



e-marketing company

2013年12月期 Q2決算説明会資料

2013年7月29日

投資育成事業開始、オプトアメリカ新規連結子会社化

広告・ソリューション事業



SOLDOUT



投資育成事業



新規
連結

データベース事業



platformia
Open Data Platform Service



Consumer First

S&C事業



MULTIMEDIA SCHOOL WAVE



海外事業



OPT America

eMFORCE
The Task Force of eMarketing

chai communication

2013年Q2(4-6月) 連結サマリー

＊以降、特に記載なき場合、金額は百万円単位・単位未満切捨、パーセンテージは単位未満四捨五入にて表記しています。

営業利益前年比2.5倍
電通との契約変更による売上高減少

売上高 159.1億円

(前年比-14.0%)

営業利益 4.69億円

(前年比2.5倍)

広告・ソリューション事業

売上高 131.3億円（前年比▲23.9%）

営業利益 1.9億円（前年比▲47.7%）

- ✓電通の影響を除き、売上総利益は前年比約10%増
- ✓事業フォーカスと体制強化で前年同Q比約100名増員
（S&Cおよび海外領域からの異動、新卒・中途採用）

データベース事業

売上高 6.9億円（前年比+12.3%）

営業利益 42百万円（前年比+18.7%）

✓Xrost DSP堅調

✓投資加速(DMP、C-Finder等)

S & C事業

売上高 5.7億円
(前年比+10.0%)

営業利益 56百万円
(黒字化)

海外事業

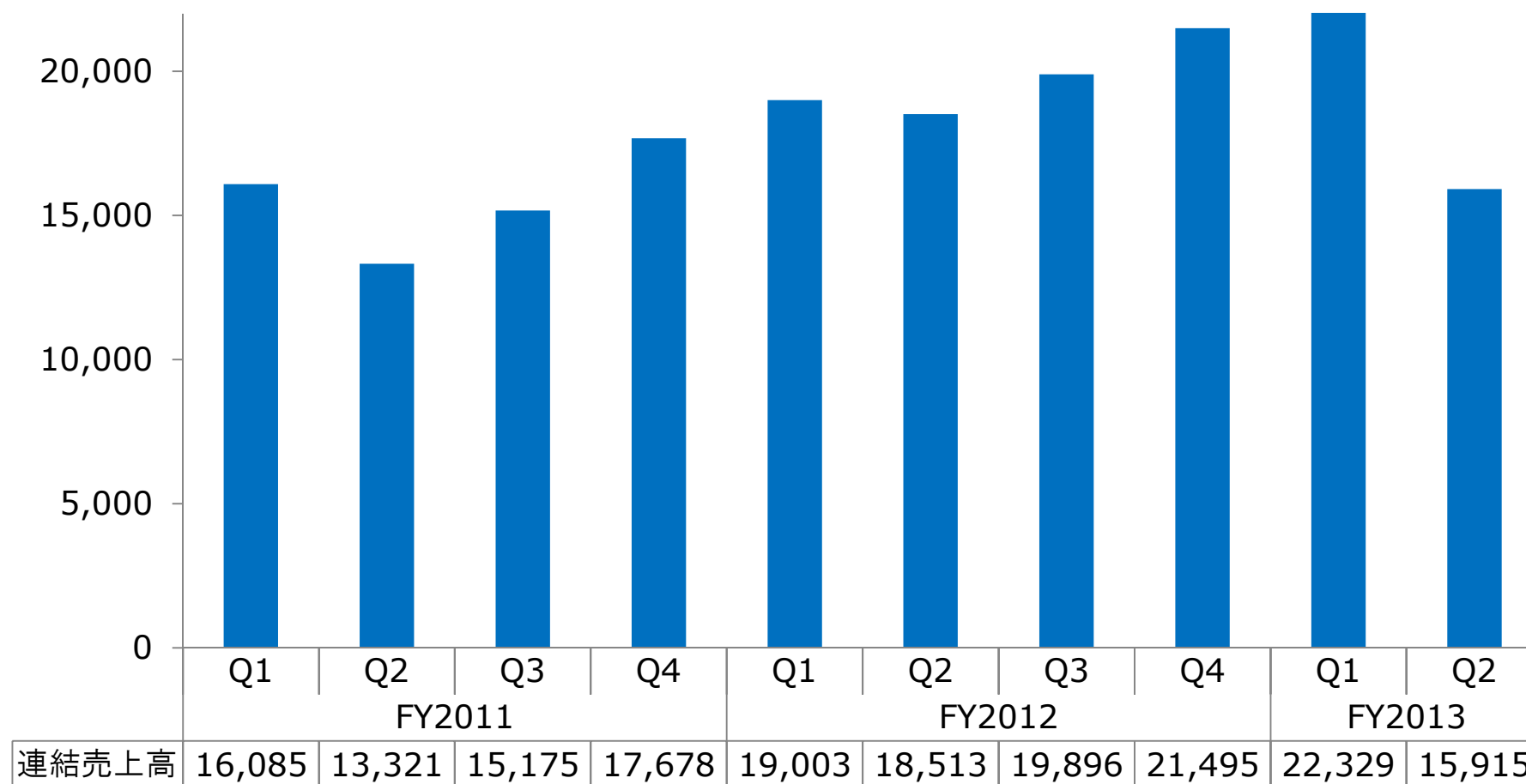
売上高 11.4億円
(前年比大幅増加)

営業損失 46百万円

投資育成事業

売上高 4.4億円
営業利益 2.2億円

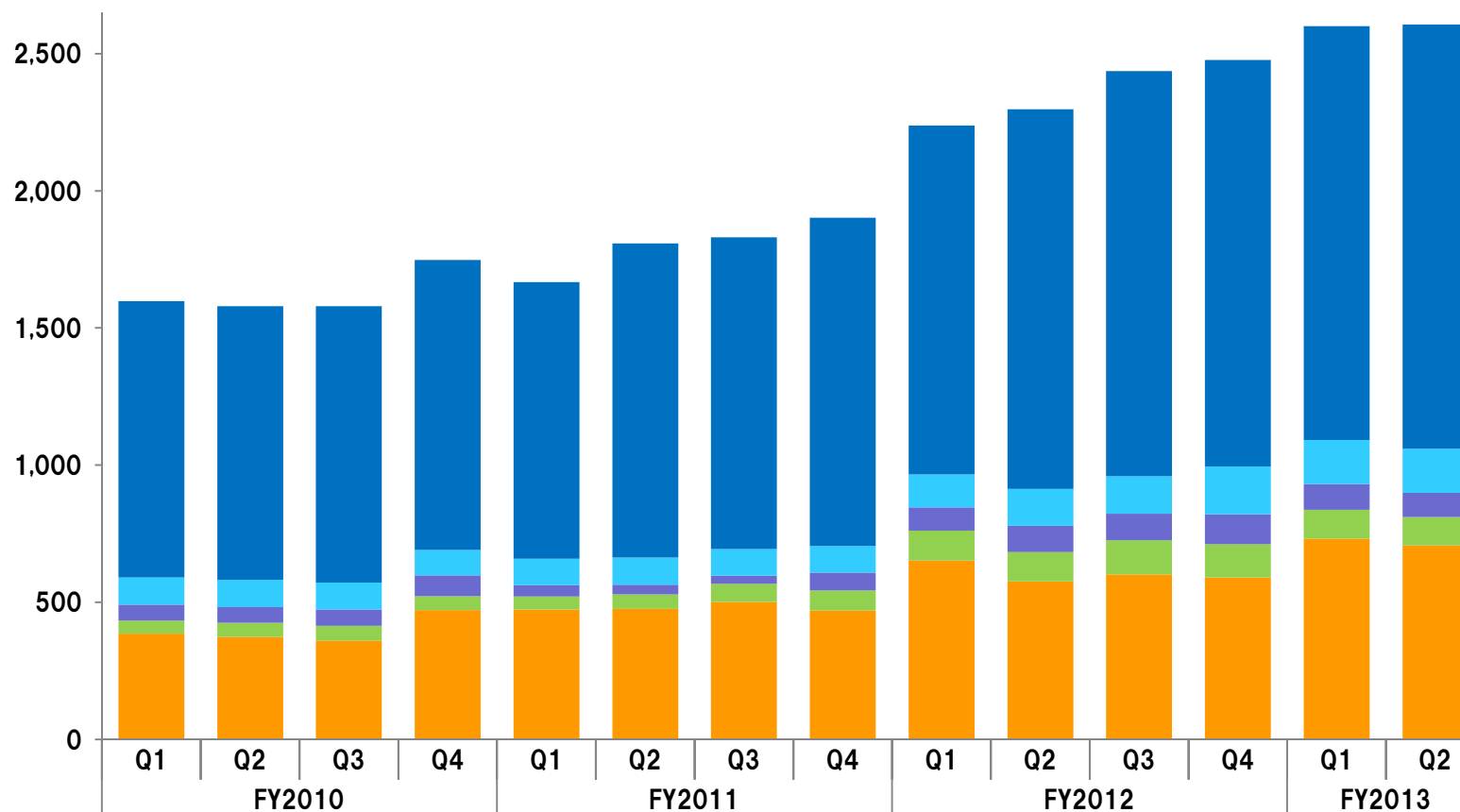
電通との契約変更の影響で昨年比減少



セグメント別の売上高・営業利益(Q別)

