



Allied Architects

決算補足説明資料

2020年12月期 | 第1四半期

アライドアーキテクト株式会社

2020年5月13日

アライドアーキテクト・グループが挑む社会課題と解決策

社会課題 と 機会



人口減少・
超成熟市場

日本の人口 *1

2020年 1.3億人
2050年 0.9億人
2100年 0.4億人



本格的デジタル・
ソーシャル時代へ

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

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

12兆円/年 30%以下



グローバル集客時代

訪日外国人の消費額
(2020年政府目標) *4

越境EC (日→中) 市場
規模 (2022年予想) *5

8兆円 2.5兆円

日本企業 の現状

依然として新規顧客獲得に偏重
単発的な施策が中心

新規顧客の獲得が
より困難に

デジタルマーケティング
人材の質・量不足

DXが一気に加速
(デジタル・トランスフォーメーション)

グローバル展開は
大手企業中心

インバウンド需要は一時後退も、
越境ECのニーズ高まる

コロナ後に
予測される変化

当社が 導く世界

「ファン」をベースとし、
長期的な関係を重視した
マーケティングへのシフト

効率的かつ効果的な
マーケティングソフトウェアと人材を
日本・世界で供給

中華圏中心にソーシャル活用で
あらゆる日本企業にグローバル
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

*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～

*3 アライドアーキテクト 「マーケター実態調査 2019年」

*4 国土交通省 観光庁 「訪日外国人の消費動向 2018年年次報告書」

*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)」

ミッション

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



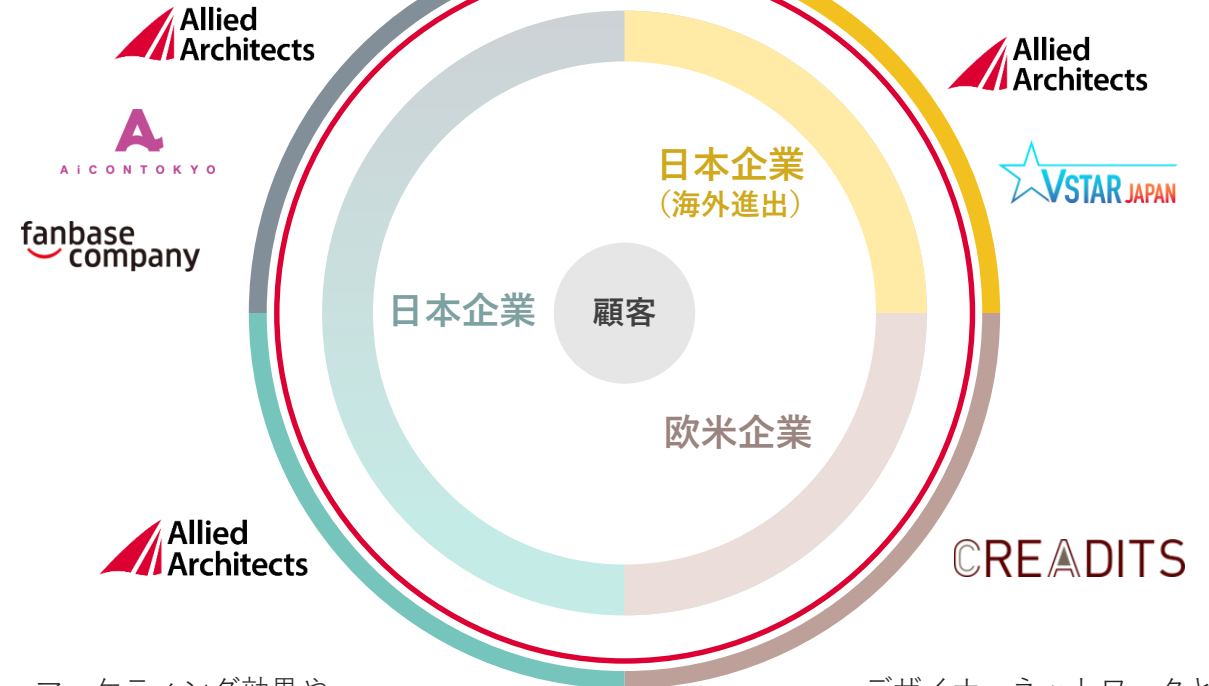
事業展開

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

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



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

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

マーケティング・ソフトウェア事業

クリエイティブ・プラットフォーム事業

会社概要

アライドアーキテクト株式会社

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 : 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)

当社グループの拠点と人材

拠点数 : 7 グループ社員数 : 213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

(*) 2020年3月31日現在

主なグループ会社



AiCON TOKYO
株式会社
(東京都渋谷区)

クリエイティブディレクター
のインソース事業



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



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



fanbase company
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」の戦略策定、
実行・効果測定



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

UK (London)



Japan (Tokyo)

US (New York/Austin)



Vietnam
(Hanoi, HoChiMinh)

Singapore



エグゼクティブサマリー

1Q業績

- 海外関連で新型コロナウイルス禍の影響を受けつつも**連結営業利益は前年同期比で増益を確保**
- **付加価値の高い自社サービスを中心**とした売上構成へのシフトが進む

新型 コロナウィルス 関連

- **手元資金を手厚く**
(2020年6月末迄に2019年12月比約2倍の13億円程度の現預金確保予定)
- 直近では、海外関連の需要は回復傾向、国内の影響は軽微も今後の状況を注視
- 中長期的には**当社グループの事業領域に追い風**

