

3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

企業調査レポート 執筆 客員アナリスト 佐藤 譲

■買収でソーシャル・ビッグデータ分野での成長加速が 視野

ホットリンク <3680> はブログや Twitter などソーシャルメディアの投稿データを活用するクラウドサービスで成長。2015 年 1 月に米国のソーシャルメディアデータ提供会社 Effyis.inc (サービスブランド名は、Socialgist。以下 Socialgist)を 22 百万ドルで買収し、ソーシャルメディアのデータプラットフォーム事業会社として、グローバル市場も含めた成長の加速化が視野に入ってきた。

2014年12月期の連結業績は、売上高が前期比8.1%増の1,019百万円、営業利益が同7.0%減の147百万円と増収減益になる見通し。「クチコミ@係長」などクラウドサービス事業の売上高が伸び悩むなかで、人員増強による人件費の増加が減益要因となる。中堅企業向けのサービス継続率が低いことが要因であり、こうした課題に対して同社では年末から来年初めにかけて、「クチコミ@係長」「e-mining」を中堅企業のニーズに対応したリニューアル版を投入していくほか、スマートデバイスにも対応するなど、利便性の向上を図ることで、継続率の向上を図り、売上高の2ケタ成長を目指していく方針。

2015 年 1 月に Socialgist を子会社化することで、2015 年 12 月期の業績は大幅増収増益が見込まれる。Socialgist の 2014 年度の業績は円換算で売上高 1,100 百万円、営業利益100 百万円程度が見込まれ、2015 年 12 月期の連結業績には少なくとも当事業年度以上の営業利益が加算されることになる。ソーシャル・ビッグデータを活用する企業はマーケティング領域だけでなく、金融や政治、メディアなど様々な業界に広がってきており、高度な分析ノウハウや開発力を強みとする同社の成長余力は大きいとみられる。

海外では経済成長が見込まれる東南アジア市場で M&A を進めていく方針で、Socialgist とのシナジー効果も含めて今後の展開が期待される。当面の経営目標値としては 2015 年 12 月期までに売上高 2,418 百万円、営業利益 544 百万円の達成を目指していく。国内での新サービス投入効果による顧客数の拡大、並びに Socialgist の子会社化によって目標達成の余地は十分あると考えられ、ソーシャル・ビッグデータ市場の成長とともに、収益は今後拡大局面に入ることが予想される。

Check Point

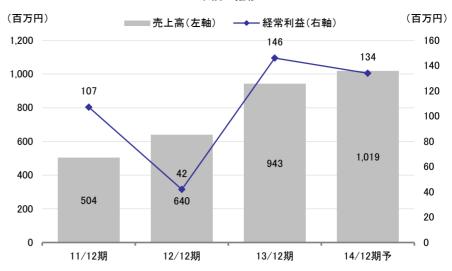
- ・先進的な技術開発型企業、ソーシャルメディアの分析サービスを展開
- ・ビッグデータの市場で利益を上げている稀有な企業
- ・来期もしくは再来期に売上高 2,418 百万円、営業利益 544 百万円が目標



3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

業績の推移



■会社概要

先進的な技術開発型企業、ソーシャルメディアの分析サービスを 展開

(1) 会社沿革

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(株)ホットリンクを創業した。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。

検索エンジンの開発プロジェクトに関しては、その後 Yahoo! や Google が登場したことで頓挫したが、その時に得た技術を用いて 2000 年にホットリンクを創業。Web ページ上に「いいね」を付けられるツールバーを開発し、ユーザーのお気に入りのページを集める「ソーシャル・ブックマーク」サービスをスタートした。集めたページを分析することで、そのユーザーの嗜好を把握することが可能となり、その後のレコメンデーションエンジンの開発並びに、同サービスの開始につながっていく。当時はまだ、市場のニーズが同社の提供する技術に追い付かず、売上高も伸びなかったが、今でいう Facebook の「いいね!」機能の原型となるサービスを、2000 年前半で既に開発していたことになり、先進的な技術開発型企業としての礎を築いていくことになる。

その後、インターネット業界では個人のブログや「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拡大し始め、同社も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・モニタリングサービス「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ている。



3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

ソーシャルメディアの分析サービスにおいては、ソーシャルメディア側が保有する投稿記事などのデータを購入する必要があるが、同社はブログの他に、「2 ちゃんねる」、「Twitter」、「Sina Weibo」といった大手 SNS のデータの使用販売権を、各運営会社やデータ供給会社などと契約を結ぶことで獲得している。中国最大の SNS である「Sina Weibo」に関しては、2014 年 6 月に世界で唯一販売権を持つ Socialgist と業務提携を行い、中国を除くアジア・パシフィック地域での独占販売代理権を取得している。

