



2018年9月期第1四半期 決算説明資料

2018年2月6日
株式会社ロックオン

東証マザーズ：3690

CONTENTS

目次

01

2018年9月期第1四半期決算概要

02

中期経営方針の進捗・事業概況

03

2018年9月期業績見通しについて

01

**2018年9月期
第1四半期決算概要**

2018年9月期第1四半期決算のポイント

■ 開発・販売への投資を加速

- 広告効果測定市場において3年連続シェアNo.1を獲得[※]

※ 出典：ITR「ITR Market View：メール／Webマーケティング市場2018」

広告効果測定市場：ベンダー別売上金額シェア（2015年度、2016年度、2017年度予測）

- 開発戦略の重点目標・新規連携30件に対し進捗10件と順調

■ 売上高は前年比102.8%

- 主力のマーケティングPF事業は、前年比119.3%

※前期商流PF事業売上としていたDMP関連売上を除くと前年比112.0%

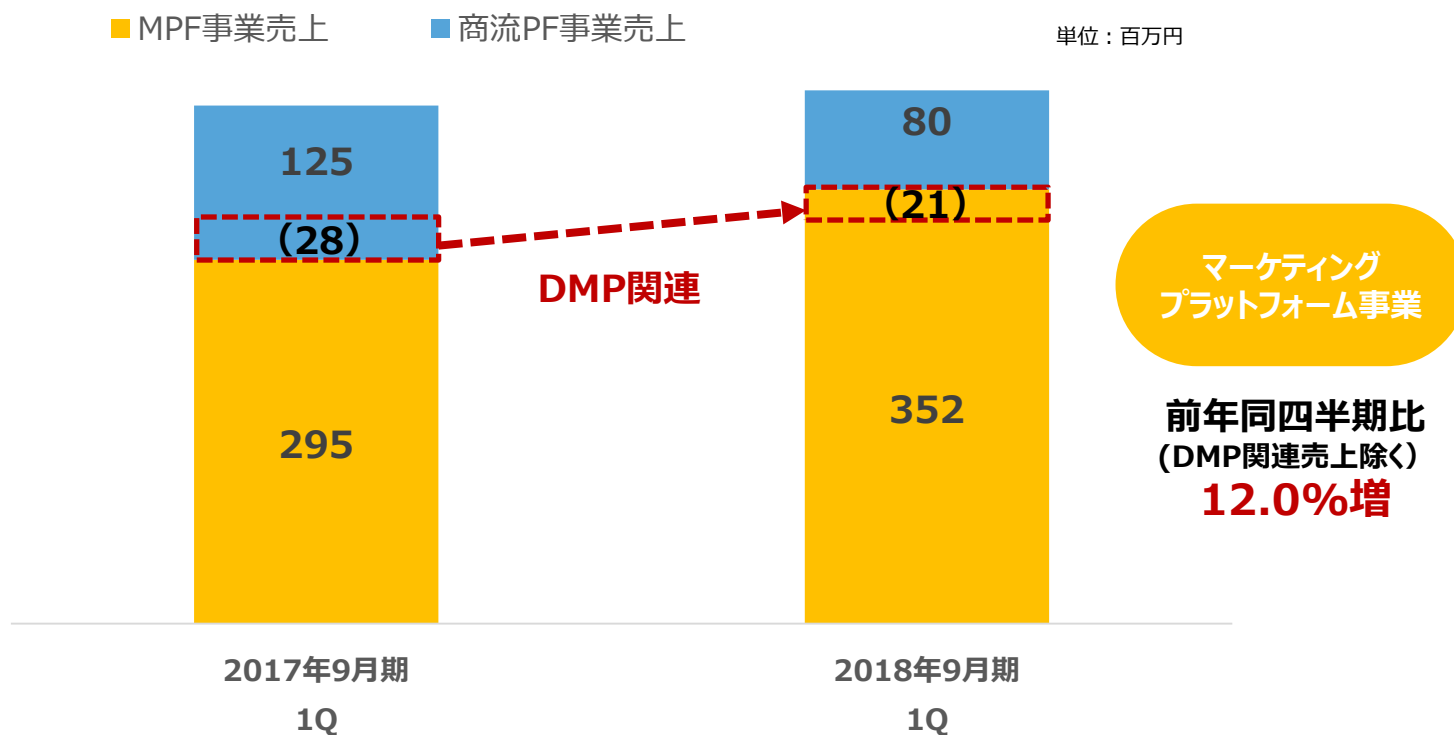
- 商流PF事業はEC受託開発事業の業務移管により前年比64.0%

■ 積極投資により営業損失を計上

- 成長加速のための積極的な人員採用、広告宣伝費投下により費用先行

DMP関連売上の集計変更について

前期まで商流プラットフォーム事業に集計しておりましたDMP関連売上については、マーケティングロボットの先駆ビジネスモデルの意味合いが強くなったため、当期からマーケティングプラットフォーム事業に含めて集計しております。



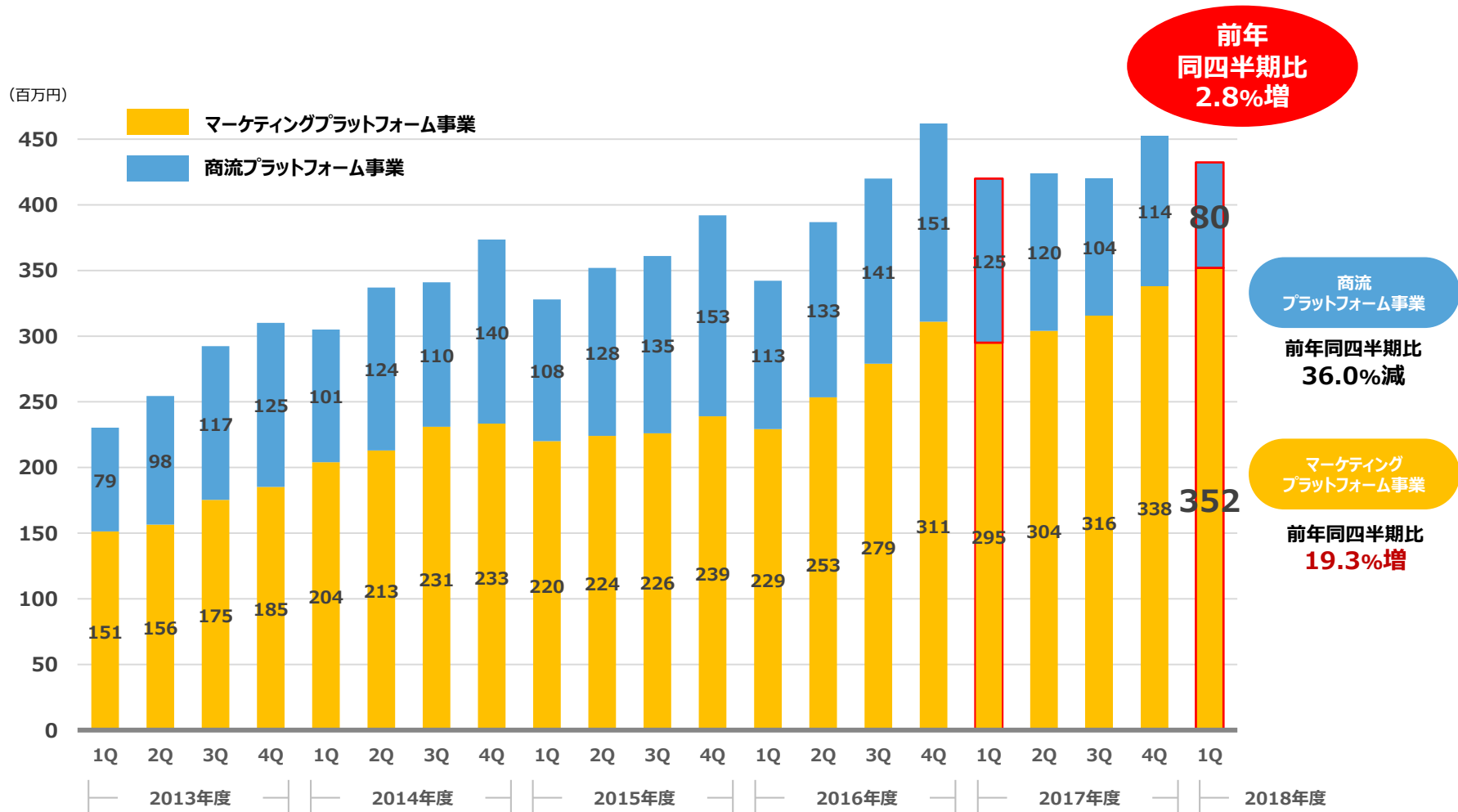
2018年9月期第1四半期 業績サマリー

マーケティングプラットフォーム事業は積極投資により増収減益
商流プラットフォーム事業は前期に行った事業再編影響により減収減益

	売上高		営業利益	
	(百万円)	前年同期比	(百万円)	前年同期比
全社	432	102.8%	▲47	前年は58百万円
マーケティング プラットフォーム 事業	352	119.3%	▲44	前年は60百万円
商流 プラットフォーム 事業	80	64.0%	▲3	前年は▲1百万円

