

2004/12期 第3四半期説明会



2004/11/15

株式会社オプト

JQ2389

目次

- 決算サマリー
- 第3四半期事業報告
- 参考資料

第3四半期 決算サマリー

損益計算書概要 (2004/7-9月)

| | <u>2004/7-9月</u> | <u>構成比</u> |
|-------|------------------|------------|
| 売上 | 2,362 | 100.0% |
| 売上総利益 | 483 | 20.4% |
| 販管費計 | 412 | 17.4% |
| 営業損益 | 71 | 3.0% |
| 経常損益 | 70 | 3.0% |
| 純利益 | 38 | 1.6% |

(百万円)

本社事務所移転費用18百万円を特別損失計上

損益計算書概要 (2004/1-9月)

| | <u>2004/1-9月</u> | <u>構成比</u> | <u>前期通期</u> |
|-------|------------------|------------|-------------|
| 売上 | 6,320 | 100.0% | 4,340 |
| 売上総利益 | 1,356 | 21.5% | 1,032 |
| 販管費計 | 1,029 | 16.3% | 735 |
| 営業損益 | 326 | 5.2% | 297 |
| 経常損益 | 300 | 4.7% | 276 |
| 純利益 | 167 | 2.6% | 157 |

(百万円)

貸借対照表・キャッシュフロー計算書概要

| B/S | 2004/9/30 |
|------|-----------|
| 流動資産 | 3,026 |
| 現預金 | 1,366 |
| 固定資産 | 321 |
| 資産計 | 3,347 |
| 流動負債 | 1,914 |
| 固定負債 | 0 |
| 資本 | 1,432 |

(百万円)

| C/S | 2004/1-9月 |
|--------|-----------|
| 営業CF | 329 |
| 投資CF | 227 |
| 財務CF | 706 |
| 現金等物増減 | 808 |
| 現金等物残高 | 1,354 |

投資キャッシュフローのマイナス
 スタイライフ社株式取得、事務所移
 転に伴う敷金増加等

第3四半期 事業報告

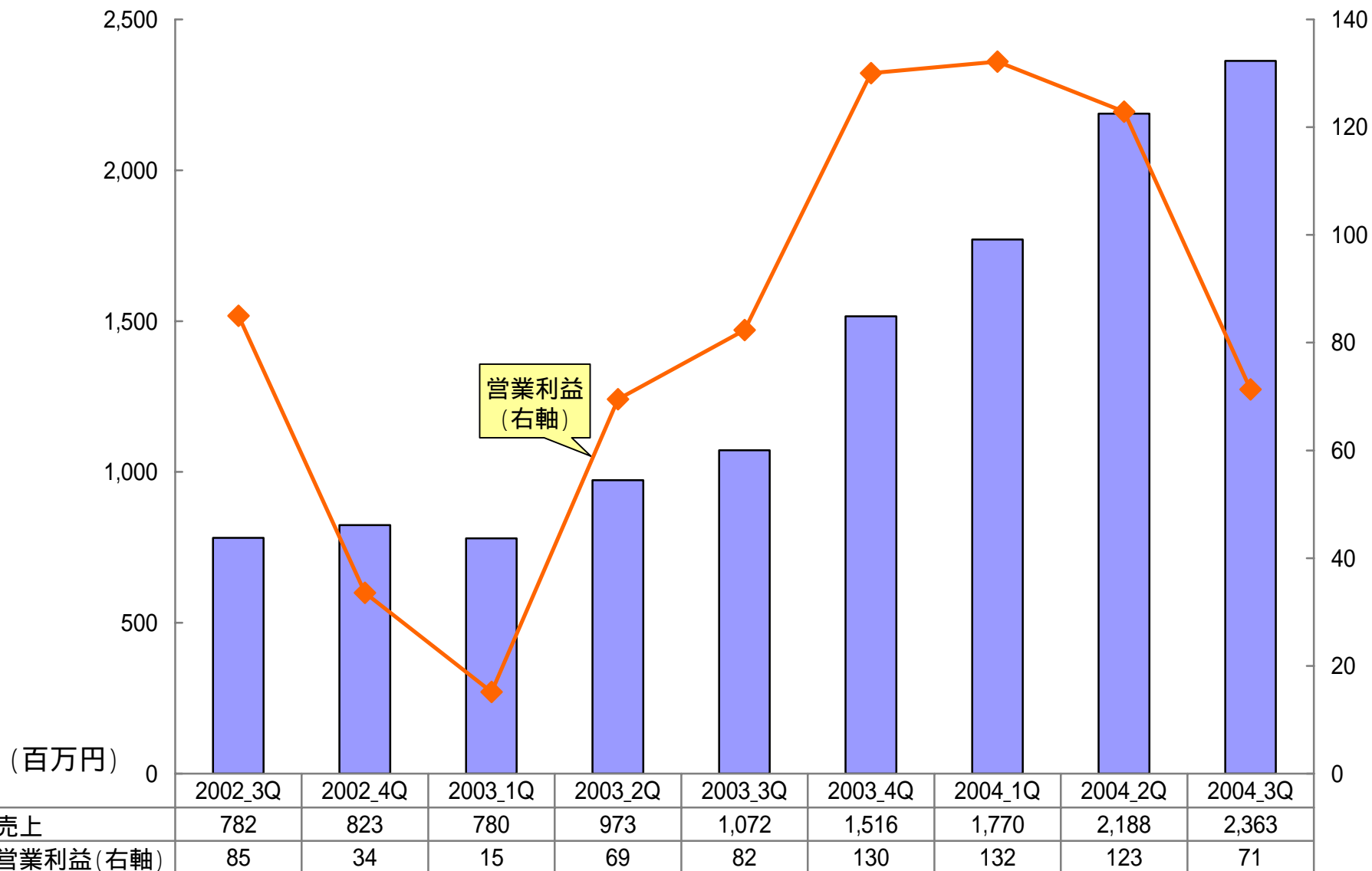
2003年度以前は四半期決算を行っていないため、四半期推移等は参考値としてご覧下さい。

ハイライト

- 売上前年同期比220%、前四半期比108%、過去最高記録を更新
- 市場の拡大に合わせて人員採用拡大、費用増が先行
- ネット広告の受注拡大が継続

四半期業績推移

売上最高記録を更新、主に積極採用により営業減益

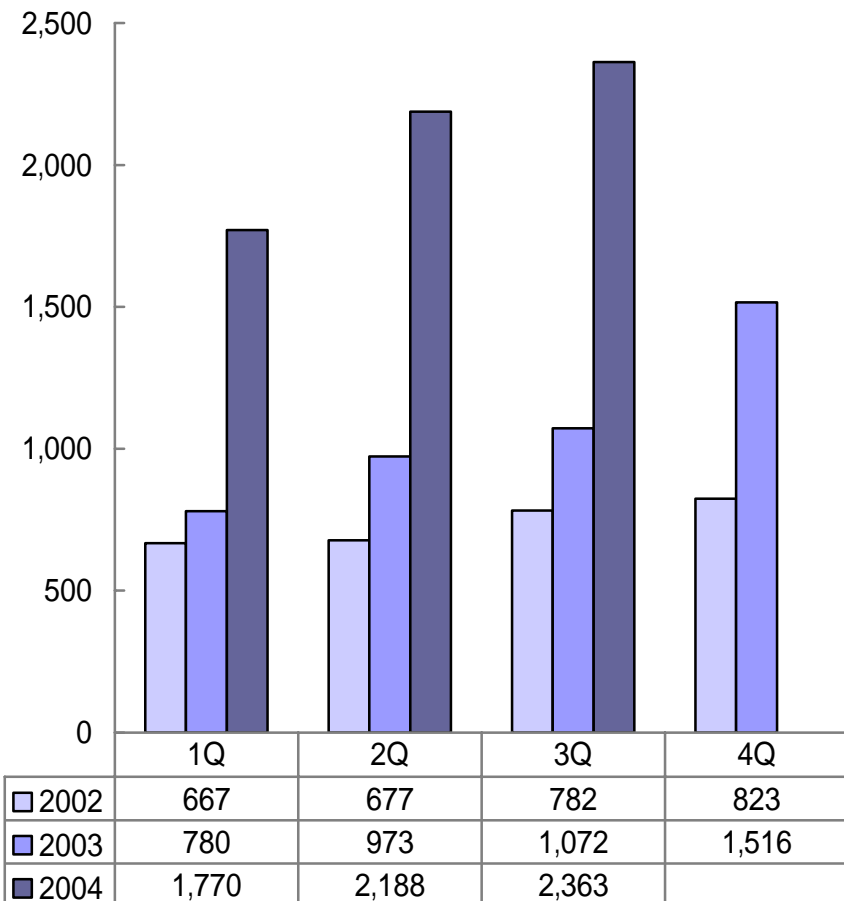


前年同期比較

積極採用により減益も、売上倍増ペースを維持

売上高

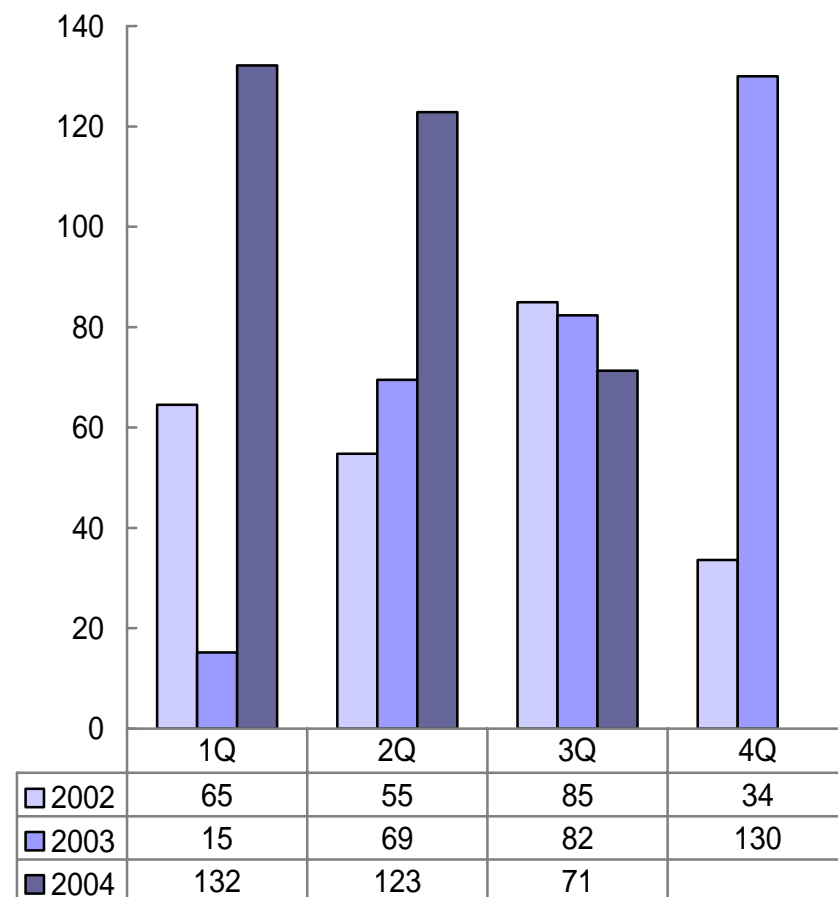
前年同期比120%増加



(百万円)

