



opt
e-marketing company

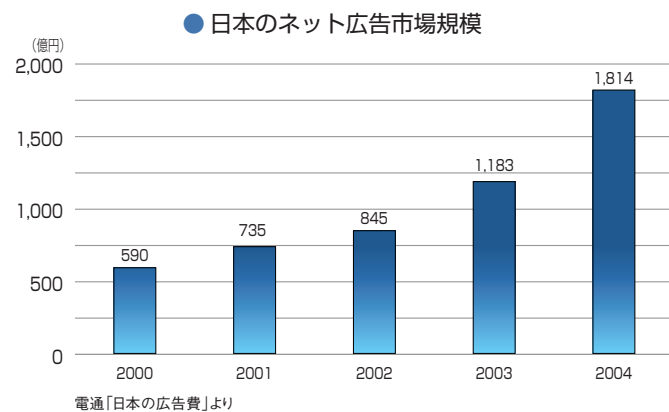
第11期 事業報告書

2004年1月1日から2004年12月31日まで

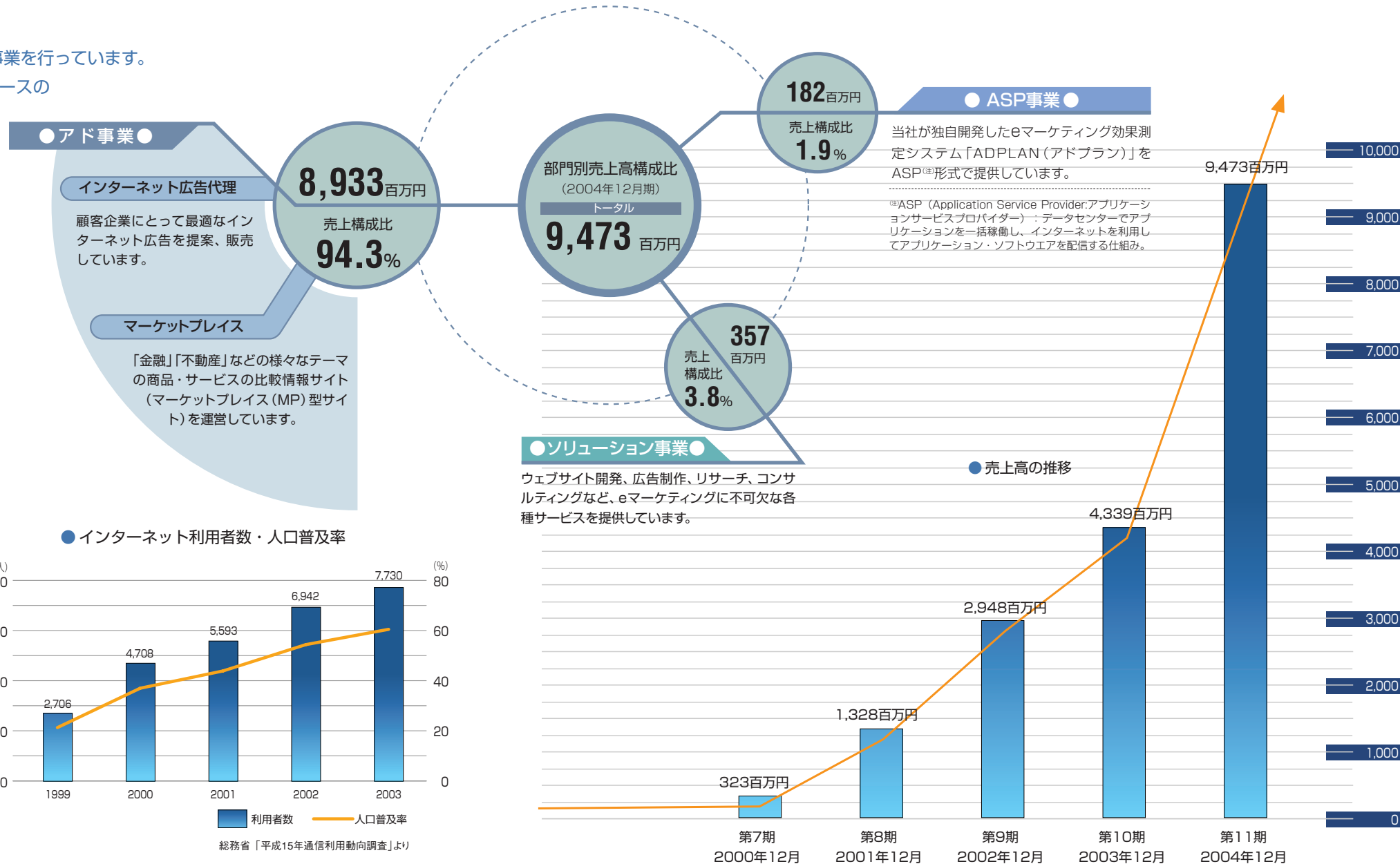
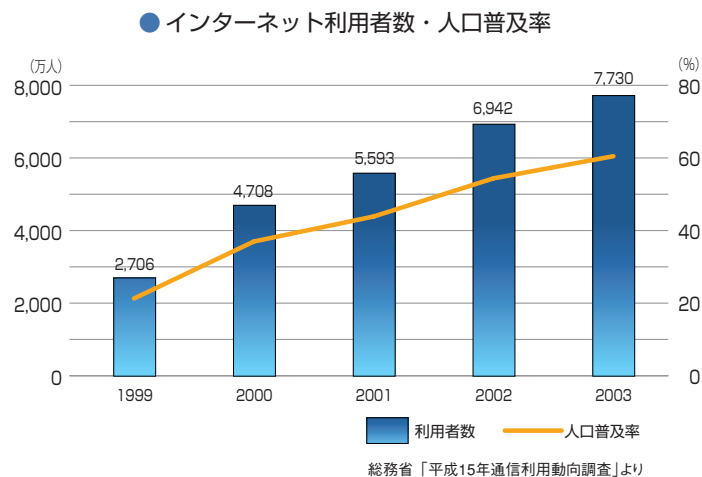
OPT=e-marketing company

