

2016年9月期 第3四半期決算説明資料

2016年8月10日
株式会社ロックオン

東証マザーズ：3690



CONTENTS

目次

01

2016年9月期第3四半期決算概要

02

マーケティングプラットフォーム事業説明

03

商流プラットフォーム事業説明

04

その他の取り組み

01

**2016年9月期
第3四半期決算概要**

2016年9月期第3四半期 業績ハイライト

2016年9月期第3四半期連結業績

主力事業であるマーケティングPF事業が牽引し、売上高が前年同期比10.0%増と前四半期に続き伸張。サービス拡充・次期開発への先行投資により、減益。

| 売上高 | 営業利益 |
|------------------------------------|----------------------------------|
| 1,149 百万円 (前年同期比 10.0%増) | 161 百万円 (前年同期比 31.7%減) |

マーケティングプラットフォーム事業

サービス開発、組織強化、広告宣伝に投資を実施し、営業利益は前年同期比でマイナスとなるものの、ストック売上が順調に伸張し、売上高は前年同期比13.4%増。

| 売上高 | 営業利益 |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 762 百万円 (前年同期比13.4%増) | 132 百万円 (前年同期比 8.3%減) |

商流プラットフォーム事業

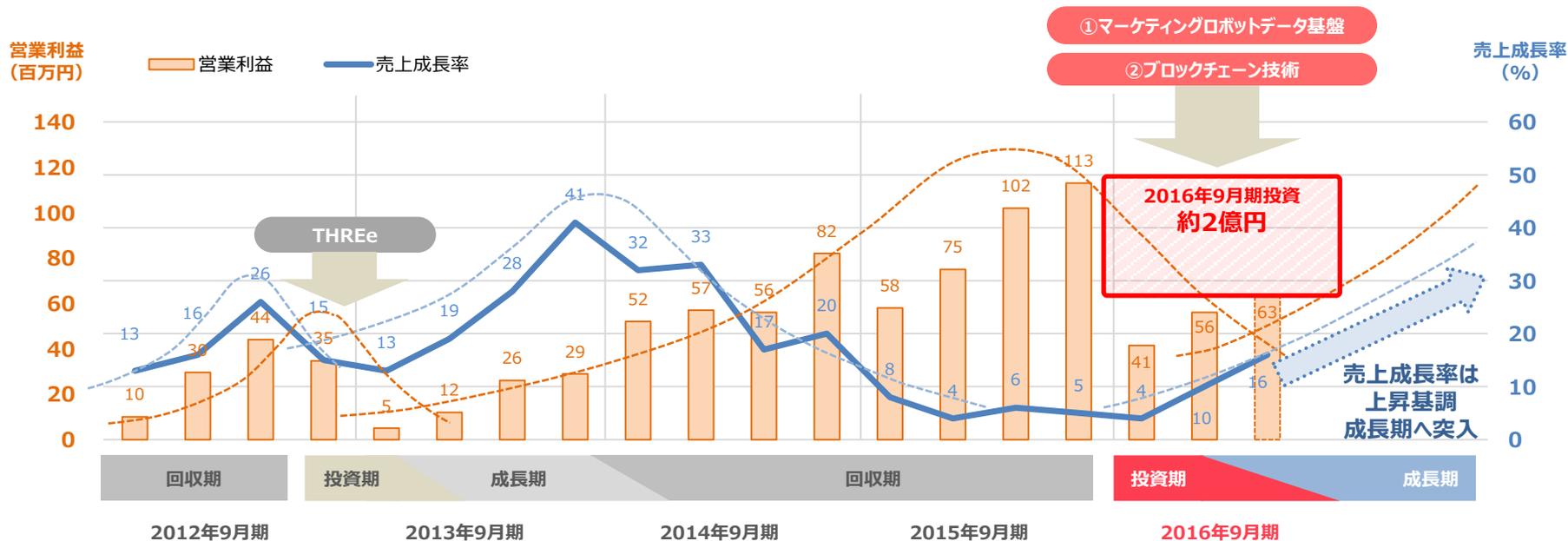
製品開発、及び新領域への研究開発投資を実施し、営業利益は前年同期比68.5%減。引き続き投資期ではあるが、KPIは進捗し、売上は前年同期比でプラスに。

| 売上高 | 営業利益 |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 387 百万円 (前年同期比 3.9%増) | 28 百万円 (前年同期比 68.5%減) |

2016年9月期第3四半期 投資の進捗

売上成長率(対前四半期比率)と営業利益推移

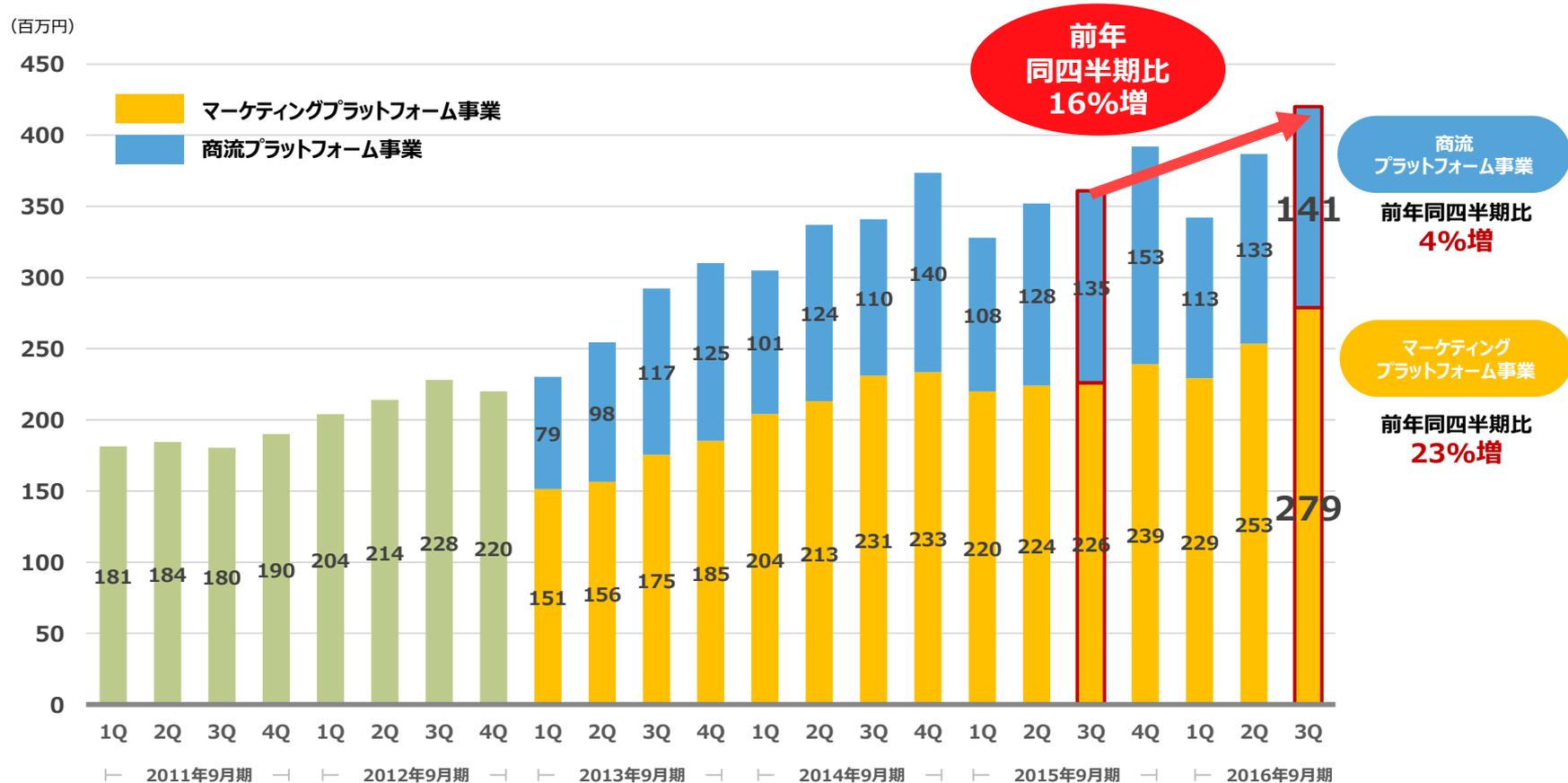
投資による マーケティングPFの売上成長率が順調に上昇中。
引き続き4Q予測値の着地に向け、積極投資を実施。



| | 1Q | 2Q | 3Q | |
|--------------------------------|-----------|----|-----|------------|
| 2016年9月期 対前年同四半期比 売上高成長率 | マーケティングPF | 4% | 13% | 23% |
| | 商流PF | 4% | 4% | 4% |
| | 全社 | 4% | 10% | 16% |

売上高の推移

2016年9月期第3四半期も引き続き、サービス拡充と次期開発への投資をメインに事業を推進。期初の投資効果によりマーケティングPFの売上が順調に伸張し、四半期での過去最高売上を達成。



※：2012年以前のセグメントごとの売上は開示していないため、合算のみの記載となります。

営業利益の推移

マーケティングPF、商流PFともに積極的な先行投資を行った結果、減益。

(百万円)

