



アライドアーキテクト株式会社

2022年12月期 第1四半期決算説明資料

2022年5月13日

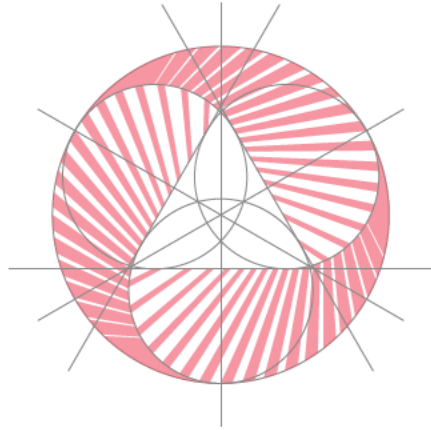
東証グロース
6081

世界中の人と企業の創造がめぐる社会へ。



Allied Architects

新コーポレートロゴに込めた想い



Allied Architects

無限に循環し続ける“メビウスの輪”をモチーフに
『企業』『人々』『社会』が途切れることなく巡り続けるイメージで、
当社が目指す『世界中の人と企業の創造がめぐる社会へ。』
を表現しています。

メビウスの輪を構成する片は直線的な四角で、デジタル信号のイメージ。
『デジタルによってめぐる社会を実現する』
という思いを込めています。

また、外形を正円にすることで日本のアイデンティティを含め、
『日本の良さも活かし、めぐる社会を世界に広げる』
と言った決意を表しています。

新コーポレートカラー

興奮した時や夢中でがむしゃらに頑張っている時の“血色が良く、肌の火照った色”である
コーラルレッドを採用いたしました。

お客様・従業員・外部パートナーなど当社に関わる全ての人々をはじめ、
世界中の人々の体温が上がるサービスを生み出していく決意を込めています。

2022年方針

2023年以降の飛躍に向けて
「プロダクト・サービスを磨き上げ、
グループ成長力の更なる向上」
を目指す

中期テーマ

マーケティングDX支援企業として
圧倒的ポジションの確立

2022年1Q業績ハイライト

売上高

四半期
過去最高

10.41億円

(前年同期比+24.0%※1)

ストック売上比率※2

四半期
過去最高

49.3%

(前年同期比+18.1pt)

営業利益

四半期
過去最高

2.54億円

(前年同期比+16.5%)

SaaS ARR※3



国内SaaS
海外SaaS

18.80億円

(前年同期比2.1倍)

Letro



国内SaaS

通販業界における
「UGC活用ツール」
累計導入ブランド数No.1獲得

Qumiai



ソリューション

SNS運営に必要なリソース
のシェアリングサービス
2022年2月提供開始

※1 前年同期の売上高を2022年から適用の新収益認識基準を用いて算出したうえで、参考値として前年同期比を記載

※2 スtock売上を構成するサービス内訳：P76参照（前回から一部変更）

※3 SaaS ARR：国内SaaS事業のARR+海外SaaS事業のARRの合計(P6参照)

