

2026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 — 34ページ
- 5. 成長戦略 — 38ページ

A glowing lightbulb is positioned in the lower-left foreground, resting on a dark surface. The background features a blurred laptop keyboard with a soft blue glow. Numerous small, warm-toned bokeh light spots are scattered across the scene, creating a sense of depth and focus on the lightbulb.

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	64名（2025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



クチコミマーケティングのプラットフォーム



ファクタリングのプラットフォーム



2013年M&A

2007年サービス開始

2025年M&A

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

9月

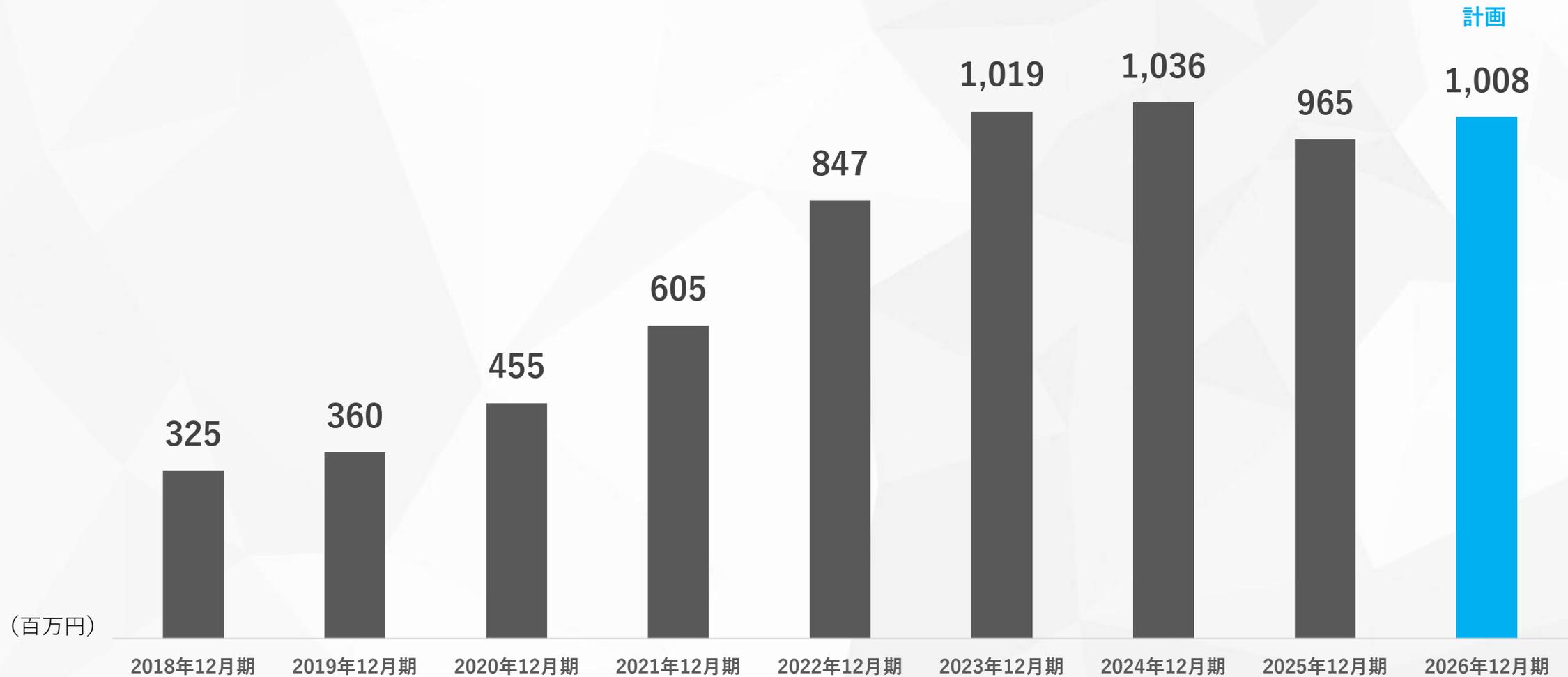


M&A

ファクタリング会社の口コミ・比較サイト

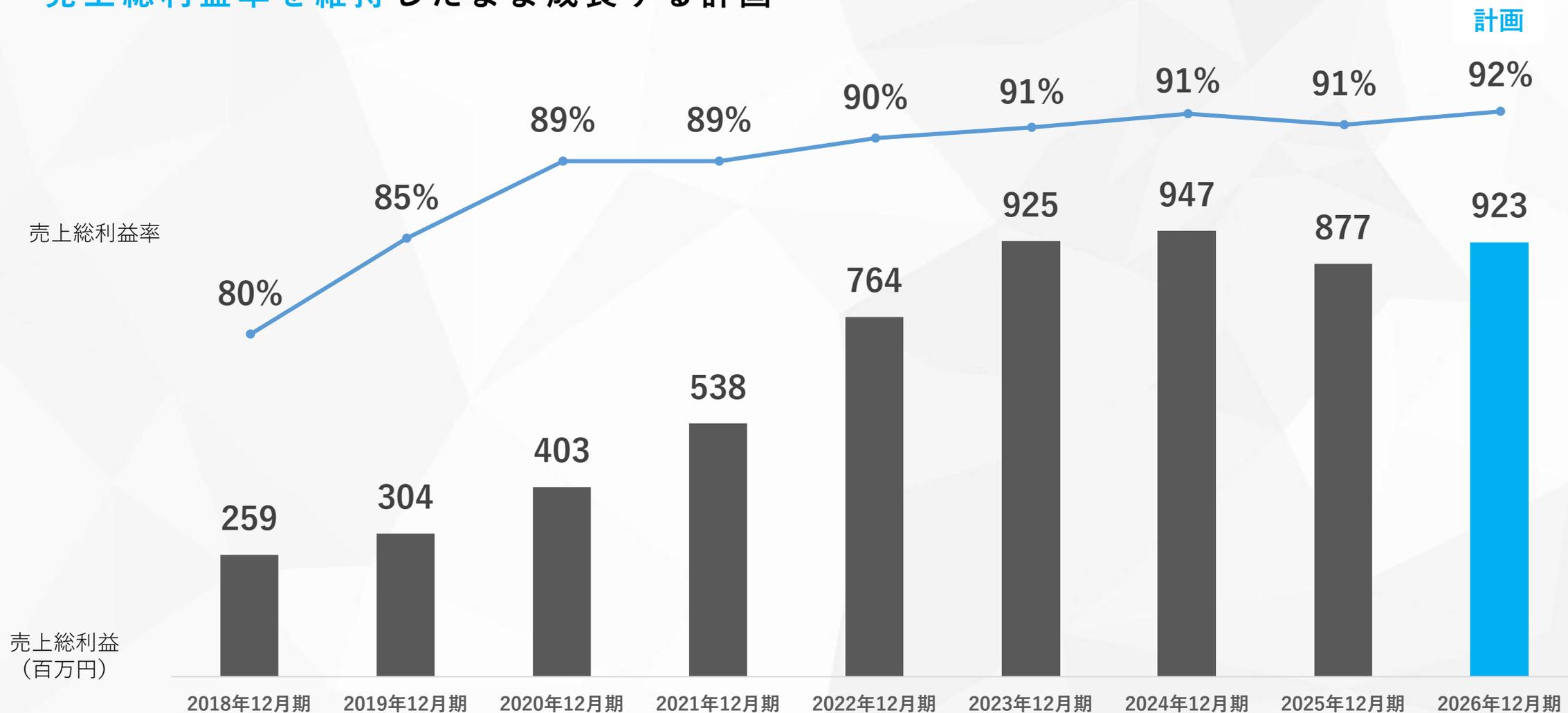
売上推移

ファクトログの成長に伴い、増収となる計画



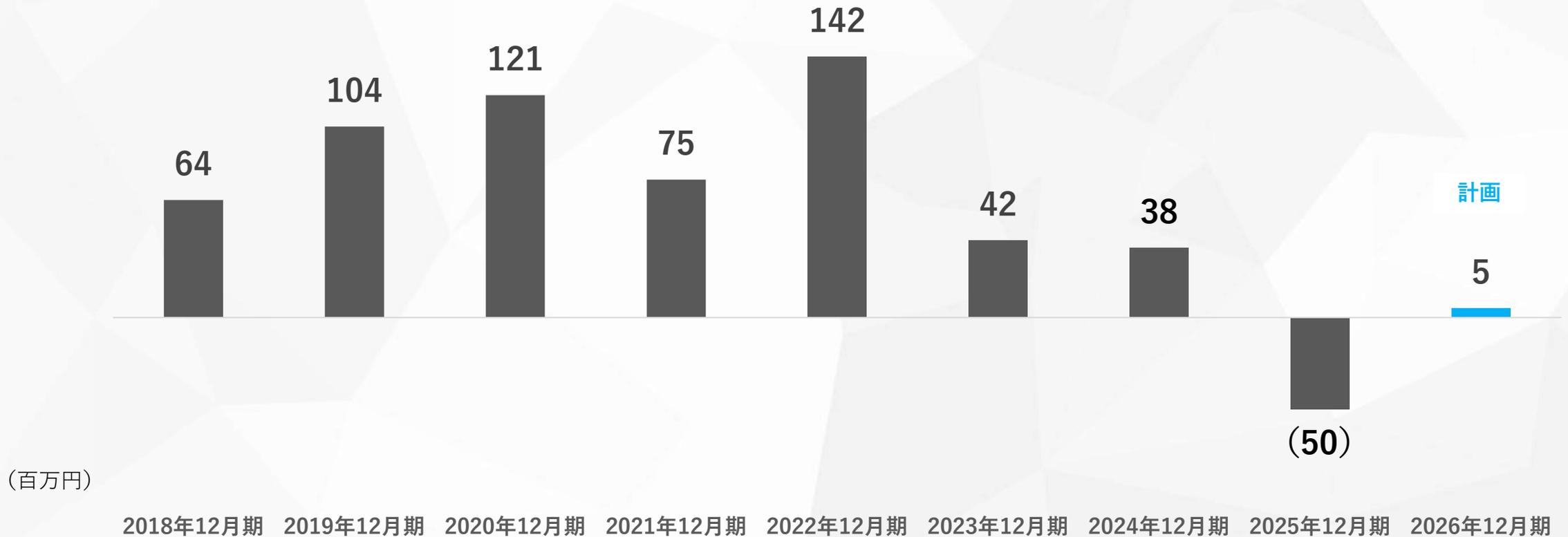
売上総利益推移

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

黒字の範囲内でファクトログの集客を目的とした広告宣伝を強化することで、
売上の成長速度を加速させる



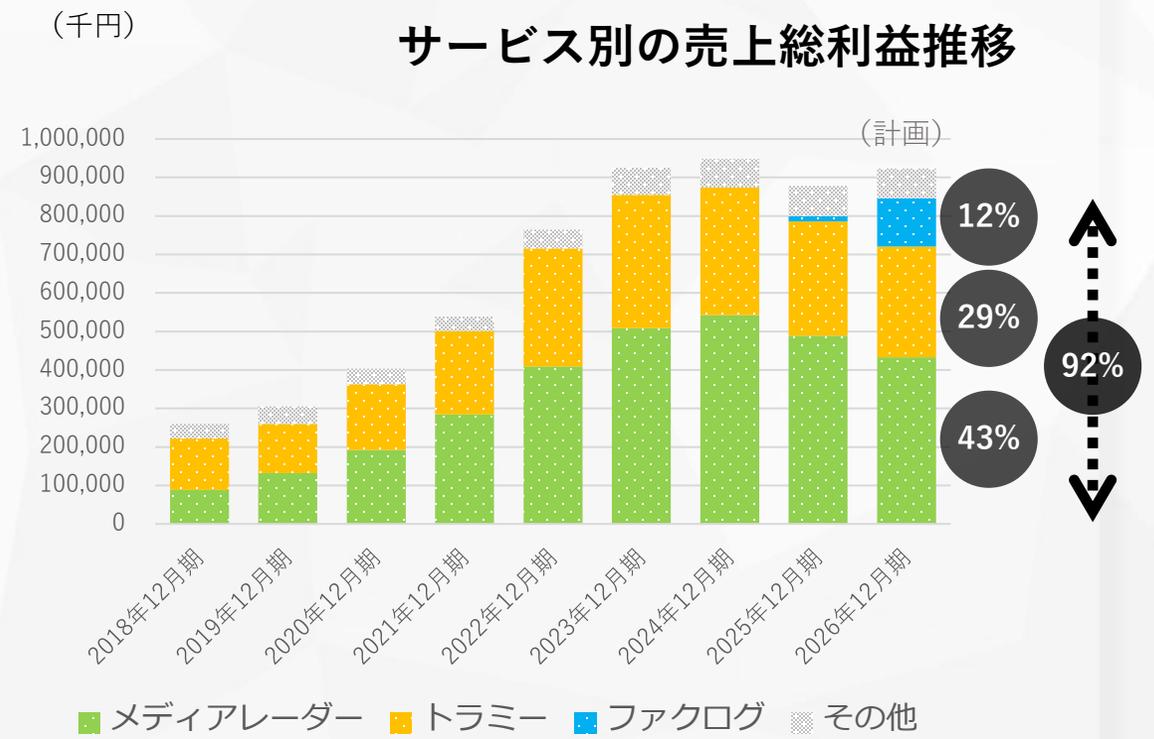
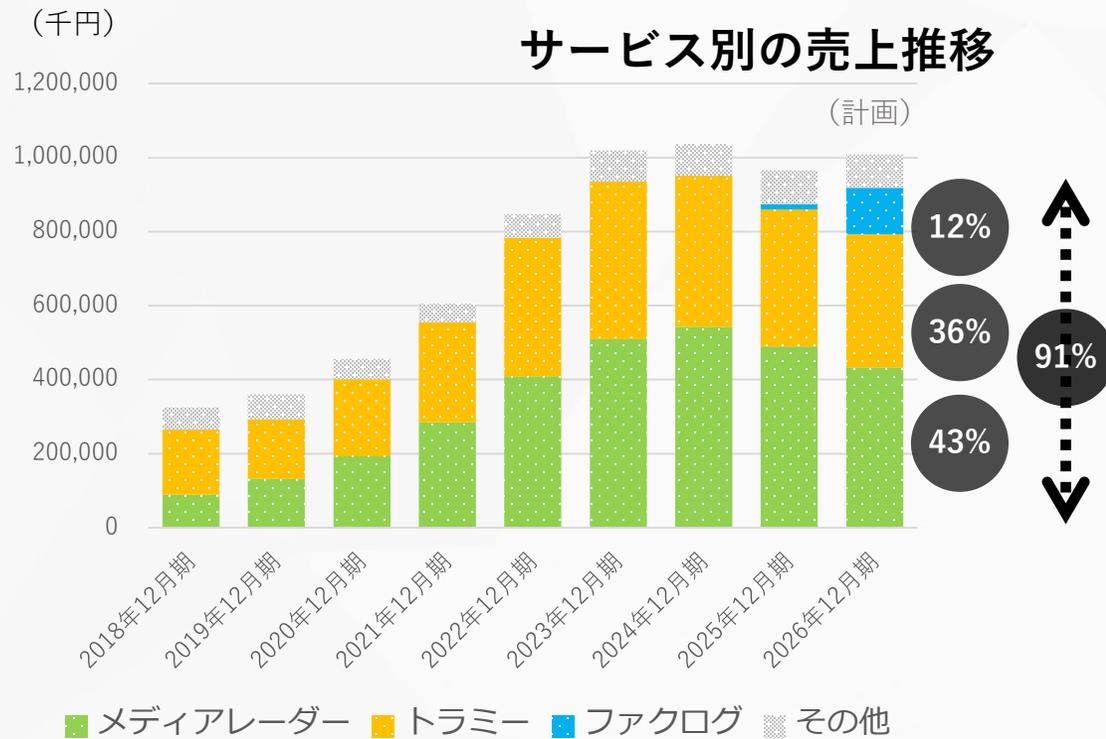
事業内容

