

2004/12期 決算説明会



2005/2/21

株式会社オプト
JQ2389

- **会社基本情報**
- **2004/12期 通期レビュー**
- **2004第4四半期 事業報告**
- **中期戦略フレームワーク**
『ネット広告代理店から
eマーケティングカンパニーへ』

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

会社基本情報

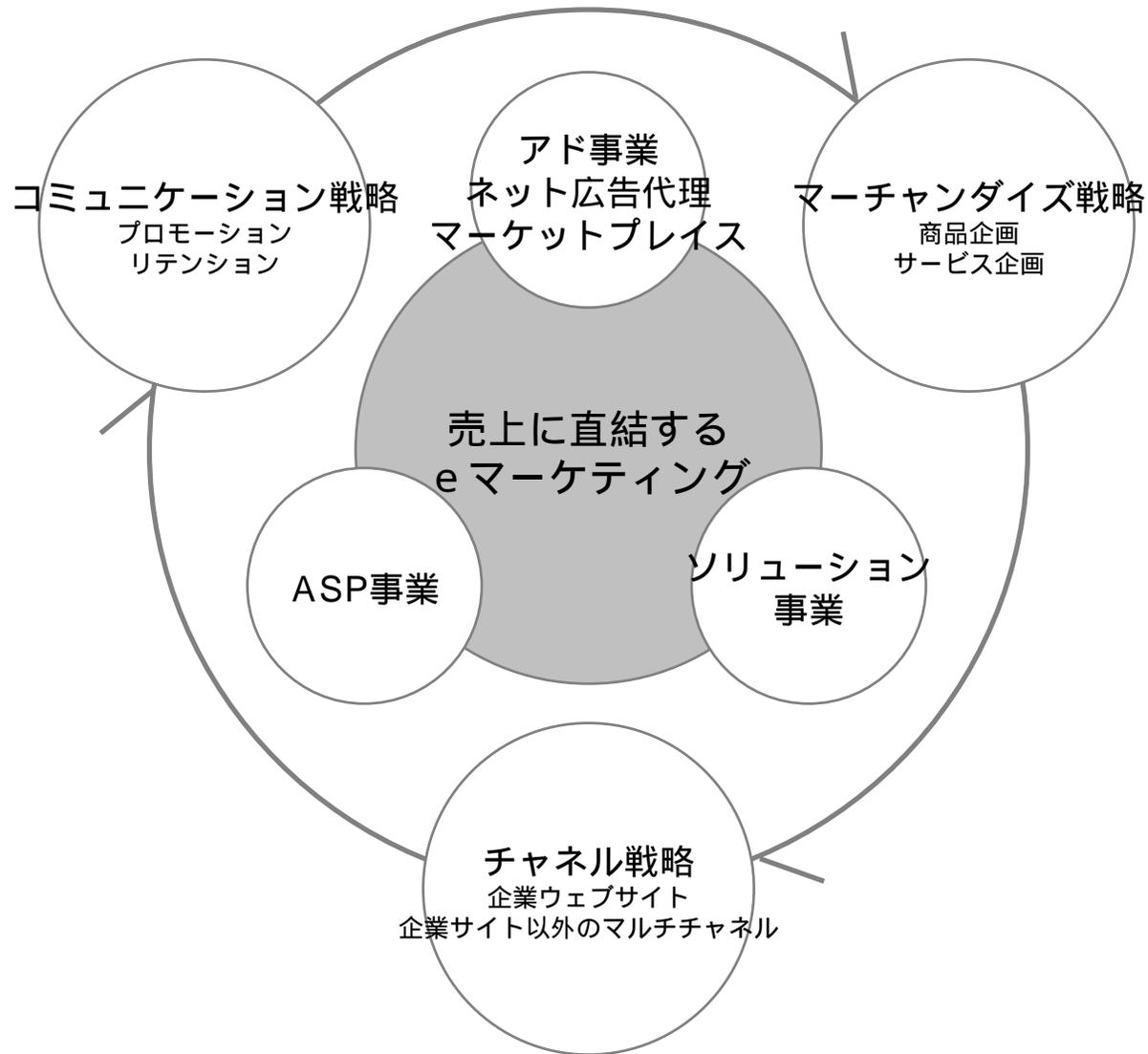
会社概要

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	27,192株
資本金	455百万円 (2005/2月現在)
従業員数	142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

事業ドメイン

オプト = eマーケティングカンパニー

「売上に直結するeマーケティング」をコンセプトにクライアントのROIを最大化



収益モデルと事業分野

アド 事業

ネット広告代理

ネット広告専門の広告代理業



広告費

マーケットプレイス

比較検討サイトの運営

ローン/クレジットカード/オンライン証券/
自動車保険/スクール・通信講座 など

広告費

コミッション

ASP事業 **ADPLAN**

Web Application System

効果測定システム「アドプラン」の提供
広告効果測定 / 検索効果測定 / トラフィック分析

システム利用費

ソリューション事業

クリエイティブ、サイト開発、リサーチ、
コンサルティングなど

受託費

請負費など

顧客
(企業)

2004/12期 通期レビュー

2004年度の成果

- 業績ハイライト

大幅な増収増益を達成

- ✓ 売上高 +118.3% (前年同期比)
- ✓ 営業利益 +75.7% (前年同期比)
- ✓ 当期純利益 +69.7% (前年同期比)

- IRトピックス

- ✓ 2004/2/13 JASDAQ上場
- ✓ 2004/3/10 株式分割(1:3, 5/20付)
- ✓ 2004/5/13, 8/3, 11/2 業績予想修正(いずれも上方)

2004年度の成果

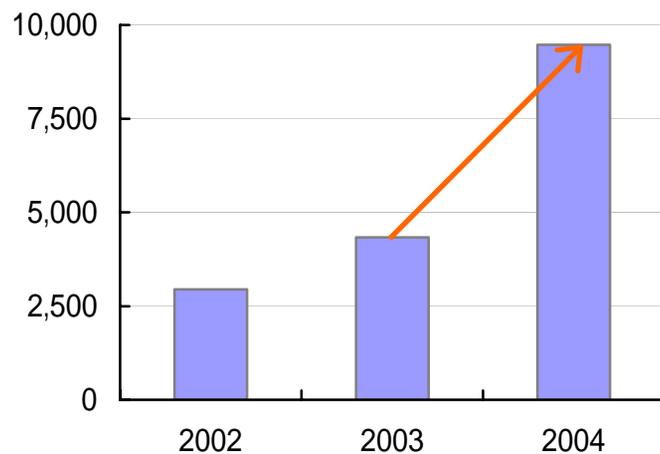
- その他のトピックス
 - ✓ 正社員、前期末比63人増の119人に
 - ✓ 初の地方拠点となる大阪支社を開設、黒字化
 - ✓ ネット広告代理売上高(自社媒体取扱高を除外)、ネット専業代理店中ナンバーワンに(当社調べ)
 - ✓ 第四四半期のYahoo! JAPAN取扱高、全代理店中ナンバーワンに(16四半期連続優秀代理店表彰)
 - ✓ 新マーケットプレイス5サイトをローンチ
 - ✓ マーケットプレイス4サイトがYahoo! JAPANなどポータルと提携
 - ✓ ADPLAN全面リニューアル、新機能を搭載
 - ✓ モバイル広告のペイブメント(IMJ子会社)に出資
 - ✓ CRM分野でインデックスデジタルと業務提携

2004年度売上・利益状況

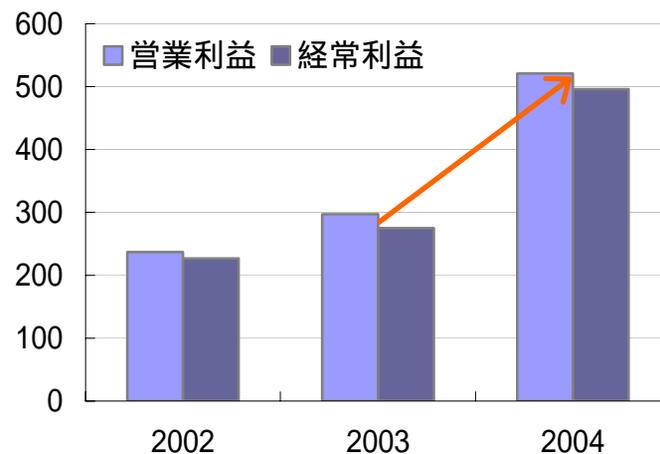
大幅な増収増益を達成

	2002	2003	2004	前年同期比
売上高	2,948	4,339	9,473	+118.3%
営業利益	237	297	521	+75.7%
経常利益	227	275	496	+80.4%
当期純利益	228	156	266	+70.5%

