

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
2022年3月30日

ホットリンクの存在意義

- 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

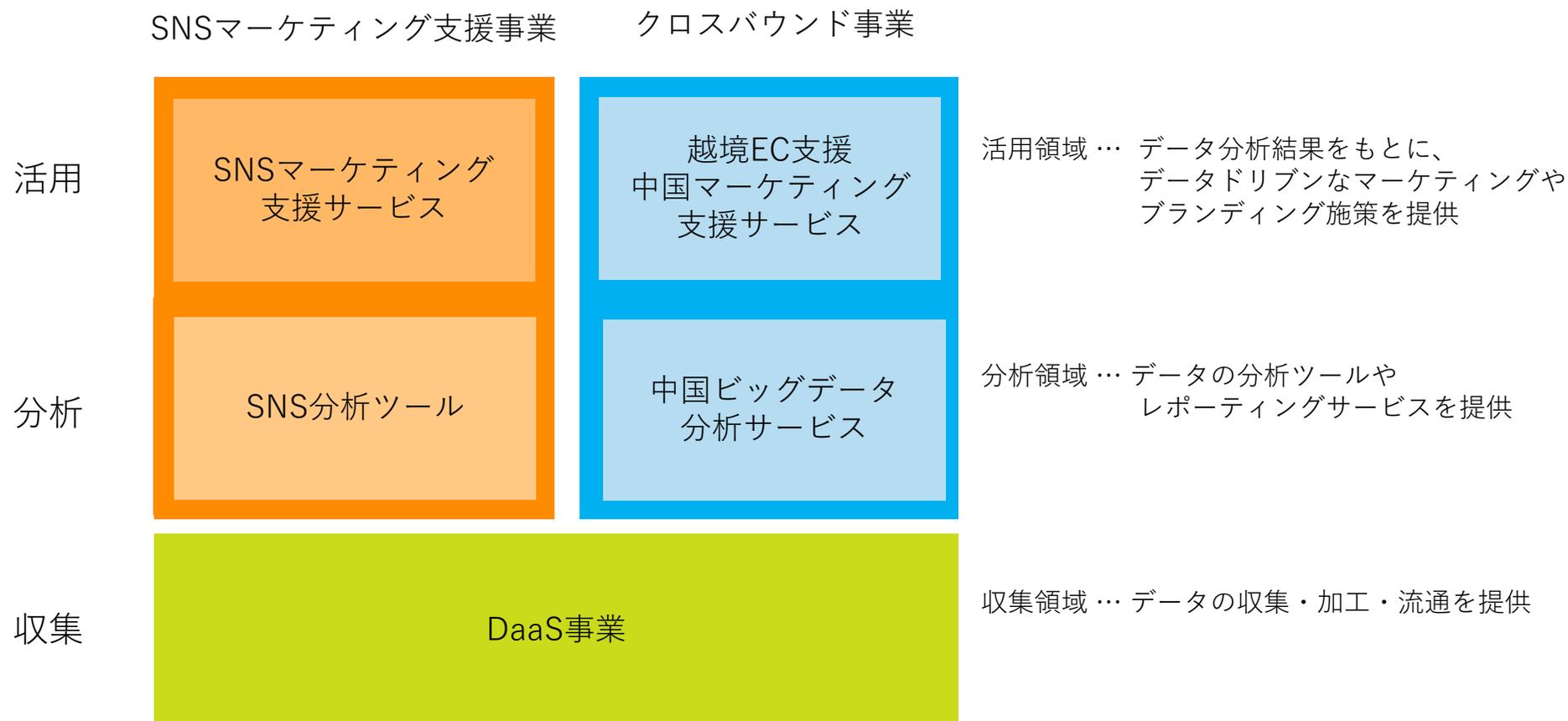
目次

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

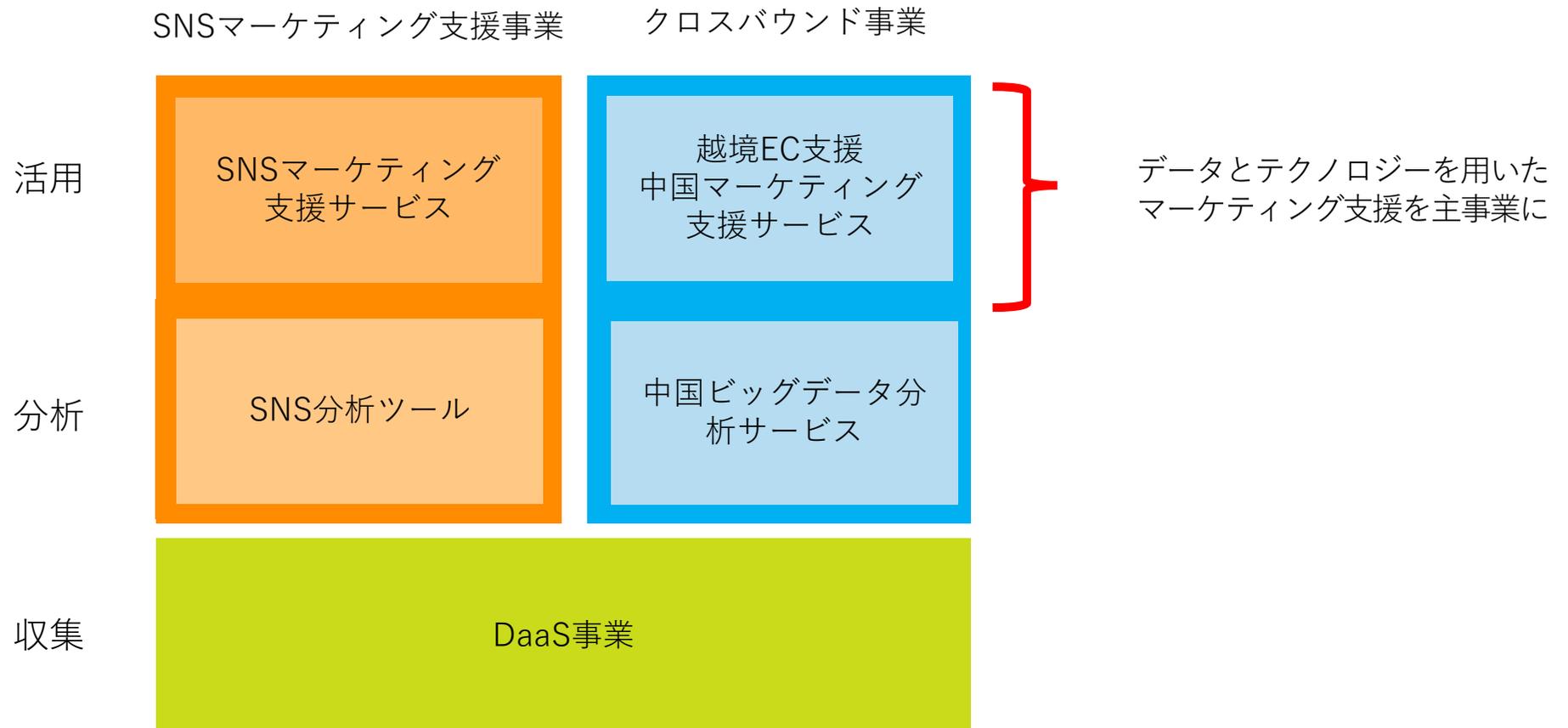
ホットリンクグループの事業概要

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



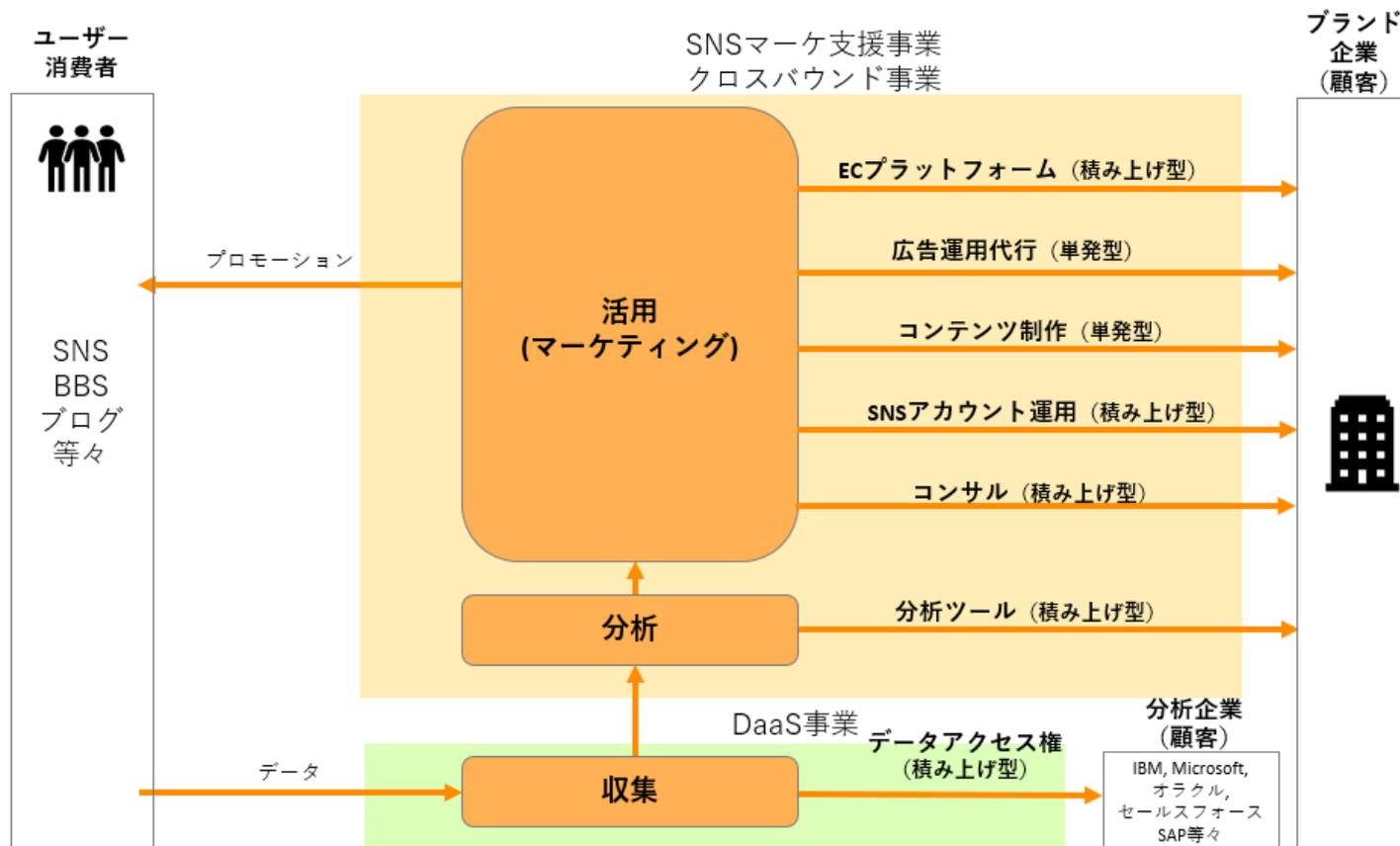
ホットリンクグループの事業概要

活用領域の2事業を、積極投資をしていく 攻めの事業と位置づけ



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、活用 の3領域において、
