



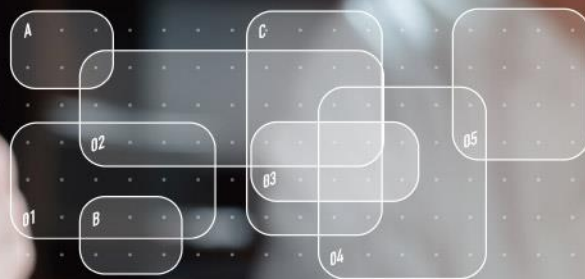
2019年11月14日

2019年 12月期

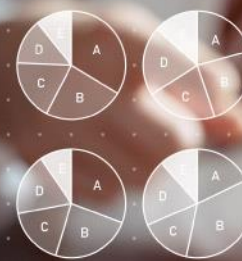
第3四半期 決算短信補足資料 連結決算 (IFRS)



Make the World Hotto



AIU	1,822 (-35)	2,269 (+580)	WVE	890 (-20)	PLD	6,350 (-200)	DR	655 (+15)	DPY	6,300 (+115)	
MBC	3,605 (+210)	LJH	9,542 (-128)	MJB	2,609 (+35)	PON	7,654 (+169)	UHI	1,632 (-54)	OMJ	3,652 (+121)
YBV	3,204 (-33)	QMN	5,211 (+156)	MMJ	7,100 (-60)	IIT	7,150 (-150)	CCY	1,901 (+101)	ICW	3,250 (+120)
MBB	3,320 (-120)	WFF	712 (+12)	HJM	134 (+5)	QLC	2,022 (-18)	SHH	6,207 (+59)	BR5	12,430 (+230)



- 1_ ホットリンクの事業区分
- 2_ 決算ポイント
- 3_ 第3四半期累計売上高
- 4_ 営業損益増減分析
- 5_ 当期の費用

- 6_ 業績予想修正要因
- 7_ 減損損失
- 8_ 第4四半期以降の取組み
- 9_ 同上

- 10_ 新サービスPGCとは
中長期的企業価値を高めるために
- 11_ 長期的事業の種まき投資
- 12_ SDGs 社会に貢献する会社として企業価値を高めます



ホットリンクの事業区分

事業区分



【日本】

ソーシャルビッグデータの解析と
マーケティングへの活用



SaaS

ソリューション

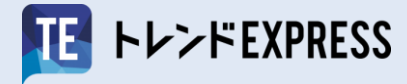
Effyis

【米国】

ソーシャルビッグデータの販売
(データアクセス権)

