



2009年12月期  
第1四半期  
決算説明資料

株式会社オプト  
2009年5月15日

- ▶ 第1四半期決算サマリー
- ▶ 新経営体制と今後の方向性
- ▶ 参考資料

# 第1四半期決算サマリー

\* 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。  
また、2008年11月28日付で事業譲渡を行った株式会社ALBA(現社名 株式会社オプトゴルフ)については、便宜上、旧社名の「ALBA」として記載しています。

## ブランドスローガン

「先端的なデジタル提案とテクノロジーで市場創造に全力で取り組みます」



## 組織戦略

単体を4機能(広告、ソリューション、インキュベーション、ビジネスサービス)に再編  
子会社はポートフォリオ見直しを行いつつ単体各機能とのシナジーを追求

## 既存事業(広告、ソリューション)

キーワード:

測定可能なマーケティング / 数値を使った問題解決

(顧客戦略) 重点業種をシフト  
各業種上位の開拓深耕を継続

(商品戦略) リスティング広告等ROI系商品とナショナル  
クライアントへのモバイル広告拡販に注力

(協業戦略) 電通協業を本格稼動、営業フロントでの  
支援一層強化、ADPLAN等拡販も注力

## 新規事業

(インキュベーション)

ネット広告に続く、  
新事業領域の  
創出に注力、  
収益化は2010年を  
ターゲットとする



安定的な高成長を目指すとともに、  
さらなる飛躍に向けた足場固めの1年と位置付ける

## 連結

- ・08Q1対比で売上高、営業利益、経常利益が大幅増を達成  
当期純利益は特別損失が減少し08Q1の赤字から黒字となる

## 単体

- ・景気悪化の影響あるものの電通協業分が寄与し売上高が大幅増、オーガニック(\*)は金融業種が低調であり、08Q1比微減
- ・利益重視の結果、オーガニックの売上総利益率改善や販管費削減(貸倒引当・損失も減少)により、高水準の営業利益を達成

## 子会社

- ・前年の事業譲渡によるALBA分の純減やクラシファイドの不動産市況の影響など、個別要因により、売上高、営業利益ともに低調な着地となる

\* 単体広告代理事業より電通協業分を控除

# 損益計算書サマリー

6

売上高:オーガニックが減少し08Q4対比減も、電通協業純増により08Q1対比大幅増を実現

営業利益・経常利益:08Q4を下回るものの、単体が好調で08Q1対比大幅増を実現

当期純利益:ALBA事業譲渡あり08Q4対比で減少も、08Q1対比では黒字転換

		09Q1実績	08Q1対比	08Q4対比
連結	売上高	14,190	+36%	-4%
	売上総利益	1,751	-10%	-14%
	販管費	1,454	-13%	-10%
	営業利益	296	+6%	-31%
	経常利益	322	+21%	-27%
	四半期純利益	158	黒字転換	-88%
単体	売上高	13,316	+52%	-1%
	営業利益	314	+37%	-19%
	四半期純利益	177	黒字転換	+5%
連結子会社 (連単の差)	売上高	874	-49%	-34%
	営業利益	-17	損失計上	損失計上
	四半期純利益	-18	損失計上	損失計上

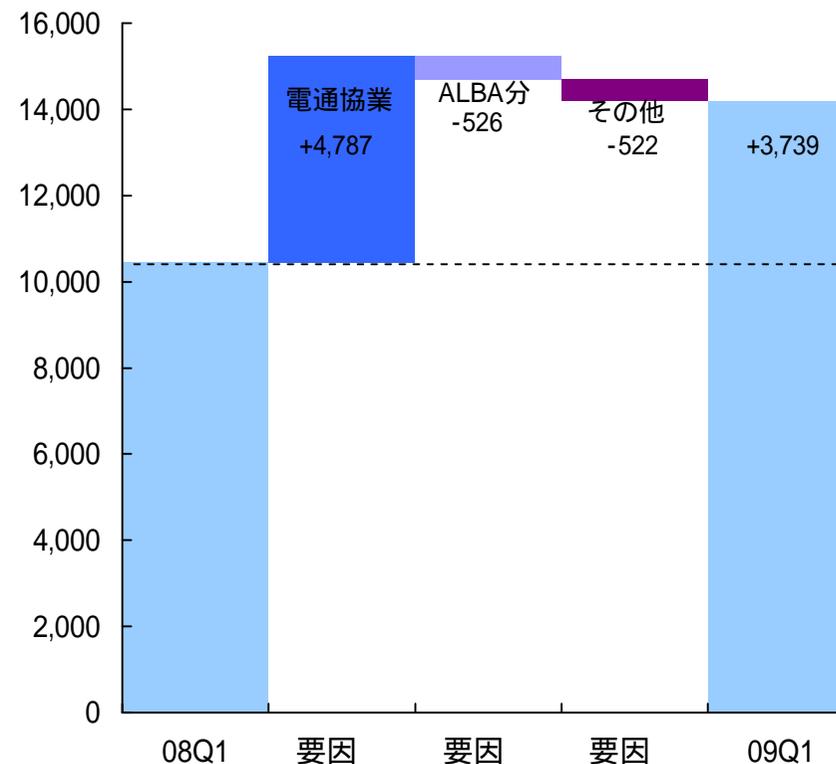
# 要因分析(売上高)

主に電通協業開始の純増により大幅増収を実現

## 連結売上高

08Q1	09Q1	増減	増減率
10,451	14,190	+3,739	+36%

(売上高の変化要因)



要因 : 電通協業分が純増(47.8億円)

要因 : ALBA分が事業譲渡により純減

要因 : その他、主に子会社が低調に推移  
オーガニックもPC向け純広が減少

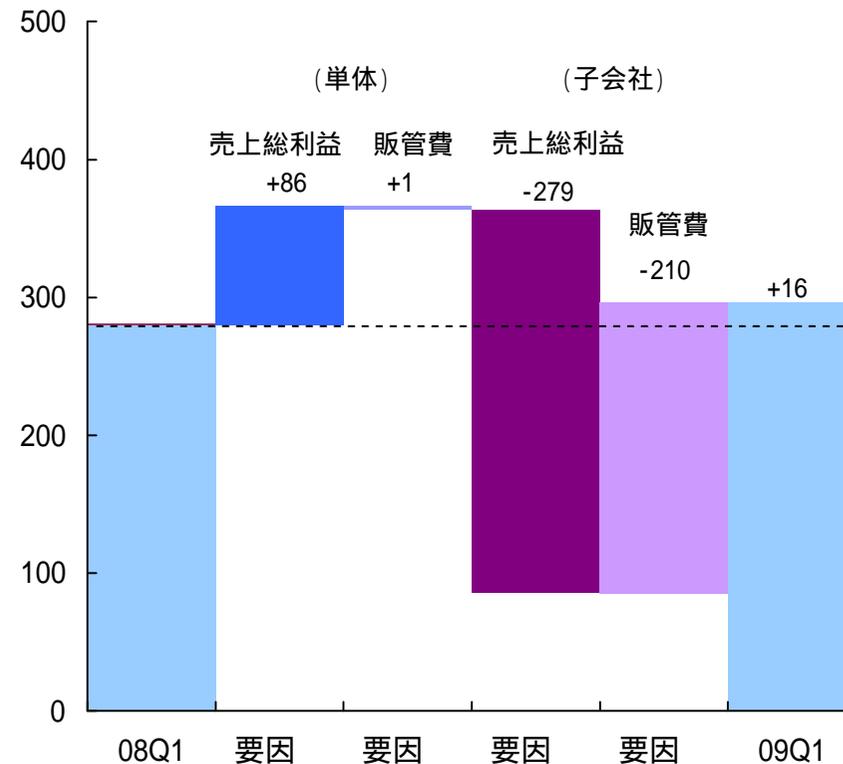
# 要因分析(営業利益)

単体が利益重視の姿勢により好調に推移し、ALBA分純減分をカバー

連結売上総利益・販管費・営業利益

	08Q1	09Q1	増減	増減率
売上総利益	1,943	1,751	-192	-10%
販管費	1,663	1,454	-208	-13%
営業利益	280	296	+16	+6%

