
株式会社オプト

2006年12月期中間決算説明会



2006/8/22

目次

- 会社基本情報
- 中間決算サマリー
- 第2四半期事業報告
- 2006戦略の進捗
- 参考資料

会社基本情報

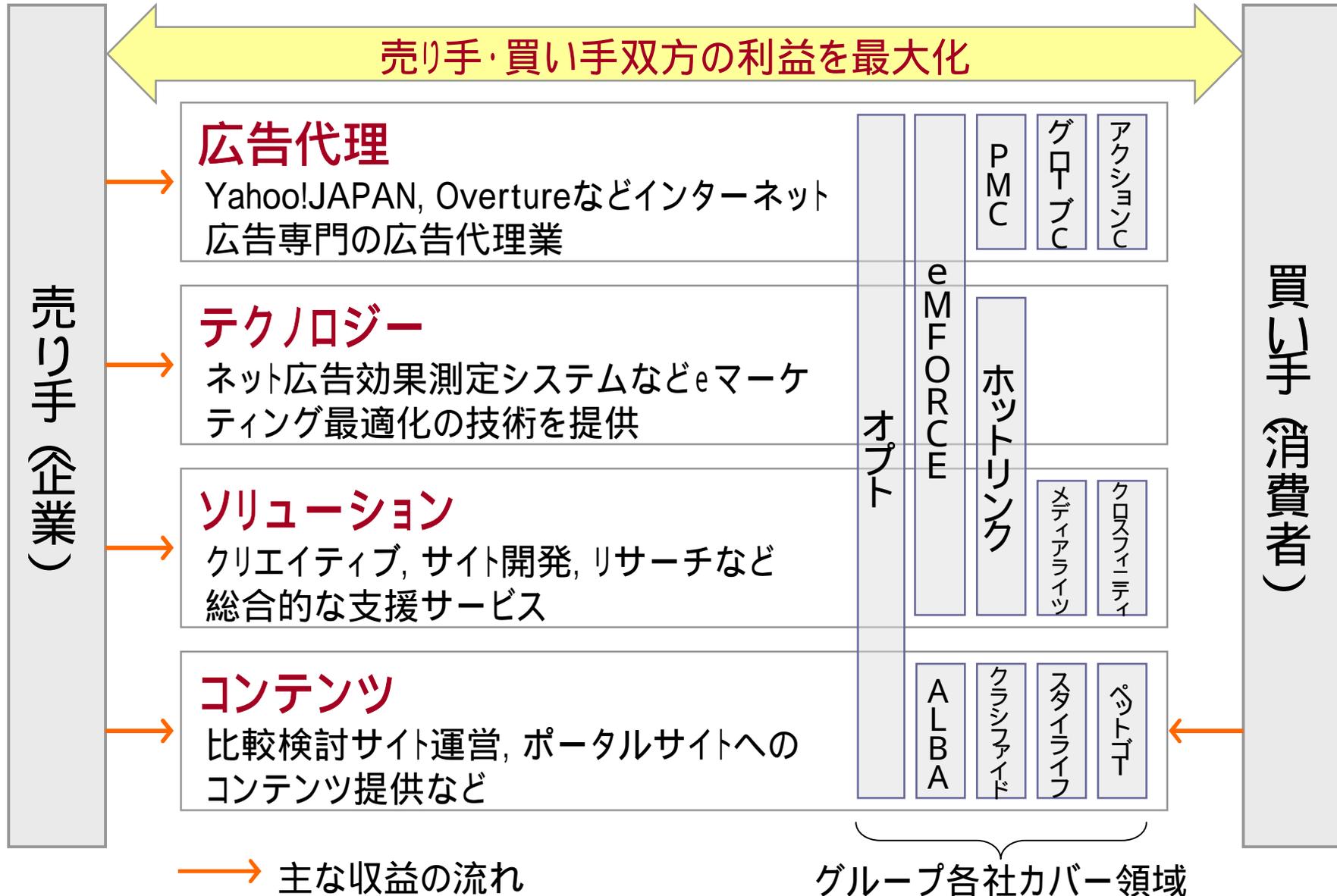
単体会社概要

- 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(7月に移転)
- 設立 1994年
- 株式数 128,544株(2006/6月末現在)
- 資本金 4,571百万円(同上)
- 従業員数 363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

グループ会社概要

| 社名 | 事業内容 | 持分比率 | 中間期連結状況 |
|-----------------------|---|--------|------------------------|
| 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% | 2006年6月設立 子会社(非連結) |
| ホットリンク | ブログなどシステム開発 CGMプロモーション | 60.6% | 連結子会社 |
| グローブ コミュニケーション | ハウスリスト広告媒体の企画販売 | 49.0% | 関連会社(非連結) |
| メディアライツ | ウェブサイト制作 | 44.5% | 関連会社(非連結) |
| スタイライフ | ネット+雑誌による 女性向けアパレル販売 | 28.4% | 持分法適用関連会社 |
| アクションクリック | 成果報酬型広告のメディアレップ | 29.0% | 2006年5月取得 関連会社(非連結) |
| ペットゴー | ペット用品専門Eコマース | 20.1% | 関連会社(非連結) |
| プラスモバイル コミュニケーションズ | モバイル広告媒体の企画販売 | 20.0% | 関連会社(非連結) |

グループ事業ドメイン



2006年度12月期 中間決算サマリー

中間業績 前年対比・業績予想比要因

- 単体取引社数1.4倍 × 平均取引額1.2倍
- ALBA通期貢献
- クラシファイドなど連結子会社増加

大幅増収増益
売上+86%, 経常益
+52%

- 子会社増加に伴いのれん増加
- 単体社員倍増による人件費増加

増収幅 > 増益幅
償却前益では+73%
(EBITDA)

特定業種の広告手控え発生(単体)し、
第2四半期後半に予想外の伸び悩み

利益予想届かず
下期ややスロー

連結損益計算書概要

(単位：百万円)

| | 今期中間期 | 前年同期 | 増減 |
|--------|--------|--------|--------|
| 売上 | 13,828 | 7,417 | +86.4% |
| 売上総利益 | 3,021 | 1,689 | +78.8% |
| 販管費 | 2,501 | 1,347 | +85.6% |
| EBITDA | 609 | 353 | +72.7% |
| 営業利益 | 519 | 342 | +51.9% |
| 経常利益 | 438 | 288 | +52.1% |
| 中間純利益 | 280 | -1,398 | - % |

単体損益計算書概要

(単位：百万円)

| | 今期中間期 | 前年同期 | 増減 |
|-------|--------|-------|--------|
| 売上 | 12,152 | 7,052 | +72.3% |
| 売上総利益 | 2,330 | 1,573 | +48.1% |
| 販管費 | 1,850 | 1,290 | +43.4% |
| 営業利益 | 479 | 282 | +69.8% |
| 経常利益 | 461 | 281 | +64.0% |
| 中間純利益 | 248 | 158 | +56.3% |

連結貸借対照表概要

(単位：百万円)

| | 2006/6末 | 2005/6末 | 増減額 |
|-------|---------|---------|---------|
| 流動資産 | 12,835 | 10,842 | +18.4% |
| (現預金) | (7,975) | (7,787) | (+2.4%) |
| 固定資産 | 4,859 | 2,443 | +98.8% |
| 繰延資産 | 35 | 24 | +43.3% |
| 資産合計 | 17,731 | 13,310 | +33.2% |
| 流動負債 | 6,258 | 4,762 | +31.4% |
| 固定負債 | 1,457 | 3,680 | -60.4% |
| 負債合計 | 7,716 | 8,442 | -8.6% |
| 純資産合計 | 10,014 | 4,868 | +105.7% |

固定資産の増加：エンプレックス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

(単位：百万円)

| | 今期中間期 | 前年同期 | 増減 |
|---------|--------|--------|--------|
| 営業CF | 452 | 84 | 438.2% |
| 投資CF | -1,124 | -3,727 | 69.8% |
| 財務CF | 2,034 | 9,809 | -79.3% |
| 現金同等物増減 | 1,389 | 6,166 | -77.5% |
| 現金同等物残高 | 7,939 | 7,774 | 2.1% |

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(電通引受) +4,349百万円

長期借入の返済 -2,302百万円

中間業績進捗状況

(単位：百万円)

| (連結) | 中間期 | | 達成率 | |
|------|--------|--------|--------|-------|
| | 実績 | 予想 | 対中間予想 | 対通期予想 |
| 売上 | 13,828 | 13,500 | 102.4% | 46.1% |
| 経常利益 | 438 | 500 | 87.8% | 37.8% |
| 純利益 | 280 | 310 | 90.6% | 45.3% |

| (単体) | 中間期 | | 達成率 | |
|------|--------|--------|--------|-------|
| | 実績 | 予想 | 対中間予想 | 対通期予想 |
| 売上 | 12,152 | 12,000 | 101.3% | 48.6% |
| 経常利益 | 461 | 560 | 82.4% | 37.8% |
| 純利益 | 248 | 320 | 77.6% | 38.2% |

第2四半期事業報告

(2006/4～6)

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

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原価に計上しております。また、テクノロジー事業分野において割引相当額を売上・粗利益より控除しております。ご注意ください。

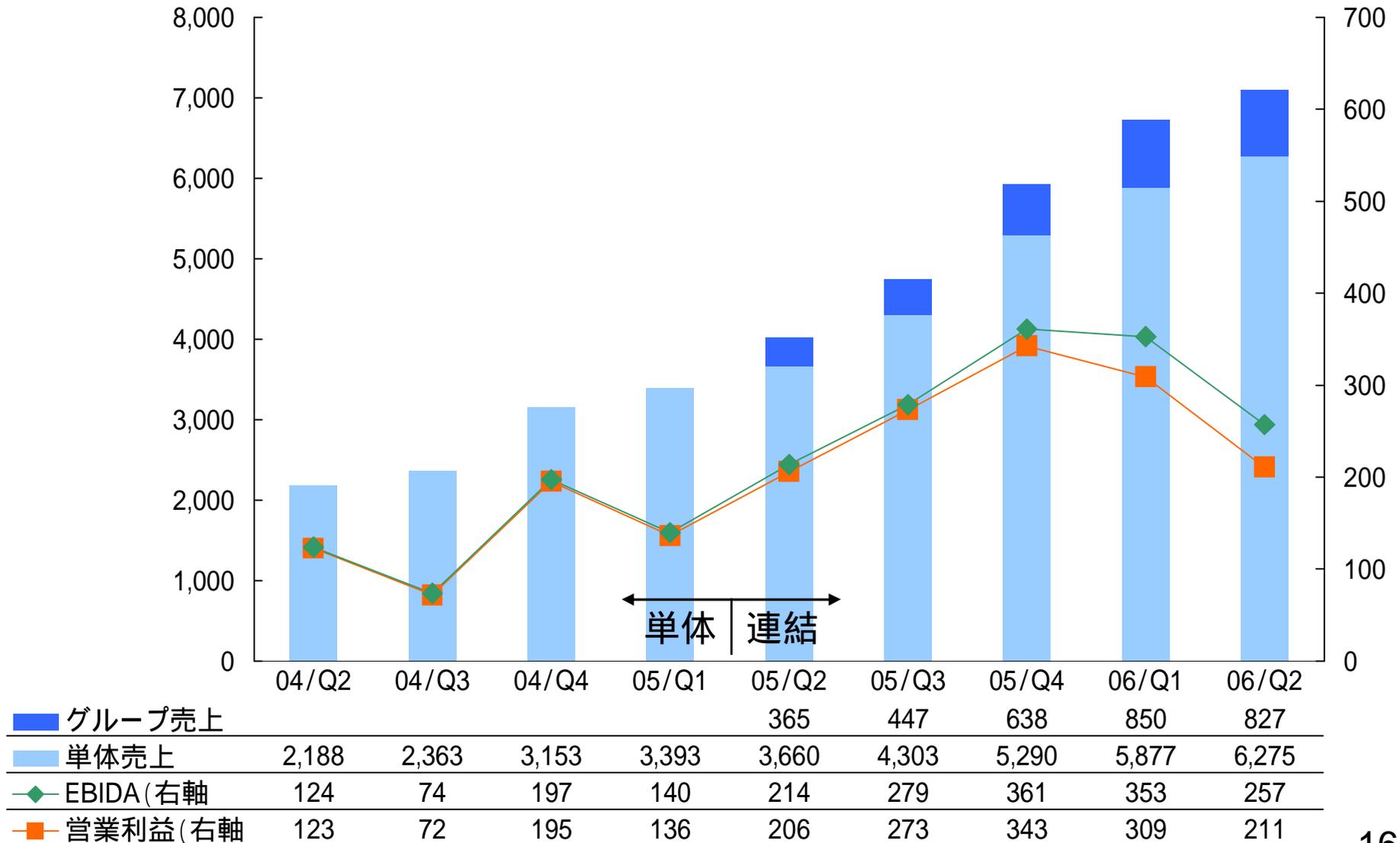
四半期業績ハイライト

- ✓ 前年同期比：単体増収と子会社増加で大幅増収も人件費・のれん増加がまさり微増益
償却前益 (EBITDA) では2割強の増益確保
- ✓ 前四半期比：新卒中心に人件費増加したことで減益、後半売上伸び悩むも増収

| | | 前四半期比 | 前年同期比 |
|----|--------|--------|--------|
| 連結 | 売上高 | +5.6% | +76.4% |
| | EBITDA | -27.2% | +20.3% |
| | 営業利益 | -31.8% | +2.3% |
| 単体 | 売上高 | +6.8% | +71.4% |
| | 営業利益 | -34.1% | +30.5% |

