



<https://www.azia.jp/>

2019年3期 第2四半期(2018年4月～9月)

決算補足資料

(証券コード：2352)

株式会社エイジア

1. 2019年3月の期 2Qの業績

- ①事業状況の総括
- ②業績ハイライト
- ③B/S、C/Fの状況(抜粋)

2. 事業トピックス

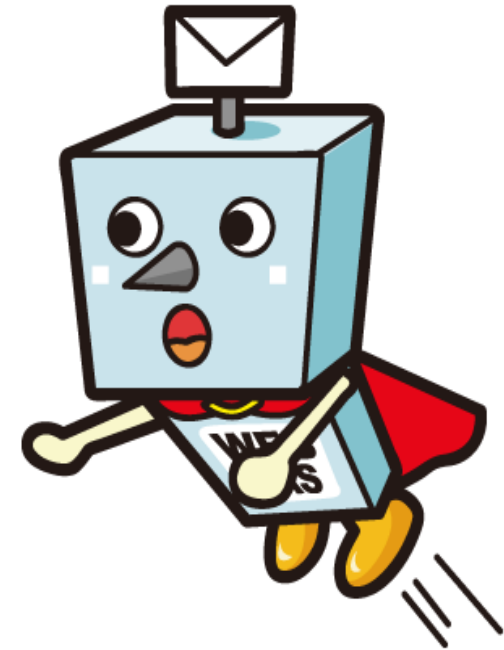
- ①子会社新設とEC事業譲受
- ②「Marketo」との連携
- ③自己株式の取得と消却

3. 中期経営計画および重点施策の進捗

- ①進捗状況サマリー
- ②製品開発ロードマップの進捗
- ③クラウドサービスの強化

4. 組織強化

- ①女性の活躍
- ②新卒採用
- ③開発体制の強化

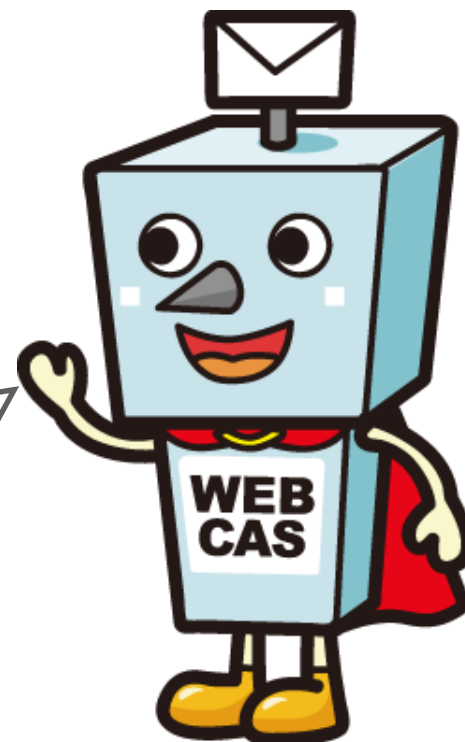


5. 事業概要

- ①市場環境と主な導入先
- ②事業内容と製品・サービス概要
- ③成長戦略と配当方針

1. 2019年3月期2Qの業績

- 1 事業状況の総括
- 2 業績ハイライト
- 3 B/S、C/Fの状況(抜粋)

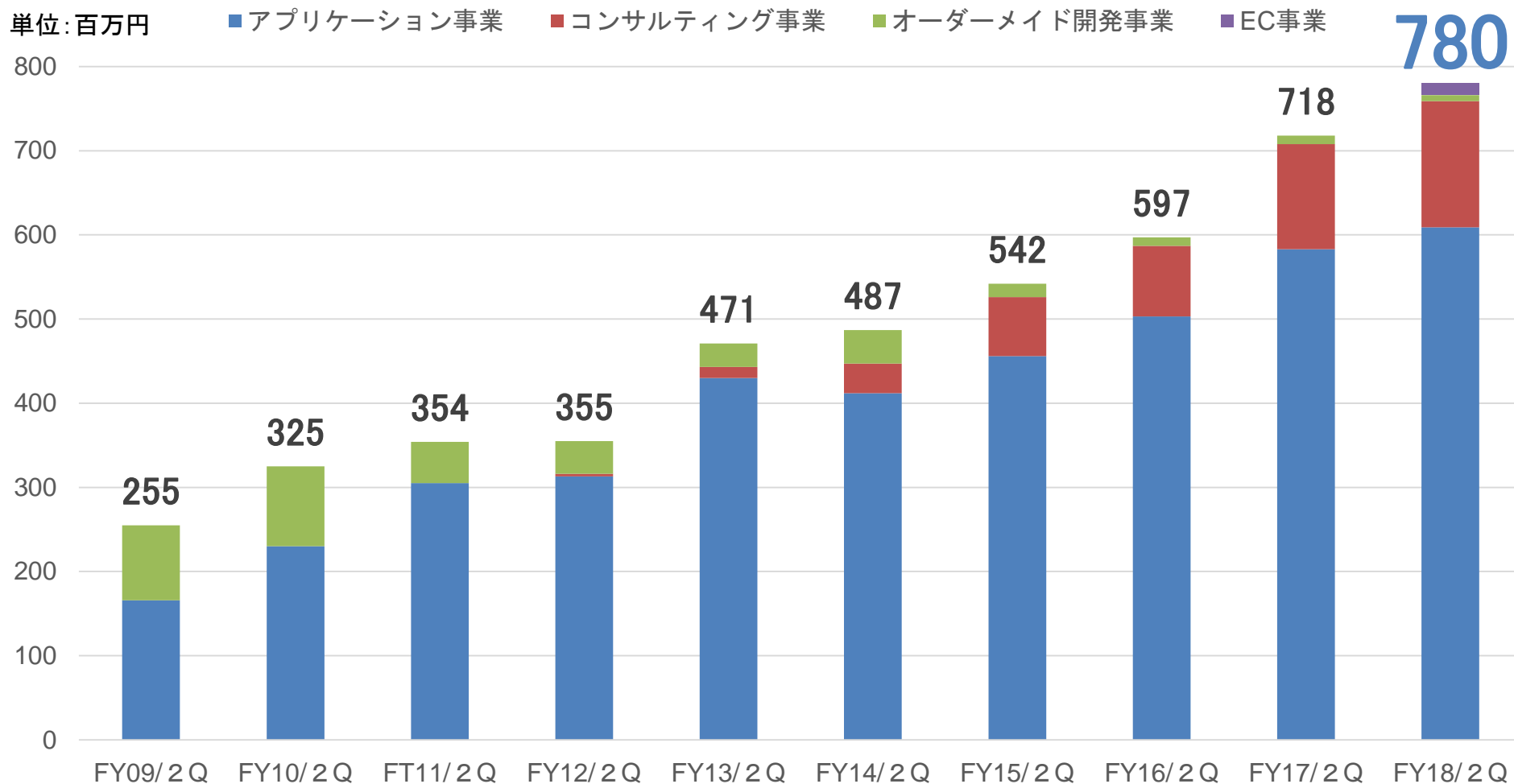


① 事業状況の総括

- ✓ 第2四半期売上高は、**9期連続増加！**
- ✓ 第2四半期営業利益は、**過去最高を更新！**
- ✓ 主力事業で利益率の高いアプリケーション事業の**成長性が復調！**
- ✓ 売上・利益の安定基盤であるクラウドサービス月額売上の**成長性が復調！**
- ✓ サブスクリプション型(ストック型)売上比率は、**80%以上を維持！**

