

2021年12月期

通期 決算説明会資料

連結決算（IFRS）

株式会社ホットリンク

2022年2月9日

目次

■ 当社の事業とサービス	P.2
■ 決算説明	
● 2021年度通期決算結果	P.17
● 2022年度 通期予想	P.36
● 新型コロナウイルスの事業への影響	P.53
■ SDGsへの取り組み	P.54
■ 参考資料1（5カ年目標再掲）	P.62
■ 参考資料2	P.89

当社の事業とサービス

事業とサービス

ソーシャルメディアに軸足をおいた 3本柱の事業ポートフォリオ

事業区分	商材・サービス
SNS マーケティング 支援事業	SNSマーケティング支援サービス (コンサル、SNS広告運用、SNSアカウント運用、コンテンツ制作) SNS分析ツール
クロスバウンド 事業	中国越境EC支援サービス 中国マーケティング支援サービス (アウトバウンド、インバウンド) 中国ビッグデータ分析サービス (SNS・EC分析)
DaaS事業	各種SNSデータアクセス権

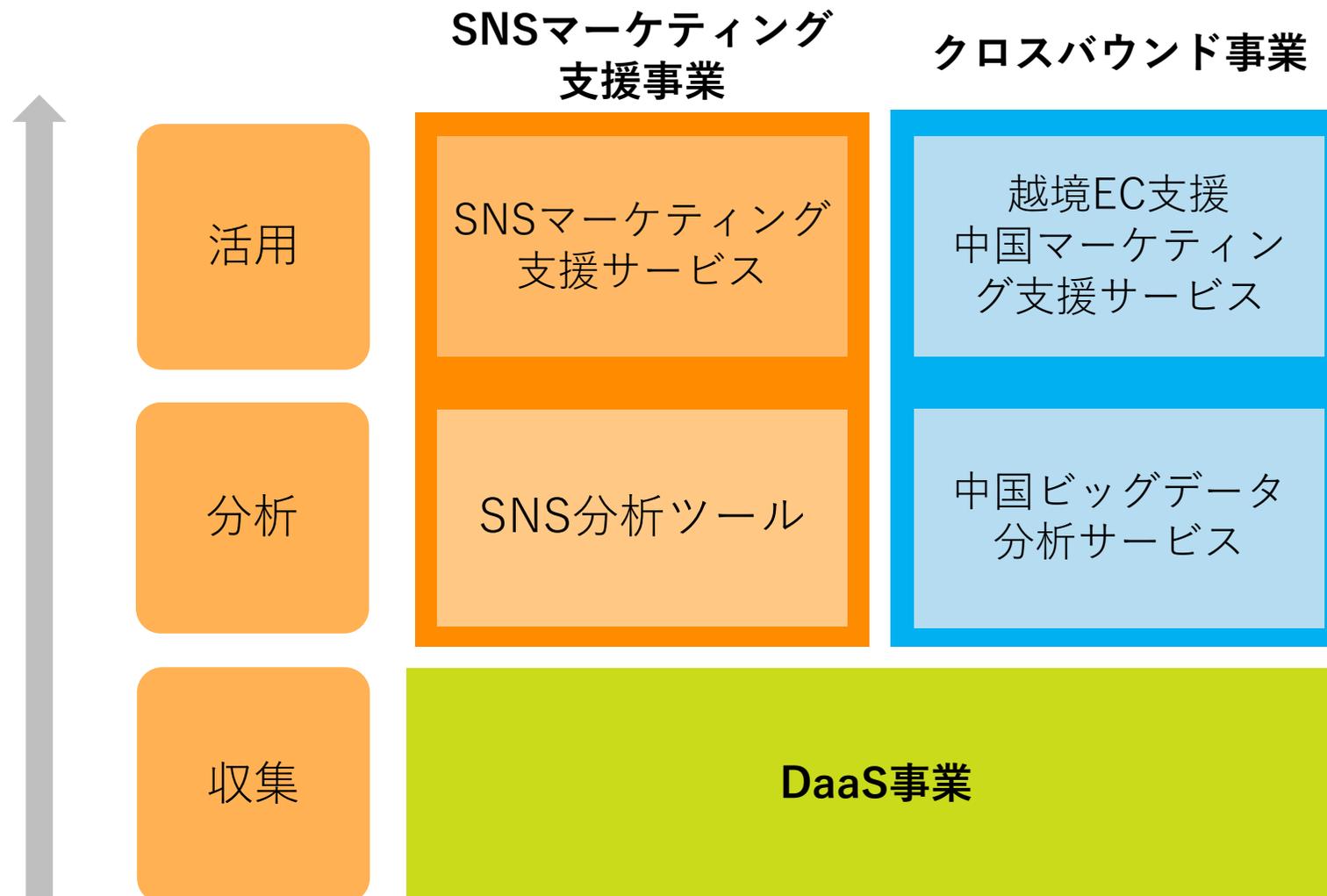
事業とサービス

ビッグデータ活用の3つのステップ



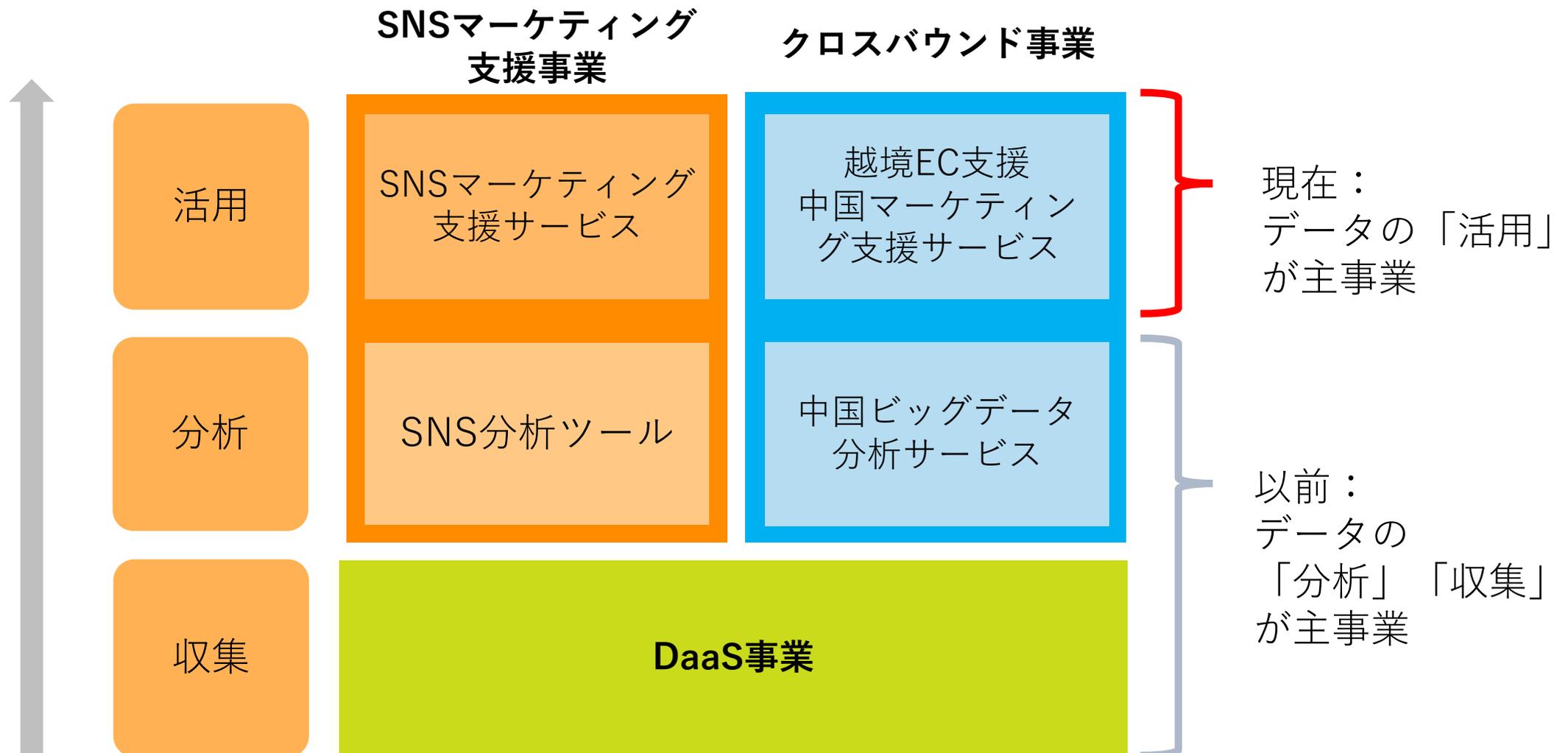
事業とサービス

ビッグデータ活用の収集・分析・活用まで統合した事業



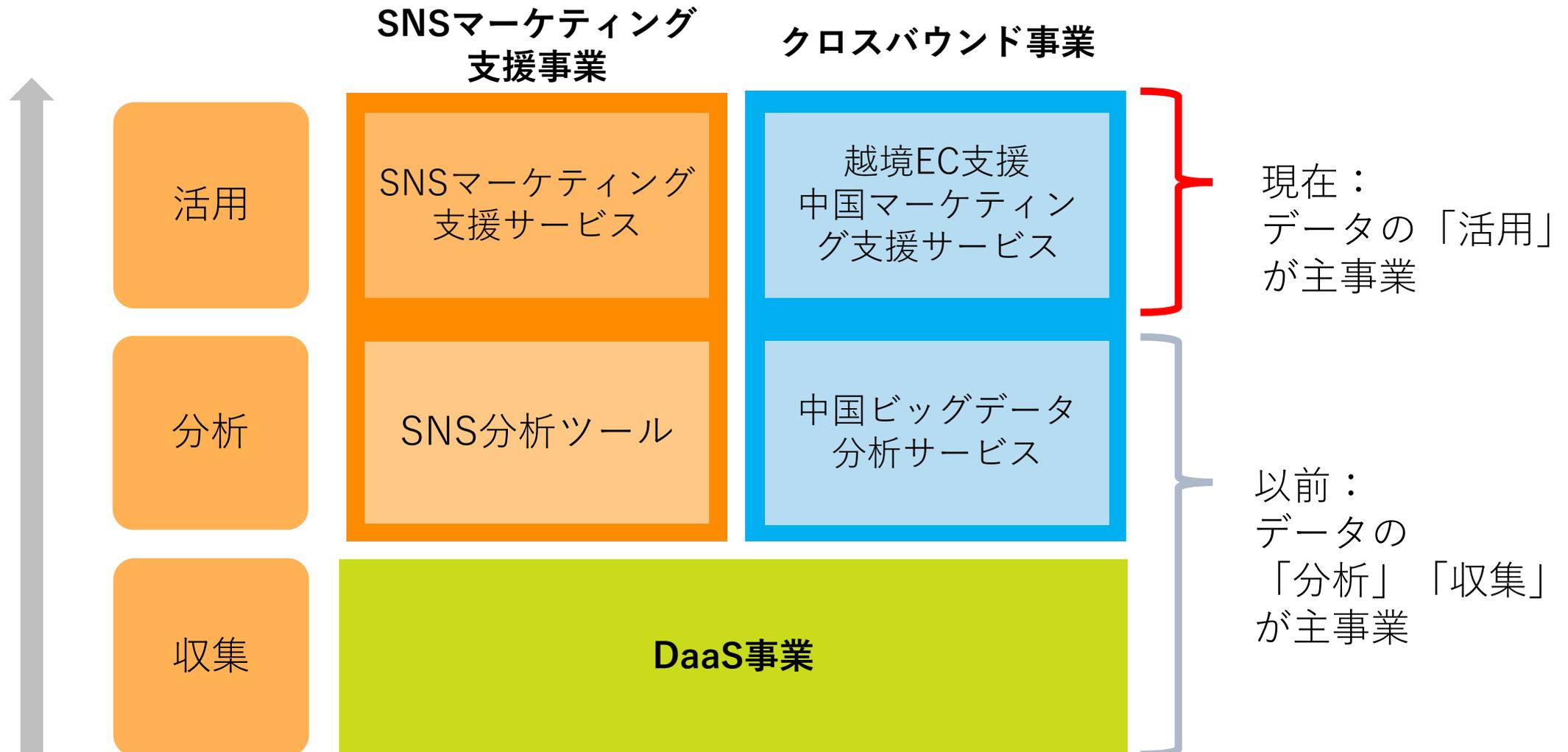
事業とサービス

2020年に事業の軸足を大転換しました！



事業とサービス

「活用領域」を「**攻めの事業**」と位置づけ、積極投資



事業転換前と後の変化

- 変わったこと

- ビッグデータ活用の **マネタイズポイント** を、「収集」「分析」から **「活用：マーケティングサービス」** へ
- **顧客の予算規模が、2桁上がりました。**
(「リサーチ予算」から **「宣伝広告予算」** に)
- データの **収集・分析・活用までを統合した**
データドリブンのマーケティングを提供できる **Only 1 企業** に

- 変えていないこと

- **本質は、** データの収集・分析技術を基盤とした **テクノロジー企業**

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マーケティングを支援



ジンス様

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



丸亀製麺様

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



自然のおいしさと。人を想うおいしさと。

シャトレゼ様

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



ミルボン様

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



ジョンソンヴィル様

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

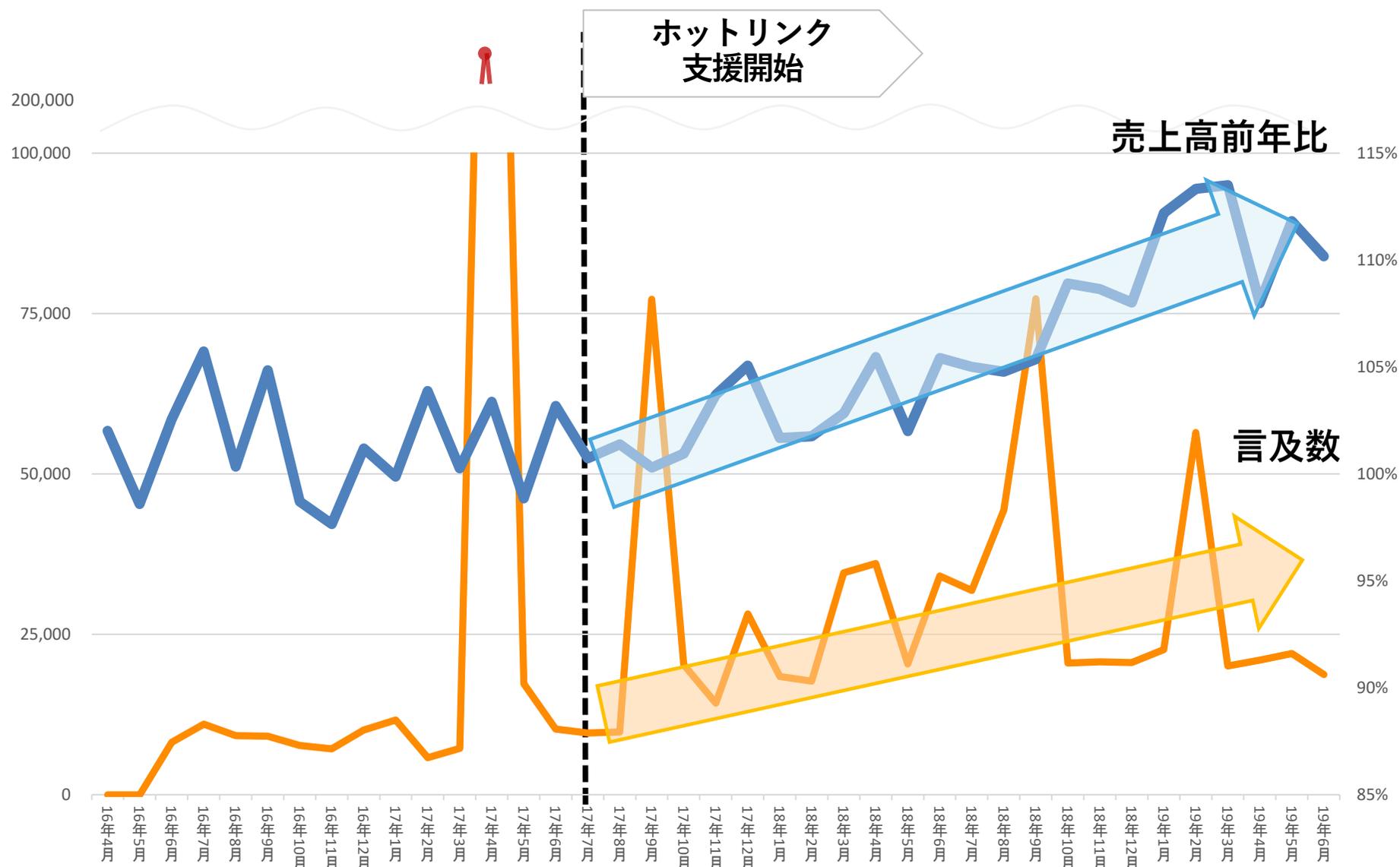


コナズ珈琲様

Instagramを活用し
フォロワー2倍

他、乳製品、ビール、自動車メーカー等々 多数

SNSマーケティング支援事例：某お菓子メーカー様



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



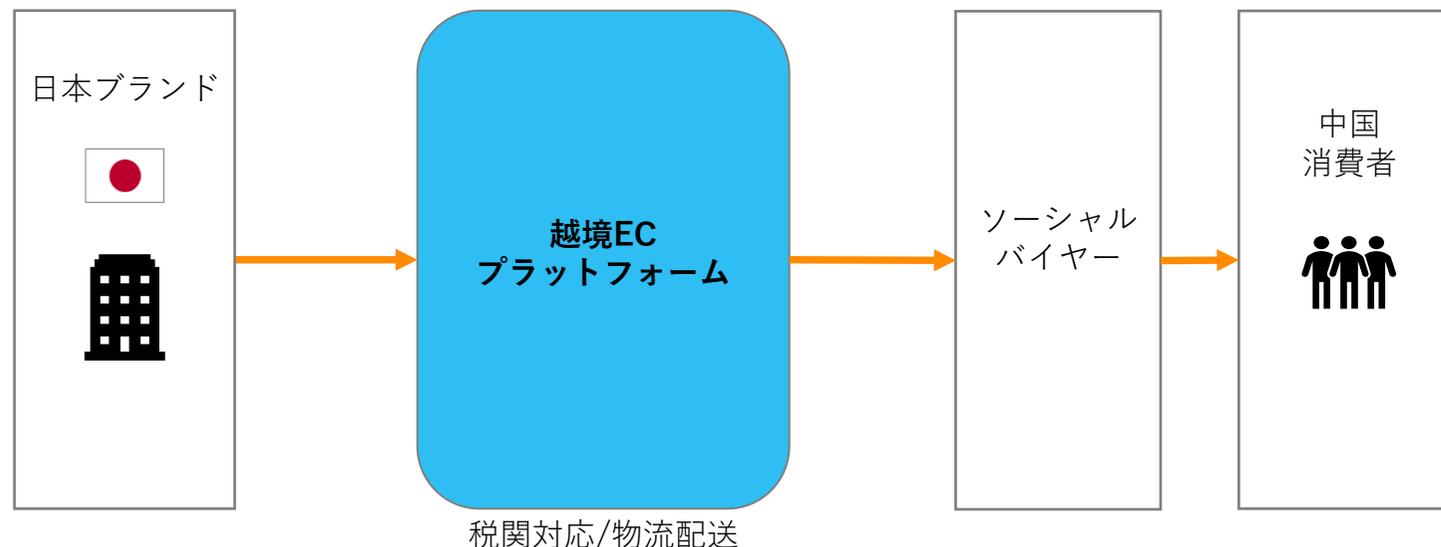
ソニー チャイナ様

他、化粧品、衛生薬品、美容機器 等々 多数

事業とサービス：クロスバウンド事業

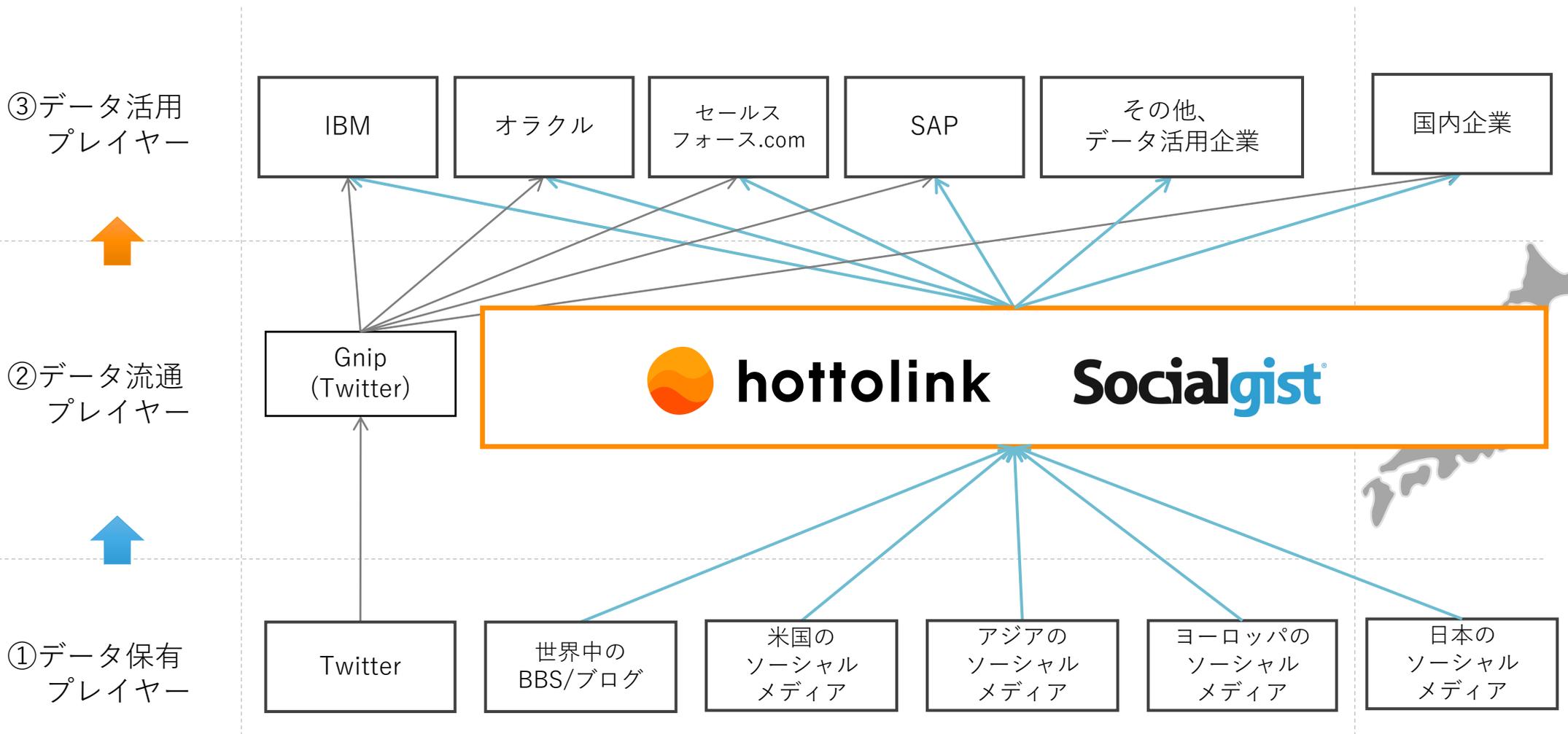
新規事業：越境ECプラットフォームサービス

- 日本ブランドと、中国での販売力を持つソーシャルバイヤーをマッチングする
越境ECプラットフォームサービス
- 日本ブランドに対して商品の販売および流通網を提供する
- ソーシャルバイヤーへの商品の卸額が、当社の売上となる
(トランザクション型売上)



