



Allied Architects

決算補足説明資料

2020年12月期 | 第2四半期

アライドアーキテツ株式会社

2020年8月13日

エグゼクティブサマリー (2Q)

1 付加価値売上高は新規事業の伸長により前年同期比+6.4%の539百万円と2Qとしては過去最高を記録

中国向け越境プロモーション (※1)	+106.9%
海外子会社 (※2)	+44.7%

2 コストコントロールも奏功し、連結営業利益は前年同期比+80百万円の26百万円と黒字回復

3 主力国内事業は、新型コロナウイルス禍の影響はあるも、下期は付加価値売上の再成長を見込む

4 通期計画に変更なし

(※1) クロスボーダー事業 (※2) クリエイティブ・プラットフォーム事業

これまでの新型コロナウイルス禍による影響

関連する事業	新型コロナウイルス禍で生じた外部環境の変化	業績への影響	2Q付加価値売上成長率(*)
マーケティング・ソフトウェア事業	国内ECの活性化	↑	△ 3.1%
	外食・小売等の一時休業	↓	
マーケティング・ソリューション事業	ファン顧客の重要性の認知向上	↑	△10.9%
	企業による広告の出稿停止・減少	↓	
クロスボーダー事業	中華圏のEC取引活況	↑	+106.9%
	インバウンド需要の減少	↓	
クリエイティブ・プラットフォーム事業	ゲーム・アプリ業界の活性化	↑	+ 44.7%
	欧米ロックダウン	↓	
全体：2Q付加価値売上成長率(*)			+ 6.4%

(*) 前年同期比

新型コロナウイルス禍に伴う対応

資金繰りの手当

子会社での増資や銀行借入により
2019年12月比**約2倍**の手元資金を確保

現預金内訳

単位：百万円

Creadits増資前 716

Creadits増資 326

小計（3月末残高） 1,043

銀行借入等 198

6月末預金残高 1,241

事業の継続と労働環境の整備

緊急事態宣言解除後は**在宅と出社のハイブリッド**により生産性向上を目指す

- 7月の平均在宅出社率31.6%と政府目標を大幅に下回る
- 顧客との商談もオンライン会議システムの利用で従前どおり継続
- 在宅勤務手当（月額3,000円）を導入
- 事務作業の効率化を推進
- 出社時の感染拡大防止策の導入

コロナ時代の環境変化に適合する事業展開

マーケティング
における
日本の社会背景



本格的デジタル・
ソーシャル時代へ



人口減少・超成熟市場



グローバル集客時代

コロナ時代の
背景の
追加要素

多くの企業がDX投資を加速
(デジタル・トランスフォーメーション)

既存顧客の重要性の再認識

越境ECのニーズ高まる

課題

マーケティングにおける
DX人材の不足

新規顧客偏重の限界

人材・ノウハウ
共に不足



弊社の提供
する解決策

マーケティングにおける
ソフトウェアと人材の提供

ファンとの
長期的な関係性の構築・実施
ソリューションの提供

中華圏向けの
実績豊富なマーケティ
ングソリューション

2020年12月期 2Q業績



連結損益計算書サマリー（2Q累計）

新型コロナウイルス禍の影響を受けつつも、
付加価値売上及び売上総利益が増加、営業利益が黒字化

単位：百万円

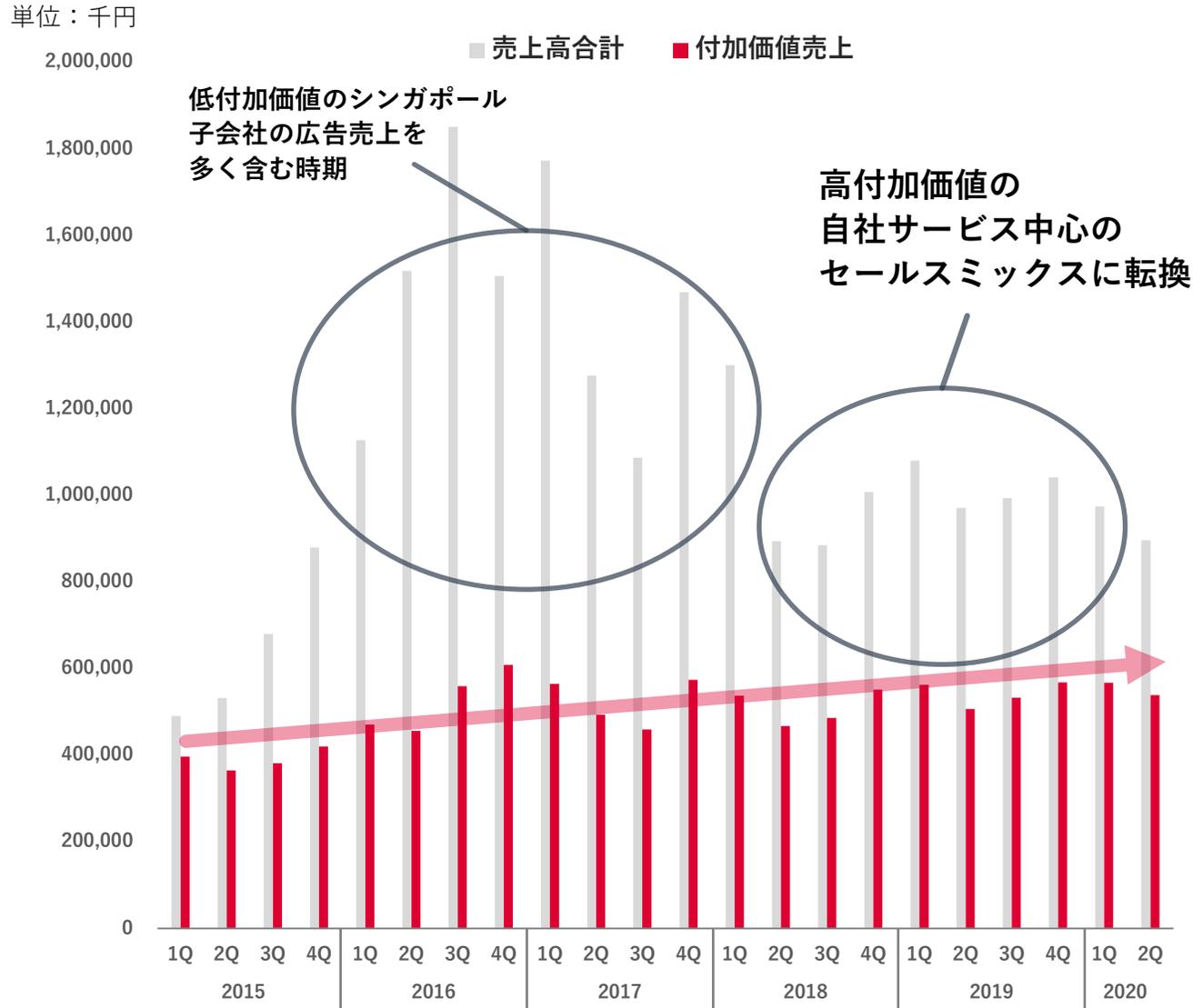
	2019年2Q 累計	2020年2Q 累計	前年同期比
売上高	2,051	1,871	△8.8%
付加価値売上 ^(*)	1,069 (52.2%)	1,106 (59.1%)	+3.4%
売上総利益	913 (44.5%)	962 (51.4%)	+5.3%
営業利益	△41 (△2.0%)	42 (2.2%)	+83

