



2020年11月13日

各 位

会 社 名 株式会社ロゴガイド
代 表 者 名 代表取締役 穂田 誉輝
(コード番号：4497 東証マザーズ)
問 合 せ 先 取締役経営管理本部長 沖本 裕一郎
(TEL 03-6368-1052)

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

記

○開催状況

開催日時 2020年11月13日（金） 17 時00 分～18 時00 分
開催方法 対面及びオンラインによる実開催
開催場所 東京都港区三田一丁目 4 番28号三田国際ビル 地下 1 階会議室
説明会資料名 2021年 3 月期 第 2 四半期決算説明会資料

【添付資料】

投資説明会において使用した資料

以上

ロコガイド

2021年3月期 第2四半期 決算説明資料

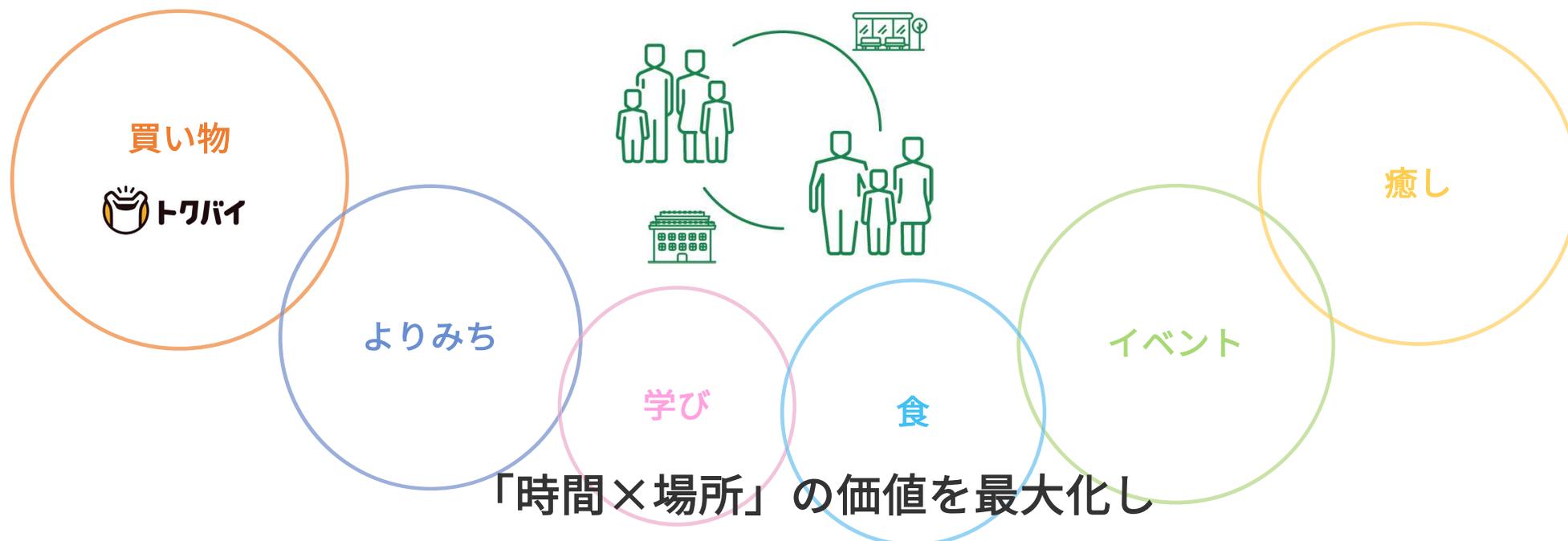
株式会社ロコガイド

2020年11月13日

地域のくらしを、かしこく、たのしく

+

安全に



日本の生活者の行動を変えるサービスを創出

1. 2021年3月期 第2四半期 決算概要
2. 重要経営指標(KPI)の推移
3. 2021年3月期 第3四半期以降の方針
4. 参考資料

1 2021年3月期 上半期は、昨年同期比で10.5%増収・20.8%増益だが想定を下回る

2 足下の重要経営指標（KPI）は順調に推移

- 月間利用ユーザー数は、前年同月比14.4%増加
- 有料店舗数は、定額課金店舗に加え、新たに成果報酬店舗の増加で前年同月比12.7%増加
- 有料店舗の平均単価も前年同月比9.8%増加

3 地域情報事業・投資事業など新規事業も好調

- 「混雑ランプ」普及を背景に、自治体などのデジタル化(DX)予算を獲得
- 事業を通して、投資先企業の価値向上を実現する投資事業の反響が想定以上

1. 2021年3月期 第2四半期 決算概要

ロコガイド

Locoguide Inc.

2021年3月期 上半期 業績

- ✓ 上半期の売上高は前年同期比で10.5%増加、営業利益は前年同期比で20.8%増加
- ✓ トクバイサービス売上は単価向上策などの取り組みで増収、広告売上は環境悪化を受けて減収、積極的な人材投資を行いつつも増益

2021年3月期 上半期 業績

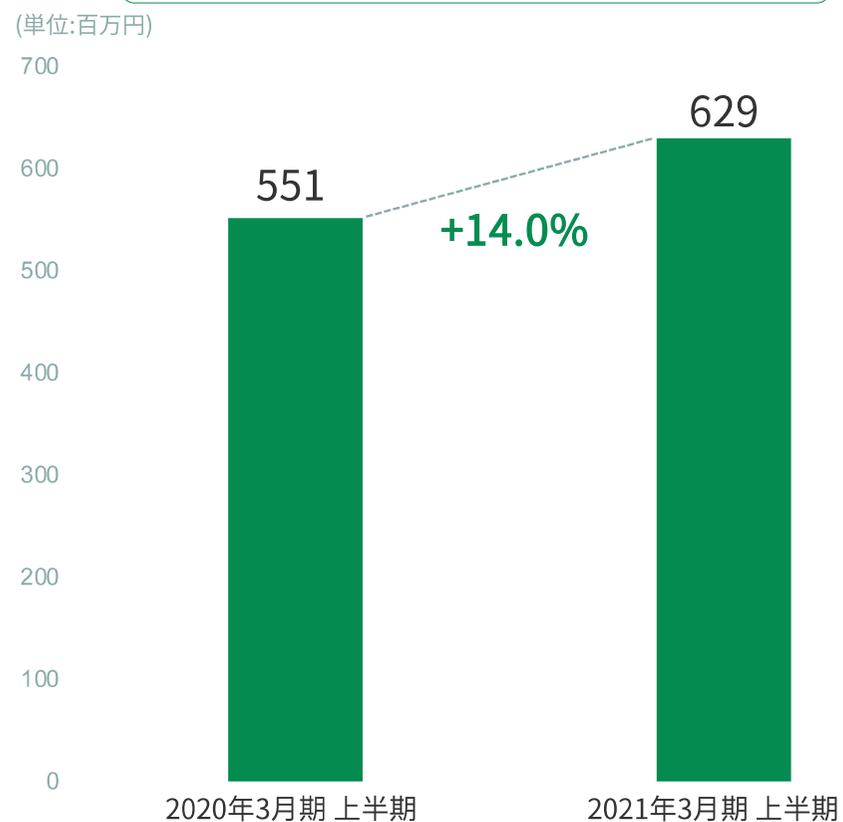
(単位:百万円)

	2020年3月期 上半期	2021年3月期 上半期	前年同期比 増減
売上高	674	745	+10.5%
営業利益	127	154	+20.8%
経常利益	126	149	+18.5%

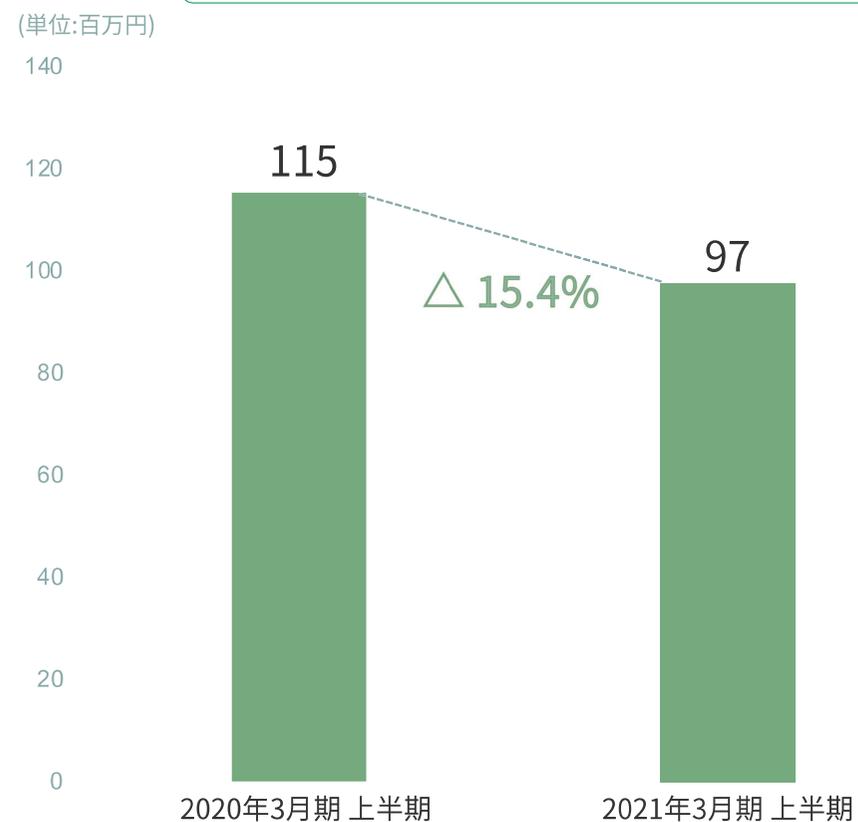
2021年3月期 上半期の売上高推移

- ✓ トクバイサービス売上は契約店舗増・単価向上などにより、前年同期比14.0%増加
- ✓ 広告売上はアドネットワーク広告の単価が24.1%下落したことにより前年同期比15.4%減少

