

成長可能性に関する説明資料

株式会社ホットリンク<3680>
2013年12月





事業内容は何か？

01 会社概要

02 事業コンセプト

03 ビッグデータ市場

04 商品・サービス

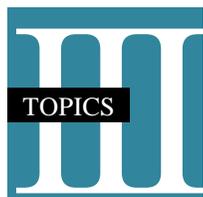


如何に儲かるか？

05 ソーシャル・
ビッグデータ市場

06 強 み

07 利益計画



如何に伸びるか？

08 市場の拡張

09 成長戦略

10 強 み

11 利益計画

12 真の強み

01
Company Profile

会社概要

社名	株式会社ホットリンク
本社	東京都千代田区四番町6番 東急番町ビル
設立	2000年6月26日
資本金	279百万円（2013年10月末現在）
代表	代表取締役社長 CEO 内山 幸樹
事業内容	ソーシャル・ビッグデータ活用を支援する クラウドサービスの提供
連結子会社	株式会社ホットリンクコンサルティング(100%子会社)
連結従業員数	29名（2013年9月末現在）
主要株主	内山 幸樹 株式会社オプト Salesforce.com, inc. シナジーマーケティング株式会社 株式会社日立システムズ

01
Company Profile

会社概要

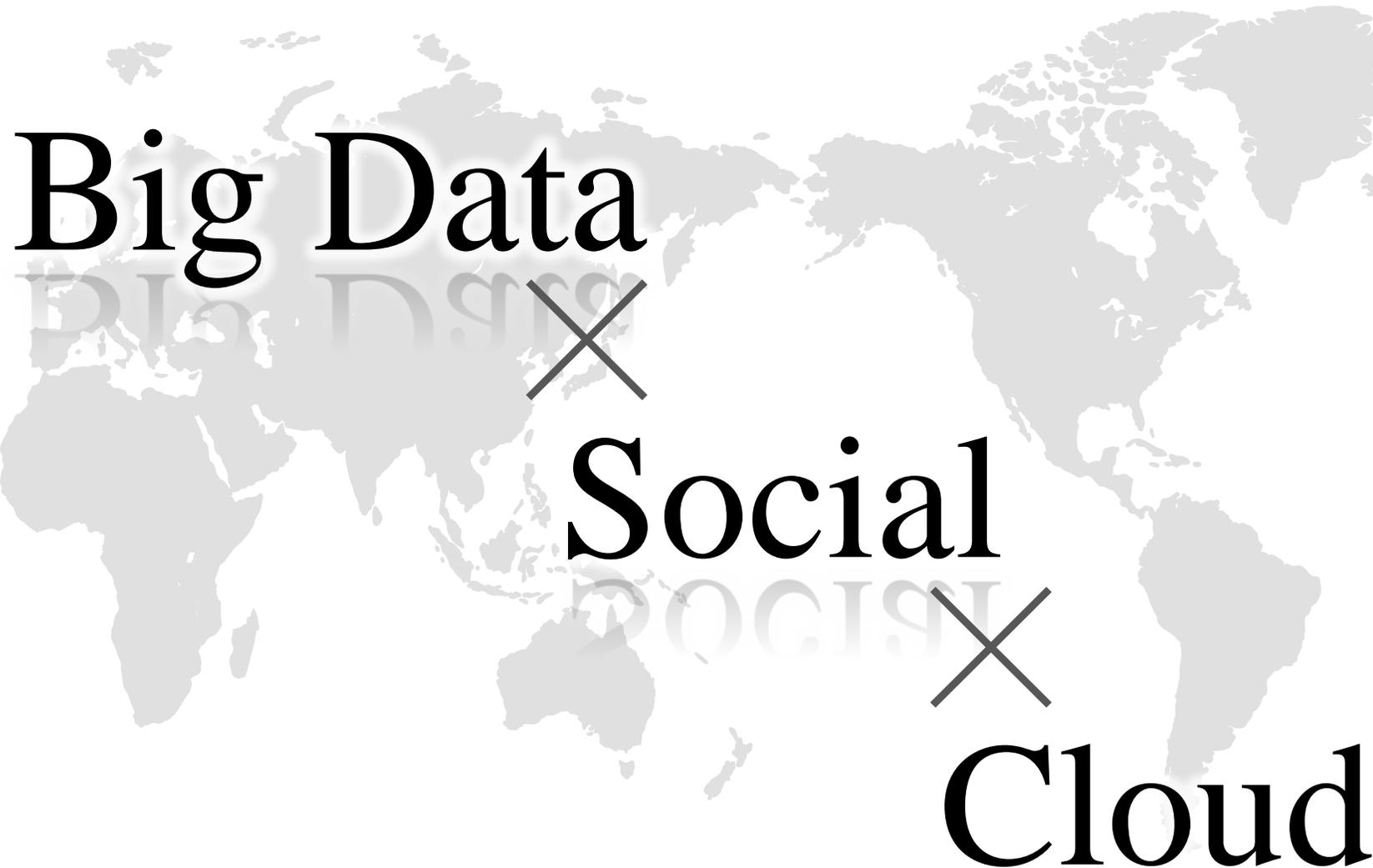
存在意義(ミッション)

Make the World “HOTTO”

