



# 2018年9月期 決算説明資料

2018年11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月期決算説明**

02

**中期経営方針の進捗・事業概況**

03

**2019年9月期業績見通しについて**

01

# 2018年9月期 決算説明

# 2018年9月期 連結業績予想と実績の差異

(2017年10月1日～2018年9月30日)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想 (A)	1,800	▲150	—	—	円 銭
当期実績(B)	1,804	▲98	▲115	▲88	▲14.02
増減額(B-A)	4	51	—	—	
増減率	0.3%	—	—	—	
前期実績 (2017年9月期)	1,719	92	106	72	11.56

単位：百万円

# 2018年9月期 決算のポイント

## ■ 開発への投資を継続

- 人工知能を搭載した「クロスデバイス機能（特許出願中）」提供開始
- 開発戦略の重点目標・新規連携30件に対し進捗31件と達成
- 運用型広告レポート自動作成ツール「アドレポ」事業を買収

## ■ 主力マーケティングPF事業売上高は前年比122.0%

- 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59.0%

※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115.2%

※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

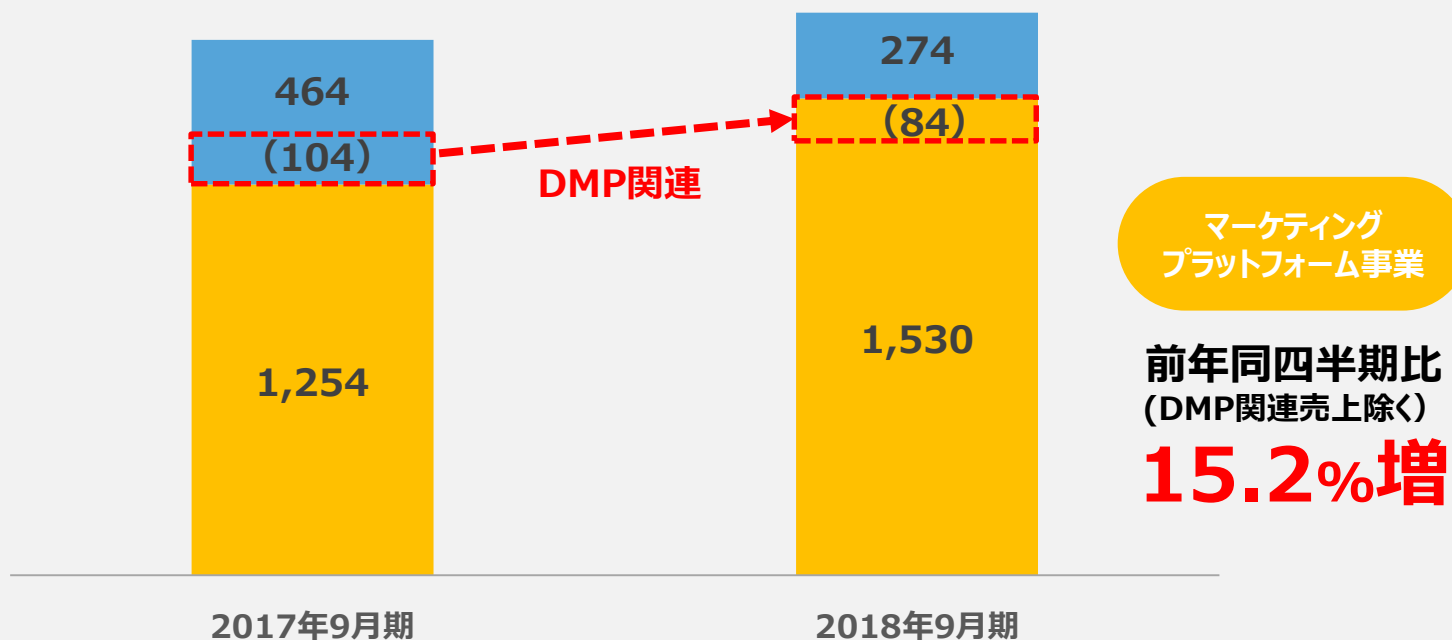
- 売上成長を志向し積極的な人員採用、広告宣伝費投下により費用先行

# 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 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	1,804	105.0%	▲98	前年は 92百万円
マーケティング プラットフォーム 事業	1,530	122.0%	▲120	前年は 152百万円
商流 プラットフォーム 事業	274	59.0%	22	前年は ▲60百万円

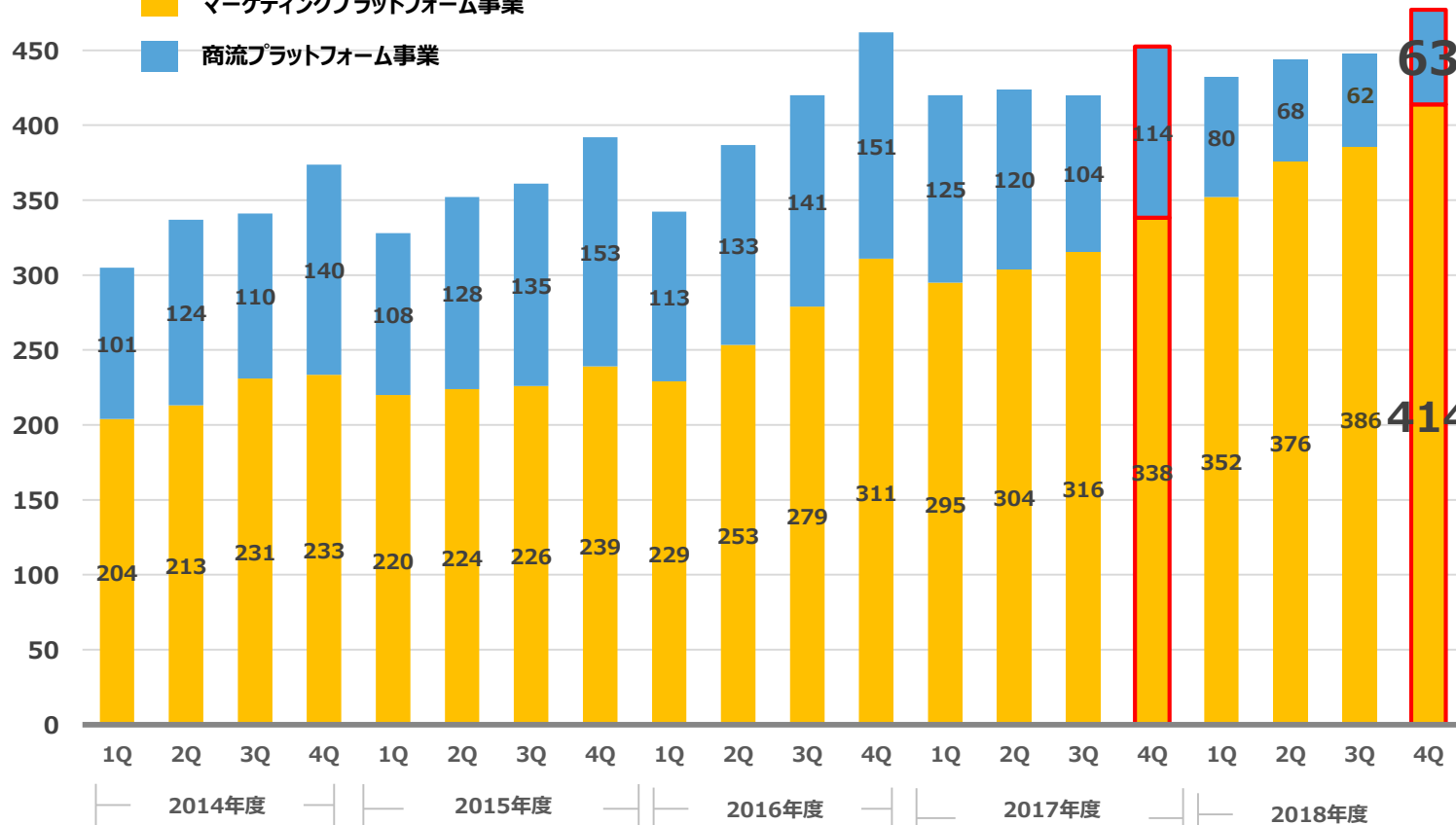
# 四半期売上高の推移

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

前年  
 同四半期比  
**5.4%増**

(百万円)