四半期連結業績推移

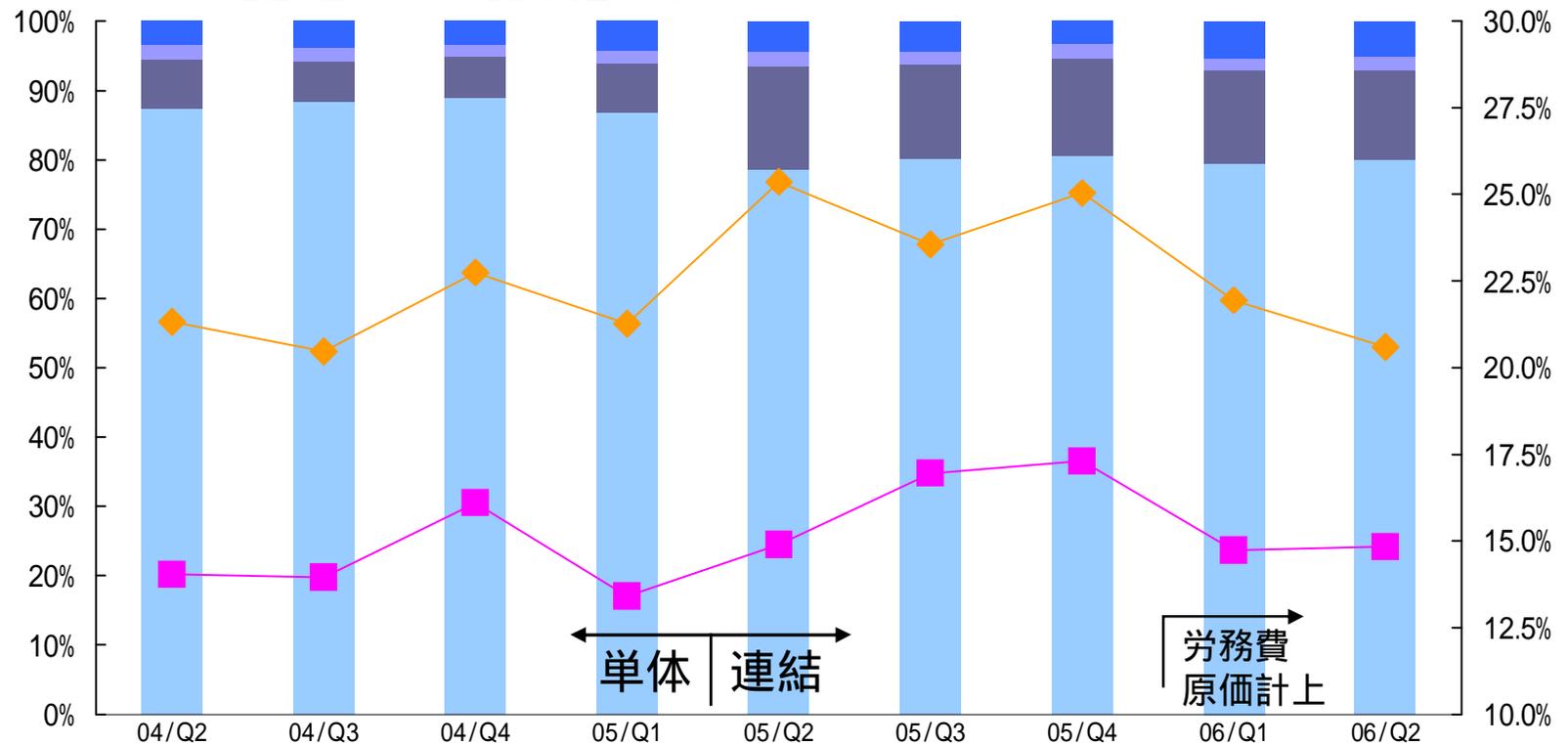
主に人件費増加により前Q比減益も増収



事業分野別売上構成と粗利益率推移

広告代理以外で外部仕入商品の販売高が伸び、粗利率低下

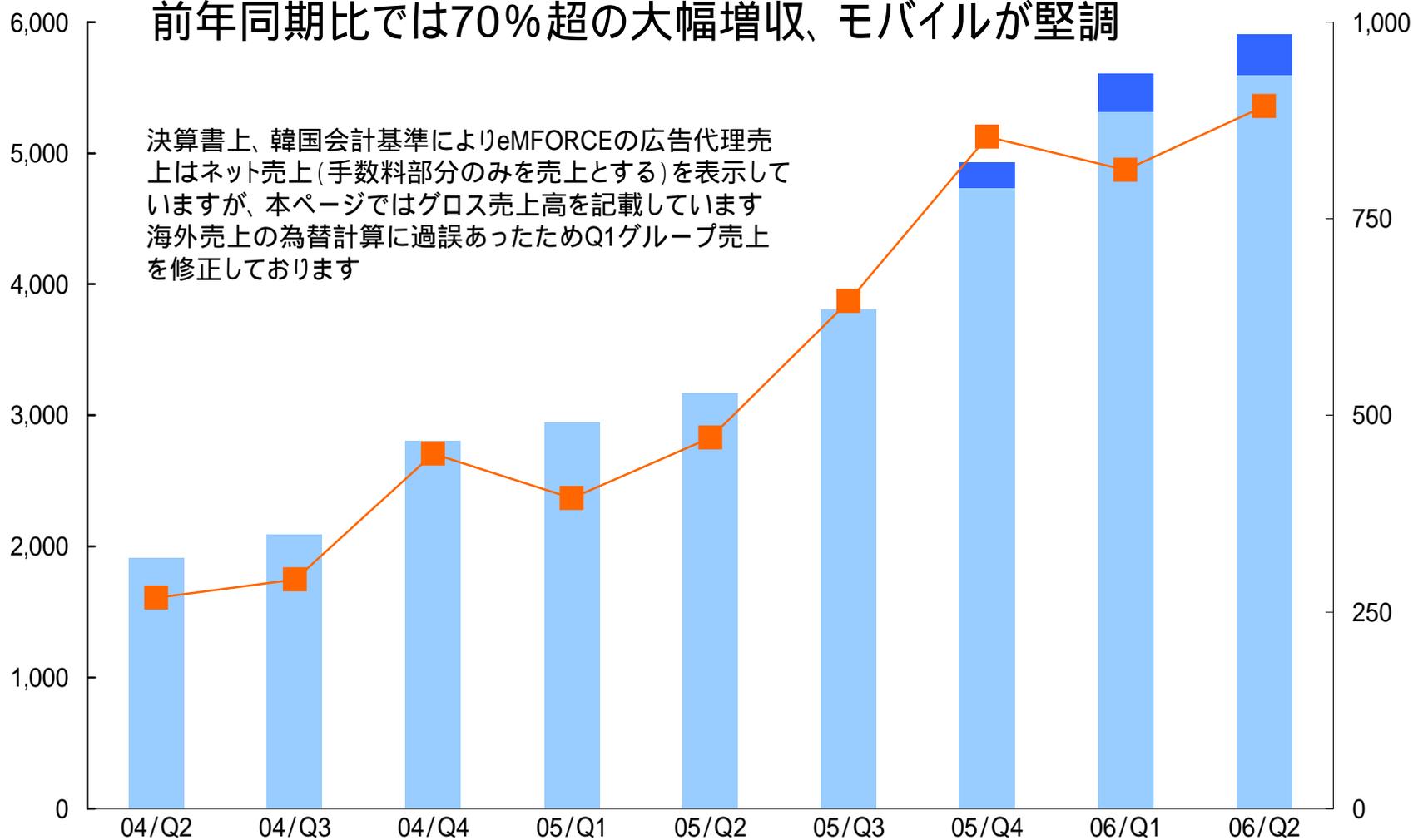
決算書上、韓国会計基準によりeMFORCEの広告代理売上はネット売上(手数料部分のみを売上とする)を表示していますが、本ページの広告代理粗利益率はグロス売上高を基準に表示しています



| | | | | | | | | | |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ■ ソリューション売上構成 | 3.5% | 3.9% | 3.4% | 4.2% | 4.4% | 4.3% | 3.3% | 5.3% | 5.0% |
| ■ テクノロジー売上構成 | 2.0% | 1.8% | 1.7% | 1.9% | 2.1% | 1.9% | 2.0% | 1.7% | 2.0% |
| ■ コンテンツ売上構成 | 7.1% | 5.8% | 6.1% | 7.1% | 14.9% | 13.6% | 14.1% | 13.5% | 12.9% |
| ■ 広告代理売上構成 | 87.4% | 88.4% | 88.8% | 86.8% | 78.6% | 80.1% | 80.6% | 79.4% | 80.0% |
| ■ 広告代理粗利益率(右軸) | 14.0% | 14.0% | 16.1% | 13.4% | 14.9% | 17.0% | 17.3% | 14.7% | 14.8% |
| ◆ 全社粗利益率(右軸) | 21.3% | 20.5% | 22.8% | 21.3% | 25.4% | 23.6% | 25.0% | 21.9% | 20.6% |

広告代理

特定業種の広告手控えによりSEM中心にQ2後半伸び悩んだが
前年同期比では70%超の大幅増収、モバイルが堅調



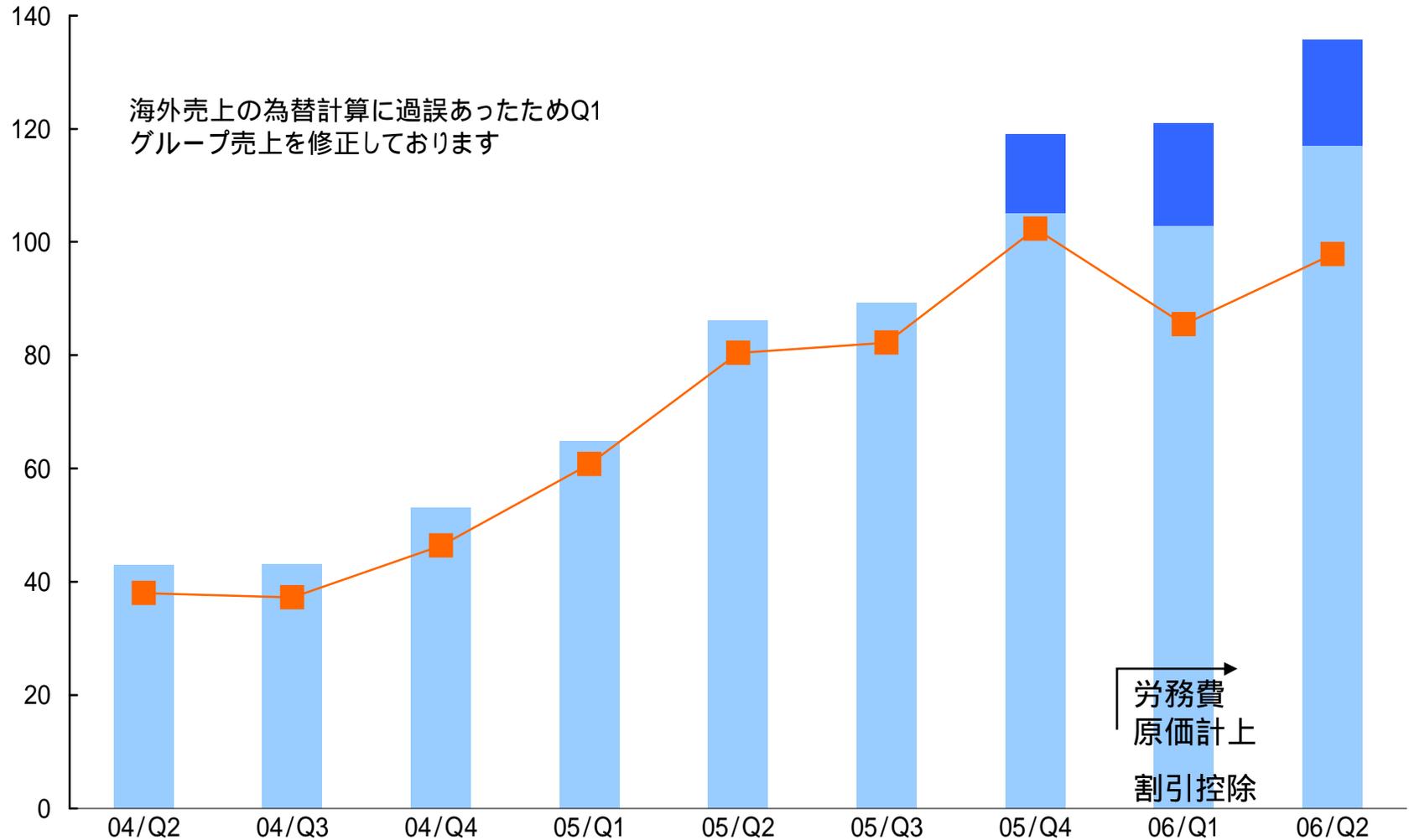
| | 04/Q2 | 04/Q3 | 04/Q4 | 05/Q1 | 05/Q2 | 05/Q3 | 05/Q4 | 06/Q1 | 06/Q2 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ■ グループ売上 | | | | | | | 197 | 292 | 311 |
| ■ 単体売上 | 1,912 | 2,089 | 2,801 | 2,944 | 3,165 | 3,807 | 4,737 | 5,313 | 5,600 |
| ■ 粗利益 (右軸) | 268 | 292 | 451 | 395 | 471 | 645 | 854 | 812 | 893 |

広告代理 トピックス

- ✓ 電通グループ企業で成果報酬型広告の「アクションクリック」と資本業務提携
- ✓ ナショナルクライアントの深耕が本格化
- ✓ 22期連続でYahoo! JAPAN優秀代理店賞を受賞

