

2025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

A glowing lightbulb is positioned in the lower-left foreground, emitting a warm, golden light. The background features a blurred laptop keyboard with soft bokeh light effects scattered across it. The overall scene is set against a dark, textured surface.

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 | 71名（2024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 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



自社開発

クチコミマーケティングのプラットフォーム

2013年

8月



M&A

広告業界のプラットフォーム

2021年

5月



M&A

ママ向け情報メディア

2022年

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

2024年

5月



M&A

コスメの検索や比較ができるクチコミサイト

2025年

2月

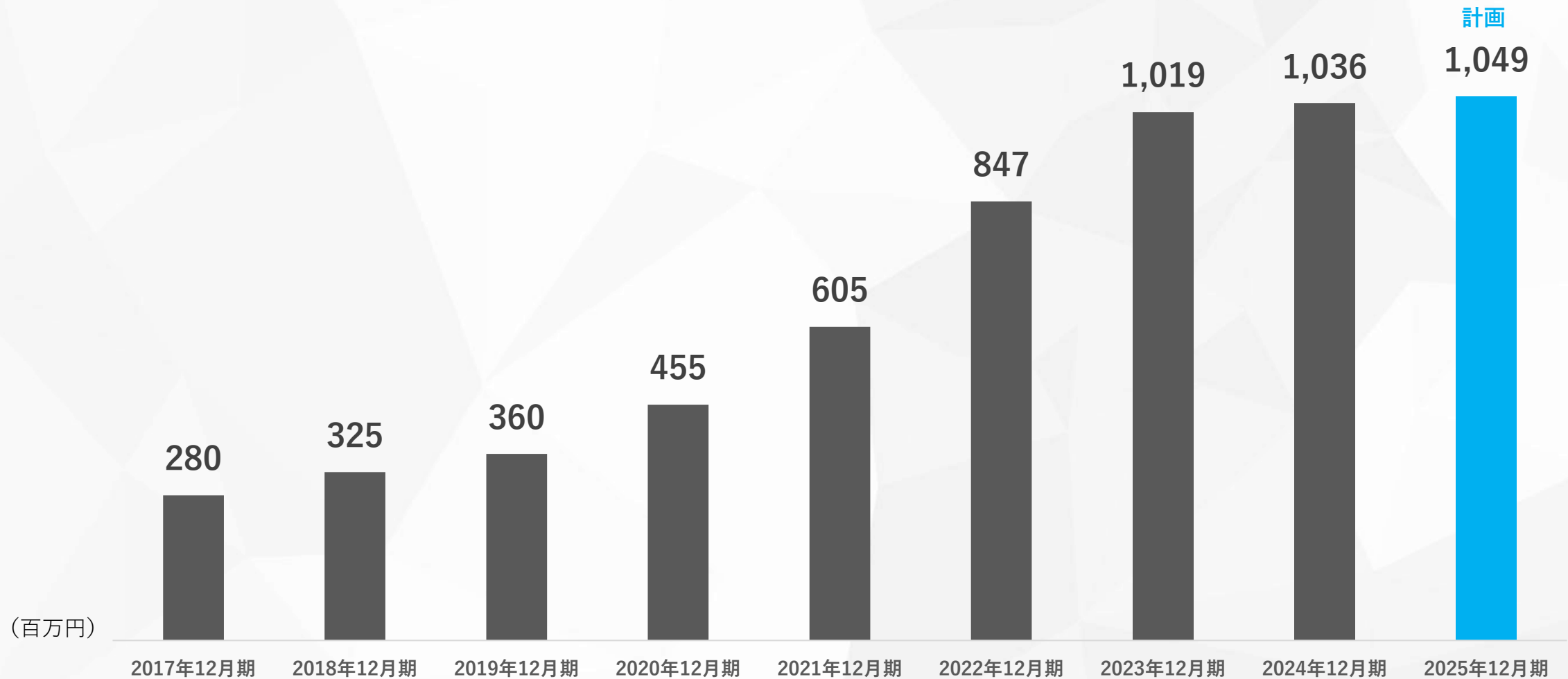


M&A

インフルエンサーマッチングプラットフォーム

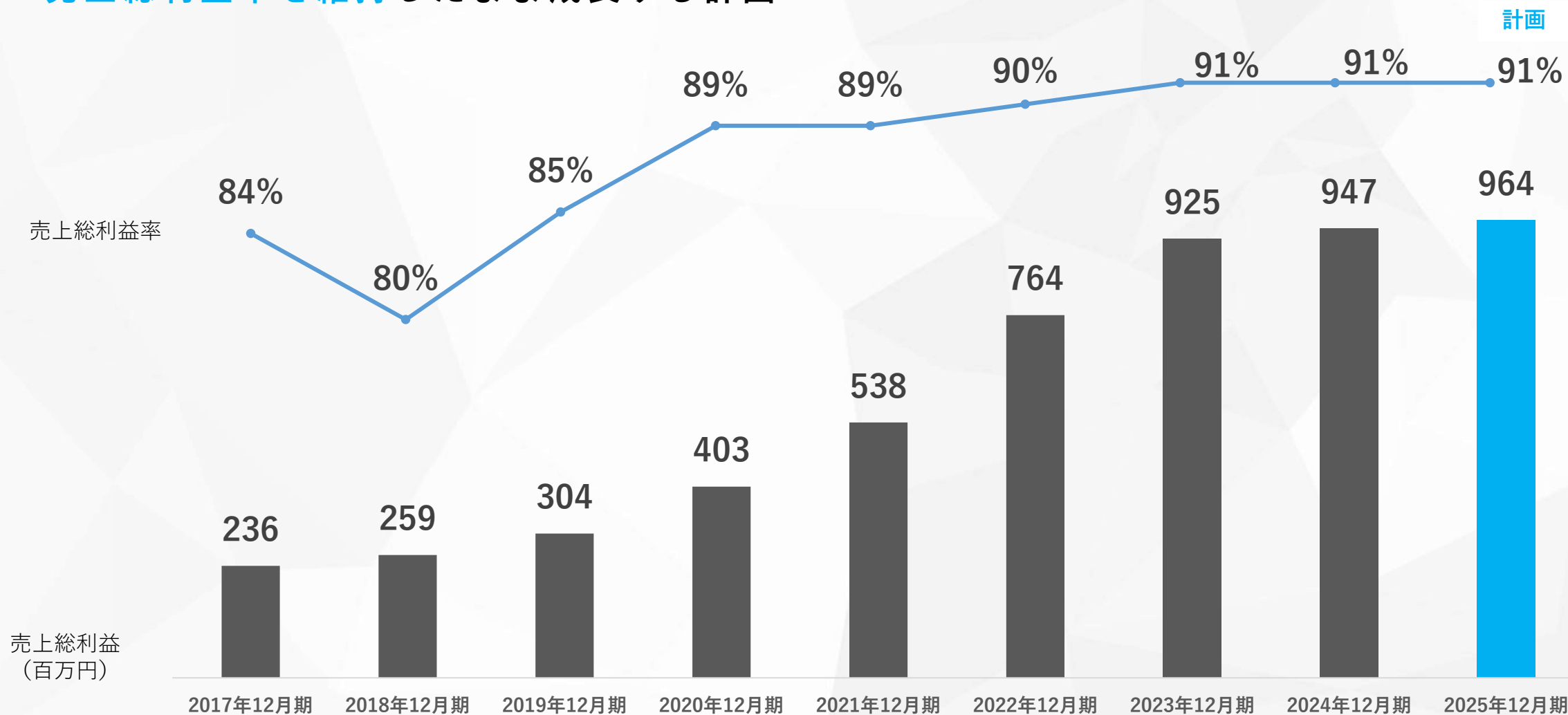
売上推移

連続増収となる計画



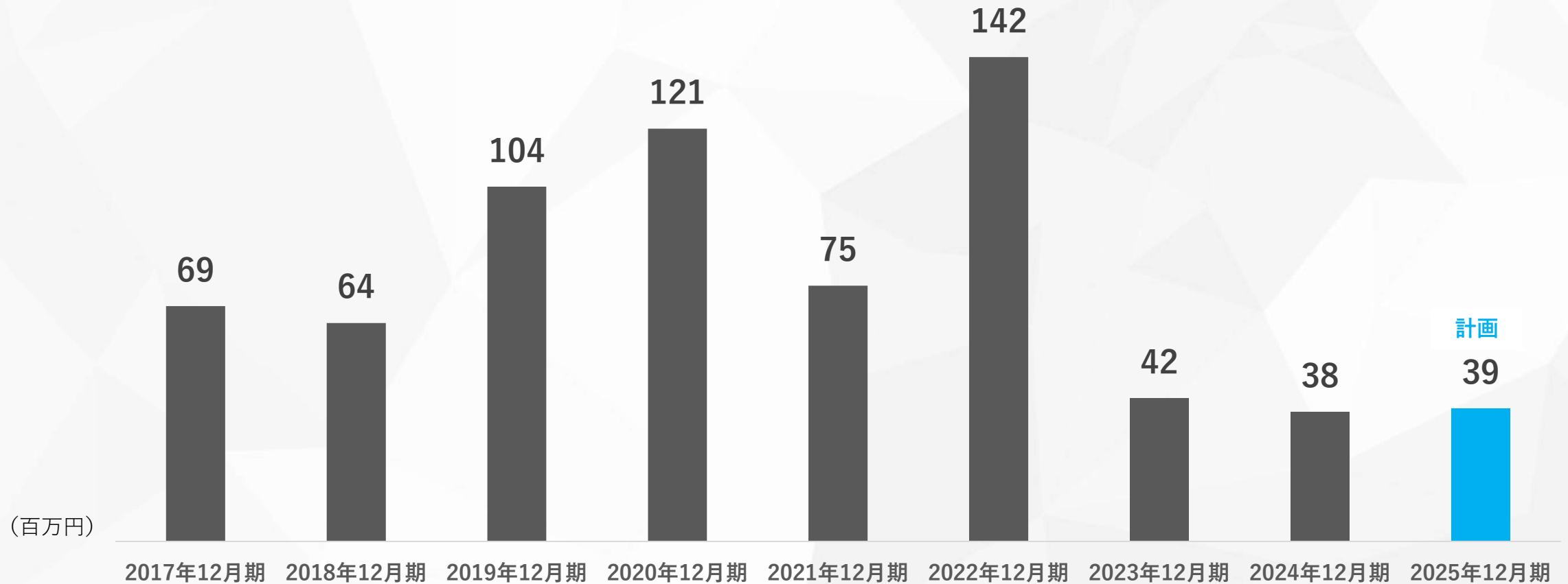
売上総利益推移

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



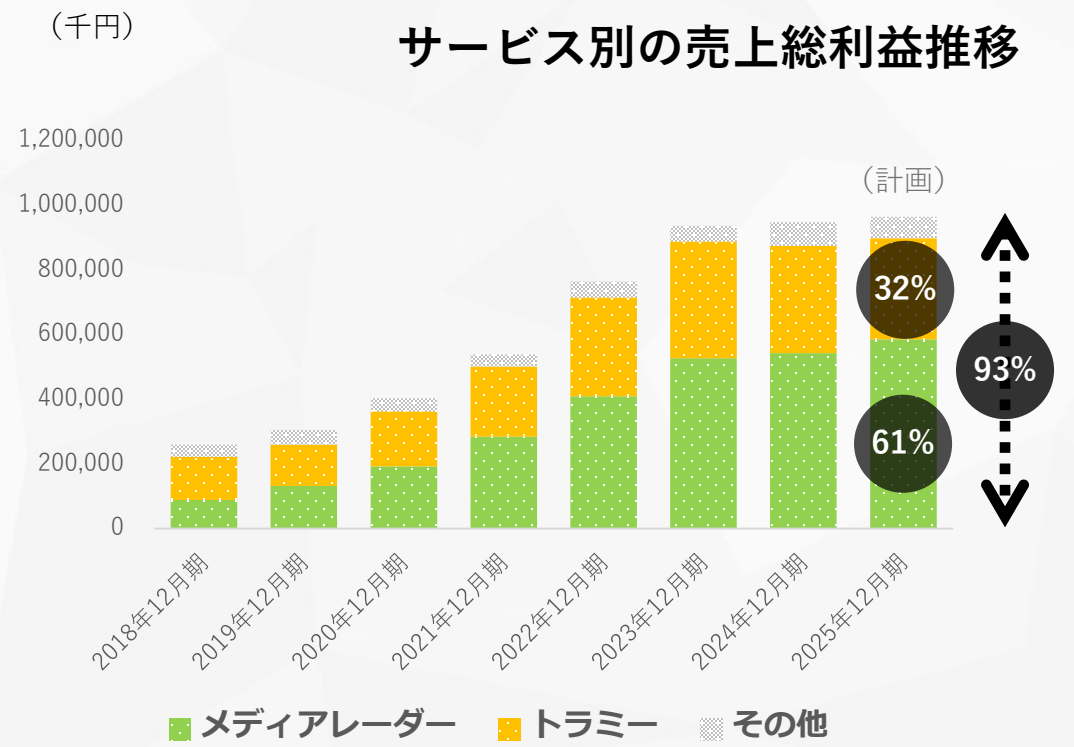
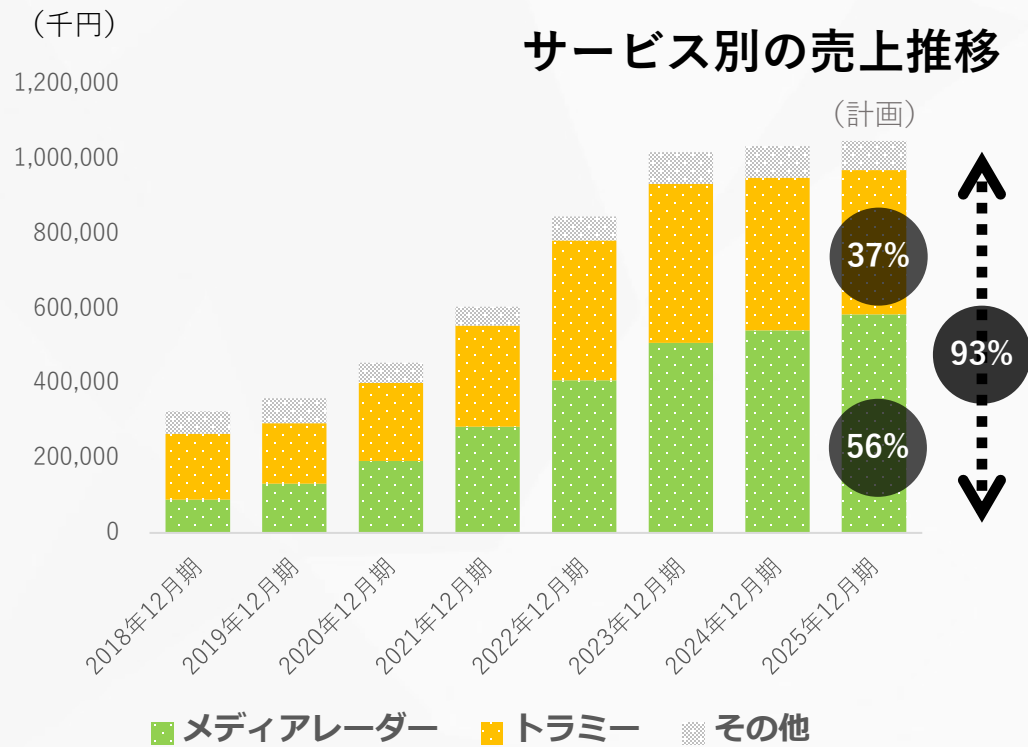
事業内容

Business Content

サービス別

メディアレーダーとトラミーで売上の93%、売上総利益の93%を占める計画

※2025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

メディアリーダーへの掲載例

資料掲載例

資料ダウンロードでリード獲得

【サンプリング】一般人～インフルエンサー活用したSNS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） サンプリング Instagramマーケティング インスタグラマー
販売促進 サイトへの集客 認知向上 掲載課金 月額課金 広告代理店 飲食品・食品 化粧品



資料更新日：2024/09/06

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_2024年9月期.pdf

資料ダウンロード（無料）

お問い合わせ（無料）

株式会社アイズ

トラミー(trami)とは

Instagram・X（旧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。

動画掲載例

動画視聴でリード獲得



【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

[株式会社アイズ](#)

動画の紹介

☆2023年トラミー最新資料☆

★トラミー概要

会員数 133,921名（2022年12月）

メイン属性：20代、30代、40代 女性(主婦・ママ・OL・社会人)

セミナー掲載例

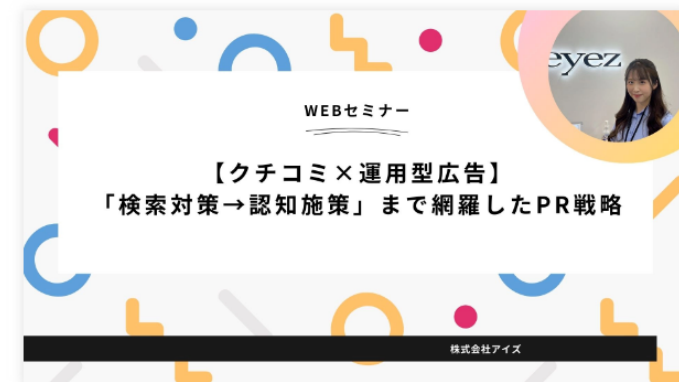
セミナー申込みでリード獲得

【クチコミ×運用型広告】「検索対策→認知対策」まで網羅した戦略をご紹介します！！

オンラインセミナー

主催：株式会社アイズ

参加申込み締め切り：2024年10月11日 11時00分



本セミナーでは、近年の消費者行動モデルの移り変わり、それに伴う認知施策と検索対策方法をお伝えします！

まず「認知を広めたい」・「PR活動はしたいけど何が適切かわからない」といったお悩みをお持ちのご担当者様必見です！

デジタル媒体が普及するにつれ、消費者行動モデルにもここ数十年でかなり変化が見られます。「検索対策」という言葉をよく耳にすることが増えたのではないのでしょうか？

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 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 <p>非開示</p> | <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 <p>非開示</p> | <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 |
| 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 4,000円～ 一括リード <small>※オプション機能</small> 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 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 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、2025年2月1日時点の料金プランです。

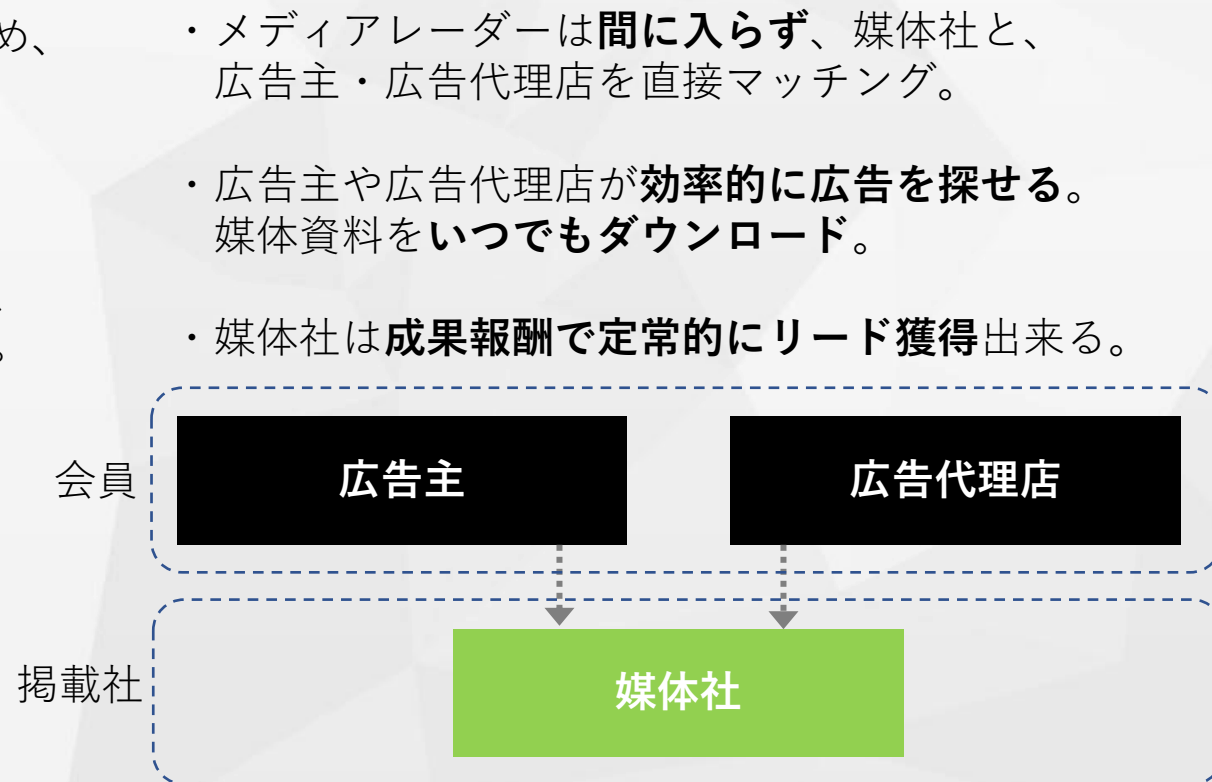
メディアレーダーの特徴

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

広告業界向けプラットフォーム利用率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」（2024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（特許取得完了）

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97%※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・広報・PR業務従事者における広告業界向けプラットフォームの中で「利用率」でNo.1を獲得。

※2 2024年1月～2024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。

案件マッチング機能の概要

- ・ 情報収集の時間がない会員や、新たな視点からの提案を受けたい会員におすすめの機能
- ・ 掲載社側は案件を確認し、リード情報を開示した時点で課金が発生



会員

アクション

- ・ 案件情報（商品やターゲット、予算、目的等）を、無料で登録するのみ

メリット

- ・ 案件登録後、待つだけでOK
- ・ 新しい視点でのソリューションが提案される
- ・ 複数社からの提案をスピード感を持って受けられる



掲載社

アクション

- ・ 案件情報を確認して、提案したい場合はリード情報を開示し、提案へ

メリット

- ・ 案件情報ベースのため、確度の高いリード情報が獲得可能
- ・ 案件予算や実施時期、施策目的などの情報が一目でわかる
- ・ 商談に繋がりがやすく、効率の良いアクションが可能



メディアレーダーの掲載社実績

| | | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|---|
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |



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2024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～

