



2018年9月期第3四半期 決算説明資料

2018年8月3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3四半期決算概要

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3四半期決算概要**

2018年9月期第3四半期決算のポイント

■ 開発・販売への投資を継続

- ・ 人工知能を搭載した「クロスデバイス機能（特許出願中）」を発表
- ・ 開発戦略の重点目標・新規連携30件に対し進捗26件と順調

■ 主力マーケティングPF事業売上高は前年比121.8%

- ・ 商流PF事業売上高は前期に実施した業務移管に伴い前年比60.3%

※1 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114.8%

※2 業務移管したEC受託開発事業規模 246百万円（2016年9月期実績）

■ 売上成長のために投資拡大、営業損失を計上

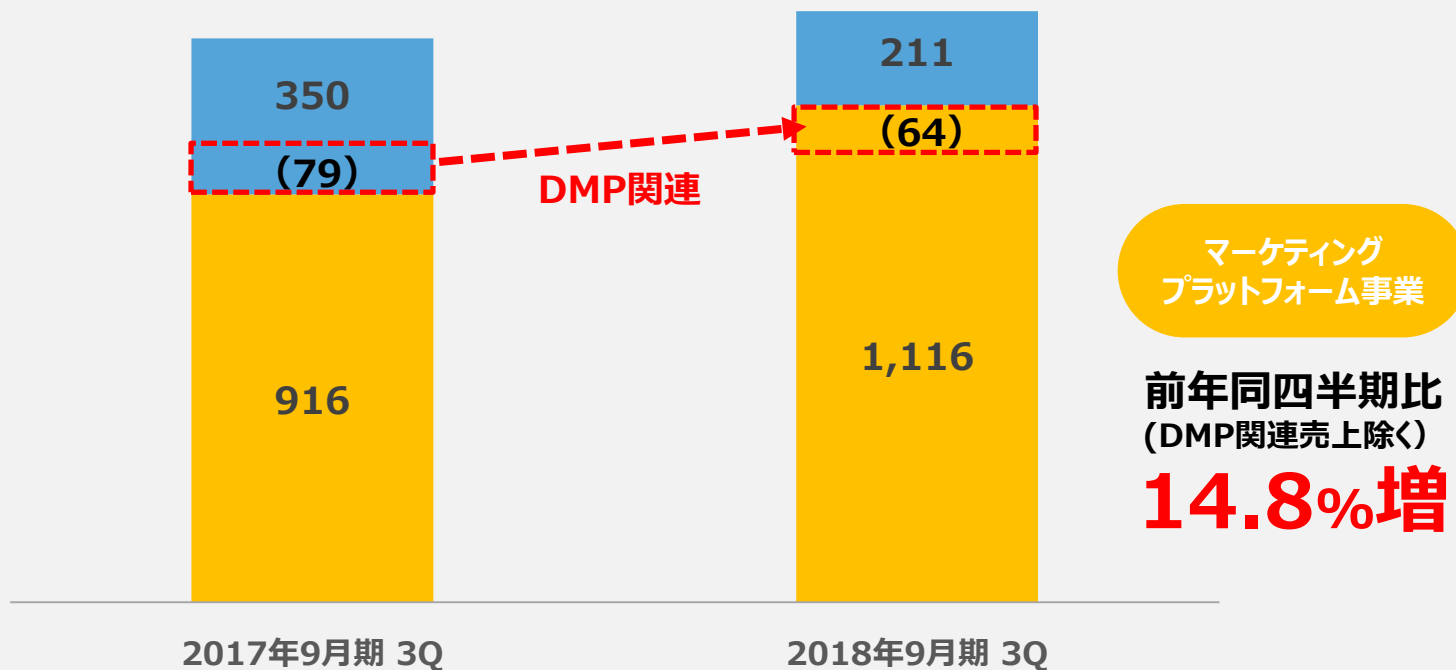
- ・ 売上成長を志向し積極的な人員採用、広告宣伝費投下により費用先行
- ・ 今後の事業拡大のための資金調達を実施

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。

■ MPF事業売上 ■ 商流PF事業売上

単位：百万円



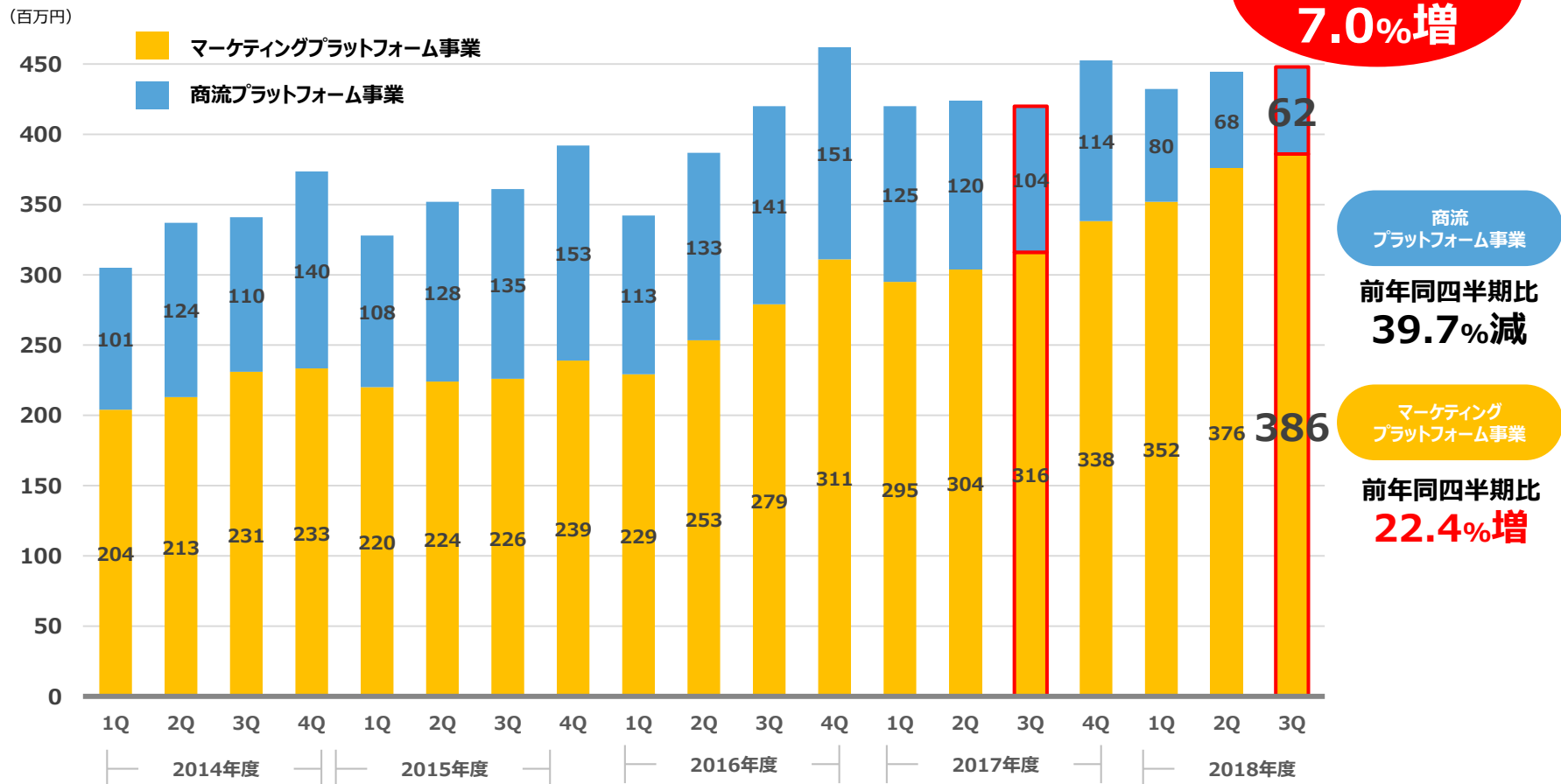
2018年9月期第3四半期 業績サマリー

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

	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	1,327	104.8%	▲82	前年は 116百万円
マーケティング プラットフォーム 事業	1,116	121.8%	▲105	前年は 138百万円
商流 プラットフォーム 事業	211	60.3%	23	前年は ▲21百万円