() 内の数値は対売上高比率

(*) 付加価値売上 = (アライドアーキテクト単体：売上高 - 直接原価) + (連結子会社：売上総利益)

重要な経営指標：付加価値売上の意味

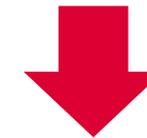
四半期売上高・付加価値売上推移



「付加価値売上※」を
当社グループの収益性を図る
重要な経営指標と設定

※ 付加価値売上 = (アライド単体：売上高 - 直接原価)
+ (連結子会社：売上総利益)

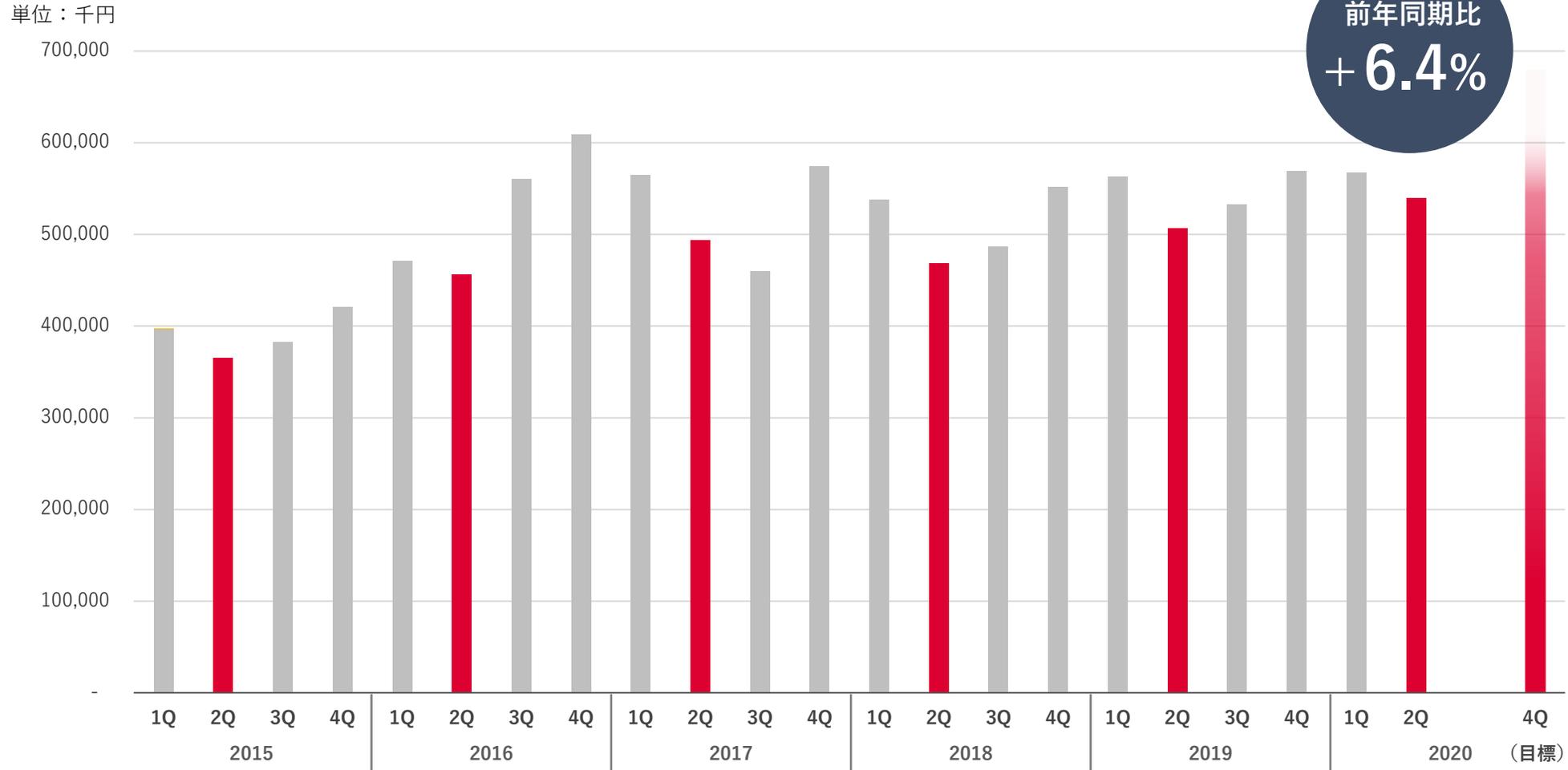
