

事業計画及び成長可能性 に関する事項

連結決算（IFRS）

株式会社ホットリンク

2021年11月4日

存在意義

- Make the World “HOTTO” -

わたしたちは、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
の実現に貢献します

目次

1. 事業概要・ビジネスモデル
2. 市場環境・市場規模
3. 競争優位(強み)
4. 事業計画(5か年目標)
5. リスク情報

1. 事業概要・ビジネスモデル

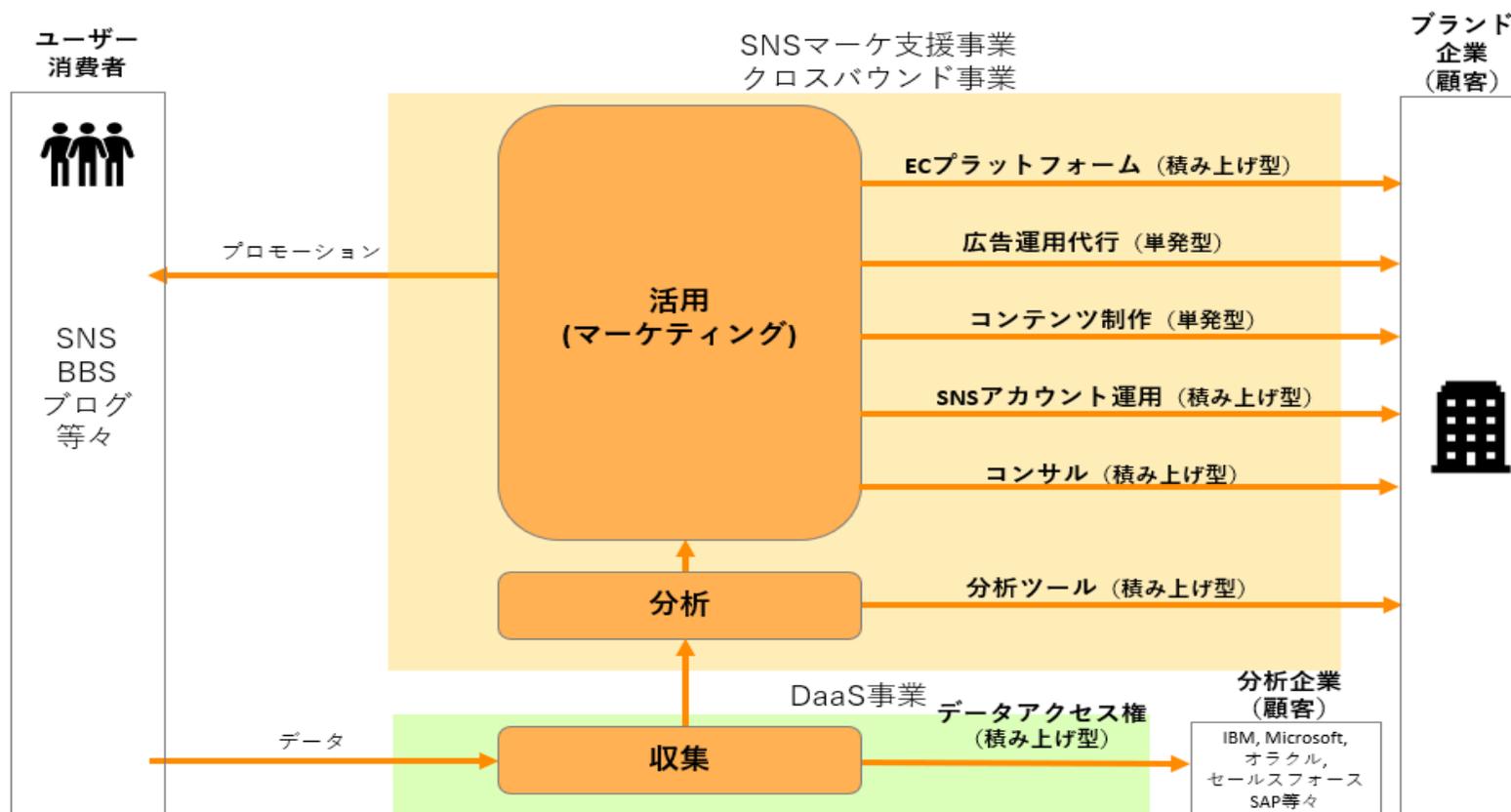
ホットリンクグループの事業概要

当社グループは、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しています。



ホットリンクグループのビジネスモデル

データの「収集」「分析」「活動」の全領域を通じて、
積み上げ型・単発型、両方のビジネスモデルにてサービスを提供し、
「安定的な売上・利益の確保」と、「規模の急拡大」を両立させています。