テクノロジー (旧名称ASP)

ADPLANに加えサイト解析ツール等の販売強化に成果



■ グループ売上

■ 単体売上

■ 粗利益

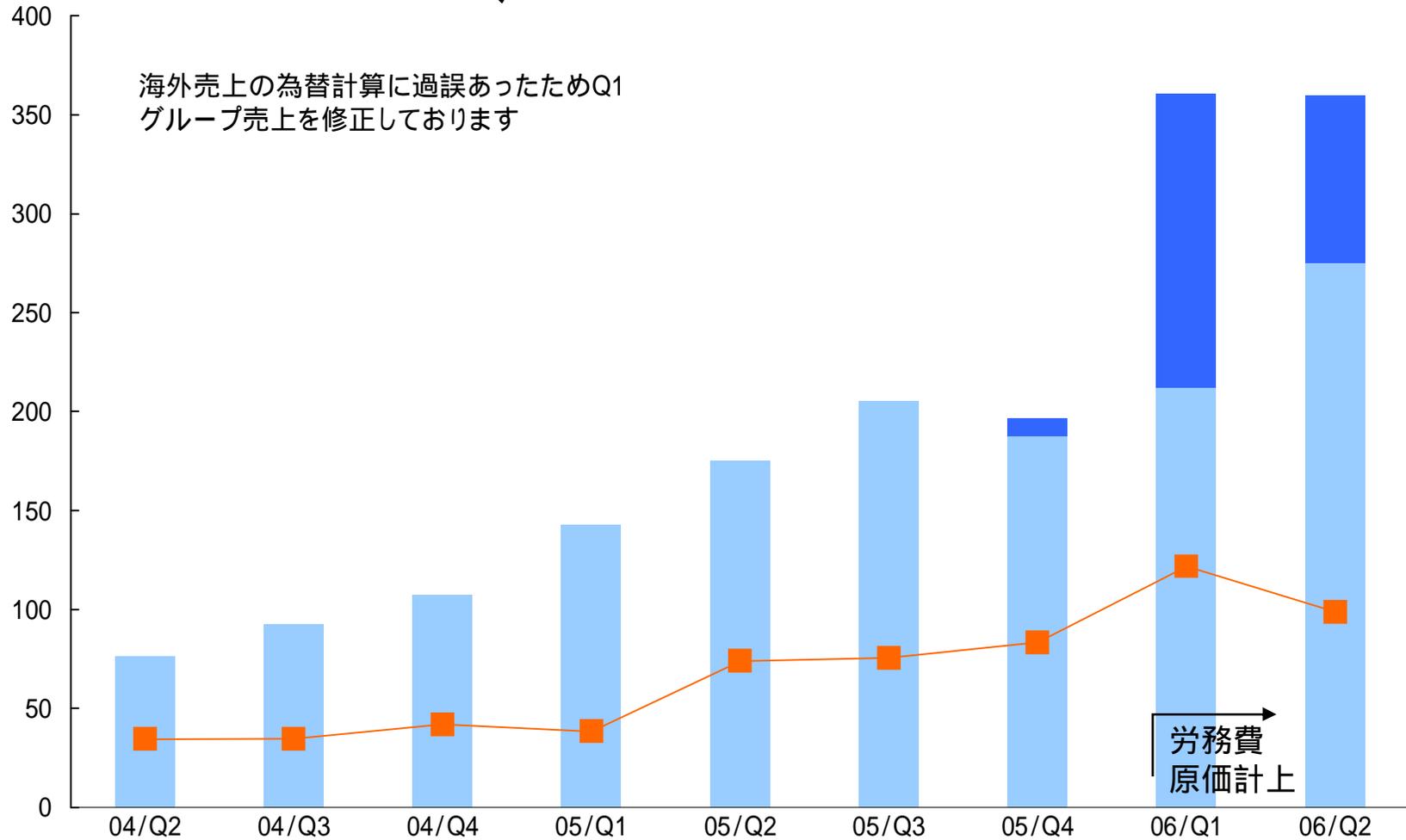
テクノロジー トピックス

- ✓ テクノロジー専門営業部隊の強化に成果
- ✓ 電話問合せ件数カウントによる広告効果測定を行う「ADPLANコール」を開発・販売開始
- ✓ CRMソリューションのエンプレックスと資本業務提携（出資比率16.0%）、CRM強化

ソリューション

主にSEOの増加により単体増収

子会社ホットリンクは前Qに納品集中したため減収、受注は好調



| | 04/Q2 | 04/Q3 | 04/Q4 | 05/Q1 | 05/Q2 | 05/Q3 | 05/Q4 | 06/Q1 | 06/Q2 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| グループ売上 | | | | | | | 9 | 149 | 85 |
| 単体売上 | 76 | 93 | 107 | 143 | 175 | 206 | 187 | 212 | 275 |
| 粗利益 | 34 | 35 | 42 | 38 | 74 | 75 | 83 | 122 | 99 |

ソリューション トピックス

- ✓ 「第4回東京インタラクティブアドアワード」アド部門でオプトのクリエイティブチームがネット専門代理店では唯一の入賞
- ✓ 簡易インフォーマーシャル(商品説明)動画広告の制作サービスを提供開始
- ✓ SEO大手アイオイクスとSEO専門子会社「クロスフィニティ」を共同設立

「第4回東京インタラクティブアドアワード」アド部門入賞作品

「Car Window」

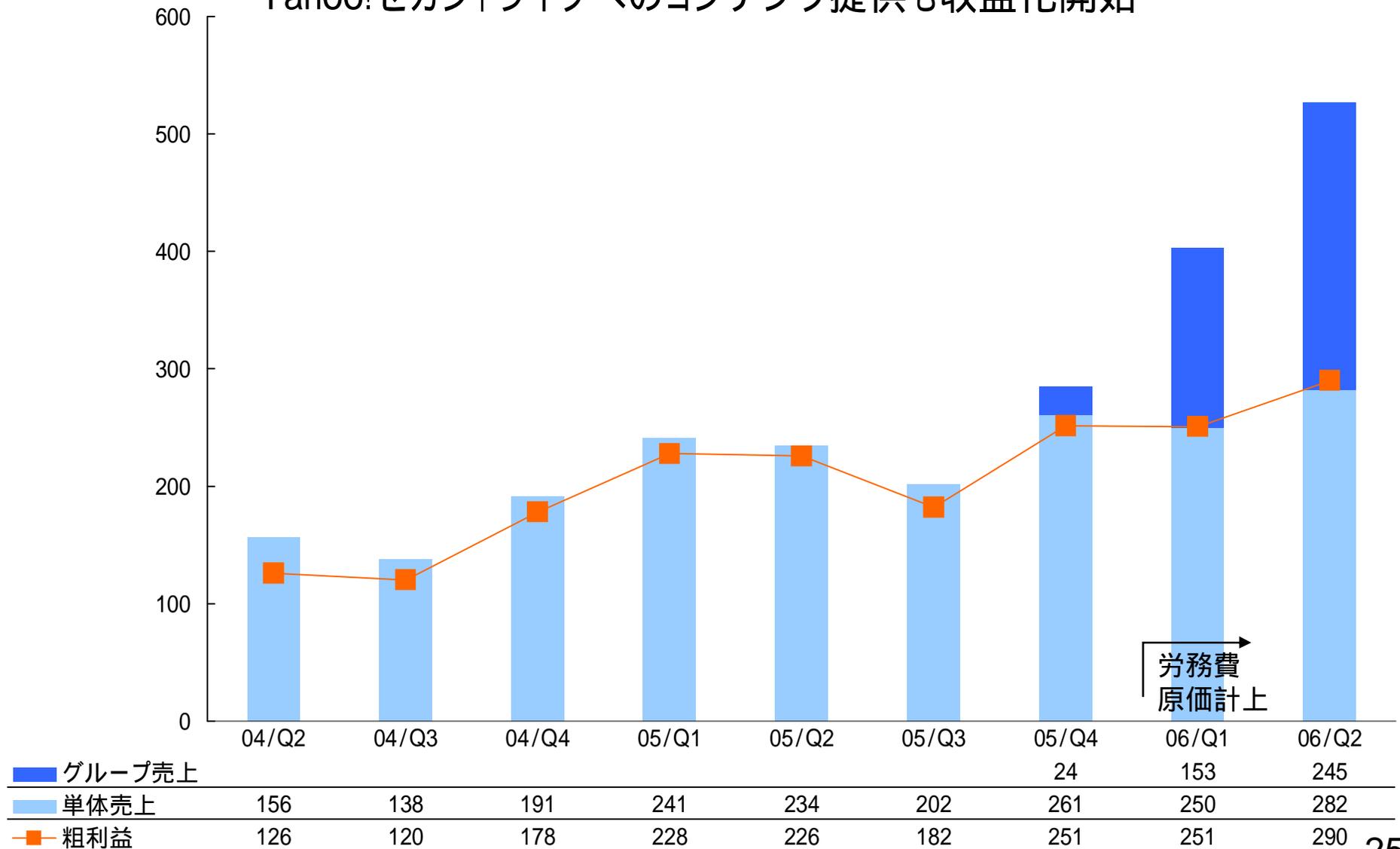
(http://www.landingserv.net/glv_o7e9os/02/index.html)

「Your Control」

(http://www.landingserv.net/glv_o7e9os/01/index.html)

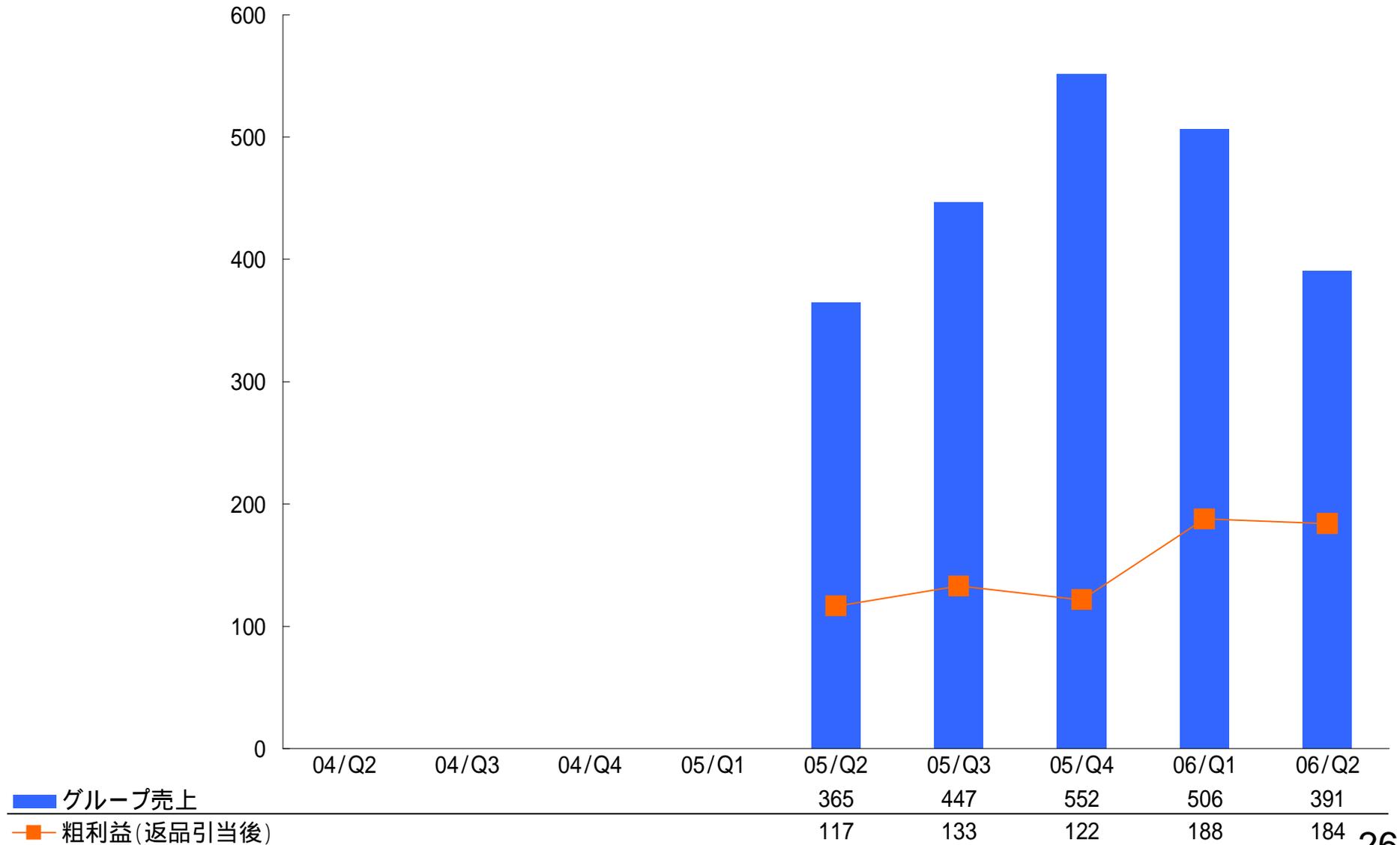
コンテンツB2B(旧名称マーケットプレイス)

子会社クラシファイドが順調に成長
Yahoo!セカンドライフへのコンテンツ提供も収益化開始



コンテンツB2C(株式会社ALBAのみ)