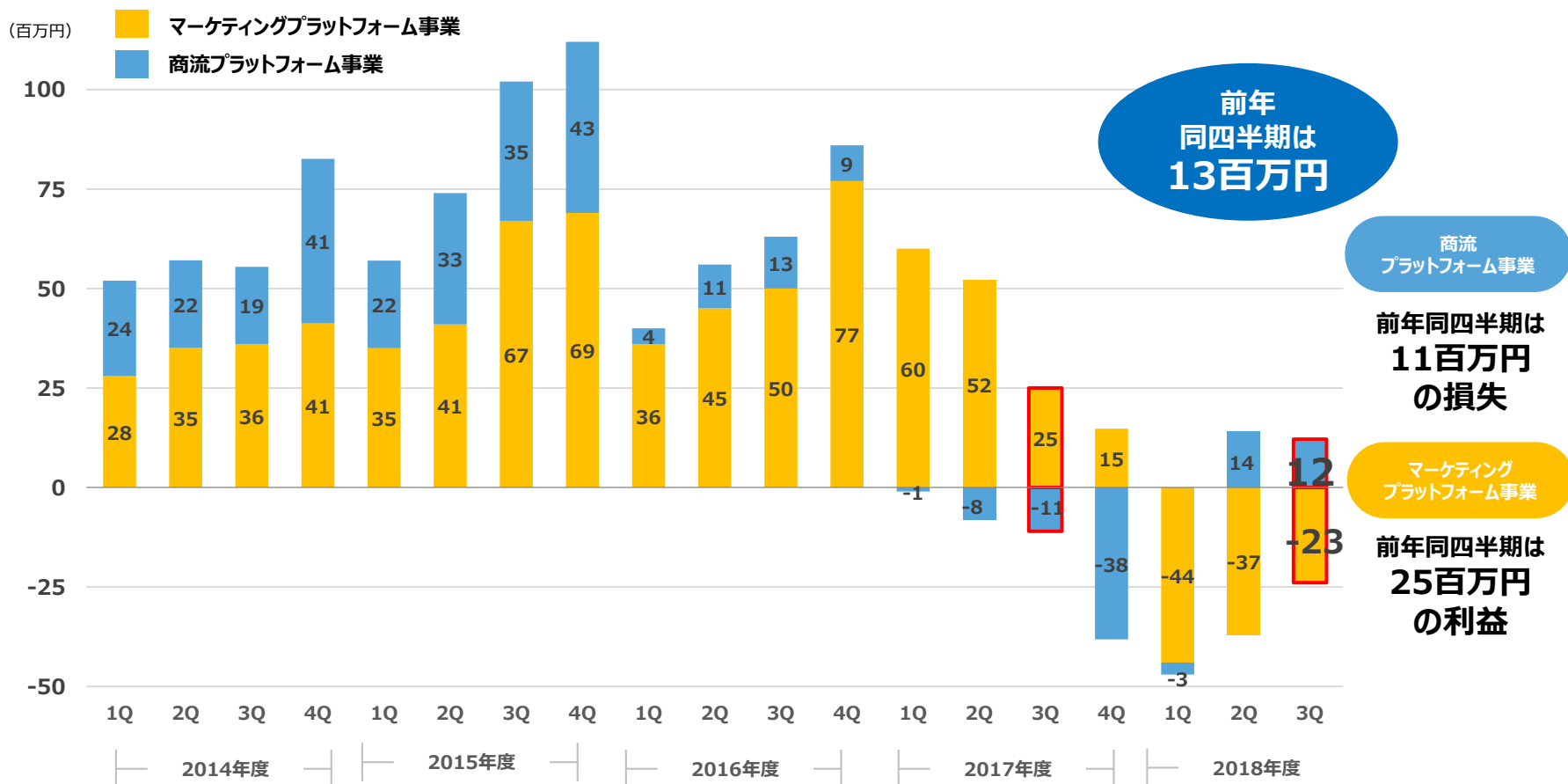
四半期売上高の推移

主力のマーケティングPF事業は順調に増収
 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

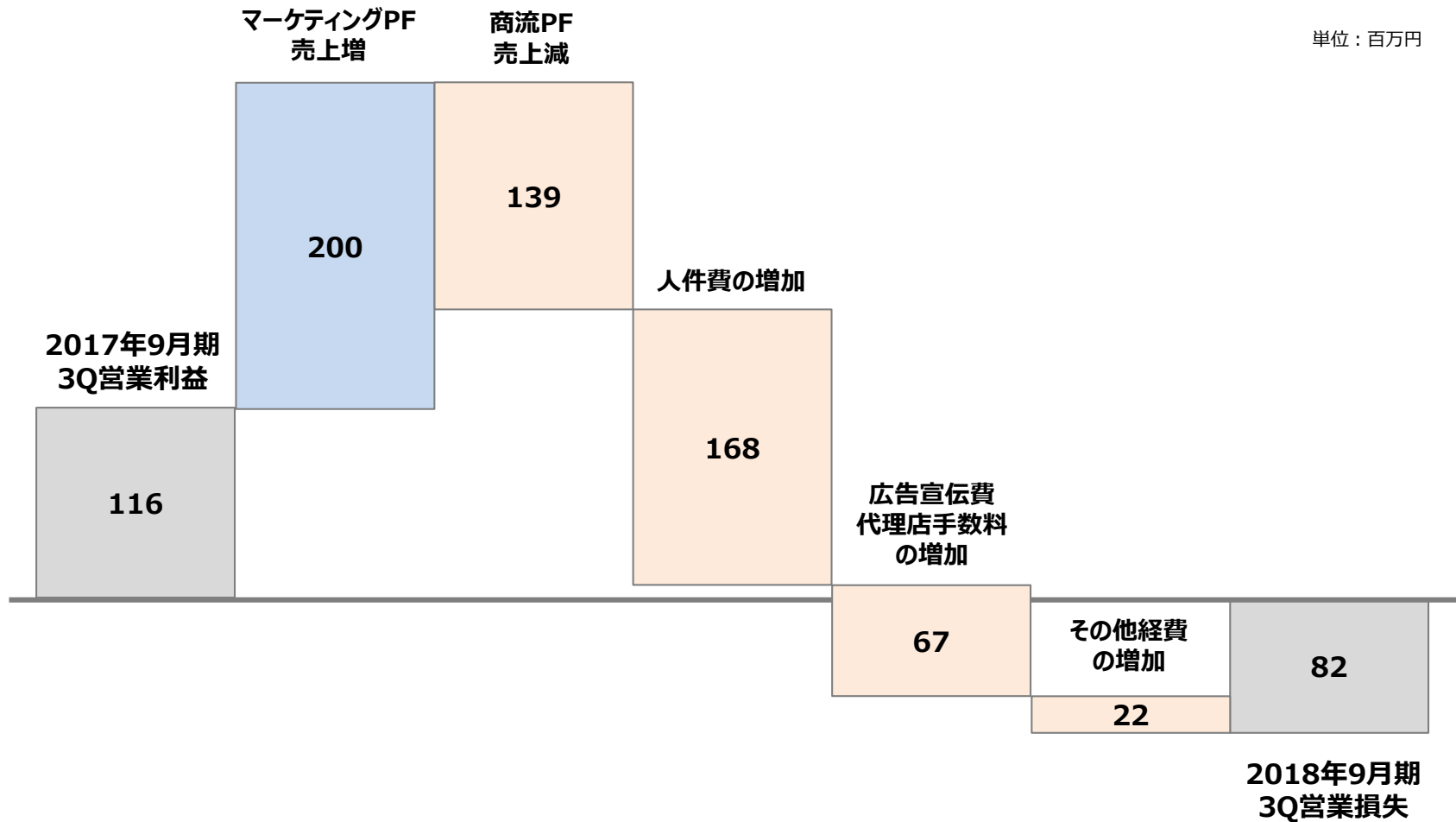
マーケティングPF事業は開発・販売両面への積極投資により営業損失を計上
 商流PF事業は業務移管・人員再編が一段落し黒字継続