(営業利益の変化要因)



要因 : 単体で売上総利益拡大

要因 : 単体で販管費増加幅を抑制

要因 : 子会社でALBA事業譲渡等で  
売上総利益が大幅減少

要因 : 子会社でALBA事業譲渡等で  
販管費が大幅減少

# 要因分析(四半期純利益)

主に特別損失の減少により黒字

## 連結四半期純利益

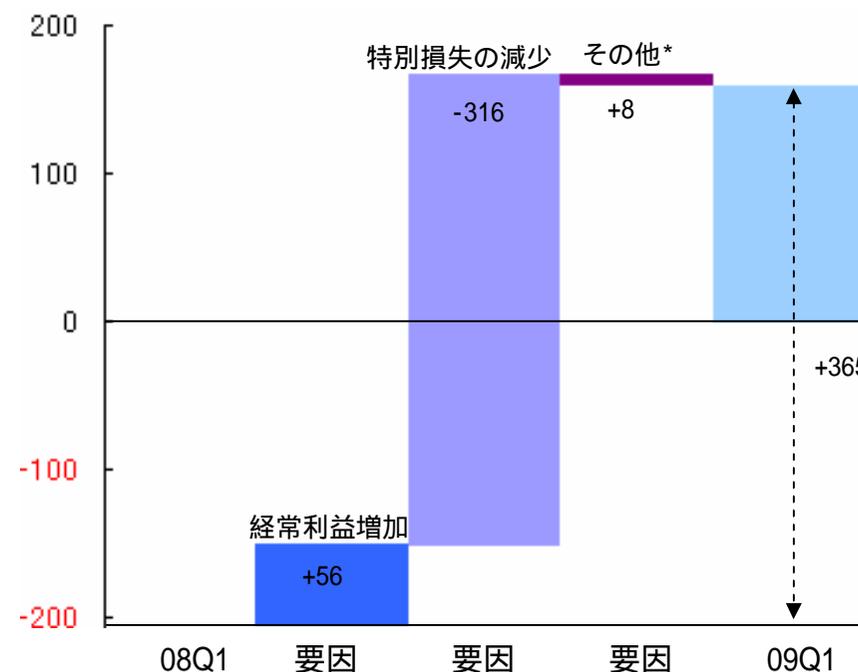
08Q1	09Q1	増減	増減率
-206	158	+365	-

要因 : 経常利益が増加

要因 : 特別損失が減少(前年は投資有価証券評価損で純損失計上)

要因 : その他、法人税等の増加等

(当期純利益の変化要因)



\*当期純利益の減少要因をプラス表記

# 要因分析(連結・子会社別)

## 単体

高水準の営業利益を実現

	08Q1	09Q1	主な要因
売上高	+45.7億円(+52%)		電通協業もあり広告代理増加
売上総利益	+0.8億(+6%)		制作や比較サイト減少も広告代理の売上高増加分でカバー
販管費	+0.01億円(+0.1%)		広告宣伝費等削減で抑制
営業利益	+0.8億(+37%)		

## 連結子会社(連単の差)

主にALBA事業譲渡とクラシファイド要因で売上・利益減

	08Q1	09Q1	主な要因
売上高	-8.3億円(-49%)		ALBA事業譲渡の純減とクラシファイドの不動産市況の影響
売上総利益	-2.7億円(-53%)		
販管費	-2.1億円(-45%)		ALBA事業譲渡による影響
営業利益	-0.6億円(09Q1は-0.1億円の損失計上)		

連結(08Q1対比)  
売上高 +36%  
営業利益 +6%

# 連結貸借対照表サマリー

11

	08/12末	09/3末	増減
流動資産	23,092	20,509	-2,582
固定資産	3,666	5,735	+2,068
繰延資産	13	11	-1
資産合計	26,772	26,256	-516
流動負債	10,289	9,732	-557
固定負債	19	21	+1
負債合計	10,308	9,753	-555
純資産合計	16,463	16,503	+39

<ポイント>

資金運用として、大手銀行発行の  
投資有価証券(満期保有目的の  
債権)を取得した影響

	09/1-3
営業 キャッシュ・フロー	-782
投資 キャッシュ・フロー	-2,168
財務 キャッシュ・フロー	-86
現金同等物増減	-3,037
現金同等物残高	11,003

