



株式会社はてな

成長可能性に関する説明資料

2016年2月24日

「知る」「つながる」「表現する」で新しい体験を提供し、人の生活を豊かにする



「知る」「つながる」「表現する」で新しい体験を提供し、人の生活を豊かにする

1 会社概要～はてなとは

3

2 市場動向～広告業界およびコンテンツマーケティングの現状

13

3 強みおよび成長戦略～法人向けビジネス拡大で成長路線に

17

1

会社概要



～はてなとは～

「知る」「つながる」「表現する」で新しい体験を提供し、人の生活を豊かにする

1-1. 会社概要

2001年、京都にて創業。『「知る」「つながる」「表現する」で新しい体験を提供し、人の生活を豊かにする』をミッションとし、日本のUGC*市場をリードしてきたユニークな存在。直近では、法人向けサービスの売上が伸長し、高い構成比を占めてきています。

会社概要

会社名	株式会社はてな
設立	2001年7月
所在地	本社：京都府京都市中京区 東京本店：東京都港区
代表者	代表取締役会長 近藤 淳也 代表取締役社長 栗栖 義臣
主要事業	UGC（User Generated Content）サービスの提供
従業員数	82名（2015/7月末）

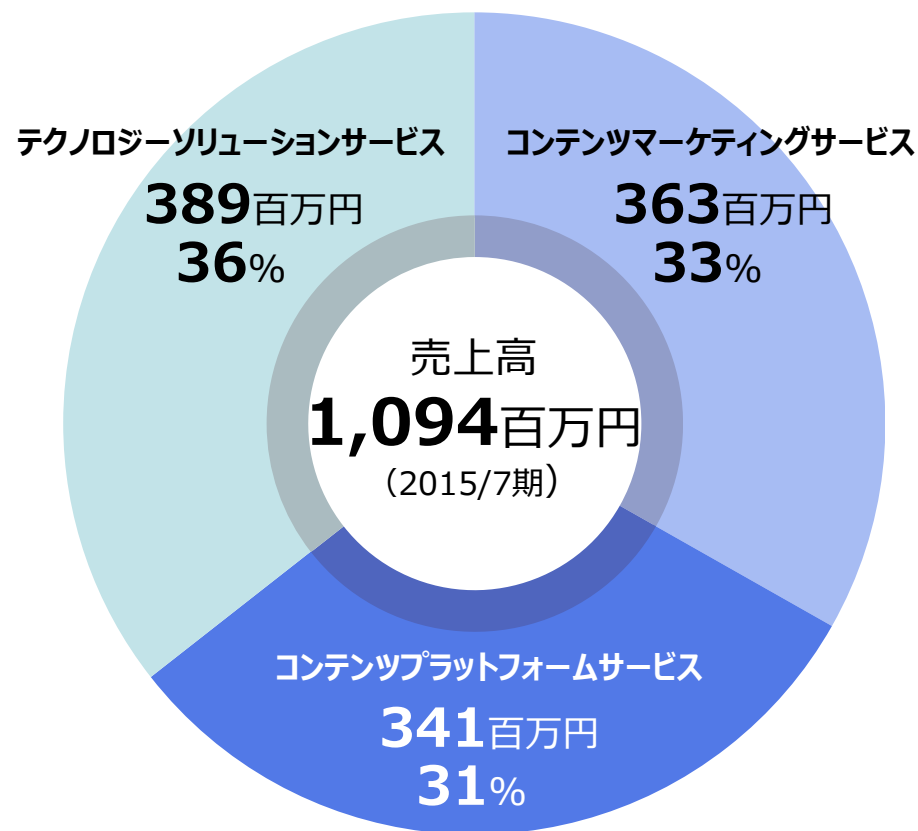
ミッション

「知る」「つながる」「表現する」で新しい体験を提供し、人の生活を豊かにする

- 1 コミュニケーションや、情報との出会いの機会を増やすことで社会を豊かにします
- 2 インターネットサービス提供のための技術と経験を活かし、ユーザーや企業向けに満足度の高いサービスや製品を提供します
- 3 事業成長と働きやすさを高次元でバランスさせ、働きがいのある会社を目指します

*UGC = User Generated Content: Webサイトのユーザーによって制作、生成されたコンテンツ

売上高構成比



1-2. 代表者プロフィール



代表取締役会長

近藤 淳也 Junya Kondo

京都大学卒業（同大学大学院修士課程中退）後、
有限会社はてな（現当社）設立
平成16年2月 当社商号変更および代表取締役社長就任
平成26年8月より当社代表取締役会長（現任）

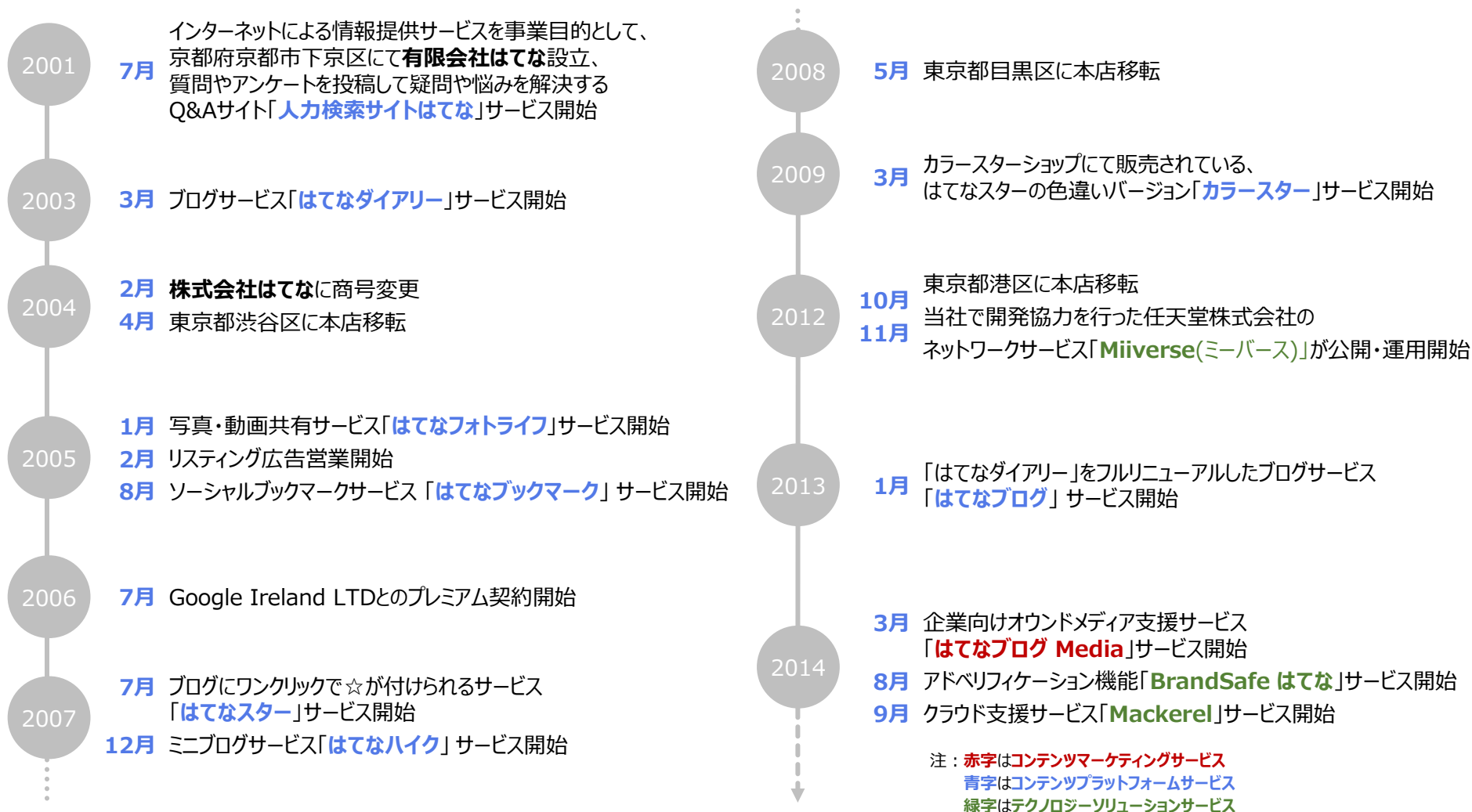


代表取締役社長

栗栖 義臣 Yoshiomi Kurisu

大阪大学大学院工学研究科卒業後、TIS株式会社へ入社
平成20年10月より当社へ入社し、当社第4グループプロデューサー、
第2サービス開発本部長を経て取締役就任
平成26年8月より当社代表取締役社長（現任）

