

# 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 >>>](#)

2022年3月22日(火)

執筆：客員アナリスト

欠田耀介

FISCO Ltd. Analyst **Yosuke Kaketa**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 業績動向	01
2. 今後の見通し	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
■ 業績動向	09
1. 2021年12月期の業績概要	09
2. 事業別の動向	10
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
1. 2022年12月期の業績見通し	13
2. 好調な事業環境	15
3. ブロックチェーン事業への投資	16
■ 中長期の成長戦略	16

## ■ 要約

### SNS マーケティング支援事業とクロスバウンド事業が急伸。 2021年12月期の売上高は過去最高を記録

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、中国市場をターゲットとした Web プロモーション支援サービス、中国向け越境 EC サービスなどを展開する(株)トレンド Express がある。

#### 1. 業績動向

2021年12月期の連結業績は売上高で前期比49.9%増の6,571百万円と過去最高を更新し、営業利益で355百万円(前期は25百万円の損失)、当期利益で808百万円(同51百万円の損失)と大幅な増収増益となった。販管費は1,813百万円(前期比8.3%増)となった。コスト削減に努め業務委託費や支払手数料が減少した一方で、業容拡大に伴い人件費が増加した。コスト削減による販管費の効率化や売上高の拡大を背景に、販管費率は前期の38.2%から27.6%へと大幅に低下した。先行投資を除いた平準なコストは削減傾向にあり、収益性は向上していると弊社は考える。売上高と営業利益の両面において著しい改善が図られている。2018年12月期第3四半期から2020年12月期第2四半期までは先行投資偏重ということで営業損益は損失計上が続いたものの、2020年12月期第3四半期からは継続して利益を計上している。

#### 2. 今後の見通し

2022年12月期の業績見通しについては、売上高で前期比21.4%増の7,976百万円、営業利益で同54.8%減の161百万円、当期利益で同85.6%減の116百万円となっている。中期目標の実現に向けた積極投資により、営業利益は前期を下回るが一過性のものである。SNSマーケティング支援事業とクロスバウンド事業が急伸しており、足元でも業績は好調である。また、期中にブロックチェーン事業を本格的に開始、中長期的な成長に向けて積極的に投資を行っていく。売上高予想は、新型コロナウイルス感染症の拡大(以下、コロナ禍)の影響を加味し保守的に設定していることから、業績予想の上方修正の発表や通期計画を上振れして着地する可能性は高いと弊社は予想する。

## 要約

### 3. 中長期の成長戦略

現在 SNS を活用したマーケティングの重要性は急速に高まりつつある。マーケティングにおける3つのメディア領域である「オウンドメディア※1」「ペイドメディア※2」「アーンドメディア※3」において、その影響力の大きさから SNS 上の口コミ（アーンドメディア）を活用したマーケティング手法が注目され始めている。ただ、口コミは自社でコントロールが不可能であるため、いかに最適なユーザーに情報発信してもらい効果的に拡散していくことができるかで、費用対効果も変わってくる。同社はこの SNS 上の口コミにおける強みを武器に、上記3メディアの領域において SNS を軸とした統合マーケティングサービスを提供する。また、同社はビッグデータの「情報収集」「分析」「活用（マーケティング）」という3ステップにおいて、それぞれ売上が「積み上げ型」「単発型」に分かれるサービスを展開している。これは顧客企業から見れば、情報収集からマーケティングに至るまでの一連の流れのなかで、フェーズごとに直面する課題を同社のサービスによって随時解決できるということになる。その点で、同社のサービス全般はマーケティングにおける「1つのプラットフォーム」として顧客の事業基盤の一部となる。「SNS を軸とした統合マーケティングサービス」「プラットフォームサービス」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であった大手企業からの受注も今後徐々に増加してくると弊社は予想する。

※1 オウンドメディアとは、自社が所有・運営するメディアのこと。デジタルマーケティングにおいては自社 Web サイト・自社の SNS アカウントなどが挙げられる。

※2 ペイドメディアとは、広告費用を払って露出できる他社が所有するメディアのこと。デジタルマーケティングにおいては、検索エンジン広告・SNS 広告・ニュースサイトなどが挙げられる。