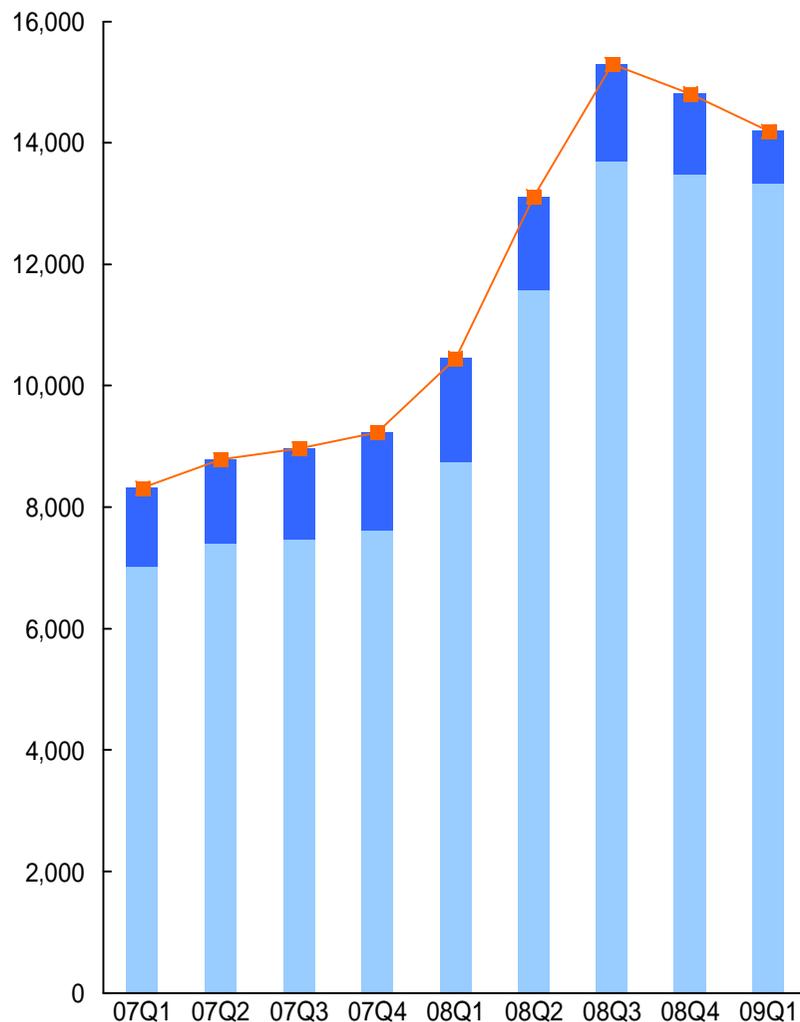
<ポイント>

主に法人税等の支払いによるもの

前頁に記載の投資有価証券取得によるもの

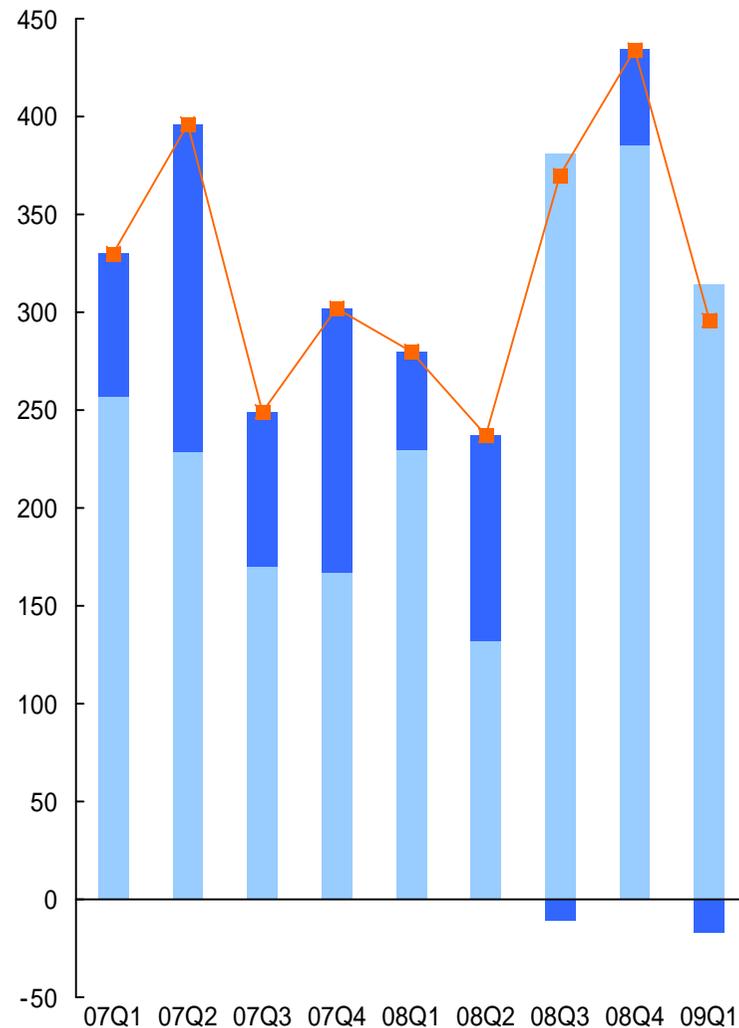
# 四半期別売上高・営業利益推移

(売上高推移)



■ 子会社売上高	1,288	1,377	1,489	1,605	1,712	1,522	1,583	1,333	874
■ 単体売上高	7,025	7,406	7,471	7,621	8,738	11,586	13,705	13,472	13,316
■ 連結売上高	8,313	8,783	8,960	9,226	10,451	13,109	15,289	14,805	14,190

(営業利益推移)



■ 子会社営業利益	74	167	79	135	51	105	-11	49	-17
■ 単体営業利益	256	229	170	167	229	132	381	385	314
■ 連結営業利益	330	396	249	302	280	237	370	434	296

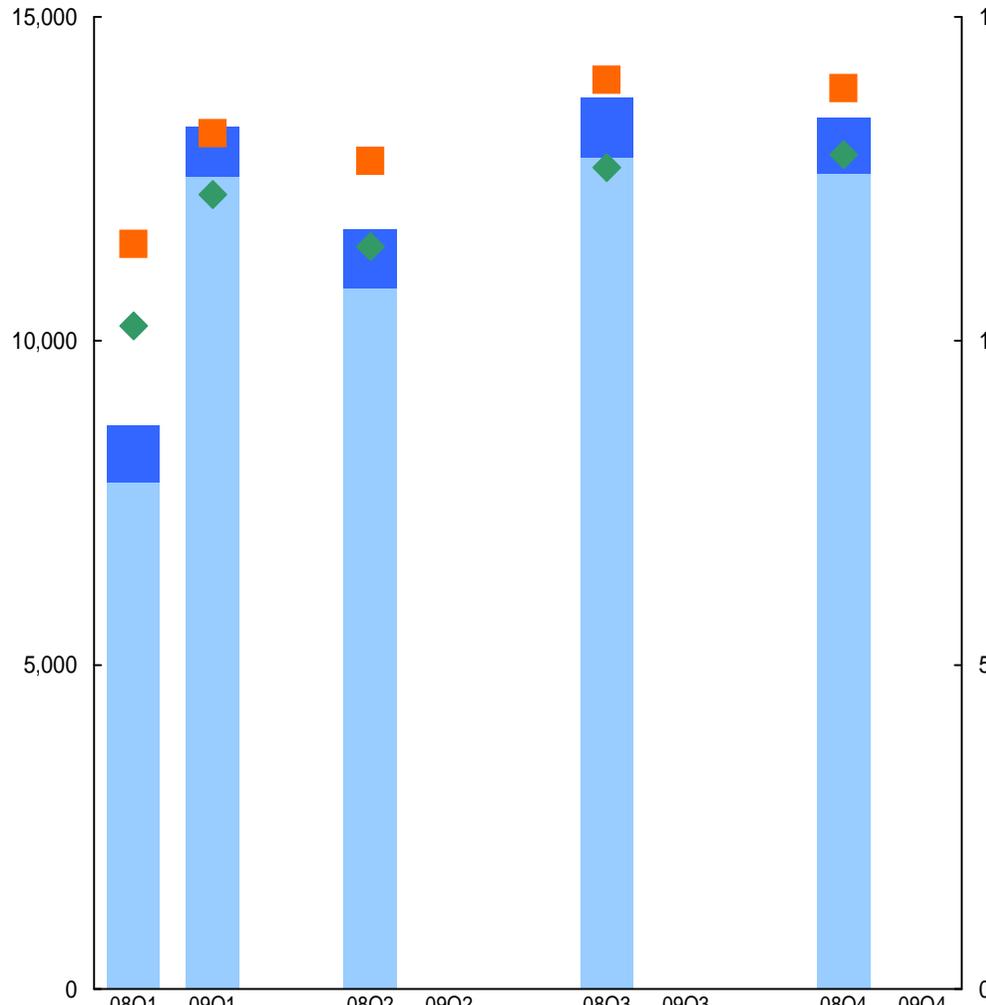
\*子会社の売上高・営業利益は、連単の差額を記載しております。

# 開示上の事業分野変更

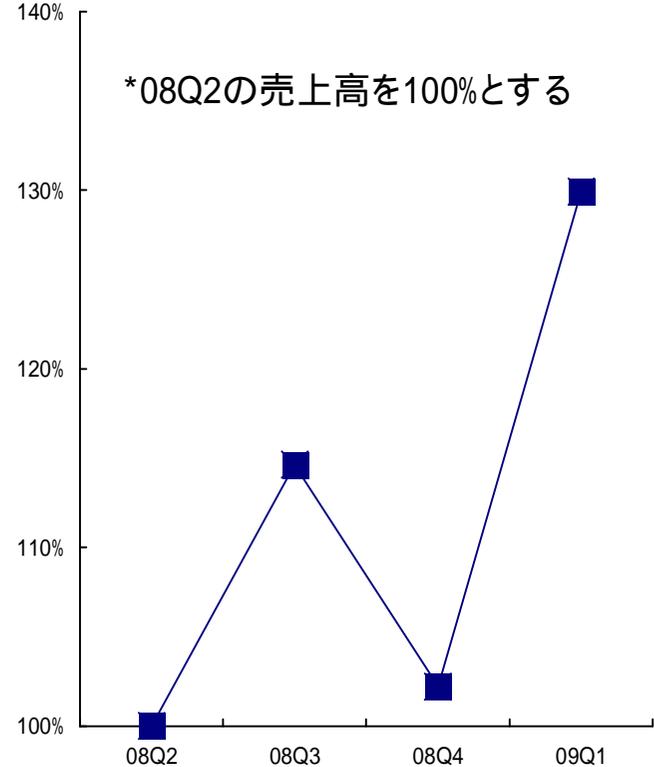
セグメント名	2008年		2009年	
	事業分野名	主な構成	事業分野名	主な構成
B2B 事業	広告 事業分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓国内外他社媒体</li> <li>✓自社媒体</li> <li>✓クラシファイド</li> </ul> *海外(eMFORCE)含む	広告代理 事業分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓国内他社媒体 (オーガニック+電通協業)</li> <li>✓クラシファイド</li> </ul> *海外含まない
	テクノロジー 事業分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓テクノロジー (ADPLAN等)</li> </ul> *海外(eMFORCE)含む	ソリューション 事業分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓テクノロジー (ADPLAN等)</li> <li>✓制作</li> <li>✓SEO</li> <li>✓ホットリンク 等</li> </ul> *海外含まない
	ソリューション 事業分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓制作</li> <li>✓SEO</li> <li>✓ホットリンク 等</li> </ul> *海外(eMFORCE)含む		
B2C 事業	コンテンツ 事業分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ALBA</li> </ul> 08年11月28日に 事業譲渡	その他 事業分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓海外事業(eMFORCE)</li> <li>✓自社媒体(比較サイト)等</li> </ul>