120

100

80

60

40

20

0

■ マーケティングプラットフォーム事業
■ 商流プラットフォーム事業

1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q 4Q

─ 2011年9月期 ─ ─ 2012年9月期 ─ ─ 2013年9月期 ─ ─ 2014年9月期 ─ ─ 2015年9月期 ─ ─ 2016年9月期

次を見据えた開発及び
既存ビジネス加速への投資

前年
同四半期比
38%減

商流
プラットフォーム事業

前年同四半期比
63%減

マーケティング
プラットフォーム事業

前年同四半期比
24%減

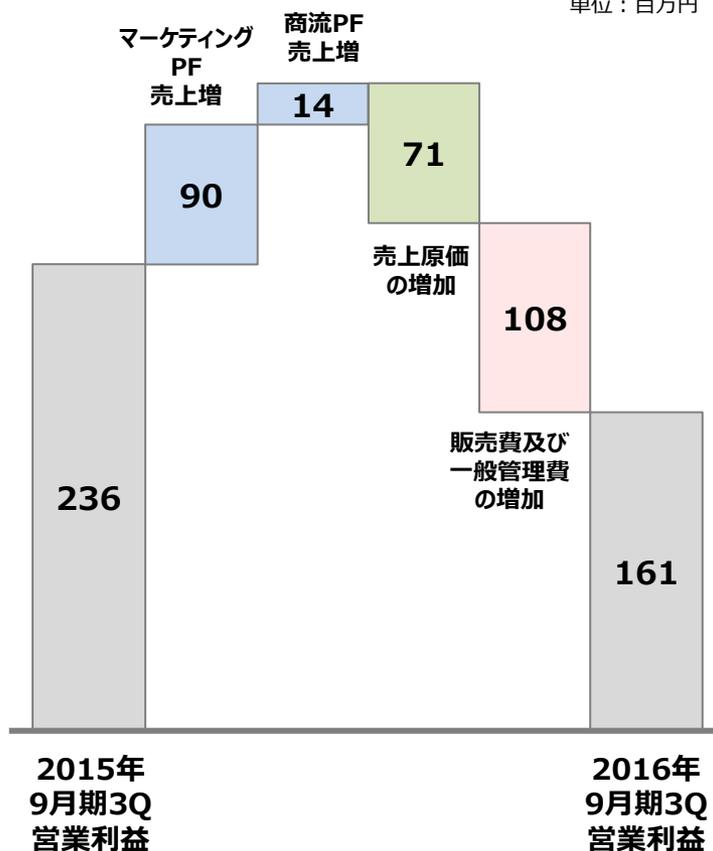
※：2013年以前のセグメントごとの売上は開示していないため、合算のみの記載となります。

損益計算書（前年同期比）

単位：百万円

営業利益の変動要因 2015年9月期3Q-2016年9月期3Q

単位：百万円



| | 2015年 9月期3Q | 2016年 9月期3Q | 前年 同期比 | 増減率 |
|----------------------|----------------|----------------|-----------|------------|
| 売上高 | 1,044 | 1,149 | +104 | 10.0% |
| マーケティングPF | 672 | 762 | +90 | 13.4% |
| 商流PF | 372 | 387 | +14 | 3.9% |
| 売上原価 | 350 | 421 | +71 | 20.2% |
| 売上総利益 | 694 | 727 | +33 | 4.9% |
| 販売管理費 | 457 | 566 | +108 | 23.8% |
| 営業利益 | 236 | 161 | ▲75 | ▲31.7% |
| 営業利益率 | 22.7% | 14.1% | | ▲8.6points |
| 経常利益 | 238 | 162 | ▲75 | ▲31.8% |
| 税金等調整前当期 純利益 | 238 | 162 | ▲75 | ▲31.8% |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 153 | 103 | ▲49 | ▲32.3% |

損益計算書（前年同期比） 主な要因詳細

単位：百万円

| | 主な要因 | 2015年 9月期 第3四半期 | 2016年 9月期 第3四半期 | 前年同 期比 | 要因詳細 |
|-----------------------------|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------|----------------------------------|
| 売上原価 の増加 | エンジニアの増員 | 145 | 186 | +40 | ・国内エンジニア 7名増加 ・ベトナムエンジニア 8名増加 |
| | 商流PFの外注費 増加 | 109 | 144 | +34 | ・開発外注費 |
| | 減価償却費の増加 | 11 | 20 | +8 | ・サーバ及び 自社開発ソフトウェア |
| 販売管理費 及び 一般管理費 の増加 | 広告宣伝費の増加 | 8 | 36 | +27 | ・展示会 ・Webメディア広告等 |
| | 外注費 | 18 | 39 | +20 | ・リサーチ仕入れ ・管理部派遣 |
| | 代理店マーゲンの 増加 | 66 | 76 | +9 | ・マーケティングPFに関する |
| | 採用関連費の増加 | 10 | 22 | +11 | ・人材紹介手数料 ・採用イベント出展増 |
| | その他販管費の 増加 | 351 | 392 | +40 | ・社外取締役などガバナンス強化 など |

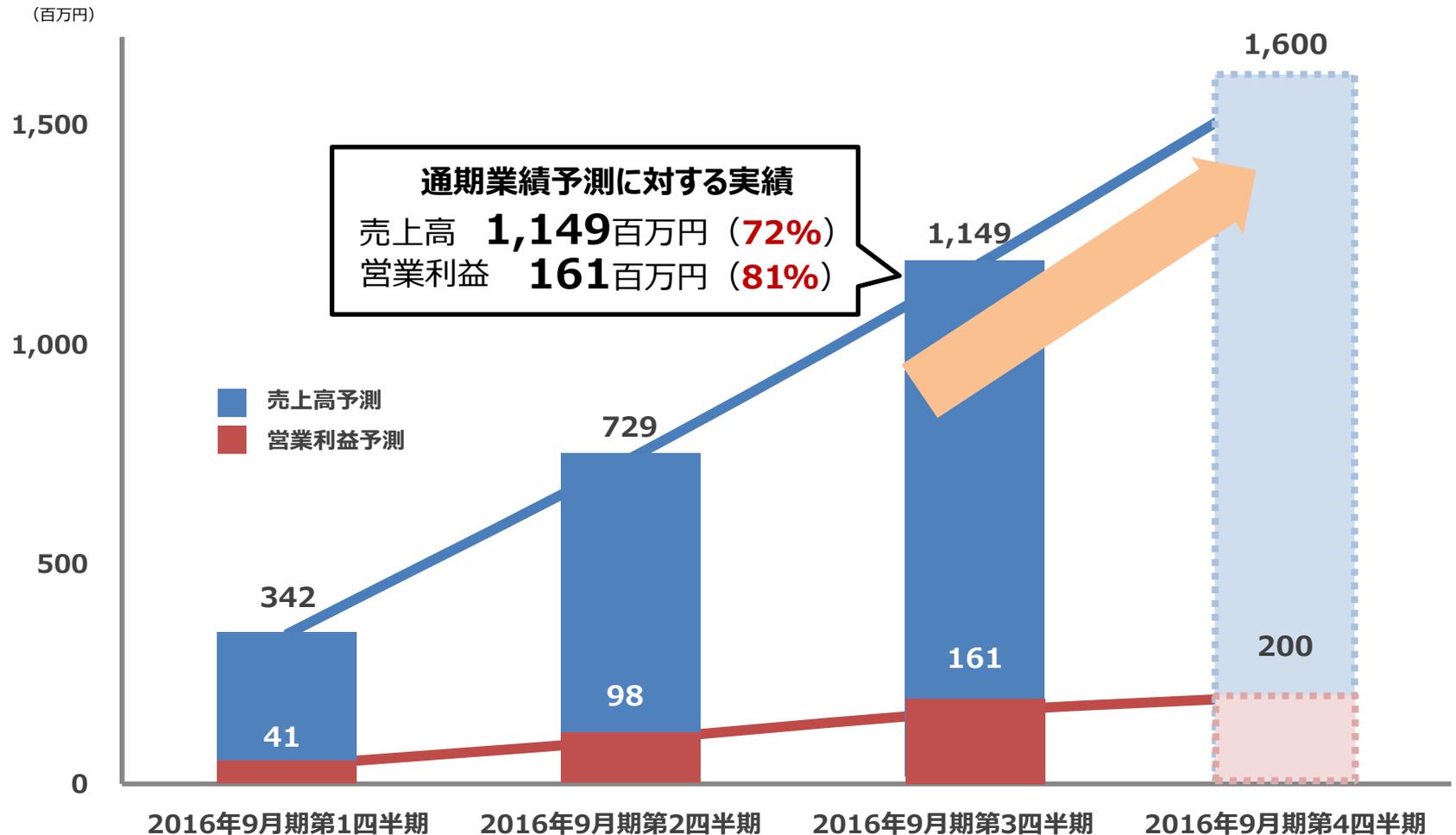
貸借対照表 主要要因詳細

単位：百万円

| | 2015年 9月期 | 2016年 9月期 第3四半期 | 増減率 | 要因詳細 |
|-----------|--------------|-----------------------|--------|--|
| 流動資産 | 1,092 | 1,028 | ▲5.9% | |
| 現預金 | 786 | 720 | ▲8.4% | ・法人税、消費税の納付 |
| 固定資産 | 157 | 250 | 58.5% | |
| （有形固定資産） | 30 | 48 | 57.3% | ・高速DBシステムVertica等 マーケティング PFのインフラ増強 |
| （無形固定資産） | 24 | 93 | 287.7% | ・既存サービス拡充 ・「オーディエンスエビス」等中長期にわたり 売上回収を行うソフトウェアを資産計上 |
| （投資その他資産） | 103 | 108 | 5.4% | |
| 総資産 | 1,250 | 1,278 | 2.2% | |
| 流動負債 | 213 | 150 | ▲29.7% | |
| 純資産 | 1,036 | 1,128 | 8.8% | |