株式会社オプトは平成6(1994)年に設立し、「売上に直結するeマーケティング」を事業コンセプトとして、顧客企業のインターネット上のマーケティング活動を支援する事業を行っています。国内のeマーケティング市場は、インターネットの普及やeコマースの伸展などを背景に今後ますます拡大が見込まれています。当社はeマーケティングのパイオニアとして、消費者と企業を結び双方向の情報発信を行い、新たな市場を創造していきます。

ネット広告市場はラジオ広告を抜き1,800億円規模に



いまや国内人口の60%以上がインターネットを利用



オ プ テ イ ミ ズ ム
optimism (楽天主義)とチャレンジ精神を武器に、
 インターネットの可能性を追求し、**opt**は変わり続けます。



代表取締役社長CEO 鉢嶺 登

基本の考え方 「まずはお客様に儲けて頂く」

「なぜeマーケティングカンパニーなのか?」「急激に成長を続ける強みは何か?」よく頂くこれら2つの質問に対する答えは、いずれも当社の根底にある考え方「先義後利(お客様の為になれば必ず利益は自然に後からついてくる)」にあります。

一般に当社事業は広告主にインターネット上の広告枠を販売する広告代理店という側面のみを強調されがちですが、当社は創業当時からお客様の立場で費用対効果に徹底してこだわり、従来の広告代理業の枠に留まらないサービスを展開してきました。当社が独自開発したeマーケティング効果測定システム「アドプラン」は、広告効果を数値化しさらにはお客様と情報を共有化することにより、ブランド・ドゥ・シーを実現するという点において、従来の広告業界では画期的な出来事でした。データをもとに効果的な次の広告戦略をお客様と策定する、この一見当たり前のことが競合他社にはない考え方であり、その後バージョンアップを続ける「アドプラン」は現在も当社を差別化する最大の強みとなっています。

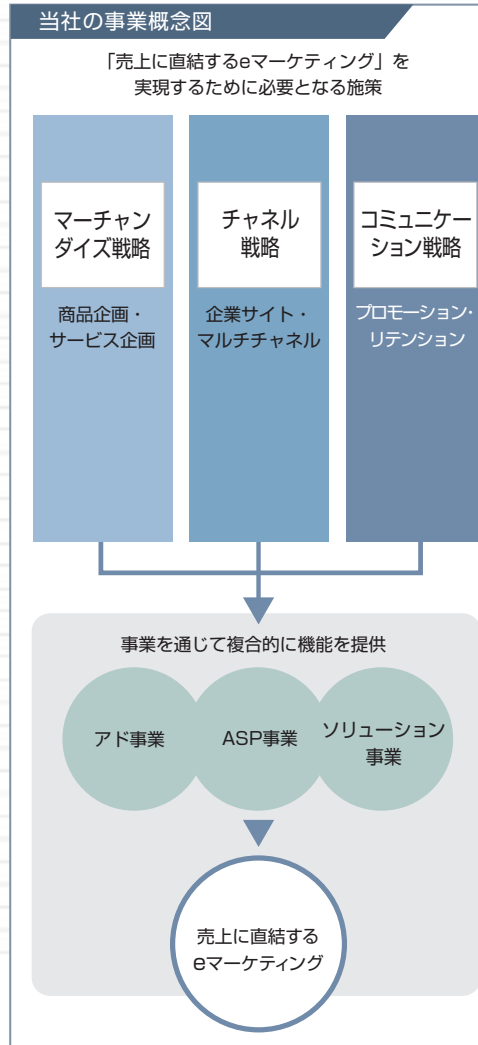
広告効果をあげるために、データ分析はもちろん、広告主のホームページをより良いものにする、ターゲットを調査する、ホームページにアクセスしたユーザーをフォローする、こうした一連の流れを広告主のパートナーとして全て行うことで、当社はインターネットをフィールドに企業の販売促進活動を支援する「eマーケティングカンパニー」へと成長してまいります。高い広告効果を出せばクライアントから自然に広告発注が増えていく、こうして当社はインターネット広告という新たな成長市場でトップ企業の地位を獲得することができたのです。