事業とサービス：SNSマーケティング支援事業

SNSを活用してお客様のご要望に応じた最適なマーケティングを支援



Twitterを活用し
EC売上約50倍の成長に
貢献



TwitterとInstagramを活用し
口コミ数を6倍、
インスタライブ配信を支援し
45万視聴の大反響



TwitterとInstagramを活用し
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



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



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



Twitterを活用し、口コミ数約4倍
指名検索数1.7倍、
ブランド力向上に貢献

事業とサービス：クロスバウンド事業

お客様の中国市場向けマーケティングを支援



資生堂ジャパン様

SNSプロモーションを実施
インバウンドのみならず、
EC・リアル店舗での売上増にも貢献



小林製薬 中国法人様



アース製薬中国法人様

ネット上の情報を分析し
キャンペーンを支援
期間中の売上を前年比2倍に
貢献



ピジョン上海様



サンスター上海様

日本アニメキャラとコラボした
コンテンツを開発
独身の日の越境EC売上を前
年比2倍に貢献

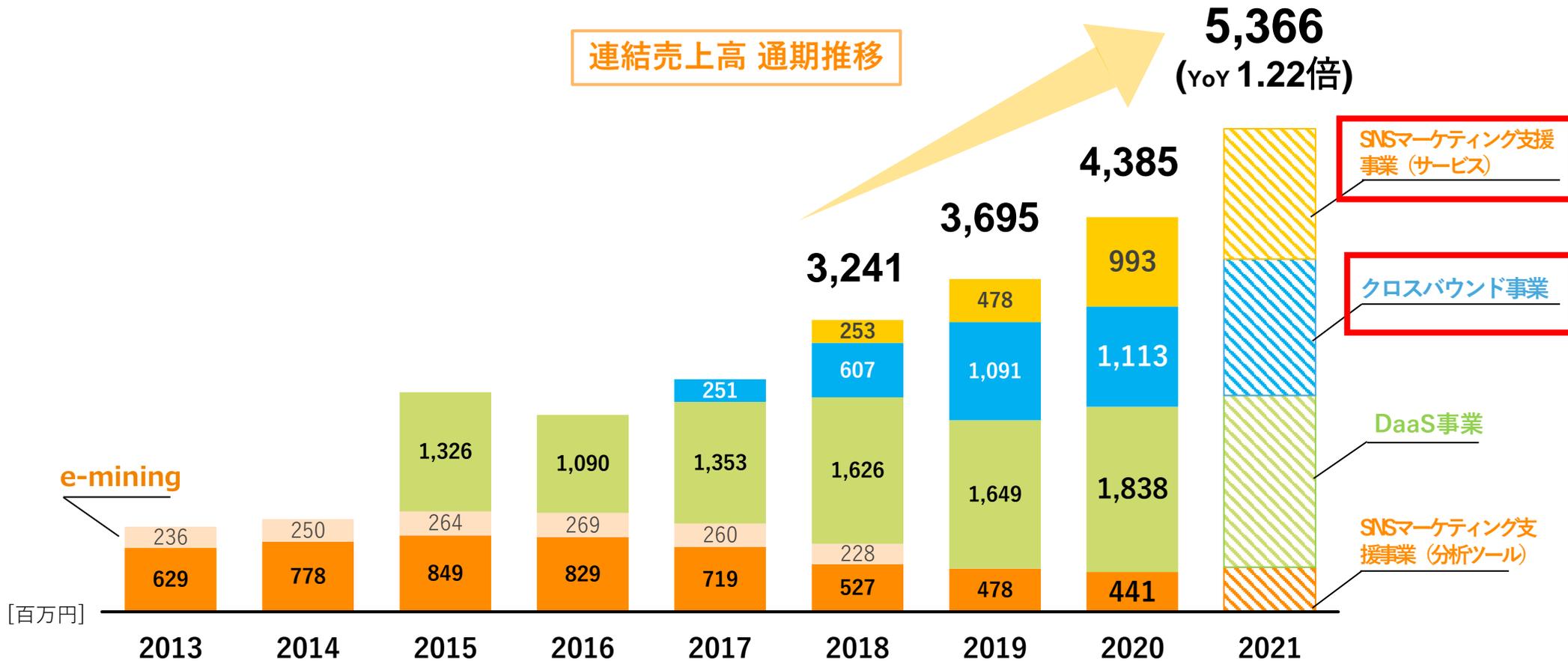


ソニー チャイナ様

他、化粧品、衛生薬品、美容機器 等々 多数

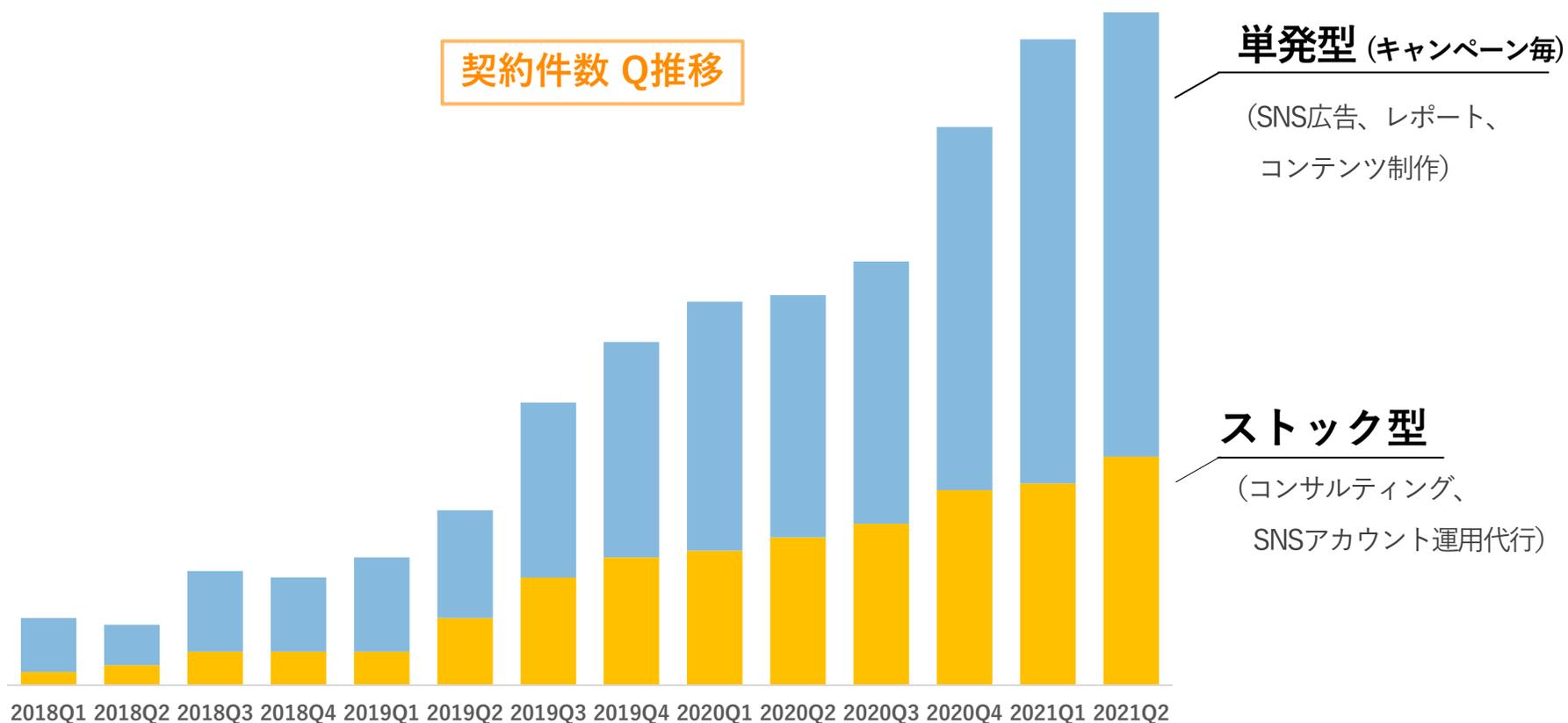
事業別収益の推移

2018年以降、「SNSマーケティング支援事業(サービス)」と「クロスバウンド事業」の2事業がグループの成長を牽引し、売上高を大きく積みあげております。
⇒ 本2事業を主力事業と位置づけ、両事業に投資を集中していきます。



