



マークライnz株式会社  
**決算説明会資料**

2017年12月期

2018年2月14日

Copyright © 2018 MarkLines Co., Ltd. All Rights Reserved

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。これらの記述または前提（仮定）が、客観的には不正確であったり、または将来実現しないという可能性があります。

また、本書に記載されている当社グループ以外の企業等にかかわる情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について保証するものではありません。

マークライnz株式会社

# 目次

---

- I. 2017年12月期の総括**
- II. 業績サマリー**
- III. 業績予想**
- IV. 成長戦略**
- V. 参考資料**

# I. 2017年12月期の総括

## 1. コンテンツ領域の拡大と新たなサービスの開始

### ① Munro & Associates, Inc.他との業務提携により、分解調査関連サービスを強化

- 情報プラットフォームのメインメニューに「ベンチマーク/分解調査」を追加。Munro社の他に国内の製品解析、分解調査を行う会社とも提携し、分解レポートを充実。



- Munro社が独自購入したBMW3を分解し、約65,000点の部品を詳細に分析したレポートの他、提携した企業の分解調査・製品解析レポート販売も開始。

### ② 部品調達代行サービスを開始

- 取り扱い品目：  
北米・中南米・欧州等、国内外で販売されている車種の部品。

## 2017年12月期の総括

### 2. 情報プラットフォームサービスの充実

2017年前半はトランプ大統領の通商政策に関心が集まったが、同年後半からは「電動化」、「自動運転」、「コネクティッド」、「シェアリング」の4つの新技術に移っている。当社でもこの変化の流れを捉えるべく新技術に関連するコンテンツに注力する方向へ舵を切った。

- ① 日産、GM、フォード、FCA、VWグループなど、メキシコのモデルチェンジ情報を追加。
- ② メキシコからのモデル別・仕向け地別輸出台数を追加。
- ③ アメリカのモデル別在庫台数を追加。
- ④ 「電動化」、「自動運転」、「コネクティッド」、「シェアリング」の4テーマを題材とする市場・技術レポートの配信を強化。
- ⑤ 部品メーカー50,000社検索メニューに衝突回避、視界補助、車間距離制御などのシステムとその構成部品を自動運転関連の分類として新たに設定、国内外で約700社の部品メーカーを当該分野のコンテンツに追加。
- ⑥ 米国、メキシコ、中国、タイ、インド及び欧州のローカルニュースを強化。

## 2017年12月期の総括

### 3. 当社サービスの認知・受注促進活動

- ① 2017年度において日本国内で新規獲得した情報プラットフォーム契約の内、27%がプレス・機械・鋳造加工、電子・電装部品及び金型関連などの2次、3次メーカーであった。
- ② 「情報プラットフォーム」の販売促進を目的として、ご利用企業紹介制度を開始。
- ③ 自動車関連の展示会において、コンサルティング事業及び人材紹介事業向けに個別相談会を開催。
- ④ バンコクで開催されたタイ政府投資委員会（BOI）主催セミナーでの講演を実施。
- ⑤ LMC Automotive Ltd.製品（市場予測情報）の販売促進を目的としてセミナーを開催（下記写真）。



「LMC Automotive-マークラインズ ～自動車市場・技術予測カンファレンス2017～」の様子

## 2017年12月期の総括

---

### 4. システム強化

- ① モバイル端末から会員登録、並びにログインが容易にできる仕組みを実現。
- ② ポータルサイトへのアクセス数増に対応するため、回線やディスク速度向上などのインフラ整備を実施。

### 5. 資本政策

- ① 投資家層拡大を目的として、普通株式1株につき4株の割合で株式分割を実施。



## Ⅱ. 業績サマリー

# 連結業績サマリー

(単位：百万円)

	2017年12 月期実績	前期比 (%)	要因
連結売上高	<b>1,680</b>	<b>+17.3</b>	「情報プラットフォーム」事業は前期途中からの円高局面で新規に契約・更新した海外向け契約の円換算売上減少の影響を受けたものの、契約社数が前期比で15.3%増加したこと等により、売上高は13.3%の増加。一方で、その他の事業はコンサルティング事業を除き前期比で大幅増加となるなど、売上高全体としては前期比17.3%の増加。当初見通しを7百万円上回る。
連結営業利益	<b>607</b>	<b>+17.1</b>	収益の伸びは順調だったものの、海外子会社の人員体制強化に係る人件費など、販売費及び一般管理費増加の影響を受け、連結営業利益は前期比17.1%の増加。
連結経常利益	<b>636</b>	<b>+24.6</b>	受取配当金12百万円、及び投資有価証券売却益10百万円を計上したこともあり、前期比24.6%の増加。
親会社株主に 帰属する 当期純利益	<b>445</b>	<b>+24.3</b>	主に経常利益が前期比で24.6%増加となったこと、所得拡大税制等の税額控除の恩恵もあり、前期比24.3%の増加となった。

# 事業セグメント別連結売上高

(単位：百万円)

		2017年 12月期 実績	前期比 (%)	
情報プラットフォーム 事業		1,397	+13.3	契約企業純増数はアジア及び欧州が人員体制強化により高い伸びを示すなど好調に推移し344社となったものの、売上高は前述した円高局面における海外向け契約の円換算売上減少の影響を受け、前期比13.3%の増加。
その他の事業		283	+42.3	
エキスパート	コンサルティング事業	97	+0.2	個別調査、ビジネスマッチング等の受注が好調に推移し前期の受注・検収件数を上回るも、大型案件が少なかったことなどが影響し、前期比0.2%増加にとどまる。
	人材紹介事業	77	+78.8	前期に引き続き求人・求職双方の獲得に注力した結果、成約件数は前期比で大きく伸び、前期比78.8%の増加。
	市場予測情報販売事業	71	+51.6	前期に実施した価格改定や、当期に開催したセミナーなどの諸施策が奏功し、前期比51.6%の増加。
	ベンチマーキング関連 事業	12	-	Munro社との業務提携を皮切りに4月からサービス提供開始し、およそ9ヶ月間で16件の売上を計上。
<b>LINES</b> (プロモーション 広告事業)		24	+117.3	サービスの認知度が徐々に高くなり、バナー広告やPRメールの受注が増え、前期比117.3%の増加。
合 計		1,680	+17.3	

# 情報プラットフォーム事業の地域別売上高サマリー

(単位：百万円)

情報プラットフォーム事業	2016年12月期	2017年12月期	前期比 (%)
日本	738	830	+12.5
中国	137	175	+27.7
アジア	130	155	+19.2
北米	128	124	△3.3
欧州	93	106	+14.0
その他	5	4	△4.9
合計	1,233	1,397	+13.3

