

2019年12月期 3Q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



日本企業を 取り巻く環境



人口減少



超成熟市場



情報の多様化
- マスから個人へ -



グローバル化

日本企業の マーケティングの 方向性

更に成長するためには

1 国内市場では生活者・ファンとの関係性強化

2 更なる顧客はグローバル市場からも獲得（越境／インバウンド）

当社グループはこれらの重要市場に事業を展開

アライドアーキテクトは、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トグループの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

成長加速ステージ

越境・インバウンド
プロモーション事業

中華圏を中心とした越境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












事業育成ステージ

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

事業育成ステージ

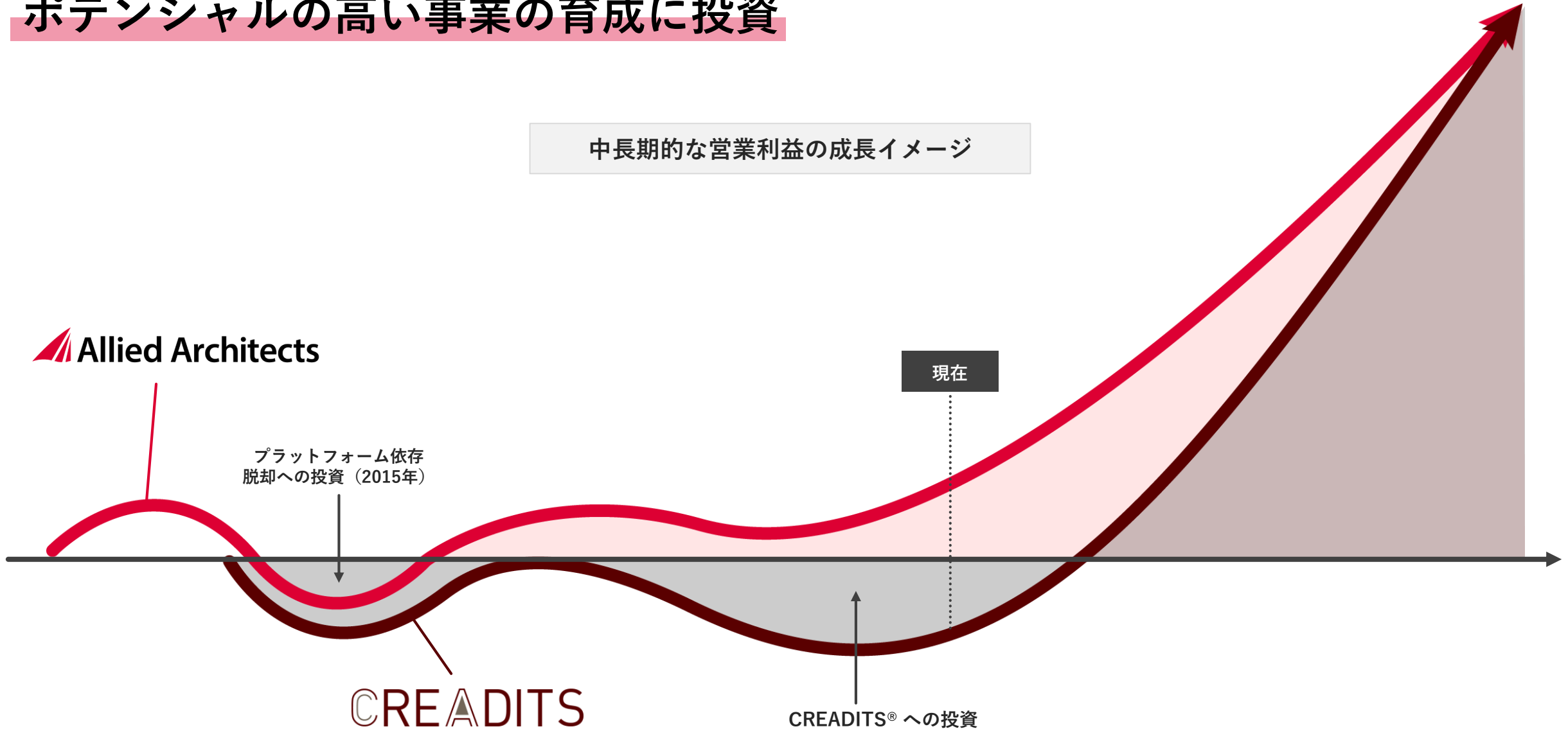
事業ポートフォリオ

| 事業展開 | サービスの概要 | グループ会社 | 課題と施策 |
|--|---|--|---|
| <p>日本→日本 マーケティングで 効率的に効果を上げる</p>  | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 生活者マーケティング ▶ ファンと共に行うマーケティング |    | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 情報が多様化する中で、生活者を味方にし、マーケティング効率を向上させる ▶ ファンを大切にするというマーケティング構造 変動期にファンとクリエイティブにより企業の経営戦略を支援 |
| <p>日本⇄海外 グローバルでの 顧客獲得</p>  | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 越境・インバウンドプロモーション |     | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 日本企業のグローバル化、訪日客が飛躍的に増加する時代に必要なマーケティングを支援 |
| <p>海外⇄海外 海外企業向け 事業</p>  | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 広告クリエイティブの提供 |  | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 日本市場に比べ、圧倒的に大きいグローバルマーケットを取りに行く |

※ファンベースカンパニー及びVstar Japanは持分法適用関連会社です

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



業績



 **Allied Architects**

CREADITS

2019年12月期 連結業績予想の修正

- 売上高はおおむね想定通りに進捗
- Creaditsの営業赤字をアライドアーキテクツ (AiCON TOKYO含む) の利益では補いきれず、連結営業利益は通期予想に対し未達

単位：百万円

| | 2019年 4Q累計 (1-12月) | 2019年 4Q累計 (1-12月) | 増減額 | 2019年 3Q累計 (1-9月) | 2019年 4Q期間 (10-12月) |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|------|-------------------------|---------------------------|
| | 前回予想 | 今回予想 | | 実績 | 予想 |
| 売上高 | 4,210 | 4,161 | △48 | 3,045 | 1,116 |
| 営業利益 | 251 | △103 | △354 | △106 | 3 |
| 経常利益 | 238 | △136 | △374 | △130 | △6 |
| 親会社株主に 帰属する当期純利益 | 146 | △192 | △338 | △157 | ※△35 |

営業利益未達 (△354) の内訳

- リード獲得から受注までの期間が長期化
 △89
- マーケティングや開発コストの増加
 △264

※アライドアーキテクツにおいて投資有価証券売却損が発生見込み

3Qまでの振り返り



アライドアーキテクト単体は
2Qまでは概ね計画通りに進捗

3Qでは先行投資のため
一時的に営業利益が伸び悩み



- マーケティングに注力し、リード獲得件数が大幅に伸長
- 越境・インバウンドの売上総利益が前年同期比で2.5倍に増加
- AiCON TOKYO、ファンベースカンパニーが順調に立ち上がり



