

# 2005/12期 中間決算説明会



2005/8/25

株式会社オプト

JQ2389

# 目次

---

- 会社基本情報
- 中間決算サマリー
- 第二四半期事業報告
- 中期ビジネスプラン
  - ✓ 売り手支援領域
  - ✓ 中間・買い手支援領域
- 参考資料

# 会社基本情報

## 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	東京都港区
設立	1994年
株式数	30,043株 (8/19付4分割 120,172株)
資本金	2,820百万円 (2005/6月末現在)
従業員数	182名 (同上 正社員のみ)
経営チーム	代表取締役社長CEO 鉢嶺 登 代表取締役COO 海老根 智仁 取締役CFO 小林 正樹 取締役CMO 野内 敦

## 関係会社概要 (2005年度中間期連結対象)

---

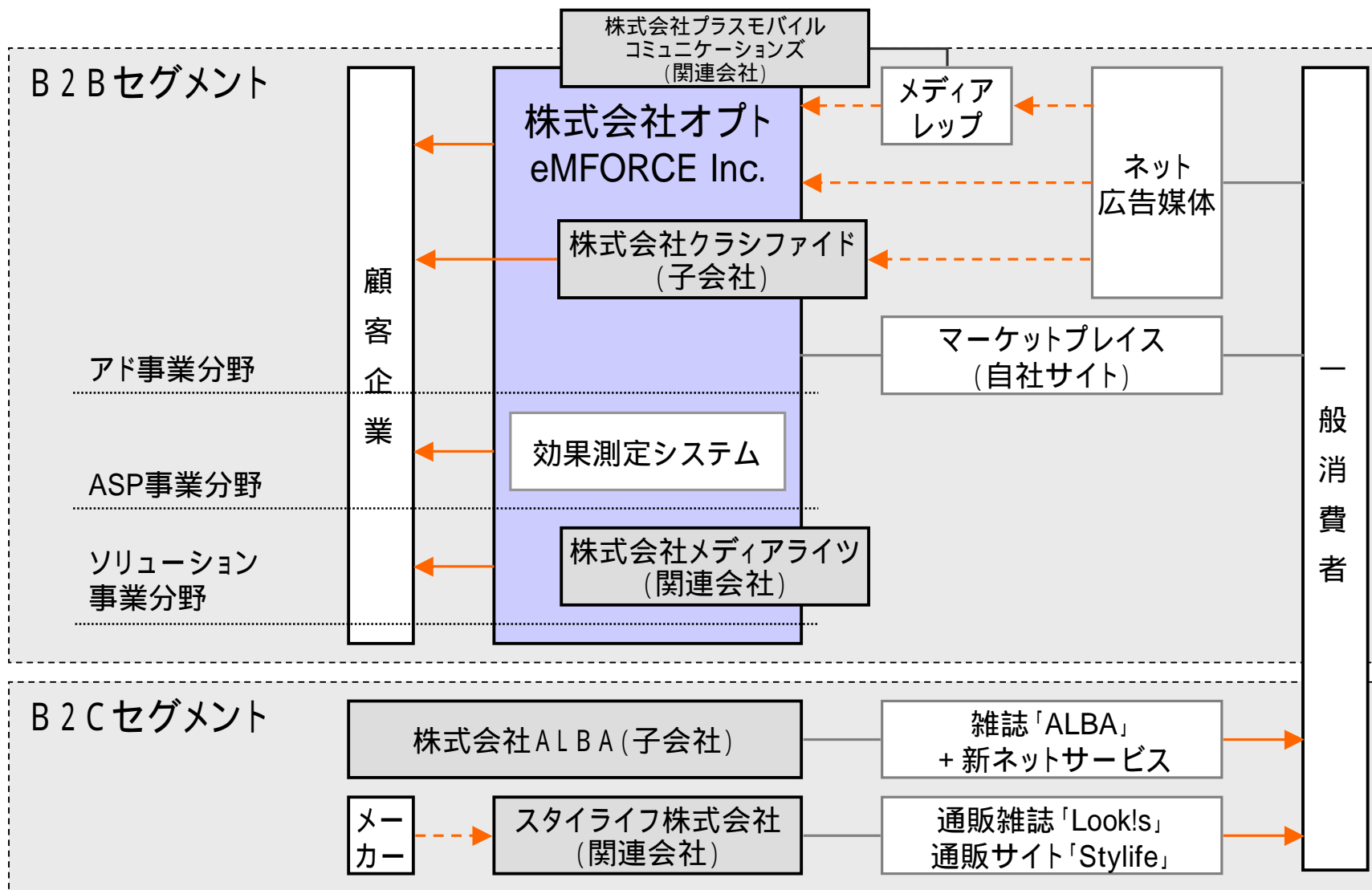
### < 100%子会社 >

社名	株式会社ALBA
事業内容	ゴルフ専門誌の出版事業 インターネットによるゴルフ関連事業
設立	2005年4月
資本金	5,000万円(2005/6月末現在)

### < 33.4%持分法 >

社名	スタイライフ株式会社
事業内容	女性向けアパレルの雑誌・ネット通販
設立	2000年5月
資本金	11億3,600万円(2005/6月末現在)

# オプトグループ系統図



← サービス・製品の提供販売活動  
← - - - 仕入れ活動

# 中間決算サマリー

## 損益計算書概要(連結)

	今期中間期	前年同期	増減
売上	7,417	—	—
売上総利益	1,742	—	—
販管費	1,347	—	—
営業利益	342	—	—
経常利益	288	—	—
純利益	1,398	—	—

(単位:百万円)



## 損益計算書概要(単体)

	今期中間期	前年同期	増減
売上	7,052	3,957	+ 78%
売上総利益	1,573	872	+ 80%
販管費	1,290	617	+ 109%
営業利益	282	255	+ 11%
経常利益	281	229	+ 23%
純利益	158	129	+ 22%

(単位:百万円)

## 貸借対照表概要(連結)

	今期中間期	前年同期	増減
流動資産	10,842	—	—
現預金	7,787	—	—
固定資産	2,443	—	—
繰延資産	24		
資産計	13,310	—	—
流動負債	4,762	—	—
固定負債	3,680	—	—
純資産	4,868	—	—

(単位:百万円)

# キャッシュフロー計算書概要(連結)

	今期中間期	前年同期
営業CF	84	—
投資CF	3,727	—
財務CF	9,809	—
現金等同等物増減	6,166	—
現金等同等物残高	7,774	—

(単位:百万円)

投資キャッシュフローのマイナス

ALBA社及びスタイライフ社株式取得、事務所移転に伴う敷金増加等

財務キャッシュフローのプラス

銀行借入および公募増資

# 第二四半期 事業報告

2003年度以前は四半期決算を行っていないため、四半期推移等は参考値としてご覧下さい。

## (単体)2005第二四半期ハイライト

---

- 業績ハイライト
  - 増収継続、過去最高売上
  - 積極採用により販管費増も増益を確保
  - ✓ 売上高 +78.2% (前年同期比)
  - ✓ 営業利益 +10.6% (前年同期比)
- IRトピックス
  - ✓ 約50億円の公募増資を実施
  - ✓ 1対4の株式分割を発表