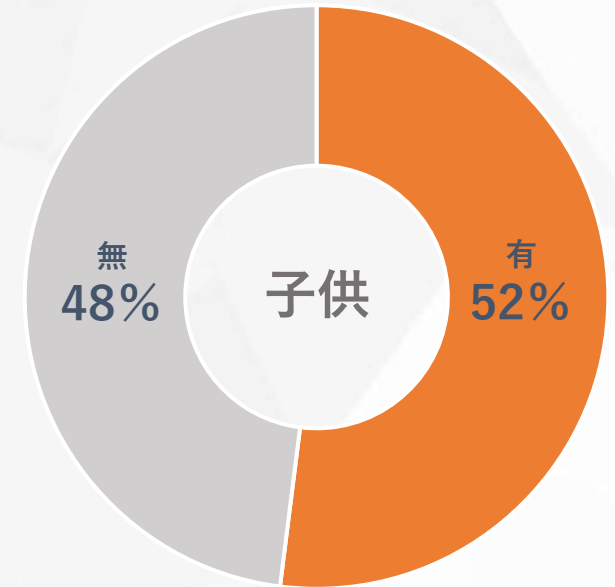
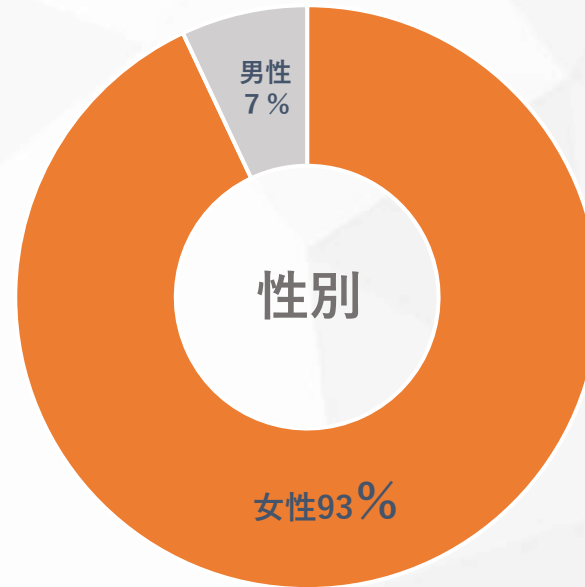
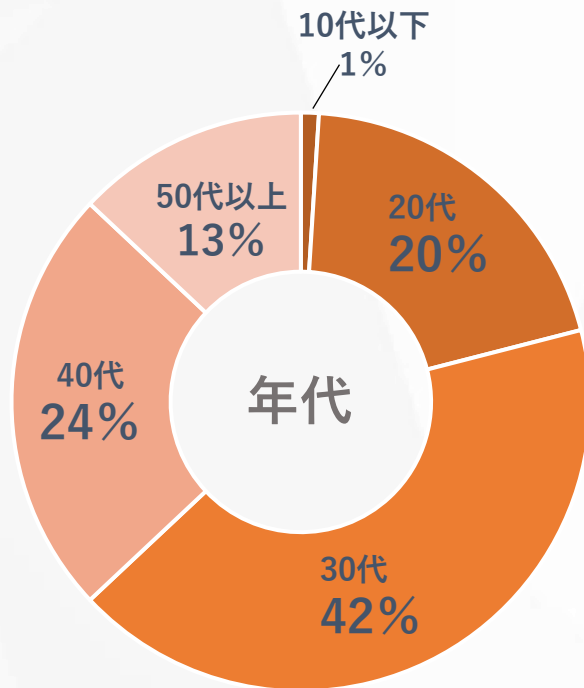
一般の情報発信者～マイクロインフルエンサーが中心のため、特定のインフルエンサーに依存するのではなく、広告主が安価に大量にクチコミを依頼でき、サイトやパンフなどで自由に二次利用できる

※2024/12/1～2024/12/31に実施した案件の応募者2,296名の割合

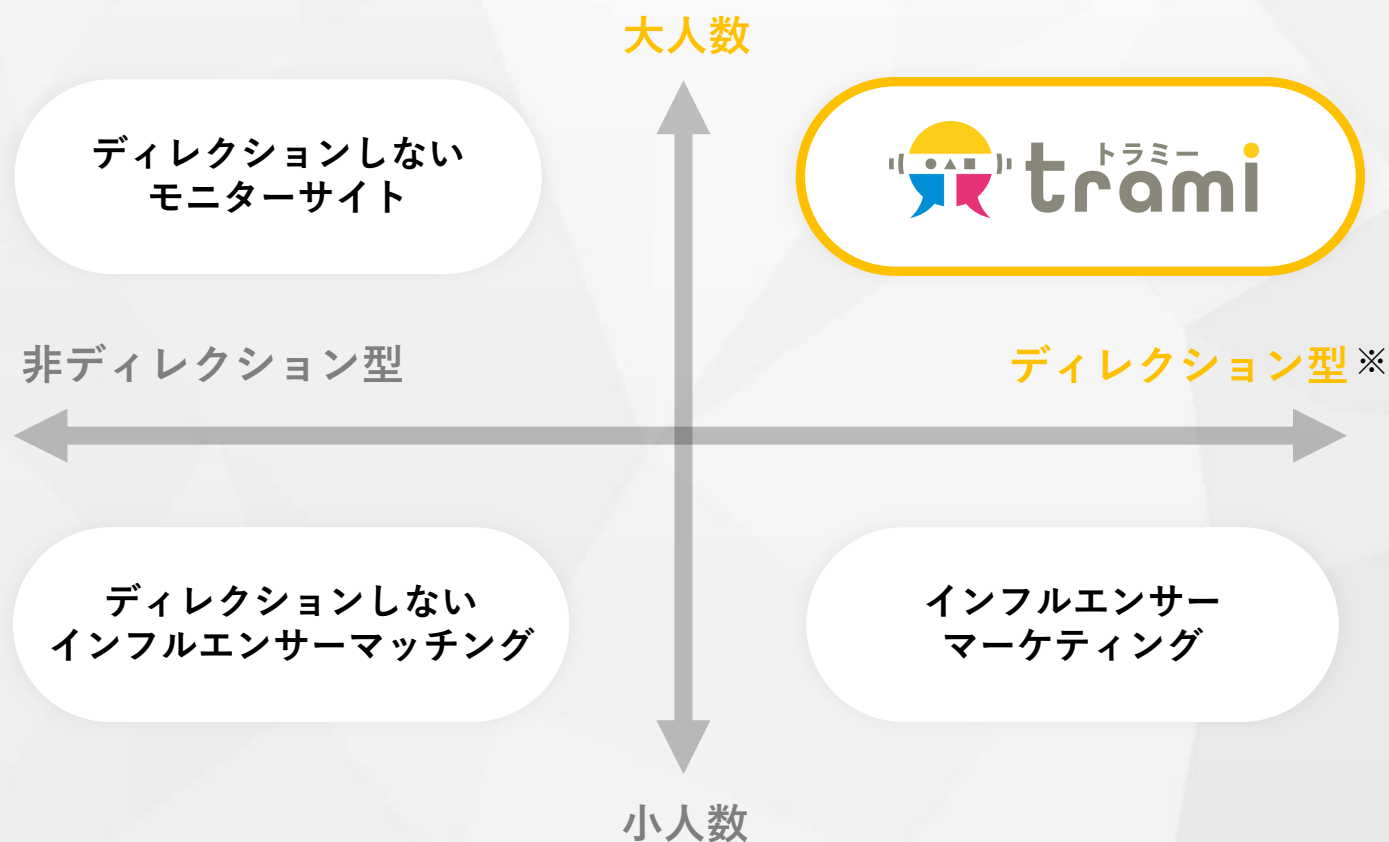
有名人：0%、インフルエンサー：2.8%、マイクロインフルエンサー：42.3%、一般人：54.9%

トラミーの会員属性

会員数15万人以上、20代～40代の女性が多い
(2025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。

