



2008
オブトレポート

「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。」
私たちオプトは、このブランドスローガンを掲げ、さらなる成長を目指してまいります。



常勤取締役 2009年3月30日現在

取締役 石橋 宜忠 取締役 高森 雅人 取締役会長 海老根 智仁 代表取締役社長 鉢嶺 登 取締役 野内 敦 取締役 青木 聡

(取締役) 上記6名および 社外取締役 大山俊哉 (監査役) 石崎信明 杉本晶 呉雅俊 山上俊夫
※いずれも社外監査役

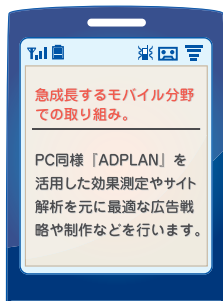
会社概要

名 称	株式会社オプト
業 種	eマーケティング事業
U R L	http://www.opt.ne.jp/
設 立	1994年3月4日
売 上 高	536億円 (2008年12月期実績) ※連結
資 本 金	75億円 (2008年12月31日現在) ※連結
従業員数	701名 (2008年12月31日現在) ※連結、出向者除く

所 在 地	東京本社: 〒100-0004 東京都千代田区大手町1丁目6番1号 大手町ビル9F ※東京本社は4月27日に移転いたします 移転先:〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3丁目26番地 一ツ橋SIビル 大阪支社: 〒530-0003 大阪府大阪市北区堂島2丁目1番16号 フジタ東洋紡ビル5F 福岡営業所: 〒810-0001 福岡県福岡市中央区天神1丁目6番8号 天神ツインビル8F 名古屋営業所: 〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄4丁目3番26号 昭和ビル1F
主なグループ会社	株式会社クラシファイド (不動産分野を中心としたインターネット広告代理) クロスフィニティ株式会社 (SEOを中心としたSEM関連サービス) 株式会社ホットリンク (口コミ分析ツールなどソフトウェアの開発・販売) eMFORCE, Inc. (韓国でのインターネット広告代理)

事業概要

オプトはインターネット広告市場シェアNO.1※。独自の広告効果測定システム『ADPLAN（アドプラン）』を軸に、インターネット広告代理や広告制作・WEBサイト制作など広告主のマーケティング活動を総合的に支援しています。



OPT's WORK 広告代理・広告制作

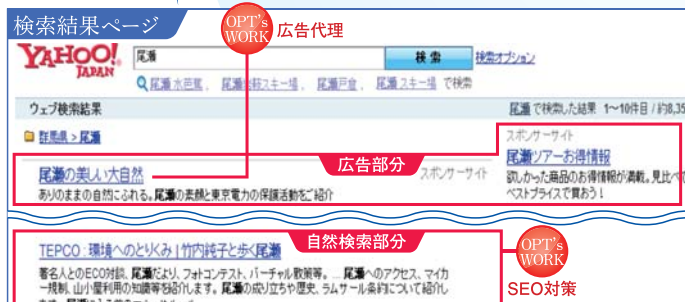
広告代理（バナー広告）・広告制作
Yahoo! JAPANなど、広告販売
広告主の依頼に基づき、WEB
広告枠のバイイングなどを
のバナー広告制作本数約5,500

制作
高は常にトップクラス。
サイトやモバイルサイト上の広告プランニング
を行います。また広告制作も行っており、年間
本と業界有数の実績があります。

ADPLAN (広告効果測定・サイト内解析)

どれだけWEBサイトへ
のように成約されたか
分析するシステム。この
やWEBサイト制作など
（投資費用対効果）を

誘導できたか、その後
など、さまざまなデータを
分析結果を広告提案
に反映し、広告主のROI
最大化します。



OPT's WORK 広告代理

広告部分

自然検索部分

SEO対策

広告代理（リスティング広告）・SEO対策

検索エンジンから効率的に集客するための施策。主にリスティング広告（検索結果に連動した広告）とSEO対策（検索結果最適化のコンサルティング）があり、オプトでは、国内最大規模の体制でお客をサポートしています。