経営テーマ 「エンドユーザーの声を聞き、より高度なソリューションを提供」

これまで当社は経営戦略「3フォーカス2モデル」を展開し、インターネット広告市場全体の規模拡大、そして不動産、金融、化粧品美容、人材教育分野など戦略業種ごとに当社シェアの拡大に努め、市場を上回る成長率を実現しています。現在の中期経営計画では2007年12月期に売上高300億円を目指し、さらに比較情報サイトと「ADPLAN(アドプラン)」などの売上構成比を高めてまいります。

最近ではオンライン音楽配信など国内では次々と新しいビジネスモデルが生まれ、企業もようやくインターネットという新しいチャネルの可能性—新規の顧客開拓や従来と異なるコスト削減など—を理解しつつあります。当社にとりましても様々なビジネスを展開するチャンスとなるこれからの5-10年に向けて、当社は2つの方向性を考えています。

一つは現業の広告ビジネスにおけるマーケティング力—リサーチ力、システム開発力、ホームページ制作などの各機能—を人材採用やM&Aを含めた施策を通じて強化することです。二つ目はよりエンドユーザーとの接点を持つビジネスを展開することです。インターネット上でのマーケティング活動はいかに消費者の声を味方につけるかが非常に重要となっています。既に当社は不動産や金融商品の比較情報サイトを運営していますが、今後はeコマースなど直接的に当社がエンドユーザーから課金するチャネルやツールを持ち、具体的な問題点やノウハウを社内に蓄積することで、結果的にはマーケティング会社としてより高度なトータルソリューションを企業に提供できると考えています。



HR(ヒューマンリソース)コンセプト
「自立+尊敬=協調」

■ オプトの5つの基本理念

1. 「先義後利」
お客様の為になれば必ず利益は自然に後からついてくる
2. 「新しい価値の創造」
常に新しい価値を生み出し、オプトの存在意義を示す
3. 「チャレンジ、変革しつづける」
変わり続けることこそ、繁栄のための源泉である
4. 「楽天主義」
社名の由来でもあるOptimism (楽天主義)、常にプラス思考であること
5. 「社員の幸せこそ重要」
社員の職業的な自立、経済的な自立、精神的な自立をサポートする

社風

「自立した人材の集合体を目指す
〇〇のオプト」

市場規模の拡大に伴い、当社自身も5年後には1,000人を超える組織を想定し、既に組織図を作り給与体制などの課題を洗い出して準備を始めています。その一方で、5-10年後において現在の当社の強み例えばアドプランナーがそのまま強みであり続けることができるかどうかはわかりません。何よりも重要なのは、常にチャレンジし続け新しい価値を生み出す土台「社風」を育み続けることだと思っています。当社の社是は「一人一人が社長」、常に考えているのは「一人一人が自立した人材の集合体」でありたいということです。誤解されがちですが、「自立」と言っても社員各人が好き勝手に動くことではありません。当社の場合個人よりもむしろチームの達成度に対する評価が高く、「自立+尊敬=協調」をテーマに自立した個人が互いに尊敬しあうところに協調が生まれること、それによって組織として一つの目標に向かって力を発揮できるのだと社員に伝えています。

夢は「〇〇のオプト」というように、事業の代名詞で呼ばれる会社になることです。代名詞になる企業というのは社会に不可欠な一つの産業を創りあげたという意味で、社会貢献度が非常に高い結果だと思えます。インターネット広告はもちろん、まだまだ当社のビジネスモデルは広がっていきませんが、将来的には「〇〇のオプト」と社会に認知される企業を目指してまいります。