Q&Aサイト「**人力検索サイトはてな**」の提供により事業を開始。様々なUGCサービスを次々と開発し、特にインターネットのハイエンドユーザーに支持されてきました。近年では、UGCサービスでの実績を元に、法人向けサービスの開発に注力しています。



1-4. 当社UGCサービスについて

UGCサービスのパイオニアとしてのノウハウと技術を有しており、ITリテラシーの高いユーザーから支持を獲得、影響力の高いユーザーコミュニティを形成しています。

業界随一の歴史を誇るUGCサービス

人力検索はてな（2001年サービス開始）



質問やアンケートを通じて疑問を解決するナレッジコミュニティサービスの草分け
はてなの最初のサービスで、社名の由来。検索エンジンで解決できない疑問がある時や、簡単に統計をとりたい時に有用なQ&Aサービス。他のユーザーに対して、簡単に質問したりアンケートを実施できる

はてなブックマーク（2005年サービス開始）



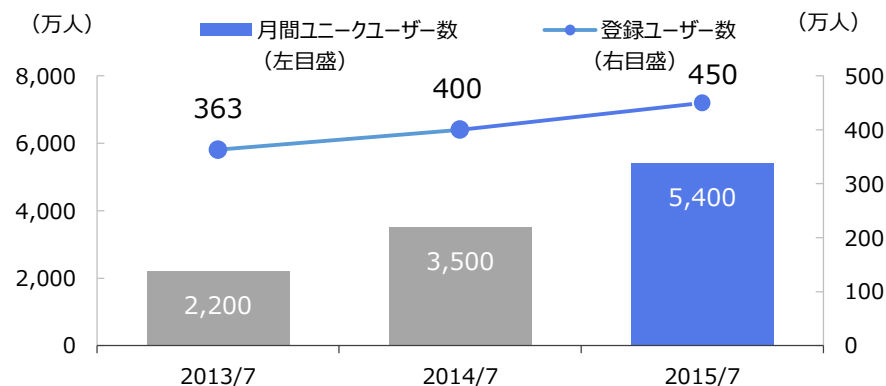
国内最大級のソーシャルブックマークサービス
気になったウェブページを、感想やタグとともに、オンライン上で簡単に管理。ブックマークを共有することにより、インターネット上で盛り上がっている話題を知ることができる。SEOにも効果がある

はてなブログ（2013年1月β版サービス開始）



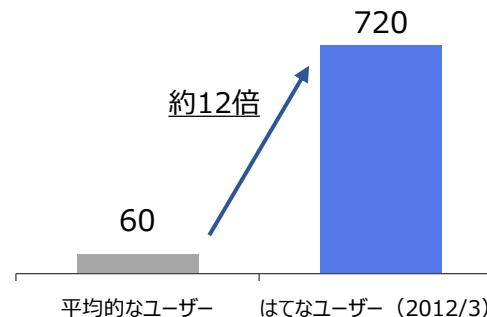
文章をじっくり書いて発信したい、ハイエンドブロガーのチョイス
シンプルでモダンなデザインで、執筆を助ける機能が充実したブログサービス。長い文章をじっくり書いて発信したいブロガー向け。画像・動画やTwitterなどを簡単に貼り付けることができ、様々な表現が可能
(同様な機能のはてなダイアリーは、2003年3月よりサービス開始)

はてなの登録ユーザー数・月間ユニークユーザー数の推移



ネット上で大きな影響力を持つ「はてなユーザー」

Twitter平均フォロワー



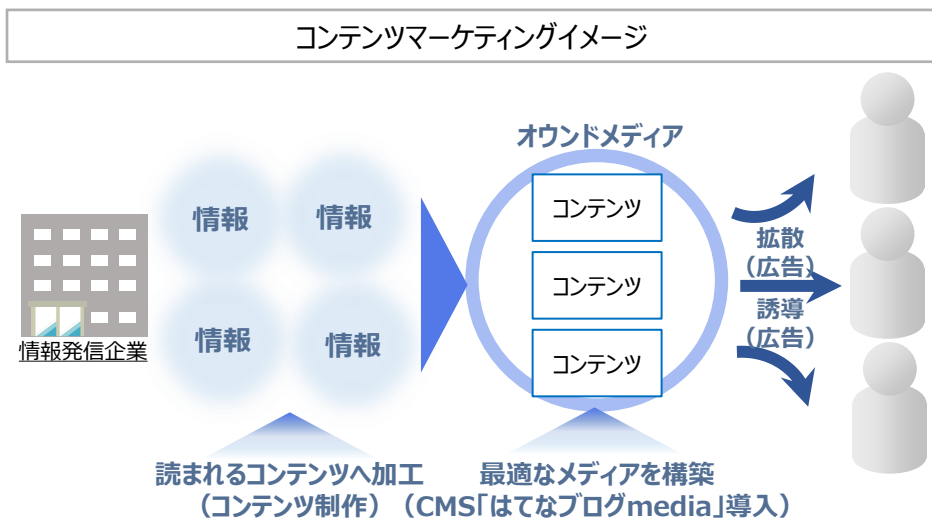
出所: トライバルメディアハウス「ソーシャルメディア白書2012」

1-5. コンテンツマーケティングサービス

コンテンツマーケティングサービスはUGCサービスで培ったシステム・ノウハウを活かし、オウンドメディア構築のためのSaaSやオウンドメディアに集客するための広告サービス等を提供しています。

サービス概要

クライアント企業がオウンドメディア（企業が消費者に向けて伝えたい情報を発信するための自社メディア）を構築・運用する際に支援するサービス

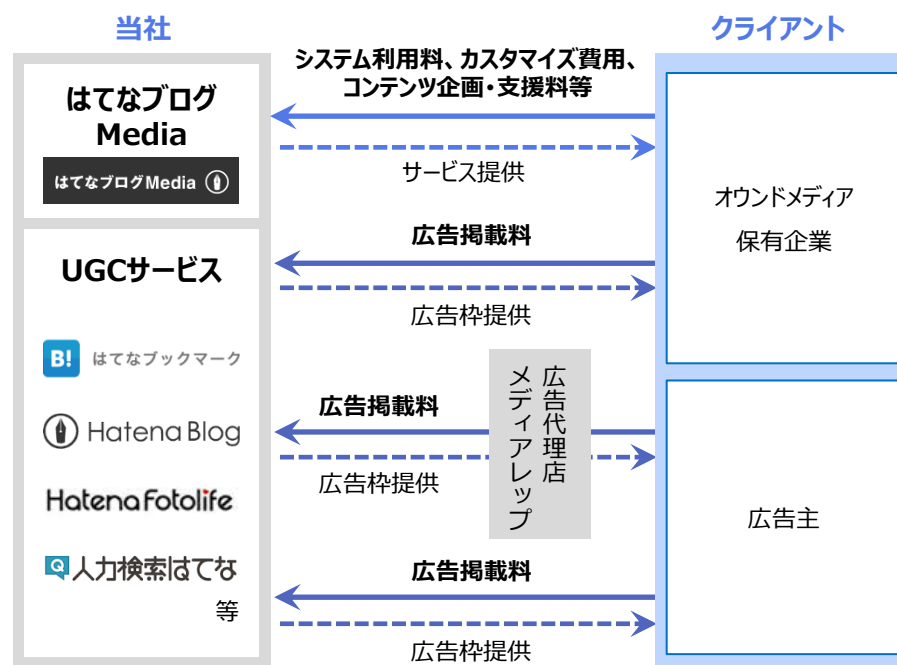


特徴

- ◆ 情報過多時代に対応した「インバウンドなマーケティング手法」
- ◆ 検索エンジン等の検索アルゴリズムに柔軟に対応が可能
- ◆ 情報発信後に検索エンジン流入の期待があり、取組みの資産化（ストック型）が可能

収益モデル

- 1 「はてなブログMedia」のシステム利用料やコンテンツ作成支援料
- 2 ネイティブ広告・バナー広告・タイアップ広告収入



1-6. はてなブログMedia導入事例

みんなのごはん (ぐるなび)

◆ グルメ情報のコンテンツサイト



SUUMOタウン (リクルート住まいカンパニー)

◆ 街に関わるさまざまな情報を通して、賃貸物件のお部屋探しをサポート



それどこで買ったの? (楽天)

◆ 楽天市場が運営するお買いもの情報コンテンツ



Kekoon (マイナビ)

◆ マイナビウエディングがお届けする、たぶんいつか役に立つ結婚情報コンテンツ



1-7. コンテンツプラットフォームサービス

コンテンツプラットフォームサービスでは、ユーザーがコンテンツを発信・拡散するUGCサービスとして「はてなブックマーク」、「はてなブログ」、等のサービスを展開しています。