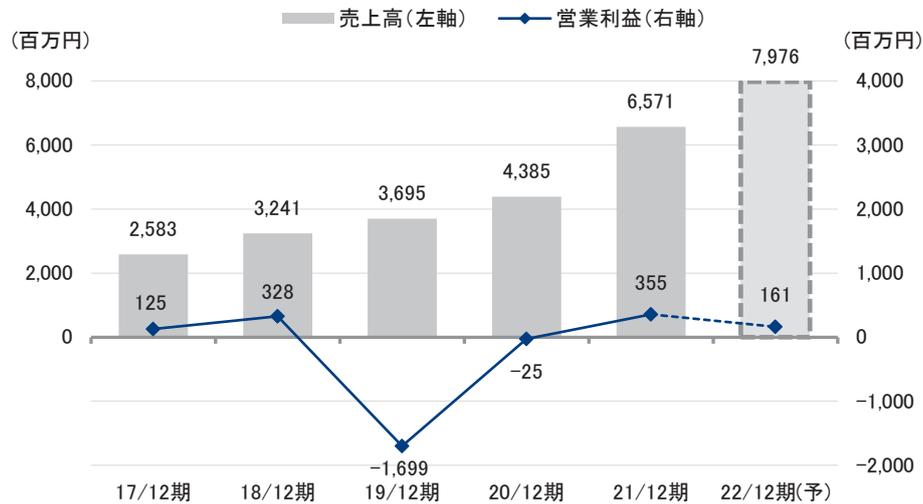
※3 アーンドメディアとは、自社でコントロールできない、消費者が発信するメディアのこと。デジタルマーケティングにおいては、消費者のブログ・SNS などが挙げられる。

#### Key Points

- ・2021年12月期は過去最高の売上高を記録、大幅な増収増益
- ・2022年12月期の見通しは中期目標達成に向けて着実に収益を確保。積極投資の継続により営業利益は前期比を下回るも、業況良好であり計画を上回る可能性大
- ・統合マーケティング及びプラットフォーム型サービスにより成長市場の競争で優位

## 要約

## 業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### SNS 関連のビッグデータを扱うテクノロジー企業。 ログ刷新でブランドイメージも向上へ

#### 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」というミッションを掲げて設立した。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することになる。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「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。

#### 会社概要

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、直近の出資比率は24%となっている。持分法適用関連会社であることに変わりはない。

同社は「ソーシャル・ビッグデータ×マーケティング」領域を中心に事業展開する方針を固め、2013年に（株）ホットリンクコンサルティング（現トレンド Express）を設立したほか、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。また、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（出資比率 57.3%）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に注力している。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。

2021年6月には、同社の目指す「あたたかみのあるソーシャルメディアマーケティング」、その「前提」に改めて立ち返るべく、コーポレートのロゴをリニューアルした。

**ホットリンク** | 2022年3月22日(火)  
 3680 東証マザーズ | <https://www.hottolink.co.jp/ir/>

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

出所：ホームページ、プレスリリースよりフィスコ作成

## 2. 事業内容

同社は2020年12月期より事業区分を従来のSaaS事業・ソリューション事業・クロスバウンド事業から、SNSマーケティング支援事業・DaaS事業・クロスバウンド事業と事業主体別に変更している。これは今後の成長に向けた事業戦略として、SNSマーケティング支援事業を軸に据える方針を2019年に決定し、SaaS事業における新規ツールの開発を停止したことによる。

### (1) SNS マーケティング支援事業

同社本体で展開する同事業には、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」がある。2021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71.4%、SNS分析ツールが28.6%となり、訴求力向上に伴ってSNS広告・SNS運用コンサルティングの割合は今後拡大する見込みである。

SNSマーケティング支援事業では、主にTwitter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・運用コンサルティングサービス）を展開する。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積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Twitterなどで実施している。現状、売上高の大半は広告販売で占められるが利益率は低く、コンサルティングサービスで利益を稼ぐビジネスモデルとなっている。一般的なケースとして、受注単価は1案件当たり数百万円でスタートしている。効果が確認できれば、取り扱い商材を増やすことにより、年間取引額で1億円以上に増やすことも可能となる。

顧客企業は食品・飲料、美容・コスメ、オンライン学習サイト運営などBtoC企業を中心に幅広い業種にわたっており、企業規模としては売上高で1,000億円前後の企業が多い。それ以上の大企業になるとテレビ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できあがっており、参入するにはハードルが高いためだ。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勝っており、大手自動車メーカーから受注したケースもある。足元では業界内での評価が高まることで、少しずつではあるが大企業とのビジネスチャンスも広がりつつあるようだ。

SNSを使った効果的なプロモーション施策として、同社はUGC（User Generated Contents：ユーザーが発信する口コミなどのコンテンツ）を増やすことが重要と考えており、UGCの発生に伴って起きる一連の消費者の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(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。その後に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アップを図る。

