

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**

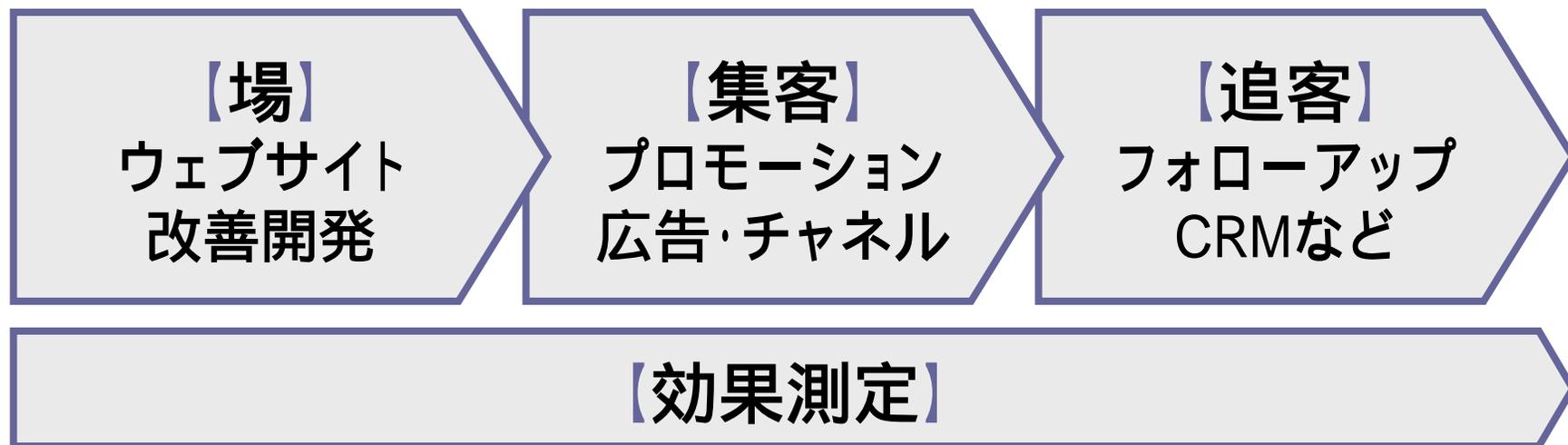
会社基本情報

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



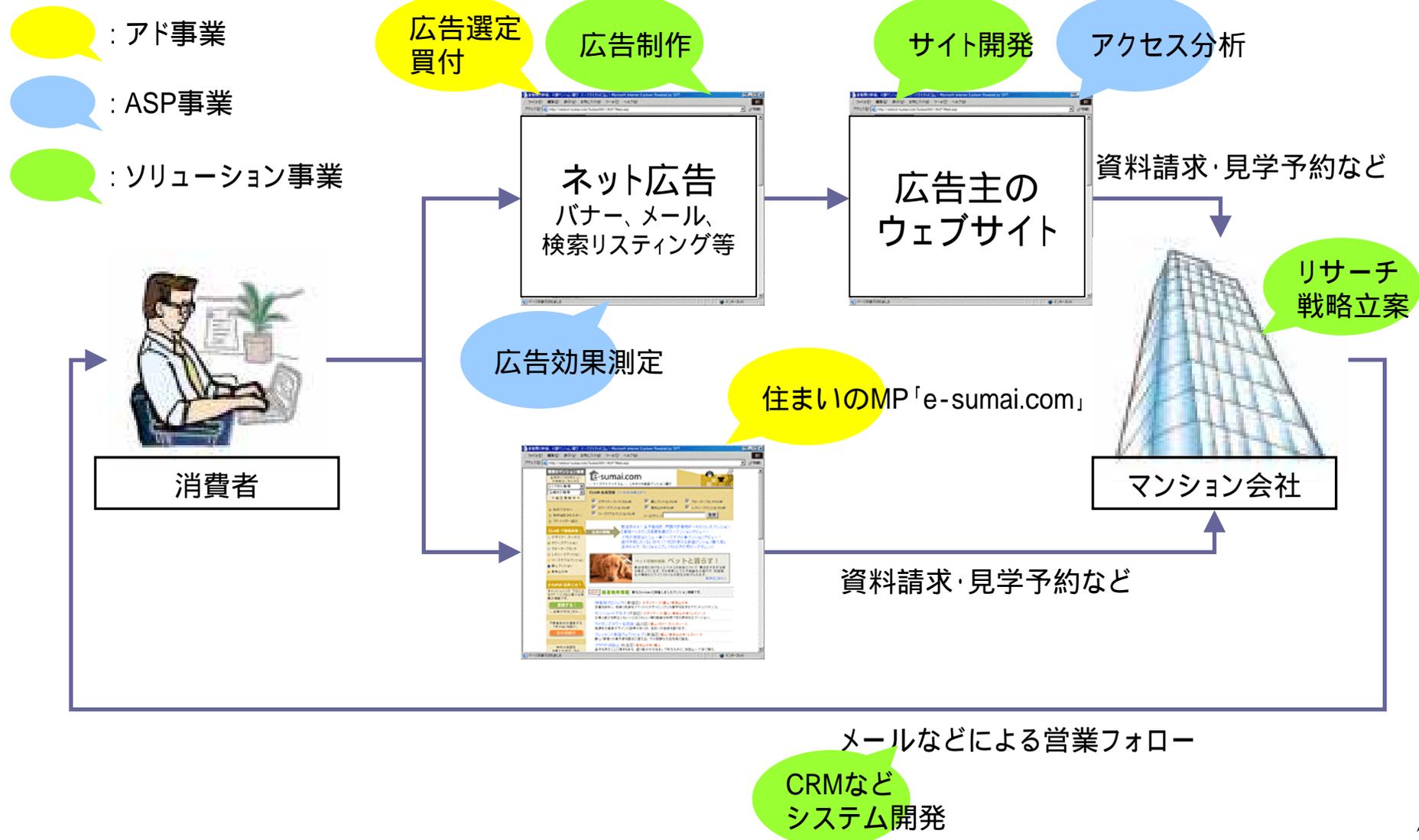
ネットの活用によって
販促・流通の構造改革を促し、不利益不便を解消

事業分野と収益モデル



サービス提供事例

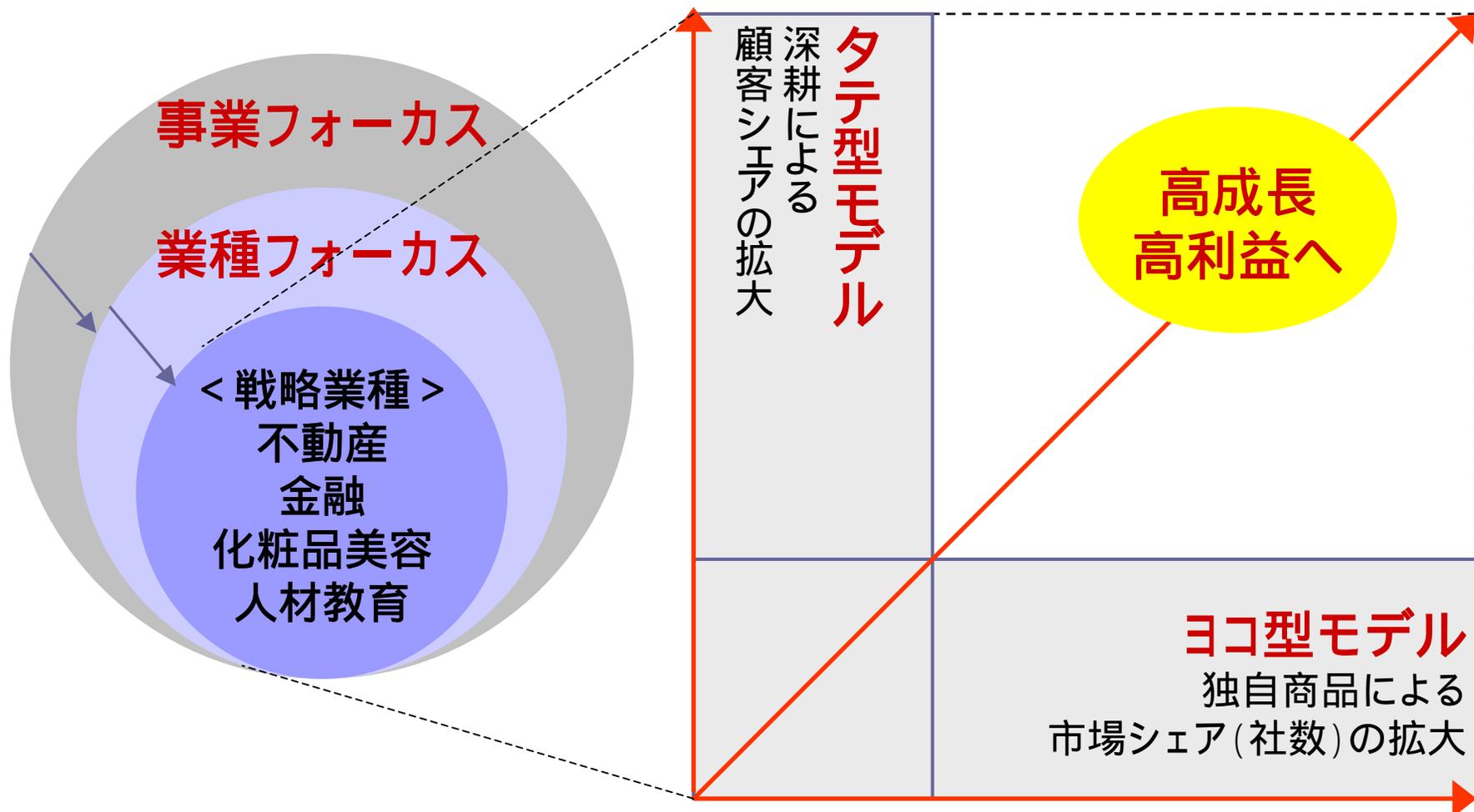
企業がネット上で顧客を獲得するフローを一貫してサポート



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 | <u>1,056,204</u> | <u>1,731,280</u> | |
| 流動負債 | 724,919 | 1,178,547 | A |
| 固定負債 | 35,236 | 0 | B |
| 資本 | <u>296,048</u> | <u>552,732</u> | 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 |
| <u>現金等同等物増減</u> | <u>314,671</u> | <u>61,016</u> | |
| <u>現金等同等物期末残高</u> | <u>485,062</u> | <u>546,079</u> | |

(千円)