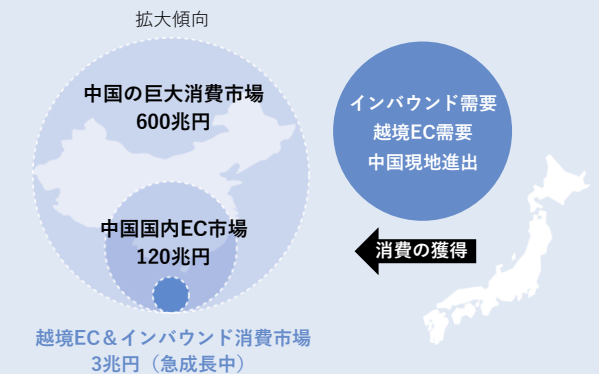


ソリューション



【中国】

ソーシャルビッグデータの解析と
マーケティングへの活用
越境ECサービス提供



クロスバウンド





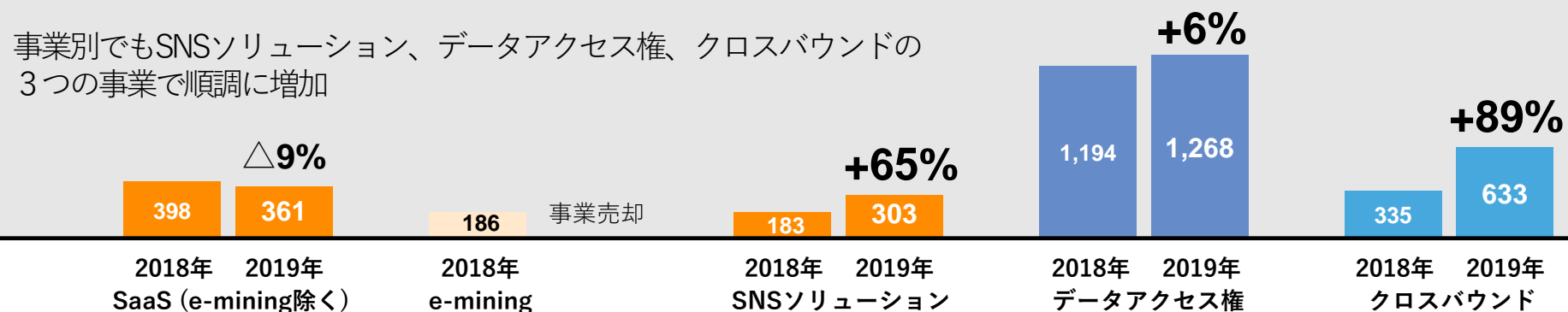
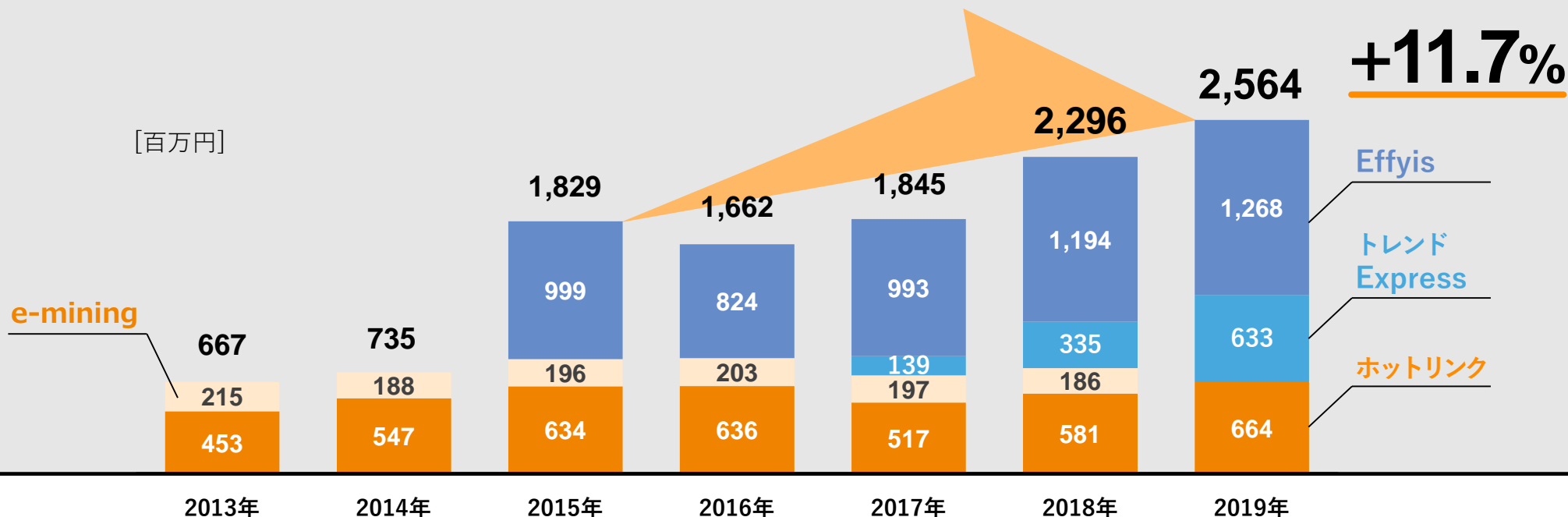
決算ポイント

- 1** 第3四半期累計売上高は2,564百万円（前年同期+11.7%）と、SNSソリューション、データアクセス権、クロスバウンドの3つの事業で順調に増加したが、期初予算に届かず
 - クロスバウンド事業は中国経済の減速により越境ECサービスで未達、現地法人向けプロモーションは好調
 - SNSマーケティングは広告が未達、コンサルは予算比プラス
- 2** 営業利益は、データアクセス権の売上原価の悪化を吸収できず、対策費用嵩み△601百万円（のれんの減損前）
- 3** 来期黒字化に向けマイナス要因出し尽しへ
データアクセス権販売事業Effyis社のれんに対する減損損失759百万円計上
- 4** 2019年12月期通期業績予想を修正
- 5** 来期 収益体質へ、人材リソースの再配分とコスト構造の見直しを行います





