



2021年5月11日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 駅 探
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 金 田 直 之
(コード：3646 東証マザーズ)
問 合 せ 先 経 営 戦 略 室 長 小 嶋 勝 也
兼 財 務 経 理 部 長
(TEL. 03-6367-5951)

中期経営計画について

当社は、本日開催の取締役会において、2022年3月期～2024年3月期における中期経営計画について決議いたしましたので、お知らせいたします。

○中期経営計画・・・【別紙】

以 上

confidential

中期経営計画



From the
Stations

駅から始めよう

2021/5/11



- ビジョン／事業コンセプト
- 当社の目指す方向性
- ビジネスモデルの転換
- ターゲットとする市場
- 競争力の源泉
- 今後の事業展開
- 事業計画





From the Stations

駅から始めよう

現社名「**駅探**」は、「**駅前探険倶楽部**」の短縮形であります。
「**駅前を探険**」するように、地域のサービスや情報を提供し、社会の役に立とうという思いでサービスを開始いたしました。

乗換案内サービスは、そのコンセプトの一部として提供して参りました。
駅探は、「人々の移動を、より安全で、安心で、楽しくしていくことを実現しよう」という思いのもと、原点回帰をいたします。

【新事業コンセプト】 From the Stations～駅から始めよう～

「**Stations**」は、鉄道の駅だけではなく、バスの停留所、MaaS基地など、今後MaaS領域で展開されるマルチモーダルの「**起点・中継点・終点**」を示します。「**Stations**」を基点に、高齢化、過疎化、都市への人口集中などの社会問題や、新型コロナウイルス感染症により生じたライフスタイルの変化を捉えて、人々の健康で生き活きた生活を支え、社会の役に立つサービスを生み出していきます。

Before
ekitan.com



After
From the Stations





社会トレンド

コロナ禍による行動変化



- テレワーク環境の整備。
- 消費における「都市一極集中」から「地方分散」。「地域・最寄駅を中心とした消費活動の広がり」へ。
- 外出制限に伴う移動体験（EC・VR）ニーズの更なる高まり。
- インターネットを利用した消費行動の多様化。



当社の目指す方向性

「乗換案内サービス」から「地域マーケティングプラットフォーム」へ事業を拡大

- 「Stations」を基軸とした「地域の生活者のニーズ」と「地域の事業者の提供サービス」とを結びつけていく役割を果たす。
- 「乗換案内」メディアから、地域の情報を提供するメディアに事業転換する。
- 地域事業者への広告・販促プラットフォーム、EC・MaaS支援を提供する。

地域の生活者・事業者向けの「マーケティングプラットフォーム」を構築



ビジネスモデルの転換（乗り換え案内から地域マーケティングプラットフォームへ）



- コモディティ化が進んでいる個人生活者向けの乗り換え案内サービスから、膨大な経路検索・移動情報等のデータを活用した地域マーケティングプラットフォーム事業に転換。
- 地域マーケティングプラットフォームでは、地域に根差したリアル広告・販促媒体市場、EC・MaaS市場をターゲットとし、事業を展開していく。



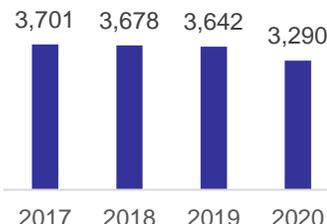
ターゲットとする市場【地域に根差したリアル広告・販促媒体市場】



- 地域マーケティングプラットフォームにより、Web・デジタル化などDXが求められるリアル広告・販促媒体の課題を解決し、生活者に最適な情報を提供。
- 鉄道事業者やリアル広告代理店等、既存の取引先との協業を積極的に推進。

DM

3,290億円

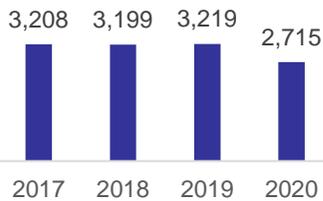


- 属性や購買履歴から最適化される
- 選挙や防災等公共性の高い事業でも重要視

- メディアとの連携
- Web上の行動やIoT経由の情報を基にしたデータの活用。

屋外広告

2,715億円

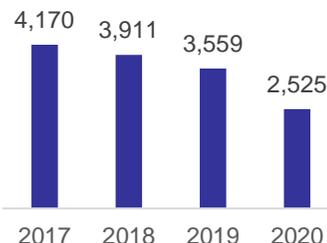


- 屋外に掲出、情報の拡散の為にWebとの連動が進む

- テクノロジー（屋外における人の移動や位置情報に関するデータ）の活用。

折込広告

2,525億円

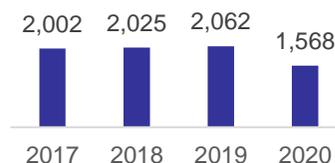


- 地域の重要な情報発信源となっている
- 全国に戸別配達される新聞のカバー率の高さが強みとなる

- 新聞の発行部数減少・折込大判サイズの減少により市場は縮小。

交通広告

1,568億円



- 移動中に自然とアプローチでき、生活の導線上にあり繰り返して訴求できる

- 効果測定が難しく、広告掲載までに時間を要する。

フリーペーパー

1,539億円



- 地域に密着した情報を発信し、双方向性を有する

- デジタル事業へのアプローチ、他メディアとのコラボレーション。

市場規模

特徴

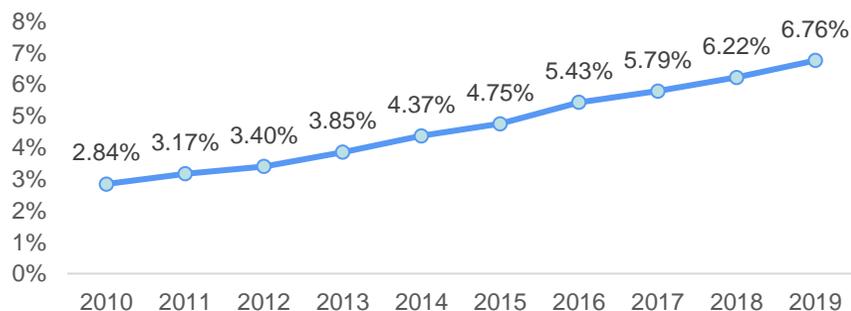
課題

各市場の事業者とパートナーシップを締結し、DX化推進や協業による新たな価値創出を企図



- 2019年のB2C物販系EC化率は、6.76%であり、前年比0.54ポイント増となっており今後もEC化はさらに進むと予想。
- コロナ禍により影響を受けている土産市場など、地域の物販市場の活性化に向けて、当社が蓄積してきた旅行・移動データを活用し、地域マーケティングプラットフォームからの送客支援を図る。