OPT's WORK WEBサイト制作

WEBサイト制作

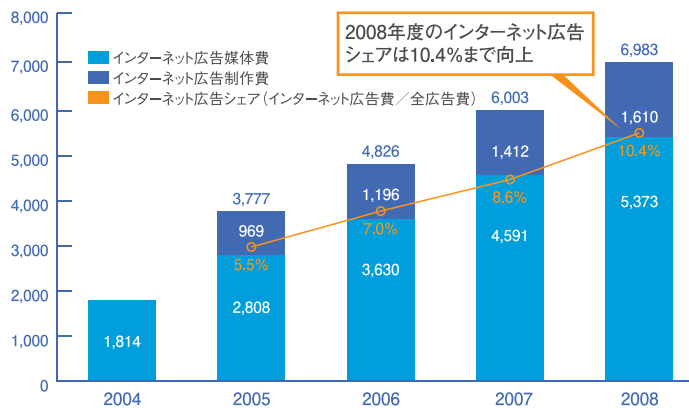
オプト独自の『ADPLAN』による分析結果に基づき、広告主の目的にあった企業サイトやキャンペーンサイトを制作。

1994年の創業から15年。
そこにニーズがあったからこそ、
私たちの「いま」があります。

インターネット広告市場の変遷

(単位: 億円)

インターネット広告市場は拡大を続けています。

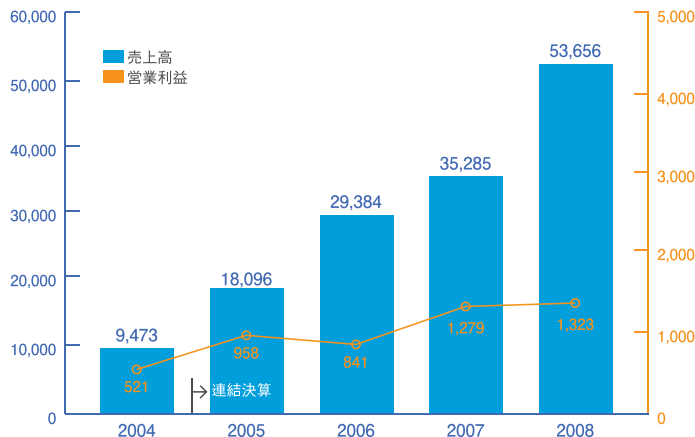


※市場規模実績2004年度-2008年度(電通調べ)

売上高と営業利益

(単位: 百万円)

オプトは市場の成長を上回る高い成長を続けております。



2008年。
かずかずの実績の積み重ねが
確かな数字として表れています。

2008年連結損益計算書サマリー

(単位: 百万円)

POINT

2008年のオプトは、売上高536億円。
前年対比+52%と大幅に増加しました。

	2007年度実績	2008年度実績	増減率
売上高	35,285	53,656	+52%
売上総利益	7,451	8,041	+8%
販管費	6,171	6,718	+9%
営業利益	1,279	1,323	+3%
経常利益	1,179	1,315	+12%
当期純利益	690	1,076	+56%

2008年連結貸借対照表サマリー

(単位: 百万円)

POINT

2008年12月末現在
実質無借金となっております。

	2007年12月末	2008年12月末	増減
流動資産	19,866	23,092	+3,226
固定資産	3,987	3,666	-320
繰延資産	24	13	-11
資産合計	23,878	26,772	+2,894
流動負債	8,139	10,289	+2,149
固定負債	231	19	-211
負債合計	8,371	10,308	+1,937
純資産合計	15,507	16,463	+956

詳しい情報はホームページのIRページをご覧ください。

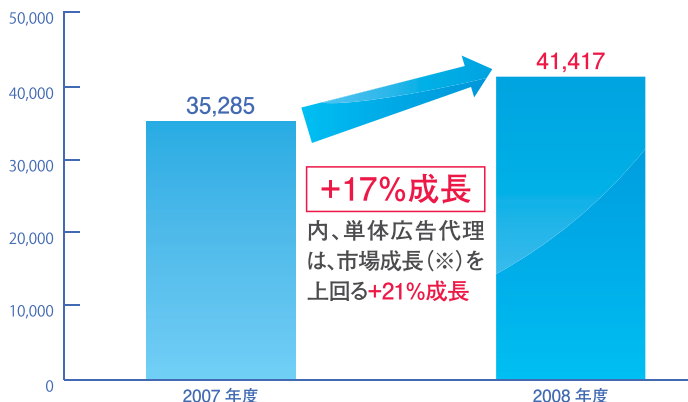
http://www.opt.ne.jp/ir/ir_index.html

2008年は、
オプト独自の売上に電通協業がプラスされ
大きな成長を実現しました。

オプト独自による成長

(単位:百万円)