2016年9月期3Q 通期業績見通しと進捗

月額課金によるストック型ビジネス中心のため、下期偏重のビジネスモデル。
売上高が順調に伸張しており、通期業績予想に対する実績は計画通り。



02

マーケティング プラットフォーム事業説明

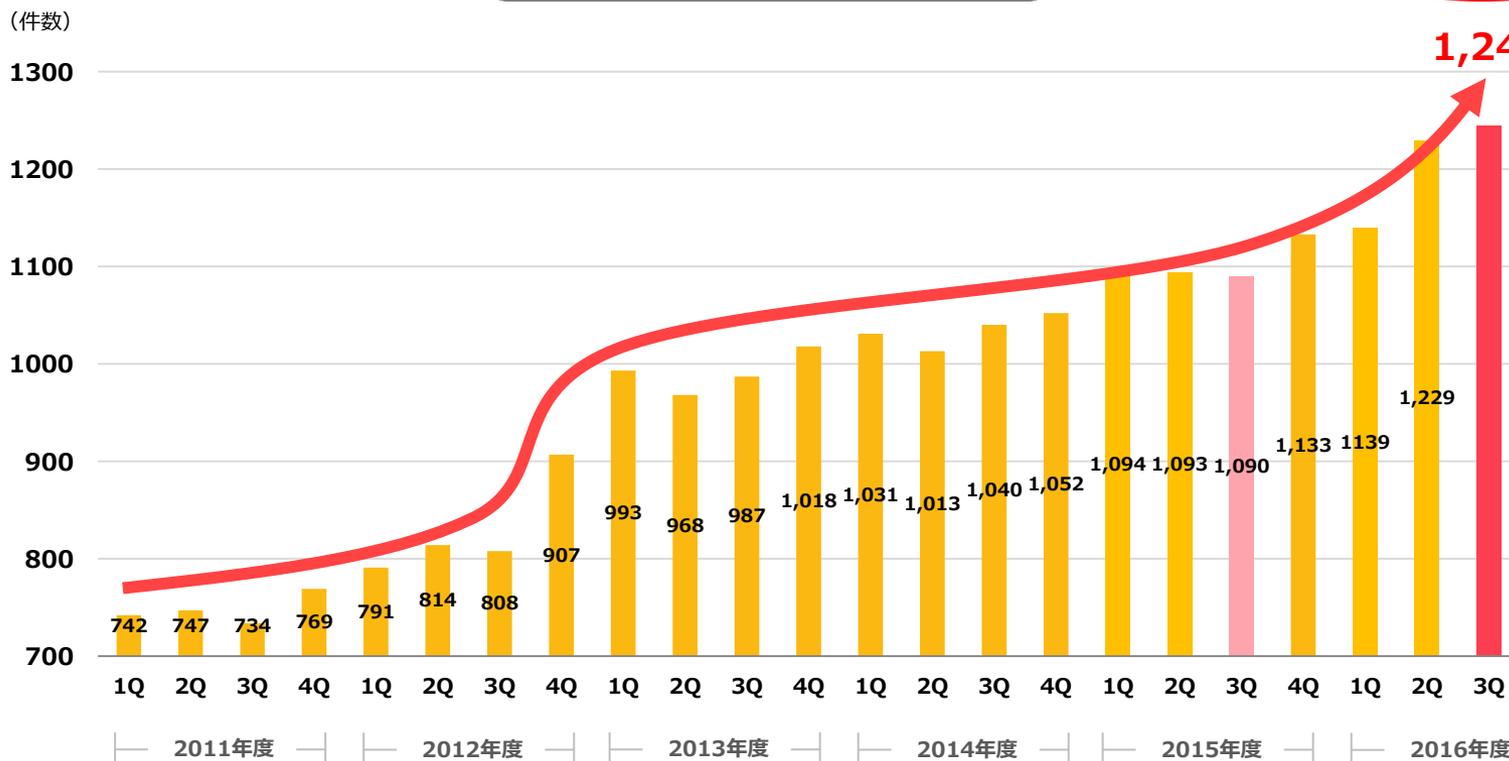
アドエビスの売上は
アカウント数 × 平均単価 の**ストックビジネス**。
外部要因に左右されにくい**安定成長**を実現。



指標① アクティブアカウント数

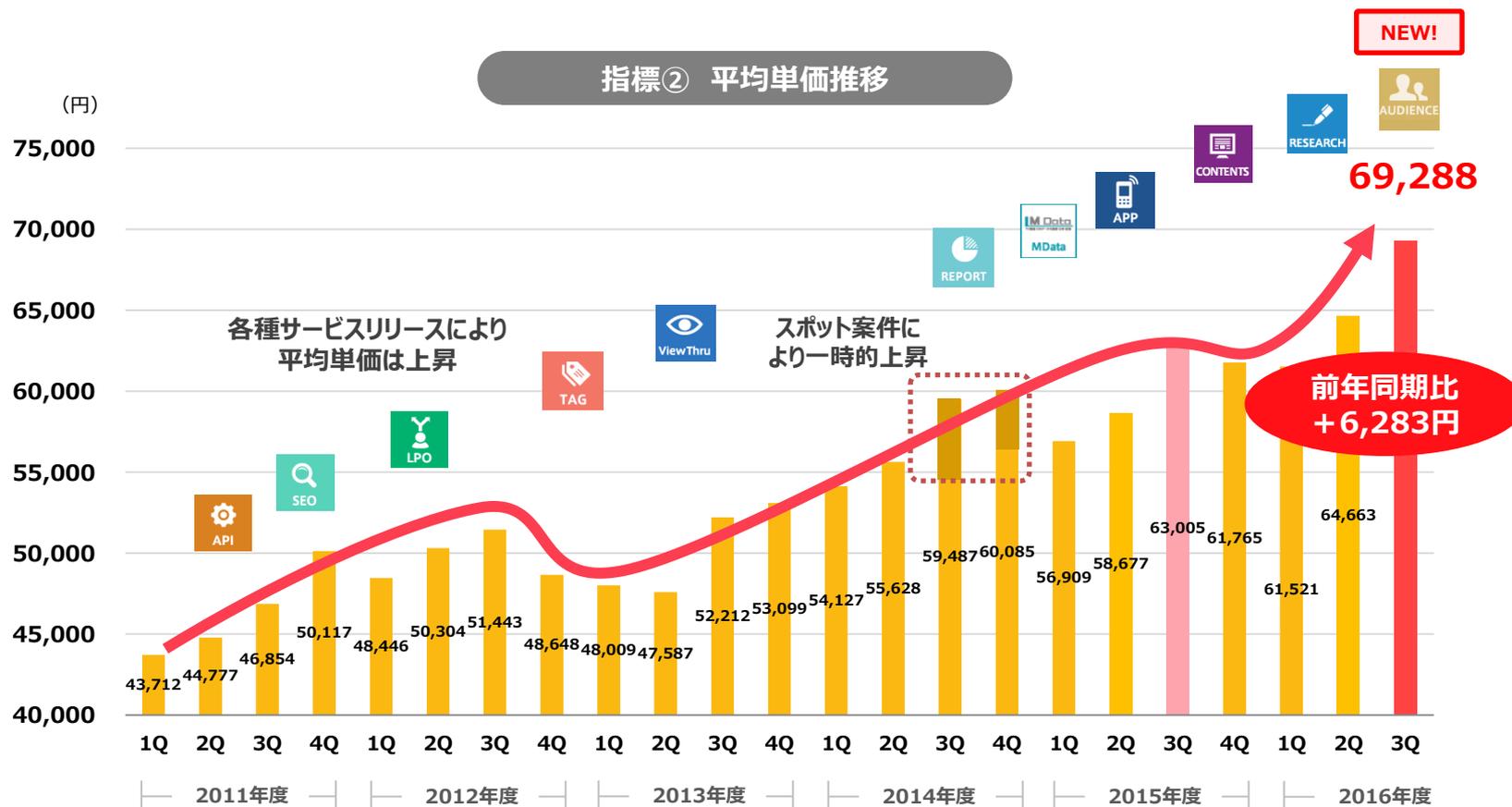
セールス&マーケティング強化や、サポート強化により
アクティブアカウント数が上昇。