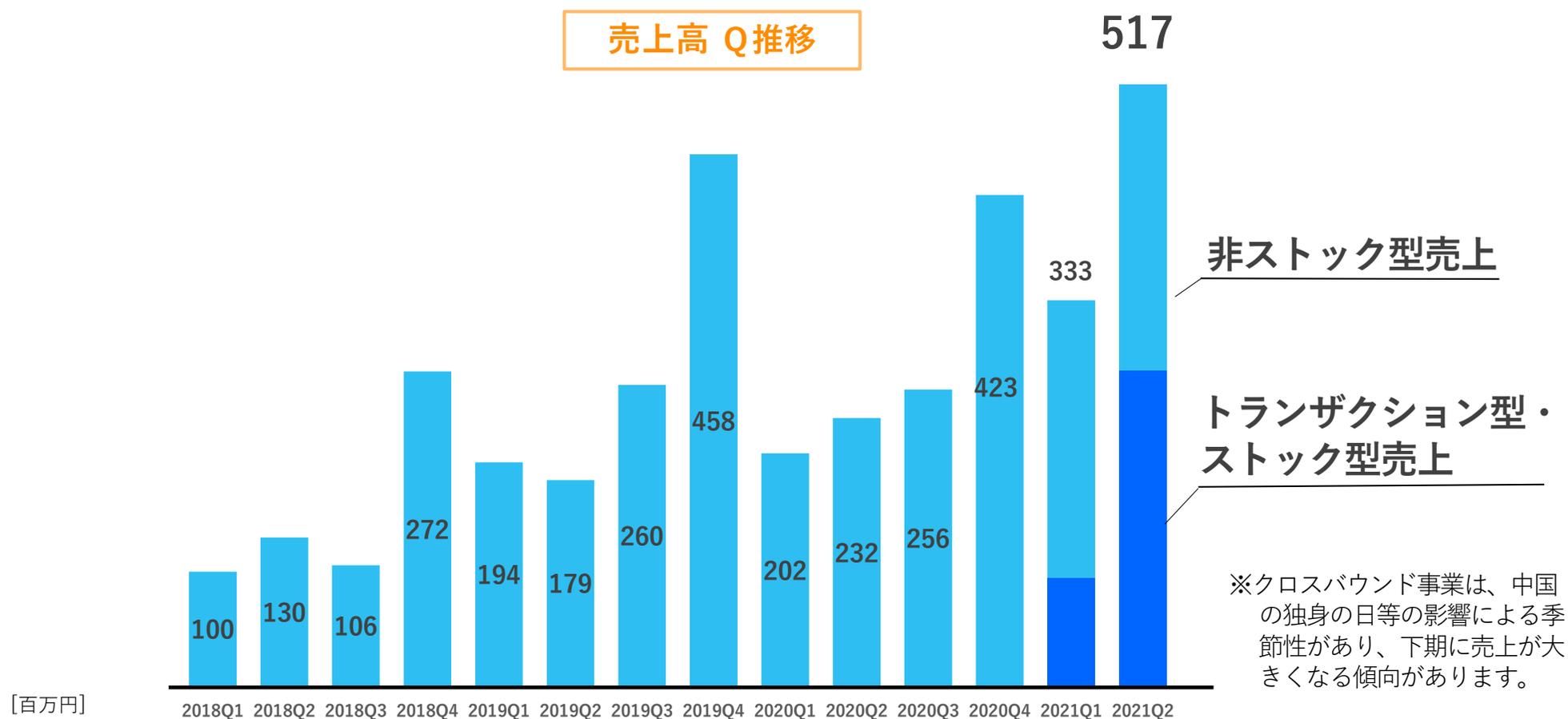
SNSマーケティング支援事業のサービス構成推移

ストック型サービスの契約数が着実に増加し、それにともなって単発型サービスも増加。

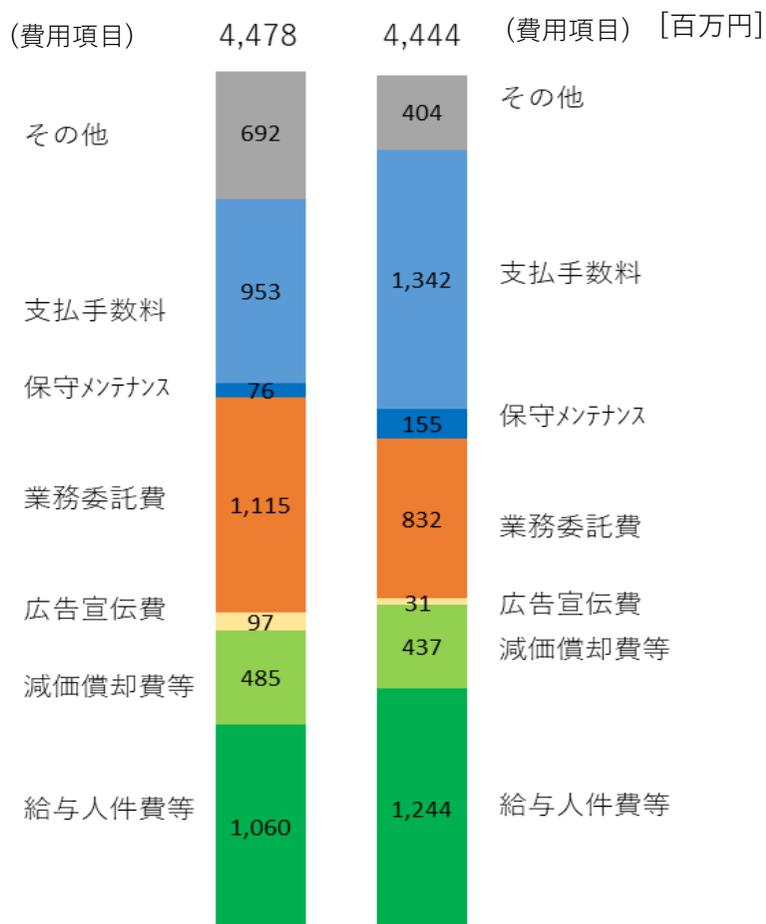


クロスバウンド事業のサービス構成推移

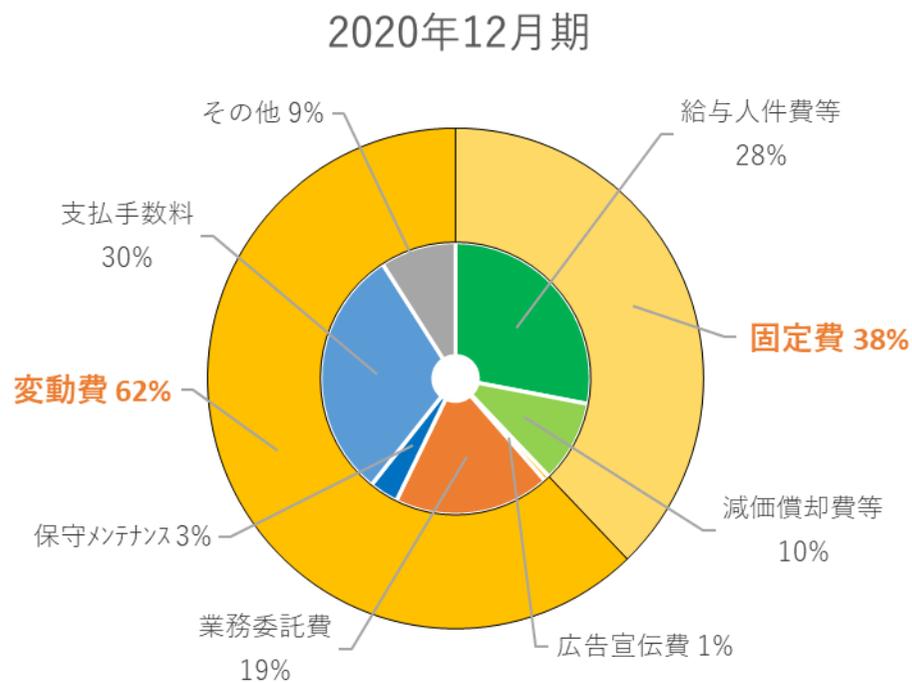
越境ECプラットフォームの新開発サービス(トランザクション型)が大きく伸長し売上に貢献。ストック型売上也についても継続して注力。



コスト分析



2019年12月期 2020年12月期



費用割合は、変動費の割合が大きい構成となっています。固定費は、給与人件費等や減価償却費等から構成されています。