Business Content

サービス別

メディアリーダーとトラミーとファクログで売上の91%、売上総利益の92%を占める計画

※2026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

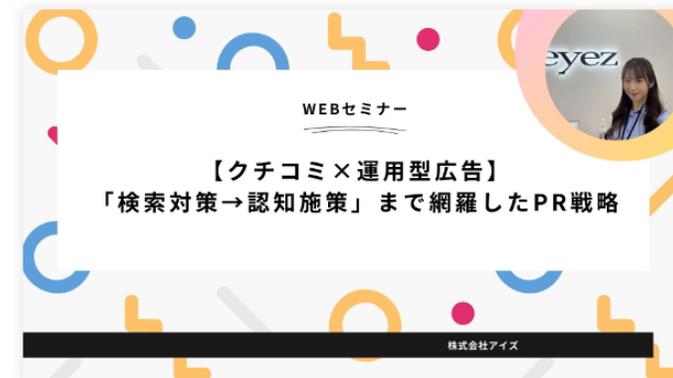
セミナー申込みでリード獲得

【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 非開示	<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 非開示	<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

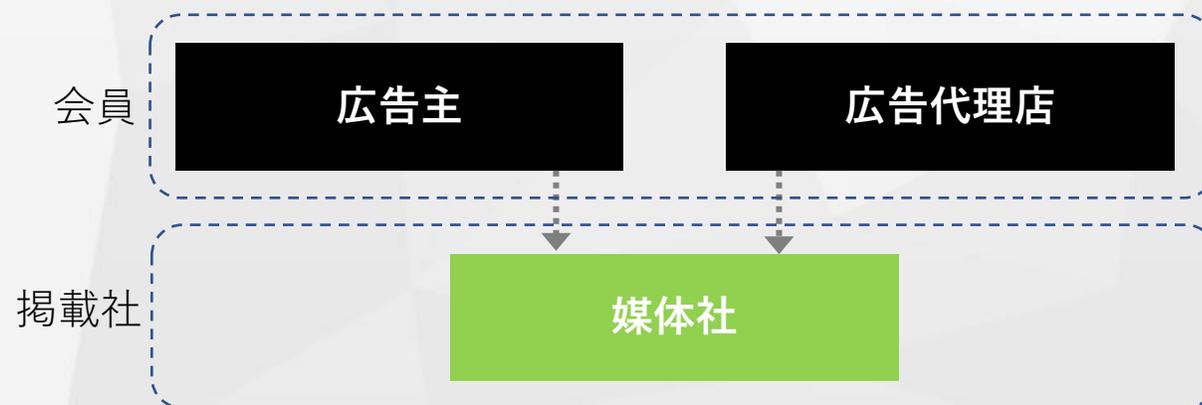
従来の広告業界



- ・ 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

見込み顧客獲得サービス利用率No.1

東京商工リサーチ「媒体資料のポータルサイトに関する調査」（2025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。

※2 2025年1月～2025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。

メディアレーダーAIによるサポート機能

AIとの対話を通じて広告プランニングや媒体・資料選定をサポートする新機能をリリース

こんにちは、何をお探しですか？

広告プランニング
適した広告プランを作成するために、いくつか情報をいただけますか？

資料を探す
適した資料を探すために、いくつか情報をいただけますか？

例：

商材：高価格帯のパーソナルジム（首都圏に3店舗展開）

ターゲット：30代～40代の健康意識の高い会社員。特に、運動経験はあるがジムが続かなかった層。

目的：体験予約数を前月比120%に増加させること。また、現状のCPA（顧客獲得単価）を10%改善したい。

その他：Web広告（リスティング・SNS）に加えて、ターゲットのモチベーション維持に効果的な施策（例：インフルエンサー活用、限定コンテンツ配信など）の提案と、関連資料を教えてください。予算は月間300万円で設定しています。

テンプレートを使用

商品・サービス名とターゲットを教えてください。効果的な広告プランを作成します！

AIによる回答は必ずしも正しいとは限りません。必要に応じて他の情報もあわせてご確認ください。利用規約はこちら

<メディアレーダーAI イメージ図>

<広告プランニング>

商材、ターゲット、目的などを入力すると、AIが広告プランの方向性や想定施策をまとめます。プラン検討の初期段階で必要な思考整理を短時間で出来るようになります。

<資料を探す>

探したい広告・マーケティング施策のキーワードを入れるだけで、メディアレーダーに掲載されている資料の中から、最適な資料を提案します。探している条件に合致する資料を、より短時間で見つけやすくなります。

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2025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)