		2010	2011	2012				2013		12Q2対比
		FY	FY	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	
広告・ソリューション事業	売上高	55,352	59,325	17,727	17,253	17,909	18,850	20,134	13,132	-23.9%
	営業利益	1,377	1,305	465	367	547	606	436	191	-47.7%
データベース事業	売上高	1,465	1,636	636	618	692	760	738	694	+12.3%
	営業利益	-8	55	56	35	69	126	104	42	+18.7%
S&C事業	売上高	954	789	511	523	577	553	575	575	+10.0%
	営業利益	42	-102	-162	-175	-142	-109	-19	56	黒字化
海外事業	売上高	528	654	201	185	838	1,401	948	1,149	大幅増
	営業利益	-20	-152	-43	-32	-83	-2	-52	-46	-
投資育成事業	売上高								444	-
	営業利益								224	-
合計	売上高	58,132	62,260	19,003	18,513	19,896	21,495	22,329	15,915	-14.0%
	営業利益	1,391	1,107	314	187	380	623	471	469	2.5倍
		営業利益（投資育成事業を除く）							245	+30.6%

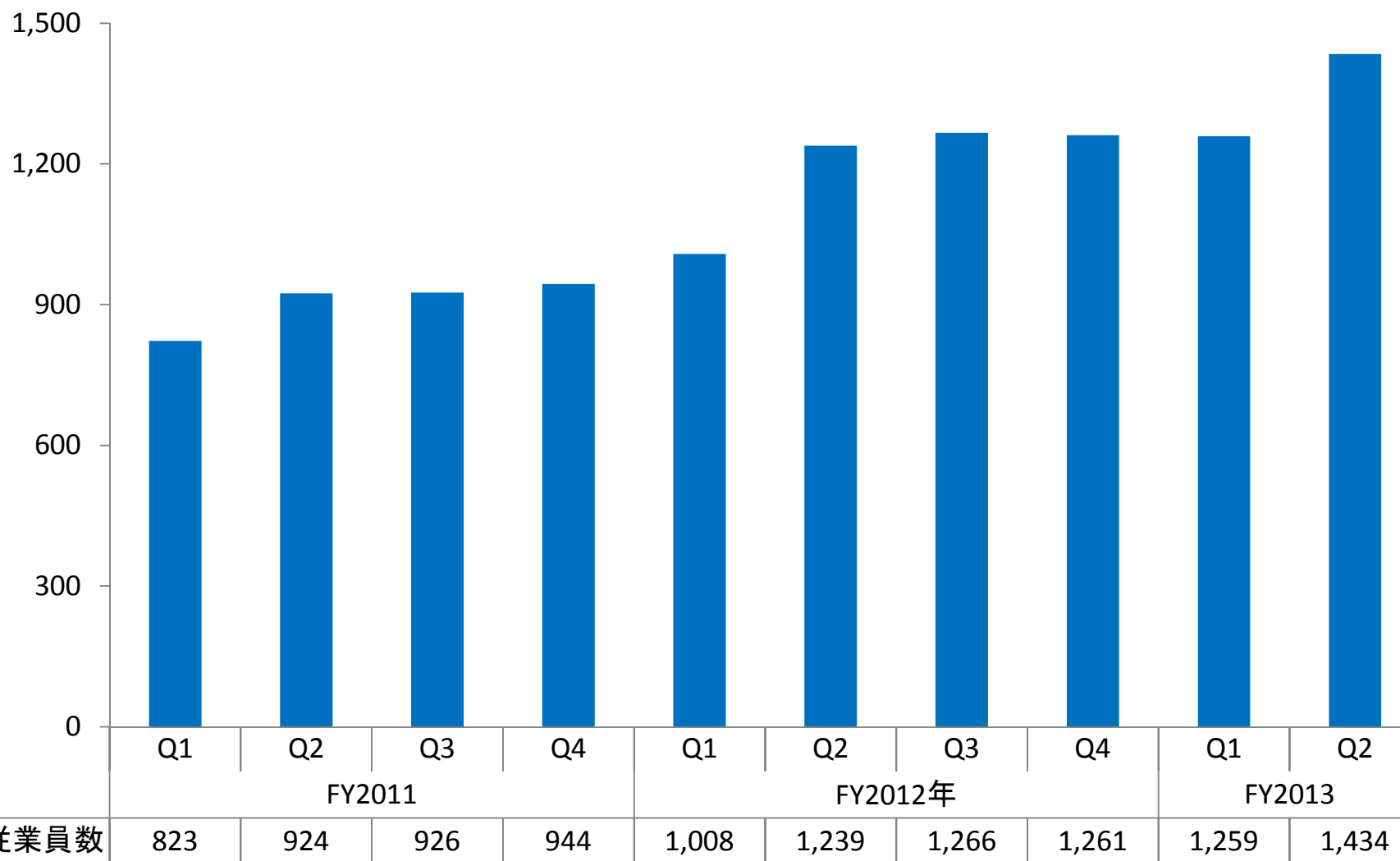
連結販管費の推移



販管費合計	1,602	1,583	1,581	1,749	1,671	1,811	1,832	1,904	2,241	2,301	2,439	2,479	2,604	2,609
■人件費	1,008	998	1,008	1,057	1,009	1,146	1,137	1,197	1,273	1,385	1,477	1,483	1,509	1,546
■賃料	99	99	98	93	96	99	97	97	120	134	137	174	161	161
■広告宣伝費	59	57	59	75	42	35	29	65	85	96	97	109	94	88
■のれん償却+減価償却	47	52	54	51	47	53	67	72	109	107	124	121	105	103
■その他	386	374	361	472	474	476	501	471	652	576	602	591	732	708

連結従業員数の推移

※下記、従業員には外部出向者および派遣社員は含まず



主要事業の状況

引き続きアベノミクス効果が追い風

主要顧客状況

金融	証券・保険をはじめ、金融全般で堅調に推移。
不動産	賃貸等の季節要因による出稿控えで微減。
人材	転職市場等の盛況により、引き続き好調を継続。
化粧品・美容	季節性もあり、大口顧客を中心に広告出稿旺盛。

組織体制

体制強化および新商材開発・販売のため、S&C領域からの異動も含め連結で約100名増員。

運用系広告を柱に市場拡大をリード

* メディア状況

運用系広告	アドネットワーク	<ul style="list-style-type: none">・YDN賞1位獲得(2012年10～2013年3月)後もYDN好調、前年同Q比3倍強。・Criteo取扱量増加継続、GDN等主要ネットワーク好調。
	検索連動型	<ul style="list-style-type: none">・Yahoo!・Google共に堅調。・スマートデバイスが牽引。
	アフィリエイト	<ul style="list-style-type: none">・金融関連顧客を中心に好調。・前年同Q比倍増。
ソーシャル 広告	Facebook、Twitterが伸張。SNSコンサルティングも増加。	

デバイス状況

PC	・微増傾向続く。
フィーチャーフォン	・既に取り扱少量も減少続く。
スマートフォン	・検索連動型広告を中心に、前年同Q比+60%と増加継続。 ・普及台数に比例し、今後も増加の見込み。