トクバイサービス売上



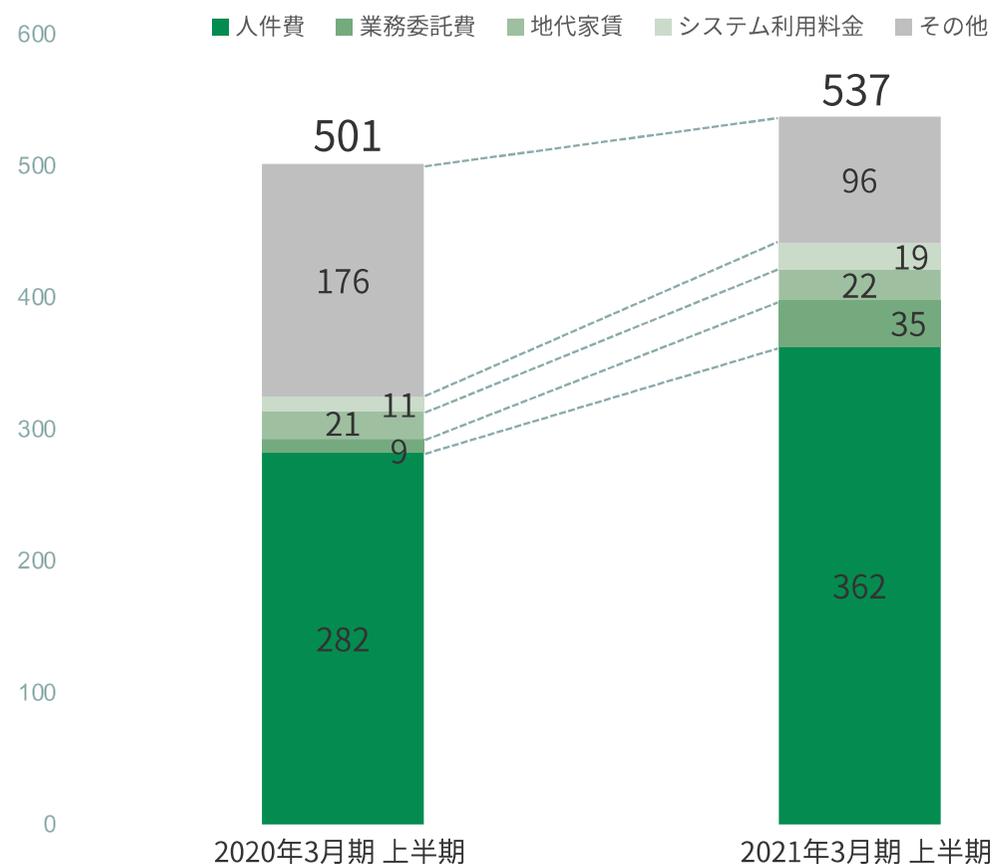
広告売上



2021年3月期 上半期の販売費及び一般管理費の推移

- ✓ 事業拡大に向け、積極的な人材獲得を進めたことで、前年同期比17名増加
- ✓ プロモーションや移動交通費などの費用は抑制

(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106名 (前年同期89名)
業務委託費	主にサービス開発やコンテンツ 作成など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

2.重要経営指標(KPI)の推移

ロコガイド

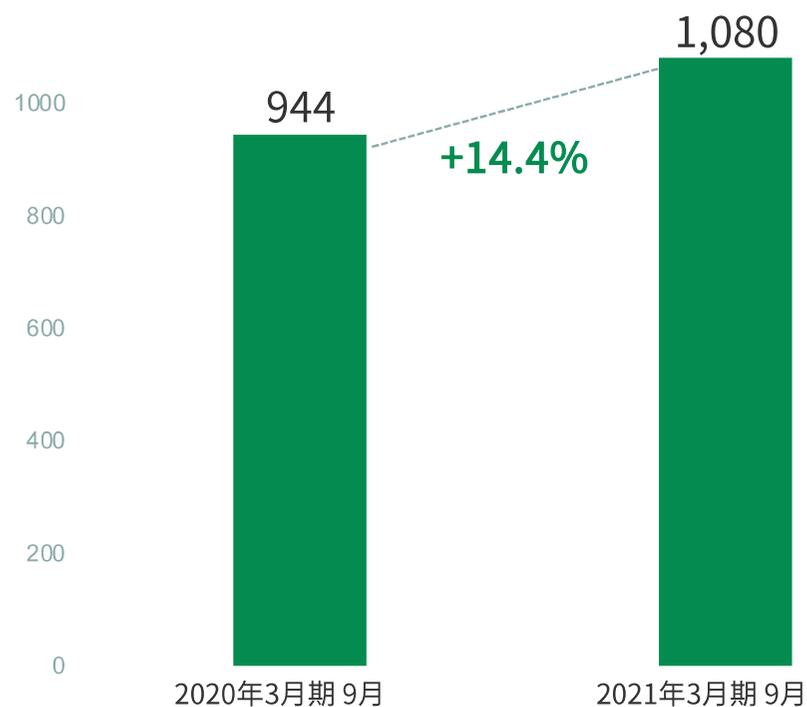
Locoguide Inc.

2021年3月期 上半期の月間利用ユーザー数/有料店舗数推移

- ✓ 月間利用ユーザー数は、記事コンテンツの強化などにより前年同月比14.4%増加
- ✓ 有料店舗数は、新型コロナウイルスにより一時的に営業停止した店舗の回復と、成果報酬店舗の増加により前年同月比12.7%増加

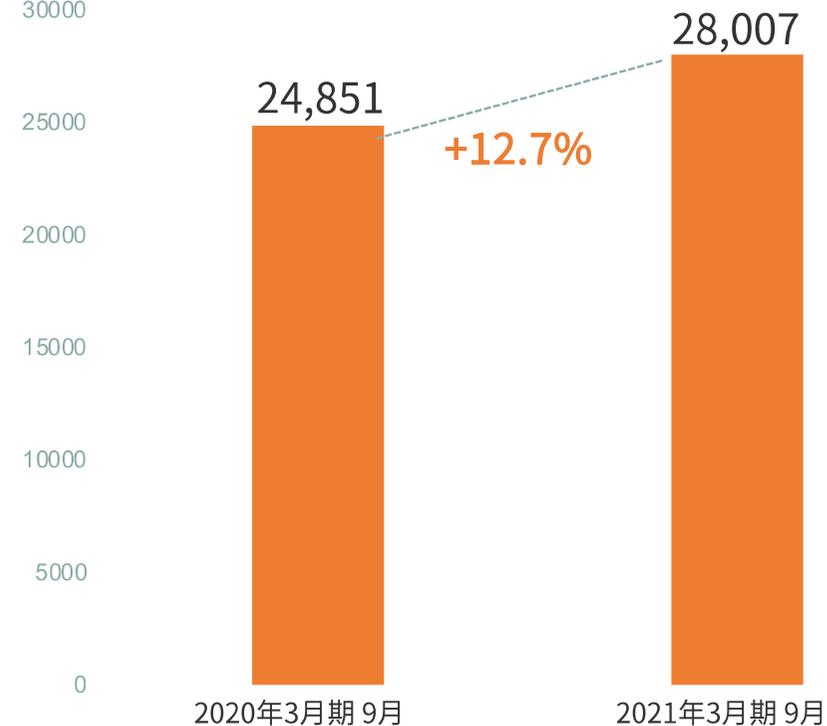
月間利用ユーザー数*1

(単位:万ユーザー)



有料店舗数*2

(単位:店舗)