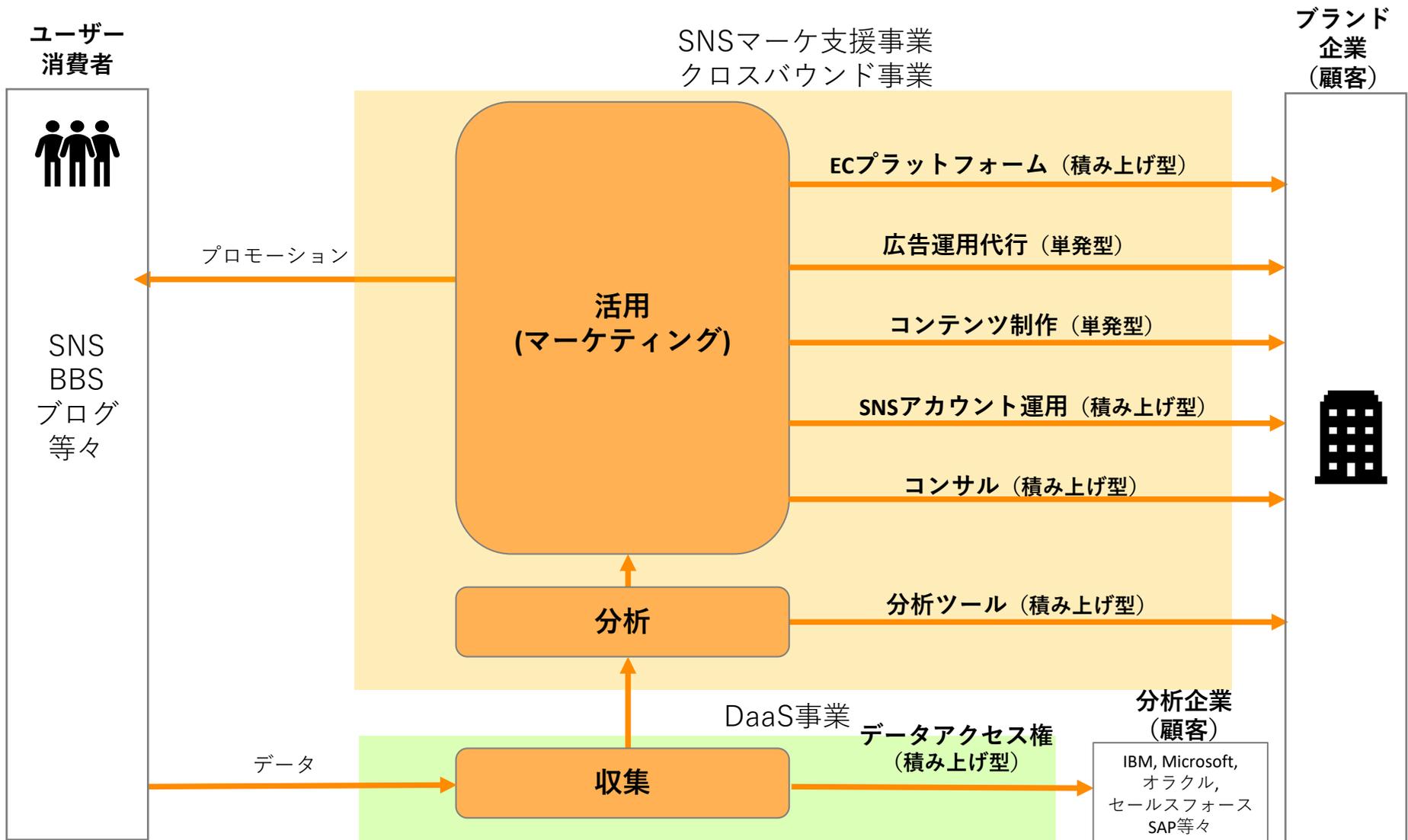
事業とサービス： DaaS事業

世界中のSNSデータへのアクセス権を販売



ホットリンクグループのサービスとビジネスモデル

積み上げ型ビジネスと、単発型ビジネスを融合し、
プラットフォームサービスを指向



ホットリンクグループの差別性

収集・分析・活用までを統合し、データドリブンのマーケティングを提供できる**Only1**の会社です



活用

- ・ SNSのEarned (消費者の声)を軸にした統合施策の立案力
- ・ 顧客の売上増を実現する施策ノウハウ

分析

- ・ 自然言語処理、機械学習などの分析技術
- ・ 過去15年間の分析ノウハウ

収集

- ・ 世界中のSNSデータへアクセス権
 - ・ 過去15年間の蓄積データ
-

ホットリンクグループの差別性

活用

- ・ SNSのEarned (消費者の声)を軸にした統合施策の立案力
- ・ 顧客の売上増を実現する施策ノウハウ

の補足説明



2021年度通期決算結果

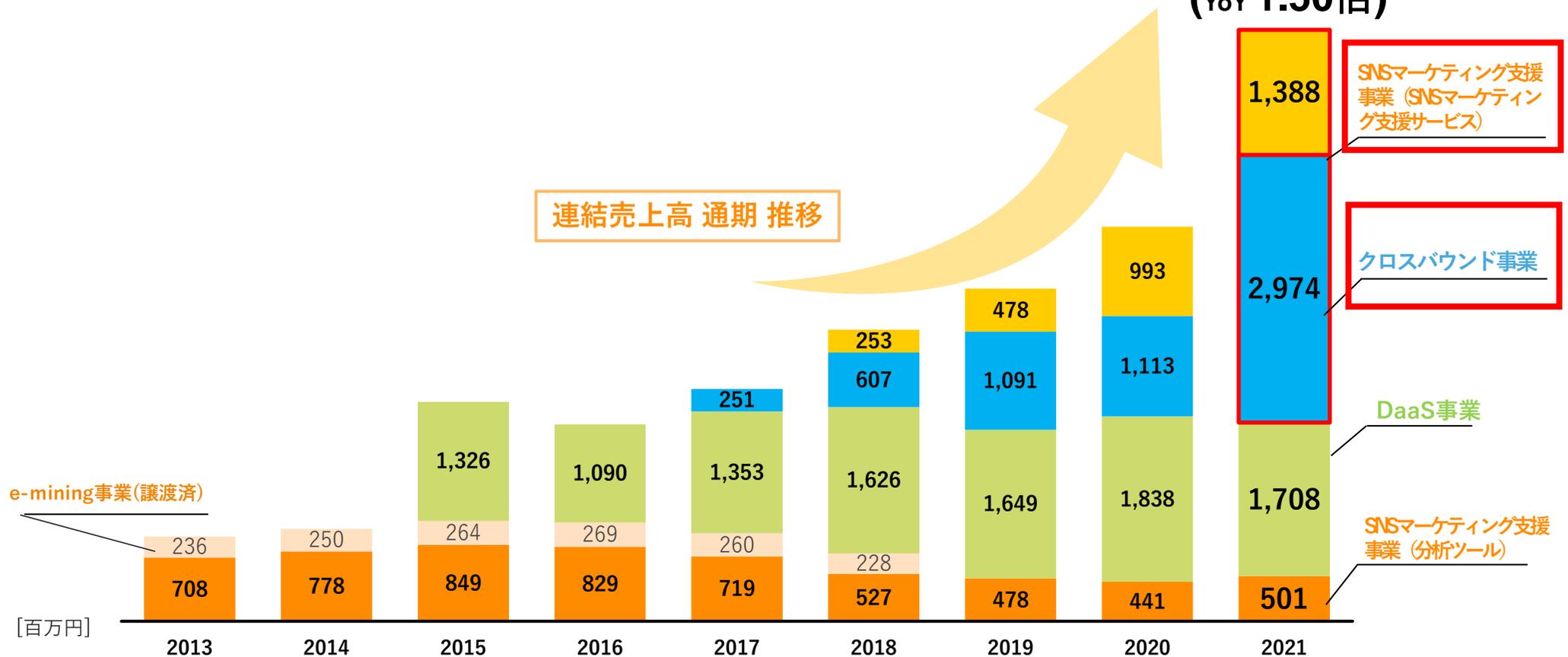
2021年決算PLサマリー

1. 売上高は **過去最高** 6,571百万円（前期比 **1.50倍**）
攻めの2事業が、急伸張
2. 営業利益は 355百万円（前期比 **+380百万円**）
3. 税引前利益は 1,059百万円（前期から**+1,143百万円**）
ブロックチェーン関連の有価証券評価益 **621百万円**
4. 期中 **2度の上方修正**

2021年決算PLサマリー

連結売上高は**過去最高**（前期比**1.50倍**）
攻めの2事業が急伸長

6,571
(YoY 1.50倍)

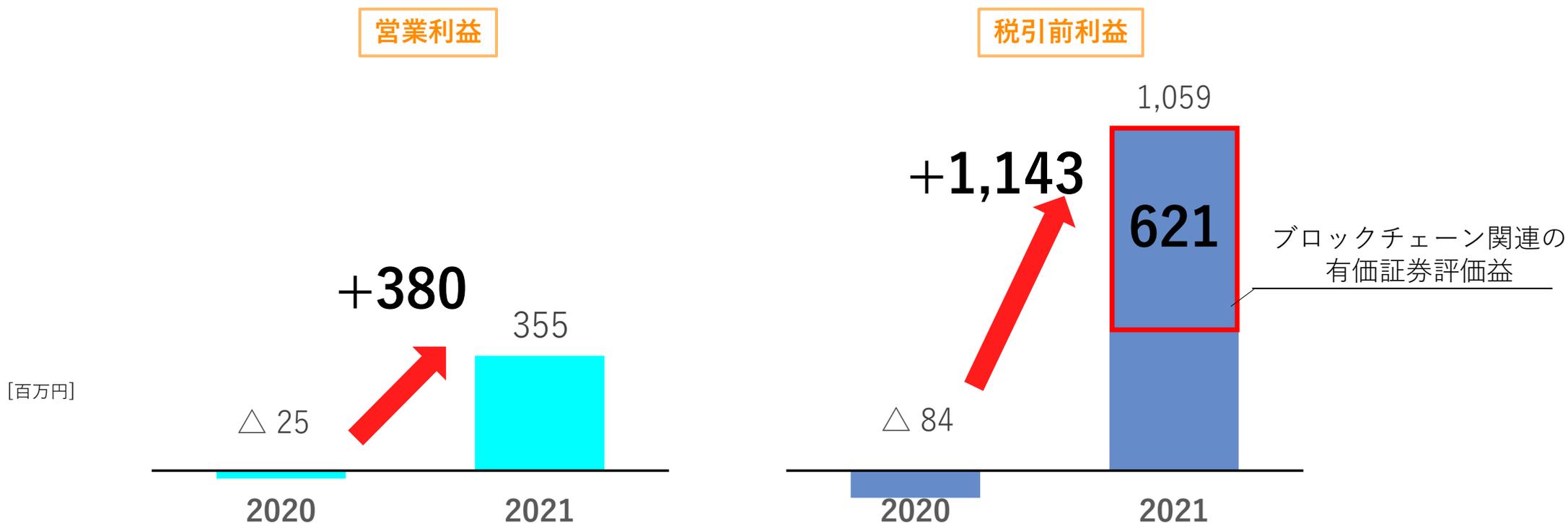


2021年決算PLサマリー

営業利益、355百万円（前期比 **+380百万円**）

税引前利益は1,059百万円（前期から**+1,143百万円**）

うち、**ブロックチェーン**関連の有価証券評価益 **621百万円**

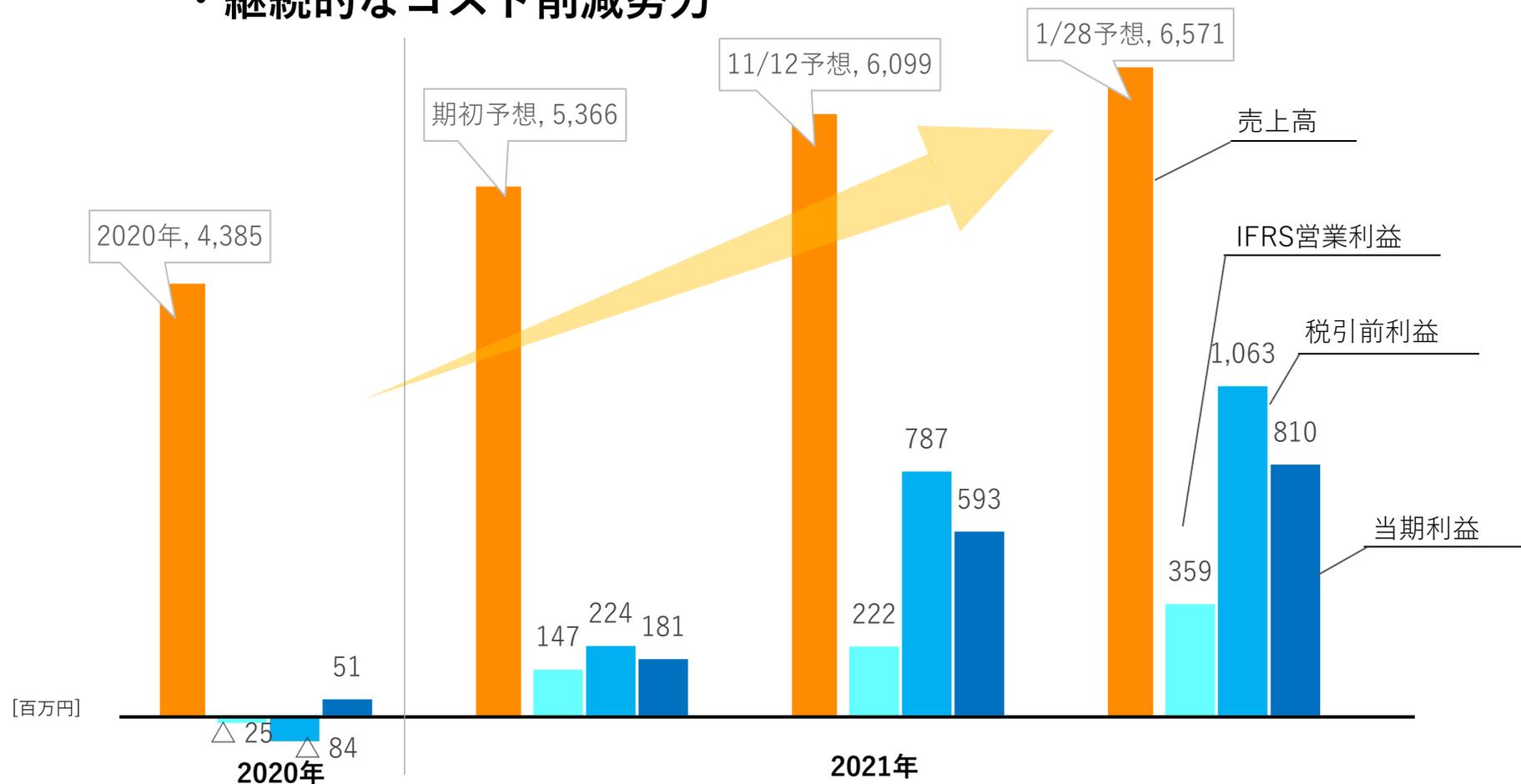


2021年度の業績予想の上方修正

期中に2度の上方修正、期初の予想を大きく上回る結果

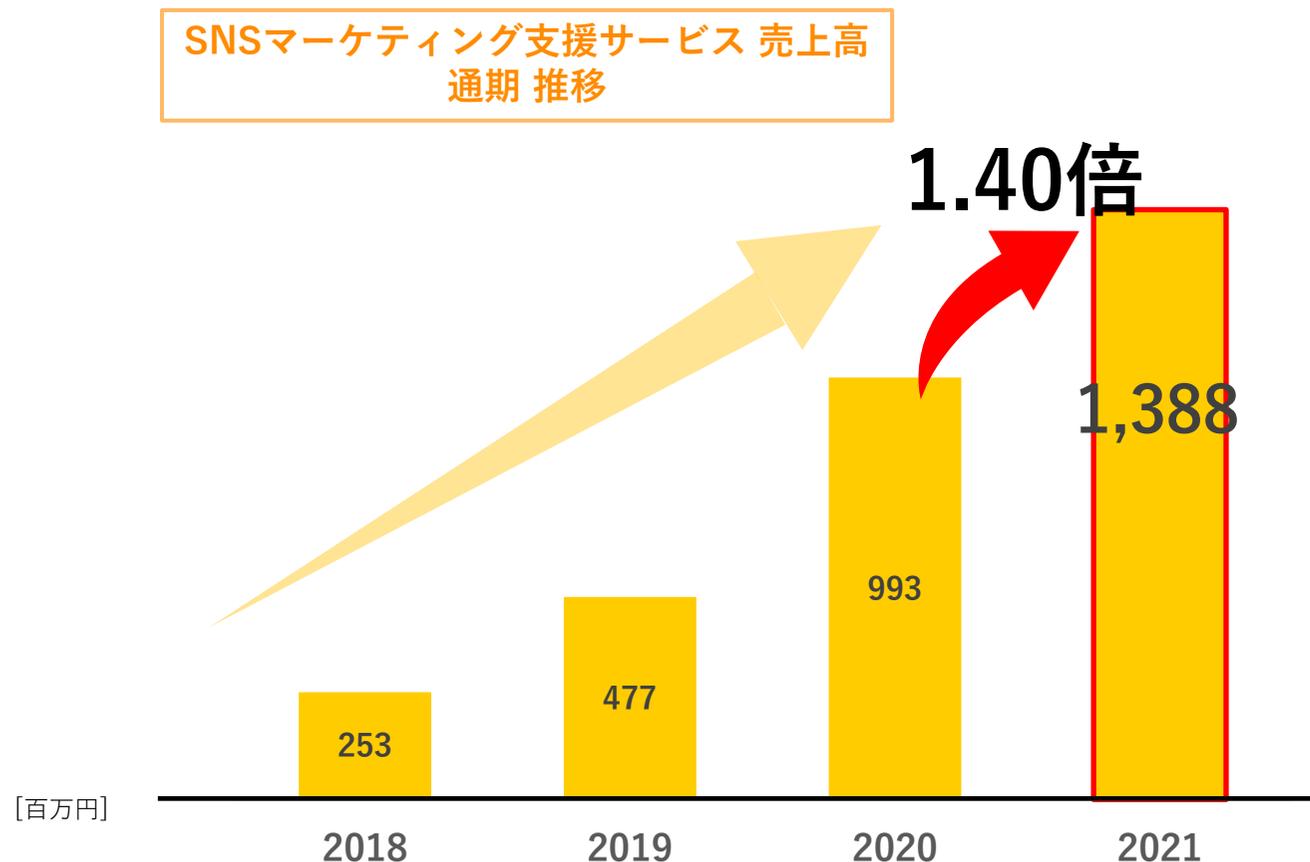
要因

- ・ 新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の発出・解除の繰り返し
- ・ 新規事業の好調な立ち上がり
- ・ 継続的なコスト削減努力



