



アライドアーキテクト株式会社

事業計画及び成長可能性に関する事項

2021年12月

東証マザーズ
6081



世界中の人と企業をつなぐ

- 1 事業概要 P. 4
- 2 競争優位性 P.20
- 3 市場環境・個別戦略 P.32
- 4 グループ方針 P.45
- 5 リスク対応策 P.53

1 事業概要



会社名 アライドアーキテクト株式会社
Allied Architects, Inc.

代表者 代表取締役社長CEO 中村 壮秀

事業内容 マーケティングDX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4階

設立 2005年8月30日

証券コード 6081 (東証マザーズ)



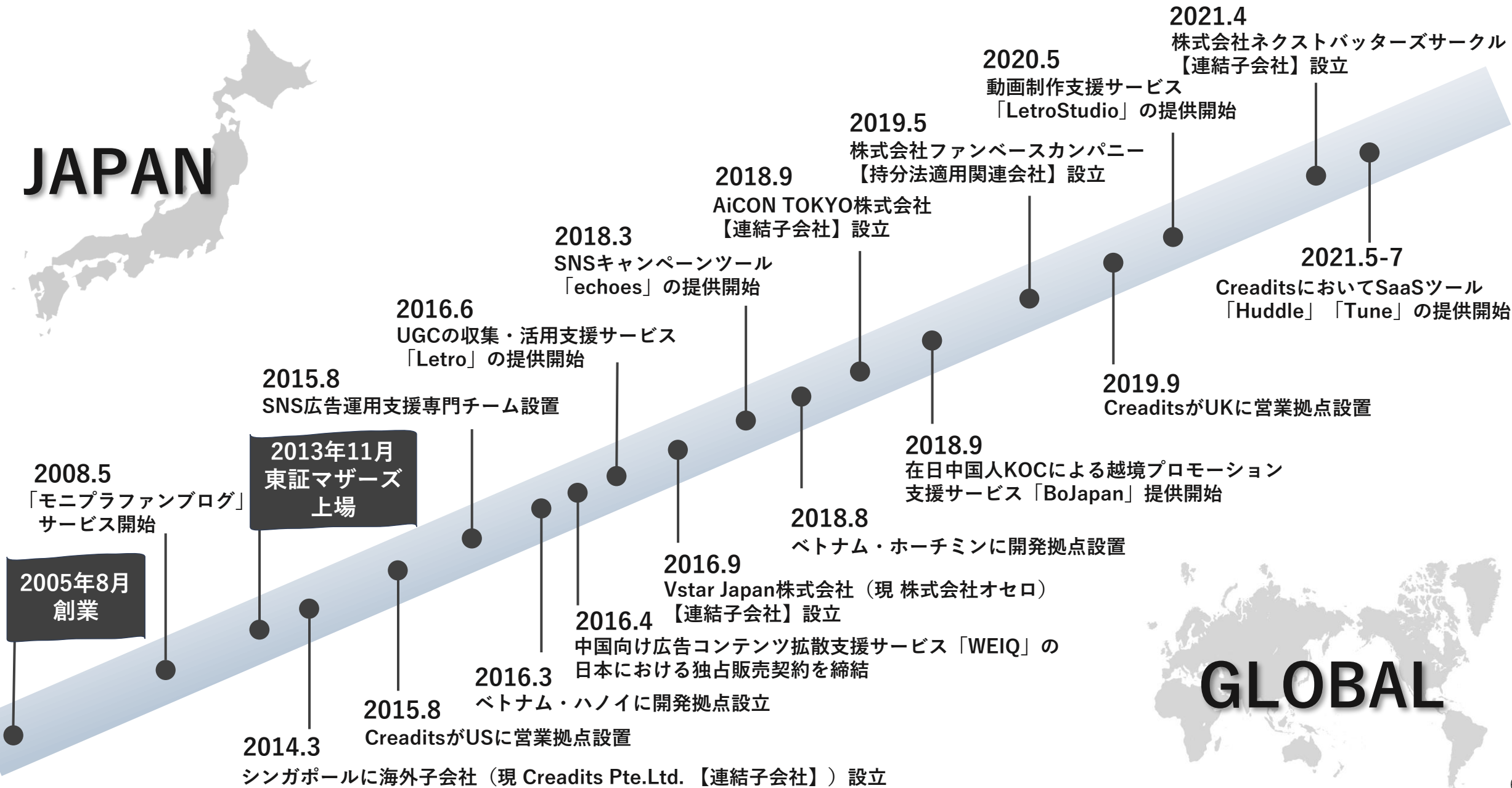
- 拠点数：7 (日本1、海外6)
- グループ企業数：7社
(2021年9月末時点)



沿革

JAPAN

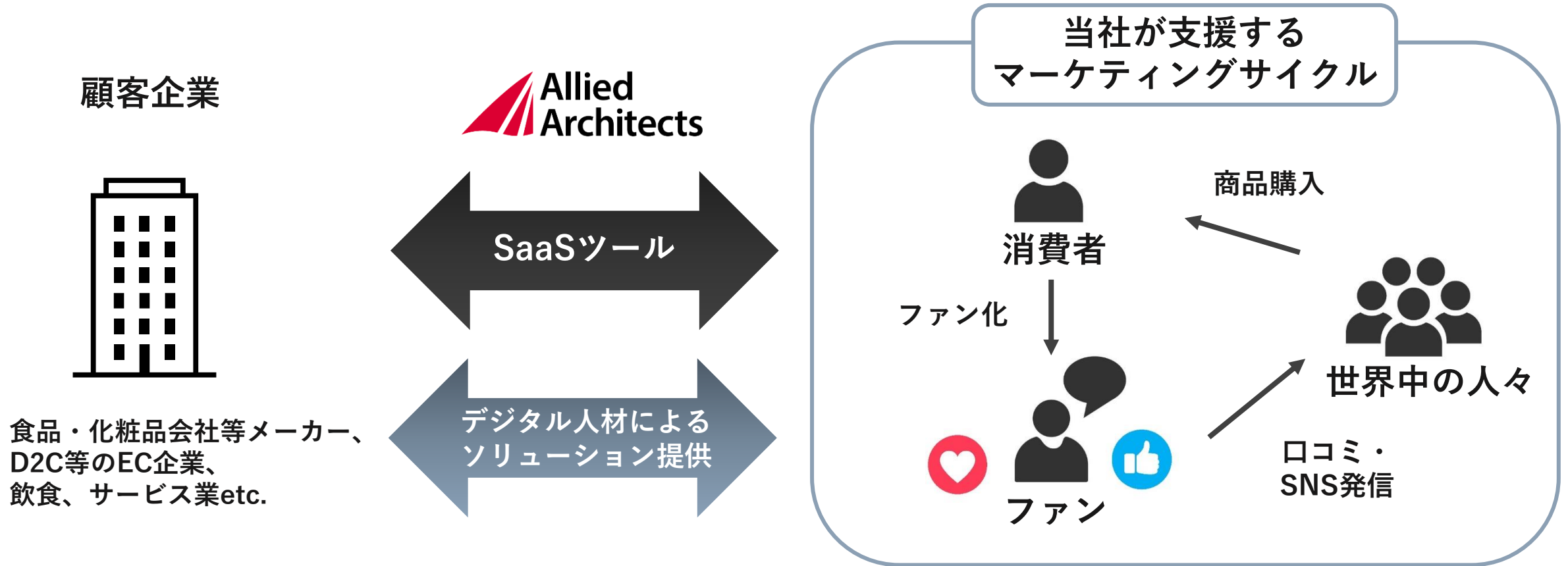
GLOBAL



ビジネスモデル

『顧客企業と人々をつなぐ』 BtoBのビジネスを展開

～マーケティングDXを加速するためのSaaSツール、デジタル人材※によるソリューションを提供～



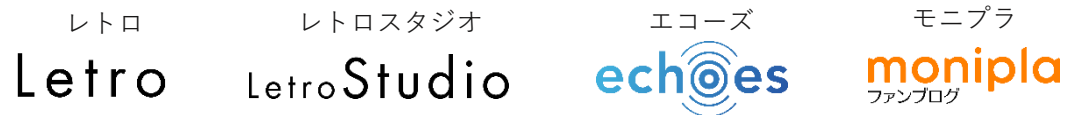
※ デジタル人材：当社では主に、SaaSやSNSなどのデジタル技術・手法に詳しく、それらを生かした施策やサービスを実行できる人材（SNS広告の運用人材、SNSのアカウント運用人材）のこと。また、エンジニア、WEBデザイナー、クリエイティブ・ディレクター等

