



2009年12月期
第4四半期
決算説明資料

株式会社オプト
2010年2月15日

2010年2月15日の発表内容から以下部分を訂正しております(2010.3.12)

- ・シート24 「モバイル広告の1社あたり単価、新規社数の推移」
- ・シート33 「従業員数」

- ▶ 第4四半期決算サマリー 09/10-12月期(09Q4)
- ▶ 09/1-12月期決算サマリー
- ▶ 09/1-12月期の戦略レビュー
- ▶ 2010年の事業戦略・業績見通し
- ▶ 参考資料

第4四半期決算サマリー

09/10-12月期(09Q4)

* 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(社名をオプトゴルフに変更後、清算)は、便宜上、旧社名の「ALBA」で記載しています。

09Q4 損益計算書サマリー

	09Q1	09Q2	09Q3	09Q4	09Q3対比
連結 売上高	14,190	12,619	14,241	13,359	-6.2%
売上総利益	1,751	1,492	1,705	1,801	+5.7%
販管費	1,454	1,409	1,392	1,511	+8.6%
営業利益	296	83	312	290	-7.2%
経常利益	322	115	340	301	-11.5%
当期純利益	158	142	116	90	-22.4%
単体 売上高	13,316	11,775	13,312	12,232	-8.1%
営業利益	314	95	288	206	-28.4%
当期純利益	177	-72	114	83	26.5%
子会社 売上高	874	844	929	1,127	+21.3%
営業利益	-17	-11	24	83	+244.2%
当期純利益	-18	214	1	6	+230.9%

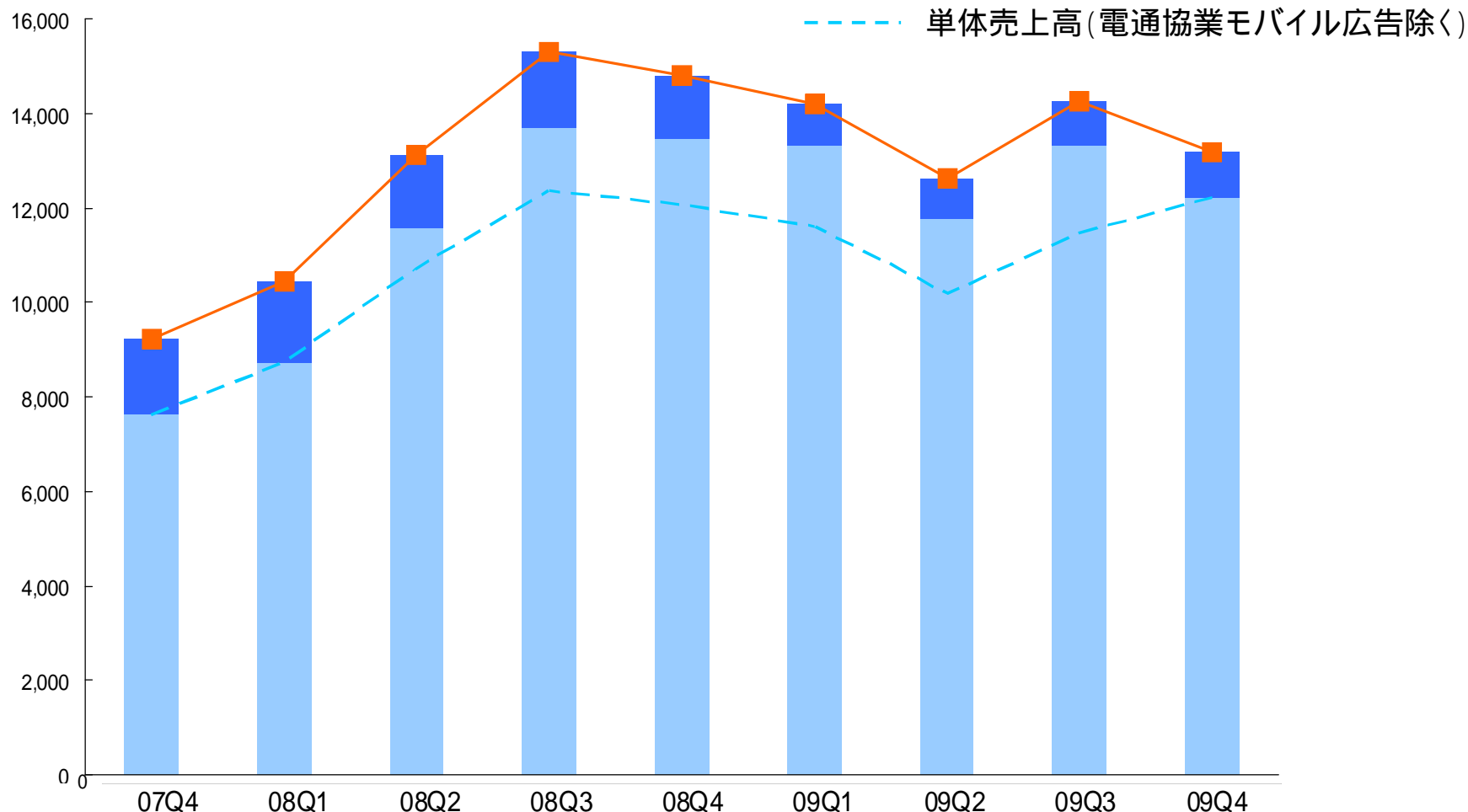
電通モバイル広告
除き、Q2ボトムに
回復基調継続

モバイルファクトリー
連結化による影響

子会社各社の業績
回復により営業利益
拡大

Q別売上高推移

Q2ボトムで回復基調、単体売上09Q4が今期最高(電通協業モバイル広告除く)