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3Q-2018年9月期3Q

単位：百万円



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 =

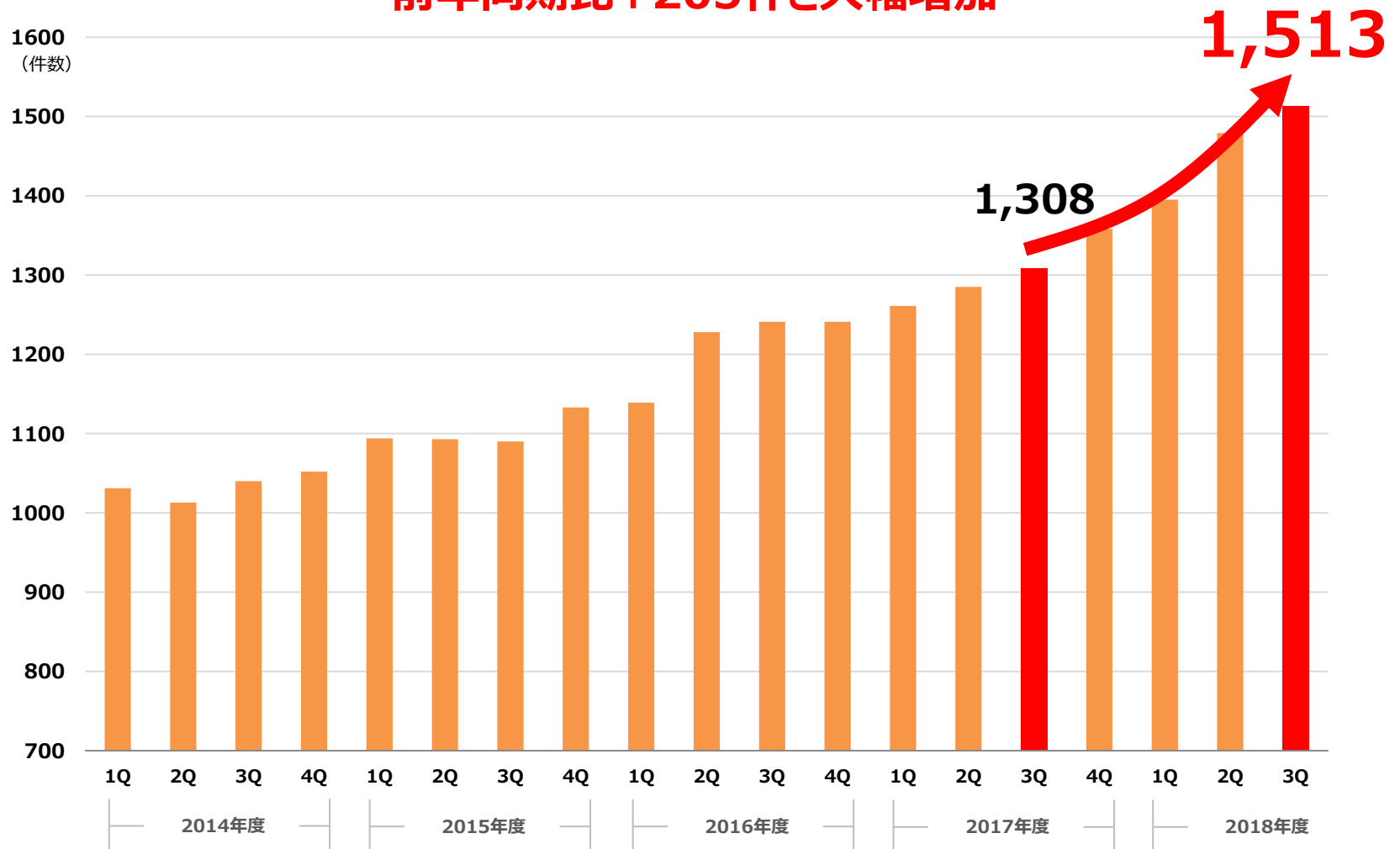
アカウント数

×

平均単価

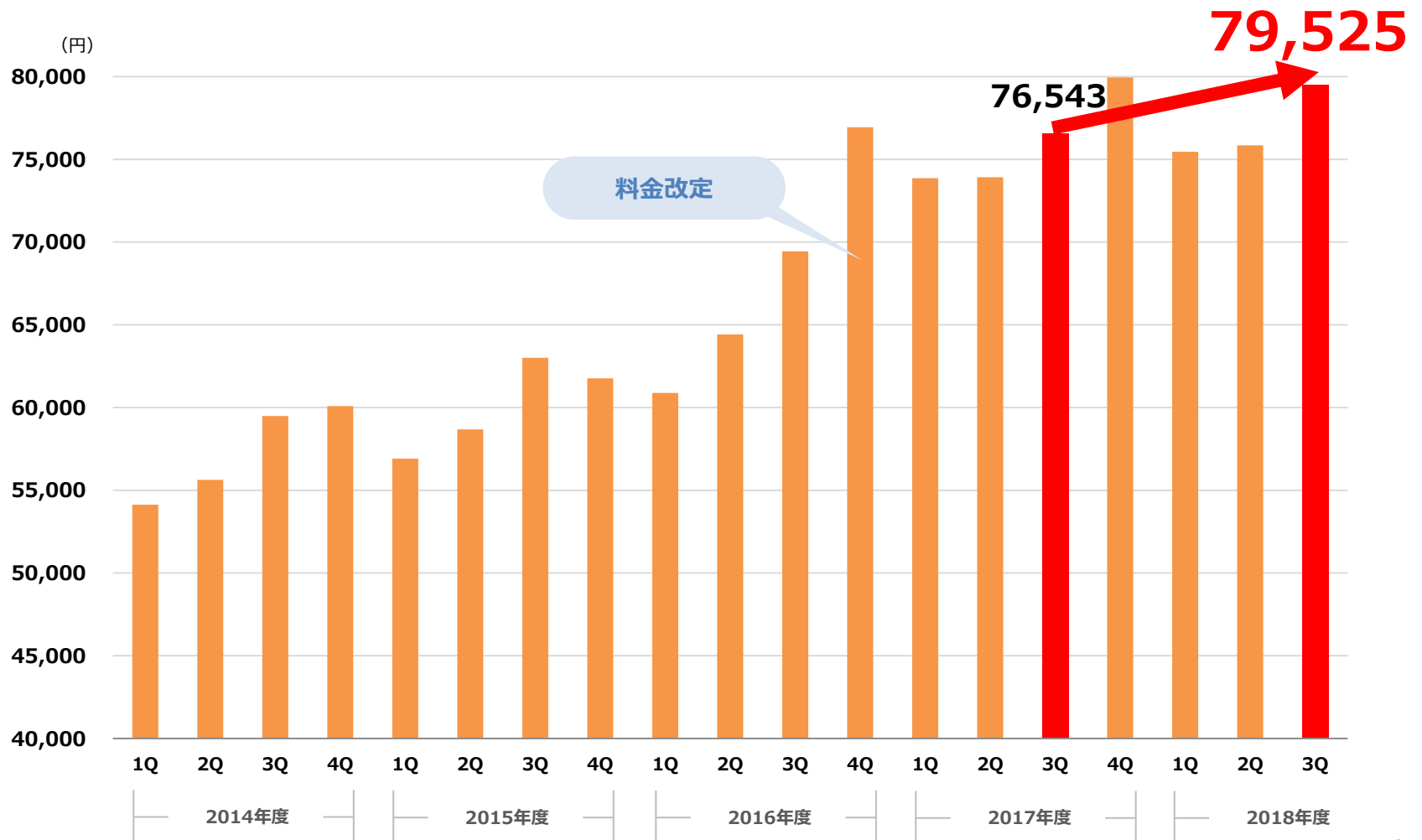
アドエビスのアクティブアカウント数推移

マーケティング&セールスへの積極投資が奏功
前年同期比+205件と大幅増加



アドエビスの平均単価推移

新料金プランの導入により **前年同期比+2,982円と伸長**



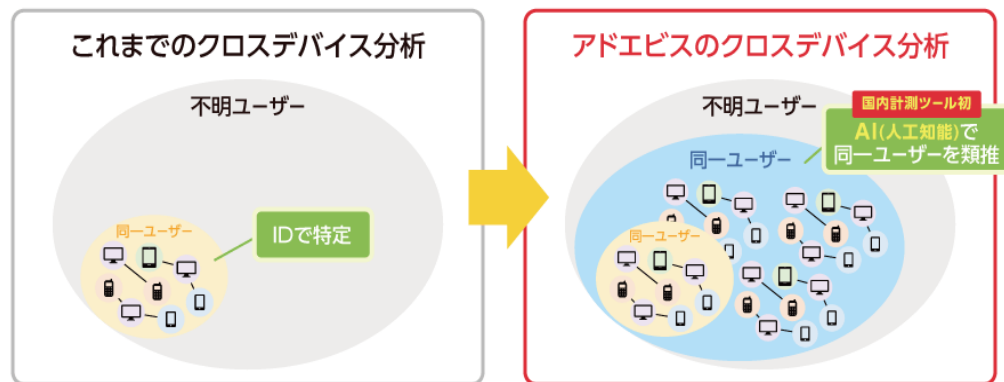
※ キャンペーン時のみのアカウントもあり、季節変動があります。

人工機能を搭載したクロスデバイス機能を発表

デバイス/アプリ/ブラウザ間を横断してユーザー行動を可視化する「クロスデバイス機能（特許出願中）」を発表。8月より提供開始。

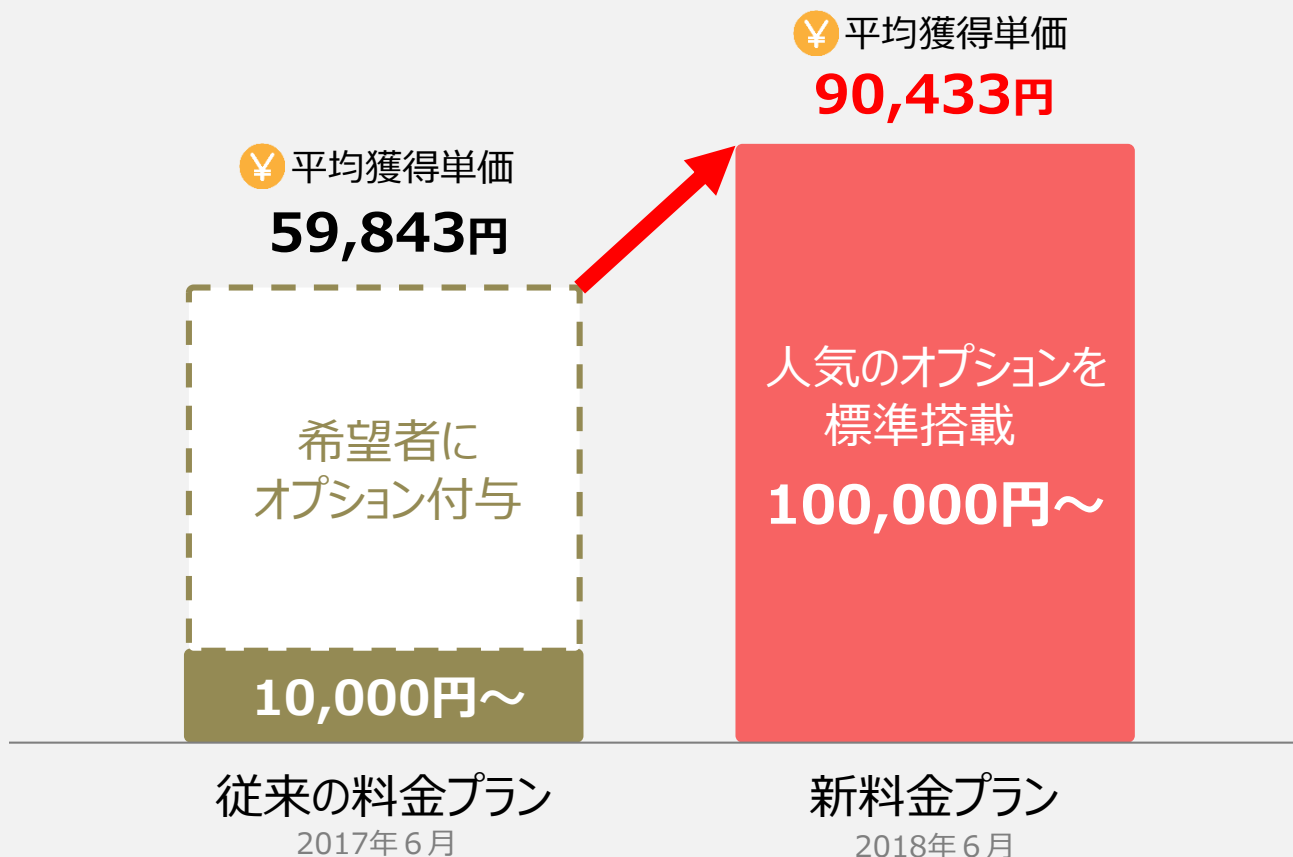
国内初! 人工知能でデバイス横断を推定

デバイスやアプリに依存しない新しい効果測定



新しい料金プランを導入し平均単価向上

3Qより新規受注分のアドエビスに新料金プランを導入。
人気のオプション機能を標準搭載することで獲得単価向上に寄与。



資金調達の概要

マーケティングロボット実現に向けた
開発投資や将来的なM&A等を目的とした資金調達を実施

総額8億円の資金調達のため金融機関より借入

調達の内訳

短期：2億円

長期：6億円

資金使途

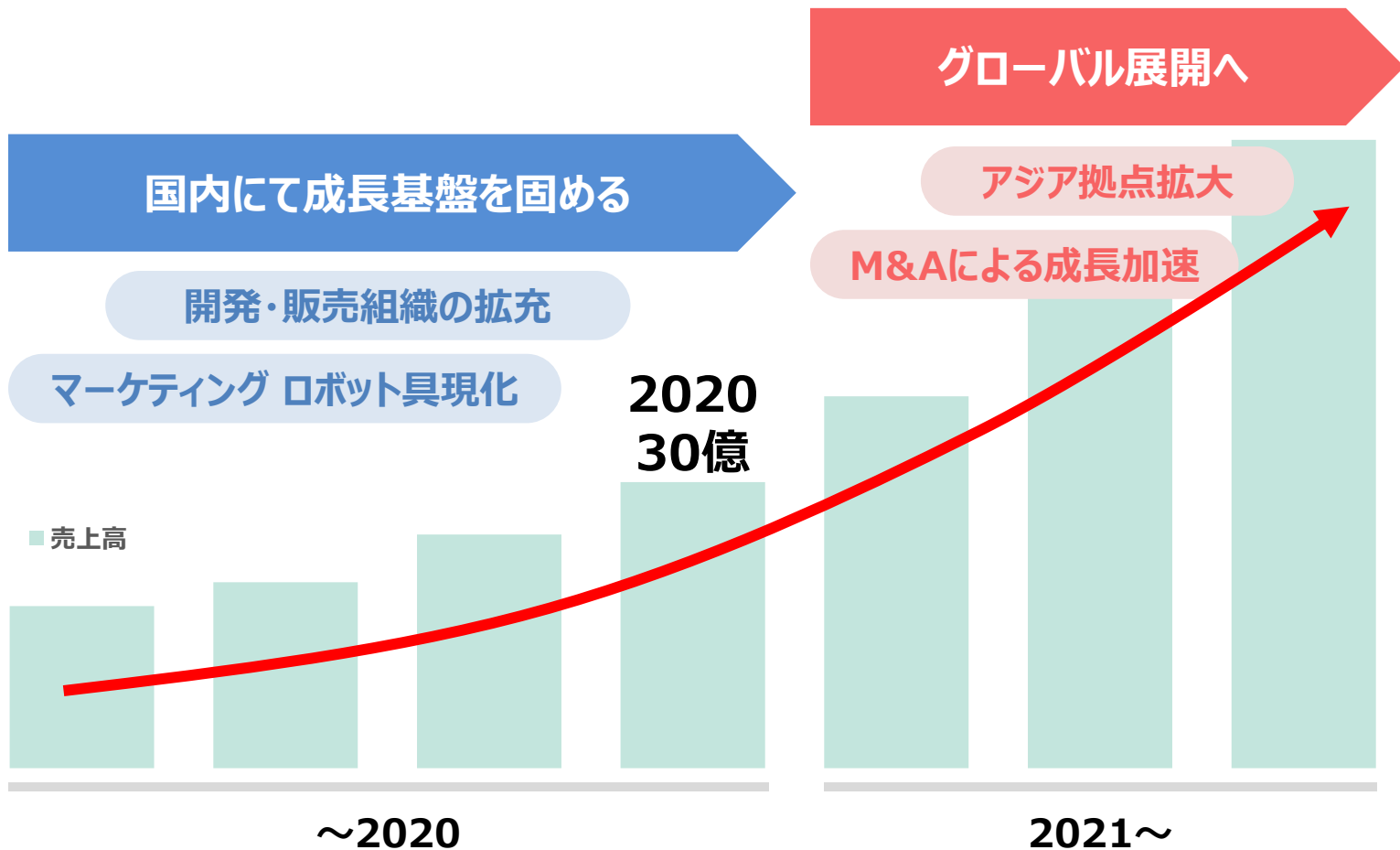
マーケティングプラットフォーム領域、人工知能領域における開発投資
及び将来的なM&A等のため

