

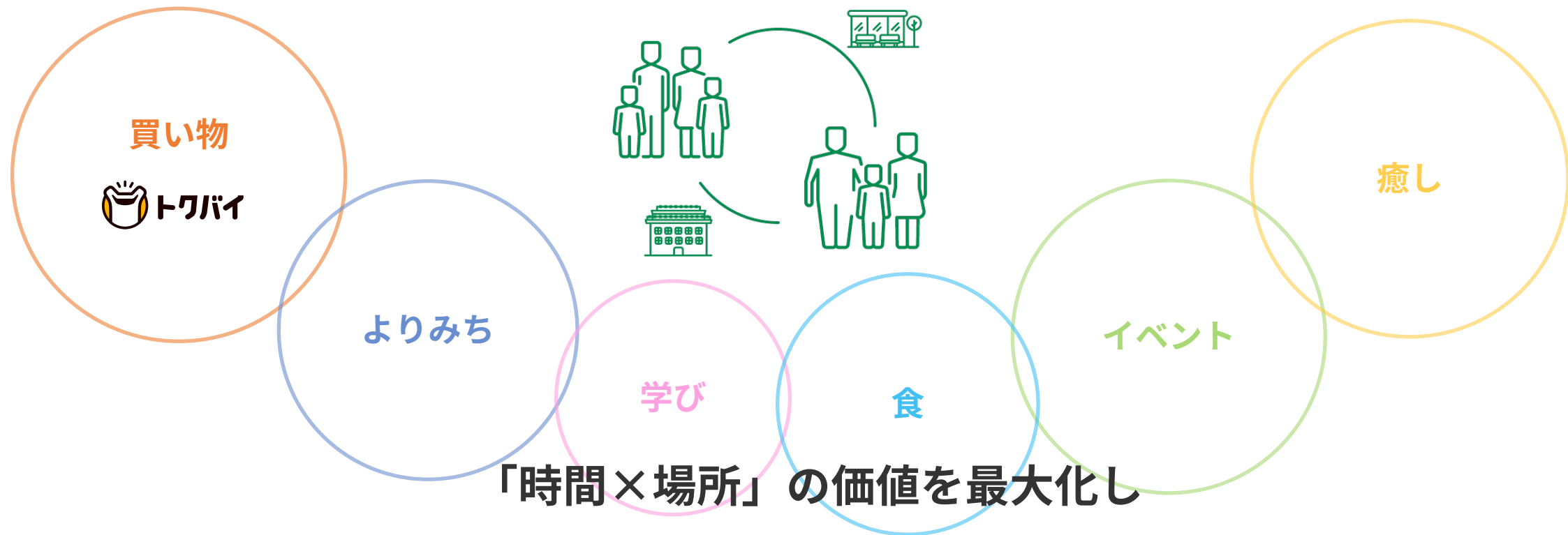
# ロコガイド

## 2021年3月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社ロコガイド

2020年8月13日

# 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

## ■ **売上高368百万円、営業利益93百万円、経常利益90百万円**

- 営業利益は2020年3月期第4四半期を24.3%上回り、93百万円で着地
- 地域情報サービスに関連した売上等も発生

## ■ **新型コロナウイルスに対応した新たな事業創出を加速**

- 「混雑ランプ」サービスの自治体や施設への導入が進む
- 社会変化を当社の事業機会とし、新たなサービスの創出に注力する

- ✓ 売上高は、2020年3月期第4四半期に比して微減で着地。2020年3月期第4四半期にスポット売上があった影響
- ✓ 営業利益は、2020年3月期第4四半期に比して24.3%増の93百万円で着地

## 2021年3月期 第1四半期 業績

(単位:百万円)

