

|| 企業調査レポート ||

## ホットリンク

3680 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年11月14日(火)

執筆：客員アナリスト

**茂木稜司**

FISCO Ltd. Analyst **Ryoji Mogi**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

■ 要約	01
1. 2023年12月期第2四半期の業績動向	01
2. 2023年12月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	04
3. ビジネスモデルと強み	08
■ 業績動向	10
1. 2023年12月期第2四半期の業績概要	10
2. 事業別の動向	11
3. 財務状況と経営指標	13
■ 今後の見通し	15
1. 2023年12月期の業績見通し	15
2. 事業別の見通し	16
3. 事業環境	18
4. Nonagon Capital を通じた Web3 関連投資	19
■ 中長期の成長戦略	20
1. 5ヶ年目標の廃止	20
2. 事業の方向性	20
■ 株主還元策	22
■ SDGs への取り組み	22

## ■ 要約

### 2023年12月期第2四半期は売上高過去最高を更新。 外部環境の変化に対応した機動的な事業ポートフォリオを創造し 既存事業の拡大と新規事業の中長期的な収益貢献を実現する

ホットリンク<3680>はソーシャルメディアデータを活用したデジタルマーケティング支援サービスを主に展開するIT企業である。主要子会社として、大手ソーシャルメディアのデータアクセス権販売を行う米Effyis, Inc. (エフィウス) や、Web3分野への投資運用を行う子会社(同)Nonagon Capitalがある。

#### 1. 2023年12月期第2四半期の業績動向

2023年12月期第2四半期の連結業績は、売上高2,225百万円(前期比34.3%減)、営業利益89百万円(同26.0%増)、税引前利益は192百万円(前年同期は90百万円の損失)、親会社の所有者に帰属する四半期利益は148百万円(前年同期は60百万円の損失)となった。既存事業の深化と新たな事業機会の探索による「両利きの経営」を通じて各事業が堅調に推移し、売上高は過去最高を更新した。なお、前期にクロスバウンド事業を売却したため、2023年12月期より「SNSマーケティング支援事業」「DaaS事業」「Web3関連事業」の3事業となった。同社では、外部環境の劇的な変化に対して機動的なプロダクトポートフォリオの見直しを進めており、中核のSNS事業及び中長期的な成長分野と位置付けるWeb3関連事業への投資に加え、今後は事業シナジーの創出に取り組む方針だ。

#### 2. 2023年12月期の業績見通し

2023年12月期の業績見通しは、売上高で4,846百万円(前期比16.1%増)、営業利益で99百万円(同95.1%減)、税引前利益で85百万円(同95.3%減)、親会社の所有者に帰属する当期利益で69百万円(同96.1%減)としている。前期比の数値は、クロスバウンド事業の売却に伴い、同事業を除く実績値を使用した。なお、2022年12月期の営業利益にはクロスバウンド事業の一部売却による特殊要因1,899百万円が含まれている。クロスバウンド事業の実績及び売却益を除外すると営業減益となるが、中期目標の実現に向けた積極投資による一過性の減益である。2023年12月期第2四半期は、売上高は計画どおりに推移しており、営業利益については計画を上回る進捗となっている。しかしながら、SNS業界をとりまく環境変化が激しいことから通期業績見通しは据え置いている。5ヶ年目標の廃止に伴い外部環境の劇的な変化に対して機動的な経営判断が可能となり、通期見通しの進捗も上振れしていることから計画達成の蓋然性はあると弊社では見ている。

要約

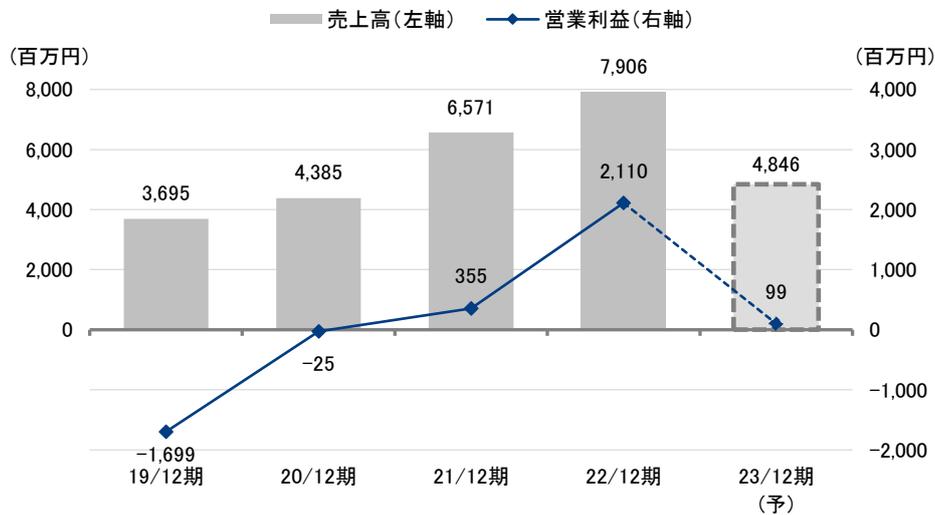
### 3. 中長期の成長戦略

同社は中長期の成長戦略として5ヶ年目標を掲げていたが、外部環境の変化に対する機動的な経営判断においては制約となる側面があった。そのため、5ヶ年目標の廃止を決定した。これにより既存・新規事業領域の劇的な環境変化にスピード感をもって適応し、企業価値のさらなる向上を実現しやすくなる。足元では(株)wevnaのSNS広告事業及び一部メディア事業(fasme)を譲受しており、SNS広告(獲得系)やGoogle等の検索連動型広告のサービス提供により、認知から購買フェーズまでワンストップサービスの提供が可能となった。このような事業領域の拡大を経て同社の強みはさらに増強され、今後のシェア拡大や収益拡大を後押しするものと弊社では考える。

#### Key Points

- ・ 2023年12月期第2四半期は過去最高の売上高を更新。既存事業の深化と新たな事業機会の探索による「両利きの経営」を通じて各事業が堅調に推移
- ・ 2023年12月期の業績見通しは据え置き。第2四半期末までの進捗状況は上振れしていることから、通期計画達成の蓋然性あり
- ・ 事業売却や外部環境の変化を要因として「5ヶ年目標」を廃止。統合マーケティングを提供する企業として成長市場での競争優位性を高める

#### 業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 「両利きの経営」で既存事業の深化と新規事業の探索を両立。 事業ポートフォリオの機動的な組み換えが成長の原動力に

#### 1. 会社沿革

同社は、2000年6月に現代表取締役グループCEOの内山幸樹（うちやまこうき）氏が「知識循環型社会のインフラを担い、世界中の人々が“HOTTO（ほっと）”できる世界の実現に貢献する」という存在意義を掲げて設立した。内山氏は大学院在学中の1995年に日本で最初期の検索エンジンとなる「日本サーチエンジン」の開発プロジェクトに参加するなど、インターネット市場の黎明期からその技術開発に携わってきた経歴を持つ。

2000年後半以降、インターネット業界で個人のブログや「2ちゃんねる（現5ちゃんねる）」といったソーシャルメディアが急速に普及し始めたことを契機に、同社はソーシャルメディアに書き込まれる投稿記事をベースとした分析サービスを展開する。2005年にブログの分析を開始したのを皮切りに、2008年には（株）ガーラバズから電通/バズリサーチ事業（ソーシャルビッグデータの分析事業）を譲受し、現在の主力サービスの1つであるソーシャルメディア分析ツール「BuzzSpreader Powered by クチコミ@係長」（以下、クチコミ@係長）の提供を本格的に開始した。

また、2012年にはソーシャルリスク・モニタリング事業「e-mining」を提供していたガーラバズを完全子会社化（同年、吸収合併）し、同サービスもラインアップに加えた。ただ、同サービスを中心としたリスクマネジメント関連事業については2018年10月に会社分割によって（株）リリーフサイン※に承継し、同年12月に株式の過半数以上を（有）エスフロントに売却した。株式売却後の出資比率は34%であったが、2020年に入って追加売却し出資比率は24%となっていた。2022年6月に公表したマスターピース・グループ（株）との資本業務提携に伴い、リリーフサインの保有株式の全てを同社の発行する新株と交換した。これにより、リリーフサインはマスターピース・グループの完全子会社となり、2022年12月期第2四半期において同社の持分法適用関連会社から除外することとなった。

