

# 2019年12月期 2Q決算補足説明資料



Mission

ソーシャルテクノロジーで、  
世界中の人と企業をつなぐ



アライドアーキテクツは、日本はもちろんグローバルマーケットにおいても  
“独自のプロダクト”と“専門性の高いノウハウ”を効果的に活用し  
世界中の人と企業をつなぐことを目指しています

《アライドアーキテクツグループの3つの事業》

ファンリレーションシップ  
デザイン事業

企業とファン（企業に関心・愛着を持つ生活者）との最適な関係構築を目指し、企業のプロモーションやマーケティング活動の支援を実施

越境・インバウンド  
プロモーション事業

中国を中心とした越境EC市場やインバウンド市場に向けたプロモーション支援を実施

クリエイティブ  
プラットフォーム事業

海外の企業に対し、広告クリエイティブに特化したグローバルプラットフォーム「CREADITS®」を提供

# 各事業の概要

<p>事業の名称</p>	<p>ファンリレーションシップ デザイン事業</p>	<p>越境・インバウンド プロモーション事業</p>	<p>クリエイティブ プラットフォーム事業</p>
<p>市場領域 (顧客企業)</p>	<p>人を軸にした デジタルマーケティング支援 (主に日本企業)</p>	<p>主に中華圏向けの 越境・インバウンド支援 (日本企業・中国企業)</p>	<p>グローバルの デジタル広告クリエイティブ制作 (海外企業)</p>
<p>ビジネス モデル</p>	<p>企業のマーケティング課題に対し 独自開発のプロダクトと 多様なソリューションを提供</p>	<p>インフルエンサープロモーションを軸に 中華圏向けプロモーションの支援を実施</p>	<p>「CREADITS®」を通じて 多種多様な広告クリエイティブや クリエイティブサービスを提供</p>
<p>成長 ステージ</p>	<p><b>成長加速</b> サブスクリプション型プロダクトと ソリューションが順調に増加</p>	<p><b>事業育成</b> 複数の成功事例を元に 拡販を図る</p>	<p><b>事業育成</b> 今後の成長に向けて 新しいモデルが順調に増加</p>

# 主要事業のグループ会社一覧

## ファンリレーションシップ デザイン事業

## 越境・インバウンド プロモーション事業

## クリエイティブ プラットフォーム事業

親会社



アライドアーキテクト株式会社 (日本)

連結子会社



AiCON TOKYO  
株式会社 (日本)

連結子会社

CREADITS Creadits Pte. Ltd.  
(シンガポール)

持分法適用関連会社



株式会社ファンベース  
カンパニー (日本)

持分法適用関連会社



Vstar Japan  
株式会社 (日本)

非連結子会社



Allied Tech Base Co.,Ltd.  
(ベトナム・ハノイ)

非連結子会社



Allied Tech Camp Co.,Ltd.  
(ベトナム・ホーチミン)

非連結孫会社

Creadits  
Philippines Inc.  
(フィリピン)

非連結孫会社

Creadits Inc.  
(アメリカ)

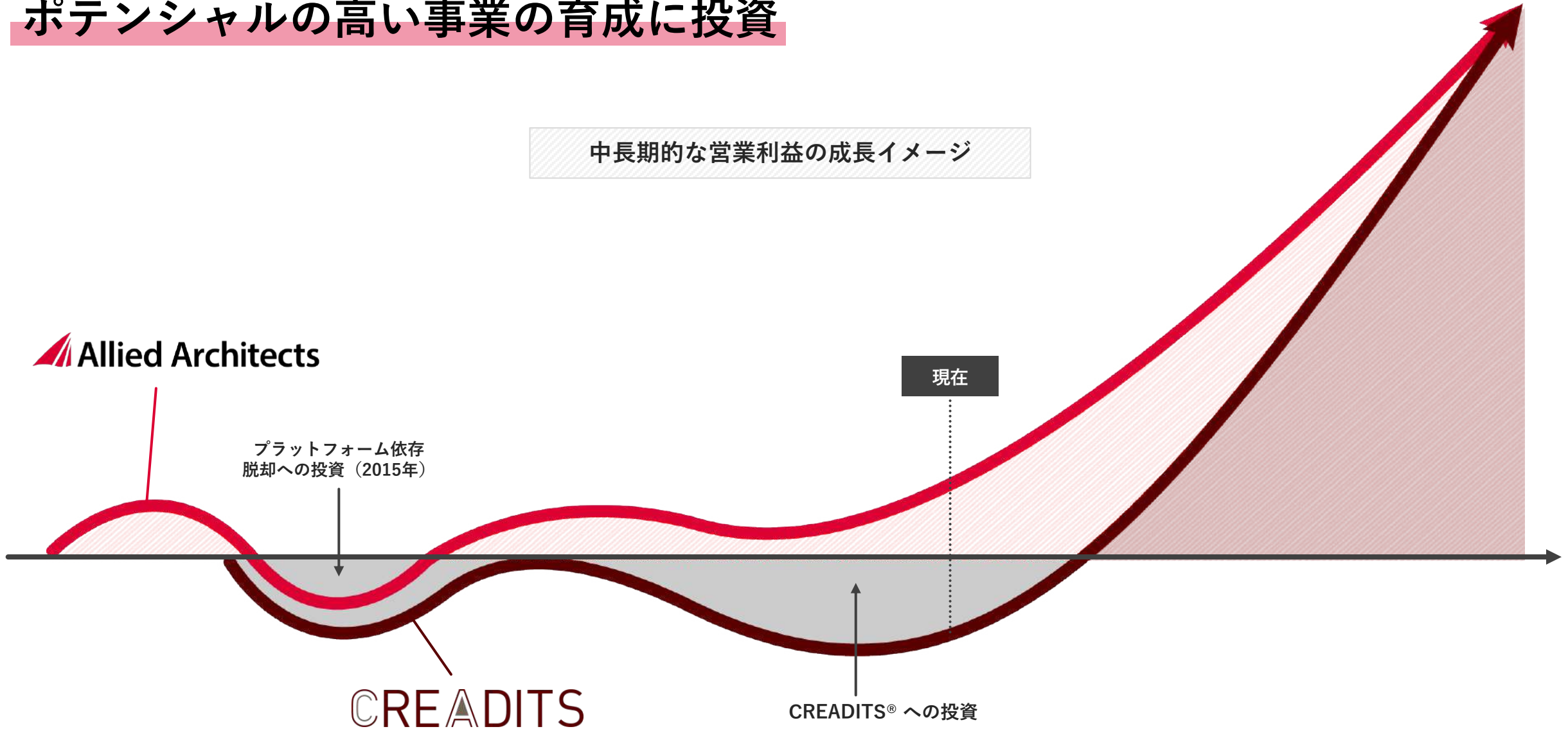
※ 1：非連結子会社及び非連結孫会社のすべての取引は原則として親会社もしくは連結子会社との取引であり、連結財務諸表に与える影響が軽微のため、非連結会社としております。

