



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

2019年3月期（2018年4月～2019年3月）

決算補足説明資料

（証券コード：2352）

株式会社エイジア

1. 2019年3月期の業績

- ①業績ハイライト
- ②開発方針の変更について
- ③事業状況

2. 今後の成長戦略

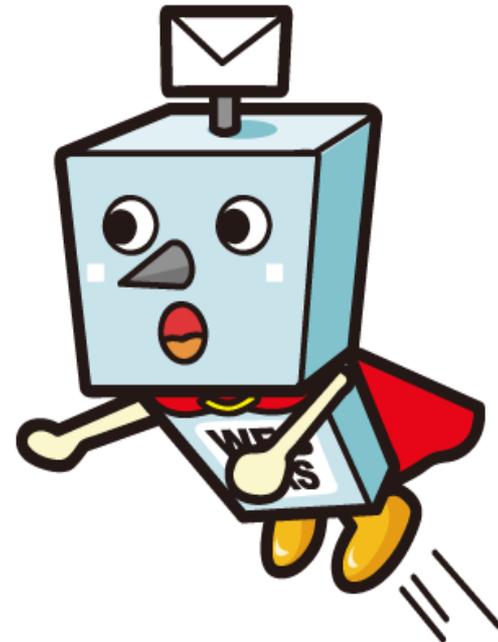
- ①市場環境
- ②当社の強み
- ③今後の成長戦略

3. 2020年3月期の計画

- ①業績目標
- ②開発戦略
- ③配当予想

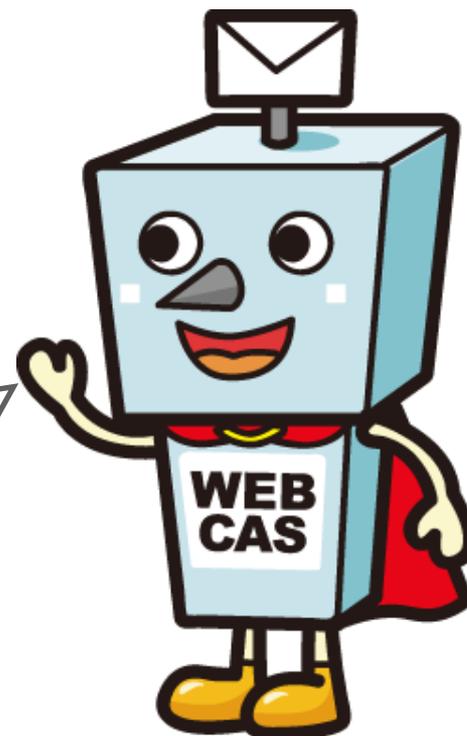
4. 事業概要

- ①事業内容と製品・サービス概要
- ②主な導入先
- ③会社概要



1. 2019年3月期の業績

- 1 業績ハイライト
- 2 開発方針の変更内容
- 3 事業状況



① 業績ハイライト

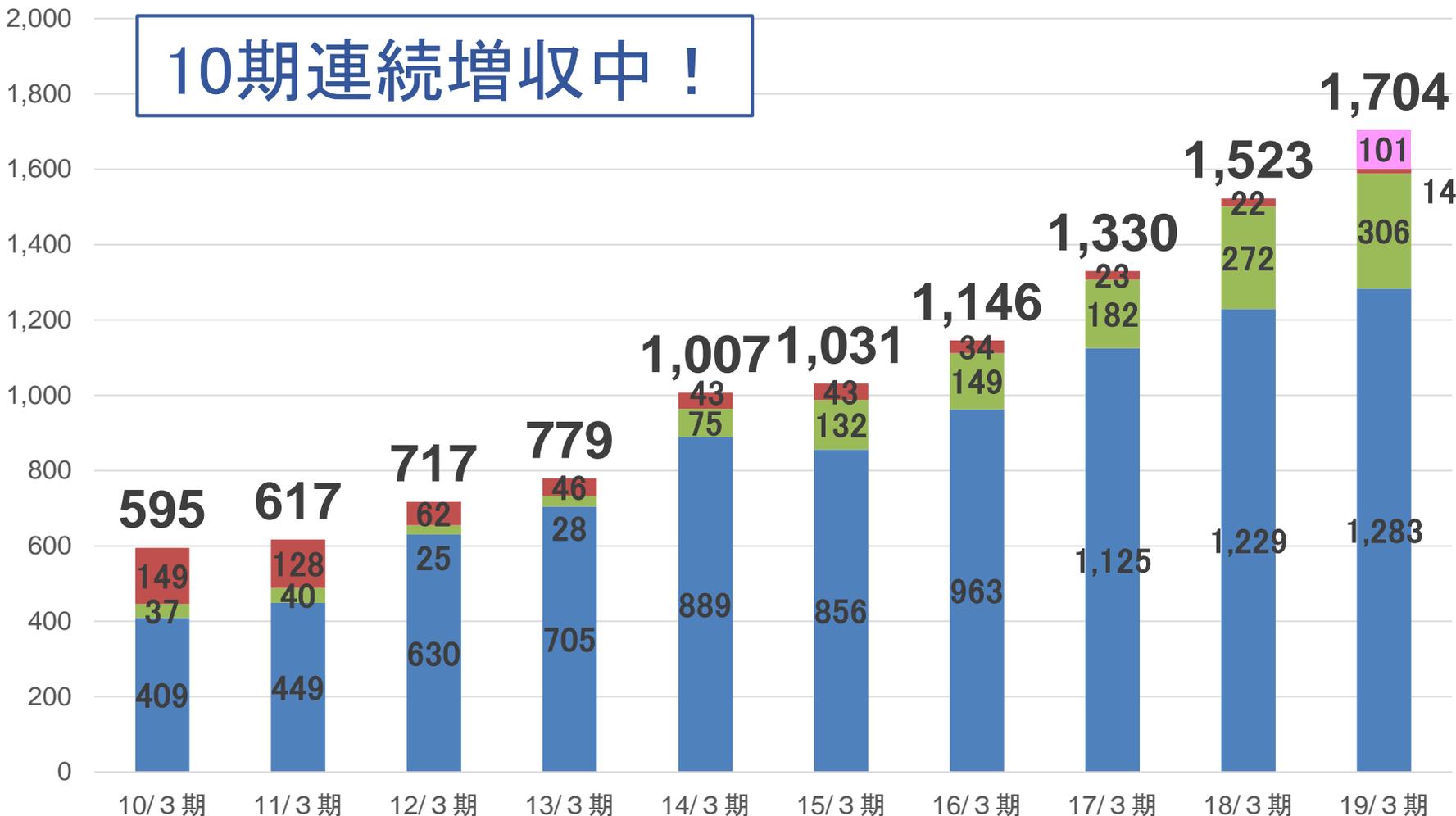
- 売上高は、10期連続増収(前期比+11.9%)となるも、第4四半期に見込んでいた大型案件を失注し、計画比△4.8%となる。
- 営業利益は、4期連続増益(前期比+6.7%)となるも、利益率の高い上記大型案件失注、製品戦略の見直しなどにより、計画比△11.5%となる。
- 当期純利益は、第4四半期に製品戦略を見直したことにより、ソフトウェア資産の一部を減損処理し特別損失162百万円を計上、計画比△52.8%となる。

売上高の推移

単位: 百万円

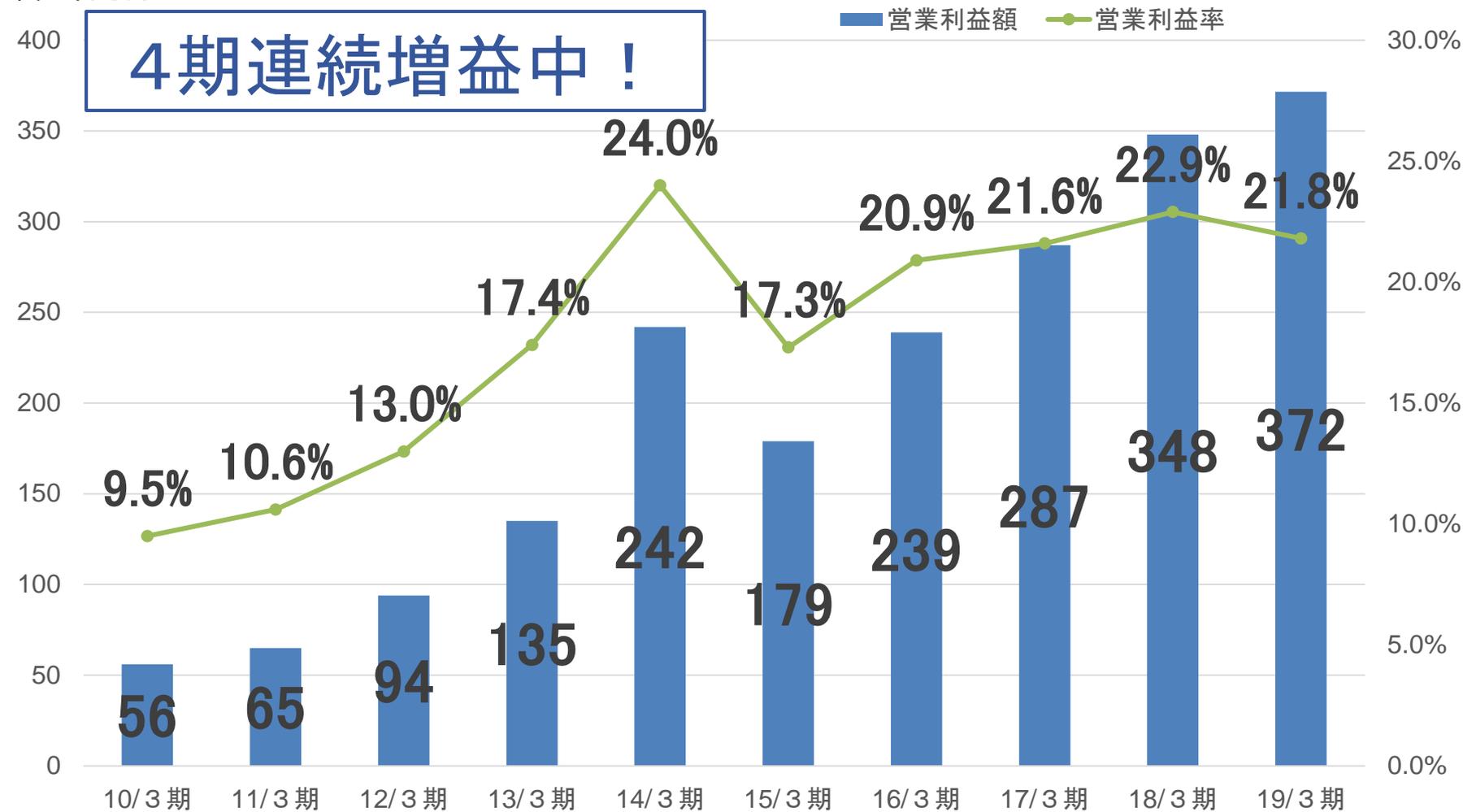
■ アプリケーション事業 ■ コンサルティング事業 ■ オーダーメイド開発事業 ■ EC事業

10期連続増収中!



営業利益の推移

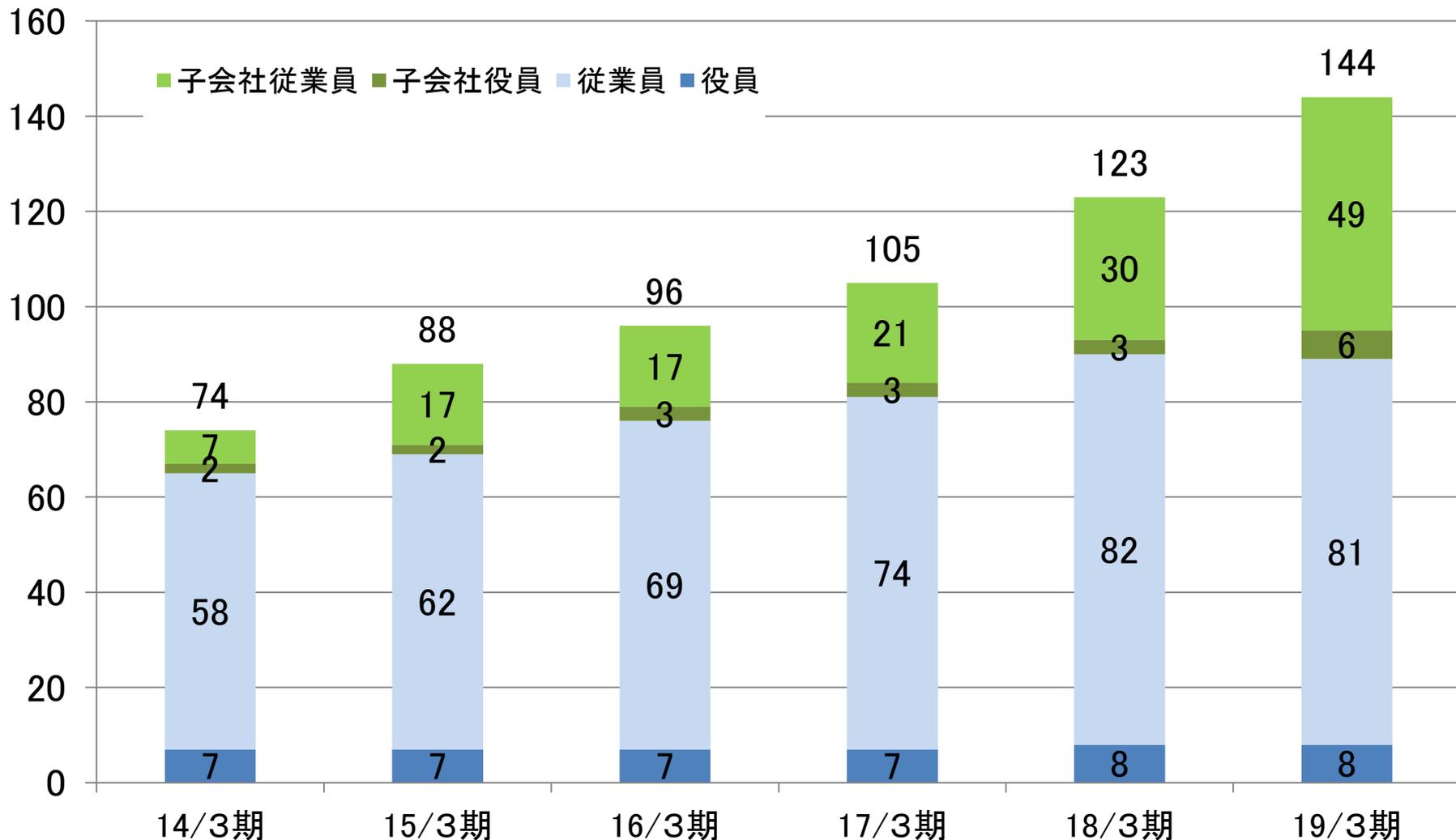
単位: 百万円



役職員数の推移

※従業員、子会社従業員は 契約・派遣 社員を含む

単位:人

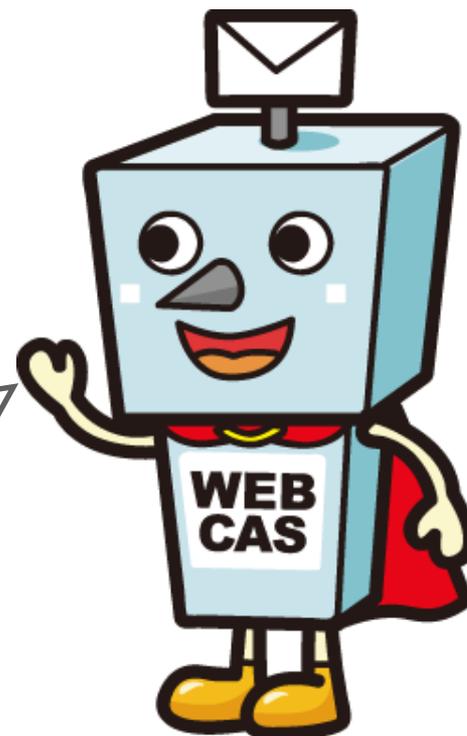


1. 2019年3月期の業績

① 業績ハイライト

② 開発方針の変更内容

③ 事業状況



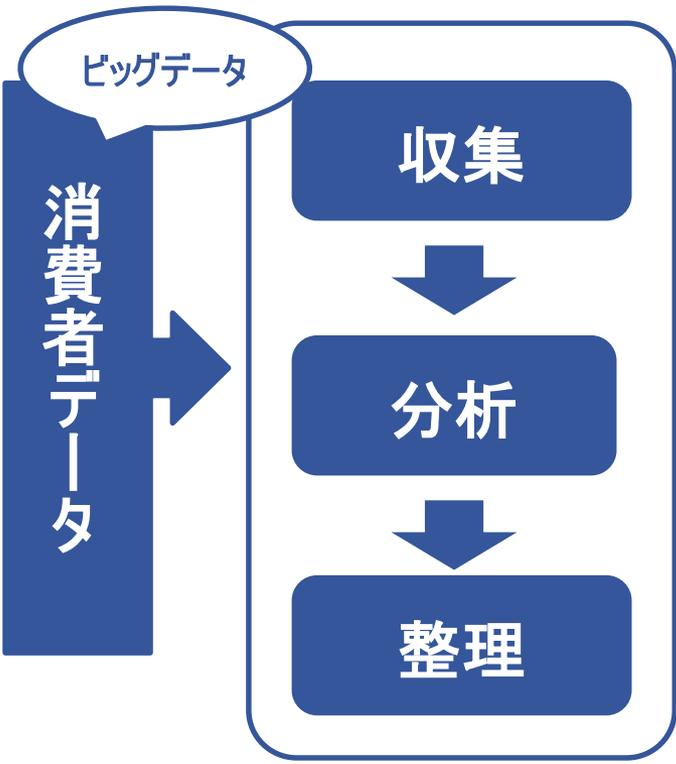
2 開発方針の変更内容

クロスチャネル対応マーケティングプラットフォーム構想

開発リソースを注力



データの統合化



チャンネルの最適化



欲しい情報を、欲しい時に、

受け取りやすいチャネルで

新たな開発方針

「メッセージ配信最適化ソリューション」

マーケティングオートメーション(MA)の開発にここ数年注力してきたが、当社が得意な領域である「配信性能」を求めるニーズが直近では強いことが分かった。

人工知能を活用した他社MAは「データの統合化」は得意だが配信性能に課題がある。総花的に開発リソースを分散させるより、当社の得意領域に注力し、他社MAと連携した形でMA市場に参入することが戦略的に合理性があると判断した。

例)