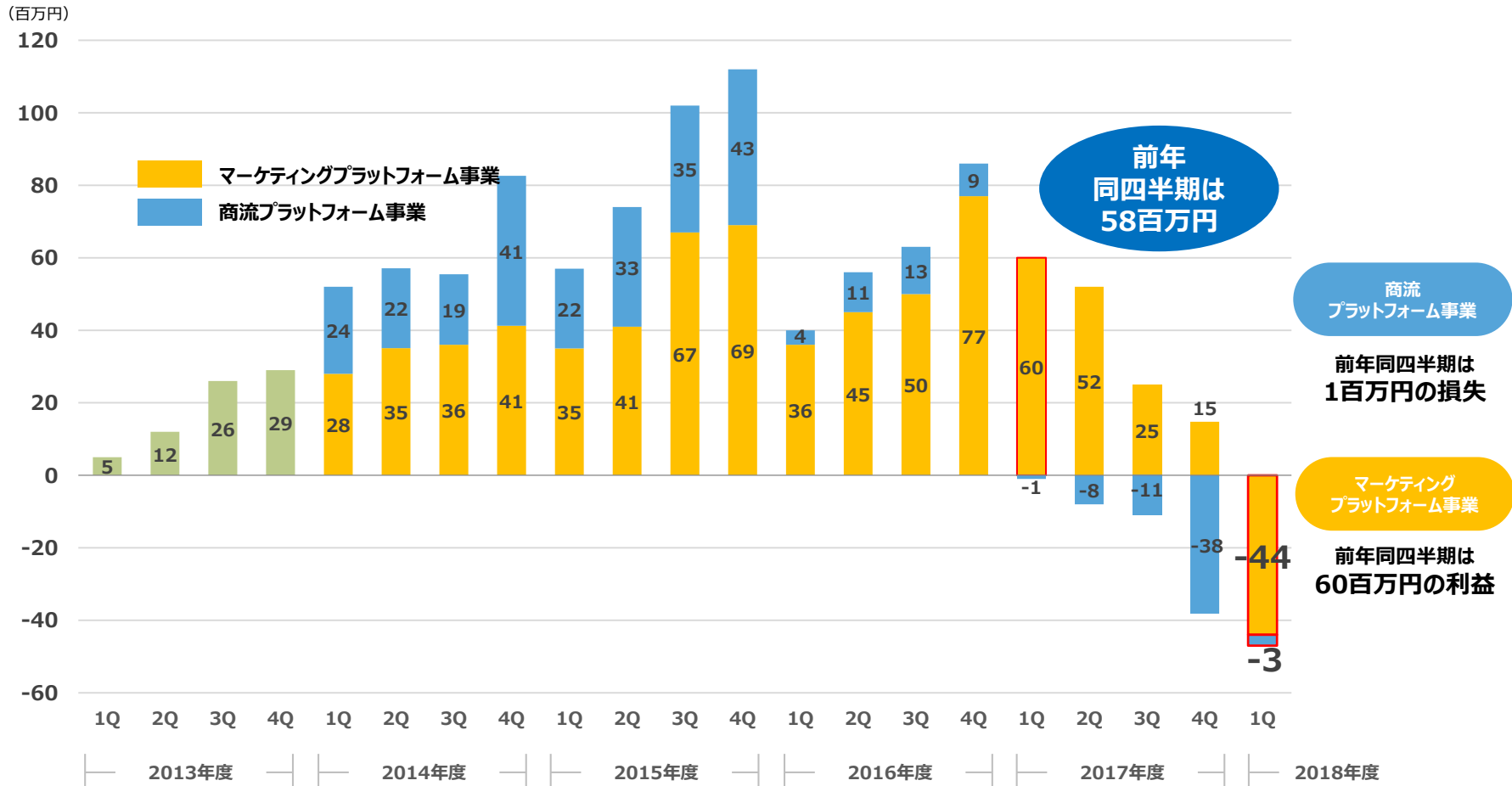
四半期売上高の推移

マーケティングPF事業は積極投資により増収
 商流PF事業はEC受託開発事業の業務移管により減少



四半期営業利益の推移

マーケティングPF事業は開発・販売両面への積極投資により営業損失を計上
 商流PF事業は業務移管が一段落し、前期4Qから損失の幅を圧縮

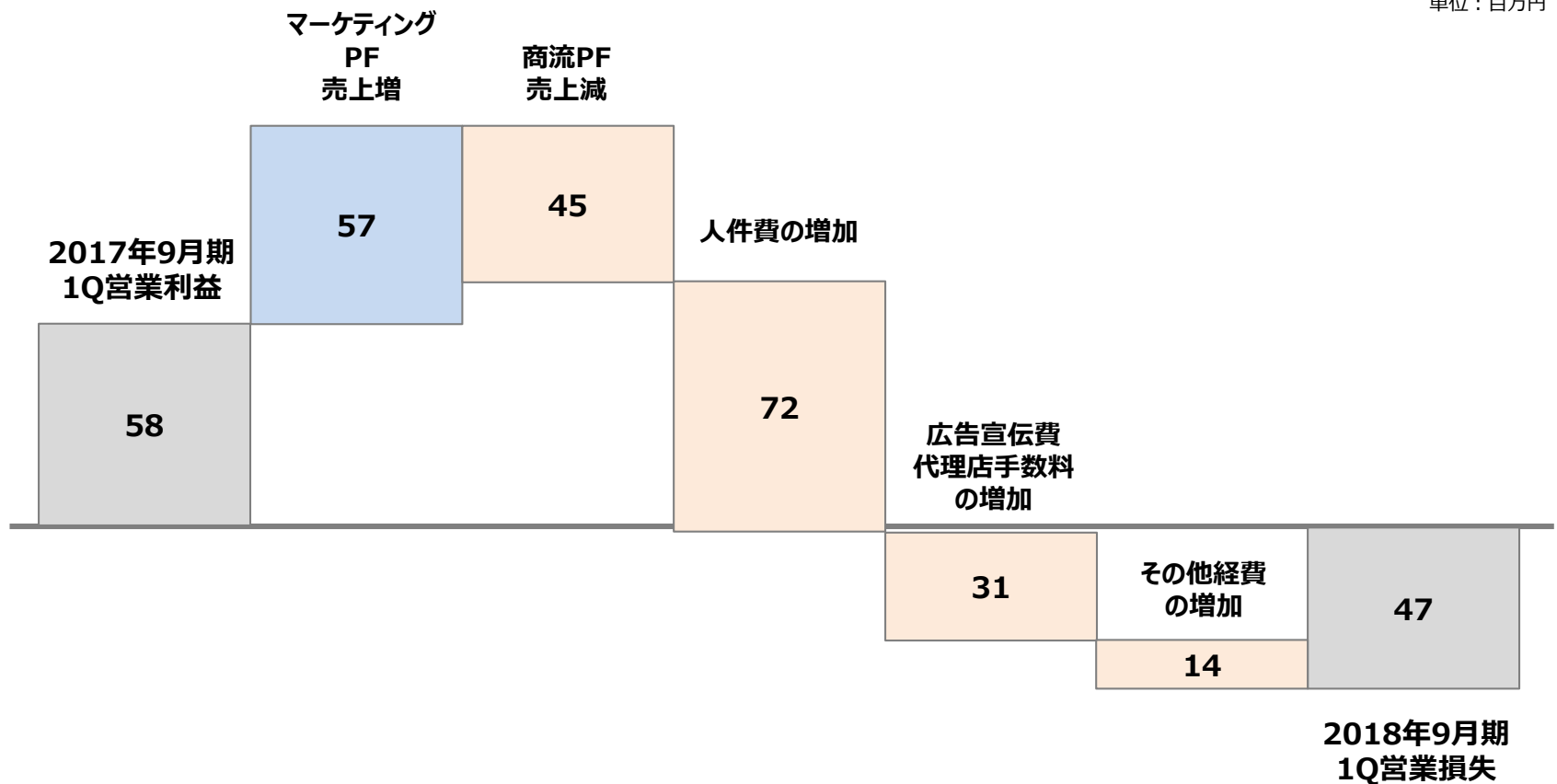


※ 2013年以前のセグメントごとのうりあげ営業利益は開示していないため、合算のみの記載となります。

連結営業利益の変動要因

営業利益の変動要因 2017年9月期 1Q-2018年9月期 1Q

単位：百万円



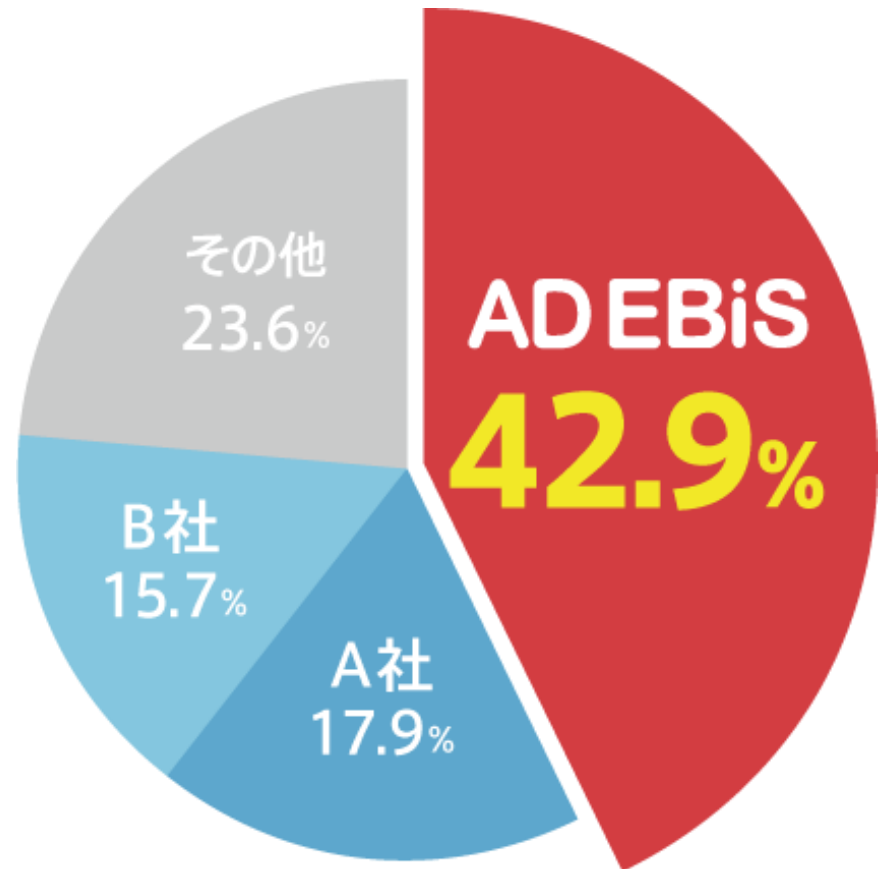
広告効果測定市場において国内シェアNo.1獲得[※]

広告効果測定市場において
3年連続シェアNo.1!![※]



株式会社アイ・ティー・アールによる市場調査レポート「ITR Market View : メール/Webマーケティング市場2018」において、広告効果測定市場での国内シェアNo.1を3年連続で獲得いたしました。[※]