顧客企業の様々なマーケティング課題を一気通貫で解決する事業ラインナップ

SaaS ビジネス

国内SaaS事業

マーケティングDXを加速する
自社開発のSaaSツールを提供



海外SaaS事業

グローバルなクリエイターネットワークにより
高品質な3Dの広告クリエイティブを提供



デジタル人材 ビジネス

ソリューション事業

「SNS」や「ファン」をキーワードに
マーケティングDX戦略を包括的に支援



中国進出支援事業

独自のインフルエンサーネットワークを活用
した中国向け越境プロモーション支援



事業環境

コロナをきっかけとする消費者の価値観や購買活動の変化に伴い
企業のマーケティングDX推進が一段と進展し、事業環境は良好



国内SaaS事業

ECサイトの成果向上施策や
デジタル販促の需要が拡大

海外SaaS事業

ゲームの高度化が一段と進み
3D制作の需要活況



ソリューション事業

ファンを重視した
マーケティングの需要が旺盛

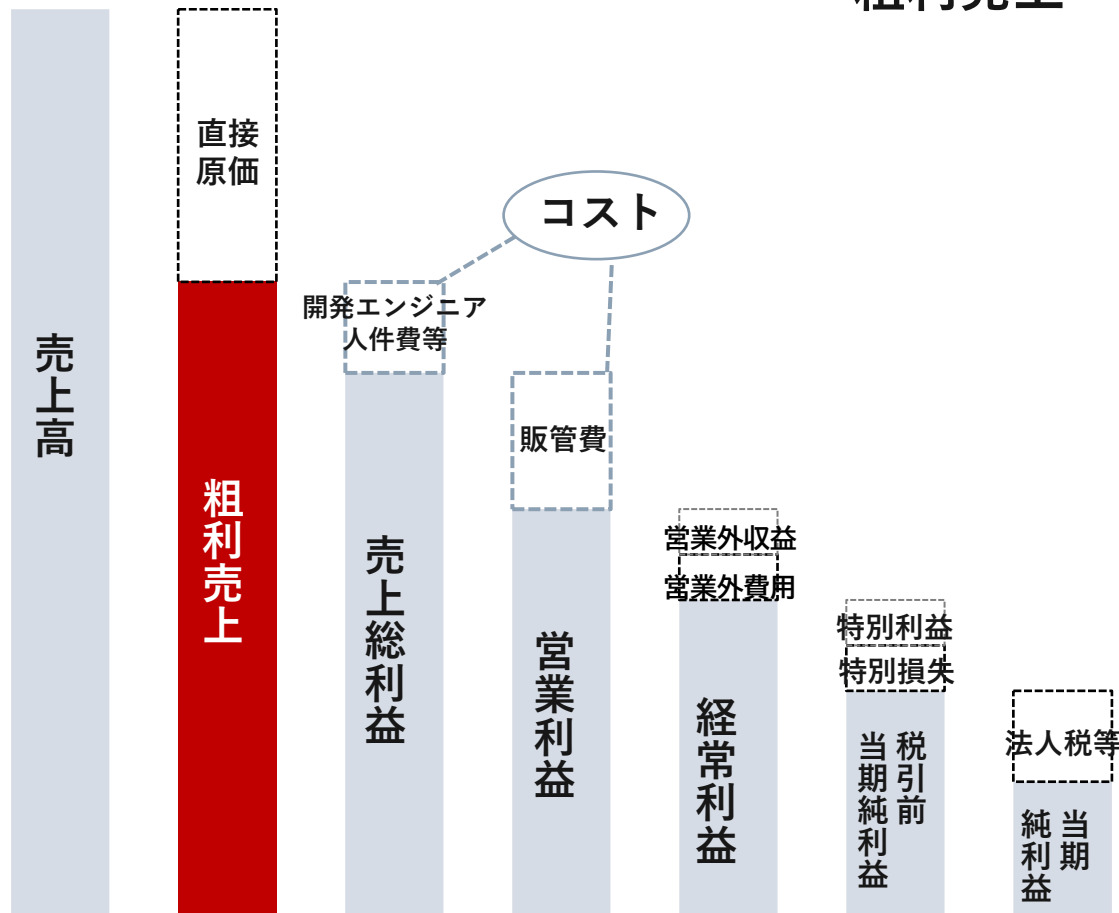
中国進出支援事業

越境ECのプロモーション需要
が堅調

重要な経営指標：粗利売上

当社グループの収益性を測る経営指標 「粗利売上」

$$\text{粗利売上} = \text{売上高} - \text{直接原価}$$



売上高ではない理由

【①ビジネスの変化】

2016-17年頃は広告売上比率が高かった



粗利率の高い自社プロダクト中心へ移行

【②粗利率の違い】

広告運用代行：粗利率「低」

SaaS：粗利率「高」



売上高はセールスマックスで変動するため
当社では粗利売上を重要指標として設定

主要項目推移（売上高/粗利売上/営業利益率）

国内事業が牽引し、2020年下期から増収増益トレンドを継続 2021年3Qには粗利売上が過去最高を更新



粗利売上

国内事業の継続的な成長に加え、2021年は海外事業が増収フェーズとなり、3Qに過去最高を更新

売上高

2020年以降は成長トレンドも、広告運用の需要変動による影響を受けやすい

営業利益率

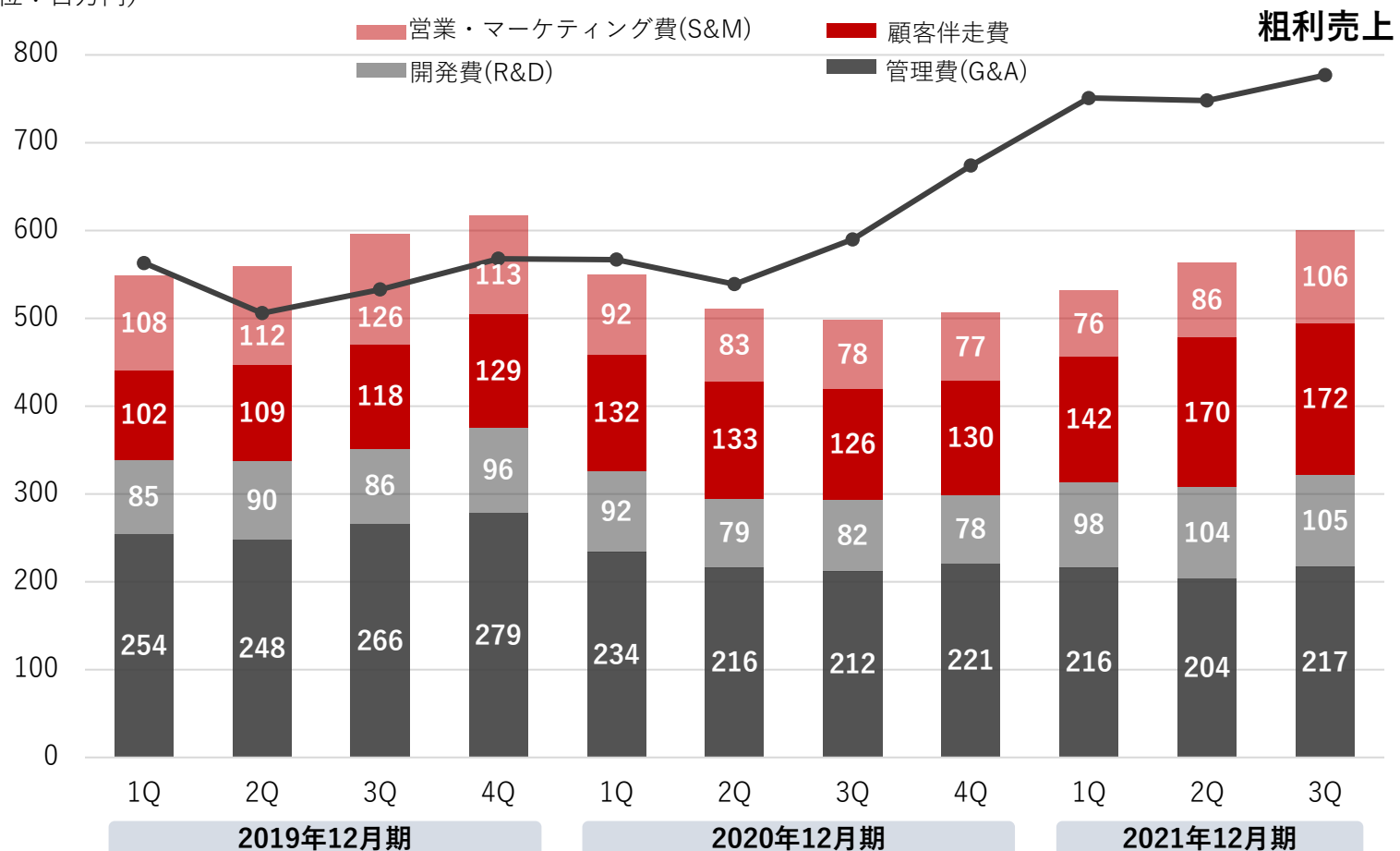
2019年までは海外事業の先行投資により営業赤字
2020年以降は海外事業の成長に伴い営業利益率が改善

コスト推移

人材や広告宣伝への投資を中心に 事業の成長フェーズに合わせ戦略的にコストを投下

コスト四半期推移

(単位：百万円)



営業・マーケティング費

新規顧客獲得のための広告宣伝費や
営業人件費などを積極投下

顧客伴走費

SaaS：リピート率向上やアップセルに
向けたカスタマーサクセス人件費

デジタル人材：クリエイター・プランナー
をはじめとした人件費
などを積極投下

開発費

主にSaaSツール開発のエンジニア人件費

管理費

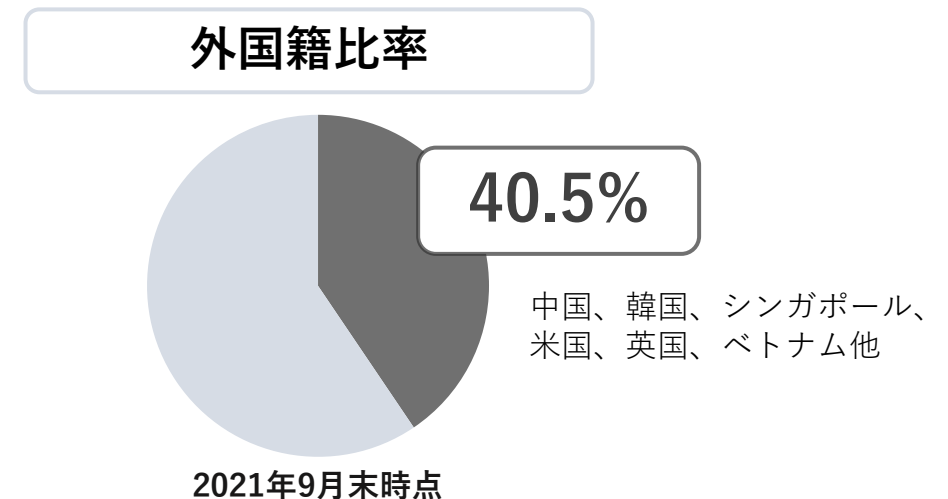
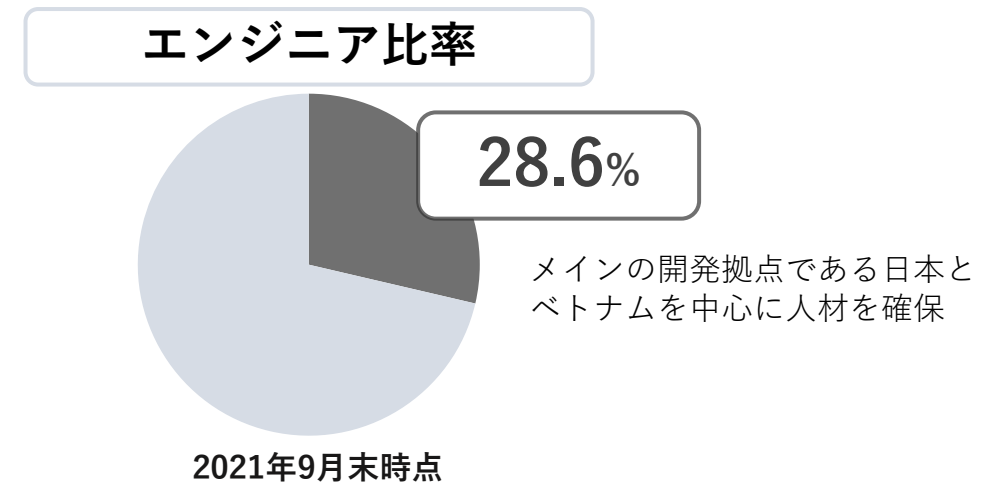
オフィス賃借料、全社システム費用、
管理部門人件費など