株主還元

「長期保有株主の利益を最優先に考える」

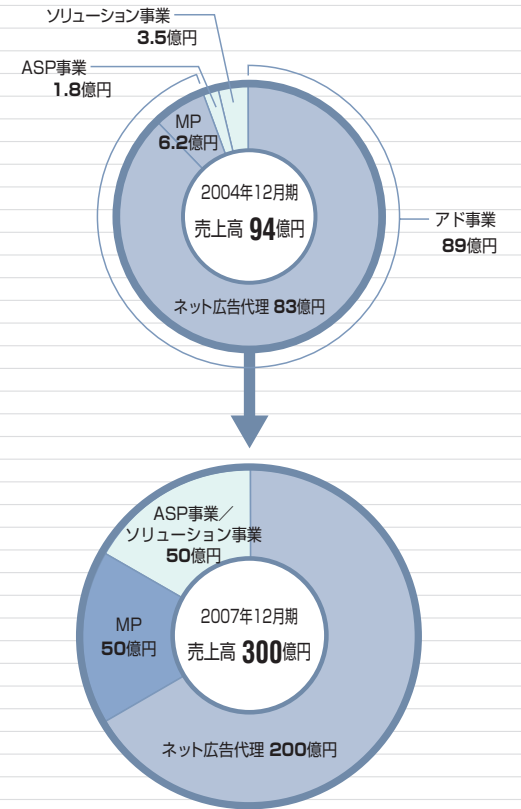
株主の皆様へ申し上げたいのは、まず当社の株を「長期保有して頂きたい」ということです。日本のインターネット広告市場は今後5年間でさらに急激に成長し中期的には現在の3倍近くにあたる5,000億円市場へと規模を拡大すると予想されます。現在トップ企業である当社が活躍する場はますます広がると自負しており、確実に業績を向上させていく所存です。

現在までのところ当社は配当を行っておりません。なぜなら現在の当社の役割は、株式上場のメリットを最大限に活かして効率的な資金調達を行いながら積極的に新しい事業投資を続け、目の前に大きく広がるビジネスチャンスを実に成果に結びつける、その結果、企業価値つまりは株価を上げることがより大きな株主還元であると考えているからです。将来的に市場自体が成熟した時点ではテーマを配当に移し、長期的に株主の皆様へ還元してまいりたいと存じます。

株主還元には株式分割など様々な方法もありますが、当社はあくまでも王道を行く、つまりは長期保有株主の利益を最優先に考えています。急激に株価が動くよりも、徐々に大きく株価を上げていくほうが望ましい、常に長期保有の方はどなたも損をしないという状況を作ることが経営者の役目だと考えています。