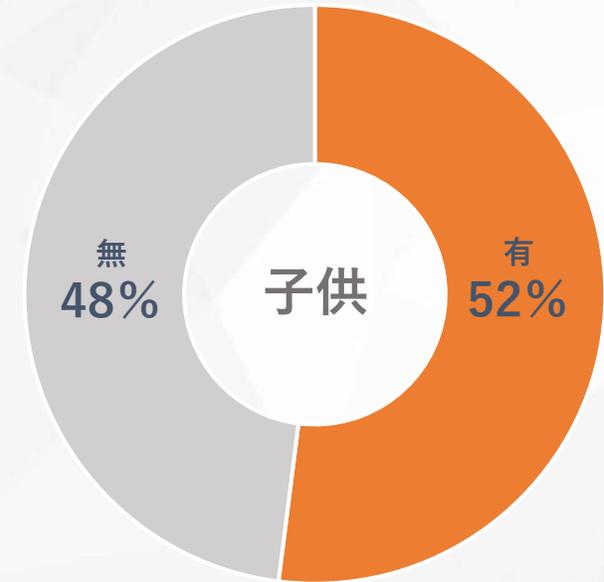
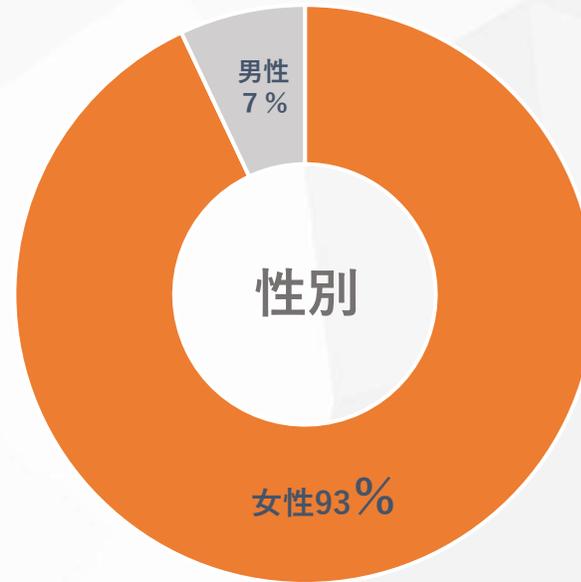
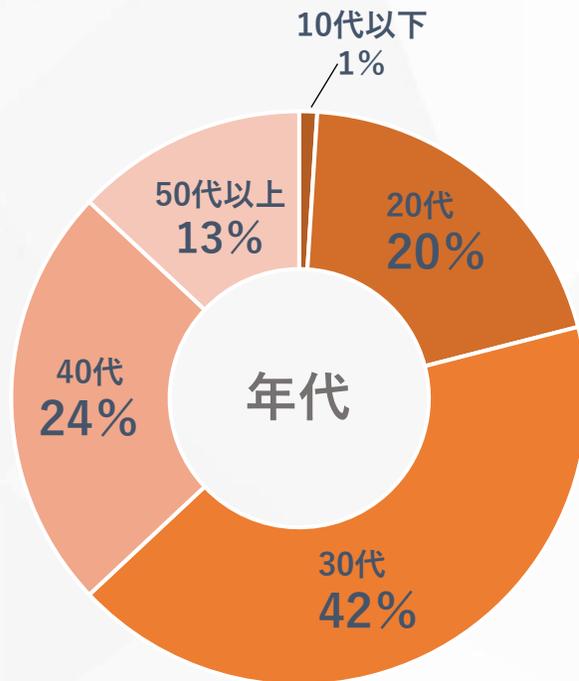
を中心に会員化

- (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～

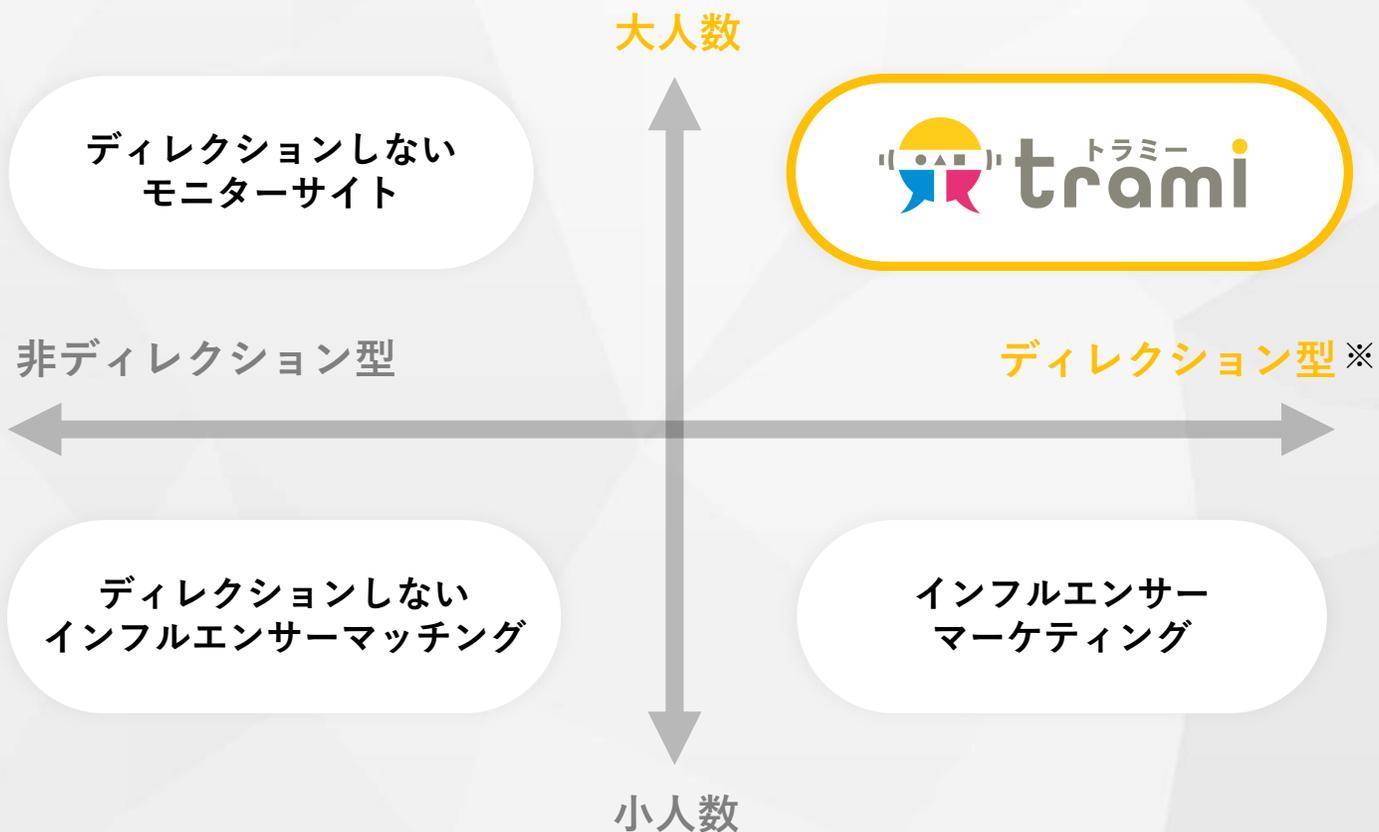
一般の情報発信者～マイクロインフルエンサーが中心のため、特定のインフルエンサーに依存するのではなく、広告主が安価に大量にクチコミを依頼でき、サイトやパンフなどで自由に二次利用できる

