

hottolink

会社紹介資料

2023.7.26更新



hottolink





この資料では、
ホットリンクの事業や働き方などに関心がある方に向けて
概要を掴める情報をお伝えします。

- ホットリンクの会社概要
- なぜソーシャルメディアマーケティングが熱いのか
- 事業概要
- ホットリンクの強み
- 働き方
- ホットリンクに対する社員クチコミ
- 今後の方針
- 募集職種

ホットリンクについて

Make the World Hotto

株式会社ホットリンク



hottolink

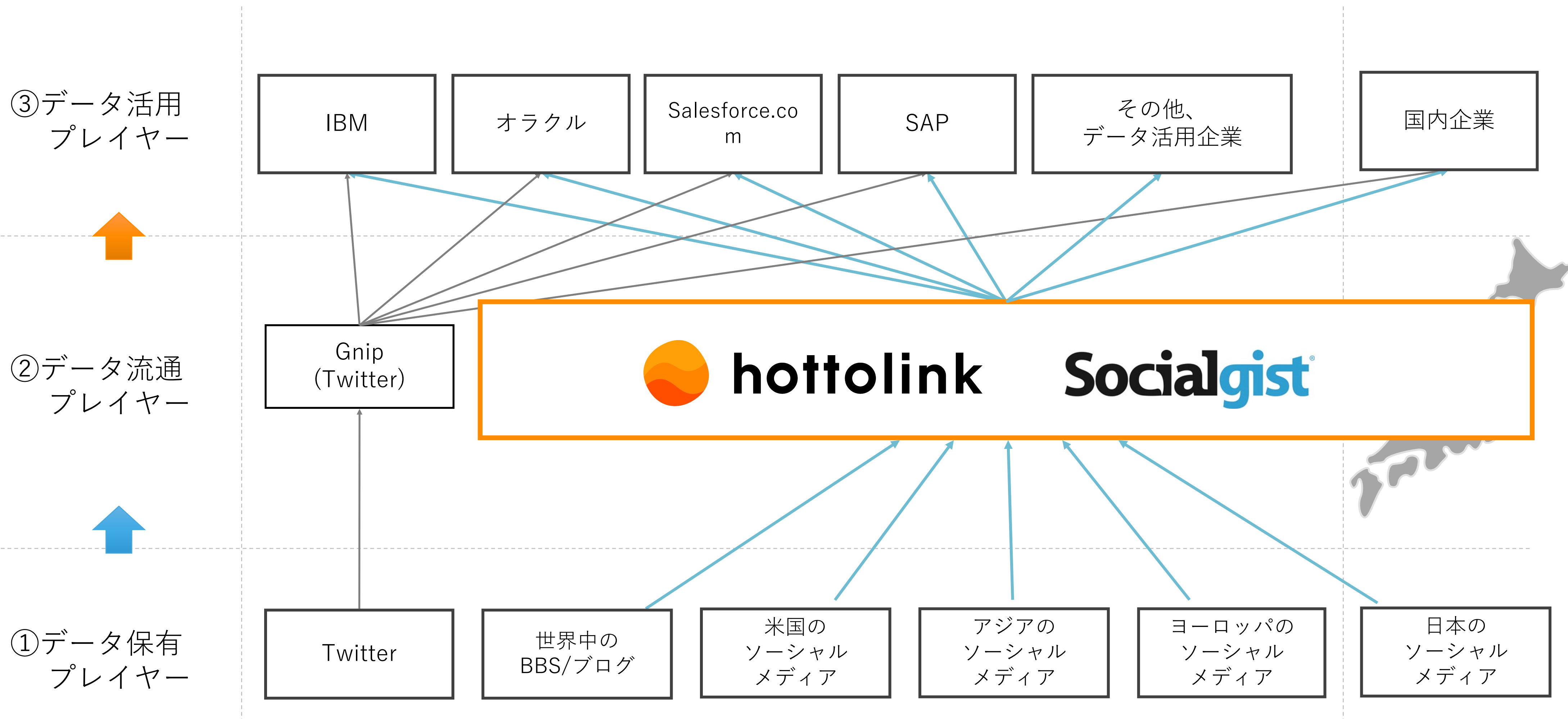
- 設立：2000年6月26日
- 所在地：
〒102-0071東京都千代田区富士見一丁目3番11号
富士見デュープレックスビズ5階
- 社員数：87名
- 株式市場：東京証券取引所グロース市場
- 連結子会社：
Effyis, Inc.
Nonagon Capital



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、SNSアカウント運用、インフルエンサー、キャンペーン) SNS分析ツール
DaaS事業	各種SNSデータアクセス権
Web3	Web3分野への投資運用業

世界最大級のデータプラットフォームを運営。世界中のSNSデータへのアクセス権を販売
AI時代に求められるビッグデータの供給を行う





内山 幸樹

株式会社ホットリンク 代表取締役グループCEO

東京大学大学院博士課程在学中に日本最初期の検索エンジンの開発&検索エンジンベンチャーの創業に携わる。2000年に株式会社ホットリンクを創業、2013年東証マザーズ上場。2015年には米国企業を買収し海外展開を本格化。現在は世界中のSNSデータアクセス権販売と、国内及び中国市場向けにSNSデータを活用したマーケティング支援を展開

。現在はシリコンバレーに在住し、米国企業のCEOを兼務しながらグローバル展開を推進中。新経済連盟が発足した「多様な性的指向・性自認の活躍促進プロジェクトチーム」ではプロジェクトリーダーを務めると共に、多様な家族形態を認める社会の実現を目指す一般社団法人Famieeの代表理事を務める。

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



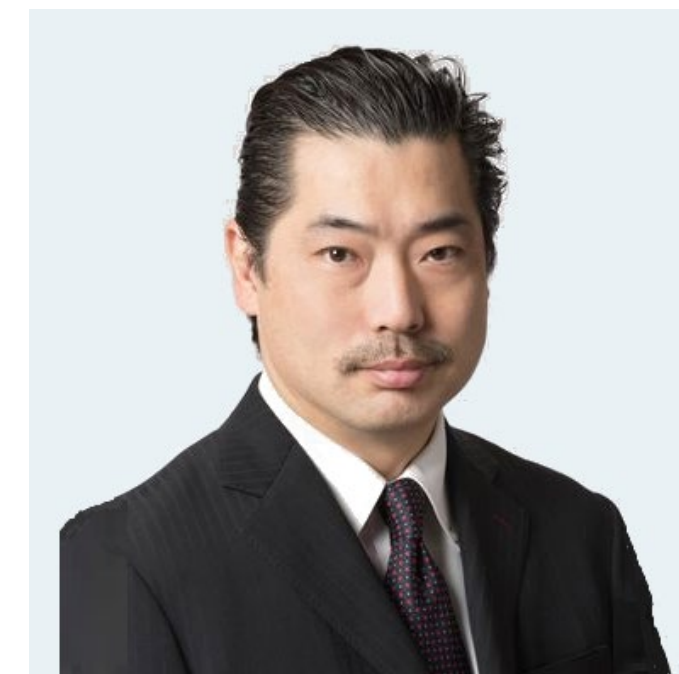
安宅 和人

Zホールディングス株式会社
シニアストラテジスト
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



椎名 茂

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
マーヴェリック株式会社 代表取締役

重要な兼職の状況



桧野 安弘

執行役員
CEO



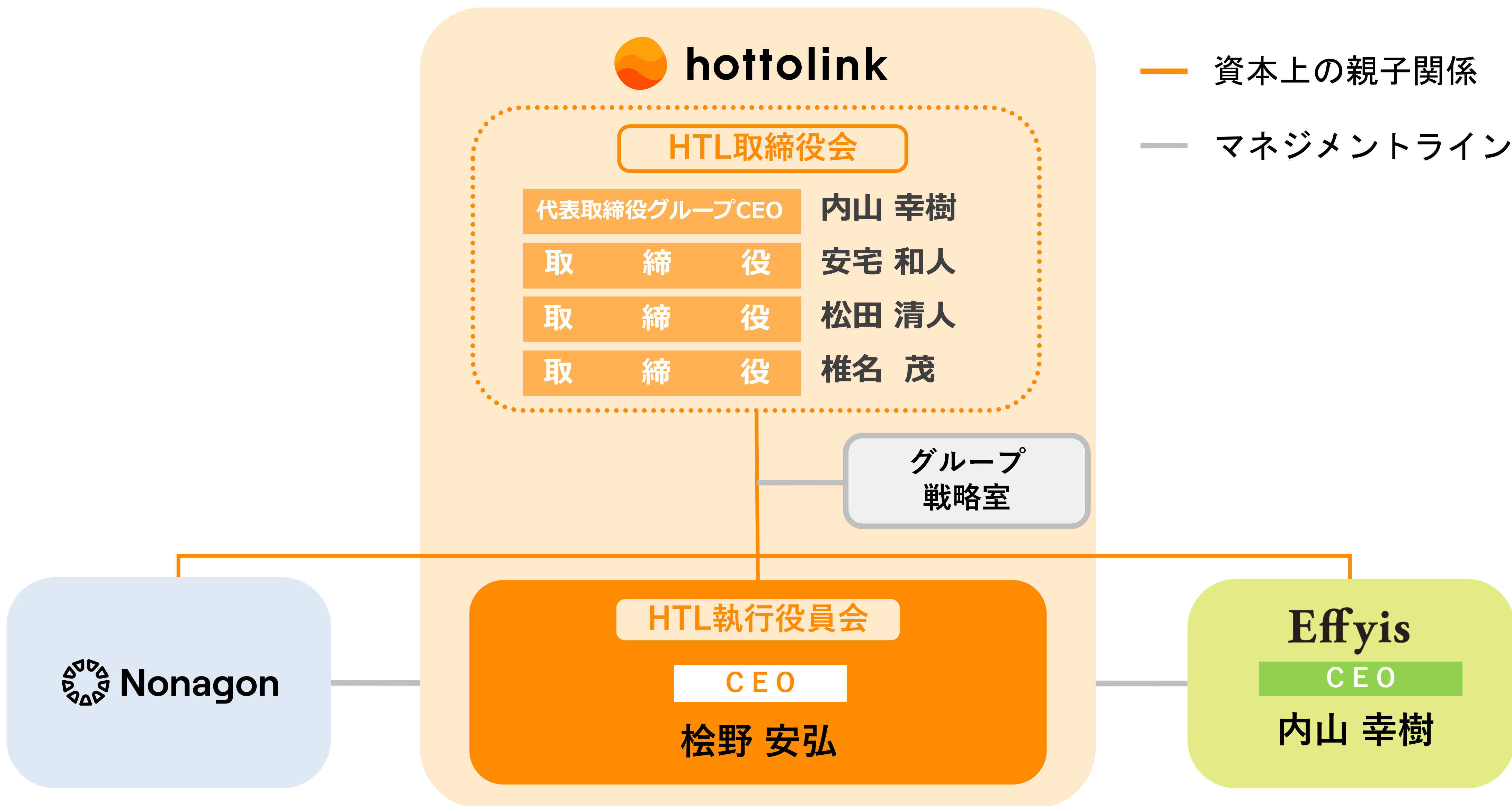
山本 真照

執行役員
技術担当(CTO)