人員推移

ビジネスモデルの進化に加え、 人材の獲得・育成により生産性が向上

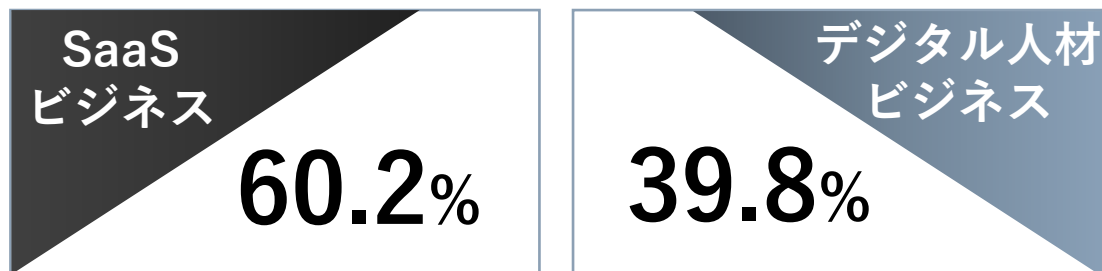


※グループ人員数：各(四半)期末における正社員、パート、業務委託の人数合計

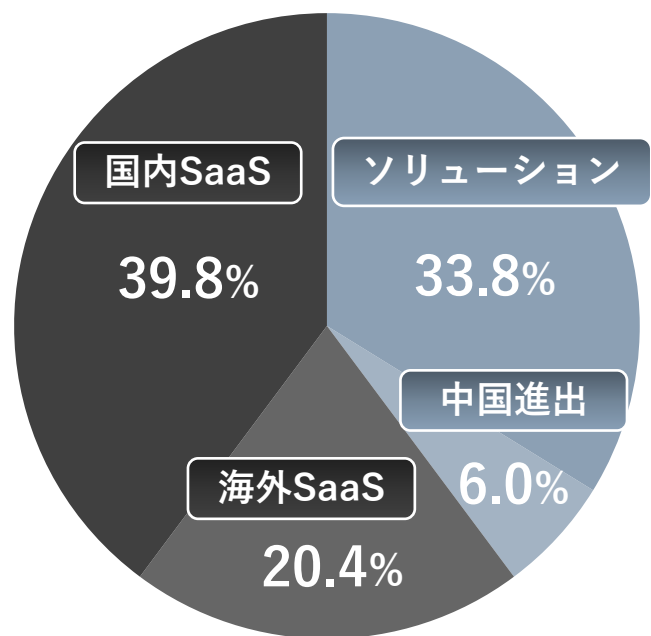


粗利売上構成比（SaaS/デジタル人材）

積上型中心のSaaSビジネス6割
+ 大口継続取引中心のデジタル人材ビジネス4割で構成



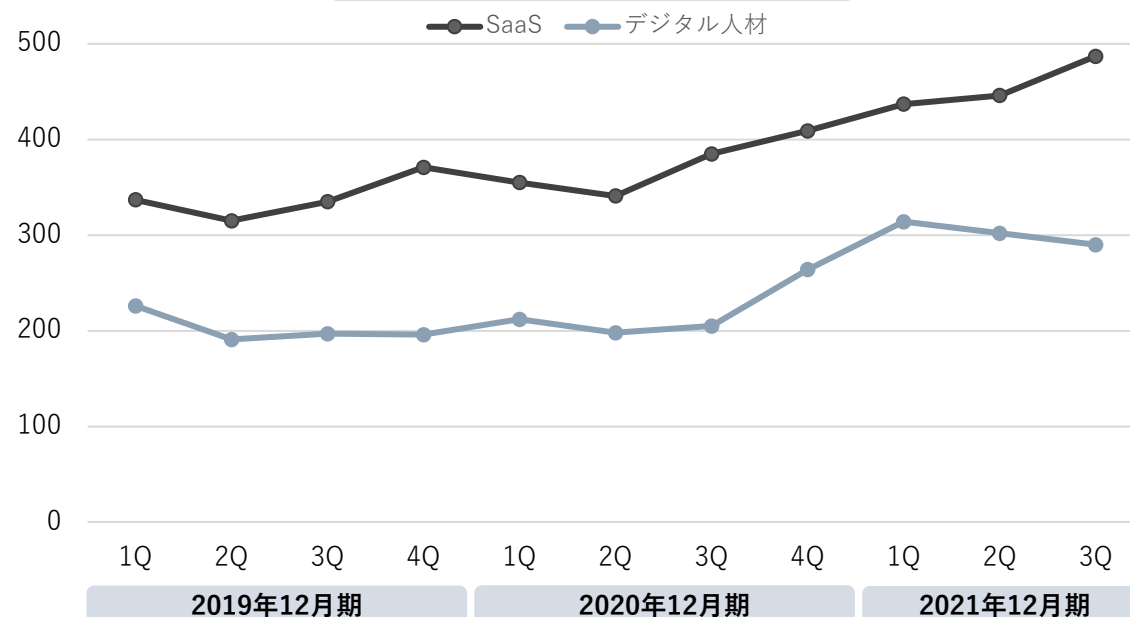
- SaaSビジネスは、高い粗利率かつ月額課金型売上の積上が可能
- デジタル人材ビジネスは、広告の需要変動が四半期業績に影響するも、大口継続顧客との安定取引が大半



2021年12月期3Q累計

(単位：百万円)

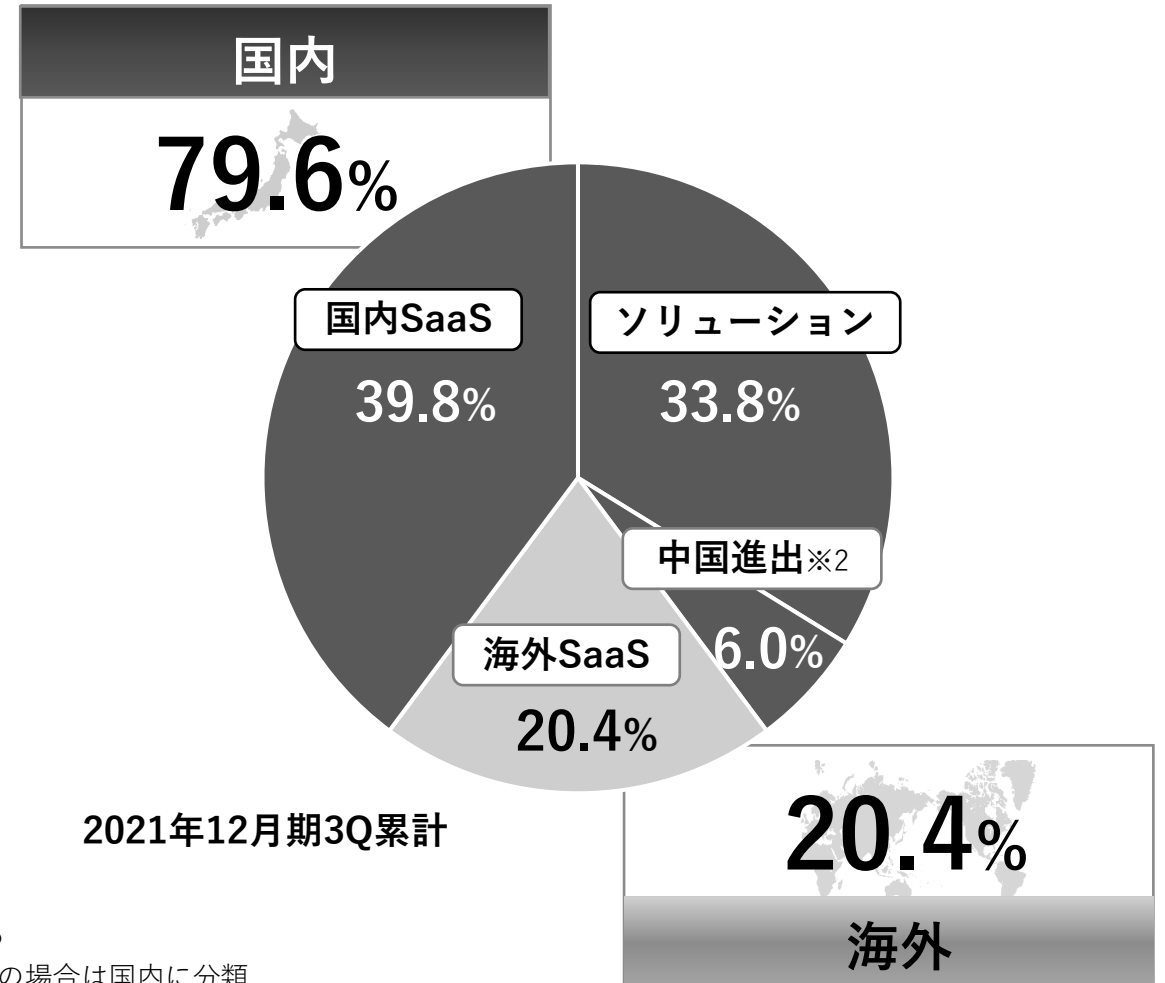
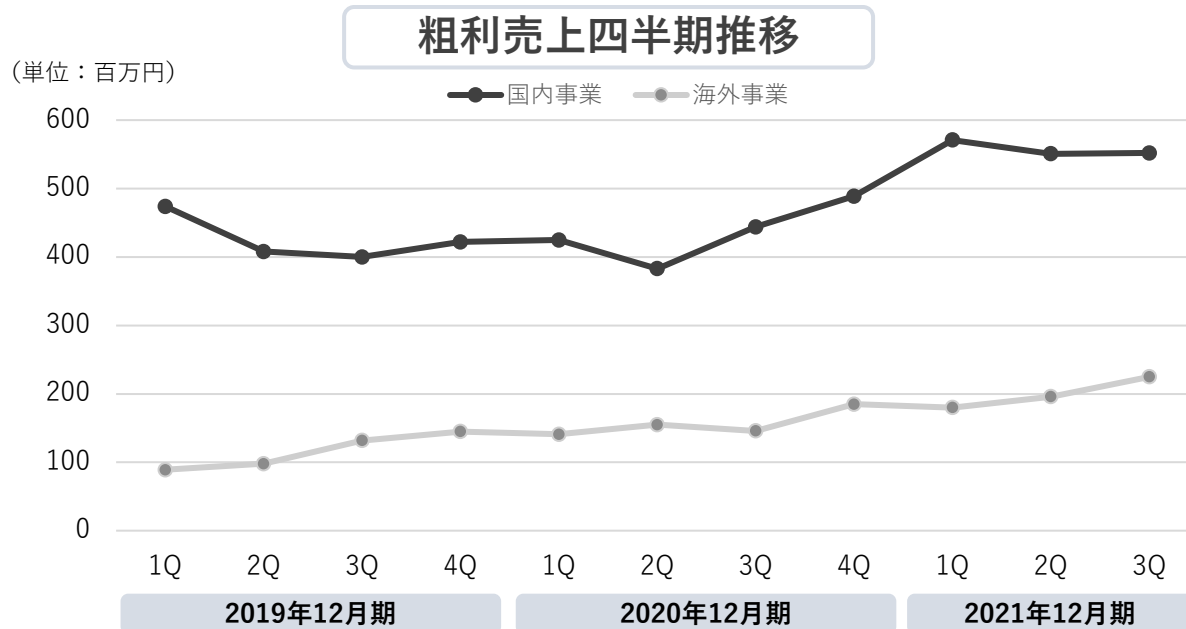
粗利売上四半期推移