# B2B事業：広告代理事業分野推移

電通協業純増で08Q1対比増加、オーガニックはPC純広告が苦戦するモリスティング広告とモバイル純広告が堅調に推移、クラシファイドは不動産市況の影響で低調



(モバイル純広告売上推移:オーガニック)

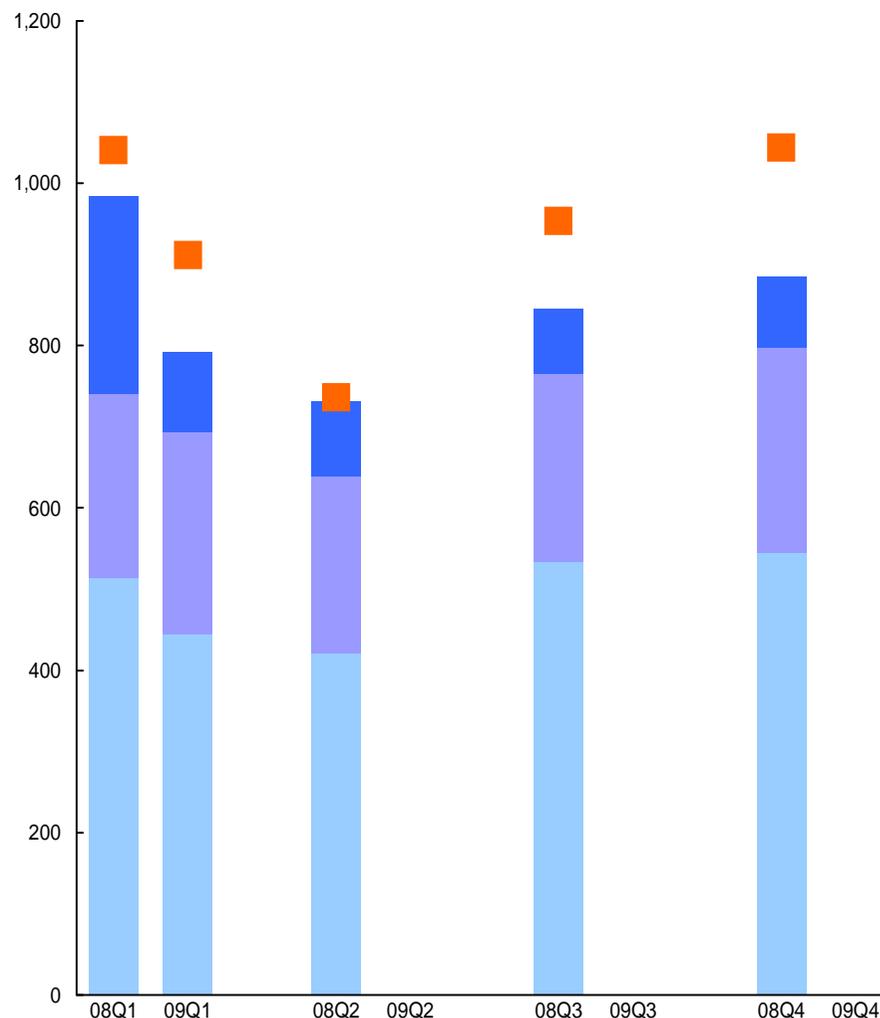


\*08Q2の売上高を100%とする

\*本頁の売上高は、グループ内取引分を含んだ数値を記載しております。

# B2B事業：ソリューション事業分野

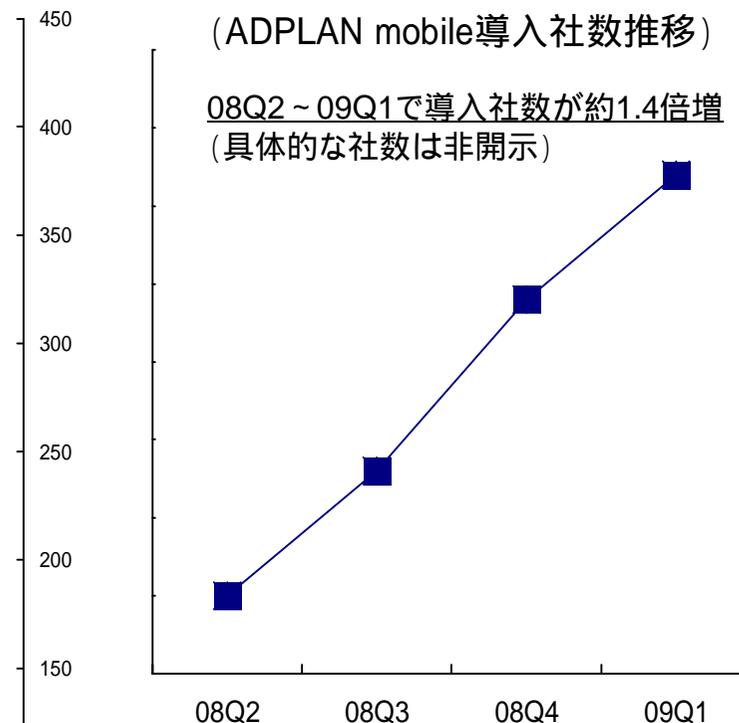
モバイル広告効果測定システム (ADPLAN mobile) が拡大するなどテクノロジー商材は堅調、SEOも好調な推移、広告制作等は低調で減収となる



■ 子会社売上高*	244	98	93	79	87
■ 単体売上高(テクノロジー)	225	248	217	232	252
■ 単体売上高(制作・SEO等)	514	445	421	534	545
■ 連結売上総利益	390	341	276	357	391

(ADPLAN mobile導入社数推移)

08Q2～09Q1で導入社数が約1.4倍増  
(具体的な社数は非開示)



