

confidential

事業計画及び成長可能性に関する事項



From the
Stations

駅から始めよう

2021年12月



- 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
- 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
- 認識するリスクと、それらへの対応策





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。



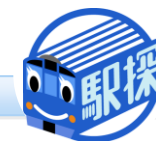
当社の目指す方向性

「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





創業時から蓄積してきた当社グループの事業資産を活用して、
乗り換え案内+α（アルファ）の領域へ事業展開

【技術データ資産】

乗り換えエンジンと
検索データ

データ運用25年
月間乗換数：5,000万

鉄道サポート100%
(全国9,500駅以上)
バスデータ
(全国325社局)
その他空港データ

乗換案内機能を
マーケティング機能
に転換

【メディア資産】

駅探ドットコム



「駅名 ○○」の
キーワードに強い
ドメインカの利活用

バーティカルメディア・
地域メディア等
多メディア展開

【顧客資産】

通信キャリア
不動産・求人・飲食
運営メディア企業
全国の電鉄事業者
全国の自治体

事業提携の強化

バーティカルメディアへ
のコンテンツ提供
広告クライアントとして
広告商材の掲載

【グループ資産】

(株)サークア



女性向けに
月間50~80億IMP配信
アドネットネットワーク

(株)ラテラ・インター
ナショナル



国内・海外ガイドブック
制作のシェアNo1



旧

旧来モデル

新

新事業モデル



「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
現在フェーズでは「バーティカルメディア」「広告配信機能」が重点テーマ

ビジネスモデル：バーティカルメディア



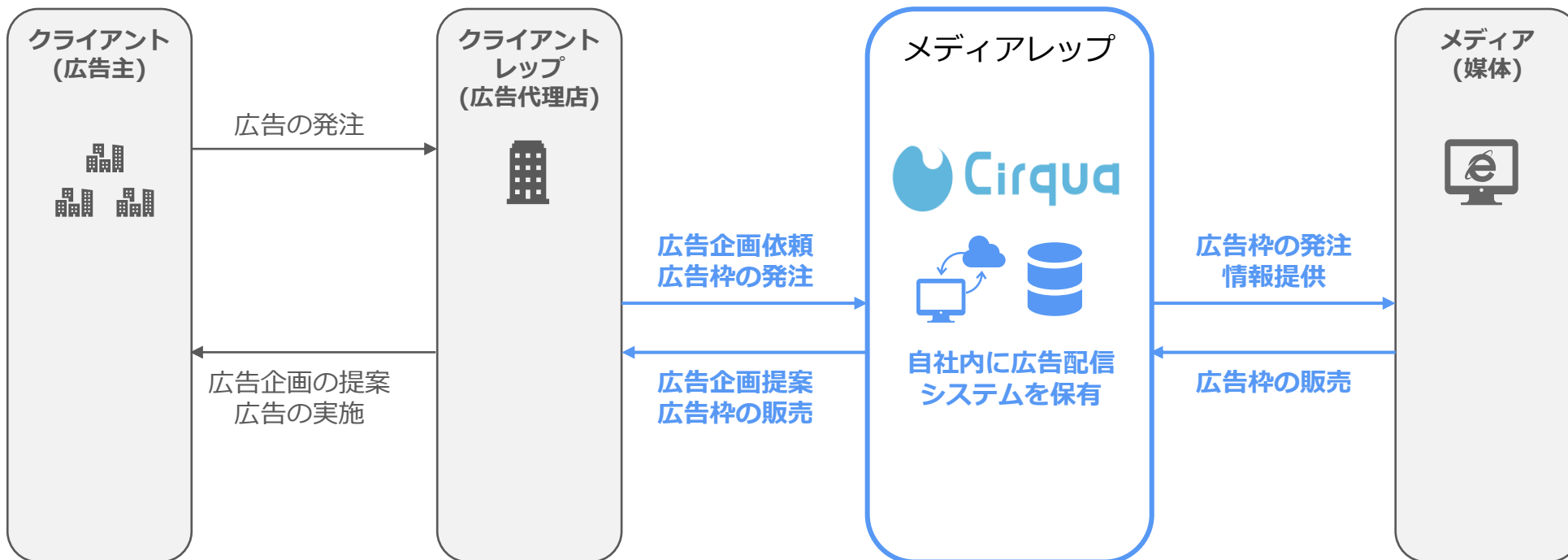
- 2021年11月にバーティカルメディア「駅探PICKS（ピックス）」サービス開始。
- 第1弾は脱毛ジャンル：<https://ekitan.com/media/epi/>
- 事業の商流としては、SEOを中心とした集客を行い、広告主への販促・送客支援による収益。
- 集客においては、（株）サークアの広告運用ノウハウを活かした集客を実現。



ビジネスモデル：広告配信機能（（株）サークアの主事業）



- 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。
- 自社開発の広告配信システムを用いて、広告オペレーションの効率化、広告効果の可視化。



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】

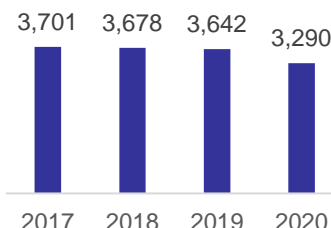


- 地域マーケティングプラットフォームにより、Web・デジタル化などDXが求められるリアル広告・販促媒体の課題を解決し、生活者に最適な情報を提供。
- 鉄道事業者やリアル広告代理店等、既存の取引先との協業を積極的に推進。

