

各 位

会社名 : 株式会社エイジア
(コード番号: 2352 東証マザーズ)
本社所在地 : 東京都品川区西五反田七丁目 21 番 1 号
代表者 : 代表取締役 美濃 和男
問合せ先 : 専務取締役 中西 康治
TEL (03) 6672-6788 (代表)

「WEBCAS マーケティングオートメーション (仮称)」の企業化に関するお知らせ

インターネットを活用したマーケティングソリューションを提案する株式会社エイジア (本社: 東京都品川区、代表取締役: 美濃 和男、東証マザーズ上場: 証券コード 2352、以下 当社) は、新製品「WEBCAS マーケティングオートメーション^{*} (仮称)」を平成 28 年 3 月に発売することを本日開催の取締役会で決議いたしましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 企業化に至るまでの経緯

当社は、「メールアプリケーションソフトのエイジア」から“e コマース売上 UP ソリューションを世界に提供するエイジア”へ」をスローガンに掲げ事業領域の拡大を進めております。

近年の e コマース事業者は、多様化する顧客のニーズや複雑化するチャネル事情に柔軟に対応しながら、複数のマーケティング施策を最適化して成果をあげていく必要があります。これを実行するツールとして、米国を中心にマーケティング活動を自動化するマーケティングオートメーションが急速に拡大しています。米国 Raab Associates が 2014 年 2 月に発表した「Raab Associates 2014 VEST」によれば、その市場規模は 2009 年の 100 百万ドル (約 119 億円 (1 ドル=119 円)) から 2014 年に 1,200 百万ドル (約 1,428 億円 (1 ドル=119 円)) へ 12 倍に拡大すると言われており、今後もその傾向は続くものと予想されます。

日本国内にもおいてもマーケティングオートメーションの導入を検討する企業が増えてきましたが、ユーザ企業に高度なスキルを求めるシステムであることが導入の阻害要因になっています。

マーケティングオートメーションを導入するには、事前に自社で詳細な顧客分析を行って、顧客のステータス毎にコミュニケーションシナリオを構築しておく必要があります。そのため「導入メリットは大きそうだが、準備や実行に手間がかかりすぎる」「コミュニケーションシナリオを設定するのが難しい」と導入に二の足を踏んでしまう企業が多いという現状があります。

また同様に、継続的に効果を上げるには、膨大なコミュニケーションシナリオの設定条件等のチューニングを行いながら、PDCA サイクルを回せる運用体制を構築しておく必要があります。

当社はこの「導入ハードルと運用ハードルの高さ」の問題を解決するため、“すぐスタートできて継続的に成果を上げやすい”マーケティングオートメーションツール「WEBCAS マーケティングオートメーション (仮称)」を開発・提供することといたしました。

2. 「WEBCAS マーケティングオートメーション (仮称)」の概要

(1) 「WEBCAS マーケティングオートメーション (仮称)」の概要

「WEBCAS マーケティングオートメーション (仮称)」は、「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!」というコンセプトの実現を目指した、B to C 企業向けマーケティング・プラットフォームです。顧客の属性情報や行動履歴、購買履歴などのデジタルデータを統合・管理し、メ

ールをはじめ様々なチャネルの中から最適なチャネルを選択して、顧客一人ひとりに最適なコミュニケーションを自動で実行します。

同製品には、当社が約 15 年間メールマーケティングシステム「WEBCAS e-mail」を提供するなかで蓄積したノウハウや経験をもとに、成果を得やすいコミュニケーションシナリオをテンプレート化して搭載いたします。これにより、システム導入時に詳細かつ複雑な顧客分析をしなくても、すぐに効果が見込める施策に着手できます。この施策は、効果を見ながらシナリオや条件設定を自由に変更できるほか、自社でシナリオをゼロから作成することも可能です。

2016 年 3 月発売予定の初期バージョンでは、「効果が見込めるメールマーケティング施策を簡単に実施できる」機能を提供し、それ以降、順次「O2O やマルチチャネルのマーケティング施策を簡単に実施できる」機能や、「人工知能エンジンによる設定条件のチューニング半自動化」機能、「将来予測エンジンによる各種マーケティング施策の自動化」機能を搭載していく計画です。

当社は本製品の提供により、EC 事業者のビッグデータ活用およびクロスチャネル対応を強力にサポートし、「EC の売上 UP ソリューションを世界に提供するエイジア」を目指します。

(2) 「WEBCAS マーケティングオートメーション (仮称)」の売上高への影響および今後の見通し

本件が平成 27 年 5 月 11 日に公表した今期の業績に与える影響は、販売開始日が平成 28 年 3 月を予定していることから、軽微です。

なお、「WEBCAS マーケティングオートメーション (仮称)」発売に伴い平成 30 年 3 月期には平成 27 年 3 月期の売上高の 10%相当額以上の売上を見込んでおります。

(3) 「WEBCAS マーケティングオートメーション (仮称)」販売開始のために支出する費用およびその内訳

本件のために特別に支出する費用は、当期 (平成 28 年 3 月期) は研究開発費約 24 百万円を見込んでおりますが、当期連結業績予想へ織り込み済みです。今後発生が明らかになり業績予想の修正が必要と判断された場合には、速やかに開示いたします。

3. 日程

決 定 日 平成 27 年 7 月 21 日

販売開始日 平成 28 年 3 月

(参考) 当期連結業績予想 (平成 27 年 5 月 11 日公表分) 及び前期連結実績

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
当期連結業績予想 (平成 28 年 3 月期)	百万円 1,130	百万円 220	百万円 220	百万円 140
前 期 連 結 実 績 (平成 27 年 3 月期)	1,031	178	181	108

【注釈】

※マーケティングオートメーション

一人ひとり異なるユーザの趣味嗜好に合わせた One to One のコミュニケーション施策を自動で行うためのマーケティングツール。ユーザの属性データや行動データなどを統合して分析し、ユーザのステータス毎にコミュニケーションシナリオを設定・実行することで、従来は煩雑だった One to One コミュニケーションを自動化できる。

以 上