

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ホットリンク

3680 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年3月28日(木)

執筆：客員アナリスト

茂木稜司

FISCO Ltd. Analyst **Ryoji Mogi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2023年12月期の業績概要	01
2. 2024年12月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	06
3. ビジネスモデルと強み	09
■ 業績動向	11
1. 2023年12月期の業績概要	11
2. 事業別の動向	12
3. 財務状況と経営指標	15
■ 今後の見通し	16
1. 2024年12月期の業績見通し	16
2. 事業別の見通し	17
3. 事業環境	20
4. Nonagon Capital を通じた Web3 関連投資	21
■ 中長期の成長戦略	22
1. 5ヶ年目標の廃止	22
2. 事業の方向性	22
■ 株主還元策	24
■ SDGs への取り組み	24

■ 要約

2023年12月期は各事業で売上高の過去最高を更新。 「両利きの経営」により営業利益は計画比で大幅上振れ

ホットリンク<3680>はソーシャルメディアデータを活用したデジタルマーケティング支援サービスを主に展開するIT企業である。主要子会社として、大手ソーシャルメディアのデータアクセス権販売を行う米 Effyis, Inc. (エフィウス) や、Web3分野への投資運用を行う子会社(同) Nonagon Capital を持つ。2022年12月期にはクロスバウンド事業を売却し、2023年12月期より「SNSマーケティング支援事業」「DaaS事業」「Web3関連事業」の3つで事業展開している。

1. 2023年12月期の業績概要

2023年12月期の連結業績は、売上高4,739百万円(前期比40.1%減)、営業利益220百万円(同89.6%減)、税引前利益は287百万円(同84.7%減)、親会社の所有者に帰属する当期利益は226百万円(同87.5%減)となった。クロスバウンド事業売却の影響から前期比では減収減益となったが、「両利きの経営」により外部環境の劇的な変化に対して機動的な経営判断を下すことで、各事業の売上高は過去最高を更新し、営業利益は計画を大幅に上振れた。SNSマーケティング支援事業では、X(旧Twitter)の仕様変更による一時的な影響があったものの、新サービスの開発・販売に注力し増収となった。DaaS事業では、多種多様なデータへの需要が安定し、円安の追い風もあり計画を上回る業績を達成した。Web3関連事業では、7社に投資を実行した。今後もSNSマーケティングの市場変化に対応して機動的なプロダクトポートフォリオの見直しを行いつつ、Web3関連事業への投資や事業シナジー創出に注力する。

2. 2024年12月期の業績見通し

2024年12月期の業績見通しは、売上高で4,503百万円(前期比5.0%減)、営業利益で172百万円(同21.9%減)、税引前利益で180百万円(同37.1%減)、親会社の所有者に帰属する当期利益で93百万円(同58.9%減)としている。引き続きソーシャルメディアマーケティング市場の拡大に伴う需要を取り込みつつ、SNSマーケティング支援事業における採用強化を筆頭に、売上拡大のための人的投資を行いながら利益を確保する方針だ。変化が激しいDaaS事業の業績を保守的に見込んでいることから、業績見通しは減収減益だが、一方でインターネット・デジタルマーケティング市場は底堅い伸びをみせると予想している。「両利きの経営」により外部環境の劇的な変化に対して機動的な経営判断を下すほか、サービスラインナップの拡充により幅広い顧客ニーズへの対応が可能となったことから、通期計画の達成は実現可能と弊社では見ている。

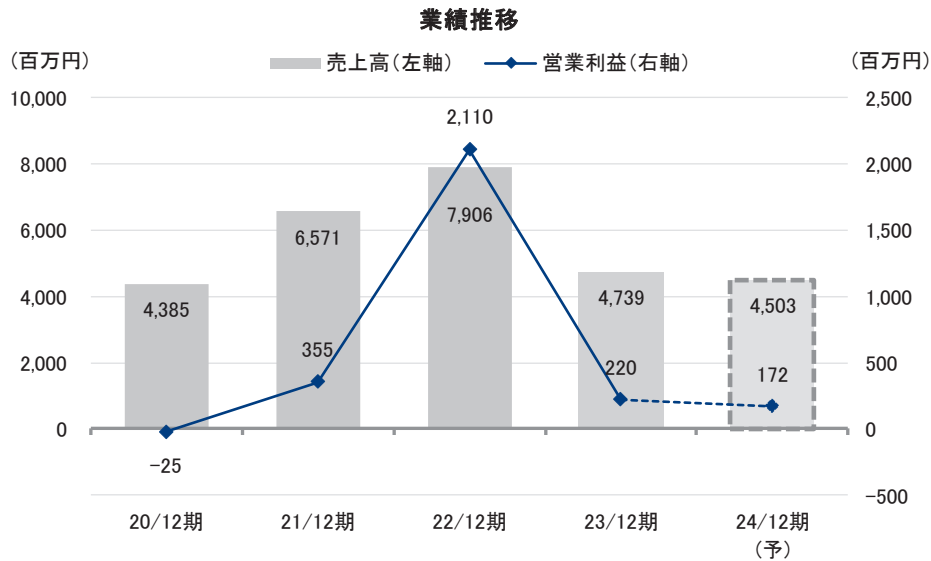
要約

3. 中長期の成長戦略

同社は中長期の成長戦略として5ヶ年目標を掲げていたが、外部環境の変化に対する機動的な経営判断においては制約となる側面があったため、5ヶ年目標の廃止を決定した。これにより既存・新規事業領域の劇的な環境変化に迅速に適応し、企業価値のさらなる向上を実現しやすくなった。足元では、SNS 広告（獲得系）や Google 等の検索連動型広告のサービス提供に向け、(株)wevnal の SNS 広告事業及び一部メディア事業 (fasme) を譲受したことで、認知から購買フェーズまでのワンストップサービスの提供が可能となった。事業領域の拡大を経て同社の強みはさらに増強され、シェア拡大や収益拡大を後押しすると弊社では考える。

Key Points

- ・ 2023年12月期は各事業で過去最高の売上高を更新。既存事業の深化と新たな事業機会の探索による「両利きの経営」を通じて各事業が堅調に推移
- ・ 2024年12月期は減収減益の見通し。DaaS 事業の業績を保守的に見込む一方で、インターネット・デジタルマーケティング市場は底堅く、通期計画達成の蓋然性あり
- ・ 機動的な経営に向け「5ヶ年目標」を廃止。統合マーケティングを提供する企業として成長市場での競争優位性を高める



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

「両利きの経営」で既存事業の深化と新規事業の探索を両立。 事業ポートフォリオの機動的な組み換えが成長の原動力に

1. 会社沿革

同社は、2000年6月に現代表取締役グループCEO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」という存在意義を掲げて設立した。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。

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（現5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「BuzzSpreader Powered by クチコミ@係長」（以下、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アップに加えた。ただ、同サービスを中心としたリスクマネジメント関連事業については2018年10月に会社分割によって（株）リリーフサイン※に承継し、同年12月に株式の過半数以上を（有）エスフロントに売却した。株式売却後の出資比率は34%であったが、2020年に入って追加売却し出資比率は24%となった。2022年6月に公表したマスターピース・グループ（株）との資本業務提携に伴い、リリーフサインの保有株式の全てを同社の発行する新株と交換した。これにより、リリーフサインはマスターピース・グループの完全子会社となり、2022年12月期第2四半期において同社の持分法適用関連会社から除外することとなった。

※ 同社とマスターピース・グループはエスフロントとの合併会社としてリリーフサインを設立し、リリーフサインはマスターピース・グループの連結子会社となった。

会社概要

同社は、2013年に(株)トレンド Express(旧(株)ホットリンクコンサルティング)を設立した。2015年にはソーシャルデータ流通企業の大手で、大手 SNS のソーシャルデータへのアクセス権保有・販売を行う Effyis を子会社化し、海外での事業基盤を構築した。中国からの訪日観光客が急増したことを契機に、トレンド Express 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「中国トレンド Express」の提供を2015年から開始したほか、中国市場での Web プロモーション支援サービス「トレンド PR」や中国向け越境 EC サービス「越境 EC X」を2017年以降に相次いで立ち上げるなど、中国市場をターゲットとした事業拡大を推進した。2020年1月には中国市場での事業展開を強化すべく、トレンド Express の中国子会社と事業パートナーであった普千(上海)商務諮訊有限公司を経営統合し、新たに数慧光(上海)商務諮詢有限公司をトレンド Express の100%子会社として設立した。2022年11月には、グループリソースの効率的な活用と企業価値の最大化を目的に、同社が保有するトレンド Express の株式をトレンド Express へ一部譲渡した。これに伴い、トレンド Express は連結子会社から除外され、その後社名を(株)NOVARCAへ変更した。譲渡の対象外となった株式は引き続き保有し、NOVARCA との事業シナジーを深耕することで、さらなる企業価値向上を図る。