粗利売上構成比（国内/海外）

国内事業8割 + シンガポールHQ^{※1}による海外事業2割で構成

- 国内事業は、グループを支える収益基盤として継続的な成長を目指す
- 海外事業は、成長可能性の高い事業と見込んでおりグループ内でも存在感のある事業に育成

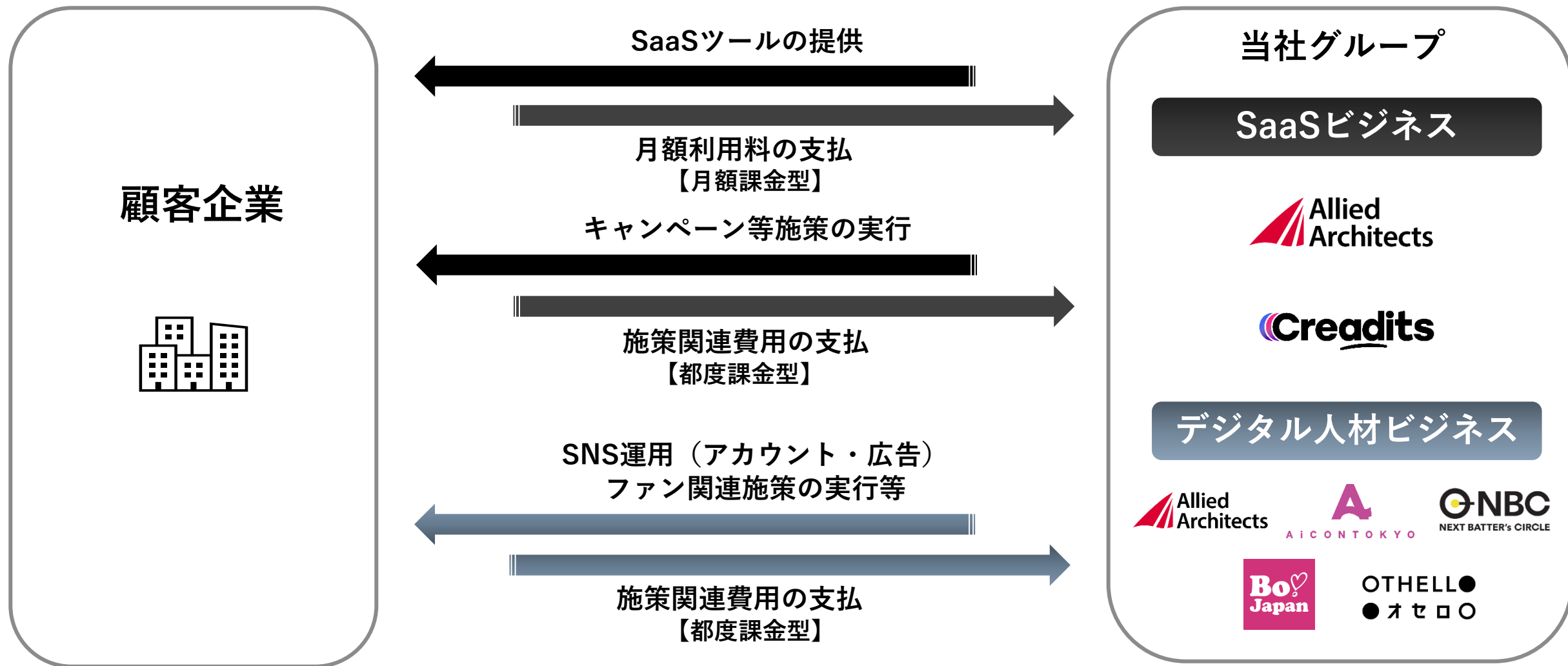


※1 HQ=Head Quarterの略。海外事業はシンガポール拠点の連結子会社Creditsで行っている

※2 中国進出支援事業は事業性質においては、海外事業に分類されるものの、顧客属性・市場の場合は国内に分類

国内事業の収益構造

月額課金型で収益基盤を作り
継続的な施策の提供により収益性を高める構造



海外事業の収益構造

3Dの広告クリエイティブ制作における
品質、スピード、低価格を実現する仕組みをグローバルに提供

顧客企業



欧米の
ゲーム会社中心

- ・ 欧米企業 : 約75%
- ・ ゲーム業界 : 約70%

(2021年12月期3Q累計の
売上比率)

広告制作物の提供



利用料の支払

【月額課金型・都度課金型】



SaaSツールの提供



利用料の支払

【月額課金型】



Creadits

主力サービス

クラフト

Craft

新サービス

チューン

Tune

ハドル

Huddle

グループ会社一覧

国内SaaS事業



Allied Tech Base Co.,Ltd.
(ベトナム ハノイ)



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

SaaSツールのオフショア開発拠点

海外SaaS事業



Creadits Pte. Ltd.
(シンガポール)

広告クリエイティブ制作プロバイダー

ソリューション事業



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シェアリング事業



株式会社
ネクストバッターズサークル
(東京都渋谷区)

デジタルマーケティング人材のシェアリング事業



株式会社
ファンベースカンパニー
(東京都渋谷区)

「ファンベース」の戦略策定、実行・効果測定支援

中国進出支援事業



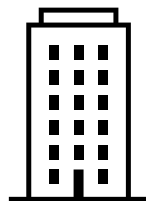
株式会社オセロ
(旧Vstar Japan株式会社)
(東京都渋谷区)

越境EC進出支援、インバウンドマーケティング支援

「持続可能な社会」実現に貢献する事業展開



当社グループ
または当社サービスが
貢献しうるSDGs



当社サービスを通
じて顧客企業が実
現しうるSDGs

SaaS
ビジネス



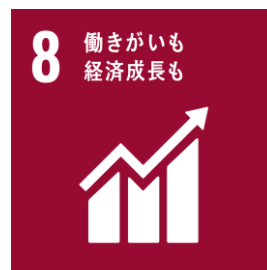
途上国を含む、世界中にいる
広告制作者へクラウド上で
就労機会を提供



SaaSツールの活用による労働
生産性向上への貢献



平等・公平な評価・採用により
外国籍比35%超
女性管理職比40%超を実現



SaaSツールや人材シェアリン
グにより、誰でも働きやすく、
収入を得られる就労機会を提供

デジタル人材
ビジネス



デジタル人材候補に対する
働く機会と学ぶ環境の提供



企業とファンが結びつくこと
による新たな価値の創出を支援

2 競争優位性

SaaSビジネス



マーケティングDX推進に最適な分野にフォーカスした SaaSツールの展開

EC

Letro

Instagramやブログに投稿された
UGC※1を収集、ECサイトなどに
反映できるツール

【月額課金型※2】

動画制作

LetroStudio

豊富なテンプレートと操作性の高い
編集機能で簡単に
動画を制作できるツール

【月額課金型※2】

販促

echoes

TwitterやInstagram上で
簡単にキャンペーンを
開催できるツール

【都度発注※3】

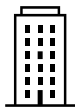
【主な成果】

ECサイト・LP経由での
新規顧客獲得件数増加

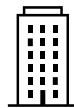
動画広告・SNS・営業用資料等の
動画施策実行

SNSを通したブランド認知拡大
オン・オフライン両面の集客強化

【主な顧客】



コスメ、美容、食品、D2C



各種メーカー、サービス業



食品等メーカー、ドラッグストア、
小売店

※1 UGC : User Generated Contentsの略。企業ではなく、一般ユーザーによって制作・生成されたコンテンツのこと。
※2 月額課金型 : 契約内容に応じて、月額で料金が発生 (従量課金を含む)
※3 都度発注 : 主にプロジェクト単位で料金が発生

UGCを生成・活用するための最適な手段の提供により 顧客企業の売上拡大につなげる成果をもたらす

当社の競争優位性

UGC生成～活用を
シームレスに実行

効率的な
コンテンツ
生成



売上拡大に
直結する
高い成果

継続的なPDCAにより
CVR1.2倍※に導く

※CVR（コンバージョンレート）：
広告のリンクをクリックした数のうち、
商品購入等の成果につながった比率。
当社顧客は、当社ツール導入前に比べ
平均1.2倍程度の成果向上を実現

Instagramでも話題！



NEW!



競合

各ツール2-3社

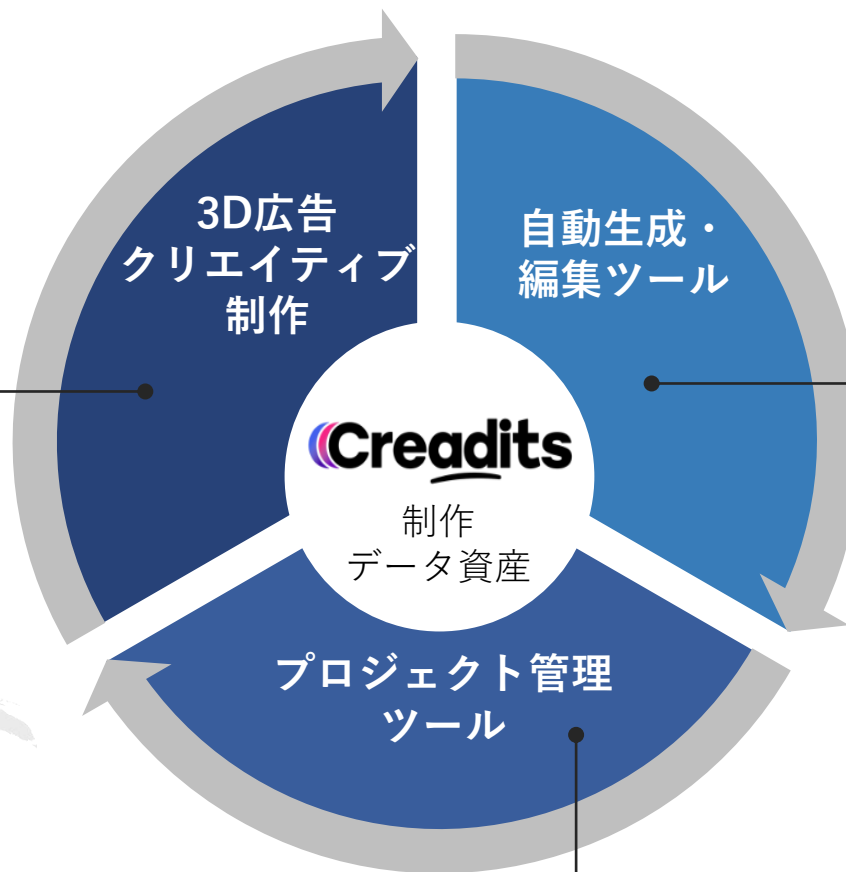
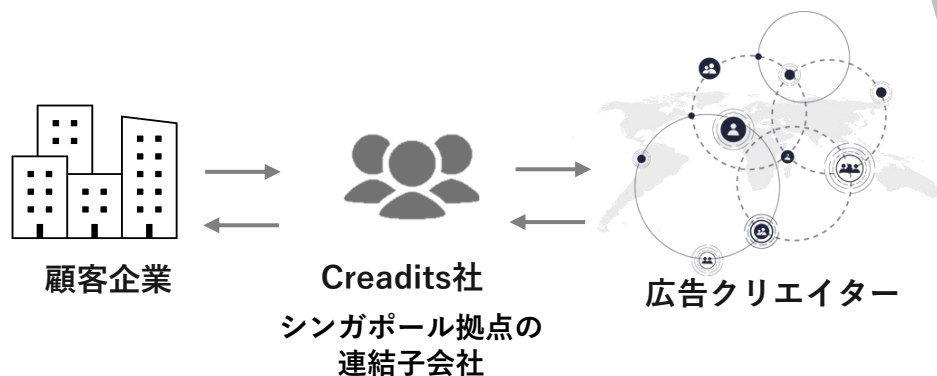
差別化