新しい取り組み進行中

新規取り組み

オムニチャネル等の新規開発・
取り扱いにより商品構成が拡大

020集客支援

リテリジェンス

ポイントプログラム保有企業向け商品

デジガチャ

動画広告

プロジェクトチーム組成





自治体広告ネットワーク

ママフレ




成果

- ① 大手広告主の獲得
(ダイレクト系以外の大手広告主)
- ② 従来の広告費に加え、
販促費の獲得が増加中
- ③ 新業種開拓

連結子会社、業績好調

 CLASSIFIED	<ul style="list-style-type: none">✓ 大手デベロッパー中心にマンション、戸建ともに好調。✓ スマートフォン経由の資料請求が前年比急増中。✓ 前年同Q比、売上高+33.4%
 Crossfinity	<ul style="list-style-type: none">✓ 台湾に子会社設立。SEOの海外拡販進める。✓ 金融業種中心にアフィリエイト広告増加中。✓ 前年同Q比、売上高約4倍
 SOLDOUT	<ul style="list-style-type: none">✓ 子会社のサーチライフがヤフーからの出資を受け、地方代理店開拓を加速。✓ マーケティングテクノロジー事業分野体制強化のため「株式会社テクロコ」を設立。✓ 前年同Q比、売上高+47.3%
 s1o Interactive Satisfaction guaranteed Only one Organization	<ul style="list-style-type: none">✓ フリークアウト社の初代認定パートナーの称号を取得。✓ トレーディングデスク受託先顧客増加中。✓ 前年同Q比、売上高+41.8%

事業拡大への成長ドライバーが増加 収益化への布石相次ぎ投入

 platformid Open Data Platform Service	<ul style="list-style-type: none">✓ Xrost DSP販売好調。✓ Xrost DMPリリース。第2の柱を目指す。
 Consumer First	<ul style="list-style-type: none">✓ マクロミル、ホットリンクと共同でネット選挙に関するビッグデータ分析で共同調査結果を発表。✓ 分析ツールC-Finder大型受注。
 hotto link	<ul style="list-style-type: none">✓ ネット選挙が追い風。✓ 日立システムズから出資を受け、協業を強化。✓ ソーシャルメディア分析の販路拡大を目指す。