- リードから受注への転換が遅延し、売上高が想定ほど伸びず
- 受注獲得に向けたマーケティングコスト及びプロダクト強化に向けた開発・運用コスト等の増加



CREADITS

中堅以上の企業向けの売上高は
順調に増加

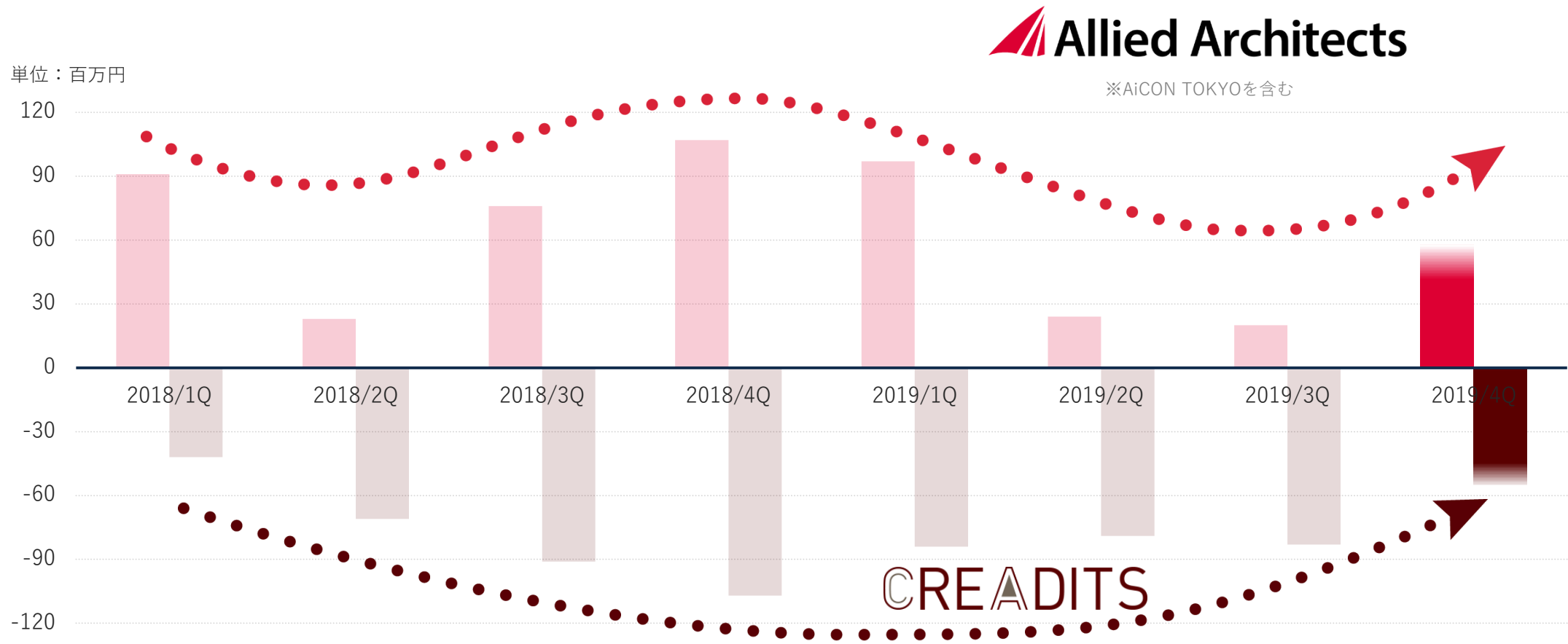
一方で中小企業向けの売上高は
伸び悩む

- 中堅以上の企業向けの新規受注は順調に増加
コスト効率良く継続的に新規顧客を獲得
- 既存の顧客企業からの月額売上高の増加（アップグレード）が好調

- 中小企業向け売上高が伸び悩む
中小企業向けには大企業と同じように担当者をアサインし、能動的なサービスを提供するのが難しく解約が発生
⇒ ターゲットを中堅以上の企業に集中(p.37)
- ロケーションに起因した解約が発生
欧州の顧客企業に対して、時差のあるアメリカやシンガポールから対応したことで、対応遅れに伴う解約が発生
⇒ イギリスに拠点を新設(p.38)

4Qは連結営業黒字回復へ

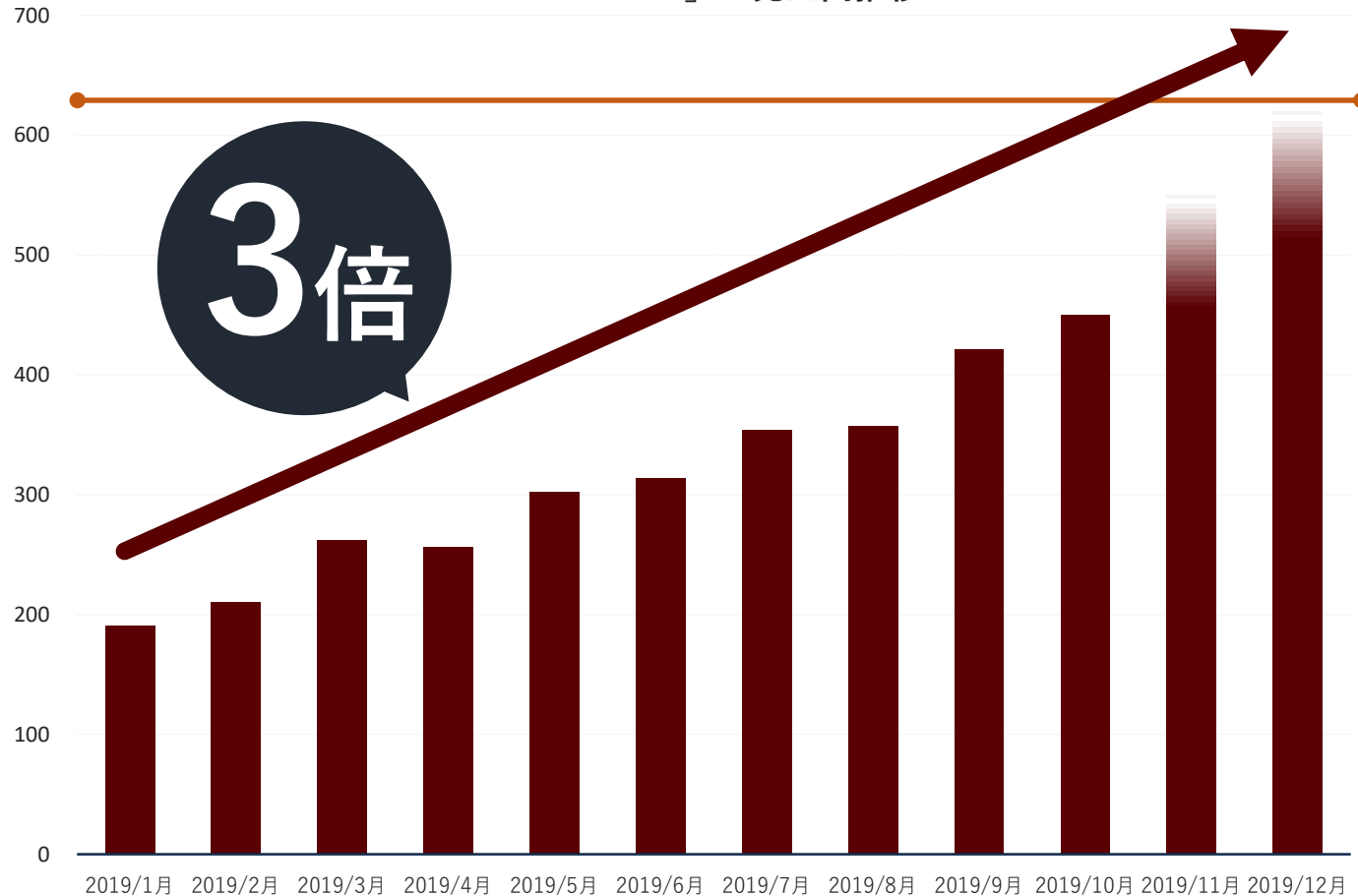
Creaditは売上増加による単月黒字化が射程圏内に



高粗利率（約70%）のサブスクリプション月額売上高は大幅に伸長
12月の月額売上高は期初の約3倍の見通し
単月黒字が射程圏内に

単位：千US\$

「CREADITS®」の売上高推移



損益分岐点売上高

- サブスクリプション売上高が順調に増加
- 年末の広告需要の増加に向けて堅調に売上高が増加見込み
- 単月黒字は十分射程圏内に

受注増加に向けたマーケティングに注力

- イベント開催・出展やオンラインマーケティングを強化
- 売上高の先行指標となる「リード数」「商談数」は、いずれも前四半期比で大幅に増加
- 1件当たりのリード獲得コストが大幅に低下し、リード獲得の効率アップ