マーケティング素材の生成に留まらず、CVR
などの成果を見える化し、成果向上に導く

3D広告クリエイティブ制作における 品質、スピード、低価格を実現する仕組みをグローバルに提供

Craft

- 世界中の3D制作プロフェッショナルを自社で発掘しネットワーク化
- Creaditsクリエイター統括人員がノウハウやアドバイスを提供し制作物の品質向上に導く



Tune

AIによりクリエイティブの多数のバリエーション作成、リサイズ、修正を可能な限り機械化

Huddle

チームでの制作において生産性を上げる

活況な欧米のゲーム業界をメインターゲットに
世界中のクリエイターネットワークを活用し、高品質な3D広告を制作・提供

当社の競争優位性

 **Craft**

3Dなど難易度の高い
クリエイティブ制作

高スキルの
クリエイター
集団



生産性を
高めるツール

 **Huddle**  **Tune**

クライアントの
制作インフラに

《3D制作事例》



競合

インハウス：社内クリエイター（いずれも海外）
外注：制作会社、広告代理店

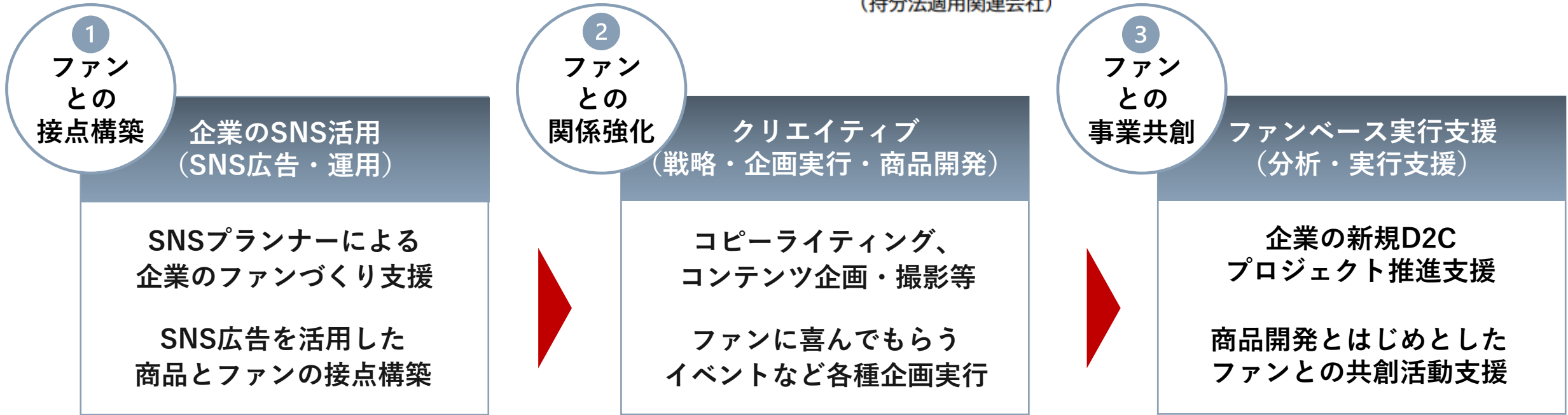
差別化

業界全体で制作リソース不足のため、
競合ではなく共存関係に

A background image showing a large group of people in various business poses, rendered as light gray silhouettes. The figures are scattered across the frame, some standing in small groups, others alone, creating a sense of a busy, professional environment.

デジタル人材ビジネス

『企業とファンの関係構築』を推進できるプランナー・クリエイター集団が 企業のファンベース実践を支援



【主な顧客】



ファンの繋がりを強化したい各種メーカー企業
企業の『新規D2Cプロジェクト』支援 他

マーケティングDXの実現に必要なデジタルマーケティング人材を育成し、顧客企業との人材シェアリングを行う新事業

株式会社ネクストバッターズサークル

採用

育成

提供

選べる契約形態で新しい働き方を提唱

デジタルマーケティングのスキルを持つ人材に育成

様々な顧客企業と人材をシェアリング



社員契約またはフリーランスとして業務委託契約

“ライフスタイルにあった契約形態が選べて嬉しい！働き方改革を実現！”



スキルアップ



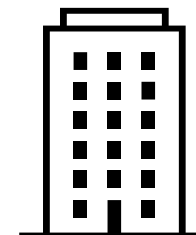
人材と企業をつなぐ

“自信を持った状態で色んな仕事にチャレンジできる！”



人材と企業をつなぐ

“すでにスキルのある人もさらに活躍できる！”



“採用コストを抑えつつスキルを持った人材と出会えて、安心して仕事を任せられる！”

SNS活用とファンベースを組み合わせ、
需要が拡大しているファンとの関係強化施策を提供する

当社の競争優位性

創業来のノウハウと
豊富な実績

SNS活用



ファンベース
実行支援

ファンとの
関係強化施策

企業のSNS活用
(SNS広告・運用)

ファンベース実行支援
(分析・実行支援)

ファン度診断SaaS



webサービス



競合

施策ごとには競合あり

差別化

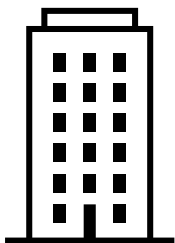
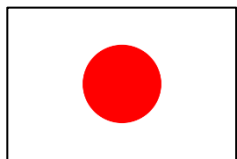
すべての施策を一貫性をもって提供できる
ことがユニーク

クリエイティブ
(戦略・企画実行・
商品開発)

ファンベース伴走・
書籍・セミナー・
R&D

中国SNSのアカウント運用とインフルエンサーの活用による 中国越境ECプロモーション支援

【日本企業】



化粧品、食品
メーカー等

中国SNS
アカウント運用



Weibo



WeChat



RED



bilibili



Douyin

インフルエンサーによる
動画やUGCの生成・拡散

当社の独自独占サービス

インフルエンサー
キャスティング

OTHELL●

●オセロ○
(連結子会社)

※1

WEIQ
紅人广告投放平台

※2

UGC生成

Bo!
Japan

※3

【中国の消費者】



中国インバウンドプロモーション支援
(新型コロナのため現在は縮小)