雑誌返本集中で減収、ネット事業は収益貢献微小もゴルフ場予約増加中

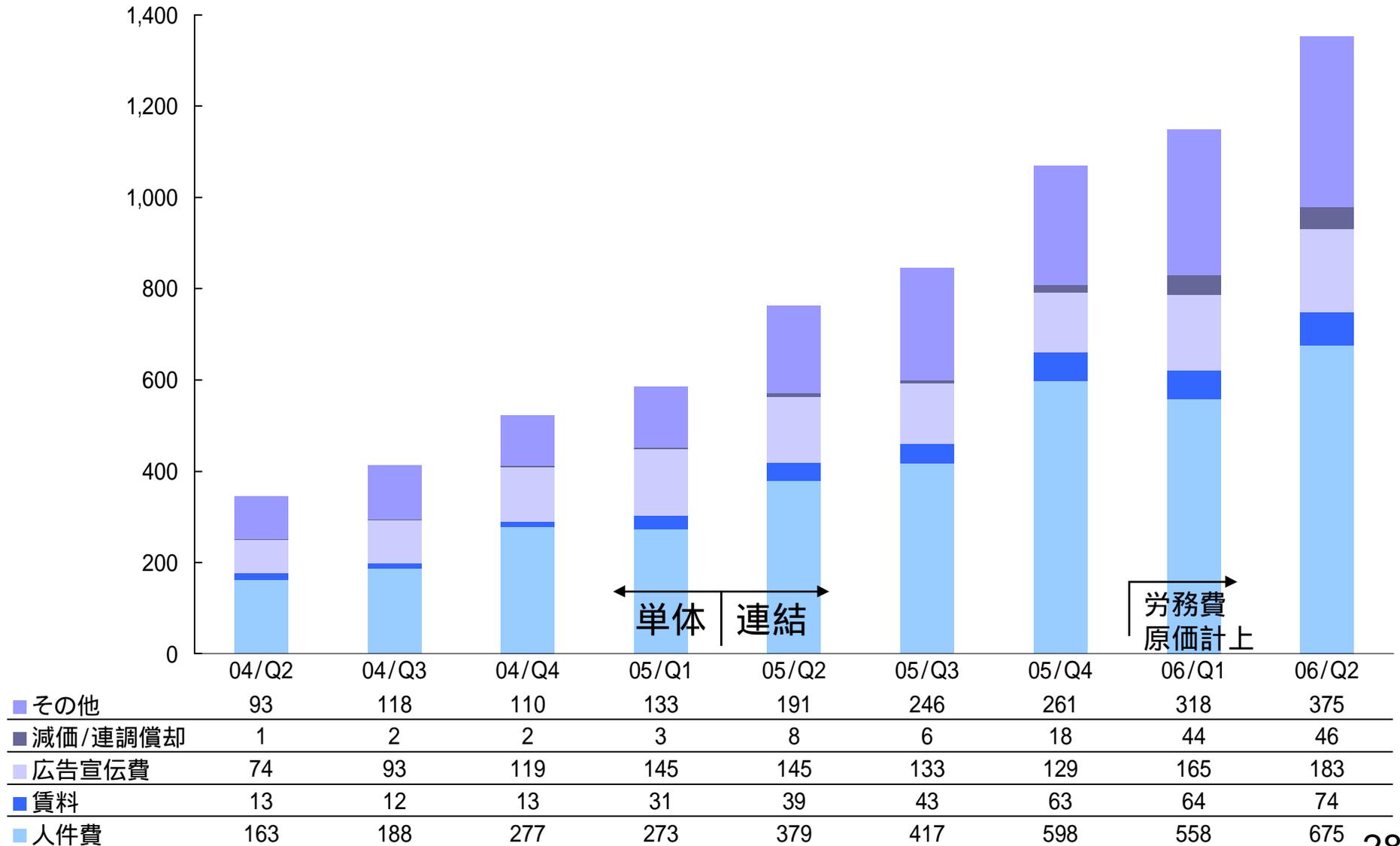


コンテンツ(B2B, B2C) トピックス

- ✓ 電通とモバイルマーケットプレイス事業を
コスメ・保険分野で共同展開
- ✓ Yahoo!セカンドライフにコンテンツ提供開始
- ✓ グループ会社の「スタイライフ」が6月に
ヘラクレス上場

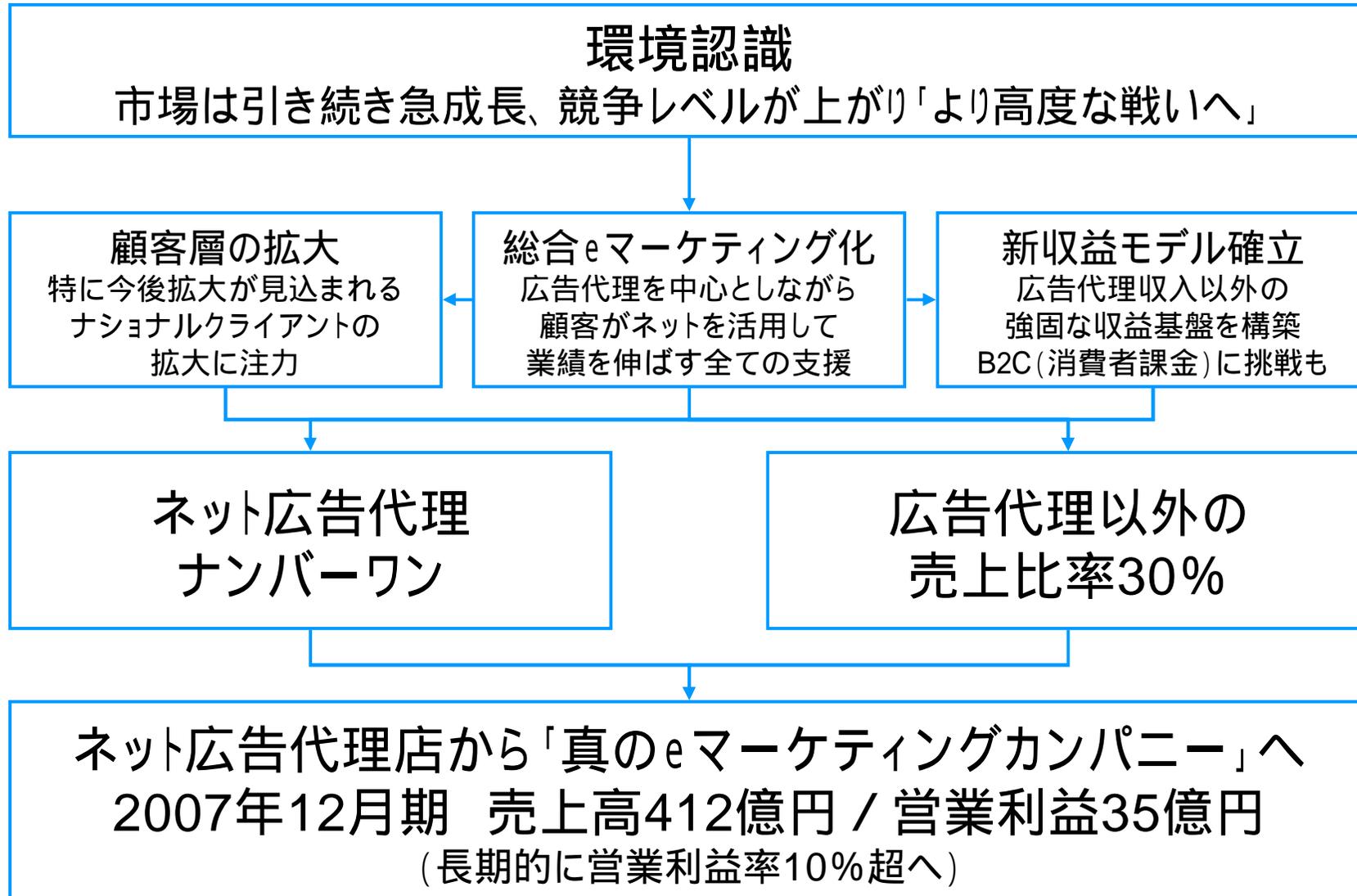
連結販管費推移

単体の新卒入社などにより人件費が増加



2006戦略の進捗

2007までの戦略目標の確認



2006重点テーマと成果指標

1. ネット広告取扱高の継続拡大
ネット広告代理No.1を目指す
2. グループ経営体制の確立
連単倍率の向上（今期売上連単倍率120%）
3. 総合eマーケ化の推進
広告代理以外の売上比率向上（今期28%）
4. ナショナルクライアント中心に
大手・大口開拓
5. 電通との協業

