

決算補足説明資料

2019年
12月期

2005年の創業以来、アライドアーキテクト・グループは

ソーシャルテクノロジーで、 世界中の人と企業をつなぐ

のミッションのもと、以下の要素を大切に事業展開

ファン
Fan

ソーシャル
Social

グローバル
Global

テクノロジー
Technology

クリエイティビティ
Creativity



人口減少・
超成熟市場



本格的デジタル・
ソーシャル時代へ



グローバル集客時代

背景

日本の人口 *1



デジタル関連の課題が2025年までに
解決できない場合の経済損失 *2

12兆円/年

マーケティングツールを使用し
ているマーケターの割合 *3

30%以下

訪日外国人の消費額
(2020年政府目標) *4

8兆円

越境EC (日→中) 市場規模
(2022年予想) *5

2.5兆円

現状

新規顧客獲得に偏重
単発的な施策が中心

デジタルマーケティング
人材の質・量不足

グローバル展開は
大手企業中心

今後

「ファン」をベースとし、
長期的な関係を重視した
マーケティングへ

効率的かつ効果的な
マーケティングソフトウェアの
利用が進む

ソーシャルの活用で
あらゆる企業にグローバル
展開の機会

出典: *1 我が国における総人口の長期的推移 - 総務省

*3 アライドアーキテクト 「マーケター実態調査 2019年」

*5 経済産業省 「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備 (電子商取引に関する市場調査)」

