

平成27年12月期 2Q決算補足説明資料

アライドアーキテクト株式会社

平成27年8月13日



- 1** 会社概要
- 2** 決算概要
- 3** 事業概要
- 4** 今後の見通し



1

会社概要

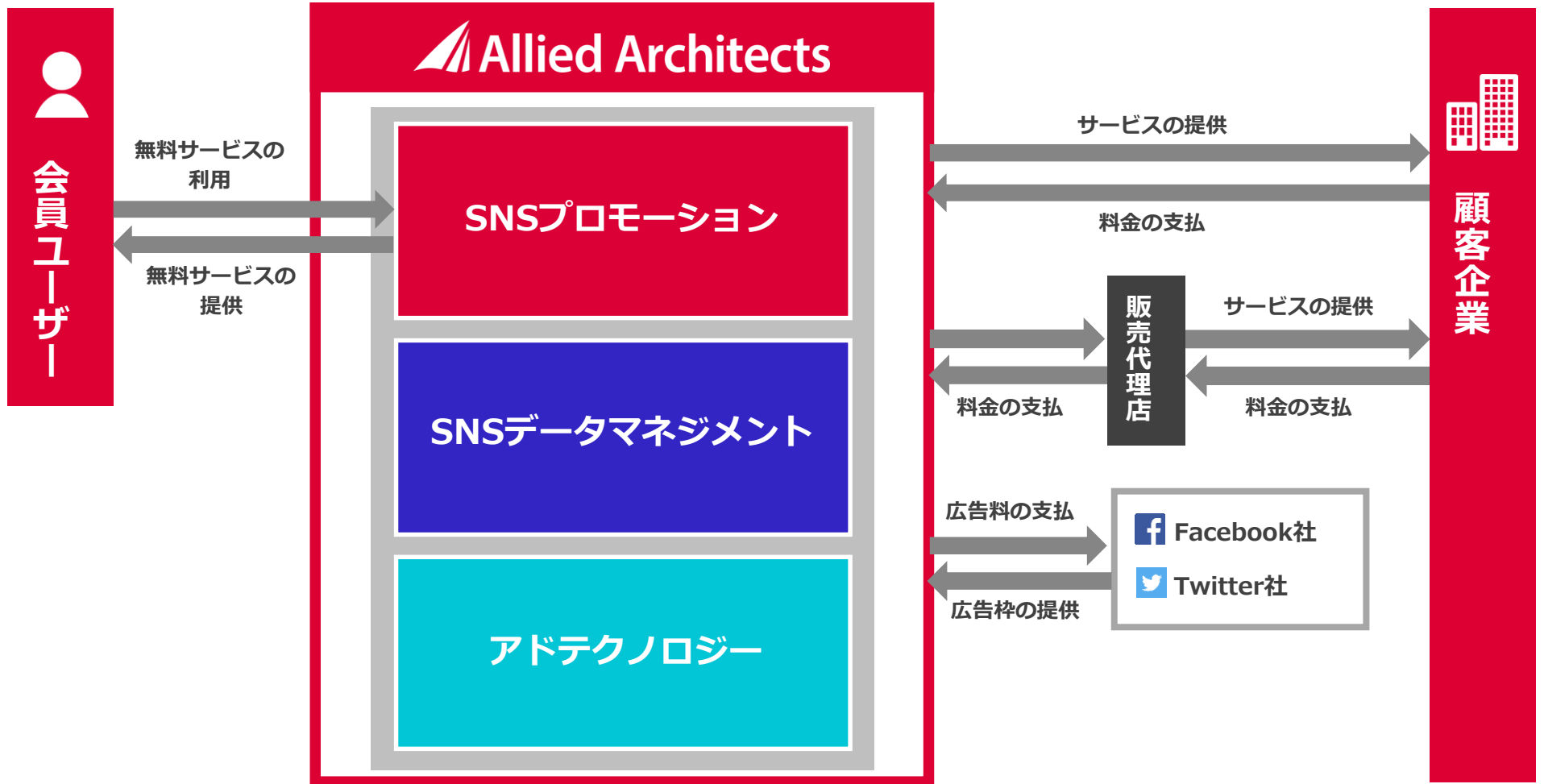
会社概要

会社名	アライドアーキテクト株式会社（証券コード6081）
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
代表者	代表取締役社長 中村壮秀
資本金	599百万円（2015年6月30日現在）
社員数	162名（2014年12月31日現在 連結）
事業内容	S N S を活用したデジタルマーケティング事業

**ソーシャルテクノロジーで、
世界中の人と企業をつなぐ**

事業システム図

- 顧客企業からの「モニプラ」のサービス利用料が主な収入源であり
現状は会員ユーザーからの課金が行っていない



「モニプラ」 サービス イメージ

- SNS利用者向けに、「フォトコンテスト」「懸賞」「アンケート」などのキャンペーンをWeb上で手軽かつ低コストで開催できるASP型サービス

パソコン版

The desktop screenshot shows the Monipla website interface. At the top, there is a search bar with the text "すべてのキャンペーンを見る" and the Monipla logo. Below this, a "SPECIAL" banner for "本日のキャンペーン" (Today's Campaign) features an airplane ticket graphic with the text "豪華旅行も当たるかも!? さあ、旅に出よう!" and a "キャンペーンを見る" button. To the right is a blue box with the SMMLab logo. Below the banner are two promotional boxes: "大量当選 特集" (Large Wins Special) and "お得なグルメ特集" (Delicious Gourmet Special). A section titled "人気のキャンペーン" (Popular Campaigns) displays five campaign cards with details like "その場で当たるチャンス!" (Chance to win on the spot!), "高級レストラン" (High-end restaurant), and "スピードくじ" (Speed lottery). At the bottom, there is a "ピックアップキャンペーン" (Pickup Campaign) section.

スマートフォン版

The smartphone screenshot shows the mobile version of the Monipla website. It features a search bar, the Monipla logo, and a "SPECIAL" banner for "本日のキャンペーン" (Today's Campaign) with the same airplane ticket graphic and text as the desktop version. Below the banner is a "キャンペーンを見る" button. The "人気のキャンペーン" (Popular Campaigns) section is visible at the bottom, showing a campaign card for "高級レストラン お食事券をプレゼント!" (High-end restaurant gift certificate).

ユーザー向け サービス強化

- スマートフォン向けサービスを強化し、ユーザーデータ獲得基盤を強化



GreenSnapは多肉植物ブームの後押しもあり、テレビ等のメディア露出が増加しダウンロード数が拡大。



wataV (ワタビ) は人気ネット番組をはじめとしたWebメディアで多数紹介され、話題に。



サービス トピックス

事業関連

2015年4月22日

ドリームインキュベータと連携し、
タイ市場向けSNSプロモーション事業に参入



2015年4月22日

クラウド型の人材翻訳プラットフォーム
「Gengo®」へ出資



2015年5月26日

Google AdWords Premier SME Partner (PSP) に認定、
中小通販会社向けにGoogle AdWords™と
モニプラ ファンブログが連携したパッケージを提供開始



2015年6月19日

海外連結子会社の商号変更



2015年8月3日

主力サービス「モニプラ」を全面リニューアル



業績関連

2015年8月13日

通期業績予想を下方修正（p.17にて説明）



2

決算概要

■ 売上高（連結）	1,023百万円（前年同期単体比 1%増）
■ 経常利益（連結）	△ 258百万円（前年同期単体比増減 △364百万円）

売上高

- 昨年11月のFacebookのポリシー変更後の顧客企業からの新規受注の減少が続いた影響により、「モニプラ」等の既存サービスの売上高が減少。他方で、新サービスや海外事業の売上高は増加。