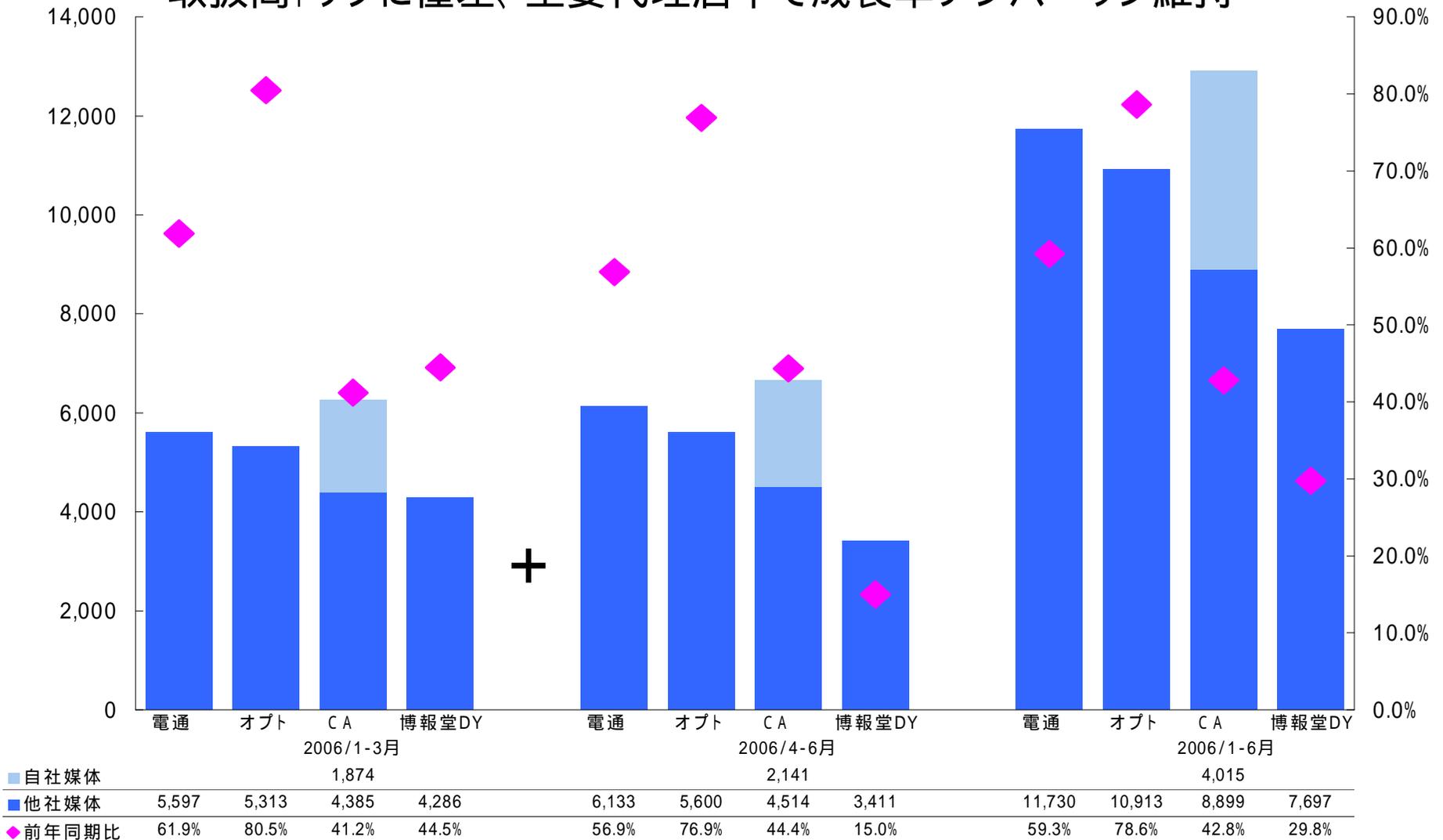


2006戦略の進捗1

「ネット広告取扱高の継続拡大」

2006/1-6月の主要広告代理店ネット広告取扱高

取扱高トップに僅差、主要代理店中で成長率ナンバーワン維持



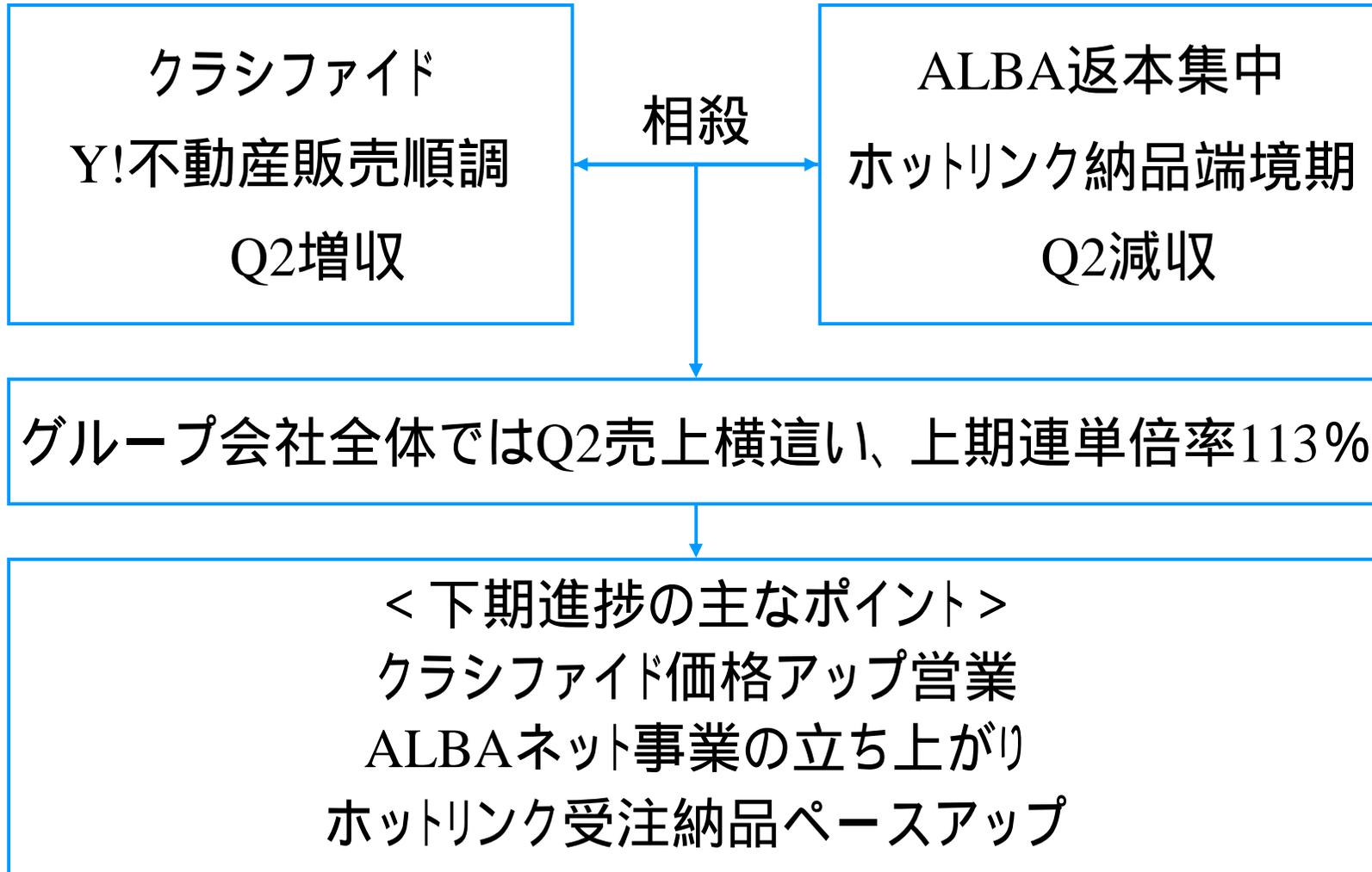
各社2005年および2006年1～6月のネット広告代理売上高を下記のデータより記載

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、4～6月は「インターネットメディア」売上を抜粋 オプト:単体の広告代理売上高