契約社数：+175社  
地方の2次、3次メーカーの開拓が進むなど、堅調に推移。

契約社数：+35社  
契約社数の伸びは堅調に推移。

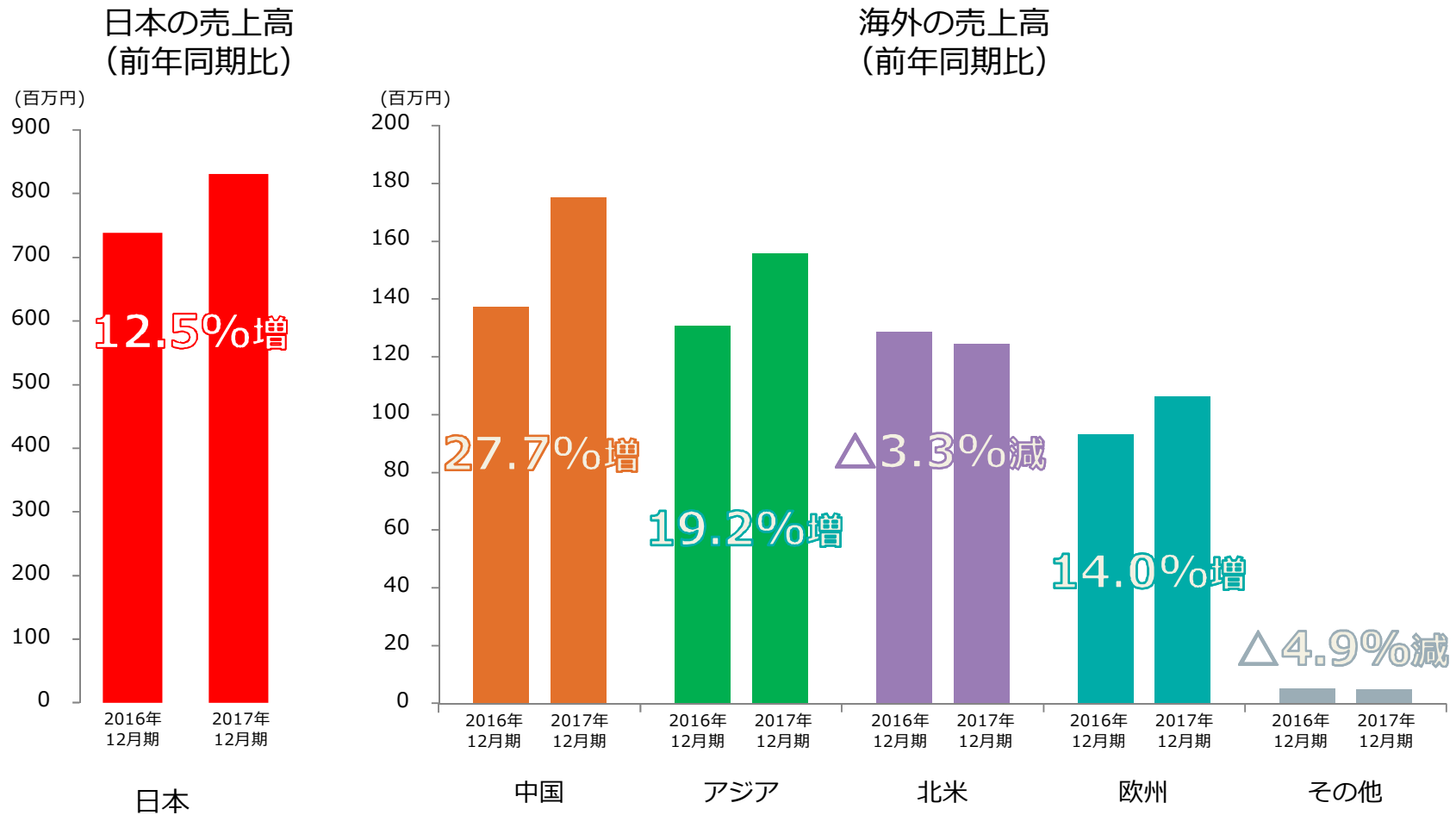
契約社数：+90社  
スタッフ増員の効果が現われ、タイ・韓国を中心に好調に推移。