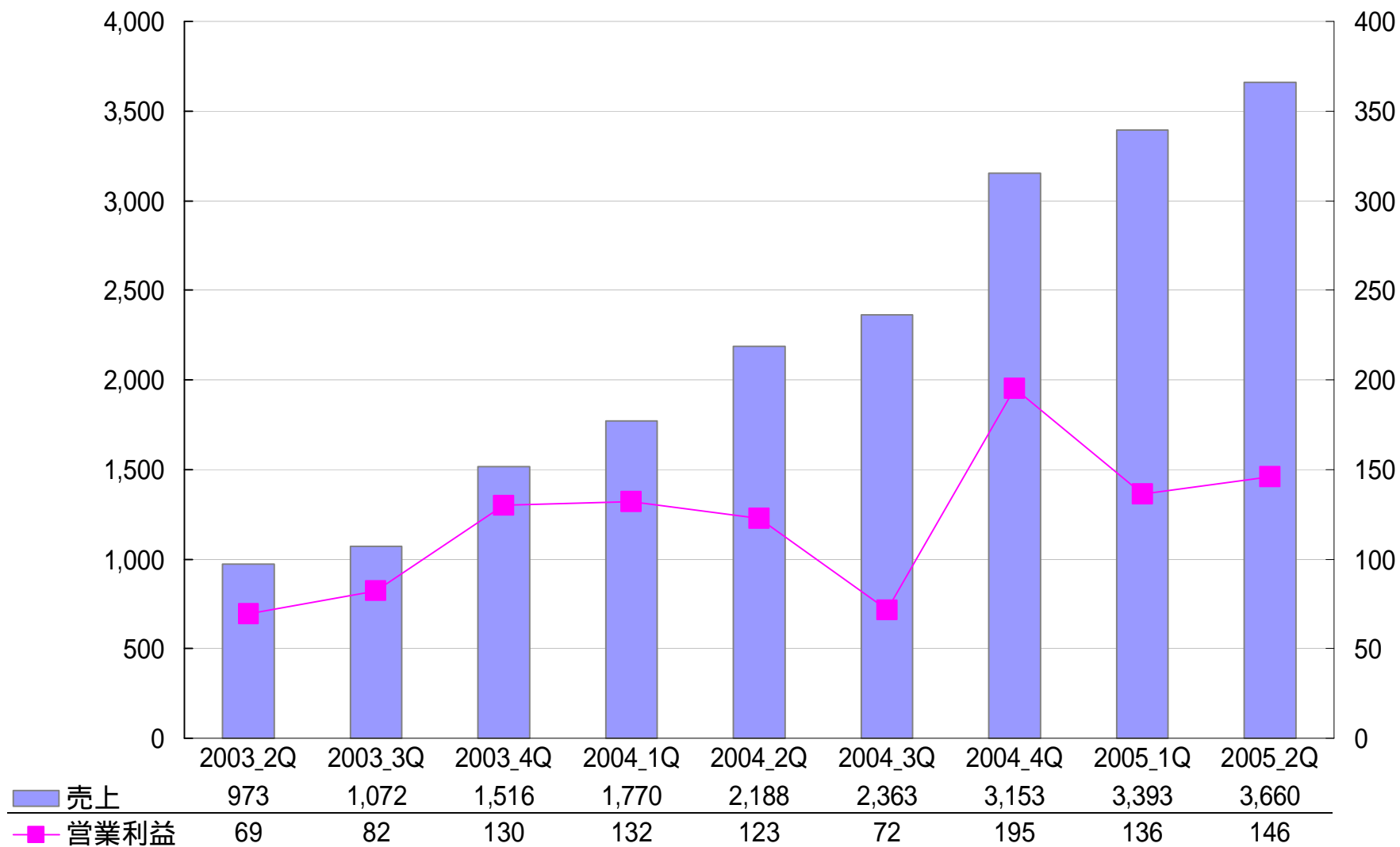
## (単体) 2005第二四半期ハイライト

---

- その他のトピックス
  - ✓ マーケットプレイス42カテゴリ、提携ポータル9サイトに
  - ✓ 18期連続でYahoo! JAPAN優秀代理店賞を受賞
  - ✓ Yahoo! JAPAN クリエイティブコンテストで当社デザイナーが入賞
  - ✓ 正社員、前期末比53%増の182名に