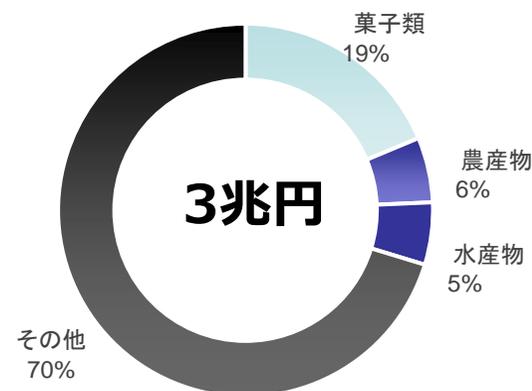
物販のEC化率



- 物販系EC市場規模は約10兆515億円
- 内、スマートフォン経由の市場規模は4兆2,618億円を占める

出所：「電子商取引に関する市場調査」経済産業省

土産市場 (旅行中における土産・買物代)



- 観光土産市場（ポテンシャル3兆円）コロナ禍逆風の中、ECでの集客支援を行う

出所：「旅行・観光消費動向調査」国交省-観光庁
※土産市場2019年データ

ターゲットとする市場【地域生活・地域観光支援型MaaS】



- 事業提携先の株式会社未来シェア（AI型オンデマンド運行システム提供。50件以上のMaaS実証実験に参画）とともに、地域問題に対するソリューションとして、助成金のみには依存しない持続可能なMaaSモデルを構築し、全国の各地域へ展開。

持続可能なMaaSモデル構築に向けた現状の取り組み事項

全国の各地域に展開



地域住民支援
観光客支援

公共交通機関経路検索+オンデマンド交通
(乗り換え情報、乗り合い情報、混雑情報等の提供)

MaaS基地を駅として、駅ナカ・チカ・マ工情報の提供
(地域情報の提供)

MaaS基地毎のデジタルサイネージの広告媒体化
(MaaS基地を基点とした地域マーケティングの促進)

広告、EC、販促支援
(地域マーケティングプラットフォームを活用した事業者支援)

地域マーケティングプラットフォーム上でのポイント共通利用
(ECで付与されたポイントのモビリティ利用等)

その他、多様なマネタイズ手法の検討
(※補助金に頼らないモデルの構築)



地域事業者支援



持続可能な
仕組み化



地域マーケティング
プラットフォーム





- 長年、乗換案内という極めて公共性の高いサービス提供を通して培った複雑・大量データの処理・運用における**技術・ノウハウがユニークかつ競争力の源泉**。

運用ノウハウ・基盤

全国公共交通機関に係る膨大・複雑なデータ処理を、「正確に、安定的に、継続して」行う技術力&ノウハウ&エンジン



運用年数

23年

- ・ 安定的に保守を継続できる組織基盤
- ・ 各事業者毎に異なるデータを効率的に統一化、エンジンに組み込む独自技術
- ・ 新企画・リニューアルによるUX向上

鉄道サポート率

100%

- ・ 鉄道会社の時刻表を網羅し、ダイヤ改正毎に最新情報に更新

路線バス時刻表

325社局

- ・ 鉄道情報に留まらず、ラストワンマイルの移動支援として全国の路線バスの時刻表を提供





- 全国を網羅的にカバーしているデータベースを構築。
- 月間約5,000万件の検索機能が使われており、様々な外部データとの連携により幅広サービス展開が可能。

日本全国に展開されている「駅」を起点にしたデータベース

▶ 全国9,500以上におよぶ駅データ

(位置データ/構内構造データ/その他)

▶ 每期改変される時刻表データ

▶ 全国325社局のバス会社およびバス停データ

(位置データ/バス運行情報)

※社局とは、運営会社ではなく運行範囲(営業範囲)での単位

▶ 空港&航空路線データ

▶ 空港バス&深夜急行バス時刻表データ

▶ 高速バス時刻表データ

▶ 駅の階段、エレベーター、出口等の位置情報データ

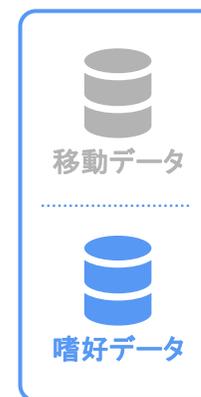
▶ 移動に関するデータ

- ・ 月間5,000万件の経路検索情報
- ・ 出発地→目的地、乗り換え地点
- ・ 出発時刻、到着時刻
- ・ 移動経路
- ・ 滞在時間データ
- ・ 移動人口データ

▶ MaaS&ユーザー趣味嗜好データ※

- ・ MaaS情報(二次交通情報)
- ・ 駅前飲食、観光、求職情報
- ・ 行動履歴情報
- ・ 購買活動情報
- ・ ユーザー属性情報

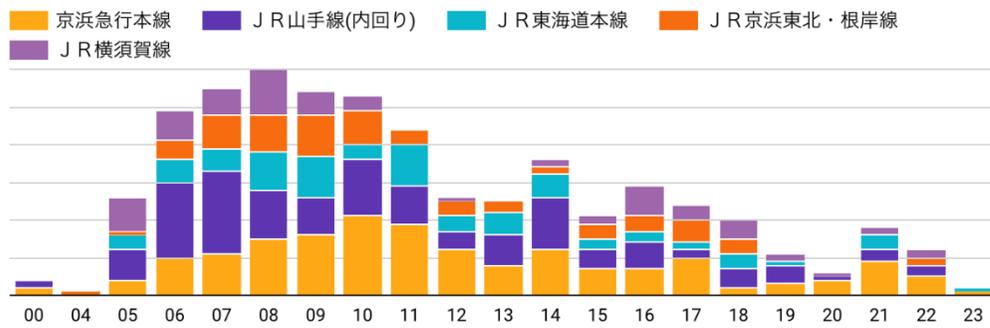
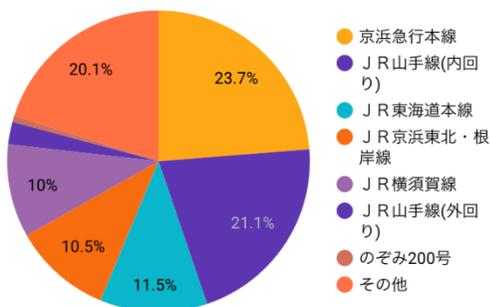
※現在構築中。
他事業者と連携してデータを構築