売上高



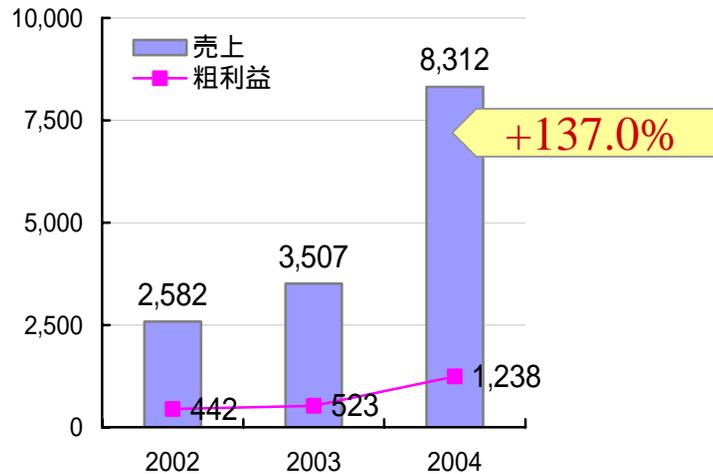
営業利益・経常利益



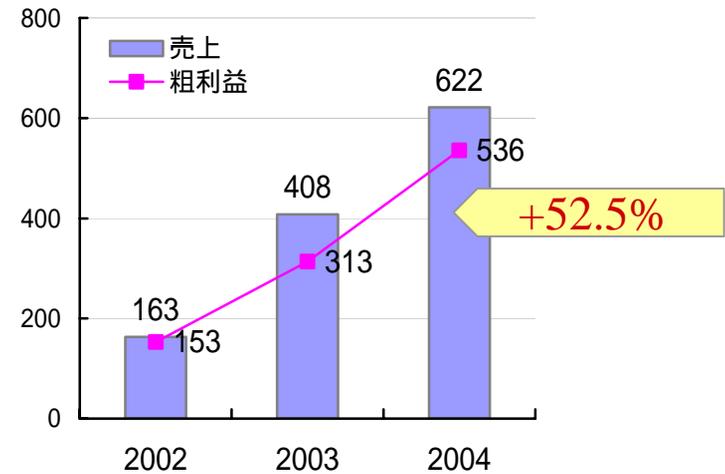
事業別売上・粗利益状況

広告代理中心に、全事業分野とも順調に拡大

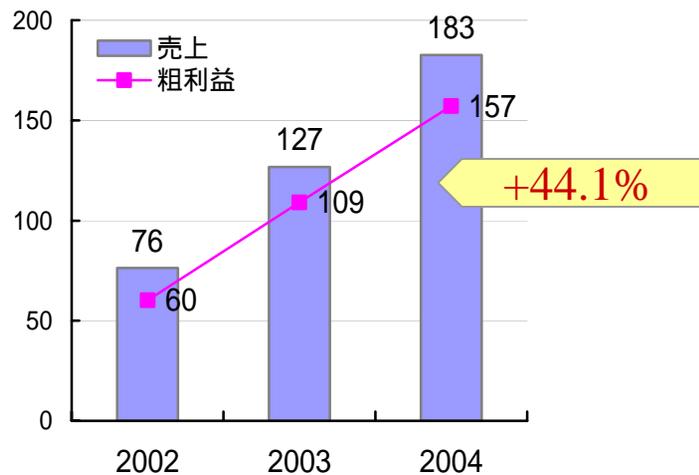
アド事業 > 広告代理



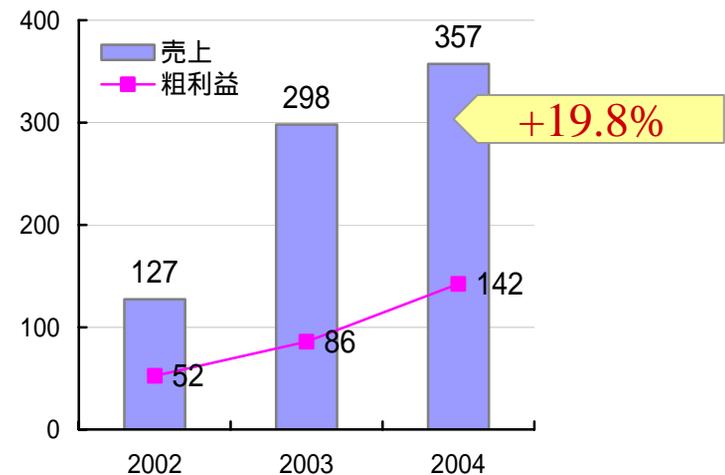
アド事業 > MP



ASP事業

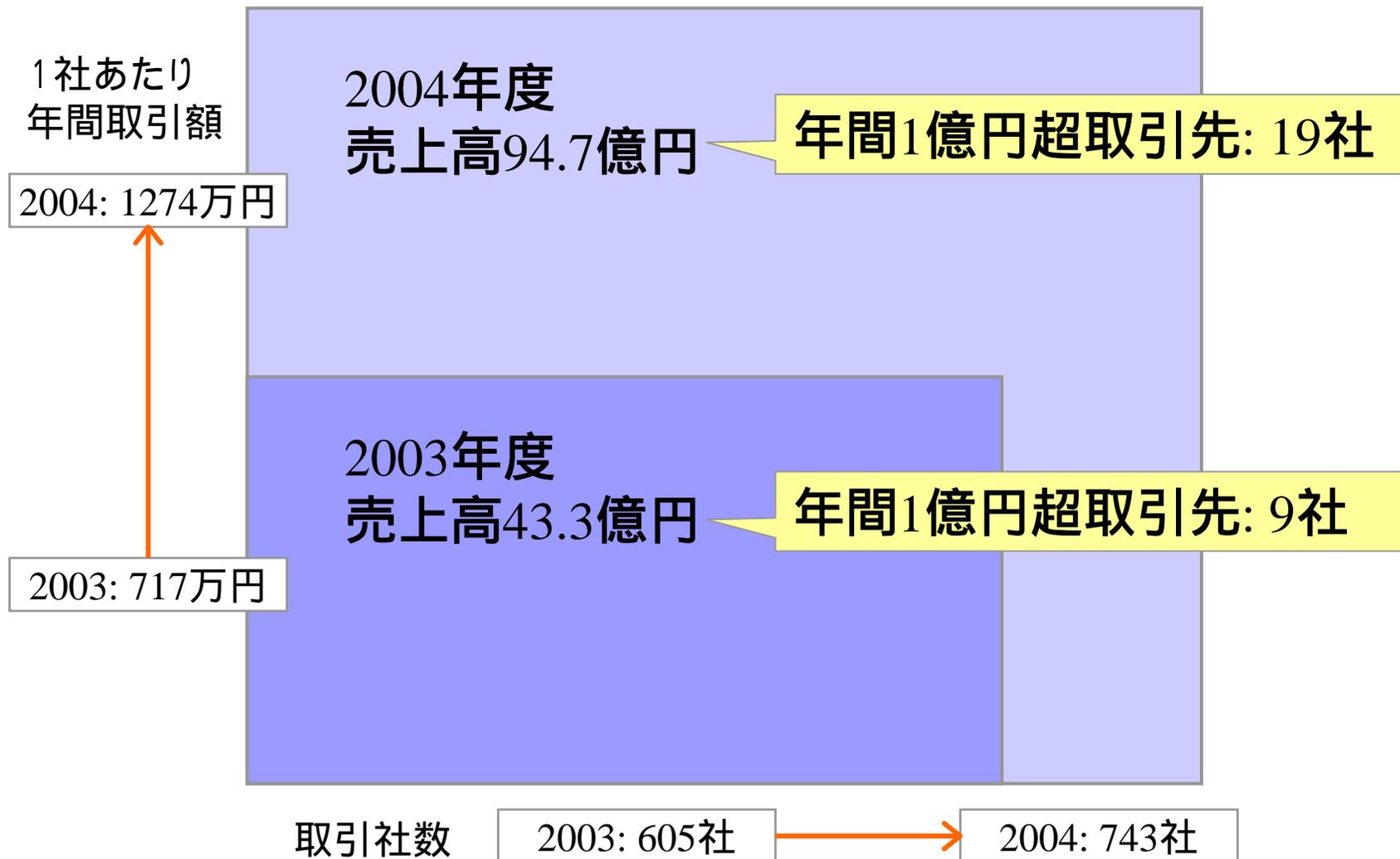


ソリューション事業



取引社数・平均取引額の変化

取引社数1.2倍、平均取引額1.8倍に拡大 ヨコ型水平展開・タテ型深耕とも成功

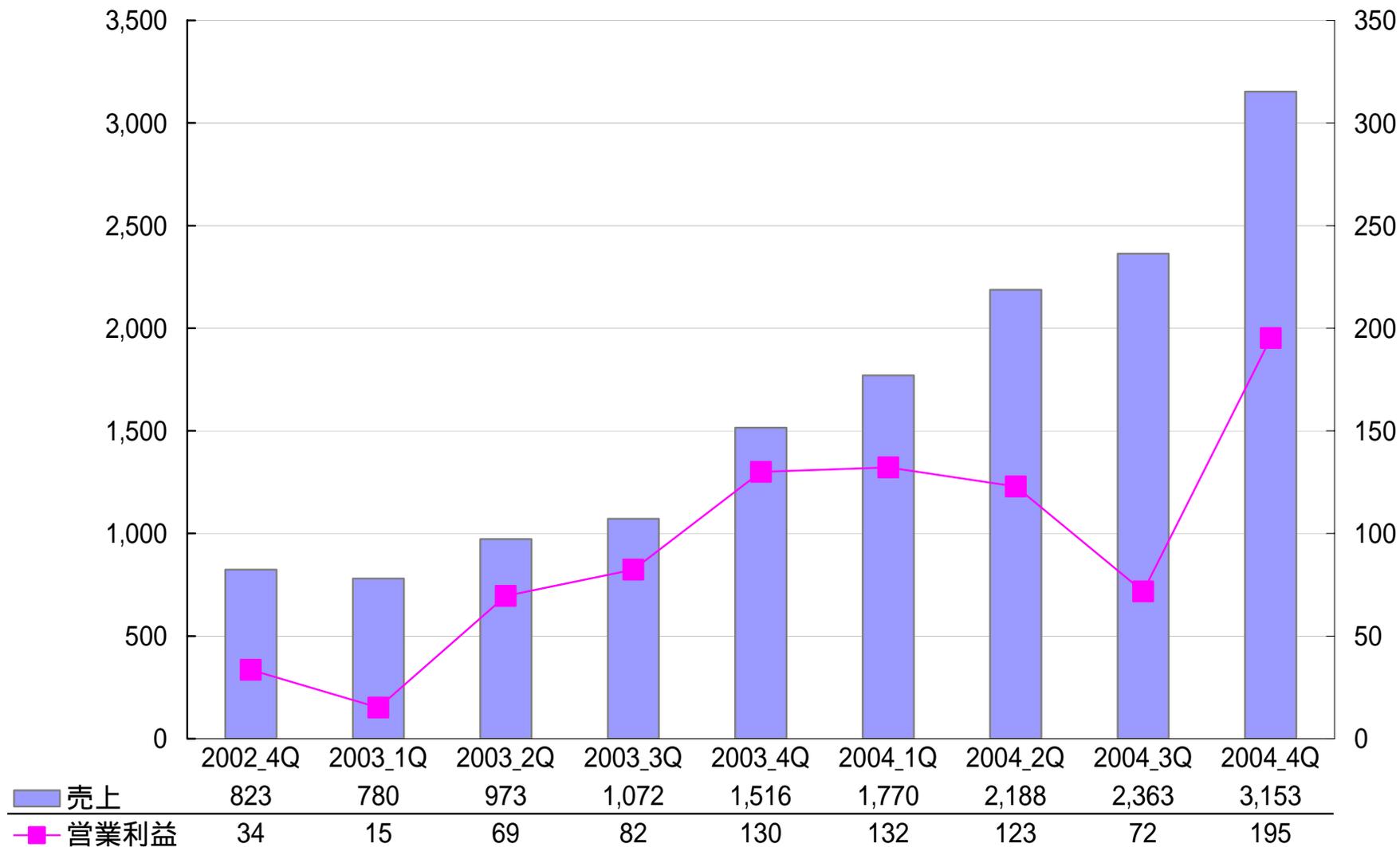


2004第4四半期 事業報告

