



成長可能性に関する説明資料

株式会社ロックオン（証券コード：3690）
2014年9月

---本資料の取り扱いについて---

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動することがあり得ます。従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや確実性がありますことを、予めご了承ください。

目次

I. 事業概要

II. これからの市場

III. 成長戦略

I

事業概要

- 会社概要
- 代表紹介
- 事業セグメントのご説明
 - ・広告プラットフォーム事業
 - ・商流プラットフォーム事業

社名	株式会社ロックオン
設立	2001年6月4日
代表者	代表取締役社長 岩田進
所在地	【本社】大阪府大阪市北区梅田2-4-9 プリーゼタワー13F …本社機能、開発機能 【支社】東京都中央区銀座5-9-8 クロス銀座6F …営業機能
子会社	LOCKON Marketing of U.S.A (アメリカ合衆国カリフォルニア州) …リサーチ拠点 ※休眠中 LOCKON Vietnam Co., Ltd. (ベトナム社会主義共和国) …オフショア拠点
従業員数	国内役職員数 62人 (うちエンジニア 29人) 国内常勤協力会社 17人 (うちエンジニア 12人) ベトナム直接雇用 12人 (うちエンジニア 12人) ベトナム常勤協力者 17人 (うちエンジニア 17人) ----- 合計 108人 (うちエンジニア 70人) …65%がエンジニアのメーカー系企業
主要株主 ※2014年8月1日現在	・常勤取締役3名 80% ・社外取締役、監査役、従業員 7% ・事業会社6社 7% (サイバーエージェント、セプテーニ、博報堂DYMP、フルスピード、アイレップ、GMO-PG) ・VC3社 6% (ジャフコ、みずほキャピタル、GMOベンチャーパートナーズ)
受賞履歴	2009年10月 第7回「デロイト 日本テクノロジー Fast50」16位にランクイン 2010年10月 第10回「EOY Japan2010」チャレンジング・スピリット部門セミファイナリスト 2011年2月 「働きがいのある会社」ランキング (従業員50-249人) 6-10位にランクイン 2013年1月 「働きがいのある会社」ランキング (従業員250人未満) 20-25位にランクイン 2014年2月 「働きがいのある会社」ランキング (従業員100人未満) 25-99位にランクイン

I 事業概要 / 会社概要

少数精鋭で、一体感のある組織を志向。国内社員は年率約10%のペースで増加。



— 働き甲斐のある会社に3度ランクイン —



2013年9月撮影

LOCKON Vietnam Co., Ltd.のメンバー

2001年学生時代に当社起業。技術コモディティ化する時代においてデータこそ最重要。



岩田 進

株式会社ロックオン 代表取締役社長

大学在学中バックパッカーで世界を旅した後、ネットワークエンジニアリングの技術を学ぶ。

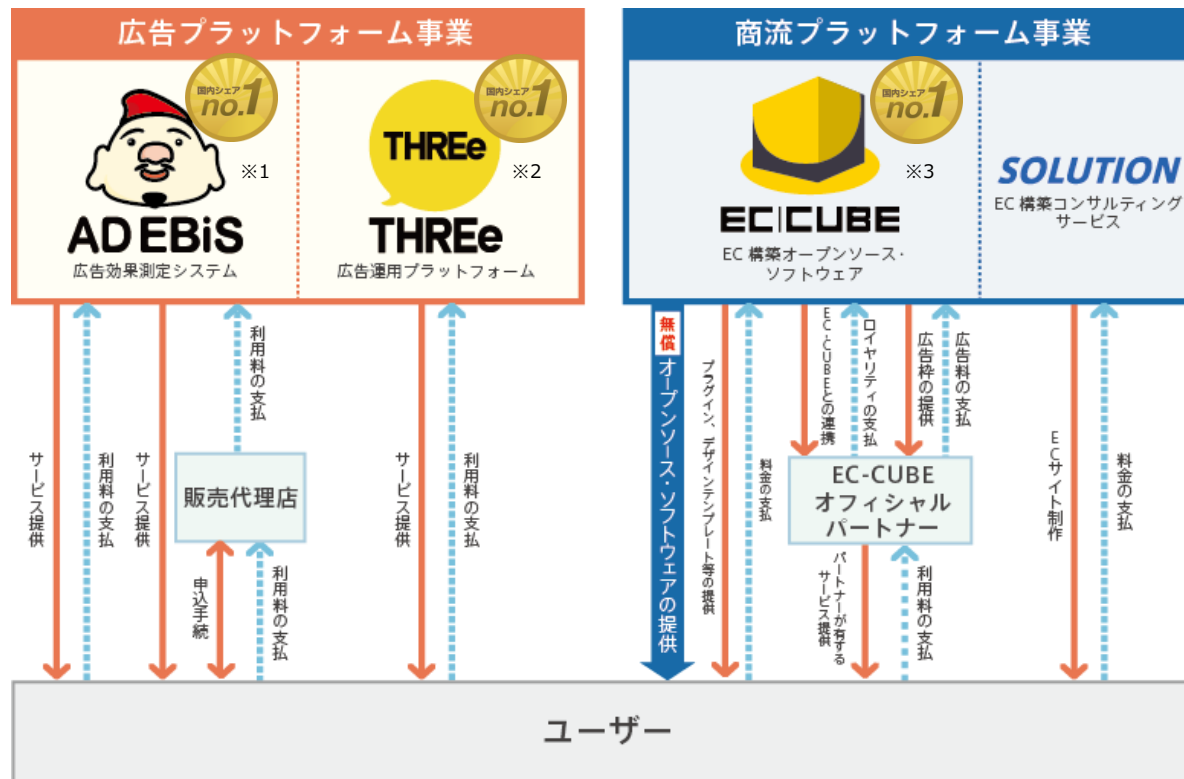
その後、2001年、**22歳で株式会社ロックオンを創業。**

ロックオンの経営理念“**Impact On The World**”は、海外バックパッカーの経験から感じた、世界に誇る日本企業をつくりたいという強い思いから。

技術がコモディティ化する時代において **Data (データ)** こそが最重要であると考え、創業来一貫してデータの蓄積とマイニングに取り組む。

I 事業概要 / 事業セグメント

広告プラットフォーム事業、商流プラットフォーム事業のダブルエンジン、
国内No.1サービス 3商材を展開。



(※1) AD EBiSは株式会社シードプランニングによる「広告効果測定ツール市場調査」(2007年8月発表)においてツールベンダーとして国内No.1シェアと認定。

