



株式会社アイズ

証券コード：5242

# 2022年12月期 通期 決算説明資料

2023年2月14日

© EYEZ, INC. All Rights Reserved.

# 目次

Content

1. 2022年12月期決算概要
2. 2023年12月期業績予想
3. 事業概要・成長戦略
4. APPENDIX



# 2022年12月期決算概要

# ハイライト

売上高

**847**百万円

前期比 **+40.0%**

経常利益

**142**百万円

前期比 **+89.1%**

メディアレーダー売上高

**408**百万円

前期比 **+43.7%**

トラミー売上高

**374**百万円

前期比 **+38.3%**

## 業績

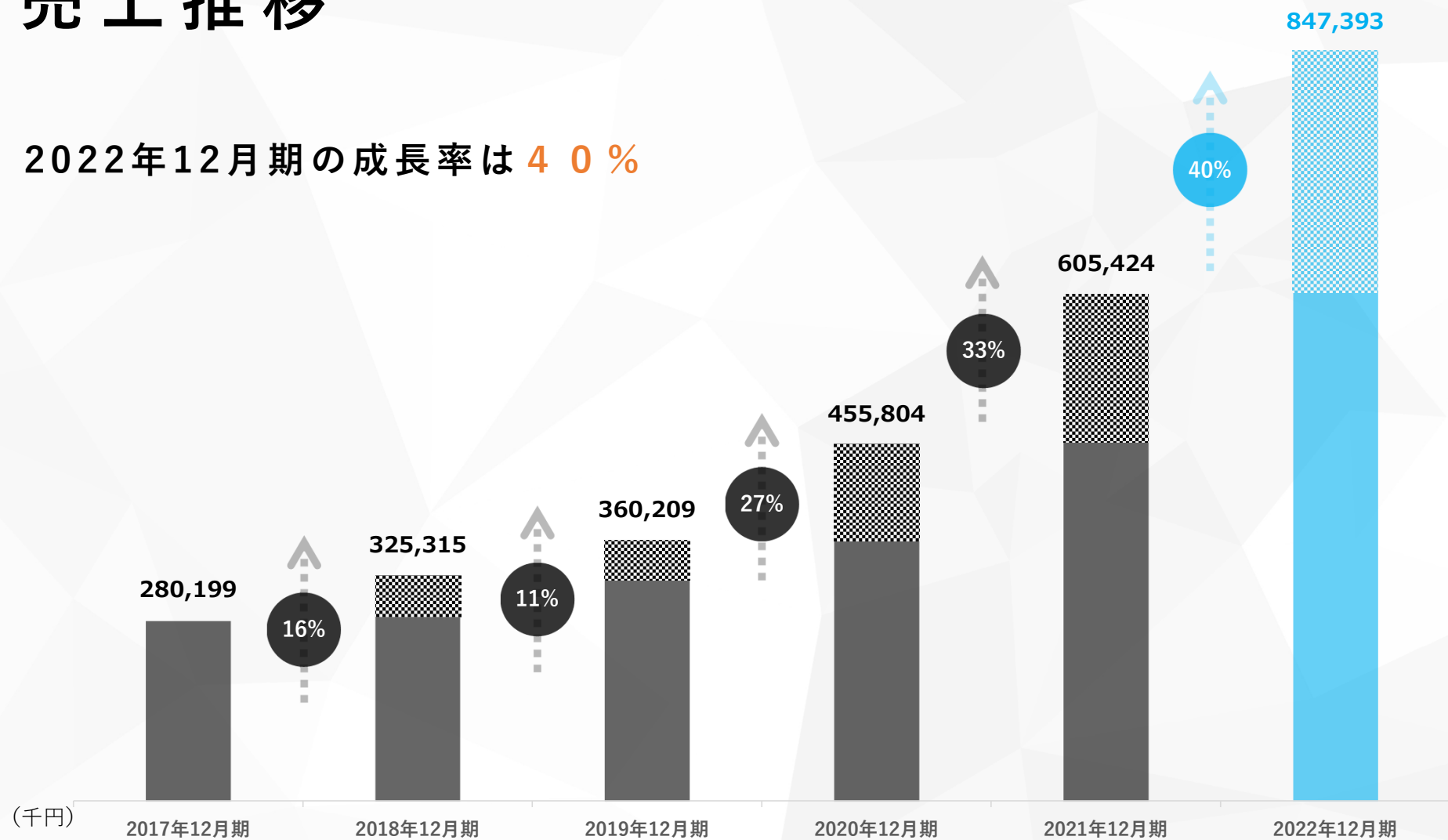
主力事業であるメディアレーダー、トラミーが好調に推移し、売上高は847百万円（40.0%増）となった。

（金額単位：百万円）

	2021年12月期	2022年12月期	増減額	増減率
売上高	605	847	241	40.0%
営業利益	75	157	81	108.0%
経常利益	75	142	67	89.1%
当期純利益	47	96	48	103.0%

