

ロコガイド

成長可能性に関する説明資料

2020年6月

株式会社ロコガイド
(東証マザーズ：4497)

会社名	株式会社ロコガイド (2019年8月1日 株式会社トクバイより社名変更)																				
所在地	東京都港区三田1丁目4番28号 三田国際ビル																				
設立	2016年7月																				
経営陣	<table border="0"> <tr> <td>穂田誉輝</td> <td>代表取締役</td> <td>藤原哲也</td> <td>取締役(監査等委員)</td> </tr> <tr> <td>沖本裕一郎</td> <td>取締役</td> <td>橋岡宏成</td> <td>社外取締役(監査等委員)</td> </tr> <tr> <td>前田卓俊</td> <td>取締役</td> <td>熊坂賢次</td> <td>社外取締役(監査等委員)</td> </tr> <tr> <td>片桐優</td> <td>取締役</td> <td>吉澤航</td> <td>社外取締役(監査等委員)</td> </tr> <tr> <td>池田拓司</td> <td>取締役</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	穂田誉輝	代表取締役	藤原哲也	取締役(監査等委員)	沖本裕一郎	取締役	橋岡宏成	社外取締役(監査等委員)	前田卓俊	取締役	熊坂賢次	社外取締役(監査等委員)	片桐優	取締役	吉澤航	社外取締役(監査等委員)	池田拓司	取締役		
穂田誉輝	代表取締役	藤原哲也	取締役(監査等委員)																		
沖本裕一郎	取締役	橋岡宏成	社外取締役(監査等委員)																		
前田卓俊	取締役	熊坂賢次	社外取締役(監査等委員)																		
片桐優	取締役	吉澤航	社外取締役(監査等委員)																		
池田拓司	取締役																				
従業員数	94人 (2020年3月末時点)																				
沿革	<p>2016年7月 クックパッド株式会社からの新設分割により設立</p> <p>2016年12月 経営陣によるMBOによりクックパッド株式会社から独立</p>																				

穂田 蒼輝 代表取締役

- 元株式会社カカコム代表取締役社長。2003年、同社を東京証券取引所マザーズに上場。2005年、東京証券取引所1部に市場変更
- 元クックパッド株式会社代表取締役。2009年、社外取締役として同社を東京証券取引所マザーズに上場。2011年、東京証券取引所1部に市場変更
- 株式会社オウチーノと株式会社みんなのウェディングの経営統合によって設立された株式会社くふうカンパニーの取締役会長も務める
- 2017年4月より当社代表取締役