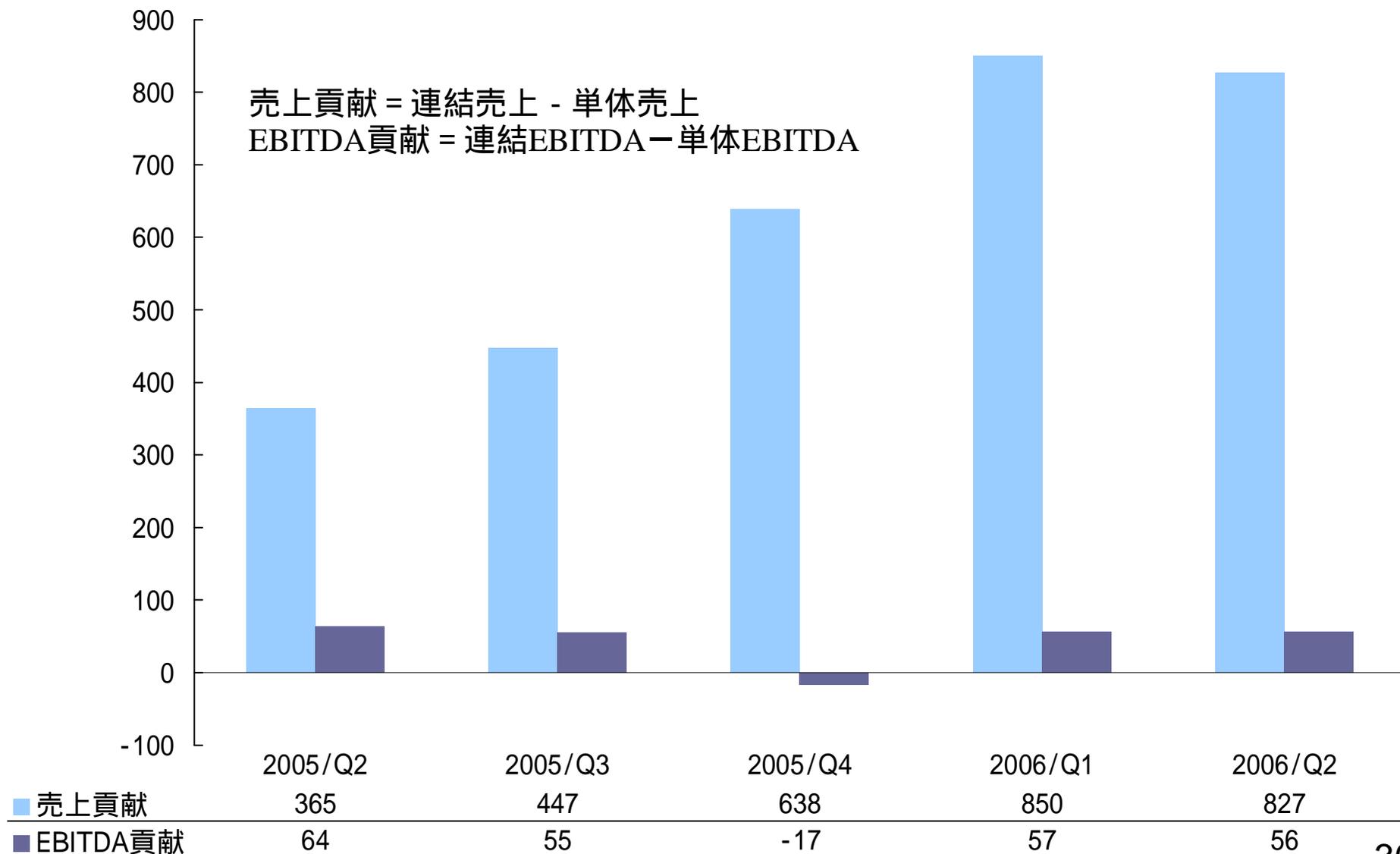
2006戦略の進捗2
「グループ経営体制の確立」

「グループ経営体制の確立」進捗状況



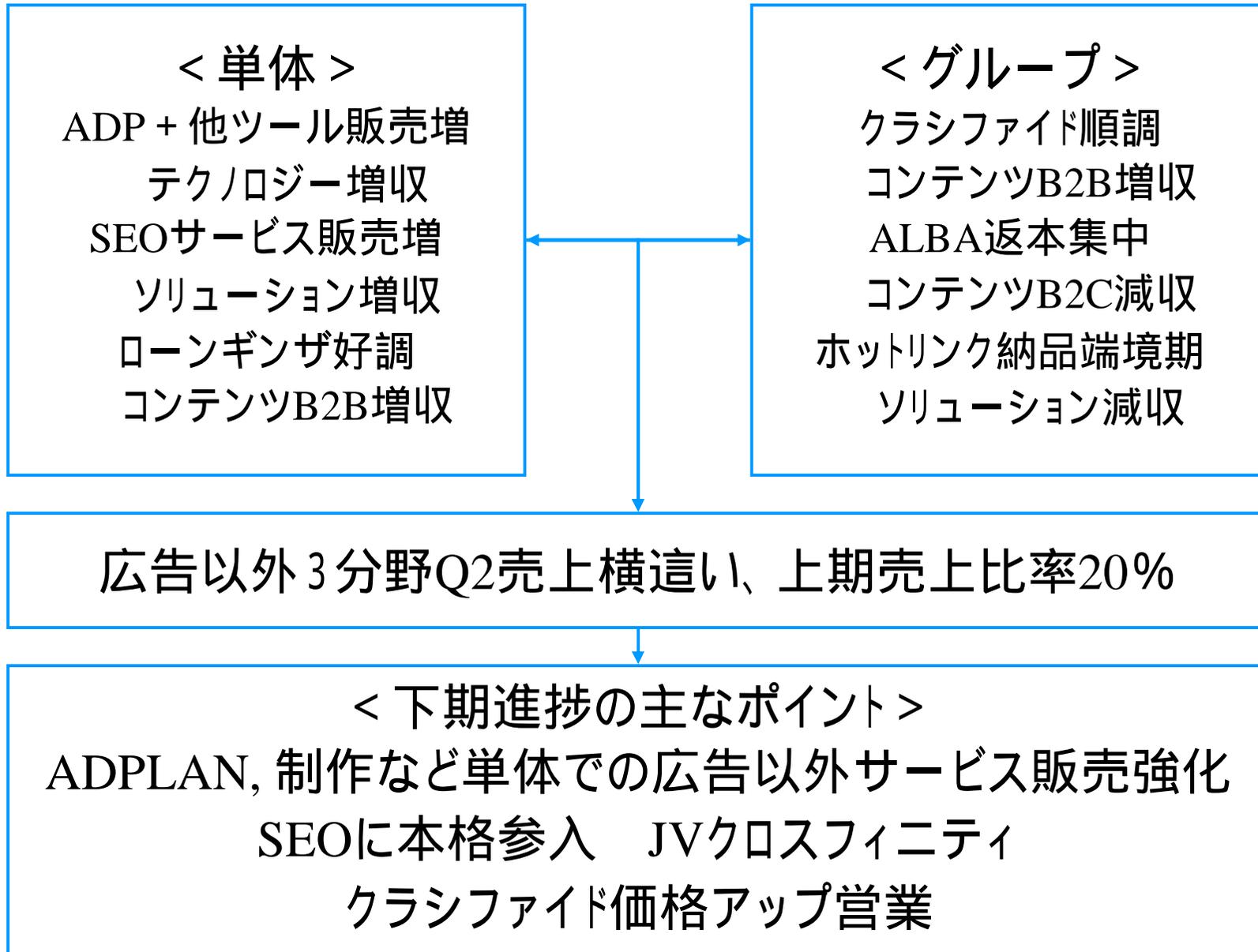
グループ企業の業績貢献

Q2はグループ業績貢献は横這いも、全子会社が黒字化



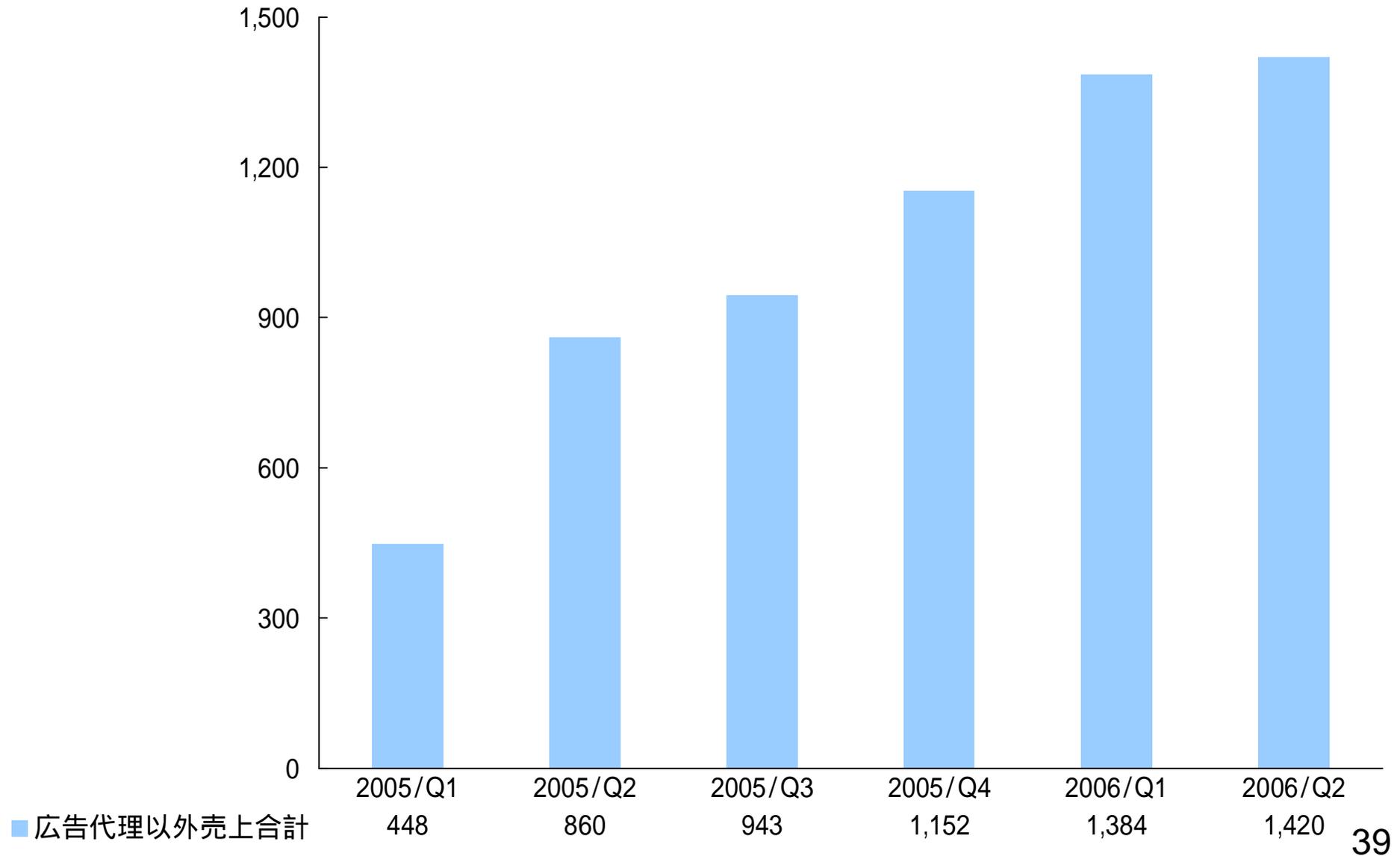
2006戦略の進捗3
「総合eマーケティングの推進」

「総合eマーケティング化の推進」進捗状況



広告代理以外の売上推移

Q2はコンテンツB2B大幅増収もコンテンツB2C減収と相殺で横這い



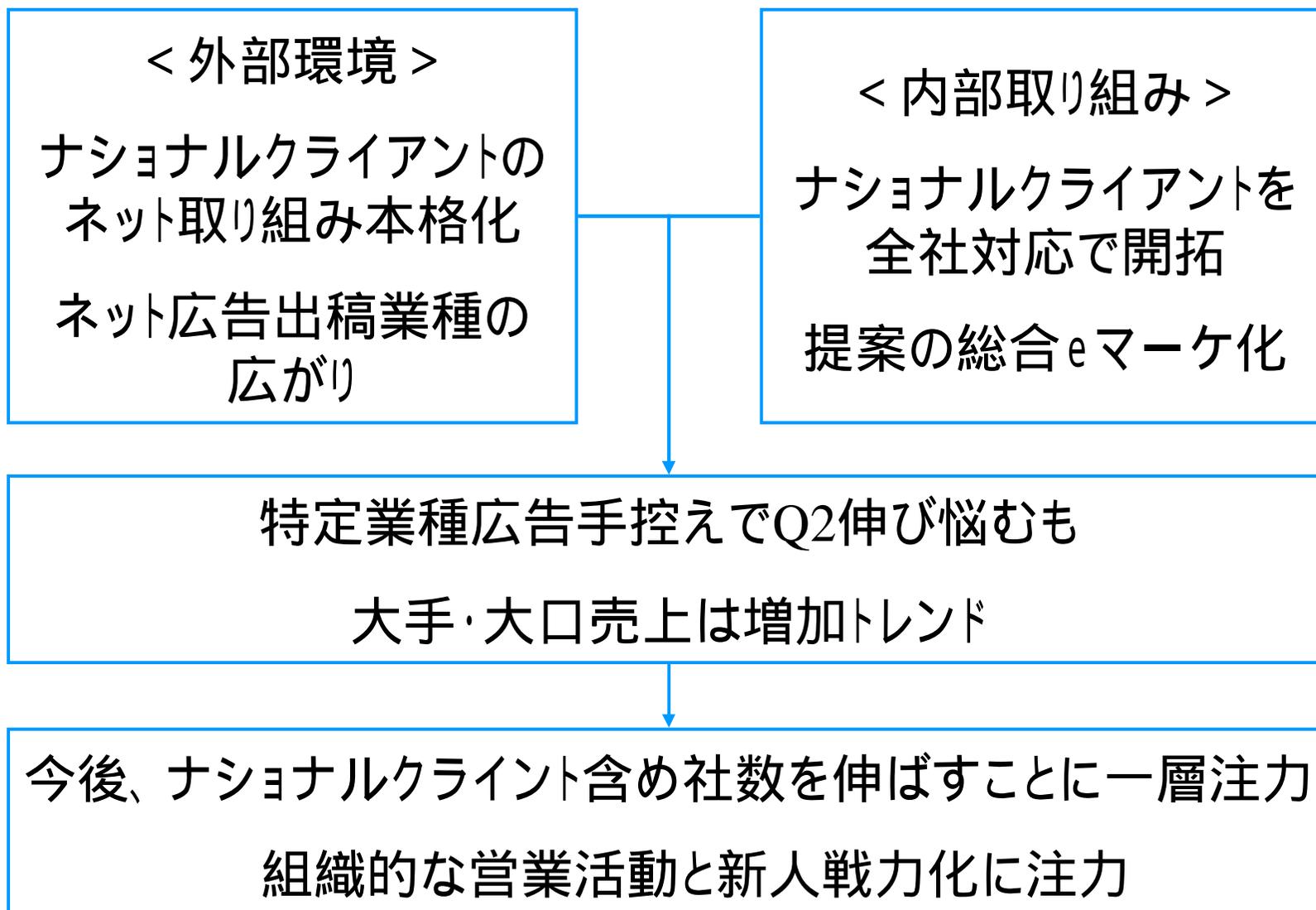
事業分野別の今期業績進捗

広告代理順調、コンテンツB2Bはクラシファイド伸びによりQ2進捗
引き続きテクノロジーは課題

| 事業分野 | 通期目標 (億円) | 1-3月 | | 1-6月 | |
|----------|--------------|------|-----|-------|-----|
| | | 実績 | 到達率 | 実績 | 到達率 |
| 広告代理 | 216 | 53.4 | 25% | 110.3 | 51% |
| テクノロジー | 9 | 1.2 | 13% | 2.6 | 29% |
| ソリューション | 17 | 3.6 | 21% | 7.1 | 42% |
| コンテンツB2B | 35 | 4.0 | 11% | 9.3 | 27% |
| コンテンツB2C | 23 | 5.1 | 22% | 9.0 | 39% |