※ 2：株式会社ファンベースカンパニーは2019年5月7日に設立されました。

※ 3：上記のほか持分法適用関連会社が1社あります。

# 中長期的な成長のため国内事業の利益（資金）を ポテンシャルの高い事業の育成に投資

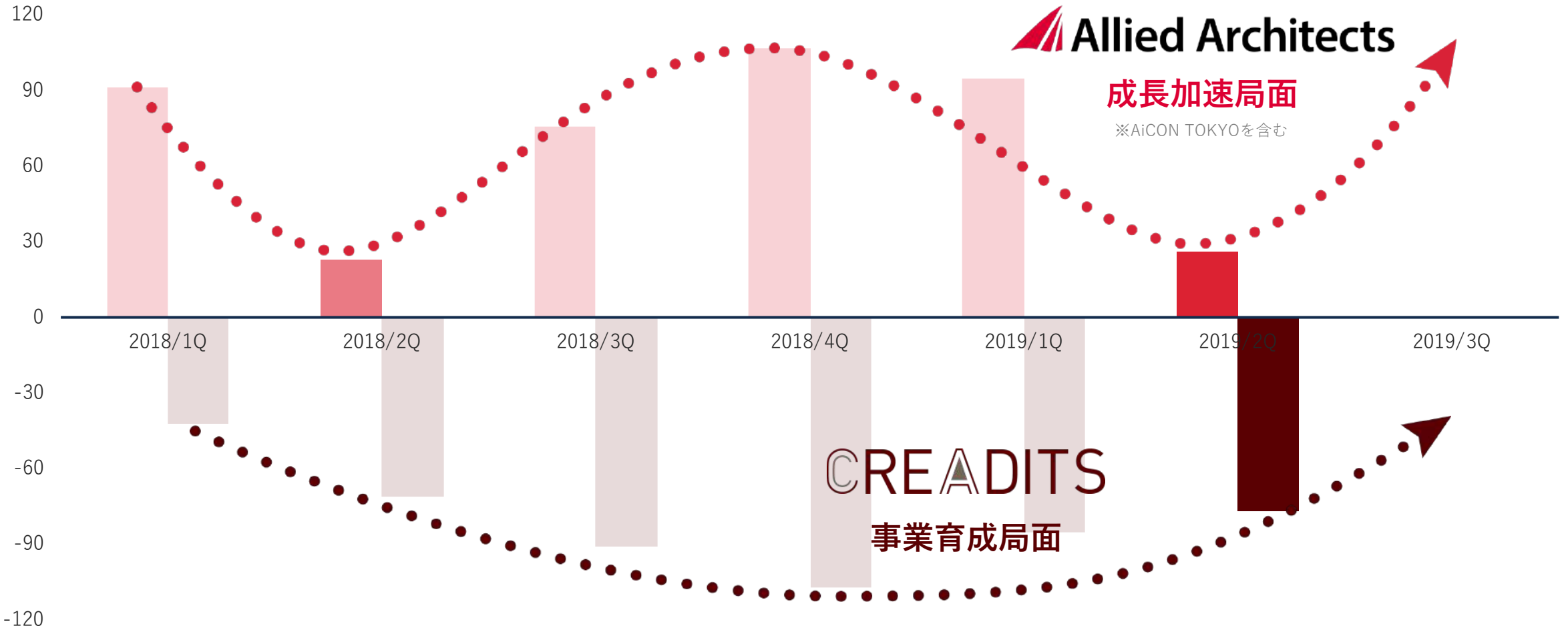
中長期的な営業利益の成長イメージ



# アライドアーキテクツ単体は例年通り季節要因での減少も引き続き堅調 CREADITSはボトムアウトし今期中の単月黒字化見込み

営業利益 会社別推移

単位：百万円



Allied Architects

成長加速局面

※AiCON TOKYOを含む

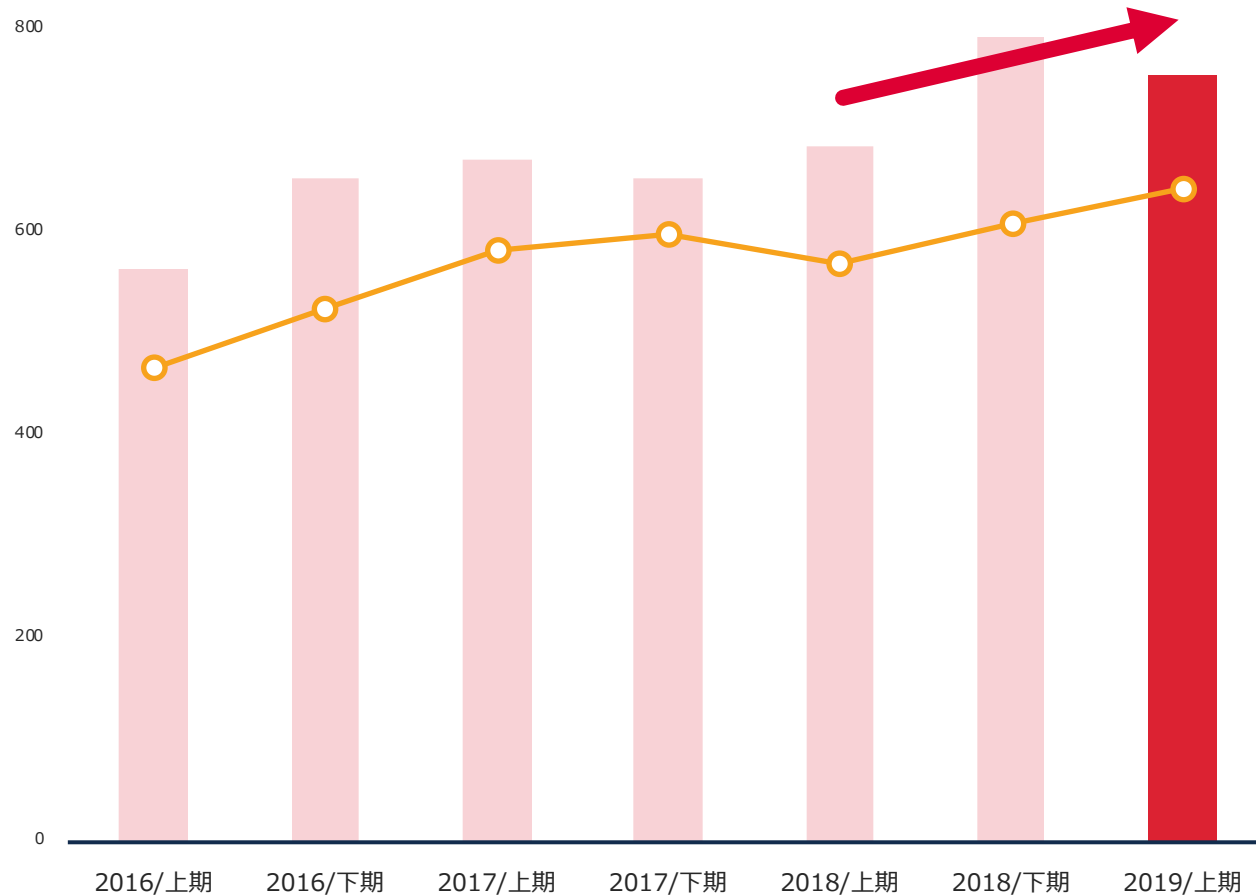
CREADITS

事業育成局面

## アライドアーキテクト単体※ 売上総利益・販管費推移

※AiCON TOKYOを含む

単位：百万円

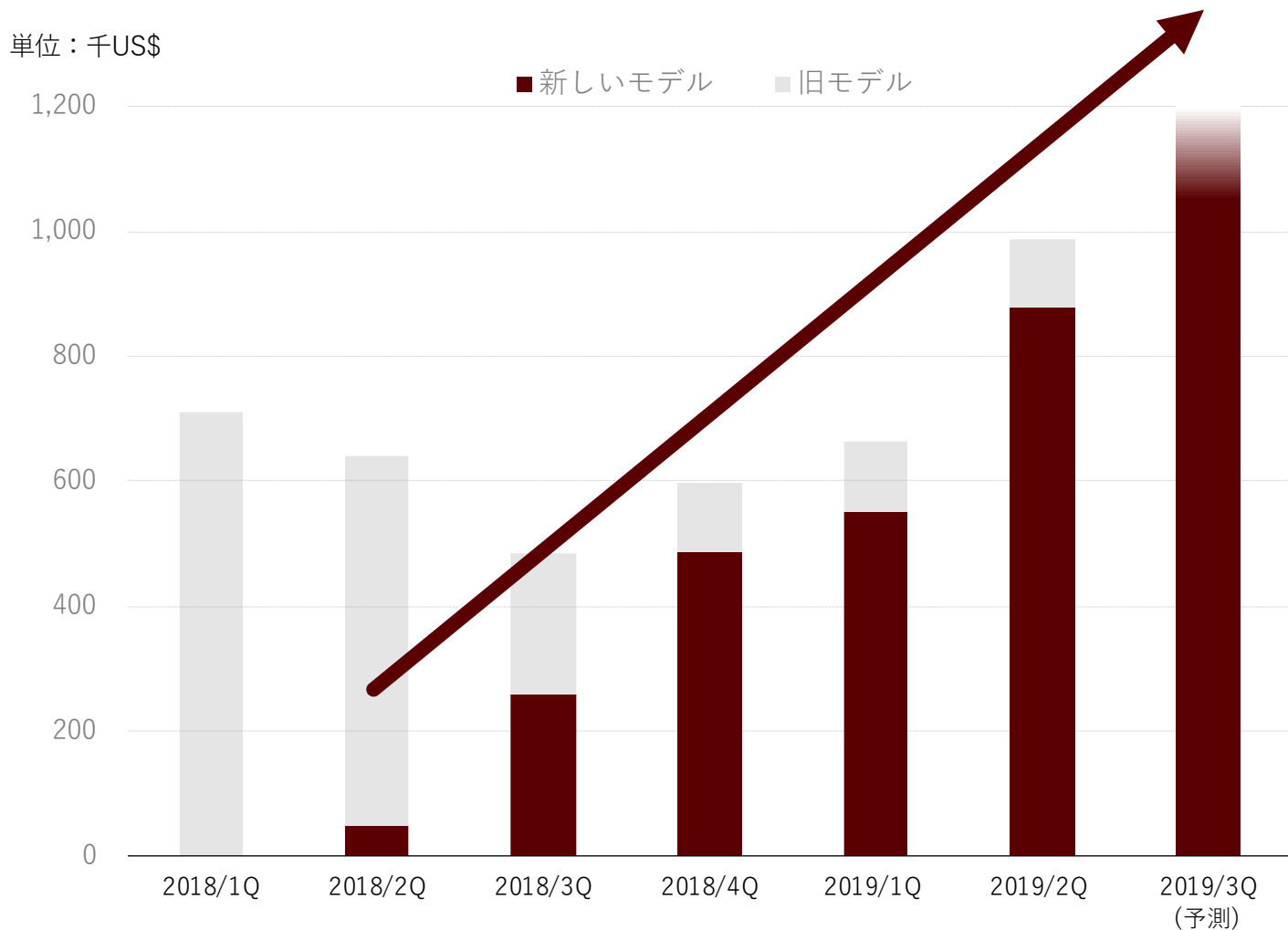


## 単体の売上総利益は 順調に増加

- アライドアーキテクト単体※の売上総利益は前年同期対比で**13%増加** ※AiCON TOKYOを含む
- 販管費の増加は、主にコストメリットのあるベトナムで開発拠点を増強したことによるもの