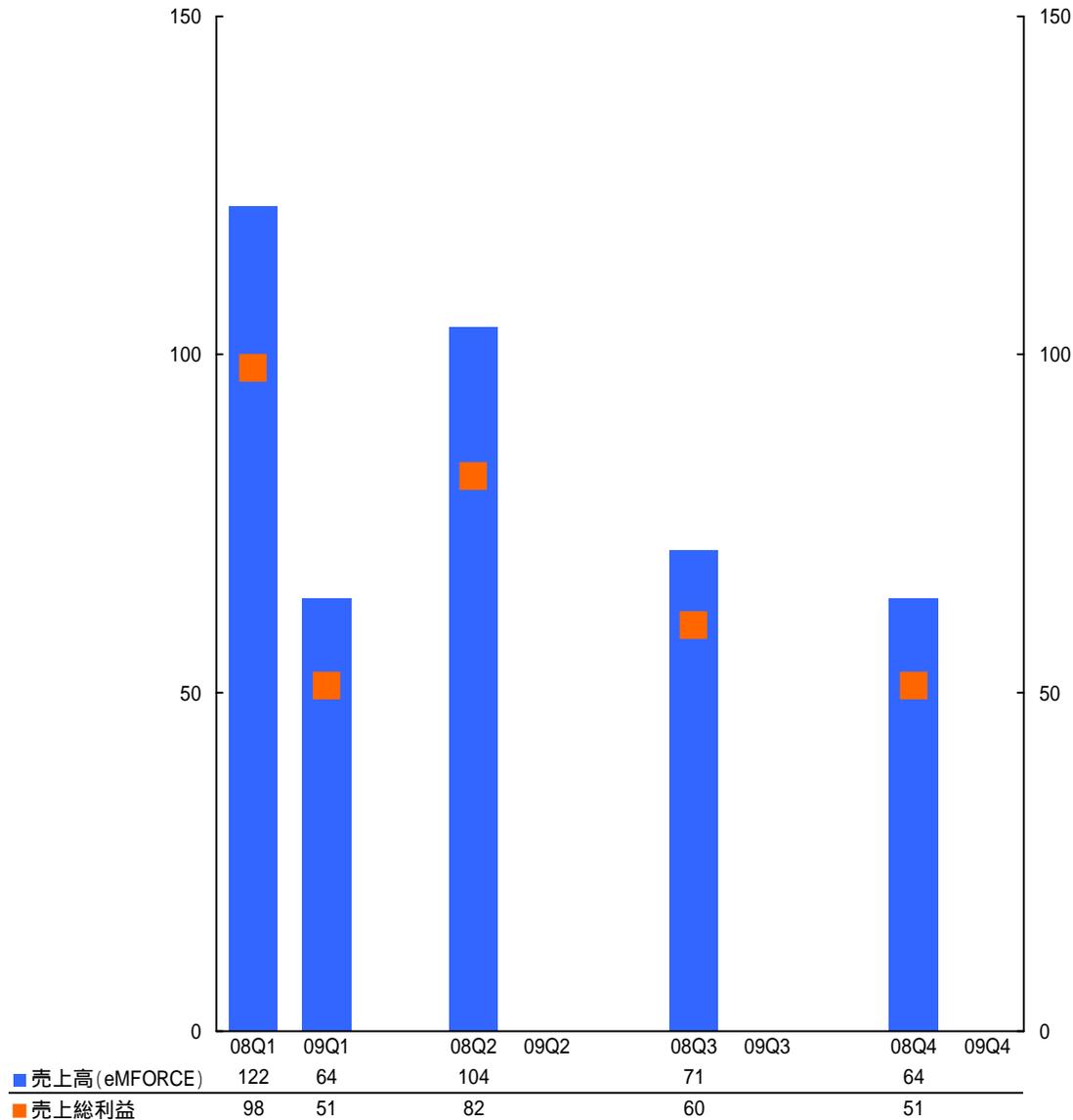
< TOPICS >

集英社等に広告配信システム「ADPLAN DS」を提供

\*連結売上高と単体売上高の差額を記載しております。

# B2B事業:その他事業分野(海外事業)

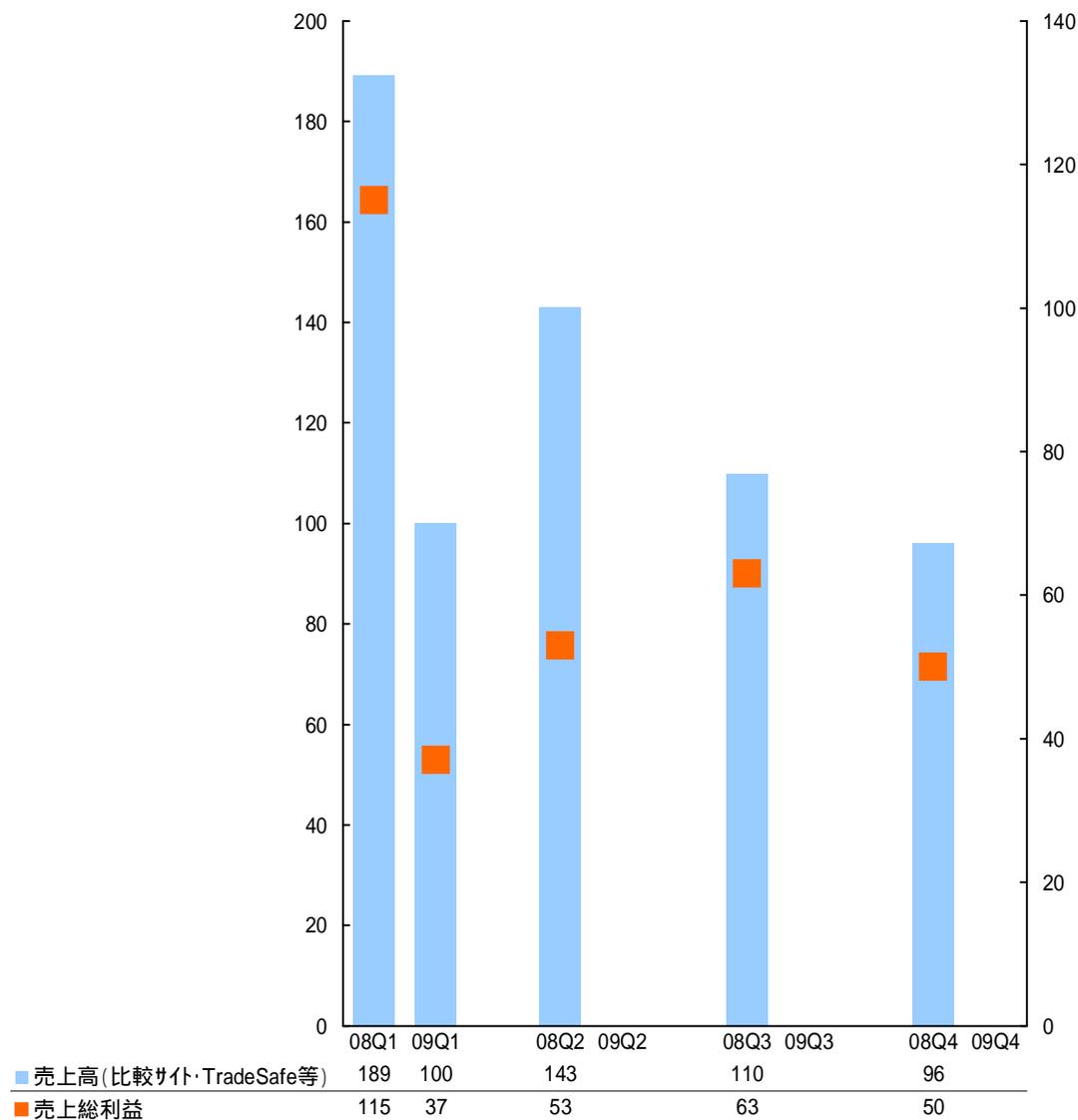
韓国eMFORCEが為替の影響(ウォン安)により売上高大幅減



\*eMFORCEは韓国の会計基準によりネット売上(手数料部分のみが売上)を使用しています。

# B2B事業:その他事業分野(比較サイト等)

比較サイトの縮小により売上大幅減



### < TOPICS >

08Q4まで持分法適用非連結子会社であった通販サイトへの信頼性認証サービスなどを提供する「株式会社TradeSafe」が連結子会社となる、2010年上旬の収益化を目指す