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。

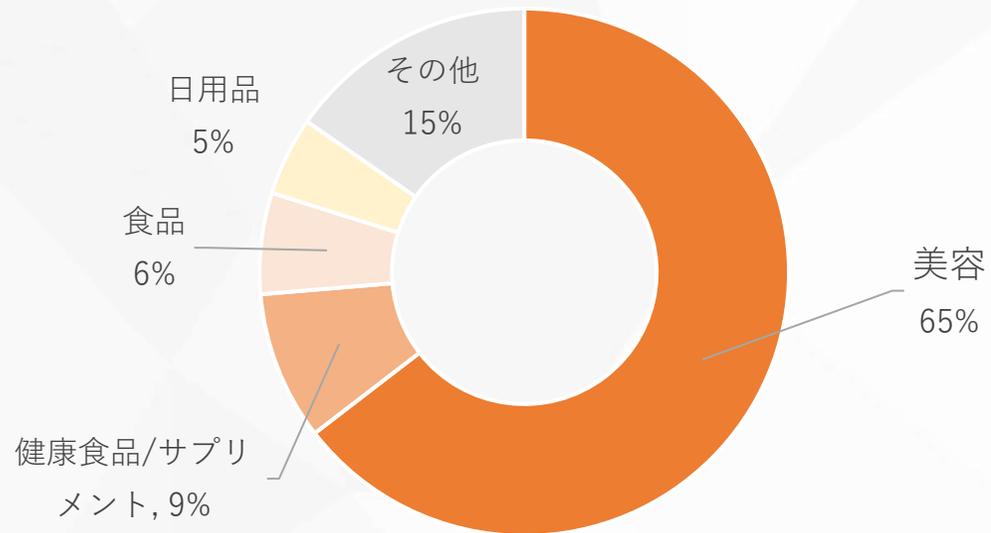
投稿審査による安全なプロモーション。

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



A decorative background on the left side of the page, consisting of a low-poly, faceted geometric pattern in various shades of blue, ranging from light sky blue to a deeper cerulean. The pattern is composed of numerous triangles and quadrilaterals, creating a crystalline or ice-like texture. The right side of the page is a plain, light blue gradient.