私たちは、
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
の実現に貢献するために存在する

02
Concept

事業コンセプト

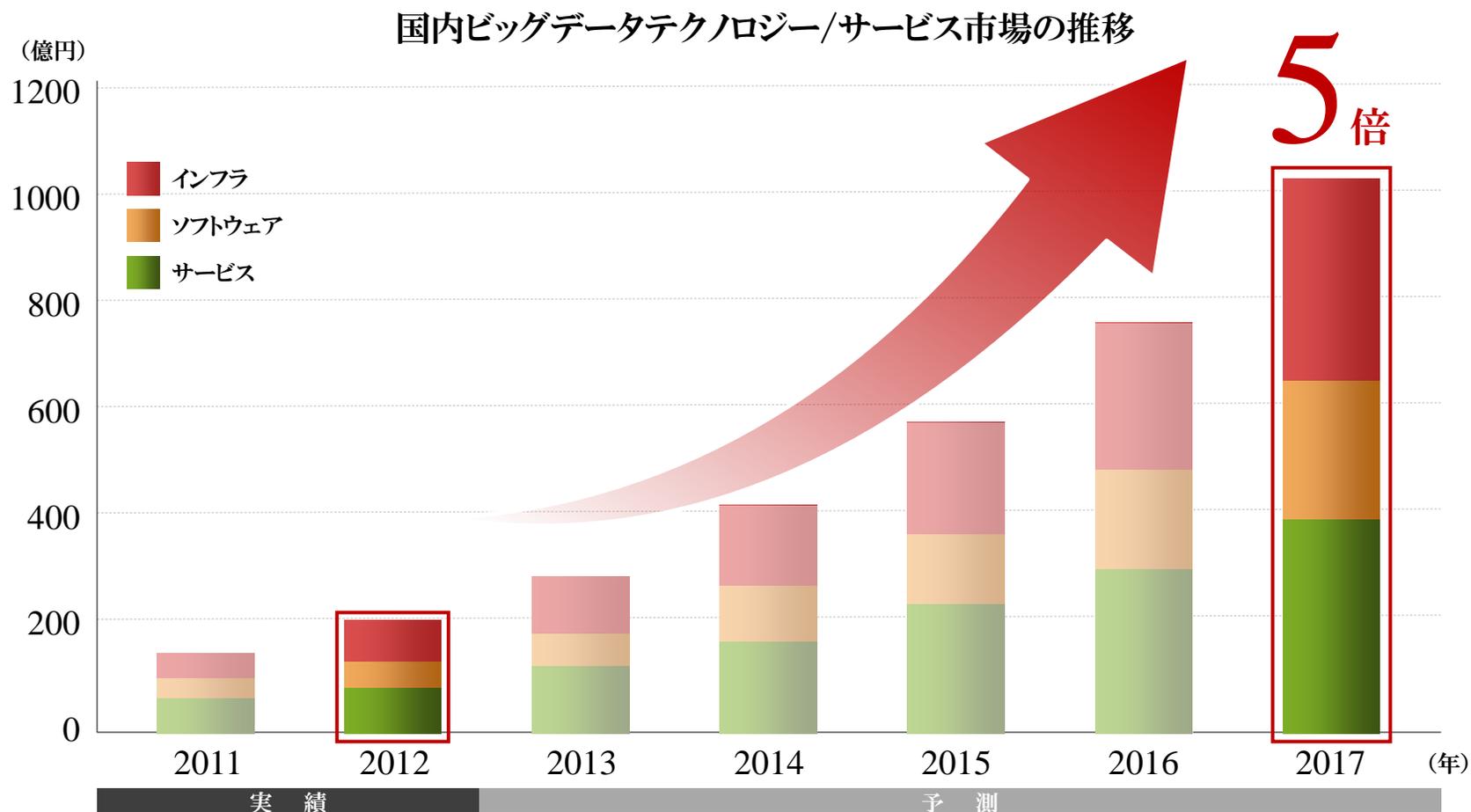


Big Data
×
Social
×
Cloud

03
Big Data
Market

ビッグデータ市場

5年間で市場が5倍以上になる予測！



03
Big Data Market

ビッグデータ市場

市場の6割以上がソフトウェア・サービス

国内ビッグデータテクノロジー/サービス市場の推移



03
Big Data
Market

ビッグデータ市場

ビッグデータ市場におけるソーシャル・ビッグデータ

	市場全体の主なプレイヤー
ナレッジ	電通 / HDY / アクセンチュア ブレインパッド
アプリケーション	SAP / IBM / NRI / Adobe salesforce.com / オラクル
分析エンジン	SAP / IBM / NRI NEC/NTTデータ / 富士通
ITインフラ	IBM / Amazon 日立 / 富士通 / NEC
ビッグデータ	Facebook / Twitter / Google CCC / 官公庁 / NTTデータ

ソーシャル・
ビッグデータ

ホットリンク

04
Big Data
Market

商品・サービス

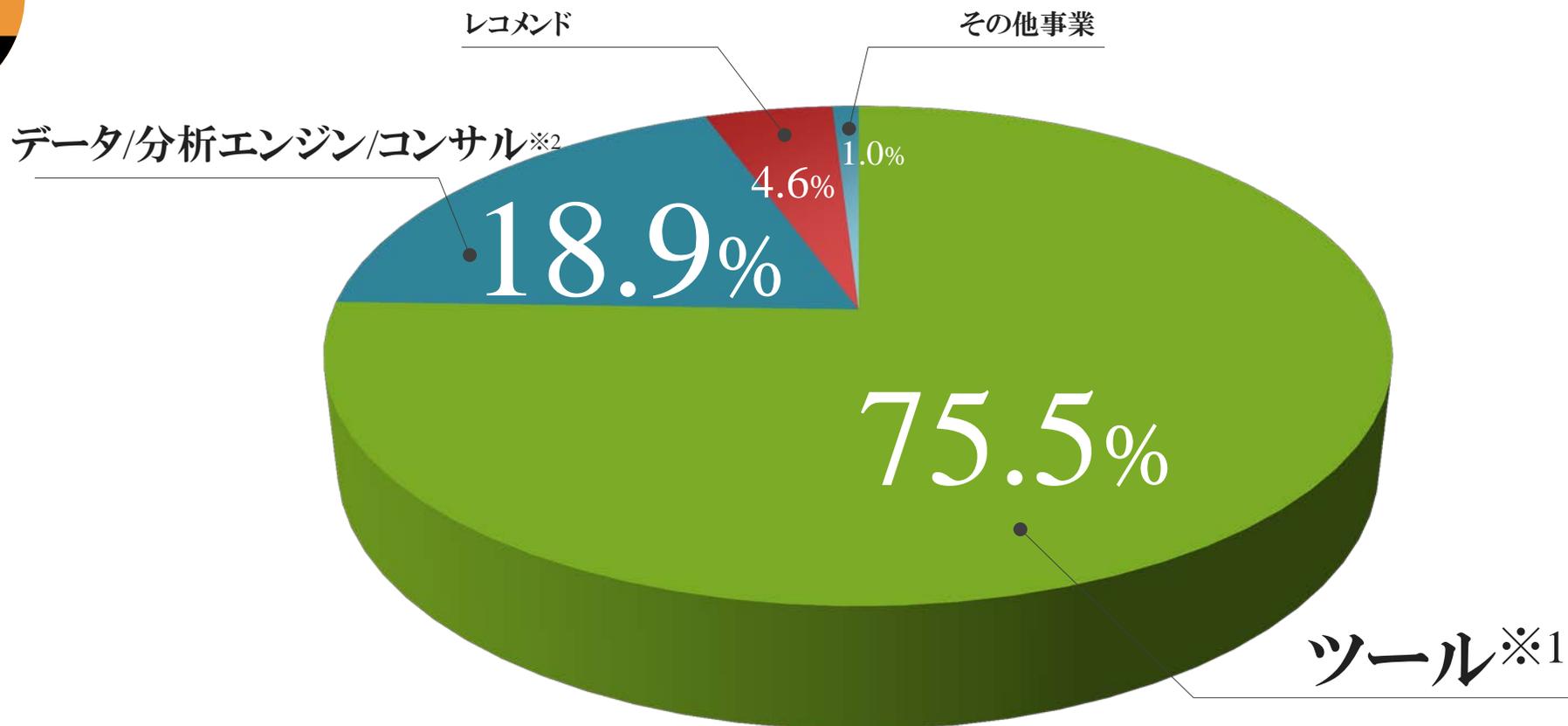
商品・サービス

	クラウド型			受託型	
	ツール	データ	分析エンジン	コンサルティング	
ナレッジ				ホットリンク コンサルティング	
アプリケーション	ソーシャルメディア 分析ツール  kuchikomi@kakaricho リスクモニタリング ツール  e-mining イマインク				
分析エンジン			全文検索 言語解析 評判分析 関連語分析 話題語分析 スパム分析		
ITインフラ					
ビッグデータ			Twitter ブログ 2ちゃんねる Foursquare etc.		

04
Big Data
Market

商品・サービス

商品・サービス別売上構成比率(2013年Q3累計)



※1. 目論見書上の「SaaS」に相当

※2. 目論見書上の「ソリューション」に相当

04
Big Data
Market

商品・サービス

商品・サービスの提供価格帯

クラウド型			受託型
ツール	データ	分析エンジン	コンサルティング
10～ 50万円／月 ユーザ数、データ種類、 データ量に応じて変動	10～ 300万円／月 データ量に応じて変動	10～ 200万円／月 アクセス量に応じて変動	50万円～ 内容・期間に応じて変動

04
Big Data
Market

商品・サービス

目論見書の用語との比較

	クラウド型			受託型
	ツール	データ	分析エンジン	コンサルティング
商品名	クチコミ@係長 シリーズ e-mining	クチコミ@係長API		コンサルティング
商品カテゴリ	SaaS	ソリューション		