2017年度（予測値）においてはシェア42.9%と大きなシェアを獲得、トップベンダーとして市場の成長を牽引しております。



広告効果測定市場
ベンダー別売上金額シェア（2017年度予測）

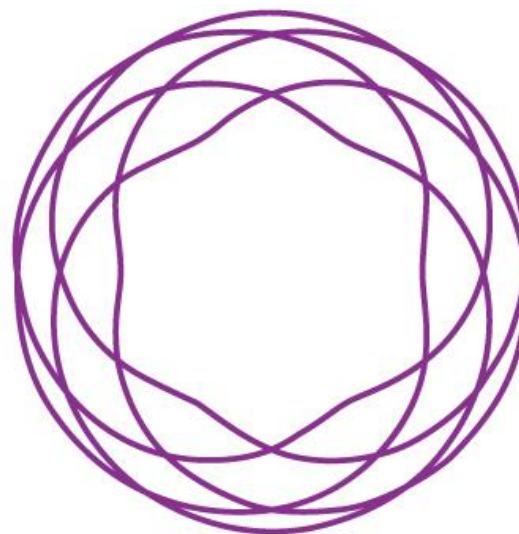
[※] 出典：ITR「ITR Market View : メール/Webマーケティング市場2018」
広告効果測定市場：ベンダー別売上金額シェア（2015年度、2016年度、2017年度予測）

出典：ITR「ITR Market View : メール/Webマーケティング市場2018」

経済産業省による「地域未来牽引企業」に選定

2017年12月22日に
経済産業省による「地域未来
牽引企業」に選定されました。

「地域未来牽引企業」は、地
域経済への影響力が大きく、
成長性が見込まれるとともに、
地域経済のバリューチェーンの
要を担っており、地域経済牽
引事業の中心的な担い手候
補である企業を選定する経済
産業省の支援プログラムです。



