

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ホットリンク

3680 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2019 年 4 月 4 日 (木)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2018 年 12 月期の業績概要	01
2. 2019 年 12 月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	05
3. 同社の強み	06
■ 業績動向	07
1. 2018 年 12 月期の業績概要	07
2. 部門別売上高の動向	10
3. 財務状況	12
■ 今後の見通し	13
1. 2019 年 12 月期の業績見通し	13
2. 事業会社別の見通し	14
3. 成長戦略	17
■ 株主還元策とリスク要因	18
1. 株主還元策	18
2. リスク要因	18
■ 情報セキュリティ対策	19

要約

SNS を活用したプロモーションサービスが急成長

ホットリンク <3680> はソーシャルメディアの投稿データの収集・分析ツールや SNS マーケティングツール等の SaaS 事業のほか、子会社の米 Effyis, Inc. (以下、Effyis) でソーシャルメディアデータの流通販売を行うソリューション事業を、また、(株)トレンド Express では中国市場をターゲットとした Web プロモーションサービスや越境 EC サービス等のクロスバウンド事業をそれぞれ展開している。

1. 2018 年 12 月期の業績概要

2018 年 12 月期の連結業績は、売上高で前期比 25.5% 増の 3,241 百万円、営業利益で同 160.9% 増の 328 百万円となった。売上高は主にソリューション事業が国内外で好調に推移したことや、クロスバウンド事業も Web プロモーションサービス「トレンド PR」※を中心に大きく成長したことにより、過去最高の売上を更新した。また、営業利益は「e-mining」等のリスク関連事業を手掛ける子会社の株式売却益 382 百万円を計上したため大幅増益となったが、同要因を除けばクロスバウンド事業における先行投資費用増や、SaaS 事業における仕入データ料金の値上がり、海外大手 SNS のデータアクセス権販売開始に伴うミニマムギャランティーなどの費用増要因もあり実質的に減益となっている。しかしながら、これら特殊な費用増要因を除けば、前期を上回る営業利益を確保しており、増益基調であることには変わりがない。

※「トレンド PR」とは中国人消費者をターゲットに自社商品の販売拡大を目指す企業に対して、SNS 上の口コミデータ分析をもとに、最適なプロモーション施策を立案し実行するサービスとなる。中国大手 SNS のデータを利用できる強みを生かしたサービスで、マーケティングにかかる費用対効果を可視化できるだけでなく、費用対効果も高いことから注目度が高まっている。

2. 2019 年 12 月期の業績見通し

2019 年 12 月期の連結業績は、売上高で前期比 31.8% 増の 4,272 百万円、営業利益で同 89.2% 減の 35 百万円を見込んでいる。売上高については引き続きソリューション事業やクロスバウンド事業がけん引役となる。クロスバウンド事業では「トレンド PR」が拡大するほか、前期に立ち上げに苦労した越境 EC サービス「越境 EC X (クロス)」※も第 2 四半期以降、売上貢献し始める見通しとなっている。一方、営業利益に関しては株式売却益がなくなるため減益となるが、同要因を除けば 89 百万円の増益となる計算だ。売上増に対して利益の増加幅が小幅にとどまるのは、クロスバウンド事業において引き続き人材投資を中心に積極投資を行うため。同社が行う SNS を活用した販売プロモーション施策は費用対効果が高く、人的リソースが不足するほど引き合いが旺盛になっているため、これら需要に対応するための先行投資費用と位置付けている。

※「越境 EC X」とは 45 万人の日中間のソーシャルバイヤーや、大手 EC モール「Taobao」の有力店舗、有力 KOL などを活用したプロモーション施策により、集客から物流までをワンストップで同社がサポートするサービス。

ホットリンク | 2019 年 4 月 4 日 (木)
 3680 東証マザーズ | <http://www.hottolink.co.jp/>

要約

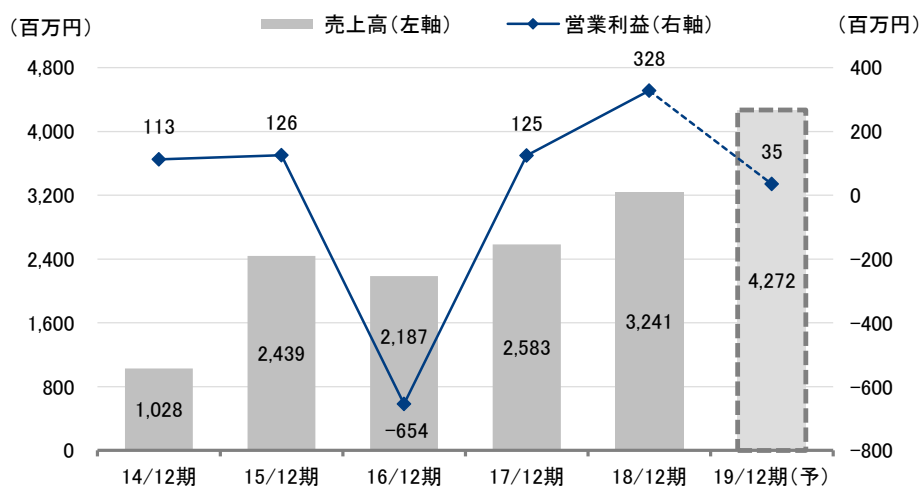
3. 成長戦略

同社は従来のソーシャルメディアの分析サービスから、分析したデータを「マーケティング」領域で活用するソリューションサービスに本格的にシフトしていくことで、高成長を目指して行く戦略だ。SaaS 事業ではソーシャルメディアマーケティングツール「BuzzSpreader (バズスプレッダー)」の AI 機能を拡充していくことで「クチコミ @ 係長」と並ぶ商品に育成していく考えた。また、クロスバウンド事業では「トレンド PR」に続いて「越境 EC X」の成長が期待される。日本から中国への越境 EC 流通額は今後も年率 20% 超の成長が予測されており、潜在的な需要が大きい。また、同サービスは商品の販売額に応じた成果報酬型のビジネスモデルとなるだけに、ヒット商品が出れば収益の貢献度も大きくなる可能性がある。当面は売上成長を優先に積極投資を行うため、利益の成長は抑えられるが、これら新サービスが軌道に乗り始めれば利益成長も加速していくものと弊社では予想している。

Key Points

- ・ 2018 年 12 月期はソリューション事業、クロスバウンド事業の好調により連続で過去最高売上高を更新
- ・ 2019 年 12 月期も積極的な戦略投資を実行し、売上成長を加速していく方針
- ・ ソーシャル・ビッグデータを活用したマーケティング支援サービスが国内外で本格拡大する見通し