会社沿革

年月	
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	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(2012/10 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	ソーシャルメディア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 Gnip 社のパートナーグループ「Plugged In To Gnip Partner Program」に日本企業で唯一選出 米 Salesforce.com 社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
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供給企業である米 Socialgist (2015 年 1 月、ホットリンクが子会社化)と業務提携を行い、「Sina Weibo」の中国を除くアジア・パシフィック地域での独占販売代理権を取得
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
2014年11月	Socialgist を買収

ビッグデータの市場で利益を上げている稀有な企業

(2) 事業概要

同社の事業コンセプトは「Big Data × Social × Cloud」であり、これをベースに事業展開を進めている。ビッグデータを自社のマーケティング戦略の1つとして活用する企業はここ数年で増加傾向にあり、ビッグデータ関連の国内市場は、今後年率4割ペースで成長し、2017年には1,000億円を超えるとの予測もなされている。

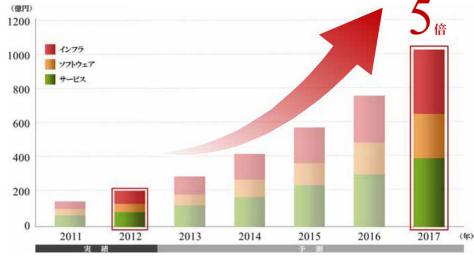


3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

※ SaaS (Software as a Service): 通信ネットワークを通じて顧客にソフトウェアを提供し、顧客が必要なときにネットワークにつないで使用するソフトウェアサービス。月額ごとに利用料金を徴収するストック型のビジネスモデルとなる。

国内ビッグデータテクノロジー/サービス市場の推移



出典:IDC Japan http://www.idcjapan.co.jp/Press/Current/20130826Apr.html

出所:決算説明資料

こうしたなかで、同サービスを提供する企業側で実際に利益を上げている独立系の企業はほとんどないのが現状だ。ビッグデータ市場においては、データ保有企業やIT インフラ企業、分析エンジン、アプリ開発企業など各レイヤーで参入企業が異なっているのが原因の1つと考えられているが、同社の場合、すべてのレイヤーのサービスをワンストップで提供できることが強みとなっており、既に収益化できるビジネスモデルを構築している企業としても注目されている。

現在の同社の事業セグメントは SaaS ※事業とソリューションサービス事業、その他事業 (着メロ・着うたサービス) に分けて開示されている。このうち主力の SaaS、ソリューションサービス事業の商品・サービスを、レイヤーごと並びに課金形態ごとに分類したものを図に示す。

事業セグメントと商品・サービスの構成

事業セグメント		SaaS		ソリューシ	ョン
商品・	・サービス	ツール	データ	分析エンジン	コンサルティング
	参入企業	1 "	, ,	23 1/1 - 2 2 2	
ナレッジ	電通、博報堂、				ホットリンク
	アクセンチュア等				コンサルティング
アプリケーション	SAP、IBM、NRI、	「クチコミ@係長」、			
	Salesforce,	Γe-mining」			
	オラクル等				
分析エンジン	SAP、IBM、NRI、			全文検索、	
	NEC、NTT データ、			言語解析、	
	富士通等			評判分析、	
IT インフラ	IBM、Amazon、日立、			関連語分析	
	富士通、NEC 等				
ビッグデータ	Facebook, Twitter,		Twitter、ブ	Twitter、ブ	
	Google、CCC 等		ログ、2ちゃ	ログ、2ちゃ	
			んねる等	んねる等	
課金形態		クラウド型		受託型	
利用料金		10~100万円/月	10 ~ 300 万円	/ 月	50 万円 / 件以上

出所:会計資料及びヒアリングよりフィスコ作成



3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

O SaaS 事業

現在、売上高の約7割を占めるSaaS事業では、ソーシャルメディアの分析ツール「クチ コミ@係長」と、リスクモニタリングツール「e-mining」の2つの商品をサービス展開してい る。いずれも初期費用 10 万円、月額利用料金 10 万円~という料金設定となっており、月額 利用料金に関しては利用可能 ID 数や対象メディア数、データ容量などによって加算され、大 ロユーザーでは月額100万円程度まで利用する企業もある。

累積導入社数は2つ合わせて1,700社以上となっており、このうち現在の実稼働数は約 500 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を保有し、トレンド分析や属 性分析などを簡単操作で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データの対象範囲が重要となるが、同社の場合、国内 ブログの約90%(3,700万人以上のブロガー)をカバーしているほか、投稿サイト「2ちゃん ねる」の過去データをすべて保有し、また全世界の Twitter データを販売する GNIP 社と販 売代理店契約している等を持つなど、ソーシャルデータに関しては国内で圧倒的な保有量を 誇っている。なお、SNSとしては「Facebook」や「LINE」なども利用者数が多いが、これら に関しては一部限定でデータを収集しているものの、特に重用視していない。その理由として は、第1にこれらSNSが友人同士を対象としたクローズドなコミュニティサイトであるため企 業側から見たデータ価値としての重要性は低いこと、第2にこれら SNS が第3者へのデータ 提供を利用者の同意なしに行っていないことが挙げられる。