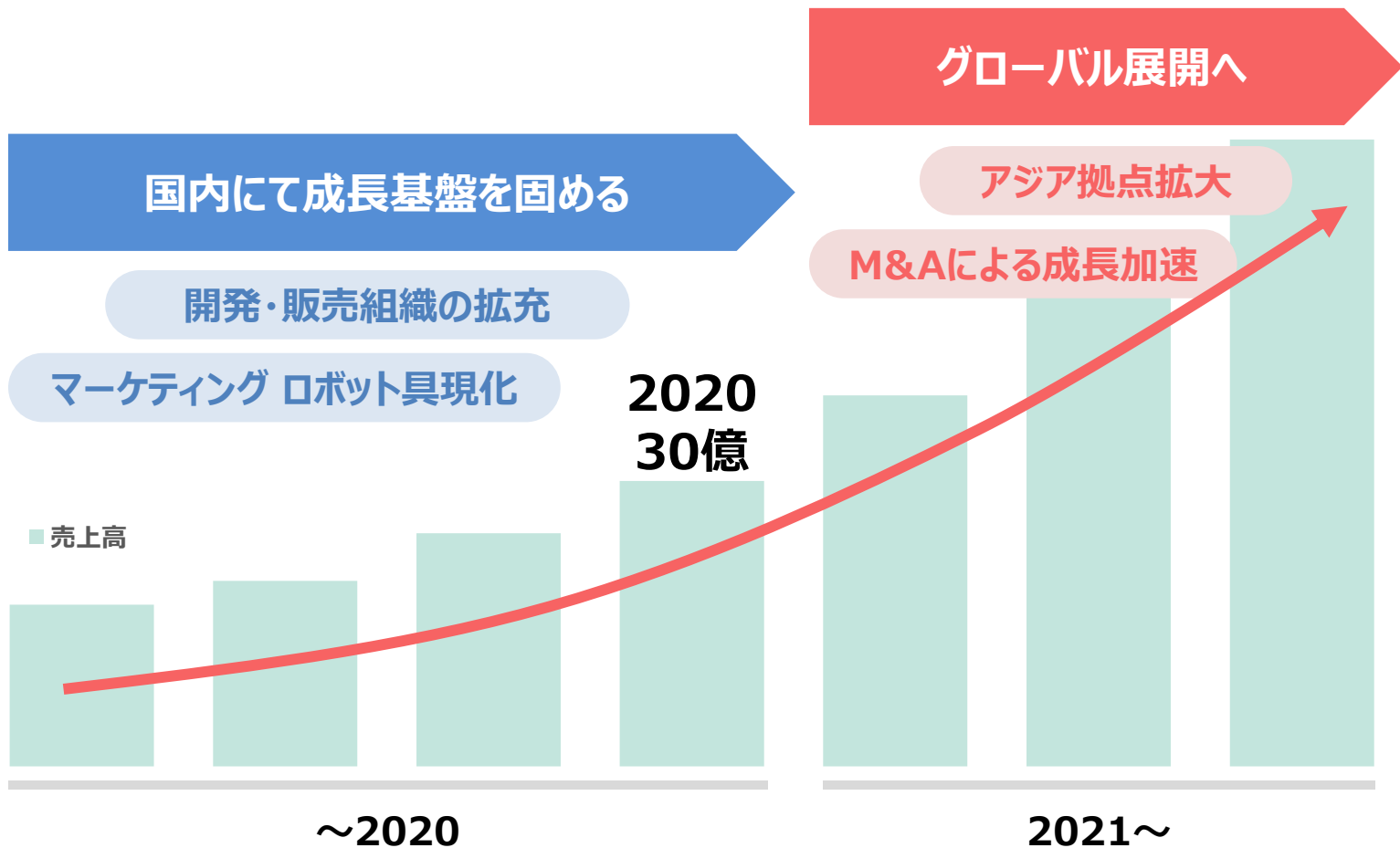
地域未来牽引企業

02

中期経営方針の進捗・ 事業概況

中期経営方針

2020年9月期 売上30億円



2020年売上30億に向けた戦略マップ

2020年
売上高
30億

マーケティング
ロボット重点開発
テーマの具現化

AIを活用したビッグデータ解析、
他サービスとの連携に積極投資

ノンコア事業切り離し
エンジニアをコア事業にシフト

開発人員増加
AI, BI, API等注力分野の具現化

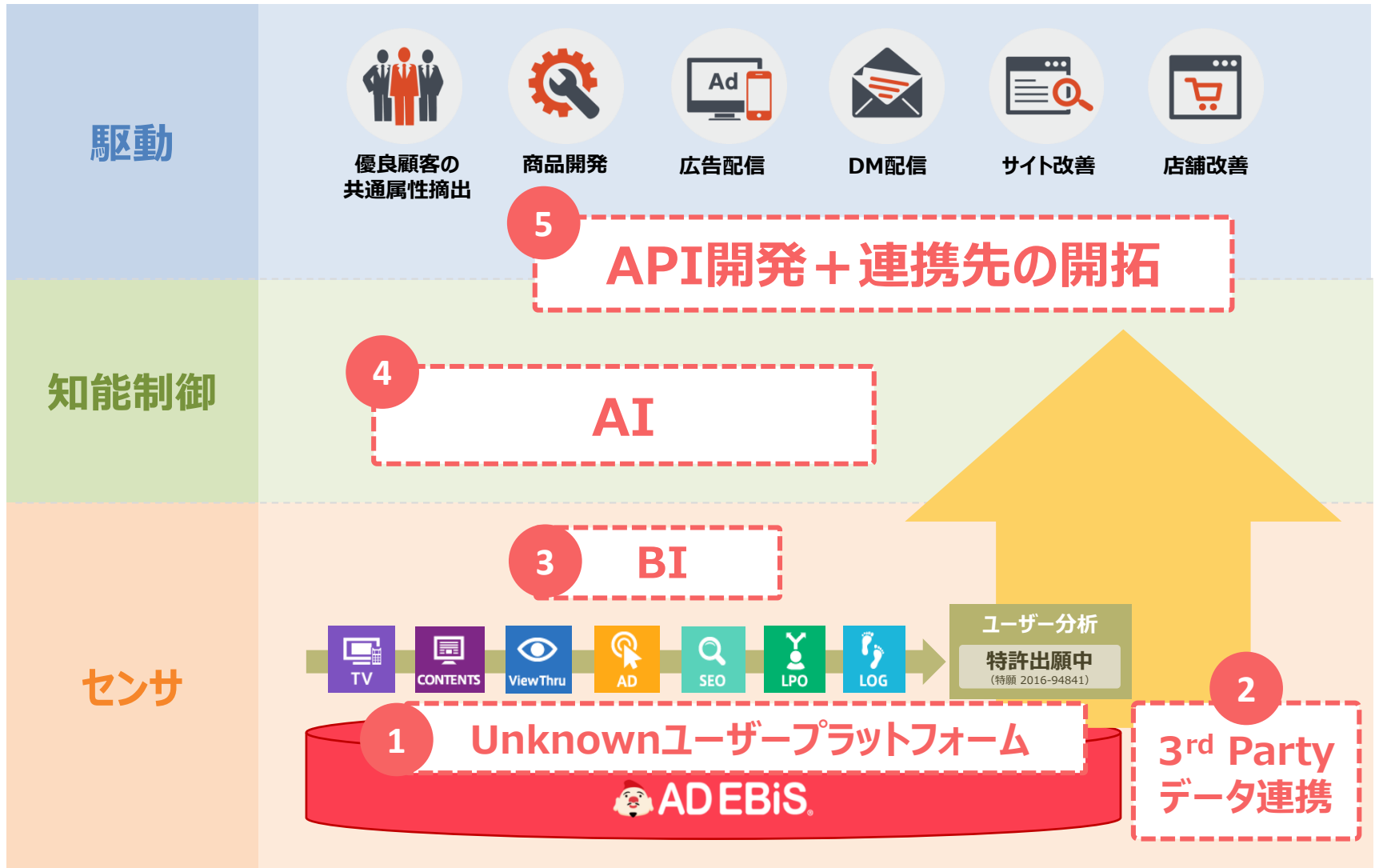
マーケティング
セールス
組織の拡充
高度化

マーケティング体制の拡充

エキスパート人材による
組織の高度化

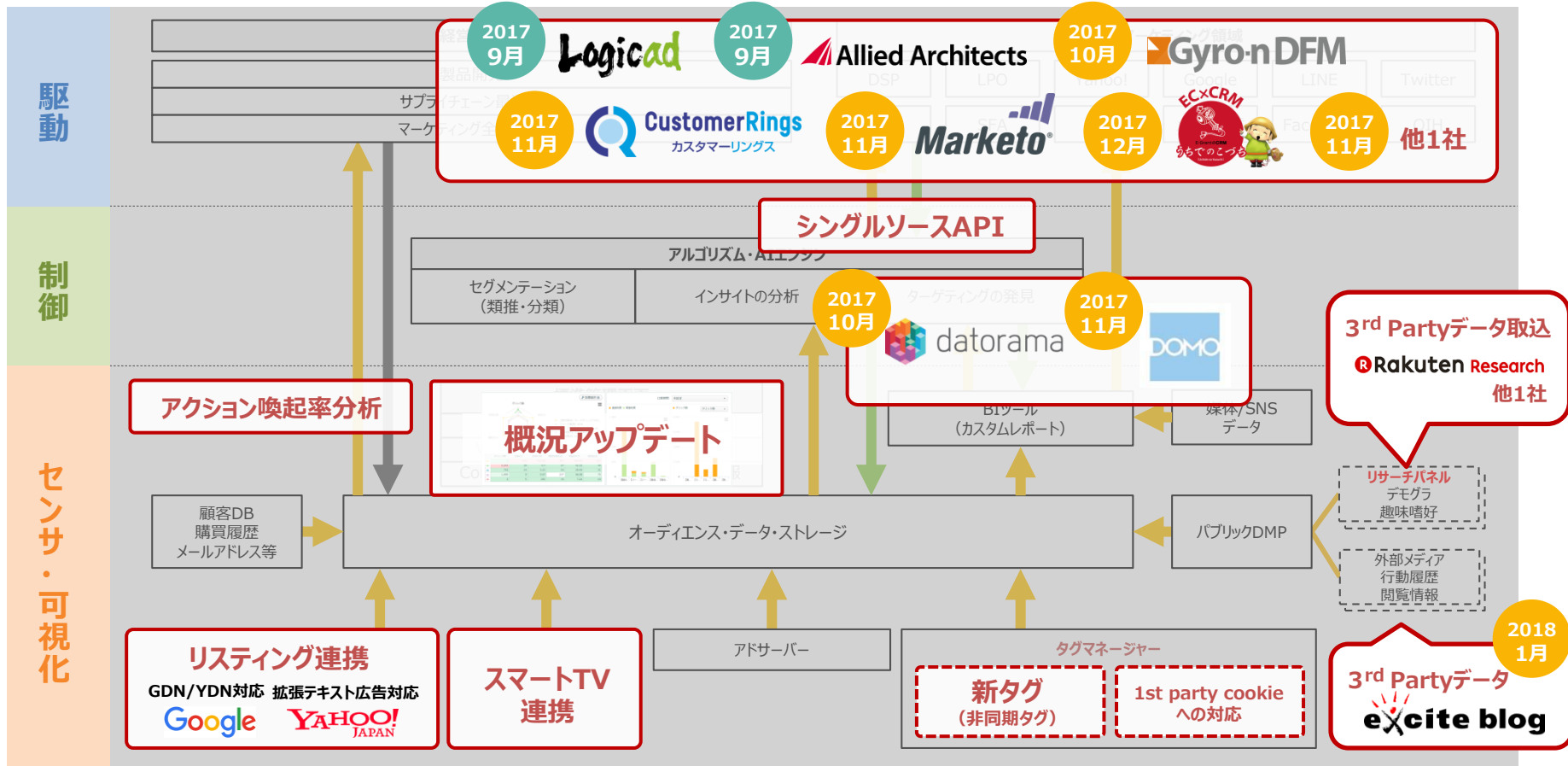
営業人員増加
新規獲得・既存リレーション強化

マーケティング ロボット 重点開発テーマ



マーケティング ロボット 開発の進捗

マーケティングロボット具現化に向け 蓄積したビッグデータの利用促進を図る
 2018年9月までに**30社**と新規連携 (2018年1月末時点で**10社**と新規連携)



● FY17連携済

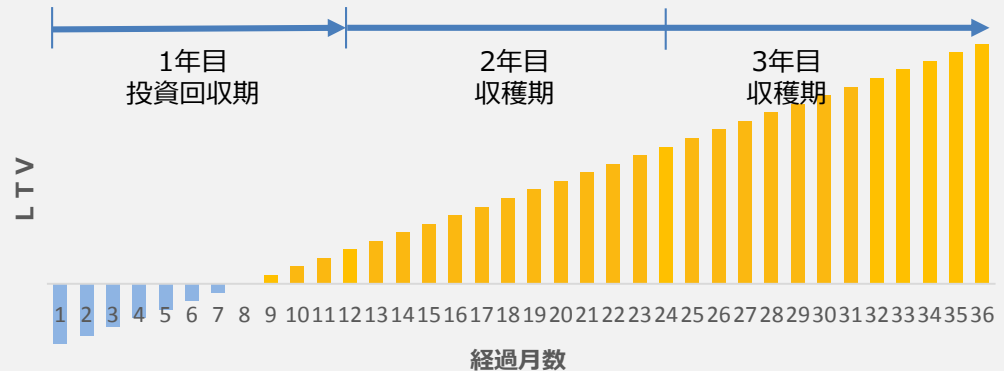
● FY18連携済

マーケティング&セールス強化の進捗

マーケティングプラットフォーム事業は顧客のライフタイムが数年にわたるストック型ビジネス
 海外SaaS企業は中長期の収益を見据えたマーケティング&セールスへの先行投資で高い売上
 成長率を実現しており、その**対売上比率は平均でも35%**(「2016 Pacific Crest Private SaaS Company Survey」より)
 海外競合との競争に勝ち残るべく、マーケティング&セールス体制強化を進めています

SaaSビジネスのLTV獲得モデル

顧客獲得のためのマーケティング&セールス投資が先行するが、回収後のライフタイムを通じて安定収益をあげていくモデル。
 マーケティング&セールスへの積極投資が中長期的な収益拡大のカギとなる。

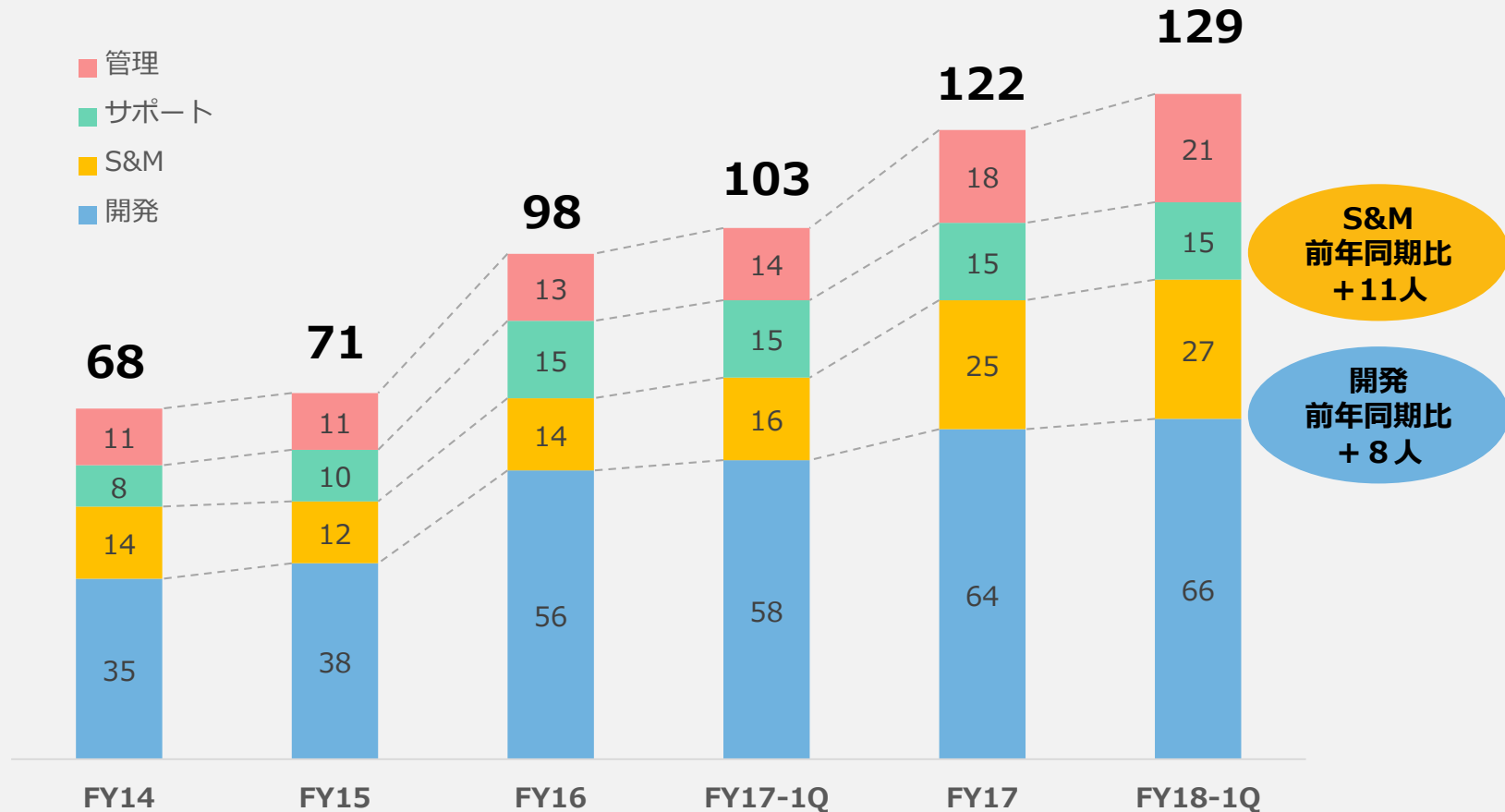


MPF事業各部門費用 対売上比率	2016年9月	2017年9月	2018年9月1Q
マーケティング&セールス	24%	29%	37%
開発 (※資産振替前)	21% (27%)	24% (31%)	37% (41%)
カスタマーサポート	11%	11%	12%
その他間接	24%	25%	27%