連結業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

ソーシャル・ビッグデータの収集・分析ツールの提供から、 利活用サービスへと展開

1. 会社沿革

同社は、2000 年 6 月に現代表取締役社長の内山幸樹（うちやまこうき）氏が、「知識循環型社会のインフラを担い、世界中の人々が“HOTTO（ほっと）”できる世界の実現に貢献する」というミッションを掲げて創業し、社名の由来ともなっている。内山氏は大学院在学中の 1995 年に日本で最初期の検索エンジンとなる「日本サーチエンジン」の開発プロジェクトに参加するなど、インターネット市場の黎明期から、その技術開発に携わってきた経歴を持つ。

2000 年後半以降、インターネット業界で個人のブログや「2 ちゃんねる」といったソーシャルメディアが急速に普及し始めたことを契機に、同社はソーシャルメディアに書き込まれる投稿記事をベースとした分析サービスを展開していくことになる。2005 年にブログの分析を開始したのを皮切りに、2008 年には（株）ガーラバズから電通バズリサーチ事業（ソーシャル・ビッグデータの分析事業）を譲受し、現在の主力サービスの 1 つであるソーシャルメディア分析ツール「クチコミ @ 係長」の提供を本格的に開始した。

また、2012 年には、ソーシャルリスク・モニタリング事業「e-mining」を提供していたガーラバズを完全子会社化（同年、吸収合併）し、同サービスもラインナップに加えた。ただ、同サービスを中心としたリスク関連事業については 2018 年 10 月に、会社分割により（株）リリーフサインに承継し、同年 12 月に株式の過半を（有）エスフロントに売却している（株式売却後の出資比率は 34% で、持分法適用関連会社）。同社で事業戦略を「ソーシャル・ビッグデータ×マーケティング」領域中心に展開していく方針を固めたことから、2015 年 1 月にはソーシャルメディア流通企業の大手で、中国や米国の大手 SNS のソーシャルデータへのアクセス権を保有する米 Effyis を子会社化し、海外での事業基盤を構築した。また、中国からの訪日観光客が急増したことを契機に、子会社のトレンド Express（出資比率 75.0%）でインバウンド消費のトレンドを SNS 上の口コミデータから分析する定期レポート「図解中国トレンド Express」の提供を 2015 年から開始したほか、2017 年には中国市場をターゲットにソーシャル・ビッグデータを活用するプロモーション支援事業「トレンド PR」のサービスを開始した。さらに、2017 年 12 月より中国向けの越境 EC 事業「越境 EC X」を立ち上げるなど、中国市場をターゲットとしたサービスを相次いで立ち上げている。

ホットリンク | 2019 年 4 月 4 日 (木) 3680 東証マザーズ | http://www.hottolink.co.jp/

会社概要

会社沿革

年月	主な沿革
2000年 6月	東京都渋谷区代々木にて (株) ホットリンク設立 (現在は東京都千代田区)
2005年11月	(株) オプトの子会社となる
2008年 3月	(株) ガーラバズから電通バズリサーチ事業 (ソーシャル・ビッグデータの分析) を譲受
2008年 7月	ソーシャルメディア分析ツール「クチコミ@係長」正式版をリリース
2012年 5月	ソーシャルリスク・モニタリングサービスとして「e-mining」を提供している (株) ガーラバズの全株式を取得し子会社化 (2012 年 10 月吸収合併)
2012年10月	2ちゃんねるサイトを運営する東京プラス (株) 及び (有) 未来検索ブラジルと 2ちゃんねるサイトの掲載情報に関し、独占商用利用許諾契約を締結
2012年11月	ソーシャル・ビッグデータ供給企業である米 Gnip 社 (2014 年、Twitter に買収) と戦略的業務提携を行い、グローバル、全期間の Twitter データの利用権獲得
2012年12月	米 Salesforce.com 社※ ¹ 及びシナジーマーケティング (株) と資本業務提携を行う
2013年 3月	連結子会社として (株) ホットリンクコンサルティングを設立
2013年 7月	(株) 日立システムズと資本業務提携を行う※ ²
2013年12月	東京証券取引所マザーズに株式を上場
2014年 1月	ネットイヤーグループ (株) と戦略的業務提携を結ぶ
2014年 6月	ソーシャルメディアデータ流通企業である米 Effyis 社と業務提携を行う
2014年 7月	中国でナショナルブランドの統合モニタリングサービスを展開する普千社 (上海) とソーシャルメディアの分析サービスの開発・普及に向けた業務提携を結ぶ
2015年 1月	米国 Effyis 社を子会社化
2015年 5月	インバウンド消費に特化した定期レポート「図解トレンド Express」を提供開始
2015年11月	(株) ホットリンクコンサルティングの社名を (株) トレンド Express に変更、(株) ナイトレイと業務提携
2015年12月	普千社の株式を取得 (出資比率 19%)
2016年 6月	流行特急网络技术 (天津) 有限公司、Hotto Link Hong Kong Limited を設立
2016年 8月	子会社の流行特急网络技术 (天津) 有限公司が、QQ.com 教育チャンネルとの動画制作に関する業務提携を発表、中国最大のオンライン動画サイト「テンセントビデオ (V.QQ.com)」に配信開始
2016年10月	(株) トレンド Express、新浪日本総合ネットワークグループ (株)・新浪日本微博 (株)・新浪日本不動産 (株)・新浪日本旅行 (株) と業務提携
2017年 5月	米子会社の Effyis 社が、世界的なソーシャルニュースウェブサイト「reddit」を運営する米 Reddit 社と業務提携を結ぶ
2017年 6月	ソーシャルメディア運用支援サービス「BuzzSpreader」をリリース
2017年12月	トレンド Express、越境 EC へのトライアルを可能にするサービス「トレンド EKKYO」の提供開始、SNS ドラマ「CutChaTV」の配信開始
2018年10月	「e-mining」を中心とするリスク関連事業を会社分割により、(株) リリーフサインに承継、2018 年 12 月に株式の過半を売却し、持分法適用関連会社とする (出資比率 34%)

※ 1 米 Salesforce.com 社との資本提携は 2017 年に解消

※ 2 日立システムズとの資本提携は 2016 年に解消

出所：ホームページよりフィスコ作成

2. 事業内容

同社の事業は、SaaS 事業、ソリューション事業、クロスバウンド事業の 3 つに分けて開示しており、同社及び子会社 4 社（Effyis、トレンド Express、流行特急、Hotto Link Hong Kong）で事業展開を進めている。各事業の内容は以下のとおりとなる。

(1) SaaS 事業

SaaS 事業では、「クチコミ @ 係長」が主力サービスとなる。「クチコミ @ 係長」は、「2 ちゃんねる」や Twitter、各種ブログなどから収集するソーシャル・ビッグデータをもとに、自社の商品開発や販促活動、競合他社比較等の調査などに利活用する分析ツールとなる。初期費用は 10 万円で、月額利用料は 10 万円からとなっており、利用可能 ID 数や対象メディア、データ容量などによって加算され、大口ユーザーでは月額 100 万円程度まで利用する企業もある。累積導入社数は 1,000 社以上で、このうち現在の実稼働数は約 300 社となっている。業種的には消費財メーカーやサービス、金融業界など幅広い企業に導入されており、利用企業の約 8 割が大企業となっている。

