

2021年12月期

第3四半期 決算短信補足資料

連結決算（IFRS）

株式会社ホットリンク

2021年11月12日

目次

● 当社の事業とサービス	P.2
● 2021年度第3四半期決算結果	
● エグゼクティブサマリー	P.17
● 連結業績サマリー	P.20
● 売上分析	P.21
● Q3営業利益の増加理由	P.29
● 連結業績(PL)(IFRS)	P.32
● 2021年度 連結業績予想(PL)(IFRS)	P.36
● 新型コロナウイルスの事業への影響	P.41
● SDGsへの取り組み	P.42
● 参考資料 1 (5カ年目標再掲)	P.47
● 参考資料 2	P.74

当社の事業とサービス

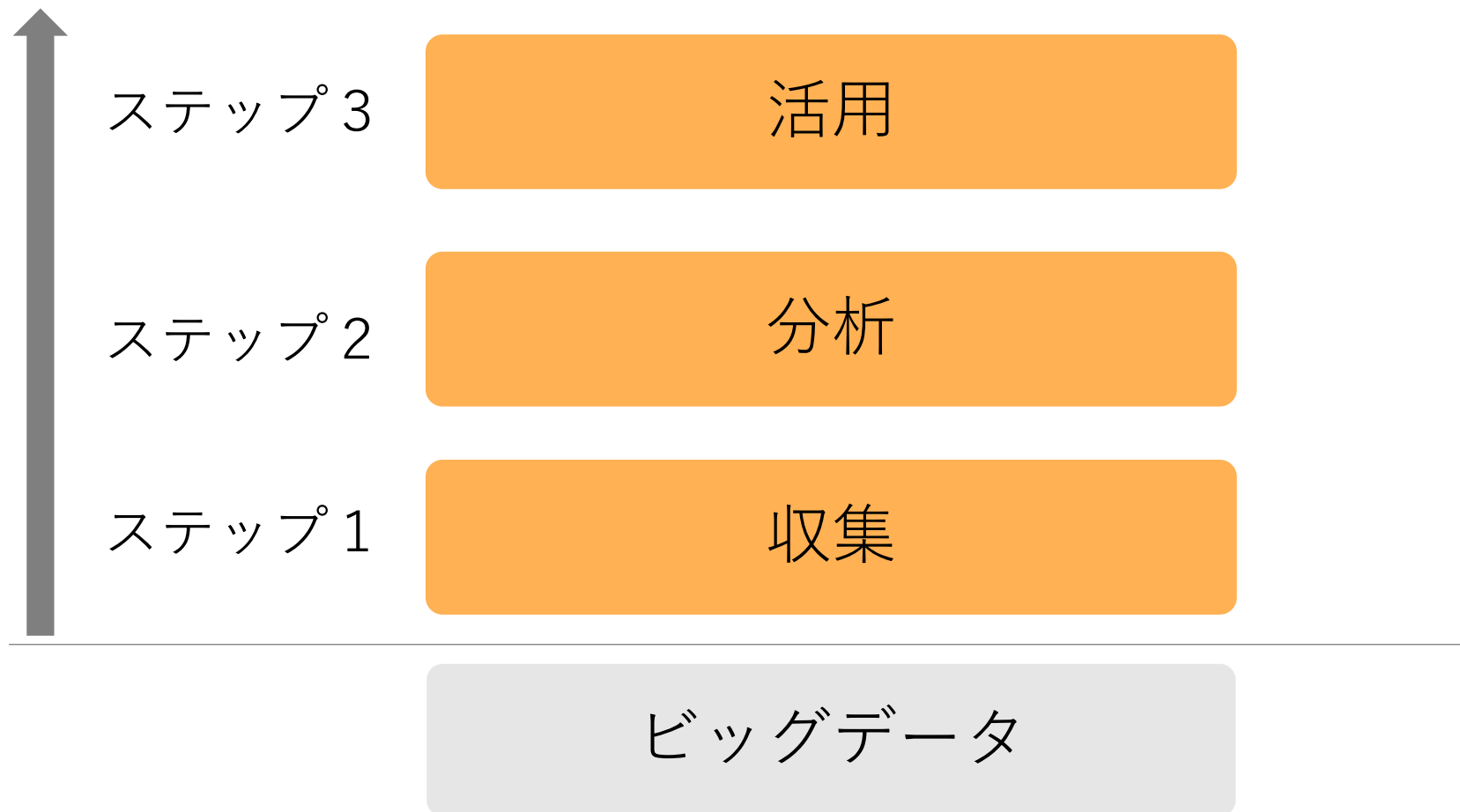
事業とサービス

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

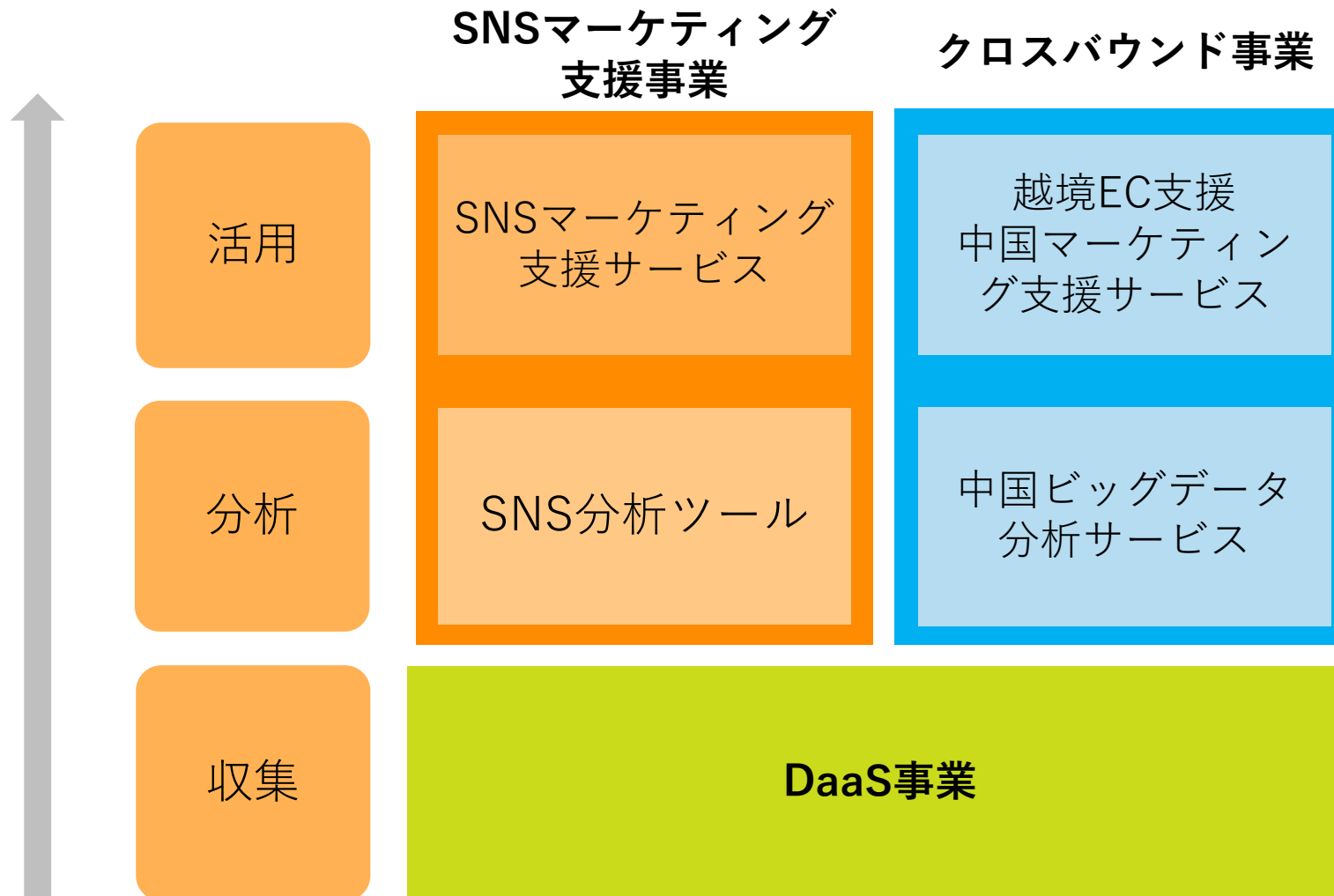
事業とサービス

ビッグデータ活用の3つのステップ



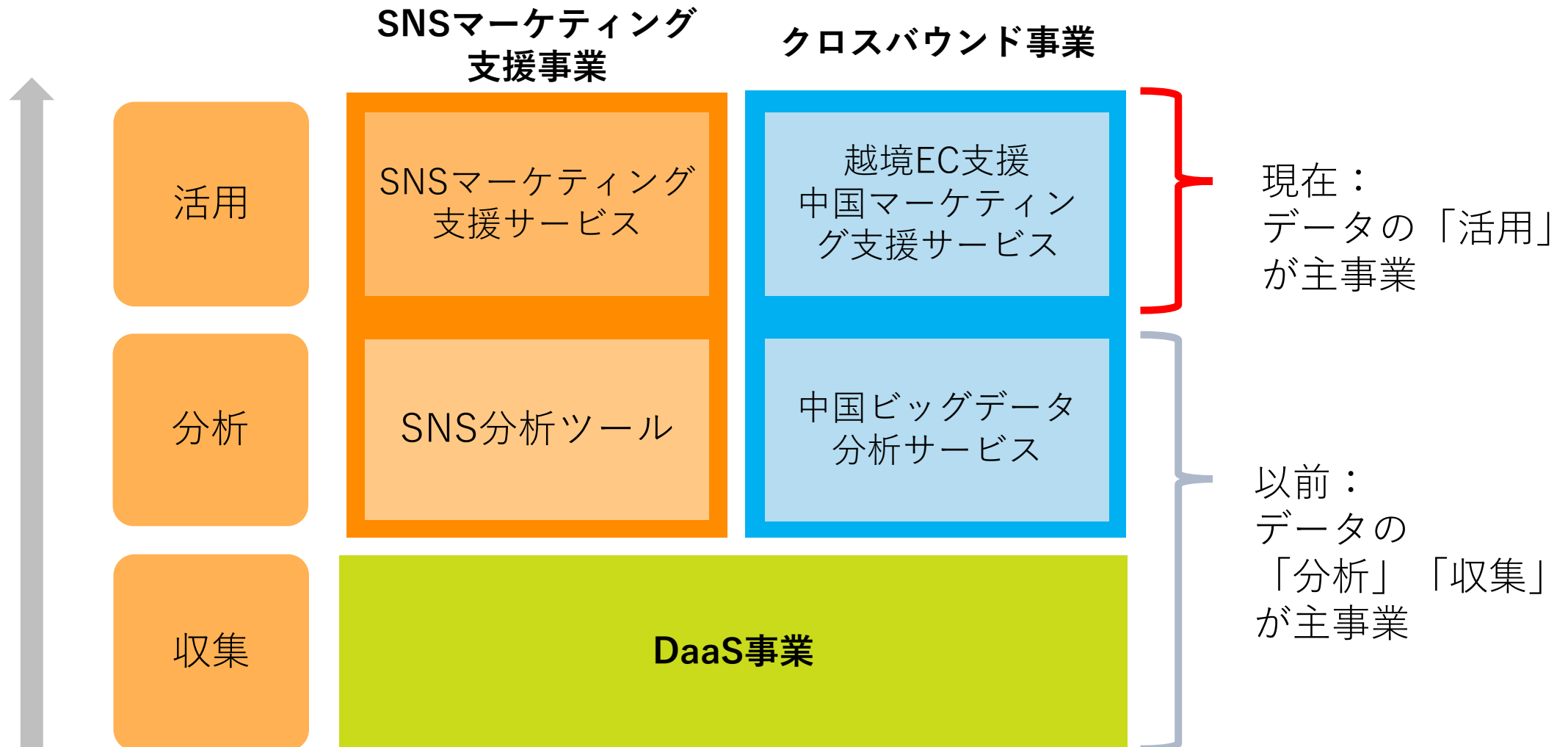
事業とサービス

