



株式会社アイズ

証券コード：5242

2025年12月期 第3四半期決算説明資料

2025年11月14日

© EYEZ, INC. All Rights Reserved.

目 次

Content

1. 2025年12月期 第3四半期決算概要
2. 業績推移
3. 事業概要・成長戦略
4. APPENDIX

2025年12月期第3四半期決算概要

ハイライト (FY2025 3Q累計)

ステルスマーケティング規制による広告主の出稿控えの影響で売上高が前年同期比で減収。そのため、メディアレーダーの広告宣伝費を昨年と比較して抑制しており、広告費を投下した昨年と比較すると減収。9月にM&Aしたrimad株式会社の業績は今回は含んでおらず、通期決算ではrimad株式会社の9月分から12月分の業績が寄与する予定。

売上高

717
百万円

営業利益

▲39
百万円

経常利益

▲43
百万円

メディアレーダー 売上高

383
百万円

トラミー 売上高

268
百万円

FY2025 3Q累計 増減額・進捗率

売上高はメディアレーダー、トラミー共に減収。100%完全子会社rimad株式会社の業績は未包含。通期決算より業績寄与を見込む。

(金額単位：百万円)

	2024年12月期 3Q累計	2025年12月期 3Q累計	増減額	2025年12月期 通期予想	進捗率
売上高	788	717	▲71	1,049	68.3%
メディアレーダー	411	383	▲27	-	-
トラミー	314	268	▲46	-	-
売上総利益	719	650	▲69	964	67.4%
営業利益	18	▲39	▲58	38	-
経常利益	23	▲43	▲66	39	-
当期純利益	15	▲41	▲56	27	-

rimad株式会社 M&A完了 (FY2025 3Q)

金融業界のマッチングプラットフォームを運営するrimad株式会社をM&A。
既存事業の成長に加え、M&Aで今後の中長期的な成長や企業価値向上につなげる。

rimad株式会社について

国内最大級[※]のファクタリング会社の口コミ・比較サイト「ファクログ」を運営

ファクログについて



※2025年4月時点のトラフィック数 (ahrefs) より

rimad株式会社 吸収合併を発表 (FY2025 3Q)

経営資源の集中と経営の効率化を図るため、2025年12月1日付効力発生で、当社を存続会社とする吸収合併を予定。

rimad株式会社の業績は、2025年12月通期決算より合算を開始。

rimad株式会社 売上推移

売上の100%はファクログからの収益によって構成



※上記の売上は、未監査の参考値で合併後の実績値とは異なります。

メディアレーダー、複数項目でNo.1を獲得 (FY2025 3Q)

媒体資料のポータルサイトに関するアンケート調査において、複数項目でNo.1を獲得



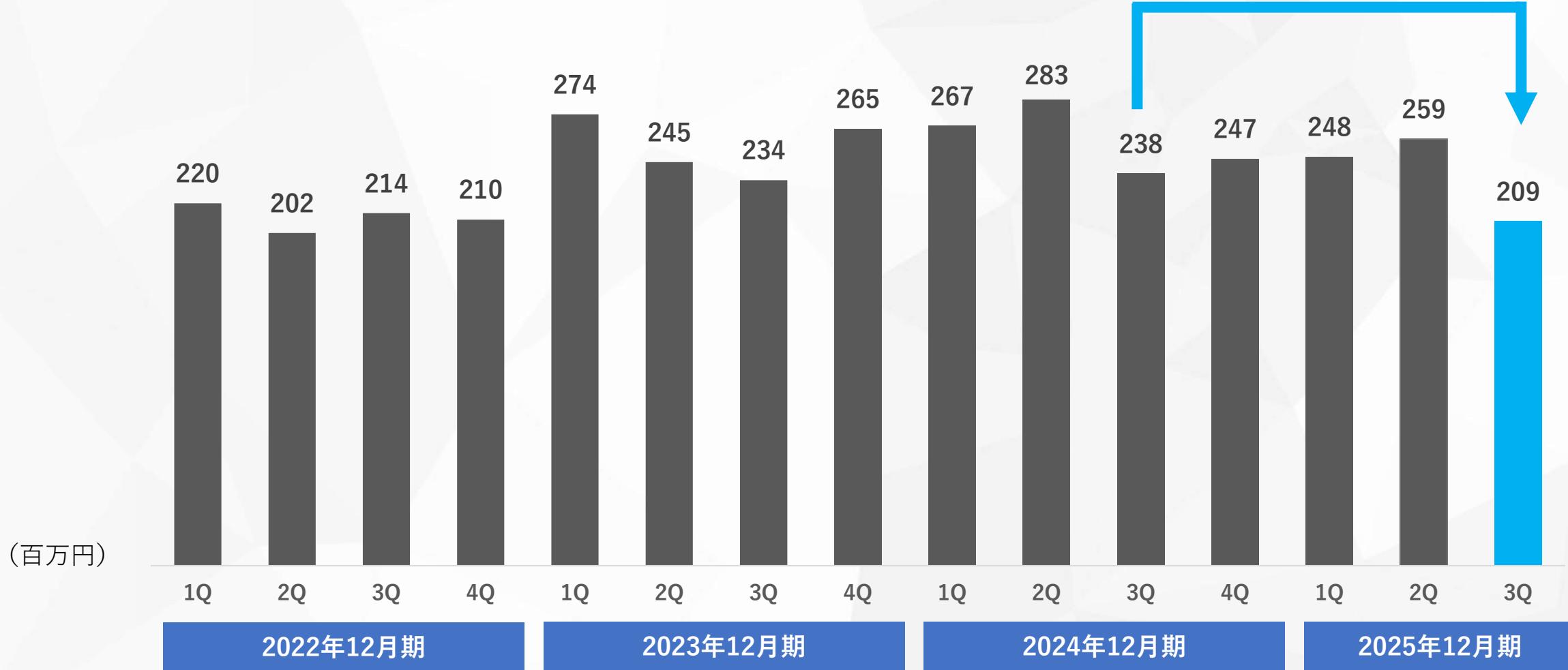
No.1



業績推移

売上推移 (FY2025 3Q)