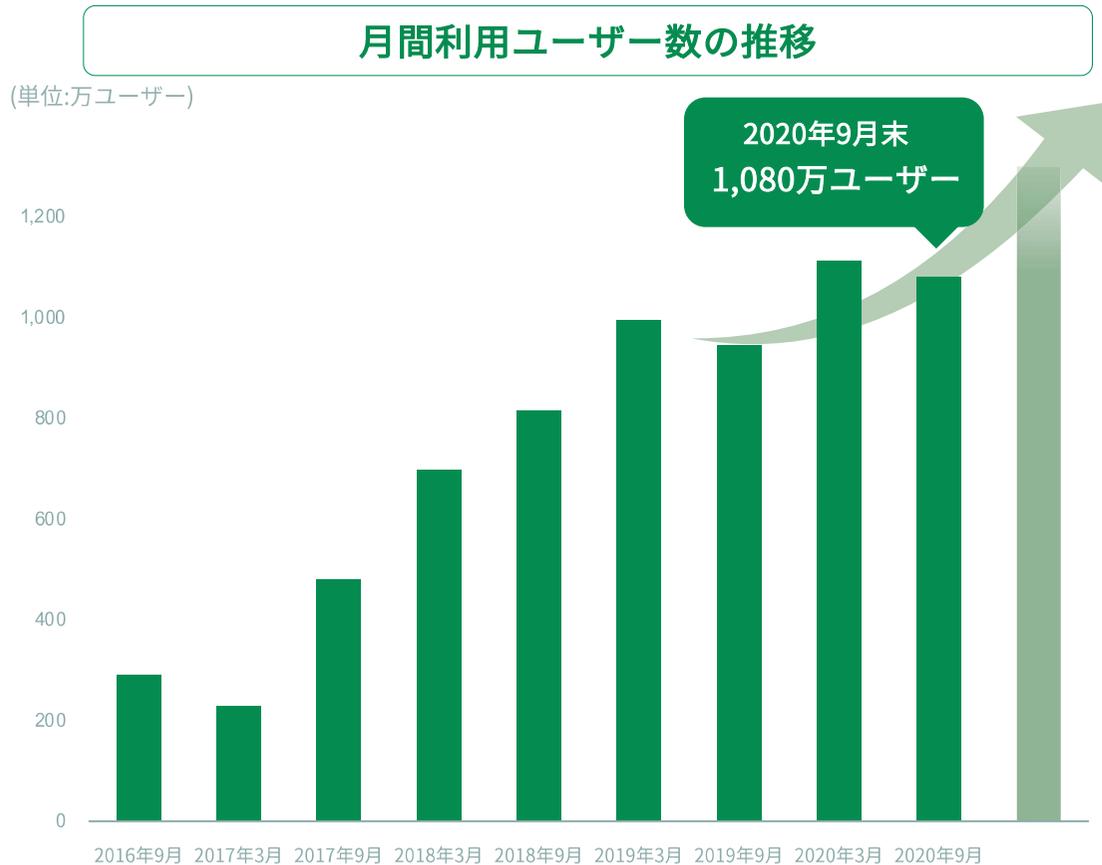


*1 トクバイ、トクバイニュース、トクバイみんなのカフェ、ロコナビのユーザー数合計

*2 店舗あたり月額課金をしている月額課金店舗数及び成果報酬店舗数の合計

月間利用ユーザー数の推移

- ✓ 掲載情報の領域拡大や、記事コンテンツの強化により増加傾向
- ✓ 2022年3月期末の2,400万ユーザー到達に向けた取り組みを継続



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

2022年3月末目標
2,400万ユーザー

*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

記事コンテンツの強化

- ✓ トクバイニュースにおける記事コンテンツを強化
- ✓ 数多く閲覧されるヒット記事も複数



調理方法・準備
2020年7月30日

もやしは洗うべき？洗い物を出さない もやしの下処理ハウツー



広田千尋
管理栄養士。病院や保健センターで赤ちゃんから妊婦、高齢者まで幅広い年代の栄養をサポート。現在…

いいね!
シェア
ツイート
LINEで送る

もやしは安くて色々な料理に使える優秀食材。でも、もやしを洗うのにザルやボウルを使うのは、洗い物が増えてちょっと面倒ですね。そもそも、もやして洗う必要があるのかどうかも気になるところ。この記事では改めて知っておきたいもやしの下処理について、手軽な方法を中心に紹介します。





スーパー・コンビニ・専門店
2020年8月23日

セリアのアウトドア用のドリンククリップが実は自宅で大活躍！その理由は……？



仙水るっか
小説を書いたり、イラストを描いたり、アクセサリを作ったり。何かをつくるのが大好きな、フリーの…

いいね!
シェア
ツイート
LINEで送る

セリアのアウトドアコーナーで発見した「ドリンククリップ」。机やテーブルに挟むだけの1ステップで、500mlサイズのペットボトルもしっかりホールドしてくれる優秀さ！アウトドア用品ですが、テーブルやサイドボードなどマルチに対応できるので、自宅の限られたスペースを賢く使えちゃいますよ。





調理方法・準備
2020年9月7日

切った後でも大丈夫！かたいアボカドをカンタンにやわらかくする方法！



合同会社HITOOMOI
「好きな人のための手料理で幸せな食卓づくりを。」をミッションに掲げ、レシピ開発や撮影、食に関するコ…

いいね!
シェア
ツイート
LINEで送る

食べ頃の見極めが難しいアボカド、いざ切ってみたら硬かった……という経験はありませんか？今回はアボカドを切った後でもすぐにやわらかくできる方法や、食べ頃のやわらかさまで熟させるおすすめの方法を解説いたします！

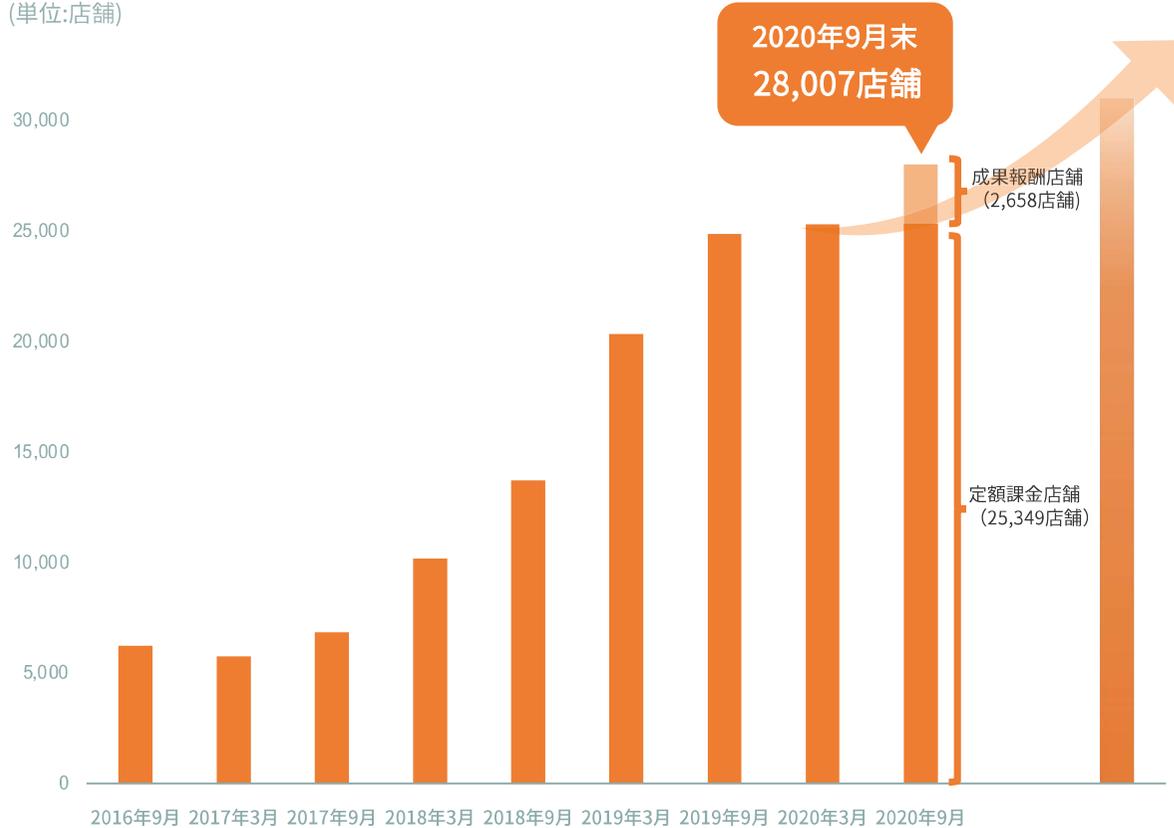


有料店舗数の推移

- ✓ 一時的に減少していた**定額課金店舗が回復、過去最高に**
- ✓ **フィットネス施設などを成果報酬店舗として新規に掲載開始**

有料店舗数の推移*

(単位:店舗)



業態の拡大
業態毎の最適化
課金形態の多様化

2022年3月末目標
37,000店舗

成果報酬店舗の掲載開始

- ✓ これまでの定額課金店舗に加え、成果報酬店舗の掲載を開始。**一気に2,658店舗まで拡大**
- ✓ 課金形態の多様化などにより、**飲食チェーン、塾、ジム・フィットネス施設、リラクゼーション、携帯販売店など、サービス業態での商談が進行中**

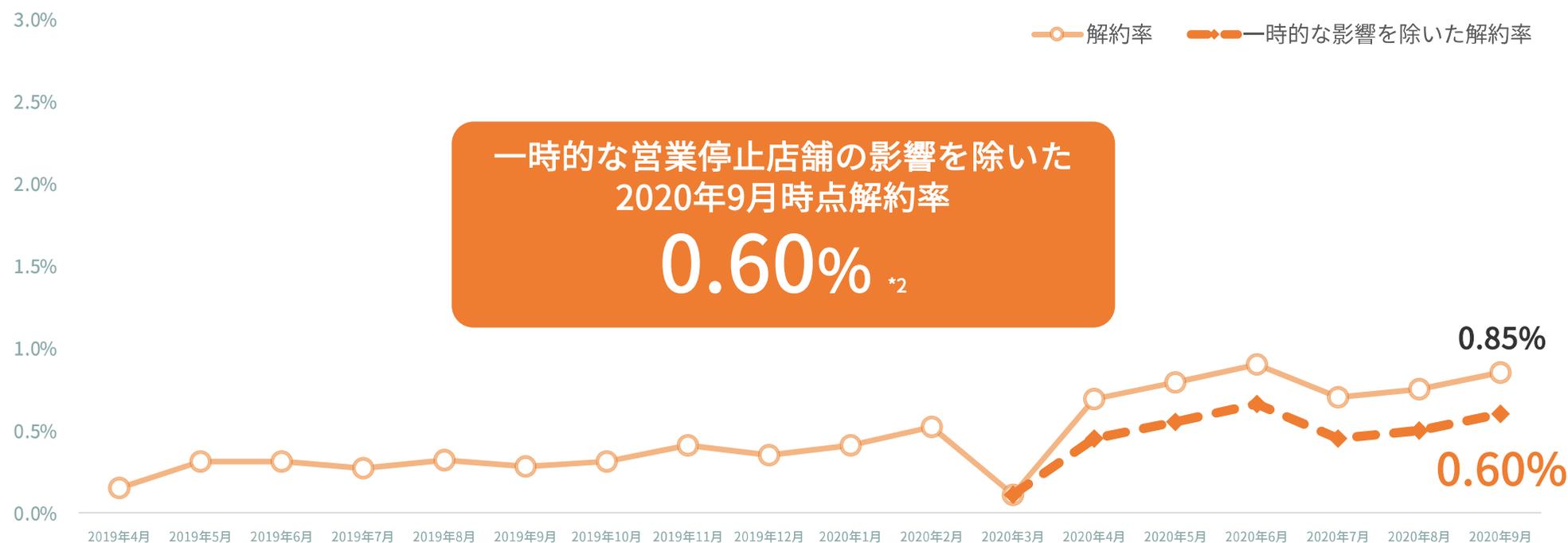


業態毎に最適化した機能を開発し、拡大を加速

定額課金店舗の解約率推移

✓ 新型コロナウイルスの影響で一時的に営業停止した店舗の影響を除くと、**低い水準を維持**

12ヶ月平均解約率の月次推移*1



一時的な営業停止店舗の影響を除いた
2020年9月時点解約率

0.60% *2

*1 解約率 = $1 - (\text{当月契約売上} - \text{新規売上}) \div \text{前月契約売上}$
売上はプラン変更による追加売上を除いた売上