※ 同社とマスターピース・グループはエスフロントとの合併会社としてリリーフサインを設立し、リリーフサインはマスターピース・グループの連結子会社となった。

### 会社概要

同社は、2013年に(株)トレンド Express (旧(株)ホットリンクコンサルティング)を設立した。2015年にはソーシャルデータ流通企業の大手で、大手 SNS のソーシャルデータへのアクセス権保有・販売を行う Effyis を子会社化し、海外での事業基盤を構築した。また、中国からの訪日観光客が急増したことを契機に、トレンド Express でインバウンド消費のトレンドを SNS 上の口コミデータから分析する定期レポート「中国トレンド Express」の提供を 2015 年から開始したほか、中国市場での Web プロモーション支援サービス「トレンド PR」や中国向け越境 EC サービス「越境 EC X」を 2017 年以降に相次いで立ち上げるなど中国市場をターゲットとした事業拡大を推進した。2020 年 1 月には中国市場での事業展開を強化すべく、トレンド Express の中国子会社と事業パートナーであった普千(上海)商務諮訊有限公司を経営統合し、新たに数慧光(上海)商務諮詢有限公司をトレンド Express の 100% 子会社として設立した。2022 年 11 月には、グループリソースの効率的な活用と企業価値の最大化を目的に、同社が保有するトレンド Express の株式をトレンド Express へ一部譲渡した。これに伴い、トレンド Express は連結子会社から除外され、その後社名を(株)NOVARCA へ変更した。譲渡の対象外となった株式は引き続き保有し、NOVARCA との事業シナジーを深耕することで、さらなる企業価値向上を進める方針だ。

2022 年 5 月には、Web3 関連事業の本格立上げに向けて、投資事業を行う子会社として Nonagon Capital を設立した。今後の拡張性を調査するためにパイロット・ファンド(プロジェクト)として運用を開始する方針であり、これまでの Web3 分野での取り組み成果・ネットワークを有効活用することに加えて、海外でのネットワーク強化も図る。また、2023 年 2 月には、SNS マーケティング支援事業の「深化」を目的に、wevnal より SNS 広告事業及び一部メディア事業(fasme)を譲受した。wevnal の SNS 広告(獲得系)や Google 等の検索連動型広告に関する運用ノウハウ及び人材と、同社が有するビッグデータの収集・分析・活用を通じた SNS 活用におけるノウハウ及び人材を融合し、既存顧客への新サービスの提供、新規顧客開拓などのシナジーを見込む。

## 2. 事業内容

同社の事業は、SNS マーケティング支援事業・DaaS 事業・Web3 関連事業に大別される。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る。そして、既存事業の深化と新たな事業機会の探索による「両利きの経営」により、高成長率を実現する事業ポートフォリオを構築している。2022 年 11 月には、グループリソースの効率的な活用と企業価値の最大化を目的に、クロスバウンド事業を売却し連結子会社から除外した。クロスバウンド事業の売却で得た資金を既存事業と新規事業へ投資することで、外部環境に左右されない独自成長を実現する事業ポートフォリオの創造を目指す方針だ。

### (1) SNS マーケティング支援事業

ホットリンクで展開する同事業には、国内向けの SNS 広告・SNS 運用コンサルティングと、SNS 分析ツール「クチコミ@係長」がある。2023 年 12 月期第 2 四半期の売上構成比では SNS 広告・SNS 運用コンサルティングが 36.6%、SNS 分析ツールが 9.7% となった。企業の SNS 活用などの需要は旺盛であり、市場の成長に伴い獲得できる領域も広がっている。また、wevnal から SNS 広告及びメディア事業を事業譲受したことでサービスの領域が拡大し、市場の成長を獲得できる受け皿が広がっていると言える。これらを背景に SNS 広告・SNS 運用コンサルティングの割合は、今後さらに拡大する見込みである。

#### 会社概要

SNS マーケティング支援事業では、主に X (旧 Twitter) を活用したマーケティング支援サービス (SNS 広告代理販売・SNS 運用コンサルティング) を展開する。SNS 運用コンサルティングでは、保有するソーシャルビッグデータと長年蓄積してきたノウハウや独自メソッドを生かして、顧客企業の商品の認知度拡大や売上アップにつながる施策を X (旧 Twitter) などでも実施している。サービス構成は、SNS 広告・レポート・コンテンツ制作からなるフロー型と、コンサルティング・SNS アカウント運用代行からなるストック型に大別される。ストック型であるコンサルティング・SNS アカウント運用代行の契約数が着実に増加しており、これに伴いフロー型サービスの受注も増加する好循環が生まれている。

顧客企業は食品・飲料、美容・コスメなど BtoC 企業を中心に幅広い業種にわたり、企業規模としては売上高で 1,000 億円前後の企業が多い。それ以上の大企業になるとテレビ CM などを利用する企業が多く、大手広告代理店との関係構築が既にできあがっており、参入するにはハードルが高いためだ。ただ、SNS 広告運用のパフォーマンスについては大手広告代理店よりも勝っており、大手自動車メーカーから受注したケースもある。足元では、Fintech 及び通信など景況感に左右されない業種の比率を高め、顧客ポートフォリオの拡充を図っている。また、顧客単価の上昇・新規顧客獲得に向けた取り組みとして、業種業界の垣根を超えたライアンスを実施する方針である。

SNS を使った効果的なプロモーション施策として、同社は UGC (User Generated Contents : ユーザーが発信する口コミなどのコンテンツ) を増やすことが重要と考えており、UGC の発生に伴って起きる一連の消費者の購買行動プロセスを「ULSSAS (ウルサス)」として体系化している。具体的には、起点となる UGC (X (旧 Twitter) 上での投稿) に、それを見たフォロワーが Like (いいね!) を付ける。そして、SNS 内での検索 (Search1) や、Google などの検索エンジンを使って商品を確認し (Search2)、購入 (Action) する。その後 X (旧 Twitter) 上で拡散 (Spread) する。このような一連のプロセスを循環させることで、顧客企業の商品の売上アップを図る。

この循環プロセスを効率的に作り上げるには、同社が長年蓄積してきた成功パターンから編み出した独自メソッドがカギを握っており、他社との差別化要因となっている。例えば、X (旧 Twitter) の情報収集だけでなく、ブログやほかの口コミサイトなど様々なデータを組み合わせて分析し、AI によって自動抽出した最適な UGC 発信者に対してプロモーション対象商品の広告を配信している。このため、同社のマーケティング支援サービスは費用対効果の高いサービスとして注目されており、リピート率も 70% 以上と高く、「X (旧 Twitter) マーケティング」と言えば「ホットリンク」というブランドを確立している。

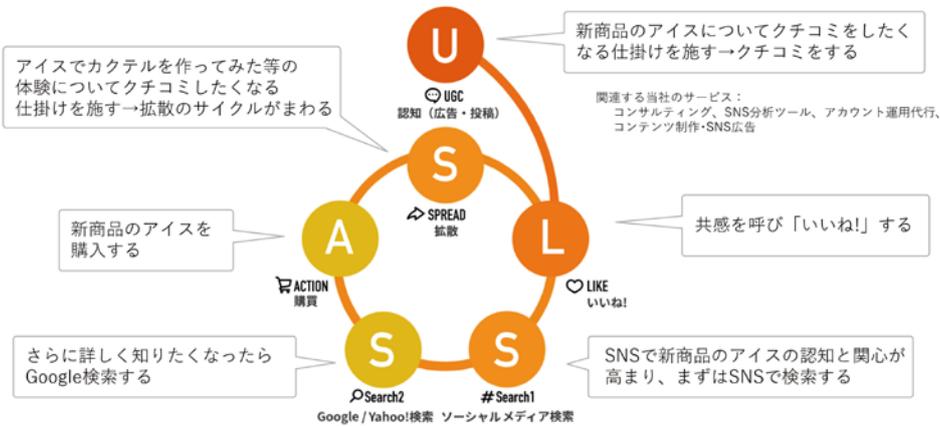
一方、SNS 分析ツールとなる「クチコミ @ 係長」の特長は、国内最大級のソーシャルメディアデータを保有し、トレンド分析や属性分析などを簡単操作、かつリアルタイムに実行できること、テレビや Web ニュースなどのクロスメディア分析のほか自社が保有するデータ (アンケート、コールログ等) のテキストマイニングを行うデータインポート分析機能なども実装していることである。特に、ソーシャルメディア分析では国内ブログの約 90% をカバーしているほか、投稿サイト「5ちゃんねる」の過去データや、全世界の X (旧 Twitter) データを相手先との契約に基づいてすべて収集するなど、国内では圧倒的なソーシャルメディアデータを保有していることが強みである。