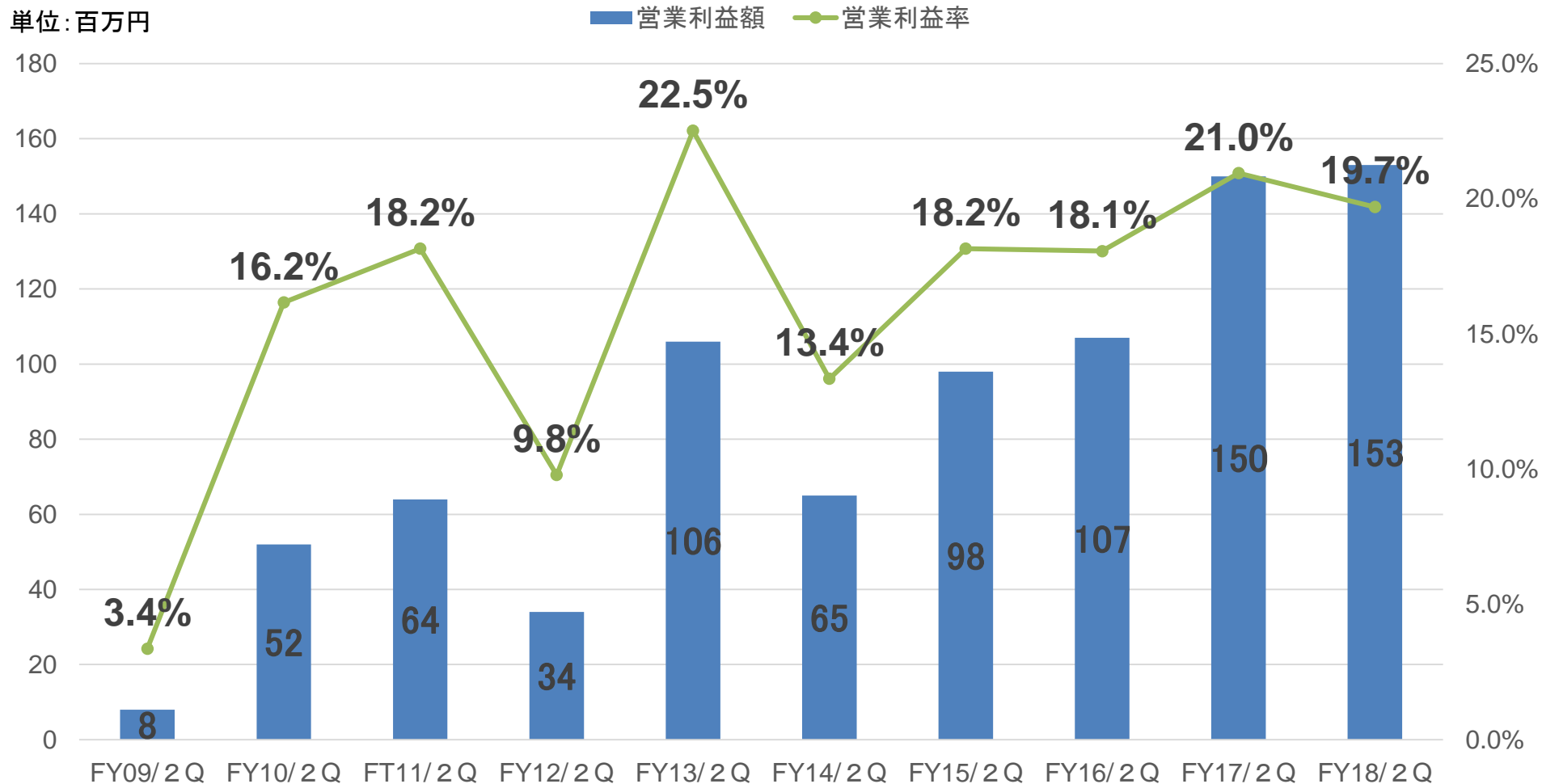
第2四半期累計売上高の推移

第2四半期売上高としては、**9期連続増加**

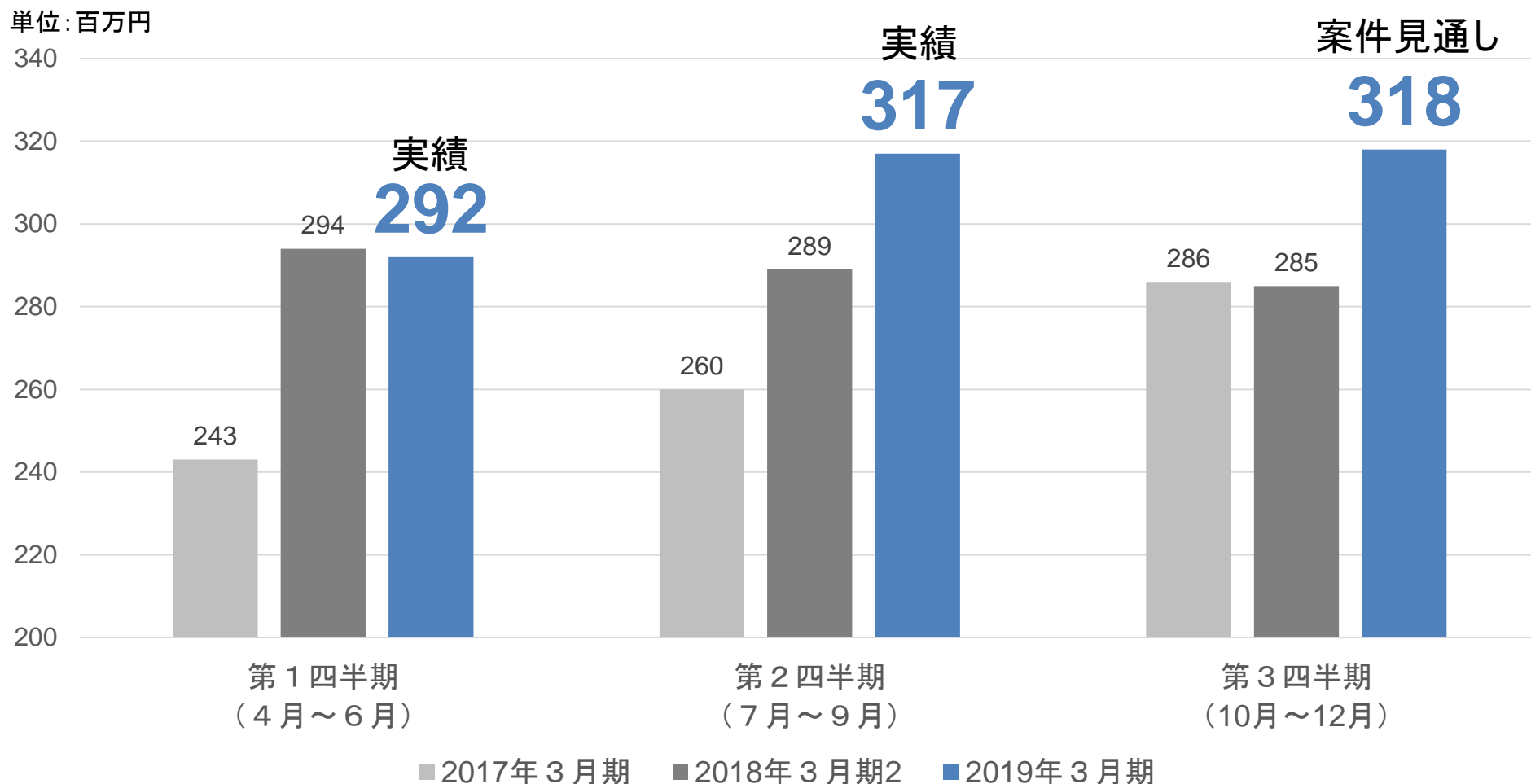


第2四半期累計営業利益の推移

第2四半期営業利益としては、**過去最高**

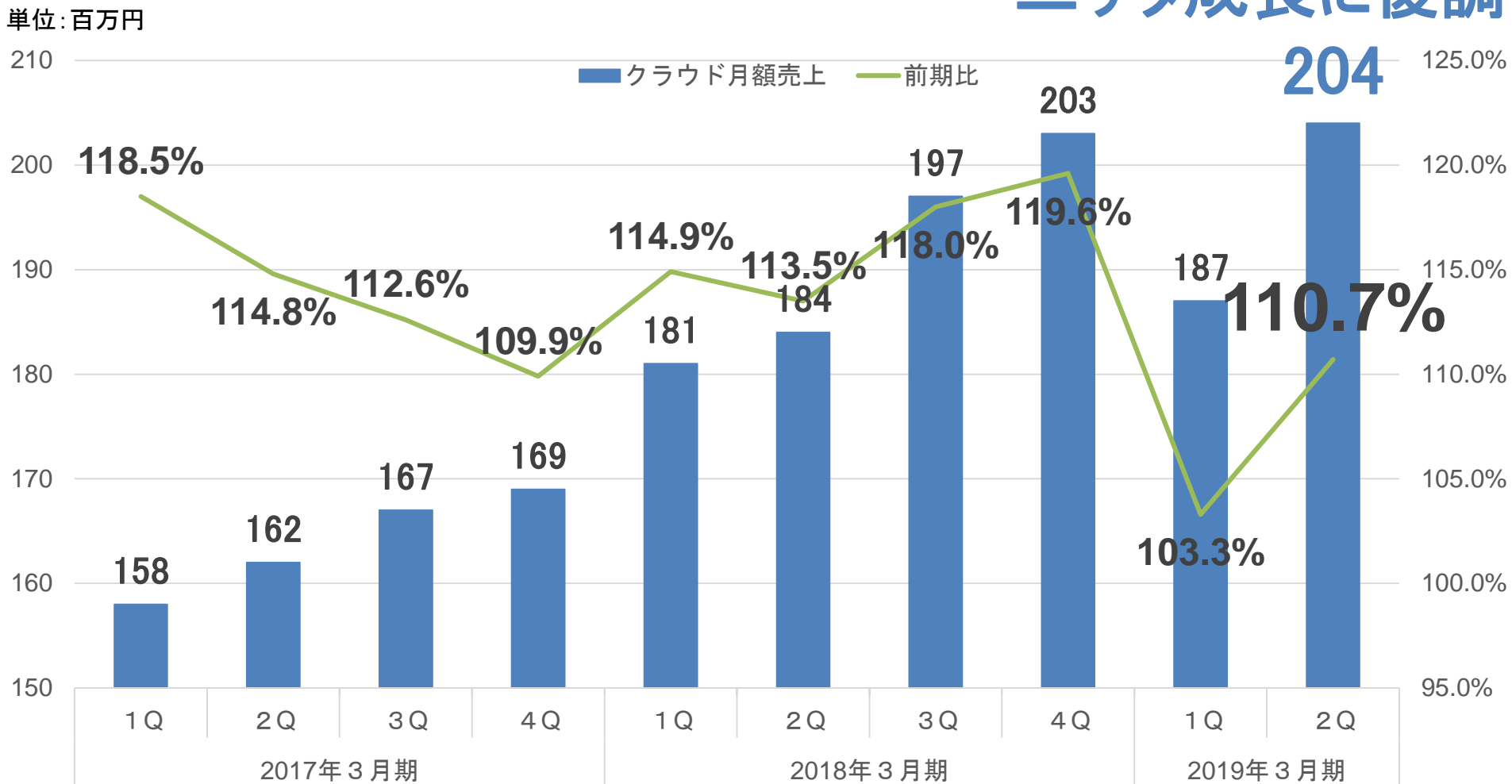


主力事業で利益率の高いアプリケーション事業の売上高は、**第2四半期に復調**
2019年3月期 第3四半期の案件積上げは順調。(現状の見込値であり、変動の可能性あり)