2019年12月期決算説明資料における「粗利額」と同等の概念



付加価値売上の
持続的な成長を
経営の目標とする

四半期ごと付加価値売上推移

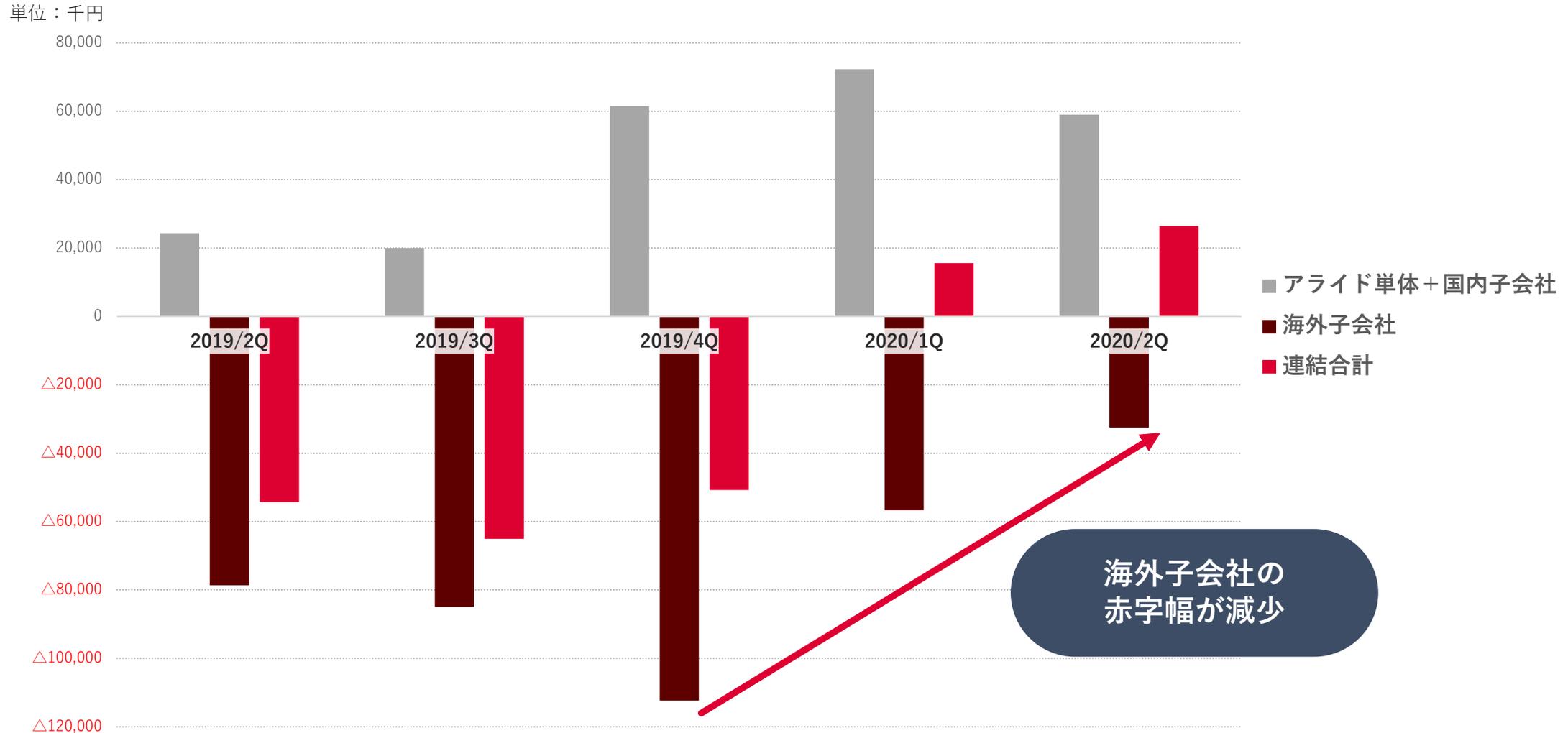
新型コロナウイルス禍の影響を受けつつ付加価値売上高※は
2Qとしては過去最高に



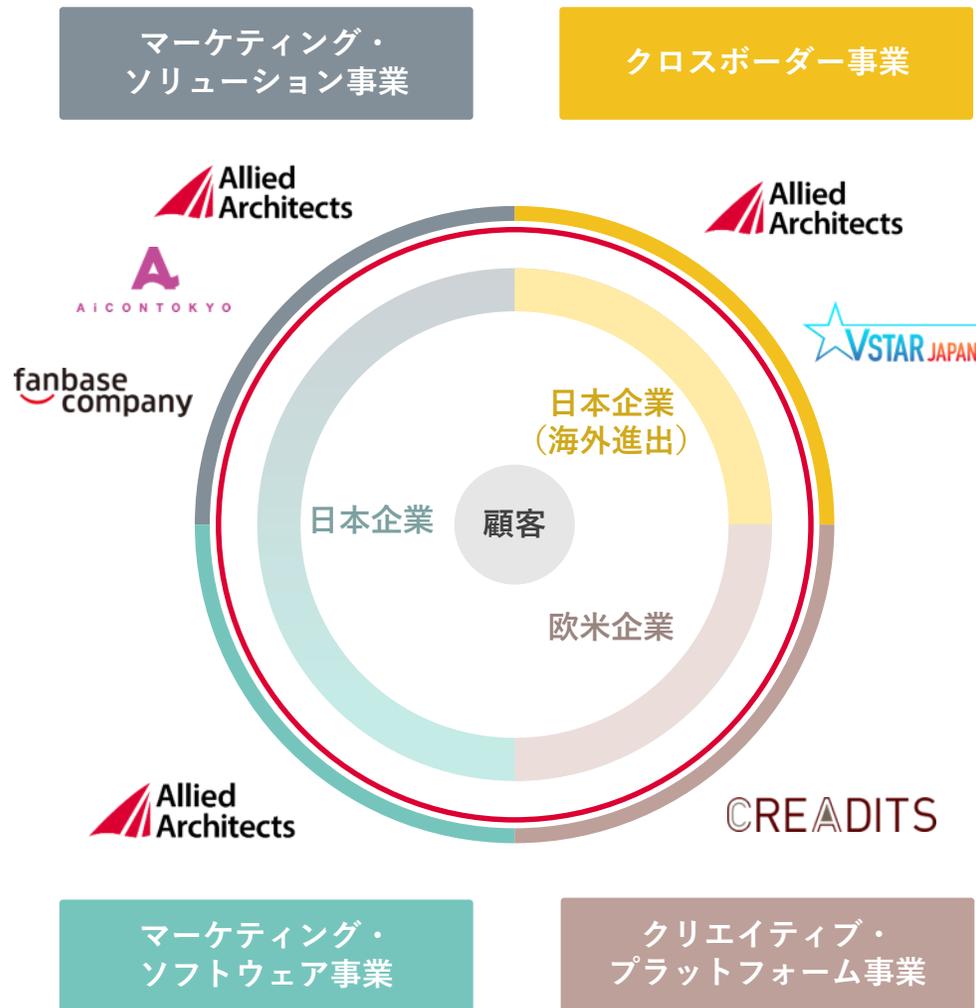
※ 付加価値売上 = (アライド単体：売上高 - 直接原価) + (連結子会社：売上総利益)