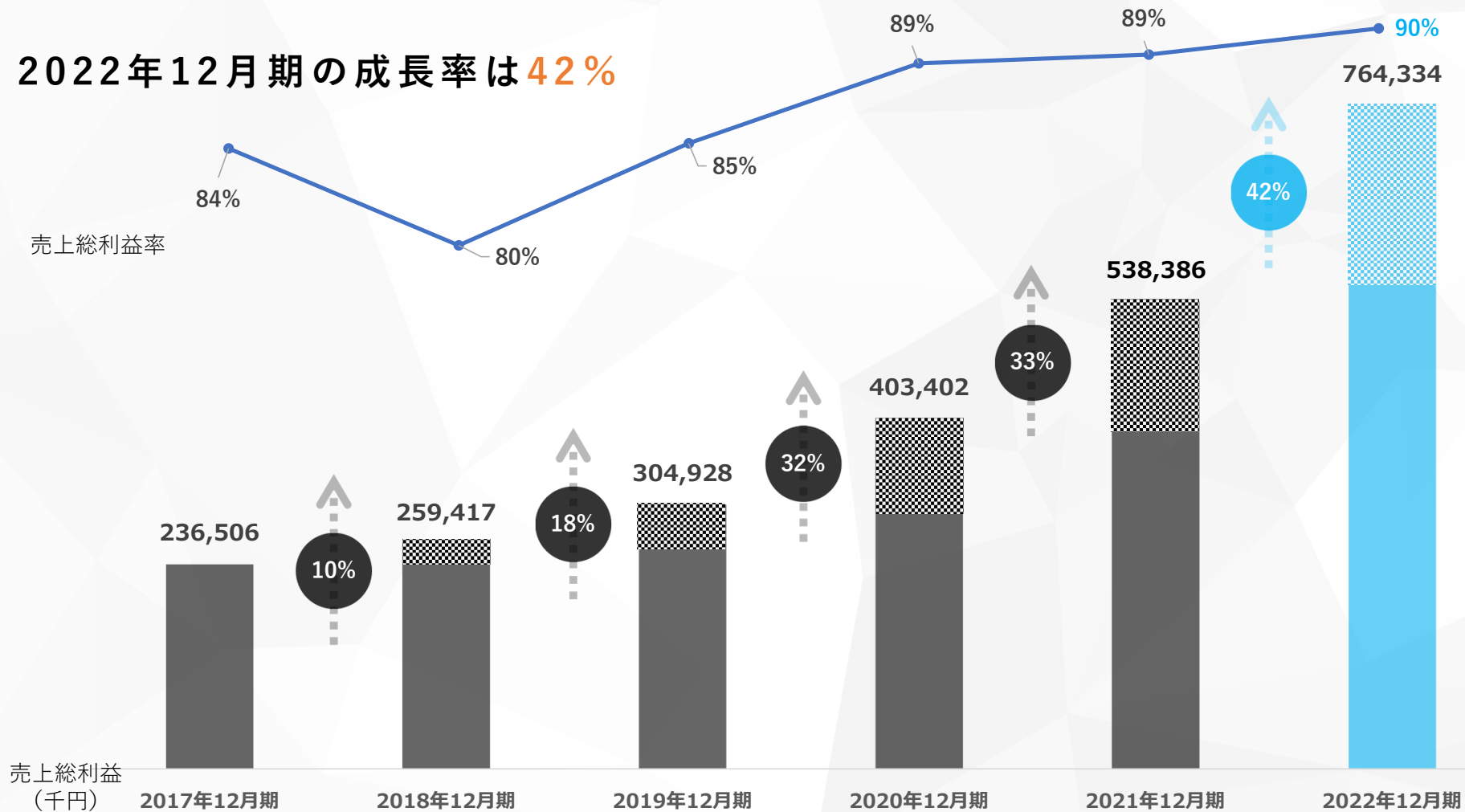
# 売上推移

2022年12月期の成長率は **40%**



# 売上総利益推移

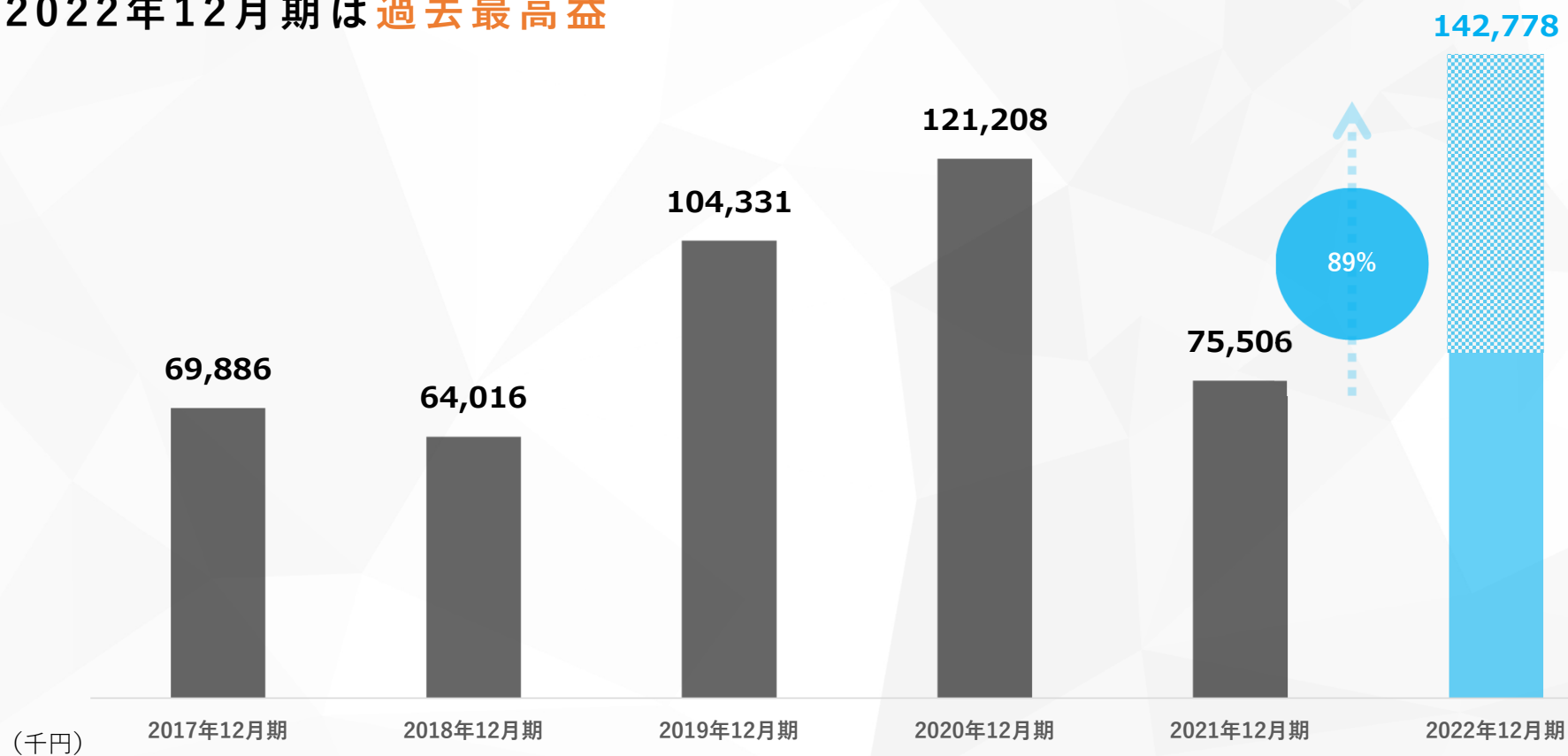
2022年12月期の成長率は**42%**



# 経常利益推移

2021年12月期は成長のために人件費に投資

2022年12月期は過去最高益





# 貸借対照表

(金額単位：百万円)