契約社数：+9社  
メキシコの契約社数は伸張したものの、米国の契約が通期に渡って停滞したことにより売上は微減。

契約社数：+34社  
スタッフ増員の効果が現れ、契約社数の伸び加速。

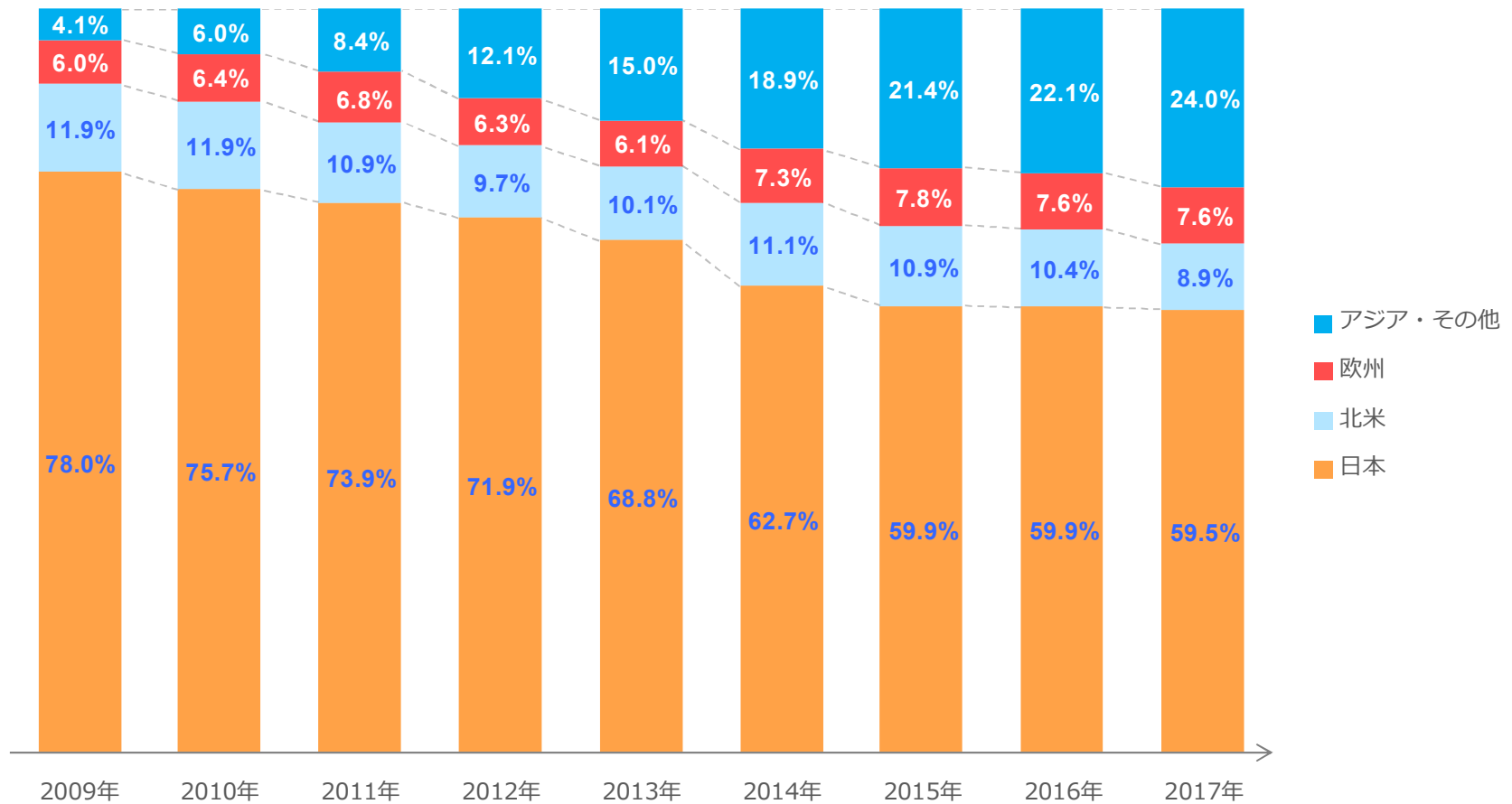
# 情報プラットフォーム事業の地域別売上高サマリー

## 各地域別売上高増減比較



# 情報プラットフォーム事業の地域別売上の推移

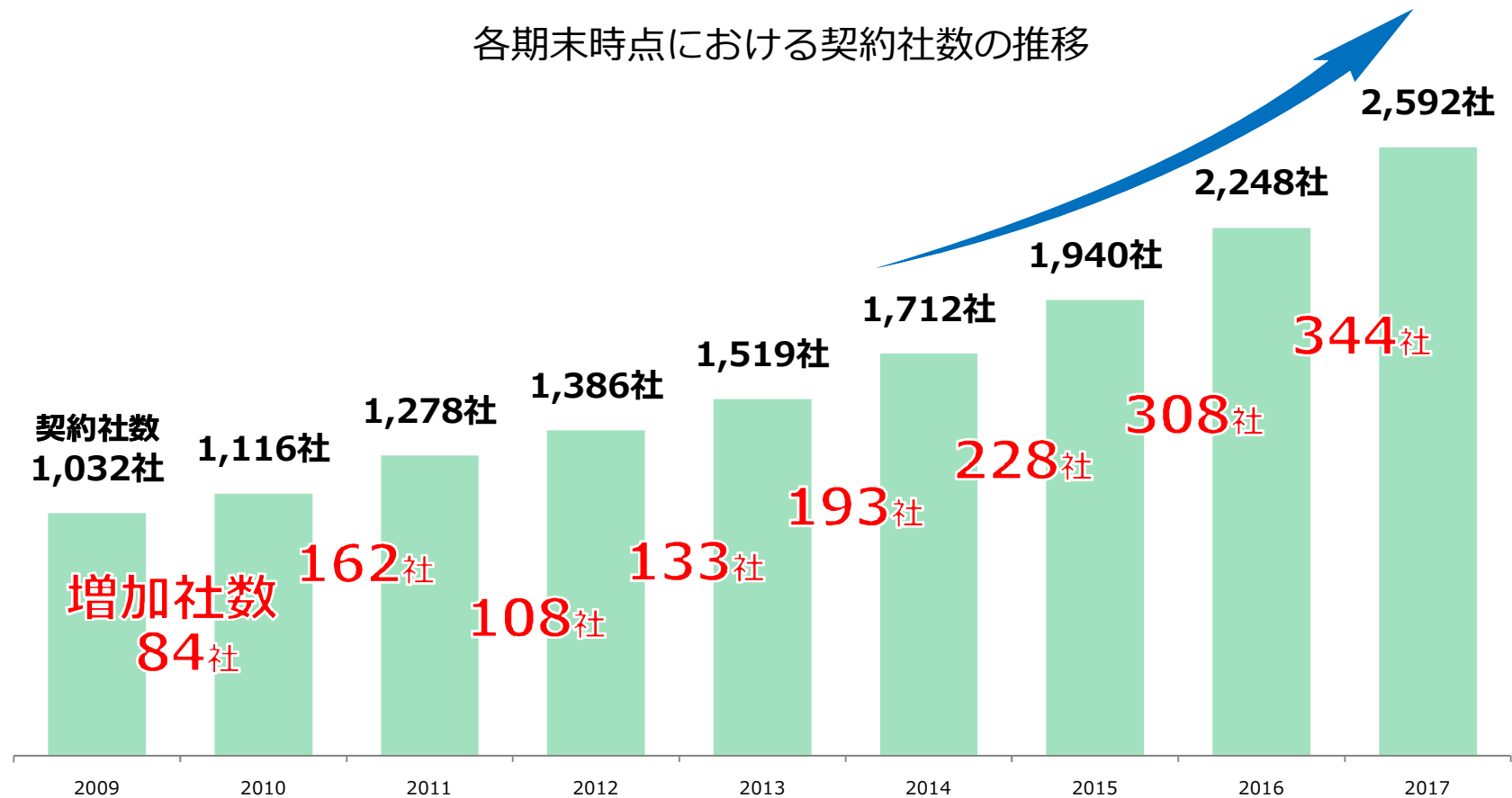
アジア地域の売上高比率が高まったものの、北米の停滞などにより海外売上高比率は40.5%と微増。



(注) 2011年12月期以前の数値については、有限責任あずさ監査法人による監査の対象とはなっていません。

## 情報プラットフォーム事業の契約社数の推移

2017年12月末の情報プラットフォーム契約社数は前期末と比較して344社増加し2,592社となった。



## Ⅲ. 業績予想



## 通期業績予想

(単位：百万円)

	2017年 12月期実績	2018年 12月期計画	前期比 (%)
連結売上高	1,680	2,000	+19.0
連結営業利益	607	746	+22.9
連結経常利益	636	746	+17.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	445	536	+20.3

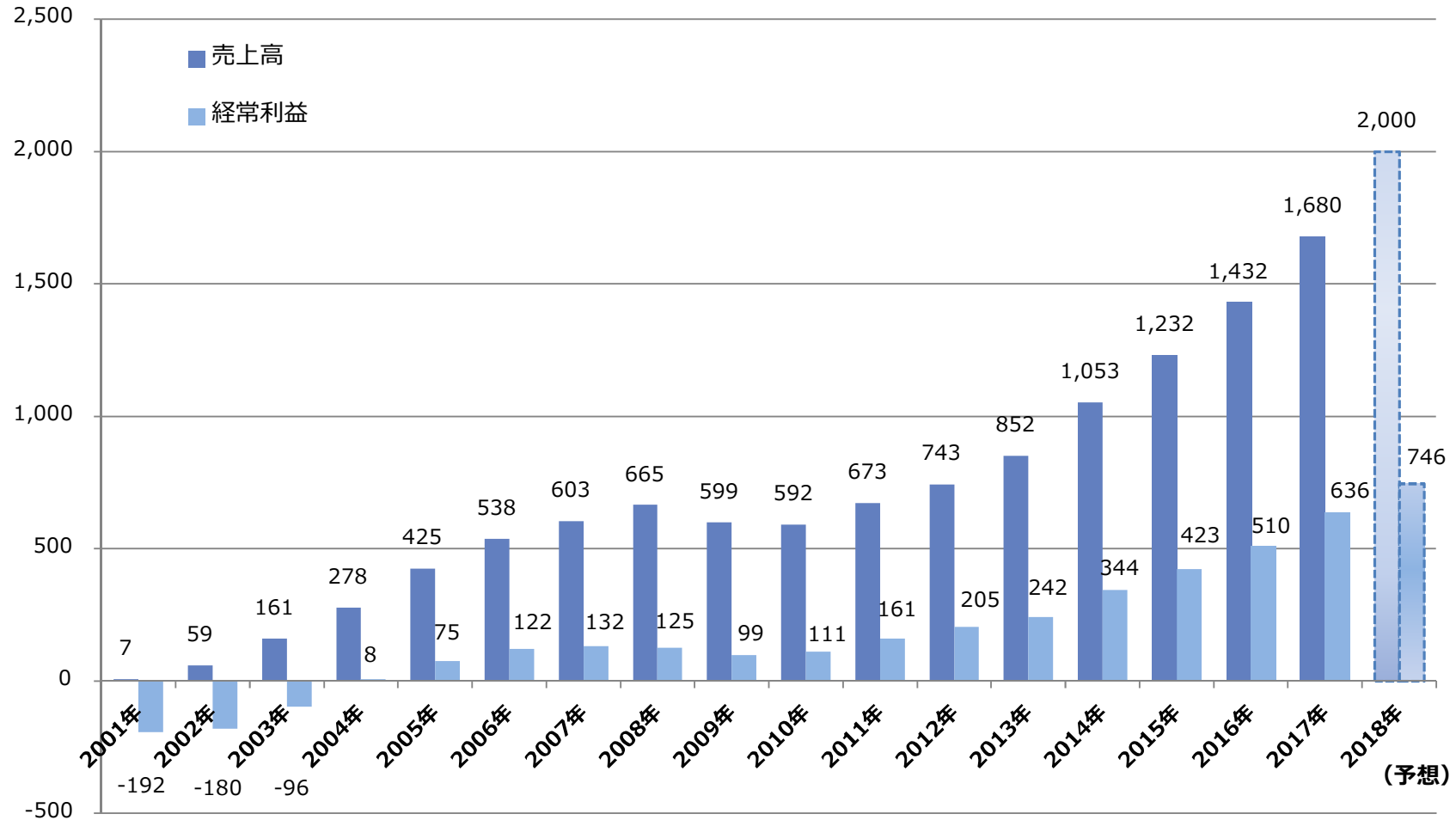
※ 2018年12月期計画の前提となる為替レートは下記の通り。  
USD112円、EUR132円、CNY17円

# 業績推移 8期連続で最高益更新の見通し

(単位：百万円)