*2 新型コロナウイルスの拡大により一時的に営業停止した店舗の影響を除いた解約率

単価向上に向けた取り組み

✓ アップセルプランの導入により、**単価が前年同月比9.8%向上**

アップセルプラン内容

表現力の向上

- 独自の商品特徴や、催事・企画などの詳細な情報発信が可能に

詳細なレポート提供

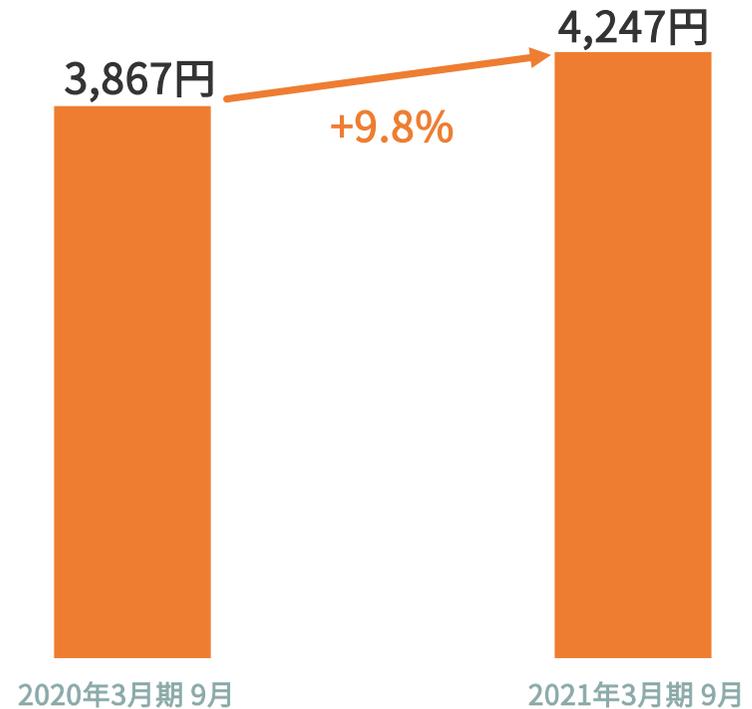
- ユーザーからの評価、他店との比較などの詳細分析が可能に

露出の強化

- 優先的な掲出や、お知らせ配信により露出を増やすことが可能に



定額課金店舗の平均単価



単価向上に向けたオプション機能の開発

- ✓ 小売店舗内での情報発信やデータ連携による自動配信など、新たな機能をオプションとしてリリース予定
- ✓ **新規料金プランに加え、オプションプランで単価アップを目指す**

従来プラン / アップセルプラン

	従来プラン 5,000円	アップセルプラン 7,500円	アップセルプラン 10,000円
基本的な情報掲載 (チラシ・商品・お知らせ)	○	○	○
基本的なレポート機能 (フォロー数・閲覧数)	○	○	○
表現力の向上 (掲載情報のカスタマイズ)	×	○	○
詳細なレポート機能 (ユーザーアクションなど)	×	○	○
露出の強化 (お知らせプッシュ配信など)	×	×	○

*金額は1店舗あたりの月額料金



オプションプラン

- ・ 店内にいるユーザーへの情報発信
- ・ データを活用した情報発信
など

3. 2021年3月期 第3四半期以降の方針

ロコガイド

Locoguide Inc.

2021年3月期 第3四半期 以降の方針

小売・施設向けプラットフォーム

- ・積極的なセールスを進め有料店舗数を増加
- ・定額課金に新オプション機能を導入し単価向上を期待
- ・サービス業態など、成果報酬店舗の増加を加速

広告事業

- ・アドネットワーク広告に加え、広告メニューの開発を積極的に推進

地域情報事業

- ・「混雑ランプ」普及を背景に、様々な地域情報のDX支援事業を推進し、新たな収益を獲得

投資事業

- ・事業を通して、投資先企業の価値向上を実現する

「混雑ランプ」サービスにより自治体との連携が増加

- ✓ 自治体への導入が全国に拡大。自治体の導入窓口数は139件*に
- ✓ **自治体と共同して、地域の店舗や施設のデジタル化を推進**

自治体

都道府県



市区町村
(自治体コード順)



IWAKI CITY WEB SITE
創りたい ゆたかな明日、伝えたい 誇れるいわき

水と緑と詩のまち

Maebashi city

TOYAMA CITY OFFICIAL WEB SITE

Nanto City Website

KAKAMIGAHARA CITY OFFICIAL WEBSITE

笑顔あふれる安心のまち

Matsusaka City Website

NAGAHAMA

Toyonaka City

Wakayama City

Kurume City
水と緑の人間都市

新規追加

* 2020年9月末時点

「混雑ランプ」サービスの導入事例

浜松市



久留米市



小売店舗



岐阜市 「麒麟がくる」大河ドラマ館



岐阜市 歴史博物館



サービス連携による情報掲載も含め、**小売店舗22,322件、自治体・施設269件の混雑情報を掲載***

* 2020年9月末時点。小売店舗に株式会社unerryとの連携情報掲載店舗を含む

地域情報のデジタル化

✓ 自治体との連携を活かし、地域のDX(デジタルトランスフォーメーション)を支援する事業を積極的に展開

施設のデジタルトランスフォーメーション事例

(アプリ、HPの企画開発)

(年間パスポート)



自治体のデジタルトランスフォーメーション事例

(避難所混雑情報のデジタル化)

混雑ランプから災害時の情報発信時の活用に展開



株式会社しずおかオンラインの特徴

- ✓ 地域情報のデジタル化を加速するため株式会社しずおかオンラインの株式を取得
- ✓ 静岡エリアの地域情報を住宅やおでかけなどのカテゴリで網羅しており、デジタル化の余地が大きい

運営メディア・サービス一覧

WEB

アプリ



WEBサイト



紙

フリーマガジン



出版



リアル

イベント・セミナー



小規模セミナーから2,000名規模のグルメフェスまで

店舗



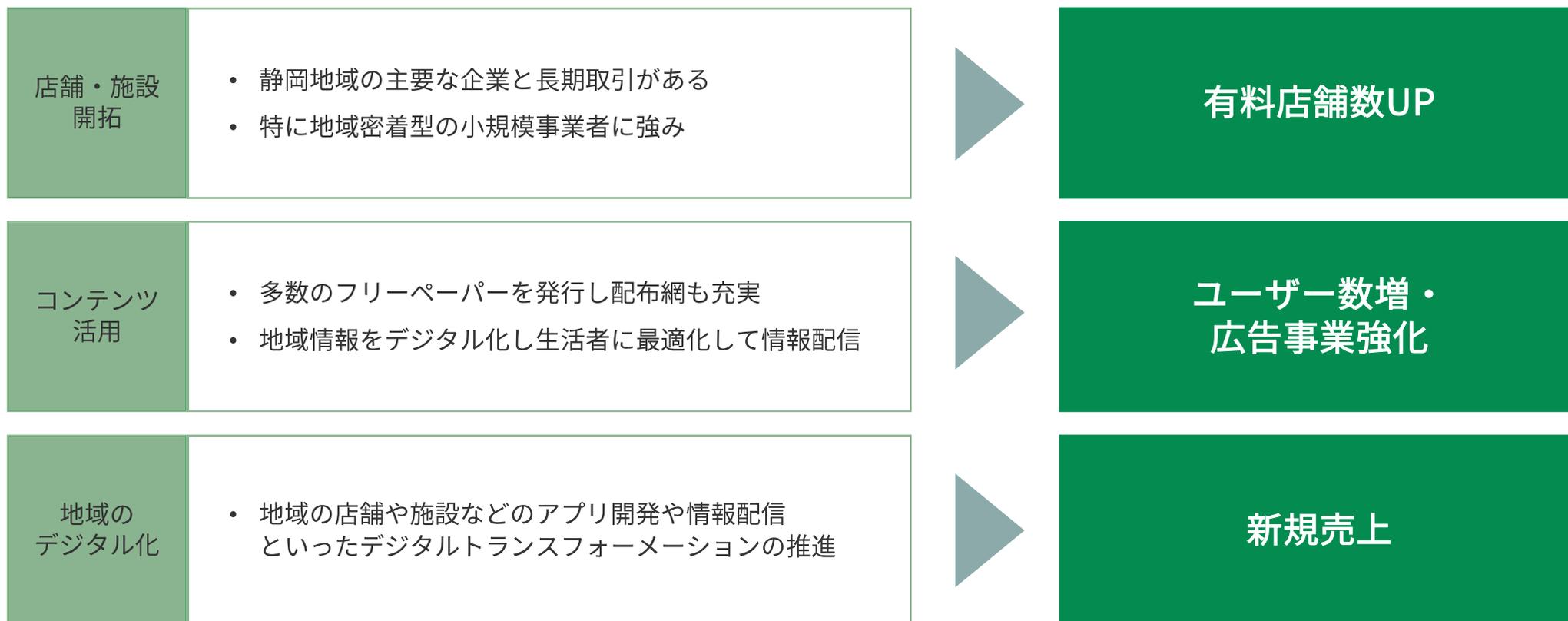
住宅サービスは紙・WEB媒体に加え相談カウンター5店舗の運営

受託制作



インバウンド事業





**地域密着型企業の強みを生かし
デジタル化を推進することで売上増加と情報の充実を図る**

投資事業の開始：株式会社アイスタイルへの出資

- ✓ 日本最大のコスメ・美容の総合サイト@cosmeを運営する株式会社アイスタイルの第三者割当増資を引き受け
- ✓ 株式会社アイスタイルにて、当社代表取締役 穂田誉輝の社外取締役選任の議案を上程予定*

案件概要

- 会社名：株式会社アイスタイル
- 所在地：東京都港区赤坂一丁目 12番 32号 アーク森ビル
- 資本金：3,703百万円（2020年6月30日現在）
- 株式取得予定日：2020年11月25日
- 取得価格：2,104百万円（1株あたり345円）
- 所有割合：8.5%（自己株式分控除後）

事業内容

- 月間3.1億PV、1,600万MAUの日本最大のコスメ・美容の総合サイト@cosmeを運営。99年のスタート以来、累計で1,600万件のクチコミを集める
- リアル店舗・ECでの小売事業に加え、アジアにも積極的に展開