*2 経済産業省 DXレポート～ITシステム「2025年の崖」の克服とDXの本格的な展開～

*4 国土交通省 観光庁 「訪日外国人の消費動向 2018年年度報告書」

マーケティング・ソリューション事業



「ファン」をベースとしたマーケティング戦略の立案から実行まで一気通貫で支援



マーケティング効果や効率を高める
自社開発のマーケティング・ソフトウェアを提供

マーケティング・ソフトウェア事業

クロスボーダー事業

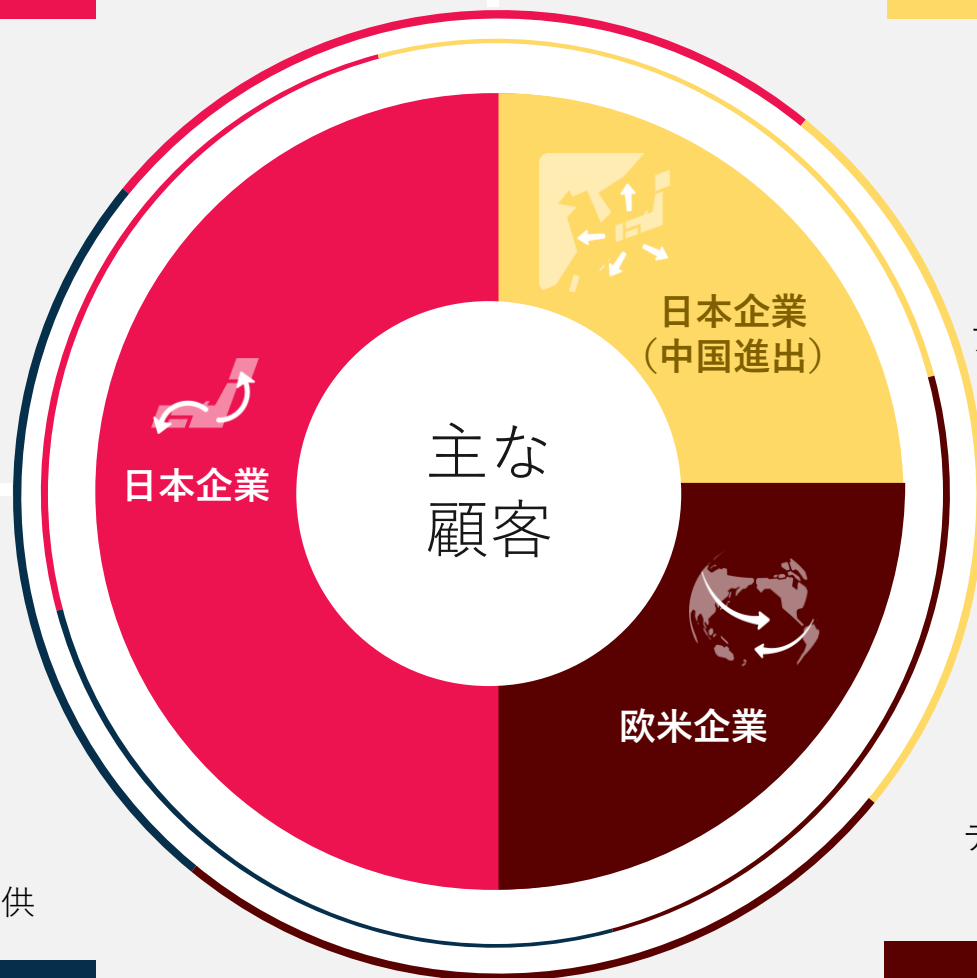


主に中華圏に向けて、独自のネットワークやプロダクトを活用したプロモーション支援を実施



デザイナーネットワークとソフトウェアを活用し
クリエイティブに関する様々なサービスを提供

クリエイティブ・プラットフォーム事業



今後のマーケットトレンドに合った4つの事業ポートフォリオを確立

マーケティング・ソリューション事業

グループ会社の提供サービスとも合わせ、「ファン」をベースとしたマーケティング戦略の立案から実行まで支援する体制がより強化

クロスボーダー事業

中華圏向けプロモーション領域で、自社プロダクトや中国人のネットワークを活用したプロモーション支援体制が確立

マーケティング・ソフトウェア事業

主力プロダクトの売上高も堅実に伸長。海外子会社を含めた開発体制も整い、更なる成長に向けての基盤が強化

クリエイティブ・プラットフォーム事業

欧米企業を中心に高い売上成長を実現。手応えのある欧米企業に集中する方針変更によってより成長確度の高い体制に

4つの事業の推進に必要な人的資産をグローバルで確保

拠点数：6, グループ社員数：224名, 国籍数：10以上, 非日本国籍比率：40%以上, エンジニア比率：25%以上

UK (London)



Japan (Tokyo)

US (Austin)



Vietnam (Hanoi, HoChiMinh)



Singapore



広告・販促市場（日本）

潜在市場

販売促進費 (*2)
10~15兆円

日本の総広告費 (*1)
6.5兆円

ターゲット市場

中華圏向けインバウンド広告市場 (*2)
越境EC広告市場 (*2)

2,000億円

ターゲット市場

国内DR広告+
デジタル販促費 (*2)

7,500億円

ターゲット市場

ファンに関するマーケ
ティング市場 (*2)

6,500億円

広告市場（中国）

潜在市場

中国の総広告費 (*3)
13.2兆円

広告市場（欧米）

潜在市場

グローバルの広告
クリエイティブ市場 (*2)
5兆円

ターゲット市場

欧米の中堅以上の企業
のDR広告にかかる
クリエイティブ市場 (*2)