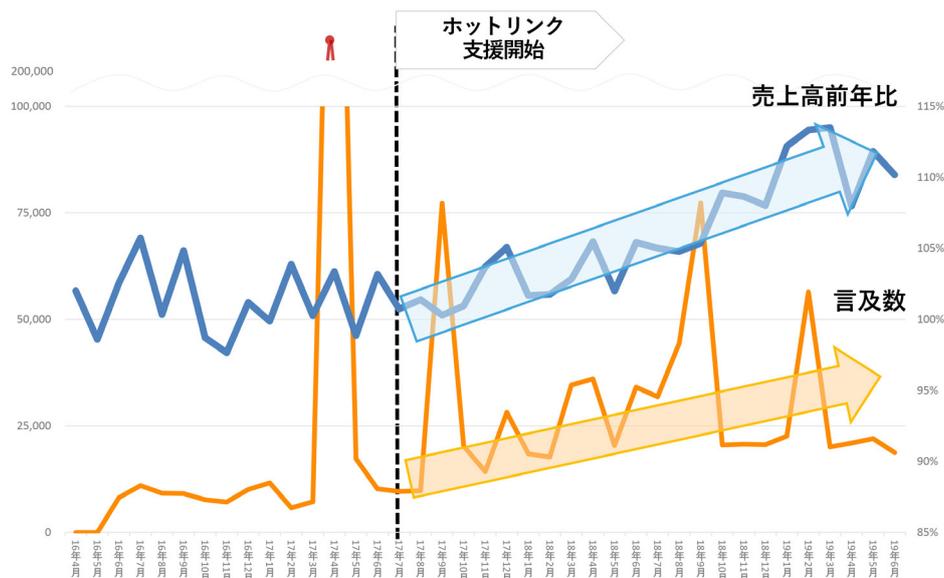
この循環プロセスを効率的に作り上げるには、同社が長年蓄積してきた成功パターンから編み出した独自メソッドがカギを握っており、他社との差別化要因となっている。例えば、Twitterの情報収集だけでなく、ブログやほかの口コミサイトなど様々なデータを組み合わせて分析し、AIによって自動抽出した最適なUGC発信者に対してプロモーション対象商品の広告を配信している。このため、同社のマーケティング支援サービスは費用対効果の高いサービスとして注目されており、リピート率も70%以上と高く、「Twitterマーケティング」と言えば「ホットリンク」というブランドを確立している。

## 会社概要

一方、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、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を保有していることが強みとなる。

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。初期導入費用は 10 万円、月額利用料は 13 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、このうち現在の実稼働数は約 300 社となっている。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（某菓子メーカー）



出所：決算説明会資料より掲載

## (2) クロスバウンド事業

子会社のトレンド Express で展開するクロスバウンド事業は、主にソーシャル・ビッグデータを活用したクロスバウンドの消費動向を分析するレポートサービスや 2017 年より開始した中国市場向け Web プロモーション支援「トレンド PR」、中国市場向けの越境 EC 支援サービス「越境 EC X」などが含まれる。レポートサービスでは、訪日外国人の消費動向を分析した定期発行の「中国トレンド Express」（会員登録無料）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。また、今後の注力分野は中国市場向けのプロモーション支援や越境 EC 支援サービスとなる。

会社概要

「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、売上拡大を目指す企業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（中国人に刺さるネット記事の作成や最適な Web メディアへの露出等）と、その後の効果測定や改善提案まで PDCA サイクルを回す。このような形で中国市場での販売拡大を支援するサービスである。顧客側から見ればデータがすべて可視化されるため、費用対効果が明確となり、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がある。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 万～500 万円程度となる。顧客は化粧品や日用品、ヘルスケア商品などの BtoC 企業が多い。

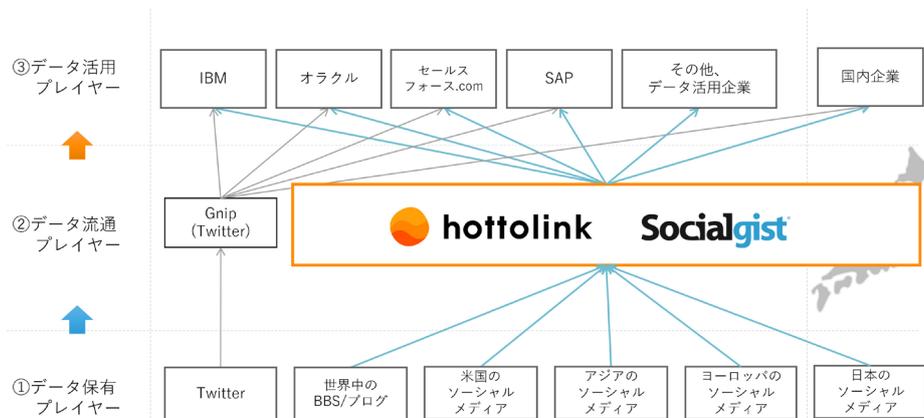
一方、「越境 EC X」は大手 EC サイトの「Taobao」内に出店する有力店舗や有力 KOL（Key Opinion Leader:インフルエンサーと同意語。中国のインフルエンサーを指すことが多い）の個人店舗のほか、約 7,000 万人のユーザーを抱える。日中間のソーシャルバイヤー約 45 万店舗をネットワーク化している「微店」などと提携し、これらのネットワークを使って販売プロモーションを行い、効率的に中国市場での認知度を向上させ、商品の販売を増やすサービスとなる。集客から販売・物流・カスタマーサポートまでをワンストップで提供し、対象となる商品の販売額に応じた成果報酬を得るビジネスモデルとなっていることが特長だ。このため、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可能性がある。

