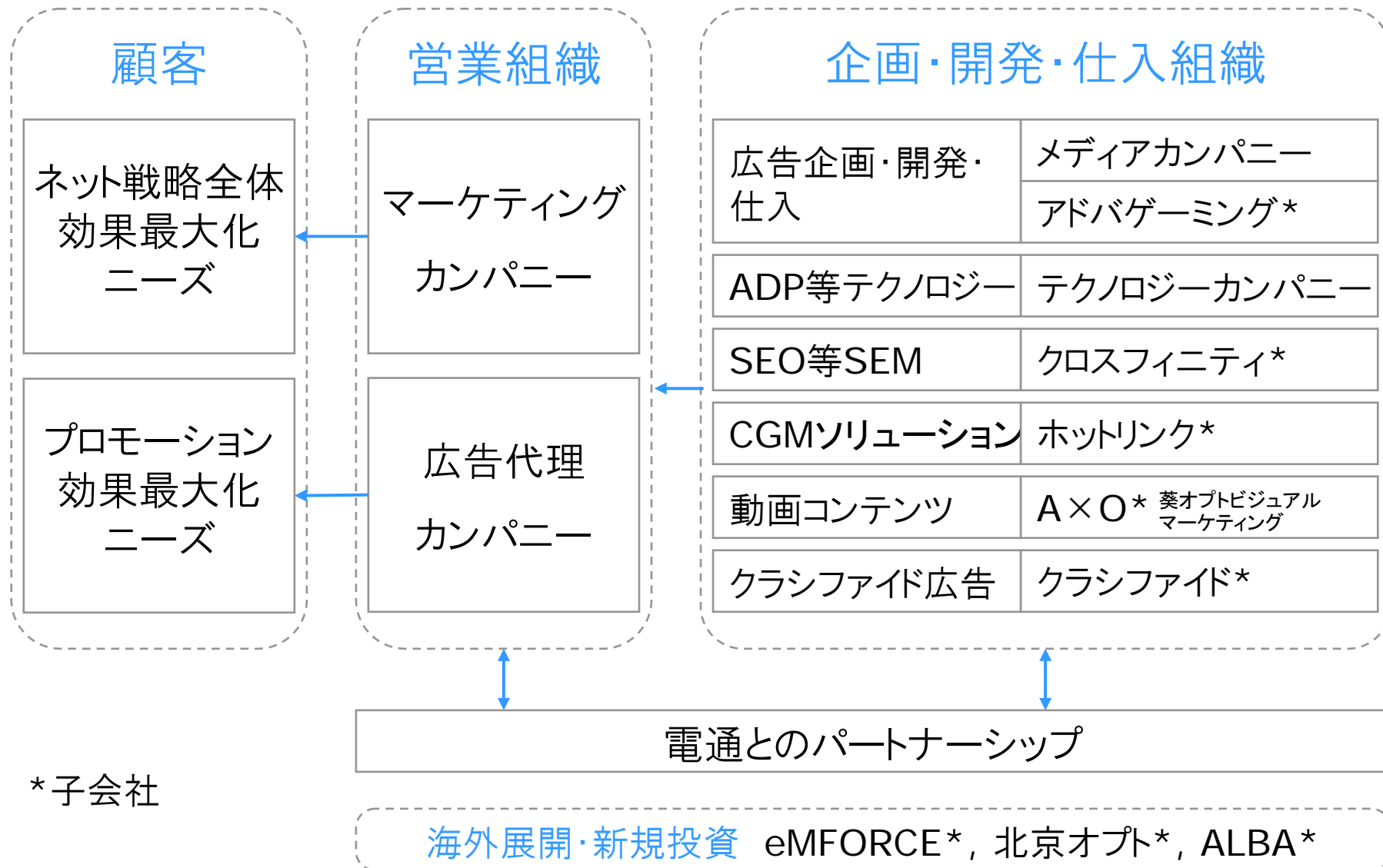
年度	市場規模	市場環境	オプトの強み
2001	735億円	潜行期： バブル崩壊しネット 広告も伸び悩み 効果指標確 立など基礎固めの時期	
2002	845億円		
2003	1183億円	再評価期： 金融・不動産など ネット先進業種でネット活用が 進展	
2004	1814億円		
2005	2808億円	拡大期： ラジオ広告市場を 抜きメディアパワー拡大 ポー タルのマスメディア化、検索リ スティング広告急成長	Y など強いメディアに強い
2006	3422億円(予)		
2007	4142億円(予)	多様化期： 顧客層多様化、 ニーズの多様化・複雑化 従 来以上に課題解決力が重要	クライアント ファースト
20XX	1兆円市場へ		

