

# 成長可能性に関する説明資料



株式会社ショーケース・ティービー  
【東証マザーズ 3909】  
2015年3月19日

# 目次

1. 会社の概要
2. 事業概要
3. 当社の強み
4. 成長戦略
5. 今後の展開



# 1. 会社の概要

- ・会社概要
- ・企業理念
- ・沿革
- ・特許取得と受賞歴
- ・創業経営者のプロフィール

# 会社概要

商号	株式会社ショーケース・ティービー (Showcase-TV Inc.)
本社	東京都港区赤坂三丁目21番13号 昭栄赤坂ビル4F
設立	1996年2月1日 ※2005年11月、合併・商号変更
代表取締役	森 雅弘
従業員数	62名 ※2014年12月時点
資本金	1億 3,585万円 ※2014年12月時点
事業内容	Webサイト最適化技術により成約率を高める「ナビキャストシリーズ」の提供及び、DMPを活用したWebマーケティング支援  (1) Webサイトの最適化により費用対効果を高めるeマーケティング事業 (2) Webサイトやアプリの課題を統合的に解決するWebソリューション事業



# 企業理念

## ● 豊かなネット社会を創る

当社は、「豊かなネット社会を創る」という企業理念のもと、インターネットに「おもてなし」の機能を提供することで、すべての人に、すべてのデバイスで、すべての利用シーンにおいてWebサイトを

**「見やすく、わかりやすく、入力しやすく」**

することを目的に事業を展開しています。

「豊かなネット社会を創る」  
インターネットにおもてなしの心を



# 沿革

- |          |  |   |
|----------|--|---|
| 1996. 2  | (有)フューチャーワークス設立 ※1998年に株式会社化                 |   |
| 2003. 5  | (株)スマートイメージ設立                                |   |
| 2005. 11 | (株)ショーケース・ティービー 営業開始 ※フューチャーワークスとスマートイメージが合併 |   |
| 2006. 12 | Webサイトの誘導最適化サービス『ナビキャスト』提供開始                 |    |
| 2008. 4  | 入力フォーム最適化サービス『フォームアシスト』提供開始                  |    |
| 2010.12  | スマートフォン専用入力フォーム最適化サービス『フォームコンバータ』提供開始        |    |
| 2011.5   | スマートフォン表示最適化サービス『スマートフォン・コンバータ』提供開始          |    |
| 2011.8   | ECサイト『バスケットゴール.com』事業を譲受                     |    |
| 2012.9   | 不動産業専用Webサイトコンテンツ管理システム『仲介名人』事業を譲受           |  |
| 2013.9   | パーソナライズ化された誘導最適化サービス『サイト・パーソナライザ』提供開始        |  |
| 2014.5   | スマートフォンO2Oアプリサービス『Go!Store』提供開始              |  |
| 2014.11  | DMP連動広告配信サービス提供開始 ※DMP(データ・マネジメント・プラットフォーム)  |   |



代表取締役 森 雅弘

- 1963年石川県出身
- 金沢大学大学院(機械工学研究科)修了
- 1988年 リクルート入社後、情報ネットワーク事業部門にてスーパーコンピュータのタイムシェアリングの営業、情報誌「月刊パッケージソフト」の広告営業、副編集長などを務める。その後、新規事業開発室にて、リクルートの事業領域におけるシステム提供などを検討。メディアデザインセンターではCD-ROMや情報サイトMixJuice(その後、ISIZEに統合)の企画・開発を担当。リクルートのインターネット事業参入にともない、電子メディア事業部が発足し、各種ソフトウェアの情報提供サイトを担当。
- 1996年、リクルート退社後、広告代理店業務から事業を開始。株式会社フューチャーワークス代表に就任後は、IT業界に特化したセールスプロモーションの専門企業として、大手クライアントを対象とした事業を拡大。
- 2005年、株式会社スマートイメージを吸収合併し、株式会社ショーケース・ティービーに社名変更。代表取締役に就任。