指標① アクティブアカウント数推移



指標② 平均単価

「オーディエンスエビス」等、新サービスが平均単価大幅向上に寄与。
 大型化・プラットフォーム化や料金改定（7月～）により引き続き向上見込み。

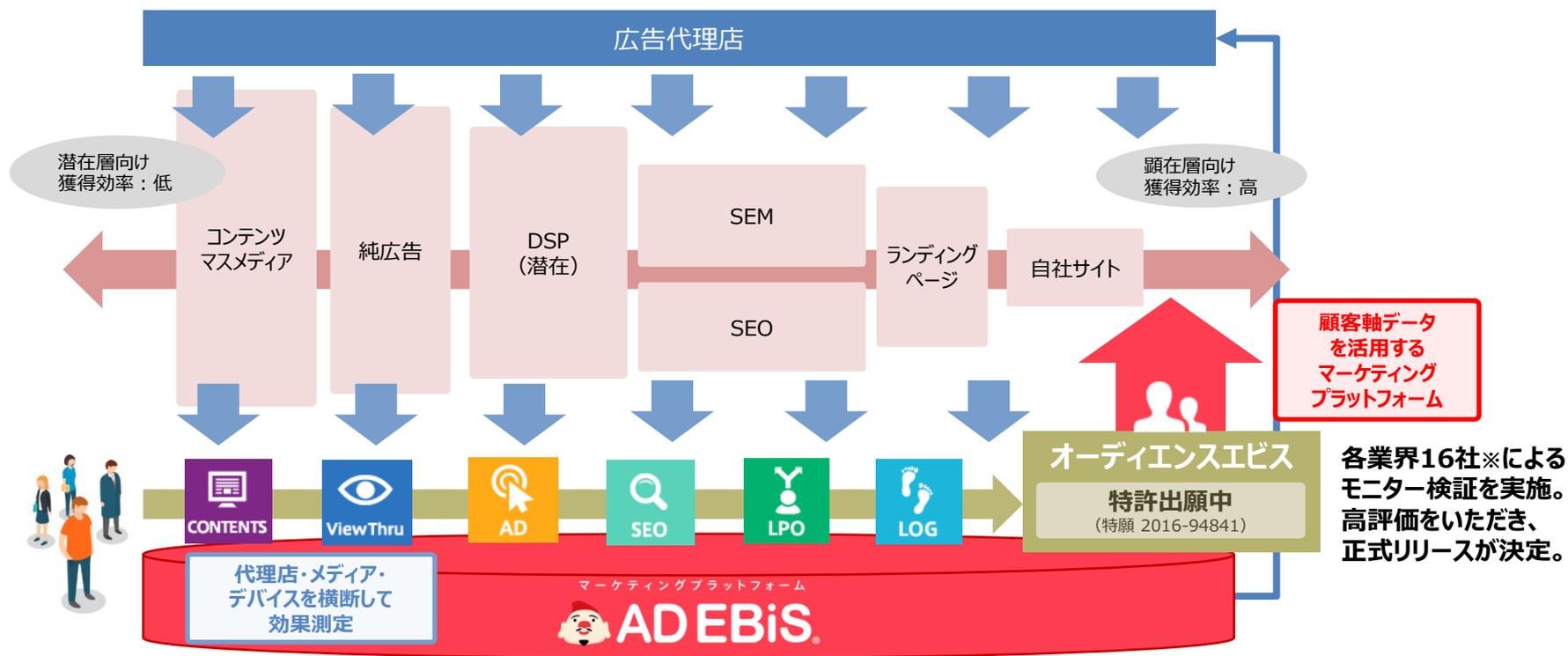


※キャンペーン時のみのアカウントもあり、季節変動があります。

施策状況①：各業界16社によるモニターテストを経て「カスタマージャーニー分析」機能を正式リリース

アドエビス機能の集大成であるヒト軸分析サービス「オーディエンスエビス」のメイン機能「カスタマージャーニー分析」機能をモニターテストでの高評価を経て正式リリース。

2016年6月21日リリース

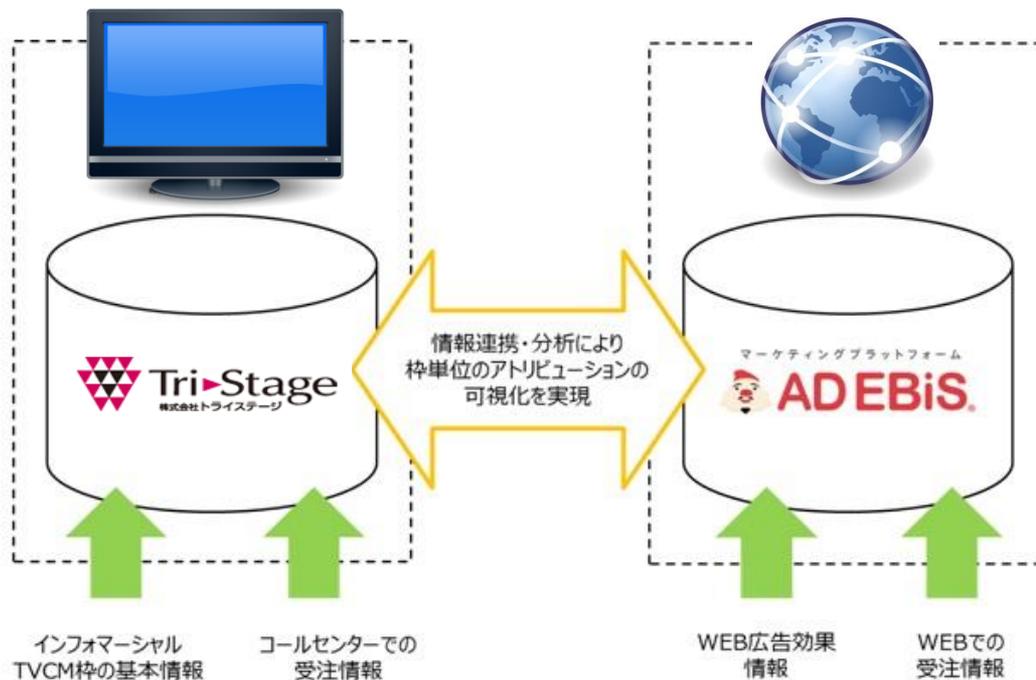


※ モニター参加企業の業種・業界（16社）
不動産、製薬、人材、アパレル、化粧品通販、健康食品通販、コンビニ、通信、大手予備校（教材）、大学、大手広告代理店、ネット専業代理店、PRコンサル、メディア