積み上げ型・単発型、両方のビジネスモデルでサービスを提供、
安定的な収益の確保と、規模の急拡大を両立



事業：SNSマーケティング支援事業

SNSを活用して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

事業：クロスバウンド事業

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



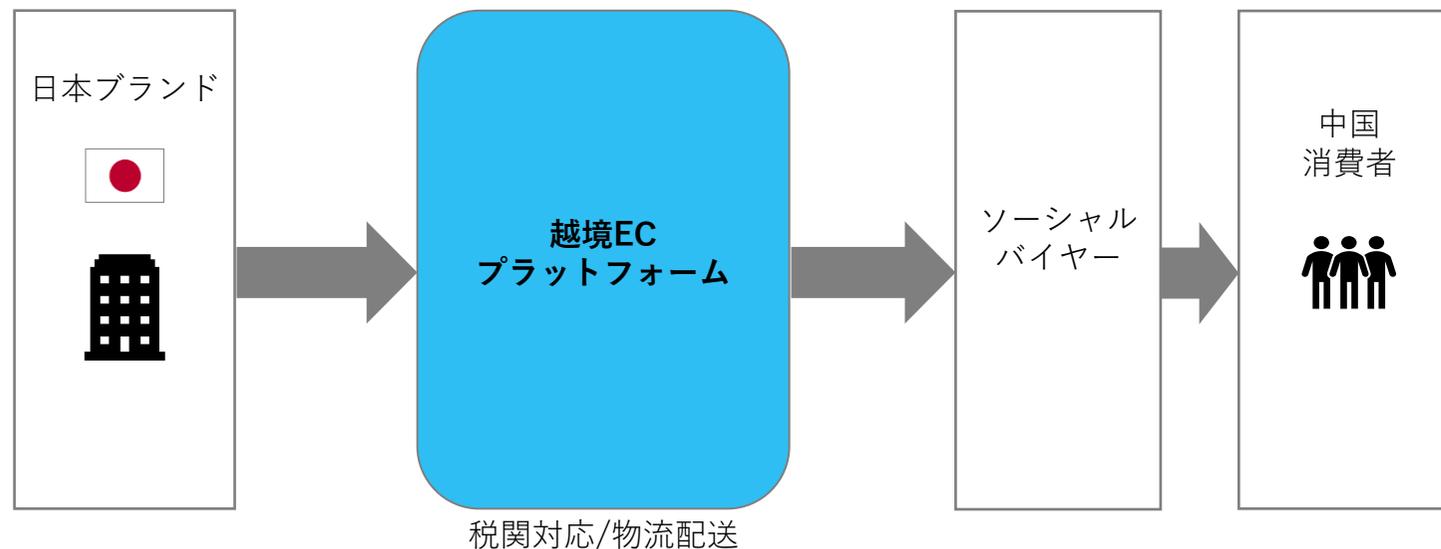
ソニー チャイナ様

他、化粧品、衛生薬品、美容機器 等々 多数

事業：クロスバウンド事業

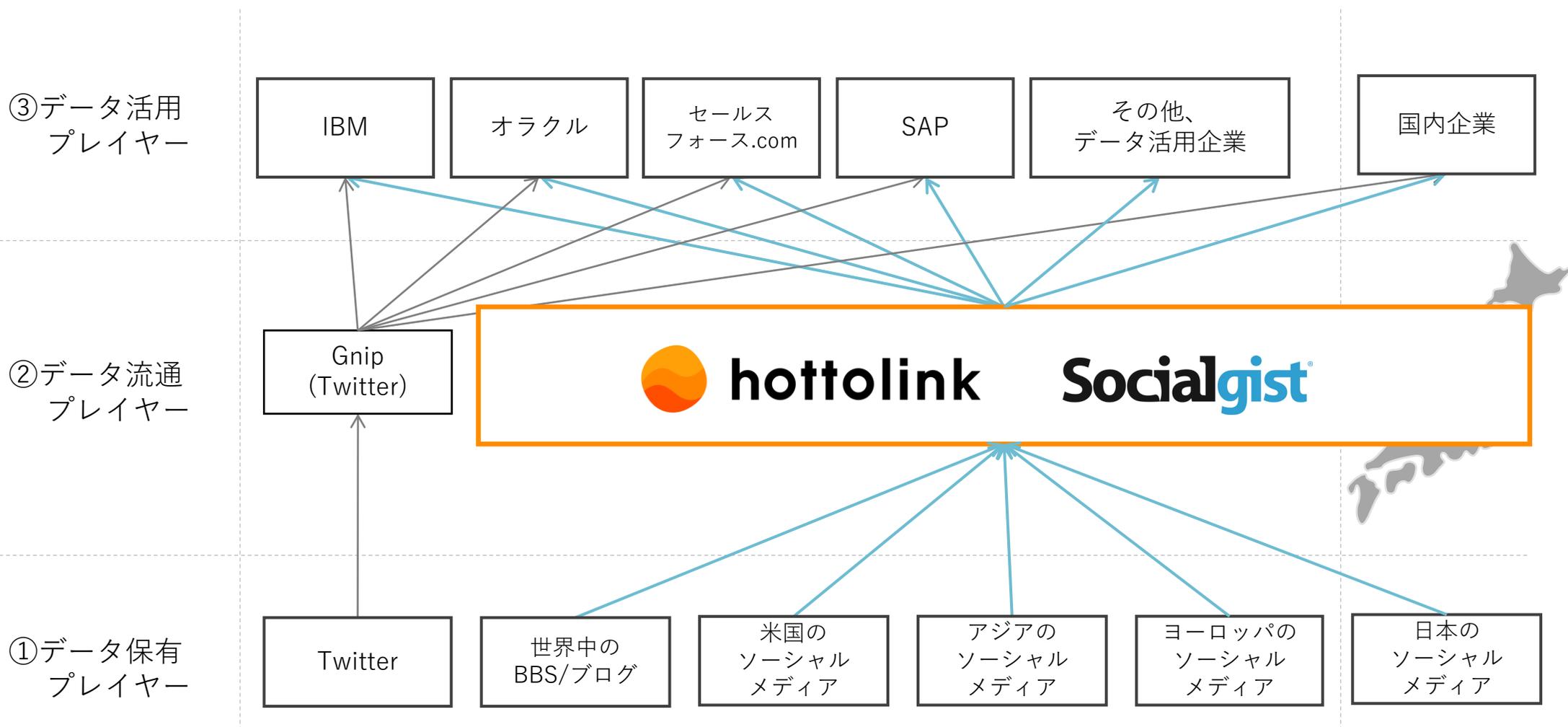
新規事業：越境ECプラットフォームサービスのご紹介

- 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
- 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）