\*本頁の数値は、連結(その他事業)からeMFORCE分を控除した数値を記載しております。

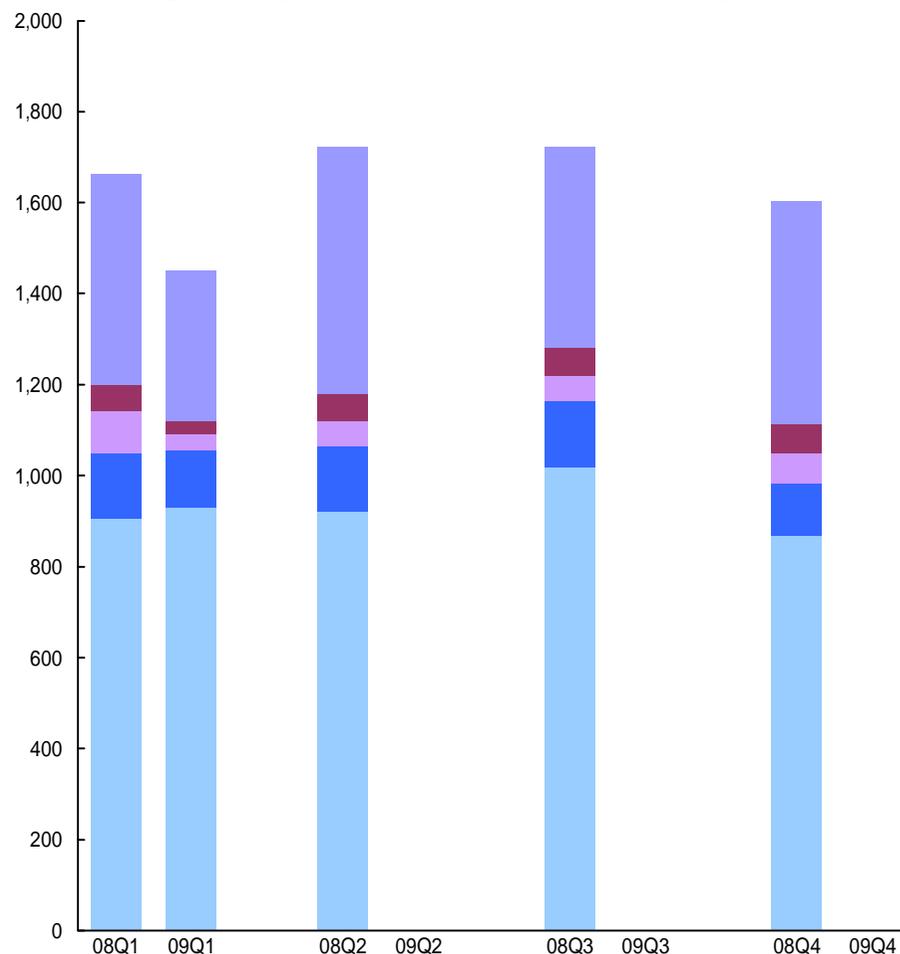
ALBA(現社名 オプトゴルフ)が、

2008年11月28日付で全事業を事業譲渡したことにより、

08Q1対比で売上高526百万円、営業利益17百万円が純減

# 連結販管費推移

ALBA事業譲渡による影響や広告宣伝費の削減などにより減少、貸倒引当・損失も08Q1を下回る水準となる



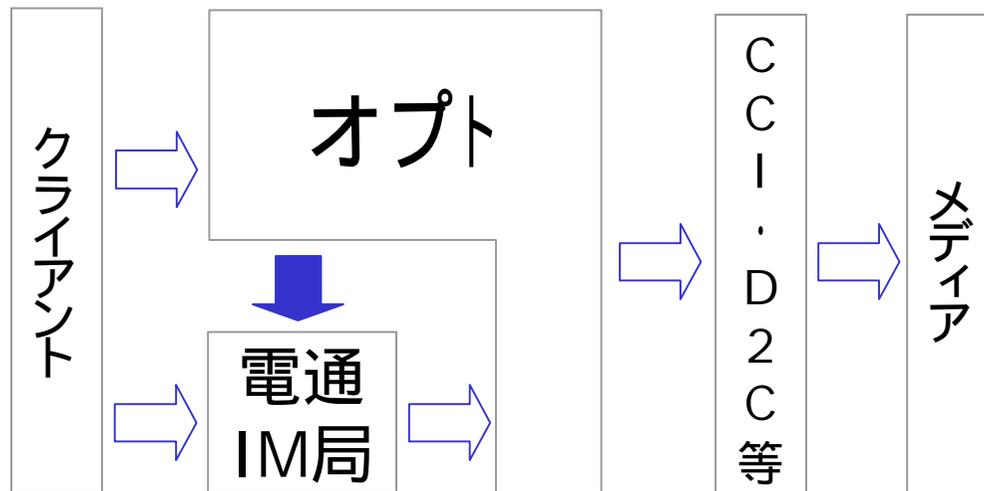
## < TOPICS >

4月28日に本社オフィスを移転  
(千代田区神田錦町へ移転)  
効率的なオフィス運営を図り、  
生産性向上につなげる

\* 09Q1の一部数値を修正しております。(総額は変更なし)

景気悪化の影響はあるものの着実に協業進展、4月より電通への出向者増加

(協業スキーム)



電通IM局へ56名出向(コストは電通負担)

電通クライアントへのインタラクティブ提案を支援

3月末時点での出向者数は50名

オプト( )、電通IM局( )のメディアバイイングは、  
基本的にオプトに集約(セントラルバイイング)

CCI等電通グループとの連携を強化へ

09Q1の取り組み・実績

電通協業売上高:47.8億円  
(通期売上高計画:200億円)

- ✓Q別で過去最高売上記録
- ✓モバイル広告中心に拡大  
(モバイルは前Q比22%増)
- ✓ADPLAN売上も前Q比33%増
- ✓クロスフィニティ(SEO)等オプト  
子会社における電通協業も本格化

09Q2以降の取り組み

- ✓4月~5月に出向者を追加、  
出向者は56名体制となり営業  
フロント人数を増加  
新規開拓含め営業支援を強化

# 業績予想対比

22

- ✓ Q1は単体を中心に順調な進捗となる、利益はH1予想を超える
- ✓ Q2は本社オフィス移転(4月28日)に伴う特別損失計上予定
- ✓ 業績予想はQ2以降に不透明感が強いいため据え置く

		09Q1実績	09H1予想	進捗率	09FY予想	進捗率
連結	売上高	14,190	29,700	48%	63,300	22%
	営業利益	296	280	106%	1,360	22%
	経常利益	322	300	107%	1,390	23%
	当期純利益	158	40	395%	700	23%
単体	売上高	13,316	28,000	48%	59,300	22%
	営業利益	314	300	105%	1,250	25%
	経常利益	339	330	103%	1,310	26%
	当期純利益	177	60	295%	540	33%

# 新経営体制と今後の方向性

# 新経営体制(2月25日および3月30日発表)

24

氏名	取締役職名	執行役員職名	管掌
鉢嶺 登	代表取締役社長	執行役員CEO 最高経営責任者	新規領域 (インキュベーション機能)
海老根 智仁	取締役会長	執行役員CSO 最高戦略責任者	グループ領域
野内 敦	取締役	執行役員COO 最高執行責任者	既存領域全般 (広告代理機能およびソリューション機能)
高森 雅人	取締役	執行役員	広告代理機能
青木 聡	取締役	執行役員	ソリューション機能
石橋 宜忠	取締役	執行役員CFO 最高財務責任者	管理機能
大山 俊哉	取締役(非常勤)	—	
荻原 猛	—	執行役員	広告代理機能(営業担当)

1

圧倒的No.1のポジショニングを活かした  
継続的なネット広告代理領域での成長戦略

2

顧客基盤やテクノロジーの優位性を活かしつつ  
ワンストップでeマーケティングサービスを展開  
することによる成長戦略

3

豊富なキャッシュを活かした(有効活用した)  
M&Aと新規事業による成長戦略

## (1) オーガニックでの成長

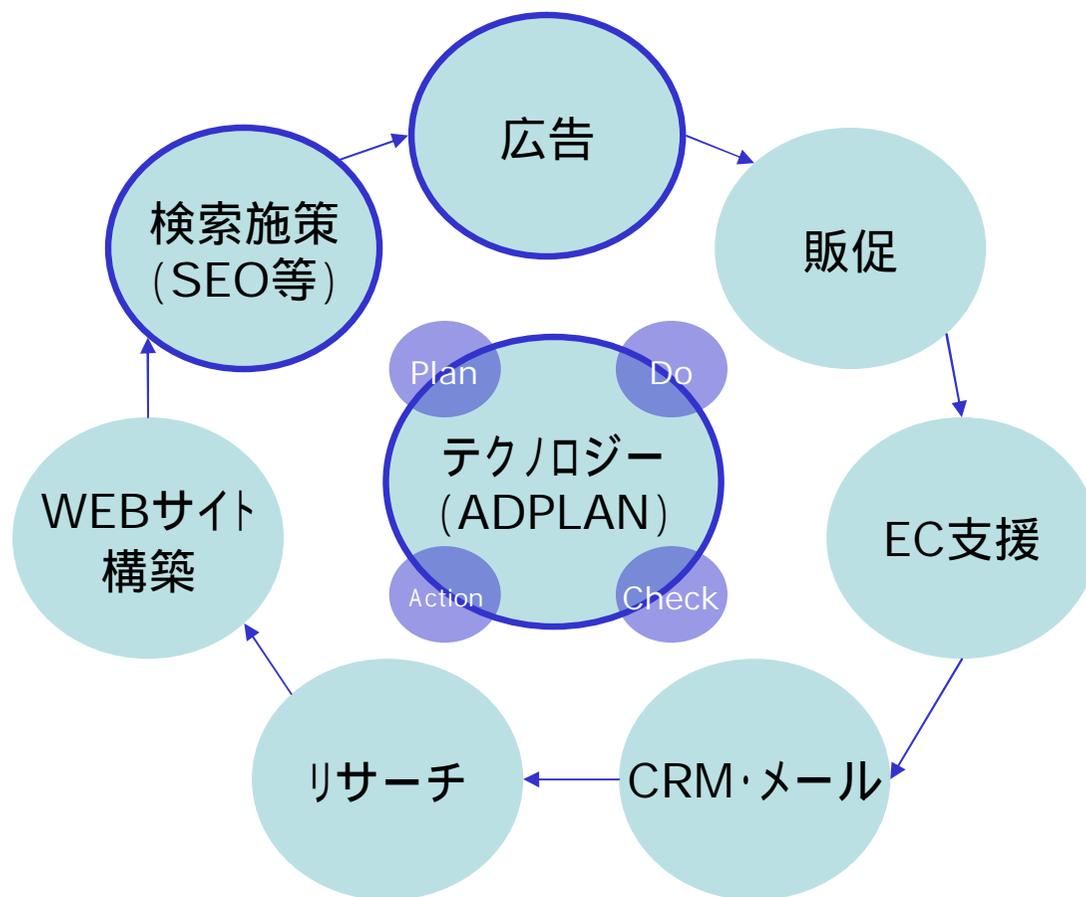
- ✓ 市場環境: 景気による経営環境の変化や顧客のニーズ高度化・複雑化の進展により、  
オプトなど大手ネット広告会社の優位性高まる
- ✓ 成長戦略: 各業種内上位顧客と成長業種の開拓深耕を続けることに加え、  
効率的な開拓策によりニーズ高まる中小顧客へサービス提供予定