売上分析：SNSマーケティング支援サービス

順調に事業成長、前期から1.40倍

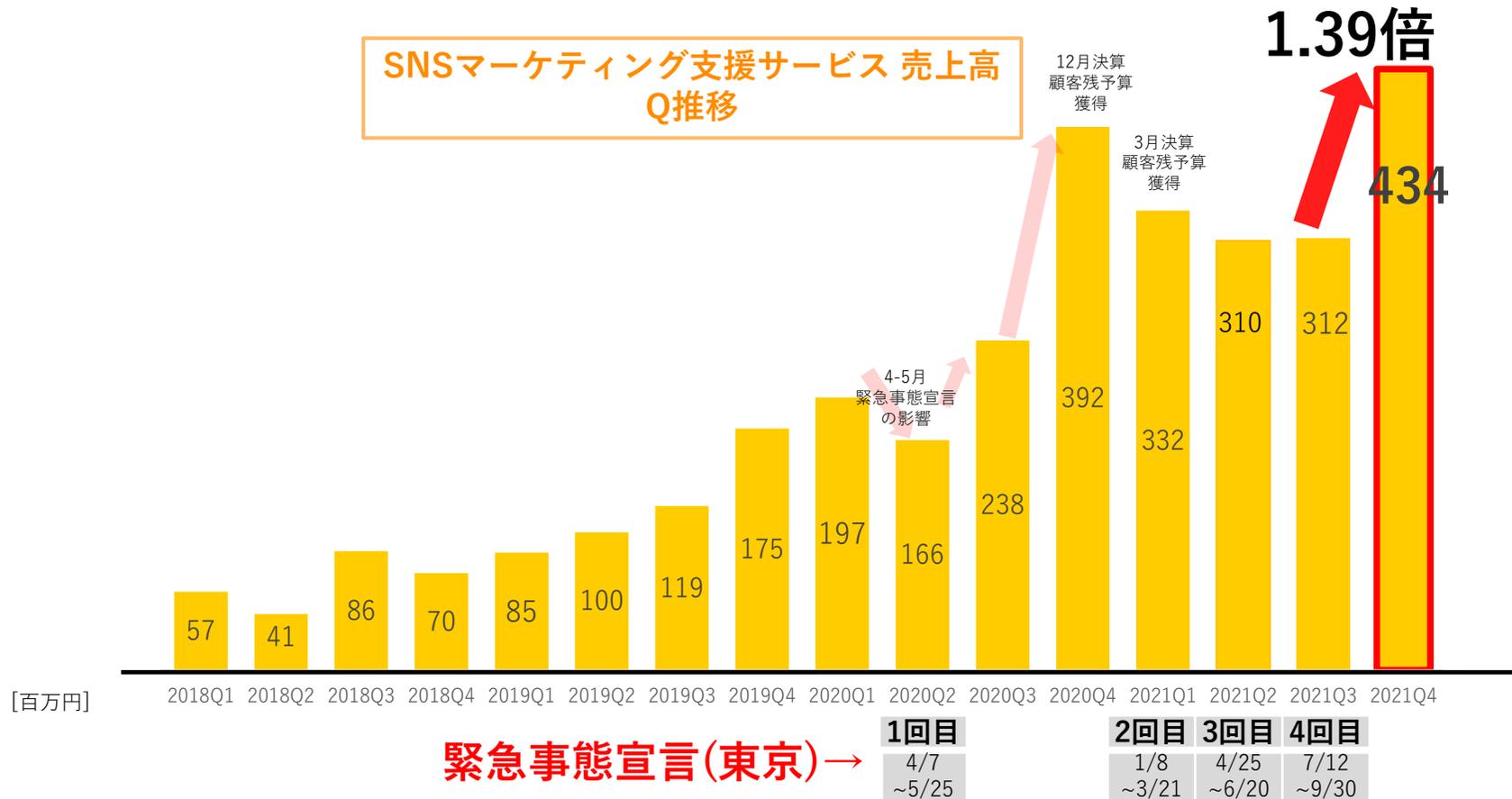


2021年実績

- 当社支援による顧客の売上アップ成功事例の積み上がりが継続
→当社サービスへの顧客評価が広まり、更なる案件増加へ
- Instagram支援案件が徐々に増加
- 顧客要望に応えデータに基づくインフルエンサーキャスティング支援開始
- **TikTok支援を開始**

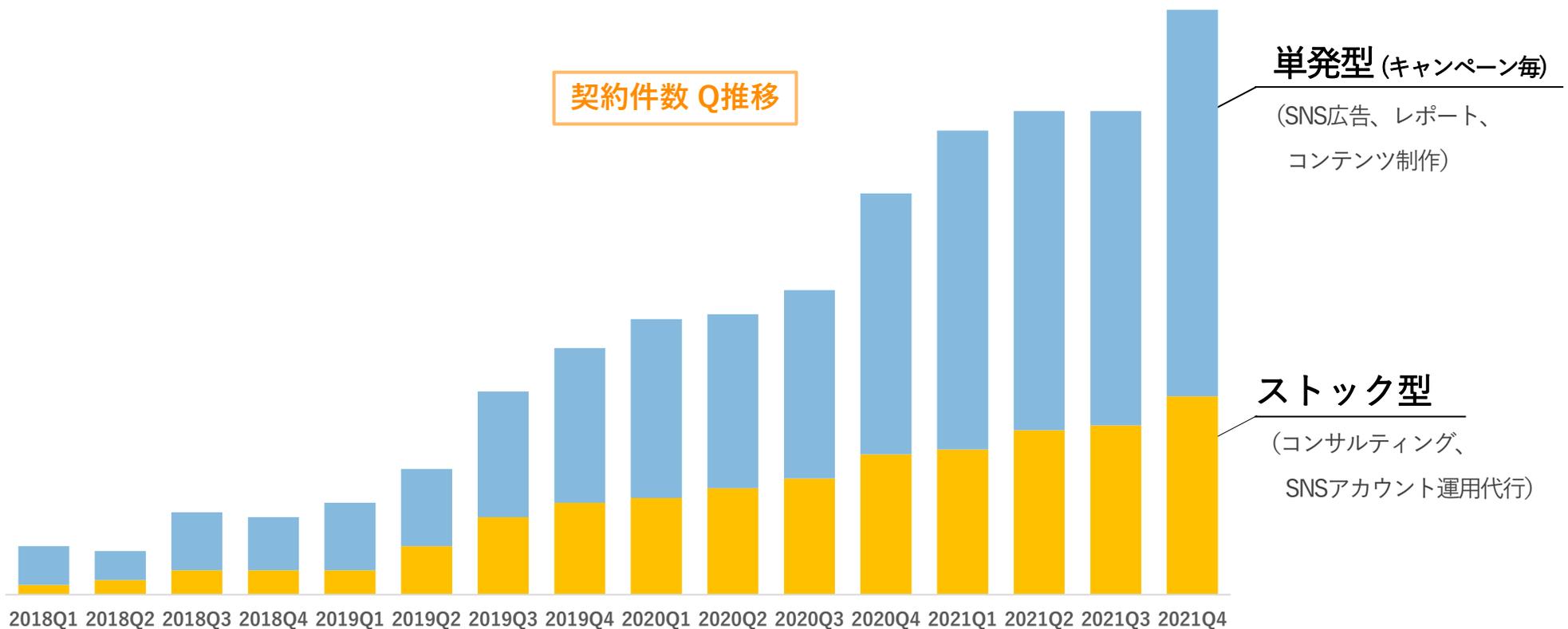
売上分析：SNSマーケティング支援サービス

- ・年末商戦需要を想定以上に獲得
- ・ストック型サービスの新規顧客獲得が順調に伸びる



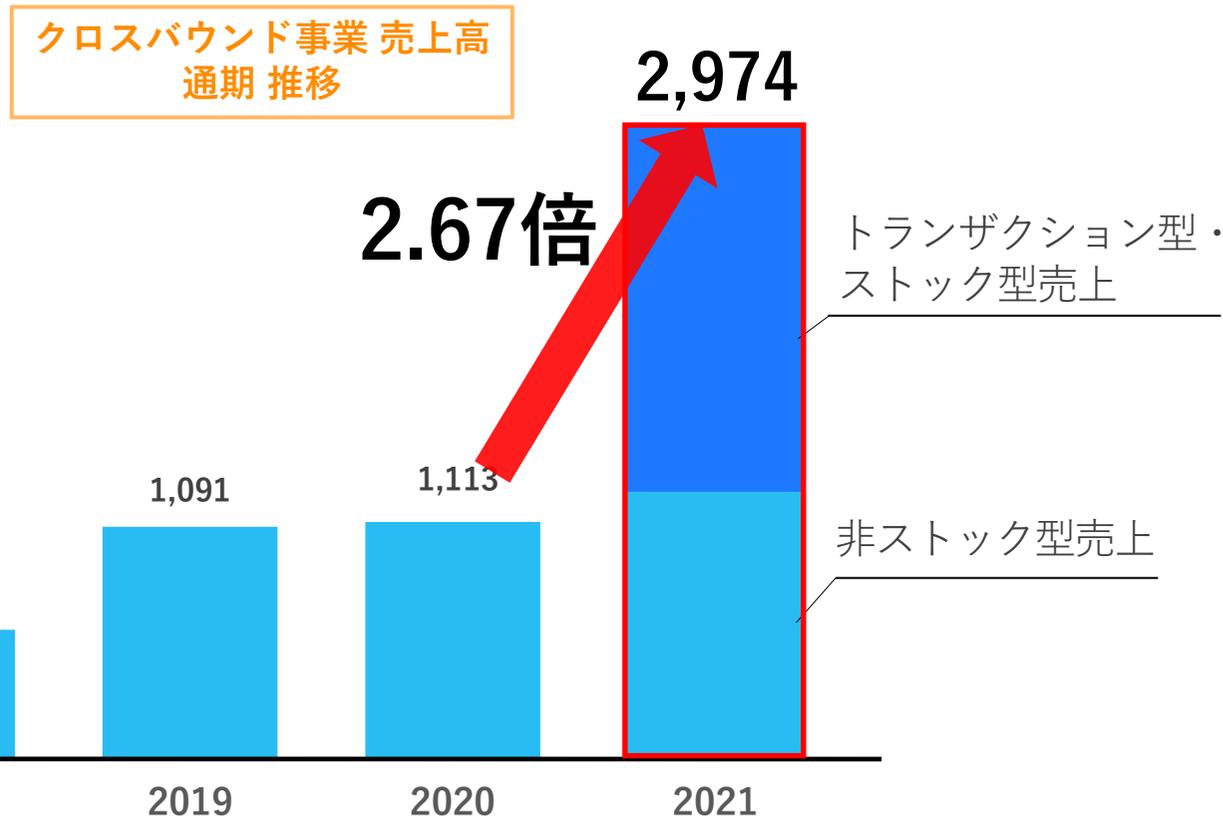
売上分析：SNSマーケティング支援サービス

ストック型サービスの契約数は着実に増加



売上分析：クロスバウンド事業

- ・ 前年同期比 **2.67倍** と急成長
- ・ 越境ECプラットフォーム新サービスが牽引



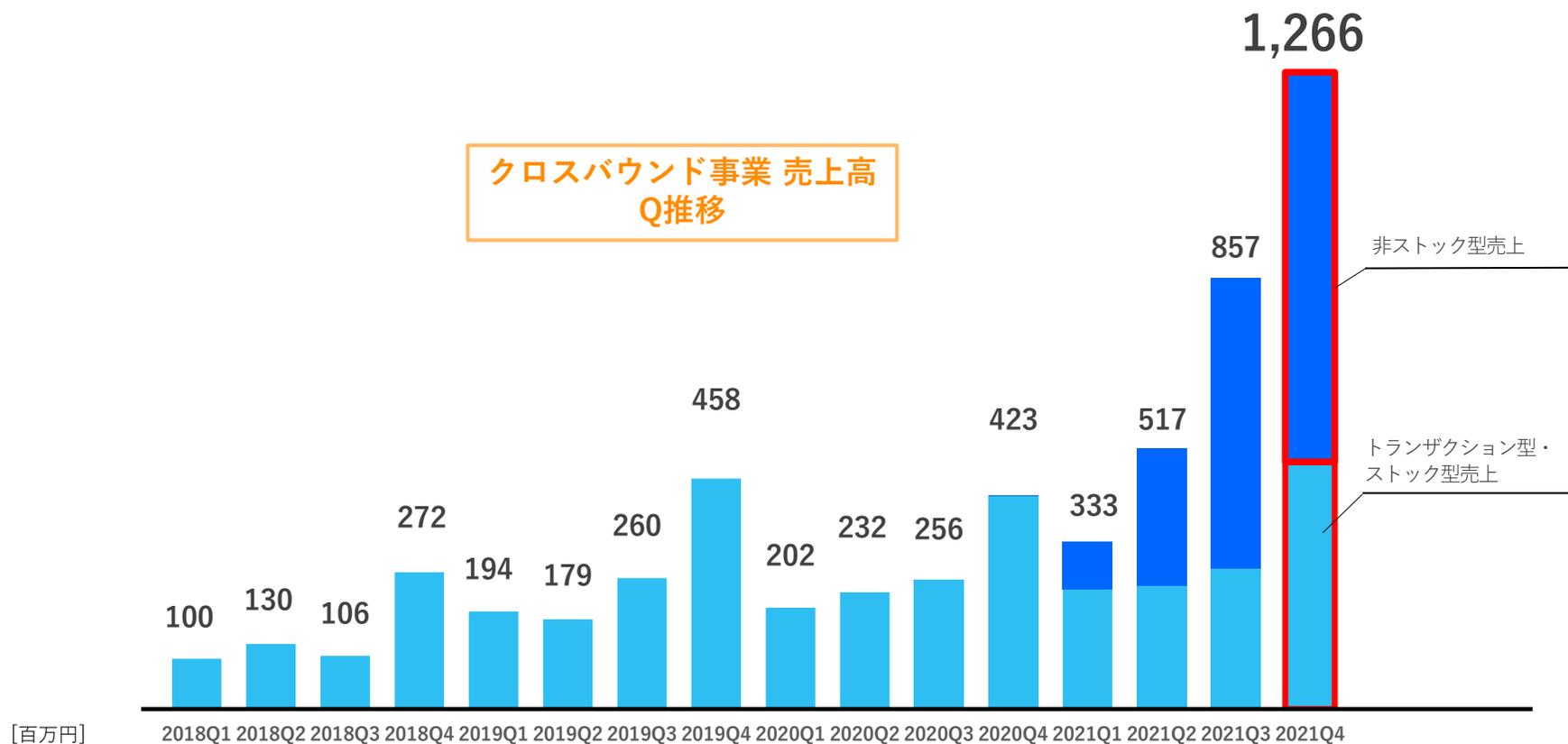
2021年実績

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、順調に事業成長
- ・ 越境ECプラットフォームの新開発サービスにおいて、取扱い企業およびブランドが順調に増加

クロスバウンド事業

- 年間を通じて、越境ECプラットフォーム新サービスが急成長
 - 中国のW11需要を想定以上に獲得



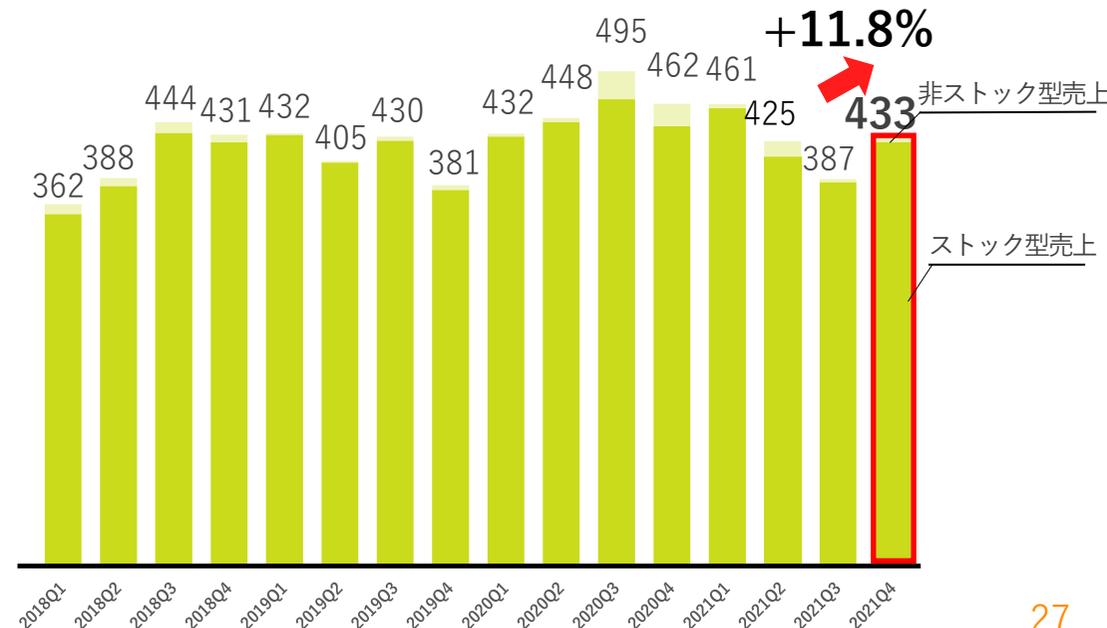
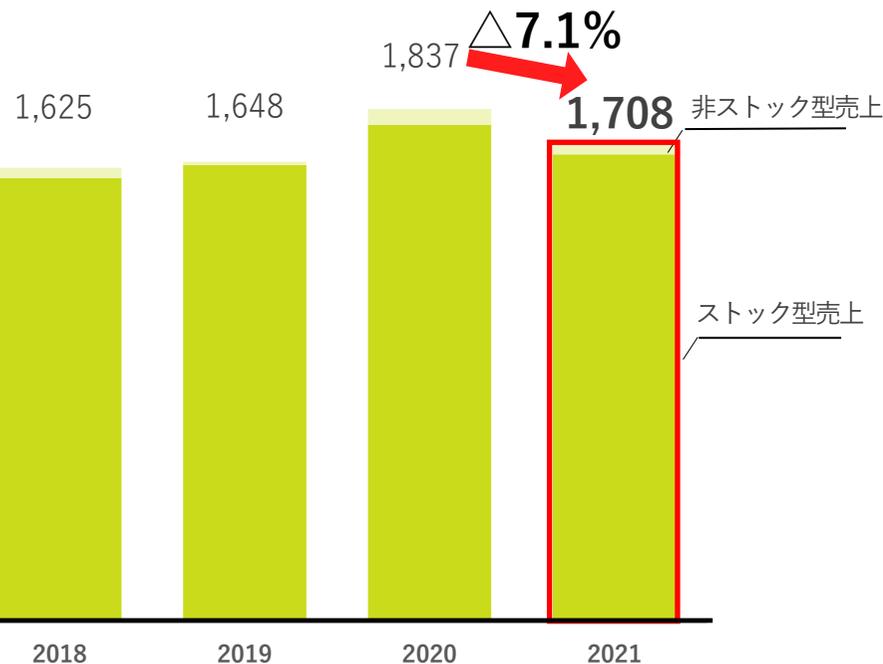
売上分析：DaaS事業

- 通期売上は微減（-7.1%）。
- Q2にSNSデータアクセス権の1つが契約終了
- Q4は大手顧客に対する価格改定が進み、売上増加

DaaS事業事業 売上高

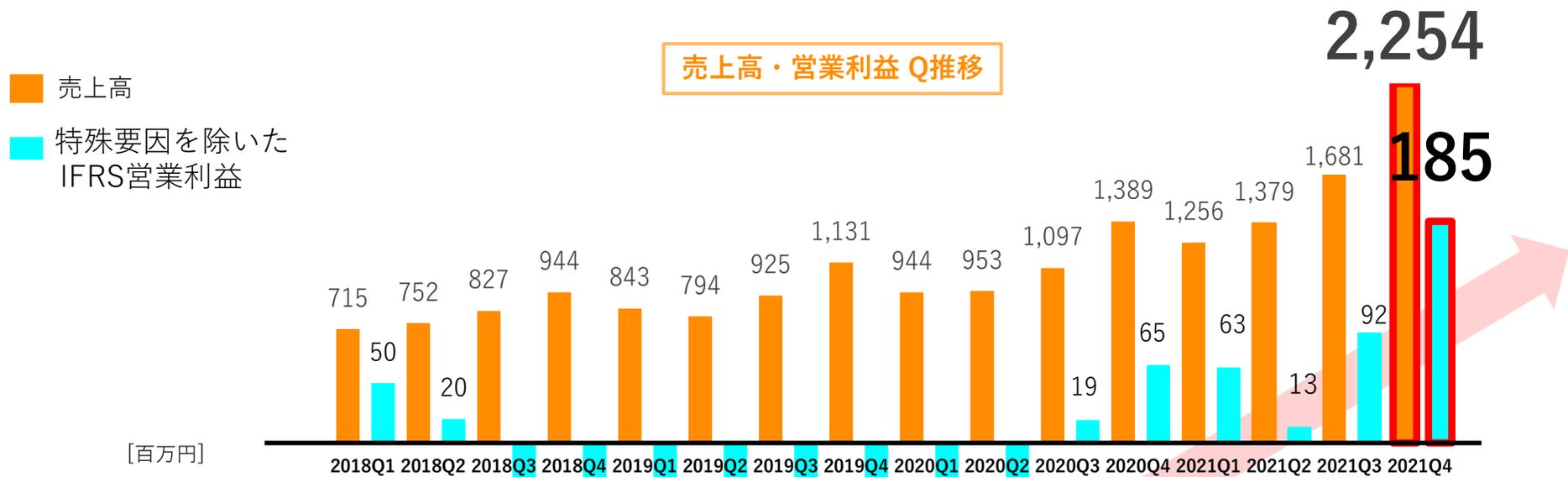
通期 推移

Q推移



営業利益の推移

Q推移も、売上の拡大に伴い、
継続的な利益創出状態に

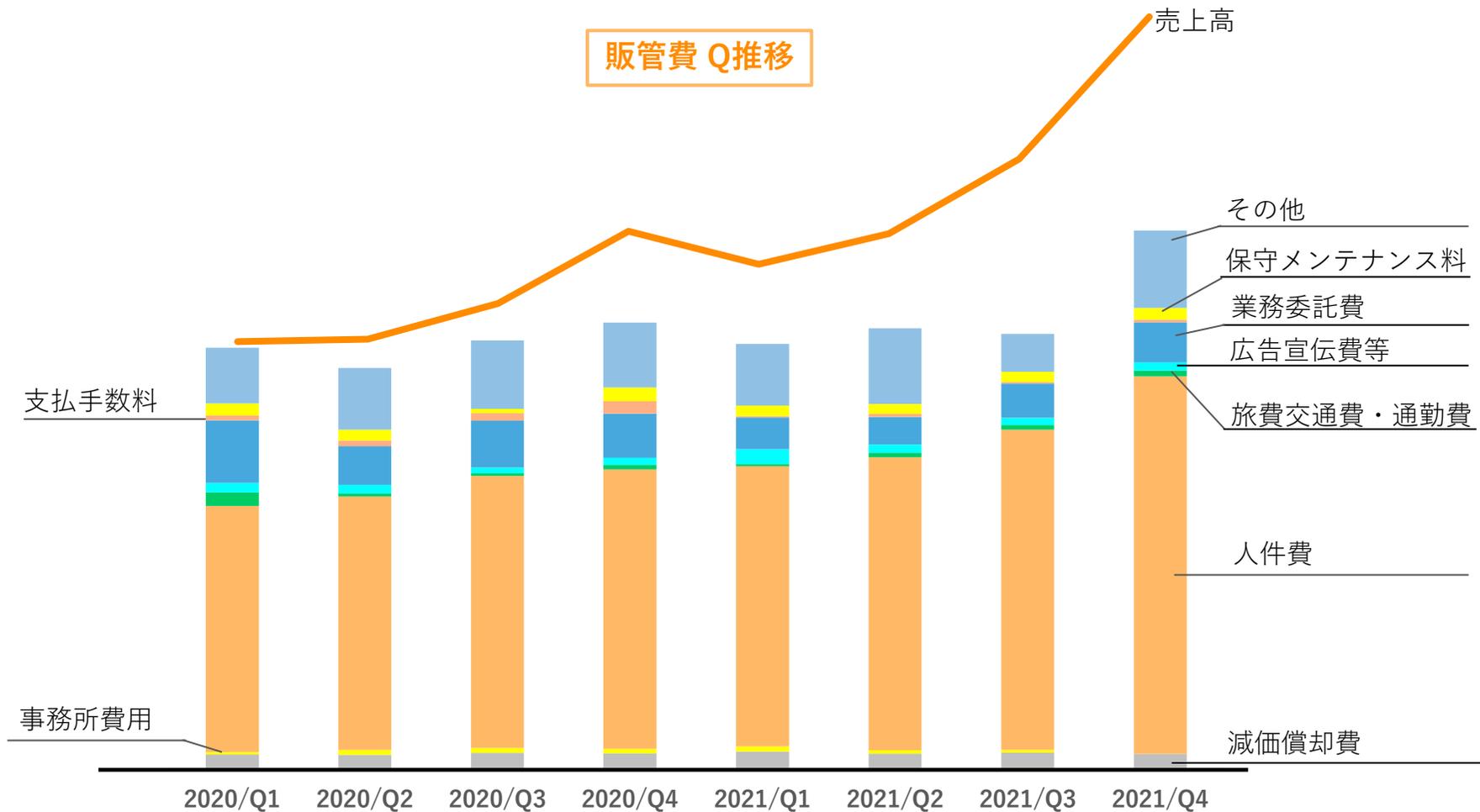


[特殊要因]

