

2003/12期 決算説明会



2004/3/3

株式会社オプト

JQ2389

目次

- 会社基本情報
- 戦略と強み
- 通期サマリー
- 事業活動報告
- 2004見通し

会社基本情報

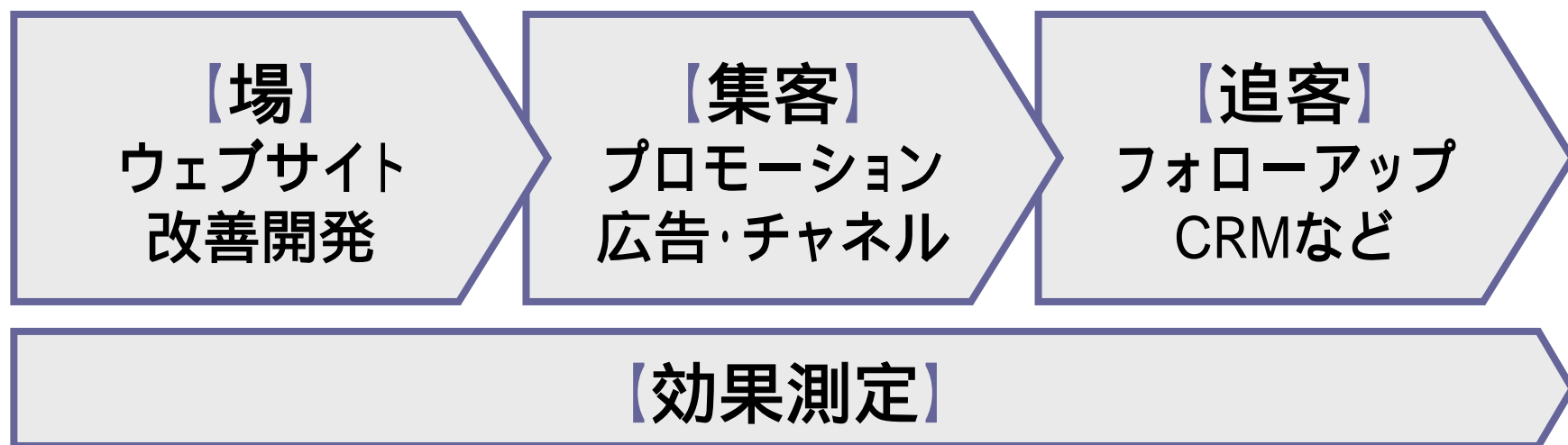
会社概要

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	452百万円(2004/2月現在)
従業員数	62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