出所：2020年日本の広告費_電通

DM

3,290億円

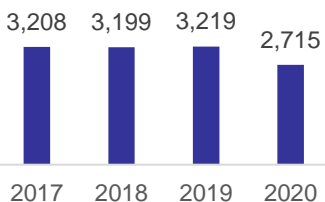


- 属性や購買履歴から最適化される
- 選挙や防災等公共性の高い事業でも重要視

- 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

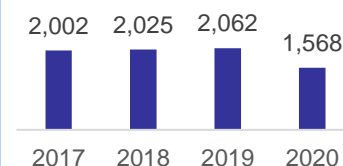


- 地域の重要な情報発信源となっている
- 全国に戸別配達される新聞のカバー率の高さが強みとなる

- 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

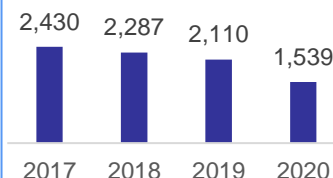


- 移動中に自然とアプローチでき、生活の導線上にあり繰り返して訴求できる

- 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

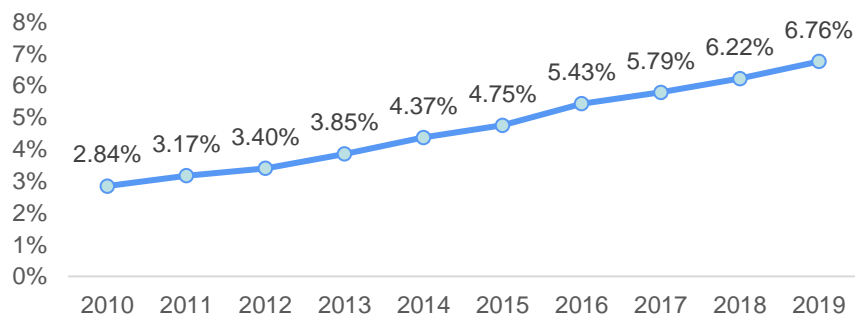
課題

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。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、ラテラ・インターナショナルの旅行事業者とのネットワークや地域コンテンツ**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。

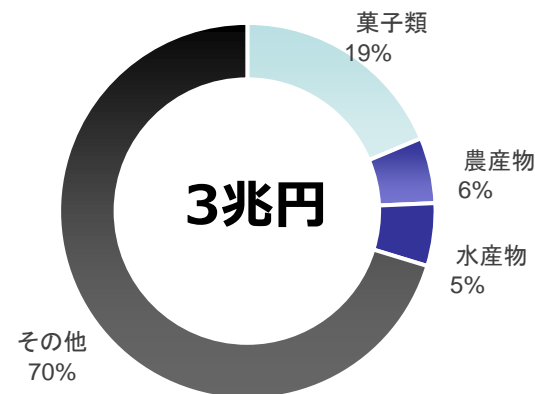
物販のEC化率



- 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

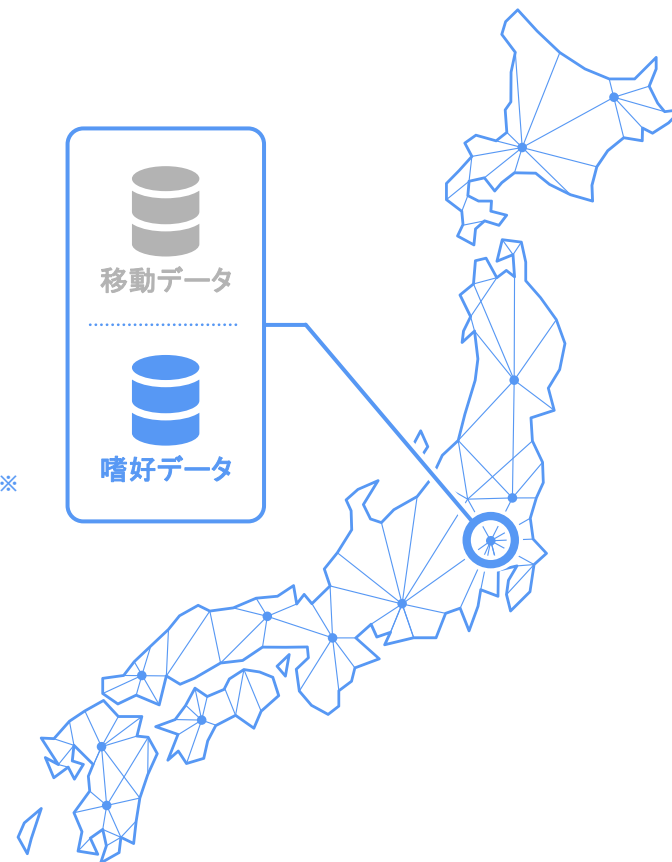
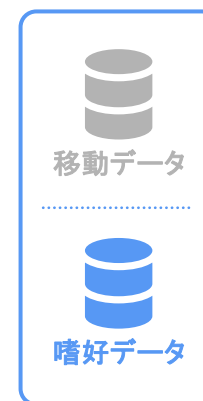
▶ 移動に関するデータ

- ・ 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

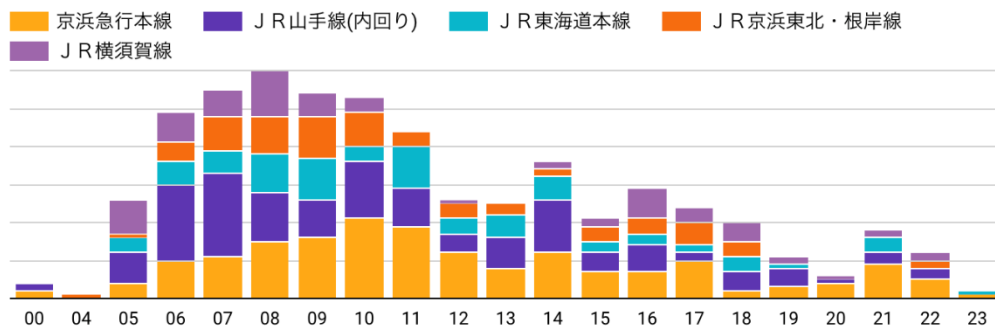
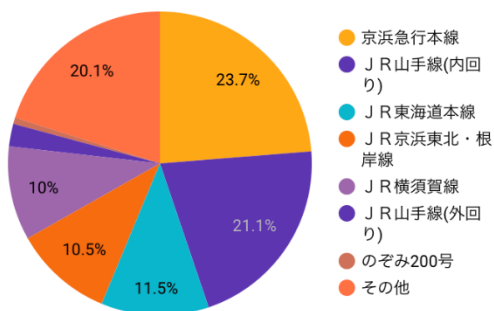
※現在構築中。
他事業者と連携してデータを構築