取締役 永田 豊志

- 1966年福岡県出身
- 九州大学(経済工学科)卒業
- 1988年 リクルート入社後、情報ネットワーク事業部門にて企業通信ネットワークの営業、その後メディアデザインセンターで新規事業担当、子会社の出版社メディアファクトリーの設立に参画、副編集長に就任。
- 1996年、リクルート退社後、株式会社ワークスコーポレーションで取締役編集局長としてコンピュータ関連雑誌の創刊に従事。コンテンツ著作権管理を行う子会社の代表も兼任。
- 2003年、株式会社スマートイメージを設立し、企業向けのWeb動画作成をスタート。2005年の株式会社フューチャーワークスとの合併にともない、株式会社ショーケース・ティービー取締役COOに就任。
- 知的生産研究家として執筆、講演活動なども行っており、「頭のよくなる図解思考の技術」(中経出版)、「最強フレームワーク100」(ソフトバンクパブリッシング)、「トップ1%だけが実践している思考の法則」(かんき出版)など著書多数。

# 特許取得と受賞歴

## Web最適化技術に関する特許の取得

2010. 2	入力フォーム最適化技術の特許取得【国内】
2012. 3	スマートフォン表示最適化技術の特許取得【国内】
2012. 8	誘導最適化技術の特許取得【国内】
2012. 10	スマートフォン表示最適化技術の特許取得【米国】
2013. 4	スマートフォン表示最適化技術の特許取得【シンガポール】
2013. 4	スマートフォン表示最適化技術の特許取得【ブルネイ】
2013. 11	パーソナライズ化された誘導最適化技術の特許取得【国内】



## ASP・SaaS・ICTアワードに関する受賞 ※ASPIC主催、総務省／東京商工会議所 他 後援

2010. 2	『フォームアシスト』が支援業務系グランプリを受賞
2013. 9	『スマートフォン・コンバータ』が先進技術賞を受賞
2014. 10	『サイト・パーソナライザ』が委員長特別賞を受賞

## 2. 事業概要

- ・2つの事業を展開
- ・eマーケティング事業
  - コンセプト／サービス一覧／導入実績／導入アカウント推移／  
特徴／サービスの仕組み／ビジネスモデル
- ・Webソリューション事業
  - サービス一覧／ビジネスモデル
- ・業績推移

# 2つの事業を展開

eマーケティング事業とWebソリューション事業の相互連携によるシナジー



## eマーケティング事業

Webサイトの最適化により  
成約率を高める



Web最適化の  
特許技術を  
応用利用・横展開

利用技術、ノウハウを  
顧客や新商品開発に  
フィードバック

## Webソリューション事業

Webサイトやアプリの  
課題を統合的に解決する



# eマーケティング事業 コンセプト

Webサイト訪問(入口)から、成約(出口)まで、Webサイト全体を最適化  
トータルに「見やすく・分かりやすく・入力しやすく」することで離脱者を防ぎ  
**コンバージョン率(成約率)をアップします**

最終目的は“集客”ではなく“成約”です！



成約率の改善！  
(コンバージョンアップ)



# eマーケティング事業 サービス一覧

## サイト内誘導の最適化 国内特許取得



購入金額が  
¥5,000未満の場合は  
「あと少しで送料無料」  
の告知をしたい！

## 入力フォームの最適化 国内特許取得

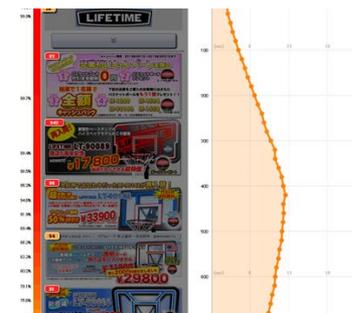


- 導入フォーム数 **3,044** フォーム  
(2015/3/1時点)
- 成約率の平均改善率 **6.3%**  
(スマートフォン) **(13.4%)**