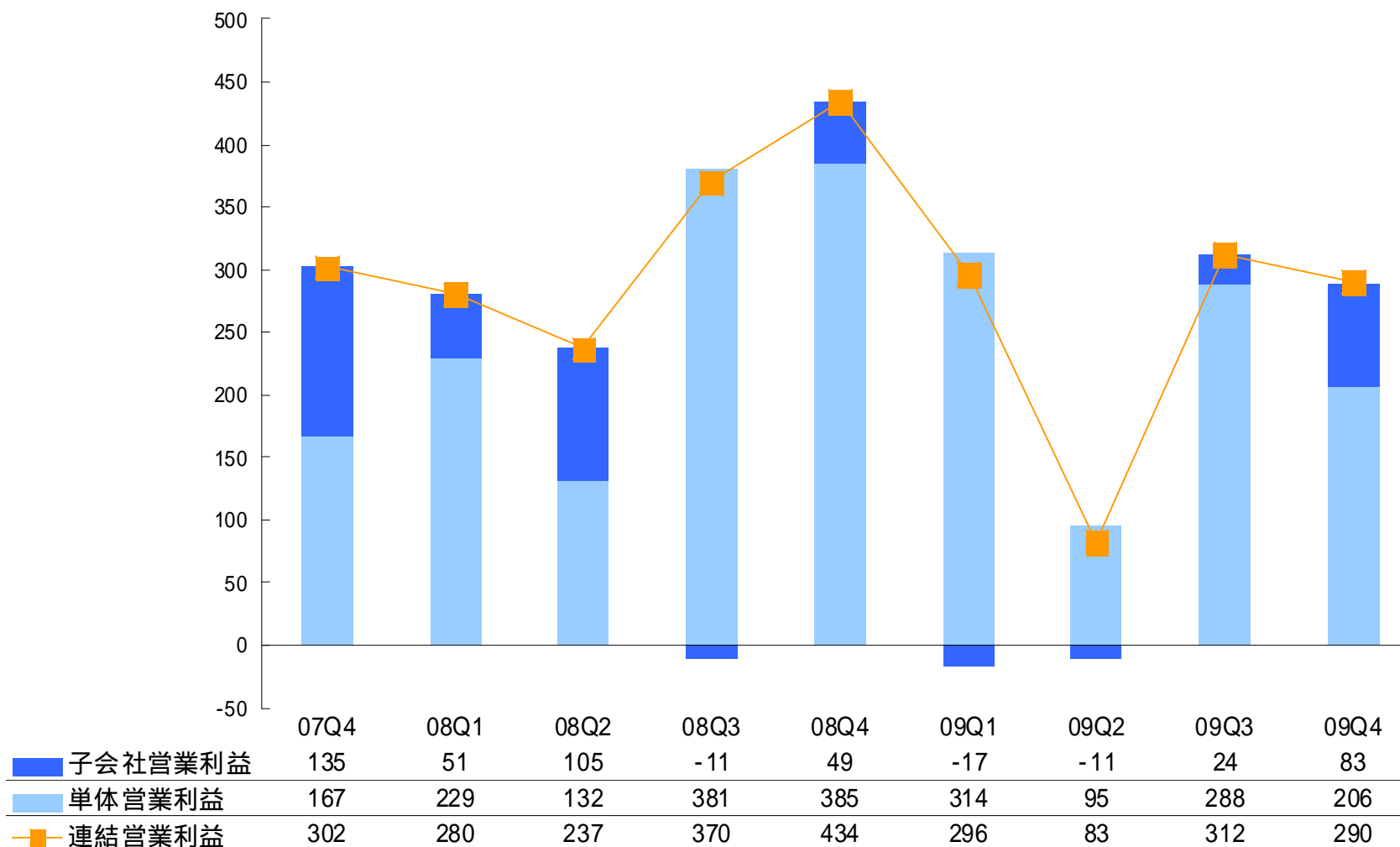


■ 子会社売上高	1,605	1,712	1,522	1,583	1,332	874	844	929	1,127
■ 単体売上高	7,621	8,738	11,586	13,705	13,472	13,316	11,775	13,312	12,232
■ 連結売上高	9,226	10,451	13,109	15,289	14,804	14,190	12,619	14,241	13,359

*子会社売上高は、連単の差額を記載しております。

Q別営業利益推移

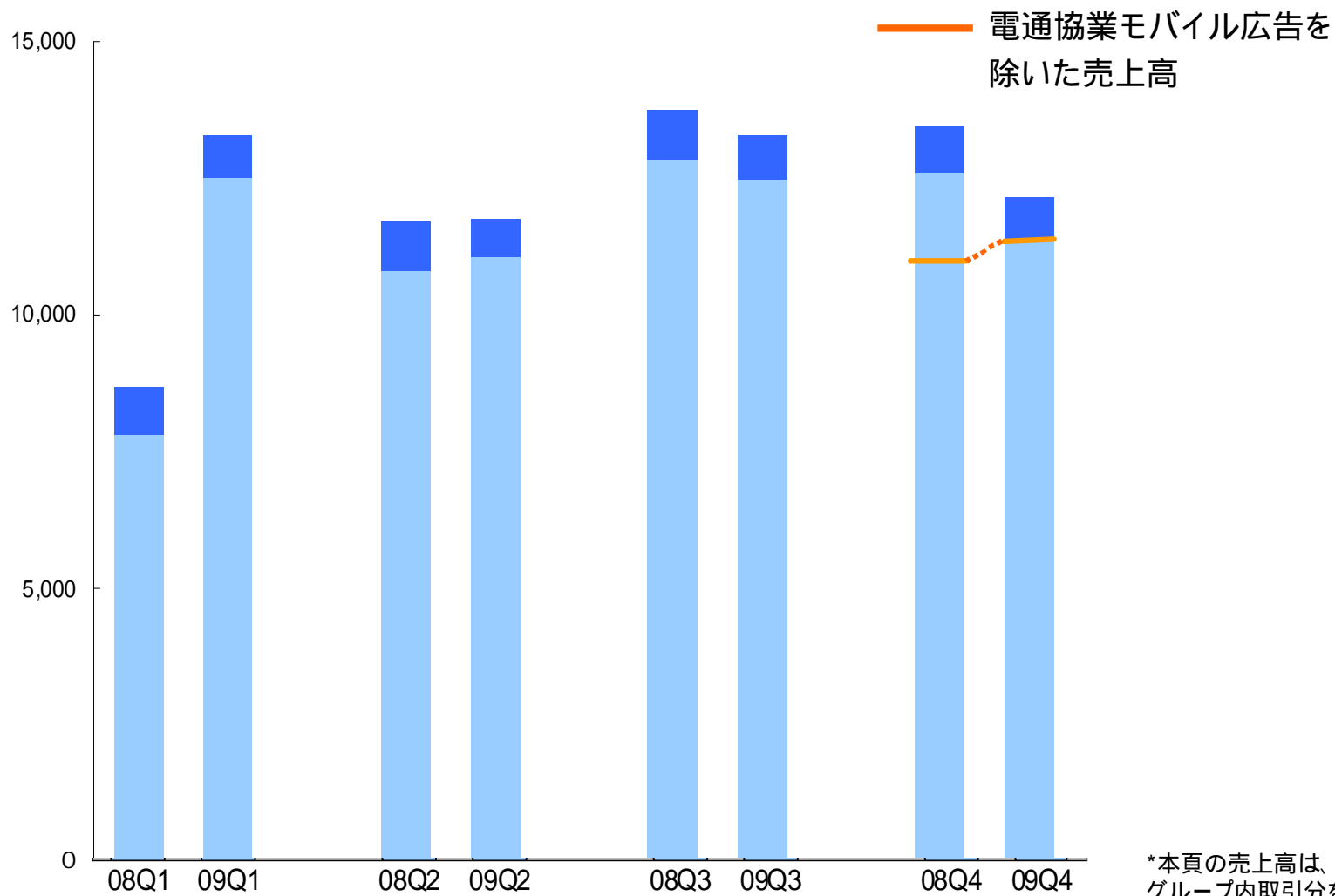
- ・単体は競争激化による粗利率低下で営業利益減少
- ・09Q4から連結となったモバイルファクトリーなど、子会社の営業利益が増加



*子会社営業利益は、連単の差額を記載しております。

広告代理事業分野

09Q4の単体売上高は前年同Q比でプラス成長へ(電通協業モバイル広告を除く)



■ 子会社売上高(クレジット)

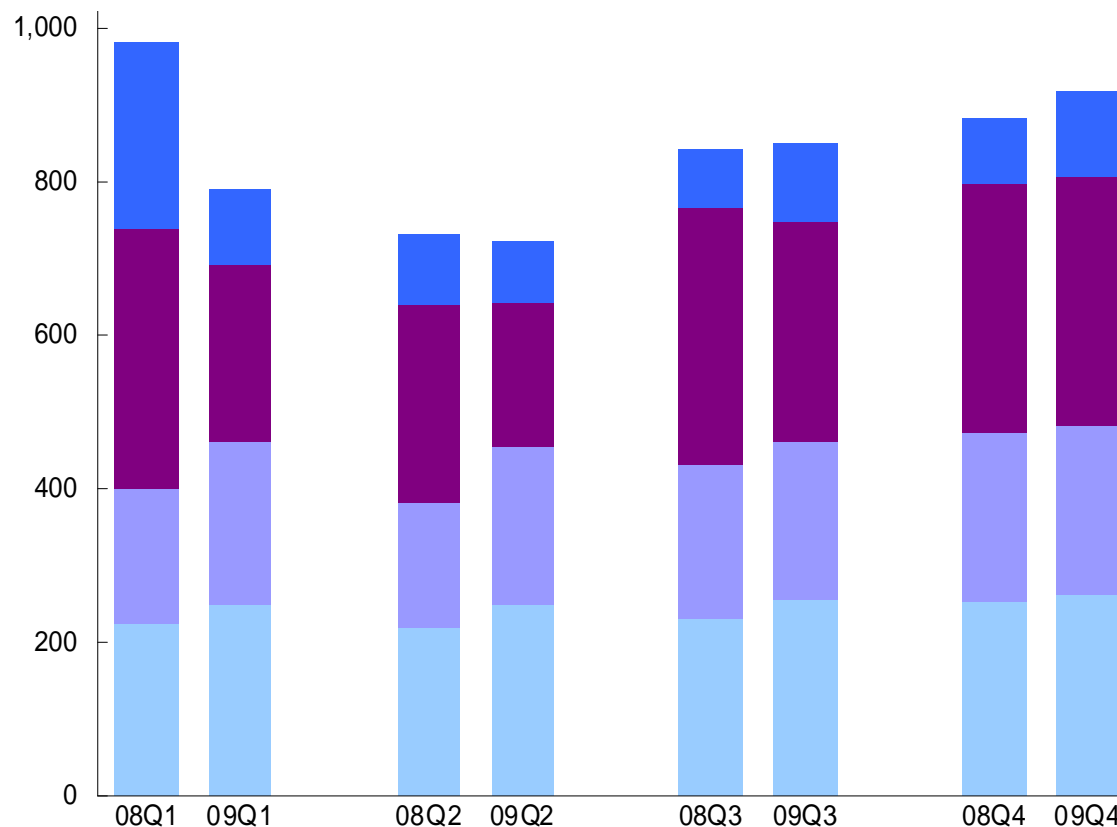
■ 単体売上高(広告代理)