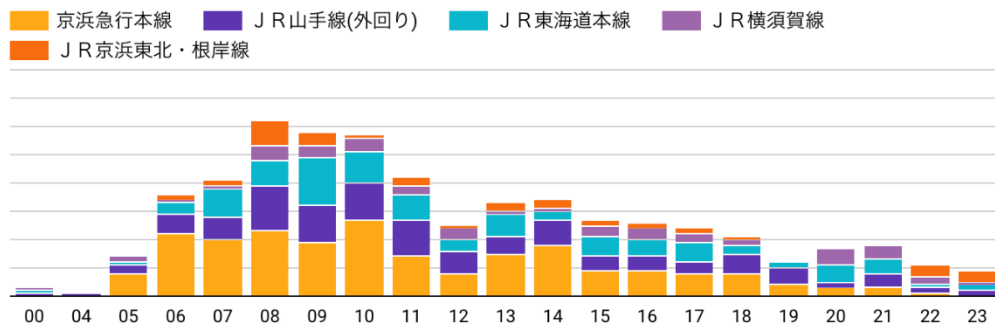
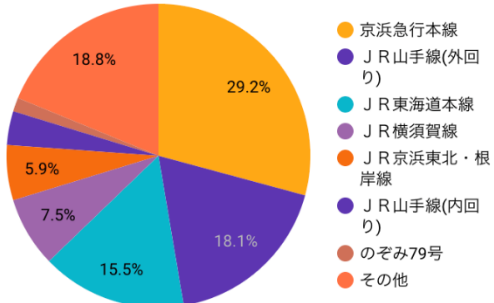


- 駅の乗降・乗換・時間を示すサンプルデータ(品川駅)。
- 路線から路線までの移動傾向が分析可能(例えばターミナル駅であれば、この移動路が何時に混雑するか等)。
- 駅構内の交通広告のメディア効果算定や、デジタルサイネージへの広告配信最適化に活用。

この路線から



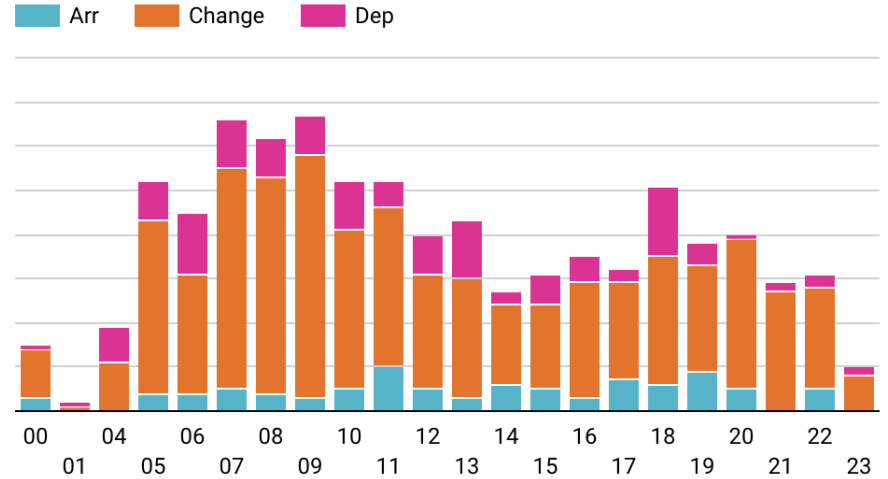
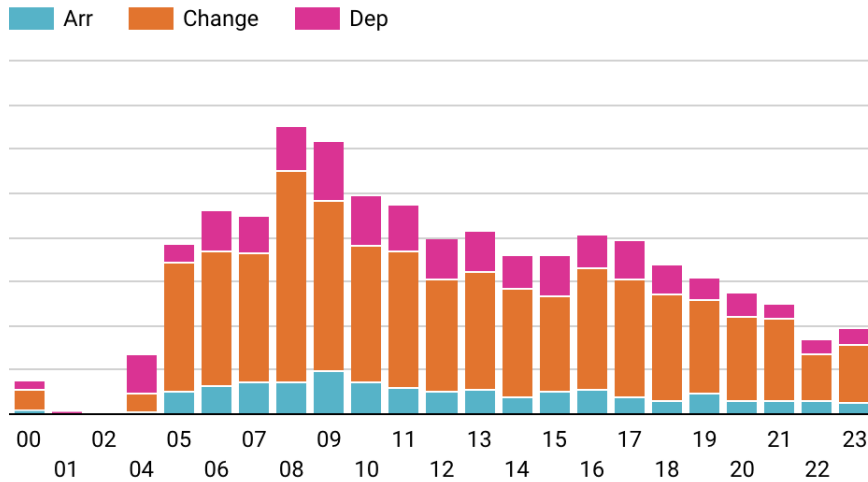
この路線へ乗り換え





- 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。

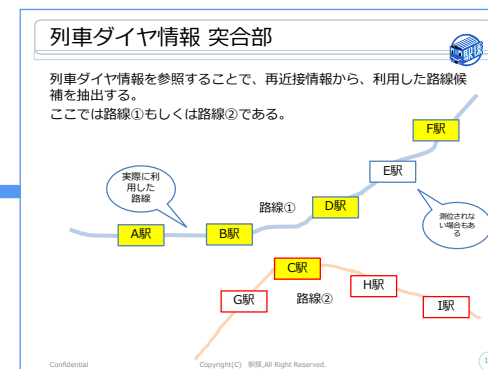
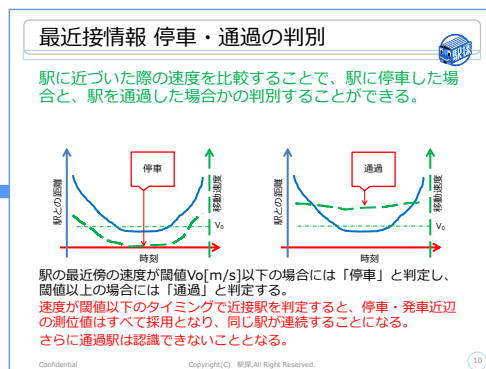
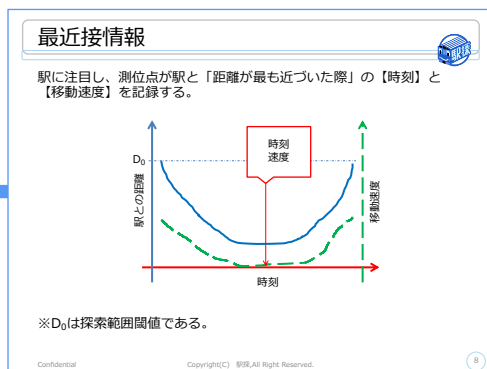
※以下、東京駅・船橋駅の乗車・乗換・降車データ





- 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。

はび旅
AUI海外旅行保険 (iPhoneApp)

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。

1. 乗車に連動して駅や電車に乗ると...
2. 路線や列車の情報が自動的に表示される。
3. ユーザーは安心で電車に乗ることができる。
4. このアプリは、外国人観光客の方々の乗換案内の提供に役立ちます。

Confidential Copyright(C) 駅探, All Rights Reserved.