今後、より一層の売上規模の拡大と利益の増加を図る中で、1契約あたりの売上を伸ばし、業務に必要な費用を見直してスリム化することで、売上高に占める変動費率を低下させていきます。

【給与人件費等・支払手数料が増加し、業務委託費が減少】

- 給与人件費等については、事業成長に必要な投資として、人材投資を重点的に行っているため増加しております。
- 支払手数料については、事業活動の拡大に伴い、売上関連費用が伸びたことにより増加しております。
- 業務委託費の減少は、2020年にクロスバウンド事業において、協業先の普千(上海)商務諮訊有限公司から事業を譲り受けたことで、従来計上されていた業務委託費を削減できたことが、大きな要因となります。

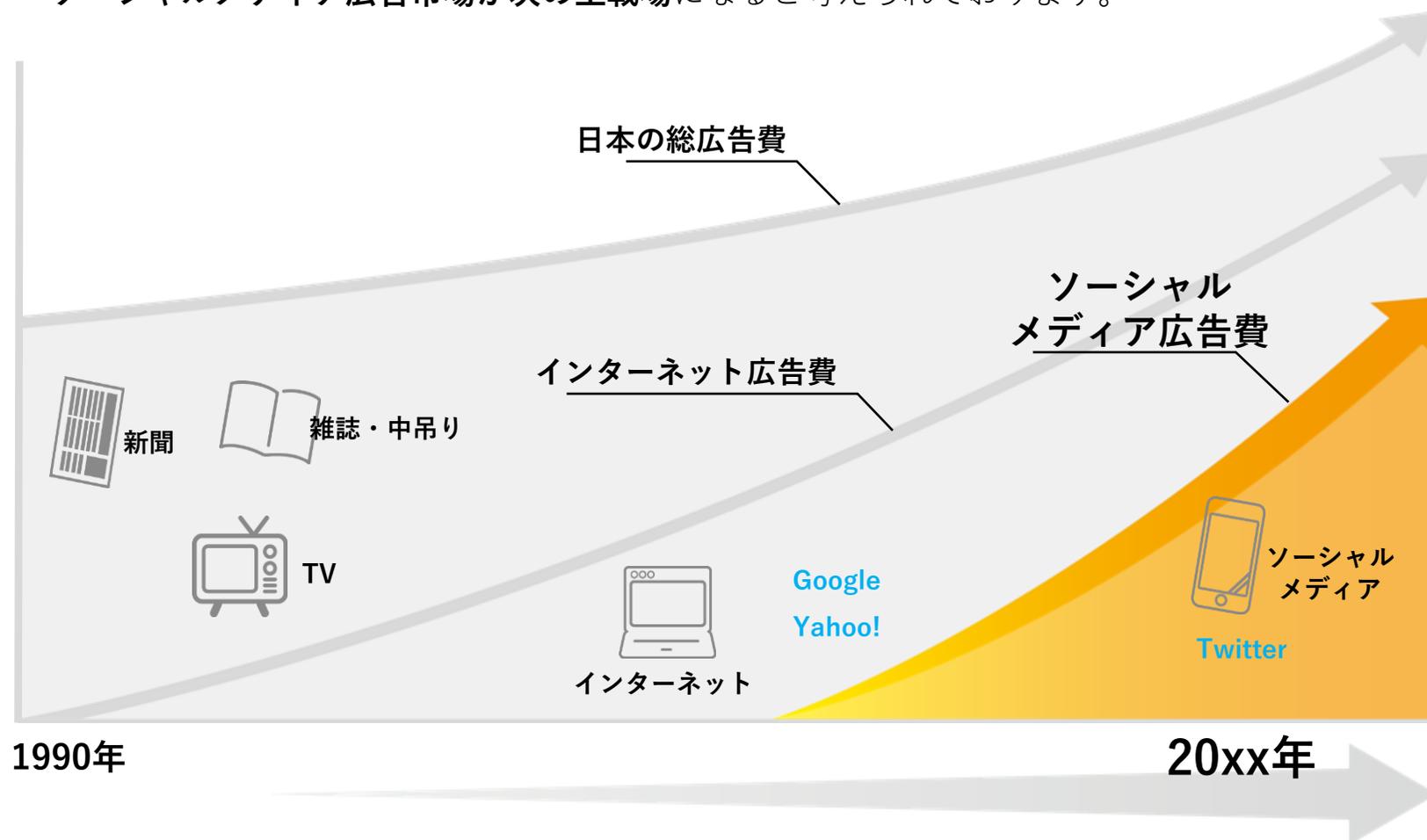
(注：費用は売上原価と販売費及び一般管理費の合計)