08Q1	09Q1	08Q2	09Q2	08Q3	09Q3	08Q4	09Q4
882	767	915	721	926	794	868	806
7,810	12,523	10,804	11,039	12,828	12,483	12,578	11,336

*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。

ソリューション事業分野

09Q3対比で売上高が増加



■ 子会社売上高*	244	98	93	79	79	100	87	110
■ 単体売上高(制作等)	340	233	258	190	334	287	323	325
■ 単体売上高(SEO)	173	212	163	206	199	206	221	222
■ 単体売上高(テクノロジー)	225	248	217	248	232	255	252	260

*連結売上高と単体売上高の差額を記載しております。

コンテンツ事業分野 (B2C事業) : 09Q4よりモバイルファクトリー連結化

・09Q4売上高 184百万円

ALBA(オプトゴルフに社名変更、2009年5月に会社清算終了)が2008年11月28日付で全事業を他社へ事業譲渡したことにより、

・08Q4対比で売上高363百万円、営業利益23百万円が純減

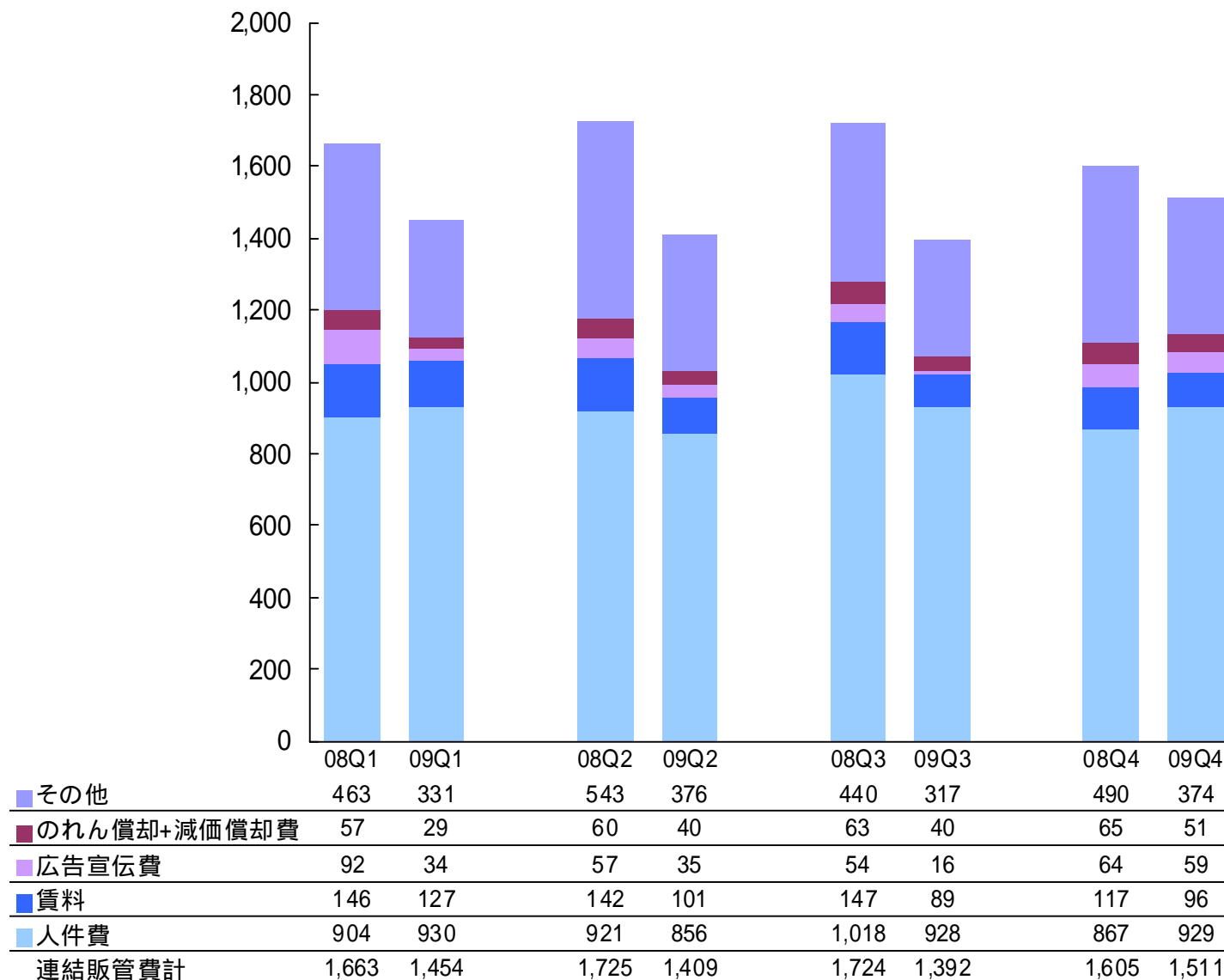
・08/1-12対比で売上高1,920百万円、営業利益141百万円が純減

その他事業分野 : 単体比較サイト、子会社

・09Q4売上高 : 195百万円(うち単体比較サイト89百万円、子会社106百万円)

連結販管費

モバイルファクトリー追加以外は、年間を通じてほぼ一定



09/1-12月期決算サマリー

連結

- ・電通協業拡大、09H2回復基調で売上高が増加

単体

- ・オーガニックは、09Q2の主要業種の広告予算抑制の影響により営業利益が減少
- ・電通協業は、営業フロント増員による大手クライアントの取扱拡大により08/1-12対比で売上高が大幅増加

子会社 (連単の差)

- ・ALBAが連結対象から外れる
- ・09H2より子会社の業績回復(クラシファイド、eMFORCEなど)

* 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 (09/1-12月期)

13

売上高:電通協業の拡大により増加

営業利益:09Q2の主要業種の出稿抑制などで減少

当期純利益:昨年のALBA譲渡益との差

		08/1-12実績	09/1-12実績	08/1-12対比
連結	売上高	53,656	54,412	+ 1.4%
	売上総利益	8,041	6,751	-16.6%
	販管費	6,718	5,767	-14.2%
	営業利益	1,323	983	-25.6%
	経常利益	1,315	1,080	-17.9%
	当期純利益	1,076	507	-52.9%
単体	売上高	47,504	50,636	+6.6%
	営業利益	1,128	905	-19.8%
	当期純利益	-444	303	黒字転換
連結子会社 (連単の差)	売上高	6,151	3,775	-38.6%
	営業利益	194	78	-59.6%
	当期純利益	1,521	203	-86.6%

要因分析(売上高)