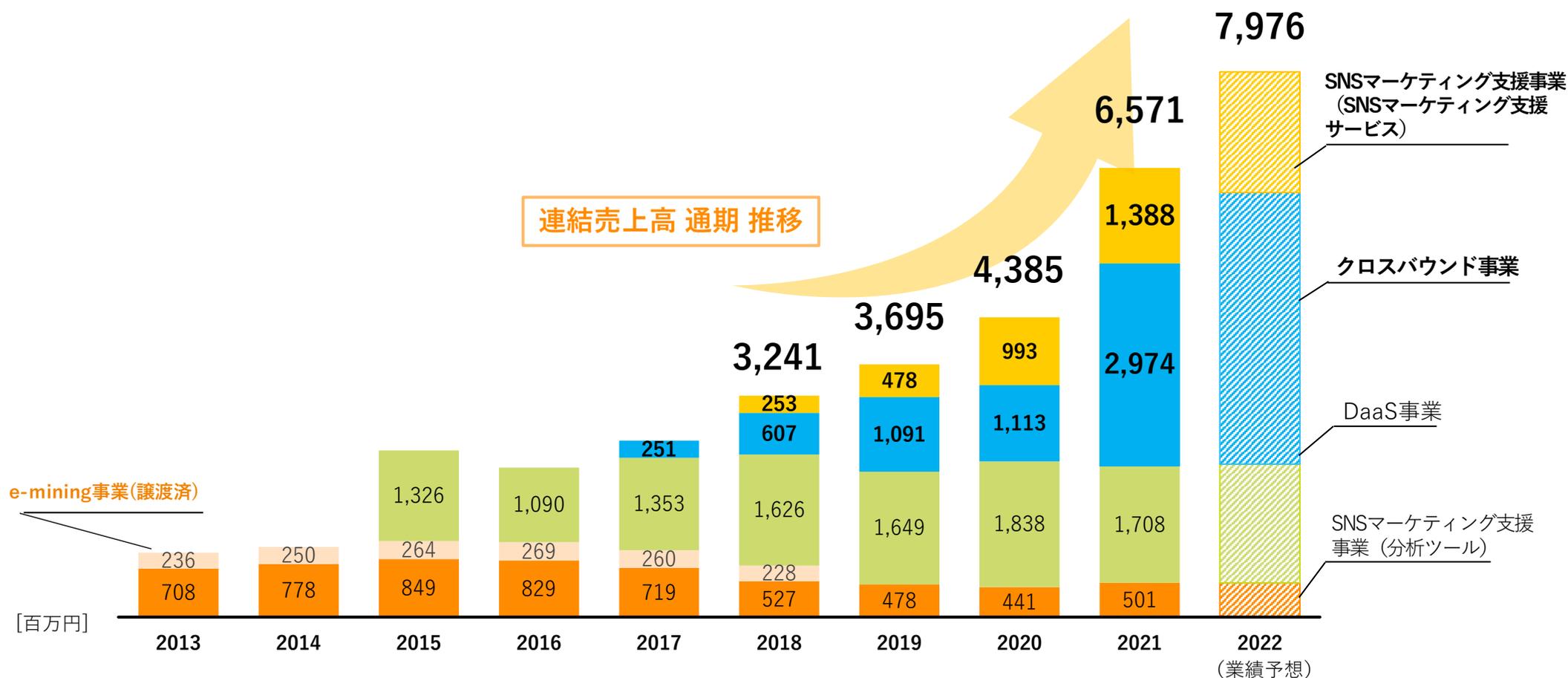
事業：DaaS事業

世界中のSNSデータへのアクセス権を販売



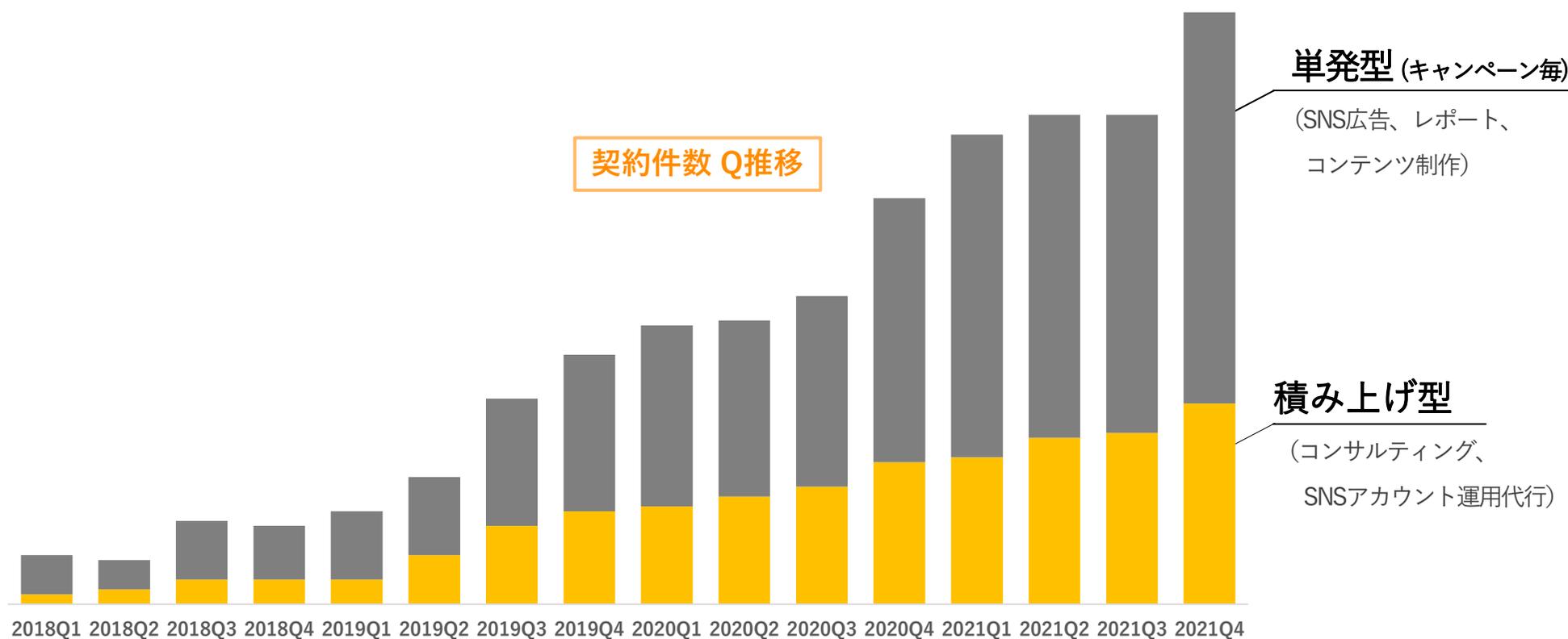
事業別収益の推移

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事業が急伸長し、グループの成長を牽引



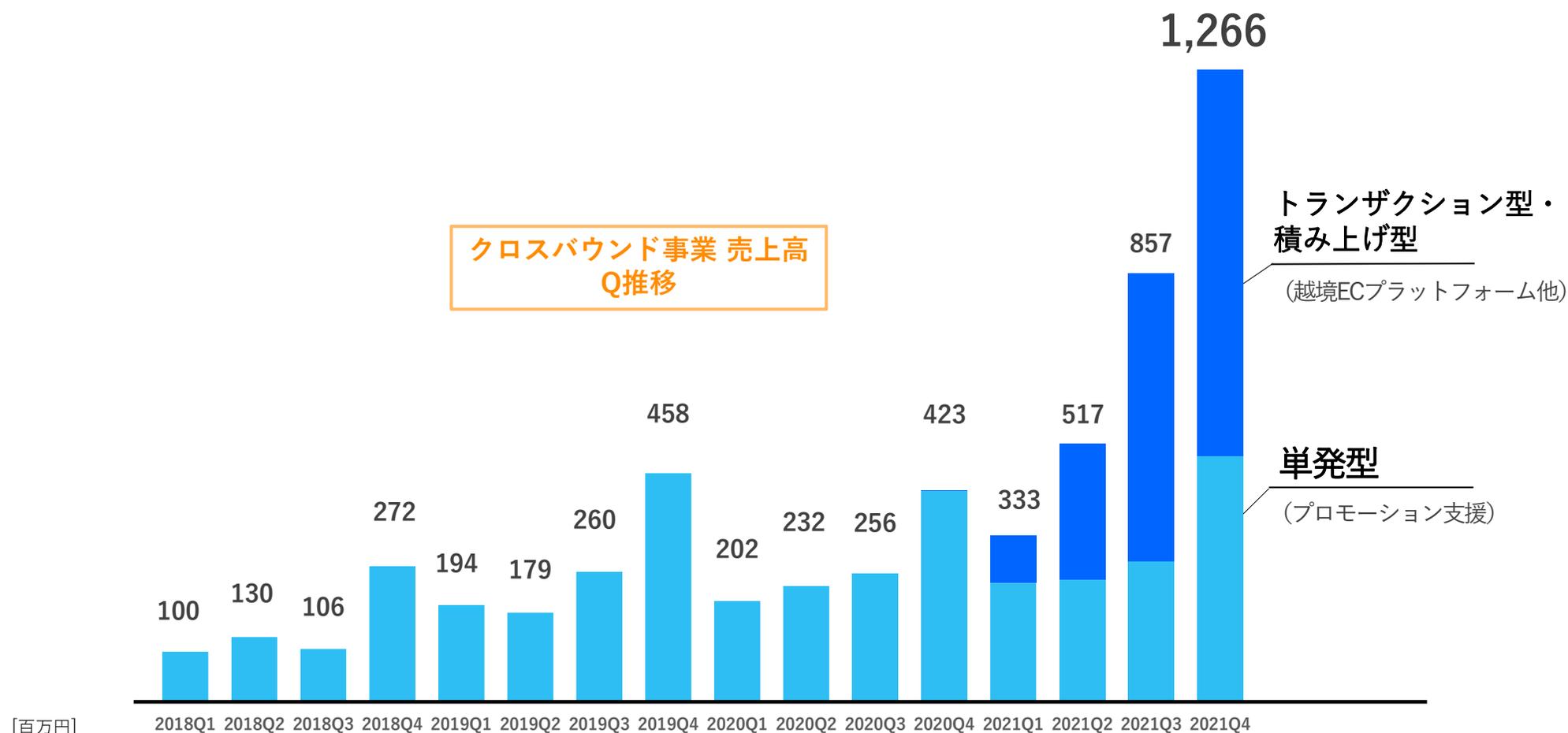
SNSマーケティング支援事業のサービス構成推移

積み上げ型であるコンサル・SNSアカウント運用代行の契約数が着実に増加し、
これに伴い単発型サービス(キャンペーン毎)も増加



クロスバウンド事業のサービス構成推移

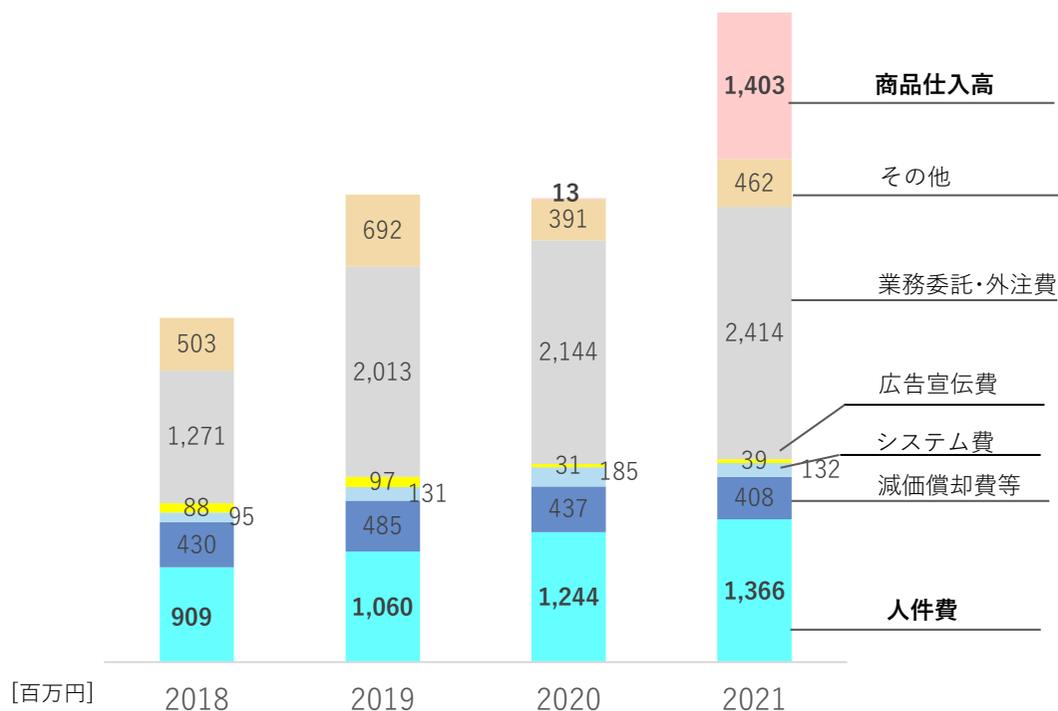