鈴木 脩平

執行役員
アドテクノロジー事業・
CNS事業担当



2000年

設立

ブックマークサービスや
レコメンドなどが中心

2008年

クチコミ@係長リリース



2012年

2ちゃんねるの独占商用利用許諾契約を得る

2013年

東証マザーズに上場

ソーシャルビッグデータの
販売・分析が中心

2015年

米国Effiysを子会社化

中国マーケティング支援本格化のため
トレンドExpressを稼働

2018年

Twitterマーケティング支援サービス提供を開始  Twitterマーケティング

2020年

Instagramマーケティング支援を開始



ソーシャルメディア
マーケティング支援が中心

2021年

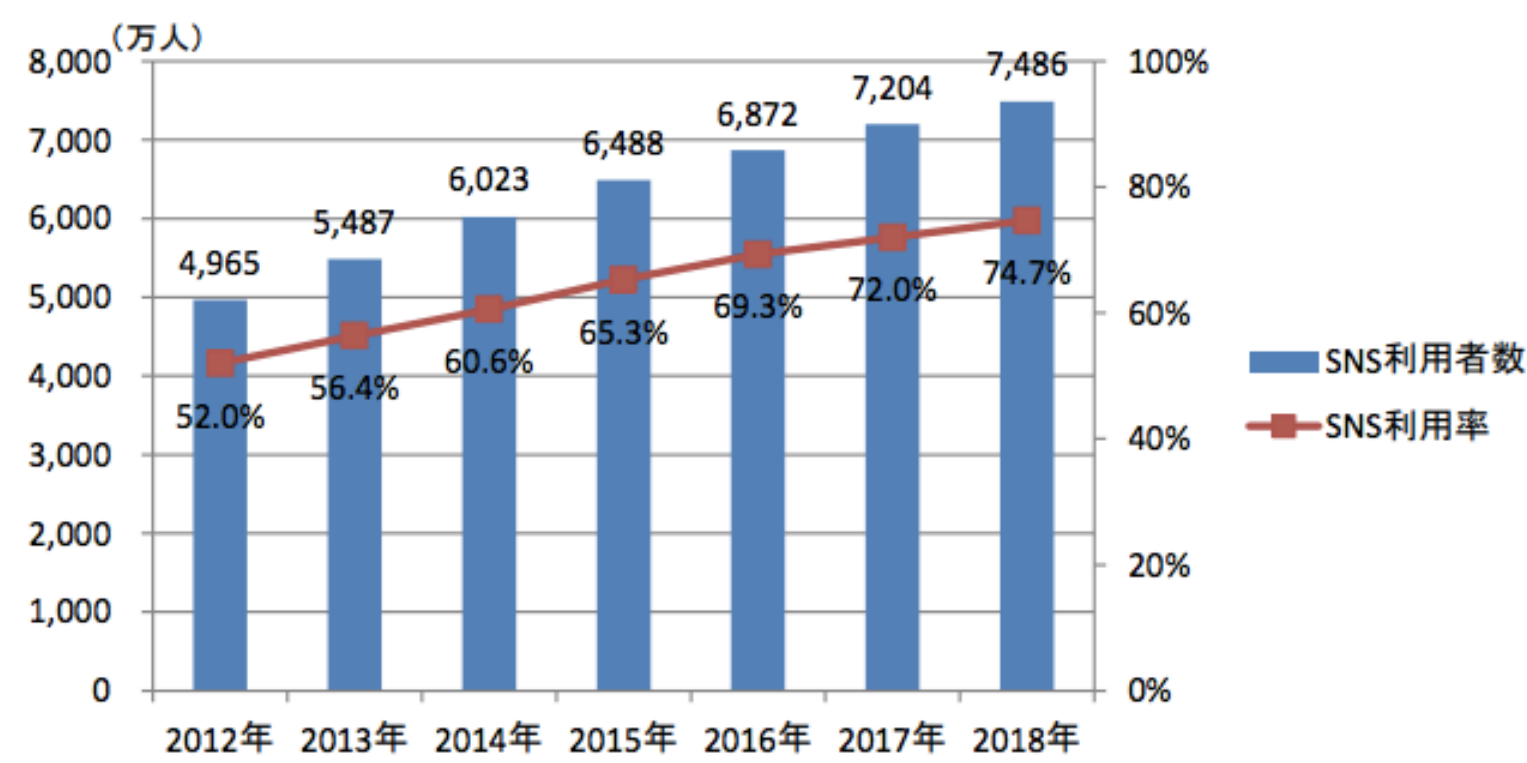
TikTok For Business代理店契約を締結

社会課題

ソーシャルメディアマーケティングを
取り巻く現状と課題

SNS利用者の増加

SNS利用者数（アクティブユーザー）は
8000万を超える

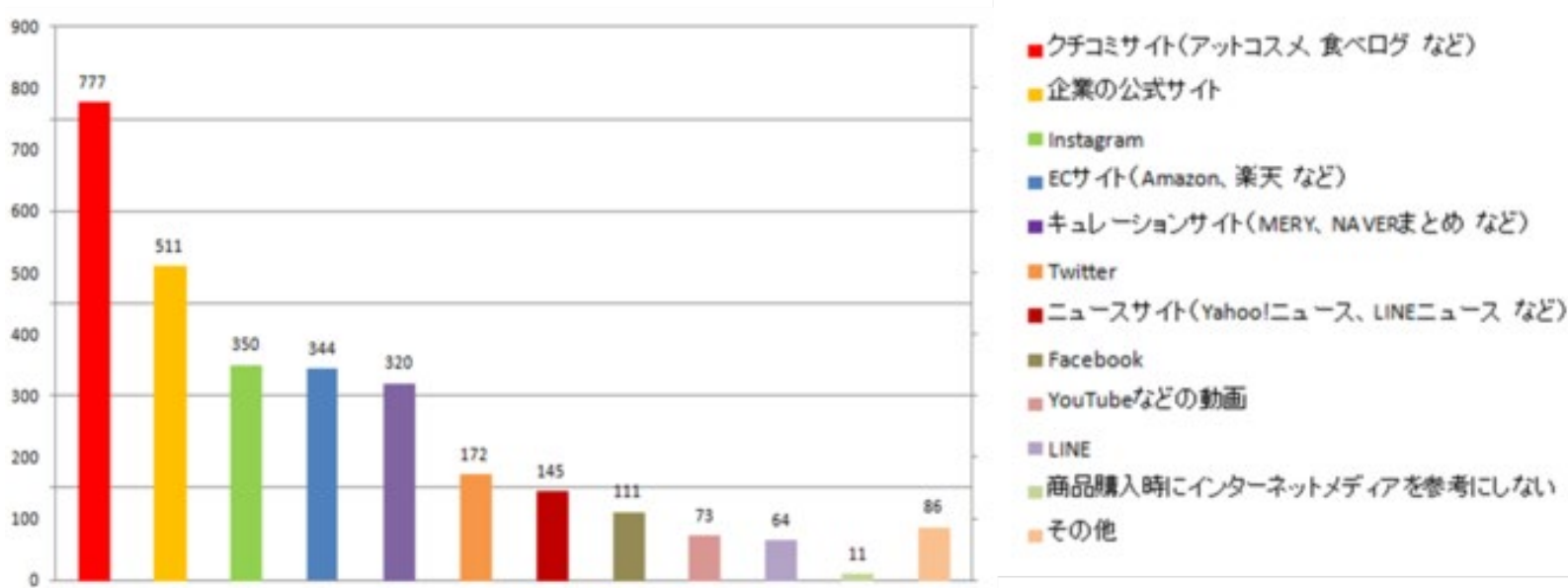


出所：I C T総研「2016年度 SNS利用動向に関する調査」

ソーシャルメディアを
商品購入時に参考にする

消費者が商品を購入する際に、ソーシャルメ
ディアを参考にする人が9割以上を占める

商品を購入する際に最も参考にするインターネットメディア（対象：女性）