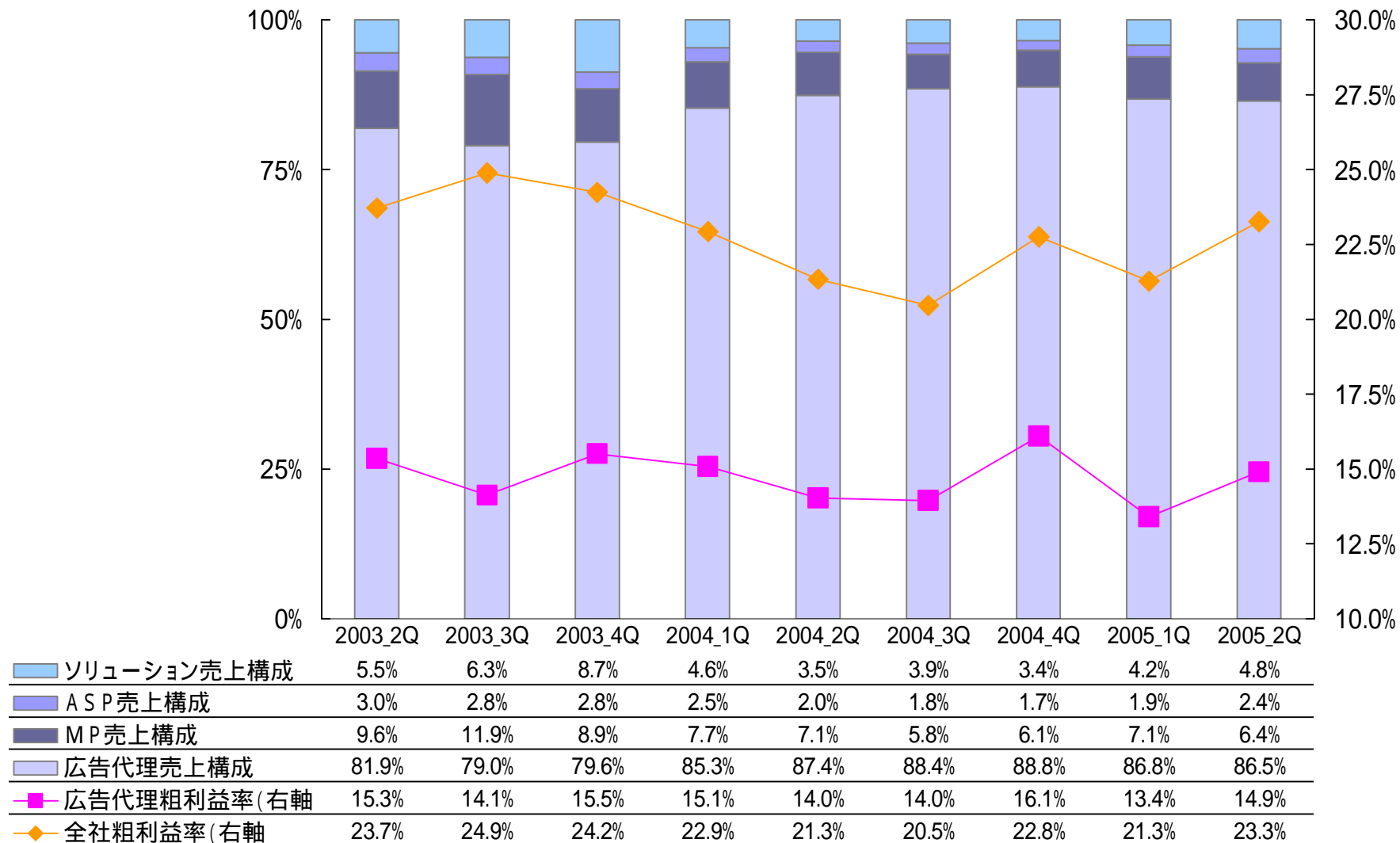
# (単体) 四半期業績推移

過去最高売上を更新、広告代理事業を中心に順調  
積極採用により販管費増も増益を確保



# (単体) 事業分野別売上構成と粗利益率推移

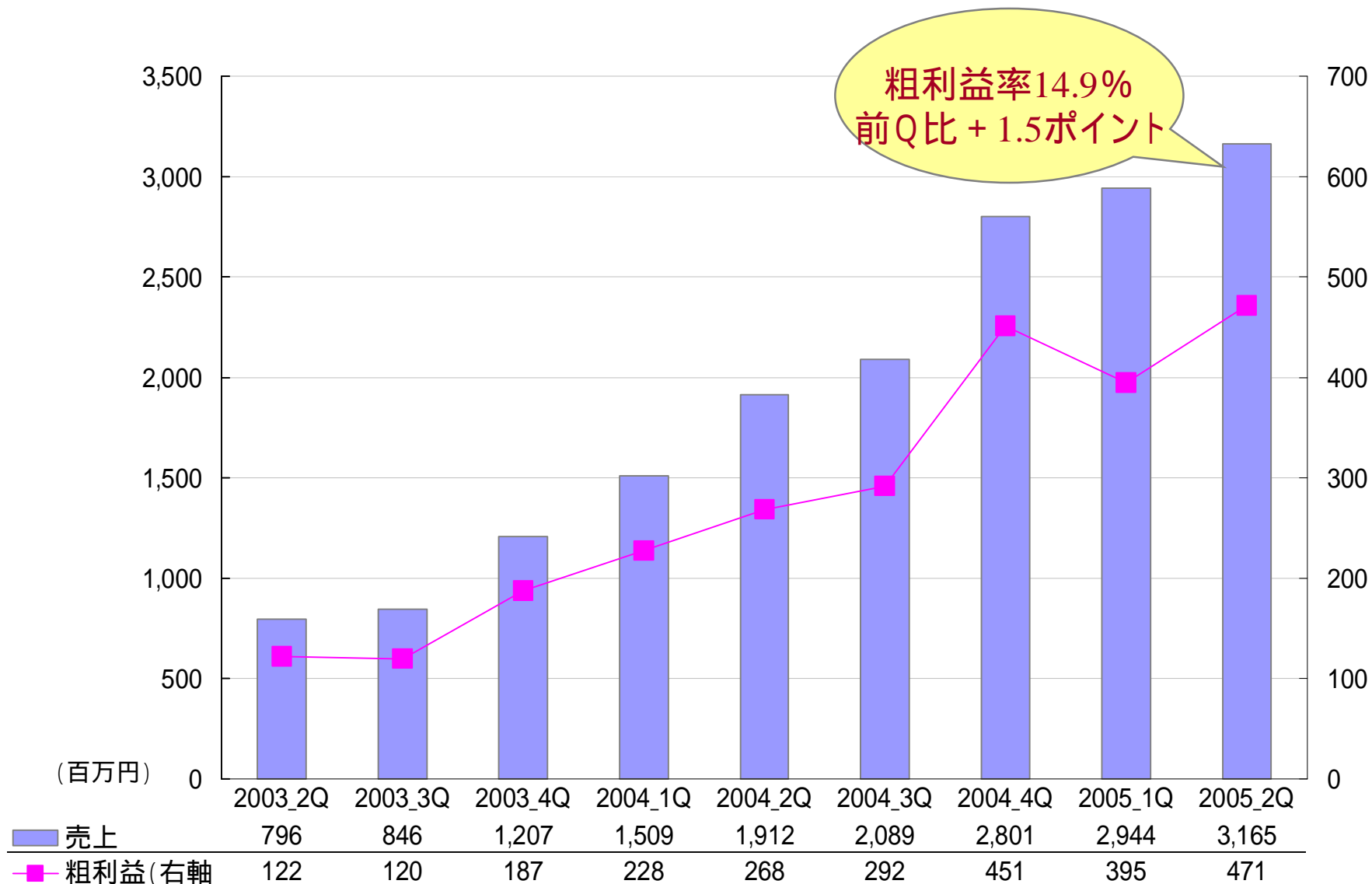
主に広告代理の粗利益率改善により、全社粗利益率23%台復活





# (単体) アド事業 > 広告代理

Yahoo!取扱高11億円突破、検索リスティングも10億円突破  
代理店案件選別と仕入努力により粗利益率も改善



## (単体) アド事業 > マーケットプレイス

新築マンションサイトを2Qより売上除外(ネクスト合併により)し前Q比減収  
くらべるネット立ち上げに注力、全体では微増にとどまる



# (単体)ASP事業

ADPLANリニューアル後の積極営業により導入加速、過去最高業績を更新  
新機能「ADPLANモバイル」も出足好調



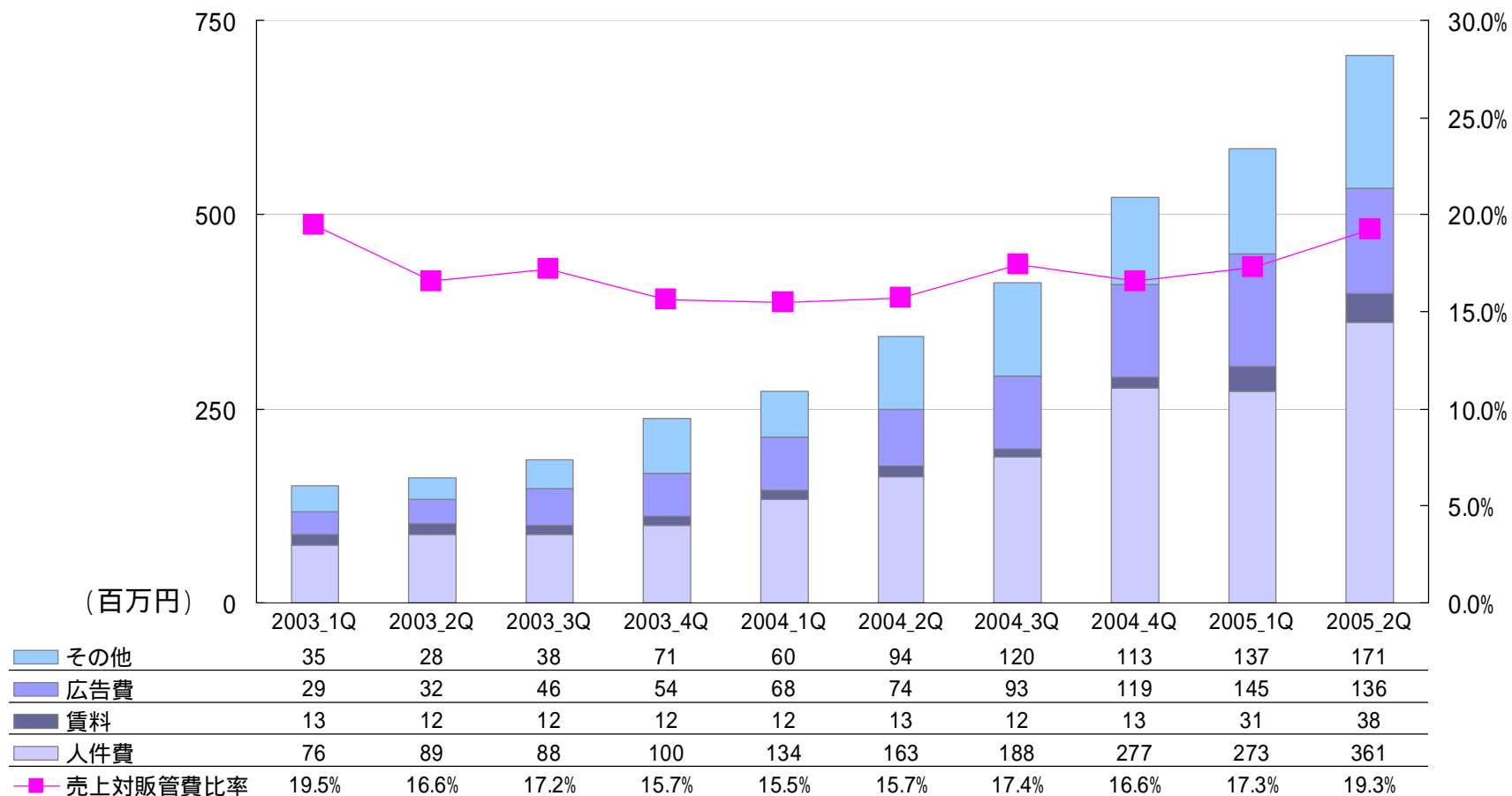
# (単体)ソリューション事業

広告売上増に伴い制作が続伸、リサーチなども貢献し過去最高売上  
制作専門部隊が軌道に乗り内製化進展、粗利益率も向上



# (単体) 販管費推移

前期末119名から当Q末182名へ 新卒入社もあり大幅増員



2004/Q4,2005/Q1人件費に派遣費用を加えて修正しております

# グループ会社業績

## A L B A (100%子会社) 2005/5-6月業績

< 単体 >	通期修正後	通期修正前	増減
売上	365	-	-
営業利益	63	-	-
経常利益	59	-	-
純利益	1,506	-	-

営業権2,500百万円を一括償却

(単位:百万円)

スタイライフ(33.4%持分法)

今期中間期に投資差額の期間按分49百万円を持分法投資損失として計上(損益計算書は連結なし)

## 直近トピックスと取り組み

---

- ナショナルクライアント対象の専門部隊設立
- 中小企業向けサービス強化のためコンタクトセンター設立
- 子会社クラシファイドとYahoo!JAPANが提携、Yahoo!不動産の「新築物件情報」を独占販売
- 韓国のネット広告代理店『eMFORCE (エムフォース)』を子会社化
- サイバード、CCIと共同でモバイル広告企画販売会社『プラスモバイルコミュニケーションズ』を設立
- ALBA、auのEZ webにゴルフ情報サイト『ALBA』を開設
- 外為保証金取引比較サイト『トレードギンザ FX』を開設
- 金融ポータルサイト『マネーギンザ』の開設を発表

## 通期業績予想の上方修正内容

< 連結 >	通期修正後	通期修正前	増減
売上	18,100	16,694	+ 8%
経常利益	810	634	+ 28%
純利益	1,110	1,252	-

(単位:百万円)

< 単体 >	通期修正後	通期修正前	増減
売上	16,600	15,080	+ 10%
経常利益	800	753	+ 6%
純利益	440	414	+ 6%

(単位:百万円)