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。

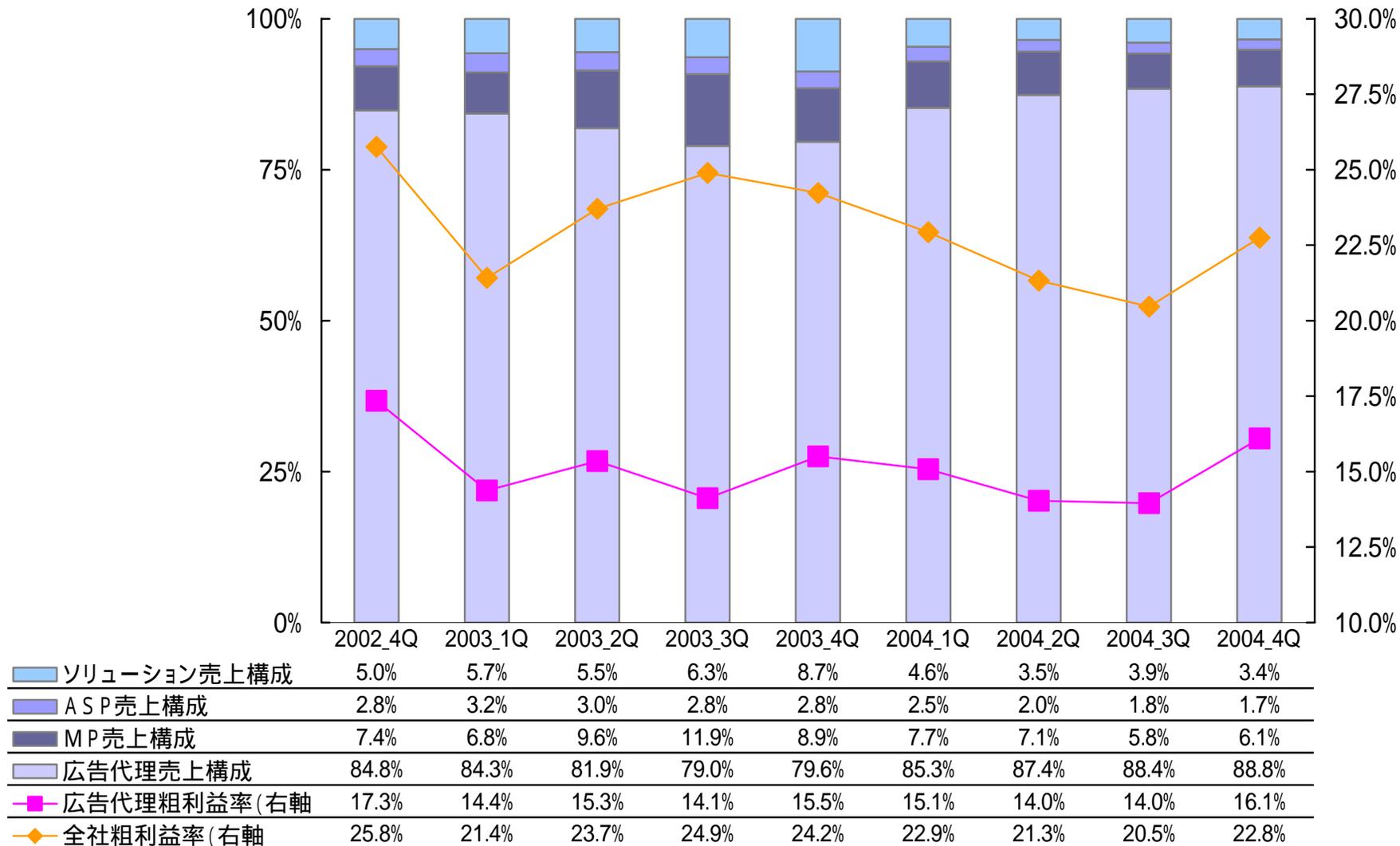
四半期業績推移

四半期売上30億円を突破、売上・営業利益とも過去最高記録を更新



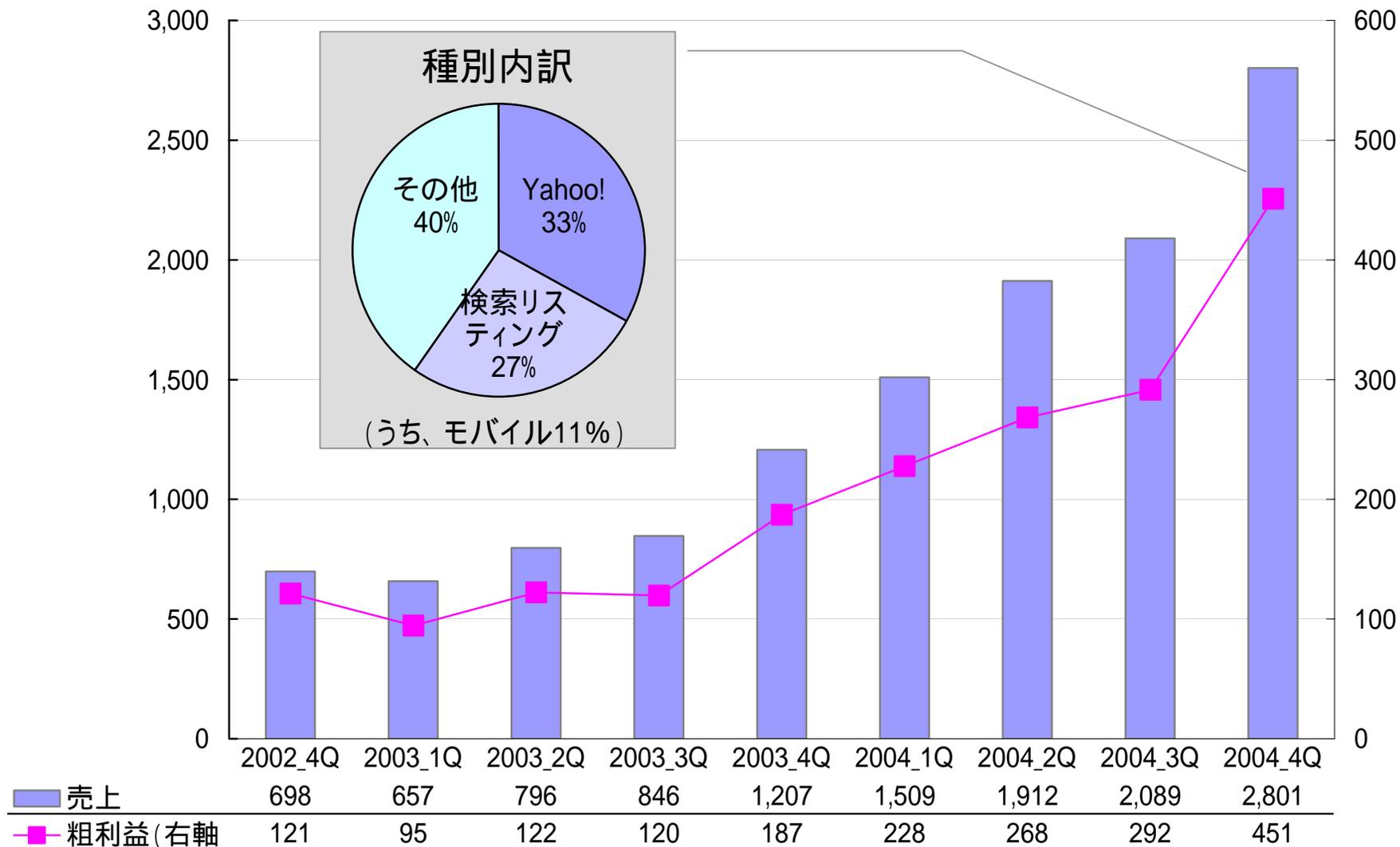
事業分野別売上構成と粗利益率推移

4Qは広告代理の粗利益率アップ(特殊要因)により全社粗利益率が向上



アド事業 > 広告代理

4Qで伸びが加速 戦略媒体のYahoo! JAPAN, 検索リスティング広告が牽引役に
期間限定の特別商品により利益率が向上



アド事業 > 広告代理 2004振り返り

2004アチーブメント(どうなったか)

- ネット広告代理売上高(自社媒体取扱高を除外)、ネット専業中No.1に(当社調べ)
- 第四四半期のYahoo! JAPAN取扱高、全代理店中No.1に
- 市場成長額の約8%を当社が占める

2004外部要因(何が起こったか)