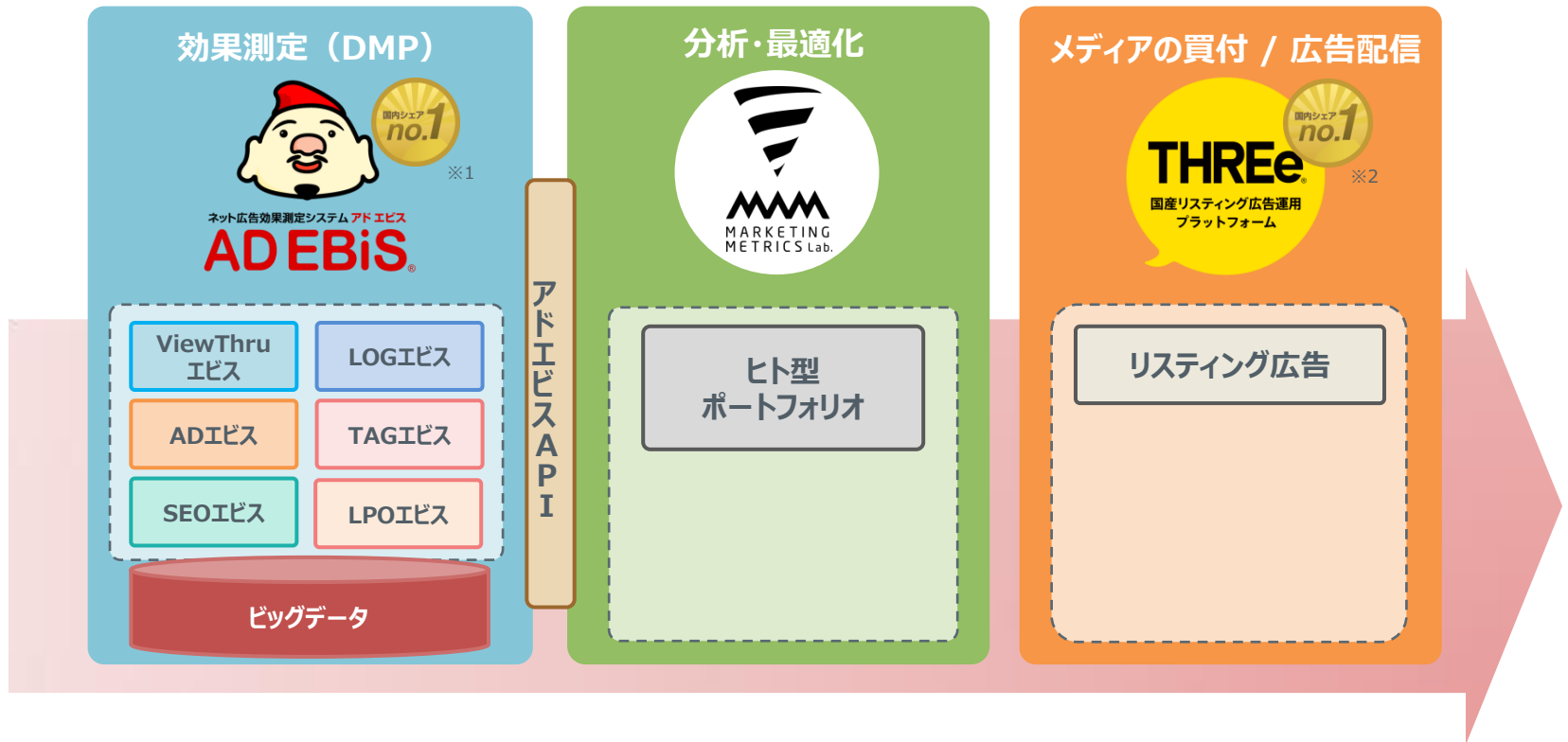
(※2) 株式会社シードプランニングによる「2012年版インターネット広告の市場動向調査」及び、「インターネット広告流通自動化とアドテクノロジー業界の動向調査」(2012年6月発表)において国内リスティング広告最適化システム、国内シェアNo.1と認定。

(※3) 独立行政法人情報処理推進機構「第3回オープンソースソフトウェア活用ビジネス実態調査」による

広告プラットフォーム事業について

I 事業概要 / 事業セグメント：広告プラットフォーム事業

国内No.1広告効果測定 (※1) に加え、広告No.1の配信ソリューション (※2) により、
広告の効果測定からメディアの買付、配信までを一気通貫で提供。



(※1) AD EBiSは株式会社シードブランニングによる「広告効果測定ツール市場調査」(2007年8月発表)においてツールベンダーとして国内No.1シェアと認定。

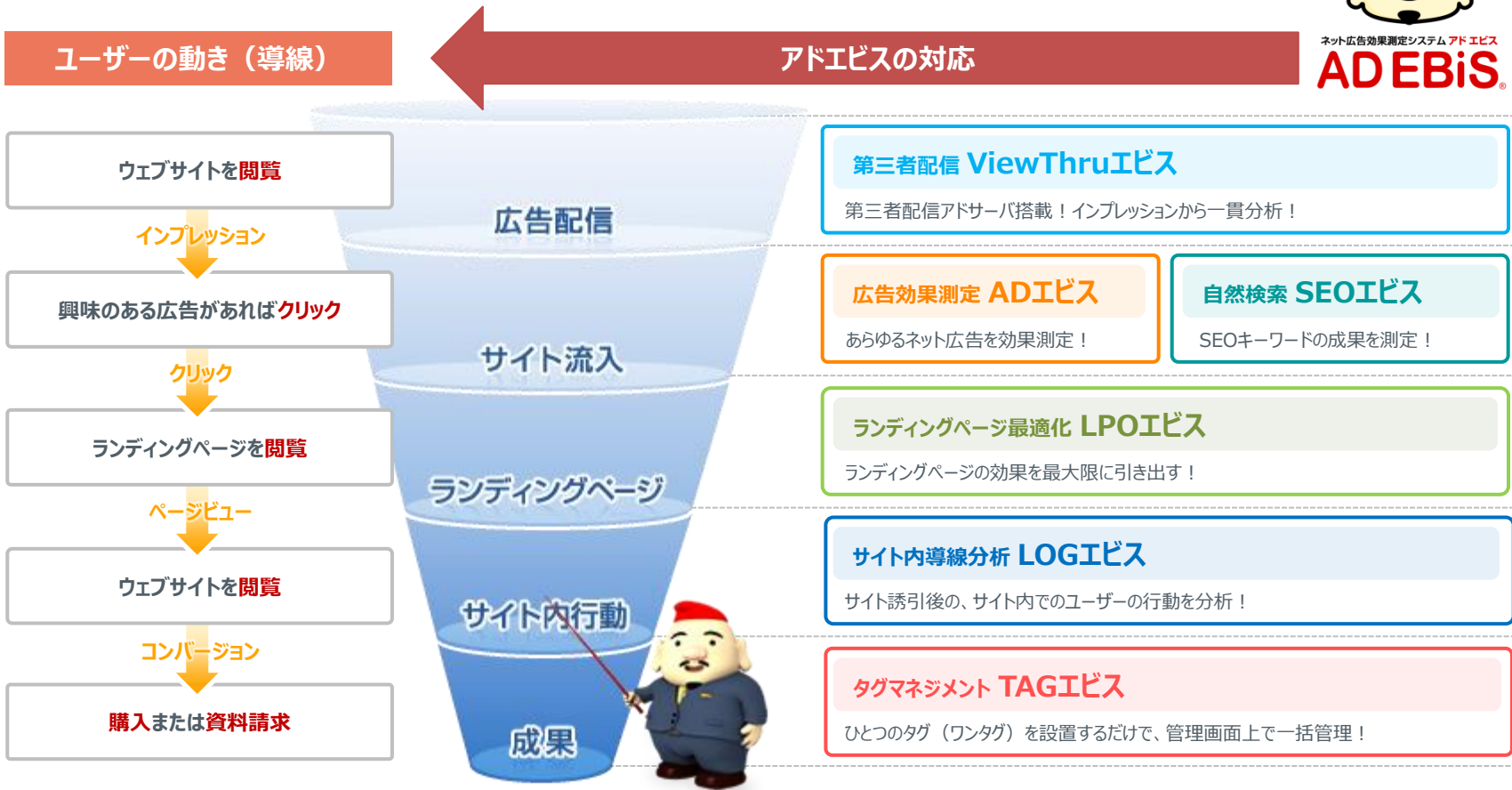
(※2) 株式会社シードブランニングによる「2012年版インターネット広告の市場動向調査」及び、「インターネット広告流通自動化とアドテクノロジー業界の動向調査」(2012年6月発表)において国内リスティング広告最適化システム、国内シェアNo.1と認定。