■ 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



商流  
 プラットフォーム事業

前年同四半期比  
**44.8%減**

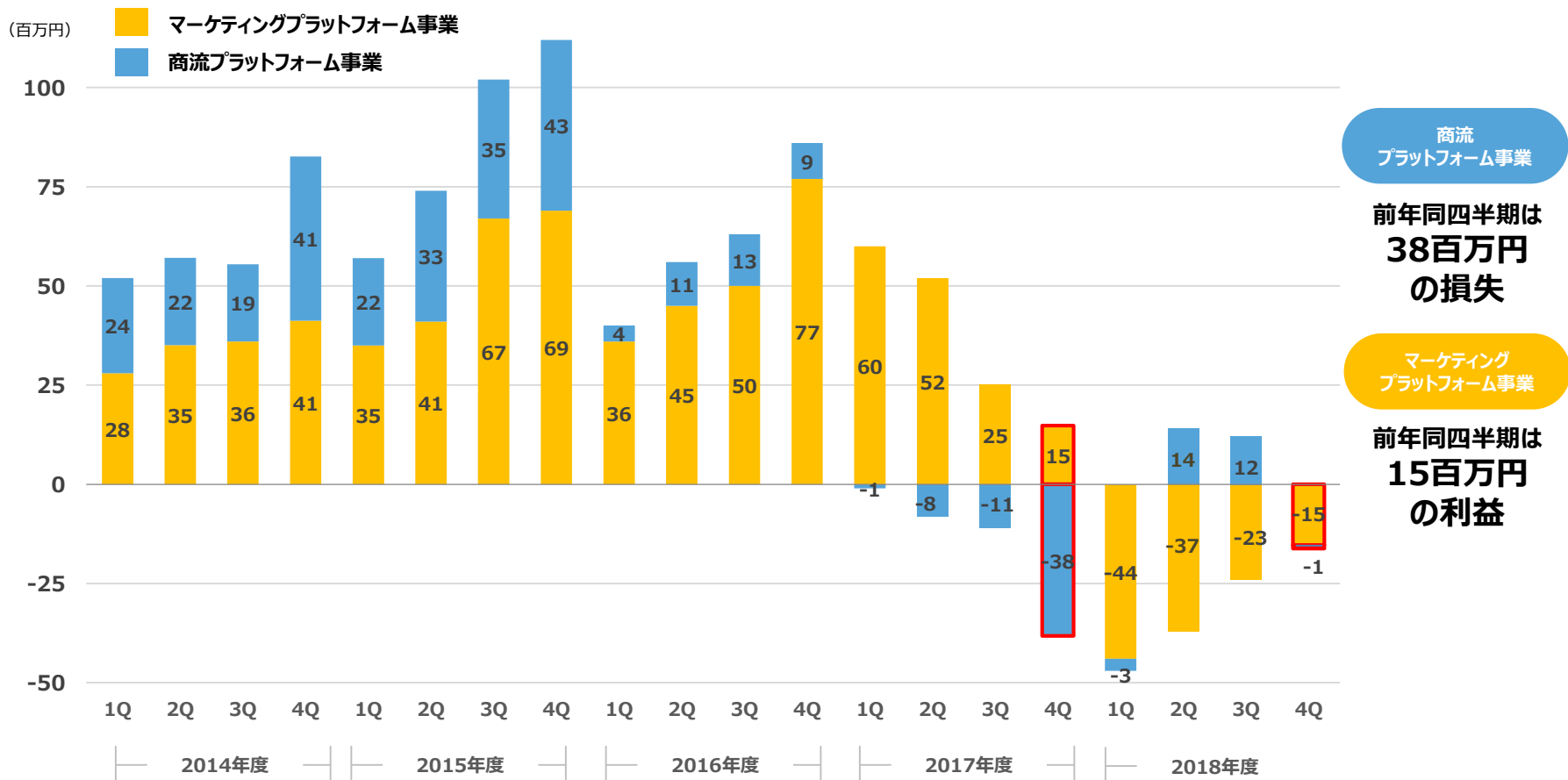
マーケティング  
 プラットフォーム事業

前年同四半期比  
**22.4%増**



# 四半期営業利益の推移

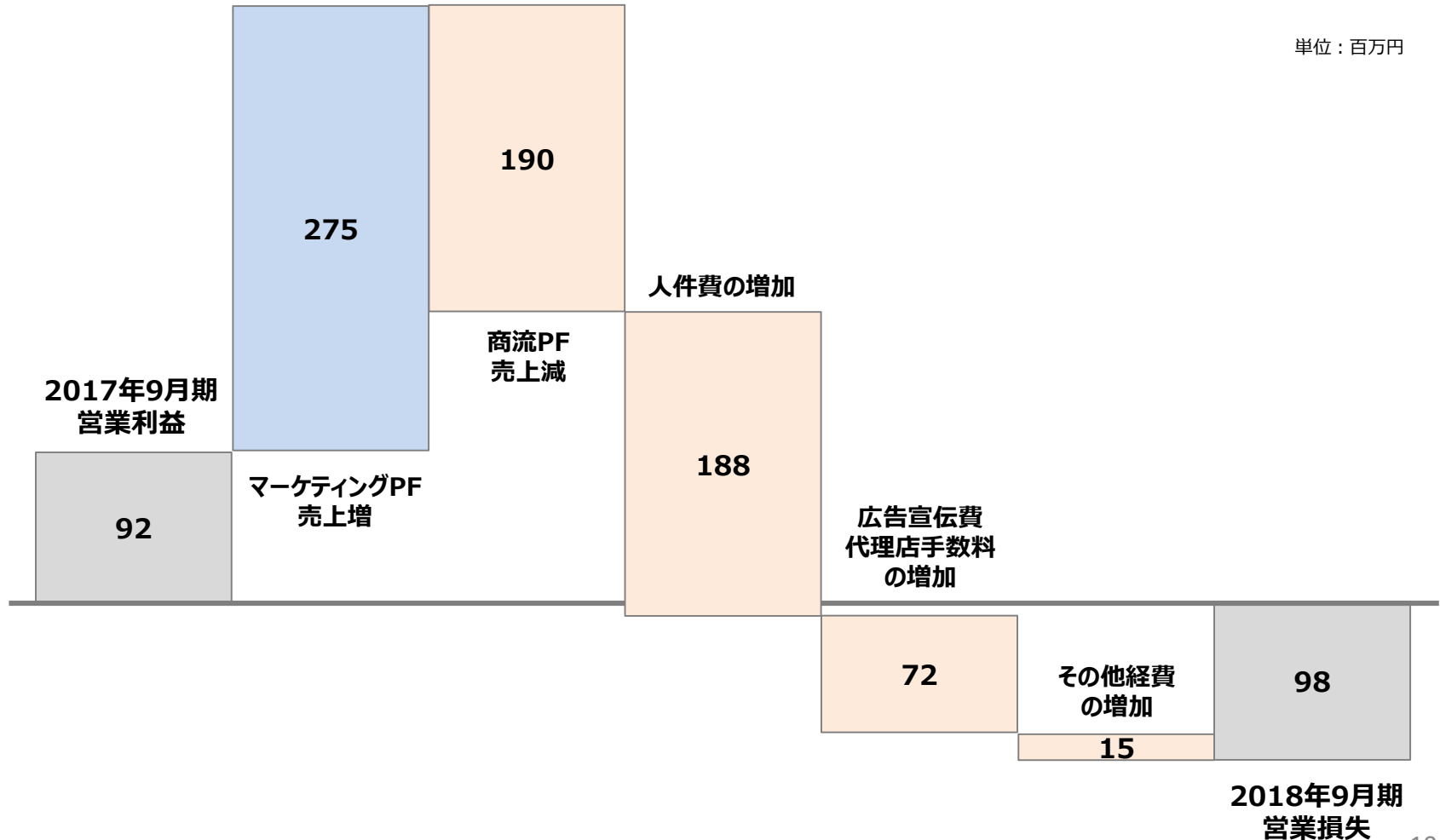
マーケティングPF事業は開発・販売両面への積極投資により営業損失を計上  
営業損失幅は縮小