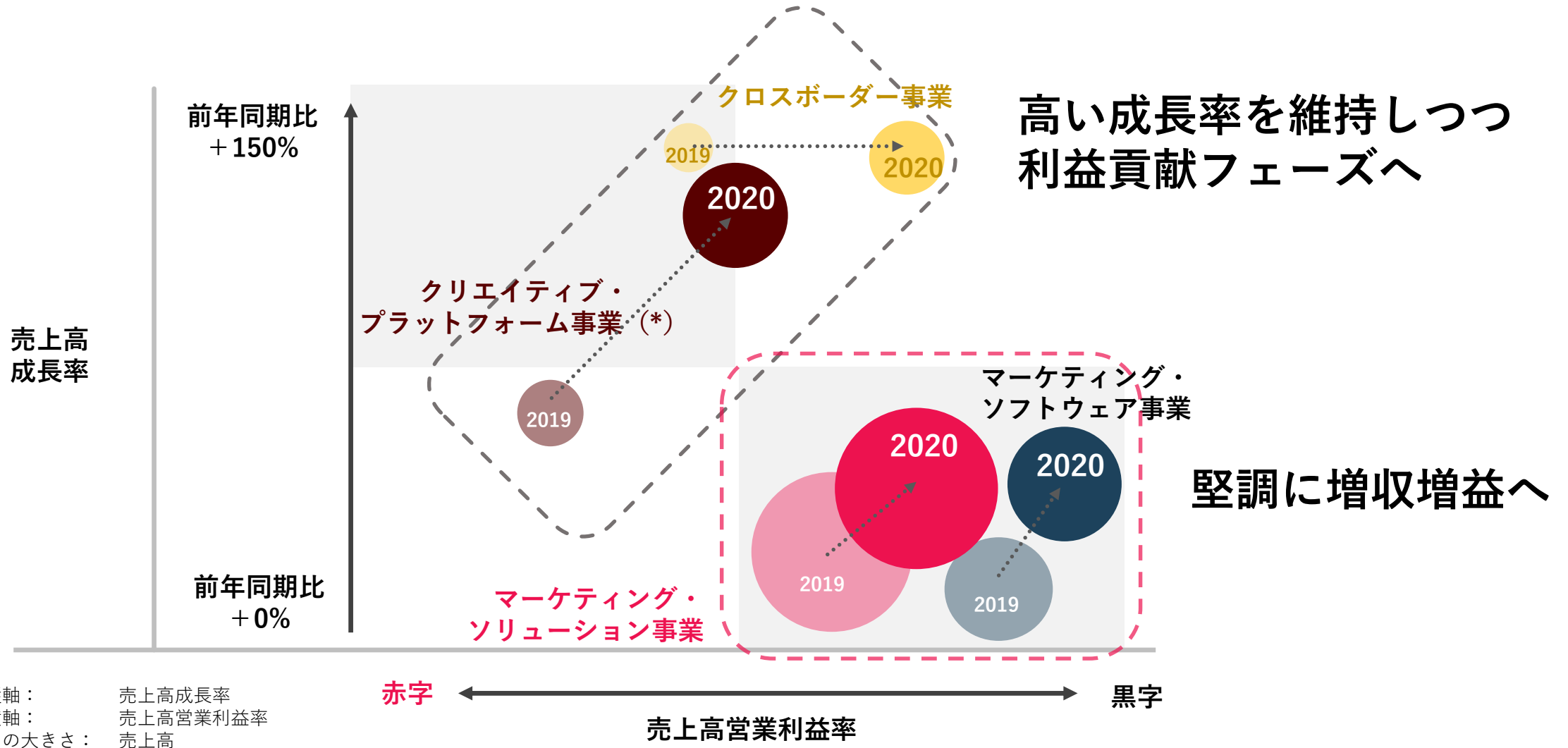
1兆円

(*1) 2018年 日本の広告費（電通株式会社）

(*2) 各種統計資料等から当社が推計したものであり、実際の市場規模は当該推計値と異なる可能性があります。

(*3) I Reserch社レポート等より当社推計

堅調な事業で得た資金を成長率の高い事業へ投資



(*) 2018年2Qから粗利率の低いSNS広告事業から撤退

単位：百万円

	2019年 4Q累計 (1-12月)		予想比
	実績	予想	
売上高	4,087	4,161	△1.8%
営業利益	△157	△103	△51.8%
経常利益	△192	△136	△40.9%
親会社株主に 帰属する当期純利益	△281	△192	△46.5%

【売上高及び各段階利益に関して】

Creadits社において、主に中国企業からの解約が発生したこと及び、撤退済みの中小企業向け債権にかかる貸倒引当金の計上等に伴い、売上高及び各段階利益が当初の予想を下回った。

これを受けて、Creadits社ではより成長確度の高い欧米市場への集中と、組織最適化による固定費（人件費）の削減を実施予定。

【特別損失に関して】

- アライドアーキテクト社において投資有価証券売却損（42百万円）が発生
- Creadits社において、フィリピン拠点の閉鎖に伴う一時損失（18百万円）が発生

2019年の反省

2020年方針

投資コストが先行し 利益が減少

投資は一巡 好調な業界から成長を加速

- 受注獲得に向けたマーケティングコスト及びプロダクト強化に向けた開発・運用コスト等の増加
- プロダクトミックスの一部変更に伴い一時的に売上高の総額が伸び悩む

- 好調な小売、D2C、外食業界へのソフトウェア販売を加速させる
- 引き合いの強いファンマーケティングを継続的な仕組みや複数のパッケージとして提供することで、顧客単価の拡大や売上高のストック化を図る