2001年～2003年まで単体損益

2004年～2018年まで連結損益

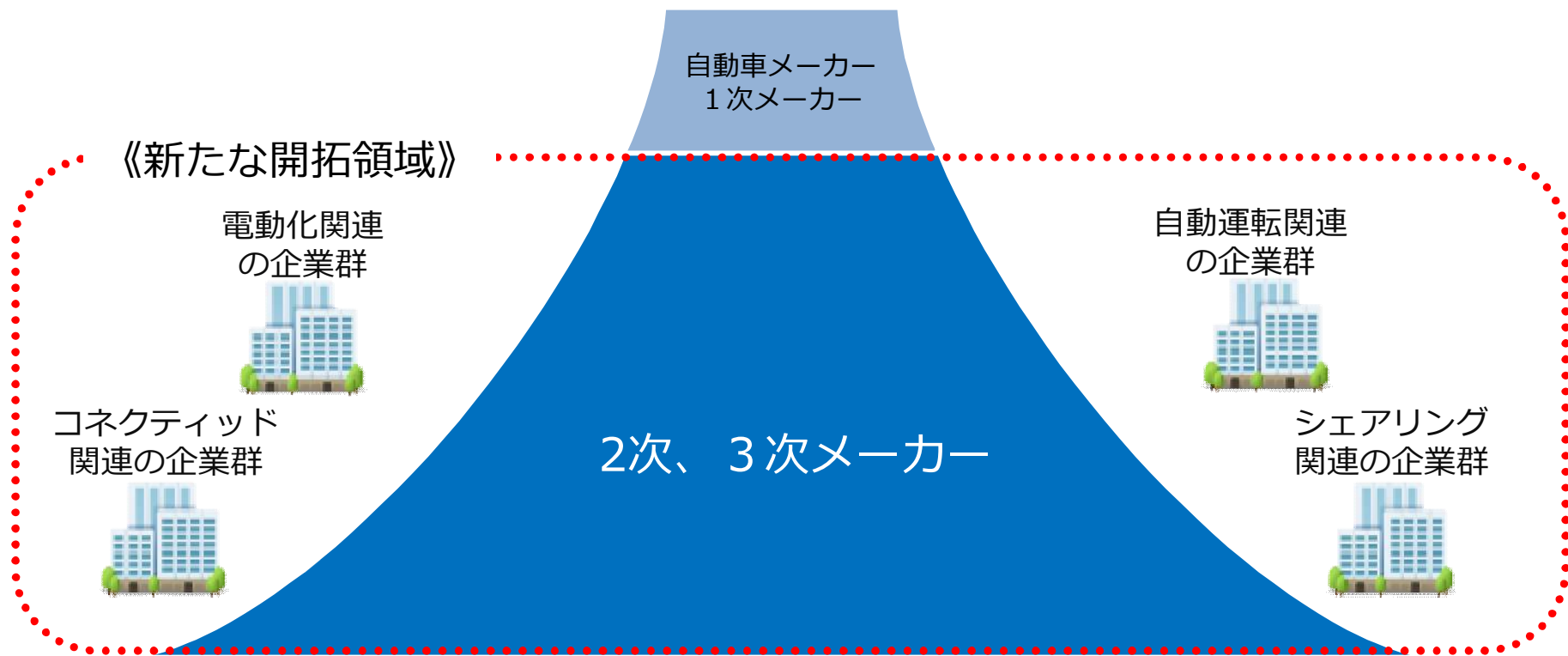


(注) 2011年12月期以前の数値については、有限責任あずさ監査法人による監査の対象とはなっていません。

# IV. 成長戦略

## ① 情報プラットフォーム事業の顧客層拡大

自動車産業の裾野を形成する企業群（2次、3次メーカー）や電動化、自動運転などの新技術進展に伴い新たに参入してくるプレイヤーに対し情報プラットフォームを浸透させる。



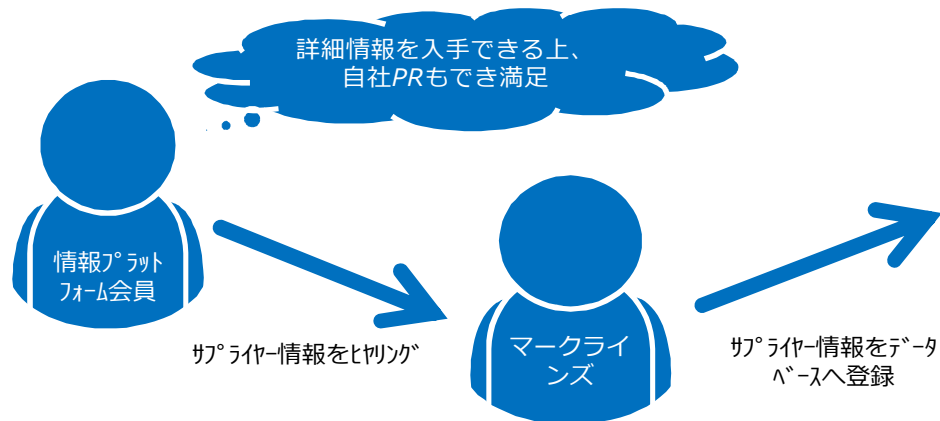
# 成長戦略 1 情報プラットフォーム

## ② 2次、3次メーカー開拓のため、コンテンツを充実

2次、3次メーカーなどの小規模企業にとって利用価値のあるコンテンツを提供するための施策を実行する。

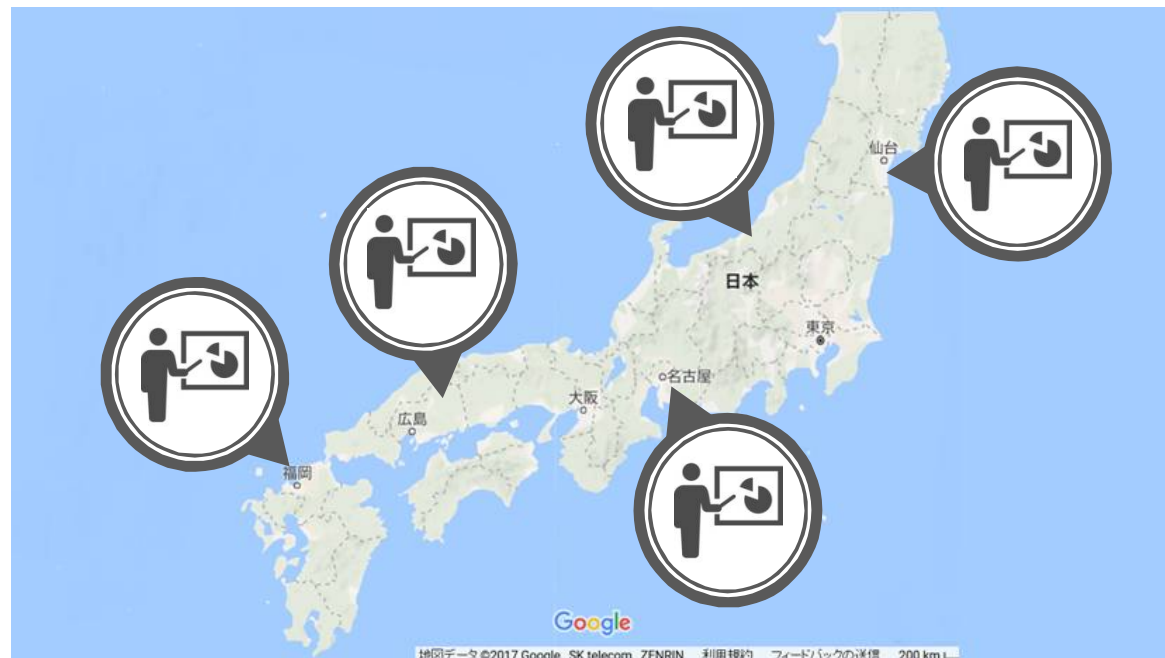
- 電動化などの新技術進展に伴い車輻を構成する部品も多種・多様となっている。これら新しい分野の部品に関連するコンテンツを強化する。
- 工場ごとにサプライヤーの情報を追加し、小規模企業にとっての利便性を向上させる。
- 情報プラットフォーム会員へのヒアリング強化などの施策を実行し、サプライヤーデータベースの情報を充実させる。

＜サプライヤー情報強化施策の例＞



### ③ 2次、3次メーカー開拓のため、新たな営業手法を導入

- 2次、3次メーカーなど小規模企業が注目するテーマを題材としたセミナーを開催し、情報プラットフォームを利用していただくきっかけを創出する。
- 各県の産業振興機構など地方公共団体が主催する展示会に出向き営業活動を展開する。
- 上記団体から発行されている企業振興のための企業リスト・出版物を利用して、コンタクトを図る。



## 成長戦略 1 情報プラットフォーム

### ④ 『ものづくり企業支援パッケージ』提供開始

ものづくり企業の販路拡大、海外支援、情報収集などを多面的に支援するため、「小規模製造業向け海外進出支援パッケージ」をリニューアルし、「ものづくり企業支援パッケージ」として提供を開始。