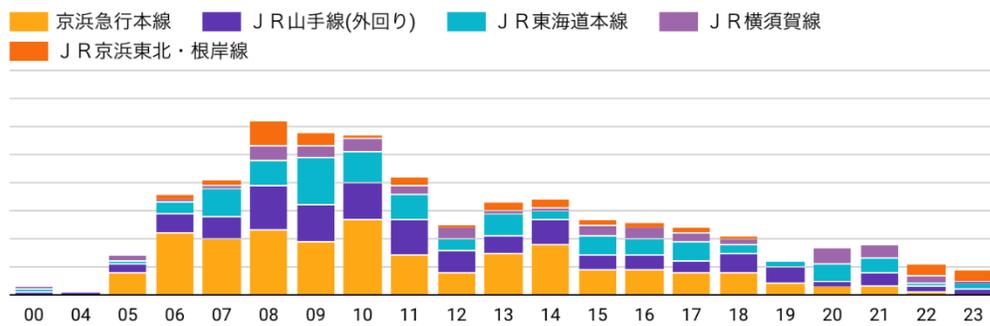
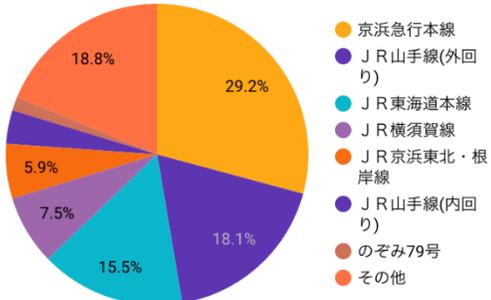


- 駅の乗降・乗換・時間を示すサンプルデータ(品川駅)。
- 路線から路線までの移動傾向が分析可能(例えばターミナル駅であれば、この移動路が何時に混雑するか等)。
- 駅構内の交通広告のメディア効果算定や、デジタルサイネージへの広告配信最適化に活用。

この路線から



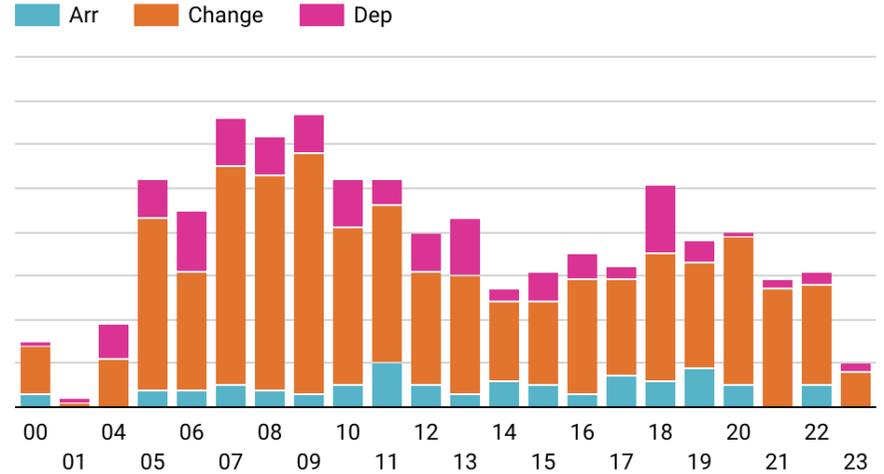
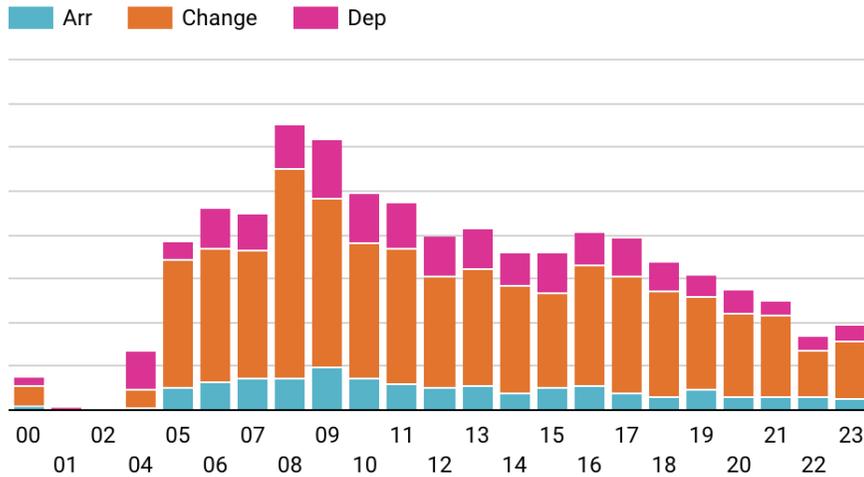
この路線へ乗り換え





- 昨今、ウェブサイト等で駅の乗車や降車などの情報を“混雑”など各種名称で記載。
- 当社のデータは、緯度経度の位置情報から（入出改札ではなく）駅の近傍にいるかどうかを推察したデータや、改札入出場回数をカウントしたデータとは異なり、乗り換え検索ログより、乗車・下車だけではなく駅内の乗換なども分析可能であり、より詳細な情報を提供可能。