経営資源の分散

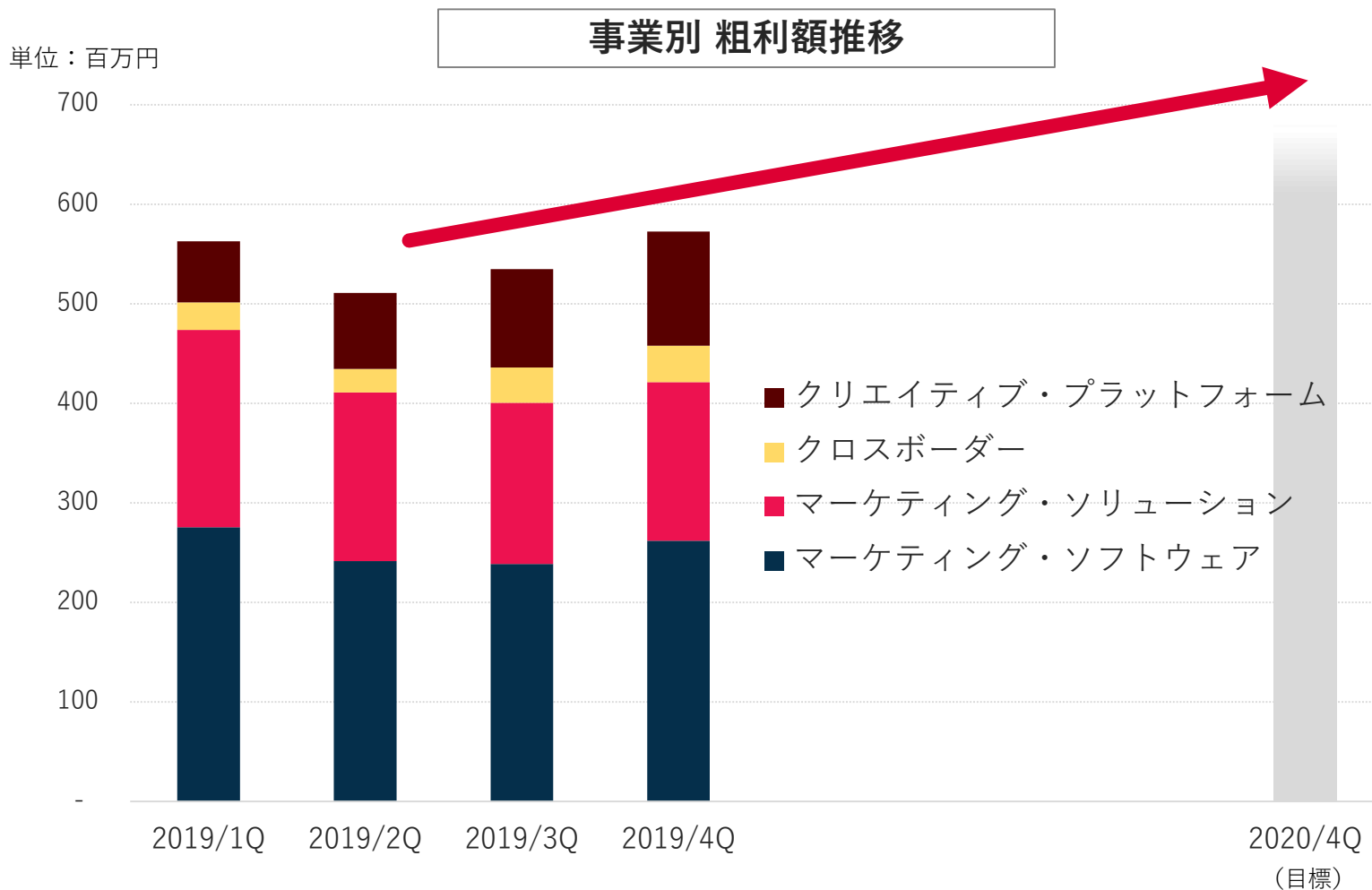
欧米市場に経営資源を集中

- グローバルでのクリエイティブに関するニーズの高まりを受け、ターゲット企業の規模や地域等を拡大した結果、経営資源が分散化
- 欧米企業向けには、提供するサービスと市場にニーズが適合した手応えがある一方で、中小企業向けや中国企業向けから解約が発生

- ターゲットを、最も成長への手応えのある欧米企業（中小企業以外）に集中し、中国市場は非注力化
- 中国市場に向けていた経営資源を削減（2020年2Q以降の固定費が減少）
- 削減した一部の経営資源を今後欧米に充て、更なる成長を図る



各事業の粗利額 (*) に関しても、2019年2Qをボトムに増加トレンドへ



(*)：粗利額とは、売上高から、売上高に直接一対一対応する費用のみを控除した金額で、社内管理用として使用しております。損益計算書上の売上総利益は人件費等の費用が組替後の数値のため、粗利額とは一致しません。