施策状況②：TVの広告効果測定へ。「TVエビス（仮）」開発中。

リアル領域のマーケティング効果測定へ。TVの広告効果を正しく測定できる「TVエビス（仮）」を開発。アドエビスの顧客層拡大にも期待大。

TVエビス（仮）連携イメージ



アドエビスとTV通販のトライステージ社との協業により開発。TVCMの効果を今までのどのマーケティングサービスより正確に把握することが可能。

リアル領域への進出により、ナショナルブランド等、大企業へのサービス展開を目指す。

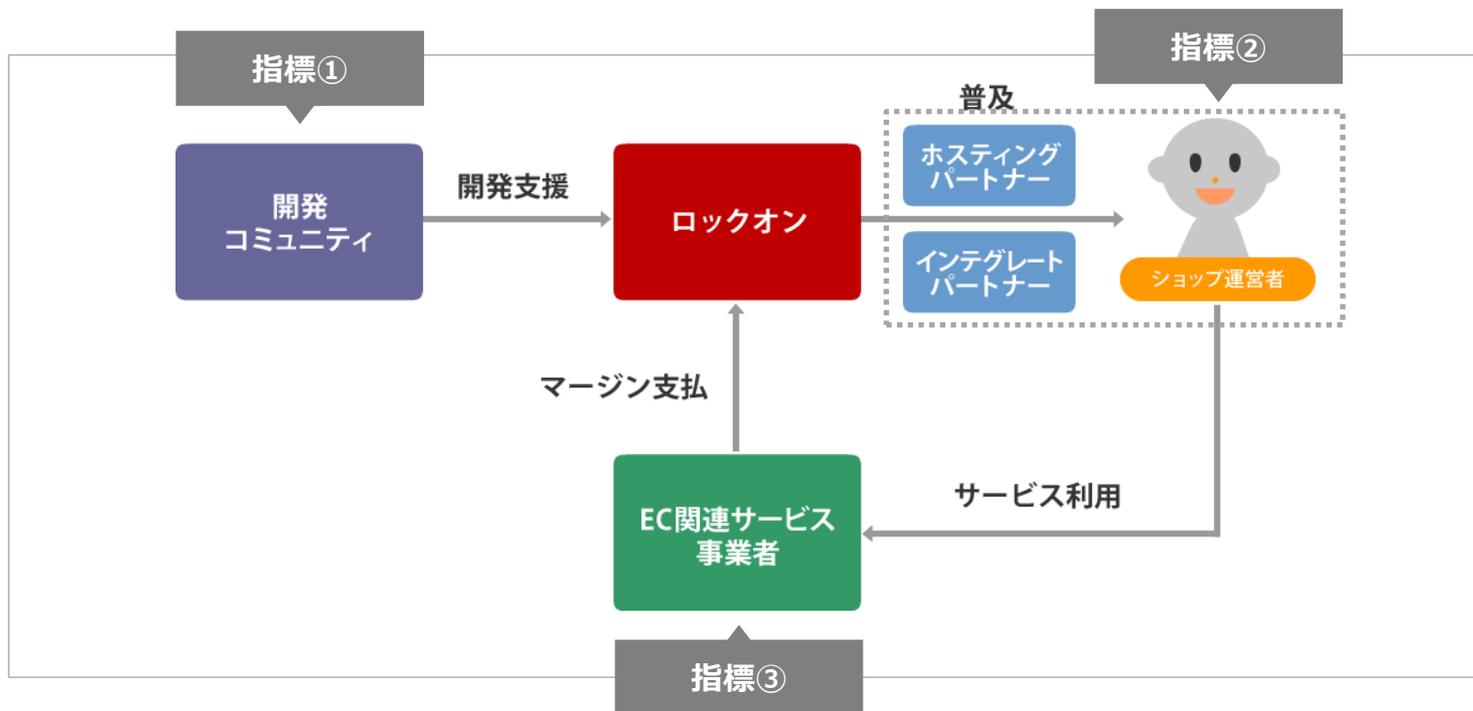
2016年9月期第4四半期
リリース予定

03

商流プラットフォーム 事業説明

EC-CUBEの収益構造

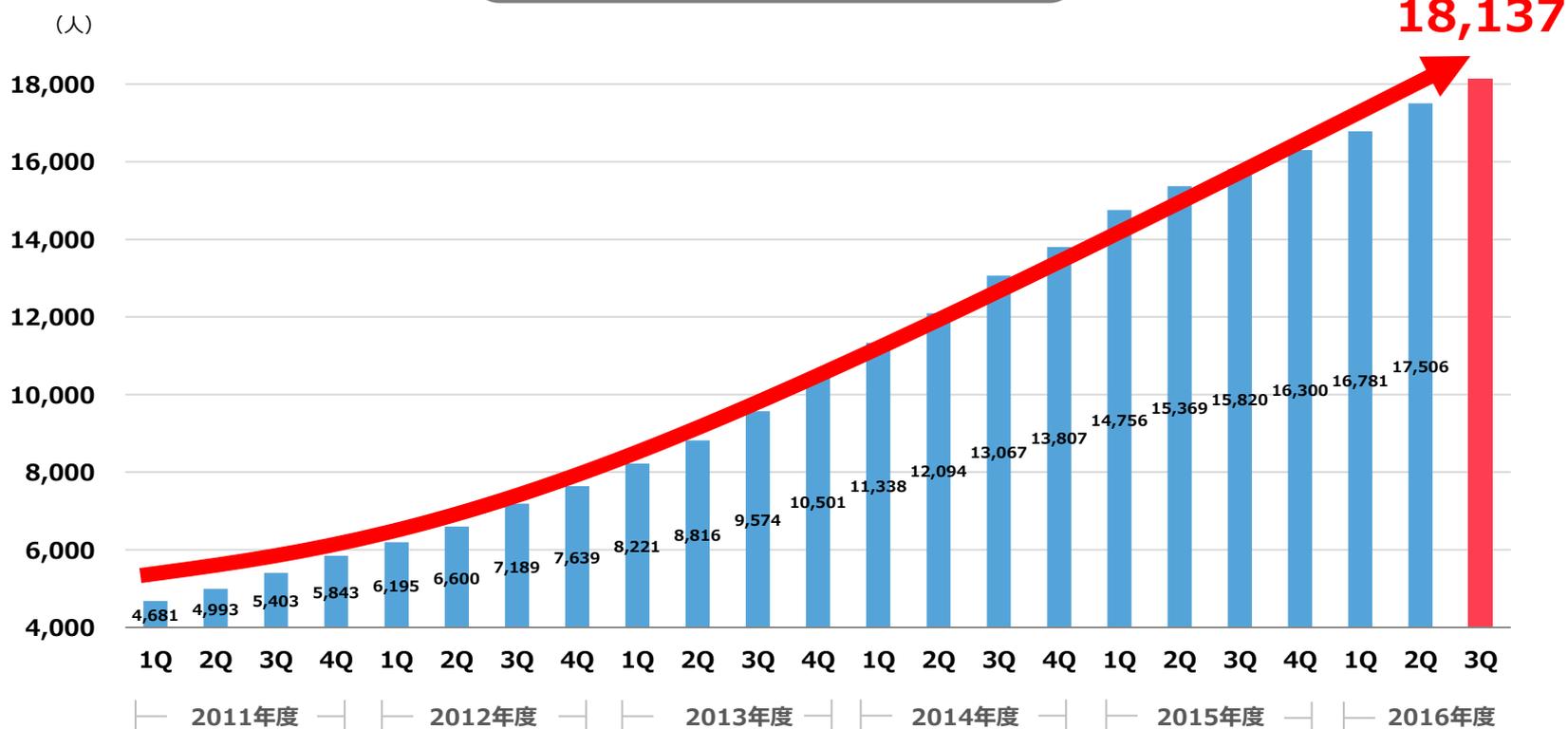
EC-CUBEはオープンソースとして無料で配布し、
 周辺サービスにより収益を得る**フリーミアムモデル**。
 開発力（指標①）、営業力（指標②）、サービス力（指標③）を
 外部リソースにより賄うエコシステム。各指標の伸びが収益へとつながる。



指標①：開発コミュニティユーザー数

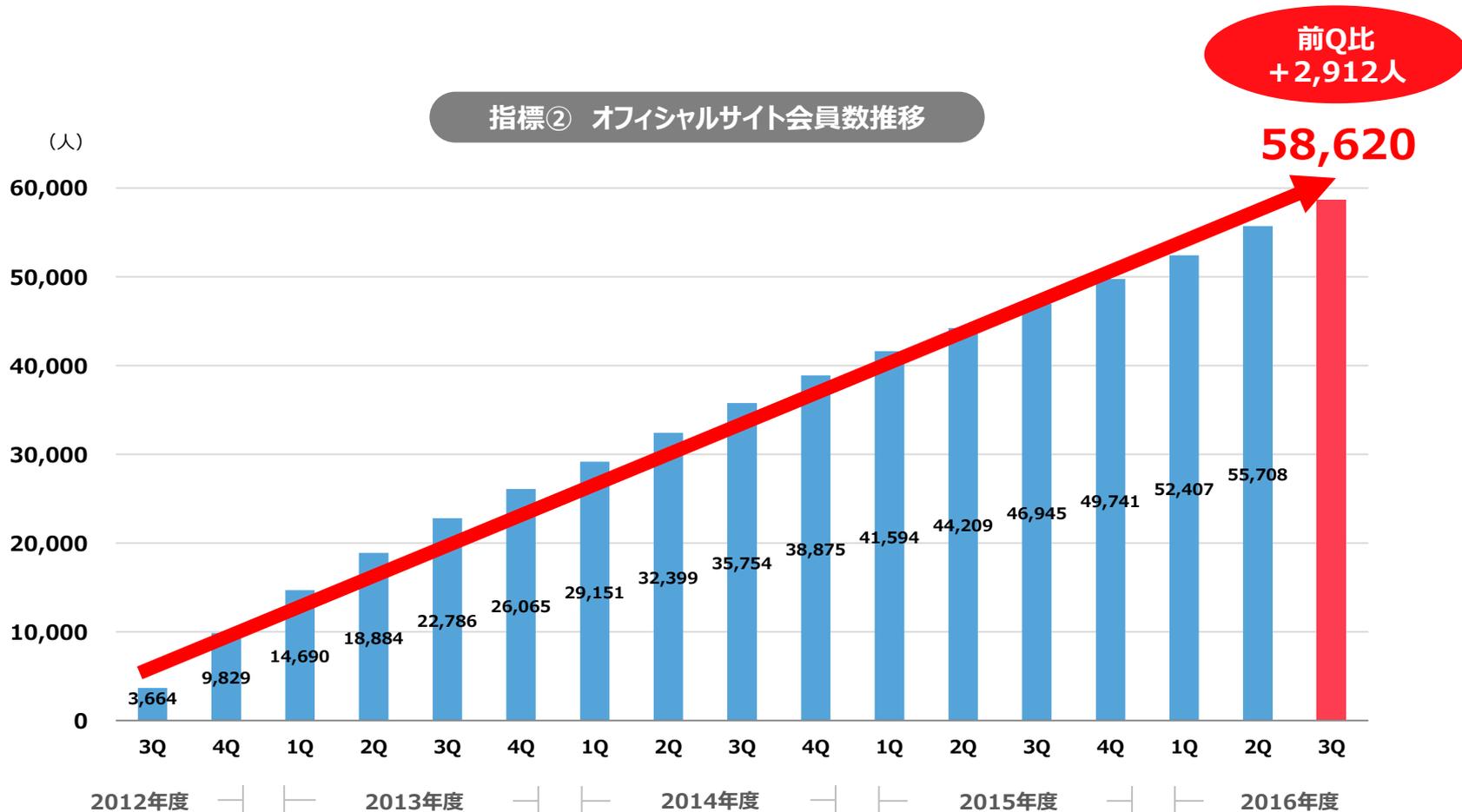
EC-CUBE 3.0リリース以降も開発コミュニティ数は順調に増加。
EC-CUBEのクオリティUP、機能追加に貢献。

