

成長可能性に関する説明資料

2018年3月

アジャイルメディア・ネットワーク株式会社

証券コード6573



企業やブランドのファンの育成・活性化を支援

会社名	アジャイルメディア・ネットワーク株式会社
設立	2007年2月
代表者	代表取締役社長 上田 怜史
住所	東京都港区虎ノ門三丁目8番21号
従業員数	49名

戦略的パートナー

dentsu

株式会社電通
株式会社電通デジタル

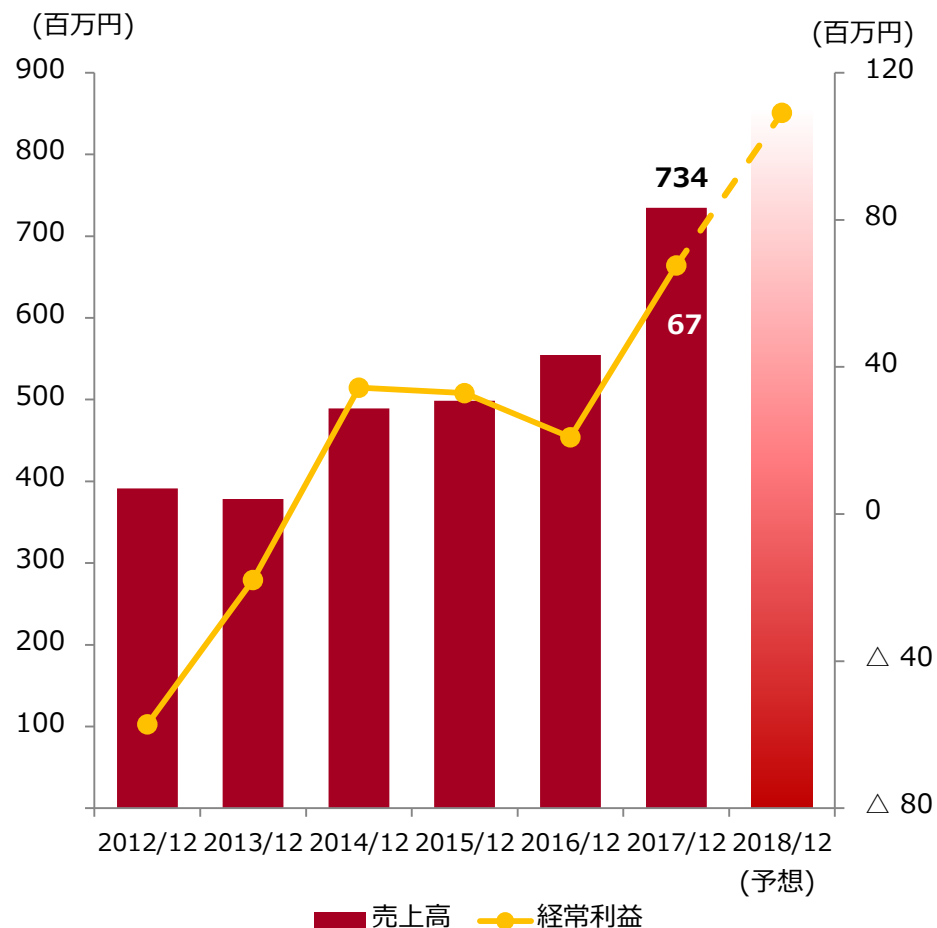
知 intage

株式会社インテージ

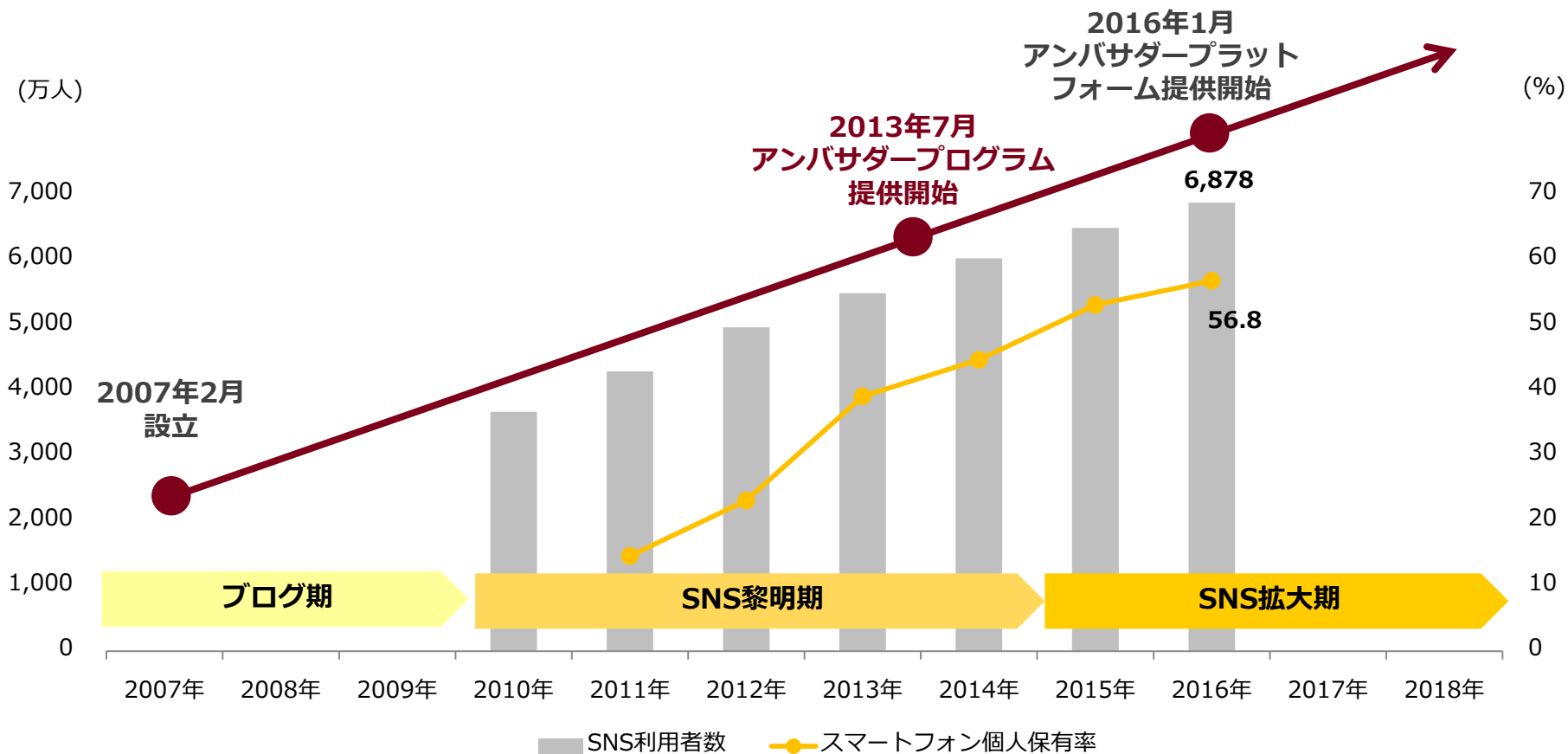
マイナビ

株式会社マイナビ

売上高・経常利益



アンバサダープログラムの提供を契機としてストック型ビジネスへと事業転換



出典：SNS利用者数-ICT総研「SNS利用動向に関する調査」