会社概要

顧客企業は「クチコミ @ 係長」を使ってソーシャルビッグデータを分析し、自社の商品開発や販促活動、競合他社比較等の調査などに利用している。初期導入費用は10万円、月額利用料は14万円からで、利用可能ID数や対象メディア、データ容量などによって料金が加算される。大口ユーザーでは月額100万円程度となる企業もある。累積導入社数は1,000社以上で、このうち現在の実稼働数は約300社となっている。利用企業の約8割は大企業で、消費財メーカーやサービス、金融機関など幅広い企業に導入されている。

SNS マーケティング支援事業例 (独自メソッド ULSSAS を活用した成功事例)

アイスクリームの新商品プロモーションでのULSSAS事例

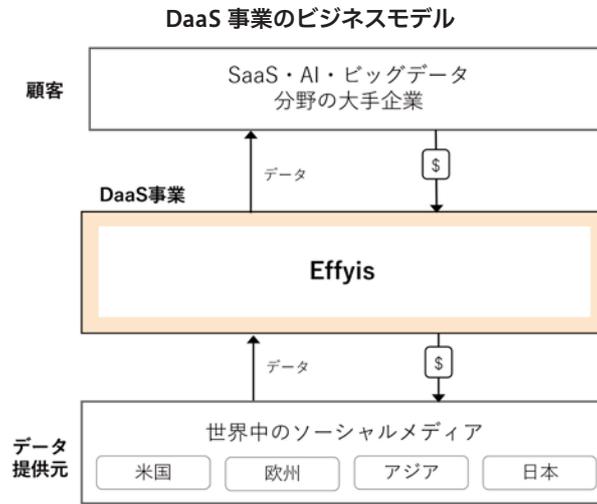


出所: 決算短信補足資料より掲載

(2) DaaS 事業

DaaS 事業は、Effyis (ブランド名: Socialgist) がグローバルで展開するソーシャルメディアのデータアクセス権販売事業となる。X (旧 Twitter) を除く世界中の公開型 SNS 運営会社とソーシャルメディア (ブログ、掲示板、Q&A、レビューサイト等) のデータアクセス権に関する販売契約を締結し、グローバル IT 企業 (ソーシャルビッグデータ分析、マーケティングプラットフォーム、BI 等のツールベンダーなど) に販売している。主要顧客には salesforce<CRM> や IBM<IBM> などのほか、金融機関や政府機関、SaaS 事業等を手掛けるベンチャー IT 企業など数多くの企業がある。ソーシャルビッグデータの流通企業で世界最大級の企業であり、SNS データアクセス権の販売契約を世界中の多様なデータ提供元から獲得しているのは Effyis だけである。主要な同業者には米国 GNIP, Inc. が存在するが、X Corp. の子会社であり X (旧 Twitter) データのみを専門に扱っている。

会社概要

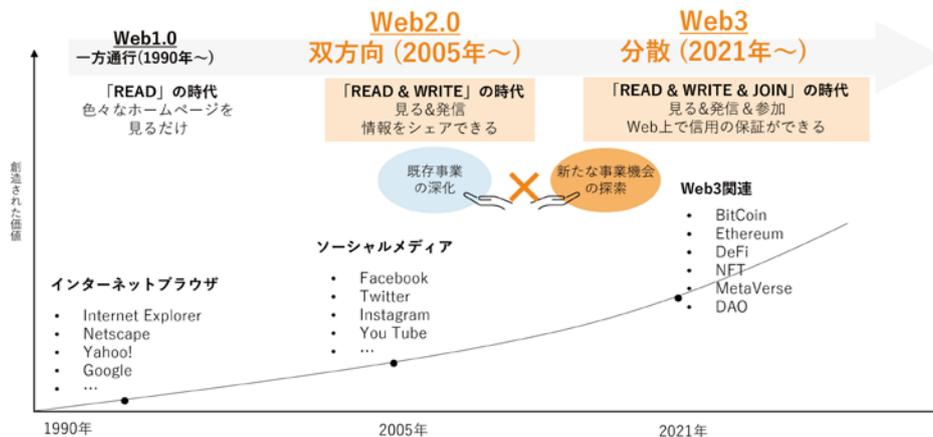


出所：決算短信補足資料より掲載

(3) Web3 関連事業

Web3 関連事業は、インターネット全体の大きなパラダイムシフトを見据え、新たに設けられたセグメントである。背景には、Web2.0 の行き過ぎた中央集権化の弊害による自律分散型の Web3 技術の発展があり、Web2.0 における「見る & 発信」の時代から「見る & 発信 & 参加」の時代に移行する動きが生まれていることがある。足元でも「暗号通貨の発行」「サービスの非中央集権化」「デジタルデータの所有権の明確化」「トークンによるインセンティブ革命」「トークンによる自律分散型組織」等、ブロックチェーン技術を生かした様々なイノベーションが次々と発生している。同社では Web3 関連事業の本格立上げに向けて、子会社 Nonagon Capital を通じて Web3 業界への投資活動を通じリサーチするためパイロット・ファンド（プロジェクト）に取り組んでいる。Nonagon Capital のシンガポール法人立ち上げは、スピーディーな投資判断を日本国内の法規制が妨げることをしないようにする狙いがあった。2023 年 12 月期以降は、ファンドサイズの拡大も視野にグローバルネットワークを拡大していく。また、企業やトークンへの出資にとどまらず、Web3 関連事業として自社事業とのシナジーの創出に加え、新規事業としてインキュベーションを行うことも検討する方針だ。

インターネットのパラダイムシフト



出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

会社概要

3. ビジネスモデルと強み

近年、SNS を活用したマーケティングの重要性は急速に高まりつつある。一般論としてマーケティングにおけるメディアは自社で所有する「オウンドメディア」、広告費用を払って露出する他社所有の「ペイドメディア」、自社でコントロールできない消費者が発信する「アードメディア」の3つがある。SNS マーケティングにもこれら3領域は存在し、それぞれ「オウンドメディア」は企業 SNS アカウント、「ペイドメディア」は X (旧 Twitter)・Facebook・Instagram 等における広告、「アードメディア」は SNS 上の口コミといった例が挙げられる。昨今ではその影響力の大ききから SNS 上の口コミ (アードメディア) を活用したマーケティング手法が注目されている。ただ、口コミは自社でコントロールが不可能なため、いかに最適なユーザーに情報を発信してもらい効果的に拡散していくことができるかで、費用対効果も変わってくる。

同社は、設立以来蓄積してきたソーシャルビッグデータの解析力と Effyis が持つソーシャルデータの収集力を生かし、SNS によって購買行動プロセスを循環させる運用メソッドを確立している。これにより、高いパフォーマンスを上げることに成功した。この SNS 上の口コミにおける強みを武器に、同社は「オウンドメディア」「ペイドメディア」「アードメディア」の3領域において SNS を軸とした統合マーケティングサービスを提供していく。