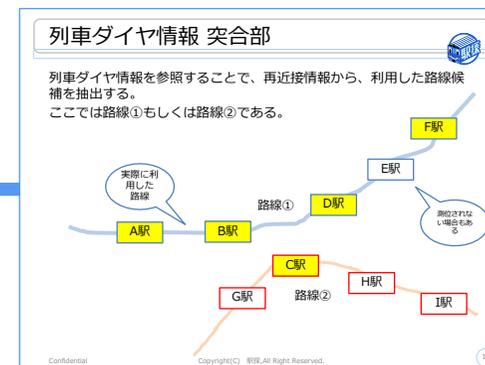
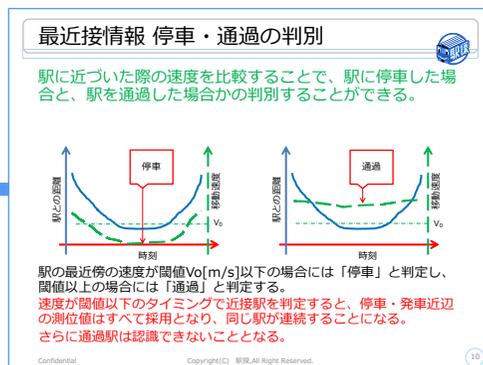
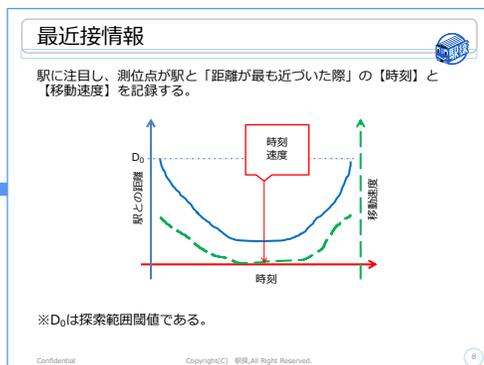
※以下、東京駅・船橋駅の乗車・乗換・降車データ





- 緯度経度で駅を推定、駅のならばで路線を推定というのは他社でも研究実施。
- 駅探では、ダイヤ情報も加味して「今乗車している列車」や緯度経度履歴から「普段乗っている列車」を推定する技術を考案し、現在特許出願済み。
- 生活者の行動を予測し、最適な広告配信が可能。

推定ロジック概要



活用イメージ

活用イメージ 広告（車内広告風）

乗車中にスマホをみるだけで、乗車路線を推定できると...
→ その路線の乗客をターゲットとした広告を提供することができる。

乗車列車が推定できると...
→ 乗車中に数駅先の停車駅をターゲットとした広告提供をすることができる。

Confidential Copyright(C) 駅探, All Rights Reserved.

活用イメージ 広告（アプリ）

特定の列車をフックとして、広告と連動する。
→ スカイライナー、N'EX、モノレールに乗っていたら保険の広告を表示。

Confidential Copyright(C) 駅探, All Rights Reserved.

活用イメージ（インバウンドアプリ）

事前に乗り換え案内を検索しなくても、乗車している路線・運行ダイヤが推定できるので、外国人観光客などにもアクションフリーで利用してもらうことが出来るようになります。

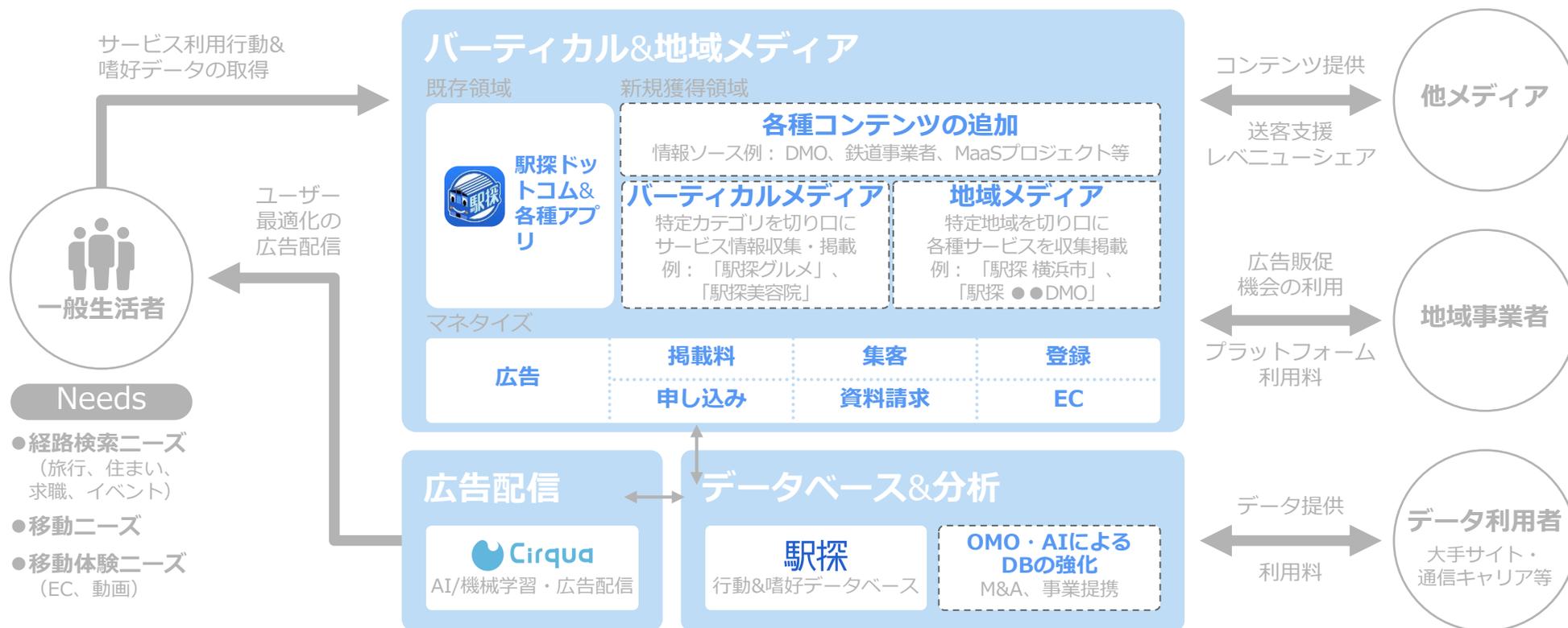
路線	時刻	種別
Ankawa	18:26	Foot-Drive
Shigayama	18:27	Foot-Drive
Tokyo Skytree	18:22	Foot-Drive
Kitar-Ganju	18:12	Foot-Drive
Kawabata	18:00	Foot-Drive

Confidential Copyright(C) 駅探, All Rights Reserved.