I 事業概要 / 事業セグメント：広告プラットフォーム事業

アドエビスは、国内No.1の広告効果測定（※1）の統合ソリューション。



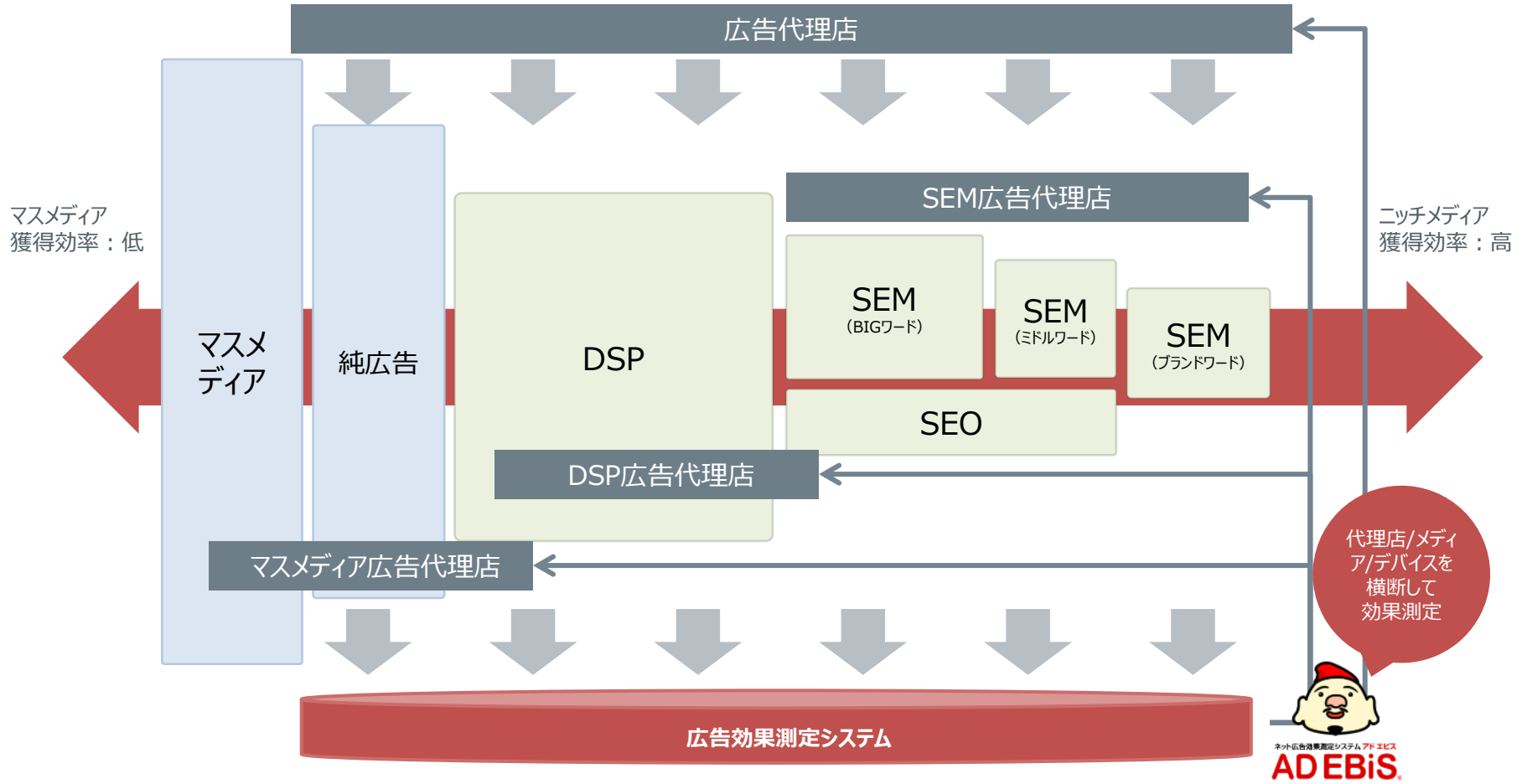
ネット広告効果測定システムアドエビス
AD EBiS



（※1）AD EBiSは株式会社シードプランニングによる「広告効果測定ツール市場調査」（2007年8月発表）においてツールベンダーとして国内No.1シェアと認定。

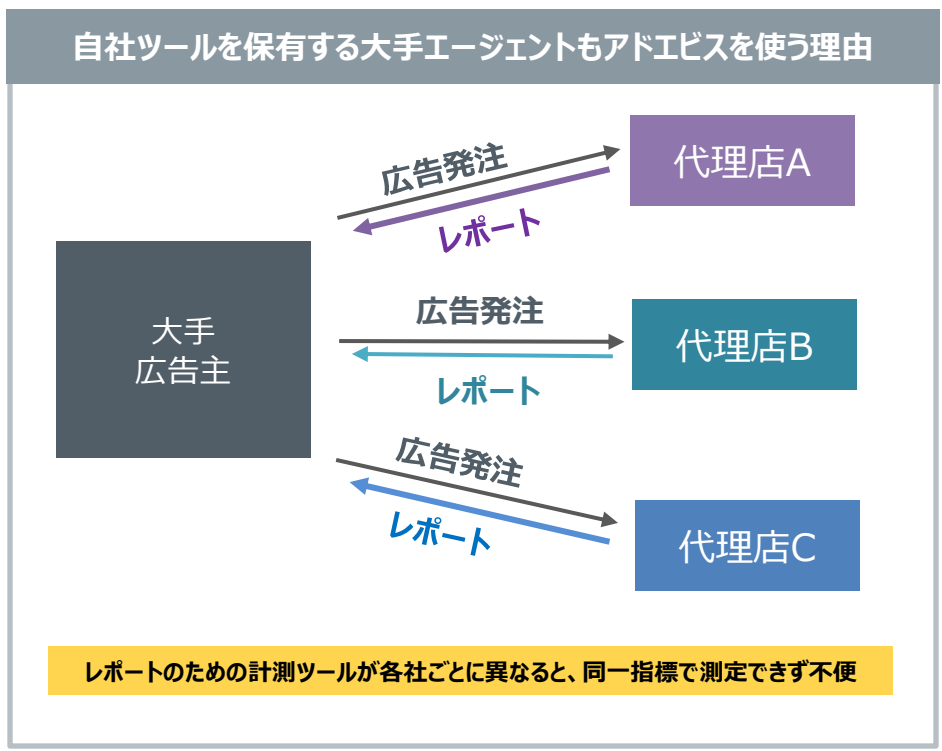
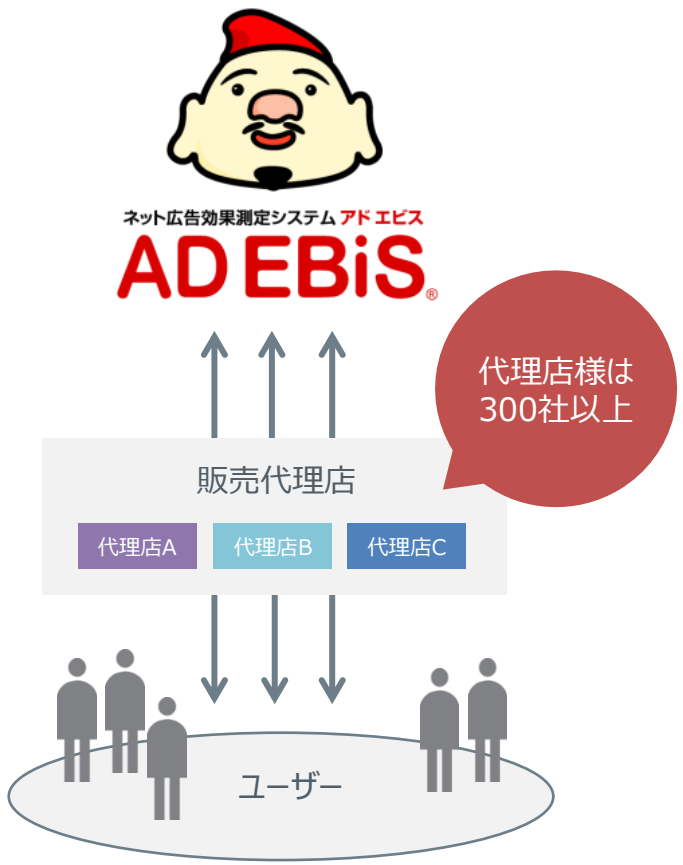
I 事業概要 / 事業セグメント：広告プラットフォーム事業