※自社開発ソフトウェアにかかる原価のうち将来収益に寄与する部分は資産に振替計上しております。

成長加速のための人員採用進捗

マーケティングロボット具現化のための開発人員を強化
積極拡販のためマーケティング&セールス人員を強化



アドエビスの売上構成

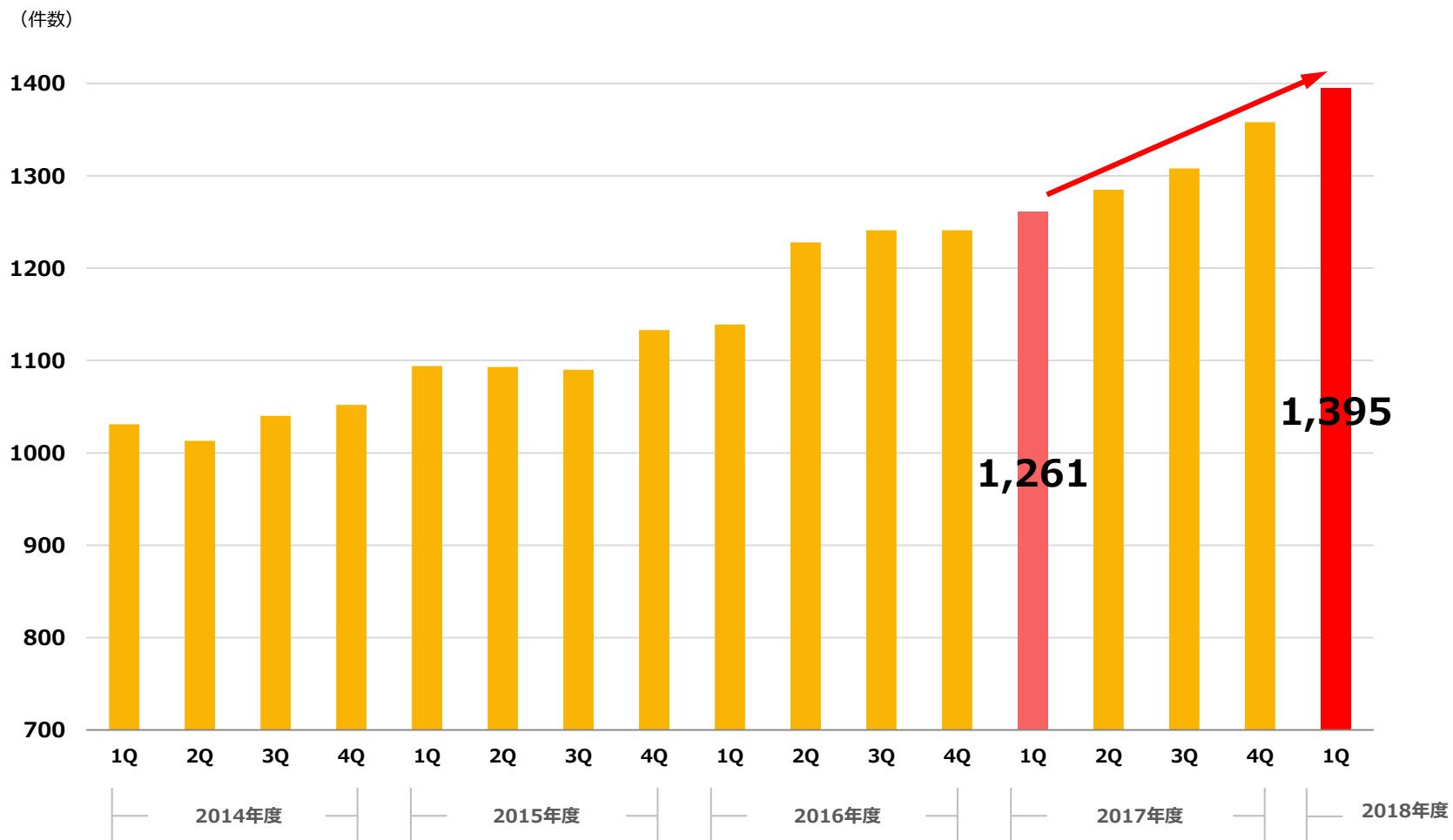
アドエビスの売上は
アカウント数 × 平均単価(月額) の**ストックビジネス**。
外部要因に左右されにくい**安定成長**を実現。