2022年5月には、Web3 関連事業の本格立上げに向けて、投資事業を行う子会社として Nonagon Capital を設立した。今後の拡張性を調査するためにパイロット・ファンド(プロジェクト)として運用しており、これまでの Web3 分野での取り組み成果・ネットワークの有効活用に加えて、海外でのネットワーク強化も図る。また、2023年2月には、SNS マーケティング支援事業の「深化」を目的に、wevna1 より SNS 広告事業及び一部メディア事業(fasme)を譲受した。wevna1 の SNS 広告(獲得系)や Google 等の検索連動型広告に関する運用ノウハウ及び人材と、同社が有するビッグデータの収集・分析・活用を通じた SNS 活用におけるノウハウ及び人材を融合し、既存顧客への新サービスの提供、新規顧客開拓などのシナジーを見込む。

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 6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, inc. (2014年、Twitter, inc. 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
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締結
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 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(上海)商務諮訊有限公司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締結
2015年 1月	Effyis 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	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(上海)商務諮訊の株式を取得(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10月	トレンド Express が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	Effyis 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, inc. と業務提携を締結
2017年 6月	ソーシャルメディア運用支援サービス「BuzzSpreader」の販売を開始
2018年 4月	トレンド Express が中国越境 EC 支援サービス「越境 EC X」の提供を開始
2018年10月	「e-mining」を中心とするリスクマネジメント関連事業を、会社分割により(株)リリーフサインに承継。同年12月に株式の過半数以上を売却し、持分法適用関連会社とする(出資比率34%)
2019年 2月	トレンド Express が新サービス「トレンド MOVIE」を提供開始
2019年 3月	ブロックチェーン研究開発プロジェクトを開始。第1弾として SAMURAI Security(株)と投資契約締結
2019年 8月	SNS 分析ツール「クチコミ@係長」を「BuzzSpreader powered by クチコミ@係長」に名称変更
2019年11月	(株)エードットと業務提携し、SNS のグロースに貢献するサービス「SNS GROWTH PARTNER」を提供開始
2020年 1月	普千(上海)商務諮訊とトレンド Express の中国子会社を経営統合、数慧光(上海)商務諮訊有限公司として完全子会社化
2021年11月	SNS でのプロモーションに特化した「新商品ローンチパッケージ」を提供開始
2021年12月	TikTok For Business 代理店契約を締結、TikTok マーケティング支援事業を本格的に開始
2022年 5月	Web3 関連投資事業を行う(同)Nonagon Capital を設立
2022年 6月	マスターピースグループ(株)との資本業務提携
2022年 7月	ビジュアル探索ツール「Pinterest」の広告運用代行サービスを開始
2022年11月	トレンド Express の保有株式をトレンド Express に譲渡、連結子会社から除外
2023年 2月	(株)wevnal の SNS 広告事業及び一部メディア事業を譲受

出所：ホームページ、プレスリリースよりフィスコ作成

会社概要

2. 事業内容

SNS マーケティング支援事業・DaaS 事業・Web3 関連事業に大別される。ソーシャルビッグデータ市場において、収集・分析・活用の3領域を統合させた事業を展開するなか、既存事業の深化と新たな事業機会の探索による「両利きの経営」により、高成長率を実現する事業ポートフォリオを構築している。2022年11月には、グループリソースの効率的な活用と企業価値の最大化を目的に、クロスバウンド事業を売却し連結子会社から除外した。クロスバウンド事業の売却で得た資金を既存事業と新規事業へ投資することで、外部環境に左右されない独自成長を実現する事業ポートフォリオ構築を目指す。

(1) SNS マーケティング支援事業

国内向けの SNS 広告・SNS 運用コンサルティングと、SNS 分析ツール「クチコミ@係長」を展開する。2023年12月期の売上構成比では SNS 広告・SNS 運用コンサルティングが 37.3%、SNS 分析ツールが 8.8% となった。企業の SNS 活用などの需要は旺盛で市場が成長するなか、wevna から SNS 広告及びメディア事業を譲受したことでサービスの領域が拡大し、増加する需要を獲得できる受け皿が広がっている。また、2024年2月には、インフルエンサーマーケティングの新サービス「HottoLink Creator Marke (ホックリ)」をローンチしており、より多くの企業の課題解決や成果につながるインフルエンサーマーケティング手法の提供が可能となっている。SNS 広告・SNS 運用コンサルティングの割合は、今後さらに拡大する見込みである。

同事業では、X (旧 Twitter) や Instagram を活用したマーケティング支援サービス (SNS 広告代理販売・SNS 運用コンサルティング) を展開する。SNS 運用コンサルティングでは、保有するソーシャルビッグデータと長年蓄してきたノウハウや独自メソッドを生かして、顧客企業の商品の認知度拡大や売上アップにつながる施策を X (旧 Twitter) などを実施している。サービス構成は、SNS 広告・レポート・コンテンツ制作からなるフロー型と、コンサルティング・SNS アカウント運用代行からなるストック型に大別される。ストック型の契約数が着実に増加するに伴いフロー型の受注も増加するという相乗効果が生まれている。

顧客企業は食品・飲料、美容・コスメなど BtoC 企業を中心に幅広い業種にわたり、企業規模としては売上高で 1,000 億円前後の企業が多い。それ以上の大企業ではテレビ CM などを利用する企業が多く、大手広告代理店との関係構築が既に構築されており、参入ハードルが高い。ただ、SNS 広告運用のパフォーマンスについては大手広告代理店よりも高いことを理由に大手自動車メーカーから受注したケースもある。足元では、Fintech 及び通信など景況感に左右されない業種の比率を高め、顧客ポートフォリオを拡充している。顧客単価の上昇・新規顧客獲得に向けた取り組みとしては、業種業界の垣根を超えたアライアンスを実施する方針だ。

SNS を使った効果的なプロモーション施策として、UGC (User Generated Contents : ユーザーが発信する口コミなどのコンテンツ) を増やすことを重視し、UGC の発生に伴って起きる一連の消費者購買行動プロセスを「ULSSAS (ウルサス)」として体系化している。具体的には、起点となる UGC (X (旧 Twitter) 上での投稿) に、それを見たフォロワーが Like (いいね!) を付ける。そして、SNS 内での検索 (Search1) や、Google などの検索エンジンを使って商品を確認し (Search2)、購入 (Action) する。その後 X (旧 Twitter) 上で拡散 (Spread) する。このような一連のプロセスを循環させることで、顧客企業の商品の売上向上を図る。

会社概要

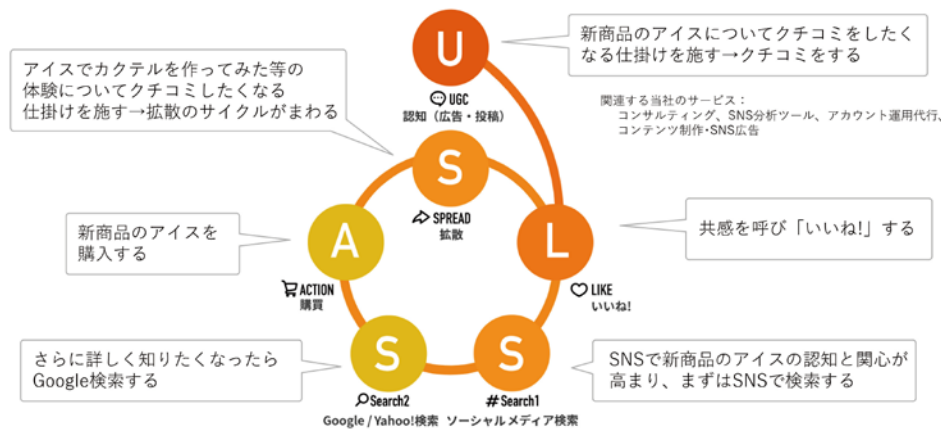
この循環プロセスを効率的に作り上げるには、同社が長年蓄積してきた成功パターンから編み出した独自メソッドがカギとなり、他社との差別化に成功している。例えば、X (旧 Twitter) の情報収集だけでなく、ブログやほかの口コミサイトなど様々なデータを組み合わせて分析し、AI によって自動抽出した最適な UGC 発信者に対してプロモーション対象商品の広告を配信している。このため、同社のマーケティング支援サービスは費用対効果の高いサービスとして注目されており、リピート率も 70% 以上と高く、「X (旧 Twitter) マーケティング」と言えば「ホットリンク」というブランドイメージを確立している。