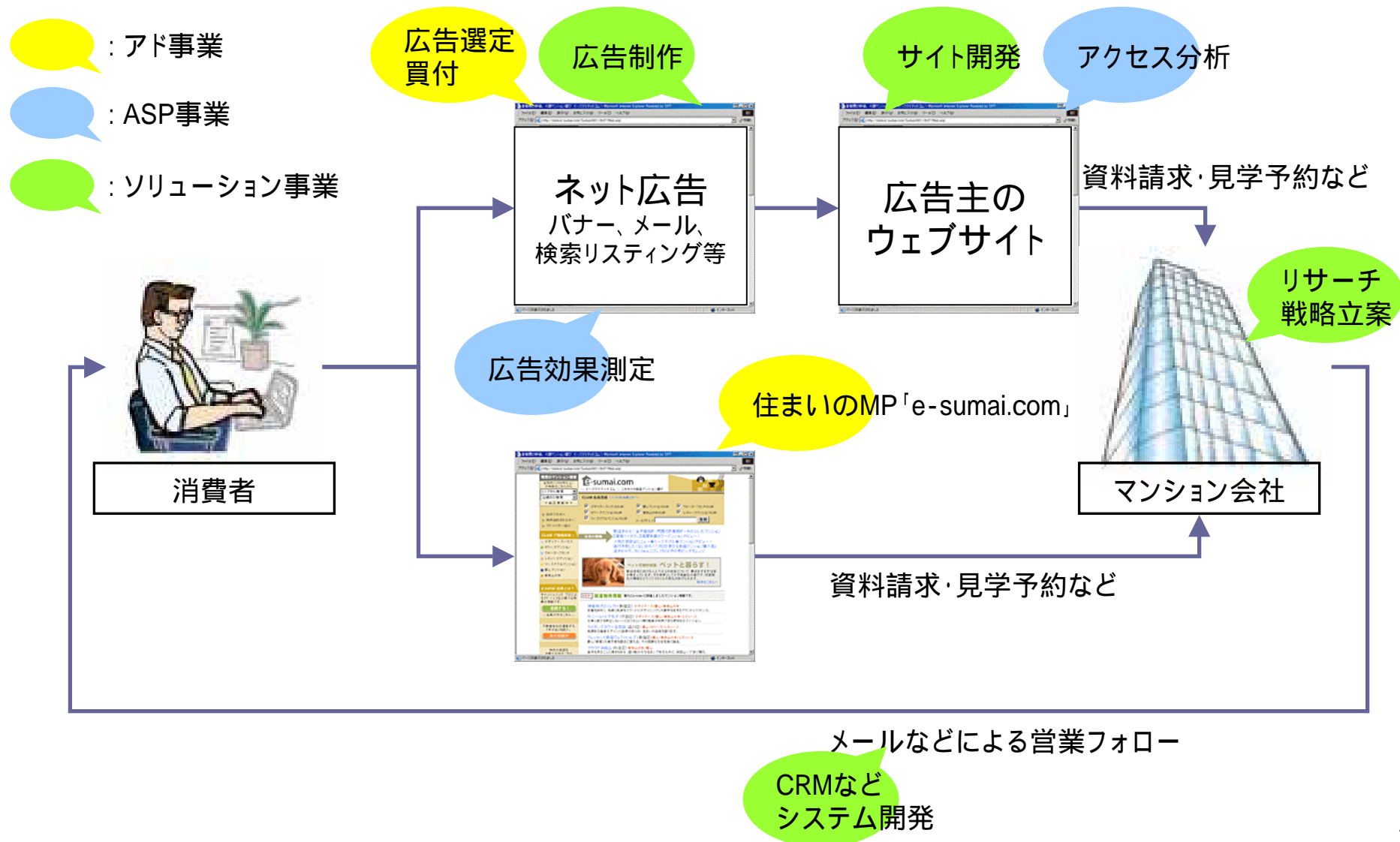
ネットの活用によって
販促・流通の構造改革を促し、不利益不便を解消

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



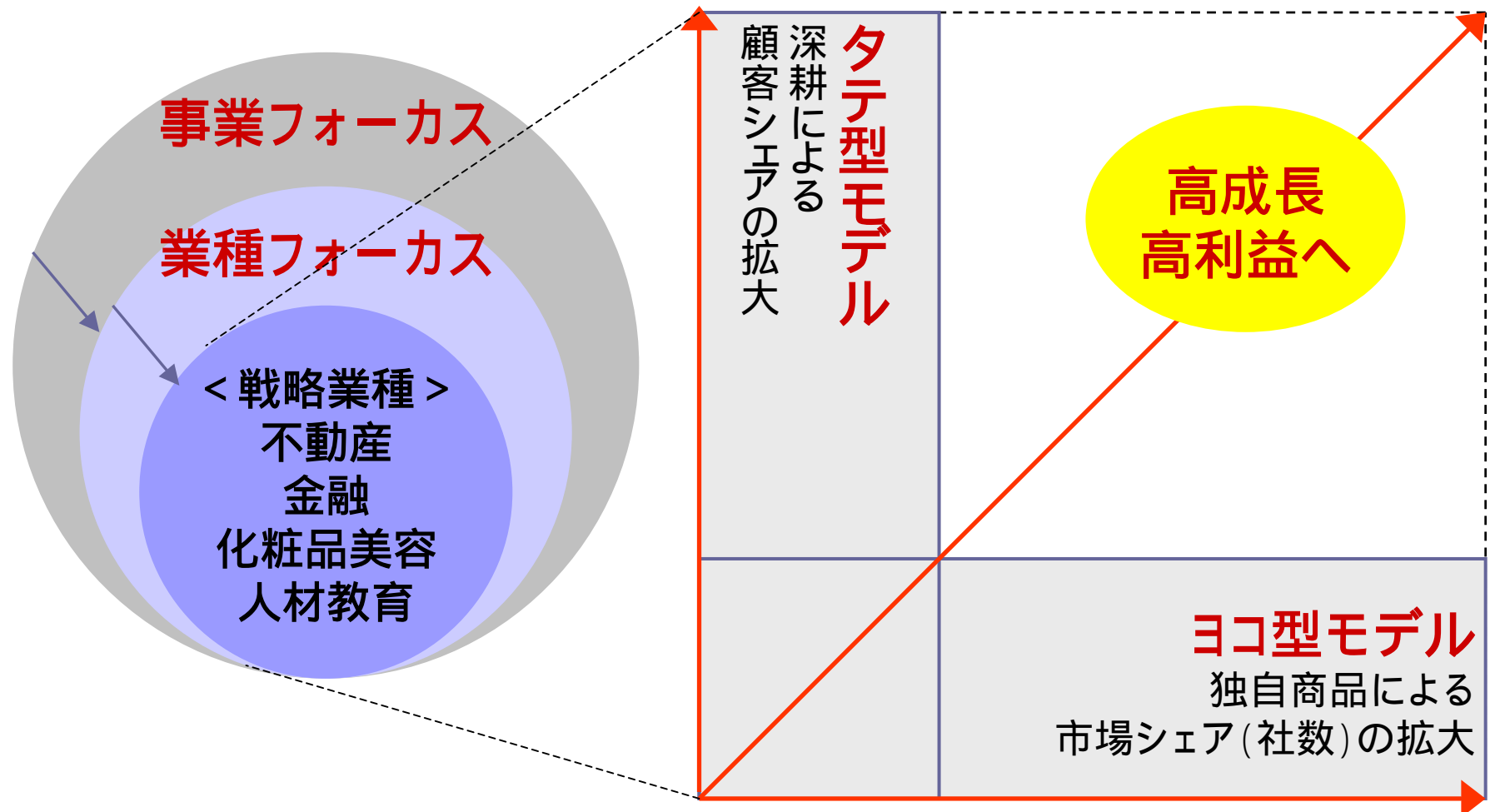
戦略と強み

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!



通期サマリー

ハイライト

- 前期比売上47%増、営業利益25%増
- 売上・利益ともに特に下半期に大きな伸び
- 法人税負担増()により当期利益は減益
前々期までは繰越損失あったため税負担が軽微であったが、
前期は繰越損失解消により通常の税率負担

P/Lサマリー

	<u>2002/12期</u>	<u>2003/12期</u>	<u>前年対比</u>
売上高	2,948,898	4,339,921	147.2%
売上総利益	707,684	1,031,713	145.8%
売上総利益率	24.0%	23.8%	
販管費	469,882	734,670	156.4%
販管費比率	15.9%	16.9%	
営業利益	237,043	297,043	125.3%
営業利益率	8.0%	6.8%	
経常利益	227,594	275,944	121.2%
当期利益	228,215	156,773	68.7%
(千円)			

B/Sサマリー

	<u>2002/12期</u>	<u>2003/12期</u>	<u>主な要因</u>
流動資産	955,793	1,627,225	A
現預金	493,122	555,941	
固定資産	100,410	104,054	
総資産	1,056,204	1,731,280	
流動負債	724,919	1,178,547	A
固定負債	35,236	0	B
資本	296,048	552,732	C

(千円)

A: 売上増加による売上債権・仕入債務増加

B: 借入金の返済

C: 利益剰余金増加 + ワラント行使による資本金増加

C/Sサマリー

	<u>2002/12期</u>	<u>2003/12期</u>	<u>主な要因</u>
営業CF	367,829	33,424	A
投資CF	74,271	1,059	
財務CF	21,113	26,533	B
現金等同等物増減	314,671	61,016	
現金等同等物期末残高	485,062	546,079	

(千円)