参考：リアル広告媒体との連携事例【フリーペーパー】



- ラテラ・インターナショナルが発行するフリーペーパー「TOKYO TRAVEL GUIDE」の都心路線図とアプリダウンロード情報を掲載。全国の出張ビジネスマンに対して、駅探アプリのダウンロード促進。



■ 配布箇所：都内各エリア周辺のホテル、観光案内所など約200箇所



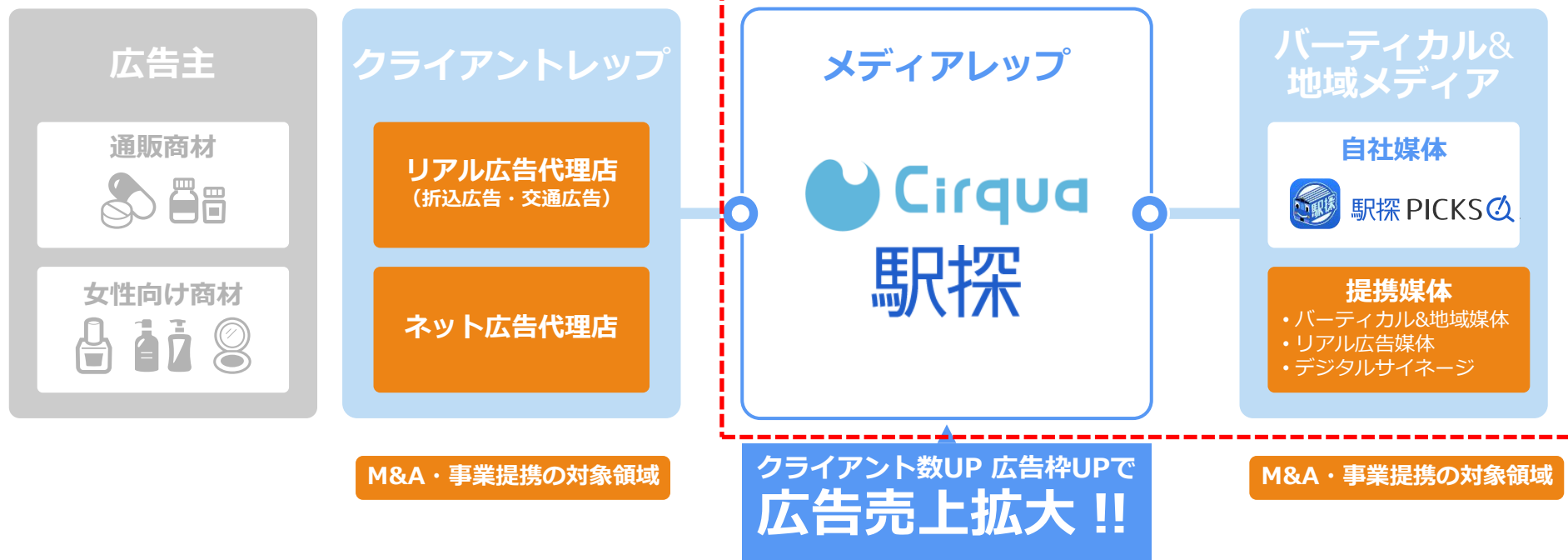
原則、フロントでの手渡し配布を行っておりますが、一部ではパンフレットラックに設置して配布しております。



競争力の源泉・ユニークなポジショニング【広告バリューチェーン】



- 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。
- 当社グループ内に、広告代理店の機能とWebメディアの機能を保有し、広告主・広告代理店からの広告売上を自社内のメディア収益とすることが可能。高粗利が実現可能なユニークなポジショニング。
- 更に、今後は、リアル広告代理店&ネット広告代理店との積極的なM&A・事業提携を推進。
（※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）
- また、広告枠の拡大として、提携媒体との積極的なM&A・事業提携を推進。