片桐 優 取締役COO

- 株式会社インテージで新規サービス・事業の立ち上げを経験後、クックパッド株式会社で広告事業部長などを歴任
- 2018年9月より当社取締役

沖本 裕一郎 取締役CFO

- 2013年からクックパッド株式会社で当社の「トクバイ」の前身となるサービスの事業責任者として事業を創出
- 2016年に新設分割の形で当社を設立

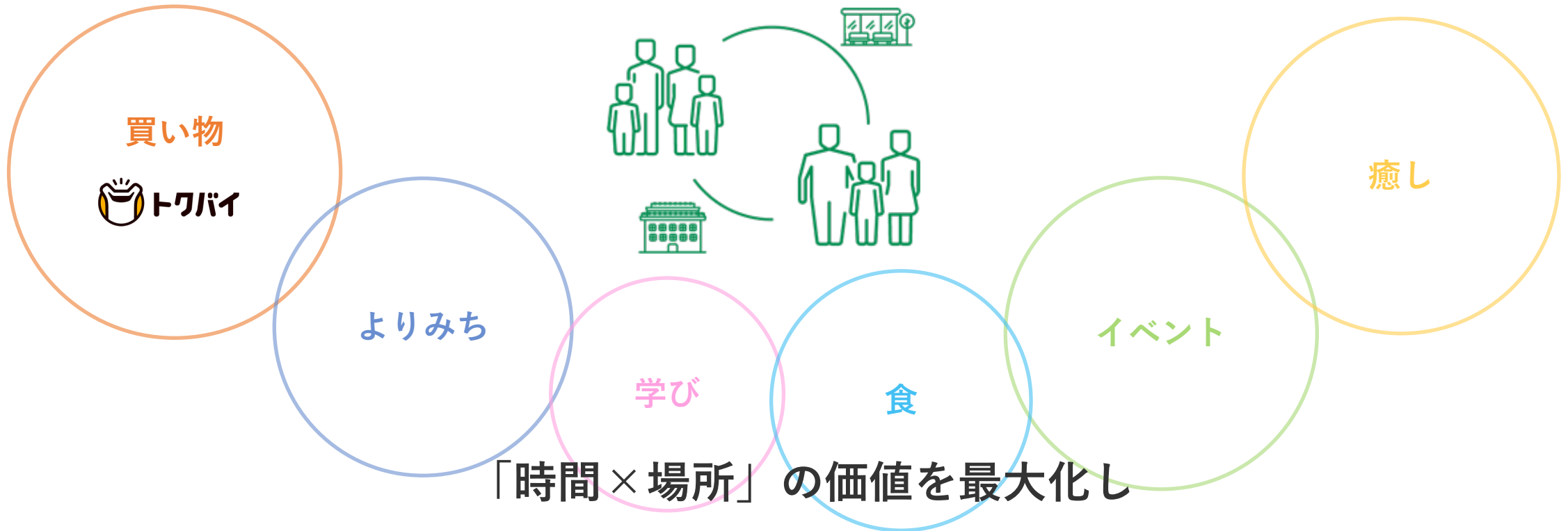
前田 卓俊 取締役CTO

- 2014年からクックパッド株式会社で当社の前身サービスの開発をリード
- 2016年12月より当社取締役

池田 拓司 取締役

- ニフティ株式会社、株式会社はてなを経て、クックパッド株式会社で執行役などを歴任
- 2017年9月より当社取締役

地域のくらしを、かしこく、たのしく



「時間×場所」の価値を最大化し

日本の生活者の行動を変えるサービスを創出

買い物領域のサービスから、日本の生活者の行動を変えるサービスに

地域の買い物

食品
日用品
趣向品

地域のサービス

食
癒し
学び

地域のよりみち

イベント
おでかけ
観光

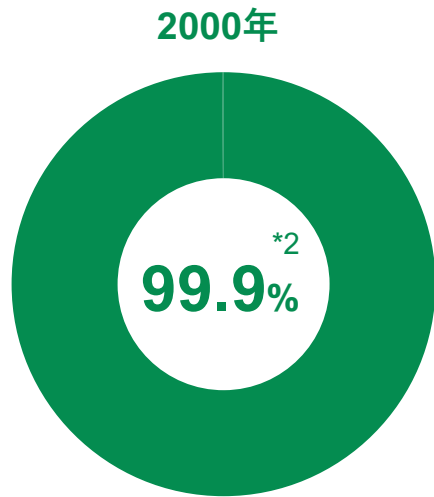
- ✓ 紙媒体に偏在する地域情報を **デジタル化**
- ✓ **網羅性** を高め、**リアルタイム** に提供し、便利に楽しく
- ✓ **ひとりひとりに最適な形で** オンラインでお届け

背景：日本の新聞折込チラシ広告

- ✓ 新聞に折り込まれる広告として、日本独自に発達し、全国を網羅
- ✓ 新聞折込チラシ広告市場は3,559億円(2019年)^{*1}と現時点でも規模が大きい

全国を網羅する新聞宅配

- 2000年時点での世帯網羅率100%
- その後減少傾向が続くが2019年時点でも約66%と高い網羅率を維持する



新聞折込チラシの発達

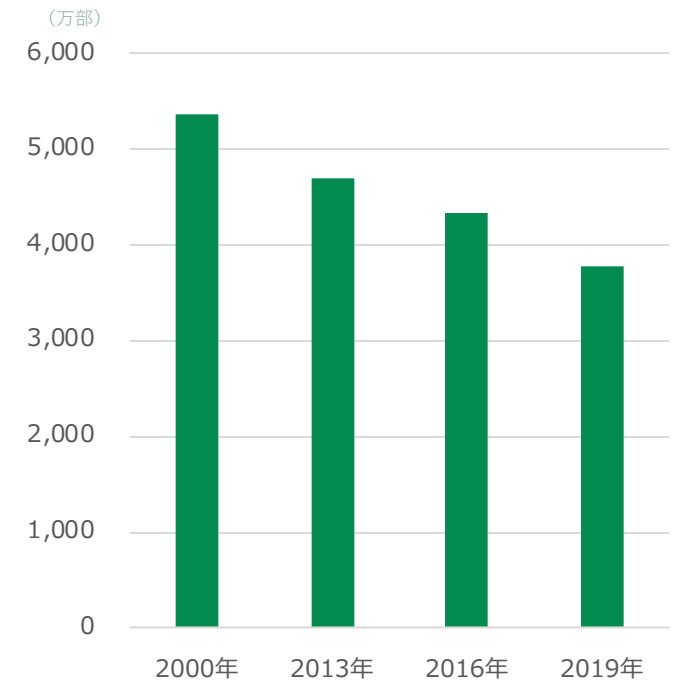
- 新聞に折り込まれて各戸に毎日届く
- 平均で1日13枚/世帯

1世帯 年間平均
4,662枚^{*3}



新聞発行部数の推移^{*4}

- 新聞発行部数の減少スピードは加速



^{*1} 株式会社電通「2019年 日本の広告費」

^{*2} 世帯数に対する一般紙の発行部数カバー割合。一般社団法人日本新聞協会

^{*3} 一般社団法人日本新聞折込広告業協会「全国版折込広告出稿統計データ 2019年 年間」

^{*4} 一般社団法人日本新聞協会

ダイレクト・メール市場

- ターゲットを限定した広告として推計で年間57.4億通発行*2

3,642億円*1



フリーペーパー市場

- エリア限定の情報や広告を掲載
- 推定で発行社数1,419社、発行部数3.5億部発行*1

2,110億円*1



ポスティング市場

- エリアを絞った求人広告や不動産広告などで拡大傾向

1,207億円*1



✓ 紙媒体に偏在する地域情報のデジタル化を加速

✓ IT化支援パッケージの提供

*1 株式会社電通「2019年日本の広告費」

*2 一般社団法人日本ダイレクトメール協会による日本郵政の1年間の発行数(2017年)

*写真AC(soeG, umii, シロップ)

- ✓ 食品スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンターなどの情報をリアルタイムで閲覧できるサービス
- ✓ 日本の生活者の購買行動を変えていく



Google Playから2年連続表彰*

* Google Play ベストオブ 2017 デイリーヘルパー部門大賞
Google Play ベストオブ 2018 ユーザー投票部門ノミネート



「トクバイサービス」の仕組み

- ✓ 新聞折込チラシの代替として、**費用対効果の高い販促ができるSaaS型プラットフォーム**。
有料店舗数は約25,000店舗
- ✓ 生活者にとっては、**網羅性・一覧性・検索性が高くスマホで便利に利用**できる