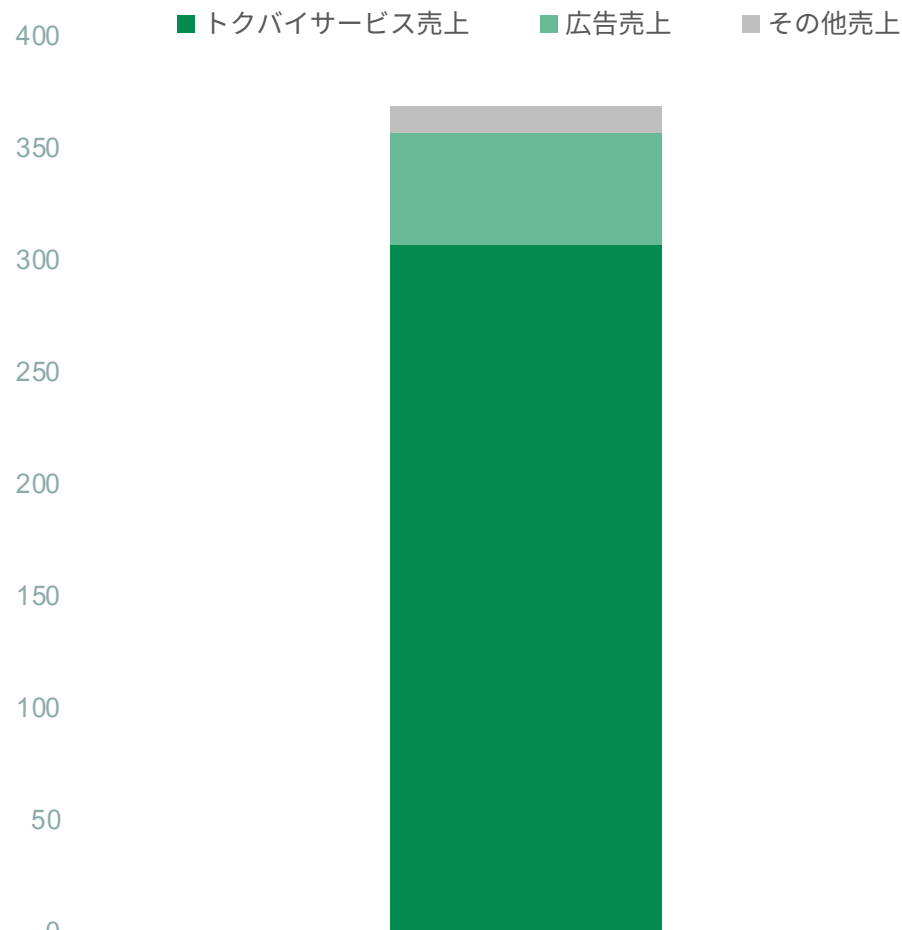
	2020年3月期 第4四半期(参考)	2021年3月期 第1四半期	増減
売上高	387	368	△4.8%
営業利益	75	93	+24.3%
経常利益	75	90	+20.7%



✓ 売上高に占めるトクバイサービス売上の構成比は、2020年3月期第4四半期と同程度にて推移

✓ **地域情報サービスに関連した売上等も発生**

(単位:百万円)