リード数

前四半期比 **6倍**

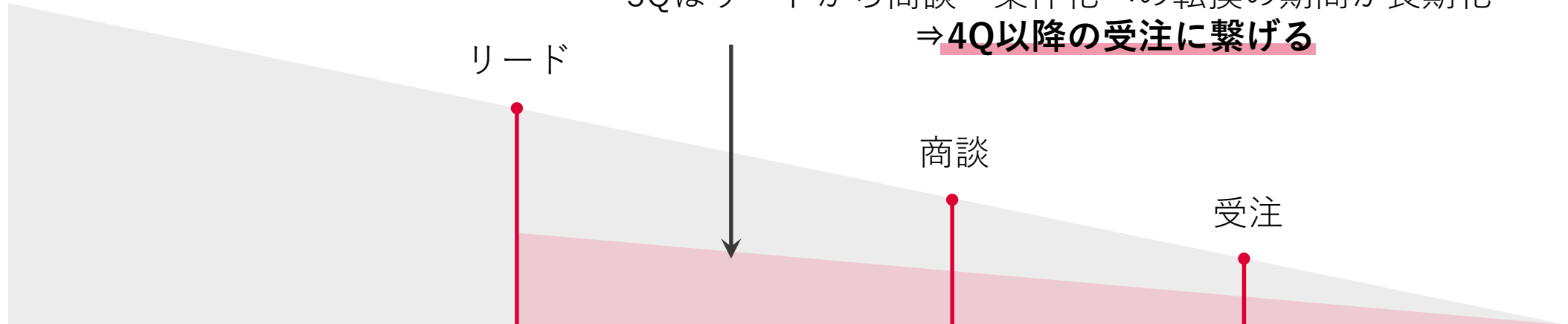
商談数

前四半期比 **2倍**

1件当たりリード獲得コスト

前四半期比 **50%減**

3Qはリードから商談・案件化への転換の期間が長期化
⇒4Q以降の受注に繋げる



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

成長加速ステージ

越境・インバウンド プロモーション事業

中華圏を中心とした越境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

事業育成ステージ

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

事業育成ステージ

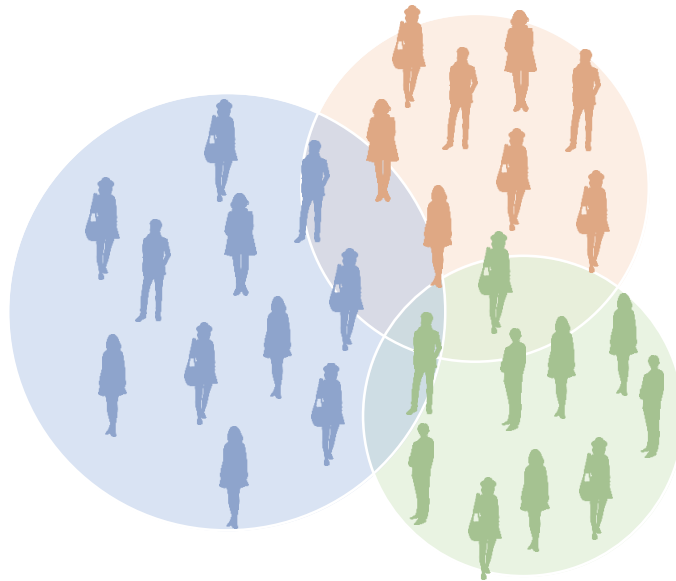
ファンリレーションシップデザイン事業



「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

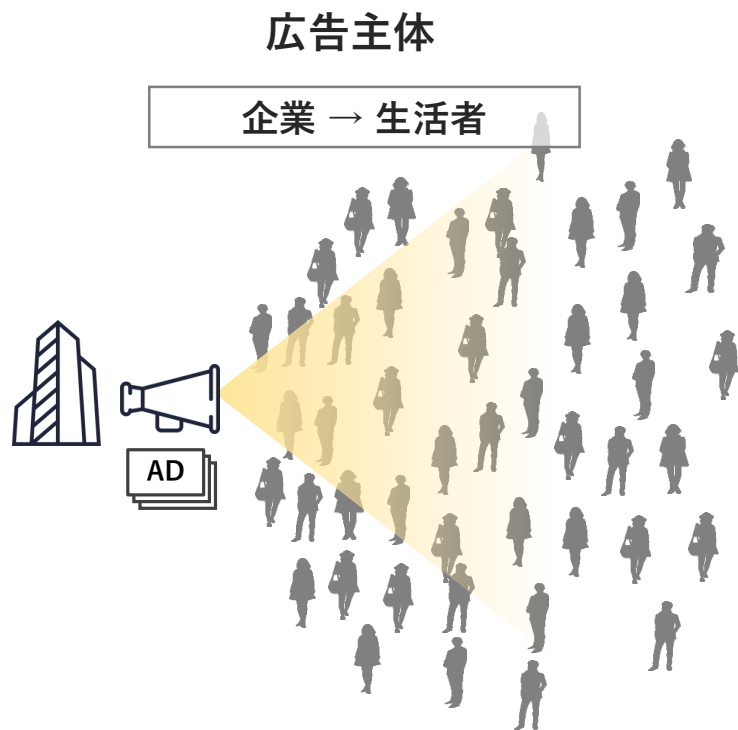


メディアの多様化



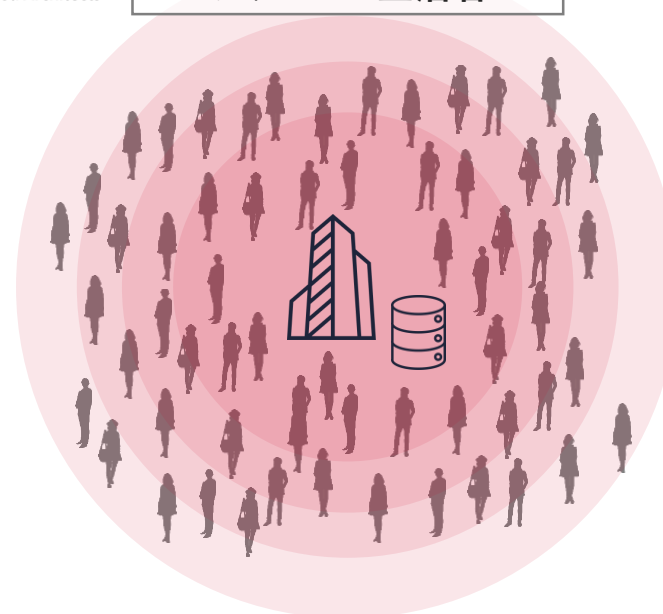
人を軸にした新しいマーケティングインフラの提供

- 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



【マーケティング領域の課題】

生活者を取り巻く情報が多様化する一方で、
企業のマーケティングはその変化に追いつけない

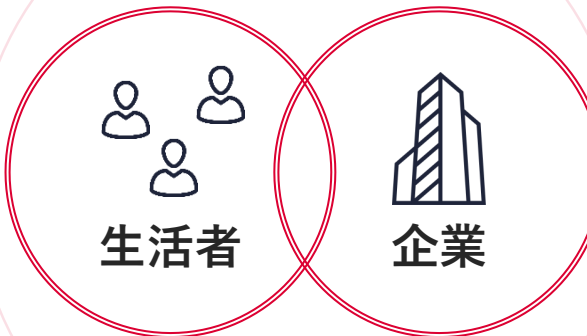
4つの軸をベースに”生活者を味方につける”ことで
マーケティング施策の効率が向上する

Strategy 施策設計

生活者と継続的に繋がり
施策設計に生活者の声を活かす

Promotion 販売促進

生活者参加型のプロモーションにより
より自然にブランドと繋がる
きっかけを作る



Advertisement 広告宣伝

生活者の体験を企業のクチコミとして
活用し広告宣伝につなげる

Improvement 施策改善

生活者のリアルな声をもとに
施策や商品をスピーディーに改善する

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



- 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
- 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

ソーシャルテクノロジーにより、 生活者マーケティングの実現を支援

マーケターを支える、AAのマーケティングプロダクト

monipla
ファンブログ

クチコミ生成・活用
サービス
モニプラ ファンブログ

ブランドを支える
サポーターと繋がり、
事業を改善

Letro

UGCクリエイティブ
プラットフォーム
Letro (レトロ)

UGCを活用した
クリエイティブを作成し、
コスト・獲得を効率化

echoes

Twitterプロモーション
(オートリプライ×インスタントウィン)
echoes (エコーズ)

Twitterマーケティングを
強化し、
生活者との接点を最大化

brandtouch

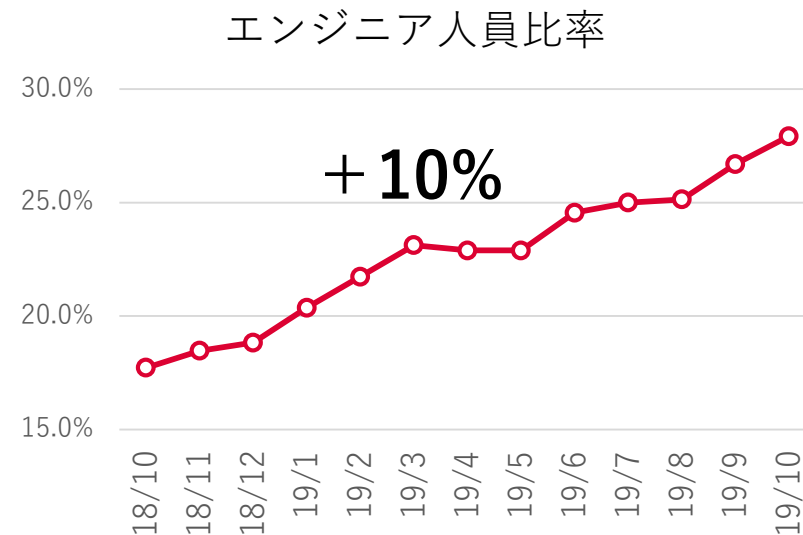
ファンマーケティング
クラウド
Brandtouch
(ブランドタッチ)

生活者と企業の繋がりを
可視化し、
販促施策効率を改善





- 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を2拠点に増強
- 1年間で当該事業の全社員(※)に占めるエンジニア人員比率が約18%から約28%へ大幅に向上
- 今後も独自性の高いSaaS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、ブランドや商品のクリエイティブディレクションを統括し、
事業価値向上を促進する「CCO (Chief Creative Officer/チーフクリエイティブオフィサー)」モデルが順調