第3四半期累計：売上高は拡大





営業損益は 原価悪化とマイナス要因出し尽しで損失計上

[百万円]

2018年第3四半期

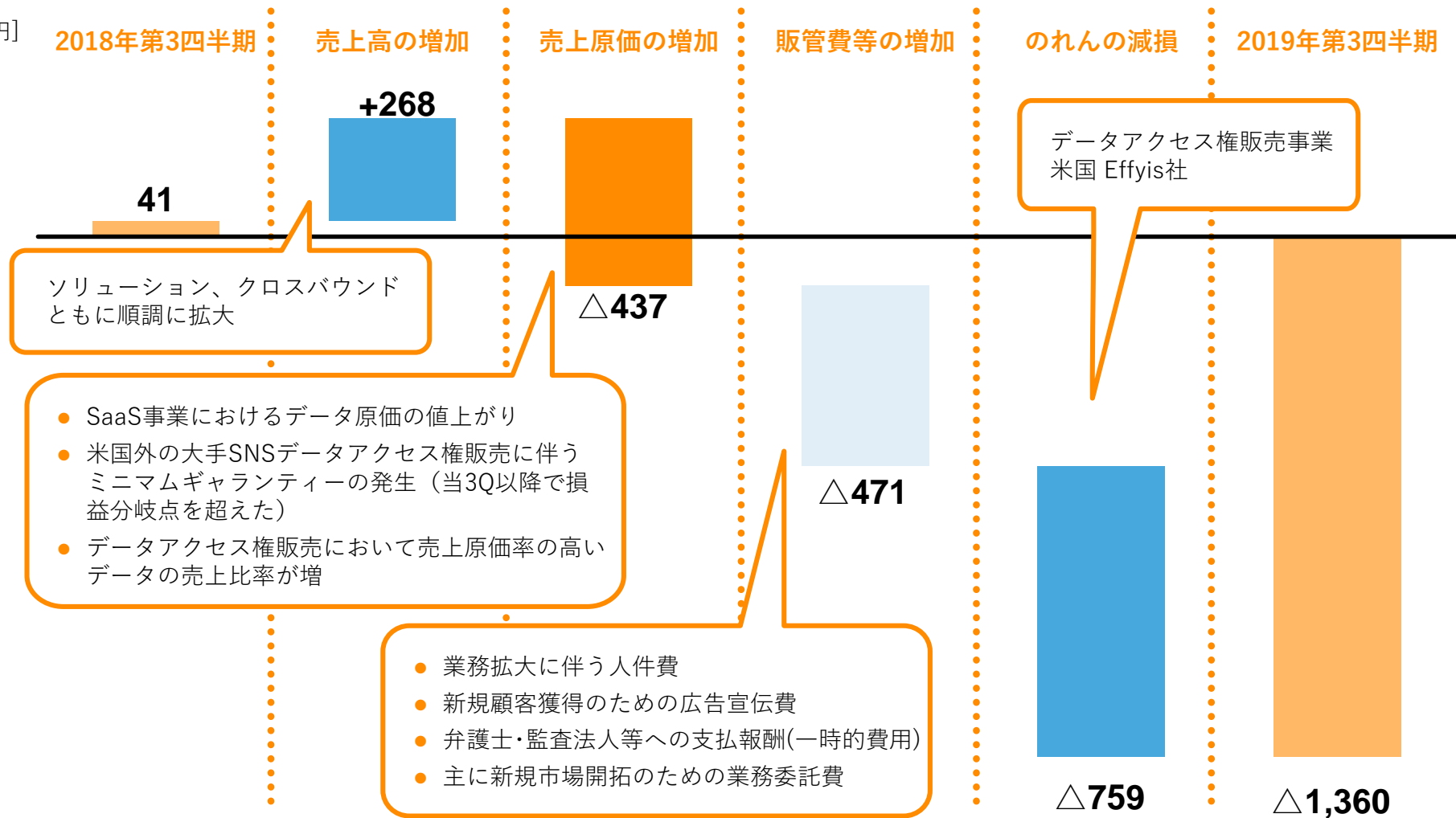
売上高の増加