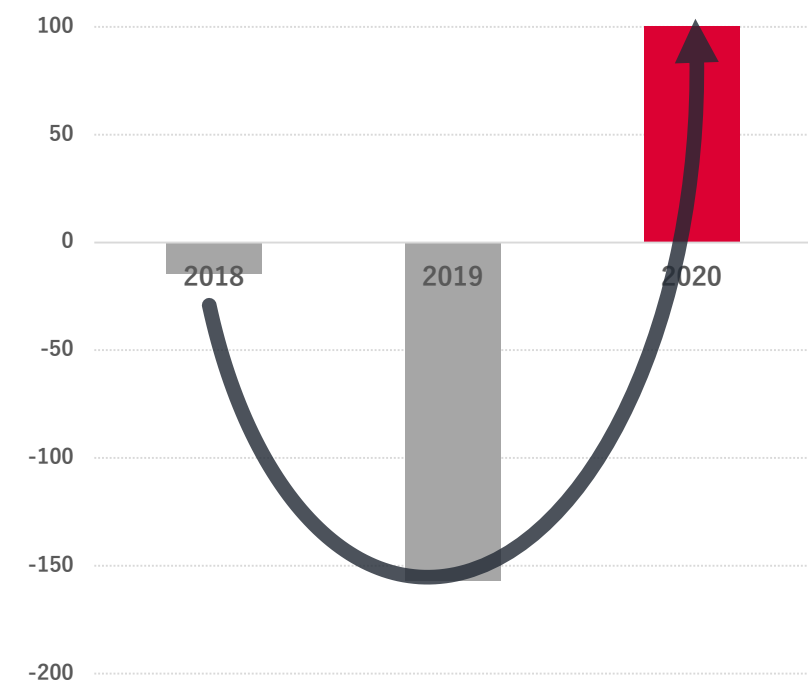
2020年12月期は営業利益黒字化へ

各事業の伸長により、2020年12月期は営業利益を確保する計画

単位：百万円

	2019年	2020年	増減額
	実績	予想	
売上高	4,087	4,556	+468
営業利益	△157	101	+258

連結営業利益推移



なお、経常利益と親会社株主に帰属する当期純利益の業績予想につきましては、以下の変動要因に鑑み、今年度は開示しないことと致します。

- 海外子会社の重要性が高まったこと及び最近の為替相場の変動状況に鑑み、為替差損益による業績への影響を想定することが困難であること
- アライドアーキテクツが保有する投資有価証券の価値の変動により、評価損や売買損益が発生する可能性があること

事業概要

- ① マーケティング・ソリューション事業
- ② マーケティング・ソフトウェア事業
- ③ クロスボーダー事業
- ④ クリエイティブ・プラットフォーム事業



 Allied Architects



マーケティング・ソリューション事業

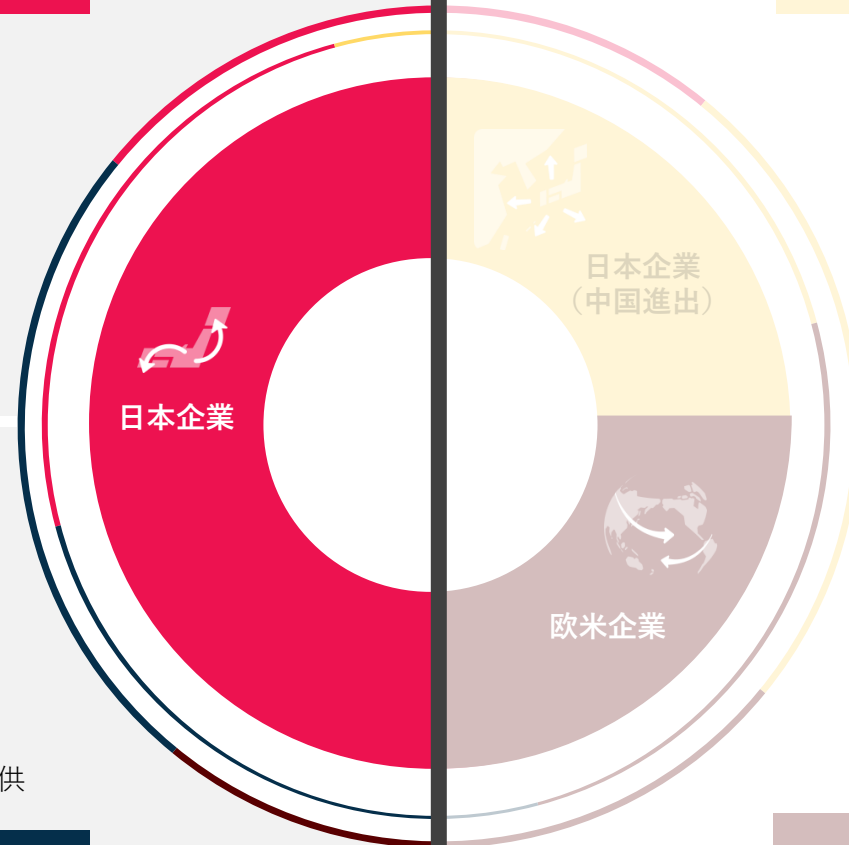


「ファン」をベースとしたマーケティング戦略の立案から実行まで一気通貫で支援



マーケティング効果や効率を高める
自社開発のマーケティング・ソフトウェアを提供

マーケティング・ソフトウェア事業



クロスボーダー事業



主に中華圏に向けて、独自のネットワークやプロダクトを活用したプロモーション支援を実施



デザイナーネットワークとソフトウェアを活用し
クリエイティブに関する様々なサービスを提供

クリエイティブ・プラットフォーム事業

市場背景

情報過多かつ市場自体の縮小が見込まれる日本において、新規顧客獲得だけでなく、既存の「ファン」との中長期的な関係構築の重要性が高まっている



人口減少・
超成熟市場



情報過多



課題

「ファン」をベースとしたマーケティング施策実行のためのノウハウ、人材、仕組みがない



ノウハウ、人材不足

「ファン」をベースとしたマーケティング戦略の立案から実行まで一気通貫で支援

豊富な支援実績によるノウハウ



「ファン」施策の第一人者を多数抱える関係会社



市場背景

様々なメディアの普及を受け、マーケティング施策はより複雑化。また、個人の嗜好の多様化や影響力の拡大を受け、SNSや口コミ活用の重要性も増加



本格的デジタル・
ソーシャル時代

課題

市場背景に伴う人材不足や業務過多の結果、マーケターが本来やるべき業務に十分に時間が使えない

重要業務へ十分な時間を
割けていないマーケターの割合(*)