連結売上高

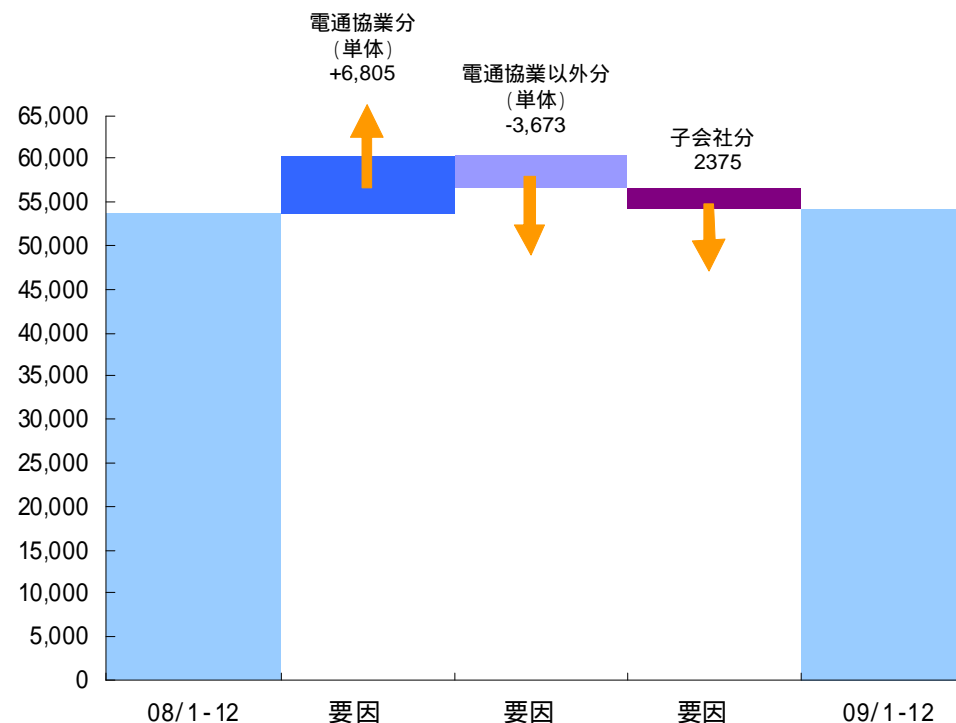
08/1-12	09/1-12	増減	増減率
53,656	54,412	+756	+1.4%

要因 : 電通協業が大幅に拡大
(+68.0億円)

要因 : 主要業種(人材・金融)の広告予算抑制の影響を09Q2に大きく受け、単体の電通協業以外が減少
(-36.7億円)

要因 : ALBAの事業譲渡などで子会社分が減少
(-23.7億円)

(売上高の変化要因)



要因分析(営業利益)

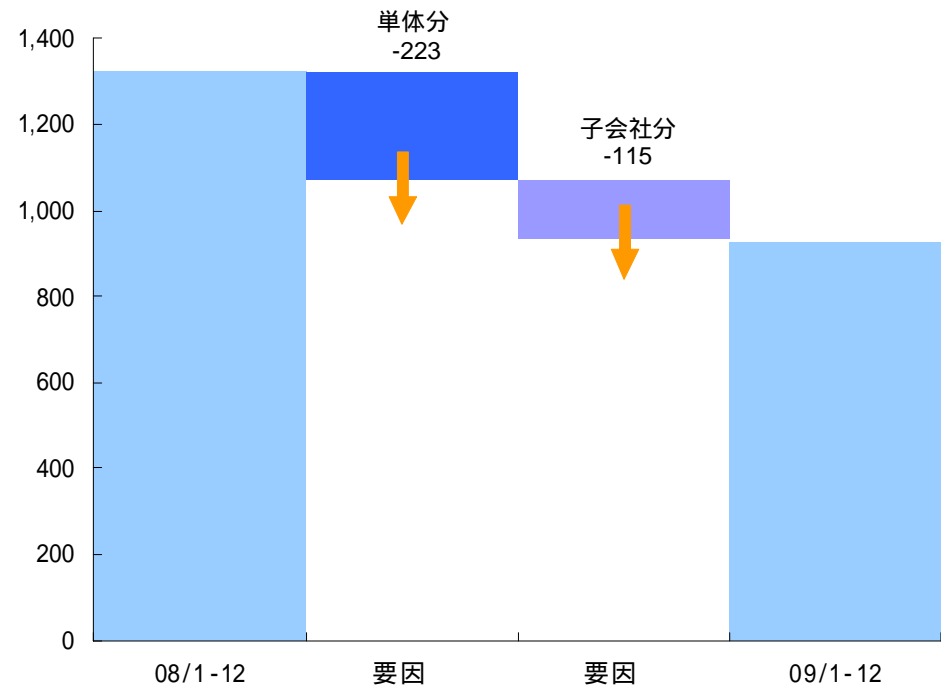
連結営業利益

08/1-12	09/1-12	増減	増減率
1,323	983	-339	-25.6%

要因 :オーガニックの売上高減少で
単体分が減少
(-2.2億円)

要因 :ALBA事業譲渡などにより、子会
社分が純減
(-1.1億円)

(営業利益の変化要因)



要因分析(当期純利益)

連結純利益

08/1-12	09/1-12	増減	増減率
1,076	507	-569	-52.9%

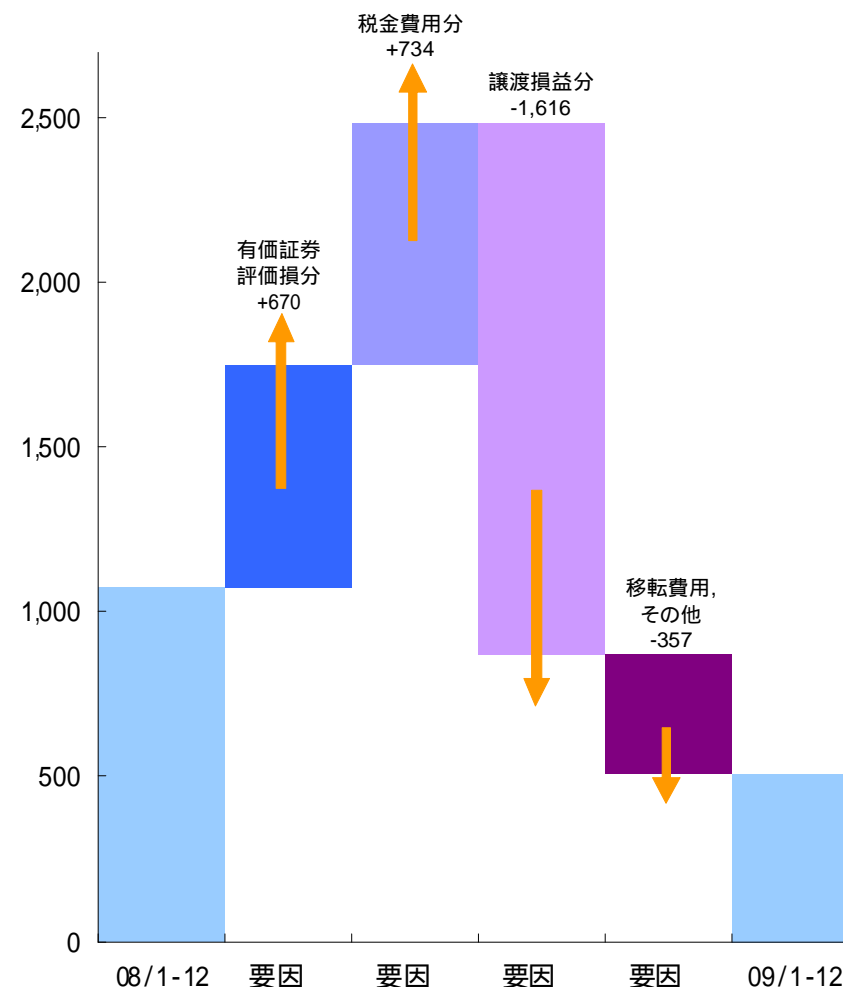
要因 : 有価証券評価損(特別損失)の減少
(+6.7億円)

要因 : ALBA関連の税金費用が減少
(+7.3億円)

要因 : 08Q4のALBA事業譲渡損益との差
(-16.1億円)

要因 : 本社移転関連費用(特別損失)、
その他
(-3.5億円)

(当期純利益の変化要因)



09/1-12月期の要因分析(単体・子会社別)

単体

電通協業拡大、オーガニックは新主要業種の開拓途中

	08/1-12	09/1-12	主な要因
売上高		+31.3億円(+6.6%)	電通協業が順調に拡大
販管費		-3.5億円(-7.1%)	引当金の減少
営業利益		-2.2億円(-19.8%)	

連結(08/1-12 対比)

売上高 +7.5億円
(+1.4%)

売上総利益 -13.4億円
(-16.6%)

販管費 -9.5億円
(-14.2%)

営業利益 -3.3億円
(-25.6%)