営業利益

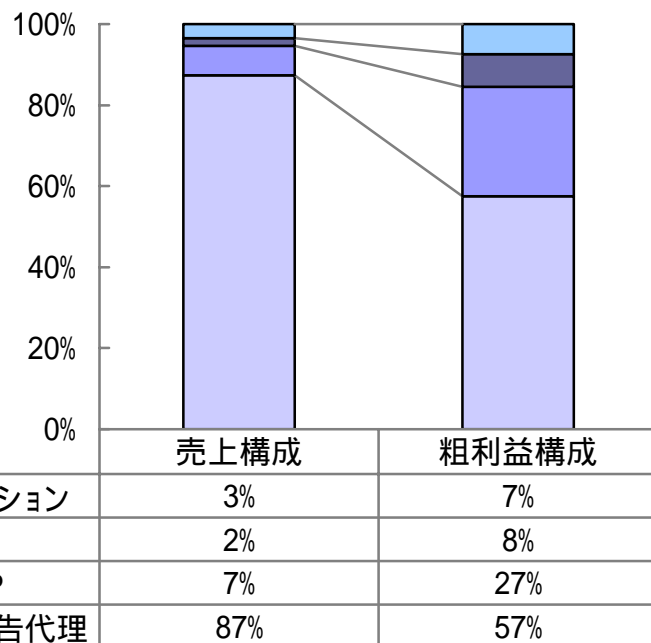
前年同期比13%減少



事業分野別売上・粗利益構成

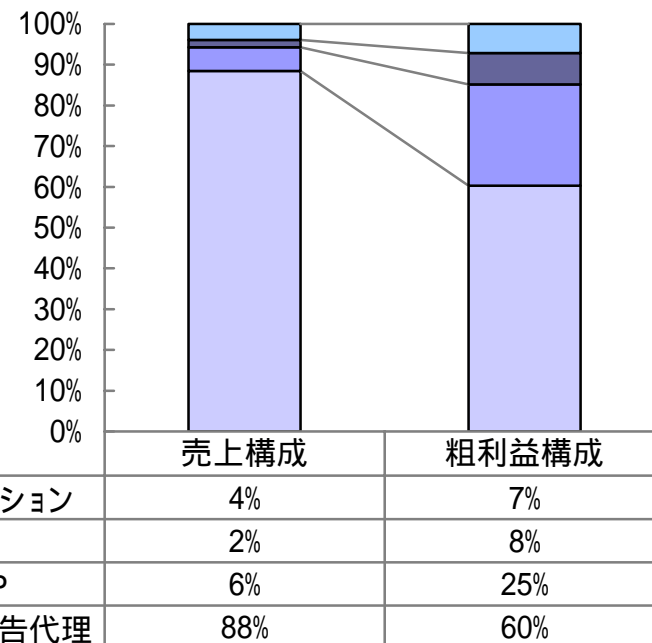
広告代理の比率増が進展

2004第2四半期



| 事業分野 | 粗利益率 |
|-----------|-------|
| アド事業 | 19.1% |
| 広告代理 | 14.0% |
| MP | 80.5% |
| ASP事業 | 88.5% |
| ソリューション事業 | 45.2% |
| 全社 | 21.3% |

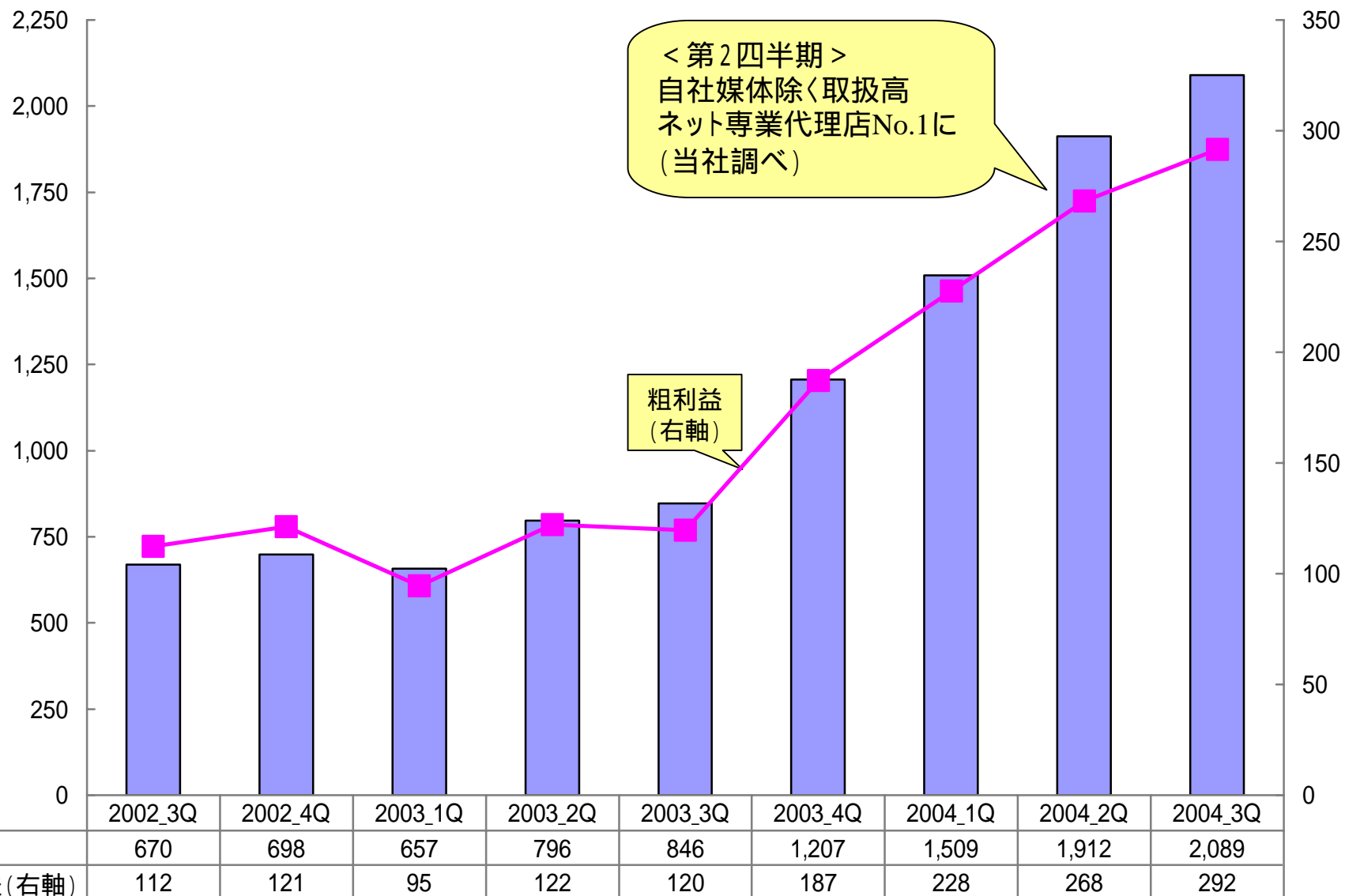
2004第3四半期



| 事業分野 | 粗利益率 |
|-----------|-------|
| アド事業 | 18.5% |
| 広告代理 | 14.0% |
| MP | 87.3% |
| ASP事業 | 86.4% |
| ソリューション事業 | 37.3% |
| 全社 | 20.5% |

四半期収益推移 > アド > 広告代理

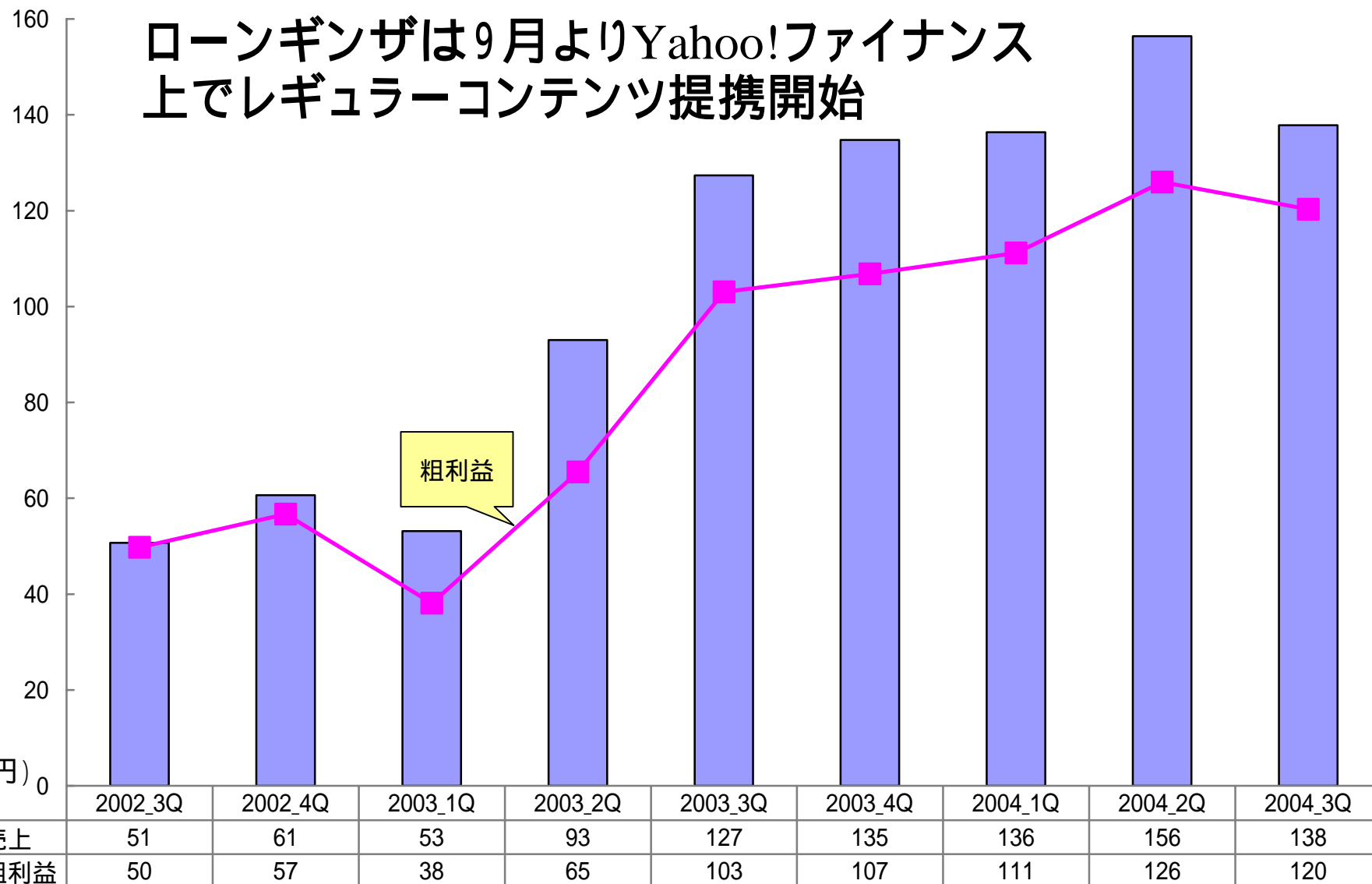
Yahoo!と検索リスティング広告が牽引、モバイルも存在感高まる



(百万円)