*2021年9月開催予定の株式会社アイスタイル 第22回定時株主総会にて上程予定



投資事業の開始：株式会社タウンズホールディングスへの出資

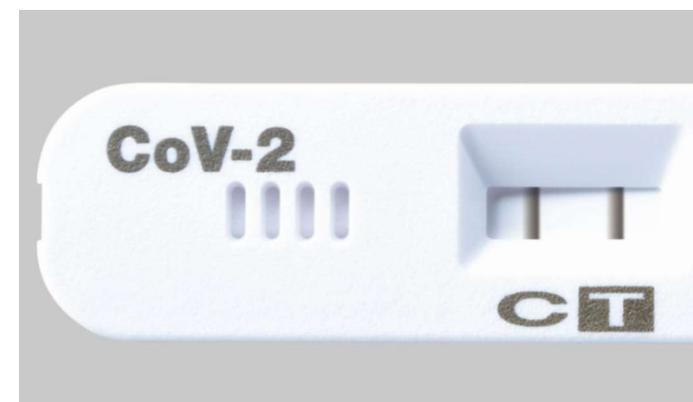
- ✓ 新型コロナウイルスの抗原検査キットを販売する株式会社タウンズホールディングスの株式を取得

案件概要

- 会社名 : 株式会社タウンズホールディングス
- 所在地 : 静岡県伊豆の国市神島761番1
- 資本金 : 100,000,000円
- 株式譲渡日 : 2020年10月26日
- 所有割合 : 3.0%

事業内容

- インフルエンザ抗原検査キットをはじめとする、検査キット（体外診断用医薬品）専門の製造開発メーカー
- 研究開発力に優れ、インフルエンザ抗原検査キットについてはシェア2位
- 新型コロナウイルスの抗原検査キットの開発に成功し、10月に販売開始



投資事業の開始：株式会社タウンズホールディングスの取り組み

✓ 新型コロナウイルスの抗原検査キットは、**今後の地域のくらしに欠かせないものになると期待**

検査種類	PCR検査	抗原定性検査 (簡易キット)
調べるもの	ウイルスを特徴づける 遺伝子配列	ウイルスを特徴づける たんぱく質
精度	抗原定性検査より少ない 量のウイルスを検出できる	検出には一定以上の ウイルス量が必要
検査実施 場所	検体を検査機関に搬送して実施	検体採取場所で実施
判定時間	数時間+検査機関への搬送時間	約30分 (タウンズ社製品は15分)

※厚生労働省HP 新型コロナウイルス感染症に関する検査について、より抜粋

- 新型コロナウイルスの検査についても、地域の医療機関で簡易・迅速に行えるよう、**抗原簡易キットによる検査を大幅に拡充**（1日平均20万件程度）
※内閣官房新型コロナウイルス感染症対策本部 令和2年8月28日新型コロナウイルス感染症に関する今後の取組
- 2020年11月12日現在、**抗原簡易キットで承認はタウンズ社を含め3社のみ**
※厚生労働省HP 新型コロナウイルス感染症の体外診断用医薬品（検査キット）の承認情報、より抜粋
- 検査キットが同一企業のものである場合のみ、**インフルエンザとCOVID-19の検査を同一検体により実施可能**。（3社のみ両キットをともに製造）
※厚生労働省新型コロナウイルス感染症対策推進本部 令和2年10月16日次のインフルエンザ流行に備えた発熱患者等が医療機関を受診した場合の流れについて

新型コロナウイルスの抗原検査キットへの思い

将来的に、抗原検査がOTC化（市販薬）されることで、自宅での検査が実施できるようになり、
地域でのくらしの安心安全を高めることができると期待

4. 参考資料

ロコガイド

Locoguide Inc.

2021年3月期 第2四半期 業績

- ✓ 第2四半期の売上高は、前年同期比8.0%増、前四半期比2.2%増
- ✓ 第2四半期の営業利益は、前年同四半期比61.4%増、前四半期比34.7%減
 - ・前四半期比では、人材強化を進めたことで費用が増加

2021年3月期 第2四半期 業績

(単位:百万円)

	2020年3月期 第2四半期	2021年3月期 第1四半期	2021年3月期 第2四半期	前年同四半期比 増減	前四半期比 増減
売上高	348	368	376	+8.0%	+2.2%
営業利益	37	93	60	+61.4%	△34.7%
経常利益	36	90	59	+62.8%	△34.7%

売上高・営業利益の進捗状況

✓ 傾向としては下期偏重。今期の進捗は前年同期比で売上高で7ポイント、営業利益で6ポイントの遅れ

売上高・営業利益の進捗状況

(単位:百万円)

		上半期		下半期		通期	
		実績	進捗率	実績	進捗率	実績	進捗率
2020年 3月期	売上高	674	47%	749	53%	1,424	100%
	営業利益	127	37%	214	63%	342	100%
2021年 3月期	売上高	745	40%			1,873	100%
	営業利益	154	31%			505	100%

* 2021年3月期通期は、2020年11月13日開示の「2021年3月期 第2四半期決算短信」に記載の2021年3月期の通期業績予想に基づく

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	106人 (2020年9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> <p>2020年6月 東京証券取引所マザーズに株式を上場</p>																				

穂田誉輝 代表取締役

- 元株式会社カカコム代表取締役。2003年、同社を東京証券取引所マザーズに上場。
2005年、東京証券取引所第一部に市場変更
- 元クックパッド株式会社代表執行役。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、東京証券取引所第一部に市場変更
- 2018年、株式会社くふうカンパニー（株式会社オウチーノ及び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）取締役会長に就任
- 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「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「トクバイ」の前身となる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

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

買い物

食品
日用品
嗜好品

サービス

食
癒し
学び

地域

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

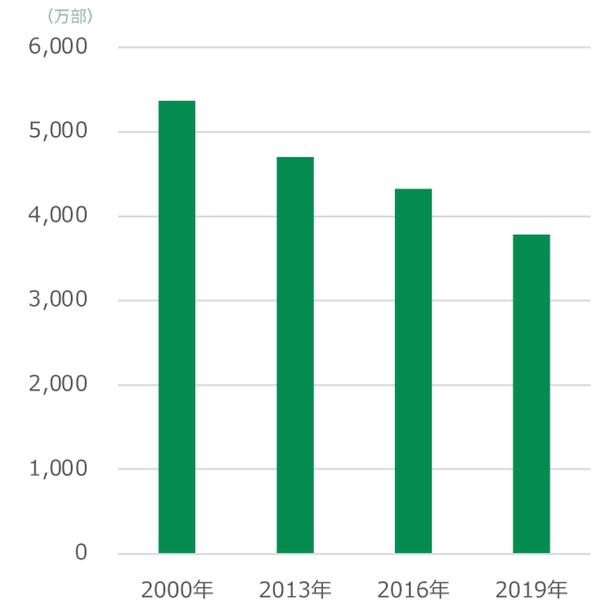
- 新聞に折り込まれて各戸に毎日届く
- 平均で1日13枚/世帯

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)