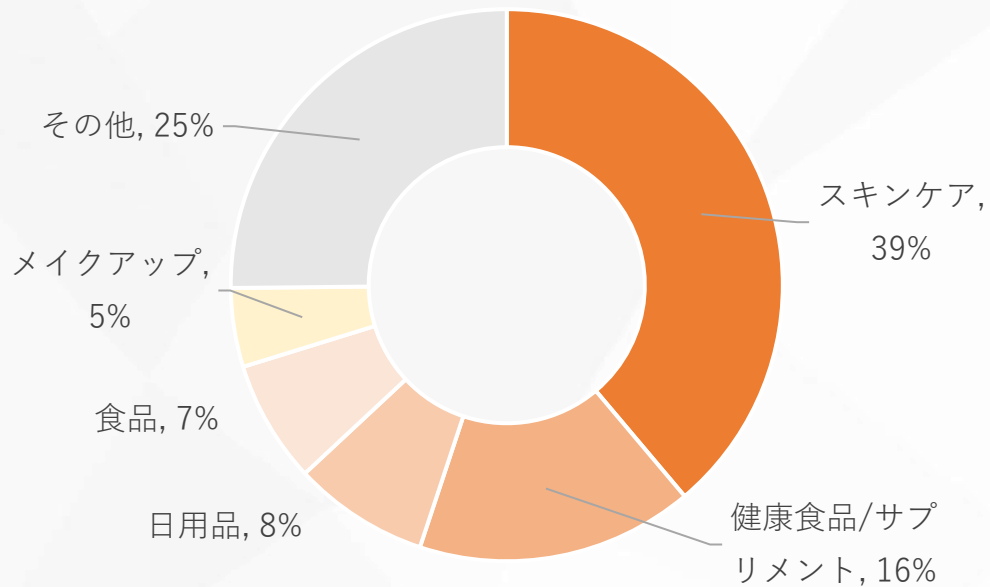
投稿審査による安全なプロモーション。

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

FANCL
正直品質。

BCL
Beauty Creative Life

proactiv.

KOKUYO

株式会社
サンギ
SANGI

ギンビス

SEGA[®]
Toys

ROHTO

LIXIL

JA熊本経済連

C'BON
美を創造し、演出する

事例紹介



商品

- ・株式会社ファンケルが販売している、年代別のマルチビタミンサプリ「私のビタミン」

目的

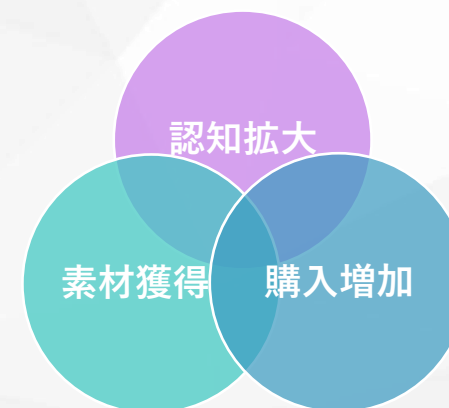
- ・販売場所の認知向上
- ・広告配信の為の素材回収
- ・クチコミサイト対策
- ・店舗の購入実数増加