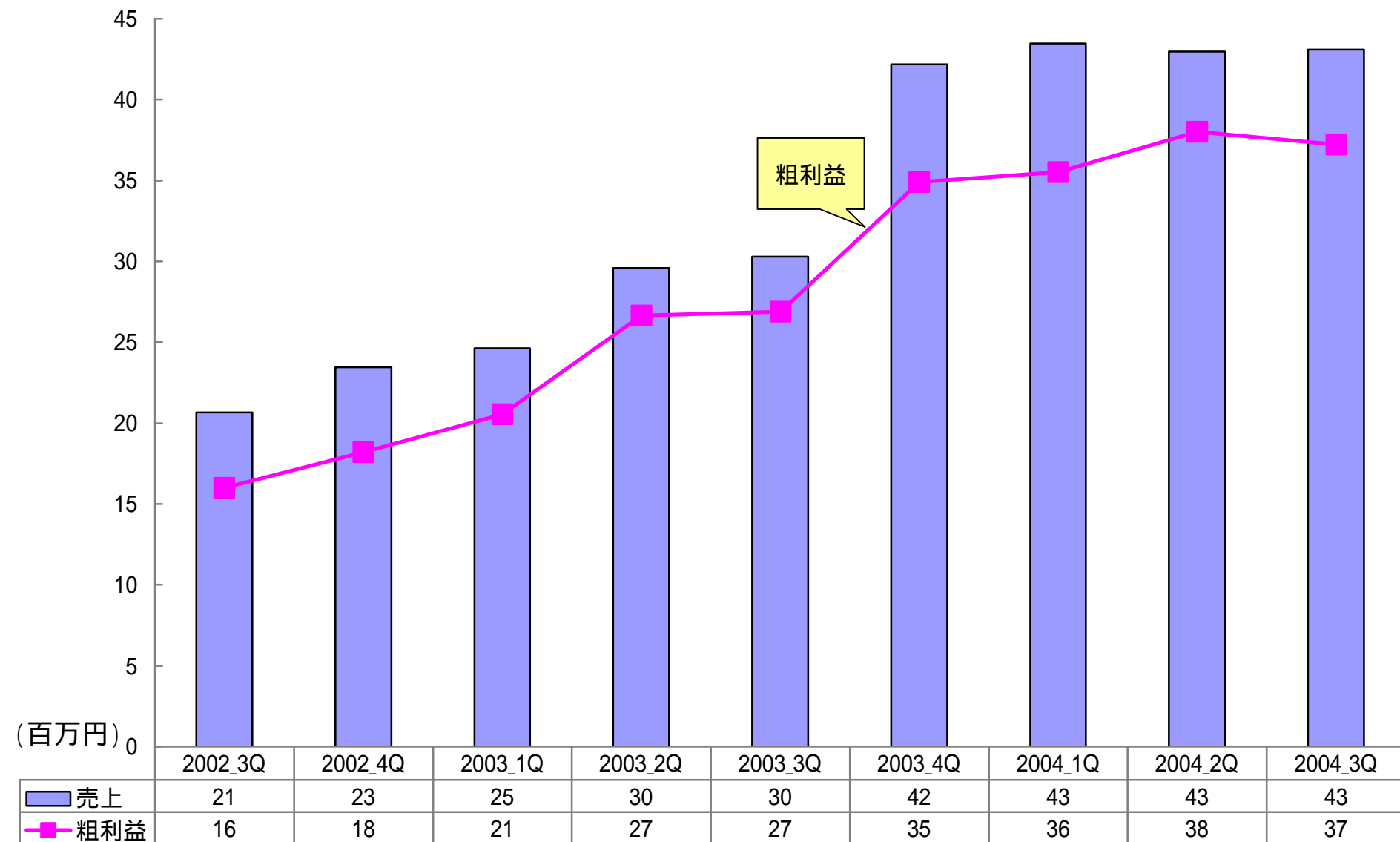
四半期収益推移 > アド > MP

主にローンギンザのYahoo!特集終了、イースマイ鈍化により減収に



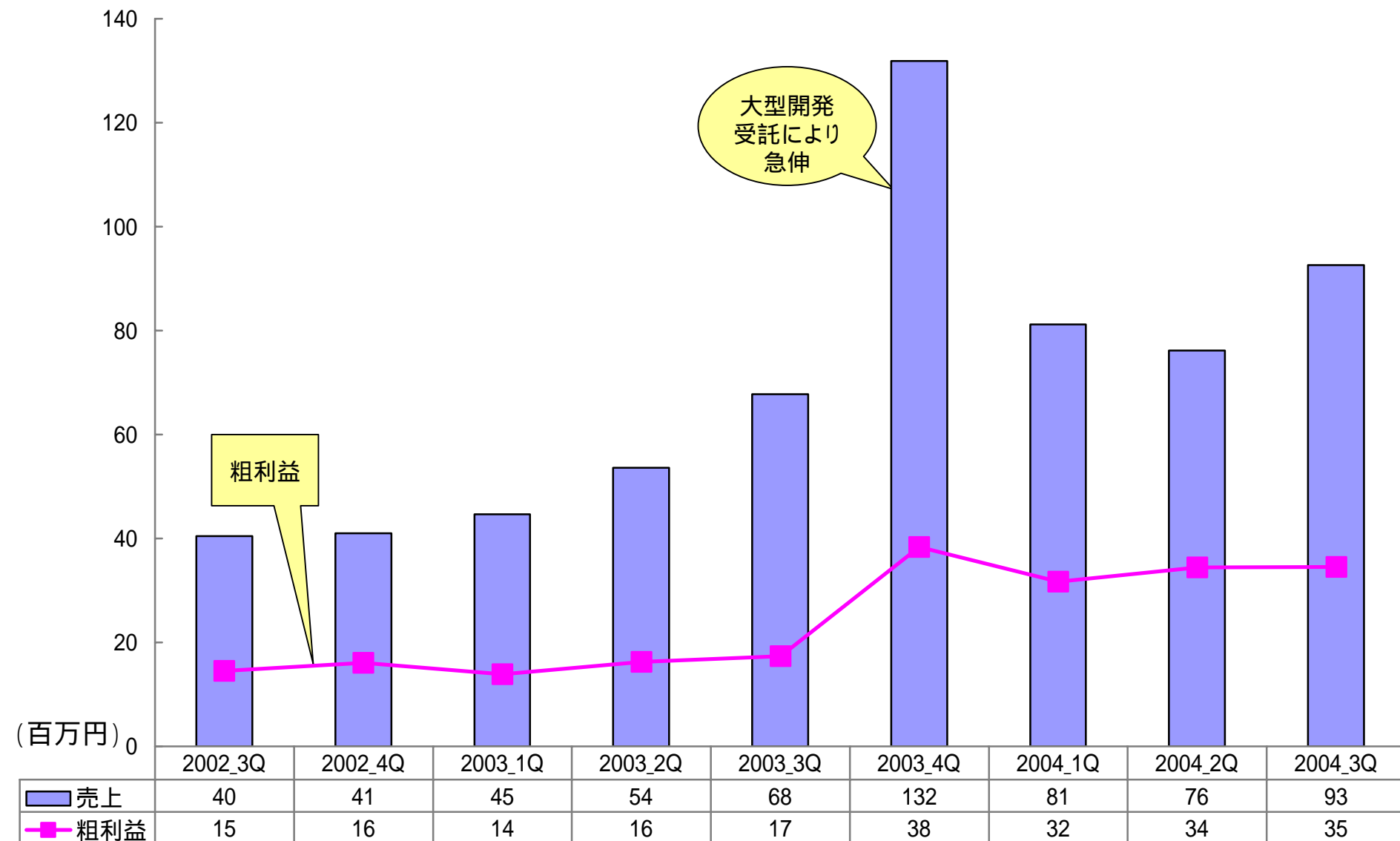
四半期収益推移 > ASP

バージョンアップに伴う営業抑制により横這い続く 次Qより攻めへ



四半期収益推移 > ソリューション

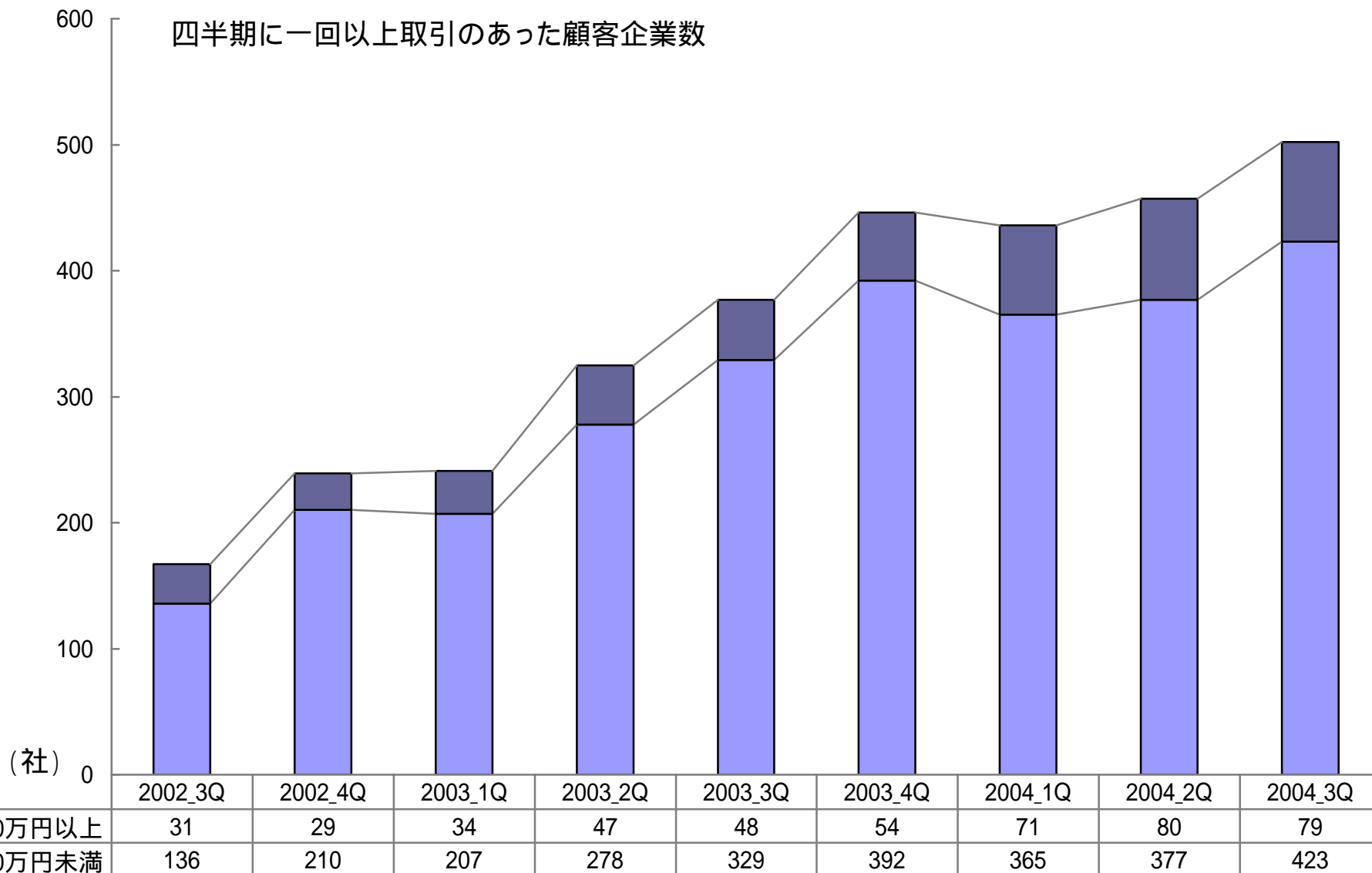
広告代理増加に伴い制作の受注が好調



取引顧客数推移

取引社数500社を突破、人員積極採用の成果が出始める

四半期に一回以上取引のあった顧客企業数

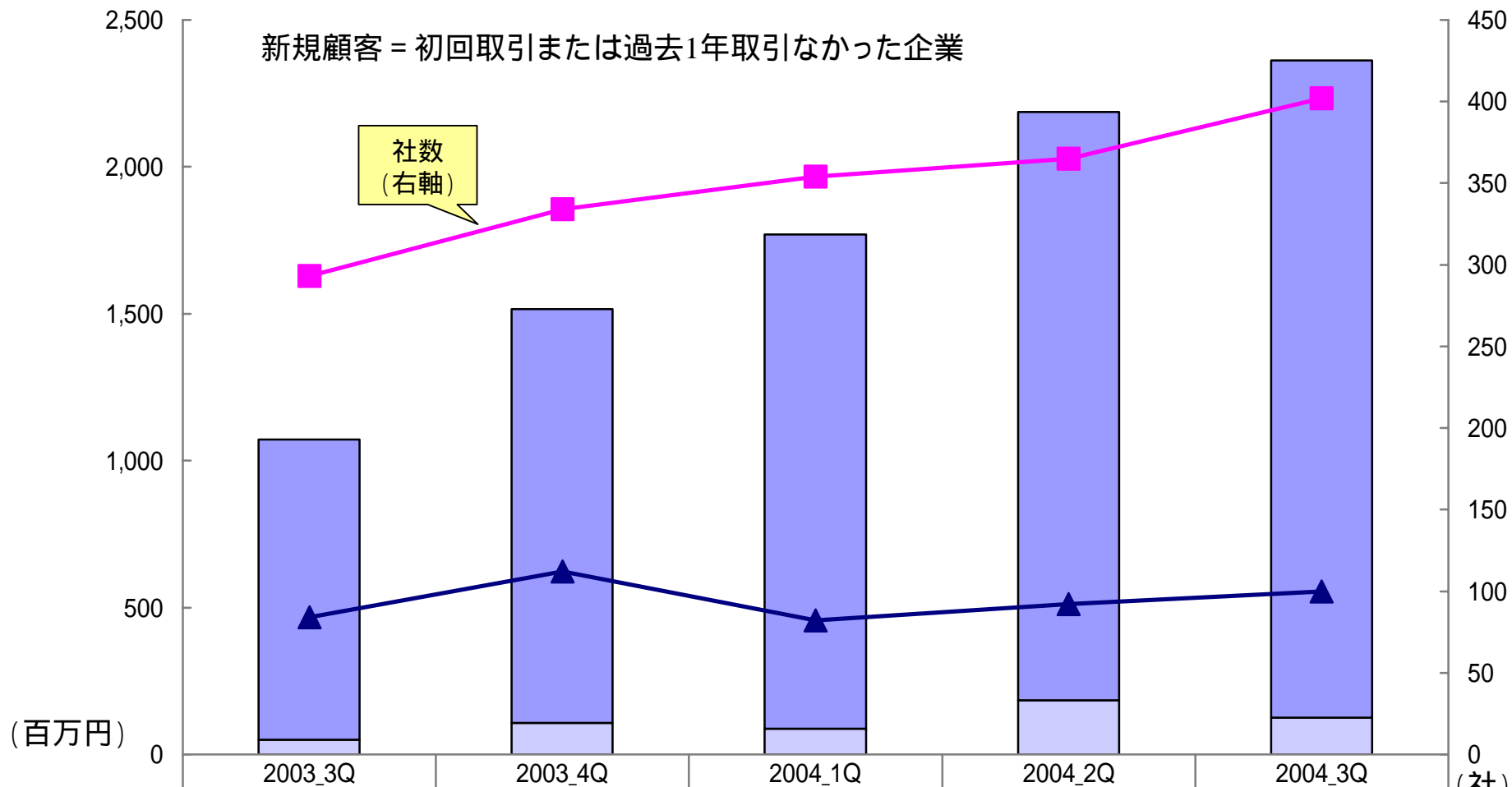