(3) DaaS 事業

DaaS 事業は、Effyis（ブランド名：Socialgist）がグローバルで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となる。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。言わば、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となる。主要顧客には salesforce.com<CRM> や IBM<IBM> などのほか、金融機関や政府機関、SaaS 事業等を手掛けるベンチャー IT 企業など数多くの企業がある。

DaaS 事業のサービス

世界中の SNS データへのアクセス権の販売



出所：決算説明会資料より掲載

## 業績動向

### 2021年12月期の売上高は過去最高を更新、各利益も黒字転換で収益性の向上が顕著

#### 1. 2021年12月期の業績概要

2021年12月期の連結業績は売上高で前期比49.9%増の6,571百万円と過去最高を更新し、営業利益で355百万円(前期は25百万円の損失)、税引前利益で1,059百万円(同84百万円の損失)、当期利益で808百万円(同51百万円の損失)、親会社の所有者に帰属する当期利益で764百万円(前期は18百万円の利益)と大幅な増収増益となった。

販管費は1,813百万円(前期比8.3%増)となった。増加の主な要因は、業容拡大に伴って人件費が増加したことである。ただ、業務委託費や支払手数料の減少及び売上高の拡大を背景に、販管費率は前期の38.2%から27.6%へと大幅に低下した。先行投資を除いた平準なコストは削減傾向にあり、収益性は明確に向上していると弊社は考える。

四半期ベースで見ても、売上高の増加以上に損益面での改善は著しい。2018年12月期第3四半期から2020年12月期第2四半期までは先行投資偏重ということで営業損益は損失計上が続いたものの、2020年12月期第3四半期からは継続して利益を計上した。

#### 2021年12月期の連結業績

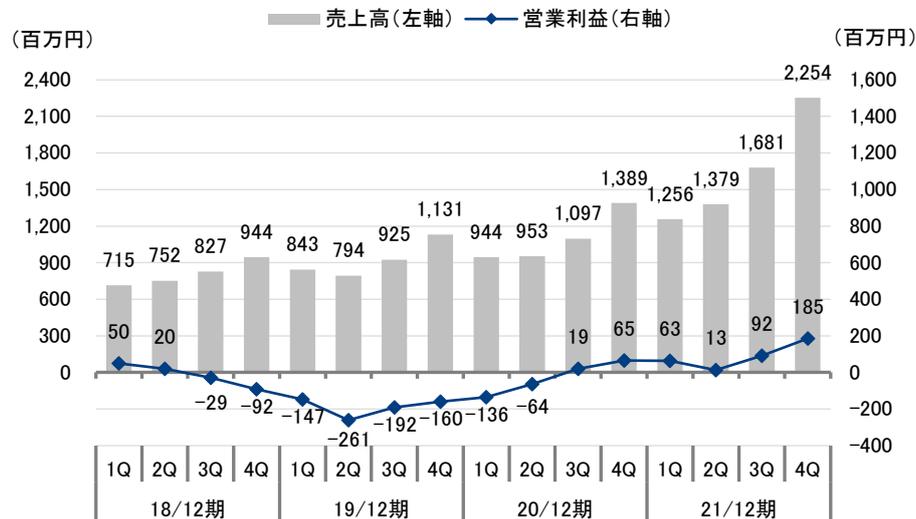
(単位：百万円)

	20/12期		21/12期		増減額	前期比
	実績	売上比	実績	売上比		
売上高	4,385	-	6,571	-	2,185	49.9%
売上総利益	1,614	36.8%	2,160	32.9%	546	33.8%
販管費	1,674	38.2%	1,813	27.6%	139	8.3%
営業利益	-25	-0.6%	355	5.4%	381	-
税引前利益	-84	-1.9%	1,059	16.1%	1,143	-
当期利益	-51	-1.2%	808	12.3%	860	-
親会社の所有者に帰属する 当期利益	19	0.4%	764	11.6%	745	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績動向

## 四半期別売上高・営業損益の推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 2. 事業別の動向

## (1) SNS マーケティング支援事業

SNS マーケティング支援事業の売上高は前期比 31.7% 増の 1,888 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の売上高は同 39.7% 増の 1,387 百万円と急拡大した。新しい生活様式のなかで SNS マーケティングの重要性が高まったほか、支援先顧客の売上が増加するといった成功事例が積み上がりマーケティング専門メディアに掲載されるなど、サービスに関する顧客評価も広まったことで案件増加につながった。また、営業人員を拡充させるなどしてセールス能力も増強した。そのほか、2020年12月期に導入した AI 搭載自社ツールの導入によって自動化・省力化が進み、生産性も高まった。SNS 分析ツールの売上高は前期比 13.7% 増の 501 百万円となった。

2020年12月期第1四半期に開始した Instagram を活用したマーケティング支援も案件が順調に増加した。同サービスは以下3つに分かれている。

## 1) Instagram 活用コンサルティング

独自の Instagram 活用カリキュラムによるノウハウ提供のほか、マーケティング戦略に連動した売上アップにつながる Instagram 活用戦略の策定支援、施策方針を提案する。UGC が自然に生まれるサイクル構築を支援する。