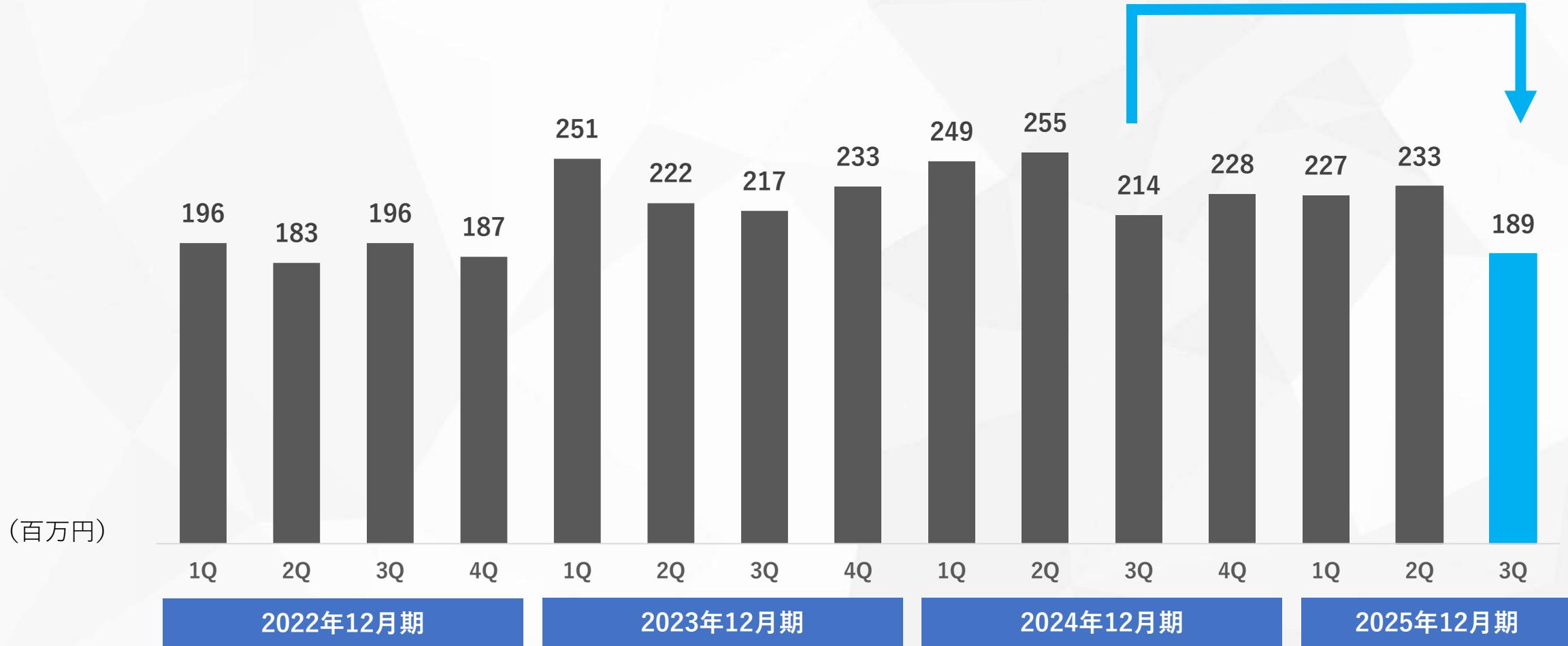
前年同期比12.1%減



売上総利益推移 (FY2025 3Q)

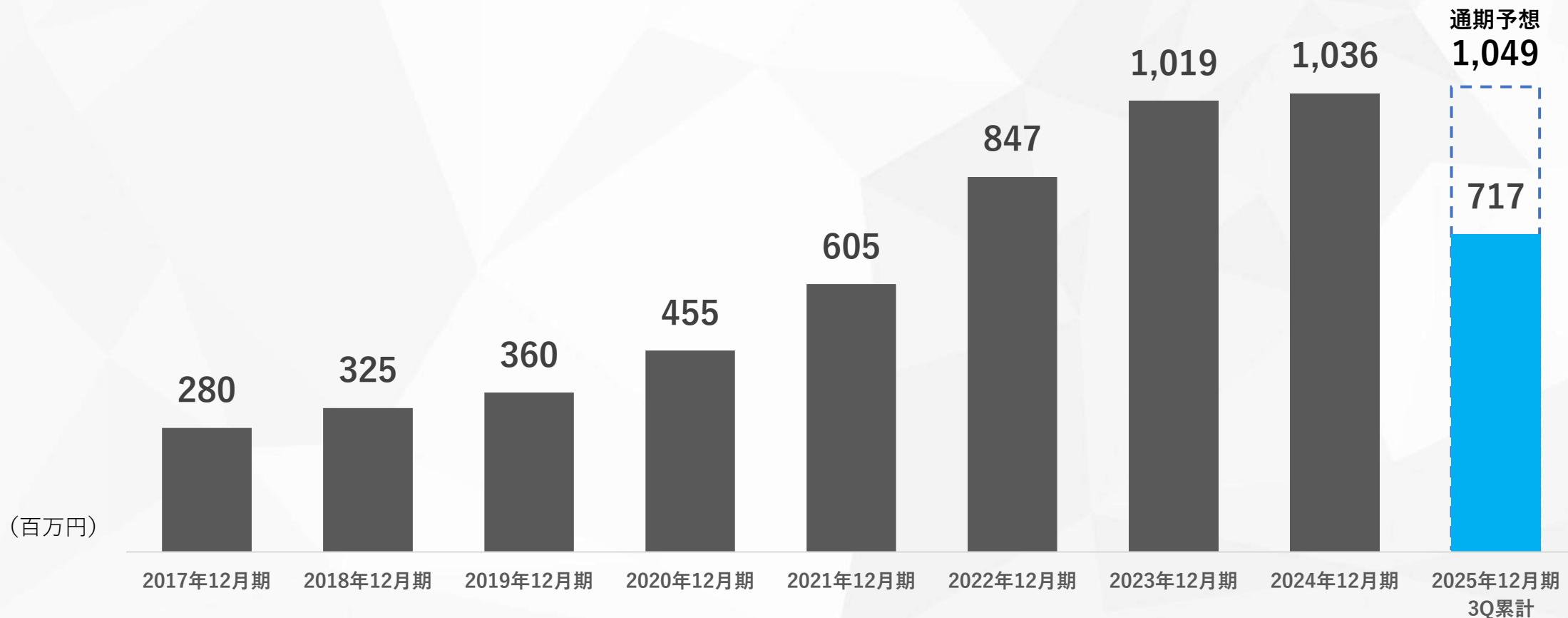
前年同期比11.7%減

▲11.7%



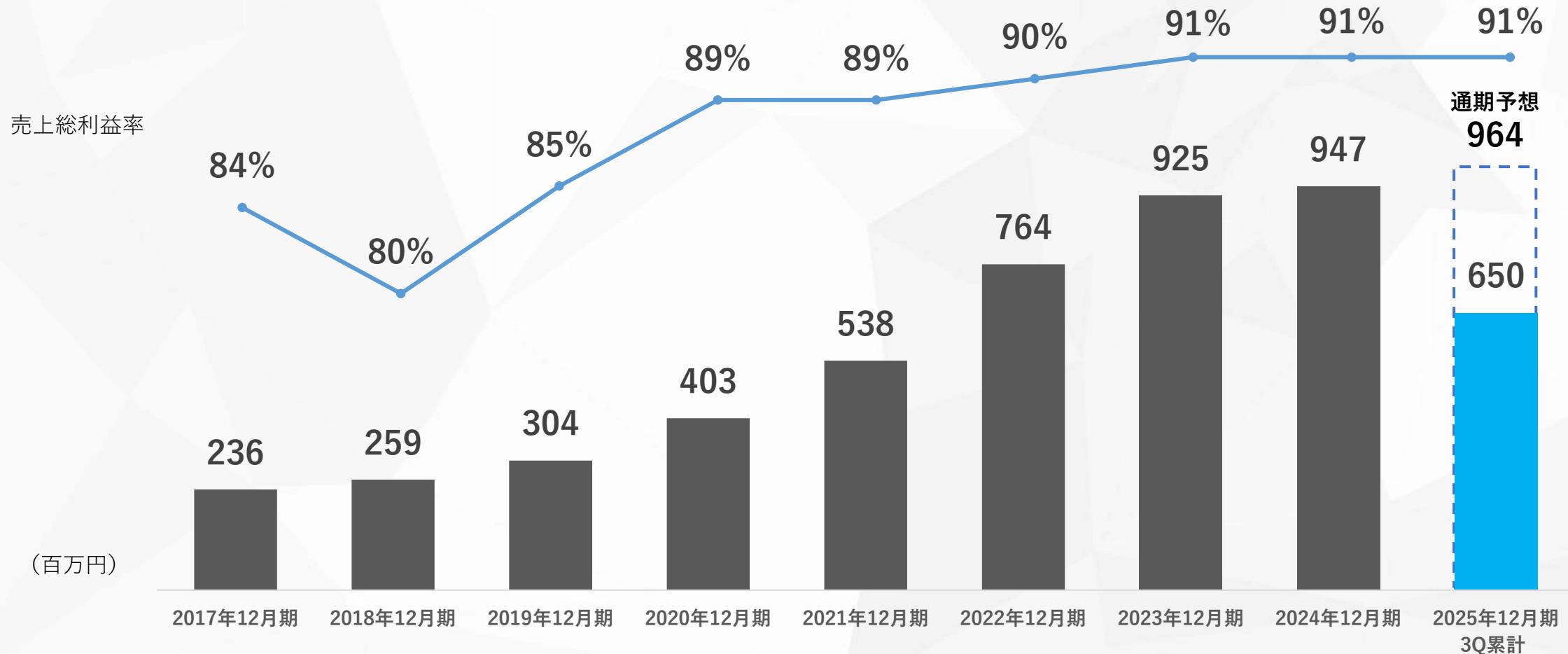
売上推移 (FY2025 3Q累計)