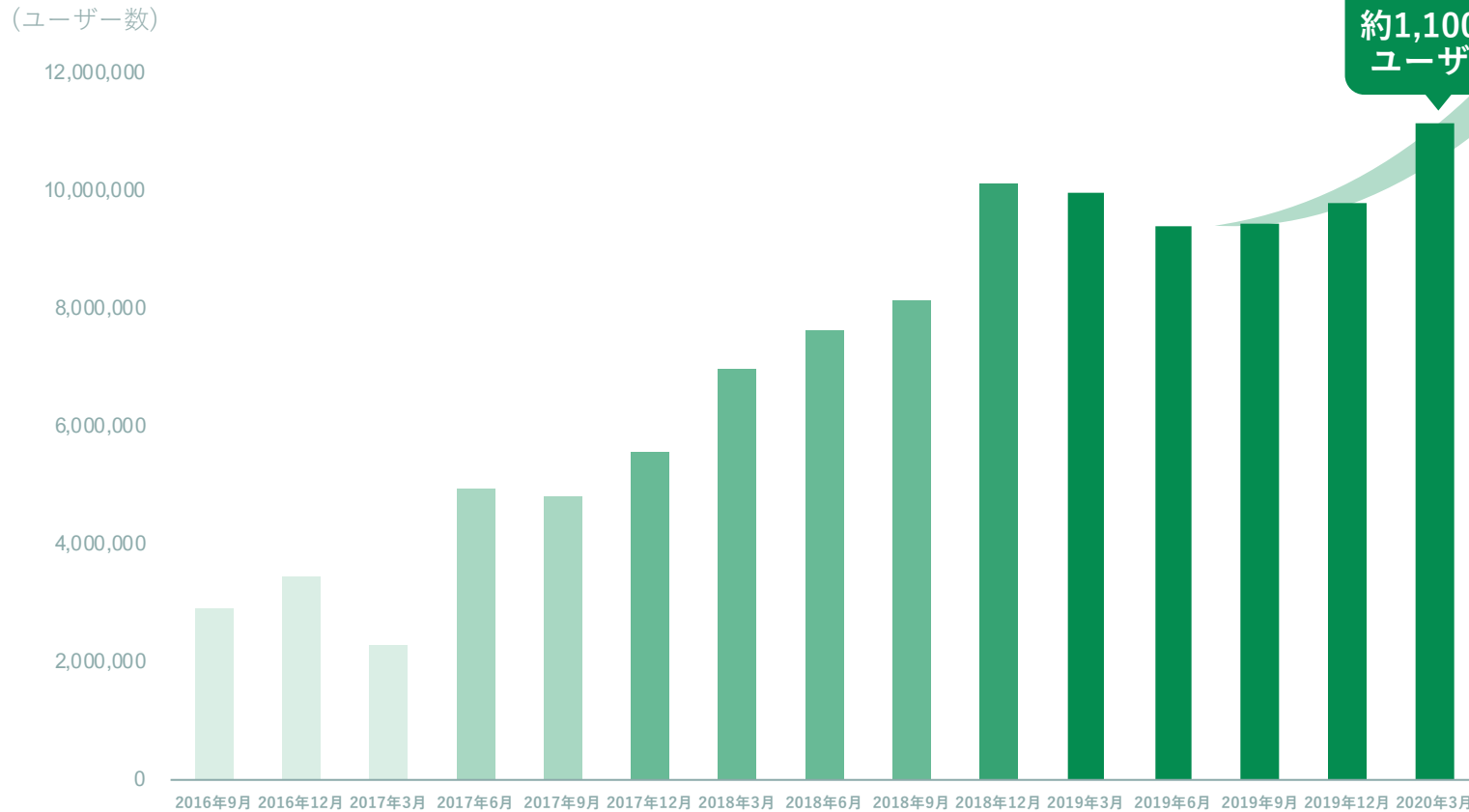


*食品スーパーマーケットにおいて制作費、印刷費、折込費を含め平均1枚10円程度かかり、月8回程度、1回あたり12,500枚発行と仮定し月額換算

月間利用ユーザー数の増加

- ✓ 月間利用ユーザー数は約1,100万人まで拡大。日本の全インターネット利用者(1億人)を目指す
- ✓ ユーザー数の増加 = プラットフォーム価値の向上

月間利用ユーザー数の推移



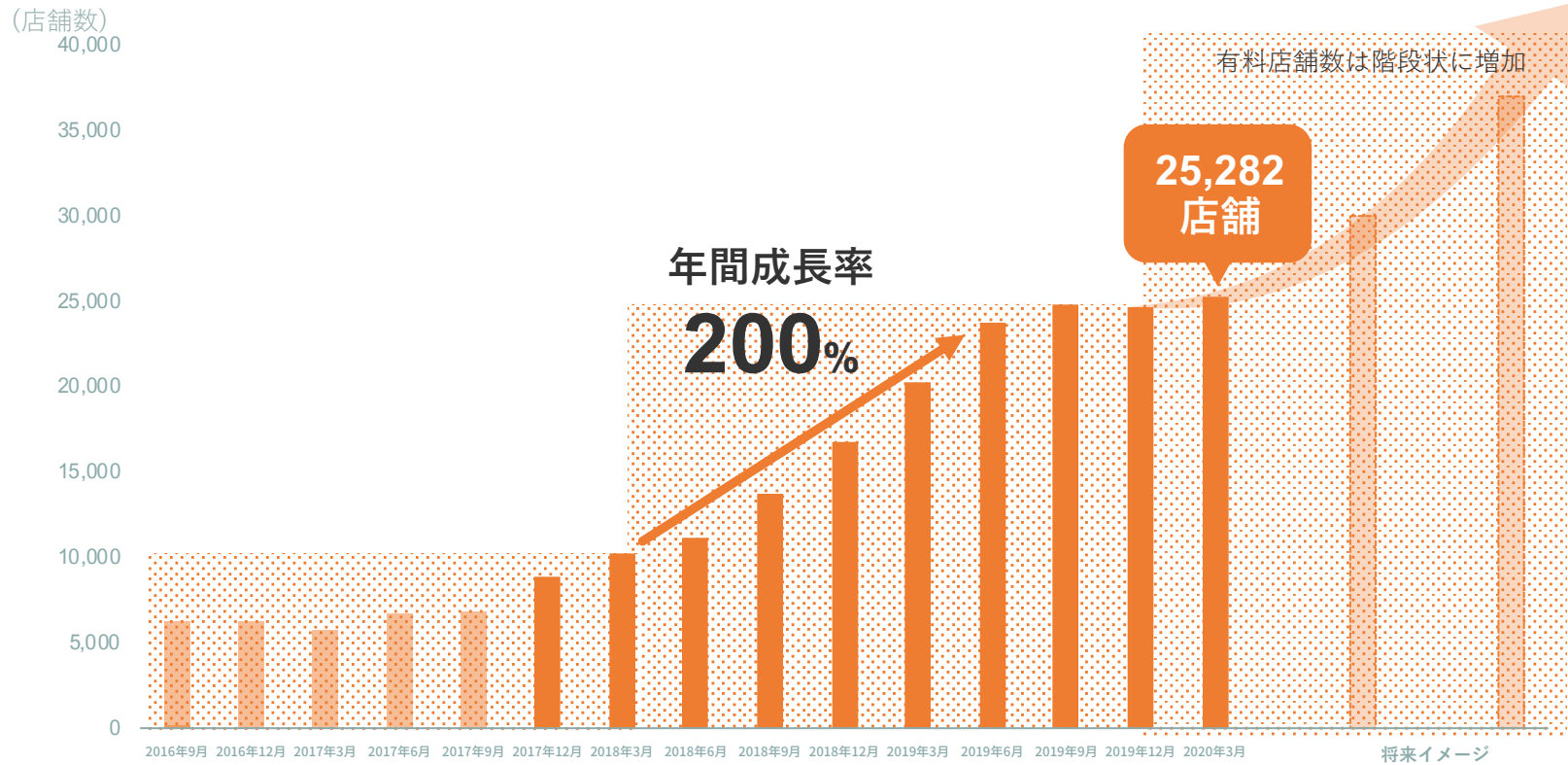
ユーザー数の増加
 = **プラットフォーム価値の向上**
 = **有料店舗数の拡大**
価格改定の余地