# 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-2018年9月期

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 =

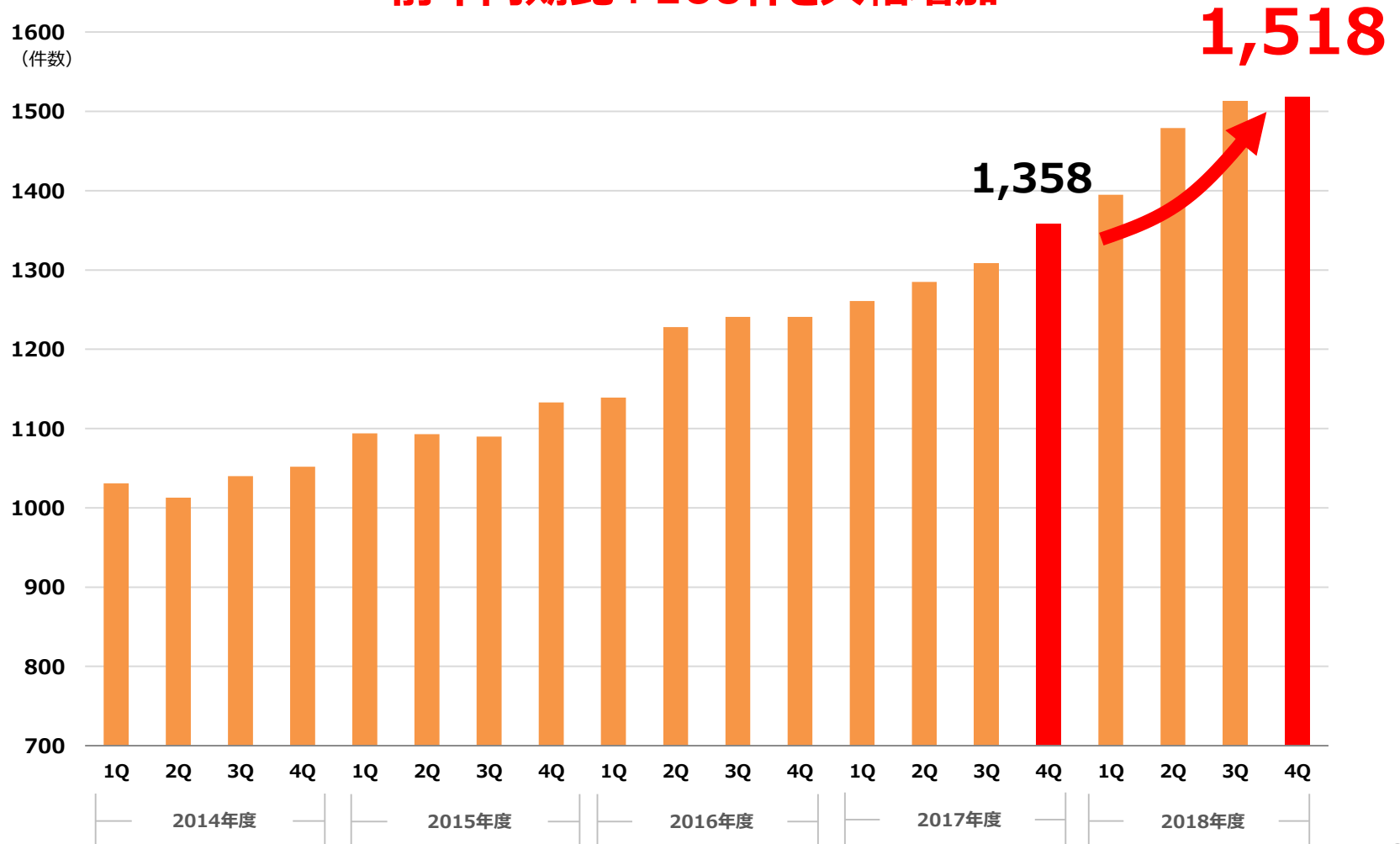
アカウント数

×

平均単価

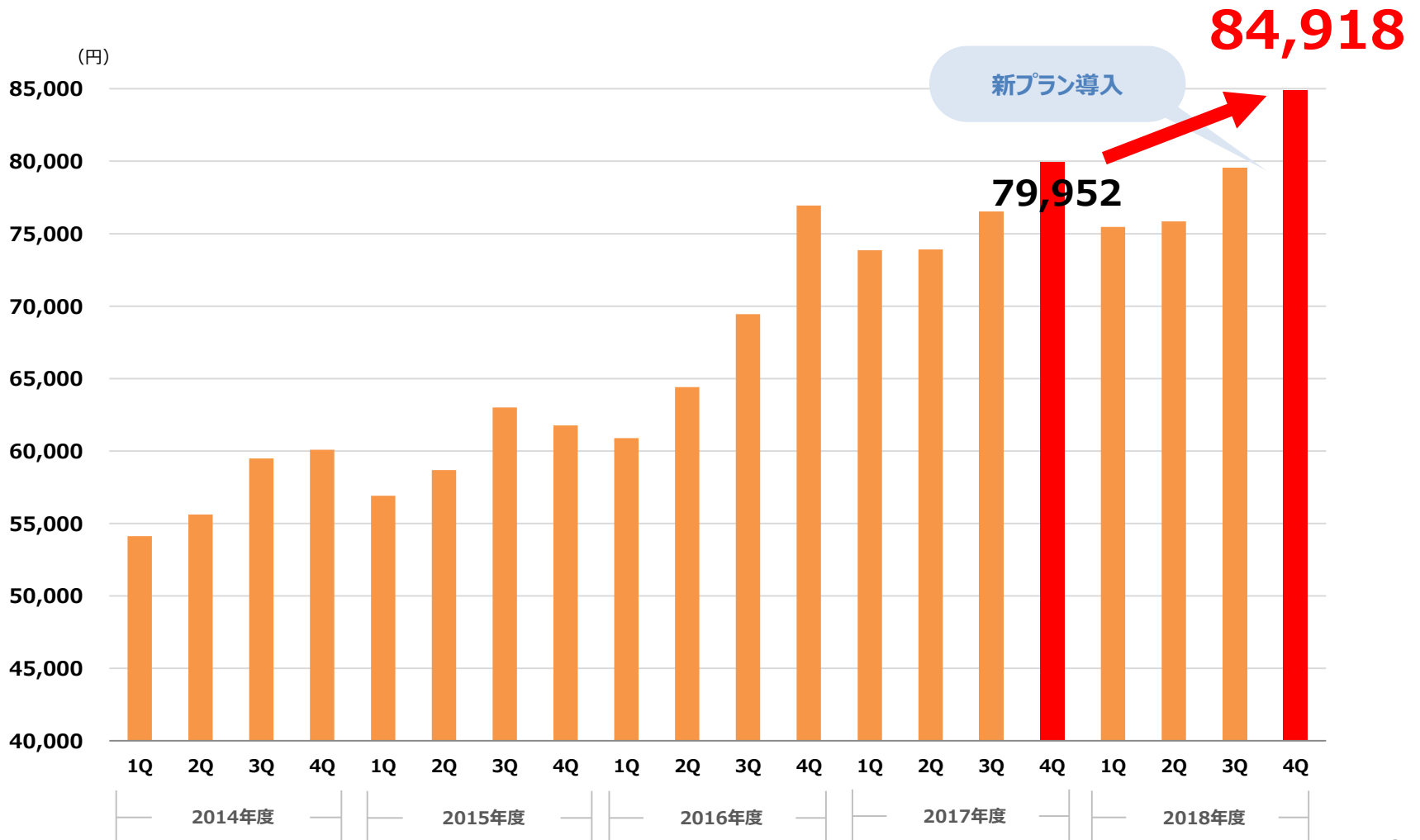
# アドエビスのアクティブアカウント数推移

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+160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+4,966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。