SNS 分析ツールとなる「クチコミ @ 係長」の特長は、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、テレビや Web ニュースなどとのクロスメディア分析のほか顧客企業が保有するデータ (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である。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 X (旧 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を保有していることが強みである。

顧客企業は「クチコミ @ 係長」を使ってソーシャルビッグデータを分析し、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用している。導入初期費用は 10 万円、月額利用料は 14 万円からで、利用可能 ID 数や対象メディア、データ容量などによって料金が加算される。大口ユーザーでは月額 100 万円程度となる企業もある。累積導入社数は 1,000 社以上で、現在約 300 社が実稼働している。利用企業の約 8 割は大企業で、消費財メーカーやサービス、金融機関など幅広い企業に導入されている。

SNS マーケティング支援事業例 (独自メソッド ULSSAS を活用した成功事例)

アイスクリームの新商品プロモーションでのULSSAS事例

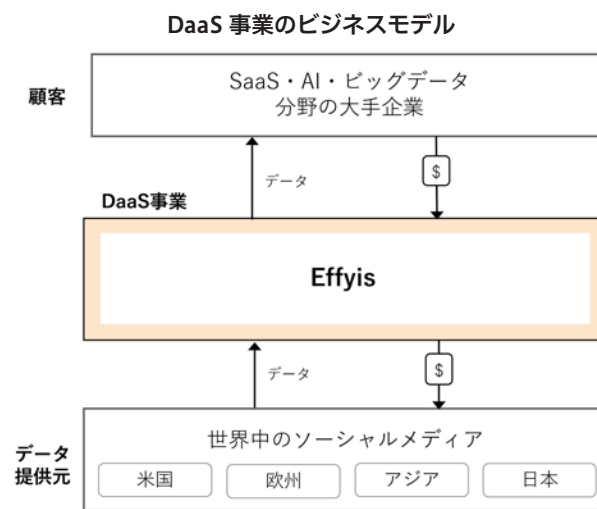


出所: 決算短信補足資料より掲載

会社概要

(2) DaaS 事業

Effyis (ブランド名: Socialgist) がグローバル展開するソーシャルメディアのデータアクセス権販売事業に取り組んでいる。X (旧 Twitter) を除く世界中の公開型 SNS 運営会社とソーシャルメディア (ブログ、掲示板、Q&A、レビューサイト等) のデータアクセス権に関する販売契約を締結し、グローバル 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) に販売している。主要顧客は salesforce<CRM> や Microsoft<MSFT> のほか、金融機関や政府機関、SaaS 事業等を手掛けるベンチャー IT 企業などである。ソーシャルビッグデータの流通企業で世界最大級の企業であり、SNS データアクセス権の販売契約を世界中の多様なデータ提供元から獲得しているのは Effyis だけである。



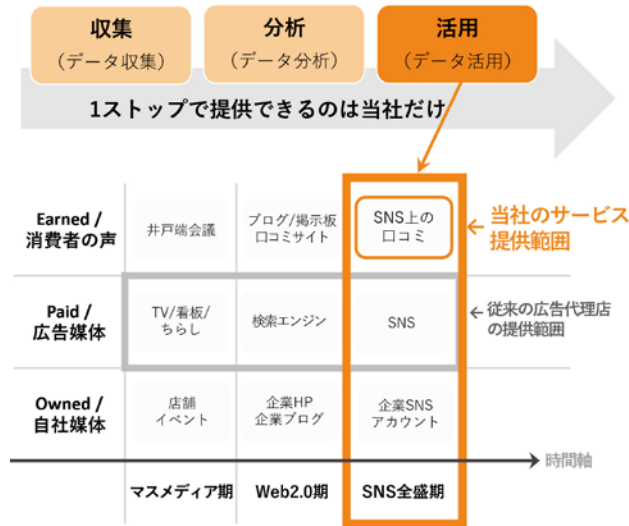
出所：決算短信補足資料より掲載

(3) Web3 関連事業

インターネット全体の大きなパラダイムシフトを見据え、新たに設けられたセグメントである。背景には、Web2.0 の行き過ぎた中央集権化の弊害による自律分散型の Web3 技術の発展があり、Web2.0 における「見る & 発信」の時代から「見る & 発信 & 参加」の時代に移行する動きが生まれていることがある。足元でも「暗号通貨の発行」「サービスの非中央集権化」「デジタルデータの所有権の明確化」「トークンによるインセンティブ革命」「トークンによる自律分散型組織」等、ブロックチェーン技術を生かした様々なイノベーションが次々と発生している。同社では Web3 関連事業の本格立上げに向けて、子会社 Nonagon Capital が Web3 業界へ投資活動を行うなか、リサーチを行うためパイロット・ファンド (プロジェクト) に取り組んでいる。Nonagon Capital のシンガポール法人立ち上げは、迅速な投資判断を日本国内の法規制により妨げられることを避ける狙いがあった。足元では、2023 年 12 月に (株) 博報堂キースリーとの協業を公表しており、日本企業の Web3 領域での海外進出支援事業を開始した。2024 年 12 月期以降は、企業やトークンへの出資にとどまらず、Web3 関連事業と既存事業とのシナジーの創出に加え、新規事業としてインキュベーションを行うことも検討している。

会社概要

3つの媒体による統合マーケティングサービス



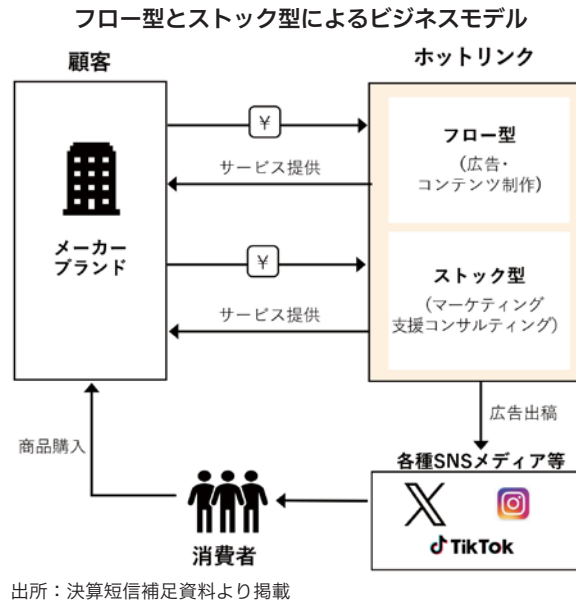
出所：決算短信補足資料より掲載

3領域を統合型でカバーする点のほか、同社にはサービスの訴求力をより高めるポイントがいくつかある。まずはビッグデータの活用だ。ビッグデータの活用には、データが正しく1) 収集、2) 分析、3) 活用されるインフラ整備が重要と捉え、「知的循環インフラ」と呼称し、創業時から知的循環インフラの整備・構築に向けた事業を創造してきた。

同社は、1) 収集の面で DaaS 事業におけるグローバル規模のデータベースを保有しており、2) 分析面では SNS 分析ツールを生かし、3) 活用面では SNS マーケティング支援事業を通じて価値を提供する。それぞれのステップで豊富な知見・経験を有しており、それらが有機的に機能することでビッグデータの価値を最大化している。加えて足元では、譲受した SNS 広告事業及び一部メディア事業 (fasme) より、SNS 広告 (獲得系) や Google 等の検索連動型広告のサービスの提供を予定している。認知から購買フェーズまでのワンストップサービスの提供が可能となることで、さらなる事業領域の拡大が期待される。このような事業展開を経て同社の強みはさらに増強され、今後のシェア拡大や収益増加を後押しするものと弊社では考える。