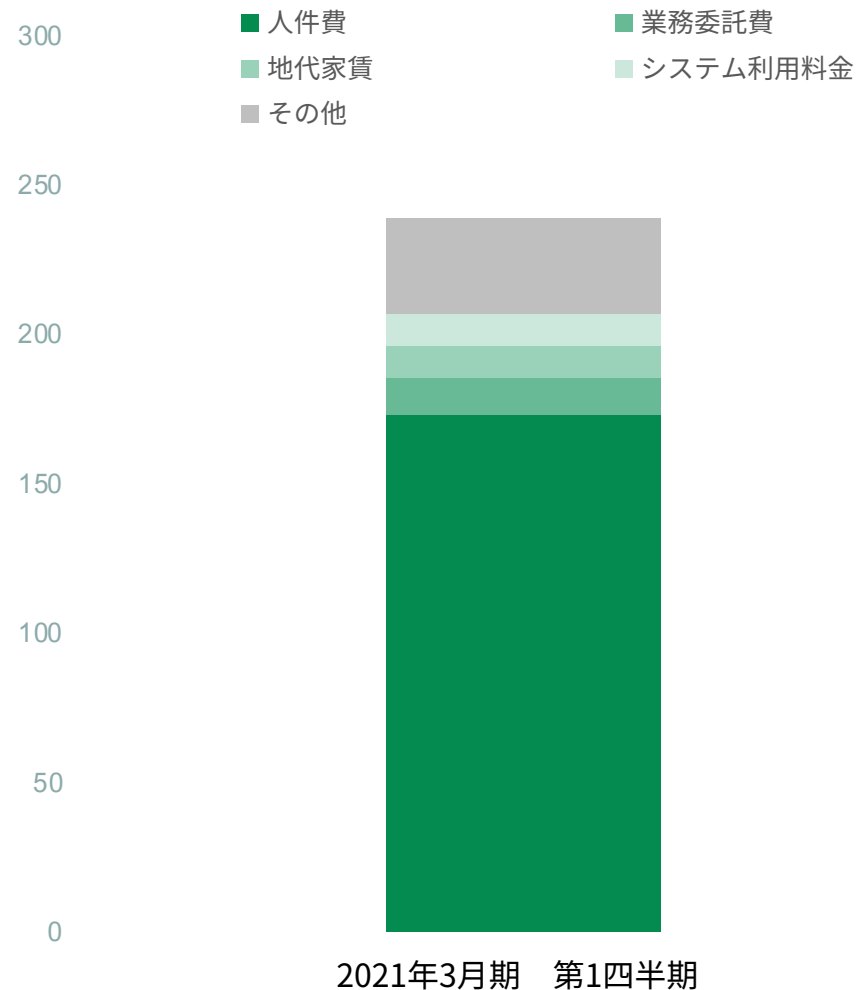


2021年3月期 第1四半期

売上高の内訳	
トクバイサービス売上	「トクバイ」のプラットフォーム売上
広告売上	「トクバイ」等の広告売上
その他売上	地域情報サービスに関連したIT活用支援等の売上

- ✓ 販売費及び一般管理費の大半を人件費が占める
- ✓ さらなるユーザー満足度の向上や事業拡大に向け、**人材強化を加速させていく**

(単位:百万円)



## 販売費及び一般管理費の主な内訳

人件費	当四半期末の従業員数 99名
業務委託費	主にサービス開発やコンテンツ作成等に関する業務委託費用
地代家賃	オフィスの賃料
システム利用料金	各種システムの利用料金

# サービスの状況

ロコガイド

Locoguide Inc.

# 月間利用ユーザー数の推移

- ✓ 新型コロナウイルス拡大等の影響を受けユーザー数は増加していたものの、その後は当初想定していた水準で着地

## 月間利用ユーザー数の推移

(ユーザー数)

12,000,000

10,000,000

8,000,000

6,000,000

4,000,000

2,000,000

0

2016年9月 2016年12月 2017年3月 2017年6月 2017年9月 2017年12月 2018年3月 2018年6月 2018年9月 2018年12月 2019年3月 2019年6月 2019年9月 2019年12月 2020年3月 2020年6月