# 人工知能搭載「クロスデバイス機能」提供開始

国内初

導入企業100社超

デバイスやアプリに依存しない新しい効果測定  
**クロスデバイス機能**



年間120億のビッグデータを用いたAI/人工知能搭載

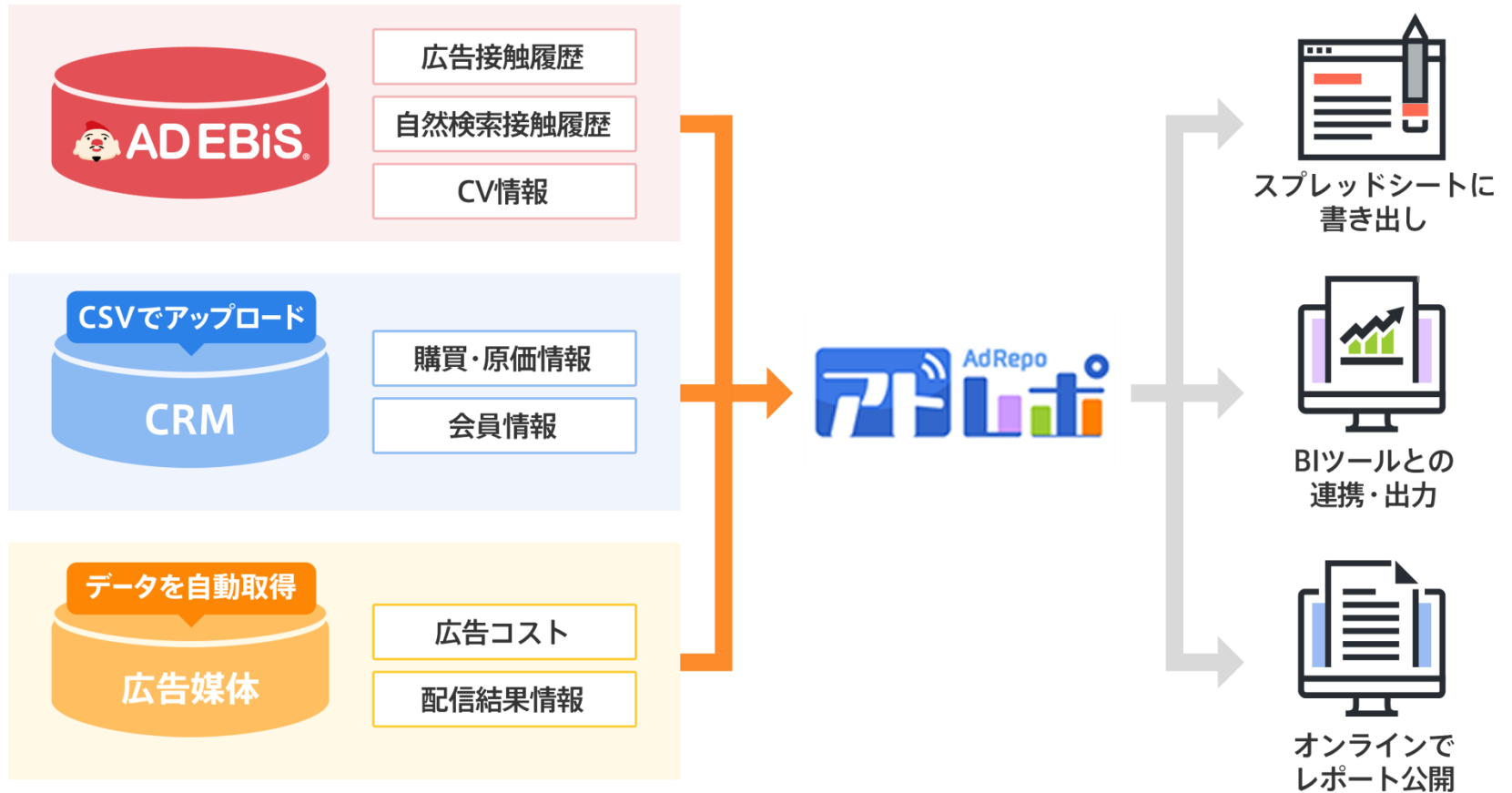
独自開発の同一ユーザー推定

あらゆるユーザー接点を  
ダッシュボードで可視化

インフルエンサー、マーケティングなど**アプリ横断**に対応

# 運用型広告レポート自動作成ツール「アドレポ」を 株式会社EVERRISEより買収

計測レポートの作成業務を効率化し、企業のスピーディーな投資判断を支援



# 子会社「株式会社イーシーキューブ」設立を決定

2018年10月1日より子会社「株式会社イーシーキューブ」設立を決定  
商流プラットフォーム事業を独立した事業運営体制に移行し、一層の成長を図る目的



日本発ECオープンプラットフォーム  
**EC | CUBE**®

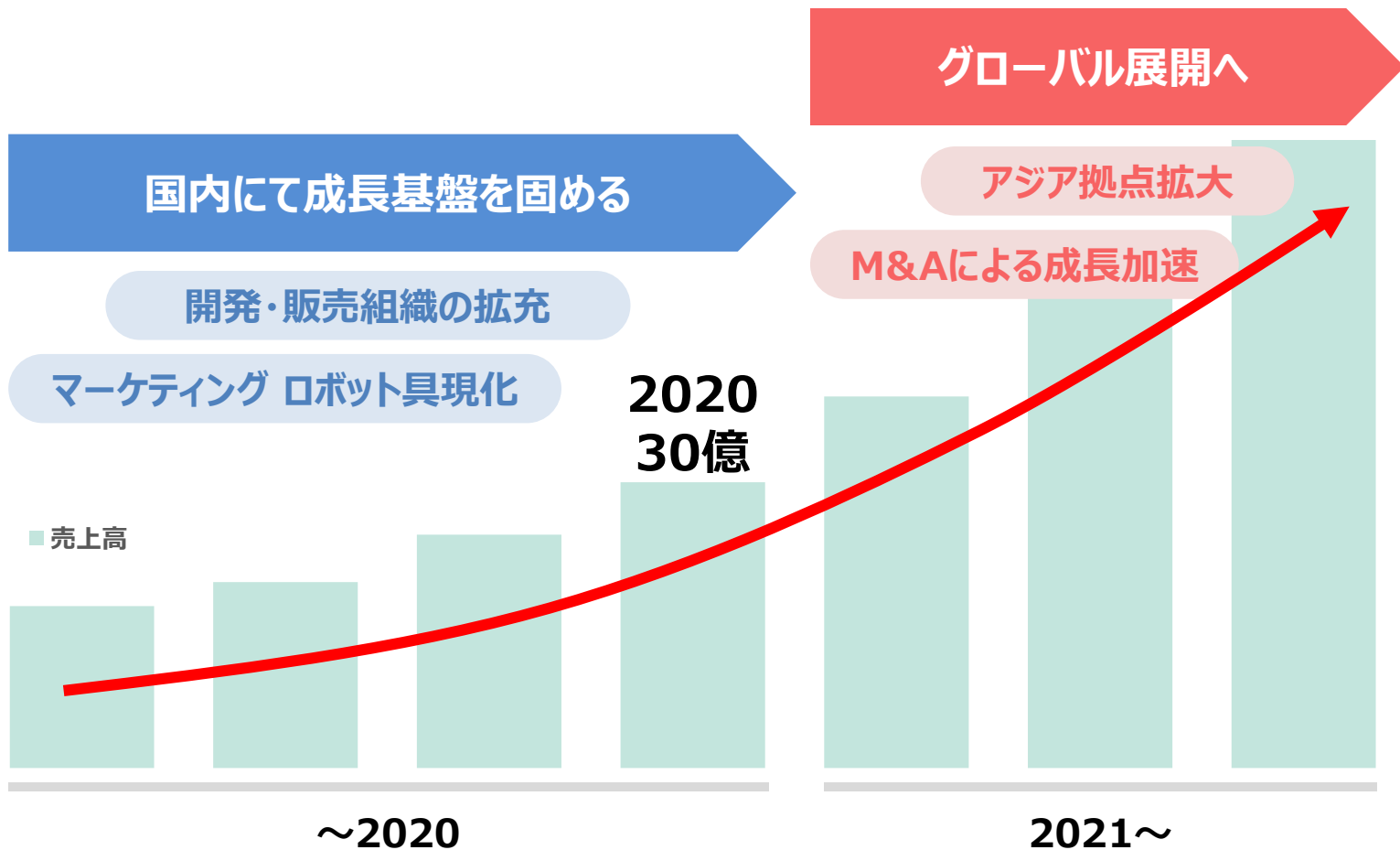


02

# 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

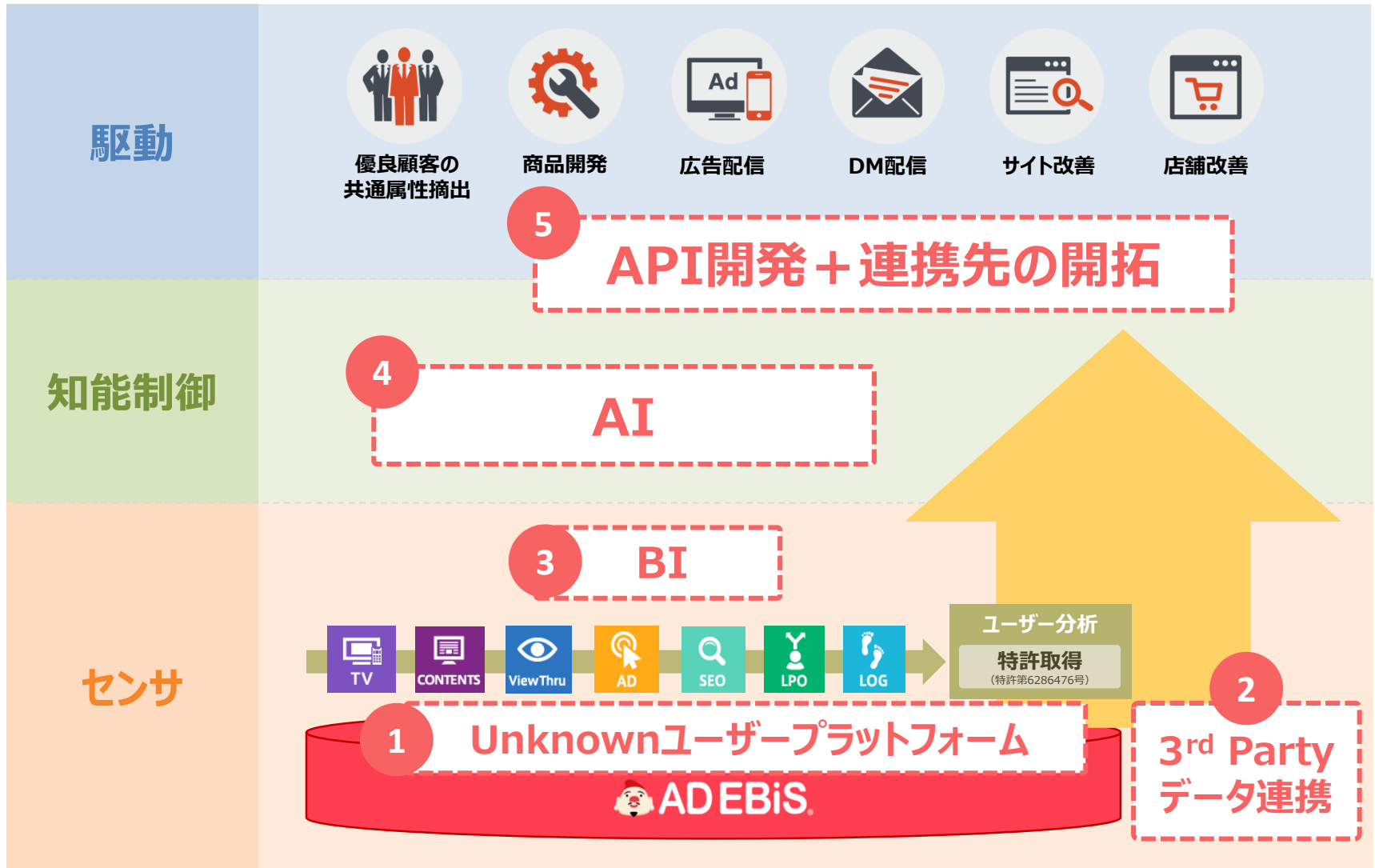
マーケティング  