サービス概要

当社が企画・開発・運営するUGCサービスで、ユーザーが文章や画像などのコンテンツを発信・拡散することができるプラットフォームとして見立てたもの。

アフィリエイト広告

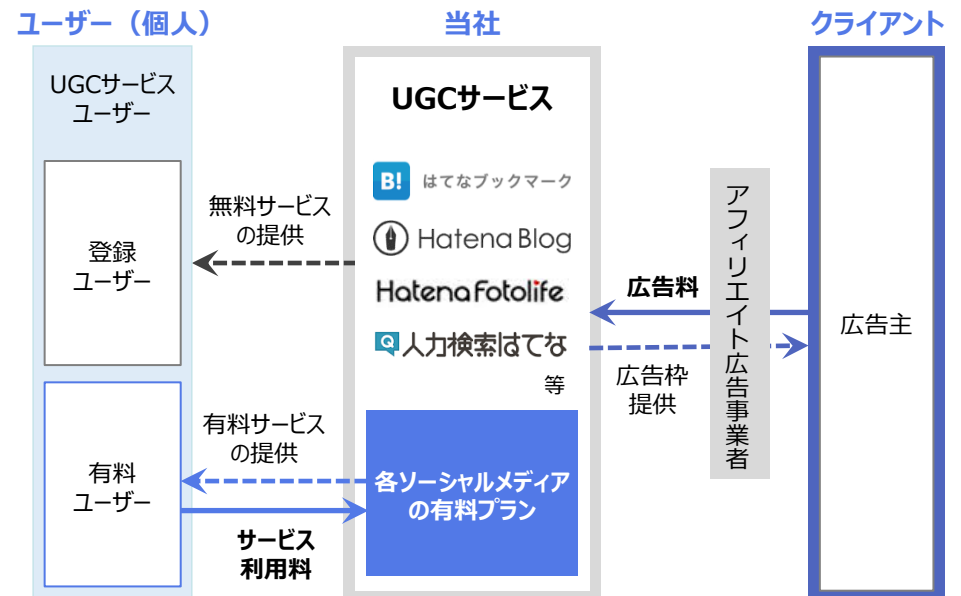
◆ ブログの無料ユーザーに対し、当社が広告を掲載することで収益を確保



収益モデル

1 UGCサービスにおける有料サービス（課金ビジネス）
例) はてなブログPro（月額1,008円）：
独自ドメインの使用やページデザインの自由度を提供

2 アフィリエイト広告収入
例) バナー広告掲載ECサイト等での商品購入による手数料収入



1-8. テクノロジーソリューションサービス

UGCサービスで蓄積してきた技術力やノウハウを活用し、オウンドメディアをスクラッチで構築する受託サービス、およびデータを分析してクライアント企業にSaaS提供するビッグデータサービス（アドテクノロジーサービス、クラウド支援サービス）を展開しています。

受託サービス

オウンドメディア構築のためのコンテンツマーケティングサービスとは別に、「ユーザー企業独自のシステム開発・運用を受託するサービス」

<収益モデル> クライアントからの受託開発料および保守・運用

主な開発事例

任天堂様向け

Miiverse

Wii U・ニンテンドー3DS等対応のネットワークサービス
(2012年11月～)

集英社様向け

少年ジャンプルーキー あしたのジャンプ

オリジナルマンガの投稿・公開サービス
(2014年9月～)

KADOKAWA様向け

物語を愛する全ての
人たちへ。
KADOKAWAは「新・小説投稿サイト」
今冬リリース!

カクヨム

自由なスタイルで物語を「書ける」「読める」「お気に入りの物語を伝達できる」小説投稿サイト
(2015年10月～)

ビッグデータサービス

アドテクノロジーサービス **BrandSafe はてな**

<収益モデル> アドテック業者から得られる導入料・利用料

特徴	<ul style="list-style-type: none">「はてなブックマーク」で使用しているサイト判定アルゴリズムを元に開発したURL判定システムを用い、ブランド保護の観点から広告を配信するのに不適切なページを自動判定が可能DSPなどの広告配信事業者のサービスに搭載することで、リアルタイムかつ高精度に配信先を判別し、不適切なサイトに広告が配信されないようにすることが可能
主なクライアント	フリークアウト、ログリー、マイクロアド 等

クラウド支援サービス **mackerel**

<収益モデル> クライアントからの有料サービスの利用料

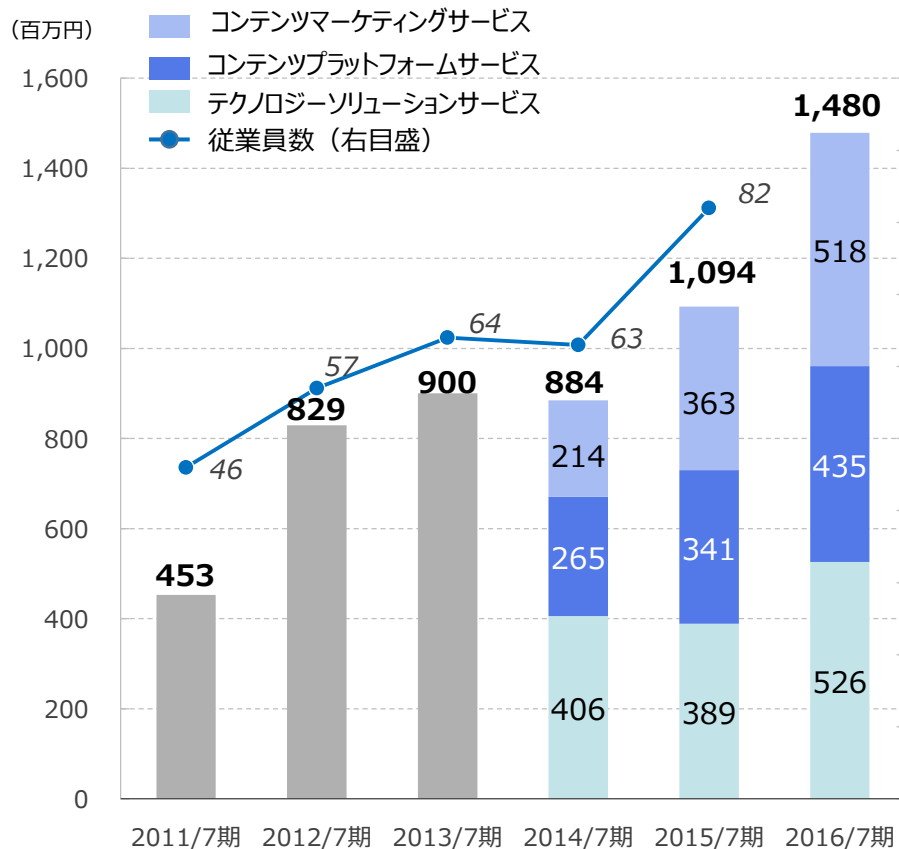
- ◆ クラウドサービスやデータセンターサービスで稼働するサーバやアプリケーションサービスのSaaS型監視ツール
- ◆ エンドユーザーに提供するほか、クラウド事業者向けにも提供

特徴	<ul style="list-style-type: none">異なるクラウドサービスやデータセンターサービスでも統一的に監視可能◆ UGCサービスの監視・運用経験を踏まえ、監視専用にも機能かつ洗練された見やすい管理画面を備えていること、インストールだけで簡単に導入が可能
主なクライアント	IDCフロンティア、KDDI、ニフティ 等