四半期ごと営業利益推移

海外子会社であるCreaditsの赤字幅が減少し
連結営業利益が黒字化



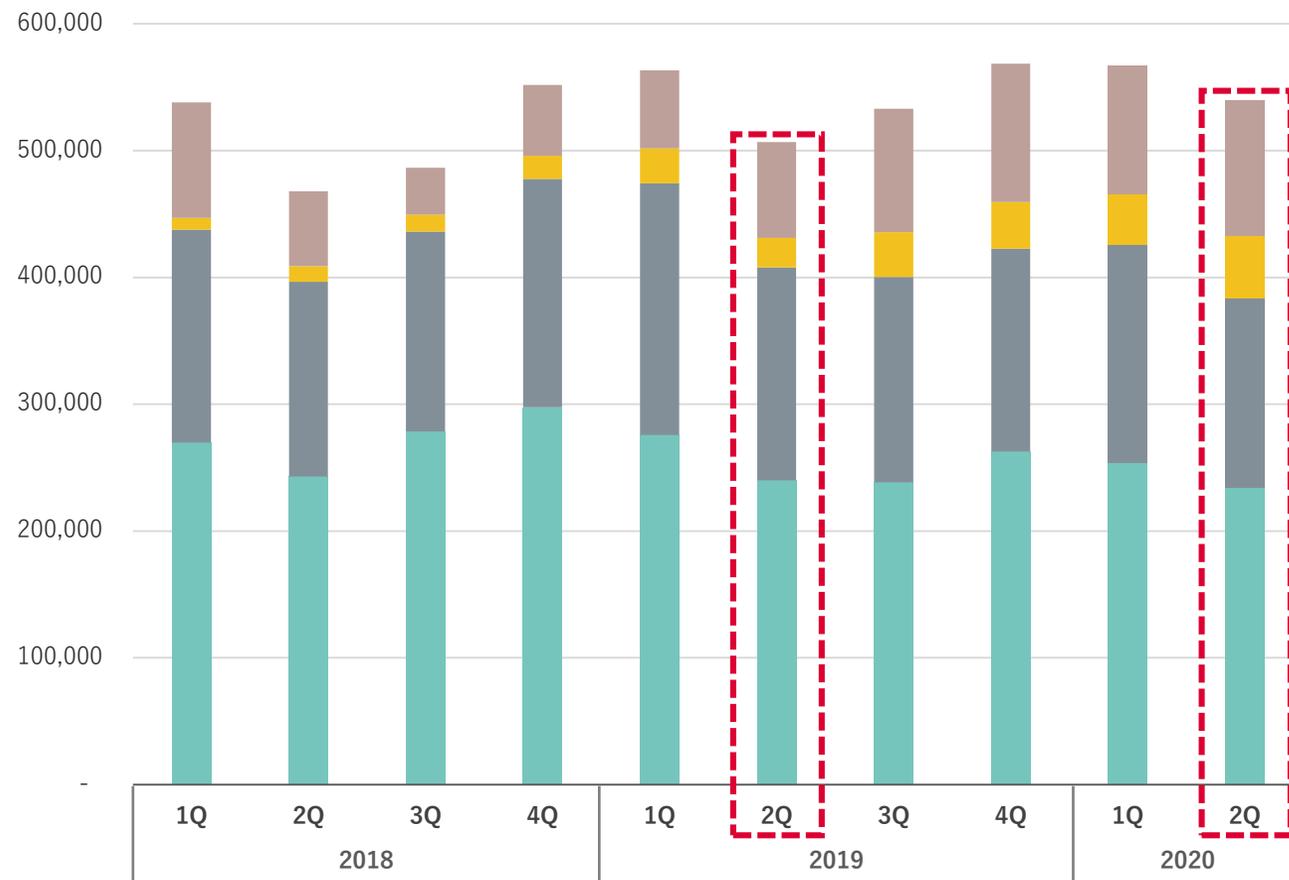
事業区分別付加価値売上高



※2020/2QよりVstar Japan株式会社を連結の範囲に含めております

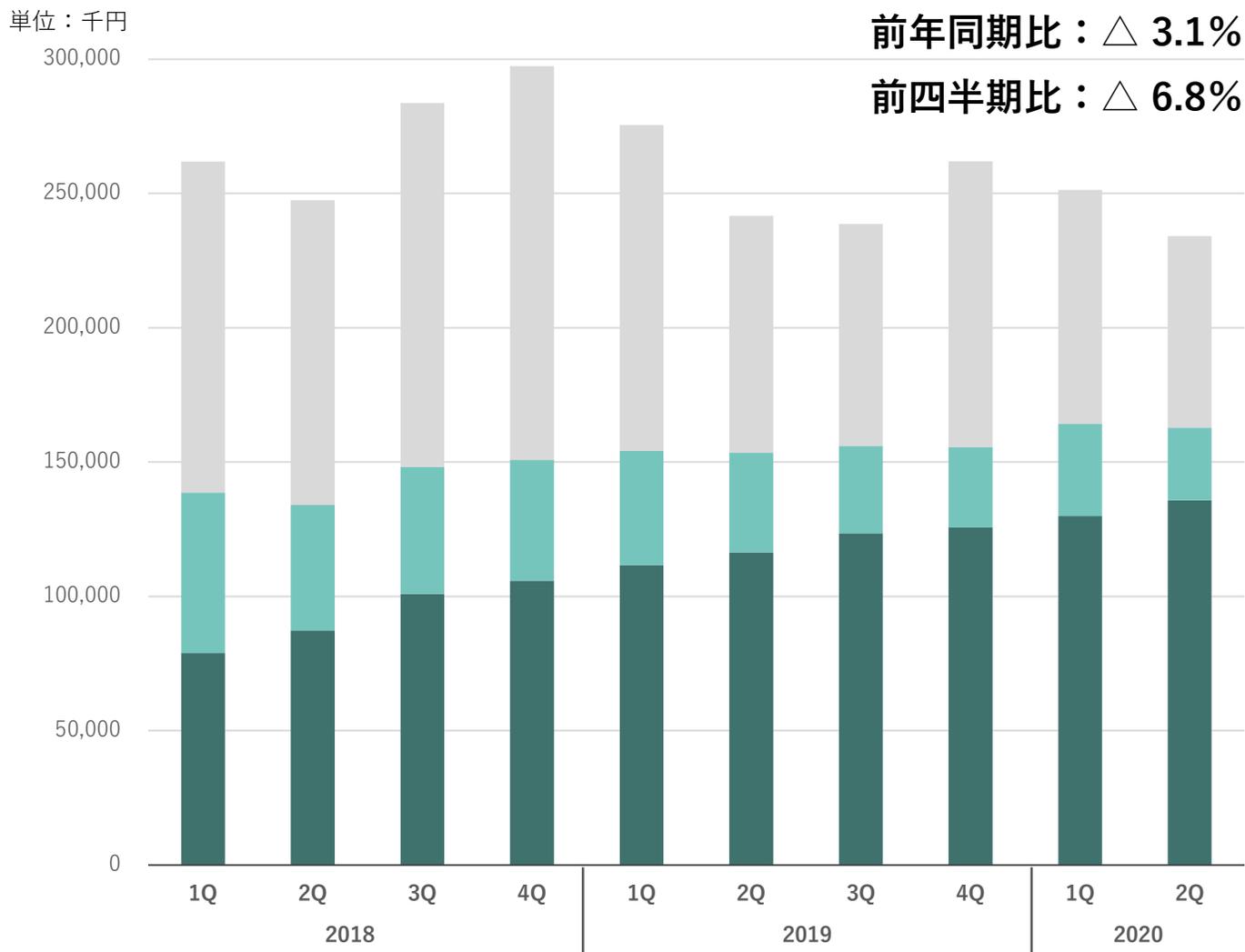
- 中国、欧米の海外関連事業の成長が付加価値売上の増加を牽引
- 主力の国内事業は再成長に向けた手応え