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

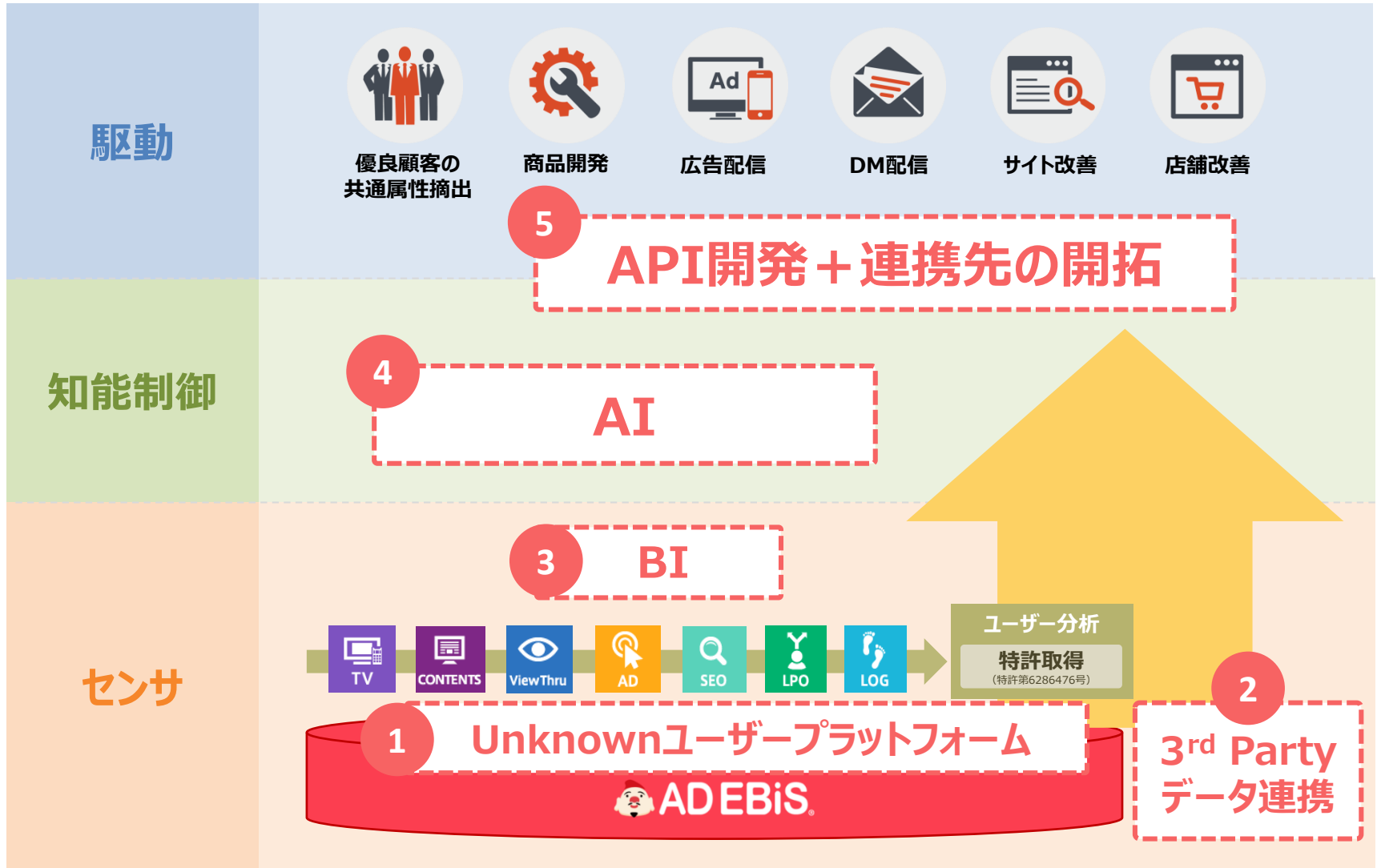
マーケティング
セールス
組織の拡充
高度化

マーケティング体制の拡充

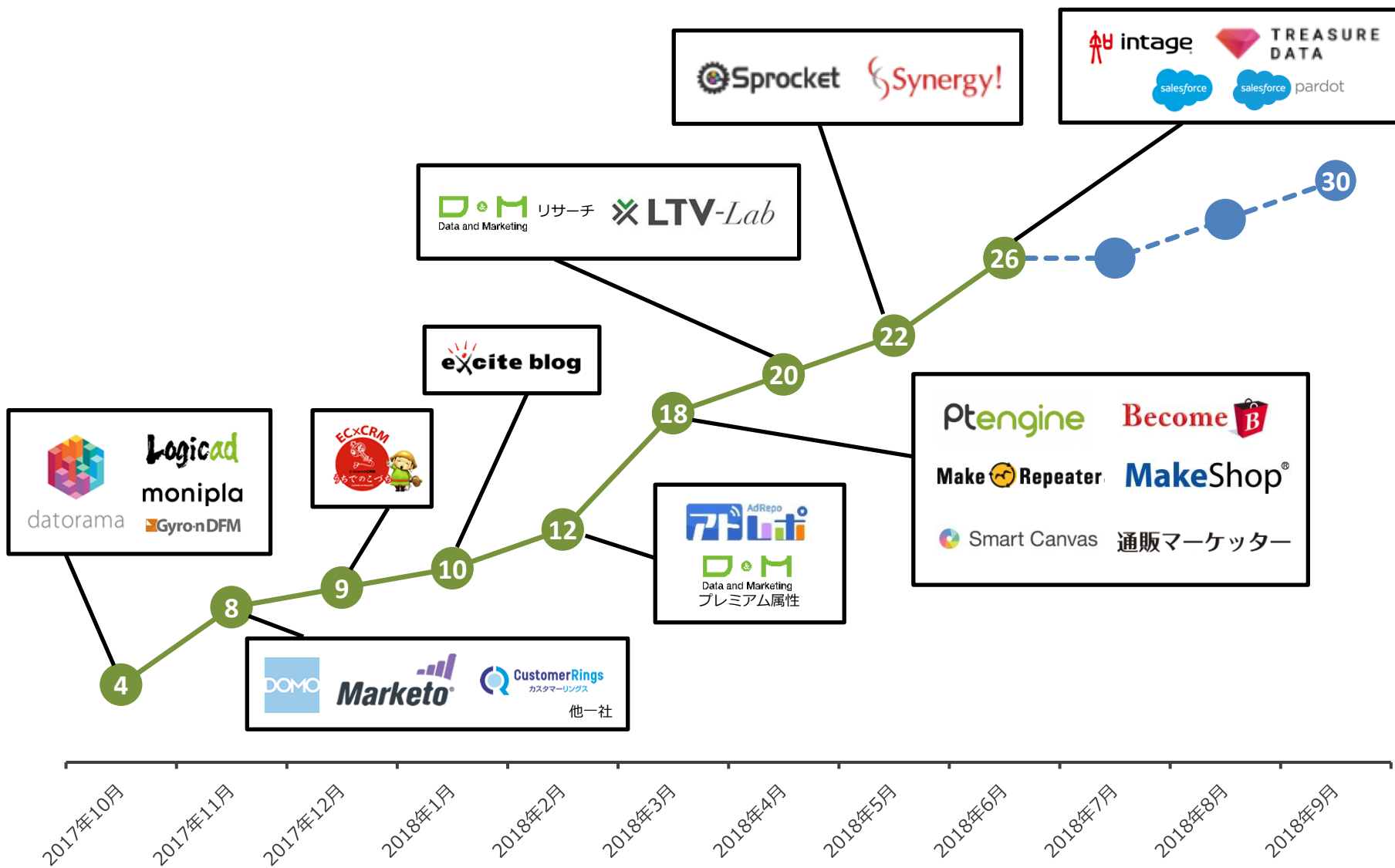
エキスパート人材による
組織の高度化

営業人員増加
新規獲得・既存リレーション強化

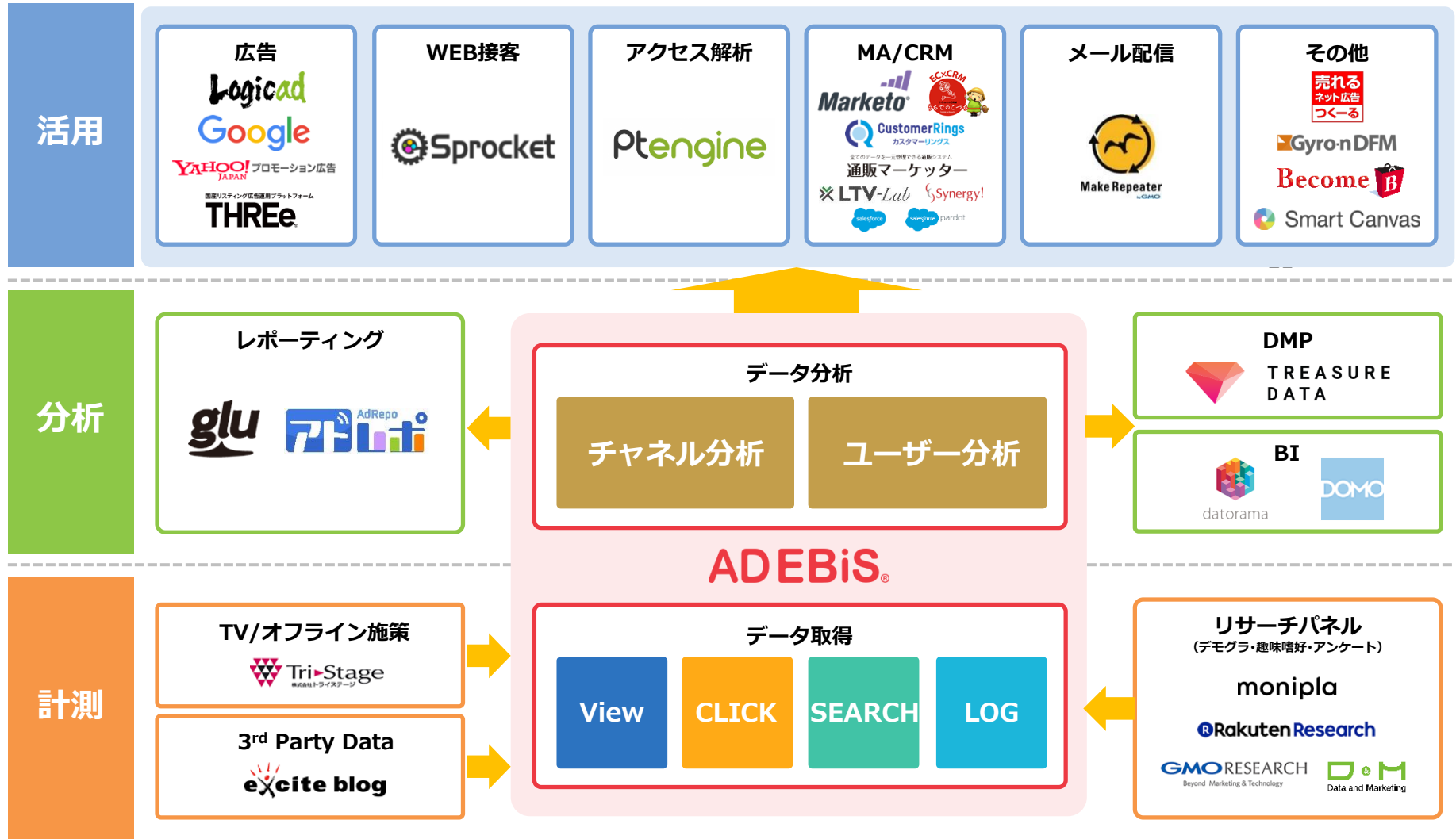
マーケティング ロボット 重点開発項目



マーケティング ロボット 30連携進捗

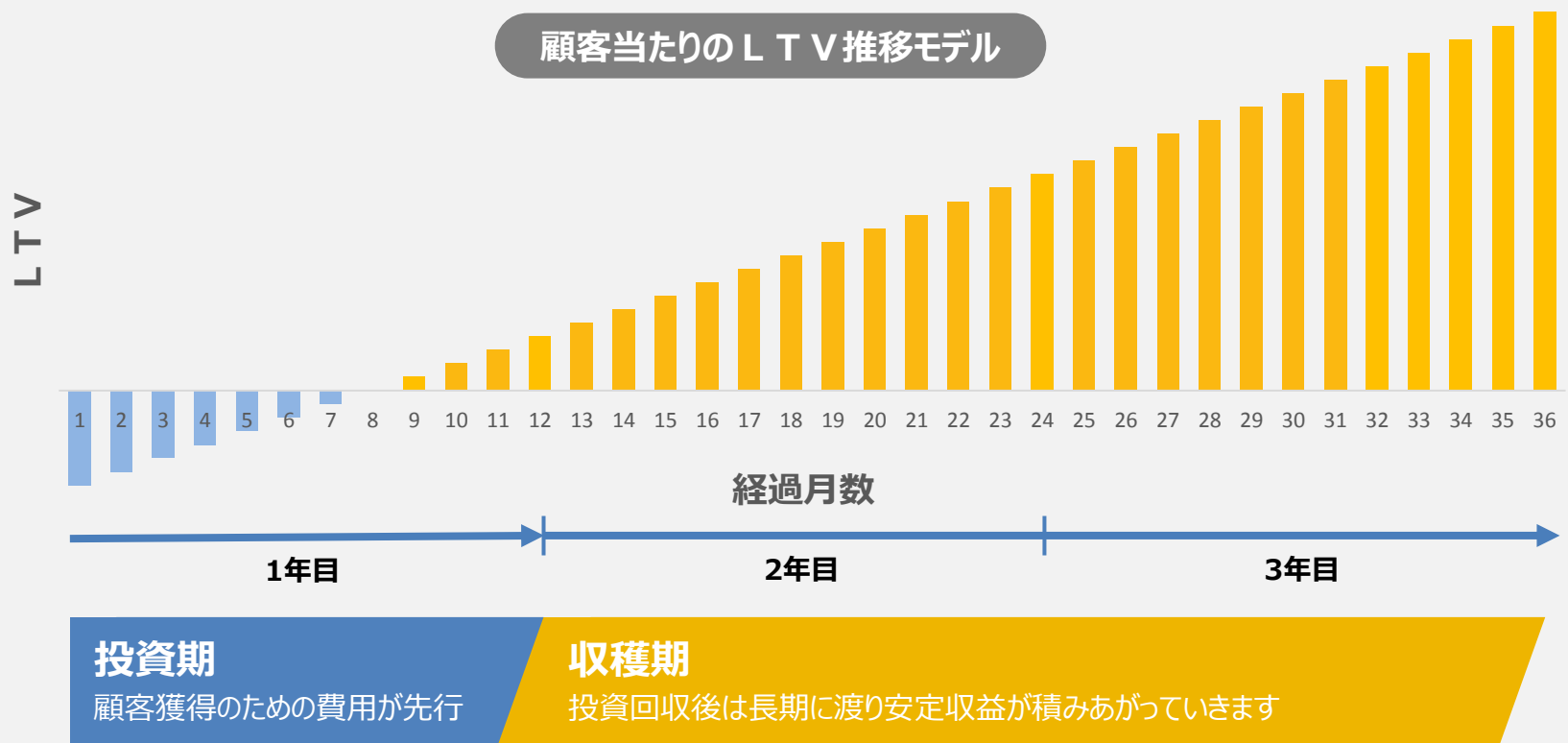


マーケティング ロボット 連携全体像



マーケティングプラットフォーム事業のLTV獲得モデル

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です。顧客獲得のためのマーケティング & セールスコストや研究開発費が先行しますが、投資回収後のライフタイムを通じて、継続的にライフタイムバリュー(LTV)を獲得していくビジネスモデルです。積極的な先行投資で高い売上成長率を実現し、中長期的な収益拡大を目指します。