経常利益

- 経費削減等のコストコントロールを行ったものの、新サービスの関連費用や海外事業の拡大のための投資が増加し、大幅な減益。

業績概要① PL (連結)

- 広告原価が発生するアドテクノロジーサービスの売上高が増加したことにより売上総利益率が低下
- 新サービスへの投資による販管費の増加および繰延税金資産の取り崩しにより大幅減益

単位：百万円

	2014年度 2Q実績 (単体)	構成比	2015年度 2Q実績 (連結)	構成比	増減額	増減率	業績予想 (連結)
売上高	1,011	—	1,023	—	12	1%	2,903
売上総利益	757	75%	517	50%	△239	△32%	—
営業利益	105	10%	△258	—	△364	—	101
経常利益	105	10%	△258	—	△364	—	101
当期純利益	59	6%	△303	—	△363	—	65
1株当たり当期純利益 (円)	13.98	—	△70.65	—	—	—	15.14

業績概要②

BS・CF (連結)

- 流動資産および営業活動によるCFの減少は、売上原価および販管費の増加に伴う現預金の減少が主要因

単位：百万円

BS	2014年12月末（連結）	2015年6月末（連結）	増減額
流動資産	1,679	1,193	△486
固定資産	218	261	43
総資産	1,897	1,454	△443
流動負債	388	244	△144
固定負債	—	3	3
純資産	1,509	1,207	△302

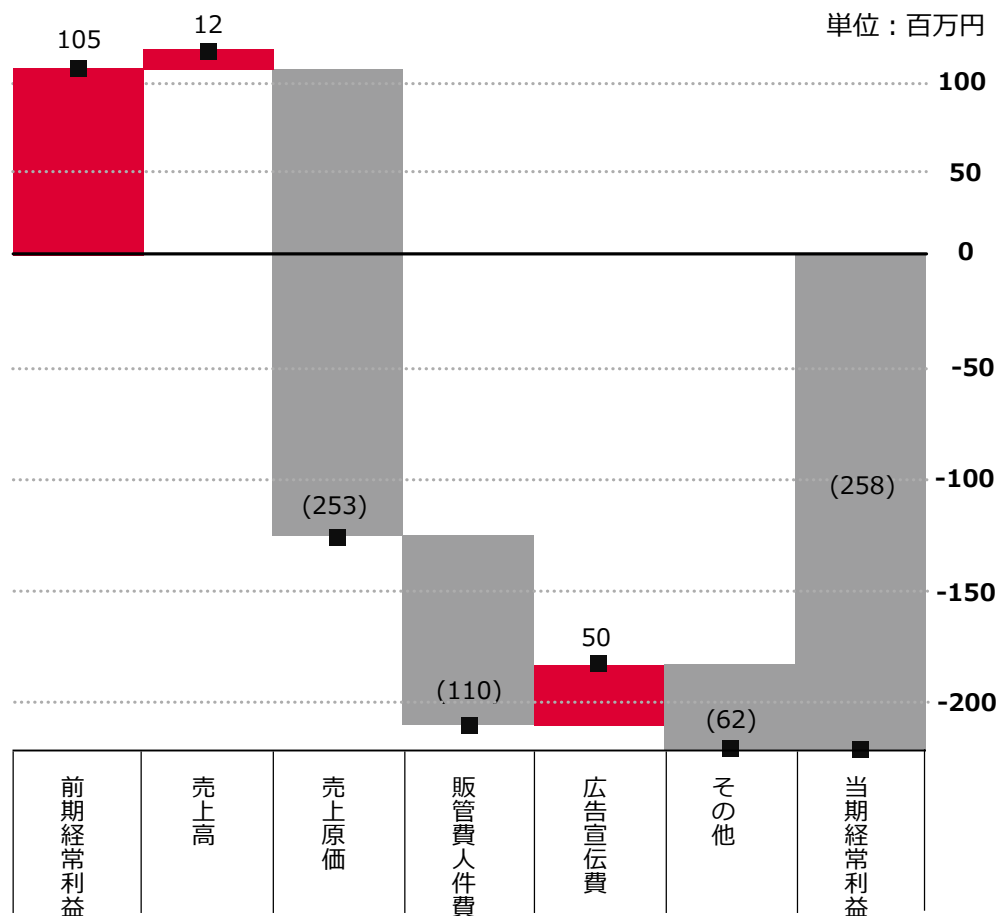
■ 自己資本比率：83.0% ■ 有利子負債はゼロ ■ 現預金は855百万円

CF	2014年12月期（単体）	2015年6月期（連結）	増減額
営業活動によるCF	77	△378	△456
投資活動によるCF	△130	△80	49
財務活動によるCF	11	2	△8
換算差額	3	△1	△4
現金及び現金同等物期末残高	1,313	855	△458