- 地域マーケティングプラットフォームを構成する以下の3つの要素を用いて価値を提供。
 - 1) パーティカル&地域メディア機能
 - 2) 広告配信機能
 - 3) データベース&分析機能

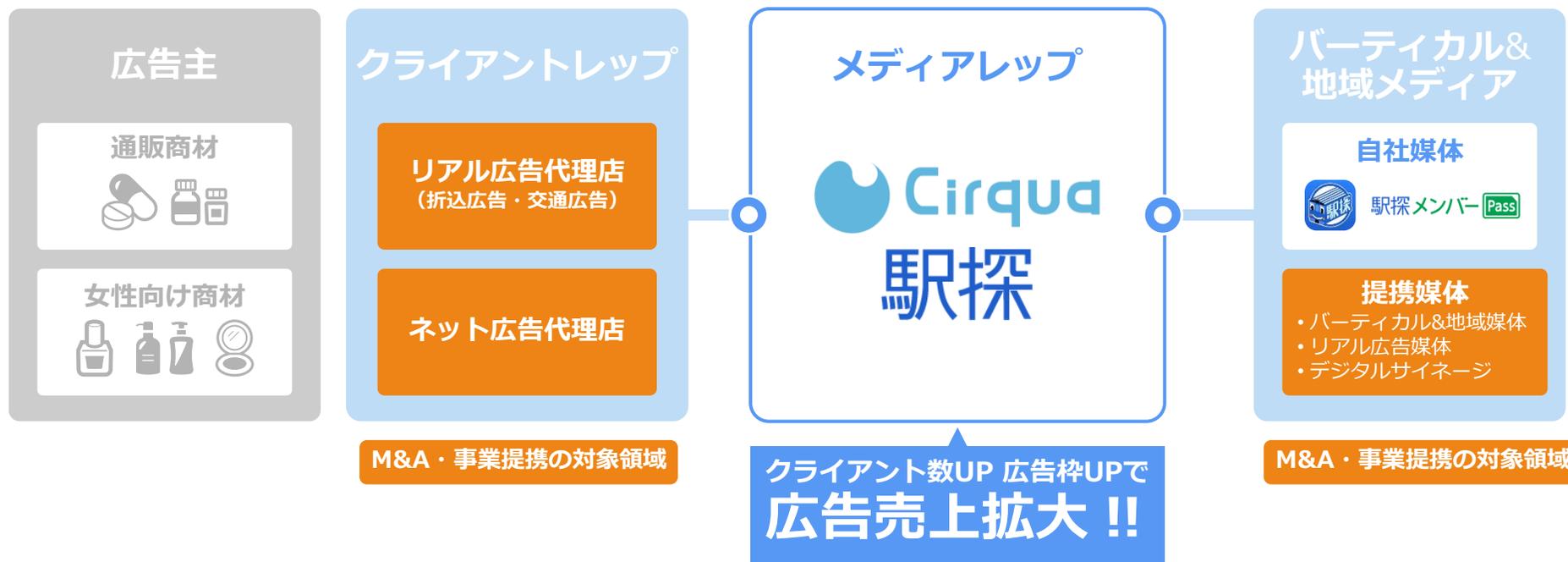
地域マーケティングプラットフォーム



今後の事業展開【広告バリューチェーンの構築】



- スマートフォン向け広告配信システムを提供する株式会社サークアが当社グループに参画することにより（2021年4月）広告配信事業を強化・拡大。
- 広告クライアントの拡大：リアル広告代理店&ネット広告代理店との事業展開。
（※リアル広告代理店（折込広告・交通広告代理店）の広告主のデジタル予算の獲得推進）
- 広告枠の拡大：バーティカル&地域メディアの拡大。提携媒体との事業展開。



今後の事業展開【データベースの利活用】



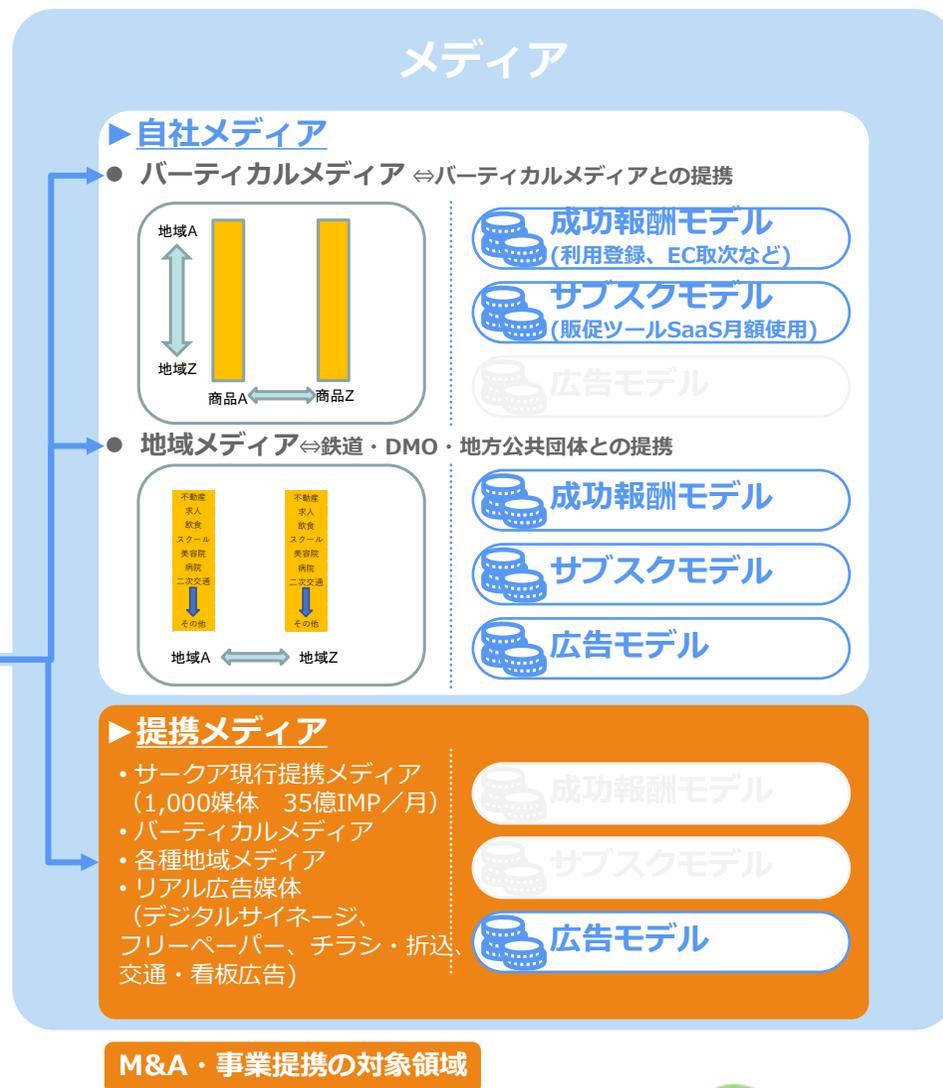
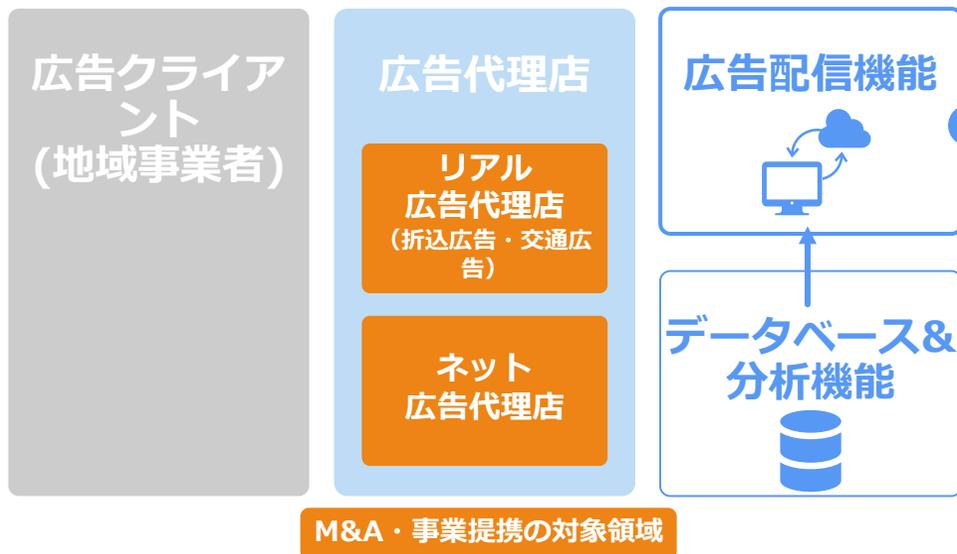
- 月間約5,000万件の検索利用がある「駅探のデータベース」とAI機械学習機能に基づく「サークアの広告配信技術」を用いて、当社のデータベースを利活用。
- 外部の事業者にプラットフォームを公開することで、データの集積を促進。