買い物領域事業「トクバイサービス」の概要

- ✓ 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



トクバイの提供する価値

✓ 新聞折込チラシに比べ、リアルタイムに、移動中に、情報閲覧が可能

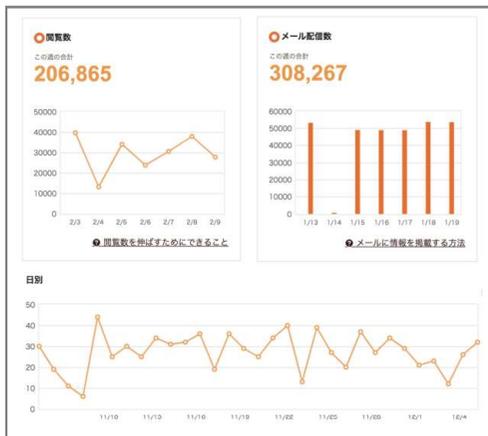
クーポン



タイムセール



店舗支援機能



生活者への
提供価値

かしこく、たのしい買い物の指針

- 紙を保存したり、持ち歩く必要なし
- **リアルタイム**での情報取得
- お出かけ先、移動先の情報も閲覧可能

企業への
提供価値

従来にないマーケティングツール

- **コスト負担を軽減可能**なプラットフォーム
- 天候や売れ行きに応じた柔軟な販促可能
- 地元以外の生活者にもアクセス

「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

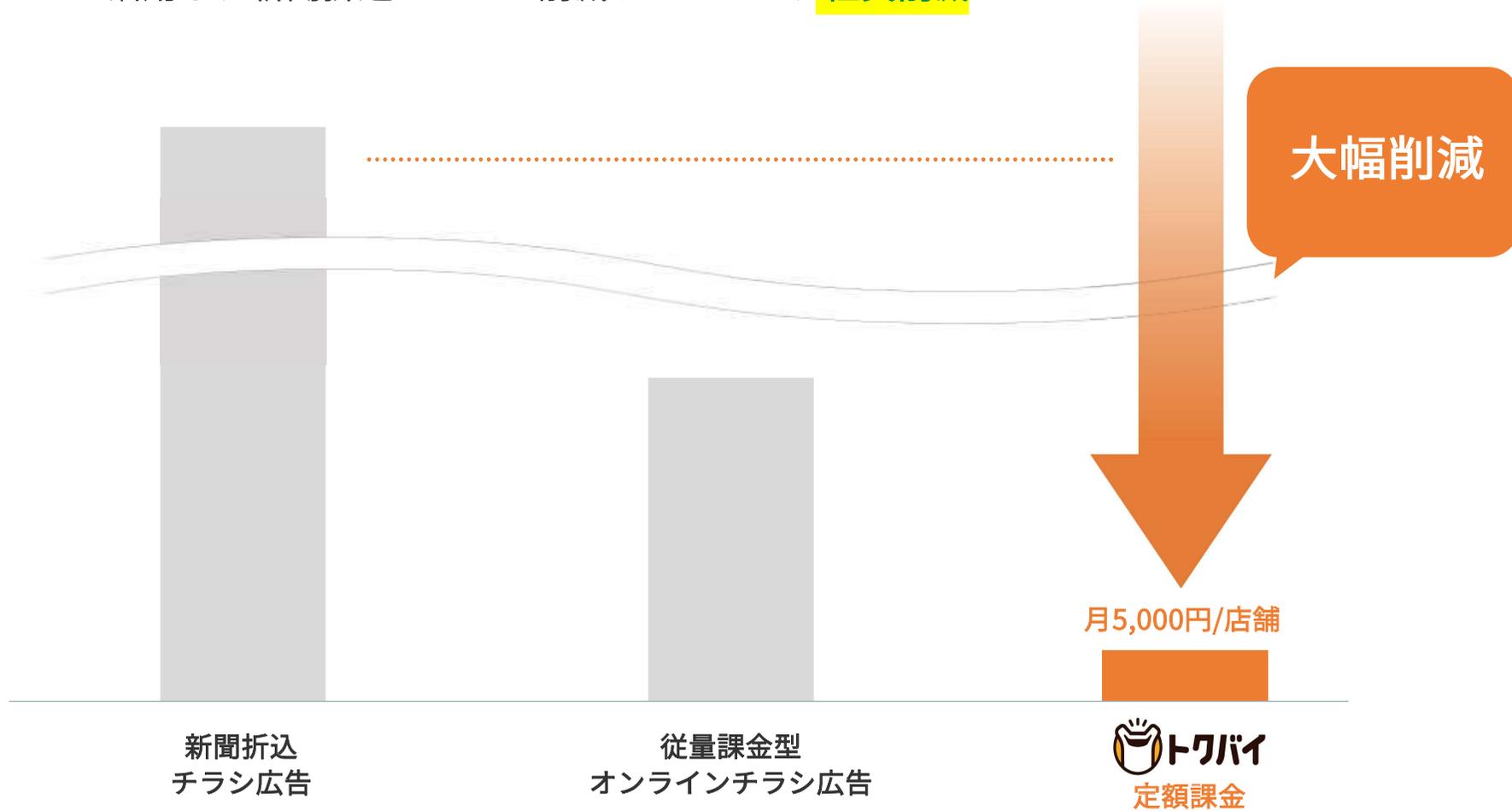
3

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

競争優位性 ① 低価格サービス

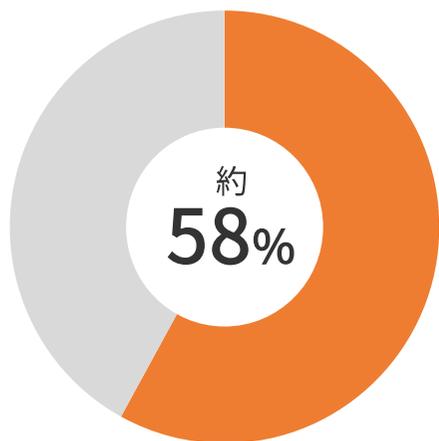
- ✓ 競合の新聞折込チラシや従量課金型広告に比べ安価
- ✓ トクバイを活用し、新聞折込チラシを削減することで、経費削減に



✓ 折込チラシ市場の50%超を占める小売・流通の主要業態で**高い網羅率**

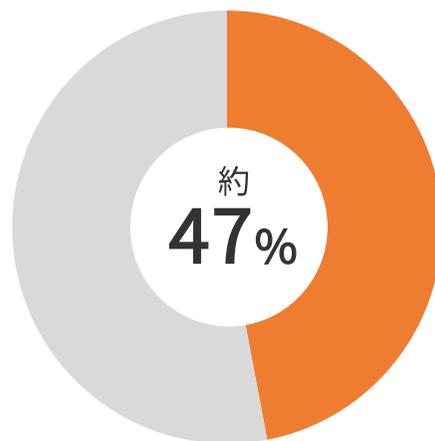
各業態におけるサービス利用店舗数の網羅率*

食品スーパーマーケット



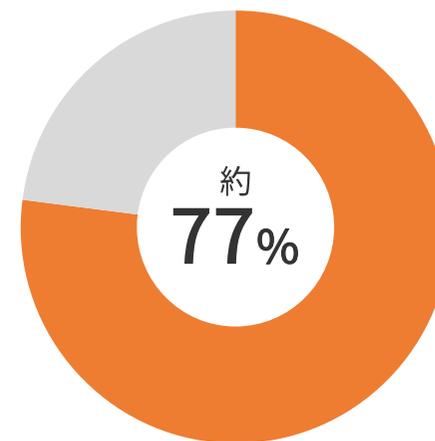
全国:22,229店

ドラッグストア



全国:20,228店

ホームセンター



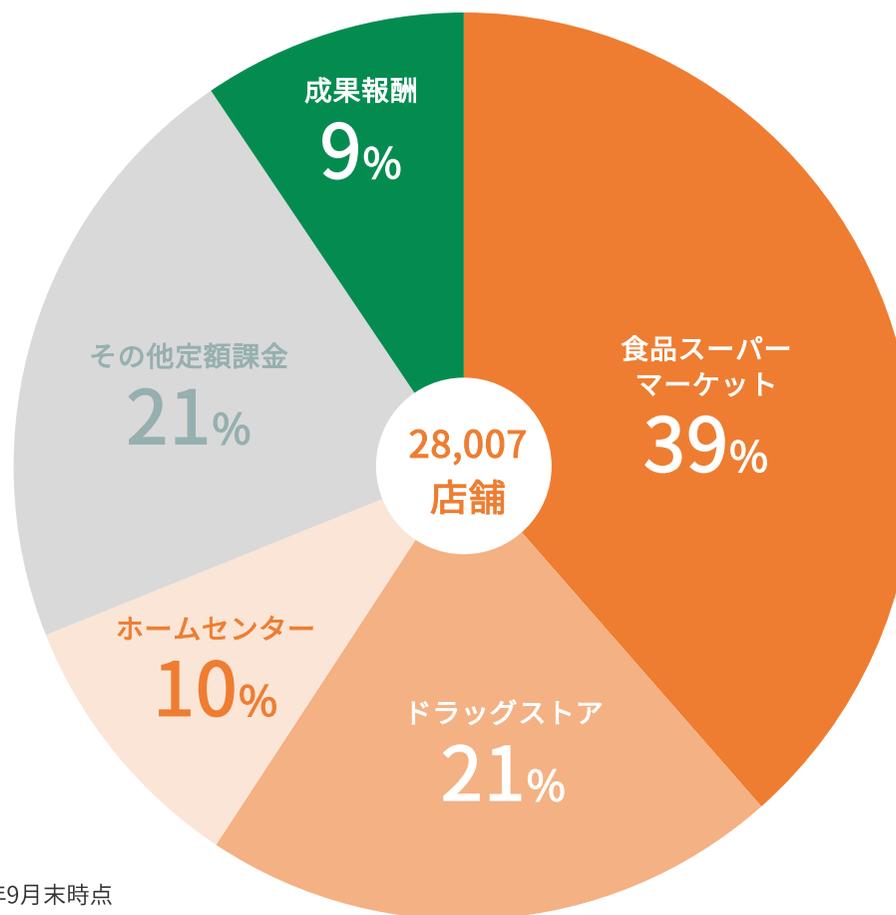
全国:4,790店

*網羅率は食品スーパーマーケットは全国スーパーマーケット協会、ドラッグストアは日本チェーンドラッグストア協会、ホームセンターは日本ドゥ・イト・ユアセルフ協会の各データを元に当社作成。2020年3月末時点

有料店舗数の業態別内訳

- ✓ 成果報酬の有料店舗数割合が増加

有料店舗数の業種別内訳



*2020年9月末時点

[事例] 販売促進費の最適化：ドラッグストアA社

✓ 東海・近畿で165店舗を展開するドラッグストアで「コスト」「工数」を大幅削減

実施施策

- 2015年からトクバイを導入
- クーポン、店舗単位のリアルタイム情報、ポイントキャンペーンなどを配信
- トクバイのユーザー登録数はのべ10万人を突破

結果

- 年間数回発行の新聞折込チラシやメールマガジンを廃止し、**販売促進費・工数を大幅に削減**



※上記は、特定の顧客の事例を一例として取り上げたものであり、必ずしも当社のサービスから得られる効果を客観的に示すものではありません。

[事例] 売上への貢献：掲載商品の販売増加

- ✓ 新聞折込チラシや店内掲示物での告知をトクバイに掲載し、販売数を増加

食品スーパーマーケット B社

- 売り場毎のお買い得商品を、リアルタイムで店員が情報発信
- 結果、トクバイ利用店舗の情報発信した商品の販売個数が、トクバイ未利用店舗に比べて**3-8倍**に増加



精肉チェーン C社

- 店頭のみで告知していたおすすめ商品や毎日の特売品を掲載
- 結果、トクバイ利用店舗の掲載商品の売上が、トクバイ未利用店舗に比べて**2倍**に増加



ドラッグストア D社

- 新聞折込チラシを活用せず、店頭のみで告知していた月間お買い得商品を日替わりで掲載
- 結果、掲載商品の売上がトクバイ利用前に比べ**2-3倍**に増加



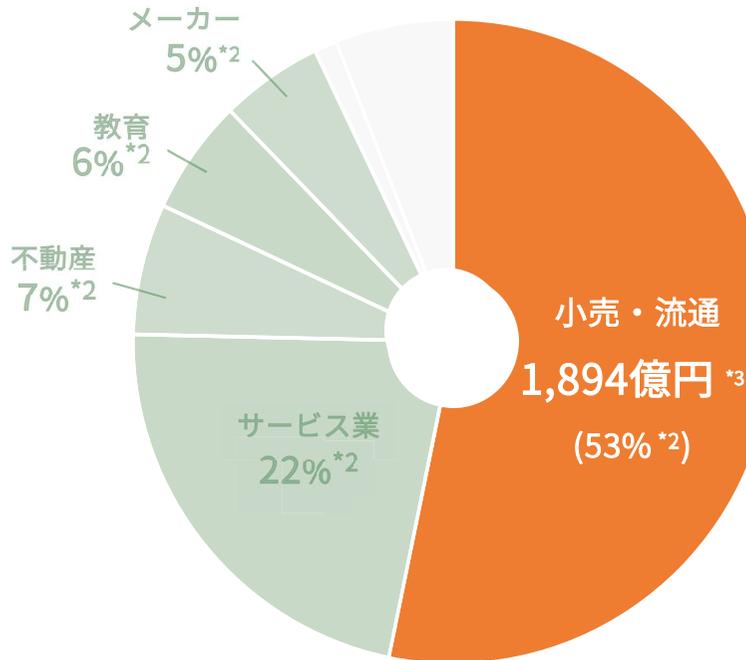
※上記は、特定の顧客の事例を一例として取り上げたものであり、必ずしも当社のサービスから得られる効果を客観的に示すものではありません。