2025年12月期3Q累計の進捗率は68.3%



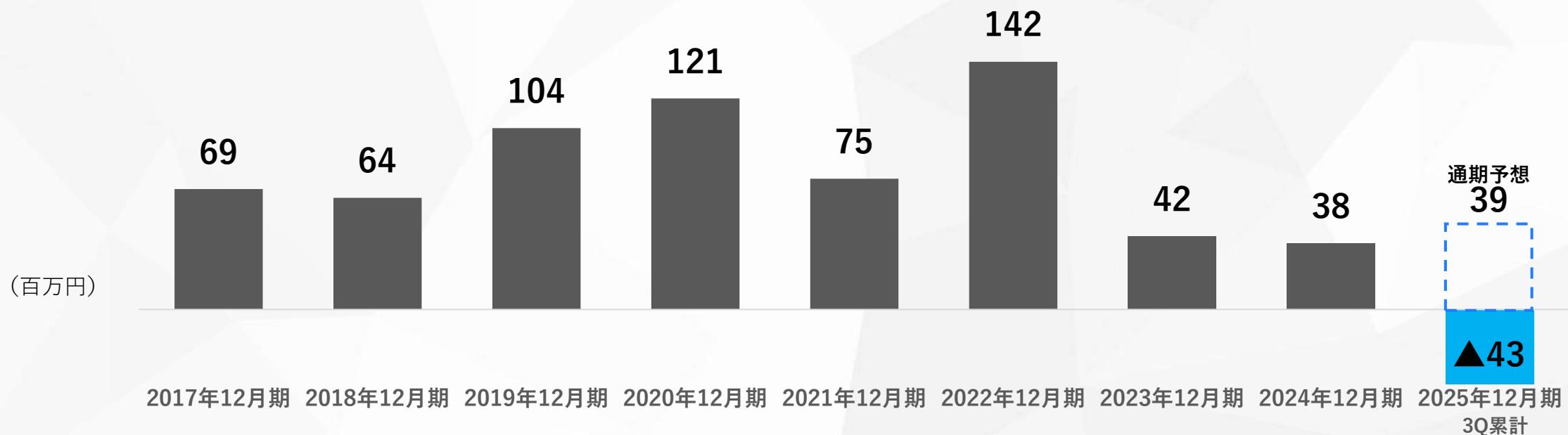
売上総利益推移 (FY2025 3Q累計)

2025年12月期3Q累計の進捗率は67.4%



経常利益推移 (FY2025 3Q累計)

2025年12月期3Q累計の経常利益は、▲43百万円



貸借対照表

自己資本比率58%と健全な財務状態

固定資産の増加は関係会社株式とTalema.のソフトウェア計上そのため

(金額単位：百万円)

	2024年12月期	2025年12月期 3Q	増減率
流動資産	822	703	▲14%
(現預金)	620	512	▲17%
固定資産	129	378	193%
総資産	951	1,082	14%
流動負債	271	268	▲1%
固定負債	15	186	1,067%
純資産	664	627	▲6%
自己資本比率	70%	58%	12Pt

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	67名 (2025年9月30日現在)																		
役員	<table><tr><td>代表取締役社長</td><td>福島範幸</td><td>取締役副社長</td><td>三谷翔一</td></tr><tr><td>社外取締役</td><td>中村慶郎</td><td></td><td></td></tr><tr><td>常勤監査役</td><td>八代博隆</td><td>監査役</td><td>浅見靖則</td></tr><tr><td>監査役</td><td>姫野省吾</td><td></td><td></td></tr></table>			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		
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																		

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	 trami	<u>自社開発</u>	クチコミマーケティングのプラットフォーム
2013年	8月	 メディアレーダー MEDIARADAR	<u>M&A</u>	広告業界のプラットフォーム
2021年	5月	 mamaPRESS	<u>M&A</u>	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	 COSME bi	<u>M&A</u>	コスメの検索や比較ができるクチコミサイト
2025年	2月	 Talema.	<u>M&A</u>	インフルエンサーマッチングプラットフォーム
	9月	 ファクログ	<u>M&A</u>	ファクタリング会社の口コミ・比較サイト



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

会員



広告主／広告代理店

資料ダウンロード
セミナー申込み

資料獲得・動画視聴
セミナー参加



2

4

1

3

5

資料掲載・動画掲載
セミナー掲載

リード情報
(会員情報)獲得

成果報酬支払い

営業のために
見込み客（リード）を獲得したい

掲載社



媒体社/マーケティング会社

- 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

【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 据載課金 月額課金 広告代理店 飲食品・食品 化粧品



トランミー(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



【トランミー】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年トランミー最新資料☆

★トランミー概要

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

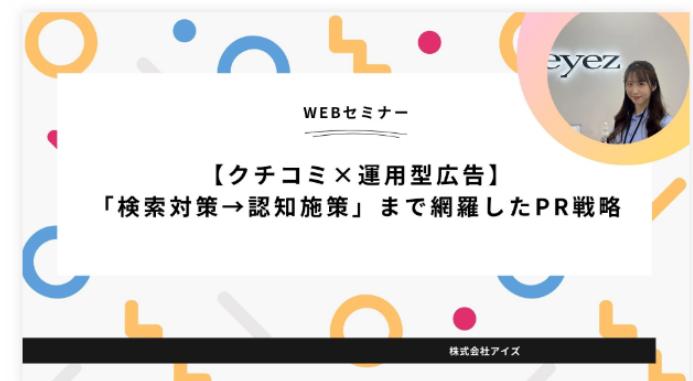
セミナー申込みでリード獲得

【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



【クチコミ×運用型広告】 「検索対策→認知施策」まで網羅したPR戦略

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「認知を進めたい」・「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十数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

無料プラン				通常プラン			
掲載機能	資料	動画	セミナー	掲載機能	資料	動画	セミナー
予算管理	—	—	有料オプション	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	0円	0円	オンライン 5,000円 or 10,000円 オフライン	リード単価	個別リード 4,000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 10,000円 オフライン
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 想定期期 	<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 	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 想定期期 	<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
個別開示	有料オプション 12,000円	有料オプション 12,000円	×				