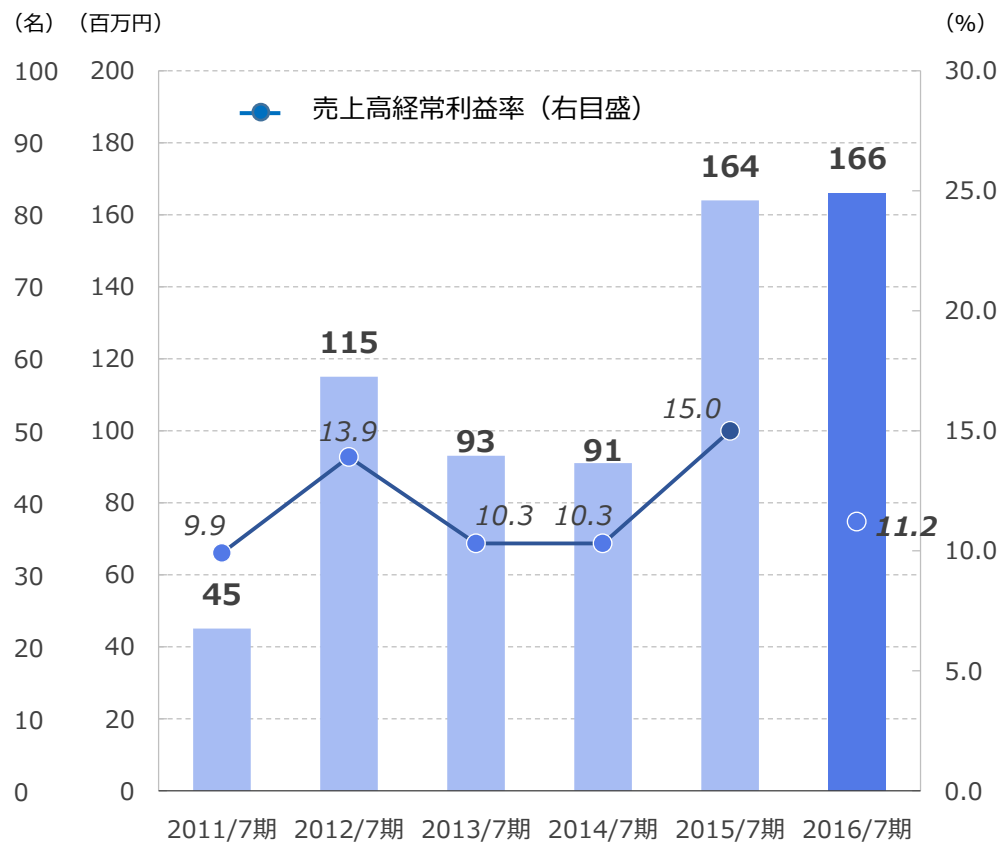
1-9. 業績ハイライト

法人向け売上高の伸長等により、増収増益傾向。2015年7月期の売上高経常利益率は15.0%を達成。2016年7月期については、上場費用により若干の利益率低下が予想されるものの、順調に顧客獲得が進み、増収達成を予想。

売上高および従業員数の推移



経常利益および売上高経常利益率の推移



2

市場動向



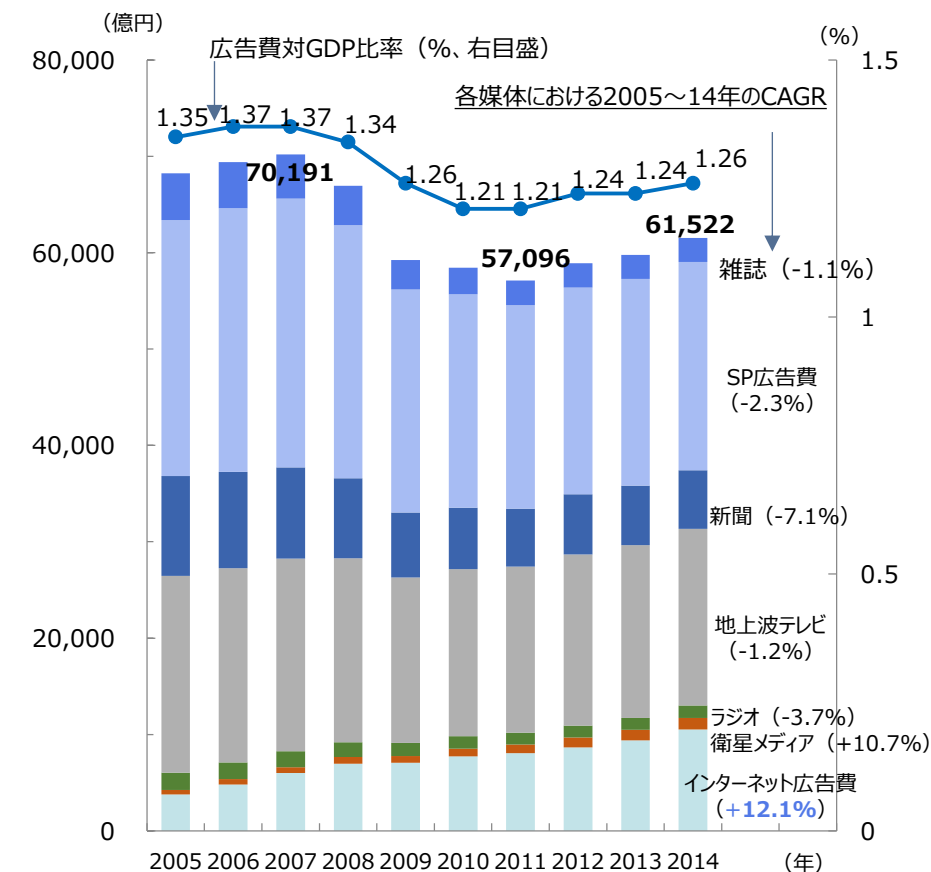
～広告業界およびコンテンツマーケティングの現状～

「知る」「つながる」「表現する」で新しい体験を提供し、人の生活を豊かにする

2-1. 国内の広告費とインターネット広告の現状

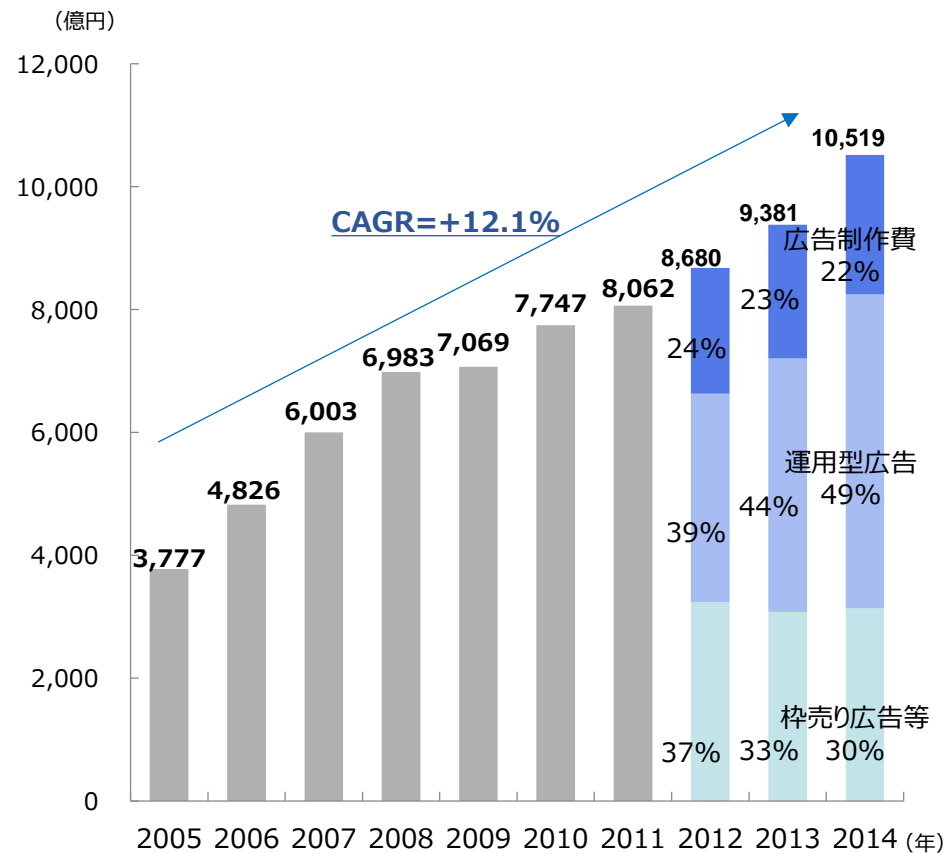
国内の広告市場は、デフレ経済の脱却を受けて2011年をボトムに回復傾向。2014年は6兆円台に。媒体別では、インターネット広告が過去2桁台の高成長を記録し1兆円を達成。その中でも広告効果が高く、より高付加価値の運用型広告がほぼ半分を占めてきています。