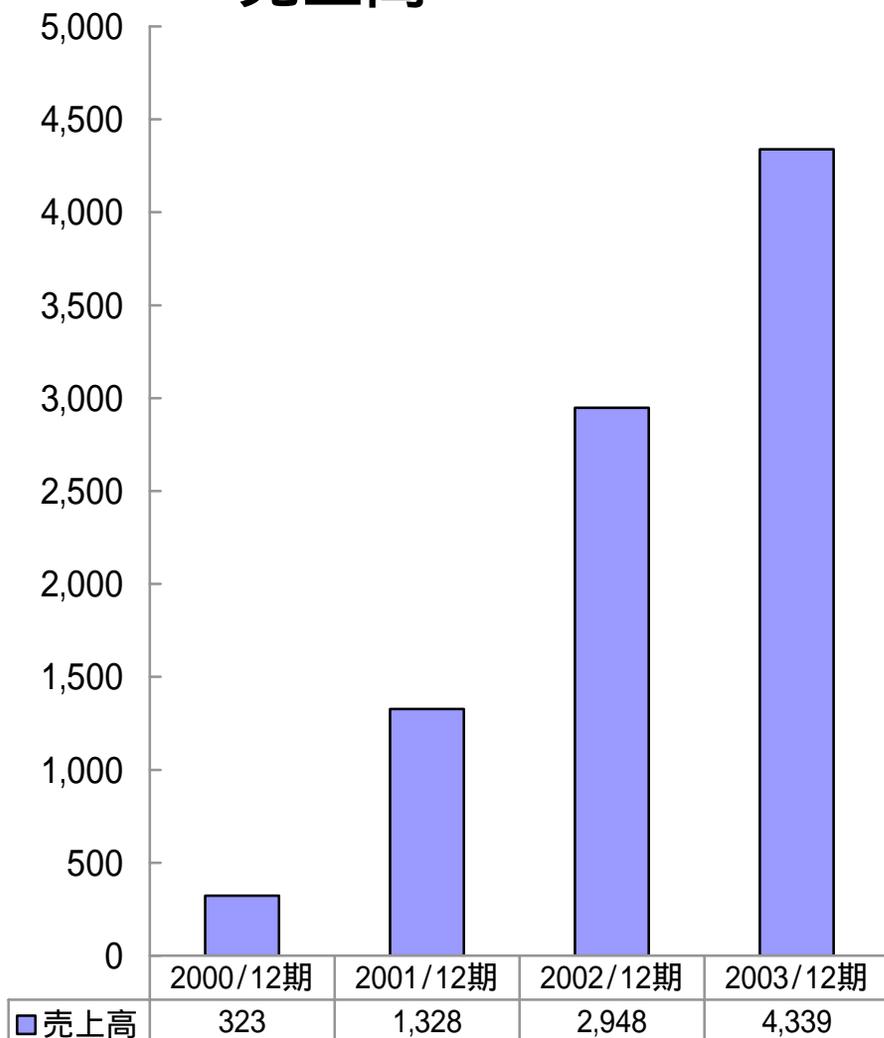
A: 売上債権増加

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

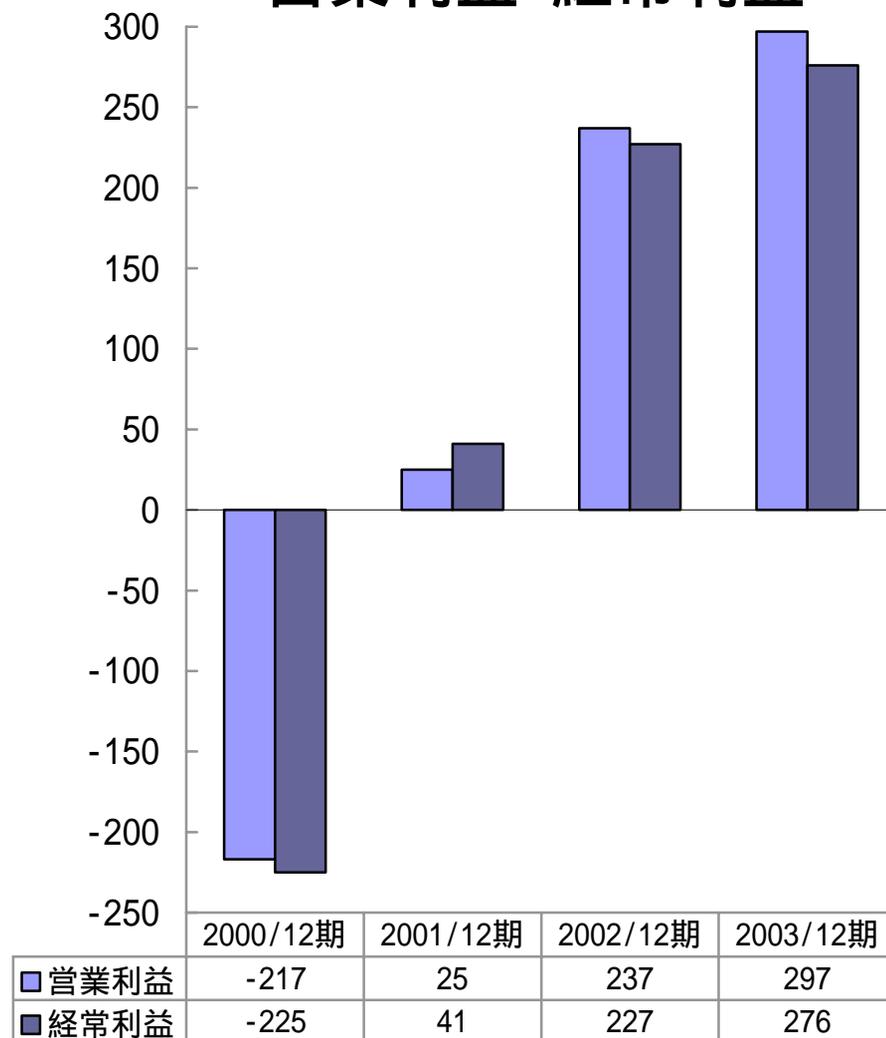
年次業績推移

売上高



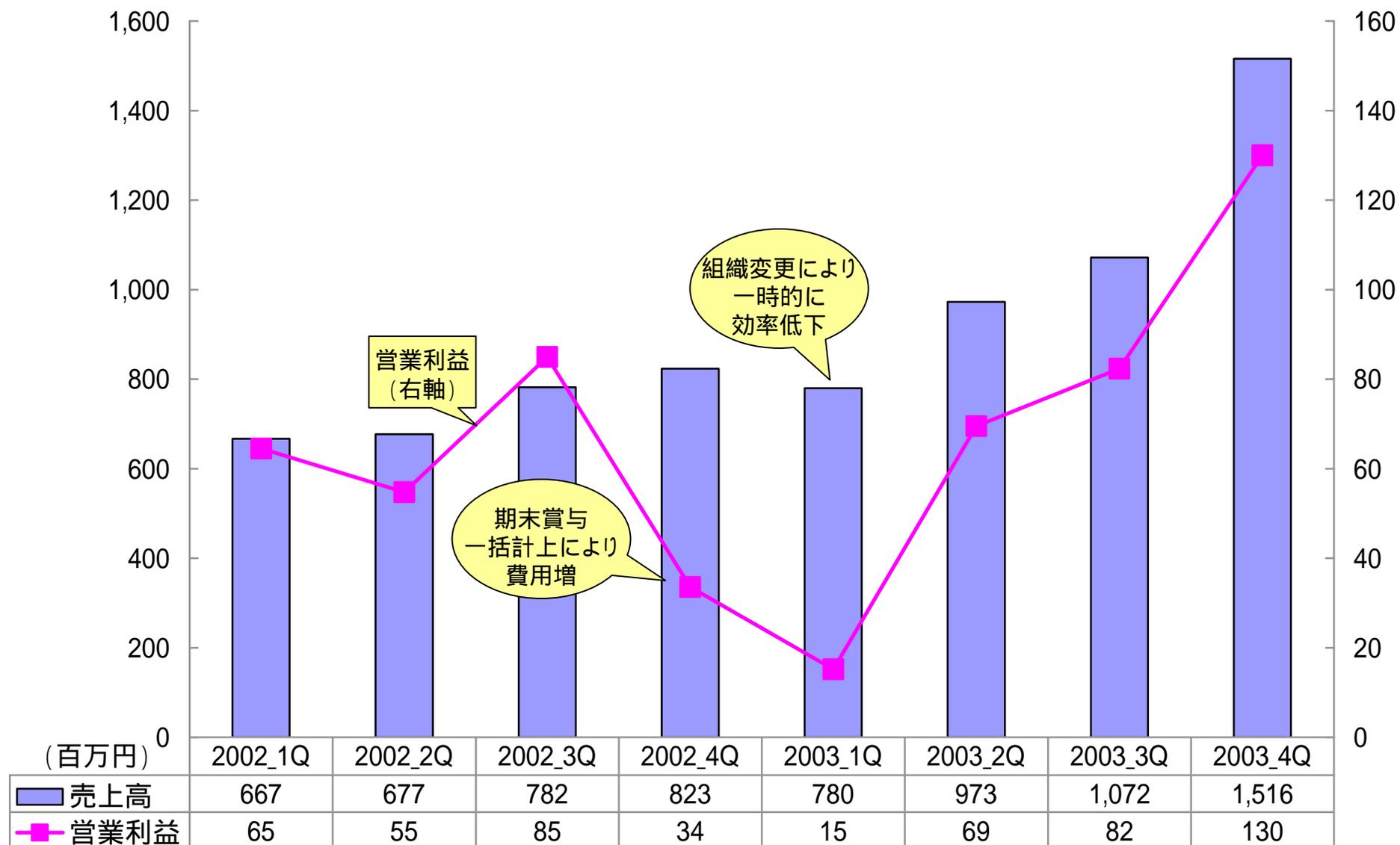
(百万円)