黒字化に向けた計画、順調に進行中

S&C事業



**オプト単体
清算完了**



アプリ好調



**新規顧客の
開拓に注力**



**収益化に向け
た施策継続中**

海外事業領域



**子会社の「Catcha Digital Asia PTE」と連
携し東南アジア市場開拓に本格着手。**



**米国展開および情報収集強化を目的に
連結子会社化。**

投資育成事業に参入

国内およびAPACを中心に、
インターネット関連のベンチャー企業に投資

重点投資分野

コマース

クラウドソーシング

Edu×Tech

アドテク

投資スタンス

投資ステージ	: アーリーステージ、ミドルステージ中心
投資規模	: 3,000万円～1億円程度
平均投資期間	: 3年(2年～5年)
体制	: 5名

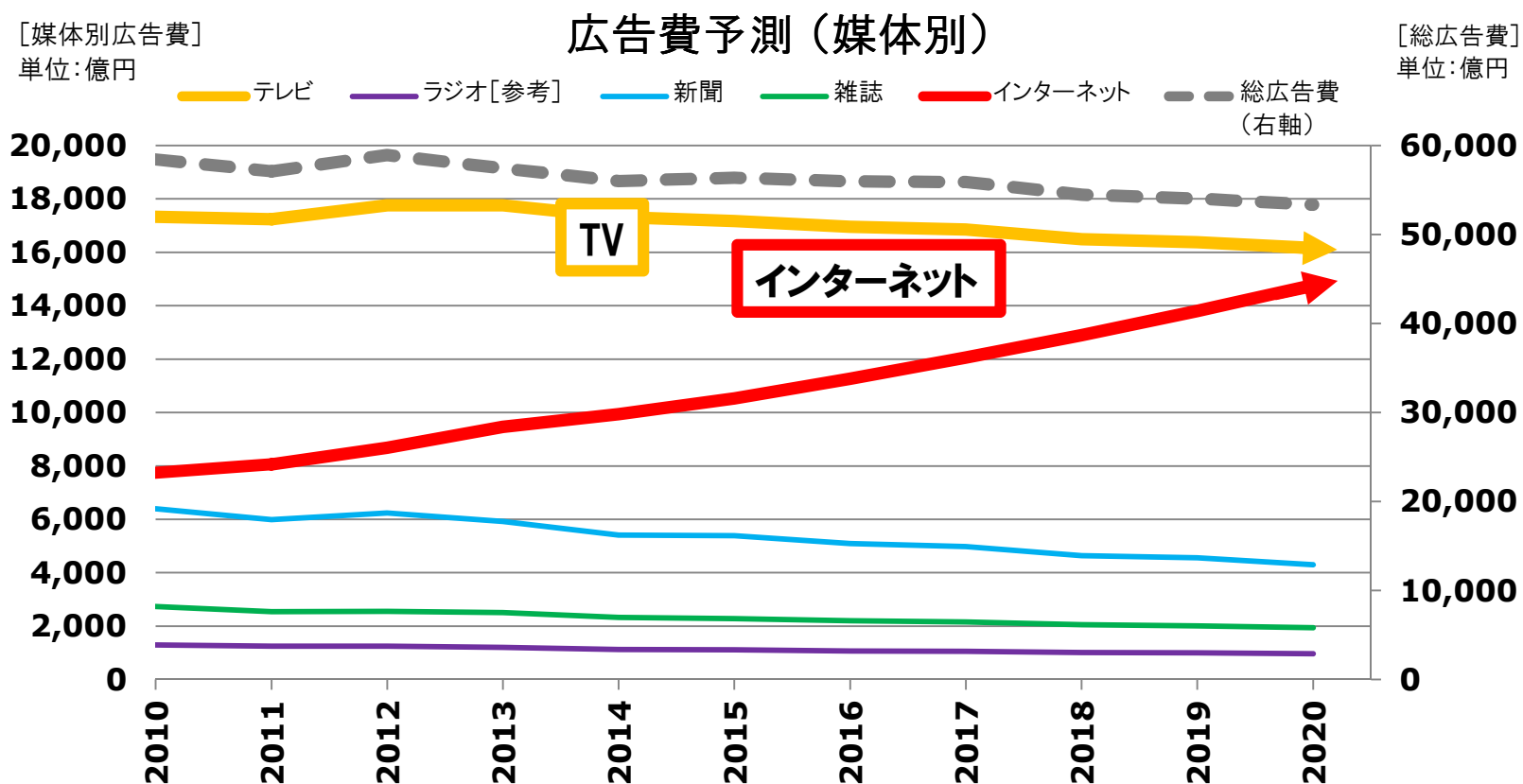
優位性を活用し、新たな企業価値創出を狙う



成長戦略

インターネット広告市場のマクロ環境

広告市場はインターネットとTVの2強に インターネット広告は成長継続し、2兆円規模視野へ

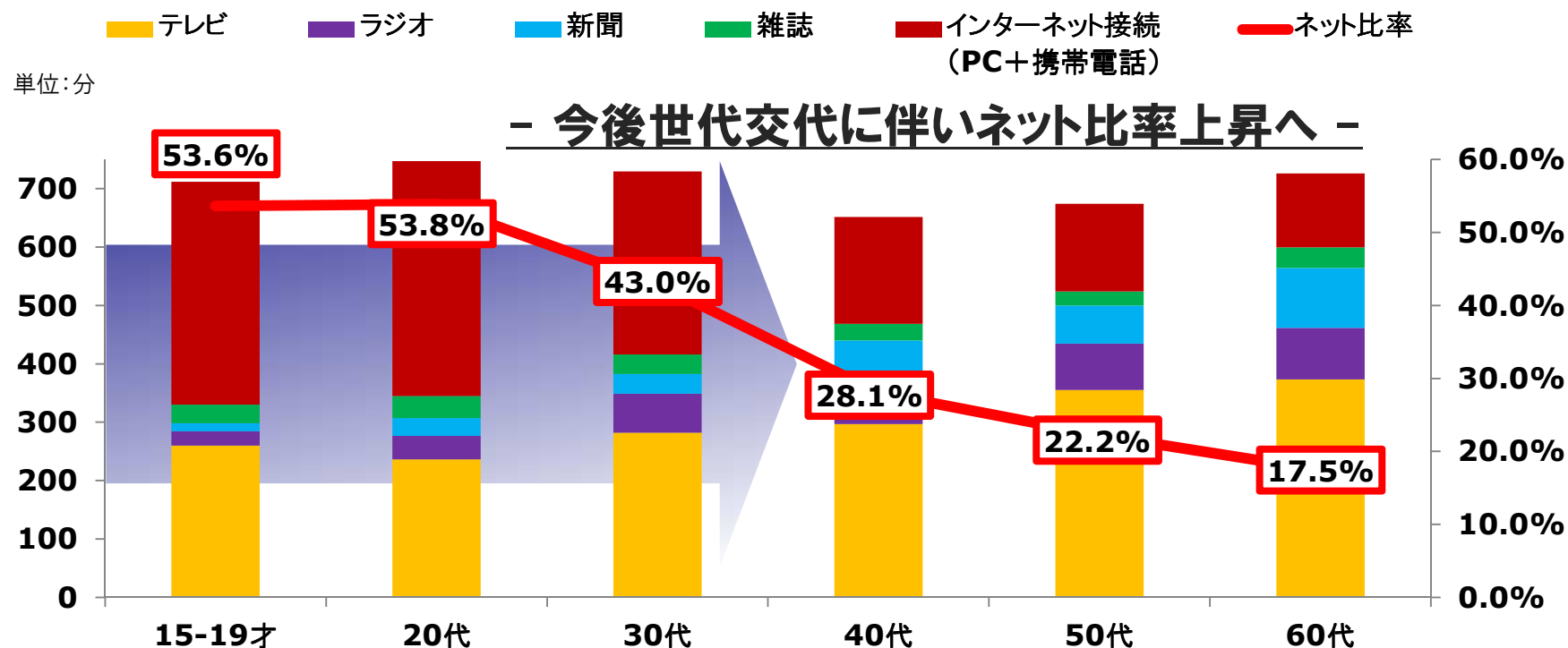


※2010-12年は実績値、2013-20年は推定値
※マス4媒体は電通「2012年日本の広告費」及び日本民間放送連盟「媒体別広告費の展望」に基づき推定

※インターネットは電通「2012年日本の広告費」及び当社試算に基づき推定
※ラジオはデジタルラジオを含まない水準であるため参考値

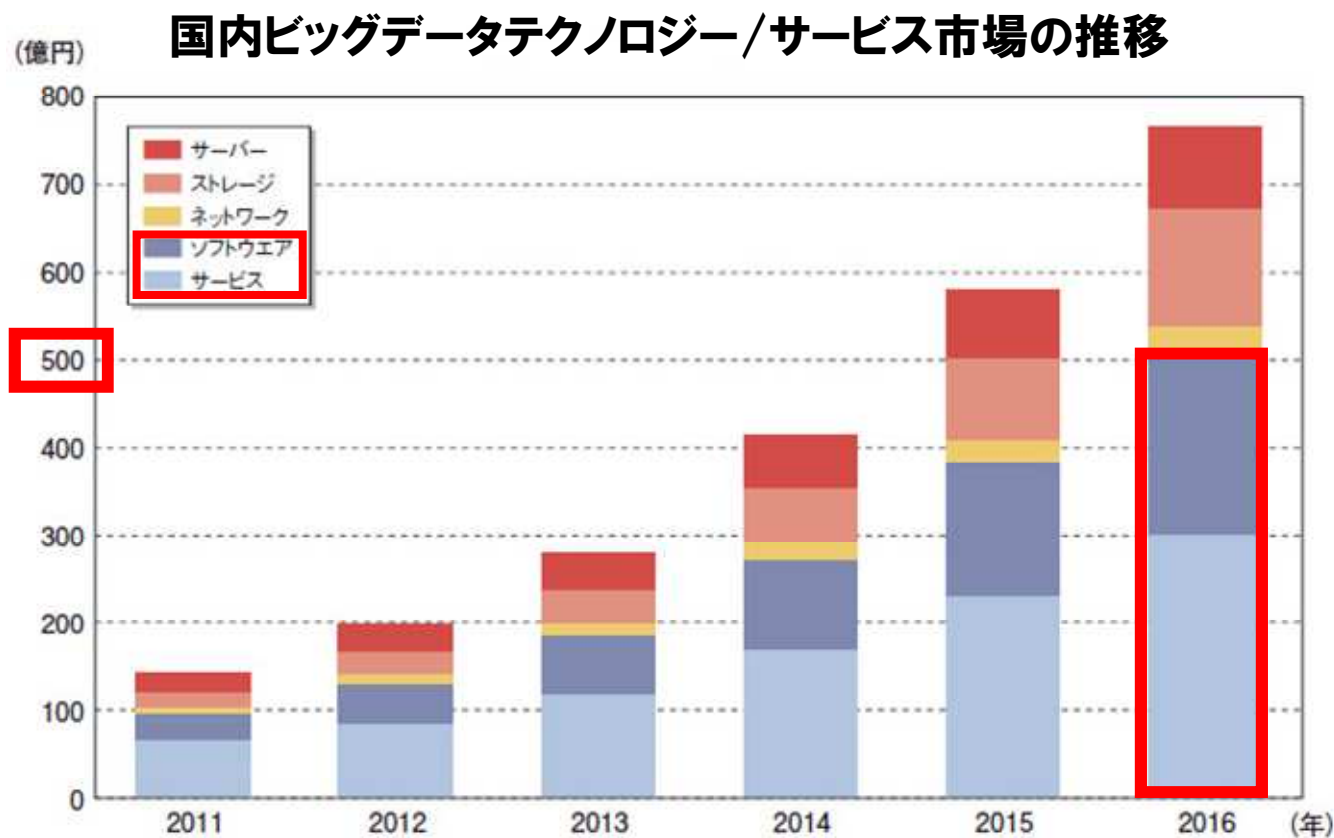
年代別のメディア接触時間、 20代は既にインターネットがマスメディアを上回る

年代別メディア接触時間



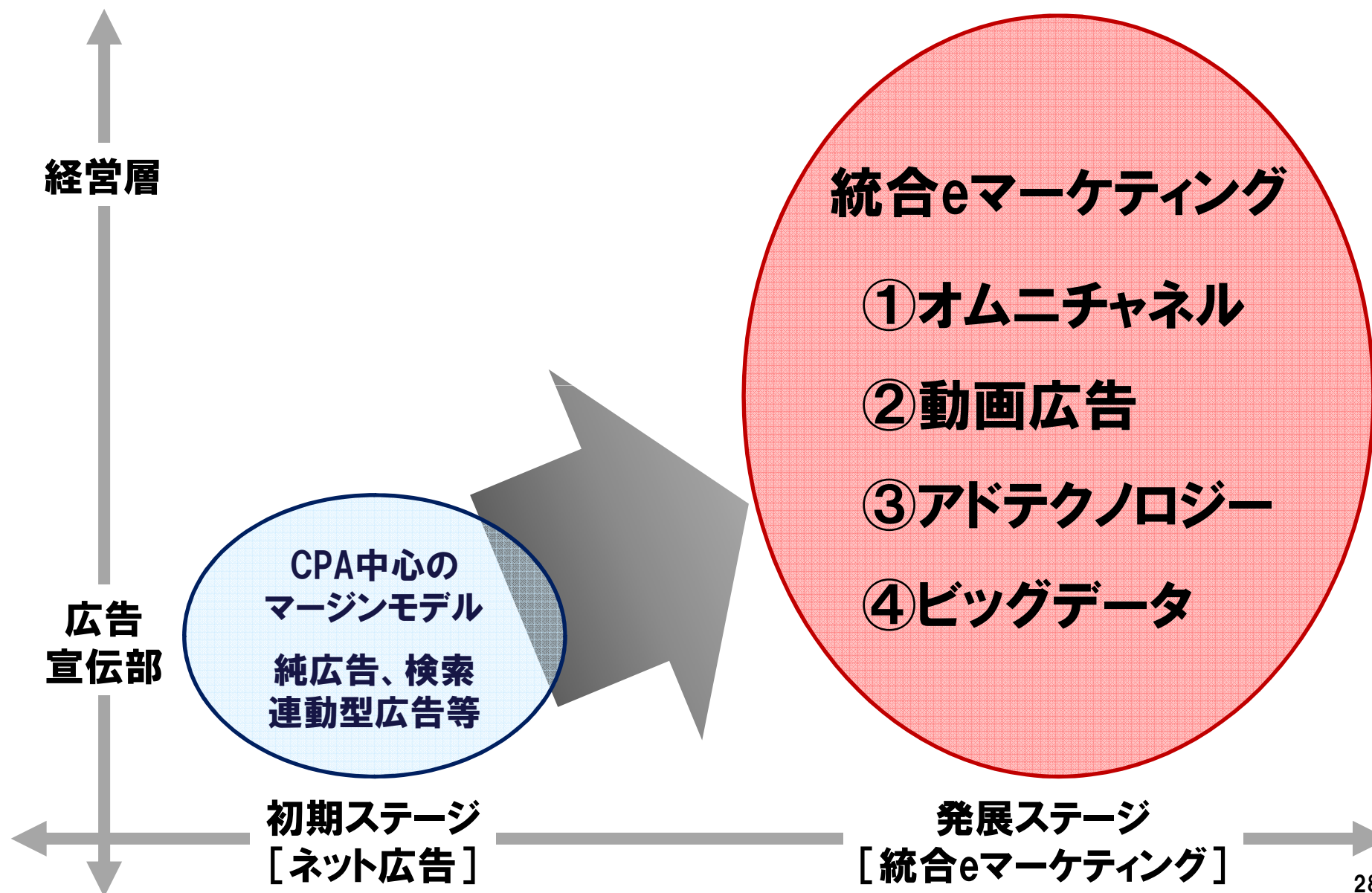
出所: 博報堂DYメディアパートナーズ、メディア環境研究所「メディア定点調査・2013レポート」(東京地区)に基づき算出