■ 他社MAを導入したが戻ってきたユーザー例



大手化粧品メーカーA社
大手化粧品メーカーB社
大手カタログ総合通販C社

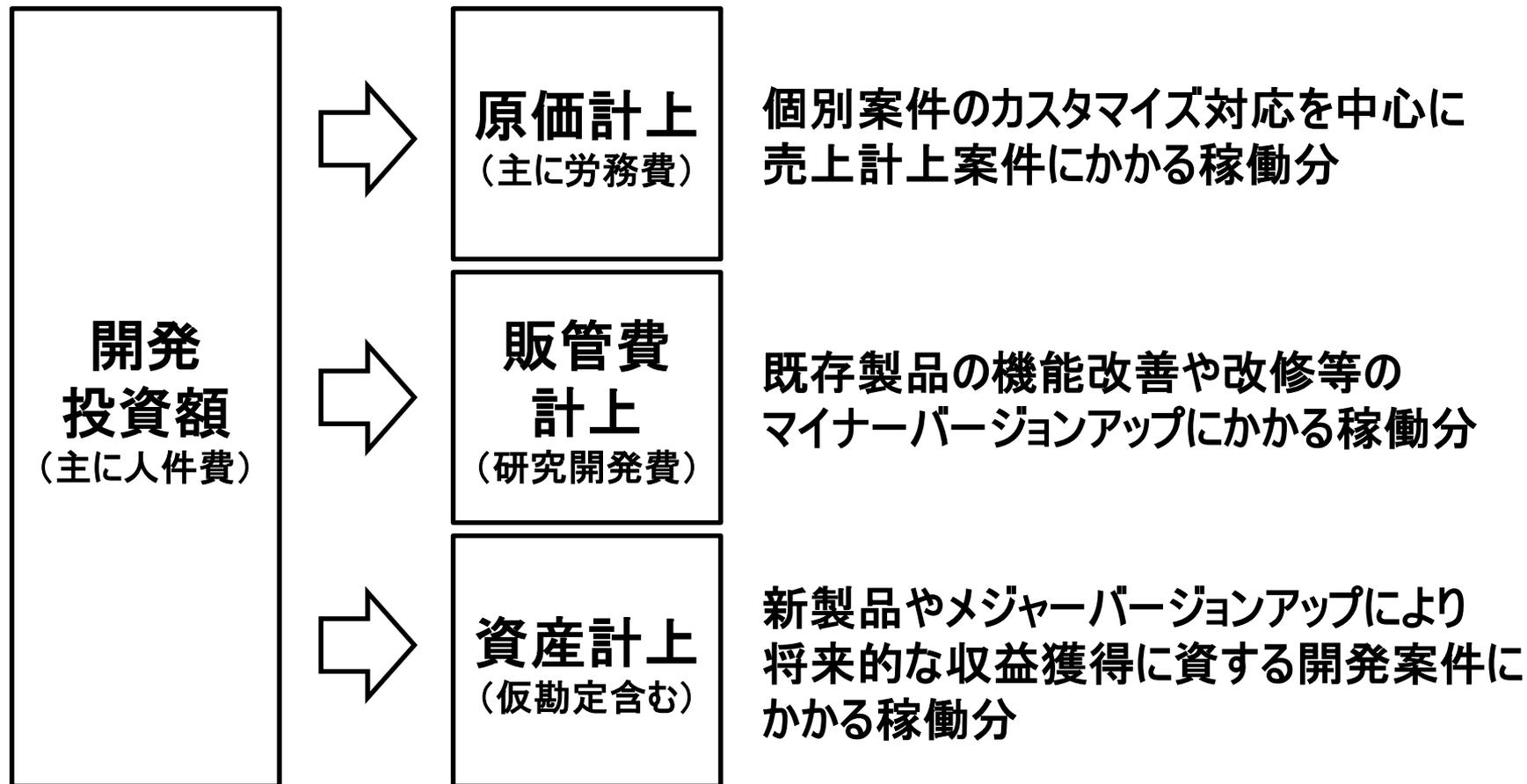
日本特有のメール配信環境に精通したメール配信専門ベンダーとの協業を検討し、当社メール配信エンジンを採用

方針変更による短期的なインパクト

1. ソフトウェア資産の大部分を減損処理
⇒ 162百万円を特別損失に計上
2. 当初見込んでいた資産計上額の一部が費用計上となる
⇒ 14百万円の営業利益圧迫

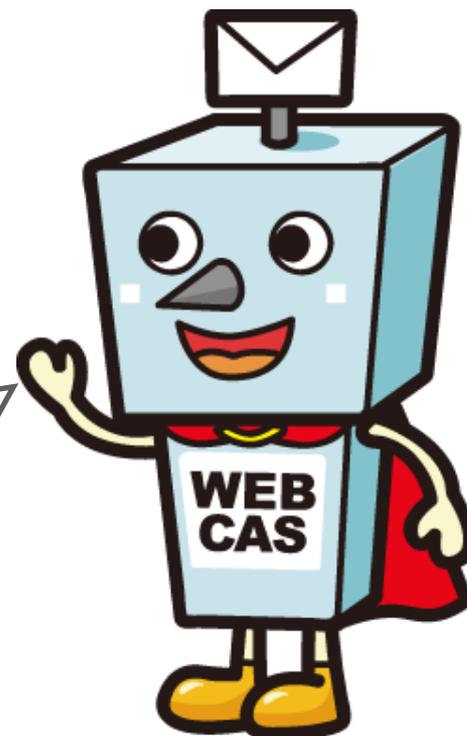
**今後の中期的成長には
得意分野への集中が必要だと判断**

(参考) 開発投資の計上区分について



1. 2019年3月期の業績

- 1 業績ハイライト
- 2 開発方針の変更内容
- 3 事業状況



2 事業状況

前年同期比

単位:百万円

	2018年3月期 (連結)	2019年3月期 (連結)	増減額	増減率	コメント
売上高	1,523	1,704	+181	+11.9%	アプリケーション事業 前期比+4.4% クラウドサービス 前期比+9.3% ライセンス販売 前期比△10.8% ライセンス保守 前期比△3.0% コンサルティング事業 前期比+12.3%
営業利益 (率)	348 (22.9%)	372 (21.8%)	+23	+6.7%	開発方針変更により費用増加額14百万円 利益率の高いアプリケーション事業の 売上構成比が低下
経常利益	362	370	+8	+2.3%	前期発生した新卒助成金収入が未発生 関連会社の業績不調につき投資損失が発生 海外子会社での売上債権の貸倒損失
純利益	236	130	△106	△45.1%	ソフトウェア資産減損処理 162百万円

計画比

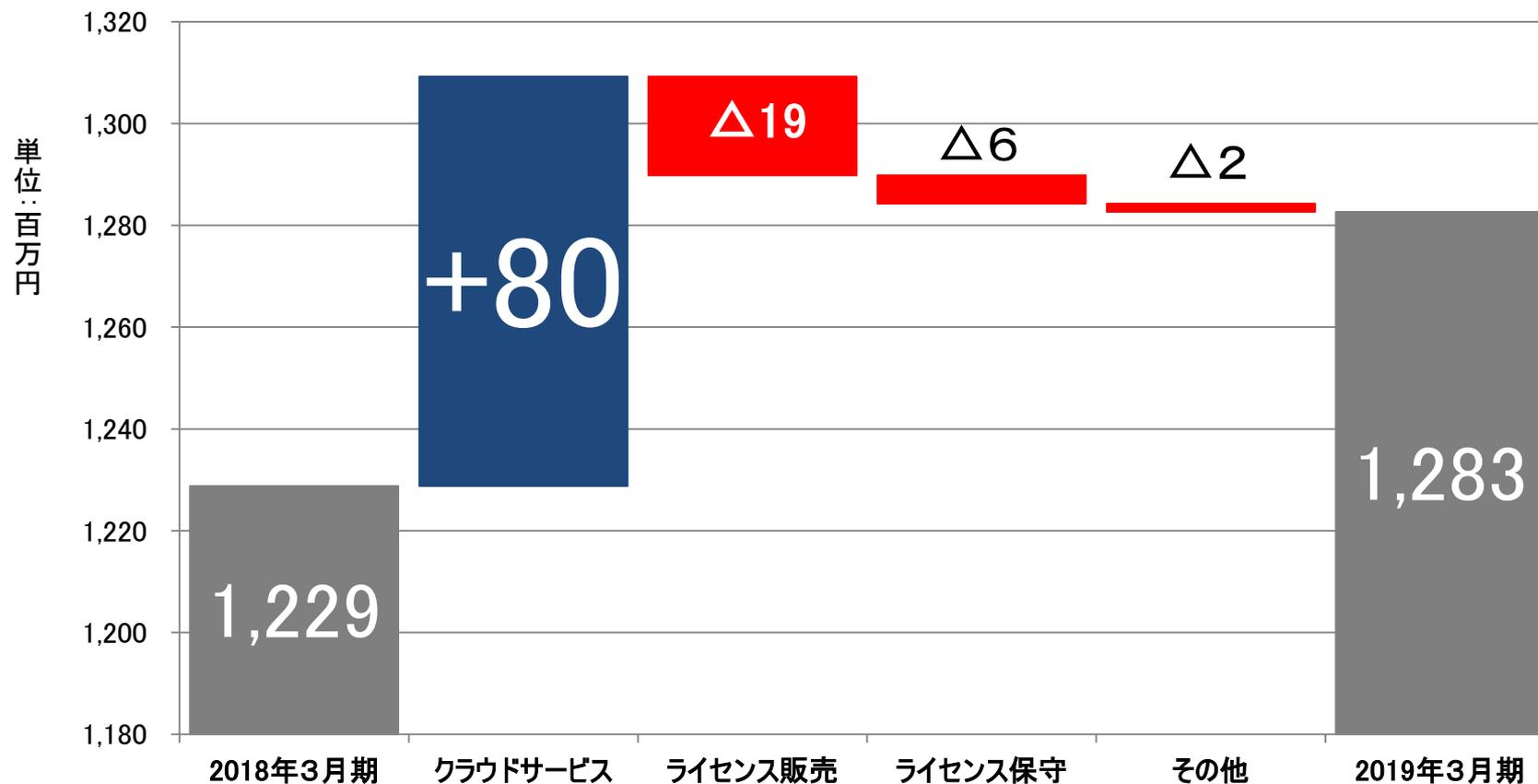
単位:百万円

	計画 (2018.10.31修正)	実績	増減額	増減率	コメント
売上高	1,790	1,704	△86	△4.8%	アプリケーション事業 △112 クラウドサービス △52(大型案件失注) ライセンス販売 △66(大型案件失注) ライセンス保守 +5 コンサルティング事業 +10 オーダーメイド開発事業 +4 EC事業 +11
営業利益 (率)	420 (23.5%)	372 (21.9%)	△48	△11.4%	利益率の高いアプリケーション事業の計画未達の影響 EC事業譲受初期費用5百万円発生
経常利益	420	370	△50	△11.9%	関連会社の業績不調につき投資損失が発生 海外子会社での売上債権の貸倒損失
純利益	275	130	△145	△47.3%	ソフトウェア資産減損処理 162百万円

アプリケーション事業 前年同期比

クラウドサービスは、大幅に伸長し80百万円増加(+9.3%)

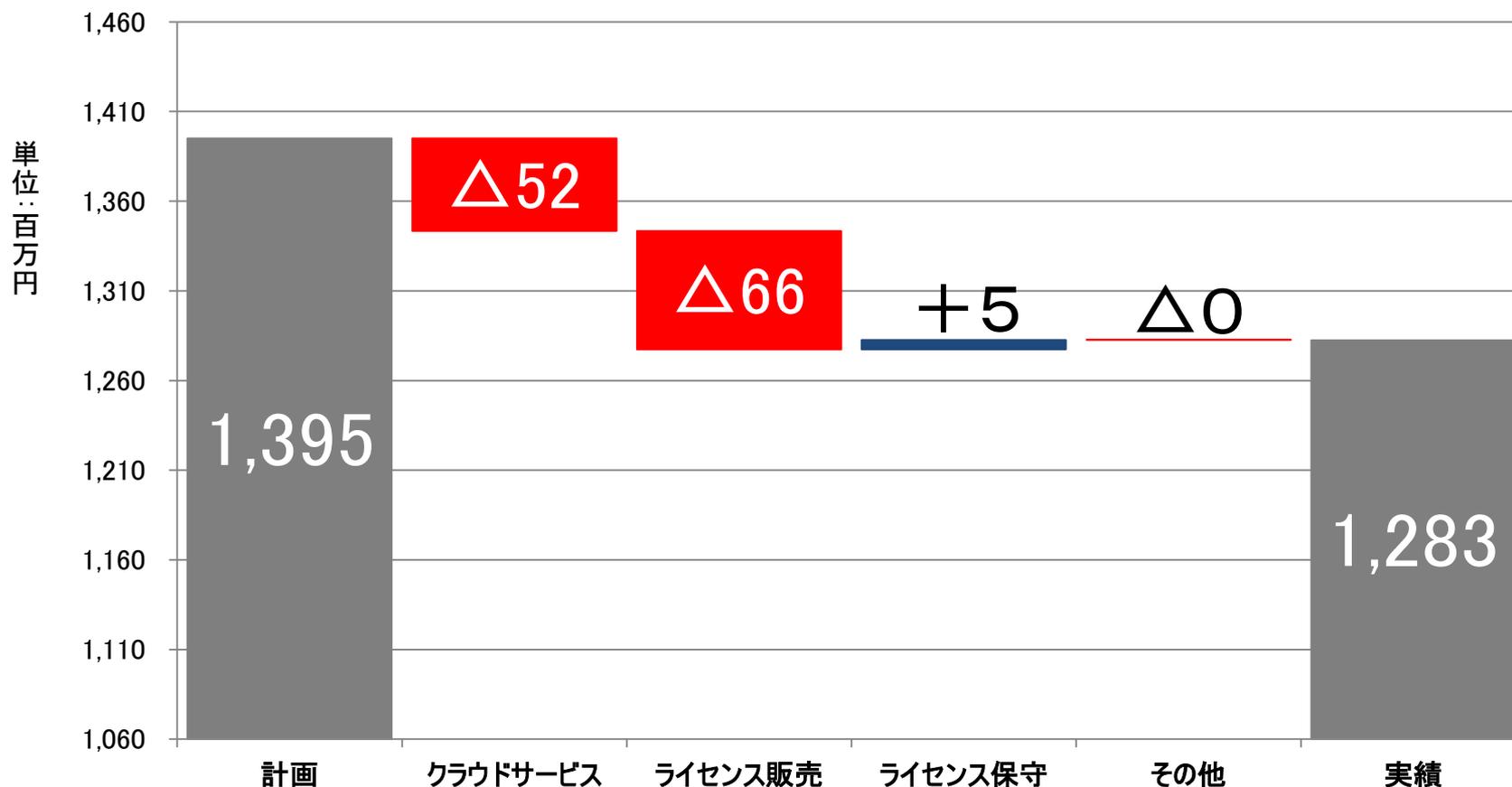
ライセンス販売は、第4四半期の大型案件を失注し19百万円減少



アプリケーション事業 計画比

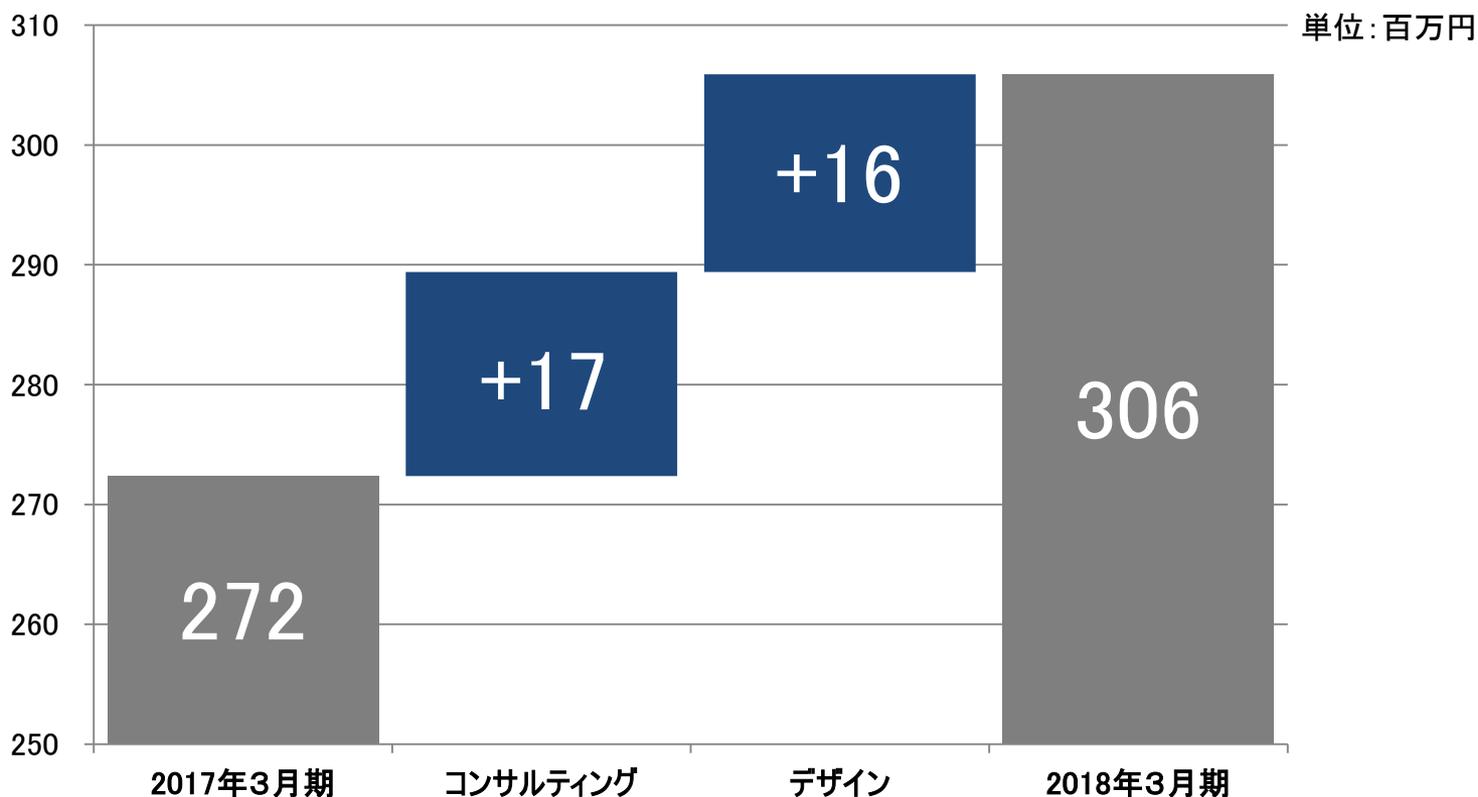
クラウドサービスはASP初期、SaaS月額は計画を上回ったものの、ASP月額・SaaS初期がマイナスとなる。