トランザクション型の越境ECプラットフォームの新開発サービスが2021年本格稼働、
既存の単発型サービスに加わり、大きく売上が伸長



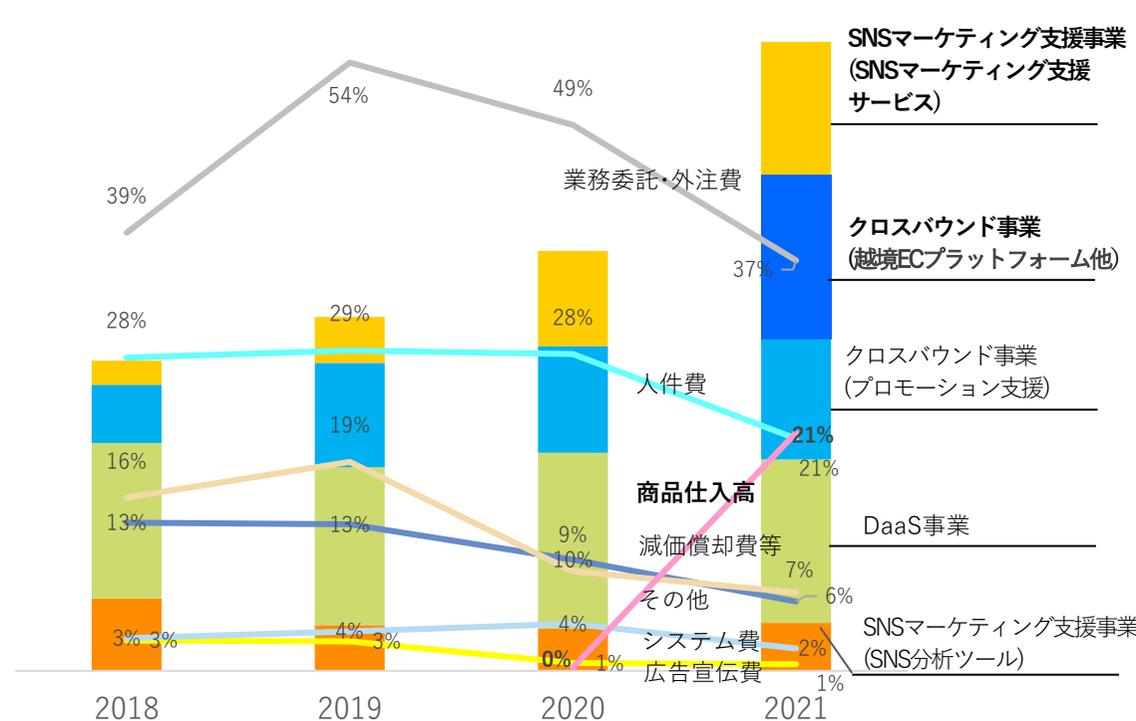
費用構成推移

- 越境ECプラットフォーム新サービスの2021年本格稼働により、商品仕入高を計上する形に変化
- SNSマーケティング支援サービスの成長に必要な人材の採用が順調に進んでおり、人件費が増加
- しかし商品仕入高以外の費用については、売上高に対する比率は抑制

費用構成



売上高に対する費用構成比率



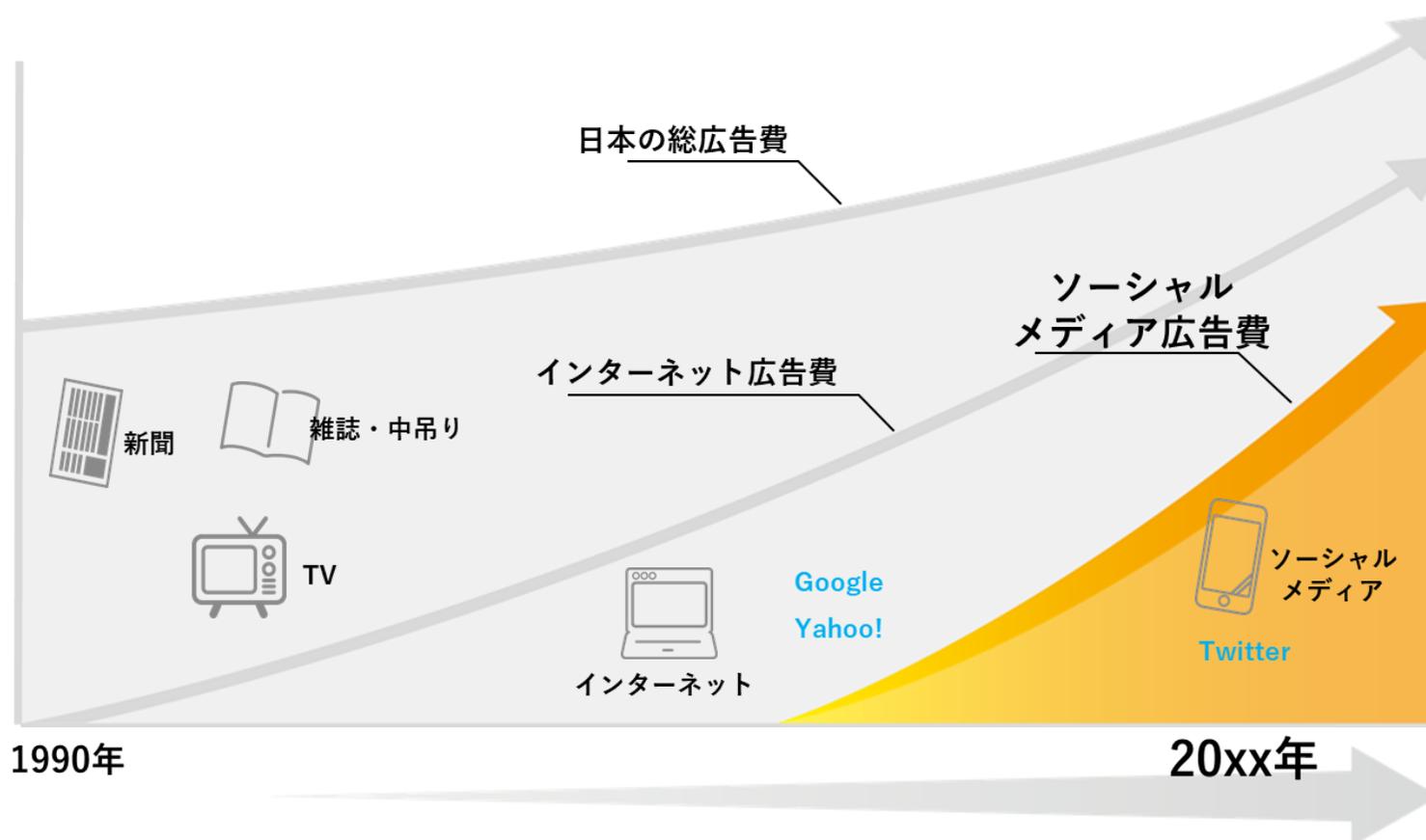
(注) 費用は売上原価と販売費及び一般管理費の合計
 業務委託・外注費は、業務委託費に売上原価の内訳項目の支払手数料を合算
 システム費は、保守メンテナンス料と販売費及び一般管理費の内訳項目の支払手数料を合算