 **ファクログ**

ファクトログのビジネスモデル

ファクタリング利用検討者（法人企業や個人事業主）とファクタリング会社（広告主）の
マッチングプラットフォーム

主に「営業活動による広告主の開拓」と「広告およびSEO対策による集客」で成長

利用検討者
法人企業/個人事業主



サイトへアクセス

1



2

問い合わせ

3



成果報酬支払い

2

一括査定

3

成果報酬支払い

広告主
ファクタリング会社



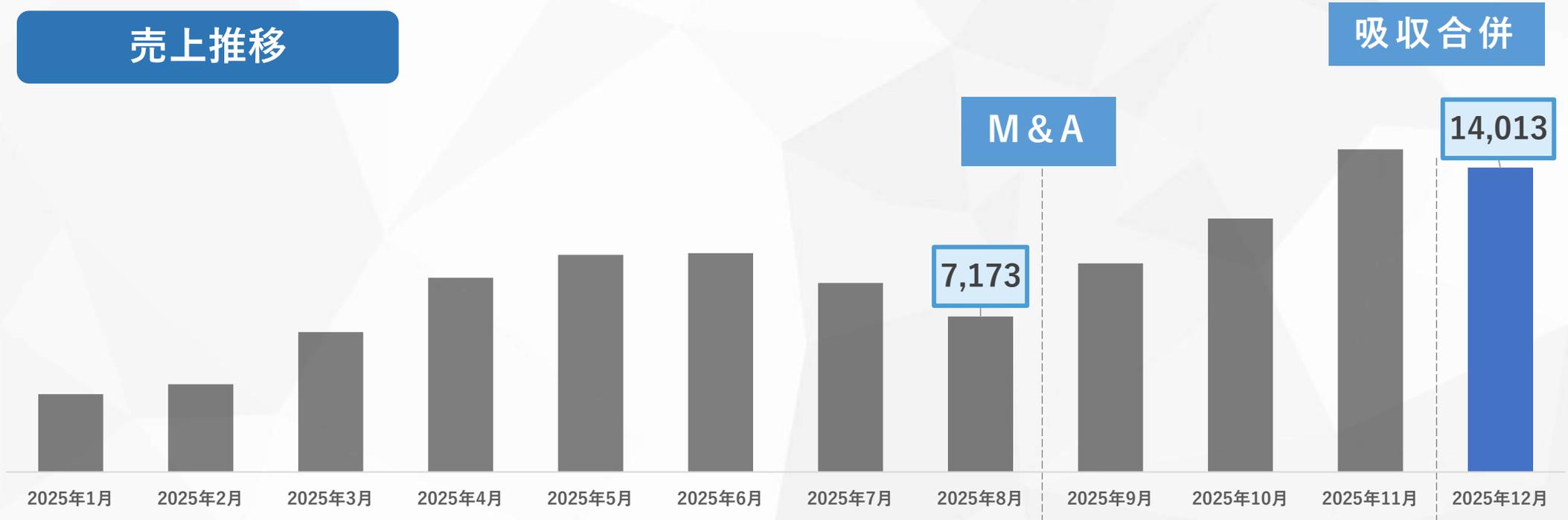
ファクタリング会社を比較検討

ファクトログの実績

「営業活動による広告主の開拓」と「広告およびSEO対策による集客」の成果

M&A前の2025年8月と吸収合併後の2025年12月の売上は約2倍

2025年は12月1か月分の売上影響となったが、2026年は通期売上による大幅成長を見込む



※ 吸収合併が9月に行われたと仮定した場合の当期の業績に寄与する概算売上高（9月～12月）は53百万円

事業環境

Business Environment

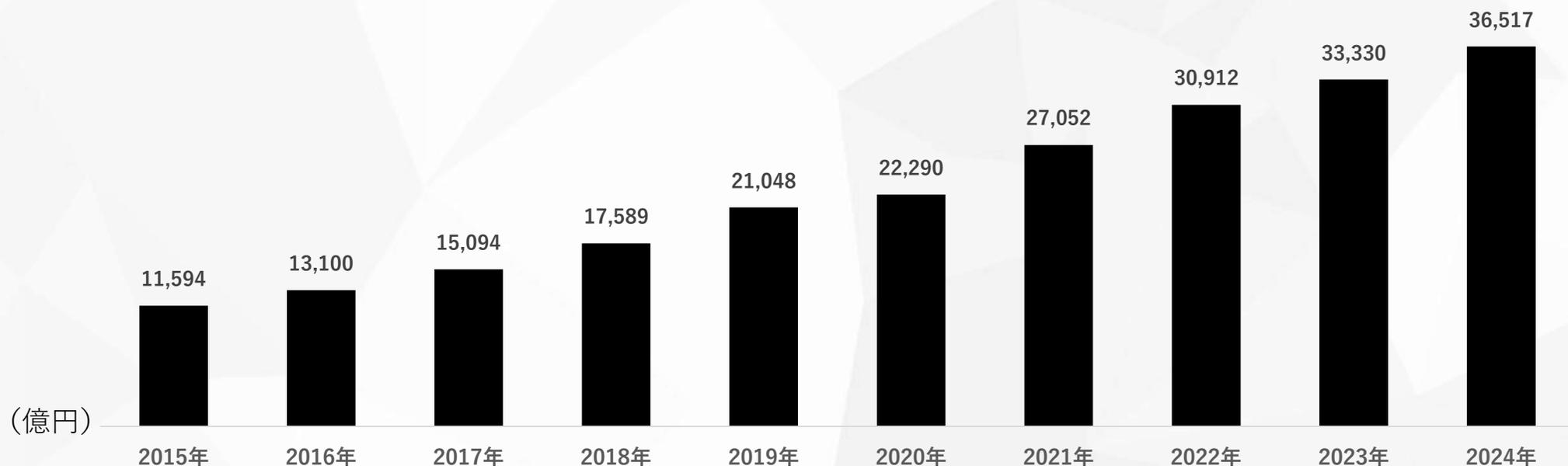


当社の事業環境



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、2024年は **3兆6,517億円**

株式会社電通「2024年 日本の広告費」より

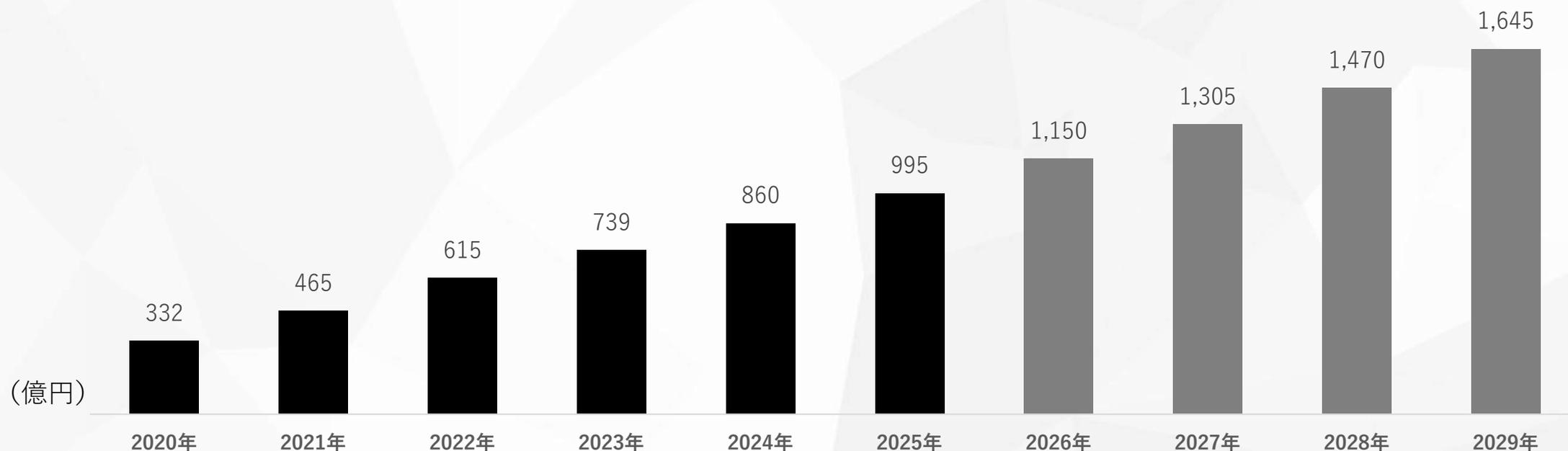


※インターネット広告費は媒体費、物販系ECプラットフォーム広告費、制作費の3つあり、メディアレーダーやトラミーは媒体費に属します。

当社の事業環境

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



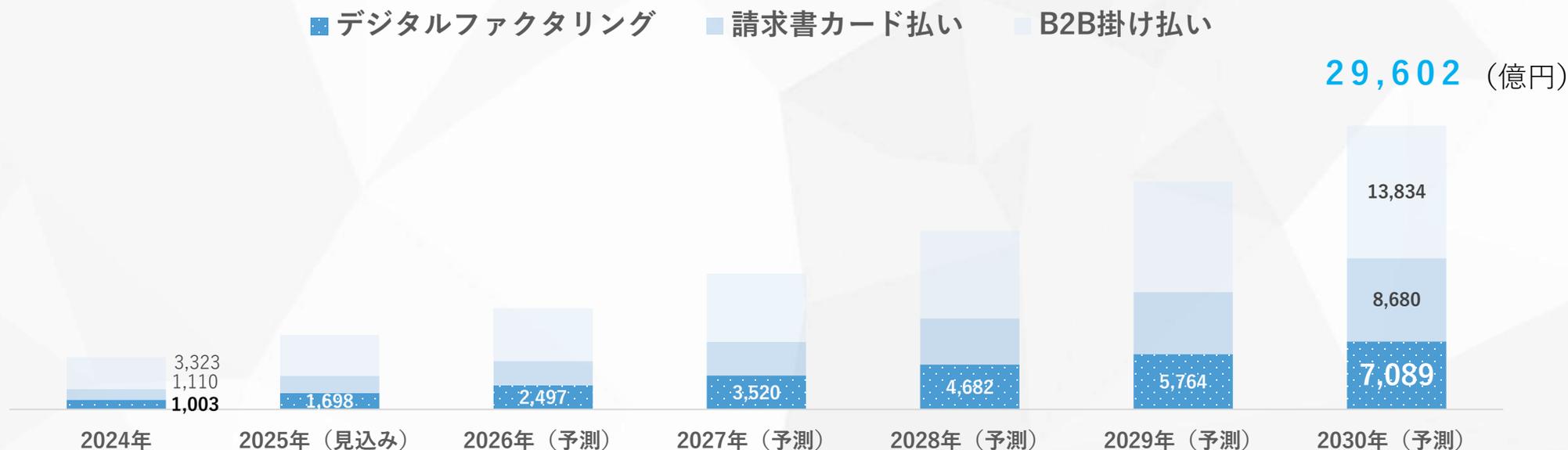
※グラフは発表された年より前の数字を黒、発表された年以降はグレーで表示。

※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。

当社の事業環境

ファクログが属する
補完金融・資金調達支援ソリューション市場は2030年には**29,602億円**の市場へ
デジタルファクタリングのみは**7,089億円**の市場へと成長予測

2026年1月 株式会社矢野経済研究所調べ「補完金融・資金調達支援ソリューション市場に関する調査」より



※ 2025年度は見込値、2026年度以降は予測値。

※ デジタルファクタリング市場は請求書および将来債権の買取金額ベース、請求書カード払い市場およびB2B掛け払い市場はサービス提供事業者取扱高ベースで、市場規模を算出。