クラウドサービス月額売上高(四半期毎)の推移

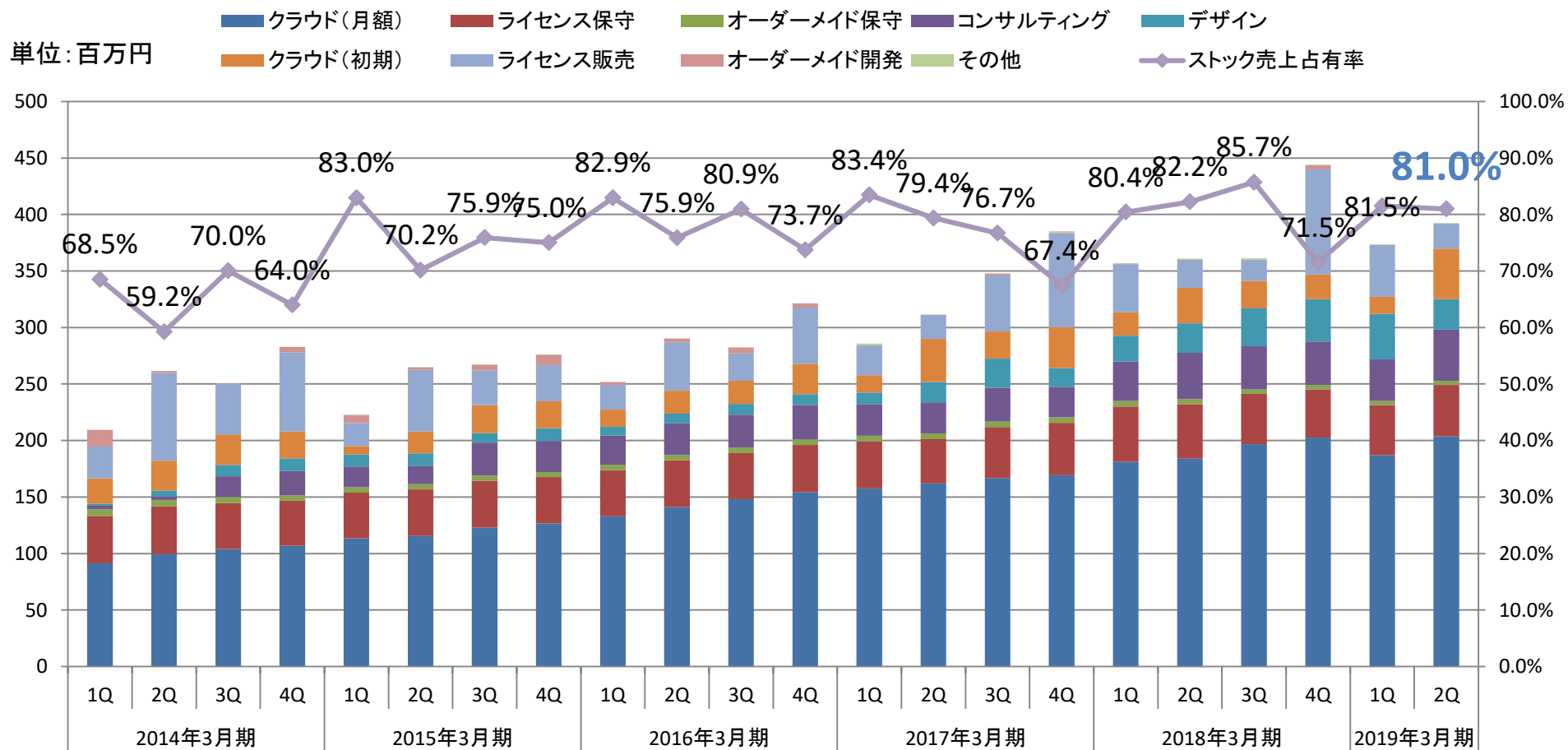
二ケタ成長に復調



※2018年3月期第3四半期および第4四半期にはスポット的な月額超過料金 約23百万円が含まれています。

サブスクリプション型売上比率の推移

第2四半期も、80%以上を維持



※ストック売上＝クラウド(月額)＋ライセンス保守＋オーダーメイド保守＋コンサルティングの90%＋デザインの90%

2 業績ハイライト

前年同期比

単位：百万円

	2018年3月期 2Q	2019年3月期 2Q	増減額	増減率	コメント
売上高	718	780	+62	+8.7%	アプリケーション事業 前期比+4.4% クラウドサービス 前期比+8.0% ライセンス販売 前期比+1.0% ライセンス保守 前期比△7.8% コンサルティング事業 前期比+19.8%
営業利益 (率)	150 (20.9%)	153 (19.7%)	+3	+2.0%	プロダクトミックスの影響、人員増強により 粗利率低下 EC事業買収初期費用で約4百万円計上
経常利益	156	152	△4	△2.7%	上記の要因に加えて前期は臨時的な助成金 収入が約4百万円が発生していた反動
純利益	98	99	+1	+1.1%	上記に加えて前期臨時的に計上した 投資有価証券評価損9百万円が減少

第2四半期で成長性が復調したことにより、

売上高・営業利益ともに増収増益に戻した。

計画比

単位:百万円

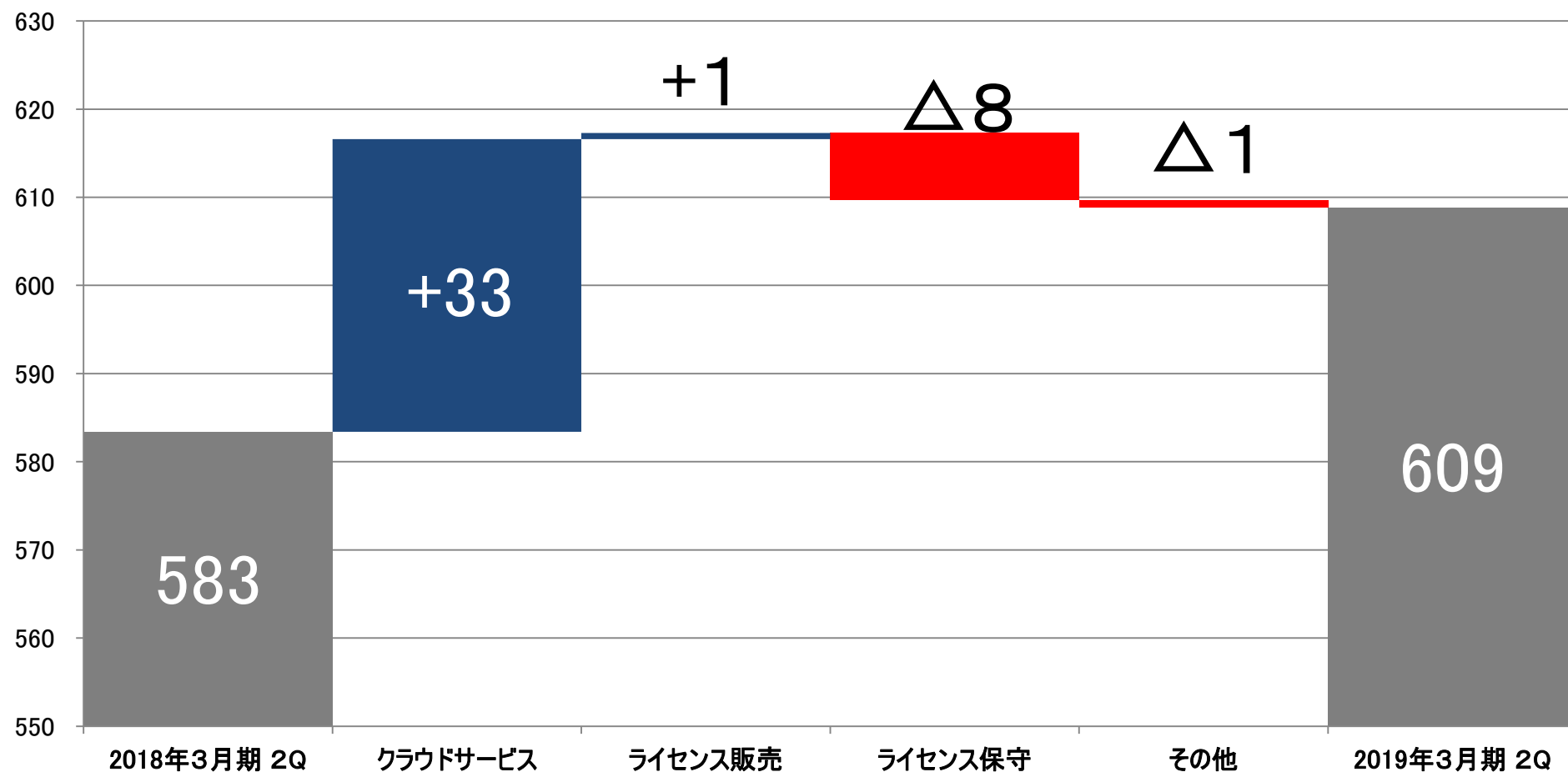
	当初計画	実績	増減額	増減率	コメント
売上高	785	780	△5	△0.6%	アプリケーション事業 計画比△5.1% コンサルティング事業 計画比+10.2% EC事業が計画外で14百万円上乘せ
営業利益 (率)	160 (20.4%)	153 (19.7%)	△7	△4.4%	プロダクトミックスの影響で粗利率低下 EC事業買収初期費用で約4百万円計上
経常利益	160	152	△8	△5.0%	同上
純利益	105	99	△6	△5.7%	同上

2Qより新たな事業セグメントとなった「EC事業」の売上高が計画外で上乘せしたものの、アプリケーション事業の未達分を補填できず全体としては未達。
事業買収に係る財務デューデリ費用等の一次費用として計画外費用が約4百万円発生。