実施内容

- ・購入レビュー150名
- ・Instagram & X(旧Twitter)投稿

実施結果

- ・クチコミ数の急増
(任意投稿 300件超)
- ・クチコミサイトの複数部門で上位獲得
- ・広告配信用の質の高い記事素材の獲得



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

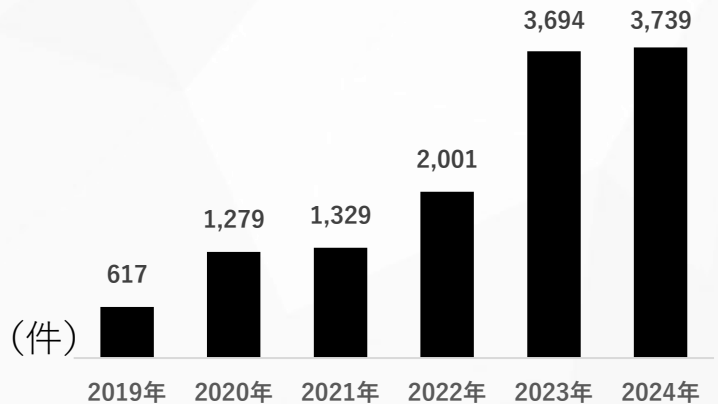


媒体資料掲載

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

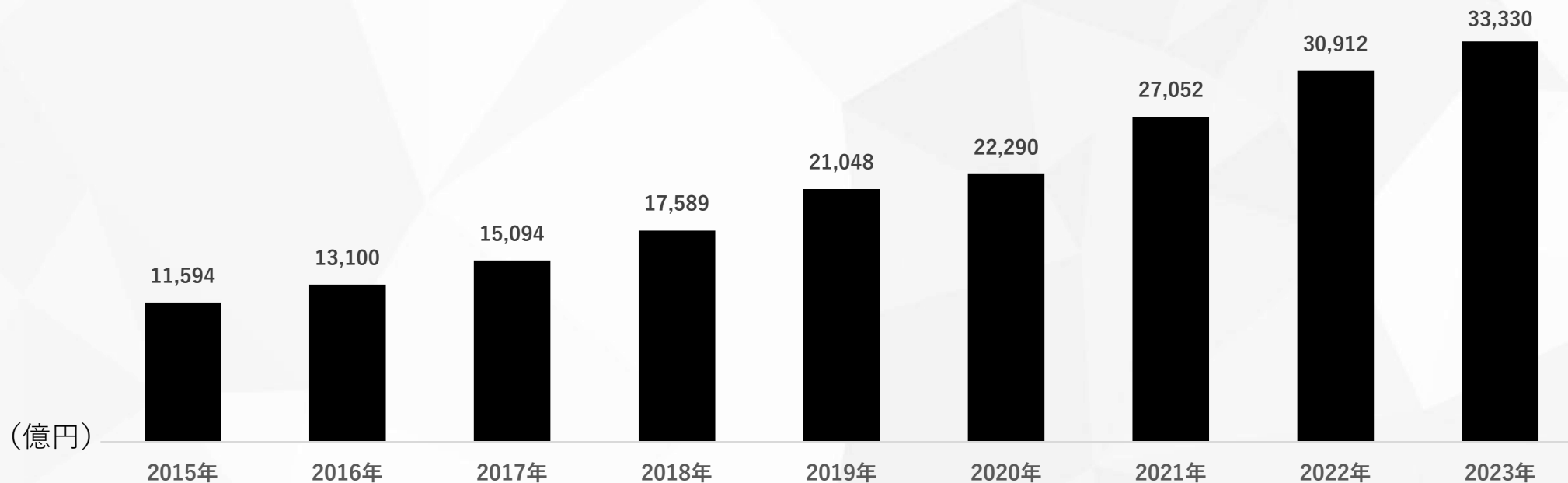


当社の事業環境



メディアレーダーやトラミーが属する
インターネット広告費は成長市場で、2023年は **3兆3,330億円**

株式会社電通「2023年 日本の広告費」より

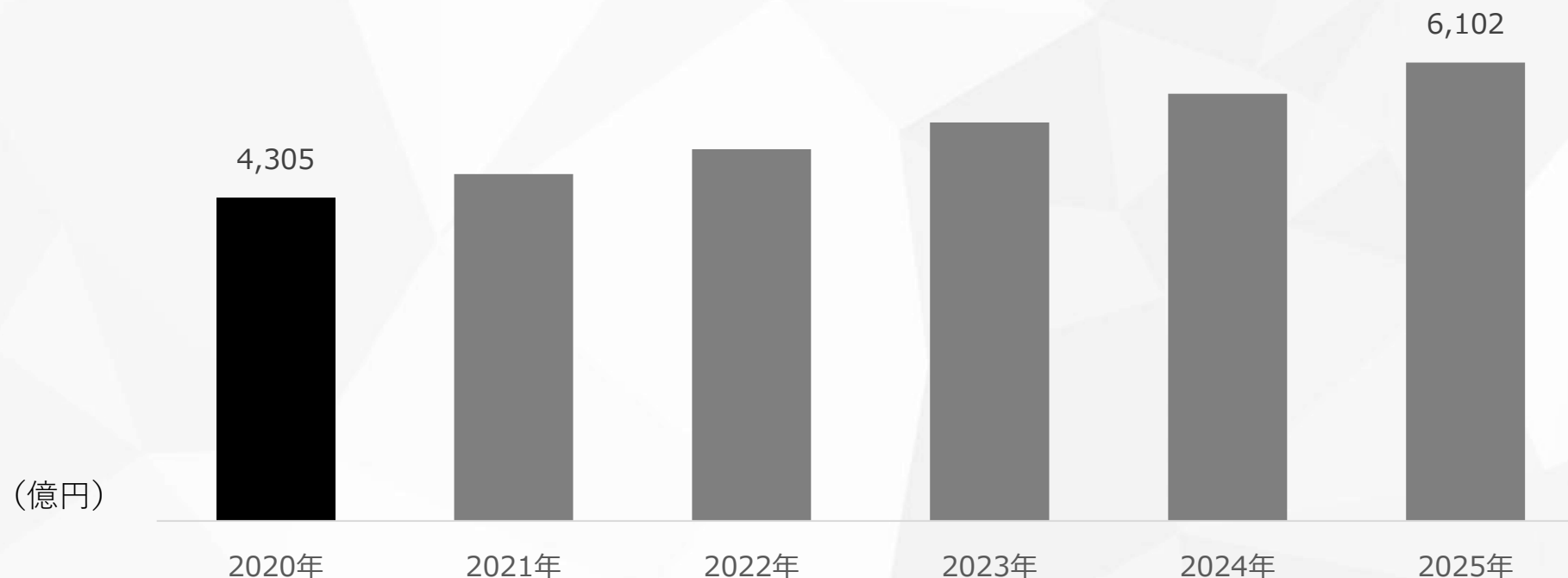


※インターネット広告費は媒体費、物販系ECプラットフォーム広告費、制作費の3つあり、メディアレーダーやトラミーは媒体費に属します。

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



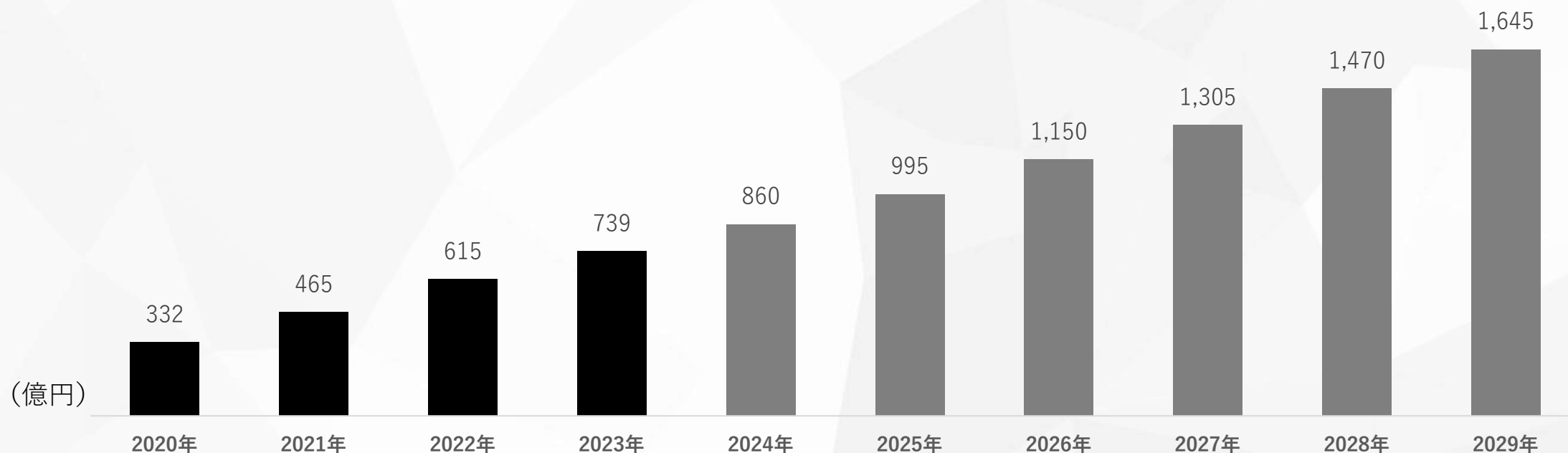
※グラフは発表された年より前の数字を黒、発表された年以降はグレーで表示。

※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、タレマが属する
インフルエンサーマーケティングは成長市場で、
2029年には**1,645億円**の市場へ

2024年11月 株式会社サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ「2024年 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、X（旧Twitter）、TikTok、その他の5つのセグメントがあり、その他以外全てに属します。