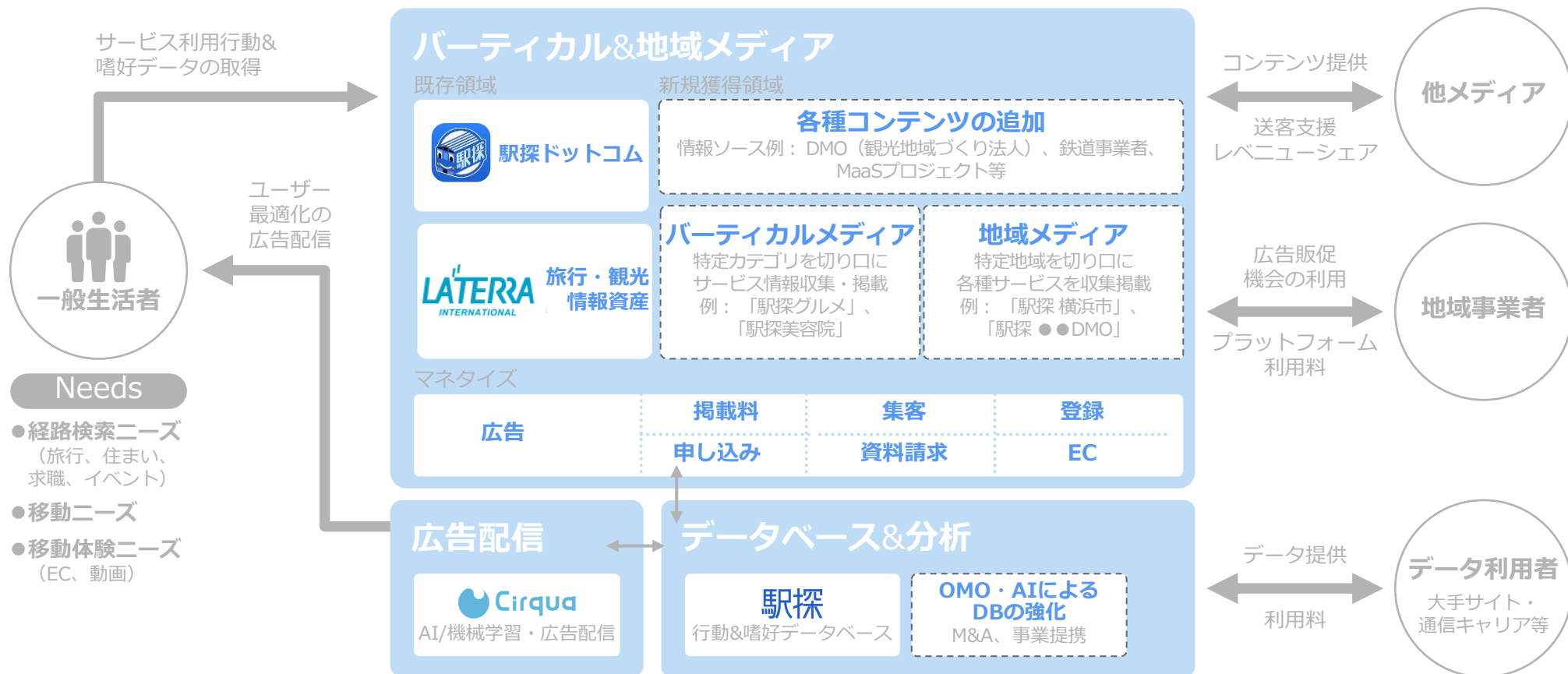


今後の事業展開【地域マーケティングプラットフォームの構築】



- 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

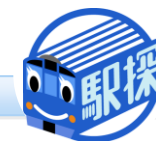


今後の事業展開【データベースの利活用】



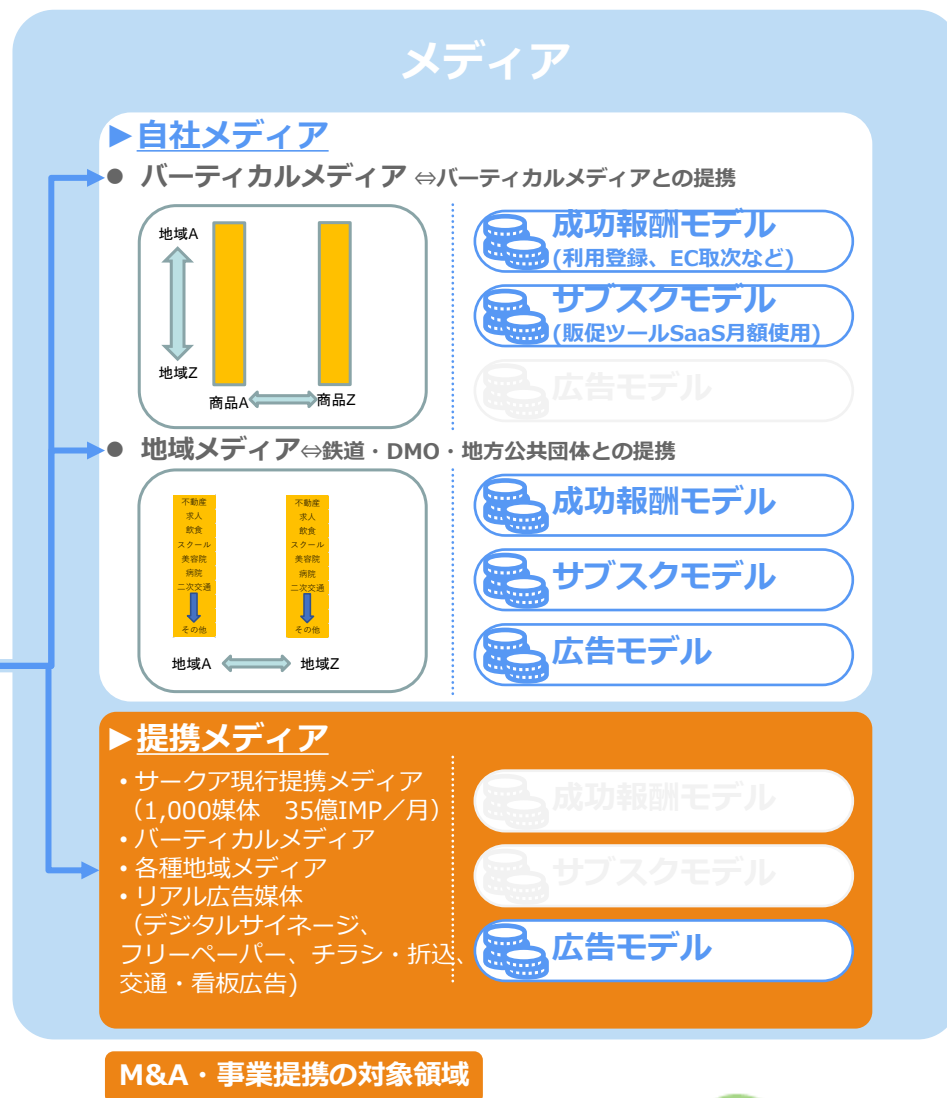
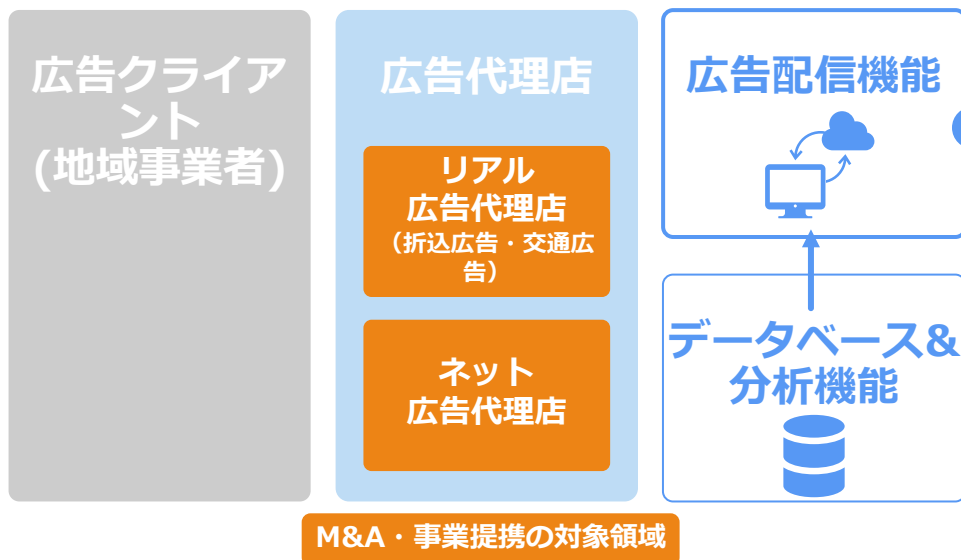
- 月間約5,000万件の検索利用がある「駅探のデータベース」とAI機械学習機能に基づく「サークアの広告配信技術」を用いて、当社のデータベースを利活用。
- 外部の事業者にプラットフォームを公開することで、データの集積を促進。