営業利益・経常利益

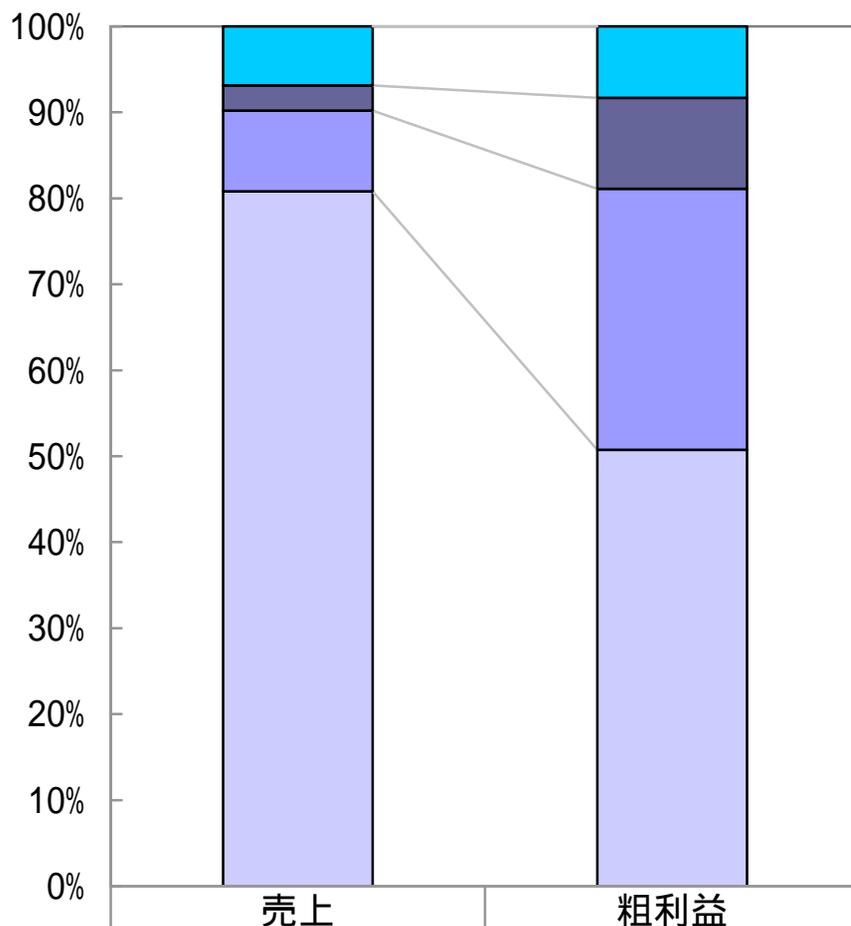


四半期業績推移

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

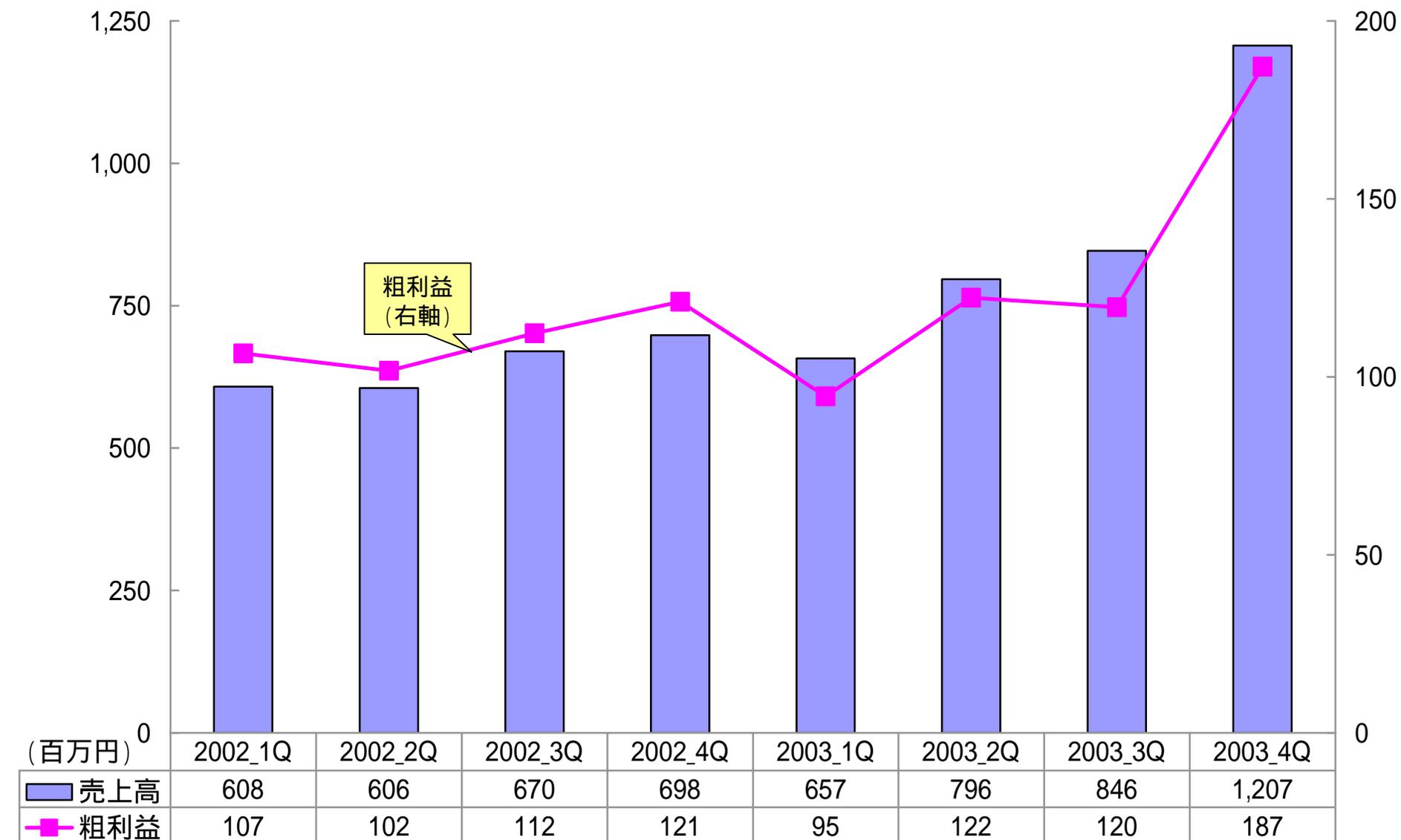


| 事業分野 | 粗利益率 |
|-----------|------|
| アド事業 | 21% |
| 広告代理 | 15% |
| MP | 77% |
| ASP事業 | 86% |
| ソリューション事業 | 29% |
| 全社 | 24% |