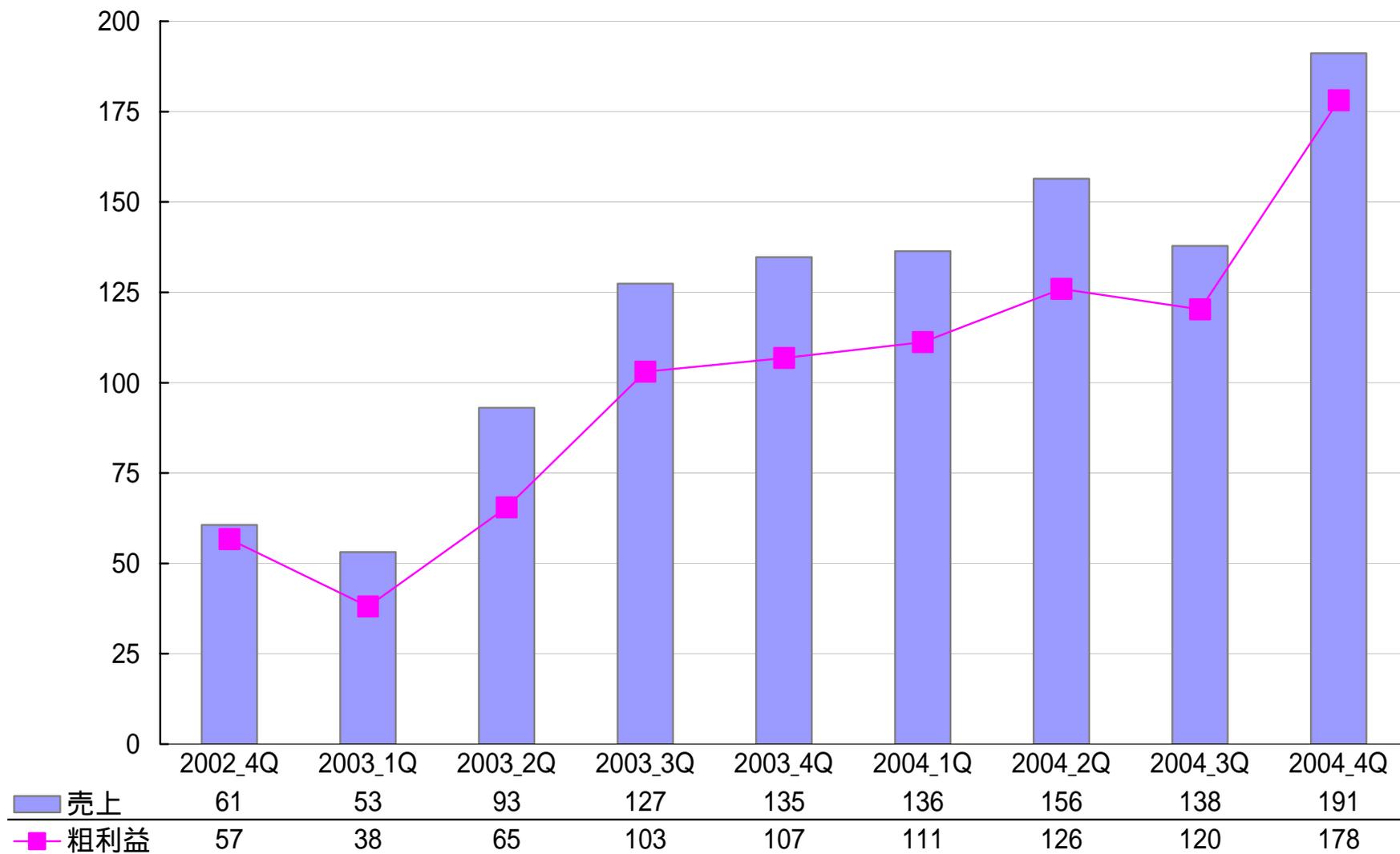
- ネット広告市場規模1,183億円から1,814億円(電通調べ)、ラジオ抜く
- 主に検索リスティング広告台頭により、中小企業・店舗など広告主の裾野広がる
- 一方で、ナショナルクライアントの取り組み本格化などの影響により取引は大型化傾向

2004内部要因(何を起こしたか)

- 積極増員により市場拡大に対応
- 新マーケットプレイス立ち上げて関連業種を開拓(証券、保険など)
- Yahoo!との連携強化
- 検索リスティング専任チーム新設、ADPLANに検索リスティング対応機能を搭載
- 総合広告代理店との共同提案を手がける

アド事業 > マーケットプレイス

主にローンギンザのYahoo!コンテンツ化の成果により、過去最高業績に
新築マンションサイト「イースマイ」は4/1付でネクストに売却



アド事業 > マーケットプレイス 2004振り返り

2004アチーブメント(どうなったか)

- 前年比53%増収
- 約1年売上横這い続いたが、4Qで再び急伸

2004外部要因(何が起こったか)

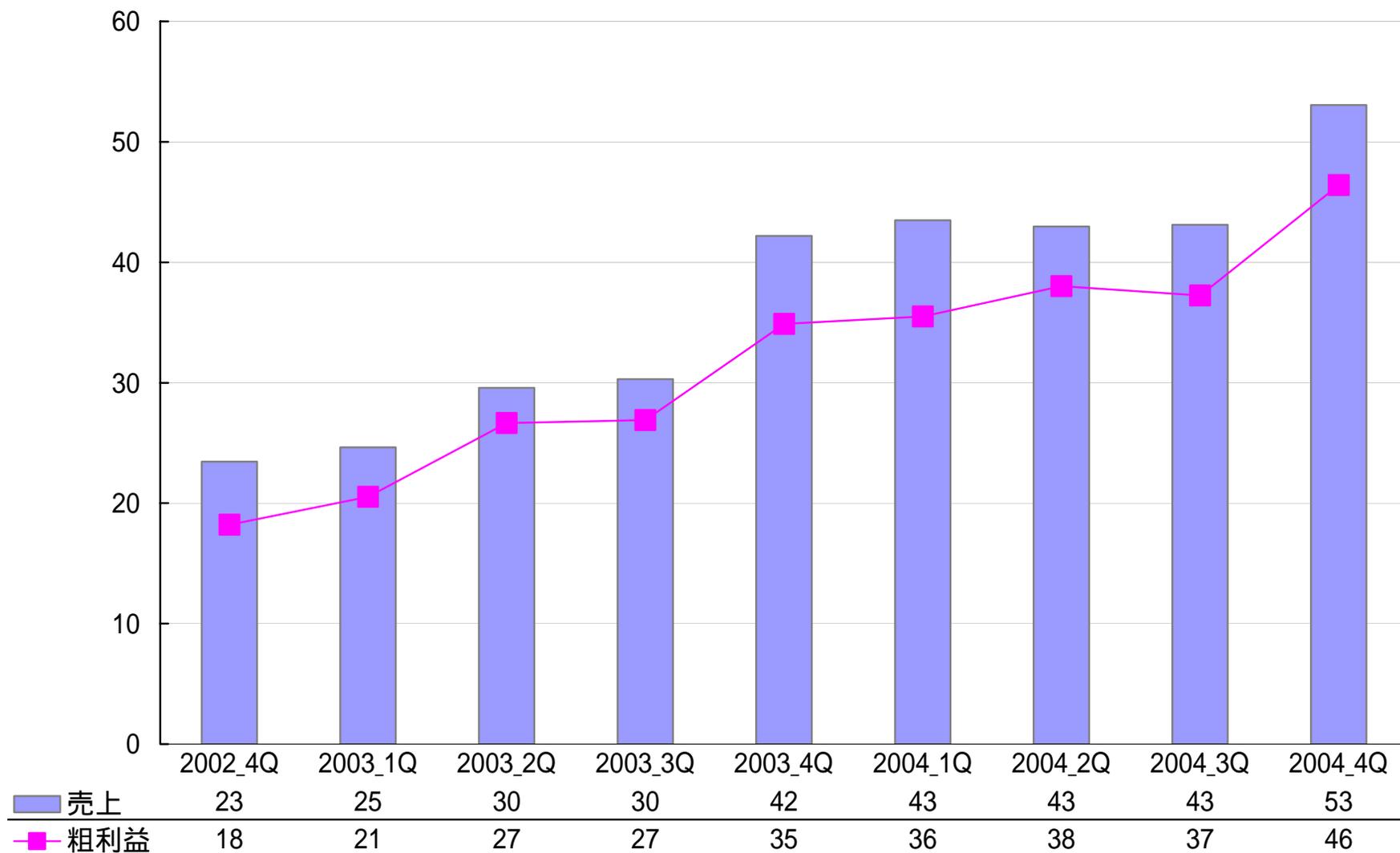
- インターネットの利用目的で「商品・サービスの情報検索」が電子メールとほぼ同率に並ぶ(総務省調べ)
- 様々なジャンルで、情報収集手段はインターネットがトップに<例 旅行・店舗情報 ネット78.9%, 書籍44.8%, TV25.2%, 新聞8.5% > (総務省調べ)

2004内部要因(何を起こしたか)

- 新規5サイトをローンチ(100サイト構想の一環)
- 新サイト立ち上げに当たってはプラットフォーム共通化など最小投資でリスク回避
- ポータルとの提携(コンテンツ提供し売上シェア)を積極推進、Yahoo!など提携に成果
- イースマイはメール媒体力低下により成長ストップ、売却へ

ASP事業

リニューアルを終え4Qは営業攻勢、過去最高業績に



A S P 事業 2004振り返り

2004アチーブメント(どうなったか)

- 前年比44%増収
- 2004年末累積契約数約360件, アクティブ契約数約170件に
- 約1年売上横這い続いたが、4Qで再び成長へ

2004外部要因(何が起こったか)