新規・リピート顧客数と売上推移

新規開拓社数が再び100社を超える リピートは引き続き好調

新規顧客 = 初回取引または過去1年取引なかった企業

社数
(右軸)



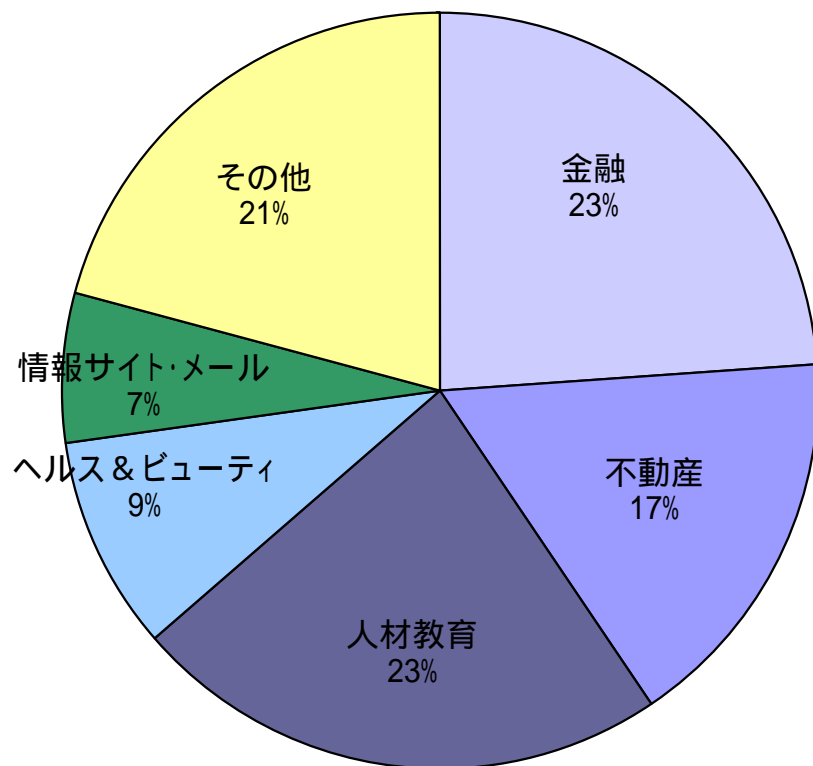
| | | | | | |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| リピート売上 | 1,022 | 1,409 | 1,683 | 2,003 | 2,237 |
| 新規売上 | 50 | 107 | 87 | 185 | 126 |
| リピート社数 | 293 | 334 | 354 | 365 | 402 |
| 新規社数 | 84 | 112 | 82 | 92 | 100 |

(社)