ビッグデータ活用の**収集・分析・活用**まで**統合した事業**



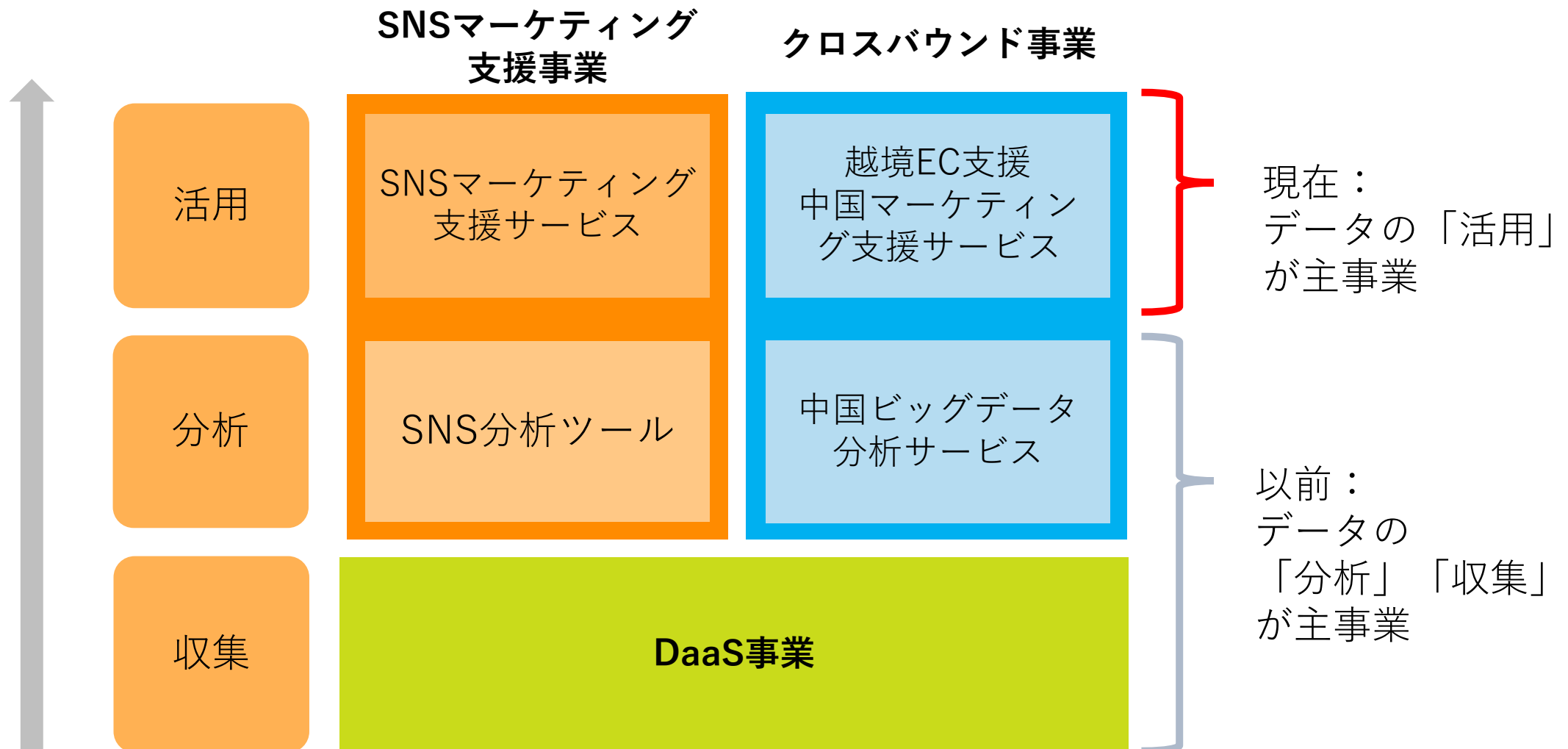
事業とサービス

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



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

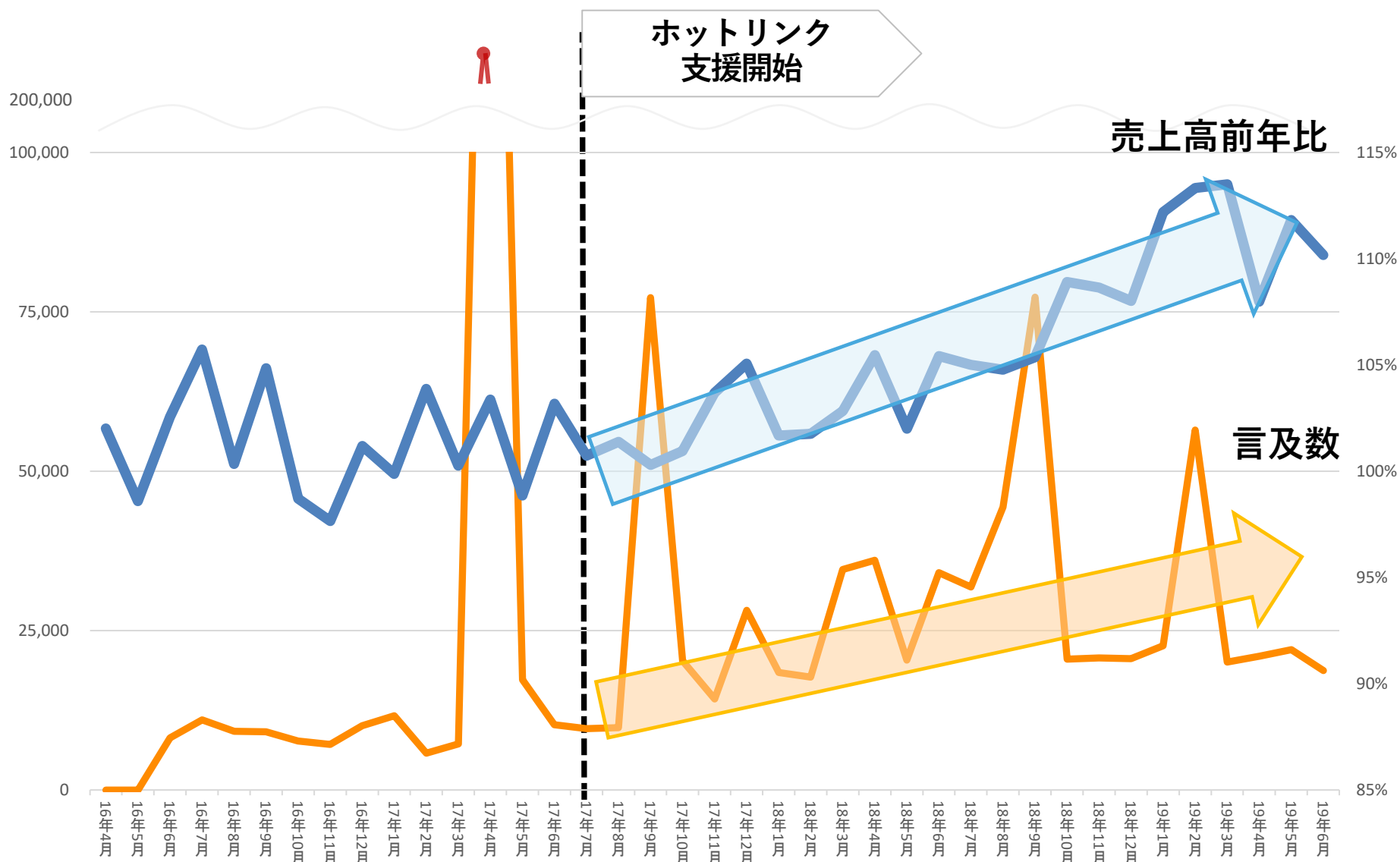


Twitterを活用し、
Twitterフォロワー35万人超
を獲得し、
店舗売上の増加に貢献



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

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

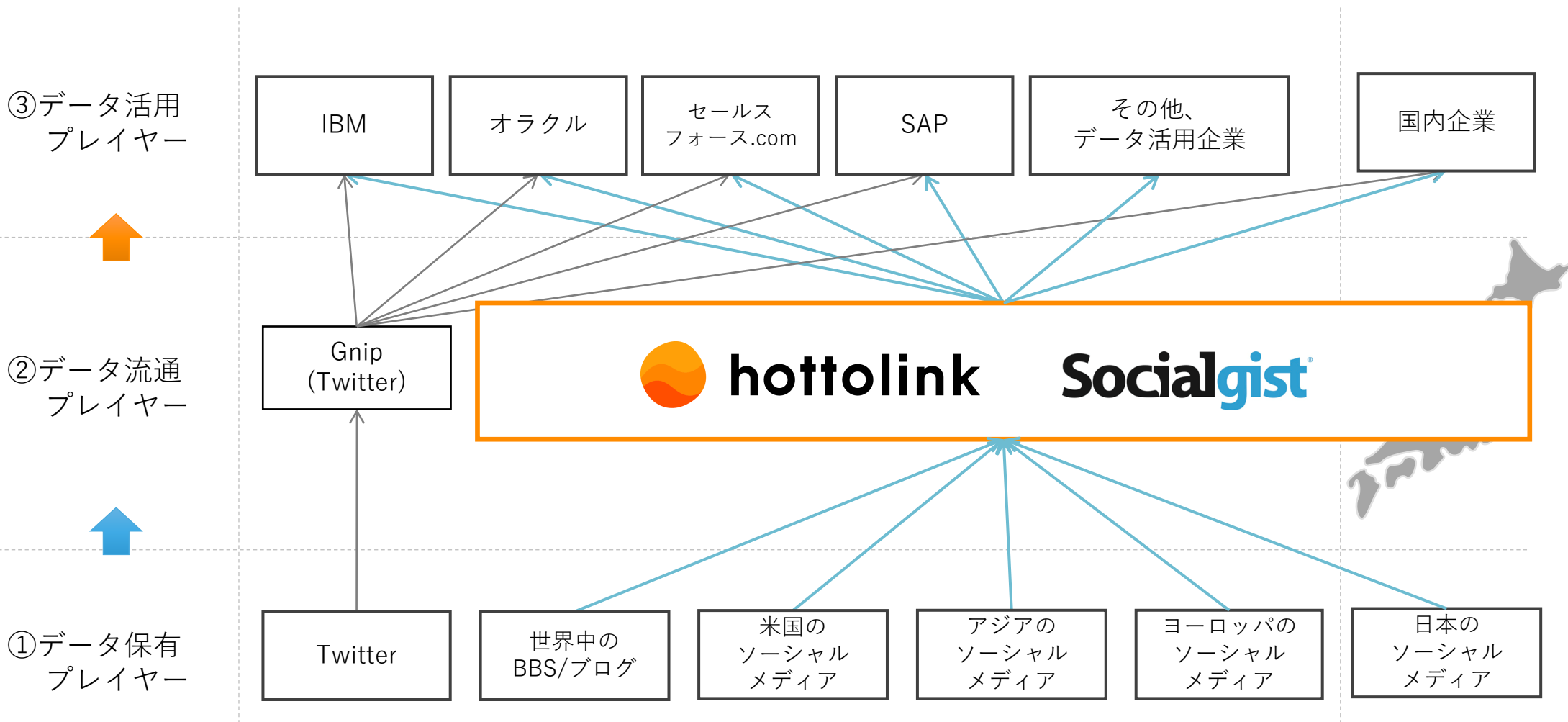


ソニー チャイナ様

他、化粧品、衛生薬品、美容機器 等々 多数

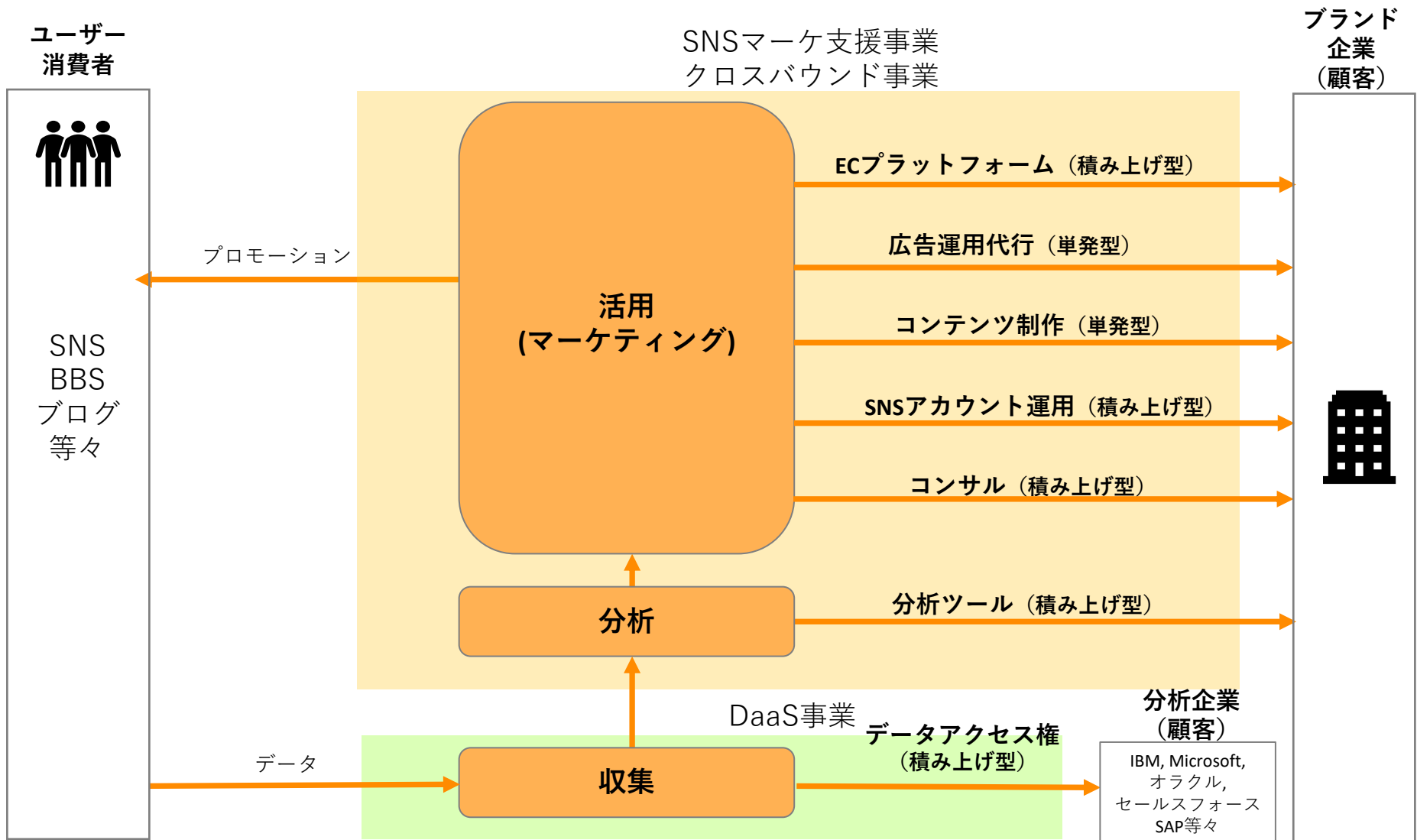
事業とサービス： DaaS事業