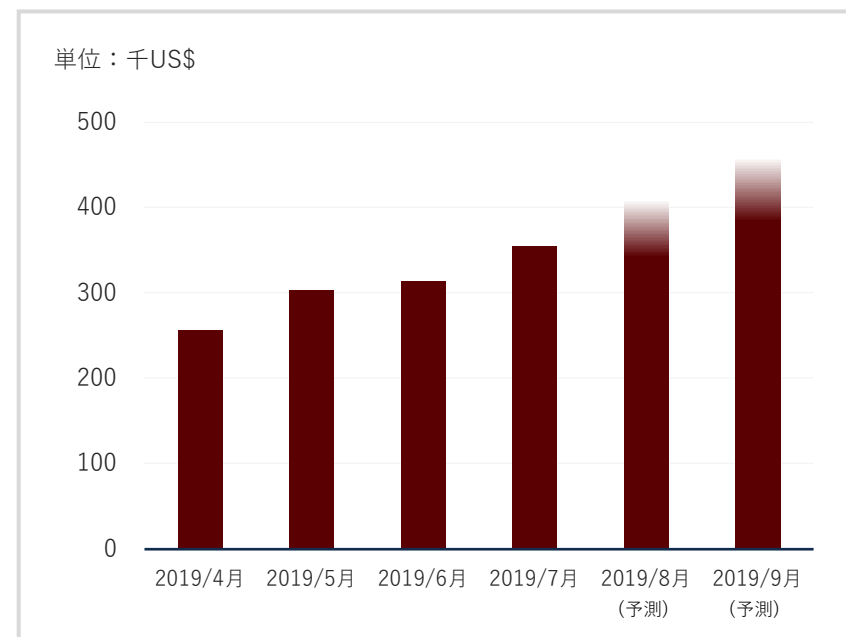


「CREADITS®」サービス売上高推移



## サブスクリプション 売上高が順調に伸長

- 3Q売上高も引き続き増加見込み



※：2018/2Qに主要サービス「CREADITS® (旧ReFUEL4®)」のモデルを変更。  
詳細はp.42参照

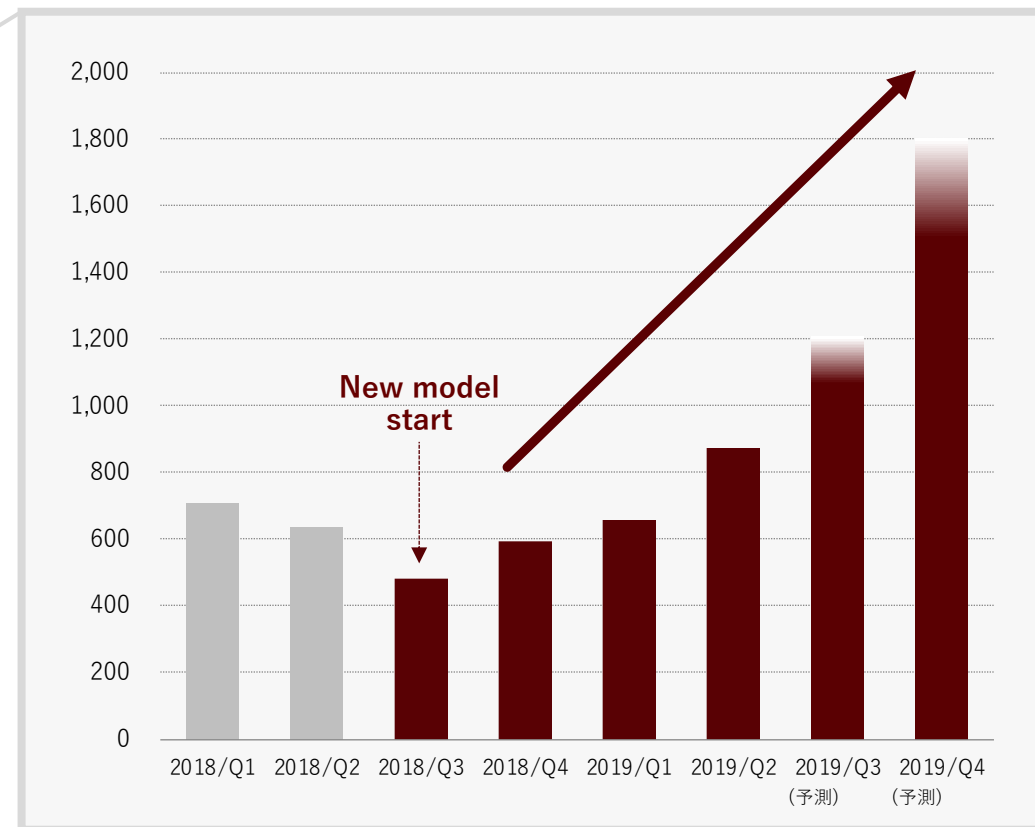
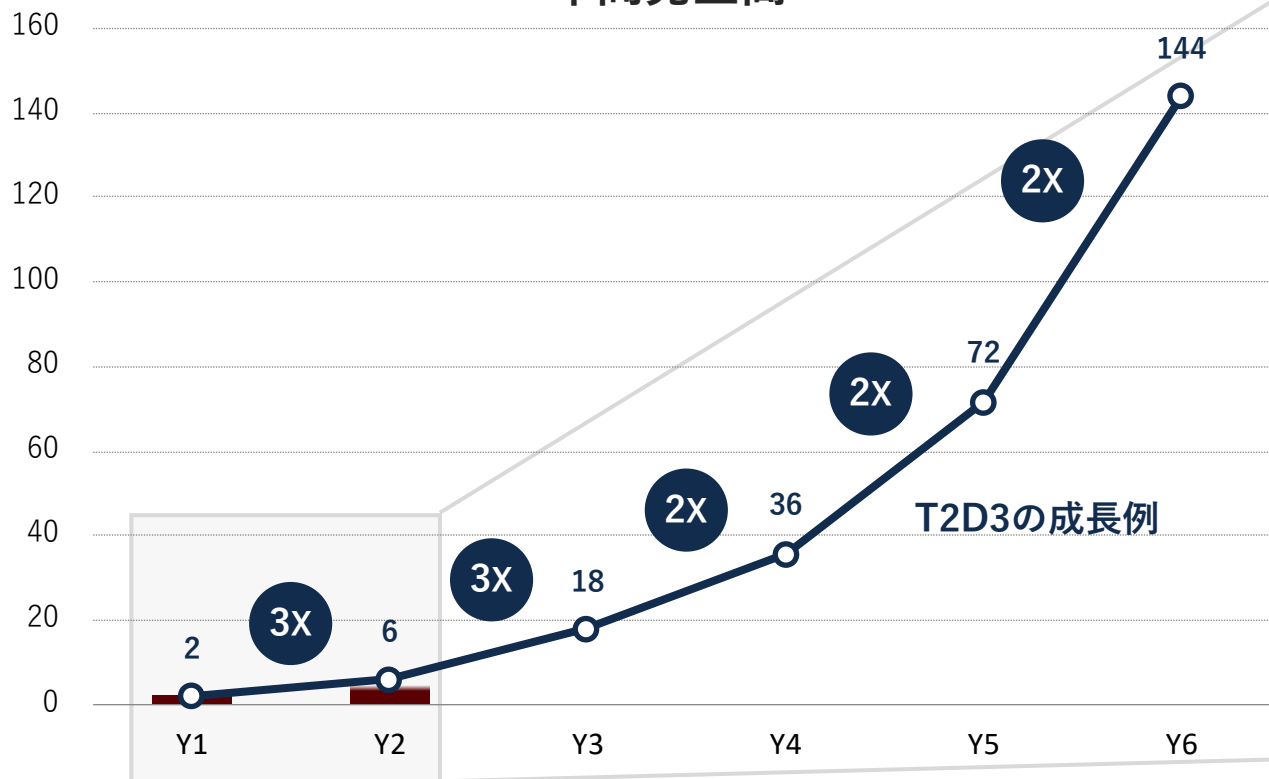
CREADITSは、グローバルマーケット (※) において

※地域別売上高比率：北米約60%、欧州約20%、中国約20%

サブスクリプション売上高の拡大を通じた企業価値向上を目指す

単位：百万US\$

年間売上高



“T2D3(Triple, Triple, Double, Double, Double)”とは、年間売上高がUS\$ 1-2million (約1億円~2億円) から5,6年でUS\$ 100million (約100億円) まで成長するためのベンチマークとして用いられており、過去に急速に成長したSaaS企業の実績をもとにしたフレームワークです。翌年度以降の売上高が初年度と比較して、3倍、3倍、2倍、2倍、2倍で成長することを意味します。