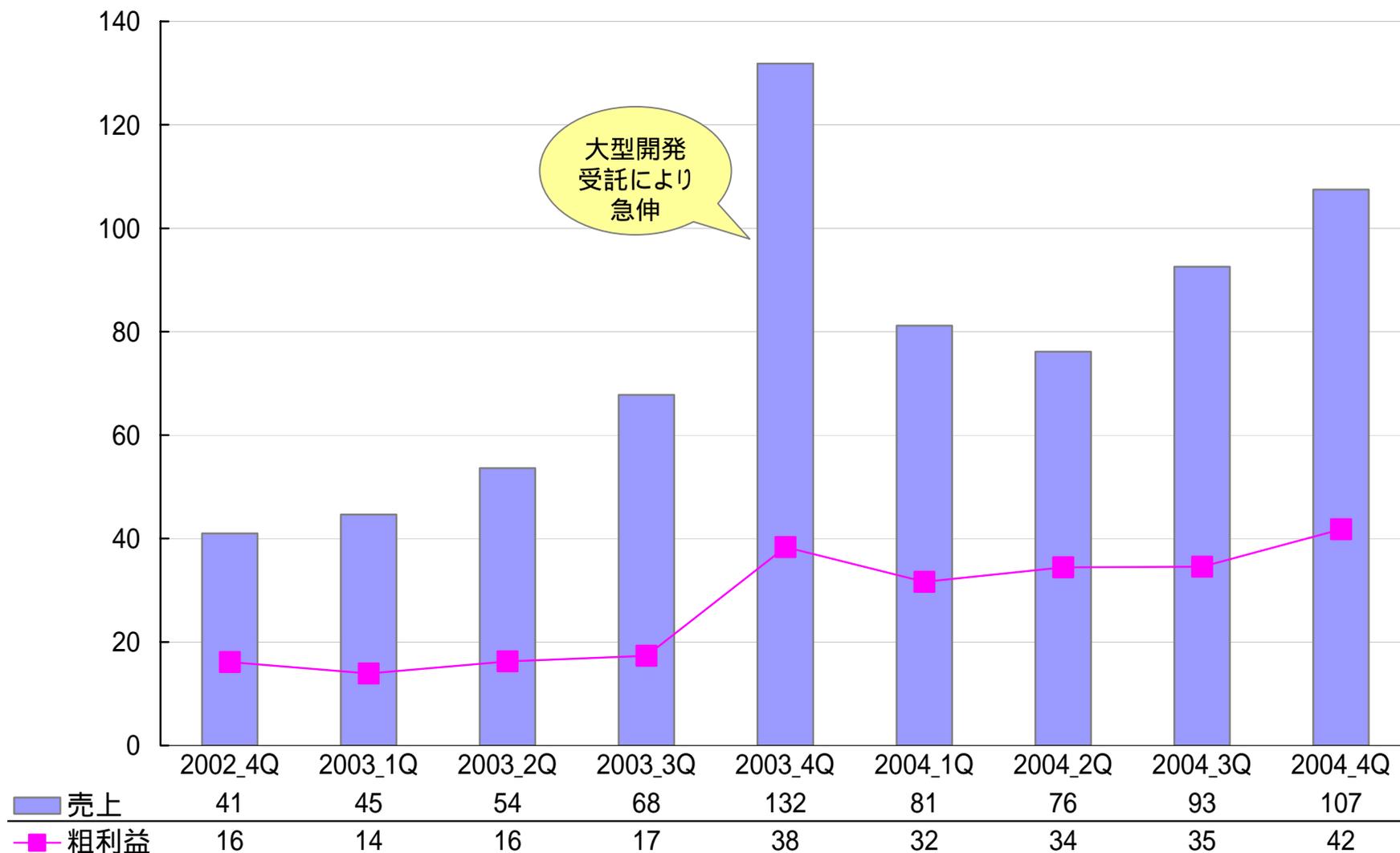
- 広告市場拡大、特に検索リスティング広告普及により、測定市場(コンバージョン志向の広告主)も拡大
- 検索リスティング広告に対応した測定機能(ワード別など)のニーズ高まり
- 一方で、大口広告主は「広告間の複合効果」「サイトユーザビリティ効果」など高機能ニーズが顕在化

2004内部要因(何を起こしたか)

- 全面リニューアルを完了 検索リスティング対応機能、広告間の複合効果測定機能など搭載
- 検索リスティング + ADPLAN活用セミナー実施など4Qは新規開拓にシフト
- 代理店チャネル開拓に着手

ソリューション事業

広告受注好調に伴い、主に制作の売上が伸びる



ソリューション事業 2004振り返り

2004アチーブメント(どうなったか)

- 前年比20%増収
- 広告代理の伸びに従い、制作売上が順調
- 粗利益率29%(2003年)から40%(2004年)に向上、粗利益66%増

2004外部要因(何が起こったか)

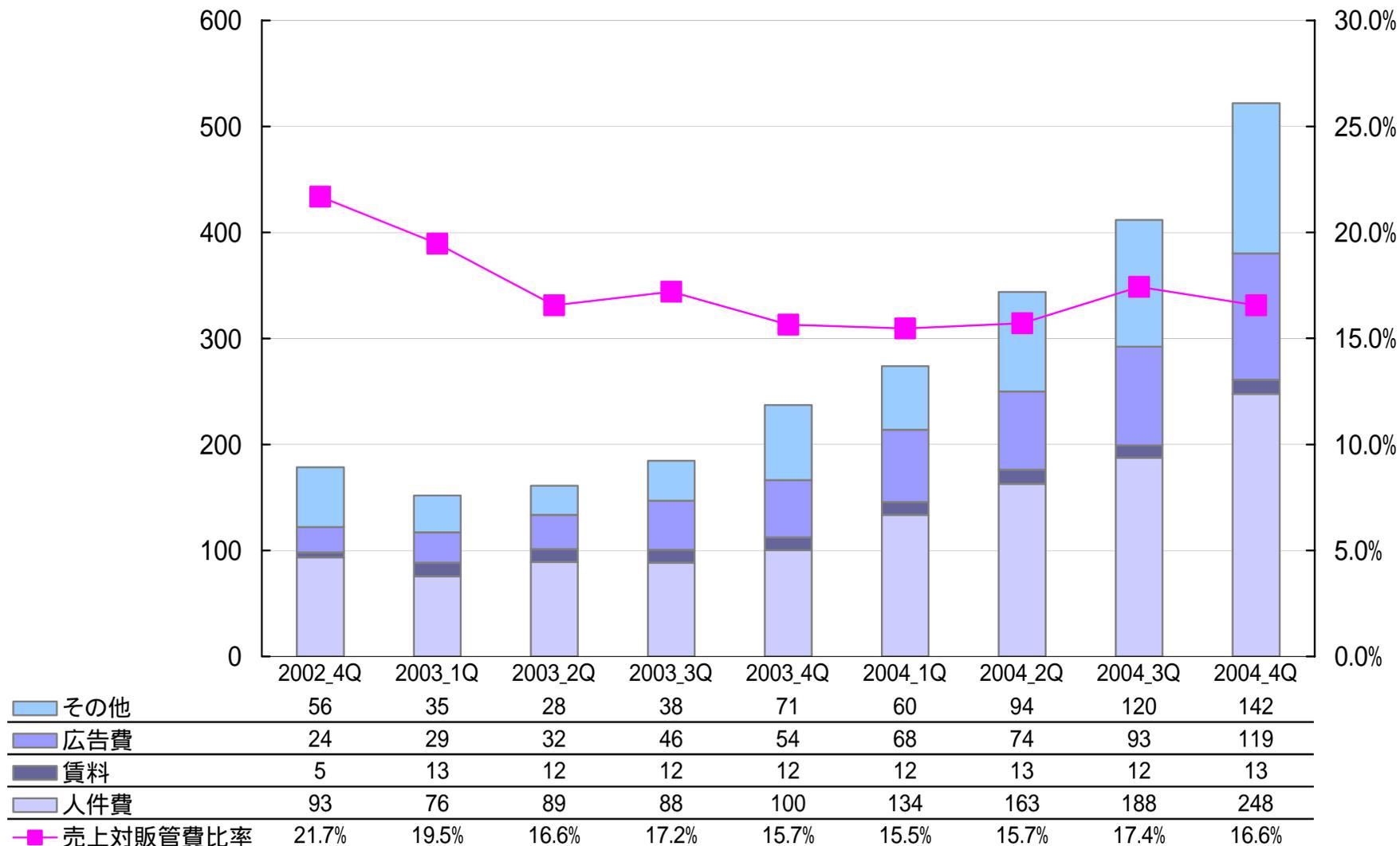
- 広告市場の伸びに伴い、バナー制作やページ制作などクリエイティブ案件が増加
- ブロードバンド普及に伴い、FLASHなどリッチメディア広告が急増
- 広告キャンペーン大型化に伴い、事前リサーチが一般化

2004内部要因(何を起こしたか)