ADPLANによる独自効果測定

業種特化組織による業種ノウハウ

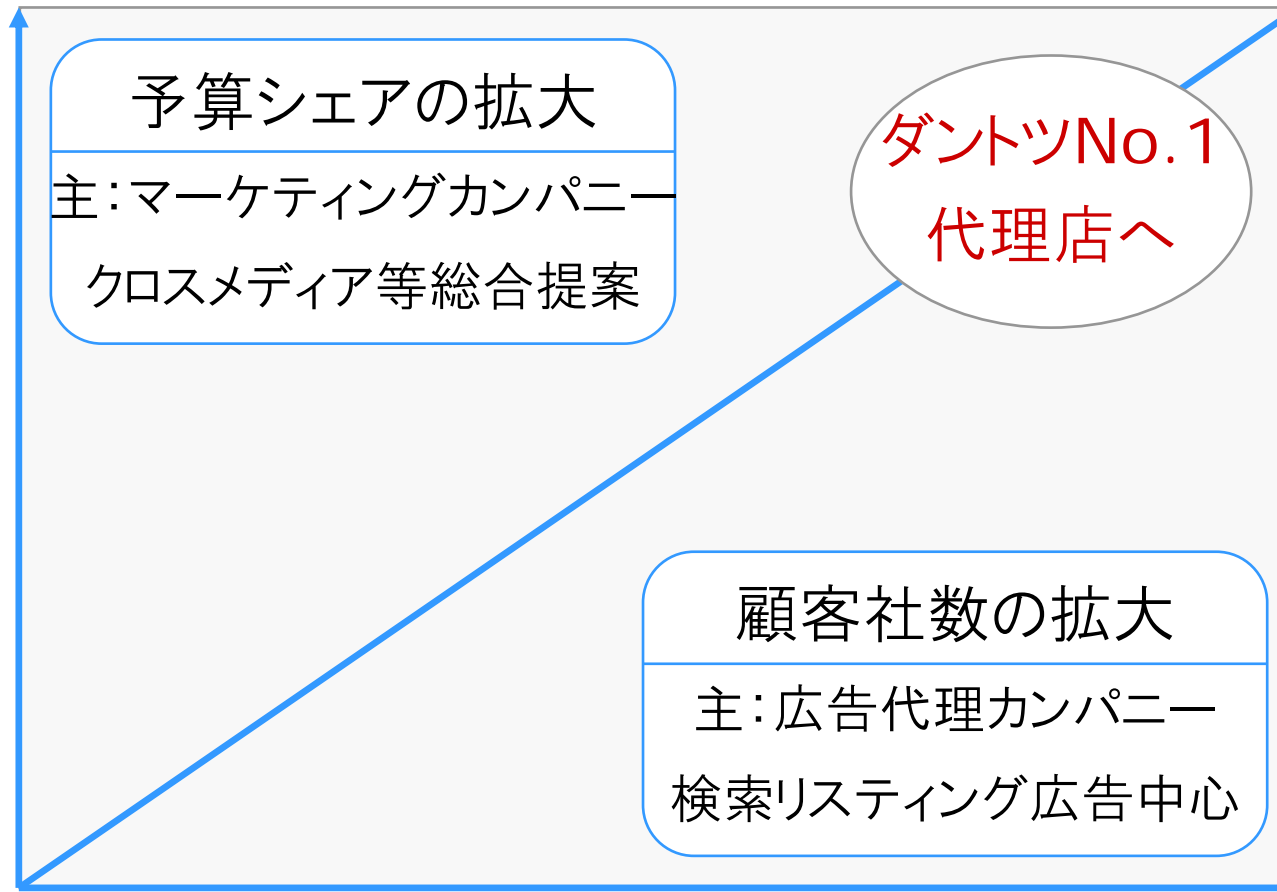
※市場規模実績2001-2006:電通調べ 市場規模予測2007:電通総研調べ

(2) 2007組織方針とバリューチェーン



(3)戦略1 ネット広告代理の継続拡大

ニーズ別の営業組織により顧客社数拡大と予算シェア拡大を両立



(3) ネット広告代理の継続拡大 重点指標



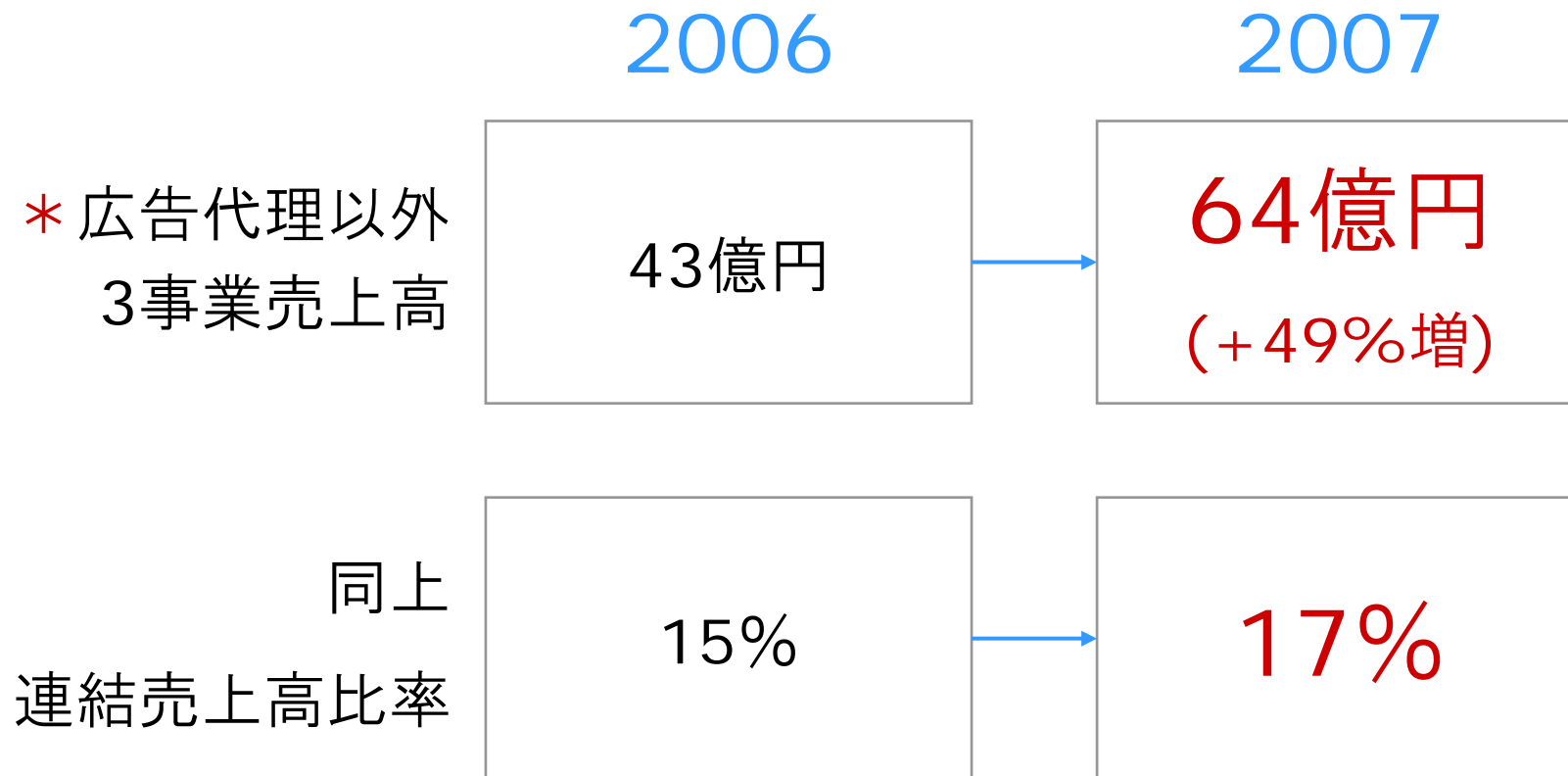
* (参考)06-07年ネット市場成長率予想: +21%(電通総研調べ)

(4)戦略2 グループをあげた広告関連サービス強化

グループ企業名	戦略テーマ	現状・ポイント
クラシファイド	クラシファイド広告展開	07/Q4より値上が本格貢献し成長継続
ホットリンク	CGMプロモーション強化	ブログシステム受託開発好調
クロスフィニティ	SEO等SEM強化	順調にSEO受注を伸ばす
A×O(葵オプトビジュアルマーケティング)	リッチ化・動画化	07/Q4より活動開始 既にナショナルクライアントから動画コンテンツ受注
アドバゲーミング	独自性ある広告企画・開発	07/Q4より活動開始 広告掲載ゲームのリクルーティング順調に進展 セカンドライフ支店も開設