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

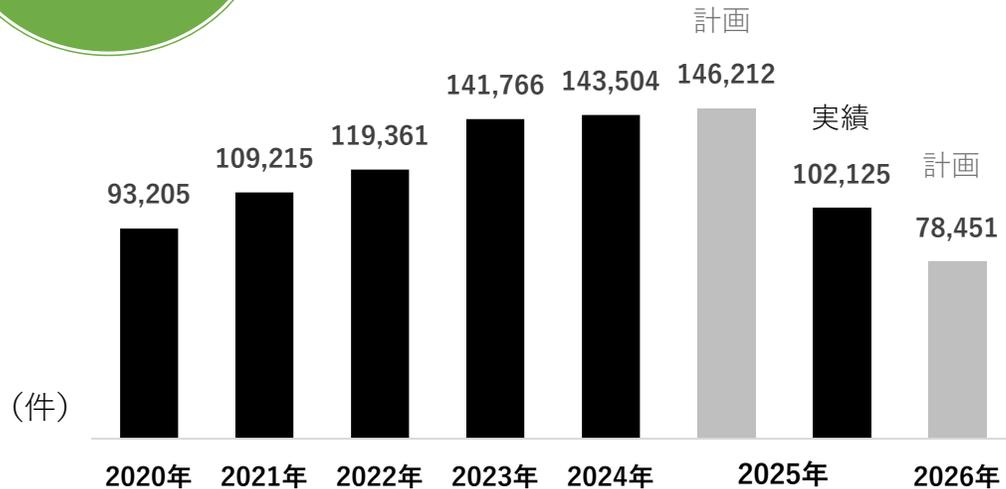


既存事業とのシナジー、ノウハウを活かせるM&Aを推進し、収益源を拡大

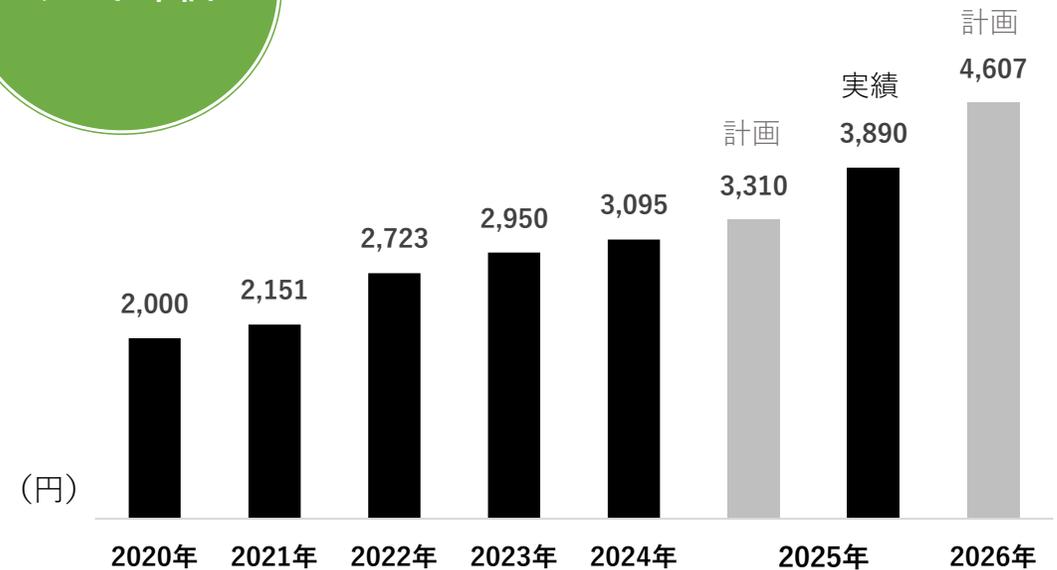
メディアレーダーの成長戦略

AIによる顧客行動やニーズが変化したことから、サービス内の資料ダウンロードの内容がリード数を多く取得できる一括ダウンロードから高単価の個別資料ダウンロードへとシフト。2025年にリリースしたAI対話型機能などAI活用ニーズに対応した新機能を継続して開発実装していくことで、メディアレーダーの成長軌道を回復・拡大していく計画。