電通協業分を含まない売上高は前年対比で+17%と高成長を継続。

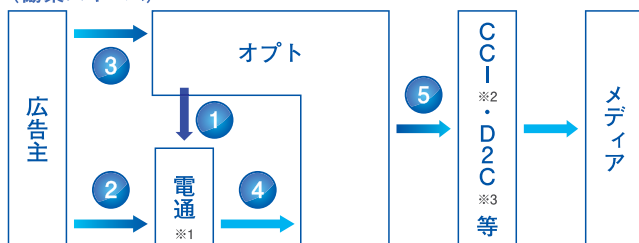


※2008年度インターネット広告市場成長率: +16% (電通調べ)

電通協業による成長

電通協業による売上高122億円が前年対比で純増。

(協業スキーム)



- ① 現在、電通へ50名出向中
- ② 電通クライアントへのインターネット広告などの提案や新規開拓を支援
- ③④ オプトクライアント(③)、電通※1(④)のメディアバイイングは、基本的にオプトが集約して取り扱う(セントラルバイイング)
- ⑤ CCI※2やD2C※3等電通グループとの連携を強化へ

※1 電通インタラクティブ・メディア局を指す ※2 株式会社サイバーコミュニケーションズ ※3 株式会社ディー・ツー・コミュニケーションズ

2009年は、
既存事業の安定成長と
新規事業創出に向け全社一丸となって取り組みます。

既存事業

[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、業種上位の広告主の開拓・深耕を継続

[商品戦略] リスティング広告やモバイル広告の拡販に注力

[協業戦略] 電通協業の強化、『ADPLAN』等拡販も注力

新規事業

インターネット広告に続く新たな収益の柱として、新規事業創出に注力
収益化は2010年を目標とする

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

2009年度業績予想

(単位:百万円)

	連結	前年対比	単体	前年対比
売上高	63,300	+18%	59,300	+25%
営業利益	1,360	+3%	1,250	+11%
経常利益	1,390	+6%	1,310	+10%
当期純利益	700	-35%	540	—

2009年2月13日 発表

詳しい情報はホームページのIRページをご覧ください。

http://www.opt.ne.jp/ir/ir_index.html

オプトの沿革

創業から15年目。2004年に株式上場を果たし、2008年には市場シェアNo.1※になりました。

1994年	有限会社デカレグスとして法人設立 主にFAXおよびテレマーケティングを手がける
1995年	株式会社オプトに社名変更
1997年	eマーケティング事業に進出
2000年	インターネット広告代理に本格進出 広告効果測定システム「ADPLAN（アドプラン）」販売を開始
2003年	Yahoo! JAPANよりベストパートナー認定
2004年	ジャスダック上場／大阪支社開設
2005年	株式会社電通と資本・業務提携／株式会社クラシファイド設立
2006年	クロスフィニティ株式会社設立
2007年	株式会社電通と資本・業務提携を強化
2008年	インターネット広告代理で市場シェアNo.1※となる

※当社調べ

株式の状況

(2008年12月31日現在)

発行可能株式総数	433,152株
発行済株式総数	149,304株
株主数	6,375名

大株主

(2008年12月31日現在)

	株主名	持株数	持株比率
1	株式会社電通	52,000	34.8%
2	銚嶺 登	23,498	15.7%
3	海老根 智仁	9,312	6.2%
4	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	6,989	4.7%
5	野内 敦	5,654	3.8%
6	小林 正樹	5,554	3.7%
7	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4G)	5,215	3.5%
8	日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,476	2.3%
9	エイチエスピーシー ファンド サービスィズ アカウント006ジェイエフ	1,350	0.9%
10	株式会社オプト(自己株式)	1,200	0.8%

ホームページのご案内

今後のIRスケジュール、IR資料などの詳しい内容は発表と同時に適宜掲載しておりますので、ぜひご覧ください。

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



株主メモ

事業年度	1月1日～12月31日
期末配当金受領株主 確定日	12月31日
定時株主総会	毎年3月
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
特別口座の口座管理機関	
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 TEL:0120-232-711
上場証券取引所	ジャスダック証券取引所
公告の方法	電子公告により行う 公告掲載URL http://www.opt.ne.jp/ (ただし、電子公告によることが出来ない事故、その他のやむを得ない理由が生じたときは、日本経済新聞に公告いたします。)