多様な収益モデルの形成へ

- 1 収益機会の拡大
- 自社メディア(パーティカルメディア、地域メディア)の構築。
- 2 収益拡大の実現
- 上記メディア群、提携メディア群を広告面として、広告配信。
- 3 更なる収益拡大の実現
- リアル・ネット広告代理店とのM&A・事業提携により、広告クライアントを獲得。
各種地域メディアとのM&A事業提携により、広告配信枠を拡大。





- 乗り換え案内事業は、コモディティ化・無料化により縮小を想定。
- 一方で、株式会社サークアを中心とし、今後も成長が見込まれるインターネット広告市場で安定成長を図る。
- 地域マーケティングプラットフォームにおいては、高粗利のメディア広告収益を主とし、今後の利益ドライバー事業として、展開を図る。既存メディアについても、メディア収益拡大を実施。
- 広告バリューチェーンに関連した新規M&Aを実施。グループ強化を図る。

各事業の展開イメージ

※矢印は、2021/3期対比の収益増減見込みを指す



事業全体

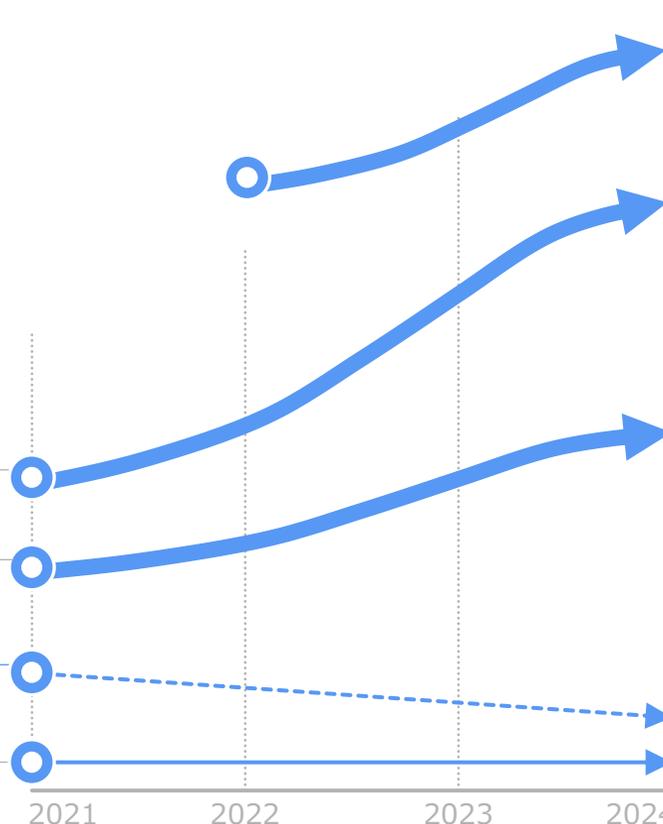
駅探グループ全体

地域マーケティングプラットフォーム

広告配信 

乗り換え案内 (月額課金)

その他既存事業



M&A

- 広告バリューチェーンに関連する事業会社の新規グループ化

成長拡大

- 高粗利のメディア広告収益を主とし、数力年をかけて複数のメディアを立ち上げ。
- 既存メディア「駅探.com」についても、ユーザー価値提供を多様化し、メディア収益の拡大。