3つの媒体による統合マーケティングサービス



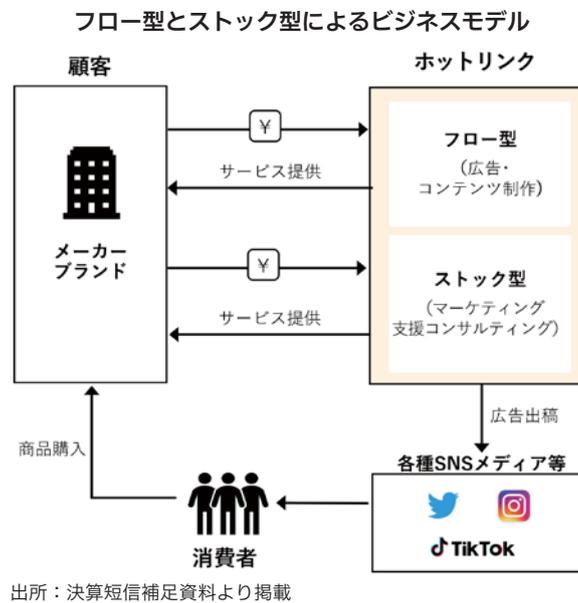
出所：決算短信補足資料より掲載

3領域を統合型でカバーする点のほか、同社にはサービスの訴求力をより高めるポイントがいくつかある。まずはビッグデータの活用だ。ビッグデータの活用には、データが正しく1) 収集、2) 分析、3) 活用されるインフラ整備が重要となると考え、同社ではこれを「知的循環インフラ」と呼称しており、創業時から知的循環インフラの整備・構築に向けた事業を創造してきた。

会社概要

同社は、1) 収集の面で DaaS 事業におけるグローバル規模のデータベースを保有しており、2) 分析面では SNS 分析ツールを生かし、3) 活用面では SNS マーケティング支援事業を通じて価値を提供する。それぞれのステップで同社は豊富な知見・経験を有しており、それが有機的に機能することでビッグデータの価値を最大化している。加えて足元では、譲受した SNS 広告事業及び一部メディア事業 (fasme) より、SNS 広告 (獲得系) や Google 等の検索連動型広告のサービスの提供を予定している。認知から購買フェーズまでのワンストップサービスの提供が可能となることで、さらなる事業領域の拡大が期待される。このような事業展開を経て同社の強みはさらに増強され、今後のシェア拡大や収益拡大を後押しするものと弊社では考える。

また、同社のビジネスモデルはストック型ビジネスとフロー型ビジネスという切り口でも捉えることができる。同社は上記の「収集」「分析」「活用(マーケティング)」という3ステップにおいて、それぞれ売上が「ストック型」「フロー型」に分かれるサービスを展開している。これは顧客企業から見れば、情報収集からマーケティングに至るまでの一連の流れのなかで、フェーズごとに直面する課題を同社のサービスによって随時解決できるということである。同社がワンストップで効率的に対応することから、フェーズごとに複数の企業に依頼するよりも大きな効果が期待できる。同社から見れば、「収集」「分析」「活用」の各段階でそれぞれデータアクセス権販売・分析ツール・コンサルティング・SNS アカウント運用といったようにストック型のサービスがあるため、収益の安定性を高めることができる。また、これらストック型のサービス契約拡大を通じてフロー型のサービスも追加受注しやすくなり、売上高の成長が加速する。上記のような「SNS を軸とした統合マーケティングサービス」という特徴を生かすことで同社のマーケティング業界におけるプレゼンスは大きくなっており、従来アプローチが困難であった大手企業からの受注も、今後増加していくものと弊社は予想する。



## 業績動向

### 各事業が堅調に推移し売上高は過去最高を更新。 「両利きの経営」を通じて既存事業の成長加速と 新たな事業機会の探索を両立

#### 1. 2023年12月期第2四半期の業績概要

2023年12月期第2四半期の連結業績は、売上高2,225百万円（前期比34.3%減）、営業利益89百万円（同26.0%増）、税引前利益は192百万円（前年同期は90百万円の損失）、親会社の所有者に帰属する四半期利益は148百万円（前年同期は60百万円の損失）となった。既存事業の深化と新たな事業機会の探索による「両利きの経営」を通じて各事業が堅調に推移し、売上高は過去最高を更新した。なお前期にクロスバウンド事業を売却したため、2023年12月期より「SNSマーケティング支援事業」「DaaS事業」「Web3関連事業」の3事業となった。

SNSマーケティング支援事業では、X（旧Twitter）の仕様変更に伴い、一部業績の伸び悩み等の影響があったものの、新たに譲受したSNS広告及びメディア事業を業績に取り込み増収となった。DaaS事業では、引き続き企業のSNSデータに対する需要は底堅く、売上高・営業利益ともに計画を上回る着地となった。Web3関連事業では、第2四半期期間において新たに2社へ投資を実行した。業界動向を注視しながら、引き続き投資先を検討していく。全体の動きとしては、SNSマーケティング市場における環境変化が激しいなかで、機動的なプロダクトポートフォリオの見直しを進めている。中核のSNS事業及び中長期的な成長分野と位置付けるWeb3関連事業への投資に加え、今後は事業シナジーの創出に取り組む方針だ。

販管費は642百万円（前年同期比26.8%減）、販管費率は前年同期の25.9%から28.9%へと増加した。業務プロセスの自動化やリファラル採用による採用コスト削減など、販管費コントロールを徹底している。マーケティング支援事業では、引き続き市場の状況を注視しつつ必要な人材を採用していく。DaaS事業では、採用・システム投資に係る費用のコントロールを継続していく。社内の広告運用のウォッチやレポートを自動化することで、1人当たりの広告案件量が増加傾向にあり、収益性が向上していると弊社では考える。

#### 2023年12月期第2四半期累計の連結業績

（単位：百万円）

	22/12期2Q		23/12期2Q		増減額	前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比		
売上高	3,385	-	2,225	-	-1,159	-34.3%
売上総利益	941	27.8%	732	32.9%	-209	-22.3%
販管費	877	25.9%	642	28.9%	-235	-26.8%
営業利益	71	2.1%	89	4.0%	18	26.0%
税引前利益	-90	-2.7%	192	8.7%	282	-
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	-60	-1.8%	148	6.7%	208	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2. 事業別の動向

### (1) SNS マーケティング支援事業

SNS マーケティング支援事業の売上高は前年同期比 7.5% 増の 1,030 百万円となった。このうち、SNS 広告・SNS 運用コンサルティングサービスの売上高は同 12.3% 増の 815 百万円、SNS 分析ツールの売上高は同 7.3% 減の 214 百万円となった。X (旧 Twitter) の仕様変更に伴う顧客動向の変化やデータ価格の高騰により、既存事業の一部業績が伸び悩んだが、2023 年 3 月より wevna1 から事業譲受した SNS 広告及びメディア事業を業績に取り込み、第 2 四半期ベースで過去最高売上を更新した。

SNS 広告・SNS 運用コンサルティングサービスでは、課題解決セミナーの実施によりリードを獲得し、同社サービスと親和性が高い企業に対する営業及びサービス提供が成功した。加えて、新規顧客からの問い合わせ・資料請求や既存顧客からの紹介案件等も売上高の増加に寄与した。またアライアンスや新サービスの拡充により、アップセル・クロスセルを実践することで採算性の向上につながった。なお、X (旧 Twitter) の仕様変更に伴うデータ価格の高騰に対しては、一部価格転嫁や料金値上げの交渉をクライアントと進めている。

SNS 分析ツールは、前年同期比減収での着地となった。同事業を取り巻く外部環境の急激な変化により、SNS データを提供する各社の取り扱い方針等の先行きが不透明なこともあり、営業人員を SNS 広告・SNS 運用コンサルティングに集中したことによる。同事業は、市場成長率が低く競争が鈍い分野における高シェア事業に位置付けており、セグメント売上高と販管費のバランスを勘案しながら今後も同程度の規模感で推移していくと弊社では見ている。

SNS マーケティング支援事業全体としては、大手企業との実績も増えており直近では以下のような実績を持つ。

- ・ジーンズホールディングス <3046>

X (旧 Twitter) を活用し、口コミ数約 4 倍及び指名検索数 1.7 倍と、ブランド力向上に貢献。

- ・トリドールホールディングス <3397>

(丸亀製麺) X (旧 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。

(コナズ珈琲) Instagram を活用し、フォロワー数が 2 倍となる。

- ・(株) シャトレーゼ

X (旧 Twitter) を活用し、X (旧 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 <4919>