連結子会社(連単の差)

ALBA分純減、09H2で営業利益が改善に向かう

	08/1-12	09/1-12	主な要因
売上高		-23.7億円(-38.6%)	ALBA分の純減など
販管費		-5.9億円(-33.8%)	
営業利益		-1.1億円(-59.6%)	

業績予想対比

18

売上高:電通商流変更により予想下回る

営業利益:引当金等販管費減少により達成

当期純利益:単体は、見込んでいた子会社の減損処理が発生しなかったため予想を上回る

		09/1-12実績	09/1-12予想 (8/10開示)	達成率
連結	売上高	54,412	57,600	94.5%
	営業利益	983	900	109.3%
	経常利益	1,080	1,000	108.0%
	純利益	507	540	93.9%
単体	売上高	50,636	53,700	94.3%
	営業利益	905	840	107.8%
	経常利益	1,011	940	107.6%
	純利益	303	150	202.4%

直近では、2010.2.10に業績修正を行っています

連結貸借対照表サマリー

	08/12末	09/12末	増減	
流動資産	23,092	20,324	-2,767	<p><ポイント></p> <p>資金運用として、大手銀行発行の投資有価証券(満期保有目的の債券)を取得した影響 Q3に2社へ出資</p>
固定資産	3,666	6,181	+2,514	
繰延資産	13	6	-6	
資産合計	26,772	26,513	-259	
流動負債	10,289	9,065	-1,223	<p>売上高減少に伴う売掛金・買掛金の減少 未払法人税等の減少(支払い)</p>
固定負債	19	71	51	
負債合計	10,308	9,136	-1,172	
純資産合計	16,463	17,376	+912	

連結キャッシュ・フロー計算書サマリー

20

<ポイント>

	08/1-12	09/1-12
営業 キャッシュ・フロー	1,102	280
投資 キャッシュ・フロー	847	-2,522
財務 キャッシュ・フロー	-987	51
現金同等物増減	907	-2,187
現金同等物残高	14,021	11,854

ALBAの譲渡課税によるもの

前項記載の投資有価証券および子会社株式の取得によるもの

09/1-12月期の戦略レビュー

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) 新重点業種へ営業拡大
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

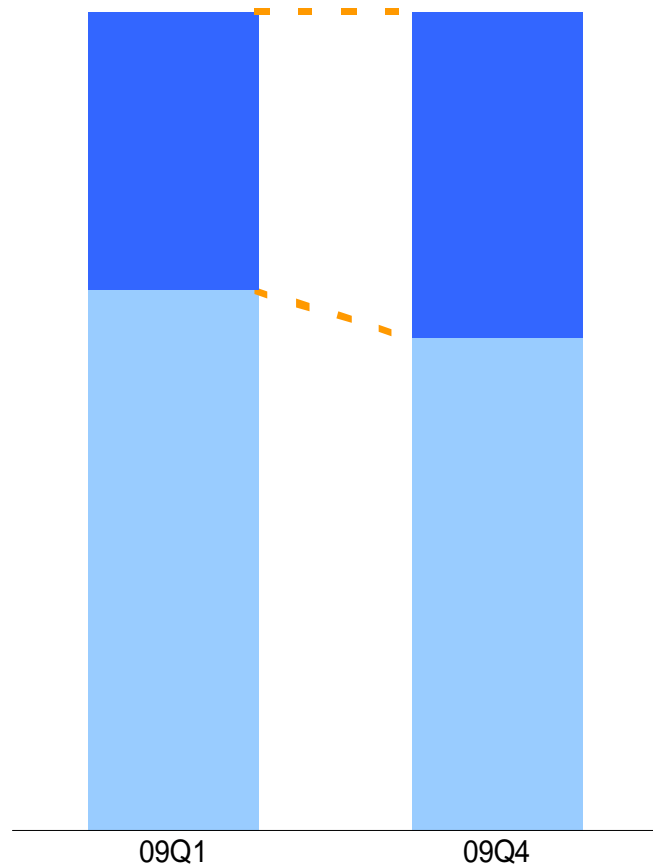


安定的な高成長を目指すとともに、
さらなる飛躍に向けた足場固めの1年と位置付ける

09/1-12 顧客戦略の成果(オーガニック)