安定成長継続

- インターネット広告市場の伸びに連動し、安定成長を継続。

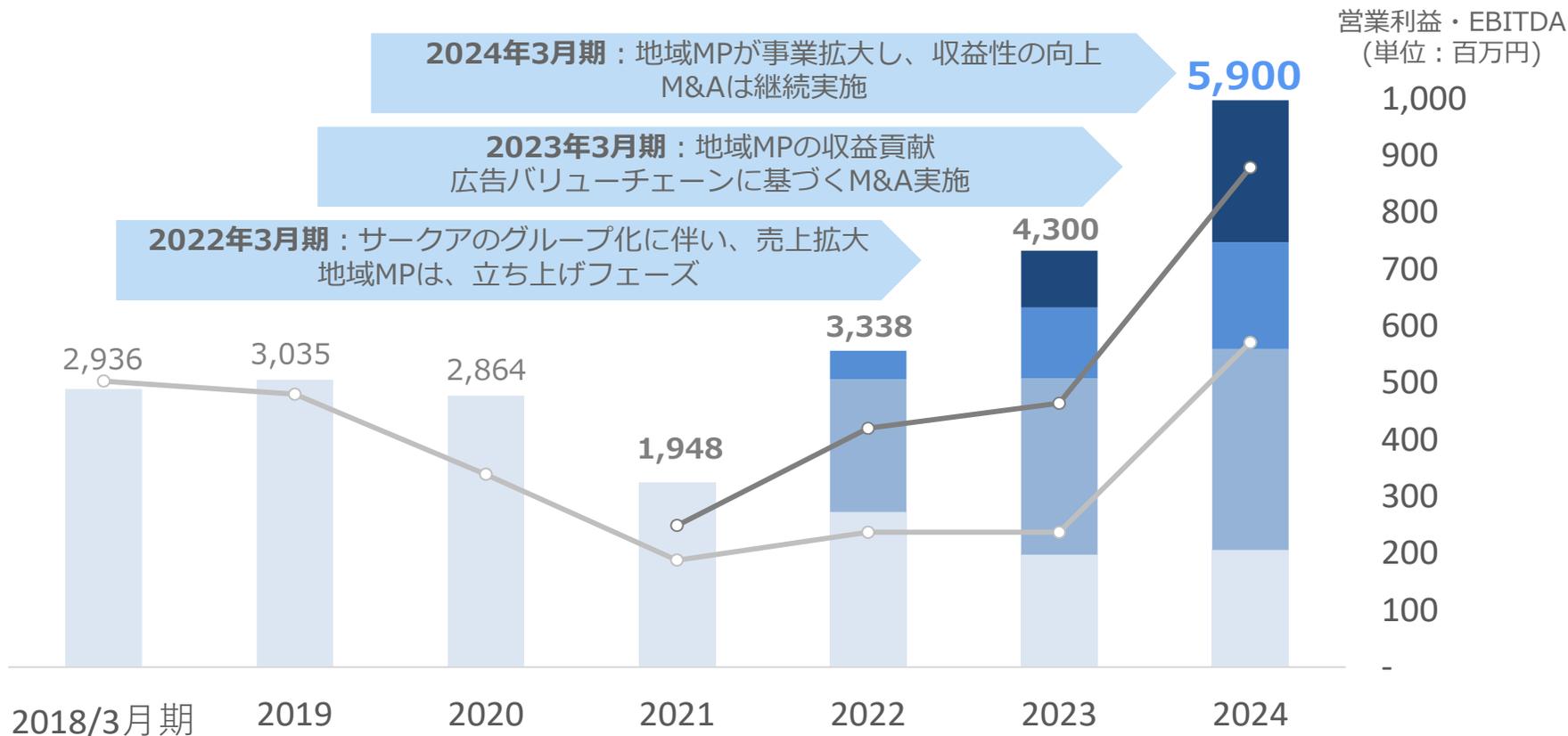
コモディティ化・無料化により
縮小見込

安定収益獲得

数値計画



- 計画初年度 (2022年3月期)は株式会社サークアのグループ会社化に伴い、売上高・収益増加を見込む。
(※地域マーケティングプラットフォーム (地域MP) は、立ち上げフェーズ)
- 計画期間3年目は、売上高59億円、営業利益5億円、EBITDA8億円到達を目指す。
(※高粗利のメディア広告収益を主とする地域MPが収益性に貢献)



既存事業売上高
 サークア売上高
 地域MP売上高
 新規M&A売上高
 営業利益
 EBITDA





Appendix





商号	株式会社駅探 (Ekitan & Co., Ltd.)
本社所在地	〒102-0083 東京都千代田区麹町5-4 JPR麹町ビル
資本金	291百万円
設立	2003年1月15日
代表取締役社長	金田 直之
従業員人数	62名
株式上場市場	東京証券取引所 マザーズ (3646)
関係会社	株式会社ラテラ・インターナショナル 株式会社サークア 株式会社Mocosuku





- 1999年 株式会社東芝にて、株式会社NTTドコモ iモードに乗り換え案内提供開始
- 2003年 東芝より分社化し、株式会社駅前探険倶楽部を設立
- 2008年 商号を株式会社駅探に変更
インクリメント・ピー株式会社と業務・資本提携
NTTドコモ社のiコンシェルにて「運行情報」「終電アラーム」のサービス開始
- 2011年 東京証券取引所 マザーズに株式を上場
- 2013年 株式会社シーエスアイ（現 株式会社C Eホールディングス）と
資本・業務提携契約を締結。
- 2017年 株式会社ビジネストラベルジャパンの株式を取得し、
チケットレス出張手配システム「BTOline」のサービス提供開始
- 2018年 法人向けクラウド型 交通費精算サービス 「駅探BIZ」を開始
- 2019年 株式会社ラテラ・インターナショナルの株式を取得し、
インバウンド向けセールスプロモーションサービスの提供開始
- 2020年 株式会社未来シェアとの業務提携
新事業コンセプト「From the Stations～駅から始めよう～」に基づき、MaaS領域を強化
- 2021年 株式会社サークアの全株式を取得し、広告配信領域への事業拡大