※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

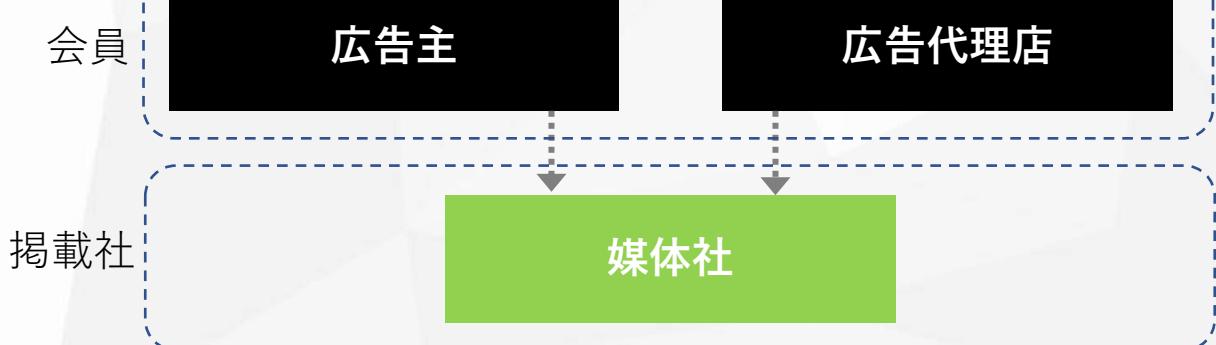
従来の広告業界



- ・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（特許取得済み）

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





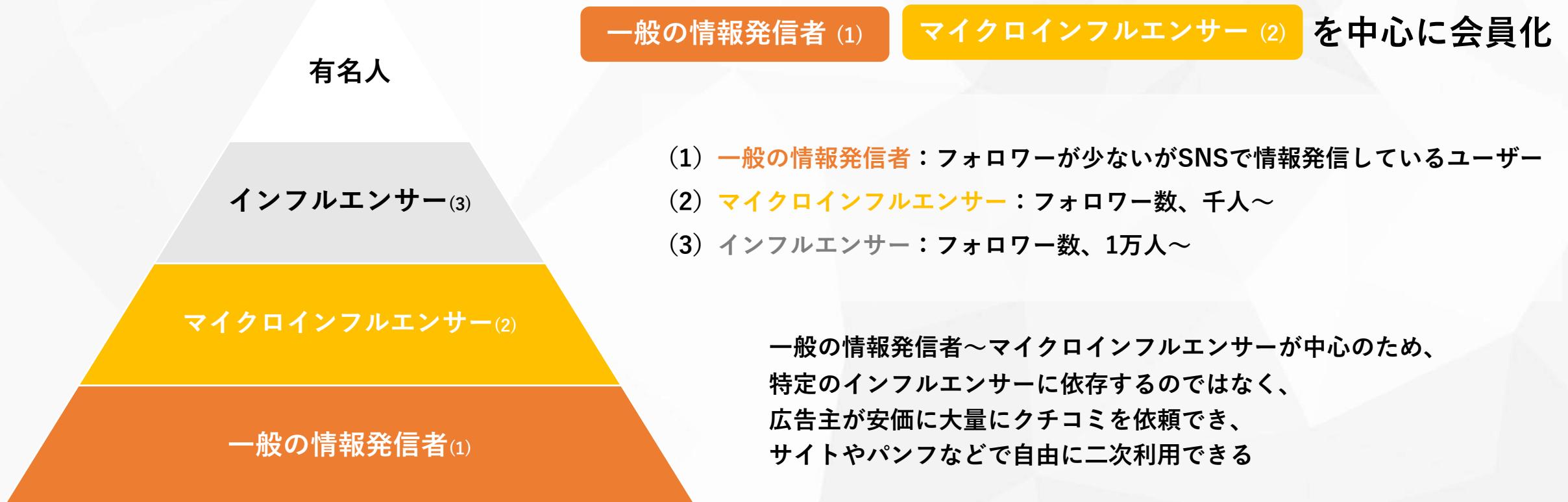
トラミーのビジネスモデル

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、レポーティ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。

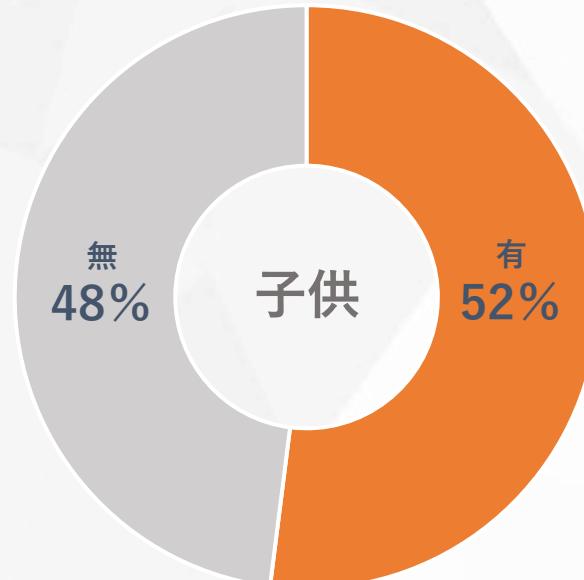
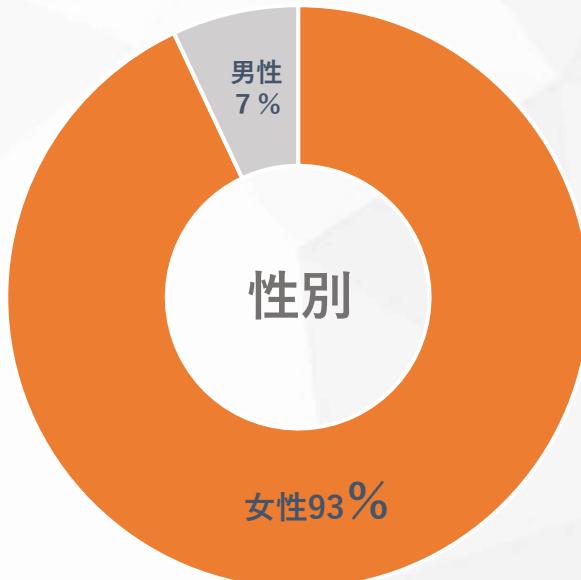
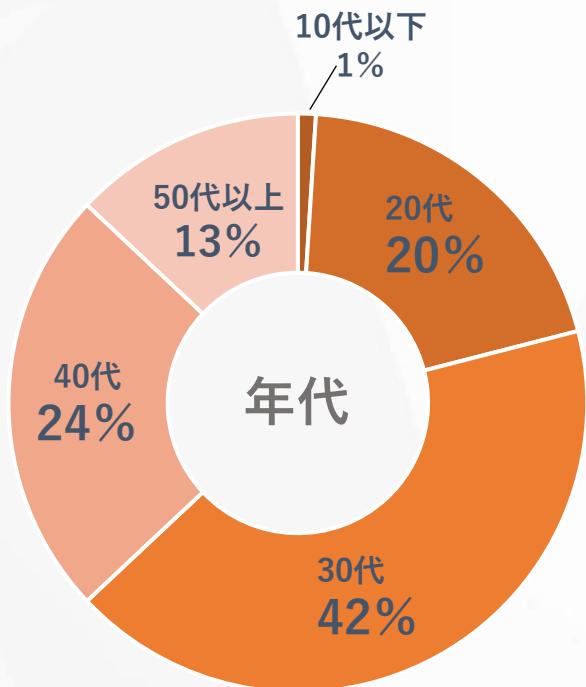
トラミーの会員属性