- 制作人員を増強、内製強化
- ネットリサーチサービスの請負を推進、事例蓄積に努める

販管費推移

増員および決算賞与計上により4Qは人件費が大きな伸び
 売上対販管費比率は16.6%と改善余地あるが積極増員は続行



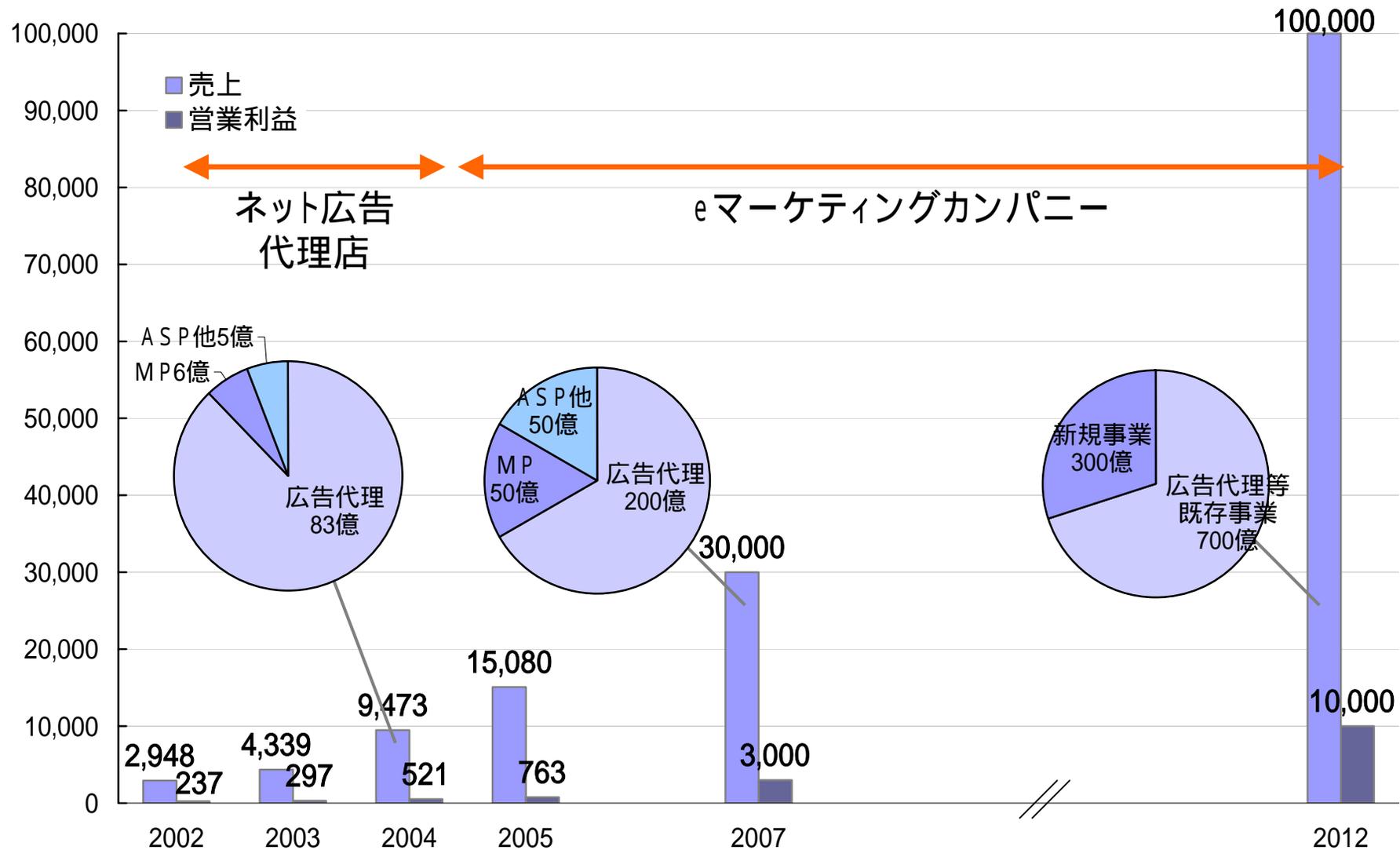
中期戦略

フレームワーク

『ネット広告代理店から
eマーケティングカンパニーへ』

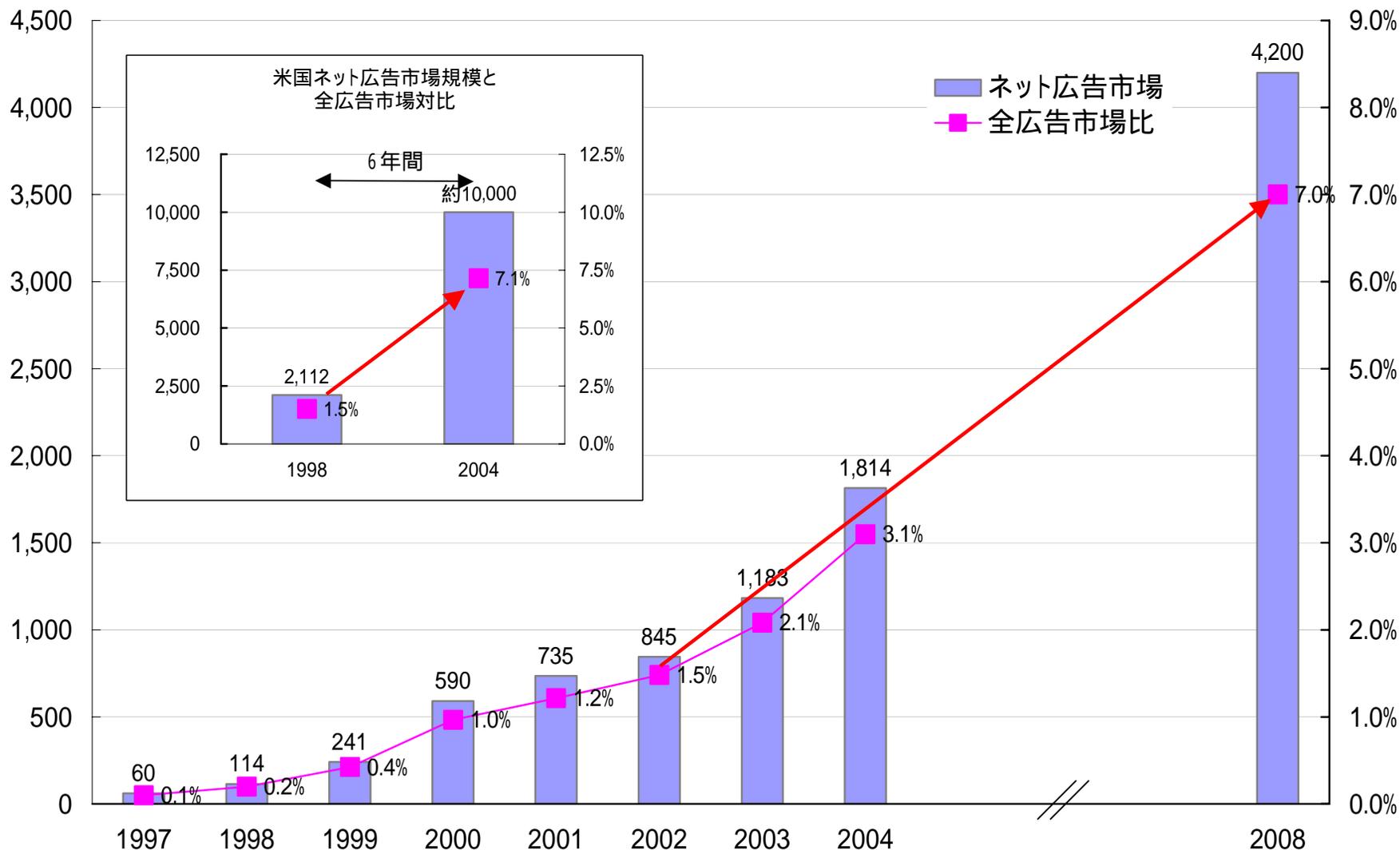
中期業績イメージ

2007年300億円、2012年1000億円の売上高、営業利益率10%をめざす



日本のネット広告市場規模と将来予測

日本のネット広告市場は2004年ラジオ広告を抜き1800億円
 米国と同ペースで推移すれば2008年には4000億円市場に

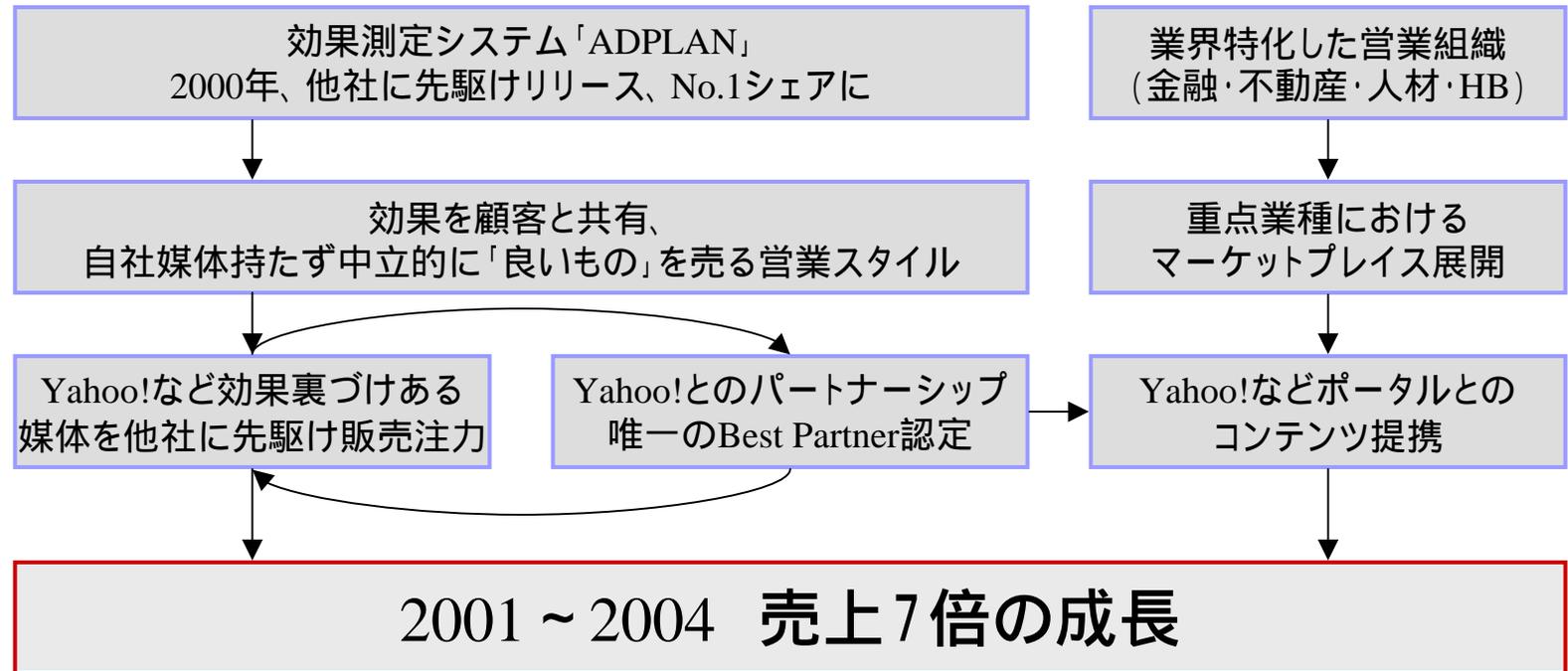


単位: 億円 米国1998 IAB「Ad Revenue Report」より(\$1=¥110換算)、米国2004 同レポートの上半期実績元に当社推定、全広告対比は全広告市場14兆円として計算
 日本1997~2004 電通「日本の広告費」より、日本2008 米国データ元に当社推定

日本のネット広告市場に対する当社認識

	市場規模	条件
短期 2-3年	3000億円	<p>総広告費に対する構成比 2003米国並みに</p> <ul style="list-style-type: none"> • 比較サイト、Eコマースサイトの利用が日常化 • 検索リスティング広告・クラシファイド広告を起爆剤に 中小企業やB2B企業など広告主の裾野が拡大 • ナショナルクライアントがネット広告に取り組み
中期 3-5年	5000億円	<p>一人あたりメディア価値 米国ネット広告並みに</p> <ul style="list-style-type: none"> • クロスメディアキャンペーンの増加 • ナショナルクライアントの本格取り組み • 総合eマーケティングの普及
長期 5年～	1兆円	<p>一人あたりメディア価値 テレビ並みに</p> <ul style="list-style-type: none"> • 地上波デジタルとの乗り入れなどのブレイクスルー • PC以外のデバイスの広がり