単位：千円



事業別概況 - マーケティング・ソフトウェア事業

マーケティング・ソフトウェア事業の付加価値売上推移



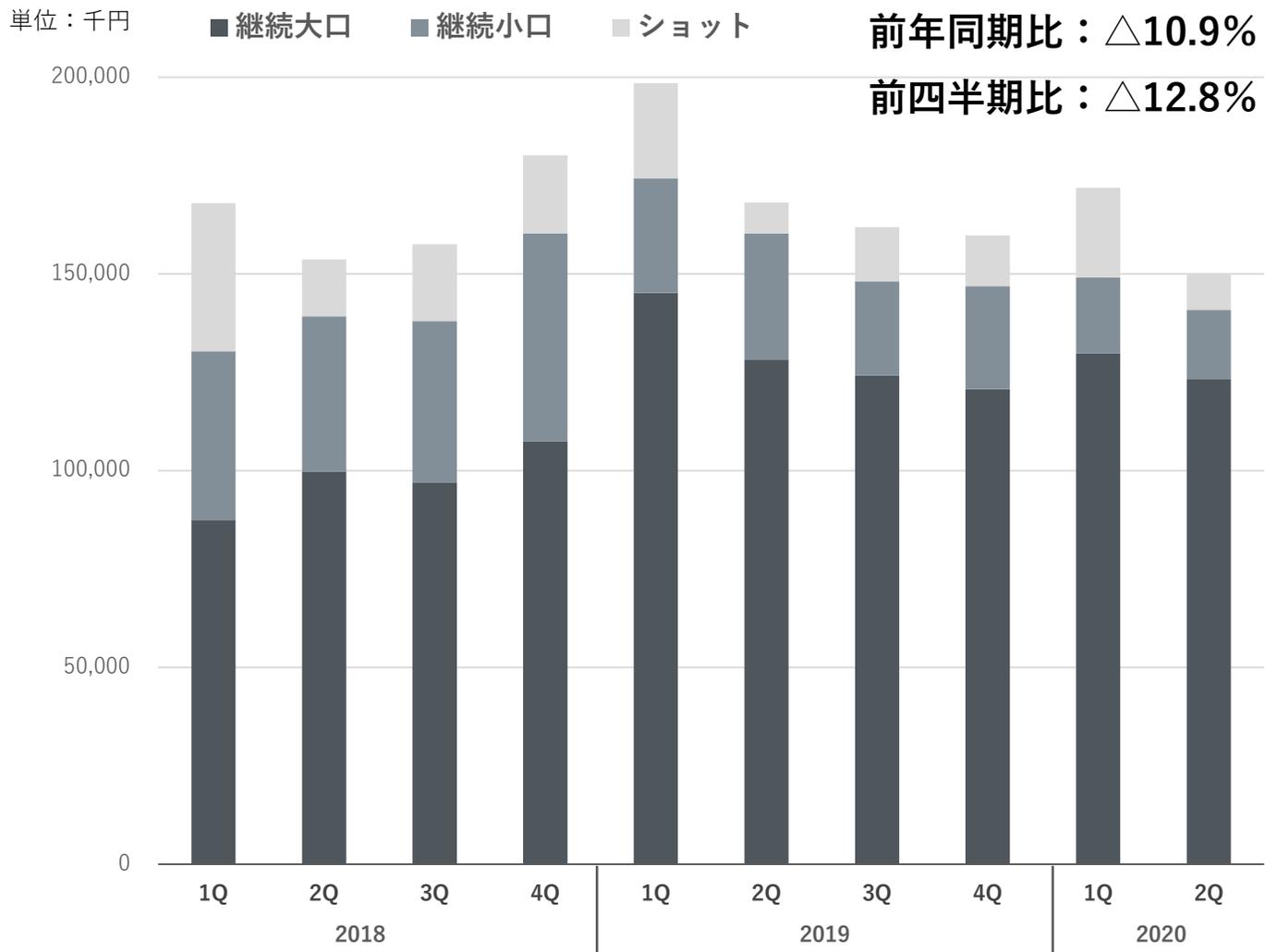
- 開発・営業リソースを注力SaaSに集約
- 注力SaaS型はD2CのEC企業を中心に案件数が伸長
- ショット型はキャンペーン等がコロナ影響で減少

- 月額課金型SaaS (注力)
- 月額課金型SaaS (非注力)
- ショット：プロモーション、キャンペーンなど

事業内容/事業の成長可能性はP.23参照

事業別概況 - マーケティング・ソリューション事業

マーケティング・ソリューション事業の付加価値売上推移



- 継続大口顧客増加の方針のもと、継続大口の比率は前年同期比5.9%上昇の82.2%
- ファンとの長期的な関係性の構築に向けたSNSアカウント運用、SNS広告運用、コンサルティング案件の増加

- 継続顧客：
- ・毎月又は定期的に受注のある顧客
 - ・マーケティング戦略にかかるコンサルティング、
- 広告運用、SNSアカウント運用等
- ショット：1回のキャンペーンや施策単位の受注

事業概要はP.23参照

事業別概況 - クロスボーダー事業

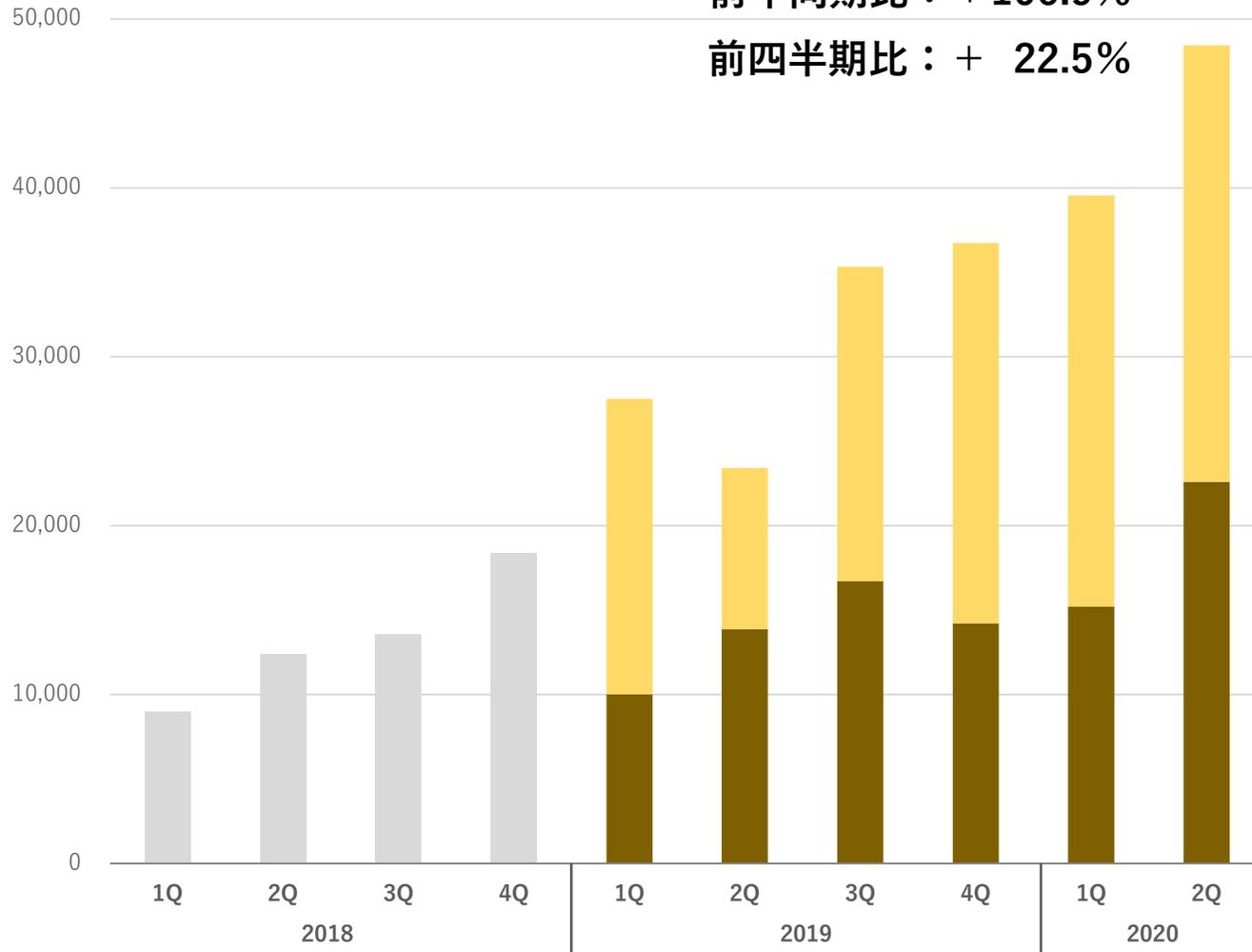
クロスボーダー事業の付加価値売上高推移

※2020/2QよりVstar Japan株式会社を連結の範囲に含めております

単位：千円

前年同期比：+106.9%

前四半期比：+22.5%



- 独自・独占サービス（インフルエンサーの情報発信）と広告運用（拡散）を掛け合わせたビジネスモデルが軌道に乗る
- Vstar Japanで支援するKOLのフォロワー増加、KOCとしてのBoJapanの口コミ増加