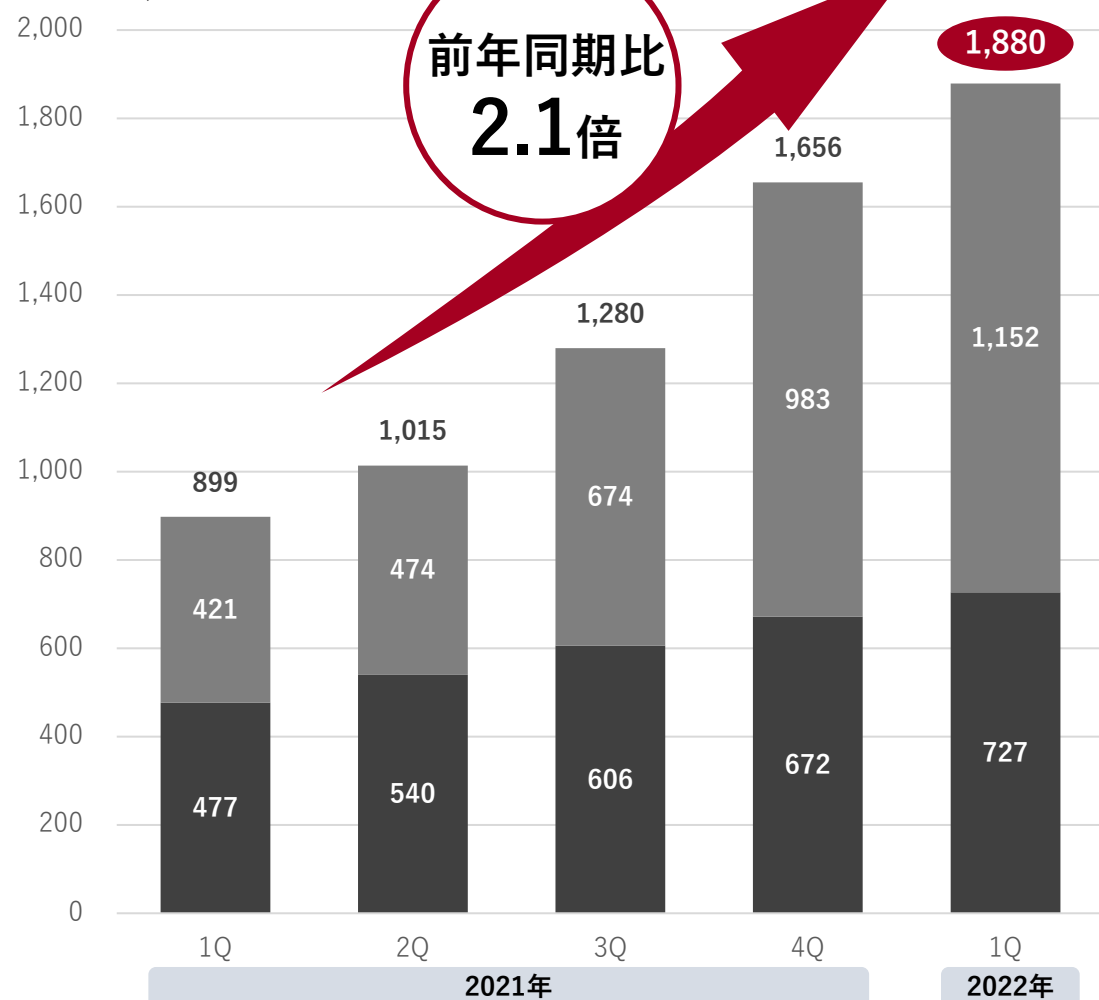
ARR：Annual Recurring Revenueの略（年間経常収益）。ストック売上に該当するSaaSツールにおける各四半期末の月次リカーリング売上高を12倍して算出。

既存契約が更新のタイミングで全て更新される前提で、四半期末の翌月からの12ヶ月で得られると想定される売上高を表す指標

SaaS ARR

SaaS ARRは四半期ごとに成長を続け、
前年同期比2.1倍の18.80億円に拡大

(単位：百万円)