- ※1 2018Q4 e-mining譲渡益 +378
- ※2 2019Q3 Effyisのれんの減損 △759
- ※3 2019Q4 SaaS新規ツール既存資産の除却 △178
- ※4 2020Q1 前期の税金還付 +24
- ※5 2020Q2 米国の新型コロナ補償返済免除 +55
- ※6 2020Q3 開発人員転籍 受取手数料 +11
- 2020Q4 無し
- 2021Q1 無し
- 2021Q2 無し
- 2021Q3 無し
- 2021Q4 無し

販管費

事業拡大に合わせて、体制増強→人件費増加
ただし、人件費以外の販管費は抑制



金融収益に計上の 有価証券評価益について

中長期的な事業成長の種まきのため、 2018年からブロックチェーン技術の調査・研究に取り組み

日本国内	東京大学ブロックチェーン・イノベーション寄付講座の立上げ・運営に参画
	国内ブロックチェーンスタートアップへの投資
	ブロックチェーン技術を利用した社会貢献プロジェクト Famieeへの人的・資金支援
海外	ブロックチェーン・スタートアップを対象とした米国の投資ファンドへのLP出資

このファンドの資産価値が増加（通期で **+6.21億円**）

※資産価値の評価に関しては、変動リスクを考慮し、適切な安全率をかけて評価しています

金融収益に計上の 有価証券評価益について

このファンドの資産価値が増加（通期で **+6.21億円**）

※資産価値の評価に関しては、変動リスクを考慮し、適切な安全率をかけて評価しています

出資した株式・トークンの価値算定方法

株式：

- ・ 出資後、増資などのイベントが発生していた場合には、その時点での評価額。
- ・ 発生していない場合には、取得価額。

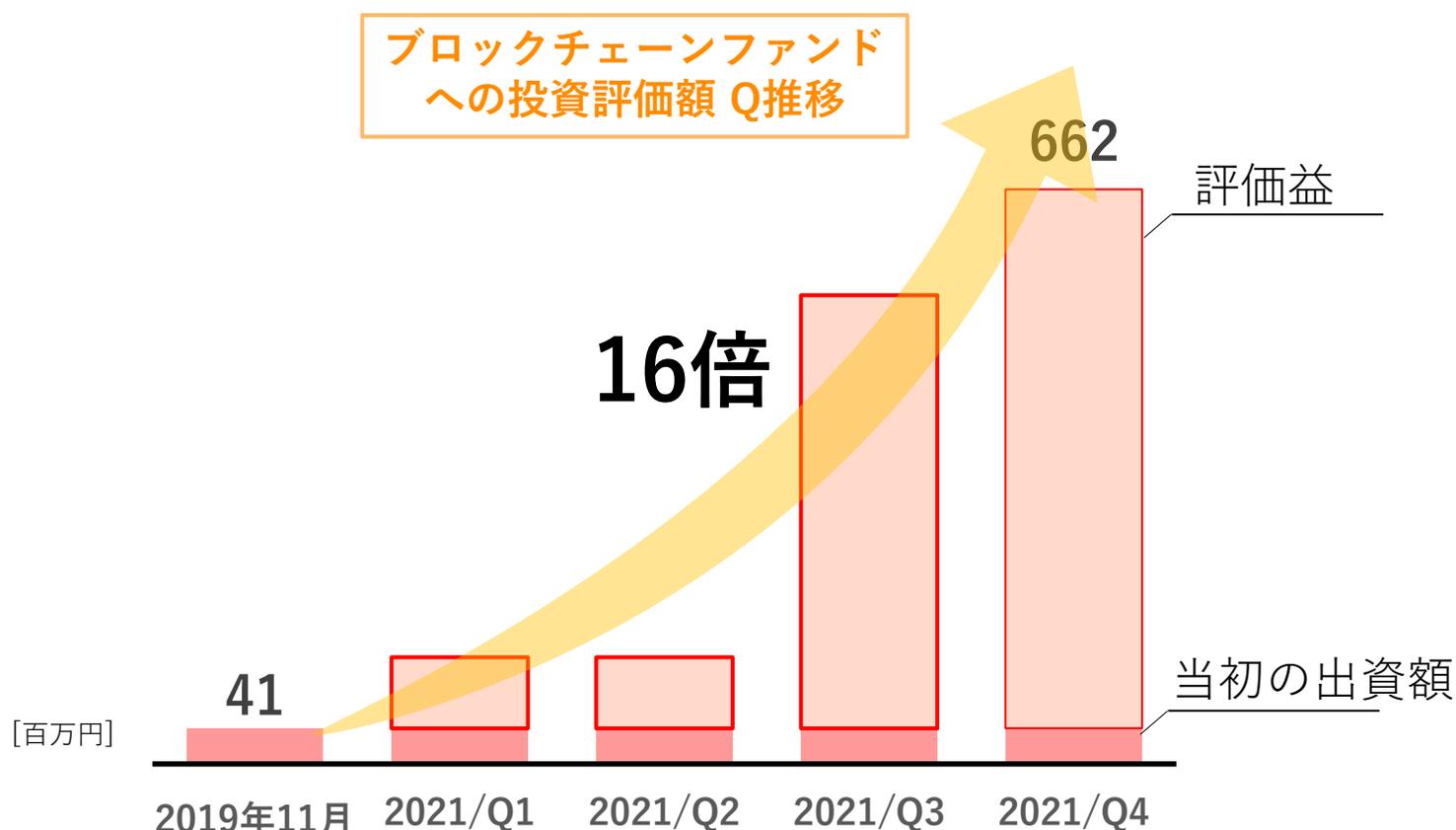
トークン：

- ・ 仮想通貨取引所への上場などの流動化イベントが発生した場合には、即時市場価格で売却。
- ・ 仮想通貨取引所への上場などの流動化イベントが発生した場合で、ロックアップ期間などの売却制限期間がある場合には、変動リスクを考慮し、市場価格の50%の価値で算定。
ロックアップ期間解除後、即時市場価格で売却。
- ・ 仮想通貨取引所への上場などの流動化イベントが発生していない場合、取得価額で算定。

金融収益に計上の 有価証券評価益について

世界のWeb3 トップ企業へシード段階から出資

2年間で資産価値 **16倍**



DiFi / NFT / GamiFi などの
Web3分野の急成長中の世界
トップ層の企業へのシード段
階からの投資実績



ブロックチェーン技術への取り組み

海外

ブロックチェーン・スタートアップを対象とした米国の投資
ファンドへのLP出資



2021Q4 の追加アクション：

目的：【調査】 → 【調査&収益】

- ① ブロックチェーン分野での事業立上げに向けて
投資枠 3百万USドルを追加設定
- ② ブロックチェーン技術のグローバルのスタートアップに
投資するFundへ1百万USドル (114百万円)の出資

連結業績（PL）（IFRS）

攻めの事業が順調に成長（売上前期比1.5倍）

利益創出フェーズへ

（単位：百万円）

	2021年通期	2020年通期	増減率
売上高	6,571	4,385	+49.8%
売上総利益	2,160	1,614	+33.8%
売上総利益率	32.9%	36.8%	
販売費及び一般管理費	1,813	1,674	+8.3%
その他費用・収益	8	33	△74.9%
営業利益	355	△25	-
金融費用・収益	703	△58	-
内 金融収益に含まれる 有価証券の評価益	621	-	-
税引前利益	1,059	△84	-
当期利益	808	△51	-

連結業績 (BS) (IFRS)

非流動資産 前期比 **+813百万円**

- ・ ブロックチェーンファンドの **評価益 621百万円**
- ・ **新たなブロックチェーン投資 114百万円 (\$1M USD)**

(単位：百万円)

	2021年12月末	2020年12月末	前期増減
流動資産	3,444	2,710	+734
非流動資産	3,870	3,057	+813
資産合計	7,314	5,767	+1,547
流動負債	1,123	932	+191
非流動負債	2,059	1,863	+196
負債合計	3,183	2,795	+388
資本合計	4,131	2,972	+1,159
負債資本合計	7,314	5,767	+1,547

2022年度 通期予想

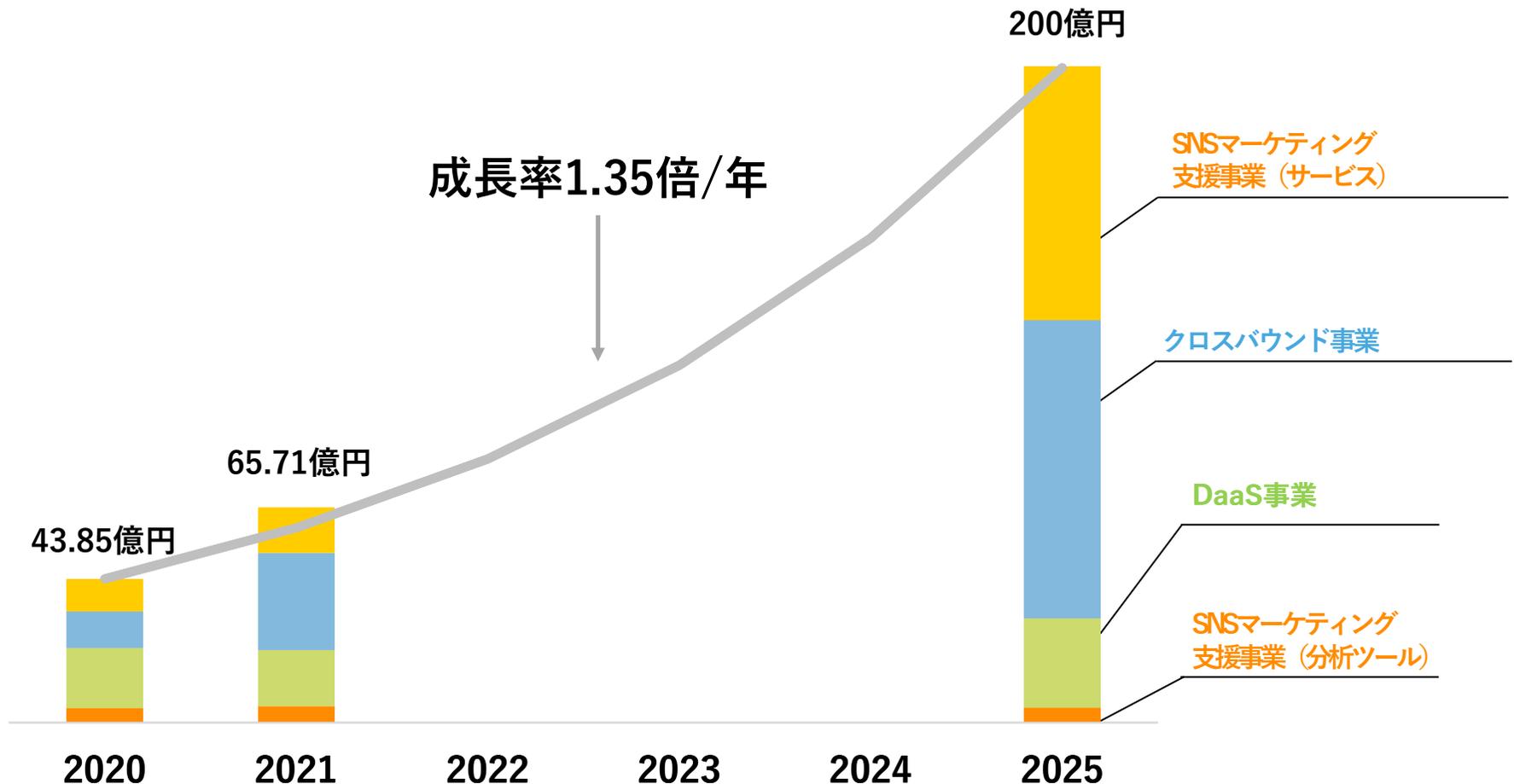
ホットリンクグループの目線 (5カ年目標)

トップラインの成長を最重要指標とし、
平均売上成長率1.35倍で成長させます

	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		

5カ年目標に向けた現状

2025年5カ年目標達成に向けて、
1年目は、順調に成長。
今後も、継続的な成長ができる見通し



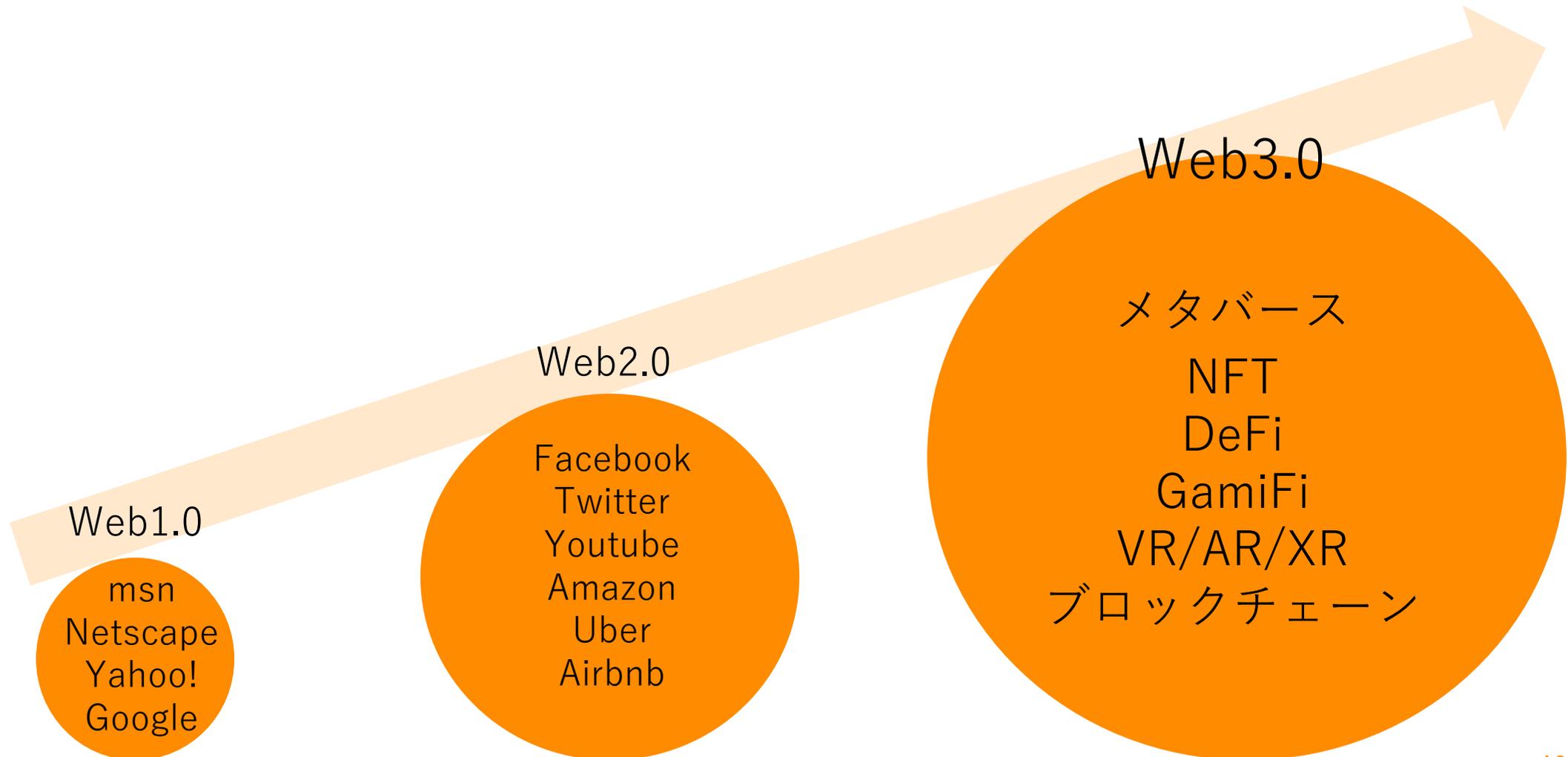
一方、無視できない環境変化の兆し

消費者のコミュニケーションの場が、
将来的に**SNSからメタバース**と呼ばれる仮想空間
に**移動**していく

facebook 社名変更 → ∞ Meta

無視できない環境変化の兆し

単なるSNSの進化にとどまらず、
インターネット全体の大きなパラダイムシフトが起きつつある



無視できない環境変化の兆し

Web3.0の世界の最先端を見ていた我々だからこそ
見えているものがある

- Web3.0分野の世界のリーディング企業へのシード投資やサポート。
投資では、2年間で16倍。



1inch



Mythical Games Inc.