同社のビジネスモデルはストック型ビジネスとフロー型ビジネスという切り口でも捉えられる。「収集」「分析」「活用 (マーケティング)」の3ステップそれぞれにおける売上が「ストック型」と「フロー型」のサービスを展開している。顧客企業視点では、情報収集からマーケティングに至るまで一連の流れのなか、同社がワンストップで効率的に対応することで、フェーズごとの課題を随時解決できるなど、複数の企業に依頼するよりも利点を享受できる。同社視点では、「収集」「分析」「活用」の各段階におけるストック型のサービス (データアクセス権販売・分析ツール・コンサルティング・SNS アカウント運用) によって収益の安定性を高められるうえ、ストック型のサービス契約を通じてフロー型のサービスも追加受注しやすくなり、売上高の成長を加速できる。上記のような「SNS を軸とした統合マーケティングサービス」という特徴を生かすことで同社のマーケティング業界におけるプレゼンスは大きくなっており、従来アプローチが困難とされた大手企業からの受注も、今後増加していくものと弊社は予想する。

会社概要



業績動向

「両利きの経営」を通じたポートフォリオ経営が奏功。
各事業の売上高は過去最高を更新し、
営業利益も計画比で大幅に上振れ

1. 2023年12月期の業績概要

2023年12月期の連結業績は、売上高4,739百万円（前期比40.1%減）、営業利益220百万円（同89.6%減）、税引前利益は287百万円（同84.7%減）、親会社の所有者に帰属する当期利益は226百万円（同87.5%減）となった。2022年12月期にクロスバウンド事業を売却したため、2023年12月期より「SNSマーケティング支援事業」「DaaS事業」「Web3関連事業」の3事業により構成されている。そのため、前期比では減収減益となったが、既存事業の深化と新たな事業機会の探索による「両利きの経営」を通じて各事業は堅調に推移しており、3事業の売上高は過去最高を更新し、営業利益も計画を大幅に上回った。

業績動向

SNS マーケティング支援事業では、X（旧 Twitter）の仕様変更に伴い、一時的な業績への影響はあったものの、顧客ニーズに応える新サービス開発・販売に注力し増収となった。wevna1 から譲受した SNS 広告及びメディア事業と既存事業とのシナジーを創出することで、新規顧客獲得及び顧客単価アップが進んだ。DaaS 事業では、顧客からの多種多様なデータへの需要は底堅く、円安の追い風もあり売上高・営業利益ともに計画を上回る着地となった。ソーシャルリスニング市場の成長が停滞する一方で、デジタルリスク市場からの需要が着実に拡大しているほか、生成 AI 市場からの需要の取り込みも模索している。Web3 関連事業では、2023 年 12 月期は 7 社に投資を実行したが、業界動向を注視しながら引き続き投資先を検討していく。同社では現状を Web3 の社会実装期と捉えており、出資に加え Web3 関連事業の新規立ち上げや既存事業とのシナジー創出の実現にも注力している。SNS マーケティング市場における環境変化が激しいなか、機動的なプロダクトポートフォリオの見直しを進めており、中核の SNS 事業及び中長期的な成長分野と位置付ける Web3 関連事業への投資に加え、今後は事業シナジーの創出が一層進んでいくものと弊社では見ている。

販管費は 1,323 百万円と、前期の販管費にクロスバウンド事業売却費用が含まれていたため前期比で 32.8% 減少したものの、販管費率は前期の 24.9% から 27.9% へと上昇した。ただ、業務プロセスの自動化やリファラル採用による採用コスト削減など、販管費コントロールが継続的に行われているほか、社内において広告運用のウォッチやレポートを自動化することで、1 人当たりの広告案件量が増加傾向にあり、収益性は向上していると弊社では考えている。

2023 年 12 月期の連結業績

（単位：百万円）

	22/12 期		23/12 期		増減額	前期比
	実績	売上比	実績	売上比		
売上高	7,906	-	4,739	-	-3,167	-40.1%
売上総利益	2,160	27.3%	1,566	33.0%	-594	-27.5%
販管費	1,968	24.9%	1,323	27.9%	-644	-32.8%
営業利益	2,110	26.7%	220	4.7%	-1,889	-89.6%
税引前利益	1,875	23.7%	287	6.1%	-1,587	-84.7%
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,818	23.0%	226	4.8%	-1,591	-87.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業別の動向

(1) SNS マーケティング支援事業

売上高は前期比 5.7% 増の 2,184 百万円となった。このうち、SNS 広告・SNS 運用コンサルティングサービスの売上高は同 10.2% 増の 1,767 百万円、SNS 分析ツールの売上高は同 9.7% 減の 416 百万円となった。X（旧 Twitter）の仕様・方針変更に伴う顧客動向の変化やデータ価格の高騰により、既存事業の一部業績に影響があったものの、顧客ニーズに応える新サービス開発・販売に注力した。加えて、wevna1 から事業譲受した SNS 広告及びメディア事業と既存事業とのシナジーを創出することで、新規顧客獲得及び顧客単価上昇が進み、過去最高売上を更新した。進行期である 2024 年 12 月期において、アルゴリズムの仕様変更や広告の方針変更への対応は完了しており、変化の激しいなかでスピーディーな意思決定と柔軟な対応を実践している点が、増収基調を維持する強みの源泉であると弊社では考える。

業績動向

SNS 広告・SNS 運用コンサルティングサービスでは、安定したキャッシュフローや独自の SNS マーケティング支援を強みに、M&A やサービス拡大に注力した。従来の X (旧 Twitter) に加え、Meta や TikTok に支援媒体を拡張し、顧客に幅広く対応できるようサービスラインナップを拡充した。前述のソリューション拡充のほか、課題解決セミナーの実施によりリードを獲得し、同社サービスと親和性が高い企業に対する営業及びサービス提供が奏功した。新規顧客からの問い合わせ・資料請求や既存顧客からの紹介案件等も売上高の増加に寄与した。

SNS 分析ツールは前期比減収での着地となった。営業人員を需要の増加する SNS 広告・SNS 運用コンサルティングに集中したほか、同事業を取り巻く外部環境の急激な変化により、SNS データを提供する各社の取り扱い方針等の先行きが不透明なこともあり、低迷した。同事業領域は、市場成長率は低いものの競合が少ないため、同社としては高シェア事業と位置付けており、セグメント売上高と販管費のバランスを勘案しながら今後も同程度の事業規模で展開していくと弊社では見ている。

SNS マーケティング支援事業全体としては大手企業との実績も増えてきており、直近では以下のような実績を持つ。

・**ジズホールディングス <3046>**

X (旧 Twitter) を活用し、口コミ数約 4 倍及び指名検索数 1.7 倍と、ブランド力向上に貢献。

・**トリドールホールディングス <3397>**

(株)丸亀製麺：X (旧 Twitter) を活用し、集客支援。再売り出しメニューの初速販売数 1.9 倍に貢献。

(株)KONA'S (コナズ珈琲)：Instagram を活用し、フォロワー数が 2 倍となる。

・**(株)シャトレーゼ**

X (旧 Twitter) を活用し、X (旧 Twitter) フォロワー 35 万人超を獲得。店舗売上の増加に貢献。

・**ミルボン <4919>**

X (旧 Twitter) と Instagram を活用し、口コミ数を 6 倍に。インスタライブ配信を支援し、45 万視聴の反響。

・**ジョンソンヴィル・ジャパン (合)**

X (旧 Twitter) と Instagram を活用し、口コミ数を 9 倍に。口コミ数に比例し売上の増加に貢献。

・**オリオンビール (株)**

X (旧 Twitter) の UGC 活用によりユーザー接点を増やし、EC 売上前年比 50 倍と貢献。

・**(株)Paidy**

マンガや動画を活用した X (旧 Twitter) 広告により「自分事化」を促し、600 万ダウンロードに貢献。

また、複数 SNS を組み合わせたマーケティング支援で、直近では以下のような実績を持つ。

・**コーセー <4922>**

顧客の長期的なファン化を目指した運用を実施。

ファンとのコミュニケーションを重視した Instagram・X (旧 Twitter) の活用。

・**(株)NTT ドコモ**

d ポイントクラブの Instagram 運用を支援、平均 10 万回のリールズ再生回数を達成。

多彩なアイデアと柔軟な運用体制により SNS 活用を加速。

業績動向

乳製品、自動車メーカーなどとも多数の実績があるほか、大手との取引実績を積むことで同社の業界内での信用度はさらに高まるものと弊社では考える。景況感に左右されにくい業種に対する新規開拓も進めており、今後は IT・金融等の業種の顧客がポートフォリオに占める割合が増えてくると弊社では予測する。