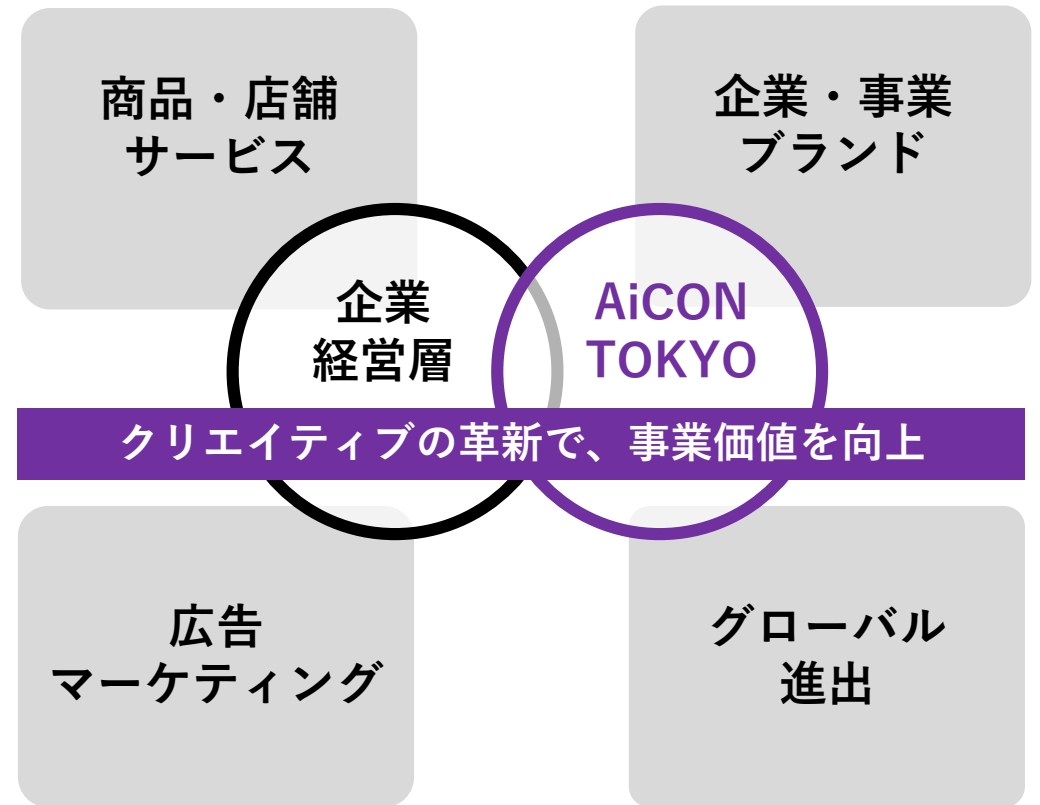


AiCON TOKYO代表

石渡晃一

クリエイティブディレクター
コピーライター

アドブレン、電通を経て、外資系広告代理店ジェイ・ウォルター・トンプソンのECEOに就任。2017年の独立以降、企業の様々な課題をクリエイティブの力で解決するディレクターとして活動。著書に「今日から、センスを君の武器にしよう」、「僕は世界一楽しいサラリーマン」がある。



2019年5月設立以降、企業へのファンベース支援実績が拡大。
所属メンバーは17名となり、多くの企業へのファンベース支援が可能な体制に。

fanbase
company

(2019年5月7日設立)

主要メンバー



佐藤 尚之
「ファンベース」著者



津田 匡保
「ネスカフェアンバサダー」など
「ファンベース」実行の第一人者



松田 紀子
低迷していた老舗雑誌
「レタスクラブ」復活の実行者

ファンの存在、ファンの支持をベースにして、中長期的に事業価値を高める
「ファンベース」という考え方で企業の事業価値向上を支援

商品
サービス

広告
マーケティング

新規事業

人事
人材教育

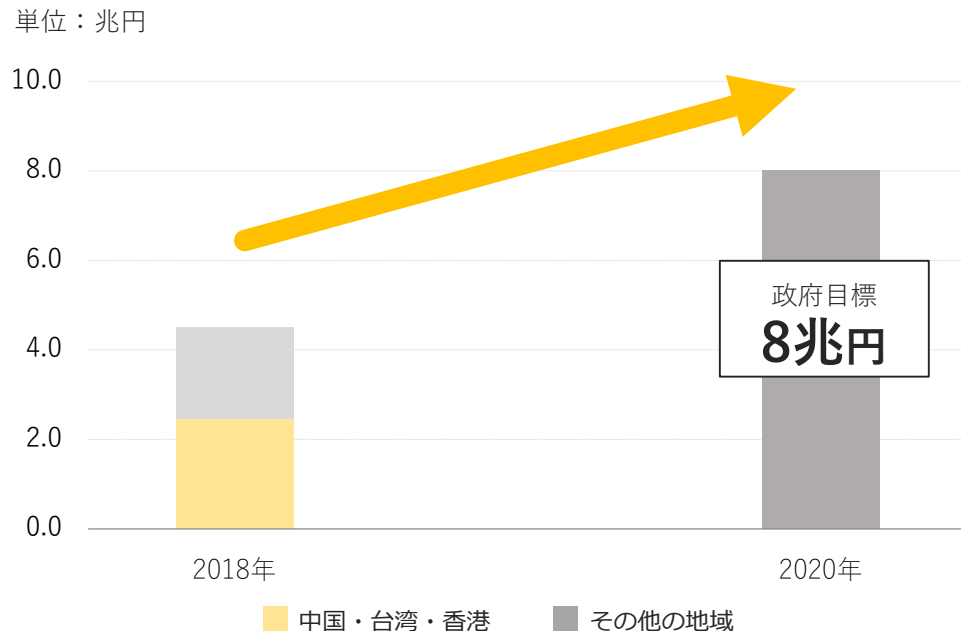
越境・インバウンドプロモーション事業



中華圏に向けたプロモーションニーズが拡大

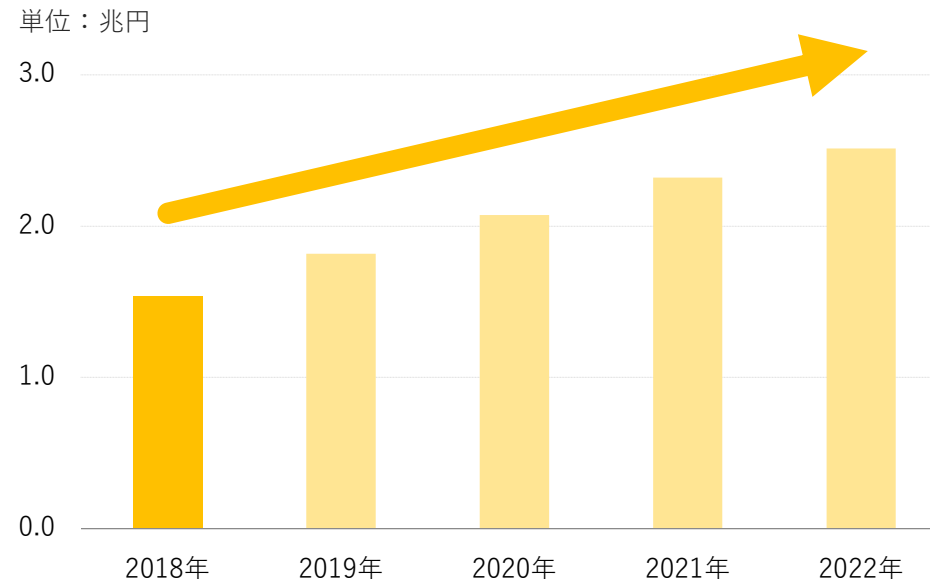
- 中国では日本以上にデジタル化・EC化が加速
- 日本から中国への越境EC市場、中華圏のインバウンド市場は急速に拡大
- 中国特有のSNS等を活用したプロモーション支援ができる企業が少ない

訪日外国人旅行消費額推移



(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



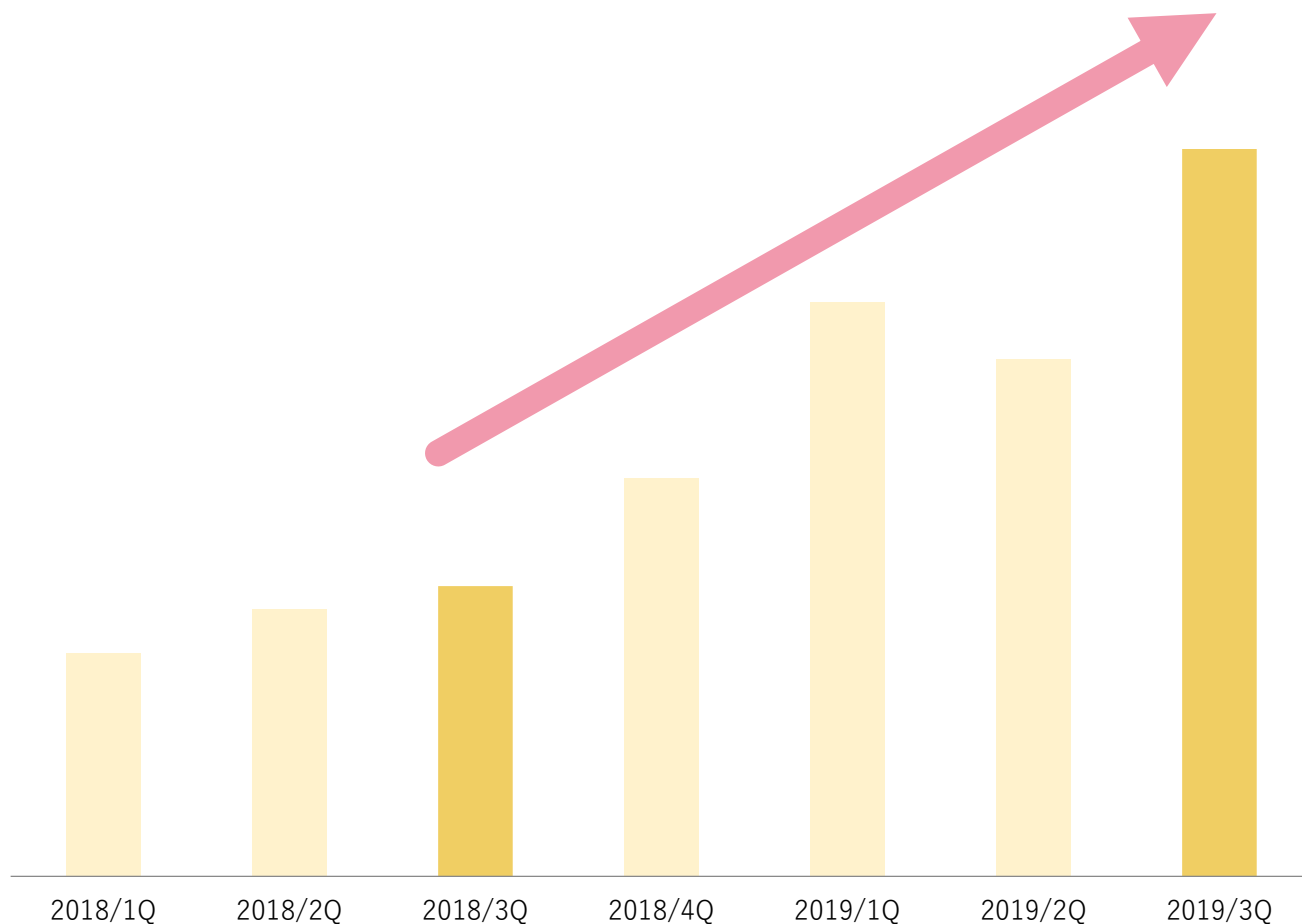
(出典：経済産業省「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備 (電子商取引に関する市場調査)」)