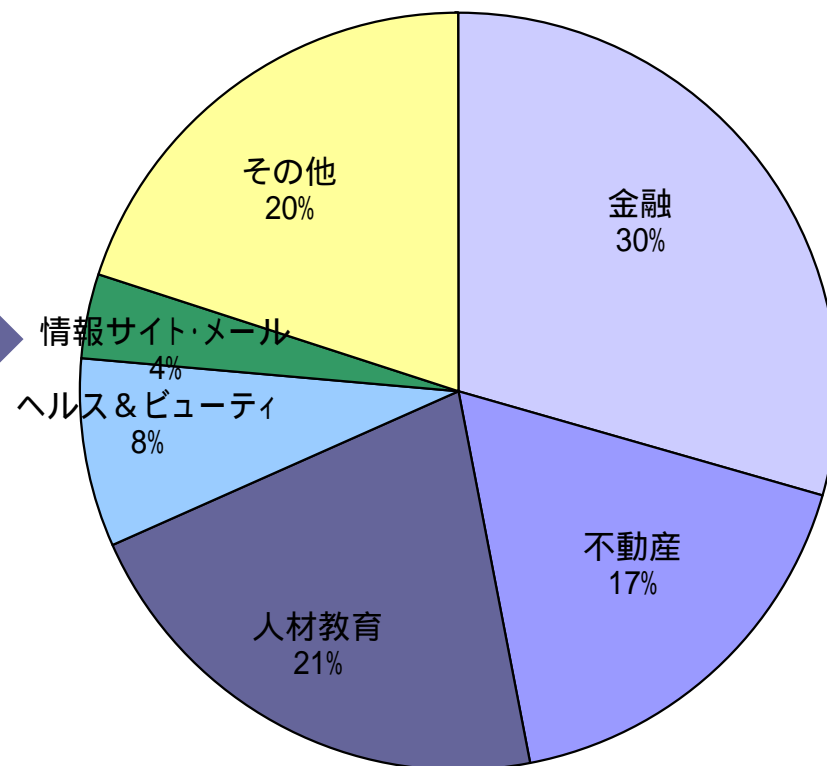
業種別売上構成

戦略4業種とも好調 特に金融におけるシェア奪取が目立つ

2004第二四半期

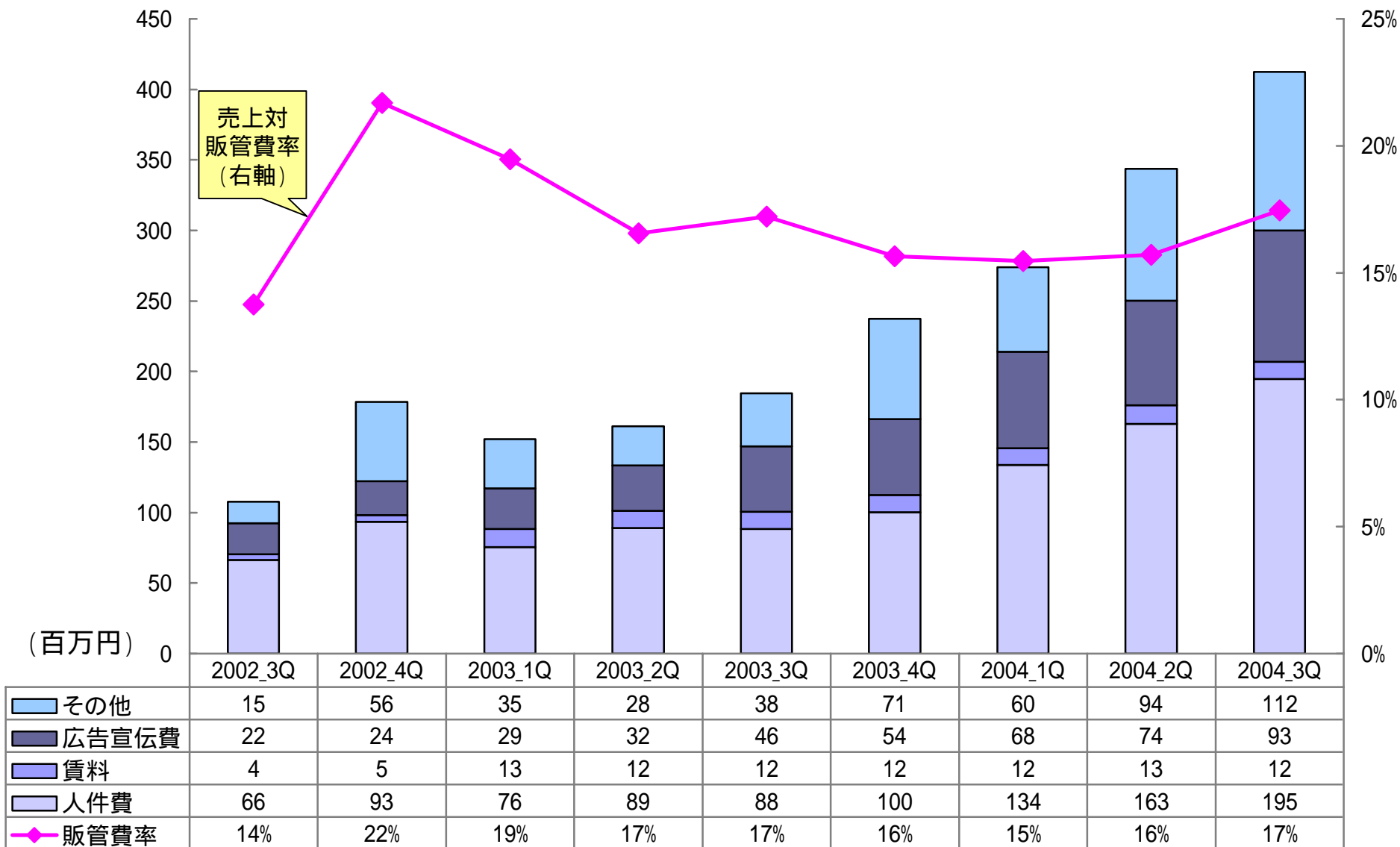


2004第三四半期



四半期販管費推移

売上対比率は若干上がる 来期以降見据えて積極増員は続行



直近トピックスと取り組み

- 15期連続Yahoo!JAPAN優秀代理店表彰
- ローンギンザ、Yahoo!ファイナンス上でローンコーナーの情報提供元として売上シェアモデルで9月よりスタート
- 新MPサイトとして自動車保険、オンライン証券サービス、中古車査定がスタート
- IMJ(ヘラクレス4305)新設子会社(株)ペイブメントに出資、モバイル広告への取り組みを強化
- ADPLANインターフェイス全面リニューアル
- 採用順調、10月100名を突破 今期末120名体制に

業績予想修正

| | <u>今回予想</u> | <u>前回予想</u> | <u>差異額</u> |
|------------|-------------|-------------|------------|
| 売上 | 8,900 | 7,259 | +1,641 |
| 営業損益 | 440 | 399 | +41 |
| 經常損益 | 414 | 359 | +54 |
| <u>純利益</u> | <u>218</u> | <u>201</u> | <u>+17</u> |

参考資料 1

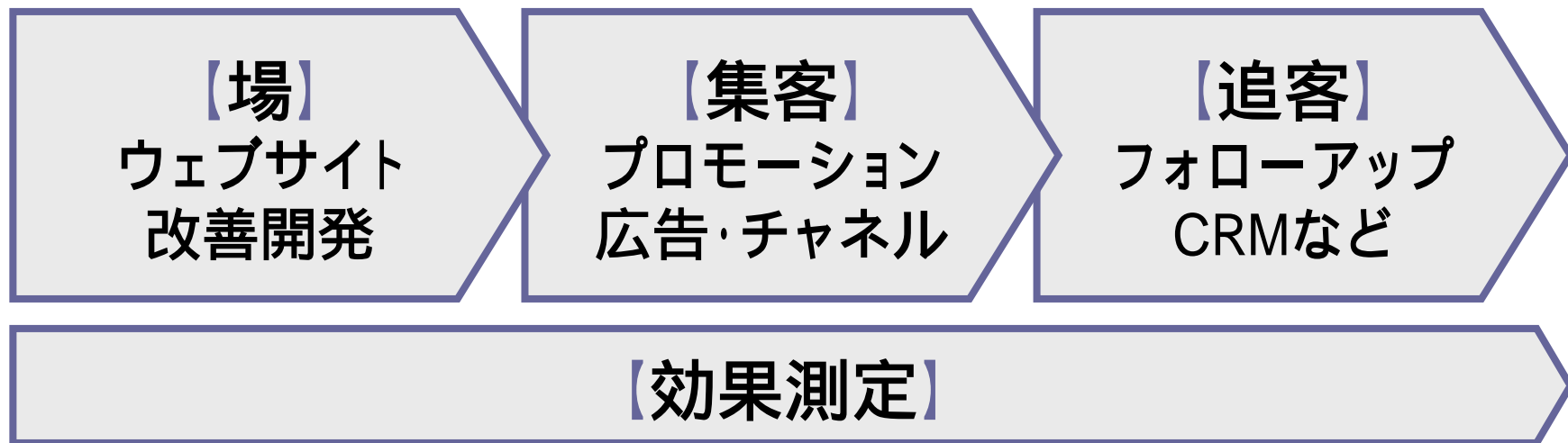
会社基本情報

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 |
| 資本金 | 455百万円 (2004/10月現在) |
| 従業員数 | 104名 (同上) |
| 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』を提供