(2) DaaS 事業

売上高は前期比 17.9% 増の 2,555 百万円と過去最高売上を更新した。企業のデータに対する底堅い需要が続いており売上高・営業利益共に計画上振れ、既存顧客のアップセルや新規獲得に加えて、円安ドル高による為替の影響も売上に寄与した。一方、SNS 企業の方針変更と SaaS 業界の再編に伴うリスクに備えた施策も推進した。

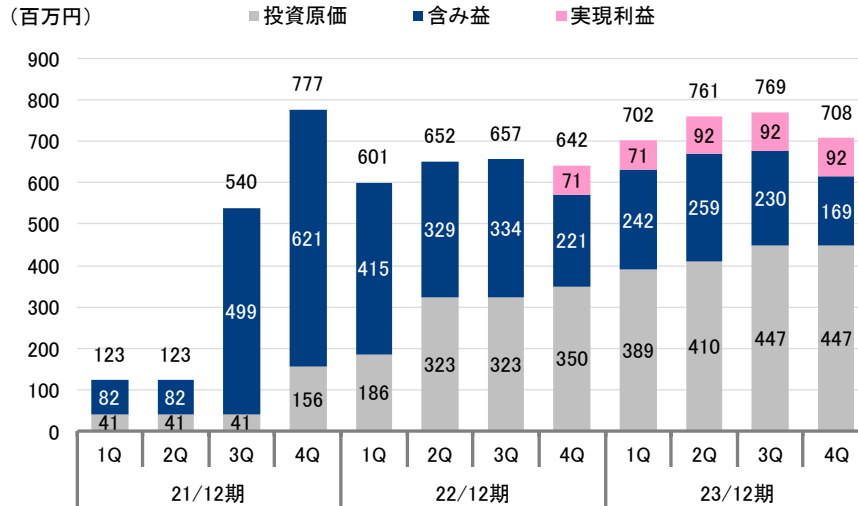
ソーシャルリスニング市場の成長が停滞する一方、デジタルリスク市場からの需要が着実に成長しており、生成 AI 市場からの需要の取り込みも模索している。生成 AI の作成や継続的な改善には大量のデータ収集が不可欠であり、データの収集には特定のメディアやサービスに限定してデータを収集する方法や、インターネット上で広く公開されているデータをクロールする方法が挙げられる。特に、業界特有の情報などは特定企業がクローズドで保有しているケースもあり、データ提供元を増やし自社自身もデータをクロールし蓄積していくことで、新たなデータ提供サービスが生まれる可能性もあると弊社では見ている。

同事業は米ドルで収益計上しているため、急激な円安も売上増加の一因である。期初想定レート 130.00 円から、第 4 四半期には 147.86 円と大幅に円安が進行した。為替影響を除いた米ドルベースにおいても着実に成長しており、同社の米国子会社である Effyis では引き続き、世界中のソーシャルビッグデータを保有するメディアとの間で良好な関係を維持し、安定したデータ提供や新規メディアからのデータアクセス権取得契約の獲得に注力する。

(3) Web3 関連事業

業界リサーチを主な目的とした、パイロット・ファンド（プロジェクト）として運用しているため売上高は発生していない。Web3 関連市場のボラティリティの高まりを好機と捉え、2023 年 12 月期は Nonagon Capital を通じて 7 社、累計 10 社への投資が行われた。クロスバウンド事業の一部売却によりキャッシュを確保し、今後の高成長が期待される Web3 領域への投資を加速していく。また、2023 年 12 月には博報堂キースリーとの協業を公表、日米企業の海外進出支援事業を開始した。なお Web3 関連事業で行われている投資は、ブロックチェーン・スタートアップ企業を対象とした海外投資ファンドへの LP 出資である。出資先ファンドが投資前のアセットを仮想通貨で保有している場合、同社の経営成績・財務状況に限定的ではあるものの影響を及ぼす可能性がある。しかし、短期的な目線ではなく、国内外の動向を綿密に調査したうえで中長期的な投資を行っているため、出資額に対して着実に資産は増加しており、ボラティリティに対して攻めと安定の両立を図る事業展開をしていることから、大きな懸念はないものと弊社では見ている。

業績動向

Web3関連投資とリターンの四半期推移


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

3. 財務状況と経営指標

2023年12月期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比19百万円増加の8,490百万円となった。流動資産は、前期末比68百万円減少の4,240百万円となった。主な変動要因を見ると、営業債権及びその他の債権が296百万円増加、その他の流動資産が18百万円増加した一方で、現金及び現金同等物が101百万円減少、未収法人所得税が283百万円減少した。非流動資産は、前期末比87百万円増加の4,250百万円となった。主な変動要因を見ると、その他の金融資産が231百万円減少、使用権資産が76百万円減少した。一方、事業譲受に伴いのれんが317百万円増加、その他の無形資産が71百万円増加した。なお、Web3関連事業における海外投資ファンドを通じた投資分は、非流動資産に含まれている。

負債合計は前期末比170百万円減少の2,353百万円となった。流動負債は、前期末比126百万円増加の1,019百万円となった。主な変動要因を見ると、借入金が25百万円増加、営業債務及びその他の債務が86百万円増加、リース負債が11百万円増加、未払法人所得税が39百万円増加した一方で、その他の流動負債が35百万円減少した。非流動負債は、前期末比297百万円減少の1,333百万円となった。主な変動要因は、借入金が132百万円減少、リース負債が74百万円減少、繰延税金負債が96百万円減少、その他の非流動負債が7百万円減少した。

資本合計は、前期末比189百万円増加の6,137百万円となった。主な変動要因を見ると、利益剰余金が226百万円増加した一方で、海外子会社の財務諸表の為替換算調整等によるその他の資本の構成要素が59百万円減少した。

業績動向

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70.2%から72.3%へと上昇し、改善が見られた。有利子負債比率は14.8%から12.6%へと下降し、クロスバウンド事業の売却による増益を背景に資本合計が大幅に増加したため、財務体質はより強固となった。良好な財務体質を基盤にM&Aや新規事業立ち上げについても引き続き検討している。収益性が向上するなかで利益の積み上げが今後期待できるため、当面の財務的懸念は少ないと弊社は考える。

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	19/12 期末	20/12 期末	21/12 期末	22/12 期末	23/12 期末	増減
流動資産	2,328	2,710	3,444	4,309	4,240	-68
(現金及び現金同等物)	1,700	2,067	2,598	3,596	3,495	-101
非流動資産	3,056	3,057	3,870	4,162	4,250	87
(のれん)	1,071	1,367	1,530	1,298	1,615	317
資産合計	5,385	5,767	7,314	8,471	8,490	19
負債合計	2,332	2,795	3,183	2,523	2,353	-170
(有利子負債)	616	851	1,097	879	772	-107
資本合計	3,053	2,972	4,131	5,947	6,137	189
(株主資本)	2,825	2,793	3,866	5,947	6,137	189
【安全性】						
親会社所有者帰属持分比率	52.5%	48.4%	52.9%	70.2%	72.3%	2.1pt
有利子負債比率	21.8%	30.5%	28.4%	14.8%	12.6%	-2.2pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

変化が激しい DaaS 事業を保守的に見込み減収減益予想。 SNS マーケティング支援事業にて採用を強化

1. 2024年12月期の業績見通し

2024年12月期の業績見通しは、売上高で4,503百万円(前期比5.0%減)、営業利益で172百万円(同21.9%減)、税引前利益で180百万円(同37.1%減)、親会社の所有者に帰属する当期利益で93百万円(同58.9%減)としている。引き続きソーシャルメディアマーケティング市場の拡大に伴う需要を取り込む一方で、変化が激しいDaaS事業の業績を保守的に見込み減収減益予想としている。SNSマーケティング支援事業における採用強化を筆頭に、売上拡大のための人的投資を行いながら利益を確保する方針だ。