株主の皆様には、今後とも一層のご支援ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

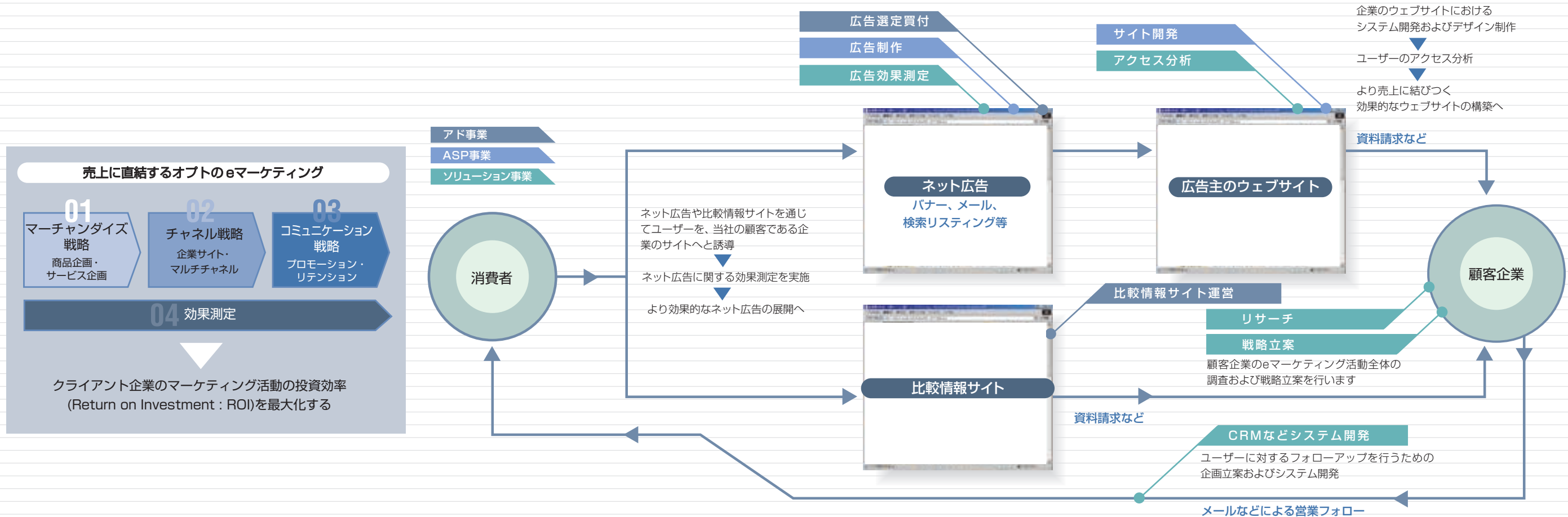
● 中期経営計画の概要



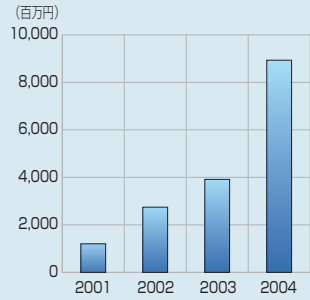
2005年3月

代表取締役社長CEO 鉢嶺 登

当社は3つの事業を複合的に組み合わせ、顧客企業のインターネット上でのビジネス展開を一貫してサポートします。



● アド事業売上高



広告主企業にとって最適な広告媒体を提案、販売いたします。当社が取り扱うインターネット広告は、バナー広告やメール広告など多岐にわたっています。

バナー広告イメージ



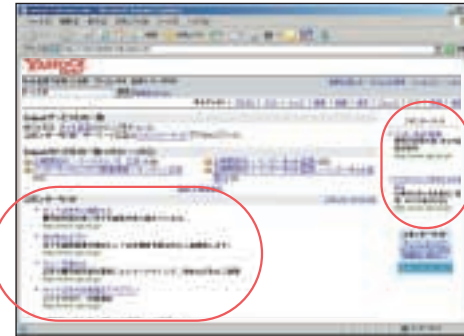
メール広告イメージ



モバイル広告イメージ

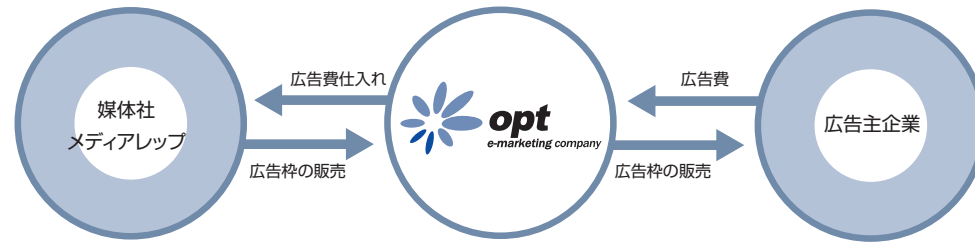


検索リスティング広告イメージ

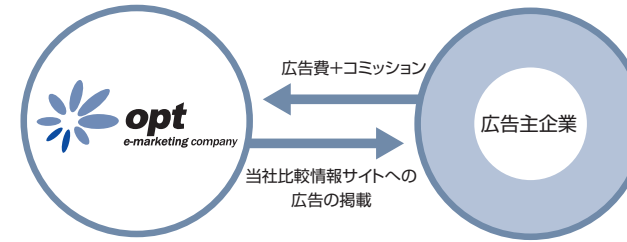


※検索リスティング広告(検索連動型広告)：検索サイト等でユーザーがある特定のキーワードを入力した時に検索結果とともに表示される広告枠。キーワードに関連する商品・サービスの広告を打つことで高い広告効果が期待できます。

● ネット広告代理



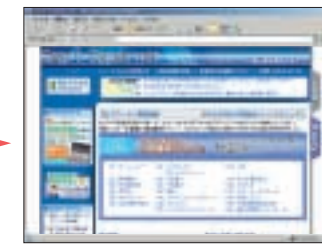
● マーケットプレイス (MP)



「ローン」「クレジットカード」「学校・通信講座」など様々なテーマで商品・サービスを比較検討できる比較情報サイトを運営しています。

● 当社の企画運営する比較情報サイト例

- スマートキャリア www.smartcareer.net
 スクール・通信講座情報
- カードギンザ www.cardginza.com
 クレジットカード情報
- ローンギンザ www.loanginza.com
 消費者ローン・住宅ローンなどの総合ローン情報
- トレードギンザ www.tradeginza.com
 オンライン証券サービス情報
- 保険ギンザ www.hokenginza.com
 自動車保険一括見積りサービス
- カーゴング www.cargong.com
 中古車買取一括査定サービス
- ビスゲート www.biz-gate.net
 フランチャイズ・代理店、独立支援の情報



スマートキャリア



ローンギンザ

TOPICS!

16期連続Yahoo! JAPAN優秀代理店表彰

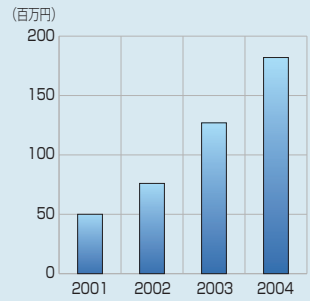
当社はYahoo! JAPANの広告取扱代理店を対象に広告取扱高が前四半期比で上回った広告代理店に贈られる「優秀賞」を16期連続で受賞しています。その実績を認められ、Yahoo! JAPANの広告取扱代理店200社以上の中で、Yahoo! JAPAN唯一のベストパートナーの認定を受けています。

TOPICS!