#### 《新・旧サービス対応表》

項目	小規模製造業向け海外進出支援パッケージ (旧パッケージ)		ものづくり企業支援パッケージ (新パッケージ)
ご利用サービス	情報プラットフォーム		情報プラットフォーム/LINESの製品掲載
ご利用人数/掲載点数	2人	4人	10人まで/10点まで
利用金額	480,000円	600,000円	480,000円
ご利用国	日本・中国・タイ・インドネシア・ベトナム		制限なし
	上記から2拠点まで	上記から4拠点まで	
対象企業様	日本の製造業に限定		同左
	従業員数100名未満（日本国内の従業員数）または 資本金5,000万円未満		同左

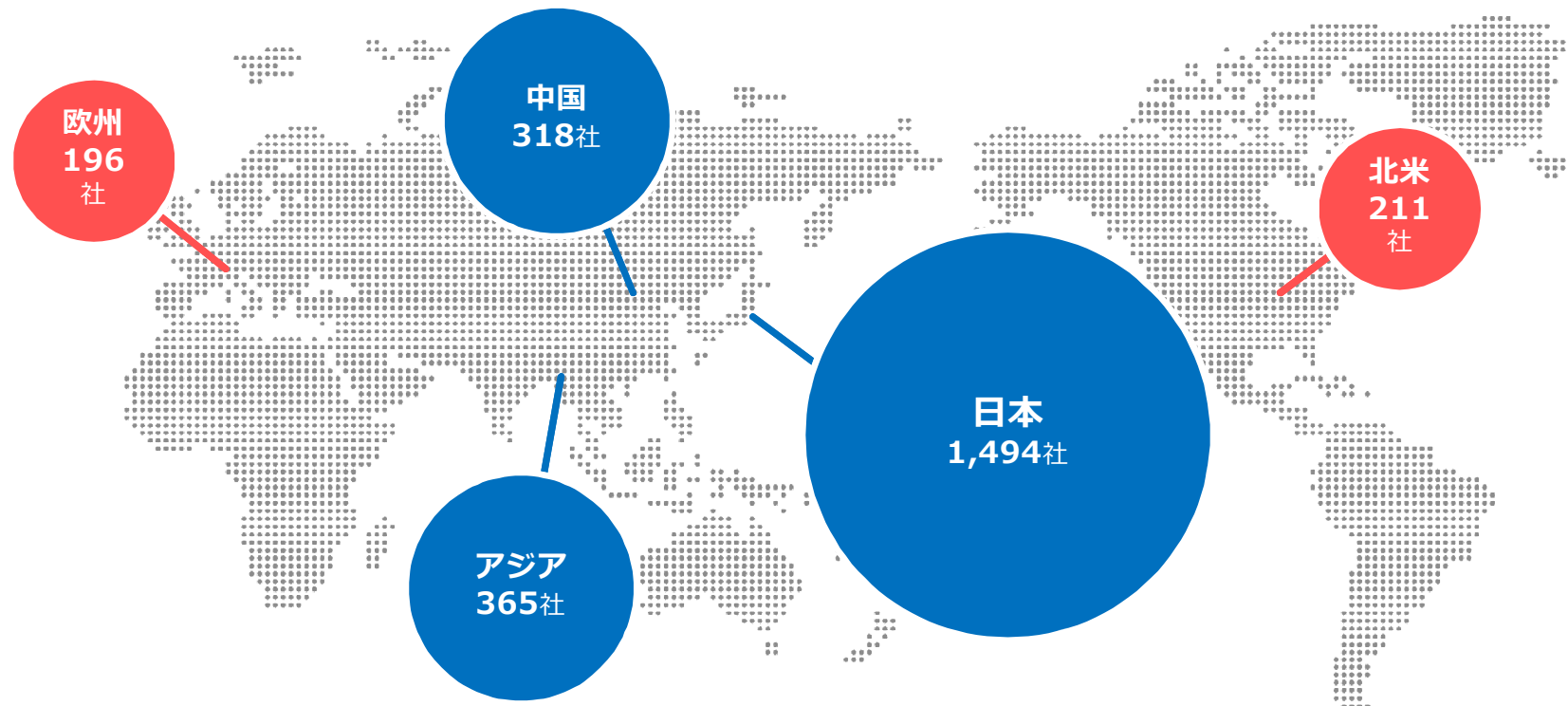
#### 《新パッケージの特徴》

旧パッケージは、海外進出する小規模企業の支援に主眼をおいたサービスだったが、新パッケージは、従来の対象企業に加えて海外拠点のない企業もサービスの対象とした。さらに、自動車メーカーや1次メーカーなどに対し自社製品をPRすることが可能となった。

### ⑤ 米国・欧州での認知度向上

当社顧客数約85%は日本を含むアジア圏に集中している。一方で自動車関連の調査会社やシンクタンク、メディアが多く集まる北米・欧州では認知度が低い。今後は、認知度向上のためSEO、広告、展示会などの諸施策を実行し、情報プラットフォームの浸透を図る。