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

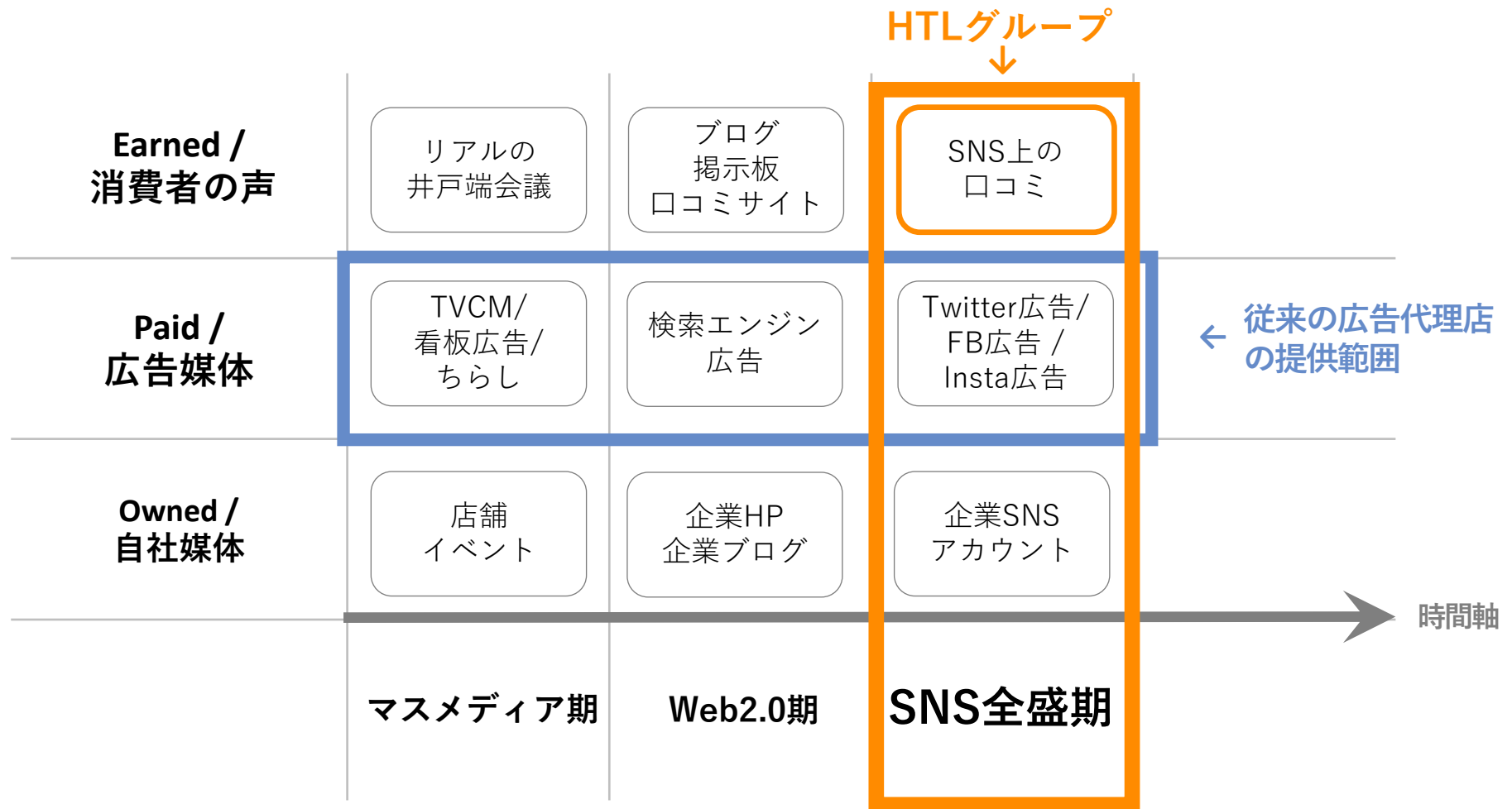
- ・ 世界中のSNSデータへアクセス権
- ・ 過去15年間の蓄積データ

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年度第3四半期決算結果

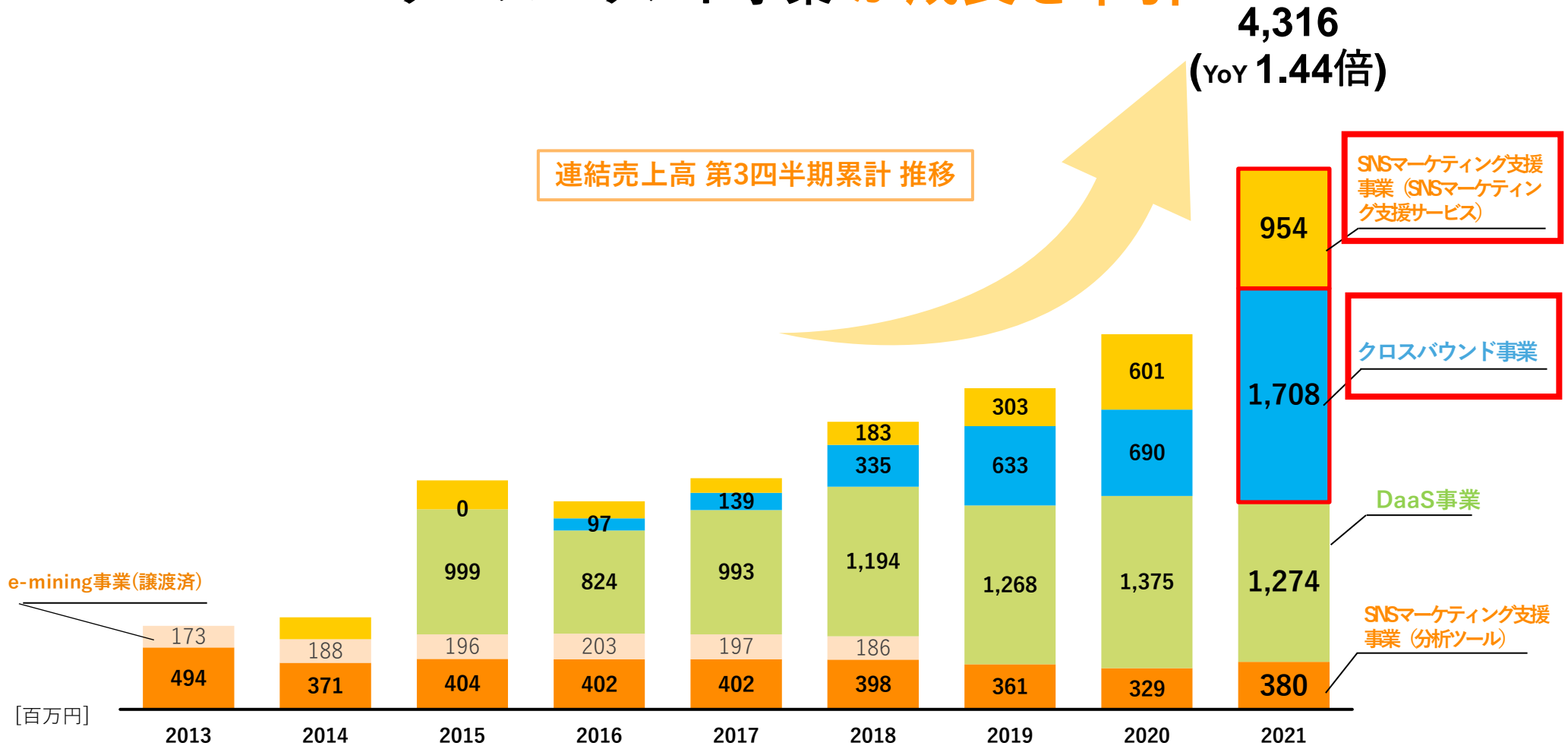
エグゼクティブサマリー

2020年の事業転換から1年9ヶ月

攻めの事業が順調に成長し、**利益創出フェーズ**へ

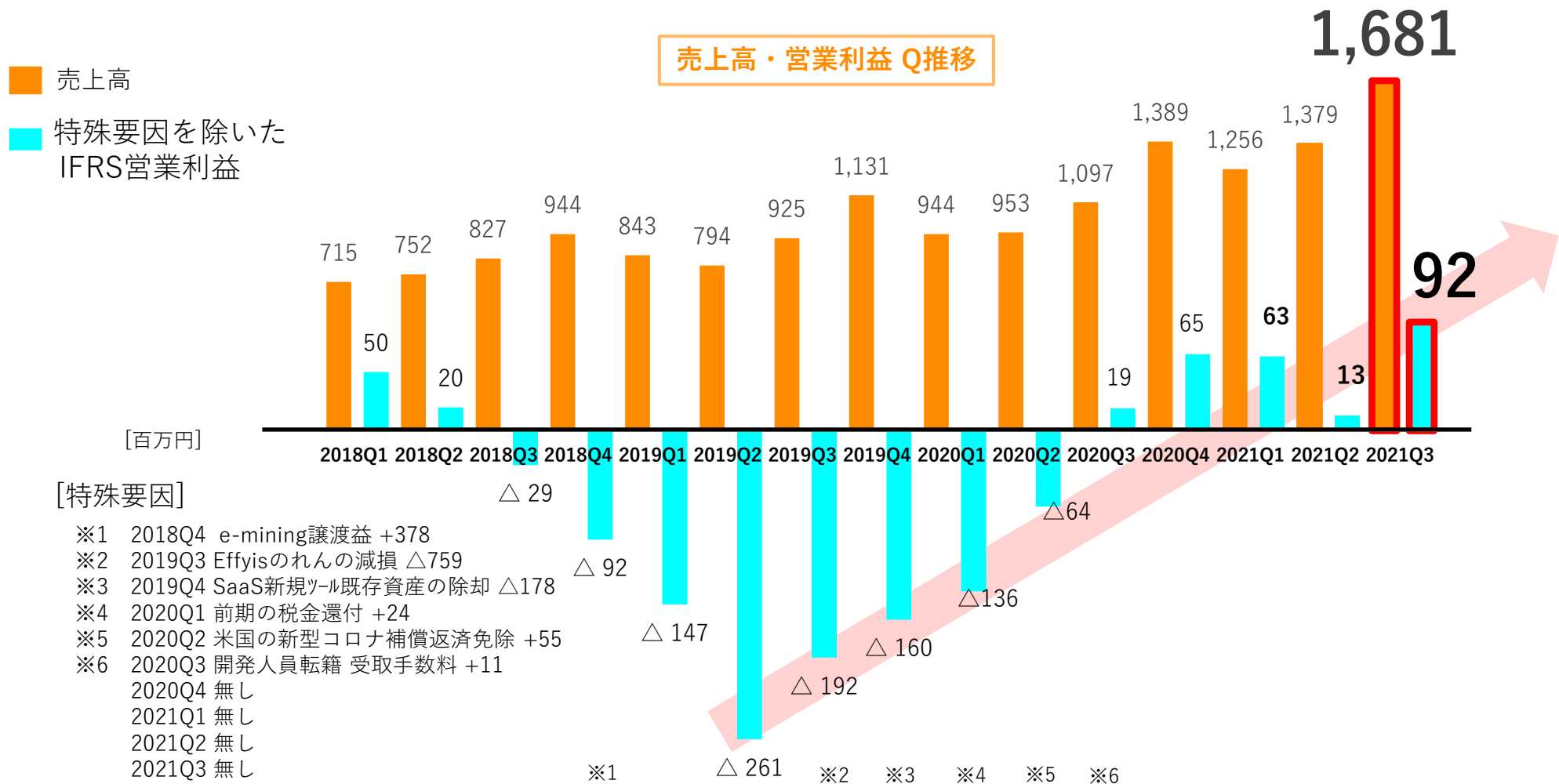
エグゼクティブサマリー

攻めの事業のSNSマーケティング支援サービスと クロスバウンド事業が成長を牽引



エグゼクティブサマリー

Q推移も、売上が順調に拡大、 継続的な利益創出状態に



連結業績サマリー

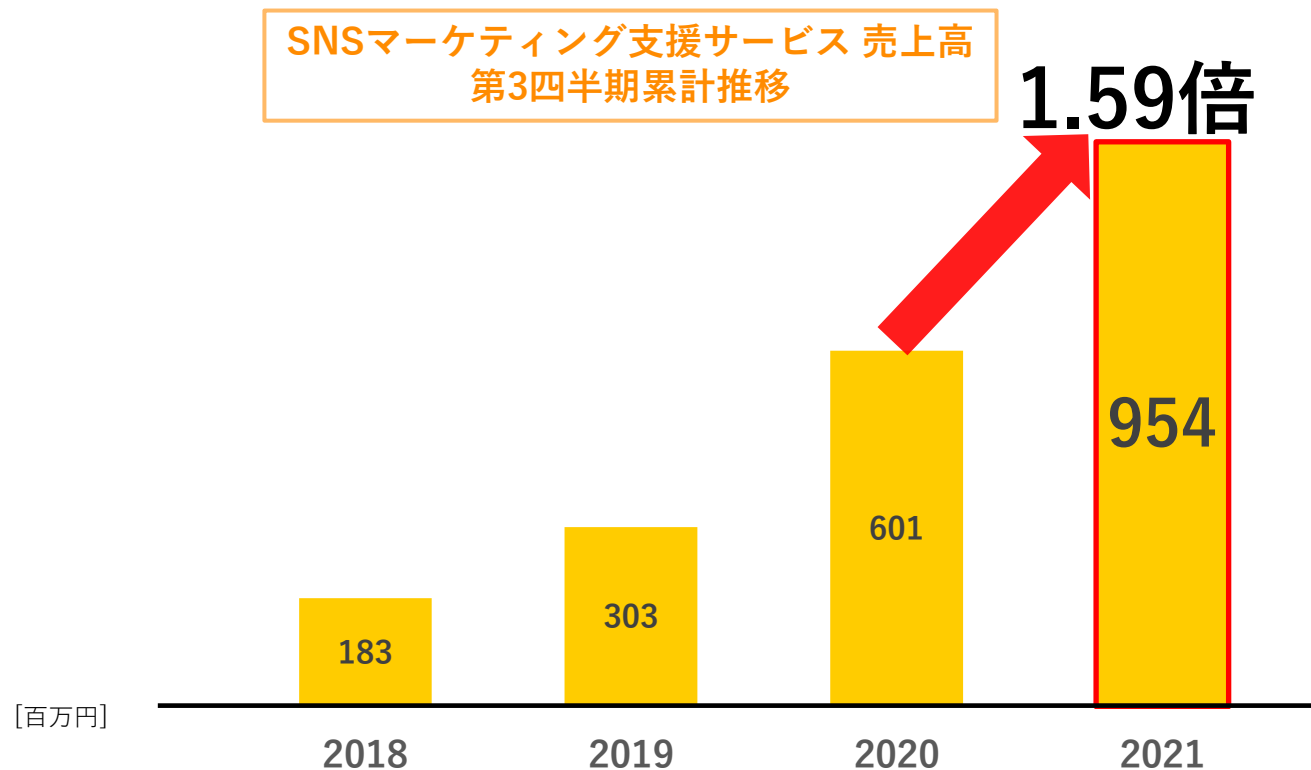
第3四半期累計で

1. 売上高 4,316百万円。過去最高売上（前期比 1.44倍）

2. 営業利益 170百万円(前期比 +260百万円)