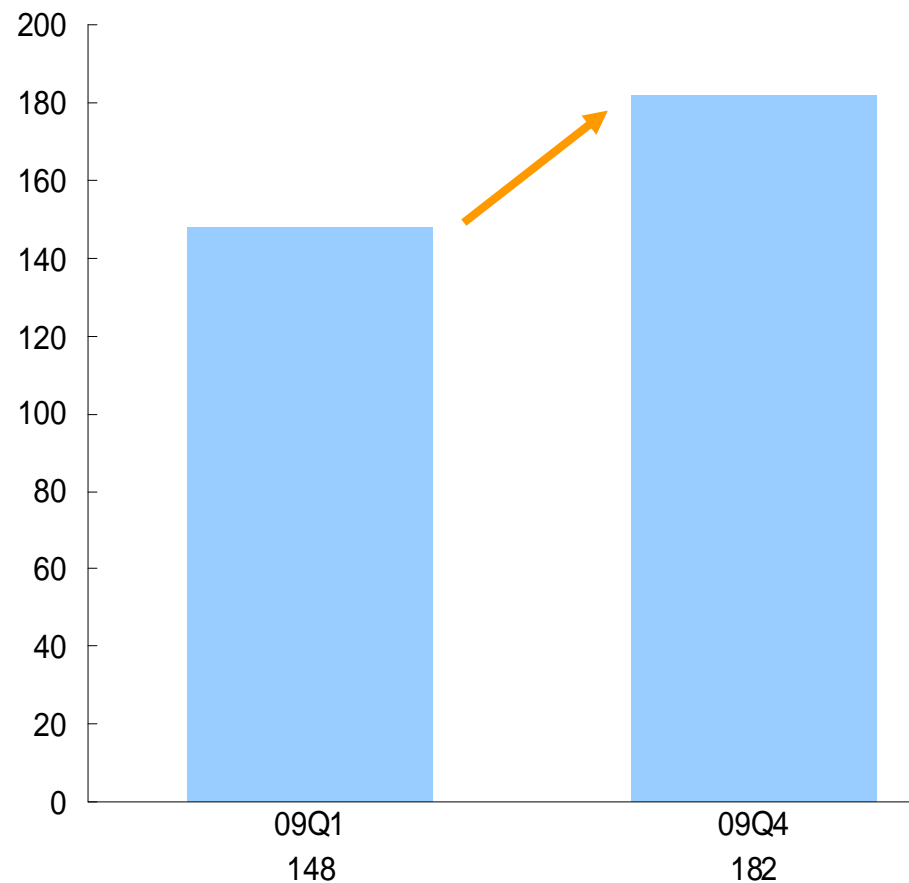
・09Q1対09Q4でその他業種の売上高、新規取引社数が拡大

< 売上高における業種別構成比 >



■ その他業種
主要業種: 金融、不動産、化粧品・美容、人材

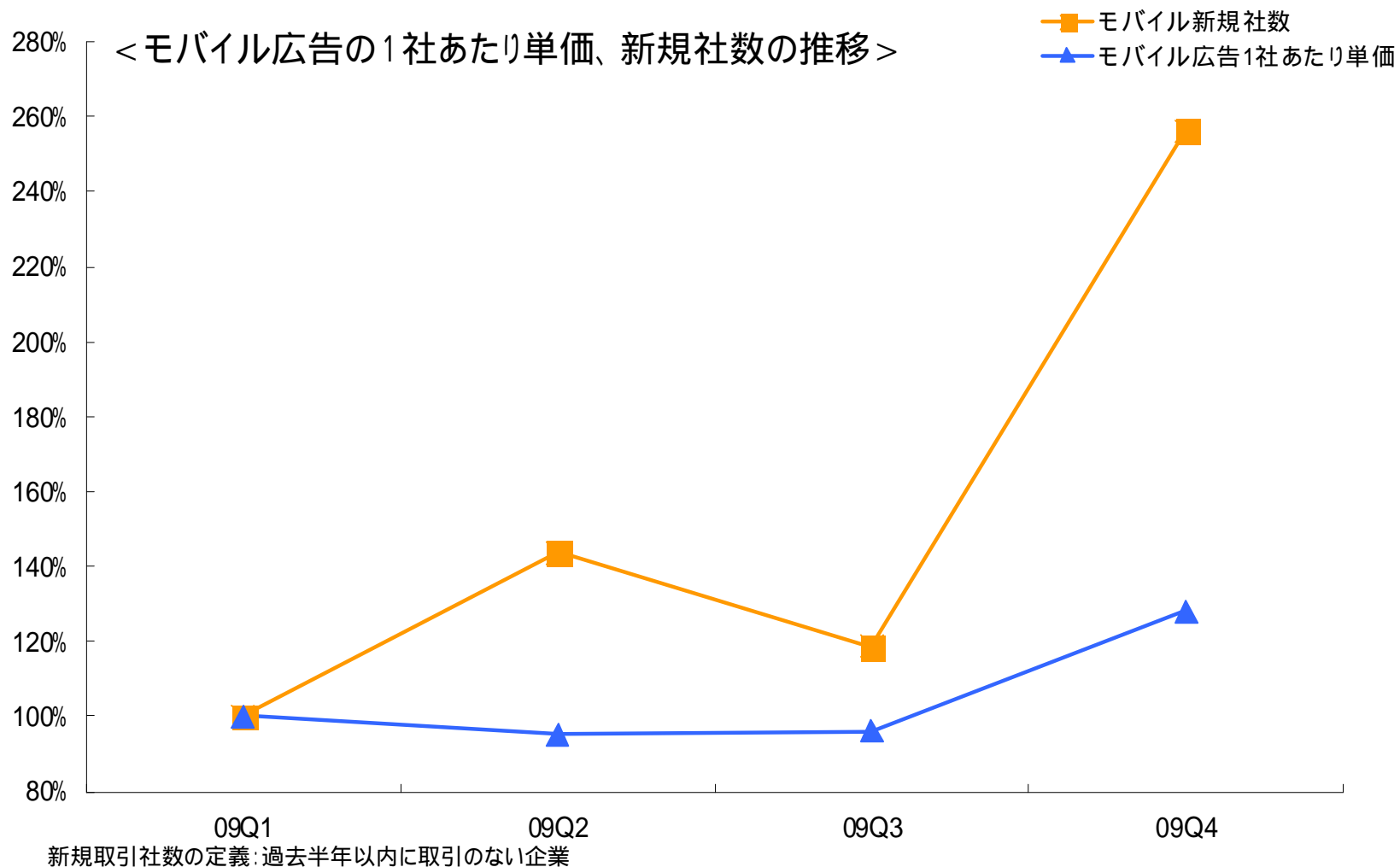
< 新規取引社数の増加 >



新規取引社数の定義: 過去半年以内に取引のない企業

09/1-12 商品戦略の成果(オーガニック)

- ・モバイル本部設立とモバイル専門のプロダクトAP(アカウント・プランナー)制導入によりモバイル専売体制を構築
- ・09Q4モバイル広告の1社あたり単価、新規社数が09Q1対比で拡大



営業フロント増員により着実に協業進展、また電通クライアントへのADPLAN販売拡大

電通協業売上高

09/1-12売上計画 200億円

09/1-12累計実績 190.4 億円

(09Q4 売上高 40.4億円)

2009年10月1日の商流変更により、09Q4から電通クライアントのモバイル広告取扱分がなくなりました。

TOPIX

- ✓PC広告・モバイル広告の取扱拡大、初の年間貢献で売上高が+55.6%増加
- ✓08/1-12対比でADPLANの売上が約4倍、クロスフィニティのSEO売上が約5倍に
- ✓出向者数は59名に(12月31日時点)
- ✓営業フロント増員により大手クライアントの取扱拡大

電通協業の開始は08Q2(4月~)からとなっております。

2010年2月15日付で電通が保有する当社株が電通グループの電通デジタル・ホールディングスへ移管されますが、協業についてはこれまで通り当社と電通との間で継続されます。

2010年度事業戦略・業績見通し

2010年 eマーケティング成長キーワード

- ✓ 「専門力」の更なる強化: 業界知識・クライアント知識の習得、機能別組織の強化
- ✓ 「データ力」を更なる強みに : 効果見える化、ADPLANの強化
- ✓ 「成長分野」への積極投資: SEM、ソーシャルメディア、モバイルスマートフォン