広告のサプライチェーンの中で、マーケティングの根幹となるデータを抑えるアドエビス。



I 事業概要 / 事業セグメント：広告プラットフォーム事業

“独立系”だからできる代理店ネットワーク、顧客網。



I 事業概要 / 事業セグメント：広告プラットフォーム事業

国内No.1のリスティング広告自動入札 (※) システム「THREe (スリー)」



運用型広告の自動化プラットフォーム

登録

入札

調整

レポート

THREeは、全てのフェーズでサポート。

キーワードを登録し広告の露出範囲を決定する。

入札の最適化を行い、最低限の効率担保をする。

除外キーワードや広告文のトライアルにより積み重ね。

広告主様に運用が伝わるようレポートをおこなう。

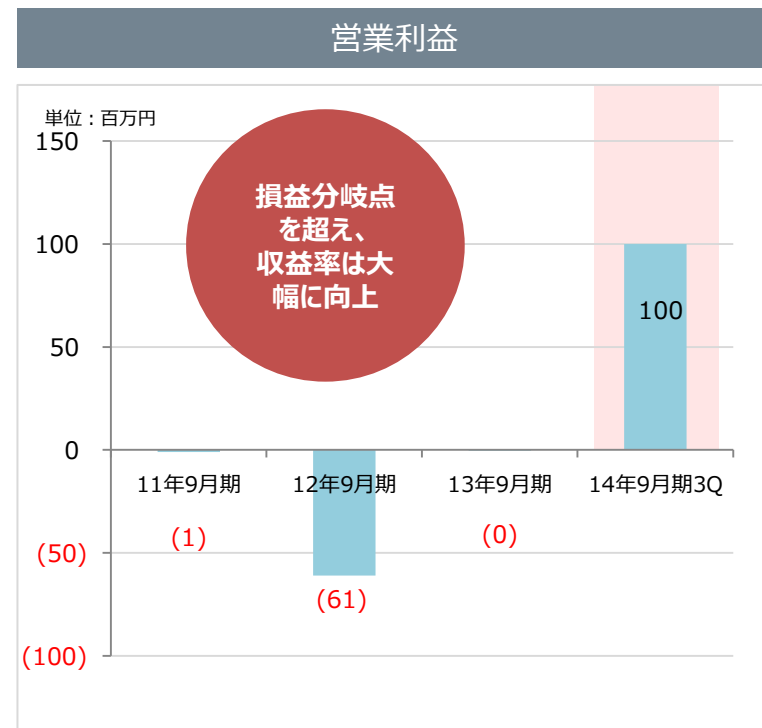
登録・入札・調整に戻る

(※) 株式会社シードプランニングによる「2012年版インターネット広告の市場動向調査」及び、「インターネット広告流通自動化とアドテクノロジー業界の動向調査」(2012年6月発表)において国内リスティング広告最適化システム、国内シェアNo.1と認定。