2. 市場環境・市場規模

市場環境

日本の広告費の変遷イメージ

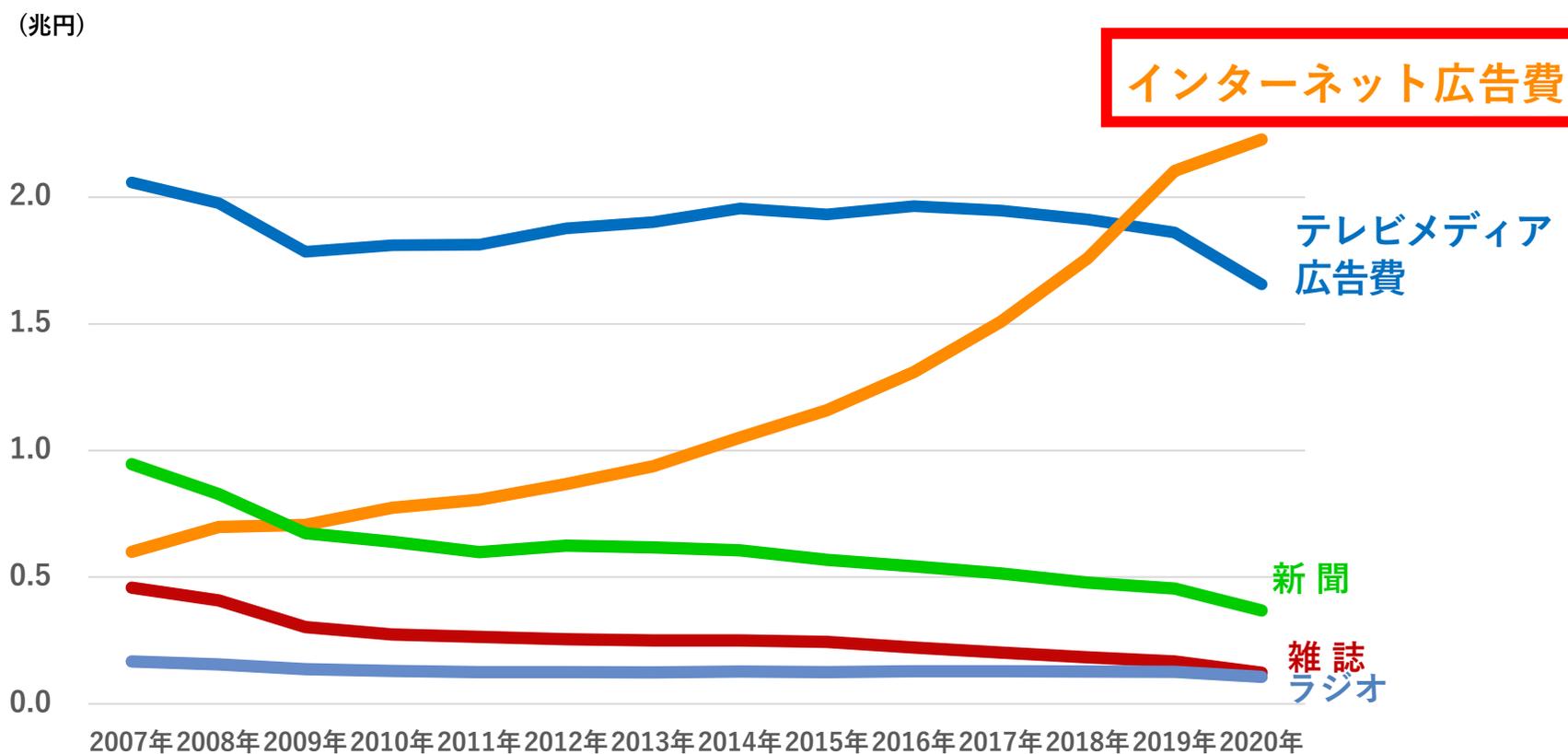
日本の総広告費の中で、インターネット広告市場は拡大し、その中でも、新しい生活様式が浸透することで、ソーシャルメディアの重要性は日々増しております。ソーシャルメディア広告市場が次の主戦場になると考えられております。



市場規模 (1) 広告媒体の変遷

日本の広告費

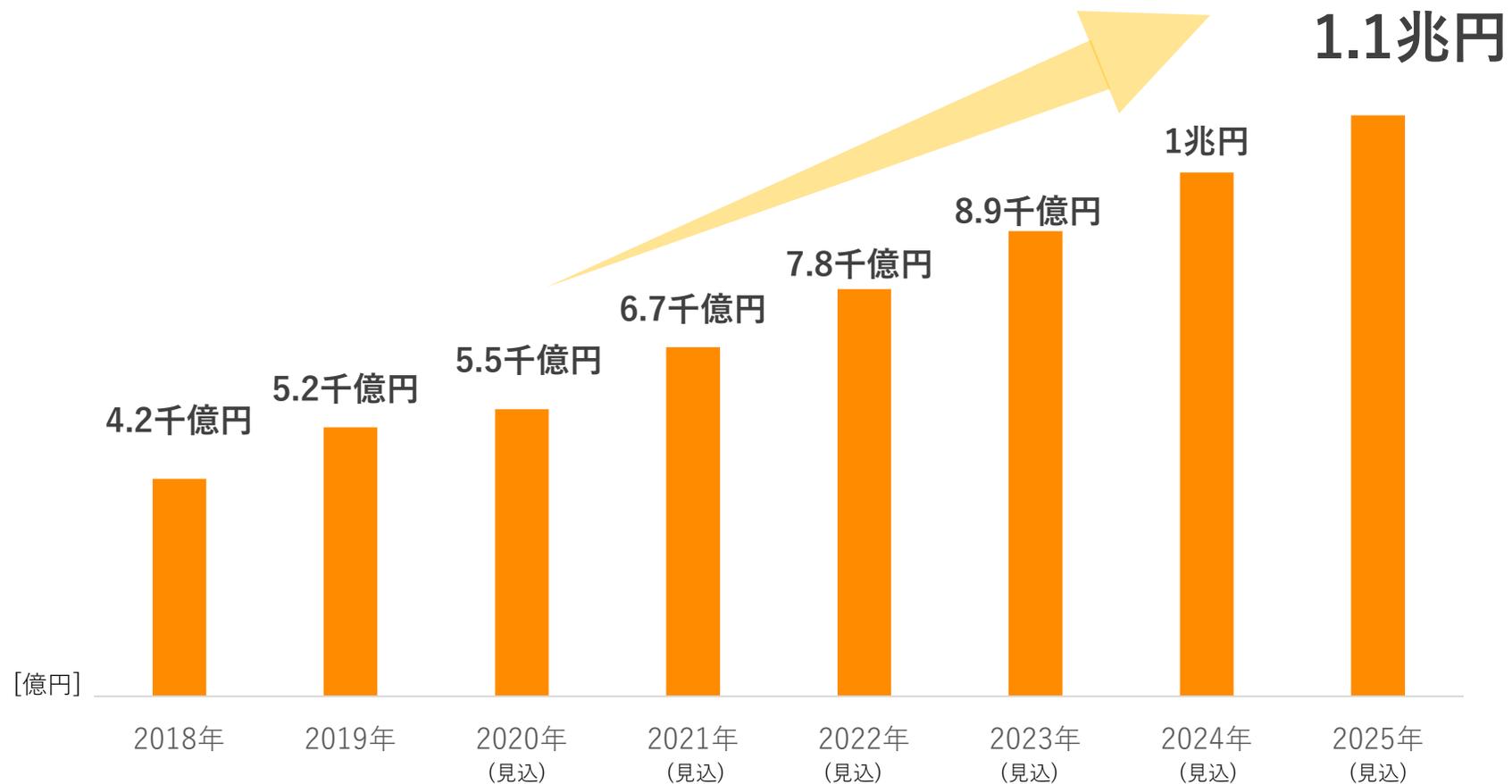
インターネット広告費は、2019年からテレビを上回り拡大しており、2020年はコロナ禍において通年で唯一プラス成長となり、2.2兆円(前年比+5.9%)規模に発展。