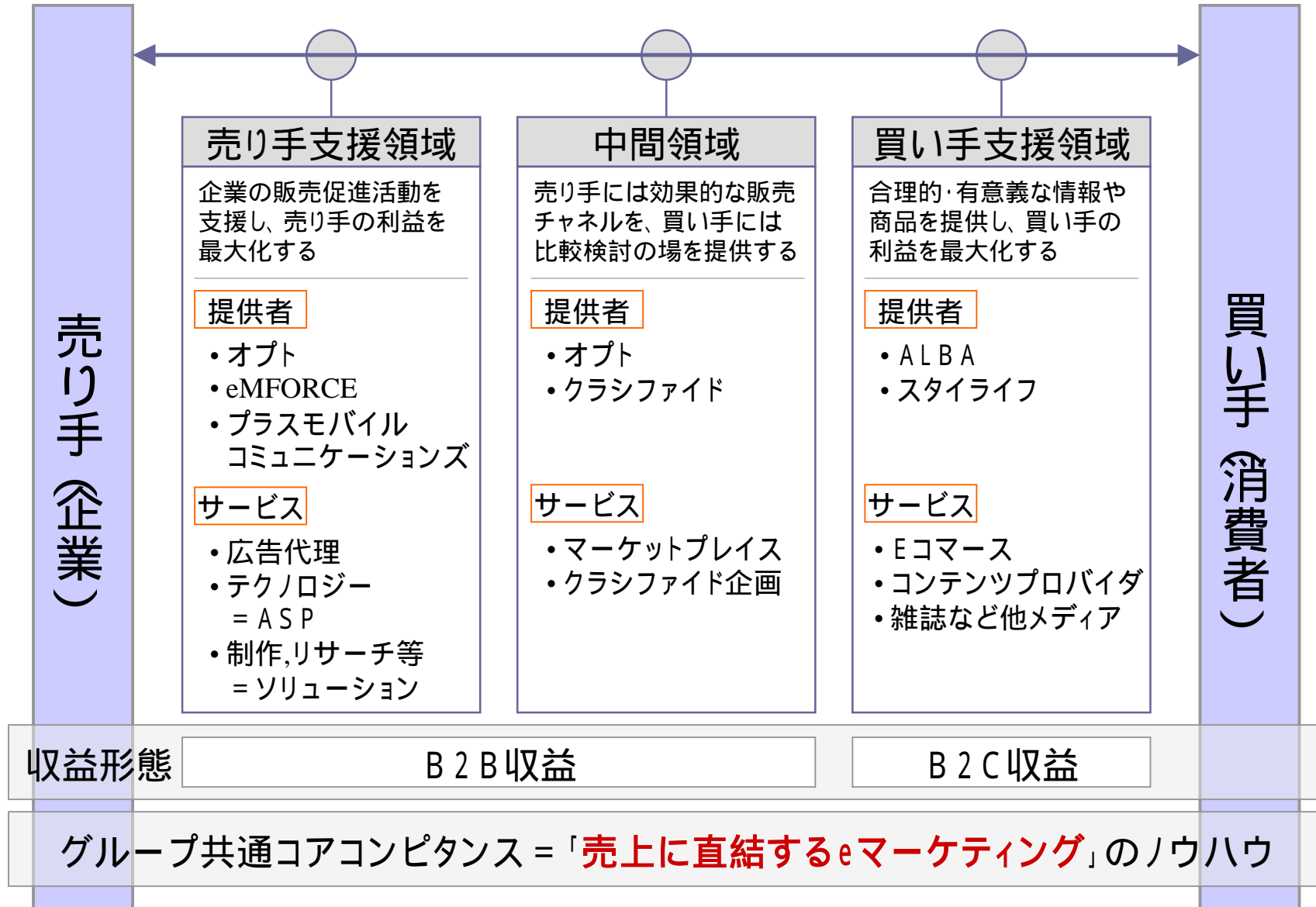


# 中期ビジネスプラン

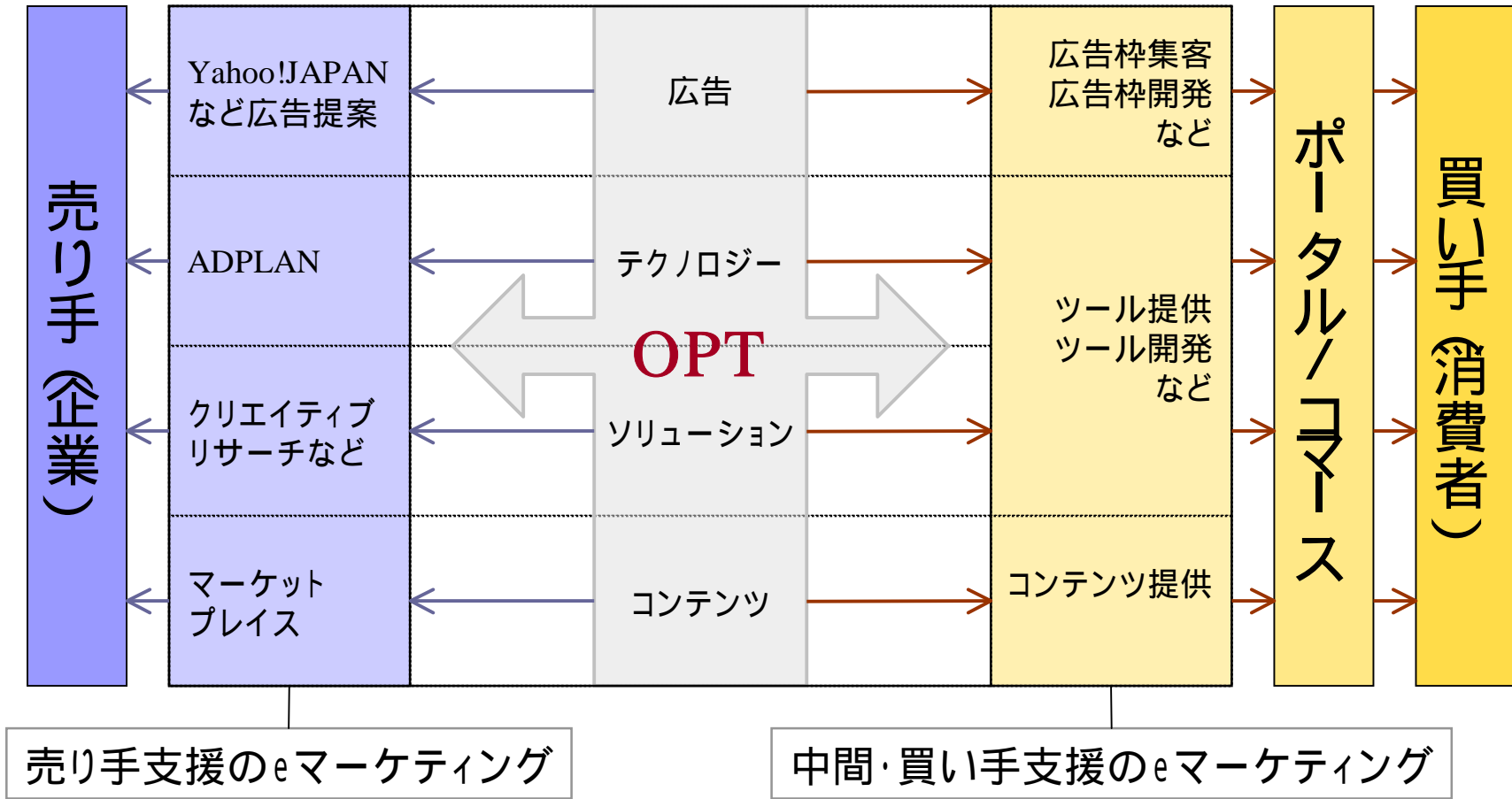
『売り手・買い手双方の利益を最大化する  
eマーケティングカンパニーグループへ』