課金
ダウンロード数

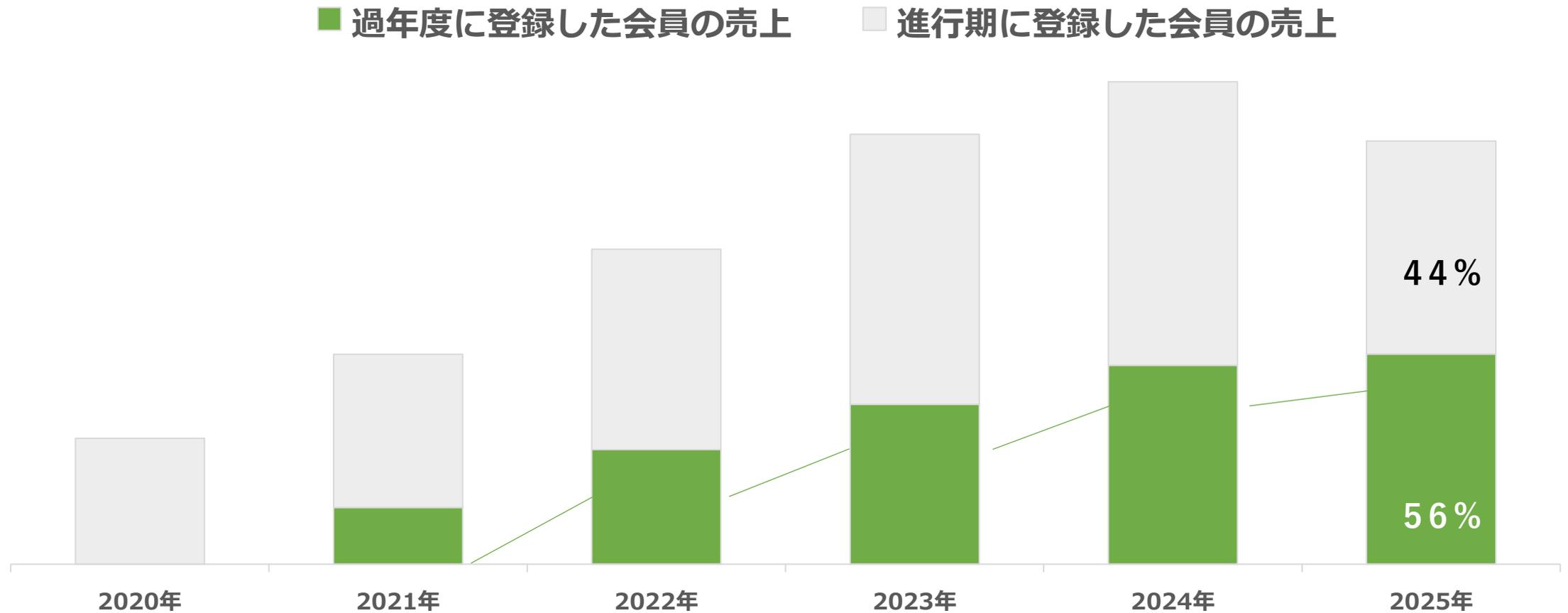


リード単価



メディアレーダーの成長戦略

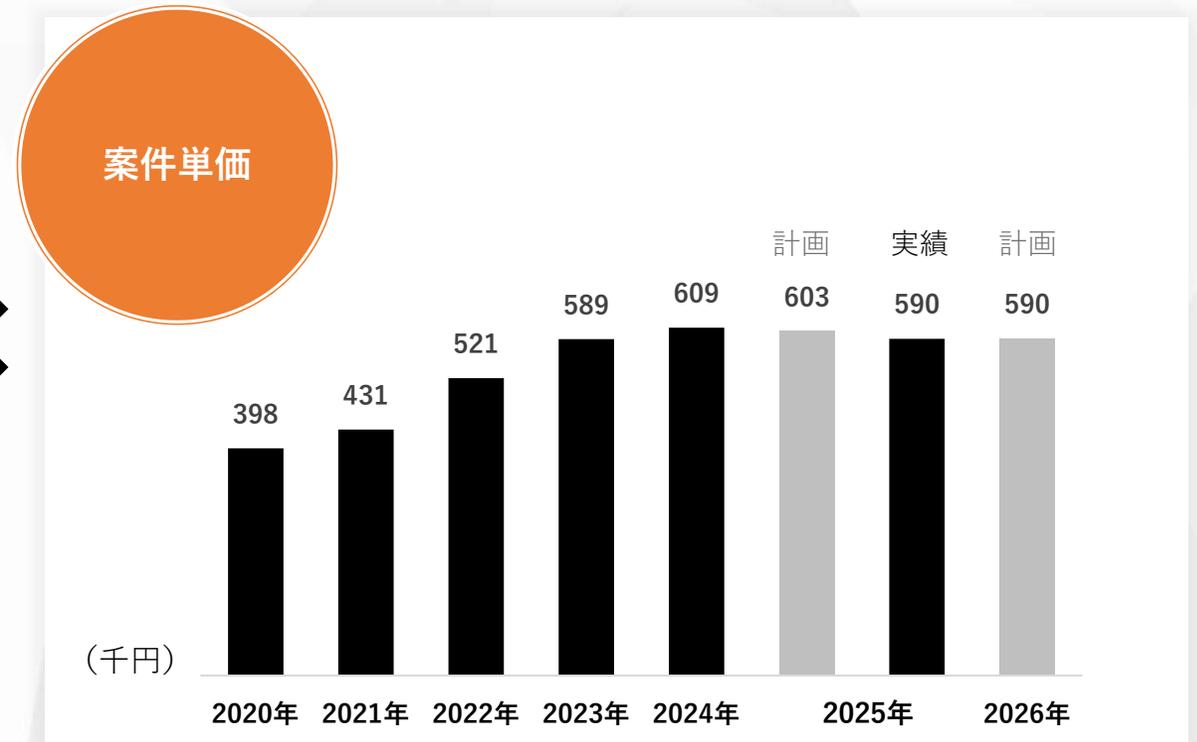
広告宣伝活動を中長期的に強化してきた影響で、過年度に獲得した会員による売上が過去最高を更新。



トラミーの成長戦略

ステルスマーケティング規制により大手広告主の出稿が抑制され、前期・当期は案件数・案件単価が計画を下回る結果となるが、4Q以降は出稿再開が見られ、影響は一定程度緩和。

規制後に出稿を控えていた大手への再アプローチを進めつつ、来期計画は市場環境を踏まえ慎重に設定。



成長戦略

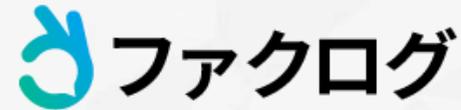
既存事業とのシナジー、ノウハウを活かせる

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



2025年 M&A

プラットフォーム事業の運営ノウハウを
活かして金融サービス領域に参入

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

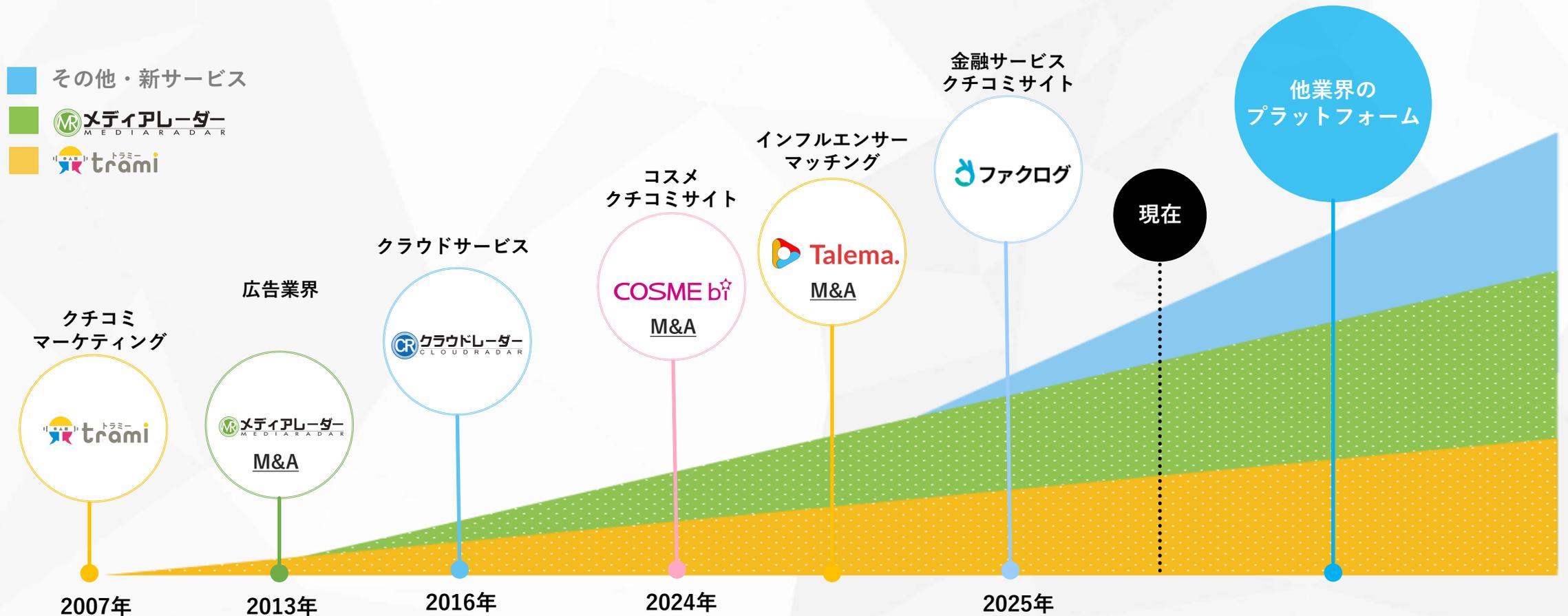


Talema.



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2027年2月予定）を目処として実施する予定です。