Stake Technologies

Stake Technologies

- Web3.0サービスの立上げ・運用の実支援

Famiee

- 代表自ら、シリコンバレーに居住し、
世界のWeb3系スタートアップコミュニティに参加

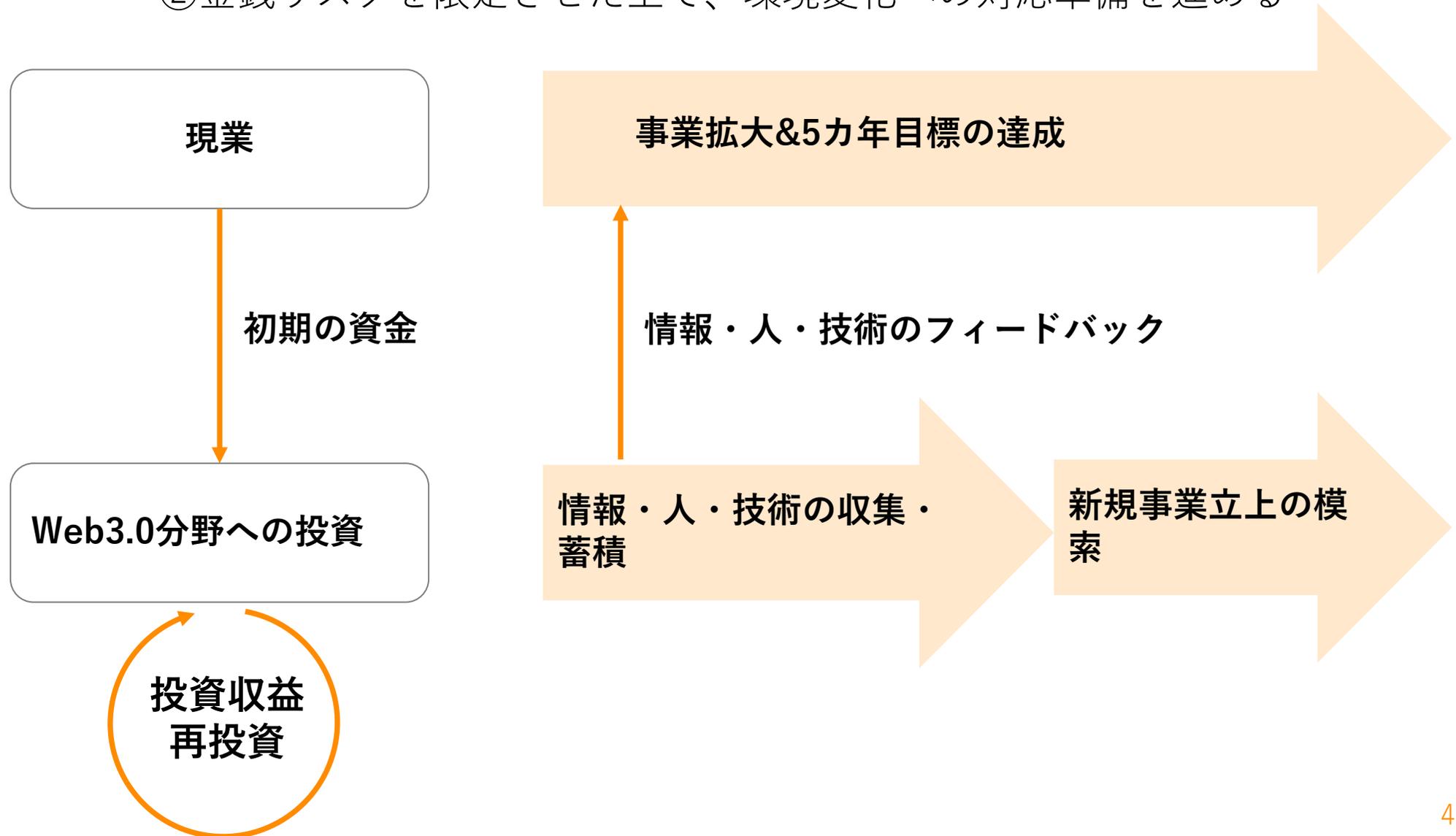
無視できない環境変化の兆し

この大きな変化の兆しは、

- 5カ年計画の目標実現のために、順応する必要がでてくるかもしれない。
- 5カ年目標に更に上乘せになる新たな事業機会になるかもしれない。
- ただし、この変化は、いきなり起こるわけではない。
- が、適応する準備をしておく必要がある。

5カ年目標実現に向けて

- ①現業の事業拡大に注力しながら、
- ②金銭リスクを限定させた上で、環境変化への対応準備を進める



2022年度 連結業績予想 (IFRS)

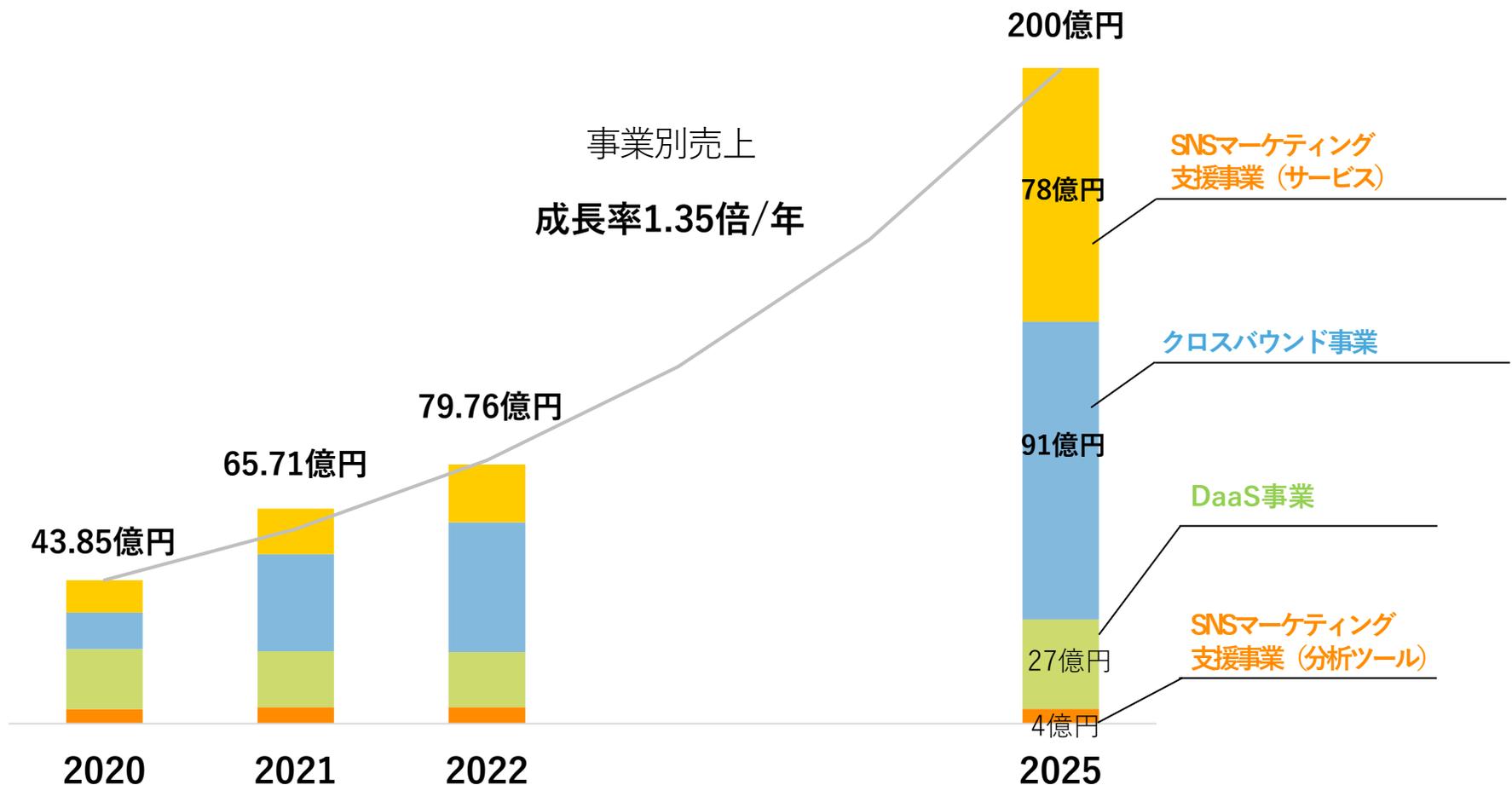
利益体質を維持しつつ、5カ年目標設定に向けて積極投資

(単位：百万円)

	2022年12月 期業績予想	2021年12月期 実績	前期比	前期増減
売上高	7,976	6,571	+21.4%	+1,405
営業利益(IFRS)	161	355	△54.8%	△194
営業利益率	2.0%	5.4%	-	△3.4%
税引前利益	140	1,059	△86.8%	△919
当期利益	116	808	△85.6%	△692

2022年度 連結業績予想

5カ年目標達成に向けて 着実に成長



2022年度 連結業績予想の前提

事業区分	予算策定の前提・方針
全体方針	<ul style="list-style-type: none"> • 中期目標の実現に向けた積極投資の継続
SNS マーケティング 支援事業	<ul style="list-style-type: none"> • 売上：新型コロナの影響の収束が不確定なため、保守的に設定 • サービス拡大(対応媒体の拡大)、及び 中期的な顧客増・顧客規模の拡大に向けた採用・教育への積極投資の継続
クロスバウンド 事業	<ul style="list-style-type: none"> • 事業規模の更なる拡大を狙い、主力サービスを転換 2021年 主：プロモーション支援 副：越境ECプラットフォーム 2022年 主：越境ECプラットフォーム 副：プロモーション支援
DaaS事業	<ul style="list-style-type: none"> • 今後の成長に向けたR&Dの実施（ブロックチェーン&NFT関連等）
ブロックチェーン (Web3.0)事業	<ul style="list-style-type: none"> • 当期中に、ブロックチェーン事業を開始予定。まずは、投資事業から。 （期中に、新セグメント設置） • 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方向へ。 ただし、業績予想が困難なため、現時点の予算には入れない

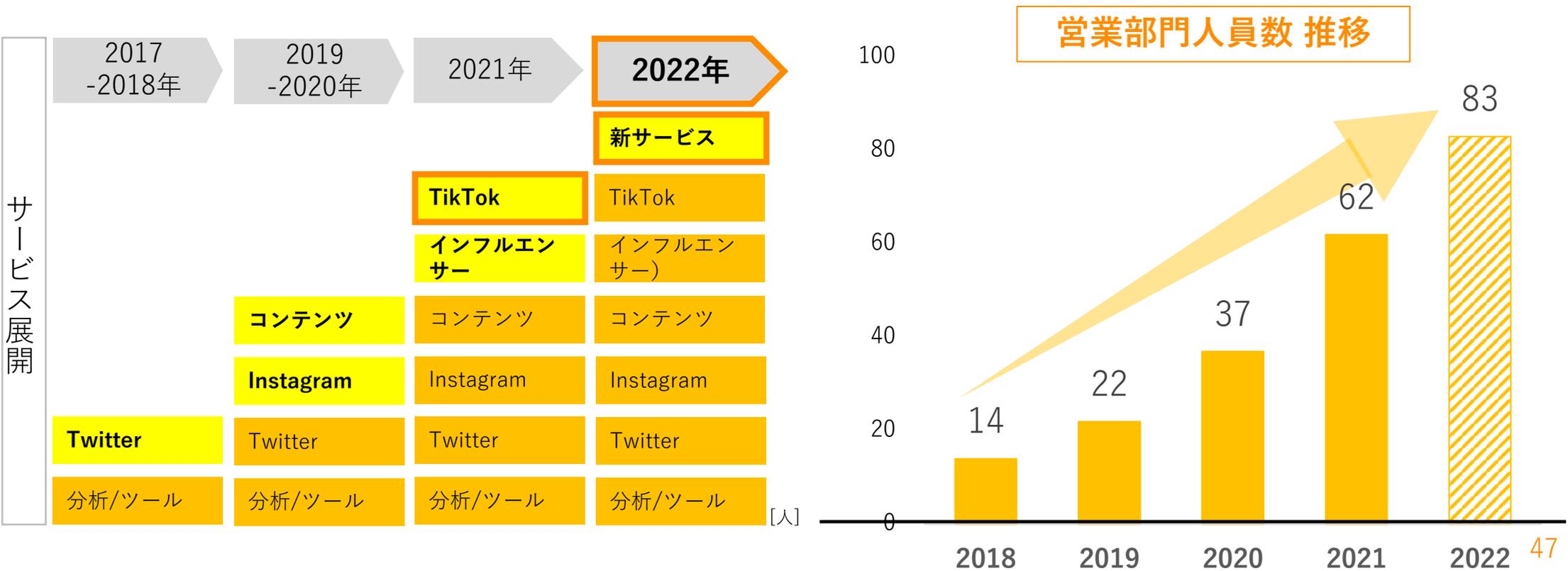
SNSマーケティング支援サービスの前提

①対応媒体の拡大 → TikTokサービスチーム設置

②対象顧客規模の拡大&受注増への体制増強

→ 営業運用部門体制**2.2倍**(2020年比) (前期+25名 今期+ 21名)

今期の営業利益が前期より低くなるが、中期的な売上・利益成長を優先



2022年度 連結業績予想の前提

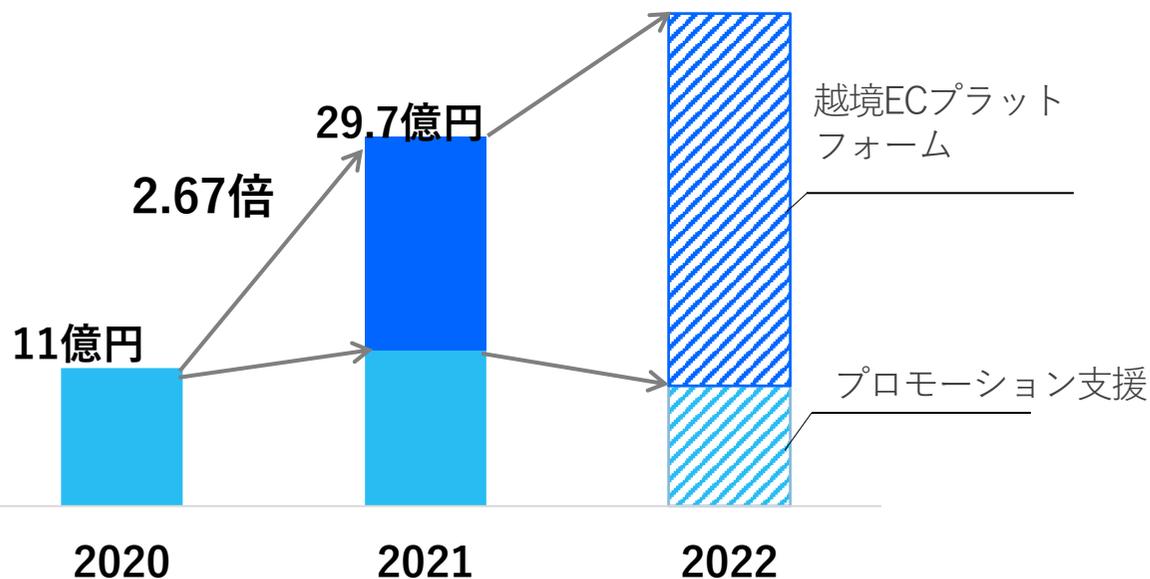
事業区分	SNSマーケティング支援事業		
方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上：新型コロナの影響の収束が不確定なため、保守的に設定 ・ サービス拡大(対応媒体の拡大)、及び 中期的な顧客増・顧客規模の拡大に向けた採用・教育への積極投資の継続 		
予算との関係		2021年からの増減	
	売上		<ul style="list-style-type: none"> ・ 保守的に設定
	粗利		<ul style="list-style-type: none"> ・ 保守的に設定
	販管費		<ul style="list-style-type: none"> ・ 人件費 + 1.67億円増 来期以降の売上・粗利増加に寄与
	営業利益		<ul style="list-style-type: none"> ・ 人件費の積極投資分、前期比マイナス

クロスバウンド事業の方針

越境ECプラットフォームを主軸事業に

全体粗利率、及び、今期の粗利額が前期より低くなるが、
中期的な売上・利益成長を優先

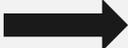
クロスバウンド事業
売上高通期 推移



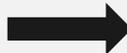
中国 越境EC消費市場推移



2022年度 連結業績予想の前提

事業区分	クロスバウンド事業	
方針	<p>・ 事業規模の更なる拡大を狙い、主力サービスを転換</p> <p>2021年 主：プロモーション支援 副：越境ECプラットフォーム</p> <p>2022年 主：越境ECプラットフォーム 副：プロモーション支援</p>	
予算との関係		2021年からの増減
	売上	 <ul style="list-style-type: none"> 越境ECプラットフォーム(低粗利)の売上を大幅拡大 プロモーション支援(高粗利)の売上規模を縮小
	粗利	 <ul style="list-style-type: none"> サービス構成の変化により、粗利額減少
	販管費	 <ul style="list-style-type: none"> 販売管理費抑制
	営業利益	 <ul style="list-style-type: none"> 粗利額減少分、減少

2022年度 連結業績予想の前提

事業区分	DaaS事業		
方針	<ul style="list-style-type: none"> • 大手顧客むけ価格改定（値上げ） • 今後の成長に向けたR&Dの実施（ブロックチェーン & NFT関連等） 		
予算との関係		2021年からの増減	
	売上		<ul style="list-style-type: none"> • 価格改定による売上増 • 前期のデータアクセス権の契約終了による売上減
	粗利		<ul style="list-style-type: none"> • 商品構成の変更
	販管費		<ul style="list-style-type: none"> • 営業・マーケ強化（営業人員採用） • R&D人件費
	営業利益		<ul style="list-style-type: none"> • 粗利減少 + R&Dの実施

2022年度 連結業績予想の前提

事業区分	ブロックチェーン事業		
方針	<ul style="list-style-type: none"> • 当期中に、ブロックチェーン事業を開始予定。まずは、投資事業から。 (期中に、新セグメント設置) • 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方向へ。 ただし、業績予想が困難なため、現時点の予算には入れない 		
予算との関係		2021年からの増減影響	
	• 売上	N/A	• 業績予想が困難
	• 粗利	N/A	
	• 販管費：		• 調査費用のみ計上
	• 営業利益		• 調査費用分マイナス

新型コロナウイルスの事業への影響

- ・ コロナ禍の影響により、SNSマーケティング市場全体としては、需要が高まっていると考えられます。
一方、一部業種では、宣伝広告キャンペーンの中止・延期等が発生し、SNSマーケティング支援事業の業績に影響があると想定されます。
- ・ 緊急事態宣言・まん延防止措置中は、全従業員が完全リモートワークで業務を実施しており、必要に応じて感染対策に留意しつつ出社も許可しております。
- ・ 社内業務・社外との業務含め、すべての部門で業務は問題なく実施できております
- ・ 業務の大部分において、業務の生産性は下がっておらず、逆に生産性が上がっております

SDGsへの取り組み

SDGsへの取り組み

当社の存在意義

- 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

必要要素



SNSマーケティング

現在の主力事業

必要要素



ブロックチェーン技術

中長期的な事業の種

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。

12 つくる責任
つかう責任



17 パートナーシップで
目標を達成しよう



5 ジェンダー平等を
実現しよう



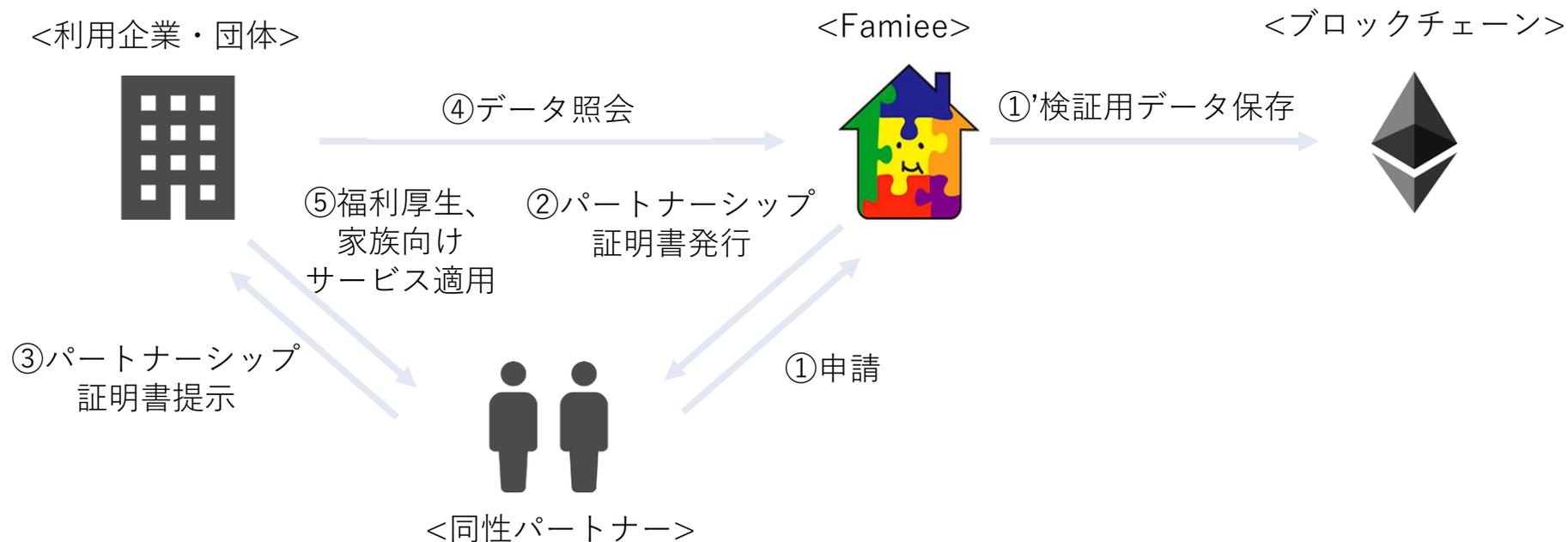
SDGsへの取り組み

ホットリンクが支援しているFamieeの活動の紹介

多様な家族形態が当たり前認められる社会を実現するために

1. 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、
2. その証明書を根拠に、家族としてのサービスを提供してくれる企業ネットワークを作る
(社内の福利厚生、生命保険の受取人指定、住宅ローン、マイル等)