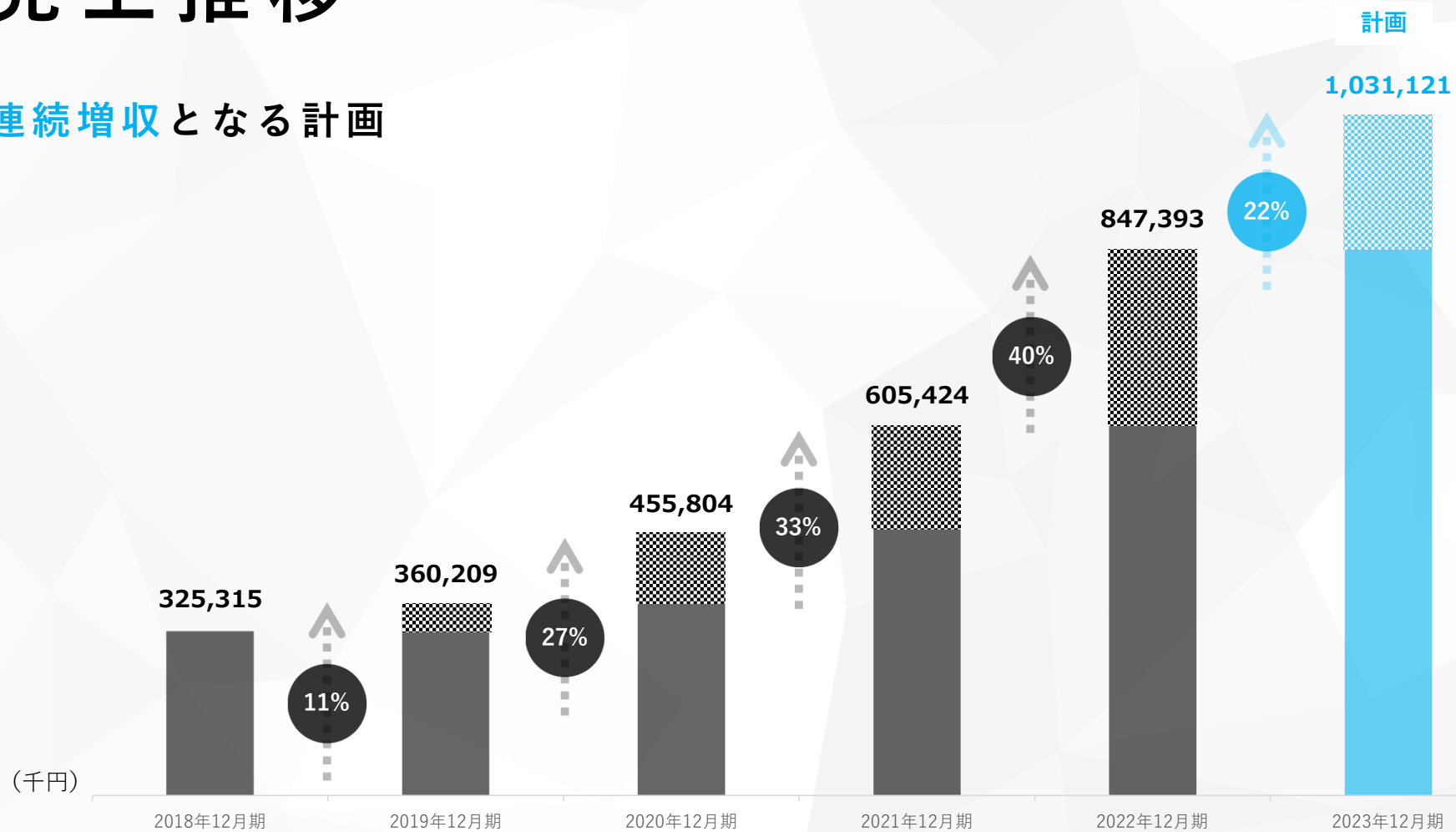
	2021年12月期	2022年12月期	増減率
流動資産	396	901	127%
（現預金）	245	683	178%
固定資産	72	76	6%
総資産	468	977	108%
流動負債	210	343	63%
固定負債	167	142	-15%
純資産	90	490	440%
自己資本比率	19%	50%	31%