## スマートフォン表示の最適化 国内・海外特許取得



## ユーザ行動履歴の可視化



# eマーケティング事業 導入実績

**5,000** アカウント以上の導入実績

大手銀行を含む金融、人材、不動産、EC業界等を中心に  
各界のリーディングカンパニーが数多く導入

金融

人材

不動産

EC

他

# eマーケティング事業 特徴

**1 既存のWebサイトをできるだけ有効活用する**

⇒ 低コスト・短納期・手間いらずでWebサイトを最適化！

**2 個人情報取得せずに個別に最適化する**

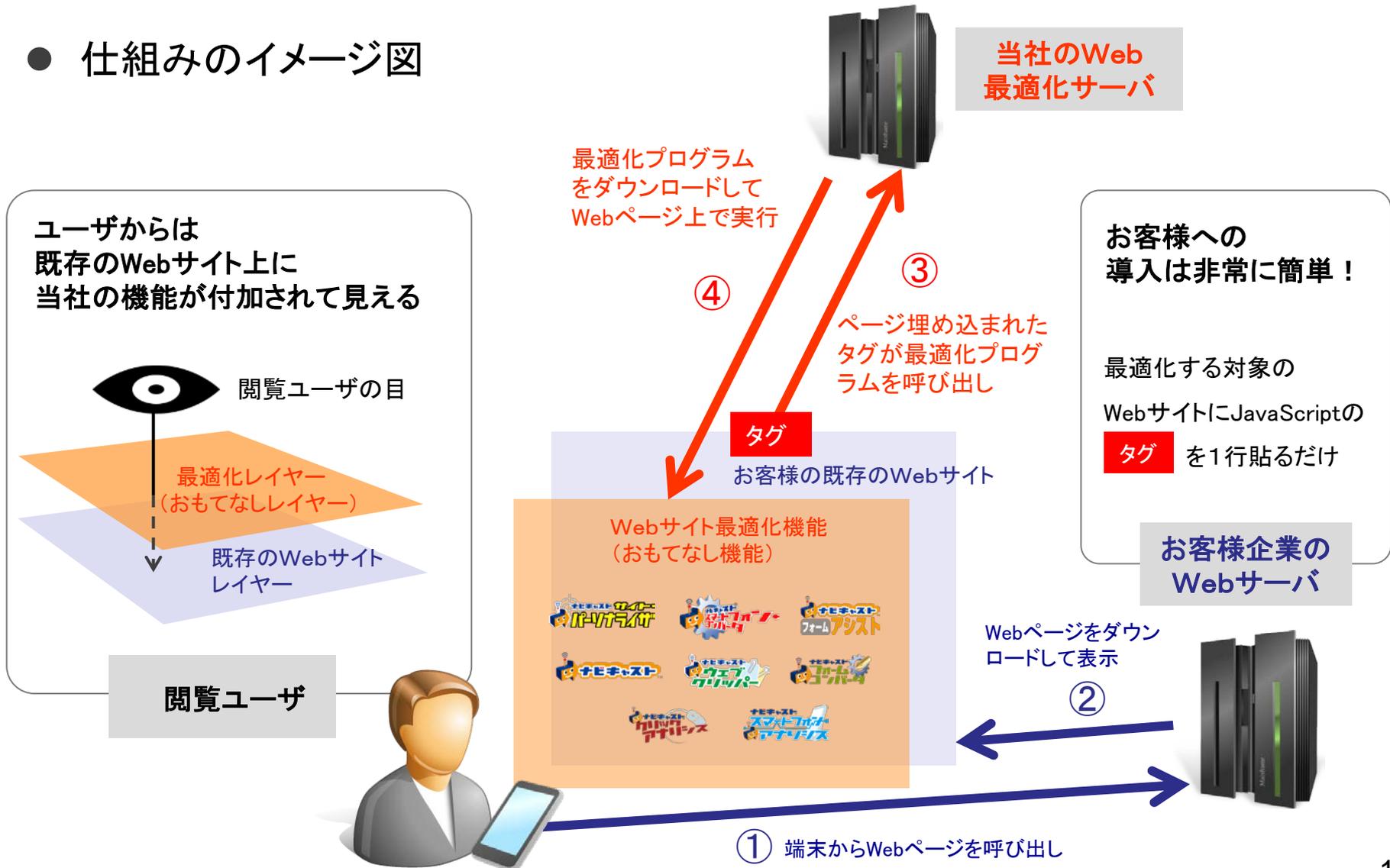
⇒ 個人情報漏洩などのセキュリティリスクを回避！

**3 実績に基づく豊富な最適化ノウハウを提供する**

⇒ 各界リーディング企業のベストプラクティスを共有！

# eマーケティング事業 サービスの仕組み

## ● 仕組みのイメージ図



# eマーケティング事業 ビジネスモデル

- 直販、代理店経由、OEM供給の3ルートでクラウドサービスを提供。  
 月額課金のストック型で 安定的な高収益構造 のビジネスモデルです。



# Webソリューション事業 サービス一覧

サービス名	サービス内容と eマーケティング事業とのシナジー
 <p>中小不動産会社向け Webサイトコンテンツ管理システム (CMS)</p> 	<p>●不動産物件サイトのスマートフォン表示最適化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・不動産Webサイト専用 ホームページ作成システム</li> <li>・導入実績 674サイト</li> <li>・118サイトに「スマートフォン・コンバータ」導入でコンバージョン数UP</li> </ul>