05
Social Big Data
Marketソーシャル・
ビッグデータ市場

ソーシャルメディアユーザーの爆発的な増加

Twitter 3400万人

Ameba 3000万人

Facebook 1960万人

2ちゃんねる 1170万人

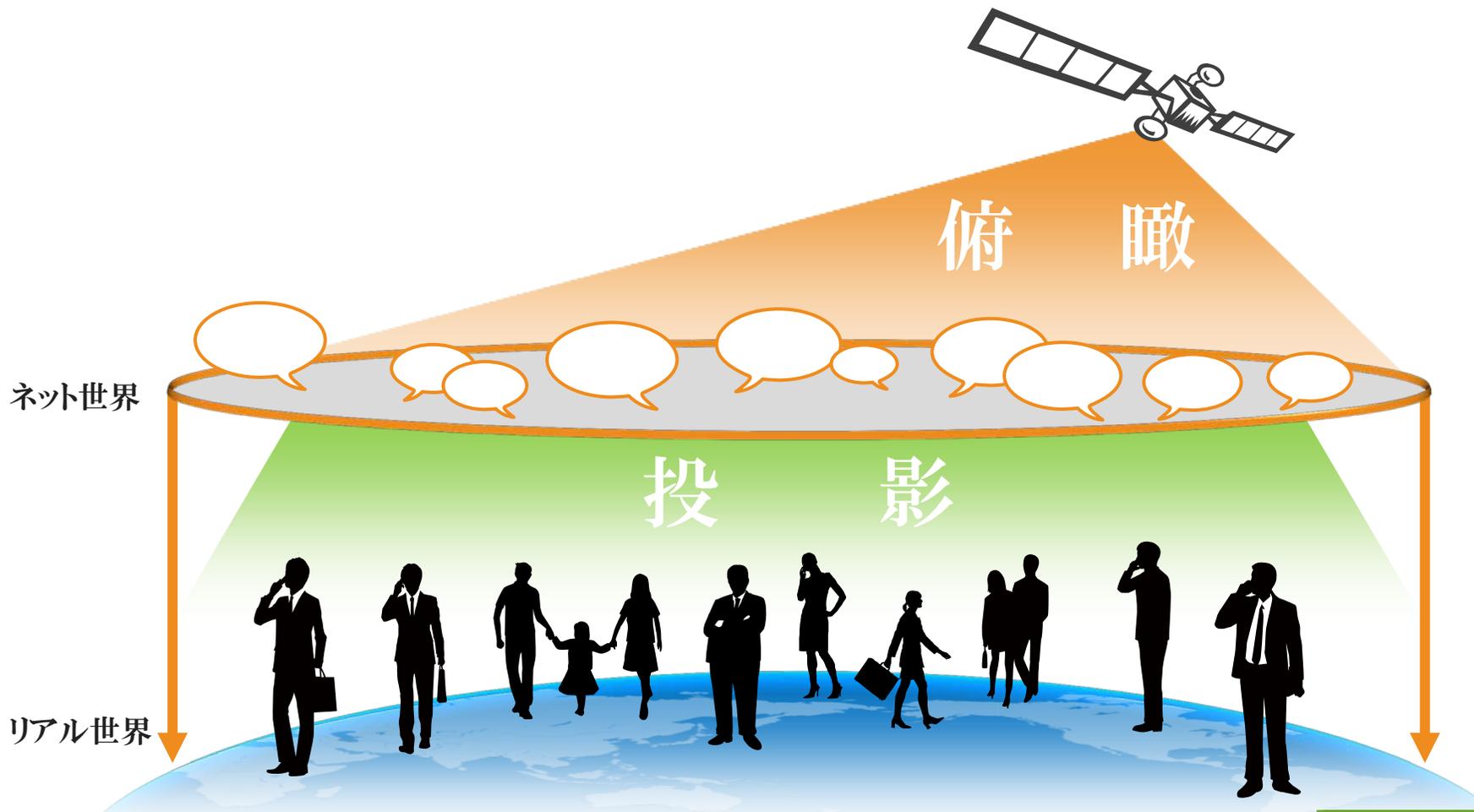
LINE 4700万人

05
Social Big Data
Market

ソーシャル・
ビッグデータ市場

ソーシャルメディアの普及の意味

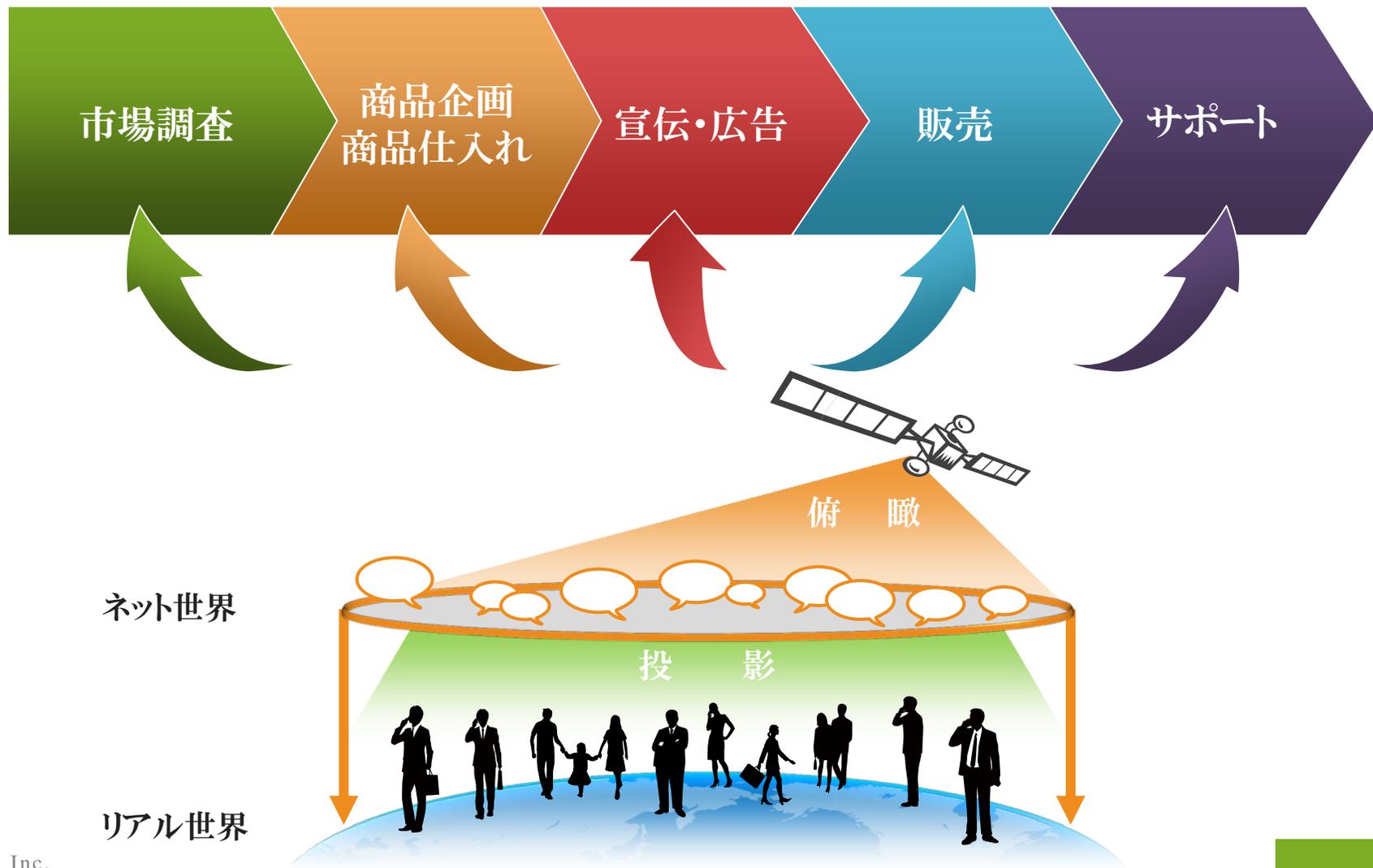
ネット世界の情報を通して、リアル世界を「俯瞰・予測」できるようになった



05
Social Big Data Market

ソーシャル・ビッグデータ市場

ソーシャル・ビッグデータ×マーケティング



06
Strong Point

強み

ソーシャル・ビッグデータによる「攻め」と「守り」

ソーシャルメディア分析ツール



くちこみ 係長
kuchikomi@kakaricho

- キャンペーンの効果測定
- インサイト調査
- 市場調査

ネットリスクモニタリングツール



e-mining
イーマイニング

- 風評監視
- 情報漏えい監視
- 炎上の早期発見

累積導入数 **1500**社以上！

06
Strong Point

強み

①国内最大のソーシャル・ビッグデータを保有

▶ Twitter 全世界・全言語・全期間のデータ取得が可能

▶ ブログ 蓄積記事数 94億件 / 2006年11月～3300万人

▶ 2ちゃんねる データの**独占的**商用利用権

▶ その他
ソーシャルメディア Q&A, BBS

● TV / ネットニュース / 検索キーワードログ

06
 Strong Point

強み

②世界が認めたテクノロジー

● salesforce.com

日本で唯一、技術パートナーとして
出資&商品へ組み込み



● Bloomberg

日本企業として唯一、
“Bloomberg’s App Portal”上にて
世界に向けてアプリを販売



06
Strong Point

強み

③強力なセールスチャネル

OEMパートナー・ソリューションパートナー

<p>電通</p> 	<p>凸版印刷</p> 	<p>野村総合研究所</p> <p>支持されて、さらに先へ</p> 	<p>日立システムズ</p> 
<p>トライバルメディアハウス</p> 	<p>カンター・ジャパン</p> 	<p>サイバー・バズ</p> 	<p>アジャイルメディア・ネットワーク</p> 
<p>Platform Id</p> 			

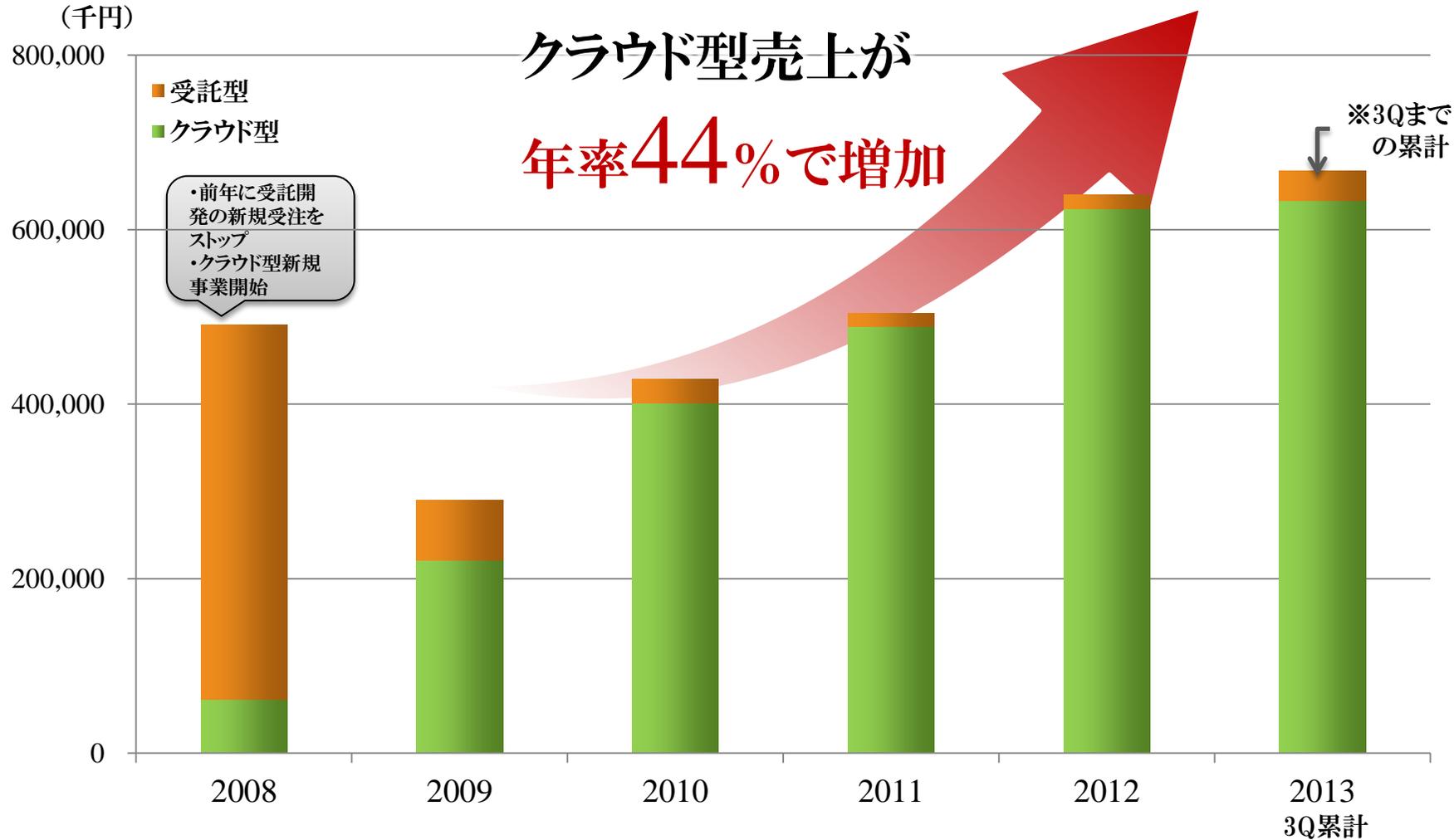
販売パートナー

<p>電通パブリックリレーションズ</p> 	<p>オプト</p> 	<p>ガイアックス</p> 	<p>イー・ガーディアン</p> 
---	---	---	--

07
Strong Point

利益計画

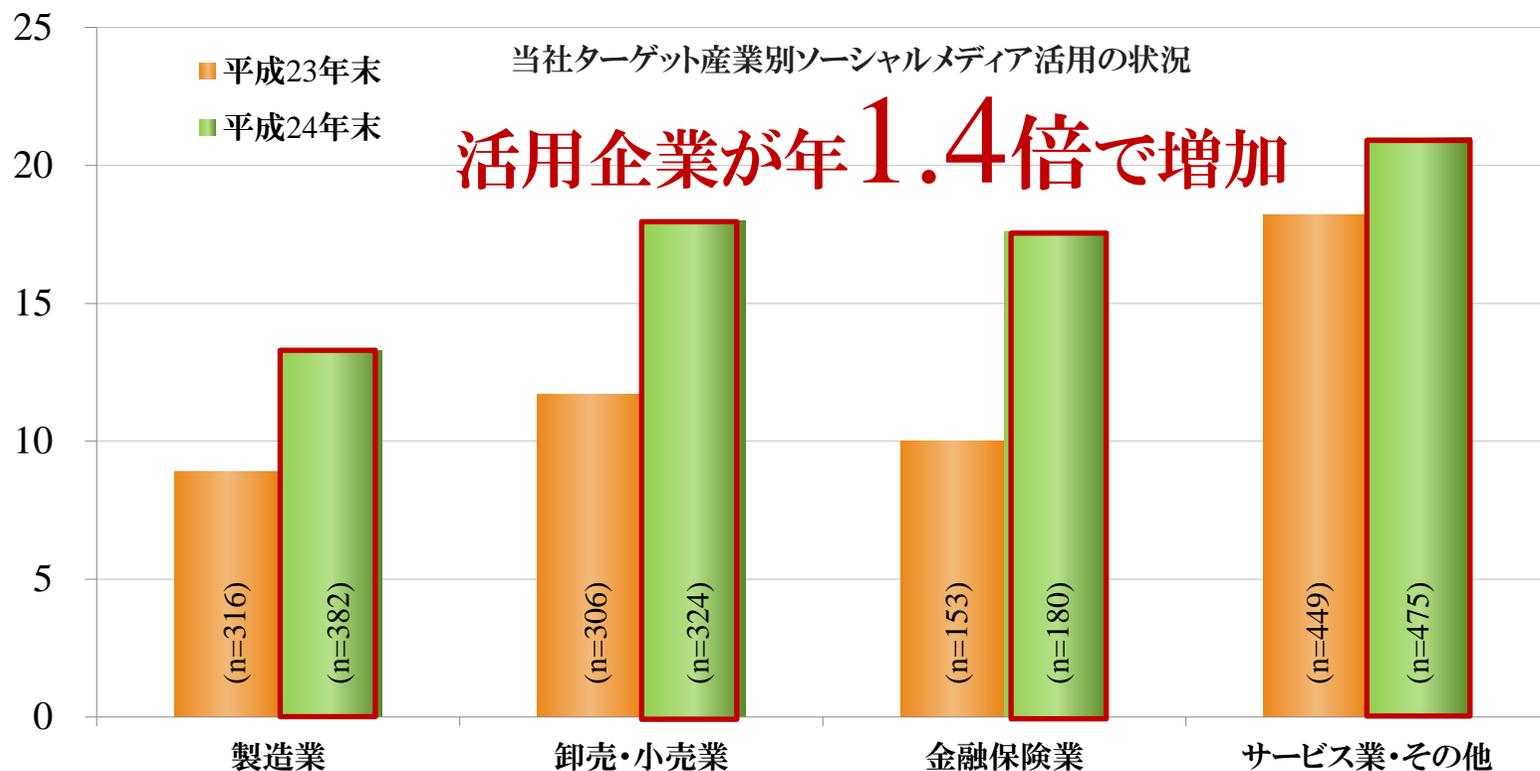
売上高推移



07
 Strong Point

利益計画

ツール売上構成要素



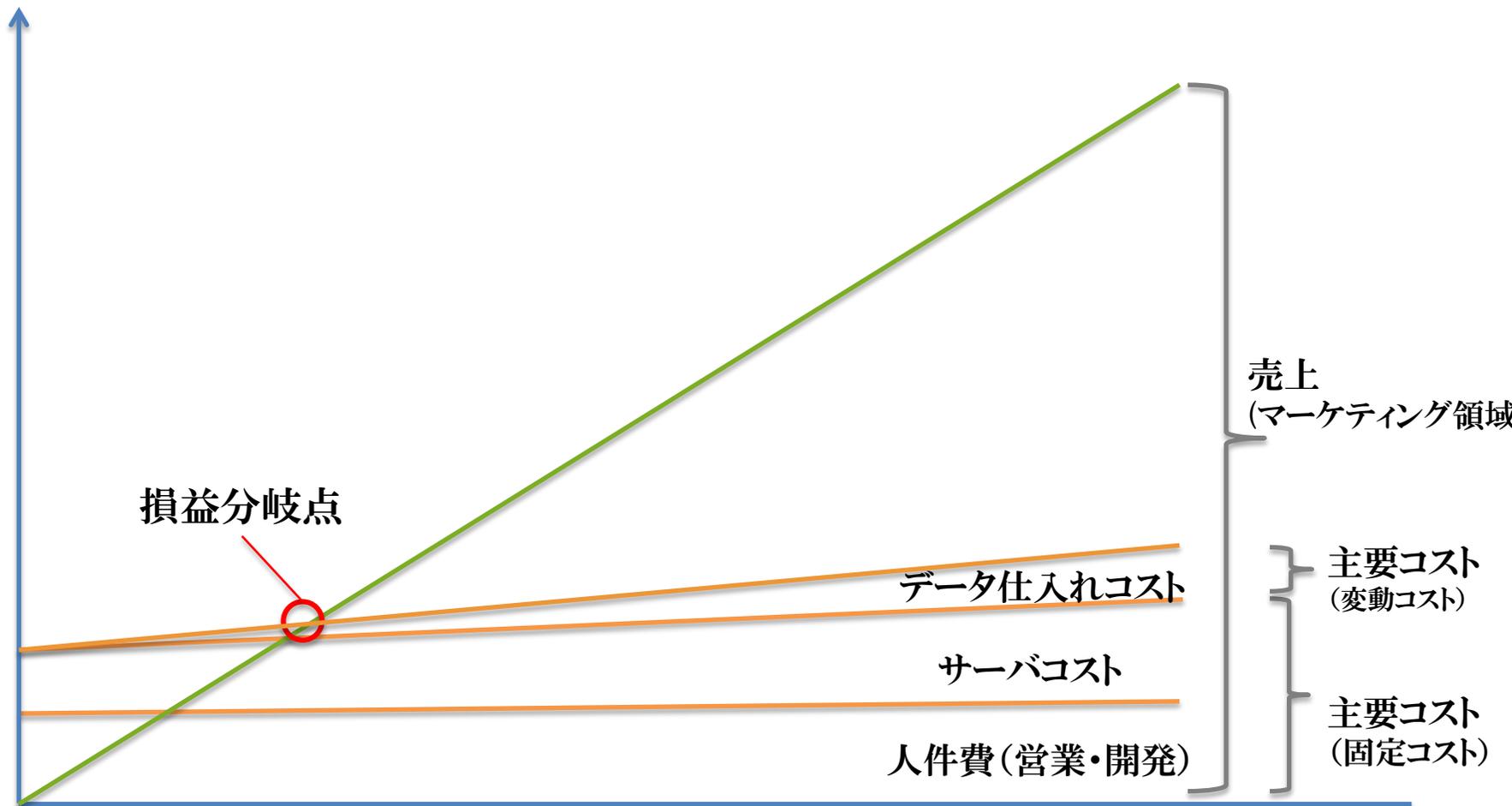
出典：総務省 平成24年通信利用動向調査より(H.25.6.15)

$$\begin{aligned}
 \text{ツール売上} &= \text{契約社数} \times \text{単価} \\
 &\doteq \text{現状売上} \times \text{市場の増加率} \times \text{単価増率}
 \end{aligned}$$