*2017年3月まではトクバイユーザー数合計
 *2017年6月からはトクバイ、トクバイニュース、トクバイみんなのカフェ、ロコナビのユーザー数合計

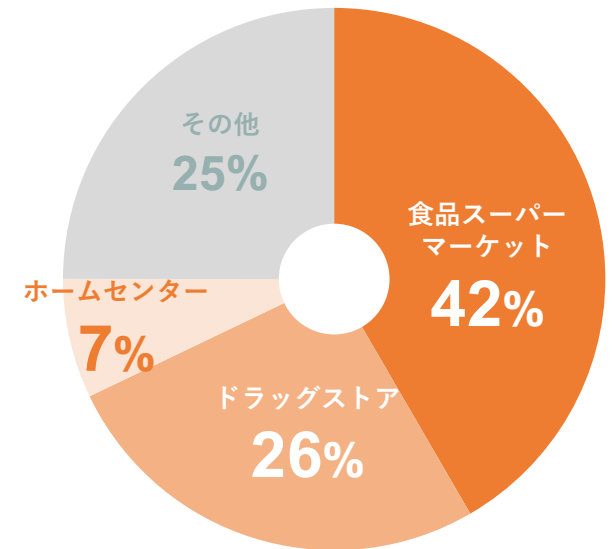
有料店舗数の増加

- ✓ スtock型プラットフォームとして店舗数が順調に推移
- ✓ 店舗情報掲載は139,705店舗*1、サービス利用店舗は51,711店舗*2と先行指標も拡大