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

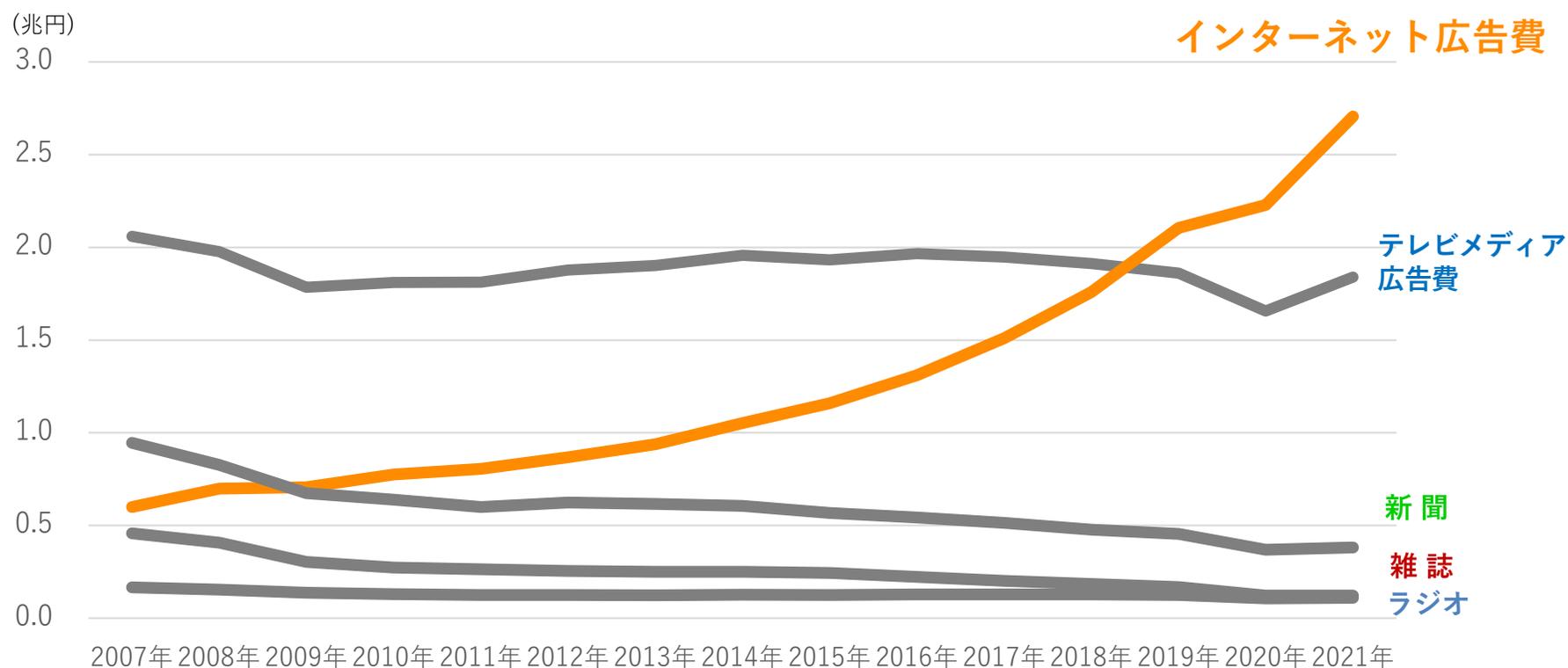
日本の総広告費の中で、インターネット広告市場は拡大
新しい生活様式が浸透し、ソーシャルメディアの重要性が増し、広告市場の次の主戦場に



市場規模 (1) 広告媒体の変遷

日本の広告費

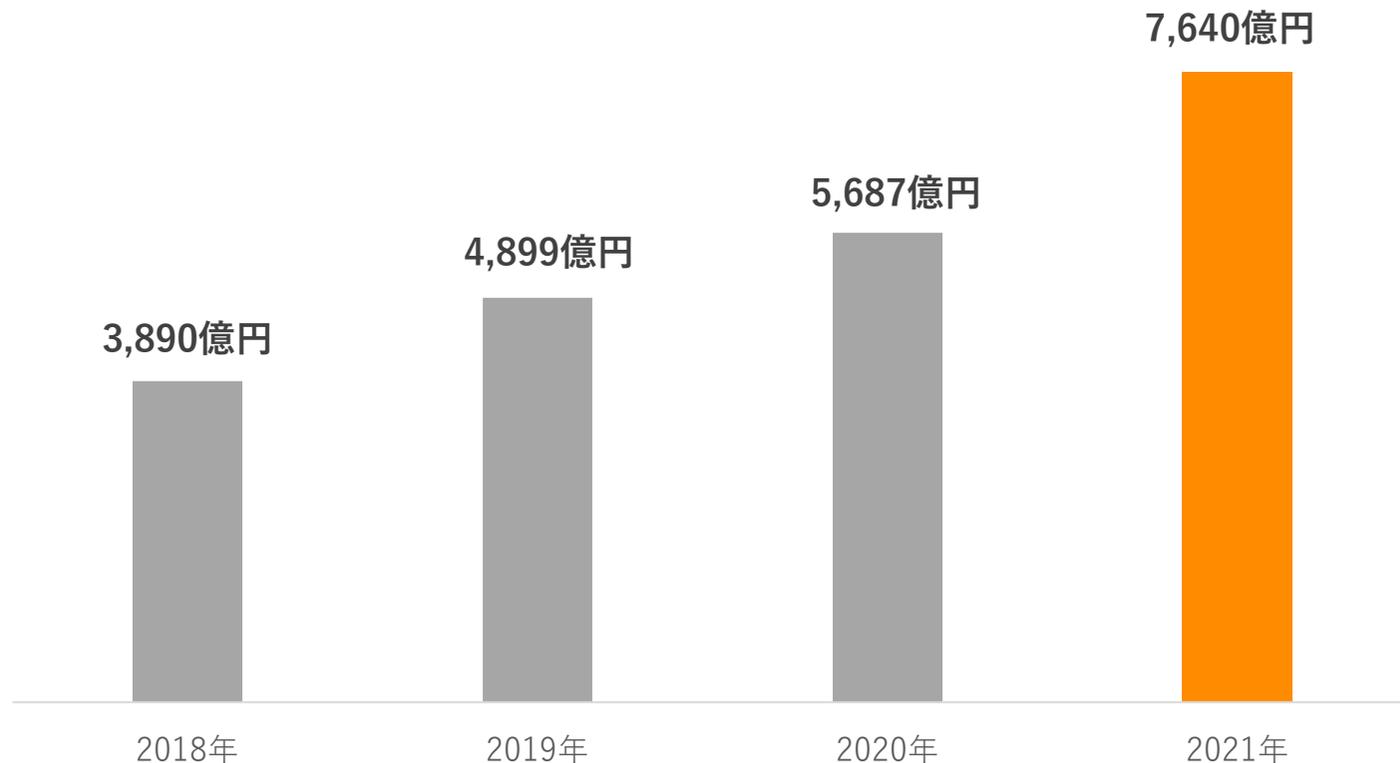
社会のデジタル化が進む中、インターネット広告費の成長は加速
2021年は、2.7兆円（前年比121.4%）



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広告市場

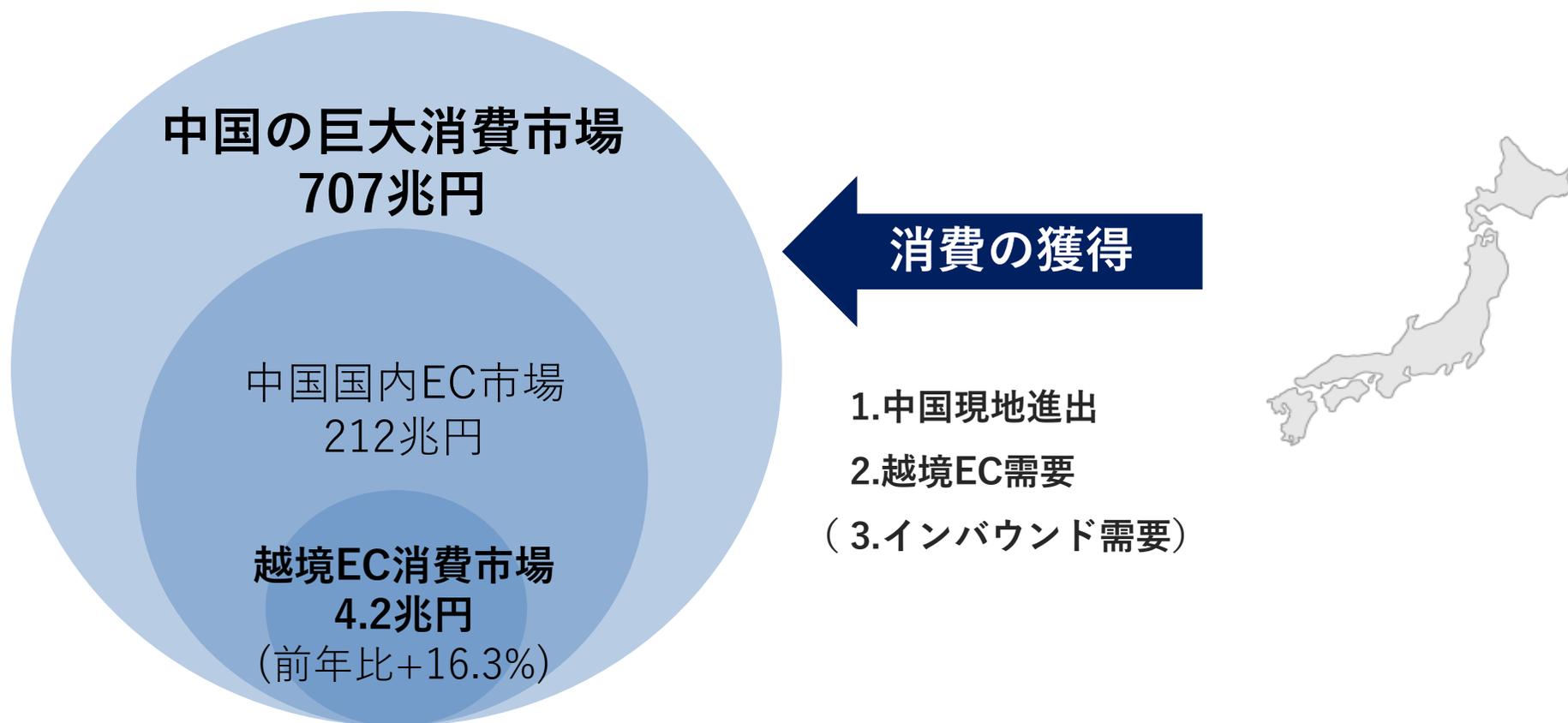
2021年は、7,640億円（前年比134.3%）に成長



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707兆円規模の中国市場は重要。越境EC消費市場だけでも4.2兆円
中国市場においてもSNSマーケティングが重要な役割を担っている



3. 競争優位性

競争優位性 (1) データの収集・分析・活用を統合

過去15年間のデータの収集と分析ノウハウを活用し、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
-

競争優位性 (2) Earned (消費者の声)を軸にしたマーケティング

● 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

マーケティングは、Earned/消費者の声、Paid/広告媒体、Owned/自社媒体の3つの媒体に区分

Earned/消費者の声は、本来コントロールできないため、従来の広告代理店はPaid/広告媒体で広告枠を売ることが主体になる
しかしSNSマーケティングでは、Earned/消費者の声=口コミが非常に大きな影響力を持つ

当社グループは、過去15年間のデータの収集と分析ノウハウを活用し、SNSマーケティングのEarned/消費者の声=口コミを軸に3つの媒体を統合し、顧客の売上増を実現するノウハウを保有



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

再掲：5か年目標発表時の資料

- 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

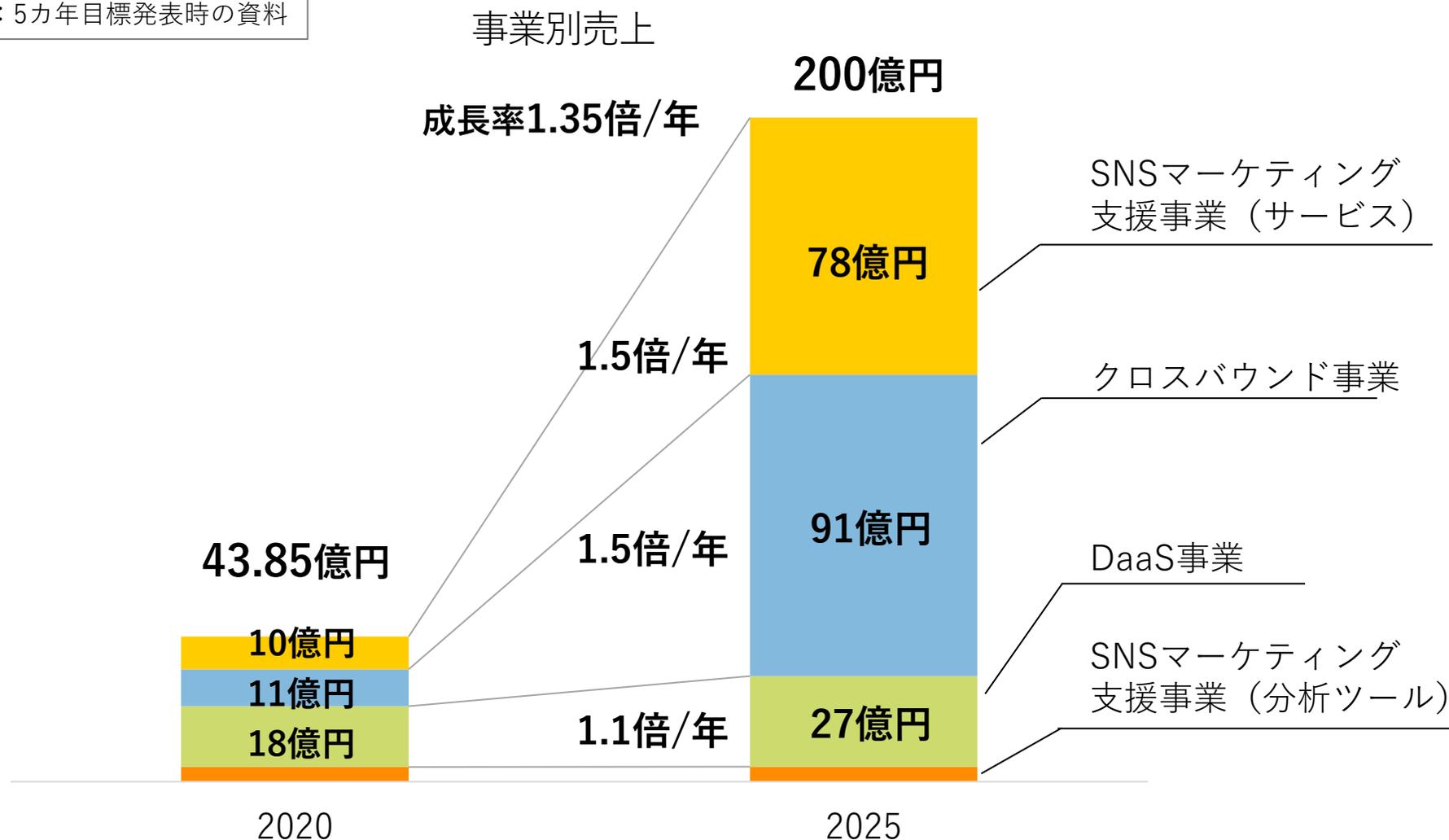
再掲：5か年目標発表時の資料

	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) 5か年目標の将来の事業構成

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

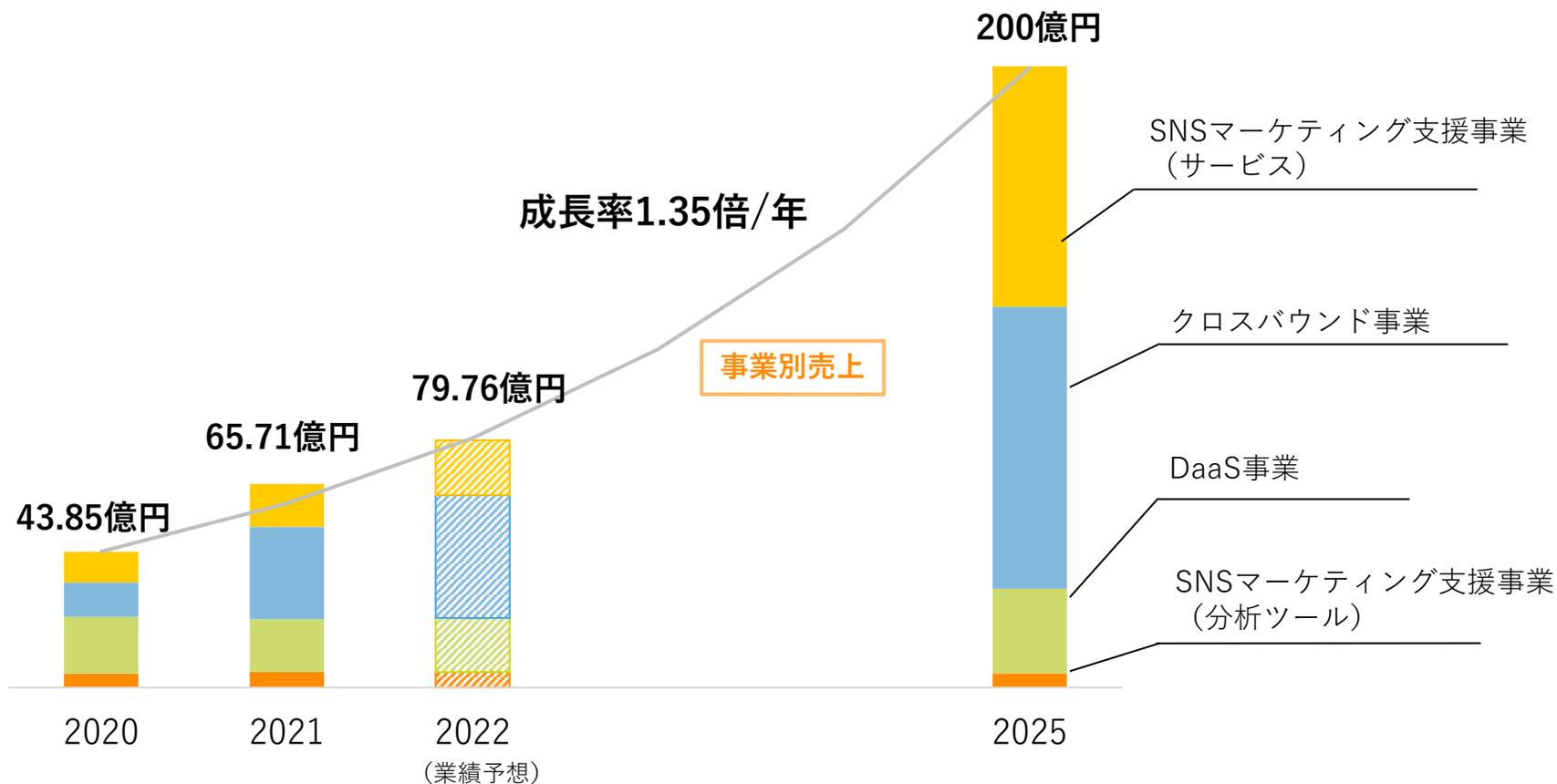
再掲：5か年目標発表時の資料



ホットリンクグループの目線(4) 1年目の進捗

5カ年目標達成に向けて着実に成長

2025年にグループ全体で売上高200億円を目標
2020年からの年平均成長率(CAGR)は1.35倍になるが、1年目となる2021年は好調に成長し、
1.35倍を上回る結果となった

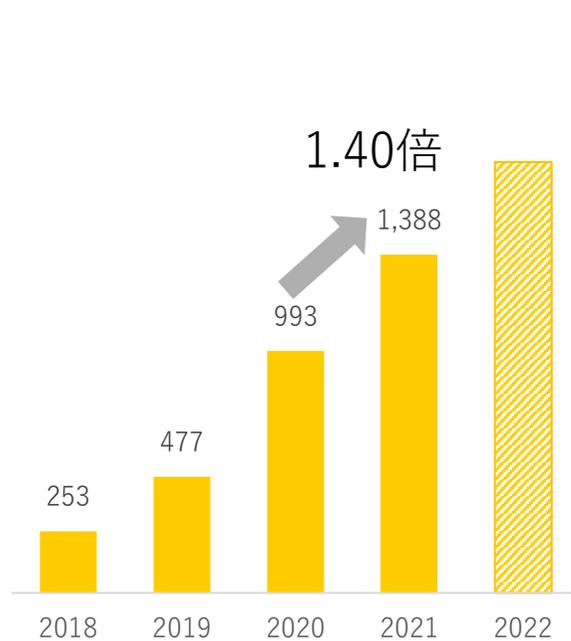


ホットリンクグループの目線(5) 1年目の進捗

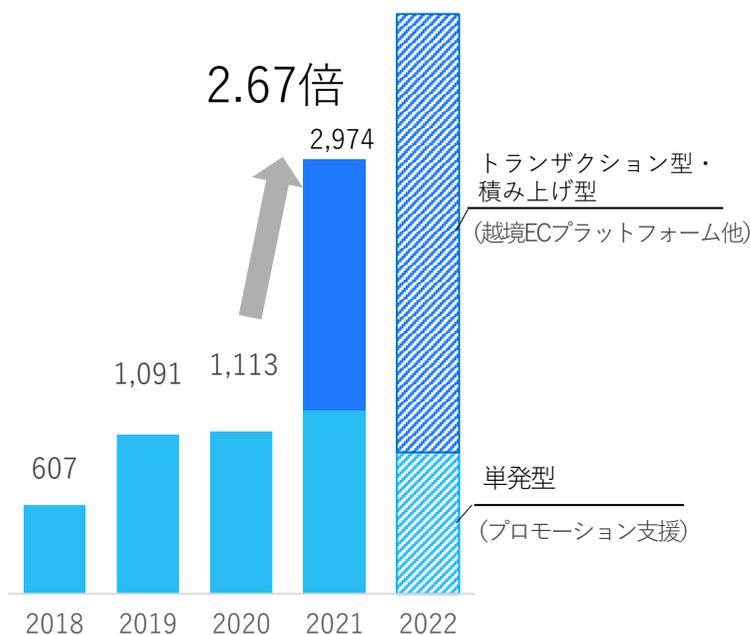
事業別の進捗状況

- SNSマーケティング支援事業(サービス)は、2021年は1月～9月の9ヶ月間がほぼ緊急事態宣言中であり店舗系顧客のキャンペーン減少というマイナス影響を受けたものの、前年比1.40倍の成長となり、年平均成長率(CAGR) 1.5倍の想定に対して堅調な結果となった
- クロスバウンド事業は、越境ECプラットフォームサービスが大きく成長、年平均成長率1.5倍を上回り、前年比2.67倍となった
- DaaS事業は、Q2にSNSデータアクセス権の1つが契約終了したため、年平均成長率1.1倍の想定に対して前年比△7.1%となった

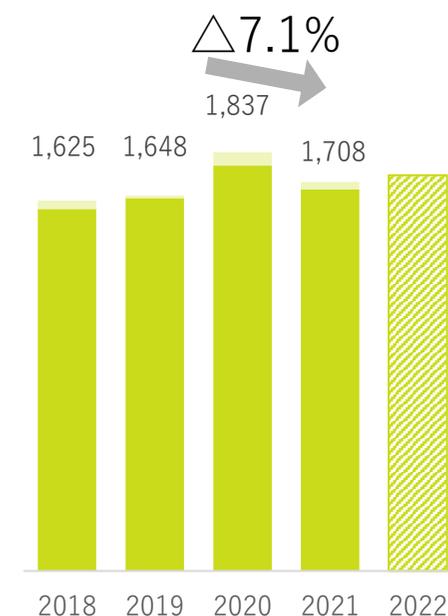
SNSマーケティング支援サービス
売上高 通期 推移



クロスバウンド事業
売上高 通期 推移



DaaS事業
売上高 通期 推移



[百万円]

(注) 各グラフの2022は、2022年2月9日開示の業績予想を構成する事業別の売上。数値は非開示

SNSマーケティング支援事業の戦略と施策

- **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年の施策と振り返り**
 - Twitterに続き、Instagram支援の案件拡大
 - Instagram支援の案件が徐々に増加
 - 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
 - 2ランクアップ、16位。SNS専門代理店の中ではトップ
 - 積み上げ型サービス(コンサルティング&アカウント運用)を収益の安定基盤とする
 - 安定基盤として着実に増加(参考：P.12 SNSマーケティング支援事業のサービス構成推移グラフ)
- **2022年の施策**
 - 媒体の拡大 → TikTokサービスチーム設置
 - 顧客規模の拡大&受注増への体制増強

クロスバウンド事業の戦略と施策

- **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年の施策と振り返り**

- ・ 越境ECプラットフォーム事業の加速
 - 成長加速し、クロスバウンド事業の売上高 前年比 2.67倍の牽引役となった
(参考：P.28ホットリンクグループの目線(5)1年目の進捗)
- ・ 新サービスの拡販（ターゲットサンプリング（意中盒 -SURPRISE BOX-））
 - 意中盒の案件が順調に増加
- ・ 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
 - 中国SNS・EC分析サービス「数慧洞見-Data Vision-」を開始

- **2022年の施策**

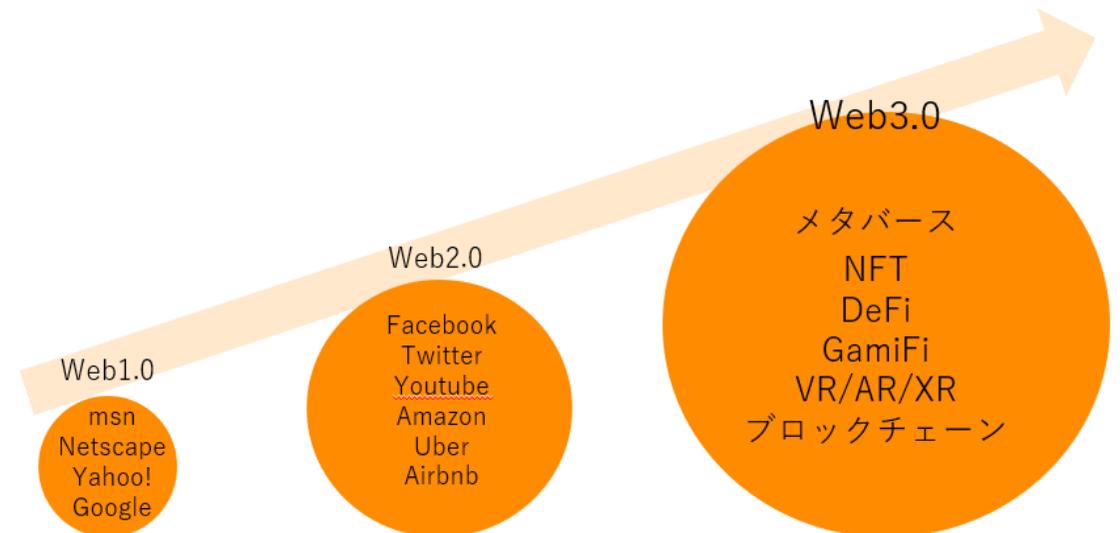
- ・ 事業規模の更なる拡大を狙い、主力サービスを越境ECプラットフォームとし注力