< 顧客戦略 >

各業種上位の開拓深耕・新規獲得の継続
電通協業によるナショナルクライアント獲得
中堅企業の開拓

< サービス戦略 >

モバイル広告・ソーシャルメディア・SEMの拡販
ADPLANのサービスラインナップ拡大

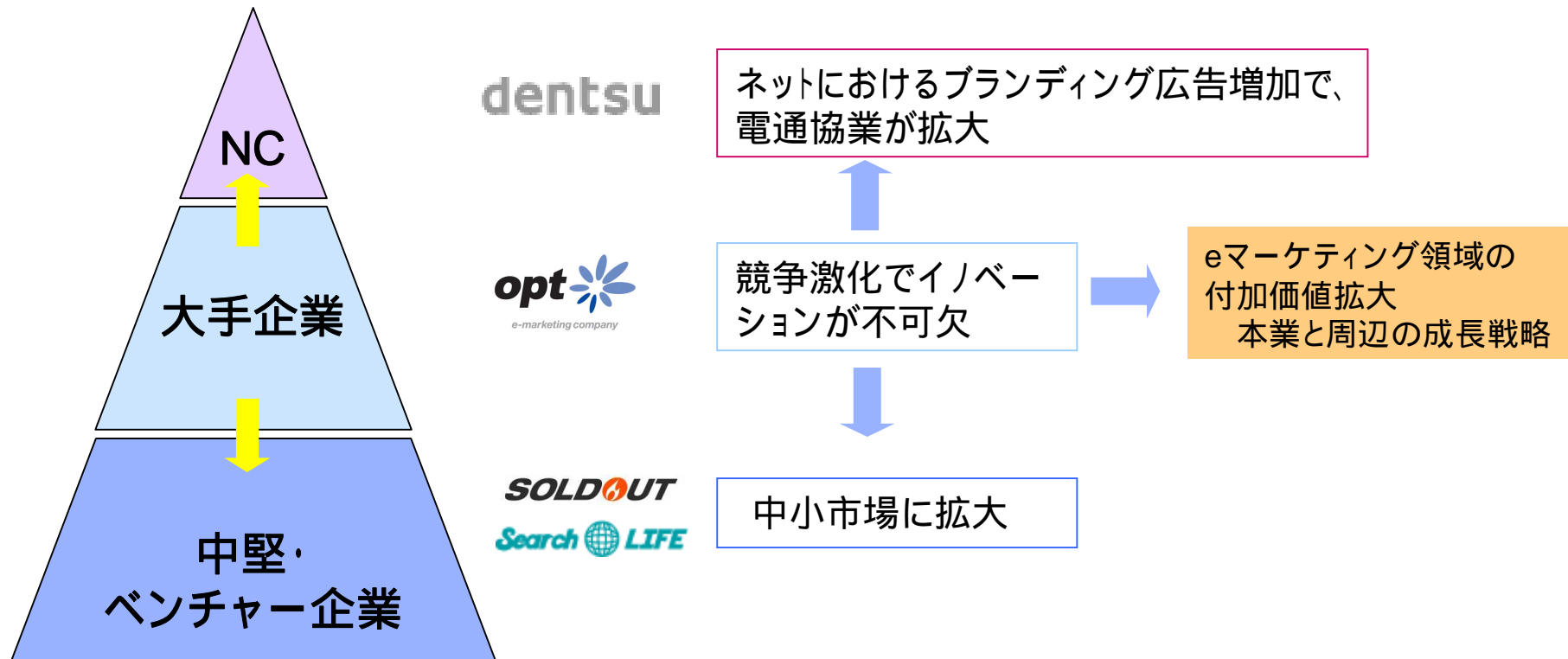
< 新領域 >

EC支援、ネットメディア支援、マスメディアのデジタル化支援

< 組織戦略 >

- ・マーケティング本部をアカウント部に移管
- ・データテクノロジー部門拡大
- ・ソーシャルメディア部の新設
- ・モバイル、ソーシャル、SEM分野の人員増

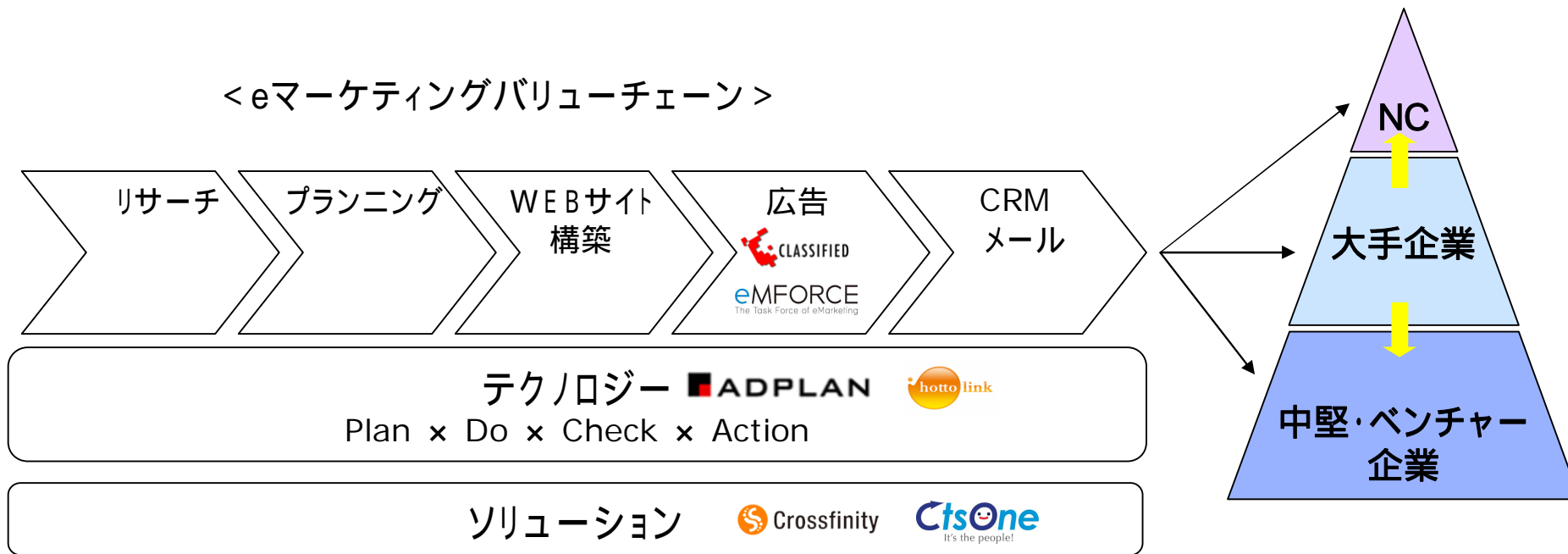
ネット広告の主流である大手企業に対する競争が激化するなか、ナショナルクライアント(NC)や中堅企業に顧客層を拡大していく



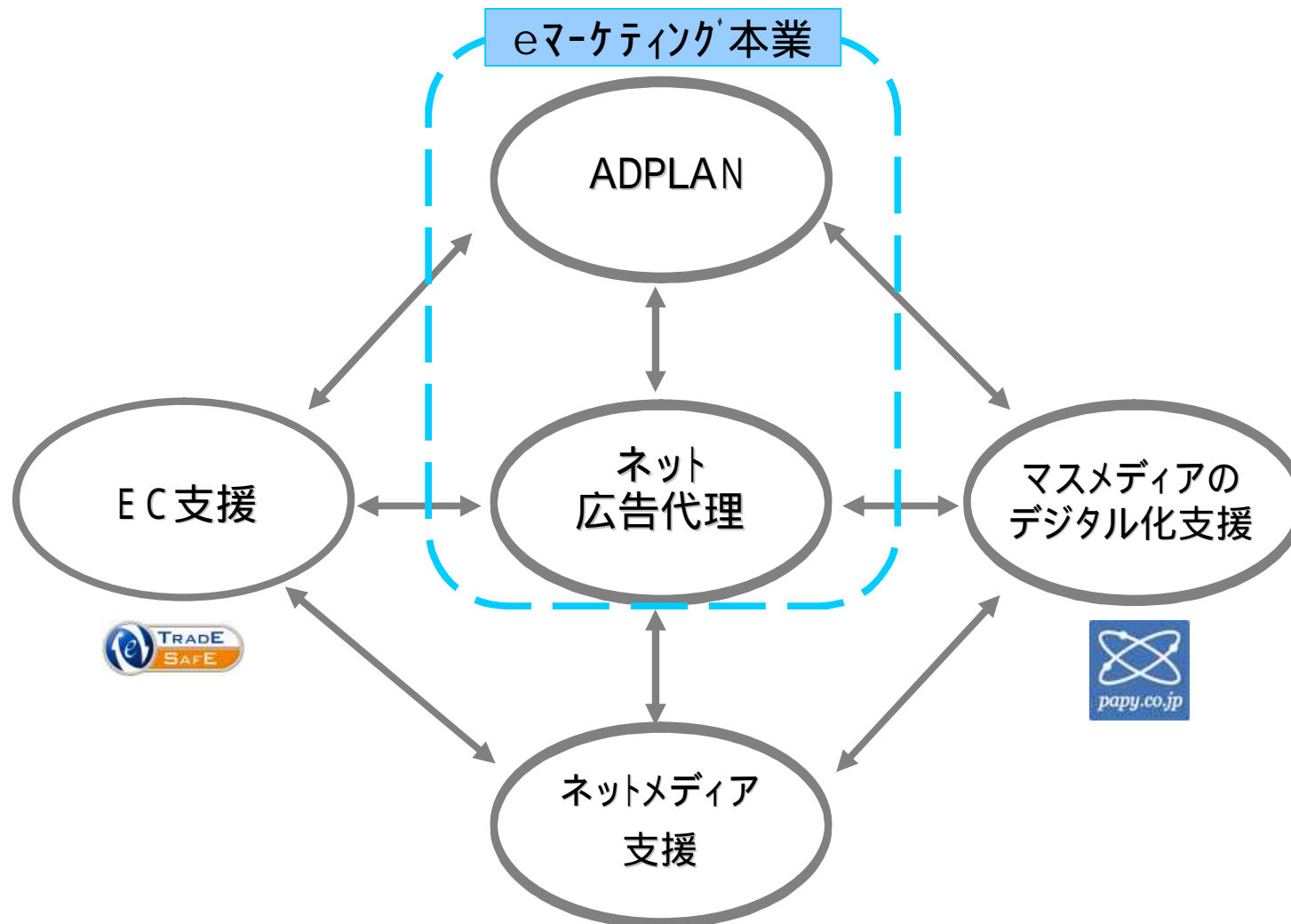
戦略: ワンストップで eマーケティングサービスを提供するバリューチェーン構築

- ✓テクノロジーを活用したデータ分析力、クリエイティブ力を軸にしたROI課題解決型提案スタイル確立
- ✓バリューチェーンに対応した新サービスのリリース
- ✓高粗利商材の拡販