業績概要③ 利益増減要因

- 前年同期比で経常利益△364百万円の要因について

当2Q経常利益（連結） 前年同期単体比増減要因

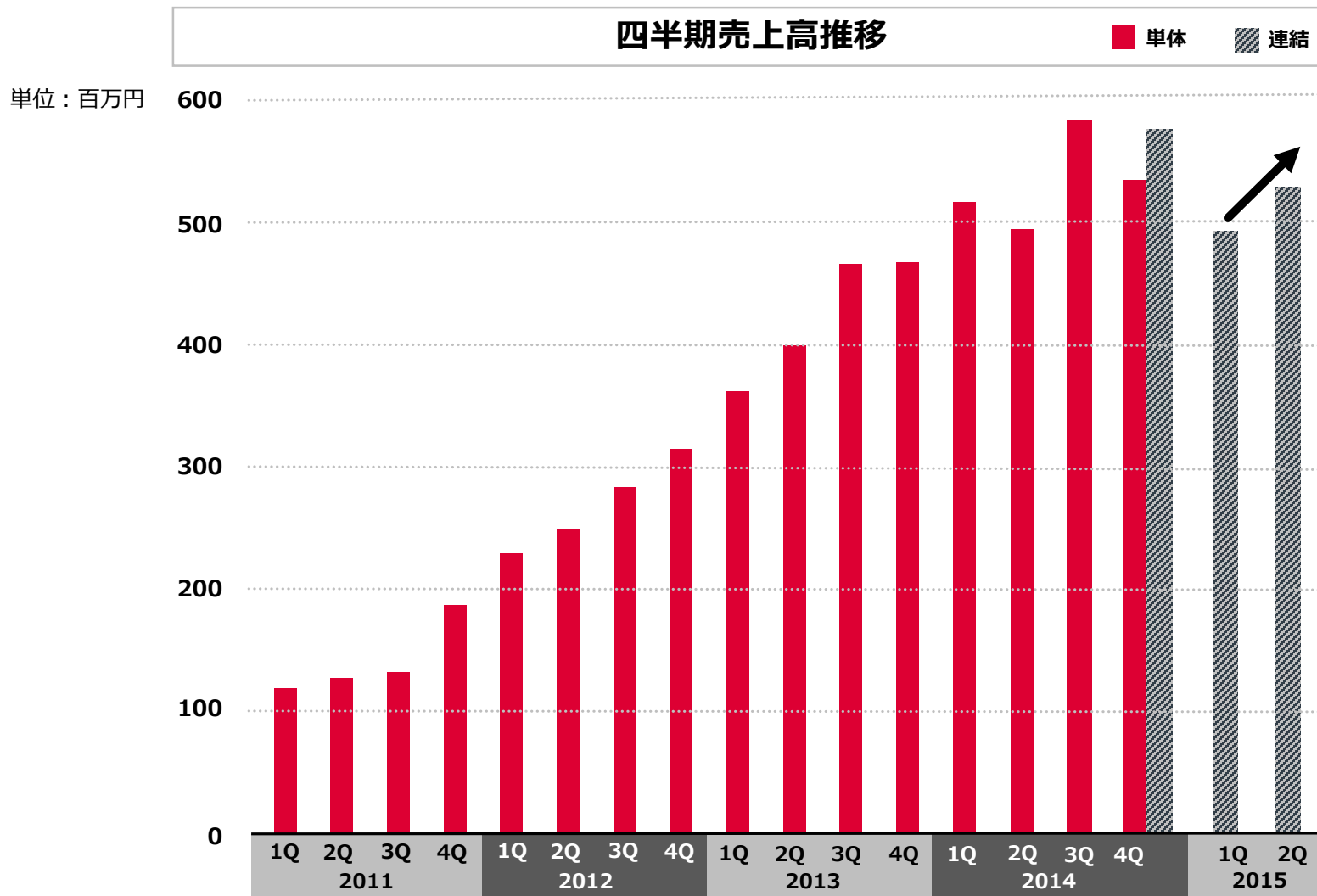


主な増減要因

売上高	国内アドテクノロジーサービスおよび海外子会社の好調により売上高が増加	12百万円
売上原価	広告原価が発生するアドテクノロジーサービスの売上高が増加したことにより、広告原価が増加	△253百万円
販管費人件費	海外子会社や新サービスの規模拡大のための採用強化等による増加	△110百万円
広告宣伝費	ユーザー獲得等の広告宣伝について、投資対効果の高いものに絞った投下を行ったことによる減少	50百万円
その他	海外子会社の規模拡大による経費の増加および本社増床による増加等	△62百万円