- 独自独占サービス：
KOL *1 / KOC *2 マーケティング支援
- 広告運用等代理サービス：
中国版SNSアカウント運用、広告運用等

*1 Key Opinion Leader 中国版インフルエンサー
*2 Key opinion Consumer 口コミを発信する消費者

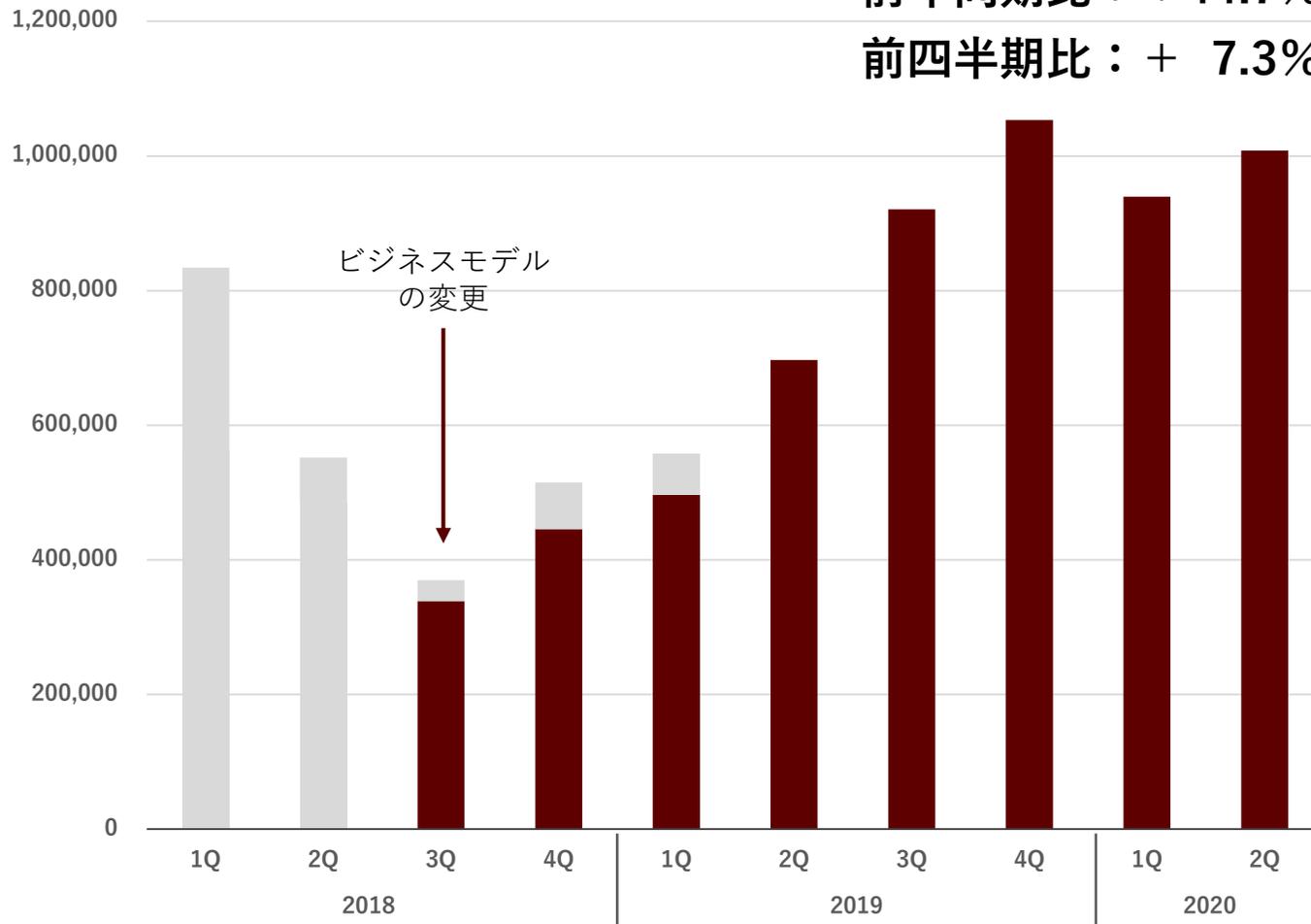
事業概要はP.24参照

事業別概況 - クリエイティブ・プラットフォーム事業

クリエイティブ・プラットフォーム事業の付加価値売上高推移

(シンガポール法人の欧米企業向けサービス)

単位：千US\$



前年同期比：+44.7%

前四半期比：+7.3%

- ゲーム・アプリ業界からの受注が好調
- 3D動画制作の分野で差別化
- 欧米のロックダウンにより新規受注は苦戦

■ 広告制作クリエイティブ・プラットフォーム「Credits®」
■ 海外広告代理事業 (現在は行っていない)

事業概要はP.24参照

課金タイプ別付加価値売上

付加価値売上のうち**継続型が約80%**を占め、安定的な収益獲得の基盤となる

継続型

433百万円

スポット型

106百万円

マーケティング・
ソフトウェア事業

月額課金型SaaS

ショット

マーケティング・
ソリューション事業

継続大口・継続小口

ショット

クロスボーダー事業

独自・独占サービス

広告運用等代理
サービス

クリエイティブ・
プラットフォーム事業

広告制作クリエイティブ・
プラットフォーム

Letro Studio

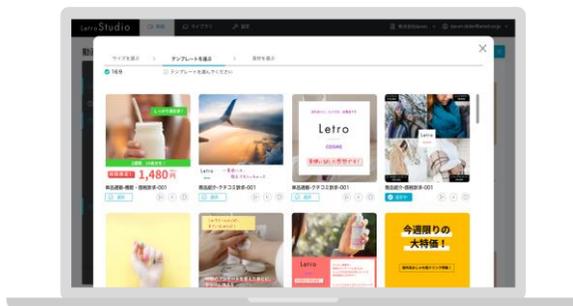
動画量産の課題を解決する
ノウハウ・スキル不要な動画制作ツール

利用メディアや目的に
応じた豊富な動画テンプレート



柔軟かつ簡易な編集機能

広告主から代理店まで幅広い企業の動画制作を支援



Letroは、InstagramおよびFacebookの公式パートナーに
認定されており、高品質かつ安定したシステム提供が可能です。

デジタルマーケティングの効果向上のためには、
静止画から動画への移行と露出面に応じた動画カスタマイズが必要

4.8倍

静止画よりも
動画の方が
視認されやすい

3.1倍

静止画よりも
動画の方が
購入を促進しやすい

2.1倍

ストーリー用に
製作した動画の方が
既存動画の転用よりも
成果につながりやすい

※〇倍の表記は動画vs静止画の比較検討時における、静止画に対する動画の勝率の高さを表します。
出典：Facebook : H1 2020 Creative Product Roadmap for FMPs