07
 Strong Point

利益計画

売上が伸びるほど利益が伸びる事業構造

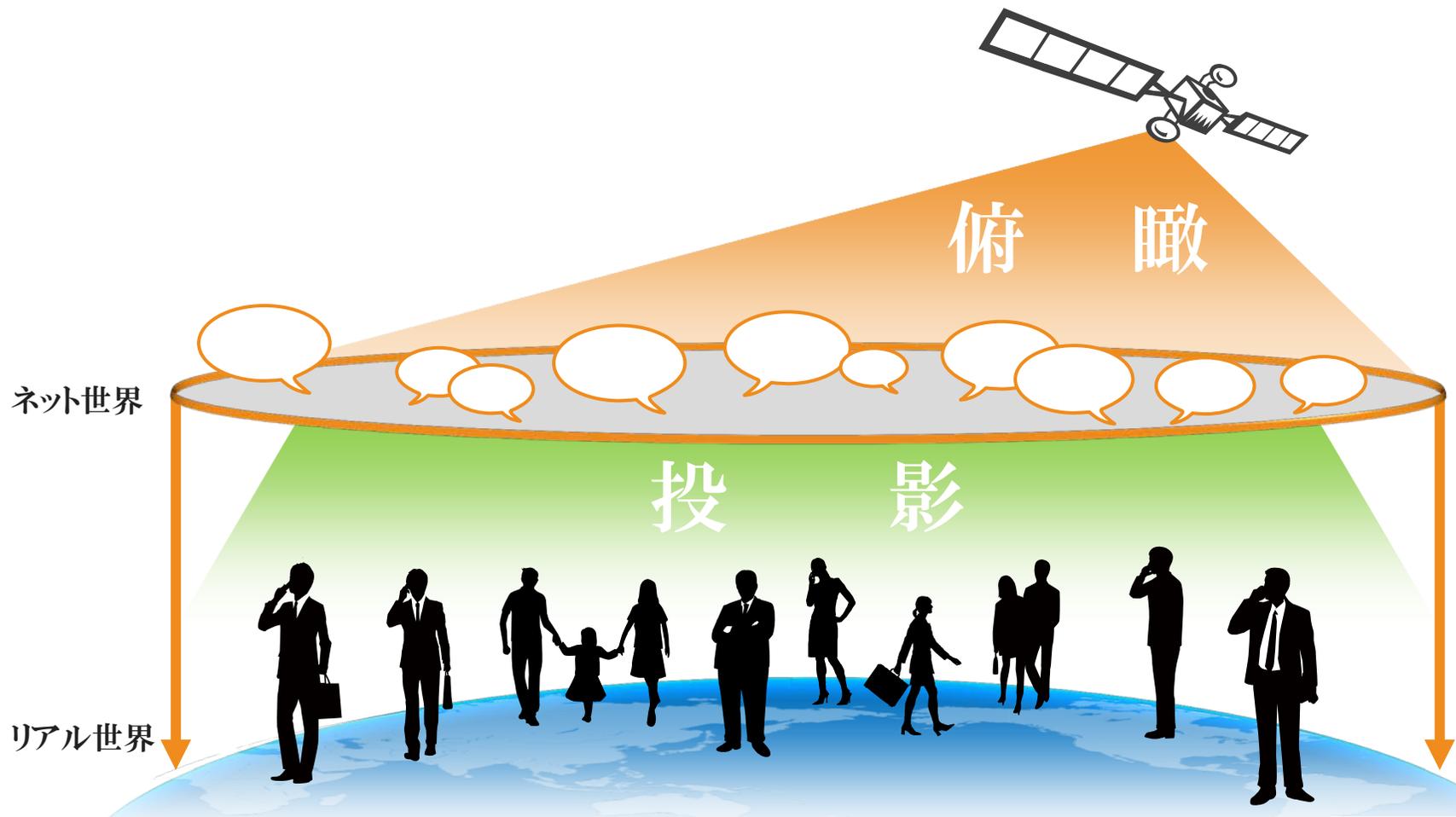


08
Market Expansion

市場の拡張

ソーシャルメディアの普及の意味

ネット世界の情報を通して、リアル世界を「俯瞰・予測」できるようになった



08
Market Expansion

市場の拡張

ソーシャル・ビッグデータ×政治



- **選挙情勢の把握と、応援演説方法の最適化**
岩手県の情勢が不利&他候補とのネット活用度の違いから、安倍首相の応援演説日程にからめてネットで情報を拡散
- **世論の流れをつかみTV討論会でのコミュニケーションを変更**
原発再稼働問題に対する非難の立ち上がりを発見し、「安全を最優先」をメッセージとする
- **世論の流れをつかみ説得用データを準備**
「アベノミクスに対する良い実感が無い」という声の高まりを発見

08
Market Expansion

市場の拡張

ソーシャル・ビッグデータ×金融

▶ 外資系ヘッジファンドがソーシャル・ビッグデータを利用して、株価の未来予測

※2013年10月13日付の日本経済新聞に関連記事の掲載がありました。

▶ ブログデータを利用した投資ファンドの出現

※2013年10月16日付の日本経済新聞に関連記事の掲載がありました。

08 Market Expansion

市場の拡張

ソーシャル・ビッグデータ×報道

●日本テレビ様

【選挙特番】

【ホームページ】

※日立システムズと提供

●産経グループ様

【ホームページ】

【ニュース記事】

「ネット戦」さまざま 7割超が初日から活用、密着する野党

参院選が公示された4日、インターネットを活用した選挙運動が解禁され、与野党の各陣営はネット上で支持を訴えた。産経新聞社の調べでは、ツイッターを利用している候補者282人のうち、72%に当たる204人が解禁日から活用した。選挙運動が可能な投票日前日の今月20日まで、投票の呼びかけや票数目標の告知など、さまざまな「ネット戦」が展開されそうだ。【森井英、伊藤快幸】

産経は、ネットリンク社のネット分析ツール「ウチコト@選挙」を利用し、選挙戦の駆け出しの受け付けが始まった4日午前8時半から午後6時までツイッターを利用する候補者の動向に注目を集め、分析した。

候補者204人の登録数は延べ1248名で、大半は産経新聞の案内や、ブログなどの更新情報の告知に使われた。

●共同通信社様

【ホームページ】

【ニュース記事】

参院選の争点、経済関連がトップ ネット書き込み分析

参院選の主な争点をめぐり、インターネットのブログや掲示板の書き込み件数を調べたところ、先週1週間は安倍政権の経済政策「アベノミクス」や成長戦略と経済関連が5063件でトップだったことが1日、分かった。これに原簿4794件、憲法4550件が続いた。与野党がアベノミクスで村山政権を強める中、今回から選挙運動が解禁されたネット上でも賛否両論が並び、関心の高さがうかがえる結果となった。

ネット情報分析会社「ホットリンク」(東京)のシステムで、6月24日～30日の主要なブログサイトなどの書き込みを対象に「参院選」と一緒に使われた関連語の件数を調査した。