出典：電通「2020年日本の広告費」より作成

市場規模 (2) SNSマーケティング支援事業

日本のソーシャルメディアマーケティング市場は、1兆円規模に成長が見込まれております。

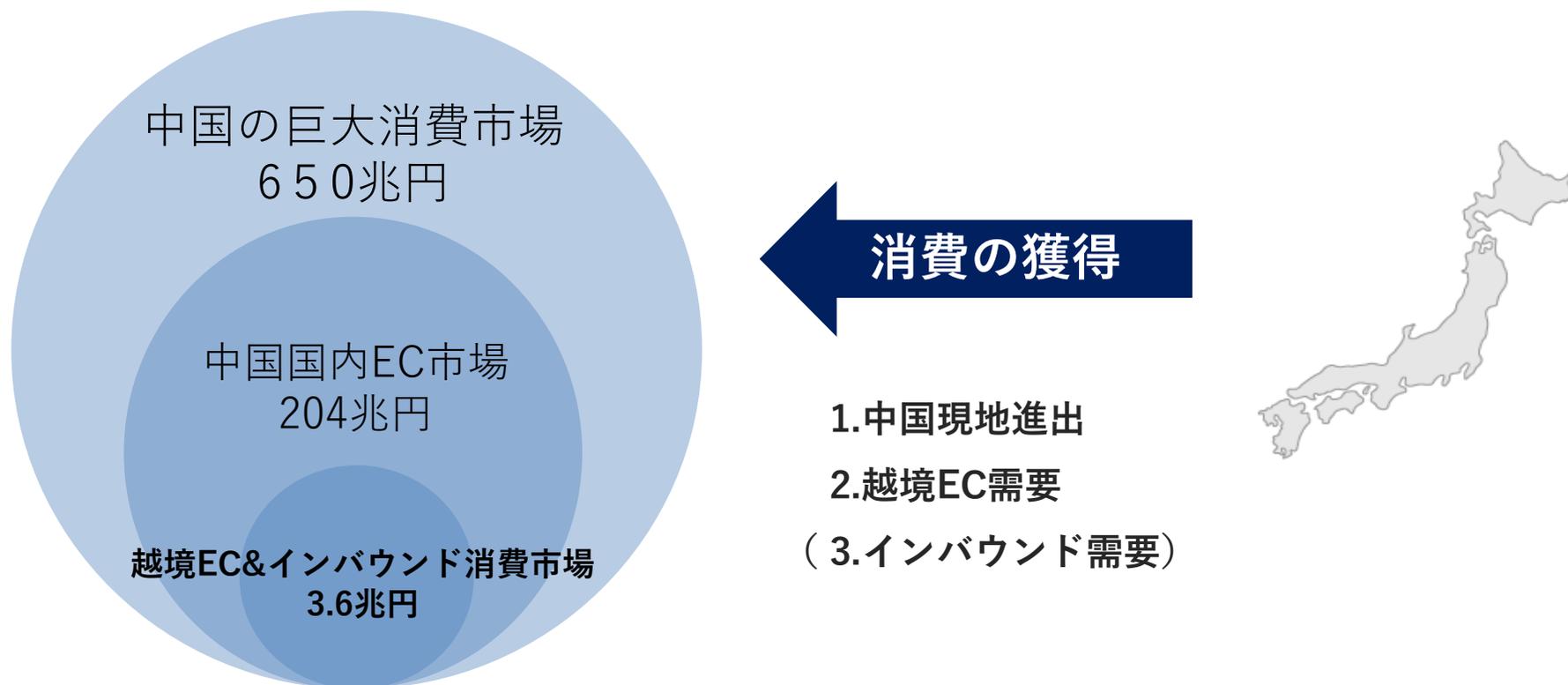


出典：「【国内ソーシャルメディアマーケティング市場規模推計・予測（2018年-2025年）】サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ」より作成

市場規模 (3) クロスバウンド事業

中国消費者向けソーシャルメディアマーケティング市場

日本企業にとって650兆円規模の中国市場は重要となっており、中国においてもSNSマーケティングが重要な役割を担っております。



出典：「人民網日本語版 2020年10月20日」「令和元年度 内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」より作成

3. 競争優位(強み)

競争優位 (1) Earned/消費者の声を活用するノウハウ

メディアのタイプ	マーケティング手法	特徴	サービス提供者	
Earned / 消費者の声	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 (消費者のブログ・Twitterアカウント等のSNS)	個人が発信したクチコミの増幅、消費者による自発的なクチコミ創出	<ul style="list-style-type: none"> 自社でコントロール不能 情報到達力×説得力は活用次第で強大 	稀有 (ホットリンク)
Paid / 広告媒体	広告費用を払って露出できる他社が所有するメディア (検索エンジン広告、SNS広告、ニュースサイト等)	検索エンジン広告、SNS広告	<ul style="list-style-type: none"> 自社で一部コントロール可能 情報到達力は投下広告費用による 	多数
		インフルエンサーによる情報発信	<ul style="list-style-type: none"> 自社で一部コントロール可能 情報到達力は依頼するインフルエンサーによる 	多数
Owned / 自社媒体	自社が所有するメディア (自社ウェブサイト、自社のTwitterアカウント等のSNS)	自社のTwitterアカウント等での情報発信	<ul style="list-style-type: none"> 自社で完全にコントロール可能だが 情報到達力は弱い 	多数