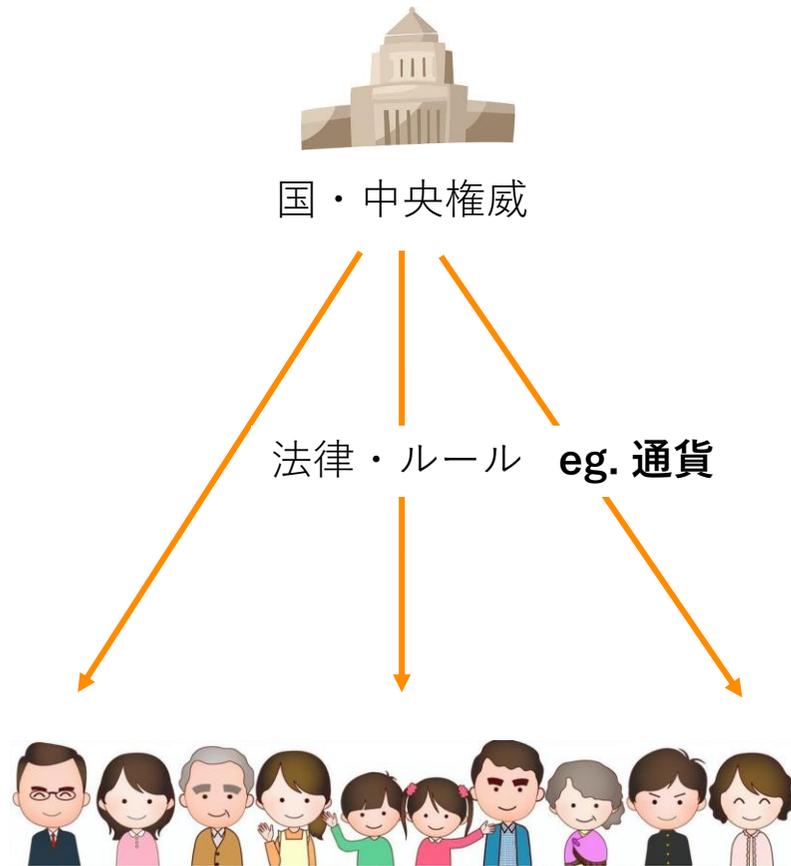
2022年2月時点で大手企業・自治体を含めた**58社が導入**



Web3.0とFamieeの活動

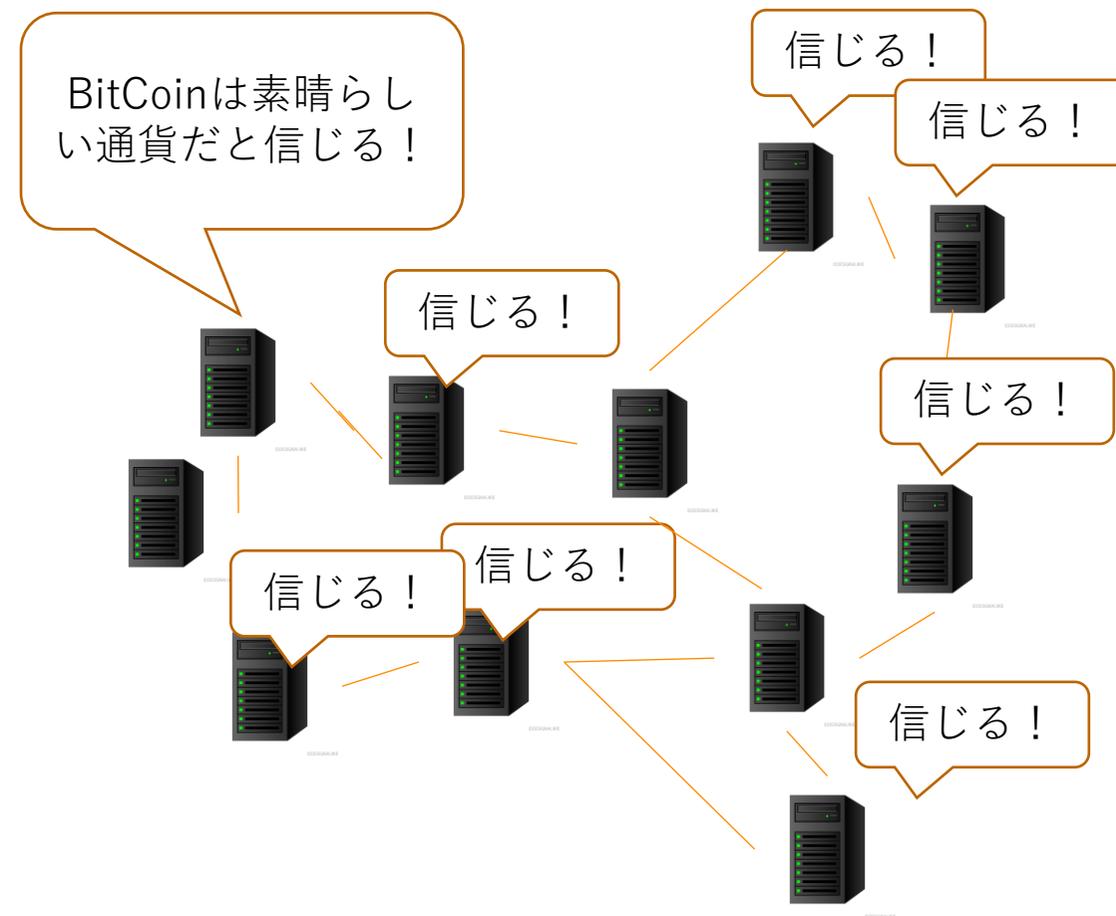
中央集権型社会変革

中央の権威によって、ビジョンを実現する



Web3.0型(分散型)社会変革

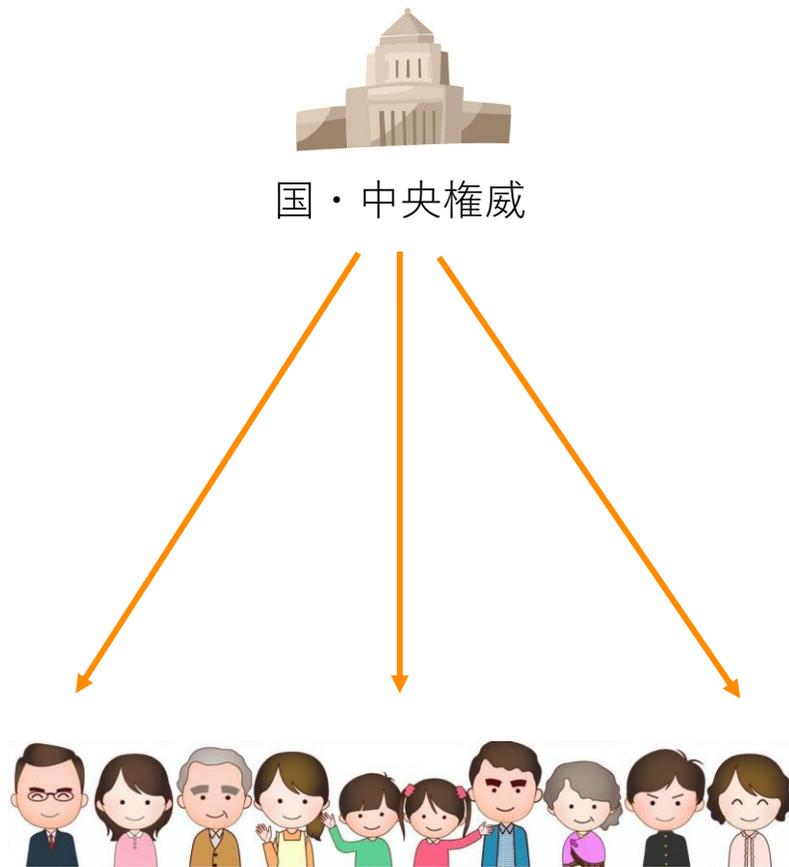
ビジョンを信じる一人ひとりが集まり、ビジョンを実現する



Web3.0とFamieeの活動

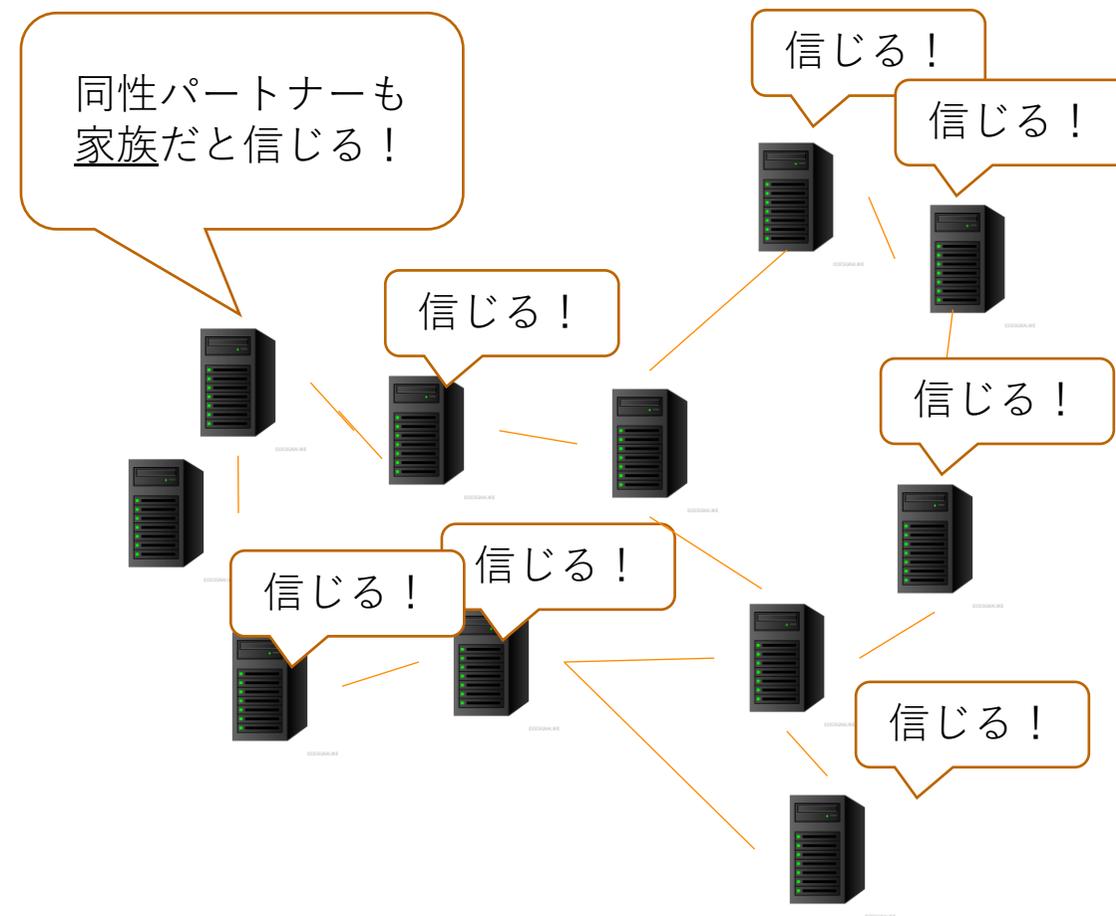
中央集権型社会変革

中央の権威によって、同性婚はOK



Web3.0型(分散型)社会変革

ビジョンを信じる一人ひとりが集まり、ビジョンを実現する



SDGsへの取り組み

Famiee が NFTアート・チャリティ・オークションを開催
ホットリンクは、プロモーション支援で参画

1. 「多様な家族形態が認められる社会の実現」に賛同するアーティスト・企業・団体からアート作品の提供を受け、NFT作品としてチャリティ販売。
2. 第一弾は、2022年1月22日21時～2022年1月29日21時に開催されました。

		
2022.01.22 Sat ~ 01.29 Sat	2022.01.22 Sat ~ 01.29 Sat	2022.02.13 Sun ~ 02.19 Sat
たゆたう庭 (No.13) 山本 基 提供者: 松本 大	たゆたう庭 (No.28) 山本 基 提供者: 松本 大	近日発表予定 スドウ 創太 提供者: Rebolt

世界中の人々が“**HOTTO**（ほっと）”できる社会

の実現にむけて、

引き続き、ホットリンクの応援、よろしくお願いいたします。

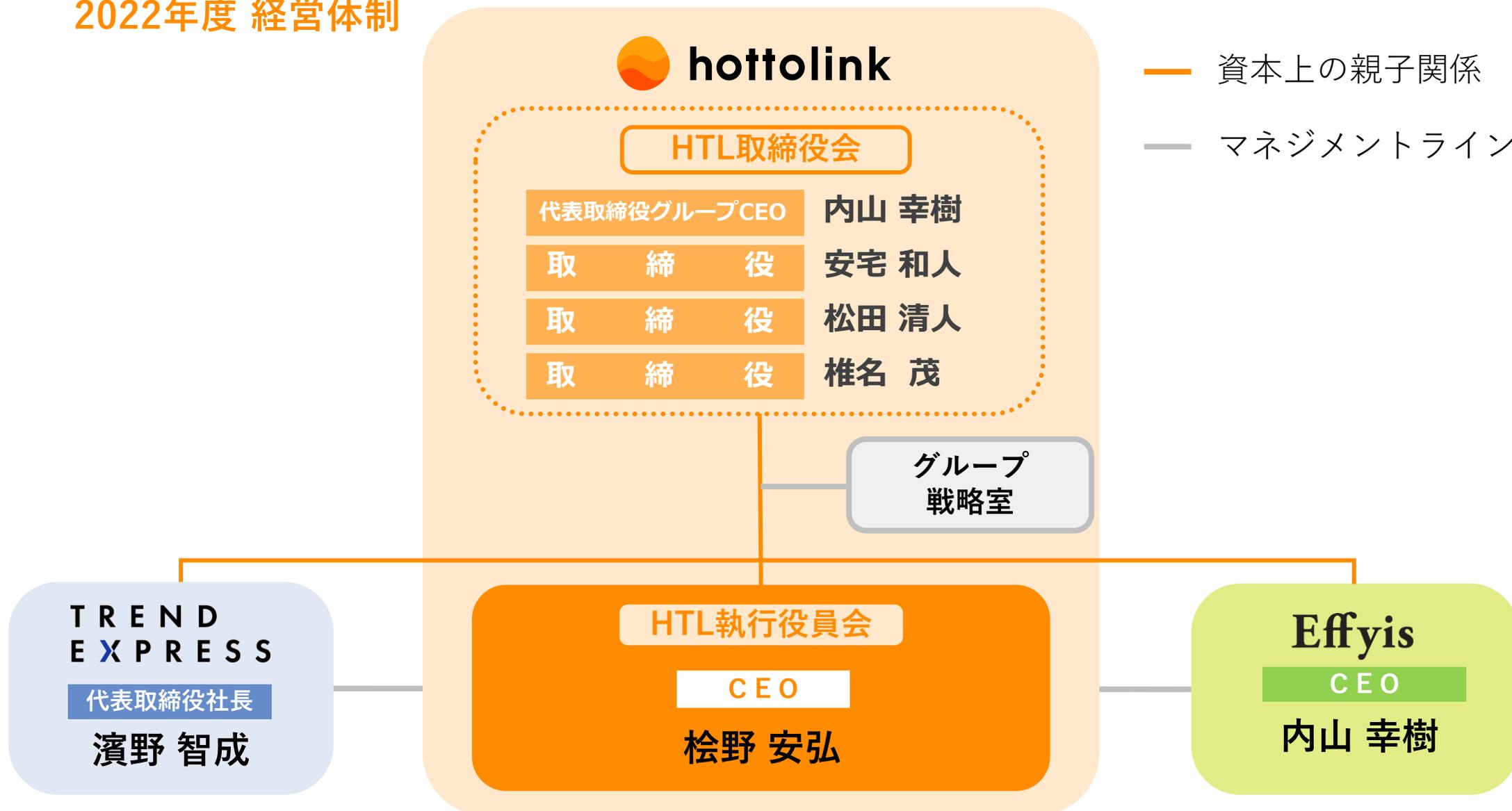


hottolink

参考資料 1

コーポレート・ガバナンス(1)

2022年度 経営体制



コーポレート・ガバナンス(2)

取締役4名中、社外取締役3名（独立社外取締役3名）
経営の客観性・透明性・多様性を重視しています

社内取締役



内山 幸樹

当社ファウンダー、
代表取締役グループCEO

社外取締役

独立社外取締役



安宅 和人

ヤフー(株)チーフストラテジー
オフィサー
慶應義塾大学環境情報学部教授



松田 清人

トパーズ・キャピタル(株)取締役会長
SCSK(株)社外取締役



椎名 茂

Digital Entertainment Asset Pte.Ltd. CEO
株式会社ミクニ社外取締役
慶雄慶應義塾大学工学部訪問教授
日本障害者スキー連盟会長

重要な兼職の状況

2022年度IR活動

ゴール：

- ・ **市場性 & 当社の事業成長の進捗**を多くの投資家に知っていただき、
当社の成長可能性をProveする。

方針：昨年度方針の継続

【マーケティングにおける顧客】 = 【IRにおける投資家】 と捉え、
セールスマーケティングの概念をIRに応用

メッセージ：

- ・ SNSマーケティング市場は、**急成長市場**
- ・ その市場で、**当社はOnly1** のポジションを築いている
- ・ 着実に、**売上・利益成長の実績があがっている**

5カ年目標

※2021年2月12日に発表したものから変更はありません

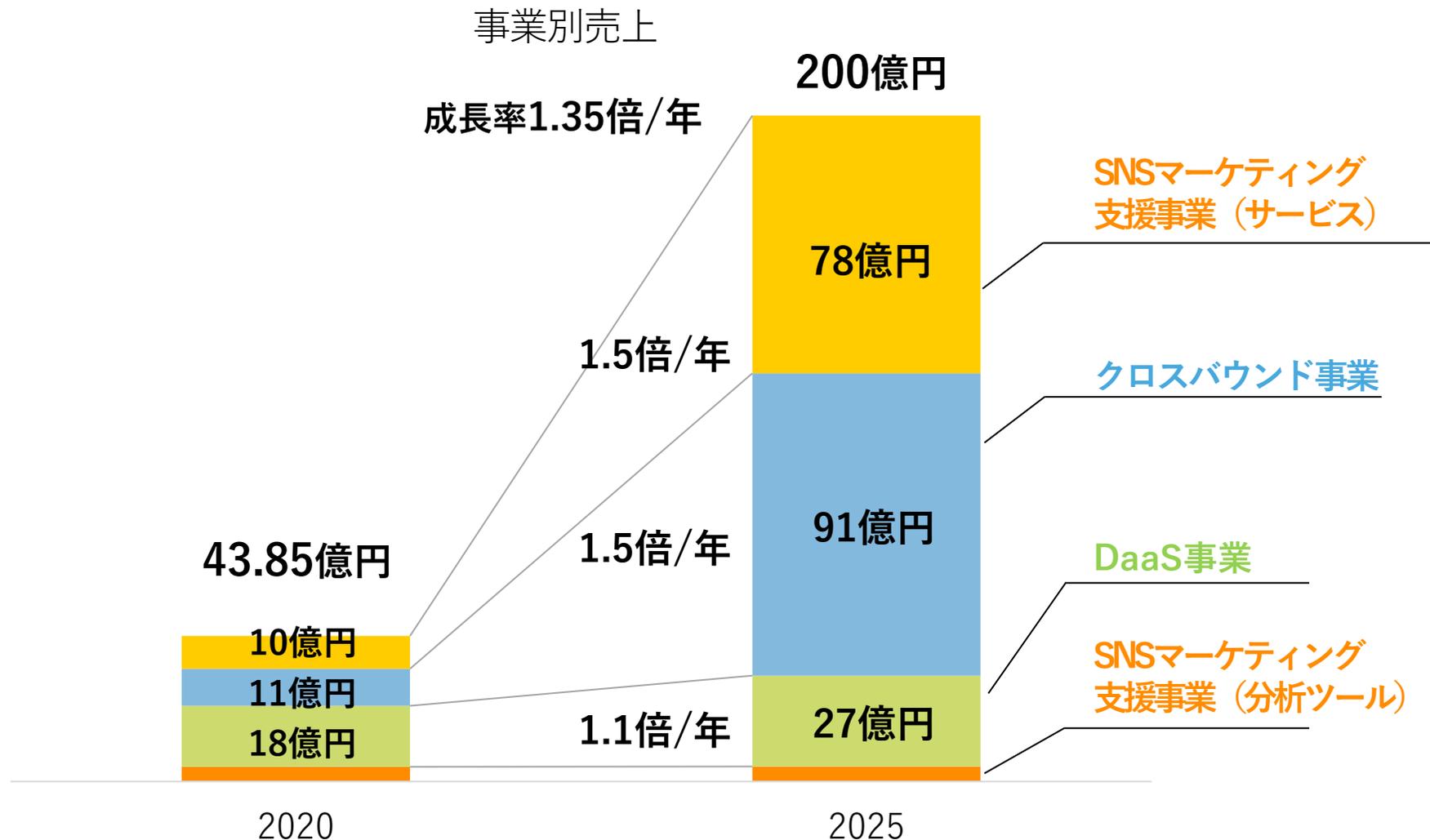
ホットリンクグループの目線 (5カ年目標)

トップラインの成長を最重要指標とし、
平均売上成長率1.35倍で成長させます

	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		

事業別のブレークダウン

SNSマーケティング支援事業とクロスバウンド事業が
成長を牽引します



ホットリンクグループの目線 (5カ年)