# オプトグループ事業領域

売り手・買い手双方の利益を最大化するeマーケティングカンパニーグループへ



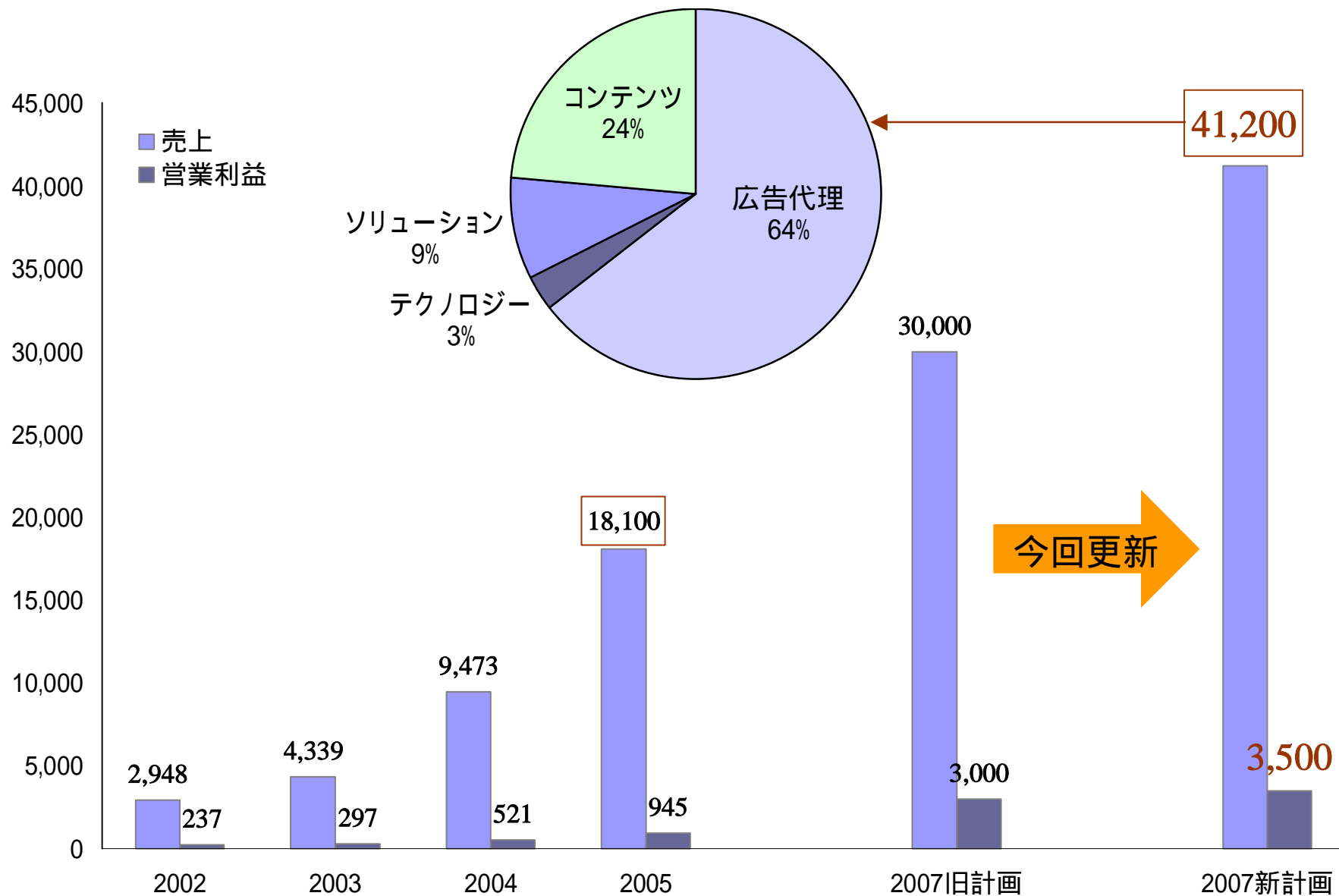
# オプトのサービスバリューチェーン



コンテンツ提供  
金融, 不動産, 美容, アパレル, スポーツなど

# 連結業績ターゲット

2007年連結売上高412億、連結営業利益35億円をめざす



# 連結業績ターゲット内訳

		2005	2007	
売上高		18,100	41,200	
広告代理	B2B	14,400	26,500	売り手 支援領域
テクノロジー	B2B	350	1,300	
ソリューション	B2B	750	3,700	
コンテンツ	B2B	1,200	7,000	中間・ 買い手 支援領域
コンテンツ	B2C	1,400	2,700	
営業利益		945	3,500	
経常利益		810	3,350	

(単位:百万円)

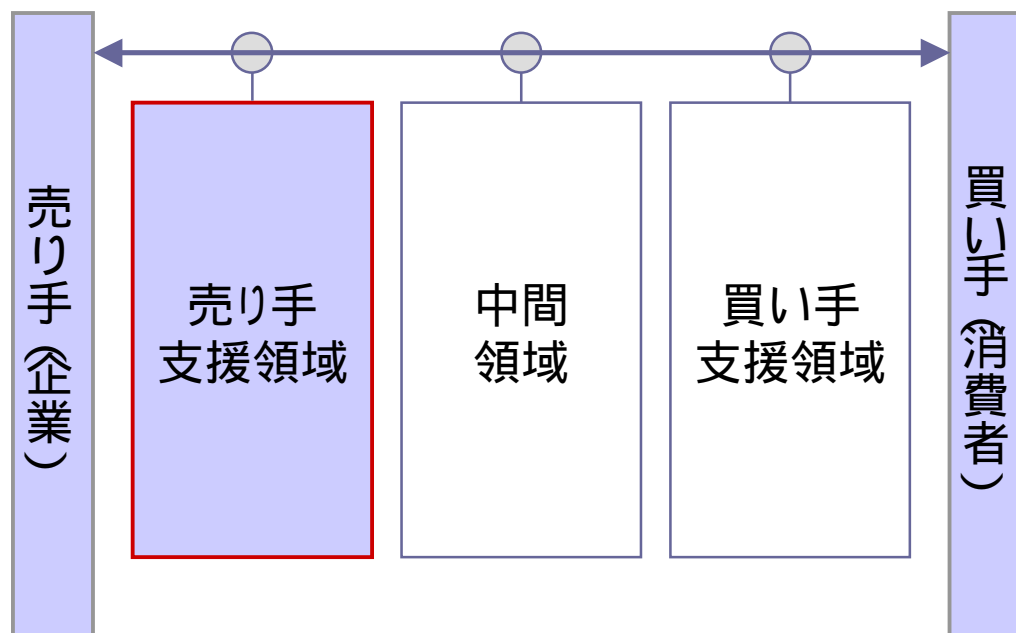
P/L上のポイント

「連結営業利益率5%から2007年8.5%へ、長期的には10%超めざす」

- > 広告代理以外の高粗利益率サービスの売上比率増
- > 先行投資採用者の戦力化による生産性向上

# 売り手支援領域

『No.1ネット広告代理店へのシナリオ』



# 環境認識 ネット広告代理業の潮流

## 媒体

Yahoo!JAPANなど上位媒体寡占化進行する  
(米国では上位10サイトで全市場の74%を占める)

主要媒体のバイイング力がさらに重要に

## 顧客

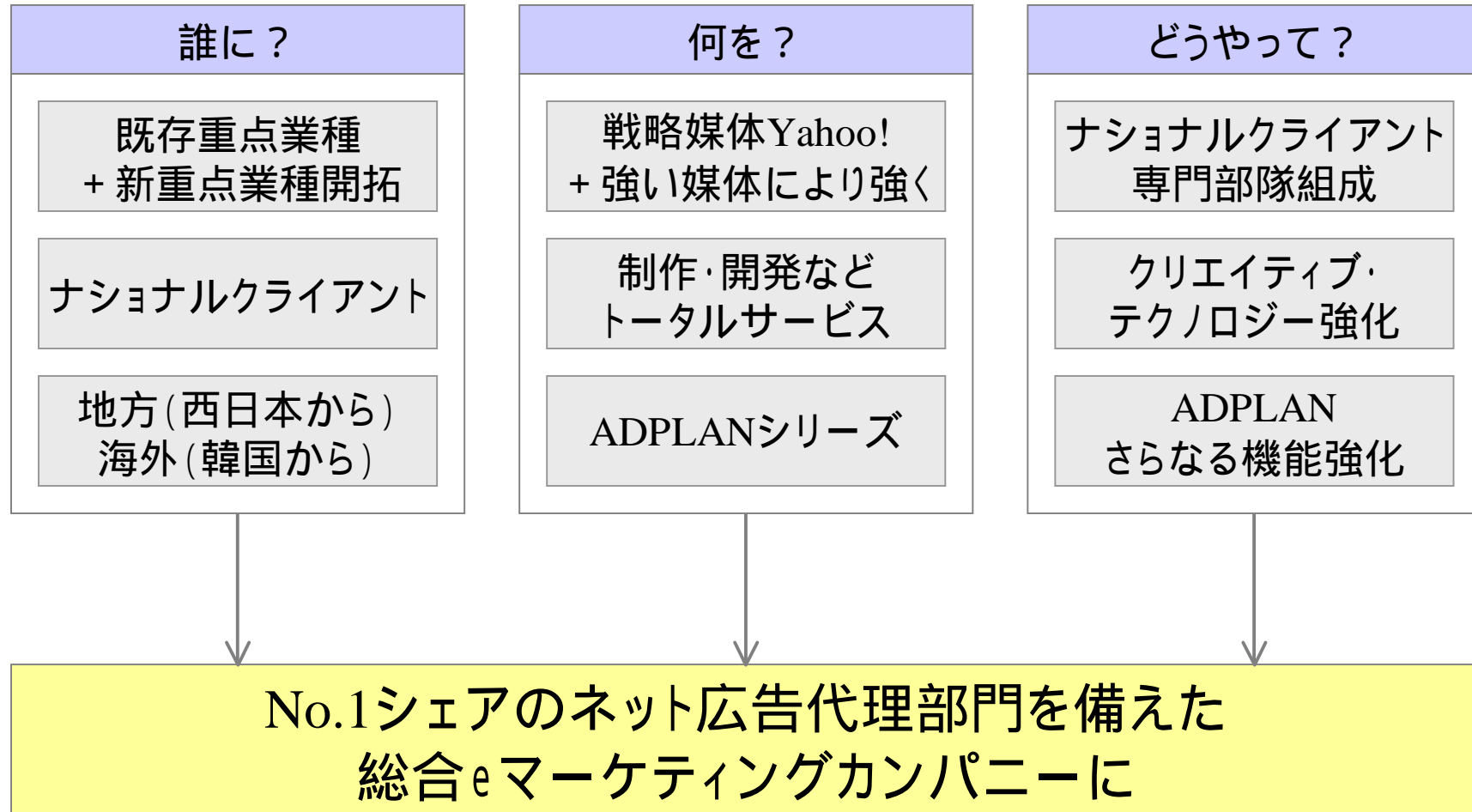
ナショナルクライアント  
+ 中小企業・店舗の取組本格化、  
客層の上端・下端が厚くなる