アプリケーション事業 前年同期に対する差異要因

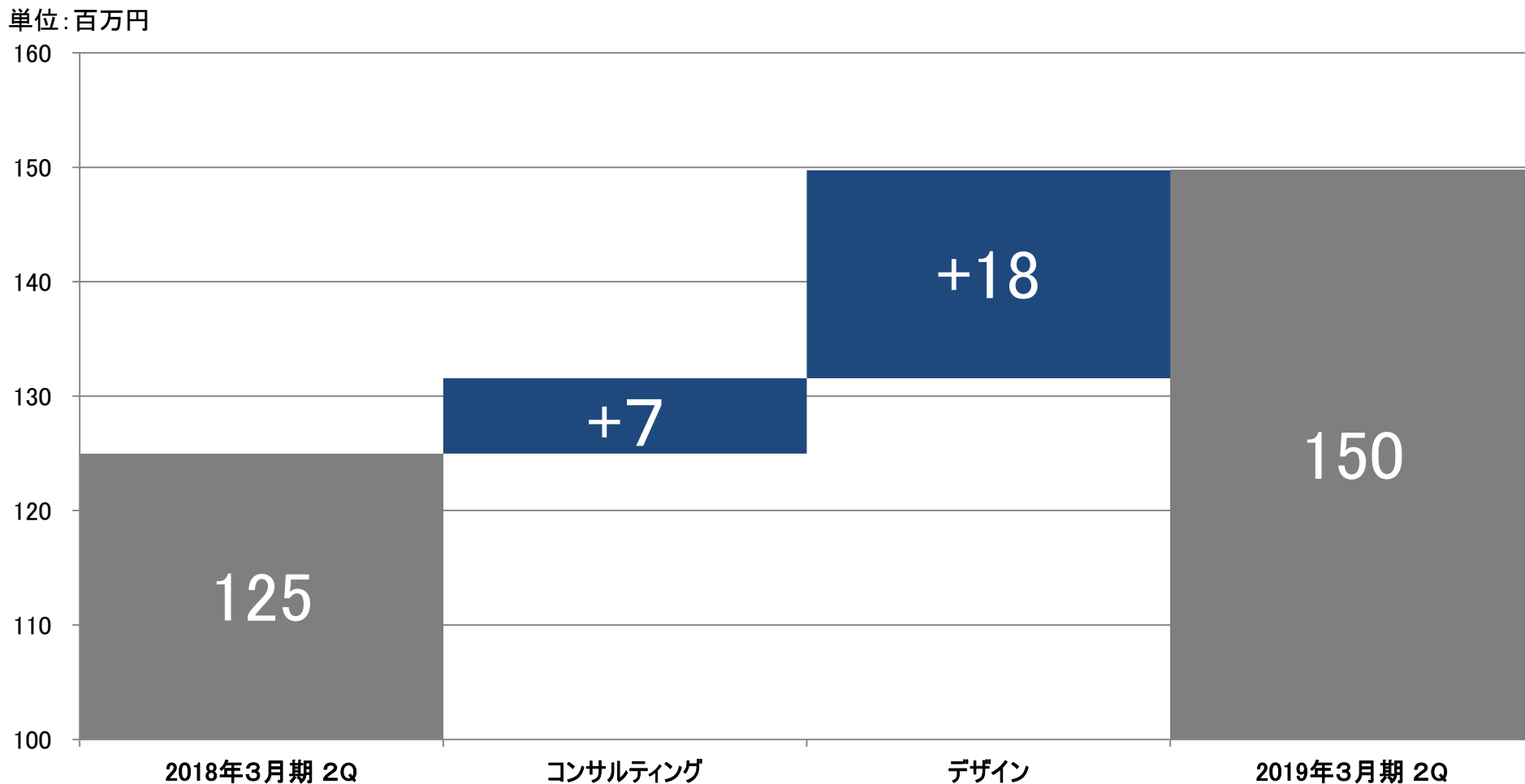
クラウドサービスが大幅に増加し前期比+33百万円

ライセンス保守は2017年9月末に満了となった一時的な拡張保守案件の反動



コンサルティング事業 前年同期に対する差異要因

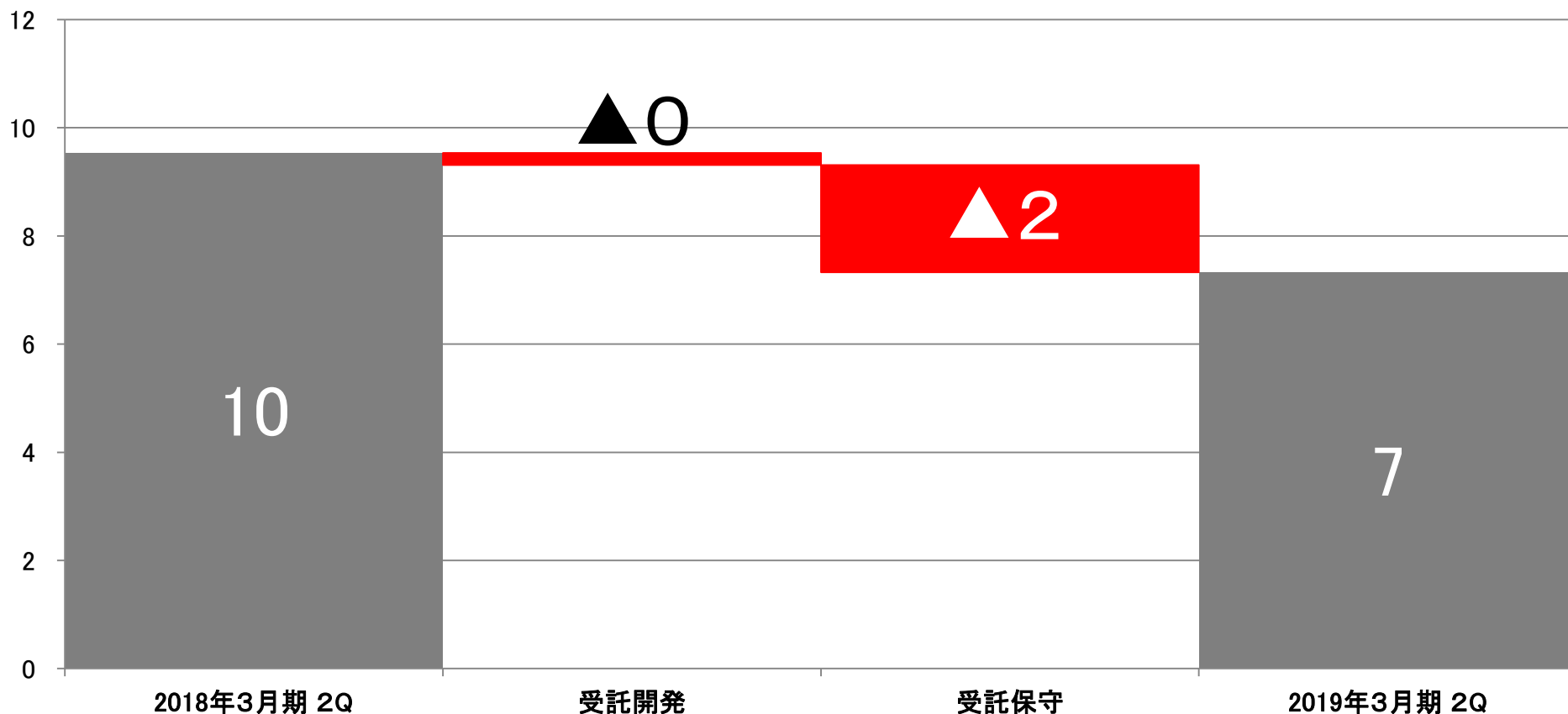
コンサルティングサービスはメールコンテンツ案件が増加
デザインはFUCAにて大型Web制作案件が増加



オーダーメイド開発事業 前年同期に対する差異要因

前期同様、自社企画製品の開発（アプリケーション事業）に経営資源（エンジニアリソース）を集中させたため微減。

単位：百万円



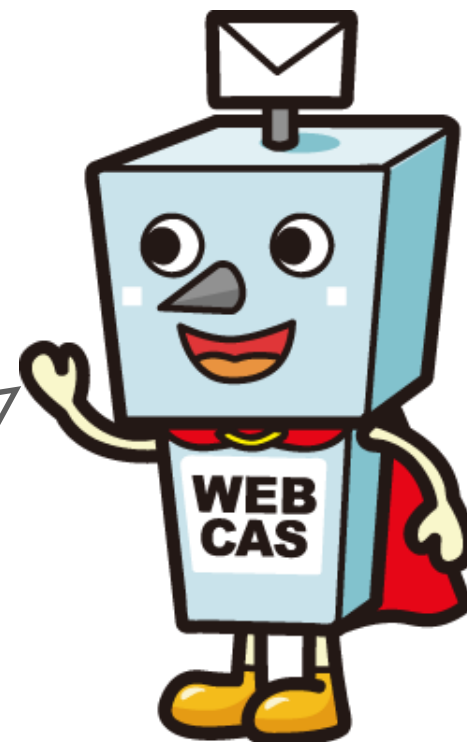
3 B/S、C/Fの状況(抜粋)

単位:百万円

	2018年 3月末	2018年 9月末	増減	コメント
キャッシュ	1,122	790	△332	営業活動C/F △4(主に納税) 投資活動C/F △157 (開発投資・株式投資・事業買収) 財務活動C/F △171 (自己株式取得・配当金支払)
有利子負債	—	—	—	無借入
総資産	1,851	1,738	△113	納税・投資等により現預金減少 △148 売上債権の増加 +41
純資産	1,499	1,445	△54	自己株式取得・償却 △60 利益増加による剰余金増 +24 有価証券評価差額 △11

2. 事業トピックス

- 1 子会社設立とEC事業譲受
- 2 「Marketo」との連携
- 3 自己株式の取得と消却



① 子会社設立とEC事業譲受

Mamachū ∞



株式会社ままちゅ 取締役3名
 (左から) 多田 佐也香 : Web担当
 奥本 昌子 : SNS担当
 西本 ひとみ : 仕入担当

名 称	株式会社ままちゅ
所 在 地	大阪府大阪市福島区
代 表 者	代表取締役社長 藤田 雅志
事 業 内 容	ベビー服のECサイト運営
資 本 金	50百万円
設立年月日	2018年8月23日
事業譲受日	2018年9月1日
譲 受 価 格	33百万円

■直近の経営成績(2018年4月期)

売上高 : 148百万円
 営業利益 : 6百万円

■当期への影響(2018年9月～2019年3月)

売上高 : 90百万円
 営業利益 : 0百万円(買収初期費用考慮済)

2 「Marketo」との連携



「Marketo」の大量メール一斉配信専用のメール配信エンジンとして「WEBCAS MTA」を採用することを決定しました。これにより「Marketo」ユーザーは、複数ツールを使い分けることなく、「Marketo」の操作だけでスムーズな大量メール一斉配信が可能となります。

英文社名	Marketo Inc
本 国	米国カリフォルニア州
設 立	2006年1月
日 本 進 出	2014年4月
時 価 総 額	1,591百万ドル ※2016年上場廃止時点

マルケトは世界6000社以上が採用するマーケティングオートメーション(MA)のマーケットリーダーです。
BtoB、BtoC問わず、アナログからデジタルまで顧客接点を統合し、オムニチャネルを実現するエンゲージメントプラットフォームです。

3 自己株式の取得と消却

■当第2四半期以降における取得と消却の経緯

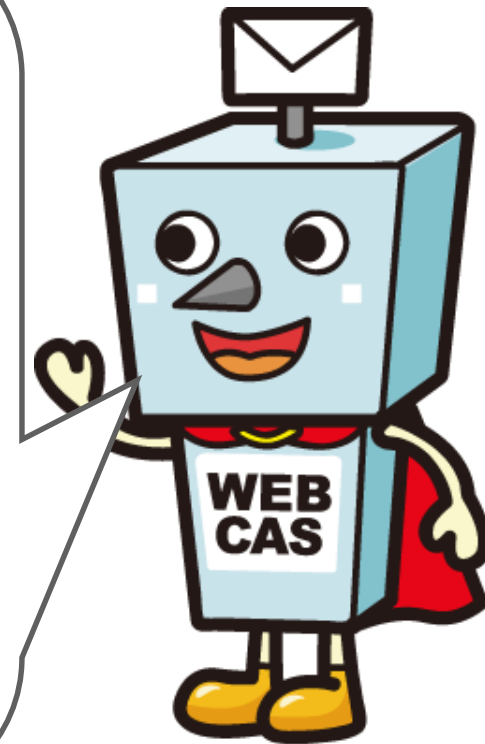
日付	区分	株式数	取得価格
8月17日～27日	取得	70,000株	96百万円
9月14日	消却	70,000株	—
11月1日～14日 (予定)	取得	70,000株 (上限)	100百万円 (上限)
11月15日 (予定)	消却	70,000株	

