THE LEADER in DIGITAL SHIFT

～デジタルシフトカンパニーへ～

opt Holding

株式会社オプトホールディング（東証一部: 2389）

免責事項

opt Holding

本資料に掲載されている情報は、当社の事業内容、経営方針・計画、財務状況等をご理解いただくことを目的として、細心の注意を払って掲載しておりますが、その正確性、完全性、有用性、安全性等について、一切保証するものではありません。

本資料に掲載されている情報は、いかなる情報も投資勧誘を目的に作成したものではありません。投資等に関する最終ご判断は、利用者ご自身の責任において行われるようお願いいたします。なお、本情報を参考・利用して行った投資等の一切の取引の結果につきましては、当社では一切責任を負いません。

本資料に掲載されている情報のうち、過去または現在の事実以外のものについては、現時点で入手可能な情報に基づいた当社の判断による将来の見通しであり、様々なリスクや不確定要素を含んでおります。したがって、実際に公表される業績等はこれら種々の要因によって変動する可能性があることをご承知おきください。

目次

1．オプトグループとは

2．4つの転換点

3．オプトグループのビジョン

1．オプトグループとは

opt Holding

私たちのVision,Mission,Value

opt Holding

Group Vision 2030

デジタル産業革命で社会を豊かに人類を幸せに

Group Mission

「次代の繁栄」のために新しい価値を創造し続ける

Group Value

・先義後利
・チャレンジ（変革）
・楽天主義（プラス思考）
・社員の幸せこそ重要
・一人一人が社長

事業セグメント

デジタルシフトカンパニー
オプトホールディング グループ

デジタル広告支援のみならず、ソリューション支援、HR支援、デジタル教育に加え、デジタルに関する新規事業開発、企業や事業の変革/創造等、すべての事業領域のデジタルシフトをグループシナジーによって支援

【デジタルシフト支援】
マーケティング事業

大手領域
- デジタルマーケティング
- インターネット広告代理
- ソリューション開発/提供

地方中小領域
- デジタルマーケティング
- ソリューション開発/提供
- IT/HR支援

【デジタルシフト変革/創造】
シナジー投資事業

金融投資
- ベンチャーキャピタル投資
- ファンド運用
- 投資先経営支援

事業開発
- 新規事業開発
  - ✓AI事業
  - ✓シェアリングエコノミー事業 等

中国事業
- 一般貿易事業
  越境EC事業

ビジネス概要

opt Holding

社員1,500人超
多様なデジタル人材

・コンサルタント
・エンジニア
・クリエイター 等

マーケティング事業

マーケ地方中小（ソウルドアウト等）
売上：168億円
EBITDA：11.1億円
（2018年実績）

マーケ大手（オプト等）
売上：644億円
EBITDA：37.1億円
（2018年実績）

HR支援（採用、研修）
IT支援
WEBマーケティング支援
ソリューション開発

→ **地方企業**
中小企業
（首都圏の中小企業含む）

→ **首都圏大都市**
大手企業

シナジー投資事業

事業開発/AI事業（SIGNATE等）

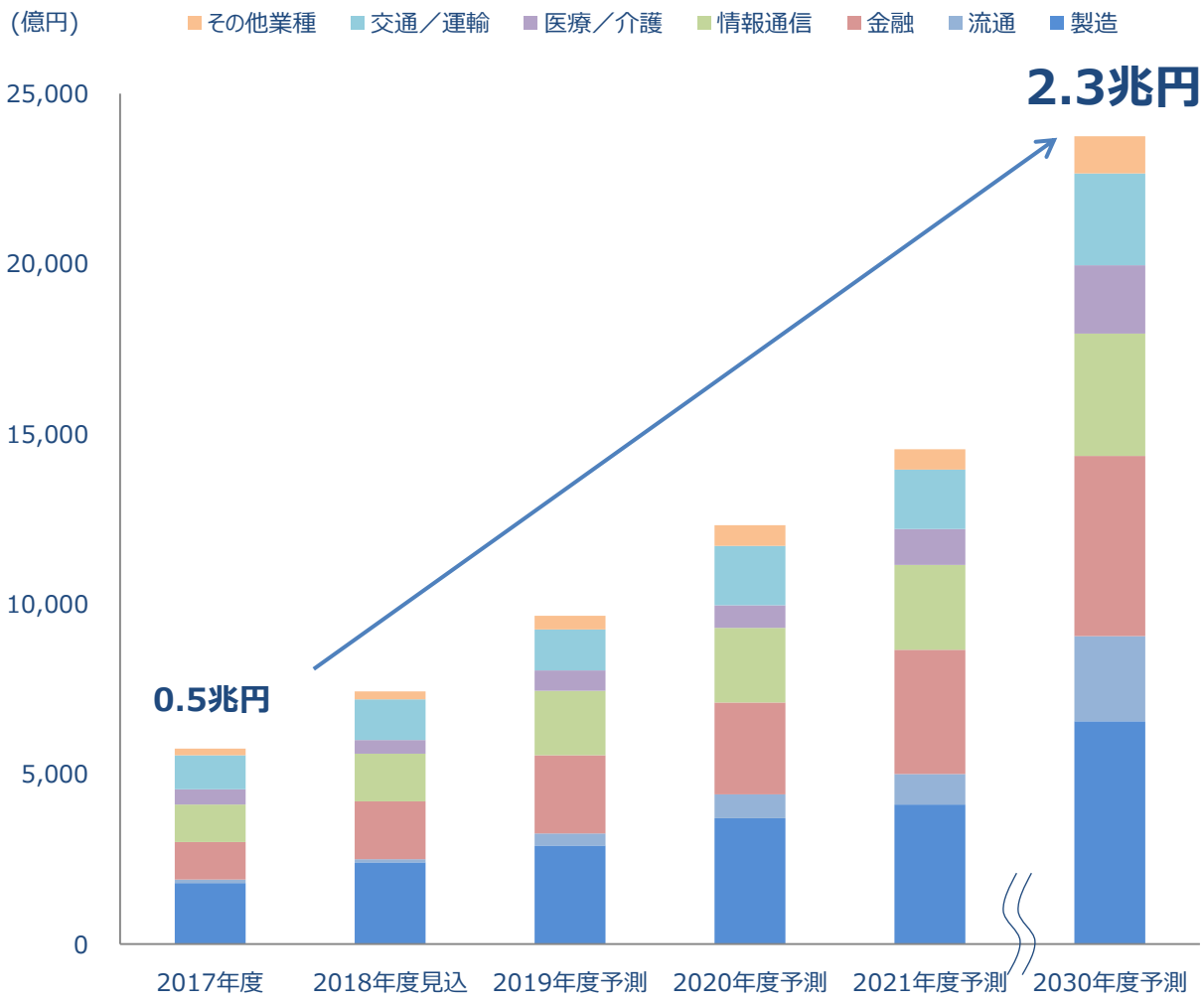
ベンチャー投資（オプトベンチャーズ等）
EBITDA：16.3億円
AUM：212億円
（2018年実績）