| | 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 |

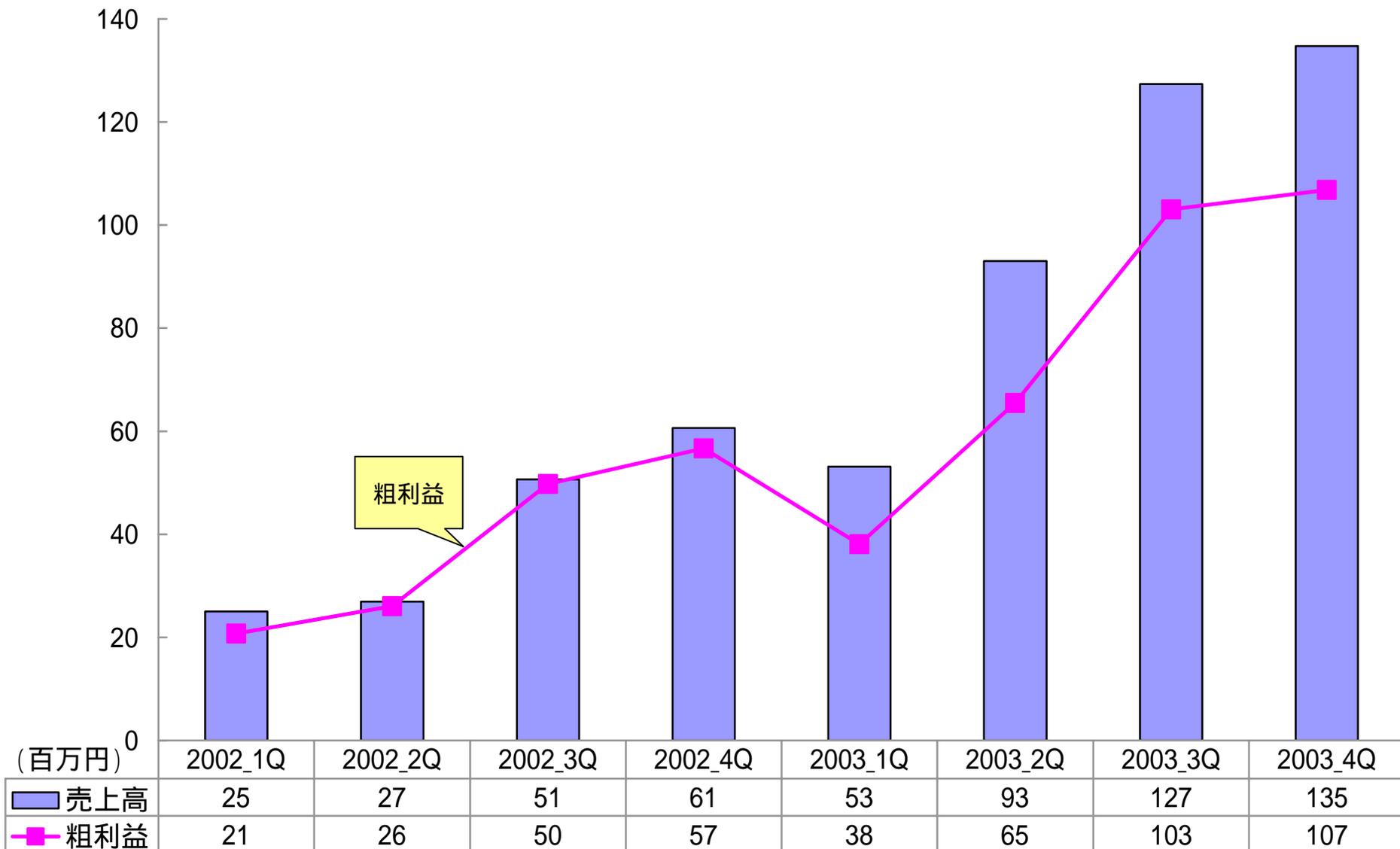
四半期収益推移 > アド > 広告代理

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



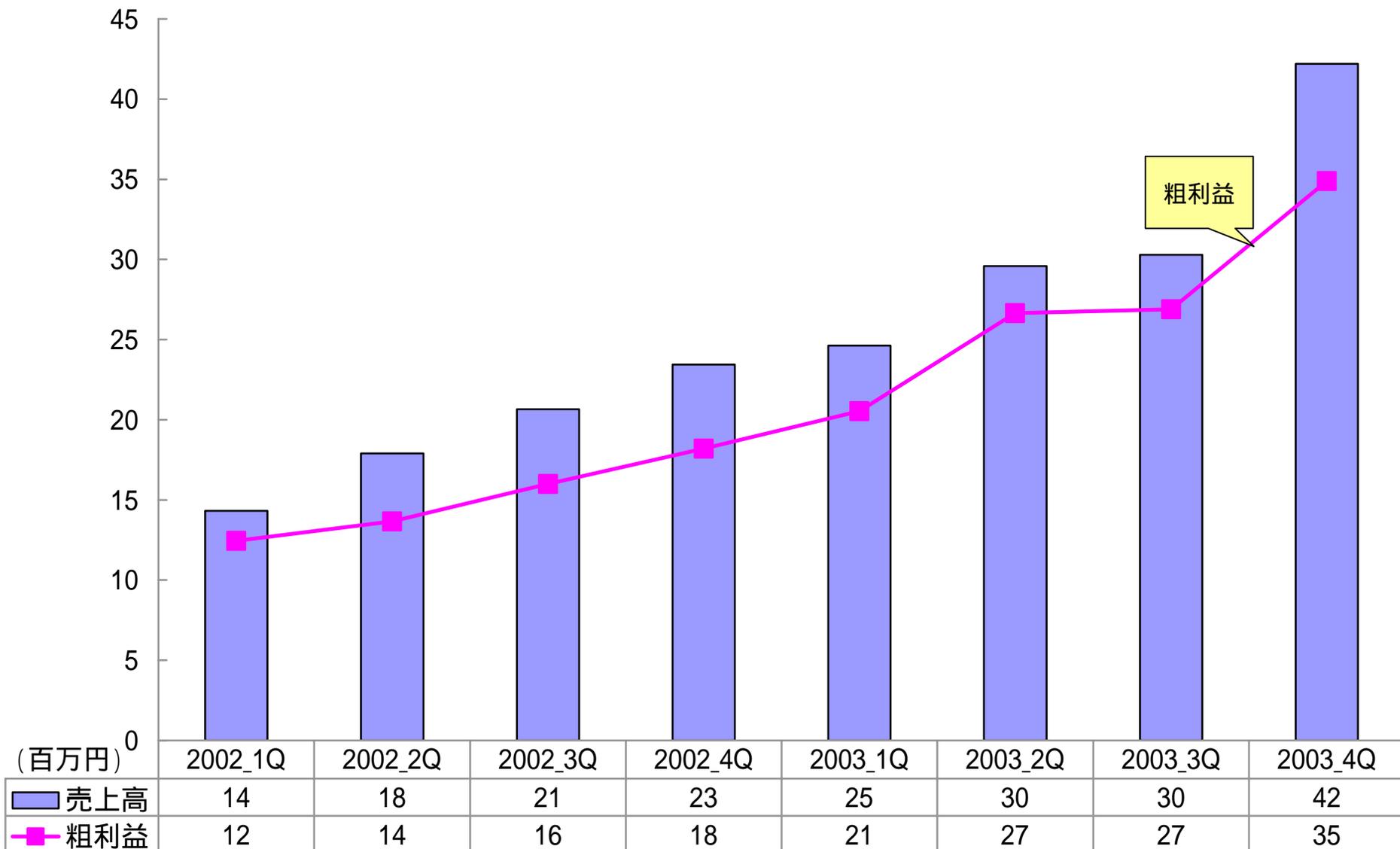