有料店舗数の推移*3



業種別内訳



*1 掲載店舗数：店舗情報が掲載されている店舗数を計測。2020年3月末時点 *2 サービス利用店舗数：月1回以上情報掲載がある店舗を計測。2020年3月末時点

*3 有料店舗数：店舗あたり月額課金をしている店舗数を計測

✓ 「価格」「解約率」「網羅率」に優位性

1

価格

- 紙のチラシや競合に比べて安価
- 定額の価格体系

2

解約率

- プラットフォームの解約率は低い水準を維持
- 新規開拓による売上が積み上がっていくSaaS型モデル

3

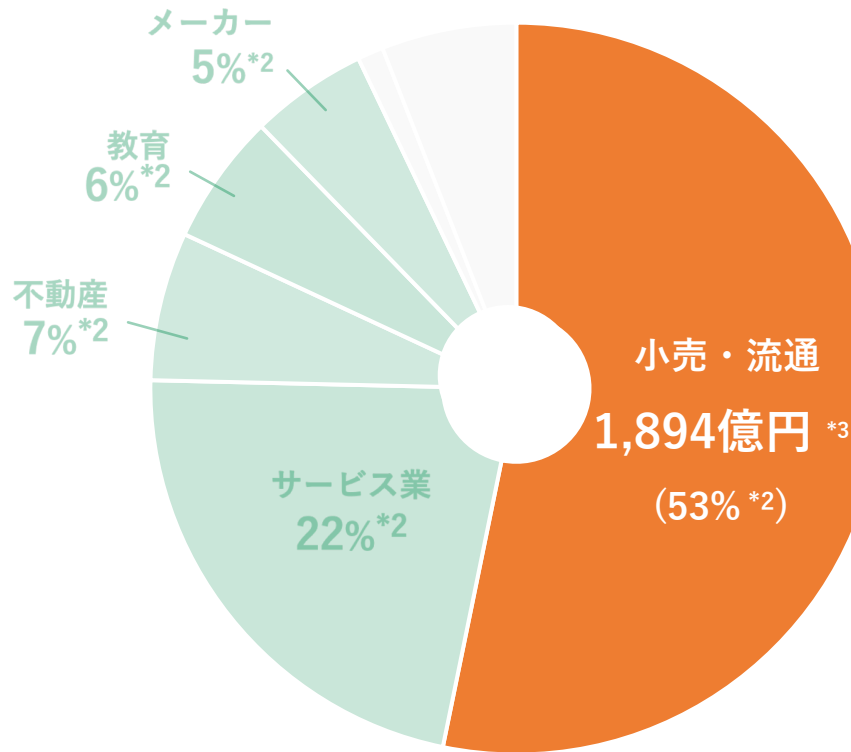
網羅率

- 食品スーパーマーケット、ドラッグストアなどで高い網羅率
- 生活での利用頻度が高い業態で、ユーザー・クライアントの認知度大

✓ 食品スーパーマーケットやドラッグストアなどの日常的な市場は約1,900億円

新聞折込チラシ広告市場

3,559億円 *1



- 食品スーパーマーケット
- ドラッグストア
- ホームセンター
- など

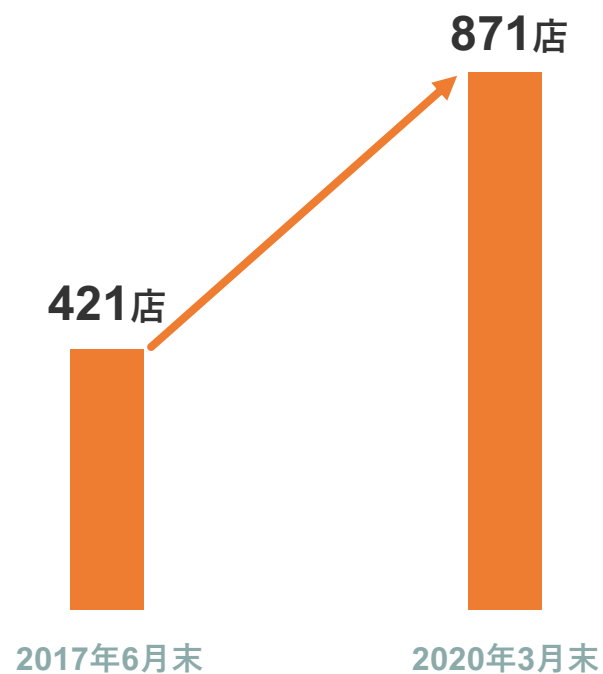


*1 株式会社電通「2019年日本の広告費」 *2 一般社団法人日本新聞折込広告業協会「全国版折込広告出稿統計データ 2019年 年間」の折込枚数割合
*3 株式会社電通及び一般社団法人日本新聞折込広告業協会の調査を元にした当社推計

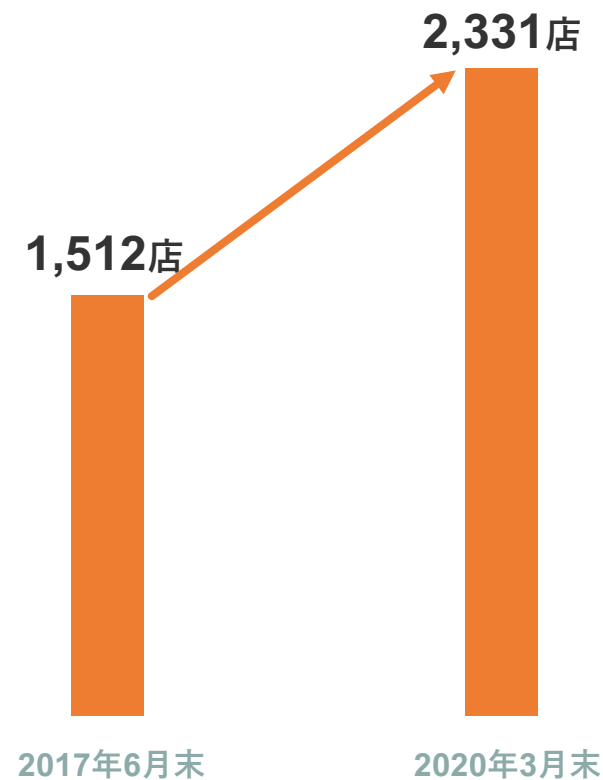
- ✓ 小売業のうち、家電、スポーツ量販店など新たな業態のサービス利用店舗数も順調に増加
- ✓ 全国99万店舗ある小売店舗への拡大余地は大きい