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



越境・インバウンドプロモーション事業
売上総利益推移



前年同期比
2.5倍に増加

- 在日中国人による口コミ生成・活用できる独自プロダクト「チャイナタッチ」とインフルエンサーマーケティングを組み合わせた大型案件の受注増
- 国慶節や独身の日（11/11）などに向けたプロモーションの受注が好調
- 営業体制の強化により、新規・既存とも顧客数が大幅に増加

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



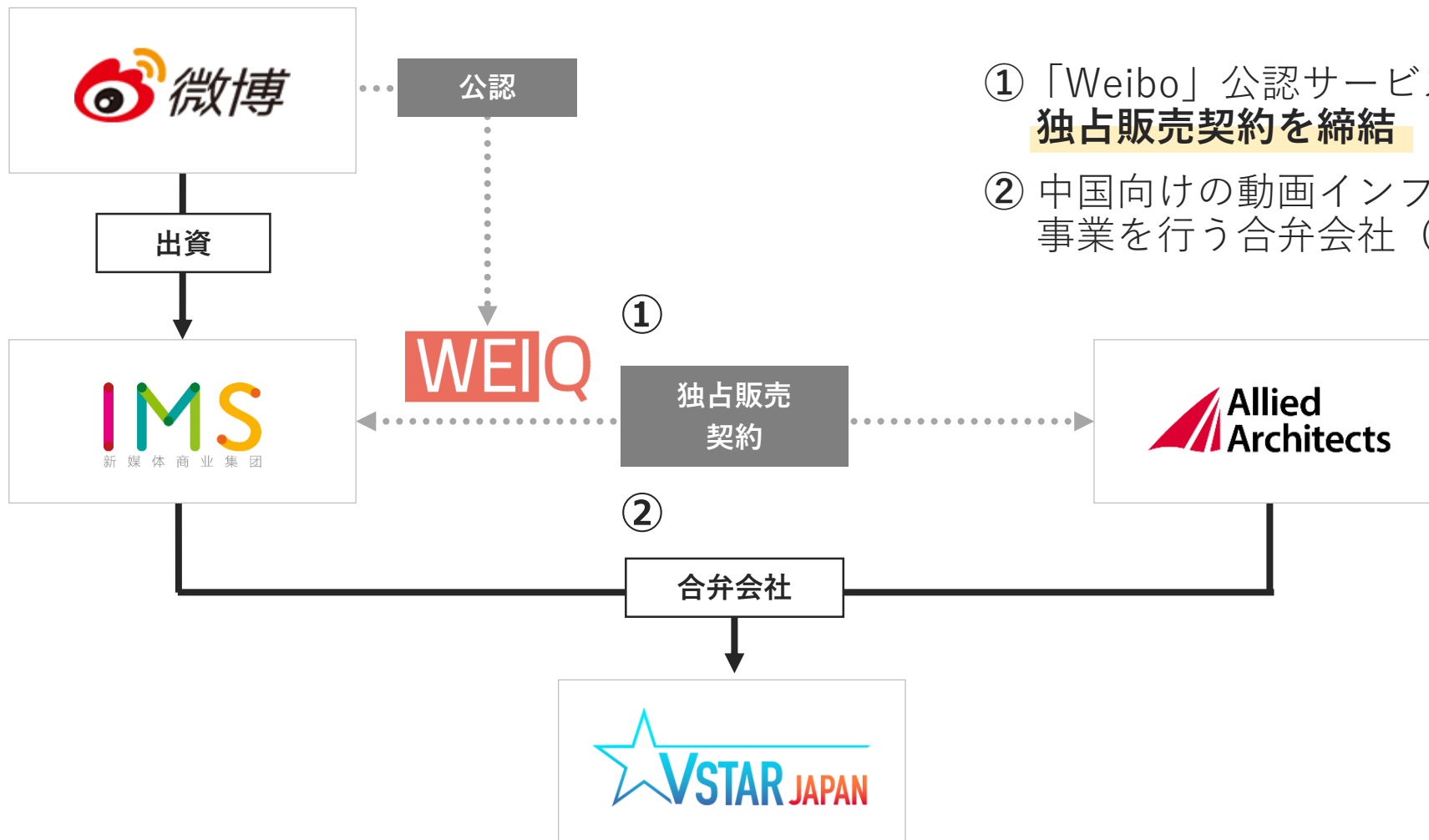
在日中国人に商品・サービスの「体験」機会を提供し、中国で一般的に使われる「簡体字」での口コミ生成を安価かつ短期間で実現できる独自サービスを提供

広告・アカウント運用



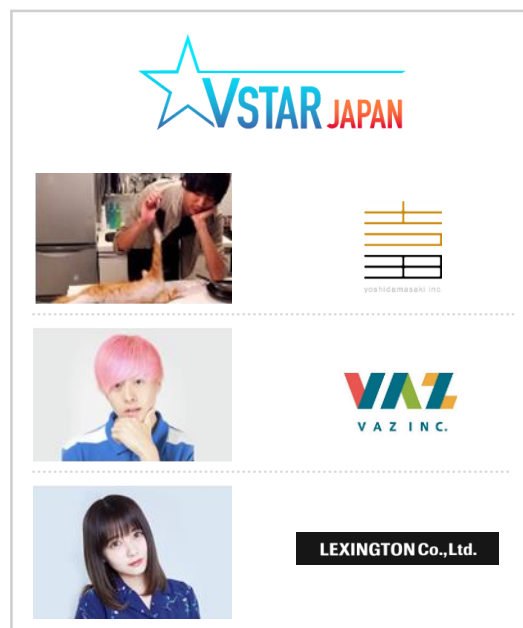
- 「WeChat」「QQ」などのTencent社のメディアや「Weibo」等に対して広告を配信
- 公式アカウントの開設から配信コンテンツの作成、フォロワー獲得、アカウントの運用まで幅広く支援