指標① 開発コミュニティユーザー数推移



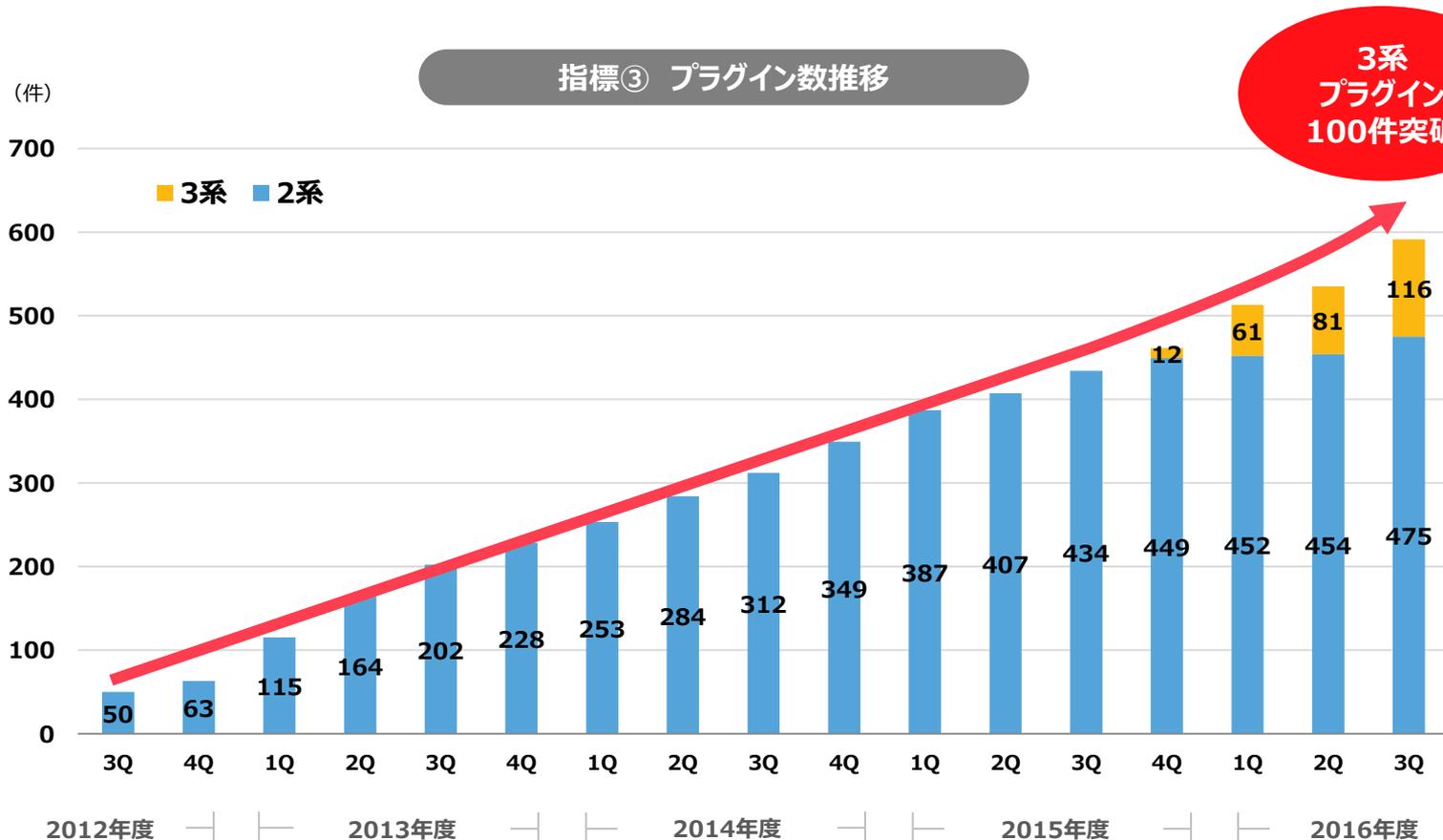
指標②：オフィシャルサイト会員数

EC-CUBEオフィシャルサイト会員数（EC-CUBE利用者）は順調に推移。



指標③：EC関連サービス事業社（プラグイン数）

プラグイン開発はEC-CUBE 3系プラグインが100件突破。
 今後は更に最新版3系のプラグイン増加が期待できる。

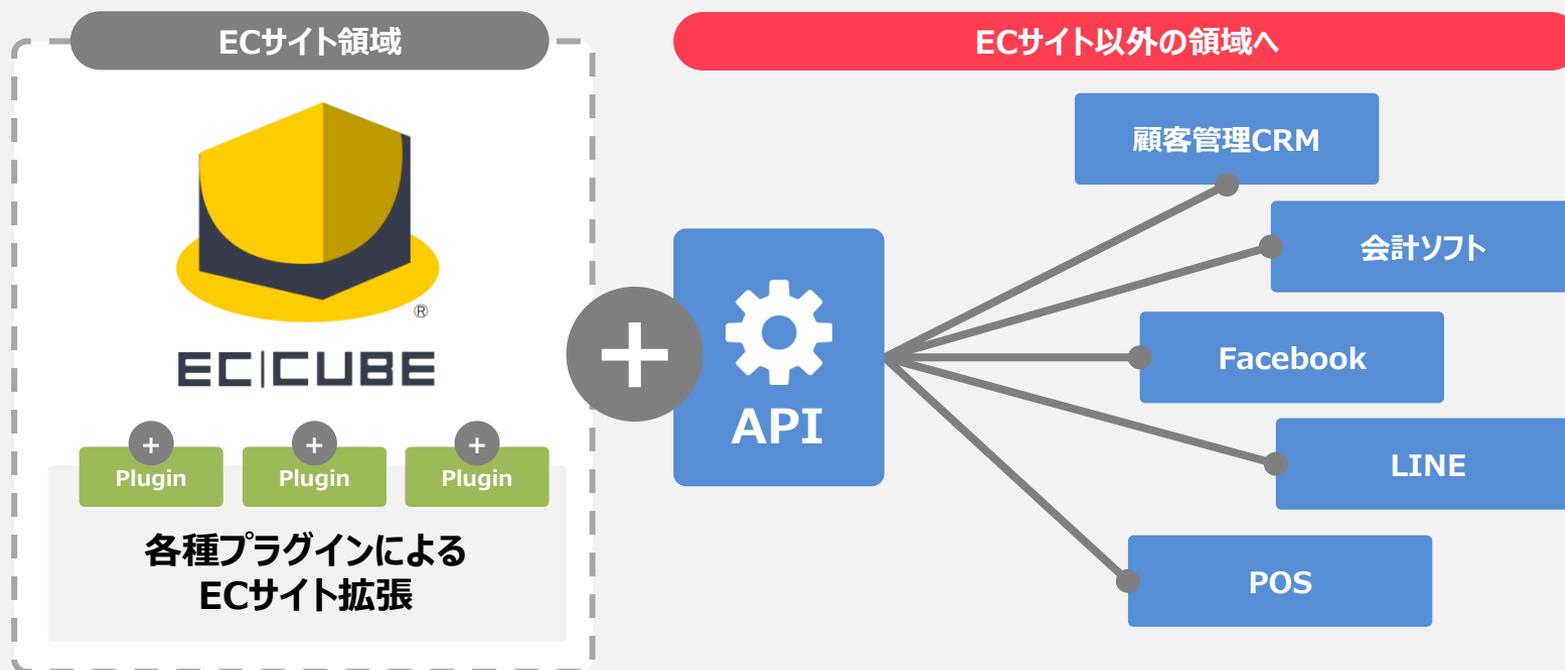


施策状況①： ECサイト領域を超えたサービス展開を加速

EC-CUBEの機能・データ活用を可能にする**APIのβ版をリリース**。
SNS（FacebookやLINE等）のEC対応や、リアル店舗連携等オムニチャネルのEC対応等、さまざまに広がる **ECサイト領域を超えたサービス展開** を加速。

2016年6月30日リリース

顧客管理CRM、会計ソフトといった管理系サービスの連携はもとより、これからのサービスであるFacebookやLINE等のチャットECへの対応、更にリアル店舗のPOS連携等、様々なサービスとの連携が可能に。



施策状況②： ブロックチェーン技術のEC活用へ積極投資

ブロックチェーン推進協会への参画や、ブロックチェーン技術のeコマース活用への実証実験等、ブロックチェーン技術へ積極投資。eコマースへの活用は有用性を確認し、ロックオンが国内唯一の立ち位置で先行中。

2016年4月25日発表



ブロックチェーン推進協会の発起メンバーとして参画。
2016年6月30日現在で会員数は61社となり、本格的な活動を開始。

2016年5月9日、7月1日発表



ブロックチェーン技術のeコマースへの応用に向けて、二度の検証が完了。電子商材への実用性を確認。引き続きリアル商材適応への課題解決に向け検証を実施。

04

その他の取り組み

ロックオンの株主優待制度「大阪ええもん優待」第2弾

ロックオンの地元大阪を応援する2016年9月期株主優待
「大阪ええもん優待」第2弾を発表。

2016年6月30日リリース

株式会社ロックオン

大阪ええもん優待 第2弾

今年も、ロックオンの地元“大阪”の
「知る人ぞ知る名産品」をお届け!

2016年9月期第3四半期 プレスリリース一覧①

| | | |
|------------|------------------|---|
| 2016/04/25 | CORPORATE | 株式会社ロックオン、ブロックチェーン技術の普及と技術促進を目的としたコンソーシアム「ブロックチェーン推進協会」の発起メンバーとして参画～eコマース分野におけるブロックチェーン技術活用のリーディングカンパニーを目指す～ |
| 2016/05/06 | EC-CUBE | 株式会社ロックオン、「オープンソースカンファレンス2016」全国4カ所（名古屋、北海道、沖縄、京都）に出展決定。～「EC-CUBE 3.0」や今秋リリース予定の「EC-CUBE API」等、最新情報をお届け～ |
| 2016/05/09 | AD EBiS | 株式会社ロックオン、アドエビスをバージョンアップし、成果に貢献したクリックタイピングを可視化する機能を追加。時間ごとのマーケティング施策最適化が可能に。 |
| 2016/05/09 | CORPORATE | 株式会社ロックオン 執行役員 宇野 計蔵がロックオンベトナムの代表取締役社長に就任。既存サービスの更なる開発力強化と、新技術の研究開発を推進。 |
| 2016/05/09 | CORPORATE | 株式会社ロックオン、ブロックチェーン技術のeコマースへの応用に向けて、第一段階の検証を完了。コスト削減の他にも、オムニチャネル時代のECインフラ基盤へ大きな可能性。 |
| 2016/05/16 | EC-CUBE | 株式会社ロックオン、EC-CUBE事業の屋台骨、サイト構築企業のための「EC-CUBEインテグレートパートナー制度」を大幅刷新。評価方法刷新による新規パートナー早期活躍化等、国内随一のパートナーエコシステムを更なる進化系へ |
| 2016/06/06 | EC-CUBE | 株式会社ロックオン、各種ポイントとの連携カスタマイズを考慮した「EC-CUBE 3.0系 ポイントプラグイン」をリリース。 |

2016年9月期第3四半期 プレスリリース一覧②

| | | |
|------------|-----------|--|
| 2016/06/21 | AD EBiS | 株式会社ロックオン、様々な業界の企業16社によるモニター検証で高評価を得た、アドエビスの最新機能「カスタマージャーニー分析」の正式販売を開始。 |
| 2016/06/29 | CORPORATE | 株式会社ロックオン、関西最大規模のPHP技術者向けイベント「PHPカンファレンス関西2016」にプラチナスポンサーとして協賛・登壇。 |
| 2016/06/30 | EC-CUBE | 株式会社ロックオン、EC-CUBEの更なる他サービス連携に向け、EC-CUBEの機能やデータを外部サービスから利用できる「API機能」のβ版をリリース |
| 2016/06/30 | CORPORATE | 株式会社ロックオン、地域活性化を目的とした株主優待制度「大阪ええもん優待」の2016年度版を発表。地元大阪の名産品を毎年厳選してお届けし、地元PRにも寄与。～2016年度の目玉は「電気式半自動たこ焼き器」。その他、知る人ぞ知る大阪の名産品をお届け～ |

MARKETING ROBOT COMPANY



---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。

参考資料

マーケティング ロボット カンパニー概要

2016年9月期経営方針

「マーケティング ロボット カンパニー」に向けた初年度。
2016年9月期は既存事業である「サイバー領域」への積極投資を展開。
短期的な収益拡大と中長期的な成長基盤作りを行う1年。