新業態におけるサービス利用店舗数の増加

スポーツ用品店*1



家電量販店*1



*1 サービス利用店舗数：月1回以上情報掲載がある店舗を計測

✓ 非小売領域の折込チラシ市場を加えると、市場規模は約2倍に

非小売領域のチラシ広告市場の 1,665億円

サービス業



不動産



教育

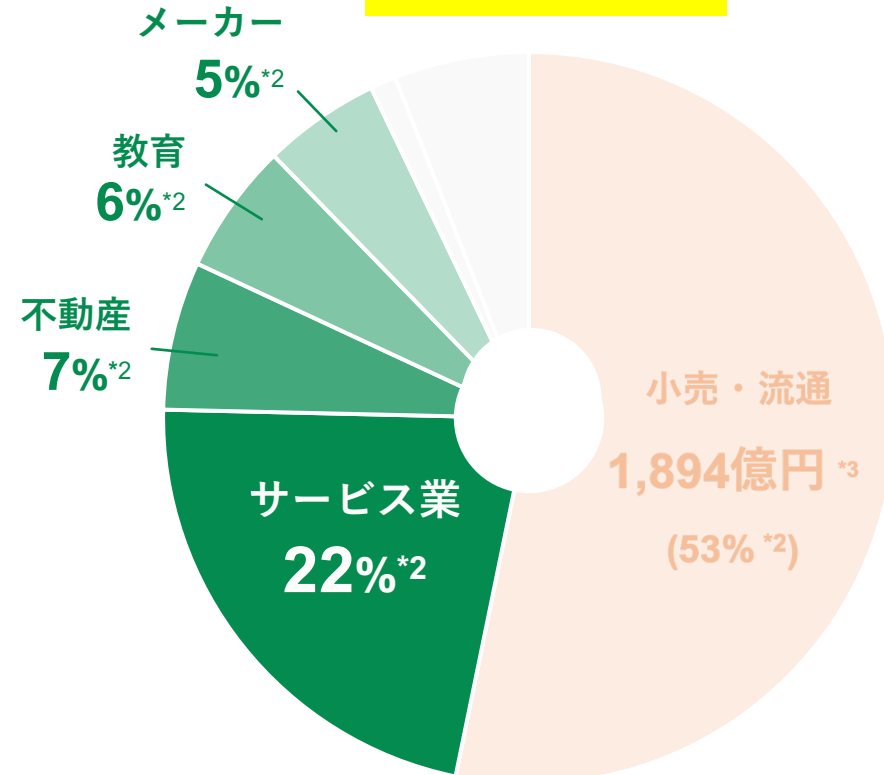


メーカー



新聞折込チラシ広告市場

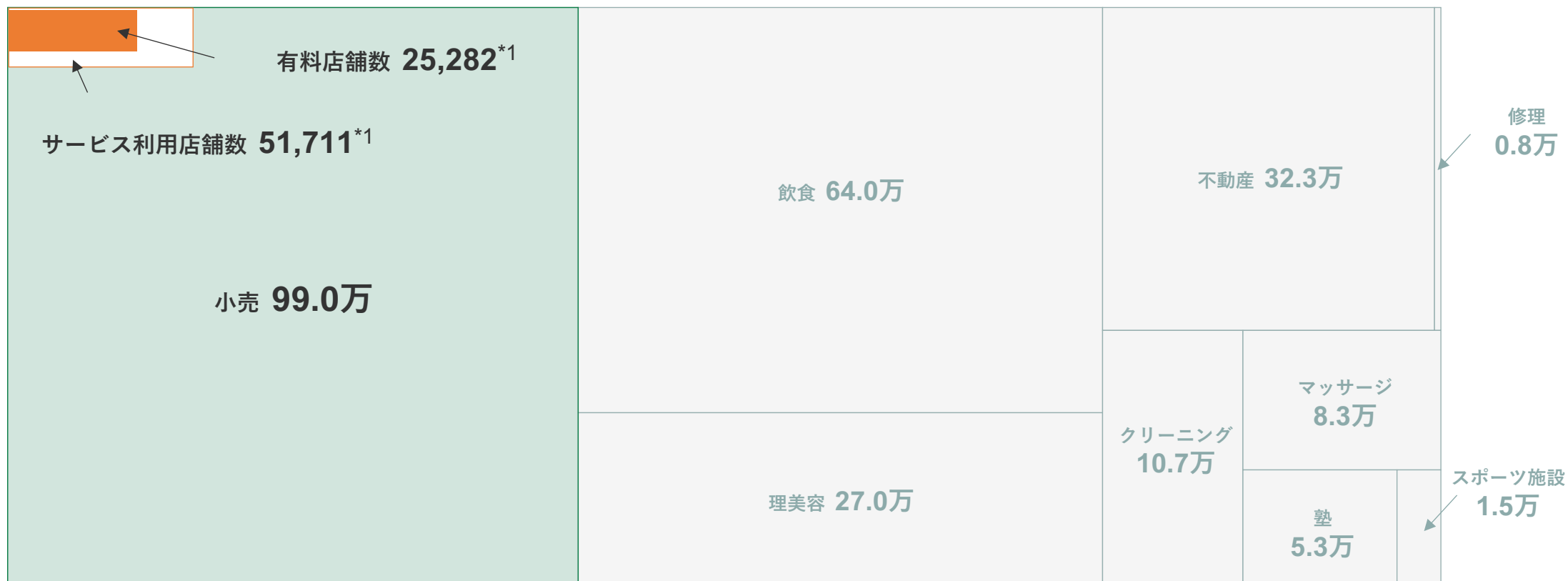
3,559億円*1



*1 株式会社電通「2019年日本の広告費」 *2 一般社団法人日本新聞折込広告業協会「全国版折込広告出稿統計データ 2019年 年間」の折込枚数割合
*3 株式会社電通及び一般社団法人日本新聞折込広告業協会の調査を元にした当社推計
写真AC(カメラ兄さん, FineGraphics, とちぎ)

✓ 有料店舗数の約2.5万店舗、サービス利用店舗数の約5万店舗と比べ、**ターゲット市場は膨大**

ターゲット市場 計248万*2 (単位：店舗)

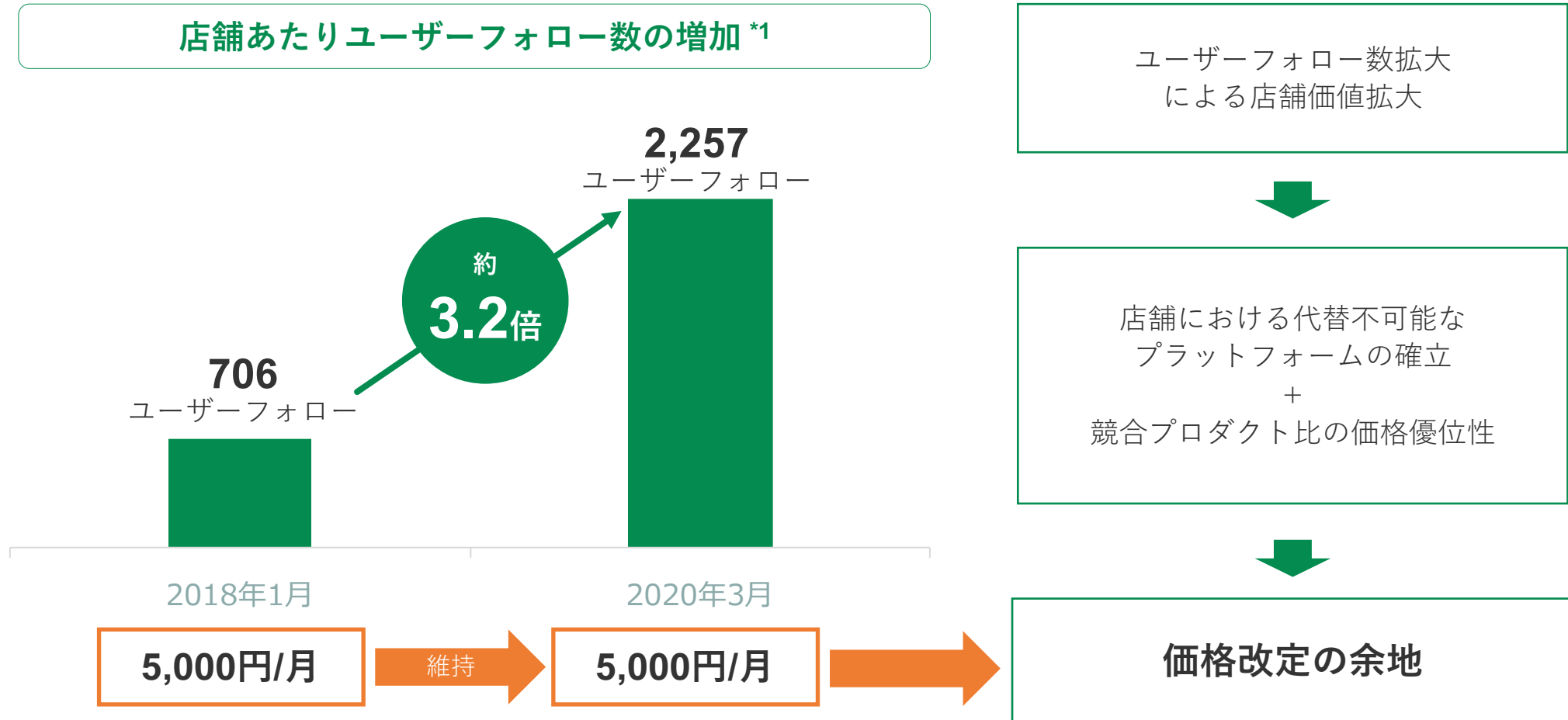


*1 2020年3月末時点

*2 総務省「平成28年経済センサス」

店舗あたり単価上昇の余地

- ✓ 店舗メリットは拡大しており、今後の価格改定の余地あり。2020年からアップセル提案を本格化
- ✓ 従量課金への移行や、業務支援など提供価値を広げていくことも可能