「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

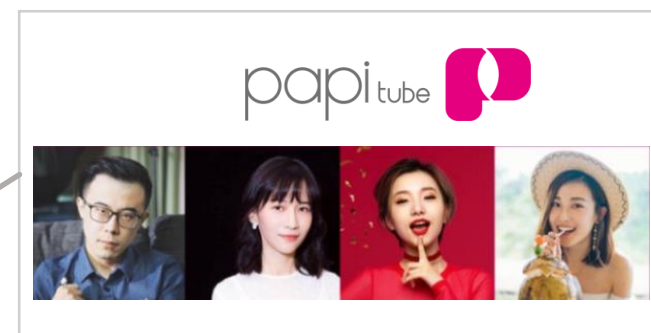


インフルエンサーの育成や
在日インフルエンサーネット
ワークを活用したプロモーションが可能



在日
インバウンドに効果的

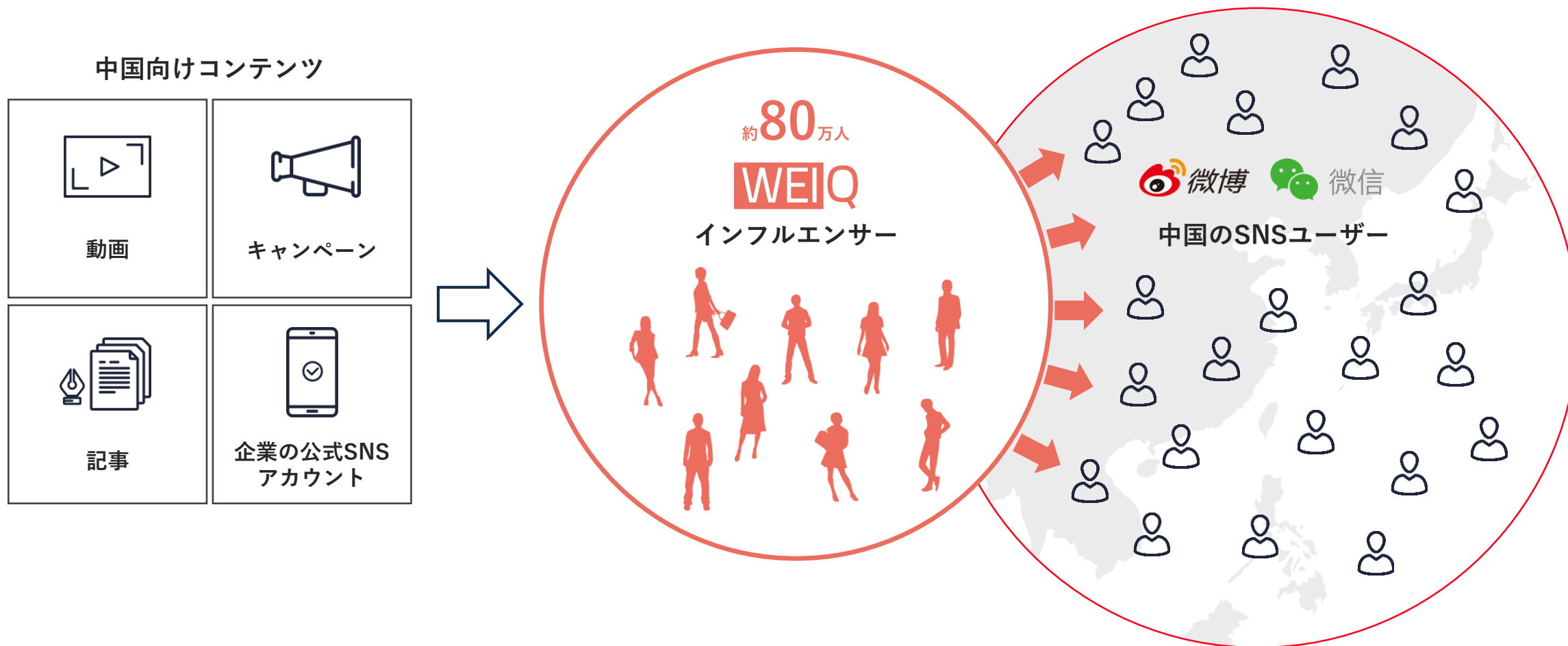
在中
越境ECに効果的



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生成・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

2023

2019

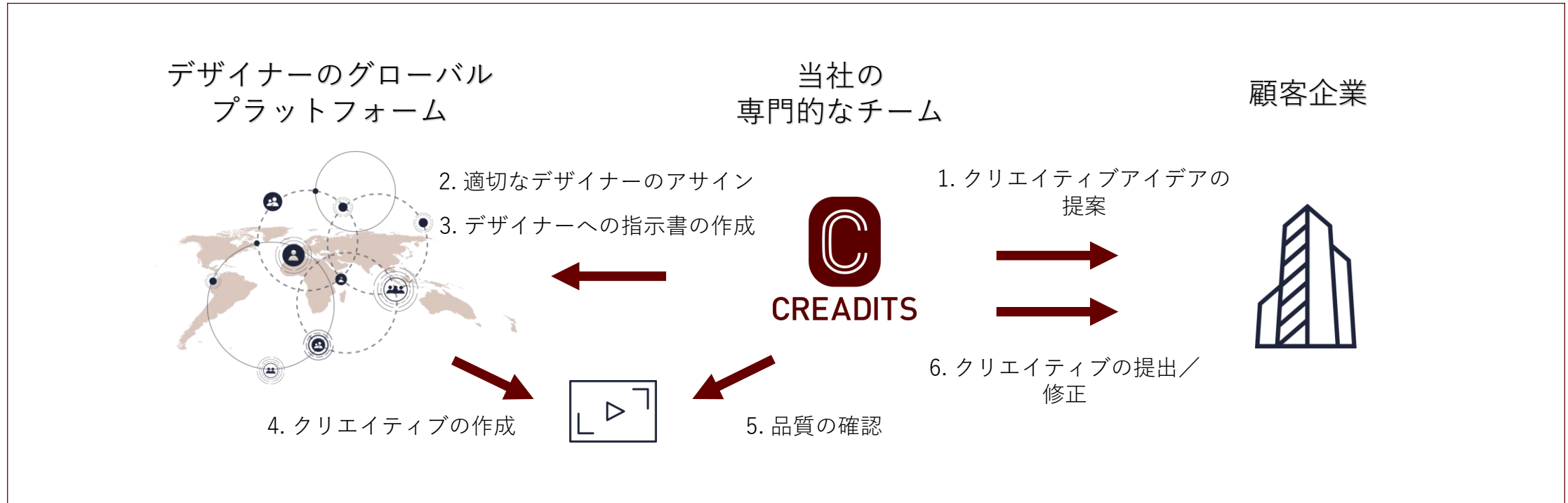
世界のデジタル広告市場

約36兆円

出典：「Digital Ad Spending Worldwide, 2018-2023」 eMarketer, March 2019

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

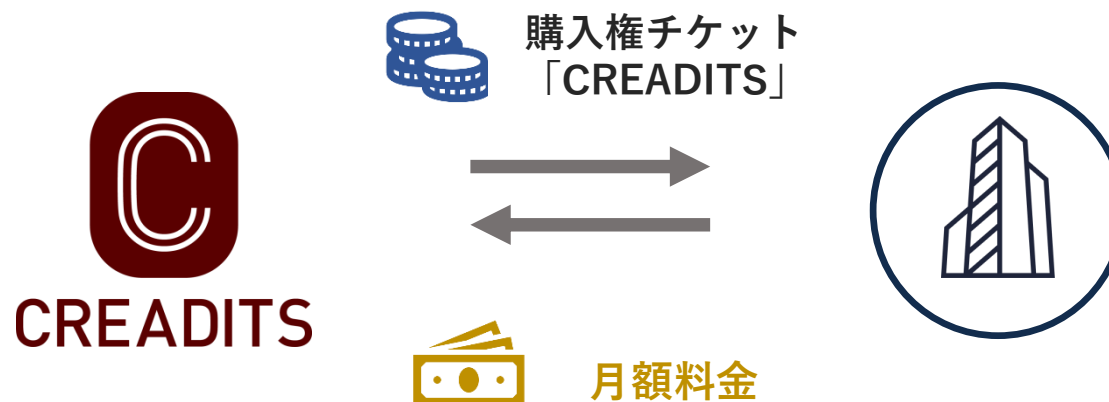
- 急速に拡大している広告クリエイティブに関するニーズに対し
広告クリエイティブのマーケットプレイスの提供と、クリエイティブに特化した
専門的なチームによるサポートを実施



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



クリエイティブに 関するデータ



AI (人工知能)



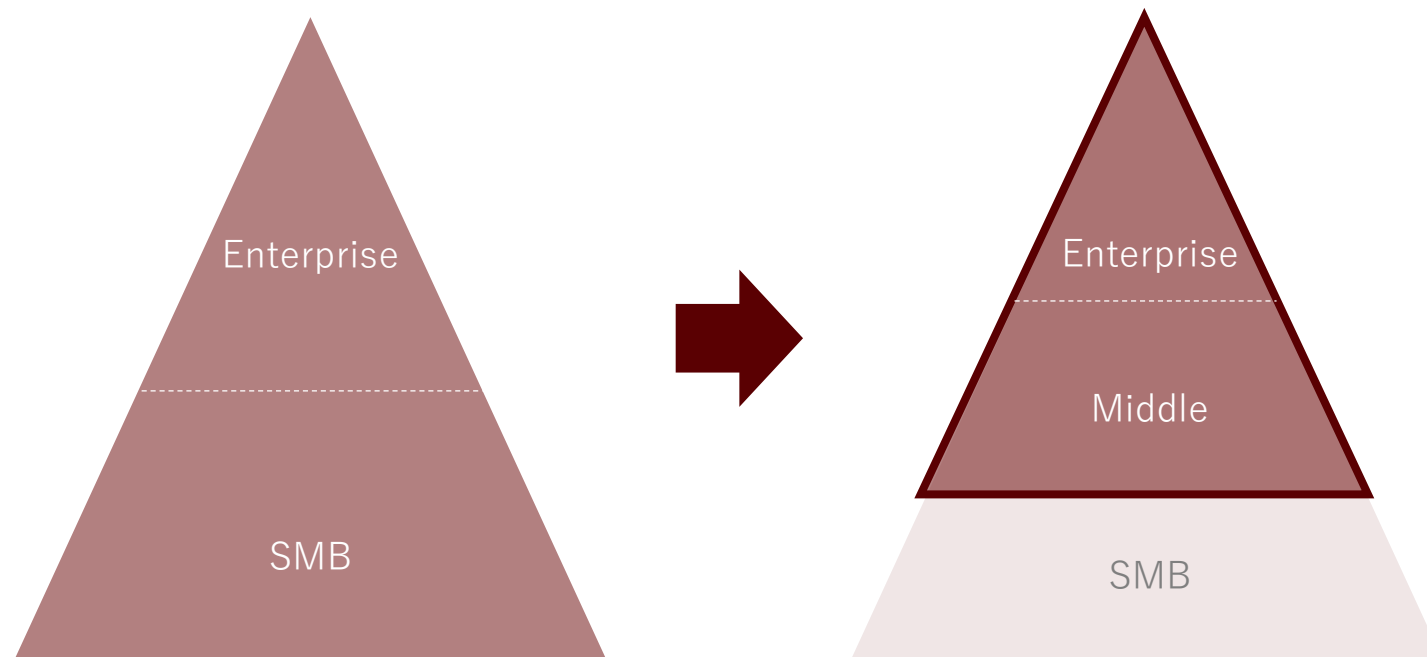
- 相対的に人件費の安価な地域も含め、グローバルで優秀なフリーランスのクリエイターと契約
- 様々なタイムゾーンやリソースの要求に対しても迅速かつ柔軟に対応可能