1,045万  
ユーザー

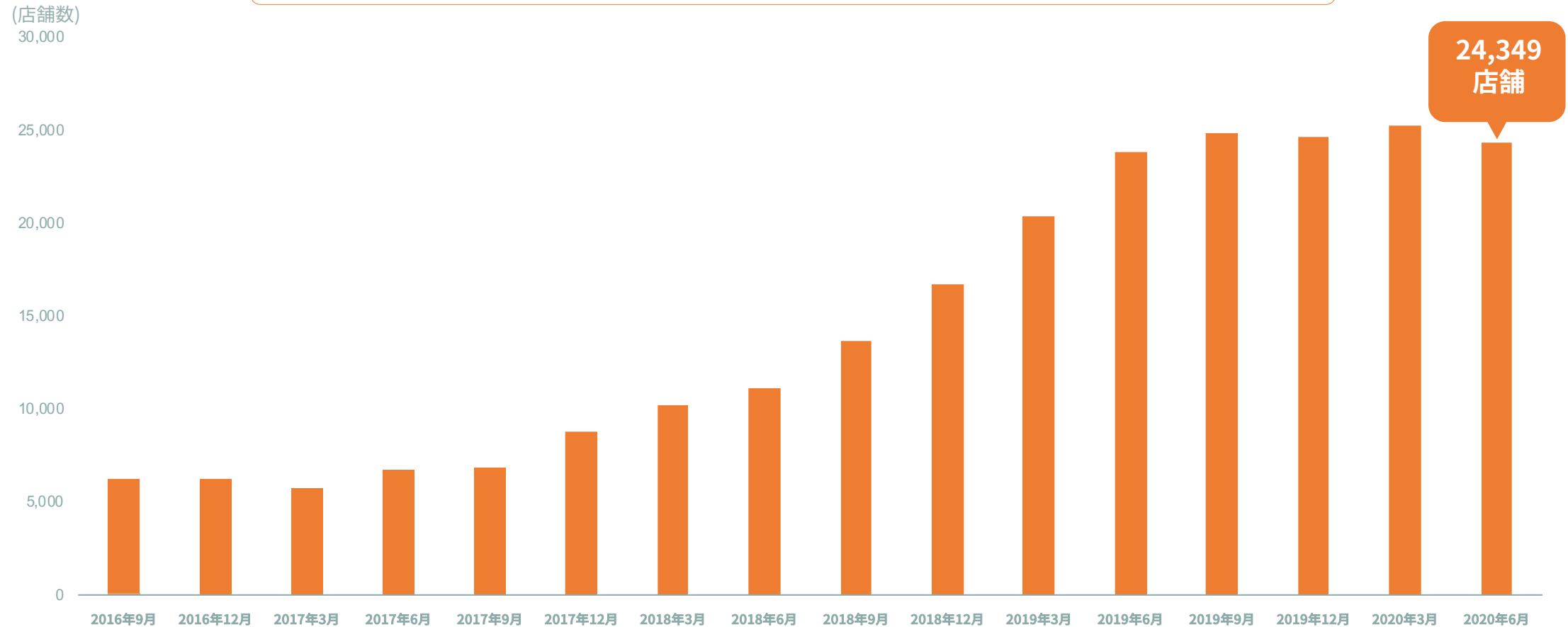
\*2017年3月まではトクバイユーザー数合計

\*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

# 有料店舗数の推移

- ✓ 新型コロナウイルスの影響により、一定期間、営業停止した店舗等の影響を受け、有料店舗数は一時的に減少
- ✓ また新型コロナウイルスに対応したサービスの立ち上げにリソースを配分したことも影響

## 有料店舗数の推移\*



\*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

## 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



## 情報更新 管理ツール

- 混雑情報の更新はスマートフォンやPCのオンライン管理画面からリアルタイムに更新可能
- またスマートフォンなどが活用できない場合は、ボタン型端末も利用可能

オンライン管理画面



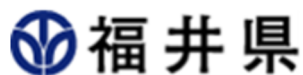
ボタン型端末



- ✓ 静岡県、一部東海地方を中心に自治体・施設の開拓を進めた結果、**スピーディに複数の導入を実現**
- ✓ 今後は、営業エリアも広げ、さらなる導入拡大を目指す

## 自治体

都道府県



市区町村  
(自治体コード順)



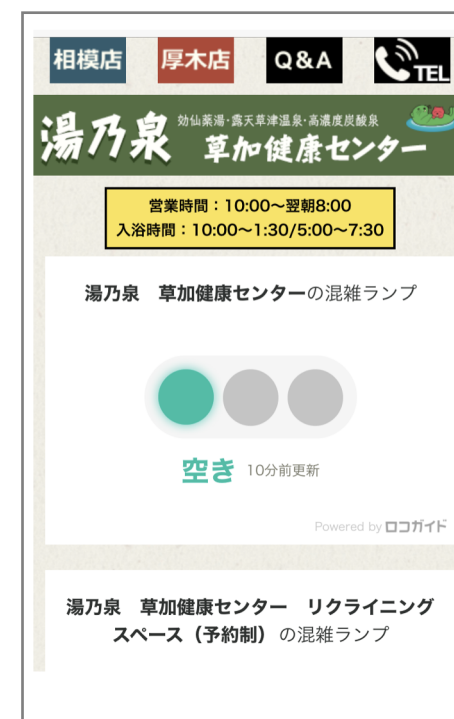
※その他、複数の自治体で導入を検討中

## 施設

川崎水族館様



湯乃泉 草加健康センター様





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  
地域のくらしを、かしこく、たのしく  
する新たなサービスを創出する