(ご参考) 平成30年11月15日(予定)時点の自己株式の保有
 発行済株式総数 4,412,400株
 自己株式数 384,800株

(注) 上記には、株式付与ESOP信託が保有する当社株式72,846株は含まれておりません。

3. 中期経営計画および 重点施策の進捗

- 1 進捗状況サマリー
- 2 製品開発ロードマップの進捗
- 3 クラウドサービスの強化



① 進捗状況サマリー

2019年3月期売上高は当初計画に対して **+50百万円**

同期営業利益は当初計画に対して **+20百万円**

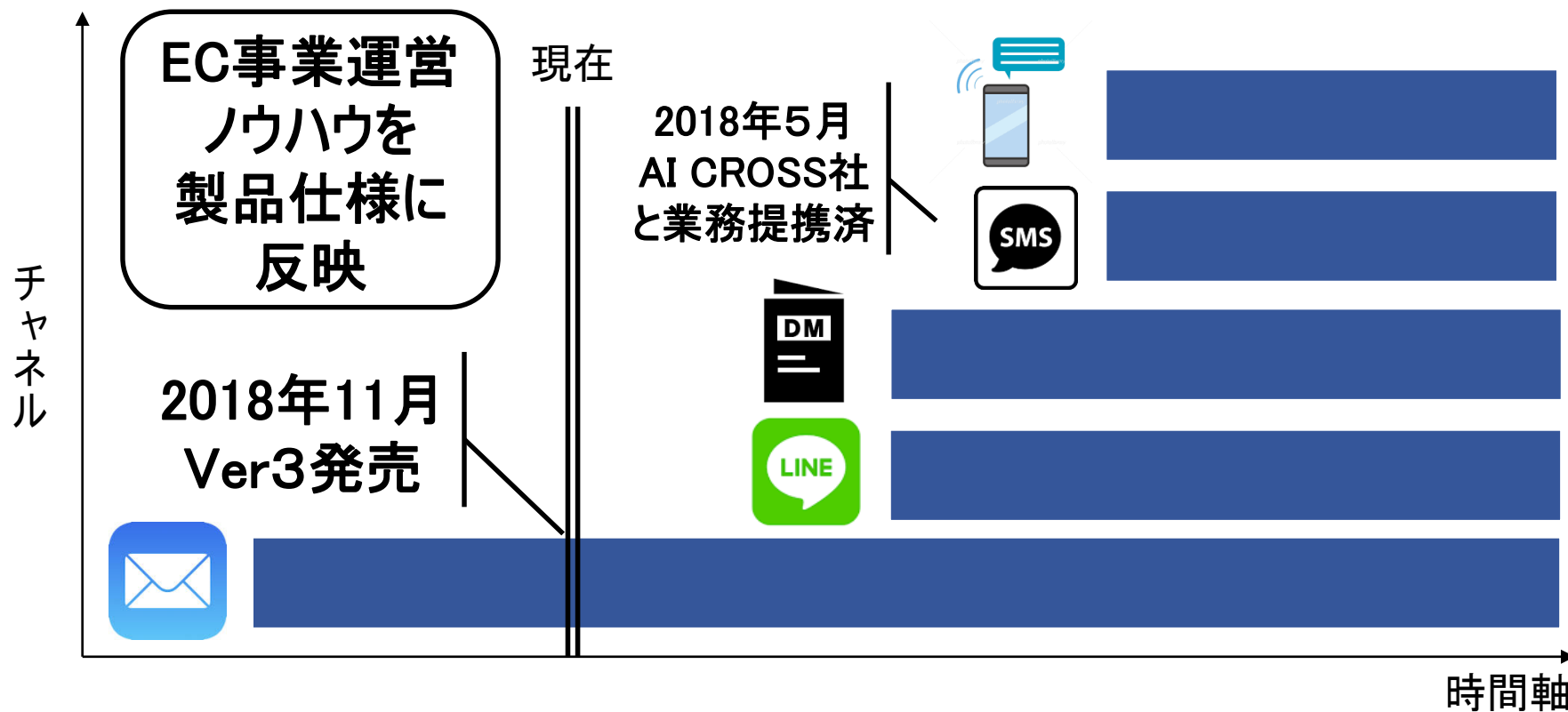
単位:百万円

		18/3月期(実績)	19/3月期(計画)	成長率
売上高	中期計画(昨年発表)	1,445	1,650	14.2%
	実績・計画(現時点)	1,523	1,700	11.6%
	増減額	+78	+50	—
	増減率	105.4%	103.0%	—
営業利益 (額)	中期計画(昨年発表)	318	400	25.8%
	実績・計画(現時点)	348	420	20.7%
	増減額	+30	+20	—
	増減率	109.4%	105.0%	—
営業利益 (率)	中期計画(昨年発表)	22.0%	24.2%	—
	実績・計画(現時点)	22.9%	24.7%	—
	増減ポイント	+0.9pt	+0.5pt	—
ROE	中期計画(昨年発表)	16.4%	18.3%	—
	実績・計画(現時点)	17.6%	17.2%	—
	増減ポイント	+1.2pt	-1.1pt	—

2 製品開発ロードマップの進捗

中期経営ビジョン

「クロスチャネル対応マーケティングプラットフォームの構築」



3 クラウドサービスの強化

■ 営業体制の改編



7月本稼働

よりスピーディーに！
よりの確に！

第2四半期に成長性復調

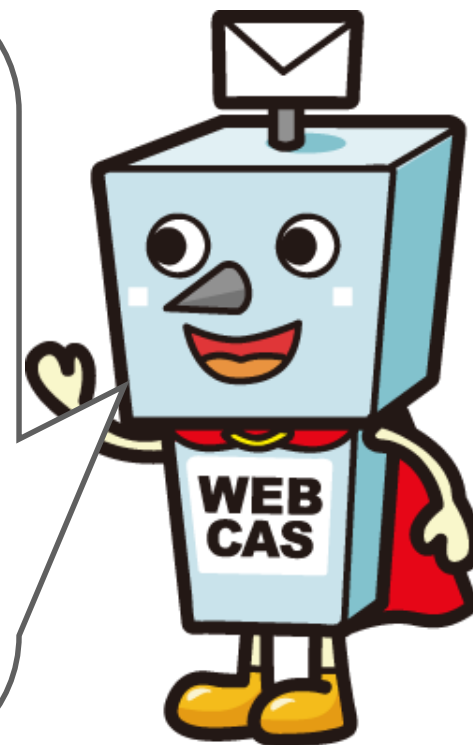
■ コンサルティングサービス強化による受注率向上



EC事業ノウハウを吸収し
コンサルティングプラン立案中

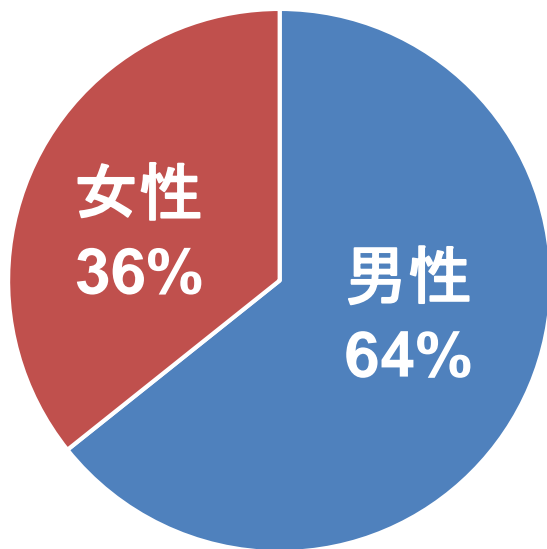
4. 組織強化

- 1 女性の活躍
- 2 新卒採用
- 3 開発体制の強化



1 女性の活躍

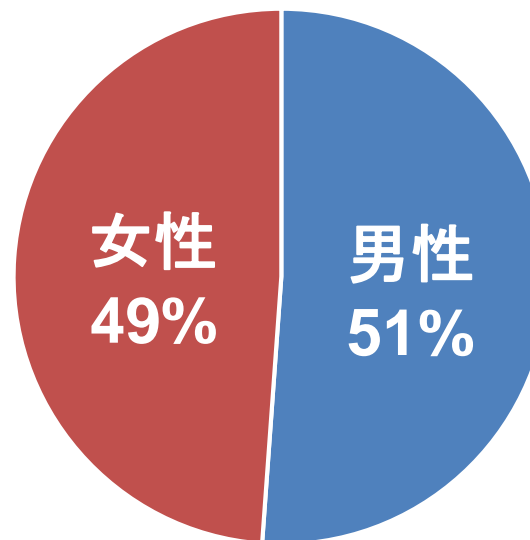
役員男女比率



2018年9月末現在
子会社を含む連結



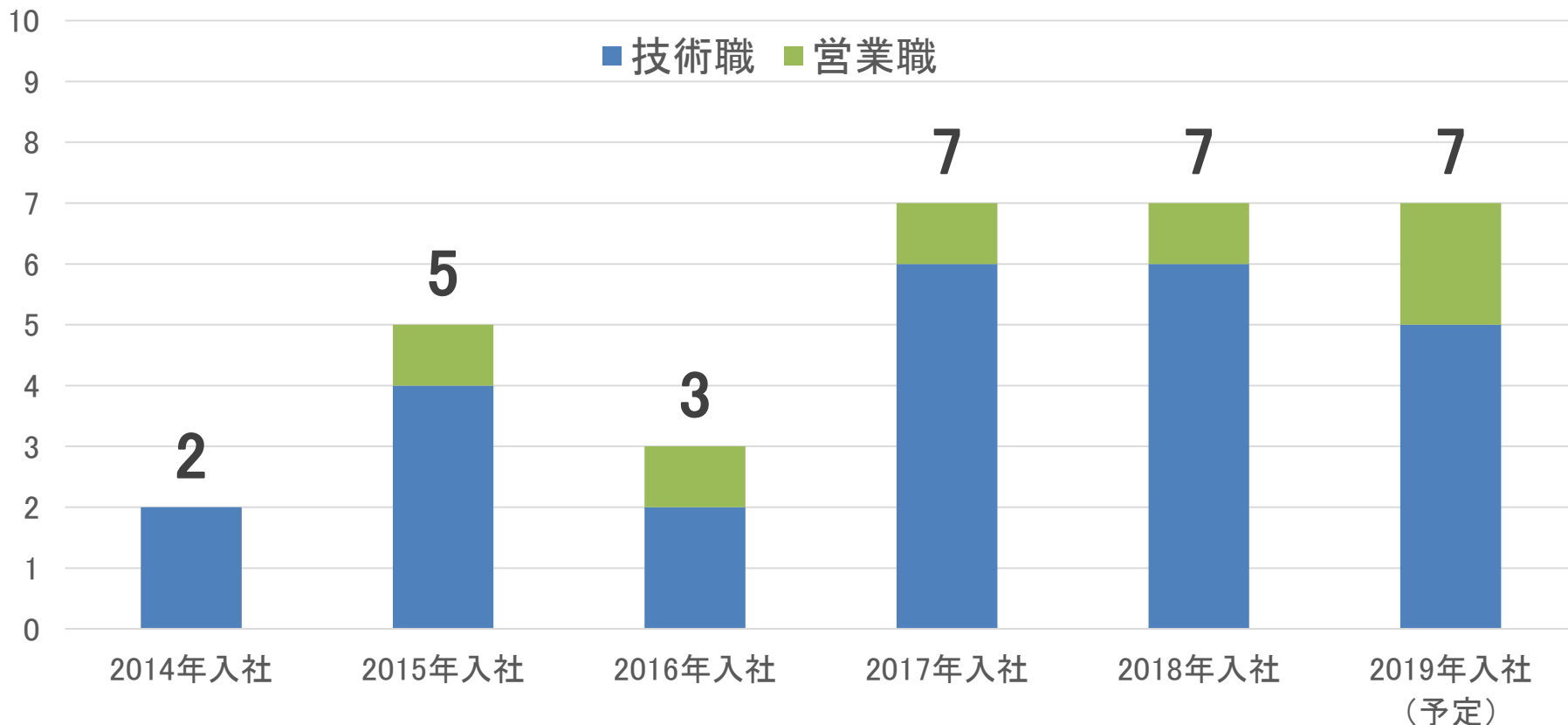
社員男女比率



2018年9月末現在、子会社を含む連結、
契約社員・派遣社員を含む

② 新卒採用の状況

中長期的視点に立ち、人員増強を中途から新卒採用主体へ移行済。
当社が責任もって育成できる人数を**確実に採用し、確実に育成中**。
厳しい採用環境が続く中、**当社の採用活動は順調に推移!**