(ご注意)

- 株券電子化に伴い、株主様の住所変更、買取請求その他各種手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取扱いいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。



2008
オプトレポート

意志、情熱、柔軟、先見。
それだけではない、なにか。
オプトのエネルギーは「人」。

私たちオプトの考え方や息遣い、チャレンジの姿勢を感じていただきたく、
オプトレポート2008を作成いたしました。
ご一読いただければ幸いです。

INDEX



「社長メッセージ」

P.03



P.05



P.07

「電通との協業」



P.09



P.11

「新規事業展開」



P.13

「会長メッセージ」



企業哲学は「一人一人が社長」。
この言葉が、オプトの成長を
支えてきました。

鉢嶺 登

代表取締役社長

安定成長と飛躍的成長の両立。 2009年は足場を固める年に。

私たちオプトは、「一人一人が社長」という言葉を企業哲学に掲げています。企業の経営哲学としてあまりなじみのない言葉なので株主のみなさまは不思議に感じられるかもしれません。しかし、私たちが創業以来ここまで積み上げてこられたのも「社員一人一人が自らの責任において行動し、判断できる組織体こそが最強である」との信念に基づいていたからこそだと確信しております。オプトが生業としているインターネットの世界では、たえず日進月歩で新技術が生まれており、より果敢なチャレンジ精神と対応するスピードが要求されています。現在、オプトの平均年齢は、28歳。この若い人たちが「一人一人が社長」の企業哲学のもと、いまの

オプトを支えています。この哲学は、着実にオプトの血となりDNAとなり、脈々と受け継がれています。2008年のオプトはインターネット広告事業を中心に重点業種の拡充や顧客の大型化に成功し、また電通との協業を開始したこともあり、業績を拡大してまいりました。そして、2009年は私たちオプトにとって、短期的な成長とともに、中長期的な成長、将来の飛躍的な成長に向けての足場固めをする年であると捉え、本業のインターネット広告に続く、新事業領域の創出も本格的に手掛けていきたいと考えています。時代の花形として活況を呈した産業もいつかはピークを過ぎ新たな事業に取って代わられるというのが通例です。そうした考えから、こ

の先10年、あるいは20年、30年後のために、私どももインターネットインフラを生かした新たな事業形態を分析・模索し、いまから着手しておくことが重要であると考えています。

私たちはこれからも変わらずに、短期的なトレンドに惑わされ軸を失うことなく、わが身を厳しく律し、本質を見極め、「着実に一歩ずつ」を心がけながら「王道経営」を行ってまいります。このような当社の考えや姿勢に共感していただいた方と一緒にあって、オプトの企業価値を高めてまいりたいと心から願っております。今後のさらなる飛躍にご期待いただき、ぜひ末永いお付き合いをお願いしたいと存じます。



電通との協業。
オプトと、市場の成長を目指して。

新たな決断。
本格的な協業体制をつくる。

2007年12月20日。会議室には役員の顔が揃っていた。いつもより張りつめた空気が漂っている。電通との協業体制。誰もがこの重要な案件に対してオプトとしての意志を固めるべきときがきたと感じていた。そして、鉢嶺はついに決断をくだす。「前へ進もう」と…。

2005年の提携開始以降、地方を中心とした営業面での協業などを推し進めそれなりの成果を出してきた。しかし、オプトとしては当初見込んでいたナショナルクライアントへのインターネット広告の本格普及は道半ばである。一方電通サイドは、自社のインターネット広告比率は当初予想を下回る水準であった。両社ともに命題実現への

スピードをあげなくてはいけないと考えていた。もちろん、我々オプトはこれまで順調に業績を伸ばし、インターネット広告代理店としての確固たるポジションを築きあげてきた。たとえこの関係がなくなつたからといって独自に拡大していける。しかしこの協業を強化することによってもたらされる我々オプトの、そしてインターネット広告市場へのメリットは計り知れない。オプトとして、協業強化への道筋をつけていこう。それは役員全員の一致した意見だった。同日、オプトと電通それぞれの取締役会決議により、両社の提携強化は正式に発表された。