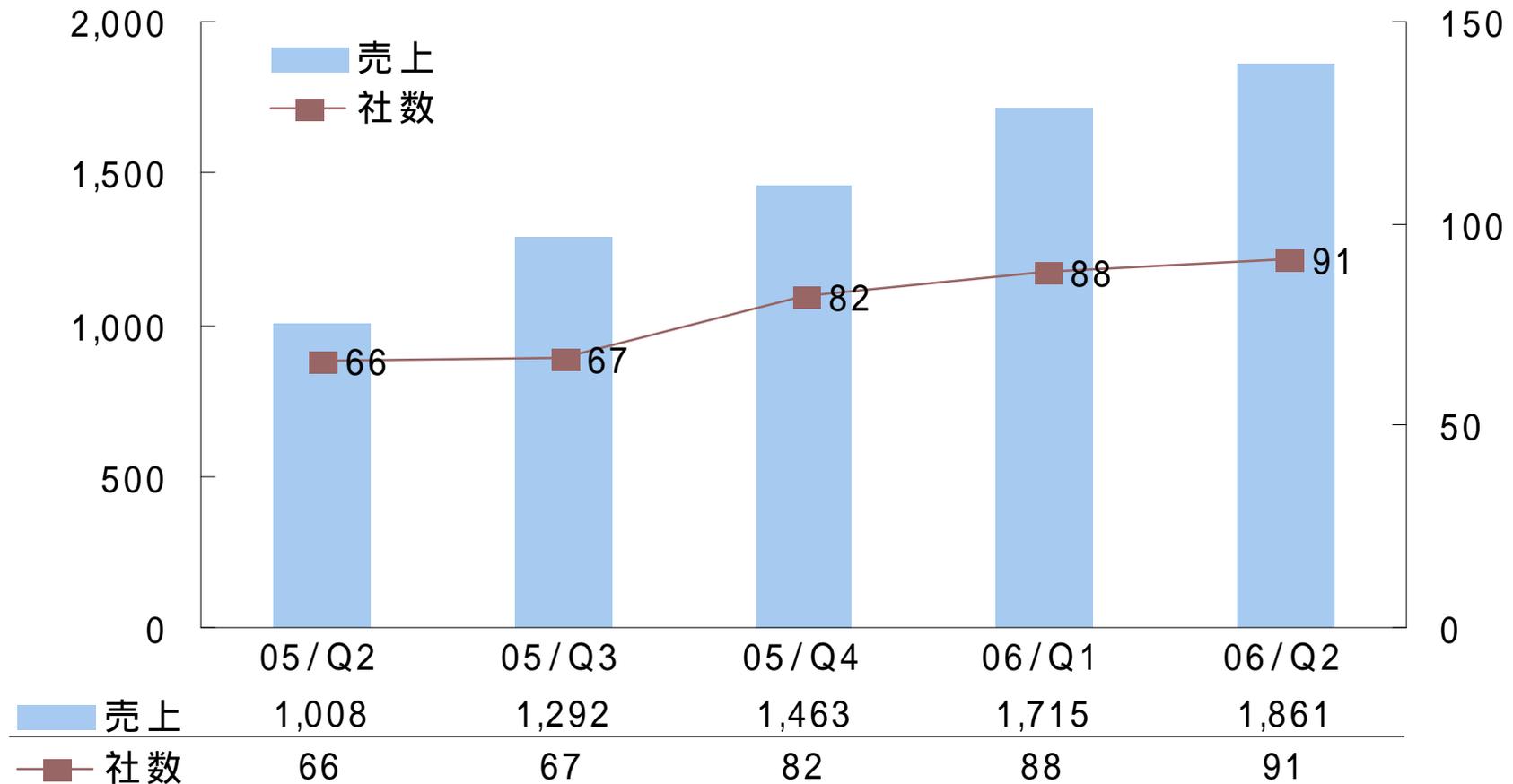
2006戦略の進捗4
「大手・大口開拓」

「大手・大口開拓注力」進捗状況



ナショナルクライアント開拓状況

社数微増だが売上高は堅調に増加
ナショナルクライアント深耕が本格化

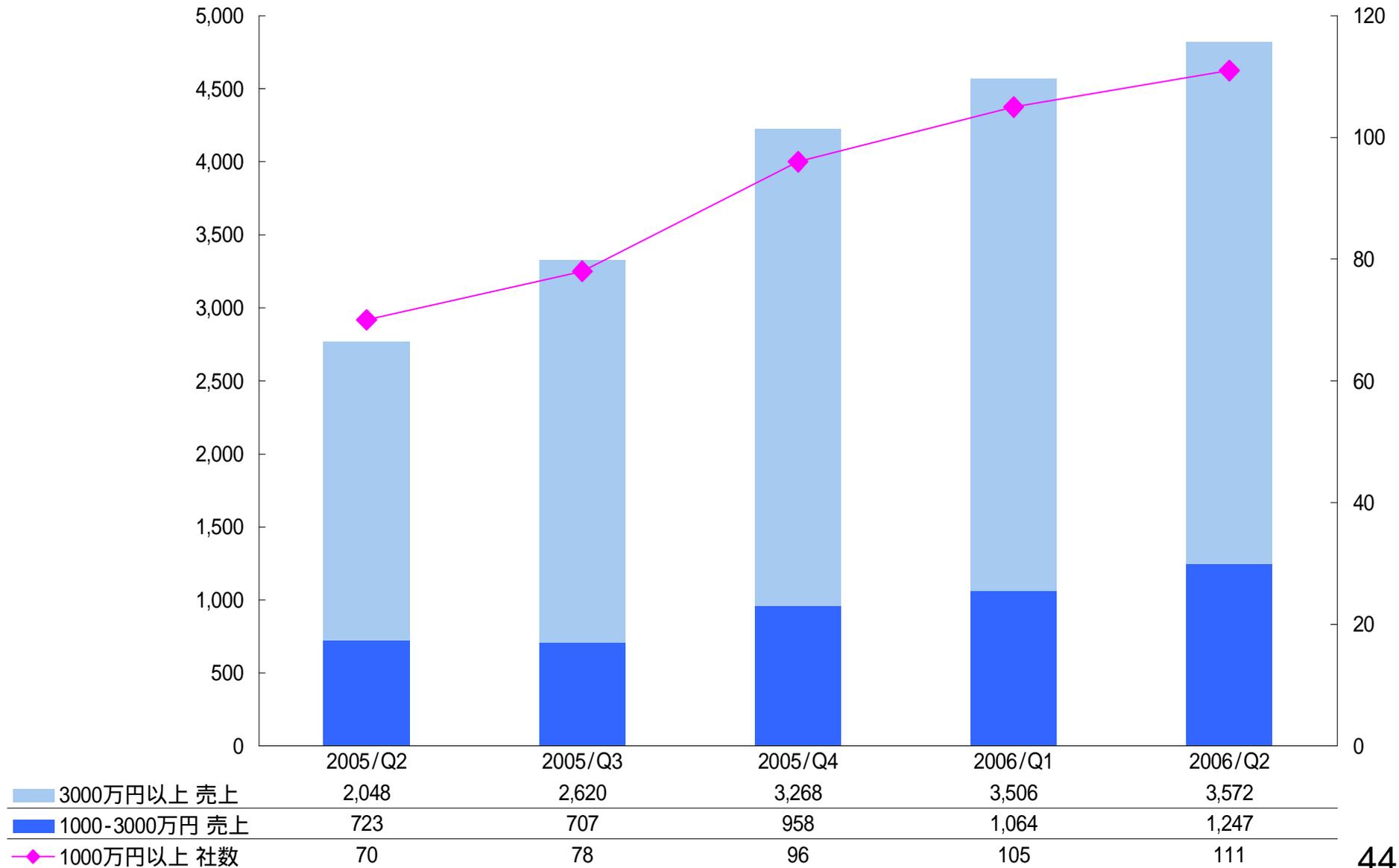


ナショナルクライアント定義：日経広告研究所調べによる2004年間広告費上位500社

今Qよりハウスエージェンシー（広告主の子会社代理店）取引を加えて過去に遡り修正しております

大口顧客(単体Q取引額1000万円以上)推移

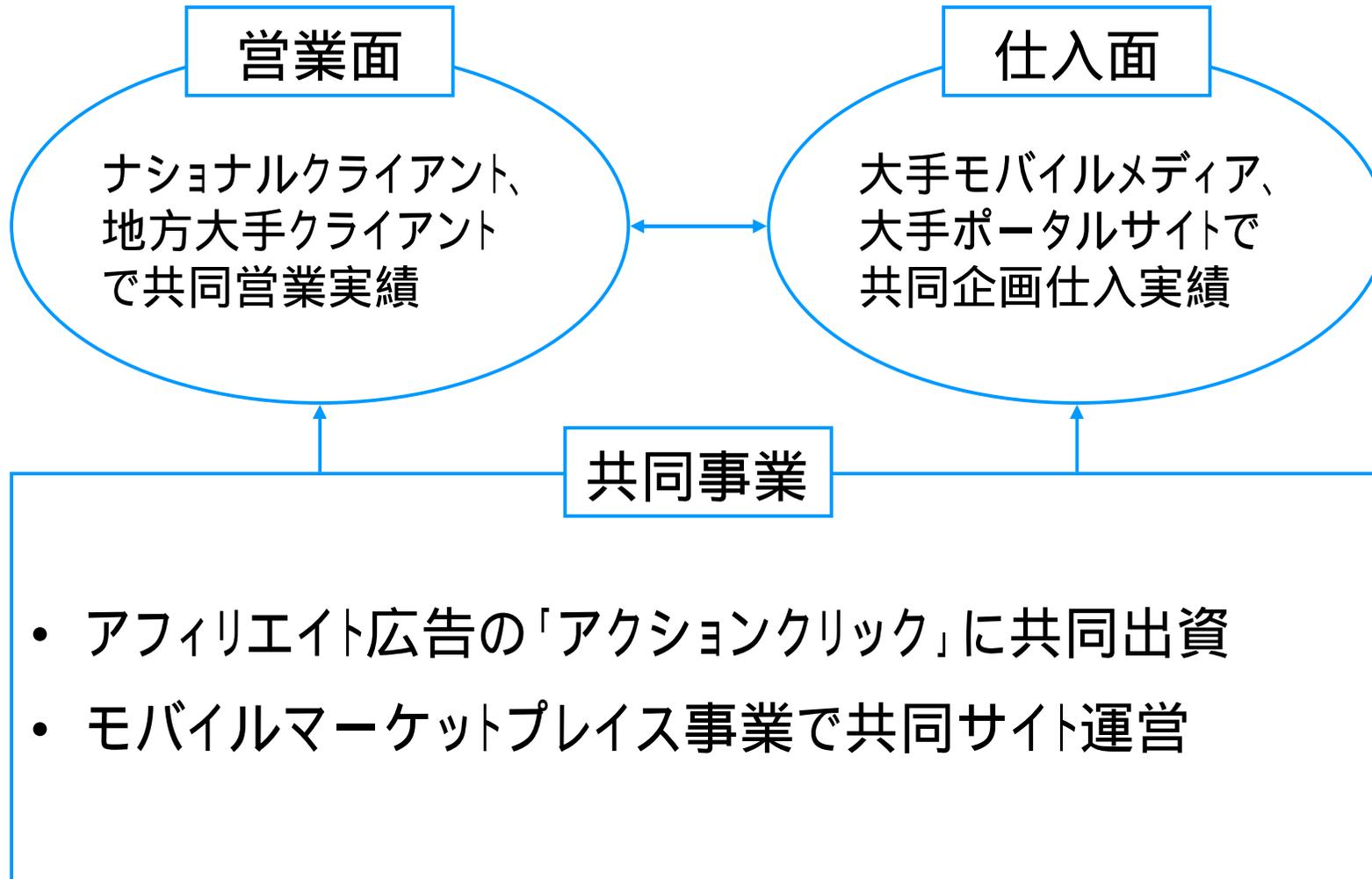
社数、売上ともに順調に増加



2006戦略の進捗5
「電通との協業」

電通との業務提携

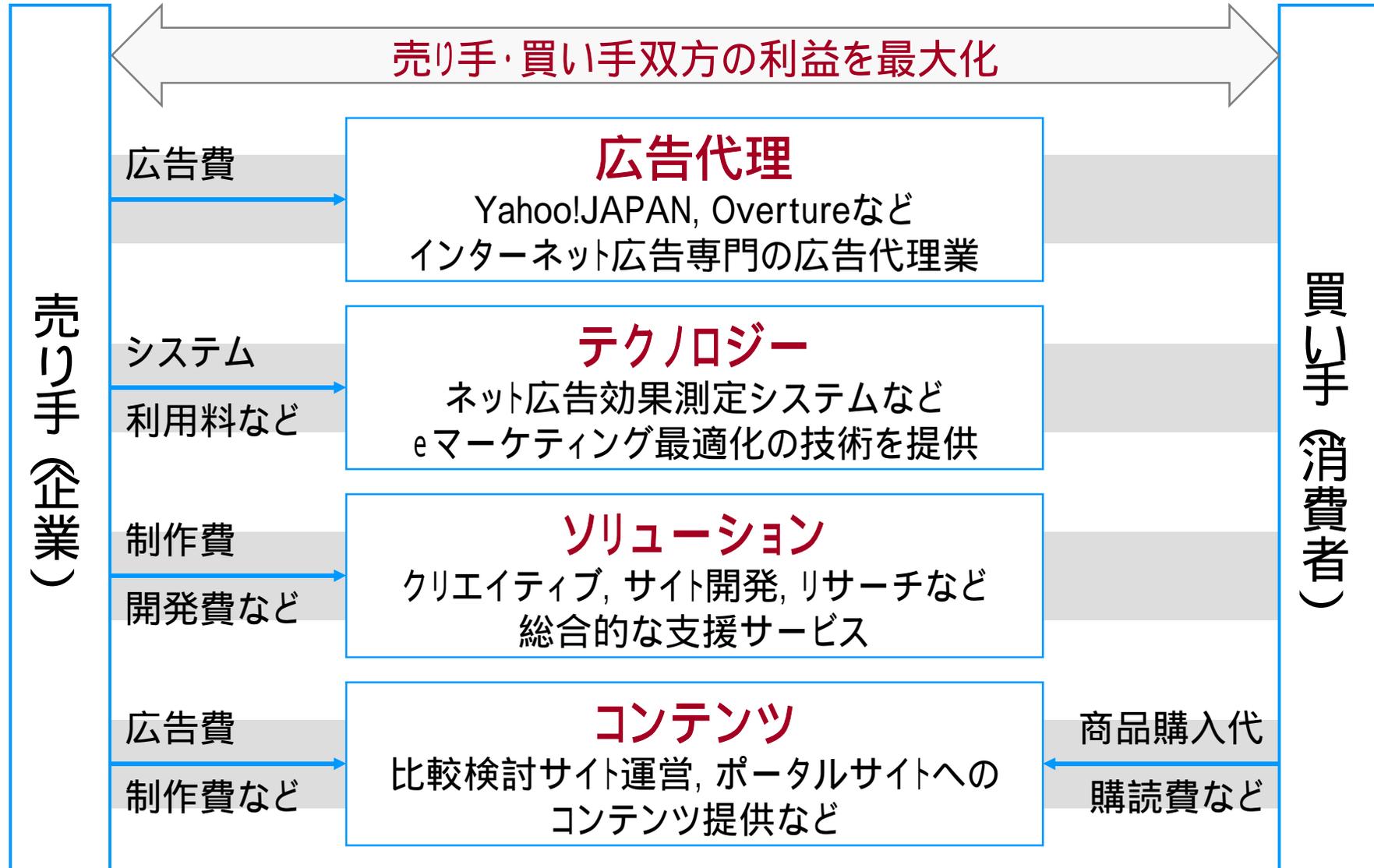
協業のフレームワーク徐々に固まり、実績出始める



參考資料

オプトのビジネスと 成長機会

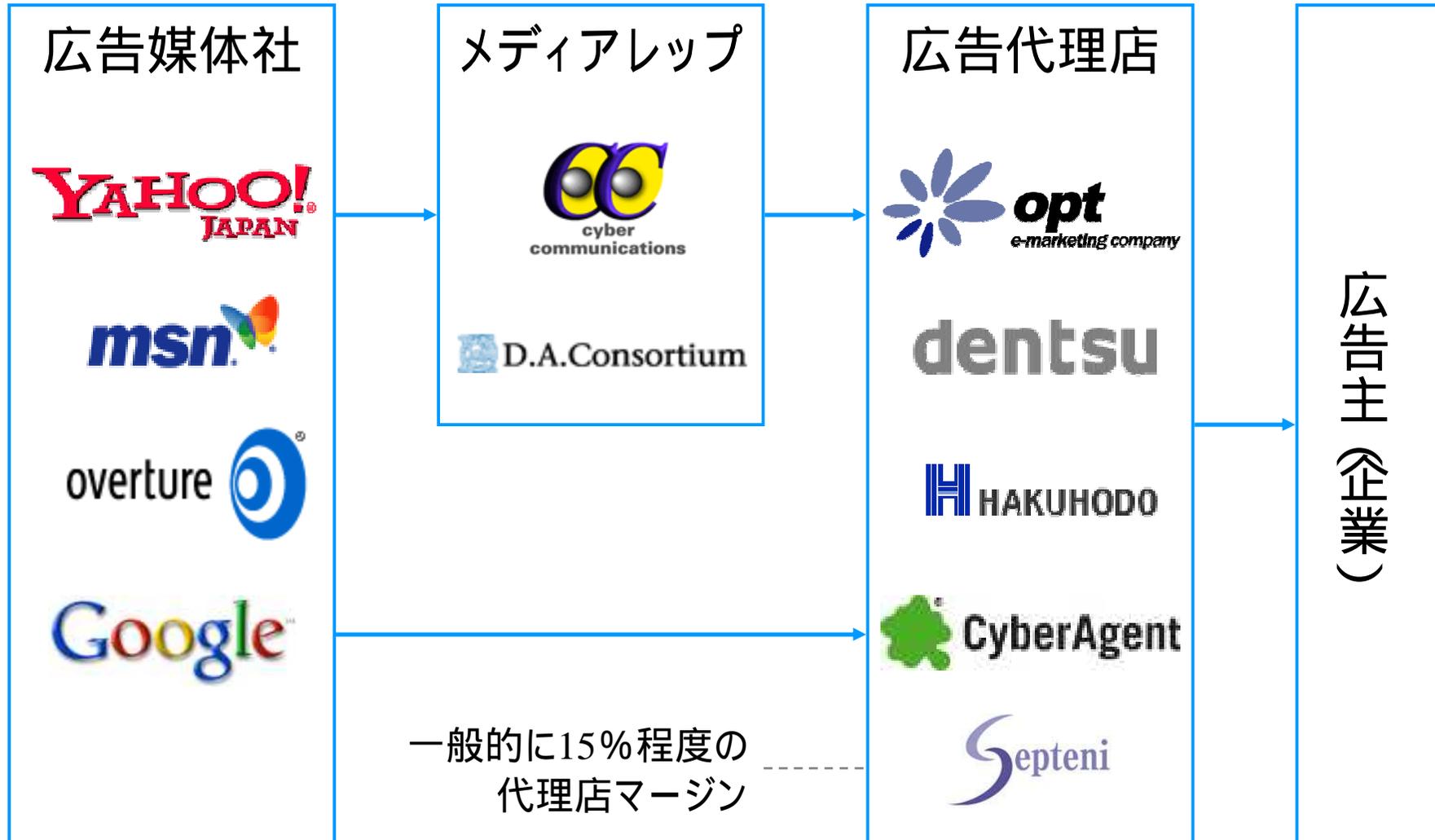
オプトのビジネスモデル



→ 主な収益の流れ

広告代理事業のビジネスモデル

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



広義の市場 マーケティング市場

マーケティング市場 20兆円

流通対策, 販売奨励金, アフターサービス含む

広告市場6兆円

テレビ2兆, ラジオ1800億,
新聞1兆, 雑誌4000億
インターネット2800億など

広告以外市場4兆円

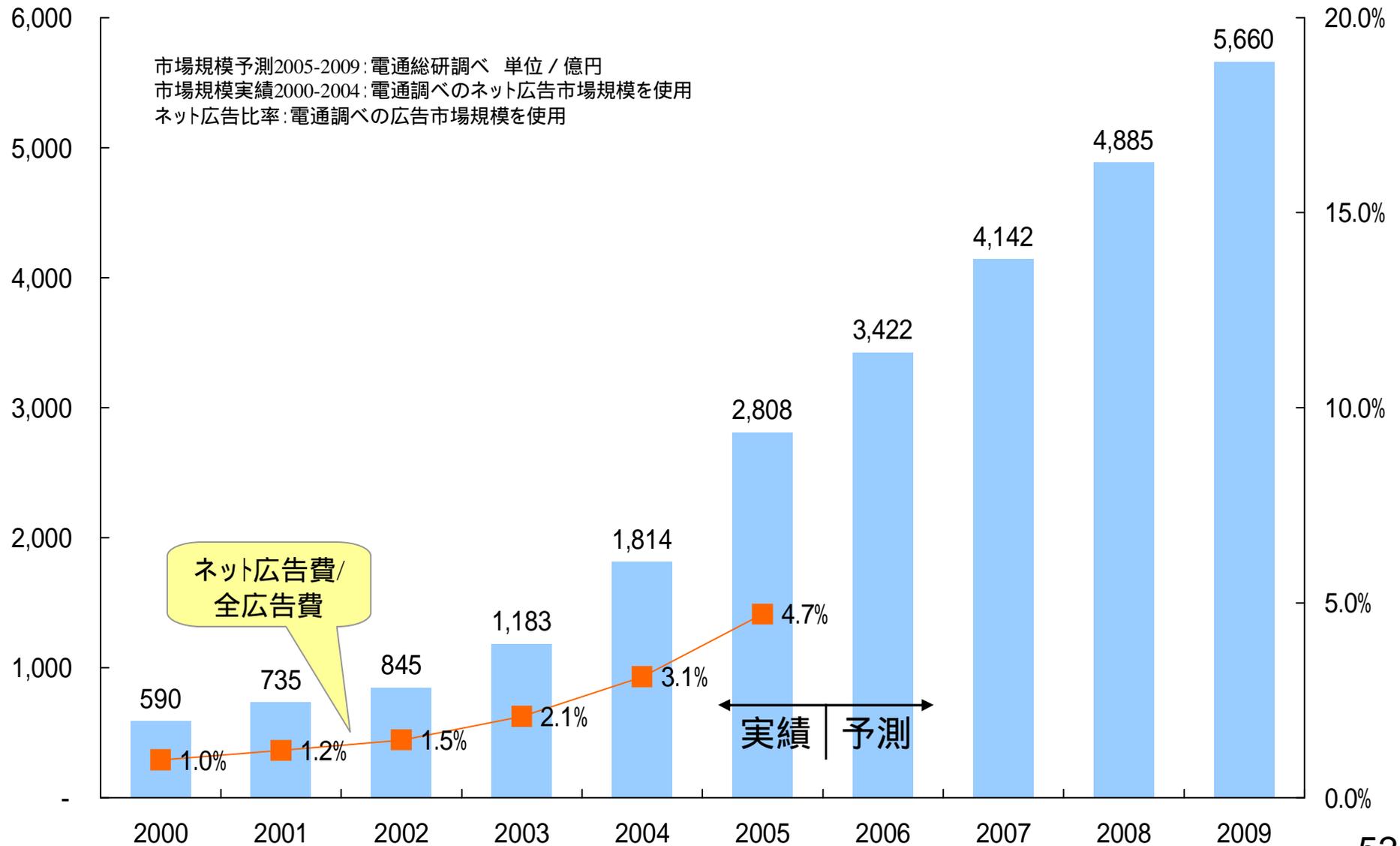
CRM, リサーチ, PR,
コンサルティングなど



メディア×インターネットで巨大マーケット出現

狭義の市場 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



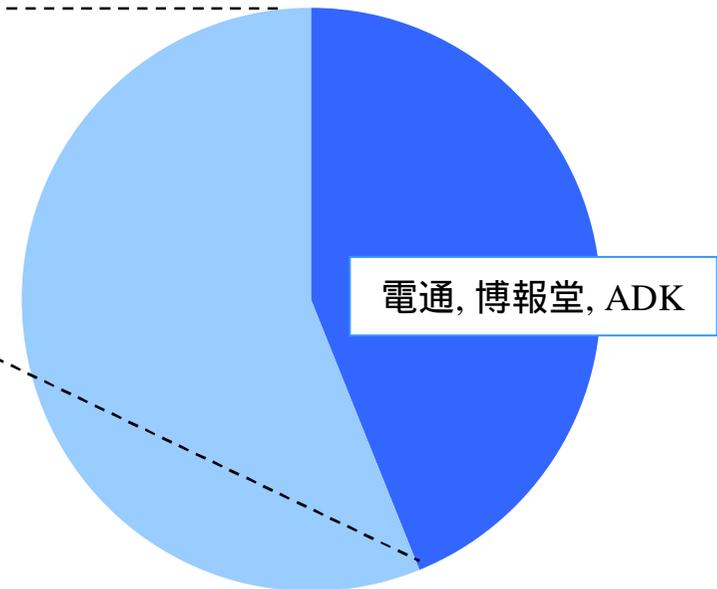
総合広告代理店の寡占状況

広告市場全体では代理店寡占化が顕著、上位3社で4割強のシェア

2004全広告の上位代理店10社

日本経済新聞社調べ

| | | |
|----|-----------|---------|
| 1 | 電通 | 1兆5052億 |
| 2 | 博報堂 | 6827億 |
| 3 | ADK | 3738億 |
| 4 | 大広 | 1444億 |
| 5 | 東急エージェンシー | 1377億 |
| 6 | 読売広告社 | 1073億 |
| 7 | JR東日本企画 | 890億 |
| 8 | デルフィス | 676億 |
| 9 | 朝日広告社 | 577億 |
| 10 | 日本経済広告社 | 504億 |



上位3社で全市場の44%
上位10社で全市場の55%
残り約4500社で45%



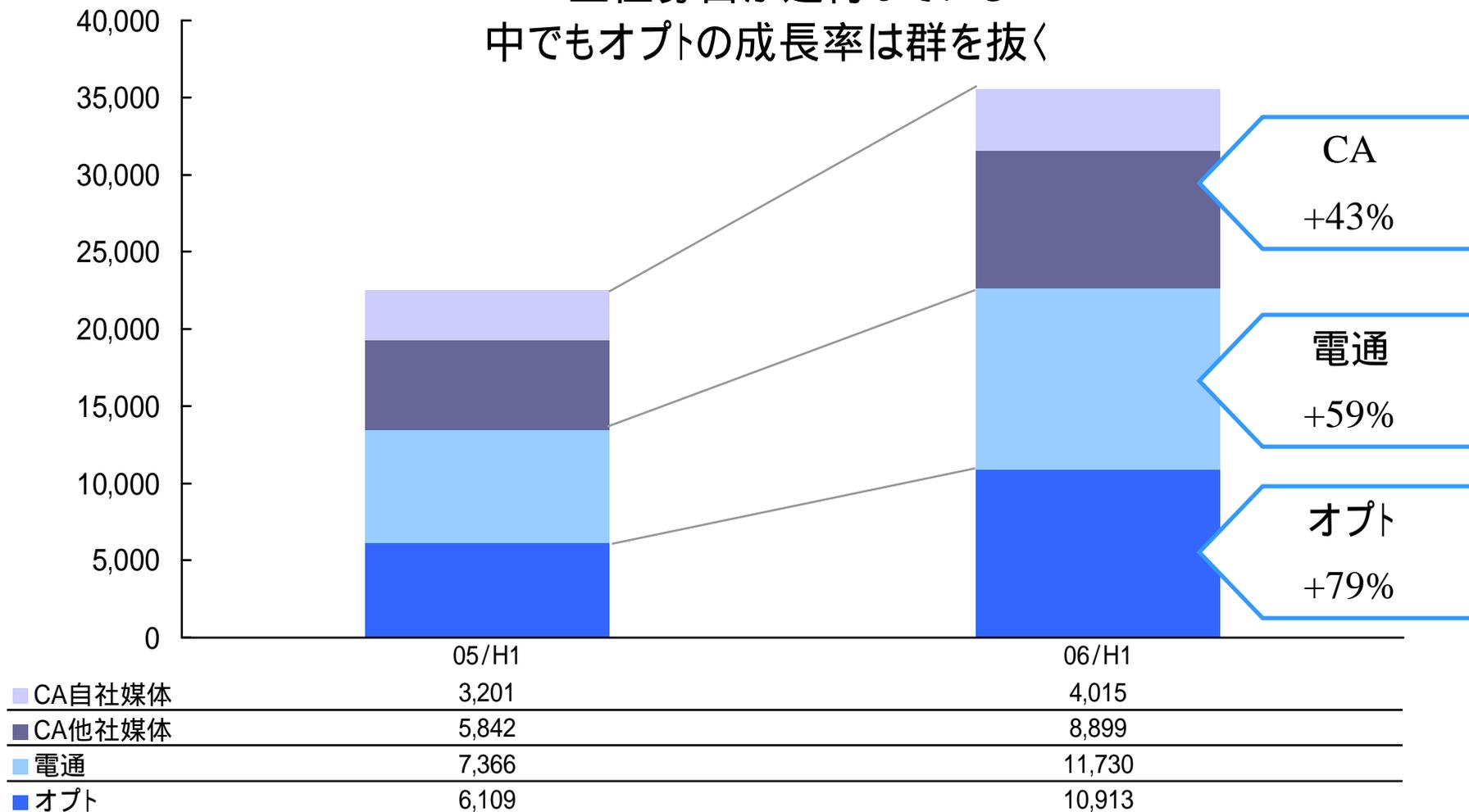
ネット広告市場も上位寡占が進む

ネット広告 上位3代理店の成長トレンド

上位3代理店計で前年比60%弱の成長率(市場全体は20%の成長予測)

上位寡占が進行している

中でもオプトの成長率は群を抜く



各社2005年および2006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

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

オプト:単体の広告代理売上高

オプトの成長優位性

マクロ市場環境

ネット広告市場は長期的に1兆円市場に成長 + 周辺にも巨大市場が
ナショナルクライアントのネット取り組み本格化

ネット専門会社の強み

- 「ROI」をあげるロジック、ノウハウを確立している
- 低単価広告でも採算内で対応できる構造
- 若手中心 新技術・新メディアに対応

No.1
eマーケティング
企業へ

オプトの強み

- 総合企画提案力
- 効果測定システム
- Yahoo!, Overtureなど「強いメディアに強い」
- 産業別チーム

ネット市場特性

ブログ, SNS, RSSなど新技術・新メディアが日進月歩
市場巨大化とともにニーズが複雑化・高度化 「ただの広告代理店」では対応不能

2006 - 2007連結業績ターゲット

| | 連結 | | 連結目標 | |
|---------|-------|--------|--------|--------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
| 売上高 | 9,473 | 18,096 | 30,000 | 41,200 |
| 広告代理 | B2B | 8,312 | 14,692 | 21,600 |
| テクノロジー | B2B | 183 | 359 | 900 |