## 2) Instagram 広告運用代行

即効性のある Instagram 広告によって良質なフォロワーを獲得し、強固な拡散基盤を構築する。また、UGC 創出やプロモーションのための広告配信も支援する。写真広告、動画広告、カルーセル広告、ストーリーズ広告、発見タブ広告、ブランドコンテンツ広告など、様々な広告の種類の提供が可能となっている。

## 3) Instagram 運用代行

アカウント運用のリソースがない企業向けに専門チームが運用を代行する。

## 業績動向

そのほか、Instagram についてはデータ分析サービスも提供開始した。Instagram はアプリのインサイト機能にてデータの取得が可能である。一方、インサイトで確認できない様々なデータは Instagram が提供する公式 API より取得が可能なものの、SNS 担当者にとっては技術的難易度が高く、容易に取得できない課題があった。この課題解決を目的に同社のデータ分析専門家による分析サービスを提供することで、Instagram 運用に役立つデータの把握が可能となる。ハッシュタグ投稿数の推移や各指標の相関関係などを把握することで Instagram のアクセスを伸ばすヒントを得やすくなり、購買につながるクチコミを増やしていくうえでの示唆を得やすくなる。顧客企業としては自社で専門人員を雇うよりもノウハウ・実績の豊富な同社に発注することで費用対効果が高くなるため、今後も受注は拡大することが予想される。

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

・**ジョンソンヴィル・ジャパン(合)**

Twitter と Instagram を活用して口コミ数を 9 倍にし、口コミ数に比例し売上の増加に貢献。

・**(株)シャトレーゼ**

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

・**ミルボン<4919>**

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。

・**トリドールホールディングス<3397> (丸亀製麺)**

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。

・**同(コナズ珈琲)**

Instagram を活用し、フォロワー 2 倍に。

・**ジンスホールディングス<3046>**

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。

そのほか、乳製品、ビール、自動車メーカーなど多数の実績があり、大手企業との取引実績の積み上がりを通じて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。また、2021 年 12 月より TikTok For Business 代理店契約を締結した。TikTok マーケティング支援事業を本格的に開始することで、今後さらなる受注拡大が期待される。

**(2) 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 167.2% 増の 2,974 百万円となった。中国経済のプラス成長に合わせ、引き続きアウトバウンド需要へ注力し、堅調な事業成長を実現し売上高を確保した。また、越境 EC プラットフォームの新開発サービスにおいて、取り扱い企業及びブランドが急伸び、売上実績において大きくけん引した。

#### 業績動向

新たな取り組みとしては、トレンド Express がマーケティング関連サービスを手掛ける M-Force(株) と協業を開始した。経済産業省「通商白書 2021」によると、中国の 2020 年の実質 GDP は前年比 2.3% 増と主要国で唯一のプラス成長を記録し、小売売上高も 2020 年 8 月以降プラス基調を維持するなど、中国市場は世界に先駆けて成長軌道に戻っている。こうしたなか化粧品やラグジュアリー領域の欧米ブランドは、中国に対して果敢なマーケティング投資を実行し、需要取り込みに積極的な姿勢を見せている。そのうえで供給量において欧米企業を上回ることが難しい日本企業にとっては、顧客インサイトの理解に基づいた「質の高い顧客戦略」が求められる。同社傘下のトレンド Express は中国において消費者行動のビッグデータを活用し、事象だけではなくその背景や顧客インサイトを分析することで、トレンドを見据えた顧客戦略を構築する。また、M-Force はトレンド Express が提供するリアルタイムのユーザーボイスに独自のフレームワーク「9segs(R)」を掛け合わせ、中長期目標を達成するための戦略策定に必要な顧客インサイトを分析するほか、自社・競合ブランドの顧客構造と顧客像、購入ドライバーなどを定量的に理解することで、顧客戦略の策定を支援する。この協業により、同社の顧客に対するアウトバウンドでのプロモーション支援サービスの機能はより充実し、足元の好調な受注拡大ペースがさらに早まると弊社は予想する。

#### (3) DaaS 事業

DaaS 事業の売上高は前期比 7.1% 減の 1,707 百万円となった。第 4 四半期単独では大手顧客に対する価格改定が進み、前年同四半期に比べ増収となったものの、SNS データアクセス権の 1 つが契約更新されなかったことで売上高は前期から減少した。要因は地政学的な問題によるものと捉えており、同社の米国子会社である Effyis 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の契約を順調に獲得していくとしている。また、価格改定により第 4 四半期単独では第三四半期に比べ 45 百万円の増収となった。今後も必要に応じて価格改定交渉を個別に行う事により収益性を確保していくとしている。