## (2) 電通協業での成長

- ✓ 市場環境: 景気悪化により短期的に減速感みられるも、ポテンシャルは非常に高く  
顧客のニーズは一層拡大している
- ✓ 成長戦略: (営業面) 営業フロントでの支援拡充させ、ナショナルクライアント開拓深耕  
(商品面) ADPLAN中心にソリューション商材を拡販(マス媒体社への展開も)  
(仕入面) PC・モバイルともに有力メディアからの仕入で協業効果を具体化

ワンストップでeマーケティングサービス  
を提供するバリューチェーン構築  
(優位性あるテクノロジー活用し付加価値向上)

ポテンシャル高い  
顧客基盤へ提供

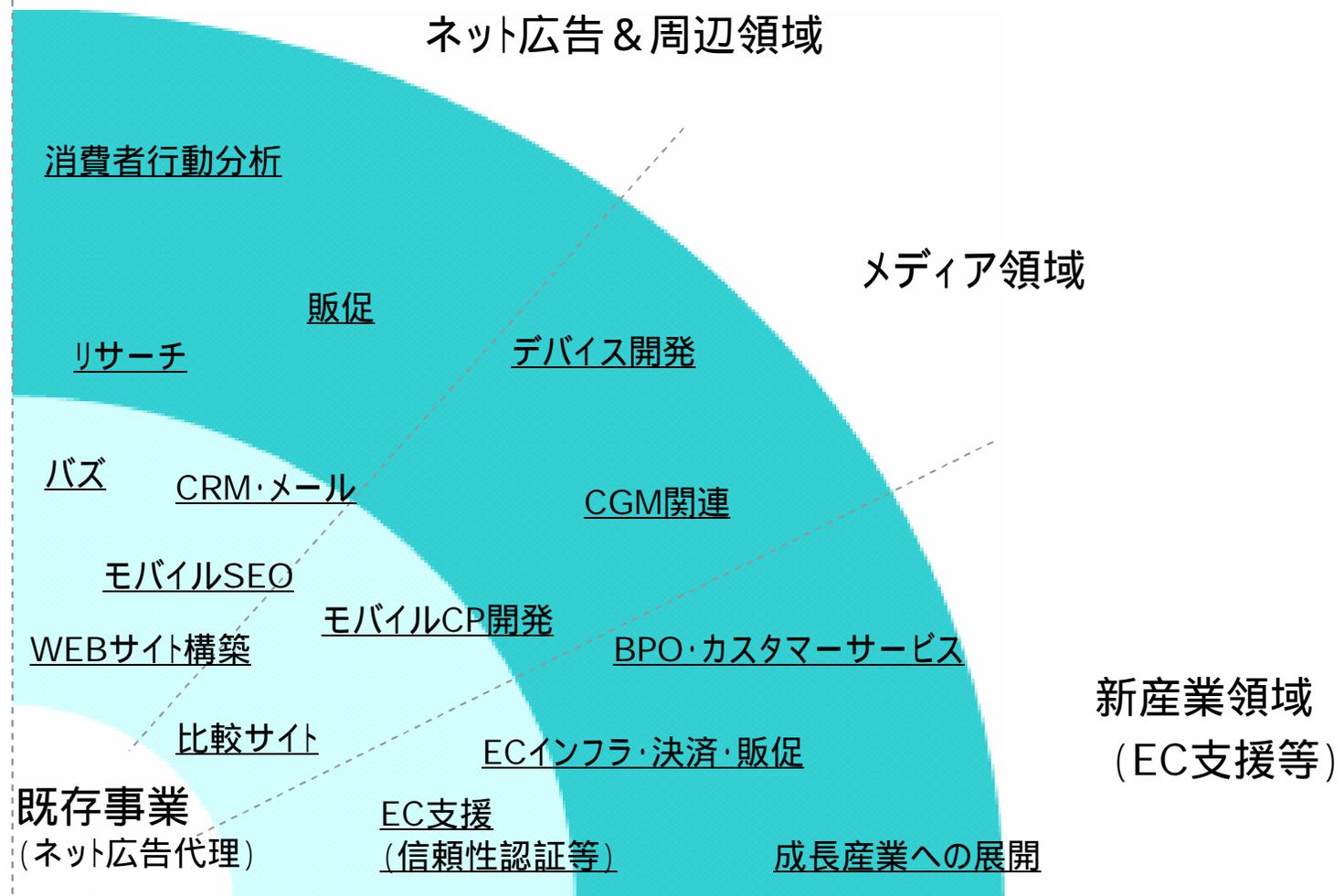


オプト  
クライアント  
+  
電通  
クライアント  
+  
新チャネル  
開拓

# 3: M&Aと新規事業による成長戦略

- ✓ 中長期での成長継続のため、豊富なキャッシュを活かしてM&Aと新規事業を展開
- ✓ 景気悪化等により、ポテンシャル高い企業への投資余地拡大(割高な投資は行わない方針)
- ✓ 投資にあたっては、既存事業とのシナジーを最注力する方針

(展開領域イメージ)