四半期収益推移 > アド > MP

「営業ツール」から「収益基盤」へ成長



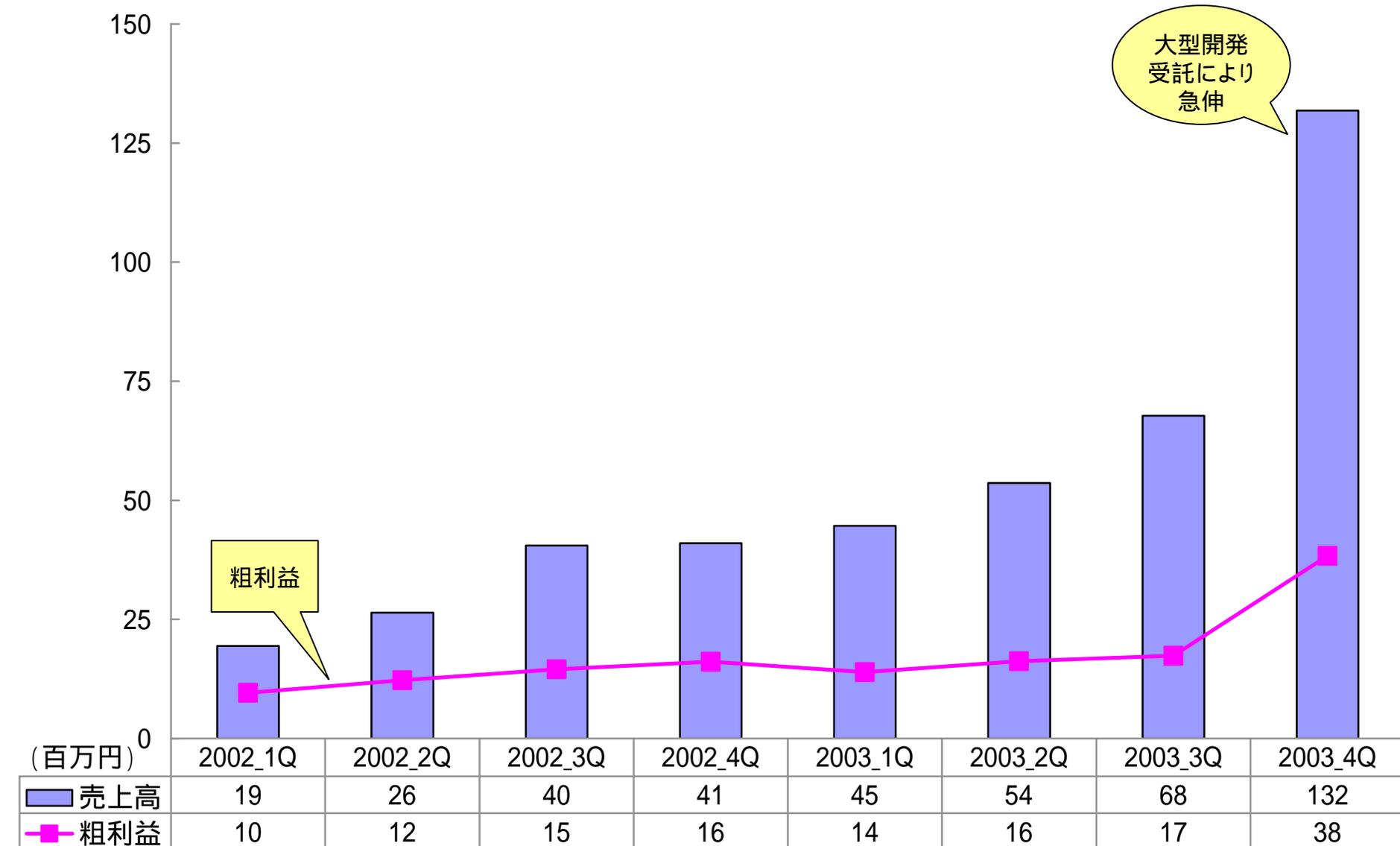
四半期収益推移 > ASP

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

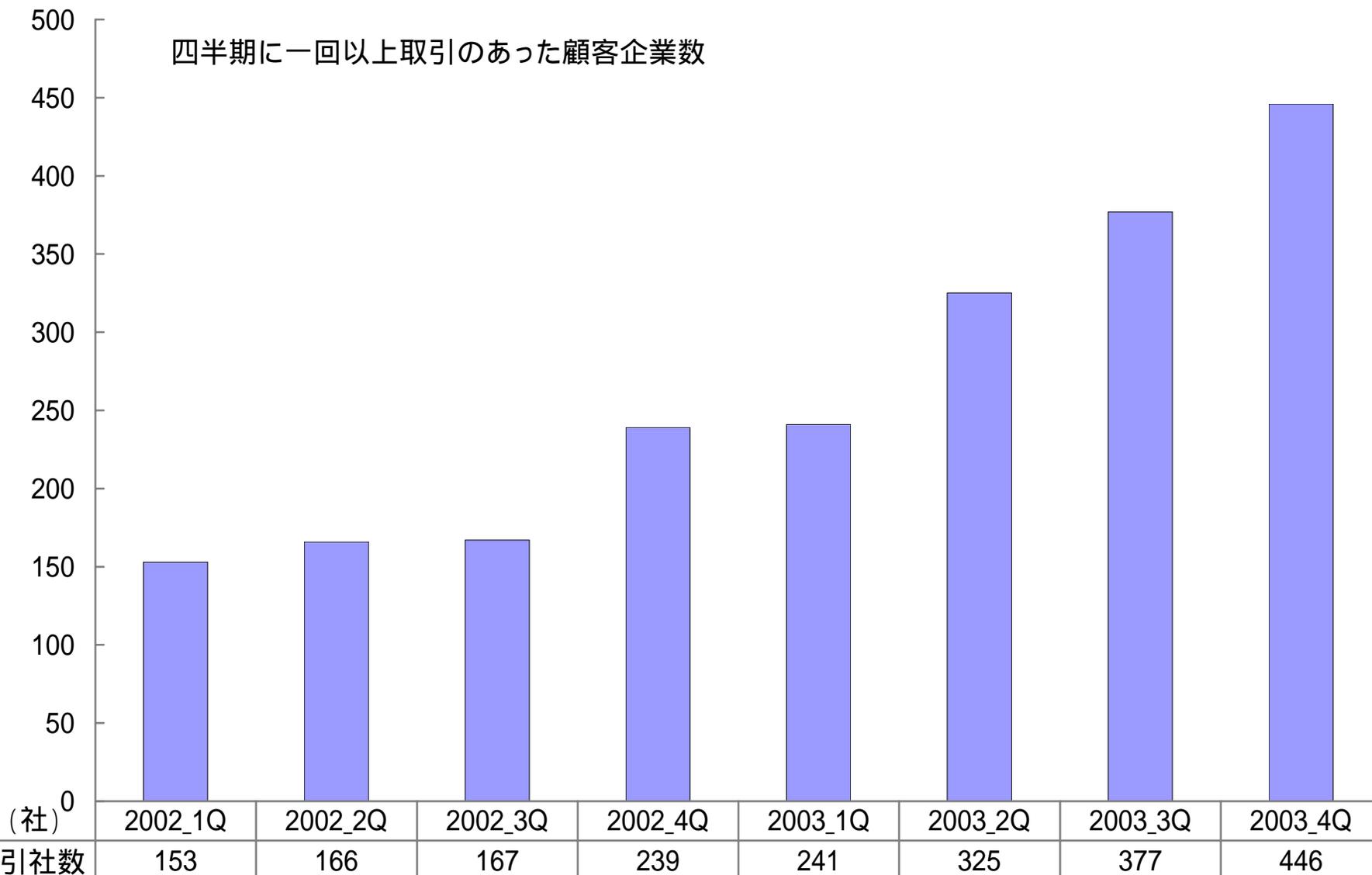