### 3. 財務状況と経営指標

2021 年 12 月期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比 1,546 百万円増加の 7,314 百万円となった。主な変動としては、流動資産では売上高の増加などにより現金及び現金同等物が 531 百万円増加、棚卸資産は 131 百万円増加となった。要因としては、越境 EC プラットフォームにおけるソーシャルバイヤーへの引き渡し商品によるものとなっている。同社への滞留は一時的なものであり、在庫リスクはなく資産性に問題はないと弊社は判断する。また、非流動資産では新たなブロックチェーンファンドへの出資 114 百万円や、当該出資に係る評価益 621 百万円等によりその他の金融資産が 832 百万円増加したほか、為替換算調整によるのれんが 162 百万円増加した。

負債合計は前期末比 387 百万円増加の 3,183 百万円となった。非流動負債で、借入金が 254 百万円増加した。借入金の内容は、SNS マーケティング支援事業における営業開拓費用である。また、資本合計は前期末比 1,159 百万円増加の 4,131 百万円となった。主な要因は、利益剰余金が 764 百万円増加したほか、ストックオプションの行使に伴う払い込みにより、資本金及び資本剰余金が合計で 145 百万円増加したことである。

## 業績動向

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48.4%から52.9%へと上昇し、改善が見られた。有利子負債比率は30.5%から28.4%へと下降した。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薄いと弊社は考える。

## 連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	18/12 期末	19/12 期末	20/12 期末	21/12 期末	増減額
流動資産	2,441	2,328	2,710	3,444	733
(現金及び現金同等物)	1,976	1,700	2,067	2,598	531
非流動資産	3,374	3,056	3,057	3,870	812
(のれん)	1,871	1,071	1,367	1,530	162
資産合計	5,815	5,385	5,767	7,314	1,546
負債合計	1,176	2,332	2,795	3,183	387
(有利子負債)	364	616	851	1,097	246
資本合計	4,638	3,053	2,972	4,131	1,159
(親会社所有者に帰属する持分合計)	4,614	2,825	2,793	3,866	1,072
<b>【安全性】</b>					
親会社所有者帰属持分比率	79.4%	52.5%	48.4%	52.9%	4.5pt
有利子負債比率	7.9%	21.8%	30.5%	28.4%	-2.1pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### SNS マーケティング支援事業とクロスバウンド事業の訴求力を高めつつブロックチェーン事業へ投資。2022年12月期の業績見通しの達成確度は高い

#### 1. 2022年12月期の業績見通し

2022年12月期の業績見通しについては、売上高で前期比21.4%増の7,976百万円、営業利益で同54.8%減の161百万円、税引前利益で同86.8%減の140百万円、当期利益で同85.6%減の116百万円、親会社株主に帰属する当期利益は同87.0%減の99百万円となっている。中期目標の実現に向けた積極投資により、営業利益は前期を下回るが一過性のものである。SNS マーケティング支援事業とクロスバウンド事業が急伸しており、コロナ禍の影響を加味し保守的に売上高予想を設定していることから、業績予想の上方修正の発表や通期計画を上振れして着地する可能性は高いと弊社は予想する。

今後の見通し

### 2022年12月期の連結業績見通し

(単位：百万円)

	21/12期		22/12期			
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	前期比
売上高	6,571	-	7,976	-	1,404	21.4%
営業利益	355	5.4%	161	2.0%	-194	-54.8%
税引前利益	1,059	16.1%	140	1.8%	-919	-86.8%
当期利益	808	12.3%	116	1.5%	-692	-85.6%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	764	11.6%	99	1.2%	-665	-87.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

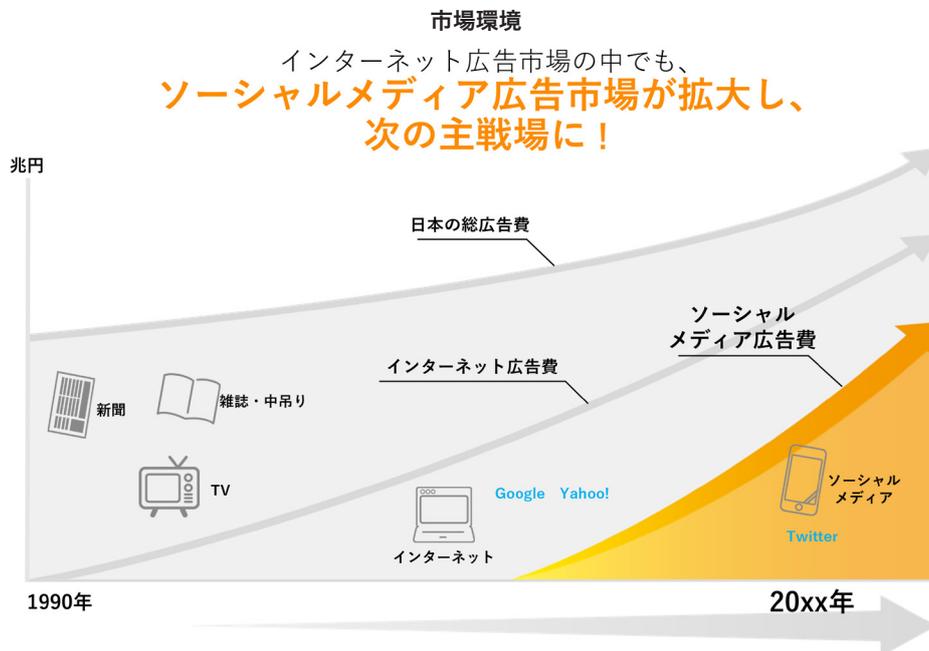
SNS マーケティング支援事業では、コロナ禍の影響を考慮し売上高の見込みは保守的に設定している。しかし、SNS を活用したマーケティングの需要は今後も堅調に膨らむ見通しであり、業界内で大手との取引が増えるなど順調にプレゼンスを強める同社にとっては追い風が続き、今後も売上高は好調に伸びることが予想される。また、対応媒体を拡大すべく TikTok サービスチームを新たに設置し、同社の強みを生かした顧客企業の商品に合わせたコンサルティングサービスを提供する。これに伴い対象顧客規模の拡大が予測されるため、受注増への体制増強を図る。営業運用部門体制は 2020 年 12 月期比で 2.2 倍を見込む。人件費の増加などに伴い、営業利益は一時的に減少するものの、中期的な売上・利益成長を視野に入れ積極的な投資を継続していくものとしている。