協業



誰が動き、
なにがあったのか。

ここで、時間を提携初期に戻すことにしよう。電通との提携は、2005年12月に発表された。オプトが自社、そして業界のために取り組むべき課題と考えていたナショナルクライアント（日本の広告主上位）へのインターネット広告の普及のためには、自社だけでは業界全体の強い流れを起こす必要性を感じていたからである。提携発表後の2006年の年初、海老根は具体的に提携を実行に移すにあたりあれこれ想いをめぐらせていた。まずどのようにスタートさせるのか、現場レベルのパイプ役には誰が適任か。熟慮の末、ひとりの人物に白羽の矢がたった。そしてある日の午後、海老根は営業本部の

八田を会議室に呼び出す。「なあ、八田。名古屋に行ってくれないか？」それは、現場の業務推進を取り仕切って毎日飛び回っている八田にとってはまさに寝耳に水のひと言だった。取るものもとらずあえず名古屋に赴任した八田は、すぐに電通中部支社に挨拶に出向く。するとその席上でいきなりオプト社員の出向・常駐を打診された。電通との提携について少しは聞かされていた八田だが、先方がこれほど待ち望んでいたとは思ってもみなかった。その後約1年9カ月の間、八田は社内公募等で募った2名の常駐者とともに、インターネット広告の知識・ノウハウをフル稼働するとともに、得意なコミュニケーション

能力を活かし、電通中部支社の営業支援を行ってきた。両社の文化や営業手法の違いなど苦勞する局面も多かったが、成果が本格的に見え始め多少ながら余裕がでてホッとしたのもつかの間。急遽東京へ呼び戻され、そこで本格的な資本提携の全貌を聞かされる。2007年12月20日の夜であった。





そして、本格提携へ。
キーマン八田の胸に
去来するもの。



「社員50名を引き連れて電通本社へ行って
くれないか？」海老根の言葉に一瞬たじろぐ八田。
しかし八田には躊躇する時間さえなかった。さっ
そく準備に取りかかる。出向は大きく2段階に
分けて行われた。2008年4月、24名。8月、2名
追加。そして2008年10月、残りの24名が派遣さ
れた。新たな協業のミッションは、電通IC局※1
（現在のIM局※2）に所属し、営業部門を支援
するというもの。ここでも彼の持ち味であるコミュ
ニケーション能力を駆使し、50名という人員一
人ひとりが持つパワーを最大限に引き出すべく
奔走した。まさにハードワークの毎日。出向中の
メンバーとともに、電通の営業マンに同行し、ナショ
ナルクライアントへ訪問しインターネット広告を提

案する日もあれば、メディアプランニングを行う日
もある。オプトの強みであるテクノロジー商材の
『ADPLAN（アドプラン）』の勉強会を電通社
内で開くこともあれば、出向者50名一人ひとりと
面談し悩みを聞く日もある。やるべきことはやった。
着実に成果も表れはじめる。出向者50名のモ
チベーションも高く1名の離脱者もいなかった。
ようやく軌道に乗りつつあるいま、八田はこの激
動の一年を振り返る。オプトとの違い。提案の
スケールの大きさや、マス広告を含んだクロスメ
ディア提案の経験の不足など、悩んだ時期もあっ
た。しかし一方で、八田はあることを実感してい
た。それは両社にとって、あるいは市場全体にとっ
て、この協業がもたらす効果はとてつもなく大き

いことを。また、オプトにとってみれば出向してい
るオプト社員一人ひとりの経験値には計り知れ
ないものがあることを。

2008年10月からは、電通の営業局への支援
体制も強化された。これにより直接クライアント
と接する回数も増え、求められるニーズも実感
できるようになった。電通の上位クライアント、つ
まり日本での上位クライアントに、いかに近く、そ
していかに深く提案できるかが今後の鍵である。
50名の出向体制も再構築され、より本格的な
稼働に向けて準備は整った。あとは、計画を上
回る成果を出すだけだ。市場の拡大、そして、
オプトの成長のために。