- ✓ 今後も新型コロナウイルスに対応した**新たな事業創出を強化**
- ✓ スピードをあげるために**企業買収や営業権譲渡など投資による立ち上げも選択肢として検討**

## 自社での 立ち上げ

- 社内リソースの優先的な配分
- エンジニアやデザイナー、  
新規事業立ち上げ経験のある人材の採用強化

## 投資による 立ち上げ

- 地域情報のデジタル化や、地域コミュニティに関連した  
企業やサービスの買収も選択肢として検討
- 投資事業も開始し、知見を獲得していく



**投資検討のための社外取締役を含む投融資委員会や専門チームを設置**

# 当社の成長可能性

ロコガイド

Locoguide Inc.

## 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

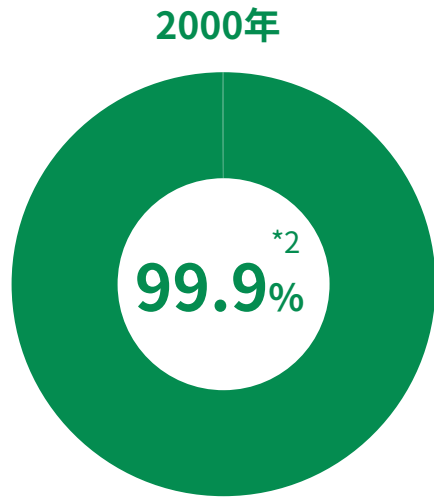
- ✓ 紙媒体に偏在する地域情報を **デジタル化**
- ✓ **網羅性**を高め、**リアルタイム**に提供し、便利に楽しく
- ✓ **ひとりひとりに最適な形で**オンラインでお届け

# 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)<sup>\*1</sup>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

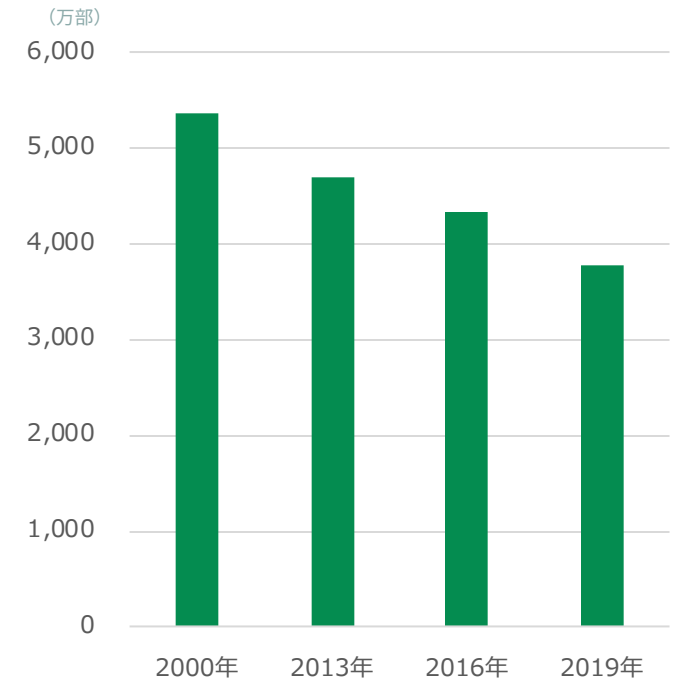
- 新聞に折り込まれて各戸に毎日届く
- 平均で1日13枚/世帯

1世帯 年間平均  
4,662枚<sup>\*3</sup>



## 新聞発行部数の推移<sup>\*4</sup>

- 新聞発行部数の減少スピードは加速



<sup>\*1</sup> 株式会社電通「2019年 日本の広告費」

<sup>\*2</sup> 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

<sup>\*3</sup> 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」

<sup>\*4</sup> 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**
- ✓ 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