2020年12月期 1Q業績



連結損益計算書サマリー

- 付加価値売上重視に移行する中、収益性が向上
- 連結営業黒字を4四半期ぶりに回復
- 投資回収フェーズに入り、営業利益率向上を目指す

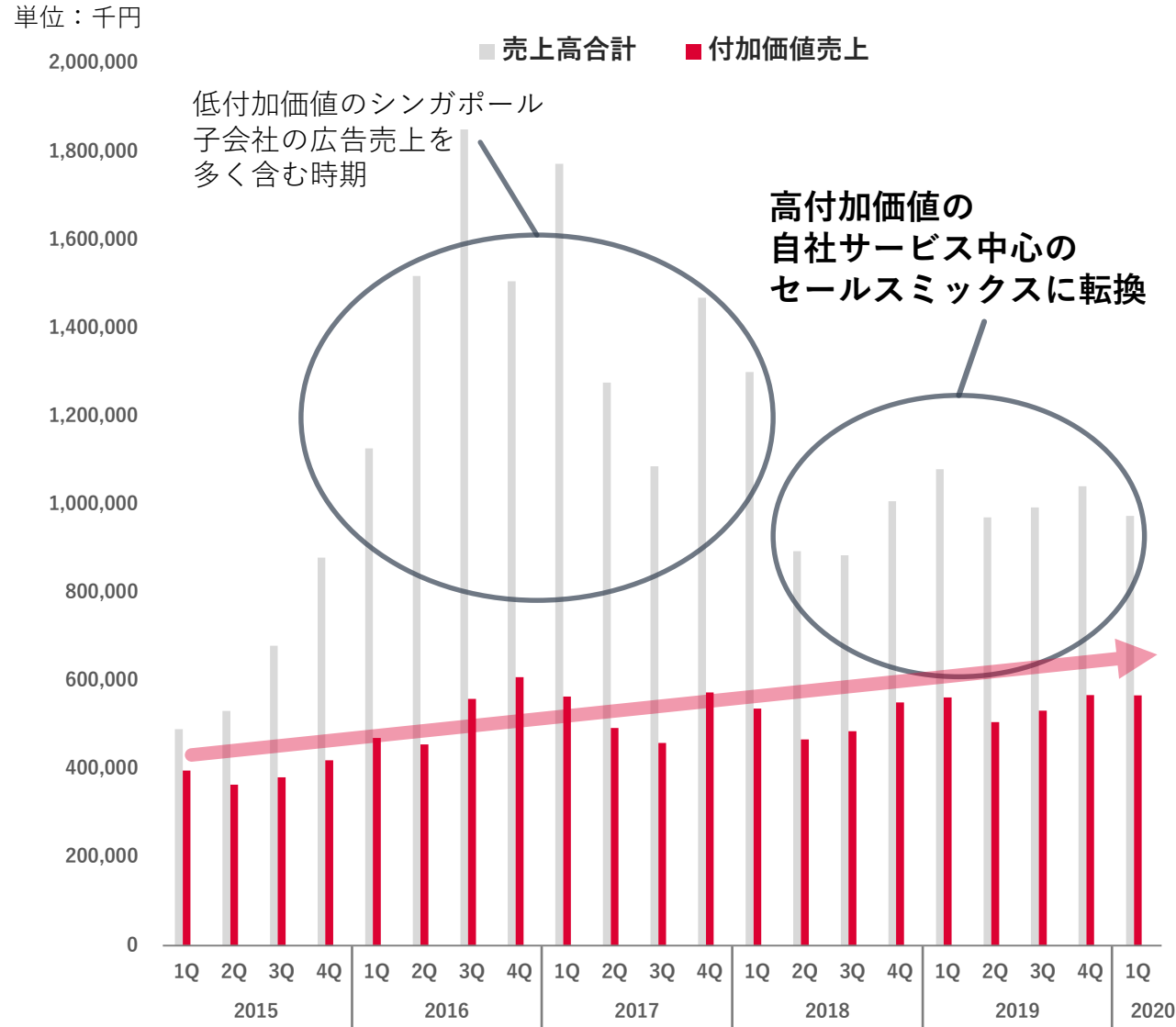
() 内の数値は対売上高比率 単位：千円

	2020年1Q	2019年1Q	前年同期比
売上高	974,438	1,080,311	△105,872
付加価値売上	567,365 (58.2%)	563,255 (52.1%)	4,109 (+6.1pt)
売上総利益	491,333 (50.4%)	488,132 (45.2%)	3,200 (+5.2pt)
営業利益	15,571 (1.6%)	13,030 (1.2%)	2,540 (+0.4pt)

(※) 付加価値売上 = (アライドアーキテクト単体：売上高 - 直接原価) + (連結子会社：売上総利益)

四半期売上高及び付加価値売上推移

四半期売上高・付加価値売上推移



「付加価値売上 (※)」を
当社グループの収益性を図る
重要な経営指標と設定

(※) 付加価値売上 = (アライド単体：売上高 - 直接原価)
+ (連結子会社：売上総利益)