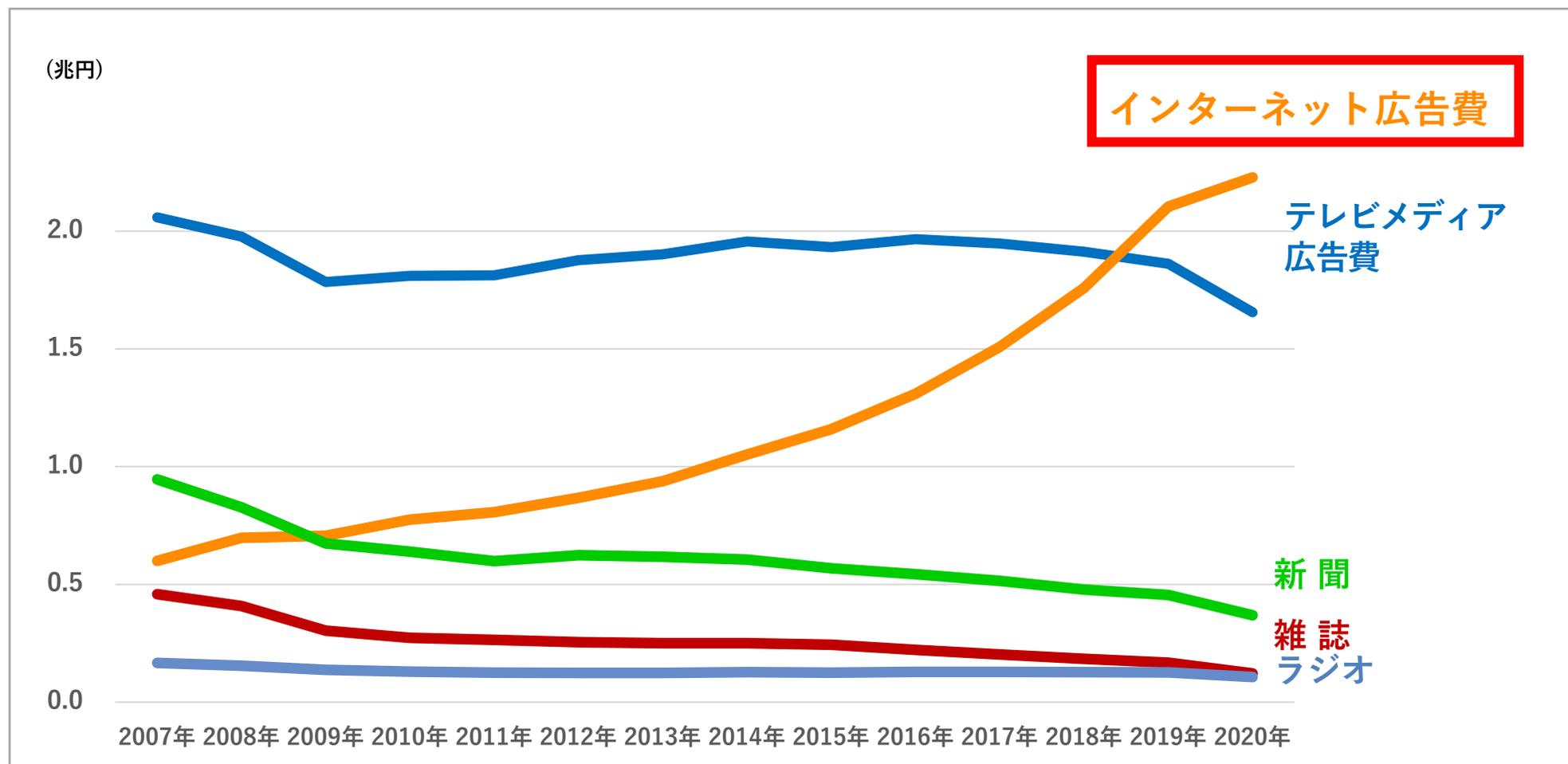
目標値の前提

- 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

5カ年目標達成に向けた 中期戦略

市場環境

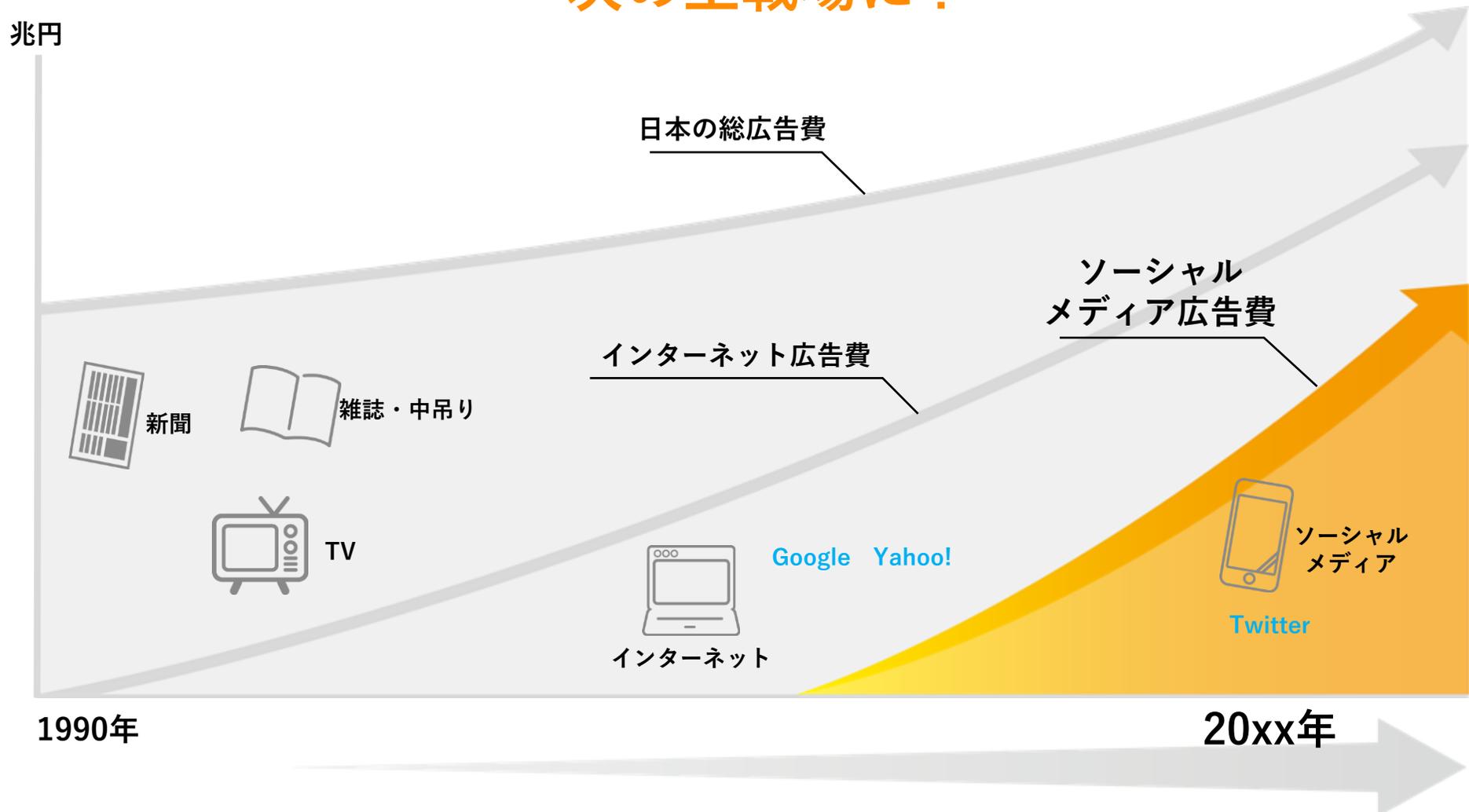
インターネット広告費はTVを上回り、
2020年は、2.2兆円へ（前年比+5.9%）



出所：電通「2020年日本の広告費」より作成

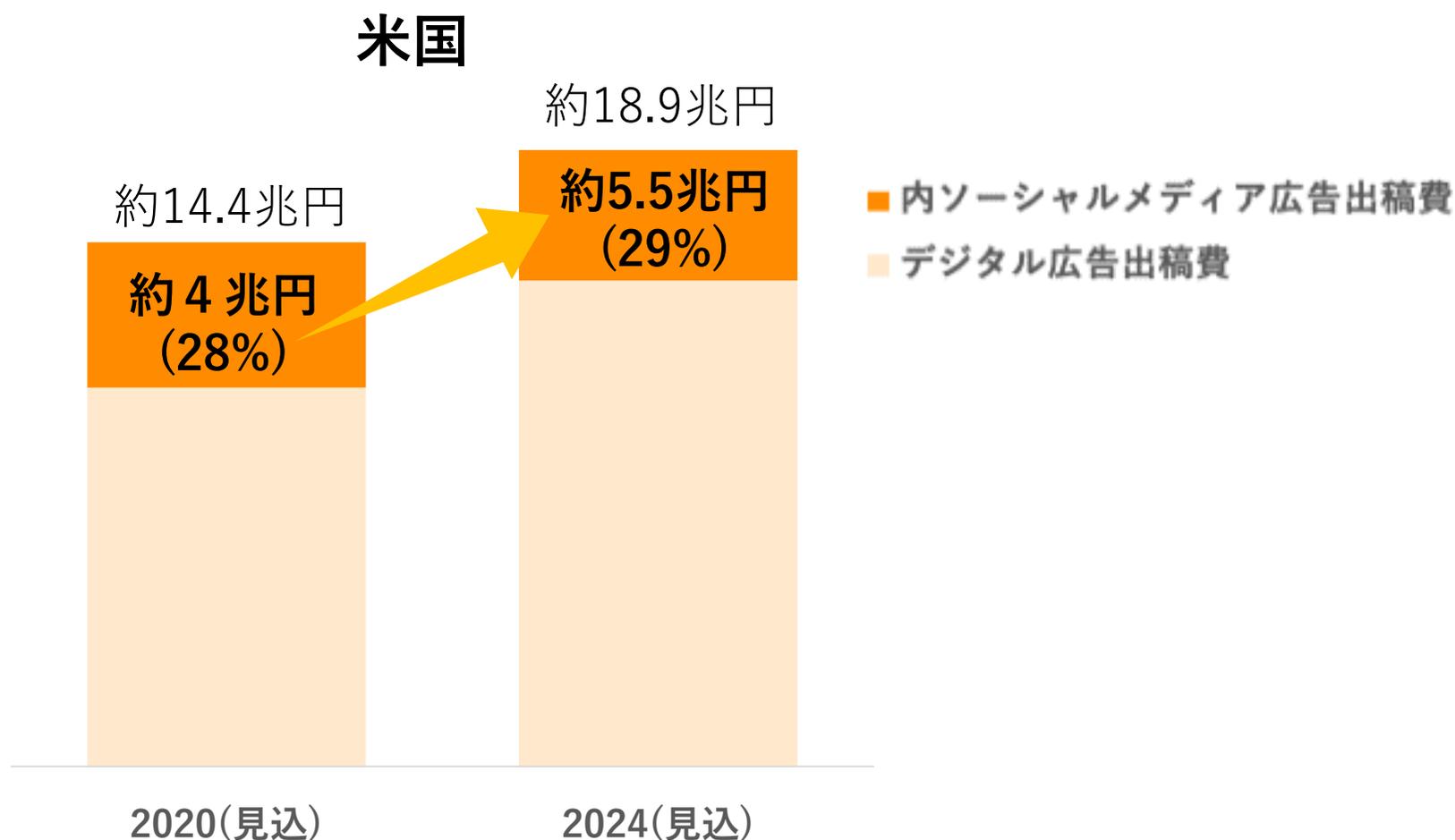
市場環境

インターネット広告市場の中でも、
**ソーシャルメディア広告市場が拡大し、
次の主戦場に！**



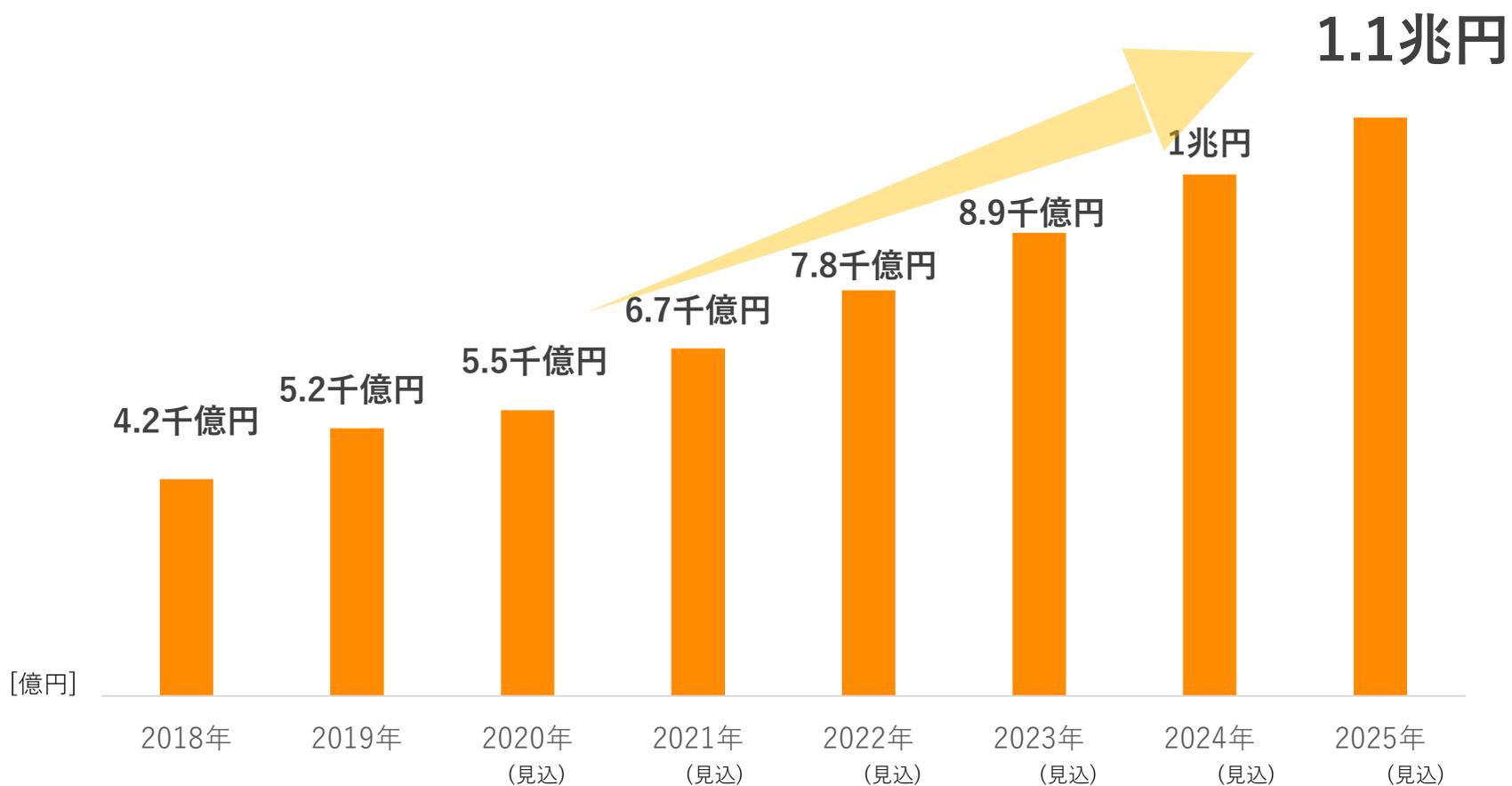
市場環境（米国）

先行する米国では、
SNS広告費は、**ネット広告費の29%**まで増加見込！



市場環境（日本）

日本のソーシャルメディアマーケティング市場は
1兆円規模に成長見込



国内ソーシャルメディアマーケティング市場 年間推移

市場環境（日本）

SNSマーケティング支援事業の拡大余地は大きい

日本のソーシャルメディアマーケティング市場

1.1兆円

- ・ソーシャルメディア広告（獲得目的） ※1
- ・インフルエンサーマーケティング

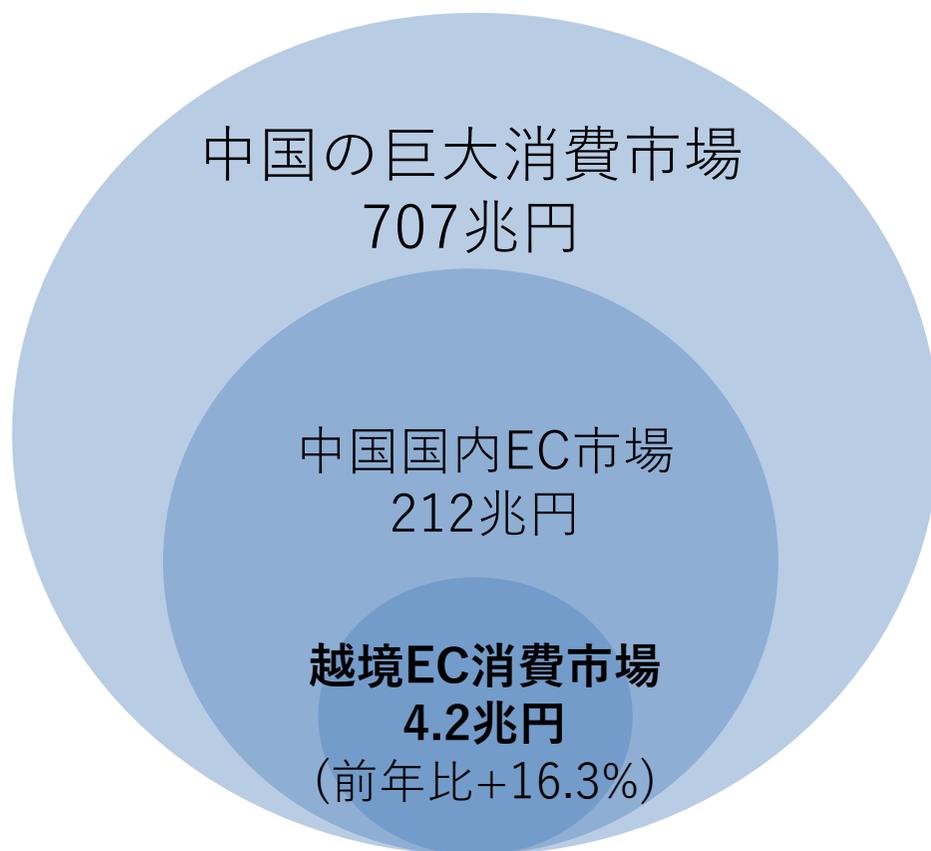
ホットリンクが現在提供するサービスの市場

4,441億円

- ・ソーシャルメディア広告（ブランド認知） ※1
- ・キャンペーンプランニング&コンサルティング
- ・SNSアカウント運用支援
- ・分析ツール

市場環境（中国）

- ①日本企業にとって707兆円規模の中国市場は重要
- ②中国においてもSNSマーケティングが重要な役割を担う。



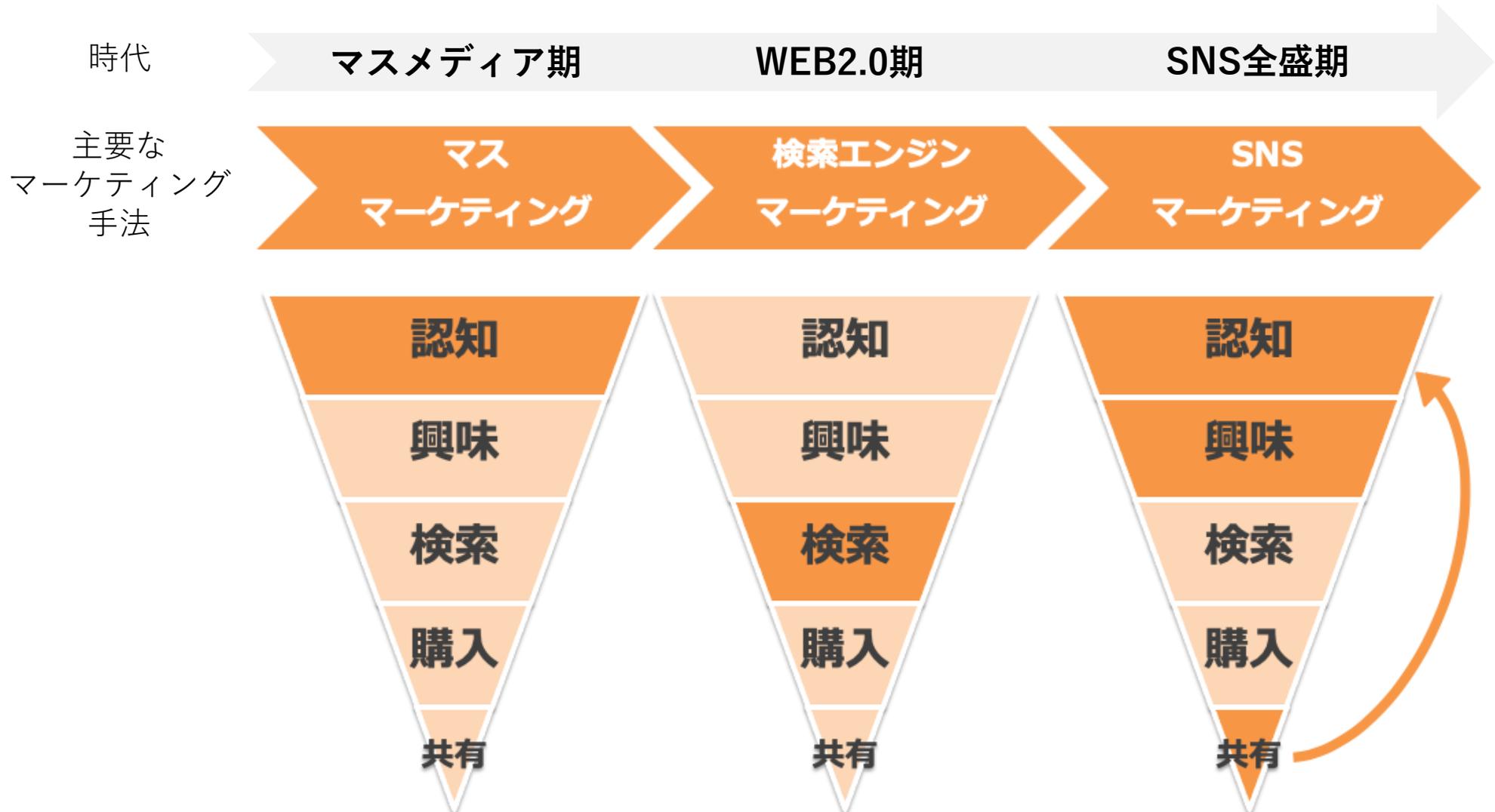
- 1.中国現地進出
- 2.越境EC需要
- (3.インバウンド需要)



なぜSNSの重要性が高まっているのか

市場環境：大SNS時代の到来

マーケティングファネルにおける
認知・興味喚起の役割が重要な時代に



デジタルマーケティングにおけるメディアの種類

3つの異なる媒体がある

メディアのタイプ		マーケティング手法	特徴
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
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
		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
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