取り巻く状況の変化(1) 無視できない環境変化の兆し

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

- 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
- 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カ年目標に更に上乗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。しかし、適応する準備をしておく必要がある

facebook → 社名変更 → Meta



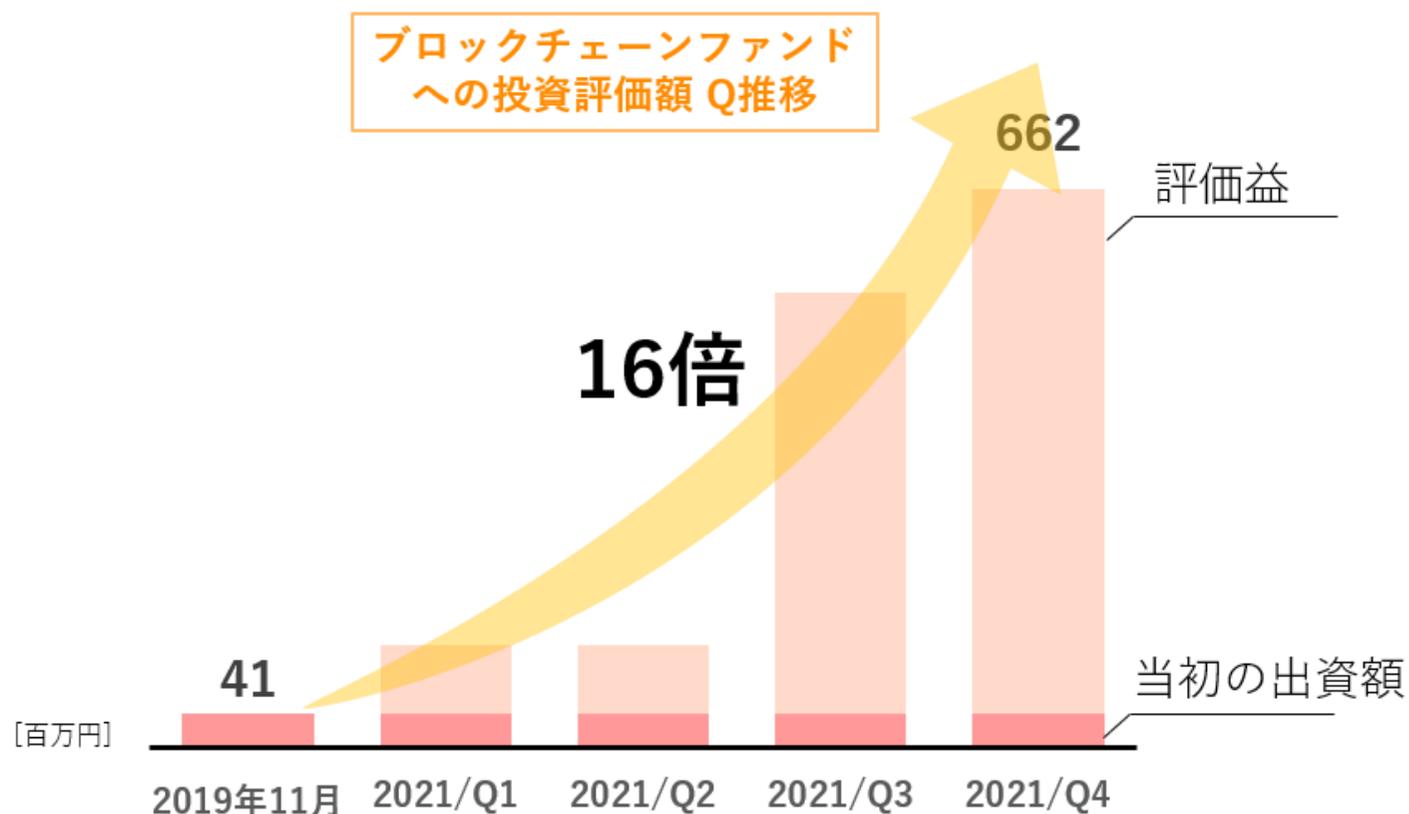
取り巻く状況の変化(2)ブロックチェーン技術への取り組み

中長期的な事業の種まきを目的に
2018年からブロックチェーンの調査・研究に取り組んできた

これまでの取り組み	
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

取り巻く状況の変化(3)ブロックチェーン技術への取り組み

調査目的で出資したファンドを通じ世界のWeb3企業へ投資、
資産価値は2年で16倍になった



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



1inch

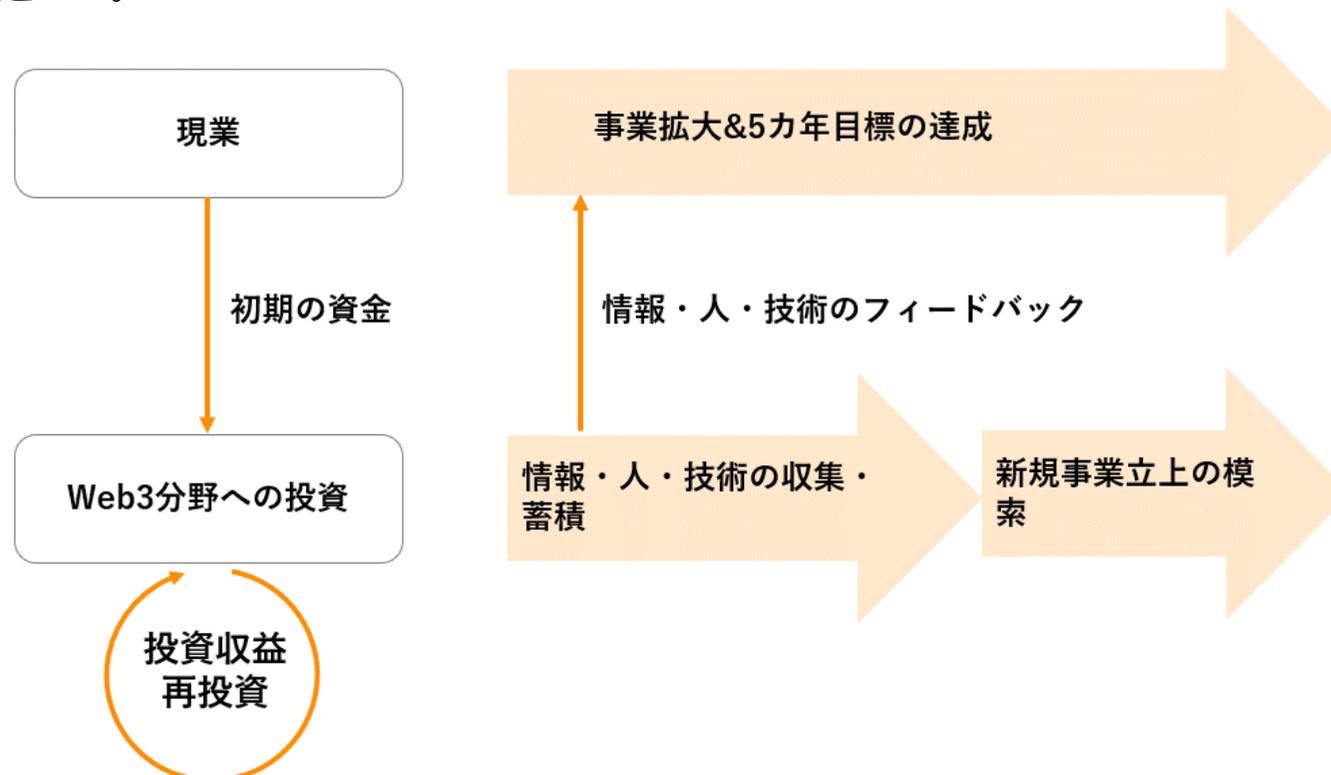


Mythical Games

取り巻く状況の変化(4) Web3分野への投資を事業化

事業機会を探る調査フェーズから、投資事業開始フェーズへ

- ブロックチェーン技術に関して、まずは投資事業として当期中に開始を予定。（期中に新セグメントを設置）しかし業績予想が困難なため、現時点の業績予想には織り込まず。
- 事業立上げに向けて、2021Q4に投資枠 3百万USドルを追加設定、内1百万USドルをブロックチェーン・スタートアップを対象とする投資ファンドに出資済。
- 投資事業の考え方としては、基本はこれまでどおり現業の事業拡大に注力。初期の資金を使ってWeb3分野へ投資し、収益を再投資。金銭リスクを限定させた上で、得られる情報・人脈・技術を現業にフィードバック、環境変化への対応準備を進める。



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

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の次回開示は、
2023年3月を予定しています。