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



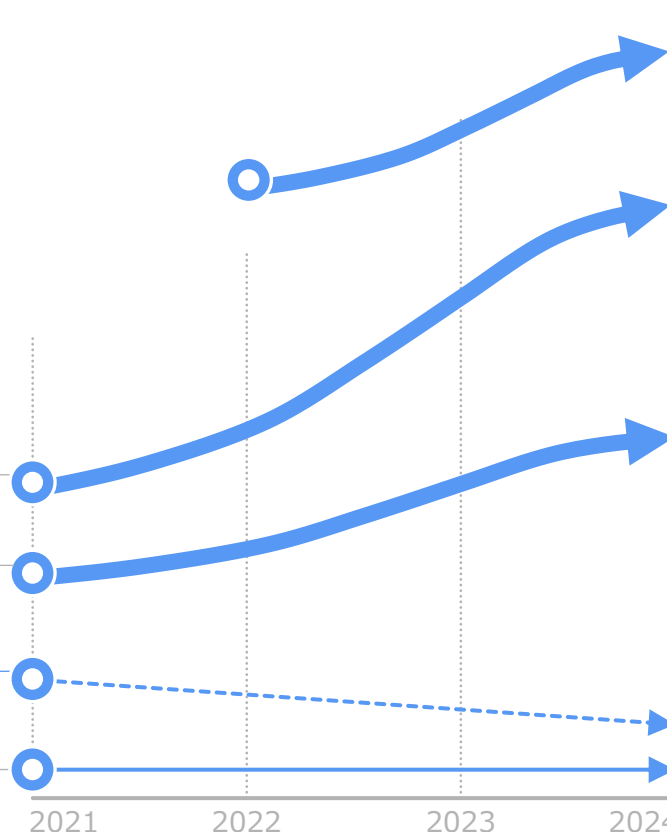
広告配信



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



地域マーケティングプラットフォーム

駅探ドットコム
(乗り換え案内メディア)

サイト訪問者・利用数



広告単価

SEO対策強化・サイトUIの改善・アプリダウンロードの増加

駅探PICKS
(パーティカルメディア)

サイト訪問者・利用数



送客率・送客単価



メディア数

SEO・広告配信機能の強化

良質記事の増加

自社・他社リソースの活用

広告配信

広告配信
(サークア等)