今後の見通し

各事業において「深化」と「探索」を推進し、グループ内でのシナジーの創出や M&A の検討を行う。事業環境や景気の動向に左右されない事業ポートフォリオの創造を目指し、利益体質を維持しつつ投資を行うことで、さらなる成長を見込む。SNS マーケティング支援事業では、人材採用の加速により顧客満足度や単価アップを実現する体制を強化し、支援メディアの拡充と新サービスの提供により増収トレンドを継続する。また、クロスバウンド事業の売却により得られた潤沢なキャッシュを活用した機動的な M&A も検討する。DaaS 事業では、データ提供元との契約終了の影響を折り込んで減収予想としているが、コストコントロールに加え、デジタルリスク関連や生成 AI など新市場からの需要を見込み増益を計画している。Web3 関連事業では、業績への影響は軽微だが、ファンドを通じた投資に加え、既存サービスや新規事業の一環として既存事業とのシナジーを模索していく。

2023 年 12 月期は、売上高は計画比 97.7% とわずかに未達であったが、営業利益については同 222.2% で着地した。変化が激しい DaaS 事業の業績を保守的に見込んでいることから、2024 年 12 月期の業績は減収減益だが、インターネット・デジタルマーケティング市場は底堅い伸びをみせるとの予想から、「両利きの経営」により外部環境の劇的変化に対して機動的に経営判断を下している。そのため、サービスラインナップの拡充により幅広い顧客ニーズへの対応が可能となっており、通期計画の達成の可能性はあると弊社では見ている。

2024 年 12 月期の連結業績見通し

(単位：百万円)

	23/12 期		24/12 期			
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	前期比
売上高	4,739	-	4,503	-	-236	-5.0%
営業利益	220	4.6%	172	3.8%	-48	-21.9%
税引前利益	287	6.1%	180	4.0%	-107	-37.1%
親会社の所有者に帰属する当期利益	226	4.8%	93	2.1%	-133	-58.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業別の見通し

(1) SNS マーケティング支援事業

売上高 2,467 百万円（前期比 12.9% 増）を見込む。人材採用を加速し、顧客満足度や単価の向上を実現するための支援体制を強化し、支援メディアの拡充と新しいサービスの提供により、増収トレンドを継続させる取り組みに注力する。さらに、クロスバウンド事業の売却によって得られたキャッシュを活用して機動的な M&A を検討し、事業拡大に向けた戦略を展開していく。人材採用は、全従業員に対して 2～3 割程度の増員となる 30 名前後を予定している。

今後の見通し

足元では、2024年2月に新サービス「HottoLink Creator Marke (ホックリ)」をローンチした。同社の強みであるデータ分析を生かした適切なターゲティング・キャストイング・企画設計により、一過性で終わらない本質的なインフルエンサーマーケティングを提供する。(1)十分なアテンション(認知)を獲得できる、(2)伝わるインフルエンサーをキャストイング、(3)ユーザーのインサイトに合った企画設計という3つの強みが挙げられる。ターゲット層への広告配信と独自開発のコミュニティアスタ分析により、顧客企業の商品に反応しやすいユーザーに効率的に広告を配信することでアテンションを確保する。また、データ分析に基づいて親和性の高いインフルエンサーを選定し、単にインフルエンサーへPR投稿を依頼するのではなく、コンテンツを共同制作することで購買行動と話題化を促進する。加えて、顧客企業の商品に反応しやすいユーザーのインサイトを元に、話題性のある企画を綿密に計画し、全体のSNS戦略と連動させて施策効果の最大化を実現する。一般的なインフルエンサーマーケティングでは、瞬間的に話題化できるものの、継続的な成果に繋がらないケースもあるが、「HottoLink Creator Marke (ホックリ)」では、同社の強みであるデータ分析を活かした適切なターゲティング・キャストイング・企画設計により、継続的な話題化を実現できる。

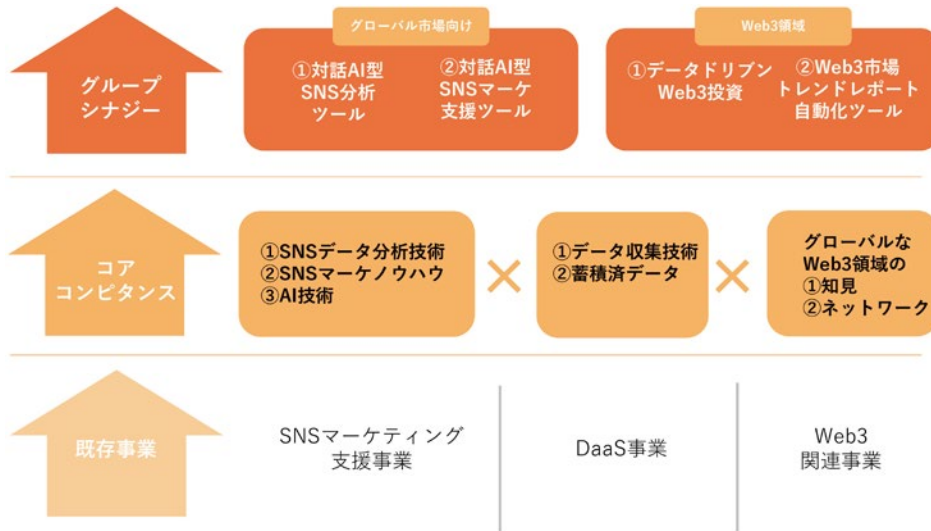
認知から購買までの各フェーズにおいて、マーケティング支援サービスを提供する企業は多く存在するが、全てのフェーズで質の高いサービスを提供し一気通貫で顧客ニーズを満たせる企業は少ない。SNSを活用したマーケティングの需要は今後も堅調に膨らむ見通しであり、業界内で大手との取引が増えるなど順調にプレzensを強めている同社には追い風が続いており、売上高は好調に伸びていくと弊社では見ている。

一方で、外部環境の変化に伴うリスクには注視が必要だ。SNS運営企業の経営方針変更は、データを提供する各社の販売価格の変動に直結するため、情報提供方法やデータ販売の有無に変更が生じた場合、同社が提供するSNS分析ツールや同サービスを利用するクライアントにとって大きな変化となる。

これら外部環境の変化を成長のチャンスと捉え、柔軟な戦略の見直しや対応策の検討を行い、変動する市場環境に適切に対応する体制を整備する方針だ。足元では、X(旧Twitter)の運営会社Xの経営方針変更によるデータ価格の上昇や仕様変更によって、新たなSNSマーケティング手法への需要が高まっている。加えて、大手SNS運用企業の影響だけでなく、AI時代の到来によりメディアのロングテール化が進むことで、同社が得意とするUGCの価値が向上すると予想している。外部環境の変化に合わせた新たな取り組みとして、企業向けSNSマーケティング支援領域を拡大するために、人材採用の加速やグループ内外でのシナジーを生かし新ソリューションの開発を進める。顧客満足度や単価アップを実現できる体制を強化することで、変化する外部環境に柔軟に対応し成果を上げる方針だ。

今後の見通し

新ソリューションの可能性



出所：決算説明資料より掲載

(2) DaaS 事業

データ提供元との契約終了による影響を考慮し、売上高は 2,015 百万円（前期比 21.1% 減）を見込んでいる。一方、セグメント利益の予想は、非開示事項であるが増益の見通しである。同事業を取り巻く環境として、サイバー空間における危機管理意識の高まりにより、デジタルリスク関連へ顧客の関心が広がることが予測される。業界業種特化型の生成 AI の開発が進むなか、同社のデータクローリング力やユニークなデータへの需要も高まると見込まれる。新たな市場開拓に注力するとともに、セグメントコスト管理を強化することで増益を達成する方針だ。なお、同事業において円安は業績の上振れ要因ではあるものの、米ドルベースで事業成長を図る。

(3) Web3 関連事業

ファンドを通じた投資に加え、既存事業とのシナジー創出や新規事業の立ち上げに注力する。具体的には、2024 年 4 月より Web3 シェアードリサーチ事業を開始予定である。投資活動や Web3 領域のベンチャーキャピタル、ファウンダー、スタートアップとのグローバルネットワークから得た、最新トピックやインサイトを、日本企業に対してレポートする。他の新規事業の立ち上げも検討中である。なお、Web3 関連事業の業績予想への影響は軽微と見込まれる。