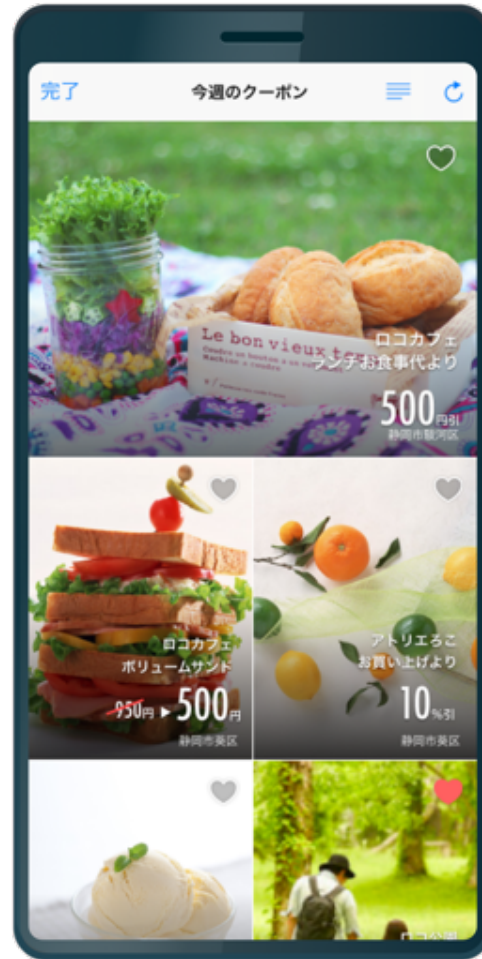
*1 2017年7月から12月に情報掲載開始した食品スーパーマーケットの1店舗あたりユーザーフォロワー数

- ✓ 「街のおトク」サービスをエリア限定でリリース（2019年10月）
- ✓ 地域の観光施設や自治体等への課金検討も進める

「街のおトク」 top



クーポン一覧



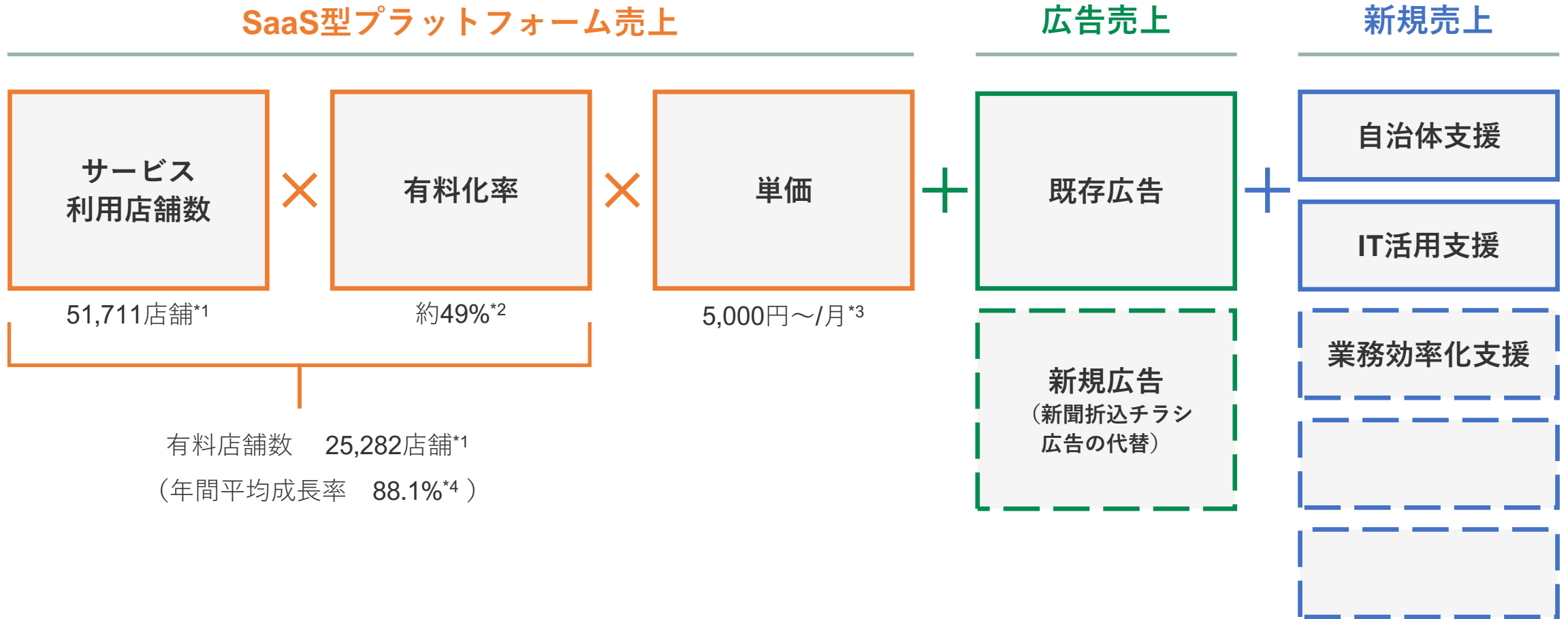
イベント一覧



特集記事



- ✓ サービス利用店舗の有料化率・単価上昇などで継続的に売上を拡大する計画



*1 2020年3月末時点

*2 有料店舗数÷サービス利用店舗数で算出

*3 契約条件により異なる単価を適用しているケースあり

*4 有料店舗数の年間平均成長率は2017年3月期末～2019年3月期末にて算出

*5 点線部分は今後展望している現在検討中の新たな売上モデル

生活者

- ✓ 「混雑度」を重視する生活者が増加
- ✓ 新聞折込チラシがさらに減少。
情報のデジタル化ニーズが加速
- ✓ 地域の事業者を支援する価値観が醸成されると想定