セールス  
組織の拡充  
高度化

マーケティング体制の拡充

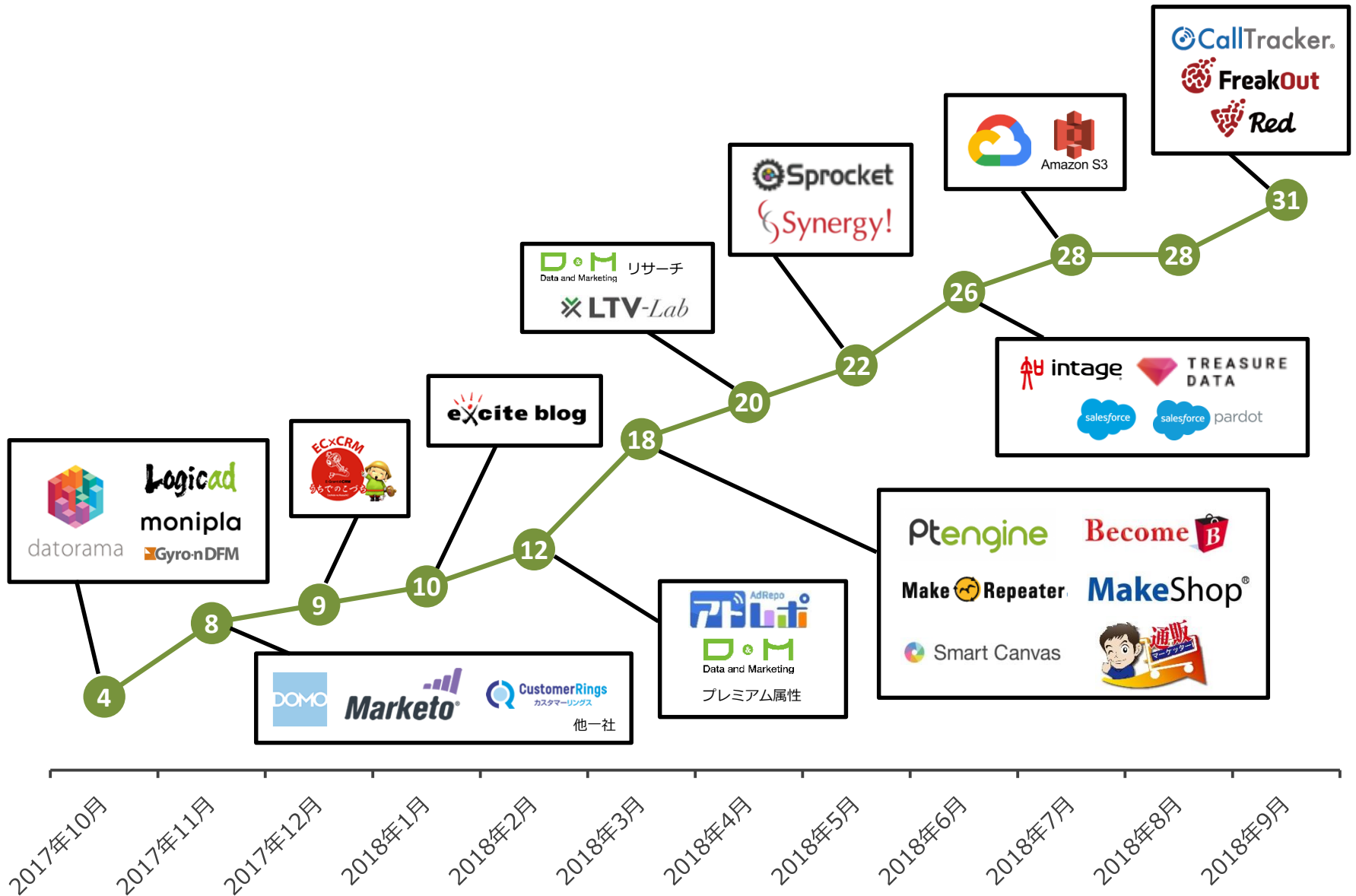
エキスパート人材による  
組織の高度化

営業人員増加  
新規獲得・既存リレーション強化

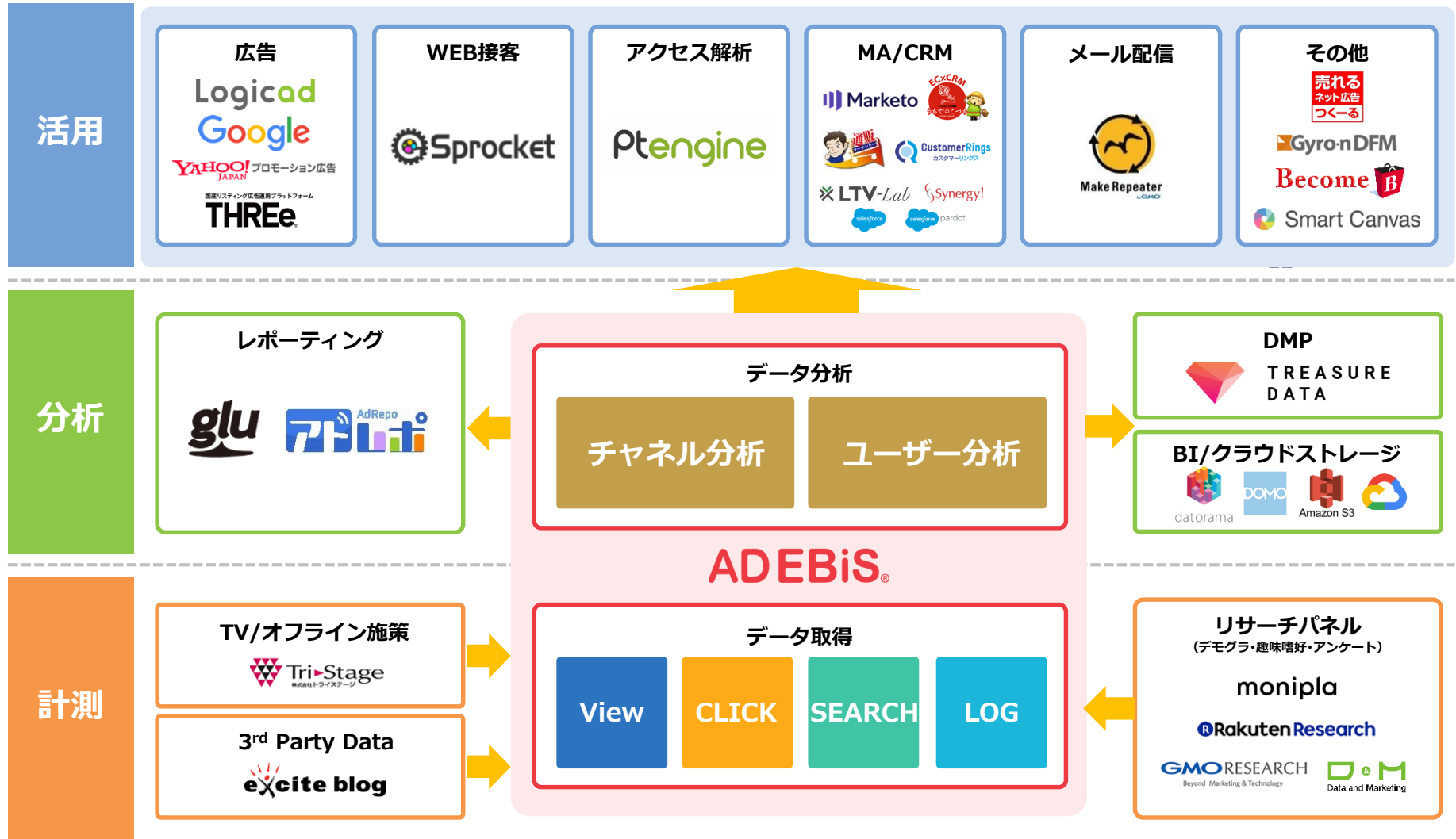
# マーケティング ロボット 重点開発項目



# マーケティング ロボット 30連携進捗

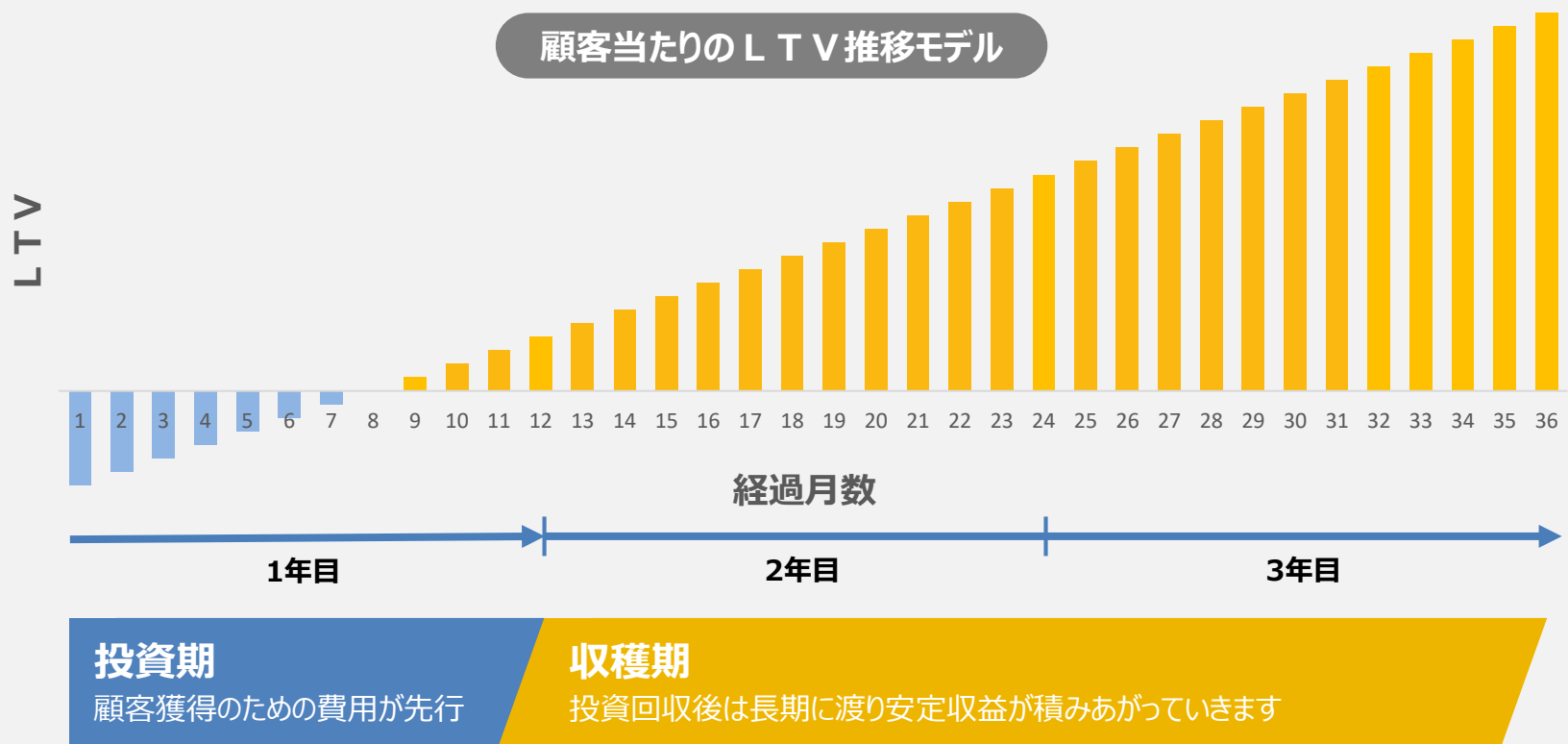


# マーケティング ロボット 連携全体像



# 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のコスト構造

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	中長期目標 モデル
マーケティング & セールス	24%	<b>29%</b>	<b>32%</b>	30%
開発	21%	<b>24%</b>	<b>36%</b>	25-30%
カスタマーサポート	11%	11%	11%	10%
その他間接	24%	25%	28%	15-20%
<b>営業利益</b>	<b>20%</b>	<b>12%</b>	<b>▲8%</b>	<b>10-20%</b>