日本における現在のターゲット市場

✓ 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

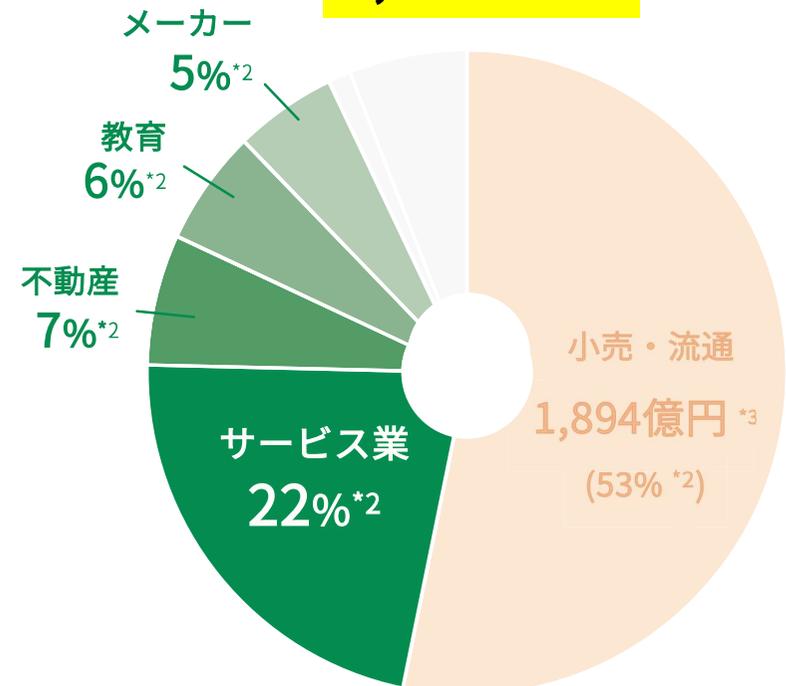


メーカー



新聞折込チラシ広告市場

3,559億円 *1

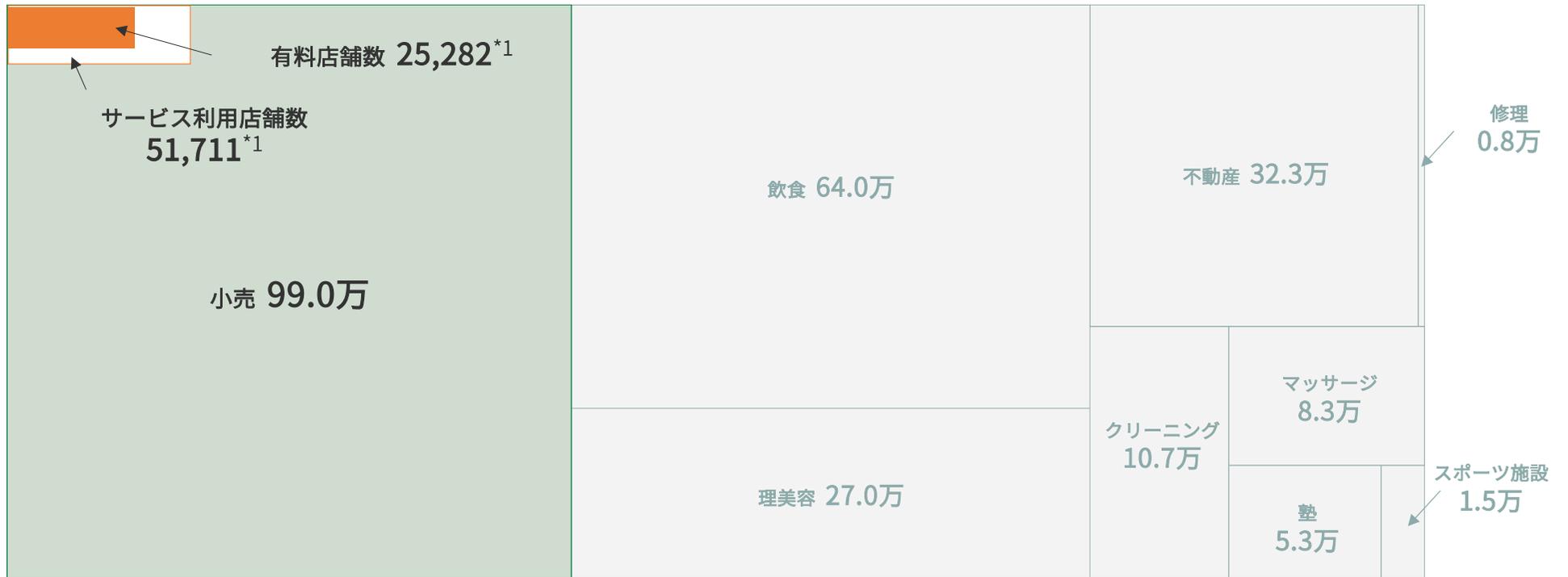


*1 株式会社電通「2019年日本の広告費」 *2 一般社団法人日本新聞折込広告業協会「全国版折込広告出稿統計データ 2019年 年間」の折込枚数割合
 *3 株式会社電通及び一般社団法人日本新聞折込広告業協会の調査を元にした当社推計
 写真AC(カメラ兄さん, FineGraphics,とちぎ)

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

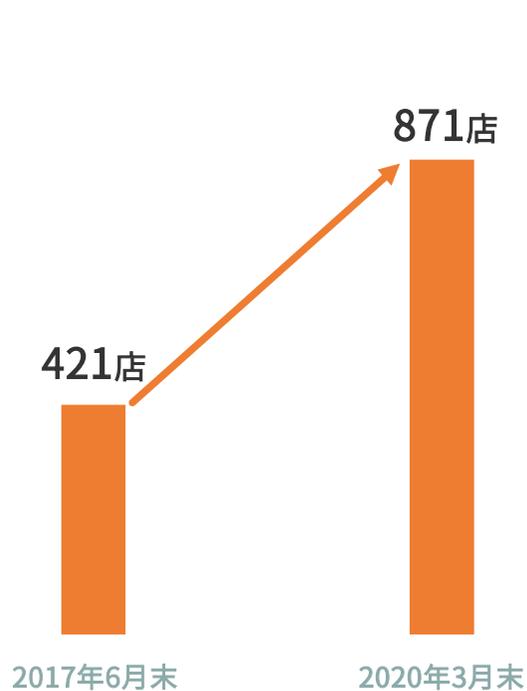
*2 総務省「平成28年経済センサス」

主要小売業からその他小売業への対象店舗拡大

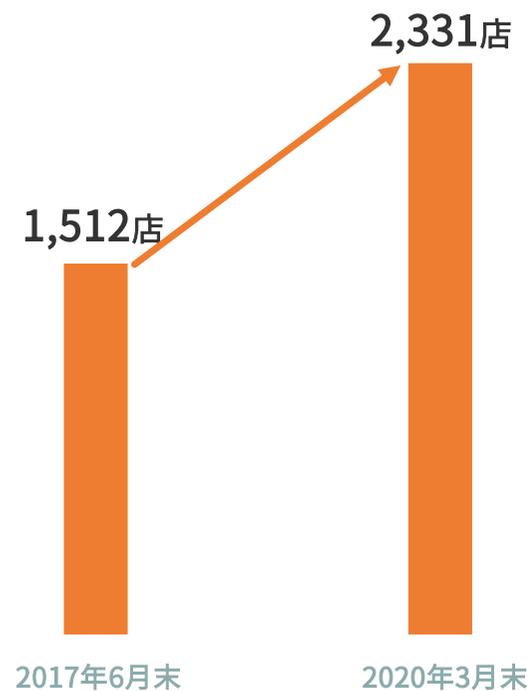
- ✓ 小売業のうち、家電、スポーツ量販店など新たな業態のサービス利用店舗数も順調に増加
- ✓ 全国99万店舗ある小売店舗への拡大余地は大きい