生活習慣の変化に必要な情報がない



小売店舗・施設

- ✓ 「お得情報」だけではなく、
「混雑情報の発信」ニーズが増加
- ✓ タイムラグのある紙での情報発信から
リアルタイムで情報発信可能な
デジタル活用が加速すると想定

変化に対応できていない



社会変化を当社の事業機会とし、
新しい生活を創造する

- ✓ 新型コロナウイルスに対応した **新たな生活様式を支えるサービスをいち早く開始**

「混雑ランプ」サービス

- 店舗の混雑状況が一目でわかる情報の提供
- 小売店舗からスタートし、様々な領域に展開
- 公共施設、文化施設、サービス業態なども対象



「テイクアウト・デリバリー情報」サービス

- テイクアウトやデリバリーをはじめた店舗等の情報を提供
- スマートフォンから手早く簡単に発信可能



当社の事業モデルの強み

- ✓ SaaS型の年間契約モデルで、**短期的な影響を受けにくい**
- ✓ 業績が好調な食品スーパーマーケットやドラッグストア、ホームセンターが**顧客の約75%**
 - ✓ プラットフォーム売上に加え、広告売上や新規売上など**収益源が多様**



社会の変化が 事業拡大の追い風に

- ✓ ユーザー数が**増加**
- ✓ 新規開拓やアップセル提案が**堅調に推移**
- ✓ メディアでの**紹介が増加**

新型コロナウイルス 対策のサービス開始

- ✓ 小売店舗・地域の施設の**混雑状況を配信**
- ✓ デリバリー・テイクアウトの**情報提供を開始**

組織体制の強化

- ✓ 従来から**テレワークを実施**、在宅勤務を中心とした事業運営に**スムーズに移行**
- ✓ **エンジニア採用が加速**

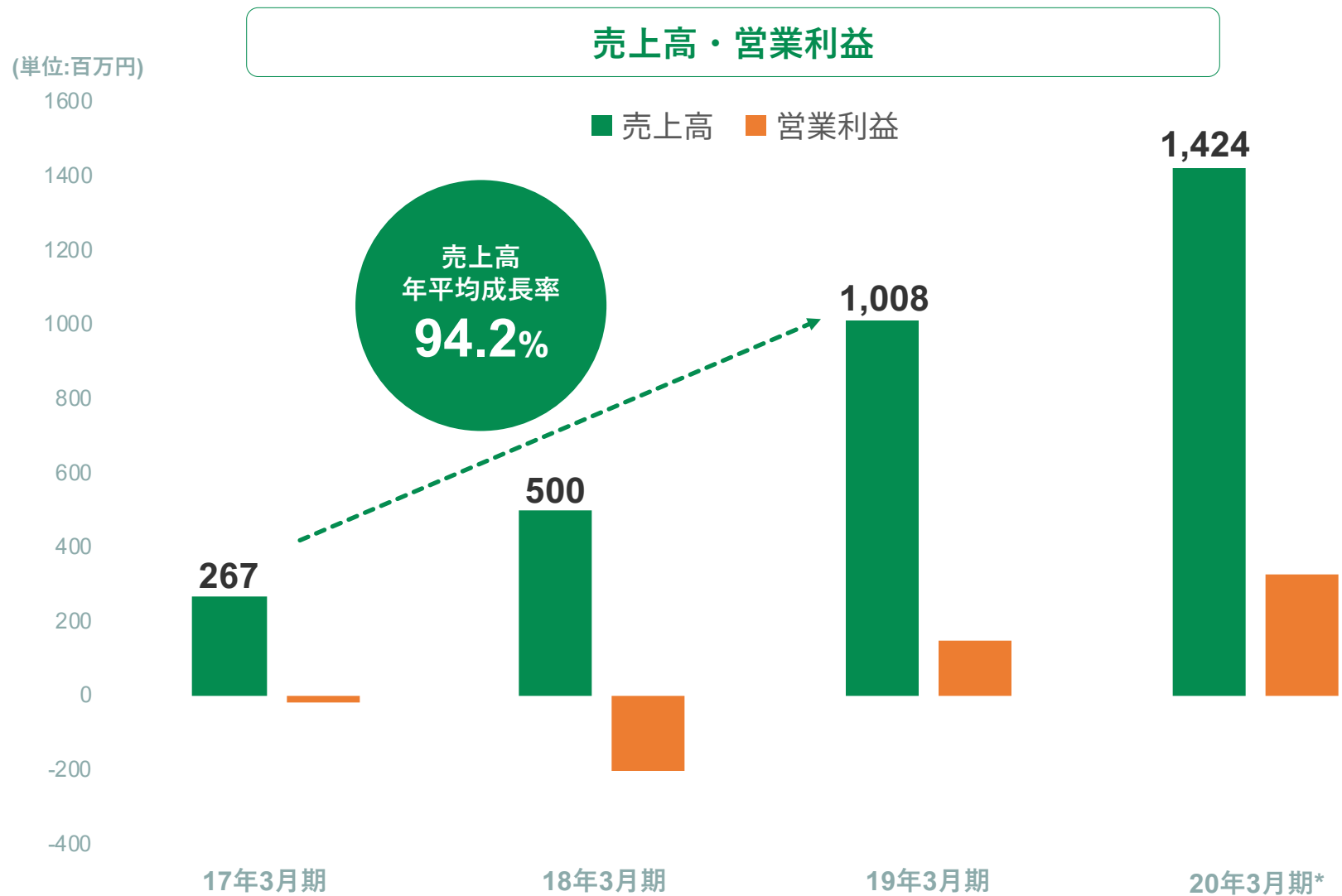
紙からデジタルへ

遠くから近くへ

接触から非接触へ

社会変化を当社の事業機会とし、**新しい生活を創造する**

✓ 先行投資をしつつ、SaaS型プラットフォームで安定的に売上高成長・営業黒字を実現



本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、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、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。