【コンシューマ事業】



乗り換え案内を中心とした
フラッグシップサイト 「ekitan」



定番乗り換え案内アプリ 「ekitan」



飛行機時刻表アプリ 「駅探 飛行機時刻表 国内線」



乗り換え案内、運行情報、国際線時刻表等の
多機能会員サイト 「駅探★乗換案内」



映画・旅行・遊園地など、
30万件以上の優待特典がご利用頂ける会員制サービス



乗り換え検索から、時刻表から選べる
旅行プランが好評の「駅探・国内旅行サービス」



ビジネスシーンからプライベートまで
多彩な機能でできる乗換案内ソフトの決定版

【法人事業】

乗り換え案内ASP/データライセンス事業

乗換情報をお客様の要望に合わせてデータ提供

- ・乗換案内・運行情報
- ・駅名データ・全国避難所データ 等

受託開発事業

駅探のデータおよびエンジンを活用し、お客様のニーズに合わせたカスタム開発

- ・最寄駅付与サービス
- ・最安運賃データ生成サービス 等

業務系ソリューション事業



ICカード連携 旅費交通費精算サービス

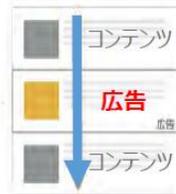


チケットレス出張手配システム



スマートフォン領域における独自のメディアネットワークを保有したインフィード型広告。独自アルゴリズムのプレースメントとターゲティング技術により最適化を行う

広告出稿イメージ



メディア一覧例



掲載イメージ



ここが違う！

- ・視覚的な訴求が強いため、リタゲでの効果が出やすい。
- ・一目で広告と認知され、また内容も理解できるため、潜在層の誘導には効果が低い。

広告か…



『検索で調べる』という行為に対する回答を提供

マベリック美容液/maverick
(広告)www.マベリック.jp/hgigidhs
口コミでも人気の美容液！キャンペーン中は¥6980⇒数量限定¥980。美しい肌へ導くベストセラー商品の秘密はこちらから♪

◆スマートフォン向けインフィード広告配信システムを開発運用

◆機械学習 (AI) による、広告配信最適化の独自アルゴリズム・ターゲティング技術

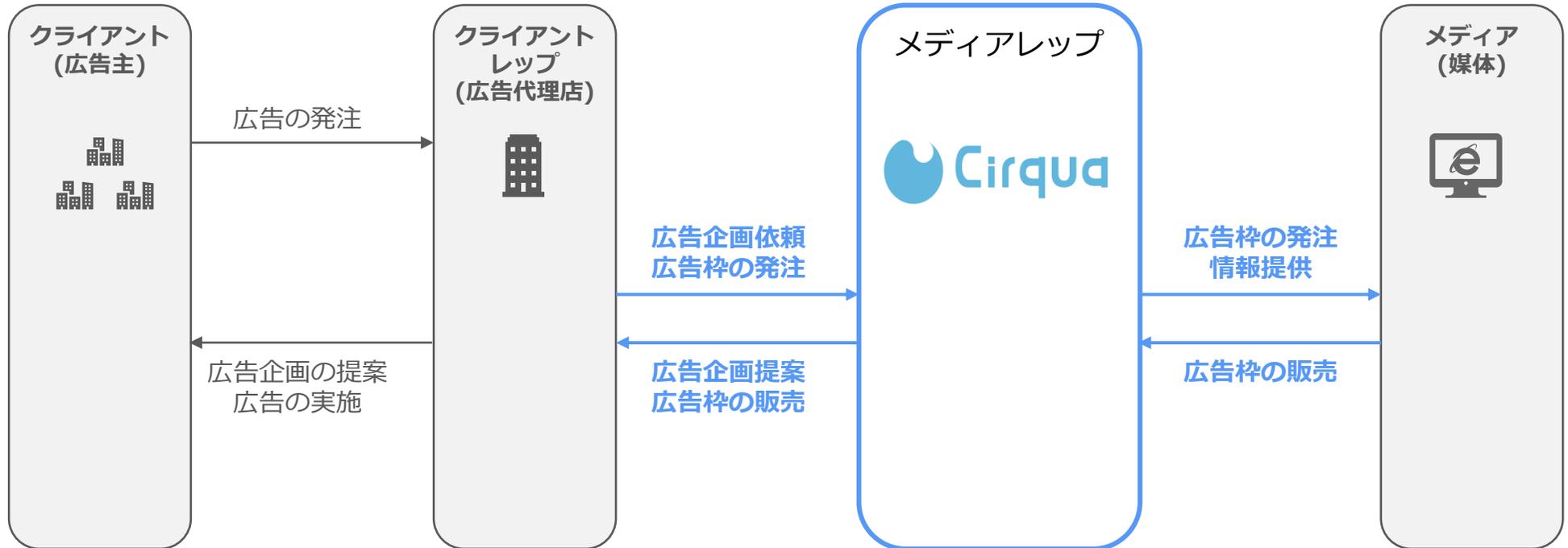
◆月間インプレッション35億。女性ユーザー向けでは国内最大規模

① 携帯媒体数1000以上、女性ユーザー向け業界最大

携帯媒体数1000以上、imp数60億/月、女性スマートフォンユーザーに向けた広告配信システムとしては業界最大です。



- 事業の商流としては、**メディア側の代理店として、広告販売及びソリューション提供を行う「メディアレップ」。**
- パフォーマンス型広告を主たる事業としており、最適な広告提案やメディア収益拡大提案を行っている。





用語	説明
マルチモーダル	複数の、複数の形式の、複数の手段による、などの意味を表す用語であり、MaaS領域においては、複数の移動手段をシームレスに繋いだサービスをマルチモーダルモビリティサービスと呼ぶ
プラットフォーム	多くのプレイヤー（小売業者など）とユーザー（生活者）が集まり、情報や商品、サービスを提供するための場のこと
DX	Digital Transformation / デジタルトランスフォーメーションの略。進化したIT技術を浸透させることで、人々の生活をより良いものへと変革させるという概念のこと
オンデマンド運行システム	従来のタイムテーブルに基づく運行ではなく、需要に応じた運行を行う配車システムのこと
バーティカルメディア	ある特定の分野・ジャンル・テーマに特化したコンテンツを掲載するメディア
DMO	Destination Management Organization / デスティネーション・マネージメント・オーガニゼーションの略。観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと
レベニューシェア	リスクを共有しながら、相互の協力で生み出した利益をあらかじめ決めておいた配分率で分け合うこと
メディアレップ	メディア側の代理店として、広告販売及びソリューション提供を行う事業者





本書には、当社グループに関連する見通し、将来に関する計画、経営目標等が記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。当社は、将来の事象等の発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。

当社グループ以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

【IRに関するお問い合わせ先】

株式会社駅探 IR担当 E-mail ir@ekitan.co.jp

URL <https://ekitan.co.jp/>

