

2024年2月

株式会社アイズ

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

© EYEZ, INC. All Rights Reserved.

目次

Content

- 1. 会社概要 — 3ページ
- 2. 事業概要 — 6ページ
- 3. 事業内容 — 12ページ
- 4. 事業環境 — 30ページ
- 5. 成長戦略 — 34ページ

会社概要

Company Overview

会社基礎情報

会社名	株式会社アイズ
設立	2007年2月14日
従業員数	67名（2023年12月31日現在）
役員	代表取締役社長 福島範幸 取締役副社長 三谷翔一 取締役CFO 今村武史 社外取締役 中村慶郎 常勤監査役 八代博隆 監査役 浅見靖則 監査役 姫野省吾
本社所在地	東京都渋谷区渋谷3-12-22 渋谷プレステージ7F
事業内容	プラットフォーム事業

ビジョン

Vision and mission of the company

世の中を変革する **台風の目** になる

既存の業界を変革するwin-winなプラットフォームを次々に展開する事で、
経営理念の「みんなの感動と幸せを追求する」を目指します。



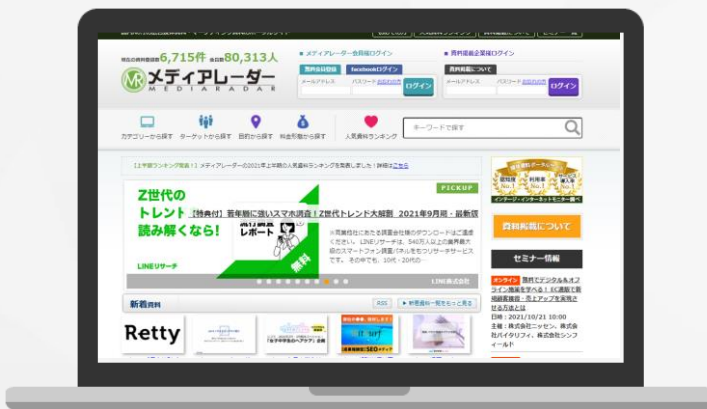


事業概要

Business Overview

既存の業界を変革するwin-winな マッチングプラットフォーム事業を展開