マーケティングプラットフォーム事業投資の内訳

成長を加速するため、足下は開発投資による競争力強化、
 マーケティング&セールス投資による販売力強化を進め、売上拡大に注力しております。
 ストック型の売上成長に伴い、コスト構造を緩やかに改善していき、
 中長期的な収益拡大を目指していく方針です。

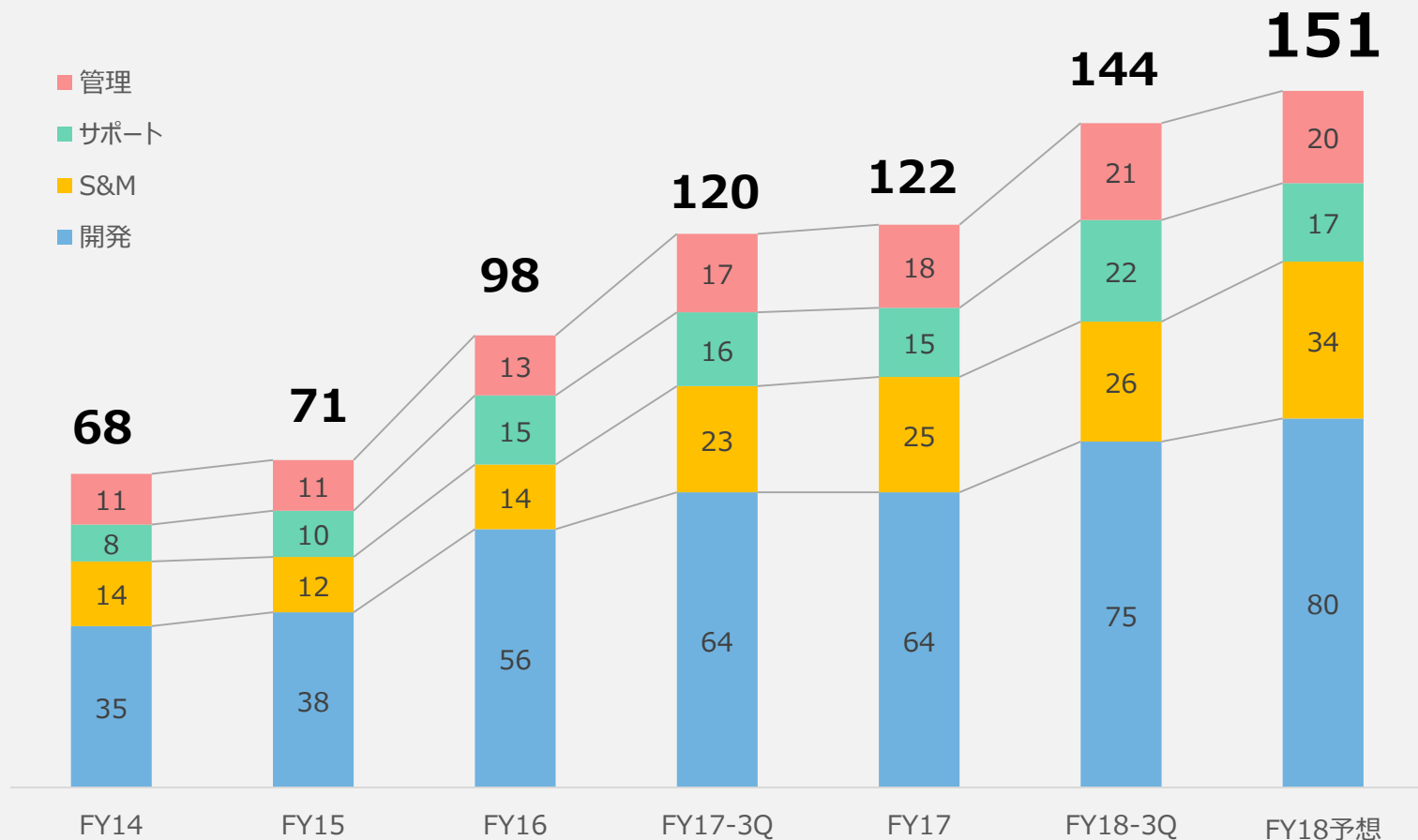
MPF事業各費用 対売上比率	2016年 9月期	2017年 9月期	2018年 9月期3Q	中長期目標 モデル
マーケティング & セールス	24%	29%	34%	30%
開発	21%	24%	36%	25-30%
カスタマーサポート	11%	11%	12%	10%
その他間接	24%	25%	28%	15-20%
営業利益	20%	12%	▲9%	10-20%

投資強化



成長の原動力となる人員投資

ソフトウェア開発のためのエンジニア、販売強化のためのセールスパーソン
当社にとっての投資とは人員増強のことと言っても過言ではありません。
超売り手市場のなかでも積極採用を進め、成長を加速してまいります。