X (旧 Twitter) と Instagram を活用し口コミ数を 6 倍に。インスタライブ配信を支援し、45 万視聴の反響。

- ・ジョンソンヴィル・ジャパン (合)

X (旧 Twitter) と Instagram を活用して口コミ数を 9 倍にし、口コミ数に比例し売上の増加に貢献。

- ・オリオンビール (株)

X (旧 Twitter) の UGC 活用によりユーザー接点を増やし、前年比 50 倍の EC 売上に貢献。

- ・(株) Paidy

マンガや動画を活用した X (旧 Twitter) 広告により「自分事化」を促し、600 万ダウンロードに貢献。

業績動向

また、複数 SNS を組み合わせたマーケティング支援が奏功しており、直近では以下のような実績を持つ。

・ **コーセー <4922>**

顧客の長期的なファン化を目指した運用を実施。

ファンとのコミュニケーションを重視した Instagram・X (旧 Twitter) の活用。

・ **(株)NTT ドコモ**

d ポイントクラブの Instagram 運用を支援、平均 10 万回のリールズ再生回数を達成。

多彩なアイデアと柔軟な運用体制により SNS 活用を加速。

そのほか、乳製品、自動車メーカーなど多数の実績があり、大手との取引実績の積み上がりを通じて同社の業界内での信用度はさらに高まるものと弊社では考える。景況感に左右されにくい業種に対する新規開拓も進めており、今後は IT・金融等の業種の顧客ポートフォリオに占める割合が増えてくると弊社では予測する。

**(2) DaaS 事業**

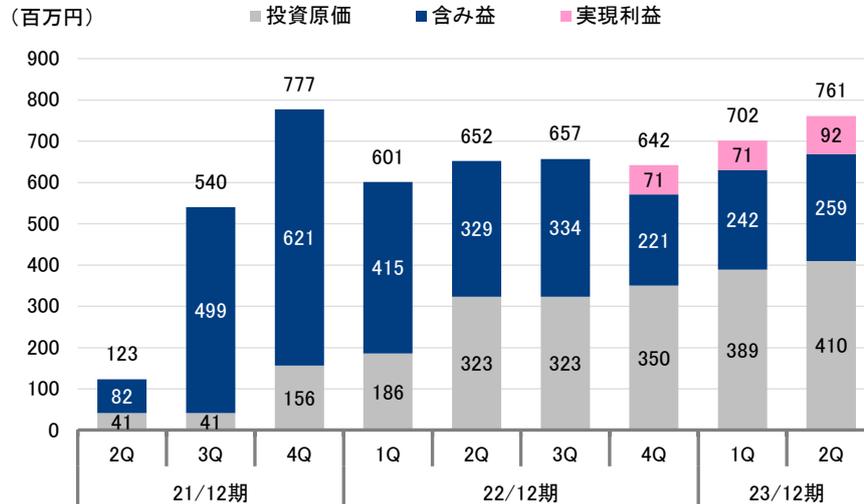
DaaS 事業の売上高は前年同期比 21.7% 増の 1,195 百万円と第 2 四半期ベースで過去最高売上を更新した。企業の SNS データに対する底堅い需要が続いており、既存顧客のアップセルや新規獲得に加えて、円安ドル高による為替の影響も売上に寄与した。一方、SNS 企業の方針変更と SaaS 業界の再編に伴うリスクに備えた施策も推進した。加えて、米国のインフレに応じた報酬のベースアップを実施し、従業員のリテンションを実現した。同事業は米ドル計上しているため、急激な円安も売上増加の一因である。なお、期初想定レートは 130.00 円、第 1 四半期期間のレートは 132.41 円、第 2 四半期期間のレートは 137.49 円であった。同事業は米ドルベースにおいても着実に成長しており、同社の米国子会社である Effyis では引き続き、世界中のソーシャルビッグデータを保有するメディアとの間で良好な関係を維持し、安定したデータ提供や新規メディアからのデータアクセス権の契約の獲得に注力していく。

**(3) Web3 関連事業**

Web3 関連事業は、業界リサーチを主な目的とした、パイロット・ファンド（プロジェクト）として運用しているため売上高は発生していない。Web3 関連市場のボラティリティの高まりを好機と捉え、第 2 四半期期間においても新たな投資を行うとともに、一部投資資産の利益を確定した。クロスバウンド事業の一部売却によりキャッシュを確保したことから、今後の高成長が期待される Web3 領域への投資を加速していく。なお Web3 関連事業で行われている投資は、ブロックチェーン・スタートアップ企業を対象とした海外投資ファンドへの LP 出資である。そのため、出資先ファンドが投資前のアセットを仮想通貨で保有している場合、同社の経営成績・財務状況に限定的な影響を及ぼす可能性がある。同社は短期的な目線ではなく、国内外の動向を綿密に調査したうえで中長期的な投資を行っている。出資額に対して着実に資産は増加しており、ボラティリティに対して攻めと安定の両立を図る事業展開をしていることから、大きな懸念はないものと弊社では見ている。

業績動向

**Web3関連投資とリターンの一四半期推移**



出所：決算短信補足資料よりフィスコ作成

### 3. 財務状況と経営指標

2023年12月期第2四半期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比240百万円増加の8,711百万円となった。流動資産は、前期末比169百万円減少の4,140百万円となった。主な変動要因を見ると、現金及び現金同等物が106百万円増加、未収入金の増加などによりその他の流動資産が23百万円増加した。一方、未収法人所得税が283百万円減少、営業債権及びその他の債権が15百万円減少した。非流動資産は、前期末比409百万円増加の4,571百万円となった。主な変動要因を見ると、使用権資産が35百万円減少した。一方、事業譲受に伴いのれんが255百万円増加、ソフトウェアなどのその他の無形資産が48百万円増加、その他の金融資産が22百万円増加した。なおWeb3関連事業における海外投資ファンドを通じた投資分は、非流動資産に含まれている。

負債合計は前期末比68百万円減少の2,455百万円となった。流動負債は、前期末比20百万円増加の913百万円となった。主な変動要因を見ると、その他の流動負債が81百万円減少した。一方、未払法人所得税が41百万円増加、未払金の増加などにより営業債務及びその他の債務が31百万円増加、リース負債が22百万円増加した。非流動負債は、前期末比88百万円減少の1,542百万円となった。主な変動要因を見ると、繰延税金負債が15百万円増加、長期未払金の増加などによりその他の非流動負債が7百万円増加した。一方、借入金が60百万円減少、リース負債が50百万円減少した。

資本合計は、前期末比308百万円増加の6,255百万円となった。主な変動要因を見ると、利益剰余金が148百万円増加、海外子会社の財務諸表の為替換算調整等によるその他の資本の構成要素が137百万円増加したことによる。

業績動向

経営指標を見ると、経営の安全性を示す親会社所有者帰属持分比率は前期末の70.2%から71.8%へと上昇し、改善が見られた。また、有利子負債比率は14.8%から13.2%へと下降した。クロスバウンド事業の売却による増益を背景に資本合計が大幅に増加したため、財務体質はより強固となった。良好な財務体質を活用したM&Aや新規事業立ち上げについても引き続き検討する方針だ。同社は収益性が向上するなかで利益の積み上げが今後期待できるため、当面の財務的懸念は薄いと弊社は考える。

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	20/12 期末	21/12 期末	22/12 期末	23/12 期 2Q	増減額
流動資産	2,710	3,444	4,309	4,140	-169
(現金及び現金同等物)	2,067	2,598	3,596	3,703	106
非流動資産	3,057	3,870	4,162	4,571	409
(のれん)	1,367	1,530	1,298	1,673	375
資産合計	5,767	7,314	8,471	8,711	240
負債合計	2,795	3,183	2,523	2,455	-68
(有利子負債)	851	1,097	879	825	-54
資本合計	2,972	4,131	5,947	6,255	308
(株主資本)	2,793	3,866	5,947	6,255	308
<b>【安全性】</b>					
親会社所有者帰属持分比率	48.4%	52.9%	70.2%	71.8%	1.6pt
有利子負債比率	30.5%	28.4%	14.8%	13.2%	-1.6pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 外部環境の変化に対応した機動的な事業ポートフォリオを創造。 足元の業績は好調に推移しており通期計画達成の蓋然性あり