- クリエイティブ制作に非常に重要なインプットデータ（デザイナーへの指示）とアウトプットデータ（クリエイティブ）を保有

- 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

ターゲット企業を「中小企業＋大企業」から「中堅以上の会社」に当面集中

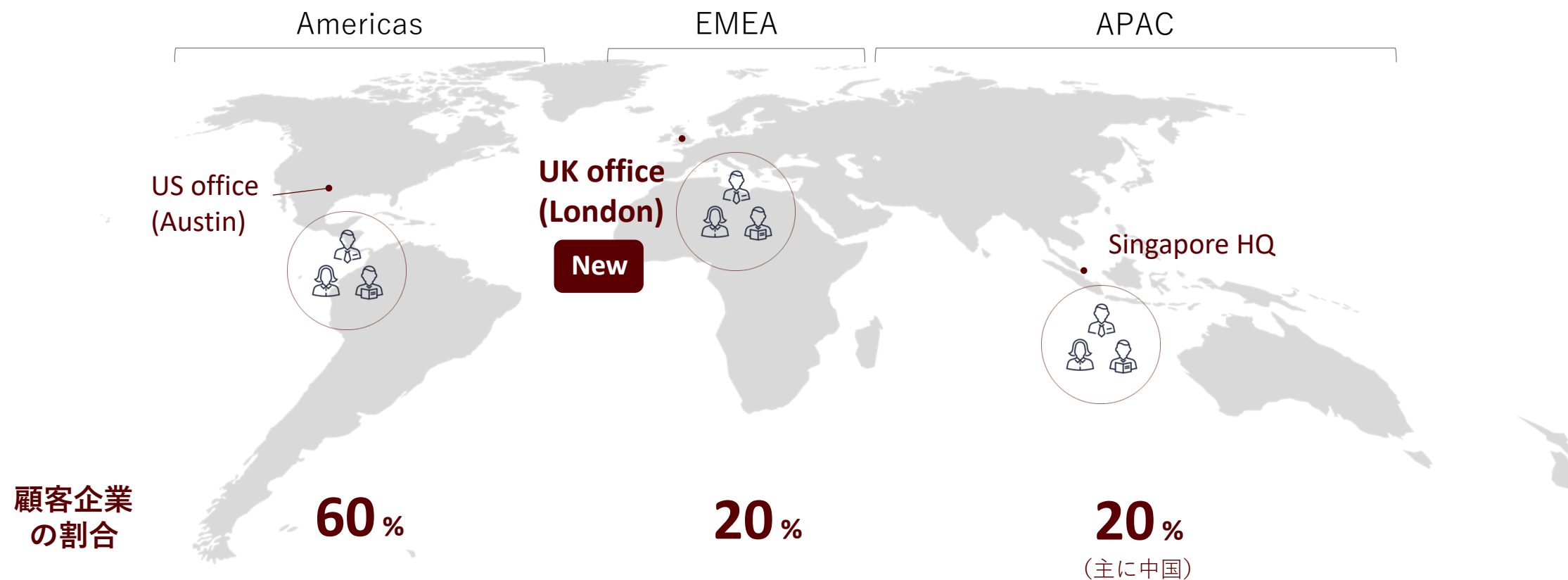
SMB領域は中長期的には拡張も向こう2,3年は中堅以上の会社に集中



- 中小企業（SMB）の営業・運用拠点としてのフィリピン子会社を年内に閉鎖
- 現状のクライアントはアメリカ子会社に引継ぎを実施
- 移転期間の7-11月はコストが二重で発生も、12月以降はコストが減少（約6百万円／月）

顧客企業のロケーションに合わせて拠点を設置

イギリスに新拠点を開設。欧州の顧客企業に対しても同じタイムゾーンでスピーディーにサービス提供が可能に

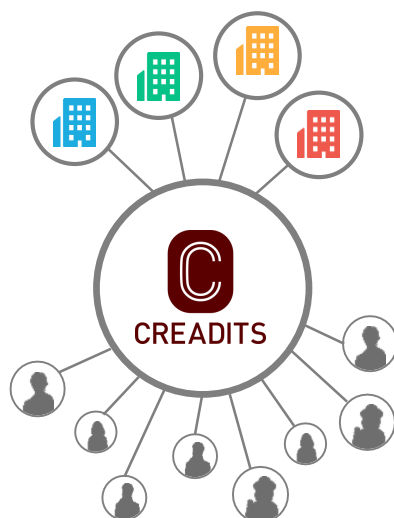


クリエイティブに関連した業務をクラウド上で発注できる グローバルプラットフォームに

CREADITSが管理するプラットフォームからより純粋なプラットフォームに近いモデルに

現在

Centralized



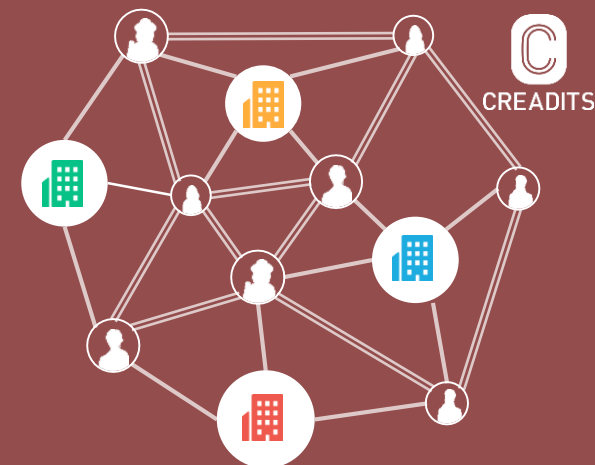
プラットフォーム + 専門チーム

ソフトウェア × プロフェッショナルネットワーク

プラットフォームやソフトウェアを効果的に活用できる
専門チームがプロジェクトマネジメントを実施

将来

De-Centralized



プラットフォーム

ソフトウェア × プロフェッショナルネットワーク

自動化を進め、より純粋なプラットフォームに近いモデルに

中堅以上の企業向けのクリエイティブ市場でも市場規模は大きい

グローバルのデジタル広告市場の急激な拡大に合わせてクリエイティブの市場も急速に拡大中

TAM

(Total Addressable Market※1)

グローバルの広告クリエイティブ市場



SAM

(Serviceable Available Market※2)

TAMのうち、Direct Response広告に関連するクリエイティブ市場



SOM

(Serviceable Obtainable Market※3)

SAMのうち、中堅以上の企業



(各種統計データより当社推定)

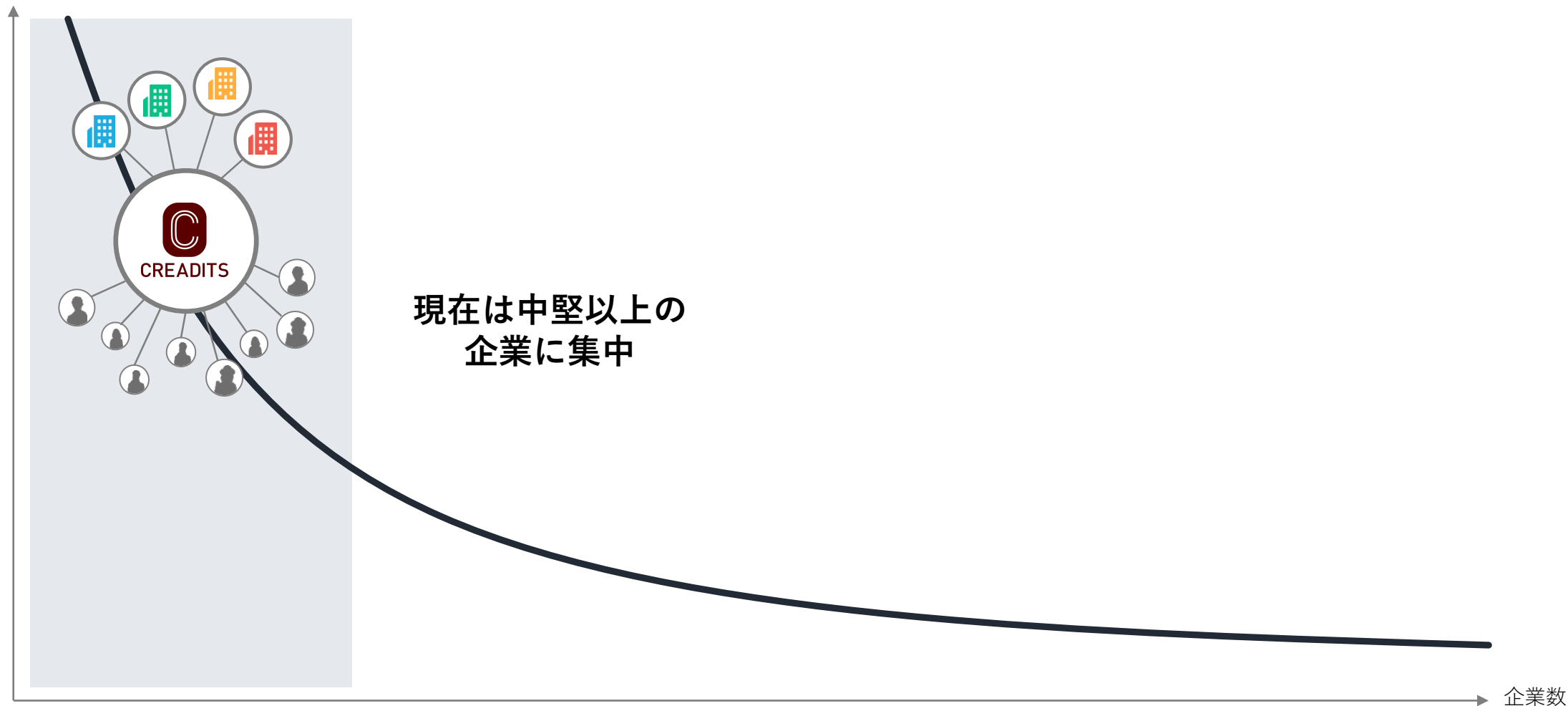
※1: 獲得しうる全体の市場規模

※2: 現サービスで獲得しうる市場規模

※3: 現サービスで実際に獲得できる (アプローチ対象の) 市場規模

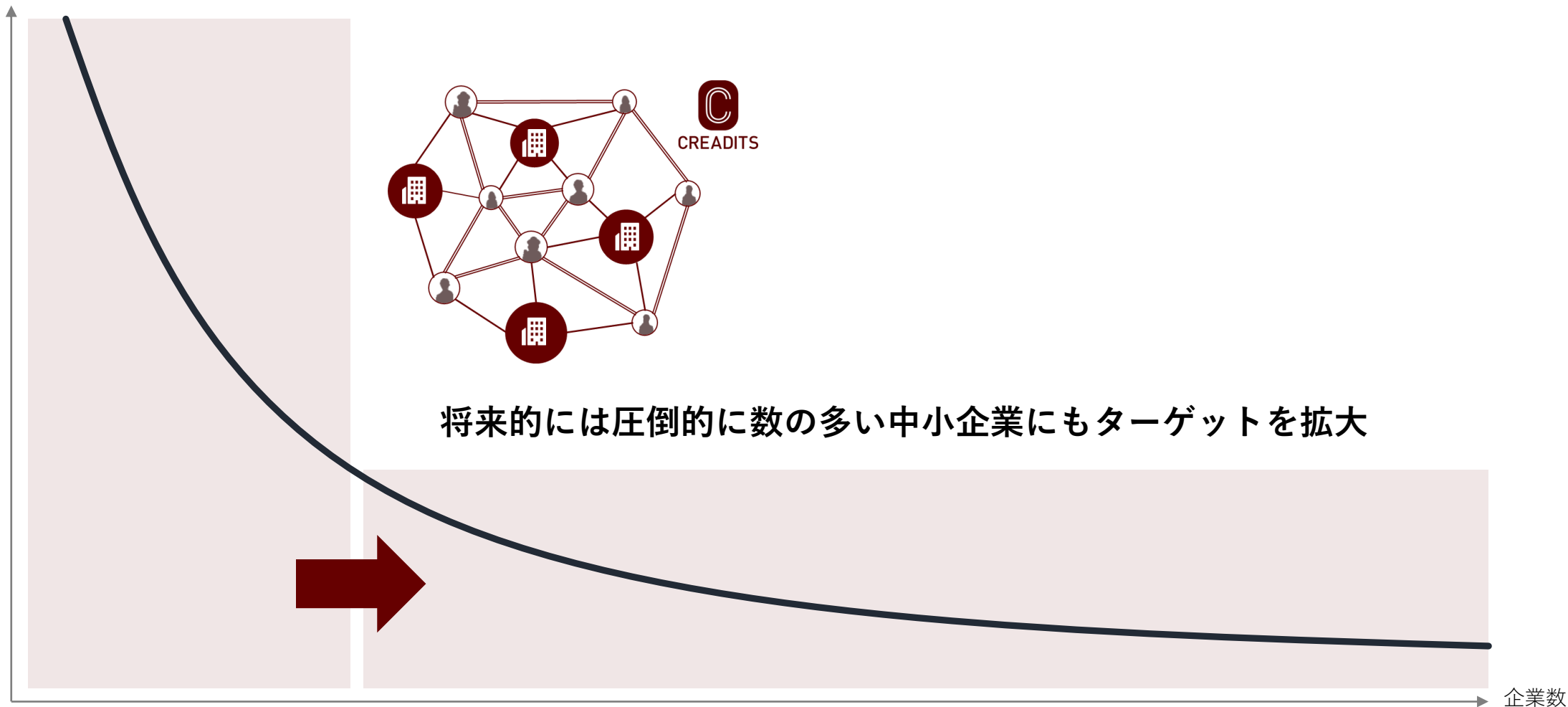
現在は中堅以上の会社に集中も中長期的には中小企業にもターゲットを拡大

広告出稿額



現在は中堅以上の会社に集中も中長期的には中小企業にもターゲットを拡大

広告出稿額



将来的には圧倒的に数の多い中小企業にもターゲットを拡大

APPENDIX



 **Allied Architects**

CREADITS

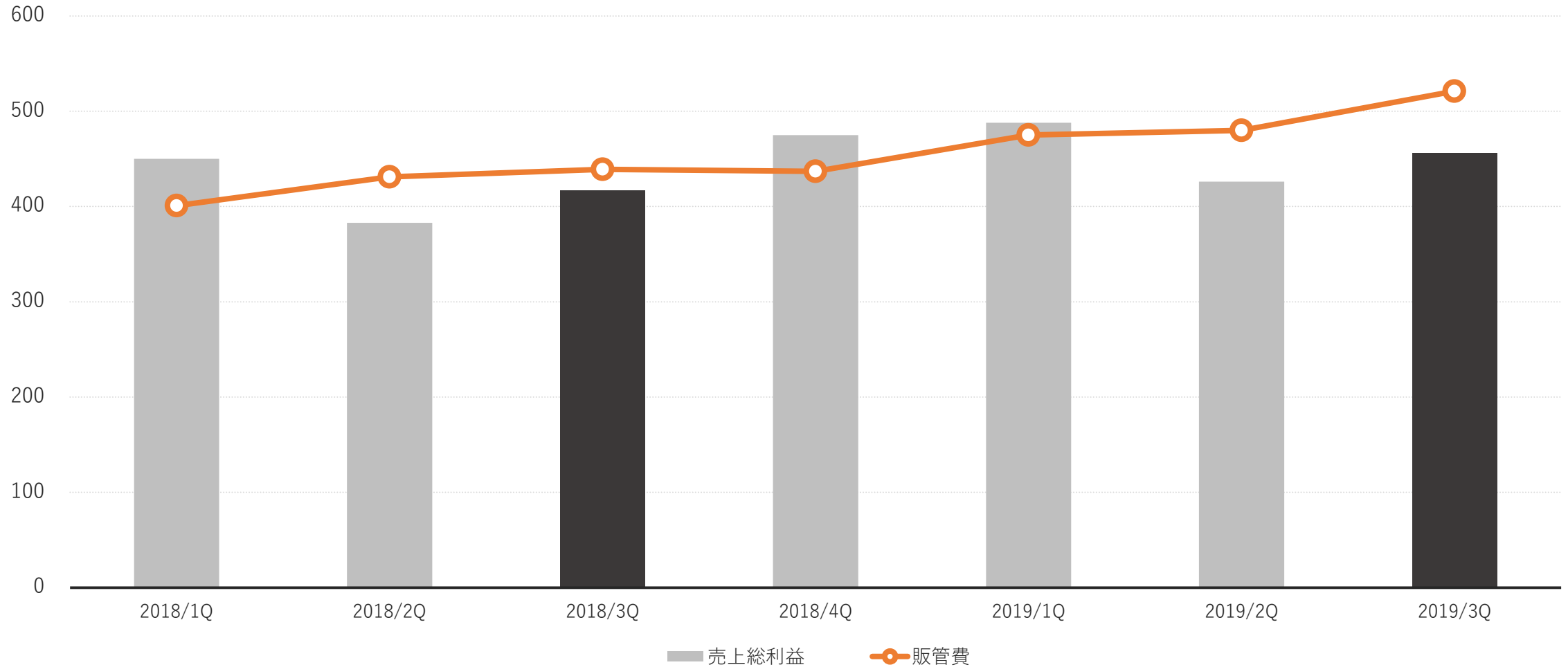
2019年12月期 3Q累計 (連結) サマリー

| 連結 | | |
|--|--|---|
| 【売上高】 | 【売上総利益】 | 【営業利益】 |
| 3,045 百万円 <small>前年同期対比 1%減</small> | 1,369 百万円 <small>前年同期対比 9%増</small> | △106 百万円 <small>前年同期対比 △92百万円</small> |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 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 (△435百万円) ● 海外SNS広告を除くと、前年同期対比で15%増加 ● 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) | <ul style="list-style-type: none"> ● アライドアーキテクト単体は前年同期対比で6%増加 (AiCON TOKYO含む) | <ul style="list-style-type: none"> ● アライドアーキテクト単体は141百万円 (AiCON TOKYO含む) ● CREADITSは△247百万円 (連結相殺前) |

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2Q比で7%増加、前年同期対比でも 9%増加

単位：百万円



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)

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)

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)

持分法適用関連会社



Vstar Japan
株式会社 (日本)

連結子会社



Credits Pte. Ltd.
(シンガポール)

非連結孫会社

Credits
Philippines Inc.
(フィリピン)

非連結孫会社

Credits 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。

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。