 <p>日本最大級のバスケットゴール専門 オンラインショップ (ECサイト)</p> 	<p>●ECサイト最適化による売上アップのノウハウ蓄積</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内最大級のバスケットゴール専用ECサイト</li> <li>・「ナビキャスト」シリーズの導入で売上20%アップ</li> <li>・売上アップのノウハウを顧客へフィードバック</li> </ul>
 <p>Webサイトとアプリの連携サービス 店舗型クライアント様向け スマートフォンO2Oアプリサービス</p> 	<p>●Web最適化技術とスマートフォン・アプリとの連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スマートフォン用 O2Oアプリの開発・運用システム</li> <li>・GPS連動、クーポンプッシュ配信、店舗検索 等を簡単に搭載可能</li> <li>・Webサイトとスマートフォンアプリの連携でトータル管理を実現</li> </ul>
<p>特定用途向けサービス アプリの開発と提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ライセンス提供</li> <li>・アプリ開発</li> <li>・マーケティング支援</li> <li>・システム開発</li> </ul> 	<p>●Web最適化技術のBtoG、BtoB ECへの適用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・官公庁、自治体のWebサイトのスマートフォン対応支援</li> <li>・災害情報提供サイトを見やすくするためのプロジェクトで採用</li> <li>・スマートフォンベースのPOS端末の表示最適化</li> </ul>

# Webソリューション事業 ビジネスモデル

- eマーケティング事業とシナジーが得られる新しい収益源を開拓します。



## 3. 当社の強み

- ・独自の特許技術による競争優位性
- ・トータルなWebサイト最適化による差別化
- ・開発から運用・コンサル・営業までワンストップ体制

# 独自の特許技術による競争優位性

Web最適化技術の特許により、インターネット業界にありがちな類似製品の後発参入、価格競争による低収益化などを防止



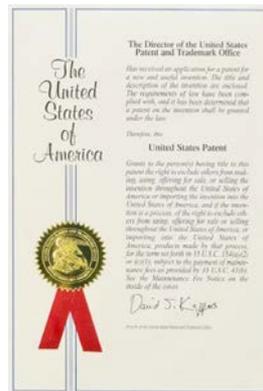
## サイト内誘導の最適化

日本×2件



## スマートフォン表示の最適化

日本・米国・シンガポール・ブルネイ



## 入力フォームの最適化

日本



# トータルなWebサイト最適化による差別化

クラウドサービスによってWebサイト最適化を入口から出口までトータルにサポートしています。

## 【当社】「ナビキャスト」シリーズ が Webサイトを全体最適化



→ ユーザが  
Webサイト訪問

サイト入口

1) ページ誘導

詳細ページ

2) コンテンツ理解

サイト出口

3) 購入・問い合わせ

**成約**

- ・売上拡大
- ・資料請求
- ・会員化

eマーケティング事業のサービス提供領域

## 【他社】 個別のツールで Webサイトを部分最適化



→ ユーザが  
Webサイト訪問

【LPOツール】※1

【レコメンドツール】

【EFOツール】※2

【スマートフォン・サイト変換ツール】

【Webサイト ログ解析 ツール】

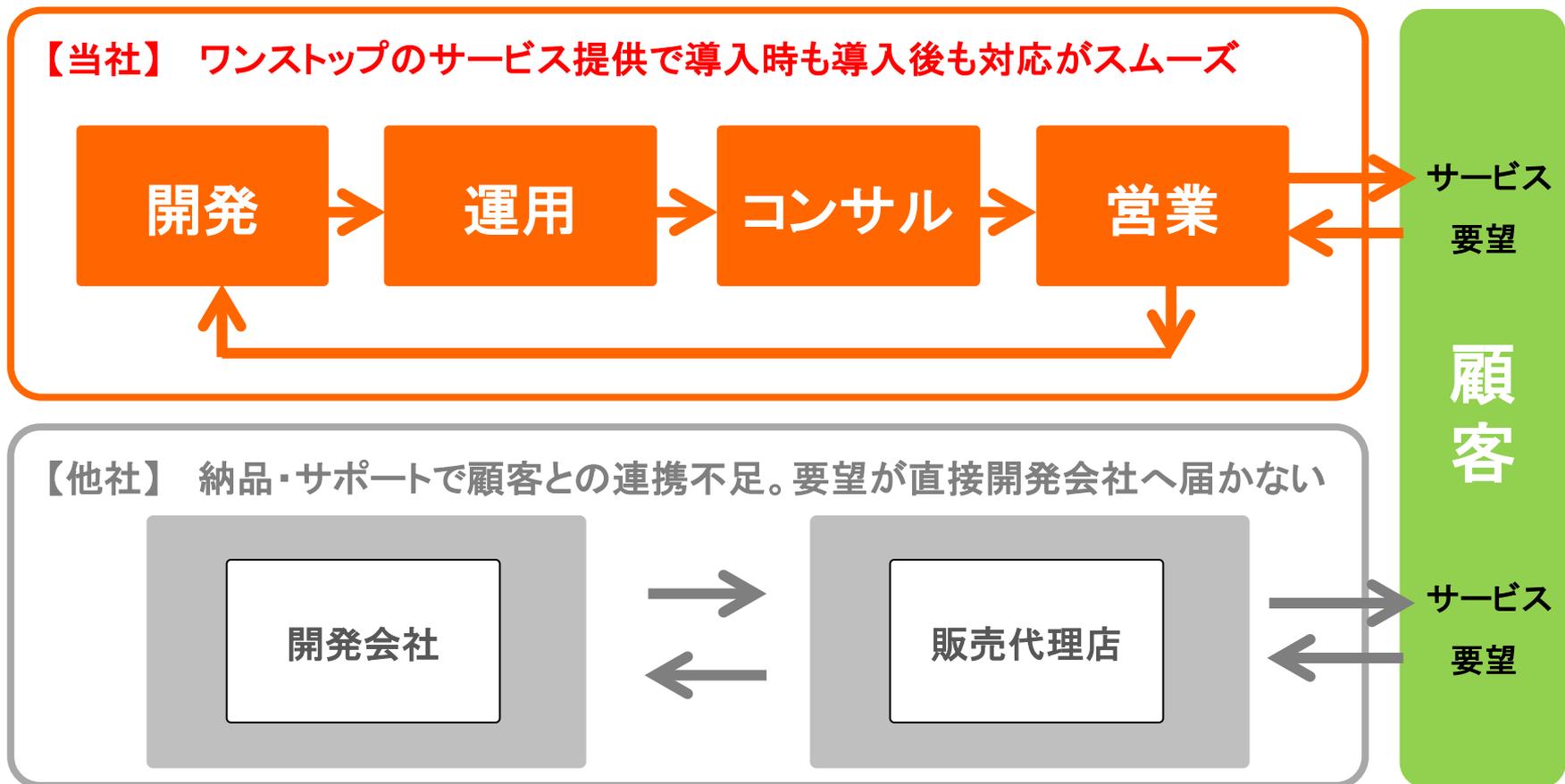
**成約**

(※1) LPO: Landing Page Optimization (ランディングページ最適化)

(※2) EFO: Entry Form Optimization (入力フォーム最適化)

# 開発から運用・コンサル・営業までワンストップ体制

開発・運用・コンサルティング・営業、すべてを当社がサポート  
顧客ニーズをスピーディに商品・サービスに反映し、提供

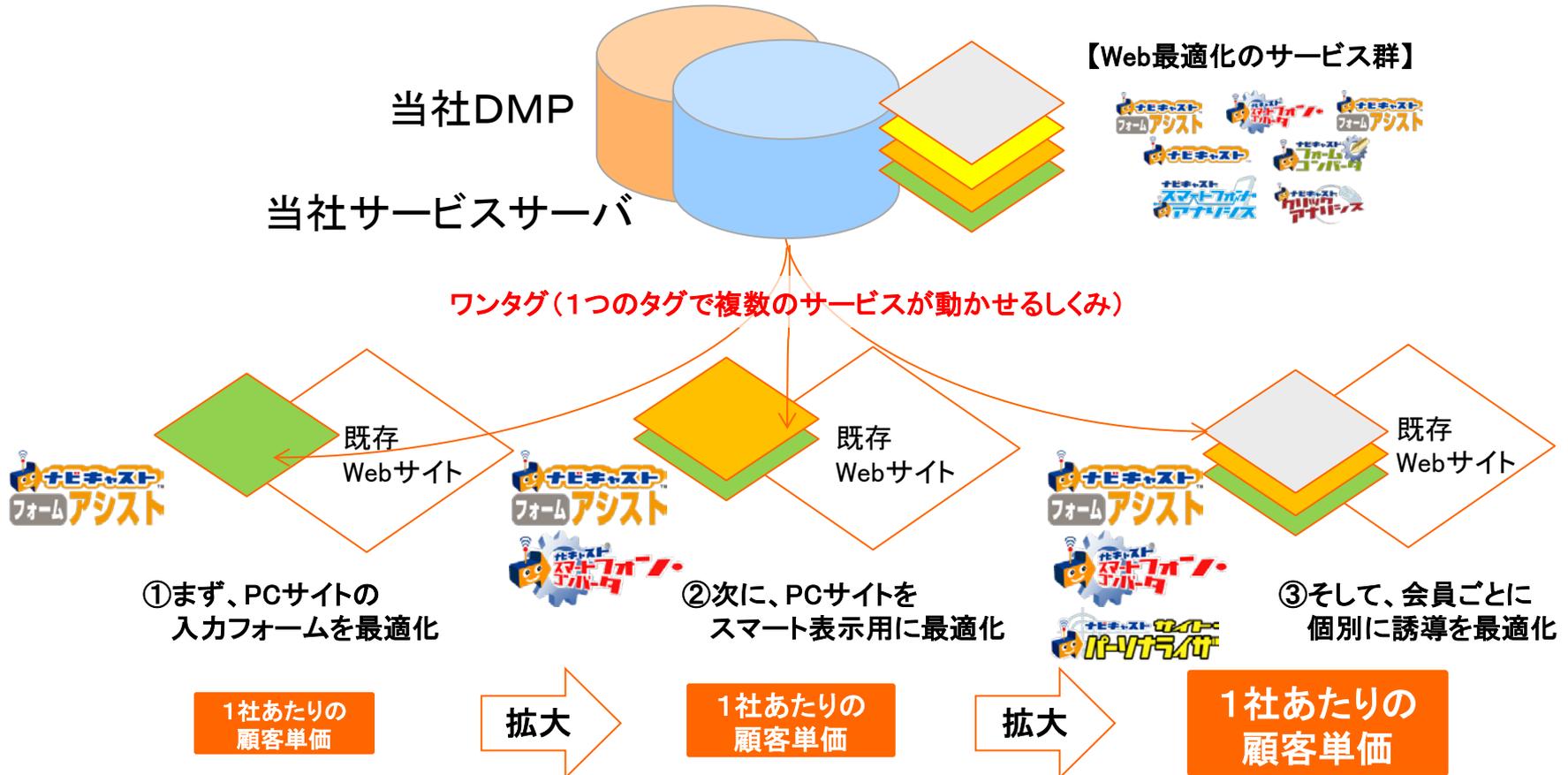


## 4. 成長戦略

- ・ワンタグによるサービス連携で顧客単価を拡大
- ・独自に蓄積したコンバージョンDMPの活用・連携
- ・Webマーケティング分野以外への特許技術の展開

# ワンタグによるサービス連携を顧客単価を拡大

- **5,000**アカウントを超える導入実績と優良企業の顧客基盤
- 1つのタグをページに貼るだけで**クイック導入**、複数商品の**追加導入も簡単**
- 相互のサービス連携により**顧客単価拡大**、**顧客数増大**を図る



# 独自に蓄積したコンバージョンDMPの活用・連携

- クライアント企業は専用DMPを構築せずとも、当社サービスから自動的にユーザデータを蓄積できる
- 購買履歴や入力ページ離脱などポテンシャルの高いユーザに対してターゲティング広告が可能

## DSP・SSP会社

ユーザのターゲティングは当社DMPで行い、実際の広告配信は、広告配信会社と提携して行う(例)マイクロアド社など

### データを集める



→ 優良ユーザ抽出  
(購入金額、年収、購買頻度などが高いユーザ群)

→ 購入直前ユーザ抽出  
(購入しようとして、途中離脱したユーザ群)