売上分析：SNSマーケティング支援サービス

第3四半期累計売上が前年同期から **1.59倍**と
2021年度も 順調に **事業成長**

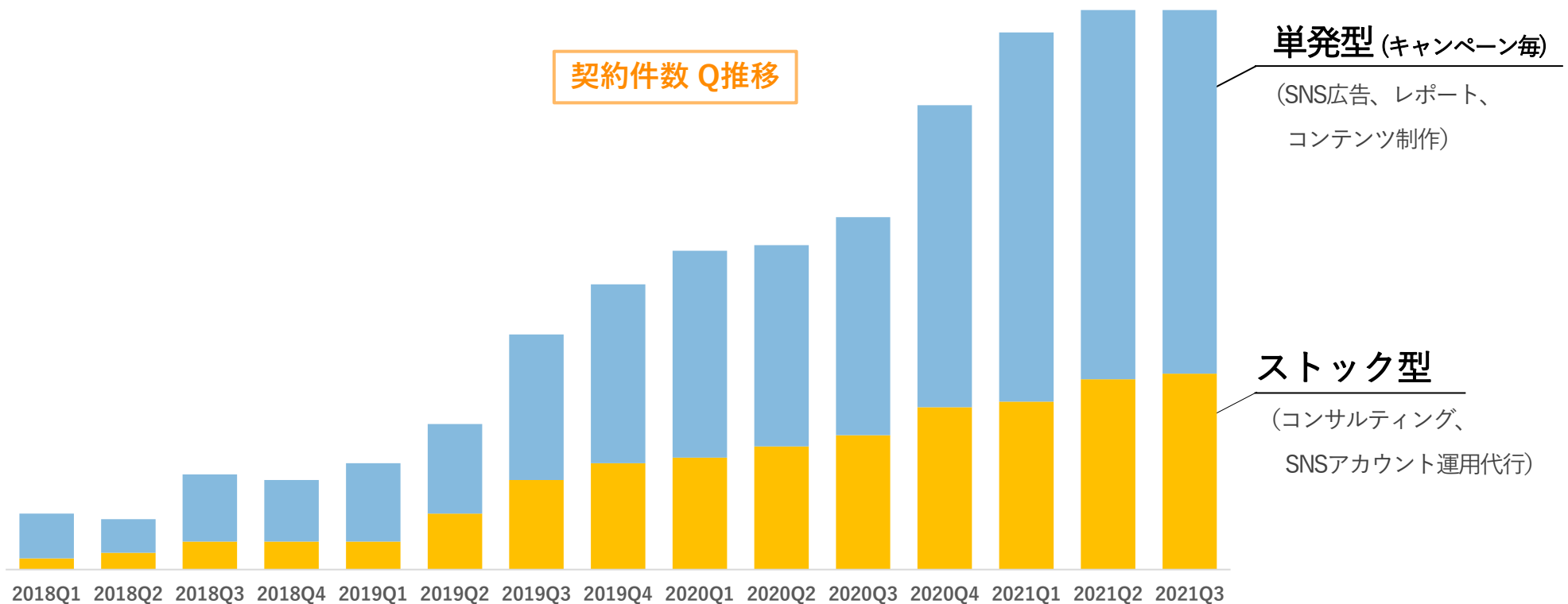


2021第3四半期累計実績

- 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

売上分析：SNSマーケティング支援サービス

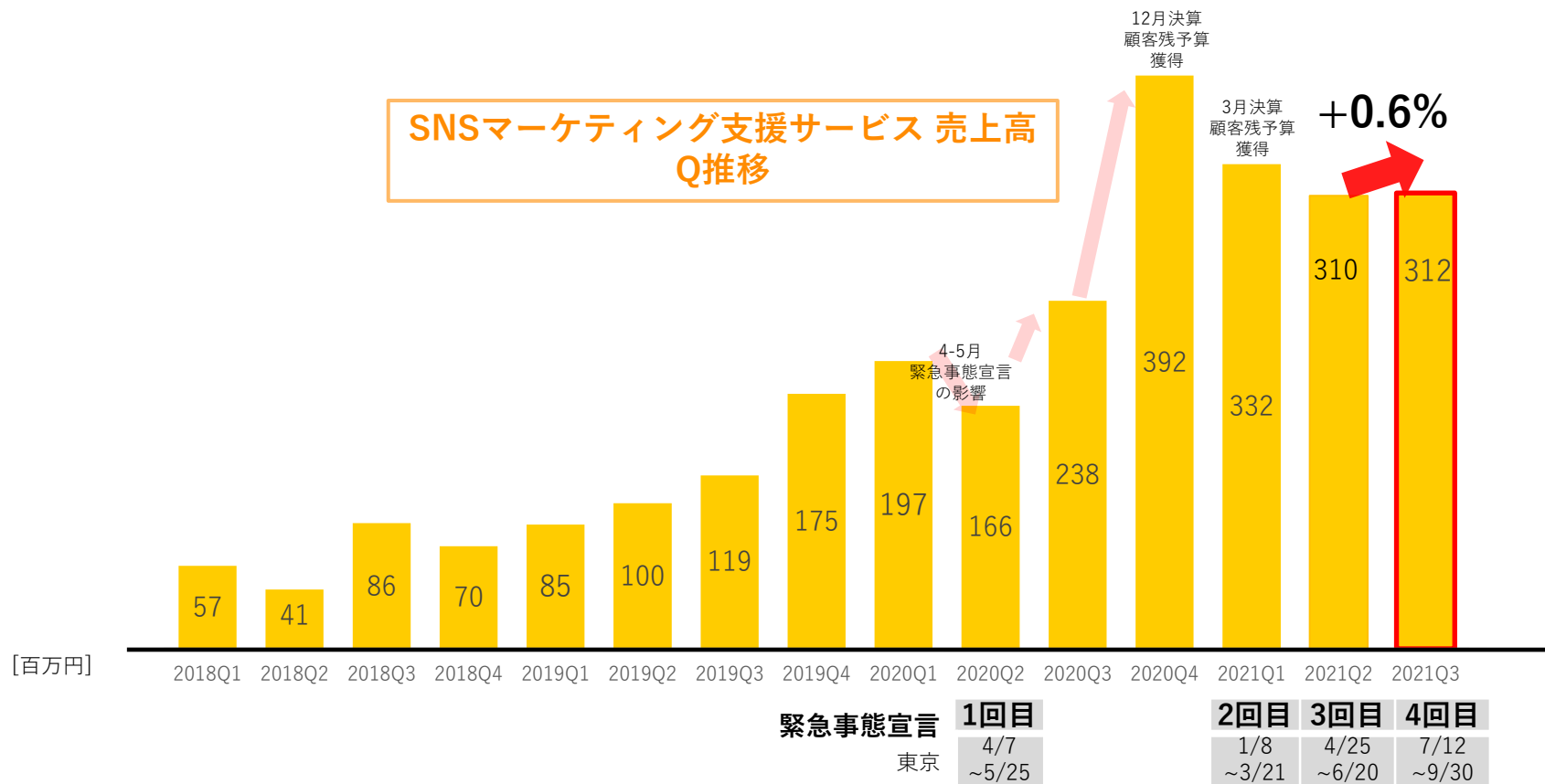
ストック型サービスの契約数は着実に増加
継続率 90%以上



売上分析：SNSマーケティング支援サービス

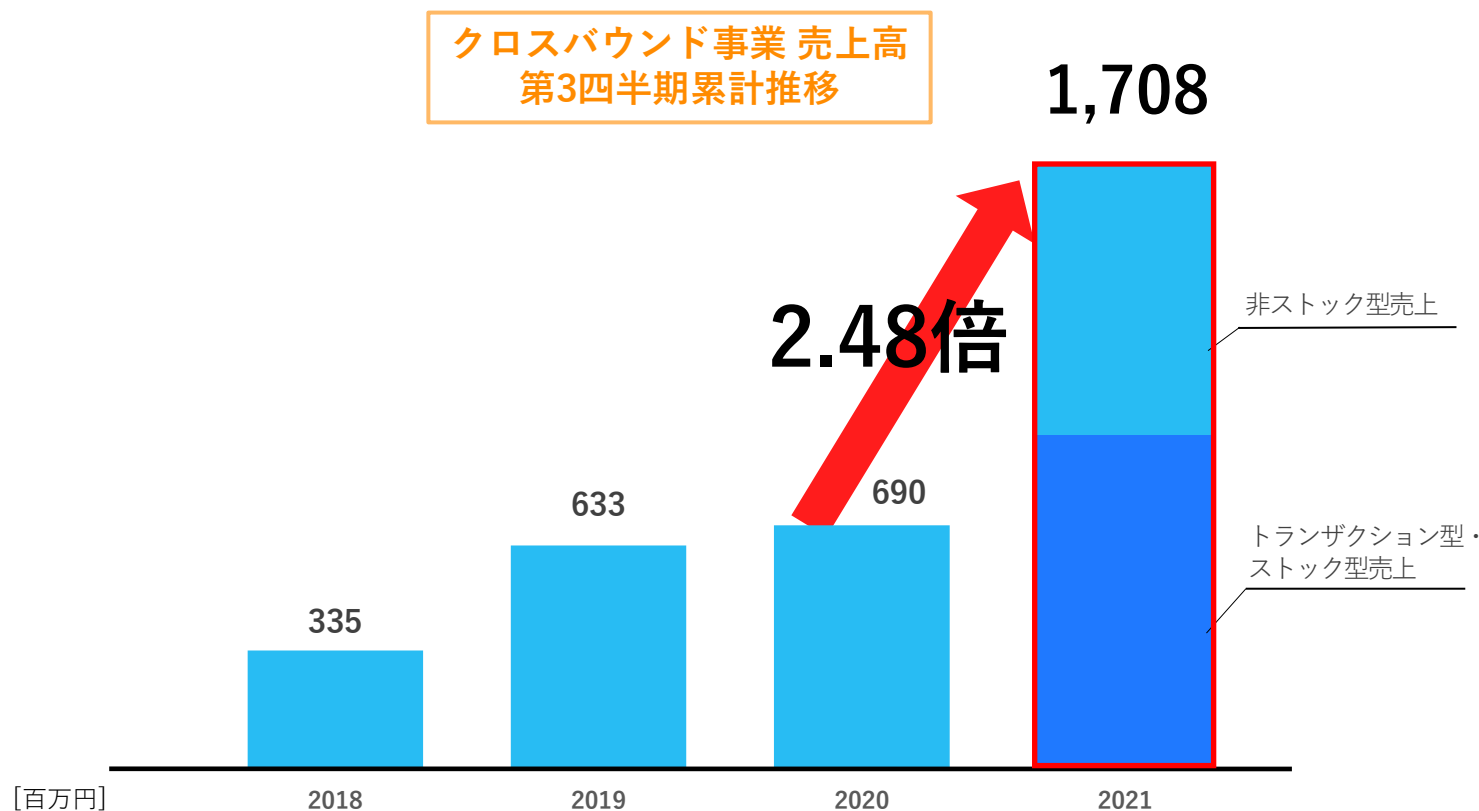
四半期推移では、Q3は、Q2から微増(+0.6%)

新規顧客を獲得した一方、全期間が緊急事態宣言下のため、
店舗系顧客のキャンペーン(単発型売上)が減少



売上分析：クロスバウンド事業

第3四半期累計売上が 前年同期から **2.48倍** と急成長



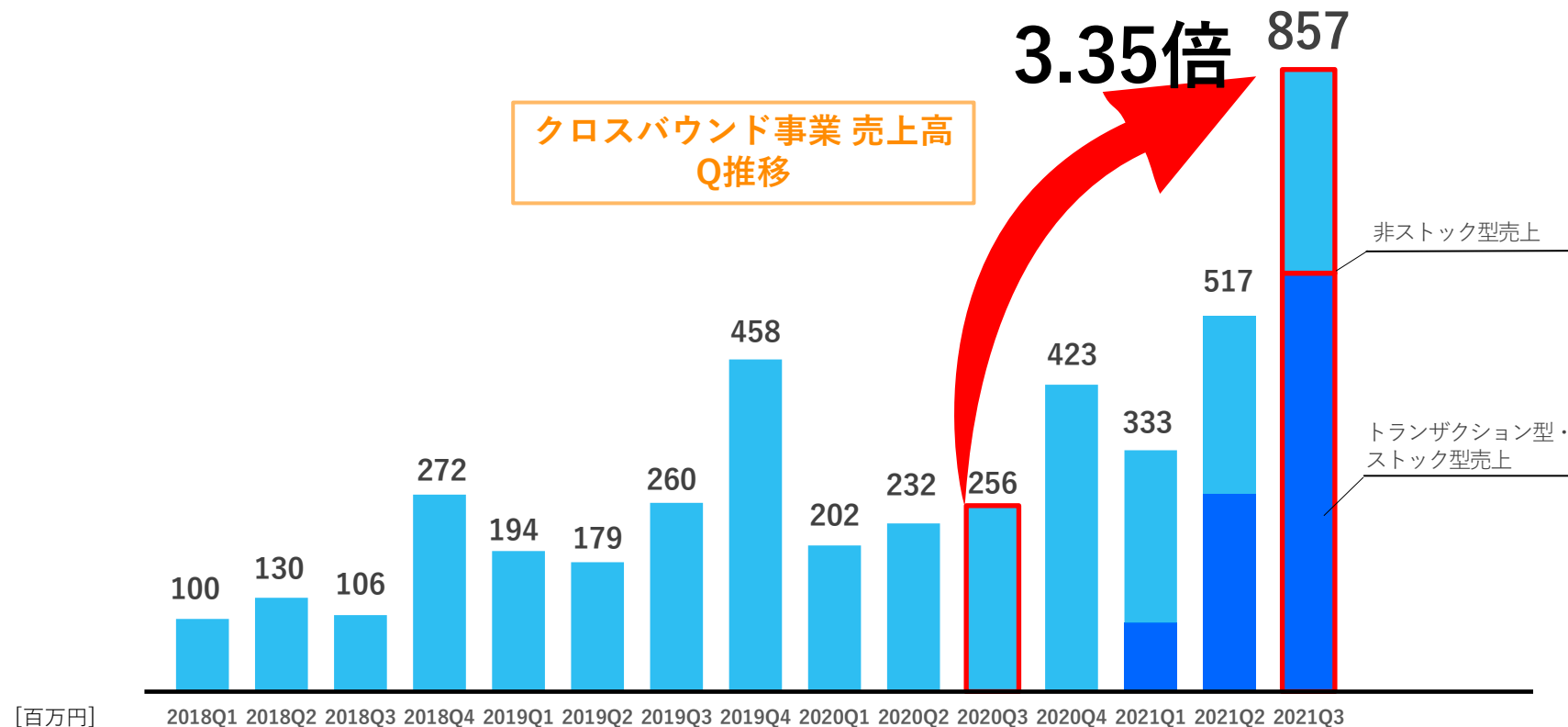
2021第3四半期累計実績

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(トランザクション型)が大きく伸長し、売上に貢献

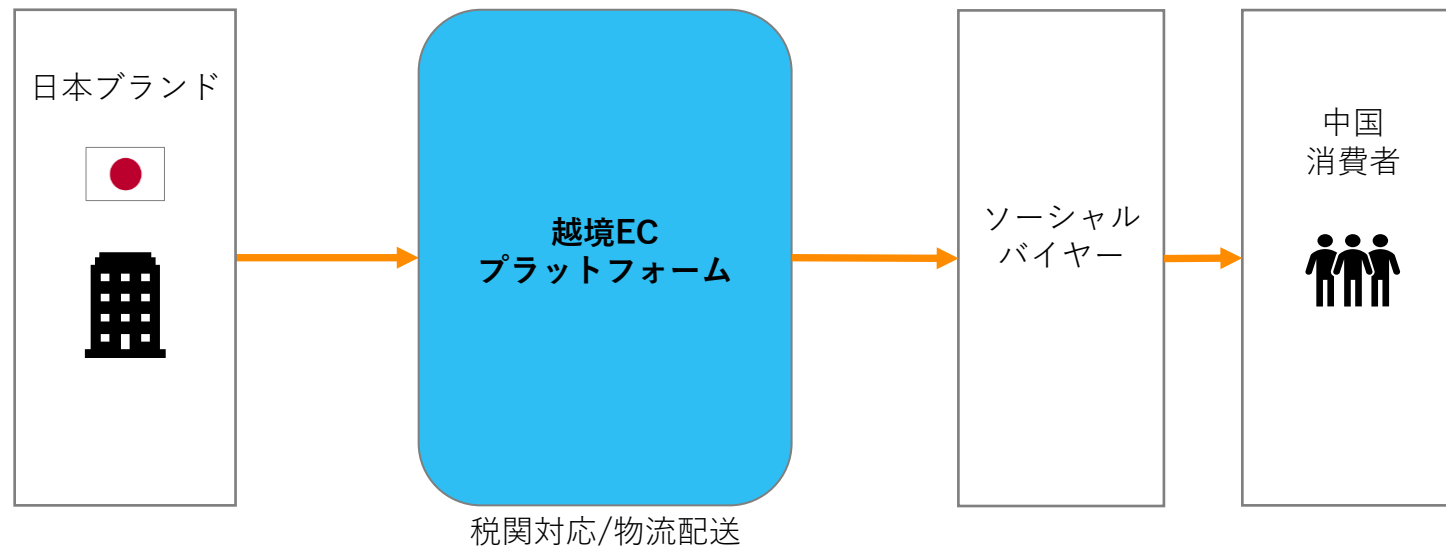
売上分析：クロスバウンド事業

Q3 は、前Q3から**3.35倍**
新開発サービス（トランザクション型）が拡大を牽引
下期に売上が大きくなる傾向だが、更に大きく伸びた



新開発サービス：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
- 売上は、トランザクション型
- 日本ブランドへのプロモーション実績と積み上げた信用で大手ブランドとの取引が拡大中

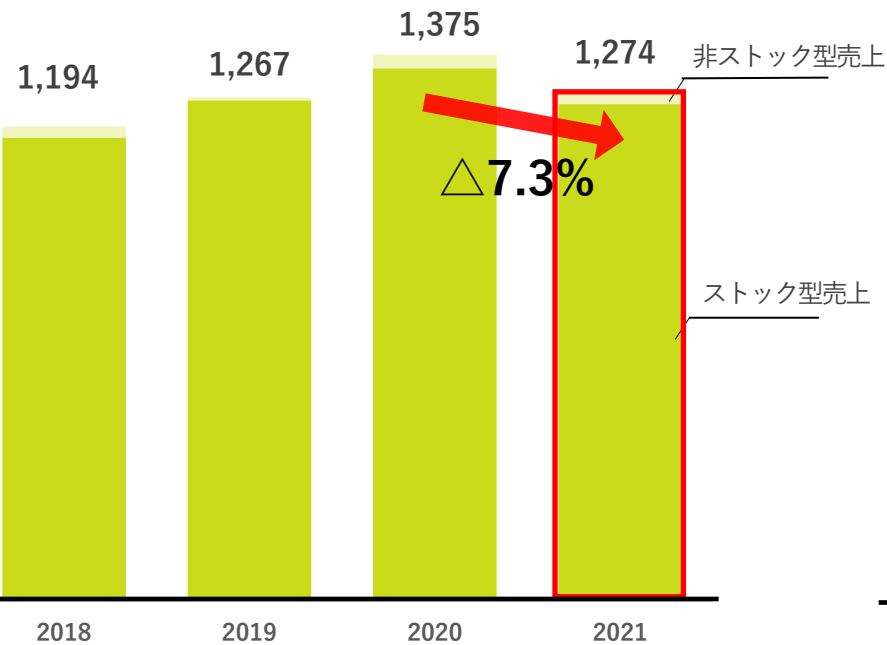


売上分析：DaaS事業

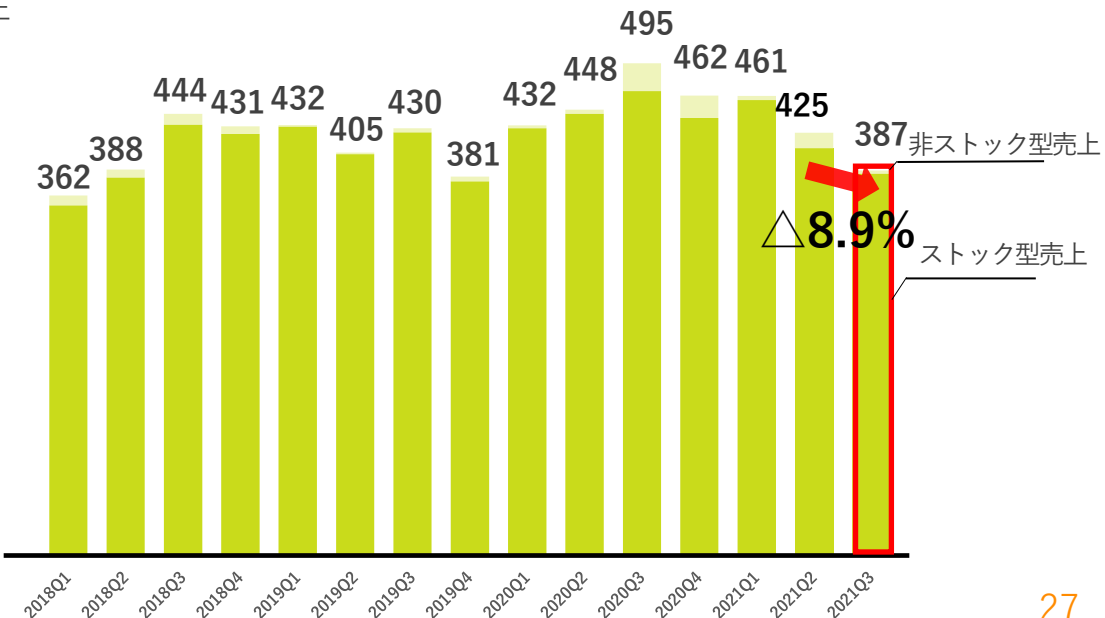
売上は微減
Q2にSNSデータアクセス権の1つが契約終了したことによる
今後は安定見込

DaaS事業事業 売上高

第3四半期累計推移



Q推移



[百万円]

DaaS事業の新たなパートナーシップ

NTTデータとデータパートナーシップを締結しました

- なずきプラットフォームを通じて、日本企業に、Socialgistが扱う世界中のビッグデータへのアクセスを提供（2021年10月28日サービス開始）

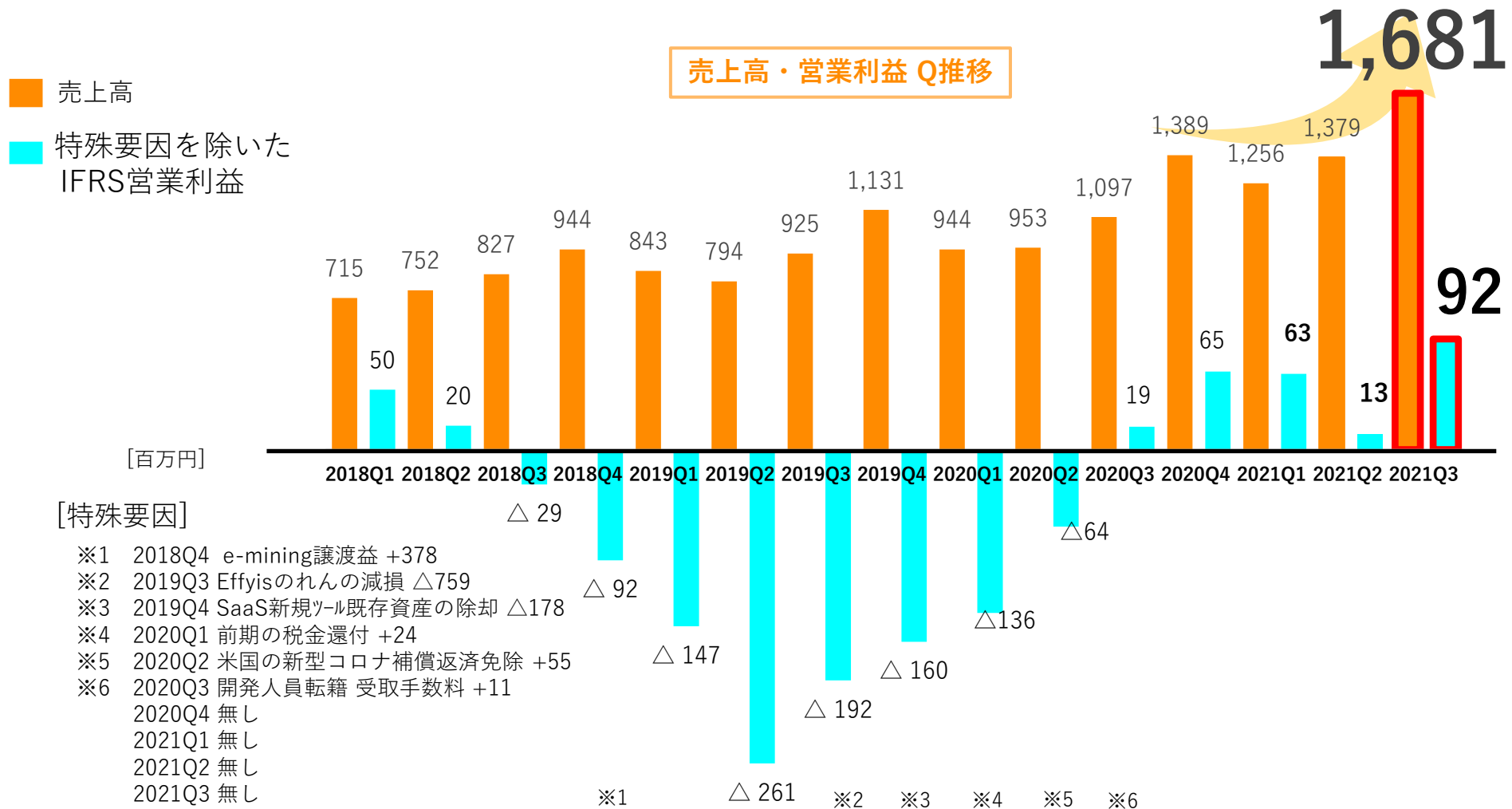


Q3営業利益の増加理由

1. **売上の増加に伴う増益効果**
2. **事業拡大と同時に、販管費を抑制**

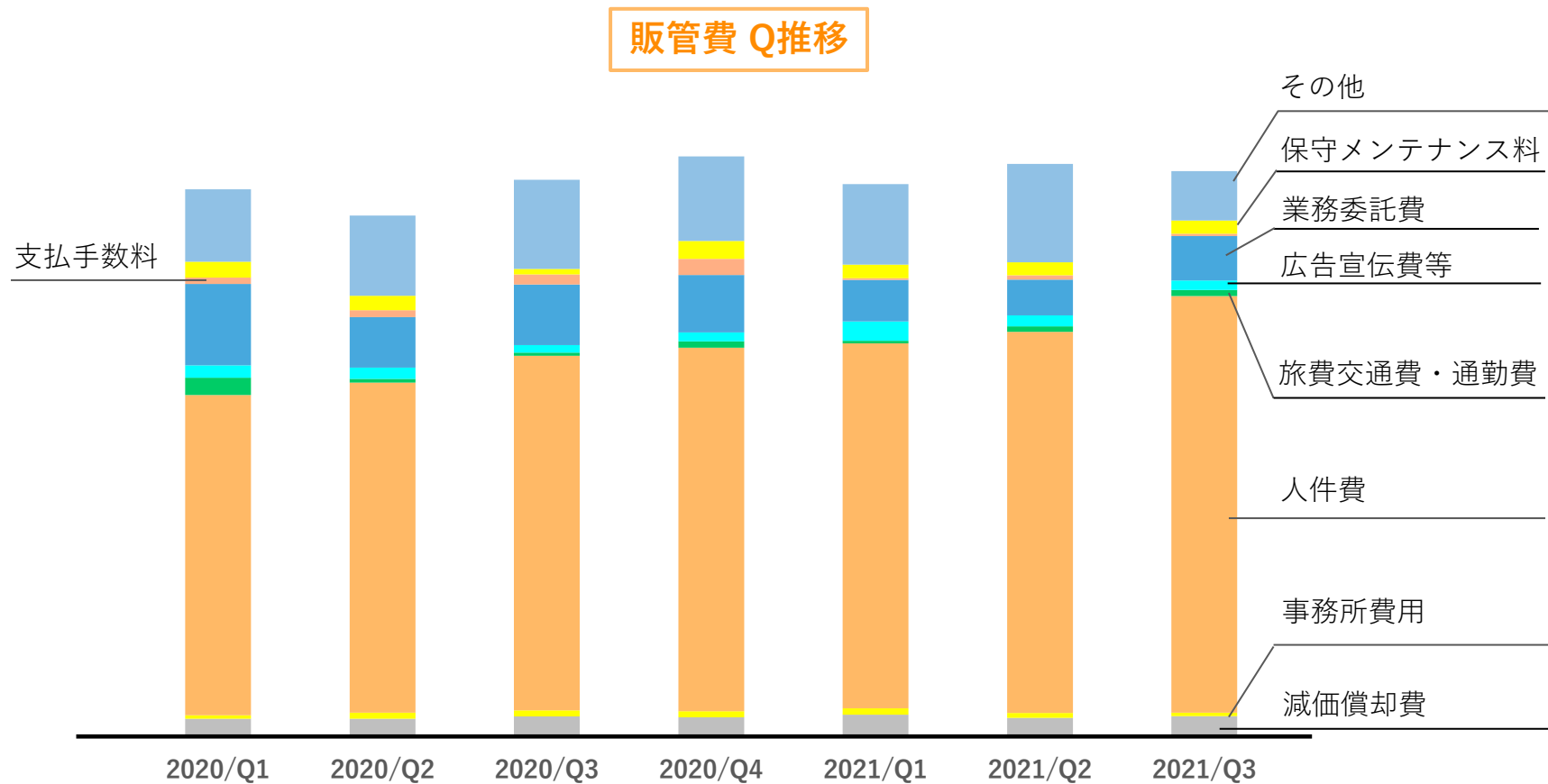
Q3営業利益の増加理由

1. 売上の増加に伴う増益効果



Q3営業利益の増加理由

2. 事業拡大と同時に、販管費を抑制



連結業績 (PL) (IFRS)

税引前利益は **735百万円**
 金融収益に 有価証券評価益499百万円 を計上

(単位：百万円)

	2021年 第3四半期累計	2020 第3四半期累計	前年同期 増減率	2021 Q3	2020 Q3	前年同期 増減率
売上高	4,316	2,995	+44.1%	1,681	1,097	+53.1%
売上総利益	1,445	1,105	+30.7%	517	440	+17.5%
売上総利益率	33.5%	36.9%		30.8%	40.1%	
販売費及び一般管理費	1,283	1,233	+4.0%	429	422	+1.5%
その他費用・収益	8	37	△76.9%	4	12	△65.1%
営業利益	170	△90	-	92	30	+202.4%
金融費用・収益	564	△42	-	424	△8	-
内 金融収益に含まれる 有価証券の評価益	499			416		
税引前利益	735	△133	-	517	22	+2205.4%
当期利益	544	△116	-	383	27	+1294.9%

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（Q1からQ3へ +416百万円）

※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

ブロックチェーン技術への取り組み

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

		狙い
	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	<ul style="list-style-type: none">・新規事業立上げノウハウの蓄積・国内の情報・人脈の構築
日本国内	国内ブロックチェーンスタートアップへの投資	<ul style="list-style-type: none">・新規事業立上げノウハウの蓄積・既存事業とのシナジーの模索
	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	<ul style="list-style-type: none">・新規事業立上げノウハウの蓄積・SDGs/ESG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	<ul style="list-style-type: none">・ グローバルの情報・人脈の構築・新規事業立上げノウハウの蓄積

ブロックチェーン技術への取り組み

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

		進捗・成果
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	・日本初のパブリックブロックチェーン開発企業Stake Technologies等、複数起業家排出
	国内ブロックチェーンスタートアップへの投資	・1社出資
	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	・同性パートナー向けのパートナーシップ証明書サービスをスタート。大手企業・自治体約50社が参加
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	・グローバル市場でのブロックチェーン動向を把握。投資先例 1inch(DeFi) / MythicalGames(Game+NFT)等

2021年度 連結業績予想 (PL) (IFRS)

業績予想を上方修正します

期初予想比 売上高 **+13.7%**, 営業利益 **+51.1%**, 当期利益 **+226.6%**

(単位：百万円)

	期初予想 2/12開示	11/12開示	増減額	増減率
売上高	5,366	6,099	+733	+13.7%
営業利益(IFRS)	147	222	+75	+51.1%
営業利益率	2.7%	3.7%	-	-
税引前利益	224	787	+563	+251.0%
当期利益	181	593	+412	+226.6%

2021年度 連結業績予想 (PL) (IFRS)

前年度から **売上高1.39倍** の見通し

(単位：百万円)

	11/12開示	2020年12月期 実績	前期比	前期増減
売上高	6,099	4,385	+39.1%	+1,714
営業利益(IFRS)	222	△25	-	+247
営業利益率	3.7%	△0.6%	-	-
税引前利益	787	△84	-	+871
当期利益	593	△51	-	+644

2021年度 連結業績予想 上方修正の理由

• 売上高

- クロスバウンド事業の越境ECプラットフォームの新サービスが想定を上回る大きな伸びとなったことが主要因
- DaaS事業において、Q2決算で開示のとおりSNSデータアクセス権の1つが契約更新をしなかったことによる売上減少が見込まれるが、クロスバウンド事業の伸びが、DaaS事業の減少分をカバーする以上に大きな伸びとなった

• 利益

- 売上の増加に伴う増益効果
- 販管費を期初予想に比べ、抑制できる見込となった
- 中長期的な事業の種まきのために、ブロックチェーンスタートアップに投資するファンドに出資しており、この有価証券が評価益となった

2021 Q4の取り組み

トップラインの成長を重視し、攻めの事業へ積極投資

事業区分	Q4の取り組み
SNS マーケティング 支援事業	<ul style="list-style-type: none">・ストック型サービスの販売拡大・プロモーションサービスにおける年末商戦の予算獲得・新たなメディア、サービスの開拓/開発・さらなる人材採用と教育
クロスバウンド 事業	<ul style="list-style-type: none">・越境ECプラットフォーム利用ブランドの拡大・年末商戦の予算獲得
DaaS事業	<ul style="list-style-type: none">・価格体系の変更・人工知能ソリューション企業への販売模索・新規データソースの獲得（ブロックチェーン上のデータ等）

攻めの事業

2021 Q4見込の前提

トップラインの成長を重視し、攻めの事業へ積極投資

- ・人材採用による販管費が増え、営業利益は一時的に減少見込
- ・有価証券の評価益は織り込まず

(単位：百万円)

	2021 Q1	2021 Q2	2021 Q3	2021 Q4	2021年通期 業績予想
売上高	1,256	1,379	1,681	1,783	6,099
売上総利益	482	445	517		
売上総利益率	38.4%	32.3%	30.8%		
販売費及び一般管理費	419	434	429		
その他費用・収益	0	3	4		
営業利益	63	13	92	52	222
金融費用・収益	139	1	424		
内 金融収益に含まれる 有価証券の評価益	82	-	416	織り込まず	499
税引前利益	202	14	517	52	787
当期利益	154	6	383	49	593

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、一部業種への影響はあるものの、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
- ・ コロナ禍による緊急事態宣言期間の長期化の結果、顧客の予算引き締めも出ております
- ・ 緊急事態宣言中は、全従業員が完全リモートワークで業務を実施しており、現在は、リモートワークを継続しつつ、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



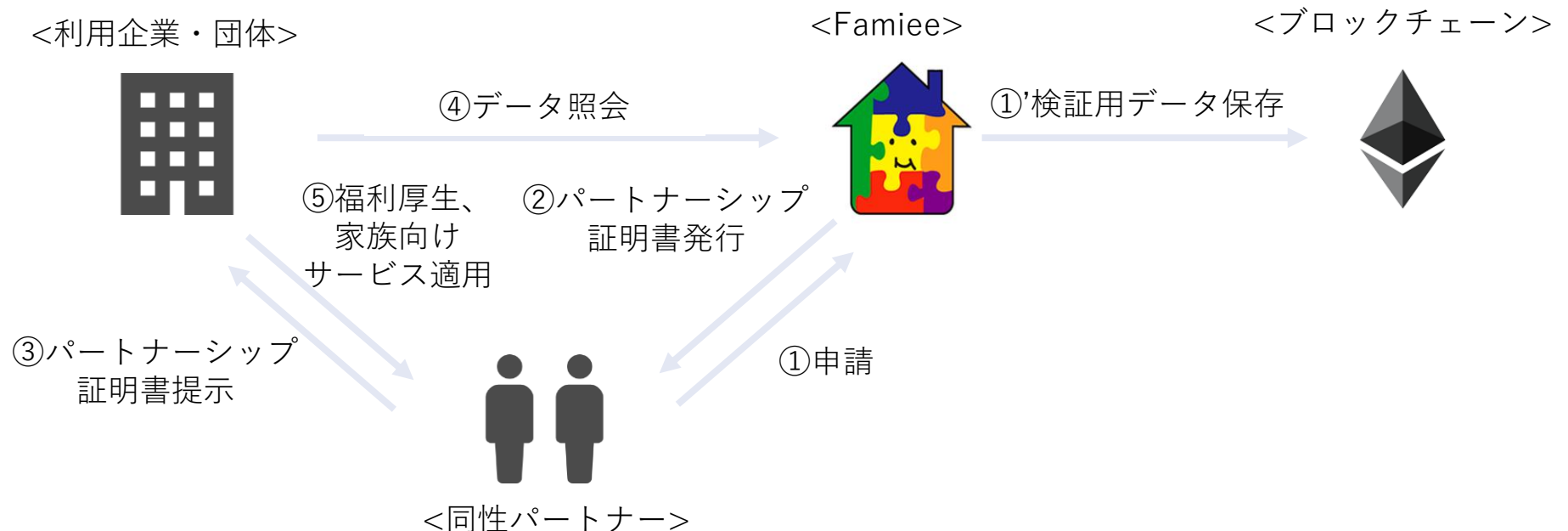
SDGsへの取り組み

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)

2021年10月時点で大手企業・自治体を含めた**55社が導入**



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

連結業績 (BS) (IFRS)

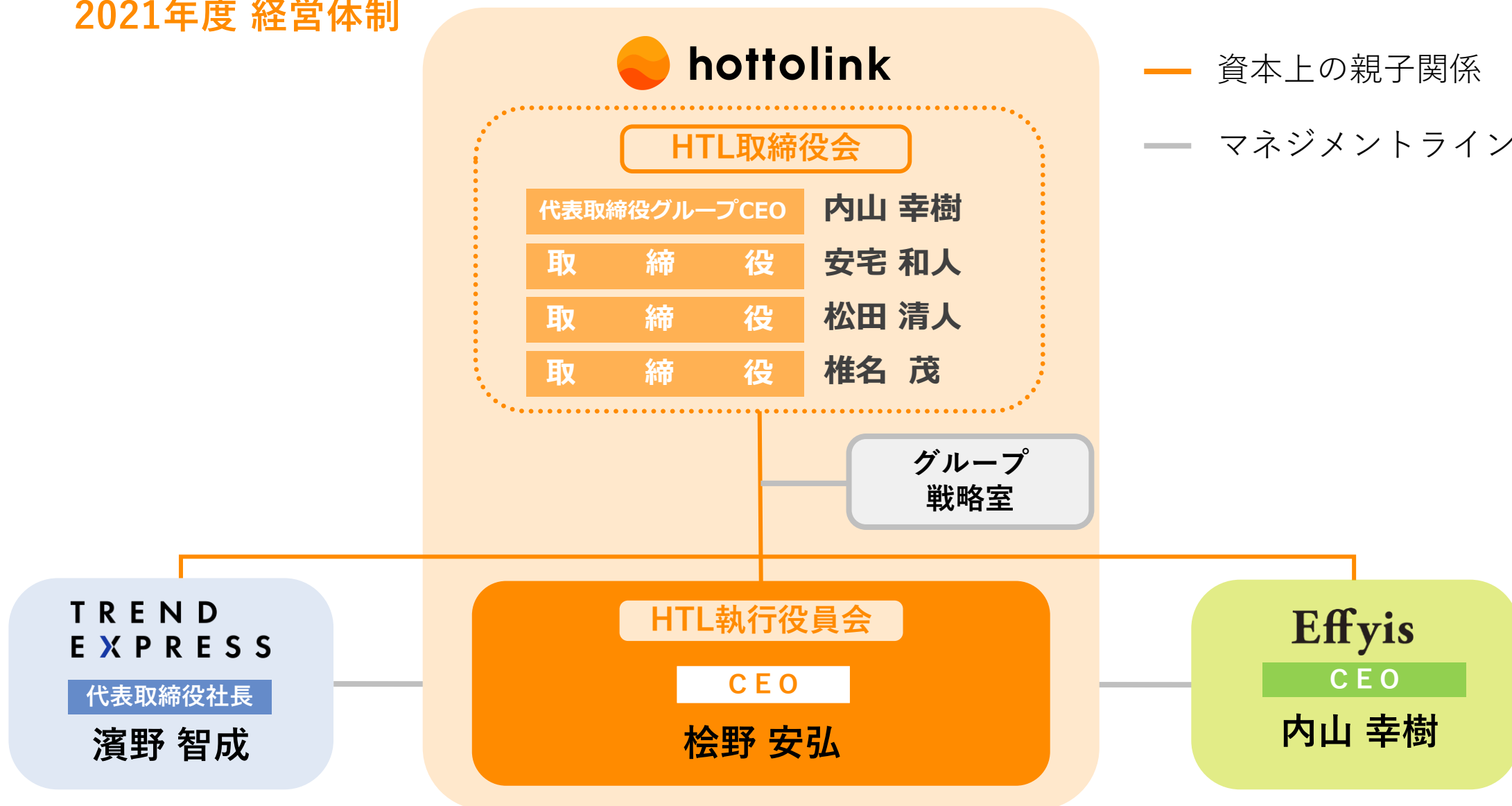
財務は安定

(単位：百万円)

	2021年9月末	2020年12月末	前期増減
流動資産	3,227	2,710	+517
非流動資産	3,634	3,057	+577
資産合計	6,862	5,767	+1,095
流動負債	973	932	+41
非流動負債	2,073	1,863	+210
負債合計	3,046	2,795	+251
資本合計	3,815	2,972	+843
負債資本合計	6,862	5,767	+1,095

コーポレート・ガバナンス(1)

2021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

2021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		

ホットリンクグループの目線 (5カ年)

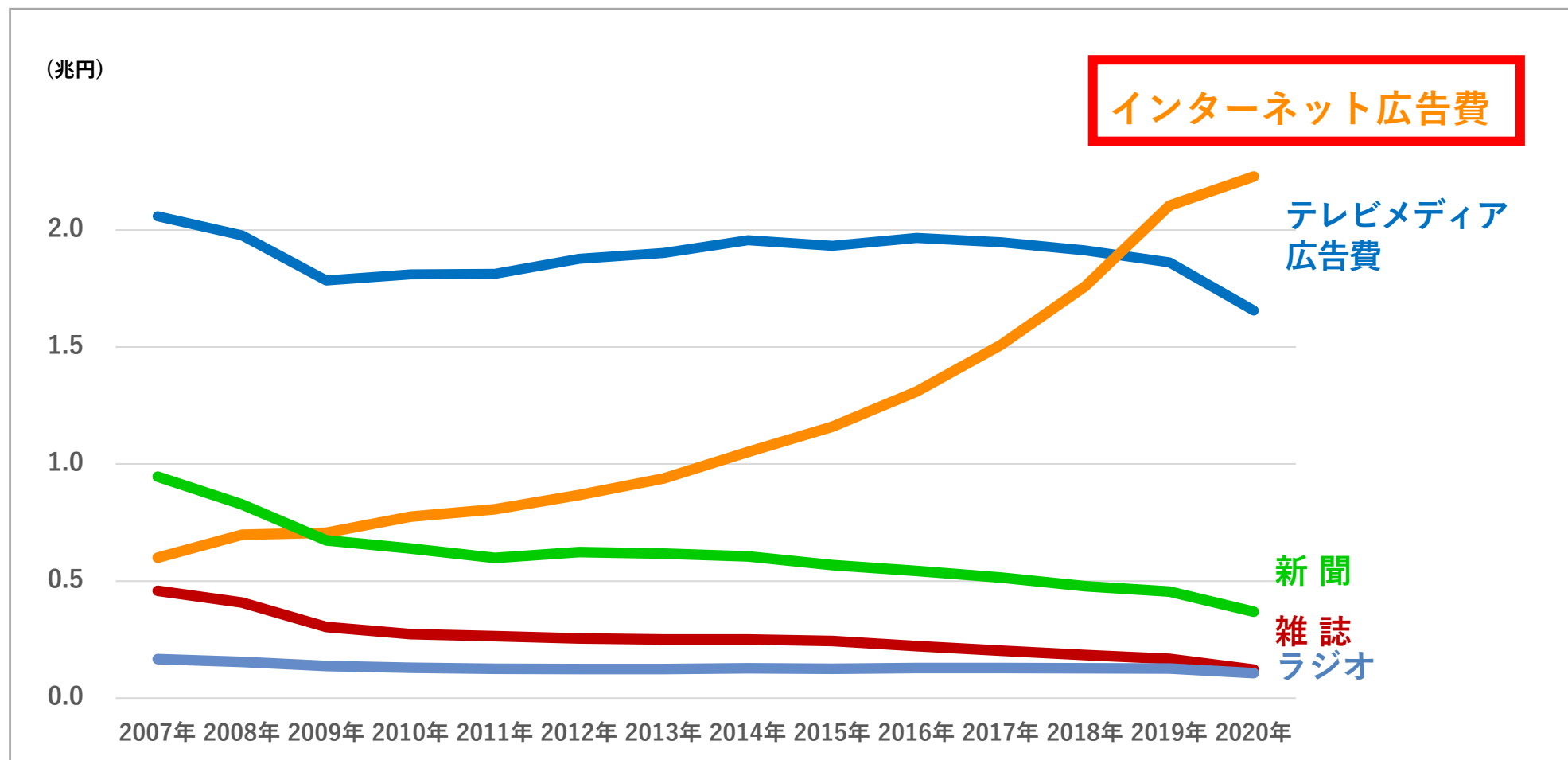
目標値の前提

- 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

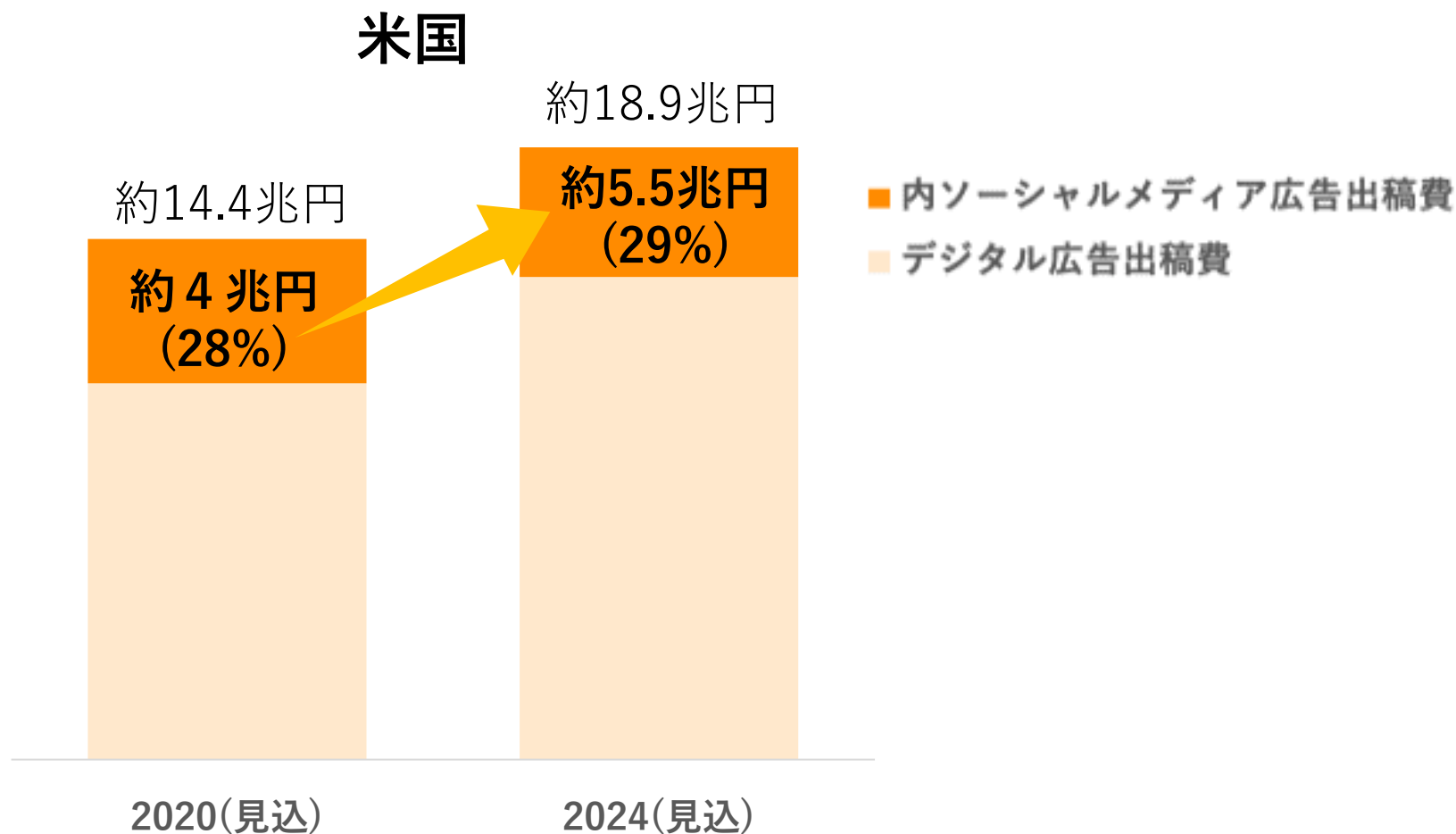
市場環境

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！**



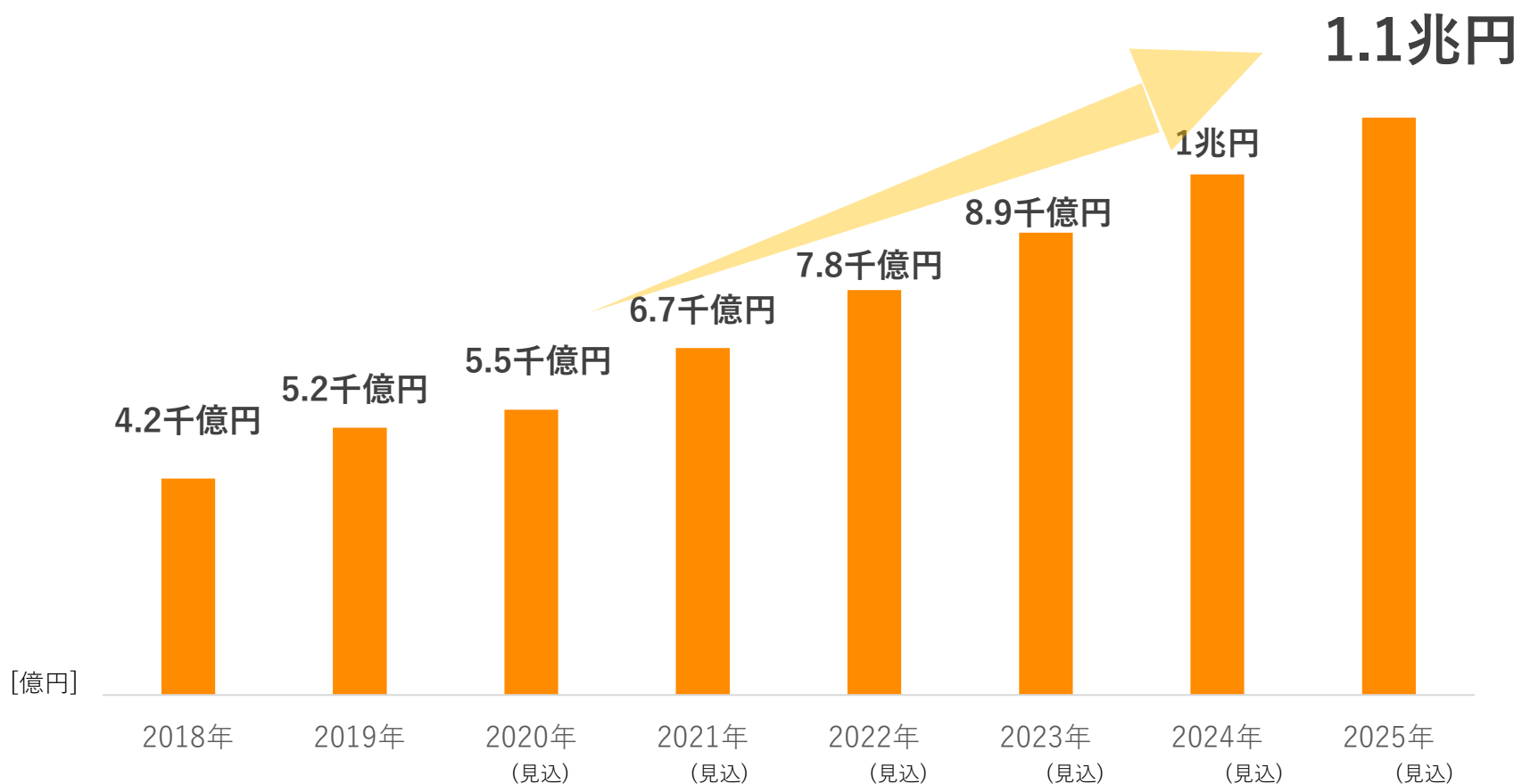
市場環境（米国）

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650兆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。



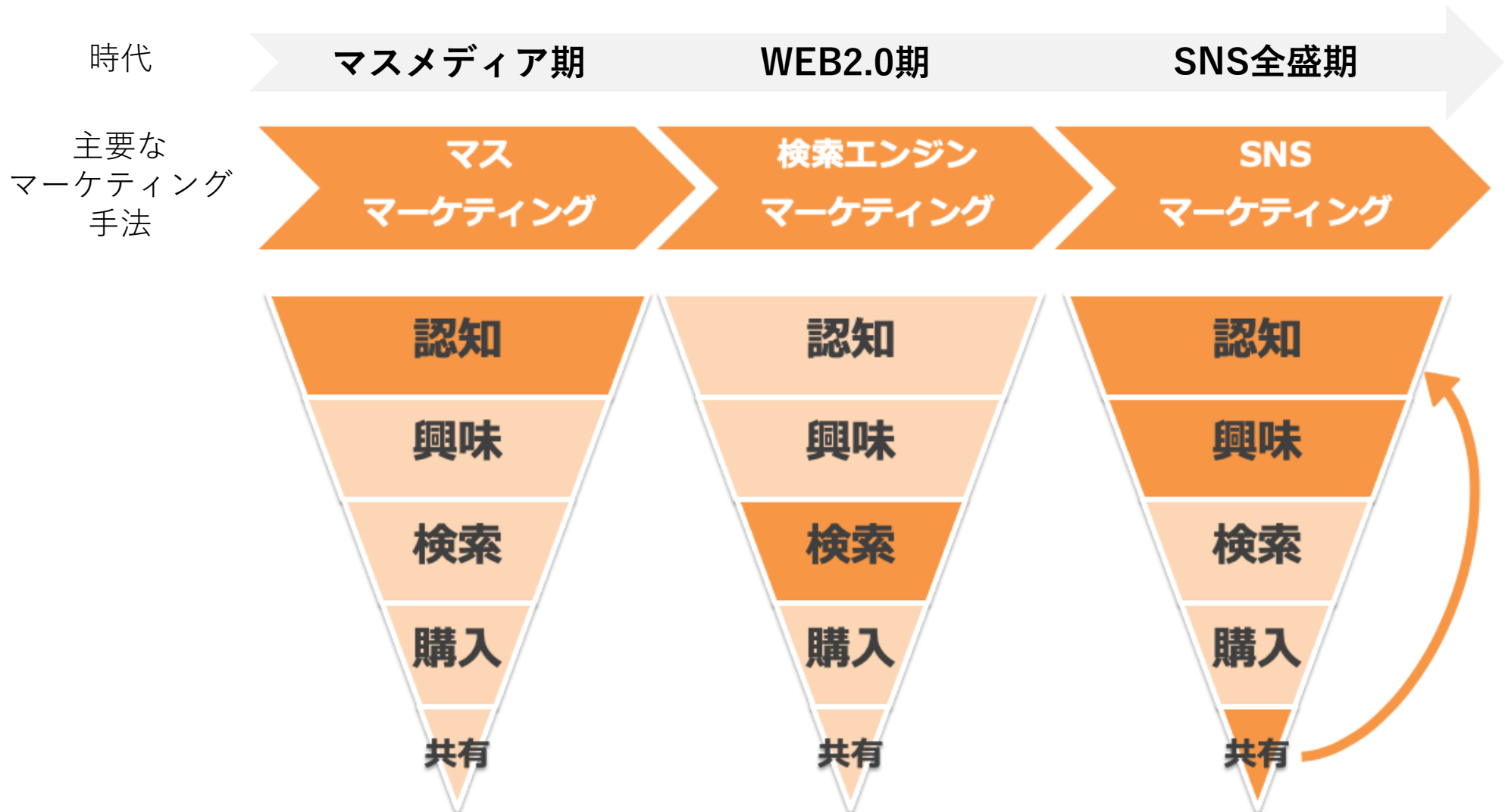
- 1.中国現地進出
- 2.越境EC需要
- (3.インバウンド需要)



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

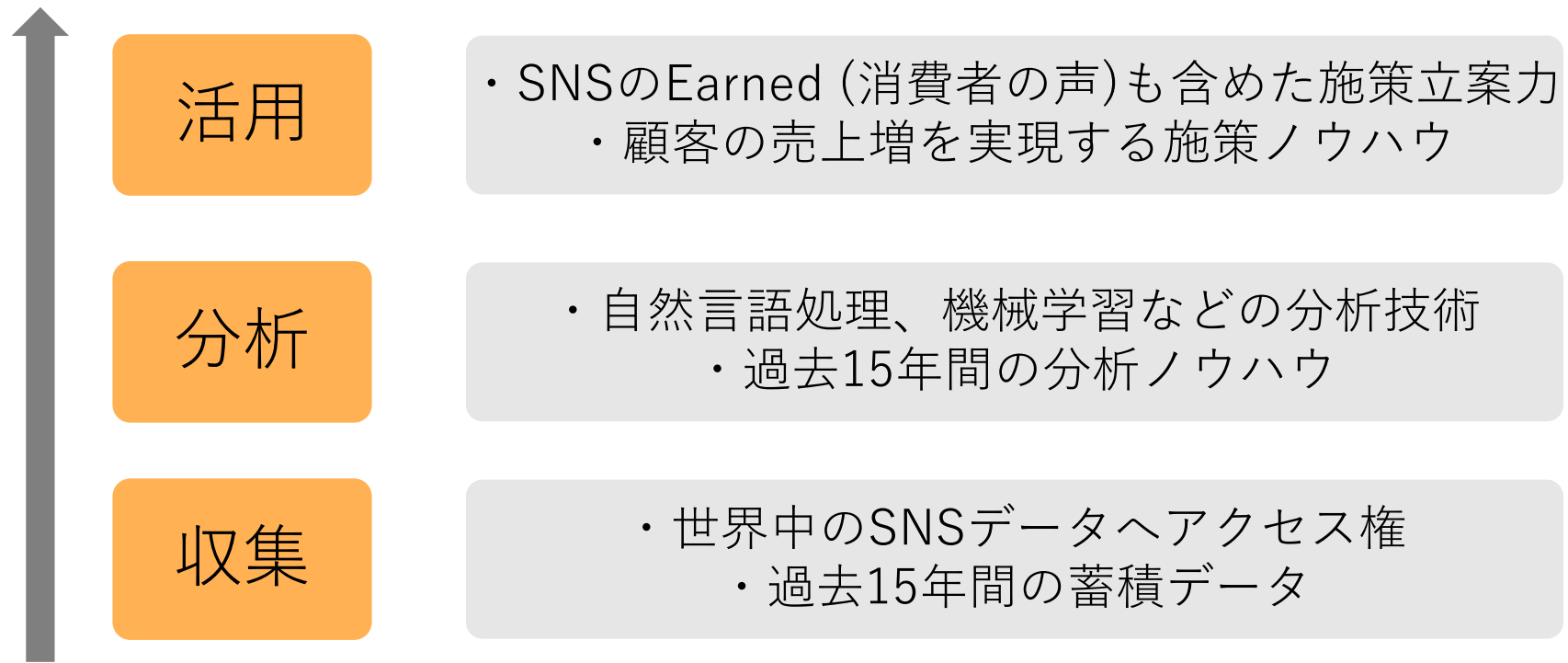
非常に大きな影響を持ち始めた。
企業が制御できない

<p>Earned / 消費者の声</p>	<p>リアルの 井戸端会議</p>	<p>ブログ 掲示板 口コミサイト</p>	<p>SNS上の 口コミ</p>	
<p>Paid / 広告媒体</p>	<p>TVCM/ 看板広告/ ちらし</p>	<p>検索エンジン 広告</p>	<p>Twitter広告/ FB広告/ Insta広告</p>	<p>← 従来の広告代理店の提供範囲</p>
<p>Owned / 自社媒体</p>	<p>店舗 イベント</p>	<p>企業HP 企業ブログ</p>	<p>企業SNS アカウント</p>	
	<p>マスメディア期</p>	<p>Web2.0期</p>	<p>SNS全盛期</p>	<p>時間軸 →</p>