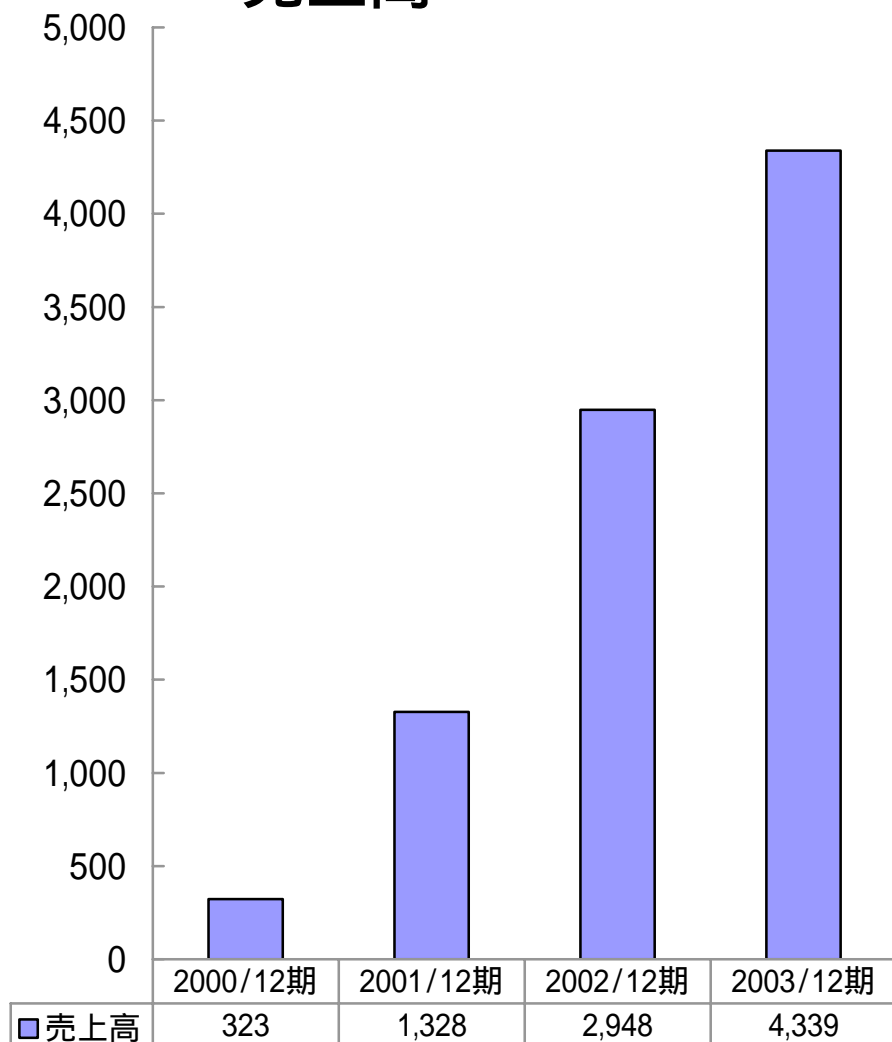
A: 売上債権増加

B: 借入金の返済 ワラント行使による資本金増加

事業活動報告

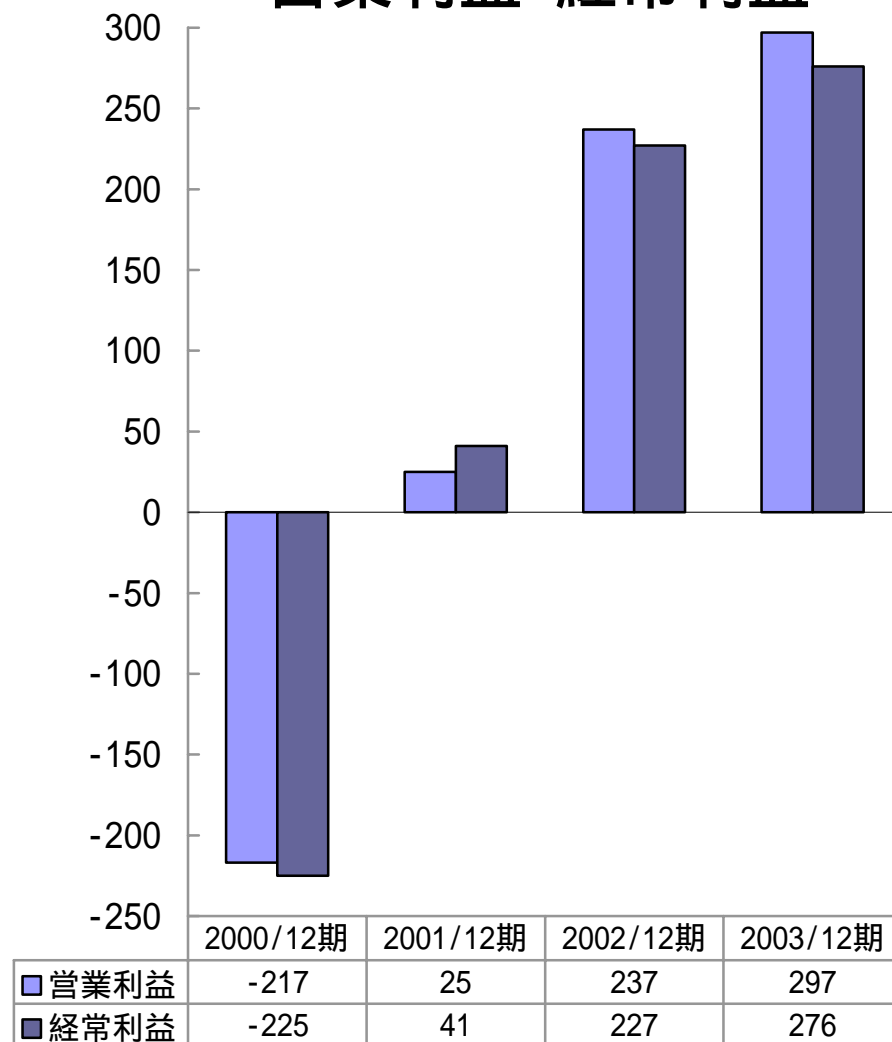
年次業績推移

売上高



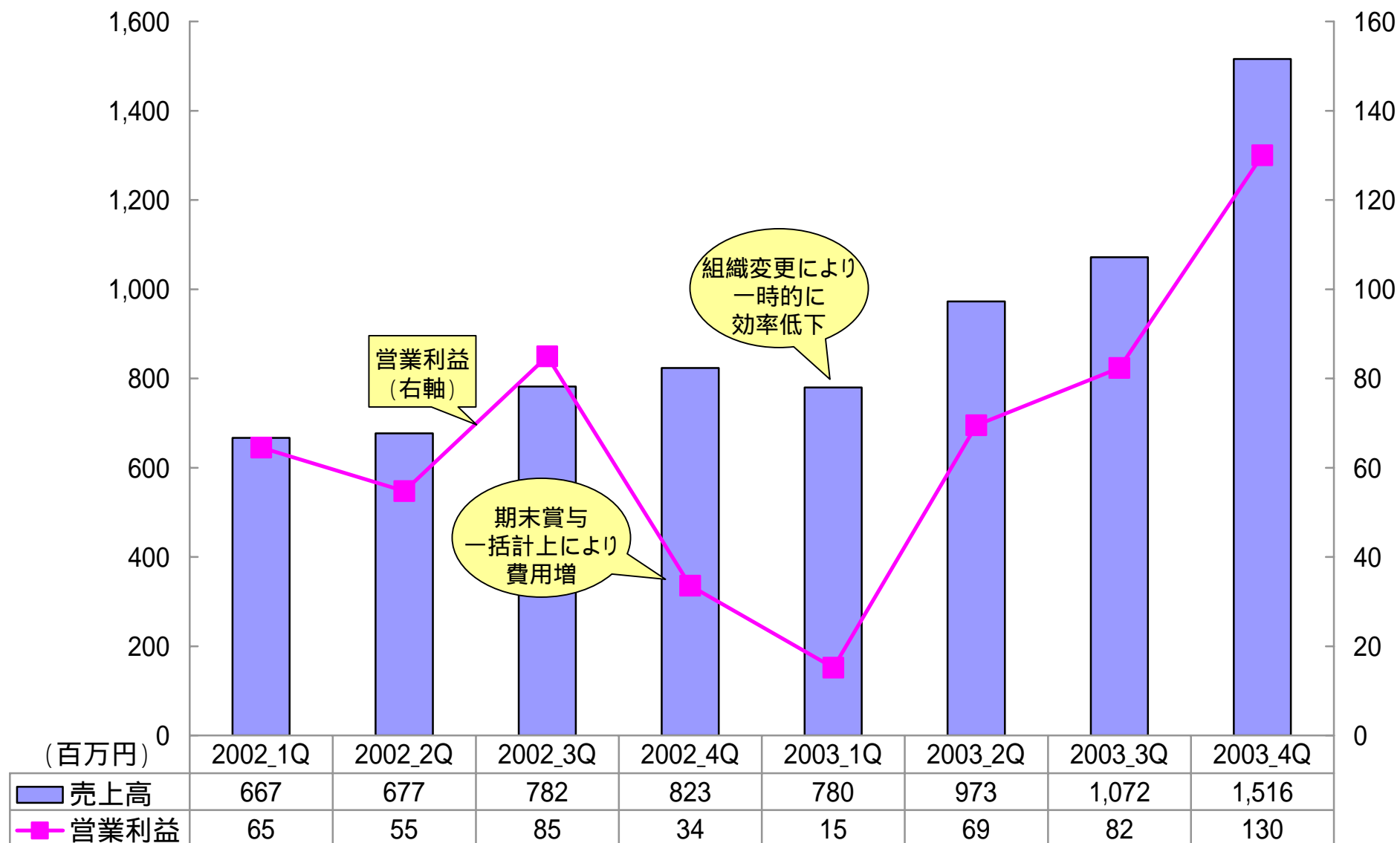
(百万円)