引き続き同社の子会社である Nonagon Capital を通じて、Web3 業界への投資活動及びリサーチを行う。Web3 関連市場は一部仮想通貨取引所の破綻を受けボラティリティが高まっており、各国では様々な領域での社会実装に向けた技術が進展すると同時に、法整備が急速に検討されている。これらの変化をチャンスと捉え、暗号通貨の発行、サービスの非中央集権化、デジタルデータの所有権の明確化、トークンによるインセンティブ革命、トークンによる自律分散型組織等の技術革新などの分野に対して、引き続き注力していく。

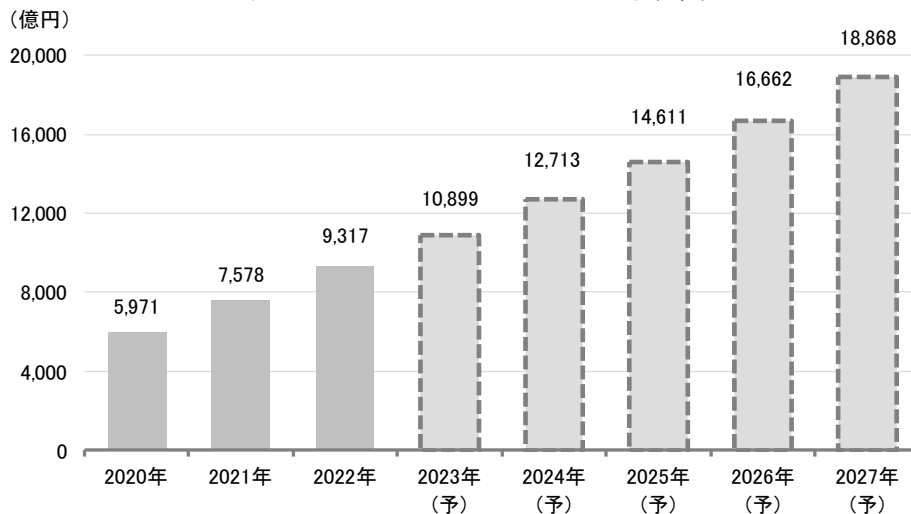
国内ソーシャルメディアマーケティング市場、インターネット広告市場ともに右肩上がりです事業環境は底堅い

3. 事業環境

SNS マーケティング支援事業に関連した国内のソーシャルメディアマーケティング市場は成長が加速している。同社資料にもあるとおり、ソーシャルメディア広告市場は右肩上がりの成長を続けており、2022年には9,317億円(前年比22.9%増)、2027年には1兆8,868億円までの成長が予測されている。広告を出稿する企業にとっては、訴求したいターゲット層に広告を配信しやすいこと、費用対効果が可視化できることなどから、プロモーション施策の1つとして利用する企業が急速に増えている。ソーシャルメディアでは、ユーザーが商品の感想などを書き込むことで自然発生的に情報が拡散しやすく、結果的に費用対効果の高いプロモーション効果が得られることなどが背景にあると見られる。市場規模が膨らむなか、大小多くのプレイヤーがSNSマーケティング業界で競争を繰り広げている。ただ、同社は米国子会社であるEffyisの所有を背景としたSNS関連のビッグデータという資産を獲得しているうえ、分析・活用においても長年のノウハウ・実績を有している。これは短期的にはシェアのさらなる拡大につながり、長期的にはシェアの安定化や価格競争の回避要因になると弊社は見ている。

インターネット広告市場全体においても、右肩上がりの成長を続けている。(株)電通が公表した「2023年日本の広告費」によると2022年のインターネット広告媒体費総額は2兆4,801億円(前年比15.0%増)で、2023年は2兆6,870億円にまで成長した。同社は、wevna!の事業譲受により、SNS広告だけでなく、GoogleやYahoo!等のインターネット広告の提供も可能なことから、今後はソーシャルメディアマーケティング市場の3倍規模であるインターネット広告市場の需要取り込みに注力していく。インターネット広告事業は成長産業として注目度が高く、同社は好調な実績と併せて既存事業により培った強みが評価されることで、特に注目を集めることになると弊社は予想する。

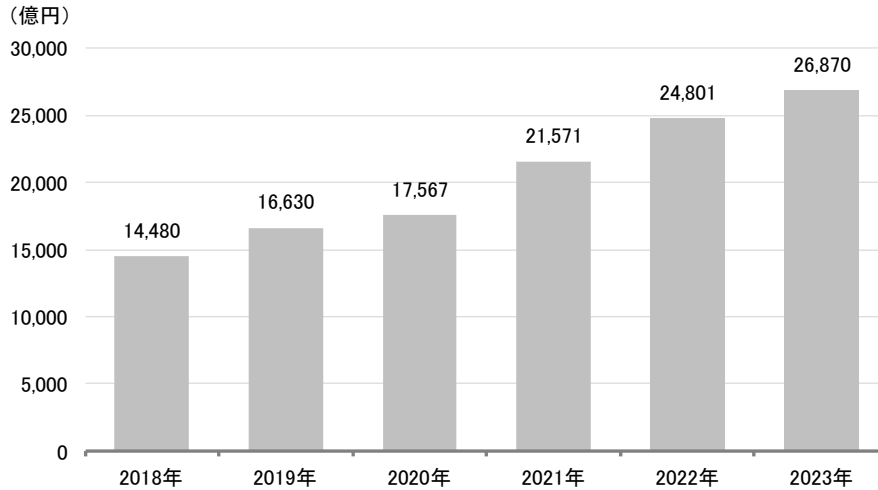
日本のソーシャルメディアマーケティング市場規模



出所:「事業計画及び成長可能性に関する事項」よりフィスコ作成

今後の見通し

インターネット広告媒体費総額の推移



出所：電通「2022年日本の広告費」「2023年日本の広告費」よりフィスコ作成

4. Nonagon Capital を通じた Web3 関連投資

Web3 関連事業では、投資事業の子会社である Nonagon Capital が、Web3 業界における今後の拡張性を調査するためのパイロット・ファンド（プロジェクト）を運用している。Web3 関連事業は両利きの経営における「探索」に位置付けられた事業であり、主に投資を通じて新たな事業機会と収益の獲得を目指す。これまでの Web3 分野での取り組み成果やネットワークの有効活用に加えて、海外でのネットワーク強化も図る。Web3 業界はボラティリティが高まりつつあるが、代表取締役グループ CEO の内山幸樹氏は海外へ拠点を移し現地で最先端の情報をキャッチアップしている。玉石混交なため迅速な情報収集と業界内のネットワーク構築が重要となり、種まきの段階と弊社では考えている。リスクマネジメントには細心の注意を払うとしており、東京証券取引所や金融庁とのコミュニケーションを密に取るほか、財務諸表上のリスクを最小化するために各種施策を実践していく。成長事業に対するシード段階からの投資であることを勘案し、長期的な業績における成長ドライバーとなると弊社では見ている。

■ 中長期の成長戦略

5ヶ年目標を廃止。 既存事業の拡大と新規事業の中長期的な収益貢献に注力

1. 5ヶ年目標の廃止

同社は、中長期の成長戦略として5ヶ年目標を掲げていたが、外部環境の変化に対する機動的な経営判断においては制約となる側面があったことを受け、既存・新規事業領域の劇的な環境変化に迅速に適応し、企業価値のさらなる向上を実現するために5ヶ年目標の廃止を決定した。同社を取り巻く外部環境について、マクロ面ではグローバルな地政学リスクの高まりや、欧米金利の上昇、日銀の政策変更や利上げなどのリスク要因が存在している。SNS運営企業の経営方針や情報提供方法の変更は、需要動向や競争環境、サービスの利便性に影響を与える可能性がある。実際、X（旧 Twitter）の仕様変更においては、同社が提供するサービスの大規模なシステム改修を要し、業績の一部に影響を及ぼした。同業界の変化のスピードは他業界と比較しても劇的であり、一両日中の対応が必要となる場合も多く、タイムリーな経営判断が求められる。方針や仕様の変更発表については朝令暮改となる可能性も多々あり、結果として変化が生じなかった場合においても対応準備が求められる。以上の理由から、5ヶ年目標の廃止については、外部環境の劇的な変化に迅速に適応し、企業価値の向上を実現するためには不可欠だったと弊社では考えている。