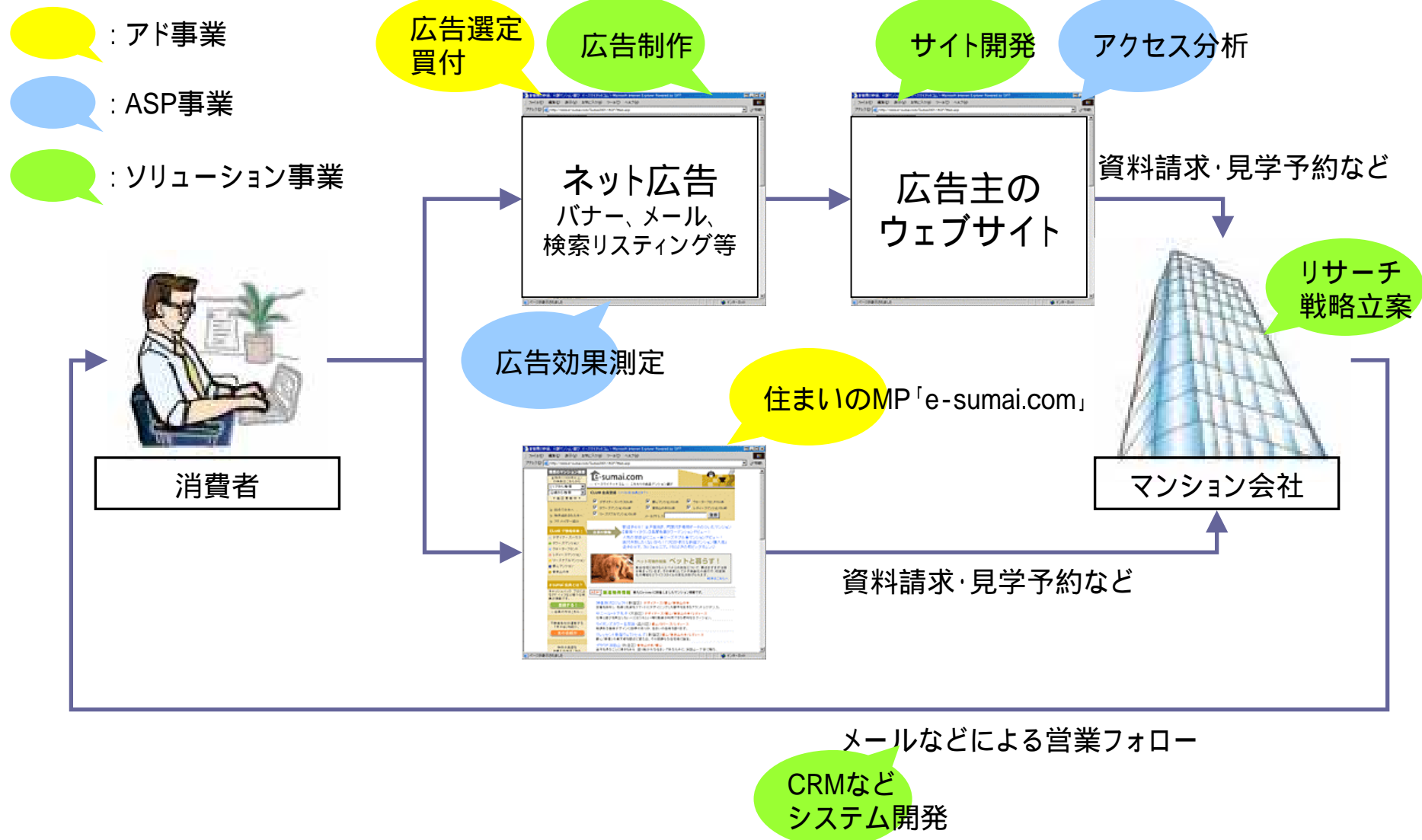
クライアント企業の
マーケティングROI(投資対効果)を最大化

事業分野と収益モデル



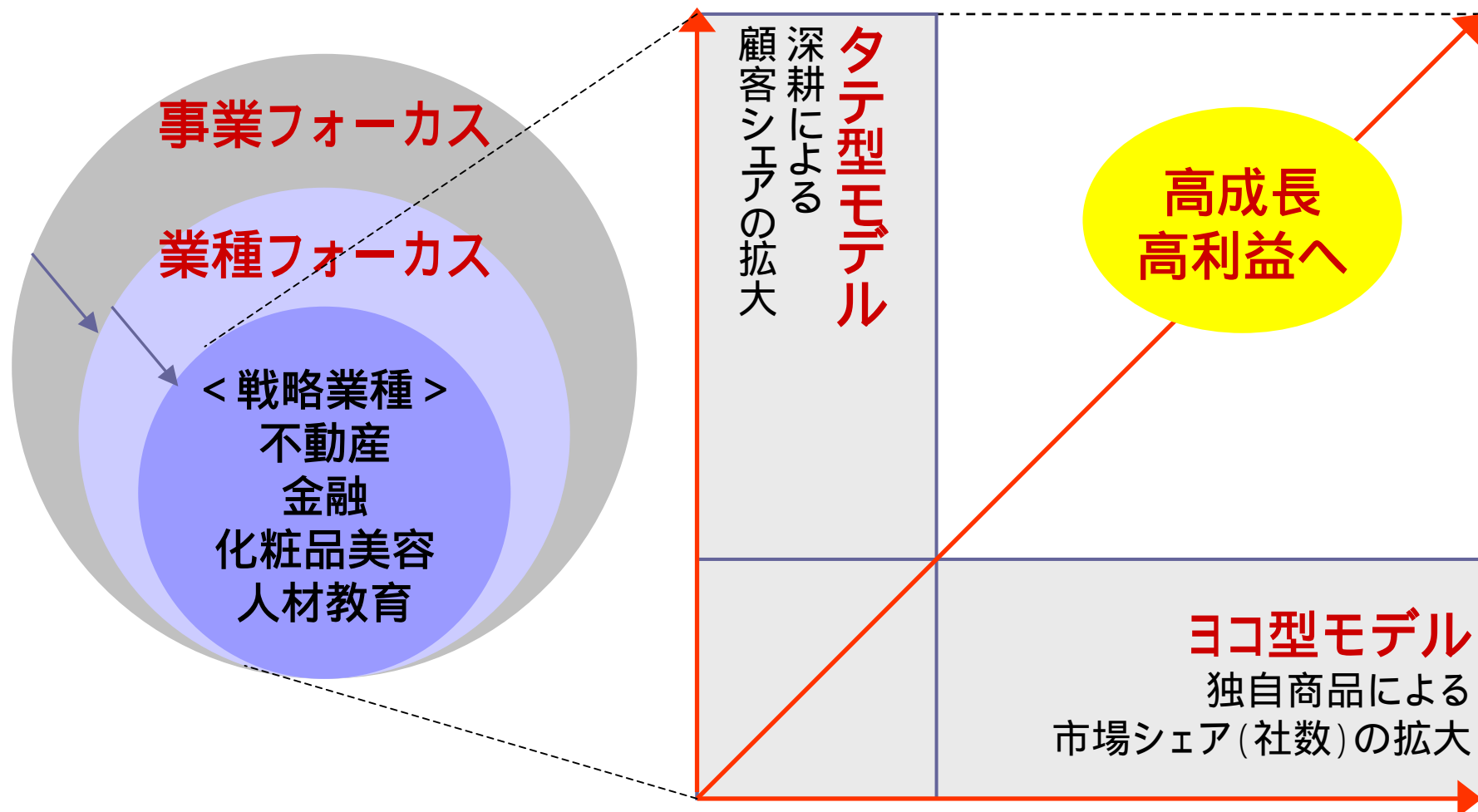
サービス提供事例

企業がネット上で顧客を獲得するフローを一貫してサポート



基本戦略 = 3フォーカス2モデル

事業フォーカス > 業種フォーカス > 商品フォーカス
戦略業種内でタテ型モデルとヨコ型モデル追求
戦略商品 = ADPLAN、MP、Yahoo!



オプトが展開するクラシファイド広告群 = マーケットプレイス

- イースマイ(住まい)
www.e-sumai.com
(株)まぐクリックとの合弁会社「(株)イースマイ」が運営
- スマートキャリア(学び)
www.smartcareer.net
- ローンギンザ(ローン)
www.loanginza.com
biz.yahoo.co.jp/loan (Yahoo!ファイナンス内)
- カードギンザ(クレジットカード)
www.cardginza.com
biz.yahoo.co.jp/card (Yahoo!ファイナンス内)
- トレードギンザ(オンライン証券サービス)
www.tradeginza.com
biz.yahoo.co.jp/sec (Yahoo!ファイナンス内)
- 保険ギンザ(自動車保険)
www.hokenginza.com
- カーゴング(中古車一括査定)
http://www.cargong.com/

ローンギンザ

The screenshot shows the LOANGINZA.com website with a navigation bar and several loan product tiles. The main content area features a grid of loan options:

- カードローン**: カードで簡単に借入れ。返済が楽なカードローン。3,000円分おれなくプレゼント!
- 住宅ローン**: 新築・中古住宅購入。または住宅ローンの借り換えも可能。
- オートローン**: 新築・中古車や自動車関連商品の購入も可能のローン。
- おまとめローン**: 複数のローンを一括返済もできるローンの特長。
- 目的別ローン**: 教育費・旅行費など。目的別ローンも考えられます。
- 事業者ローン**: 事業資金の調達も考える。経営者個人事業主の利点。

At the bottom, there are sections for "更新情報" (Update Information) and "キャンペーン情報" (Campaign Information), including details about interest rate reductions and a 3,000 yen gift promotion.

保険ギンザ

The screenshot shows the Quisy website, which is a platform for insurance services. The main heading is "ミニバン・小型車専門 自動車保険一括見積り" (Mini Van / Small Car Special Auto Insurance Quote). The page includes a list of services and a detailed flow for getting a quote:

1. 見積り、見積り結果、見積り結果の通知
2. 見積りフォームから見積り結果の通知
3. 見積り結果の通知

Below this, there are sections for "基礎から学ぶ 自動車保険の選び方・見直し" (Learn from the Basics: How to Choose and Re-evaluate Auto Insurance) and "自動車保険入門講座" (Auto Insurance Beginner's Course). The right sidebar features a "見積り結果の通知" (Quote Result Notification) section with a "見積り結果の通知" button.