ビッグデータ市場（ソフトウェア・サービス）は 2016年、500億円規模と予測



出所: IDC Japan (2012年10月3日)

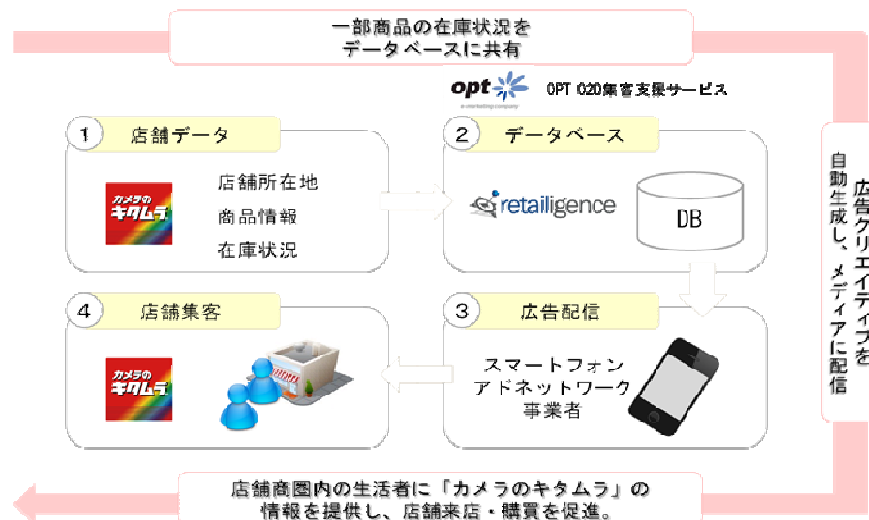
オプトの注力分野



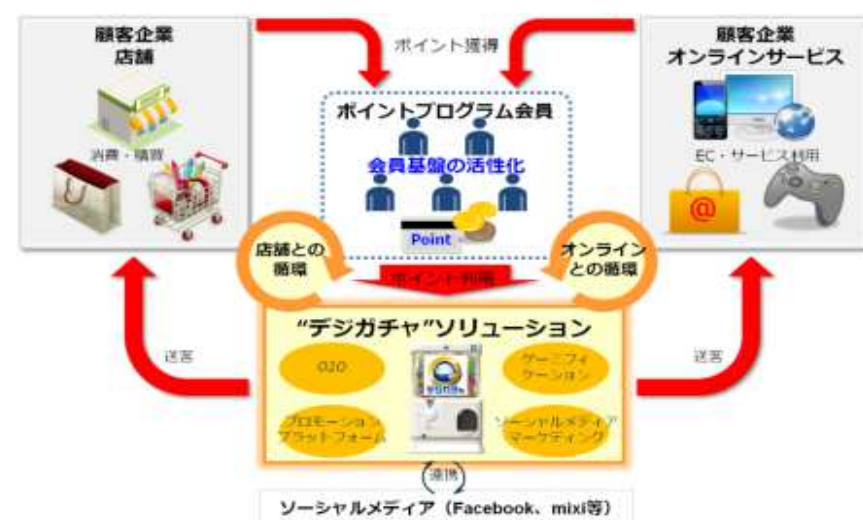
①オムニチャネル

- 単体にオムニチャネル支援組織を新設
- Retailigenceリリース、7月よりトライアル開始
導入企業: カメラのキタムラ、スポーツオーソリティ
- デジガチャ、4社共同展開
導入企業: ヤマダ電機

事例『Retailigence』



事例『デジガチャ』

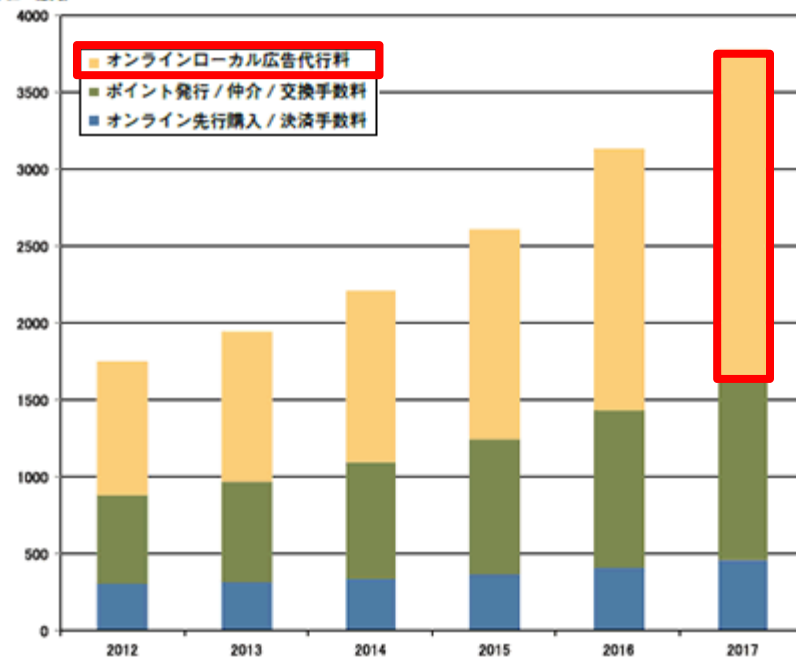


【参考】オムニチャネル市場

- ・2017年には2012年比2倍以上の市場規模へ
- ・流通、小売業種をメインターゲットに売上増加を見込む
- ・折込チラシ広告からオムニチャネルマーケティングへ予算シフトを予想

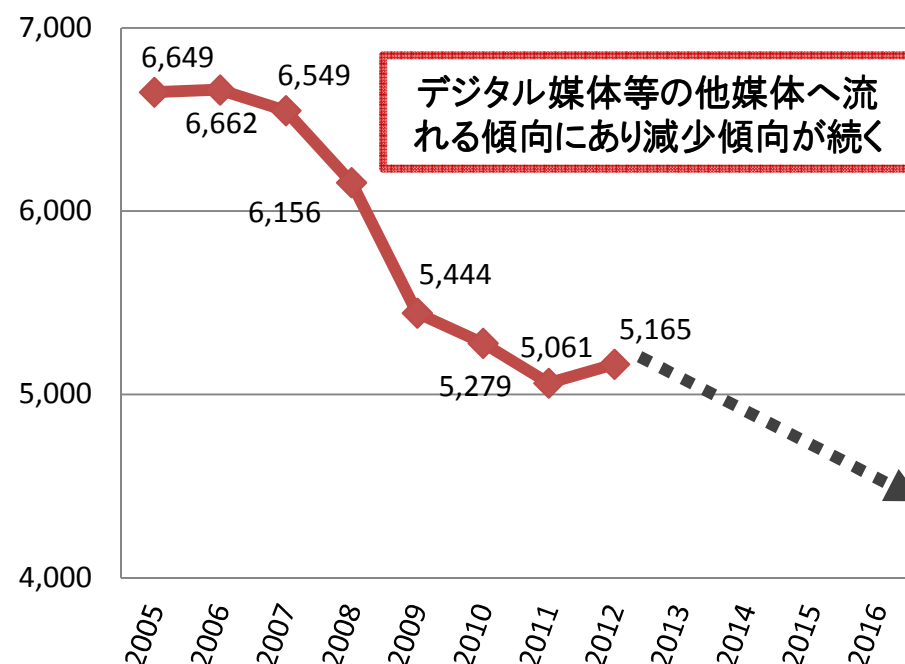
【参考データ】

日本のO2O市場規模予測（2012～2017）
（単位：億円）



出所：ROA Holdings

広告費推移（折込チラシ広告）
[億円]