業績概要④ 売上高推移

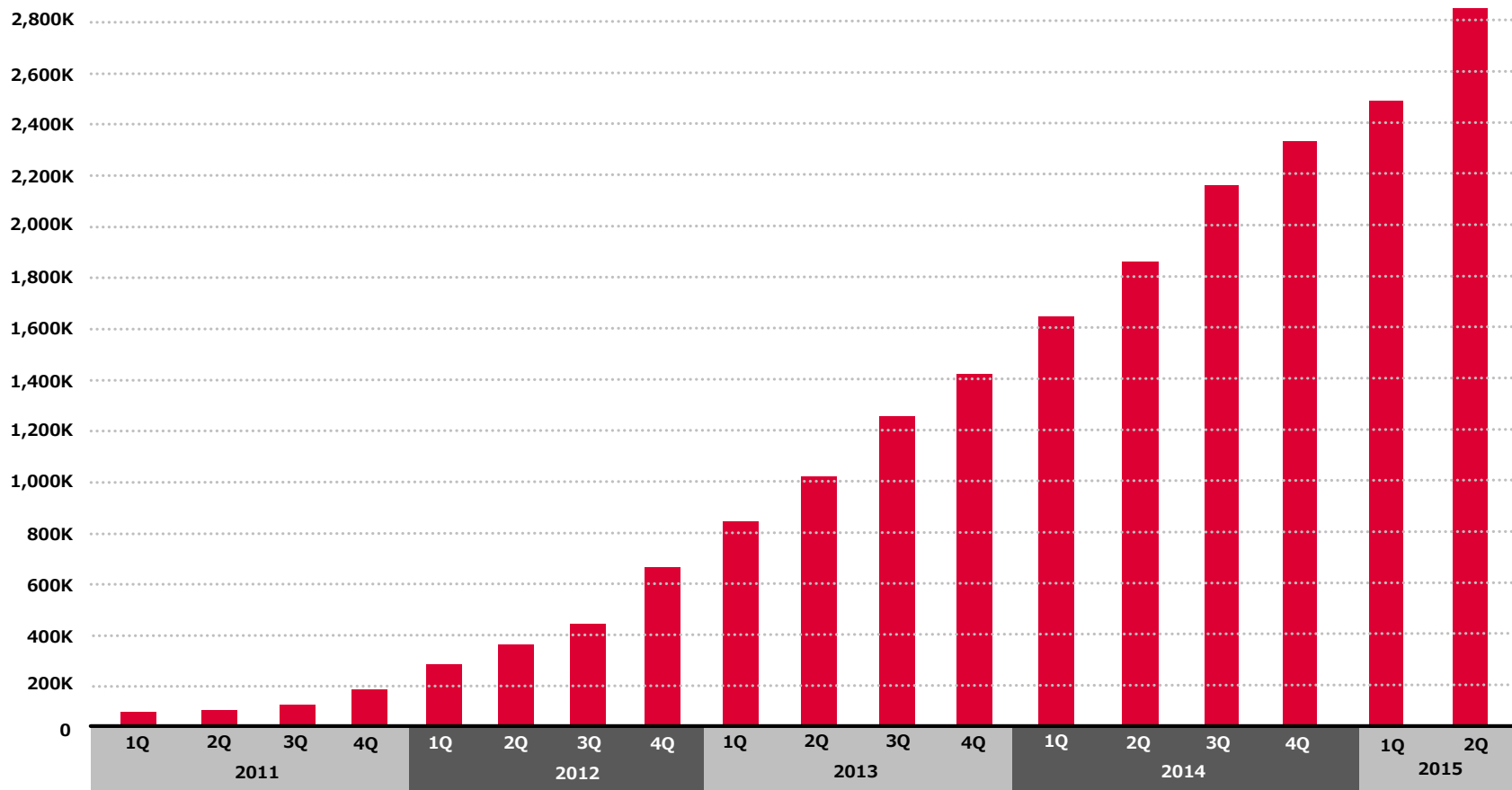
- 新サービスや海外事業の好調による売上貢献により、売上高は増加



業績概要⑤ 指標

- モニプラ等のサービスにおける登録ユーザー数は堅調に推移している

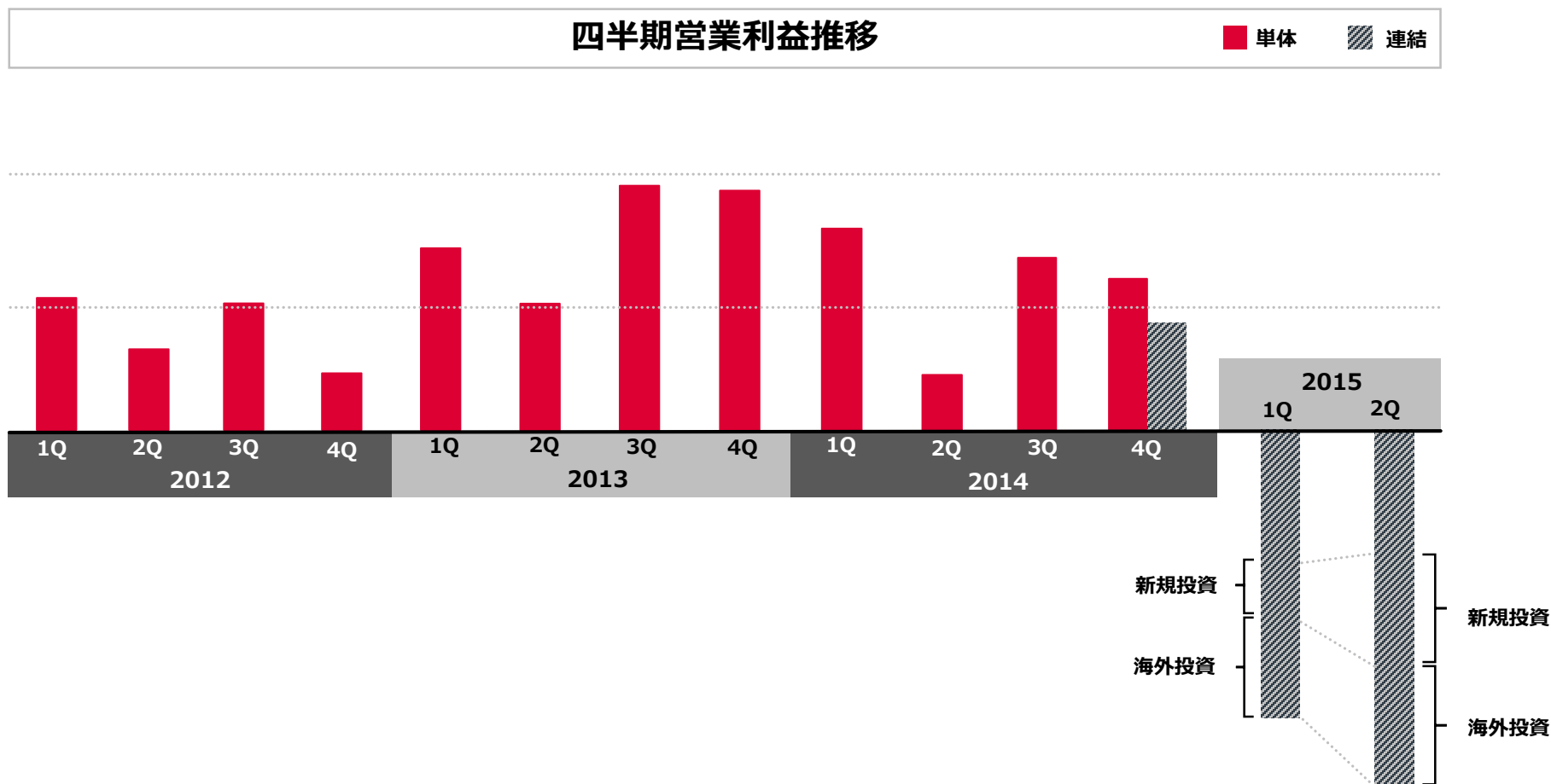
モニプラ等のユーザー数



※過去の累積

業績概要⑥ 営業利益推移

- 売上高の増加に対し、新サービスや海外事業などの将来投資による費用負担が大きく営業損失を計上した



業績予想の 修正

- 昨年11月のFacebook社のポリシー変更の影響等により、売上高が想定を下回る
- 費用削減に取り組んでいるものの、事業拡大を見越した費用の増加や新サービスへの将来投資により、業績予想を修正
- 業績低迷の経営責任を明確にするため役員報酬の減額を決定

単位：百万円

	前回発表予想	今回修正予想	増減額	増減率	【参考】 2014年12月期実績
売上高	2,903	2,350	△553	△19%	2,163
営業利益	101	△260	△361	—	220
経常利益	101	△260	△361	—	219
当期純利益	65	△310	△375	—	119



3

事業概要

既存事業

- SNSプロモーション売上高

-8% 減少



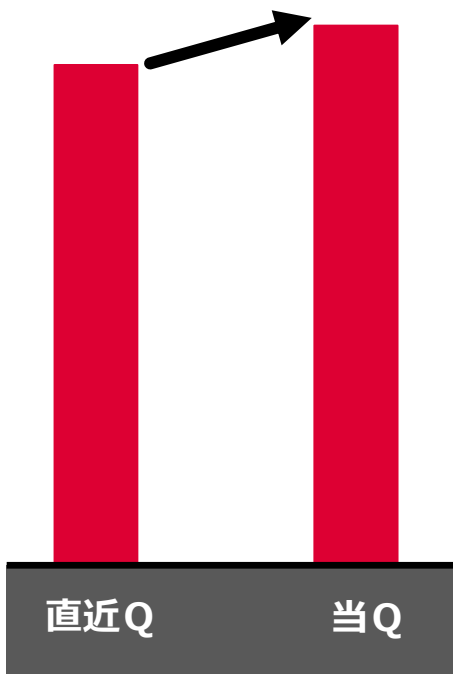
トピックス

プロモーション需要の季節要因等により減少。
今後は、モニプラのリニューアルにより、アドテクノロジー領域とのシナジー効果を創出し、売上高の拡大を目指す。

 **MONIPLA**

- SNSデータマネジメント売上高

4% 増加



トピックス

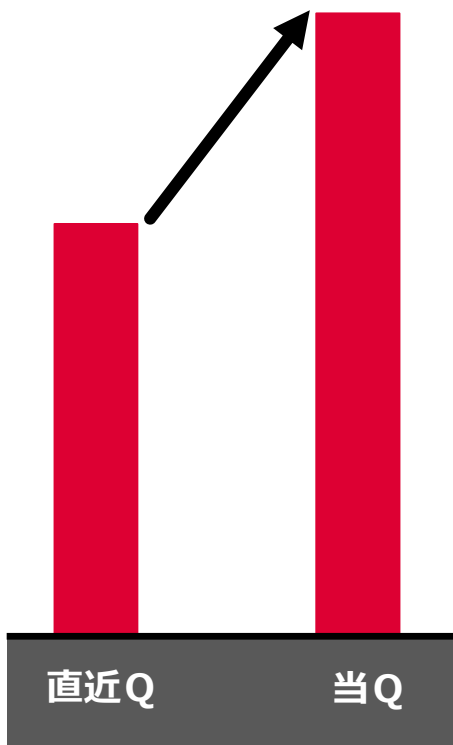
モニプラとの機能 / システム統合の準備に重点を置いていたため、当2Qの売上の伸びが微増にとどまるが企業からの引合いは多く、今後のモニプラの成長を加速させる。

BRANDCo

新規事業

- アドテクノロジー売上高

44% 増加



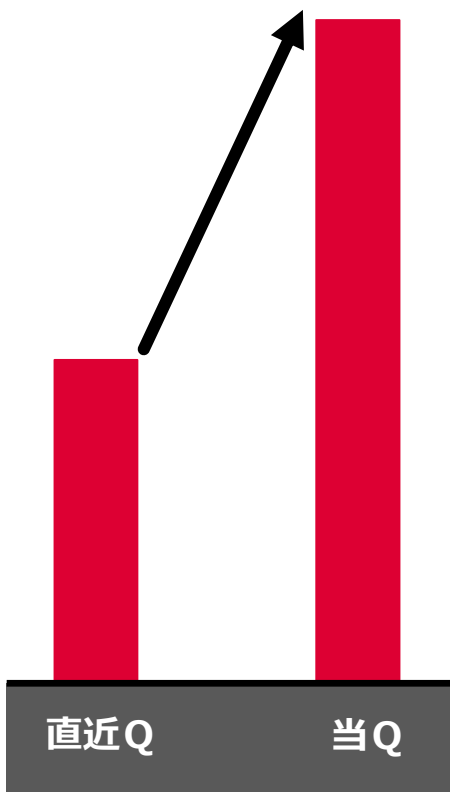
トピックス

国内企業のFacebook広告等の利用が増加しており、これに伴い、順調に成長。

今後は、SNSプロモーション、SNSデータマネジメントと連携したサービス展開の強化により、取引企業数の増加と1社当たりの広告出稿金額の向上を図る。

- ReFUEL4 売上高

109% 増加



トピックス

Facebook広告市場の成長および「Facebook Marketing Partners」認定により、引合いが増加。



主力事業として展開する「ReFUEL4」を冠した商号に社名を変更し、グローバル市場におけるブランド力を高め、さらなる効果的な事業展開を目指す。

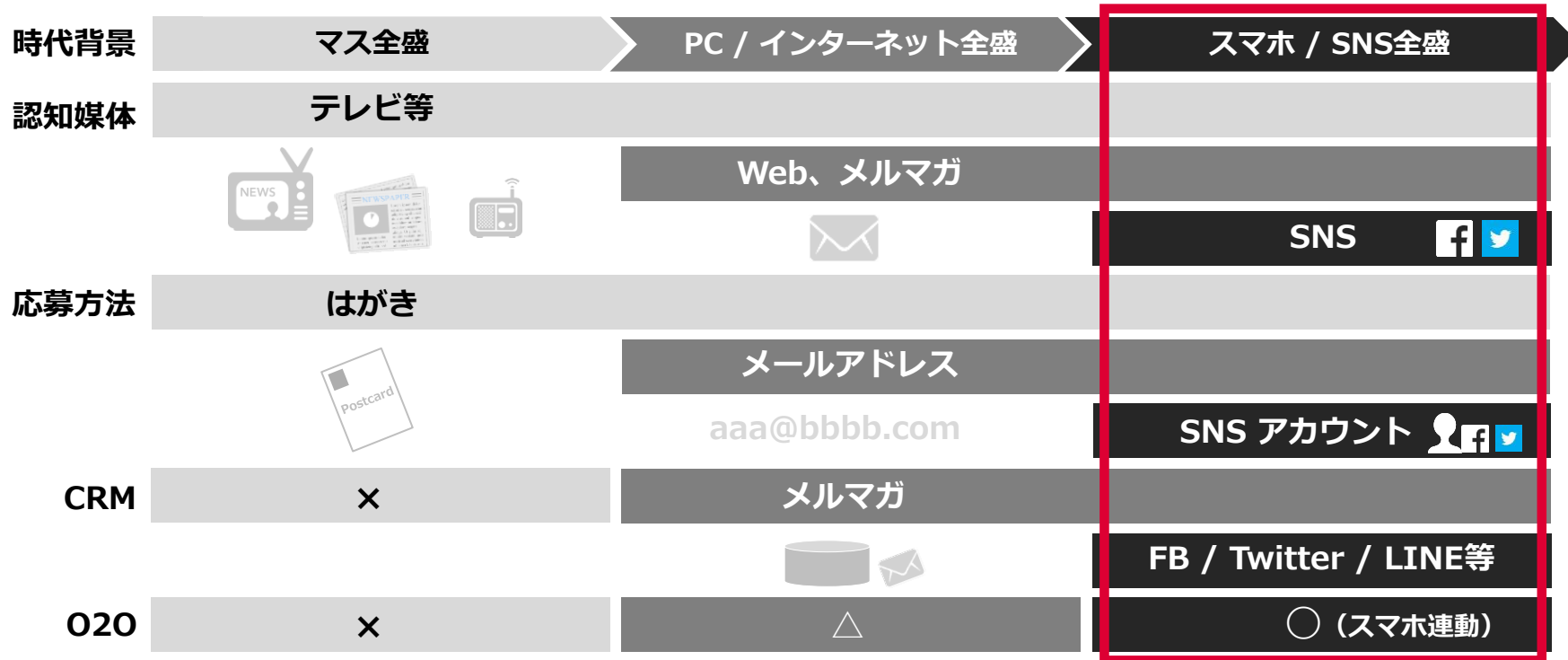


4

今後の見通し

キャンペーン の現状

- 企業がWebキャンペーンに求めるニーズは、時代変化に応じて移り変わっていく
- 一方で「キャンペーン」というプロモーション手法へのニーズは普遍的
- スマホやSNSの普及で企業と顧客の「関係性」が急速に変化する中、企業のキャンペーンも今後さらにスピーディーな「進化」が求められる

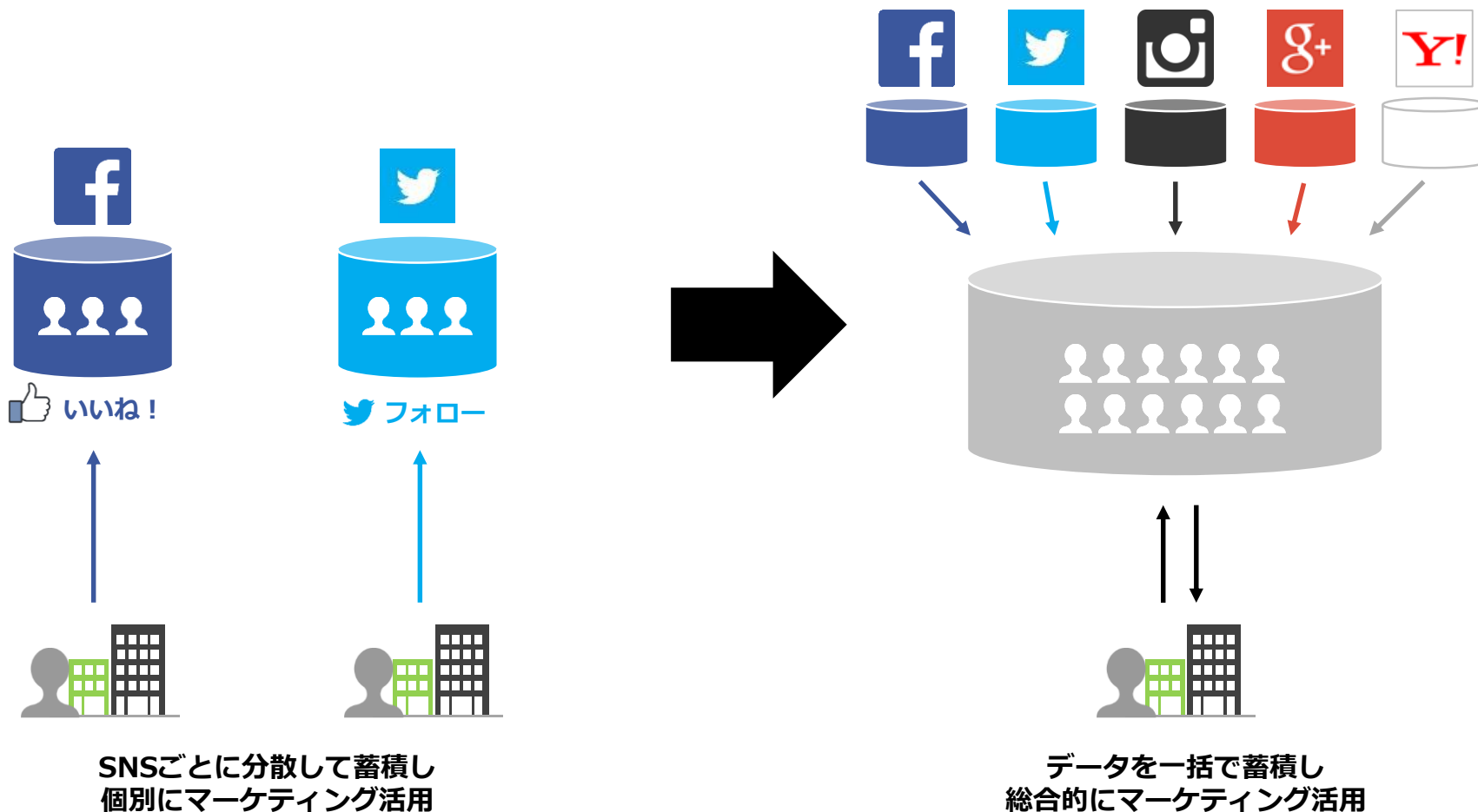


企業と顧客のつながり方が進化

スマホやSNSの普及で“長く大切に”顧客と関係を構築することが可能に

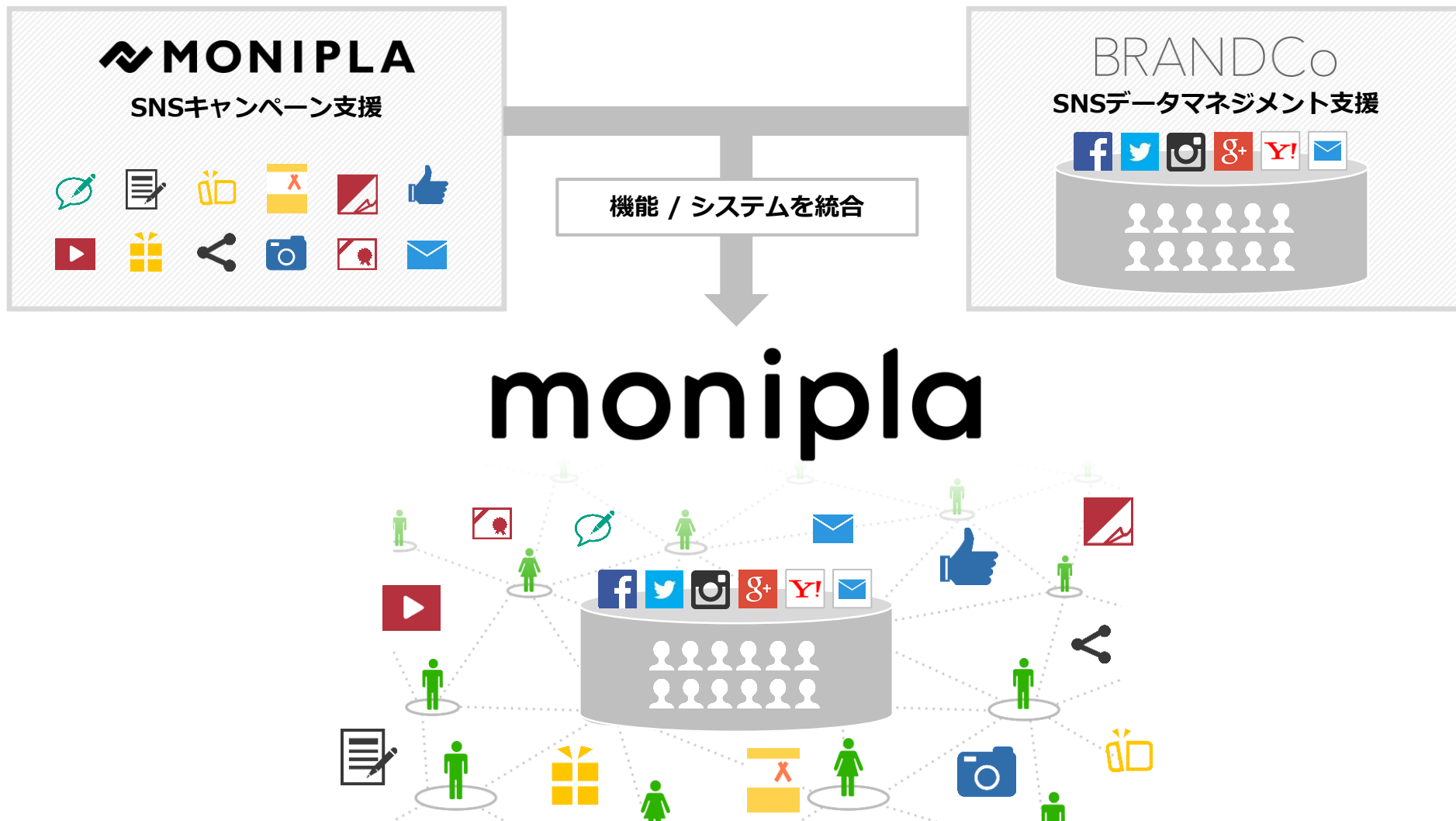
キャンペーン ニーズ

- 近年増加するSNSを活用したキャンペーンは、SNSごとに顧客を集める形が一般的
- しかしSNSの多様化や企業のデータ活用が進みゆく昨今、複数のSNSを横断して顧客を獲得し、データを総合的に活用するニーズが高まっている



モニプラを 全面刷新

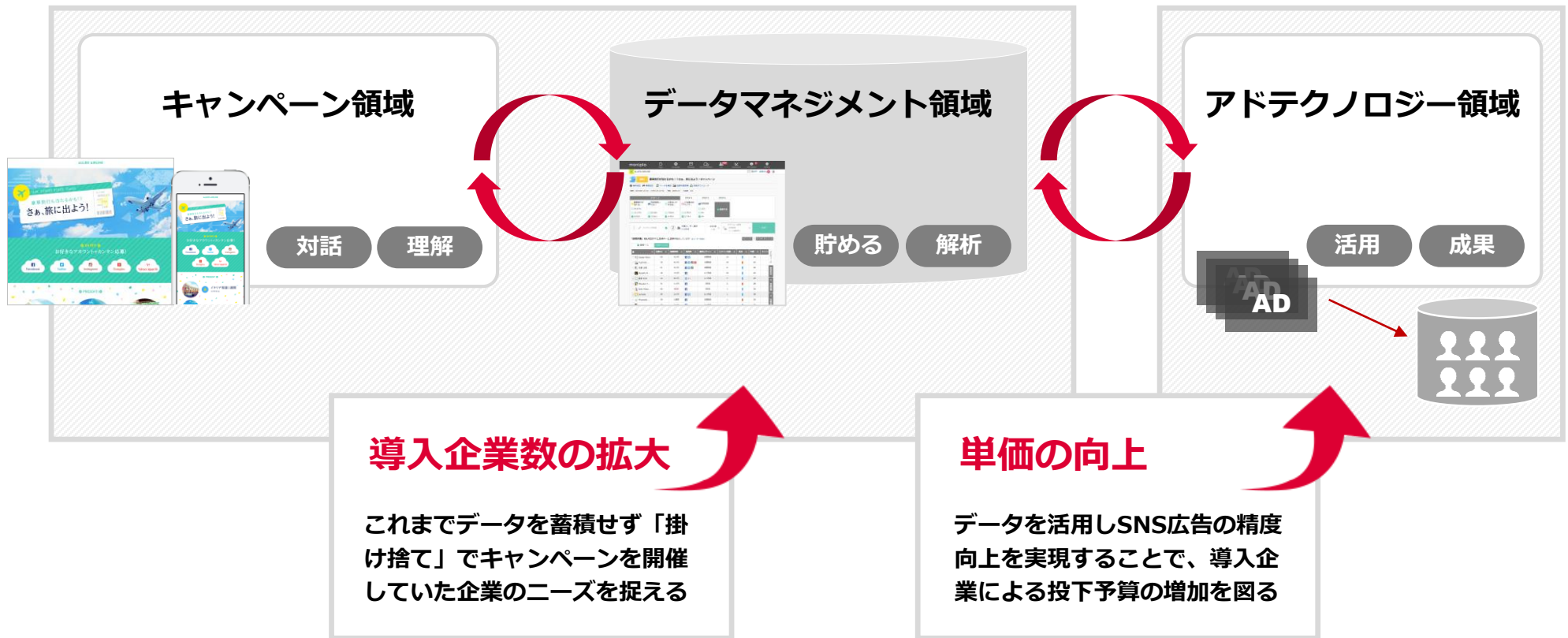
- こうした背景を踏まえ2015年8月、主カサービス「モニプラ」と「BRANDCo」の機能 / システムを統合
- 両サービスの特性を融合させることで、SNS時代に沿った最新型のプロモーション支援サービスを提供していく



3つの領域で 展開

- モニプラが展開する「キャンペーン」と「データマネジメント」、そして2015年2月より展開中の「アドテクノロジー」の3つの領域を組み合わせることで、導入企業数の拡大および単価の向上を実現

monipla



AD Business Unit の設立

- アドテクノロジー領域では、2015年8月よりサービス開発・販売強化のため専門チーム「AD Business Unit」(ADU) を設立
- 「広告運用代行」「インハウス運用支援」の2サービスを展開する



広告運用代行

Facebook/Twitter等のSNS広告に特化した運用チームによる広告運用代行。広告の第三者配信や広告スコア(指標)を考慮したデザイン制作などを包括的に支援。



インハウス運用支援

企業の自社運営を効率化するためのツール導入を支援。米国の大手広告支援会社Nanigansが提供する広告自動最適化ツールの国内唯一の正規販売会社として、SNS広告の最適な自社運用をサポート。

nanigans

導入事例

- 3つの領域でサービスを展開することにより、さらに多様な業種 / 商品におけるマーケティング施策に導入

株式会社フィッツコーポレーション 様

商品ラベルから購入者との継続接点を構築

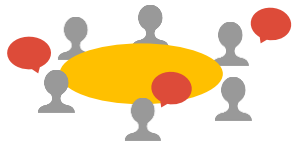
商品パッケージに貼られた応募ラベルから商品購入者をWebアンケートページに誘導し、ユーザー情報をモニブラのデータベースに蓄積。リアルな「購入者データ」を効果的にマーケティングに活用。



化粧品メーカー 様

推奨顧客の声を集め、商品の訴求点を改善

キャンペーンを通じてモニブラのデータベースに情報を蓄積。「発言力のある顧客」を抽出して座談会を開催、商品の訴求ポイントを改善し売上が向上。



通販サービス 様

アンケートからターゲット層を可視化

アンケートキャンペーンで集めたユーザー情報をモニブラのデータベースに蓄積。商品のターゲット層を抽出しCRM施策を行い、購買率を向上。



株式会社キンレイ 様

Facebookの類似拡張広告を利用し新規顧客を獲得

キャンペーンに参加したユーザーの「ブランド好意度」のデータを可視化しターゲットを絞ってFacebookの類似拡張広告を出稿。従来と比較して広告のクリック率、新規顧客獲得効率が大幅に向上。



食品メーカー 様

CRM戦略を刷新し、成果を向上

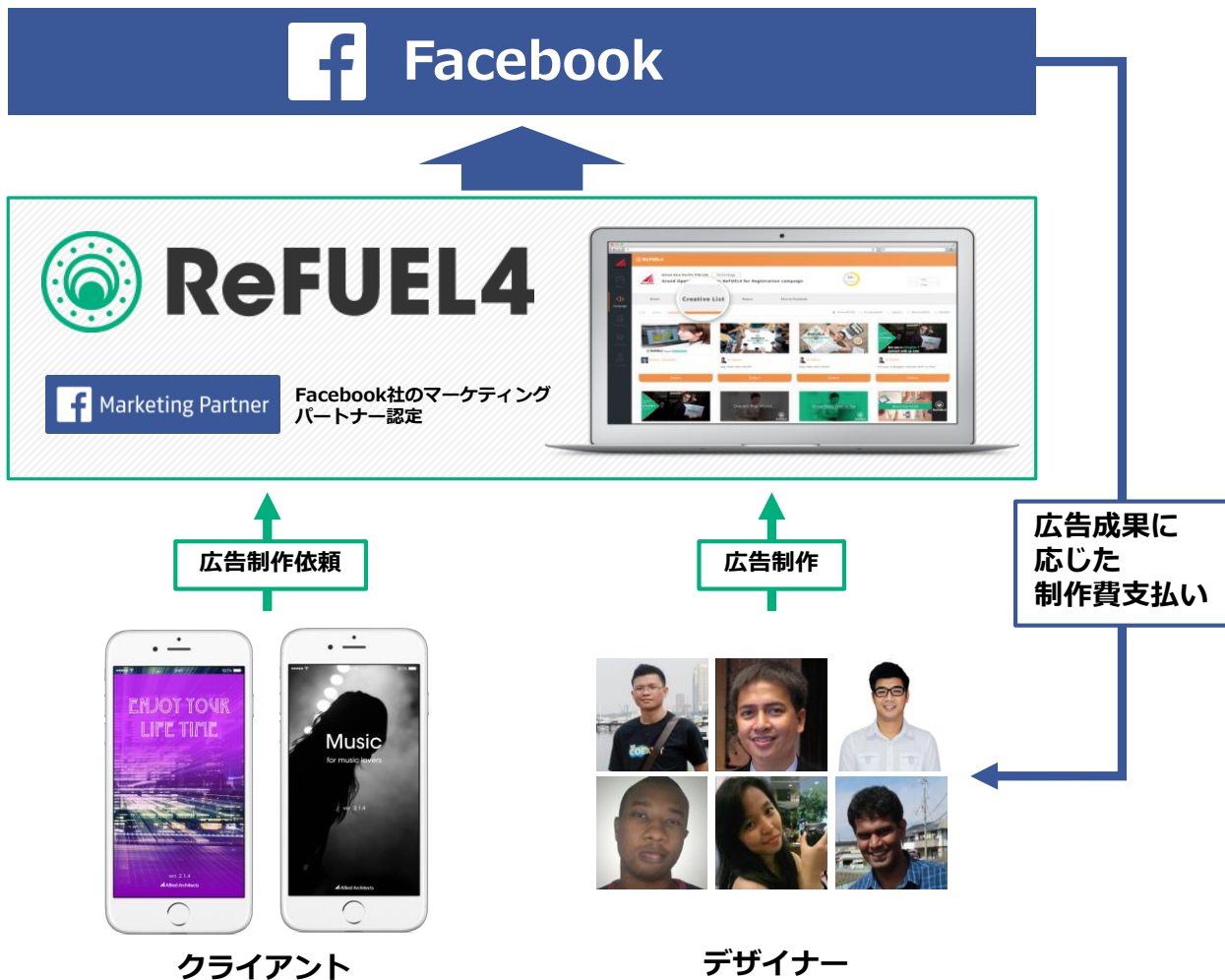
CRM施策を、顧客の姿が見えづらい既存の簡易ツールからモニブラに切り替え。メルマガのクリック率が大幅に向上。



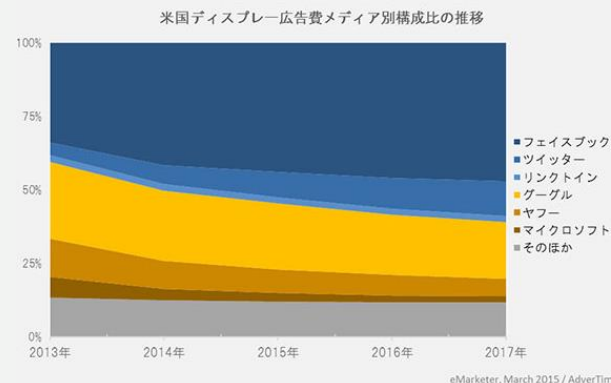
キャンペーン × データマネジメント × アドテクノロジー により
導入企業数 × 単価 の成長を見込む

海外事業

- 2014年よりFacebook広告制作クラウドソーシング「ReFUEL4」を提供
- 広告主企業が世界各国 1万人以上のデザイナーに広告バナー制作を発注し成果に応じて報酬を支払う画期的なシステムとして現在7カ国で導入されている



米国の2014年ディスプレイ広告費、SNS勢がシェア50%を超える



米国では既にSNSがディスプレイ広告費の50%以上を占めており、今後も成長が予想されている。

グローバル広告市場でFacebook社は台風の目でありInstagram他勢力は拡大中。

Facebook社広告プラットフォームに最適なNo.1グローバルクラウドソーシングを目指し大きな成長を実現する。

ReFUEL4が 解決する課題

- SNS広告では「誰に」「何を」見せるかという2点が最重要の課題
- 「誰に」は、近年のSNSにおけるターゲティング技術の進化やビッグデータの解析技術によって解決の兆しが見えている
- ReFUEL4では、残されたこの「何を」という課題をクラウドソーシングによって解決する

広告における

誰に

見込み客を予測する技術

将来利用するかもしれない層

興味をもった層

利用・購入者層

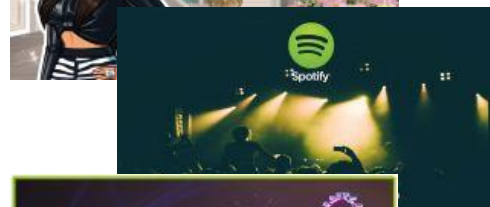
推奨
顧客



SNSの進化で
高精度なターゲティングを実現

何を

見込み客ごとに広告を制作する技術



クラウドソーシングで
最適な量・質の広告デザインを
迅速に提供

見せるか

海外事業

- 現在、デザイナーの登録は83カ国に拡大。支払われる報酬も増加している
- 今後もさらに地域を拡大し、サービスの成長を図る



"I just love how ReFUEL4 gives me an opportunity to extract my inner creative juices and design ads for well-known brands."



"I really enjoy working with ReFUEL4. It is a great platform to do some varied creative works right from your home and earn some revenue out of it."



U.S.A.



"I feel honored and proud to be working with ReFUEL4, The Briefs are always fun to work. The support I receive from ReFUEL4 is always exceptional."



U.K.



GERMANY



CHINA



JAPAN



"I do enjoy working with ReFUEL4, it's very challenging, and I can learn a lot to know. Really love ReFUEL4 platform."



"I'm grateful to be part and work with ReFUEL4. Great support team and they have offered lots of creative marketing jobs."



"It's always been a Great Experience working with ReFUEL4, designers are well compensated and they put a great deal for every creatives done."



"It's a whole new experience working with you guys. I enjoy exploring on different types of design format and challenge myself to meet client's need."

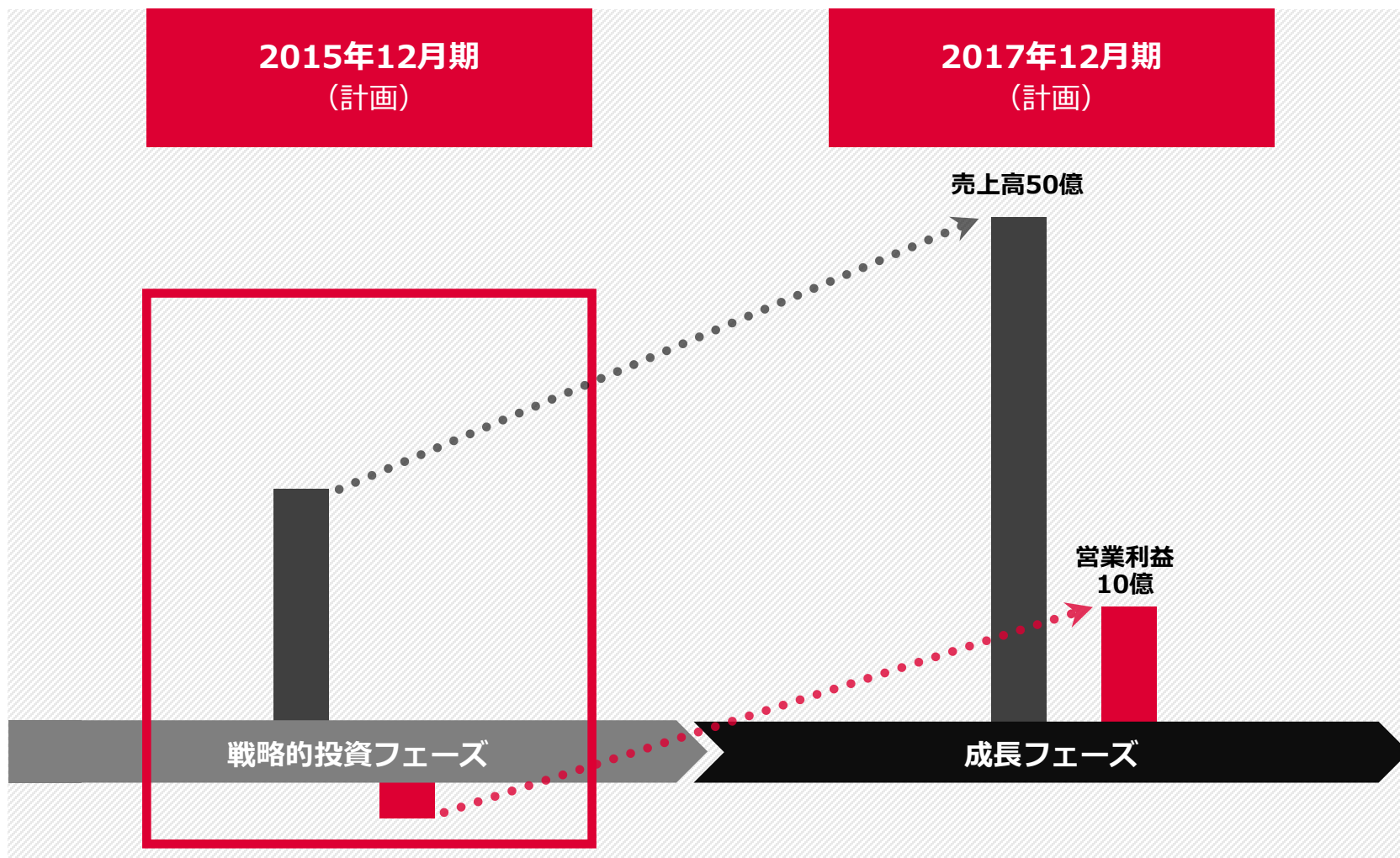


SINGAPORE

世界の広告マーケットで唯一無二のポジションを確立し
海外事業のさらなる拡大を目指す

中期目標

- 国内外で展開する各種サービスを通じて、SNSを活用したマーケティング支援の実績と知見をさらに拡大し、2017年の中期目標である売上高50億円、営業利益10億円以上の達成を目指す



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、予測およ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。

それらの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およ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。