40%以上

マーケティングツール
導入率(*)

30%以下

(*) アライドアーキテックス 「マーケター実態調査 2019年」

独自のソフトウェアでマーケターの業務の置き換え・効率化を実現

プロダクト創出力と導入実績



自社開発の多様なマーケティング・ソフトウェア

Letro



monipla
ファンブログ

and more

シナジーの高いグループ会社によりマーケティング支援の体制が強化



マーケティング・ソリューション事業



「ファン」をベースとしたマーケティング戦略の立案から実行まで一気通貫で支援



マーケティング効果や効率を高める
自社開発のマーケティング・ソフトウェアを提供

マーケティング・ソフトウェア事業

クロスボーダー事業

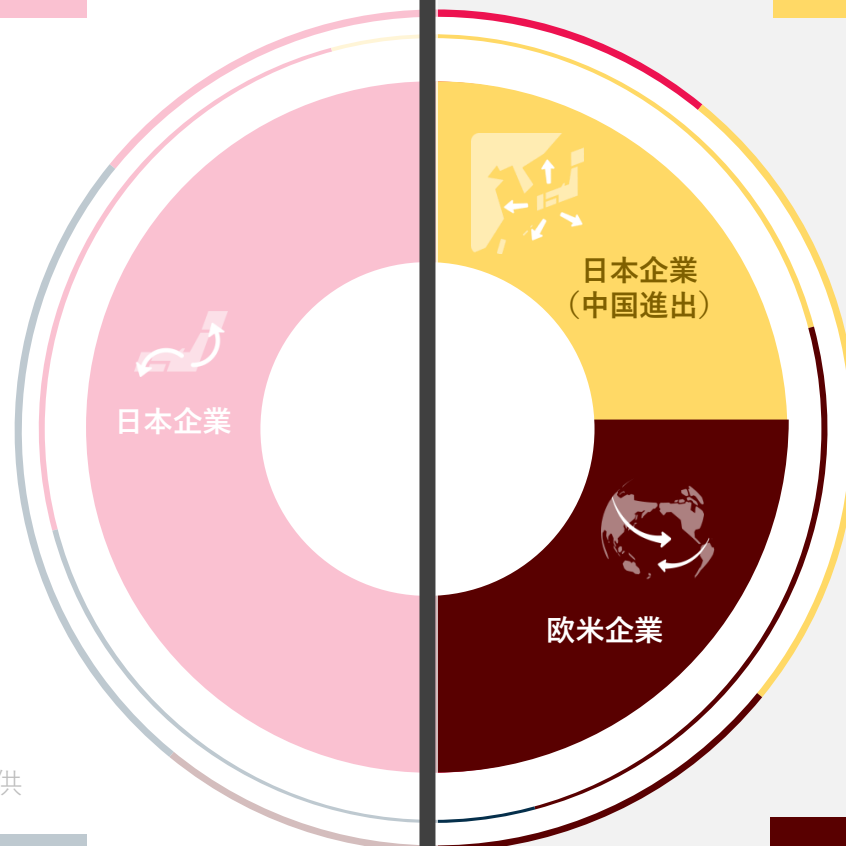


主に中華圏に向けて、独自のネットワークやプロダクトを活用したプロモーション支援を実施



デザイナーネットワークとソフトウェアを活用し
クリエイティブに関する様々なサービスを提供

クリエイティブ・プラットフォーム事業



市場背景

中華圏からのインバウンドや越境EC市場の急拡大に伴い、中華圏へのプロモーションニーズも拡大

2019年 訪日外国人旅行消費額
(中国・台湾・香港) *1

2.6兆円
前年比8%増

2018年 越境EC市場規模
(日本→中国) *2

1.5兆円
前年比18%増



課題

中華圏向けプロモーションのノウハウや方法がわからず、“良さ”が伝えられない



ノウハウ不足

出典：*1 国土交通省観光庁『訪日外国人消費動向調査』

*2 経済産業省「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」

中国人の口コミの生成・拡散や、インフルエンサーを活用した認知拡大が可能

独自プロダクト



中国有力企業との強固なリレーション

(P.25参照)



(持分法適用関連会社)



新媒体商业集团

市場背景

世界的なクリエイティブ需要の高まりと、
クリエイティブの複雑化

世界のデジタル広告市場（2019年）

約 **36兆円**
(前年比18%増)