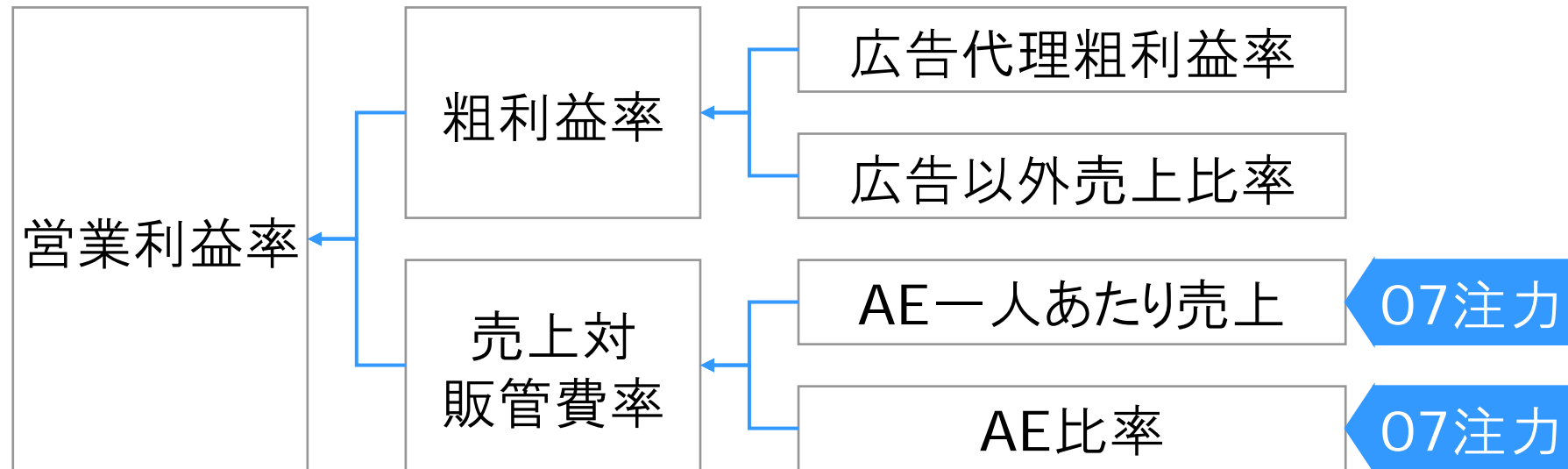
広告代理の差別化強化 + 全社収益性強化

(4) グループをあげた広告関連サービス強化 重点指標



* 連結売上高 - (広告代理事業売上高 + ALBA売上高)