加えて直近ではサービスラインの拡充も進む。同社は 2021 年 11 月、SNS 起点で新商品への期待を最大化する「新商品ローンチパッケージ」を提供開始した。同サービスでは、新商品の発売前・発売後も含めた各フェーズに応じた分析・調査を、データサイエンティストも含めたチームで実施するものとなっている。ネットワーク分析やクラスタ分析、深いソーシャルリスニングによって、企画の切り口やターゲットを可視化し、商品がどのような切り口で語られているかを分析する。これらの内容を踏まえ、発売に向けて期待を高める施策や、発売後の話題を持続させるための企画に落とし込んでいくサービスとなっている。また、企画の効果を最大化させるため、マンガや動画、ライブ配信など様々なクリエイティブに対応し、インフルエンサーを起用する場合は、データ分析を軸にした同社の独自手法「データエビデンスドキャスト」を用いて、ブランドとの親和性が高いインフルエンサー候補を洗い出し、成功確率の高いキャストを実現する。広告によって消費者へ正確に届けることで、そこから発生する UGC によって質の高い認知を生み出すことで、同社の強みである「SNS ビッグデータ分析」や「UGC 創出ノウハウ」を最大限に生かしたプロモーション成果に高い期待が持てる商品となっている。

クロスバウンド事業に関しては、事業規模のさらなる拡大を狙い、主力サービスを転換していく。これまでは、プロモーション支援が主事業であり、越境 EC プラットフォームは副事業的なポジションであった。2022 年 12 月期においては、越境 EC プラットフォームを大幅に拡大していく。プロモーション支援に比べて粗利率が低いいため、短期的には全体の粗利率は減少するも中期的な売上・利益成長を視野に入れ体制強化を図るとしている。

## 2. 好調な事業環境

国内のインターネット広告の市場規模は年率2ケタ成長が続いていると言われており、コロナ禍に伴い一段と重視する企業が増加傾向にある。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、費用対効果がデジタルに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。なかでも今後主戦場になると見られるのがソーシャルメディア広告である。TwitterやFacebook、YouTubeなどのソーシャルメディアがここ数年で急速に普及しており、ユーザーの1日当たり利用時間も増加している。また、Twitter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。



出所：決算説明会資料より掲載

このように市場規模が膨らむなか、成長産業として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おり、シェアの取り合いは激しい。ただ、同社はテクノロジー企業ということで米国子会社である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収集しているほか、それを分析・活用する場面でも長年のノウハウ・実績があり、結果として後に詳述するプラットフォームサービスという形態のもと大きな強みとなった。これ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での回避要因にもなると弊社は見る。インターネット広告事業は成長産業として投資家の注目度が高く、同社は好調な実績と併せてこうし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。

### 3. ブロックチェーン事業への投資

同社は2022年12月期中に、ブロックチェーン事業の開始を予定している。投資事業から開始し、期中に新セグメントを設置する予定としている。これに伴い、既存のブロックチェーン投資資産の評価損益は有価証券評価益ではなく営業利益として計上することを検討していると言う。ただし評価損益は業績予想が困難なため、現時点の予算では対象外としている。しかし、2021年12月期での621百万円の評価益や中長期的に成長していく事業への投資であることを勘案すれば、2022年12月期以降の業績の上振れ要因となると弊社は見ている。