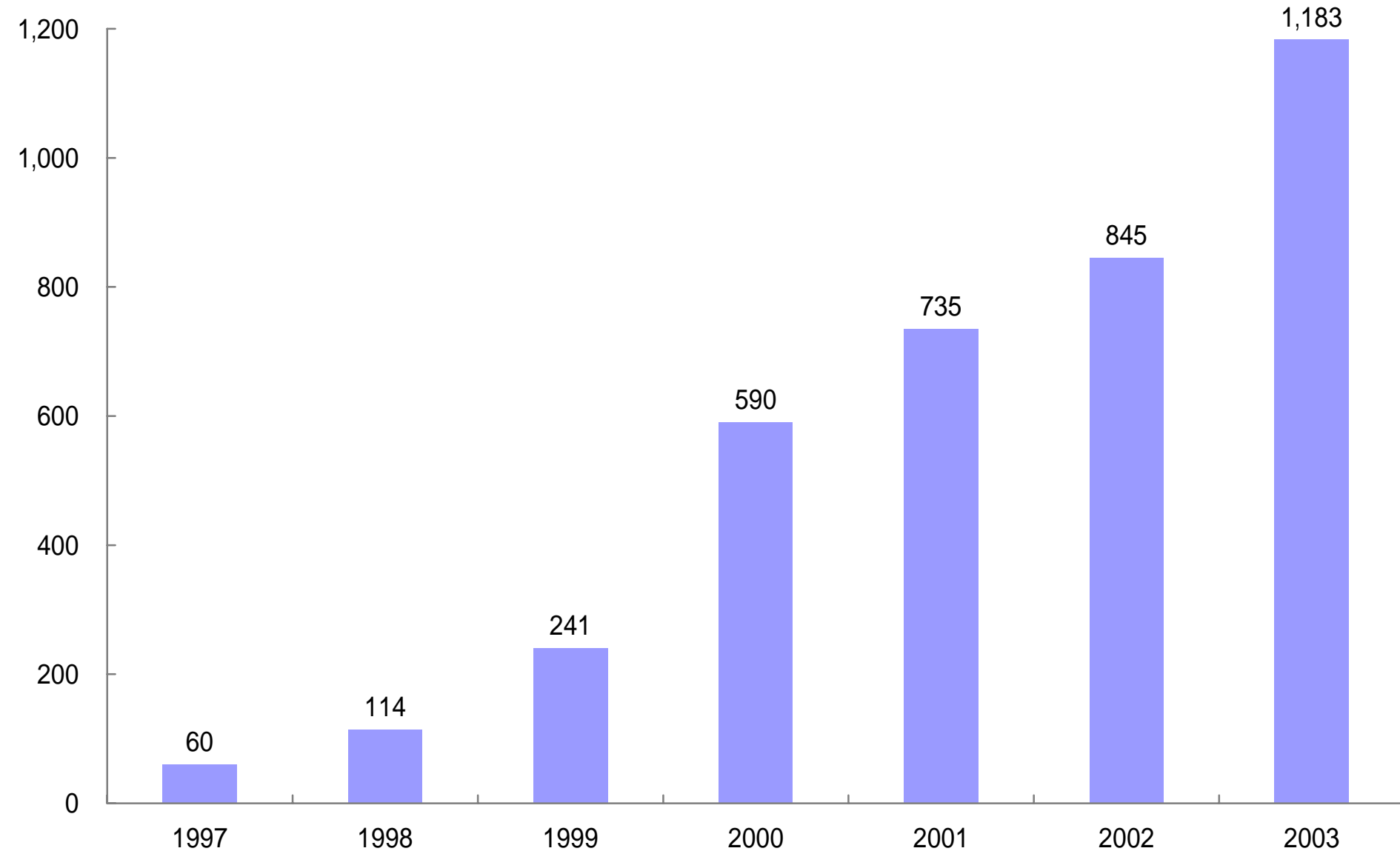
参考資料2

ネット広告の市場性

日本のネット広告市場規模推移

単位: 億円 電通「日本の広告費」より

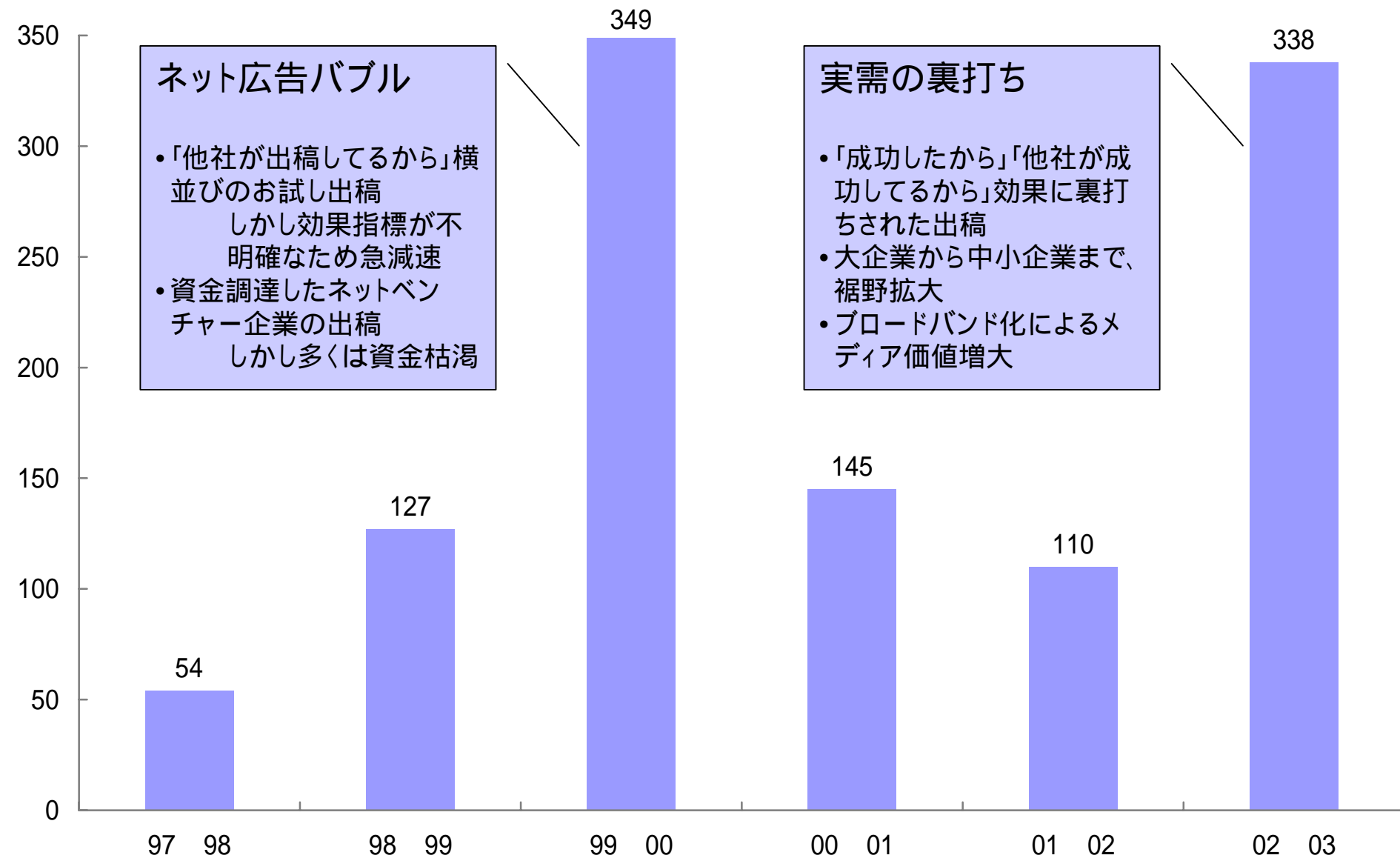
2004年は1,500億円突破の見込み(日本経済新聞社調べ)