クリエイティブの
複雑化

AR / VR



課題

広告制作人材がグローバルで量質ともに
圧倒的に不足



クリエイター、制作人材不足

出典：「Digital Ad Spending Worldwide, 2018-2023」 eMarketer, March 2019

クラウド上に世界の広告制作工場を作り、安く質の高いクリエイティブを供給

プロフェッショナル
ネットワーク



×

ソフトウェア



×

ソリューション



クリエイティブ戦略とそれに基づく質の高いクリエイティブを 安く継続的に提供可能

価格優位性

デザイナーの人件費が高い
欧米等に向けて、コスト効率
の良いサービスを提供可能

付加価値の高い
クリエイティブ
の提供

インハウスデザイナーでは対応
できない、難易度の高い
クリエイティブの提供が可能

クリエイティブ
戦略の提供

専任の顧客サクセスマネージャーが、継続的に
顧客に合った戦略やアイデア
を提供

Appendix



 Allied Architects



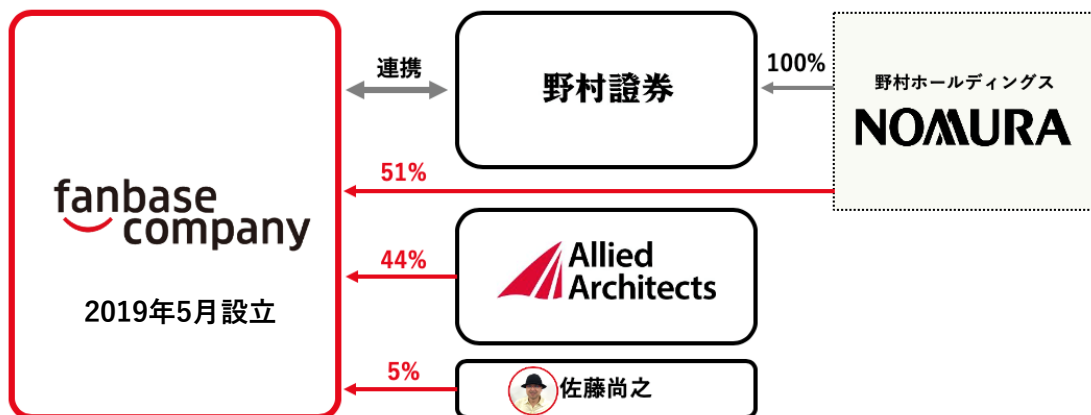
今注目されている新しいマーケティング理論「ファンベース」(*)の考え方と仕組みを顧客企業に一気に通貫で提供

本理論の提唱者である佐藤尚之氏による戦略策定から実行・効果測定までを一気通貫で支援し、ファンベース経営の導入を成功に導く

プロダクト開発力を持つ当社、「ファンベース」の提唱者である佐藤尚之氏、野村ホールディングス(株)が協同で支援

×

圧倒的なノウハウを持つ「ファンベース」実行の第一人者が多数在籍



主要メンバー



佐藤 尚之
「ファンベース」著者



津田 匡保
「ネスカフェアンバサダー」など
「ファンベース」実行の第一人者



松田 紀子
低迷していた老舗雑誌
「レタスクラブ」復活の実行者

(*) 「ファンベース」とは、ファンを大切にし、ファンをベースにして、中長期的に売上高や事業価値を高める考え方

近年の企業経営において重視されている “アート”や“クリエイティブ”の要素を顧客企業にインソース

今後の企業経営に不可欠だが、採用困難なクリエイティブディレクターを顧客企業にインソース
クリエイティブを経営に組み込むことで、“スピード”“質”ともにマーケティングが進化

AiCONの提供価値

- 1 “クリエイティブ”の要素が経営に組み込まれ、経営チームが更に高い競争力を持つ
- 2 統一感のあるブランディング、マーケティングをスピーディに実行
- 3 外部業者やアウトソースと比較し、ぶれないディレクションによりマーケティングコストの削減が可能