← **ホットリンクの強み**

← **異変**

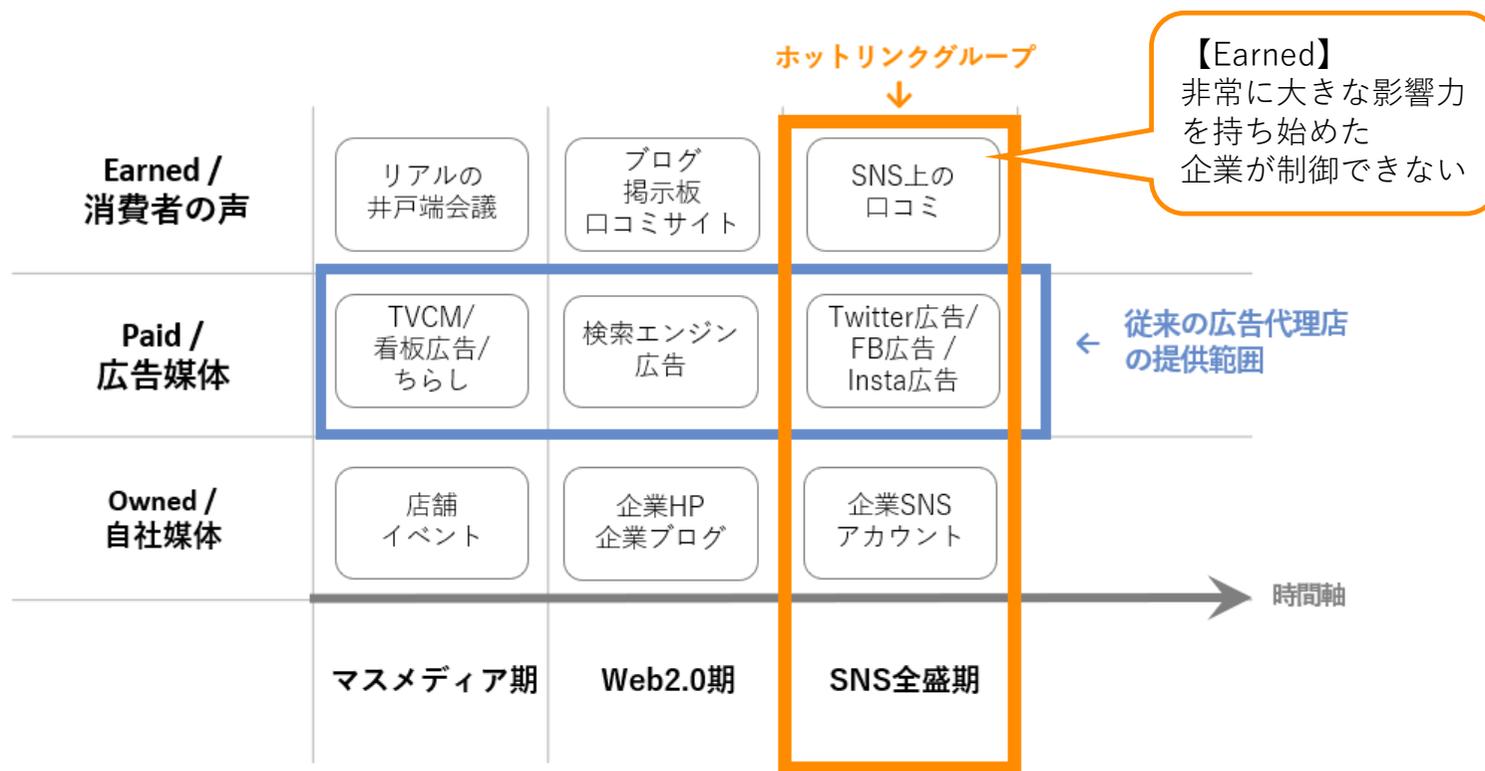
【Paid/広告媒体の異変】

従来のインターネット広告の市場を牽引してきた「Paid / 広告媒体」においける検索エンジン広告やSNS広告は、市場にける消費者の個人情報保護に対するニーズの高まりによって、従来どおりの消費者行動のトラッキングができなくなり、広告効果が急激に低下する事態が発生しており、今後更にその傾向は高まります。一方、SNSの広がりにより、本来企業がコントロールできない消費者のSNS投稿 (Earned/消費者の声) がマーケティング上、大きな力を持つようになった。

【ホットリンクの強み】

- (1) SNS投稿 (Earned/商品者の声) をターゲットにしたマーケティング支援プレイヤーが希少・稀有。
- (2) Earned(消費者の声) に対し、データと長年の経験に基づいた施策を立案し、顧客の売上増を実現させる施策ノウハウを保有。

競争優位 (2) SNS3媒体を統合したマーケティング施策



【ホットリンクグループが提供する統合マーケティングサービス】

デジタルマーケティングの媒体は「Earned/消費者の声」、「Paid/広告媒体」、「Owned/自社媒体」の3つに分けられ、従来の広告代理店は「Paid / 広告媒体」の広告枠を売ることが主体。

ホットリンクグループは、3つの媒体の統合したマーケティングサービスを提供可能

過去15年間の蓄積データや経験をもとに、世界中のSNSデータへのアクセス権を収集し、自然言語処理、機械学習などの分析ノウハウを活用することにより、企業が制御できないSNS上の口コミの活用(Earned)も含めた、3つの媒体に対応できる統合マーケティングサービスの提供を実現する。

4. 事業計画(5か年目標)

ホットリンクグループの目線 (1)5か年目標の基礎

5か年目標値算定の前提条件

- 既存事業・既存ビジネスモデルのみでの成長を積み上げ
- 現時点で計画していない新規事業への投資や売上・利益は含まない
- M&Aによる売上・利益増は含めていない
- 既存事業・既存ビジネスモデル内での、サービスの強化・追加は考慮する
- ビジネス成長に伴う、採用・教育・体制強化の費用を見込む
- 現時点で計画していない大きな設備投資は、含めていない

ホットリンクグループの目線 (2)5か年目標の値

売上高成長率を最重要指標として位置づけ、
平均売上成長率1.35倍で成長することを目標

	2019年12月期 (実績)	2020年12月期 (実績)	2021年12月期 (予想)		2025年12月期 (目標)
売上高	36.95億円	43.85億円	53.66億円	2020→2025 売上 年平均成長率 1.35倍	200億円
営業利益 (IFRS)	△16.99億円	△0.25億円	1.47億円		24.6億円
営業利益率 (IFRS)	△46.0%	△0.6%	2.7%		12.3%
当期利益	△16.79億円	△0.51億円	1.81億円		