3 開発体制の強化

従来



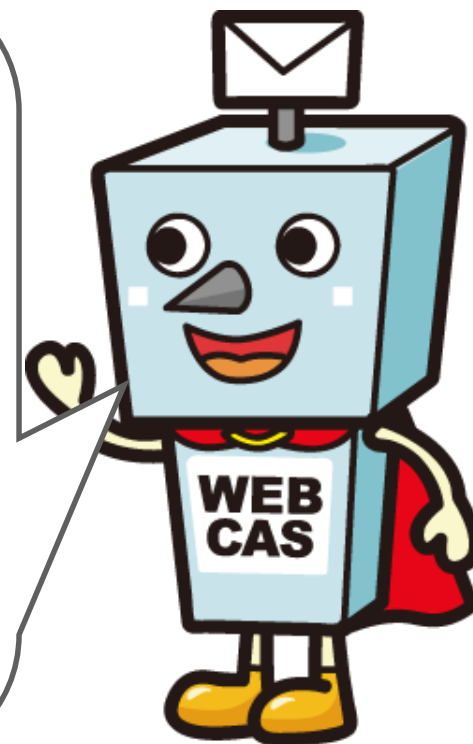
体制変更後



※PDM＝プロダクトマネージャー：プロダクトマーケティングを担う専任マネージャー

5. 事業概要

- 1 事業内容と製品・サービス概要
- 2 市場環境と主な導入先
- 3 成長戦略と配当方針



1 事業内容と製品・サービス概要

主に大企業・中堅企業に対し、インターネットを活用した販売促進のためのソフトウェアやサービスを提供するのがエイジアの事業。

販売促進・マーケティングソリューション(ソフトウェア+サービス)の中でも、特にeメールを活用した販売促進ソリューションに強みを持つ会社。

アプリケーション事業

自社開発によるマーケティングプラットフォーム
「WEBCAS(ウェブキャス)」
シリーズの開発・販売

コンサルティング事業

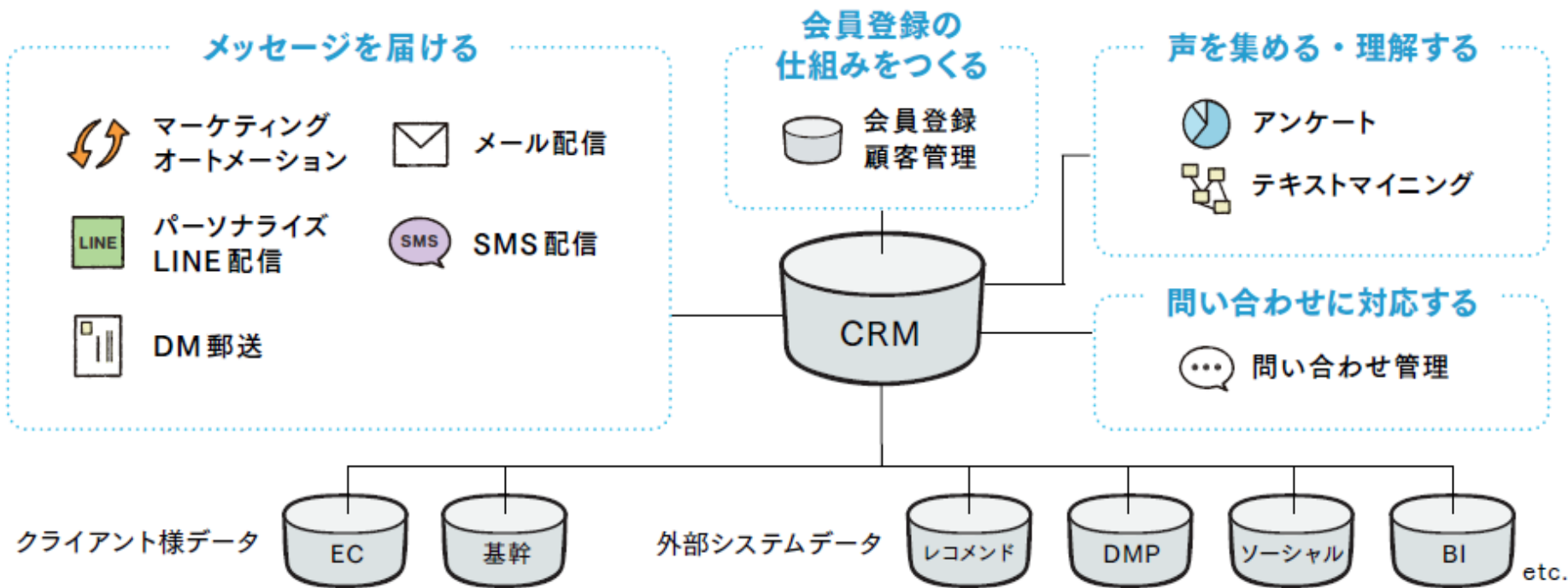
「WEBCAS(ウェブキャス)」
シリーズをより効果的に
ご活用いただくための
コンテンツ企画・制作等

オーダーメイド開発事業

「WEBCAS(ウェブキャス)」
シリーズと関連性のある個別
システムの受託開発と保守

主な製品・サービスラインナップ

WEBCAS®



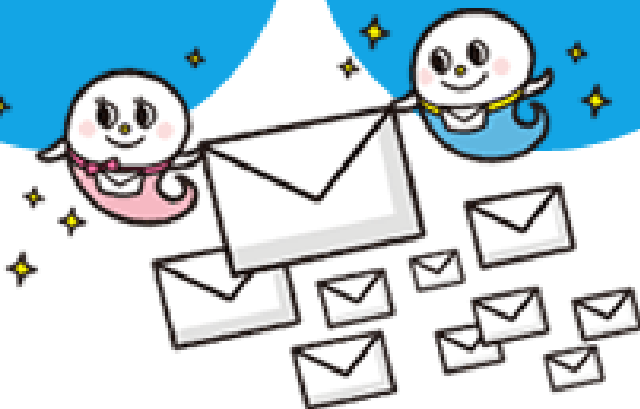
主力製品「メール配信システム WEBCAS e-mail」の配信性能

パッケージ導入版

毎時**300万通**
以上の高速生成!

クラウド版 SaaS

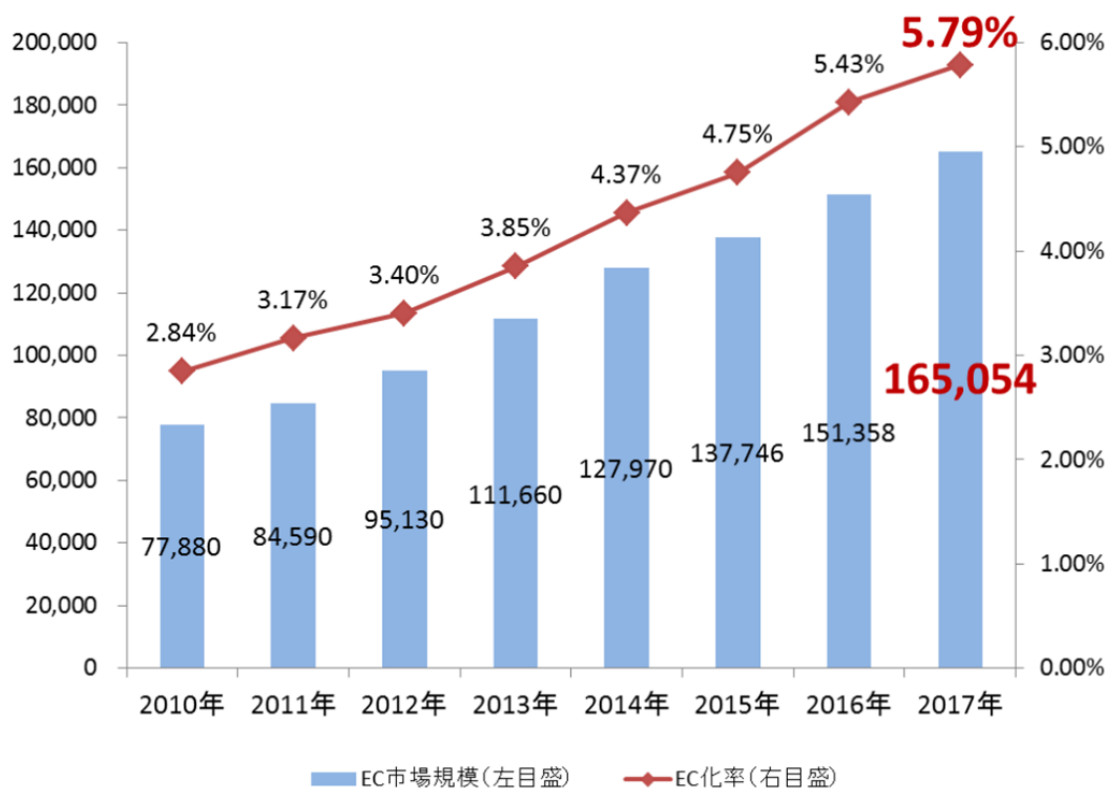
毎時**240万通**
以上の高速生成!