売上原価の増加

販管費等の増加

のれんの減損

2019年第3四半期



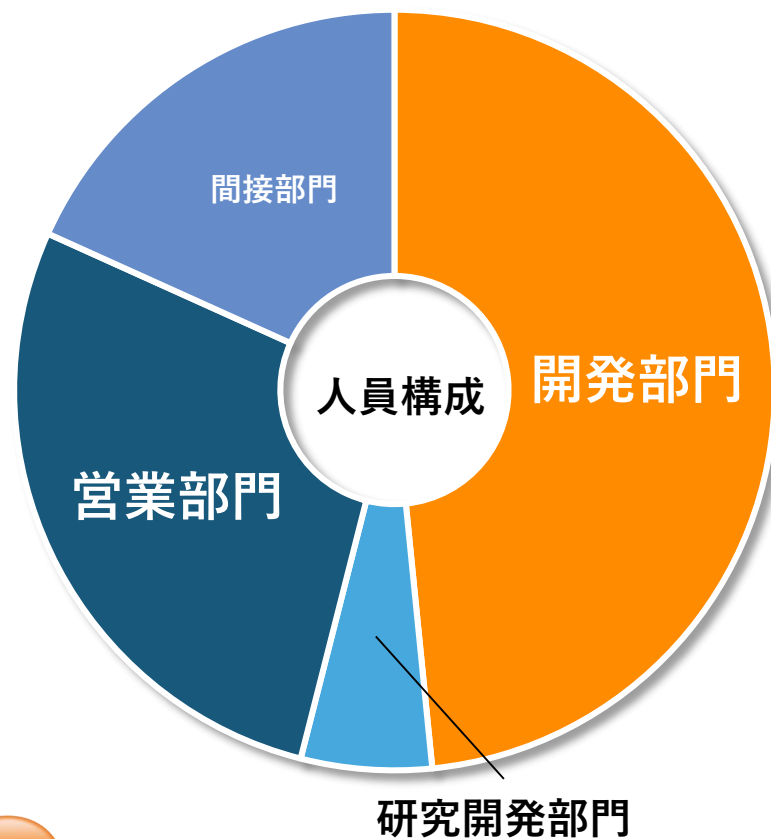
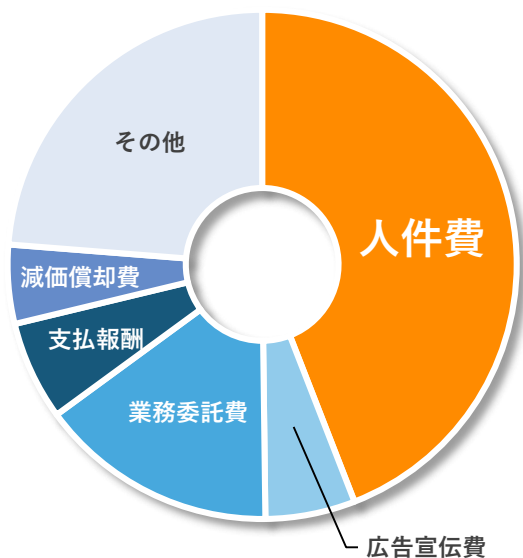