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)



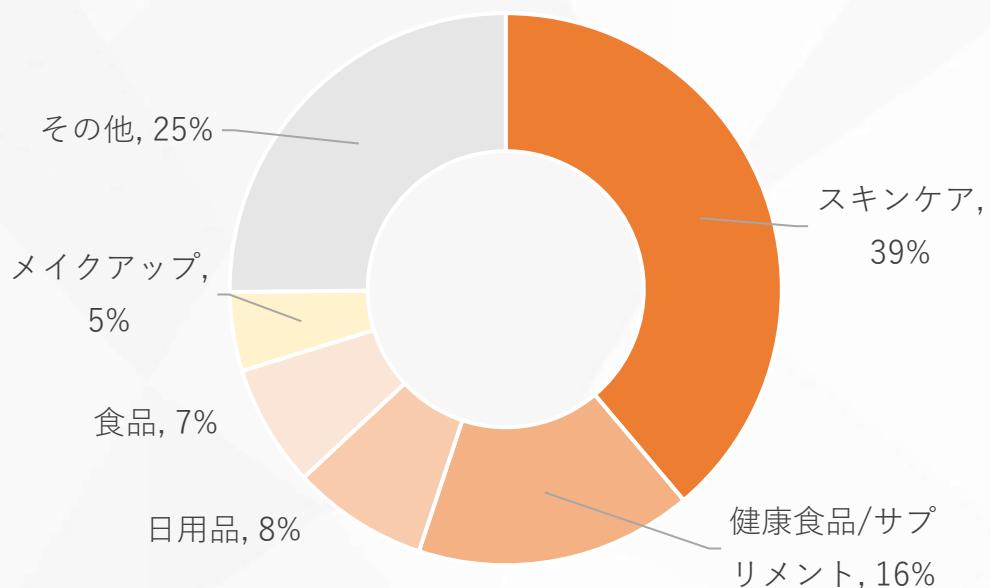
大人数×ディレクション型のユニークなポジション



※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

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
目サンギ



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

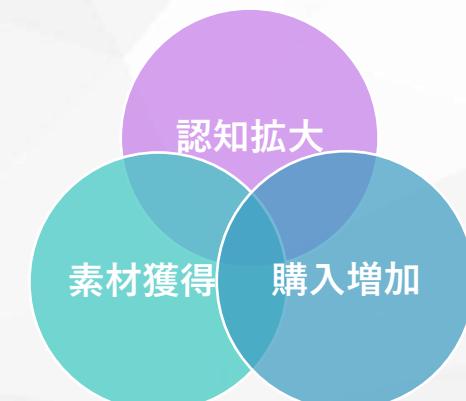
- ・販売場所の認知向上
- ・広告配信の為の素材回収
- ・クチコミサイト対策
- ・店舗の購入実数増加

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



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



2

新規事業や新サービスの開始



3

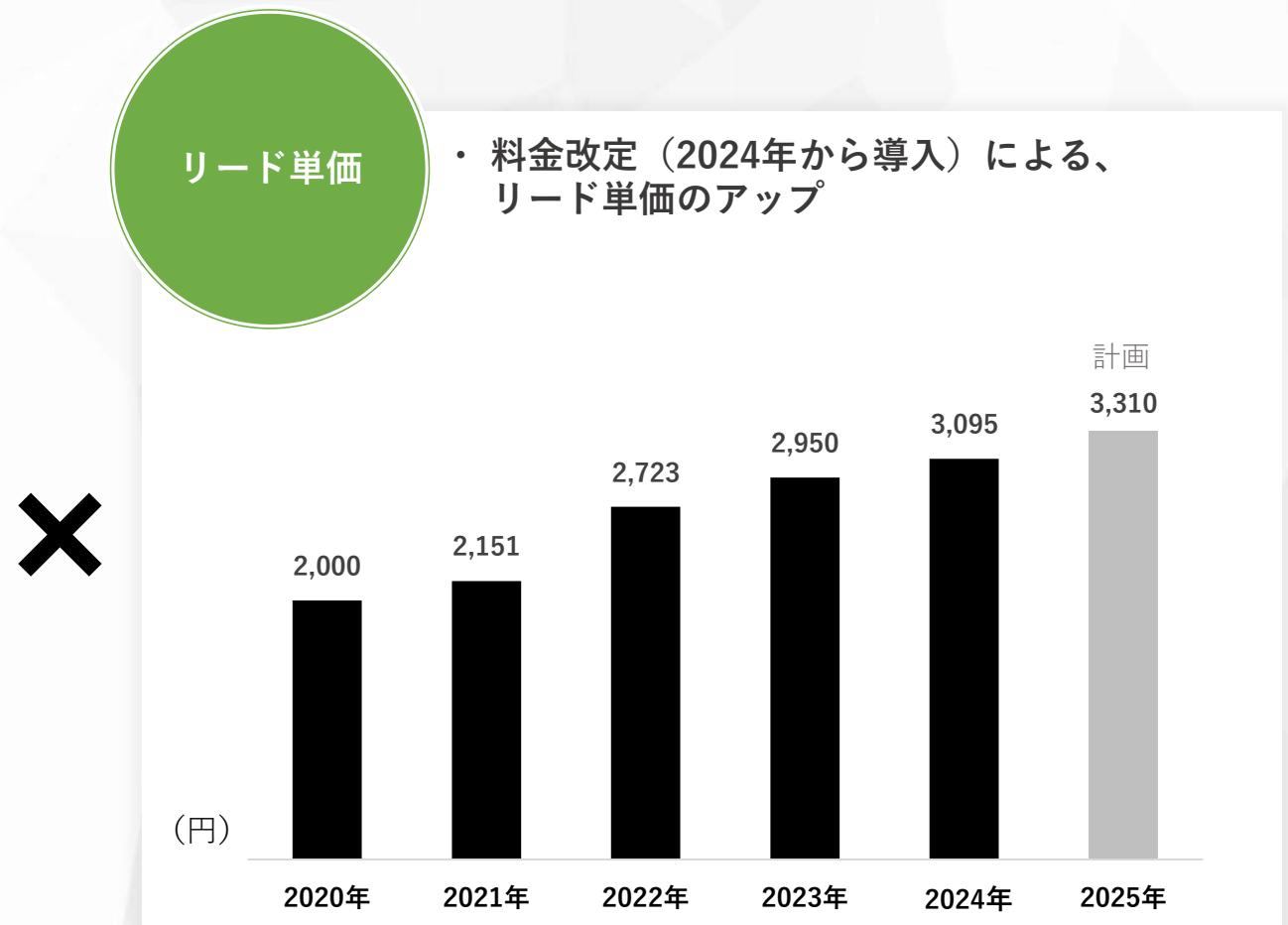
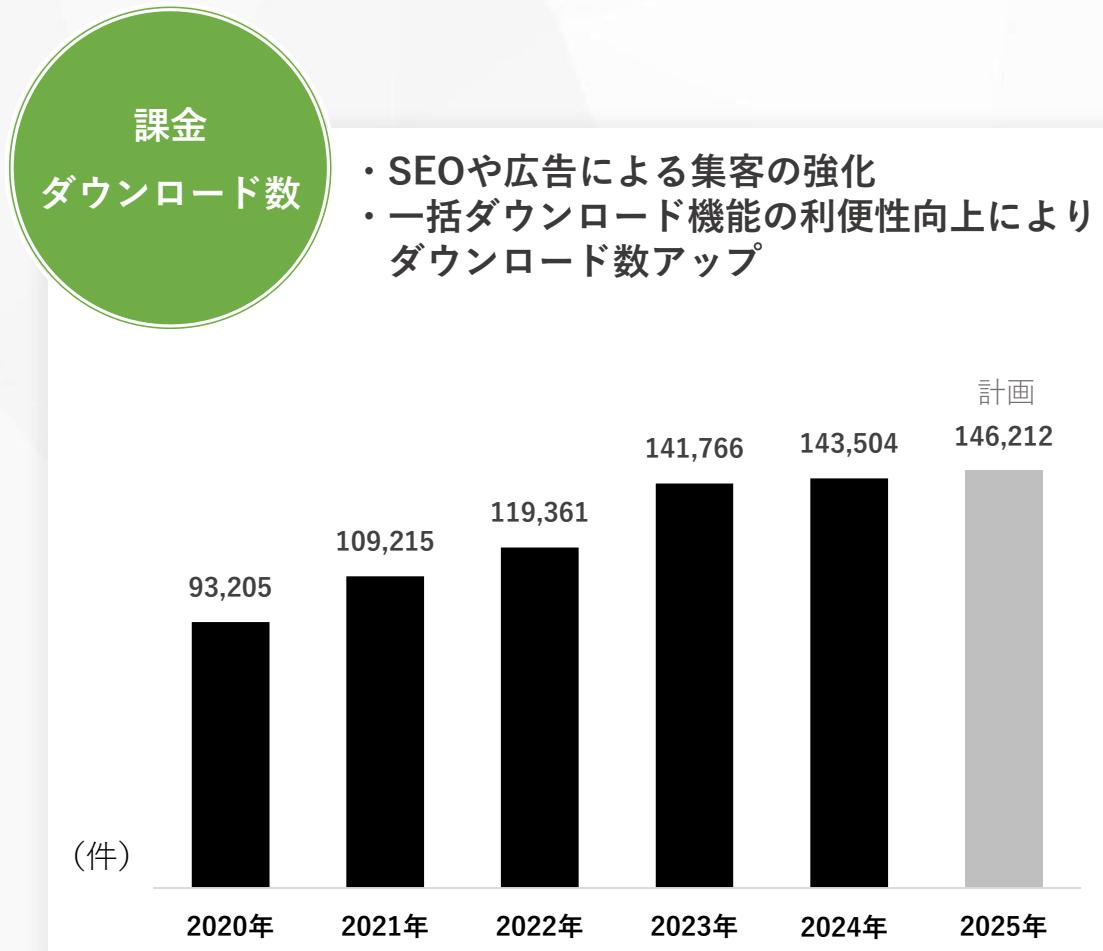
M&Aの推進