日本のネット広告市場 対前年伸び額

単位: 億円 電通「日本の広告費」より

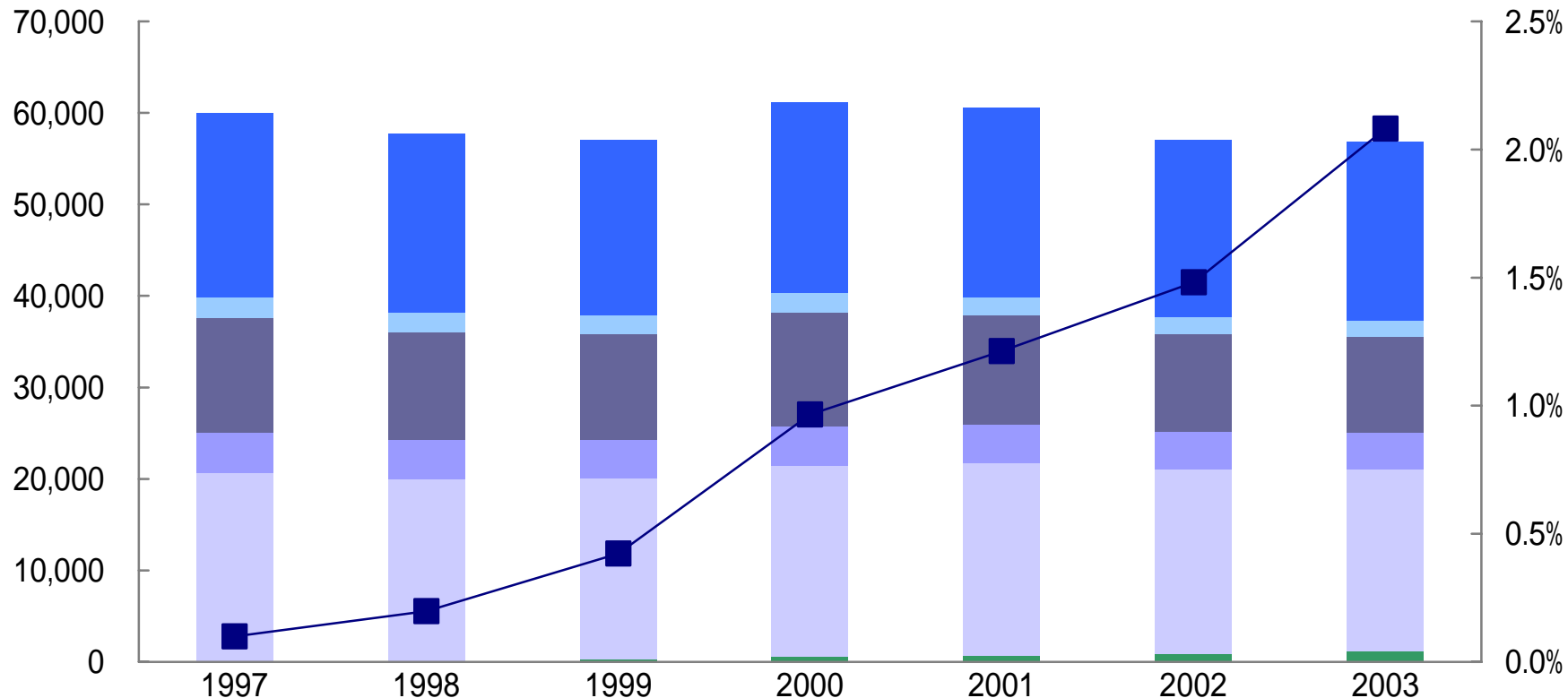
2003年はネットバブル期と同等の伸び幅を記録



単位: 億円 電通「日本の広告費」より

日本の広告市場とネット広告構成比

他の広告が横這いまたは縮小の中、総広告費の2%を超える規模に

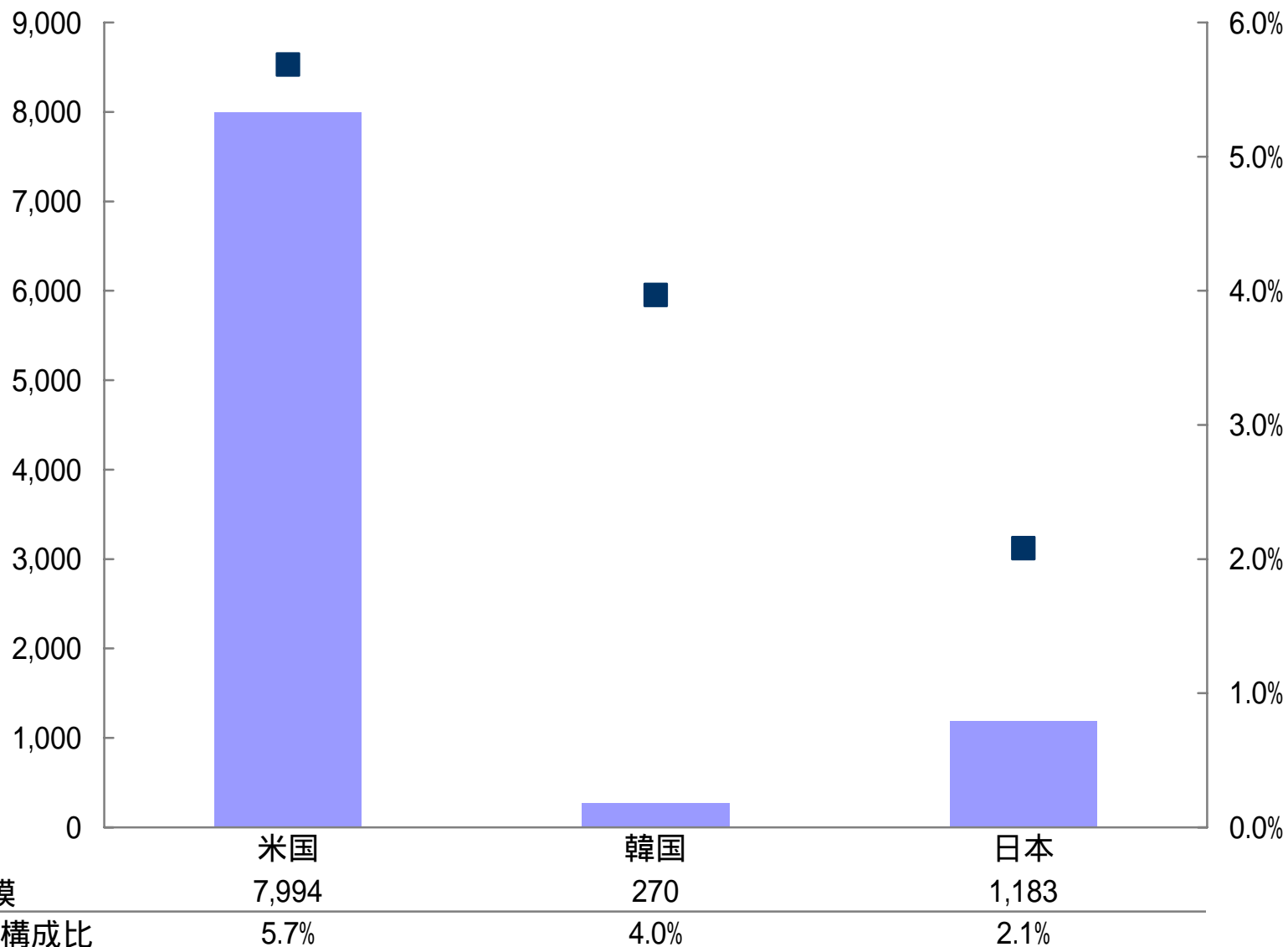


| | | | | | | | |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| テレビ広告 | 20,079 | 19,505 | 19,121 | 20,793 | 20,681 | 19,351 | 19,480 |
| ラジオ広告 | 2,247 | 2,153 | 2,043 | 2,071 | 1,998 | 1,837 | 1,807 |
| 新聞広告 | 12,636 | 11,787 | 11,535 | 12,474 | 12,027 | 10,707 | 10,500 |
| 雑誌広告 | 4,395 | 4,258 | 4,183 | 4,369 | 4,180 | 4,051 | 4,035 |
| その他広告 | 20,544 | 19,894 | 19,873 | 20,805 | 20,959 | 20,241 | 19,836 |
| ネット広告 | 60 | 114 | 241 | 590 | 735 | 845 | 1,183 |
| 構成比 | 0.1% | 0.2% | 0.4% | 1.0% | 1.2% | 1.5% | 2.1% |

単位: 億円

米韓日のネット広告市場比較

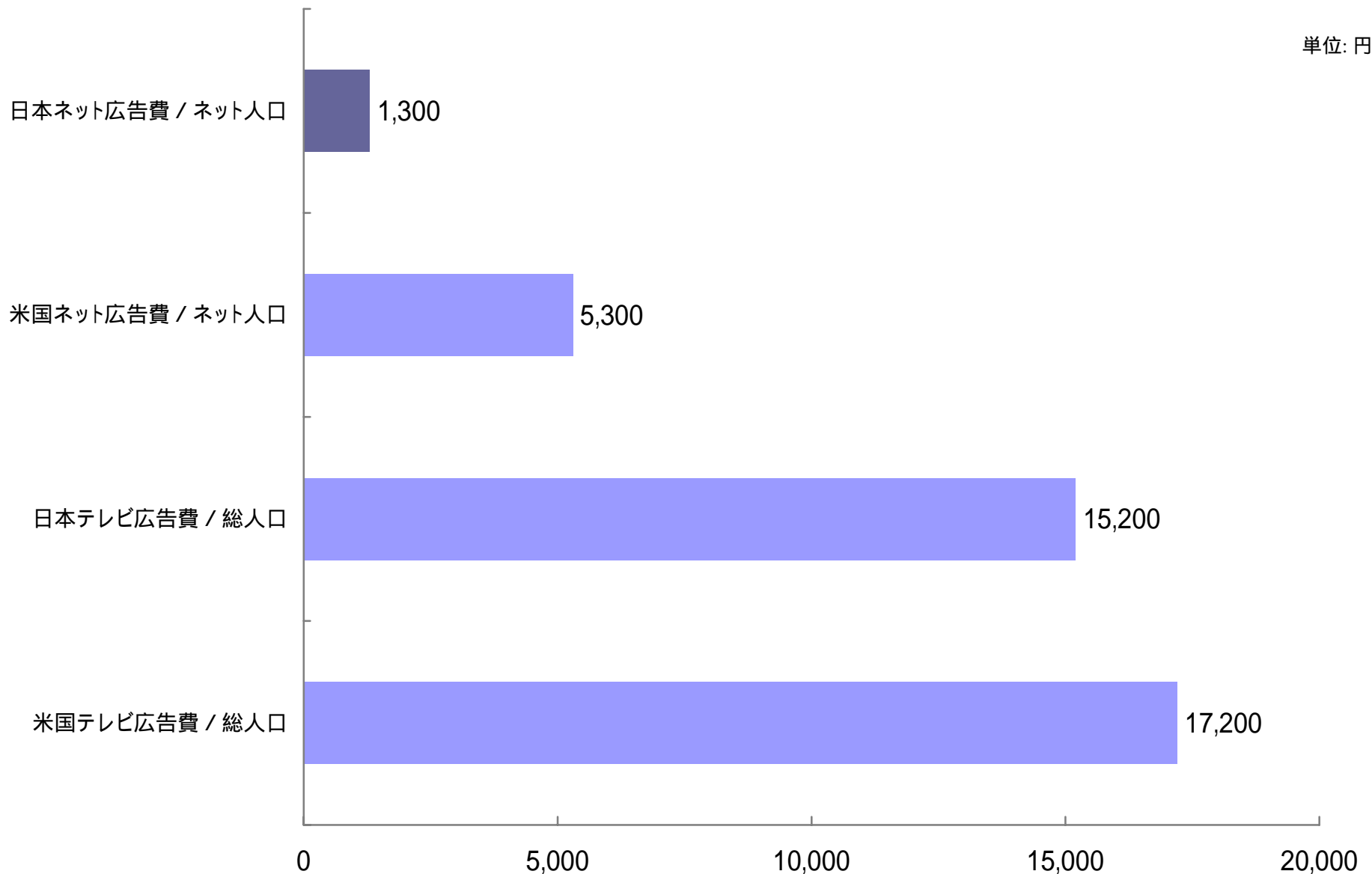
インフラ面では遜色ないにも関わらず、ネット広告の構成比低い日本



■ ネット広告市場規模
■ 総広告費に占める構成比

ユーザー一人あたりのメディア価値(市場規模 ÷ 利用人口)

テレビの12分の1、米国ネット広告の4分の1 ネットのメディア価値は未だ過小評価



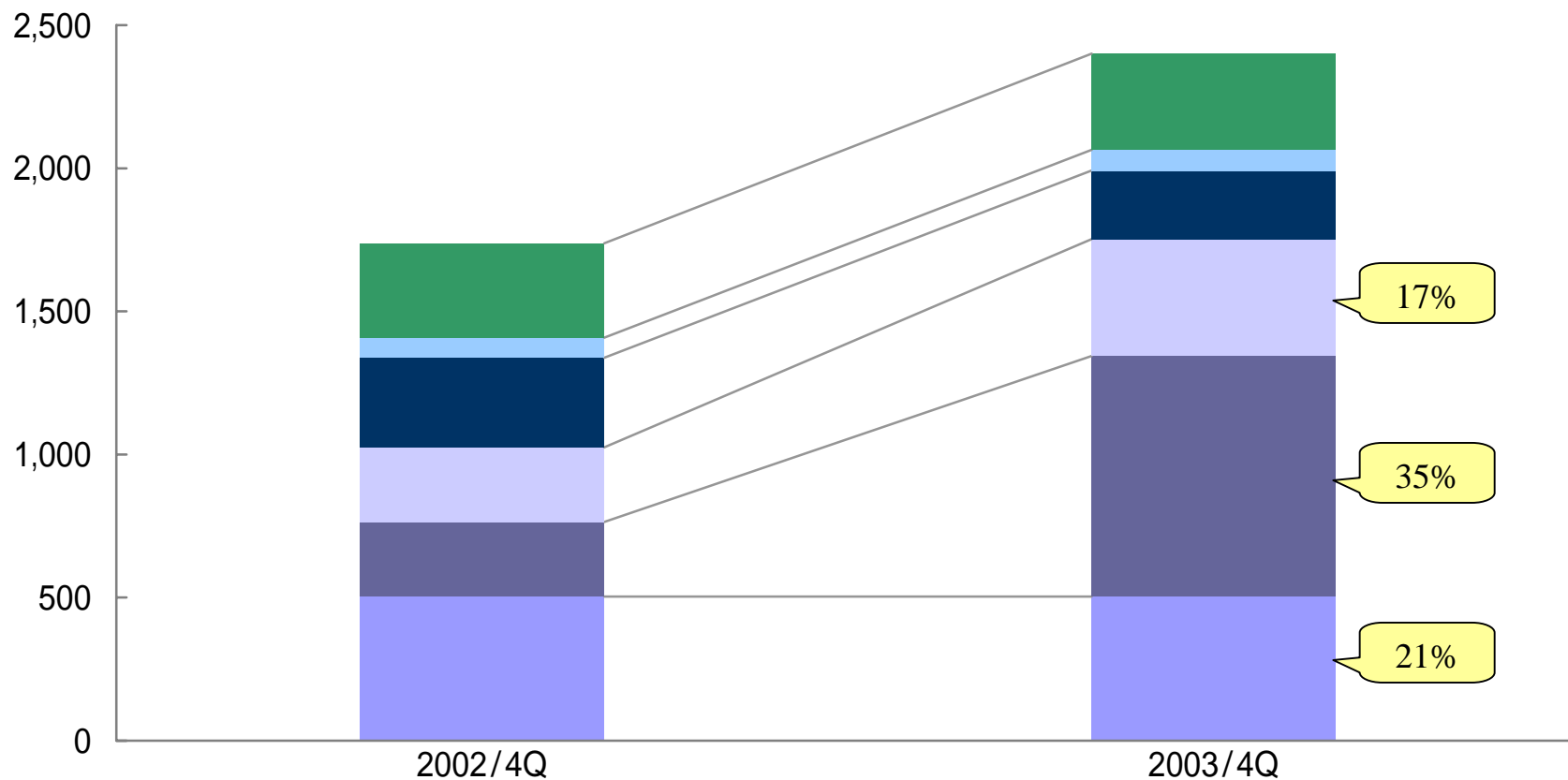
日本のネット広告市場性の考察

| | 市場規模 | 条件 |
|----|--------|---|
| 短期 | 3000億円 | <p>総広告費に対する構成比 米国並みに</p> <ul style="list-style-type: none"> • ネット上の情報収集行動・消費行動が加速 • 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 • 獲得目的 > > > 認知目的 |
| 中期 | 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 • 獲得目的 > 認知目的 |
| 長期 | 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 • 獲得目的 認知目的 |

米国のネット広告市場 種類別推移

単位: 億円 IAB「Ad Revenue Report」より

検索リスティングとクラシファイド(マーケットプレイス型)広告が成長を牽引



| | | |
|----------------|-----|-----|
| Others | 330 | 336 |
| E-mails | 70 | 72 |
| Sponsorship | 313 | 240 |
| Classifieds | 261 | 408 |
| Keyword Search | 261 | 840 |
| Banners | 504 | 504 |

米国のネット広告市場 種類別増減

単位: 億円 IAB「Ad Revenue Report」より

獲得志向(検索リスティング・クラシファイド)の高まりが顕著