投資強化

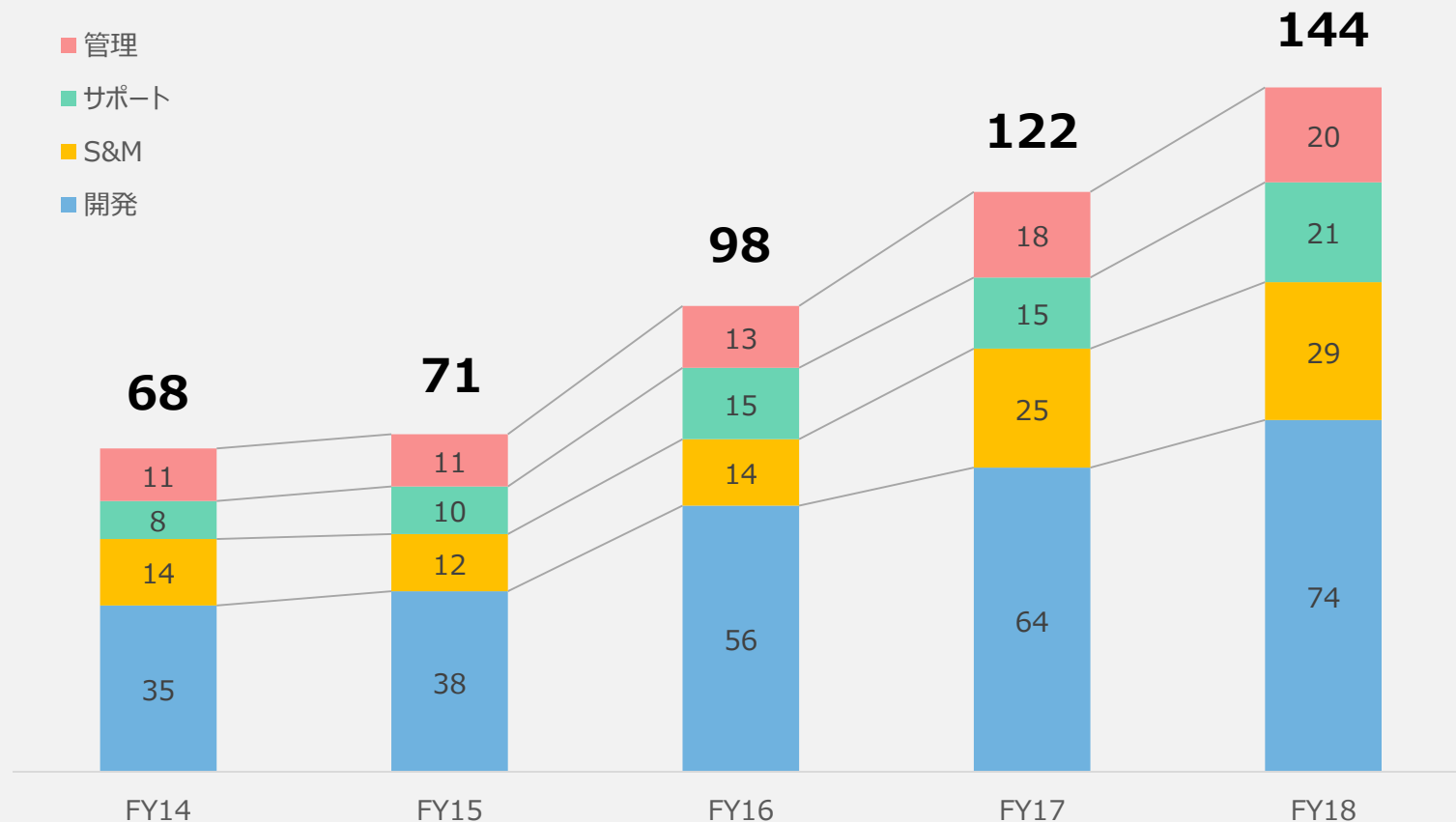
※1

※1 事業再編による商流プラットフォーム事業の売上減少に伴い、共通部門費のセグメント配賦比率が増加したことによるもの。



# 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

**2019年9月期  
通期業績見通しについて**

## 2019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。

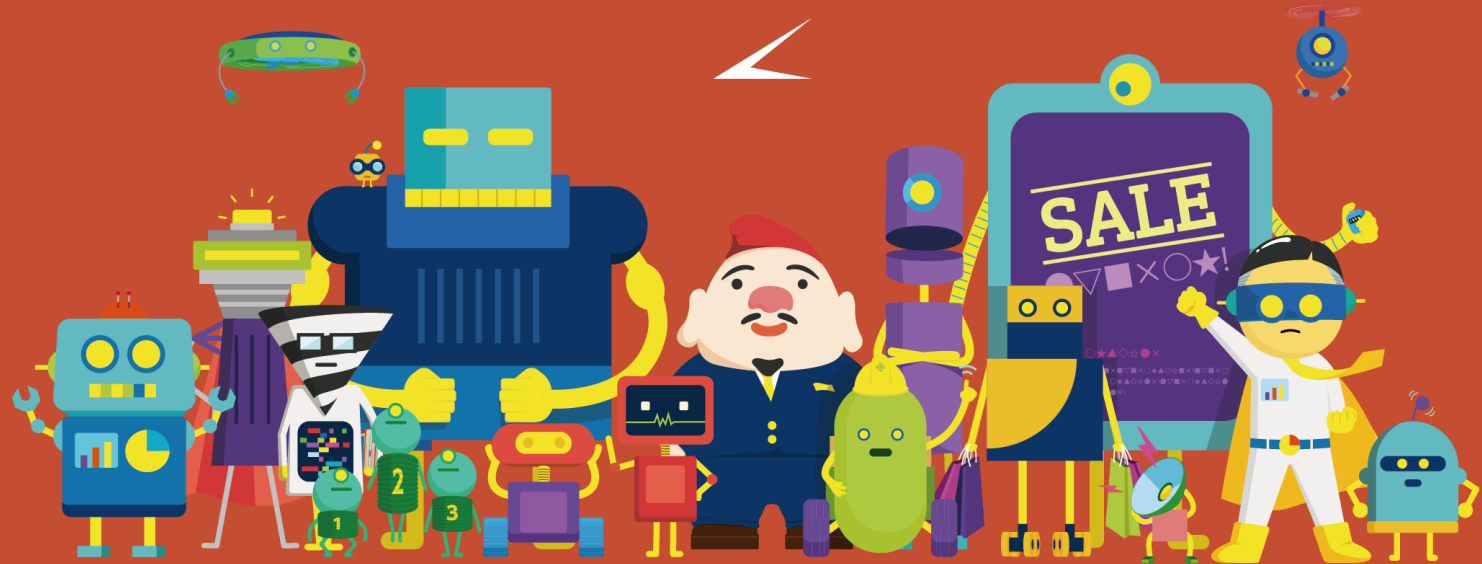
本資料の通り、2020年9月期売上高30億円を達成するため、マーケティングロボット具現化に向けた開発体制の強化と、マーケティング・セールス体制の強化を進めております。

2019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、**2019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月期連結損益概要

単位：百万円

	2017年 9月期	2018年 9月期	前年 同期比	増減率
<b>売上高</b>	<b>1,719</b>	<b>1,804</b>	<b>+85</b>	<b>5.0%</b>
売上原価	596	614	+18	3.1%
売上総利益	1,122	1,190	+67	6.0%
販売費及び一般管理費	1,030	1,288	+258	25.1%
<b>営業利益</b>	<b>92</b>	<b>▲98</b>	<b>▲191</b>	<b>-</b>
(営業利益率)	(5.4%)	(▲5.5%)		
<b>経常利益</b>	<b>106</b>	<b>▲115</b>	<b>▲221</b>	<b>-</b>
親会社株主に帰属する <b>当期純利益</b>	<b>72</b>	<b>▲88</b>	<b>▲161</b>	<b>-</b>

# 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月期	2018年 9月期	増減額
流動資産	999	1,564	+564
（現預金）	680	1,193	+512
固定資産	439	595	+155
（有形固定資産）	90	80	▲9
（無形固定資産）	208	325	+116
（投資その他資産）	141	189	+47
<b>資産合計</b>	<b>1,439</b>	<b>2,159</b>	<b>+720</b>
流動負債	167	604	+437
固定負債	37	379	+342
<b>負債合計</b>	<b>204</b>	<b>984</b>	<b>+780</b>
<b>純資産合計</b>	<b>1,234</b>	<b>1,174</b>	<b>▲59</b>

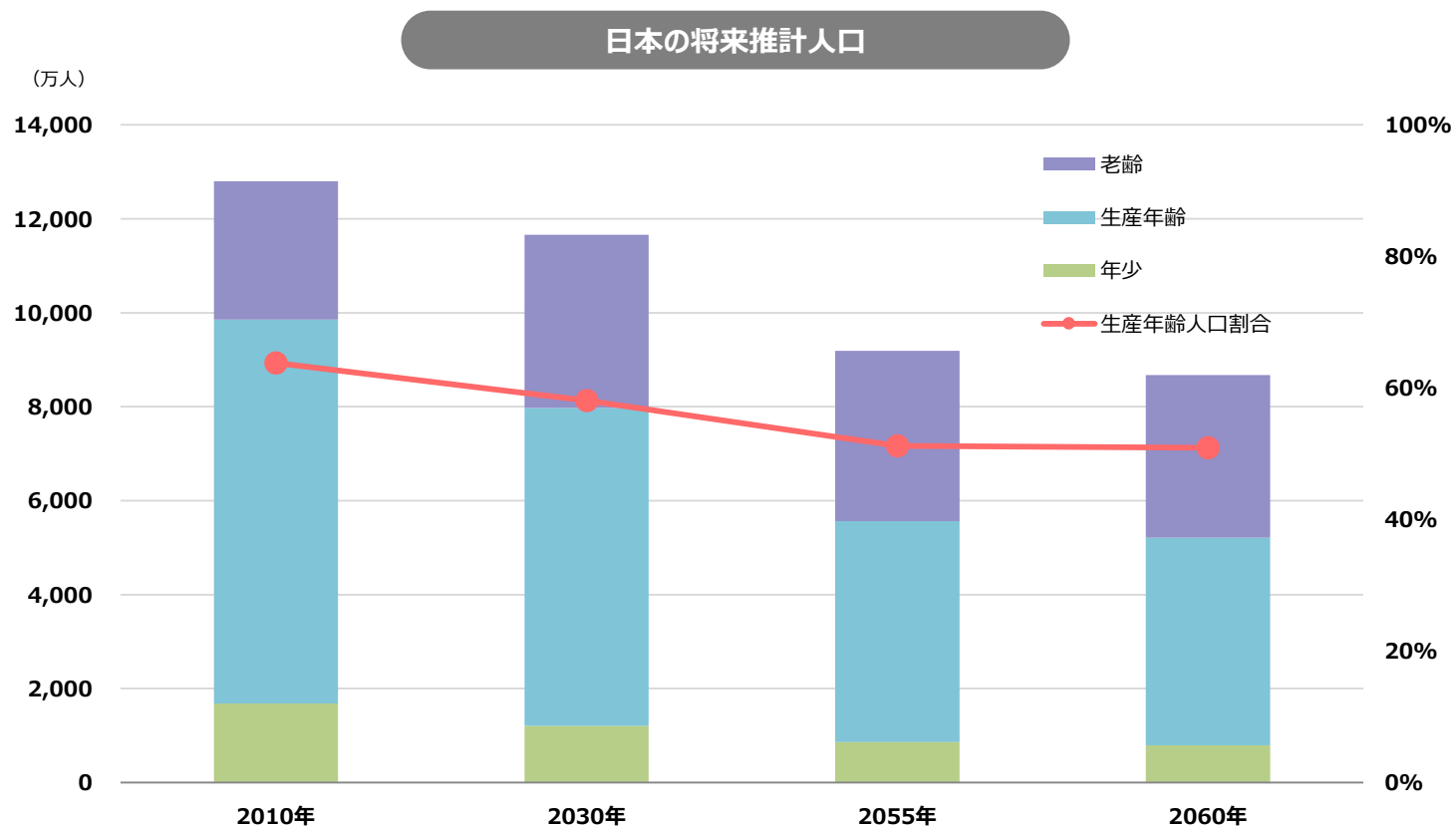
# 参考資料

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

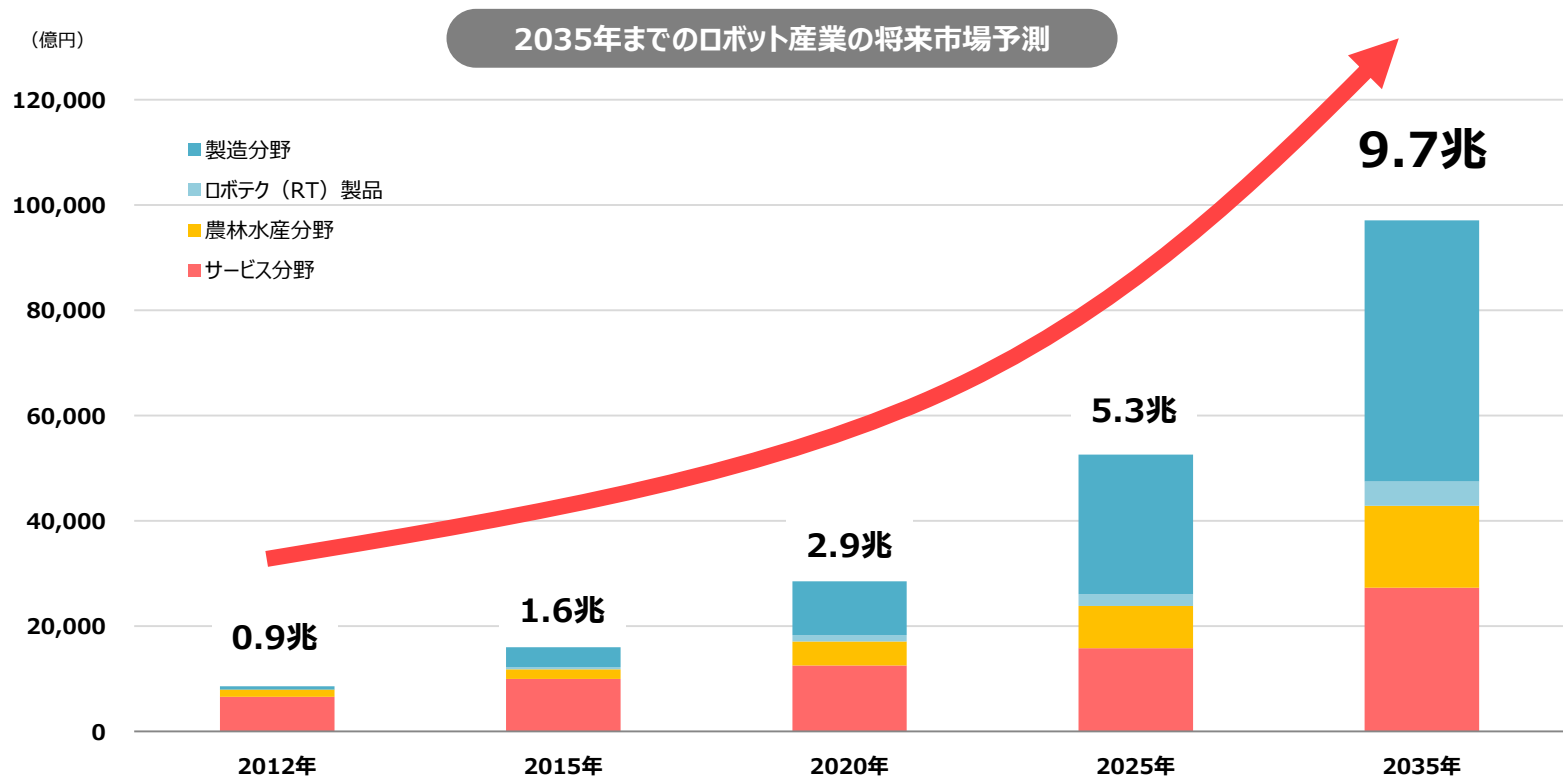
日本の人口は右肩下がり。市場規模縮小と労働力減少により、企業と顧客とのコミュニケーションは、より効率化が求められる時代へ。