 スマートフォン個人保有率-総務省「平成29年版情報通信白書」

SNS利用の普及に伴い「ファンを通じたクチコミ発信」への関心が高まる

企業の情報が届かない背景

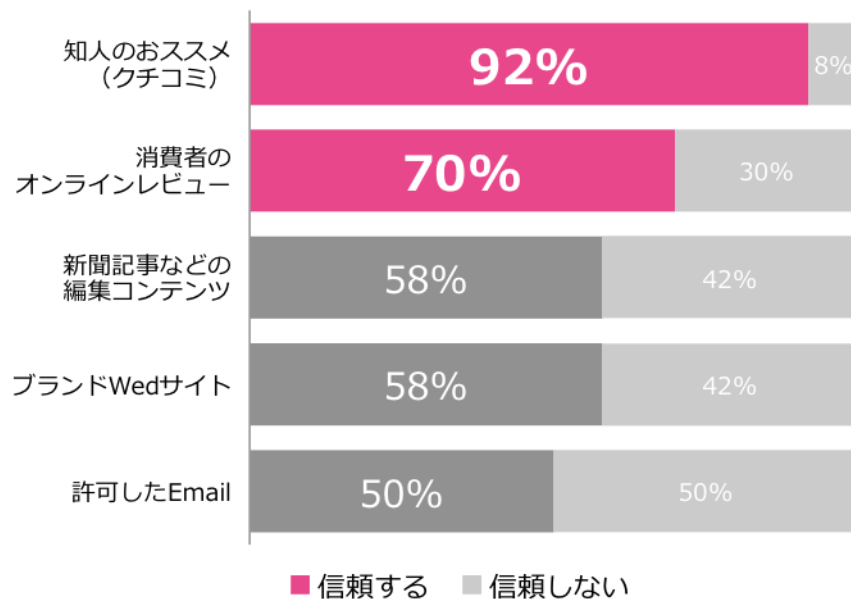
1 商品・サービスの成熟市場化

2 無料コンテンツの増加

3 モバイル/SNSの普及

機能的な差別化が難しく、
消費者はどの商品が良いか分かりにくい
従来の広告だけでは“効きにくい”状況

信頼されてる情報元



商品を実際に使っている人の声、
身近な知り合いによるクチコミが最も信頼される
“クチコミの影響が増している”状況

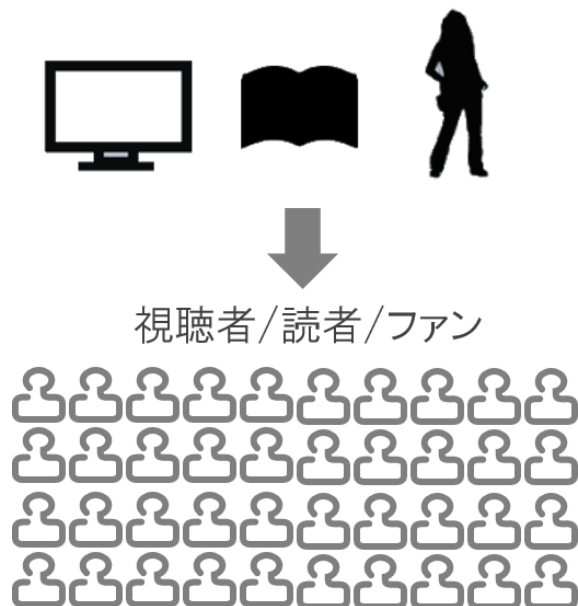
出典： CONSUMER TRUST IN ONLINE, SOCIAL AND MOBILE ADVERTISING GROWS (Nielsen)

『アンバサダー』® (=大使)