市場環境：大SNS時代の到来

SNSマーケティングにも、 3つの異なる媒体がある

非常に大きな影響を持ち始めた。
企業が制御できない

Earned / 消費者の声	リアルの 井戸端会議	ブログ 掲示板 口コミサイト	SNS上の 口コミ
Paid / 広告媒体	TVCM/ 看板広告/ ちらし	検索エンジン 広告	Twitter広告/ FB広告/ Insta広告
Owned / 自社媒体	店舗 イベント	企業HP 企業ブログ	企業SNS アカウント
	マスメディア期	Web2.0期	SNS全盛期

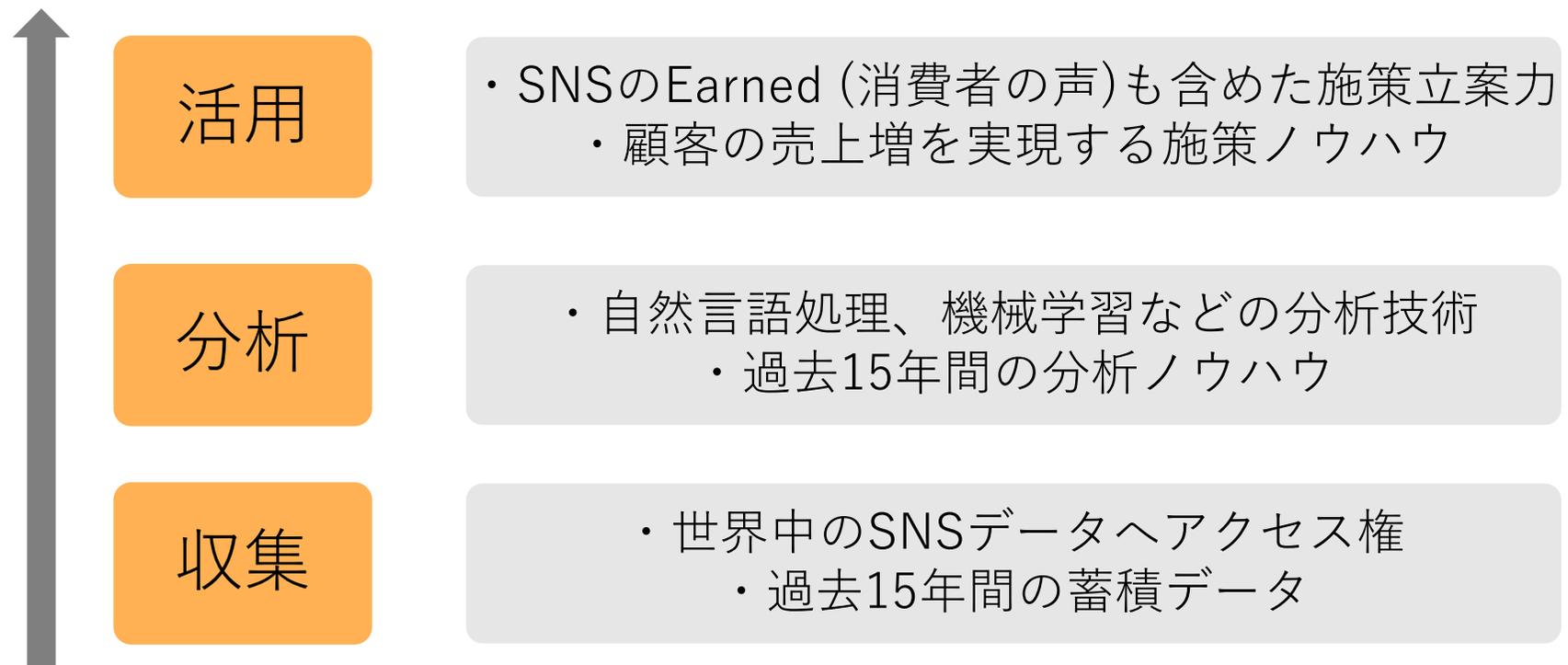
← 従来の広告代理店の提供範囲

時間軸 →

ホットリンクの差別性

ホットリンクグループの差別性

収集・分析・活用までを統合し、データドリブンのマーケティングを提供できる**Only1**の会社です



ホットリンクグループの差別性

活用

- ・ SNSのEarned (消費者の声)も含めた施策立案力
- ・ 顧客の売上増を実現する施策ノウハウ

の補足説明



5カ年目標のブレークダウン

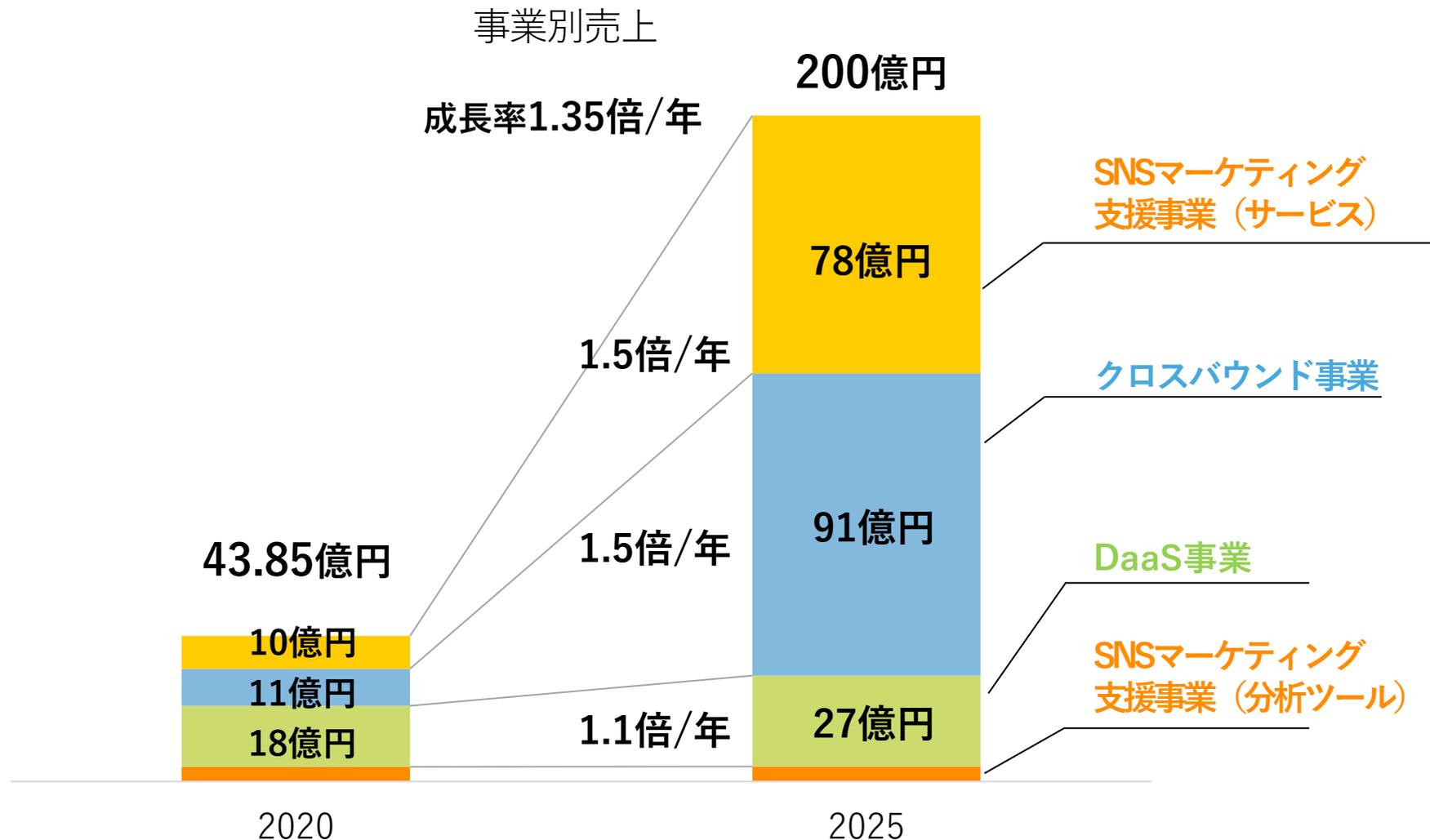
ホットリンクグループの目線 (5カ年目標)

トップラインの成長を最重要指標とし、
平均売上成長率1.35倍で成長させます

	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		

事業別のブレークダウン

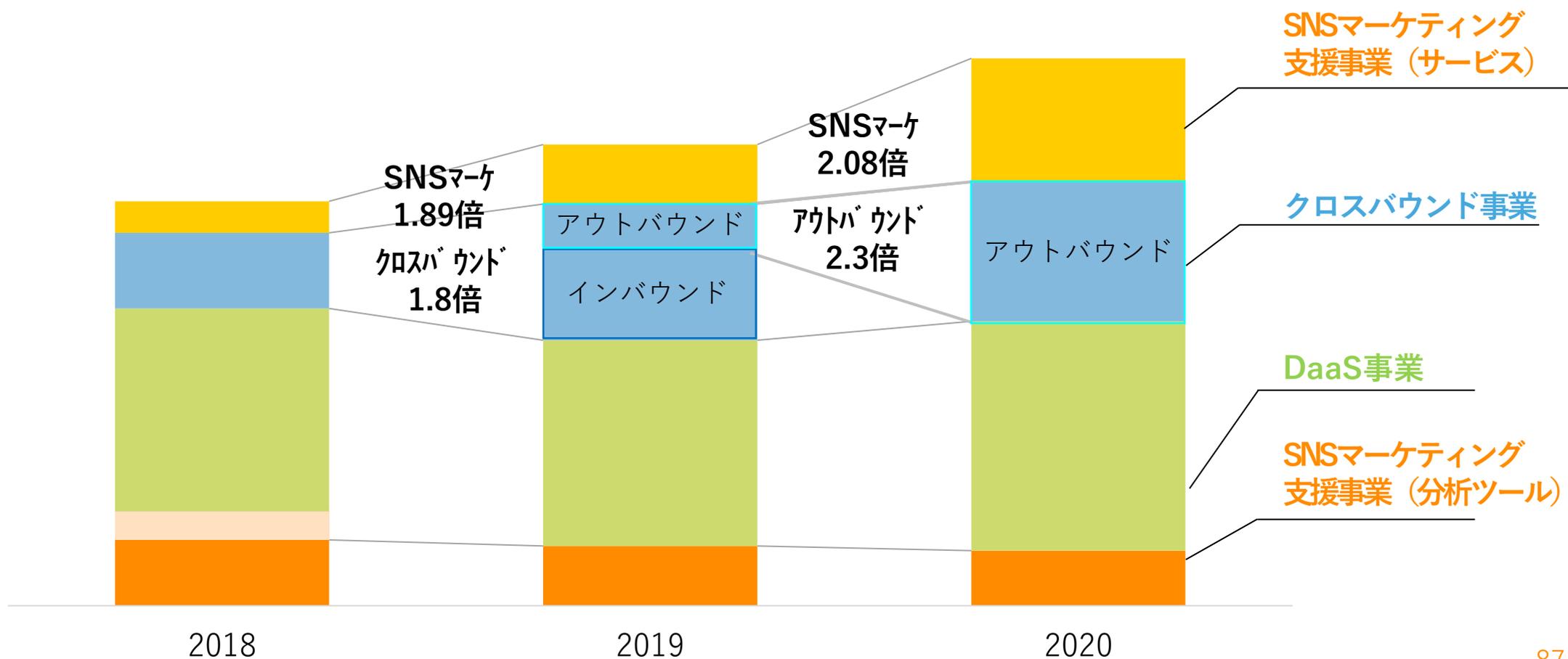
SNSマーケティング支援事業とクロスバウンド事業が成長を牽引します



事業別のブレークダウン

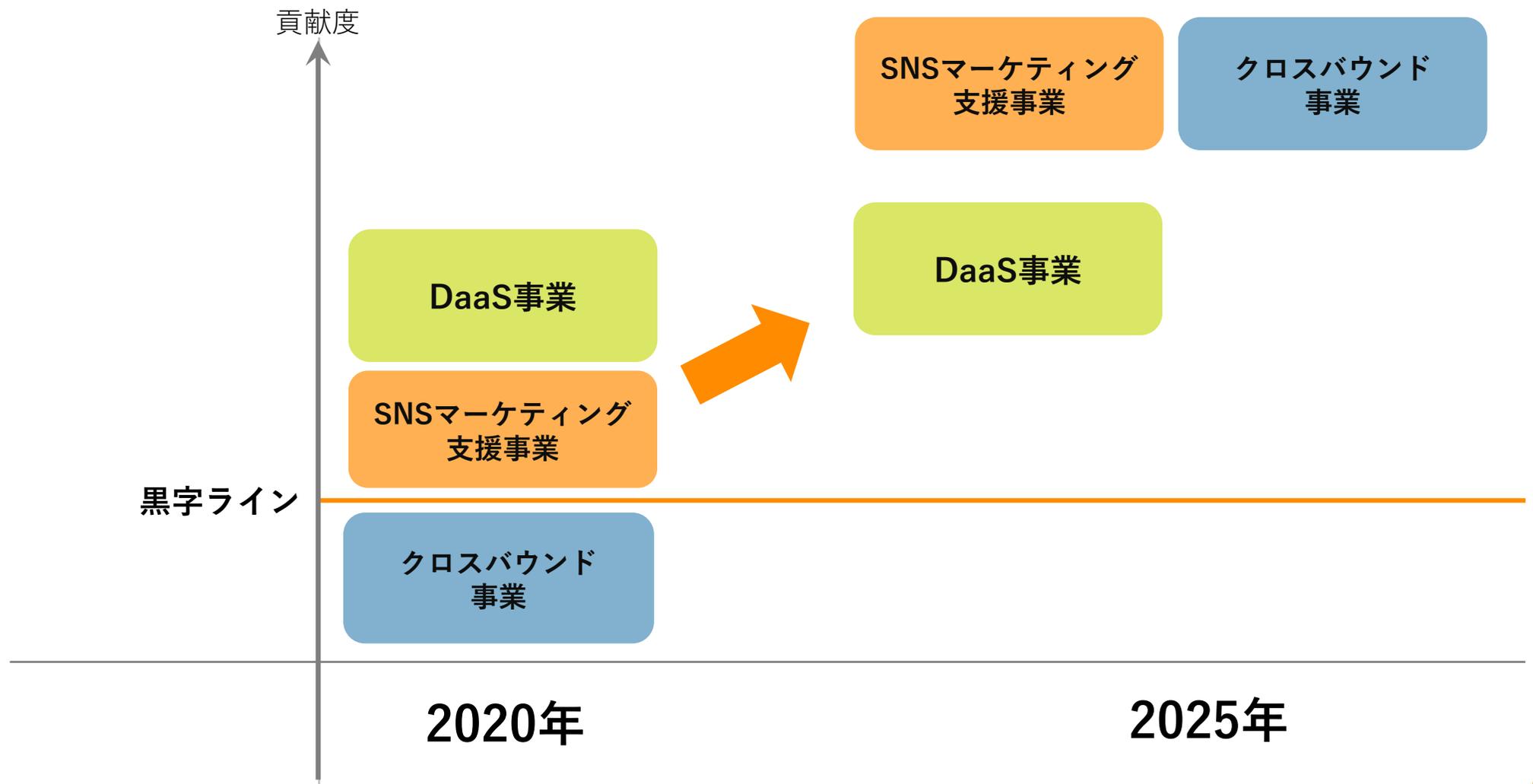
過去の成長実績は、
計画値の年成長率 1.5 倍を大きく超える

過去実績



事業別のブレークダウン

5 年目標の事業別利益貢献イメージ



參考資料 2

デジタルマーケティング市場において 起こっている大きな環境変化

デジタルマーケティング市場に激変が起こっている

世界的な個人情報保護の動き

- 欧州におけるGDPR
- 米国におけるカリフォルニア州消費者プライバシー法
- Appleによる広告トラッキング規制
- Cookie規制

今までデジタルマーケティング
市場を牽引してきた
ペイドメディアにおける
ターゲティング広告に異変が
生じてきている

デジタルマーケティングにおける ホットリンクのポジション

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

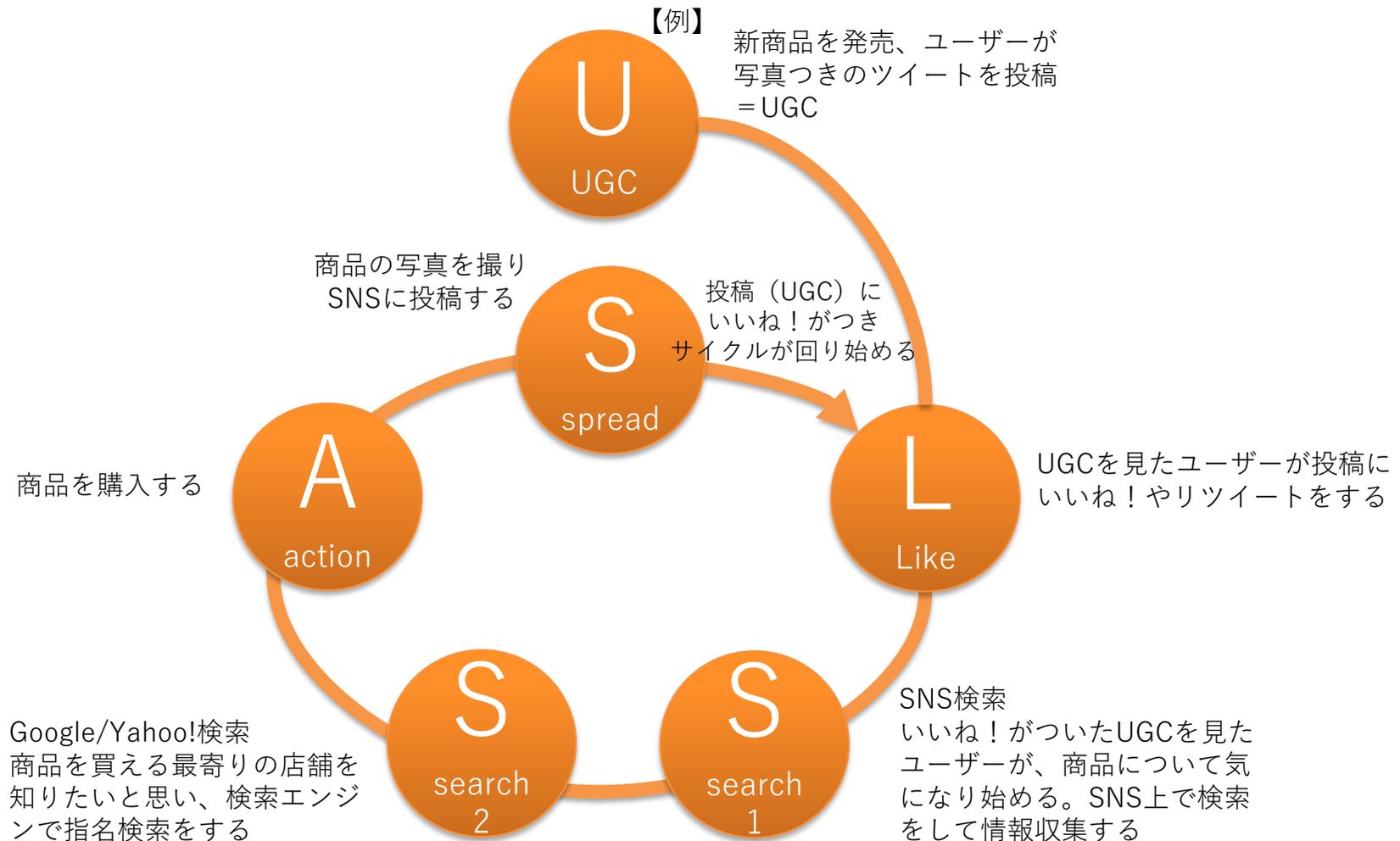
← **ホットリンクの強み**

← **異変**

ホットリンクのSNSマーケティング： ULSSAS

ホットリンクが提唱するSNS時代の購買行動プロセス

UGC（ユーザー発信のクチコミ）→Like（いいね）→Search1（SNSでの検索）
→ Search2（検索エンジンでの検索）→Action→Spread（拡散）という一連のユーザー行動を表す



SDGs への取り組み

SDGsにおけるジェンダー平等の実現・不平等の解消に積極的に取り組んでいます

1. 社員の社会貢献活動の積極的な推奨

- ・代表 内山が新経済連盟の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就任
- ・社員が、多様な家族形成が認められる社会の実現を目指すFamieeプロジェクトに協力

2. 社外のジェンダー平等の実現・不平等の解消活動に関する会社としての支援

- ・Famieeプロジェクトへの運営資金の寄付/人的サポート /オフィスの提供

3. LGBTの人たちが働きやすい社内規程の改定・環境の整備

- ・Famiee発行「パートナーシップ証明書」導入



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

ホットリンクのブランド

「SNSマーケティングと言えば、ホットリンク」
としてのブランドを強化してきております

2021年新たに出版



僕らはSNSでものをかう
飯高悠太



アスリートのためのソーシャルメディア活用術
五勝出 拳一, 飯高 悠太



1億人のSNSマーケティング
バズを生み出す最強メソッド
〈SNS検索、インフルエンサー、UGC、ULSSAS〉
飯高 悠太, 室谷 良平



ブランディングを
Twitterで実現!

Twitterのフォロワーを増やす方法:
明日から実践できるがエレンワザ



ブランディングを
Instagramで実現!

Instagramのフォロワーを増やす方法: 明日から実践できるワザ
朝山 高至



データで見抜く
SNSマーケティングの罠

私がエレン

データで見抜くSNSマーケティングの罠 (MarkeZine Digital First)

私がエレン

2021年3月31日発売



ゼロからわかるビジネスInstagram
結果につながるSNS時代のマーケティング戦略
朝山 高至

2021年4月15日発売