03

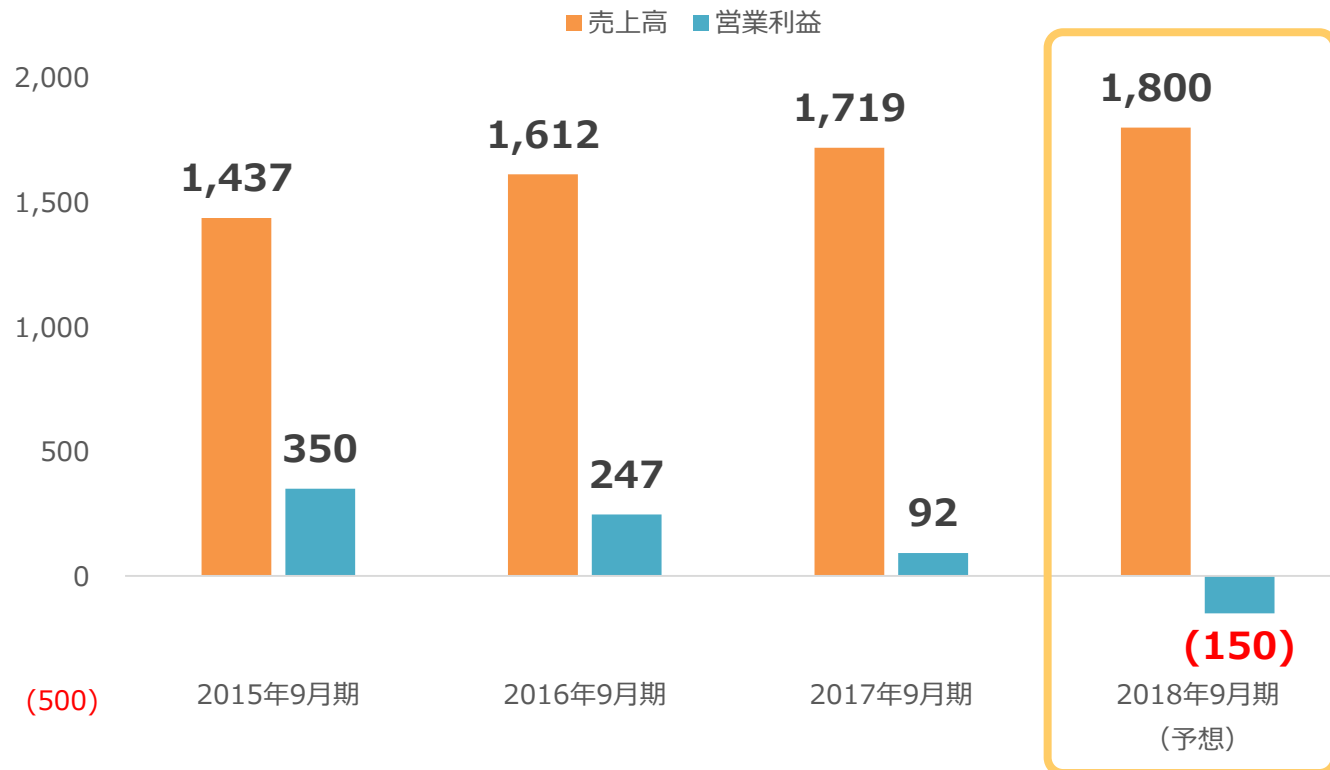
**2018年9月期
通期業績見通しについて**

2018年9月期の通期業績見通し

2018年9月期通期連結業績予想

売上高 : 1,800百万円

営業損失 : 150百万円



2018年9月期の通期業績見通し（セグメント別売上）

マーケティングプラットフォーム事業では、マーケティング・セールス強化施策及び新規サービス開発への投資が引き続き売上拡大に寄与することが見込まれます。

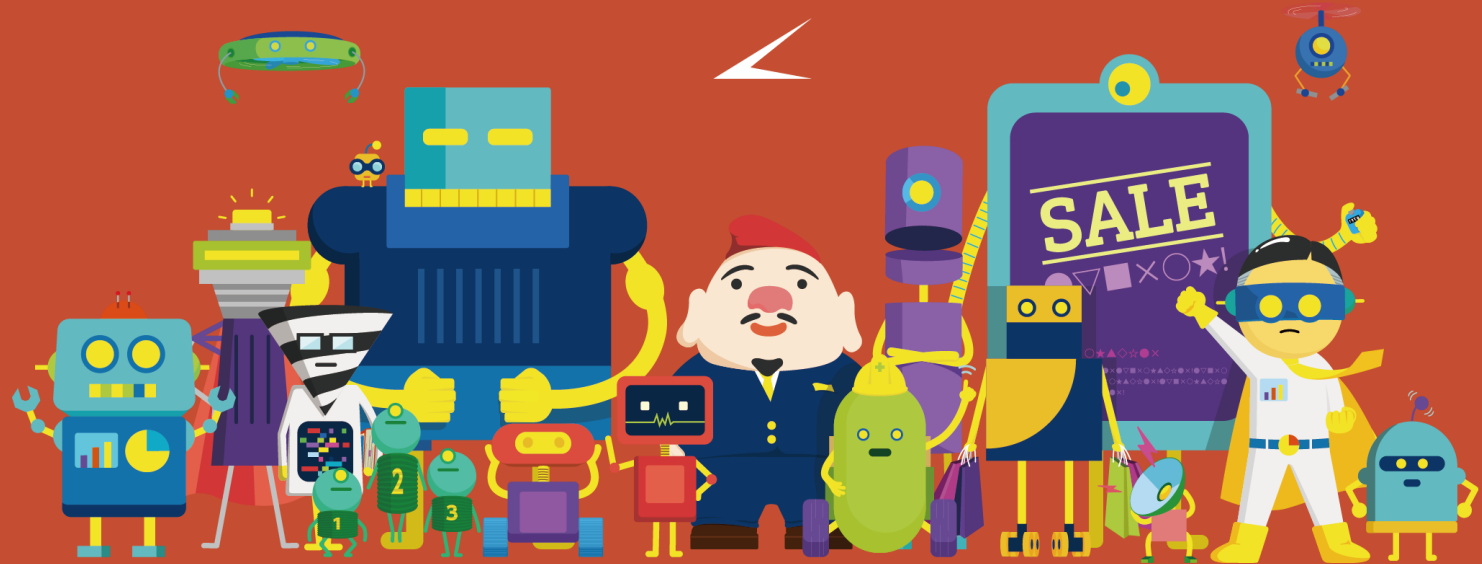
一方、商流プラットフォーム事業では、EC-CUBE事業が堅調に推移しているものの、前期に実施したソリューション事業の業務移管に伴う大幅な売上減少を見込んでおり、
全社としては小幅な増収を見込んでおります。

単位：百万円

売上	2017年 9月期	2018年 9月期予想	前期比	増減率	
マーケティングPF	1,254	1,530	+275	21.9%	
商流PF	EC-CUBE	207	250	+42	20.3%
	ソリューション	256	20	-236	-92.2%
売上合計	1,719	1,800	+81	4.7%	

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3四半期連結損益概要

単位：百万円

	2017年 9月期 第3四半期	2018年 9月期 第3四半期	前年 同期比	増減率
売上高	1,266	1,327	+60	4.8%
売上原価	419	439	+20	4.9%
売上総利益	847	888	+40	4.8%
販売費及び一般管理費	731	970	+238	32.7%
営業利益	116	▲82	▲198	-
(営業利益率)	(9.2%)	(▲6.2%)		
経常利益	130	▲96	▲226	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	90	▲69	▲159	-

連結貸借対照表概要

事業拡大のため金融機関からの借入により資金調達、負債が増加

単位：百万円

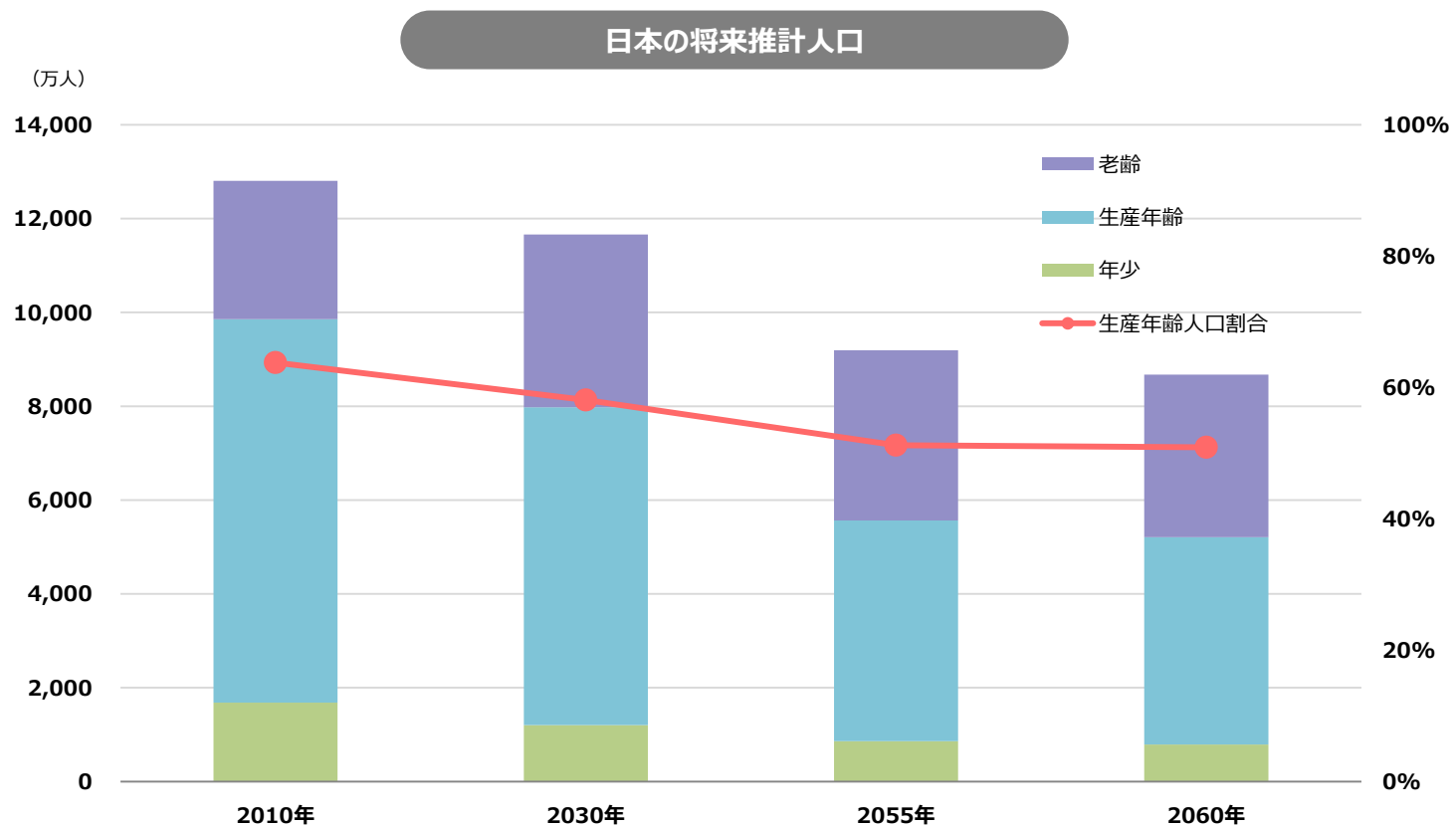
	2017年 9月末	2018年 3月末	増減額
流動資産	999	1,628	+629
（現預金）	680	1262	+581
固定資産	439	573	+133
（有形固定資産）	90	83	▲7
（無形固定資産）	208	302	+94
（投資その他資産）	141	187	+45
資産合計	1,439	2,202	+762
流動負債	167	579	+411
固定負債	37	429	+392
負債合計	204	1,008	+804
純資産合計	1,234	1,193	▲41

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

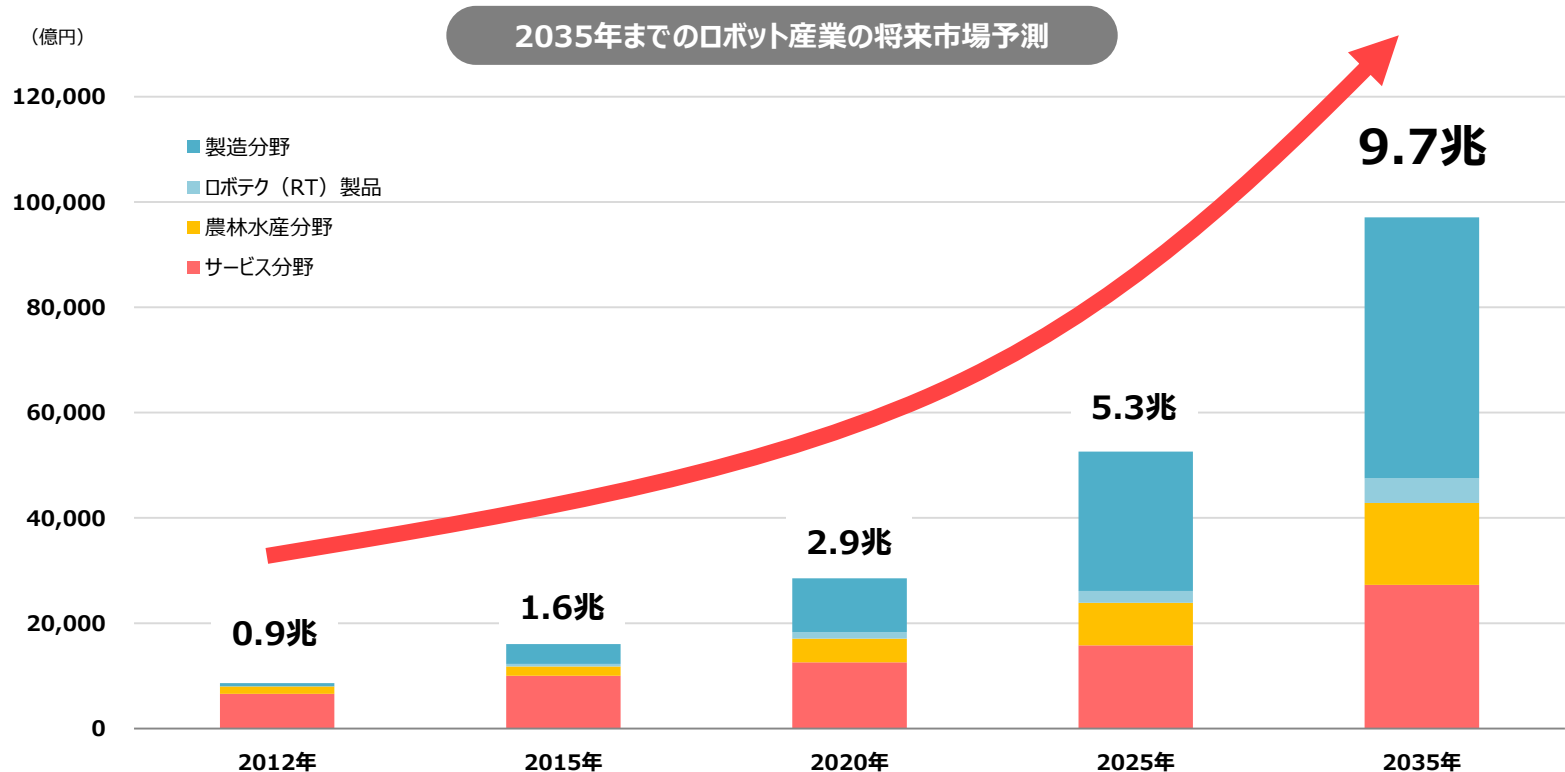
日本の人口は右肩下がり。市場規模縮小と労働力減少により、企業と顧客とのコミュニケーションは、より効率化が求められる時代へ。