会員が数百万人規模の
大規模ECサイト等で
多数の商材と
多数の会員とを
One to Oneで組み合わせ
大量配信するケースに
強みを持つ

毎時300万通のOne to Oneメールを送れる超高速性
【業界最高水準】

② 市場環境と主な導入先 ① EC関連市場



- 2017年は16.5兆円 (前年比+1.4兆円増)
- EC化率は5.79%

諸外国のEC化率の状況

イギリス	2013年: 11.6%
	2018年: 18.0% (予想)
中国	2013年: 8.3%
	2018年: 16.6% (予想)

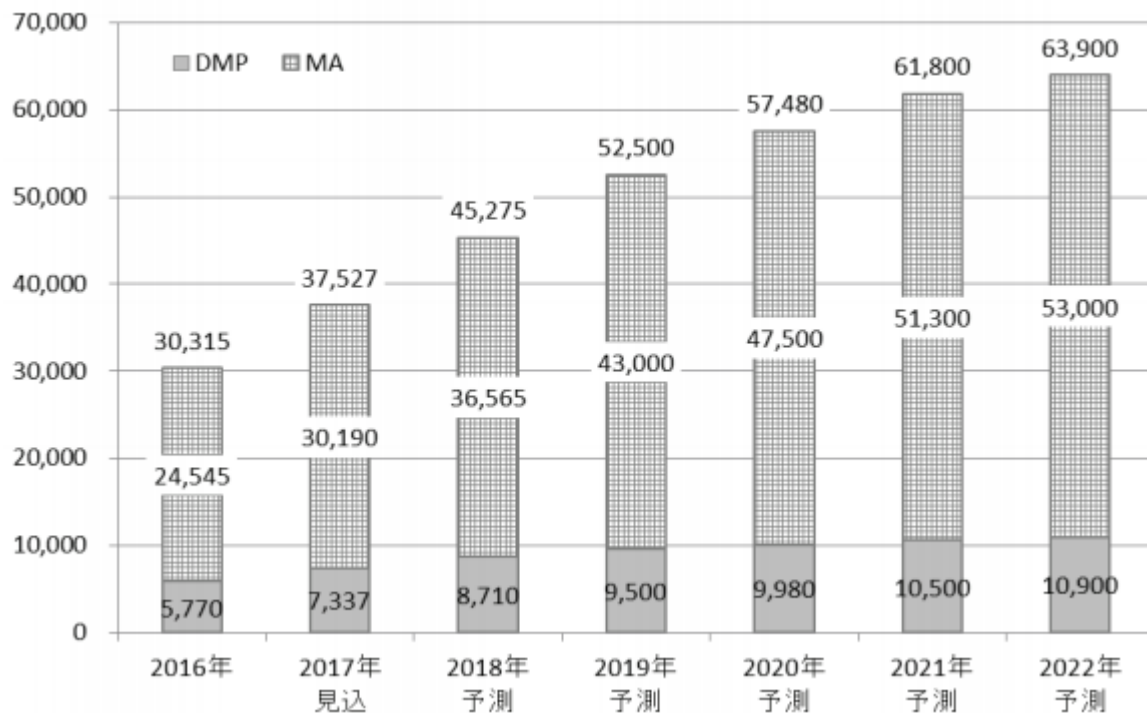
⇒ 日本はEC化率向上余地がある

2018年4月25日 経済産業省 発表
「電子商取引に関する市場調査」より抜粋

②マーケティングオートメーション(MA)市場

主力製品で培ったメール配信性能を活かし、Eメール・LINE・DM等の手段(チャネル)を組み合わせたコミュニケーションシナリオを設定し自動配信するクロスチャネルマーケティングプラットフォームを目指す

(百万円)



- 2022年MA市場は530億円
- 2016年比で2020年のMA市場は約2倍に成長
- 6年間の年間平均成長率は13.7%

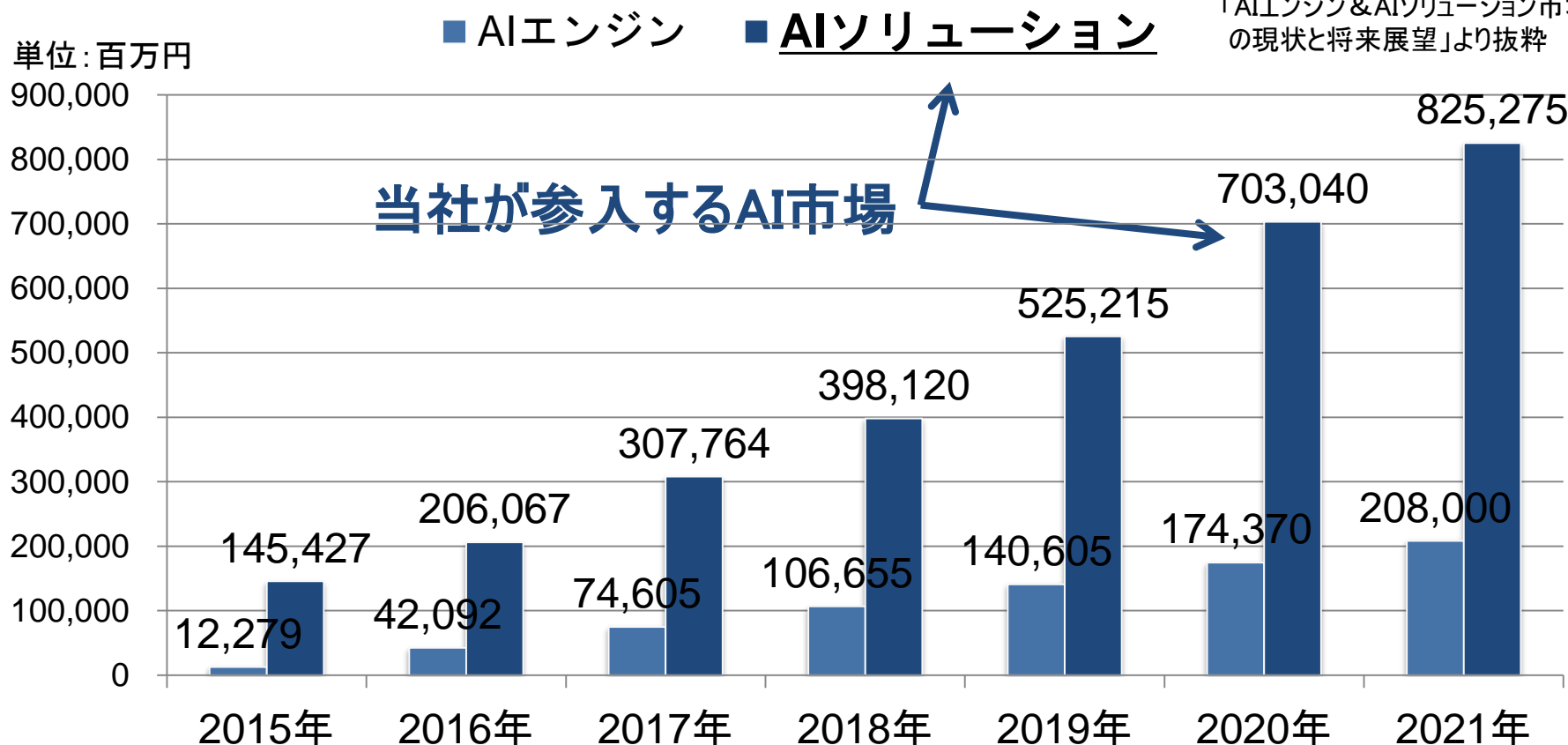
➡ MA市場は
成長有望市場

2017年11月29日
 (株)矢野経済研究所 発表プレスリリースより抜粋

③AI関連市場

マーケティング業務の自動化にAIは不可欠となる。
現在、AIエンジンベンチャーと協業し製品化へ向け
実証実験を実施中。

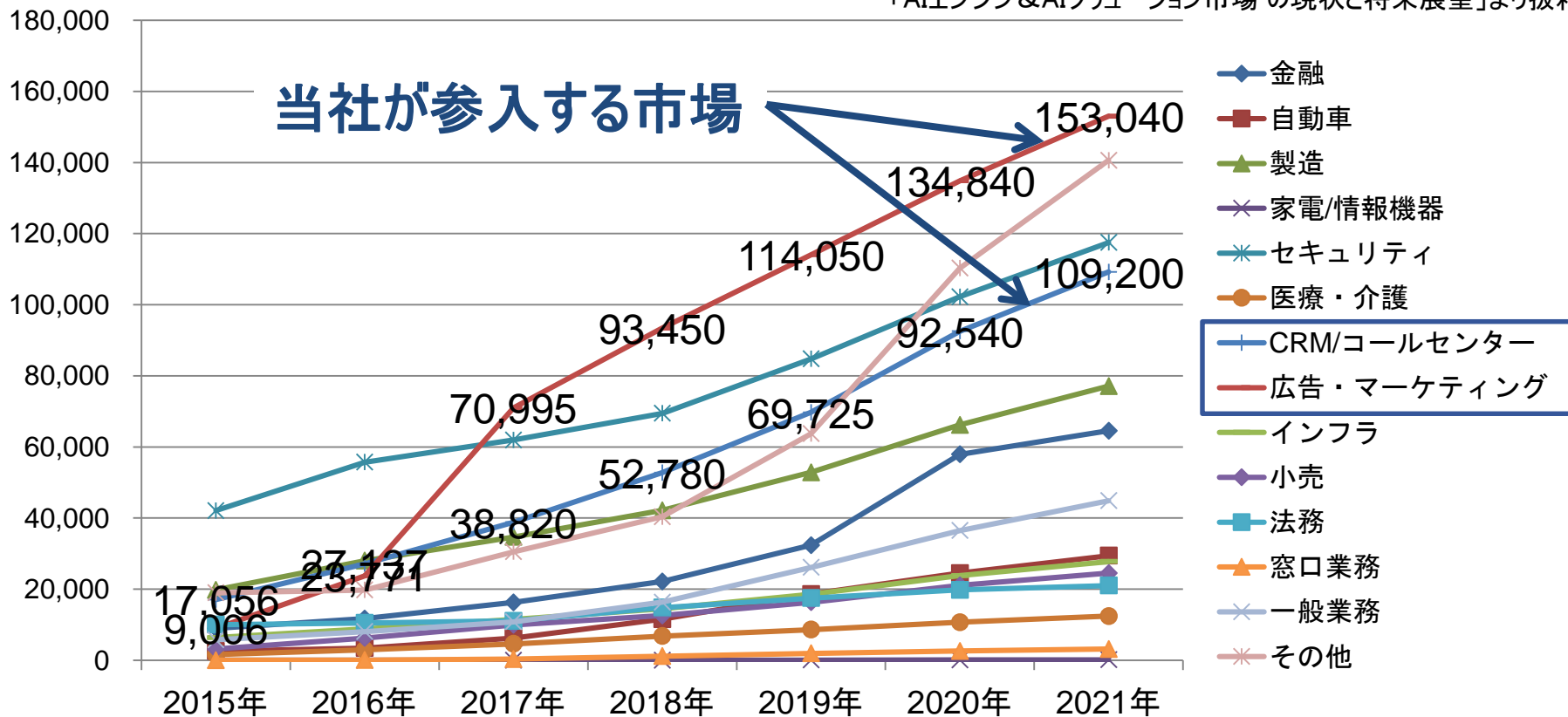
株式会社ミック経済研究所
2017年8月31日発行
「AIエンジン&AIソリューション市場
の現状と将来展望」より抜粋



③AI関連市場

AIソリューション市場の中でもマーケティング分野が最も成長する

株式会社ミック経済研究所
2017年8月31日発行
「AIエンジン&AIソリューション市場の現状と将来展望」より抜粋

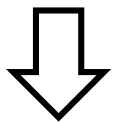


④ 主な導入先

**4,000社以上
の実績**

強い業種

- EC
- アパレル
- 化粧品
- 保険会社



**大手・中堅のBtoC企業が
販促利用**



3 成長戦略と配当方針

① 重要な経営指標とその方針

成長率

売上・利益面で毎年2ケタ成長を実現する

営業利益率

長期的には30%を目標とし、
中期的には25%を実現する
(前期実績:21.6%、今期修正計画:23.1%)