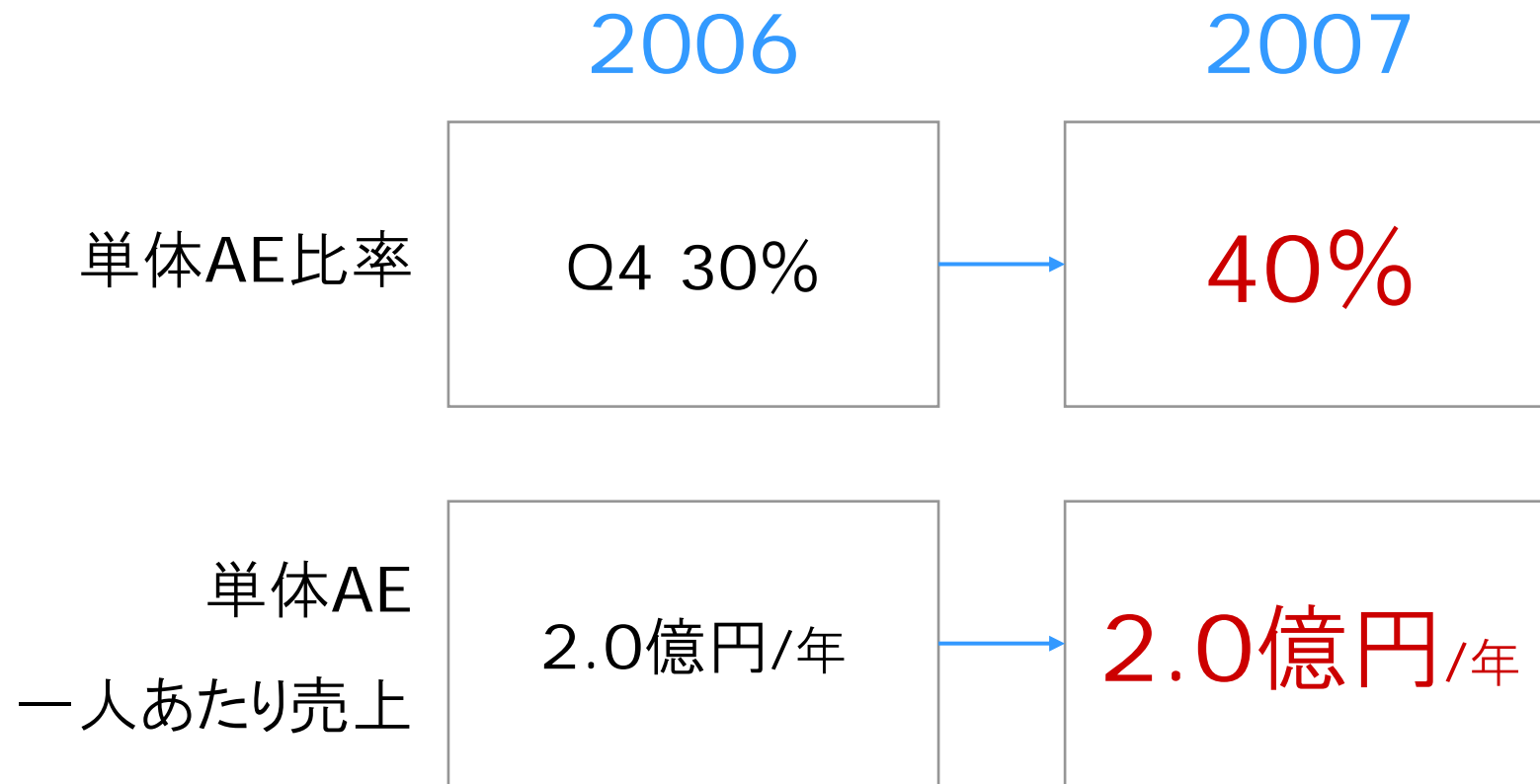
(5)戦略3 生産性向上による収益性向上



07年は単体の生産性向上にフォーカスし営業利益率向上を図る

- ✓ 社内異動によるAE増員
- ✓ 経験者中心の新規採用、増員ペースは前年比抑制
- ✓ オプトアカデミーなど教育体制をさらに強化

(5)生産性向上による収益性向上 重点指標



* 異動・新卒入社により新人AE比率が高まるが、教育強化等により前期水準を維持する

2007計画サマリー

	2007	2006	増減
売上高	37,500	29,387	+8,112 (+28%)
広告代理	29,100	23,250	+5,850 (+25%)
テクノロジー	700	571	+129 (+23%)
ソリューション	2,400	1,411	+988 (+70%)
コンテンツ	5,300	4,154	+1,146 (+28%)
粗利益	7,750	6,209	+1,541 (+25%)
販管費	6,550	5,369	+1,241 (+24%)
EBITDA	1,400	1,053	+347 (+33%)
営業利益	1,200	840	+360 (+43%)

2007計画のポイント

売上	375億円	単体	320億円 (+65億円)	広告代理+57億 他3分野+8億
		グループ	55億円 (+16億円)	クラシファイド成長継続 クロスフィニティ通期稼動
粗利益率	20.5%	単体	18% (▲0.6%)	インセンティブ見込まず広告 代理粗利率微減を想定
		グループ	36% (▲1%)	クラシファイドの売上比率向 上による粗利率低下を想定
販管費	66億円	単体	47億円 (+7億円)	正社員+80名を想定
		グループ	19億円 (+4億円)	クラシファイドの営業増員 クロスフィニティ通期稼動
営業利益	12億円	コミット営業利益率3.2%→社内ターゲット5%		

< 参考資料 >

連結損益計算書概要(1-12月)

	2006	2005	増減
売上	29,384	18,096	+62%
売上総利益	6,154	4,345	+42%
販管費	5,356	3,261	+64%
EBITDA	1,047	992	+6%
営業利益	841	958	▲12%
経常利益	658	790	▲17%
純利益	309	▲1,248	—

単体損益計算書概要(1-12月)

	2006	2005	増減
売上	25,521	16,646	+53%
売上総利益	4,743	3,790	+25%
販管費	3,935	2,917	+35%
営業利益	808	873	▲7%
経常利益	781	851	▲8%
純利益	595	475	+25%

連結貸借対照表概要

	2006/12末	2005/12末	増減
流動資産	13,651	10,869	+26%
（現預金）	(7,960)	(6,579)	(+21%)
固定資産	4,018	3,495	+15%
繰延資産	25	33	▲25%
資産合計	17,695	14,398	+23%
流動負債	6,927	5,941	+17%
固定負債	1,003	3,326	▲70%
負債合計	7,931	9,268	+14%
純資産(資本)合計	9,764	5,029	+94%

※ 固定資産の増加：株式取得など主に事業会社投資による

※ 固定負債の減少：長期借入の返済による

※ 純資産の増加：利益増加＋新株および新株予約権発行(電通引受)による

連結キャッシュフロー計算書概要(1-12月)

	2006	2005	増減
営業CF	513	1,045	▲51%
投資CF	▲748	▲4,846	▲85%
財務CF	1,557	8,745	▲82%
現金同等物増減	1,359	4,941	▲72%
現金同等物残高	7,909	6,550	+21%