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

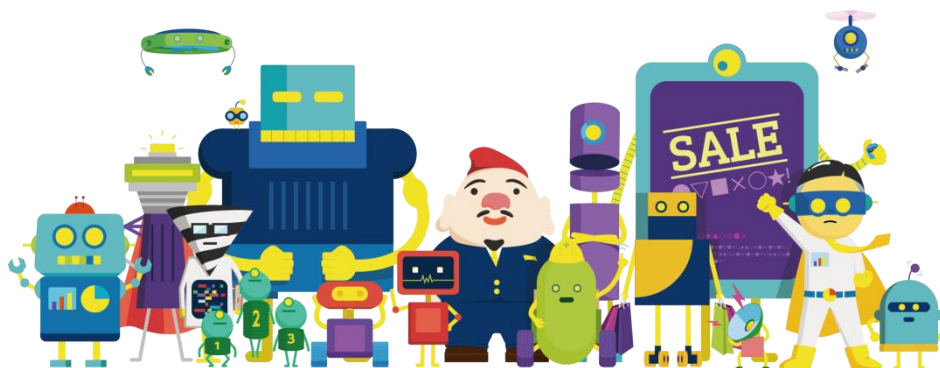
マーケティングにもロボットの力を

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。



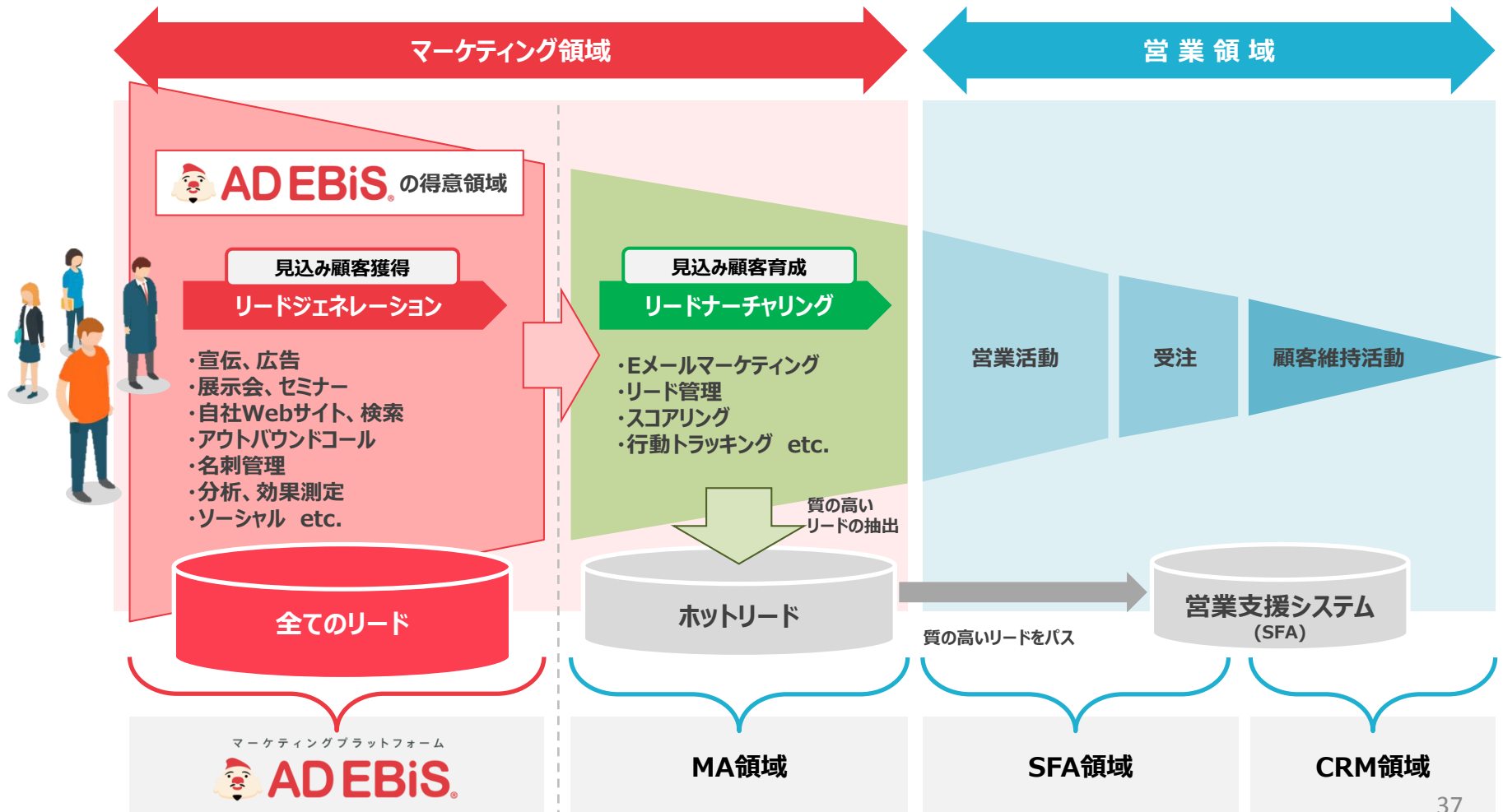
ロボットの三要素

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



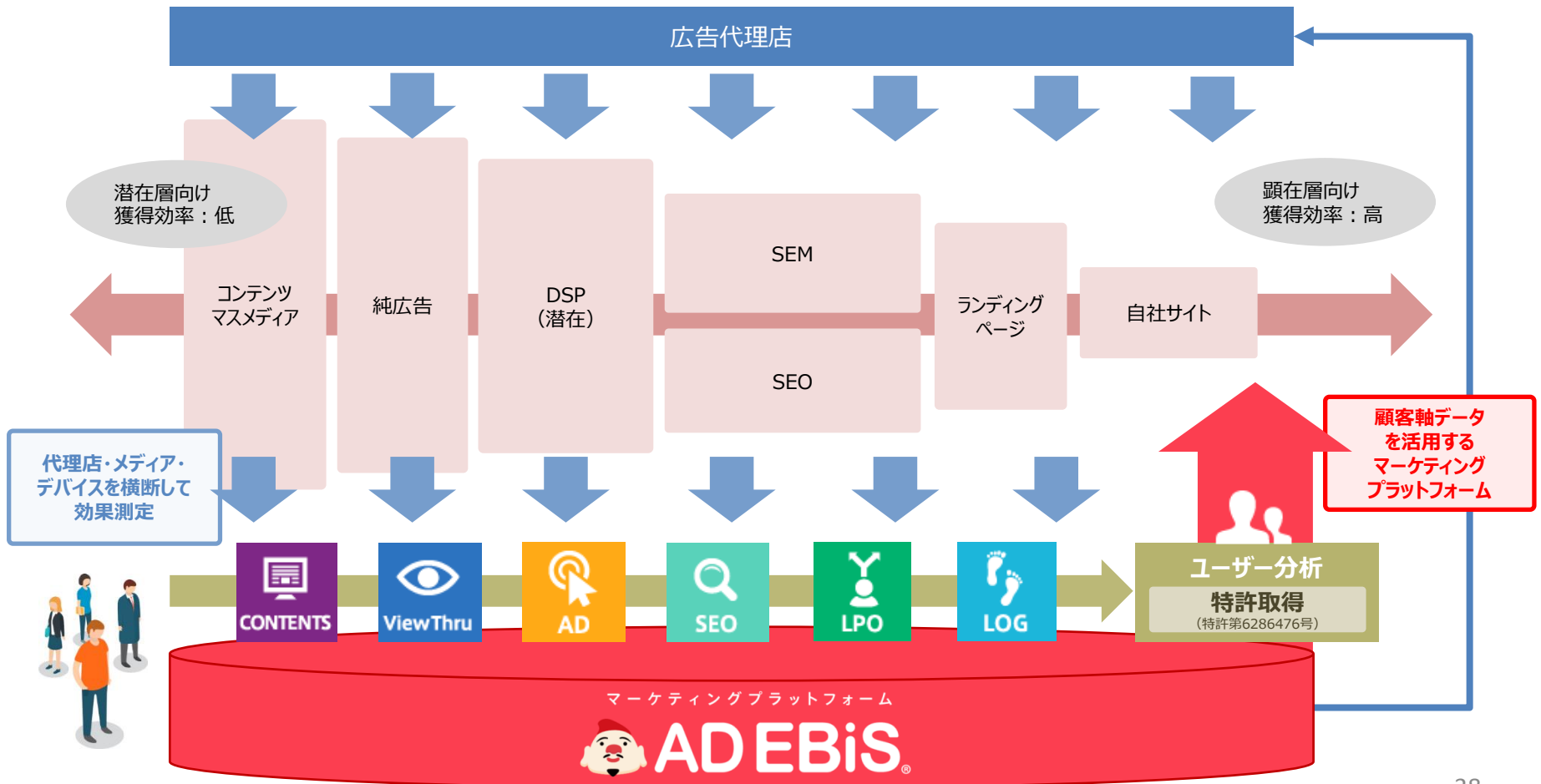
マーケティングロボットデータ基盤

「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メディア・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