2017年12月末現在の地域別「情報プラットフォーム」契約企業数

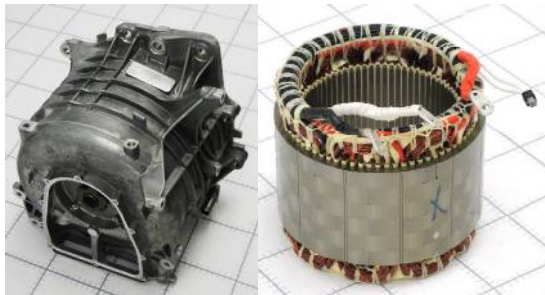




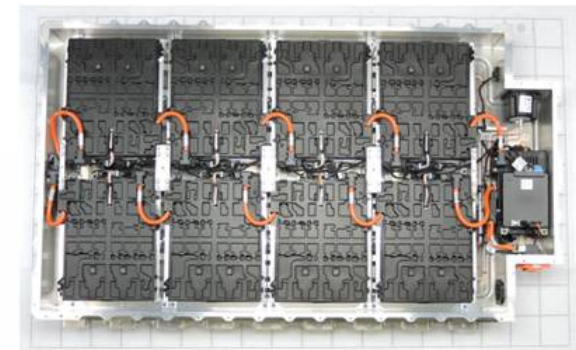
## ⑥ 変革の中で『変化の先頭に』立つコンテンツを提供

CASE(Connected, Autonomous, Sharing, Electricity)に関連する新たな部品・技術などを分析し追加する。

### ■ 電動化(Electricity)



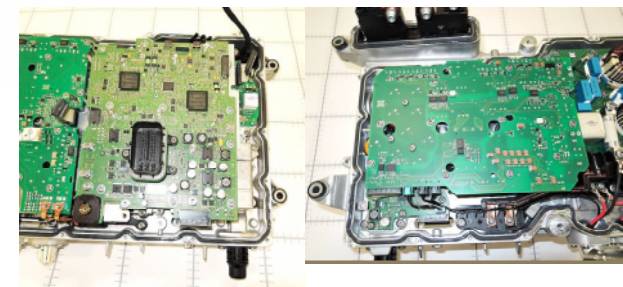
モーター



バッテリー



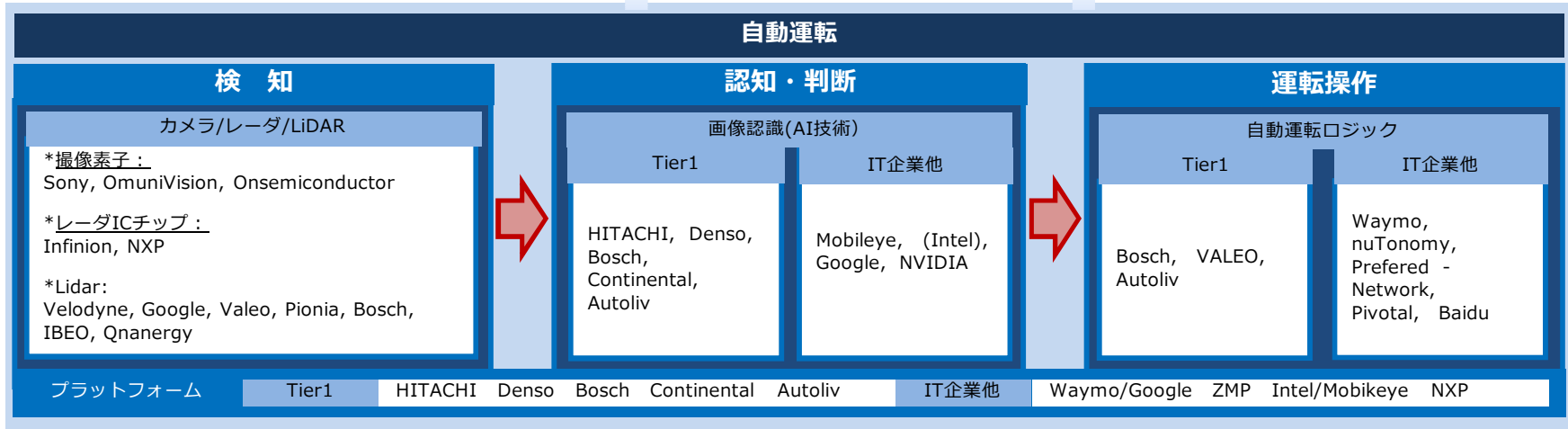
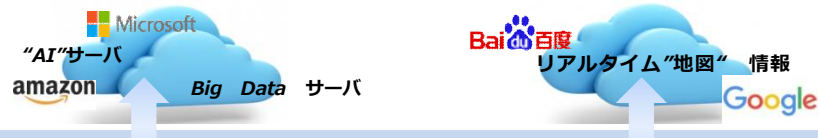
パワーコントロールユニット