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



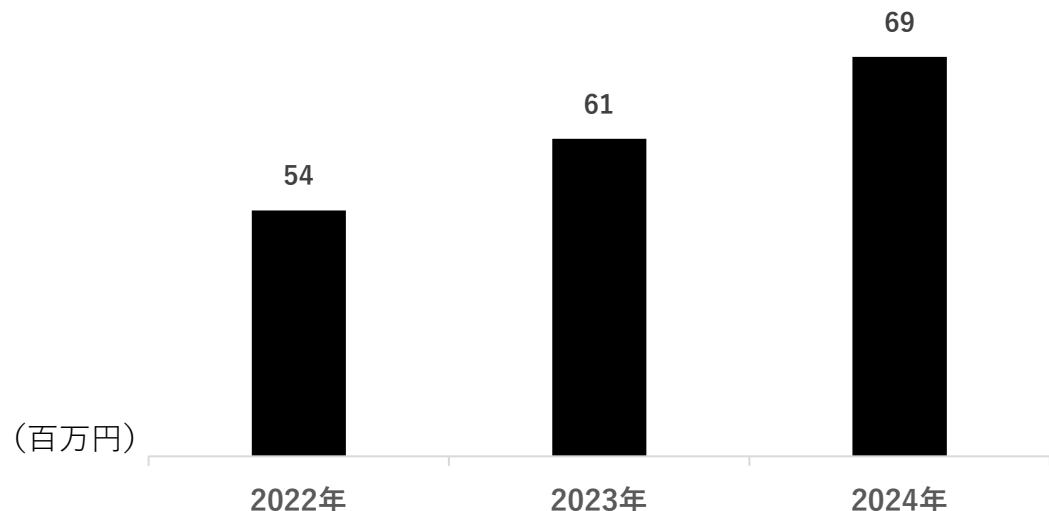
成長戦略

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」により集客を推進



イベントは毎年
年4回のペースで開催中

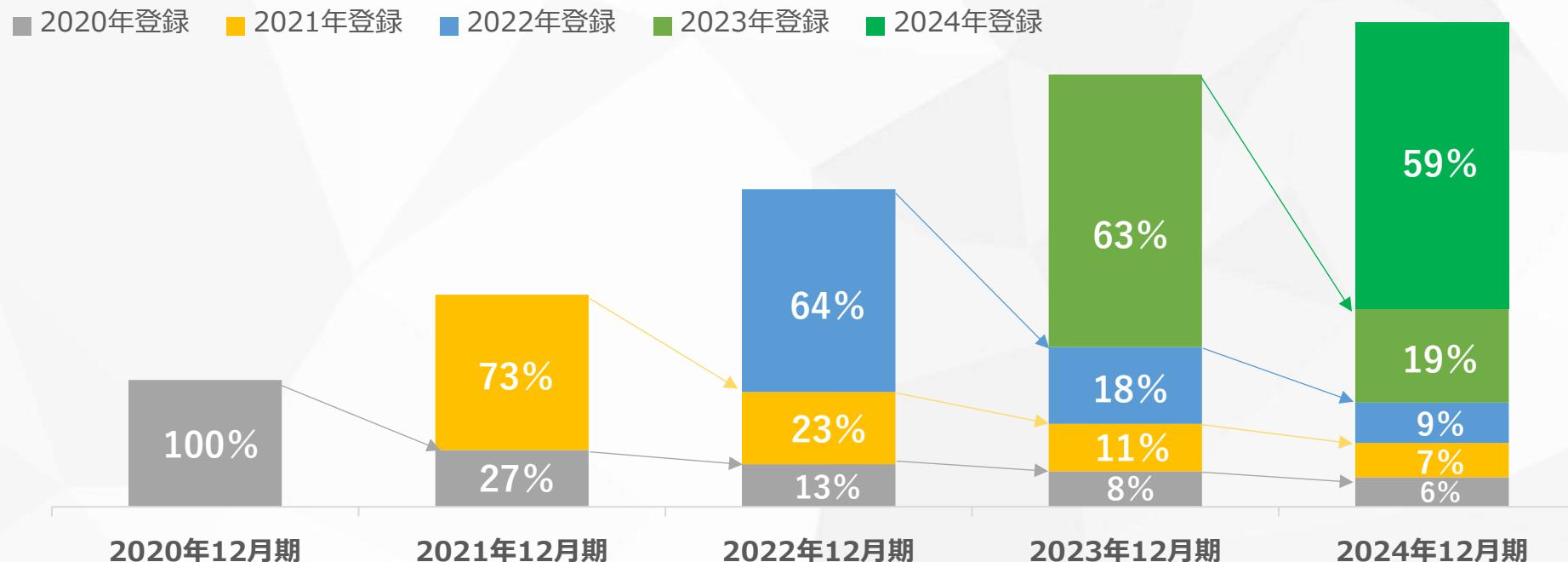


2024年実績

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。

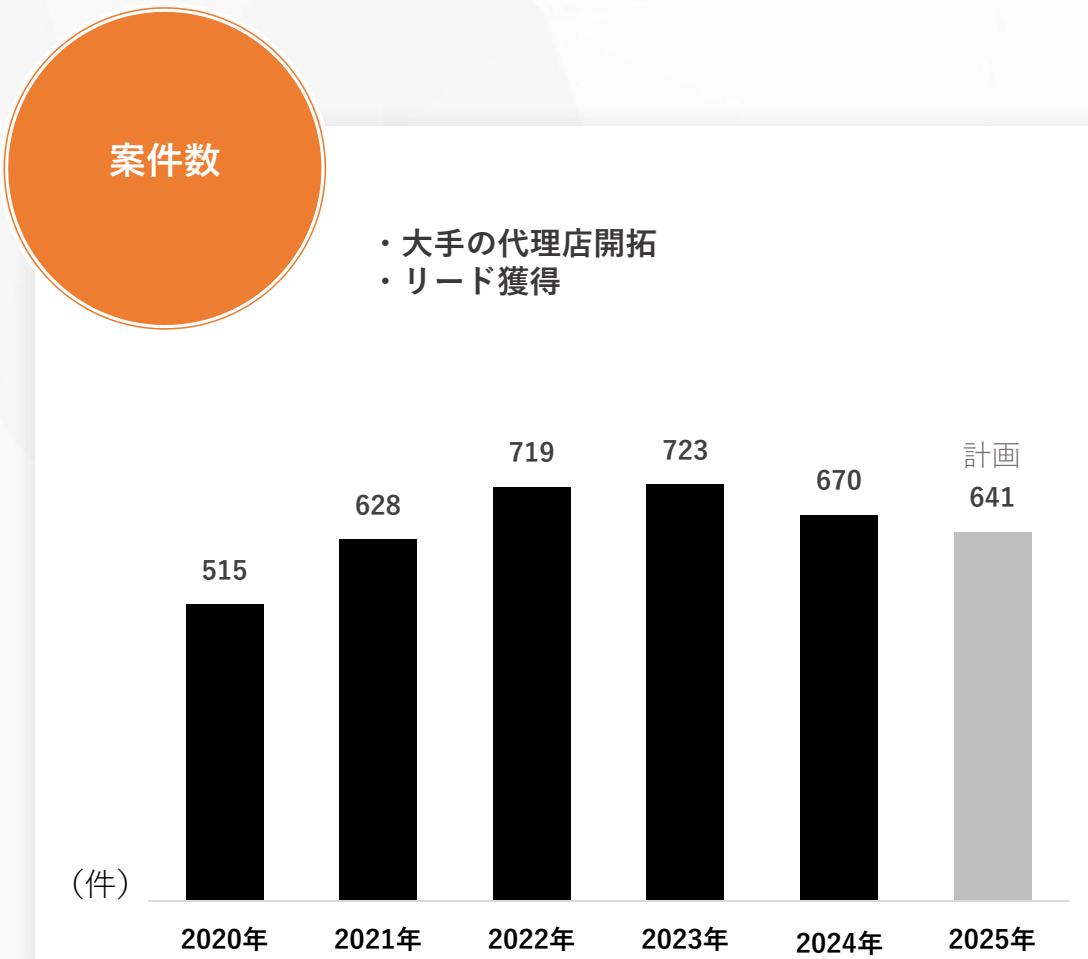