# 目次

1. 決算概要
2. 事業戦略



# 決算概要



 **Allied Architects**

CREADITS

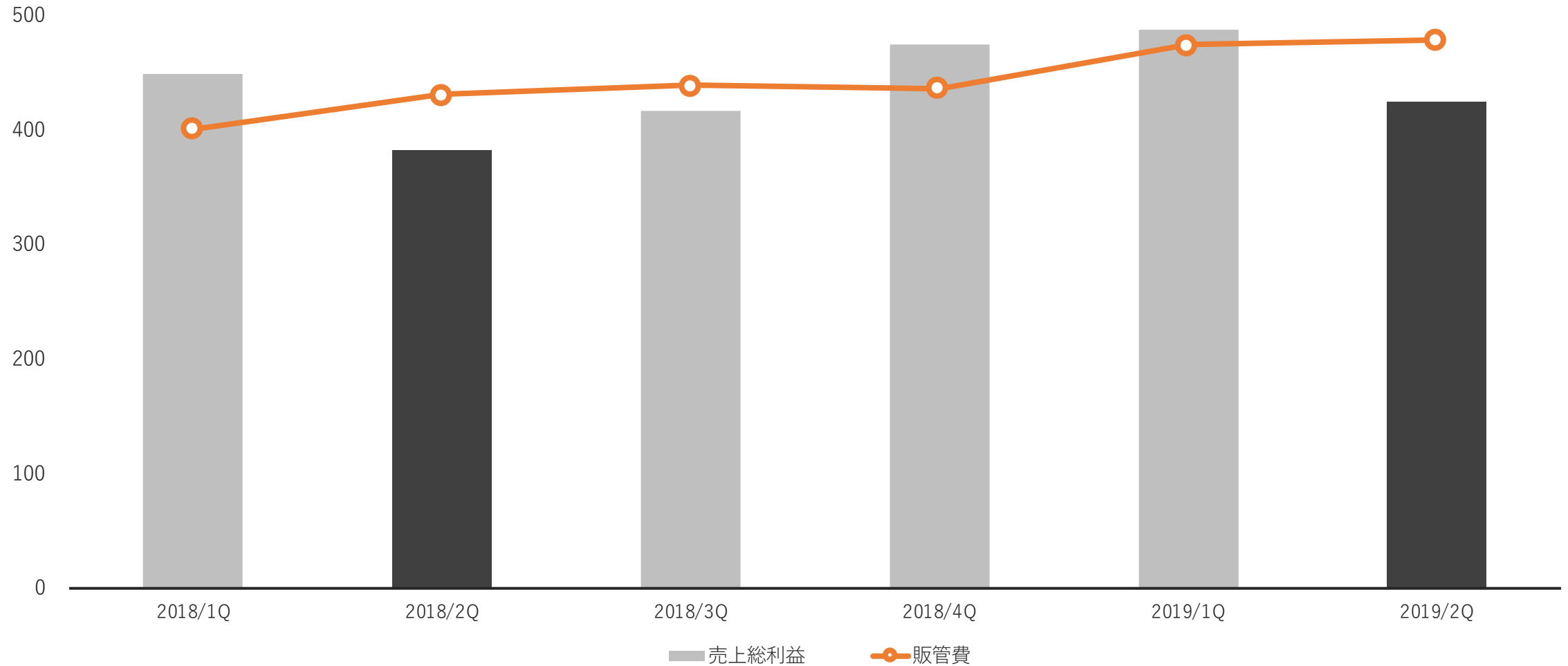
# 2019年12月期 2Q (連結) サマリー

連結		
【売上高】	【売上総利益】	【営業利益】
<p><b>2,051</b> 百万円</p> <p>前年同期対比 7%減</p>	<p><b>913</b> 百万円</p> <p>前年同期対比 10%増</p>	<p><b>△41</b> 百万円</p> <p>前年同期対比 △41百万円</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● CREADITS社において 昨年2Qより利益率の低い海外 SNS広告を実施しなくなったこと による減少 (△424百万円)</li> <li>● 海外SNS広告を除くと、前年同 期対比で16%増加</li> <li>● アライドアーキテクト単体は 前年同期対比で16%増加 (AiCON TOKYO含む)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アライドアーキテクト単体は 前年同期対比で13%増加 (AiCON TOKYO含む)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アライドアーキテクト単体は 121百万円 (AiCON TOKYO含む)</li> <li>● CREADITSは△162百万円 (連結相殺前)</li> </ul>

# 売上総利益・販管費（連結推移）

連結売上総利益は季節要因により1Q比で減少も、前年同期対比 11%増加

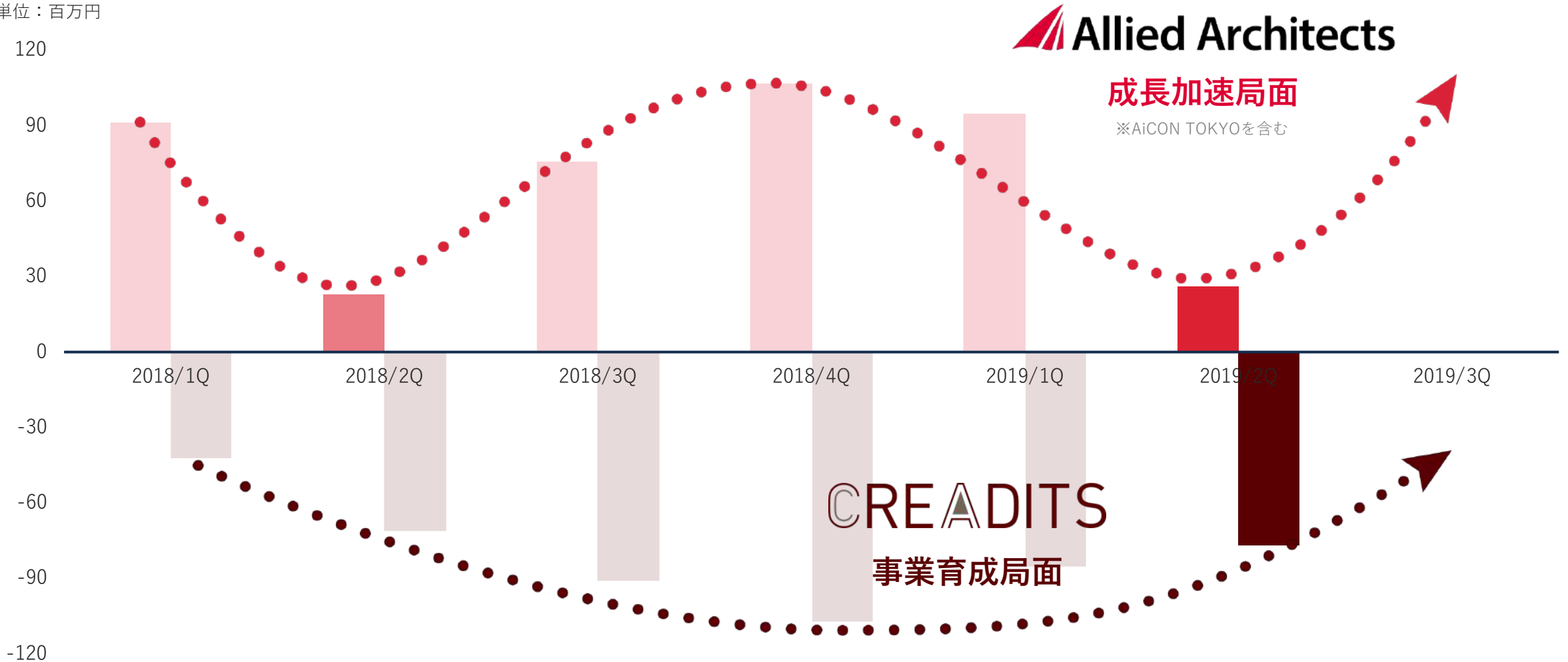
単位：百万円



# 営業利益（会社別推移）

アライドアーキテクト単体は前年同期対比で増加  
 CREADITSも2018年4Qをボトムに営業損失が減少

単位：百万円



# 事業戦略



 **Allied Architects**

CREADITS



## ファンリレーションシップ デザイン事業

企業とファン（企業に関心・愛着を持つ生活者）との最適な関係構築を目指し、企業のプロモーションやマーケティング活動の支援を実施

## 越境・インバウンド プロモーション事業

中国を中心とした越境EC市場やインバウンド市場に向けたプロモーション支援を実施

## クリエイティブ プラットフォーム事業

海外の企業に対し、広告クリエイティブに特化したグローバルプラットフォーム「CREADITS®」を提供

# ファンリレーションシップデザイン事業



# Fan Relationship Design



SNSマーケティング  
支援



ファンマーケティング  
支援



UGCマーケティング  
※  
支援

※Webサイトのユーザーによって作成・制作された  
コンテンツ（User Generated Contents）の総称

近年、マーケティング市場で「企業に関心・愛着を持つ生活者＝ファン」という概念の認知が進み、広告主企業はこれらをビジネスに活用すべくSNSやWebサイトを駆使してファン作りやファンとの交流に努めています。

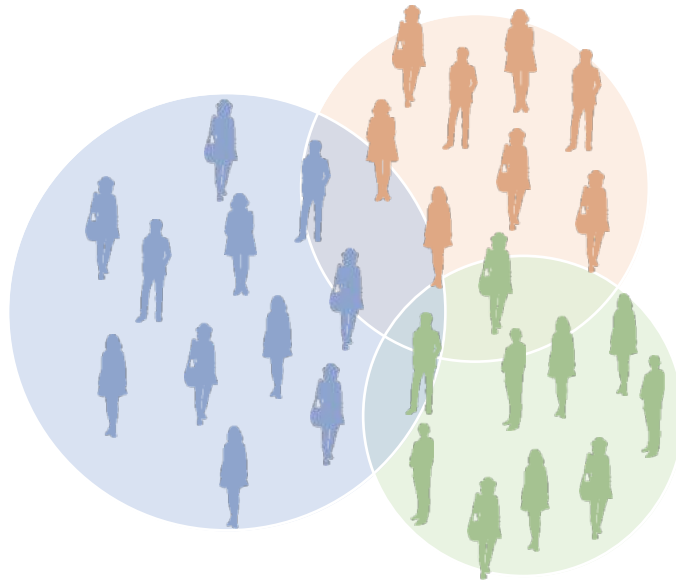
しかしその一方で、「ファン」という言葉の持つ意味が多様化し、マーケティング施策も複雑化しているのが実情です。

こうした背景から当社は、企業に対する関心や愛着のみならず「企業が発するメッセージに共感し、企業とのコラボレーション（共同作業）を楽しむ生活者」を、次世代のファンと独自に再定義し、ファンと企業との最適な関係構築の実現を目指し、3つの領域でサービスを展開しています。

## 「個人の嗜好の多様化」と「個人の情報発信力・影響力の拡大」

- デジタル化が進み、情報があふれる中で個人の嗜好が多様化
- ソーシャルメディア等の普及により、個人の情報発信力が拡大
- 個人が発信した情報が他人の意思決定に与える影響力も拡大

マスメディア中心

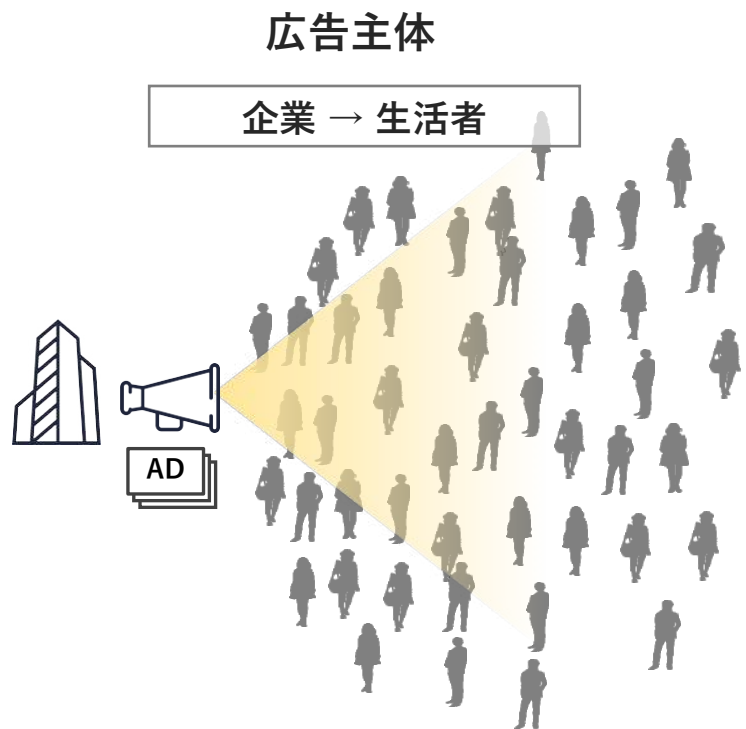


メディアの多様化



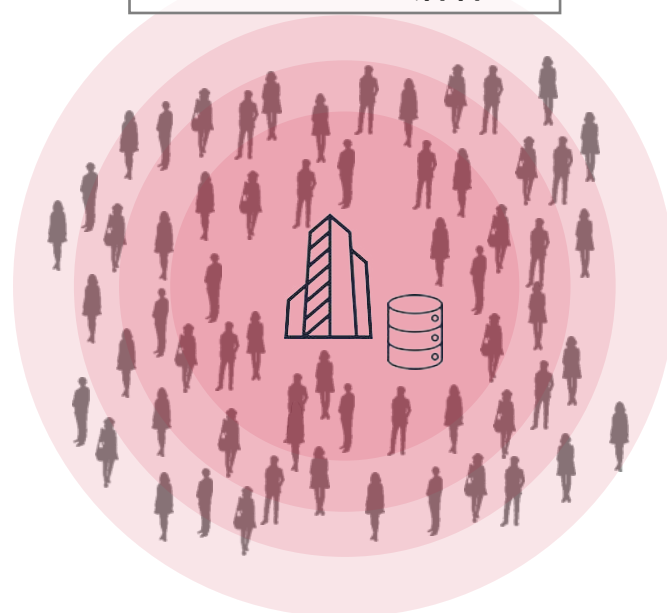
## 人を軸にした新しいマーケティングインフラの提供

- 顧客企業のファン（企業に関心・愛着を持つ生活者）を可視化し、ファンとの関係を深め、ファンが新しいファンを呼ぶような循環を生む、人を軸にした新しいマーケティングのインフラを企業に提供



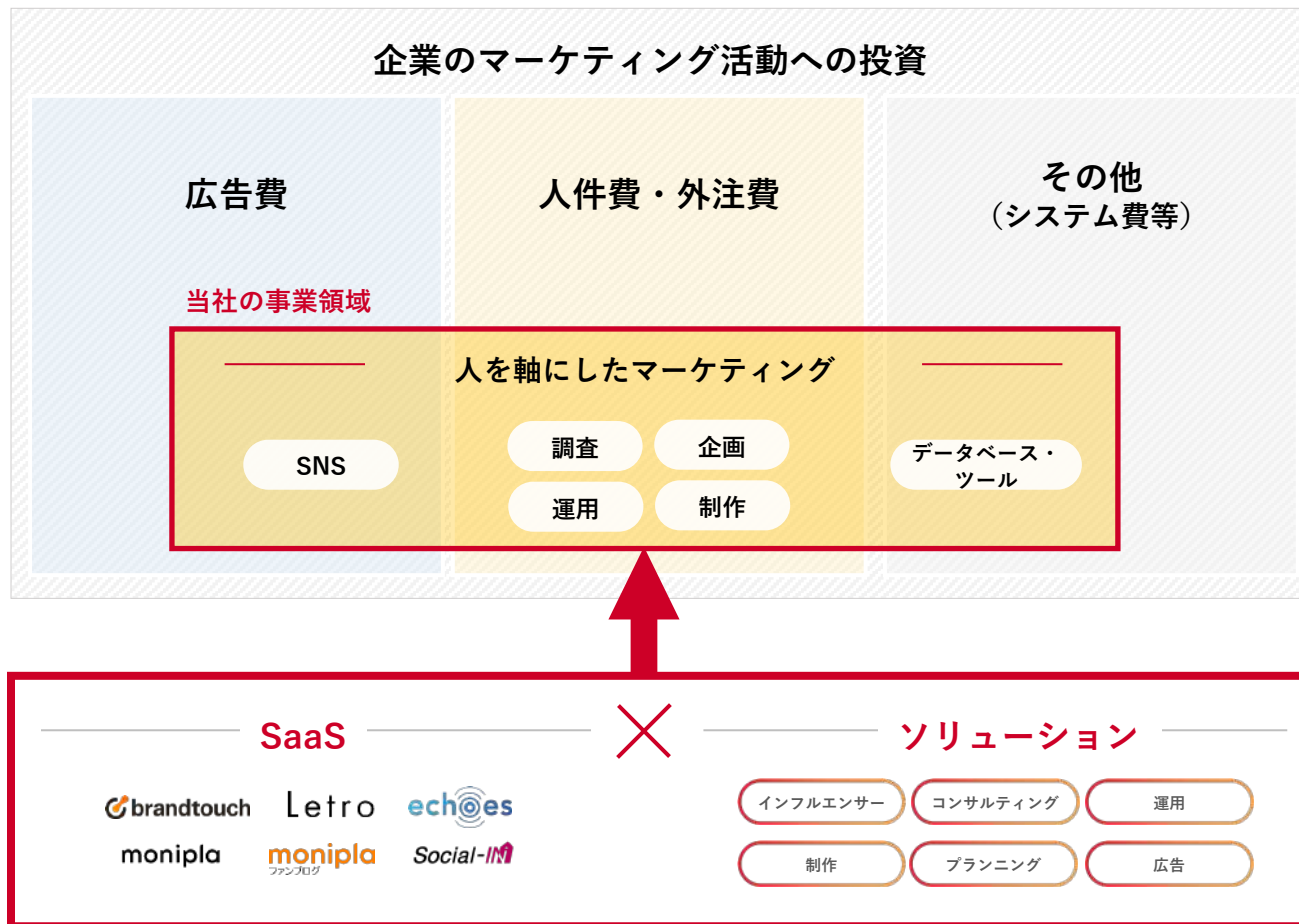
口コミ主体

ファン → 生活者



## 企業のマーケティング課題に適した “独自のプロダクト”と“ソリューション”を提供

- 企業のマーケティング課題を  
人を軸にした独自プロダクトとソリュー  
ションで解決
- 企業の広告費・販促費の効果的な利用を  
促すだけでなく、インフラの提供で  
人件費・外注費・システム費も代替



## 人を軸にした マーケティングサービス (SaaS・ソリューション)



- 市場のニーズに合わせた新規サービスを続々リリース
- 豊富な支援実績に基づくノウハウとユーザーデータベース

## 開発力 プロダクト創出力



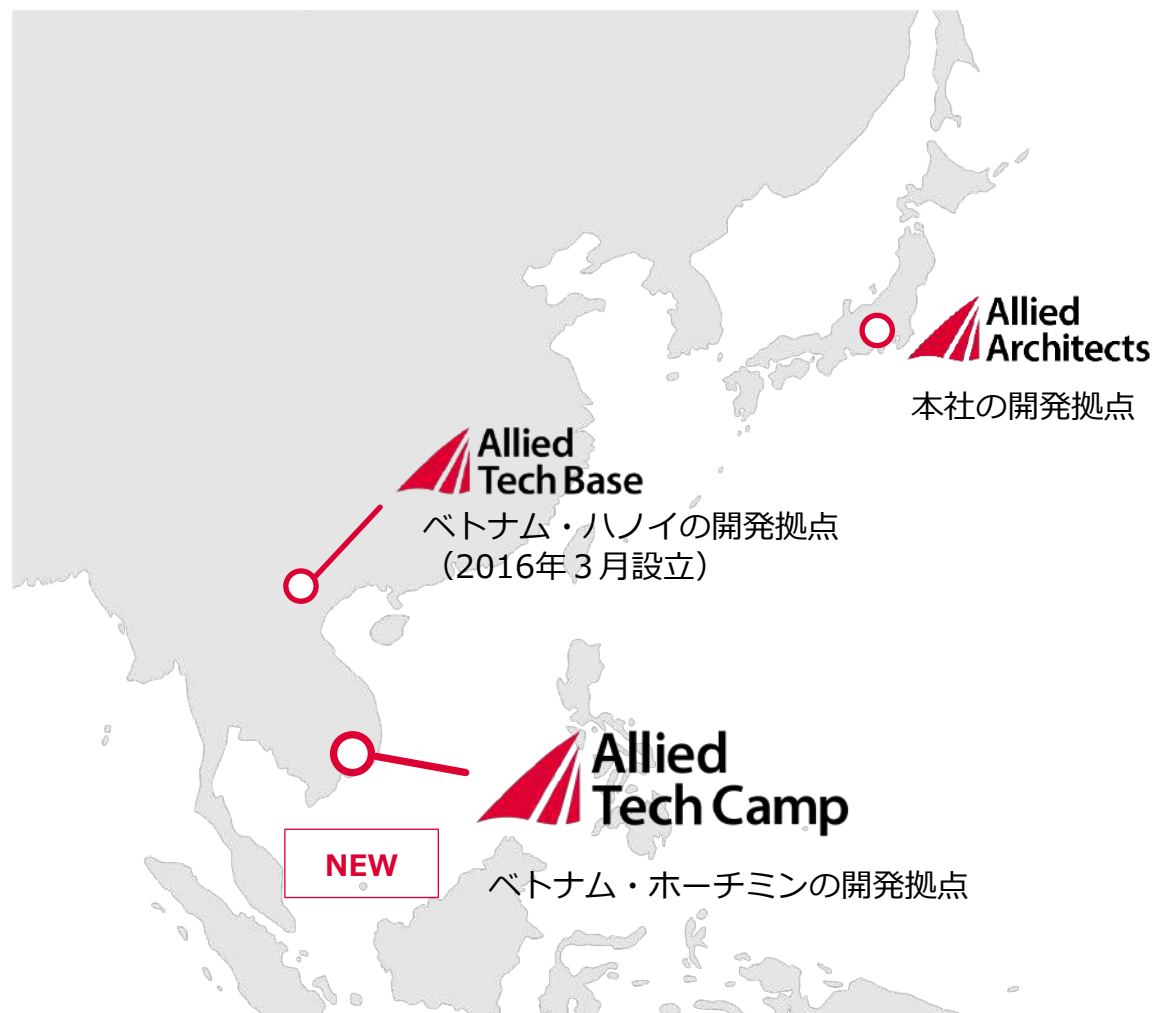
- ベトナム・ハノイに加え、ホーチミンにも開発拠点を設置
- 海外の優秀なエンジニア人材の獲得・強化が順調に伸長

## 外部との リレーション



- ファンベースの提唱者である佐藤尚之（さとなお）氏、野村HDと合弁会社を設立
- 著名クリエイターを招聘し動画制作に特化した事業を展開

## ベトナム開発会社の出資持分取得（子会社化）手続き完了



- エンジニアの獲得競争が激化する中で、海外のオフショア拠点の買収手続きが完了
- 開発力強化のために、エンジニア総数は増加
- 今後も独自性の高いプロダクト開発を推進し、業容拡大を目指すために、開発スピードや品質の向上を図る



## 企業のニーズに合わせて、戦略的に提案を変えることで 顧客単価の増加と顧客数の拡大を目指す



# 越境・インバウンドプロモーション事業

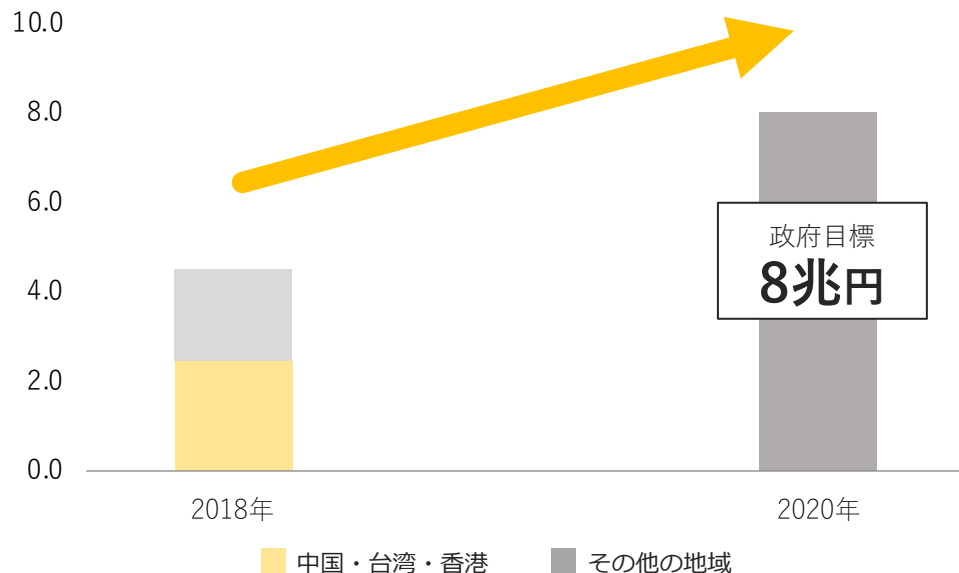


## 中華圏に向けたプロモーションニーズが拡大

- 中国では日本以上にデジタル化・EC化が加速
- 日本から中国への越境EC市場、中華圏のインバウンド市場は急速に拡大
- 中国特有のSNS等を活用したプロモーション支援ができる企業が少ない

### 訪日外国人旅行消費額推移

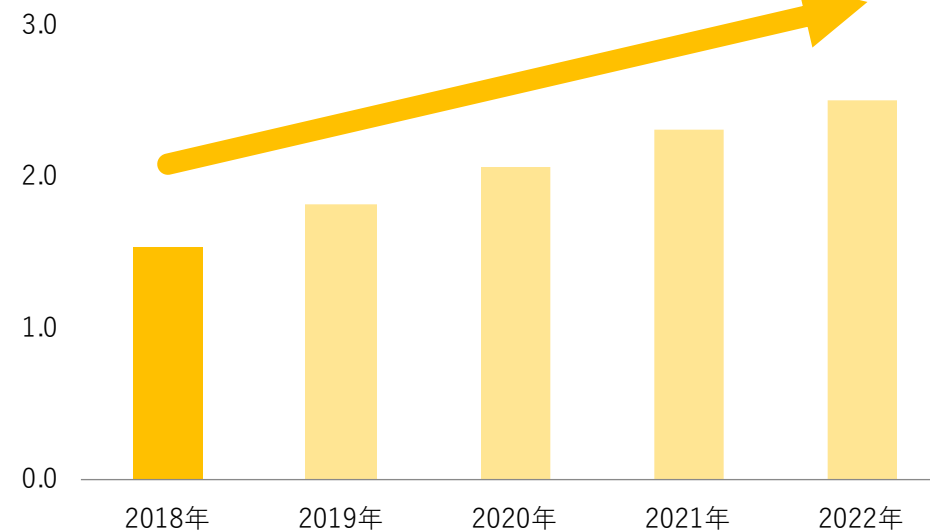
単位：兆円



(出典：国土交通省 観光庁「訪日外国人の消費動向 2018年年次報告書」)

### 越境EC (日本→中国) 市場規模

単位：兆円



(出典：経済産業省「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」)

## 日本の良いモノ・コトを世界（現在は中国にフォーカス）に広めること

- 日本の優れた商品・サービス、観光地などを中華圏に広めること
- 現地代理店には困難な、日本企業だからこそできる独自のサービスを提供



## インフルエンサープロモーションを軸に 中華圏向けプロモーションの支援を実施

### インフルエンサー プロモーション



独自サービスの「VSTAR」、国内独占販売プロダクトの「WEIQ」等を活用し、中国のSNS「Weibo」「WeChat」のインフルエンサーを通じて、10億人以上のユーザーに効果的なプロモーションが可能

### 口コミ生成



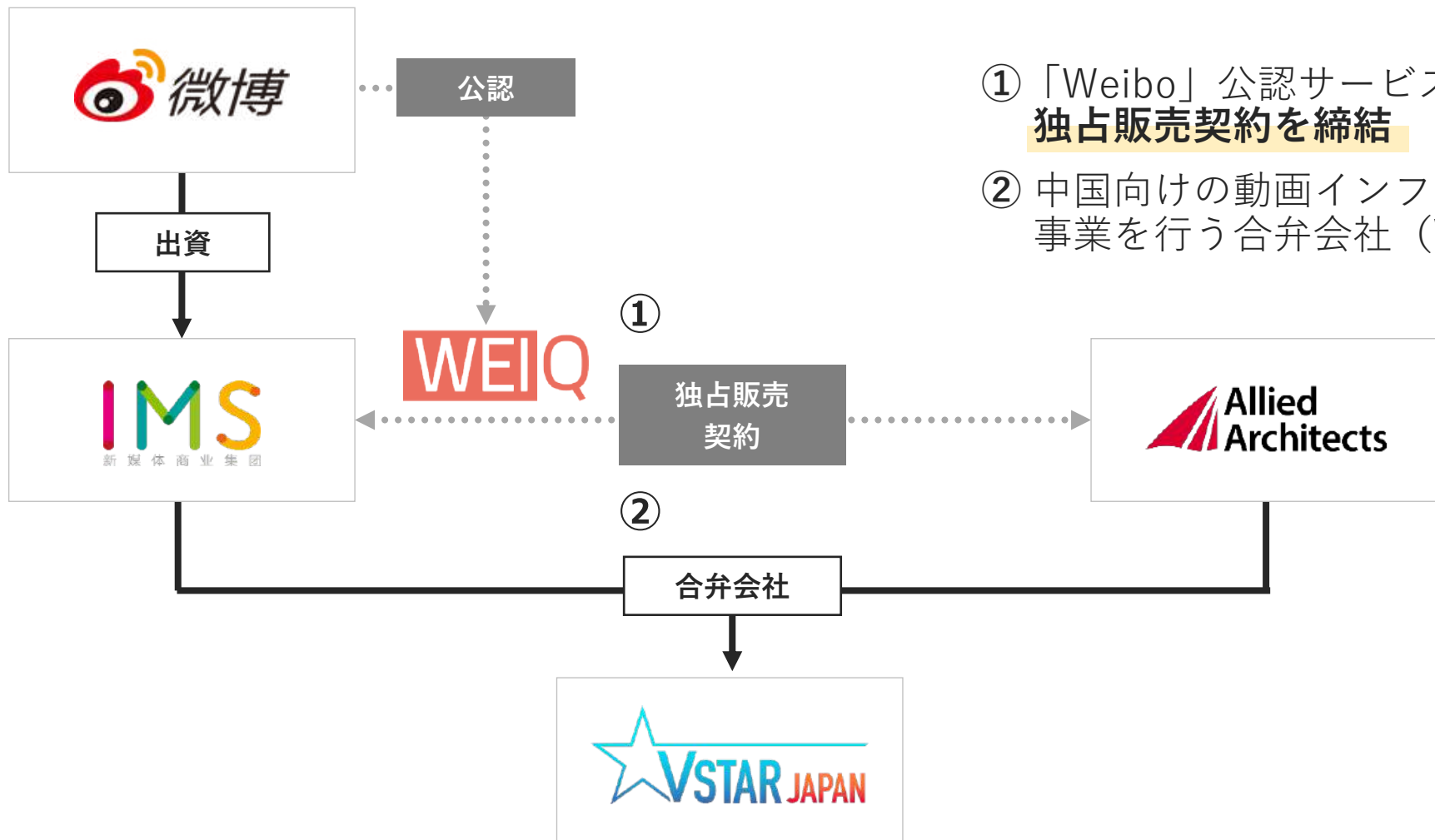
在日中国人に商品・サービスの「体験」機会を提供し、中国で一般的に使われる「簡体字」での口コミ生成を安価かつ短期間で実現できる独自サービスを提供

### 広告・アカウント運用



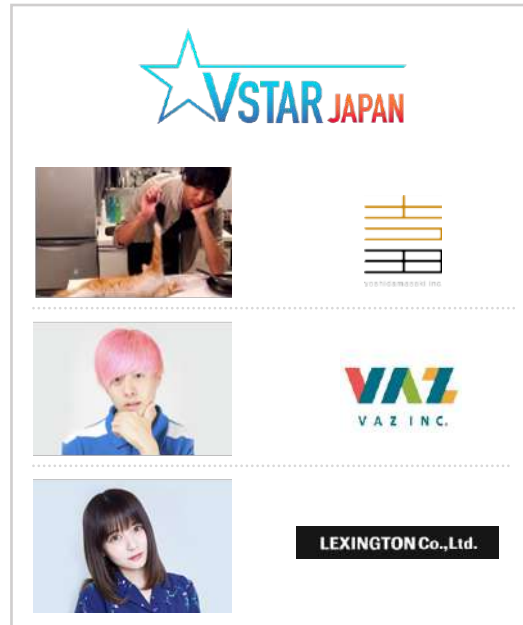
- 「WeChat」「QQ」などのTencent社のメディアや「Weibo」等に対して広告を配信
- 公式アカウントの開設から配信コンテンツの作成、フォロワー獲得、アカウントの運用まで幅広く支援

## 「Weibo」グループの公式マーケティング会社（IMS社）と提携



- ① 「Weibo」公認サービス「WEIQ」の日本における独占販売契約を締結
- ② 中国向けの動画インフルエンサーマーケティング事業を行う合併会社（Vstar Japan株式会社）を設立

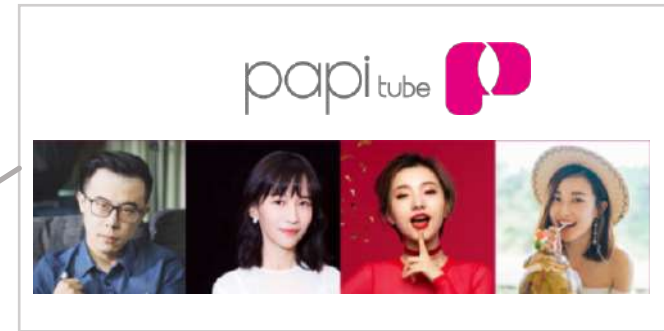
## 在日・在中インフルエンサーネットワークを活用することで インバウンド・越境EC双方に向けたプロモーションニーズに対応可能



インフルエンサーの育成や  
在日インフルエンサーネット  
ワークを活用したプロモーションが可能

**在日**  
インバウンドに効果的

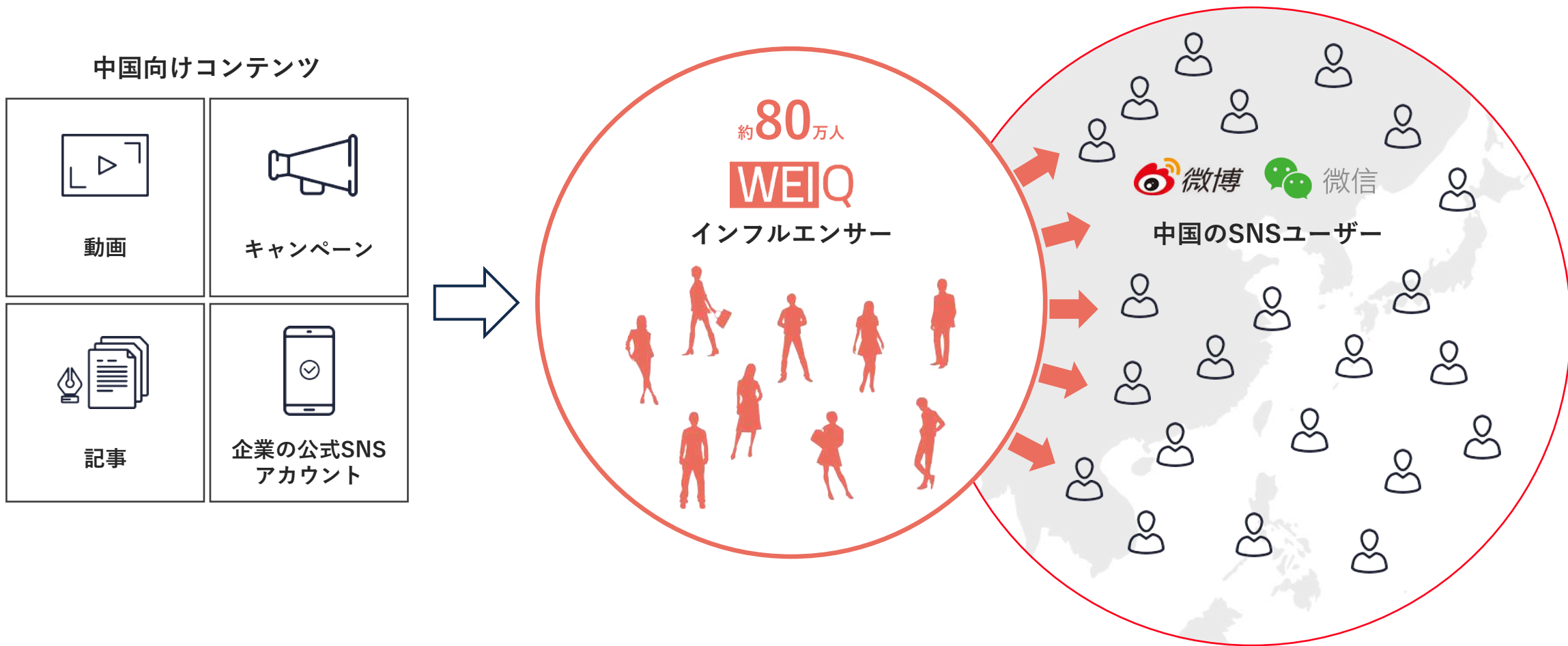
**在中**  
越境ECに効果的



中国で圧倒的な人気を誇る動画クリエイターが所属する事務所等との提携や、トップインフルエンサーからマイクロインフルエンサーまで約80万人の在中インフルエンサーが登録しているサービス (WEIQ) の独占販売権の保有など、独自性の高いプロモーションが可能



## 約80万人のインフルエンサーが登録する中国最大級のインフルエンサーネットワーク「WEIQ」の取り扱いが日本で唯一可能





## 在日中国人による口コミを収集・活用できる独自プロダクト「チャイナタッチ」を提供

- 全国の在日中国人に商品・サービスの「体験」機会を提供し、中国で一般的に使われる「簡体字」での口コミ生成を安価かつ短期間で実現できるサービス
- 生成されたクチコミは「微博(Weibo)」や「微信(WeChat)」などの中国の大手SNSや近年急成長するSNS型ECアプリ「小紅書(RED)」等で広告コンテンツとして拡散することや越境ECサイトへの掲載等の二次利用が可能



# クリエイティブプラットフォーム事業



CREADITS

## デジタル広告クリエイティブニーズの急速な拡大

- グローバルでのデジタル広告市場の急激な拡大に伴い、企業において広告クリエイティブに関するニーズが拡大
- メディアや配信先別に、企業の目的に即したクリエイティブや戦略立案が必要
- 企業が抱えられるクリエイターのリソースや能力に限界 (BtoB領域でもシェアリングエコノミーのニーズが拡大)

日本のデジタル広告市場

約1.5兆円

2022

2018

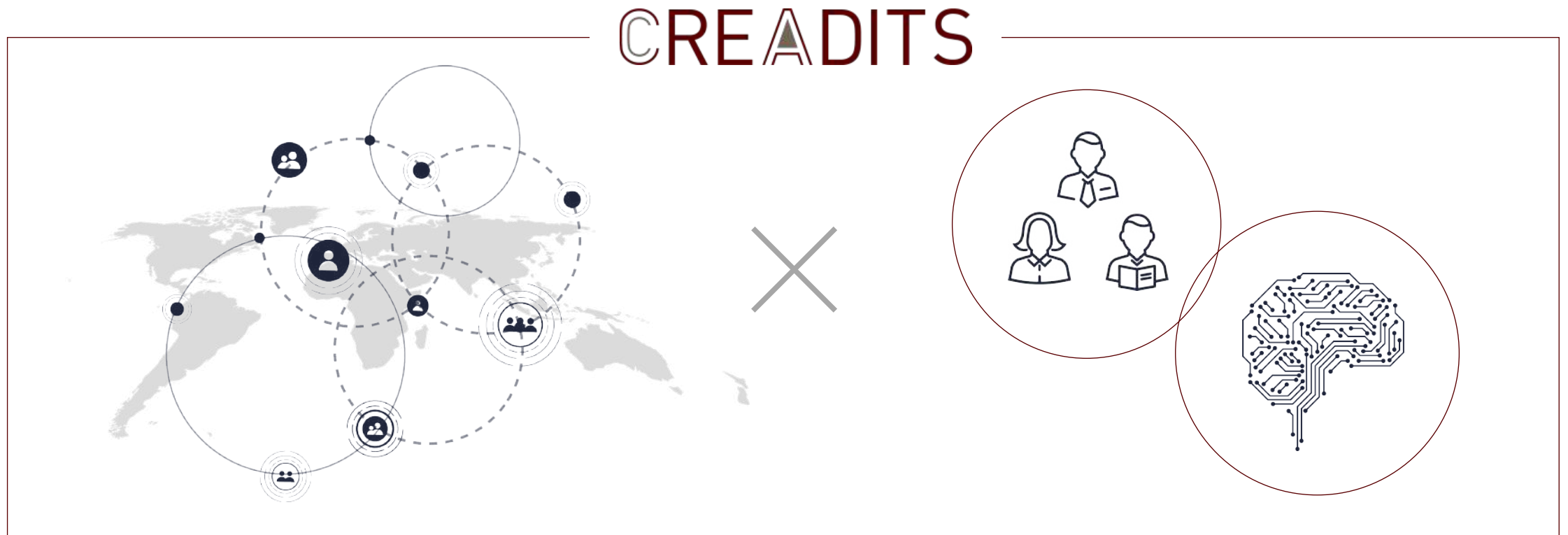
世界のデジタル広告市場

約30兆円

出典：「Digital Ad Spending Worldwide, 2017-2022」 eMarketer, March 2018

## クリエイティブに特化したグローバルプラットフォームを提供

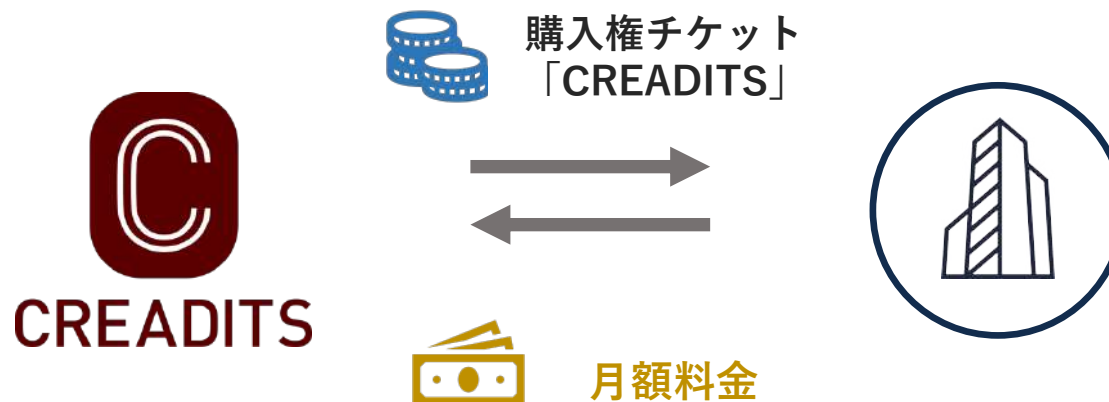
- 急速に拡大している広告クリエイティブに関するニーズに対し  
広告クリエイティブのマーケットプレイスの提供と、クリエイティブに特化した  
専門的なチームによるサポートを実施



## 多種多様な広告クリエイティブやクリエイティブサービスを提供

- 顧客企業は契約プランに応じて月額料金を支払い「CREADITS（クレジット）」を入手
- 「CREADITS」と引き換えに、安く・早く・質の高い広告クリエイティブを提供

提供サービス例



## クリエイターの グローバルネットワーク



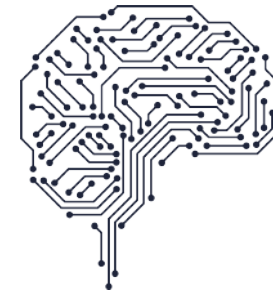
- 相対的に人件費の安価な地域も含め、グローバルで優秀なフリーランスのクリエイターと契約
- 様々なタイムゾーンやリソースの要求に対しても迅速かつ柔軟に対応可能

## 東南アジアから欧米への コスト効率の良い 営業・運用体制



- 相対的に人件費の安価なフィリピンを中心に生産性の高い営業・運用体制を構築

## AI (人工知能)



- AI (人工知能) を活用し、質の高いクリエイティブをより効率的かつ効果的に提供

Googleの新たなプログラムである「YouTube creative partner」及び「App preferred creative partners」のパートナーに選定

CREADITS

+

 YouTube

now a partner for

 App campaign

- Googleの新たなプログラムである「YouTube creative partner」及び「App preferred creative partners」に、世界各国から厳選された会社の一つとして選定

- 大型クライアントに加え、圧倒的にターゲット企業数の多い中小企業（SMB）マーケットの獲得も推進していく

- 中小企業向けの営業及び運用サポートをコストメリットのあるフィリピンを拠点を中心に実施
- 遠隔から効率良く多くの顧客獲得及び支援を行う**

大手企業



USA (Austin)

予算の大きいグローバル企業に対して米国を拠点に、**タイムゾーンに合った営業とより質の高いサポートを実施**

Philippines


Singapore

中小企業



# APPENDIX



 **Allied Architects**

CREADITS

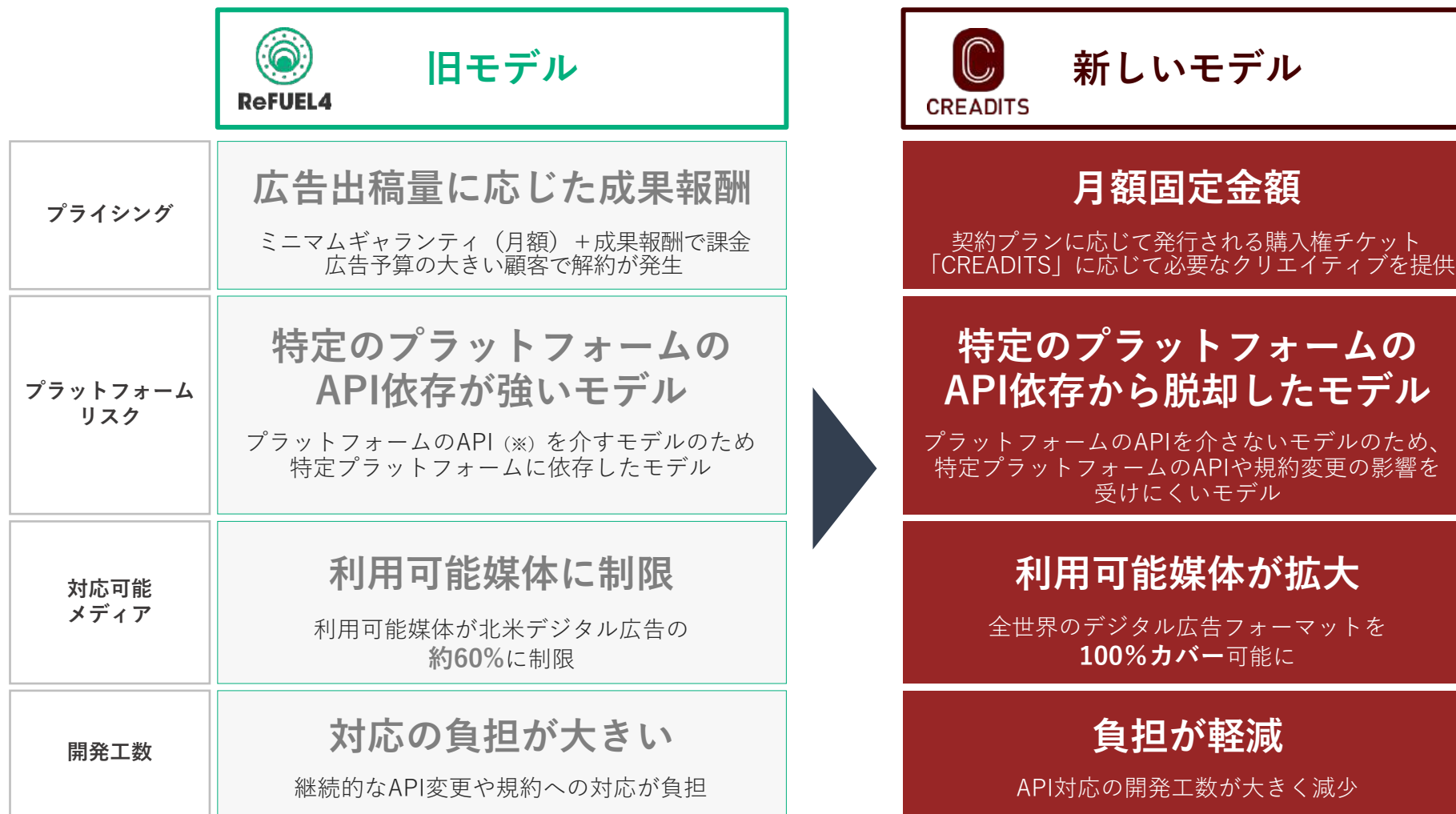
# 業績概要 PL (連結)

- 売上高の減少は、選択と集中により利益率の低い海外SNS広告を実施しなくなったことによるもの
- 売上総利益は、海外事業で減少も国内事業でカバー

単位：百万円

	2018年 2Q	2019年 2Q	増減額
売上高	2,195	2,051	△144 (内、海外SNS広告 △424)
売上総利益	833	913	+79
営業利益	0	△41	△41
経常利益	△38	△55	△16
親会社株主に帰属する当期純利益	△69	△78	△9

## 従来モデルの“ネック”を解消し、より幅広い顧客に対応



※APIとは、アプリケーションプログラミングインタフェースの略語。

## 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、予測及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及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。