※1 オセロ：中国で影響力のある日本人インフルエンサーのキャスティング及びマネジメント事業。

※2 WEIQ：中国インフルエンサーのキャスティングサービス。当社が独占販売権をもつ。

※3 BoJapan：当社が独自に構築する在日中国人女性コミュニティ。

当社が独自に構築したインフルエンサーのネットワークにより
中国越境ECにおいて存在感を高めるUGCや動画を継続的に生成・拡散

当社の競争優位性

多様なインフルエンサーを
ダイレクトにアサイン可能

インフルエンサー
の活用・育成



豊富な
実績

累計約250社に対し
コンテンツを企画・提供



在日中国人女性
インフルエンサー
【約3,000人】

OTHELL●

●オセロ○

中国で人気のある
日本人インフルエンサー
【17人】



紅人广告投放平台

中国本土・在日中国人
インフルエンサー
【約180万人】

競合

複数の競合あり

差別化

自社でインフルエンサー育成事業を行うことで、
プラットフォームに応じた企画の提供が可能

※人数はいずれも2021年11月末時点

3 市場環境・個別戦略

国内市場

国内SaaS事業

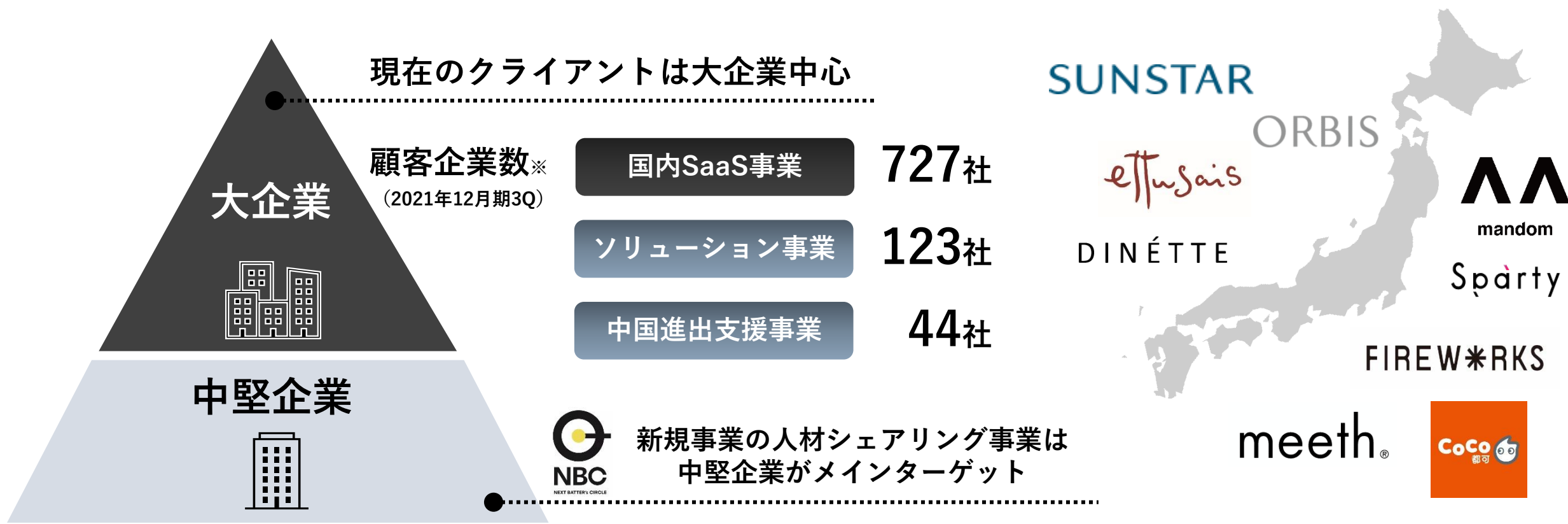
ソリューション事業

中国進出支援事業



国内事業の顧客企業数

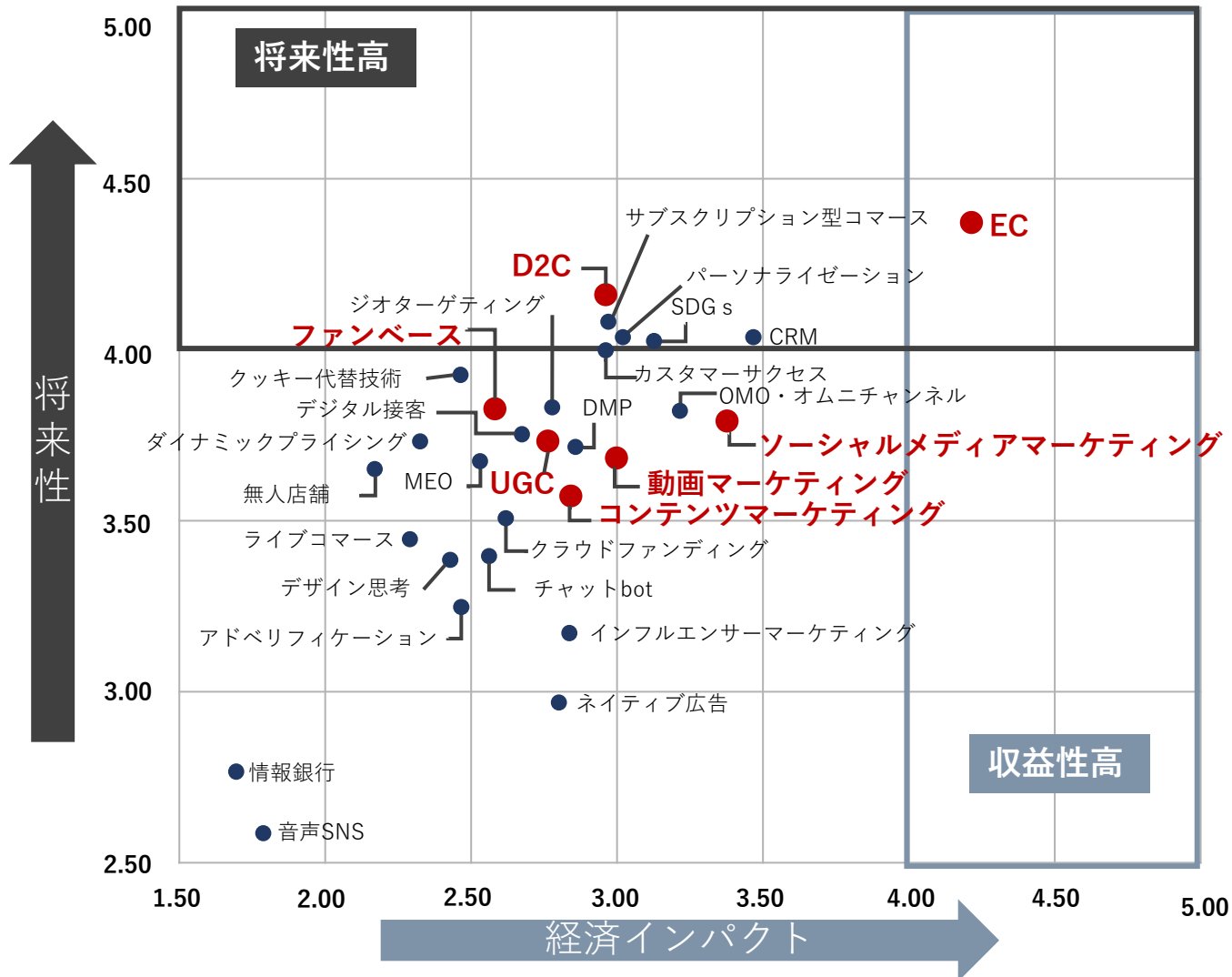
マーケティング予算が豊富な大企業中心の顧客構成
今後は新規事業において新たな顧客層の獲得へ



※ 顧客別サービス別の社数。2サービスを契約している顧客は2社として集計。

国内事業の強み

マーケティングトレンドの外部調査でも
将来性・収益性が高いとされる分野に強みをもつ



● 当社が強みを持つ分野

出典：日経クロストrend
2021年10月12日掲載
「マーケティング新潮流「コロナ後」の注目とは？」
先読み調査【21年下半期】
当社にて一部項目の表示色を変更

国内事業の市場規模

SNSが購買の意思決定に影響する時代となり、マーケティングコストは
媒体費から「情報のコンテンツ化」などの制作費に重心がシフト

SAM ※2

広告費のうち
制作・コンテンツ関連※4

1.2兆円



※1 TAM：Total Addressable Marketの略で、ある市場の中で獲得できる可能性のある最大の市場規模、つまり商品・サービスの総需要のこと

※2 SAM：Serviceable Available Marketの略で、TAMの中で、あるサービスが獲得しうる市場規模のこと。自社のみならず、競合も含めたサービスの市場規模

※3 出処：電通「2020年日本の広告費」より集計

※4 マスコミ四媒体、インターネット・SNS其他媒体関連費相当額（当社推計：全体の約8割）を※3から控除

ツールの機能拡充やカスタマーサクセス強化により
顧客成果における更なるCVRの向上を実現し、単価向上を目指す

ターゲット規模/当社現状

SOM ※1

対象とする
ECの広告市場

950億円

2021年
売上高（見込）
約12億円

【当社推計値】

ショッピングカート店舗数：135,800社※2

のうち当社ターゲットとなる大手の自社EC保有事業者数：9,500社

×事業者あたりの平均的なマーケティングツール年間費用：10百万円
(当社顧客からのヒアリング等に基づき想定)

※1 SOM：Serviceable Obtainable Marketの略で、自社の商品・サービスで、実際にアプローチして獲得できるであろう市場規模。

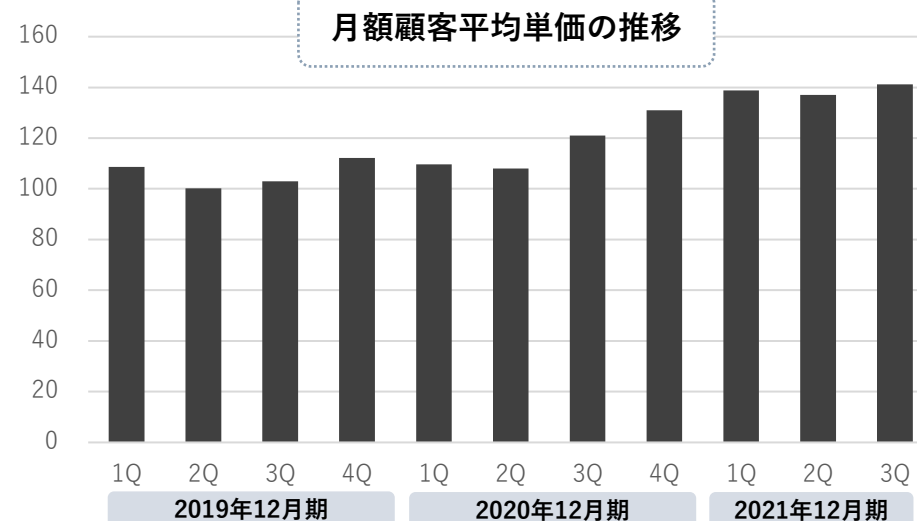
※2 出処：【2019年最新版】国内のECサイト・ネットショップの総稼働店舗数)

KPIである粗利売上向上施策

当面は顧客単価の引き上げに注力

- 既存施策：売上拡大に直結する高い成果を武器に積極的なアップセル・クロスセルを実施
- 新規獲得：主力ツールの広告宣伝を強化

(単位：千円)



SNS×ファン関連施策の需要拡大により既存顧客との取引が増加傾向 今後は新規事業の本格稼働により顧客層の広がりを見込む

ターゲット規模/当社現状

2021年
粗利売上（見込）
約10億円

※1



【当社推計値】

有力企業の業種別連結広告宣伝費：4兆4,499億円※2

×制作・クリエイティブ関連比率20%

（広告費全体から媒体費相当を除外）

のうち、当社想定ターゲット

※1 想定するSOMには広告原価を含まないことから、当社の売上見込みから
 広告原価を除くため粗利売上の金額を記載

※2 出処：日経広告研究所 「有力企業の広告宣伝費<2021年版>」

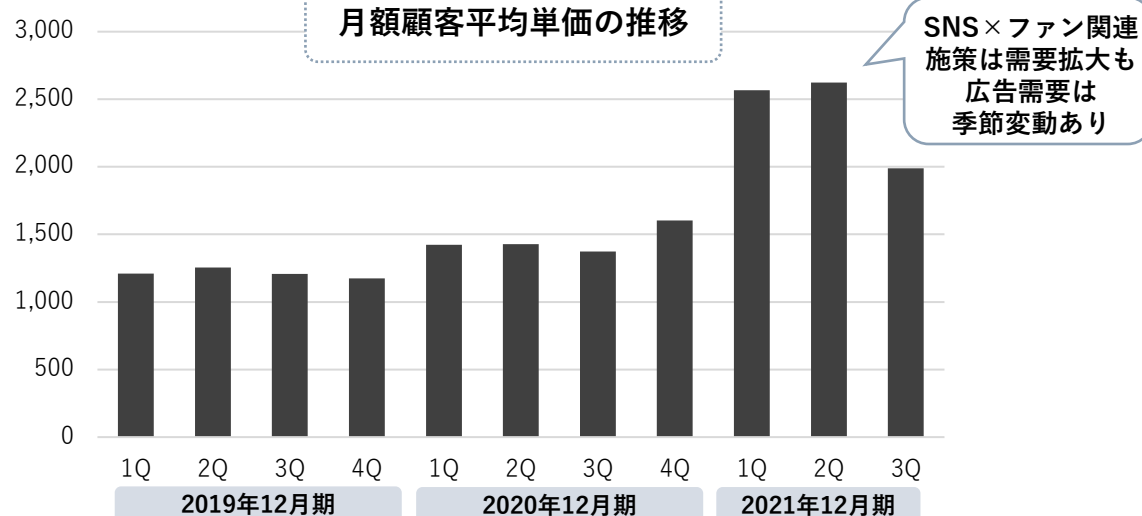
※3 新会社NBC（P.27）が展開する人材シェアリング事業

KPIである粗利売上向上施策

顧客単価の引き上げと新規事業の成長に注力

- 既存顧客：施策単位ではなく、一連のマーケティング活動全般の支援への拡大を強化
- 新規事業※3：提供人材・時間数の拡大および中小企業への積極的なアプローチによる顧客獲得

（単位：千円）



当面は引き続き中国越境EC支援を中心に展開
支援領域の拡大により既存顧客との関係性を強化し、単価向上へ

ターゲット規模/当社現状

SOM

対象とする
越境・インバウンド
マーケティング関連市場

180億円

2021年
売上高（見込）
約 3億円

【当社推計値】

①越境EC

経済産業省「令和2年度産業経済研究委託事業
（電子商取引に関する市場調査）」

②インバウンド消費

観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年」

の合計：3.5兆円

×2%（推定広告費比率）=700億円（広告費全体）

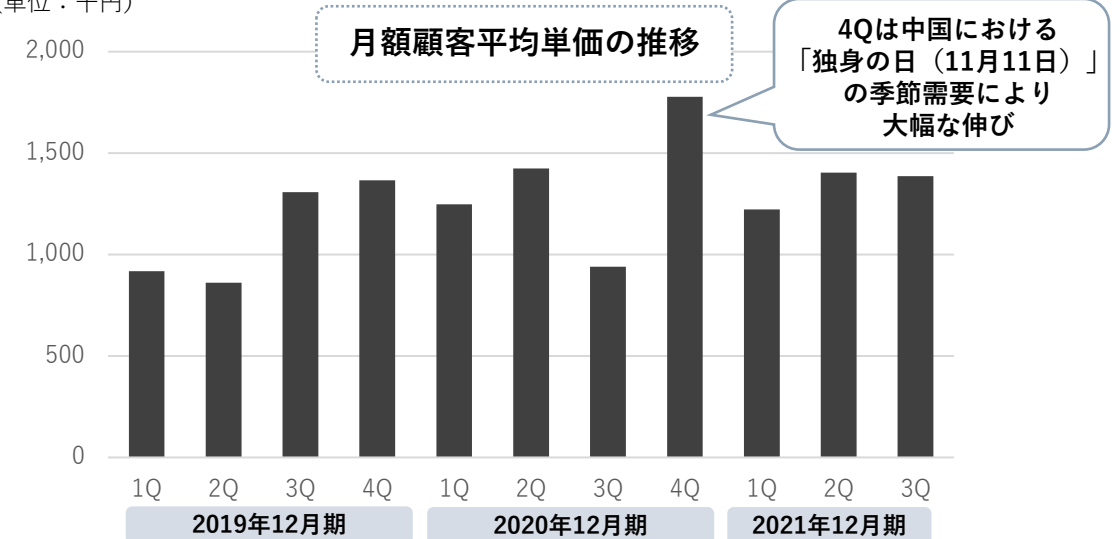
×25%（推定広告制作費）=180億円

KPIである粗利売上向上施策

当面は顧客単価の引き上げに注力

- 既存施策：中国SNSアカウント運用など月額課金取引の増加を目指し季節変動の緩和へ
- 新規獲得：現状は約半数が美容・健康食品企業、新たに中国進出したい企業・業種を開拓