(※) 紹介実績は当社ホームページより抜粋。

I 事業概要 / 事業セグメント：広告プラットフォーム事業

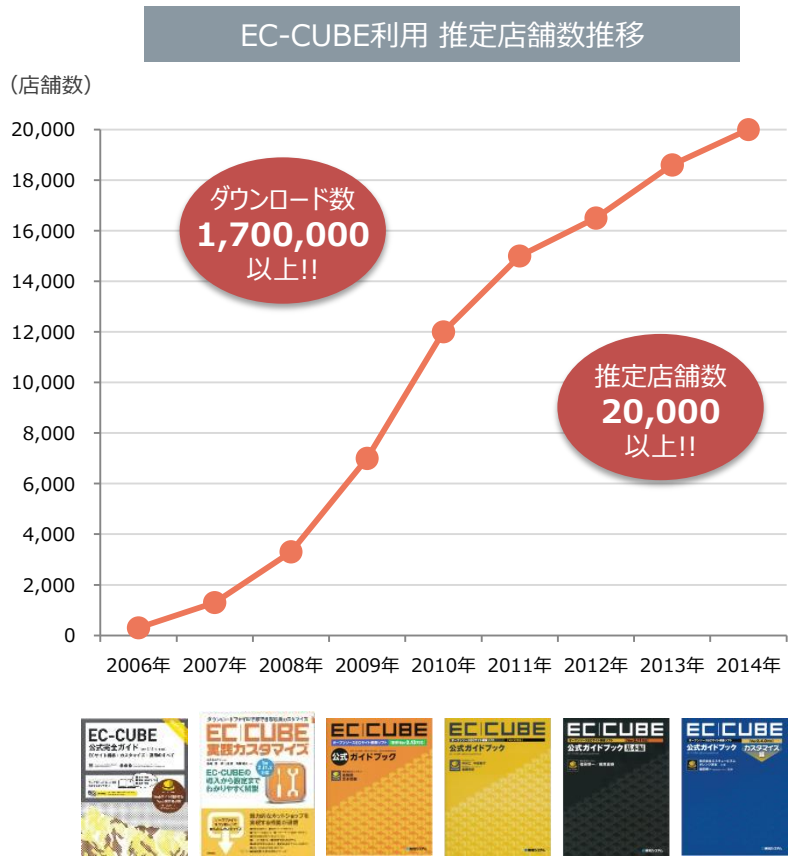
売上は堅調に推移。**利益は損益分岐点を超え、収益率は大幅に向上。**



商流プラットフォーム事業について

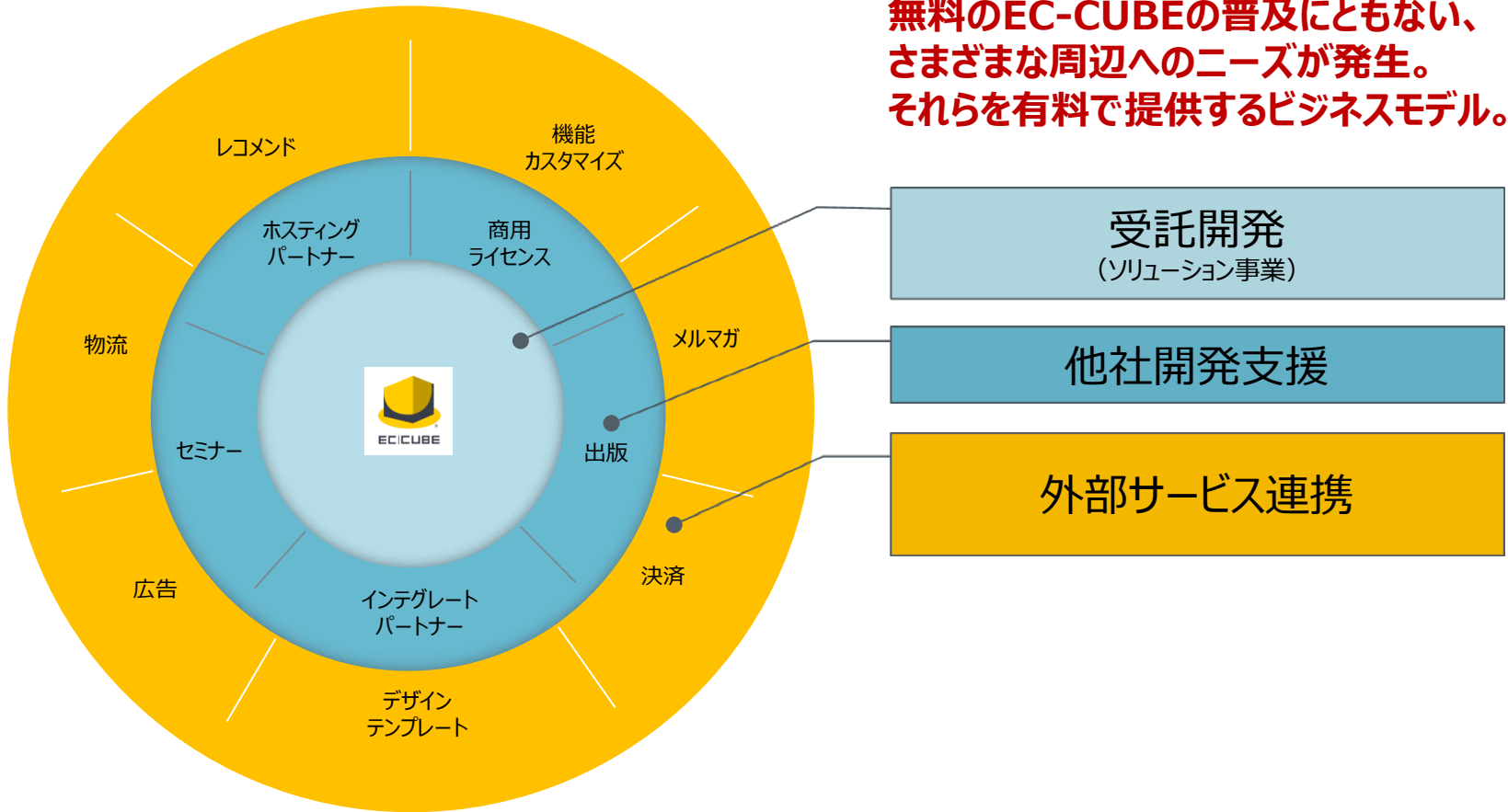
I 事業概要 / 事業セグメント：商流プラットフォーム事業

従来の構築手法と異なる構築手法を提案。
 ECサイト構築は「効率」から「質」を追求する時代となり、EC-CUBEは市場ニーズとマッチ。



I 事業概要 / 事業セグメント：商流プラットフォーム事業

「EC-CUBE」経済圏で稼ぐビジネスモデル。



I 事業概要 / 事業セグメント：商流プラットフォーム事業

EC-CUBEは、国内EC事業者のハブとして機能。
サイト構築から運営までを一気通貫でカバーする「ECプラットフォーム」として拡大中。

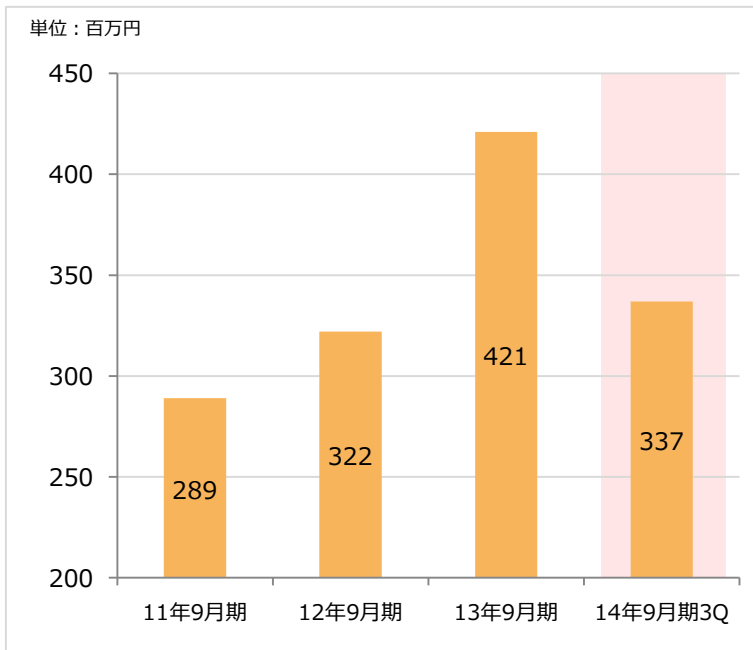


(※) 連携サービスは当社ホームページより一部抜粋。