好きな企業/ブランドと積極的に関わり身近な人に自発的にクチコミ・推奨するファン

マス/インフルエンサー

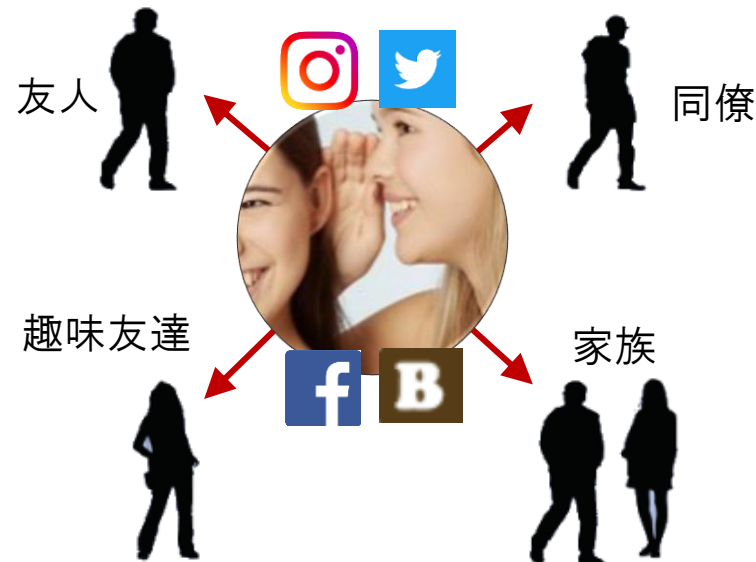
沢山のの人に情報を伝える



※インフルエンサーには**金銭報酬が発生**

アンバサダー

身近な人に魅力を伝える



※アンバサダーには**金銭報酬はなく、自発的なクチコミや推奨が行われる**

ネット/リアル交流を通じてアンバサダーを育成・活性化する継続的なプロジェクトを提供

アンバサダー登録



セブンスウィーツアンバサダーとは

セブン-イレブンが大好き！
スイーツのおいしさを広め

参加



クチコミ発信