AI事業
新規事業開発
中国事業（一般貿易/越境EC）
Fund投資
本体投資

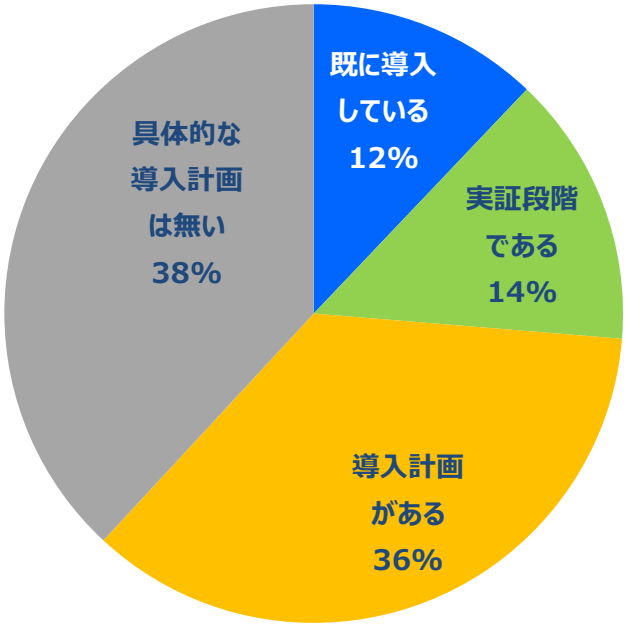
→ **ベンチャー企業**
海外企業

市場環境①　-デジタルトランスフォーメーション市場-

DXの業界別国内市場（投資金額）



勤務先におけるDXの導入状況



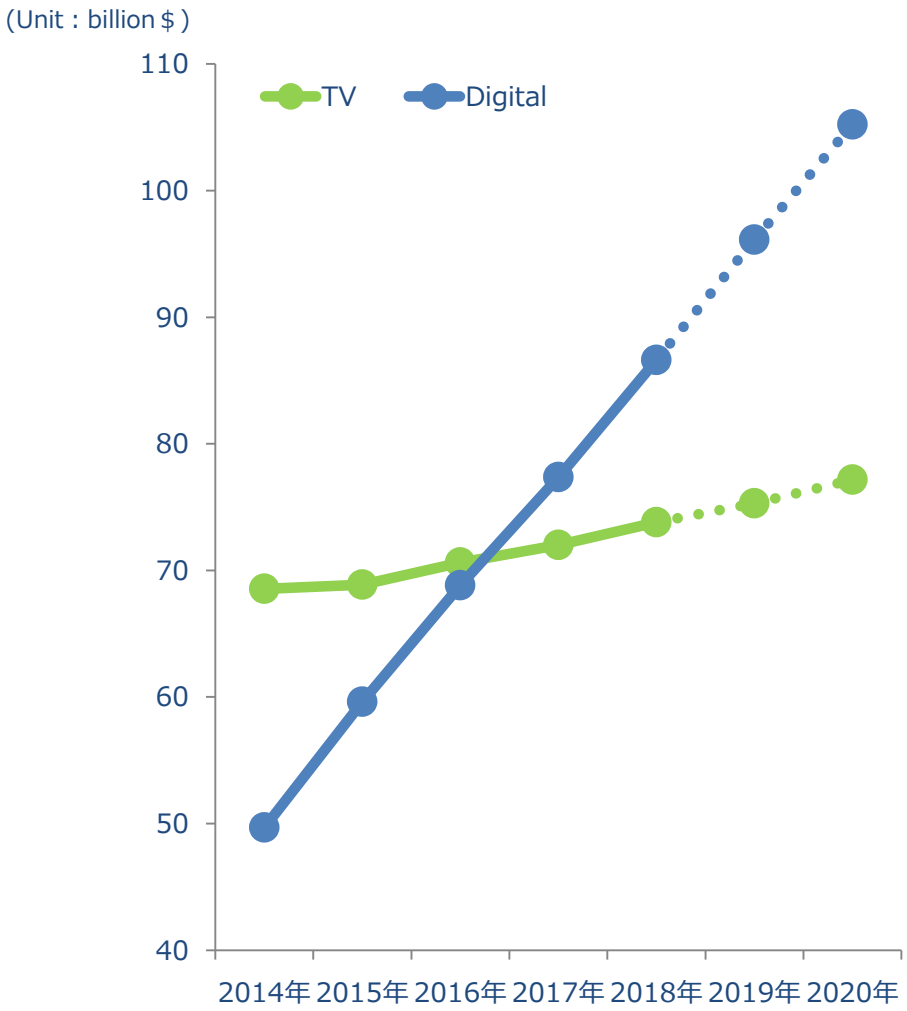
デジタルトランスフォーメーション（DX）

AI、ビッグデータ、IoT、クラウドといった新たなICT技術の活用により、ビジネスモデルの変革や新しいビジネスの創出を実現し、ユーザーに新たな価値の提供を実現する取り組み

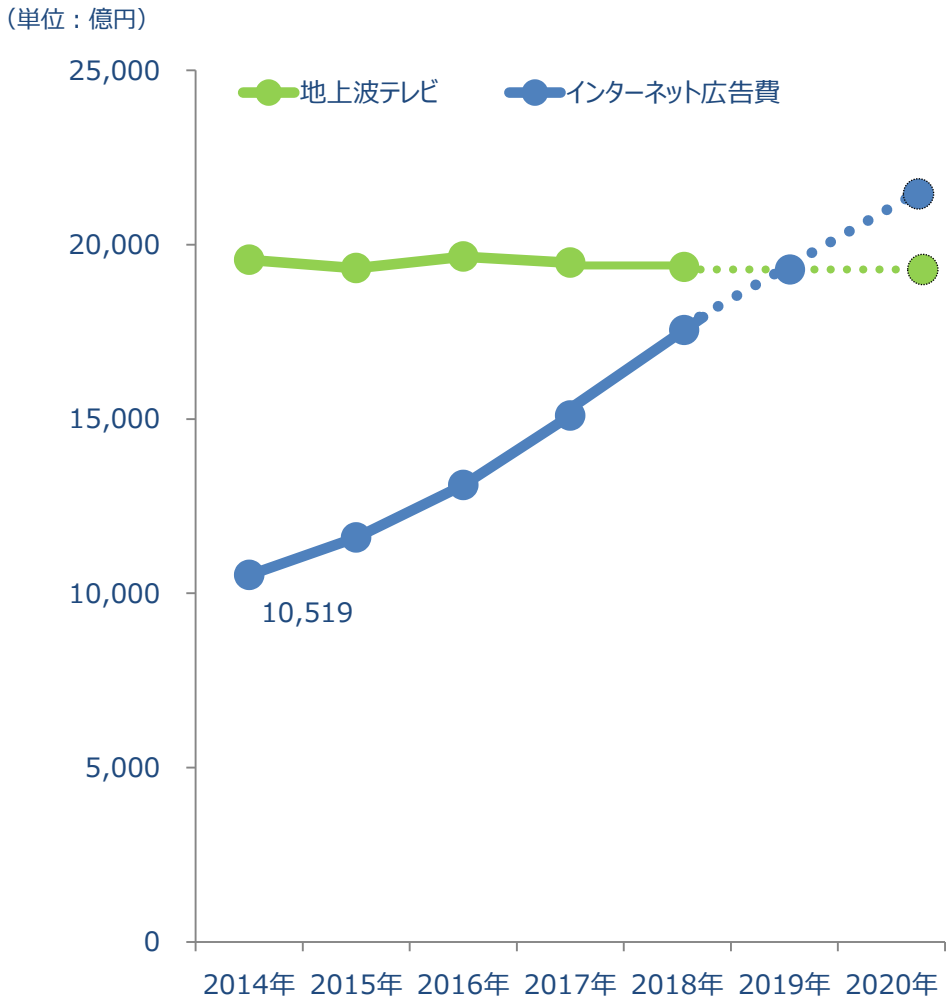
※出処：富士キメラ総研「2018 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