当期の費用は人材投資がメイン

✓ 人材投資の成果：優秀なメンバーを多数雇用 = 会社の財産

- 高度IT人材多数の自社技術陣
- SNSマーケティングをリードするマーケター

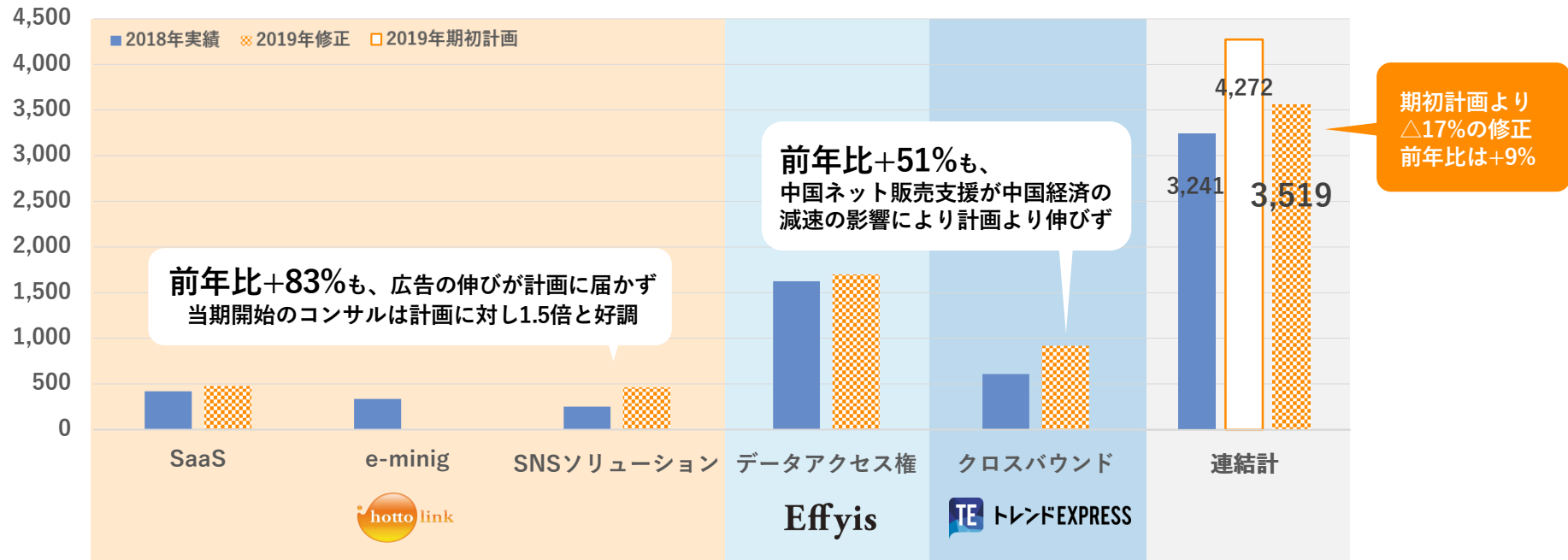
2019年第3四半期累計
販管費構成



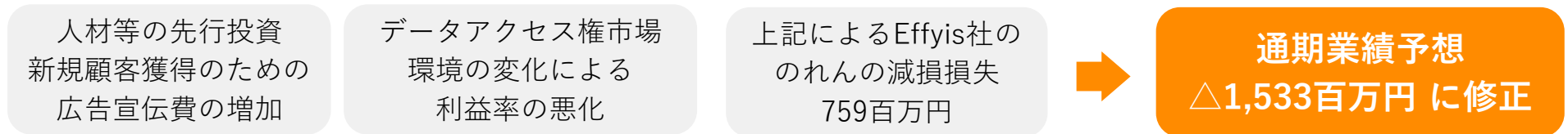


業績予想修正要因

売上高



営業損益





Effyis社に対する のれんの減損損失7.6億円を計上

悪化要因は？

世界のソーシャルメディアビッグデータアクセス権市場環境の 2Qからの急激な悪化

GDPR施行により、データアクセス権の有料・割高へ移行、および一部供給停止が発生
世界の流れはプラットフォームと契約を結びデータ管理を確実にを行う方向へ

売上原価率の高いデータの売上比率が上がったことにより利益が減少 売上構成の変化が起こった

一部のソーシャルメディアビッグデータの比率が増加↑
(売上原価率は高い=利益率低↓)

掲示板・スモールメディアデータの比率減少↓
オープンAPI等を利用、(売上原価率は低=利益率高↑)