営業利益・経常利益

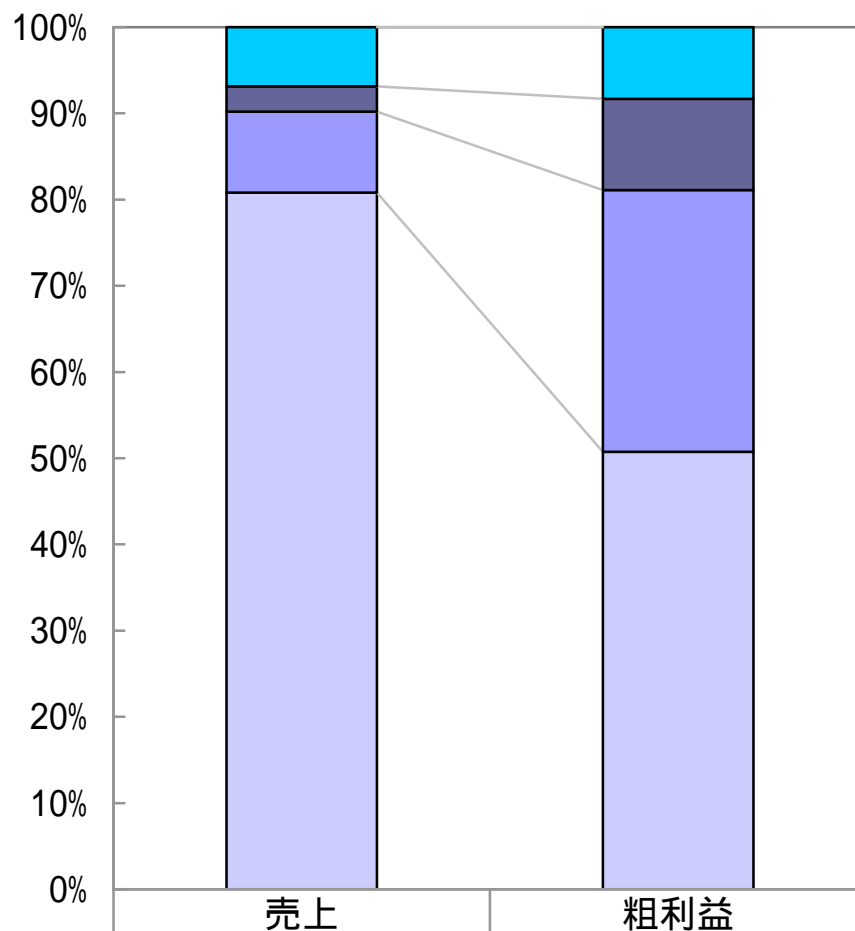


四半期業績推移

03第一四半期をボトムに成長加速



前期事業分野別売上・粗利益構成

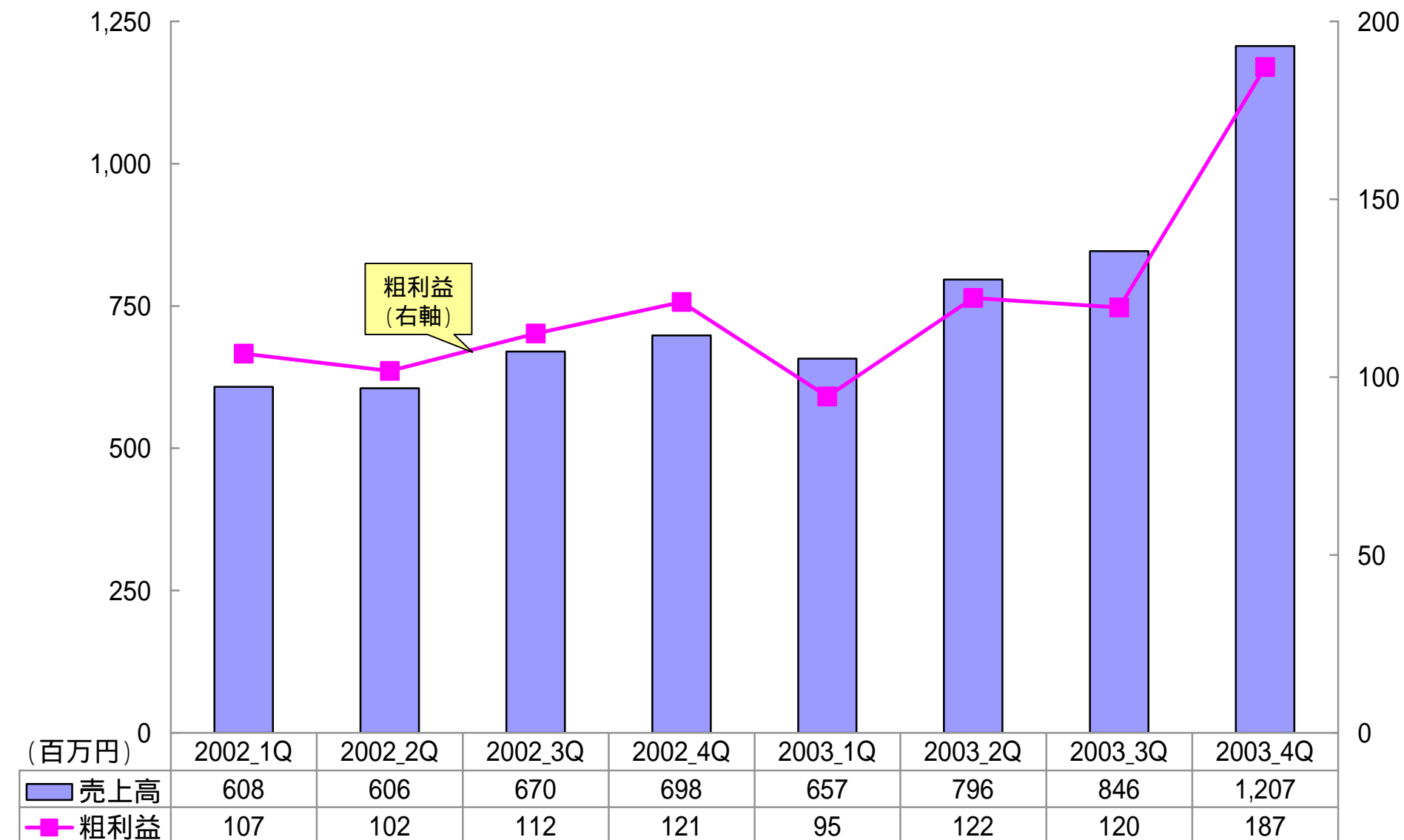


事業分野	粗利益率
アド事業	21%
広告代理	15%
MP	77%
ASP事業	86%
ソリューション事業	29%
全社	24%

	売上	粗利益
■ ソリューション	298	86
■ ASP	127	109
■ アド:MP	408	313
■ アド:広告代理	3,507	523