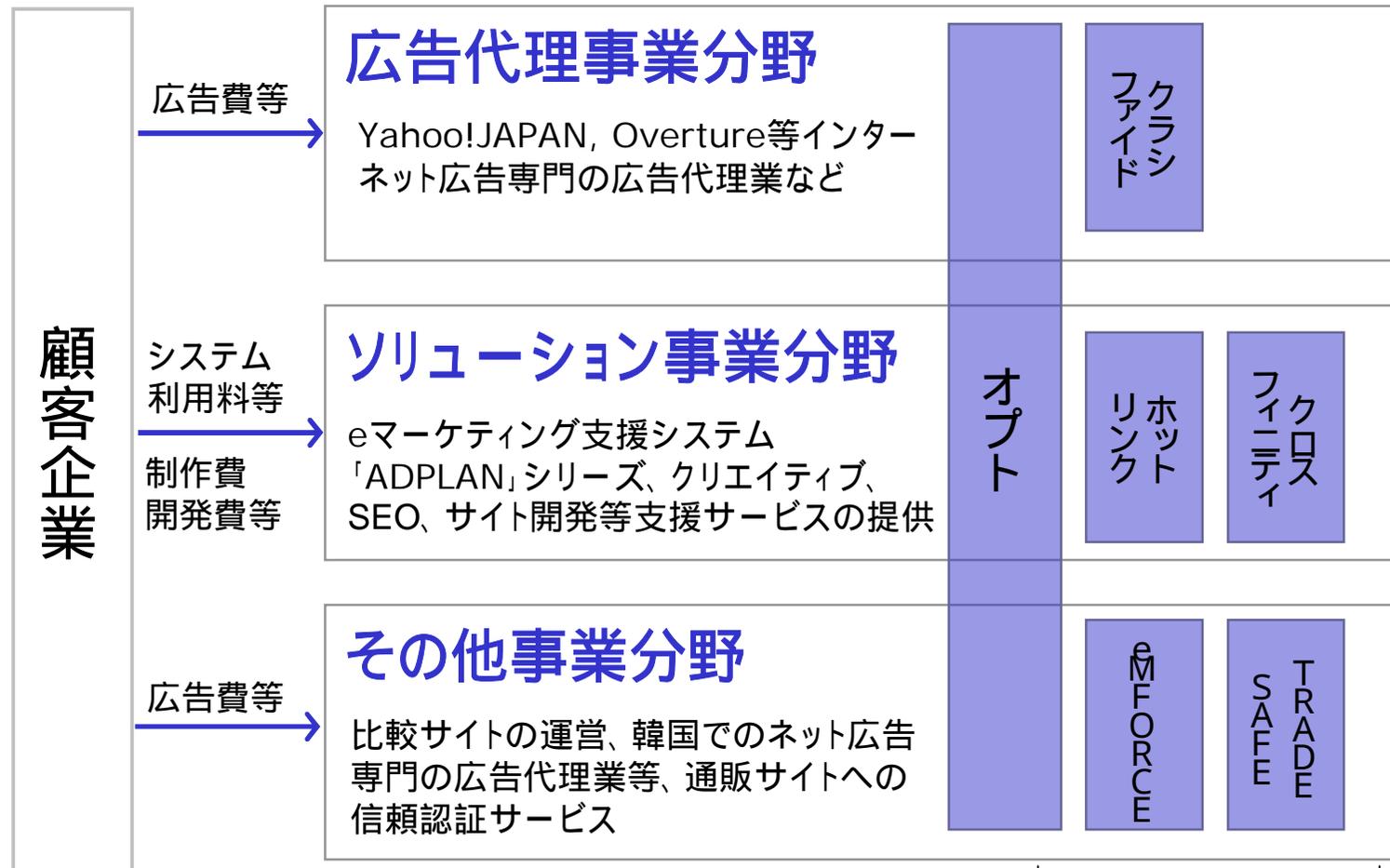


# 參考資料

- 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 東京都千代田区
- 設立 1994年
- 株式数 149,304株(2009年3月末現在)
- 資本金 7,595百万円(同上)
- 従業員数 712名(同上 連結、出向者除く)
- 経営チーム
  - 代表取締役社長CEO 鉢嶺 登
  - 取締役会長CSO 海老根 智仁
  - 取締役COO 野内 敦
  - 取締役 高森 雅人
  - 取締役 青木 聡
  - 取締役CFO 石橋 宜忠
  - 取締役(非常勤) 大山 俊哉
  - 執行役員 荻原 猛

(ブランドスローガン)

先端的なデジタル提案とテクノロジーで市場創造に全力で取り組みます



→ 主な収益の流れ

連結子会社カバー領域

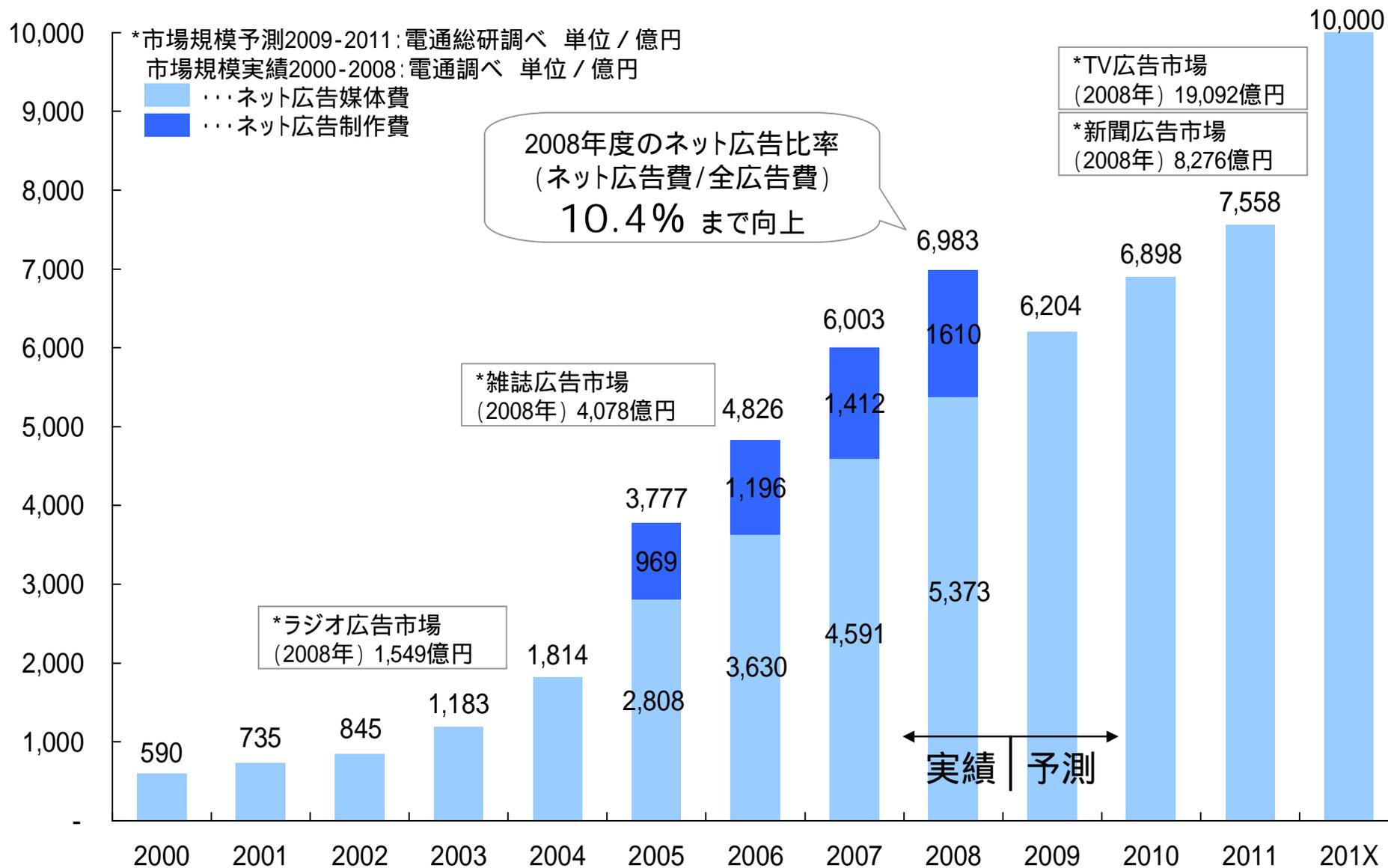
# 主要グループ会社概要

32

社名	事業内容	持分比率	09/3末連結状況
クラシファイド	クラシファイド広告の企画販売	66.0%	連結子会社
クロスフィニティ	SEOコンサルティングサービス	66.7%	連結子会社
ホットリンク	SaaS事業	59.6%	連結子会社
eMFORCE	韓国でのネット広告代理	88.5%	連結子会社
TradeSafe	通販サイトへの信頼認証サービス	43.1%	連結子会社
オプトゴルフ (旧社名 ALBA)	*2008年11月28日事業譲渡完了	100.0%	連結子会社
その他グループ企業	メディアライツ、北京欧芙特信息科技有限公司 など		

# ネット広告市場規模

全広告比10.4%強まで拡大、中期的にはTV広告市場に次ぐ1兆円市場へ





*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は、  
経営企画・広報IR部 大野、増田までお願い致します  
TEL:03-3219-7655

< 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。