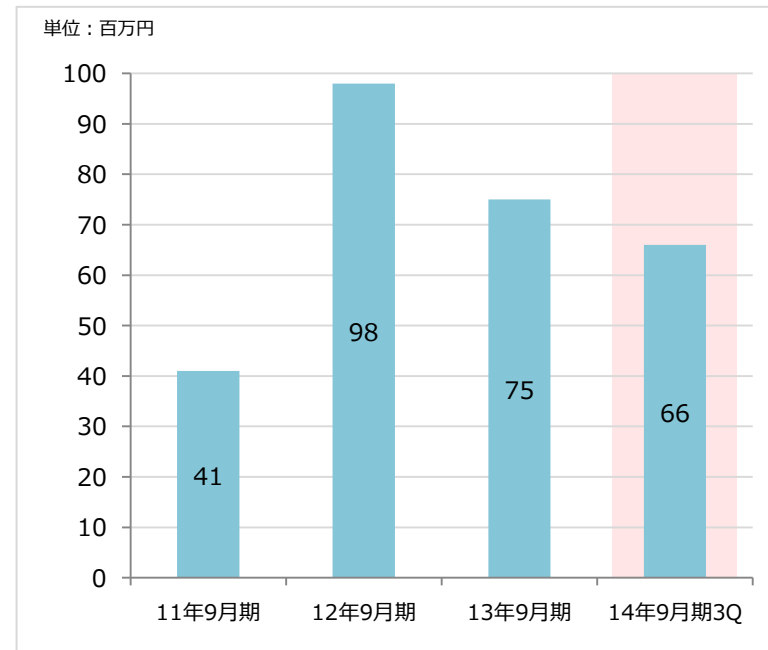
I 事業概要 / 事業セグメント：商流プラットフォーム事業

EC-CUBE経済圏の拡大に支えられ、**増収増益基調。**

売上高



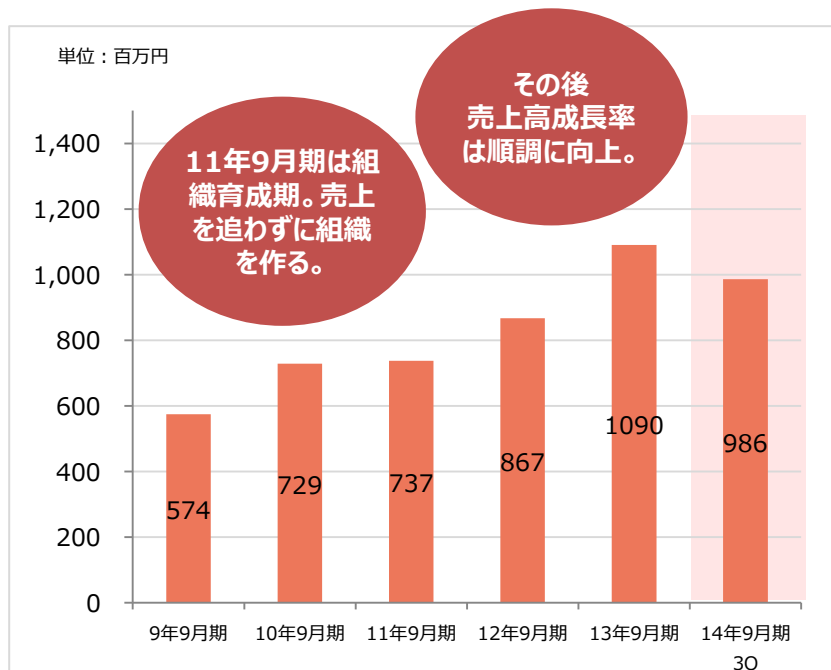
営業利益



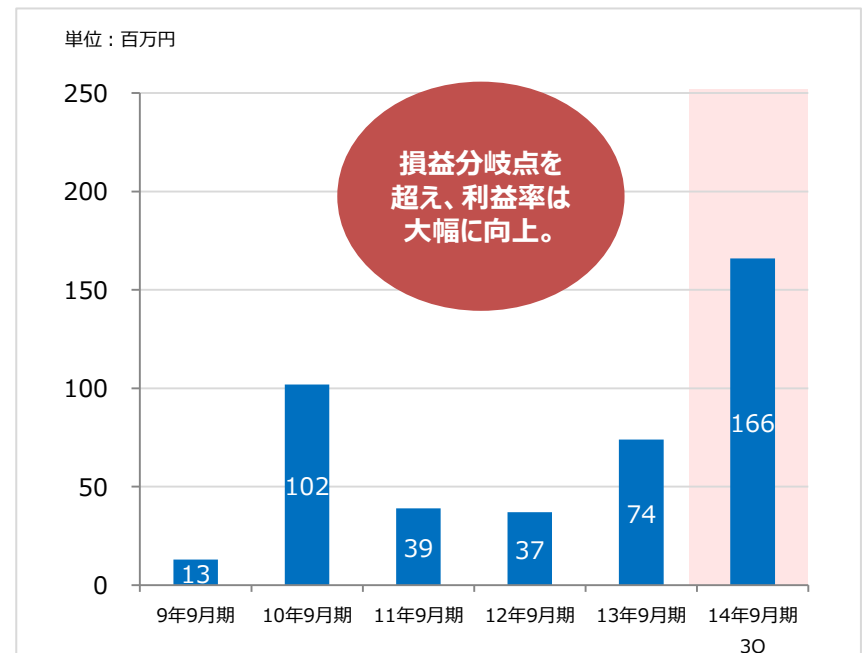
I 事業概要 / 業績推移：全体（広告＋商流）

広告プラットフォーム事業が利益貢献し、**大幅な増益を実現。**

売上高



営業利益



Ⅱ

これからの市場

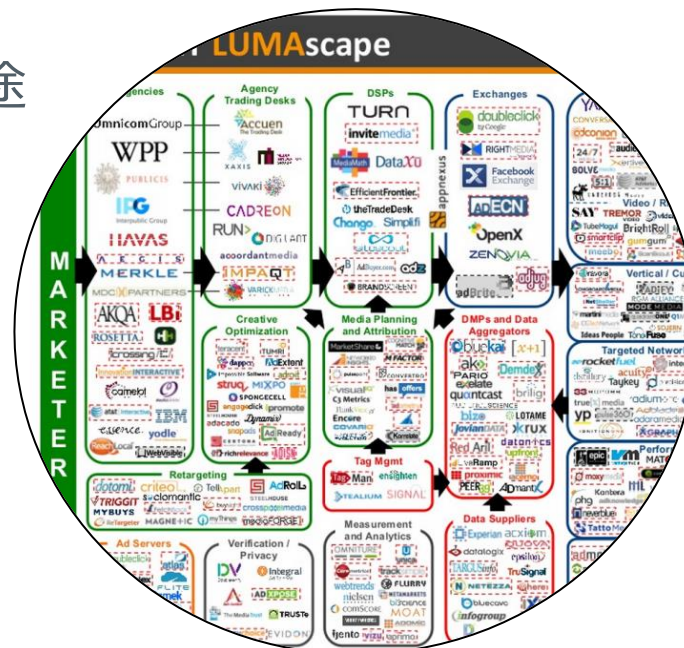
- マーケティングオートメーション

デジタルマーケティングは高度化・多様化の一途

もはや人手による運用は破綻

「マーケティングオートメーション」

カオスマップとも言われる、
デジタルマーケティング業界

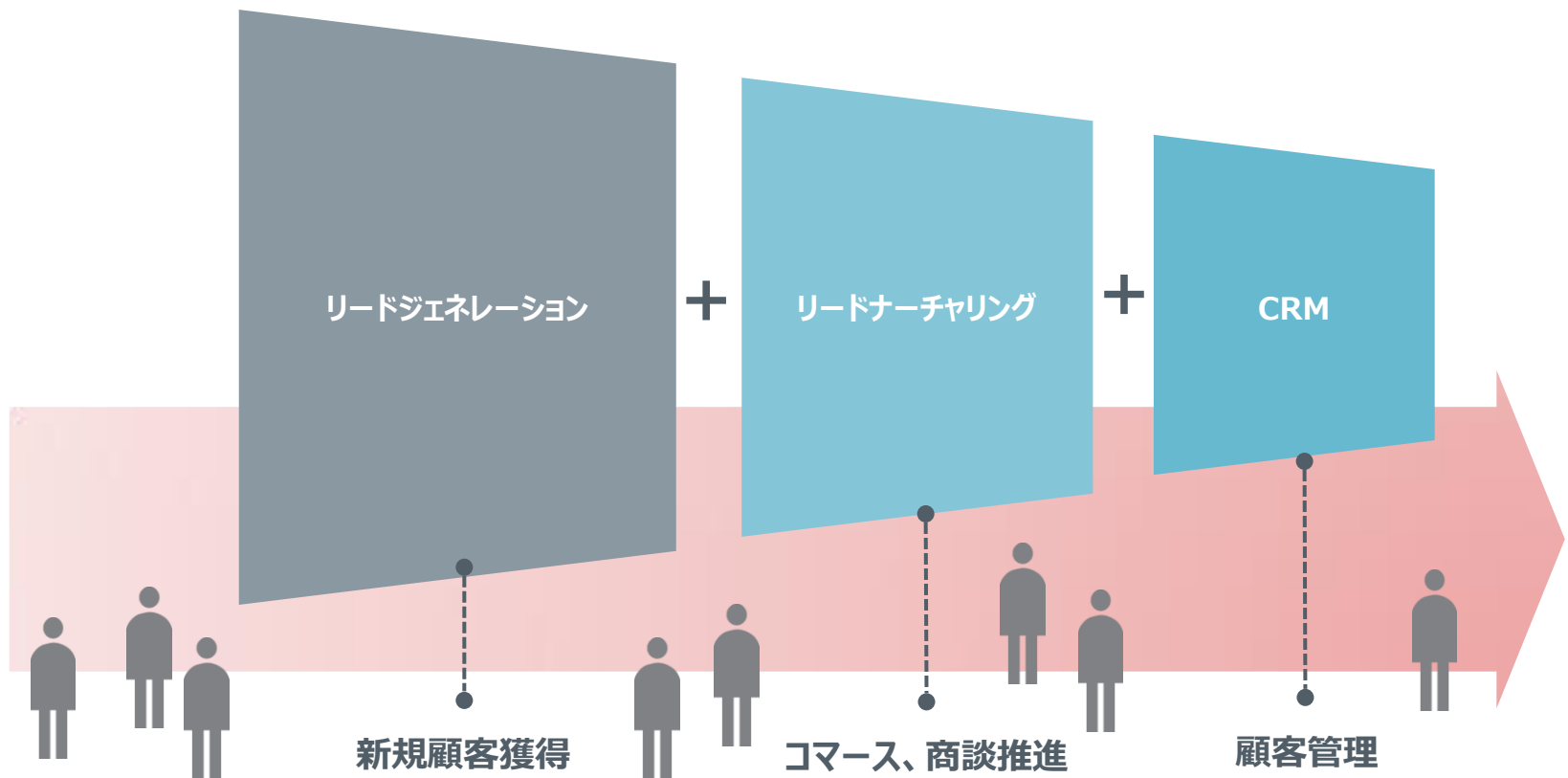


Source : LUMA Partners LLC.