当社のこれまでの成長要因



顧客視点	<p>なぜオプトを選んでいただけたのか？</p> <ul style="list-style-type: none"> • 中立的、成果志向(定量化) • 業種特化営業組織による顧客のビジネスに対する深い理解 • 業種特化した独自チャネル(マーケットプレイス) • Yahoo!など主要媒体で強いバイイング力
------	--

市場環境変化と当社ポジショニング

2001～2004の成長要因

- 中立的、成果志向(定量化)
- 業種特化営業組織による顧客のビジネスに対する深い理解
- 業種特化した独自チャネル
- Yahoo!など主要媒体で強いバイイング力

2005以降の市場環境と当社ポジション

- ネット広告市場は成長を加速
- 競争は激化(既存代理店+新規参入)

顧客を勝者に導ける、インターネットマーケティングのプロが生き残る

総合eマーケティング力の強化

新事業・新収益モデルの構築

2005～ 真の「eマーケティングカンパニー」へ

eマーケティングサービスマップ

顧客のマーケティングROI(投資対効果)を最大化

eマーケティング バリューチェーン	商品企画 サービス企画	チャネル		コミュニケーション	
		自社サイト	自社サイト外	プロモーション	リテンション
オプトのサービス 調査 企画 実行 測定	リサーチ機能				
		サイト開発 管理ツール提供 検索エンジン施策	マーケットプレイス Eコマースツール モバイル展開	ネット広告代理 クリエイティブ クロスメディア展開	CRM機能 コミュニティ機能
	効果測定機能「ADPLAN」				

2004年までの外部提携施策

- 各MPのポータルコンテンツ提携
- インデックスデジタル(CRM)提携
- スタイライフ(EC)出資
- ペイブメント(モバイル媒体)出資
- メディアライツ(制作)出資

2005以降の新サービス・新事業取り組み

- eマーケティング一気通貫のための機能を補強
- 海外プロダクト、海外展開の模索
- 新収益モデルの立ち上げ



2005年度業績計画

売上高	15,080
広告代理	13,180
マーケットプレイス	880
ASP	340
ソリューション	680
営業利益	763
経常利益	753
当期純利益	414

今期施策

- 積極採用を継続(期末正社員200名体制に)
- Y!以外の媒体でもNo.1に
- マーケットプレイス100サイトへ
- マーケットプレイス、ポータルとの提携戦略を推進
- 新サービス・新事業の推進(資本提携など外部リソースも活用)

* 資金調達の考え方

資金調達が必要になった場合、ROE20%以上、デットエクイティ比率100%以下、株主資本比率40%以上を基準として調達手段を検討

參考資料

2004年度損益計算書概要

	2003	2004	前年同期比
売上高	4,339	9,473	+118.3%
粗利益	1,031	2,073	+101.1%
販管費	734	1,551	+111.3%
営業利益	297	521	+75.7%
営業外収益	0.1	0.6	+372.7%
営業外費用	21	26	+23.8%
經常利益	275	496	+80.4%
特別利益	0	0	---
特別損失	0	18	---
税引前当期利益	275	477	+73.5%
当期純利益	156	266	+70.5%

2004年度貸借対照表概要

	2003	2004	前年同期比
流動資産	1,627	3,760	+131.1%
現預金	555	1,620	+191.6%
その他流動資産	1,071	2,140	+99.8%
固定資産	13	32	+148.2%
総資産	1,731	4,101	+136.9%
流動負債	1,178	2,570	+118.1%
固定負債	0	0	---
株主資本	552	1,531	+177.1%

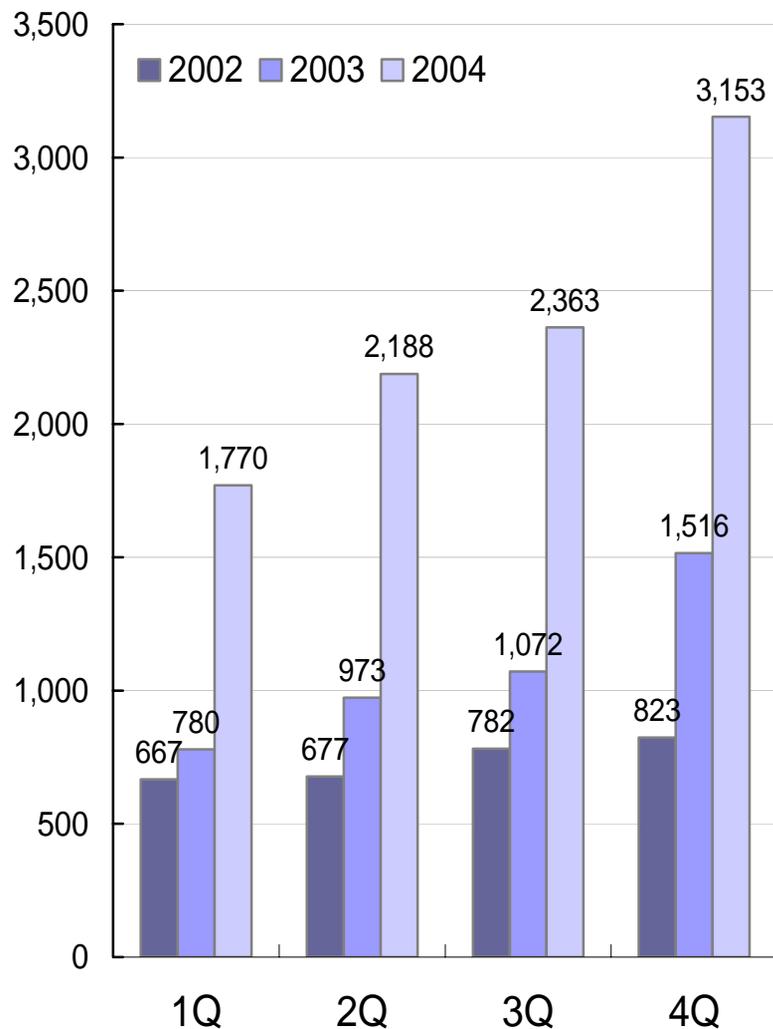
2004年度キャッシュフロー計算書概要

	2003	2004
営業キャッシュフロー	33	610
投資キャッシュフロー	1	254
財務キャッシュフロー	26	706
現金同等物の増減	61	1,062
現金同等物の期末残高	546	1,608