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で、顧客企業が自社のマーケティ ング施策へ迅速に活用することができる。例えば、企業が新商品のテレビ CM を作る際、従 来は1本だけを制作し、配信するケースがほとんどであったが、最近は複数パターンの CM を作って同時に配信し、インターネット上での反響数を「クチコミ@係長」で一定期間分析し たうえで、反響数の大きかった CM の露出量を多くする、といったマーケティング施策を行う ことも可能となった。こうした取り組みは、マーケティング部門における ROI の向上に寄与す る格好となる。

マーケティング力が企業の競争力においてますます重要となるなかで、「クチコミ@係長」 は新商品・サービスの事前調査から宣伝・広告、販売、サポートに至るまですべての工程 で活用することが可能であり、マーケティング力を高めるための支援ツールとして、大企業を 中心に着実に導入が進んでいる。

一方、「e-mining」の主な特徴は、あらかじめ設定したリスクに関するキーワードを「2ちゃ んねる」や「Twitter」の全書き込みをシステムで自動収集し、アラート機能を有していること などが挙げられる。また、モニタリングの対象は、「2 ちゃんねる」「Twitter」以外にもブログ や各種ニュースサイトなど広範囲にわたり、1 日当たり約 13 百万の Web ページを巡回し、カ テゴリ別に検索結果を報告している。なお、「Facebook」や「mixi」など会員制 SNS におい ては有人によるモニタリングサービスも別途行っている。

特にここ数年は、ソーシャルメディアへの投稿によって、企業が「風評被害」を受けるケー スも増えてきており、こうしたリスクを早期の段階で検知し、対処策を講じることが企業のリス クマネジメントにおいて重要になっており、こうしたニーズに対応するサービスとして、大企業 を中心に導入が進んでいる。



3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

〇ソリューション事業

売上高の24%を占めるソリューション事業は、「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と、子会社の(株)ホットリン クコンサルティングが展開するコンサルティングとがある。

このうちデータプラットフォームは、SIer等の顧客の商品・サービスのなかに、同社の「デー タ」や「分析エンジン」を組み込む格好となっている。基幹システムの中に顧客の持つデー タとソーシャルデータを組み込むことによって、より高度な分析を行うことができる。初期導入 費用は50万円、月額利用料金はリクエスト数に応じた従量課金制となっており、およそ10 ~ 300 万円のレンジで利用されている。一方、コンサルティングは、先進的なユーザー向け にソーシャルメディア分析レポートを提供している。

国内最大のソーシャル・ビッグデータを保有、データ解析力や販 売チャネルも強み

(3) 同社の強み

同社の強みをまとめると、国内最大のソーシャルメディアデータを保有していること、世界 レベルのビッグデータ解析技術があること、強力な販売チャネルを持っていること、の3点が 挙げられる。

このうち、ビッグデータ解析技術に関しては、クラウドコンピューティング・サービスの世界 的企業である salesforce.com.Inc. の技術パートナーとして出資を受けており、国内で唯一、 salesforce.com,Inc. の CRM サービスに組み込まれるデータや分析エンジンを提供しているこ とが、その証左となっている。また、従業員数(派遣、業務委託含む)のうち約41%が開 発人員であり、次世代技術の開発も継続して進めているほか、東大や東工大、早大など複 数の大学向けにデータを提供し、共同研究なども行っている。共同研究を行うことで、国内トッ プクラスの優秀な人材や技術を確保できることも強みとなる。

販売チャネルに関しては、直販に加えて前述した OEM パートナー及びソリューション・パー トナーとして9社、販売パートナーとして4社と提携しており、自社商品・サービスの拡販を 進めている。

強力なセールスチャネル

	OEMパートナー・ソリ	リューションパートナー	-
電通	- 凸版印刷	野村総合研究所	日立システムズ
Buzz Research	Social Media Live!	TRUE TELLER ®	Smart Business Gateway
トライバルメディアハウス	カンター・ジャパン	サイバー・バズ	アジャイルメディア・ネットワー
Boom Research 17 that Heade Albase	KANTAR BUZZ	BuzzAnalytics	<u>boom map↑</u>
Platform Id	ĺ		
ADPLAN SM			
	販売パー	ートナー	
電通パブリックリレーションズ	オプト	ガイアックス	イー・ガーディアン
dentsu 株式会社 電通パブリック リレーションズ	opt :	GaiaX Empowering the people to connect	EG E-Guardian Build Rappy Internet Life
所:決算説明資料			



3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

■業績動向

3Q の業績は計画を下回る水準

(1) 2014年12月期の第3四半期の決算動向

11月7日付で発表された2014年12月期の第3四半期(2014年1月-9月期)連結業績は、 売上高が前年同期比 10.2% 増の 735 百万円、営業利益が同 17.0% 減の 93 百万円、経常利 益が同 15.3% 減の 93 百万円、四半期純利益が同 26.0% 減の 40 百万円と増収減益の決算 になった。

2014年12月期の第3四半期累計業績(連結)

(単位:百万円)

	13/12 期	13/12 期 3Q 累計		14/3 期 3Q 累計	
	実績	対売上比	実績	対売上比	前年同期比
売上高	667	_	735	_	10.2%
売上原価	246	37.0%	286	39.0%	16.2%
販管費	307	46.1%	354	48.3%	15.3%
営業利益	112	16.9%	93	12.7%	-17.0%
経常利益	110	16.6%	93	12.8%	-15.3%
四半期純利益	54	8.2%	40	5.5%	-26.0%

減益要因は SaaS 事業、ソリューションサービス事業ともに売上高の伸びが想定を下回る なかで、開発、営業体制の強化により人件費が増加したことが主因となっている。

事業別の売上動向を見ると、SaaS 事業の売上高は前年同期比 3.8% 増の 554 百万円となっ た。新規契約については「クチコミ@係長」、「e-mining」ともに順調に獲得できているものの、 中堅企業を中心に契約満了に伴う解約数が想定を上回ったことで、全体の契約数は微増に とどまった。大企業での継続率は高いものの、中堅企業ではまだこれらのツールを使いこな せない、また使いこなせたとしても会社の縦割り組織のなかでそれを十分活かしきれず、解 約に至るケースが多くみられた。

ソリューションの売上高は、前年同期比 38.8% 増の 175 百万円と順調に拡大した。このう ちデータプラットフォームは、ソーシャル・ビッグデータの応用領域拡大と、各領域のエンター プライズ・ソフトウェアのソーシャル化が進むなかで、契約数が伸びている。 一方、コンサルティ ング事業についても、大企業を中心にソーシャルメディアの分析ニーズが高まるなかで増加し た。ただ、いずれの事業も当初の会社計画と比べると下回る格好となった。

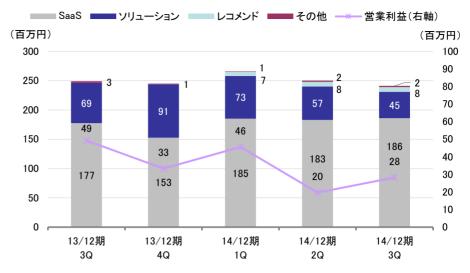
なお、四半期ベースの事業別売上高と営業利益の推移を見ると、直近1年間ではSaaS 事業、ソリューション事業ともに売上高が伸び悩んでおり、人件費の増加分が直近2四半期 において利益の押し下げ要因となっていることがわかる。現在の主力事業はいずれもストック 型のクラウドサービス事業であることから、契約数が前年第3四半期以降は伸び悩んでいる ことが要因となっているものと推測される。



3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

事業別四半期売上高と営業利益の推移



こうした状況を打開するため、同社では表にみられるとおり、ソーシャル・ビッグデータを 利活用する企業との業務提携や、ソーシャル領域における新サービスの投入を第3四半期 に入って活発に行っている。

2014年7月以降の取り組み

年月	取り組み内容
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
	(株) フィスコと業務提携、「クチコミ@係長」をフィスコの金融情報コンテンツに利活用
2014年8月	NHK 放送技術研究所と TV 番組のツイート分析に関する共同研究開始
2014年8月	ソーシャルメディアへの書き込みデータを元にした「ソーシャルプロファイリングデータ」提
	供開始
2014年8月	ホットリンクコンサルティングが、特定ユーザーグループに向けた商品開発や、購買促進
	を可能にする「ソーシャルエスノグラフィ」サービスを開始
2014 年 9 月	ホットリンクコンサルティングが、ソーシャルメディア上でつながりの深い生活者同士を自動
	分類する「コミュニティクラスタ分析」のサービスを開始
2014 年 9 月	「e-mining」のスマートフォン版を公開

中国の普干との業務提携は、中国市場で事業展開している日本のグローバル企業を対象に、同社グループから中国ソーシャルメディアデータを提供し、普干がそのデータの分析・レポーティング・コンサルティングサービスを提供するスキームとなっている。

また、フィスコ〈3807〉との業務提携では同社のソーシャル・ビッグデータの分析ノウハウとフィスコの株式分析ノウハウを融合させた新サービスを、フィスコの金融情報コンテンツとして提供していく予定となっている。金融分野においては既に、米国のヘッジ・ファンド会社が投資運用ツールとして活用する動きも出てきており、今後、金融業界での需要も拡大していくことが予想されている。

新サービスとしては、8月に「ソーシャルプロファイリングデータ※」の提供を開始した。広告配信業者がユーザーの興味・関心に基づくターゲティング広告の配信精度を高めたり、企業の CRM 活動において、新規顧客開拓のためのレコメンデーションを行う際に、その効果を高めるツールとしての活用が見込まれている。

※ ソーシャルメディアの投稿データ に基づくユーザーの興味関心や 特定ブランドへのロイヤリティー レベルを数値化して顧客に提供 するもの。企業や広告配信業 者が所有する Twitter ユーザー 名のリストをホットリンクに送ま し、ホットリンクが保力する大の ロデータからアカウント成し、顧客 に納品するサービス。



3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

また、「ソーシャルエスノグラフィ」は、ホットリンクコンサルティングによるコンサルティング サービスで、特定ユーザーグループのソーシャルメディアへの書き込みデータを元に、その ユーザーグループに特有の価値観やトレンドを把握し、購買行動プロセスの変化のきっかけ や理由を導き出す。これにより、事業会社や広告代理店における特定ユーザーグループに 向けた商品・サービスの開発、及び効果的な購買促進施策の立案が可能となる。

「コミュニティクラスタ分析」サービスもコンサルティングサービスとなり、生活者のソーシャルメディアへの書き込みデータを元に、つながりの深い生活者同士をコミュニティとして自動分類し、コミュニティごとの態度や興味・関心事、嗜好性を導き出すことを可能にする。これにより、事業会社や広告代理店が、ソーシャルメディア上での広告の反響を特定のターゲットに絞り込んで把握することや、その結果から広告効果を最適化する施策を立案することが可能となる。

今期以降は Socialgist の買収で業種が大きく変化

(2) 2014年12月通期の業績見通し

2014 年 12 月通期の連結業績は、売上高が前期比 8.1%増の 1,019 百万円、営業利益が同 7.0%減の 147 百万円、経常利益が同 8.2%減の 134 百万円、当期純利益が同 15.9%減の 58 百万円と売上高、利益ともに期初計画を下方修正している(第3 四半期決算発表時点)。

業績予想修正

(単位:百万円、円)

				\ -	T . 11/2/11/
	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS
期初予想	1,261	270	270	130	13.45
今回修正予想	1,019	147	134	58	5.96
増減額	-242	-123	-136	-72	

事業別売上高

(単位:百万円)

	11/12期	12/12 期	13/12 期	14/12 期予	伸び率
SaaS サービス	324	477	678	769	7.1%
ソリューションサービス	45	94	216	242	12.0%
レコメンドサービス	120	56	40	_	_
その他	14	11	8	7	-12.7%
合計	504	640	943	1,019	8.1%

注:レコメンドサービスは 14/12 期より SaaS 事業に移管、SaaS 事業の伸び率はレコメンドサービスを含めた伸び率

修正理由は前述したとおりで、SaaS 事業、ソリューション事業の売上高が期初計画を下回って推移していることによる。このうちソリューション事業に関しては、期初に見込んでいた国策プロジェクト案件が、当初の想定よりも時間がかかっており、売上計上が来期以降にずれ込むことも修正要因の1つとなっている。

2014 年 12 月期の業績は増収減益となるものの、第 4 四半期だけで見れば、売上高で前年同期比 2.9% 増の 284 百万円、営業利益で同 15.2% 増の 53 百万円と四半期ベースでは過去最高業績を見込んでいる。前述した新サービスの投入効果やコンサルティング案件の拡大が想定されている。

また、2015年12月期に向けては再び2桁成長に復帰する見通した。SaaS事業で課題となっていた中堅企業向けの顧客拡大に向けた新商品を、2014年末から2015年初めにかけて投入する効果が見込まれる。中堅企業の契約継続率が低い理由は明確であり、こうした点を改善した新商品を「e-minig」「クチコミ@係長」両製品で投入する(既に β 版を提供開始済み)。



3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

ソーシャル・ビッグデータの活用は、企業が成長していくうえで重要な施策であるのは間違 いない。米 Twitter 社の決算データによると、2014年のデータ販売高は前年比で約6割増と 大きく伸びており、グローバルベースでソーシャル・ビッグデータの活用が進んでいることが 明らかだ。

同社の成長が伸び悩んでいることは、国内の中堅企業においてソーシャル・ビッグデータ の活用が進んでいないことの裏返しでもある。今回中堅企業向けに対応した新サービスを開 始することに加えて、スマートフォンやタブレット端末などマルチデバイスに対応したサービス の提供も予定しており、いつでも、どこでもサービスを利用できる環境を整備することで、契 約社数の拡大を図っていく戦略だ。

〇米 Socialgist 買収について

同社は 11 月 9 日付でソーシャルメディアデータ提供会社である米 Socialgist を完全子会社 化すると発表した。買収金額は22百万ドル(2,464百万円)で、株式取得時期は2015年 1月5日となる予定。このため、2015年12月期から連結子会社に加わることになる。

買収資金 22 百万ドル(2.596 百万円)の資金については、金融機関からの借入金 2.100 百万円(借入返済日2015年3月末)と自己資金で賄う。

Socialgist は 2000 年に設立されたベンチャー企業で、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メディアデータを収集、提供している企業で、データストリーミン グ技術で高い技術を持つ企業として知られている。また、世界で唯一、中国版 Twitter と呼 ばれる「Sina Wibo」(アカウント数 6 億人超、1 日の投稿件数 1.2 億件と中国最大の SNS) のデータへのフルアクセス権の販売ライセンスを取得しているのが強みとなっている。顧客は 世界の大手ソーシャル・ビッグデータ分析、マーケティングプラットフォーム、CRM、BI 等のツー ルベンダーのほか、金融機関や政府との取引実績も持つ。同社も2014年6月に業務提携し、 中国の「Sina Weibo」データに関して、中国を除くアジア・パシフィック地域での独占販売代 理権を取得している。

今回買収に至った背景は、ソーシャルメディアデータのグローバル市場において、データ 流通事業者の再編統合が進んでいることが挙げられる。ソーシャルメディアデータに関しては、 「Twitter」や「Sina Weibo」などデータを保有する大手 SNS 事業者、そのデータを購入して 企業に販売するデータ流通事業者、ソーシャルメディアデータの利用事業者と大きく3つのプ レイヤーが存在する。このうちデータ流通事業者に関しては、2013年 12 月に米 Apple 社が 「Twitter」検索・分析サービスを運営する米 Topsv を 2 億ドル以上で買収したほか、2014 年4月には米 Twitter 社が同社の全世界・全期間のデータ販売権を持つ米 Gnip 社(世界 で2社のみ)を買収している。

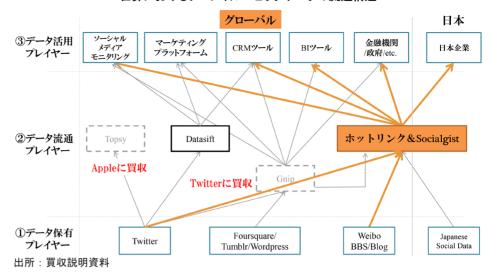
こうした再編統合の動きは、ソーシャルメディアデータの種類が多様化し、また扱うデータ 量が肥大化するなかで、多様なソーシャルメディアデータを一括で安定的に、かつ漏れなく収 集したいという、データ活用プレイヤーのニーズが高まっており、データ流通企業の存在価値 が高まってきていることの表れとみることができる。



3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

世界におけるソーシャル・ビッグデータの流通構造



このように市場環境が変化するなかで、同社はデータ流通事業者として更なる成長を図るために、Socialgistの買収が最も有効であると判断したと考えられる。今回の買収による効果として、グローバルでのデータ流通事業者のなかで、独立系企業としてキーポジションを確立できること、また、グローバルベースでの優秀な人材や大手顧客の獲得、M&A などの可能

性が広がったこと、などが挙げられる。

同社の商品・サービスに与える影響としては、「Sina Weibo」データ提供サービスの機能拡張、「クチコミ@係長」の海外版の提供、「Sina Weibo」データを基にした中国のリスク検知サービスの開始、といった展開の可能性が考えられ、同社の成長ポテンシャルも今回の買収によってさらに高まったと言えよう。

Socialgist の直近業績は表のとおりとなっており、2014 年度は第3四半期までで過去最高を上回るペースで推移している。為替を1ドル120円で換算すると、2014年通期では売上高で1,100百万円、営業利益で100百万円程度となりそうだ。業績は2015年以降も順調に拡大する見通しであり、連結業績としては初年度からプラスに寄与することが見込まれる。

なお、連結業績は 2015 年 12 月期より国際財務報告基準 (IFRS) を適用する (2015 年 12 月期1Q から3Q は日本基準を適用)。これによって、のれん償却費用は期間損益に反映されなくなるため、Socialgist の業績がそのまま上乗せされる格好となる。また、2014 年 12 月期の連結業績でものれん償却費が 57 百万円見込まれており、これも 2015 年 12 月期にはなくなることから、増益要因となる。ただ、こうした業績への影響は会計処理上の変更によるものであり、将来において Socialgist の業績が悪化し、のれんに見合う収益が得られないと判断された場合には、減損リスクが生じるリスクがあることには留意する必要があろう。

Socialgist の業績

(単位: 千ドル)

決算期	11/12 期	12/12 期	13/12 期	14/12 期 3Q 累計
売上高	3,741	5,296	7,751	7,202
営業利益	730	322	97	625
当期純利益	485	257	30	535
総資産	1,191	1,452	2,325	2,872
純資産	61	-870	-893	-357



3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

■財務状況とリスク要因、株主環元策について

Socialgist 買収で有利子負債が増加、経営指標は問題ない水準

(1) 財務状況

2014年9月末の財務状況は表のとおりで、総資産は前期末比で660百万円増加の2,128百万円となった。主な増加要因は、短期借入金の実行により現預金が728百万円増加したことによるもので、減少要因としてはのれんの償却43百万円が挙げられる。

一方、負債は前期末比 612 百万円増加の 810 百万円となった。主な増加要因は、 Socialgist 買収のための資金として、短期借入金 700 百万円を調達したことが挙げられる。 また、純資産は四半期純利益 40 百万円の計上により、前期末比 48 百万円増加の 1,317 百 万円となった。

主要な経営指標を見ると、流動比率は 223.7%、自己資本比率は 61.9% といずれも問題のない水準と言える。今後 Socialgist の買収によって、有利子負債が増加して一時的に財務体質が悪化する可能性はあるが、2015 年 12 月期以降の収益成長とともに、改善傾向が進むものと予想される。

貸借対照表

(単位:百万円)

	11/12期	12/12 期	13/12期	14/9 期	増減額
流動資産	124	307	1,113	1,807	694
(現預金)	58	226	949	1,677	728
(売上債権)	49	71	133	107	-25
固定資産	215	409	353	320	-33
有形固定資産	46	34	43	45	1
無形固定資産	100	346	285	251	-34
投資等	68	28	24	23	-1
総資産	339	717	1,467	2,128	660
流動負債	53	265	194	808	613
固定負債	33	67	3	2	-0
(有利子負債)	38	236	0	700	700
負債合計	87	333	198	810	612
株主資本	252	384	1,267	1,317	48
資本金	201	203	552	557	4
資本準備金	289	174	617	620	2
利益剰余金	-188	29	98	139	40
自己株式	-50	-23	-	-	-
その他包括利益累計額				0	0
少数株主持分・新株予約権				0	0
純資産合計	252	384	1,268	1,317	48
負債純資産合計	339	717	1,467	2,128	660
(安全性)					
流動比率(流動資産÷流動負債)	232.4%	116.0%	572.3%	223.7%	
自己資本比率(自己資本÷総資産)	74.3%	53.6%	86.5%	61.9%	
有利子負債比率(有利子負債÷総資産)	11.4%	61.7%	0.0%	32.9%	



ホットリンク 3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

データ購入先の経営方針転換はリスクだが同社の顧客基盤は魅力的

(2) リスク要因

事業リスク要因としては、ソーシャルメディアデータ購入先企業の経営方針転換により、現在の契約が解除された場合に、業績への影響が出る可能性がある。ただ、同社は既に国内で約500社の企業を顧客として抱えており、また今後もデータプラットフォーム事業等の拡大によって、データ購入量の増加が見込まれることを考えれば、運営側が契約を解除する可能性が極めて低いものと弊社では考えている。

また、新サービスの開発力強化を進めていくうえで、人材の確保が十分にできない場合には、開発力の低下につながり、収益成長の阻害要因になることが考えられる。人材確保に関しては、優秀な人材を中途採用するケースが今までは多かったが、株式上場によって知名度が向上したことや、大学との共同研究を多く進めるようになったことで、優秀な人材を確保しやすい環境になっていると考えられる。

当面は投資や人材に資金、無配を継続する予定

(3) 株主還元策

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、設備投資や人材の採用・育成などに積極的に資金を振り向ける先行投 資段階にあるとの認識であり、2014 年 12 月期においては無配を継続する予定となっている。

損益計算書 (連結)

(単位:百万円、%)

	10/12 期	11/12期	12/12 期	13/12 期	14/12 期予
売上高	428	504	640	943	1,019
(対前期比)	48.1	17.7	26.9	47.3	8.1
売上原価	185	220	297	348	
(対売上比)	43.2	43.6	46.4	36.9	
販管費	157	176	290	437	
(対売上比)	36.9	34.9	45.3	46.3	
営業利益	84	107	51	158	147
(対前期比)	-	27.4	-51.7	209.8	-7.0
(対売上比)	19.6	21.2	8.0	16.8	14.4
経常利益	83	107	42	146	134
(対前期比)	-	28.9	-60.2	247.6	-8.2
(対売上比)	19.4	21.2	6.6	15.5	13.2
税引前利益	62	107	39	143	
(対前期比)	-	72.6	-63.6	266.7	
(対売上比)	14.6	21.2	6.1	15.2	
法人税等	-10	-1	9	74	
(実効税率)	_	_	25.0	51.9	
当期純利益	72	108	29	69	58
(対前期比)	-	50.0	-73.0	136.1	-15.9
(対売上比)	16.8	21.4	4.5	7.3	5.7
[主要指標]					
発行済株式数(千株)	5	5	5	1,934	9,735
一株当り利益(円)	12,993.82	97.20	6.46	11.04	5.96
一株当り配当(円)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
一株当り純資産(円)	34,539.78	280.36	75.22	130.77	-
従業員数	15	17	26	28	-
(外数、平均臨時雇用者数)	1	2	8	11	_