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

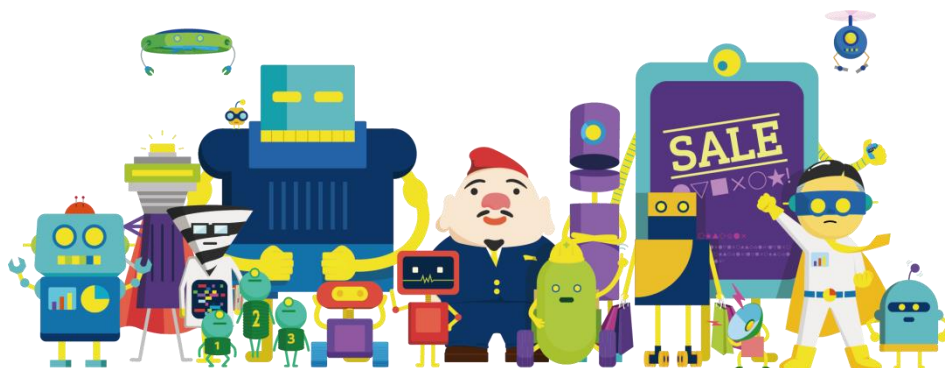
# マーケティングにもロボットの力を

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。



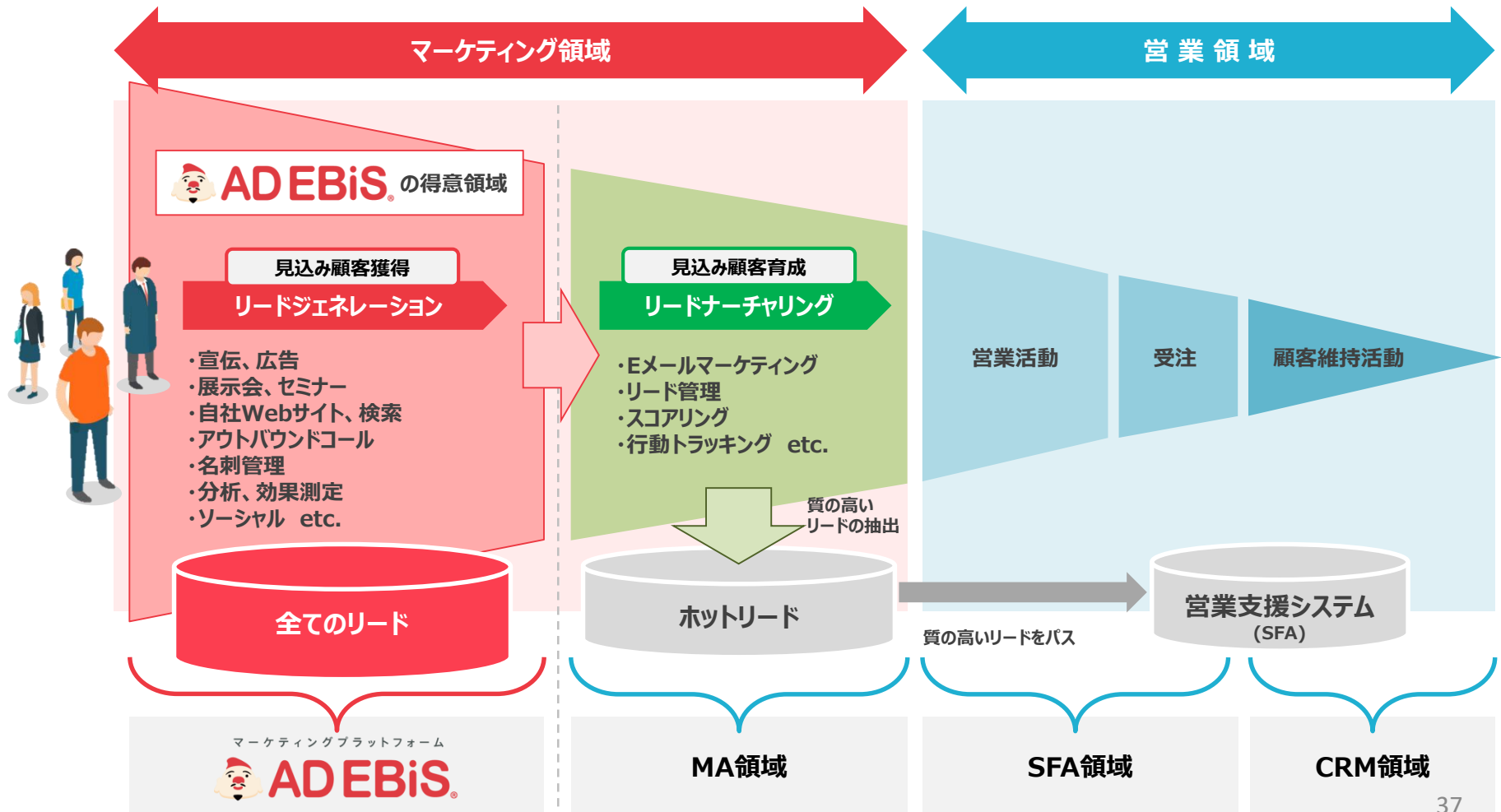
# ロボットの三要素

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



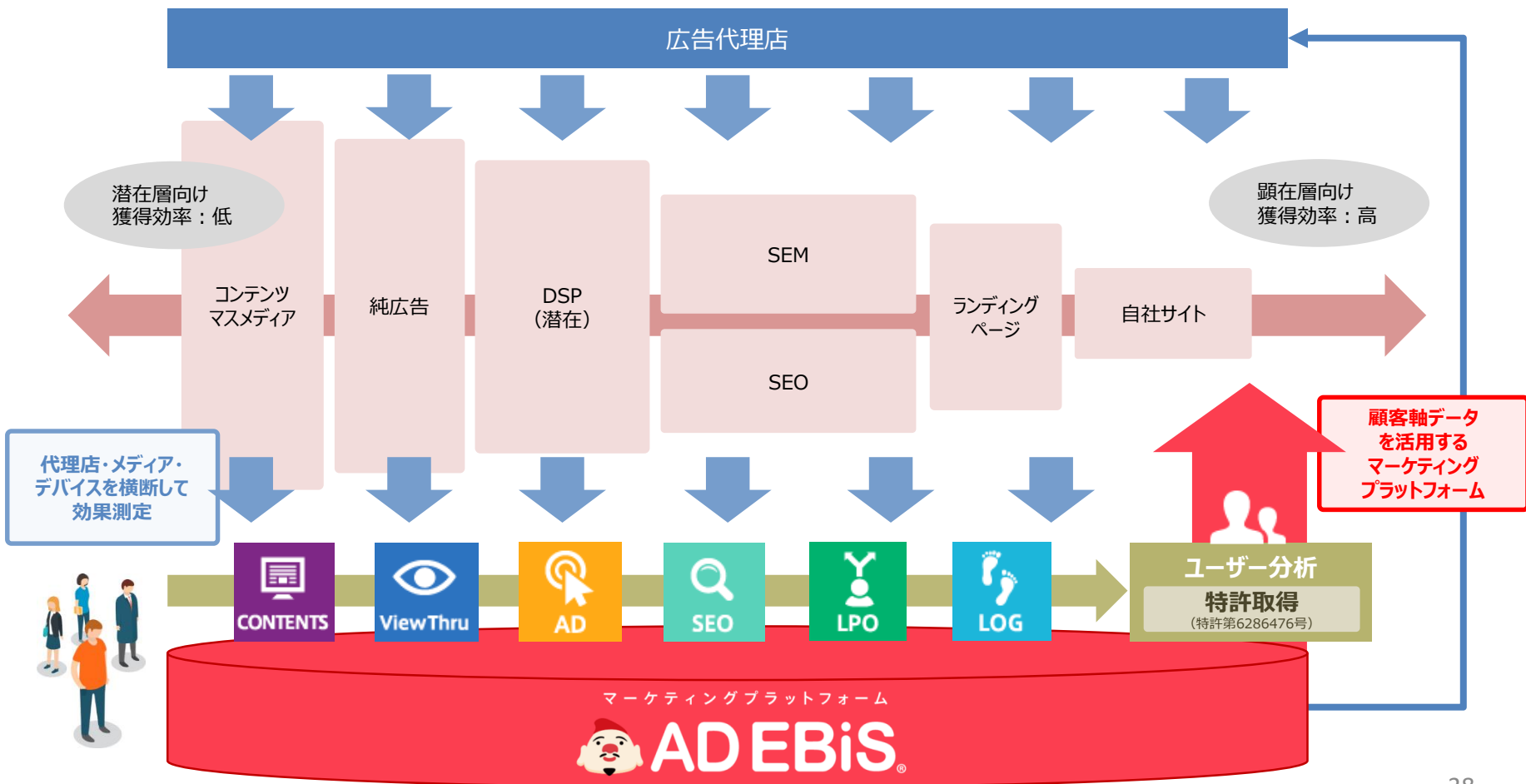
# マーケティングロボットデータ基盤

「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



「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



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※

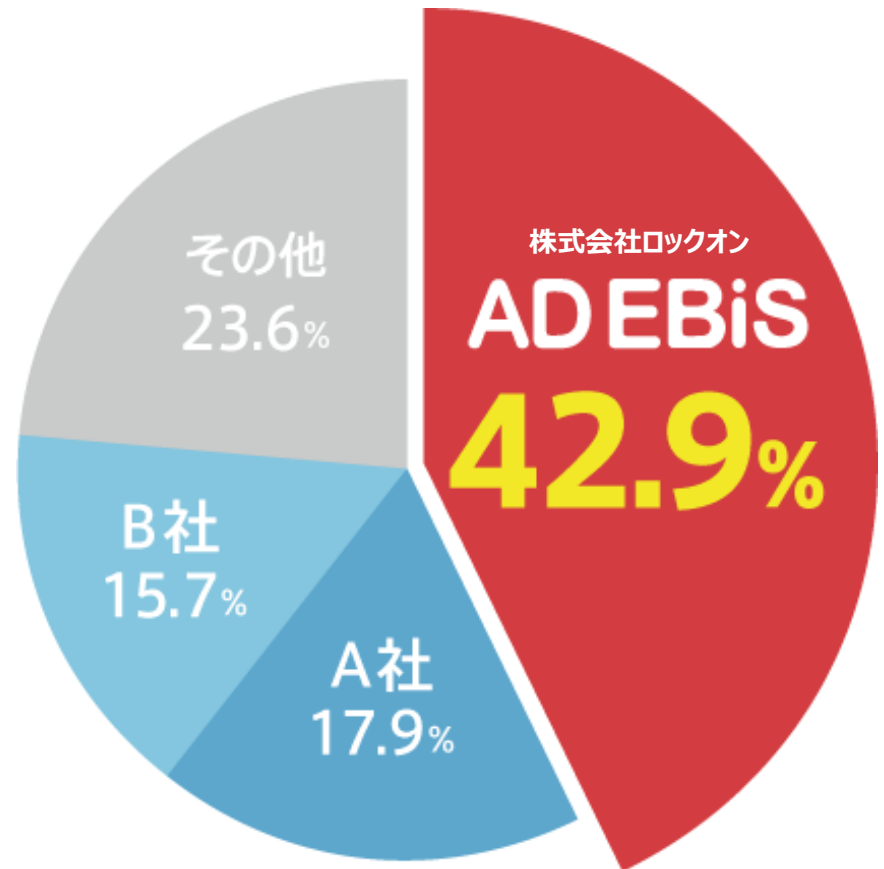
広告効果測定市場において  
**3年連続シェアNo.1!!**※



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」



# 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。



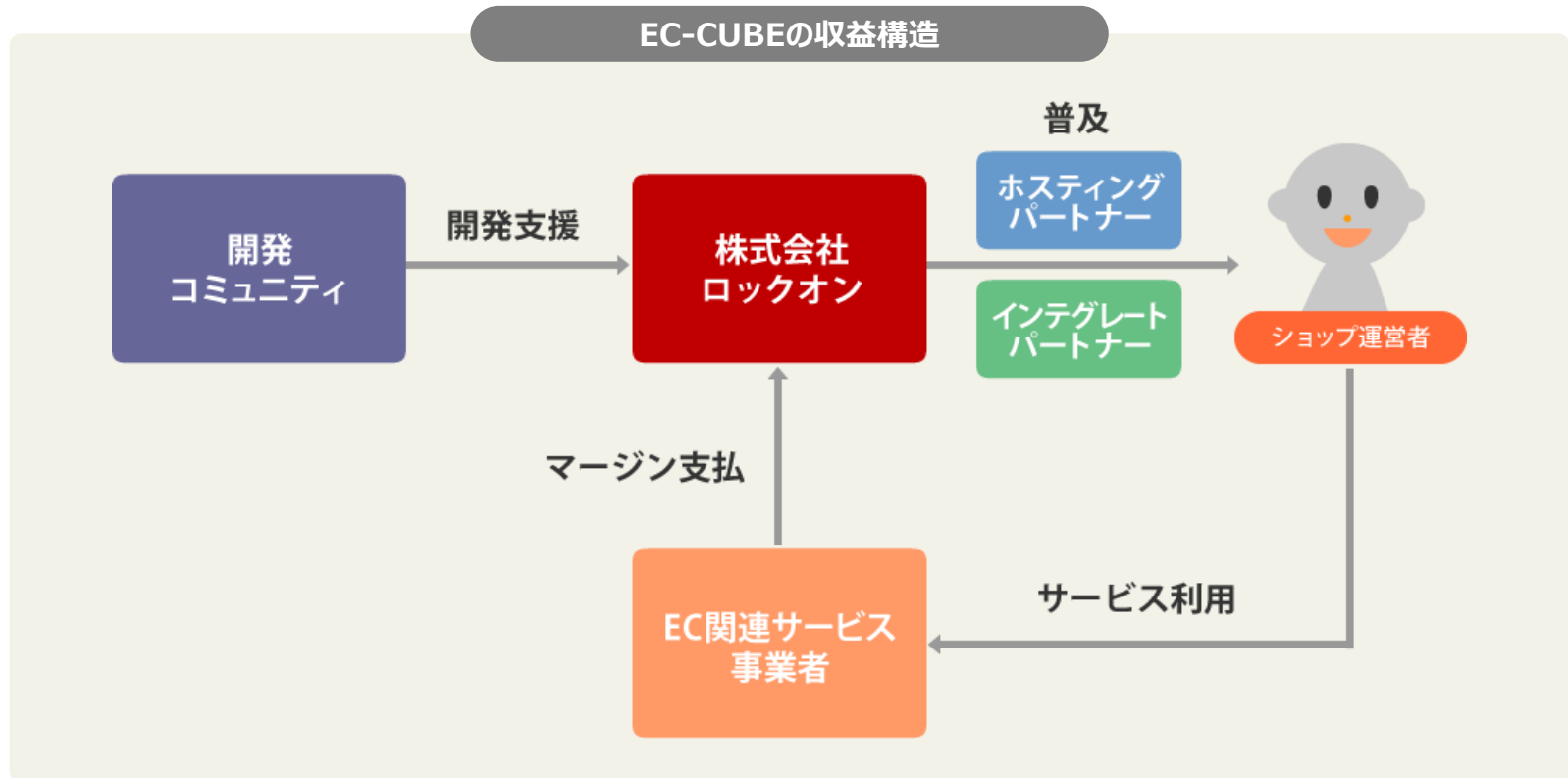
リリース時のキャッチコピー  