※ 投資キャッシュフローのマイナス

エンプレックス株式取得など主に事業会社投資による

※ 財務キャッシュフローのプラス

新株および新株予約権発行/行使(電通引受/役員・従業員行使)→+4,388百万円

長期借入の返済→-2,588百万円

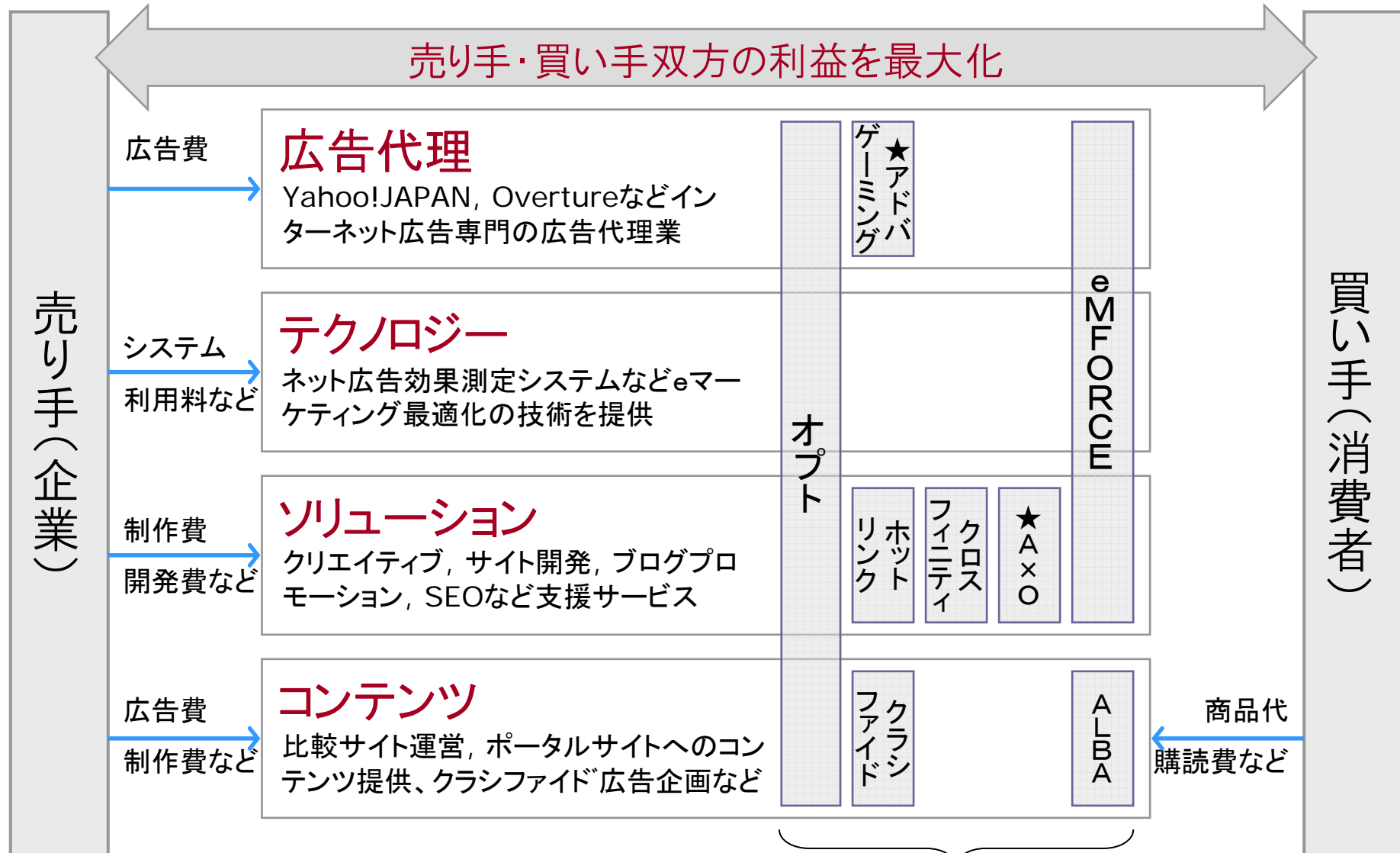
単体会社概要

- 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(2006年12月末現在)
- 資本金 4,591百万円(同上)
- 従業員数 375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 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	38.0% (現在48.0%)	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