Ⅱ 市場環境 / マーケティングオートメーションとは？

マーケティングオートメーションとは、**顧客接点を統合管理・自動化すること。**

マーケティングオートメーション



II 市場環境 / マーケティングオートメーションへの統合

サービスが細分化された、アドテク・コマース領域の今後の展開は、**近い業界からの統合（マーケティングオートメーションへの統合）が進む**。すでに国内でも、この流れは顕在化。

マーケティングオートメーション

リードジェネレーション
(新規顧客獲得 = アド)

リードナーチャリング
(コマース、ウェブサイト)

CRM
(顧客管理)

DISPLAY LUMAscape

COMMERCE LUMAscape

①同一セグメント
内での統合

DSP

Exchange

SSP

DMP

CONTENT MARKETING / NATIVE LUMAscape

②セグメントを
超えた統合

SOCIAL LUMAscape

SEARCH LUMAscape

VIDEO LUMAscape

Source : LUMA Partners LLC.

Ⅲ

成長戦略

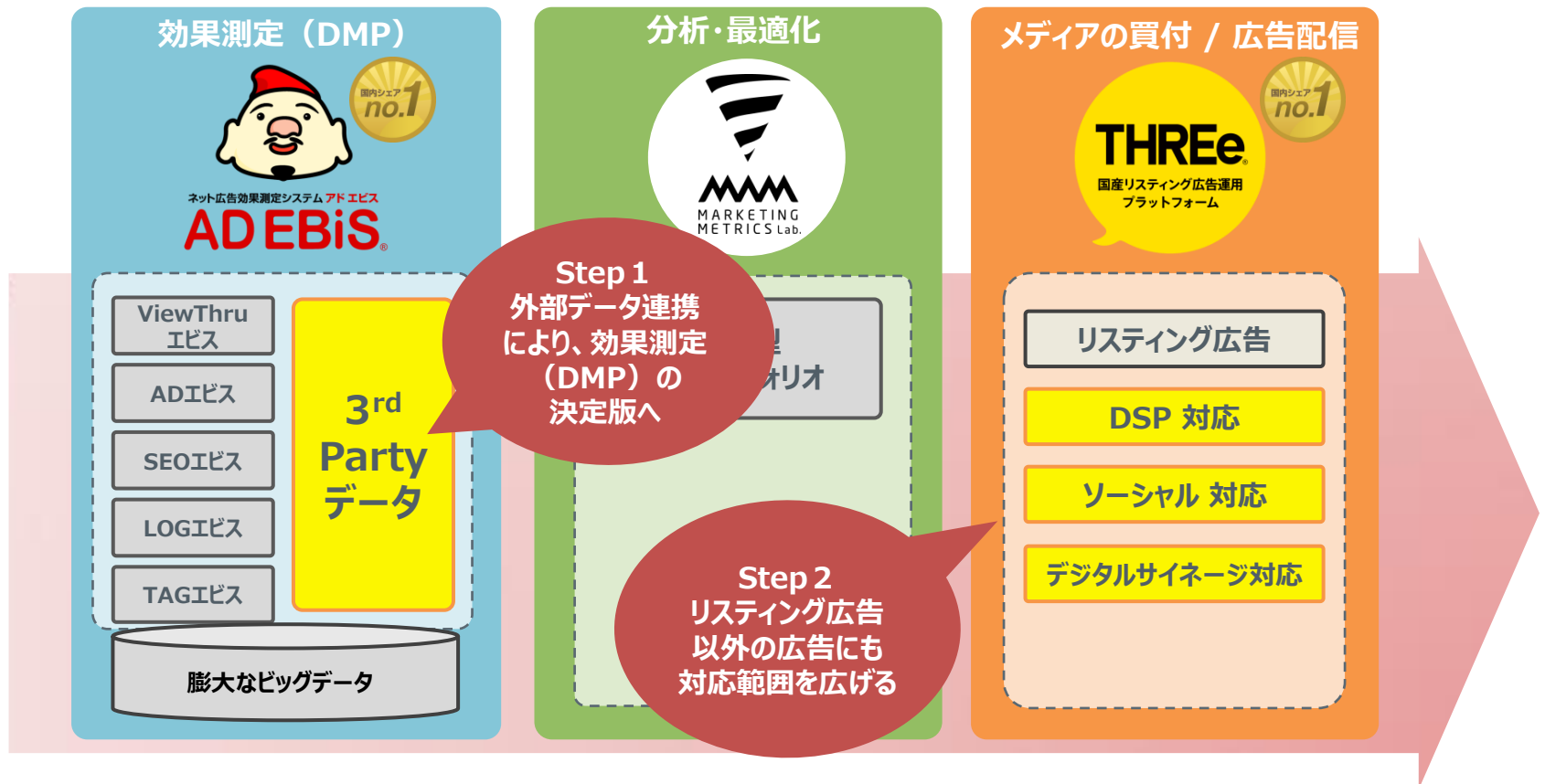
- 広告プラットフォーム強化
- マーケティングオートメーションプラットフォーム確立
- 海外展開