パワーコントロールユニット内部

# 成長戦略 1 情報プラットフォーム

## ■ 自動運転(Autonomous)



## ■ コネクティッド/シェアリング



### ① ベンチマーキング

#### ■ 車両・部品調達代行

2017年度はMunro社以外の部品調達チャンネルも開拓した。今後はシステムや海外の車両本体など大きな購入単位で調達することにより売上拡大を図る。



#### ■ コスト比較分析サービスの開始

他社製品とのコスト比較とコスト低減の具体案を提案するサービスを始めた。

# 成長戦略 2 エキスパートサービス

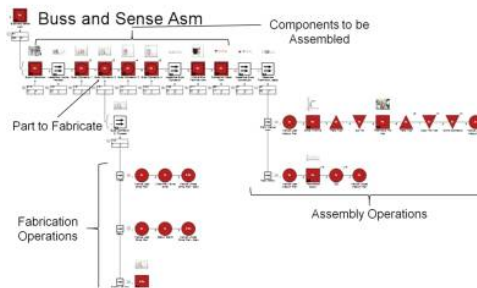
## ■ 分解調査データ販売

新たにMunro社が手がけるTesla Model3やひろしま産業振興機構が手がけるC-HR、シビックの分解調査データ販売を開始する予定。

Die Casting Estimates



Design Profit® Process



## 日産 セレナ DAA-GC27 詳細ベンチマーキングレポート

2017 (平成 29) 年 4 月  
ベンチマーキングセンター活用協議会事務局：  
(公財) ひろしま産業振興機構  
カーテクノロジー革新センター

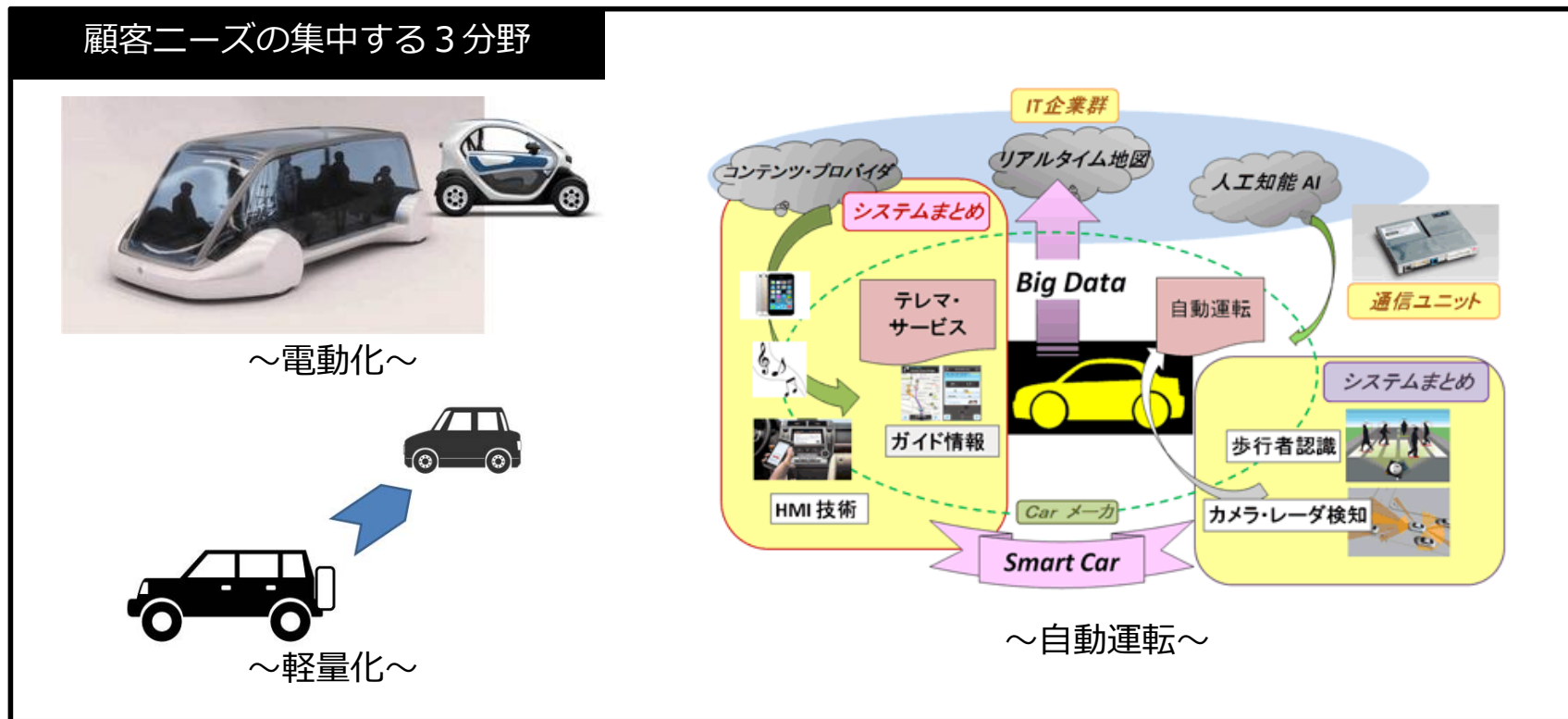


販売 マークラインズ株式会社  
自動車産業ポータル  
**MARKLINES**

## ② コンサルティング

■ 2018年度は、下記方策で事業拡大を推進する：

1. 調査外注・提携パートナー先の拡充。
2. 顧客ニーズが集中する3分野の案件獲得を重点的に行い調査効率と収益性を高める。



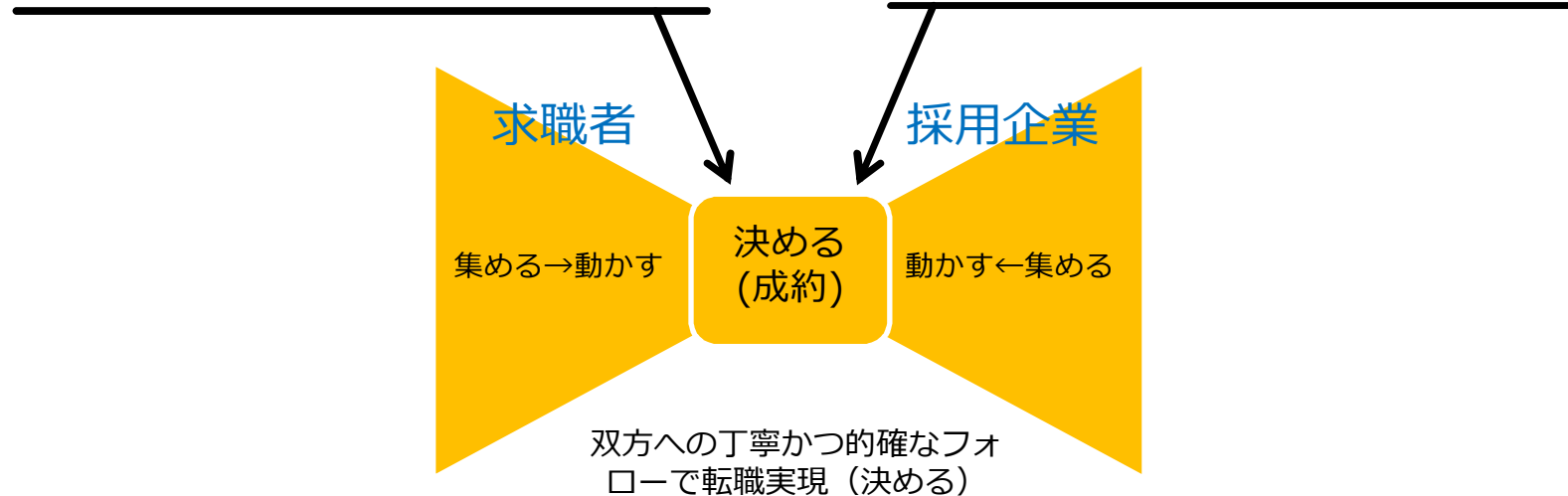
### ③ 人材紹介

- 2018年度は、リボンモデル（集める→動かす→決める）の考え方を基に下記施策を実行し成約件数の増加を図る。

#### 《リボンモデル》

1. 日々のスカウトによる顕在、潜在求職者の獲得（集める）
2. 魅力求人（ここだけ情報）による応募喚起（動かす）

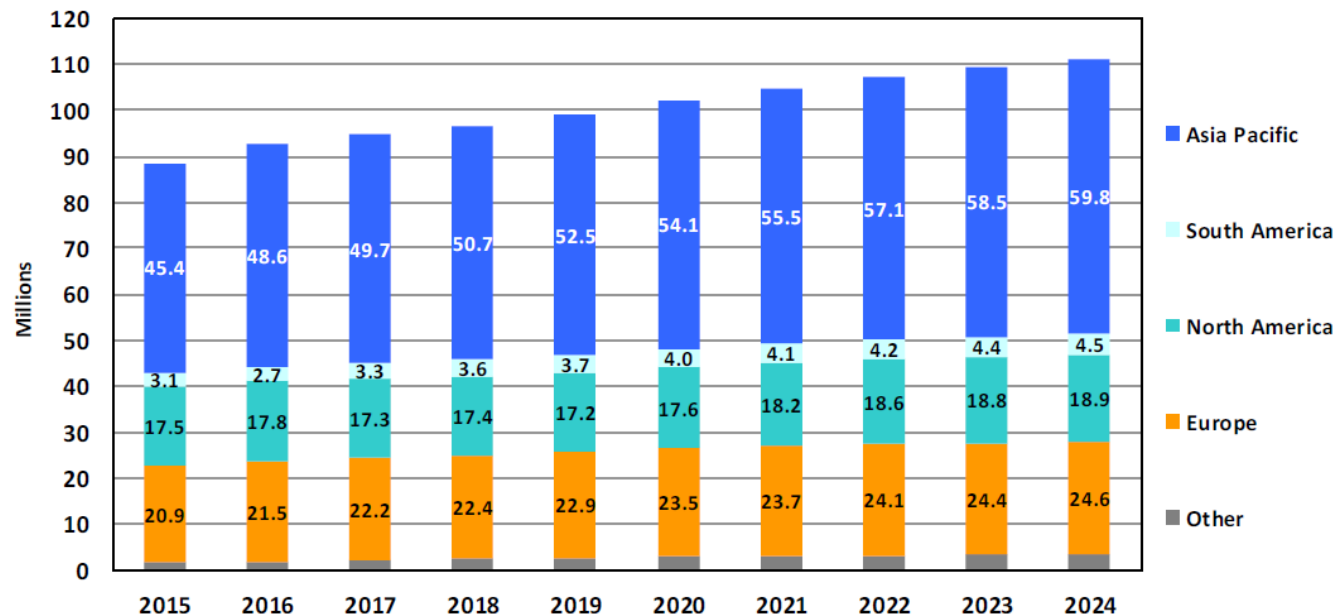
1. ミドルシニア、管理層を中心とした求人獲得（集める）
2. 自動車業界に精通したコンサルタントによる企業側からの信頼獲得（動かす）



### ④ LMC Automotive Ltd.製品（市場予測情報）販売

- 2018年度は、市場予測情報販売の認知度向上のため、バナー広告、リスティング広告及び情報プラットフォーム会員向けのメールなどを活用し、積極的なPR活動を展開する。
- 2017年11月に開催し好評だったLMC社との共催セミナーは、2018年も開催し、出席者は前年度から倍増を目指す。

LMC Automotive Ltd.予測の一例（世界販売）



### ① **LINES**を自動車業界標準の広告ツールに

- 広告代理店向けの説明会を開催するなど、新たなパートナーを開拓し、自動車関連企業に対する販路の拡大を図る。
- 電動化など新技術に関連したリスティング広告を実施し、**LINES**の露出度を高め当該サービスの認知度向上や受注増につなげる。
- 展示会へ出展している企業などプロモーション意欲の高い企業に対し、積極的にアプローチする。

プロモーション広告 **LINES**  
サービスラインアップ

製品情報



PRメール



バナー広告



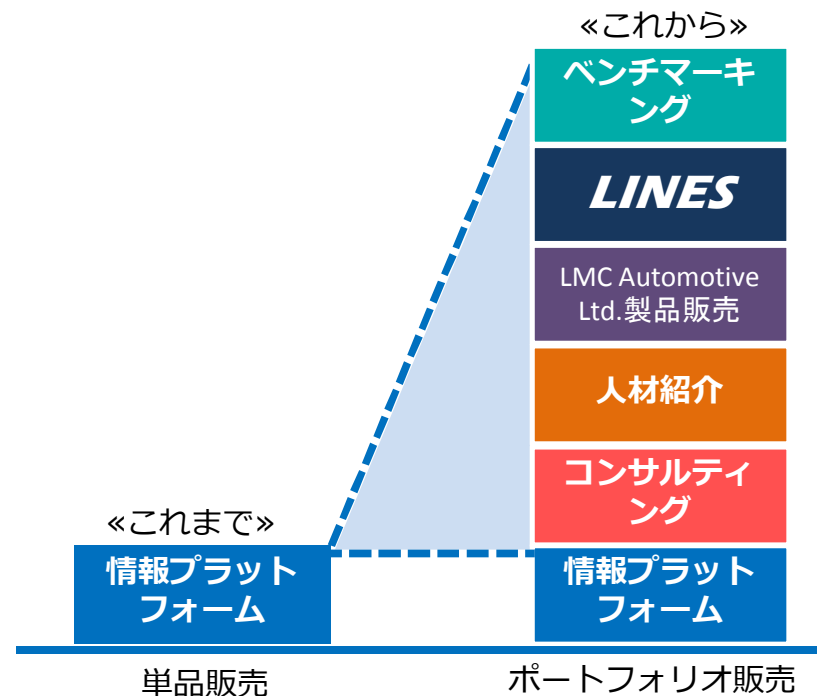


## 成長戦略4 サービスのフルパッケージ化

### ① サービスのフルパッケージ化推進

- 情報プラットフォームの営業を行う際に、エキスパート及び**LINES**も紹介しサービスの複合利用の推進を図る。
- 2017年度に立ち上げたベンチマーキングは、情報プラットフォーム契約企業の注目度が高く利用拡大が見込めるサービス。
- アクセス数が多い情報プラットフォームのトップページから各サービスへ誘導し、問合せを増やす。