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カ年目標のブレイクダウン

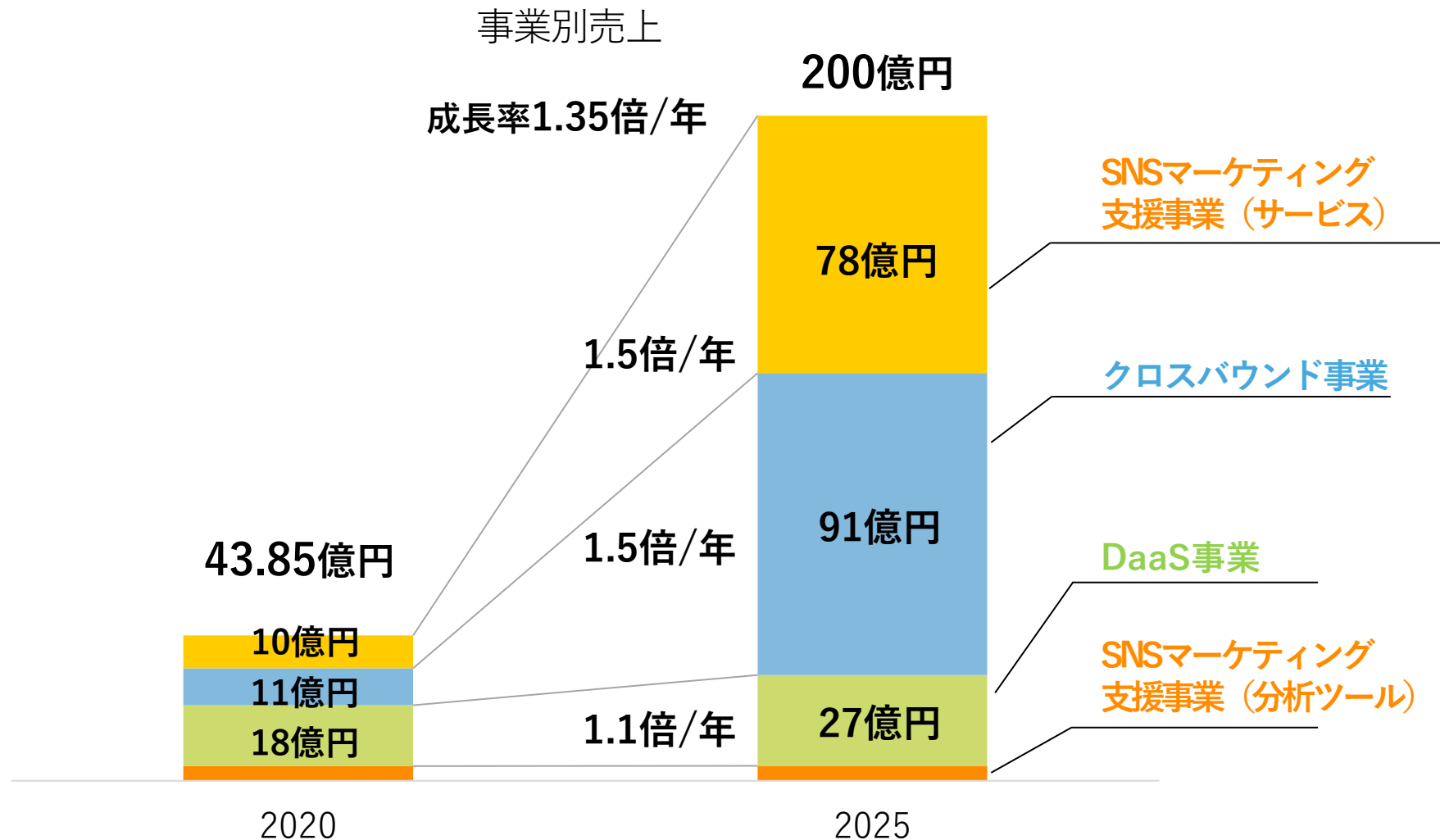
ホットリンクグループの目線 (5カ年目標)

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

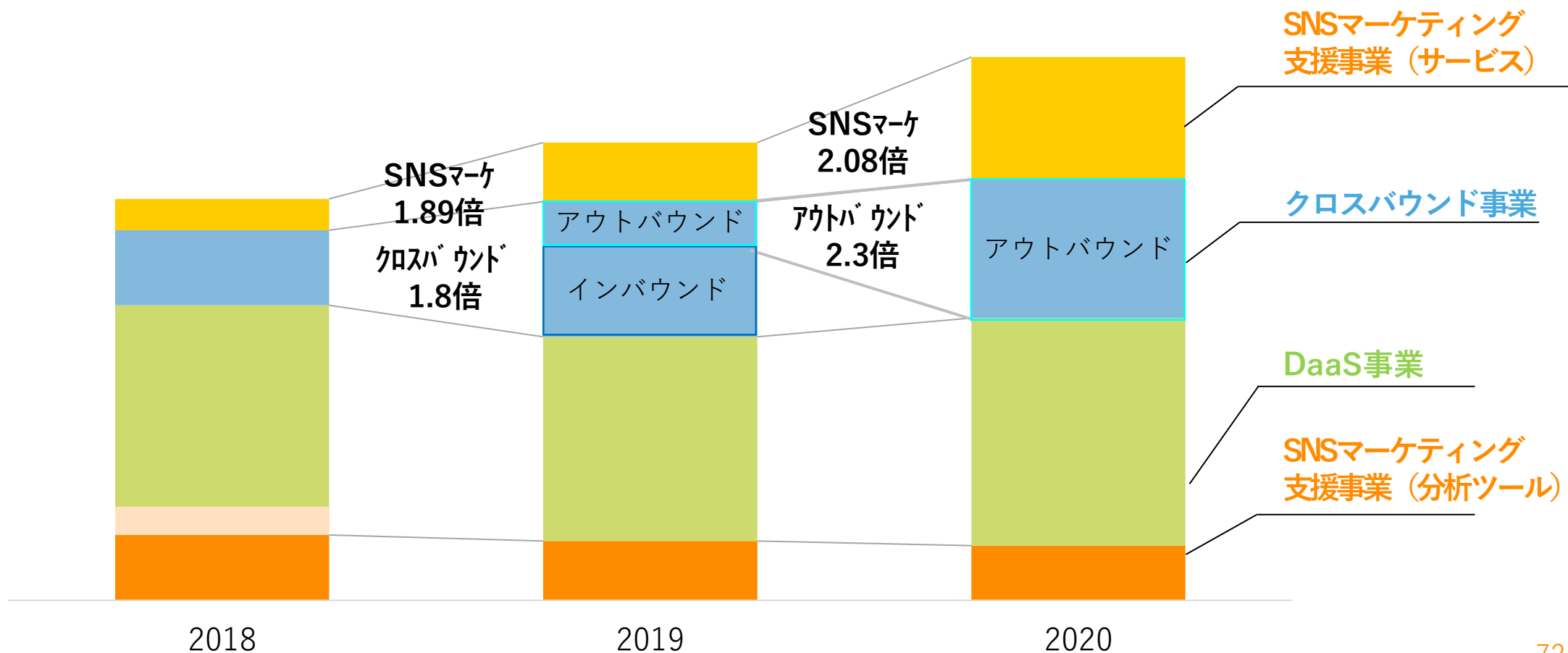
SNSマーケティング支援事業とクロスバウンド事業が成長を牽引します



事業別のブレークダウン

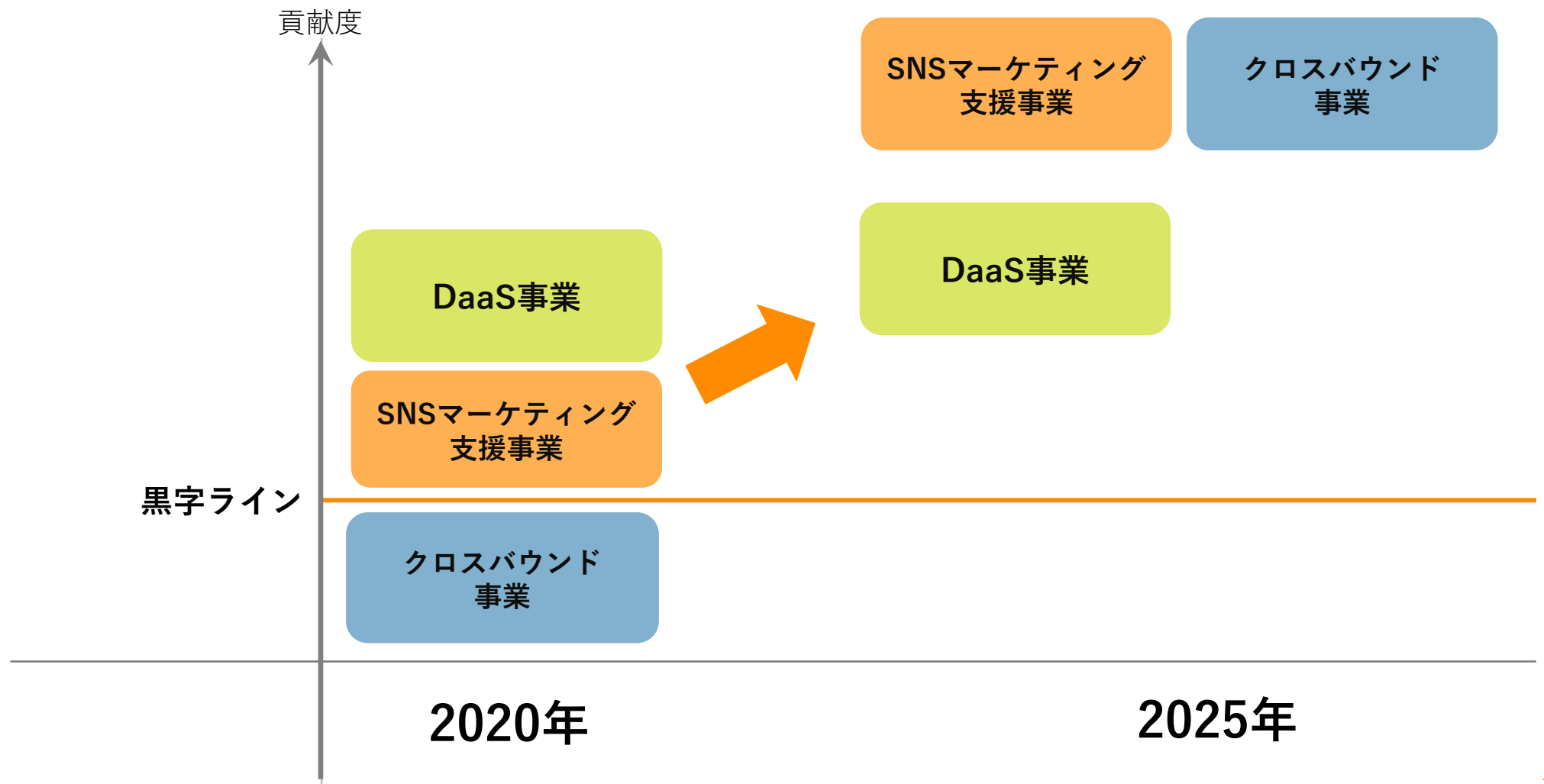
過去の成長実績は、
計画値の年成長率 1.5 倍を大きく超える

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

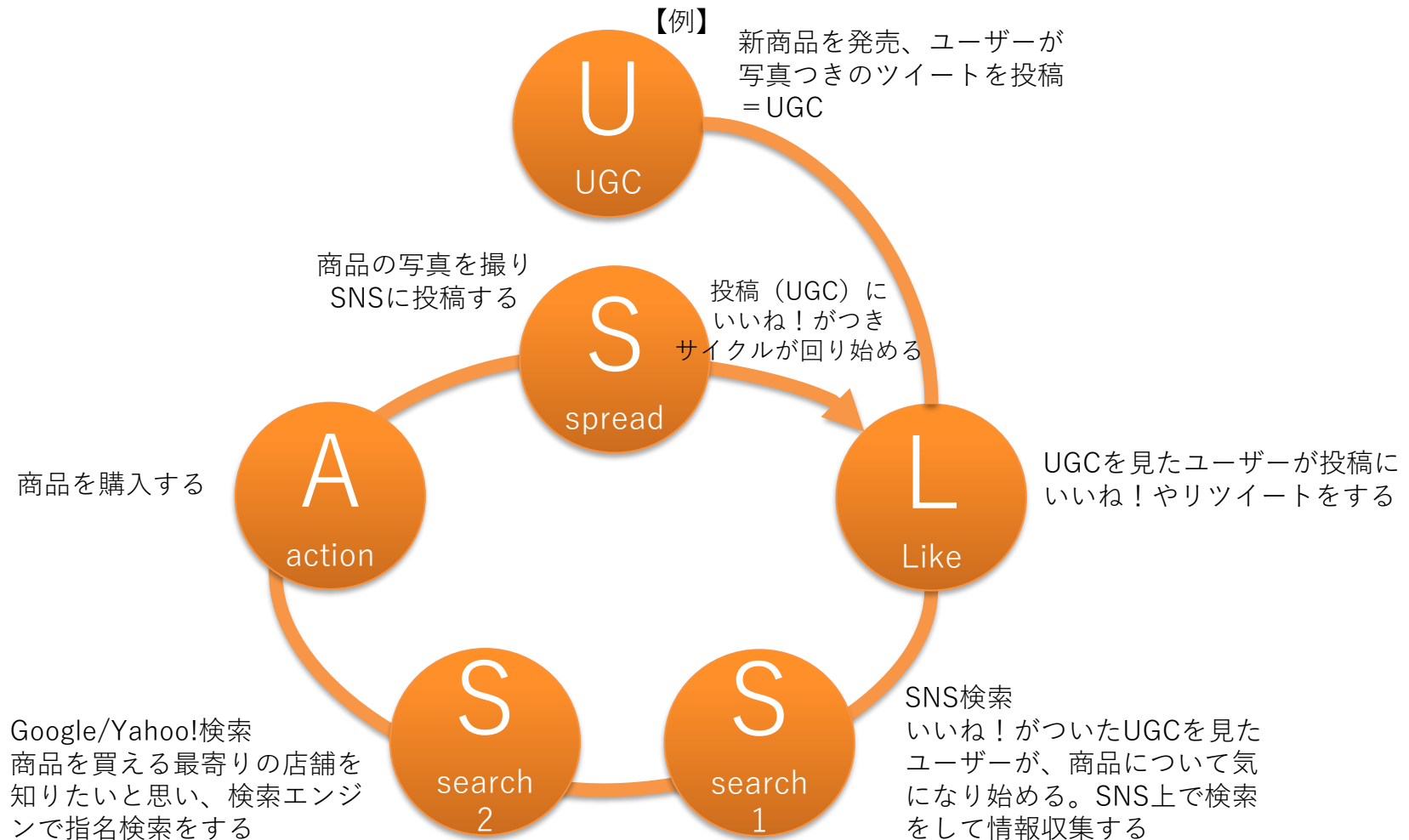
← **ホットリンクの強み**

← **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