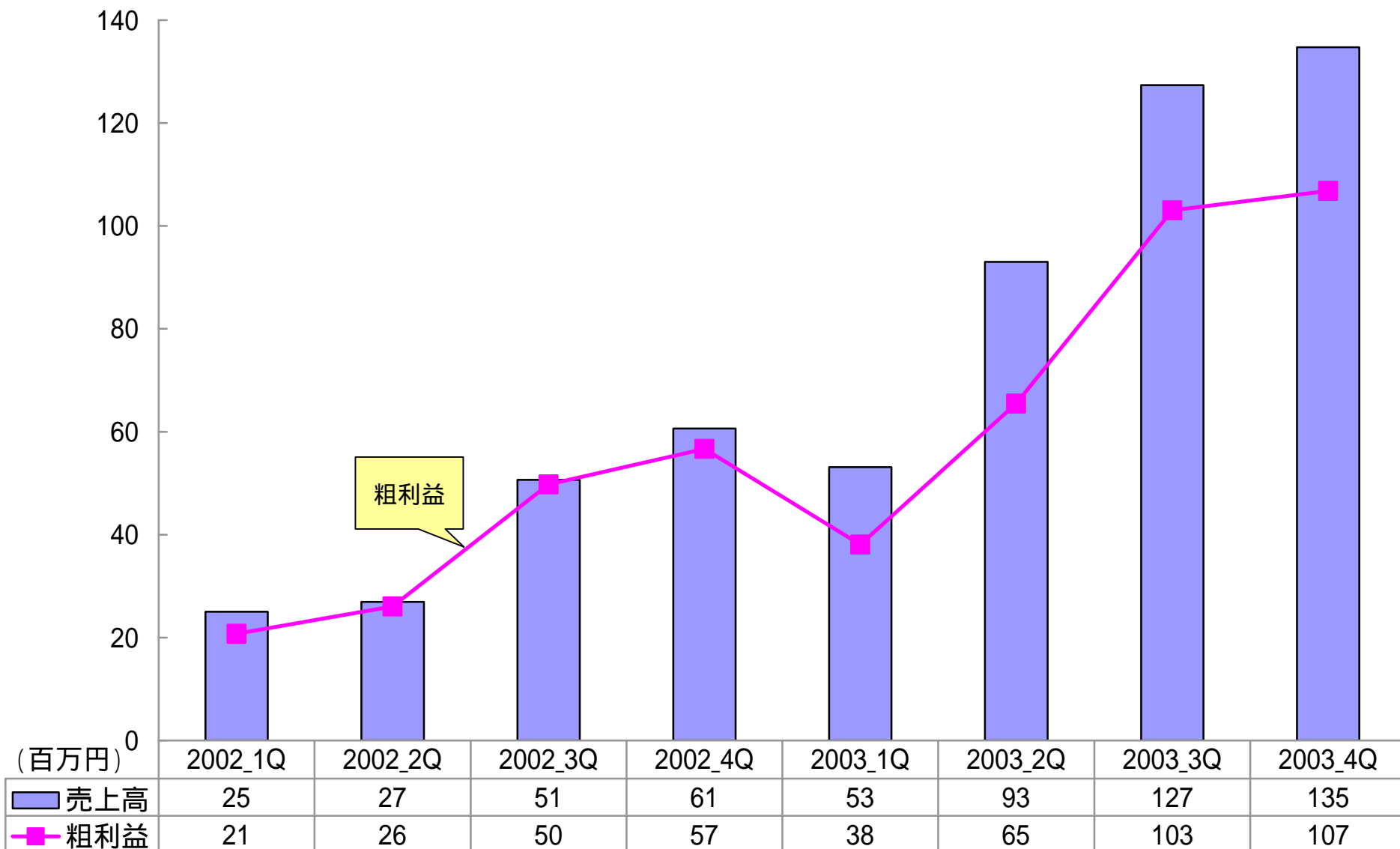
四半期収益推移 > アド > 広告代理

微増傾向から第4四半期に急伸 粗利益率の維持向上に課題



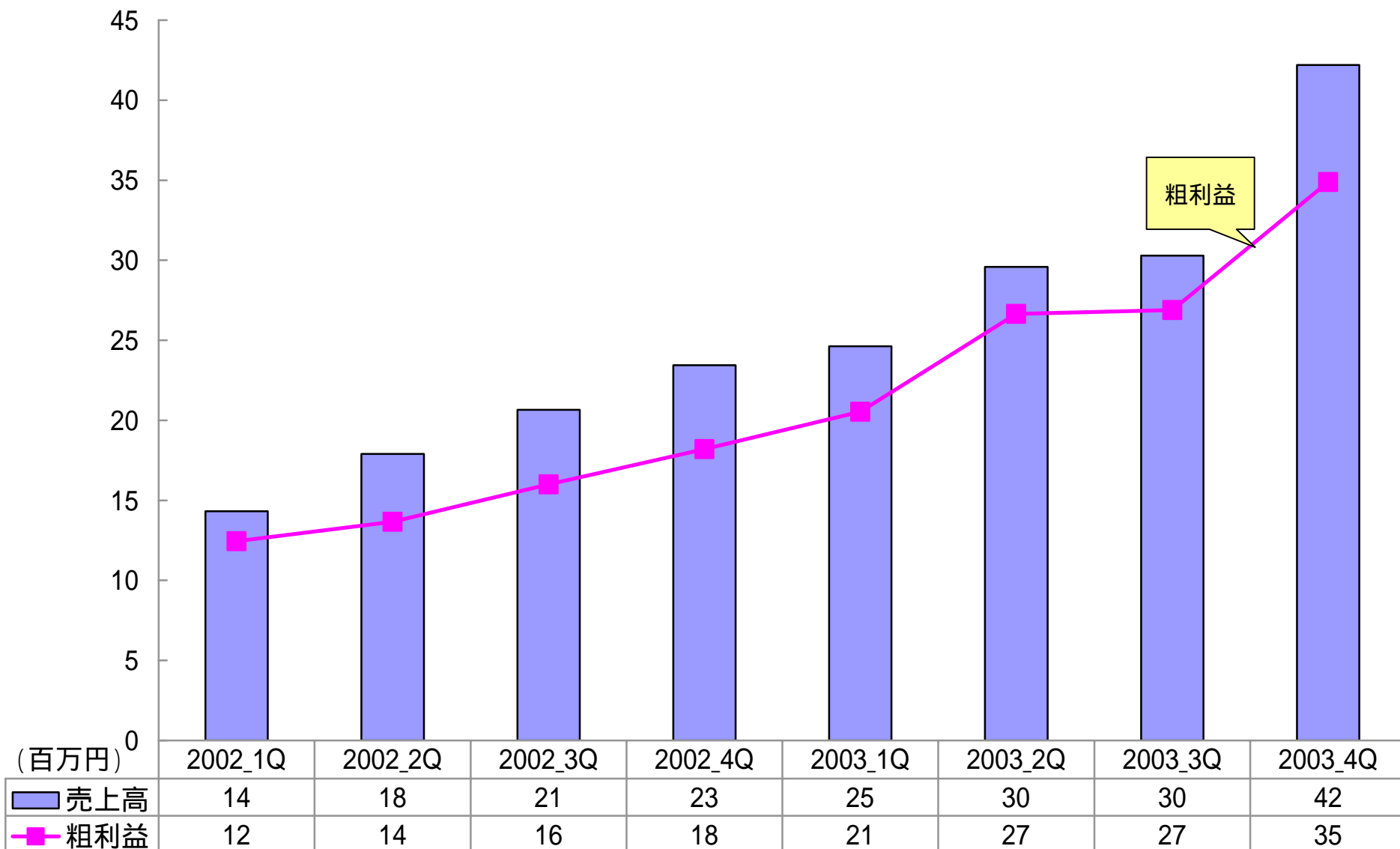
四半期収益推移 > アド > MP

「営業ツール」から「収益基盤」へ成長



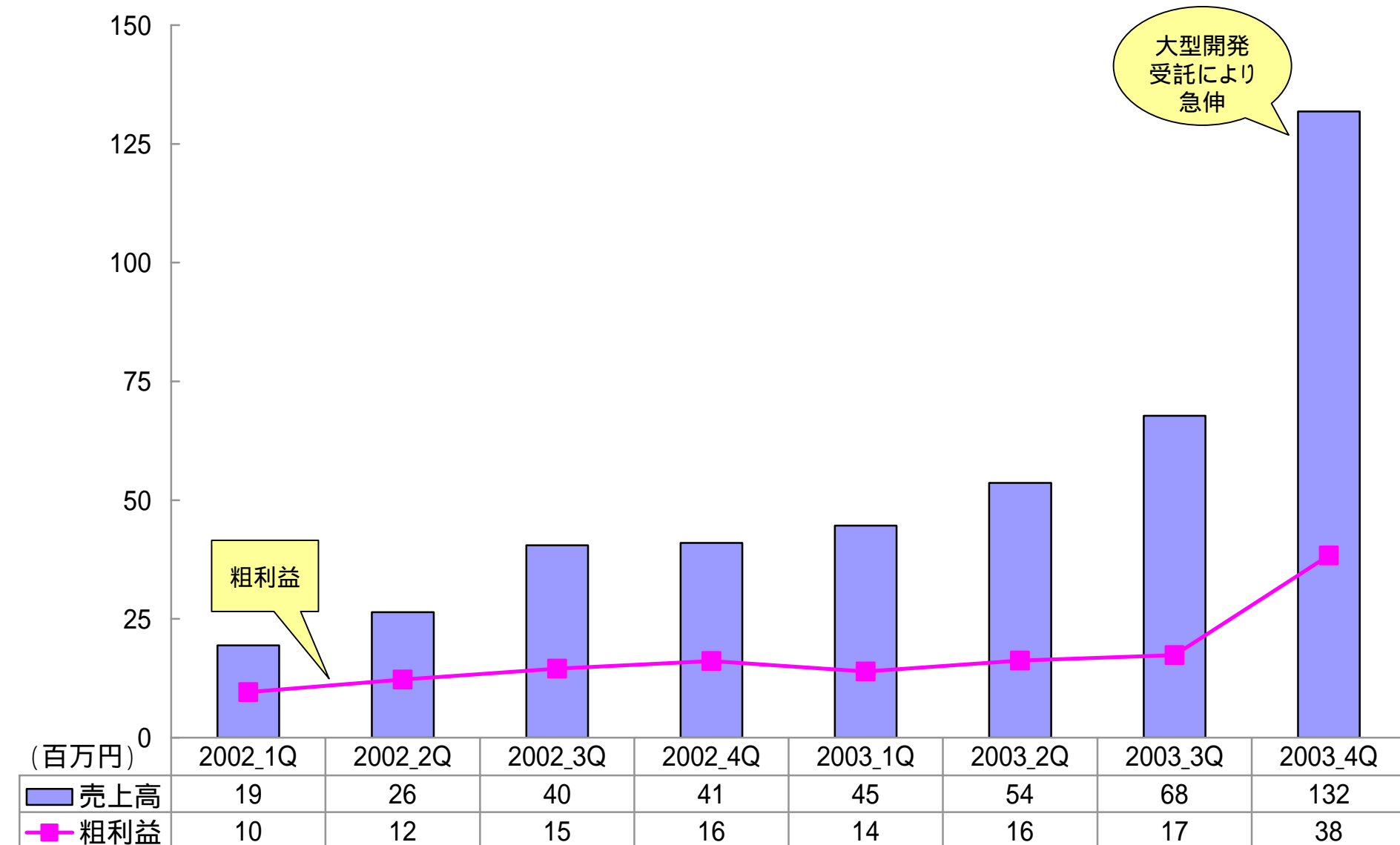
四半期収益推移 > ASP

ストック型ビジネスとして順調な右肩上がり



四半期収益推移 > ソリューション

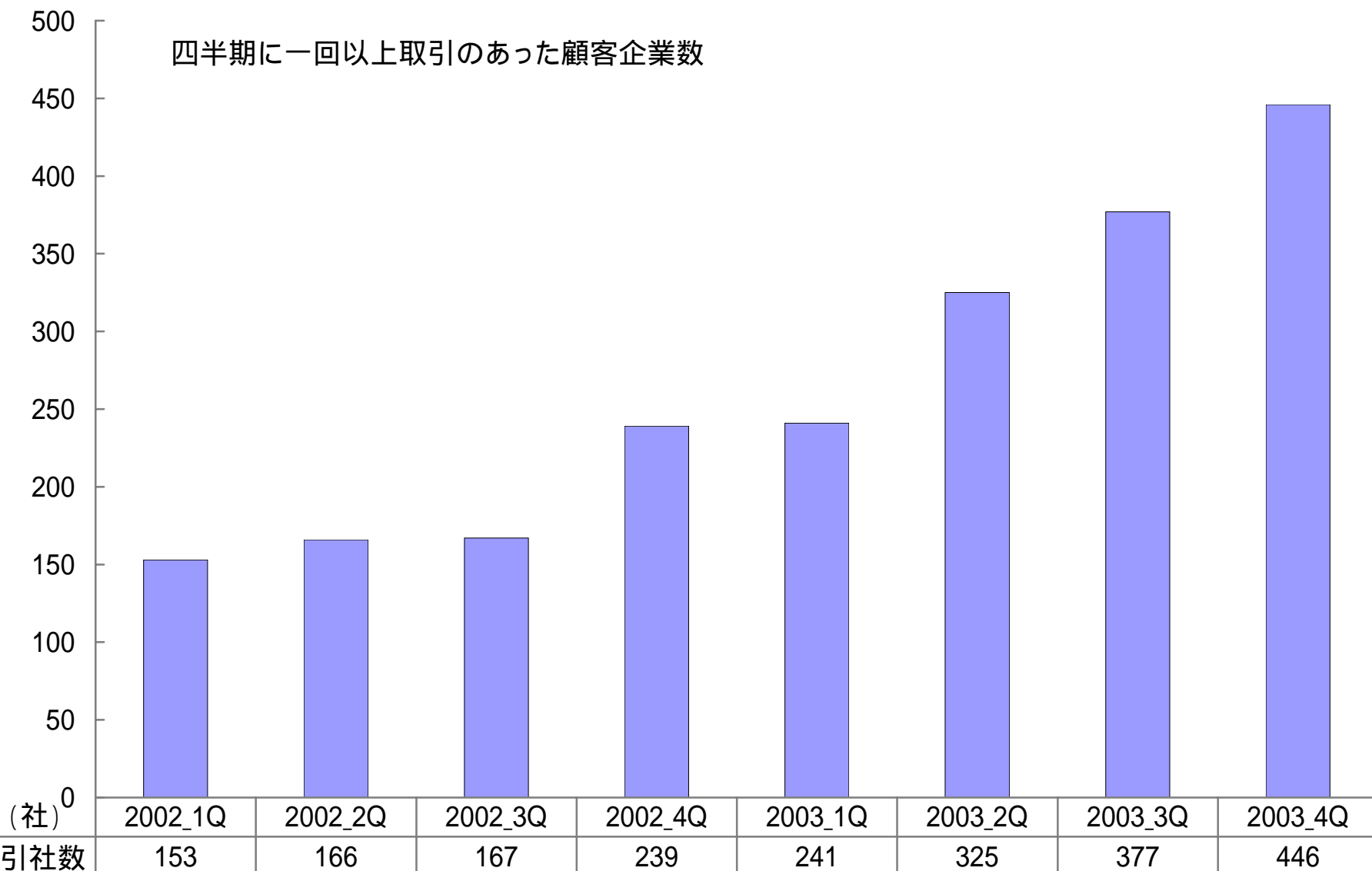