ROE

現状の15%前後から
中期的に20%を目指す

②中期経営ビジョン

クロスチャネル対応
マーケティングプラットフォームの構築



↑
人工知能によるマーケティングの革新

情報は、たくさんあればあるほど良い、わけではない。

消費者は、自分が欲しい情報だけを、
最適なタイミングで、
最適なルート(チャンネル)で届けてもらいたい。

消費者にとっての「ちょうどいい」
それを実現するのが、我々が考える、
クロスチャンネル対応マーケティングプラットフォーム。

人工知能ができること（主に、自然言語解析・機械学習機能）

データの収集・分析・整理



「誰が」、「どんな情報を」、
「いつ欲しがっているか」を発見する

チャンネルの最適化



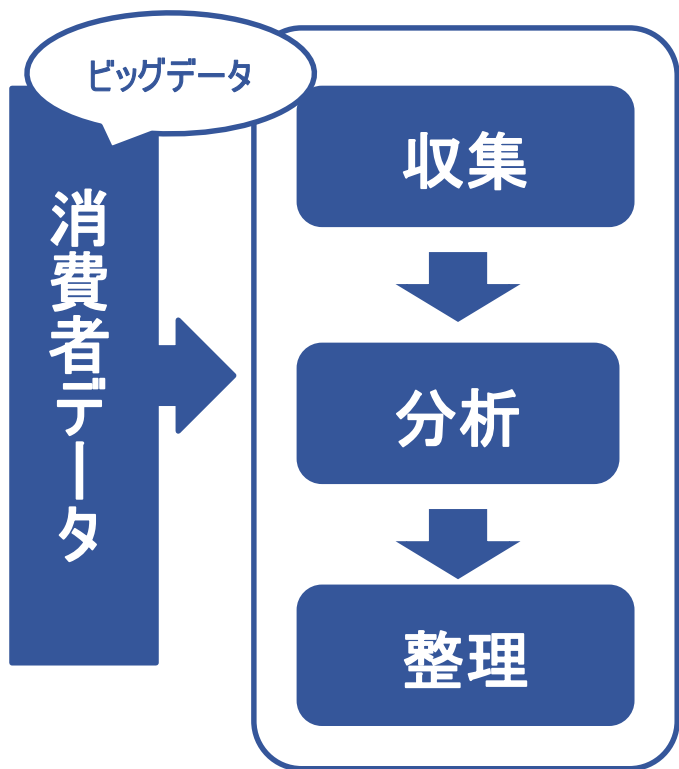
どのルート(チャンネル)が
最適なのかを発見する



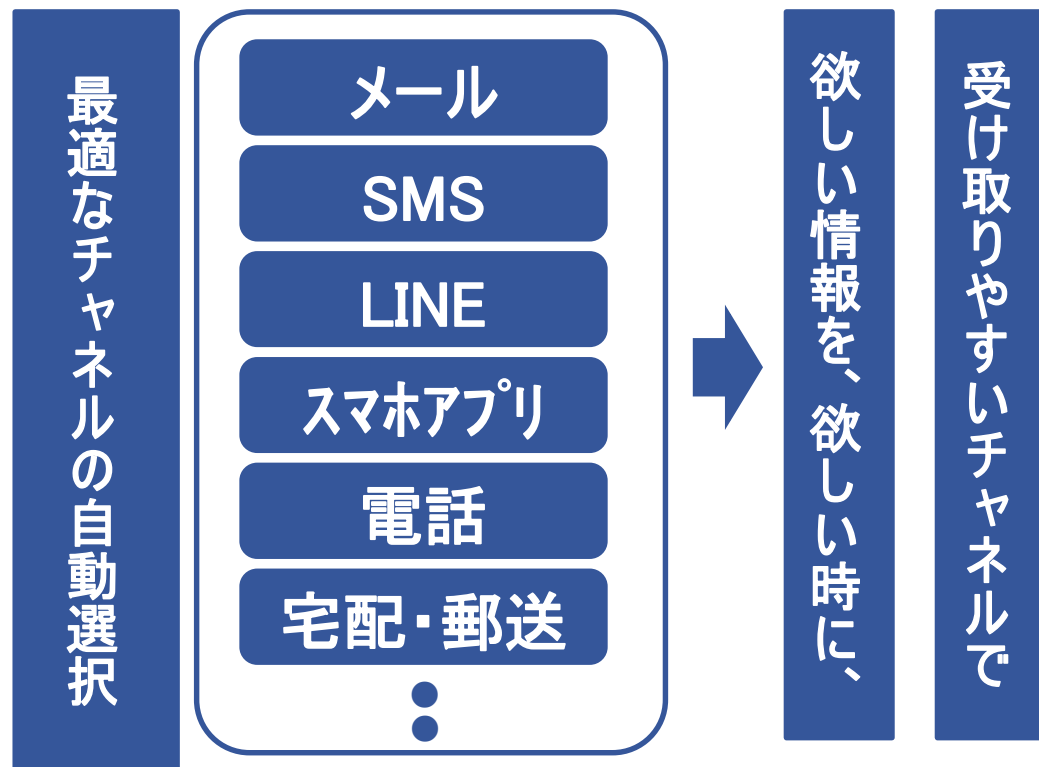
“欲しい情報だけを、欲しい時に、最も受け取りやすいチャンネル
受け取れる「ちょうどいい」“の実現

クロスチャネル対応マーケティングプラットフォーム構想

データの統合化

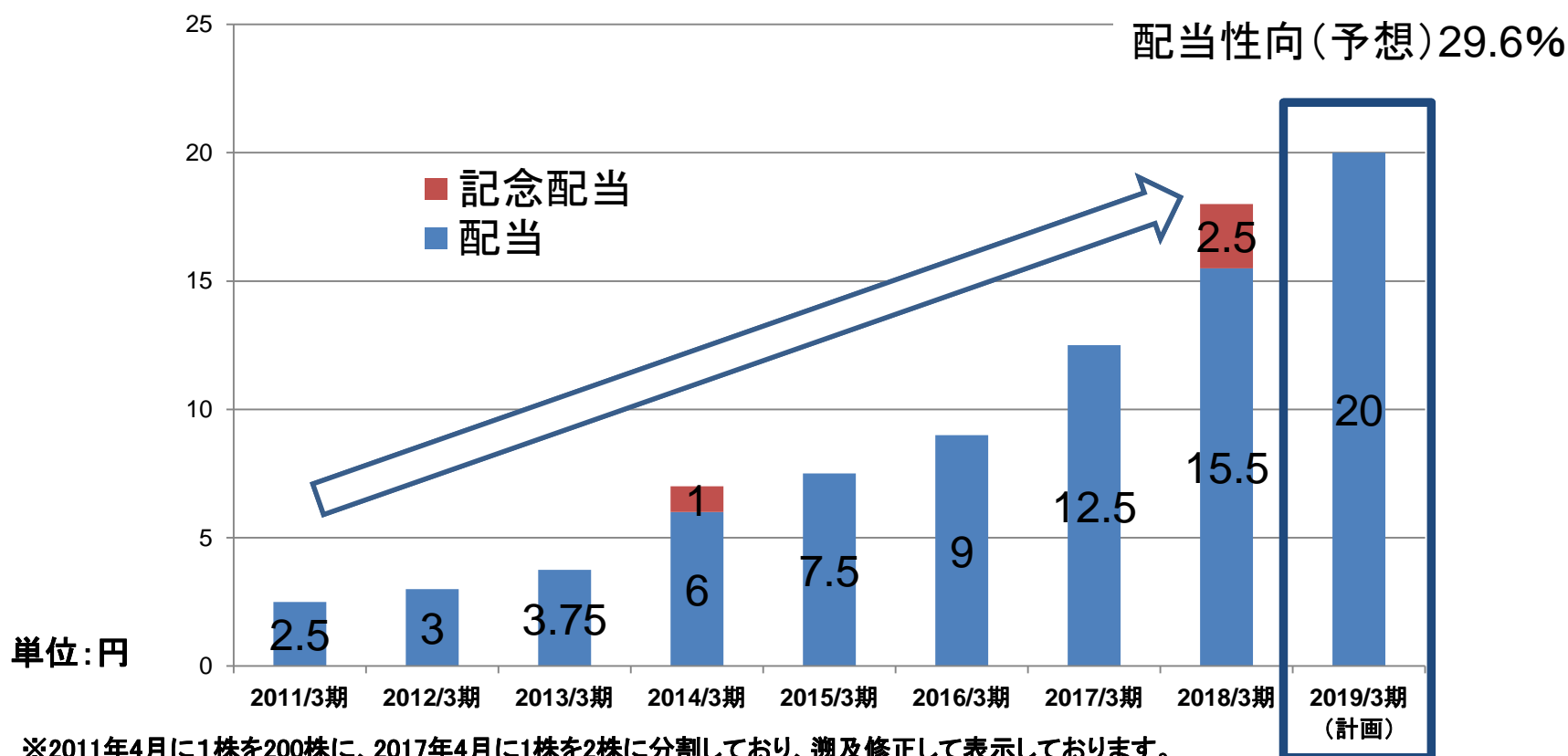


チャネルの最適化



③配当方針

配当性向30%を基本方針とする



※2011年4月に1株を200株に、2017年4月に1株を2株に分割しており、遡及修正して表示しております。

※2014年3月期の記念配当は、連結売上高が10億円を上回ったことによりです。

※2018年3月期の記念配当は、東証一部指定を受けたことによりです。

会社概要

- 社名 株式会社エイジア
- 代表者 代表取締役 美濃 和男
- 本社 東京都品川区西五反田7-20-9 KDX西五反田ビル4F
- 設立 1995年4月
- 資本金 322百万円(2018年9月末現在)
- 役職員数 122人(2018年9月末現在、子会社、契約・派遣社員含む)
- 事業内容
 - ① 自社開発によるマーケティングプラットフォーム「WEBCAS」の開発・販売
 - ② ウェブサイト及び企業業務システムのオーダーメイド開発
 - ③ マーケティングコンサルティング、ウェブコンテンツの企画・制作

ご清聴ありがとうございました。

本資料は株主・投資家などの皆さまに当社の経営方針、計画、財務状況などの情報をご理解いただくことを目的としており、当社の株式の購入、売却など、投資を勧誘するものではありません。

本資料において提供されている情報は、当社の現在の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績などに関する見通しであり、これらは、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいており、リスクや不確定な要因を含んでいます。実際の業績は、経済情勢、通信業界における競争状況、新サービスの成否などさまざまな要因により、これら業績などに関する見通しとは大きく異なることがあり得ます。

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・修正をおこなう義務を負うものではありません。



IRお問い合わせ

経営企画室長 藤田 雅志

TEL 03-6672-6788

e-mail azia_ir@azia.co.jp