| ソリューション | B2B | 357 | 720 | 1,700 |
| コンテンツ | B2B | 622 | 961 | 3,500 |
| コンテンツ | B2C | - | 1,363 | 2,300 |
| EBITDA | 529 | 993 | 1,500 | 3,650 |
| 営業利益 | 521 | 958 | 1,360 | 3,500 |
| 経常利益 | 496 | 790 | 1,160 | 3,350 |

EBITDA: 営業利益 + 減価償却, 連結調整勘定償却

単体経営指標の推移

| | 04/Q1 | 04/Q2 | 04/Q3 | 04/Q4 | 05/Q1 | 05/Q2 | 05/Q3 | 05/Q4 | 06/Q1 | 06/Q2 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 売上高 | 1,770 | 2,188 | 2,363 | 3,153 | 3,393 | 3,660 | 4,303 | 5,290 | 5,877 | 6,275 |
| 粗利益 | 406 | 467 | 484 | 717 | 722 | 851 | 985 | 1,232 | 1,137 | 1,193 |
| 営業利益 | 132 | 123 | 72 | 195 | 136 | 146 | 219 | 372 | 289 | 190 |
| 経常利益 | 107 | 122 | 71 | 195 | 136 | 145 | 209 | 361 | 292 | 170 |
| 販管費(百万円) | 274 | 344 | 412 | 522 | 585 | 706 | 766 | 860 | 848 | 1,003 |
| 人件費 | 134 | 163 | 188 | 277 | 273 | 361 | 399 | 498 | 440 | 532 |
| 賃料 | 12 | 13 | 12 | 13 | 31 | 38 | 38 | 45 | 44 | 52 |
| 広告宣伝費 | 68 | 74 | 93 | 119 | 145 | 136 | 125 | 120 | 159 | 172 |
| 減価償却費 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 7 | 10 |
| その他 | 59 | 93 | 118 | 110 | 133 | 168 | 200 | 191 | 198 | 237 |
| 取引社数 | 436 | 457 | 502 | 570 | 620 | 805 | 892 | 1,006 | 1,000 | 1,145 |
| 新規取引社数 | 82 | 92 | 100 | 128 | 128 | 269 | 222 | 261 | 183 | 260 |
| リピート取引社数 | 354 | 365 | 402 | 442 | 492 | 536 | 670 | 745 | 817 | 885 |
| 取引500万円以上社数 | 71 | 80 | 79 | 90 | 99 | 119 | 134 | 148 | 179 | 193 |
| 同 未満 | 365 | 377 | 423 | 480 | 521 | 686 | 758 | 858 | 821 | 912 |
| 業種別売上構成 | | | | | | | | | | |
| 金融 | 18% | 24% | 30% | 33% | 28% | 24% | 24% | 23% | 23% | 29% |
| 不動産 | 21% | 17% | 17% | 15% | 16% | 17% | 15% | 15% | 16% | 13% |
| 人材教育 | 19% | 23% | 21% | 18% | 19% | 16% | 14% | 14% | 17% | 16% |
| 化粧品・美容 | 9% | 9% | 8% | 9% | 14% | 20% | 15% | 12% | 11% | 11% |
| 情報サイト・メール | 8% | 7% | 4% | 6% | 6% | 5% | 9% | 11% | 7% | 8% |
| その他 | 24% | 21% | 20% | 19% | 17% | 18% | 23% | 25% | 27% | 24% |
| 従業員数(派遣含む) | 89 | 103 | 143 | 158 | 209 | 254 | 312 | 329 | 360 | 469 |
| 正社員 | 71 | 85 | 103 | 117 | 147 | 182 | 211 | 242 | 270 | 363 |
| 非正社員 | 18 | 18 | 40 | 41 | 62 | 72 | 101 | 87 | 90 | 106 |



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。