売上 = アカウント数 × 平均単価

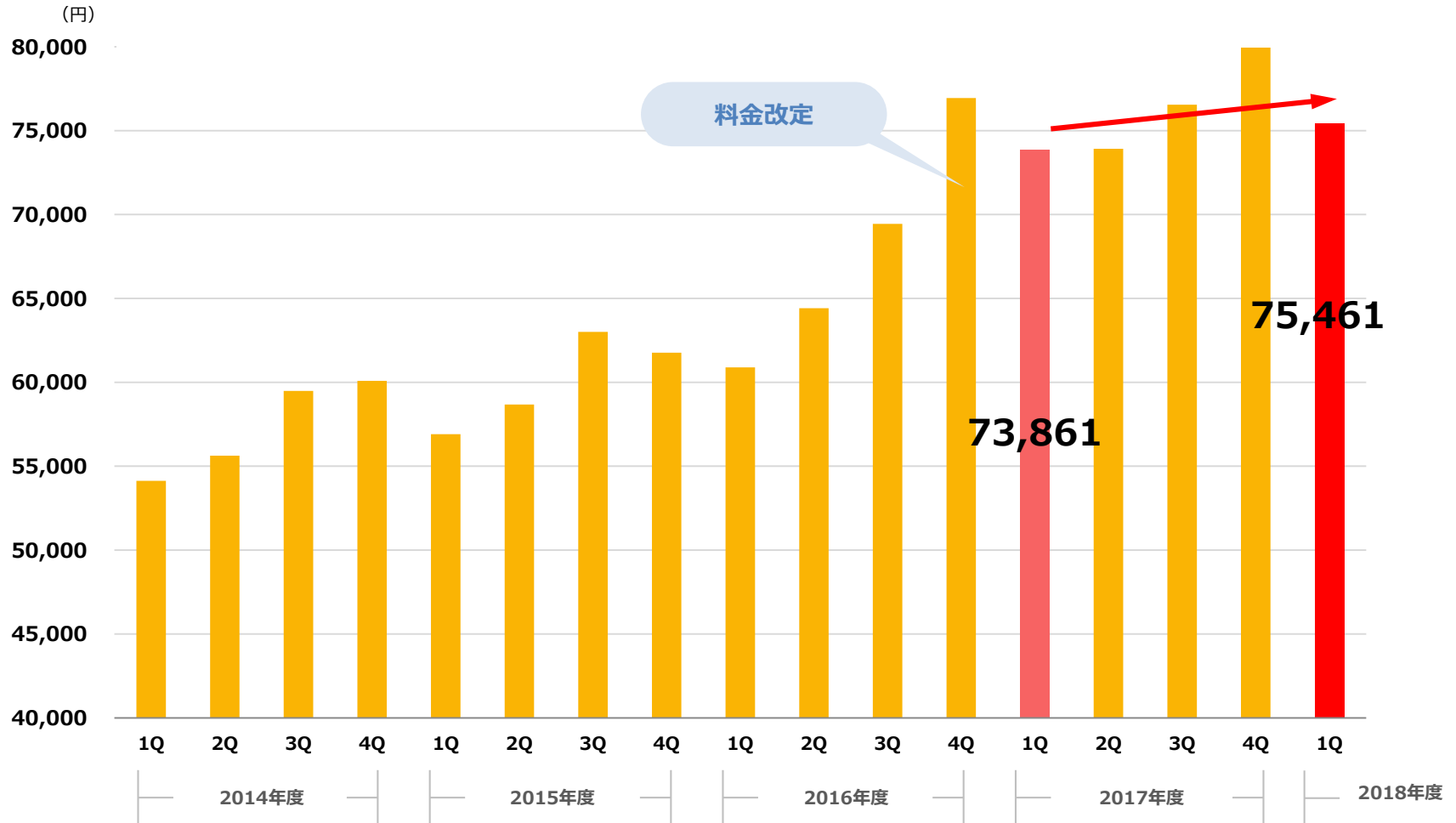
アドエビスのアクティブアカウント数推移

マーケティング&セールスへの積極投資により **前年同期比+134件**



アドエビスの平均単価推移

季節変動の影響で前第4四半期からは減少したものの
アップセル促進により **前年同期比+1,600円**



※ 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。

03

**2018年9月期
通期業績見通しについて**

2018年9月期の業績見通しと配当について

積極的に新しい分野へ挑戦し、次世代の産業を創出することが新興上場企業としての使命であると考えております。

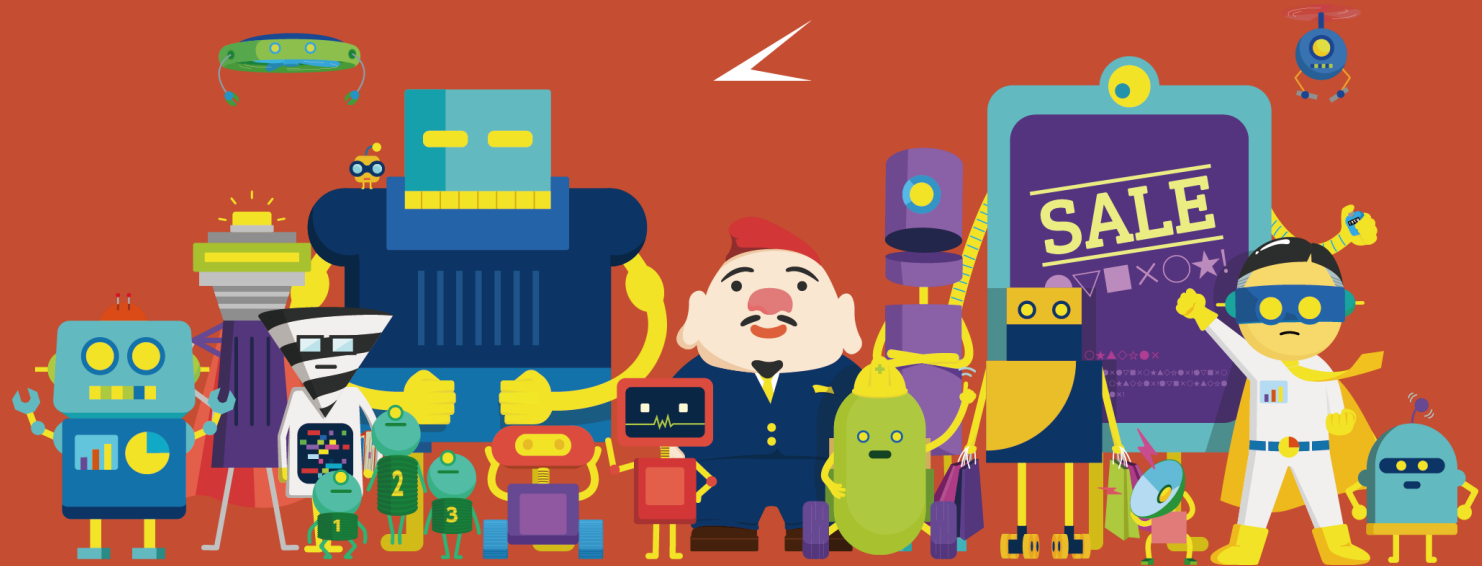
本資料の通り、2020年9月期売上高30億円を達成するため、マーケティングロボット具現化に向けた開発体制の強化と、マーケティング・セールス体制の強化を進めております。

2018年度9月期においても積極投資を継続する方針ですが、現時点ではその効果を正確に予測することが困難であるため、**2018年度9月期業績見通し及び配当見込については非開示とさせていただきます。**

連結業績予想については、合理的に予想可能となった時点で速やかに公表いたします。

まったくあたらしい、
次世代コミュニケーションへ

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。

參考資料

財務諸表概要

2018年9月期第1四半期連結損益概要

単位：百万円

	2017年 9月期 第1四半期	2018年 9月期 第1四半期	前年 同期比	増減率
売上高	420	432	+11	2.8%
売上原価	140	146	+6	4.6%
売上総利益	280	285	+5	1.9%
販売費及び一般管理費	222	333	+111	50.1%
営業利益	58	▲47	▲106	-
(営業利益率)	(13.9%)	(▲11.0%)		
経常利益	60	▲46	▲107	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	41	▲31	▲73	-

連結貸借対照表概要

機動的な資本政策遂行のため銀行借入を実施

単位：百万円

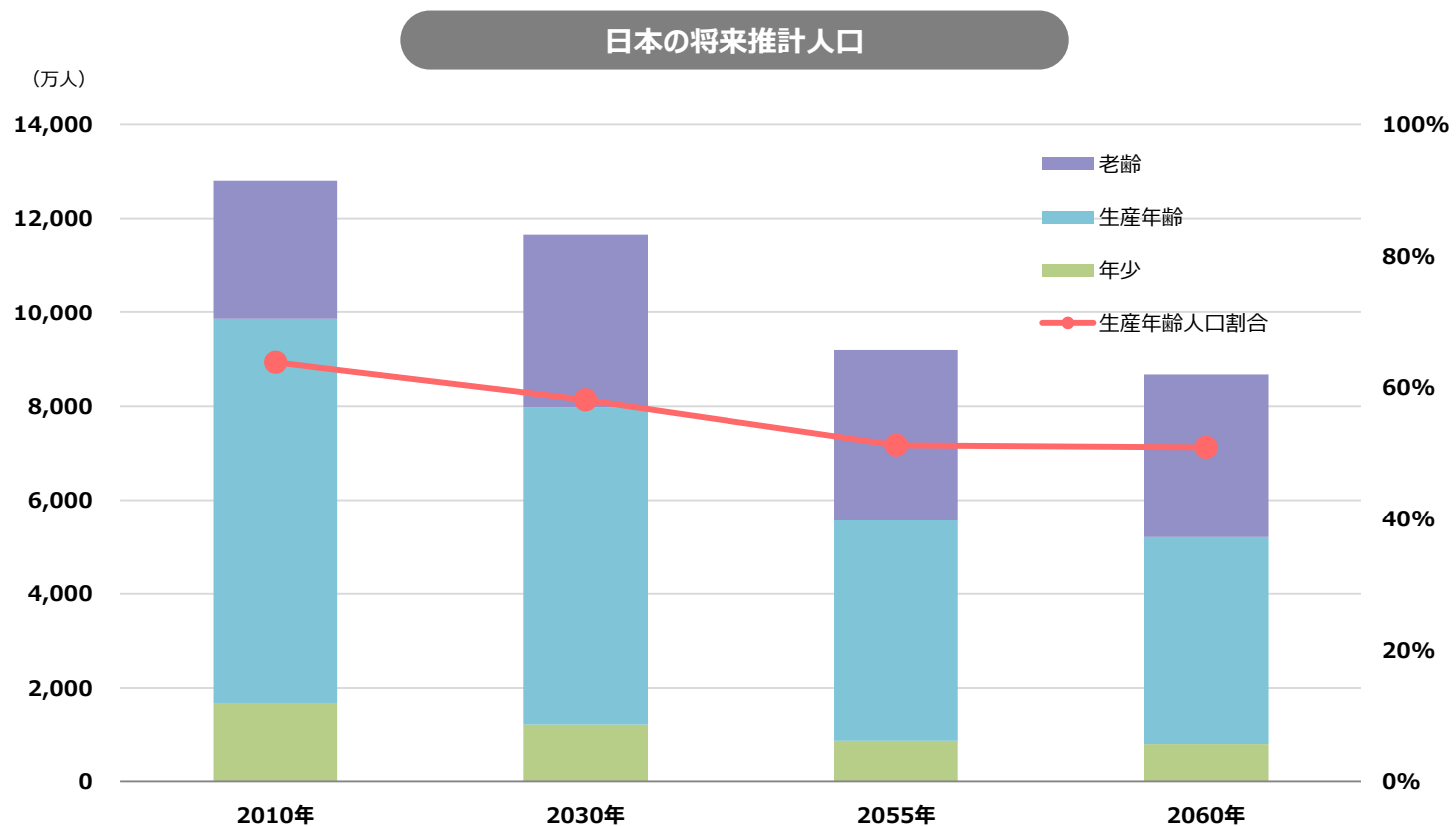
	2017年 9月末	2017年 12月末	増減額
流動資産	999	1,128	+129
（現預金）	680	842	+161
固定資産	439	473	+33
（有形固定資産）	90	86	▲4
（無形固定資産）	208	228	+20
（投資その他資産）	141	158	+17
資産合計	1,439	1,601	+162
流動負債	167	393	+226
固定負債	37	37	-
負債合計	204	430	+226
純資産合計	1,234	1,171	▲63

参考資料

マーケティングロボット戦略資料

少子高齢化時代における企業と顧客のコミュニケーションの課題

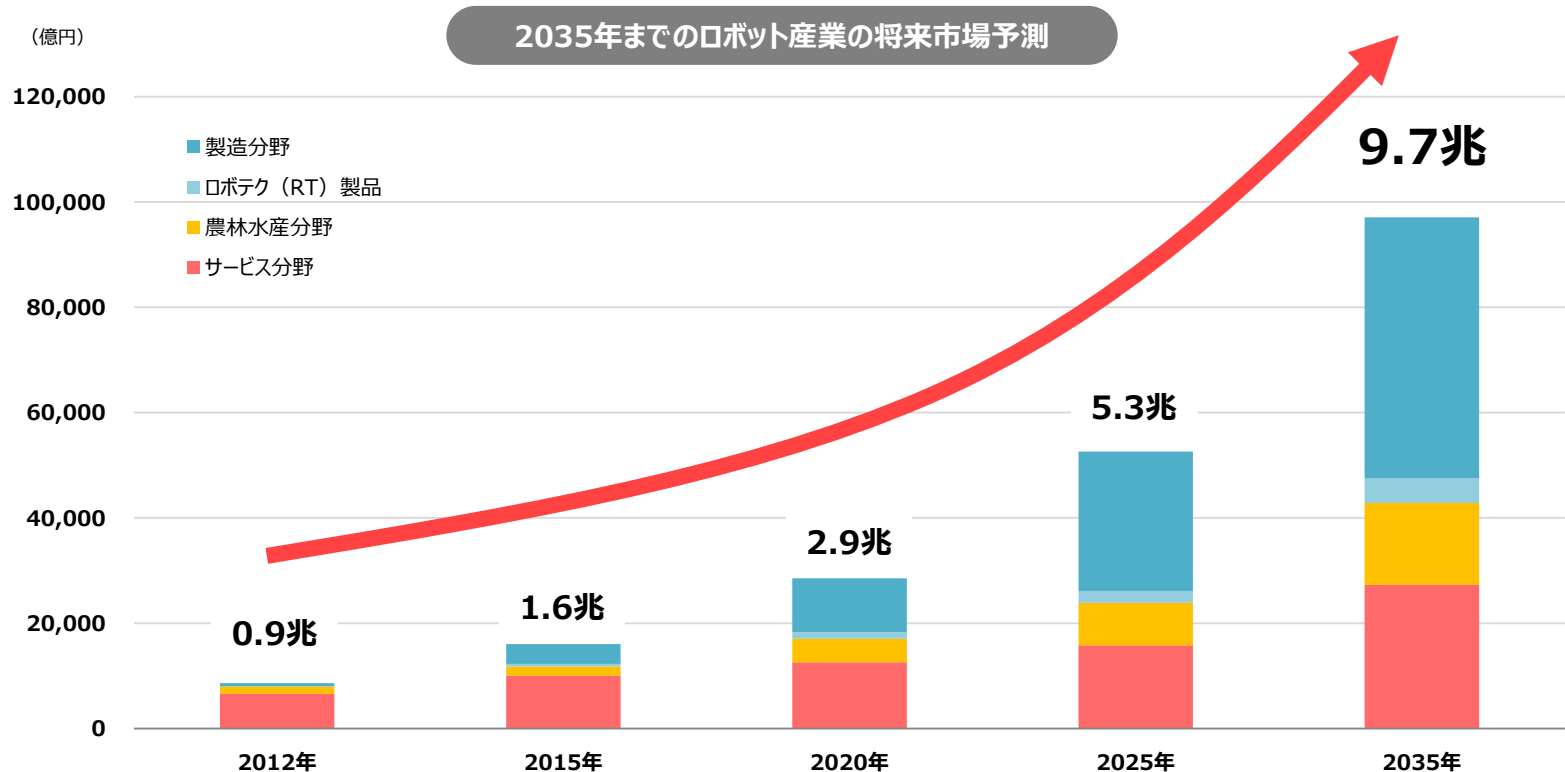
日本の人口は右肩下がり。市場規模縮小と労働力減少により、企業と顧客とのコミュニケーションは、より効率化が求められる時代へ。