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

広告効果測定市場において国内シェアNo.1獲得※

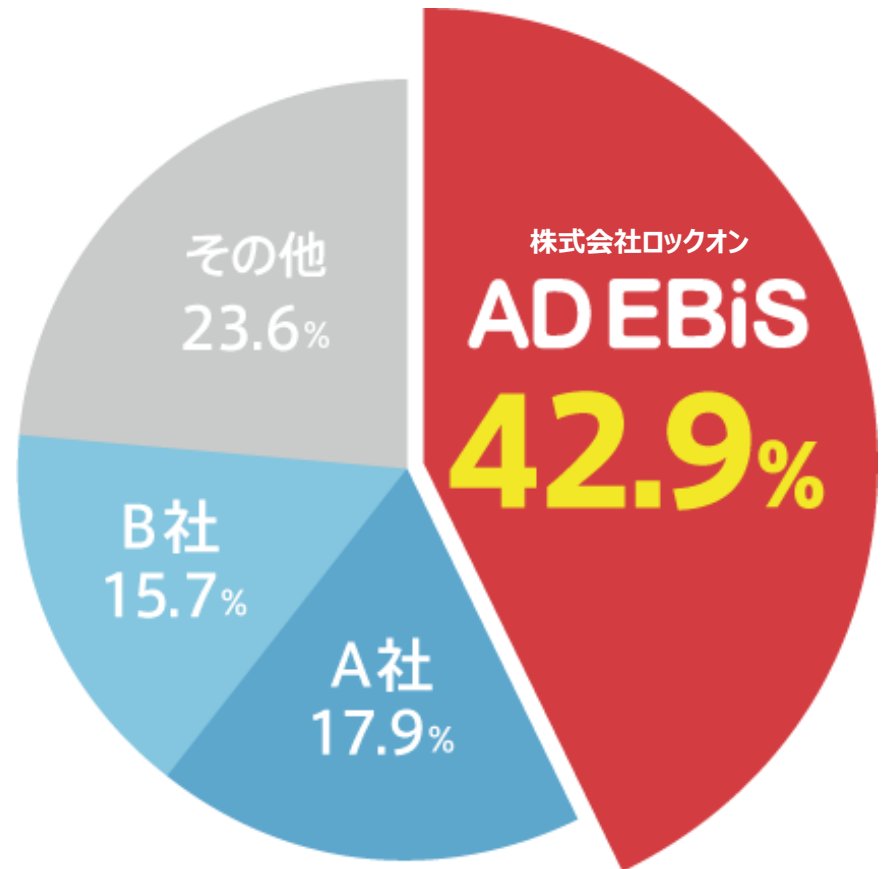
広告効果測定市場において
3年連続シェアNo.1!!※



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。

※ 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）



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」

「ヒト」を軸としたアクセス履歴解析機能において特許を取得

「アドエビス」に実装されているユーザーの行動履歴を可視化し評価する「ヒト」を軸としたアクセス履歴解析機能に関する特許を、2018年2月9日に取得。



特許番号 : 特許第6286476号 | 登録日 : 2018年2月9日

発明の名称 : 顧客を軸としたアクセス履歴解析システム、顧客を軸としたアクセス履歴解析方法、および、顧客を軸としたアクセス履歴解析プログラム

2018年「働きがいのある会社」ベストカンパニーに選出

2018年「働きがいのある会社」ランキング『従業員25～99人部門』において、
ベストカンパニーに6年連続、7度目の選出。



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。



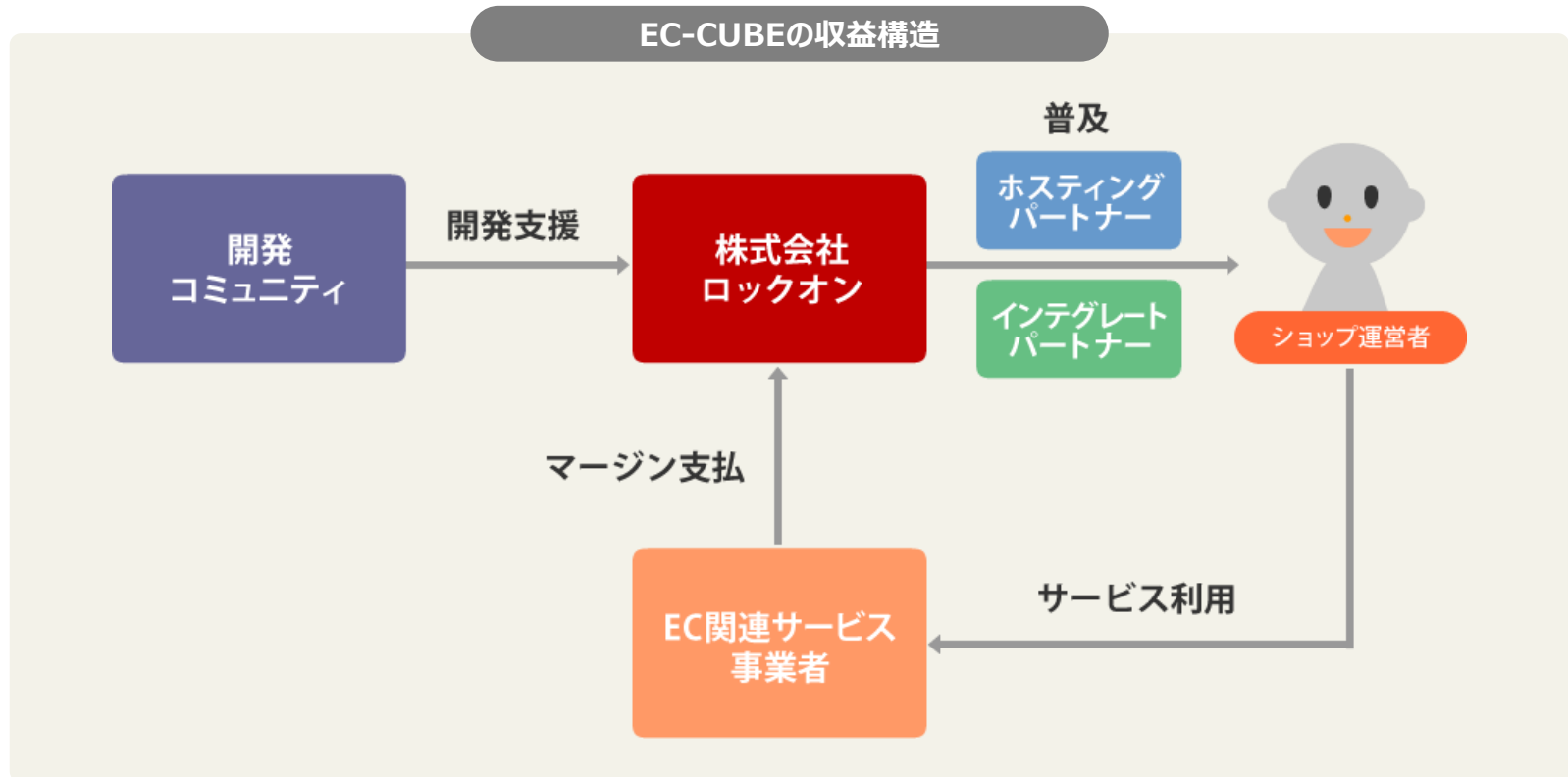
リリース時のキャッチコピー
「ECサイトに色を」

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3四半期 プレスリリース一覽

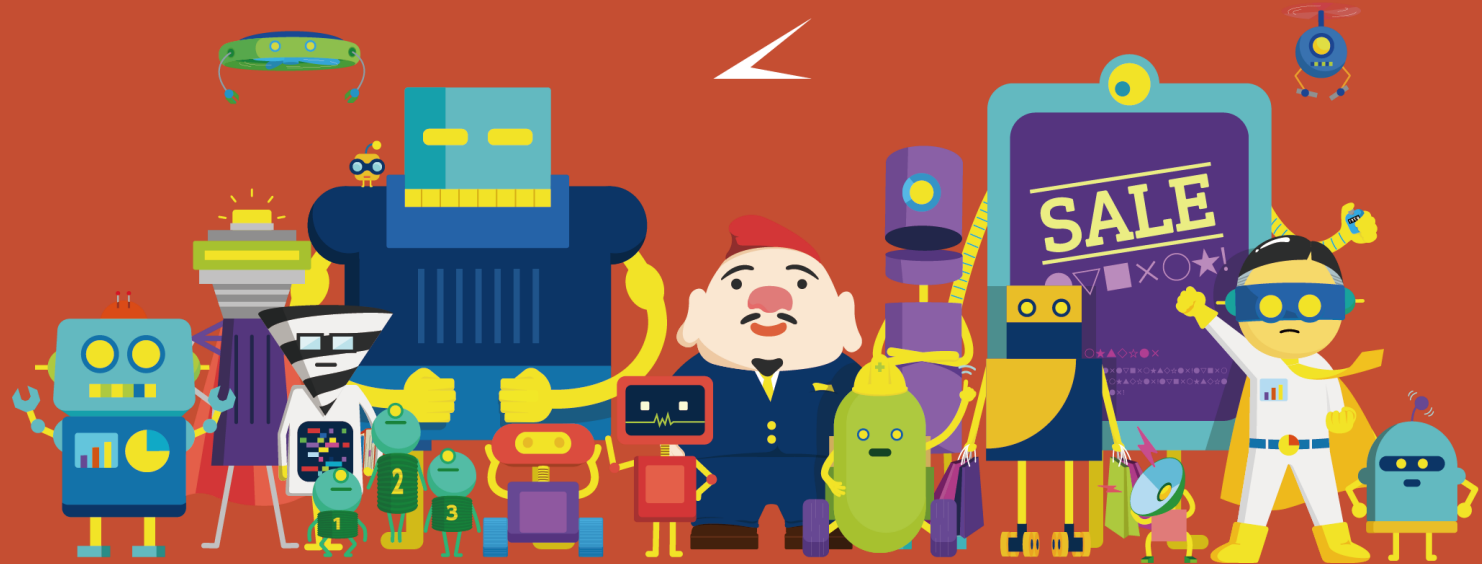
2018.04.04	AD EBiS	株式会社ロックオン、「Web担当者Forum ミーティング 2018 春」に協賛。広告費が「増えた企業」と「増えない企業」の違いについてセミナーを実施。
2018.04.10	AD EBiS	アドエビス、通販特化型CRM「LTV-Lab」と連携開始。LTVを加味した広告評価が可能に。
2018.04.18	AD EBiS	株式会社ロックオン、「Japan IT Week 春 ビッグサイト」内、「Web&デジタルマーケティングEXPO春」に出展
2018.04.19	AD EBiS	アドエビス、株式会社ディーアンドエムと協業し、450万人の消費者データを利用した、新しいリサーチサービスをリリース。
2018.04.23	AD EBiS	マーケティングプラットフォーム「アドエビス」、導入実績9,000件を突破～9,000件突破記念キャンペーンを本日より開始。
2018.05.10	EC-CUBE	株式会社ロックオン、Amazonアカウントで決済ができる「Amazon Payプラグイン」をEC-CUBEオーナーズストアで配信開始。 ～ 個人情報入力不要・クリックのみで決済が完了することから、購入率・会員登録率UPに期待 ～
2018.05.16	AD EBiS	株式会社ロックオンと株式会社サイバー・コミュニケーションズ、「アドエビス」を活用したデータ分析パッケージの提供・販売促進で協業を開始
2018.05.17	AD EBiS	アドエビス、CRMクラウドサービス「Synergy!」と連携開始。行動データを活用した顧客育成でパフォーマンス向上に貢献。
2018.05.22	AD EBiS	アドエビス、WEB接客ツール「Sprocket」と連携開始。広告閲覧・自然検索等、サイト来訪の“きっかけ”を活用したWEB接客が可能に。
2018.06.01	AD EBiS	株式会社ロックオン、「ネットショップ担当者フォーラム & Web担当者Forumミーティング2018 in 福岡」に協賛。EC事業Webプロモーション設計についてのセミナーに登壇。
2018.06.05	AD EBiS	アドエビス、株式会社インテージと協業し、サイト来訪等の実行動データを活用した、新しいリサーチサービスをリリース。
2018.06.07	AD EBiS	アドエビス、AI（人工知能）搭載「クロスデバイス機能」を8月より提供開始。年間120億超のビッグデータと独自アルゴリズムで同一ユーザーを推定。
2018.06.12	AD EBiS	株式会社ロックオン、「AD EBiSコネクタ」を提供開始。～Salesforce上で、営業成果に繋がった広告施策がレポート可能に～
2018.06.13	AD EBiS	株式会社ロックオン、「Marketing Special DAY」に協賛。アウトブレイン ジャパン株式会社をご招待し、最先端のプロモーション手法をご紹介します。
2018.06.18	AD EBiS	アドエビス、特定のユーザー行動をマーケティング成果として可視化できる「シナリオコンバージョン」機能を提供開始。

2018年9月期第3四半期 プレスリリース一覧

2018.06.21	AD EBiS	アドエビス、マーケティング支援プログラム「アドエビスサクセスプログラム」の提供を開始。～ユーザー同士が繋がるコミュニティサイト「エビサク」も提供開始～
2018.06.22	CORPORATE	株式会社ロックオン、「アドテック神戸」にて公式スピーカーとして登壇決定
2018.06.27	AD EBiS	株式会社ロックオン、「ネットショップ担当者フォーラム & Web担当者Forumミーティング2018 in 名古屋」に協賛。EC事業Webプロモーション設計についてのセミナーに登壇。
2018.06.28	AD EBiS	アドエビス、CDP「TREASURE CDP」と連携開始。マーケティングデータと様々なビッグデータのシームレスな統合と分析が可能に。

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。