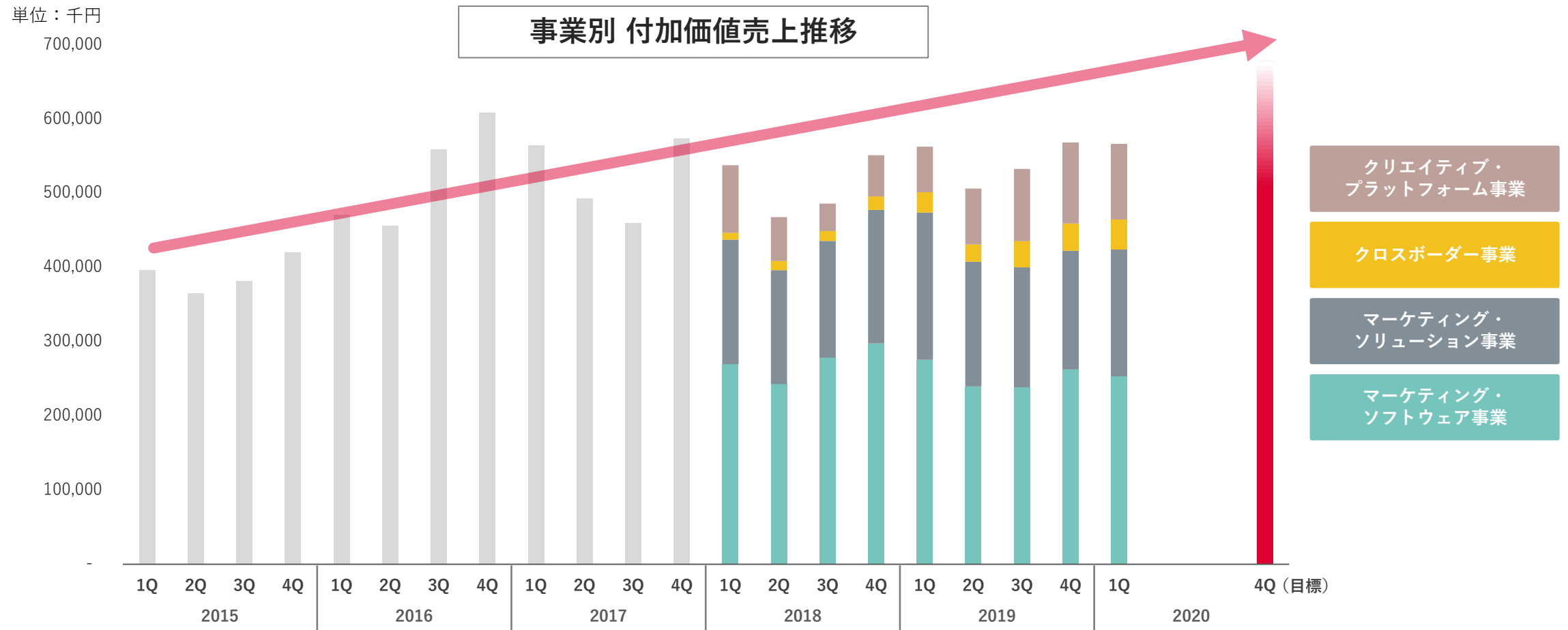
2019年12月期決算説明資料における「粗利額」と同等の概念



付加価値売上の
持続的な成長を
経営の目標とする

四半期ごと事業別付加価値売上推移

全事業において競争力の高い自社サービスを中心とした展開の土台が整い
付加価値売上 (※) は再び増加トレンドへ



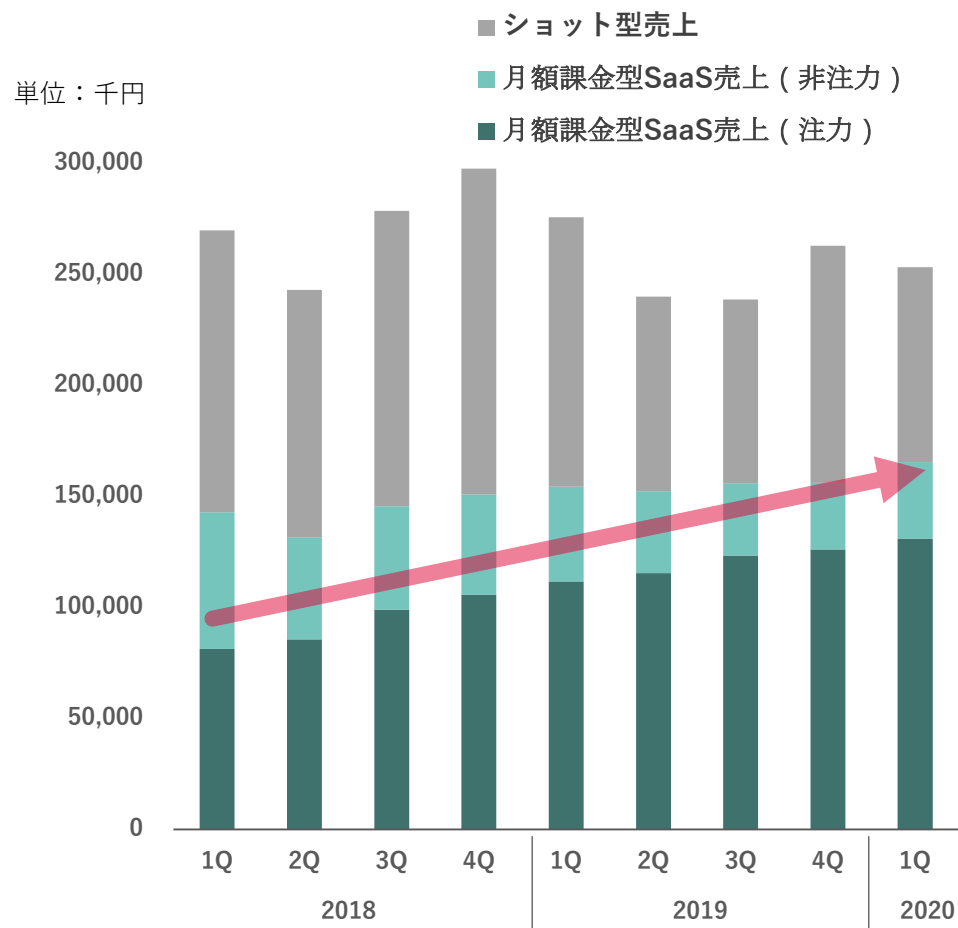
(※) 付加価値売上 = (アライド単体：売上高 - 直接原価) + (連結子会社：売上総利益)

事業別概況 - マーケティング・ソフトウェア事業

- 注力している月額課金型のSaaSモデルの付加価値売上は順調に成長
- 新型コロナウイルス禍でも大手EC顧客からの受注が順調

事業内容/事業の成長可能性はP.21参照

マーケティング・ソフトウェア事業の付加価値売上推移



1Q トピック

Letro

Instagram連携SaaSソフトウェア

注目のD2C (*) 企業でのLetro導入拡大
新規の月額受注額は前四半期比で2倍に

BASE FOOD

BOTANIST

BULK HOMME

DINÉTTE

MANARA

(*) D2C=Direct to Consumer。メーカーがECなどを通じて直接消費者と取引を行うビジネスを指す。

echos

Twitter連携SaaSソフトウェア

Twitter広告APIの審査を通過
さらなる顧客単価向上による売上拡大に期待



事業別概況 - マーケティング・ソリューション事業

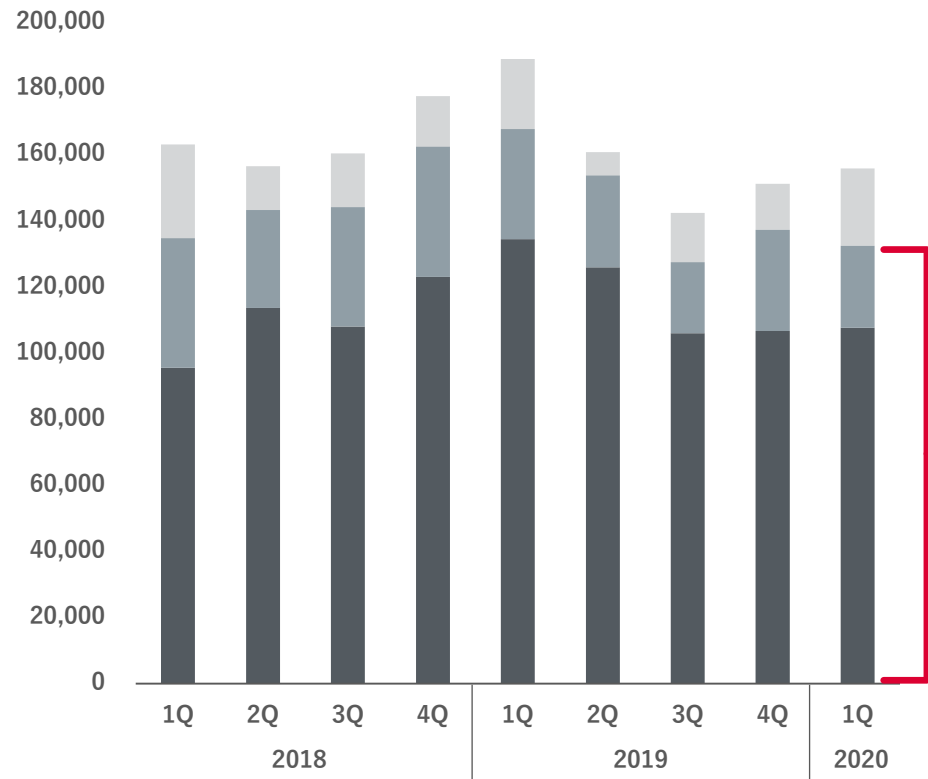
- 顧客に付加価値を提供し、取引額・取引期間ともに拡大する大口顧客に注力
- SNSアカウント運用・SNS広告運用のみならず、マーケティング戦略の立案やクリエイティブ制作等の付加価値を加え、**1社あたりの売上高の拡大に注力**

事業内容/事業の成長可能性はP.22参照

マーケティング・ソリューション事業の付加価値売上推移

単位：千円

■ 継続（大口） ■ 継続（小口） ■ スポット



継続（*）顧客からの付加価値売上

↓
約85%

（*）継続 = 1回のキャンペーンや施策単位の受注ではなく、毎月又は定期的に受注のある顧客

1Q トピック

継続かつ大口顧客との取引拡大に注力

2019年秋～2020年初頭にかけて実施したキャンペーンでは様々なソリューションを提供

Webサイト制作

コンセプトムービー制作

SNSアカウント活用/SNS広告運用

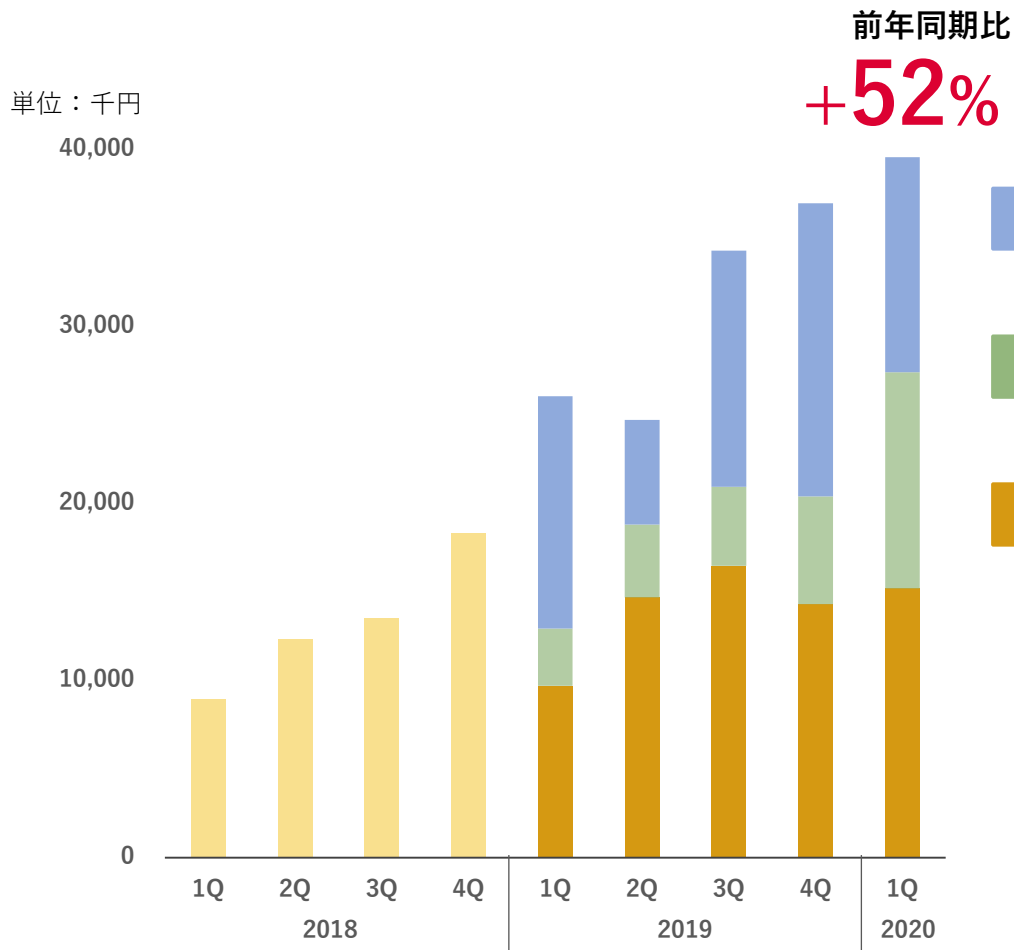
一生のパートナー
第一生命
Dai-ichi Life Group

1日から入れるレジャー保険

事業別概況 - クロスボーダー事業

- 新型コロナウイルス禍により、インバウンド関連は減少も、越境EC（特に中国）での情報発信基盤のSNSアカウント運用が伸長、付加価値売上が**前年同期比+52%**
- 自社独自サービスのBo!Japan、および国内独占サービス提供も拡大し**競合優位性を確保**

事業内容/事業の成長可能性はP.23参照



1Q トピック

自社・国内独占サービス



在日中国人コミュニティBo!Japanが登録者数2,000名を超え活性化

中国SNSアカウント運用



企業の中国市場進出が加速し、中国での情報発信の基盤づくりが進む

KOL / 広告配信サービス



新型コロナウイルス禍により、企業の中国本土での販売推進活動が縮小

VstarJapanが中国進出支援を手掛ける
YouTuber/Artistあさぎーによ

中国最大のSNS「Weibo (微博)」において
全体デイリーランキング1位を獲得

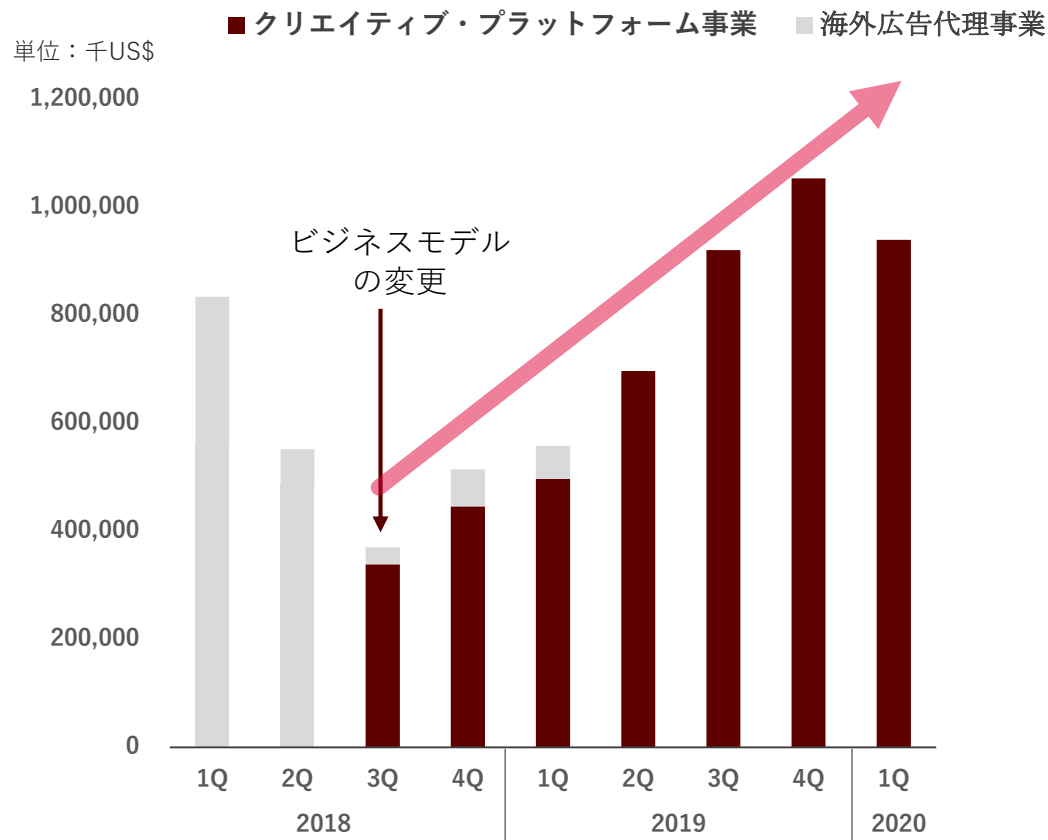


事業別概況 - クリエイティブ・プラットフォーム事業

- 新型コロナウイルス禍の影響と中国市場の非注力化により全体としては付加価値売上は減少となるも、影響の少ない**特定業種** (*) を中心に売上高が増加し、2Q以降は再成長へ
- 3D動画のニーズが高く、顧客単価の拡大に貢献

事業内容/事業の成長可能性はP.24~25参照

クリエイティブ・プラットフォーム事業の付加価値売上高推移



1Q トピック

CREADITS 第三者割当増資による資金調達



SaaS領域に豊富な投資実績とノウハウのあるDNX Ventures、圧倒的なグローバルネットワークを持つ住友商事系CVCから約3.3億円を調達

- クリエイティブ制作の自動化に向けたプロダクト開発の強化
- 特に3D動画等の供給能力の向上を目的としたデザイナーネットワークの強化

当社の持株比率は98.7%→83.9%に

新型コロナウイルス禍に伴う 対応と見通し



第1四半期の堅調な業績を踏まえ 通期業績見通しは据え置き

今後に向けた 対応・見通

短期

手元資金の手当て、労働環境の整備完了

直近では、海外関連の需要は回復傾向、国内の影響は軽微も今後の状況を注視

中長期

(来期以降)

当社が想定していた事業環境の変化が加速する



各事業における戦略と方針を一段と推進

今後の経済情勢の変化により、当社業績に大きな変動が見込まれる場合には、速やかに開示いたします

新型コロナウイルス禍に伴う対応

資金繰りの手当

3月：子会社で増資

5-6月：銀行借入により手元資金を増強

現預金内訳（連結）

単位：千円

Creadits増資前 716,815

Creadits増資 326,484

小計（3月末残高） 1,043,299

**コロナ緊急資金（5-6月調達予定） 300,000
~400,000**

6月末想定残高 約1,300,000

2019年12月比 約**2**倍

事業の継続と労働環境の整備

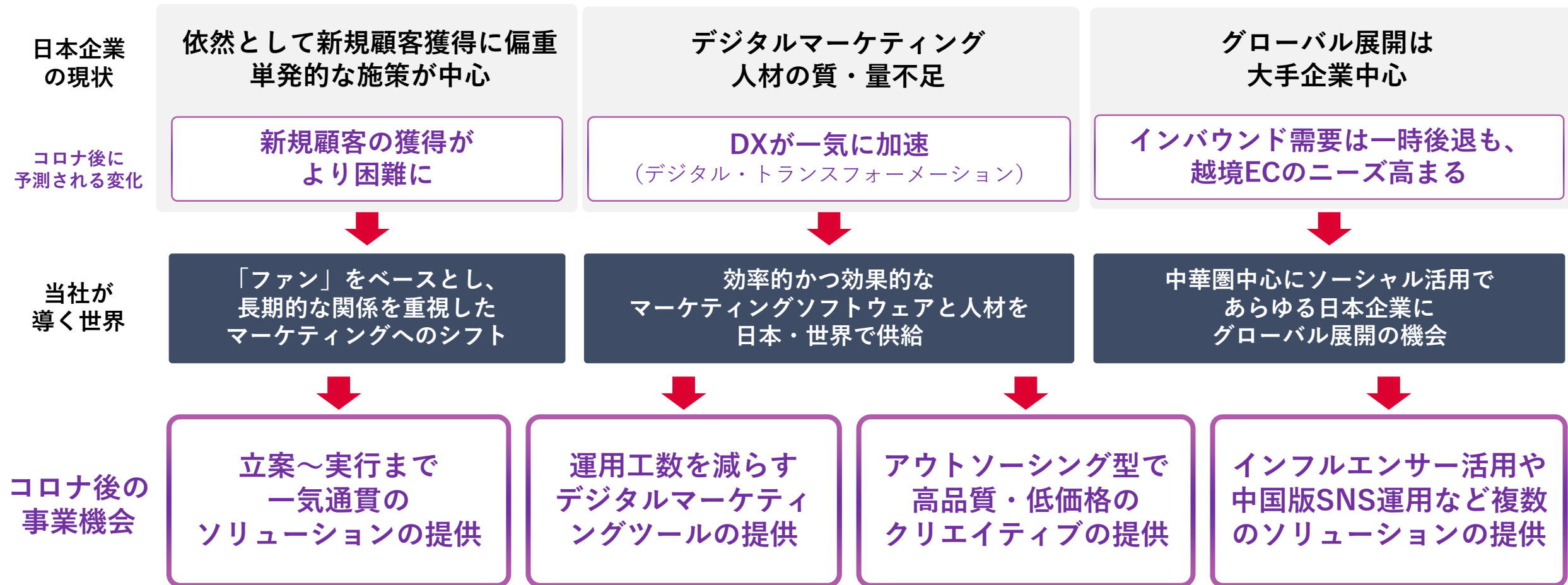
2月後半：段階的に在宅勤務を導入

4月上旬：緊急事態宣言で全面的に在宅勤務へ移行

- 4月の平均在宅勤務率**93.6%**と政府目標を大幅に上回る
- 顧客との商談もオンライン会議システムの利用で従前どおり継続
- 快適な在宅勤務の環境整備に1人1万円を上限に補助
- 今後、請求書発行・契約締結などの事務作業をオンラインで完結する仕組み順次を導入予定

中長期を見据えた事業展開

- 短期的には、経済動向の注視が必要
- 今後は、想定していた事業環境の変化が加速するのみで、各事業展開の根本的な方針に大きな変更なし



事業の成長可能性

- 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

アライドアーキテクト・グループがターゲットとする市場

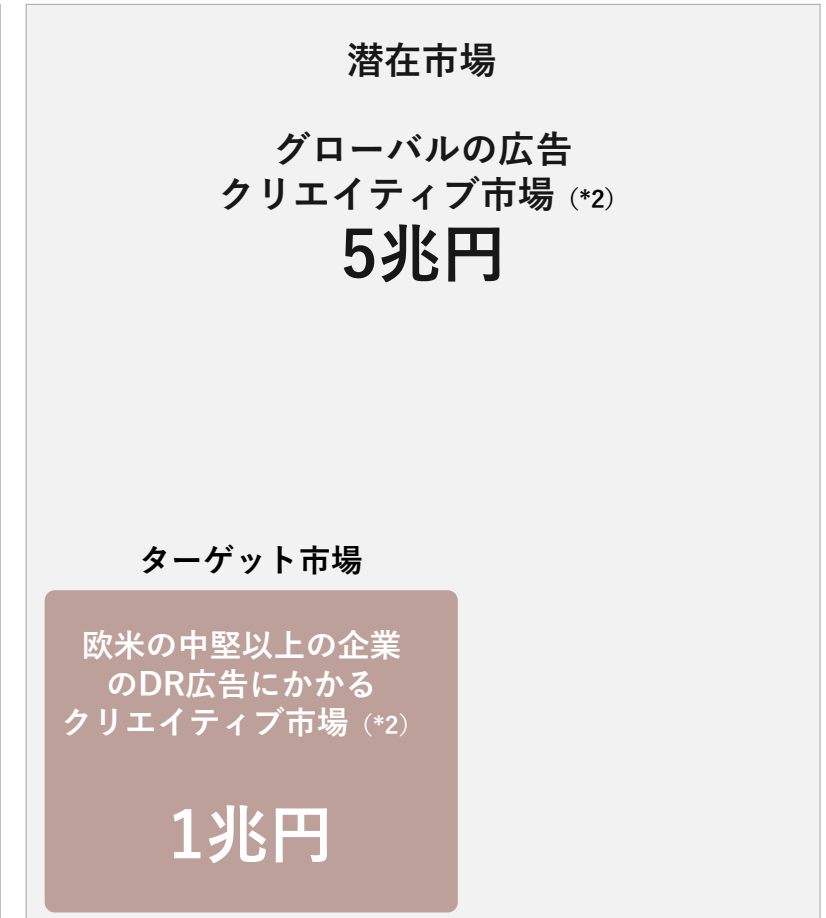
広告・販促市場（日本）



広告市場（中国）



広告市場（欧米）



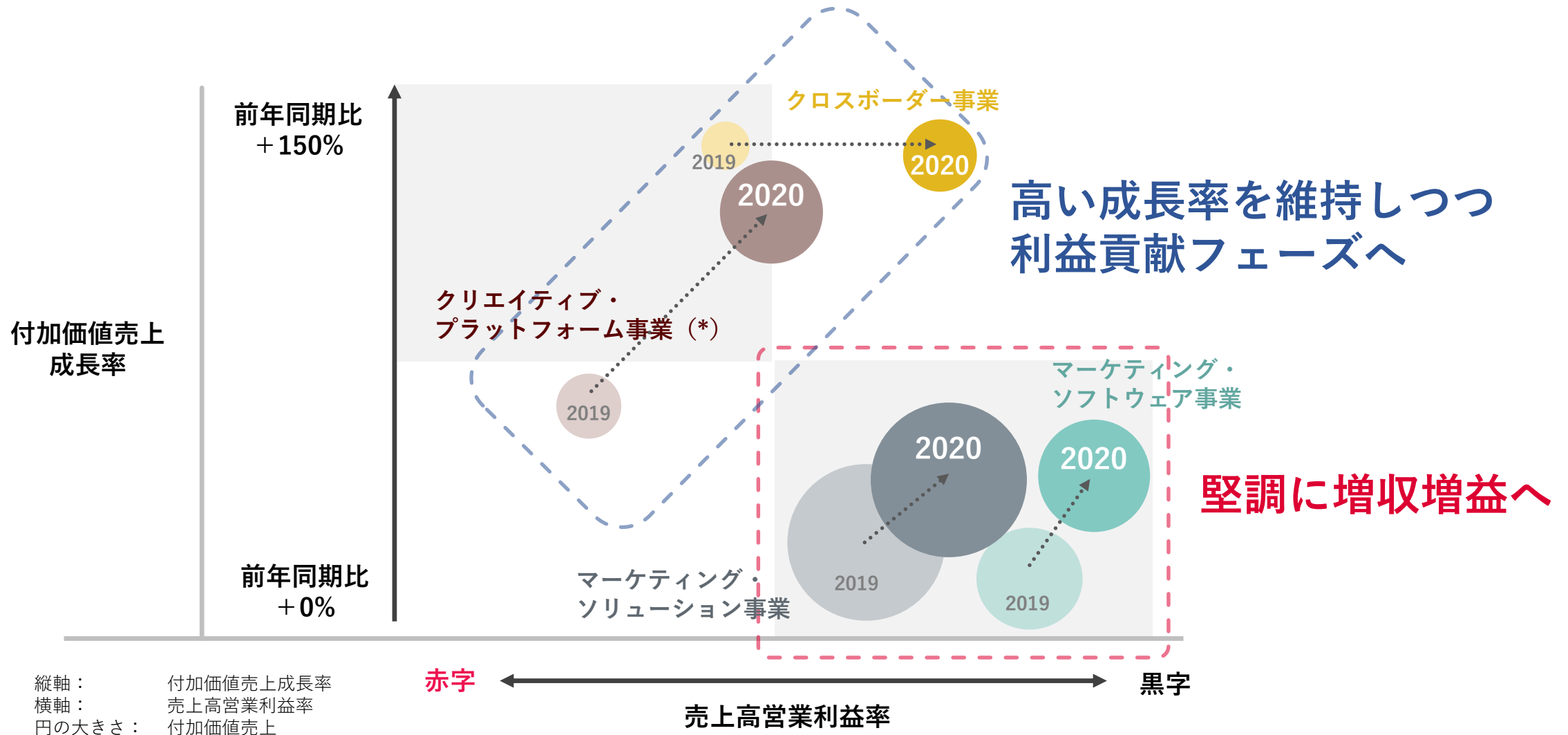
(*1) 2019年 日本の広告費（電通株式会社）

(*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

4つの事業ポートフォリオ

投資回収フェーズに入り、さらなる営業利益率の向上を目指す



(*) 2018年2Qから収益性の低いSNS広告事業から撤退

マーケティング・ソフトウェア事業の成長可能性

市場背景



本格的デジタル・ソーシャル時代

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

コロナ後に
予測される変化

- ・ 新規顧客の獲得がより困難に
- ・ DXが一気に加速
(デジタル・トランスフォーメーション)

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

(*) アライドアーキテツ 「マーケター実態調査 2019年」

アライドアーキテツ・グループが提供するソリューション

Letro

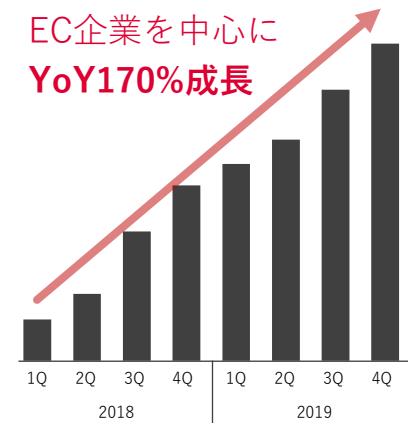


Instagram上に投稿される
ユーザー投稿をマーケティング
施策に活用するツール



縦軸：付加価値売上

EC企業を中心に
YoY170%成長



ech@es

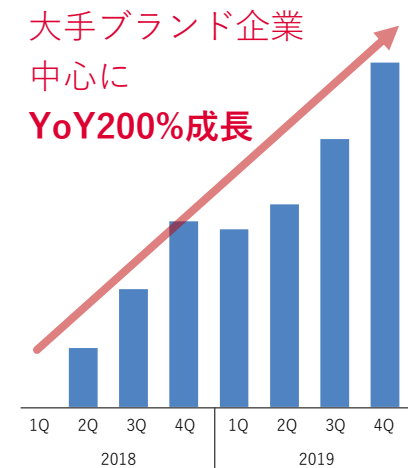


Twitter上で販促施策やプロモーション
施策を手軽に行える管理
ツール



縦軸：付加価値売上

大手ブランド企業
中心に
YoY200%成長



マーケティング・ソリューション事業の成長可能性

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

コロナ後に
予測される変化

新規顧客の獲得がより困難に

課題



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施策実行のためのノウハウ、人材、仕組みがない

アライドアーキテクト・グループが提供するソリューション

顧客に付加価値を提供し、取引額・取引期間ともに拡大する案件の開拓に注力



専門人材による実行支援や
専門人材の派遣



CCO派遣により
顧客企業の経営やブランディングに
“アート”や“クリエイティブ”の要素
を織り込む

※CCO：Chief Creative officer
(クリエイティブ・マーケティング責任者)