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

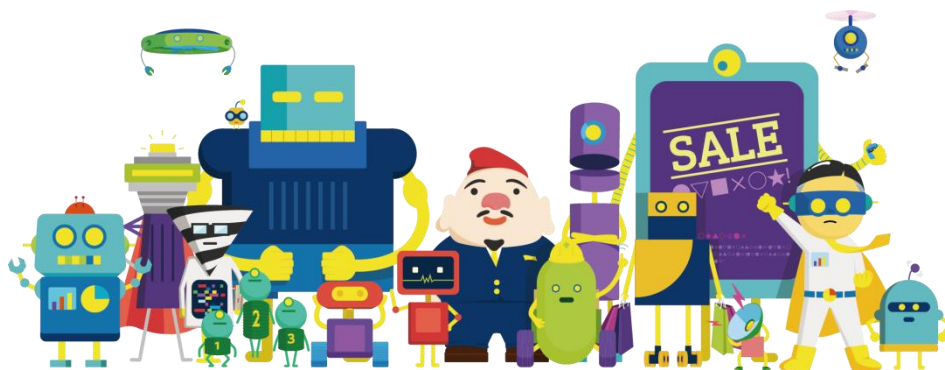
マーケティングにもロボットの力を

株式会社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

※「マーケティング ロボット」は登録商標です。



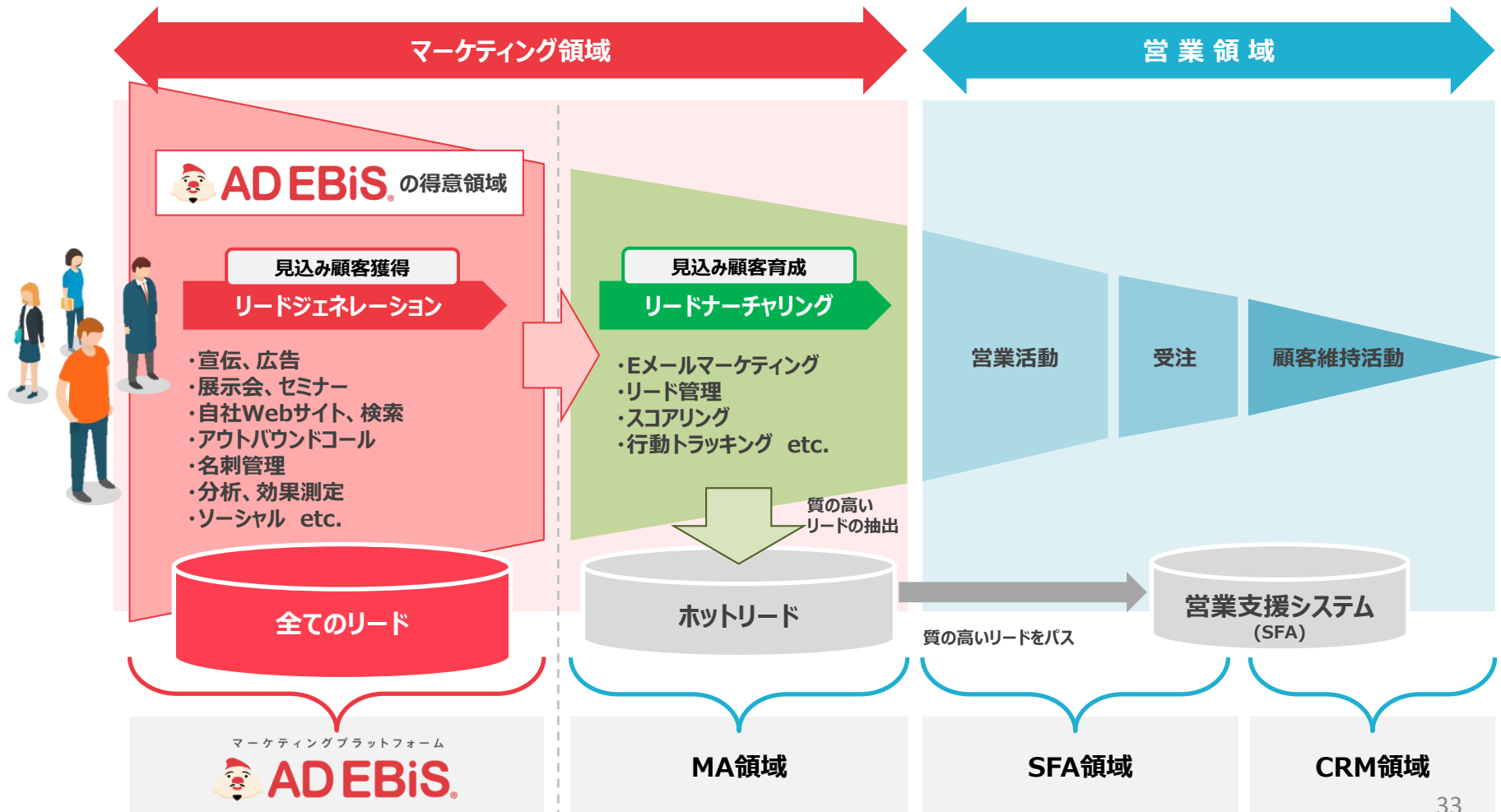
ロボットの三要素

ロボットに必要とされる三要素
当社は基盤となるセンサ系でデータ蓄積をしてきた強みをもつ



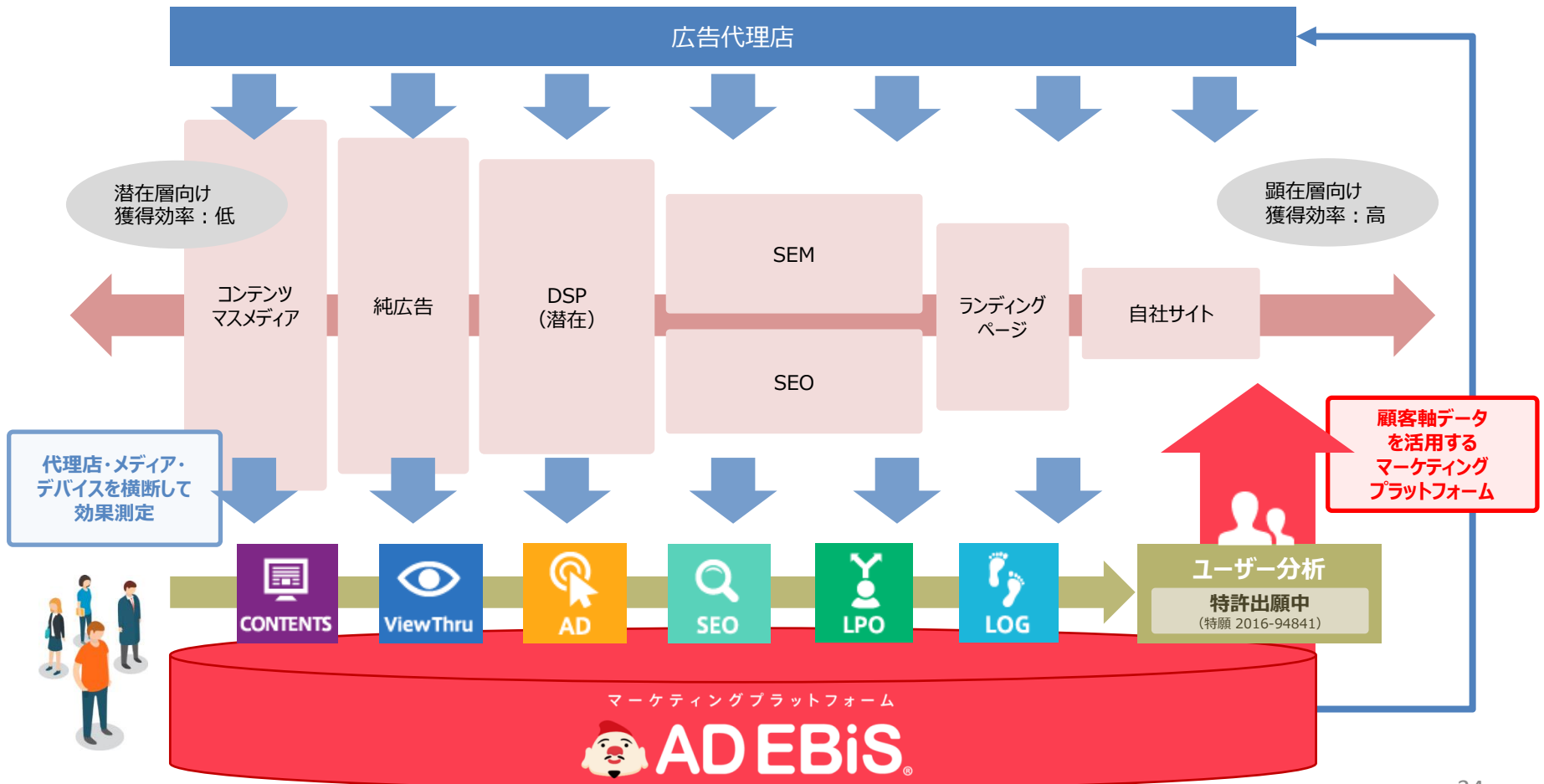
マーケティングロボットデータ基盤

「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。連携が可能。



マーケティング効果測定のパラットフォーム

アドエビスはあらゆるマーケティングの効果をもディヤ・デバイス・代理店を横断して測定、
マーケティング活動の成果最大化をサポートするサービス



「アドエビス」の導入実績

「アドエビス」はマーケティング活動の効果測定ツール・SaaS型DMPとして
多様な業種のマーケティング活動をサポート

導入実績
8,000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

参考資料

その他

商流プラットフォーム事業「EC-CUBE」

「EC-CUBE」は、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、**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。