IPOの公募増資により現預金が増加

# 2023年12月期業績予想

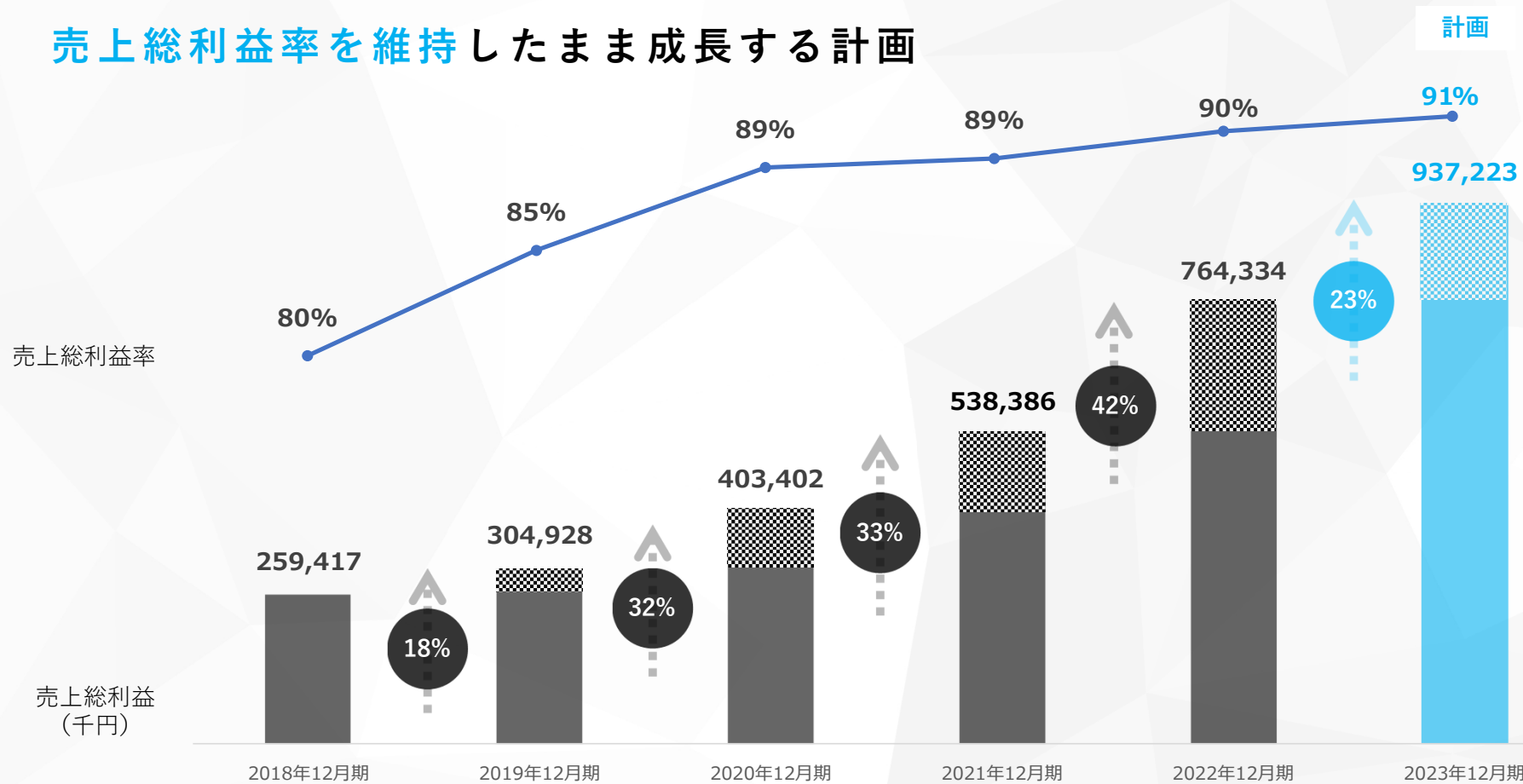
# 売上推移

連続増収となる計画



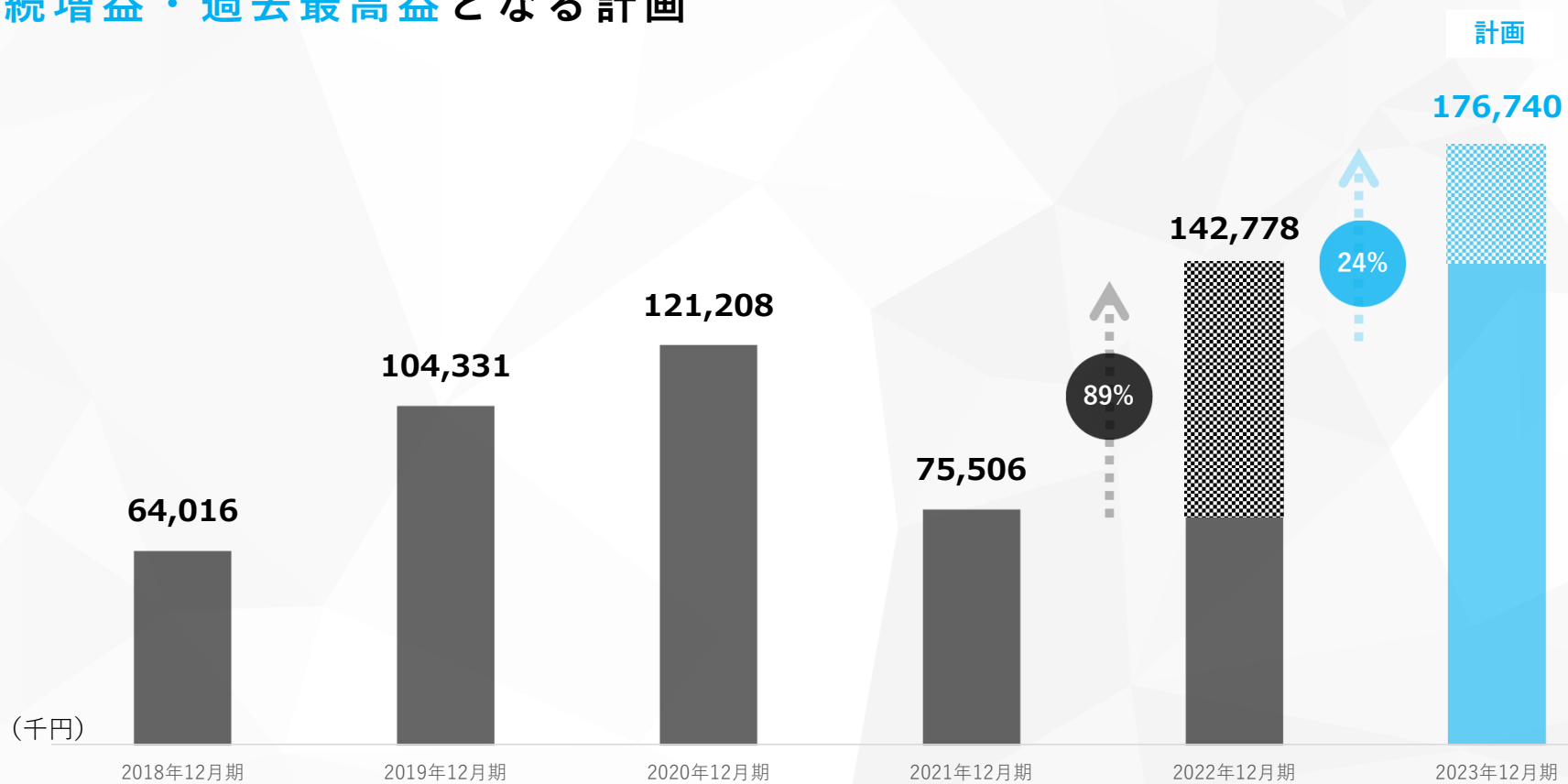
# 売上総利益推移

売上総利益率を維持したまま成長する計画



# 經常利益推移

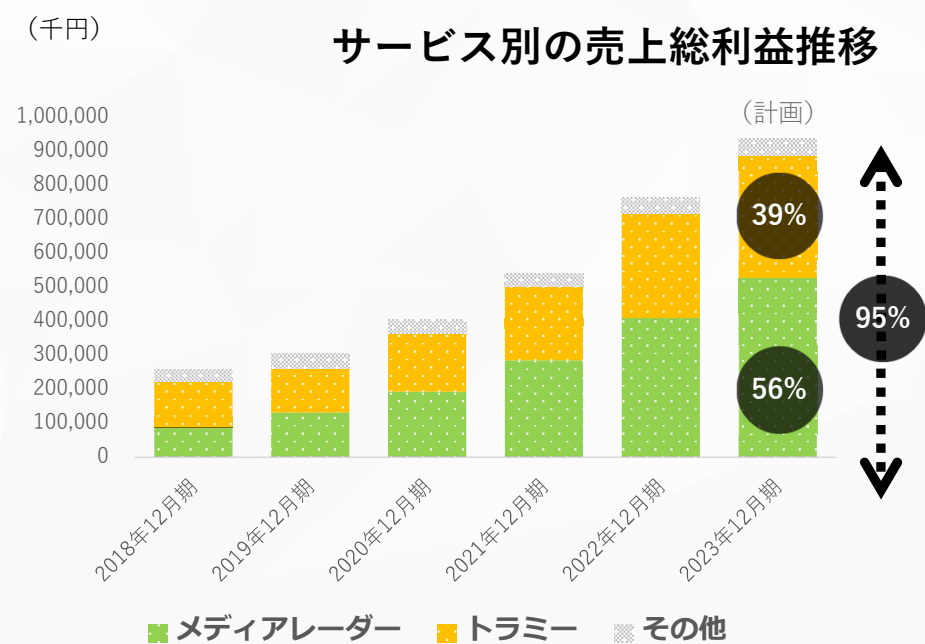
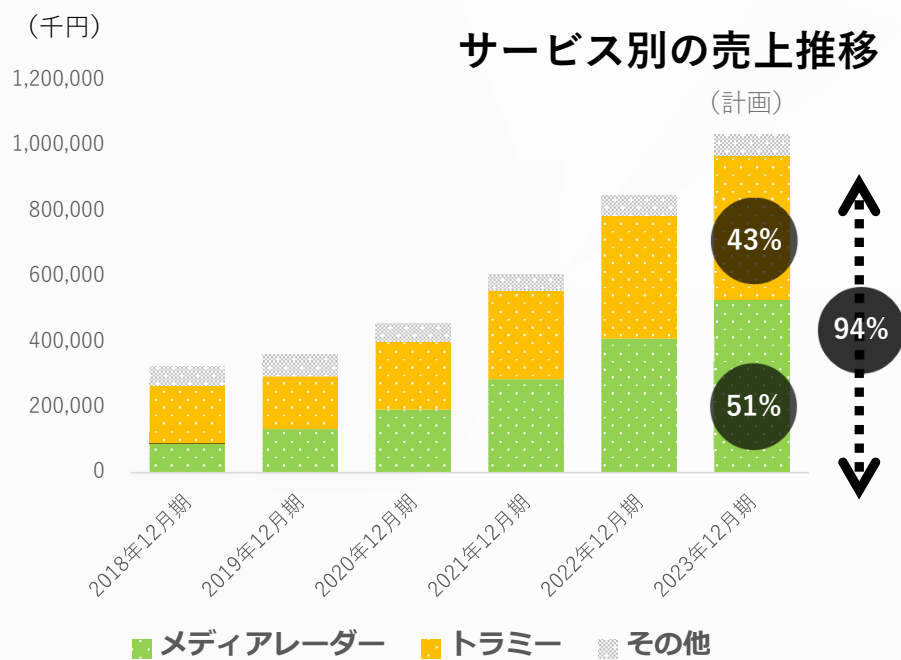
連続増益・過去最高益となる計画



# サービス別

メディアレーダーとトラミーで売上の94%、売上総利益の95%を占める計画

※2023年12月期





A glowing lightbulb is positioned in the lower-left foreground, resting on a dark surface. The lightbulb is illuminated from within, creating a warm, golden glow. Numerous small, out-of-focus light spots (bokeh) are scattered around the lightbulb, extending towards the background. In the background, a laptop keyboard is visible, with keys appearing slightly blurred. The overall scene is set against a dark, muted blue background, suggesting a professional or technological context.