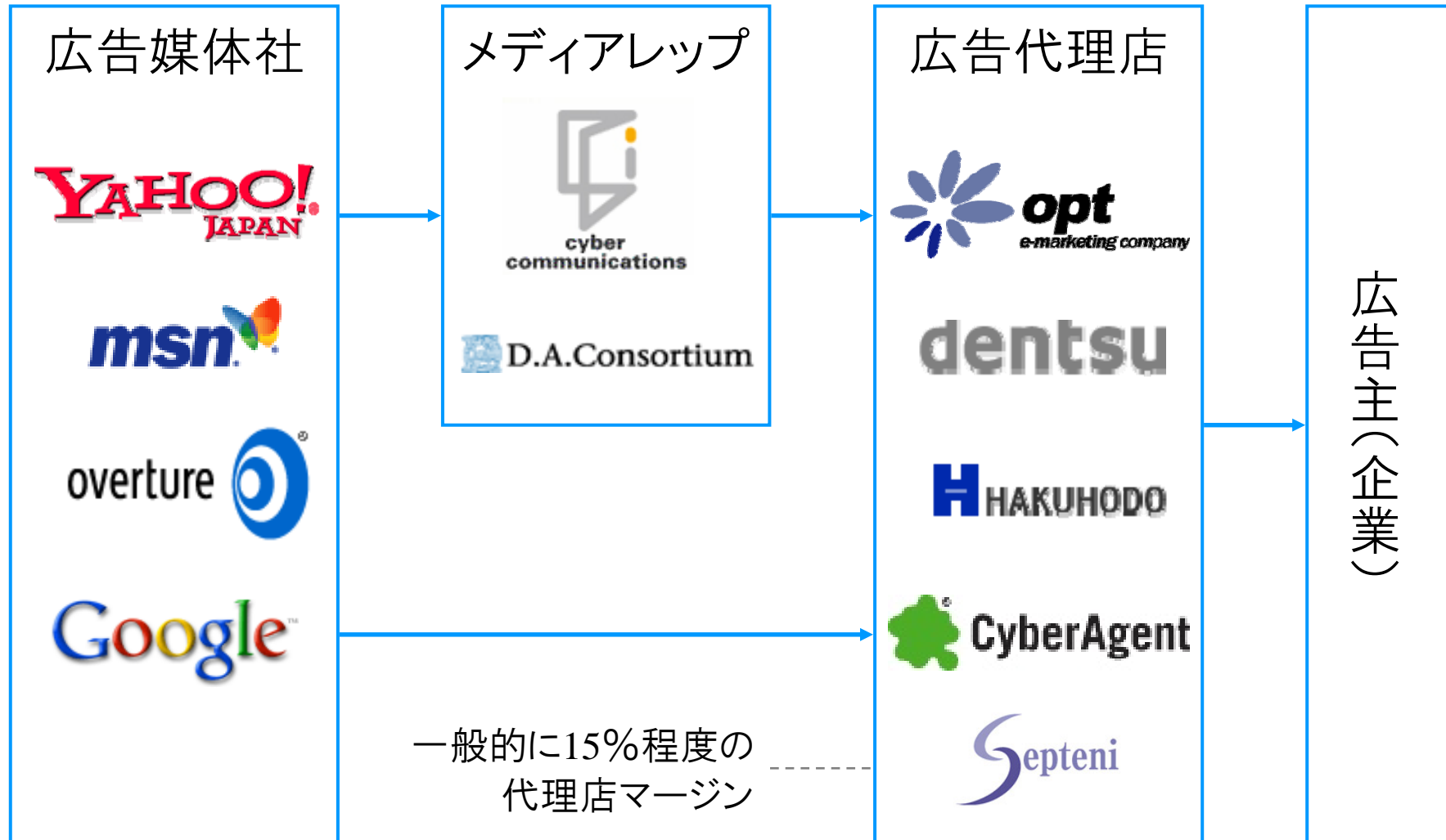


→ 主な収益の流れ

主要グループ各社カバー領域(★2006/12非連結)