国内広告市場



出所：電通「2014年 日本の広告費」より

インターネット広告市場

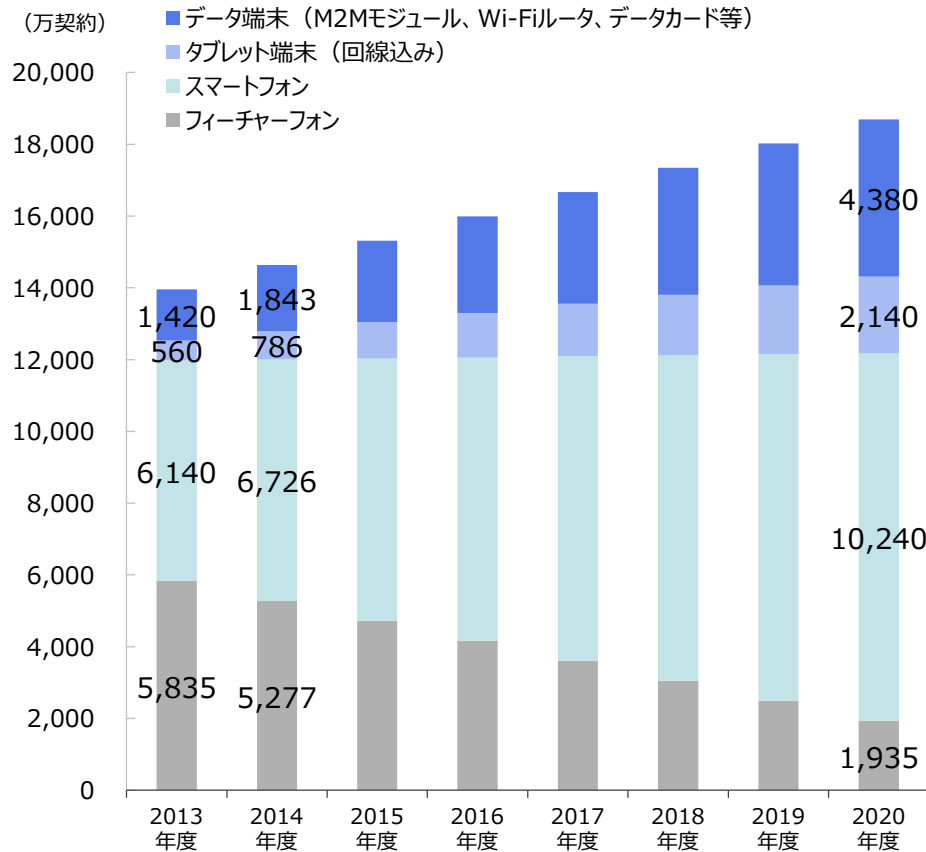


出所：電通「2014年 日本の広告費」より

2-2. モバイル機器の普及とネイティブ広告市場

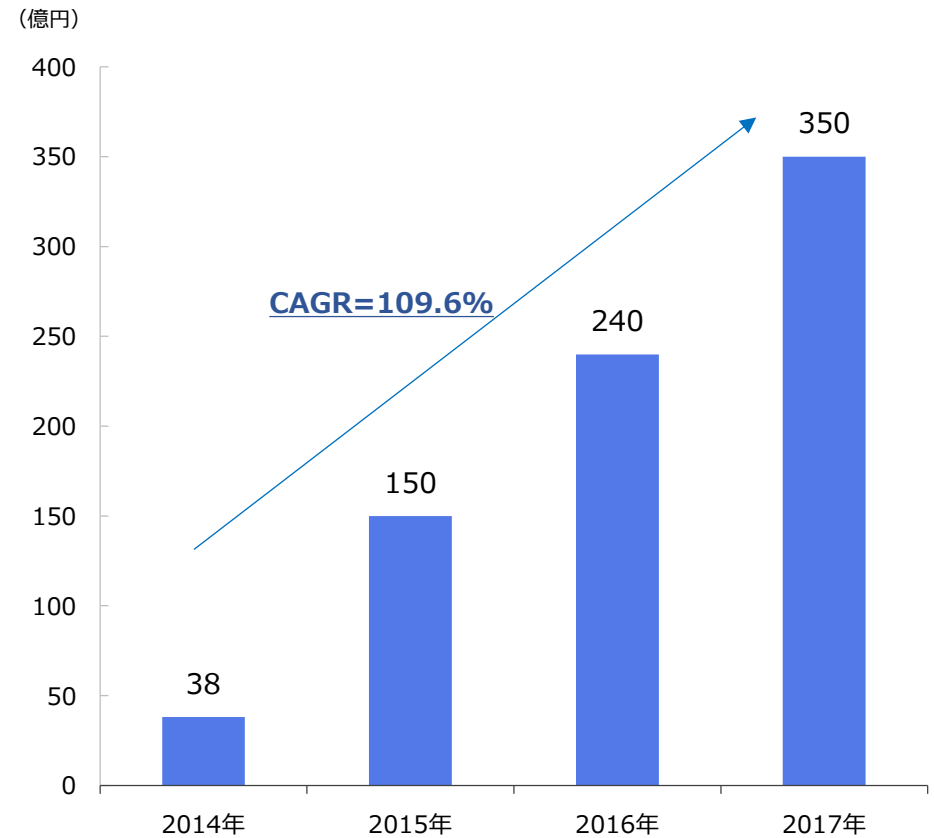
近年のモバイルデバイスの普及・拡大に伴い、モバイルデバイス向けの広告市場も急拡大しています。