ライセンス販売は、第4四半期に見込んだ大型案件を失注。



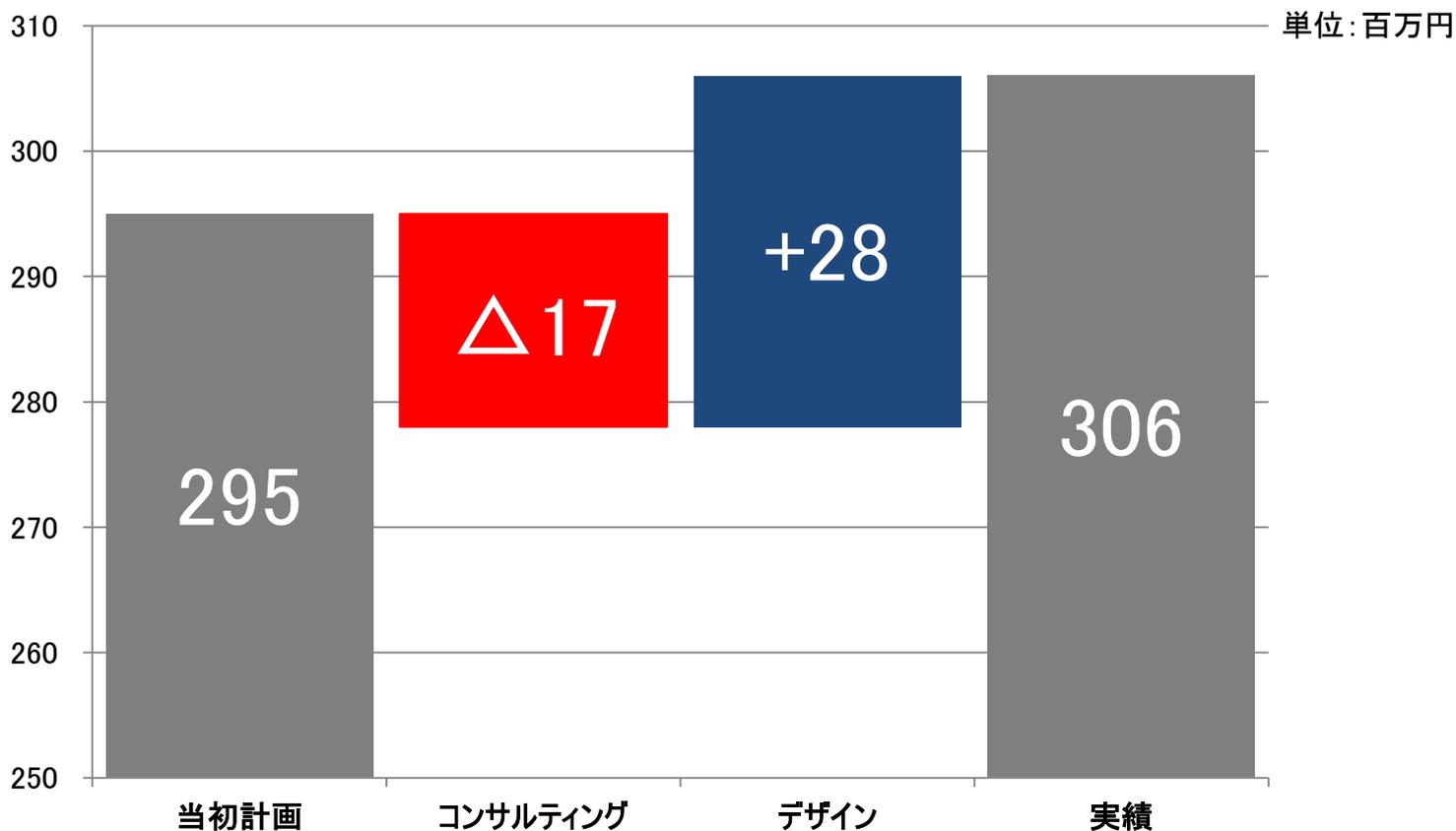
コンサルティング事業 前年同期比

コンサルティングサービスは、既存大手顧客向けのメールコンテンツ案件が増加
デザインサービスは、子会社FUCAにて大型Web制作案件が増加



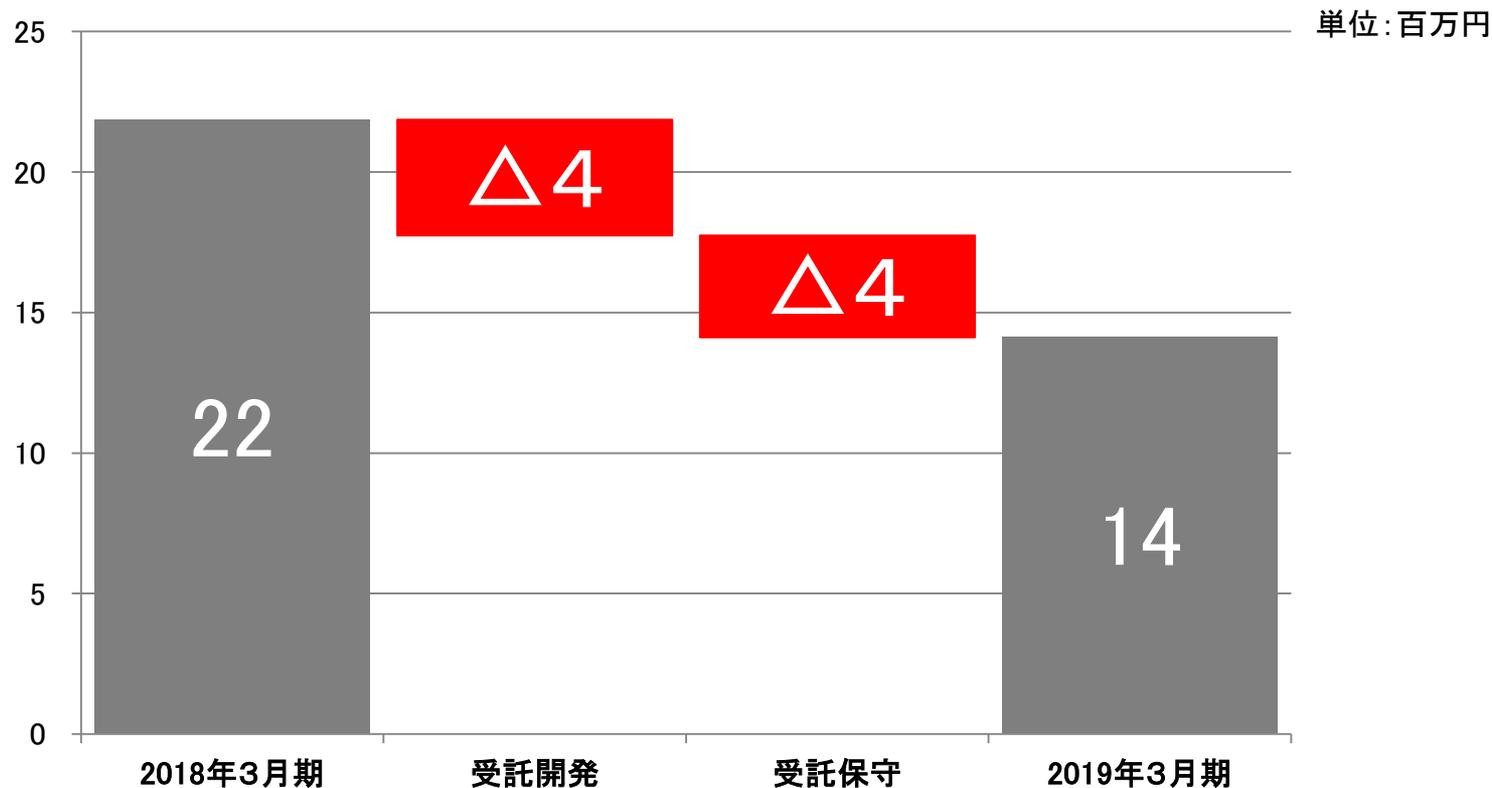
コンサルティング事業 計画比

コンサルティングサービスは、既存大手のメールコンテンツ案件が前期比増加したものの、デザイン案件にリソースを割いたため計画に対しては未達。デザインサービスは、子会社FUCAにて大型Web制作案件が増加し、事業トータルでは計画達成。



オーダーメイド開発事業 前年同期比

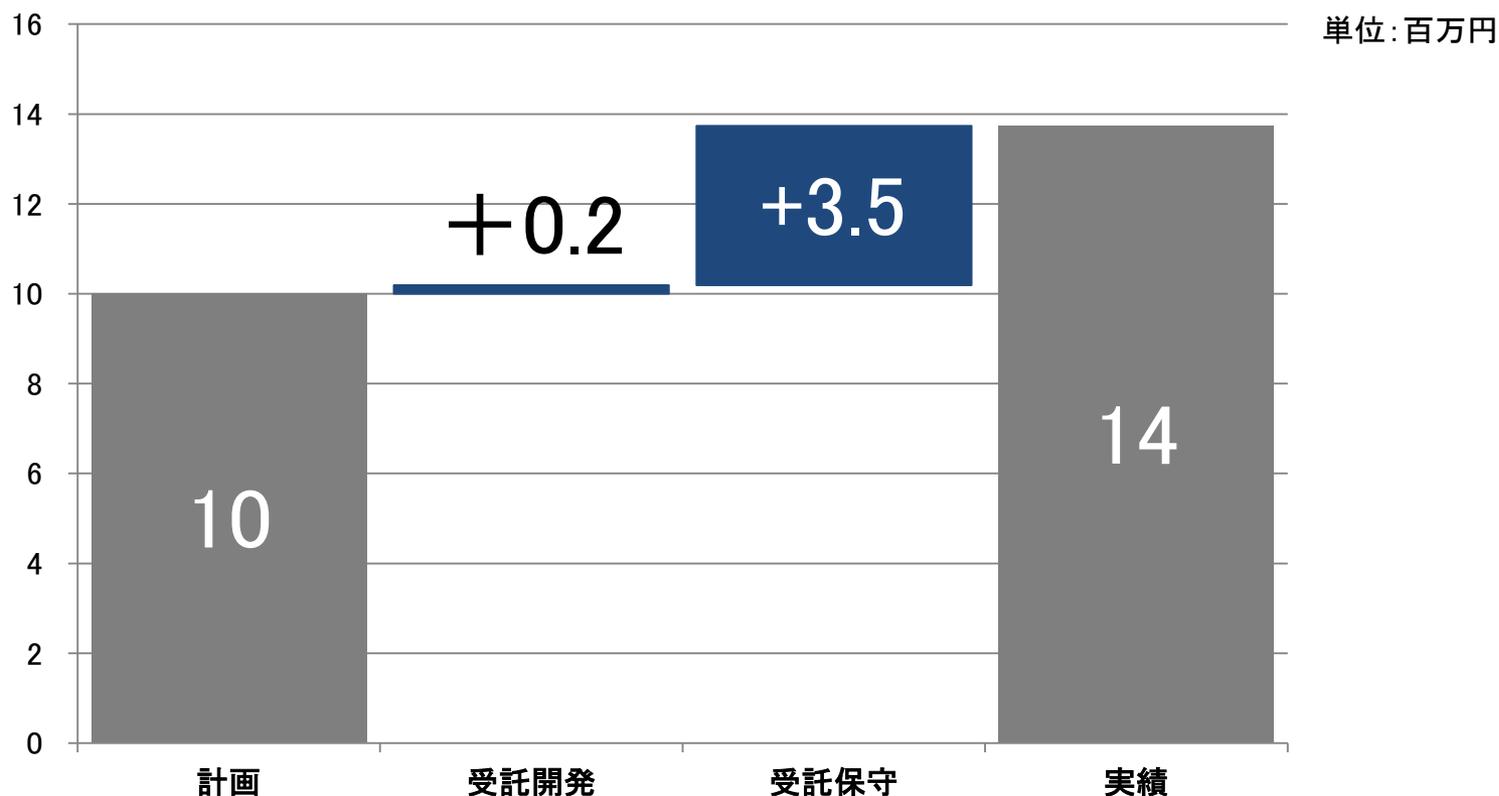
前期同様、主力の自社企画製品の開発（アプリケーション事業）に経営資源（エンジニアリソース）を集中させたため縮小。



オーダーメイド開発事業 計画比

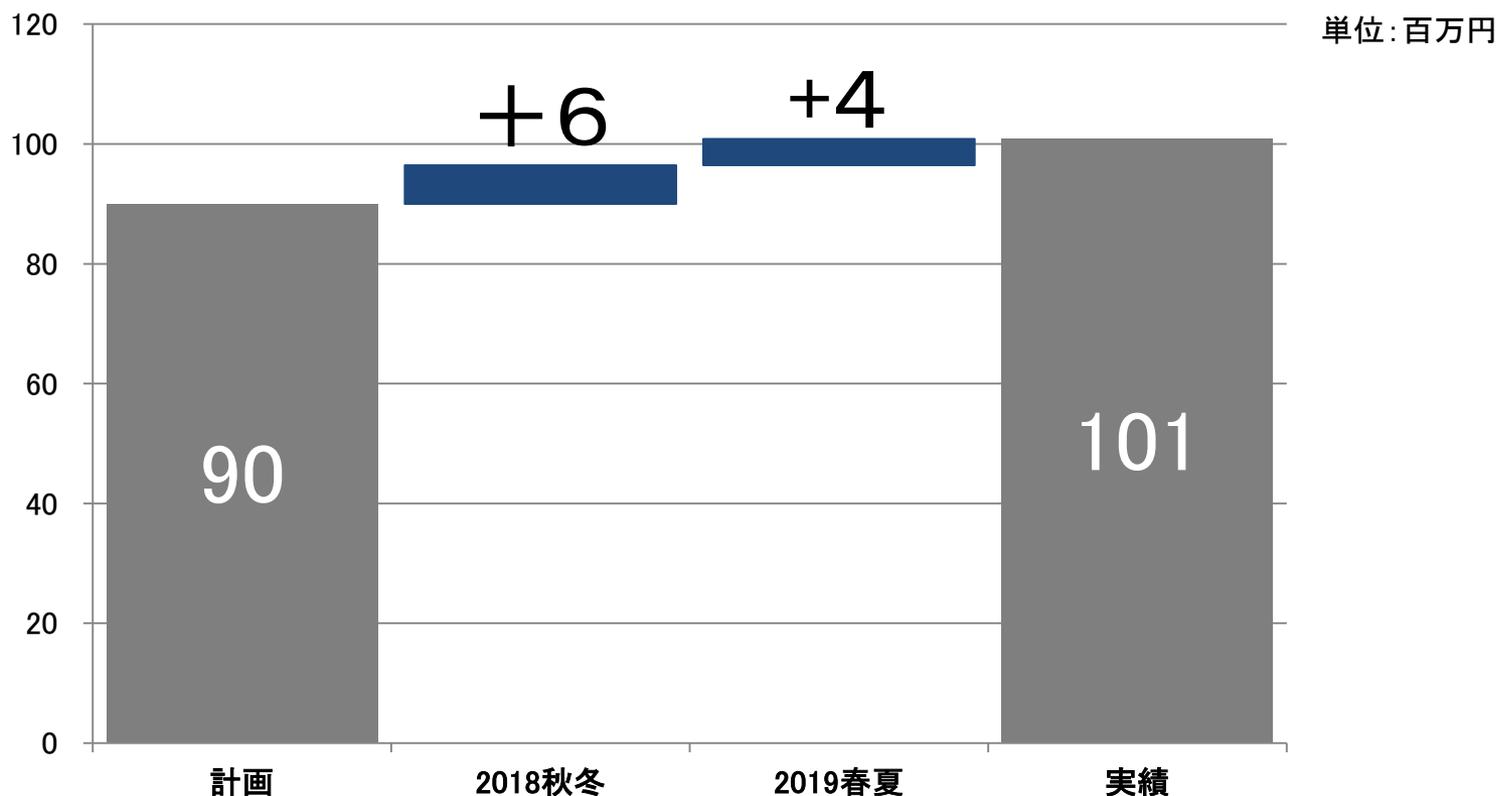
開発案件は、期初計画通りに受注。

保守は、既存案件より計画以上に保守作業が発生し増加。



EC事業 計画比

2018年秋冬物は、広告費の投入と仕入拡充により+6.4百万円。
2019年春夏物は、展示会注文を増加したことにより+4.4百万円。



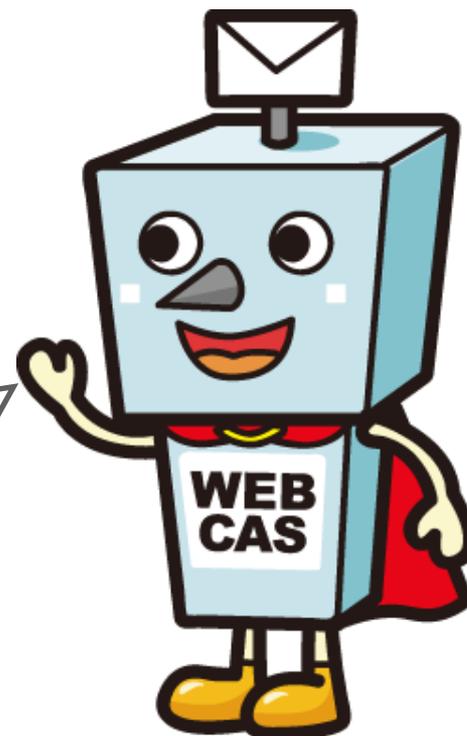
B/S、C/Fの状況(抜粋)

単位:百万円

	2018年3月末 (連結)	2019年3月末 (連結)	増減	コメント
キャッシュ	1,122	845	△277	営業C/F +210(主に利益) 投資C/F △218 (主に業務システム、インフラ、株式) 財務C/F △269(主に自己株取得)
有利子負債	—	—	—	無借入
総資産	1,851	1,688	△163	ソフトウェア資産の減損処理△162
純資産	1,499	1,365	△134	自己株式の取得