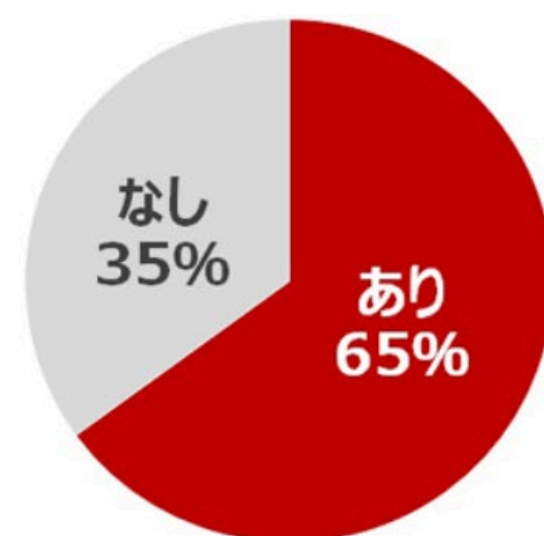


出所：I C T総研「2016年度 SNS利用動向に関する調査」

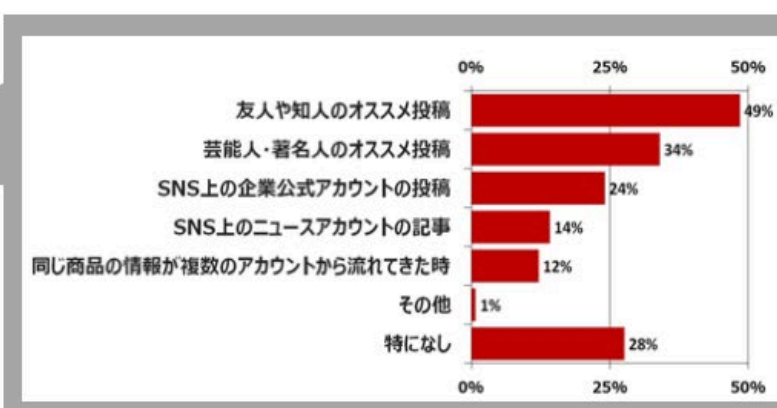
SNSが購買のきっかけに

SNS利用者の65%が、SNSをきっかけに購買やイベント参加をしたことがある

SNSをきっかけに
購買やイベント参加した経験



SNSでの商品購入につながった投稿



出所:トレンドーズ

Google検索から SNS検索へ

消費行動において、SNSで周囲の評判を確かめるユーザー行動が発生するようになった



- ・ サイトへのナビ
- ・ 知識の検索
- ・ 詳細な情報の検索

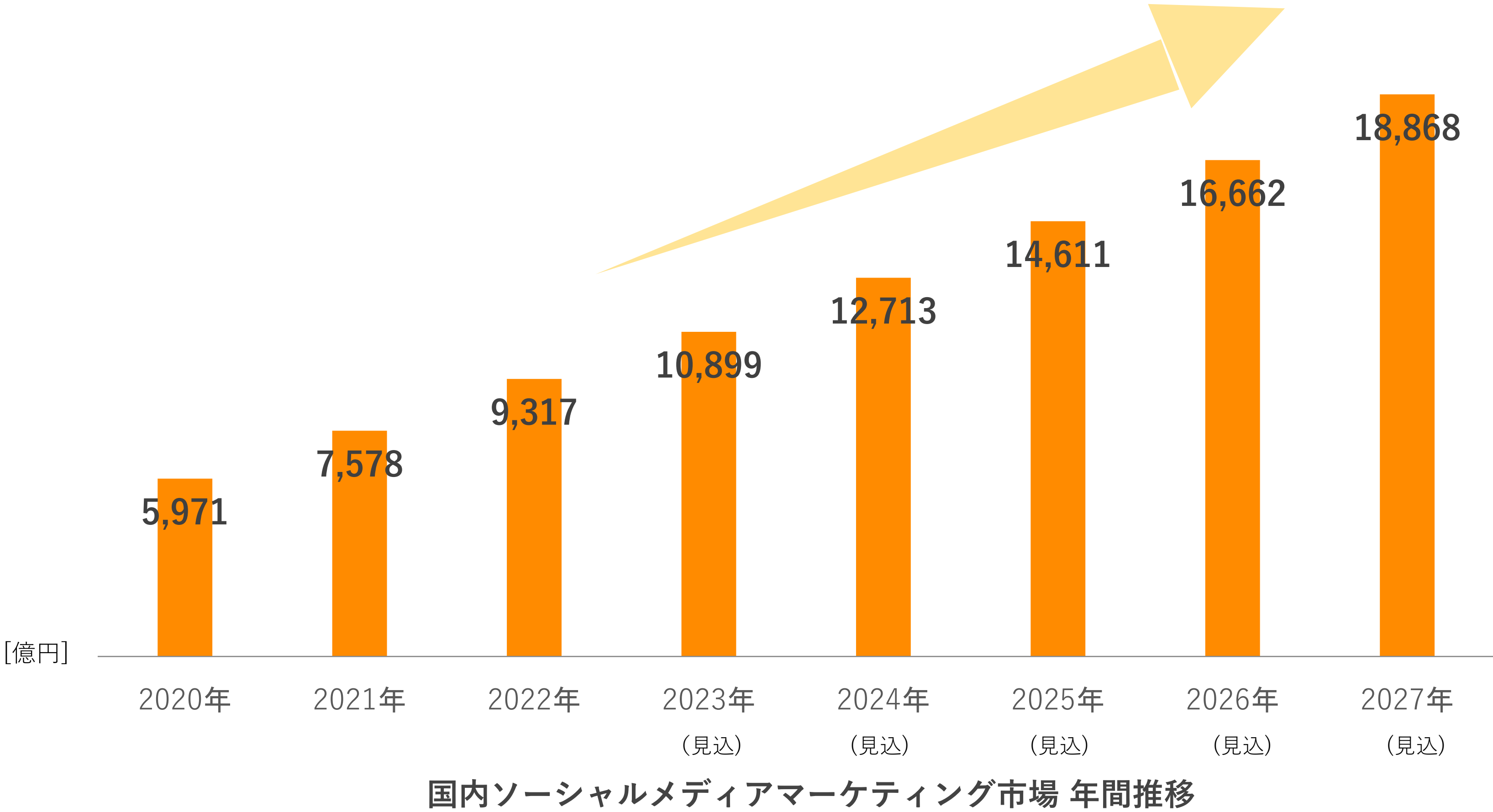
→有識者に尋ねる



- ・ アカウントへのナビ
- ・ 評判、風評、意見の観察
- ・ 生活の様子を観察

→「リアルな声」を覗く

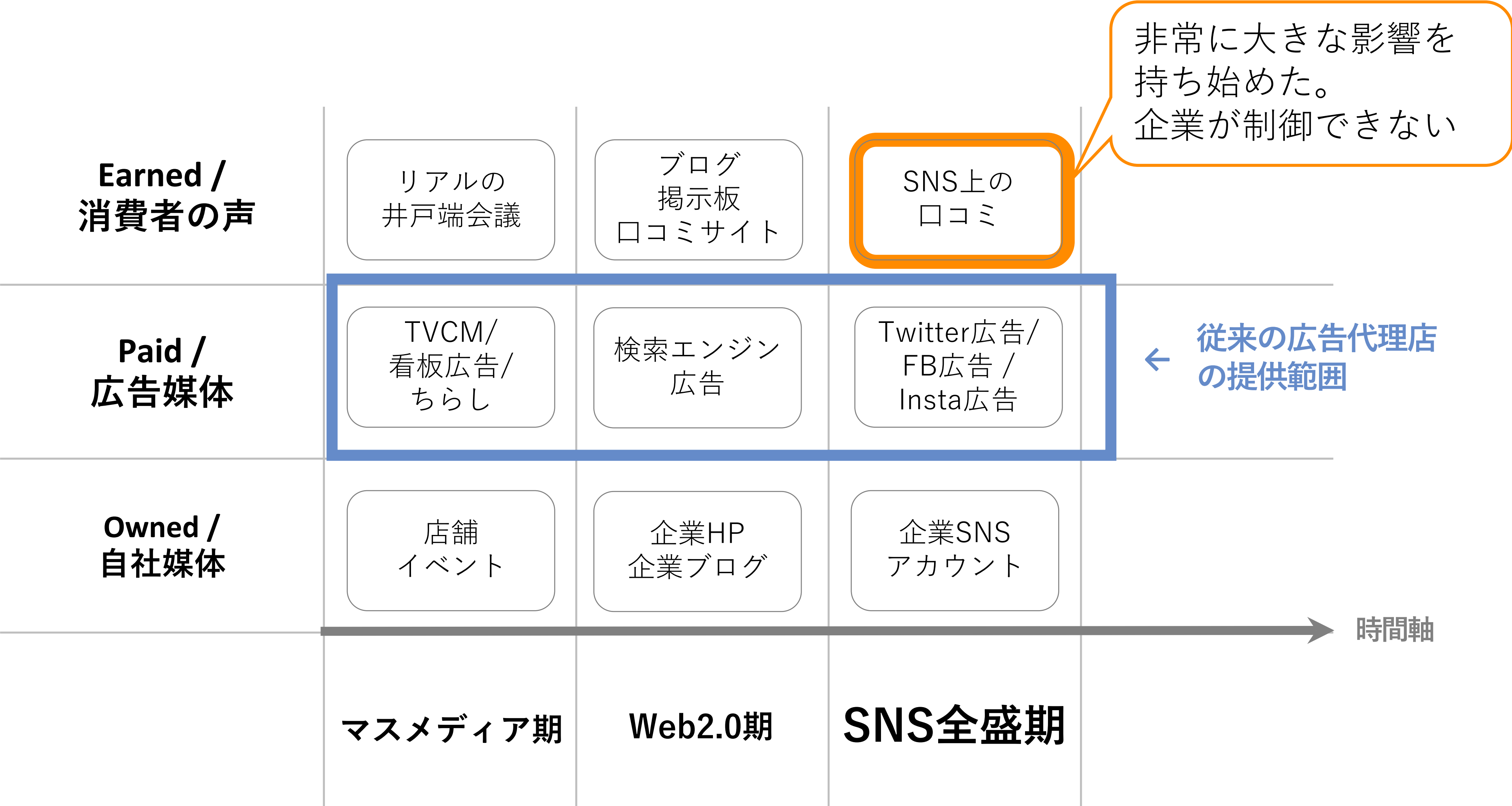
日本のソーシャルメディアマーケティング市場は
2025年に1.4兆円規模に成長見込



出典：「【国内ソーシャルメディアマーケティング市場規模推計・予測（2020年2027年）】サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ」より当社作成