モバイルデバイスの市場動向



出所：シードプランニング
「2014年版携帯端末市場の将来動向分析-2014年～2020年の携帯電話業界および市場変化走行分析レポート-」

スマートフォンネイティブ広告の市場規模推移

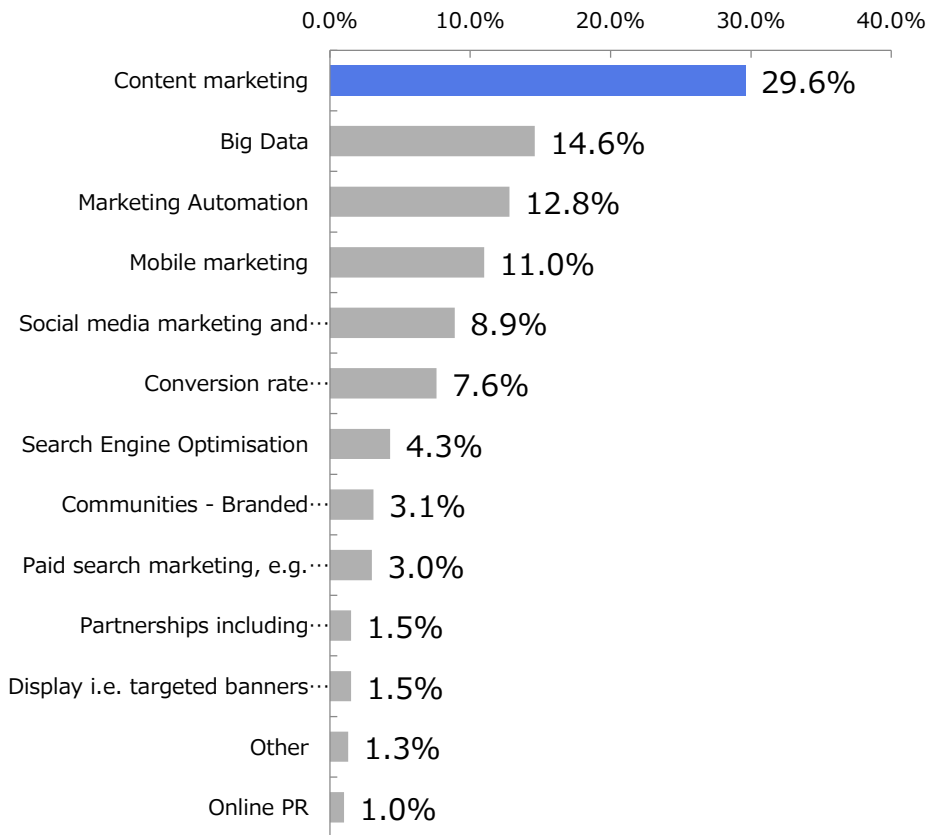


出所：CyberZ/シードプランニング

2-3. 米・日で注目されるコンテンツマーケティング

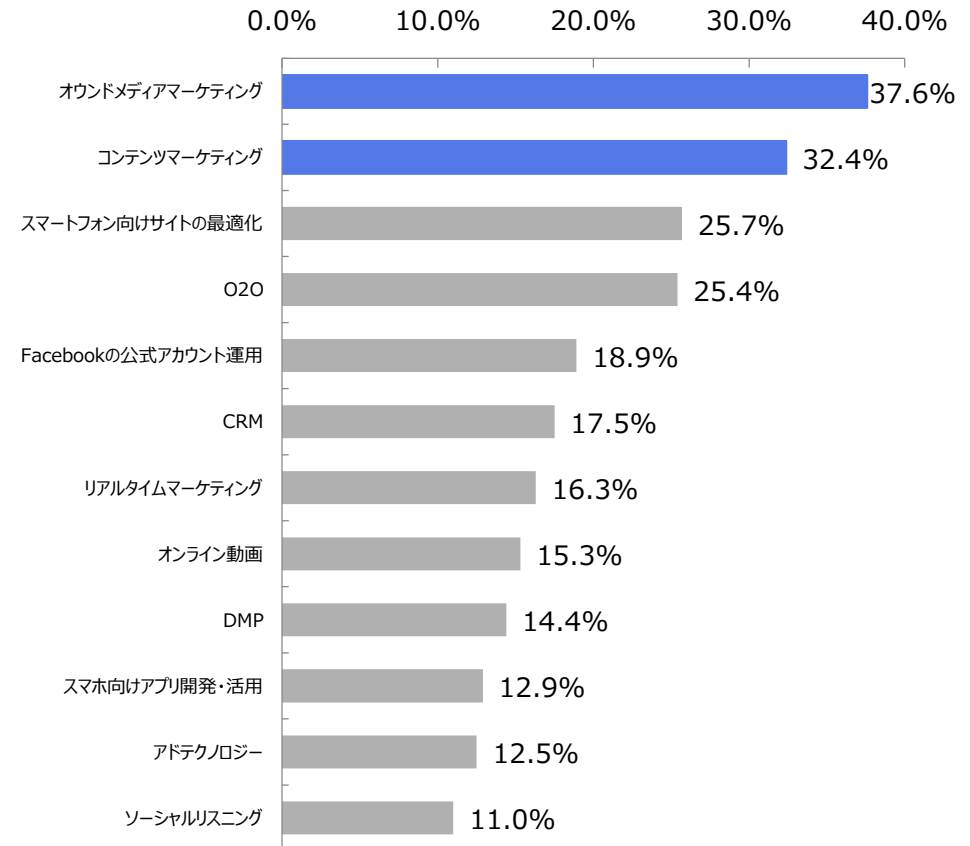
インターネット広告市場では、その技術的特性を活用し費用対効果の高い様々な広告手法が研究・開発されています。近年では、企業の訴求力を高めるべく独自のコンテンツを所有し消費者にアピールするコンテンツマーケティングの手法に、米・日共に注目が集まっています。

米国におけるデジタルマーケティングのトレンド



出所：Smart Insights Ltd. "Digital Marketing Trends 2015 Survey"

2014年に向けて注目するデジタルマーケティング（日本）



出所：宣伝会議「宣伝会議2014年2月号」

3

強みおよび成長戦略



～法人向けビジネス拡大で成長路線に～

「知る」「つながる」「表現する」で新しい体験を提供し、人の生活を豊かにする

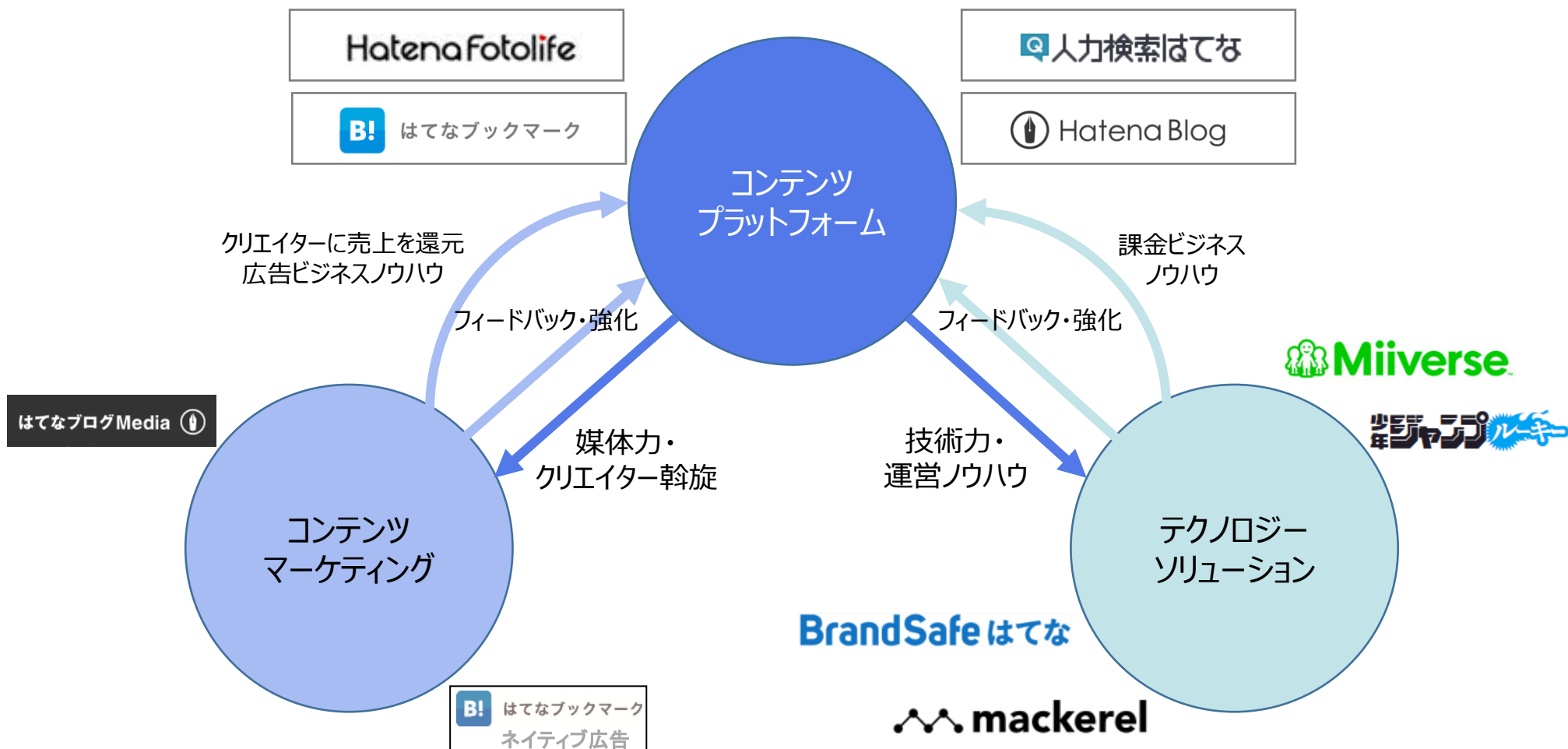
1 3事業部門のシナジー効果による収益力の拡大

2 コンテンツマーケティング、テクノロジーソリューションに注力することによる、法人企業向け収益機会の拡大

3 モバイル対応等を進め「はてなユーザー」を拡大することにより、コンテンツプラットフォーム基盤の一層の強化を実現へ

3-2. 3事業間のシナジーを今後の成長分野で積極活用

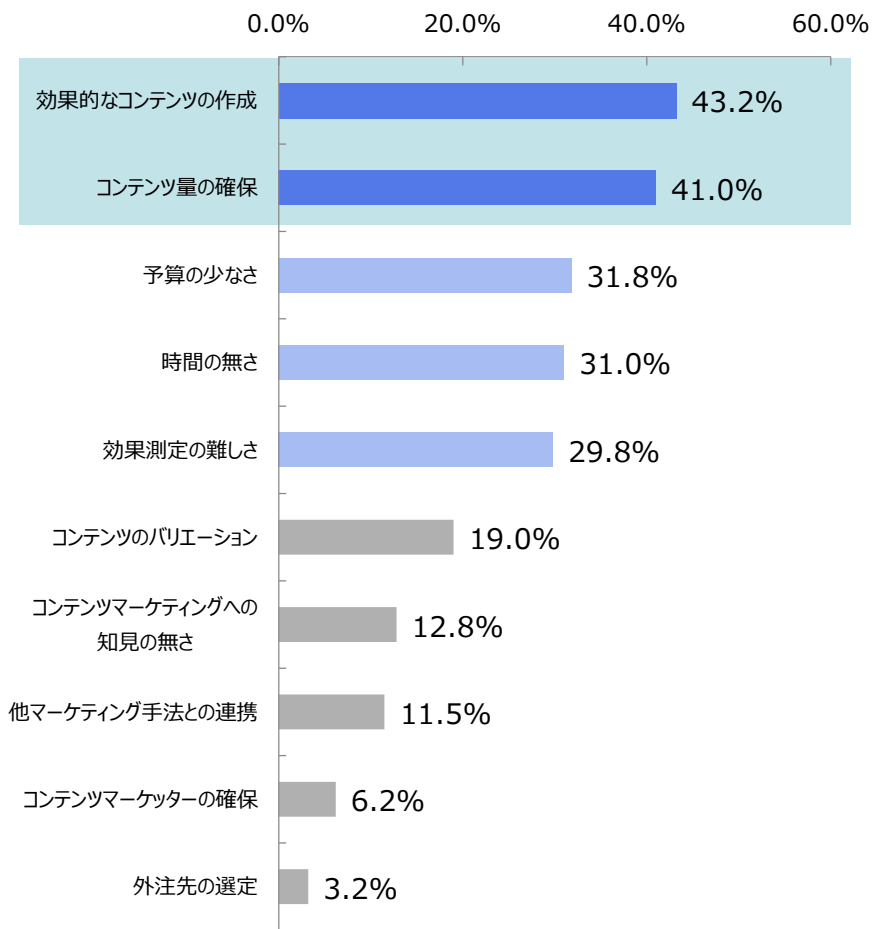
コンテンツプラットフォームでの長年の実績を、今後の成長分野であるコンテンツマーケティング、テクノロジーソリューションに活かすことにより、法人顧客からより高付加価値の収益機会の獲得が可能となっています。また、法人ビジネスでの経験が、コンテンツプラットフォームサービスの強化などに役立っています。