注:12/12 期まで単独決算、13/12 期より連結決算



3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

■成長戦略

来期もしくは再来期に売上高 2,418 百万円、営業利益 544 百万円が目標

同社では当面の経営目標値として、2015 年 12 月期、または 2016 年 12 月期において、 売上高 2,418 百万円、営業利益 544 百万円の達成を掲げている。同目標値は 2015 年 2 月 に発行する有償ストックオプションの行使条件でもある。

前述したように、2015 年 12 月期は Socialgist の業績がそのまま上乗せされることや、のれん償却がなくなることで、既存事業が横ばいだったとしても、売上高で 2,100 百万円、営業利益で 300 百万円程度とそれぞれ 2 倍増の水準が見込めることになる。実際には、ホットリンク、Socialgist ともに年率 2 ケタ成長で伸びる可能性があるため、2016 年 12 月期までに経営目標値を達成する余地が十分あると考えられる。

Socialgist の買収によって、連結売上高の構成比は大きく変化することになる。2014 年 12 月期は SaaS 事業が売上高の 75%、ソリューションサービス事業が 24% となるが、2015 年 12 月期はソリューションサービス事業が 70% 弱まで拡大し、同社の主力事業となる見込みだ。これは同社の中期経営戦略である、クラウド「ツール」ベンダーから、クラウド「プラットフォーム」ベンダーへの進化という戦略に沿ったものとなる。

同社がクラウド「プラットフォーム」ベンダーを指向している背景としては、ソーシャル・ビッグデータが従来のマーケティング領域だけでなく、金融や政治、報道機関、公共分野など様々な業界で利用されるようになってきたこと、また、一方で、エンタープライズ・ソフトウェアベンダーがソーシャル・ビッグデータを自社サービスに組み込んで、サービスの高付加価値化を図ろうとする動きが出ていることなど、同社を取り巻く市場環境が大きく変化してきていることが挙げられる。こうした環境変化をビジネスチャンスとして捉えるため、人的リソースの最適配分により、成長機会の最大化を実現することが狙いとなっている。実際、エンタープライズ・ソフトウェアベンダーや各種メディア企業との業務提携による協業も着実と進んでいる。

多様な産業への展開

年月	取り組み内容
2014年2月	ウィングアーク社と、都知事選挙向けに BI ツールと連動(政治)
2014年6月	経済産業省主導の「データ駆動型(ドリブン)イノベーション創出戦略会議」主要メンバー
	に(多産業)
2014年6月	AKB 総選挙向けの分析ダッシュボード(エンタテイメント)
2014年7月	フィスコ社と業務提携(金融)
2014年8月	NHK 放送技術研究所と TV 番組のツイート分析に関する共同研究開始(放送)

また、中期的な成長戦略として、M&A 戦略も今後積極的に進めていく方向にある。Socialgist の買収によってグローバルネットワークが一気に拡大するなかで、ソーシャルメディアデータ流通企業として、優位なポジションを構築しつつある強みを活かしていく。M&A の対象としては、東南アジア市場においてソーシャルメディアデータの分析サービスを行っている企業が挙げられる。東南アジア市場は経済の成長力が高く、今後、グローバル企業のなかでマーケティング分析ニーズが高まってくる市場の 1 つとして注目されているためだ。同社では、東南アジア市場におけるソーシャルメディアデータの分析サービス企業を買収することで、東南アジア市場でもクラウド「プラットフォーム」ベンダーとして確固たる地位を築きあげ、成長を加速化させていきたい考えだ。



ホットリンク 3680 東証マザーズ

2014年12月26日(金)

また、日系企業の海外での事業活動を支援していくという点において、Socialgist の子会社化により、中国を含めた海外版「クチコミ@係長」のサービス拡大も期待される。同様に、海外工場のストライキや反日感情の高まりなど、不測の事態が起こった際のリスクマネジメント対策として、「e-mining」の海外版も期待される。

中長期的には、ソーシャル・ビッグデータのマーケティング分野におけるサービスの高度化を進めていくと同時に、国内での様々な業界へのデータプラットフォーム事業での展開、M&Aを活用した海外展開と3つの成長戦略を遂行することで、売上高10,000百万円の早期達成を目指していく考えだ。収益性に関しては、クラウドサービス事業を主力としているため、安定した収益性を確保できるほか、主な変動費がデータ購入費用のみであり、売上に占める比率は10%程度と低いこと、固定費では人件費(売上比率で30~35%)が最も大きく、国内事業の人員増員ペースは今後、年間で10名程度となり、人件費の増加ペースが緩やかになる見通しであることなどから、売上高の成長に伴って収益性も向上していくことが予想される。

今後の業績目標

	13/12 期実績	15/12 期また	-は 16/12 期
	13/12 朔夫祺		13/12 期比
売上高	943	2,418	256%
営業利益	158	544	344%



ディスクレーマー (免責条項)

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・表示したものですが、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にお願いします。

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