（単位：千円）



海外市場

海外SaaS事業



海外事業の顧客企業数

メタバース時代※を牽引する世界Top300のゲーム会社を中心に顧客開拓を続け、
2025年までに顧客企業数は現状の10倍の100社を目指す



※メタバース：インターネット上に構築された仮想の三次元空間を指す。利用者はアバターと呼ばれる自分の分身を介して仮想空間に入り、他の利用者とのゲームを行ったり、仕事や経済活動なども行う。

海外事業の強み

3D制作の強みを活かして
将来的にはターゲット顧客の業界拡大・事業領域の拡大が可能

Creadits
の強み

3D等の
高品質な
制作物の供給

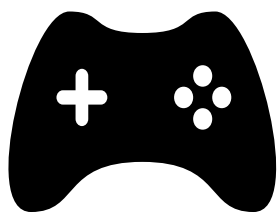

顧客メリット

高品質

低コスト

量産も
可能

現状の顧客層



グローバルなゲーム会社の
3D広告制作中心

当面の事業成長を牽引

業界拡大の可能性



Eコマースなど
ゲーム業界以外の3D広告制作

将来的な業績拡大に向けた更なる成長余地

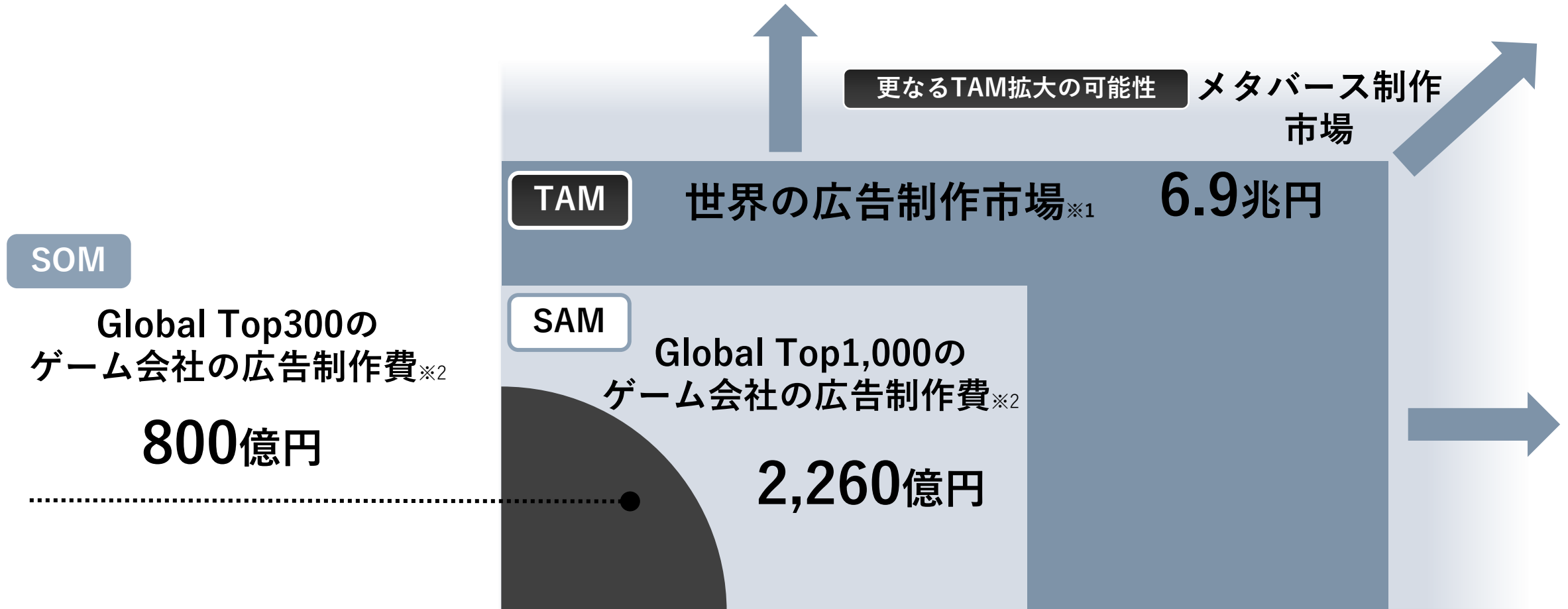
領域拡大の可能性



広告以外の
メタバースコンテンツ制作など

海外事業の市場規模

まずは現状の顧客ターゲットであるGlobal Top300のゲーム会社の
広告制作費800億円市場に対し、高度な3D制作技術を武器にシェア拡大を目指す



※1 電通「世界の広告費成長率予測（2020～2022）」に、世界の広告制作費比率（当社にて10%と推計）を乗じたもの

※2 当社推計。Creadits社のターゲットであるゲーム会社数（300社）×1社あたりの3Dクリエイティブ外注費（年額）2,400千ドル（Creadits社顧客からのヒアリング等に基づき想定）×110円（為替レート）

海外事業のターゲット市場・戦略

既存顧客の深耕・リソース拡大・新規顧客の獲得をバランスよく実行し、
旺盛な3D制作需要を取りこぼすことなく事業を拡大していく

ターゲット規模/当社現状

Creadits
2021年
売上高（見込）
約 **9億円**



【当社推計値】

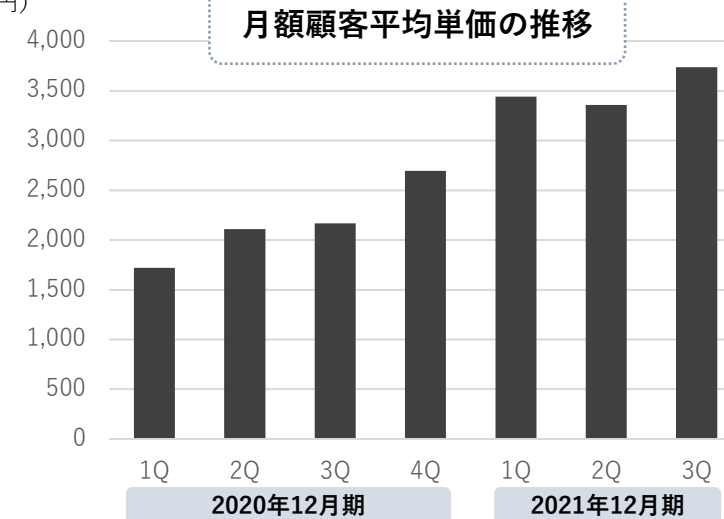
- Creaditsのターゲットであるゲーム会社数：世界Top300社
- × 1社あたりの3Dクリエイティブ外注費：年額2,400千ドル
(Creadits社顧客からのヒアリング等に基づき想定)
- × 想定為替レート：110円

KPIである粗利売上向上施策

当面は顧客単価向上とリソース拡大に注力

- 既存施策：都度発注から月額課金への移行とクロスセルを強化
- リソース拡大：高スキルのクリエイターを拡充し需要に対応しうる供給能力を確保

(単位：千円)