#### 1. 2023年12月期の業績見通し

2023年12月期の業績見通しは、売上高で4,846百万円(前期比16.1%増)、営業利益で99百万円(同95.1%減)、税引前利益で85百万円(同95.3%減)、親会社の所有者に帰属する当期利益で69百万円(同96.1%減)としている。前期比の数値は、クロスバウンド事業の売却に伴い、同事業を除く実績値を使用した。なお、2022年12月期の営業利益にはクロスバウンド事業の一部売却による特殊要因1,899百万円が含まれている。クロスバウンド事業の実績及び売却益を除外すると営業減益となるが、中期目標の実現に向けた積極投資による一過性の減益である。

今後は、各事業において「深化」と「探索」の両面からの推進を行い、事業環境や景気の変動に左右されづらい事業ポートフォリオの創造を目指す。そして既存事業の深化と新たな事業機会の探索による「両利きの経営」を推進し、利益体質を維持しつつ成長投資を行うことで、さらなる成長を見込む。既存事業の強化を目的に、技術やネットワークを有する企業に対する積極投資やM&A、IT業界における人材流動性の高まりを想定した人材の採用及び育成強化を進めるほか、Web3関連事業の強化を目的に、優良企業への出資強化、ファンドサイズの拡大、自社事業の立ち上げやシナジー創出の可能性も検討する。

2023年12月期第2四半期は、売上高は計画どおりに推移しており、営業利益については計画を上回る進捗となっている。しかしながら、SNS業界をとりまく環境変化が激しいことから通期業績見通しは据え置きとしている。後述する5ヶ年目標の廃止に伴い、外部環境の劇的変化に対して機動的な経営判断が可能となっており、通期見通しの進捗も上振れしていることから計画達成の蓋然性はあり、通期計画上振れ着地の可能性もあると弊社は予想している。

#### 2023年12月期の連結業績見通し

(単位：百万円)

	22/12 期		22/12 期 (クロスバウンド事業を除く実績)		23/12 期			
	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	増減額	前期比
売上高	7,906	-	4,175	-	4,846	-	671	16.1%
営業利益	2,110	26.7%	2,023	48.5%	99	2.0%	-1,924	-95.1%
税引前利益	1,875	23.7%	1,800	43.1%	85	1.8%	-1,715	-95.3%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,818	23.0%	1,779	42.6%	69	1.4%	-1,710	-96.1%

注：クロスバウンド事業の売却に伴い、前期比は同事業を除く実績と比較  
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 2. 事業別の見通し

### (1) SNS マーケティング支援事業

SNS マーケティング支援事業は、顧客ニーズにマッチしたサービスのワンストップ提供の実現を目指し、顧客数の拡大及び顧客単価の上昇の両立を図る。wevna1より譲受した SNS 広告事業及び一部メディア事業 (fasme) は、SNS 広告 (獲得系) や Google 等の検索連動型広告のサービスの提供を開始している。wevna1 は、BX (Brand Experience) プラットフォーム「BOTCHAN」の開発・提供を主たる事業として成長を続けている企業である。wevna1 の SNS 広告事業及び一部メディア事業 (fasme) を譲り受けることで、同社の強みである SNS マーケティング支援サービスの拡充に加え、自社メディアを保有することにより幅広い顧客に対して質の高いサービスが提供可能となる。具体的には、wevna1 の SNS 広告 (獲得系) や Google 等の検索連動型広告に関する運用ノウハウ及び人材と、同社が有するビッグデータの収集・分析・活用を通じた SNS 活用におけるノウハウ及び人材を融合することで、既存顧客への新サービスの提供、新規顧客開拓などのシナジーを見込む。同社が得意とする、ターゲットを選定したフォロワーの獲得による認知・ブランディング促進と、wevna1 が得意とする購買ページや LP への誘導による獲得・販売促進、これらを組み合わせた SNS 広告を行うことで認知から購買フェーズまでワンストップサービスの提供が可能となり、事業領域のさらなる拡大が期待される。

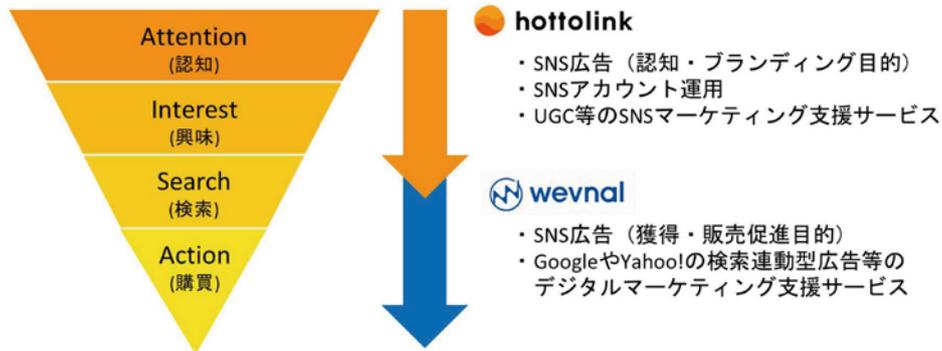
認知から購買までの各フェーズにおいて、マーケティング支援サービスを提供する企業は多く存在するが、全てのフェーズで質の高いサービスを提供し一気通貫で顧客ニーズを満たすことのできる企業は少ない。SNS を活用したマーケティングの需要は今後も堅調に膨らむ見通しであり、業界内で大手との取引が増えるなど順調にプレゼンスを強める同社にとっては追い風が続いており、売上高は好調に伸びていくと弊社では見ている。

一方で、外部環境の変化に伴うリスクには注視が必要だ。SNS 運営企業の経営方針変更は、データを提供する各社の販売価格の変動に直結する。また、情報提供方法やデータ販売の有無に変更が生じた場合、同社が提供する SNS 分析ツールや同サービスを利用するクライアントにとって大きな変化となる。

同社では、これら外部環境の変化を成長のチャンスと捉え、柔軟な戦略の見直しや対応策の検討を行い、変動する市場環境に適切に対応する体制を整備する方針だ。足元では、X (旧 Twitter) の運営会社 X の経営方針変更によるデータ価格の上昇や仕様変更によって、新たな SNS マーケティング手法への需要が高まっている。加えて、大手 SNS 運用企業の影響だけでなく、AI 時代の到来によりメディアのロングテール化が進むことで、同社が得意とする UGC の価値が向上すると予想している。これに基づき、同社では外部環境の変化に合わせた新たな取り組みを進めている。企業向け SNS マーケティング支援領域を拡大するために、M&A や業務提携の活用や、M&A を通じてニッチメディアを取得し、既存の SNS マーケティングとの連携を図ることで、単価や顧客層の拡大を目指している。これによって、変化する外部環境に柔軟に対応し、成果を上げる方針だ。

今後の見通し

wevnal 事業譲受による事業領域拡大のイメージ図



出所：決算短信補足資料より掲載

## (2) DaaS 事業

DaaS 事業は、サービス内容及び価格体系の変更による顧客単価向上に取り組んでいく。同社がこれまで培ってきた SNS 企業とのリレーションを活用し、金融業界への新規開拓による売上増をねらうとともに、収益性を重視しつつ、人員体制の強化と新規事業の立ち上げを模索する。なお、想定レートは1米ドル当たり130円～135円に設定している。同事業において円安は業績の上振れ要因ではあるものの、米ドルベースでの成長を重要観点とし事業成長を図る。

## (3) Web3 関連事業

Web3 事業は、同社の子会社である Nonagon Capital を通じて、Web3 業界への投資活動及びリサーチを行う。これまでは、パイロット・ファンド（プロジェクト）の位置付けで活動してきたが、今後はファンドサイズの拡大を視野に入れたグローバルネットワークの構築に注力する。また企業やトークンへの出資にとどまらず、Web3 関連事業として自社事業とのシナジーの創出に加え、新規事業としてインキュベーションを行うことも検討する。Nonagon Capital では2023年6月時点で7社への投資を実施しており、国内外のWeb3 関連カンファレンスへの登壇を通じた独自のネットワーク構築を推進している。Web3 関連市場は一部仮想通貨取引所の破綻を例としてボラティリティが高まっており、各国では様々な領域での社会実装に向けた技術が進展すると同時に、急速な法整備が検討されている。同社ではこれらの変化をチャンスとして捉えており、暗号通貨の発行、サービスの非中央集権化、デジタルデータの所有権の明確化、トークンによるインセンティブ革命、トークンによる自律分散型組織等の技術革新などの分野に対して、引き続き注目していく。

