2020年2月20日

各 位

会　社　名　アライドアーキテクツ株式会社
代 表 者 名　代表取締役CEO　中村　壮秀
（コード番号：６０８１　東証マザーズ）
問い合わせ先　経営企画室長　大野　聡子

電 話 番 号　０３－６４０８－２７９１

＜マザーズ＞ 投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開 催 日 時　　2020年 2 月 17日（月） 15：00～16：00

開 催 方 法　　対面による実開催

開 催 場 所　　アライドアーキテクツ株式会社　本社

（東京都渋谷区恵比寿1-19-15 ウノサワ東急ビル３階）

説明会資料名　　2019年12月期　決算説明会資料

【添付資料】

１．投資説明会において使用した資料

以上

Allied Architects

決算補足説明資料

2019年
12月期

アライドアーキテクツ株式会社

2020年2月14日

2005年の創業以来、アライドアーキテクツ・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

- ソーシャル Social
- ファン Fan
- グローバル Global
- テクノロジー Technology
- クリエイティビティ Creativity

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

マーケティング業界は新たなトレンドへ

Allied Architects

	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 2020年 1.3億人 2050年 0.9億人 2100年 0.4億人	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
*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ツ　「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）」

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

新たな時代のマーケティング課題を解決する事業展開

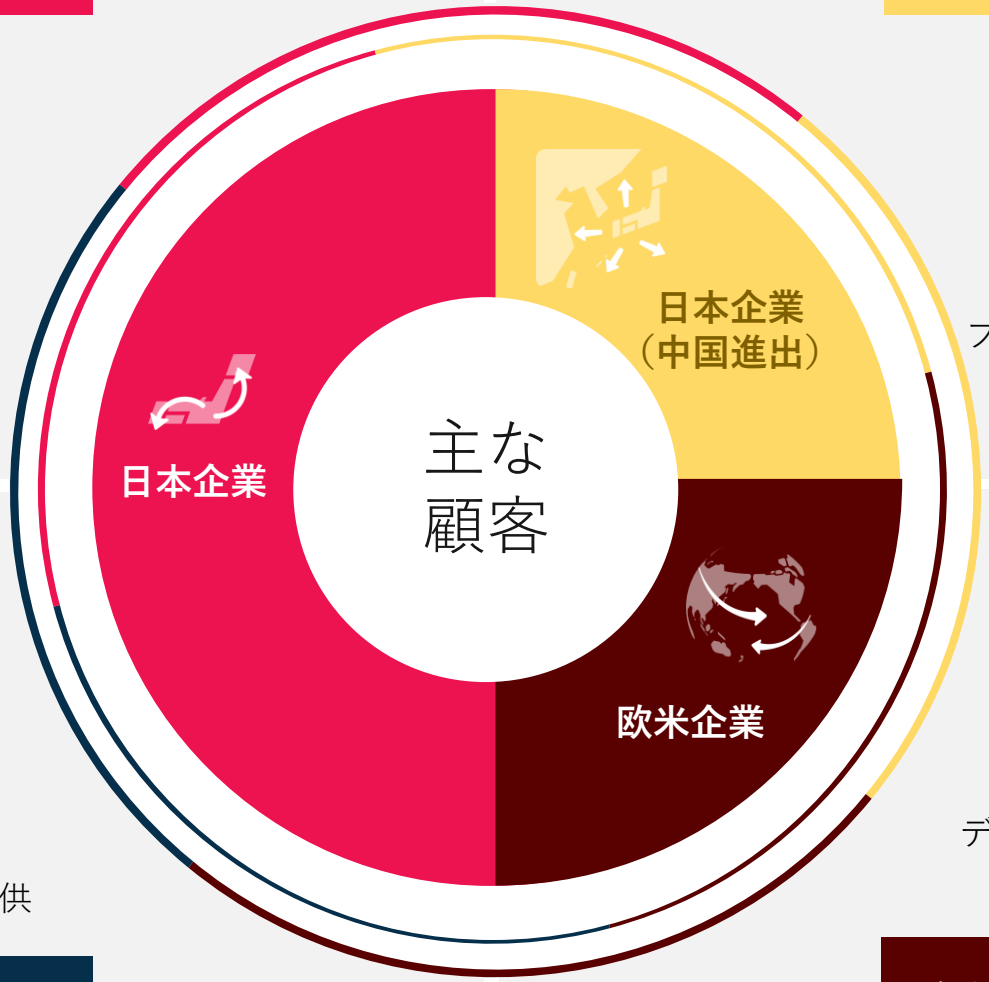
Allied Architects

マーケティング・ソリューション事業

Allied Architects

fanbase company　AiCONTOKYO

「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

Allied Architects

VSTAR JAPAN

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

Allied Architects

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

CREADITS

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

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

2019年12月期に達成できたこと

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

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

4 事業を支える拠点と人的資産

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



(C) 2020 Allied Architects, Inc.

アライドアーキテクツ・グループがターゲットとする市場

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

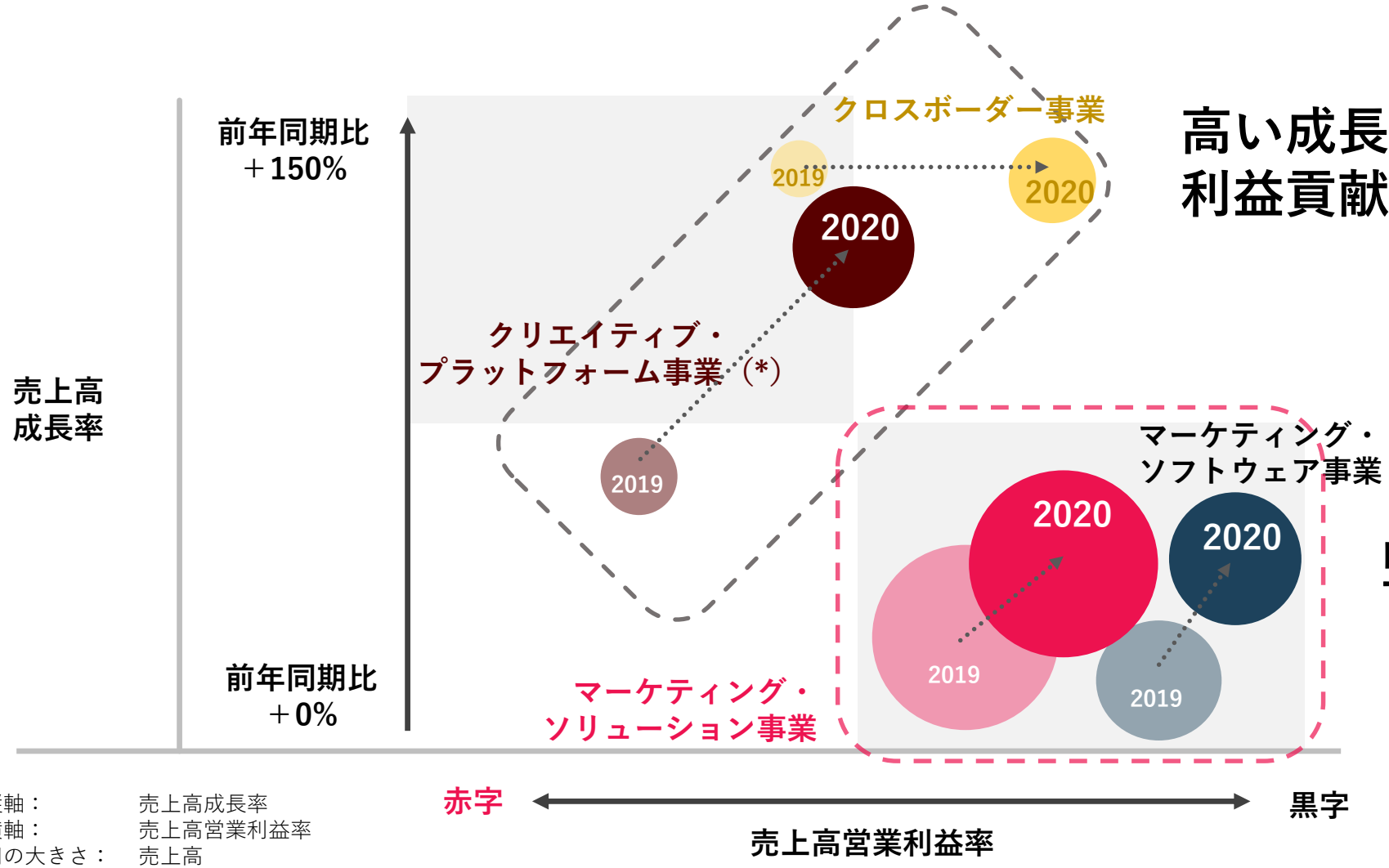
欧米の中堅以上の企業
のDR広告にかかる
クリエイティブ市場（*2）
1兆円

（*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

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

4つの事業ポートフォリオ

堅調な事業で得た資金を成長率の高い事業へ投資



高い成長率を維持しつつ
利益貢献フェーズへ

堅調に増収増益へ

縦軸：　売上高成長率
横軸：　売上高営業利益率
円の大きさ：　売上高

(*) 2018年2Qから粗利率の低いSNS広告事業から撤退

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

2019年12月期　連結業績

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ツ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

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

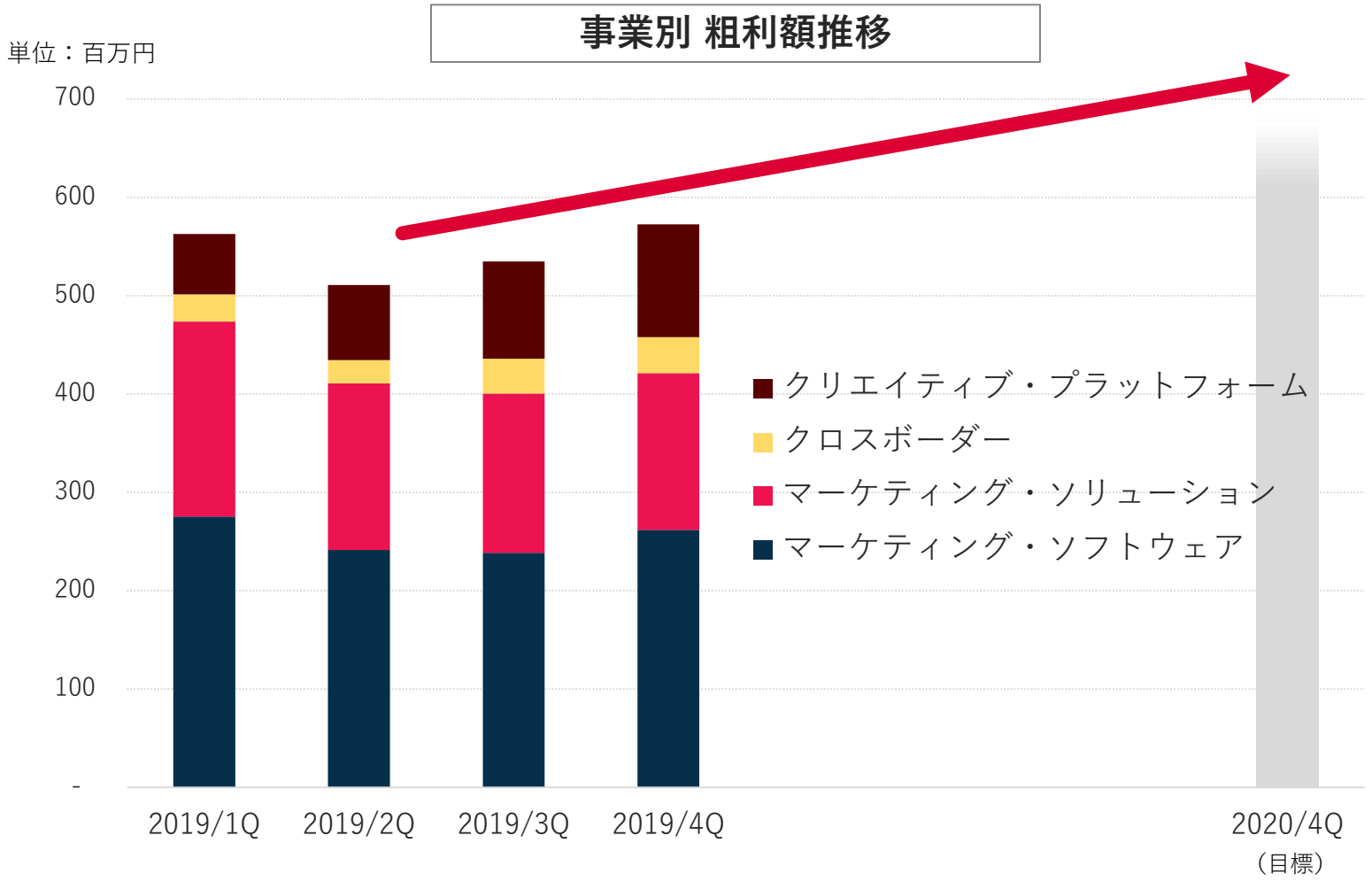
2019年の反省と2020年の方針

	2019年の反省	2020年方針
Allied Architects	**投資コストが先行し利益が減少** • 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	**投資は一巡好調な業界から成長を加速** • 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
CREADITS	**経営資源の分散** • 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	**欧米市場に経営資源を集中** • 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

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

事業別粗利額の推移

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。

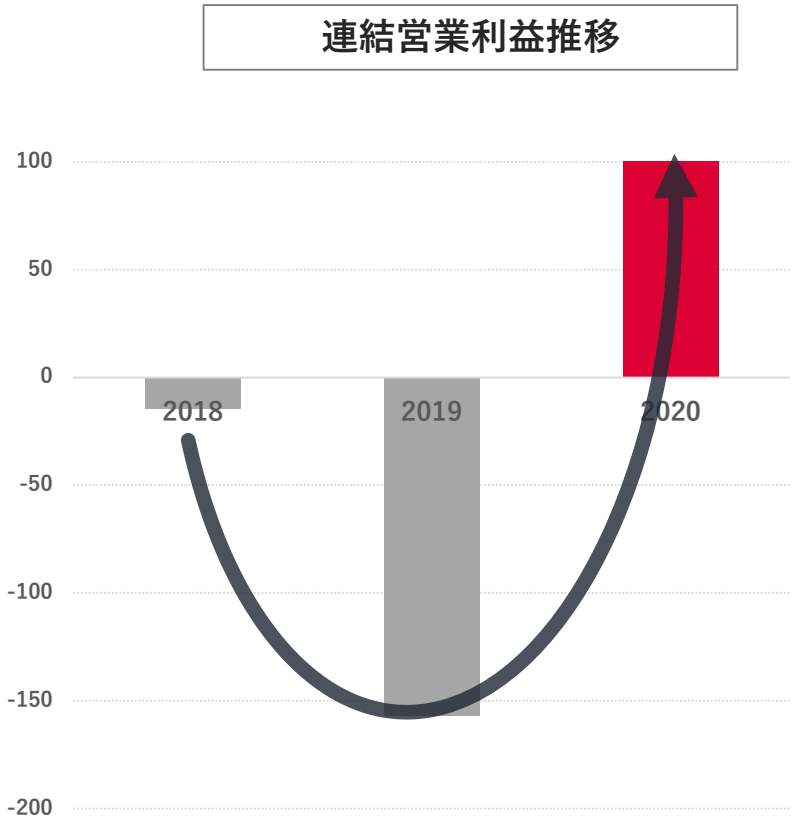
(C) 2020 Allied Architects, Inc.

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



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

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

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



国内事業について

マーケティング・ソリューション事業

Allied Architects

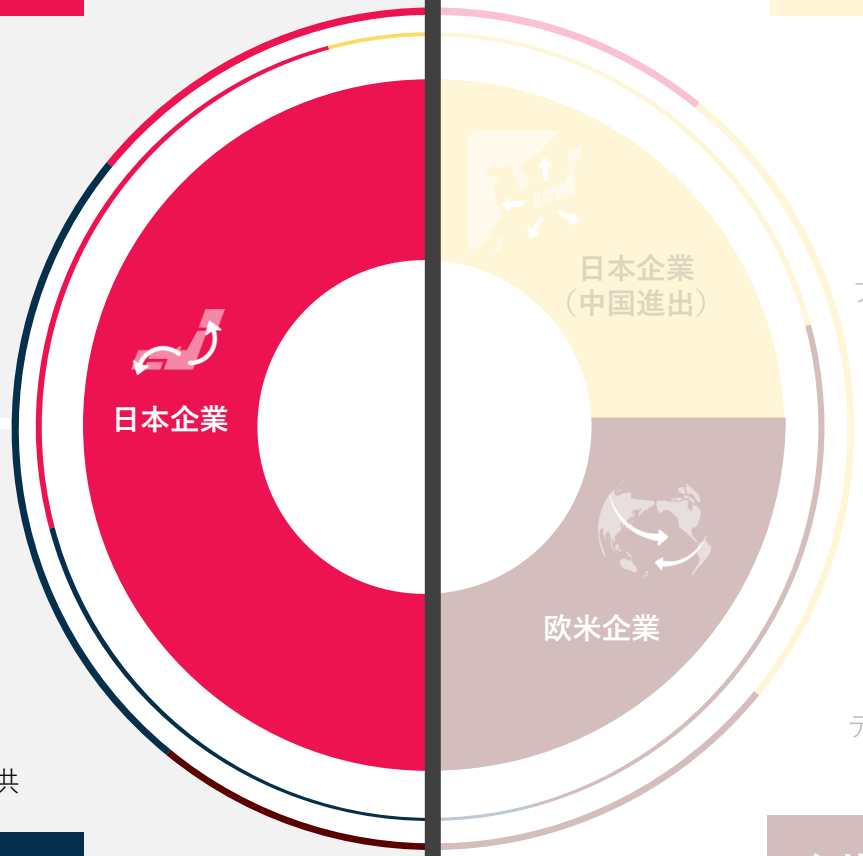
fanbase company　AiCONTOKYO

「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

Allied Architects

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

Allied Architects

VSTAR JAPAN

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

CREADITS

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

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

① マーケティング・ソリューション事業

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

Allied Architects

AiCONTOKYO

×

「ファン」施策の第一人者を多数抱える関係会社

fanbase company

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

② マーケティング・ソフトウェア事業

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(*)	マーケティングツール導入率(*)
40%以上	30%以下

(*) アライドアーキテクツ　「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

Allied Architects

×

自社開発の多様なマーケティング・ソフトウェア

Letro　echoes　monipla ファンブログ

and more

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

グループ会社とのシナジー

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

戦略立案

豊富な支援実績をもとに
「ファン」をベースとした
マーケティング戦略の立案

＋

経営課題に直結する“考え方”から企業を支援

「ファンベース」

「ファンベース」の考え方で事業価値向上を支援

(P.23参照)

「クリエイティブ」

クリエイティブの革新で事業価値向上を支援

(P.24参照)

実行・運用

マーケティング・ソリューション事業

専門人材

様々な業種での支援実績やノウハウをもった専門人材がサポート

×

マーケティング・ソフトウェア事業

ソフトウェア

より効果的かつ効率的に実行・運用・分析が可能なソフトウェアを導入

海外関連事業について

Allied Architects

マーケティング・ソリューション事業

Allied Architects

fanbase company

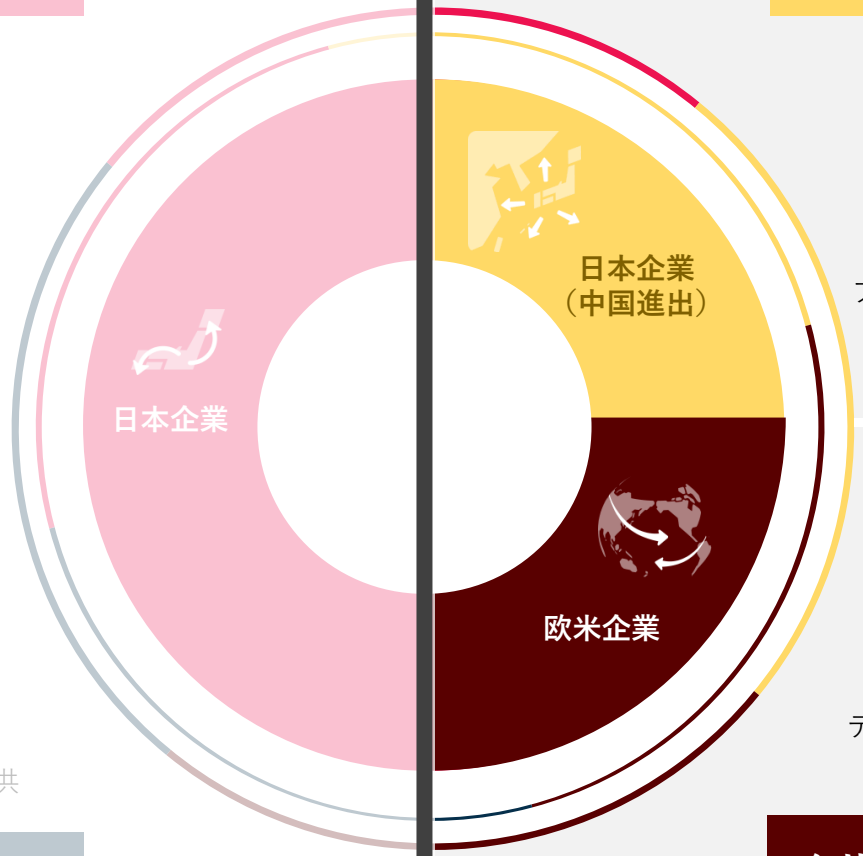
AICONTOKYO

「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

Allied Architects

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

Allied Architects

VSTAR JAPAN

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

CREADITS

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

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

③ クロスボーダー事業

Allied Architects

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	2018年 越境EC市場規模（日本→中国）*2
2.6兆円	**1.5兆円**
前年比8%増	前年比18%増

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）」

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

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

chinatouch　WEIQ

×

中国有力企業との強固なリレーション

(P.25参照)

VSTAR JAPAN　IMS 新媒体商业集团

（持分法適用関連会社）

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

④ クリエイティブ・プラットフォーム事業

CREADITS

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）

3D

AR / VR

クリエイティブの
複雑化

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

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

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



(C) 2020 Allied Architects, Inc.

「Creadits®」の提供価値

CREADITS

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

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

Appendix



ファンベースカンパニーの提供価値

Allied Architects

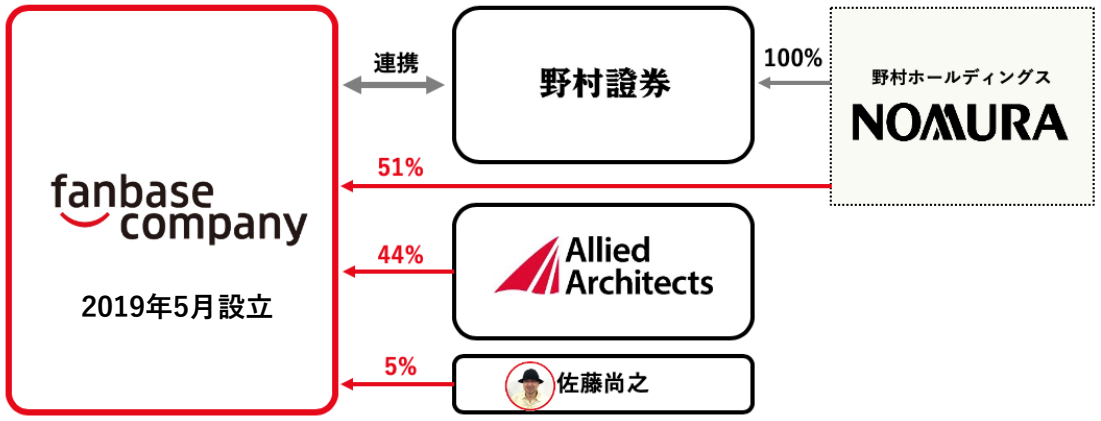
今注目されている新しいマーケティング理論「ファンベース」(*)の
考え方と仕組みを顧客企業に一気通貫で提供

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

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

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



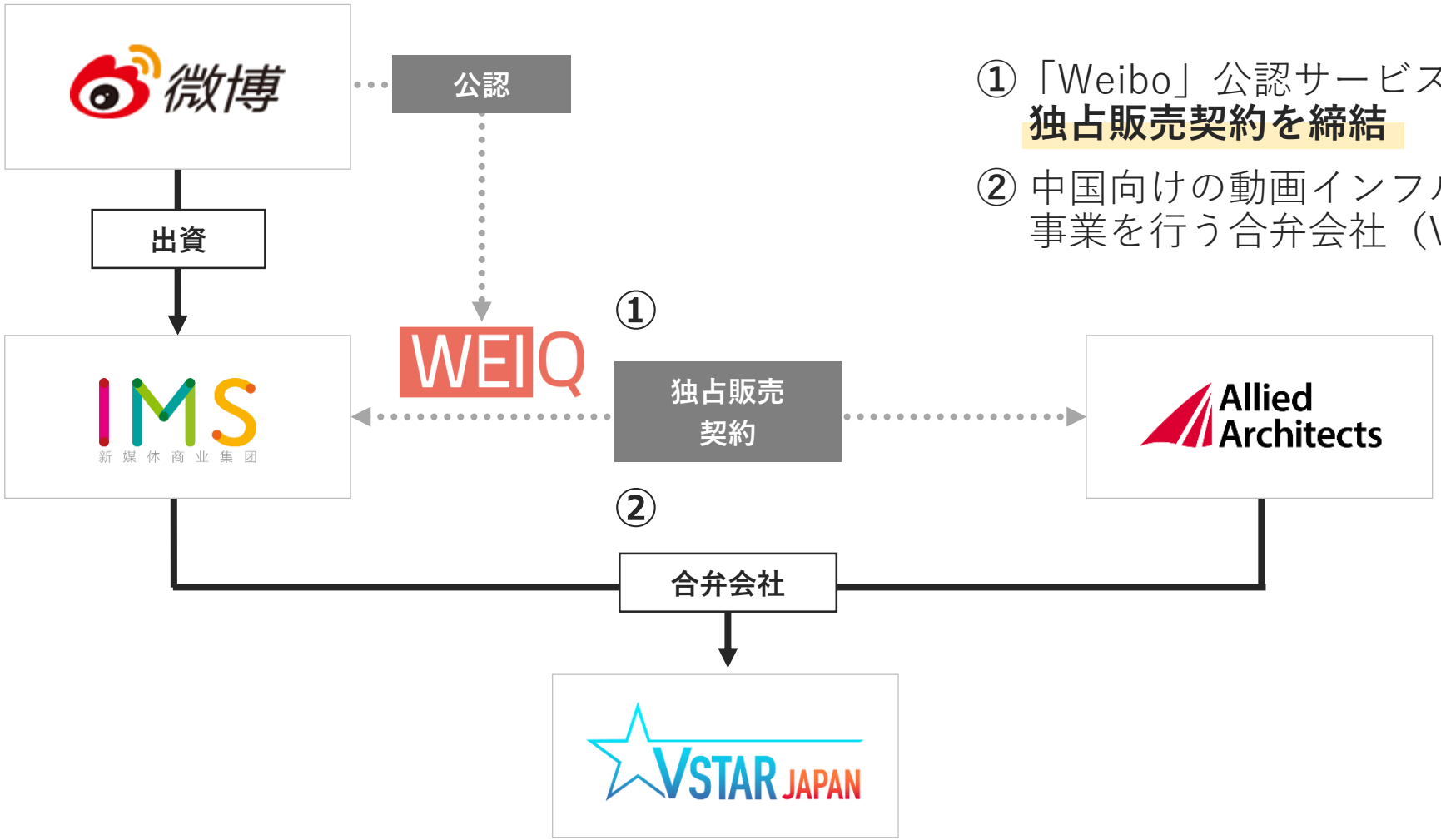
AiCON TOKYO代表
石渡晃一（クリエイティブディレクター／コピーライター）

アドブレーン、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。

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

クロスボーダー事業：「Weibo」グループ会社（IMS社）との提携

「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
事業を行う合弁会社（Vstar Japan株式会社）を設立

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

会社概要



アライドアーキテクツ株式会社
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）

JPX 東証マザーズ上場 CODE: 6081

Intertek ISO27001:2013 認証取得

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

(C) 2020 Allied Architects, Inc.

将来見通しに関する注意事項

この資料は、アライドアーキテクツ株式会社（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。

(C) 2020 Allied Architects, Inc.