開発・制作案件が積み上がるも、安定化に課題



取引顧客数推移

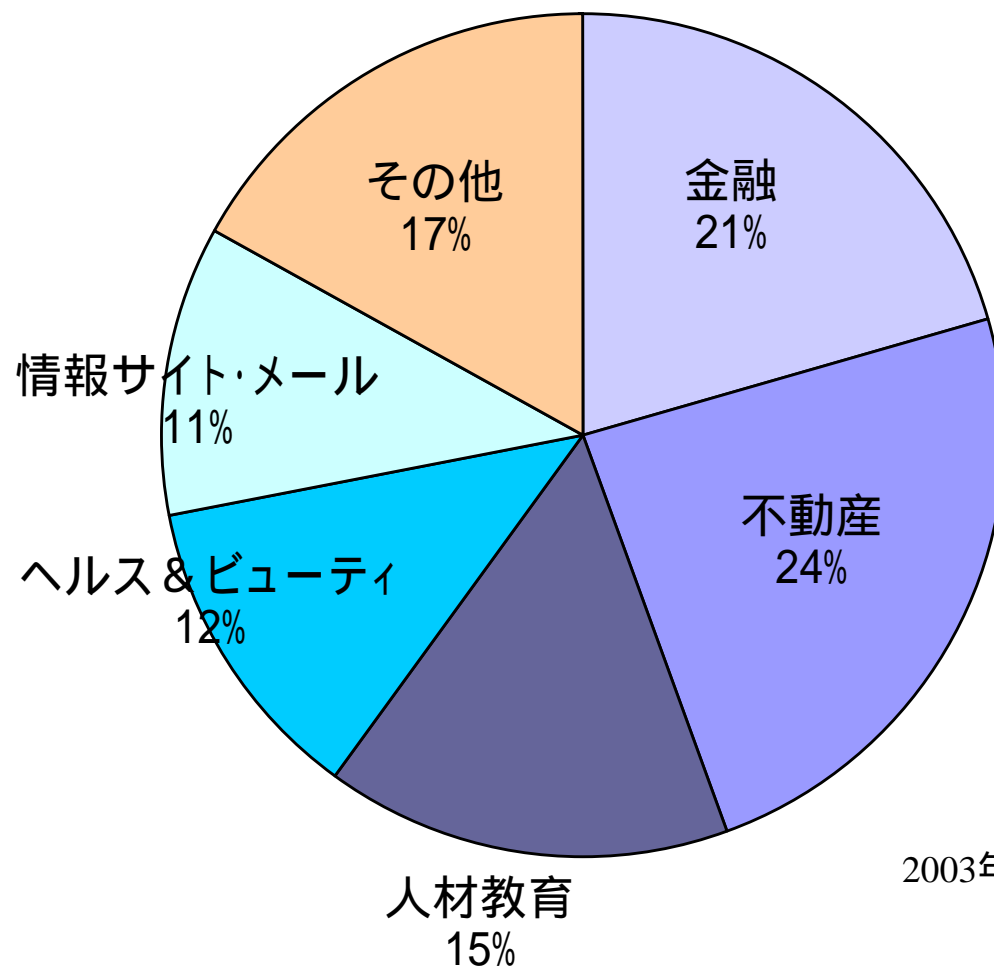
総顧客数・大口顧客数ともに順調に増加 タテ型・ヨコ型ともに成功

四半期に一回以上取引のあった顧客企業数



業種別売上構成

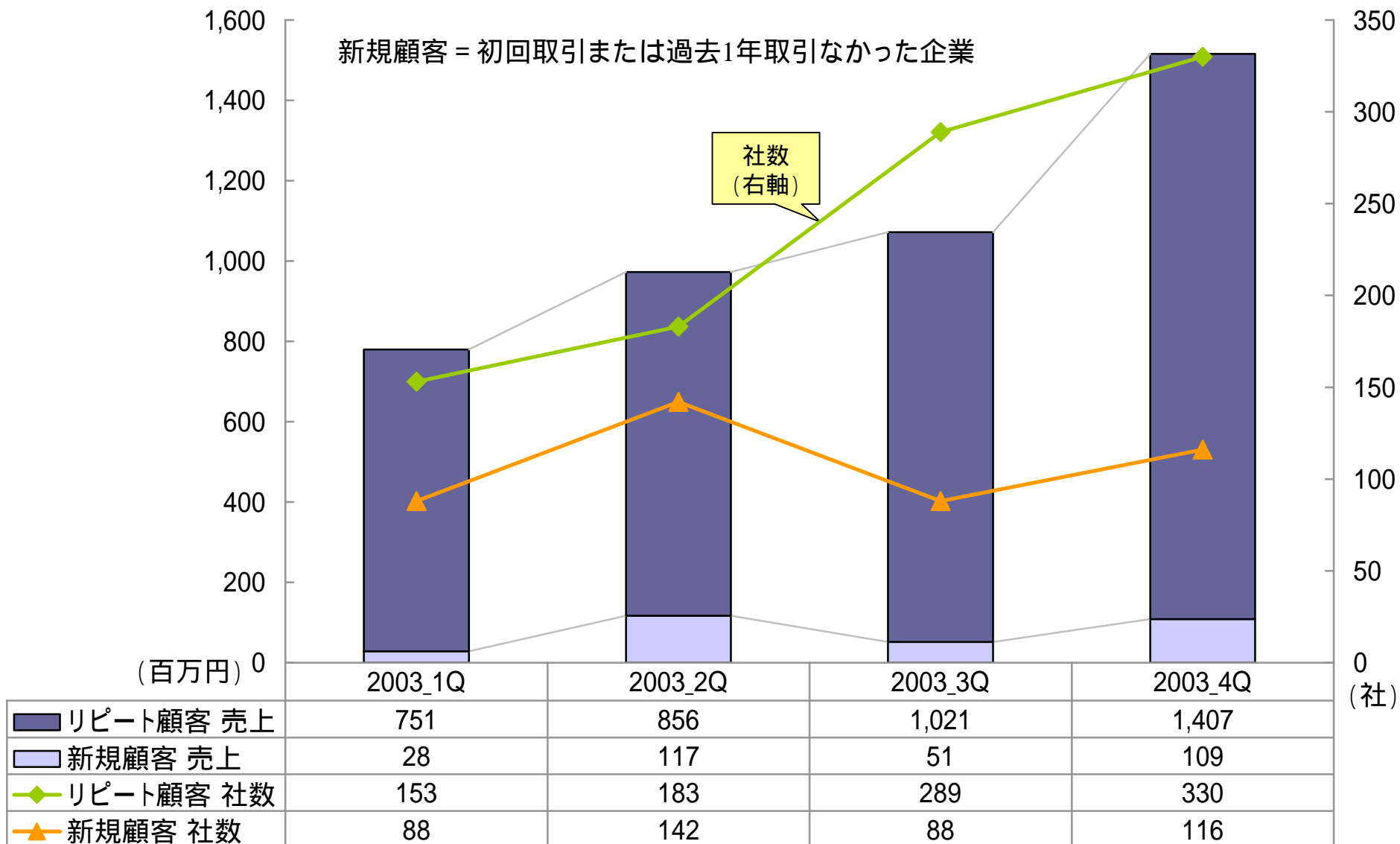
戦略4業種で約7割の売上を構成



2003年1-12月累計

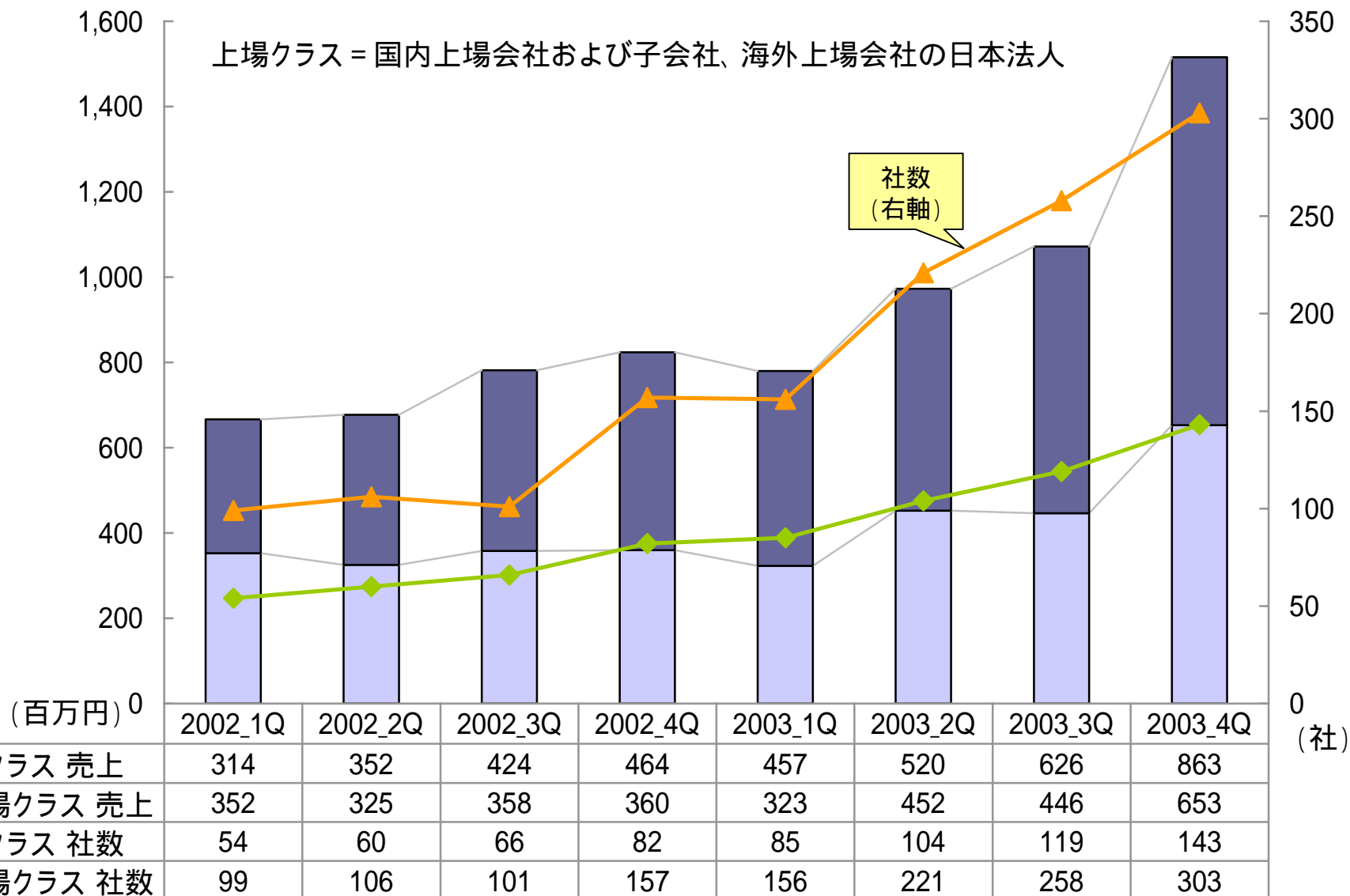
新規・リピート顧客数と売上推移

新規顧客増 リピート顧客増の好循環