新たな比較情報サイトを続々とスタート

2004年度に当社は新たに5つの情報比較サイト…オンライン証券サービスの「トレードギンザ」、自動車保険の「保険ギンザ」、中古車買取一括査定の「カーゴング」…などを開設いたしました。今後も当社はユーザーが検索サイト等での検索率が高いキーワードに関連する商品・サービスサイトを次々と開設する予定です。2005年度に立ち上げを予定している新カテゴリとしては「化粧品」「オンラインゲーム」「結婚式場」「着うたサイト」などがあります。

● ASP事業売上高



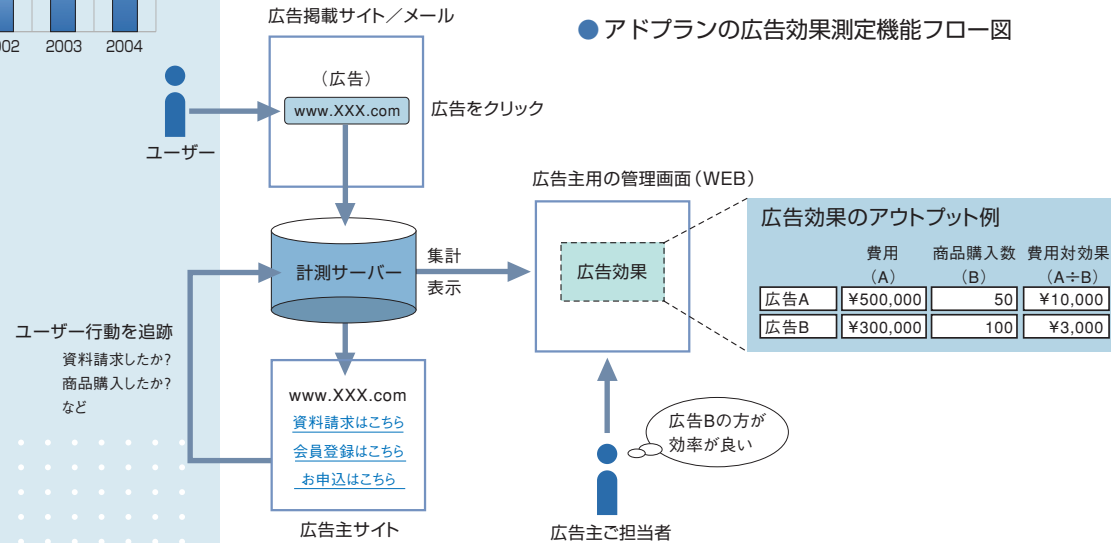
● ASP事業

当社が開発したeマーケティング効果測定システム「ADPLAN(アドプラン)」をASP(注)形式で提供しています。延べ導入件数は300件を超え、国内ナンバーワンの実績を誇ります(2004年12月現在、当社調べ)。

(注)ASP(Application Service Provider:アプリケーションサービスプロバイダー):P2をご参照ください。

「アドプラン」では、主に広告効果測定機能、検索効果測定機能、トラフィック分析機能を提供しています。

● アドプランの広告効果測定機能フロー図

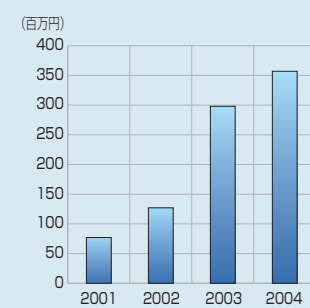


TOPICS!

「アドプラン」インターフェイスを全面リニューアル

2004年11月、当社はeマーケティング効果測定システム「アドプラン」に業界初となるネット広告の誘導効果を測定する新機能を追加いたしました。従来の効果測定ではユーザーがA広告を見て商品を知り、その後B広告を見て商品を購入した場合、B広告のみが広告効果があるとされてきました。新機能では、実際の商品購入に結びついたB広告に加え、商品を知りしる役割を果たしたA広告までさかのぼって評価することが可能となりました。

● ソリューション事業売上高



● ソリューション事業

ウェブサイト開発、広告制作、リサーチ、コンサルティングなど、eマーケティングに不可欠な各種サービスを提供しています。

クリエイティブデザイン

バナー広告、動画広告、キャンペーンサイトなど

ウェブ&システム開発

企業ウェブサイトなどフロントエンド開発から、サイト管理ツールや自動情報更新ツールなどバックエンド開発まで

リサーチ&コンサルティング

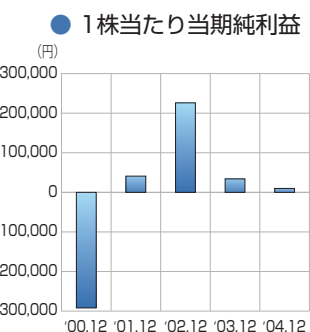
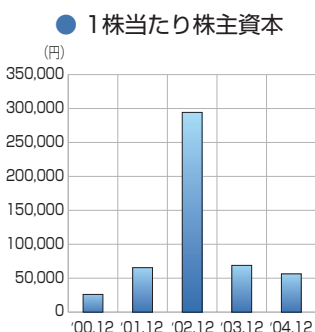
ウェブサイトユーザビリティ分析、企業イメージ調査、トータル戦略立案