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



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ターゲティング広告に、大きな制約がかかろうとしている

何が問題なのか？なぜ変わらないといけないのか？

- 旧態依然のメディア活用によるブランドの衰退
- 複数のSNS運用のキャッチアップの難しさ
- 結果、いい商品やいいサービスが広まりにくくなる

私たちが挑戦すること

データ、ファクトをベースにした情報活用が不可欠。
私たちは十数年にもわたるデータ活用の知見がある。
それをソーシャルメディアマーケティングに活かしていく。

VISION

ソーシャルメディアマーケティングに スタンダードを創る

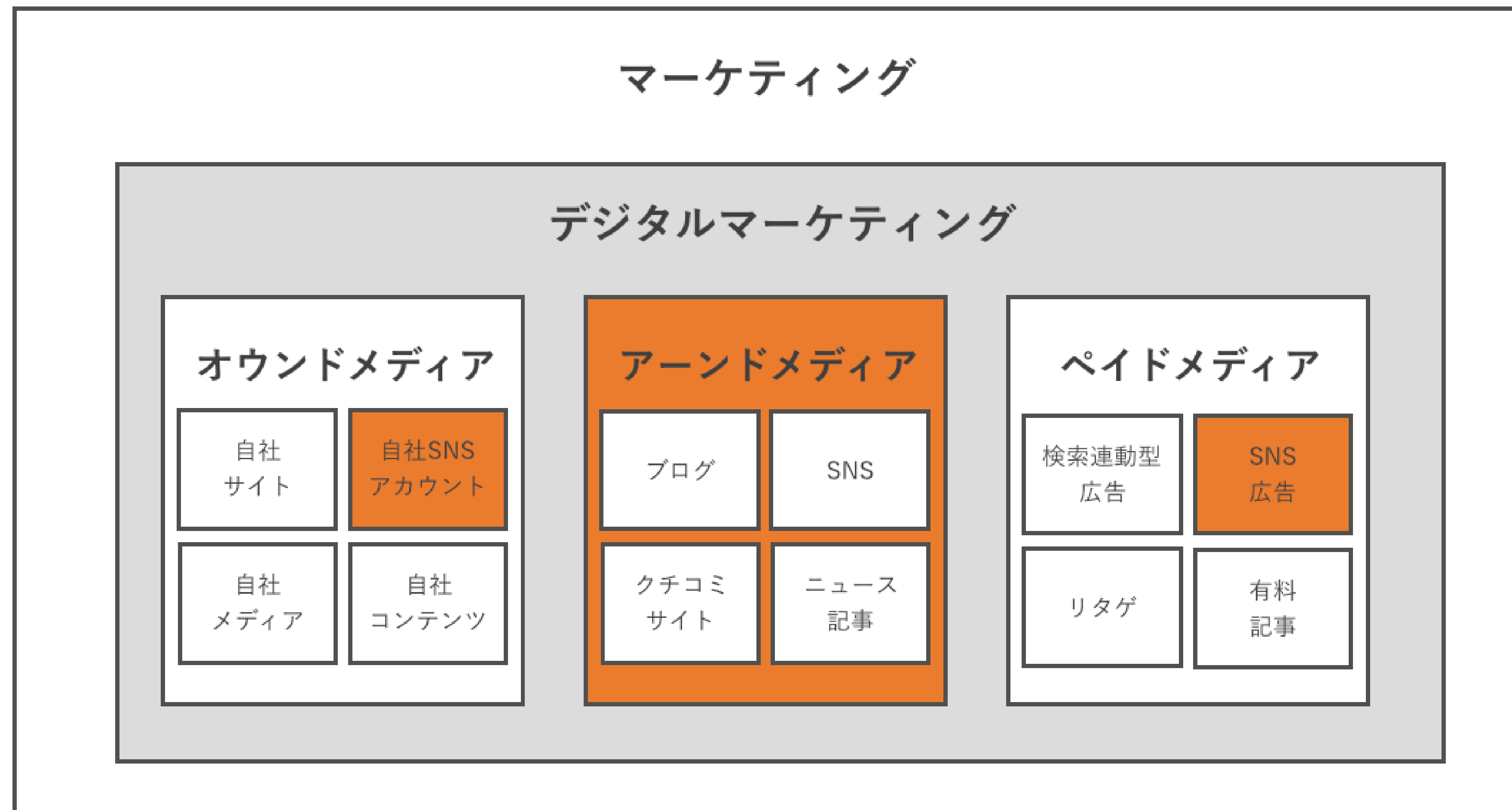
いい商品・いいサービスが
もっと広まる社会にしたい。
そのために、広告費を減らして原価に使って欲しい。
そこにSNSは役に立てる。
ホットリンクは、そのために、皆様のお役に立ちたい。

事業概要

課題解決に向けて、どのようにお客様のお役に立つか

多くの企業が活用に苦戦している「アーンドメディア」にフォーカスする

デジタルマーケティング業界には、オウンドメディアを手掛けるSEOやコンテンツ制作の会社、
ペイドメディアを手掛ける広告代理店は数多く存在します。
一方でアーンドメディアを手掛ける会社は極めて少なく、ホットリンクはその数少ない会社の一つです。

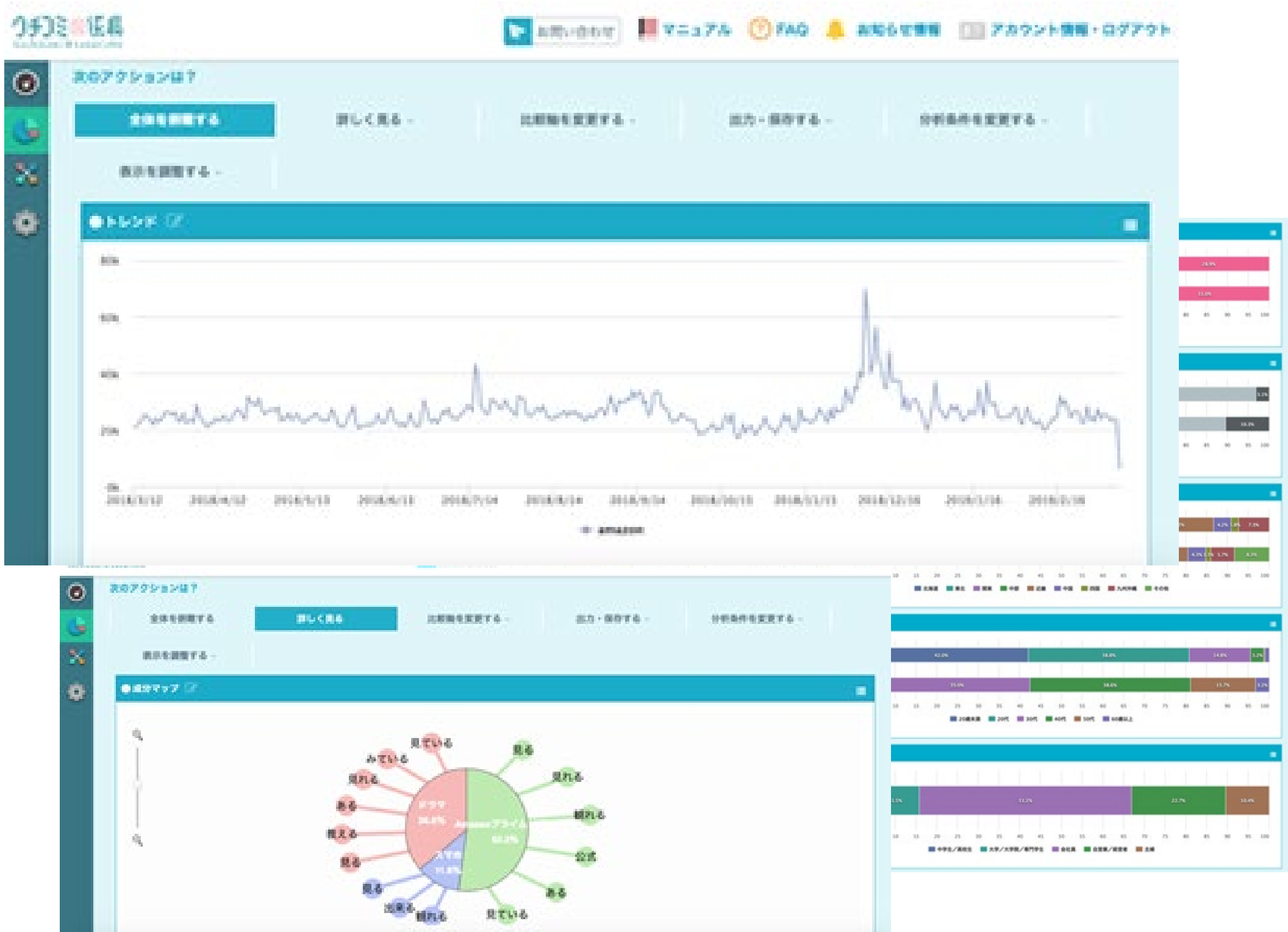


私たちのスタンスは、SNSを活用した売上アップ。
現在は国内2大SNSであるTwitterとInstagramを主軸に
戦略策定支援から実行代行まで、一気通貫で必要なサービスを提供しています。

Twitterマーケティング	● Twitterマーケティングコンサルティング ● 広告運用代行 ● アカウント運用代行
Instagram Marketing	● Instagramマーケティングコンサルティング ● 広告運用代行 ● アカウント運用代行
SNSプロモーション	● 話題化キャンペーン ● インフルエンサーマーケティング

SNS活用のコンパスになる、老舗の分析ツールを提供中

導入実績1000社を超える、SNS分析の定番ツール「BuzzSpreader powered by クチコミ@係長」。
質の高いUGCを増やしていくための分析機能を多数搭載しており、マーケティング活用に最適。SNSの反響を確認し、再現性の高い施策を展開していくことができます。
とくにTwitter解析に優れ、ブランドの話題化・キャンペーンには欠かせないツール。



導入実績1,000社※突破！
BuzzSpreader Powered by クチコミ@係長の導入実績

KIRIN	LAWSON	宝酒造	講談社 KODANSHA
BIGLOBE	Vantan	INFOBAHN	Gaiax
DeNA	ジャパンネット銀行	D2CR	J:COM
istyle	Francfranc	UBISOFT	J.LEAGUE.jp