3-3. コンテンツマーケティングにおける現状の課題

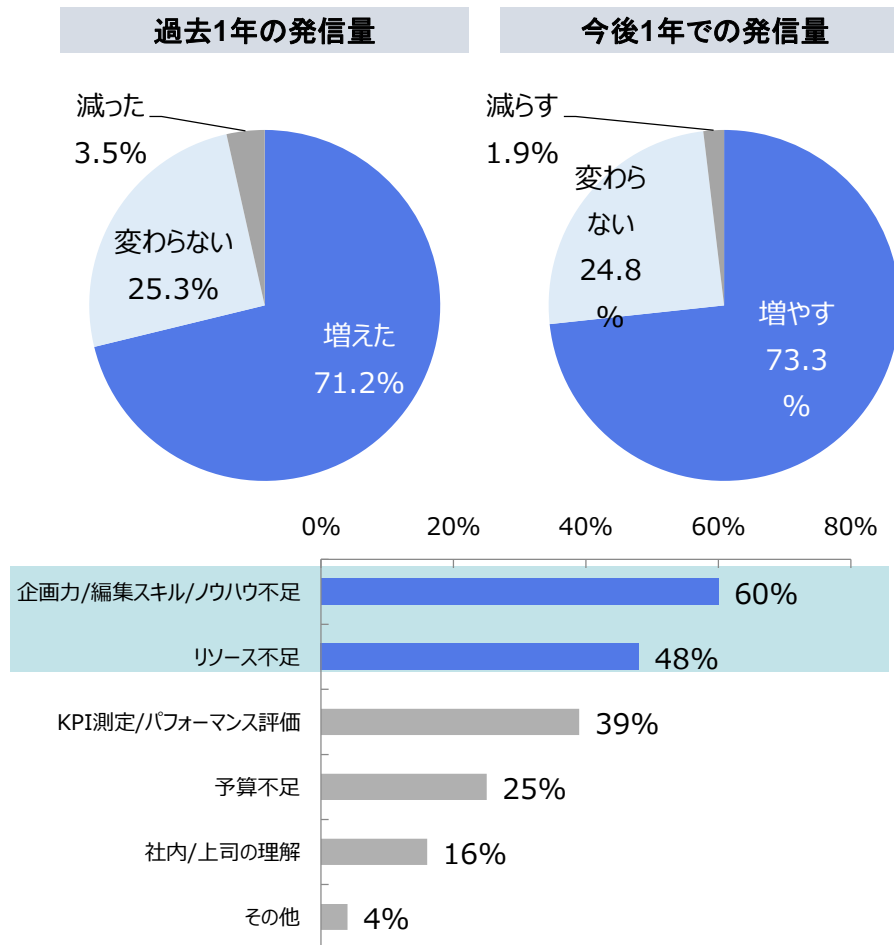
コンテンツマーケティングの担当者は、いかに良質なコンテンツを多く配信し費用対効果を上げていくかということが一番の課題と認識しています。また今後、コンテンツ発信量がますます増加すると予想しており、その対応が課題となっています。