成長戦略

Growth Strategy



成長戦略

企業価値を向上させるための取り組み

1

既存事業の更なる成長



長期視点での先行投資、付帯サービスの拡充で、競争力の向上や成長を加速

2

新規事業や新サービスの開始



既存のアセットを活かした新規事業やサービスの拡大で、他の業界のプラットフォームを展開

3

M&Aの推進



既存事業とのシナジー、ノウハウを活かせるM&Aを推進し、収益源を拡大

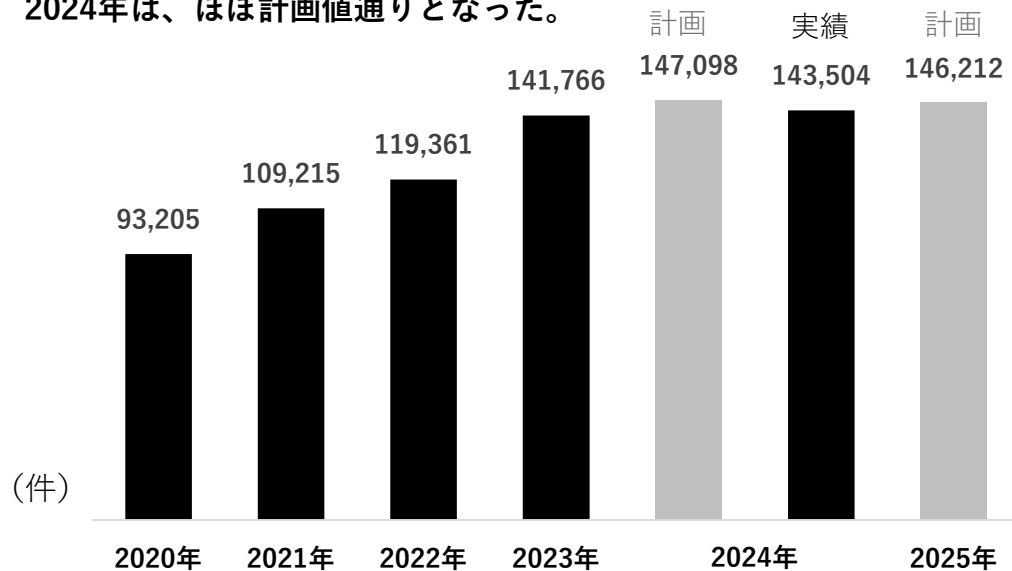
メディアレーダーの成長戦略

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の利便性向上によりダウンロード数アップ

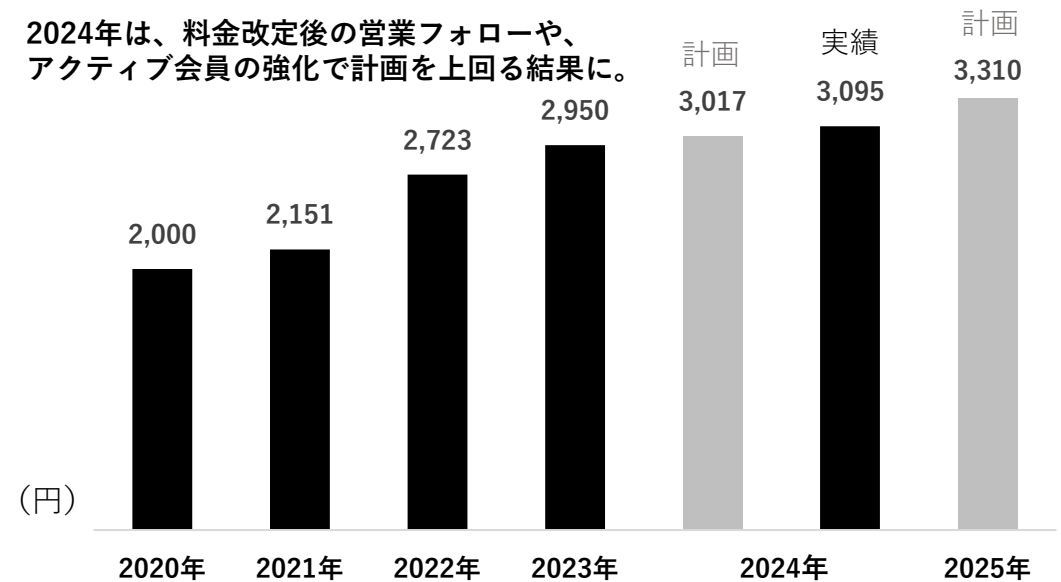
2024年は、ほぼ計画値通りとなった。



リード単価

- ・ 料金改定（2024年から導入）による、リード単価のアップ

2024年は、料金改定後の営業フォローや、アクティブ会員の強化で計画を上回る結果に。



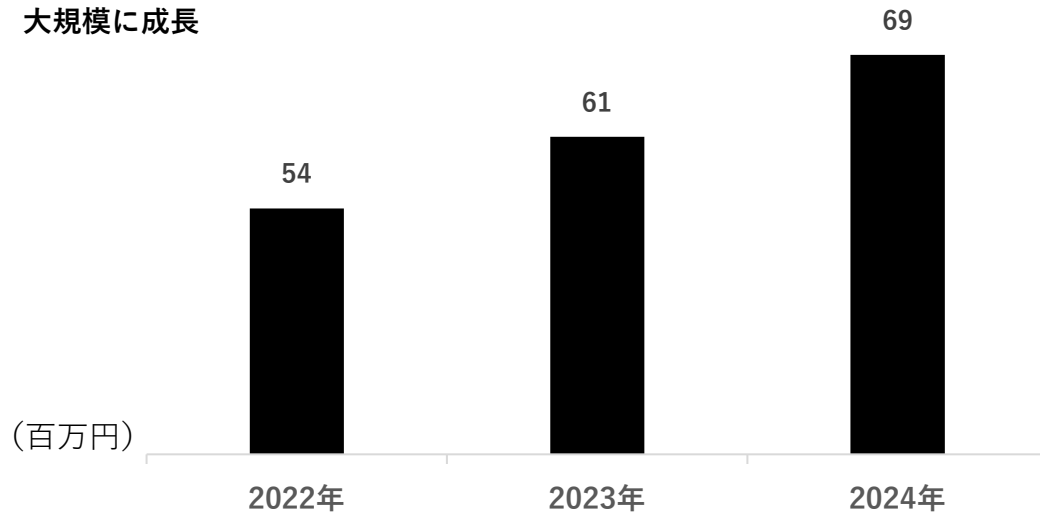
メディアレーダーの成長戦略

登壇企業獲得や集客強化によりイベント規模を拡大、メディアレーダーの成長を牽引

イベント売上

- ・「スポンサー獲得」「登壇企業獲得」「イベント申込獲得」、集客を推進

2024年はセミナーイベントの受注や集客の強化により「総登壇者数」「総テーマ数」ともに過去最大規模に成長



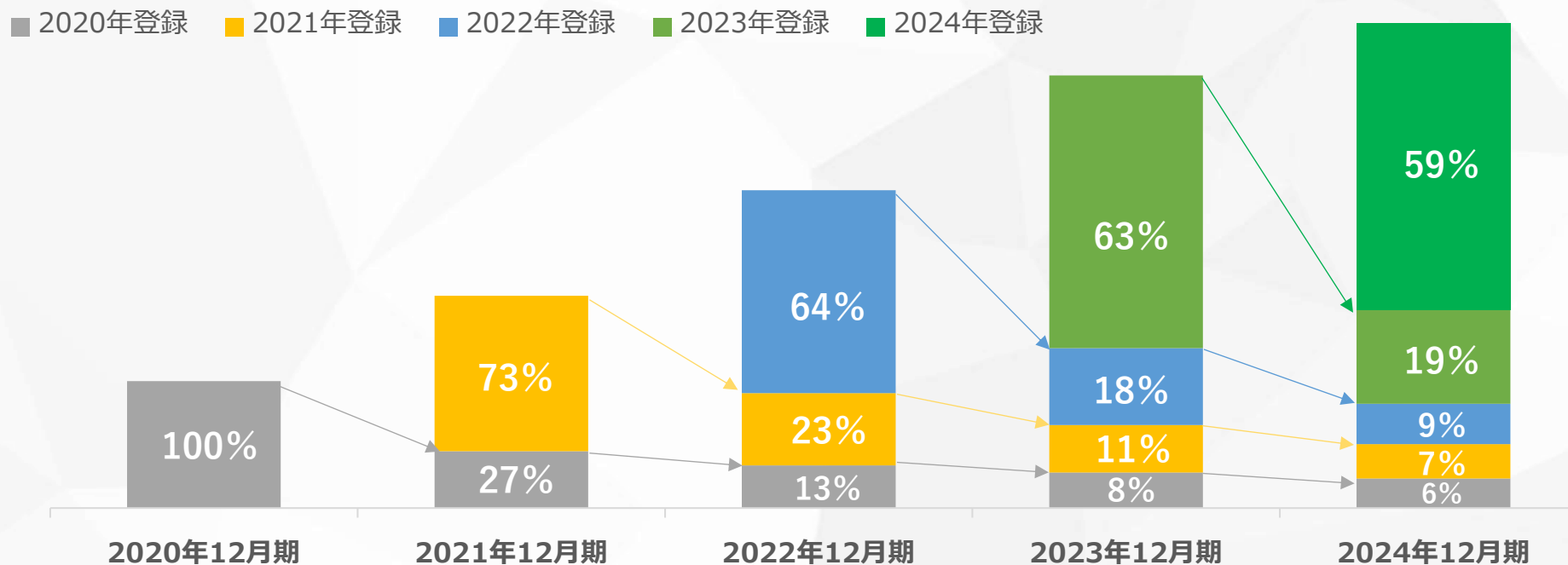
イベントは毎年
年4回のペースで開催中



メディアレーダーの成長戦略

広告宣伝費は、黒字の範囲内で費用対効果を確認しながら先行投資を継続し、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。