広告業界のプラットフォーム



2013年事業譲受

クチコミマーケティングのプラットフォーム



2007年サービス開始

主な沿革

2007年

2月

株式会社アイズ 創業

4月



開始

クチコミマーケティングのプラットフォーム

2013年

8月



開始

広告業界のプラットフォーム

トラミー取引先の広告代理店が当時運営していたオウンドメディアを事業譲受
その後当社にてビジネスモデルを再構築し、現在のマッチングプラットフォームへ

2021年

3月

メディアレーダーでリード入札制度開始

2022年

10月

メディアレーダーで一括ダウンロード開始

12月

東証グロース市場に株式上場

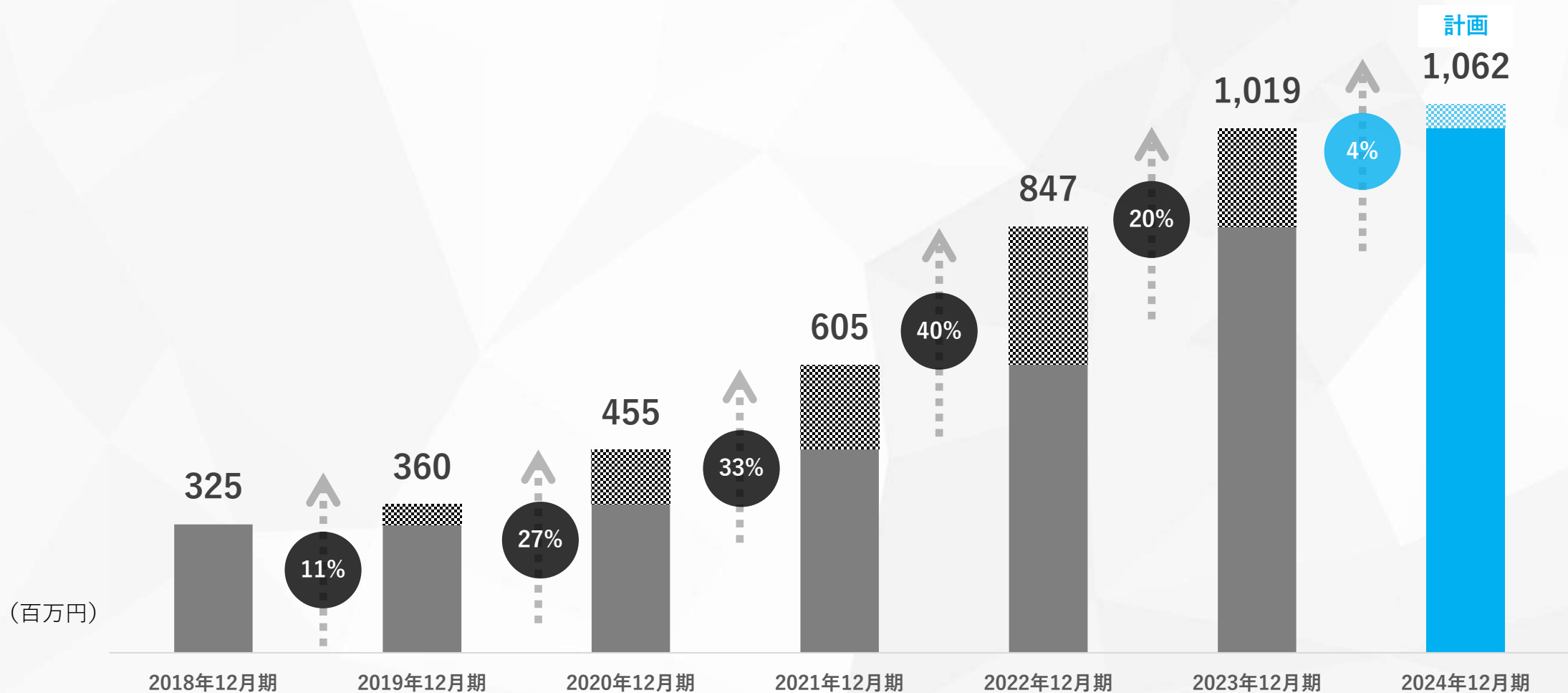
2023年

2月

プライバシーマーク認証取得

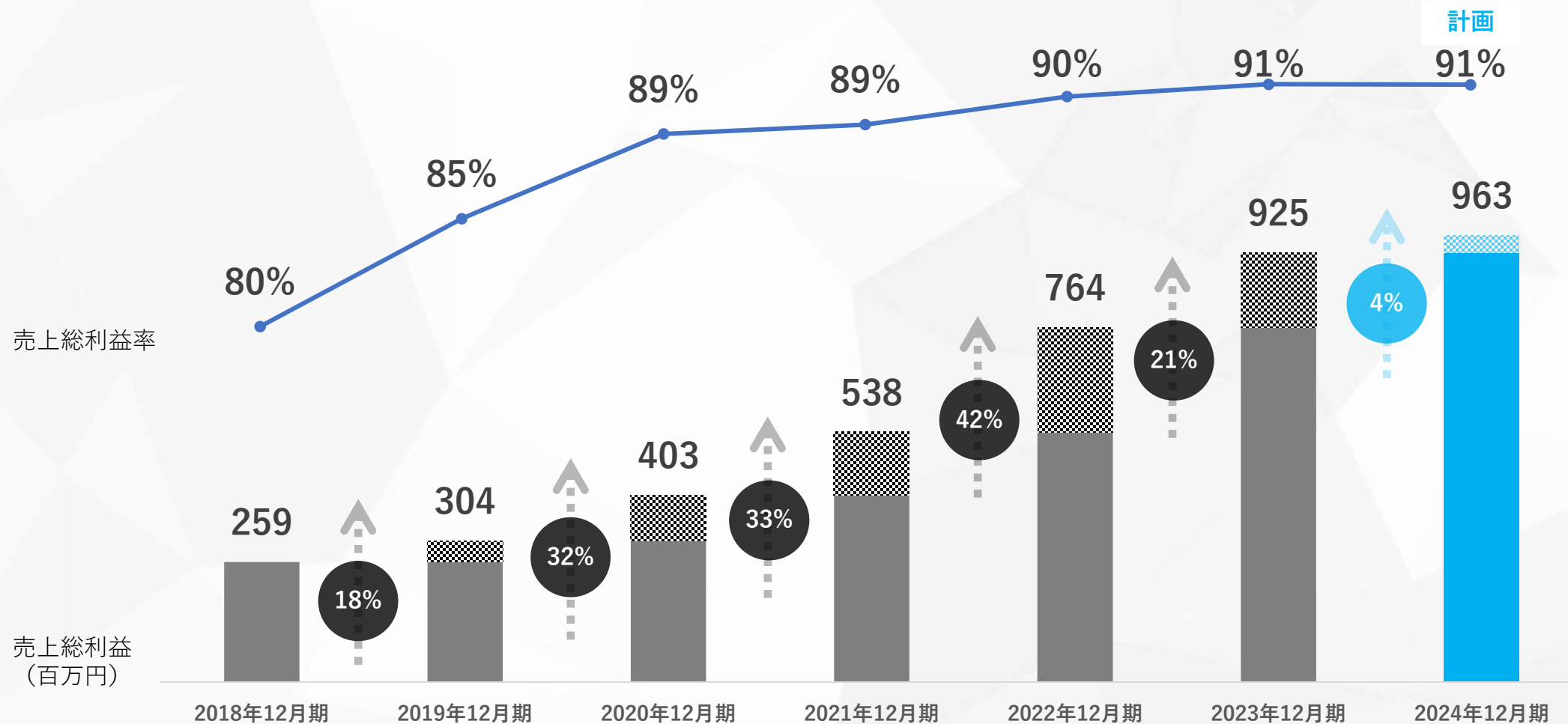
売上推移

連続増収となる計画



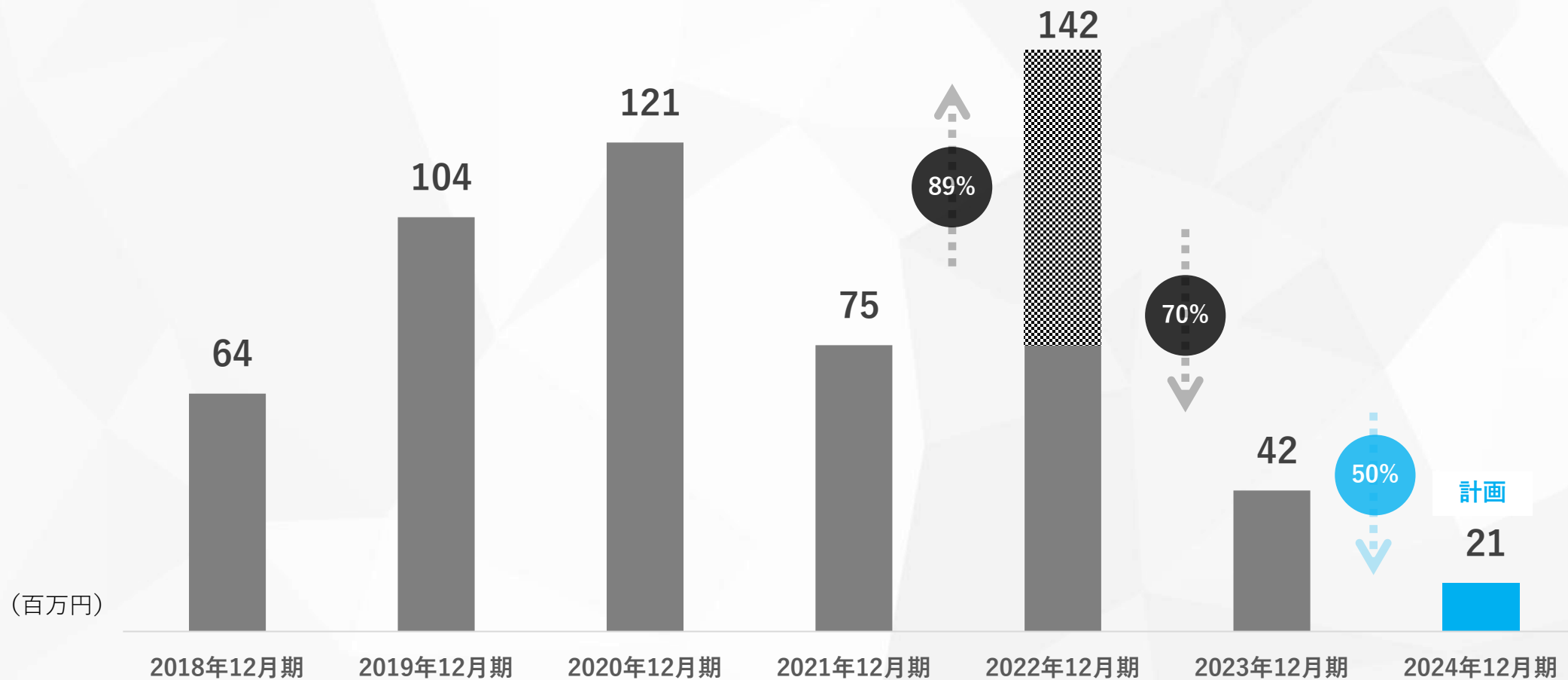
売上総利益推移

売上総利益率を維持したまま成長する計画



経常利益推移

黒字の範囲内でメディアリーダーの会員獲得を目的とした先行投資をすることで、長期的な売上を積み上げる



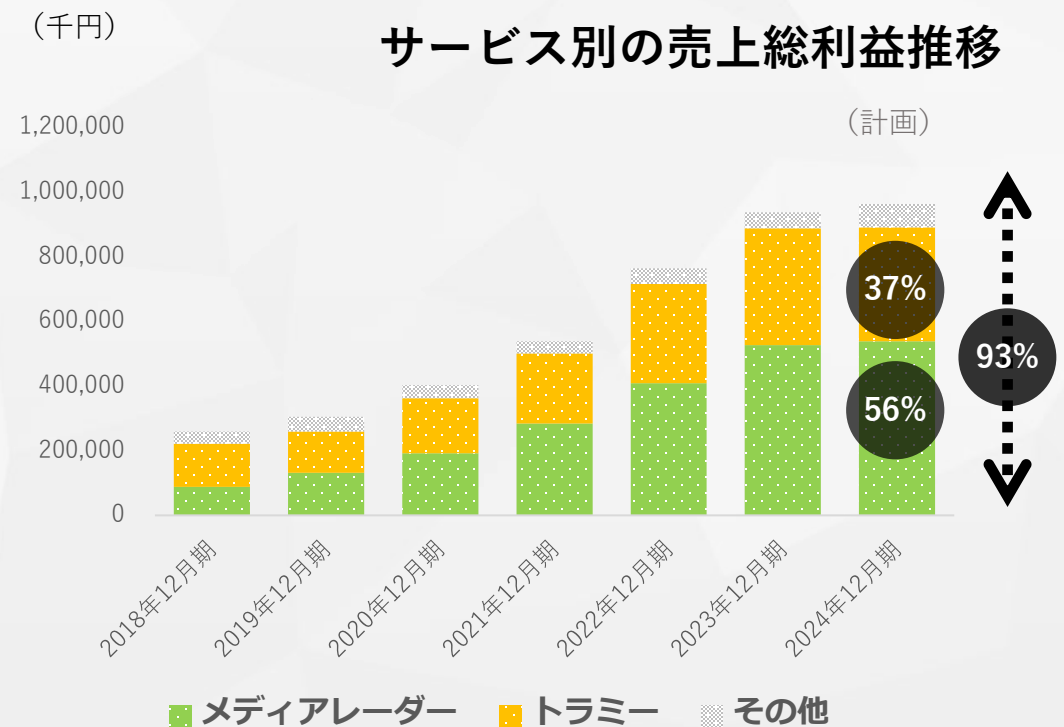
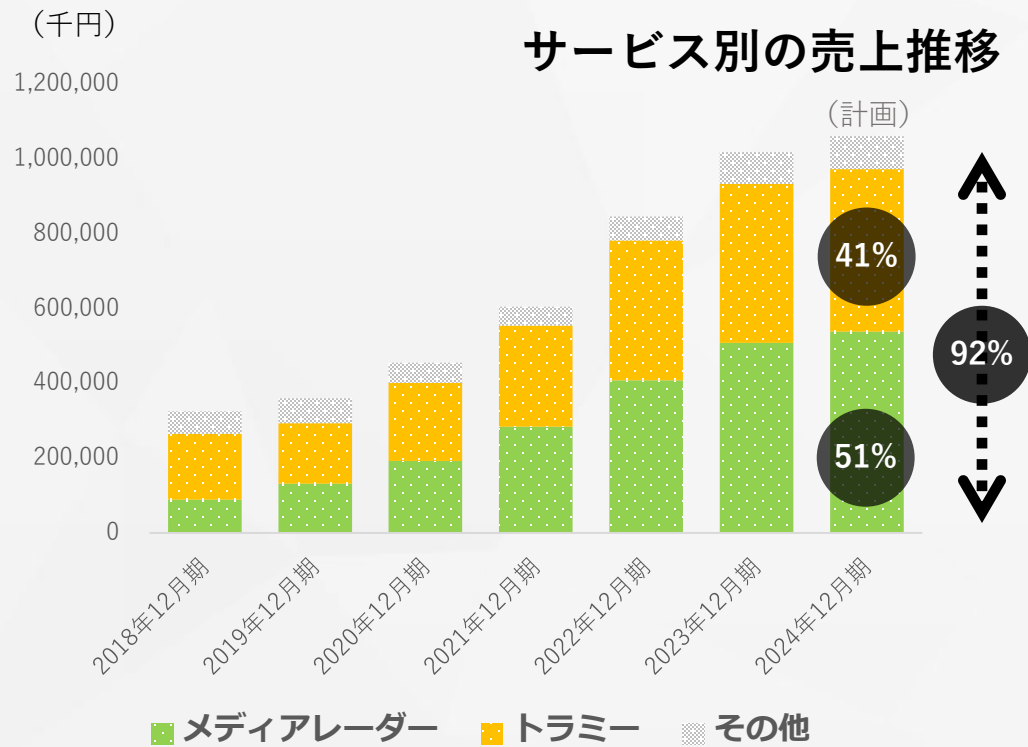
事業内容

Business Content

サービス別

メディアレーダーとトラミーで売上の92%、売上総利益の93%を占める計画

※2024年12月期





メディアレーダーのビジネスモデル

広告・マーケティングに関するサービスの売り手（掲載社）と買い手（会員）の
BtoBマッチングプラットフォーム

主な収益構造は資料ダウンロードによる「課金ダウンロード数」×「リード単価」の掛け算で、
売上原価が発生しない売上総利益率100%のビジネスモデル

広告を出す先を探すため、
資料やセミナーで情報収集したい

営業のために
見込み客（リード）を獲得したい



- ①掲載社が自社の媒体やサービスの営業資料、動画、セミナー情報を掲載
- ②会員は一定の情報を登録する事で、資料ダウンロード、動画視聴、セミナー申込みが可能
- ③資料ダウンロード、動画視聴、セミナー申込みが行われると、会員が登録した情報を掲載社に提供
- ④掲載社はリード情報を獲得すると、その対価として当社に成果報酬を支払う

メディアレーダーへの掲載例

資料掲載例

資料ダウンロードでリード獲得

【トラミー】一般人を活用して大量投稿！SNSを活用したクチコミプロモーション

Presented by [株式会社アイズ](#)

女性全般 社会人・OL 主婦（ママ） サンプル Instagramマーケティング インスタグラマ
販売促進 サイトへの集客 認知向上 掲載課金



資料更新日：2022/08/19

☆2022年トラミー最新資料☆

★トラミー概要

会員数 127,201名（2022年7月）

メイン属性：20代、30代、40代 女性（主婦・ママ・OL・社会人）

Instagram・TwitterをはじめとしたSNSやブログで、商品やサービスをご紹介することができます。

資料のダウンロードはこちら（無料）

・【株式会社アイズ】トラミー媒体資料2022 7-9 月期.pdf

資料ダウンロード（無料）

動画掲載例

動画視聴でリード獲得



SNS×インフルエンサーでユーザーにウケる広告運用！～TikTok・Instagram・Twitter別のベストプラクティス～

[株式会社アイズ](#)

動画の紹介

※本セミナーは2022年6月9日（木）に開催された「第6回 メディアレーダー EXPERT WEBINAR WEEK」内のセミナー動画です。

動画内の情報については、登壇企業へ直接お問い合わせください。

テーマタイトル

「加速する3大SNSマーケティング最新の運用術～Instagram・Twitter・TikTokの極意～」

セミナー掲載例

セミナー申込みでリード獲得

女性を狙い撃ち！行動心理を活用した最新マーケティング手法

主催：メディアレーダー運営事務局

参加申込み締め切り：2022年03月17日 09時00分

女性を狙い撃ち！行動心理を活用した最新マーケティング手法

3.17 THU 11:00～ 無料オンラインセミナー



(株)アイズ
クチコミ事業部
コミュニティリーダー
佐京 麻衣

※参加無料※

2022年3月14～18日に開催される、「第5回 メディアレーダー EXPERT WEBINAR WEEK」。

本テーマでは「女性マーケティング」についてのエキスパートが集まります。

【イベント中の開催セミナー一覧】

<https://media-radar.jp/contents/meditsubu/expert-webinar-week05/>

メディアレーダーの料金プラン

無料プランは掲載による認知向上は可能だが、リード獲得が出来ない
通常プランは成果報酬でリード獲得が可能

情報を掲載してお問い合わせを増やす！ 無料プラン			
掲載機能	資料	動画	セミナー
予算管理	—	—	有料オプション
リード単価	0円	0円	オンライン 5,000円 or オフライン 10,000円
取得できる リード情報	<ul style="list-style-type: none"> 企業名 部署名 担当者名 電話番号 メールアドレス URL <p>非開示</p> <ul style="list-style-type: none"> 担当区分 / 役職 業種 / 年商 従業員数 都道府県 実施確度 想定予算 想定時期 	<ul style="list-style-type: none"> 企業名 部署名 担当者名 電話番号 メールアドレス URL <p>非開示</p> <ul style="list-style-type: none"> 担当区分 / 役職 業種 / 年商 従業員数 都道府県 	<ul style="list-style-type: none"> 企業名 部署名 担当者名 電話番号 メールアドレス URL <ul style="list-style-type: none"> 担当区分 / 役職 業種 / 年商 従業員数 都道府県
個別開示	有料オプション 12,000円	有料オプション 12,000円	×

リード情報を取得して営業活動に利用！ 通常プラン			
掲載機能	資料	動画	セミナー
予算管理	資料リード予算 月 50,000円～	動画リード予算 月 50,000円～	セミナーごと 5,000円～
リード単価	個別リード 3,000円～ 一括リード※オプション機能 2,000円～	3,000円～	オンライン 5,000円 or オフライン 10,000円
取得できる リード情報	<ul style="list-style-type: none"> 企業名 部署名 担当者名 電話番号 メールアドレス URL 担当区分 / 役職 業種 / 年商 従業員数 都道府県 実施確度 想定予算 想定時期 	<ul style="list-style-type: none"> 企業名 部署名 担当者名 電話番号 メールアドレス URL <ul style="list-style-type: none"> 担当区分 / 役職 業種 / 年商 従業員数 都道府県 	<ul style="list-style-type: none"> 企業名 部署名 担当者名 電話番号 メールアドレス URL <ul style="list-style-type: none"> 担当区分 / 役職 業種 / 年商 従業員数 都道府県

※表示ロジックのスコアはリード単価と人気度で決定されるため、リード単価を上げるか、人気の資料などを掲載する事で露出を増やすことが出来ます。
※表内の料金は、2024年2月1日時点の料金プランです。

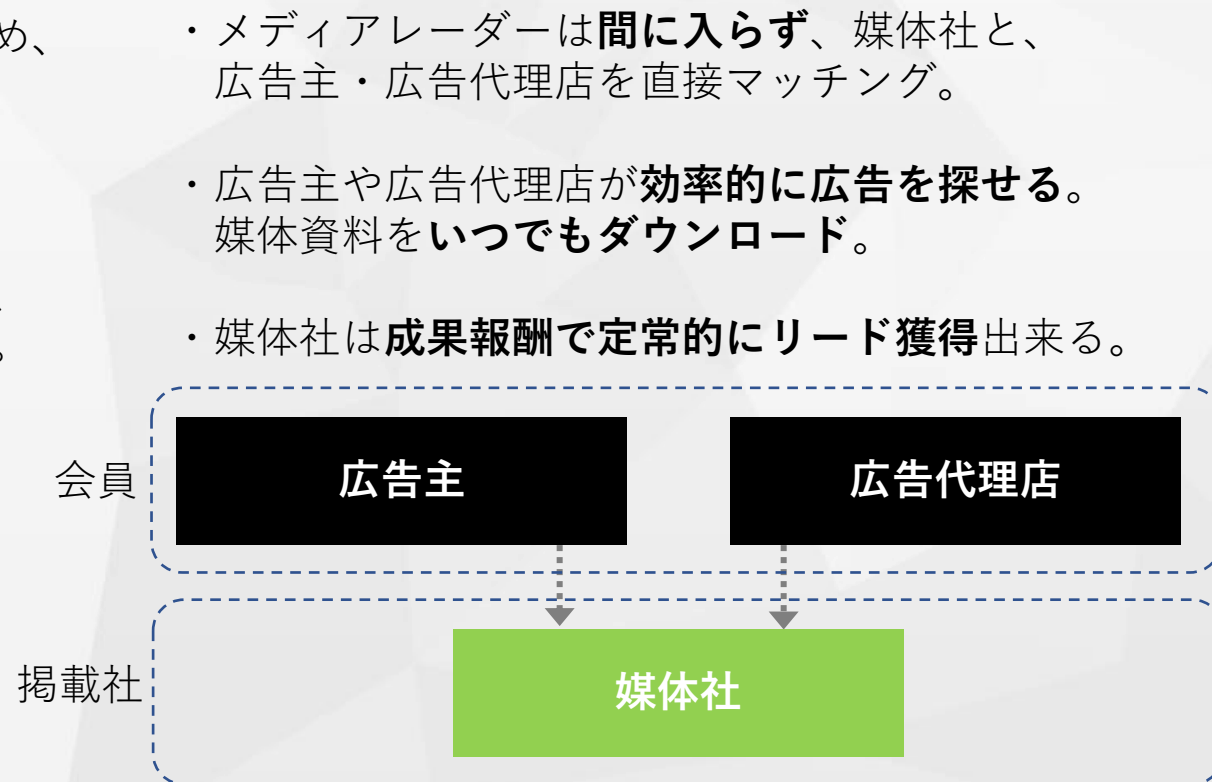
メディアレーダーの特徴

従来の広告業界



- ・ 二次代理店が間に入るため、マージンが多くなる。
- ・ 広告主や代理店が広告を探しにくい。媒体資料を3ヶ月に一度、取り寄せる手間がかかる。
- ・ 媒体社の効率的な営業手法が少ない。例えば展示会は成果報酬ではなく、開催時期のみのリード獲得になる。

メディアレーダー



- ・ メディアレーダーは間に入らず、媒体社と、広告主・広告代理店を直接マッチング。
- ・ 広告主や広告代理店が効率的に広告を探せる。媒体資料をいつでもダウンロード。
- ・ 媒体社は成果報酬で定常的にリード獲得出来る。

メディアレーダーの強み

1

広告業界の見込み客獲得でシェアNo.1

東京商工リサーチ「広告業界向けプラットフォームに関する調査」（2023年9月）※1

2

独自アルゴリズムによる成長モデル

課金ダウンロード数×リード単価で成長。リード単価は掲載社が設定し、
人気度×リード単価で表示順位が決まる独自アルゴリズムを実装（特許申請中）

3

成果報酬×リカーリングによる高い成長率

成果報酬のため、掲載社が導入しやすくやめにくい。リカーリング売上が95%※2

※1 株式会社東京商工リサーチに委託し、オンライン調査で721名による調査結果。

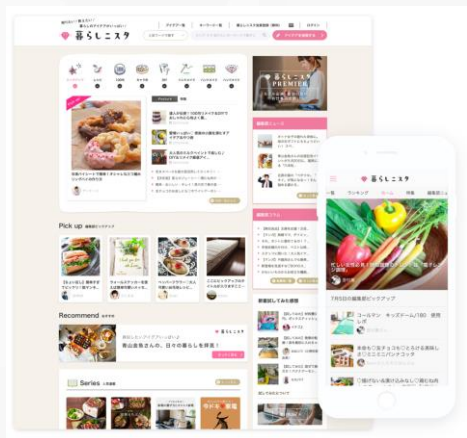
広告宣伝・マーケティング・PR業務従事者におけるサービスの「認知度」、「導入率」、「利用率」でNo.1を獲得。

※2 2023年1月～2023年12月の既存取引（継続およびリピート取引）の割合をリカーリング売上として算出。

メディアリーダーの掲載社実績

事例紹介



サービス

・株式会社ウィルゲートが株式会社主婦の友社と提携して運営している主婦向けのメディア「暮らしニスタ」

課題

・「暮らしニスタ」の広告営業において、既存の事業と畑違いで、効率的な営業を実施できていなかった

目的

- ・費用対効果よく受注を増やす
- ・パートナー企業を増やす
- ・プッシュ型営業からプル型営業への転換

実施内容

- ・「暮らしニスタ」の媒体資料をメディアレーダーに掲載し、広告主や広告代理店のリードを獲得
- ・自社サイトからメディアレーダーへ誘導する機能により、自社サイトからのリードも獲得

実施結果

約140万円※の費用で約820万円分を受注

パートナー企業の人脈を広げられた

営業効率が向上し、
プッシュ型営業からプル型営業へ転換



※リード単価2,000円×リード数715件=143万円の費用



トラミーのビジネスモデル

広告主の商品やサービスのクチコミを各種SNSに投稿してもらうプラットフォーム
対象者の選定・商品発送、投稿の審査・評価、レポートニングなどをワンストップで提供
主な収益構造は「案件数」×「案件単価」の掛け算で、
売上総利益率は81%のビジネスモデル



- ①会員は興味のある案件に応募し、当選した商品やサービスを体験出来ます。
 - ②会員はSNS上にクチコミを投稿し、投稿URLの申請およびアンケートの回答を行います。
 - ③クチコミプロモーションに必要な一連の業務と二次利用可能なクチコミを提供します。
- ※売上総利益率は2023年12月期の実績から算出。主な原価は商品の配送費と謝礼ポイントです。
※主要なプランは、商品のサンプリングや購入によって、会員に商品を体験いただくプランです。

トラミーの会員属性



一般の情報発信者 (1)

マイクロインフルエンサー (2)

を中心に会員化

- (1) 一般の情報発信者：フォロワーが少ないがSNSで情報発信しているユーザー
- (2) マイクロインフルエンサー：フォロワー数、千人～
- (3) インフルエンサー：フォロワー数、1万人～

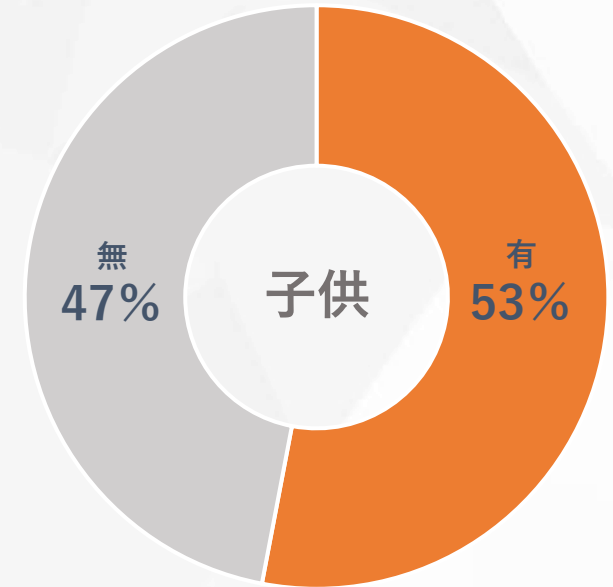
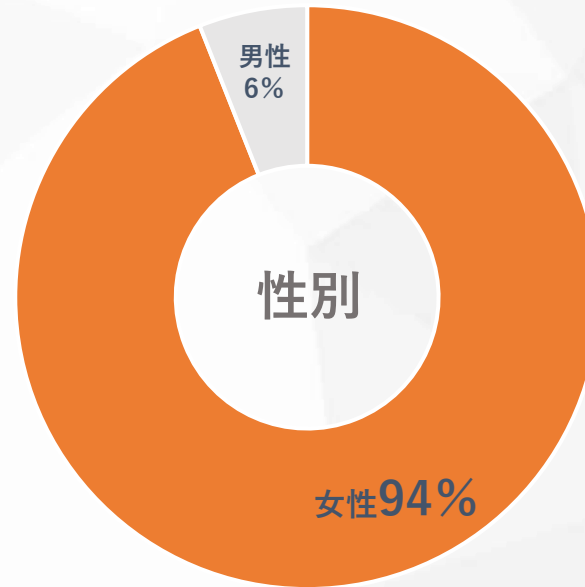
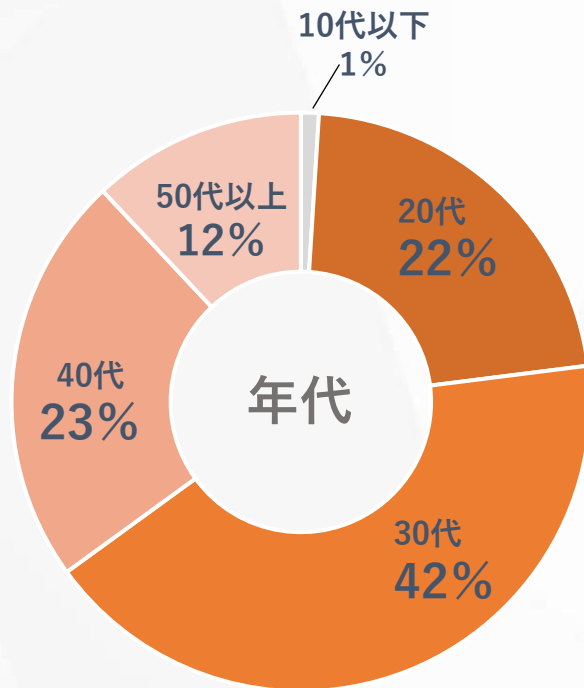
一般の情報発信者～マイクロインフルエンサーが中心のため、特定のインフルエンサーに依存するのではなく、広告主が安価に大量にクチコミを依頼でき、サイトやパンフなどで自由に二次利用できる

※2023/12/1～2023/12/31に実施した案件の応募者2,210名の割合

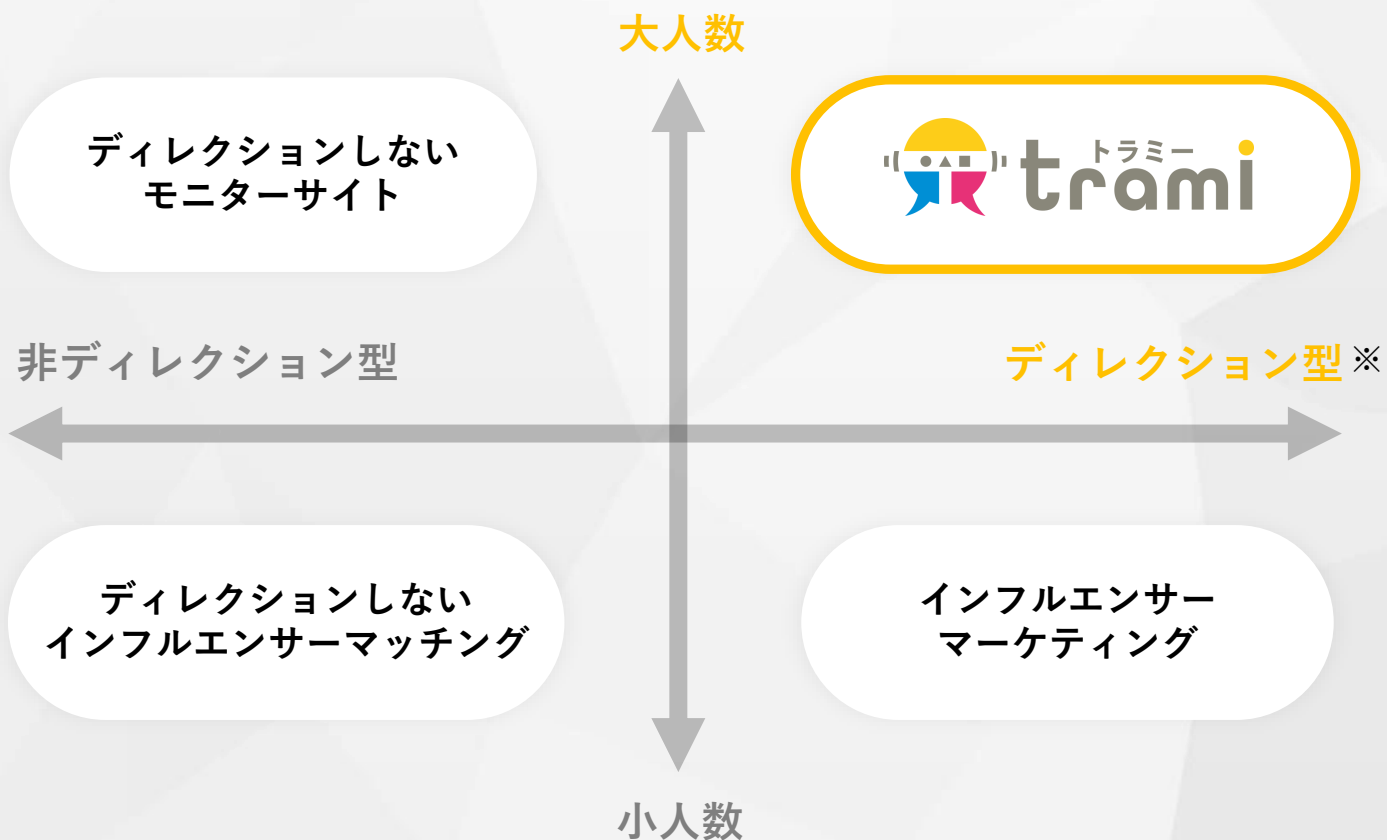
有名人：0%、インフルエンサー：3.1%、マイクロインフルエンサー：42.5%、一般人：54.4%

トラミーの会員属性

会員数14万人以上、20代～40代の女性が多い
(2024年1月1日現在)



大人数×ディレクション型のユニークなポジション



トラミーの特徴

特定のインフルエンサーに依存しない、
大人数によるクチコミ。

自由に二次利用が可能。

対象者選定、商品発送を一括で請け負い、
クライアントに負担をかけない。

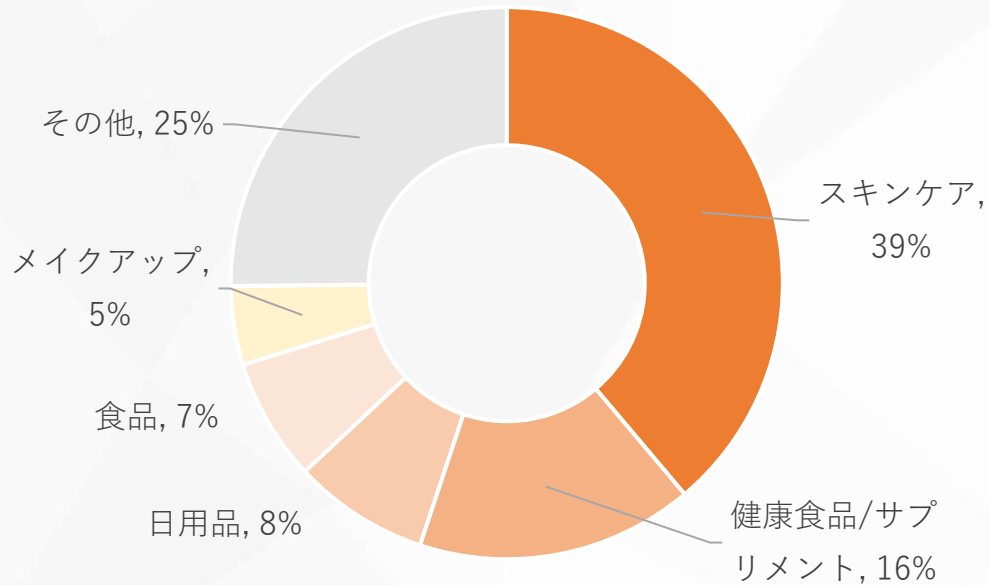
投稿審査による安全なプロモーション。

ステルスマーケティング防止のため、
広告物には出典元を明記。

※プラットフォーム側で対象者選定や商品発送などをディレクションするサービスです。

案件の業種

20~40代の女性（トラミー会員）による
クチコミが商材購入の際の参考になる、
スキンケア、健康食品、日用品、食品などの
女性向けの商材が多い



顧客例

ALBION

MUSÉE
PLATINUM

A X Z I A

proactiv.

KOKUYO

エムアイフードスタイル



白河だるま総本舗

PARA
BEAUTY



株式会社日健協サービス

LIXIL

RIDE ON EXPRESS
HOLDINGS

Ace Agent

事例紹介

Bb LABORATORIES



商品

- ・株式会社ビービーラボラトリーズが販売している美容液「水溶性プラセンタエキス*原液」

課題

- ・コンセプト、パッケージを刷新し、商品認知度が低かった
- ・既存購入者のファン化

目的

- ・Instagramで情報拡散したい
- ・既存購入者にアンケート結果などを配信したい

実施内容

- ・事前アンケートにて「肌のお悩み」でセグメント
- ・厳選した当選者200名に商品をサンプリング
- ・商品体験後、会員がInstagram投稿およびアンケート回答

200名で実施

実施結果

Instagram投稿による情報拡散

具体的な商品体験に対するアンケート獲得

例：商品を使用して何日目で効果を実感したか？



サービス間の連携

トラミーの見込み顧客獲得にメディアレーダーを活用

メディアレーダーは広告業界の見込み客獲得サービスのため、
メディアレーダーの会員規模が拡大するとトラミーの「見込み客獲得」に有利に働く

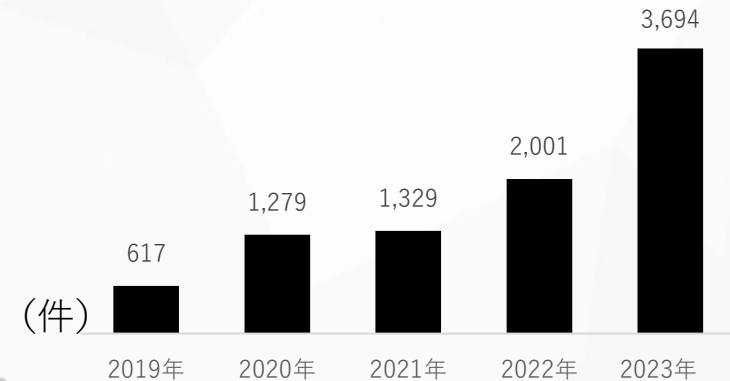


媒体資料掲載

見込み顧客提供
広告主/代理店



見込み客獲得件数



事業環境

Business Environment

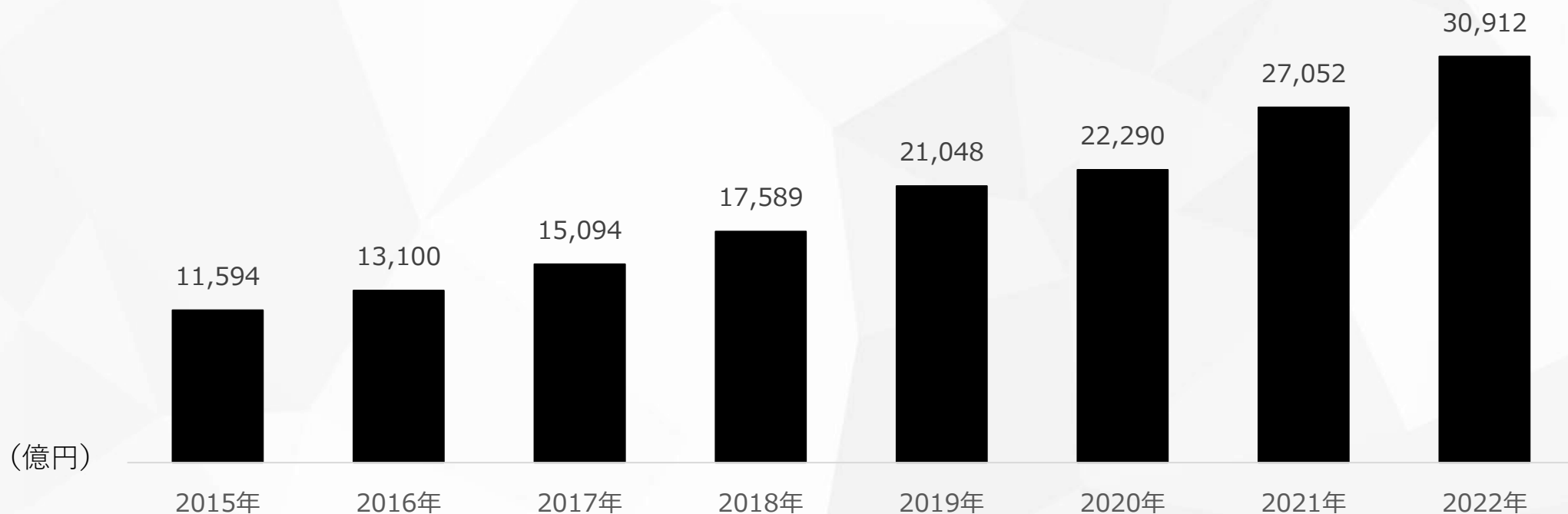


当社の事業環境



メディアレーダーやトラミーが属する
ネット広告は成長市場で、2022年は**3兆912億円**

株式会社電通「2022年 日本の広告費」より

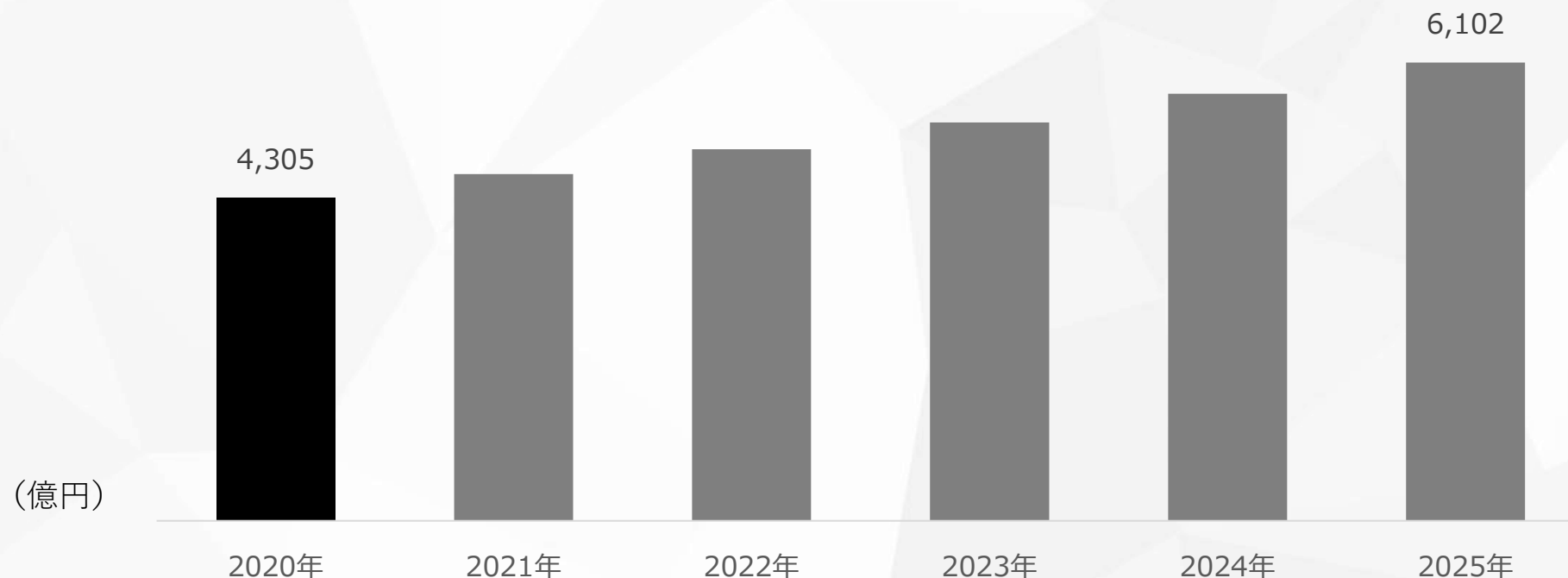


※ネット広告は媒体費用、物販系ECプラットフォーム広告費、制作費の3つあり、メディアレーダーやトラミーは媒体費用に属します。

当社の事業環境

メディアレーダーが属する
デジタルマーケティング関連サービス市場は成長市場で、
2025年に**6,102億円**の市場へ

2021年12月 IDC Japan 「国内デジタルマーケティング関連サービス市場支出額予測、2020年～2025年」より



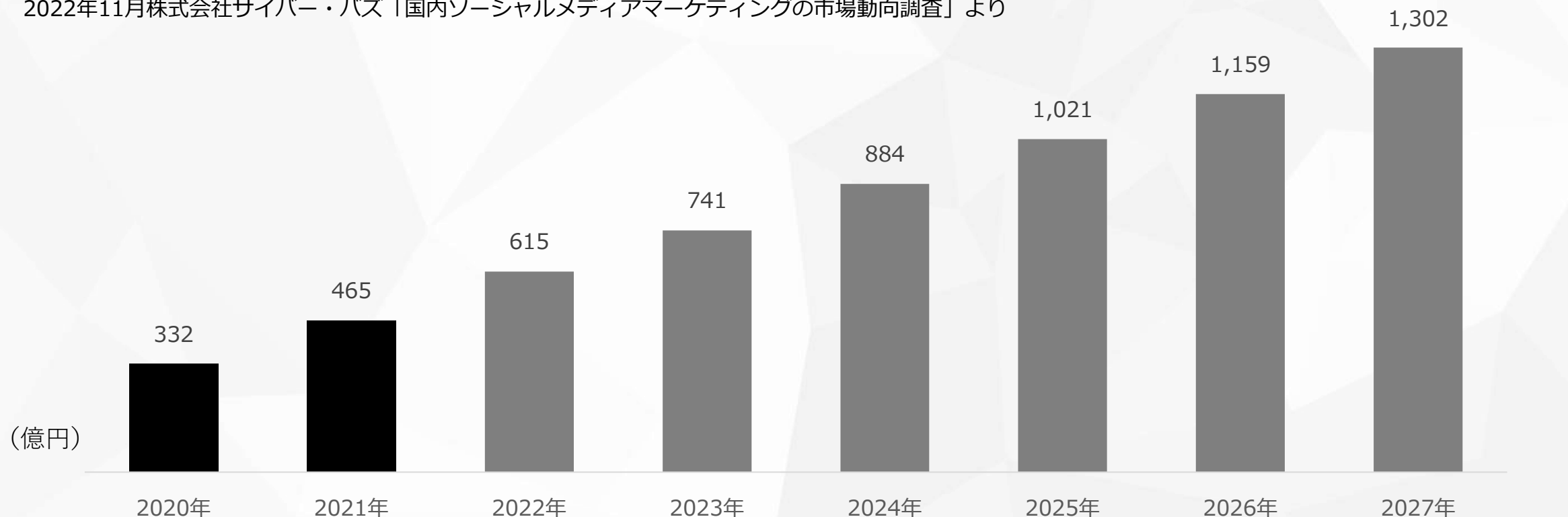
※グラフは発表された年より前の数字を黒、発表された年以降はグレーで表示。

※デジタルマーケティング関連サービスは戦略、キャンペーン、メディア、コンテンツ、アナリティクスの5つあり、メディアレーダーはキャンペーンに属します。

当社の事業環境

トラミーが属する
インフルエンサーマーケティングは成長市場で、
2027年には**1,302億円**の市場へ

2022年11月株式会社サイバー・バズ「国内ソーシャルメディアマーケティングの市場動向調査」より



※グラフは発表された年より前の数字を黒、発表された年以降はグレーで表示。
※YouTube、Instagram、Twitter、その他の4つあり、トラミーは全てに属します。

成長戦略

Growth Strategy



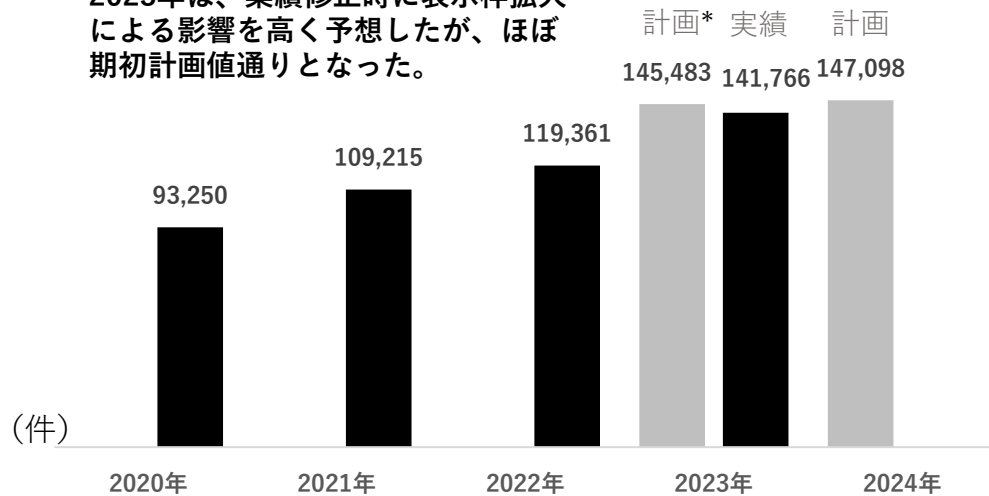
メディアレーダーの成長戦略

資料の「課金ダウンロード数」と「リード単価」の掛け算で成長

課金 ダウンロード数

- ・SEOや広告による集客の強化
- ・一括ダウンロード機能（2022年から導入）、レコメンド機能（2023年から導入）によるダウンロード数アップ

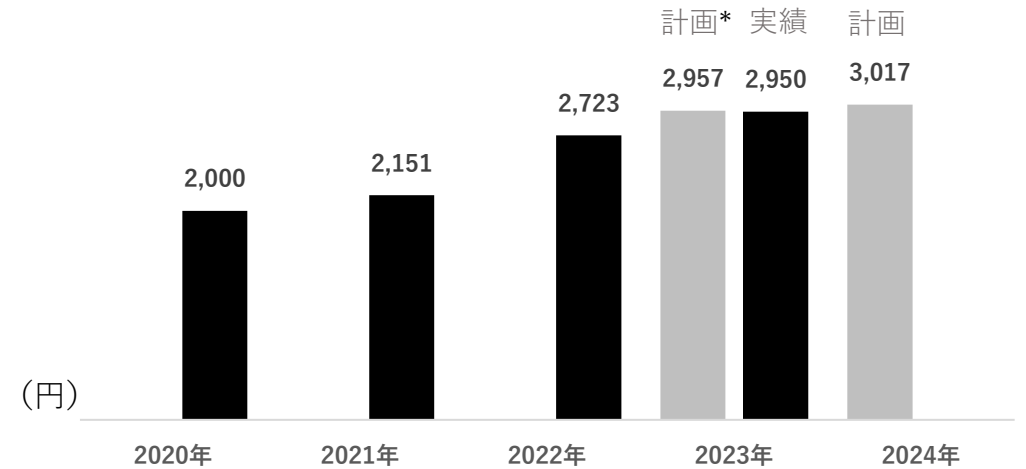
2023年は、業績修正時に表示枠拡大による影響を高く予想したが、ほぼ期初計画値通りとなった。



リード単価

- ・リード入札機能（2021年から導入）、料金改定（2024年から導入）による、リード単価のアップ

2023年は、ほぼ計画通りとなった。



*2023年11月14日公表 修正後の2023年計画値（期初計画値 課金ダウンロード数 141,230件・リード単価 3,011円）
一括ダウンロード及びレコメンドの表示枠の拡大により修正

メディアレーダーの成長戦略

一括ダウンロード機能（2022年導入済み）

以前は個別のダウンロードしか無かったが、
 会員はまとめてダウンロードしたいニーズがあり、
 掲載社はリード数を増やしたいニーズがあったため導入。
 掲載社が一括ダウンロード可能かどうかを選択。
 一括ダウンロードボタンにより最大20個の資料を
 まとめてダウンロード可能になり、**ダウンロード数アップ**に貢献。



リード入札機能（2021年導入済み）

以前はリード獲得の単価が2,000円の固定だったが、
 掲載社が個別ダウンロードは、3,000円～15,000円、
 一括ダウンロードは2,000円～15,000円で自由に設定出来、
 リード単価×人気度で掲載順位が決まる機能。
リード単価のアップに貢献。
 ※他社による模倣から守るため特許申請中。

会社	リード単価	人気度	表示スコア	サイト内掲載順位
A社	¥5,000	8	40000	1位
B社	¥4,000	9	36000	2位
C社	¥4,000	5	20000	3位
D社	¥5,000	3	15000	4位

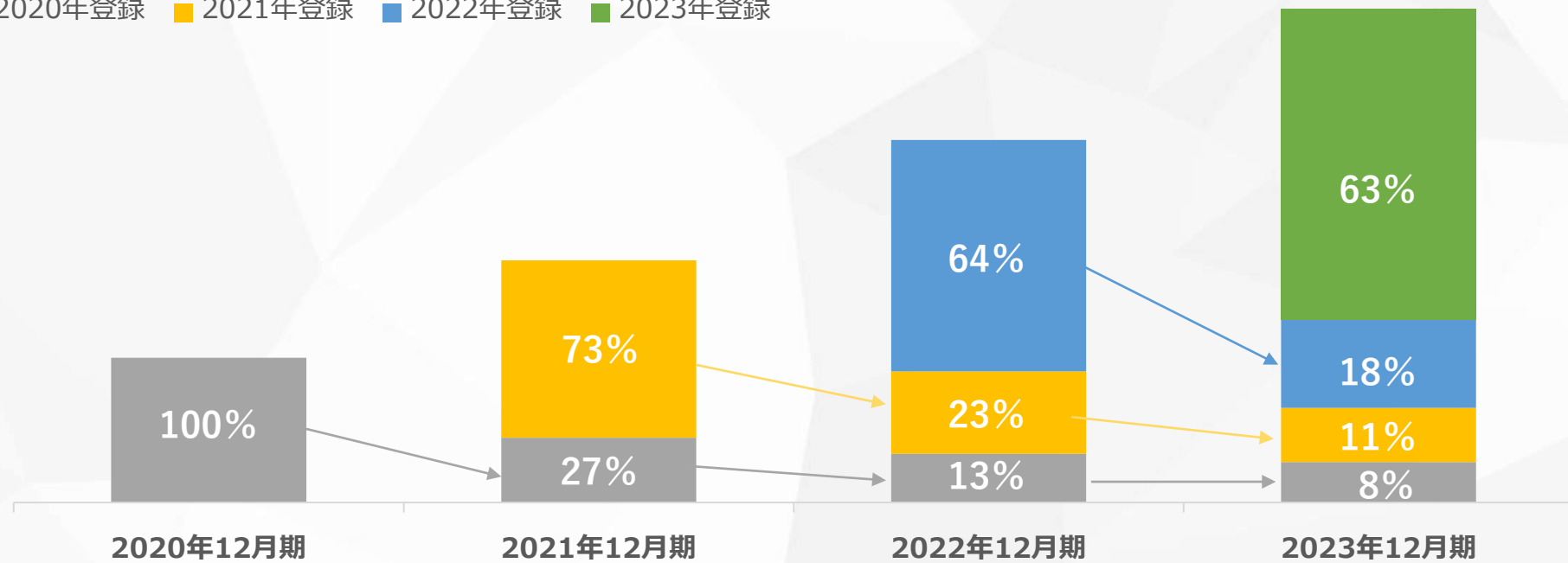
※人気度や表示スコアはイメージです。

メディアレーダーの成長戦略

メディアレーダーの会員獲得を強化することで、中長期的に売上増加を見込む

会員登録後の累計売上（会員登録年別の構成比）

■ 2020年登録 ■ 2021年登録 ■ 2022年登録 ■ 2023年登録

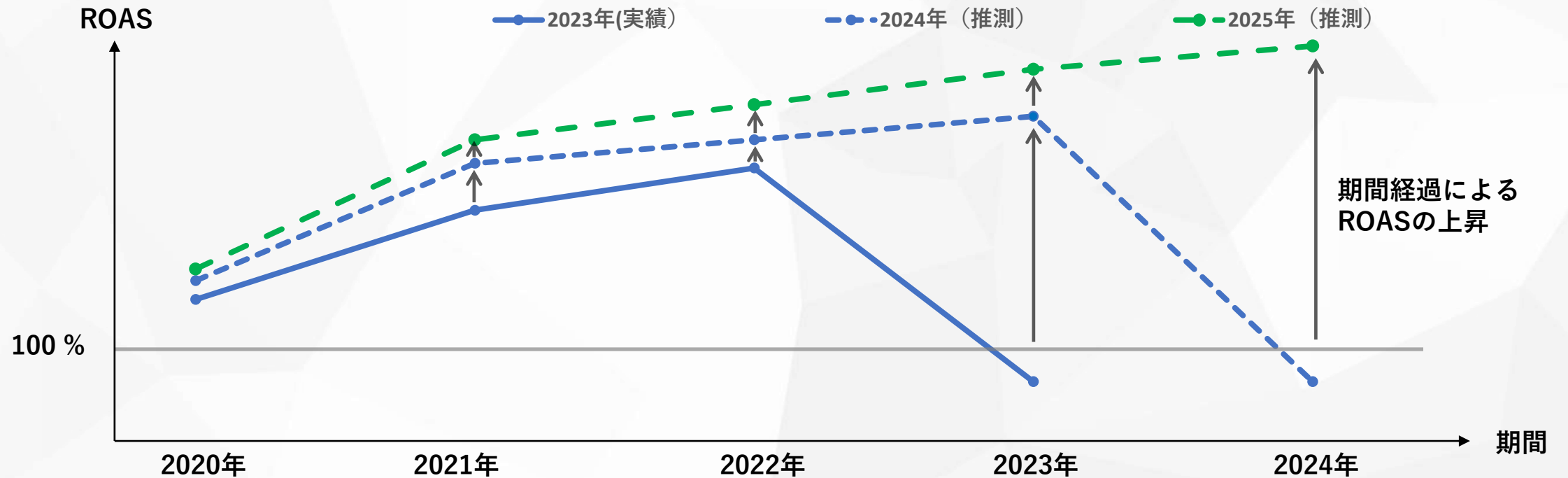


※2020年12月期以前に登録した会員による売上は、除外しています。

メディアレーダーの成長戦略

黒字の範囲内で長期的な売上を積み重ねるための先行投資をする方針とし、
広告による売上効果は当期だけではなく、次期以降も売上に作用することを考慮し、
随時、費用対効果を確認しながら、広告宣伝費を調整していく

累計売上で算出したROASイメージ図



※2020年～2023年のROASは累計売上の実績値で作成、2024年、2025年のROASは、累計売上の推測値でイメージで作成しています。
※矢印は、会員登録後の期間経過によるROASの上昇を表しています。

メディアレーダーの料金改定（FY2024 1Q）

個別ダウンロードの最低単価をアップ、シェアNo.1*のため、解約は少ないと想定

プラン		これまでの料金	改定後の料金
通常プラン	個別DL	¥2,000~	¥3,000~
	一括DL	¥2,000~	¥2,000~

* 株式会社東京商工リサーチに委託し、オンライン調査で721名による調査結果。
広告宣伝・マーケティング・PR業務従事者におけるサービスの「認知度」、「導入率」、「利用率」でNo.1を獲得。

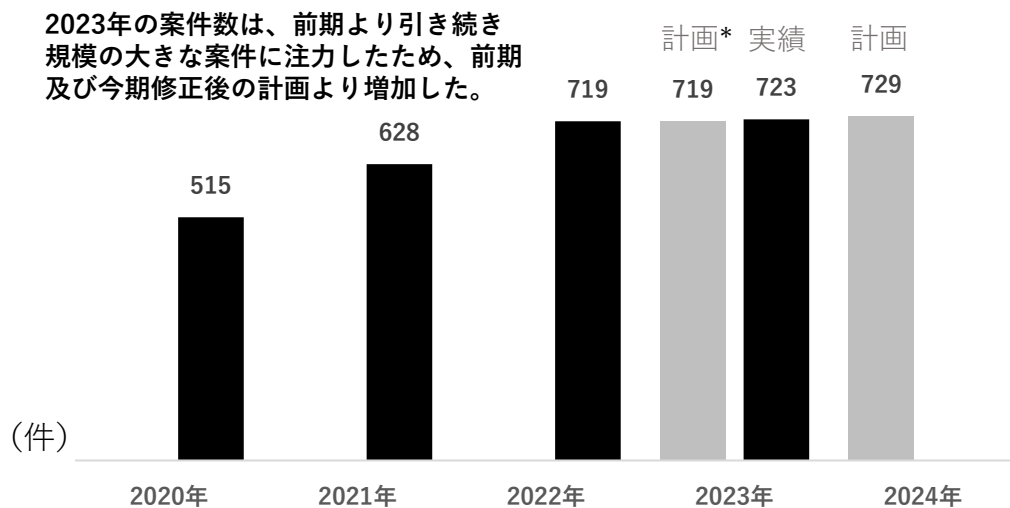
トラミーの成長戦略

「案件数」と「案件単価」の掛け算で成長

案件数

- ・大手の代理店開拓
- ・リード獲得

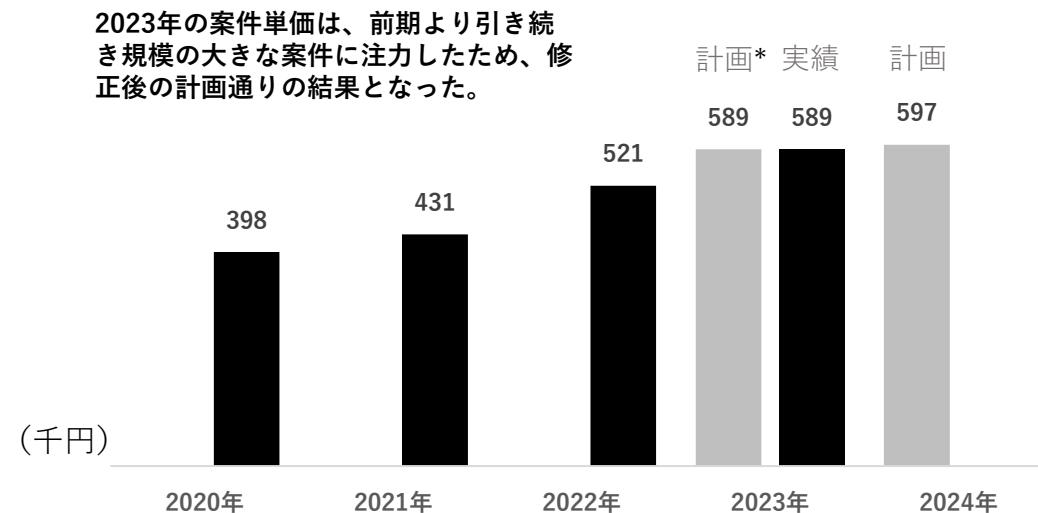
2023年の案件数は、前期より引き続き規模の大きな案件に注力したため、前期及び今期修正後の計画より増加した。



案件単価

- ・大手の代理店開拓
- ・会員数の増加

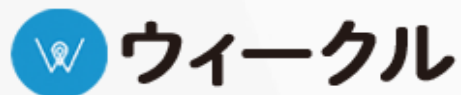
2023年の案件単価は、前期より引き続き規模の大きな案件に注力したため、修正後の計画通りの結果となった。



*2023年11月14日公表 修正後の計画値 (期初計画値 案件数 795件・案件単価 554千円)

メディアレーダーのノウハウを活かして他業界の マッチングプラットフォーム事業も展開

アクティビティの催行会社と消費者をマッチングする
アクティビティのプラットフォーム



2016年サービス開始

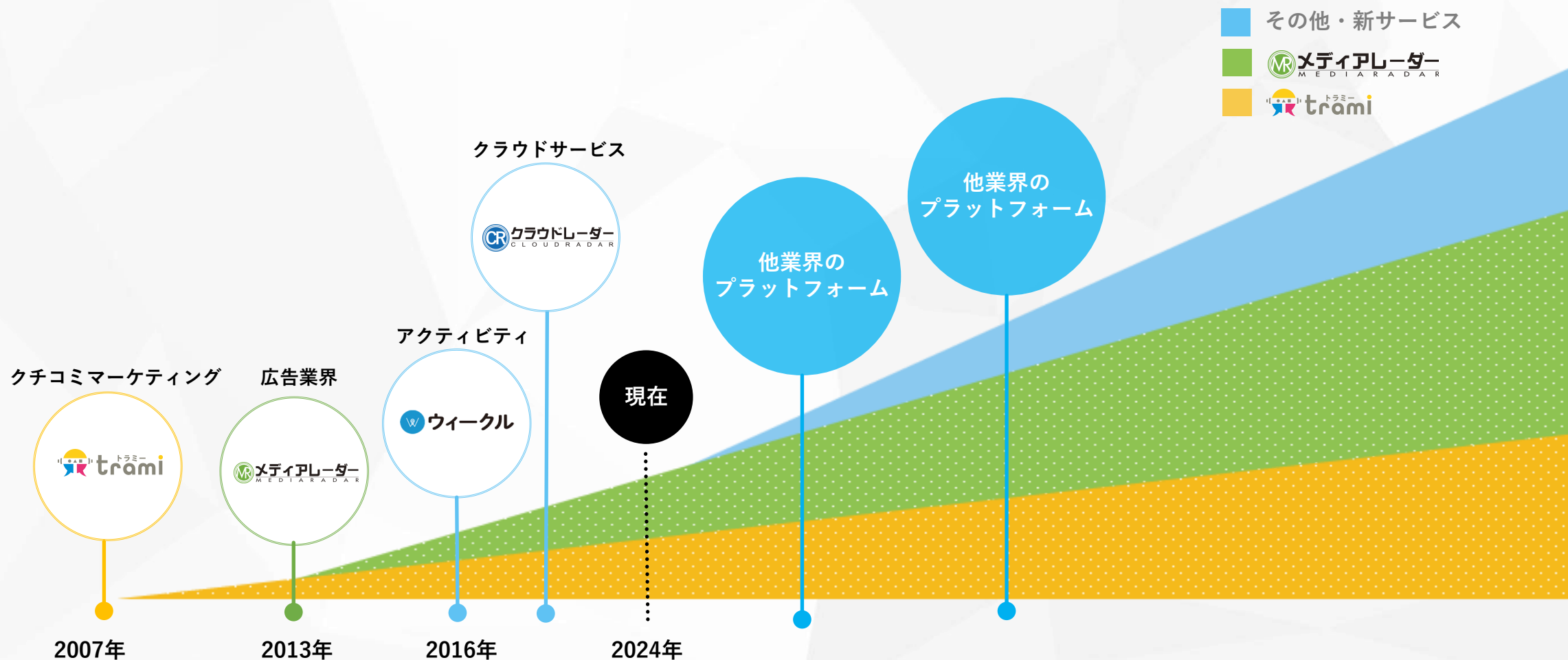
クラウドサービスの運営会社と
クラウドサービスを探している方をマッチングする
クラウドサービスのプラットフォーム



2016年サービス開始

売上成長イメージ

既存プラットフォームを成長させながら、
そのノウハウを活かして様々な業界のプラットフォームを展開していく



主な事業リスクについて

主要なリスク	発生可能性	影響度	発生可能時期	対応方針
GoogleやYahoo! Japanなどの検索サイトからの集客が有効に機能しないリスク	低	高	長期	・検索アルゴリズムの変更に応じた検索エンジン最適化 (SEO) 対策
クチコミマーケティングの信頼性の低下による業績悪化のリスク	中	中	長期	・会員に対し、広告案件の継続的なご紹介やSNSへの投稿に関する法令・ガイドラインの遵守等の有用な情報を提供することにより、親密かつ広範なネットワークを構築 ・弁護士監修のもと独自開発した広告・投稿審査ツール、社内チェック、弁護士への確認といった広告・投稿審査体制
主要SNSのユーザー利用動向やプラットフォーム事業の規制変更等によるリスク	低	高	長期	・主要SNSのユーザー利用動向の把握 ・広告関連の規約・規制等の変更のモニタリング
個人情報の管理に係るリスクについて	低	高	長期	・プライバシーマーク制度に準拠した管理・運用 ・情報管理体制の構築・運用
情報セキュリティに係るリスクについて	中	高	長期	・安定運用のためのシステム強化 ・セキュリティ対策の強化

※その他のリスクにつきましては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照ください。

本資料の取り扱いについて

本資料には、当社に関する見通し、将来に関する計画などが記載されています。

これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での想定に基づくものであり、将来の結果や業績を保証するものではありません。

それらのリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、および国内や国際的な経済状況が含まれます。

次回の本資料の開示は、本決算の発表時期（次回は2025年2月予定）を目処として実施する予定です。