ウェブサイト開発例



バナー広告制作例





・2003年8月14日付で株式数1株につき4株の株式分割を行っております。
 ・2004年5月20日付で株式数1株につき3株の株式分割を行っております。



2004年の当社は、eマーケティング事業にドメインをフォーカスし、専門性とノウハウを高め顧客企業の利益を最大化することによって、当社の利益の最大化を図ってきました。

当社が属するインターネット関連業界におきましては、ADSLなどブロードバンド接続の普及が進み、今やインターネットは生活に不可欠なインフラとなりつつあります。そして、インターネット広告やエレクトロニックコマースなど関連ビジネスにおいても大きな発展が見込まれています。

このような背景の中で、当社は拡大を続ける市場に対応するため積極的な人員増強を行い、業容の拡大に努めてきました。また、2004年2月には日本証券業協会に店頭登録(12月からジャスダック証券取引所へ上場)を行い、公募増資による資金調達によって財務基盤の安定化を図るとともに、社会的な知名度・信用度の向上を図ることができました。

その結果、当期の業績は売上高94億7,345万円(前期比118.3%増)、営業利益5億2,199万円(同75.7%増)、経常利益4億9,606万円(同79.8%増)、当期純利益2億6,608万円(同69.7%増)となりました。

セグメント状況

● アド事業分野

インターネット広告代理業においては、当社の主力取扱媒体であるYahoo! Japanをはじめとして検索リスティング広告、モバイル広告といった新たな形態の広告の販売にも注力し、総合的なインターネット広告提案に努めました。

マーケットプレイスにおいてはオンライン証券サービス比較サイト、自動車保険一括見積サイトなどの複数のサイトを新設したほか、ローン情報サイト「ローンギンザ・ドットコム」のYahoo! Japanとのコンテンツ提携など、各ポータルサイトとのコンテンツ提携を推進し、売上の拡大に努めました。

この結果、売上高は89億3,352万円(前期比128.2%増)となりました。

● ASP事業分野

eマーケティング効果測定システム「ADPLAN(アドプラン)」において、高度化・複雑化する顧客ニーズに対応するため、全面的なバージョンアップによる機能追加を行いました。具体的には急速に台頭する検索リスティング広告に対応した測定機能、複数の広告による複合的な広告効果を把握する機能などを追加し販売の増加を図りました。

この結果、売上高は1億8,260万円(同44.1%増)となりました。

● ソリューション事業分野

拡大するインターネット広告代理事業に対応して、広告制作およびウェブサイト制作業務の受注に注力しました。

この結果、売上高は3億5,732万円(同20.0%増)となりました。

要約貸借対照表		単位:千円	
科目	当 期 2004年12月31日	前 期 2003年12月31日	
資産の部			
流動資産	3,760,952	1,627,225	
固定資産	340,508	104,054	
有形固定資産	32,954	13,277	
無形固定資産	10,428	3,798	
投資その他の資産	297,126	86,979	
資産合計	4,101,461	1,731,280	
負債の部			
流動負債	2,570,046	1,178,547	
負債合計	2,570,046	1,178,547	
資本の部			
資本金	455,650	218,650	
資本剰余金	667,150	192,650	
利益剰余金	407,241	141,153	
その他有価証券評価差額金	1,373	278	
資本合計	1,531,415	552,732	
負債及び資本合計	4,101,461	1,731,280	

要約損益計算書		単位:千円	
科目	当 期 2004年1月1日から 2004年12月31日まで	前 期 2003年1月1日から 2003年12月31日まで	
売上高	9,473,458	4,339,921	
売上原価	7,399,933	3,308,208	
売上総利益	2,073,524	1,031,713	
販売費及び一般管理費	1,551,532	734,670	
営業利益	521,991	297,043	
営業外収益	605	128	
営業外費用	26,536	21,226	
経常利益	496,060	275,944	
特別損失	18,343	—	
税引前当期純利益	477,717	275,944	
法人税、住民税及び事業税	262,303	135,183	
法人税等調整額	△50,674	△16,012	
当期純利益	266,088	156,773	
前期繰越利益又は前期繰越損失(△)	141,153	△15,619	
当期末処分利益	407,241	141,153	

要約キャッシュ・フロー計算書		単位:千円	
科目	当 期 2004年1月1日から 2004年12月31日まで	前 期 2003年1月1日から 2003年12月31日まで	
営業活動によるキャッシュ・フロー	610,101	33,424	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△254,509	1,059	
財務活動によるキャッシュ・フロー	706,587	26,533	
現金及び現金同等物の増加額	1,062,178	61,016	
現金及び現金同等物の期首残高	546,079	485,062	
現金及び現金同等物の期末残高	1,608,257	546,079	