会員登録後の累計売上（会員登録年別の構成比）



※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



成長戦略

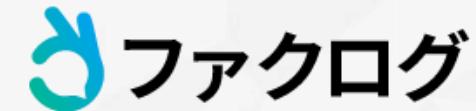
既存事業とのシナジー、ノウハウを活かせる

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

mamaPRESS



ママ向け商材

COSME bi



化粧品メーカー

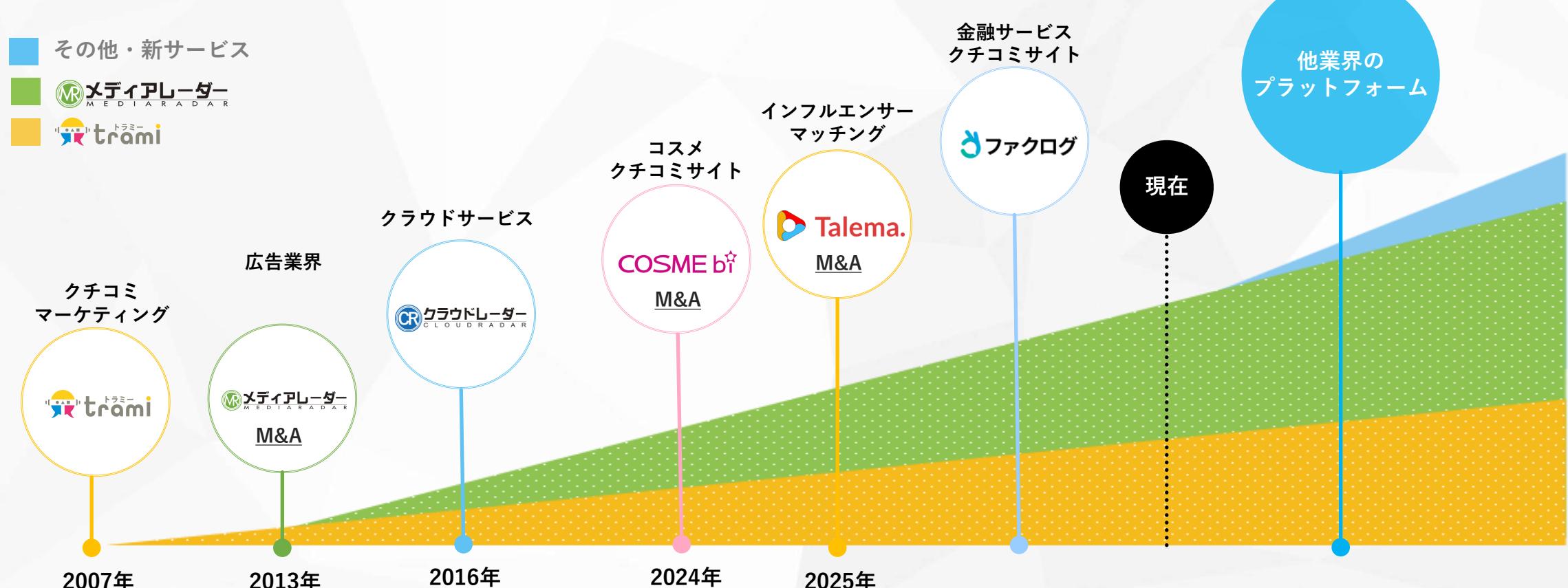
Talema.