業界問わず豊富な実績

売上アップのために伴走しています。戦略構築から運用代行まで一気通貫で支援。

丸亀製麺様



UGC活用で初速販売数1.9倍

オリオンビール様



EC売上約50倍の成長に貢献

シャトレーゼ様



UGC数11倍。フォロワー19万人
超え。売上アップにも成功。

ジョンソンヴィル様



1年でUGC数9倍、売上も伸長

ミルボン様



InstagramのUGC数が8ヶ月で6倍に

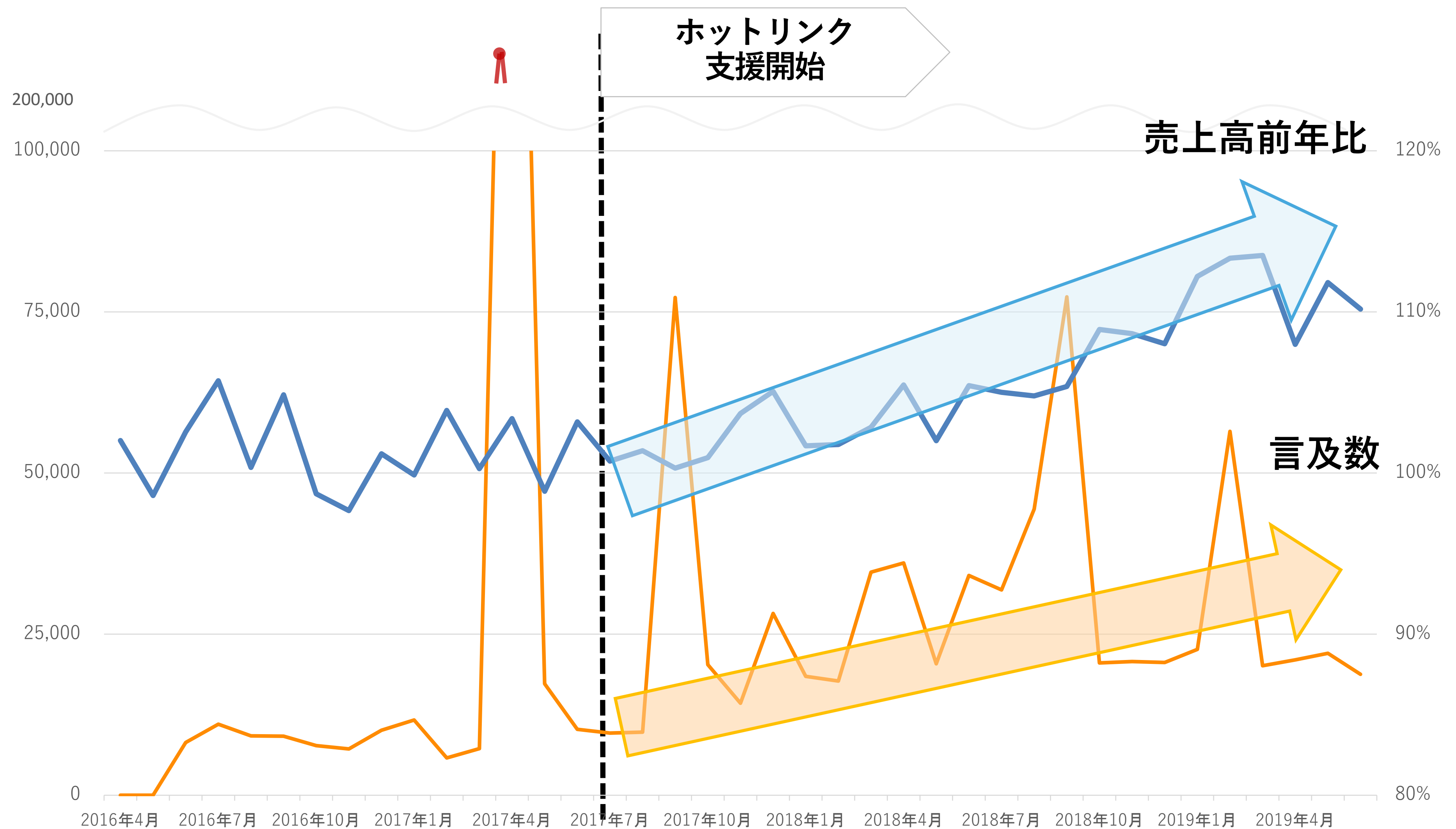
JINS様



1年でUGC数が約380%アップ、指名検
索数が165%に成長

他にもアパレル、自動車、中古車販売、メガネ、化粧品、外食、飲料、製菓、D2C、雑誌、ペットフード など支援しております。

SNSマーケティング支援事例：某お菓子メーカー様



MarkeZine

ニュース記事イベント定期誌書籍リサーチ

事例を探すログイン新規会員登録

効率的なウェブ広告で売上げアップ！

厳選した広告メニューで売上創出を支援

売上アップにつながるSNSマーケティング

UGC数が1年で9倍、売上も伸長 個性派ブランドのジョンソンヴィルを「自分ごと化」させたSNS活用

安原 直登（編集部）[著] / 関口 達朗[写]

2020/09/10 09:00

ソーシャルインタビュー／事例コンテンツマーケティングブランド戦略

FacebookTwitterPinterestGoogle+通知

企業がSNSの活用を商品・サービス認知の域に留めず、実際の売上につなげるためには何が必要となるのか。本連載では、SNSマーケティングを支援するホットリンクをホストに、SNS活用施策から売上

日本最大級のリーチを誇るメディア

ドコモの独自データによるブランドセーフティアドネットワーク

NTTドコモ メディアサイト

Special Contents

PR

広告配信とコンテンツの最前線で得られた知見とは？
UltraImpressionとテレビ朝日の実



ホットリンクの強み

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

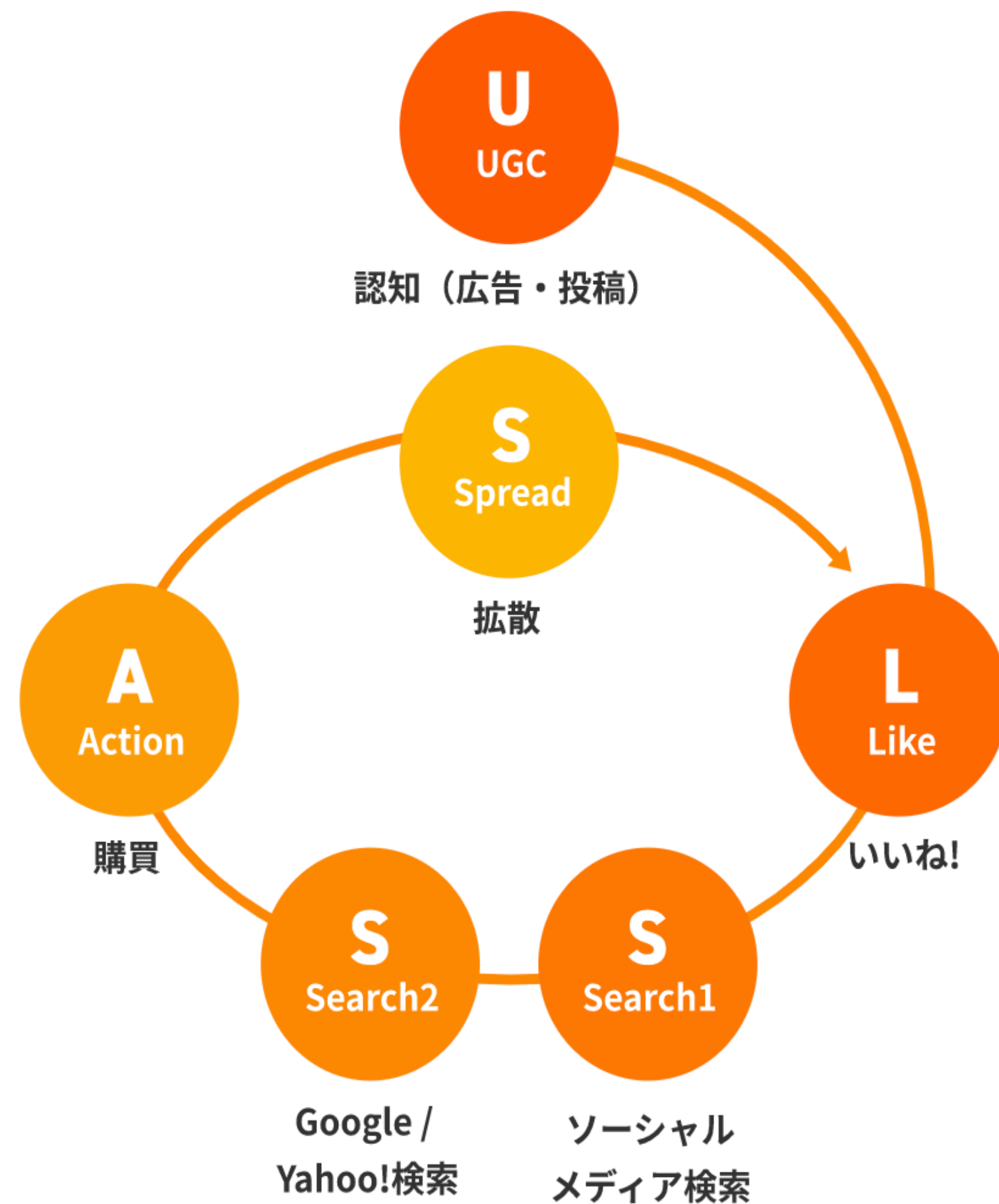
ホットリンクグループの差別性

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



お客様がSNSを活用して売上につながるように、「ULSSAS」をはじめホットリンク独自のフレームワークがあります。



ULSSASの例

U：新商品を発売したところ、ユーザーが写真付きのツイートを投稿する。

L：UGCを見たユーザーが投稿にいいねやリツイートをする。エンゲージメントが高くなるとリーチが伸び、より多くの人の目に触れるようになる。

S：いいねがついたUGCを見たユーザーが、商品について気になり始める。SNS上で検索をして情報収集する。

S：商品を買える最寄りの店舗を知りたいと思い、検索エンジンで指名検索をする。

A：店舗に足を運び、商品を購入する。

S：商品の写真を撮り、それをTwitter上に投稿する。その投稿（UGC）にまたいいねがつき、ULSSASのサイクルが回り始める。



SNS時代の売れる話題づくりを科学する

ホットリンク総研



当社のR&D部は、ホットリンクのSNSマーケティング支援事業や、SaaSのプロダクト、コンサルティングサービス、技術の中核を担う部署です。中小企業で、ここまで本格的なR&D部を設置している会社は少ないといわれています。人工知能やウェブマイニング、計算社会学などの分野において最先端技術を研究しています。人間では発見できないSNSの特性を明らかにしたり、従来は人間が行っていた知的な処理の自動化・半自動化を実現したりすることで、自社商品の価値向上や業務の効率化をはかることが目的です。新サービスにつながるような価値の創出を目指して、非連続的な成長を促すことがR&D部の役割でもあります。