契約企業1社がサービスを複合利用した場合のイメージ



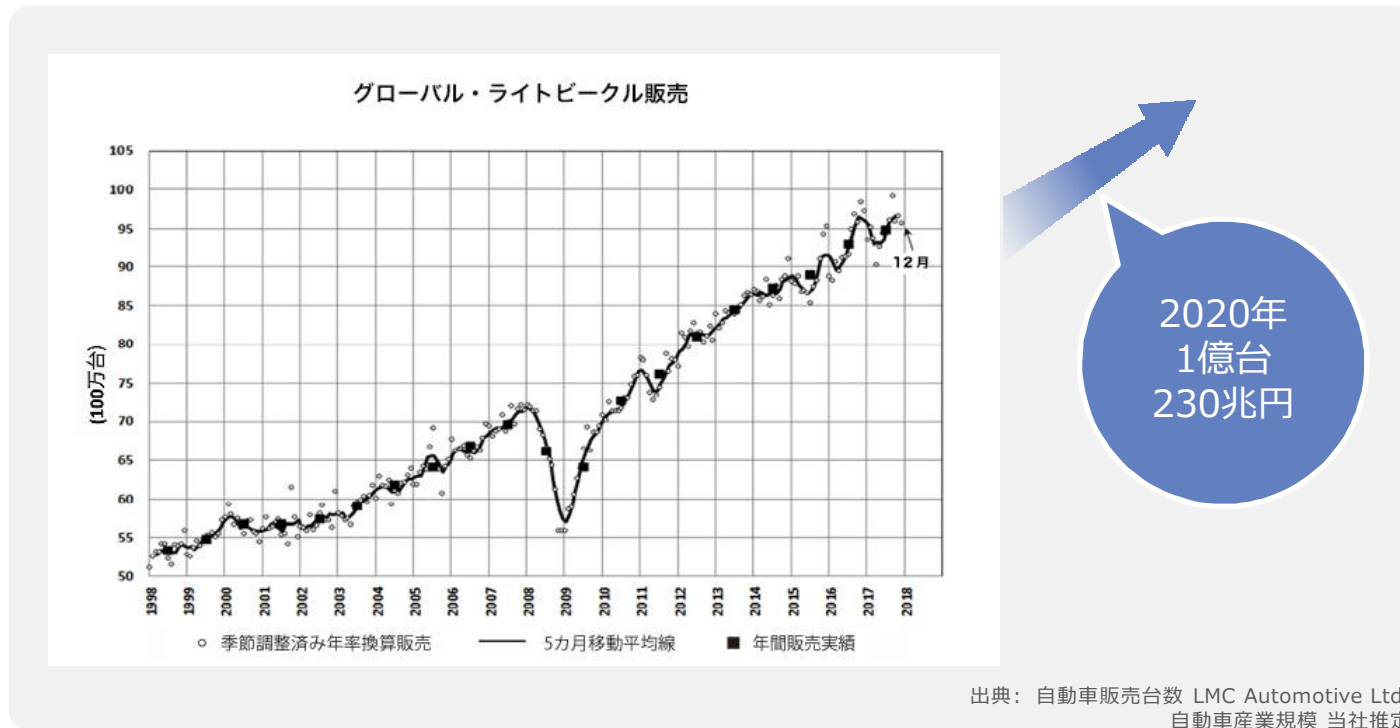
ご清聴、ありがとうございました。

## V. 参考資料

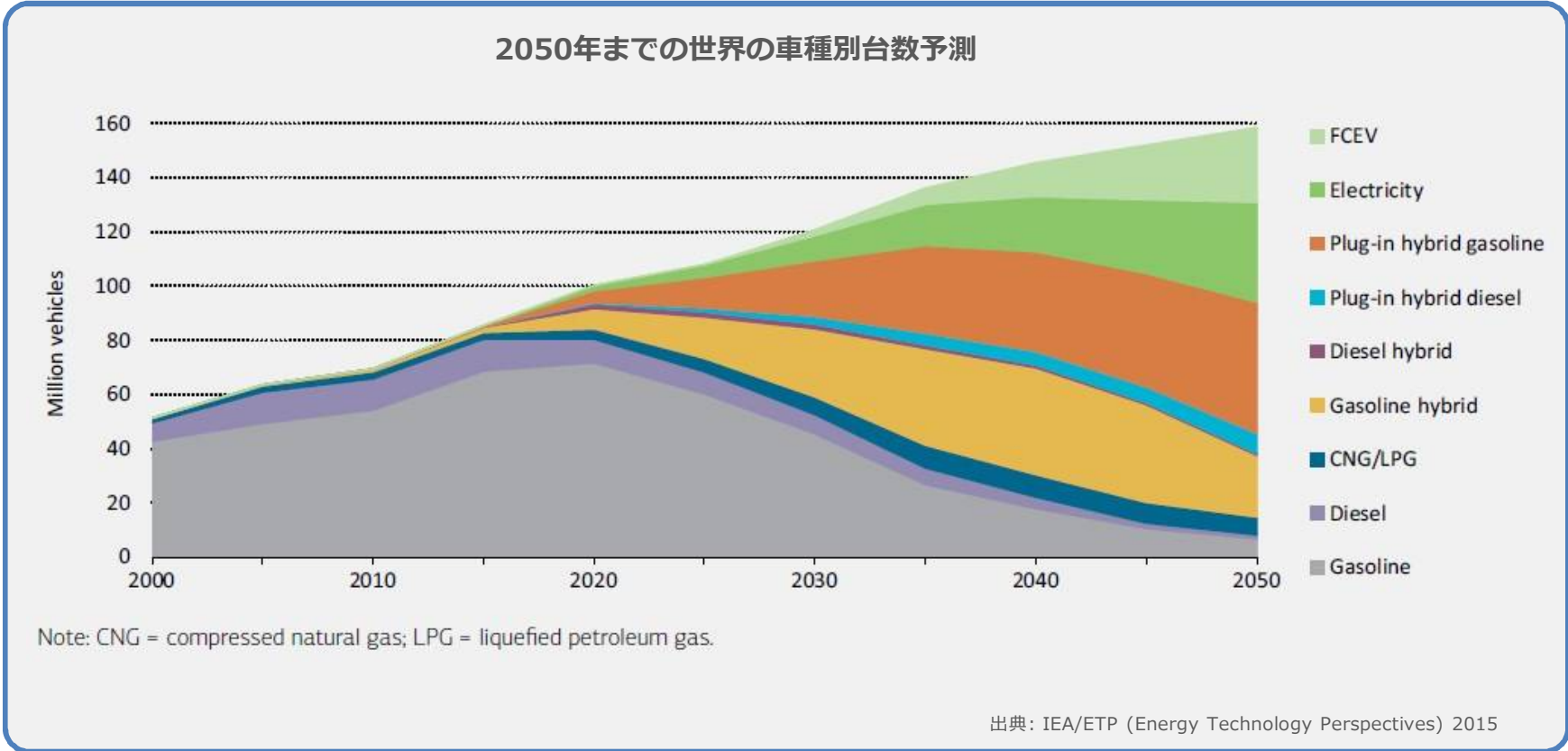
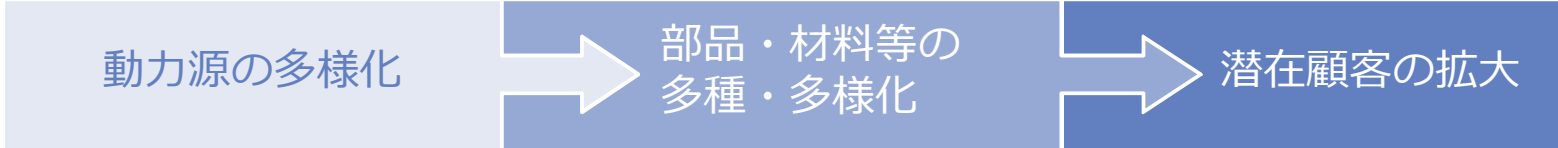
## 事業環境 1 成長を続ける自動車市場

# 2020年自動車販売台数は1億台を突破

	2016年	2020年
世界自動車販売台数	9,320万台	➔ 1億台
自動車産業規模	200兆円	➔ 230兆円～



## 事業環境 2 電動化



# 事業環境 3 自動運転、IoTが実用段階へ→関連産業の領域拡大



## マークラインズの強み 1

# 自動車産業ポータルをグローバルに運営し、全面的に競合する企業は存在しない

変化の先頭に

**MARKLINES**  
www.marklines.com

Copyright © 2018 MarkLines Co., Ltd. All Rights Reserved

# 自動車産業に特化したワンストップサービスを提供