新たな顧客獲得競争が始まる

勝ち残る企業の条件  
「強い媒体に強い」  
「トータル提案できる」

ネット広告代理店も  
上位寡占が進行する

# 売り手支援領域の戦略と方針

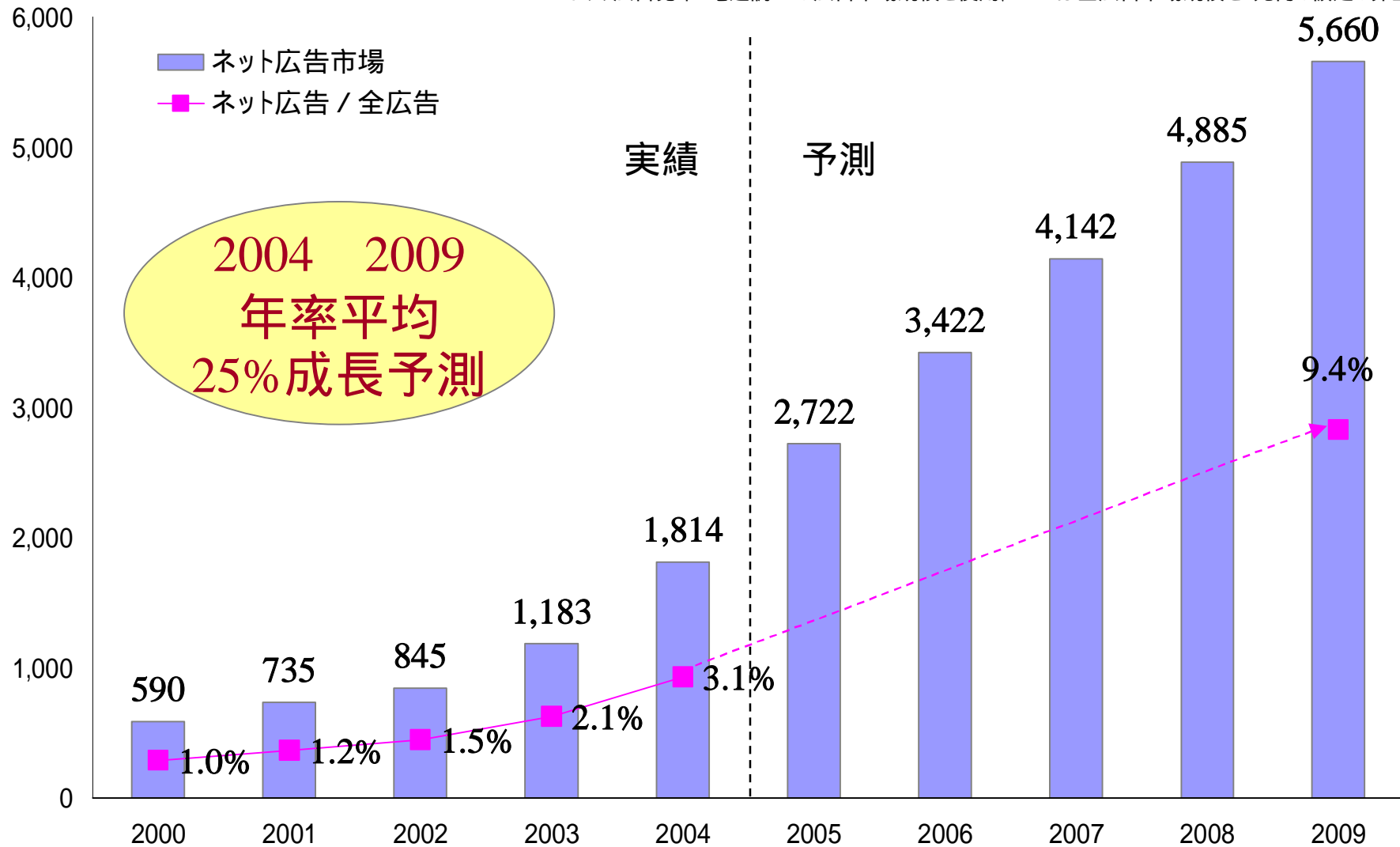




# 日本のネット広告市場規模予測

電通総研発表によると2007年4000億円を突破し2009年5000億円到達  
長期的には新聞広告市場に並ぶ1兆円市場へ

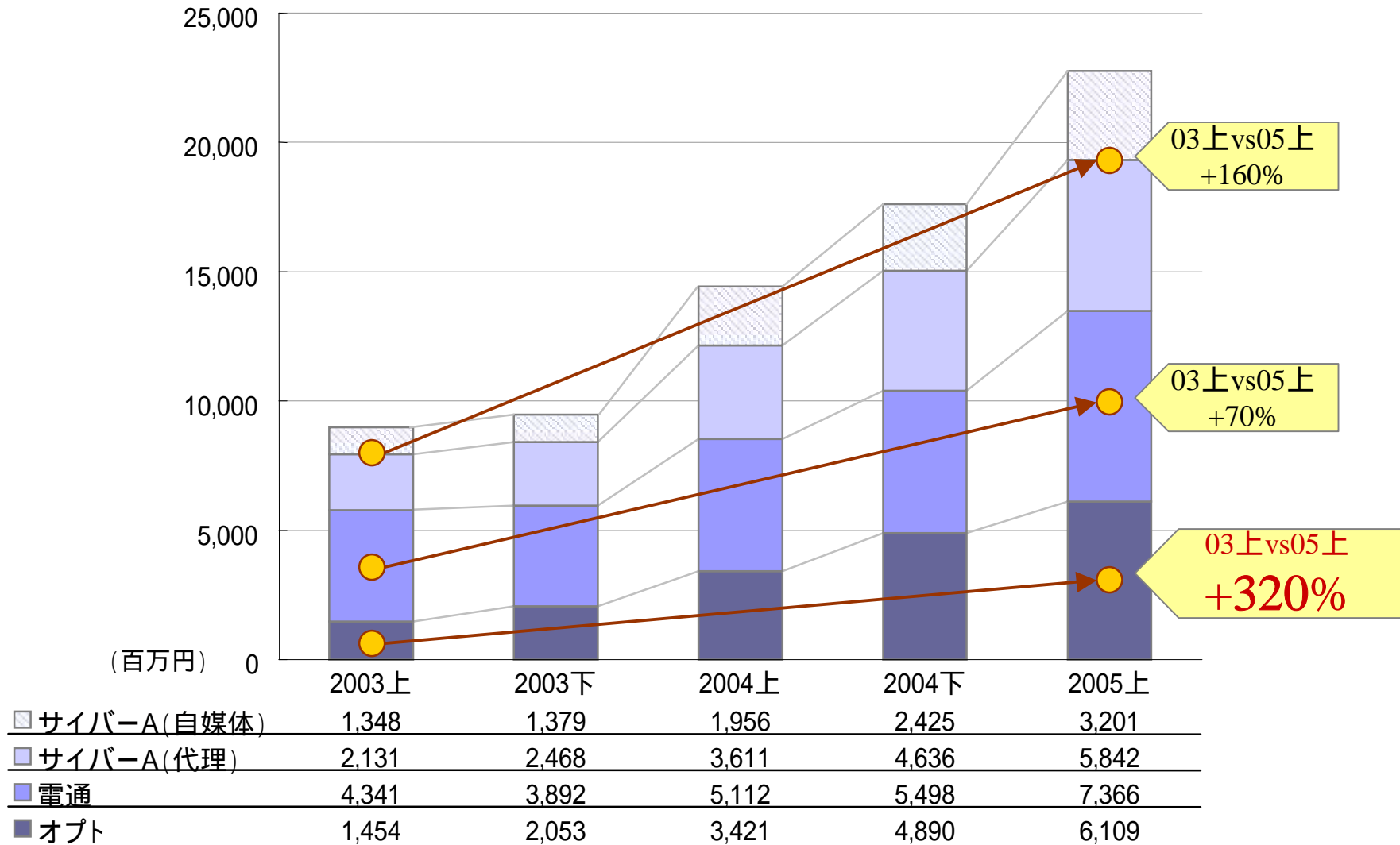
市場規模予測2005-2009:電通総研調べ 単位/億円  
市場規模実績2000-2004:電通調べのネット広告市場規模を使用  
ネット広告比率:電通調べの広告市場規模を使用、2009は全広告市場規模を6兆円と仮定し算出