②動画広告

- ・専門プロジェクトチーム組成で、広告＋制作＋コンサルのワンストップ提供体制を構築し、今後の需要増に対応
- ・有力クライアントの新規獲得等、受注が好調
- ・前年同H比、売上約2倍

米国動画市場予測と当社の実績推移

オンライン動画広告費が2016年には
80億ドルになると予測(年平均成長率134%)

US Digital Ad Spending, by Format, 2010-2016
billions

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Search	\$12.00	\$15.10	\$17.58	\$19.76	\$21.73	\$23.32	\$24.45
Display	\$9.91	\$12.33	\$14.98	\$17.67	\$20.69	\$23.13	\$25.21
—Banner ads	\$6.23	\$7.55	\$8.68	\$9.60	\$10.27	\$10.87	\$11.29
—Video	\$1.42	\$2.00	\$2.93	\$4.14	\$5.75	\$6.99	\$8.04
—Rich media	\$1.54	\$1.65	\$1.82	\$2.03	\$2.38	\$2.69	\$3.03
—Sponsorships	\$0.72	\$1.12	\$1.56	\$1.90	\$2.28	\$2.59	\$2.86
Classifieds and directories	\$2.60	\$2.58	\$2.60	\$2.71	\$2.81	\$2.88	\$2.95
Lead generation	\$1.34	\$1.52	\$1.71	\$1.90	\$2.09	\$2.17	\$2.20
Mobile messaging	\$0.25	\$0.25	\$0.23	\$0.23	\$0.22	\$0.21	\$0.20
Email	\$0.20	\$0.21	\$0.22	\$0.23	\$0.24	\$0.24	\$0.24
Total	\$26.29	\$31.99	\$37.31	\$42.50	\$47.77	\$51.95	\$55.25

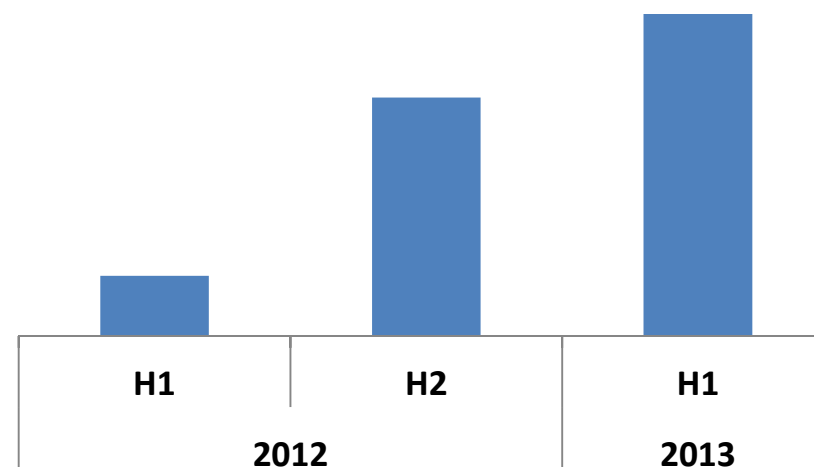
Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones and tablets on all formats mentioned; data through 2011 is derived from IAB/PwC data
Source: eMarketer, Sep 2012

144427

www.eMarketer.com

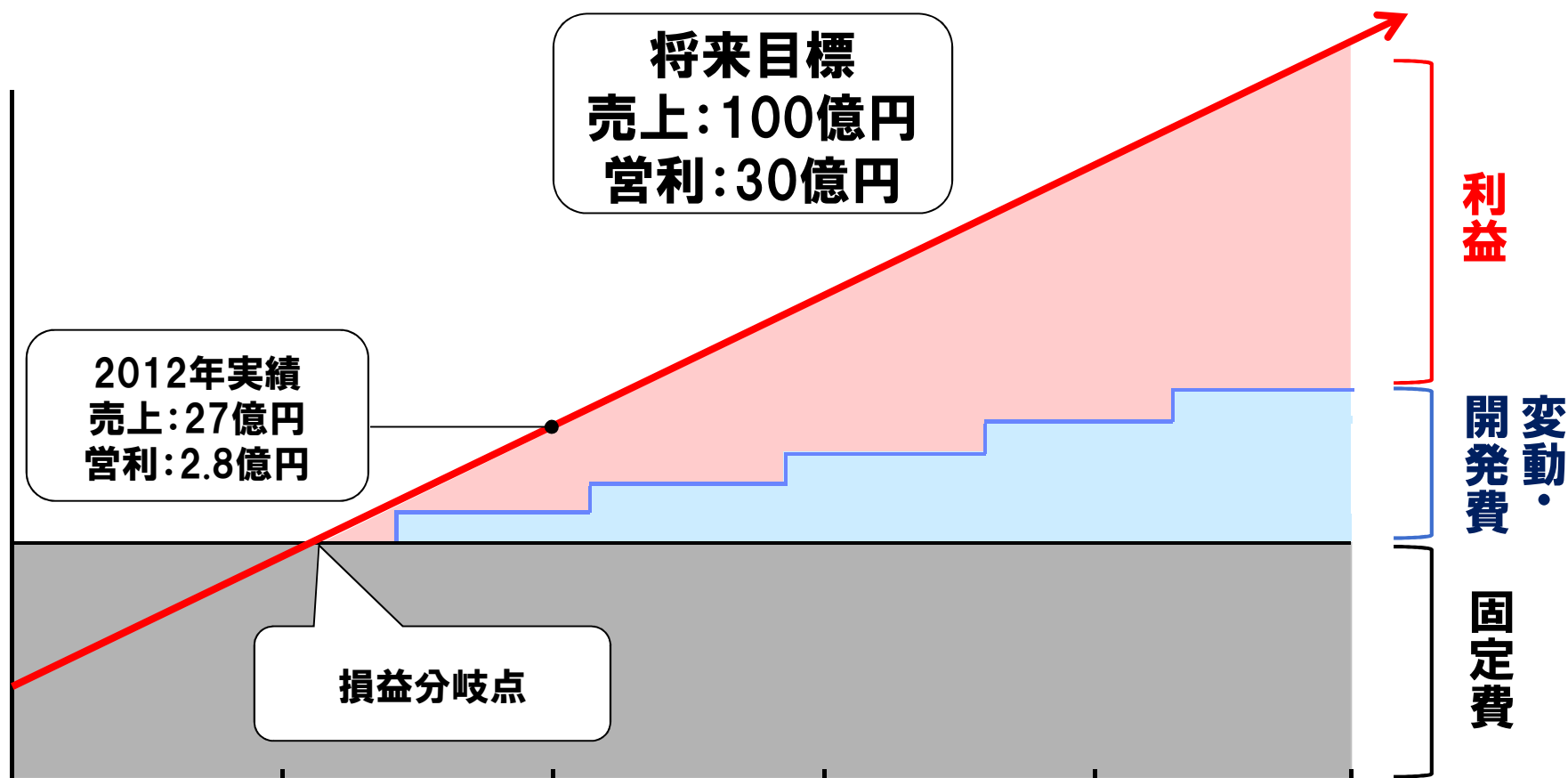
主力商品のGoogle TrueView売上実績
好調に推移(前年比約2倍)