開発・制作案件が積み上がるも、安定化に課題



取引顧客数推移

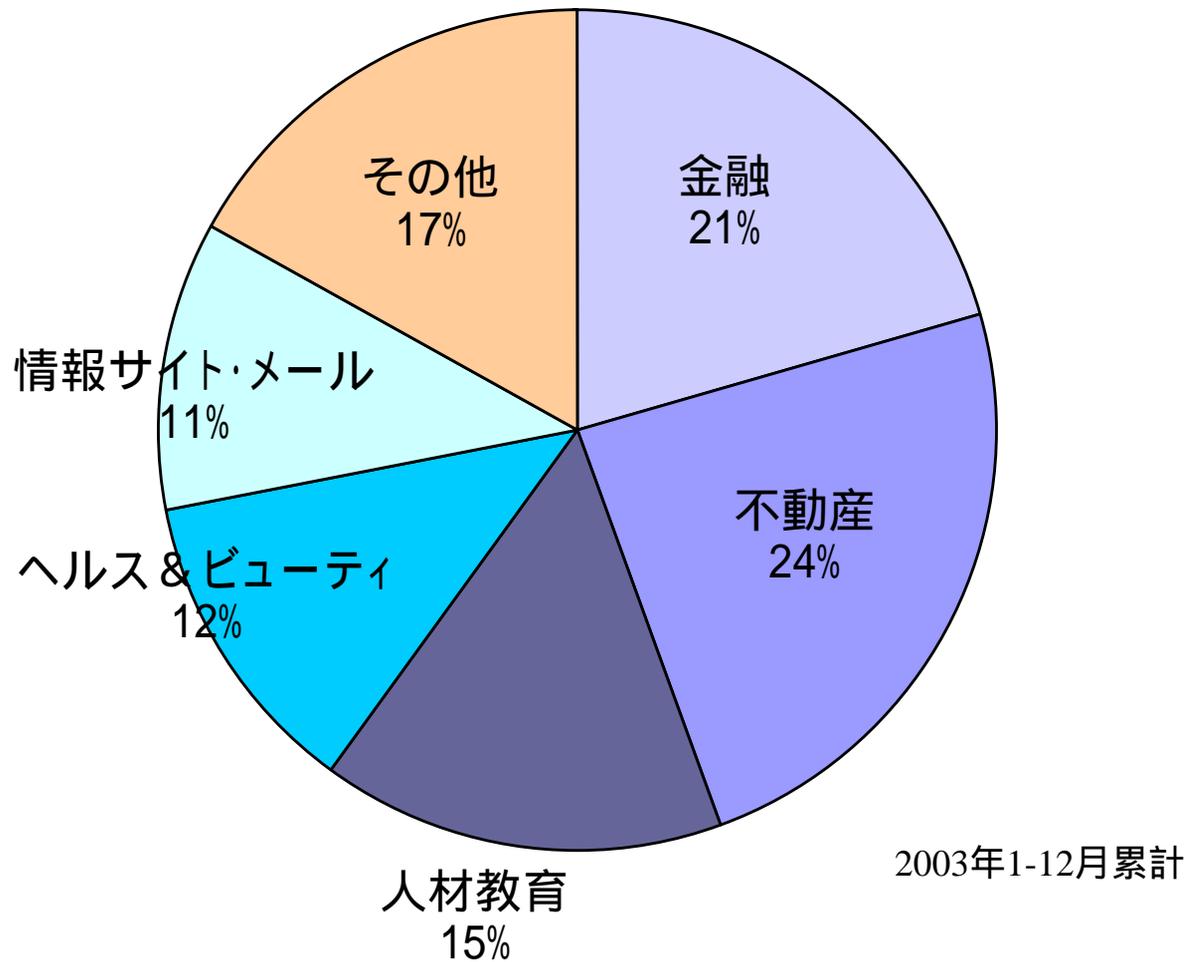
総顧客数・大口顧客数ともに順調に増加 タテ型・ヨコ型ともに成功

四半期に一回以上取引のあった顧客企業数



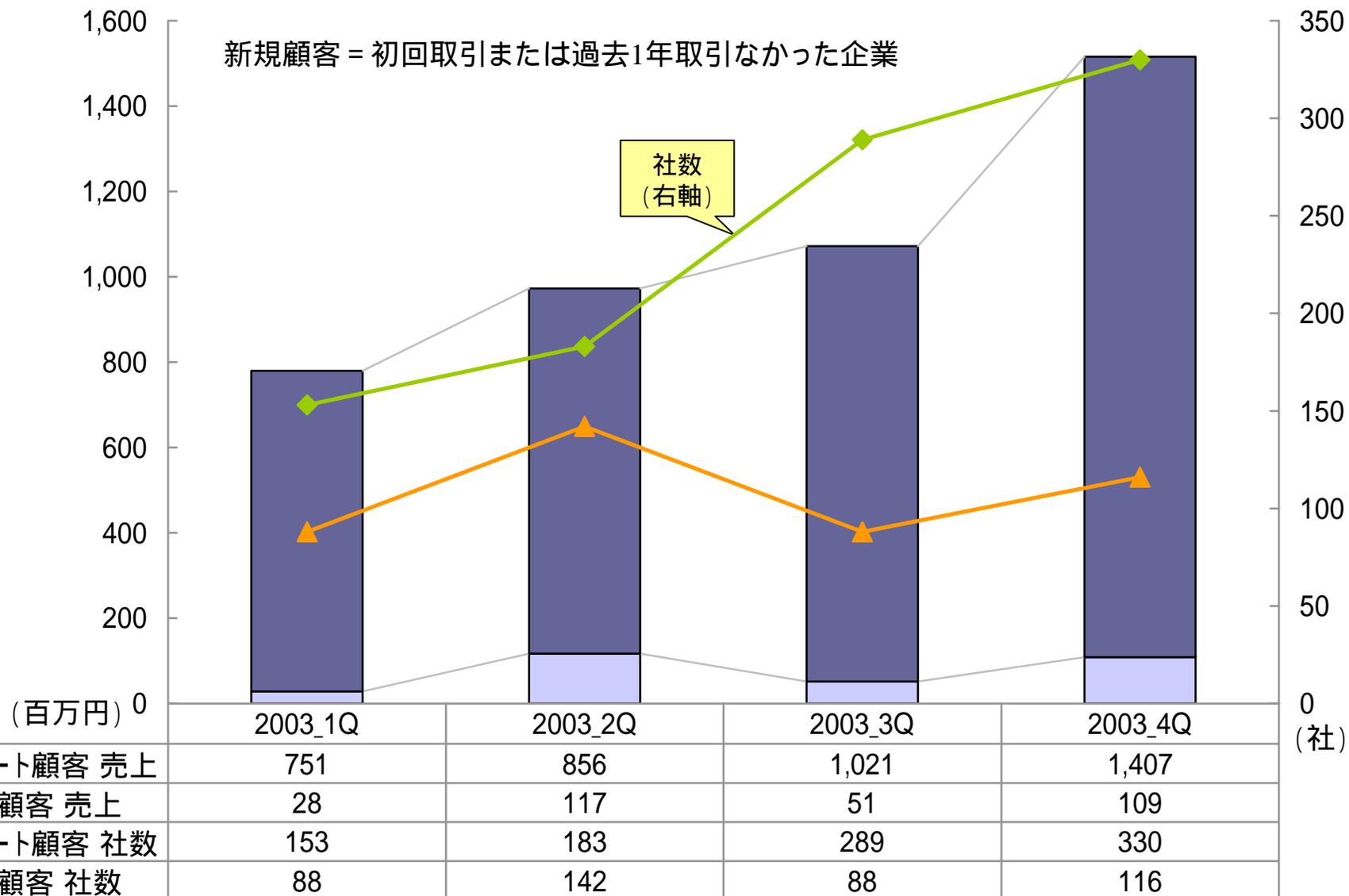
業種別売上構成