ホットリンク総研は「SNSプラットフォームのアルゴリズム解析、バズのきっかけとなるクリエイティブ分析、効率的に情報が広まる拡散ネットワークの構築方法など、ソーシャルメディアマーケティングの研究を進めています。SNS時代の購買行動プロセス「[ULSSAS](#)」を提唱するなど、SNSマーケティングの知識・経験が豊富な専門家が在籍しています。

日本有数のSNS専門家が在籍しており、多数の出版物があります。
SNS活用の啓蒙活動や、「SNSマーケティングといえばホットリンク」のブランド強化を進めています。



僕らはSNSでものを買う
飯高悠太



アスリートのためのソーシャルメディア活用術
五勝出 拳一, 飯高 悠太



1億人のSNSマーケティング バズを生み出す最強メソッド〈SNS検索、インフルエンサー、UGC、ULSSAS〉
敷田 憲司, 室谷 良平



ゼロからわかるビジネスInstagram 結果につながるSNS時代のマーケティング戦略
朝山 高至



ブランディングをTwitterで実現！
私(エレン)

Twitterのフォロワーを増やす方法: 明日から実践できるワザ
私(エレン)



ブランディングをInstagramで実現！
朝山 高至

Instagramのフォロワーを増やす方法: 明日から実践できるワザ
朝山 高至



データで見抜くSNSマーケティングの罠 (MarkeZine Digital First)
私(エレン)



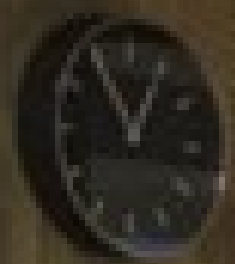
現場のプロが教える！
BtoBマーケティングの基礎知識

飯高悠太, 粉谷力, 相原ゆうき, 秋山勝, 安藤健作, 今井晶也, 岸穂太佳, 戸栗頌平, 室谷良平, 日比谷尚武

2022年4月26日発売

ホットリンクでの働き方

 hottolink





既存の広告代理店モデルとは一線を画す、 高効率な働き方を追求しています。

原則リモートワーク

全社員、在宅・リモート環境での業務をベースとしています（定時は9:00-18:00の土日祝休み）。
オフィスには、部門毎に週1程度出社し、オフラインでのコミュニケーションを通じたメンバー同士の関係構築や業務推進を行っています。

フリーアドレスオフィス

コミュニケーションの促進を目的にフリーアドレス（自由席）を導入しています。

※一部部門を除く

※現在、COVID-19の感染拡大を受け、出社時のソーシャルディスタンスを保つために席の間隔を空けております。

PCの貸与

Mac、Windowsからご希望のPCを選択いただけます。

モニター貸与

業務効率を上げるため、オフィス、在宅に関わらず希望者にはモニターの貸与を行っています。

スマートフォン貸与

業務使用目的で携帯電話（スマートフォン）を全社員に貸与します。

BYOD制度（Bring Your Own Device）

希望者する社員の個人PCを業務で利用できる制度です。BYOD制度利用者には一定の金額を補助します。

リラックススペース／自販機／ウォーターサーバー

リラックススペース（仮眠スペース）を設けています。

また、無料で利用できるウォーターサーバーや自販機を、オフィス内に設置しています。

成長支援制度

社内勉強会

ホットリンクの得意とするSNSマーケティングに関する概念や事例、マーケティング全般に関して、トップコンサルタントやマーケターが主催する社内勉強会で学べます。

動画ライブラリー

社内勉強会や自社セミナーの動画コンテンツのストックを、資料とともにいつでも視聴することができます。

社内図書貸出制度

オフィスにあるSNSやマーケティング、データ分析に関わる書籍を、自由に閲覧したり、学習用に持ち帰ることができます。

メンター制度

新卒入社社員を対象にメンター制度を導入しています。業務に限らず、社会人として働く中での悩みも相談できる環境づくりをしています。

社内イベント

ウェルカムランチ

新メンバーが入社するタイミングで、既存メンバーとのランチを開催します。ランチ代の補助もあります。

ホットランチ

部署を問わず、ホットリンク社員同士が楽しくコミュニケーションをとることを目的として、全社員を対象としたオンラインランチ会を開催します。

MVP表彰制度

半期ごとに、優れた業績を残した社員を表彰しています。

永年勤続表彰制度

3年・5年・8年勤続した社員の功績を讃え、表彰し、記念品を贈ります。

四半期全社会

四半期ごとに経営方針や事業進捗を全社員に共有します。経営状況を全社員が把握するために、事業上の課題や業績（売上だけでなく利益等）も共有します。

創立祭

6月26日の創立日を記念して、社内交流イベントを開催します。

忘年会

毎年年末に、社員の慰労・交流を兼ねた忘年会を開催します。

福利厚生

有給休暇の入社日付与

試用期間中も含め、入社初日から有給休暇を付与します。 ※入社時期に応じて10日もしくは15日付与

リモートワーク手当

リモートワークに伴い発生する生活費や通信費の一部を、リモートワーク手当として支給します。

ホットサポート

書籍の購入や語学学習、健康維持のためのスポーツジム費用、在宅勤務の備品購入等、上限5,000円を毎月補助します。

社内部活動制度

社員同士の交流や活動を通じた健康促進、能力アップを目的とした部活動を推進しています。

毎月、部員1人につき1,000円を上限とする部費の支給もあります。

産休・育休・介護休業の取得

メンバーのライフイベントや家族の状況に応じて、育児や介護に専念することができます。

看護休暇・介護休暇の取得

看護や介護を目的とした休暇を、1年間で最大5日間取得できます。

結婚休暇・出産休暇、祝金

結婚や出産に合わせて特別休暇を取得できます。合わせて、お祝い金を支給します。

慶弔時、災害時の休暇・支援

万が一のご不幸があった場合やご自宅が災害にあった場合、特別休暇や弔慰金を支給します。

育休復職支援制度

育児休暇から復職した際に、復帰奨励金を支給します。また、復職日から1ヵ月以内に所属部署で歓迎会を行ないます。

産業医面談

社員が健康を維持し、能力を十分に発揮できるよう産業医との面談を実施します。

関東IT健康保険加入

ホットリンクは、関東ITソフトウェア健康保険組合に加盟しています。

保養施設やレストランなどをお得に利用することや、常備薬を特別価格で購入することができます。

子育て世代の社員の声をご紹介します

「原則リモート勤務で、通勤時間分を育児に充てられる」

「男性育休の取得実績を作りました。」

「出勤だと移動考えて17時の時短勤務しないといけないけど18時過ぎまで仕事してもお迎え間に合う！原則リモートっていうところは特に時短のママさんには魅力的だと思います」

「うちは子供が保育園から週2・3回呼び出し＆次の日お休み。
という感じでここに転職してくるまで普通に働けなかったのも、正直不安だったのですが、

- ・子供の送り迎えの時間の調整が効きやすい
- ・パパママいっぱいいて自宅看護しながらの働き方にも理解がある
- ・自由な働き方（その日働く時間の調整が難しくても別の日で調整したりも大丈夫）
- ・急な呼び出し、通院も調整しやすい
- ・リモートワーク

で、かなり助かっています！！」

「子ども由来の突発的な早退／欠勤などを「理解してくれる雰囲気がある」ということは本当に本当に助けられています。」

「子持ちの方が多く、働き方、時間の使い方にもメリハリがある」

「夫婦ともフルタイムでの共働きが可能！ということかと思っています！夫婦が両方ともフルタイム勤務の場合、どちらかがリモート基本の働き方じゃないと相当厳しいと思います。」

「私もリモート勤務ではなく、基本出社前提だったら帰宅時間的に娘と一緒に晩御飯と食べることはできないので、家族コミュニケーションの観点ではすごく助かっています。」

「以前の職場では小学校やお子様の習い事送迎などの用事があるときに、時間休でサクっと有給を使ってたんですが、ホットリンクは原則リモートなので、習い事送迎もPTAも昼休みを当てればよくなったので、使う機会がどこかに行ってしまいましたw
原則リモート最高ですね！」

Values

成果につながるいい思考・いい行動を取る確率を高めるための要素

Focus on essence

わたしたちは本質を貫く。ミッション、ビジョンを達成するためには、目先の数値や表面的な課題に飛びついてはいけない。スタンダードを創るには何が必要なのか、クライアントにとって本質的な価値とは何か、貢献するには何が必要なのかを考え続け、行動することでミッション、ビジョンの達成に近づくことができる。

Growth hack

わたしたちは成長し続ける。市場、業界が変化する中でも、クライアントに価値提供し続ける必要がある。そのために、常に情報をキャッチアップし、学び、自ら成長し続けられるかが重要。現状維持ではなく、自らを高める努力を惜しまない。