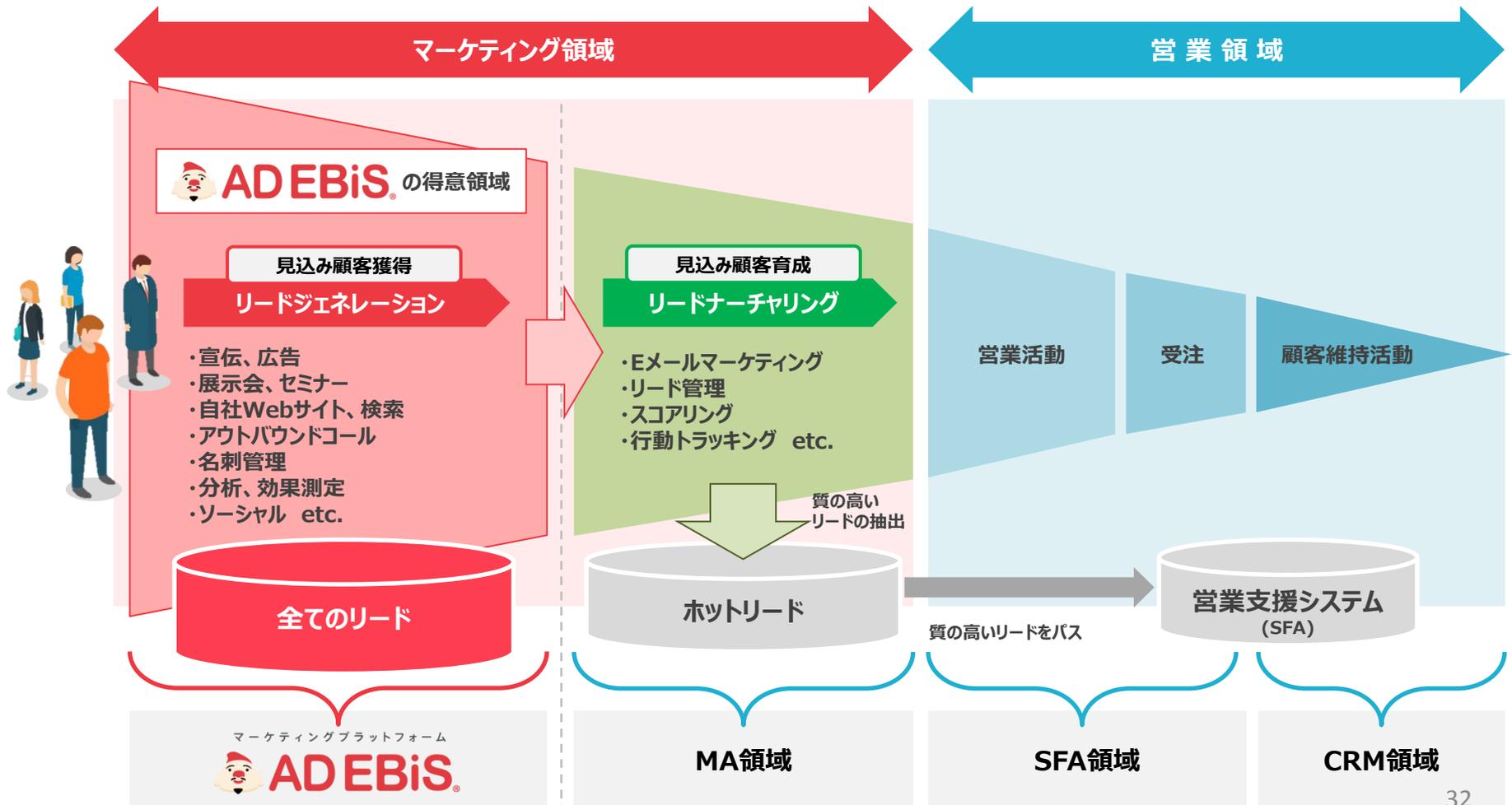
2016年9月期
積極投資分野



サイバー領域、リアル領域ともに「マーケティング ロボット」のデータ基盤は、
効果測定 (DMP)、人工知能・AI、データ活用 の3層構造。ロックオンの強みを活用。

マーケティングロボットデータ基盤

「アドエビス」は「見込み顧客獲得（リードジェネレーション）」におけるプラットフォームを確立。
MA（マーケティングオートメーション）、SFA、CRMとは異なる立ち位置。協業可能。