# ネット広告主要代理店3社の取扱高動向

電通、サイバーA、オプト3社合計で年率61%成長、上位寡占が進行中  
中でもオプトの成長率は随一

電通・サイバーエージェント取扱高: 各社発表資料より



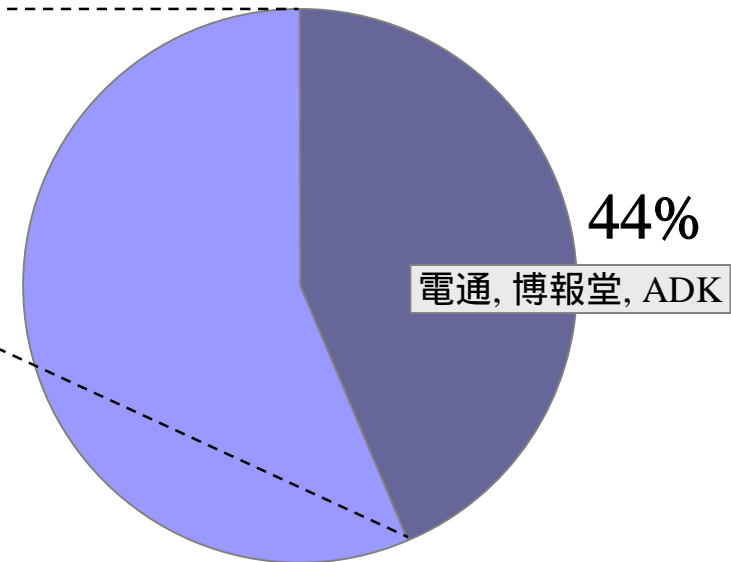
# 広告代理店の寡占状況

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

日本経済新聞社調べ

2004全広告の上位代理店10社

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%

ネット広告市場の現状  
電通、オプト、サイバーエージェント  
3社で全ネット広告の18%

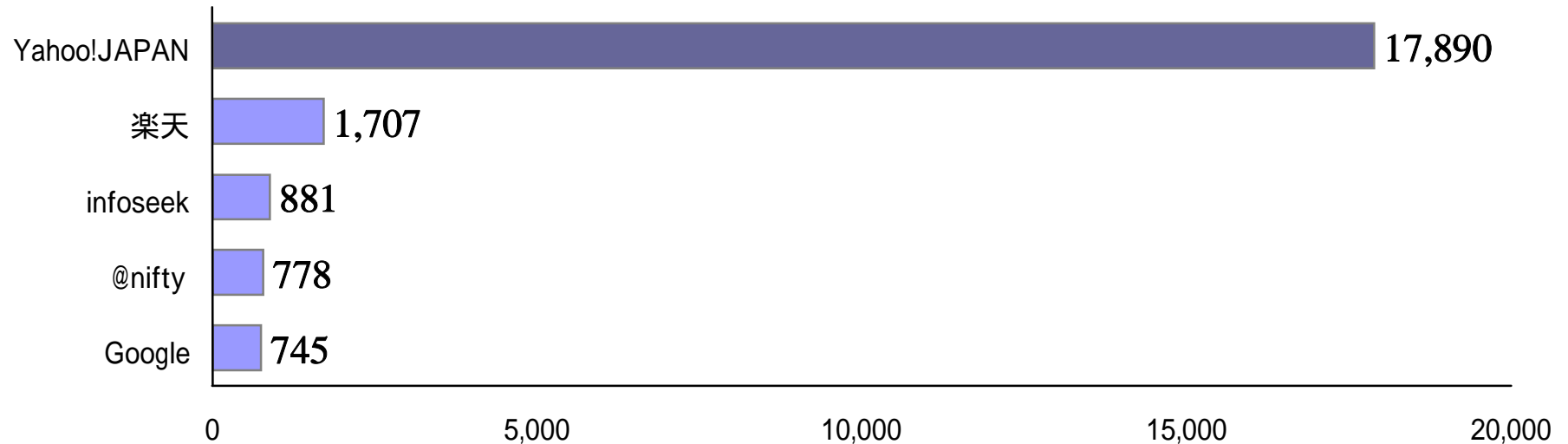
ネット広告でも  
上位代理店の寡占が進む

# Yahoo!JAPANの圧倒的メディアパワー

Yahoo!JAPANはネット広告プランに不可欠 Yahoo!に強いことは勝ち残る条件  
オプトは唯一のベストパートナー企業認定後、大きくシェア伸ばしている

月間ページビュー (2005/6月)

ネットレイティングスホームパネルデータを当社加工 単位:百万PV



オプトのYahoo!JAPAN取扱シェア推移

	2003/Q3	2005/Q2
Yahoo!広告売上高	4,896	14,081
オプト取扱シェア	5.2%	8.2%

→ ベストパートナー認定を受ける

# ネット広告メジャー媒体の主要代理店

ポータル・検索リスティングの両No.1媒体の強力サポートを受けているのは  
ネット専業系3社のみ

## Yahoo!JAPANプラチナ代理店

- オプト
- サイバーエージェント
- セプテーニ
- 電通
- 博報堂
- ADK
- マインドシェア

## Overture推奨認定代理店

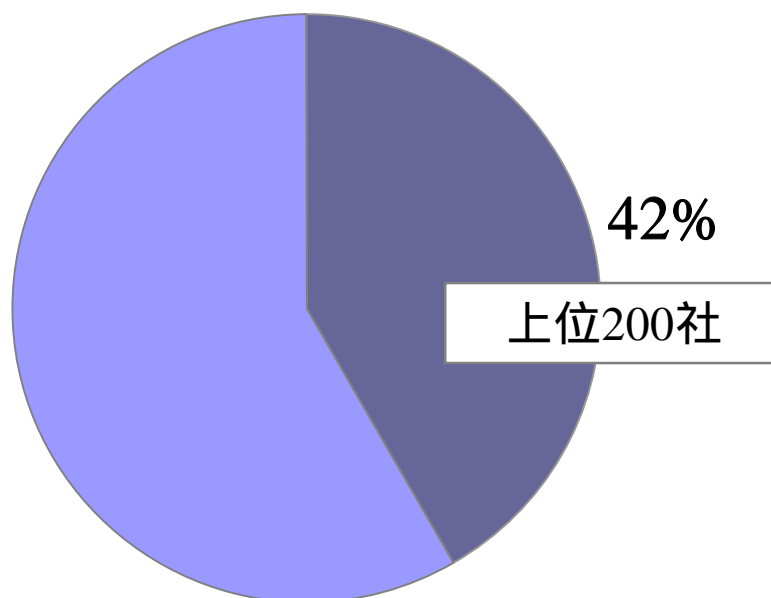
- オプト
- サイバーエージェント
- セプテーニ
- アウンコンサルティング
- アイレップ
- 日広

# ナショナルクライアントの傾向 (ネット含む全広告)

全広告費の4割強を広告費上位200社で占める

ネットにおいてもナショナルクライアントが出稿が活発に

2003年広告費上位200社の市場占有率



広告費上位200社計 = 2.4兆円

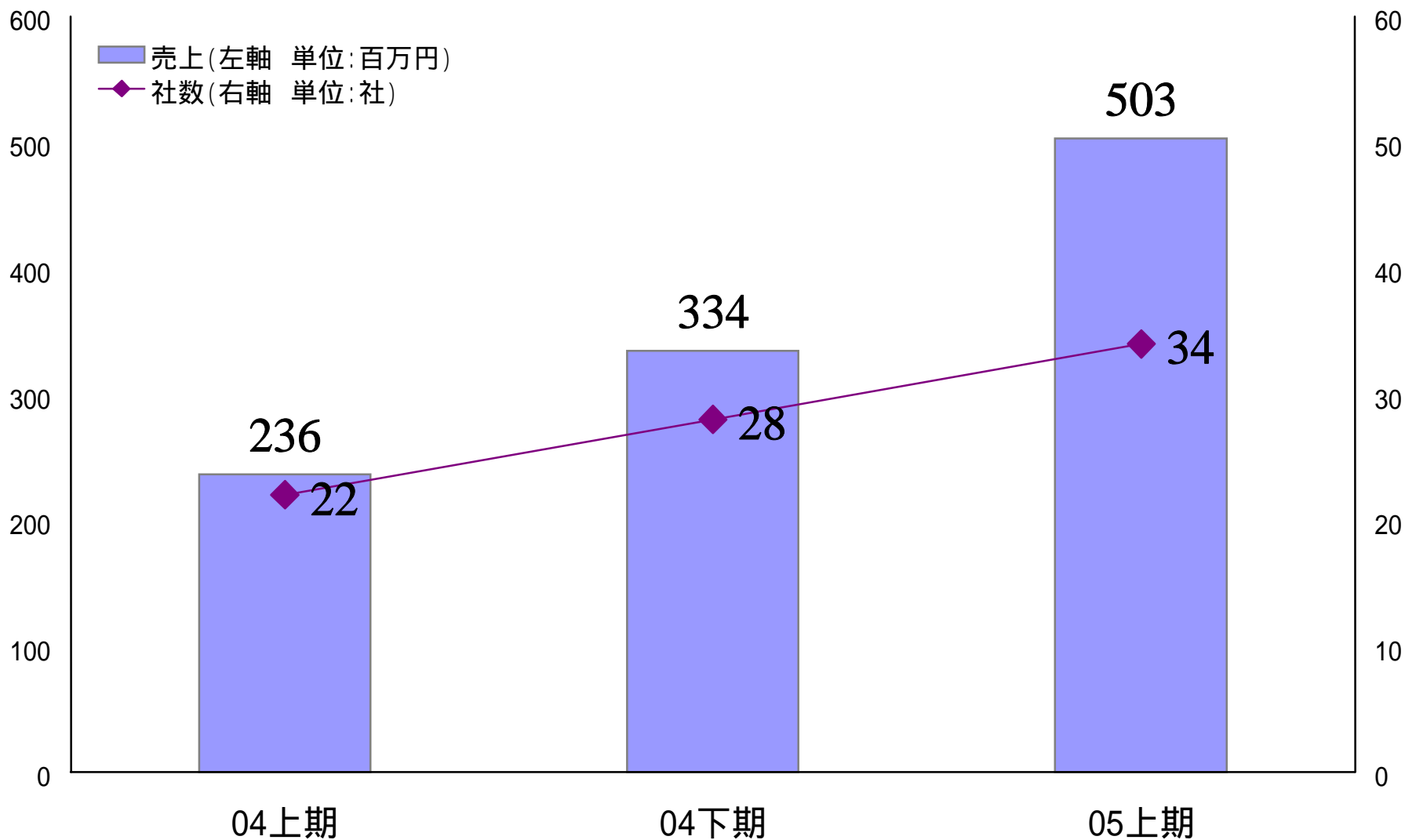
2003年日本の広告費 = 5.7兆円

2003年広告費上位20社

トヨタ自動車	94,961
松下電器産業	66,797
本田技研工業	59,292
花王	58,848
KDDI	55,009
日産自動車	43,062
サントリー	33,357
アサヒビール	31,240
ベネッセコーポレーション	30,720
高島屋	30,208
スズキ自動車	30,131
麒麟ビール	30,027
イトーヨーカ堂	29,892
シャープ	29,300
キヤノン	29,245
イオン	28,966
富士重工業	27,105
マツダ	23,584
三越	22,946
セブンイレブン・ジャパン	22,867