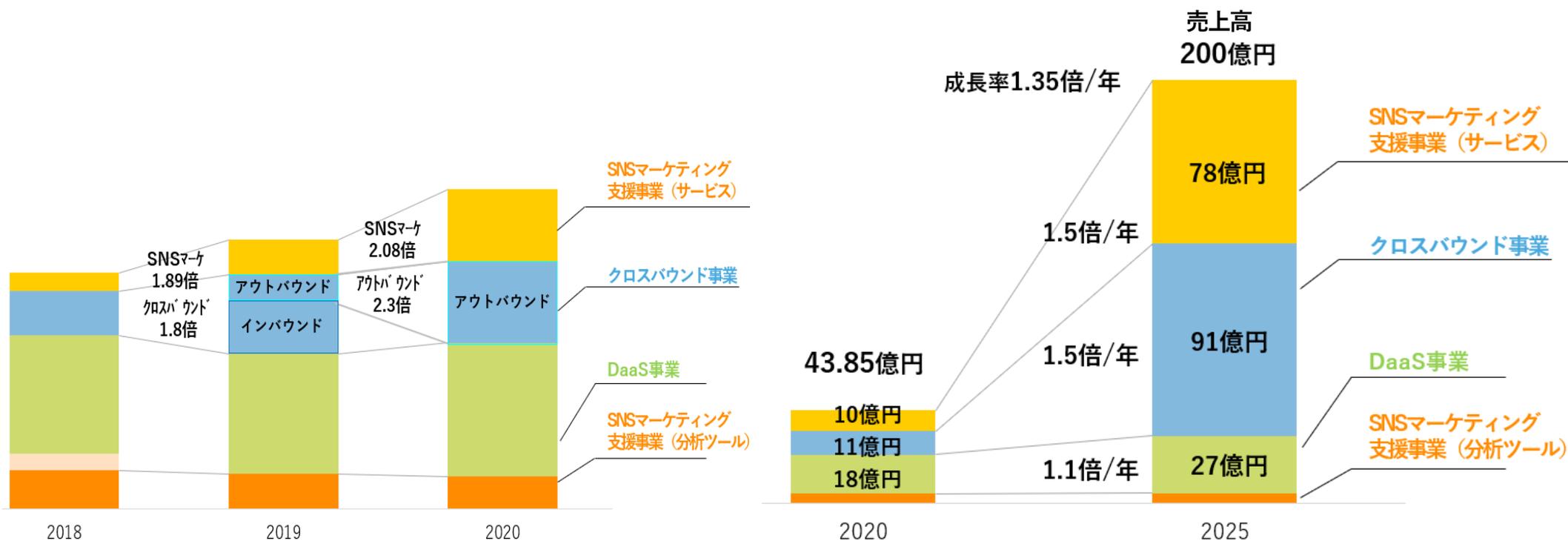
ホットリンクグループの目線 (3)将来の事業構成

SNSマーケティング支援事業(サービス)とクロスバウンド事業が継続して成長

SNSマーケティング支援事業(サービス)とクロスバウンド事業が大きく成長し、2025年には、グループ全体で売上高200億円を目標としております。

5年間の両事業の年平均成長率は1.5倍と非常に高い成長率で計画しておりますが、

①市場が急拡大している事、②競争優位性があること、③実際に2018年から2020年の過去2年間においては年2倍近くの成長を実現していることから、実現の蓋然性が十分にあると考えております。



(注)2019から2020年において、インバウンド事業の売上高がなくなっておりますが、これは新型コロナウイルス影響によりインバウンド(訪日客向け)がなくなったことが大きな要因となります。

SNSマーケティング支援事業の目線

- **中期戦略** SNSマーケティングのリーディングカンパニーとして、市場を牽引
 - SNSマーケティングのスタンダード(成功法則)を作る
 - Twitter領域から、**SNS領域全般にサービス範囲拡大**
 - **付加価値が高く、売上が積み上げ式のサービスをプラットフォーム**として提供
 - 高い技術力を自社の業務システムに適用し、非労働集約なオペレーションを実現
 - SNS分析ツールは、「守りの領域」として現状維持に努める
- **2021年の施策**
 - Twitterに続き、**Instagram支援の案件拡大**
 - Twitter広告代理店ランク現状18位から、2021年はTOP10入りを目指し、**デジタルマーケティング企業**としての**認知アップ**を図る
 - **ストック型サービス**(アカウント運用&コンサルティング)を収益の安定基盤とする

クロスバウンド事業の目線

● 中期戦略

- 越境EC市場拡大によるアウトバウンド市場をターゲットに
- データ活用の強みを生かした独自サービスの拡充と差別化
- **付加価値が高く、売上が積み上げ式のサービスをプラットフォーム**として提供

● 2021年の施策

- **越境ECプラットフォーム事業**の加速
- **新サービスの拡販**（ターゲットサンプリング（意中盒 -SURPRISE BOX-））
- データ活用の強みを生かした**独自サービスのスピード拡充**

5. リスク情報

リスク情報

事業展開上の特に重要なリスクとなりえる可能性がある事項

項目	主要なリスク	顕在化の可能性/ 時期	顕在化した 場合の影響度	リスク対応策
新型コロナウイルスの拡大に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの感染拡大により、今後も国内外の経済状況や市場環境に影響を及ぼす可能性 ・グループの従業員等の健康、安全が脅かされ、損なわれる可能性 ・これらの影響を通じ、経営成績等に悪影響を及ぼし、当社の株価下落につながる可能性 	中/中期	大	<ul style="list-style-type: none"> ・取締役会、グループ経営会議などを通じグループ全体で密接な連携を実現し情報共有に努め、就業形態を原則リモートワークに変更するなどの感染拡大防止対策を実施
ソーシャルメディアデータについて	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな法律の制定や既存の法律の変更、ソーシャルメディアの運営側の情報提供の方針転換が、事業及び業績に影響を及ぼす可能性 	中/中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> ・情報収集を継続的に行い、機動的な対策を取れる体制とすること及び代替的なデータソースの獲得や、データビジネス以外の事業も行い、リスク分散することで、リスクの低減に努める
システム障害について	<ul style="list-style-type: none"> ・大規模なシステム障害が発生した場合には、サービスの提供に支障をきたし、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性 	低/中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> ・稼働状況の監視及びシステムの冗長化、セキュリティ対策等の未然防止策を実施
人材確保・維持について	<ul style="list-style-type: none"> ・優秀な人材を確保・育成できない場合、また事業変革に伴うニーズにマッチした人材の補充ができない場合、当社グループの経営成績や成長に大きな影響を及ぼす可能性 	低/中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> ・積極的なリファラル採用の実施、また採用イベントの開催等による採用広報の強化等に取り組む

(その他のリスクについては有価証券報告書記載の事業等のリスクをご確認ください)

今後の開示予定

今後の開示

今回は、当社本決算発表後、事業年度経過後3か月以内に開示を行う予定です。