新しいマーケティング理論
「ファンベース」(*)の
考え方と仕組みの提供

施策実行

市場啓蒙

クロスボーダー事業の成長可能性

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

コロナ後に
予測される変化

インバウンド需要は一時後退も
越境ECのニーズ高まる

課題



ノウハウ不足

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

アライドアーキテクト・グループが提供するソリューション

日本企業の中国市場進出を
戦略立案から施策実行まで支援

自社・国内独占サービス

WEIQ

WEIQ
(配信プラットフォーム)



在日中国人コミュニティ
Bo!Japan

中国SNSアカウント運用



KOL / 広告配信サービス



KOL活用

※KOL : Key Opinion Leader

中国メディア
広告配信

クリエイティブ・プラットフォーム事業の成長可能性

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

約 **36兆円**
(前年比18%増)



世界のデジタル広告市場 (2019年) クリエイティブの複雑化

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

コロナ後に
予測される変化

DXが一気に加速
(デジタル・トランスフォーメーション)

課題



クリエイター、制作人材不足

広告制作人材がグローバルで量質ともに
圧倒的に不足

アライドアーキテクトグループが提供するソリューション

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

価格優位性

デザイナーの person 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

付加価値の高い
クリエイティブ
の提供

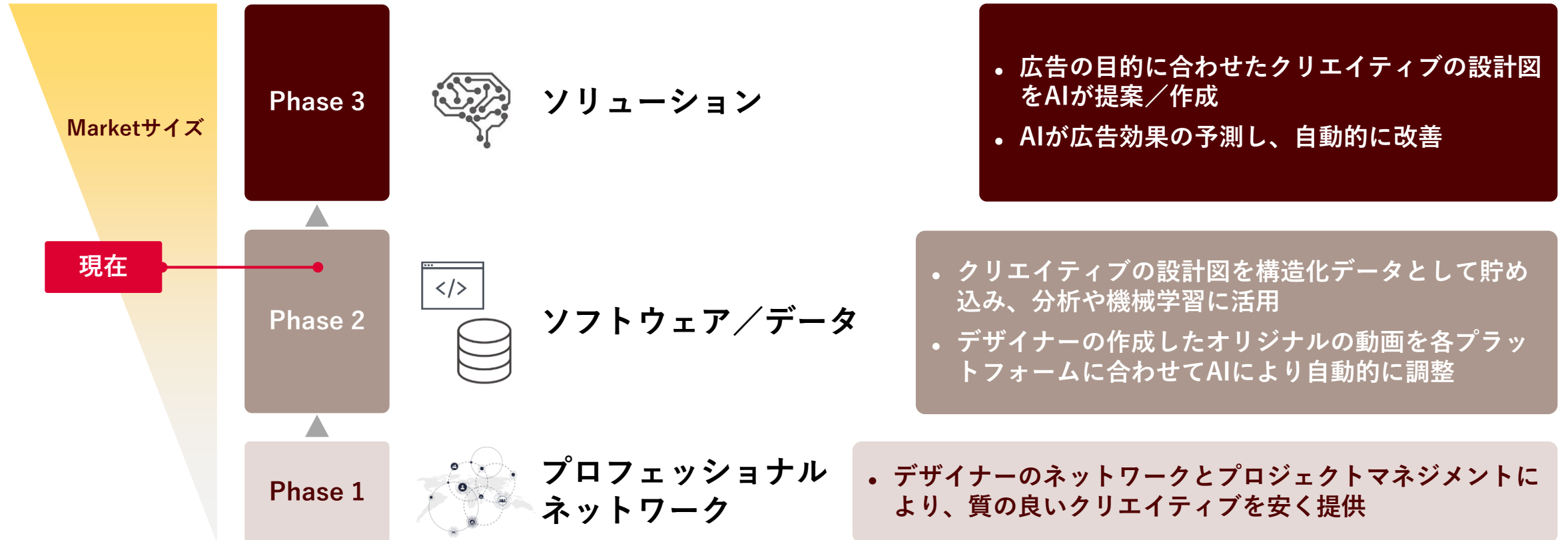
インハウスデザイナー
では対応できない、
難易度の高いクリエイ
ティブを提供

クリエイティブ
戦略の提供

専任のカスタマーサク
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

クリエイティブ・プラットフォーム事業の成長可能性

クリエイティブ制作領域で「自動化による生産性の向上」と「データ及びAIの活用による成果の改善」を目指す



Appendix



ファンベースカンパニーの提供価値

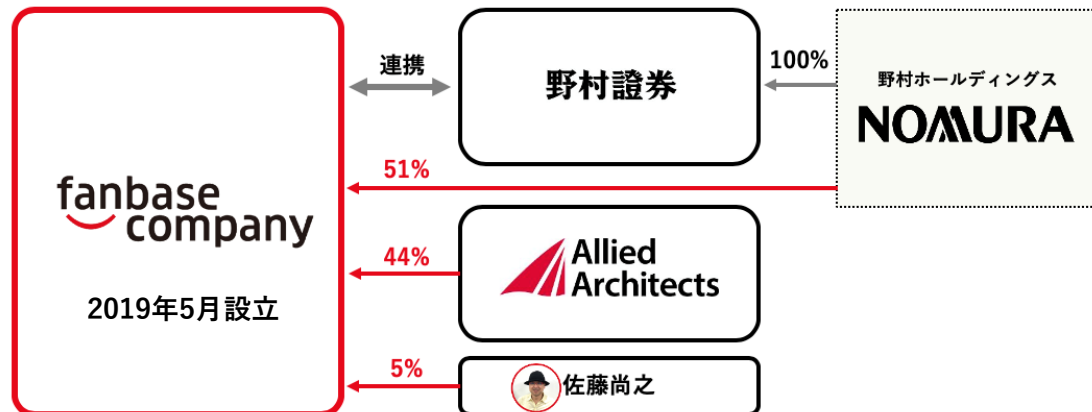
今注目されている新しいマーケティング理論「ファンベース」(*)の
考え方と仕組みを顧客企業に一気通貫で提供

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

AiCON TOKYOの提供価値

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ECD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。

将来見通しに関する注意事項等

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。

また、本資料に掲載・引用しているロゴ、会社名、商品名等は、各社の登録商法または商標です。