# 事業概要・成長戦略

# 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。





# 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	53名（2022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

# 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



# 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
- ⑤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



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）](#)

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しますことができます。

## 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

メディアレーダー EXPERT WEBINAR WEEK



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"> <li>企業名</li> <li>部署名</li> <li>担当者名</li> <li>電話番号</li> <li>メールアドレス</li> <li>URL</li> </ul> 非開示	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業名</li> <li>部署名</li> <li>担当者名</li> <li>電話番号</li> <li>メールアドレス</li> <li>URL</li> </ul> 非開示	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業名</li> <li>部署名</li> <li>担当者名</li> <li>電話番号</li> <li>メールアドレス</li> <li>URL</li> <li>担当区分 / 役職</li> <li>業種 / 年商</li> <li>従業員数</li> <li>都道府県</li> </ul>
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	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"> <li>企業名</li> <li>部署名</li> <li>担当者名</li> <li>電話番号</li> <li>メールアドレス</li> <li>URL</li> <li>担当区分 / 役職</li> <li>業種 / 年商</li> <li>従業員数</li> <li>都道府県</li> <li>実施確度</li> <li>想定予算</li> <li>想定時期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業名</li> <li>部署名</li> <li>担当者名</li> <li>電話番号</li> <li>メールアドレス</li> <li>URL</li> <li>担当区分 / 役職</li> <li>業種 / 年商</li> <li>従業員数</li> <li>都道府県</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業名</li> <li>部署名</li> <li>担当者名</li> <li>電話番号</li> <li>メールアドレス</li> <li>URL</li> <li>担当区分 / 役職</li> <li>業種 / 年商</li> <li>従業員数</li> <li>都道府県</li> </ul>

※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できます。



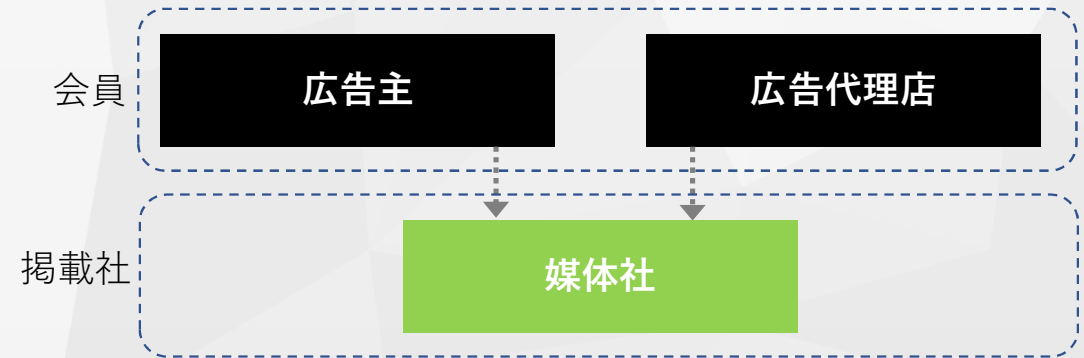
# メディアレーダーの特徴

## 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



## 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「媒体資料ポータルサイトに関する調査」（2022年9月）※1



## 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）



## 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96%※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757名による調査結果。

※2 2021年1月～2022年7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

TOKYO MX

0テレ

TVer

TELECY  
テレビ

TBSラジオ  
FM90.5 + AM954

J-WAVE  
81.3FM

文化放送  
FM91.6 / AM1134

KODANSHA

KADOKAWA

MAPPLE

NHK  
EDU

ベネッセコーポレーション

dwango

nissen, BTOB



GENIEE

FANCOM

VALUE  
COMMERCE

i-mobile  
Ad Network

eole Inc.

Val  
ヴァル研究所

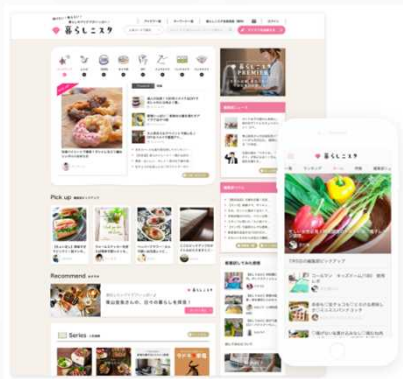
AOKI  
MEN'S LADIES'

Oisix ra daichi

COELO

WILLGATE  
MAKE YOUR WILL COME TRUE

# 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ターに掲載し、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タ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



© EYEZ, INC. All Rights Reserved.

# 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82%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2022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

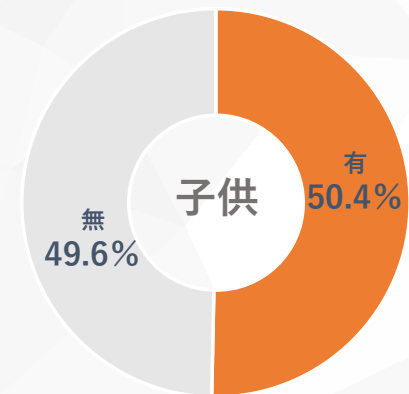
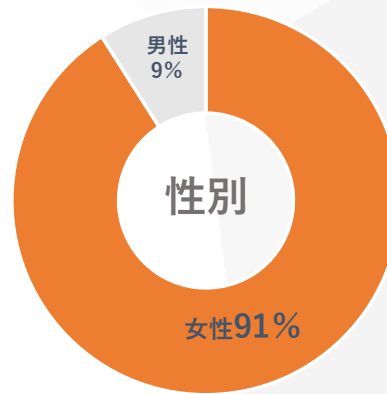
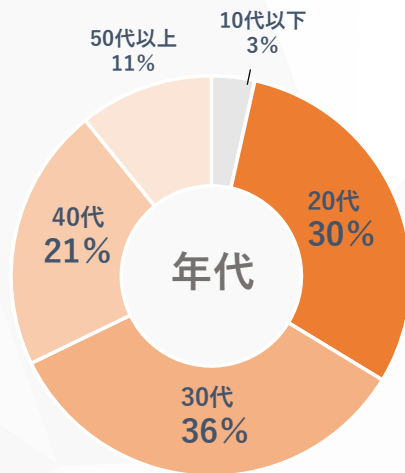
- (1) 一般の情報発信者：フォロワーが少ないがSNSで情報発信しているユーザー
- (2) マイクロインフルエンサー：フォロワー数、千人～
- (3) インフルエンサー：フォロワー数、1万人～

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

※2022/8/1～2022/8/28に実施した案件の応募者1,595名の割合  
有名人：0%、インフルエンサー：3.4%、マイクロインフルエンサー：42.3%、一般人：54.3%

# トラミーの会員属性

会員数12万人以上、20代～40代の女性が多い  
(2022年7月末現在)