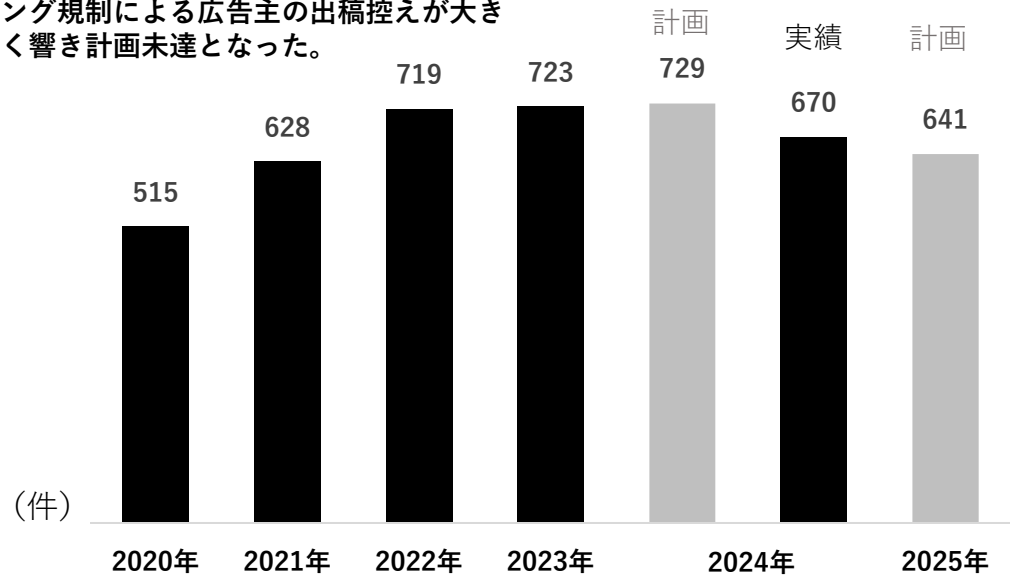
トラミーの成長戦略

「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

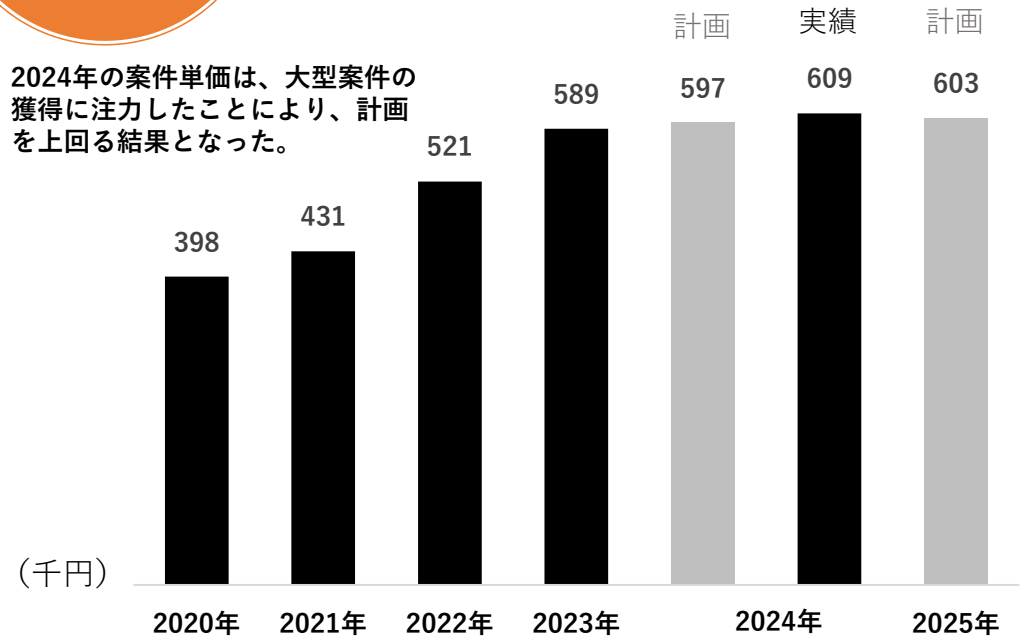
2024年の案件数は、ステルスマーケティング規制による広告主の出稿控えが大きく響き計画未達となった。



案件単価

- ・大手の代理店開拓
- ・会員数の増加

2024年の案件単価は、大型案件の獲得に注力したことにより、計画を上回る結果となった。

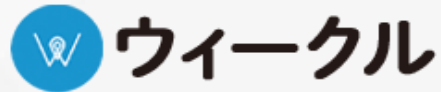


成長戦略

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

マーケティング人材の募集企業と
求職者をマッチングする
成功報酬型採用サイト



2025年サービス開始予定

成長戦略

既存事業とのシナジー、ノウハウを活かせる

M&Aを更なる成長ドライバー として推進



2013年 M&A

事業譲受後、ビジネスモデルを再構築
当社事業の柱として大きく成長



2024年 M&A

化粧品メーカーとの顧客接点の獲得、
化粧品・美容好きの会員獲得、
ソリューションを拡充



2021年 M&A

ママ向け商材を扱う企業との接点を獲得、
マーケティングソリューションの拡充



2025年 M&A

YouTuberを活用したい企業との接点を獲得、
マーケティングソリューションの拡充

成長戦略

各サービスの「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、
販売するサービスが増えた分、資料掲載数も増やせることから、「見込み客獲得」が有利に働く

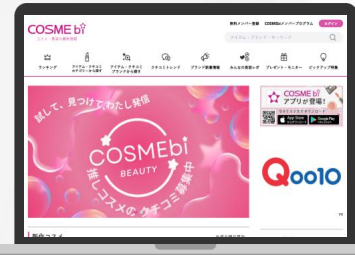


媒体資料掲載

見込み顧客提供
広告主/代理店



COSME bi

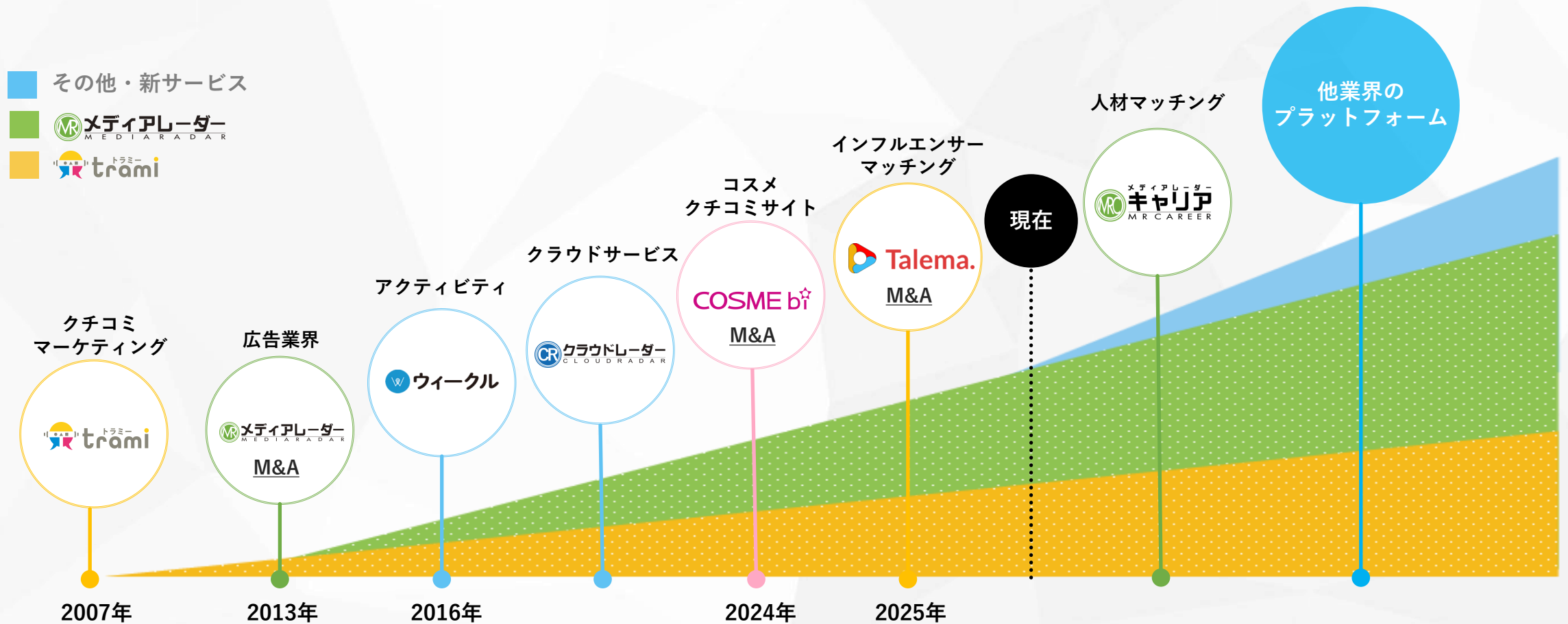


Talema.



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、
M&Aも活用して様々な業界のプラットフォームを展開し成長を加速させていく



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2026年2月予定）を目処として実施する予定です。