2013/07/01 21:29 【共同通信】

08
Market Expansion

市場の拡張

ソーシャル・ビッグデータ×○○○

ナレッジ

アプリケーション

分析エンジン

ITインフラ

ビッグデータ

活用領域が**拡大**



ソーシャル・ビッグデータ

09
Market Expansion

成長戦略

エンタープライズ・ソフトウェアのソーシャル化

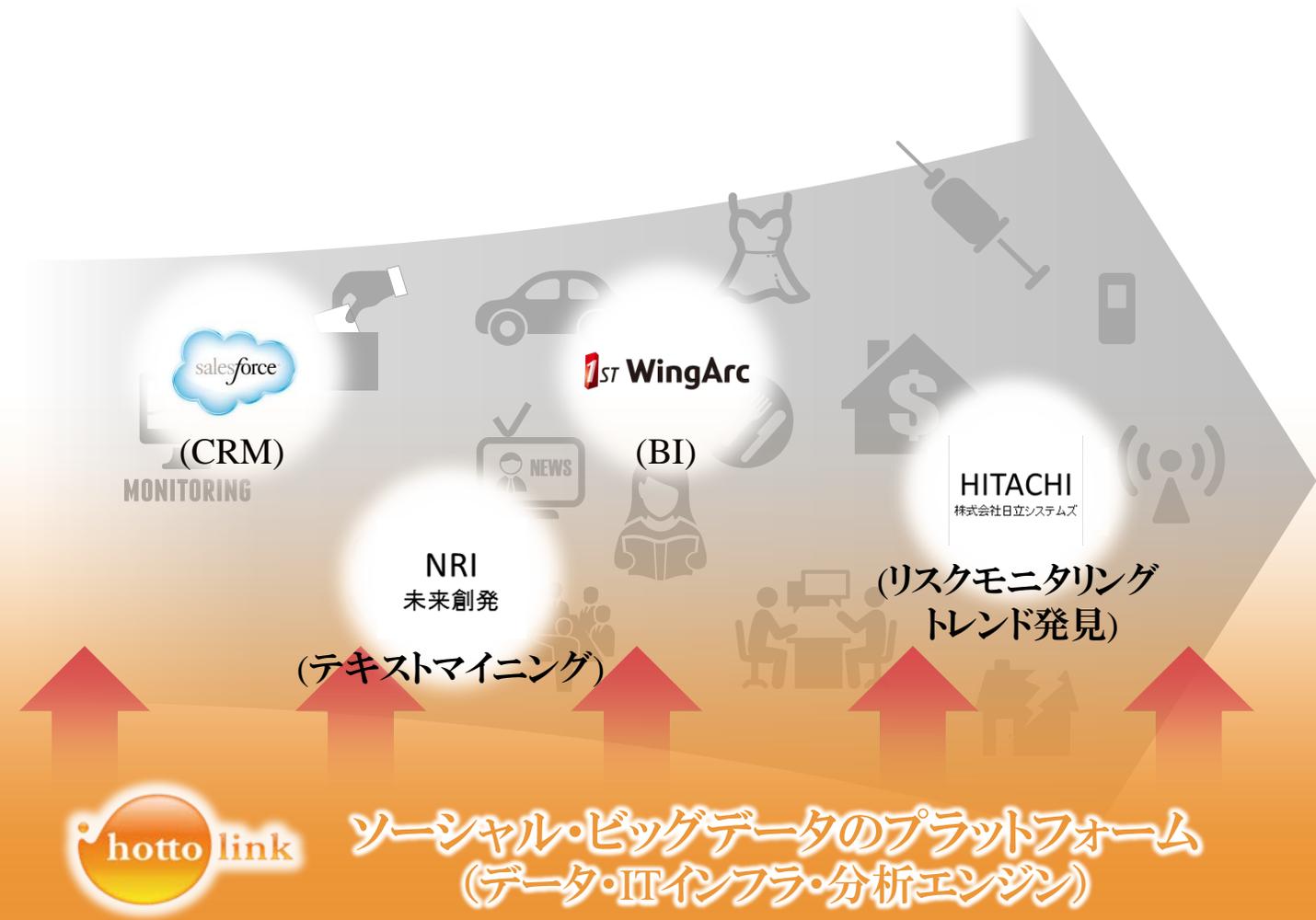
ナレッジ

アプリケーション

分析エンジン

ITインフラ

ビッグデータ



09
Market Expansion

成長戦略

次なるステージへの発展

ナレッジ

アプリケーション

分析エンジン

ITインフラ

ビッグデータ



クラウド・ツール
提供

クラウドのツール提供から、
プラットフォーム提供へ



クラウド・プラットフォーム提供

10

Strong Point

強み

世界最大のソーシャル・ビッグデータ供給企業と提携

Gnip社とは

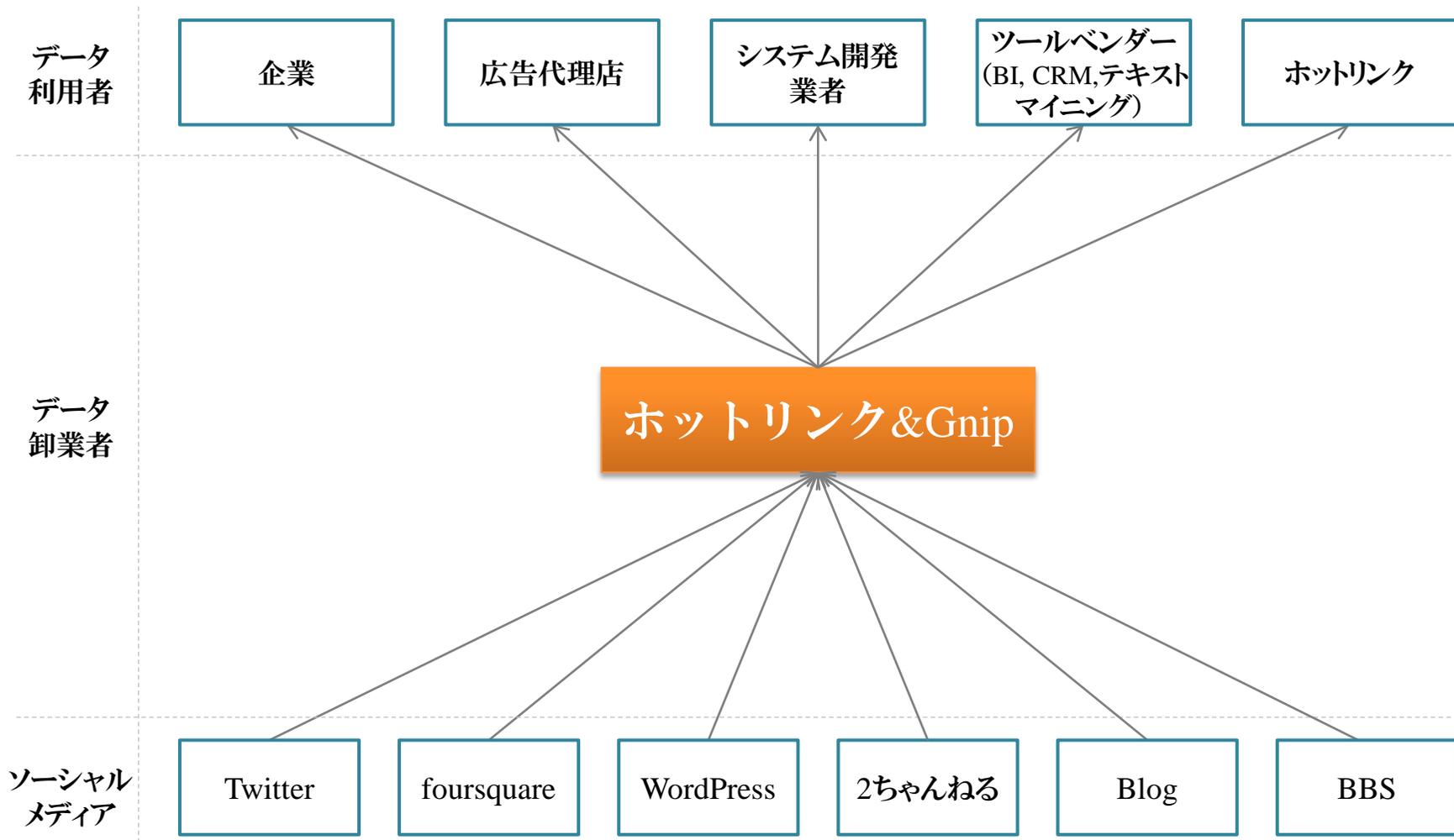


- ▶ 米国のFortune500社の内90%の企業へソーシャル・ビッグデータを供給
- ▶ **全世界・全言語・全期間のTwitterデータの販売権を保有する世界2社中の1社**
- ▶ 米国国立図書館へTwitterの全データを供給
- ▶ Foursquare (世界最大の位置情報SNS)、WordPress (世界最大のBlogサービス)の**データの独占販売権を保有**