# 大人数 × ディレクション型のユニークなポジション

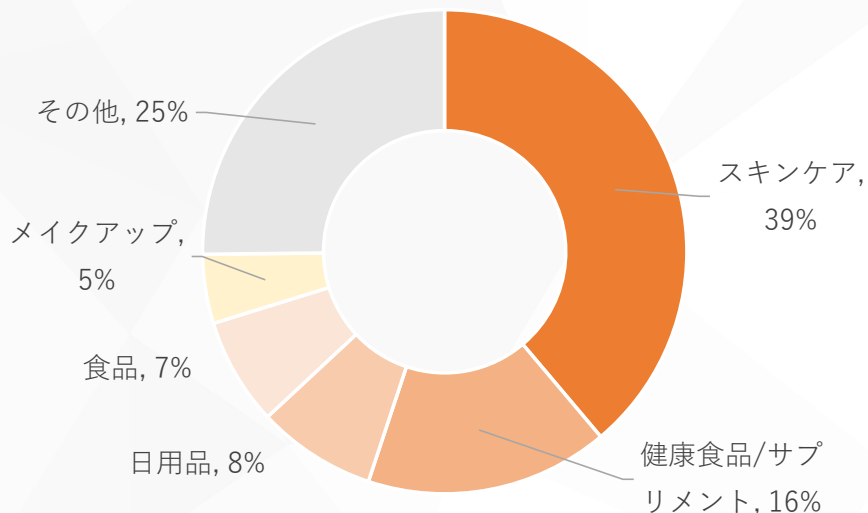


※プラットフォーム側で対象者選定や商品発送などをディレクションするサービスです。



## 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

NKKS  
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

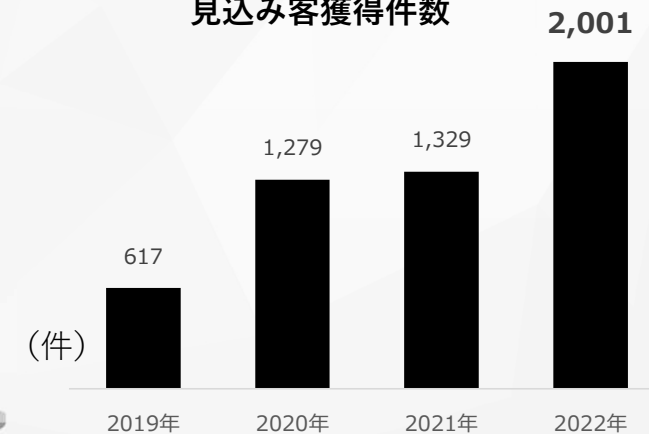


媒体資料掲載

見込み顧客提供  
広告主/代理店



見込み客獲得件数

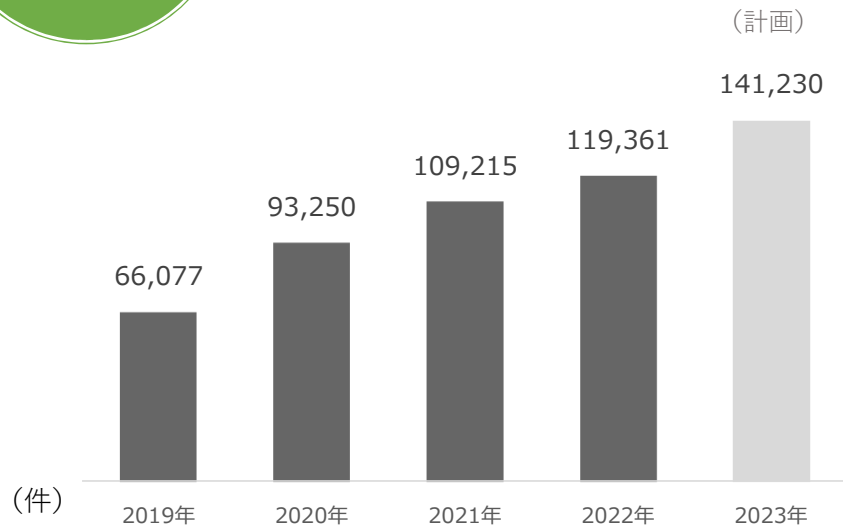


# メディアレーダーの成長戦略

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

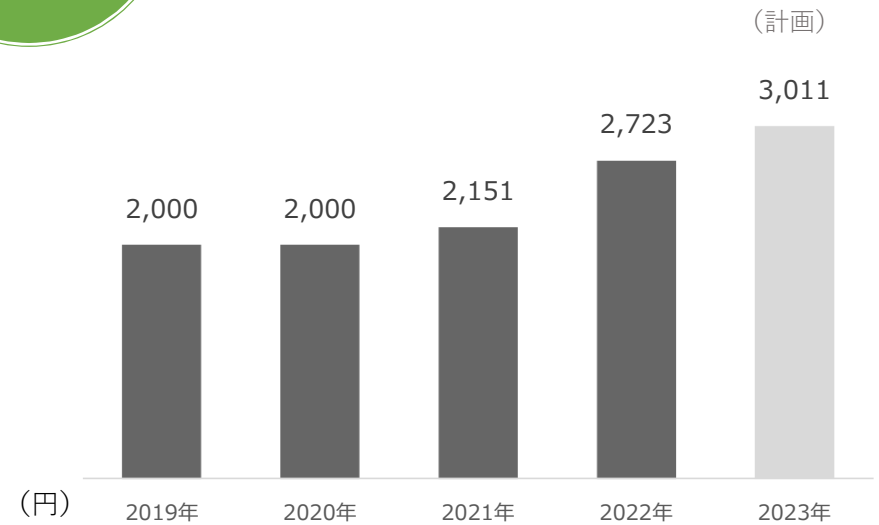
課金  
ダウンロード数

- ・SEOや広告による集客の強化（継続中）
- ・一括ダウンロード機能によるダウンロード数アップ（2022年から導入済）



リード単価

- ・リード入札機能による、リード単価のアップ（2021年から導入済）



# 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10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2,000円～10,000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
E社	¥2,000	3	6000	5位