広告配信数



クリック率・単価

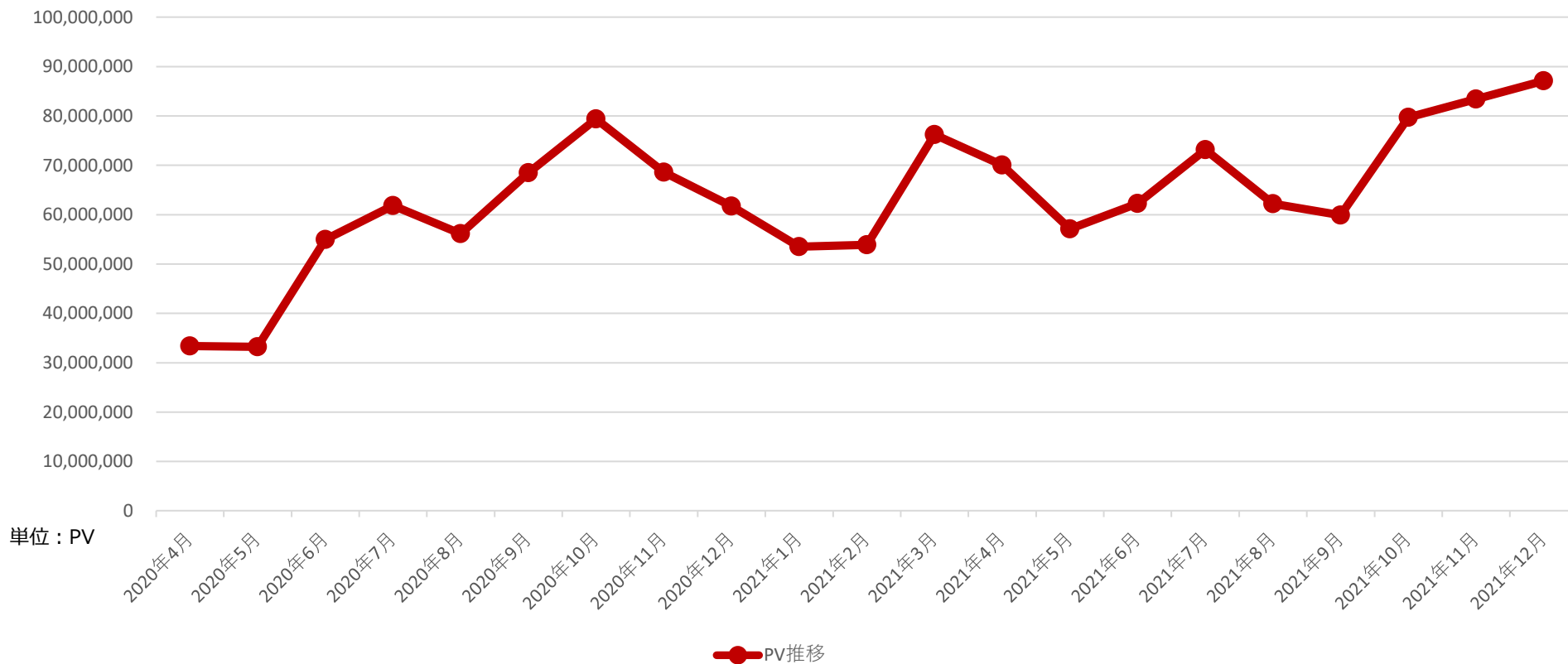
広告商材・配信メディアの拡大

広告クリエイティブの強化





新型コロナウイルス感染症拡大による移動制限の影響は受けるも、乗り換え案内メディアの利用について、サイトの改善施策の実行によりPVは右肩上がり



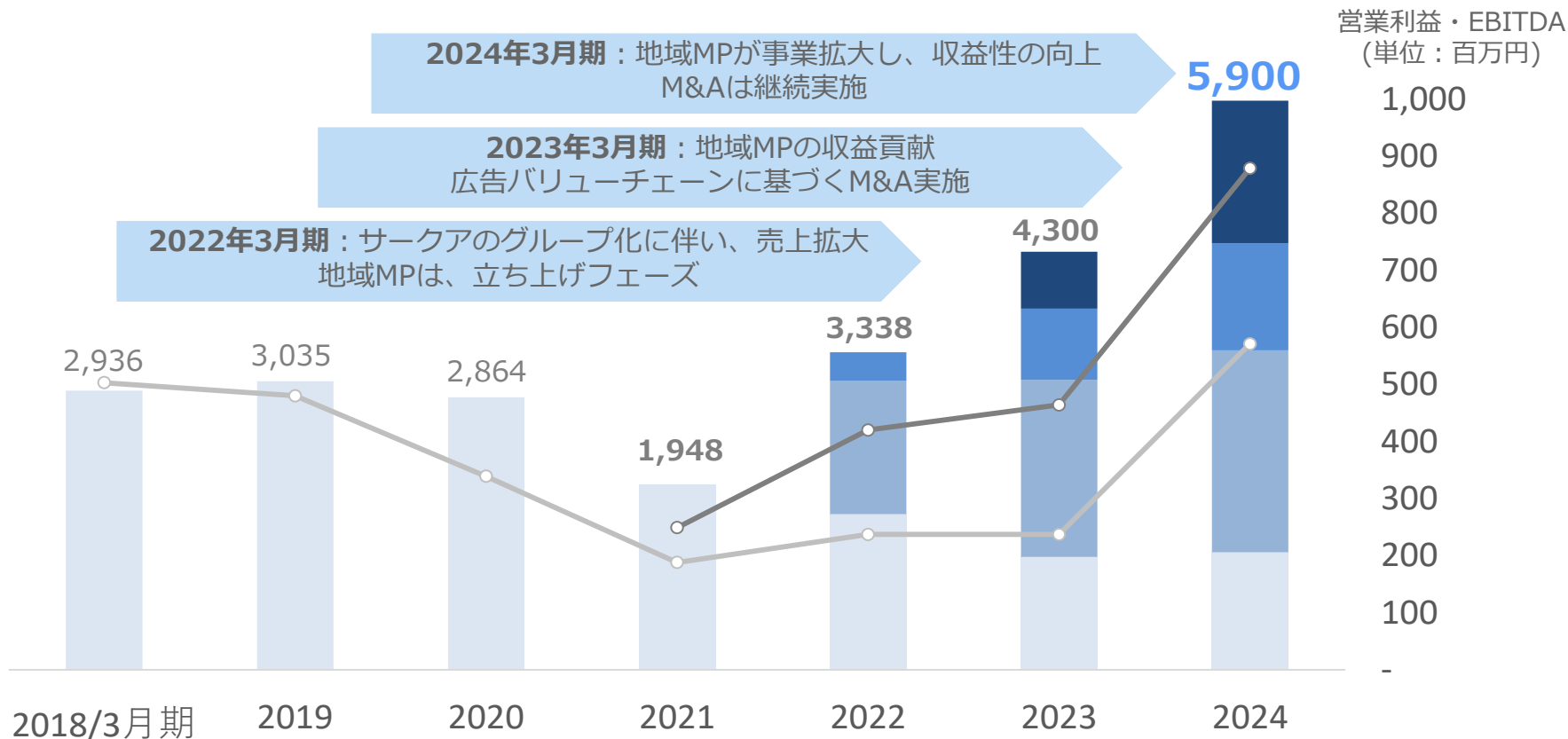
※その他の経営指標について、ビジネスモデルの転換期の新規テーマとし次回以降に推移説明予定



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





数値計画達成に向けて、各テーマにおいて具体的な施策を実施

事業年度	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
地域マーケティングプラットフォーム	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 既存メディアの収益拡大 ◆ 新規バーティカルメディアのサービス開始 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 新規メディアのサービス開始（5～10ジャンル） ◆ 特定バーティカルメディアのアプリ化 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 新規メディアのサービス開始（5～10ジャンル） ◆ D2C/EC事業の基盤構築
広告配信（サークア等）	<ul style="list-style-type: none"> ◆ サークアのグループ化 ◆ 広告配信事業への参入 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 広告配信機能の強化 ◆ 取扱広告メニュー/販路の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ M&A事業提携による広告取扱額の拡大
M&A事業提携採用等	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 事業シナジー/リソース強化を目的とした提携先のファインディング 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ メディア/広告領域での外部リソースの取得 ◆ WEBマーケティング人材の採用/育成 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ メディア/広告領域での外部リソースの取得

認識するリスクと、それらへの対応策



成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクは以下となります。
その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

事業遂行上の重要なリスク

発生可能性 ／発生時期

対応策

【重大な感染症に関するリスク】	発生可能性 ／発生時期	対応策
<p>新型コロナウイルス感染症のような大規模な感染症の発生によって、従業員等の感染や、感染防止のために従業員が出勤できなくなる等によってシステムやサービスの提供が困難になることがあります。</p> <p>また、個別事業においても、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止を目的とした企業及び消費者への活動自粛要請によって、現状としては、感染沈静化により回復傾向であるものの、移動に関連する特定広告主の広告出稿の抑制とサイトの閲覧数低下による影響による広告収入の減少等、現段階では、その影響を合理的に算定することが困難な状況にあります。</p>	中／常時	<p>当社グループは、従業員等の安全の確保と事業の継続を目的として、原則として全従業員の在宅勤務への移行と、そのための情報システムの整備・運用ルールによるテレワークの推進、オンライン商談等の励行によって、事業及び営業活動の継続に取り組んでおります。また、事業面でのリスクの対応については、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による一般生活者の行動変化を踏まえ、移動に関連する「乗換案内サービス」だけではなく、一極集中から地方分散や移動体験としてのEC等、地域での消費を喚起させていく「地域マーケティングプラットフォーム」へ事業を拡大させ、事業ポートフォリオの強化に努めてまいります。</p>
<p>【M&Aに係るリスク】</p> <p>当社グループは、グループの成長を実現するために、事業展開のスピード向上を図る目的でM&Aを積極的に行ってまいります。</p> <p>当社グループでは企業買収や事業提供を行う際に、事前にリスクを把握・回避するために、対象となる企業の財務内容や事業についてDD（デューデリジェンス）を実施しております。しかしながら、買収後に予期しない債務が発生する可能性や、事業環境や競合状況の変化等により当社グループ事業計画に支障をきたす可能性があり、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中／随時	<p>対象企業についてDDを実施し、想定外債務の可能性を回避出来るようにDDを実施する専門家とすり合わせ、詳細に調査致します。また、適正な買収価格を決定すべく、VA（バリュエーション）の基となる売り手の事業計画が実現可能か、専門家のヒアリングや面談を通じて慎重に判断してまいります。</p>
<p>【小規模組織に伴うリスク】</p> <p>当社は当事業年度末現在において、取締役7名（うち常勤4名）、監査役3名（うち常勤1名）及び従業員62名と組織の規模が小さく、内部管理体制も規模に応じたものになっております。今後規模拡大に伴い、当社グループの事業の多様化や人員増加に対して適切かつ十分な対応ができなかった場合には、当社グループの経営活動に支障が生じる可能性があります。</p>	小／低	<p>当社では、今後も事業規模に応じて業務遂行体制及び内部管理体制の一層の充実に取り組む方針であります。具体的には、有識者の積極的な採用と既存社員への教育を継続して努めていくことで、業務遂行に影響が及ぶリスクの低減を図っております。</p>
<p>【今後の事業展開に関するリスク】</p> <p>当社グループでは今後も引き続き、企業価値の継続的な向上を目指し、事業規模の拡大と収益の多様化を実現するために、当社グループのノウハウを活かした新規事業・サービスの創出及び協業・戦略的提携に積極的に取り組んでいきますが、新規の取り組みが安定して収益を生み出すまでには一定の期間を要することが予想され、全体の利益率を低下させる可能性があります。また、期待した成果があらぬ場合や、将来の事業環境の変化、予想困難なリスクの発生等により、当初の計画どおりに推移せず、投資に対し十分な回収を行うことができなかった場合、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中／随時	<p>当社グループでは、シーズ管理から各段階に合わせた会議体を設置し、市場調査、競合優位性、販売計画・戦略、投資計画など、様々な観点から慎重に検討を行い、新規事業・サービスの創出を行っております。また、新規事業・サービスへの取り組み開始後も、PDCAサイクルを管理する体制を構築し、定期的にモニタリングを行うことで、リスクの最小化を図っております。</p>