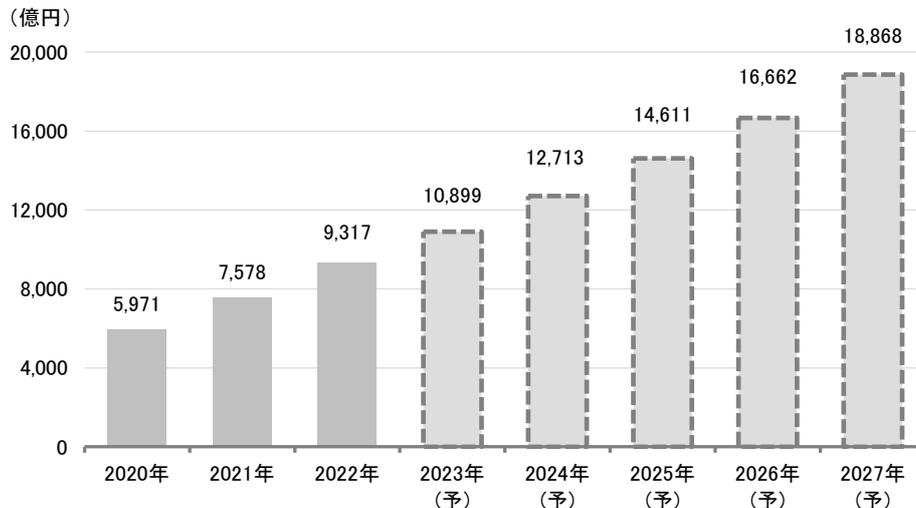
## 国内ソーシャルメディアマーケティング市場、 インターネット広告市場は右肩上がり で事業環境は好調

### 3. 事業環境

SNS マーケティング支援事業に関連した国内のソーシャルメディアマーケティング市場は成長が加速している。同社資料にもあるとおり、ソーシャルメディア広告市場は右肩上がりの成長を続けており、2022年には9,317億円（前年比22.9%増）まで成長した。また、2027年には1兆8,868億円までの成長が予測されている。広告を出稿する企業にとっては、訴求したいターゲット層に広告を配信しやすいこと、費用対効果が可視化できることなどから、プロモーション施策の1つとして利用する企業が急速に増えている。ソーシャルメディアでは、ユーザーが商品の感想などを書き込むことで自然発生的に情報が拡散しやすく、結果的に費用対効果の高いプロモーション効果が得られることなどが背景にあると見られる。このように市場規模が膨らむなか、成長産業として大小多くのプレイヤーがSNSマーケティング業界で競争を繰り広げており、シェアの取り合いは激しい。ただ、同社は米国子会社である Effyis の所有を背景とした SNS 関連のビッグデータという資産を収集しており、それらを分析・活用する場面でも長年のノウハウ・実績を有している。これは短期的にはシェアのさらなる拡大につながり、長期的にはシェアの安定化や価格競争の回避要因になると弊社は見る。

インターネット広告市場全体においても、右肩上がりの成長を続けている。電通が公表した「2022年日本の広告費」によると2022年のインターネット広告媒体費総額は2兆4,801億円（前年比15.0%増）まで成長した。2023年は2兆7,908億円に成長する予測となっている。同社は、wevna! の事業譲受により、SNS広告だけでなく、Google や Yahoo! 等のインターネット広告の提供も可能となっていることから、今後はソーシャルメディアマーケティング市場の3倍規模であるインターネット広告市場の取り込みに注力していく。インターネット広告事業は成長産業として投資家の注目度が高く、同社は好調な実績と併せて既存事業により培った強みが評価されることで、特に注目を集めることになると弊社は予想する。

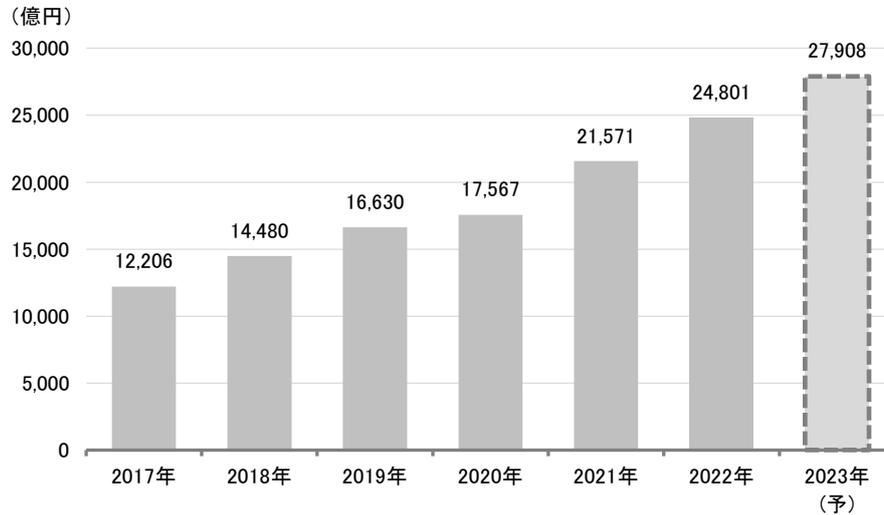
日本のソーシャルメディアマーケティング市場規模



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項よりフィスコ作成

今後の見通し

### インターネット広告媒体費総額の推移



出所：電通「2022年日本の広告費」よりフィスコ作成

#### 4. Nonagon Capital を通じた Web3 関連投資

Web3 関連事業では、投資事業の子会社である Nonagon Capital を通じ、Web3 業界における今後の拡張性を調査するためのパイロット・ファンド（プロジェクト）として運用している。Web3 関連事業は両利きの経営における「探索」と位置付けた事業であり、主に投資を通じて新たな事業機会と収益の獲得を目指す。また、これまでの Web3 分野での取り組み成果・ネットワークを有効活用することに加えて、海外でのネットワーク強化も図る。Web3 業界はボラティリティが高まりつつあるが、代表取締役グループ CEO の内山幸樹氏は海外へ拠点を移し現地で最先端の情報をキャッチアップしている。玉石混交な状況であるからこそ、スピード感を持った情報収集と業界内のキーマンとのネットワーク構築が重要となる種まきの時期と弊社では考えている。なお、リスクマネジメントには細心の注意を払うとしており、東京証券取引所や金融庁とのコミュニケーションを密に行うほか、財務諸表上のリスクを最小化するために各種施策を実践していく。しかし、成長事業に対するシード段階からの投資であることを勘案すれば、長期的な業績における成長要因となると弊社では見ている。

## ■ 中長期の成長戦略

### 5ヶ年目標を廃止。 既存事業の拡大と新規事業の中長期的な収益貢献に注力

#### 1. 5ヶ年目標の廃止

同社は、中長期の成長戦略として5ヶ年目標を掲げていたが、外部環境の変化に対する機動的な経営判断においては制約となる側面があった。そのため、既存・新規事業領域の劇的な環境変化にスピード感をもって適応し、企業価値のさらなる向上を実現するために5ヶ年目標の廃止を決定した。同社を取り巻く外部環境について、マクロ面ではグローバルな地政学リスクの高まりや、欧米金利の上昇、日銀の政策変更や利上げなどのリスク要因が存在している。また、SNS運営企業の経営方針や情報提供方法の変更は、需要動向や競争環境、サービスの利便性に影響を受ける可能性がある。X (旧 Twitter) の仕様変更に対しては、同社が提供するサービスにおいて大規模なシステム改修を要することもあり、実際に2023年第2四半期末までに一部システム開発の費用が増加している。同業界の変化のスピードは他業界と比較しても劇的であり、一両日中の対応が必要となる場合も多く、タイムリーな投資が求められる。また、方針や仕様の変更発表については朝令暮改となる可能性も多々あり、結果として変化が生じなかった場合においても対応準備が求められる。以上の理由を背景に、5ヶ年目標の廃止については、外部環境の劇的な変化にスピード感をもって適応し、企業価値の向上を実現するために不可欠なものであると弊社では考える。