「アドエビス」の導入実績

「アドエビス」は広告効果測定ツールとして、SaaS型DMPとして
企業のマーケティングに欠かせないツール

導入実績
7,000社
以上

ツール導入実績



DMP活用事例

今日を愛する。
LION

「アドエビス」をコアとしたプライベートDMPを
ライオン株式会社に提供

NTT DATA

株式会社NTTが提供するデータデジタルマーケ
ティング支援サービスのDMP基盤に採用

「EC-CUBE」～ECの世界にワクワクを～

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。

国内シェアNo.1 ECオープンソースとしてWeb制作に欠かせない
スタンダードプラットフォームを提供。



リリース時のキャッチコピー
「ECサイトに色を」

サイト独自のおもてなしが実現できるをコンセプトに
急速に普及。ショッピングの世界をより楽しいもの
することが、私たちの目標です。



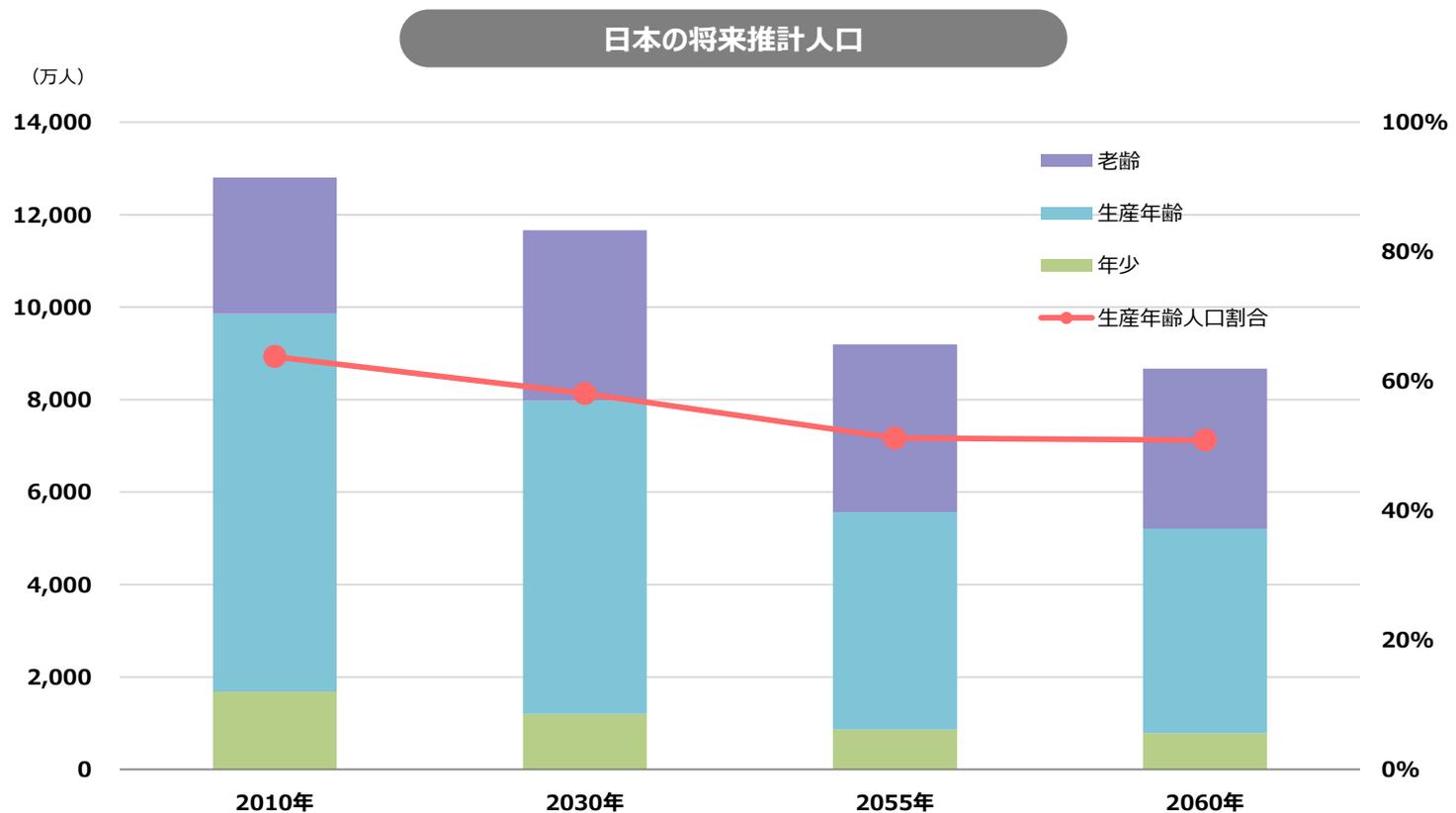
「EC-CUBE」の導入実績



※株式会社ロックオンが構築した一部実績のみ記載しています。

「リアル領域」における企業と顧客のコミュニケーションの課題

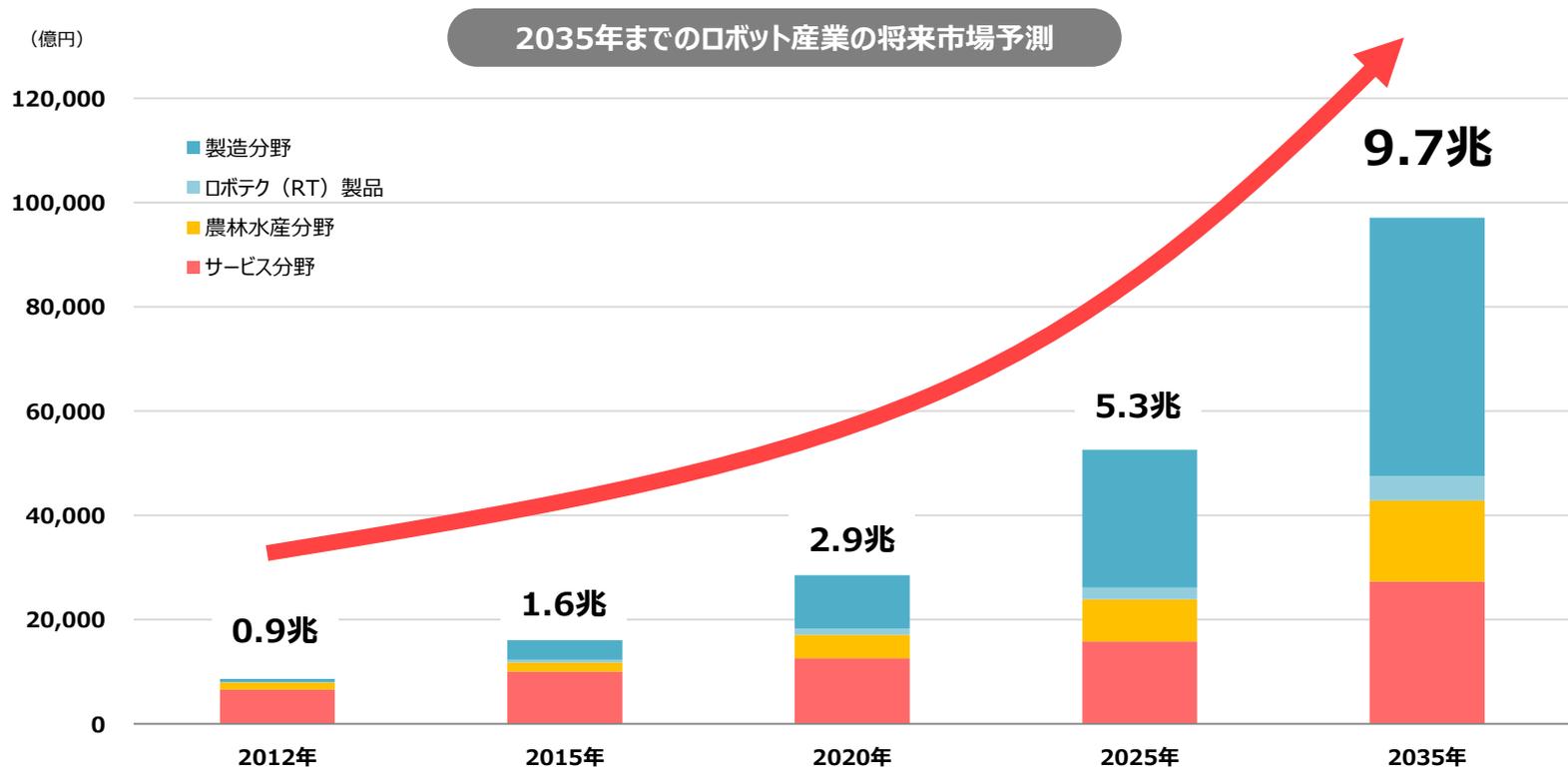
日本の人口は右肩下がり。労働力の減少により、
企業と顧客とのコミュニケーションは、より効率化が求められる時代へ。



出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」

労働力の減少を背景に伸びる「ロボット市場」

労働力の減少を背景に急速に伸びるとされるのが「**ロボット市場**」。
ロボットこそが企業と顧客のコミュニケーション円滑化の最重要ファクター。
介護用ロボット、医療用ロボット、農業用ロボット、運送用ロボット、自動運転など、
既にあらゆる分野でロボットが活躍を始めている。



出典：経済産業省「ロボット産業市場動向調査結果」

※ロボテック (RT) : ロボットテクノロジーの略

ロックオンの事業を再定義する

ロックオンが今までも、そしてこれからも行う事業は
企業と顧客とのコミュニケーション円滑化（自動化・効率化）事業

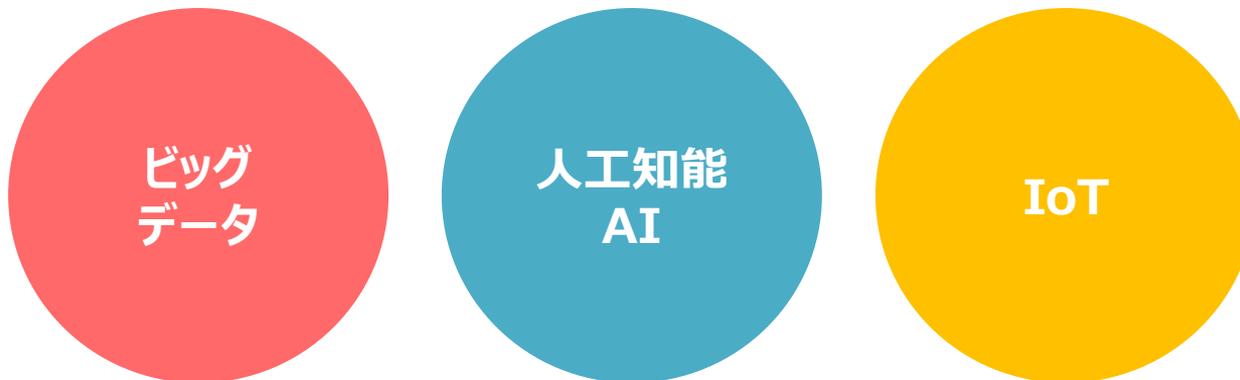
すなわち

「マーケティング ロボット」事業
と再定義

※「マーケティング ロボット」は商標出願中（出願No：商願2015-111116）

ロボットに必要な3つの技術

ロボットに必要な技術は
「ビッグデータ」「人工知能（AI）」「IoT」
今後、国内ITの最重要分野であり、**ロックオンが既に進めてきた分野**



経済産業省 平成28年度経済産業政策の重点、概算要求・税制改正要望より

AI、ビッグデータ、IoT などの新たな情報技術は、**サイバー空間と実空間が密接な連携**をもたらす、データ駆動社会を実現させ、我が国の経済産業、社会に大きな変革をもたらす。

平成28年度の予算要求額

- ・ IoT・ビッグデータ、人工知能の研究開発の加速、社会実証を通じた活用促進 **139億**
- ・ ロボット導入実証事業 **30億** ・ 次世代人工知能・ロボットの産総研等の研究開発の加速 **85億**

<http://www.meti.go.jp/main/yosangaisan/fy2016/index.html>

国内随一のデータプラットフォーム

アドエビスは、DMP（データマネジメントプラットフォーム）として、
様々なデータを蓄積・測定するプラットフォーム。
ネット上のあらゆるデータを扱い、国内でも随一のビッグデータを保有。



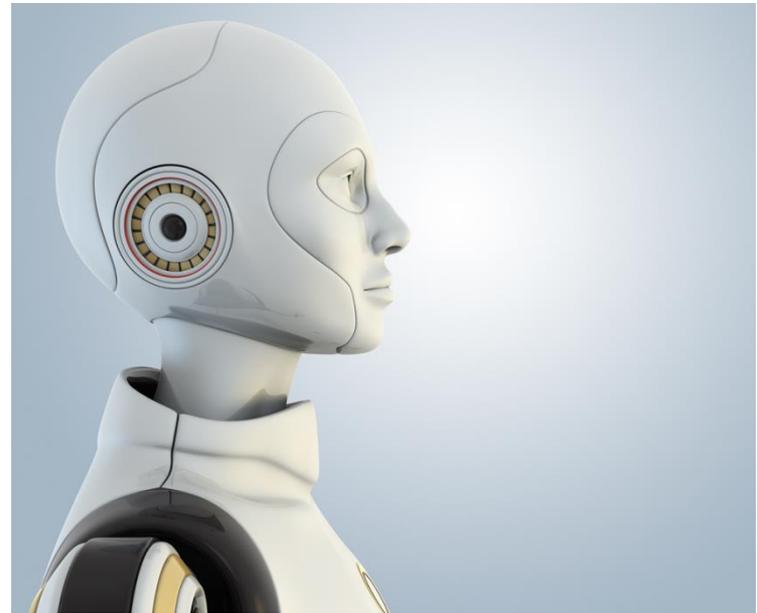
重点施策

業務提携等により、「リアルデータ領域」への展開を積極化

既に「趣味・趣向」「TVデータ」との連携は実施済。・2014/09/24：オールアウトと業務提携、2015/01/28：TVメタデータ連携（2014年からMデータと業務提携）、2015/08/04：トリステージとTVショッピングに関する共同サービス開発開始

人工知能(AI)

ビッグデータ、そして将来の人工知能（データマイニング技術）の必要性を感じ、他社に先駆け、2010年4月、データマイニングの専門研究所「マーケティングメトリックス研究所」を設立。当社サービスへの転換、産学連携、ビッグデータ・データマイニングに関する啓蒙など、活動は多岐に渡る。



重点施策

産学連携等により、マーケティング領域に有用な研究開発を強化

IoT

サイバー領域とリアル領域を繋げる技術 = IoT、オムニチャネル技術。
本分野での人的投資、ソフトウェア開発、ネットワーク作りを既に積極推進中。

「IoT、オムニチャネルのスペシャリスト」 執行役員 宗平順己

国内屈指のSIer「オービス総研」元取締役執行役員技術部長。
オービス総研では「IoTセンター」を立ち上げるなど、国内IoTの草分け的存在のひとり。
現在、ロックオンの執行役員として、IoT、オムニチャネル（OtoO）のスペシャリストとして事業を推進する傍ら、セミナー講演、大学講義も精力的にこなす。



EC-CUBE3 2015年7月1日リリース

「すべてがECに繋がる世界を」をコンセプトに、IoT、オムニチャネルに対応



ロックオンの第2の 開発基地「ロックオフ」

「関西おうちハック」の活動拠点としても稼働。



重点施策

リアル領域のインターフェイスはIoT、従前からの強みであるサイバー領域とつなぐオムニチャネルを含め本分野での技術開発・研究に積極投資を行う。

MARKETING ROBOT COMPANY



---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。