※1 IC局（インタラクティブ・コミュニケーション局）
※2 IM局（インタラクティブ・メディア局）





「新生OPT創造コンテスト」。 それは、新規事業を 創出する大切なステージ。

新規事業の創出。それは、企業が未来へ向けて躍進するための大命題であり、社会的使命ともいえる重要な課題です。しかし、新たな事業を立ち上げるにあたっては、非常に多くの労力・時間などを要し、成功する可能性も決して高いとはいえないのが現実。そんな新規事業創出に、オプトではユニークな取り組みを続けています。「新生OPT創造コンテスト」は、オプトの今後の持続的な成長のためにはなくてはならない重要なイベント。役員を含む全社員を対象に新規事業の企画提案を募るオフィシャルな機会は年に2回。2005年からスタートし早くも6回目を迎えます。ここでグランプリをとれば、

部署異動や資金などの援助をうけることができます。事業立上げの環境が与えられることになります。「一人一人が社長」であり、チャレンジすることが信条のオプト社員からすれば、その実力を試す絶好の機会。これまで、いくつかのすぐれた企画が生まれ、成果を出し始めている事業も徐々に増えてきています。

その代表的な例として、2007年度下半期のグランプリに選ばれた「エコプト(ecopt)」(eco+optの造語)という企画提案があります。提案者は2006年入社の山口岳。元来チャレンジすることが何よりも好きという、「オプト」を体現しているような彼は、学生時代にアジア各国を放浪。

その後、環境NGOに参加するなど環境問題の現状を肌で感じてきた経験の持ち主。そんな彼のさまざまな経験値を踏まえたエコへの深い見識とオプトの既存ビジネスを有機的に組み合わせ、新しいビジネスモデルを誕生させました。その形態は「エコ事業に特化したインターネット広告代理店」、あるいは「エコ視点でのネットマーケティング支援・コンサルティング」。具体的な事業内容は、現在サービスイン間近ということもあり、このキーワード以外明らかにすることはできませんが、プロジェクトはいま着々と進行中。環境ビジネスという未開のフィールドを彼、山口岳を中心に懸命に耕しているところです。





海老根 智仁

取締役会長

真の強みは「測定可能なマーケティング」。
グループ全体で取り組みを本格化。

オプトの強み。それは本質的に何なのか。昨年一年間、私はそのことについてたえず考え続けてきました。日本最大のインターネット広告代理店というポジション、電通とのパートナーシップという事実、広告媒体社との強いリレーションシップなどなど。オプトの強みを表す要素はたくさん浮かんできました。しかしその中で、やはりオプトの強みとして最も当てはまる言葉は「測定可能なマーケティング」である、との考えにたどり着きました。

「測定可能なマーケティング」とは何か。それは広告主のマーケティングデータの分析に基づく、広告の企画・提案、クリエイティブ制作

等を行っていく、というもの。つまり、インターネット上でのアクションを通じて得られた様々なデータを分析し、それを次の施策に活用し、より高い成果を提供するという一連の作業。そして、その過去実績の分析に必要な数値やデータを支えるインフラが、当社の独自システム『ADPLAN(アドプラン)』シリーズであります。いまでこそ高い成長を続けているインターネット広告市場ですが、過去を振り返ると、2000年を境にインターネットバブルが崩壊し、市場全体が停滞しておりました。その停滞のなか、私たちオプトが急拡大できたのは、業界に先駆けて導入した『ADPLAN』による独自の効果測定

システムと、そのデータに基づいて顧客の広告ROI(投資費用対効果)を最大化するという施策によるものでした。広告を中心とするマーケティング結果を明確に顧客に提示し、そのレビューとともに次の施策を提示していく。現在では当たり前のように行っていることですが、当時の業界には全くなかった方法論でした。この方法論は、広告の効果が明確になりすぎたため、業界内ではタブー視される風潮がありました。しかしあえてお客さまが本質的に求めることを追求することによって、オプトは成長し続けてきたのです。

いま、国内外ともに経済危機という厳しい環

境の真っ直中にあり、どの企業もジャンルを問わずよりシビアに、より効率的なマーケティングを求める傾向にあります。しかしそれは、私たちオプトにとっては決して逆風ではなく、この「測定可能なマーケティング」を戦略のコアとして強化していくことで、むしろ追い風になると考えています。さらにこの動きをグループ会社にも広め強化させることが、今後数年の成長を支える原動力になると考えております。これからも様々ご指導ご支援いただければ幸いです。