市場環境②　-インターネット広告市場-

米国 インターネット広告市場



日本 インターネット広告市場



※出処：eMarketer調査結果 2017

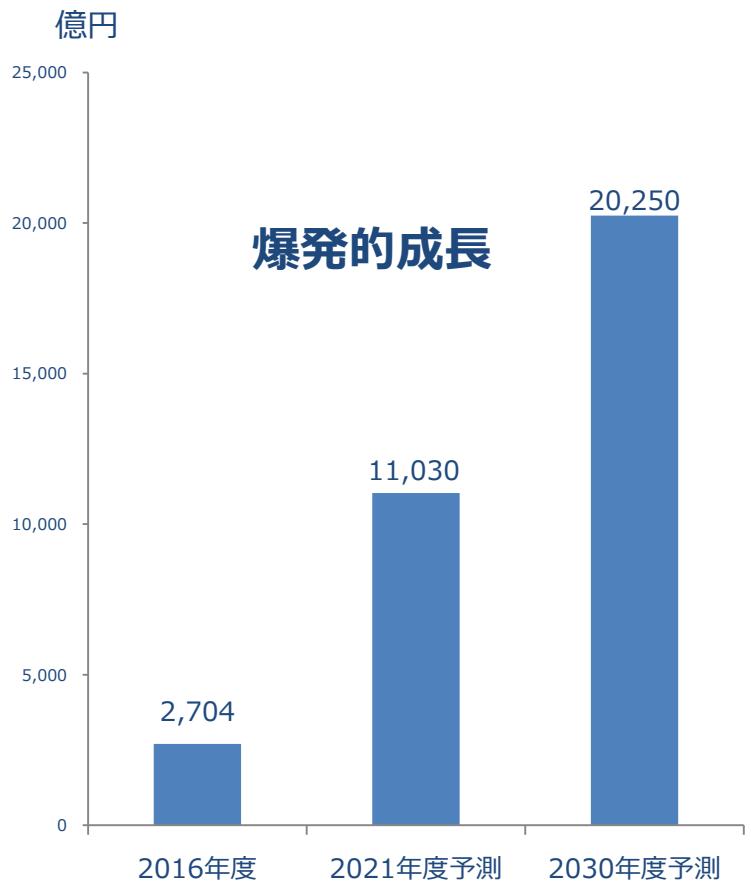
※出処：矢野経済研究所「インターネット広告市場の実態と展望　2017と当社予測

市場環境③　-AI事業市場とIT人材-

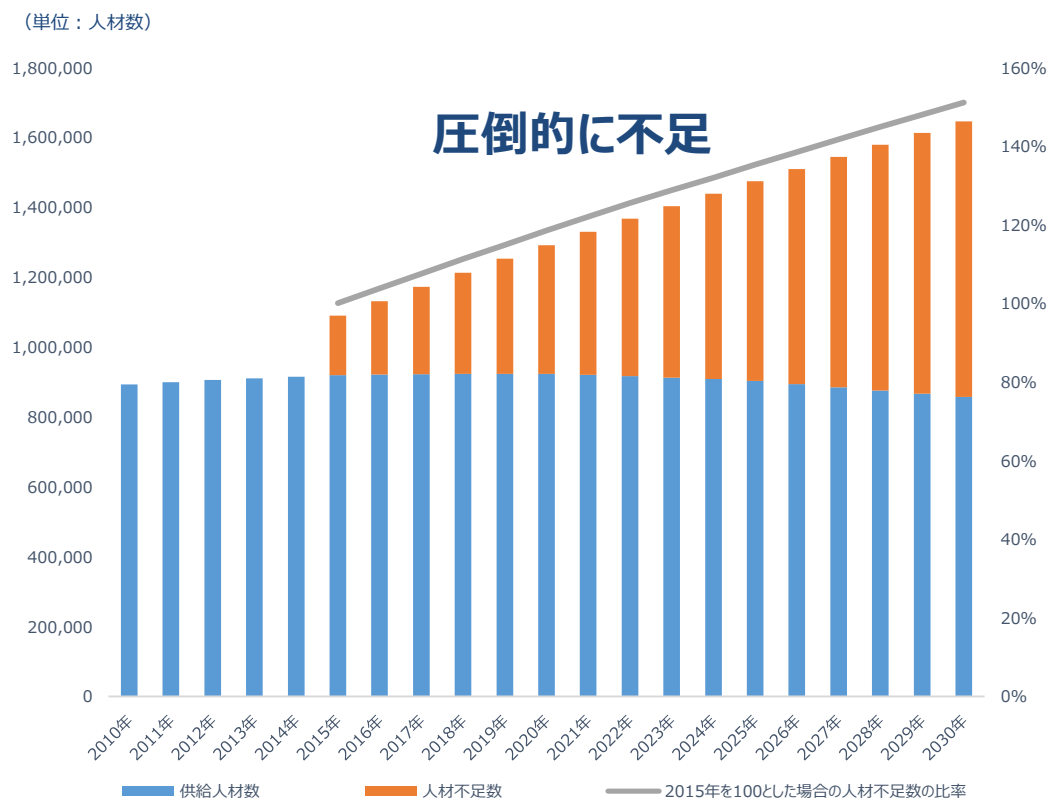
opt Holding

AI事業市場は2030年までに2兆250億円へ拡大予想
一方、IT人材不足が大きな社会問題

【AI事業市場】



【IT人材（全体）の需要と供給見通し】
ユーザ企業、ITベンダー、ネット企業含めたIT人材全体



※出処：富士キメラ総研「2018 人工知能ビジネス総調査」

※出処：みずほ情報総研「ITベンチャー等によるイノベーション促進のための人材育成・確保モデル事業」2016年3月
図3-30全体のIT人材不足数の試算【高位・全体】を基に当社が作成

２．４つの転換点

opt Holding

4つの転換点～Why Now?～

【経営】
①．デジタルシフトカンパニーへ

【マーケティング大手領域】
②．収益性改善と顧客のビジネスモデル転換までを担う存在へ

【マーケティング地方中小領域】
③．圧倒的NO.1シェア

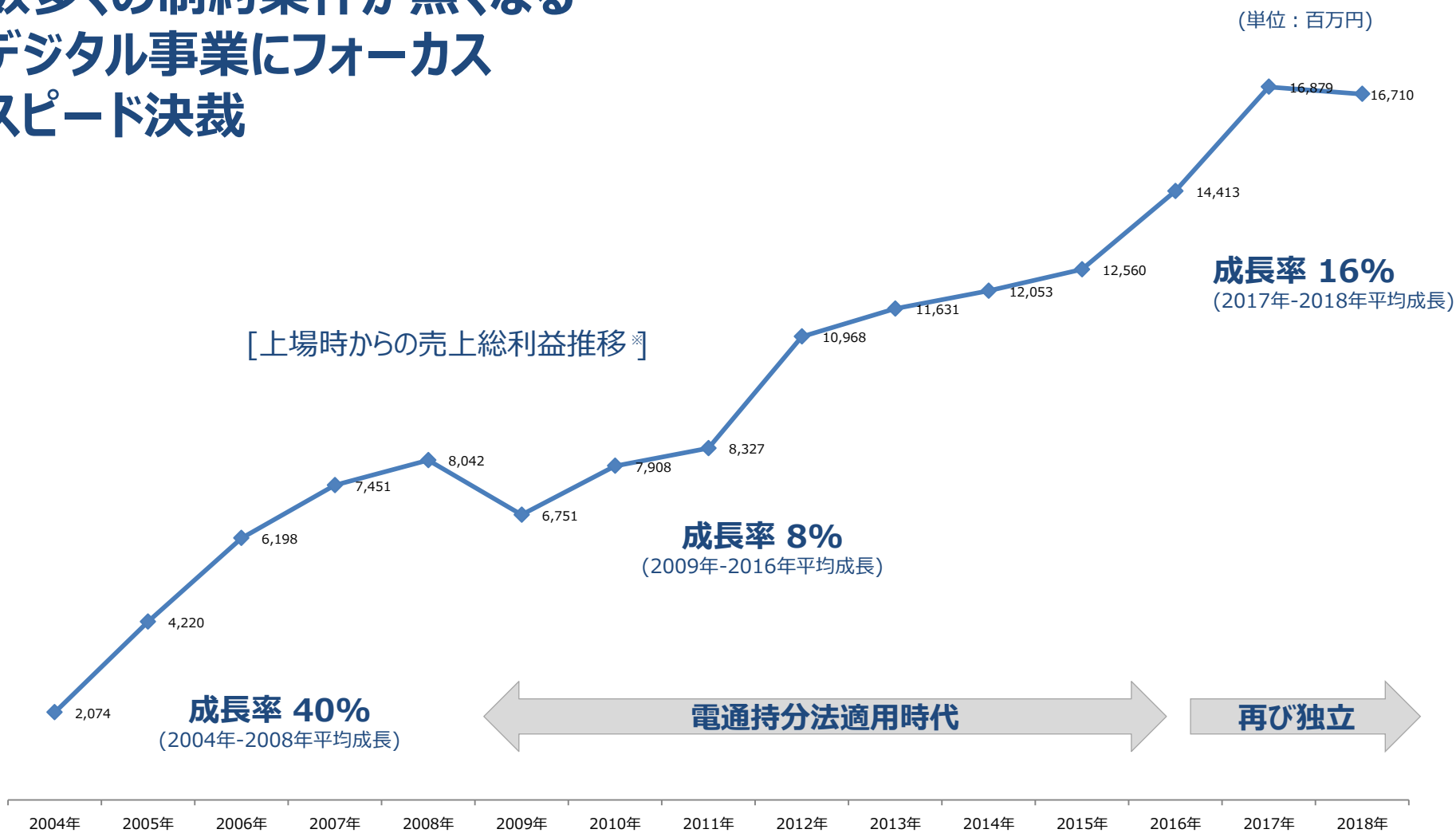
【シナジー投資】
④．未来への投資

２．４つの転換点

①経営
②マーケティング大手領域
③マーケティング地方中小領域
④未来への投資

①経営：独立路線に戻り、再び高成長へ復活

- 数多くの制約条件が無くなる
- デジタル事業にフォーカス
- スピード決裁



※投資育成事業を除く

広告代理＋デジタルシフトカンパニーへ

全ての企業がデジタルシフトしなければ、生き残れない時代に

お客様からの相談も、デジタル広告支援にとどまらず
最先端のデジタル情報、ビジネスモデル構築、ベンチャー企業紹介
デジタル人材育成/派遣、AIシステム開発などの“デジタルシフト関連”に拡大中

なぜオプトグループがデジタルシフトか？

opt Holding

＜オプトグループ・コアケイパビリティ＞

- ✓ 顧客のデジタルシフト支援を通し、豊富なデジタルシフト経験を持つ
- ✓ デジタル人材が1,600人規模（この規模は希少）
- ✓ デジタル人材の育成プログラムを保有
- ✓ 日本一のAI人材プラットフォームを保有
- ✓ 困っている取引先が目の前に
- ✓ デジタルの最先端情報を活用
- ✓ ベンチャーとの太いパイプ、投資実績、起業家からの信頼
- ✓ 事業再生の実績
- ✓ 中国ネット企業やベンチャーとのネットワーク、知見