Google TrueView 売上推移



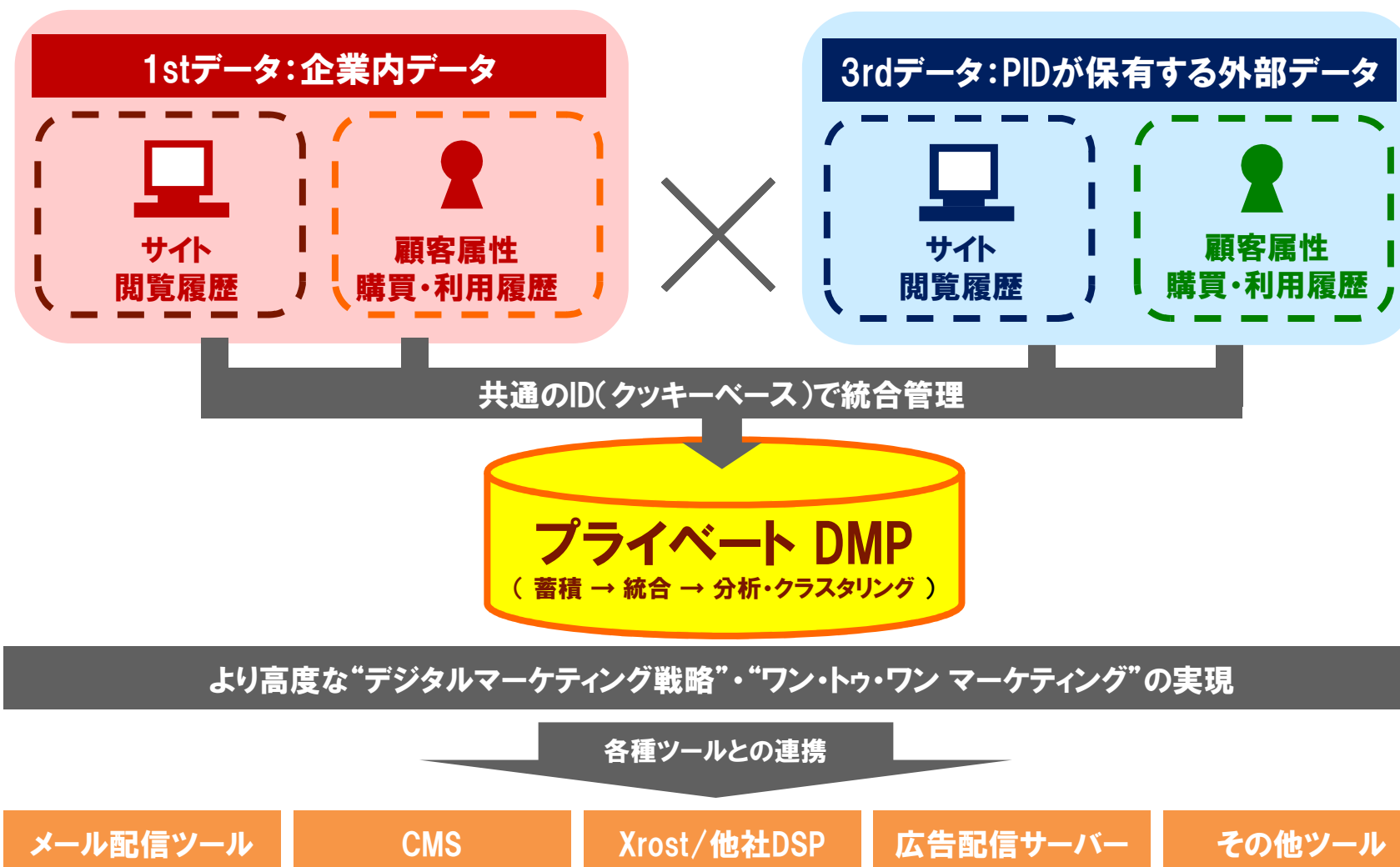
③アドテクノロジー

- ・高収益率(粗利率40~60%)のXrostを拡大
- ・CCCとの合併会社、Platform ID社のXrostシリーズ拡販好調



③アドテクノロジー:DMP

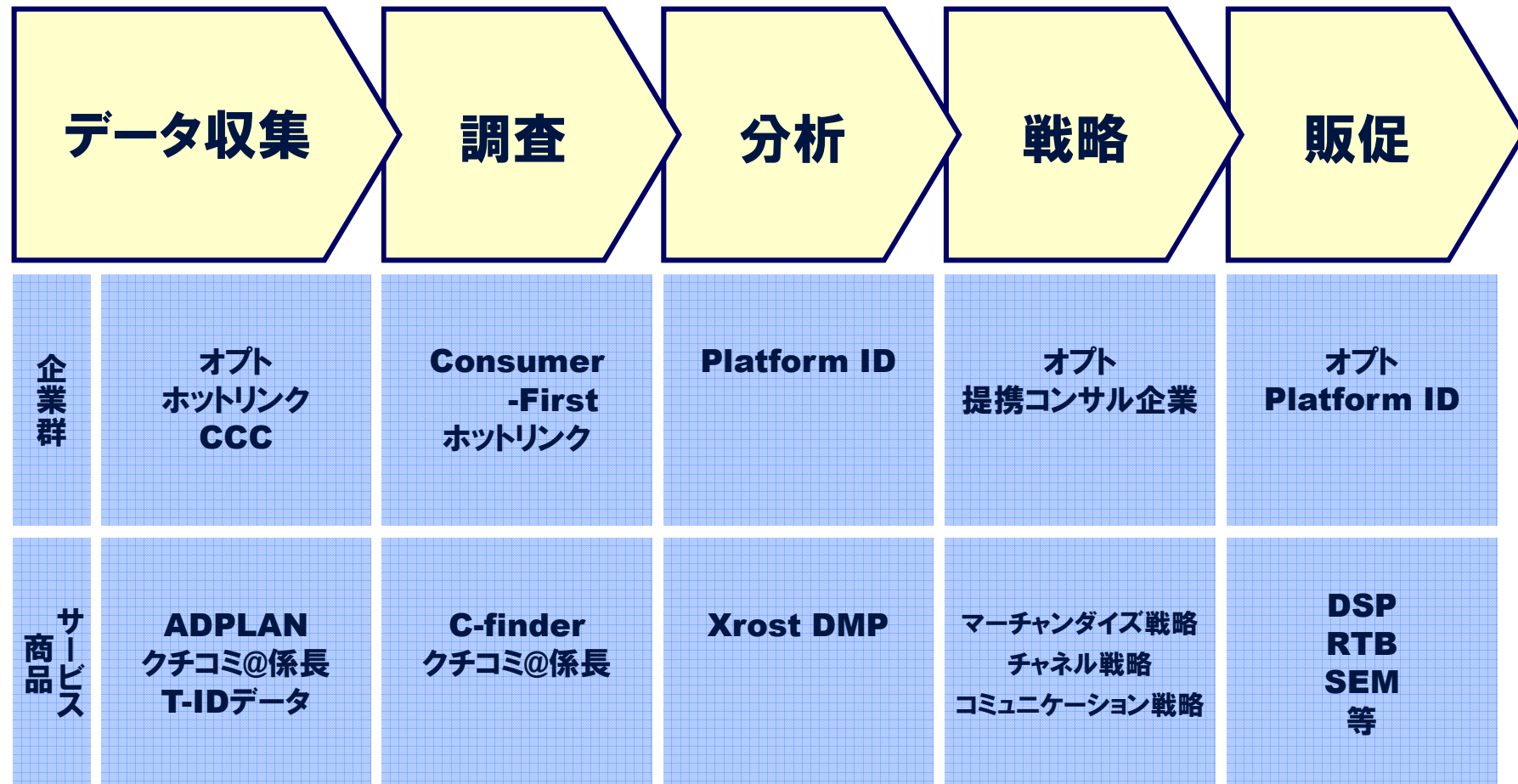
企業が保有するデータとPIDが保有するデータ(オフラインデータを含む)を共通IDで統合することで、自社内データの分析だけでは分からない、より深いユーザーサイトを抽出し、各種マーケティング施策に活用いただけます。



④ビッグデータ

- データ収集から販促まで、ビッグデータマーケティングバリューチェーンをワンストップ対応できる体制整備で高収益 & 高成長へ
- 高収益性：マージンモデルからフィーモデルへのシフト
- 成長性：ビッグデータ市場（ソフトウェア・サービス）は2016年、500億円規模と予測

■ オプトグループのeマーケティングバリューチェーン



2013年業績予想 上方修正

営業利益21.5億円に上方修正

- ✓ 運用系広告やアベノミクス効果
- ✓ 投資育成事業開始

	7/26開示 修正予想	当初予想	差分
売上高	75,000	74,000	+1,000
営業利益	2,150	1,850	+300
経常利益	2,050	1,850	+200
当期純利益	900	850	+50