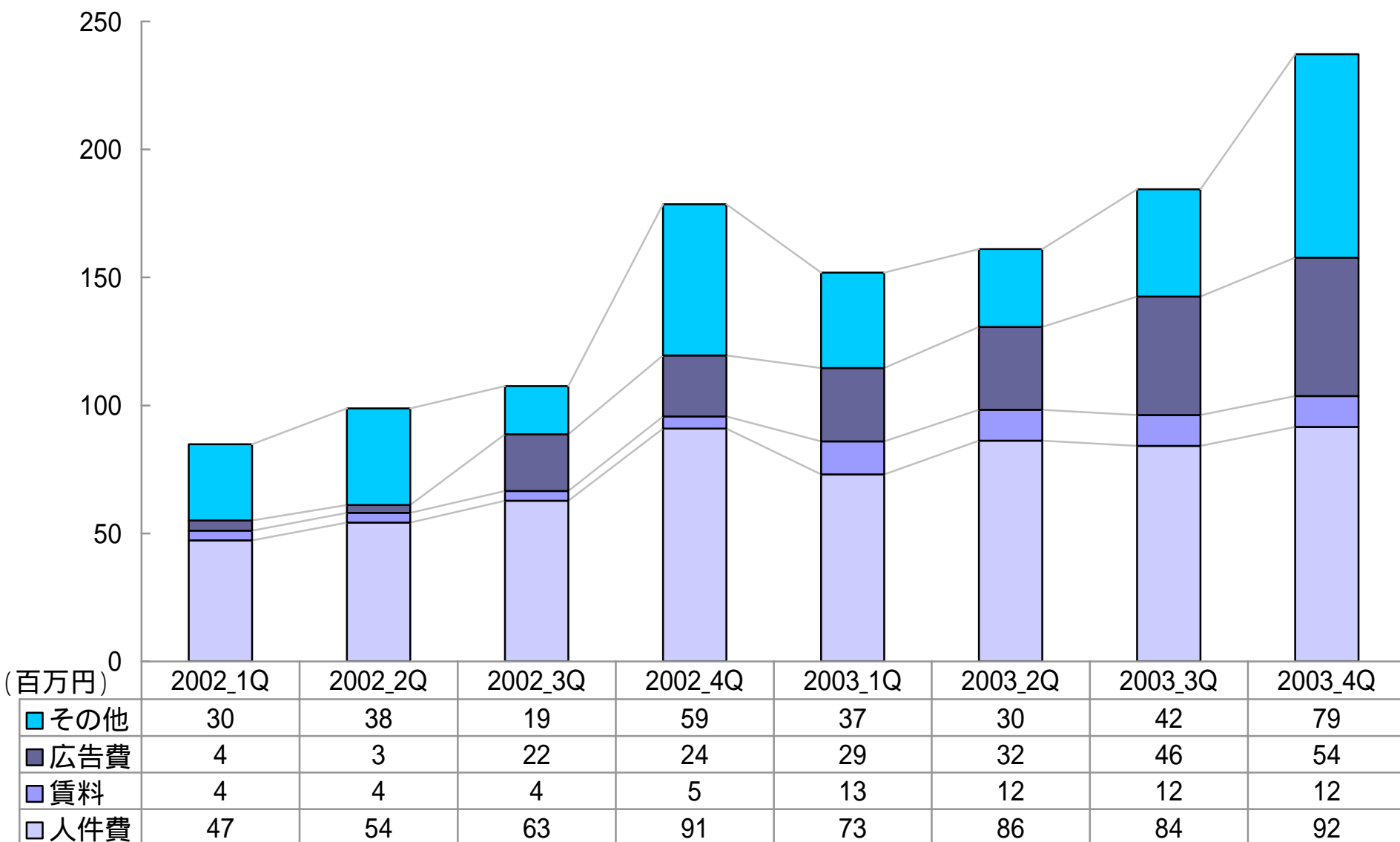
上場 / 非上場顧客数と売上推移

優良顧客を順調に開拓・育成



四半期販管費推移

MP集客のための広告費増加 広告投資対効果の維持向上に課題



2004見通し

課題と取り組み

< 環境認識 > 市場は成長加速

2003ネット広告市場1,183億円(電通調べ)

マス4媒体(テレビ,ラジオ,新聞,雑誌)は総じて減少傾向の中、ネット広告は前年比40%増加 近い将来ラジオ広告市場を抜くと予測



< 当社の主な課題 >

- 機会損失リスク
- 競合激化などによる採算低下リスク



< 取るべき施策 >

- 体制強化 積極的な増員
- フォーカスの継続
- 収益モデルの多角化

今期見通し

	2003/12期 実績	2004/12期 計画	前年対比	主な要因
売上高	4,339	5,199	119.8%	A
営業利益	297	336	113.3%	A
営業利益率	6.8%	6.5%		
経常利益	275	296	107.4%	B
当期利益	156	162	103.9%	

(百万円)

A: 体制強化優先し、人員増の収益貢献は保守的に見積もる

B: 上場費用の計上により営業外費用が前期より一時的に増加

スタートは好調、1,2月は計画値を上回る推移