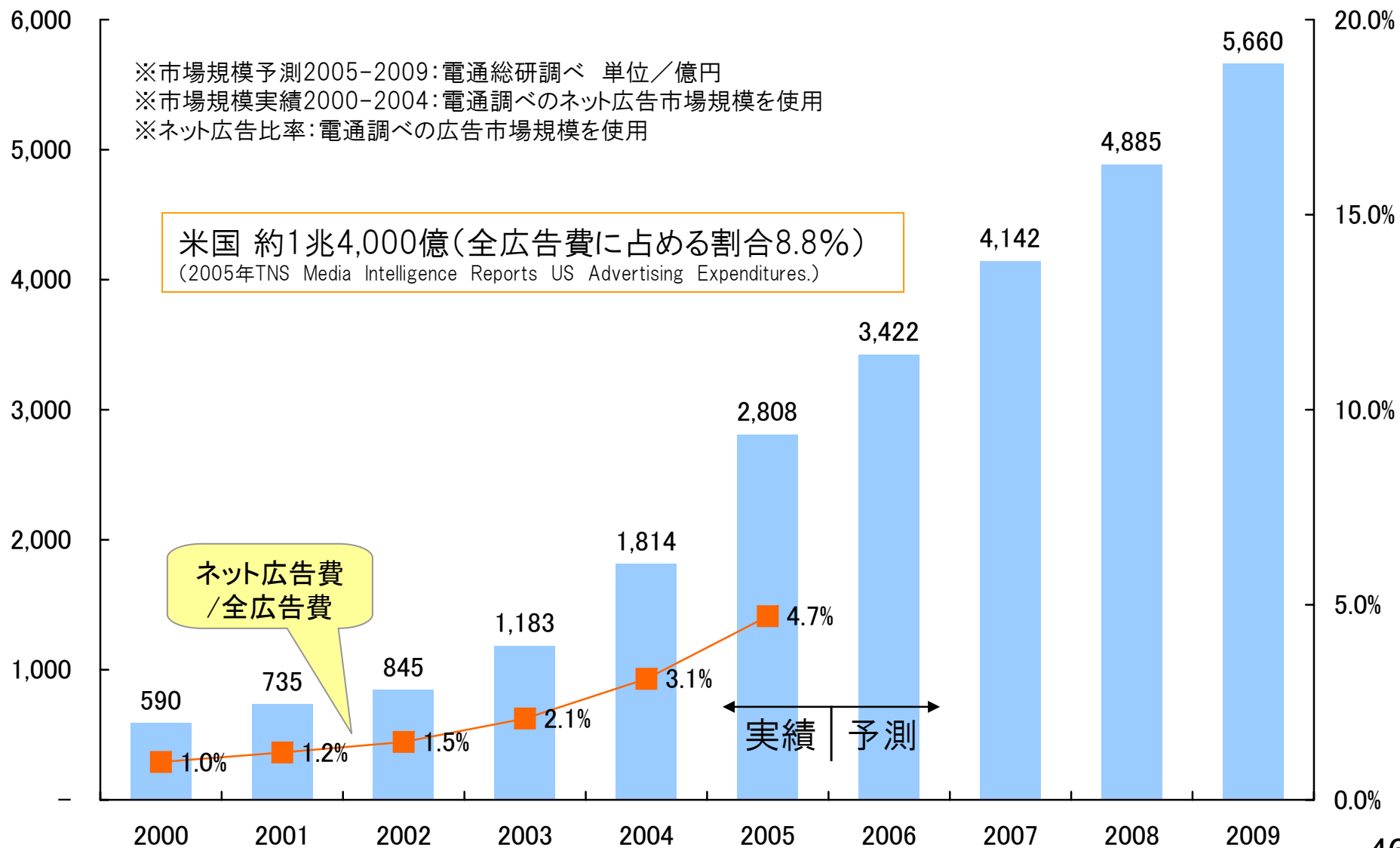
広告代理事業の一般的なビジネスモデル

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



中期的な展望(日本のネット広告市場)

全広告比5%弱まで拡大 長期的には新聞広告市場に並ぶ1兆円市場へ



単体経営指標の推移

	04/Q4	05/Q1	05/Q2	05/Q3	05/Q4	06/Q1	06/Q2	06/Q3	06/Q4
売上高	3,153	3,393	3,660	4,303	5,290	5,877	6,275	6,489	6,880
粗利益	717	722	851	985	1,232	1,137	1,193	1,107	1,307
営業利益	195	136	146	219	372	289	190	105	224
経常利益	195	136	145	209	361	282	178	102	781
販管費(百万円)	522	585	706	766	860	848	1,003	1,002	1,083
人件費	277	273	361	399	498	440	532	509	650
賃料	13	31	38	38	45	44	52	104	113
広告宣伝費	119	145	136	125	120	159	172	145	118
減価償却費	2	3	4	5	5	7	10	20	24
その他	110	133	168	200	191	198	237	222	177
取引社数	570	620	805	892	1,006	1,000	1,145	1,107	1,252
新規取引社数	128	128	269	222	261	183	260	176	249
リピート取引社数	442	492	536	670	745	817	885	931	1,003
取引500万円以上社数	90	99	119	134	148	179	193	205	231
同 未満	480	521	686	758	858	821	952	902	1,021
業種別売上構成									
金融	33%	28%	24%	24%	23%	23%	29%	24%	23%
不動産	15%	16%	17%	15%	15%	16%	13%	13%	14%
人材教育	18%	19%	16%	14%	14%	17%	16%	15%	15%
化粧品・美容	9%	14%	20%	15%	12%	11%	11%	13%	13%
情報サイト・メール	6%	6%	5%	9%	11%	7%	8%	7%	10%
その他	19%	17%	18%	23%	25%	27%	24%	28%	27%
従業員数(派遣含む)	158	209	254	312	329	349	457	468	455
正社員	117	147	182	211	242	259	351	367	361
非正社員	41	62	72	101	87	90	106	101	94

06/Q1以降の従業員数・正社員数は、出向者を控除した人数に記載しております



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。