10
Strong Point

強み

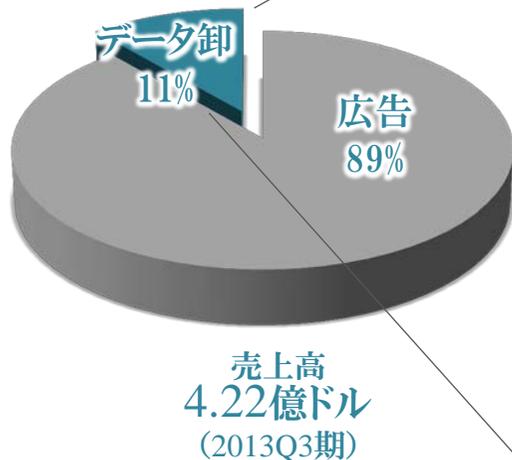
ソーシャル・ビッグデータ流通の要に



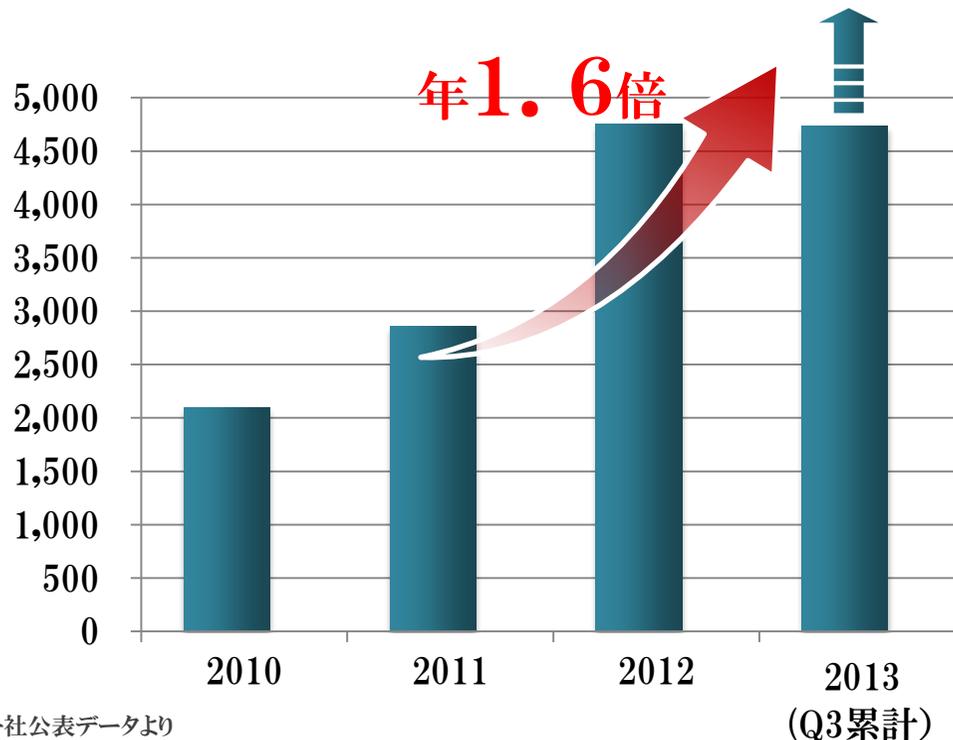
11
Market Expansion

データ売上構成要素

Twitter Inc.の収益構成



Twitter Inc. のデータ卸事業の売上



2013年10月15日ツイッター社公表データより
<<http://online.wsj.com/public/resources/documents/twitteramendeds1.pdf>>

データ販売売上

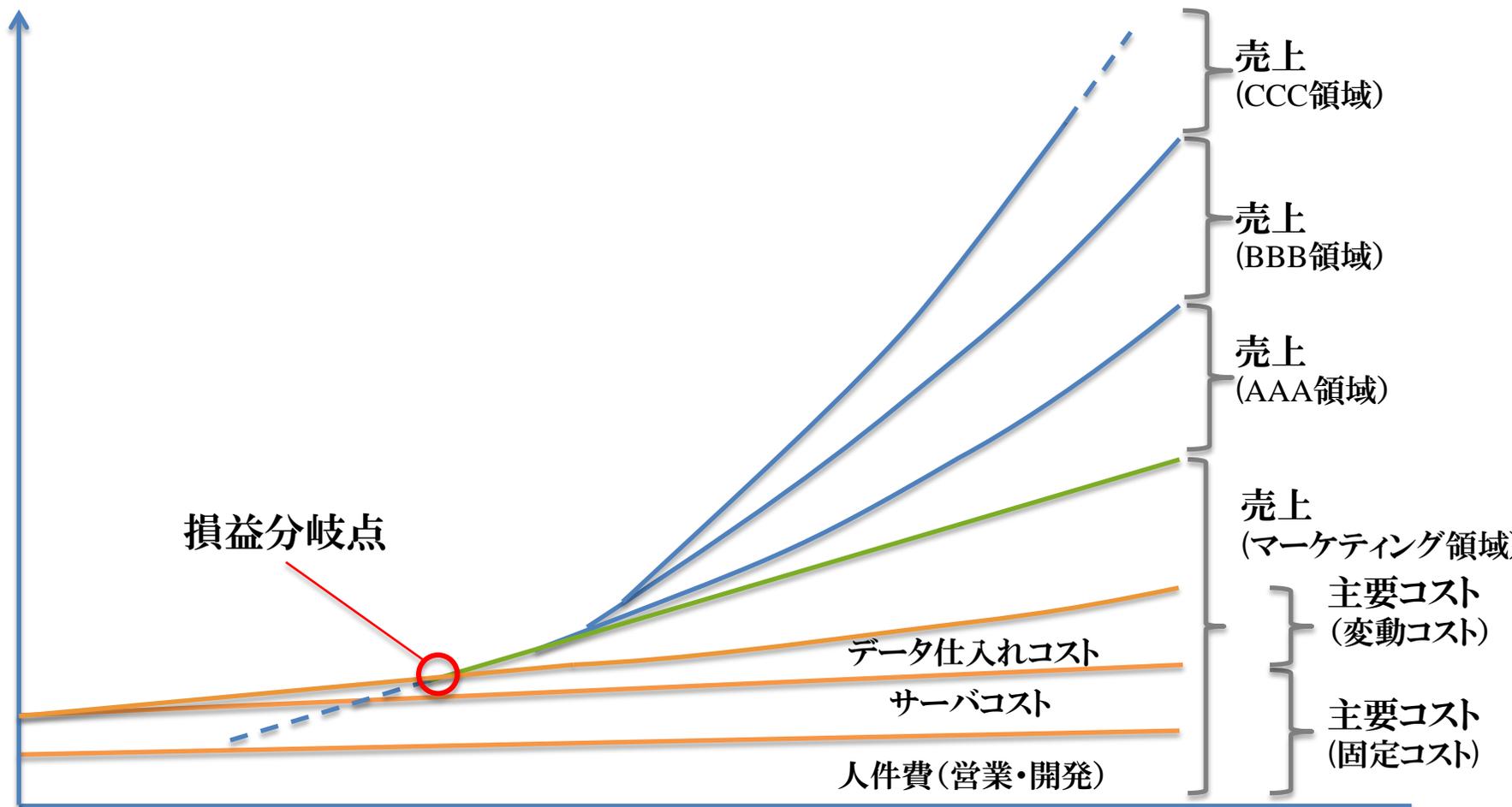
$$= \text{社数} \times \text{データ利用量} \times \text{単価}$$

$$\div \text{現状売上} \times \text{Twitter社データ卸事業売上の伸び率}$$

11
Market Expansion

利益計画

売上が伸びるほど利益が伸びる事業構造



<本資料の取り扱いについて>

本資料に記載されている計画や見通し、戦略などは本書面の作成時点において取得可能な情報に基づく将来の業績に関する見通しであり、これらにはリスクや不確実性が内在しております。かかるリスク及び不確実性により、実際の業績等はこれらの見通しや予想とは異なる結果となる可能性があります。

当社が事業環境の説明を行う上で、参考となると考える情報を掲載しております。掲載データについては、調査方法や調査時期により結果が異なる可能性があります。

本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。