変化する外部環境にはビジネスチャンスも存在する。AIツールの急速な進化及び普及によるテキストや画像生成の効率化に伴い、ビッグデータ活用の重要度が高まっており、既存事業におけるデータの収集・分析・活用のサイクルを加速させる要因となっている。Web3領域における法整備や市場拡大への準備が進んでいることは、同社のWeb3関連事業にとって追い風となり、スタートアップやベンチャー企業のバリュエーション低下は、優良企業のM&Aや提携に有利な環境を生む可能性もある。5ヶ年目標の廃止により機動的な経営判断を可能とし、既存事業の売上高・営業利益の拡大、新規事業の中長期的な収益貢献が実現されていくと弊社では見ている。

2. 事業の方向性

(1) 既存事業

Web2.0領域については、クロスバウンド事業の売却によって得た資金を、人材・技術・事業への投資に活用し、顧客企業の売上増加に貢献するサービスや組織の強化を進め、事業の拡大と競争力の向上を図る。投資戦略の一環として、既存事業とのシナジーを生む可能性のある外部企業や事業のM&Aや資本提携を引き続き検討し、事業ポートフォリオの多様化と新たな成長エンジンの創出を目指す。一方で、SNS運営企業の経営方針変更や情報提供方法の変更など、外部要因が事業に及ぼす影響について、柔軟な戦略の見直しや対応策の検討を行い、変動する市場環境に適切に対応する体制を整備していく。

中長期の成長戦略

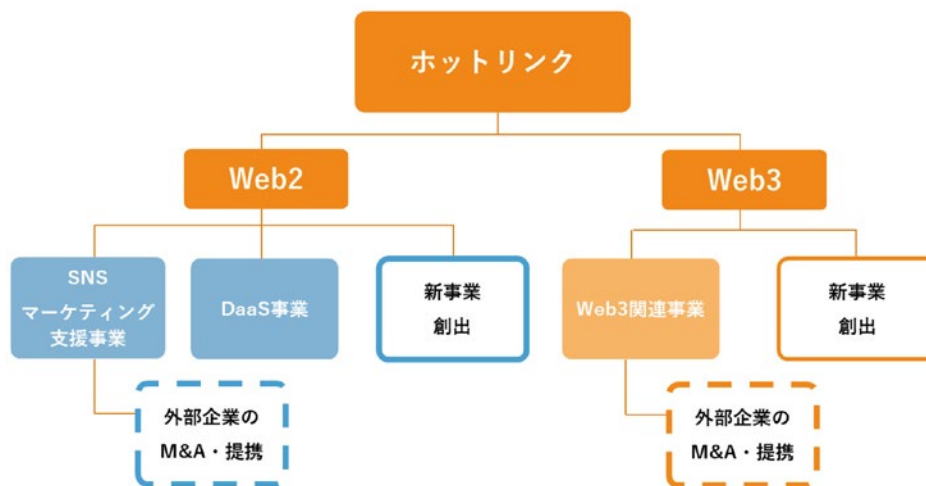
(2) 新規事業

Web3 領域においては、ボラティリティを最小限に抑えるため、Web3 業界のリサーチを行うパイロット・ファンドを運用し、同社の財務状況・経営成績に及ぼすリスクを最小化した投資運用を実現している。新規事業展開においては、単なる企業やトークンへの出資にとどまらず、既存事業とのシナジー創出や新ビジネス育成のためのインキュベーションを検討している。具体的には、SNS を活用した Web3 サービスの認知度向上やユーザー拡大のサポート、NFT 等の Web3 技術を取り入れた SNS マーケティング支援、Web3 領域におけるデータの収集・分析・活用による価値提供の研究が挙げられる。キャピタルゲインだけでなく、多様な出口戦略を追求し、持続的な収益確保を目指す。

(3) 全体

同社の全体的な戦略では、独自の事業ポートフォリオを拡大し、それらを機動的に組み換えることに焦点を当てている。既存・新規事業の成長とインキュベーション機能の強化による両利き経営のビジネスを展開し、事業ポートフォリオの拡大を推進することで、多様な収益源を確立して変動する市場での強固な経営基盤を構築していく。投資事業における出資先については、将来の IPO を見据えつつ、機動的なポートフォリオの組み換えも選択肢に含めている。組み換えを通じて、インターネット市場の成長を取り込むと同時に環境変化によるリスクへも対応していく。AI ツールの活用にも注力しており、特に ChatGPT などの AI ツールを活用したテキストや画像生成の効率化を進めている。同社内では AI ツールの利活用を推進しており、専門チームを跨いだ協力体制の構築も検討している。これらの施策により、業務の効率性向上とクリエイティブなサービス・コンテンツの開発が進むと期待されるほか、既存サービスの付加価値向上と業務の生産性向上を目指す取り組みにより顧客体験の向上と競争力の強化を推進する。新規事業化の検討も継続的に行われており、市場の変化に柔軟に対応するための積極的なアプローチが取られていると弊社では見ている。

事業ポートフォリオの拡大イメージ



出所：決算短信補足資料より掲載

■ 株主還元策

事業拡大中につき、当面は利益を必要投資に充当する方針

同社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題と認識している。現状は、外部環境の変化を事業機会に転換することによる企業価値の向上を最優先事項と位置付けていることから配当は実施していない。当面は先行投資に資金が必要な状況であることから、投下資金に対する将来のリターンに着目すべきと弊社では考えている。

■ SDGs への取り組み

事業を通じて持続可能な生産・消費の形を模索。 ジェンダー平等の実現を支援する

同社は、「Make the World “HOTTO”」「人と社会のつながりを再設計し、世界中の人々が“HOTTO（ほっと）”できる社会の実現に貢献する」を存在意義として掲げている。SDGs への取り組みの必要要素として、現在の主力事業である SNS マーケティングと中長期的な事業の種であるブロックチェーン技術を挙げている。SNS マーケティングでは、消費者と企業が直接つながることで製品・サービスの企画・生産から消費まで無駄がなく効率的であるため、持続可能な生産・消費の形の模索につながっている。ブロックチェーン技術においては、「Famiee プロジェクト」への人的・資金的サポートを通じて、ジェンダー平等の実現を支援している。同プロジェクトでは、多様な家族形態が当たり前となる社会を実現するために、LGBT カップル等、法律上夫婦・親子と認められない家族に対して、ブロックチェーン技術を活用した家族関係証明書を発行し、勤務先の福利厚生や住宅ローン・生命保険の受取人指定などのサービスを、家族としての提供が可能となる企業ネットワークを作っている。2024年2月時点で大手企業・自治体を含めた88社が導入しており、今後もネットワークの拡大が予想される。

SDGs への取り組み

事業を通じた SDGs への取り組み

SNSマーケティング

SNSマーケティングで、消費者と企業が直接つながり、会話し、協力することで、製品・サービスの企画・生産から消費までが無駄なく、効率的に行われる、持続可能な生産・消費の形の模索に繋がります。

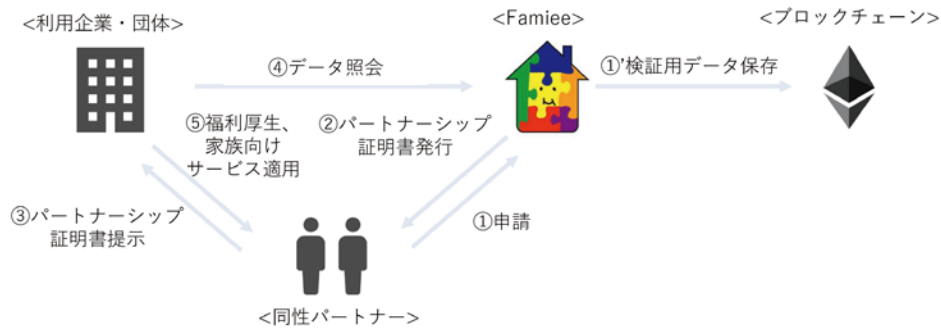
ブロックチェーン技術

ブロックチェーン技術を活用したパートナーシップ証明書を発行し、多様な家族形態が認められる社会を実現するFamieeプロジェクトへの人的・資金的サポートを通じて、ジェンダー平等の実現を支援しています。



出所：決算短信補足資料より掲載

Famiee のスキーム図



出所：決算短信補足資料より掲載

重要事項（ディスクレマー）

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。

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、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

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・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、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、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

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、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp