



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

2015年3月期(第20期)

# 決算説明会

(証券コード：2352)

株式会社エイジア

2015年5月21日



## 1. 第20期(2015年3月期)の業績

- ①業績ハイライト
- ②貸借対照表の状況(抜粋)
- ③重点施策に対する結果

## 2. 市場環境・事業戦略

- ①市場環境
- ②マーケティング業務の課題
- ③事業戦略

## 3. 第21期(2016年3月期)の計画

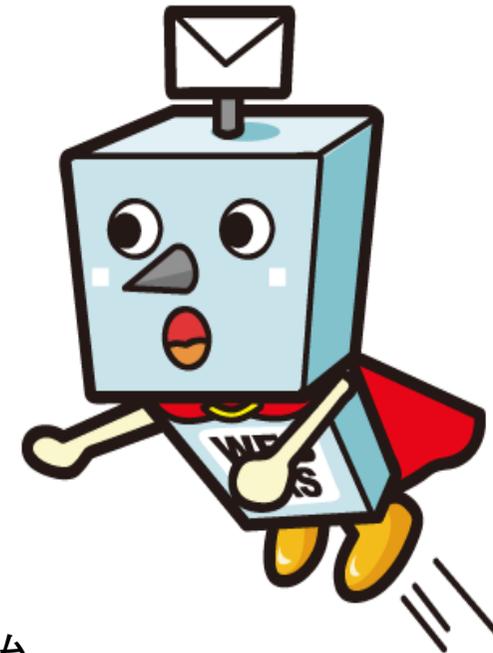
- ①売上・利益計画
- ②事業別の詳細
- ③配当計画

## 4. トピックス

- ①売上伸長率、三年連続No.1
- ②SMS配信システム「WEBCAS SMS」の販売開始
- ③カンタンCRM「WEBCAS CRM」の販売開始

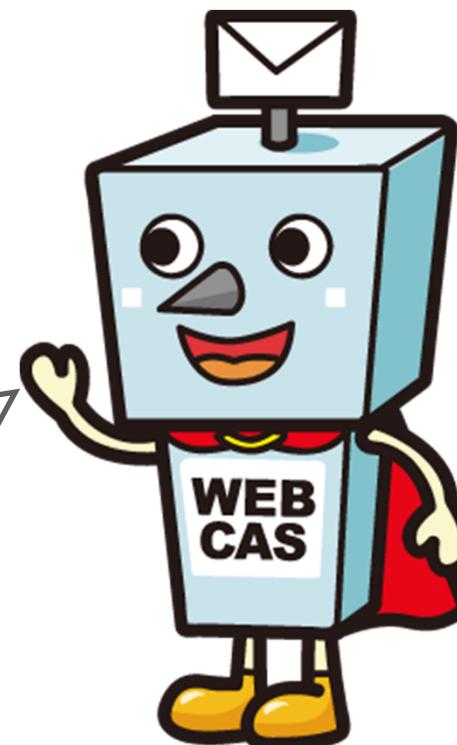
## 5. 事業概要

- ①事業内容と製品・サービス概要
- ②市場地位と主な導入先
- ③会社概要



# 1. 第20期(2015年3月期) の業績

- ① 業績ハイライト
- ② 貸借対照表の状況(抜粋)
- ③ 重点施策に対する結果



<p><b>1</b></p> <p>第20期 (2015年3月期) の業績</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 業績ハイライト</li> <li>② 貸借対照表の状況(抜粋)</li> <li>③ 重点施策に対する結果</li> </ul>	<p><b>2</b></p> <p>市場環境 事業戦略</p>	<p><b>3</b></p> <p>第21期 (2016年3月期) の計画</p>	<p><b>4</b></p> <p>トピックス</p>	<p><b>5</b></p> <p>会社概要</p>
--	---	--------------------------------------	--	------------------------------	-----------------------------



## ① 業績ハイライト

### 第19期(2014年3月期・連結)と第20期(2015年3月期・連結)の比較

単位: 百万円

	前期 2014年3月期 (連結)	当期 2015年3月期 (連結)	増減額	増減率	コメント
売上高	1,007	1,031	+24	+2.4%	クラウドサービス月額売上とコンサルティング売上が底支えはしたものの、主要顧客である小売・サービス業界のIT投資への消費増税の影響が大きく、総じて大型案件が低調。ここ数年続いた10%~25%程度の伸び率を維持できず。
営業利益	242	178	▲64	▲26.3%	上記に加え、前年度に戦略的に実施した人材の積極採用に伴い労務費等が増加したことにより、利益減少。
経常利益	238	181	▲57	▲24.2%	同上
純利益	130	108	▲22	▲16.7%	同上

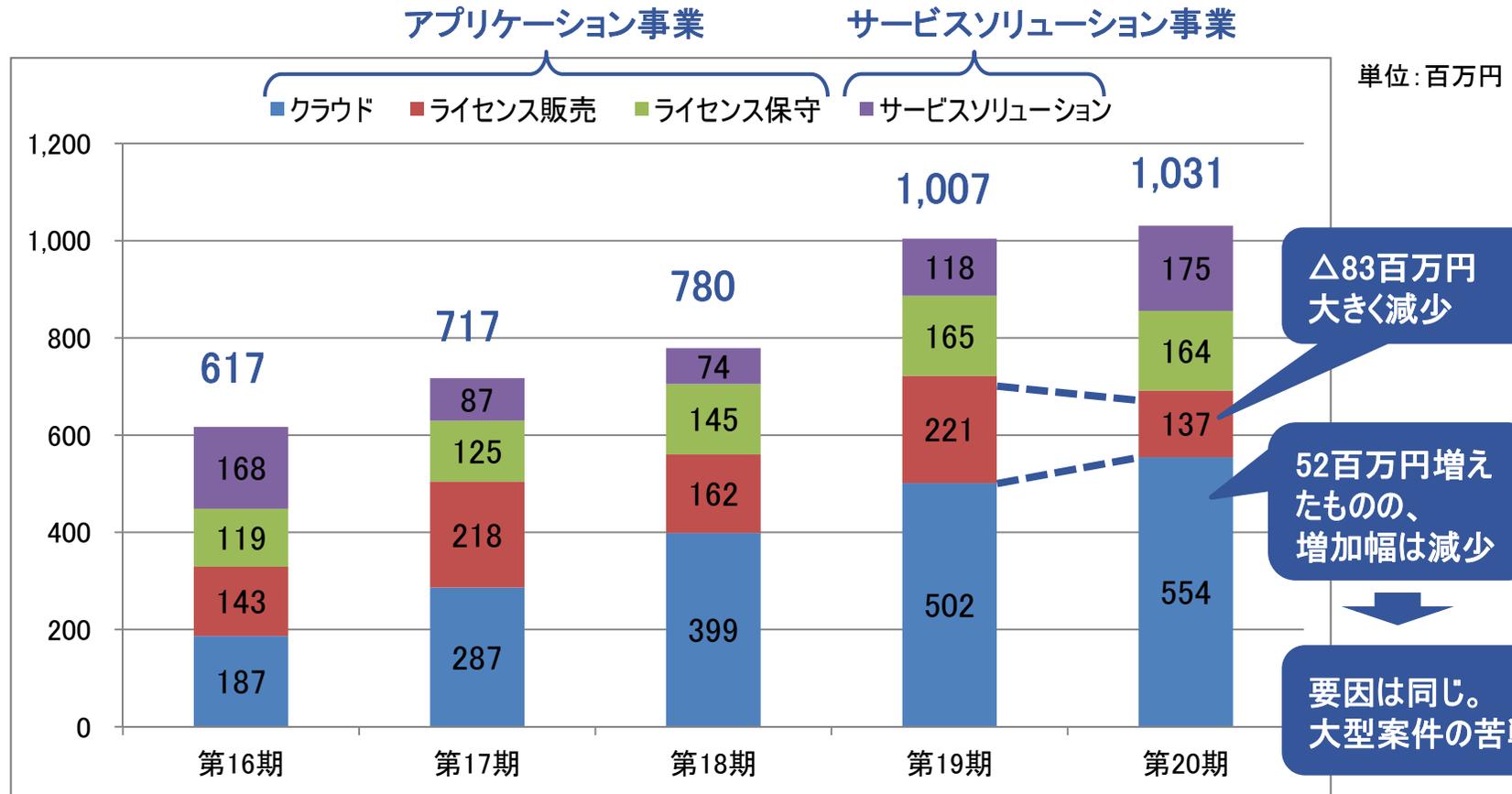
<b>1</b> 第20期 (2015年3月期) の業績	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 業績ハイライト</li> <li>② 貸借対照表の状況(抜粋)</li> <li>③ 重点施策に対する結果</li> </ul>	<b>2</b> 市場環境 事業戦略	<b>3</b> 第21期 (2016年3月期) の計画	<b>4</b> トピックス	<b>5</b> 会社概要
---------------------------------------	---	--------------------------	---------------------------------------	-------------------	------------------



メールでつなげる。  
メールでつながる。

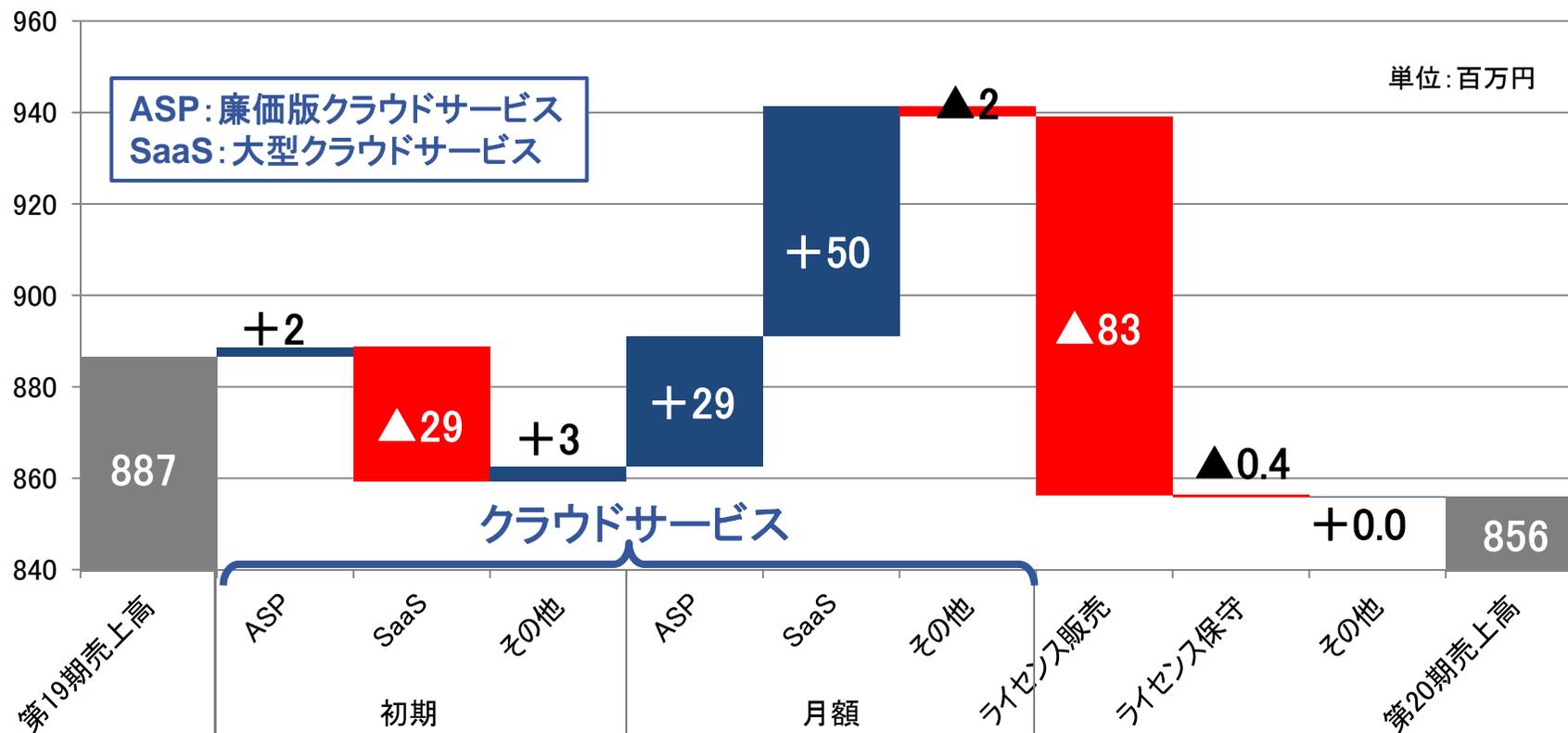
WEB CAS

## 製品・サービス別売上高推移



<b>1</b> 第20期 (2015年3月期) の業績	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 業績ハイライト</li> <li>② 貸借対照表の状況(抜粋)</li> <li>③ 重点施策に対する結果</li> </ul>	<b>2</b> 市場環境 事業戦略	<b>3</b> 第21期 (2016年3月期) の計画	<b>4</b> トピックス	<b>5</b> 会社概要
---------------------------------------	---	--------------------------	---------------------------------------	-------------------	------------------

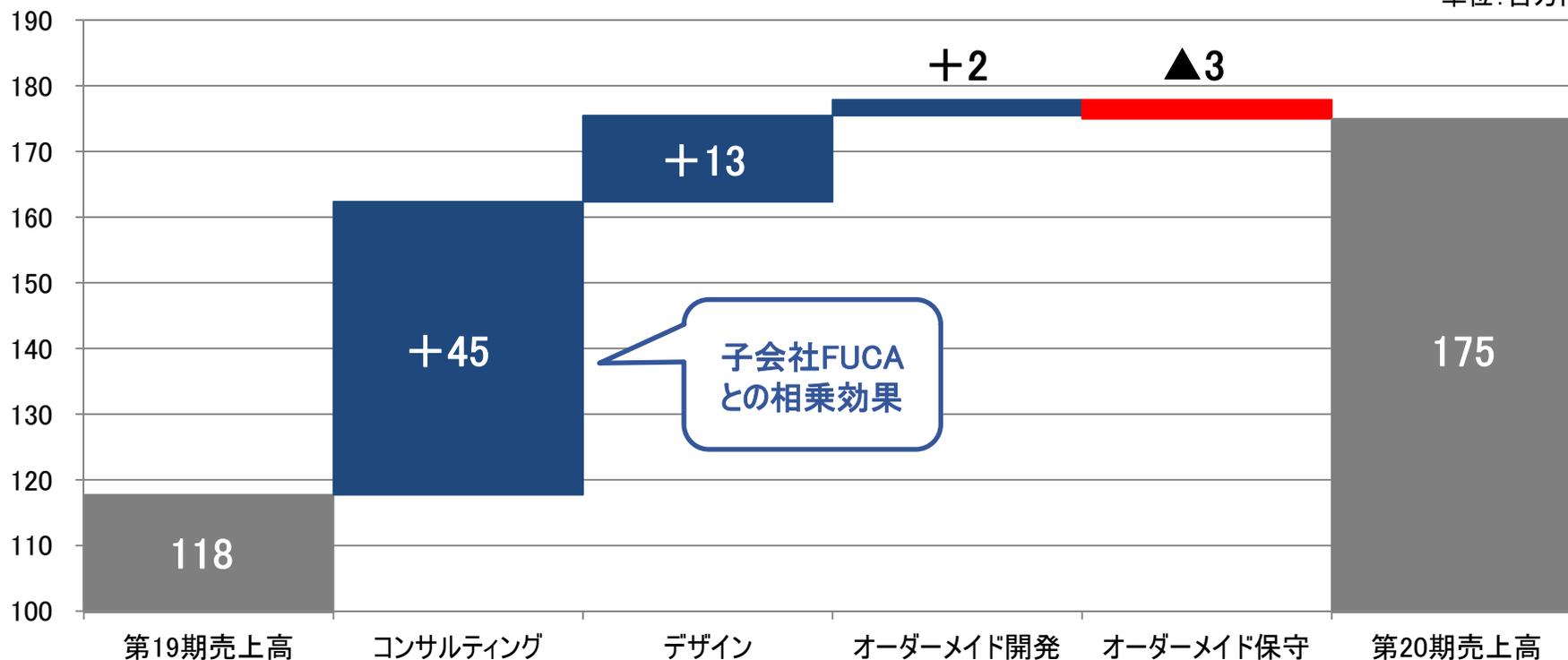
## アプリケーション事業 製品別・前期比増減額



<b>1</b> 第20期 (2015年3月期) の業績	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="background-color: #004a99; color: white; border-radius: 50%; padding: 2px;">1</span> 業績ハイライト</li> <li><span style="background-color: #004a99; color: white; border-radius: 50%; padding: 2px;">2</span> 貸借対照表の状況(抜粋)</li> <li><span style="background-color: #004a99; color: white; border-radius: 50%; padding: 2px;">3</span> 重点施策に対する結果</li> </ul>	<b>2</b> 市場環境 事業戦略	<b>3</b> 第21期 (2016年3月期) の計画	<b>4</b> トピックス	<b>5</b> 会社概要
---------------------------------------	---	--------------------------	---------------------------------------	-------------------	------------------

## サービスソリューション事業 製品別・前期比増減額

単位:百万円



<b>1</b> 第20期 (2015年3月期) の業績	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="background-color: #004a87; color: white; border-radius: 50%; padding: 2px;">1</span> 業績ハイライト</li> <li><span style="background-color: #004a87; color: white; border-radius: 50%; padding: 2px;">2</span> 貸借対照表の状況(抜粋)</li> <li><span style="background-color: #004a87; color: white; border-radius: 50%; padding: 2px;">3</span> 重点施策に対する結果</li> </ul>	<b>2</b> 市場環境 事業戦略	<b>3</b> 第21期 (2016年3月期) の計画	<b>4</b> トピックス	<b>5</b> 会社概要
---------------------------------------	---	--------------------------	---------------------------------------	-------------------	------------------

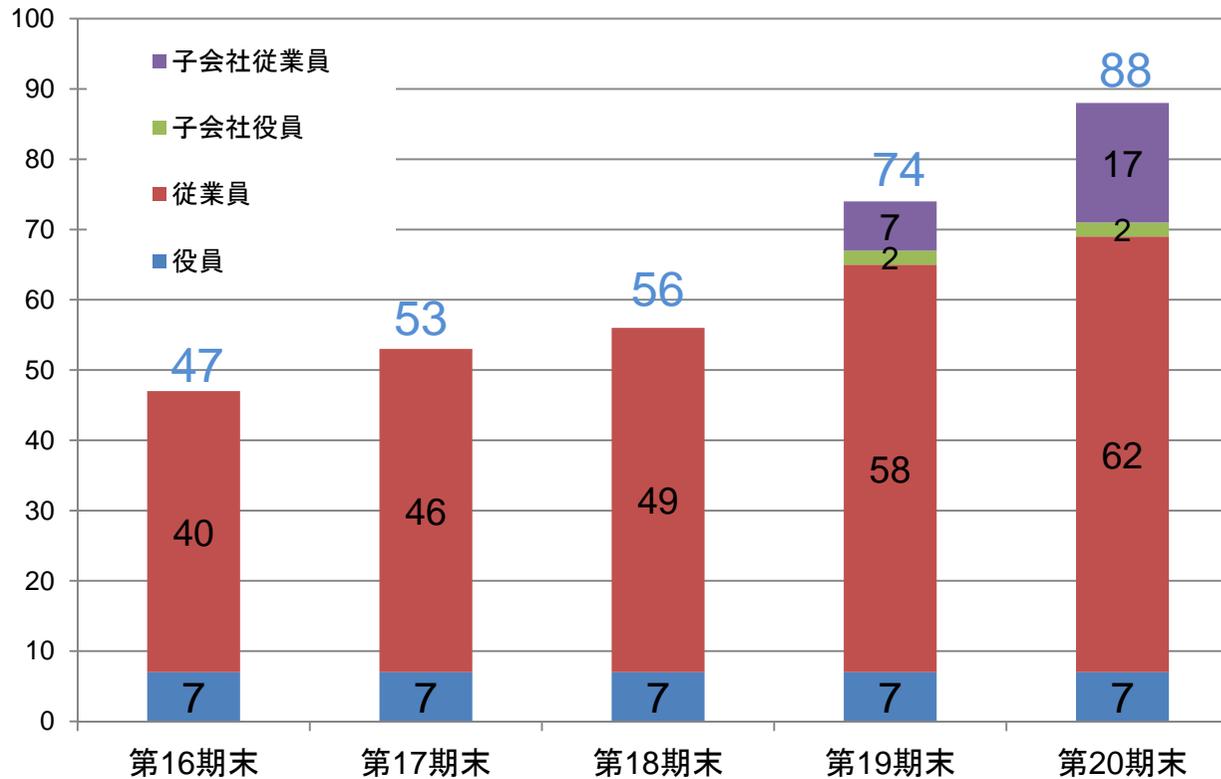


メールでつなげる。  
メールでつながる。

WEB CAS

## 役職員数の推移

単位:人



※従業員、子会社従業員は契約・派遣社員を含む

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

- ① 業績ハイライト
- ② 貸借対照表の状況(抜粋)
- ③ 重点施策に対する結果

2

市場環境  
事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

トピックス

5

会社概要



メールでつなげる。  
メールでつながる。

WEB CAS

## 2015年3月期 業績予想数値と実績の差異

単位:百万円

	予想	実績	差異額	差異率	コメント
売上高	1,120 ~1,180	1,031	▲88 ~▲148	▲7.9% ~▲12.6%	アプリケーション事業で前期比100百万円以上の増加を見込んでいたが、大型案件の低迷により約30百万円減少。 消費増税の影響を見誤ったことが主な要因。
営業利益	245 ~280	178	▲66 ~▲101	▲27.1% ~▲36.2%	売上高が計画に届かなかったことによるもの。 利益率の高いアプリケーション事業の売上が予想を下回ったことが主な要因。
経常利益	245 ~280	181	▲63 ~▲98	▲26.1% ~▲35.4%	同上
純利益	145 ~165	108	▲36 ~▲56	▲24.9% ~▲34.0%	同上

<b>1</b> 第20期 (2015年3月期) の業績	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 業績ハイライト</li> <li>② 貸借対照表の状況(抜粋)</li> <li>③ 重点施策に対する結果</li> </ul>	<b>2</b> 市場環境 事業戦略	<b>3</b> 第21期 (2016年3月期) の計画	<b>4</b> トピックス	<b>5</b> 会社概要
---------------------------------------	---	--------------------------	---------------------------------------	-------------------	------------------



## 2 貸借対照表の状況(抜粋)

単位:百万円

	2014年 3月末	2015年 3月末	増減	コメント
現金・預金	742	839	+97	主に、利益により増加
有利子負債	-	-	-	無借入
総資産	1,052	1,169	+116	主に、利益により増加
純資産	871	963	+92	主に、利益により増加

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

- ① 業績ハイライト
- ② 貸借対照表の状況(抜粋)
- ③ 重点施策に対する結果

2

市場環境  
事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

トピックス

5

会社概要



メールでつなげる。  
メールでつながる。

WEB CAS

## 3 重点施策に対する結果

単位:百万円

### 重点施策1 クラウドサービス(ASP・SaaS)の強化

#### 取り組み

- 新製品・サービスの投入
- 通信販売業界など当社製品・サービスの競争力が高い業界への営業強化



#### 成果

- 新製品として、WEBCAS DB creator(データベース作成システム)を発売  
その他、新オプション機能を複数追加
- クラウド売上は、前年同期比10.5%UP  
目標に届かず  
19期:501百万円 → 20期:554百万円  
大型クラウドサービスの不振が未達成の要因

#### 成果目標

- クラウドサービスの売上  
前年度比15%UP

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

- 1 業績ハイライト
- 2 貸借対照表の状況(抜粋)
- 3 重点施策に対する結果

2

市場環境  
事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

トピックス

5

会社概要



単位: 百万円

## 重点施策2 サービスソリューション事業の強化

### 取り組み

- オーダーメイドソフトウェア開発の人員増強
- 子会社FUCAとの連携を一層強化

### 成果目標

- サービスソリューション事業  
 連結売上高: 180百万円  
 個別: 約30%UP、連結: 約50%UP  
 (前年度の子会社FUCAの売上は、第3四半期より連結に移行したため6カ月分)



### 成果

- サービスソリューション事業売上高  
 連結売上高: 175百万円  
 大きく伸びたものの、目標値には若干届かず  
 個別: 19期: 75百万円  
           20期: 95百万円 (+26.7%)  
 連結: 19期: 117百万円  
           20期: 175百万円 (+49.6%)

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

- 1 業績ハイライト
- 2 貸借対照表の状況(抜粋)
- 3 重点施策に対する結果

2

市場環境  
事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

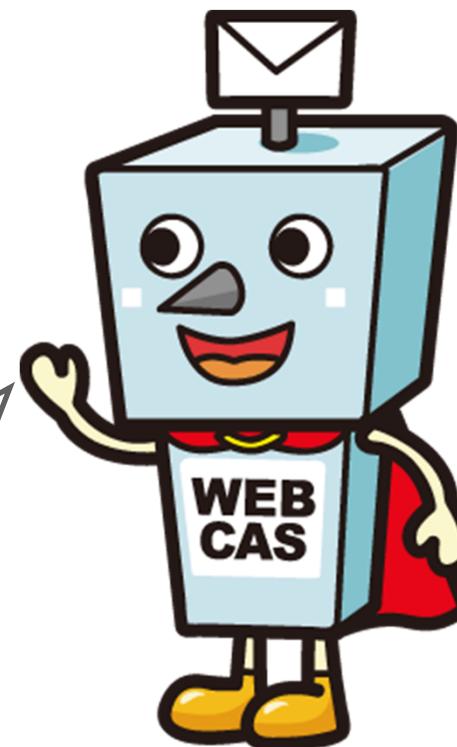
トピックス

5

会社概要

## 2. 市場環境・事業戦略

- ① 市場環境
- ② マーケティング業務の課題
- ③ 事業戦略

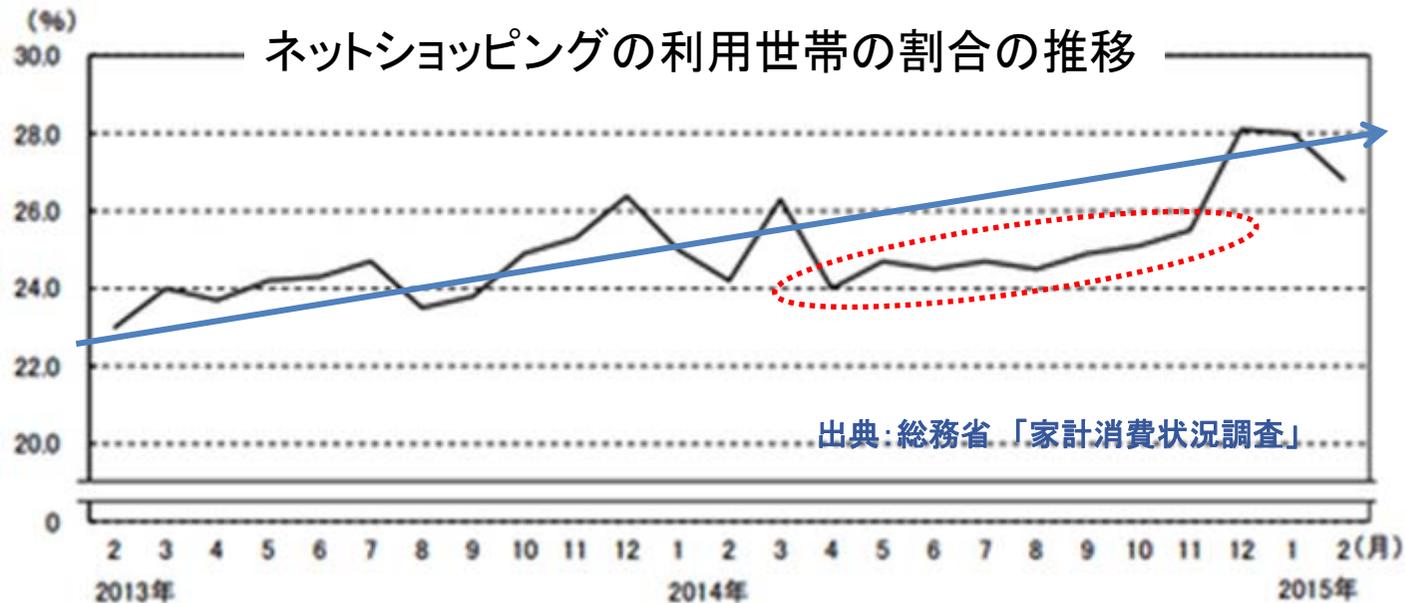


<p><b>1</b></p> <p>第20期 (2015年3月期) の業績</p>	<p><b>2</b></p> <p>市場環境 事業戦略</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 市場環境</li> <li>② マーケティング業務の課題</li> <li>③ 事業戦略</li> </ul>	<p><b>3</b></p> <p>第21期 (2016年3月期) の計画</p>	<p><b>4</b></p> <p>トピックス</p>	<p><b>5</b></p> <p>会社概要</p>
--	--------------------------------------	--	--	------------------------------	-----------------------------



## 1 市場環境

当社の主要顧客であるEC事業者（インターネット通販などeコマース市場）の経営環境は、2014年4月の消費増税により、ネットショッピング利用世帯割合が一時的に減少するなどの影響を受けたが、中長期的には利用者は増加傾向にある。



1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

2

市場環境  
事業戦略

①

市場環境

②

マーケティング業務の課題

③

事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

トピックス

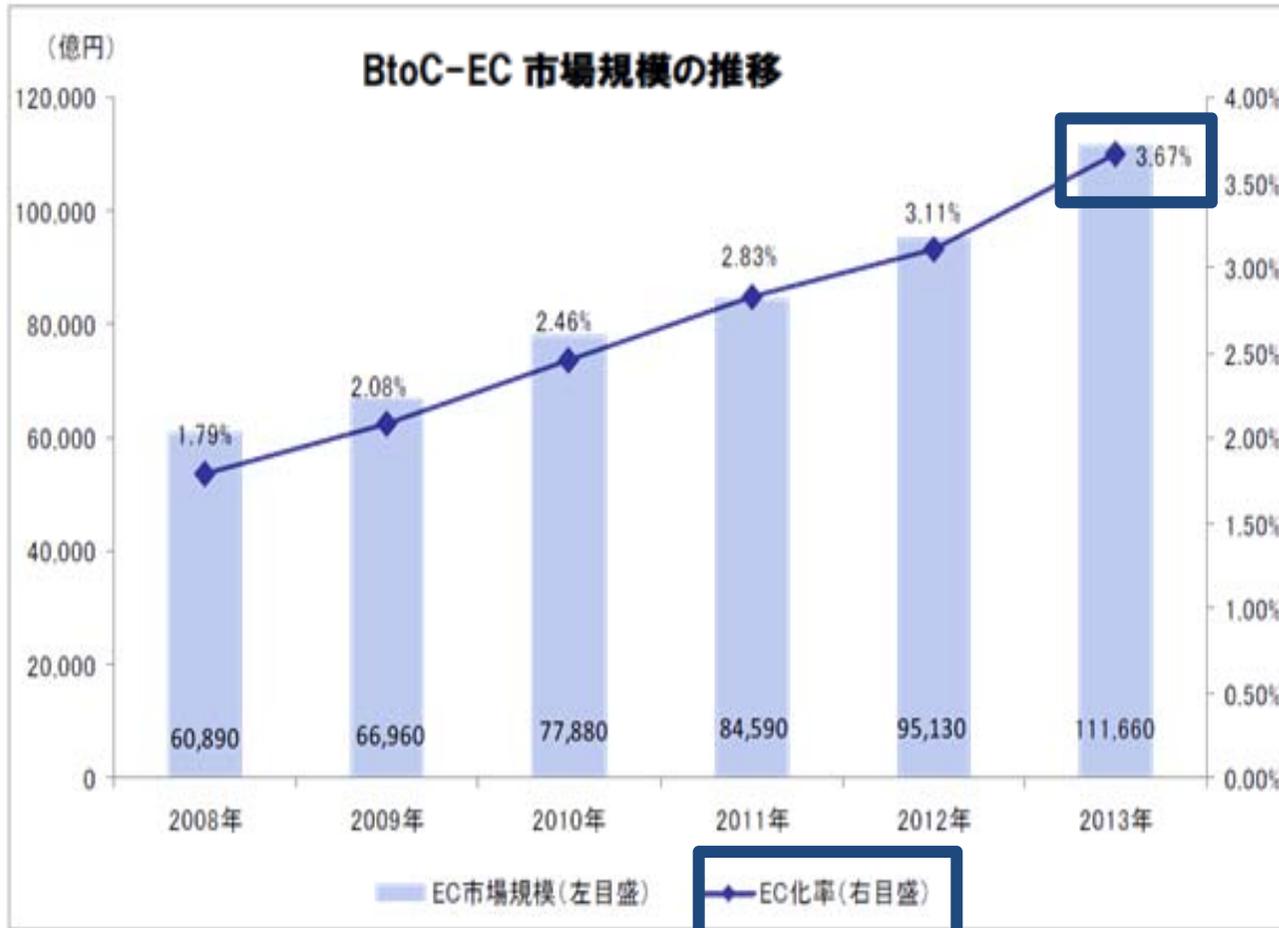
5

会社概要



メールでつなげる。  
メールでつながる。

WEB CAS



(出展)  
経済産業省  
商務情報政策局  
「平成25年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)報告書」

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

2

市場環境  
事業戦略

① 市場環境

② マーケティング業務の課題

③ 事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

トピックス

5

会社概要



## 日本は諸外国と比較してもEC化率が低く、まだまだ成長余力がある

小売総売上に占めるEコマースの割合

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
イギリス	11.6%	13.0%	14.4%	15.6%	16.9%	18.0%
中国	8.3%	10.1%	12.0%	13.8%	15.5%	16.6%
フィンランド	9.2%	9.8%	10.4%	10.8%	11.2%	11.5%
ノルウェイ	8.8%	9.7%	10.7%	11.5%	12.1%	12.7%
韓国	8.1%	9.0%	9.8%	10.5%	11.3%	12.0%
デンマーク	7.7%	8.6%	9.3%	9.9%	10.4%	10.8%
ドイツ	6.1%	7.3%	8.4%	9.4%	10.4%	11.2%
アメリカ	5.8%	6.5%	7.1%	7.7%	8.3%	8.9%
カナダ	4.5%	5.2%	5.9%	6.6%	7.4%	8.2%
日本	4.4%	4.9%	5.4%	5.8%	6.2%	6.7%

(インターネットにて注文された売上、支払い方法は問わず、旅行およびイベントチケットを除く、中国は香港を除く)

(出展)  
 米国eMarket調査

1

第20期  
 (2015年3月期)  
 の業績

2

市場環境  
 事業戦略

① 市場環境

② マーケティング業務の課題

③ 事業戦略

3

第21期  
 (2016年3月期)  
 の計画

4

トピックス

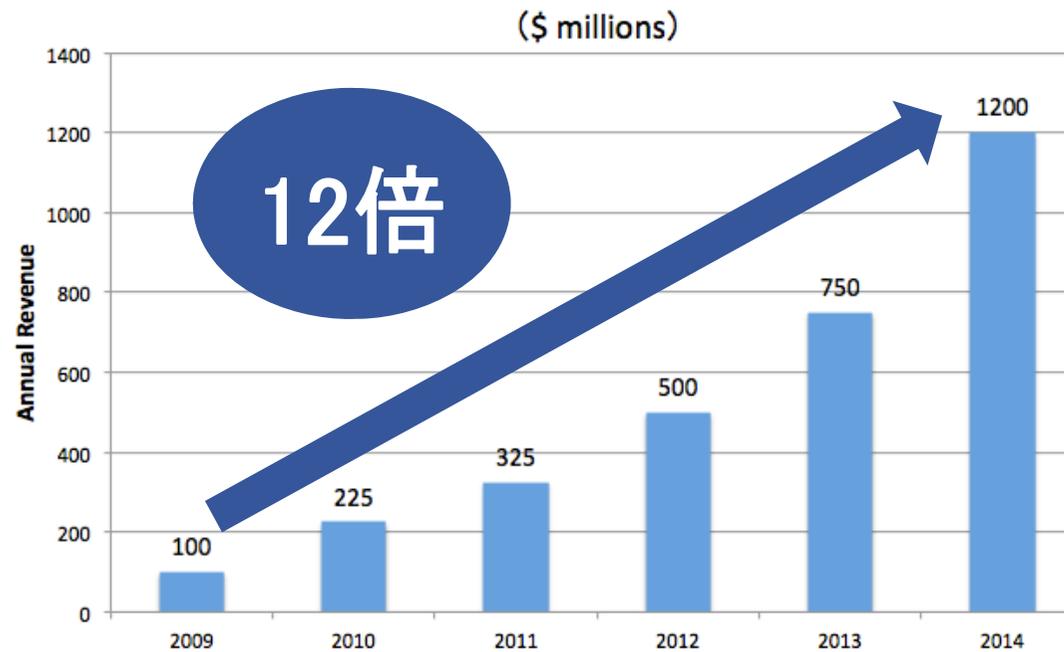
5

会社概要



マーケティング施策を自動化する「マーケティングオートメーション」の市場は世界的に急拡大している

マーケティングオートメーション市場の売上推移



出典: Raab Associates 2014 VEST 「B2B Marketing Automation Vendor Revenue」

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

2

市場環境  
事業戦略

①

市場環境

②

マーケティング業務の課題

③

事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

トピックス

5

会社概要

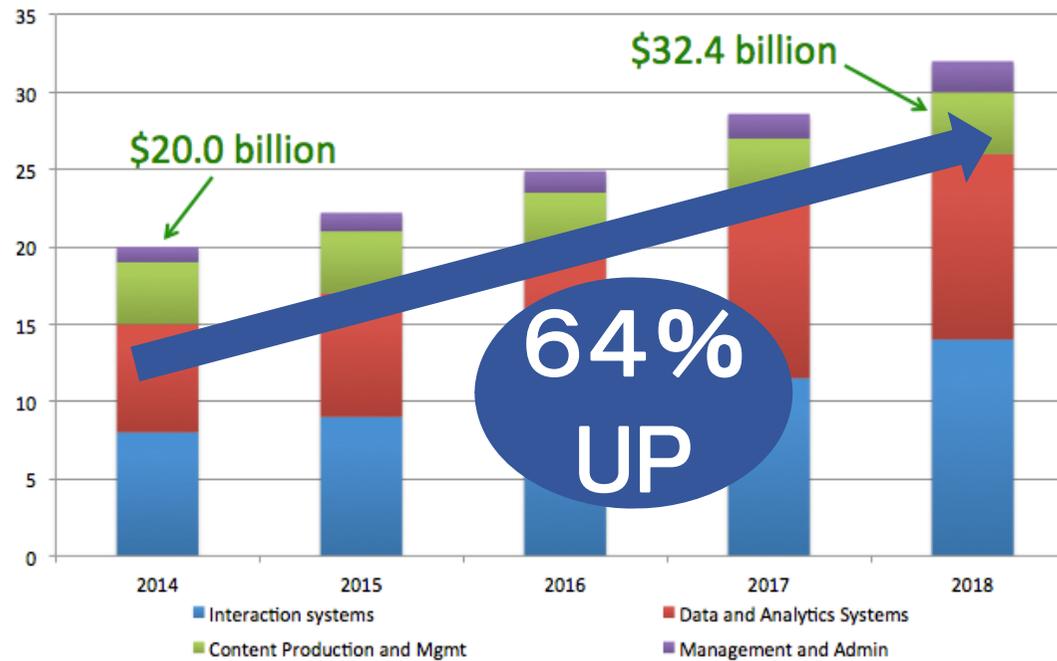


メールでつなげる。  
メールでつながる。

WEB CAS

マーケティングオートメーションを含むマーケティング関連のソフトウェア市場も、世界レベルで拡大を続けている

マーケティング関連のソフトウェア市場の売上予測



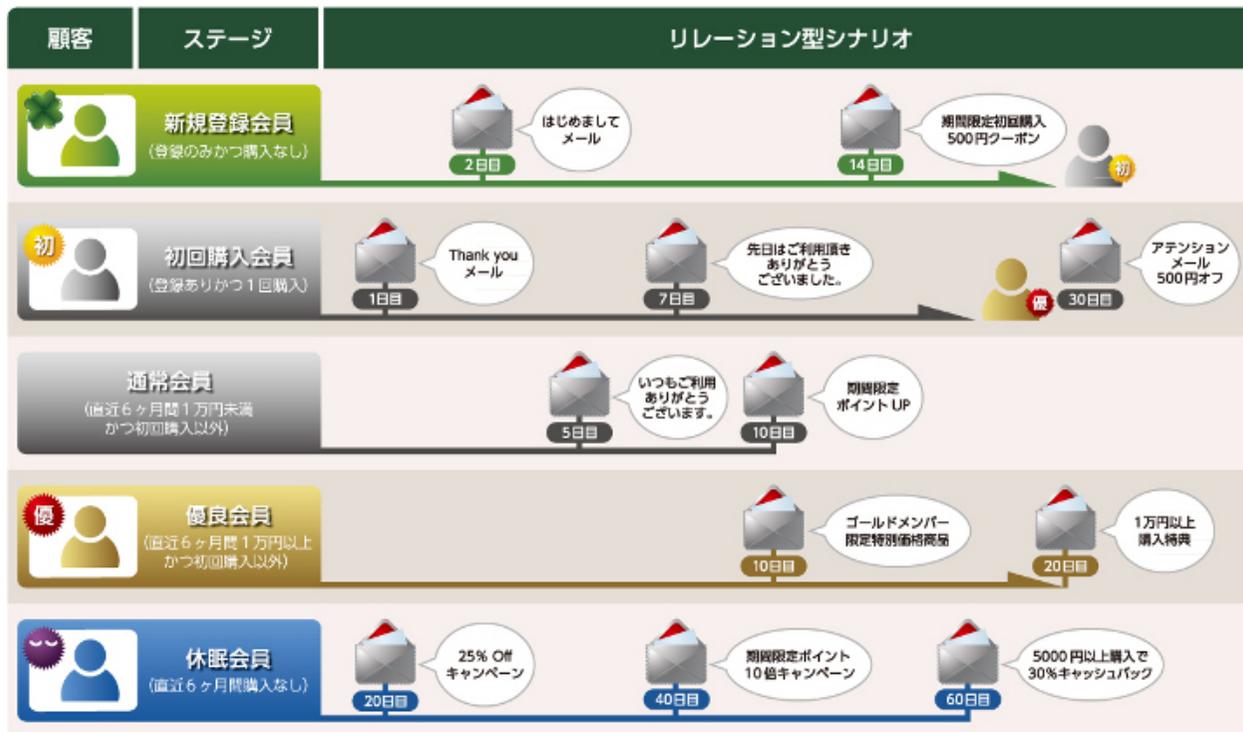
出典: IDC「Worldwide Marketing Software Forecast 2014-2018」

<b>1</b> 第20期 (2015年3月期) の業績	<b>2</b> 市場環境 事業戦略	<b>1</b> 市場環境 <b>2</b> マーケティング業務の課題 <b>3</b> 事業戦略	<b>3</b> 第21期 (2016年3月期) の計画	<b>4</b> トピックス	<b>5</b> 会社概要
---------------------------------------	--------------------------	---	---------------------------------------	-------------------	------------------



## 2 マーケティング業務の課題

顧客のステージごとにパーソナライズしたコンテンツ・シナリオ設定はとても重要



1 第20期 (2015年3月期) の業績	2 市場環境 事業戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 市場環境</li> <li>② マーケティング業務の課題</li> <li>③ 事業戦略</li> </ul>	3 第21期 (2016年3月期) の計画	4 トピックス	5 会社概要
--------------------------------	-------------------	--	--------------------------------	------------	-----------



それだけに、  
今時のマーケティング担当者が考えなくてはいけない施策は、  
本当に多種多様！



<p>1 第20期 (2015年3月期) の業績</p>	<p>2 市場環境 事業戦略</p>	<p>① 市場環境 ② マーケティング業務の課題 ③ 事業戦略</p>	<p>3 第21期 (2016年3月期) の計画</p>	<p>4 トピックス</p>	<p>5 会社概要</p>
--	----------------------------	---	--	--------------------	-------------------



メールでつなげる。  
メールでつなげる。

WEB CAS

どの顧客に？



いつ？



何のコンテンツを？



どのチャネルで？

最適化

例えば・・・

顧客クラスター：128

×

商品点数：10

×

単位接点回数：4

コンテンツ数

➔ **5,120 !**

人手が足りない！



1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

2

市場環境  
事業戦略

①

市場環境

②

マーケティング業務の課題

③

事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

トピックス

5

会社概要



- 3 事業戦略 マーケティング担当者が抱える課題を解決する新製品の開発に第21期(当期)は注力します。

# WEBCAS®

## マーケティングオートメーション (仮称)

コンセプト

“複雑化したデジタルマーケティングを  
世界一カンタンに、確実に！”

1 第20期 (2015年3月期) の業績	2 市場環境 事業戦略	1 市場環境 2 マーケティング業務の課題 3 事業戦略	3 第21期 (2016年3月期) の計画	4 トピックス	5 会社概要
--------------------------------	-------------------	------------------------------------	--------------------------------	------------	-----------



# WEBCAS®

- C**omposite (コンポジット) 複数のものを組み合わせたもの  
**A**pplication (アプリケーション) ソフトウェア製品群  
**S**ystem (システム) 多くの物事や一連の働きを秩序立てた仕組み



既存のラインナップを活かしながら、マーケティングの課題を解決する

## マーケティングプラットフォームへ発展！

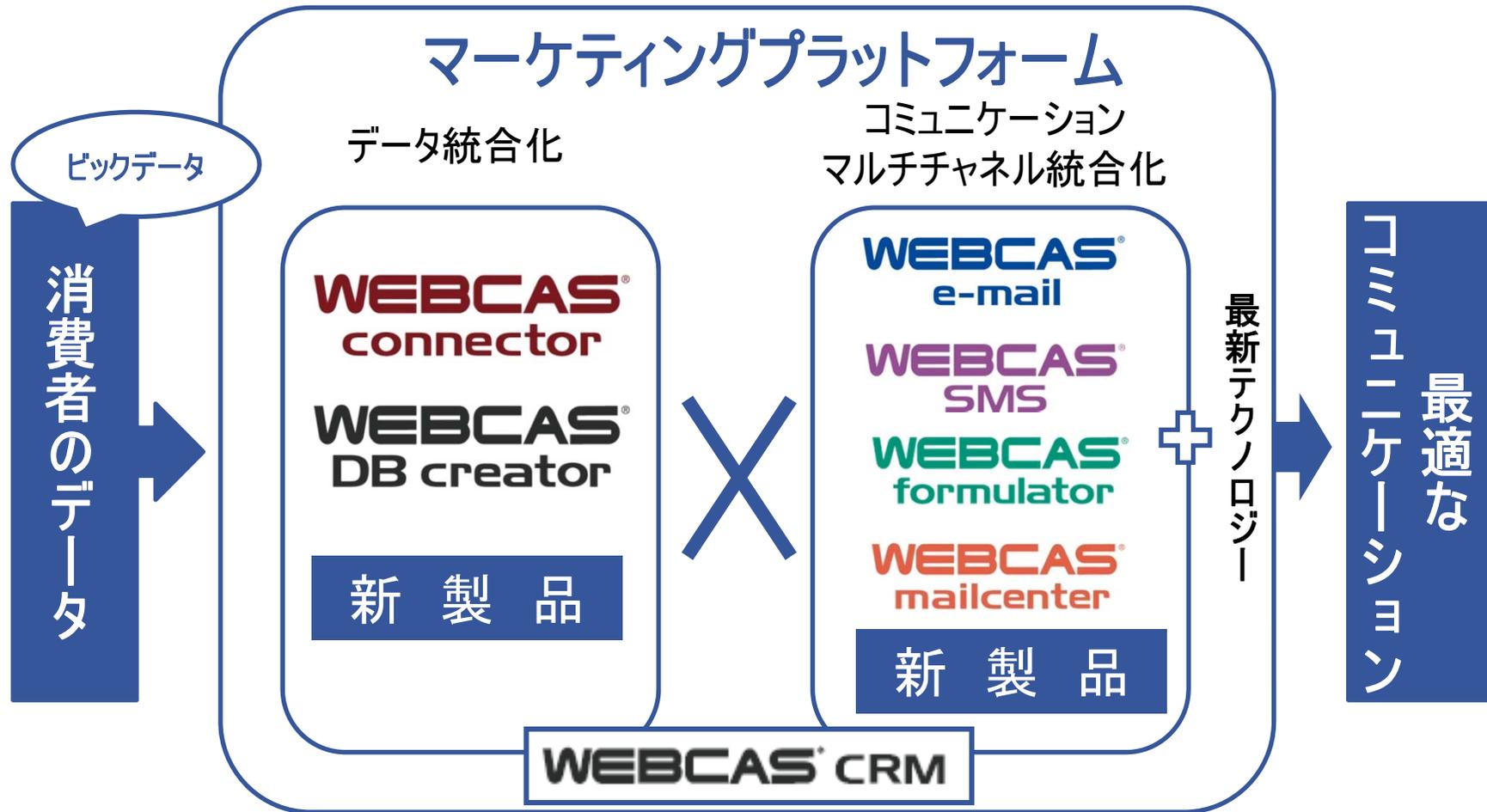
<p>1 第20期 (2015年3月期) の業績</p>	<p>2 市場環境 事業戦略</p>	<p>① 市場環境 ② マーケティングの課題 ③ 事業戦略</p>	<p>3 第21期 (2016年3月期) の計画</p>	<p>4 トピックス</p>	<p>5 会社概要</p>
--	----------------------------	---	--	--------------------	-------------------



キーワードは2つ  
「データの統合化」と「チャンネルの統合化」



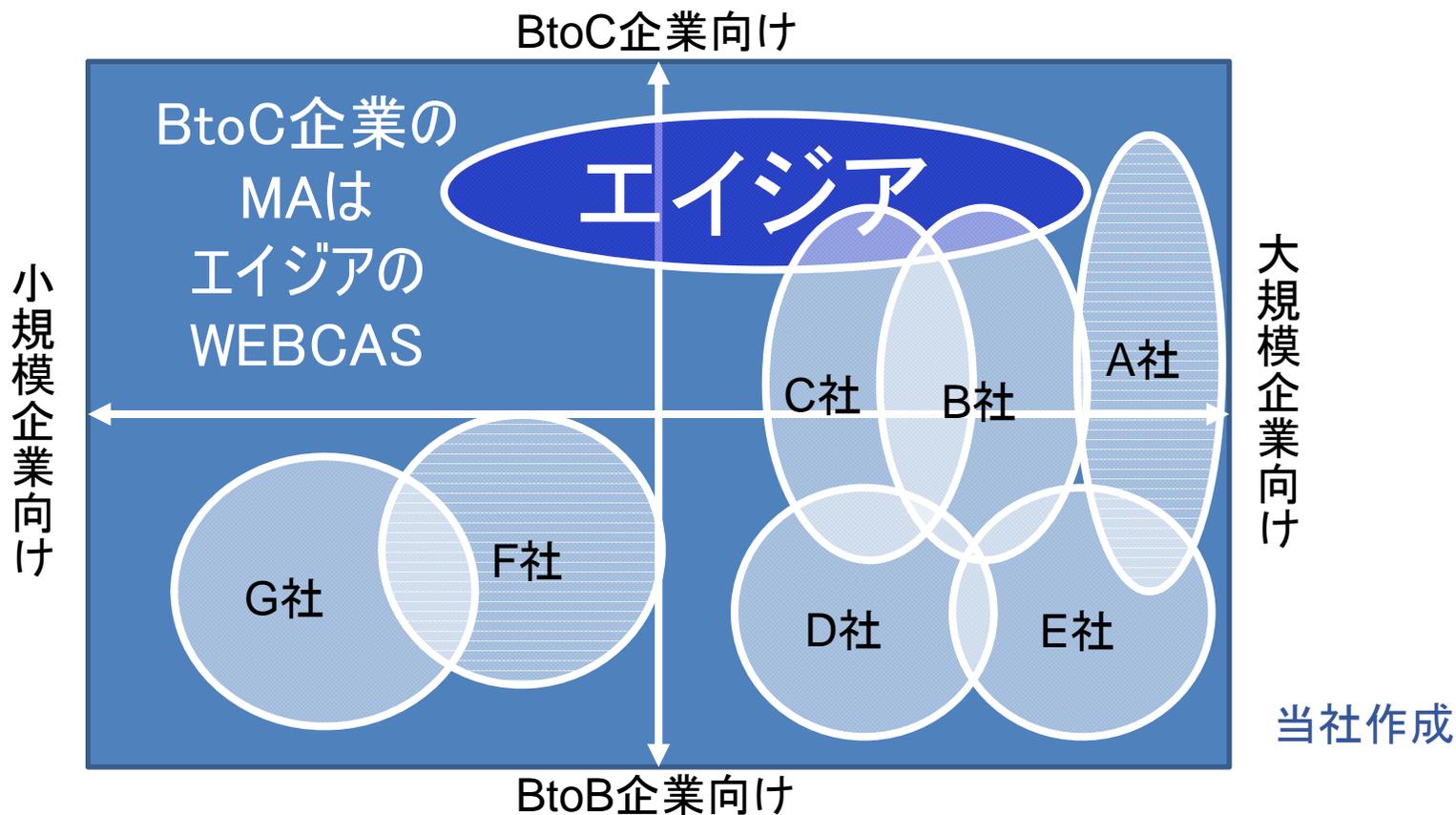
<p>1 第20期 (2015年3月期) の業績</p>	<p>2 市場環境 事業戦略</p>	<p>① 市場環境 ② マーケティング業務の課題 ③ 事業戦略</p>	<p>3 第21期 (2016年3月期) の計画</p>	<p>4 トピックス</p>	<p>5 会社概要</p>
--	----------------------------	---	--	--------------------	-------------------



<p><b>1</b></p> <p>第20期 (2015年3月期) の業績</p>	<p><b>2</b></p> <p>市場環境 事業戦略</p>	<p>① 市場環境</p> <p>② マーケティング業務の課題</p> <p>③ 事業戦略</p>	<p><b>3</b></p> <p>第21期 (2016年3月期) の計画</p>	<p><b>4</b></p> <p>トピックス</p>	<p><b>5</b></p> <p>会社概要</p>
--	--------------------------------------	---	--	------------------------------	-----------------------------



マーケティングオートメーション市場のポジショニングマップ



1  
第20期  
(2015年3月期)  
の業績

2  
市場環境  
事業戦略

- ① 市場環境
- ② マーケティング業務の課題
- ③ 事業戦略

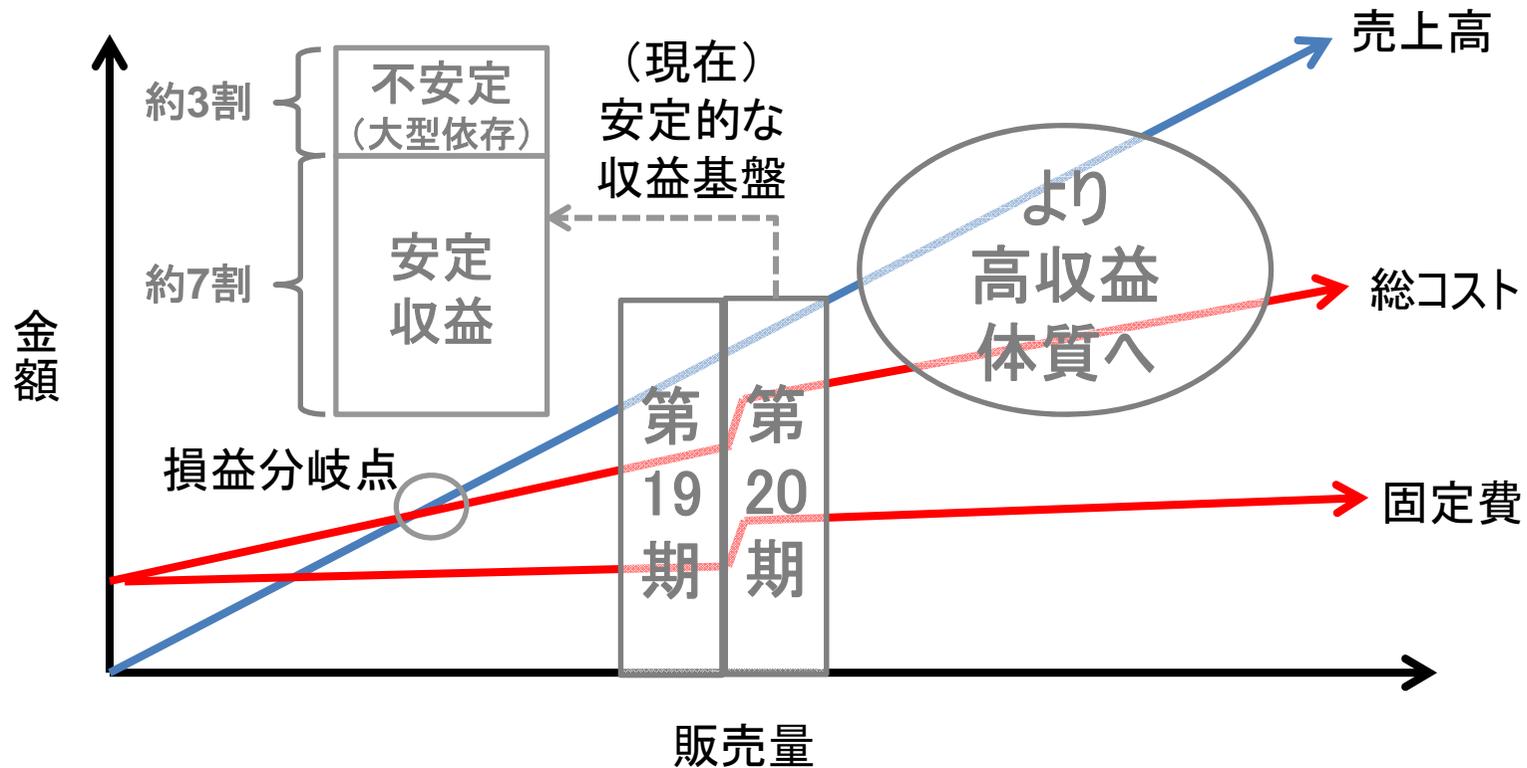
3  
第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4  
トピックス

5  
会社概要



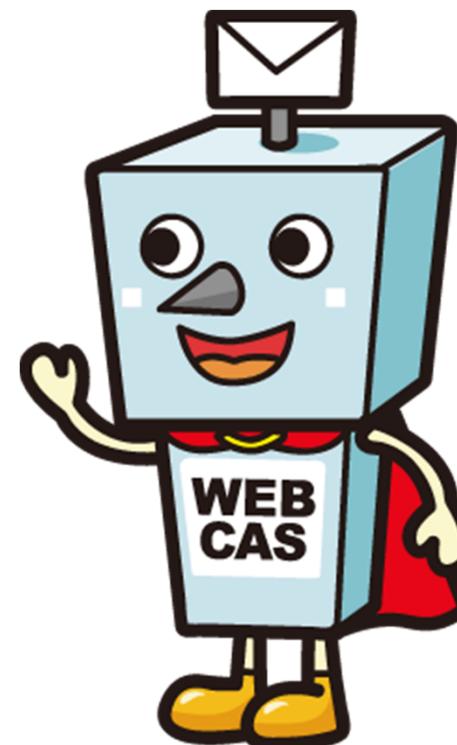
競争力の高い新製品開発により継続的に売上高を高め、より高収益な経営体質へ！



<p>1 第20期 (2015年3月期) の業績</p>	<p>2 市場環境 事業戦略</p>	<p>① 市場環境 ② マーケティング業務の課題 ③ 事業戦略</p>	<p>3 第21期 (2016年3月期) の計画</p>	<p>4 トピックス</p>	<p>5 会社概要</p>
--	----------------------------	---	--	--------------------	-------------------

### 3. 第21期(2016年3月期) の計画

- ① 売上・利益計画
- ② 事業別の詳細
- ③ 配当計画



1 第20期 (2015年3月期) の業績	2 市場環境 事業戦略	3 第21期 (2016年3月期) の計画	① 売上・利益計画 ② 事業別の詳細 ③ 配当計画	4 トピックス	5 会社概要
--------------------------------	-------------------	--------------------------------	---------------------------------	------------	-----------



メールでつなげる。  
メールでつながる。

WEB CAS

## 1 売上・利益計画

単位:百万円

	第20期実績	第21期計画	増減率
売上高	1,031	1,130	+9.6%
営業利益	178	220	+23.2%
経常利益	181	220	+21.5%
当期純利益	108	140	+28.6%

### 売上高

新製品開発に注力しつつ、既存のクラウドサービスのマーケティング戦略を見直す。  
また、サービスソリューション事業も引き続きFUCA社・グリーゼ社との連携を強化し売上向上を図る。

### 利益額

売上高が増加することにより固定費率が低減し、利益率が回復する見通し。

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

2

市場環境  
事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

1

売上・利益計画

2

事業別の詳細

3

配当計画

4

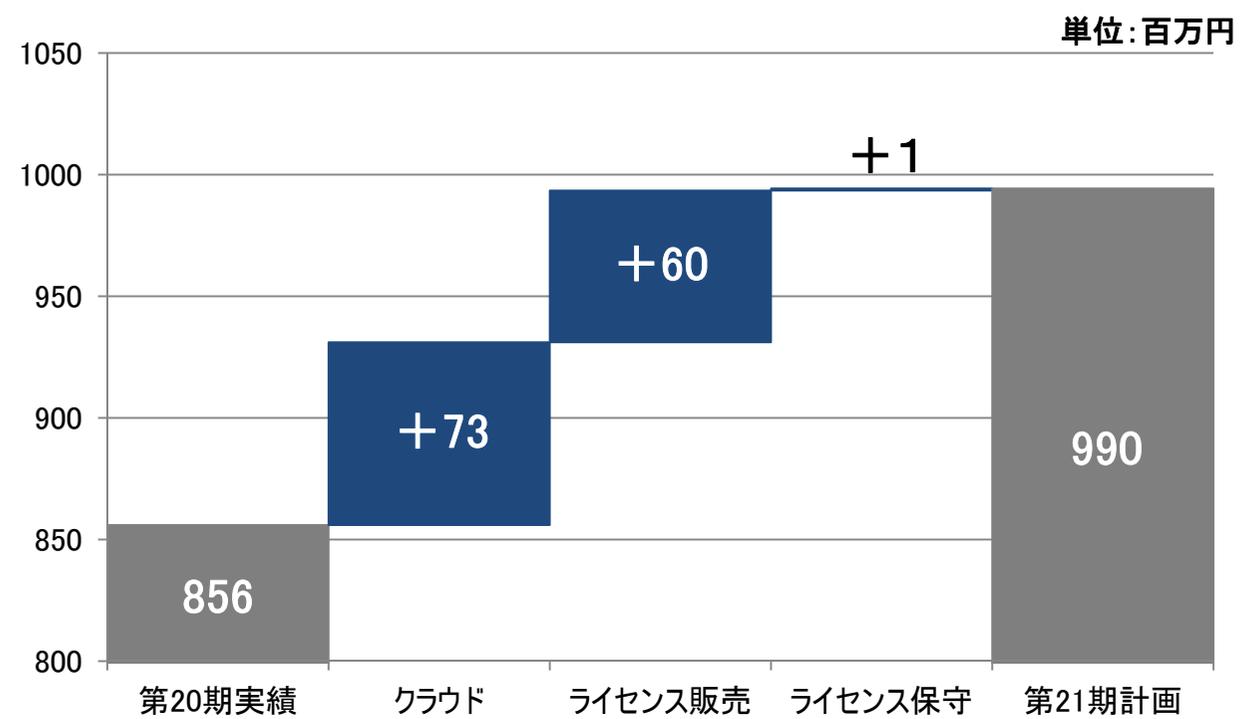
トピックス

5

会社概要

2 事業別の詳細

アプリケーション事業 製品・サービス別の計画

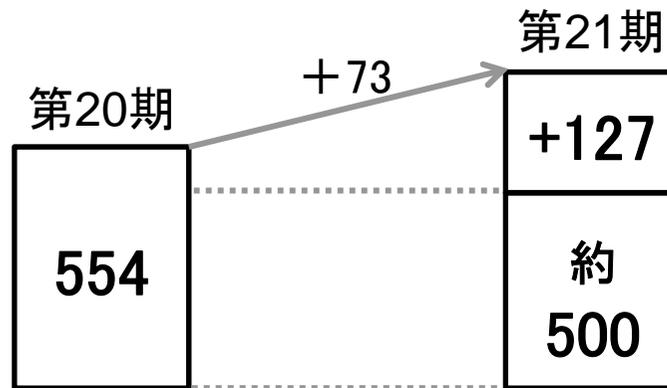


1 第20期 (2015年3月期) の業績	2 市場環境 事業戦略	3 第21期 (2016年3月期) の計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 売上・利益計画</li> <li>② 事業別の詳細</li> <li>③ 配当計画</li> </ul>	4 トピックス	5 会社概要
--------------------------------	-------------------	--------------------------------	---	------------	-----------



## クラウドサービスのマーケティング戦略

第21期クラウド上乗せ受注 130百万円

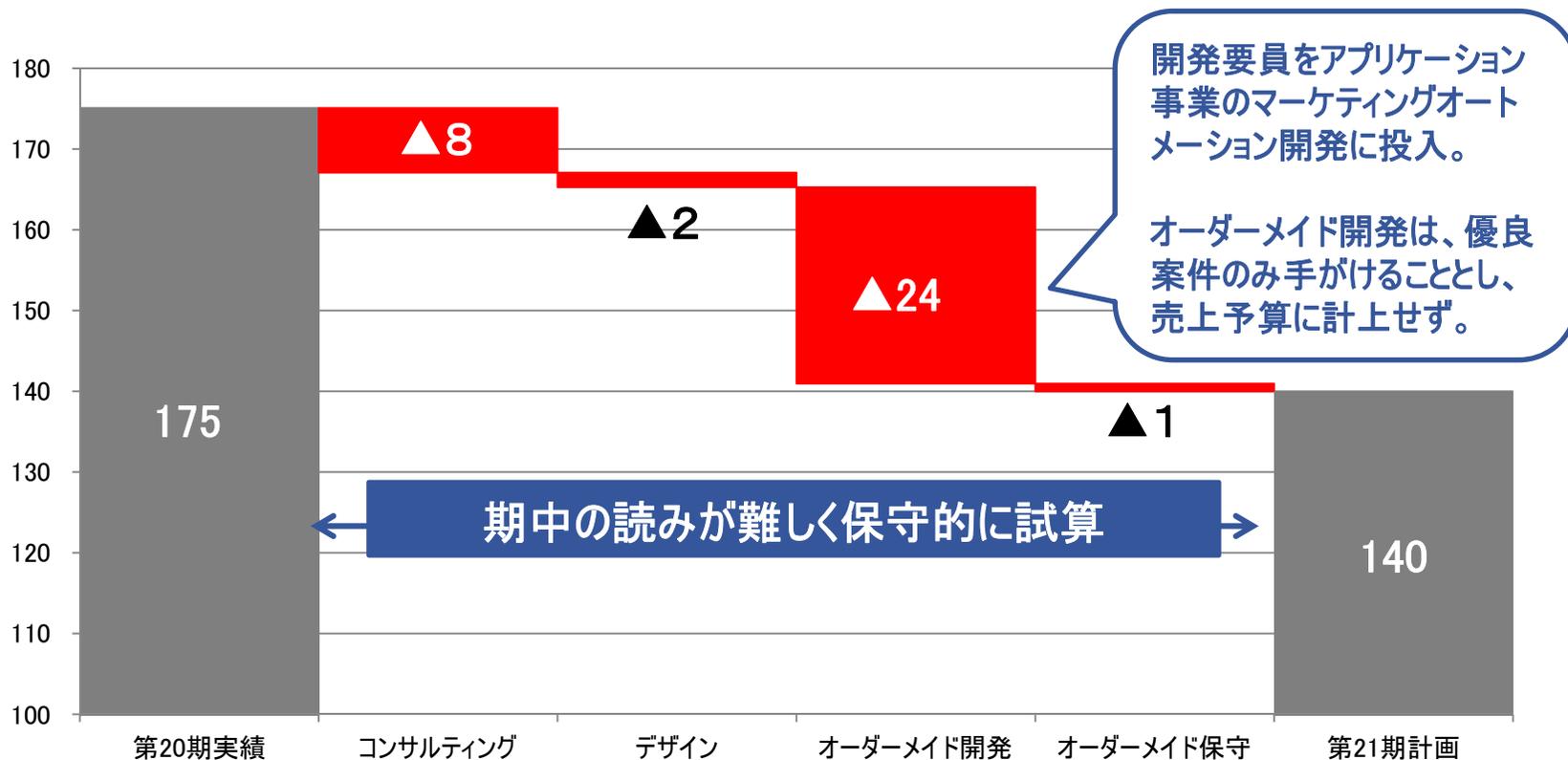


第21期に+130百万円をターゲットにしたマーケティング戦略を構築！

1 第20期 (2015年3月期) の業績	2 市場環境 事業戦略	3 第21期 (2016年3月期) の計画	① 売上・利益計画 ② 事業別の詳細 ③ 配当計画	4 トピックス	5 会社概要
--------------------------------	-------------------	--------------------------------	---------------------------------	------------	-----------

サービスソリューション事業 製品・サービス別の計画

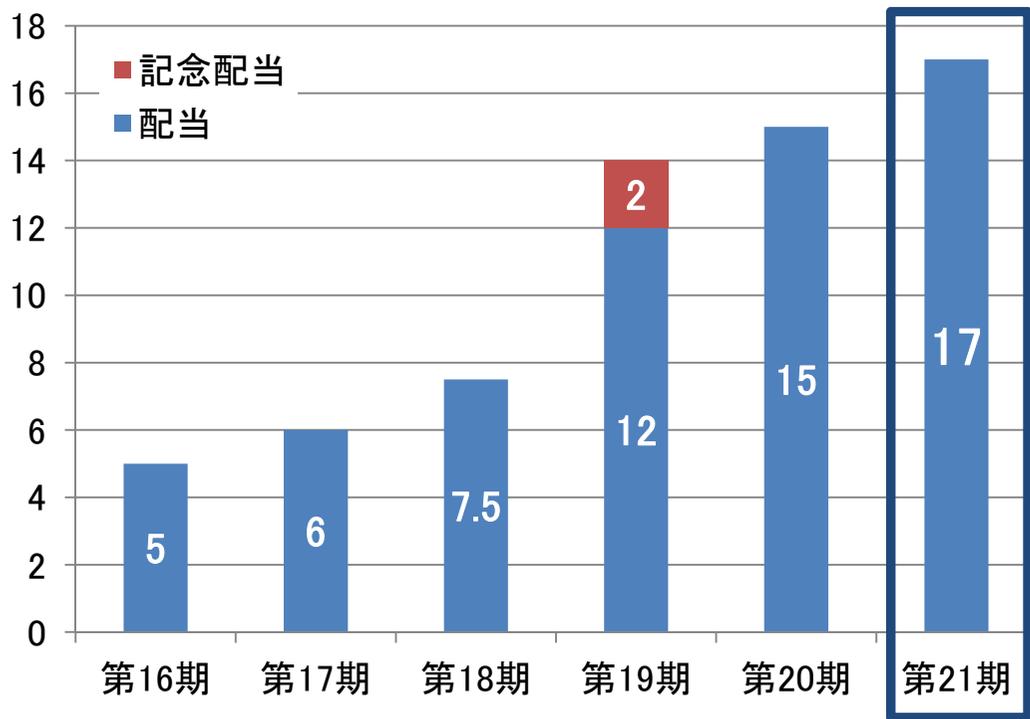
単位:百万円



1 第20期 (2015年3月期) の業績	2 市場環境 事業戦略	3 第21期 (2016年3月期) の計画	① 売上・利益計画 ② 事業別の詳細 ③ 配当計画	4 トピックス	5 会社概要
--------------------------------	-------------------	--------------------------------	---------------------------------	------------	-----------



3 配当計画



単位:円

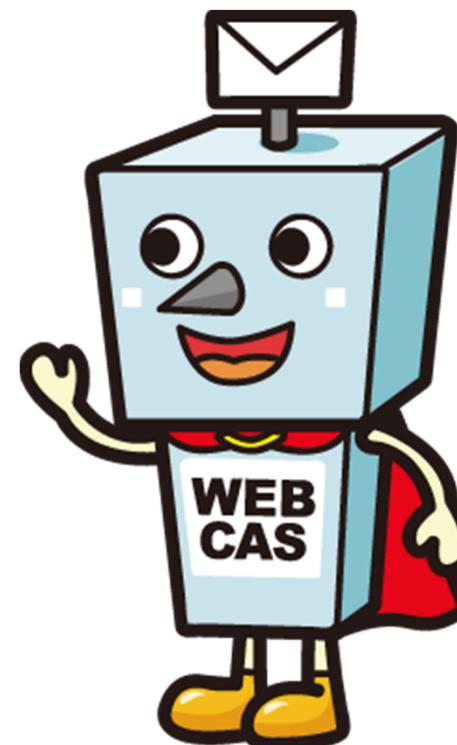
配当性向(予想)  
23.7%

※2011年4月に、1株を200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、連結売上が10億円を上回ったことによります。

1 第20期 (2015年3月期) の業績	2 市場環境 事業戦略	3 第21期 (2016年3月期) の計画	1 売上・利益計画 2 事業別の詳細 3 配当計画	4 トピックス	5 会社概要
--------------------------------	-------------------	--------------------------------	---------------------------------	------------	-----------

## 4. トピックス

- ① 売上伸長率、三年連続No.1
- ② SMS配信システム「WEBCAS SMS」の販売開始
- ③ カンタンCRM「WEBCAS CRM」の販売開始



<p>1 第20期 (2015年3月期) の業績</p>	<p>2 市場環境 事業戦略</p>	<p>3 第21期 (2016年3月期) の計画</p>	<p>4 トピックス</p>	<p>① 売上伸長率、三年連続No.1 ② SMS配信システム「WEBCAS SMS」 ③ カンタンCRM「WEBCAS CRM」</p>	<p>5 会社概要</p>
--	----------------------------	--	--------------------	---	-------------------



## ① 売上伸長率、三年連続No.1

ミック経済研究所が発行するCRM市場に対する分析レポート「CRM実現のためのITソリューションマーケットの現状と展望2014年度版」の「メール配信市場(クラウド・パッケージの合計)」において、売上伸長率3年連続1位を獲得。



ミック経済研究所発行

CRM実現のためのITソリューションマーケットの現状と展望  
2014年度版

メール配信市場

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

2

市場環境  
事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

トピックス

①

売上伸長率、三年連続No.1

②

SMS配信システム「WEBCAS SMS」

③

カンタンCRM「WEBCAS CRM」

5

会社概要

## 2 SMS配信システム「WEBCAS SMS」の販売開始(5月19日)



**メールが届かないお客様にSMSでメッセージを確実に届けよう**

**SMS 配信のメリット**

- あまり変更されない携帯番号に配信できる
- 高い到達率 (99%)
- 郵送・電話より低コストで早い

携帯電話番号を宛先に配信できるSMS。メールアドレスと比べ、すぐ変更されないのが特徴です。

3キャリア向けメッセージ到達率は最高99%！エラーになりにくいのもSMSの大きなメリットです。

メールが届かないお客様への伝達手段は郵送・電話が一般的。SMSは郵送や電話よりコストも時間もかかりません。

こんなシーンでご活用いただけます。

- ①メールアドレスが変更になった会員の再登録促進
- ②(派遣会社やフィールドワーク向けに)明日のお仕事情報を確実に届ける
- ③メールが届かなかった方にだけ契約情報更新を通知する



今後、マイナンバー制度への対応などにご利用いただく需要を見込んでいます！

<p>1 第20期 (2015年3月期) の業績</p>	<p>2 市場環境 事業戦略</p>	<p>3 第21期 (2016年3月期) の計画</p>	<p>4 トピックス</p>	<p>① 売上伸長率、三年連続No.1</p> <p>② SMS配信システム「WEBCAS SMS」</p> <p>③ カンタンCRM「WEBCAS CRM」</p>	<p>5 会社概要</p>
--	----------------------------	--	--------------------	---	-------------------



メールでつなげる。  
メールでつなげる。

WEB CAS

### 3 カンタンCRM「WEBCAS CRM」の販売開始(5月19日)

よくあるCRM製品の課題



機能が多すぎて  
使いこなせない

使わない機能が多い  
割に費用が高い

製品に対する費用対効果  
から満足度が低いのでは？

本気で使えるCRMならWEBCAS  
**WEBCAS CRM** お電話でのお問い合わせ 0120-965-082 資料請求・お問い合わせ

必要な機能だけを盛り込んだ  
お手軽CRMシステム

顧客一人ひとりに合わせたコミュニケーションを、カンタンに実現できます。

WEBCASシリーズは導入実績多数！

NISSAN BELLE MAISON dinos JH/EIDO FANCL  
TOYOTA NISSAN EPSON FUJIFILM 07L  
JT MIZUHO co-op @nifty

顧客データベース作成 Web登録フォーム作成 メール配信 SMS配信 Webアンケート作成

「機能はシンプルにカンタン操作！」  
「使える機能だけが低価格！」

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

2

市場環境  
事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

トピックス

1

売上伸長率、三年連続No.1

2

SMS配信システム「WEBCAS SMS」

3

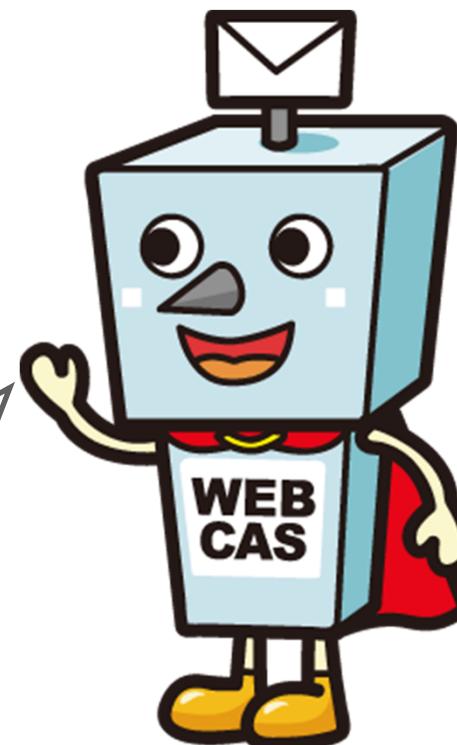
カンタンCRM「WEBCAS CRM」

5

会社概要

## 5. 事業概要

- ① 事業内容と製品・サービス概要
- ② 市場地位と主な導入先
- ③ 会社概要



1 第20期 (2015年3月期) の業績	2 市場環境 事業戦略	3 第21期 (2016年3月期) の計画	4 トピックス	5 事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 事業内容と製品・サービス概要</li> <li>② 市場地位と主な導入先</li> <li>③ 会社概要</li> </ul>
--------------------------------	-------------------	--------------------------------	------------	-----------	--



## 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

### サービスソリューション事業

「WEBCAS」シリーズをより効果的に活用していただくためのサービスの提供。オーダーメイドのソフトウェア開発。

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

2

市場環境  
事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

トピックス

5

会社概要

- ① 事業内容と製品・サービス概要
- ② 市場地位と主な導入先
- ③ 会社概要

主な製品・サービスラインナップ



1	2	3	4	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 事業内容と製品・サービス概要</li> <li>② 市場地位と主な導入先</li> <li>③ 会社概要</li> </ul>
第20期 (2015年3月期) の業績	市場環境 事業戦略	第21期 (2016年3月期) の計画	トピックス	事業概要	



エイジアは、創業以来、技術を磨き、  
技術力の高さで勝負してきた会社

その技術力をつぎ込んだ  
当社の看板ソフトウェア製品「WEBCAS e-mail」は、  
業界最高レベルの性能

1 第20期 (2015年3月期) の業績	2 市場環境 事業戦略	3 第21期 (2016年3月期) の計画	4 トピックス	5 事業概要	① 事業内容と製品・サービス概要 ② 市場地位と主な導入先 ③ 会社概要
--------------------------------	-------------------	--------------------------------	------------	-----------	--



メールでつなげる。  
メールでつながる。

WEB CAS®



1つのシステムで、毎時300万通のOne to Oneメールを送れる超高速性  
【業界最速】【世界トップレベル】

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

2

市場環境  
事業戦略

3

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

4

トピックス

5

事業概要

- 1 事業内容と製品・サービス概要
- 2 市場地位と主な導入先
- 3 会社概要



## 2 市場地位と主な導入先

### 総合通販売上高ランキング

順位	社名
1	ニッセンホールディングス
2	ジュピターショップチャンネル
3	千趣会
4	ディノス・セシール
5	ベルーナ

メール配信パッケージ市場 **シェアNo.1**<sup>\*1</sup>

総合通販売上高ランキング **上位5社中、4社がWEBCASを導入しています。**<sup>\*2</sup>

今なら、1ヶ月間無料モニター募集中!

PC、携帯電話、スマートフォン向けメール配信にも対応。導入企業様1,600社以上!

\*1 2014年7月通販新聞発表「第62回通販・通教売上高ランキング」による  
\*2 ソースポッド発行「国内メール配信市場レポート2012」による

出典：通販新聞 第62回通販・通教売上高ランキング調査 (2014年7月実施)

1 第20期 (2015年3月期) の業績	2 市場環境 事業戦略	第21期 (2016年3月期) の計画	トピックス	5 事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 事業内容と製品・サービス概要</li> <li>② 市場地位と主な導入先</li> <li>③ 会社概要</li> </ul>
--------------------------------	-------------------	---------------------------	-------	-----------	--



メールでつなげる。  
メールでつなげる。

WEB CAS

主な導入先

2,500社以上の実績


1 第20期 (2015年3月期) の業績	2 市場環境 事業戦略	第21期 (2016年3月期) の計画	トピックス	5 事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 事業内容と製品・サービス概要</li> <li>② 市場地位と主な導入先</li> <li>③ 会社概要</li> </ul>
--------------------------------	-------------------	---------------------------	-------	-----------	--



### 3 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7-21-1 第5TOCビル
- 設立 1995年4月
- 資本金 322百万円(2015年3月末現在)
- 役職員数 88人(2015年3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

1

第20期  
(2015年3月期)  
の業績

2

市場環境  
事業戦略

第21期  
(2016年3月期)  
の計画

トピックス

5

事業概要

- ① 事業内容と製品・サービス概要
- ② 市場地位と主な導入先
- ③ 会社概要

# ご清聴ありがとうございました。



## IRお問い合わせ

経営企画室 マネージャー

藤田 雅志

TEL 03-6672-6788

E-mail [azia\\_ir@azia.jp](mailto:azia_ir@azia.jp)