なぜ
できるのか？

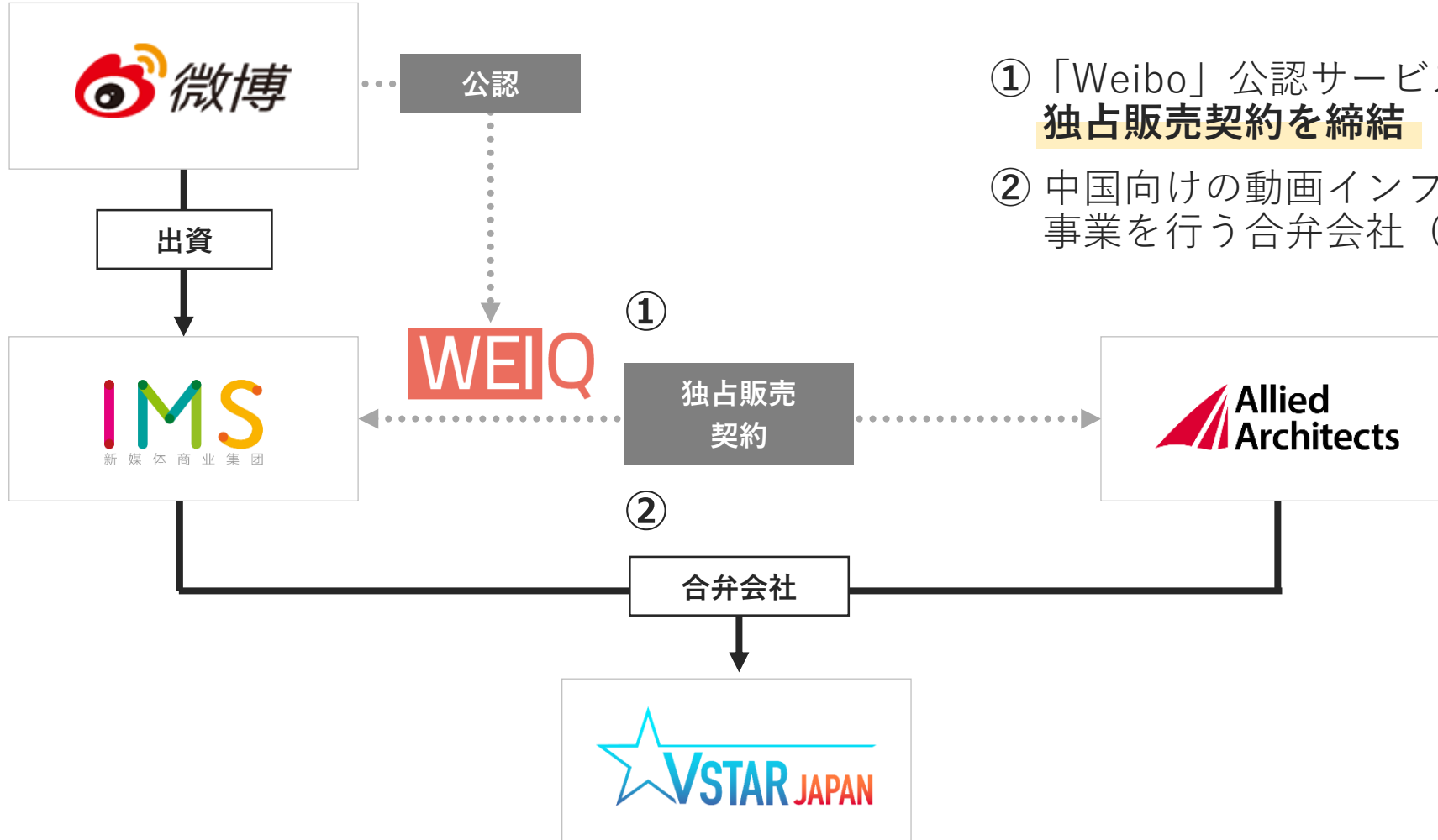
CCO (Chief Creative Officer/チーフクリエイティブオフィサー) としての実績豊富な石渡氏が中心となり、
クリエイティブ人材を発掘・インソース支援



AiCON TOKYO代表
石渡晃一 (クリエイティブディレクター/コピーライター)

アドブレン、電通を経て、外資系広告代理店ジェイ・ウォルター・トンプソンのECEOに就任。2017年の独立以降、企業の様々な課題をクリエイティブの力で解決するディレクターとして活動。著書に「今日から、センスを君の武器にしよう」、「僕は世界一楽しいサラリーマン」がある。

「Weibo」グループの公式マーケティング会社（IMS社）と提携



- ① 「Weibo」公認サービス「WEIQ」の日本における**独占販売契約を締結**
- ② 中国向けの動画インフルエンサーマーケティング事業を行う合併会社（Vstar Japan株式会社）を設立



アライドアーキテツ株式会社

Allied Architects, Inc.

- 代表者 : 代表取締役CEO 中村 壮秀 (なかむら まさひで)
- 事業内容 : ソーシャルテクノロジーによるマーケティング支援事業
- 所在地 : 東京都渋谷区恵比寿1-19-15 ウノサワ東急ビル
- 設立 : 2005年8月30日
- 証券コード : 6081 (東証マザーズ)



主なグループ会社



株式会社ファンベース カンパニー
(東京都港区)

「ファンベース」を基盤とした
マーケティング支援



VSTAR JAPAN株式会社
(東京都渋谷区)

中国向けインフルエンサー
マネジメント事業



AiCON TOKYO株式会社
(東京都渋谷区)

AI (人工知能) を活用した
動画制作事業



Creadits Pte. Ltd.
(シンガポール)

広告クリエイティブ・
プラットフォームの運営



Allied Tech Base Co.,Ltd.
(ベトナム ハノイ)

本社事業における
各種プロダクトの開発拠点



Allied Tech Camp Co.,Ltd.
(ベトナム ホーチミン)

本社事業における
各種プロダクトの開発拠点

この資料は、アライドアーキテクト株式会社（以下、当社）の現状を理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それら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、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。