インフルエンサー
マッチング

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



APPENDIX

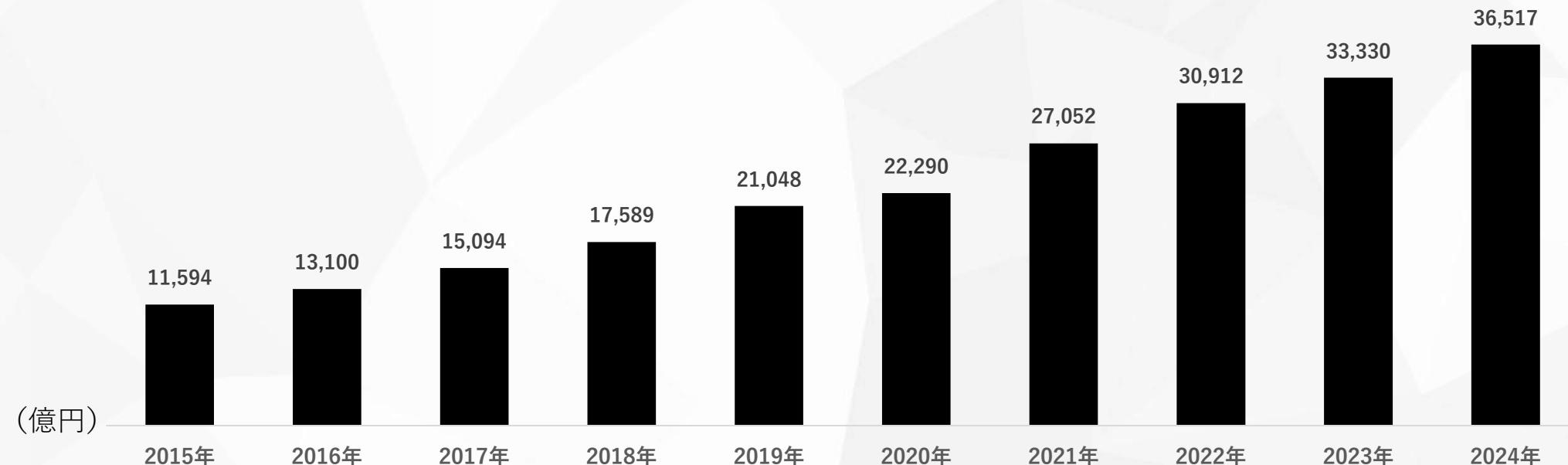


当社の事業環境



メディアレーダーやトラミーが属する
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



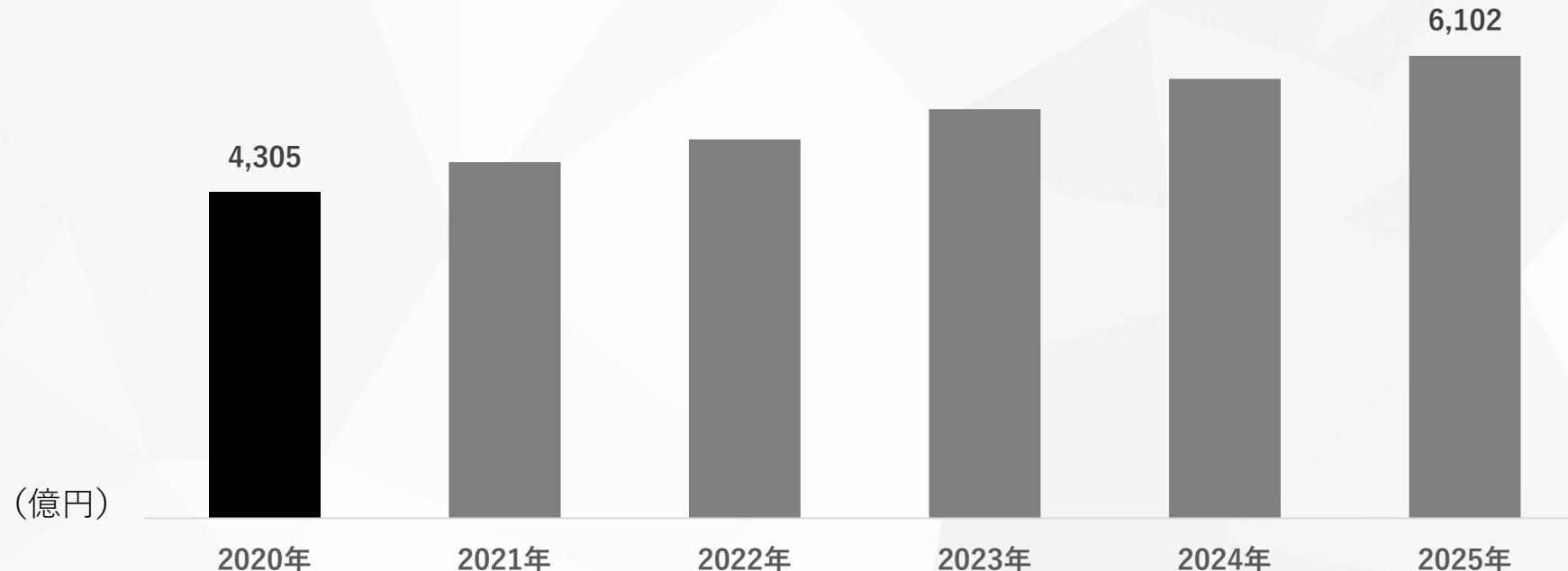
※インターネット広告費は媒体費、物販系ECプラットフォーム広告費、制作費の3つあり、メディアレーダーやトラミーは媒体費に属します。

当社の事業環境



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。

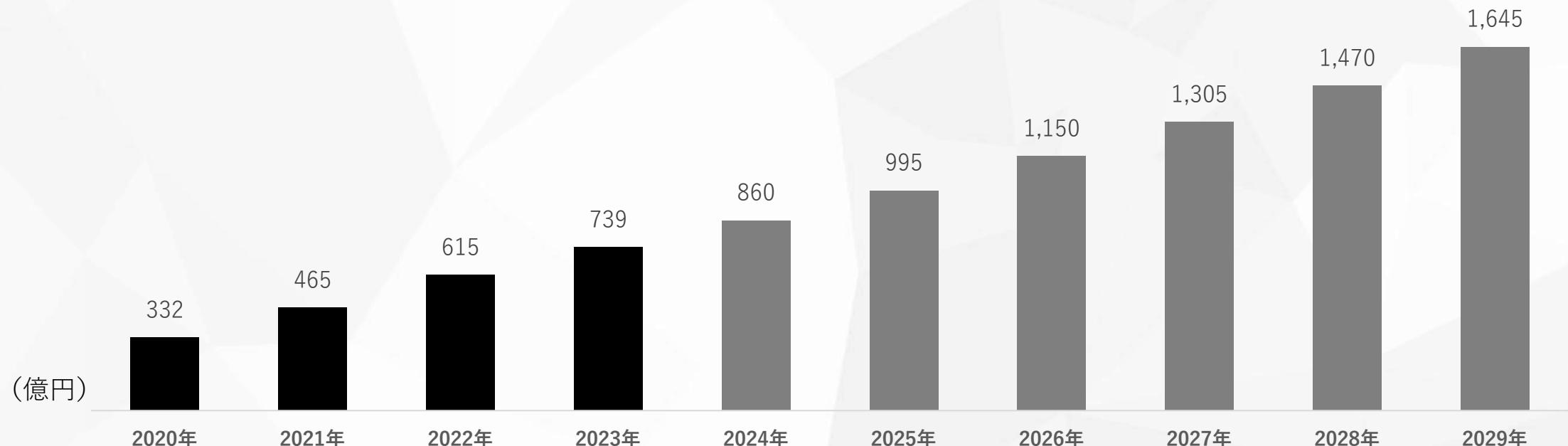
※デジタルマーケティング関連サービスは戦略、キャンペーン、メディア、コンテンツ、アナリティクスの5つあり、メディアレーダーはキャンペーンに属します。

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。

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。