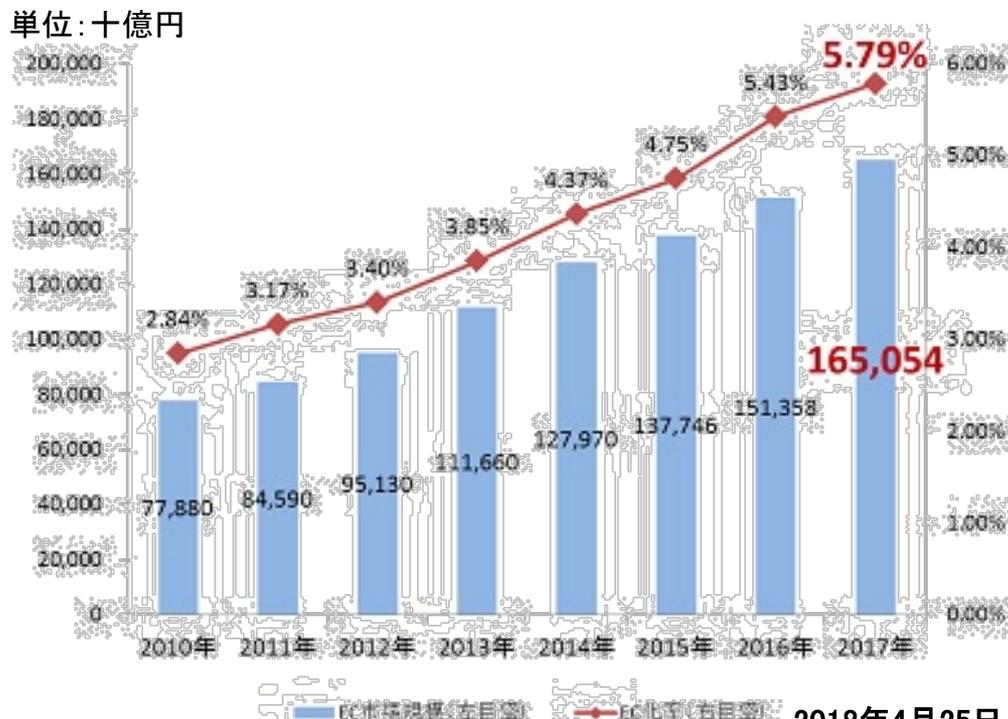
2. 今後の成長戦略

- 1 市場環境
- 2 当社の強み
- 3 今後の成長戦略



① 市場環境

① EC関連市場



- 2017年は16.5兆円 (前年比+1.4兆円増)
- EC化率は5.79%

諸外国のEC化率の状況

※インターネットトレンド2017より抜粋した2016年のEC化率

韓国	18%	中国	15%
イギリス	15%	アメリカ	11%

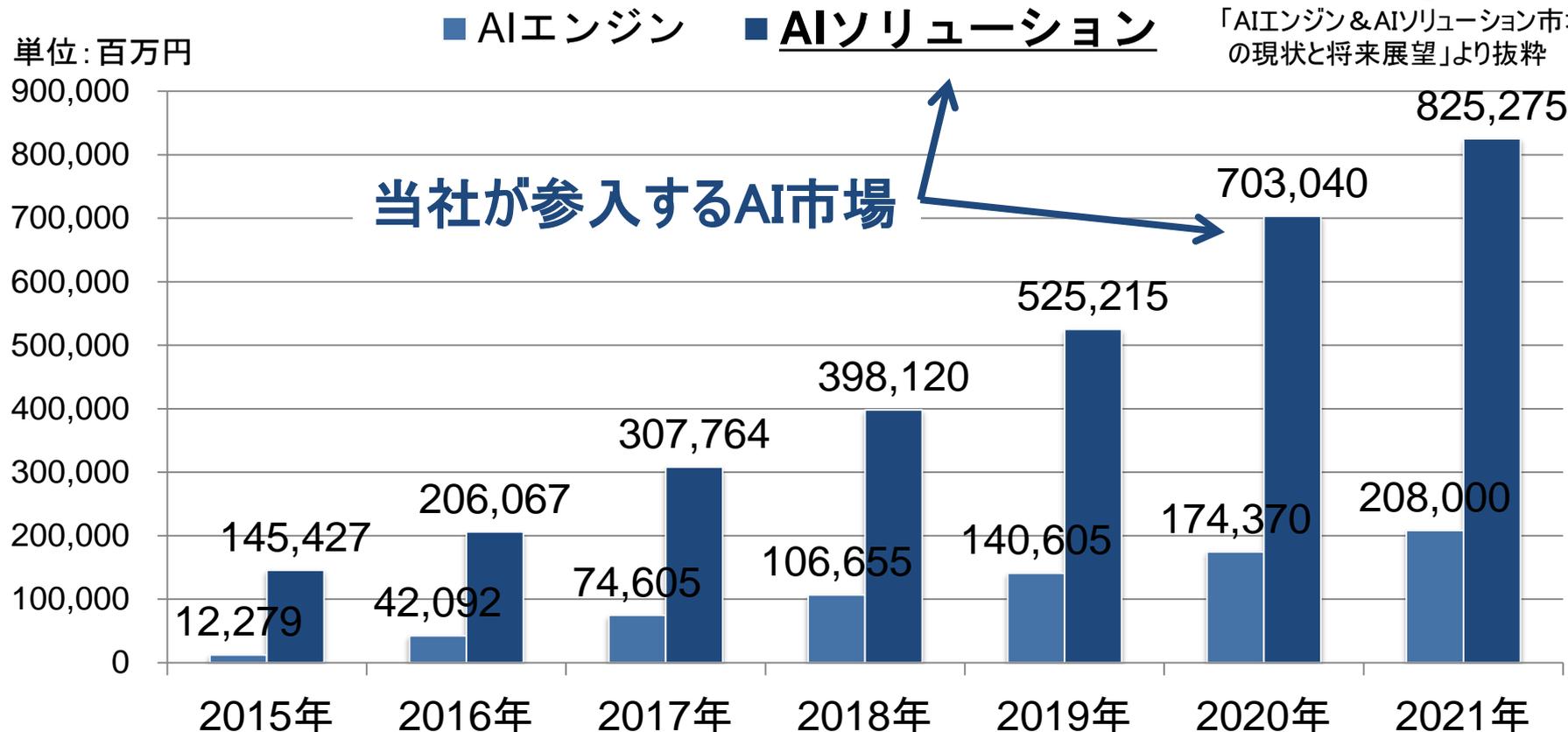
⇒ 日本はEC化率向上余地がある

2018年4月25日 経済産業省 発表
「電子商取引に関する市場調査」より抜粋

②AI関連市場

AI関連市場は「AIエンジン」よりも「AIソリューション」の方が有望市場

株式会社ミック経済研究所
2017年8月31日発行
「AIエンジン&AIソリューション市場
の現状と将来展望」より抜粋

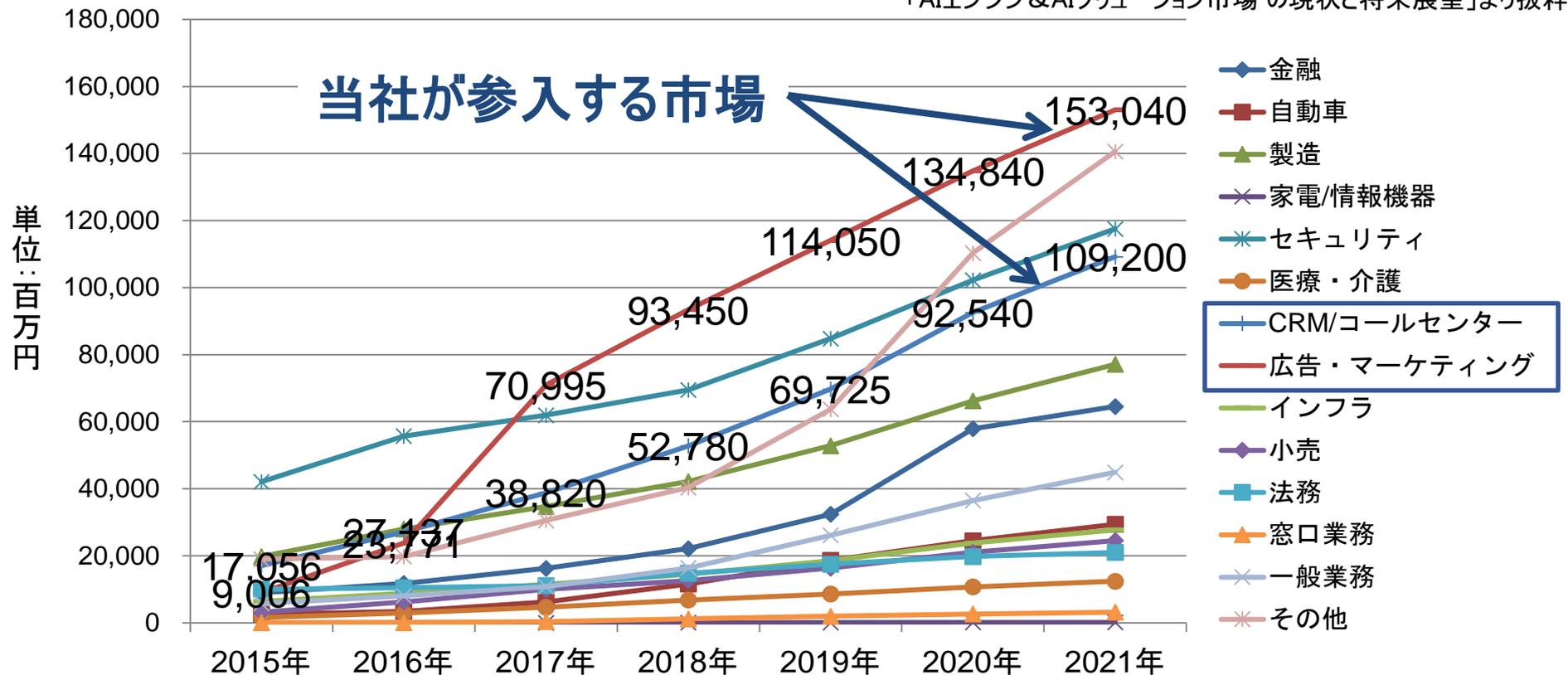


②AI関連市場

AIソリューションの中でも「CRM」や「マーケティング」領域は成長分野

株式会社ミック経済研究所
2017年8月31日発行

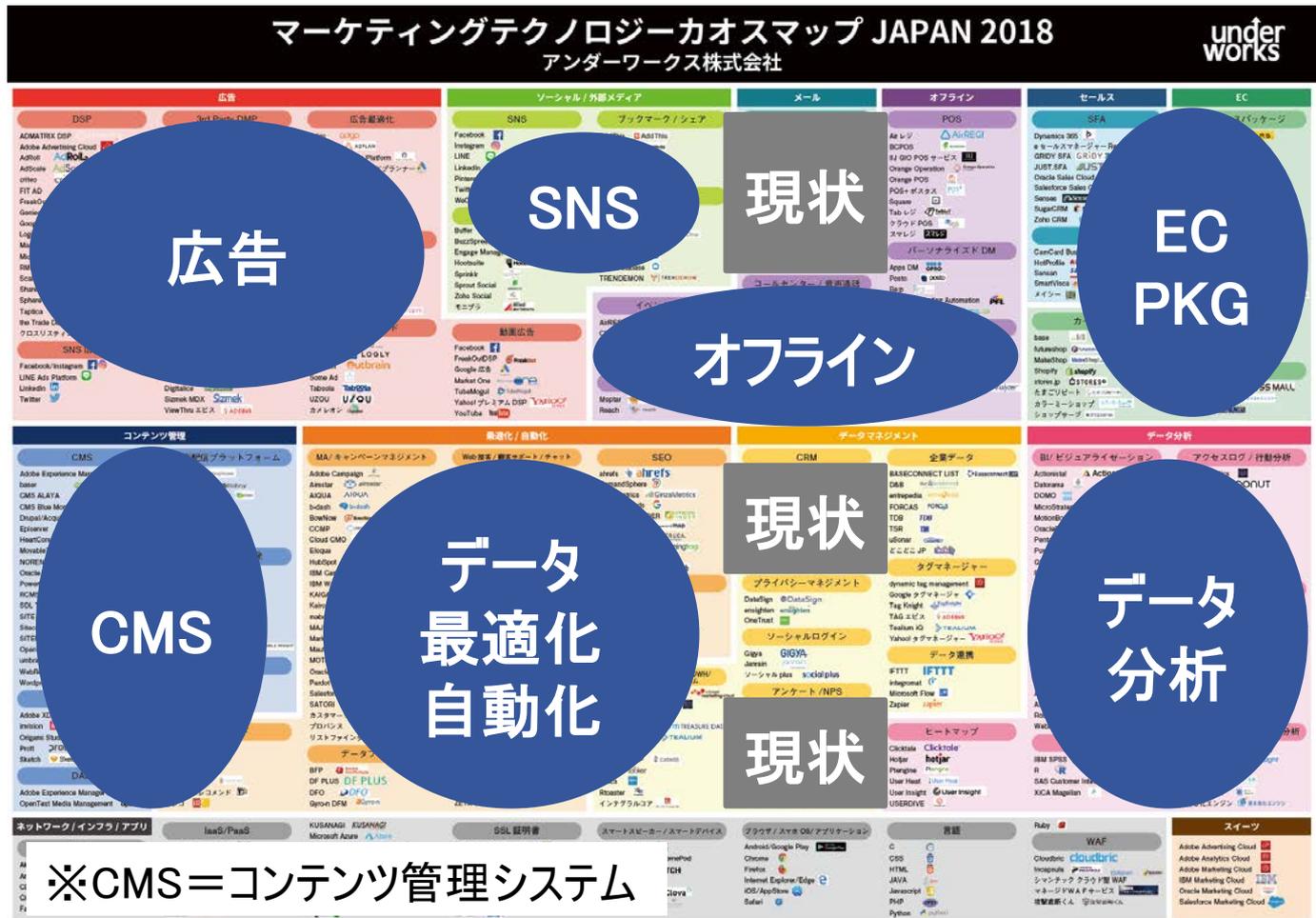
「AIエンジン&AIソリューション市場の現状と将来展望」より抜粋





③EC関連ソリューション市場

当社事業領域である「EC売上アップソリューション」はとても幅広い市場



【メール・CRM(現状)】
約150~200億円



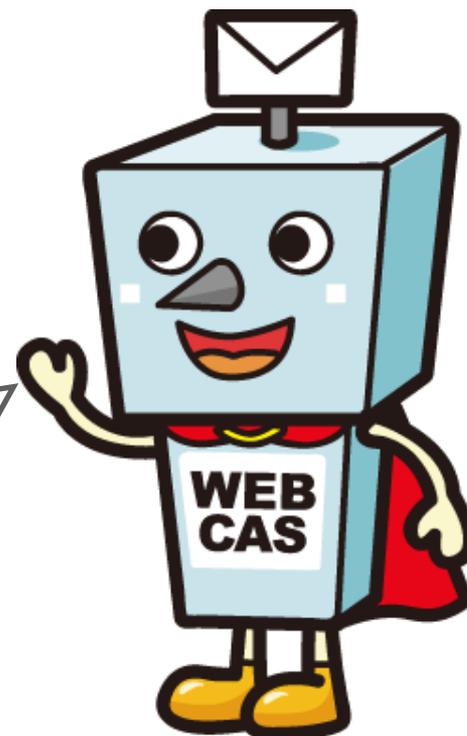
【ECソリューション】
約2兆5,000億円

- 広告: 1兆7,589億円
- SNS: 200~250億円
- CMS・EC PKG: 150~200億円
- データ分析・最適化・自動化: 400億円
- オフライン: 7,263億円

※当社調べ

2. 今後の成長戦略

- 1 市場環境
- 2 当社の強み
- 3 今後の成長戦略

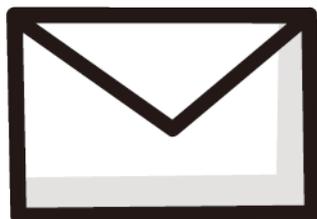


2 当社の強み ①社会インフラとして普及しているeメールでシェアが高い

人口普及率 83.0% (約1億人)

eメール利用 79.7%

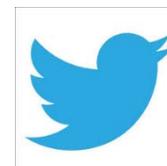
※平成28年版 情報通信白書より



個別民間企業の提供サービス



7,600万人
(2018.12)



4,500万人
(2017.10)



2,800万人
(2017.9)



2,900万人
(2018.11)

➡ eメールは、一サービスとしてではなく、
社会インフラとして機能している

➡ 当社は「メール送信パッケージ市場」シェアNo1
※ITR「ITR Market View: メール/Webマーケティング市場2019」より

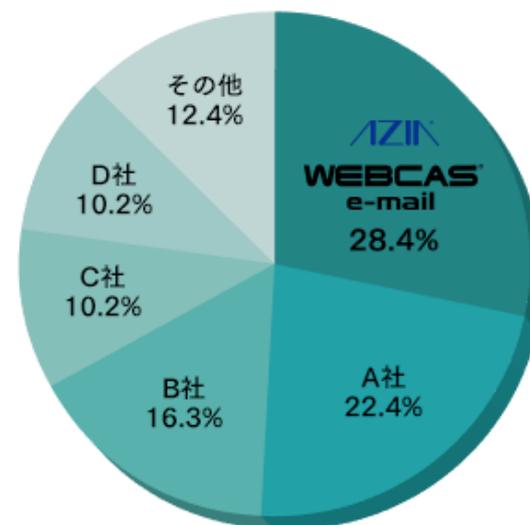
①社会インフラとして普及しているeメールでシェアが高い

社会インフラであるeメールの 配信ノウハウを15年以上蓄積

企業と個人(顧客)をつなぐ
コミュニケーションチャネルは、
現在も、今後も、eメールが中心

- 企業サイド:コストが圧倒的に安い
- 個人サイド:利用者数が多く、利用者層も広い

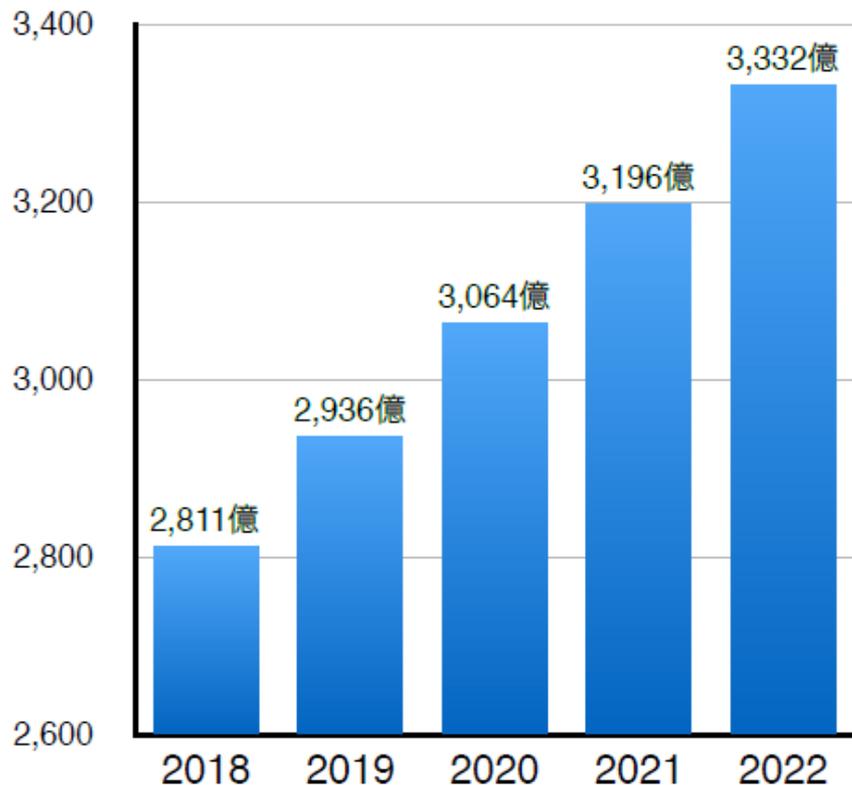
2015年度メール送信パッケージ市場ベンダー別売上金額シェア



出典:ITR「ITR Market View:マーケティング管理市場2017」

■ 企業サイド

世界で日々送受信されるeメール送受信数



Email Market, 2018-2022

出典: Radical Group「Email Market, 2018-2022」

2018年: 2,811億通

18.5%増加

2022年: 3,332億通

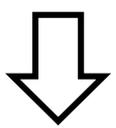
今後も
メッセージ配信の
中心はeメール

②顧客層が大手中心

**4,000社以上
の実績**

強い業種

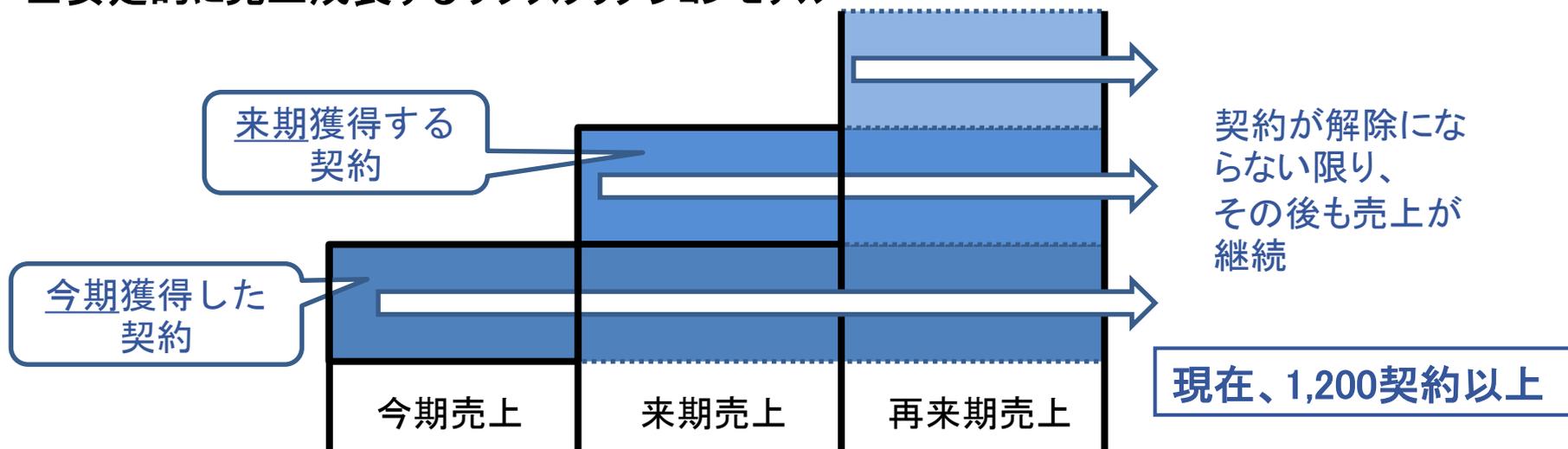
- EC
- アパレル
- 化粧品
- 保険会社



**大手・中堅のBtoC企業が
販促利用**

③財務体質

■安定的に売上成長するサブスクリプションモデル



■高い利益率

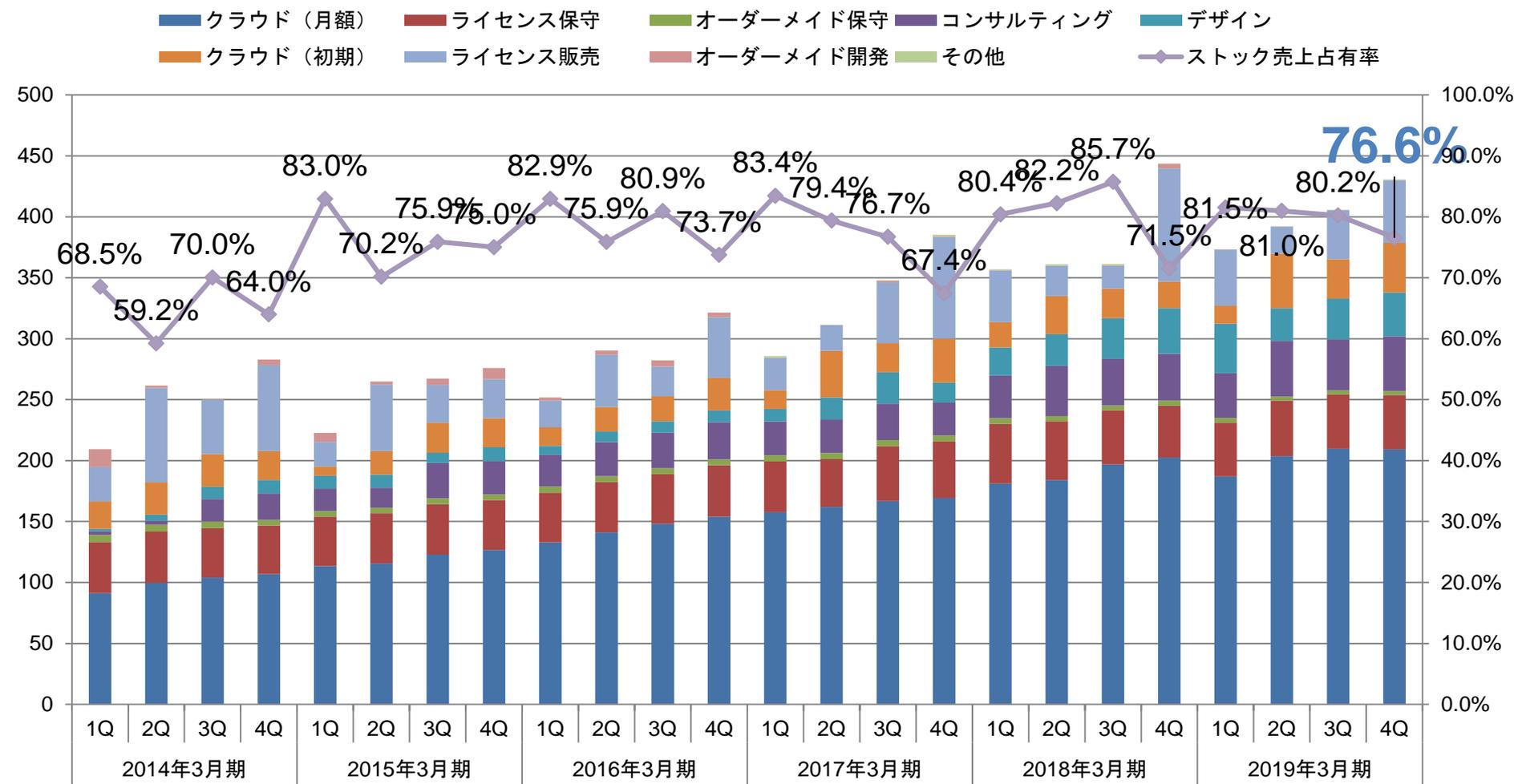
2019年3月期営業利益率21.9%(全産業平均5.0%)

※経済産業省 平成29年企業活動基本調査速報

➡「安定成長」×「高利益率」＝投資余力がある



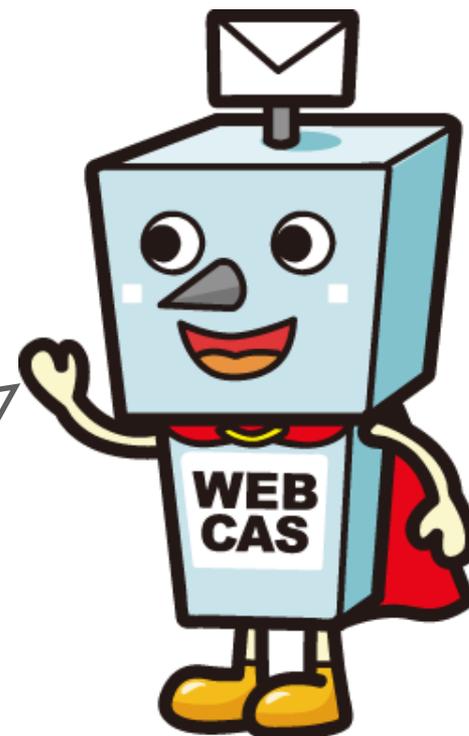
安定成長基盤のストック売上比率は80%前後を維持！



ストック売上 = 「クラウド月額」 + 「ライセンス保守」 + (「コンサルティング」 + 「デザイン」) × 90%

2. 今後の成長戦略

- 1 市場環境
- 2 当社の強み
- 3 今後の成長戦略**





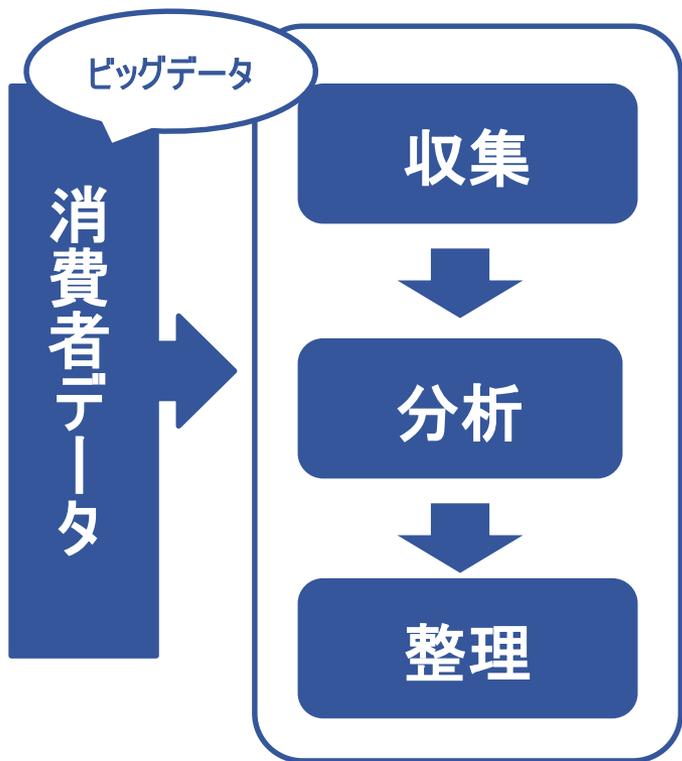
3 今後の成長戦略

- ① クラウドサービス中心の確実な成長
- ② 売上アップソリューションでの領域拡大
- ③ 人工知能の活用を継続研究、
早期商用化

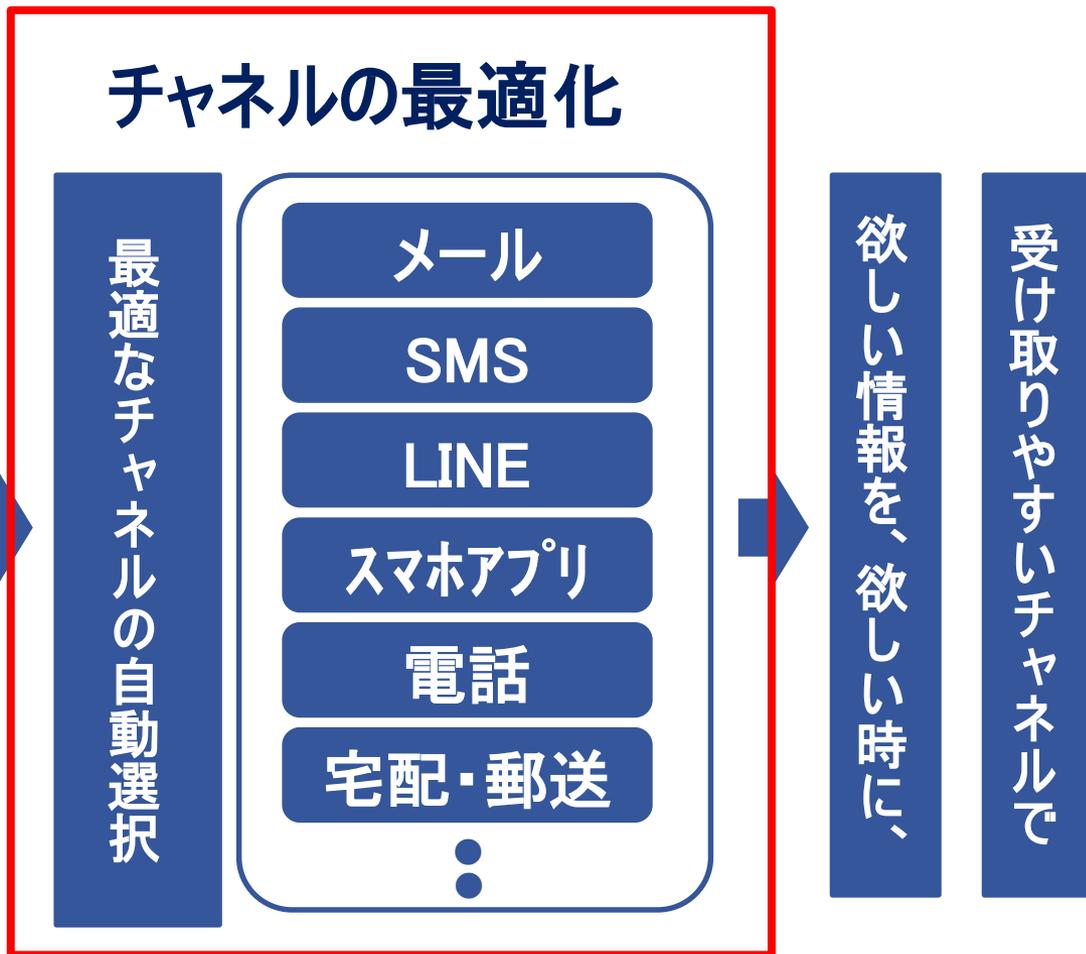
①クラウドサービス中心の確実な成長

この分野の開発に集中し中期的な製品競争力を向上させる

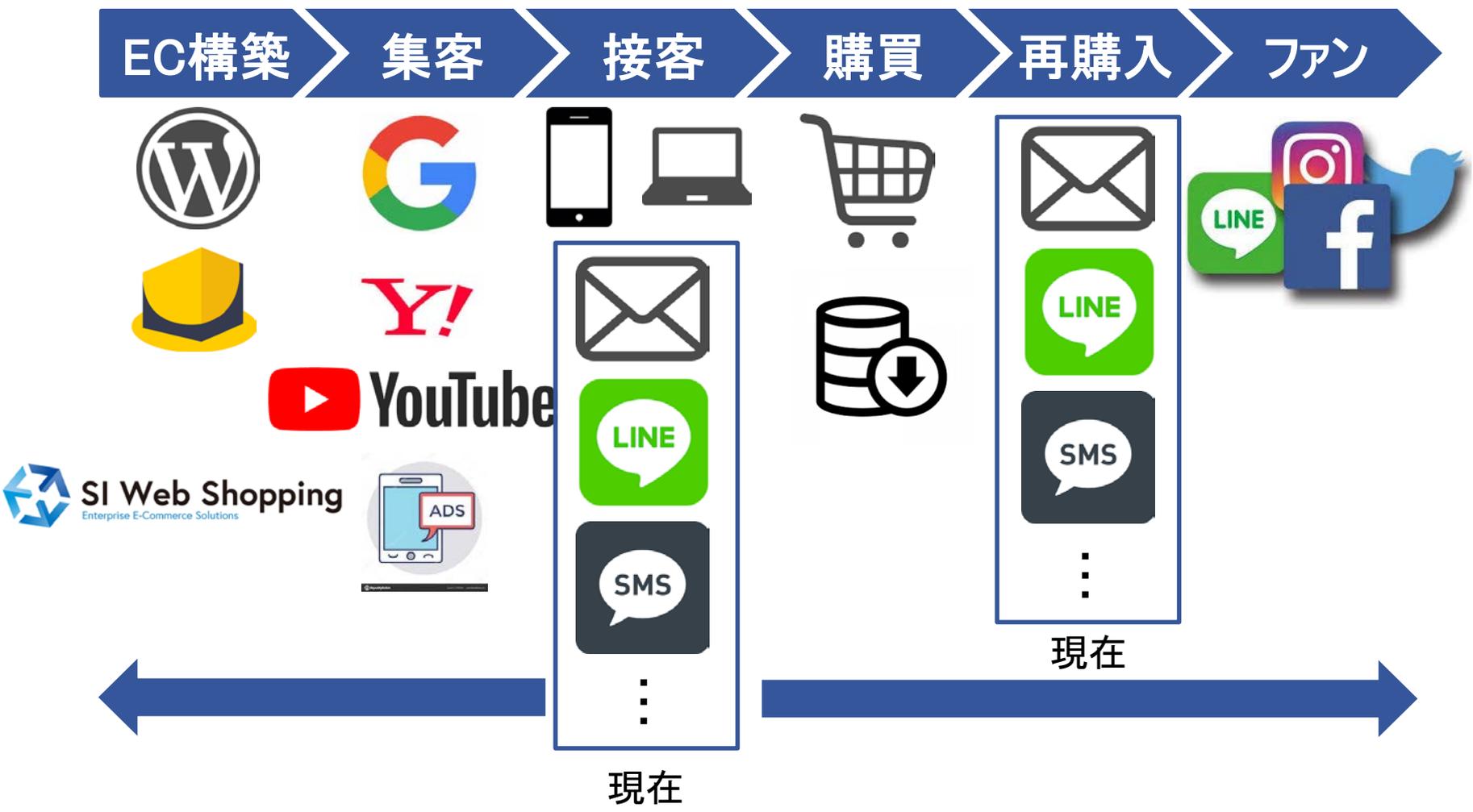
データの統合化



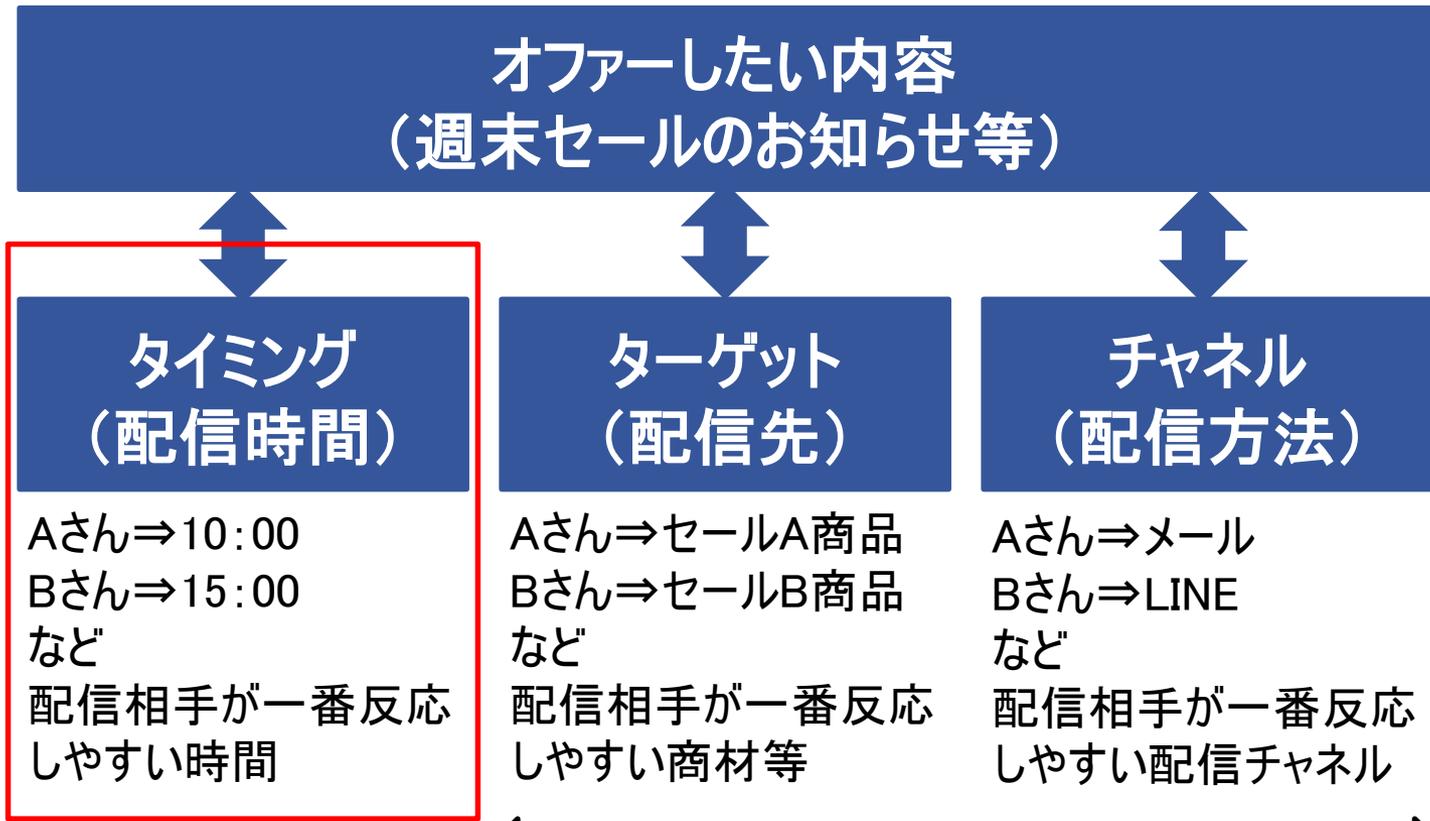
チャネルの最適化



②売上アップソリューションでの領域拡大



③人工知能の活用を継続研究、早期商用化



←→ 今後の実証実験対象(一部実施中)

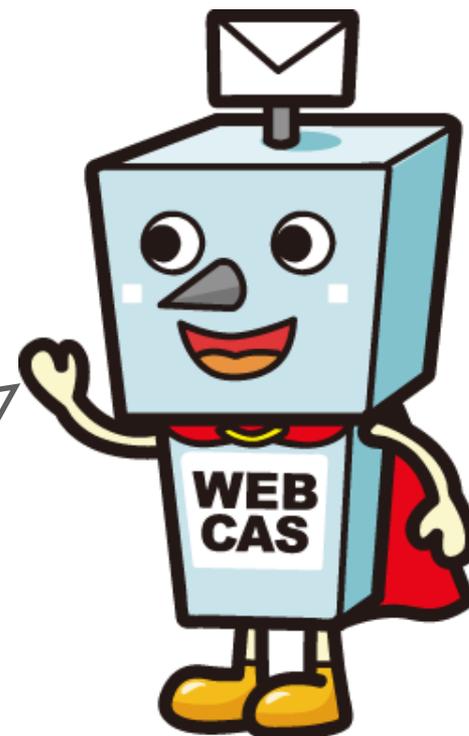
実証実験の結果、効果が認められ大手既存顧客で導入済

3. 2020年3月期の計画

1 業績目標

2 開発戦略

3 配当予想

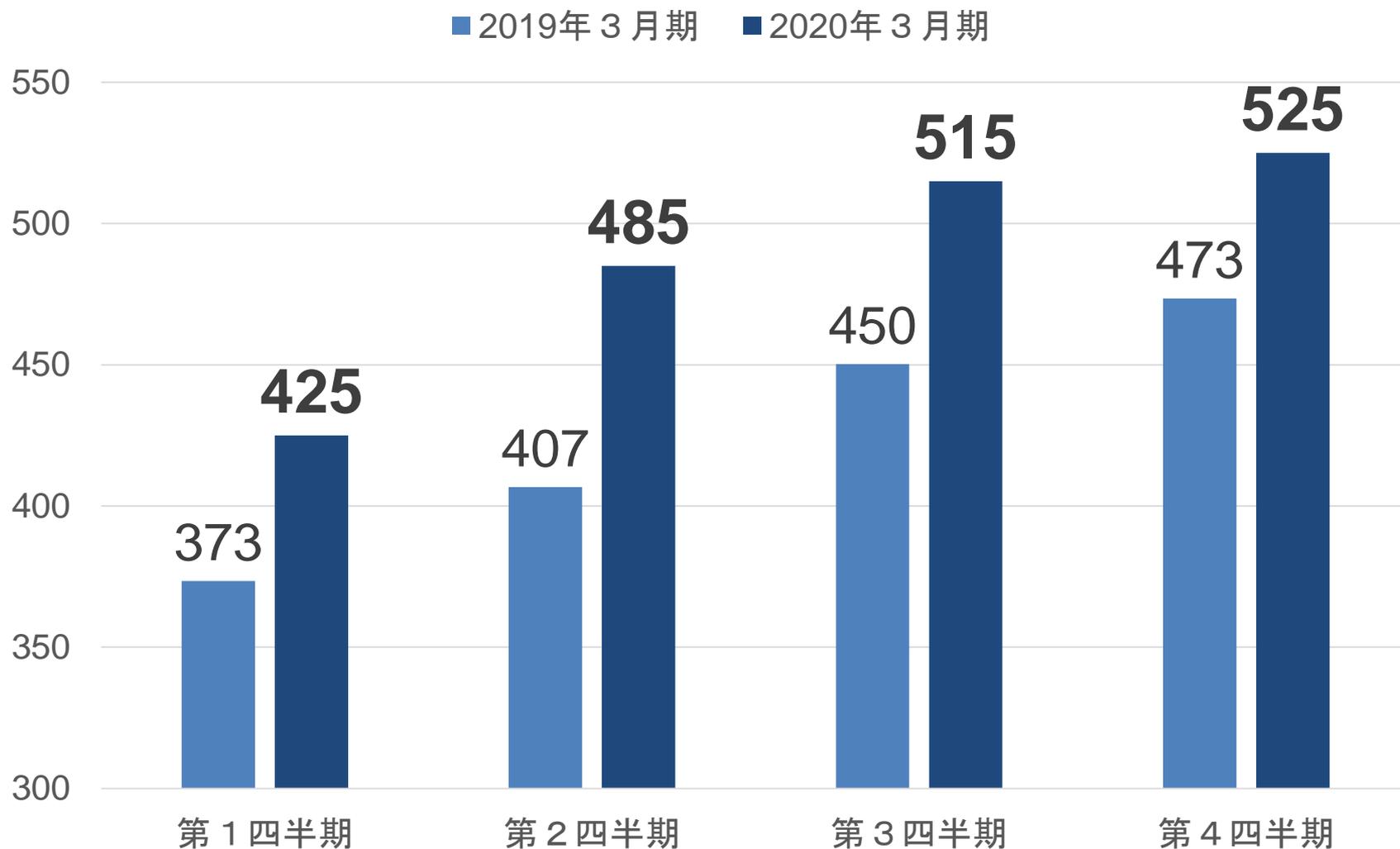


① 業績目標

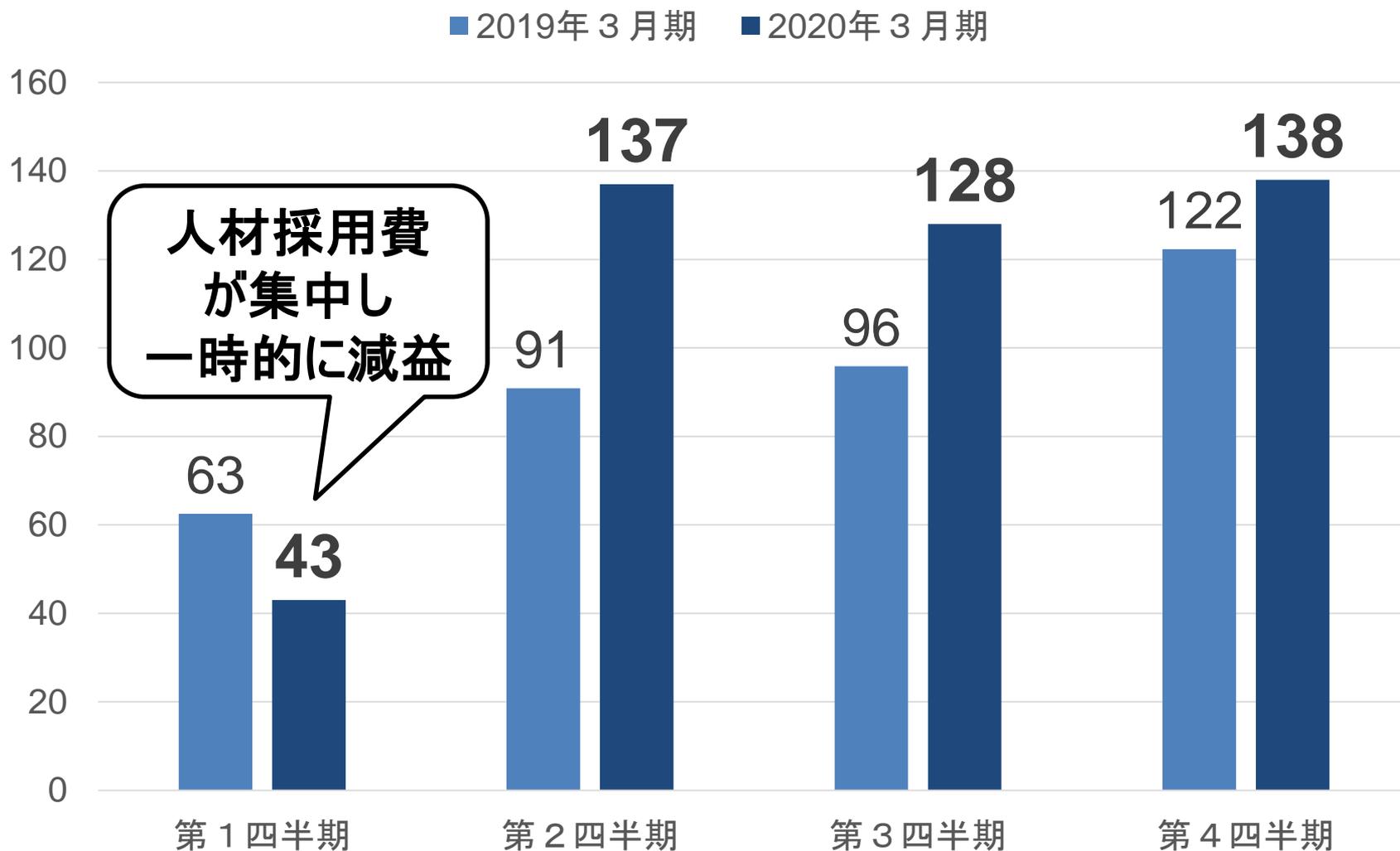
単位: 百万円

	2019年3月期 実績	2020年3月期 計画	増減率
売上高	1,704	1,950	+14.5%
営業利益 (率)	372 (21.8%)	446 (22.9%)	+20.0%
経常利益	370	445	+20.1%
純利益	128	300	+131.1%

四半期別売上高計画

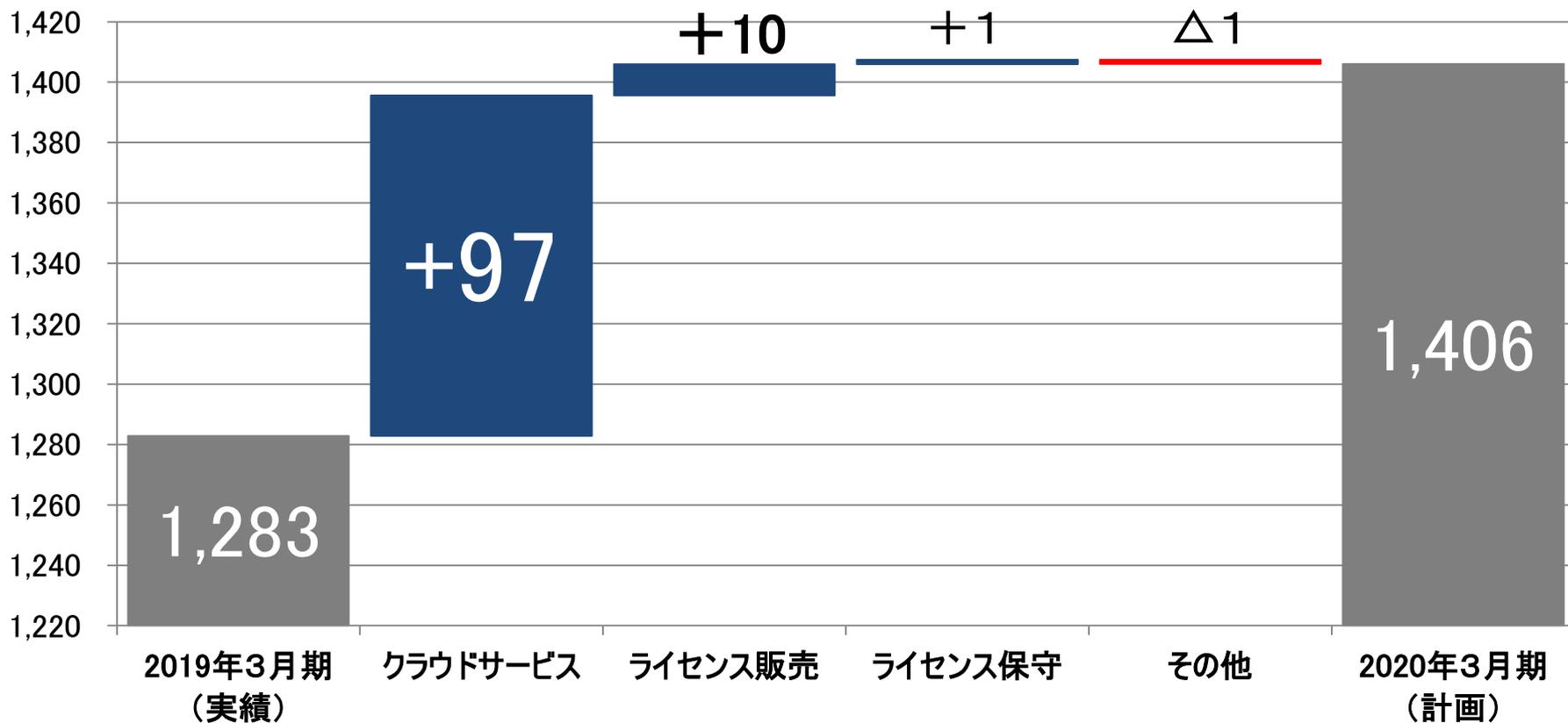


四半期別営業利益計画



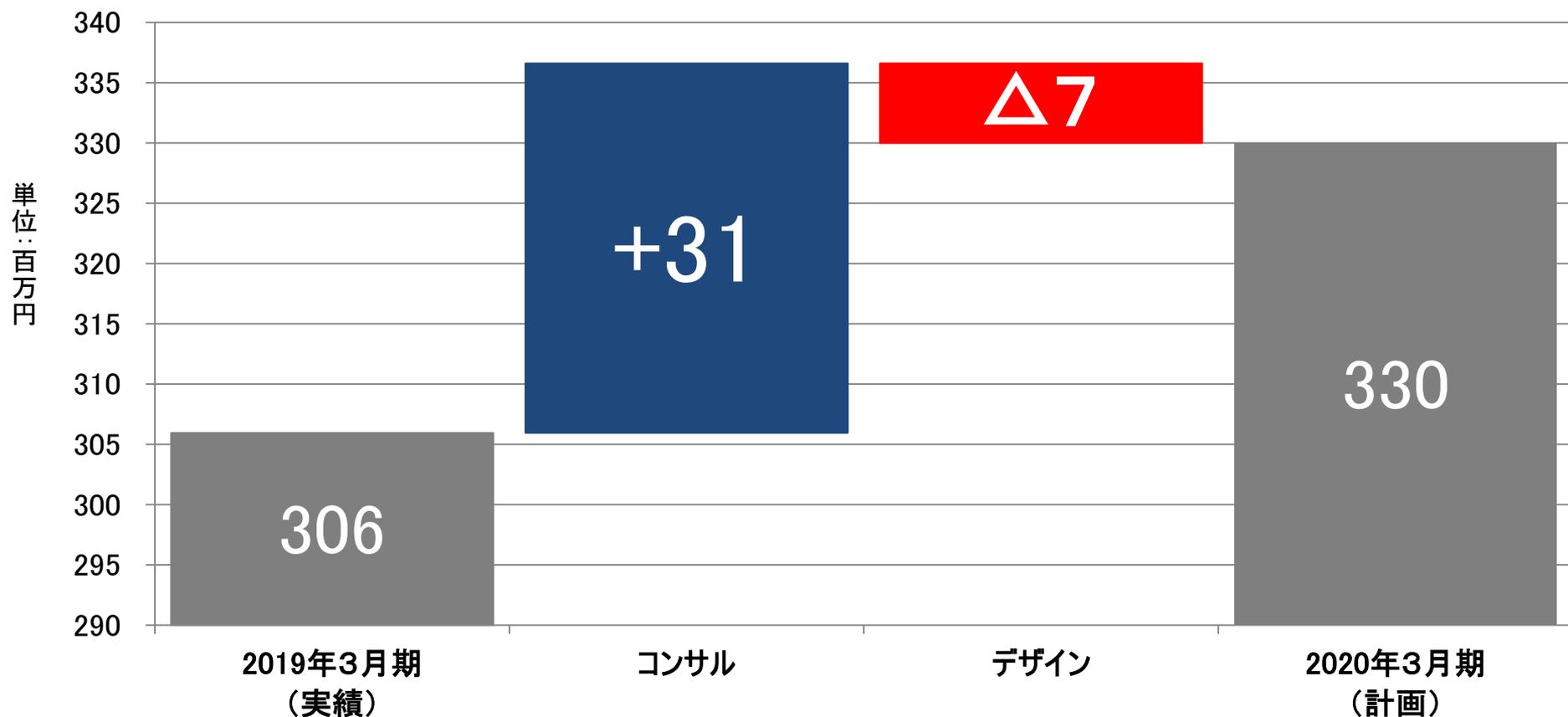
アプリケーション事業計画

クラウドサービスが大幅に伸長。
その他は前年比並みで推移する計画



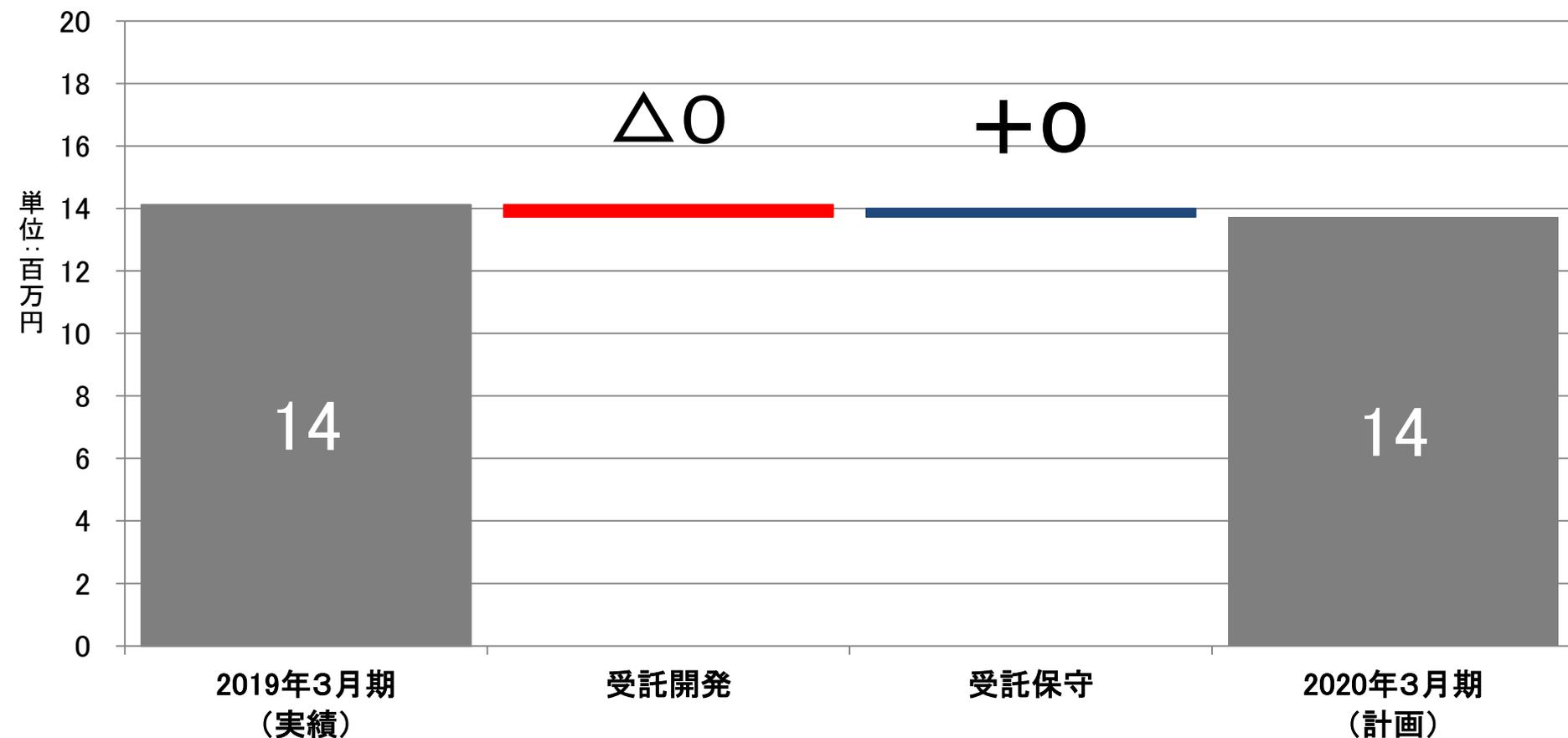
コンサルティング事業計画

コンサルティングサービスは引き続き約二桁増の継続的な増収基調を見込む。
デザインは前期比減少の計画だがエイジアでの前期スポット大型制作案件の反動。



オーダーメイド開発事業計画

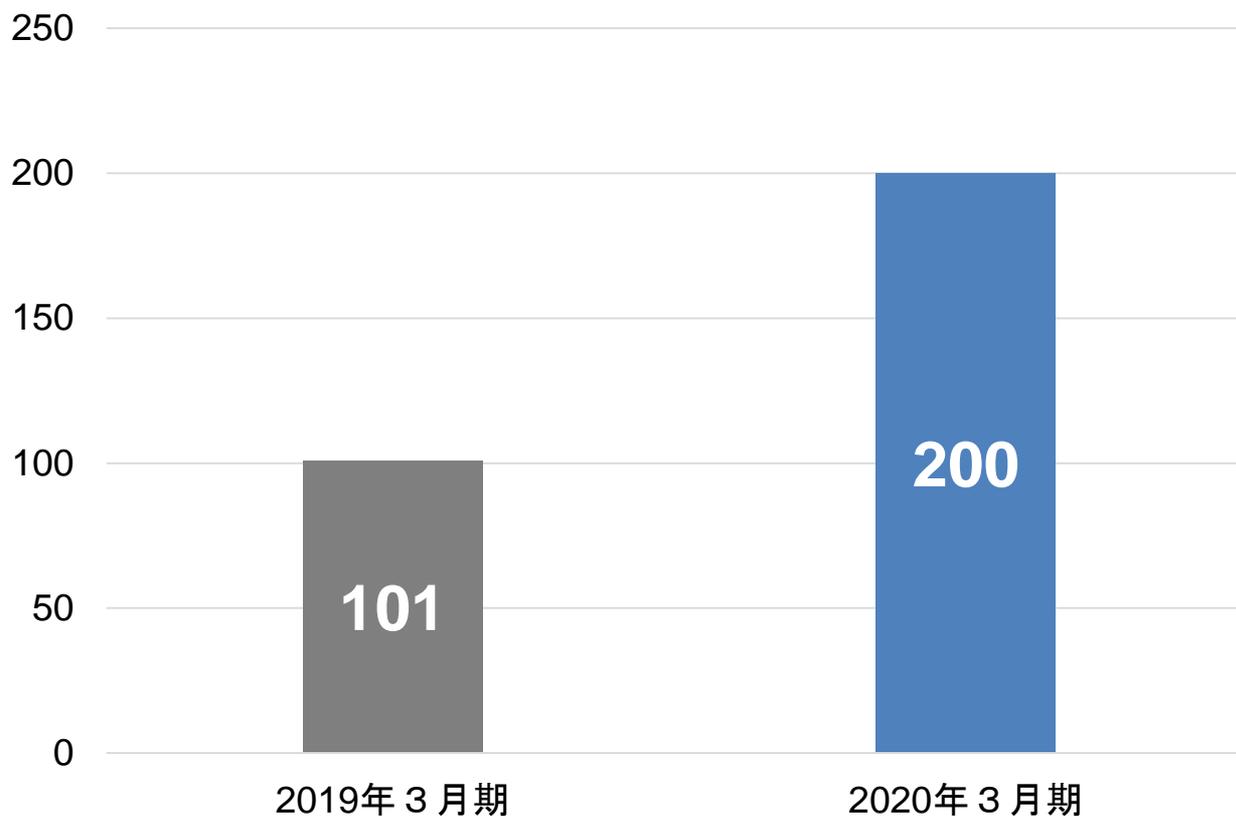
前期同様にアプリケーション事業の製品開発へエンジニアリソースを注力。
現状の保守契約のみ継続しほぼ前年比並みの計画。



EC事業計画

2019年3月期は2018年9月～2019年3月の7ヶ月であったため期間差異により大幅な増収計画となる。

2019年3月期を12ヶ月換算すると、実質は+15.7%の増収率となる計画。

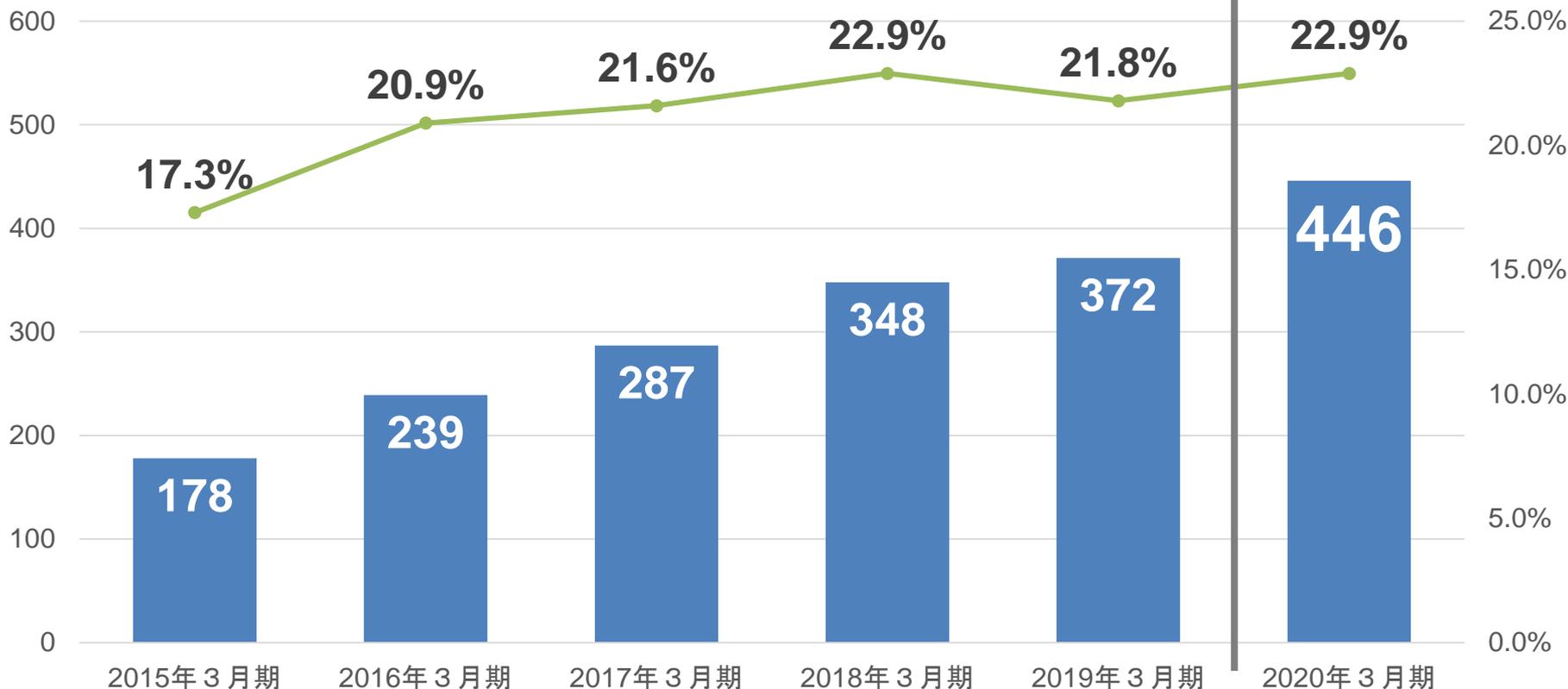


営業利益計画

5期連続増益、増減率では前期比20.0%増加を計画。
 営業利益率はEC事業の追加等により利益率の高いアプリケーション事業の構成比が低下するが、前々期並みの22.9%となる計画。

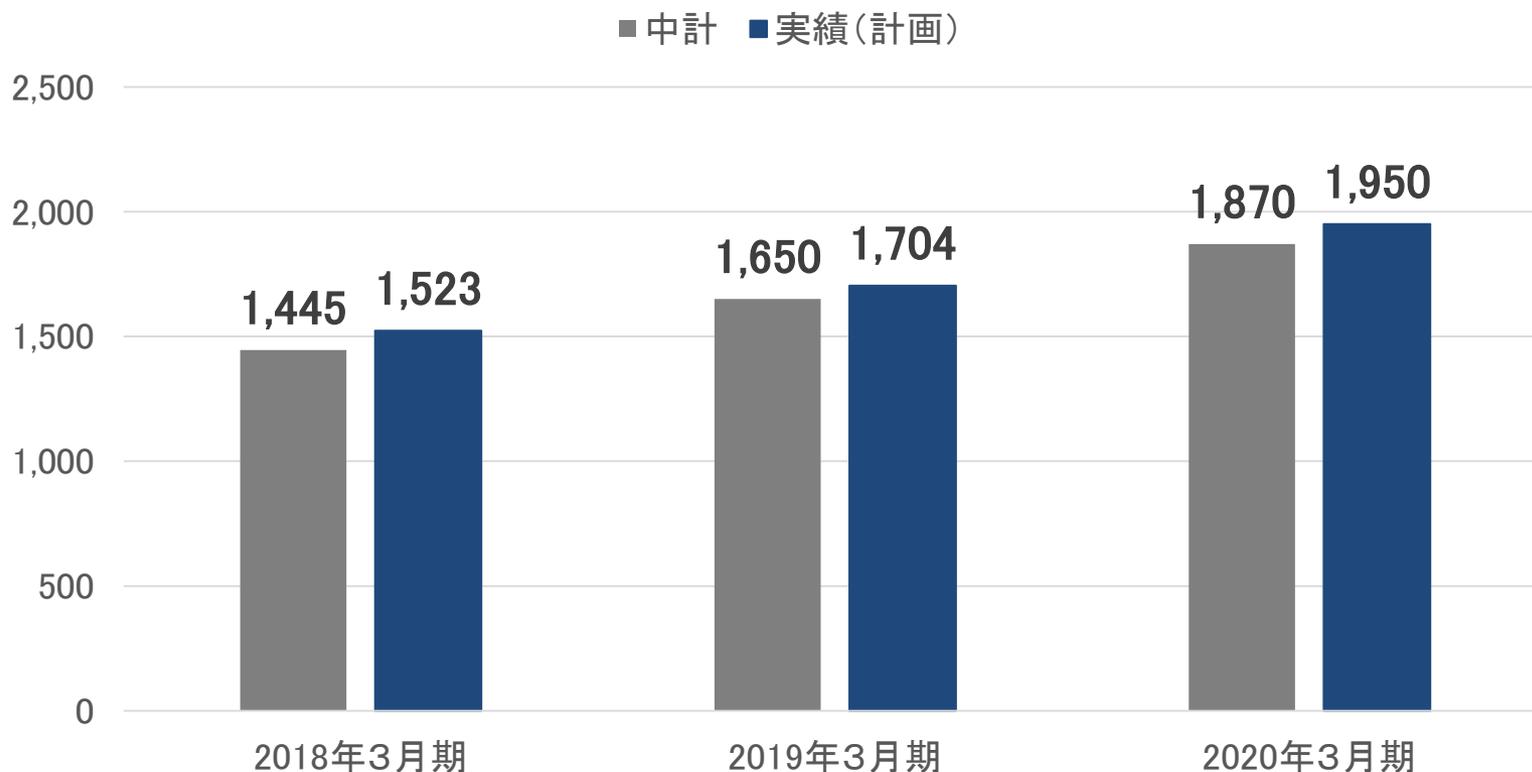
実績 ←→ 計画

■ 営業利益額 ● 営業利益率



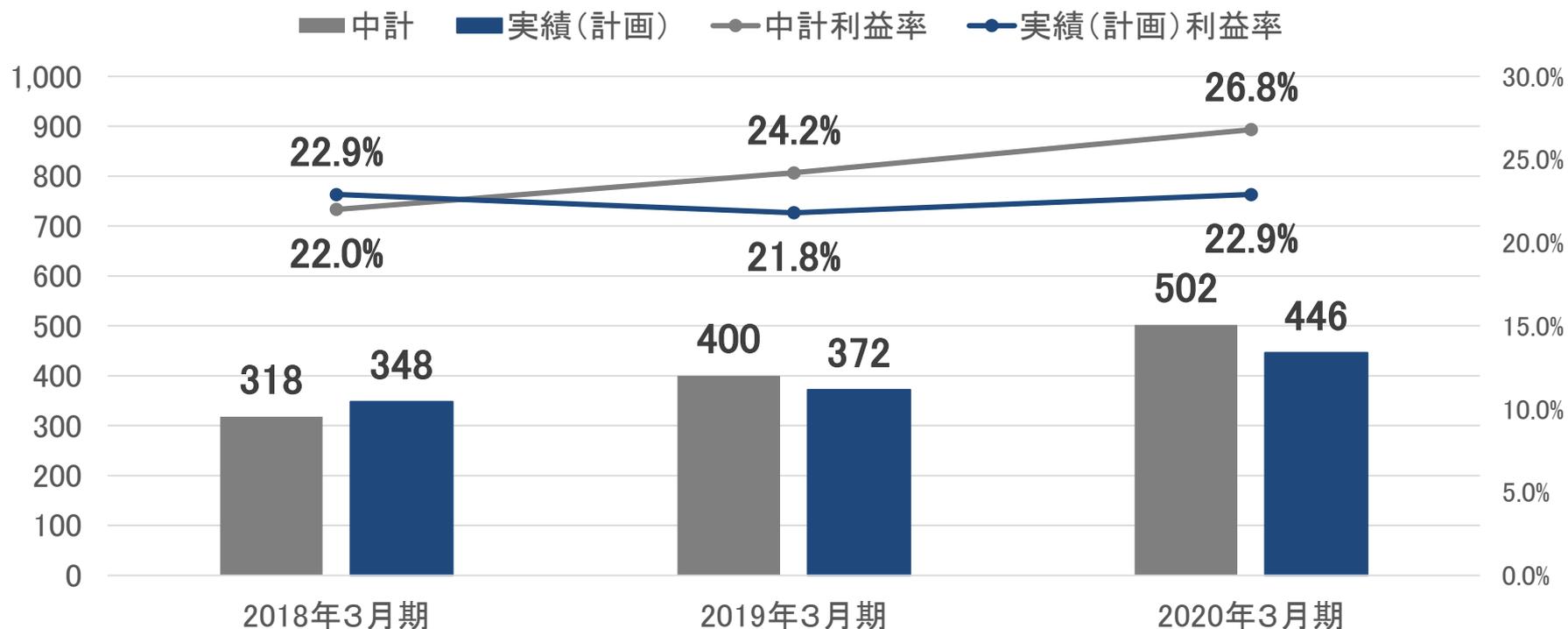
中期経営計画の進捗状況 | 売上高

2020年3月期は、アプリケーション事業は当初計画を下回るが、EC事業の創設（当社ソフトウェア開発への寄与、コンサルティングノウハウの獲得を目的）やコンサルティング事業が順調に推移していることから、総額では下記のとおり計画を上回る見通し。



中期経営計画の進捗状況 | 営業利益

2019年3月期において、利益率が高かつ次年度以降への売上継続性の高いASPサービスの月額売上が低調であったこと、製品戦略の方針転換を行ったことなどの影響により、2020年3月期は下記のとおり当初の計画を約10%下回る見通し。利益率は、上記に加え、他事業の創設・伸長などにより、全事業で一番利益率の高いアプリケーション事業の構成比が低下したにより、当初計画を下回る見通し。





中期経営計画の進捗状況 | 営業利益

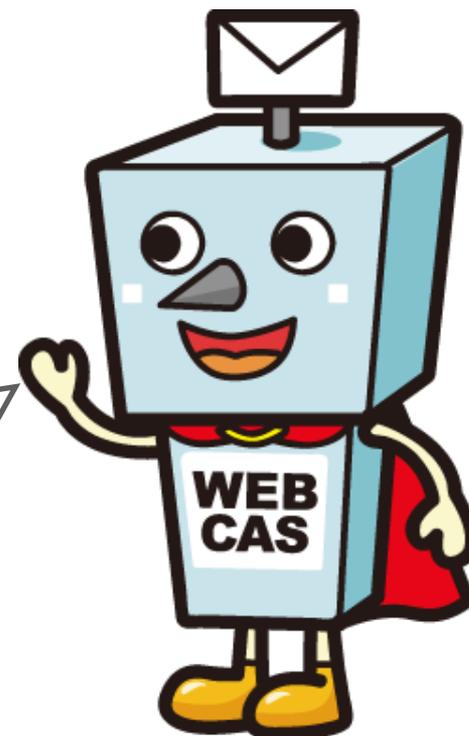
2020年3月期単年度の業績見通しとして、現時点で予想する最も正確な数値を提示することといたしました。当初の利益計画も射程距離内であると考えており、全力で達成に向けて邁進いたします。

3. 2020年3月期の計画

1 業績目標

2 開発戦略

3 配当予想

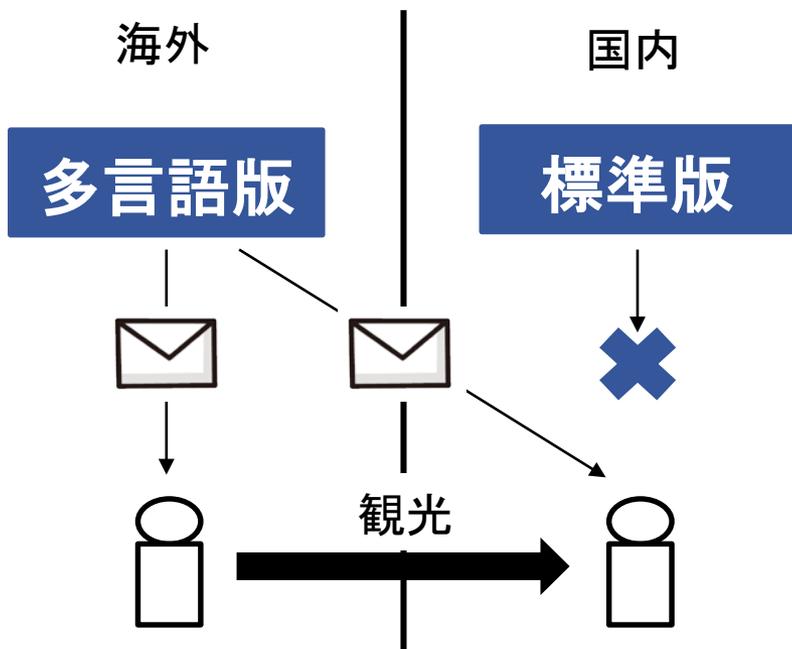


2 開発戦略

① 訪日インバウンド需要を見越したメール配信システム「WEBCAS e-mail」のバージョンアップ

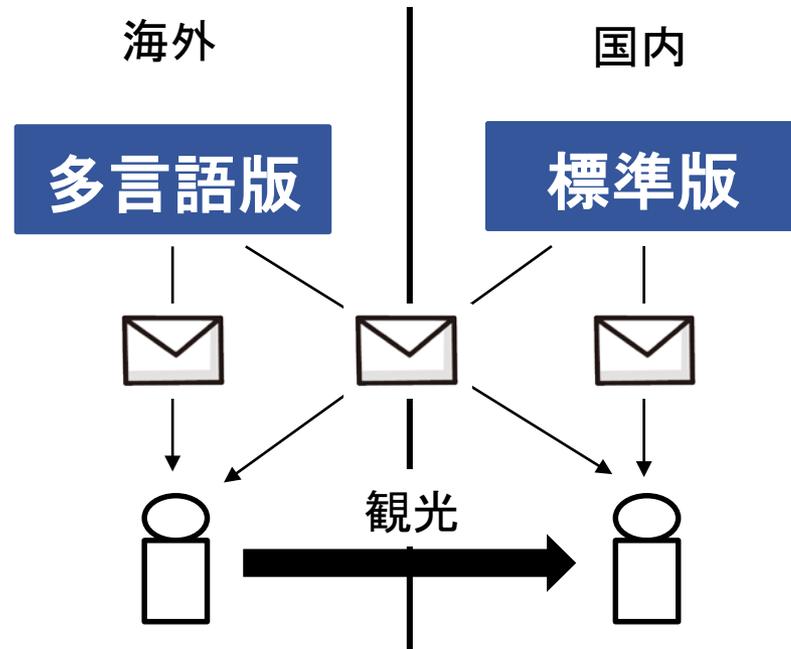
【これまで】

WEBCAS[®]
e-mail



【バージョンアップ】

WEBCAS[®]
e-mail



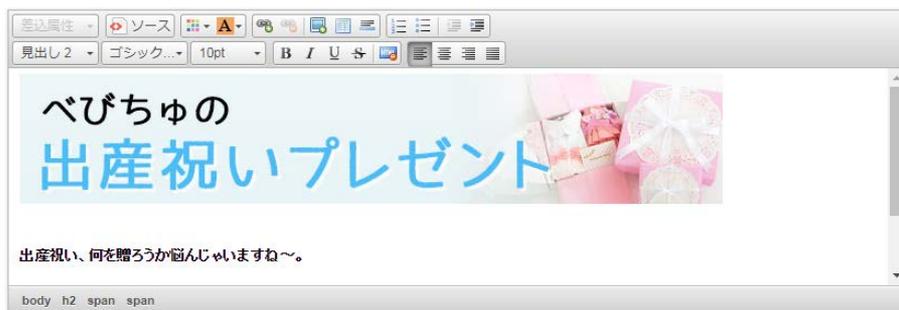
②主力製品である「WEBCAS e-mail」の操作性向上 およびHTMLメール編集機能搭載へ向けたバージョンアップ



(A) システム操作画面のデザイン性向上

WEBCASの初期バージョンは2001年。

以降、機能追加・改善は多数行ってきたが、
操作画面自体のデザインは当時のデザインがベース。
分かりやすく使いやすいデザインに変更。



※イメージ例

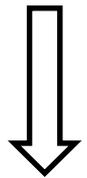
(B) HTMLメール編集機能

HTMLのプログラミングができなくても
Word感覚でメールの文面が作成できる
編集機能を搭載予定。

※現在は別ツールで提供

③パーソナライズLINEメッセージ配信需要を見越した「WEBCAS taLk」のバージョンアップ

これまで: 月額基本料金が高額な「LINE公式アカウント」と
 月額基本料金が低額な「LINE@アカウント」に分かれていた



これから: すべて「LINE公式アカウント」に統合し **料金体系を変更**

【新料金体系】

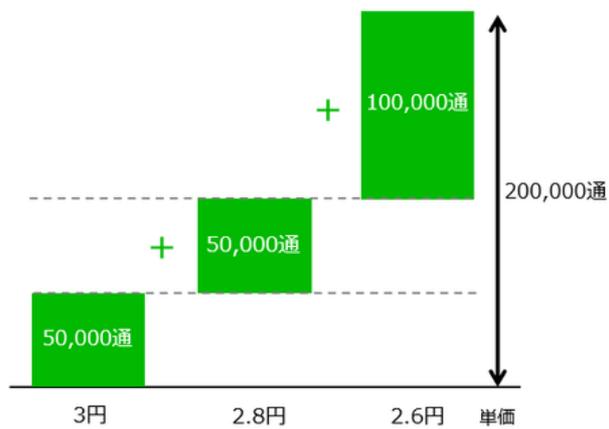
月額基本料金: 無料/5,000円/15,000円

+
 配信通数従量課金: 3円～
例)200,000通配信の場合
 (50,000通×3円)+(50,000通×2.8円)+(100,000通×2.6円)
 =550,000円

➡ **配信通数を制限**



**パーソナライズ
 LINE配信の
 需要増大**

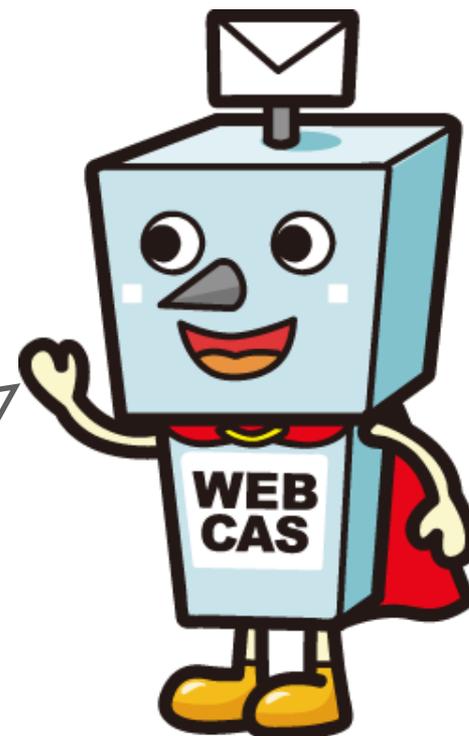


3. 2020年3月期の計画

1 業績目標

2 開発戦略

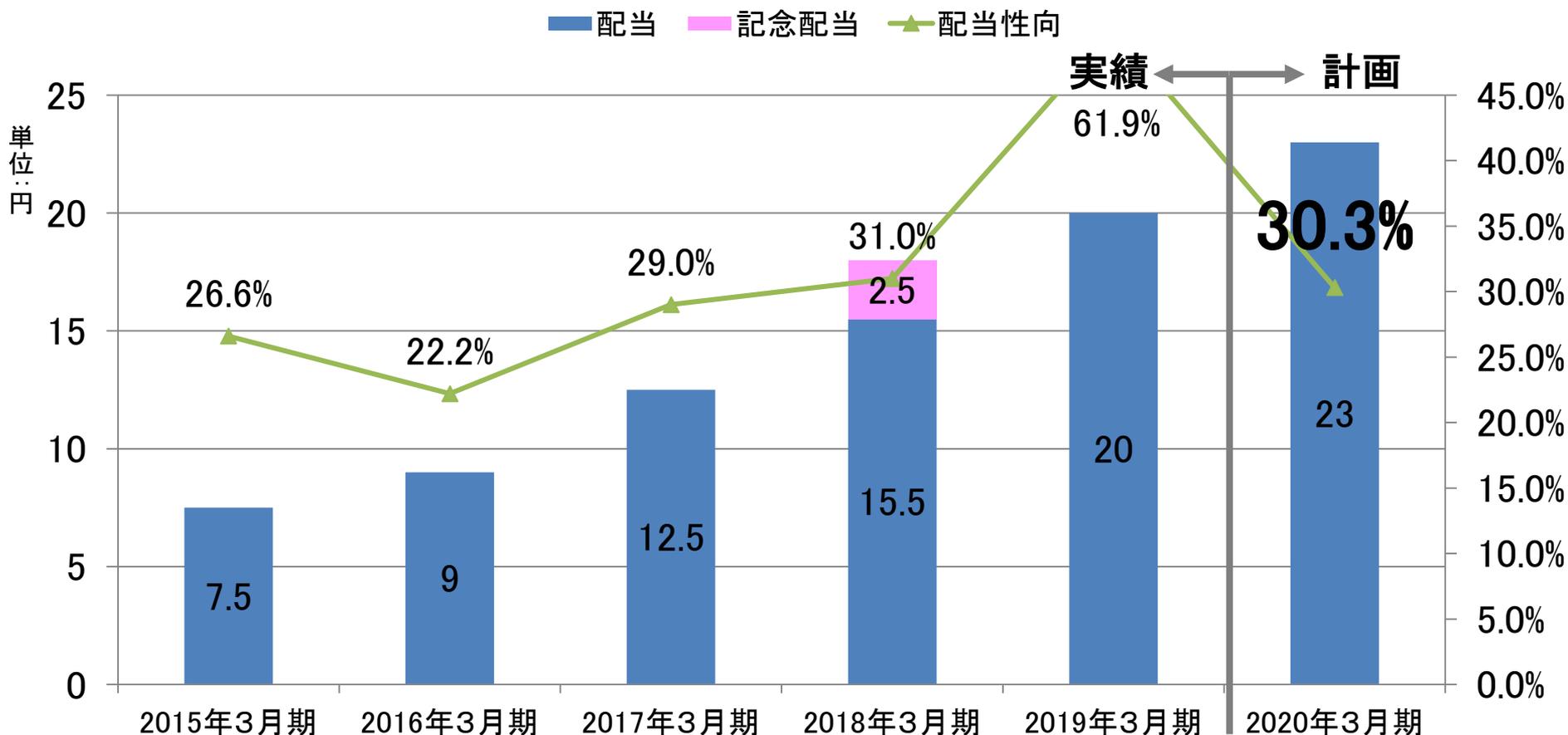
3 配当予想



3 配当予想

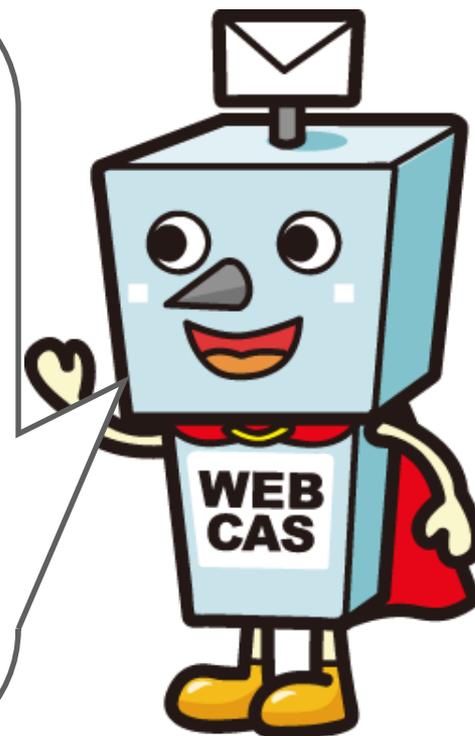
株主還元の考え方：配当性向30%前後の維持を目指す

2019年3月期は特別損失162百万円計上したことで最終利益が減少したが配当は変えてないため配当性向が大幅に向上した。



4. 事業概要

- 1 事業内容と製品・サービス概要
- 2 主な導入先
- 3 会社概要



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

コンサルティング事業

「WEBCAS(ウェブキャス)」
シリーズをより効果的に
ご活用いただくための
コンテンツ企画・制作等

オーダーメイド開発事業

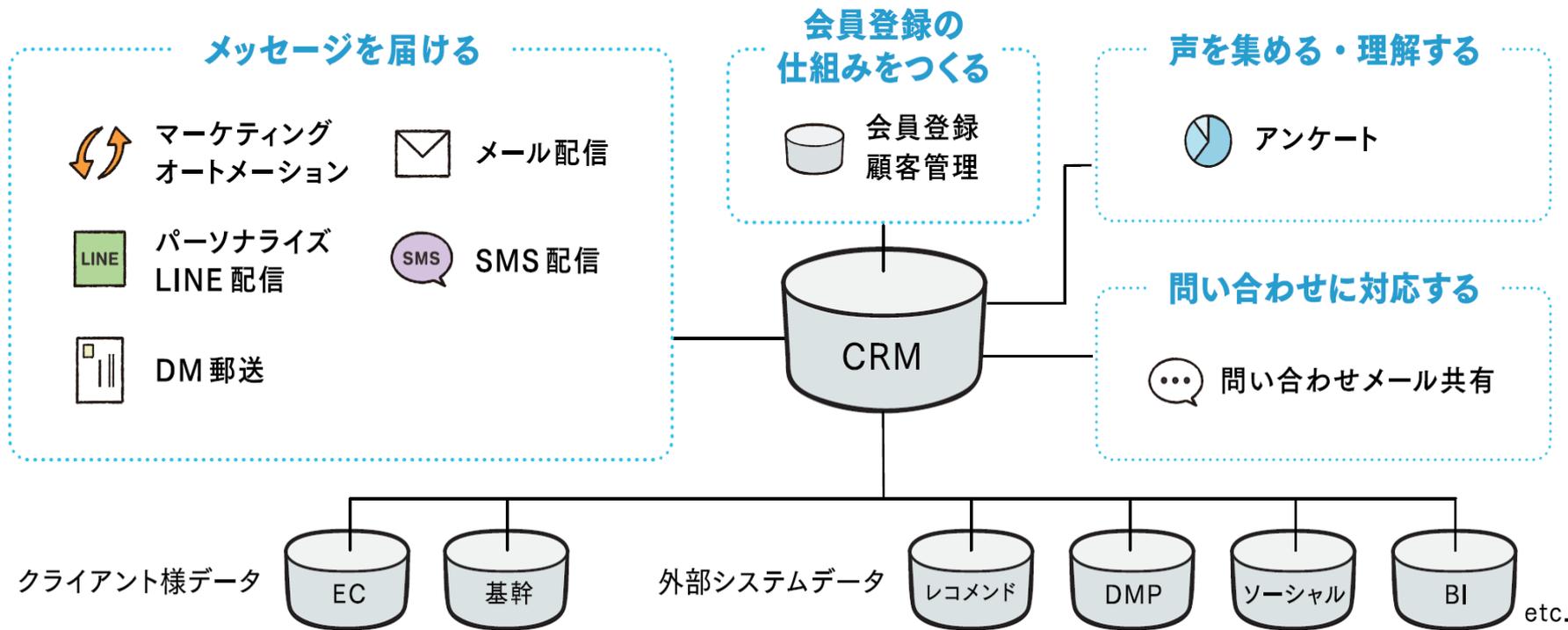
「WEBCAS(ウェブキャス)」
シリーズと関連性のある個別
システムの受託開発と保守

EC事業

ベビー服ECサイトの運営。

主な製品・サービスラインナップ

WEBCAS®





**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**

主力製品「メール配信システム WEBCAS e-mail」の配信性能

パッケージ導入版

毎時**300万通**
以上の高速生成!

クラウド版 SaaS

毎時**240万通**
以上の高速生成!



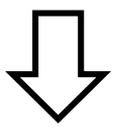
1つのシステムで、毎時300万通のOne to Oneメールを送れる超高速性
【業界最高水準】

2 主な導入先

**4,000社以上
の実績**

強い業種

- EC
- アパレル
- 化粧品
- 保険会社



**大手・中堅のBtoC企業が
販促利用**



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7-20-9 KDX西五反田ビル4F
- 設立 1995年4月
- 資本金 322百万円(2019年3月末現在)
- 役職員数 144人(2019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

ご清聴ありがとうございました。

本資料は株主・投資家などの皆さまに当社の経営方針、計画、財務状況などの情報をご理解いただくことを目的としており、当社の株式の購入、売却など、投資を勧誘するものではありません。

本資料において提供されている情報は、当社の現在の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績などに関する見通しであり、これらは、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいており、リスクや不確定な要因を含んでいます。実際の業績は、経済情勢、通信業界における競争状況、新サービスの成否などさまざまな要因により、これら業績などに関する見通しとは大きく異なることがあります。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・修正をおこなう義務を負うものではありません。



IRお問い合わせ

経営企画室長 藤田 雅志

TEL 03-6672-6788

e-mail azia_ir@azia.co.jp