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



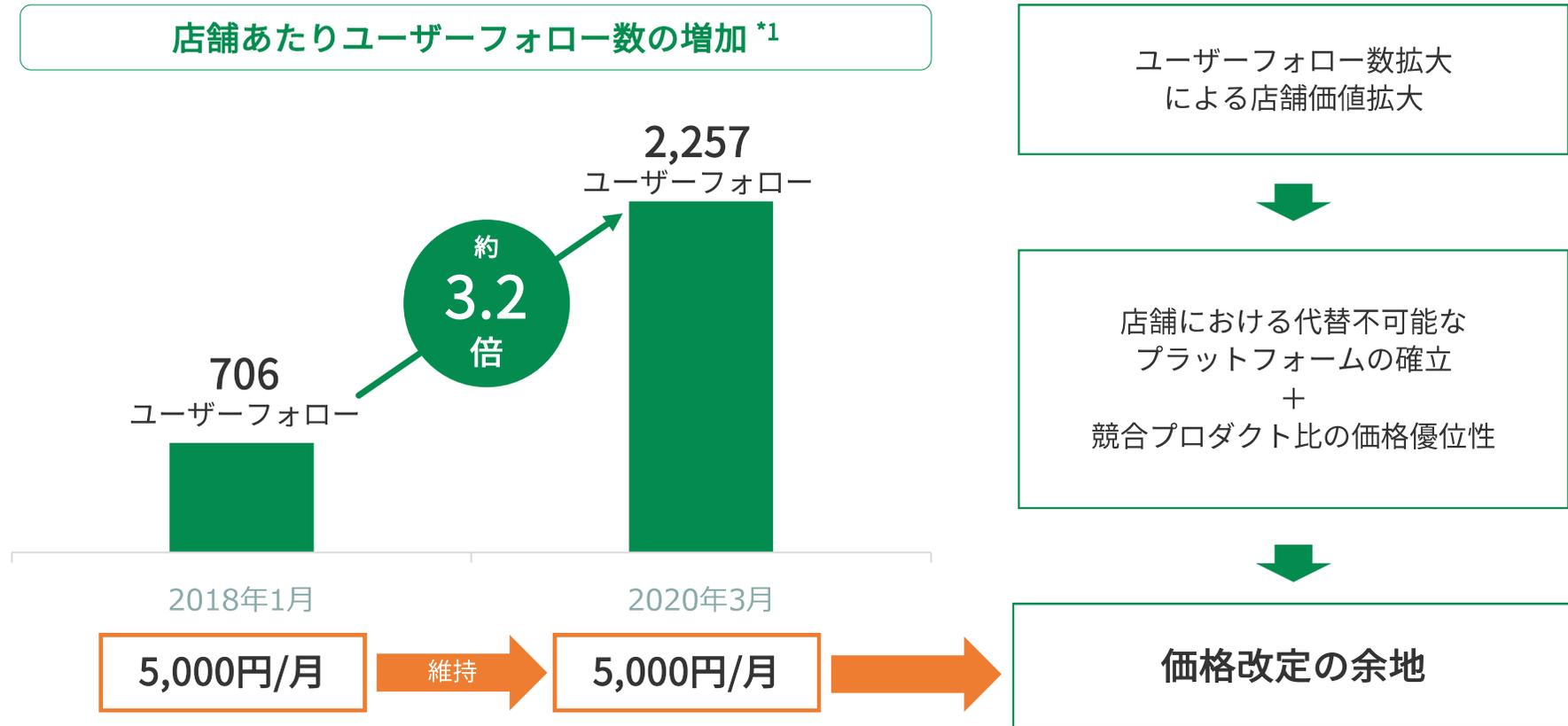
家電量販店*1



*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

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、**価格改定の余地あり**
- ✓ 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ー数

新たなプランの特徴

- ✓ 2021年3月期から **アップセルプランの提供を開始**
- ✓ 「表現力向上」「詳細レポート」「露出強化」など新たな機能を追加

表現力の向上

- 独自の商品特徴や、催事・企画などの詳細な情報発信が可能に



詳細なレポート提供

- ユーザーからの評価、他店との比較などの詳細分析が可能に



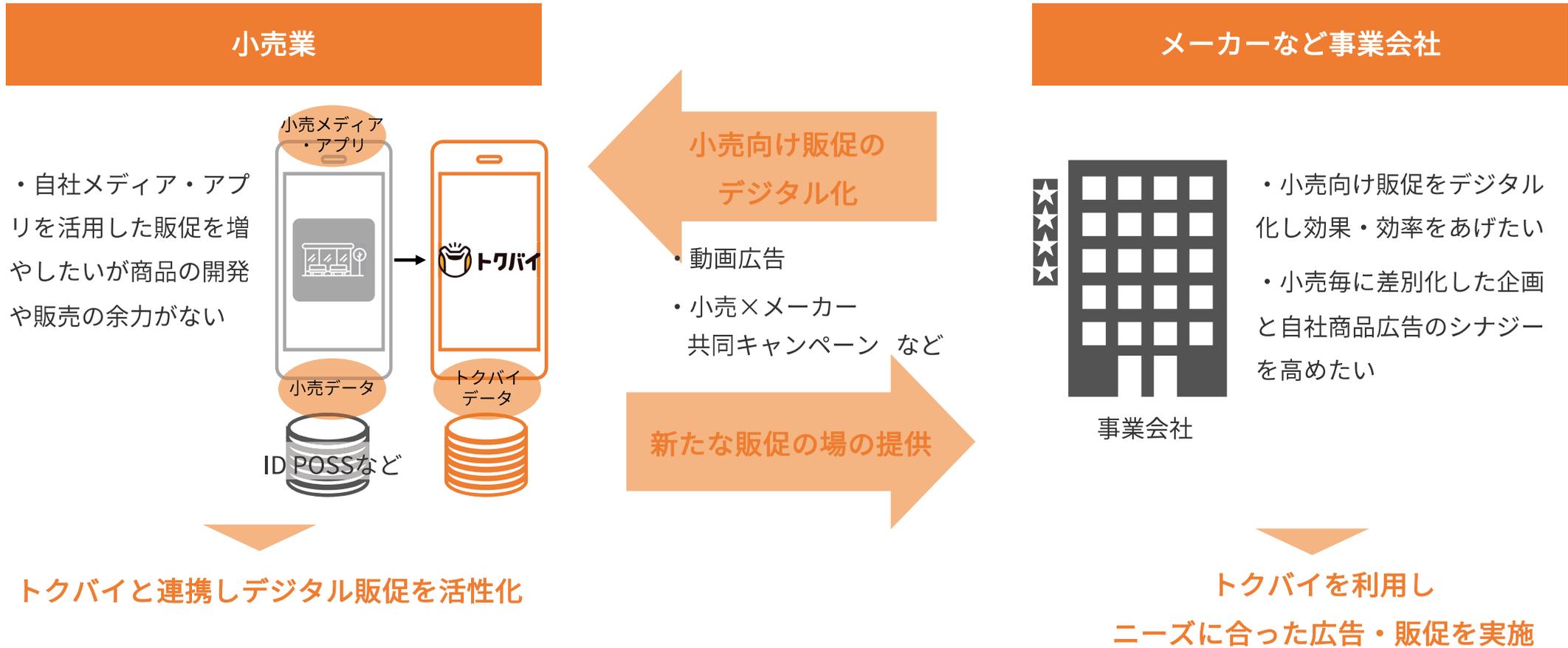
露出の強化

- 優先的な掲出や、お知らせ配信により露出を増やすことが可能に



広告事業の強化

- ✓ メーカーなど事業会社の小売向け販促のデジタル化を積極的に推進
- ✓ 小売メディア・アプリとの連携で、多様な広告・販促ニーズに対応する仕組みを提供



新たな広告メニューのリリース

✓ 新たな広告メニューを開発し、一部先行リリース

小売 × メーカー 共同キャンペーン

- 小売ごとのキャンペーン企画に応じ、簡単にカスタマイズできる抽選商品を開発

動画広告

- 動画配信の枠や表現フォーマットを多様化

従来のチラシ広告



動画化したチラシ広告



営業強化により案件増加

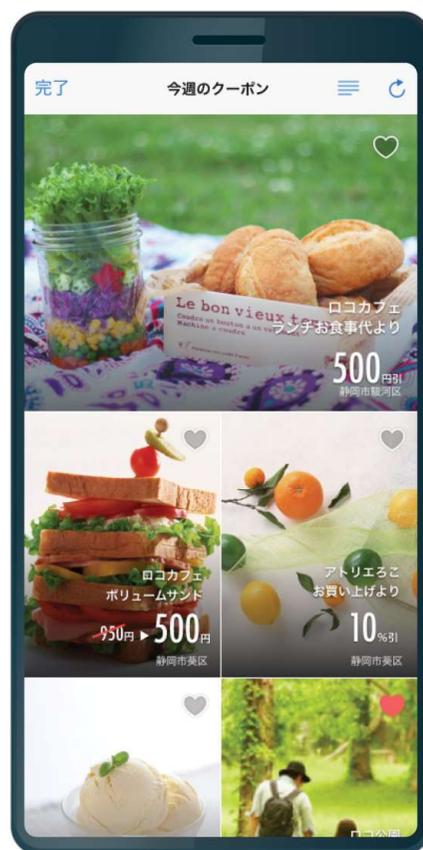
地域情報領域へ拡大：新サービスリリース

- ✓ 「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など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



「混雑ランプ」サービスの開始

✓ 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



地域情報の連携によるデジタル化促進

- ✓ フリーペーパー、自治体や地域ニュースと連携し、地域情報のデジタル化を推進



株式会社しずおかオンラインとの資本業務提携

- ✓ 「地域のくらしを、かしこく、たのしく」する取り組みを加速するため株式会社しずおかオンラインの株式を取得

案件概要

- 会社名 : 株式会社しずおかオンライン
- 所在地 : 静岡県静岡市葵区追手町3番11号
- 資本金 : 10,000,000円
- 株式譲渡日 : 2020年10月7日
- 所有割合 : 34.3%
- 当社業績への影響 : 2021年3月期の業績への影響は軽微

事業内容

- 女性向けフリーマガジンや住宅情報フリーマガジンや雑誌などの出版
- 地域情報に関するインターネットメディアの運営
- 住宅相談カウンターやイベント・セミナーなどの運営
- WEBサイトや雑誌の受託制作



- ✓ 新型コロナウイルスの影響により新たな情報発信ニーズが発生し、**課金対象が小売から多様な業態に拡大**

お買い得情報の発信

お買い得情報
タイムセール
クーポン

- 食品スーパーマーケットやドラッグストアなどの小売業



新たな情報の発信

混雑状況
営業時間
即時性の必要な告知

- 市役所、図書館などの公共施設
- 美術館、博物館などの文化施設
- アミューズメント施設、スポーツ施設
- マッサージ、理容室などのサービス業
- 外食業、テイクアウト

- ✓ 小売・流通業の動向や事例調査・研究を行う株式会社リテール総合研究所を設立
- ✓ 専門メディア「リテールガイド」でのデジタル活用に関する情報発信を開始。小売経営層との商談も増加

会社概要

会社名：株式会社リテール総合研究所

所在地：東京都港区三田一丁目4番28号

設立：2020年10月1日

資本金：100万円

代表者：竹下浩一郎

事業内容：小売・流通業に関する研究調査、

情報サービス「リテール

ガイド」の運営

株主：株式会社ロコガイド（100%）



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
安全にする新たなサービスを創出する

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。