✓ 「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

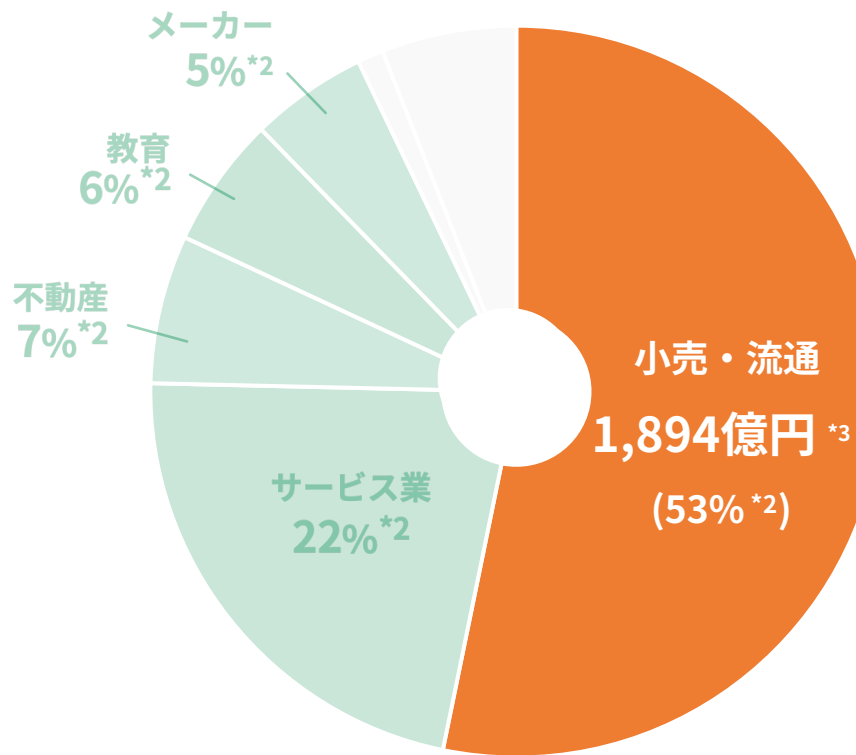
## 網羅率

- 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

# 非小売領域への市場拡大

✓ 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 1,665億円

サービス業



不動産



教育

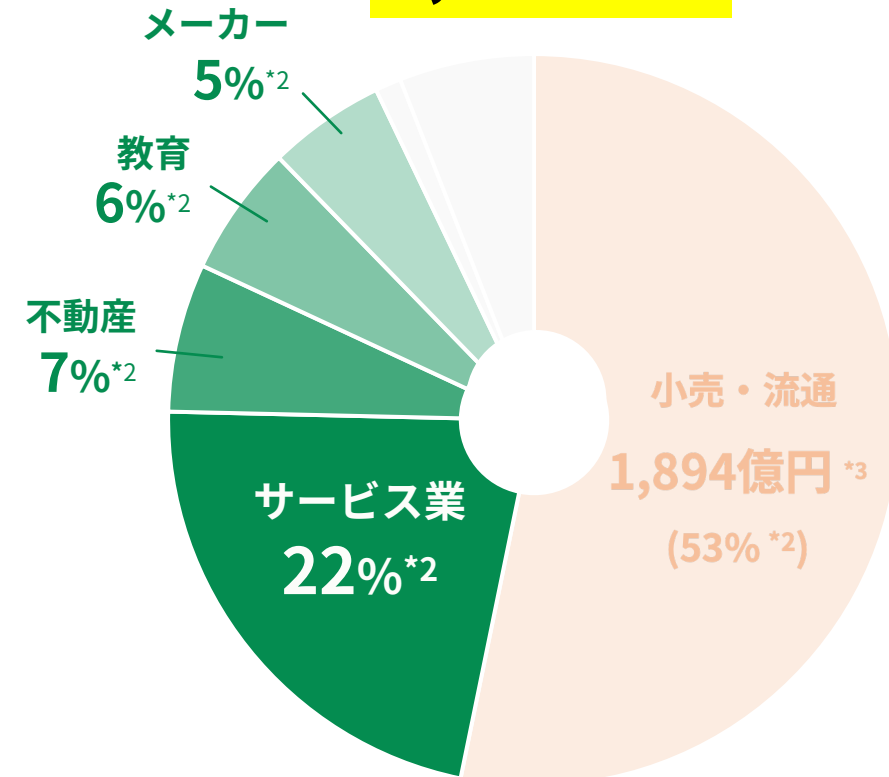


メーカー



## 新聞折込チラシ広告市場

**3,559億円<sup>\*1</sup>**

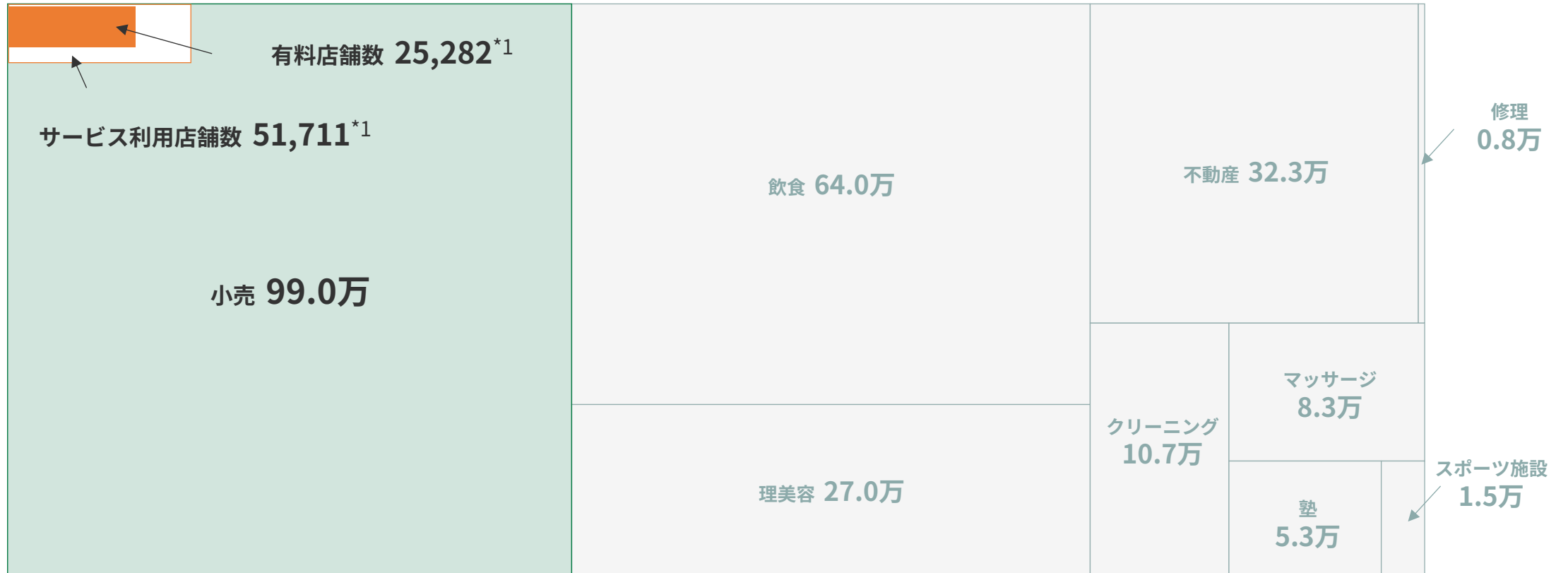


<sup>\*1</sup> 株式会社電通「2019年日本の広告費」 <sup>\*2</sup> 一般社団法人日本新聞折込広告業協会「全国版折込広告出稿統計データ 2019年 年間」の折込枚数割合  
<sup>\*3</sup> 株式会社電通及び一般社団法人日本新聞折込広告業協会の調査を元にした当社推計  
 写真AC(カメラ兄さん, FineGraphics,とちぎ)

# サービス対象拡大による店舗数増

✓ 有料店舗数約2.5万店舗、サービス利用店舗数約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」

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これら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、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。