戦略4業種で約7割の売上を構成



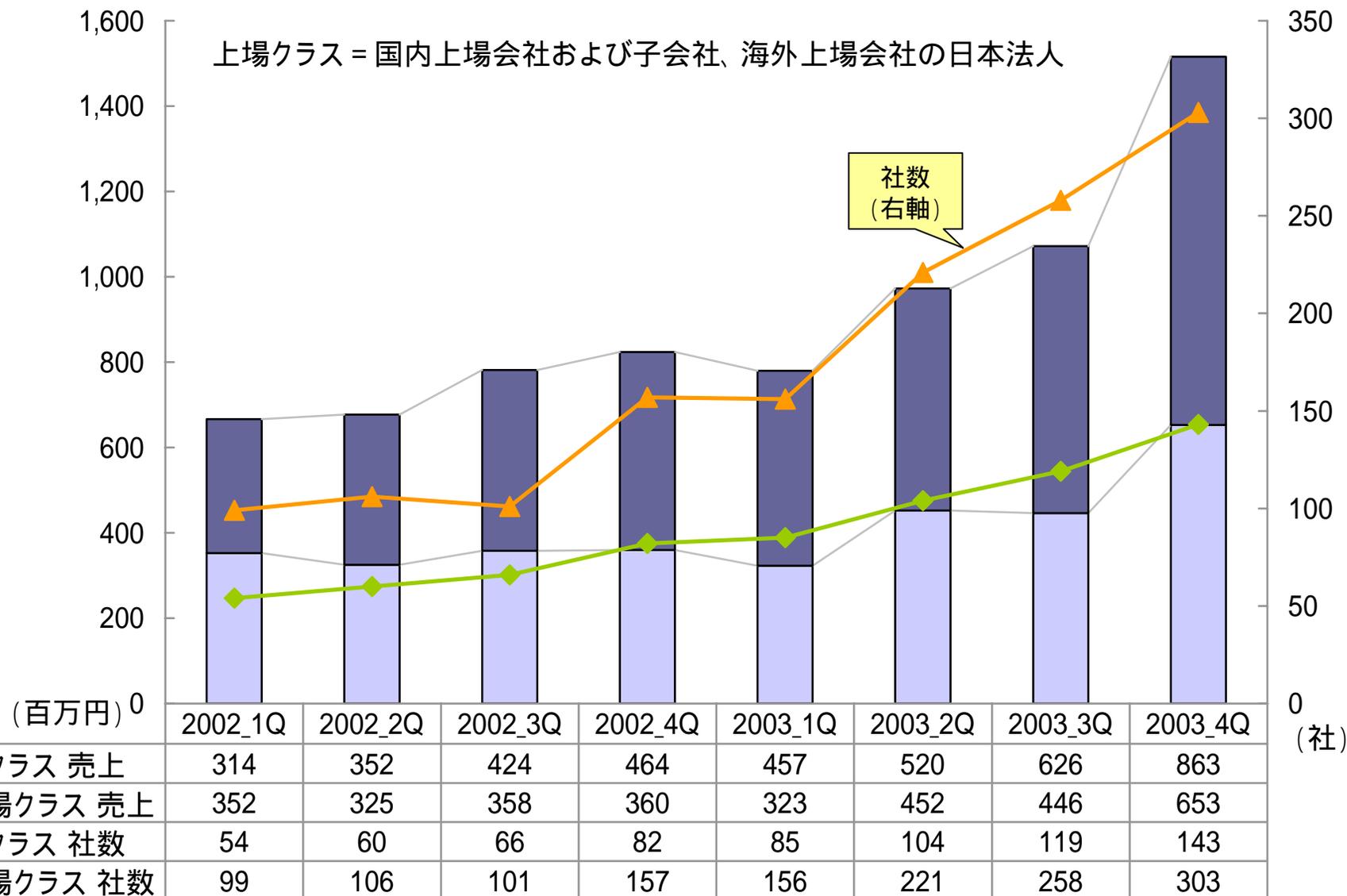
新規・リピート顧客数と売上推移

新規顧客増 リピート顧客増の好循環



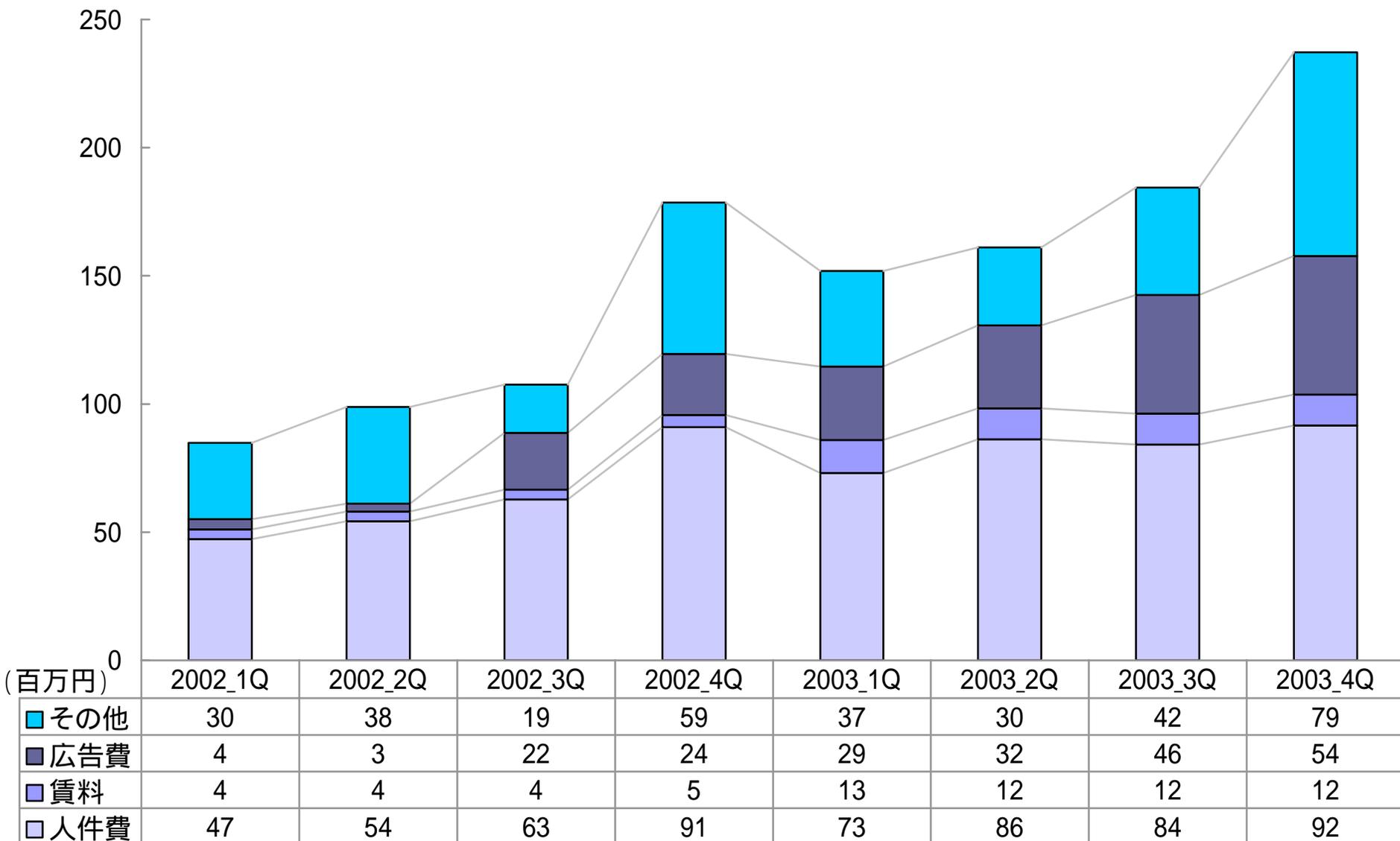
上場 / 非上場顧客数と売上推移

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