「クチコミ @ 係長」の特徴は、国内最大級のソーシャルメディアデータを保有し、トレンド分析や属性分析などを簡単操作、かつリアルタイムに実行できること、また、テレビや Web ニュースなどとのクロスメディア分析、自社が保有するデータ（アンケート、コールログ等）のテキストマイニングを行うデータインポート分析機能なども実装していることが挙げられる。特に、ソーシャルメディア分析では国内ブログの約 90% をカバーしているほか、投稿サイト「5 ちゃんねる」の過去データや、全世界の Twitter データを相手先との契約に基づいてすべて収集するなど、国内では圧倒的なソーシャルメディアデータの保有量を誇っている。また、同ツールではトレンド分析などをリアルタイムで行えることから、顧客企業が自社のマーケティング施策に迅速に活用することができ、マーケティング部門における ROI（投資対効果）向上のための支援ツールとして利用されている。

その他、2018 年 5 月より販売を開始したソーシャルメディアマーケティングツール「BuzzSpreader」がある。SNS への広告出稿、アカウント運用、分析・レポート機能などをワンストップで実現できるクラウドサービスで、Twitter、Instagram に対応している。AI エンジンによる独自ターゲティングやハッシュタグレコメンドの自動生成機能により費用対効果の高いマーケティングツールとなっている。初期導入費用は 10 万円、月額利用料は 5 万円からとなっている。まだ機能開発を進めている段階で積極的な拡販は行っていないため、導入社数もわずかな社数にとどまっている。現在、運用コンサルティングプロセスを自動化する AI 機能の開発を行っており、2020 年夏頃の完成を目標としている。

(2) ソリューション事業

ソリューション事業には、Effyis（ブランド名：Socialgist）のソーシャルメディアデータ販売（データアクセス権販売）事業のほか、「クチコミ @ 係長」を構成する「データ」及び「分析エンジン」を Sier 等に提供するデータプラットフォームサービス、Twitter を活用したマーケティング支援サービス等が含まれているが、売上高の 9 割弱は Effyis の事業で占められている。

会社概要

Effyis は世界中のブログ、掲示板、Q&A、レビューサイト等のソーシャル・ビッグデータを収集し、世界の大手 IT 企業（ソーシャル・ビッグデータ分析、マーケティングプラットフォーム、BI 等のツールベンダーなど）に販売するソーシャル・ビッグデータの流通販売大手で、Twitter を除く世界中の公開型大手 SNS のデータを取り扱う最大手の企業となる。特に、中国大手ソーシャルメディアのデータに関するフルアクセス権の販売ライセンスを唯一取得しており、中国のソーシャル・ビッグデータに関する収集力では圧倒的な強みを持つ。主要顧客にはセールスフォース・ドットコム <CRM> や IBM <IBM> などグローバル IT 企業のほか、金融機関や政府機関、ベンチャー企業など数多くの企業がある。最大顧客はセールスフォース・ドットコムで、Effyis の売上高の約 7.9% を占めていると見られる。

(3) クロスバウンド事業

子会社のトレンド Express が展開する事業となる。訪日外国人の消費動向を分析した定期発行のレポートサービス「中国トレンド Express」や、顧客ニーズに合わせたカスタムリサーチサービスを提供しているほか、2017 年 6 月より中国市場でのプロモーション支援サービスとなる「トレンド PR」を、また、同年 12 月より中国向け越境 EC サービス「越境 EC X」のサービスを開始している。

このうち、「中国トレンド Express」については月額 8 万円、カスタムリサーチサービスについては 100 万円からサービスを提供している。また、「トレンド PR」は自社の商品やブランドを中国市場で認知・育成し、売上げを拡大したいといった顧客ニーズに対して、費用対効果の高いマーケティング支援を提供するサービスとなる。具体的には、同社が強みとする中国市場でのソーシャル・ビッグデータ分析に基づき、最適なマーケティング施策の企画・立案、実行と、その後の効果測定、改善提案まで PDCA サイクルを回すことで、費用対効果を向上しながら顧客の中国市場における販売支援を行っている。マーケティング施策としては同社が中国で提携する 2,000 以上のメディアサイトの中からビッグデータ分析に基づいて最適なメディアを選択し、効果的に拡散していくことになる。顧客側から見れば、データがすべて可視化できるため、客観的に費用対効果が分析できプロモーション施策のための予算を組みやすくなるといったメリットもある。1 案件（PDCA サイクル 1 回転分）当たりの料金は様々だが、平均で 300 ～ 500 万円程度となっている。

一方、「越境 EC X」は大手 EC サイトの「Taobao」内に出店する有力店舗や有力 KOL の個人店舗、日中間のソーシャルバイヤー約 45 万店舗をネットワーク化している「微店」などと提携し、これらのネットワークを使って販売プロモーションを行い、効率的に中国市場での認知度を向上させ商品の販売増を実現していくサービスとなる。集客から販売、カスタマーサポート、物流までをワンストップで提供している。対象となる商品の販売額に応じた成果報酬を得られるビジネスモデルとなっているため、プロモーション期間中に対象商品が爆発的にヒットした場合には、収益への貢献度が大きくなるといった特徴がある。

3. 同社の強み

同社の強みは、Effyis を子会社化したことにより世界最大級のソーシャルメディアデータ流通企業としての地位を確立したことに加え、同社が持つ世界レベルのビッグデータ解析技術に、Effyis が持つデータストーリーミング技術を組み合わせることで、迅速かつ高度な分析サービスを提供できるようになったこと、また、これらビッグデータを収集・分析して活用するソリューションサービスを展開できる体制が整ったことが挙げられる。

会社概要

ソーシャル・ビッグデータを収集・分析するサービスを提供する企業は多いが、これら競合の中にはソーシャルメディアのオープンデータのみをクローリングして収集、サービス提供しているところも少なくない。コストをかけずにデータを収集しているため利益率も高くなるが、同社では今後、こうしたデータの収集方法は困難になると見ている。実際、2017 年 2 月に Twitter がオープンデータの無断収集を禁止する意向を表明したほか、Facebook はデータの外販を禁止し、欧州では個人情報の取扱いがより厳格化されている。こうした市場環境の変化により、ソーシャルメディアデータの価値は今後、より一層向上していくものと予想される。こうした一連の動きは、サービスの質という観点で競合との格差が開くことを意味しており、グローバルで主要なソーシャルメディアのデータアクセス権を持つ Effyis を子会社に持つ同社にとっては追い風になると弊社では考えている。

業績動向

2018 年 12 月期はソリューション事業、クロスバウンド事業の好調により連続で過去最高売上を更新

1. 2018 年 12 月期の業績概要

2018 年 12 月期の連結業績は、売上高で前期比 25.5% 増の 3,241 百万円、営業利益で同 160.9% 増の 328 百万円、税引前利益で同 223.2% 増の 305 百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益で同 21.2% 減の 111 百万円となり、売上高は連続で過去最高を更新、営業利益も過去最高を更新した。