< eマーケティングバリューチェーン >

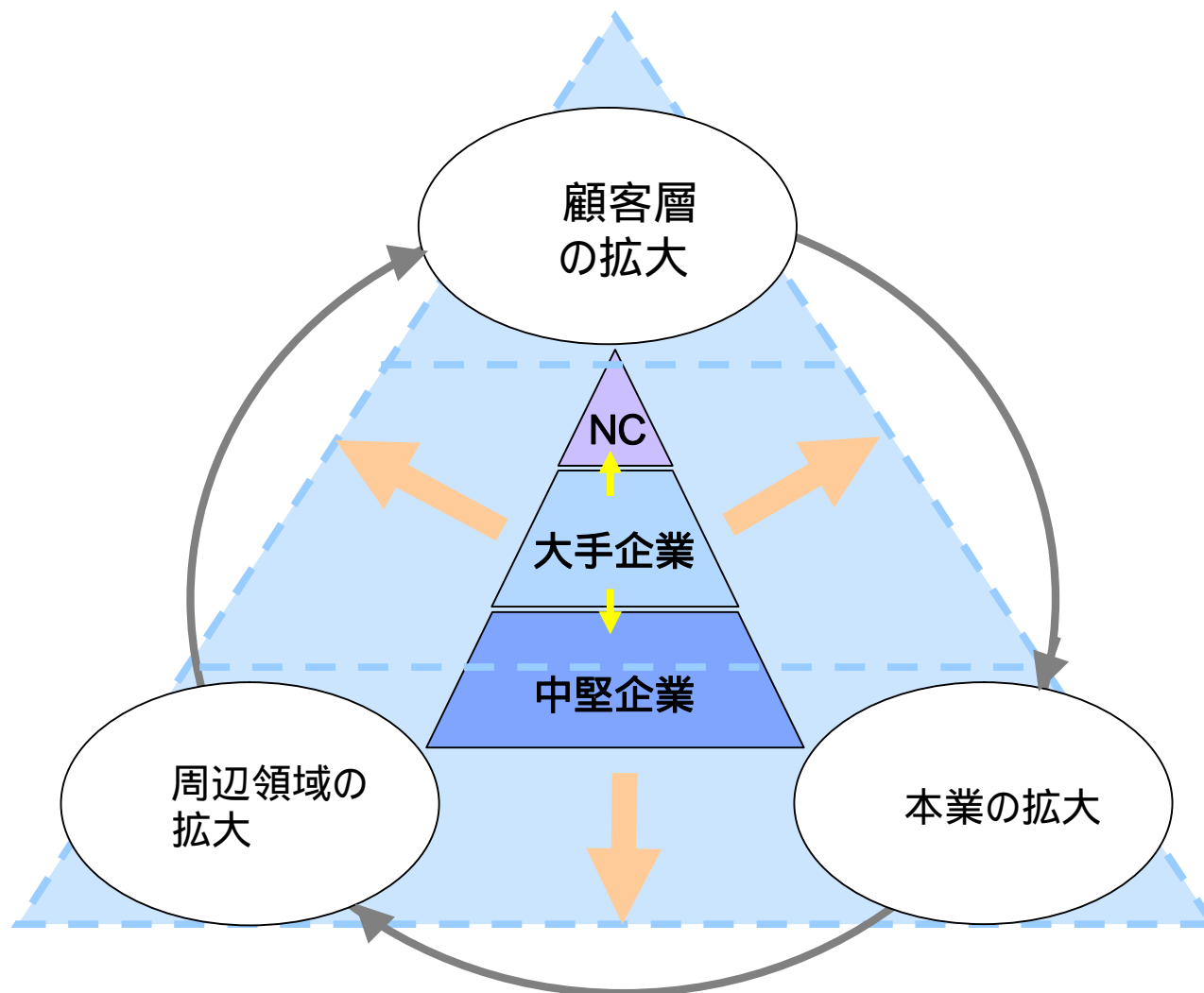


ネット広告代理店NO.1のノウハウとADPLANのデータを活用し、
マスメディア支援・ネットメディア支援・EC支援の領域を拡大する



3つのサイクルによる成長戦略

「顧客層の拡大」、「本業の拡大」、「周辺領域の拡大」のサイクルをまわし成長を加速



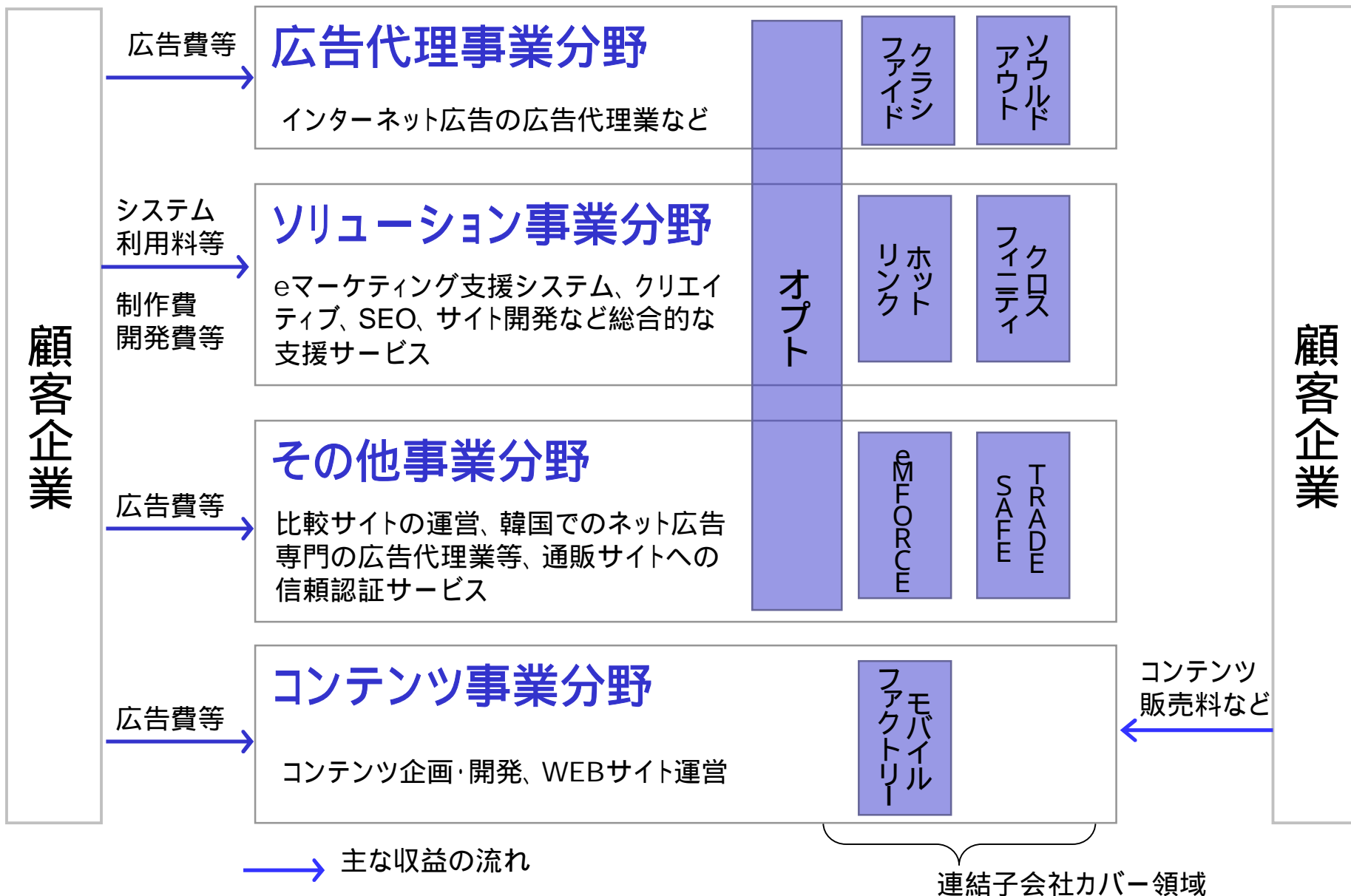
2010年度業績予想

32

主要業種の景気は弱含みであるものの、前項記載の成長戦略により市場並みの成長を目指す(電通協業モバイル広告の影響を除いた場合)

	10H1		10H2		10FY	
	連結	前年比	連結	前年比	連結	前年比
売上高	25,600	-4.5%	28,000	1.4%	53,600	-1.5%
営業利益	380	-0.1%	880	45.8%	1,260	28.1%
経常利益	430	-1.8%	940	46.4%	1,370	26.9%
当期純利益	100	-66.8%	480	132.8%	580	14.4%

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	149,316株(2009年12月末現在)	
資本金	7,595百万円(同上)	
従業員数	798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	海老根 智仁
	取締役	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



主要グループ会社概要

35

社名	事業内容	持分比率	09/12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	54.0%	連結子会社
モバイルファクトリー	コンテンツ事業	40.8%	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	100.0%	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、サーチライフ、コンテンツワンなど		



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。