一方、外部環境にはいくつかの機会も存在する。AIツールの急速な普及によるテキストや画像生成の効率化が進んでおり、AIツールの進化によるビッグデータ活用の重要度が高まっている。これらは、既存事業におけるデータの収集・分析・活用のサイクルを加速させる要因となる。また、Web3領域における法整備や市場拡大への準備が進んでいることは、同社のWeb3関連事業にとって追い風となる。その他、スタートアップやベンチャー企業のバリエーション低下は、優良企業のM&Aや提携に有利な環境を生む可能性がある。5ヶ年目標の廃止により機動的な経営判断を可能とすることで、既存事業の売上高・営業利益の拡大、新規事業の中長期の収益貢献が実現されていくものと弊社では見ている。

#### 2. 事業の方向性

##### (1) 既存事業

既存事業であるWeb2.0領域については、クロスバウンド事業の売却によって得た資金を、人材・技術・事業への投資に活用し、顧客企業の売上増加に貢献するサービスや組織の強化を進め、事業の拡大と競争力の向上を図る。また、投資戦略の一環として、既存事業とのシナジーを生む可能性のある外部企業や事業のM&Aや資本提携を引き続き検討し、事業ポートフォリオの多様化と新たな成長エンジンの創出を目指す。一方で、外部環境の変化に伴うリスクには注視が必要だ。SNS運営企業の経営方針変更や情報提供方法の変更など、外部要因の影響が事業に及ぼす可能性について、柔軟な戦略の見直しや対応策の検討を行い、変動する市場環境に適切に対応する体制を整備していく。

中長期の成長戦略

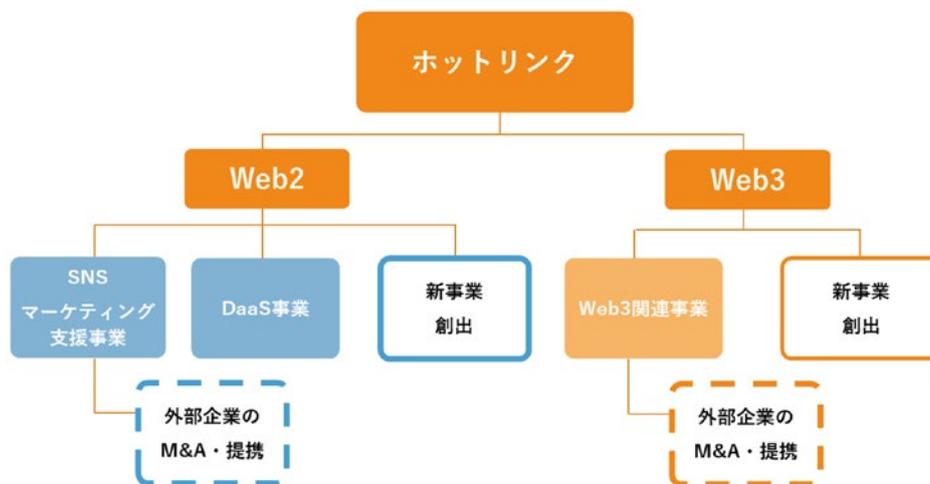
(2) 新規事業

新規事業である Web3 領域については、ボラティリティを最小限に抑えるため、Web3 業界のリサーチを行うパイロット・ファンドとして運用している。これにより、同社の財務状況・経営成績に及ぼすリスクを最小化した投資運用を実現している。また、新規事業展開においては、単なる企業やトークンへの出資にとどまらず、既存事業とのシナジーを創出することや新しいビジネスを育成するためのインキュベーションを検討している。具体的なアプローチとして、SNS を活用した Web3 サービスの認知度向上やユーザー拡大のサポート、NFT 等の Web3 技術を取り入れた SNS マーケティング支援、Web3 領域におけるデータの収集・分析・活用による価値提供の研究が挙げられる。これらによって、新規事業展開においてはキャピタルゲインだけでなく、多様な出口戦略を追求し、持続的な収益を確保するための戦略を進めている。

(3) 全体

同社の全体的な戦略は、独自の事業ポートフォリオを拡大し、それらを機動的に組み換えることに焦点を当てている。既存・新規事業の成長とインキュベーション機能の強化により、両利き経営によるビジネス展開を通じて、独自事業ポートフォリオの拡大を推進する。これにより、多様な収益源を確立し市場の変動に対する強固な位置を構築していく。投資事業における出資先については、将来の IPO を見据えつつ、機動的なポートフォリオの組み換えも選択肢に含めている。この組み換えを通じて、インターネット市場の成長を取り込むと同時に環境変化によるリスクへも対応していく。また、AI ツールの活用にも注力しており、特に ChatGPT などの AI ツールを活用したテキストや画像生成の効率化を進めている。社内では AI ツールの利活用を推進しており、専門チームを跨いだ協力体制の構築も検討している。これらの施策により、業務の効率性向上とクリエイティブなサービス・コンテンツの開発が進むことが期待される。その他、既存サービスの付加価値向上と業務の生産性向上を目指す取り組みも行われており、顧客体験の向上と競争力の強化を推進していく。新規事業化の検討も継続的に行われており、市場の変化に柔軟に対応するための積極的なアプローチが取られていると弊社では見ている。

事業ポートフォリオの拡大イメージ



出所：決算短信補足資料より掲載

## ■ 株主還元策

### 事業拡大中につき、当面は利益を必要投資に充当する方針

同社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題と認識している。現状は、外部環境の変化を事業機会に転換することによる企業価値の向上を最優先事項と位置付けていることから配当は実施していない。当面は先行投資に資金が必要な状況であることから、投下資金に対する将来のリターンに着目すべきと弊社では考えている。

## ■ SDGs への取り組み

### 事業を通じて持続可能な生産・消費の形を模索し、ジェンダー平等の実現を支援する

同社は「Make the World “HOTTO”」「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する」を存在意義として掲げている。SDGs への取り組みの必要要素として、現在の主力事業である SNS マーケティングと中長期的な事業の種であるブロックチェーン技術を挙げている。SNS マーケティングでは、消費者と企業が直接つながることで製品・サービスの企画・生産から消費まで無駄なく効率的に行われるよう、持続可能な生産・消費の形の模索につなげていく。またブロックチェーン技術を活用した「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る。同プロジェクトでは、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、LGBT カップル等の法律上夫婦・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ている。そして、その証明書を根拠に、勤務先の福利厚生や住宅ローン・生命保険の受取人指定などのサービスを、家族として提供してくれる企業ネットワークを作っている。2023年8月時点で大手企業・自治体を含めた80社が導入しており、今後もネットワークの拡大が見込まれる。

SDGs への取り組み

事業を通じた 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。

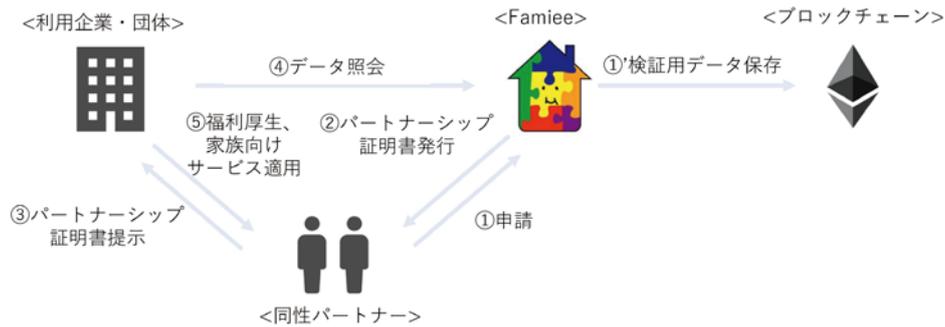
ブロックチェーン技術

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。



出所：決算短信補足資料より掲載

Famiee のスキーム図



出所：決算短信補足資料より掲載

#### 重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp