

|| 企業調査レポート ||

株式会社ロックオン

3690 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2019年6月6日(木)

執筆：客員アナリスト

角田秀夫

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 事業概要	01
2. 業績動向	01
3. 成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要と沿革	03
2. 事業内容	04
■ 事業概要	05
1. マーケティング PF 事業	05
2. 商流 PF 事業 (EC-CUBE 部門)	08
■ 業績動向	09
1. 2019年9月期第2四半期の業績概要	09
2. 財務状況と経営指標	10
■ 今後の見通し	11
■ 中長期の成長戦略	12
1. カスタマーサクセス人員増強	12
2. 働き方改革の先進事例が高い評価	12
3. 株式会社イルグルム (英語表記: YRGLM Inc.) へ商号変更	13
■ 株主還元策	14

■ 要約

2019年9月期第2四半期は投資回収期間に入り、 公約通り営業利益・経常利益の黒字化を達成。 働き方改革先進企業としての高評価も手伝い人材採用は順調。 株式会社イルグルム (YRGLM Inc.) へ商号変更

株式会社ロックオン<3690>は、現代表取締役社長の岩田進(いわたすすむ)氏が大学時代の2000年に自宅で創業した関西発のITベンチャーである。広告効果測定システム「アドエビス」、ECオープンプラットフォーム「EC-CUBE」をヒットさせ、事業が成長軌道に乗った。クラウド型広告効果測定システムの「アドエビス」は、年々機能を拡張し、2015年にはマーケティングプラットフォーム「アドエビス」として進化し、その利便性が高く評価される。広告効果測定市場における同社の市場シェアは44.2%と圧倒的なNo.1(2018年度、4年連続)である。2014年に東証マザーズ市場に上場を果たした。2018年10月には、(株)EVERRISEより運用型広告レポート自動作成ツール「アドレポ」を事業承継し、サービスをスタートさせた。

1. 事業概要

同社はマーケティングプラットフォーム(PF)事業として、顧客企業のデジタルマーケティング活動を支援する様々な商品・サービスをクラウドベースで提供している。同社の商品ラインの中で中核となるのが、「アドエビス」と「スリー」である。「アドエビス」は広告効果測定システムを中心とした「測定」機能に強く、そこで蓄積されたマーケティングデータを「活用」する機能により、一気通貫したマーケティングを実現する、マーケティングプラットフォームである。このツールは、各広告の成果を一元管理・可視化し費用対効果の良し悪しを簡単に把握することができる。「スリー」は、AIによる完全自動運用を実現したリスティング広告運用プラットフォームであり、自動最適化、自動入稿を可能とする。同社の基盤技術は、測定したビッグデータをAIで解析し、データ活用を自動化するものである。

インターネット広告市場は継続的に成長しており、同社には追い風となっている。2018年のインターネット市場規模は1兆7589億円と推定され、広告市場の4分の1を超えて益々存在感を増している。動画広告やSNS広告の増加など出稿するメディアの多様化は一元管理のニーズを高めていると考えられ、この点でも一気通貫のプラットフォームを持つ同社にとっては追い風である。

2. 業績動向

2019年9月期第2四半期の売上高は1,081百万円(前年同期比23.2%増)、営業利益21百万円(前年同期は70百万円の損失)、経常利益17百万円(同81百万円の損失)、親会社株主に帰属する四半期純損失46百万円(同58百万円の損失)となり増収を継続するとともに損失が縮小した。売上高に関しては、主力のマーケティングPF事業が前年同期比31.0%増と成長をけん引した。主力サービス「アドエビス」での2018年からの新価格体系への移行により平均単価が98,042円/月(前年同期比22,196円増、29.3%増)と伸び増収に寄与した。営業利益に関しては、2019年9月期は投資回収期という位置付けどおり、黒字化を達成した。人件費の84百万円増などのコスト増があったものの、マーケティングPF事業の増収効果が上回った。なお、2019年9月期第2四半期は訴訟関連損失60百万円を特別損失に計上したため、親会社株主に帰属する四半期純損失46百万円となったが、一過性であり下期以降は発生しない。

株式会社ロックオン

3690 東証マザーズ

2019年6月6日(木)

<https://www.lockon.co.jp/ir/>

要約

同社は、期初の時点では、2019年9月期の業績に影響を与える未確定な要素が多いため、通期の業績予想をレンジ形式により開示している。2019年9月期通期の業績予想は、売上高で2,250～2,350百万円（前期比24.7～30.2%増）、営業利益で0～50百万円（前期は98百万円の損失）を予想する。売上面では、主力のマーケティングPF事業が引き続きけん引する予想である。上期に顕在化した新料金改定に起因する解約への対策としては、カスタマーサクセス本部（旧サポート部門）の人員採用を増やし、育成を強化する。顧客数の伸びが戻れば、新料金プランによる単価上昇及び連携サービスによる追加売上などとあいまって、増収ペースが上がることが予想される。通期売上高予想（中央値）に対する上期進捗率は47.0%。期末に向けて売上が積み上がるストック型ビジネスである同社の特性を考えると折り返しは順調だ。利益面では、上期に営業利益・経常利益の黒字化を達成し、通期でも営業利益の黒字化を予想する。通期営業利益予想（中央値）に対する上期進捗率は84.2%。弊社では、通期での営業利益予想は幅があるが、上限である50百万円により近い着地を見込んでいる。

3. 成長戦略

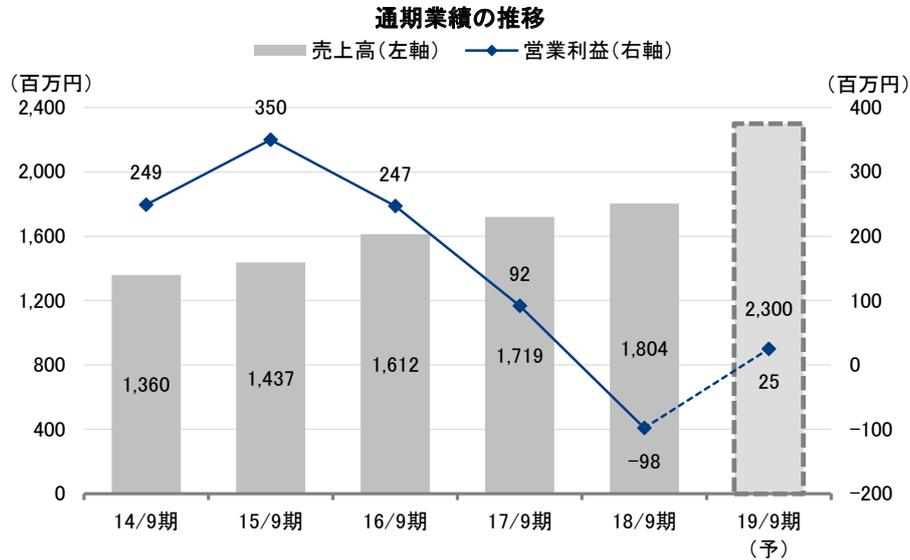
同社における最重要な経営資源はヒトであり、人員投資は同社の成長の原動力である。これまで超売り手市場の開発人材を多く採用できた背景には、同社が関西のITベンチャーとして有名な存在であることが有利に働いている。現在採用を強化しているのはカスタマーサクセス（旧サポート）人員である。既存の優良顧客の利用頻度を向上し、連携機能の利用を含め利便性を向上させるために、手厚い支援を行うのが経営方針だ。カスタマーサクセス本部を設け、人員採用及び育成を強化する。結果として、単価の向上及び解約率の低下を狙う。

同社は、2019年版日本における「働きがいのある会社」ランキングで7年連続、8度目のランクインをした。同調査は、毎年約60カ国で7,000社、500万人を超える従業員が調査に参加する世界最大規模の従業員意識調査である。同社が高く評価された点は、従業員間の連帯感、会社の環境や制度、自社の仕事に対する姿勢などであり、多くの取り組みの中でも「山ごもり休暇制度」が特徴的である。この制度は、全従業員が毎年取得必須の9連続休暇制度であり、会社と一切の連絡を絶つことが義務付けられている。社内満足度も高く、社員の「つながらない権利」を守り、年次有給休暇の取得を促進する制度の特徴から働き方改革の好事例として社外からも高く評価されている。

Key Points

- ・測定したビッグデータをAI解析し、データ活用する自動化ツールを提供。主力商品「アドエビス」では平均単価が向上
- ・2019年9月期第2四半期は投資回収期間に入り、公約どおり営業利益・経常利益の黒字化を達成
- ・2019年9月期は通期で20%を超える増収、人員増をこなして黒字化予想
- ・成長の原動力として人材投資を継続。今期の注力はカスタマーサクセス人材。働き方改革先進企業としての評価も手強い人材採用は順調
- ・株式会社イルグルム（YRGLM Inc.）へ商号変更

要約



注：2014年9月期より連結決算、2019年9月期の予想は幅があるため中央値で表示
 出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

関西発世界を目指すクラウド型 IT ベンチャー。 広告効果測定市場で4年連続シェア1位

1. 会社概要と沿革

同社は、現代表取締役社長の岩田進氏が2000年に自宅で創業した。起業当初は、請負でサイトを構築する業務が主力だったが、2004年に広告効果測定システム「アドエビス」、2006年にECオープンプラットフォーム「EC-CUBE」をリリースし、ツールベンダーとしての事業を開始した。2007年には「アドエビス」が国内シェアNo.1に、2010年には「EC-CUBE」が国内シェアNo.1になり、事業が軌道に乗る。2012年にはベトナムにオフショア開発拠点を開設。2014年に東証マザーズに上場を果たした。広告効果測定システムであったアドエビスは、年々機能を拡張し、2015年にはマーケティングプラットフォーム「アドエビス」として進化し、その利便性が高く評価される。2018年度の広告効果測定市場における同社の市場シェアは44.2%と圧倒的なNo.1(4年連続)である。

岩田社長は、同社の開発をけん引してきたエンジニアであるとともに、マーケティング・営業においても陣頭指揮を執ってきた。独自の発想で新たな分野を開拓し、市場でトップシェアを獲得するその経営手腕には定評がある。日本にとどまらずに世界を視野に入れるベンチャー起業家である。

会社概要

2018年2月には、「アドエビス」に実装されているユーザーの行動履歴を可視化し評価する「ヒト」を軸としたアクセス履歴解析機能に関する特許を取得。2018年10月には、EVERRISEより運用型広告レポート自動作成ツール「アドレポ」を事業承継し、サービスをスタートさせた。

会社沿革

年月	主な沿革
2000年 6月	兵庫県尼崎市の自宅一室にて創業
2001年 6月	有限会社ロックオンを設立。EC事業を拡大
2003年 2月	「組立型 EC サイト構築」をコンセプトとして「EC サイト構築 kit」を開発・発売開始
2003年 7月	資本金 1,000 万円に増資し、株式会社として組織変更
2004年 9月	広告効果測定システム『アドエビス』、当初はブランド名「EBiS」として発売開始
2005年 7月	東京支社を渋谷区道玄坂に開設
2006年 9月	日本発 EC オープンプラットフォーム『EC-CUBE』、簡単にオリジナルの EC サイトを構築することができるパッケージをオープンソースとしてリリース
2007年 9月	アドエビスがツールベンダー国内シェア No.1 を獲得
2009年 2月	AutoBid リスティング広告最適化システム『アドエビス AutoBid』をリリース
2010年 5月	EC-CUBE が EC 構築オープンソースとして国内シェア No.1 に
2010年11月	米国シリコンバレーに、100% 出資子会社となる LOCKON marketing of U.S.A. inc. を設立
2012年 2月	ベトナムにオフショア開発拠点を開設
2012年 6月	アドエビス Autobid がリスティング広告最適化システム国内シェア No.1 を獲得
2012年10月	第3世代リスティングマネージメント『THREe』リリース
2013年 1月	EC-CUBE が初の多言語対応版をリリース
2014年 9月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場
2015年 4月	マーケティングプラットフォーム『アドエビス』が、測定データを活用するマーケティングプラットフォームの実現へ向け、ブランドコンセプトチェンジ
2015年 5月	九州支社を福岡市中央区に開設
2017年10月	東京支社を東京本社に改称し、二本社制へ移行
2018年 2月	「ヒト」を軸としたアクセス履歴解析機能において特許を取得
2018年10月	株式会社 EVERRISE より運用型広告レポート自動作成ツール「アドレポ」を事業承継
2019年 1月	吸収分割により EC-CUBE 事業を株式会社イーシーキューブに承継

出所：ホームページよりフィスコ作成

2. 事業内容

同社の事業セグメントは、マーケティングプラットフォーム（PF）事業と商流プラットフォーム（PF）事業の2つである。

マーケティング PF 事業は、インターネット広告の効率利用のための各種機能をクラウドシステムで提供する事業である。「アドエビス」は広告効果測定システムを中心とした「測定」機能、「スリー」など蓄積されたマーケティングデータを「活用」する機能の2つで構成され、一気通貫したマーケティング統合環境を提供する。全社売上の 88.4%（2019年9月期第2四半期）を占める主力事業である。

商流 PF 事業は、EC オープンプラットフォーム「EC-CUBE」を提供する。EC サイト構築の受託開発を行うサービスは 2017年9月期に他社に業務移管された。全社売上の 11.6%（同）である。

会社概要

事業の内容と構成（連結、2019年9月期第2四半期）

事業セグメント	主な業務内容	売上構成	セグメント利益構成
マーケティング PF 事業	「アドエビス (AD EBiS)」は広告効果測定システムを中心とした「測定」機能、「スリー (THREe)」など蓄積されたマーケティングデータを「活用」する機能の2つで構成され、一気通貫したマーケティング統合環境を提供する。	88.4%	42.0%
商流 PF 事業	EC オープンプラットフォーム「EC-CUBE」を提供する。EC サイト構築の受託開発を行うサービスは2017年9月期に他社に業務移管した。	11.6%	58.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

測定したビッグデータを AI 解析し、
 データ活用する自動化ツールを提供。
 主力商品「アドエビス」では平均単価が向上

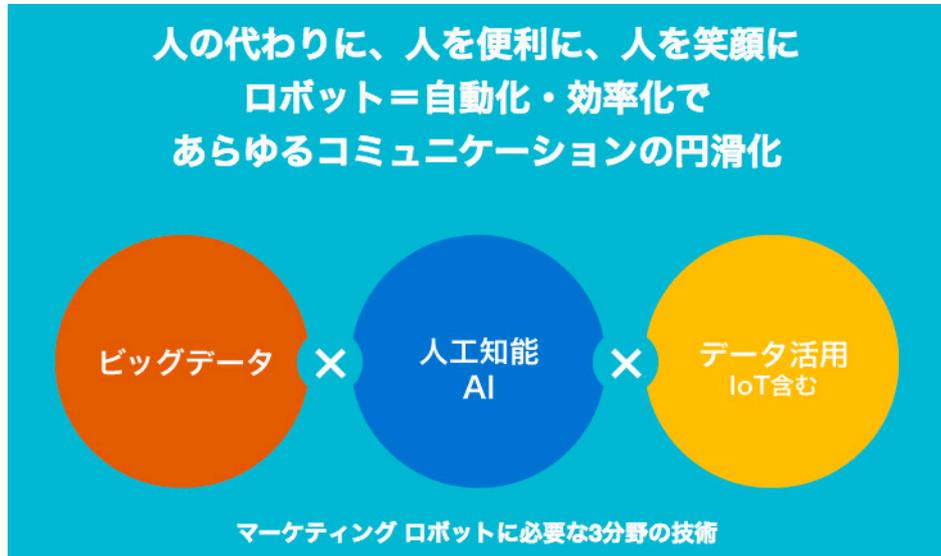
1. マーケティング PF 事業

(1) 事業特性、商品特性

同社はマーケティング PF 事業として、顧客企業のデジタルマーケティング活動を支援する様々な商品・サービスをクラウドベースで提供している。顧客企業は、マスメディアや広告に対する反応（上流）から、リスティング広告のクリック履歴（中流）を経て、自社サイトでの申し込み（下流）に至るまで一気通貫で顧客行動やマーケティング施策の効果を把握できる。同社の商品ラインの中で中核となるのが、「アドエビス」と「スリー」である。「アドエビス」は広告効果測定システムを中心とした「測定」機能に強く、そこで蓄積されたマーケティングデータを「活用」する機能により、一気通貫したマーケティングを実現する、マーケティングプラットフォームである。このツールは、各広告の成果を一元管理・可視化し費用対効果の良し悪しを簡単に把握することができる。「スリー」は、AI による完全自動運用を実現したリスティング広告運用プラットフォームであり、自動最適化、自動入稿を可能とする。同社の基盤技術は、測定したビッグデータを AI で解析し、データ活用を自動化するものである。

事業概要

マーケティングロボットの3分野を支えるソリューション群



出所：ホームページより掲載

(2) 顧客・流通

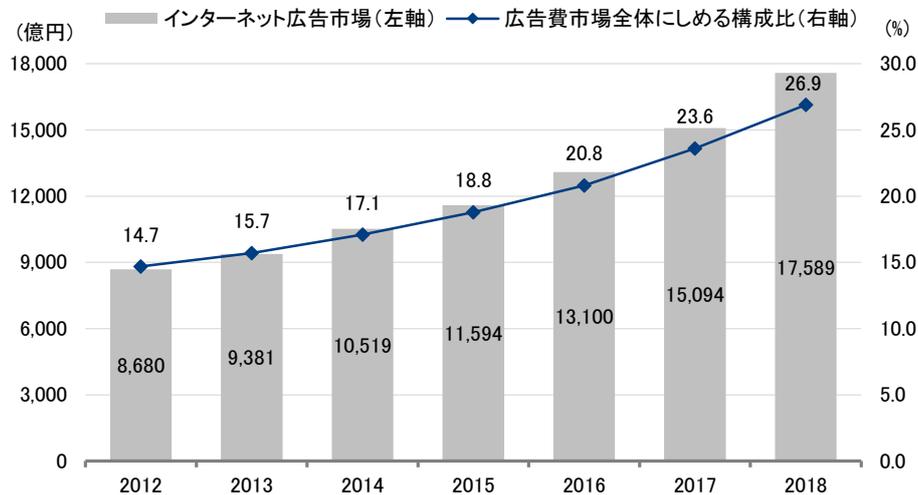
顧客はデジタルマーケティングを行う企業・団体・広告代理店などである。デジタル広告費用が月50万円を超えるようになると、「アドエビス」などのツールを使い効果・効率を求めるニーズが高まる傾向にある。営業に関しては、約300社の代理店経由と自社による直接販売がある。ちなみに、公開可能な導入実績（「アドエビス」及びDMP活用）として、ライオン<4912>（トイレタリー）、（株）ECC（教育）、（株）やずや（通販）、アイフル<8515>（金融）、NTTデータ<9613>（通信）など多様な業種で活用されている。2018年8月にはアドエビスの専門知識を持つパートナーを認定する制度「EBiStar」を新設しており、同年10月には、（株）電通ダイレクトマーケティング、トランスコスモス<9715>、フルスピード<2159>などを含む第1回EBiStar取得企業42社が発表された。

(3) 市場・競合

インターネット広告市場は継続的に成長しており、同社には追い風となっている。2018年のインターネット広告市場規模は1兆7,589億円と推定され、広告市場の4分の1を超えて益々存在感を増している。スマートフォン広告の増加、動画広告の増加、SNS広告の増加、アドテクノロジーの進化を背景にした運用型広告の拡大などが主な要因である。出稿するメディアの多様化は一元管理のニーズを高めていると考えられ、この点でも一気通貫のプラットフォームを持つ同社にとっては追い風である。

事業概要

インターネット広告市場の推移



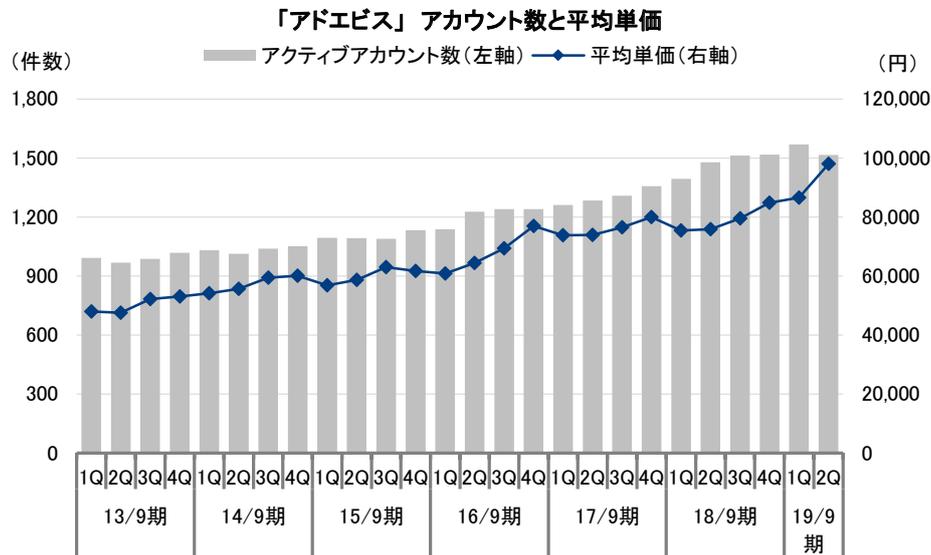
出所：電通 <4324> 「日本の広告費」よりフィスコ作成

広告効果測定に限定して市場及び競合状況整理をすると、3つのセグメント（ローエンド顧客、ミドルエンド顧客、ハイエンド顧客）に分けることができる。ローエンド顧客は、ネット広告出稿量が少なく、Google アナリティクスなどの無料サービスでニーズが満たされている。ミドルエンド顧客は、同社の対象顧客であり、月額50万円以上のネット広告出稿を多様なメディアに行っており、一元管理や効果・効率を求めている層である。ハイエンド顧客は、さらに大規模な広告出稿を行い、カスタマイズの自由度が高く専門性が高い。Adobe Analyticsがこのニーズに応える代表的なツールであり、同社の月額単価とは数倍の価格差がある。同社は、ミドルエンド市場に特化して展開しているため、競合サービスとは棲み分けが成されている。同社は、広告効果測定市場において市場シェア44.2%を獲得し、2位に2倍以上の差を付けている。

(4) 重要な経営指標 (KPI)

マーケティングPF事業の重要な経営指標 (KPI) は、「アドエビス」のアクティブアカウント数と月額平均単価である。2019年9月期第2四半期末のアクティブな顧客数は1,516件（前年同期末比で37件増加、前期末比で2件減少）となった。件数の伸びが鈍化した背景には新価格体系への移行がある。顧客単価（平均月単価）においては、98,042円（前年同期比で22,196円増加、前期比13,124円増加）に増加した。既存顧客においても新価格体系への移行が完了したために大幅な顧客単価上昇となった。マーケティングPF事業の売上高は「アカウント数」×「月額平均単価」で算出され、2019年9月期に入ってから単価の上昇が増収に貢献している。

事業概要



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(5) ビジネスモデルの特長

マーケティング PF 事業の事業特性は、ライフタイムが長いストック型ビジネスということである。顧客獲得のためのマーケティング及びセールス投資が先行するものの、回収後の長いライフタイムを通じて、安定収益を獲得していくモデルとなっている。1回契約すると平均では3年以上継続するため、顧客数が積み上がる傾向にある。したがって、同社はマーケティングやセールスへの積極的な投資を先行させ、中長期的な収益拡大を目指す方針を取っている。マーケティング及びセールス部門費用の対売上高比は適正值である30%（2019年9月期第2四半期）である。

2. 商流 PF 事業 (EC-CUBE 部門)

「EC-CUBE」は同社がプロデュースする EC サイト構築ツールである。世のツールの中で「高いカスタマイズ性」と「低コスト / 簡単」を両立し、EC サイトの質を求めるユーザーから高い支持を得てきた。現在、国内シェア No.1 のオープンソースとして Web 制作に欠かせないプラットフォームとなっている。

特筆すべきは、そのビジネスモデルで、次の特徴が挙げられる。

- (1) 無料配布
- (2) 開発は外部コミュニティが行う（一部は同社も担当）
- (3) 営業はパートナー企業が行う
- (4) 物流や決済などは外部の EC 関連事業者が行う
- (5) 同社は EC 関連事業者からのマージンを収入とする

同社からは人材や設備などの大きな投資は行わずに、顧客を含めたプレーヤーすべてが満足するエコシステムを構築している。

事業概要

EC市場全体としては、アマゾンなどの大手事業者取引が集中する傾向になり、中小EC事業者の自社サイトの取引は伸び悩む会社もある。同社としても、EC-CUBE部門の売上は横ばいである。今後も大きな投資などはしないものの、デザイン性やセキュリティの強化策を着実にやっていく。2019年1月には、子会社(株)イーシーキューブによる独立した事業運営体制がスタートし、更なる成長を模索する。

業績動向

2019年9月期第2四半期は投資回収期間に入り、 公約通り営業利益・経常利益の黒字化を達成

1. 2019年9月期第2四半期の業績概要

2019年9月期第2四半期の売上高は1,081百万円(前年同期比23.2%増)、営業利益21百万円(前年同期は70百万円の損失)、経常利益17百万円(同81百万円の損失)、親会社株主に帰属する四半期純損失46百万円(同58百万円の損失)となり増収を継続するとともに損失が縮小した。

売上高に関しては、主力のマーケティングPF事業が前年同期比31.0%増と成長をけん引した。主力サービス「アドエビス」での昨年からの新価格体系への移行により平均単価98,042円/月(前年同期比22,196円増、29.3%増)に上昇。これにより低価格帯の顧客で解約が発生し、1,516件(同37件増、2.5%増)と顧客数の伸びは鈍化した。結果として単価向上が寄与して大幅増収となった。商流PF事業ではEC受託開発業務(ソリューション)の移管の影響が残り同15.1%減となったが、全社としては同23.2%増と増収基調が鮮明になった。

営業利益に関しては、2019年9月期は投資回収期という位置付けどおり、第2四半期で黒字化を達成した。人件費の84百万円増、サーバー費等の原価の増加32百万円増などのコスト増があったものの、マーケティングPF事業の増収効果が上回った。なお、2019年9月期第2四半期は訴訟関連損失60百万円を特別損失に計上したため、親会社株主に帰属する四半期純損失は46百万円となったが、一過性であり下期以降は発生しない。

2019年9月期第2四半期業績

(単位:百万円)

	18/9期2Q		19/9期2Q		前年同期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
売上高	877	100.0%	1,081	100.0%	23.2%
売上原価	295	33.7%	333	30.9%	13.0%
売上総利益	582	66.3%	747	69.1%	28.4%
販管費	652	74.4%	726	67.2%	11.3%
営業利益	-70	-8.0%	21	1.9%	-
経常利益	-81	-9.3%	17	1.6%	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	-58	-6.7%	-46	-4.3%	-

出所:決算短信よりフィスコ作成

今後、投資回収時期に入り財務は強化される予想

2. 財務状況と経営指標

2019年9月期第2四半期の総資産は前期末比82百万円増の2,242百万円となった。そのうち流動資産は216百万円減であり、現金及び預金の269百万円減が主な要因である。そのうち固定資産は299百万円増であり、無形固定資産208百万円増が主な要因である。

負債合計は前期末比207百万円増の1,192百万円となった。そのうち流動負債は307百万円増であり、短期借入金の200百万円増および未払金91百万円増が主な要因である。

経営指標（2019年9月期第2四半期末）では、流動比率146.8%、自己資本比率46.8%となっており、中長期的な安全性に懸念はない。今後は投資回収時期となるため、財務体質は強化の方向に向かうことが予想される。

連結貸借対照表、経営指標

(単位：百万円)

	18/9 期末	19/9 期 2Q 末	増減額
流動資産	1,555	1,338	-216
(現金及び預金)	1,193	923	-269
(売掛金)	262	291	28
固定資産	603	903	299
(無形固定資産)	325	533	208
総資産	2,159	2,242	82
流動負債	604	911	307
(短期借入金)	200	400	200
(未払金)	123	215	91
固定負債	379	280	-99
負債合計	984	1,192	207
純資産合計	1,174	1,050	-124
負債純資産合計	2,159	2,242	82
<安全性>			
流動比率(流動資産÷流動負債)	257.2%	146.8%	-
自己資本比率(自己資本÷総資産)	54.4%	46.8%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2019年9月期は通期で20%を超える増収、 人員増をこなして黒字化予想

同社は、期初の時点では、2019年9月期の業績に影響を与える未確定な要素が多いため、通期の業績予想をレンジ形式により開示している。2019年9月期通期の業績予想は、売上高で2,250～2,350百万円（前期比24.7～30.2%増）、営業利益で0～50百万円（前期は98百万円の損失）を予想する。

売上面では、主力のマーケティングPF事業が引き続きけん引する予想である。上期に顕在化した新料金改定に起因する解約への対策としては、「既存顧客へ更なる価値提供によるカスタマーサクセスの実現」に取り組む。具体的にはカスタマーサクセス本部（旧サポート部門）の人員採用を増やし、育成を強化する。顧客数の伸びが戻れば、新料金プランによる単価上昇及び連携サービスによる追加売上などと相まって、増収ペースが上がることが予想される。通期売上高予想（中央値）に対する上期進捗率は47.0%。期末に向けて売上が積み上がるストック型ビジネスである同社の特性を考えると折り返しは順調だ。

利益面では、上期に営業利益・経常利益の黒字化を達成し、通期でも営業利益の黒字化を予想する。戦略的にカスタマーサクセスの増員などで人件費は増えるものの、全社としては人員増のペースを鈍化させる予定だ。通期営業利益予想（中央値）に対する上期進捗率は84.2%。弊社では、通期での営業利益予想は幅があるが、上限である50百万円により近い着地を見込んでいる。

2019年9月期業績予想

（単位：百万円）

	2018年9月期		予想	2019年9月期	
	実績	対売上比		対売上比	前期比
売上高	1,804	100.0%	2,250～2,350	100.0%	24.7%～30.2%
営業利益	-98	-5.5%	0～50	0.0%～2.1%	-
経常利益	-115	-6.4%	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	-88	-4.9%	-	-	-

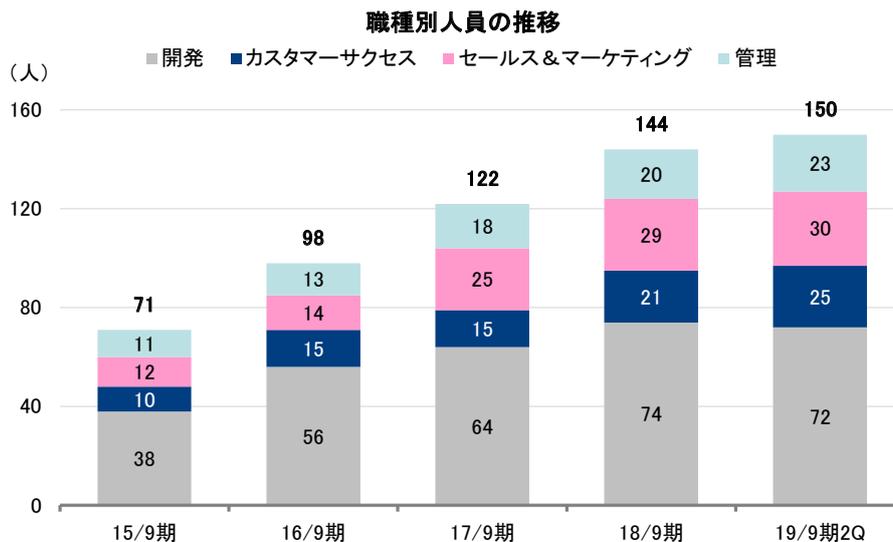
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

成長の原動力として人材投資を継続。 株式会社イルグルム (YRGLM Inc.) へ商号変更

1. カスタマーサクセス人員増強

同社における最重要な経営資源はヒトであり、人員投資は同社の成長の原動力である。これまで超売り手市場の開発人材を多く採用できた背景には、同社が関西のITベンチャーとして有名な存在であることが有利に働いている。現在採用を強化しているのはカスタマーサクセス（旧サポート）人員である。既存の優良顧客の利用頻度を向上し、連携機能の利用を含め利便性を向上させるために、手厚い支援を行うのが経営方針だ。カスタマーサクセス本部を設け、人員採用及び育成を強化する。結果として、単価の向上及び解約率の低下を狙う。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2. 働き方改革の先進事例が高い評価

同社は、2019年2月、Great Place to Work(R) Institute Japan が主催する、2019年版日本における「働きがいのある会社」ランキング「中規模部門（従業員100～999人）」において、ベストカンパニーに選出された。7年連続、8度目のランクインである。同団体では、働きがいのある会社の定義を、「従業員が会社や経営者・管理者を信頼し、自分の仕事に誇りを持ち、一緒に働いている人たちと連帯感を持てる会社」としている。参加企業の従業員は無記名で回答する。毎年約60ヶ国で7,000社、500万人を超える従業員が調査に参加する世界最大規模の従業員意識調査である。同社が高く評価された点は、従業員間の連帯感、会社の環境や制度、自社の仕事に対する姿勢などである。

株式会社ロックオン | 2019年6月6日(木)
 3690 東証マザーズ | <https://www.lockon.co.jp/ir/>

中長期の成長戦略

様々な取り組み事例があるなかで一例を挙げると、「山ごもり休暇制度」が特徴的である。この制度は、全従業員が毎年取得必須の9連続休暇制度であり、会社と一切の連絡を絶つことが義務付けられている。社内満足度も高く、社員の「つながらない権利」を守り、年次有給休暇の取得を促進する制度の特徴から働き方改革の好事例として社外からも高く評価されている。その他にも

- (1) ライフスタイルやコンディションに応じて5つのパターンから出勤時間を自由に選択できる「時差勤務」
- (2) 従業員間のコミュニケーションと学びの施設として一軒家を開放する「ロックオフ」
- (3) 自らの成長のため最大2年間の休職ができる「武者修行制度」
- (4) ランチを食べながら気軽に経営者とコミュニケーションできる「CEO ランチ」

など、働き方改革が叫ばれる前から数々の取り組みを行ってきた。これらの点も就職市場から評価され、同社は売り手市場の中でも人材採用が順調に行っていると考えられる。

働きがいのある会社 取り組み事例

取り組み名	内容
山ごもり休暇制度	毎年取得必須の9連続休暇制度。会社と一切の連絡を絶つことが義務付けられている。社内満足度も高く、社員の「つながらない権利」を守り、年次有給休暇の取得を促進する制度の特徴から働き方改革の好事例として社外からも高く評価されている。
時差勤務	ライフスタイルやコンディションに応じて5つのパターンから出勤時間を自由に選択できる。
ロックオフ	従業員間のコミュニケーションと学びの施設として一軒家を開放する。
武者修行制度	自らの成長のため最大2年間の休職ができる。
CEO ランチ	ランチを食べながら気軽に経営者とコミュニケーションできる。

出所：ヒアリング、ホームページよりフィスコ作成

3. 株式会社イルグルム（英語表記：YRGLM Inc.）へ商号変更

2019年8月より、株式会社イルグルム（英語表記：YRGLM Inc.）へ商号を変更することを発表した。「YRGLM」は意味を持たない文字列である。まだ見ぬ理想の社会を「YRGLM」と定義した。その理想の世界 YRGLM の実現を目指す組織像を「5つの輪ゴム」で表現。輪ゴムは使う人によって様々な意味を持つ、無限の可能性の象徴である。重なり合う形は社員の強い和を表現している。上場から5年経ち、2020年には創業20周年の節目を迎えるなか、自社の提供価値と目指すゴールを再確認し、新社名のもとで更なる飛躍を目指す考えだ。

株式会社ロックオン | 2019年6月6日(木)
 3690 東証マザーズ | <https://www.lockon.co.jp/ir/>

中長期の成長戦略

「株式会社イルグルム」へ商号を変更

2019年8月1日より、
 「株式会社イルグルム（英語表記：YRGLM Inc.）」へ
 商号を変更することを決定いたしました。



出所：決算説明会資料より掲載

それぞれの企業が独自の価値を提供することによって発展する社会。

私たちはそのまだ見ぬ理想の世界を「YRGLM」と名付けました。

まだこの世に存在しない未来像を示すために、既存の言葉に由来を持たない「意味を持たない文字列」を語源としました。

どこにもない企業を目指すために選んだ、どこにもない名前です。

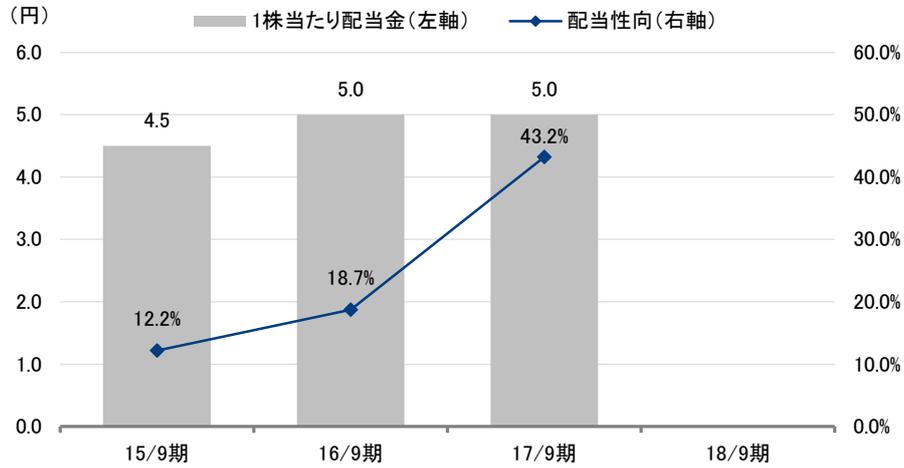
株主還元策

2019年9月期の配当予想は未定

同社は株主還元策として2017年9月期まで配当を実施してきた。一方、2018年9月期は、経営成績及び財政状態を勘案し無配となった。2019年9月期の配当に関しては、現時点では業績に与える未確定な要素が多いため、期末配当予想額は未定である。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