### データを統合する

- スケーラブルなストレージにデータ種類に関わらず一元保存・管理
- サービスごとのユーザIDの名寄せ
- 特定条件によるデータ抽出や分析

### データを広告活用する

→ ● **オーディエンス広告配信**  
優良ユーザと共通点のあるユーザ群に絞った広告配信

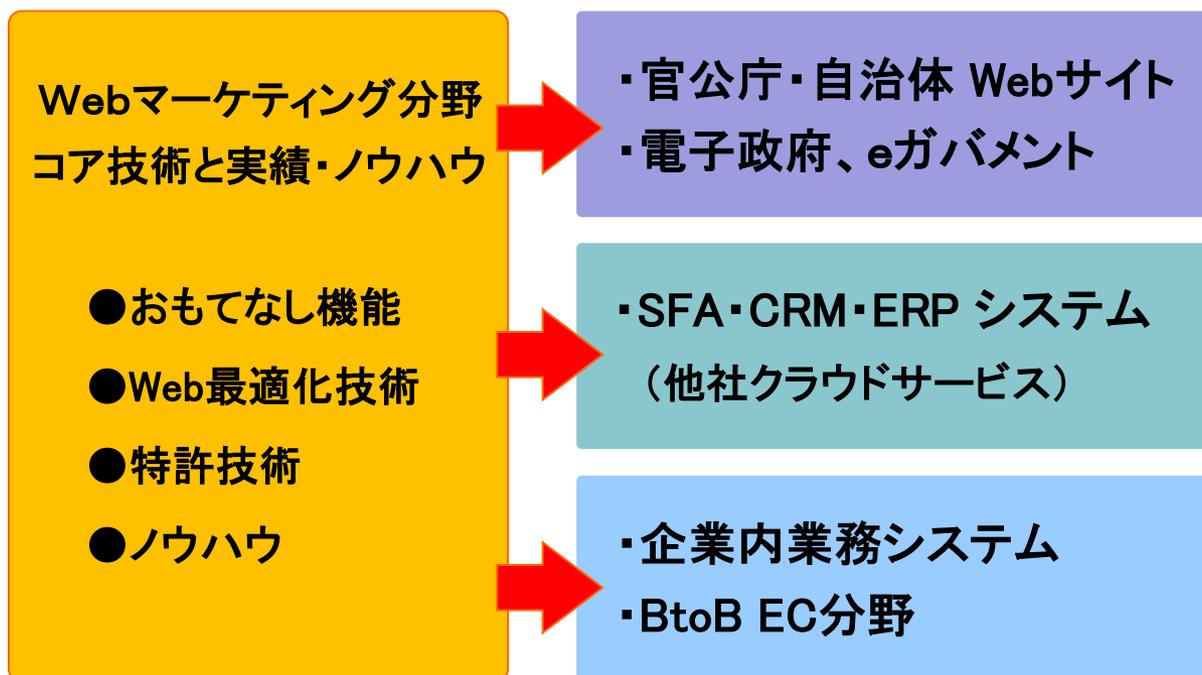
→ ● **リターゲティング広告配信**  
購入しようとして離脱したユーザに再来訪を促す広告配信

## コンバージョンDMP(Data Management Platform)

ショーケース・ティービーの提供するクライアント企業毎のプライベートデータ管理システム

# Webマーケティング分野以外への特許技術の展開

- 当社のコア技術や特許をマーケティング分野以外、サイト運営会社以外などの新しい領域（省庁や自治体、企業内システム）へのライセンス提供加速



2012年官公庁の災害対策プロジェクトに採用され、今後も継続的に、省庁や自治体プロジェクトにも展開。

## 5. 今後の展望

- ・企業ビジョン
- ・事業展開

# 企業ビジョン

すべての利用シーンで

災害対策で



女性に

すべてのユーザに

BtoB ECで



企業内システムで



インターネット × おもてなし



ビジネスマンに



シニアに



子供に



オンラインショッピングで

既存のWebサイトを  
すべてのユーザ/デバイス/利用シーン  
毎にリアルタイムに最適化



パソコンで

ウェアラブルなど  
新たなデバイスで



タブレットで



スマートフォンで

すべてのデバイスで

# 将来見通しに関する注意事項

## 【将来見通しに関する注意事項】

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。