コンテンツマーケターの悩み



出所：株式会社エコンテ「コンテンツマーケティング調査レポート 2015年版」より

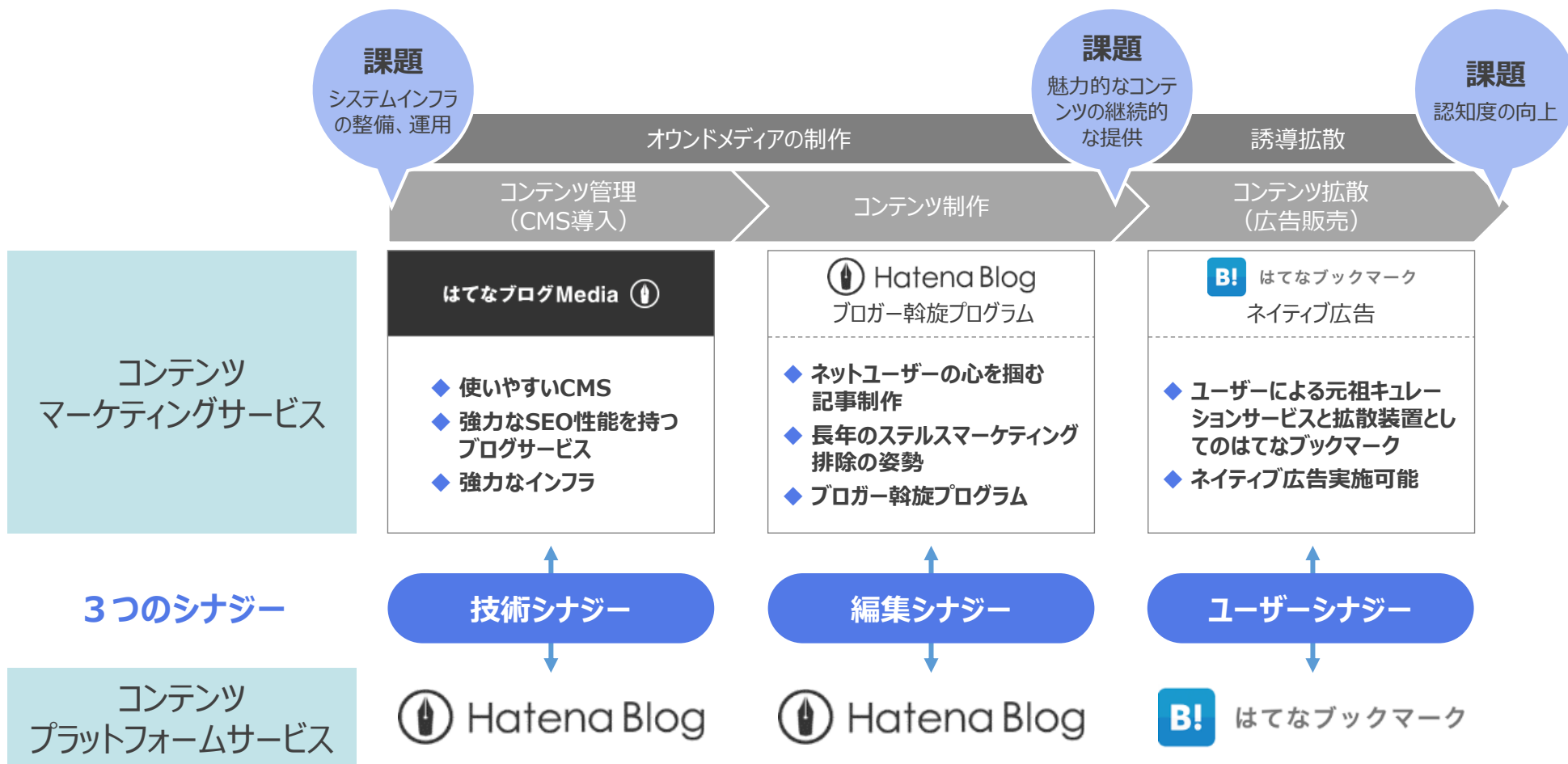
マーケターのコンテンツ発信量の増減意識と課題



出所：Ginzamarkets, incf日本国内BtoCマーケターによるコンテンツマーケティング調査レポート 2015年版」より

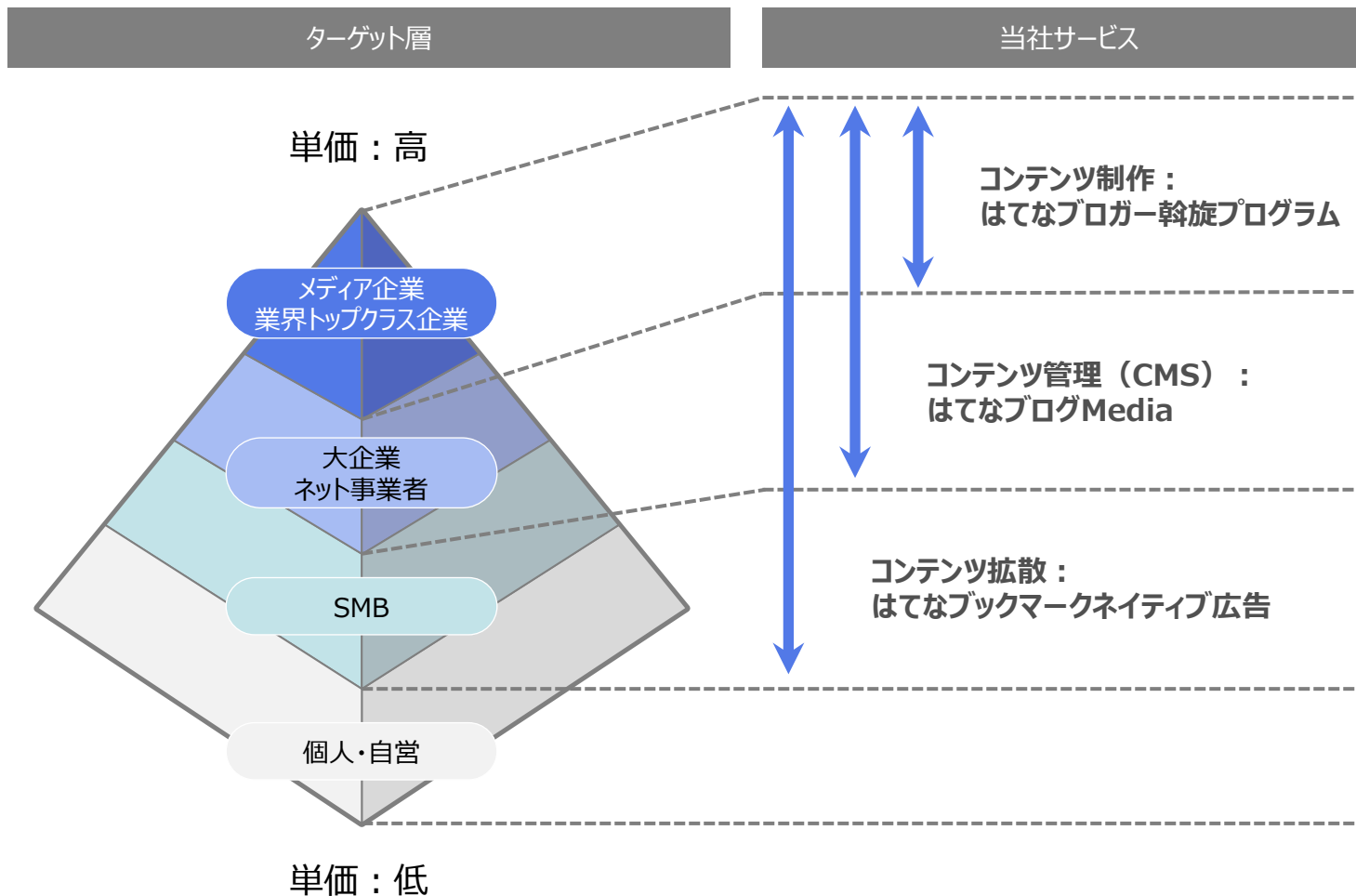
3-4. コンテンツマーケティング戦略：UGCでの実績が競合優位性に

長年のコンテンツプラットフォームの提供で培われたUGCサービスのノウハウ、技術を活用し、コンテンツマーケティング担当者の課題に対応します。「CMS」「制作」「拡散」の3要素全てに対応が可能で、法人顧客にワンストップでコンテンツマーケティングのソリューションを提供できることが、競合他社に対する大きな差別化要因となっています。



3-5. コンテンツマーケティングターゲット：大きな収益機会を実現化

コンテンツマーケティングのソリューションをワンストップで提供できる当社の優位性をセミナー等を通じて継続的にアピールしています。有力ネット企業での実績を元に、クライアントを積極的に開拓し、収益機会に結びつけてゆく計画です。



3-6. テクノロジーソリューション：独自のノウハウ・保有技術を収益化へ

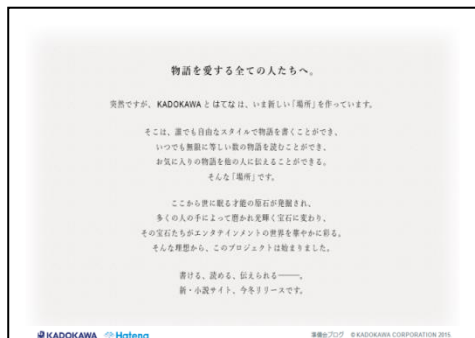
UGC運営の実績を元に、法人顧客のウェブコミュニティ構築ビジネスの受注に強みを発揮、任天堂向け、出版社向けの受注を獲得しています。また、ビッグデータサービス関連サービスを2014年に投入し、拡販しています。

業界向けウェブコミュニティの受託開発の顧客開拓

任天堂様「Miiverse」

集英社様「少年ジャンプルーキー」
「あしたのヤングジャンプ」

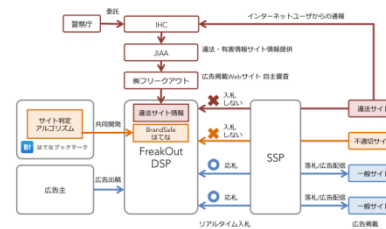
KADOKAWA様「カクヨム」
(物語を愛する全ての人たちへ。)



◆ 今後も出版・メディア企業への拡販を図る

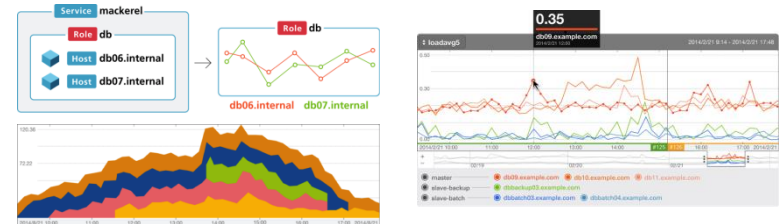
ビッグデータサービス：独自の高運用技術を商品化

BrandSafe はてな



◆ ブランドイメージの毀損の回避が可能で、アドテック事業者から高評価。導入事例が急増中

mackerel



◆ 直観的なサーバー管理が可能で、コストパフォーマンスも高い。有力な企業でも多くの導入実績

急成長するモバイルユーザー向けアプリも開発、積極投入しています。はてなのコンテンツプラットフォームサービスを手軽に利用することが可能で、より広いユーザーの取り込みを図り、コンテンツプラットフォームの基盤をより強固なものとしています。

プラットフォームの裾野拡大へ向けたスマートフォンアプリ

基幹アプリ

はてなブックマーク (Android & iOS対応)



無料で利用できる国内最大規模のソーシャルブックマーク、「はてなブックマーク」をスマートフォンから利用が可能に。ブックマークをWeb上に保存して、家庭や会社など、どこからでも見ることができる。インターネットで話題になっているページをスマホ上で素早くチェックしたり、ブックマークに追加できる。

はてなブックマークをベースとしたニュースアプリ

Presso (iOSのみ対応)



興味のあるジャンルをフォローすることで、ネットで話題になっているニュースやブログなどを手軽にチェックできるアプリケーション。記事に寄せられたユーザーのコメントもあわせて読むことで、その記事のポイントや第三者の意見など、より深く記事を理解することが可能。

女子向けニュースリーダーアプリ

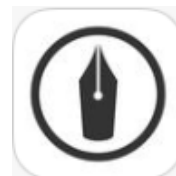
B!KUMA Girls (Android & iOS対応)



ネットにある女性向け記事のうち、ユーザーが選んだオススメの記事だけを素早くチェックできるアプリ。はてなブックマーク (<http://b.hatena.ne.jp>)に登録されている記事から、恋愛やファッション、ヘルス&ビューティーなど11のジャンルに分類して、新鮮かつ面白い記事を提供。無料の会員登録をしてブックマークに保存しておけば、あとから別のPCなどから閲覧することも可能。



その他、モバイル端末向けアプリ



はてなブログ



コレナニ?



人力検索はてな

3-8. 中長期成長戦略イメージ

コンテンツマーケティングに注目が集まる等、強みであるUGC基盤の収益化の機会が高まっています。引き続き法人向け売上げの拡大に注力するとともに、新たなサービスも積極的に開発・事業化し、持続的な収益の成長を図っていきます。