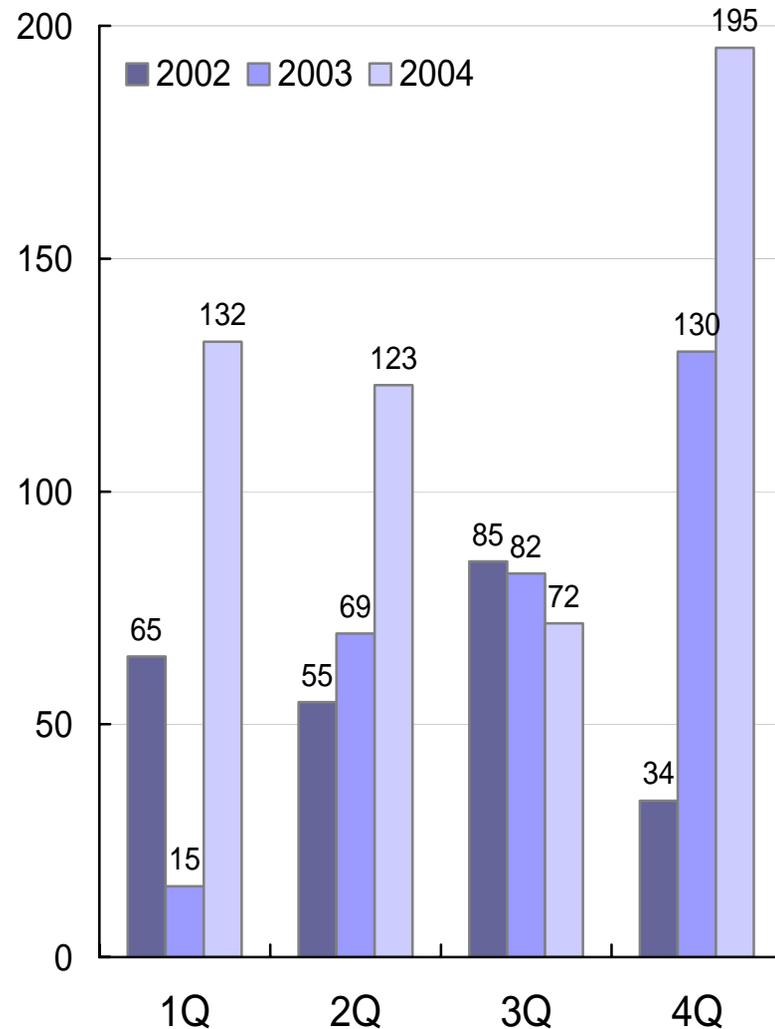
四半期前年同期比較

売上高 + 108.0%、営業利益 + 50.0%

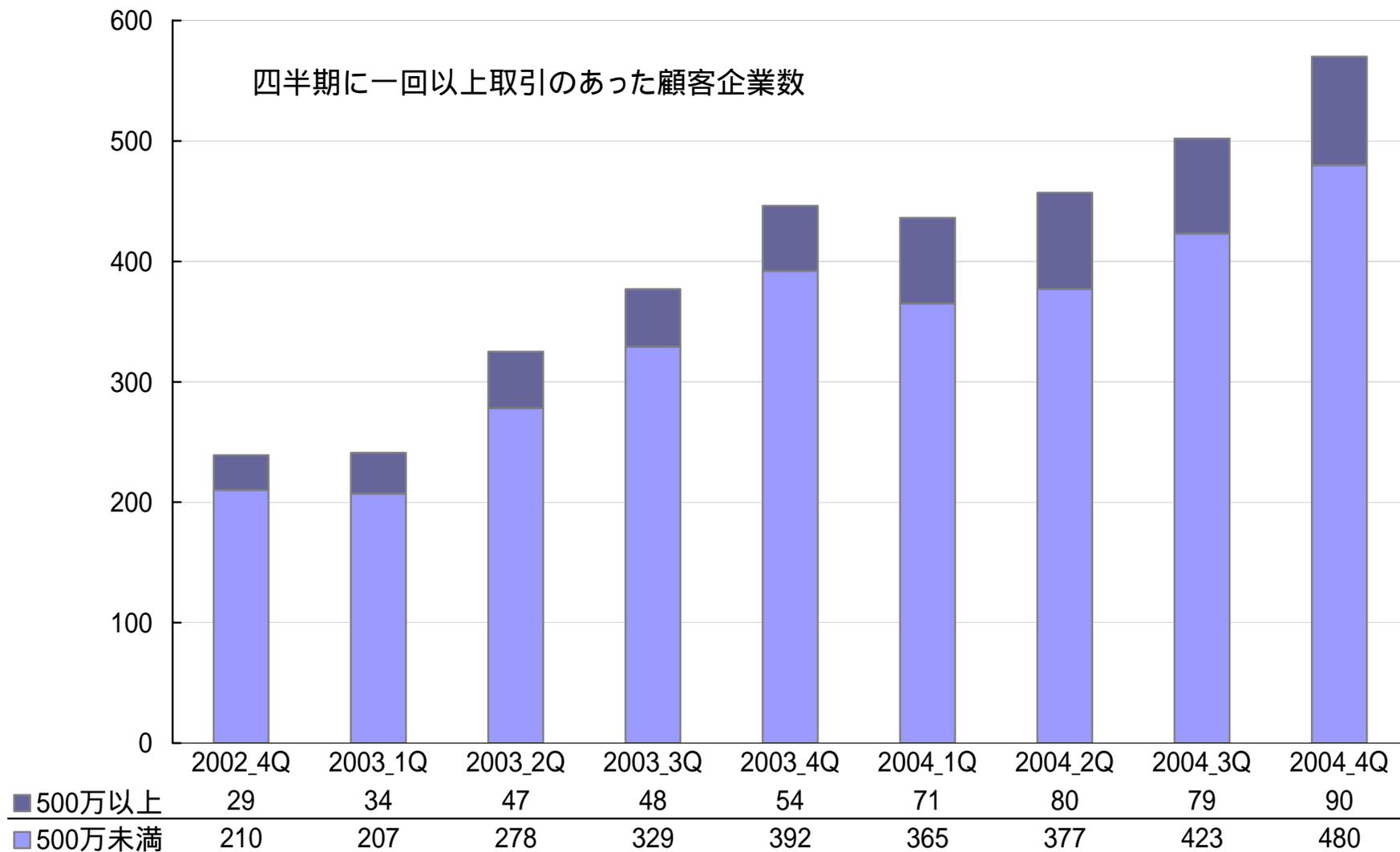
売上高



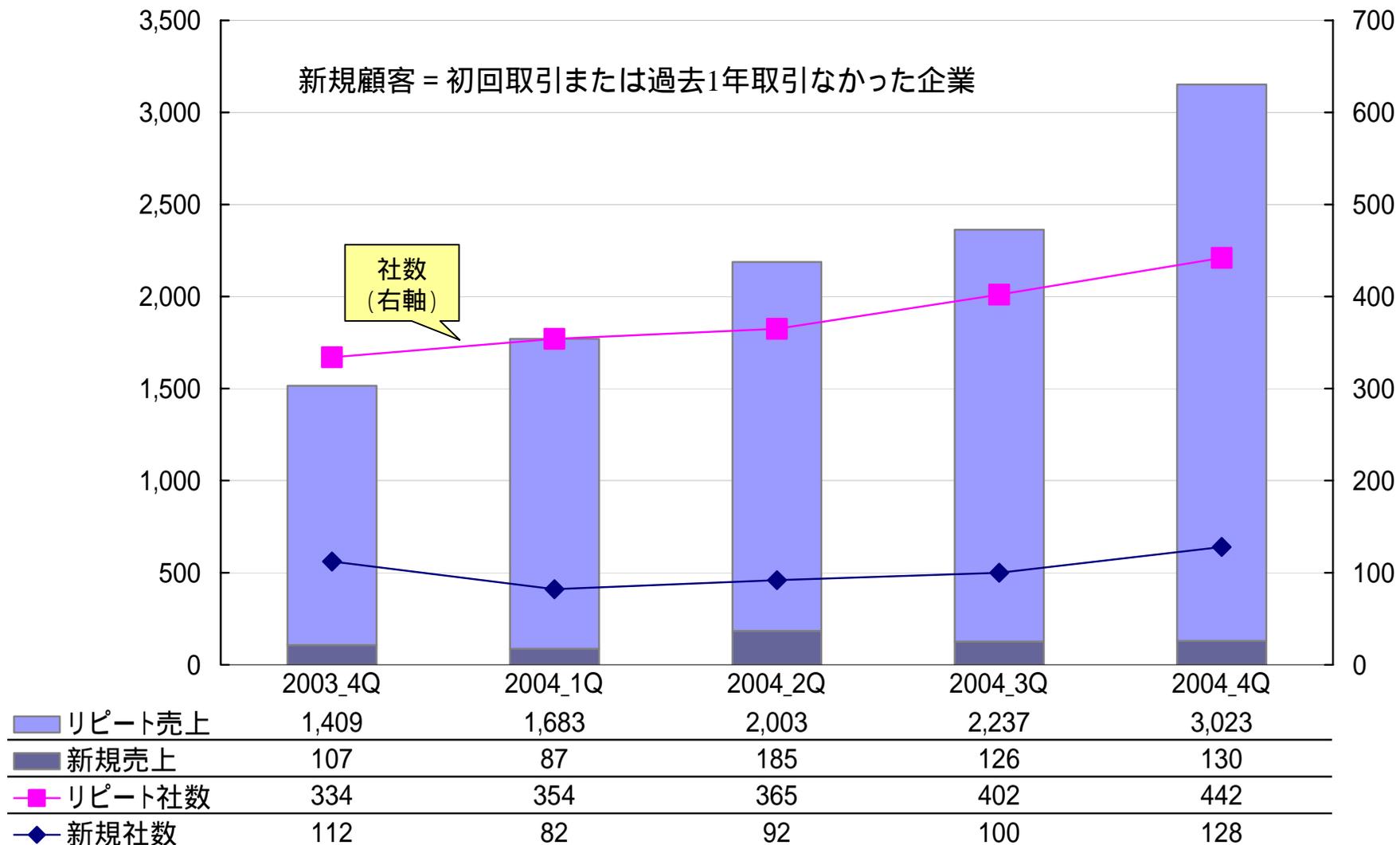
営業利益



四半期取引顧客数の推移

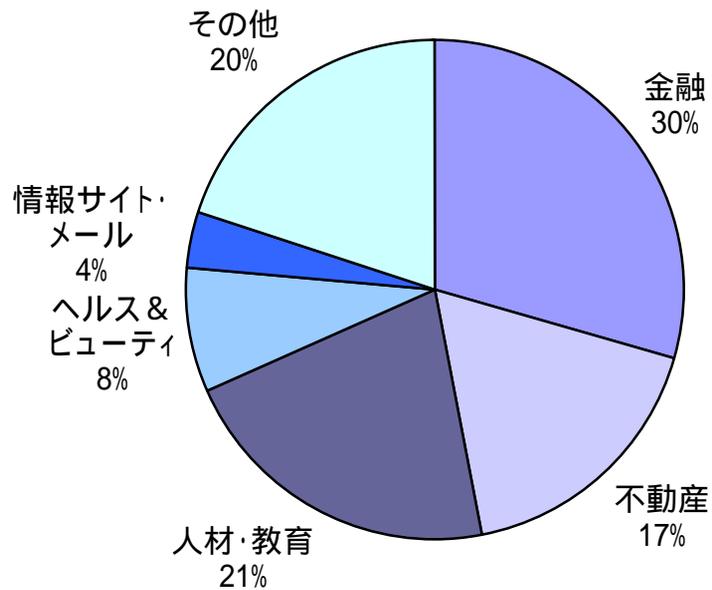


四半期新規・リピート顧客数と売上推移

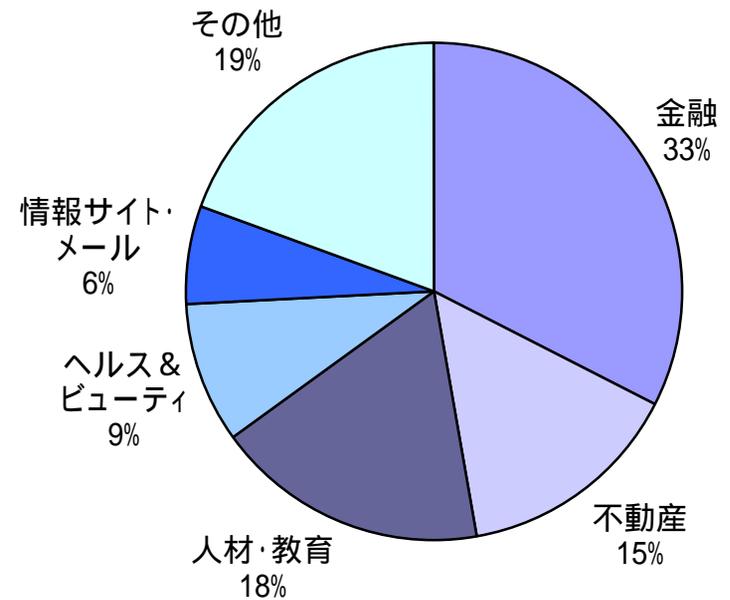


業種別売上構成

2004第三四半期



2004第四四半期



マーケットプレイス運営状況

各MPサイトとポータル提携状況(定期運営中のサイトのみ記載)

サイト名	カテゴリ	提携状況
ローンギンザ www.loanginza.com	金融:ローン	Yahoo!, 価格.com
カードギンザ www.cardginza.com	金融:クレジットカード	Yahoo!, Infoseek
トレードギンザ www.tradeginza.com	金融:オンライン証券	Yahoo!, Infoseek, Nifty
投資物件.com www.toushibukken.com	金融:投資マンション	Infoseek
保険ギンザ www.hokenginza.com	金融:自動車保険	---
スマートキャリア www.smartcareer.net	人材教育:資格取得スクール・ 通信講座	---
カーゴング www.cargong.com	その他:中古車査定	---
ビズゲート www.biz-gate.net	その他:独立開業支援	---