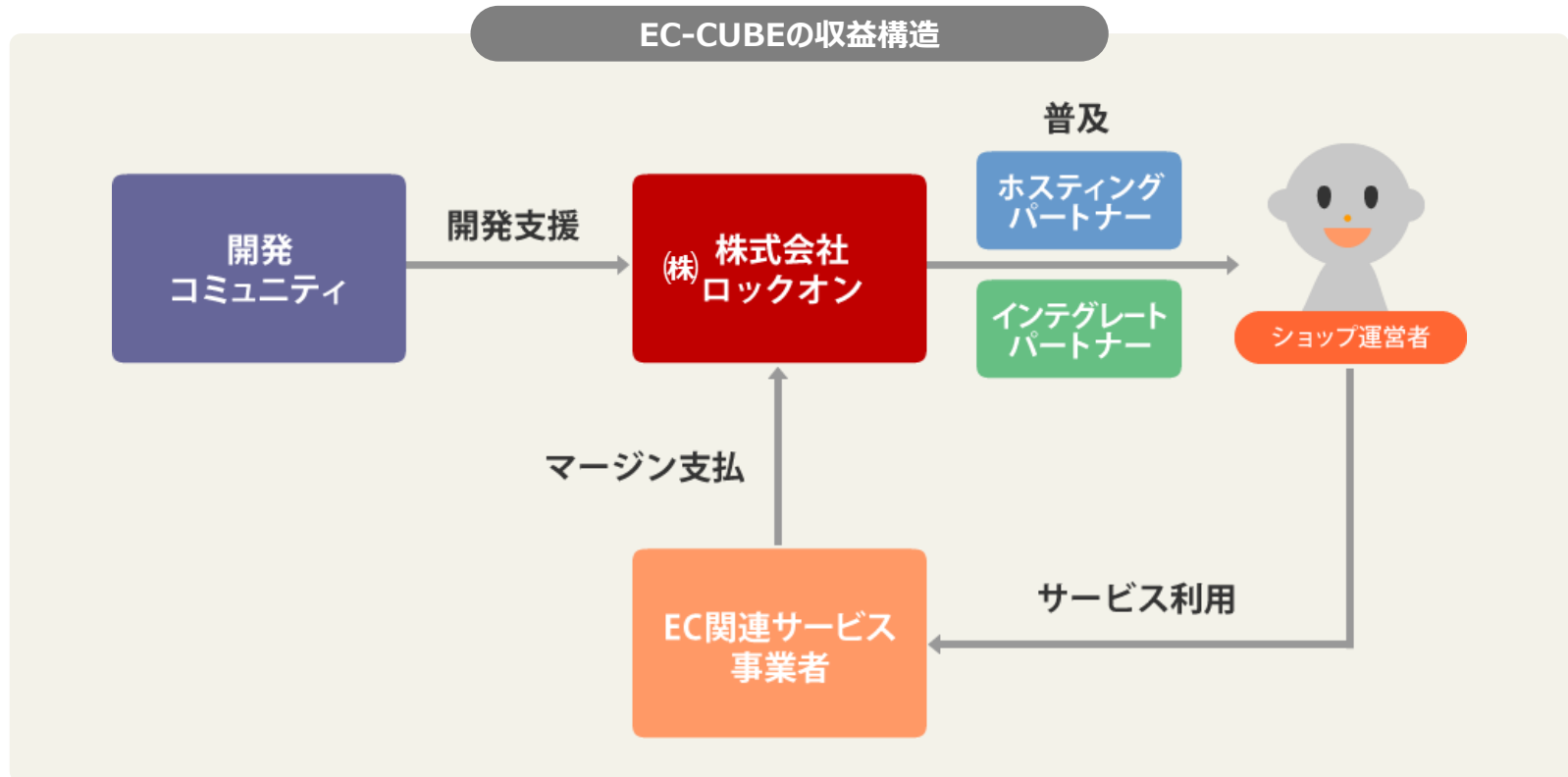
リリース時のキャッチコピー
「ECサイトに色を」

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。



商流プラットフォーム事業「EC-CUBE」

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、営業力、サービス力を外部リソースにより賄うエコシステムを構築。

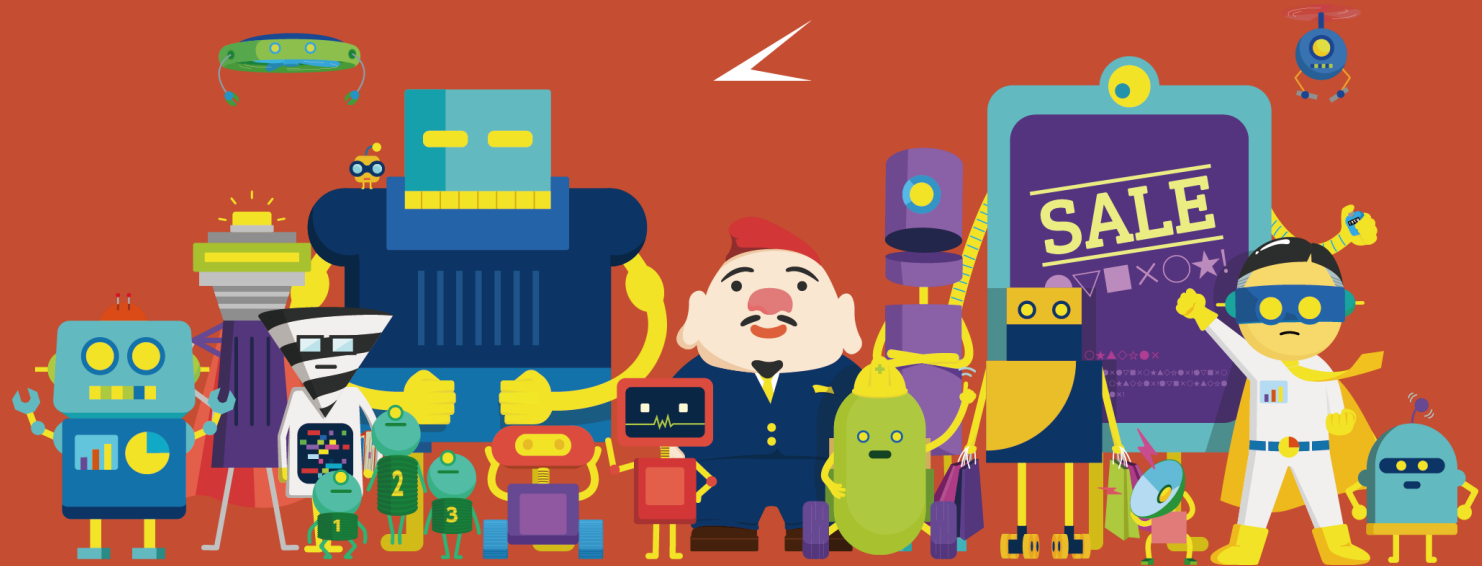


2018年9月期第1四半期 プレスリリース一覧

2017/10/02	CORPORATE	株式会社ロックオン、東西二本社制へ。組織体制整備拡充と人材採用を強化。
2017/10/02	EC-CUBE	「EC-CUBEペイメント」にて、年末商戦キャンペーンとして、10月末までのトークン決済のお申し込みで、コンビニ決済の初期費用を0円でご提供。
2017/10/12	AD EBiS	マーケティングプラットフォーム「アドエビス」、マーケティングBI「Datorama」と連携開始。データ連携の自動化によりレポート作成工数を大幅に軽減。
2017/10/24	AD EBiS	マーケティングプラットフォーム「アドエビス」、データフィード最適化ツール「Gyro-n DFM」と連携開始。高い精度でデータフィード広告の計測を実現。
2017/10/25	AD EBiS	日本最大級のIT専門展「Japan IT Week 秋 幕張メッセ」内、「Web&デジタルマーケティングEXPO秋」に出展。
2017/11/02	AD EBiS	Web担当者Forumミーティング2017秋に協賛。マーケティング部 部長のデ・スーザがセミナーに登壇。マーケティング責任者・担当者1,000人に聞いた「Webプロモーション」のリアル ～世の中のWeb広告費・媒体・成果指標の傾向と対策とは～
2017/11/09	AD EBiS	マーケティングプラットフォーム「アドエビス」、分析型マーケティングオートメーションツール「カスタマーリングス」と連携開始。購買プロセスと顧客情報を紐付け、LTVを加味した広告評価が可能に。
2017/11/21	AD EBiS	マーケティングプラットフォーム「アドエビス」、ビジネス最適化プラットフォーム「Domo」と連携開始。これまでの計測データの価値を最大化・経営に活かせる統合データのレポートが可能に。
2017/11/27	AD EBiS	マーケティング向けイベント「Marketing Special DAY 2017 Winter」に登壇、Webプロモーションのリアルを解説。マーケティング責任者・担当者1,000人に聞いた「Webプロモーション」のリアル ～世の中のWeb広告費・媒体・成果指標の傾向と対策とは～
2017/11/30	AD EBiS	マーケティングプラットフォーム「アドエビス」、マーケティングオートメーション「Marketo」と連携開始。顧客ニーズに合わせて必要なコンテンツを届ける、One to Oneマーケティングを実現。
2017/12/14	AD EBiS	マーケティングプラットフォーム「アドエビス」、EC通販用CRM/MAツール「うちのこづち」と連携開始。新規獲得からリピート施策の実施・検証までをシームレスに。
2017/12/20	EC-CUBE	2018年1月31日まで「新春お年玉キャンペーン」を開催決定。EC-CUBE公式決済のクレジットカード決済を10名様に初期費用無料・月額1万円で提供。
2017/12/27	CORPORATE	株式会社ロックオン、経済産業省による「地域未来牽引企業」に選定。

まったくあたらしい、
次世代コミュニケーションへ

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。