One team

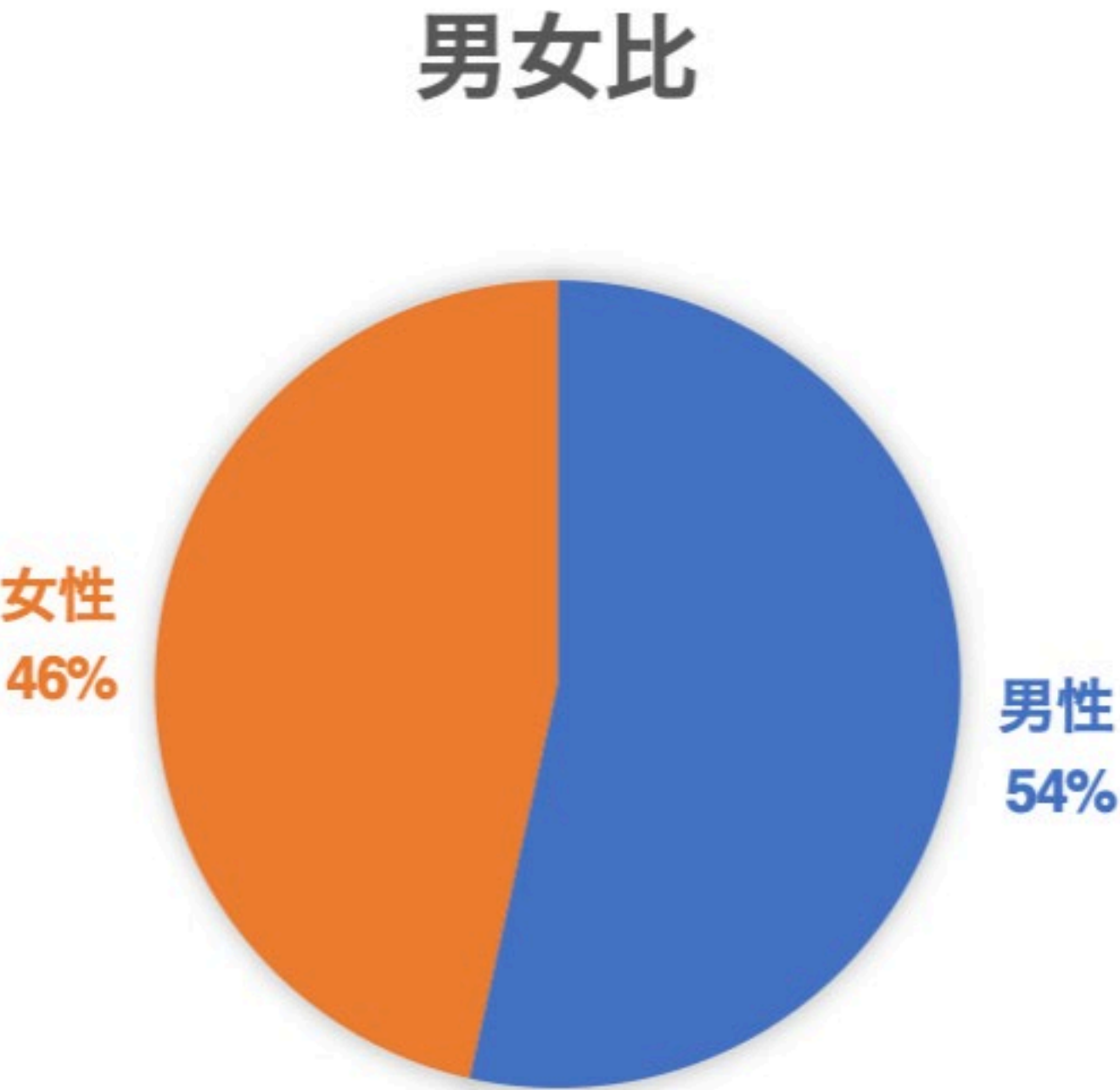
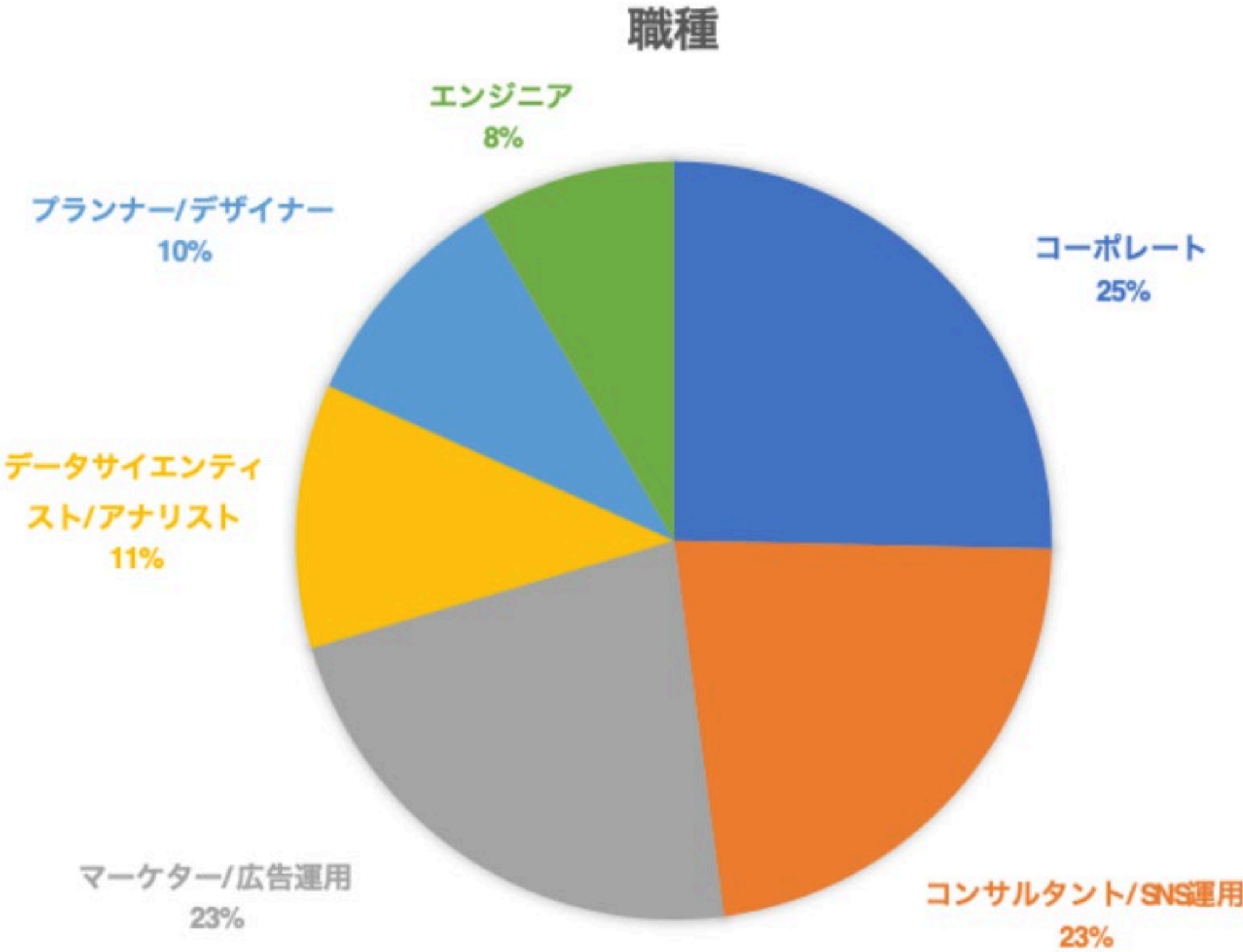
わたしたちはチームで成し遂げる。一人でできることは限られている。クライアントや社会に対して本質的な価値を提供するためには、チーム、部門、時には会社を超えて協力し、一つの目的を達成するために共に戦う。

Enjoy change

わたしたちは変化を楽しむ。市場・業界が劇的に変化する中で自らも変化対応が求められる。むしろスタンダードを創るためには、従来の『概念』や『当たり前』を破壊し、変化を起こすゲームチェンジャーになる。そのために変化を楽しむことが重要である。

Go global

わたしたちは世界を目指す。ミッション、ビジョンの達成のためには高い志と情熱が必要である。目の前のことに捉われず、世界に影響を与えられる企業を目指す。



多様な価値観・能力が集まったメンバーだからこそ、
イノベーションの創出や、より良いサービス提供につながると考えています。

- ・ 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

- ・ 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
- ・ 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3年連続受賞



hottolink

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、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 パートナリシップで
目標を達成しよう



5 ジェンダー平等を
実現しよう



ホットリンクに対する 社員からのクチコミ



コンサルティング部
秋山幸世

—ホットリンクに、
どんな魅力を感じて転職を決めましたか？

「売上に貢献します」という点を強く押し出していたことが、入社決め手でした。

営業をやっていた頃は、自分の予算を達成する必要がある一方で、本当にお客様の売上に貢献できるのか？という悩みがありました。

売上につながることに集中したいという思いがすごく強かったので、転職を決意しました。

大手企業のように分業制ではなく、ホットリンクならコンサルティングから運用まで一貫して担当できることも魅力でした。



コンサルティング部 山本明生

—ホットリンクに、
どんな魅力を感じて転職を決めましたか？

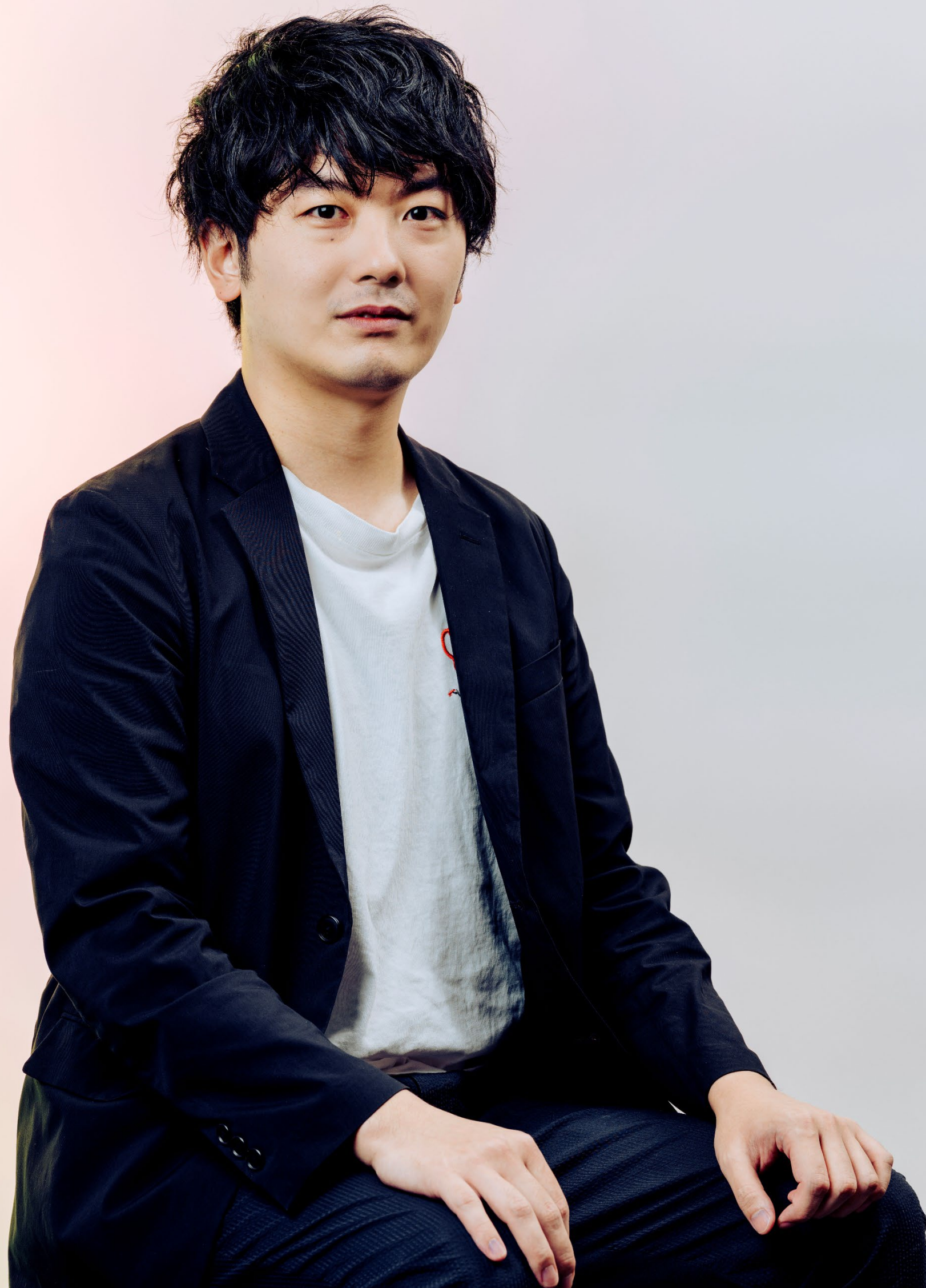
僕はもともと、「仕事を通じて人の感情を揺さぶりたい」という考えがあって。旅行代理店やスポーツビジネスを選んだのもそのためです。