4 グループ方針

グループ方針

既存事業の加速を軸に、将来的にはM&A・新領域の開拓による
業容拡大を模索し、非連続成長を実現する

中長期的な成長方針

KPIの粗利売上CAGR30%を目指す

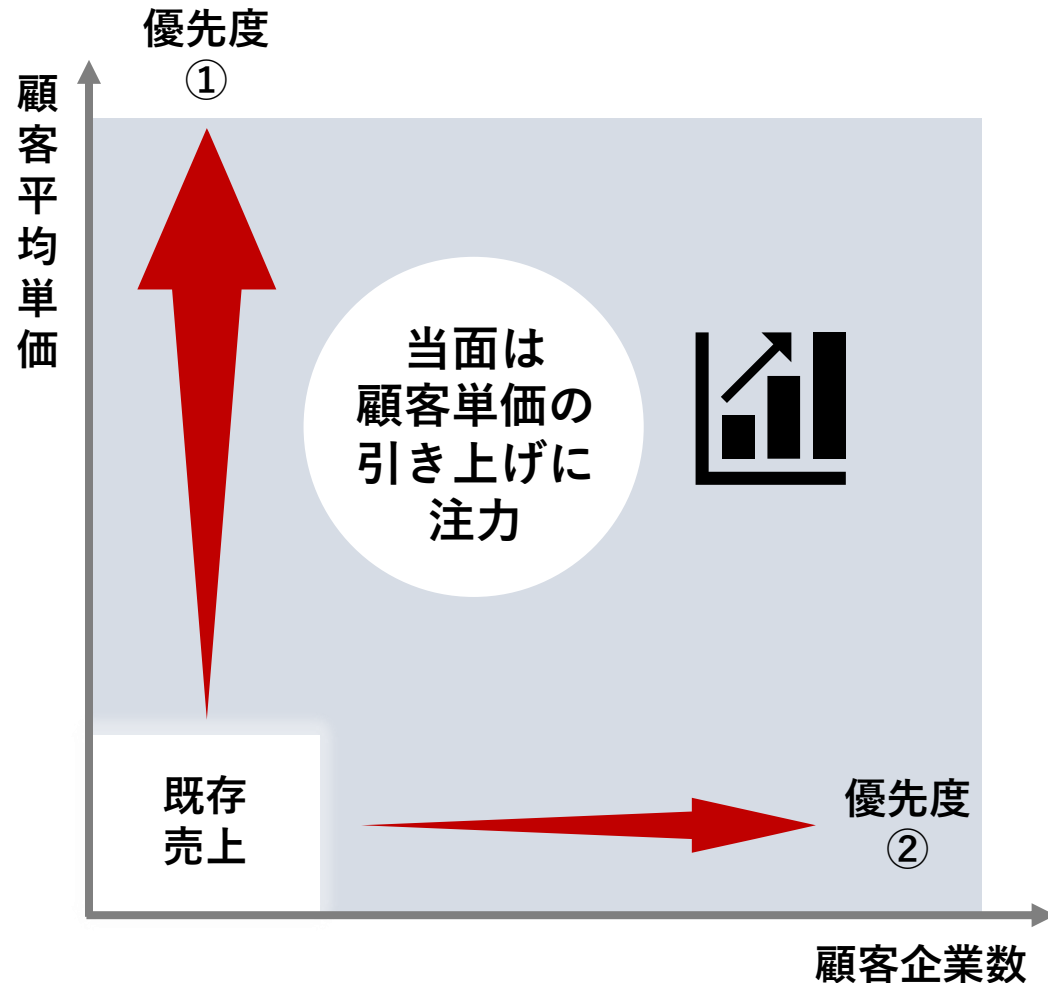
既存事業
の加速

M&Aによる
拡大

新領域
の開拓

既存事業の加速：売上拡大に向けた基本戦略

全事業において、既存顧客の深耕による単価の引き上げを優先
その後、顧客企業数の本格的な拡大へ



顧客単価向上に導く重点ポイント



既存プロダクトの進化



施策実行力の増強



カスタマーサクセス強化



アップセル・クロスセルの強化

既存事業の加速：国内事業のシナジー追求

SaaSビジネス・デジタル人材ビジネスのシナジー追求によって
グループ全体の成長力を高める

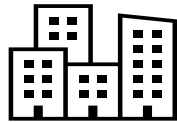
SaaS
ビジネス



SaaSツールとノウハウ
の提供

Letro LetroStudio ech@es

新たな顧客層の獲得



顧客企業のマーケティングサイクル
の循環を一段と促す

クロスセルの強化

顧客の共有

2022年以降
新たな顧客層の共有

デジタル人材
ビジネス



SNS×ファン施策
の提供

Allied Architects fanbase company



人材シェアリング事業で
中堅企業にも範囲拡大

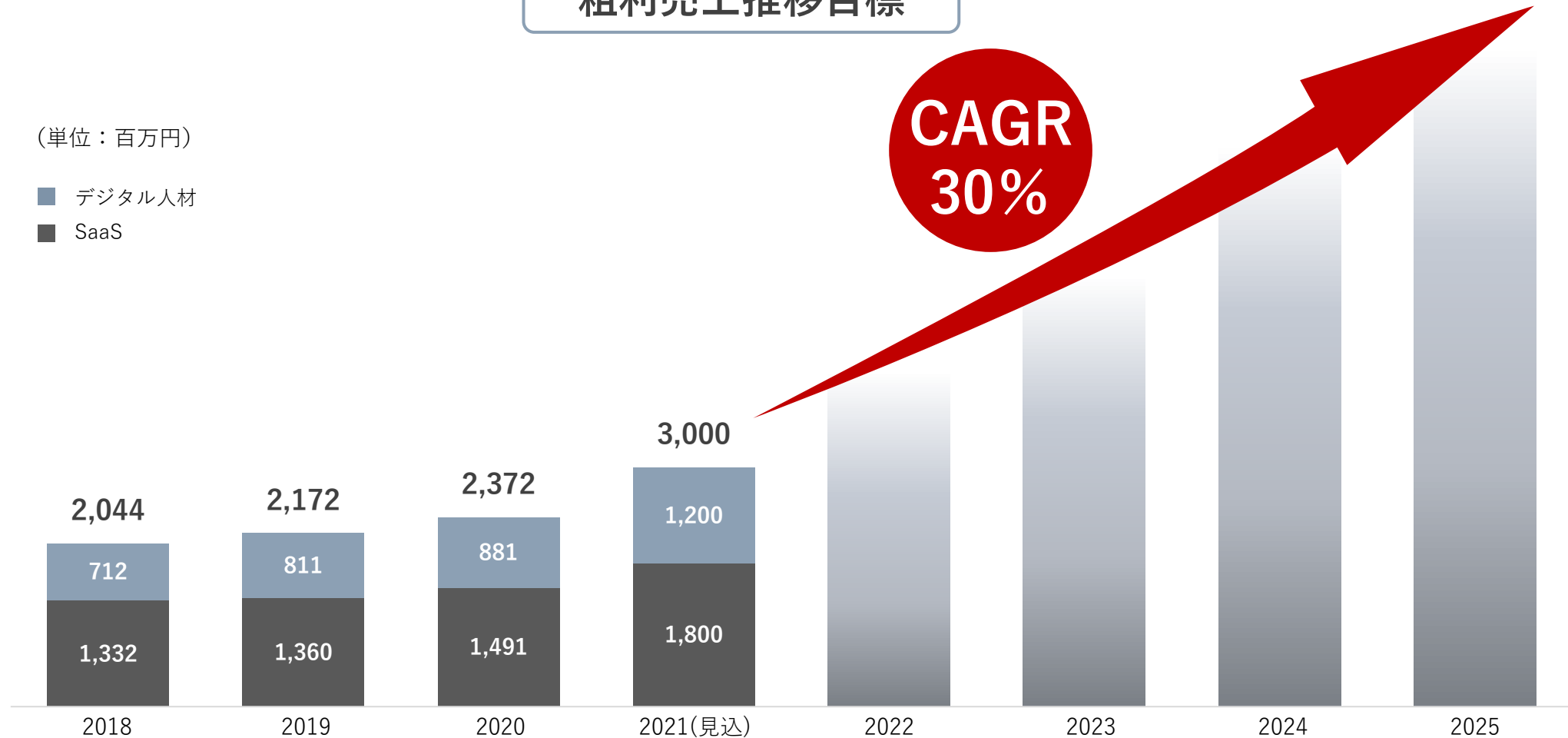
既存事業の加速：KPI目標

SaaSビジネス・デジタル人材ビジネスともに更なる成長を続け
2022-2025年は連結粗利売上CAGR30%を目指す

粗利売上推移目標

(単位：百万円)

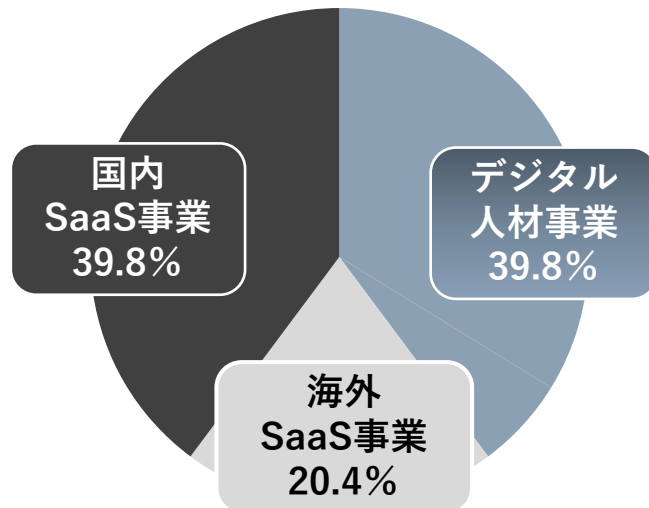
■ デジタル人材
■ SaaS



既存事業の加速：グローバル比率の拡大

今後数年間での海外SaaS事業の成長性は高く、2030年には国内SaaS事業・デジタル人材事業※と並ぶ粗利売上構成比に拡大の見込み

粗利売上構成比



2021年12月期3Q累計

海外SaaS事業の高い成長性

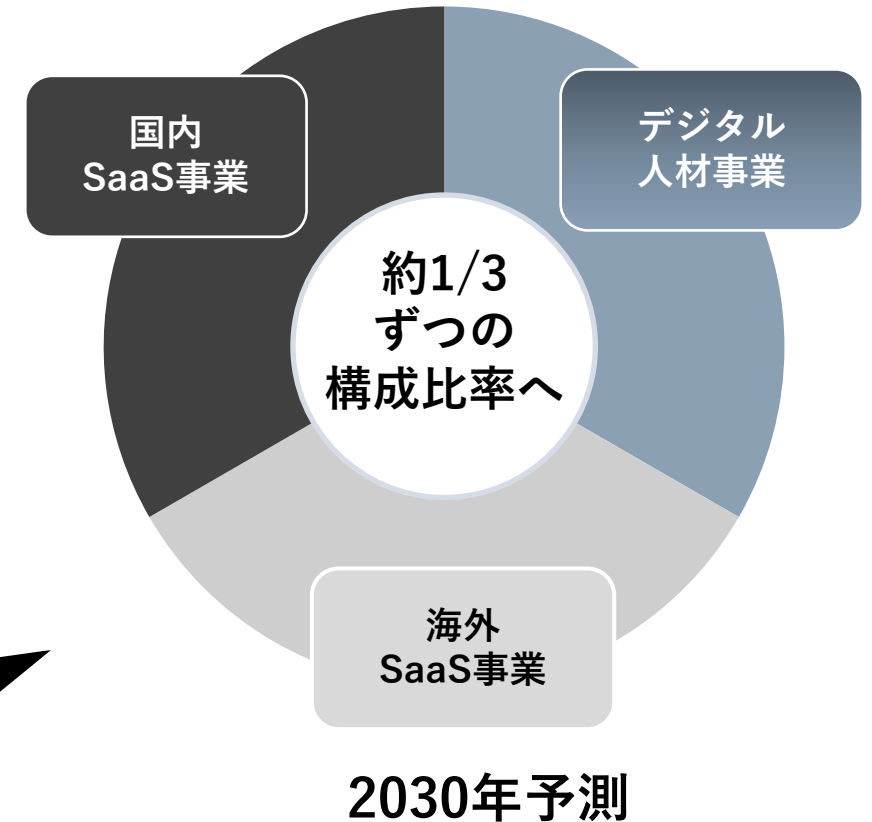
ゲーム
広告制作

メタバース
クリエイティブ

既存事業
の加速

+

新領域
の開拓



2030年予測

※ デジタル人材事業=ソリューション事業+中国進出支援事業

M&A/新領域の開拓

将来的には、M&A/新領域の開拓の2軸を加えることにより
トップラインの飛躍的な成長に導く

M&A方針

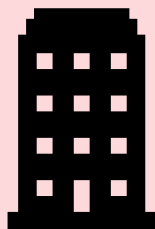
既存事業とシナジーの高い企業
の獲得を検討

国内SaaS事業

海外SaaS事業

ソリューション事業

中国進出支援事業



NEW

新領域の開拓構想

メタバースコンテンツ制作など
既存リソースを活かした
マーケティングDX支援以外の領域拡大を模索



もしくは、
新領域の事業性質を持つ企業を
M&Aによって獲得



NEW

今後の業績成長イメージ



複数の成長曲線によって
急角度の業績拡大を目指す



新たな
成長ドライバー
の創出



SaaSビジネス

国内SaaS事業

海外SaaS事業

デジタル人材ビジネス

ソリューション事業

中国進出支援事業

2030年

5 リスク対応策

事業に関するリスク及び対応策

種類	リスクの概要	リスク低減策
SNSに関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> ■ SNS運営事業者の広告に関する方針変更により、当社グループが提供するサービスが突如として規制対象となるリスク ■ 連携するSNSサービスの不具合により当社サービスが利用できなくなるリスク 	特定のSNSに依存しないサービスの設計
人材の確保及び育成に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> ■ SaaSツールの開発人材、営業人材、デジタルマーケティング人材の確保・育成が計画通り進まなかった場合、競争力の低下や事業拡大の制約要因となるリスク 	採用体制の強化、採用を有利に進める各種施策の遂行
システム障害のリスク	<ul style="list-style-type: none"> ■ システム障害によりサービス提供ができなくなるリスク <ul style="list-style-type: none"> ・ 当社グループが提供するソフトウェアの不具合 ・ 連携するSNSサービスの不具合 ・ サイトへのアクセスの急増等の一時的な過負荷や電力供給の停止 ・ コンピューターウィルスや外部からの不正な手段によるコンピューターへの侵入 ・ サーバーの作動不能や欠陥 	サーバーのクラウド化や分散化、確実なバックアップによるサービス復旧の早期化

※上記以外のリスクについては、有価証券報告書をご参照下さい

当資料の今後のアップデートは、本決算の発表時期（2022年2月）を目途に行う予定です。



【IRに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテクトIR担当

ir@aainc.co.jp

免責事項

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」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。

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。