顧客(SaaS企業)の経営悪化・廃業・倒産増加による契約減

IT人件費高騰、データアクセス権の値上げとひっ迫による競争激化・収益悪化による業界からの退場





第4 四半期以降の業績改善のための取り組み 収益体質へ事業構造を変革します

データアクセス権販売における売上構成の変化による原価の悪化、
SaaS製品の本格販売に時間がかかり開発人件費原価が先行している構造から、

利益率の高いサービスへ リソースを再配分



BuzzSpreaderを社内活用することでSNS広告人員を削減
利益率の高いコンサル、新サービス PGCへ人材を重点配置
BuzzSpreader開発は一区切り、開発人員は新しいサービス開拓へ

Effyis

- 売上利益率の高い商品の営業強化
- 新規開拓事業の見直し

コスト構造の見直し



Effyis



3社ともに洗い出しへ

利益を出し続ける企業構造へ転換します





利益率の高いサービスへの リソース再配分とコスト見直し



- 利益率の高いコンサルと新サービスPGCへ人材を再配置[SNSソリューション]
- BuzzSpreader開発は一区切り、開発人員は新しいサービス開拓へ[SaaS] (=開発費コスト削減)

現在の人材リソース配分イメージ



新重点イメージ



BuzzSpreaderの社内活用により
広告人員を削減

Effyis

- 新規開拓事業の見直しと選別
- 米国でのレイオフも含め大幅なコスト見直し中
減損前段階では3Qは2Qから売上原価、販管費ともに改善
- スリム化して利益が出る体質に向かいつつある

TE トレンドEXPRESS

- 資金調達により新規プロダクトの開発や
人員強化、越境EC事業の加速、
M&A等を推進
- コスト見直し





新サービス PGCにより

UGC(クチコミ)が出にくい商材も効果的なマーケティングを可能に

PGC

プロによって作られたコンテンツのこと。
「Professional Generated Contents」の略。

SNS動画

眼福写真

記事コンテンツ

SNSマンガ

一度のバズで終わらない
続く売上効果を支援

創出

UGC

ユーザーによって作られたコンテンツのこと。
「User Generated Contents」の略。

ユーザーからユーザーに拡散

企業にとってはユーザー行動を
活用して商品やサービス情報を届ける
ことができる

プロ(タレントや専門家など)を起用した最適なコンテンツマーケティングを提供

例) 次の投稿が楽しみで「フォローしたくなるアカウント」へ眼福なタレントを起用した写真を作成。高い好感度でフォロー動機を形成

当社の強みであるSNS分析力とクチコミ創出ノウハウを持った高度マーケターがプランニングや制作から支援

業界大手企業を含め複数取引が進行中





中長期的企業価値を高めるために

長期的事業の種まき投資を更にします

新たな投資

LAのクリプト特化型のブロックチェーンファンド

400千米ドル出資、定期的な世界の有力ベンチャー・技術・ビジネスの情報、接触機会を取得

東南アジア事業機会のための投資を準備中

既進行中

【方針】

ブロックチェーン技術を用いた新たなサービス・事業の可能性を模索 年1億円の投資枠を設定

当1Qにスポーツ応援テック企業、
SAMURAI Security株式会社へ出資

パートナーシップ証明書の発行を行う
「Famiee」プロジェクトを始動、
8月一般社団法人設立

東京大学ブロックチェーン
寄付講座第3期が10月より開始、
優秀人材が多方面から集まる





SDGs 社会に貢献する会社として 企業価値を高めます

Social 多様性の受容への活動

ホットリンク (Make the World“HOTTO”) の体現

人と情報を結びつけて、HOTTO (ほっと) できる社会の実現に貢献する

社会への働きかけ

多様な家族形成が認められる社会の実現を目指す「Famiee」プロジェクトを始動、一般社団法人を設立
パートナーシップ証明書検討委員会を開催、複数の大企業が参加。証明書は、年内のローンチを目指して開発中

新経済連盟のLGBT等性的マイノリティが生きやすい環境を創るための
『SOGIエンパワーメントチーム』のプロジェクトリーダーに当社代表内山が就任
セミナーを主催、東京大学学園祭でのLGBTに関する公開政策提言に参加予定など理解促進活動中

社内での取組み

LGBTに関する取組みの評価指標「PRIDE指標」の最高位「ゴールド」を受賞

ダイバーシティ推進方針を掲げ、全メンバーの個性を多様性として活かし、
最大限の力を発揮できる職場環境を積極的に整備しています