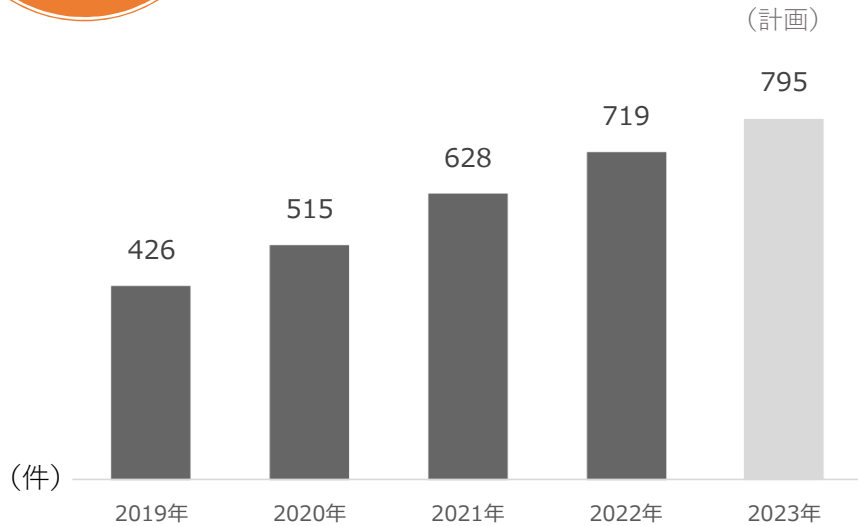
※人気度や表示スコアはイメージです。

# トラミーの成長戦略

「案件数」と「案件単価」の掛け算で成長

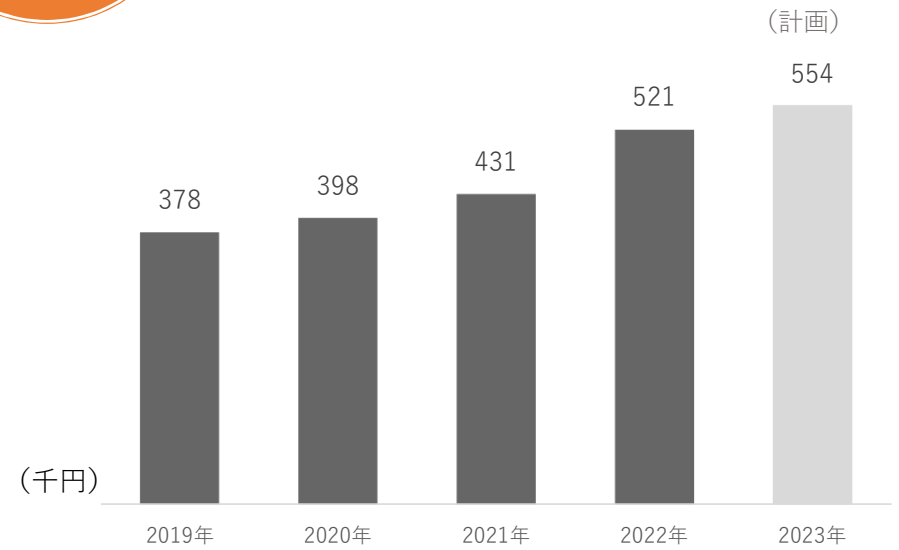
## 案件数

- ・既存クライアントのリピート案件獲得（継続中）
- ・新規クライアントの案件獲得を目的としたリード獲得（継続中）



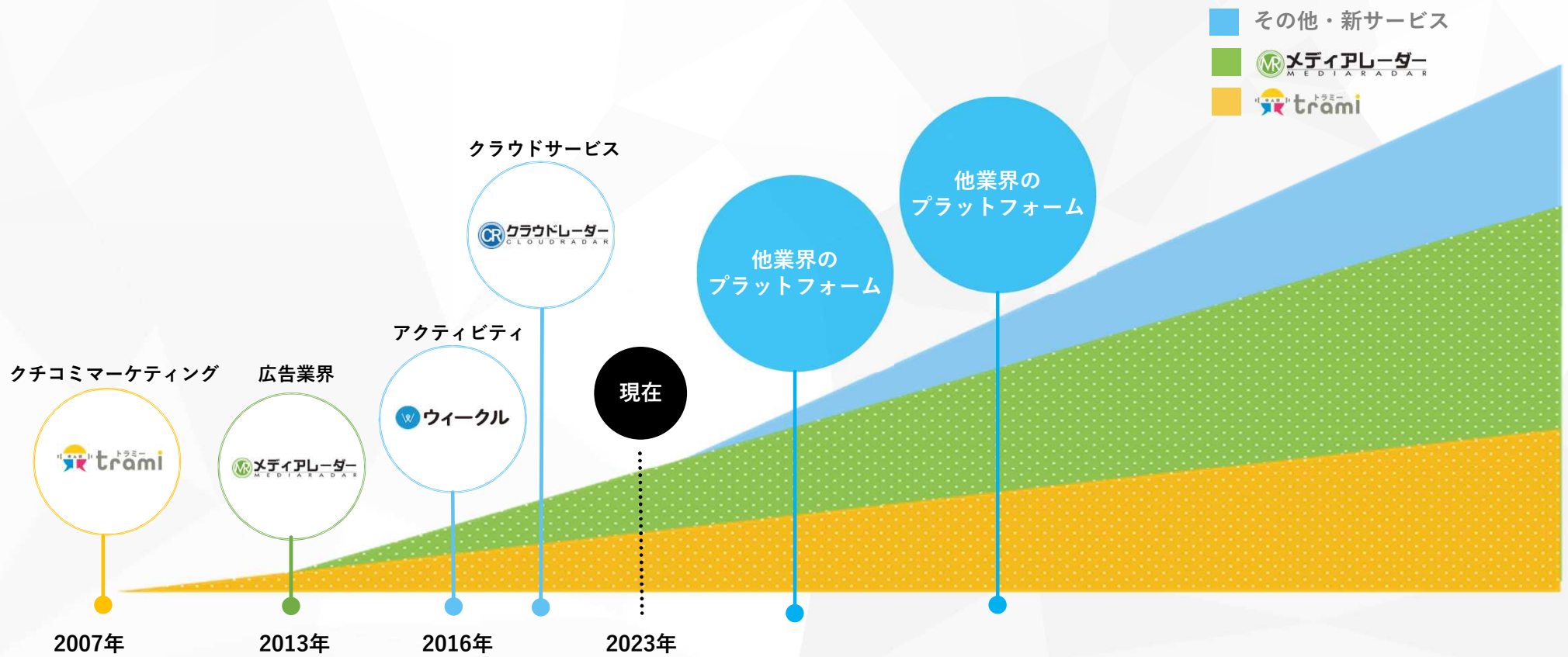
## 案件単価

- ・営業教育および販売管理体制の構築（継続中）
- ・会員数の増加



## 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





# APPENDIX



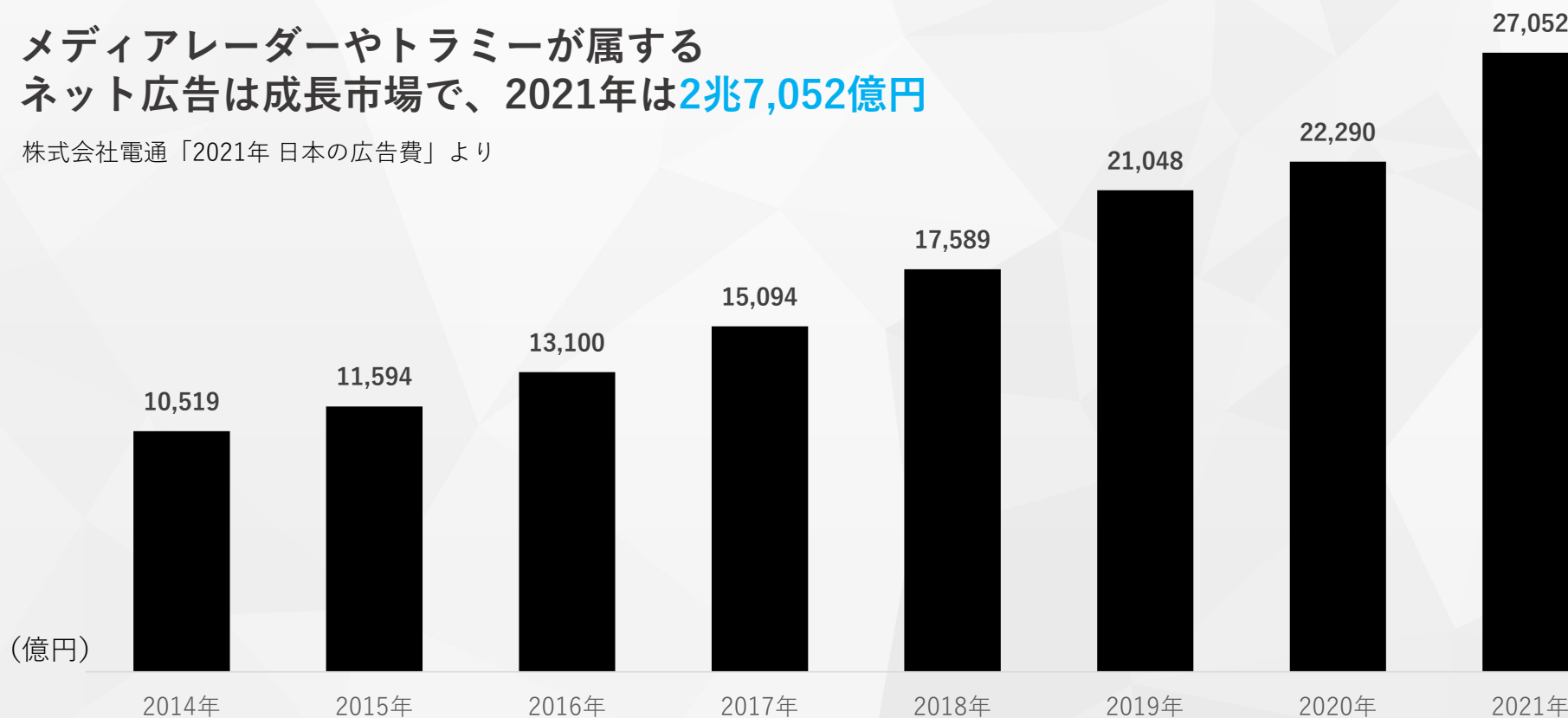


# 当社の事業環境



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、2021年は**2兆7,052億円**