2013年業績予想

	13H1実績	7/26開示 修正予想	進捗率	参考 12H1実績
売上高	38,244	75,000	51.0%	37,517
営業利益	941	2,150	43.8%	502
経常利益	888	2,050	43.4%	351
当期純利益	312	900	34.7%	311

参考資料

オプト業種別売上高構成比率

	2012年				2013年	
業種	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
金融	22%	20%	21%	29%	31%	31%
不動産	17%	14%	15%	15%	16%	13%
人材・教育	13%	9%	9%	9%	10%	9%
化粧品・美容	12%	26%	21%	17%	15%	21%
情報・通信	9%	6%	7%	7%	6%	5%
その他	27%	25%	27%	23%	22%	21%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%

「ターゲティング広告」という潮流

複数のサイトでの行動履歴データ(コンテンツの閲覧履歴、検索履歴、コンバージョン履歴、アクセス元履歴、デモグラフィックデータ等)を複合的に分析し、生成されるクラスタに対して、ターゲティング配信することを可能にした次世代型の広告手法です。

広告枠 (スペース)



The screenshot shows the xrost website interface. At the top, there's a navigation bar with 'xrostとは?' and '広告主様向けサービス' (Services for Advertisers). Below this, a large blue question mark is prominently displayed. To the right of the question mark, there's a section titled 'オーディエンスターゲティング' (Audience Targeting) with a sub-header 'インターネット広告は『人』へ' (Internet advertising is for 'people'). The text explains that by analyzing user behavior data like browsing history and search history, it's possible to create clusters and target specific groups. A diagram on the left shows a funnel-like structure with 'オーディエンスターゲティング' at the top, leading to 'ターゲティング広告' (Targeted Advertising), which then leads to '広告主様' (Advertiser). The bottom of the page features a section titled 'オーディエンスターゲティング 概要図' (Audience Targeting Overview Diagram).

人 (オーディエンス)

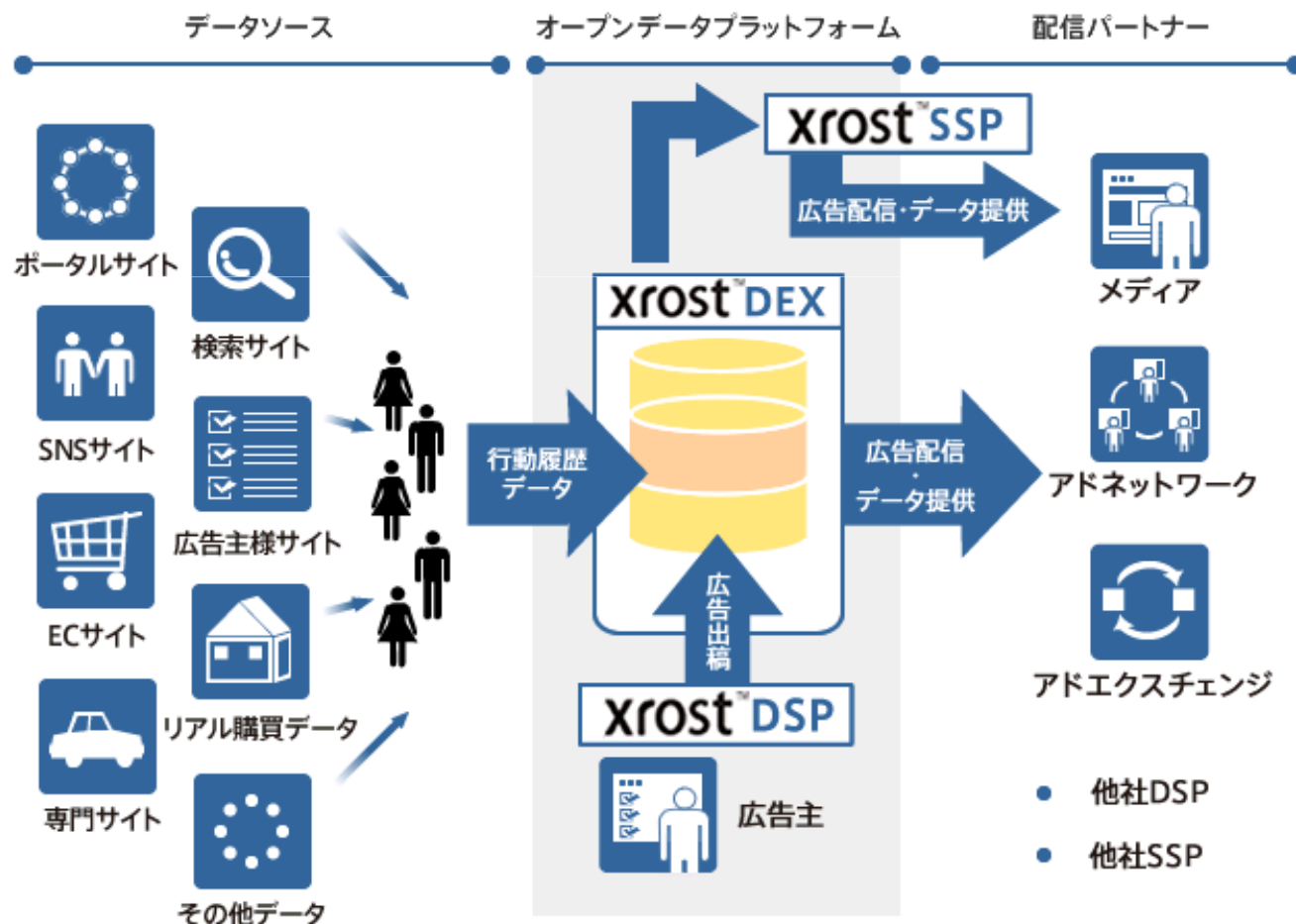


このサイトは、こんなユーザーが見てるだろう。。

行動履歴データに基づいた広告配信

ターゲティング広告配信ツール「Xrost」とは？

Xrostとは「オーディエンスターゲティング」を実現するためのデータエクステンジプラットフォームです。約1億4000万ユニークブラウザの行動履歴を解析し、精度の高い次世代ターゲティング広告を実現します。



主要グループ会社概要(2013年Q2時点)

社名	事業内容	持分比率	連結状況
クラシファイド 	クラシファイド広告の企画販売	66.01%	連結子会社
クロスフィニティ 	SEO関連事業並びにメディアコンサルティング事業	66.67%	連結子会社
ソウルドアウト 	中堅・ベンチャー企業向け広告代理	100.00%	連結子会社
エスワンオー インタラクティブ 	トレーディングデスク事業	100.00%	連結子会社
ホットリンク 	ソーシャルメディアソリューション事業	65.58%	連結子会社
Platform ID 	データベース関連事業	51.00%	連結子会社
Consumer first 	データ解析プラットフォーム「C-Finder」を活用したデータ分析解析事業	100.00%	連結子会社
モバイルファクトリー 	モバイルコンテンツ事業	40.84%	連結子会社
コンテンツワン 	Webアプリケーション系に特化した開発、コンサルティング、育成事業	100.00%	連結子会社
マルチメディア スクール・ウェーブ 	IT-Web系に特化した技術者育成事業	(100.00%)	連結子会社
eMFORCE 	韓国でのネット広告代理	88.50%	連結子会社
Chai Communication 	韓国でのネット広告代理	40.00%	連結子会社
OPT America, Inc. 	米国におけるコンサルティング事業、投資・アライアンス事業	100.00%	連結子会社
持分法適用	TAGGY、MCN Asia Holdings,Pte.Ltd.		
その他グループ企業	Catcha Digital Asia、北京欧芙特信息科技有限公司 他		

※カッコ内は間接保有比率



e-marketing company

株式会社オプト
JQ2389

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

IRに関するお問い合わせ・各種取材のお申し込みは、
計数サービス本部・モニタリングサービス部までお願い致します。
TEL:03-5745-3611／03-5745-3636

<注意事項>

スライドに記載されている、株式会社オプトの現在の計画、見通し、戦略などのうち、
歴史的事実でないものは、将来の見通しであり、これらは現在入手可能な情報から
得られた当社の経営者の判断に基づいております。
実際の業績は、これら業績見通しとは異なる結果があることをご了承ください。