**「ECサイトに色を」**

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。

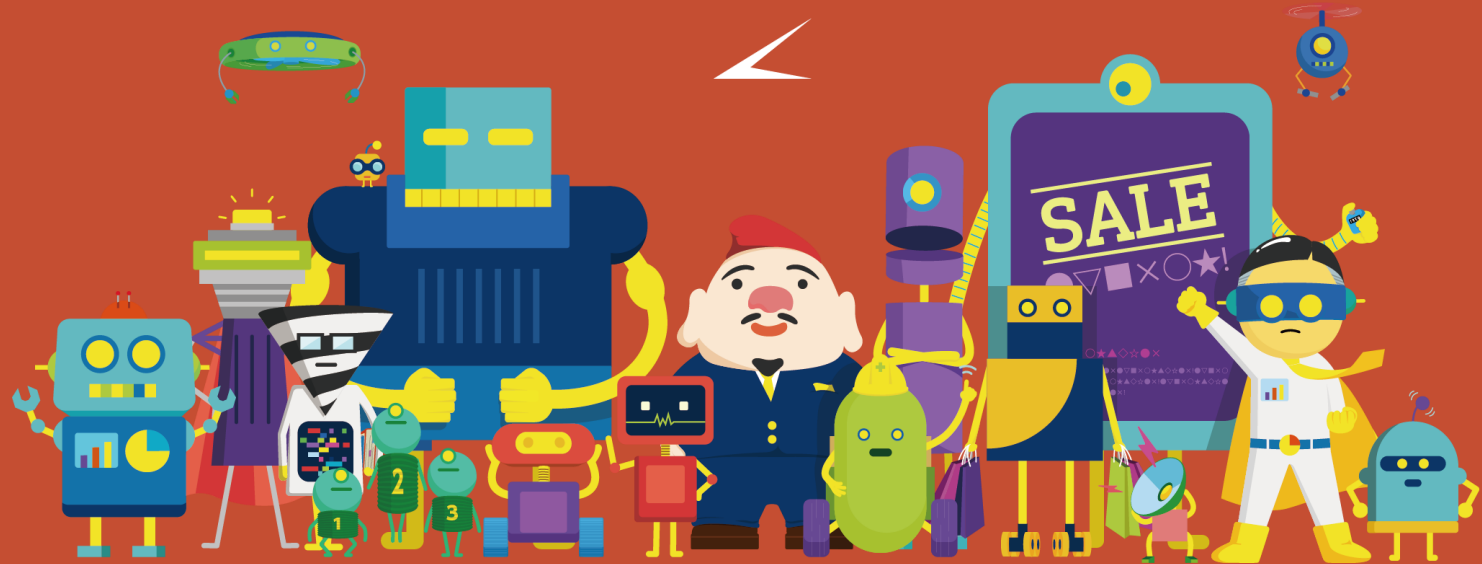


# 2018年9月期第4四半期 プレスリリース一覧

2018.07.24	AD EBiS	アドエビス、クラウドストレージサービスとの連携を強化。データストレージへのシームレスな統合でデータ活用を促進。
2018.08.09	AD EBiS	アドエビス、人工知能搭載「クロスデバイス機能」を提供開始。特許出願中の独自技術で、先行導入企業ではSNS経由の獲得数が最大150%増加
2018.08.10	CORPORATE	株式会社ロックオン、株式会社EVERRISEが提供する運用型広告レポート自動作成ツール「アドレポ」事業を買収
2018.09.04	AD EBiS	アドエビス、電話効果測定ツール「CallTracker」と連携開始。Web広告経由の電話コンバージョン計測が可能に。
2018.09.04	EC-CUBE	株式会社ロックオン、最新バージョン「EC-CUBE 4」の情報を先行公開。仕様Fix版のダウンロードも開始。~2年間のユーザーヒアリングは100回、500名以上。開発者・デザイナーから店舗主・購入者まで、みんなに優しいEC-CUBE誕生へ~
2018.09.14	CORPORATE	新任執行役員就任のお知らせ
2018.09.20	AD EBiS	アドエビス、LogicadとRed・FreakOut DSPの広告コスト自動取得を開始
2018.09.27	AD EBiS	アドエビス、「Red」、「FreakOut DSP」と連携開始。ユーザーログを活用した広告配信が可能に。

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。