# オプトのナショナルクライアント取り組み

取引社数・取扱高ともに拡大中 専門部隊組成によりさらに強化図る



ナショナルクライアントの定義: 日本の広告費上位200社



# なぜオプトが選ばれるのか

## なぜネット専門代理店が選ばれているのか？

- 「成果」をあげるロジック、ノウハウが確立されている
- マス媒体よりも低単価の広告(アフィリエイト、検索リスティングなど)でも採算内で対応できる構造であり、きめ細かい
- ブログ、RSS、SNS、モバイルなどテクノロジーの変化激しい 若手中心 + 身軽な独立系ベンチャーが有利

## なぜオプトが選ばれているのか？

- Yahoo!など主要媒体で強いバイイング力
- トータル提案力
- 国内ナンバーワンの効果測定システム
- 業種特化営業組織による顧客ビジネス理解
- 業種特化した独自チャンネル(マーケットプレイス)

### < 課題 >

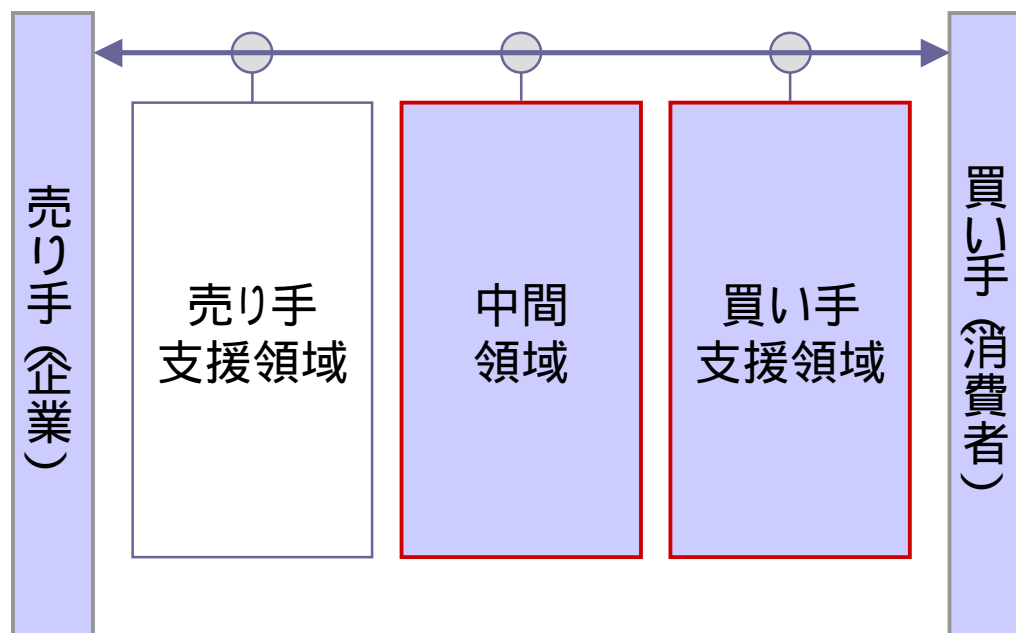
- ブランディング提案
- クロスメディア提案  
(施策)
- > ナショナルクライアント  
ト専門部隊組成
- > クリエイティブ・テクノロジー  
部門強化

セントラルバイイングから「マスは総合」「ネットは専門」の流れに  
総合代理店と専門代理店の協調案件も増加



# 中間・買い手支援領域

『ポータルへのコンテンツ支援を軸に  
コンテンツ事業を第二の柱に』



# 中間・買い手支援サービスの位置付け

ポータルサイトとのパートナーシップを戦略の軸に成長を図る

広告代理でのパートナーシップを活かしたコンテンツ提携

カテゴリ	サービス名	内容	提携状況など
金融	マーケット プレイス	「ローンギンザ」 「トレードギンザ」など	Yahoo!他主要ポータルと提携
不動産	クラシファイド (子会社)	住宅クラシファイド 「Yahoo!RealEstate」	Yahoo!と独占代理店契約
化粧品・ 美容	スタイライフ (関連会社)	アパレル「Stylife」 コスメ「Stylifeビューティ」	Yahoo!Shopping 重要サプライヤー
人材・ 教育	マーケット プレイス	「SmartCareer」など	主要ポータルと提携
スポーツ (富裕層)	ALBA (子会社)	ゴルフ誌「ALBA」 + ネット新サービス	
その他	マーケット プレイス	比較サイト「くらべるネット」	

ポータルと相乗効果見込める  
コンテンツを優先開発

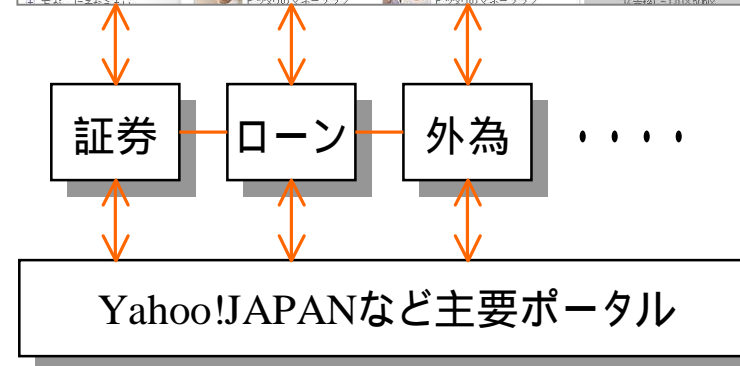
# マーケットプレイス (MP)

金融を中心に、カテゴリ増加と取捨選択・収益多角化を進める

## 今後の戦略

- 重点カテゴリ中、金融に先行注力
  - 外為比較、IR比較などサービスラインナップ拡大
  - 「マネーギンザ」ポータル化
- 重点カテゴリ以外は採算性の観点からスクラップ&ビルドを継続
- トランザクション課金・誘導課金など収益形態多角化

## 金融コンテンツポータル「マネーギンザ」



# 株式会社ALBA

国内No.1ゴルフ誌のブランドと資産を活かし、ネット展開を図る

## 今後の戦略

- ALBA独自取材コンテンツ活用
  - モバイルサイト(有料コンテンツ) 8月スタート
  - PCサイトを秋立ち上げ 予約サービスも順次スタート
- ALBAクラブカード会員12,000人と提携ゴルフ場140コースを土台に、予約・物販・CP・カード収益を柱に
- 既存雑誌事業は順調に承継、安定収益に

ALBAクラブカード会員  
現在約12,000人

- 優良小売店の割引サービス
- 特選140コース予約サービス(うち半数はGDOなどネット予約サービス未対応)

コース予約・物販・  
CP・カード収益

モバイルサイト・PCサイト会員

- 雑誌の独自取材コンテンツを活用
- 会員獲得にはオプトのeマーケティングノウハウをフル活用

## オンラインゴルフサービスの環境

---

- 市場規模は2兆円超 バブル崩壊後縮小傾向だが宮里藍効果などで若年層中心に拡大へ
- 黒字ゴルフ場が増え、経営合理化に関心高まる
- 各ポータルがゴルフコンテンツ強化に動いている
  - ✓ 楽天 (GORA提携)
  - ✓ エキサイト (PAR72提携)
  - ✓ ライブドア (Woo-Go) など
- Yahoo!オークションなどネットオークションでゴルフ用具は常に流通額上位に入る人気商品

# 株式会社クラシファイド

ヤフーとのタグで住宅情報市場を奪取する

## 今後の戦略

- Yahoo!不動産「新築物件情報」の独占代理店契約、営業活動は順調なスタート
- マンションデベロッパーから着手し、戸建てメーカーもアタック中 オプト本体の業種拡大にも
- 将来は他業種・他業態のクラシファイド広告企画販売も手がける

## Yahoo!Real Estate 今冬リニューアル

Yahoo! Real Estate JAPAN

TOYER RESIDENCE TOKYO

Yahoo!不動産

新築分譲マンション 仲介マンション

駅名指定なし

最寄駅	物件名	価格(万円)	間取	物件種別
新宿	N.Y.T.アトラスタワー西新宿	未定	1DK、1LDK、2LDK、3LDK	新規分譲
阿佐ヶ谷	ライオンズシティ阿佐ヶ谷ベルミエールシャイニングステージ2次	3,250万円(1戸) ~ 3,450万円(1戸)	1LDK	新規分譲
八王子	ライオンズステージ八王子シティ最終期	1,080万円(1戸) ~ 4,850万円(1戸)	1K~3LDK+マルチスペース	新規分譲
西国分	ライオンズマンション武蔵台3丁目1番地	3,620万円(1戸) ~ 4,660万円(1戸)	2LDK+M3LDK,4LDK	分譲中

クラシファイド社が  
「新築物件情報」の  
独占代理店に