これらを活かし、デジタルシフトカンパニーへ

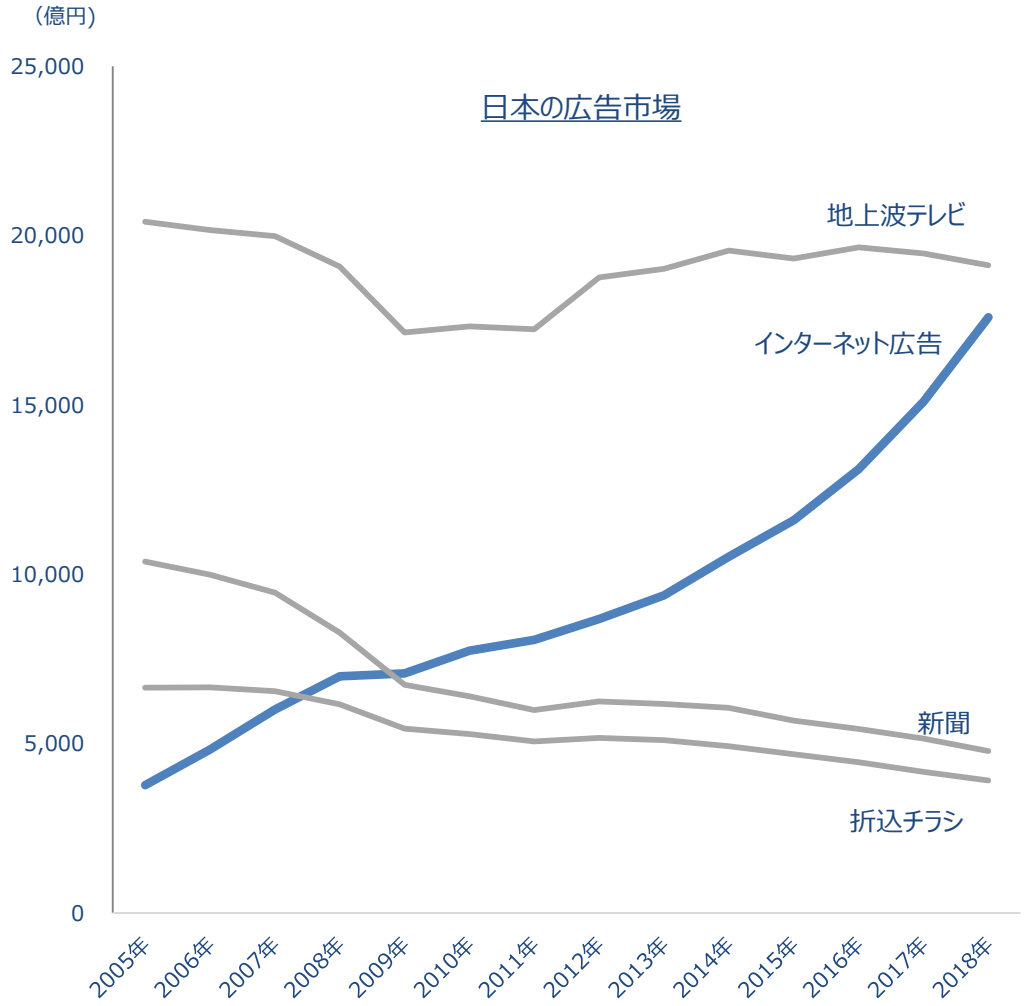
２．４つの転換点

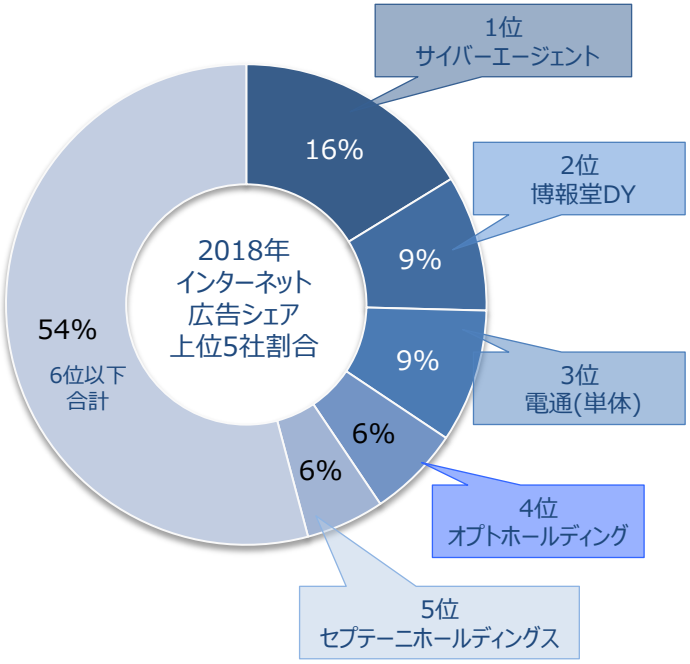
①経営
②マーケティング大手領域
③マーケティング地方中小領域
④未来への投資

opt Holding

②マーケティング大手領域：事業環境

2018年度の日本のインターネット広告費は1兆7,000億円超え
地上波テレビ広告費に迫る勢いで成長





※出処：電通「2018年 日本の広告費」

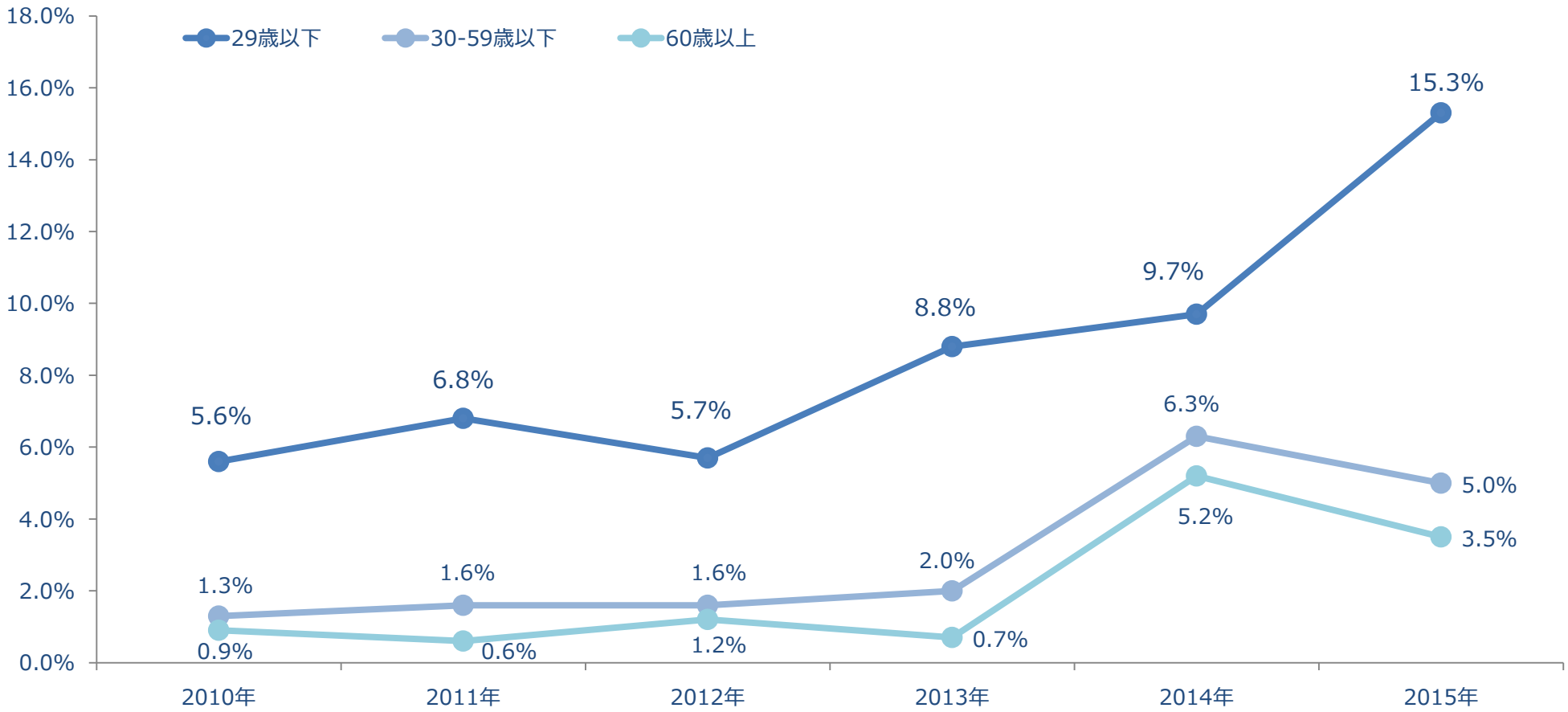
２つの大きな潮流を捉えることに成功

１．テレビ離れ
➡ブランド広告主獲得

２．新聞・チラシ離れ
➡小売広告主獲得

テレビを持っていない世帯が上昇

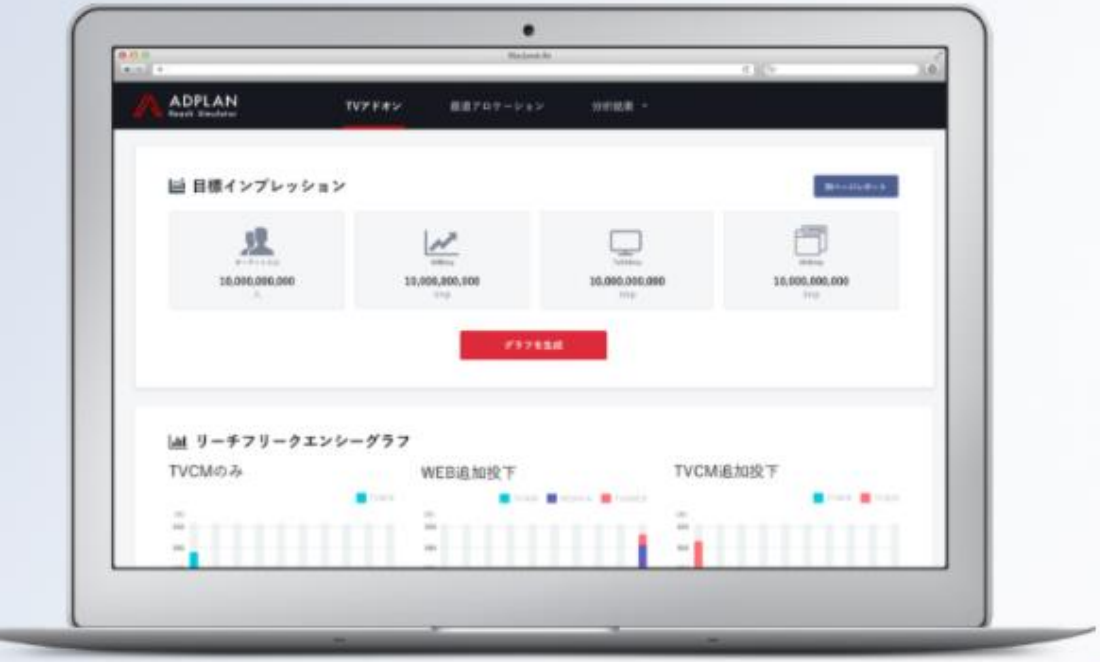
[テレビを持っていない世帯割合]



※出処：内閣府の消費動向調査　2016年3月調査結果

②マーケティング大手領域：テレビ広告とインターネット広告の予算配分ソリューション

自社ツール「ADPLAN Reach Simulator」活用を開発。
ブランド広告主へ導入、テレビ広告とインターネット広告の予算配分の適正化実施。
結果、ブランド広告主の取扱いが急増へ。



TVCM×ネット広告の投資対効果を最大化

キャンペーン情報を基に目標値を設定し、業界初の
フリークエンシー分布までシミュレーション

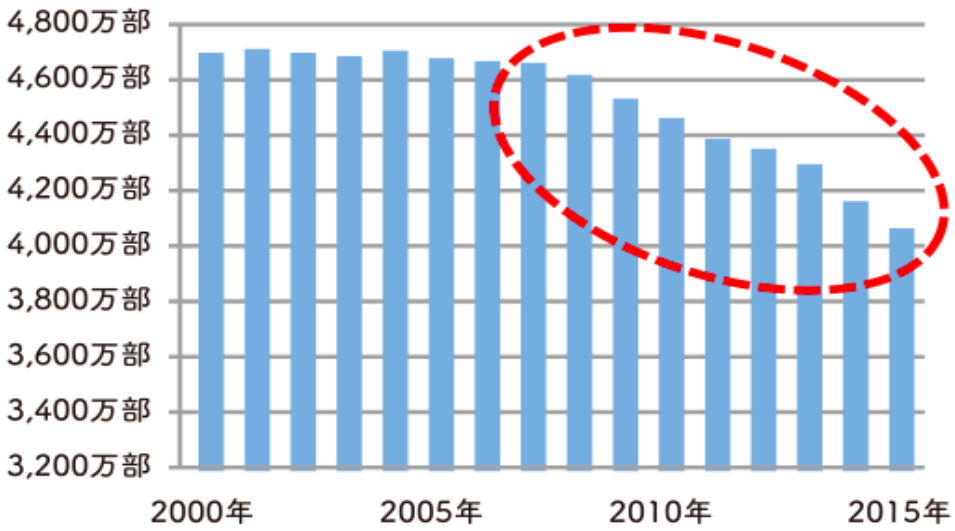
②マーケティング大手領域：新聞折込チラシ離れも劇的に加速

opt Holding

新聞読者減少、店舗集客の有力手法折込チラシ効果激減。
スマートフォンの位置情報連動ツール誕生、ネット広告への予算シフト加速。

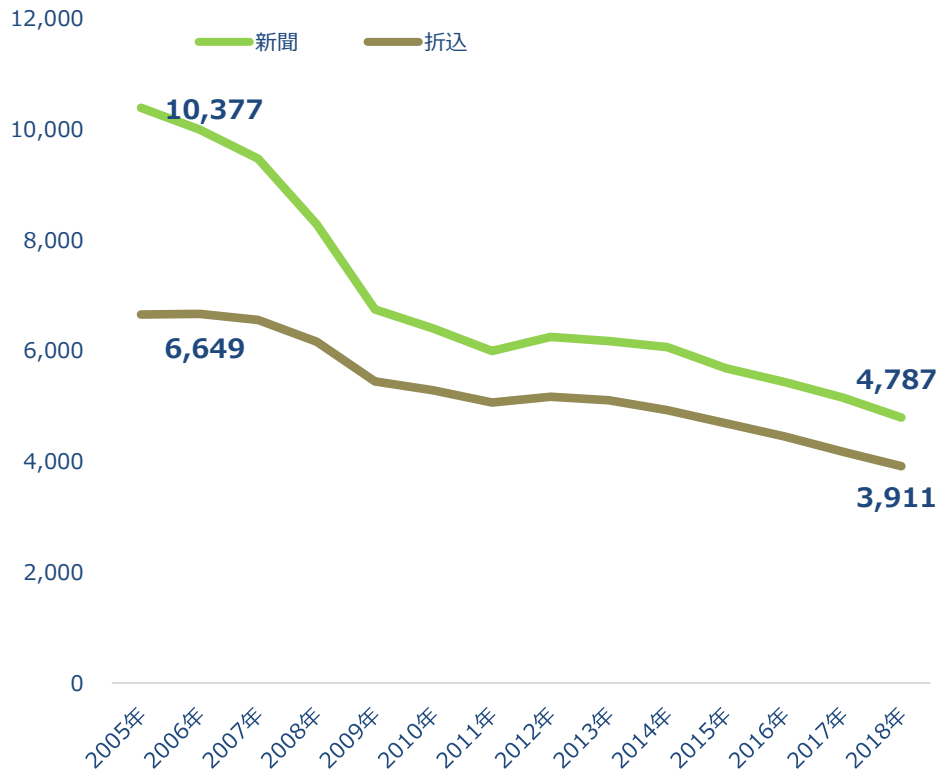
新聞購読者の減少

新聞購読部数の推移



※出処：平成27年 新聞の発行部数と世帯数の推移 日本新聞協会

（単位：億円）



※出処：電通「日本の広告」2016年を基に当社作成

②マーケティング大手領域：チラシに代わるスマホソリューション

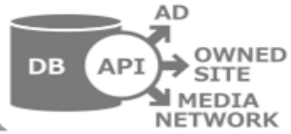
opt Holding

toSTORE

位置情報を活用した広告配信･効果測定自社ツール｢to STORE（トストア）｣
小売店舗集客ツールとしてヒット

商圏＆来店者分析 （企画の精度向上に利用）	広告配信 （来店促進支援）

生活者の行動データ
（スマホ位置情報2億レコード/日）



チャネル横断ジオ行動履歴/地域特性

企画

効果測定

外部データ

天候/口コミ/人口統計

店舗データ

店舗/商品/在庫/売上

デジタル化の加速により、消費者へのブランド訴求手法が大きく変化

これまで	現在/今後
マス媒体 テレビ、新聞、チラシ	**マス媒体** テレビ/新聞/チラシ **デジタル** インターネット広告/アプリ **店頭・リアル** 店舗販促/サイネージ

消費者環境のデジタル化により、ブランディングにおけるデジタルの重要性が高まり、「テレビ/ラジオ/新聞」だけでなく、「動画広告」や「WEBアプリ」等のデジタル施策に今後注力してきたいと考えている広告主が増加※

※出処：Web広告研究会Westマーケティング委員会による広告主企業に対するブランディング実態調査より

②マーケティング大手領域：顧客層の拡大

新規大型顧客のコンペティションにて着実に顧客獲得中

[コンペティションでの獲得顧客業種例]

- 大手自動車メーカー
- 大手化粧品メーカー
- 大手通信メーカー
- 大手小売り店舗
- 大手製薬メーカー
- 大手日用品メーカー

２．４つの転換点

①経営
②マーケティング大手領域
③マーケティング地方中小領域
④未来への投資

opt Holding

③マーケティング地方中小領域：圧倒的No.1シェアと４つの強み

opt Holding

地方中心をドメインとするWebマーケティング会社で、
売上高100億を超える企業はソウルドアウトだけ

全国21カ所の営業拠点での対面ニーズ吸い上げ

営業力

SOLDOUT

ソウルドアウト株式会社
(2009年12月にオプトより分社)

盤石な顧客基盤

**育成の仕組み化
社外リソースの活用**

供給力

ジッセン!

Growth Gear

Draft

4.4万アカウントを基に開発（自動入札）

分析力

ATOM

月200件以上の問い合わせを獲得

マーケティング力

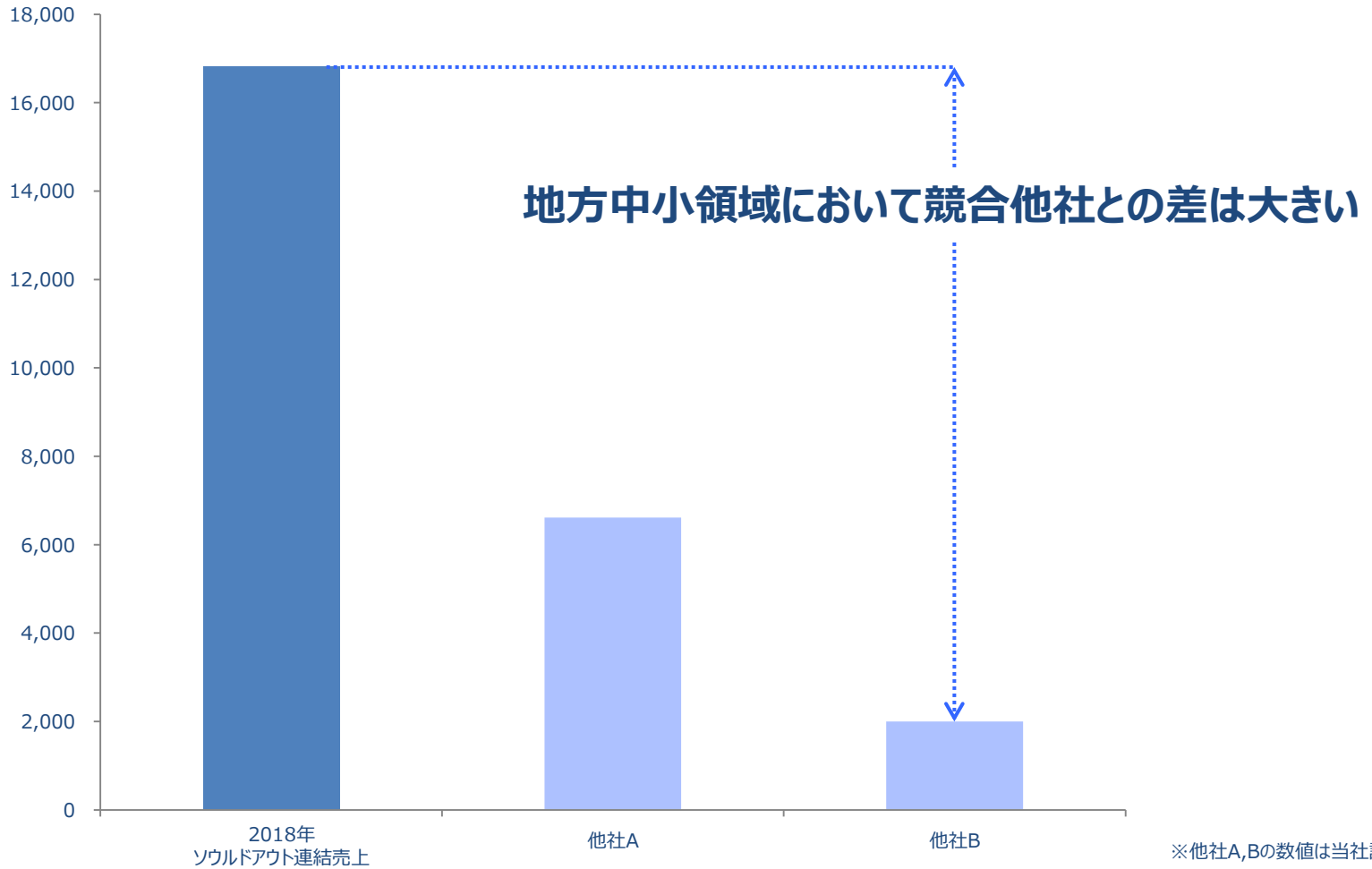
LISKUL

③マーケティング地方中小領域：圧倒的NO1

取扱高が参入障壁となる中、100億超はソウルドアウトだけ

[参考:地方中小領域の競合比較イメージ]

（単位：百万円）



※他社A,Bの数値は当社調べ

③マーケティング地方中小領域：大手プラットフォーマーとの連携進展

opt Holding

全国の地方中小領域を開拓したい大手プラットフォーマーが ソウルドアウトと次々連携へ

地方中小領域での圧倒的な仕入れ力

大手プラットフォーマー

Yahoo!	✓資本業務提携 ✓自社ツールとのAPI連携
Google	✓自社ツールとのAPI連携
Facebook	✓自社ツールとのAPI連携 ✓ビジネスパートナー※
Line	✓自社ツールとのAPI連携 ✓パートナー契約締結
Amazon	新たに登場する プラットフォーマーと連携し、 更なる成長を目指す
楽天	

ソウルドアウトグループ

SOLDOUT
Search LIFE
techloco
Growth Gear

大手プラットフォーマーと連携し 地方SMB市場活性をリードへ

※フェイスブック ジャパンと神戸市が締結した「地域経済・地域コミュニティ活性化に関する事業連携協定」のビジネスサポートパートナーに選定

２．４つの転換点

①経営
②マーケティング大手領域
③マーケティング地方中小領域
④未来への投資

opt Holding

④未来への投資：ベンチャーに強いオプトグループ

opt Holding

1）オプトベンチャーズ2号ファンド組成

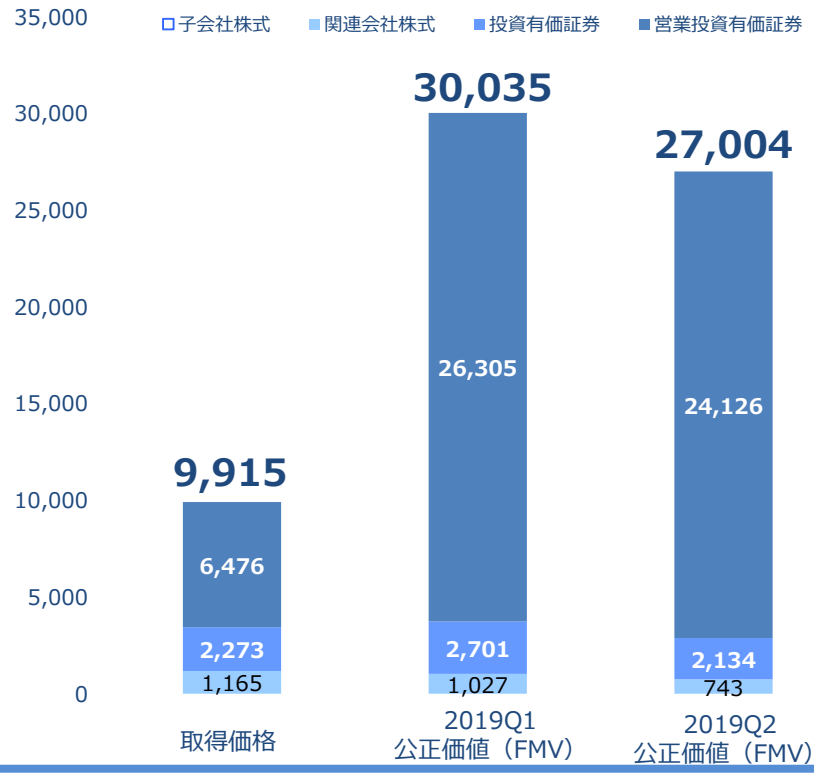
・募集総額 100億円、ファーストクロージング終了

2）ベンチャー投資先 順調に成長

・ラクスルは上場後大きく株価伸長も、直近のQ2決算時は時価評価減少と海外投資先の減損損失等によりAUM減少

(単位：百万円)

[AUM (公正価値)]※1



[IRR (内部収益率)]※2

2019年Q2	(参考) 2019年Q1末
13.0%	15.7%

【主なポートフォリオ】シェアリングエコノミーを中心に投資
ラクスルを筆頭に今後飛躍が期待されるベンチャーが多数

RakSul (証券コード 4384)
coconala
SPACEMARKET
ジモティー
sitaterU Made by imagination.
Lancers

※1 AUM：子会社株式・関連会社株式の帳簿価額及び営業投資有価証券・投資有価証券の公正価値の合計額

※2 IRR：Internal Rate of Return、内部収益率

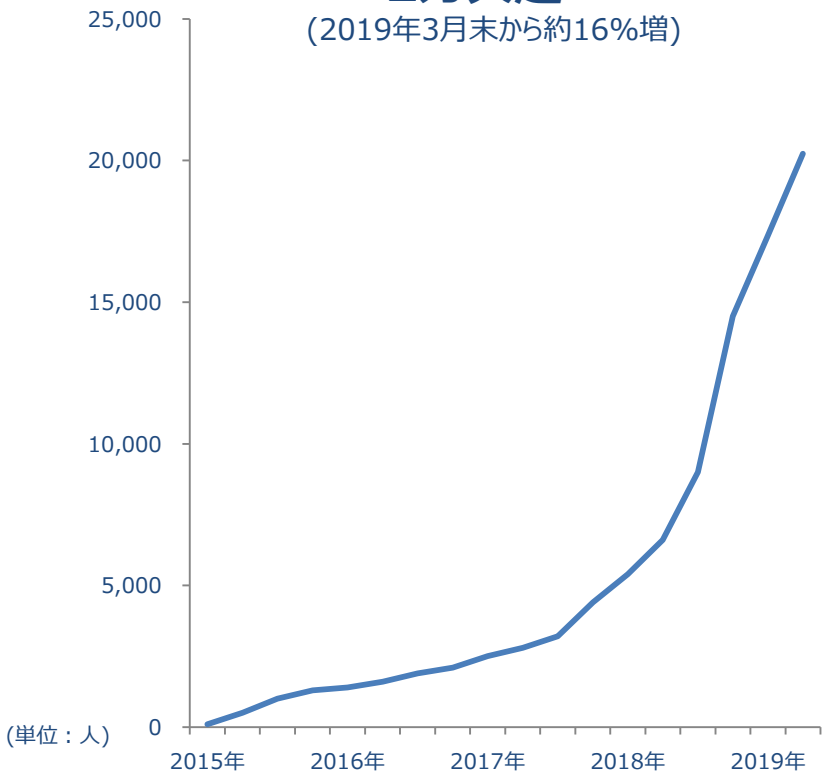
④未来への投資： AIに強いオプトグループ

2018年4月新会社設立後AI事業本格始動

社会インフラ系の大型プロジェクトに参画

AIプラットフォーム人材会員数推移

2万人超へ
(2019年3月末から約16%増)



SIGNATEが選ばれる理由

①どこのAI企業/技術者が優秀か分からない

SIGNATEのAIプラットフォームによるスコアリングで一目瞭然

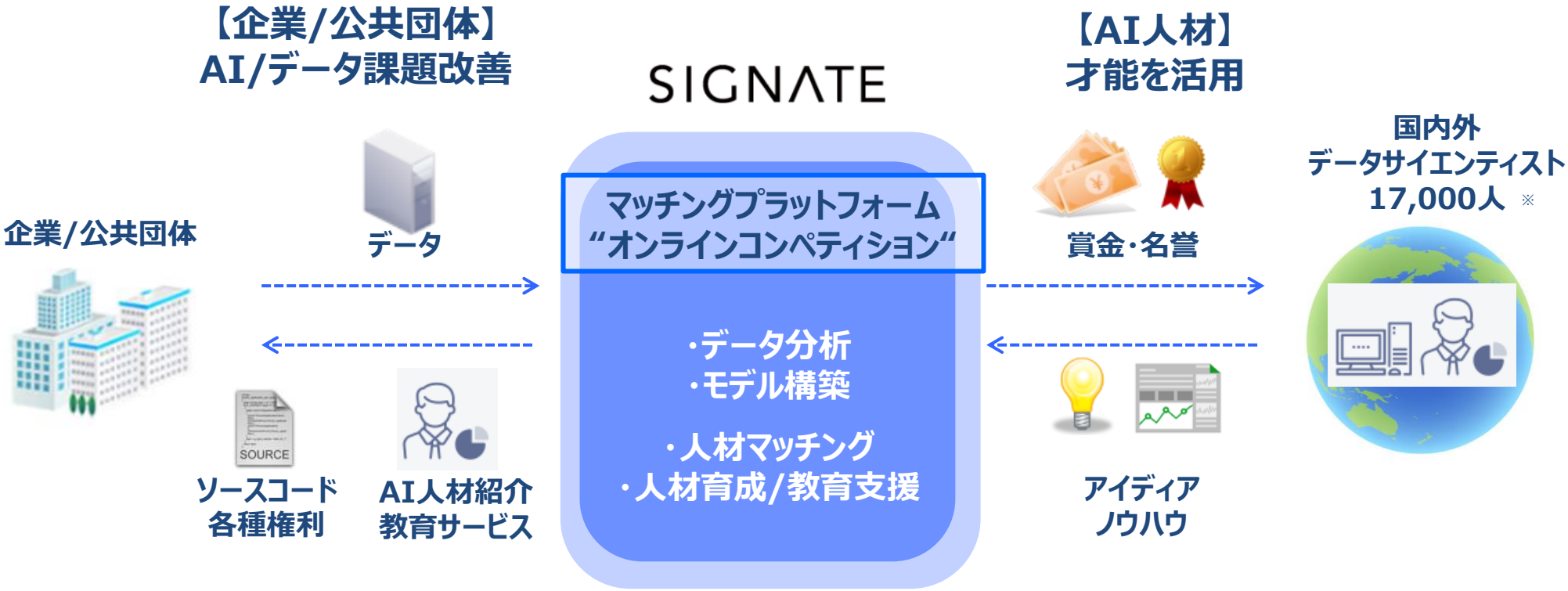
②日本におけるAI人材の不足

日本NO.1のデータサイエンティスト登録者数を誇るSIGNATEのAIプラットフォームでサポート

＊2019年6月末時点

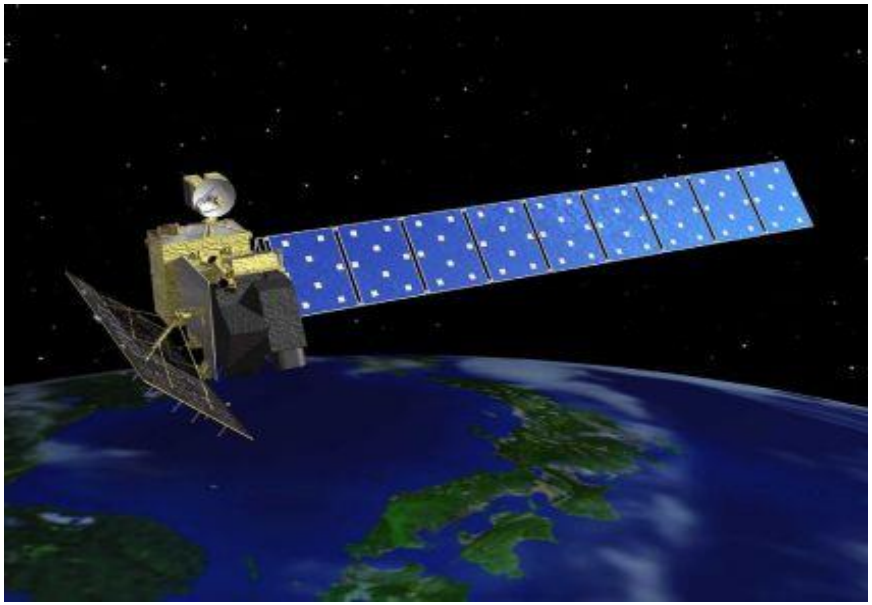
④未来への投資：AIに強いオプトグループ SIGNATE

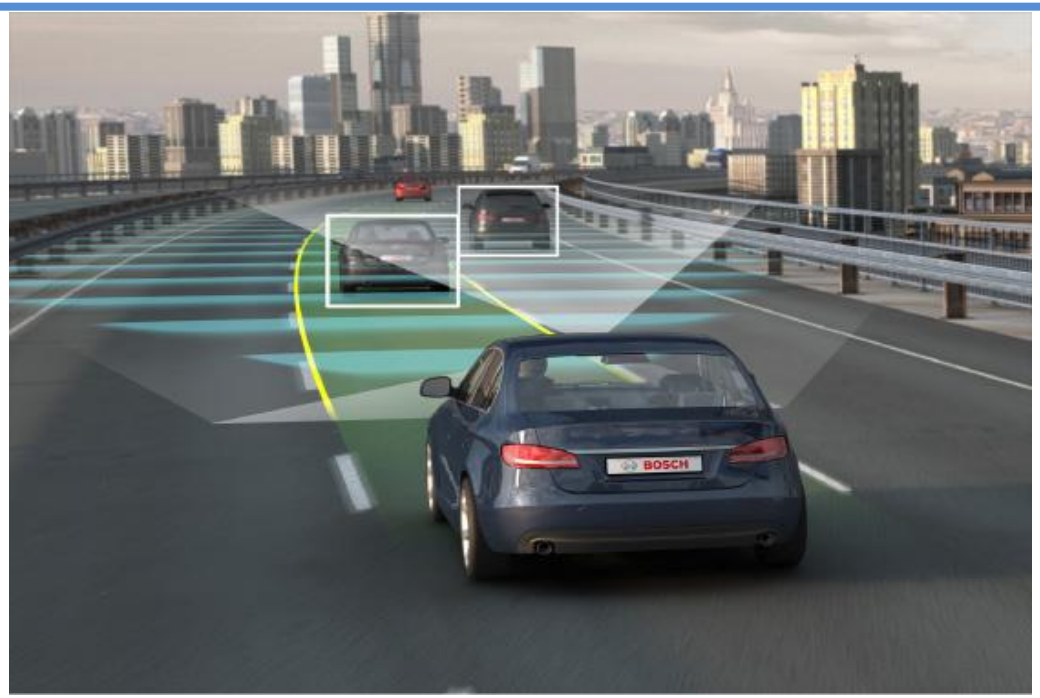
日本最大約20,000※人のAI人材バンク
データサイエンティストが企業のデータを分析



＊2019年6月末時点

④未来への投資：SIGNATE プロジェクト





④未来への投資：中国に強いオプトグループ

1）外資企業で唯一の中国国家広告プロジェクトに参画

・日本でのネットマーケティング実績と中国での事業展開構想が認められ、中国政府から参画認定を受ける
・中国広告国家プロジェクト『中国（深圳）新媒体広告産業園』

2）ベンチャー向けインキュ施設を運営する TechTemple深圳に共同出資

・TechTempleグループは既に10拠点、500社入居で当該ネットワークも利活用可能

3）中国視察ツアー

・今やシリコンバレーを凌ぐイノベーション拠点中国
・中国との太いパイプを利用し、顧客の強い要請に応じ年間複数回開催(自動車業界・小売業界など)

4）オプトチャイナ設立（2019年4月1日）

・日本中小メーカーの総代理店として、中国での販売を手掛ける
・越境ECから一般貿易にシフトすることで対象市場拡大を担う

３．オプトグループのビジョン

opt Holding

2030年
売上1兆円※企業へ
社会へインパクトをもたらす

※日本会計基準（J-GAAP）ベース

広告代理+デジタルシフトカンパニーへ

opt Holding

当社が考える“デジタルシフト“

①デジタルシフト支援
For clients

・広告に加え、ヒト/モノ/カネ/情報の企業活動全般で、デジタルシフト支援を実行

②デジタルシフト変革
With clients

・顧客のデジタルシフトをコミットして推進
デジタル新会社にオプトグループのリソース投下しサポート

③デジタルシフト創造
By ourselves

・既存企業のデジタル化を実施
・0→１でデジタル事業を立ち上げ

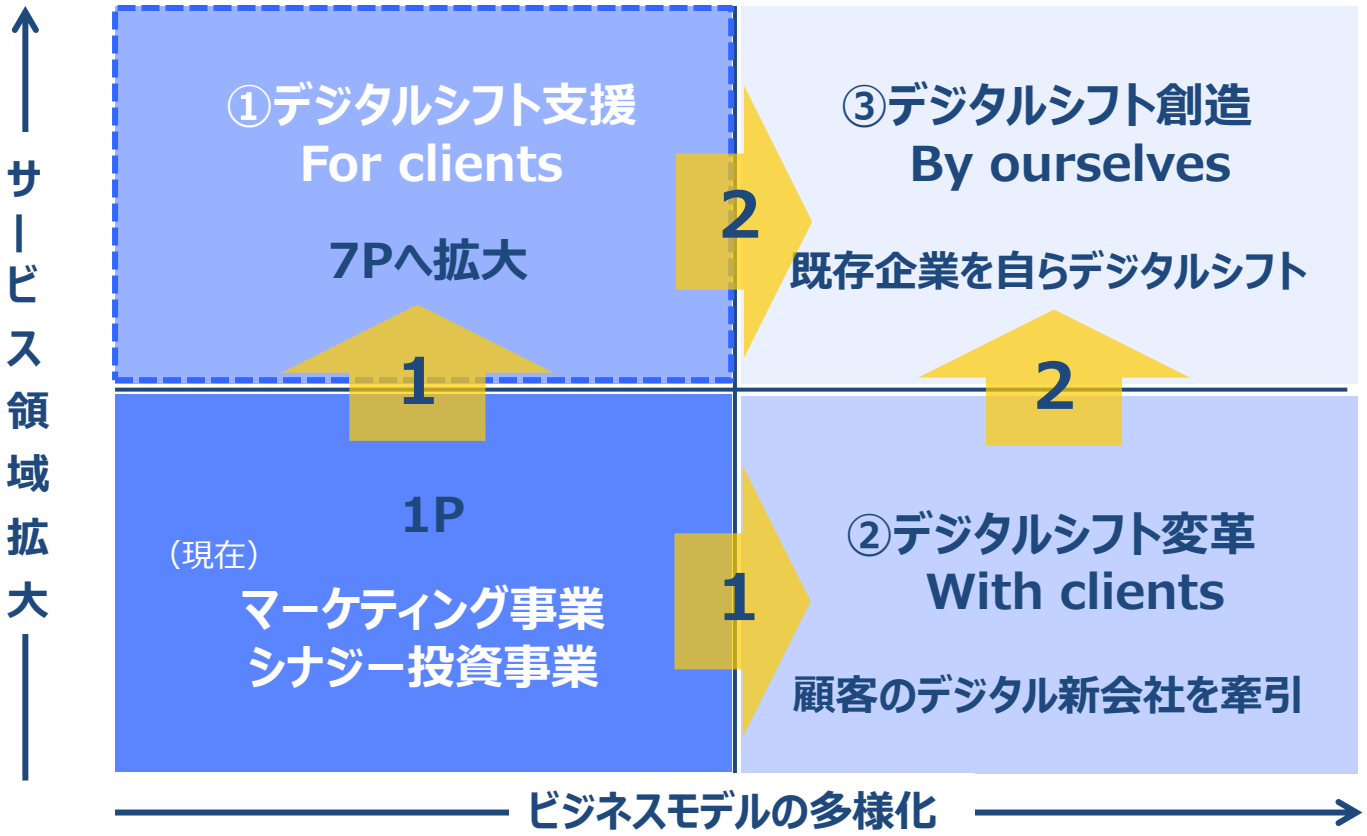
デジタルシフト戦略図

opt Holding

広告代理＋デジタルシフトカンパニーへ

3DS戦略(デジタルシフト)

①デジタルシフト支援	②デジタルシフト変革	③デジタルシフト創造
For clients	With clients	By ourselves



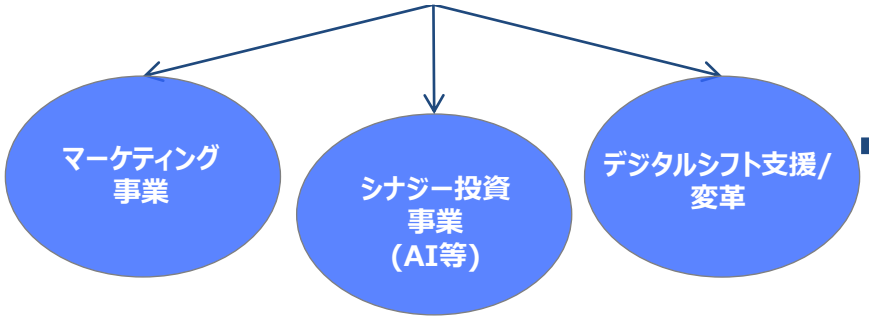
7Pの補足：Promotion（販促・プロモーション）＝販促戦略、Product（商品・サービス）、Price（価格・プライシング）＝価格戦略、Place（流通・チャネル）＝流通戦略
Personnel（人・要員）、Process（業務プロセス・販売プロセス）、Physical Evidence（物的証拠）

デジタルシフト企業への転換に向けた成長投資を加速

opt Holding

今後3年程度で積極的成長投資を実施

事業関連投資 200億円程度



＋

M&A 投資枠を別途設定

デジタルシフト創造関連M&A

JGAAP収益

のれん償却等による悪化を予測
但し、企業価値を向上へ

投資リターン目標

・IRR 10%

当社の重要指標

・EBITDA
・フリーキャッシュフロー
・ROCE（Return on Capital Employed）
・ROE（Return on Equity）

株主還元

内部留保を成長するデジタル関連投資に振り向け、
中長期のEPSの成長を一段と加速させることで
株主還元を拡大