アンバサダー参加動機：特別な“体験”がインセンティブとなる

体験イベント



先行モニター



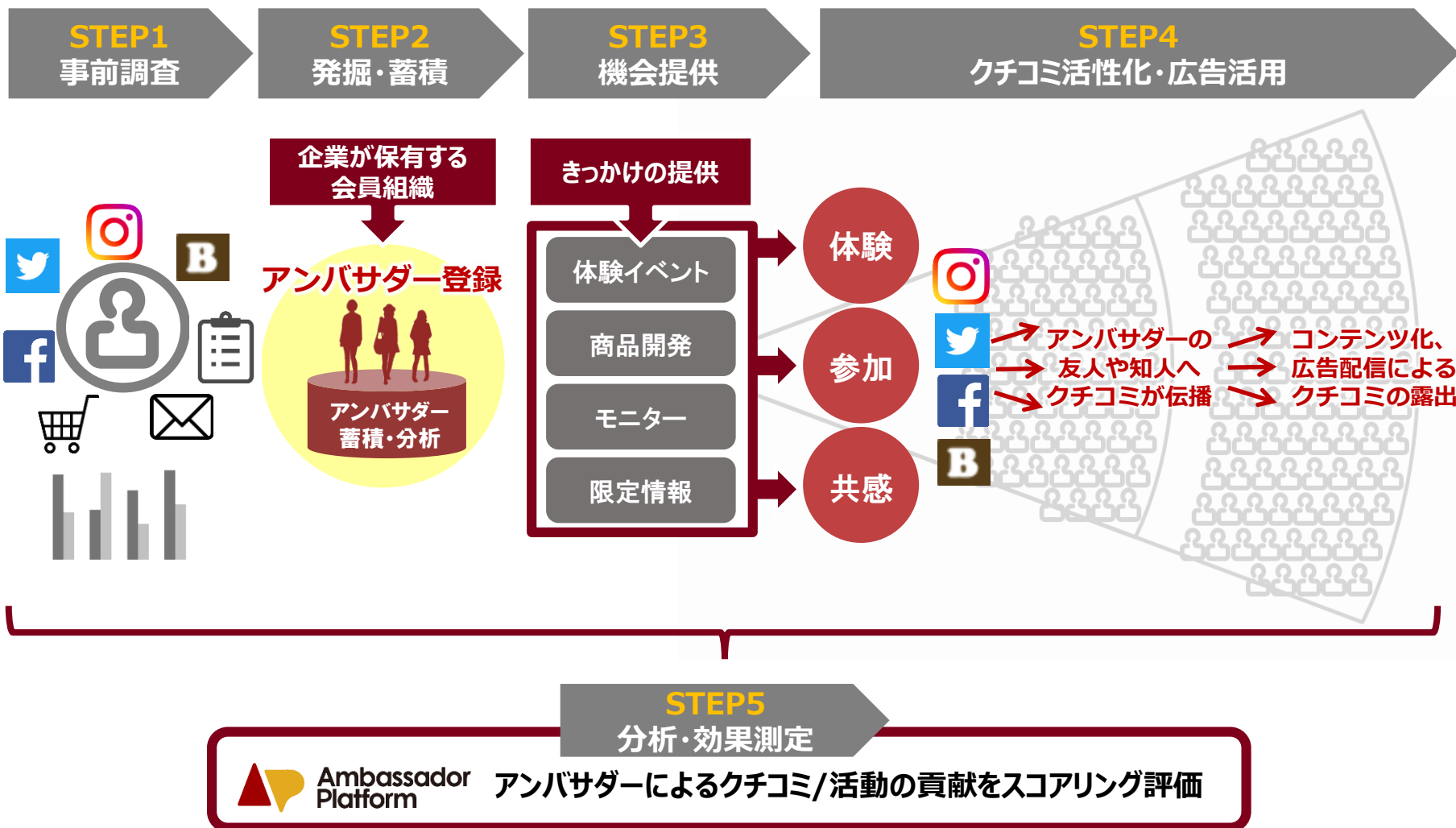
商品開発



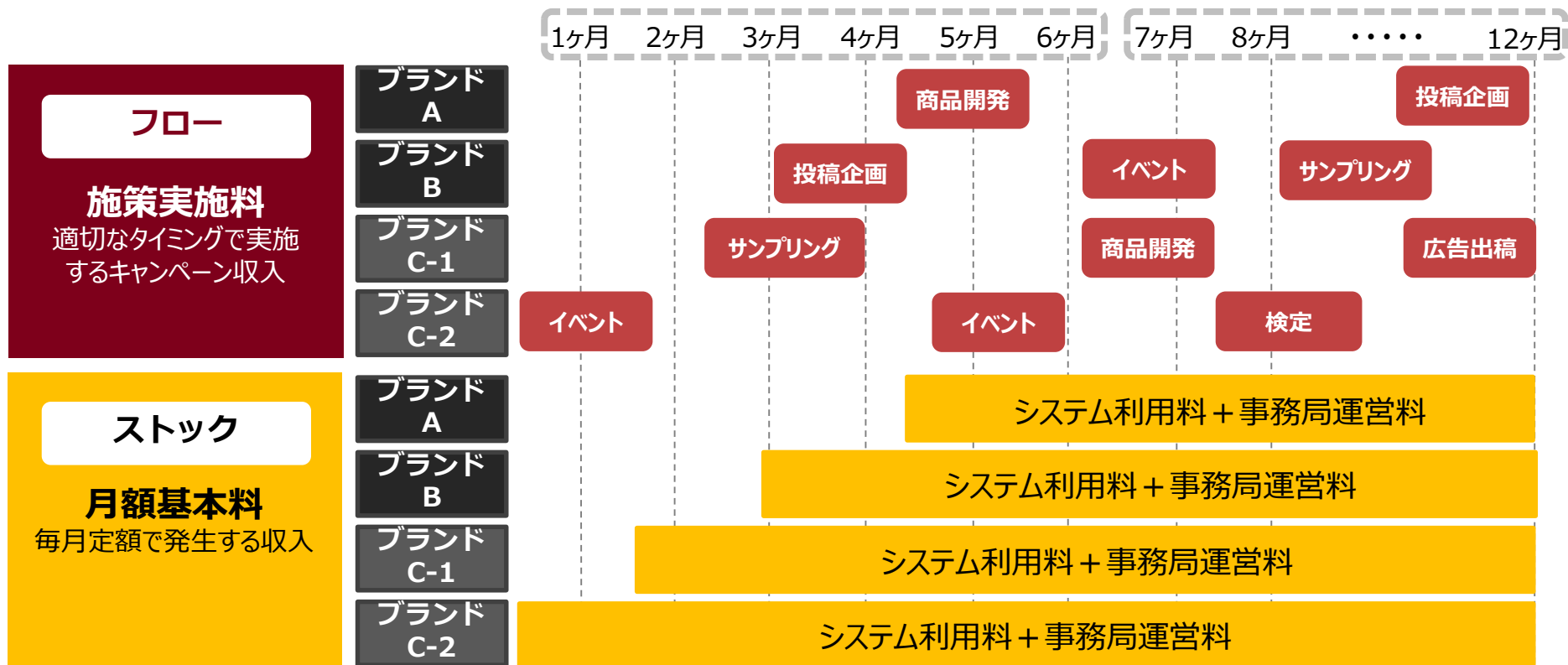
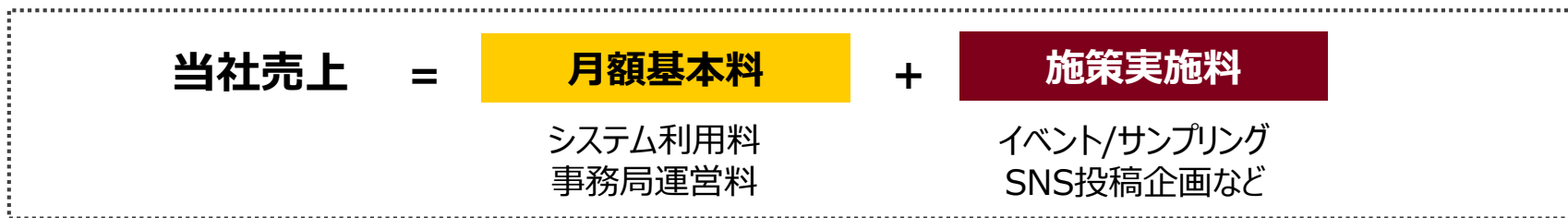
限定販売



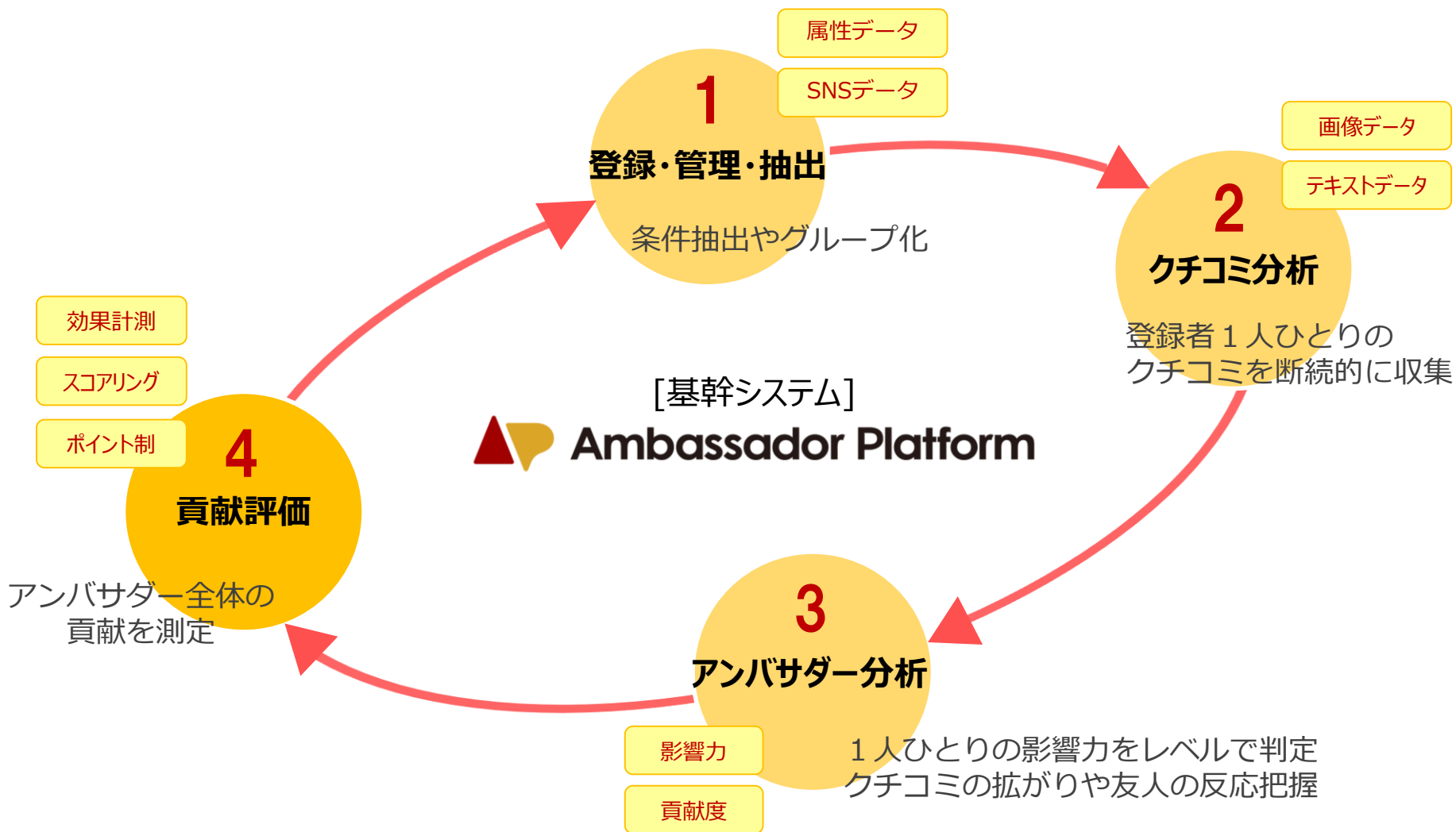
基幹システム「アンバサダープラットフォーム」**【特許出願中】**を活用しクチコミを促進するための施策の企画・運営支援など様々なサービスを提供



ストック収入をベースにフロー収入を重ね重層的な売上を見込めるビジネスモデル



企業やブランドに貢献するアンバサダーを発見・分析・貢献を評価するノウハウを提供



Instagramに代表される写真投稿の画像分析を通じて商品のクチコミや利用シーンを把握

機械学習

ブランドロゴや商品パッケージなどを機械学習で読み込み



Instagram post snippet:
❤️ 0 ↑ ↓ 0
【社会人のリアルを知る... サヒビール営業OBの方とキャリア
ライブを実施致しました... なイベントレポートはコチラ⇒htt
p://www.careerlive.jp/r... y/672 #アサヒビール #就活 #内定
#ビール #飲料メーカー... ic.twitter.com/AbNyGAzHXp



画像分析

SNSの画像に映り込む商品や要素を分析・抽出



データ活用

取得したデータを元に貢献把握や活用を推進

1 利用シーン把握

シチュエーションやクチコミされやすいシーンを分析

2 広告素材として活用

友人の反応が高い画像を広告素材として活用

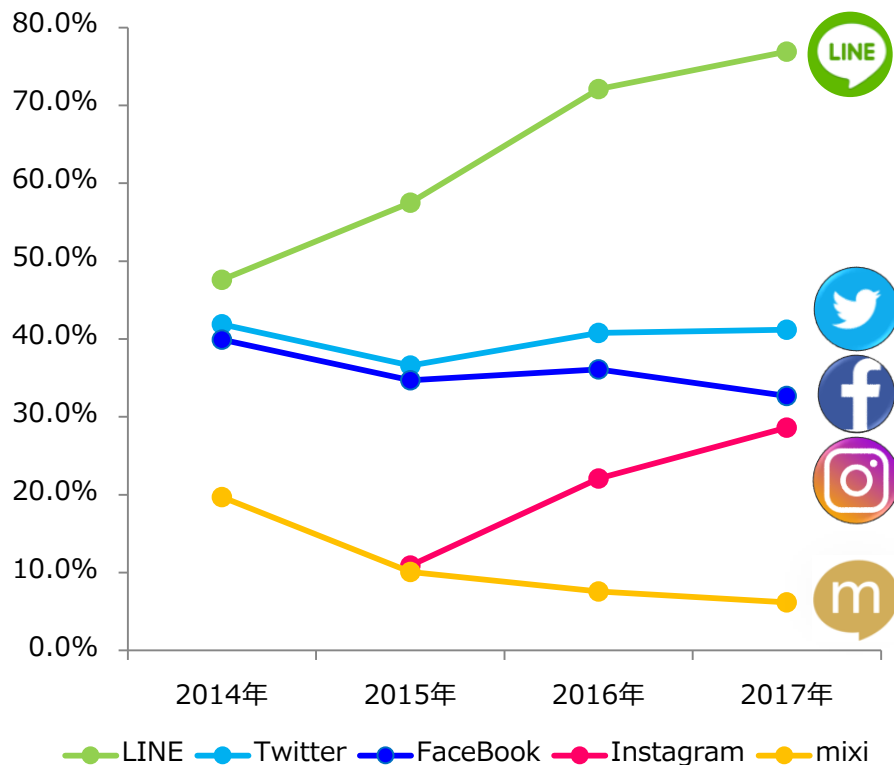
3 クチコミ貢献把握

画像による発言貢献を計測

SNSの台頭・ルール変更への迅速・柔軟な対応/アンバサダー起点であらゆる情報との連携が可能

主要SNSの利用率推移

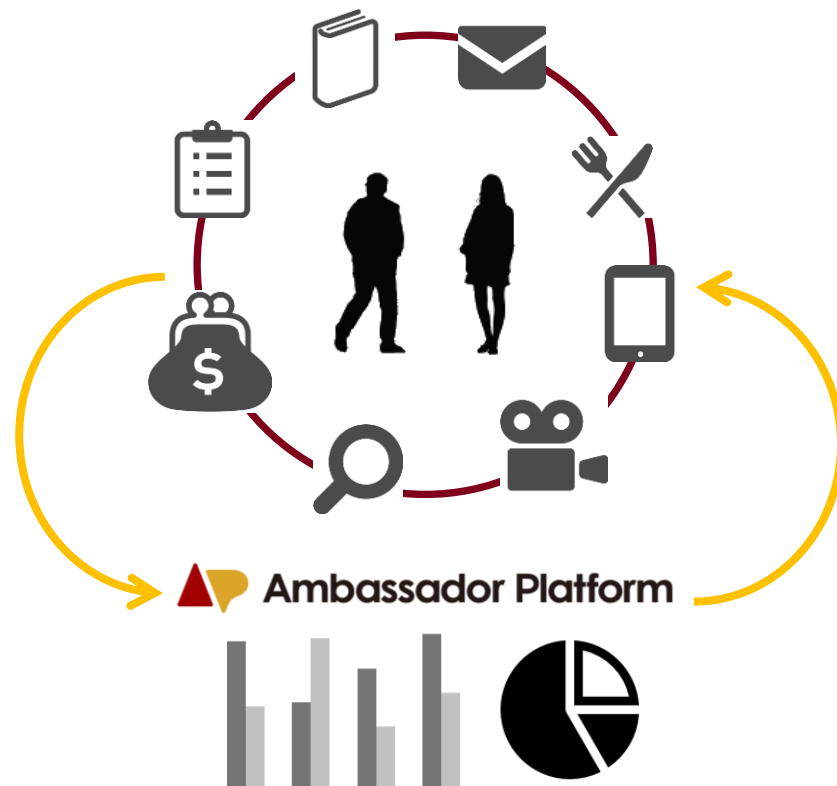
システムを内製化することで、SNSのトレンドに左右されず、変化に迅速に対応可能な体制を構築



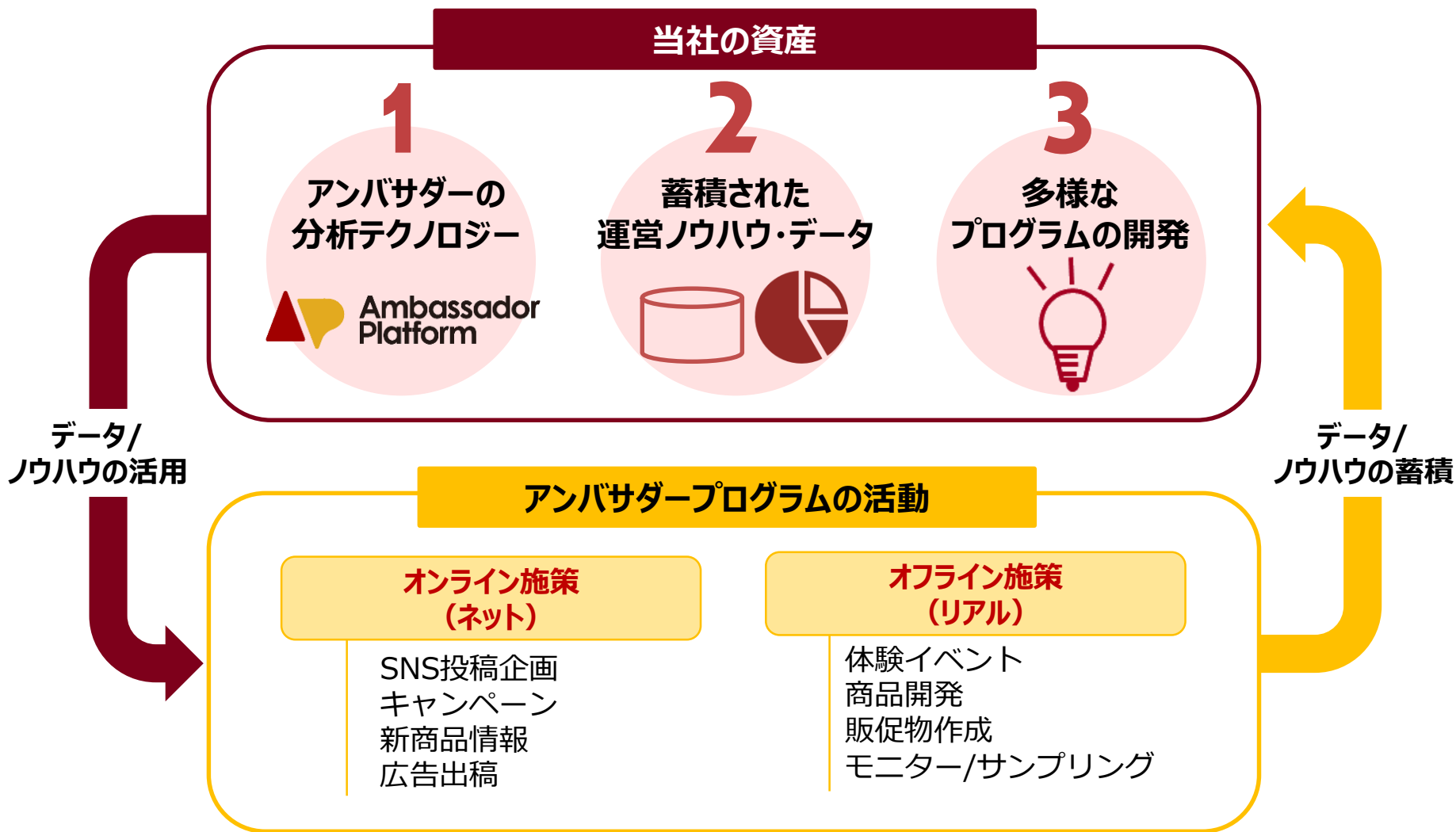
出典：ICT総研「SNS利用動向に関する調査」

様々な情報ソースと連携

アンバサダー（人）に関する情報を紐付けることで、1人ひとりの貢献を把握しデータ価値向上を推進



オンラインのみならずオフラインまで一気通貫で双方向コミュニケーションを提供
一過性のプロモーションではなくアンバサダーと共同で商品開発、販売促進を行うことが可能

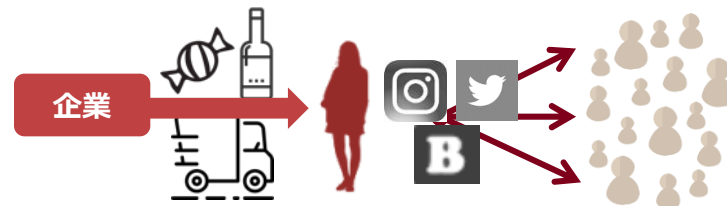


従来の取り組みと比較し「成果の予測」と「効果測定・検証」が可能なサービス

通常の商品サンプルング



アンバサダー向け商品サンプルング



選考

応募者に対して無作為に当選者を選出

予測

クチコミや影響力を指標に候補者を選出

体験

商品を体験する

波及

商品体験後にクチコミ発信・拡散

効果測定

無し

検証

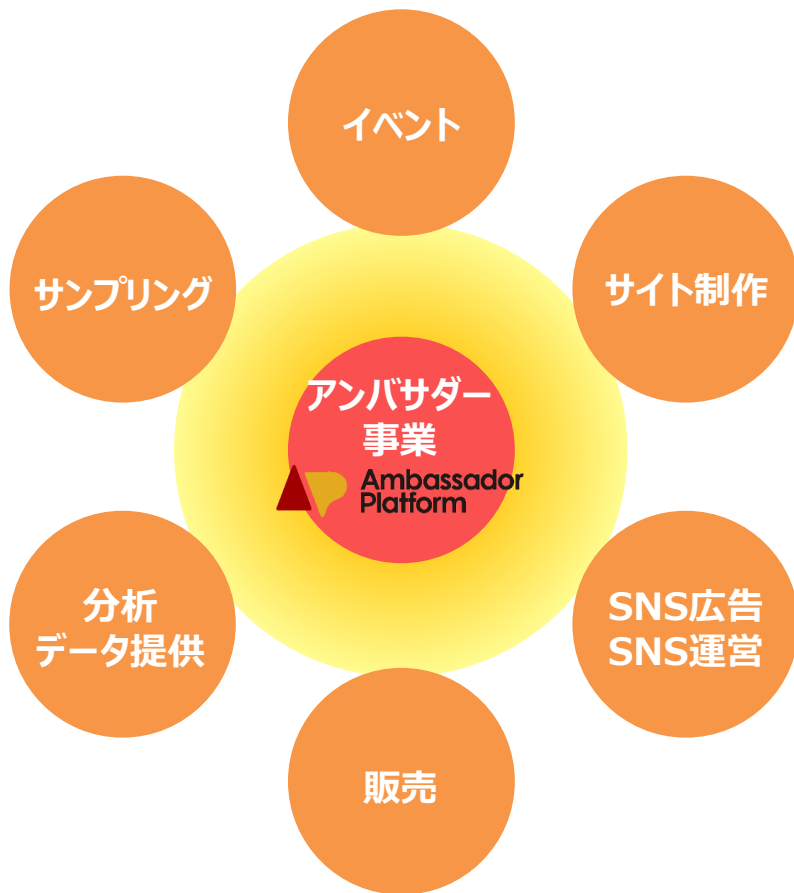
クチコミ有無/波及/友人の反応を把握

どの様な成果が見込めるか、
どのくらい成果があったのか分からない

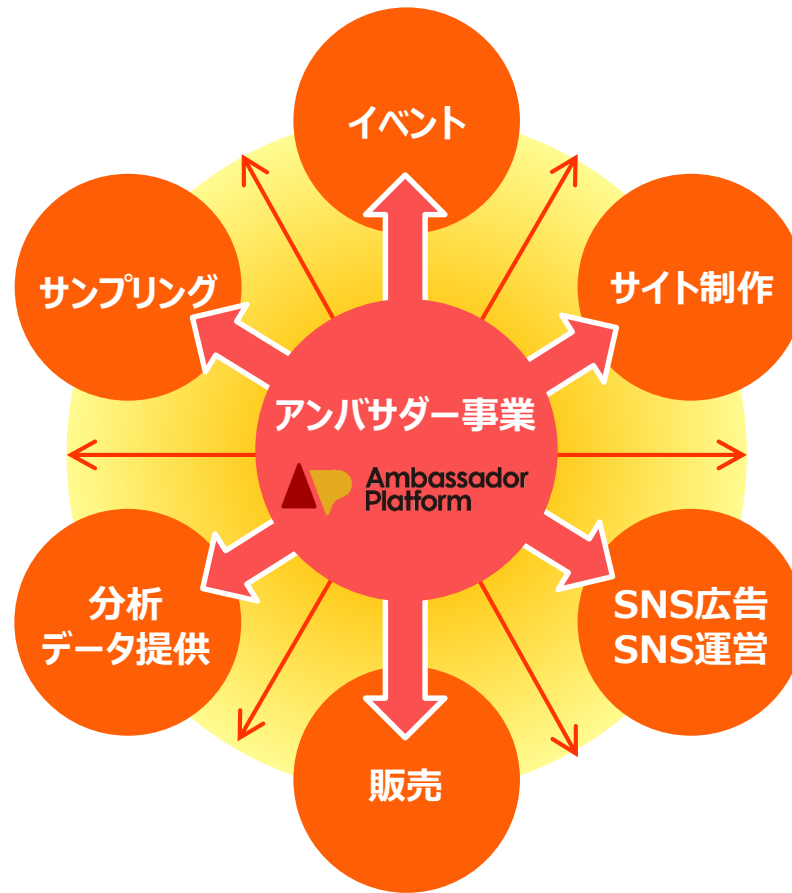
成果の“見込み”と“検証”が可能
費用対効果の高い施策

当社テクノロジーとノウハウを活用することで、市場規模の大きい近接領域へ事業を拡大

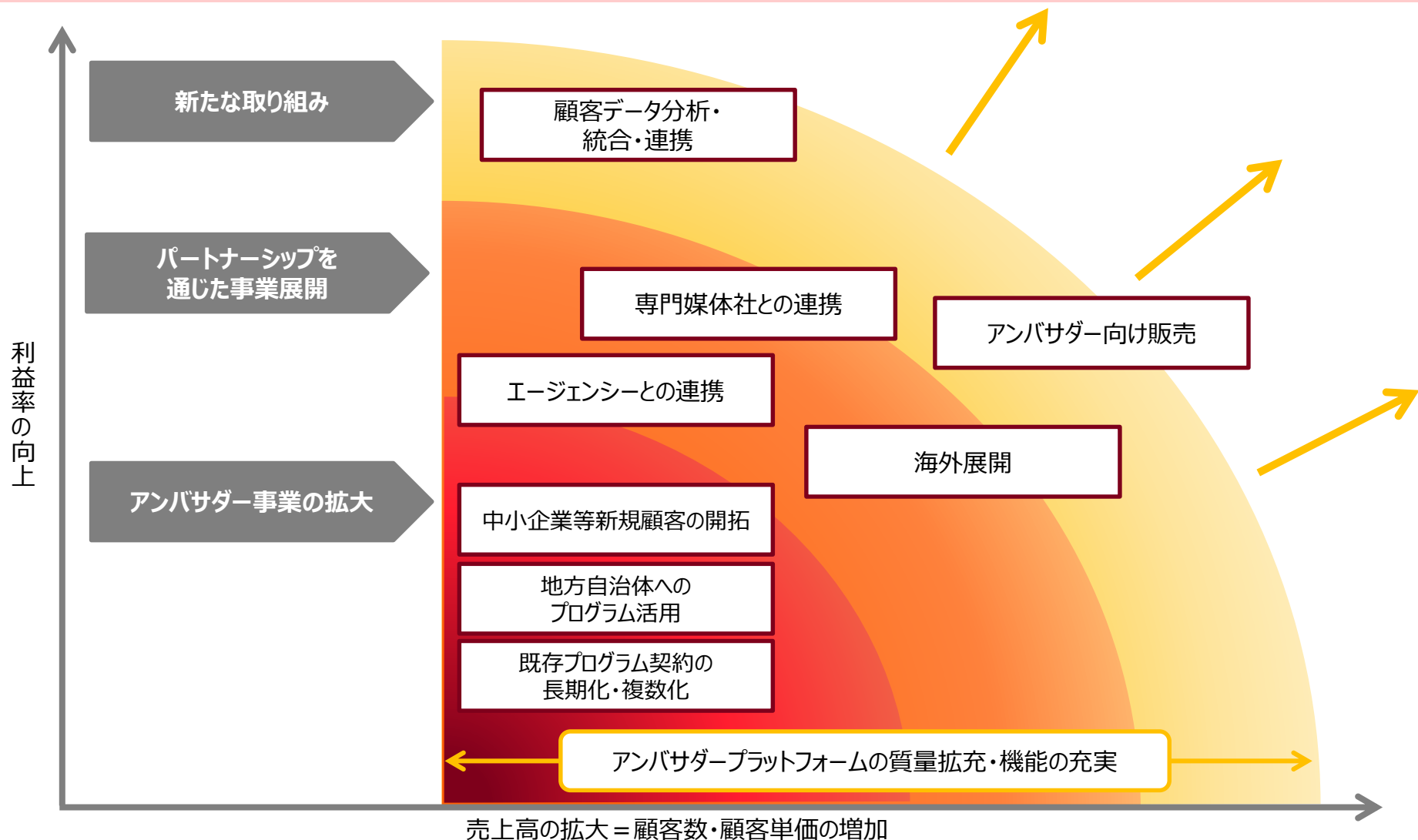
[現状]
自社メニューを中心とした取組み



[今後]
自社資産を活用し近接領域へ拡大



アンバサダープログラムの拡張および独自のテクノロジーを駆使した収益源の多様化



これまで蓄積したノウハウを活用した新たなサービスの拡充

データ分析・統合・連携

分析領域拡大と分析データの提供
画像解析・プロファイリング
データ分析ツール連携

専門媒体社との連携

専門媒体社の会員資産を活用し、アウトドア
やゴルフなど趣味に特化したアンバサダーを
組織化、ビジネス展開



官公庁へのプログラム活用

地方自治体-地域の課題解決

- ・地域活性化
- ・シティプロモーション
- ・インバウンド対応
- ・ふるさと納税商品PR

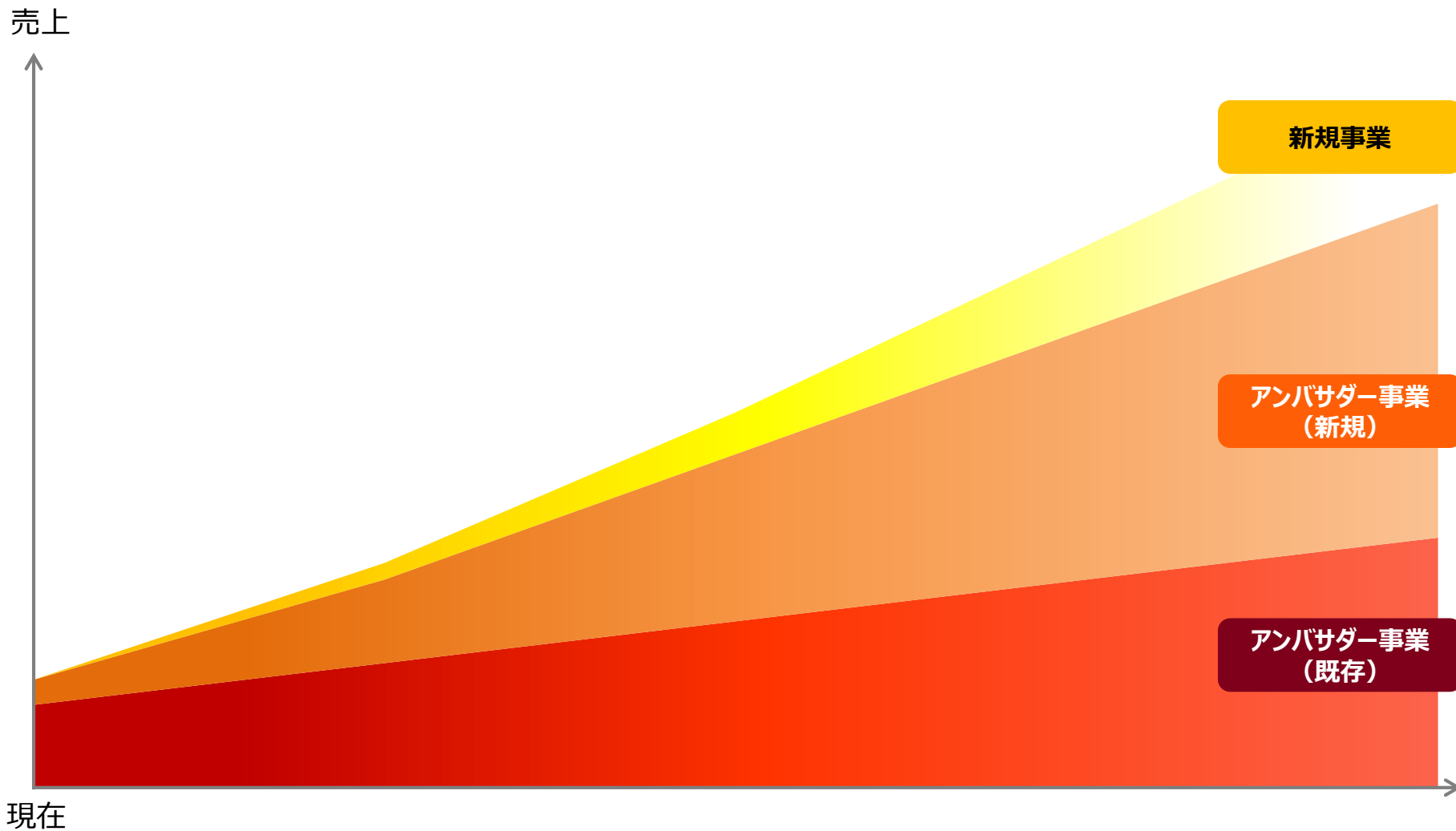


海外展開

海外言語でのプログラム実施
親日タイ人のファン組織化・活性化イベント



既存プログラムのリピート率を高めると共に新規事業の積極展開により収益拡大を加速



- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。