売上高はソリューション事業が国内外ともに好調に推移したほか、クロスバウンド事業がプロモーション支援サービスを中心に大幅伸長したことが増収要因となった。売上総利益は前期比 9.6% 増の 1,328 百万円となり、増収率に対して伸びが低くなったが、これは SaaS 事業において Twitter データの使用料値上げがあり、原価高要因となったこと、ソリューション(海外)事業において、2018 年 12 月期に新たに契約した米国外の大手 SNS データアクセス権販売に伴いミニマムギャランティーが発生したことが主因となっている。これらの要因を除いたベースで売上総利益を試算すると前期比で約 21% の増益だったことになる。

販管費は前期比 27.2% 増の 1,382 百万円となった。主な増加要因は、クロスバウンド事業における業容拡大に伴う人件費増や新規顧客獲得のための広告宣伝費増、ソリューション(海外)事業における営業人件費増によるもの。また、当期はリスク関連事業を行う子会社の株式売却益 382 百万円を第 4 四半期に計上しており、これが営業利益の増益要因となった。同社は今回の子会社株式売却で得た資金を用いてクロスバウンド事業を中心に 92 百万円の投資を第 4 四半期に前倒しで実施している(人材採用や開発投資等)。仮に、子会社株式を売却していなかった場合の営業利益を試算すると(前倒し投資費用、株式売却費用等を控除)、53 百万円であった。

なお、親会社の所有者に帰属する当期利益が減益となっているが、これは繰延税金資産の回収可能性を慎重に検討した結果、取崩しを行ったことが要因となっている。また、為替の平均レートは 1 米ドル 110 円(前期は 1 米ドル 113 円)と若干の円高となったが、Effyis の業績に与える影響は軽微であった。

ホットリンク | 2019 年 4 月 4 日 (木) 3680 東証マザーズ | <http://www.hottolink.co.jp/>

業績動向

2018 年 12 月期連結業績

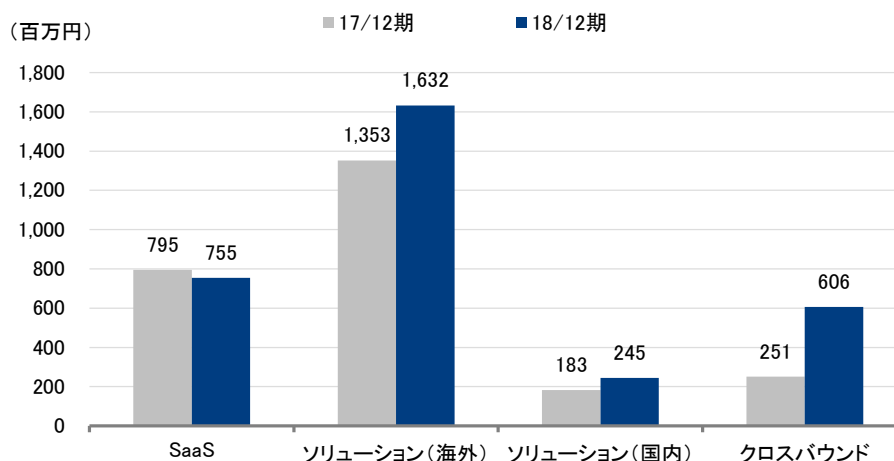
(単位：百万円)

	17/12 期		18/12 期		前期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
売上高	2,583	-	3,241	-	25.5%
売上総利益	1,211	46.9%	1,328	41.0%	9.6%
販管費	1,087	42.1%	1,382	42.7%	27.2%
その他費用・収益	1	0.1%	382	11.8%	-
営業利益	125	4.9%	328	10.1%	160.9%
税引前利益	94	3.7%	305	9.4%	223.2%
親会社の所有者に帰属する当期利益	141	5.5%	111	3.4%	-21.2%
EBITDA	486	18.8%	704	21.7%	45.0%

注：EBITDA は営業利益 + 減価償却費

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

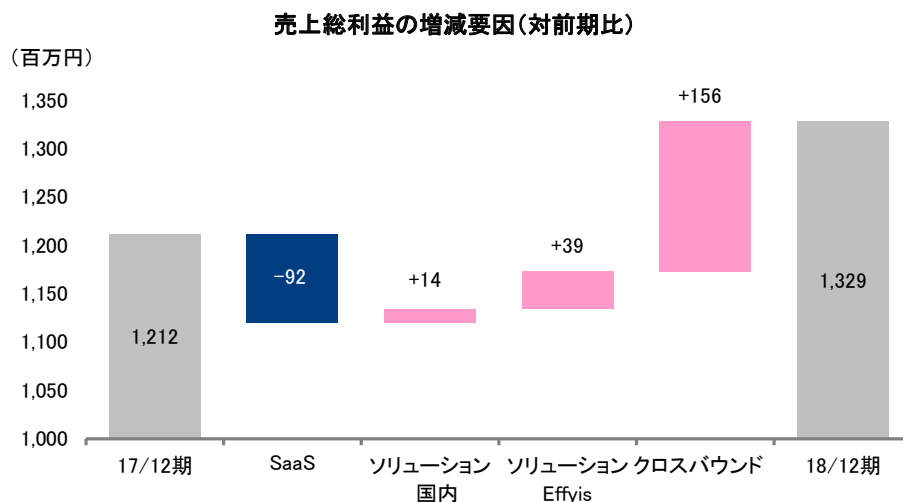
部門別売上高



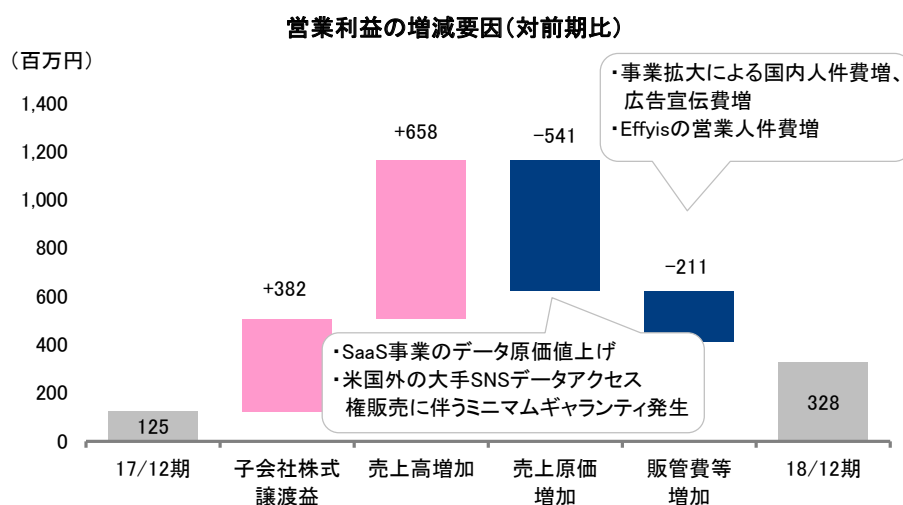
出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

ホットリンク | 2019 年 4 月 4 日 (木)
 3680 東証マザーズ | <http://www.hottolink.co.jp/>

業績動向



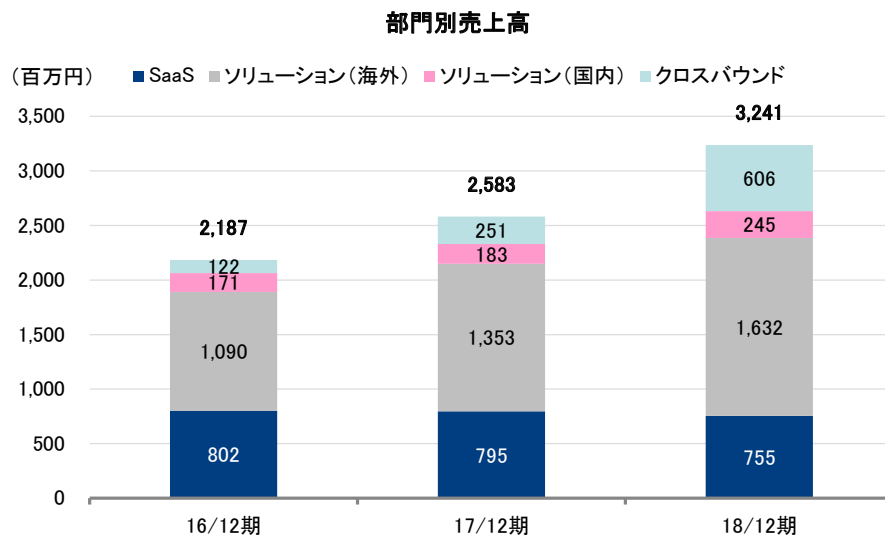
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

中国市場の販売プロモーションサービス「トレンド PR」を中心にクロスバウンド事業が本格的に拡大

2. 部門別売上高の動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) SaaS 事業

SaaS 事業の売上高は前期比 5.0% 減の 755 百万円となった。「クチコミ @ 係長」は堅調に推移したものの、「e-mining」の減少が減収要因となった。なお、「e-mining」事業を行う子会社のリリーフサインに関しては、2018 年 12 月に株式の過半を売却し持分法適用関連会社（出資比率 34%）となっている。

2018 年 12 月期は新サービスとして、ソーシャルメディアマーケティングツール「BuzzSpreader」の販売を 2018 年 5 月より開始した。同社が独自開発する AI エンジンとソーシャル・ビッグデータを活用することで、広告やアカウント運用にかかる工数を削減し、ソーシャルメディアマーケティング運用の効率化と ROI 向上に寄与するサービスとなる。Twitter のデータ値上げに対応するため API 機能の改良を行ったことでサービス開始時期が遅れ、売上への貢献はほとんどなかったものの、今後は Twitter を使ったマーケティング支援サービス（広告販売・運用コンサルティング）と合わせた販売活動を行い、拡販を進めていく計画となっている。また、将来的には労働集約型である運用コンサルティングサービスの機能も AI エンジンで実現していく考えで、2020 年夏頃のリリースを目標に開発を進めている。

(2) ソリューション事業

ソリューション事業の売上高は前期比 22.3% 増の 1,878 百万円となった。このうち Effyis の売上高は同 20.6% 増の 1,632 百万円と順調に成長した。ソーシャル・ビッグデータを経営に活用する企業が年々増加するなかで、米国や中国の大手 SNS データアクセス権の販売が拡大したほか、米国外の大手 SNS データアクセス権の販売ライセンスを新規獲得したことも増収要因となった。

ホットリンク | 2019 年 4 月 4 日 (木)
 3680 東証マザーズ | <http://www.hottolink.co.jp/>

業績動向

また、Facebook が個人情報漏えい問題によりデータ販売を中止したことも、Effyis にとって追い風になったと見られる。Facebook からデータが取れなくなったことで、他のソーシャルメディアデータの価値が相対的に上がったためだ。Effyis は今後も安定成長を継続していくため、新規メディアのデータアクセス権獲得を進めていく方針となっている。

なお、Effyis の業績は前期比 2 ケタ増収となったが、営業利益は 1 億円強のとなり前期比で 1 割程度の減益になったと見られる。新規獲得した米国外の大手 SNS 会社のデータアクセス権販売に伴うミニマムギャランティーが、第 3 四半期以降で発生したためだ。このミニマムギャランティーについては 2019 年第 2 四半期まで続くが、月額利用料は前年比 2 ケタ増ペースで右肩上がりに成長しているため、2019 年 12 月期第 3 四半期以降は増益基調に転じるものと予想される。

一方、国内のソリューションサービスについては前期比 34.2% 増の 246 百万円となった。Twitter を活用したマーケティング支援サービス（広告販売及び運用コンサルティング）を新たに開始し、約 90 百万円の増収要因となったことが寄与した。同サービスを使ったマーケティング施策により SNS 上での反響数が格段に増加するなど成功事例も多く出てきており、2019 年も高成長が期待できる領域となっている。

(3) クロスバウンド事業

クロスバウンド事業の売上高は前期比 141.6% 増の 606 百万円と大幅増収となった。訪日外国人や中国市場での消費行動を分析するレポートサービスが堅調に推移したことに加え、2017 年から立ち上げた中国でのプロモーション支援サービス「トレンド PR」が本格的に拡大してきたことが増収要因となっている。「トレンド PR」の顧客数は前期末比で 1.2 倍に拡大し、顧客単価も 2 倍に上昇した。成功事例も多く出始めており、開催するセミナーは毎回盛況で新規獲得も順調に進んでいる。

成功事例となった三越伊勢丹ホールディングス <3099> のケースでは、事前分析によるプロモーションインサイトの発掘とコンテンツ設計を行い、毎年 11 月 11 日に行われる中国 EC 業界の一大イベントである「W11 (ダブルイレブン)」向けの KOL 施策を実行したところ、サイトのファン数が 400% 以上増加したほか、施策前と比較してサイト訪問者数も 300% 以上となり、大幅な売上アップを実現した。また、某化粧品メーカーでは施策後に SNS での口コミが急増し、口コミ露出数で競合商品を超えたほか、ターゲット層の拡大や大手 EC モール「Taobao」での取扱店舗数も顕著に増加し、売上増につながったとしている。「Taobao」での商品取扱店舗に関して施策前はほとんど無かったが、施策後には 308 店舗に増加している。

ホットリンク | 2019 年 4 月 4 日 (木)
3680 東証マザーズ | http://www.hottolink.co.jp/

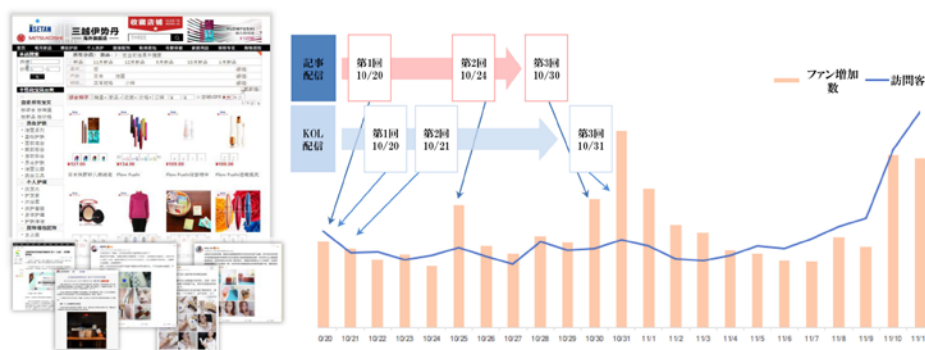
業績動向

中国向けプロモーション支援事例（三越伊勢丹ホールディングス）

継続的な施策により、ファン数と訪問客数が急拡大

事前分析によるプロモーションインサイトの発掘とコンテンツ設計を行い、毎年11月11日に行われる中国EC業界の一大イベント「11.11(ダブルイレブン)」向けのKOL施策を実行。

ファン数は**400%以上増加**。施策前と比較して**訪問客数も300%以上に成長**し、大幅な売上UPを実現！



出所：決算説明会資料より掲載

一方で、新サービスとして開始した「越境 EC X」に関しては、商品の貿易手続きに時間がかかるなど販売プロセスの構築に時間を要したことで、当初の計画よりも立ち上がりが遅れ、売上への貢献は軽微にとどまった。ただ、2018 年 4 月には中国最大級の CtoC ソーシャルコマースアプリ「微店」と業務提携し、日中間の 45 万店舗に及ぶソーシャルバイヤーのネットワークを活用できるようにするなど、販路の拡大は順調に進んでいる。現在は、販売ノウハウを蓄積・分析している段階で、事業スキームを構築後に本格的に拡販していく予定となっている。

有利子負債が大幅に減少し、財務体質が大きく改善

3. 財務状況

2018 年 12 月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 1,223 百万円増加の 5,815 百万円となった。主な変動要因を見ると、流動資産では新株予約権の行使に伴い、現金及び現金同等物が 901 百万円増加した。また、非流動資産ではのれんが 231 百万円減少した一方で、有価証券の時価評価が上昇したことによりその他の金融資産が 442 百万円増加した。

負債合計は前期末比 804 百万円減少の 1,176 百万円となった。未払法人所得税が 102 百万円増加したが、有利子負債が 1,062 百万円減少したことが主因となっている。また、資本合計は同 2,027 百万円増加の 4,638 百万円となった。新株予約権の行使に伴い資本金が 915 百万円、資本剰余金が 940 百万円増加したほか、親会社の所有者に帰属する当期利益 111 百万円を計上したことが増加要因となった。

業績動向

主要な経営指標を見ると、経営の安全性を示す親会社所有者帰属持分比率は前期末の 55.8% から 79.4% と大きく上昇し、一方で有利子負債比率が 55.7% から 7.9% に低下するなど、財務体質が大きく改善した格好となっている。2018 年 3 月に発行した新株予約権の行使をすべて完了したことにより、1,820 百万円の資金調達を行い、その一部を借入金の返済に充当したことによる。残りの資金については事業拡大のための人材採用・育成費用や M&A、資本業務提携等の戦略的投資、残りの借入金返済に充当して行く予定となっている。ネットキャッシュ（現金及び現金同等物 - 有利子負債）で見れば、2017 年 12 月期末の 352 百万円のマイナスから 2018 年 12 月期末は 1,611 百万円のプラスと大きく改善し、今後、積極的な事業投資を進めていくだけの財務基盤が整ったと言える。

連結財政状態計算書及び経営指標

(単位：百万円)

	15/12 期	16/12 期	17/12 期	18/12 期	増減額
流動資産	949	1,246	1,426	2,441	1,014
（現金及び現金同等物）	611	940	1,074	1,976	901
非流動資産	3,796	3,083	3,165	3,374	208
（のれん）	2,891	2,162	2,103	1,871	-231
総資産	4,745	4,329	4,591	5,815	1,223
負債合計	3,284	2,439	1,981	1,176	-804
（有利子負債）	2,730	1,940	1,426	364	-1,062
資本合計	1,461	1,890	2,610	4,638	2,027
（安全性）					
親会社所有者帰属持分比率	30.8%	43.7%	55.8%	79.4%	23.6pt
有利子負債比率	186.8%	102.7%	55.7%	7.9%	-47.8pt
（収益性）					
ROA（総資産税引前利益率）	1.5%	-	2.1%	5.9%	3.8pt
ROE（親会社所有者帰属持分当期利益率）	1.3%	-	6.3%	3.1%	-3.2pt
売上高営業利益率	5.2%	-29.9%	4.9%	10.1%	5.2pt
EBITDA マージン	20.1%	14.6%	18.8%	21.7%	2.9pt

注：IFRS 基準

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2019 年 12 月期も積極的な戦略投資を実行し、売上成長を加速していく方針

1. 2019 年 12 月期の業績見通し

2019 年 12 月期の連結業績は、売上高で前期比 31.8% 増の 4,272 百万円、営業利益で同 89.2% 減の 35 百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益で同 41.7% 減の 64 百万円と増収減益を見込んでいる。為替前提レートについては 1 ミドル 105 円としている。

今後の見通し

売上高については e-mining 事業の売却による減収要因（約 2.5 億円）があるものの、ソリューション事業やクロスバウンド事業で引き続き高成長が見込まれており、増収率は前期からさらに加速する見通しとなっている。一方、営業利益については前期に計上した株式売却益 382 百万円がなくなることが減益要因となる。株式売却益の影響を除けば 89 百万円の増益となる計算だ。それでも売上高の増加に対して、利益の増加が小さく見えるのは、クロスバウンド事業の成長に向けて人材投資等を積極的に進めていくことや、SaaS 事業での開発費増、Twitter データの値上げや Effyis におけるミニマムギャランティーの影響が今期も一部残ることなどが要因となっている。

2019 年 12 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	18/12 期		19/12 期		
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比
売上高	3,241	-	4,272	-	31.8%
売上総利益	1,328	41.0%	1,689	39.5%	27.1%
販管費	1,382	42.7%	1,694	39.7%	22.6%
その他費用・収益	382	11.8%	40	0.9%	-89.5%
営業利益	328	10.1%	35	0.8%	-89.2%
親会社の所有者に帰属する当期利益	111	3.4%	64	1.5%	-41.7%
EBITDA	704	21.7%	412	9.6%	-41.5%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

ソーシャル・ビッグデータを活用したマーケティング支援サービスが国内外で本格拡大する見通し

2. 事業会社別の見通し

(1) 同社

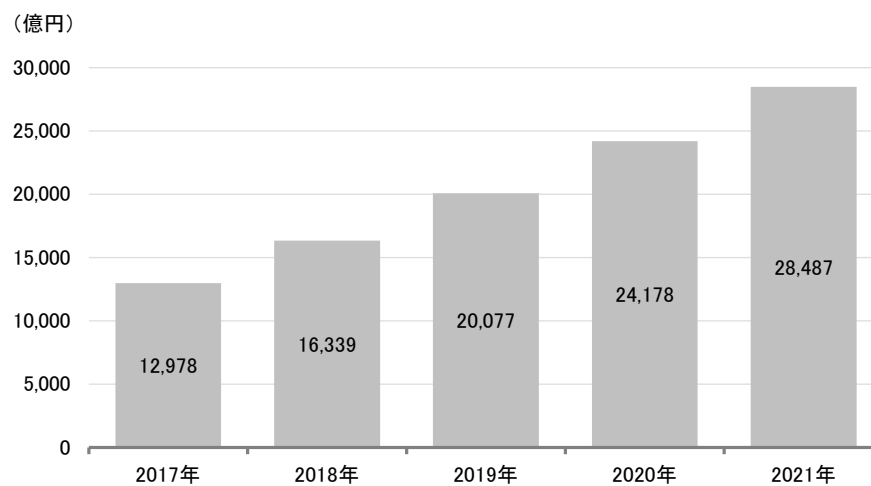
同社本体の 2019 年 12 月期の業績は、2018 年 12 月期（売上高 1,008 百万円、営業損失 127 百万円）とほぼ同水準で見込んでいる。SaaS 事業については e-mining 事業の売却により減少するものの、SNS マーケティング支援サービスの拡大でカバーする格好となる。SaaS 事業のうち、「クチコミ @ 係長」については引き続き堅調推移を見込んでおり、「BuzzSpreader」については需要が旺盛な SNS マーケティング支援サービスとのセットでの導入を進めていく方針で、売上高は数千万円程度を見込んでいる。本格的に成長するのは運用コンサルティング機能も自動化する 2020 年後半以降となる見通しだ。SNS マーケティング支援サービスについては引き合いが増えており、前期比 5 倍増の 5 億円程度の売上を見込んでいる。また、中長期的には日本での SaaS 事業を東南アジア圏でも展開していくことを視野に入れている。

(2) トレンド Express

トレンド Express の 2019 年 12 月期の売上高は前期比 2 倍増となる 11 ～ 12 億円を見込んでいる。すべてのサービスで伸ばす計画だが、なかでも「トレンド PR」が認知度の向上にともなって引き合いが増えており、売上増のけん引役となる見通し。また、「越境 EC X」についても事業体制が整う第 2 四半期から売上貢献する見通しで、通期で 1 億円強の売上げを見込んでいる。

経済産業省の「電子商取引に関する市場調査」(2018 年 4 月)によると、日本から中国への越境 EC 流通額は 2017 年の 1 兆 2,978 億円から 2021 年には 2 兆 8,487 億円と年率 22% の高成長が予測されていることから、「越境 EC X」の潜在需要は大きいと見られる。1 年前の報告書では年率 16% 成長(2016 年→2020 年)の予測だったため、勢いが加速していることになる。中国で個人の消費動向に最も影響を与えるメディアは SNS と言われており、大手中国 SNS データをフルアクセスで収集でき、高度な分析力を用いて最適なプロモーション施策を立案できる同社にとっては、今後その強みがさらに発揮されるものと見られ、クロスバウンドサービス事業の売上も大きく成長していくものと弊社では見ている。

日本から中国への越境EC流通額



出所：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」(2018 年 4 月)

トレンド Express では高い売上成長を実現するため人材投資を積極的に実施していく予定で、2019 年 12 月期末の従業員数は前期末の 24 名から 60 名まで増員する計画となっている。中国市場を SNS の活用により効率的に攻略したいとする顧客企業は多く、同社ではこれらの潜在的な顧客企業を獲得していくため、積極的な人材投資を行う時期であるとの判断だ。このため 2019 年 12 月期も人件費を中心に事業費用が前期比 2 億円程度増加し、営業損失は前期比数千万円程度拡大する見込みとなっている。

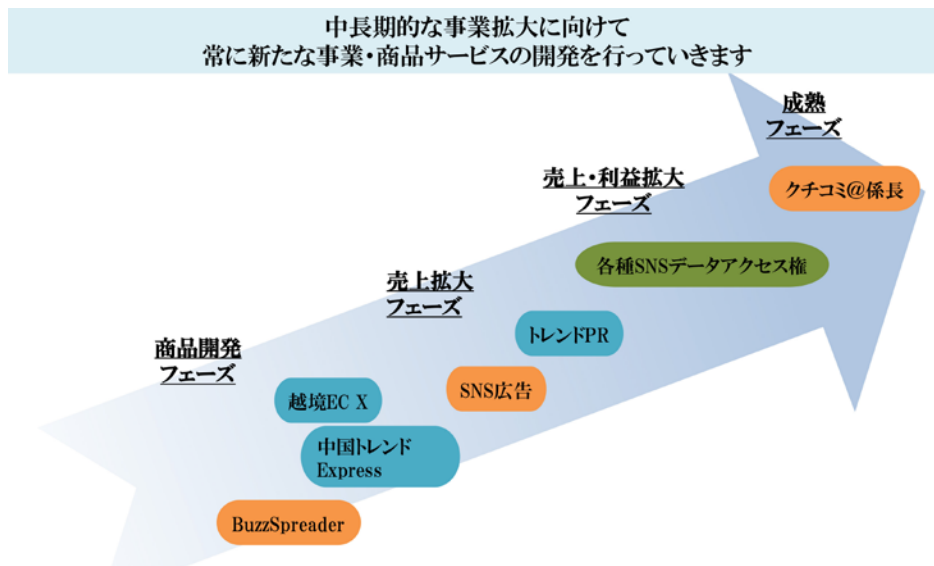
(3) Effyis

Effyis については売上高で前期比 20% 増となり、営業利益も増益に転じる見込みとなっている。ミニマムギャランティーは 2019 年 12 月期の第 2 四半期まで続くものの、ストック売上となる月額使用料の増収分が利益増に貢献する。Effyis では今後も新たなソーシャルメディアのデータアクセス権を獲得していく取り組みを進め、ソーシャルメディアデータの外販企業大手として、その地位を盤石なものとし安定成長を目指していく方針だ。

ホットリンク | 2019 年 4 月 4 日 (木)
3680 東証マザーズ | http://www.hottolink.co.jp/

今後の見通し

事業ポートフォリオごとのライフステージ



出所：決算説明会資料より掲載

事業ごとの成長戦略

事業主体	ホットリンク	トレンドExpress	Effyis
事業内容	日本市場向け SNSマーケティング 支援事業	中国市場向け マーケティング支援事業	SNSデータアクセス権販売 事業
事業戦略	✓ SaaSを強みとしたマーケティング支援事業へのシフト ✓ AI搭載ツール開発による効率的なマーケティングの実現 ✓ 日本でのビジネスを東南アジア圏でも展開	✓ 中国マーケティングにおけるPDCAサイクルをワンストップで支援 ✓ 商品ラインナップと販売チャネルの拡充による越境ECサービスの強化	✓ さらなる主要SNSデータの販売権獲得

出所：決算説明会資料より掲載

「ソーシャル・ビッグデータ × マーケティング」領域でグローバル展開を目指す

3. 成長戦略

同社のサービスは、そのプロセスによって 3 つの階層に分けることができる。1 つ目は各ソーシャルメディアから収集したビッグデータのアクセス権を、IBM やセールスフォース・ドットコムなどのグローバル IT 企業等にそのまま卸販売する Effyis の事業となる。取り扱うソーシャル・ビッグデータはほぼ全世界の大手 SNS をカバーしており、種類・量ともに業界トップとなっている。このため、今後もその地位は揺るがず、安定成長が見込まれる収益源として同社の業績を下支えしていくものと予想される。

2 つ目は、収集したソーシャル・ビッグデータを分析するツールとなる。「クチコミ @ 係長」が該当する。ここ数年は成熟ステージに入っており、売上高も横ばい水準が続いている。市場のニーズとして分析だけにとどまらず、その結果を利活用できるツールを欲しているのが背景にあると見られる。このため、今後も分析ツールに関しては横ばい水準が続くものと予想される。

3 つ目は、収集・分析したソーシャル・ビッグデータを活用するサービスとなり、同社が今後の事業の柱として注力していく分野となる。SaaS 事業では「BuzzSpreader」の AI 機能向上に取り組んでおり、2020 年以降の本格成長が期待できる。

「BuzzSpreader」については少なくとも「クチコミ @ 係長」と同規模程度まで売上高を伸ばせる可能性があると考えている。また、SNS を活用したマーケティング支援サービスについては国内向けだけでなく、中国市場向けの成長が期待される。特に、中国市場向けサービスである「トレンド PR」については、その成功事例から業界での認知度も高まっており、セミナーを開催すれば毎回、満席となるほどの人気ぶりとなっている。課題は需要に対して人的リソースが追いついていないことにあり、今後も積極的な人材投資を進めていく計画となっている。

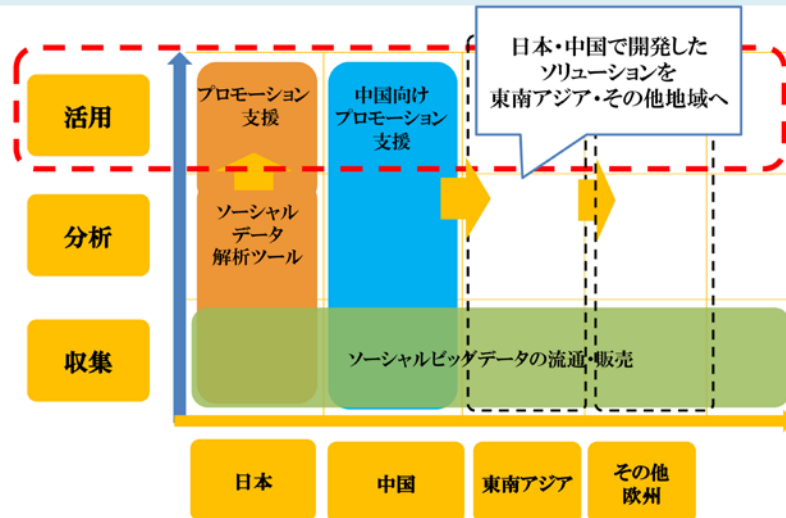
同社では日本、中国で開発したこれらソリューションを将来的には、東南アジアやその他地域に横展開し、グローバル企業として飛躍していくことを目標としている。当面は人材投資を中心とした先行投資段階のため利益の成長は抑えられるが、クロスバウンド事業における事業基盤が整った段階で、利益成長力も一気に加速していくものと弊社では予想している。なお、M&A・資本業務提携に関しては、引き続き検討を進めており、対象としては国内のソーシャルメディアマーケティング支援サービスの強化につながる広告代理店、海外では東南アジアのデータ分析サービス会社やソーシャルメディアマーケティングに関連する広告代理店等が候補となる。

ホットリンク | 2019 年 4 月 4 日 (木)
3680 東証マザーズ | <http://www.hottolink.co.jp/>

今後の見通し

中長期的な展開

視野は、常にグローバル！



出所：決算説明会資料より掲載

株主還元策とリスク要因

当面は先行投資期間で無配を継続予定

1. 株主還元策

同社は株主に対する利益還元に関して、将来的には配当による利益還元を予定しているものの、現時点においては、事業投資や人材の採用・育成などに積極的に資金を振り向け、収益拡大により企業価値の向上（＝株価上昇）を図ることが、株主への最大の還元策になると考えている。このため、2019 年 12 月期についても無配を継続する予定となっている。

2. リスク要因

事業のリスク要因としては、ソーシャルメディアデータ仕入先企業の経営方針転換による契約解除や、各国の法規制の変更等により、ソーシャルメディアデータの仕入れができなくなる可能性があり、こうした場合には同社の業績にも影響が出るリスクがある。このうち、仕入先企業との関係だけで見れば、同社は既に国内外で多くのソーシャルメディアデータ活用企業を顧客として抱えており、今後もクロスバウンドサービス事業等の成長により、データ購入量の増加が見込まれることから、契約が解除される可能性は極めて低いと弊社では考えている。

また、海外売上比率が 2018 年 12 月期で 50% となっており、為替変動リスクにも留意する必要がある。海外売上は現時点では Effyis のみのため、円高となった場合は Effyis の業績部分が円換算で目減りすることになる。また、中国への販売プロモーション支援サービスについても、今後の中国の経済状況が悪化した場合や法規制が変更となった場合に越境 EC の流通額に影響を与える可能性があり、間接的なリスク要因となる。

■ 情報セキュリティ対策

同社の事業は、サービスの基盤を大規模なコンピューターサーバー群やインターネット通信網に依存しているため、情報セキュリティ対策についても経営の重要課題として捉えている。このため、顧客へのサービス提供が妨げられるようなシステム障害の発生やサイバーテロによるシステムダウン等を回避すべく、稼働状況の監視及びシステムの冗長化、マルウェア対策等を実施している。

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・加工することは強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・譲渡することは強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