株式会社電通「2021年 日本の広告費」より



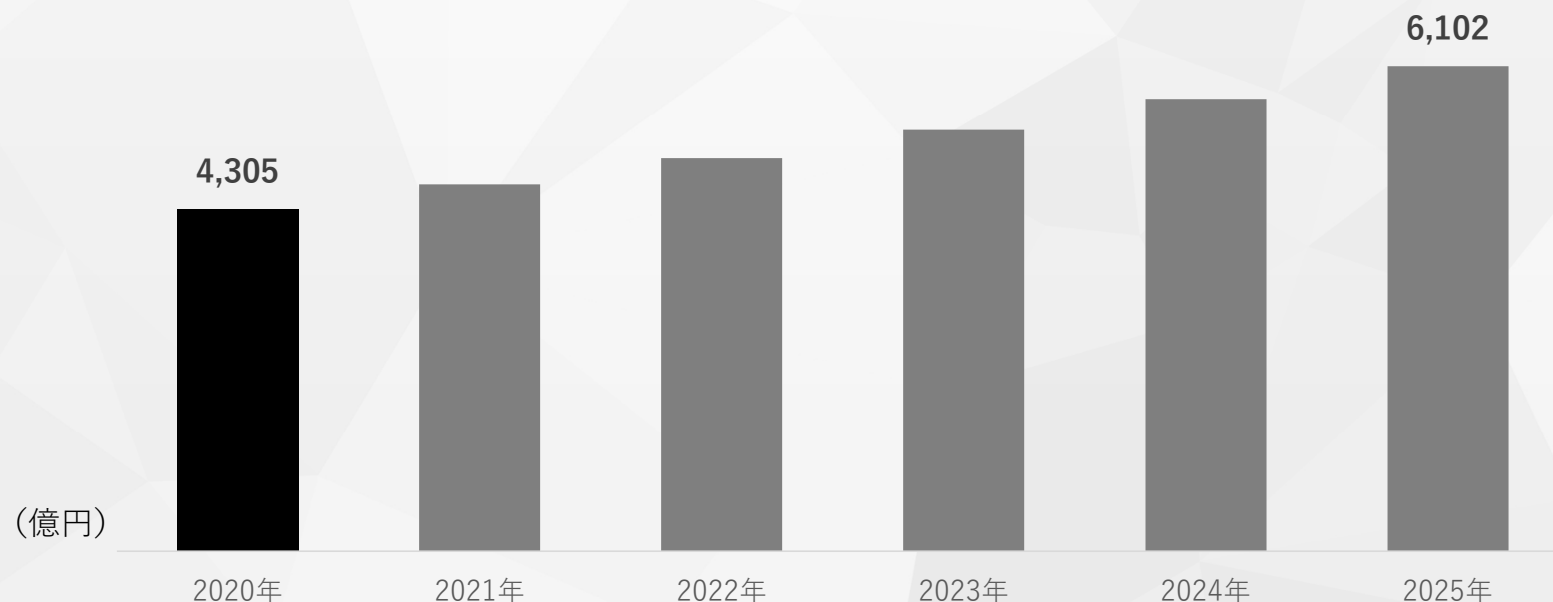
※ネット広告は媒体費用、物販系ECプラットフォーム広告費、制作費の3つあり、メディアレーダーやトラミーは媒体費用に属します。

# 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。

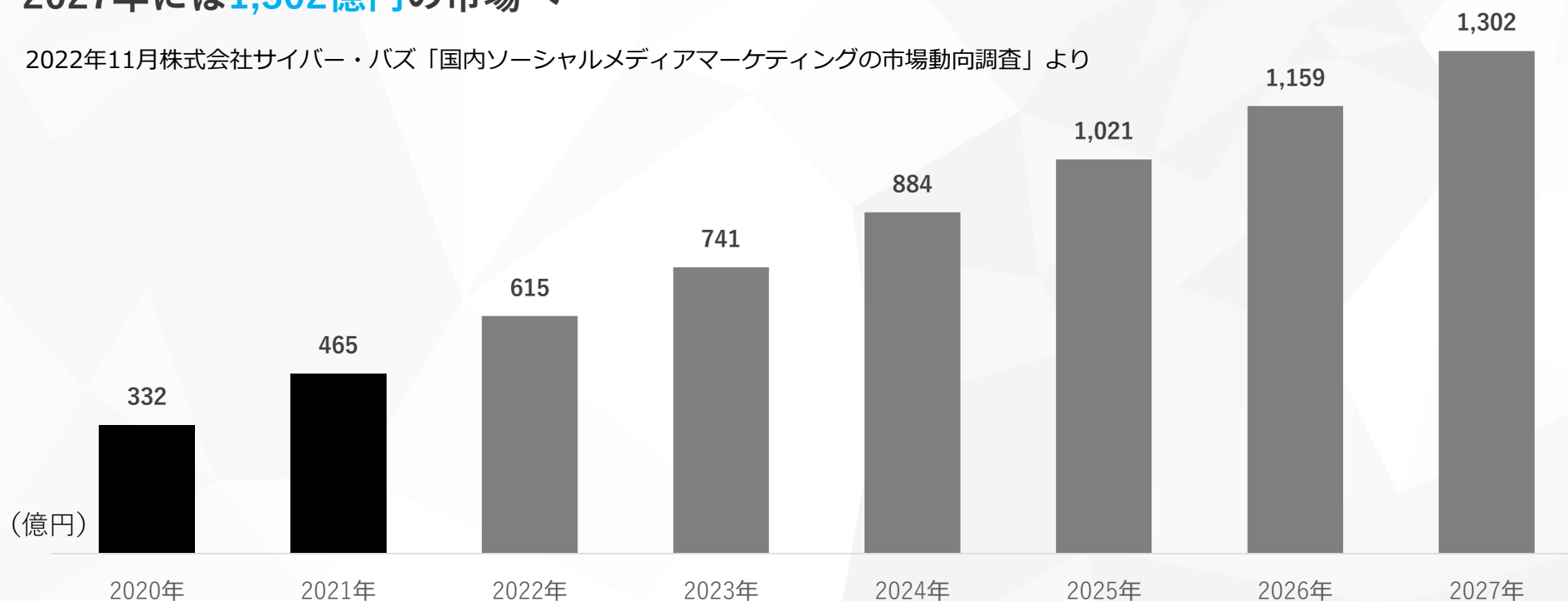
※デジタルマーケティング関連サービスは戦略、キャンペーン、メディア、コンテンツ、アナリティクスの5つあり、メディアレーダーはキャンペーンに属します。

© EYEZ, INC. All Rights Reserved.

# 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。

# 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。