Ⅲ 成長戦略 / 広告プラットフォーム強化

急成長中のアドテク領域へ段階的に積極投資。

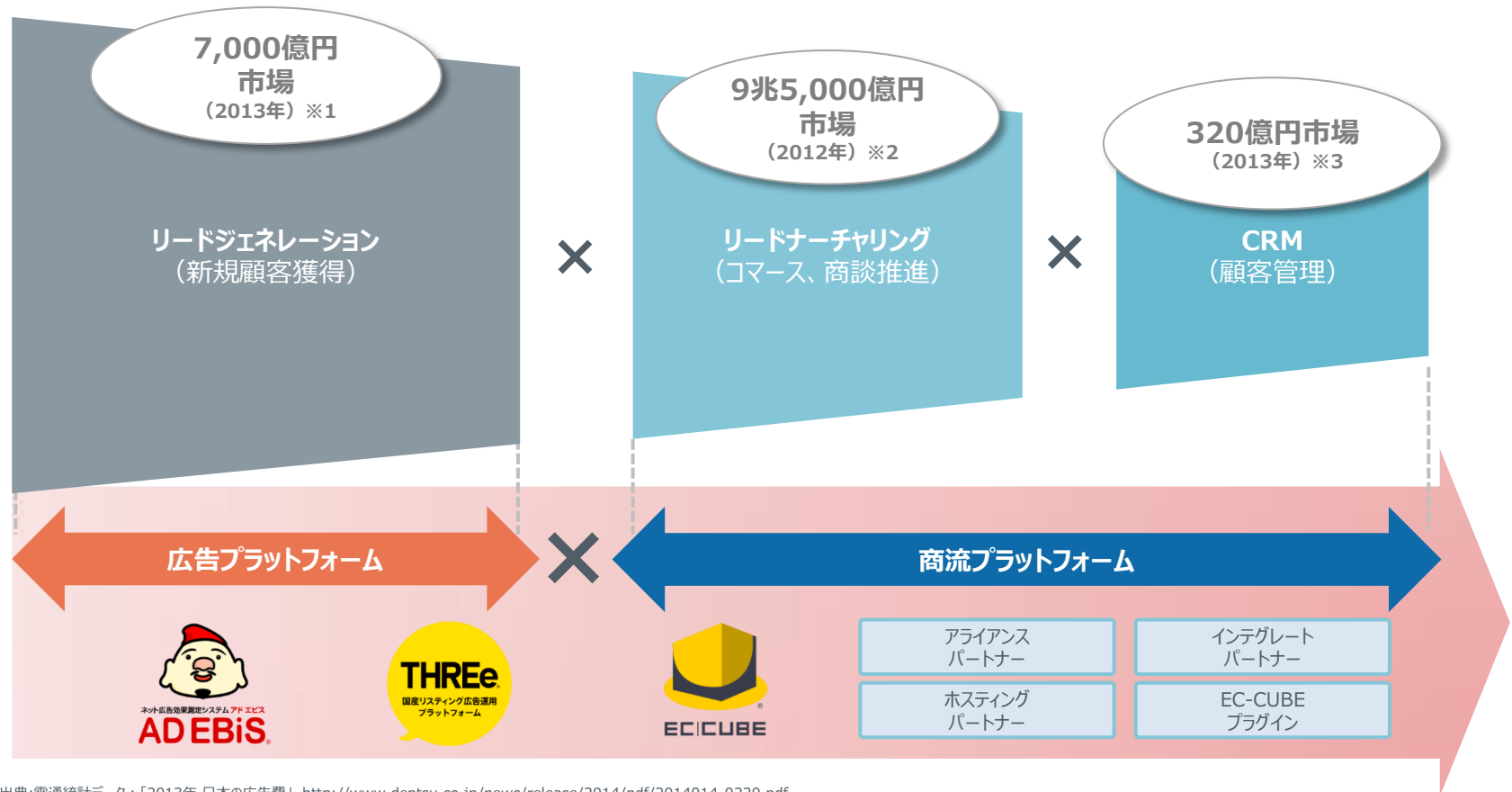
Step1 : アドエビスから外部データへのアクセスを強化。可視化プラットフォームを盤石なものに。

Step2 : 買い付け・配信領域に重点投資。



Ⅲ 成長戦略 / マーケティングオートメーションプラットフォーム確立

足し算の経営から掛け算の経営へ。マーケティングオートメーションプラットフォームの確立。



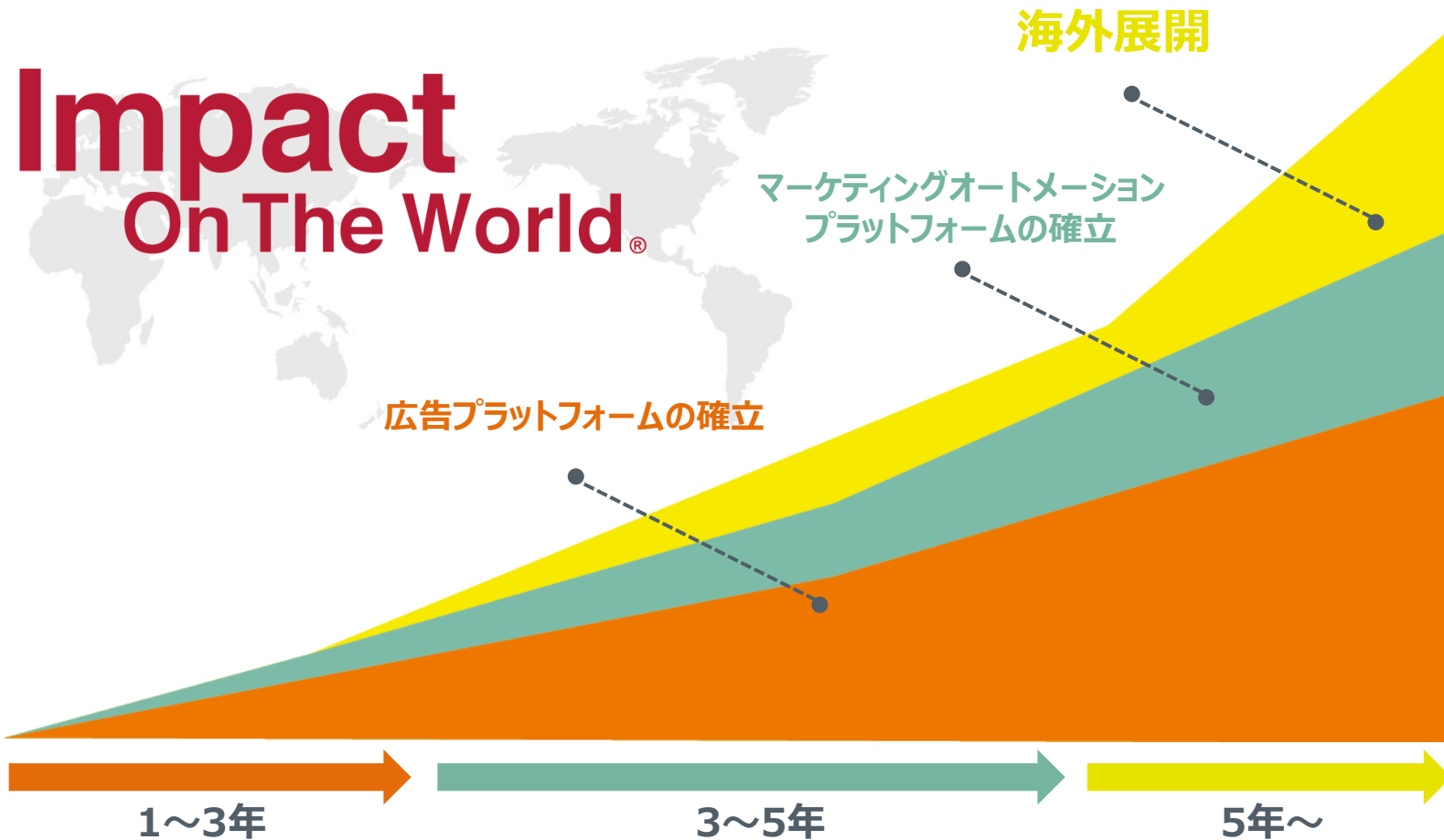
(※1) 出典: 電通統計データ: 「2013年 日本の広告費」 <http://www.dentsu.co.jp/news/release/2014/pdf/2014014-0220.pdf>

(※2) 出典: 経済産業省「平成24年度我が国情報経済社会における基盤整備 (電子商取引に関する市場調査) 報告書」

(※3) 出典: 株式会社矢野経済研究所「2014 CRM市場の実態と展望」

Ⅲ 成長戦略 / 海外展開

マーケティングオートメーションで大阪から世界へ。



IV

まとめ

IV まとめ

1

広告プラットフォーム事業、商流プラットフォーム事業のダブルエンジンで展開。
アドエビス、THREe、EC-CUBEの3つの**国内シェア圧倒的No.1のサービスとデータ**を保有。

2

これからマーケティングオートメーションの時代が到来すると予測。
当社は、両プラットフォームを保有する強みを活かすとともに、上場後、レバレッジを効かせた経営により、**マーケティングオートメーションのリーディングカンパニー**へ。

3

国内で力を蓄えたのち、当社の企業理念である**“Impact On The World”**を体現を目指す。



Impact On The World.®

株式会社ロックオン
<http://www.lockon.co.jp/>