## ■ 中長期の成長戦略

### 3 メディア & 3 ステップのワンストップ対応で大手取引も拡大中

既述のとおり、現在SNSを活用したマーケティングの重要性は急速に高まりつつある。一般論としてマーケティングにおけるメディアは自社で所有する「オウンドメディア」、広告費用を払って露出できる他社所有の「ペイドメディア」、自社でコントロールできない消費者が発信する「アードメディア」の3つがある。SNSマーケティングにもこれら3領域は存在し、それぞれ「オウンドメディア」は自社のSNSアカウント、「ペイドメディア」はTwitterやFacebookにおける広告、「アードメディア」はSNS上の口コミといった例が挙げられる。昨今ではその影響力の大きさからSNS上の口コミ（アードメディア）を活用したマーケティング手法が注目され始めている。ただ、口コミは自社でコントロールが不可能であるため、いかに最適なユーザーに情報を発信してもらい効果的に拡散していくことができるかで、費用対効果も変わってくる。同社は、設立以来蓄積してきたソーシャル・ビッグデータの解析力とEffyisが持つソーシャルデータの収集力を強みとし、自社で体系化したSNSによる購買行動プロセスを循環させる運用メソッドを確立した。これにより、高いパフォーマンスを上げることに成功している。このSNS上の口コミにおける強みを武器に、同社は「オウンドメディア」「ペイドメディア」「アードメディア」の3領域においてSNSを軸とした統合マーケティングサービスを提供していく。

中長期の成長戦略

統合マーケティングサービス



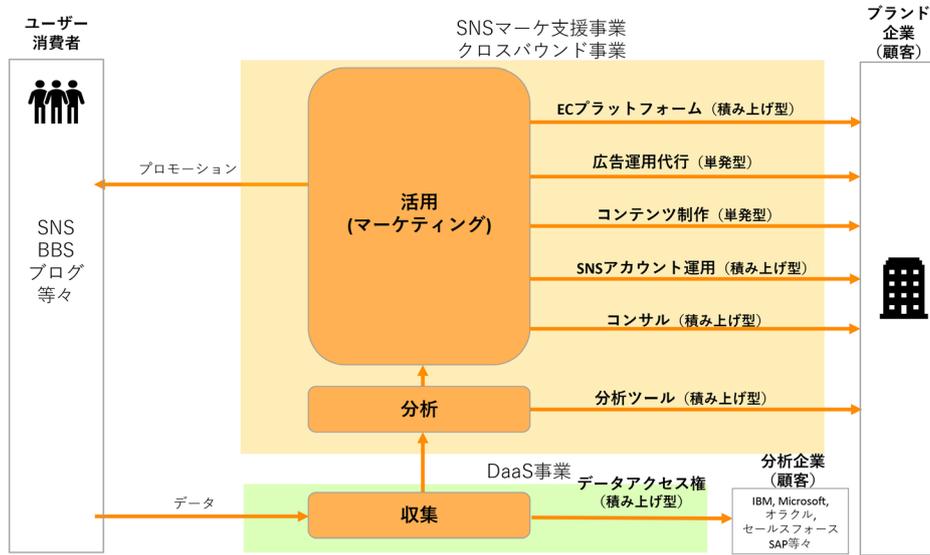
出所：決算説明会資料より掲載

3 領域を統合型でカバーするという点のほか、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は 1) 情報収集、2) 分析、3) 活用という 3 ステップを踏む。同社は 1) 情報収集の面で 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 分析ツールやクロスバウンド事業におけるレポートサービスを生かし、3) 活用面では SNS マーケティング支援事業やクロスバウンド事業を通じて価値を提供する。それぞれのステップで同社は豊富な知見・経験を有しており、それ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。加えて足元では各領域で新サービスの開発や他社との協業など、横展開も広がる。こういった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拡大を後押しするものと考えられる。

同社のビジネスモデルは積み上げ型ビジネスと単発型ビジネスという切り口でも捉えることができる。同社は上記の「情報収集」「分析」「活用（マーケティング）」という 3 ステップにおいて、それぞれ売上が「積み上げ型」「単発型」に分かれるサービスを展開している。これは顧客企業から見れば、情報収集からマーケティングに至るまでの一連の流れのなかで、フェーズごとに直面する課題を同社のサービスによって随時解決できるということになる。その点で、同社のサービス全般はマーケティングにおける「1つのプラットフォーム」として顧客の事業基盤の一部となる。また、同社がワンストップで効率的に対応することから、フェーズごとに複数の企業に依頼するよりも大きな効果が期待できる。同社から見れば、「情報収集」「分析」「活用」の各段階でそれぞれデータアクセス権販売・分析ツール・コンサルティング・SNS アカウント運用といったように積み上げ型のサービスがあるため、収益の安定性を高めることができる。また、これら積み上げ型のサービス契約拡大を通じて単発型のサービスも追加受注しやすくなり、売上高の成長が加速する。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」「プラットフォームサービス」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であった大手企業からの受注も今後徐々に増加してくると弊社は予想する。

中長期の成長戦略

積み上げ型ビジネスと単発型ビジネスを融合したプラットフォームサービス



出所：決算説明会資料より掲載

#### 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