クリエイティブの動画化は確実に進む
乗り遅れると、動画対応した競合他社に成果で勝ちにくくなる

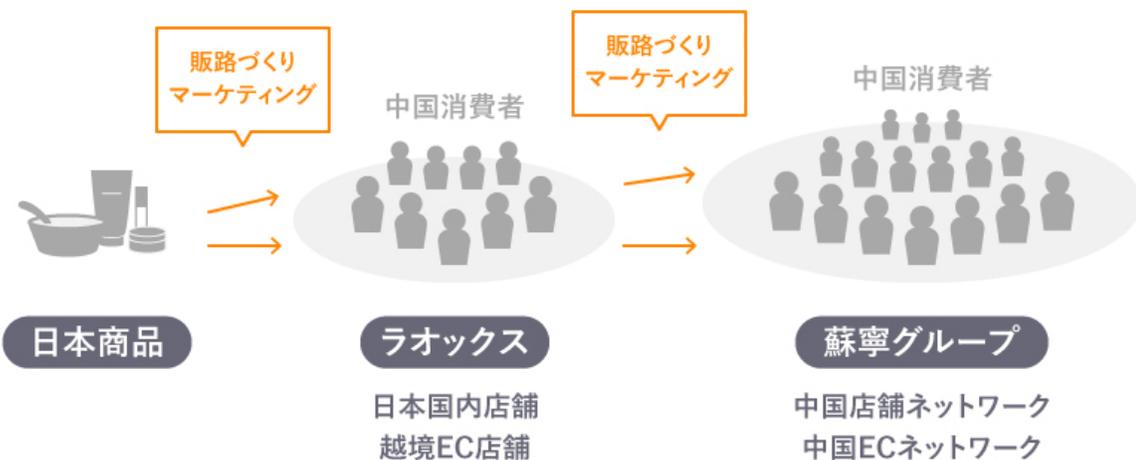


しかし、クリエイティブは疲弊との戦い
量産できることが必要



動画クリエイティブ量産の仕組み構築が
動画化の波に乗る方法

中国越境EC・中国輸出支援パッケージ



両社の強みを掛け合わせることで、
メーカーの日本国内販売・中国輸出を支援

1

ラオックスが運営する中国越境EC旗艦店（天猫国際・蘇寧国際）に商品を出品

★ラオックスのインバウンドにおける集客力

2

ラオックスが開催するライブコマース配信で商品を販売

3

アライドアーキテクツが、中国SNSを通じた口コミ生成、KOL活用によるマーケティング支援

★アライドアーキテクツの中国SNSを活用したマーケティング力

4

ラオックスの主要株主である蘇寧グループの販売ネットワークを活用した販路開拓

★蘇寧グループ※の中国本土での販売ネットワーク

※ラオックス社の主要株主である「蘇寧グループ」は中国最大級の小売企業

Appendix



ミッション

2005年の創業以来、アライドアーキテクト・グループは

ソーシャルテクノロジーで、 世界中の人と企業をつなぐ

のミッションのもと、以下の要素を大切に事業展開



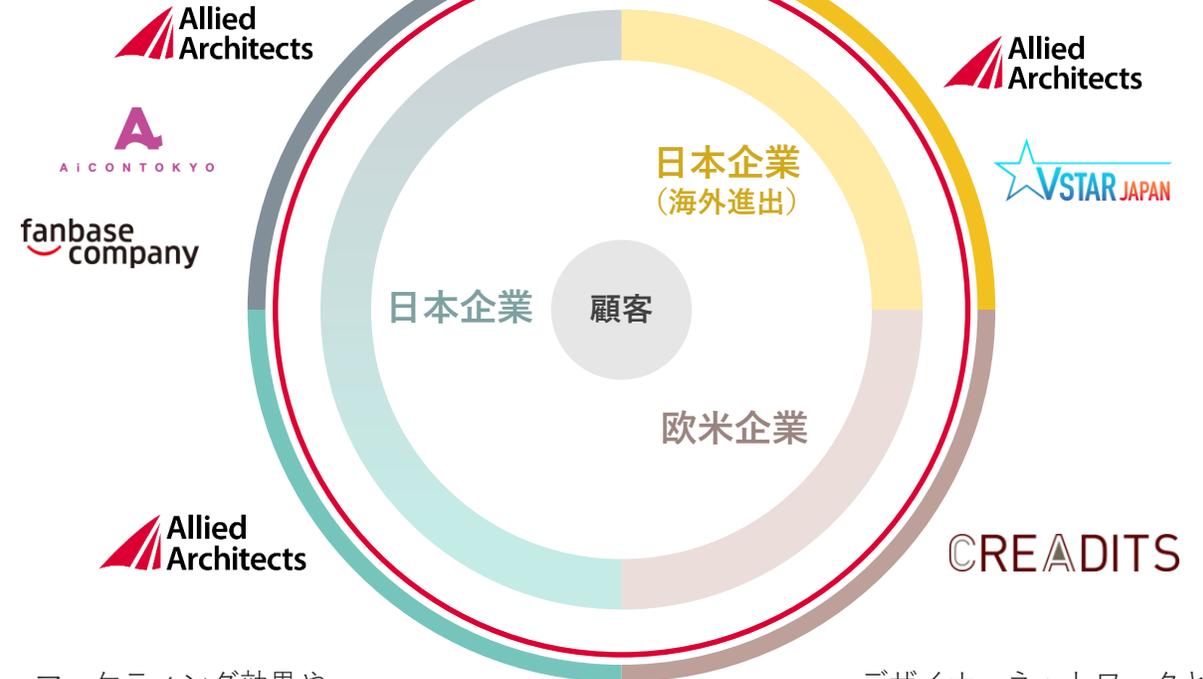
事業展開

マーケティング・
ソリューション事業

「ファン」をベースとした
マーケティング戦略の立案から
実行まで一気通貫で支援

クロスボーダー事業

主に中華圏に向けて、独自のネットワークや
プロダクトを活用した
プロモーション支援を実施



マーケティング効果や
効率を高める自社開発の
マーケティング・ソフトウェアを提供

デザイナーネットワークと
ソフトウェアを活用しクリエイティブに
関する様々なサービスを提供

マーケティング・
ソフトウェア事業

クリエイティブ・
プラットフォーム事業

アライドアーキテツ・グループがターゲットとする市場

広告・販促市場（日本）



広告市場（中国）



広告市場（欧米）



(*1) 2019年 日本の広告費（電通株式会社）

(*2) 各種統計資料等から当社が推計したものであり、実際の市場規模は当該推計値と異なる可能性があります。

(*3) I Reserch社レポート等より当社推計

事業概要

マーケティング・ソフトウェア事業

急成長する2市場において
UGC・動画・SNSの3領域の施策成果の向上と
工数削減を両立

EC市場

UGC

Instagramに投稿されるUGCを活用し
大手企業から成長
D2Cベンチャーの
成果改善を支援

Letro
monipla
ファンブログ

動画

非デザイナーでも
簡単に動画を制作する
ことであらゆる販
促施策の動画化を
支援

LetroStudio

SNS

集客や認知拡大など
をTwitterや
Instagram上で簡単
に行える販促施策を
支援

echoes

ソリューション

WEB制作、広告運用、コンサルティング

デジタル販促市場

マーケティング・ソリューション事業

顧客に付加価値を提供し、取引額・取引期間
ともに拡大する案件の開拓に注力



専門人材による実行支援や
専門人材の派遣



(連結子会社)