次は地元である北海道で、感情を揺さぶる仕事がしたくなりました。でも、今の僕にできることはあまりに少ない。何らかのスペシャリストになる必要があるなと思うようになりました。

自分が持っているカードのなかから、これまで続けてきたSNSマーケティングにしよう決めました。旅行代理店時代にいたかさんの著書「僕らはSNSでモノを買う」を読んでいたこともあり、**SNSマーケティングのプロフェッショナルになるなら、ホットリンクがうってつけなんじゃないか**と思いました。

そのタイミングでWantedlyの募集ページを見て、「これしかない！」と応募しました。ホットリンクだけだったんですよね、「売上に貢献します」ということを全面に打ち出していたのは。

ホットリンクなら、SNSのアカウントをグロースさせる、バズらせるだけでなく、**企業の根本的な課題である売上アップに貢献できると**感じました。それが決め手になりました。



プランニング部
本田真也

—ホットリンクで働く魅力を教えてください。

前職では、クライアントに対して非常に下から目線の営業でしたし、目先の売上のために多少ムリな案件も受けていたことがありました。

ホットリンクはそうではなく、**しっかりクライアントの利益につなげることを考えているので、本質的な仕事がすごくしやすい**など。今は、「ホットリンクさんをお願いしたい」「ホットリンクさんの意見を聞きたい」という、最初からある程度信頼していただいている状態で相談がくるのが、大きな違いです。

実際、クライアントとはどちらが上・下ではなく「対等なパートナー」としての、信頼関係にもとづいたコミュニケーションを取らせていただいています。

また、**ホットリンクは学習意欲が高い方ばかりなので、自分の領域も他の方の領域も、負けずにどんどん勉強していきたい**などと思っています。

会社全体で、「ソーシャルメディアマーケティングにスタンダードを創る」というビジョンを掲げています。SNS上でのクリエイティブや広告制作という領域でも、ホットリンクがスタンダードを取れるようにしていきたいと考えています。そこに向けて、皆さんに負けないよう学習を続けたいと思っています。



インサイドセールス部 堤貴宏

—ホットリンクに、
どんな魅力を感じて転職を決めましたか？

もともとSNSが好きだったので、面白そうな事業だと思いました。

ただ、当時はSNSマーケティング支援事業の立ち上げタイミングで、
今より情報が少なく、具体的に何をやるのかよく分かっていません
でした。

それでも入社を決めた理由は、CEOの桧野さん、執行役員の石塚さんとの面接です。

当時私は「バンドマンの経歴が長く、ビジネスパーソンとして経験
が浅い」という理由でたくさんの会社の面接に落ちていました。

しかし石塚さんは、バンドマン時代の経験にとっても興味を持ってく
れました。

また、桧野さんは「経験不足を取り戻す勉強法は、徹底的に教え
る」と言ってくれました。ただ「**取り組むのは自分自身なので、相
当苦労はする。覚悟がないなら止めた方がいい**」とはっきり言って
くれた事も、逆に信頼できました。

入社までに勉強した方が良い事を聞くと、戦国時代をテーマにした
歴史小説を渡されました。読みながら「私はこれから戦場に行くん
だな...」と震えた事を思い出します。

今後の方針

SNSマーケティング支援の リーディングカンパニーへ

従来とは異なる手法で、再現性のあるマーケティング支援サービスを充実させ、
顧客企業の「いい商品・いいサービス」が世に普及する手助けができる、
ホットリンクはそのための価値提供を磨き続けます。

5カ年目標として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倍で成長を目指す

	2019年12月期 (実績)	2020年12月期 (実績)	2021年12月期 (実績)	2020→2025 売上 年平均成長率 1.35倍	2025年12月期 (目標)
売上高	36.95億円	43.85億円	65.71億円		200億円
営業利益 (IFRS)	△16.99億円	△0.25億円	3.55億円		24.6億円
営業利益率 (IFRS)	△46.0%	△0.6%	5.4%		12.3%
当期利益	△16.79億円	△0.51億円	8.08億円		

採用情報

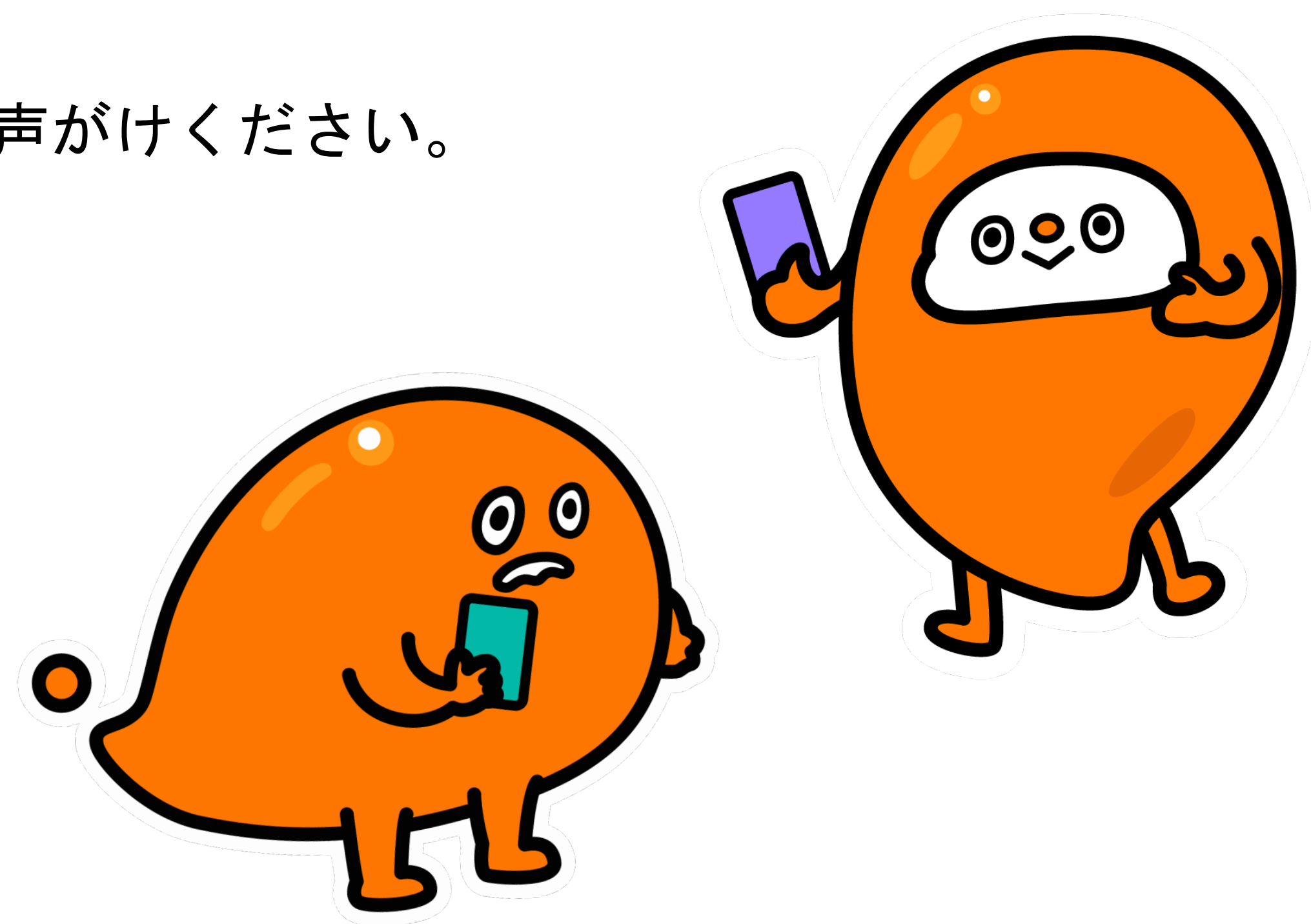
最新情報は採用ページをご覧ください。

<https://www.hottolink.co.jp/recruit/>

会社説明会やカジュアル面談のご希望は、随時受け付けております。
上記ページよりお申込みください。

また社員紹介制度（リファラル採用）を行っております。

社員に知り合いがいて、
ホットリンクへの転職に興味がある方はぜひお声がけください。



私たちは、SNSが好きです。

だからSNSをもっといい場にしたいと常日頃考えています。

企業にとっても、ユーザーにとってもいい場であり続けられるように、
今日も支援していきます。