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	88名 (※グループ全体)
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

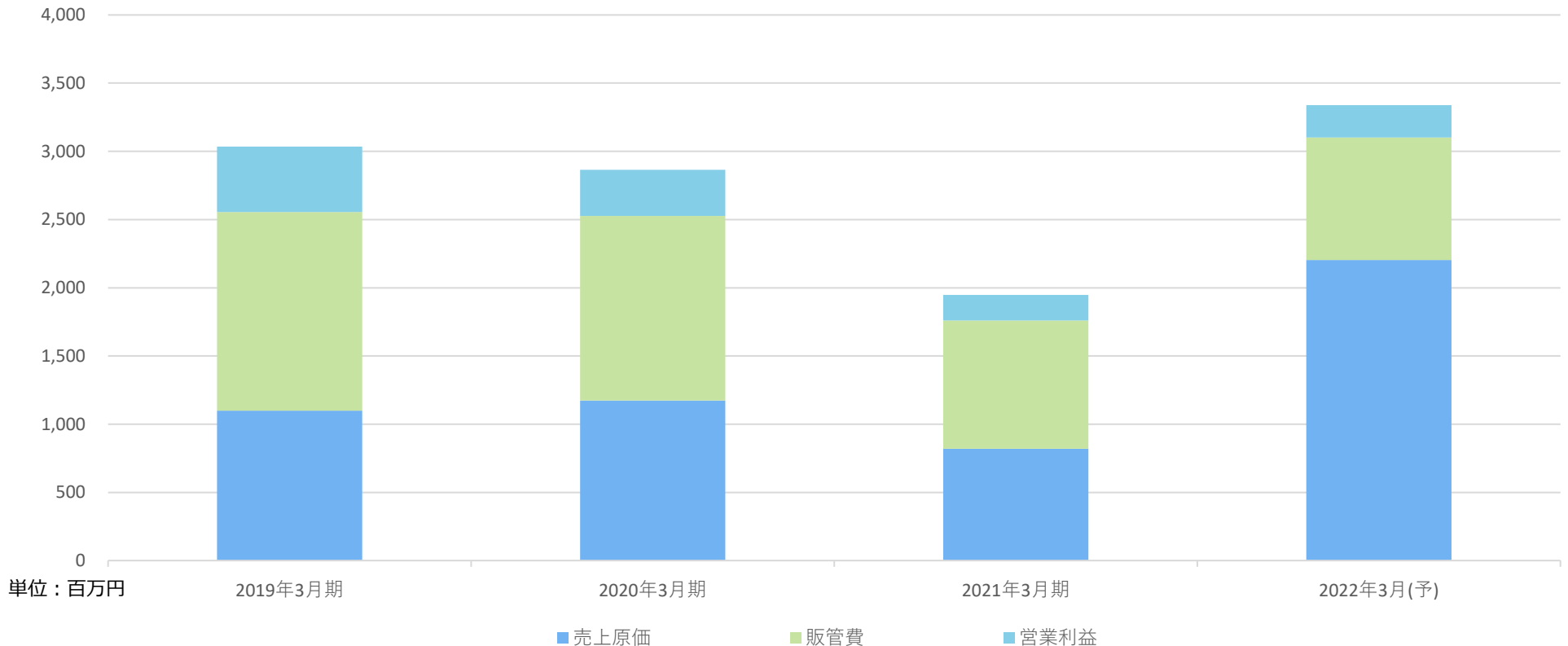




- 1999年 株式会社東芝にて、株式会社NTTドコモ iモードに乗り換え案内提供開始
- 2003年 東芝より分社化し、株式会社駅前探険倶楽部を設立
- 2008年 商号を株式会社駅探に変更
インクリメント・ピー株式会社と業務・資本提携
NTTドコモ社のiコンシェルにて「運行情報」「終電アラーム」のサービス開始
- 2011年 東京証券取引所 マザーズに株式を上場
- 2013年 株式会社シーエスアイ（現 株式会社C Eホールディングス）と
資本・業務提携契約を締結。
- 2017年 株式会社ビジネストラベルジャパンの株式を取得し、
チケットレス出張手配システム「BTOline」のサービス提供開始
- 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



新型コロナウイルス感染症拡大によって、移動に係るサービスが影響を受けるも、ビジネスモデルの転換に伴い、進行期においては過去3カ年前の売上水準に回復する計画





【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



- ◆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。



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。

独立した公認会計士又は監査法人による監査又はレビューを受けていない、過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報及び財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれていることをご了承ください。

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。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算後の5月頃に開示を行う予定です。

【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/>