利益処分		単位:千円	
科目	当 期 株主総会承認年月日 2005年3月30日	前 期 株主総会承認年月日 2004年3月30日	
当期末処分利益	407,241	141,153	
利益処分額	—	—	
次期繰越利益	407,241	141,153	

現金及び現金同等物の期末残高

投資活動によるキャッシュ・フローがマイナスになったものの、営業活動によるキャッシュ・フローおよび財務活動によるキャッシュ・フローがプラスとなり、現金及び現金同等物(以下「資金」という。)の期末残高は、前期と比較して1,062,178千円増加(前期比194.5%増加)し、当期は1,608,257千円となりました。

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動の結果得られた資金は610,101千円と前期に比べ576.677千円の増加(前期比1,725.3%増加)となりました。これは主として、税引前当期純利益477,717千円と仕入債務の増加1,121,775千円が、売上債権の増加983,634千円を上回ったことによるものです。

投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動の結果支出した資金は254,509千円(前期は1,059千円の収入)となりました。これは、主として投資有価証券の取得による支出138,200千円および事務所移転等に伴う敷金保証金の差入れによる支出100,475千円によるものです。

財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動の結果得られた資金は706,587千円と前期に比べ680,053千円の増加(前期比2,563.0%増加)となりました。これは、主に株式の発行による収入711,500千円によるものです。

会社概要

社名	株式会社オプト (英文社名: OPT, Inc.)
設立	1994年3月
事業内容	eマーケティング事業
資本金	4億5,565万円
売上高	94億円 (2004年12月期実績)
従業員数	119名 (2004年12月現在 正社員のみ)
本店・支店	
東京本社	〒107-0052 東京都港区赤坂三丁目3番3号 住友生命赤坂ビル 電話 03-5561-9141 (代表)
大阪支社	〒550-0002 大阪府大阪市西区江戸堀一丁目2番11号 大同生命南館 電話 06-6447-2801 (代表)
U R L	http://www.opt.ne.jp

役員

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
監査役	石 崎 信 明
監査役	呉 雅 俊

株式の状況

会社が発行する株式の総数	108,288株
発行済株式総数	27,192株
株主数	2,807名

大株主

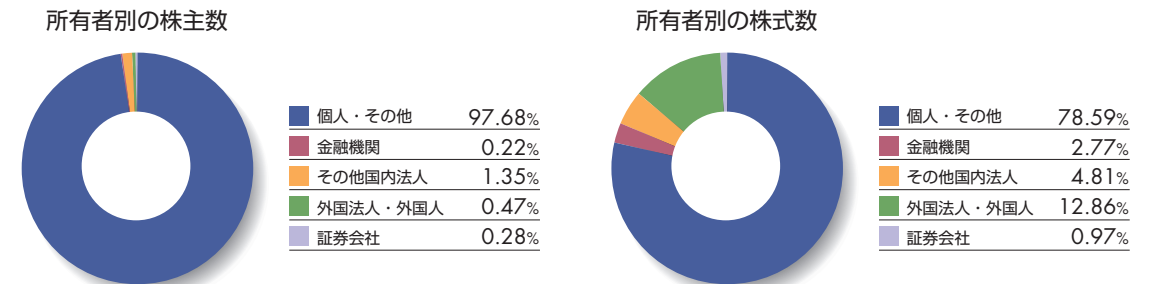
株主名	持株数	持株比率 (%)
鉢 嶺 登	7,776	28.60
海老根 智 仁	2,339	8.60
小 林 正 樹	1,785	6.56
野 内 敦	1,785	6.56
ザチースマンハッタンバンクエヌアイロンドン	1,035	3.81
ビービーエイチルクスフィデリティ ファンズジャパンズモーラーカンパニース	917	3.37
ジェービーモルガンチエースオープンハイマー ファンズジャステックアカウント	600	2.21
松 田 治 夫	450	1.65
株式会社ベンチャー・クリエイト	400	1.47
バンクオブニューヨークフォーゴールドマンサックス インターナショナル (イクイティ)	382	1.40

株主メモ

決算期	12月31日
定時株主総会開催月	3月
基準日	12月31日
名義書換代理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱信託銀行株式会社
同事務取扱場所	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱信託銀行株式会社 証券代行部
同取次所	三菱信託銀行株式会社 全国各支店
電話お問合せ・ 郵便物送付先	東京都豊島区西池袋一丁目7番7号 三菱信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-707-696 (フリーダイヤル)
公告掲載新聞	日本経済新聞

決算公告については、当社ホームページに掲載しております。
URL <http://www.opt.ne.jp>

所有者別株式分布状況



ホームページのご案内

詳しい財務情報や最新のIRリリース、決算説明会資料などを紹介するIRライブラリーなど当社のIR情報をご覧いただけます。



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