CCO派遣により
顧客企業の経営やブランディングに
“アート”や“クリエイティブ”の要素
を織り込む

※CCO：Chief Creative officer
(クリエイティブ・マーケティング責任者)



(持分法適用関連会社)

新しいマーケティング理論
「ファンベース」の
考え方と仕組みの提供

施策実行

市場啓蒙

事業概要

クロスボーダー事業

KOL (*1) ・ KOC (*2) ・ 広告を活用した口コミ/話題
づくりを行うことでの顧客企業の越境ビジネスを推進

KOLマーケティング



Weibo公式中国KOL
キャスティングサービス
※日本国内独占契約



日本人KOL
キャスティング

淘宝直播

在日中国人KOL
ライブコマース
パッケージ

KOCマーケティング



日本最大級の在日中国人
女性コミュニティ

SNS運営・SNS広告支援



小红书

クリエイティブ・プラットフォーム事業

クラウド上に世界の広告制作工場を作り、
安く質の高いクリエイティブを供給



プロフェッショナル
ネットワーク



ソフトウェア



ソリューション

価格優位性

デザイナーの人的費が高
い欧米等に向けて、
コスト効率の良いサー
ビスを提供

付加価値の高い
クリエイティブ
の提供

インハウスデザイナー
では対応できない、
難易度の高いクリエイ
ティブを提供

クリエイティブ
戦略の提供

専任のカスタマーサク
セスマネージャーが、
継続的に顧客に合った
戦略やアイデアを提供

■ 当社の独自独占サービス

*1 Key Opinion Leader 中国版インフルエンサー

*2 Key opinion Consumer 口コミを発信する消費者

会社概要

アライドアーキテクト株式会社

Allied Architects, Inc.



代表者 : 代表取締役CEO 中村 壮秀 (なかむら まさひで)
事業内容 : マーケティング支援事業
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30日
証券コード : 6081 (東証マザーズ)

当社グループの拠点と人材

拠点数 : 7 グループ社員数 : 200名

国籍数 : 10以上 非日本国籍比率 : 35%以上

エンジニア比率 : 25%以上

(*) 2020年6月30日現在

主なグループ会社



AiCON TOKYO
株式会社
(東京都渋谷区)

クリエイティブディレクター
のインソース事業



VSTAR JAPAN
株式会社
(東京都渋谷区)

中国向けインフルエンサー
マネジメント事業



Creadits Pte. Ltd.
(シンガポール)

広告クリエイティブ・
プラットフォームの運営



fanbase company
株式会社
ファンベースカンパニー
(東京都港区)

「ファンベース」の戦略策定、
実行・効果測定



Allied Tech Base Co.,Ltd.
(ベトナム ハノイ)

本社事業における
各種プロダクトの開発拠点



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

本社事業における
各種プロダクトの開発拠点

UK (London)



Japan (Tokyo)

Vietnam
(Hanoi, HoChiMinh)

Singapore



US (New York/Austin)



ファンベースカンパニーの提供価値

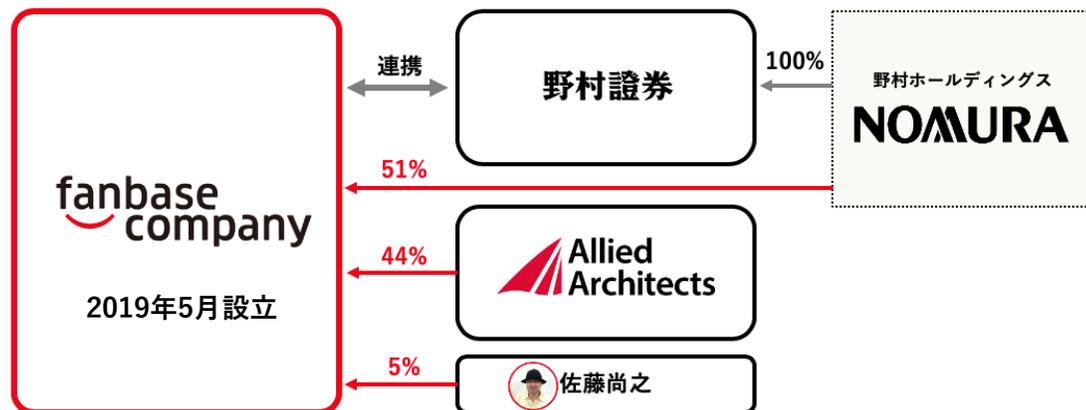
今注目されている新しいマーケティング理論「ファンベース」(*)の
考え方と仕組みを顧客企業に一気に通貫で提供

本理論の提唱者である佐藤尚之氏による戦略策定から実行・効果測定まで
を一気通貫で支援し、ファンベース経営の導入を成功に導く

プロダクト開発力を持つ当社、「ファンベース」の提唱者である
佐藤尚之氏、野村ホールディングス(株)が協同で支援

×

圧倒的なノウハウを持つ
「ファンベース」実行の第一人者が多数在籍



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

(*) 「ファンベース」とは、ファンを大切にし、ファンをベースにして、中長期的に売上高や事業価値を高める考え方

AiCON TOKYOの提供価値

近年の企業経営において重視されている “アート”や“クリエイティブ”の要素を顧客企業にインソース

今後の企業経営に不可欠だが、採用困難なクリエイティブディレクターを顧客企業にインソース
クリエイティブを経営に組み込むことで、“スピード”“質”ともにマーケティングが進化

AiCONの提供価値

- 1 “クリエイティブ”の要素が経営に組み込まれ、経営チームが更に高い競争力を持つ
- 2 統一感のあるブランディング、マーケティングをスピーディに実行
- 3 外部業者やアウトソースと比較し、ぶれないディレクションによりマーケティングコストの削減が可能

なぜ
できるのか？

CCO (Chief Creative Officer/チーフクリエイティブオフィサー) としての実績豊富な石渡氏が中心となり、
クリエイティブ人材を発掘・インソース支援



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ECD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。

将来見通しに関する注意事項等

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。

また、本資料に掲載・引用しているロゴ、会社名、商品名等は、各社の登録商法または商標です。