海外SaaS ARR

 Craft  Huddle  Tune

前期21年12月期に月額課金型への移行を推進したことが奏功し、ARRは前年同期比2.74倍の大幅な成長で11.52億円に拡大

国内SaaS ARR

Letro LetroStudio  monipla
ファンブログ

主カツール「Letro」の成長を軸に
ARRは前年同期比+52.3%の7.27億円に拡大

Agenda

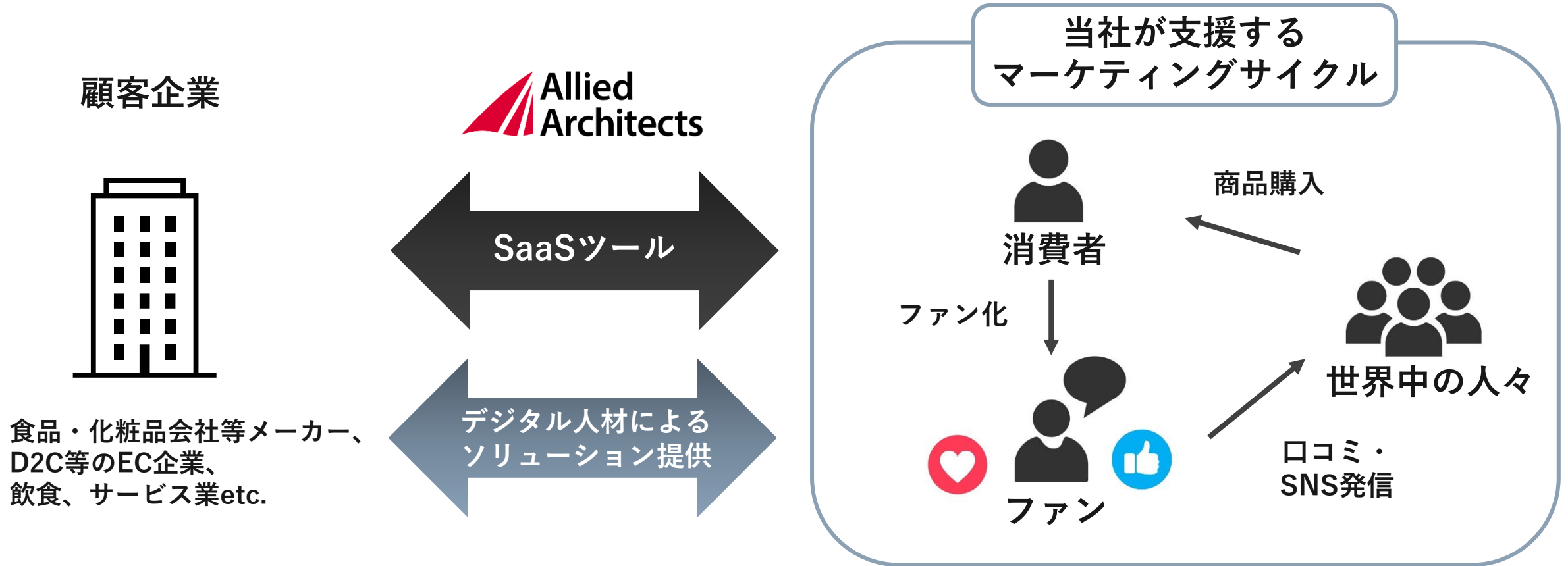
- ① 事業概要 P.8
 - ② 業績概況 P.17
 - ③ グループ方針 P.25
 - ④ 事業別戦略 P.33
 - ⑤ 今期業績予想 P.69
- Appendix P.72

1 事業概要

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～



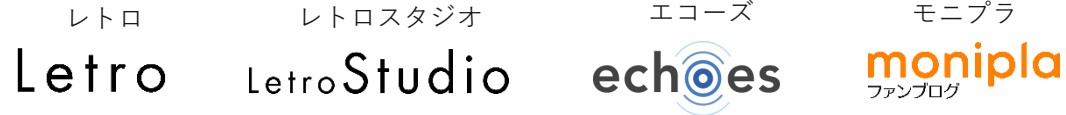
※ デジタル人材：当社では主に、SaaSやSNSなどのデジタル技術・手法に詳しく、それらを生かした施策やサービスを実行できる人材 (SNS広告の運用人材、SNSのアカウント運用人材) のこと。また、エンジニア、WEBデザイナー、クリエイティブ・ディレクター等

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

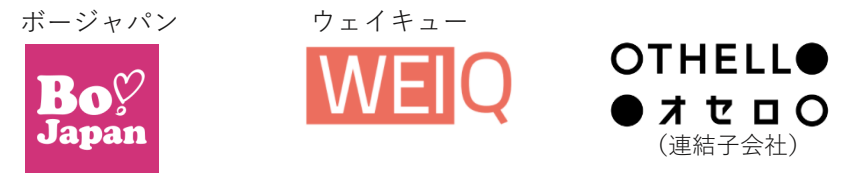
ソリューション事業

「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

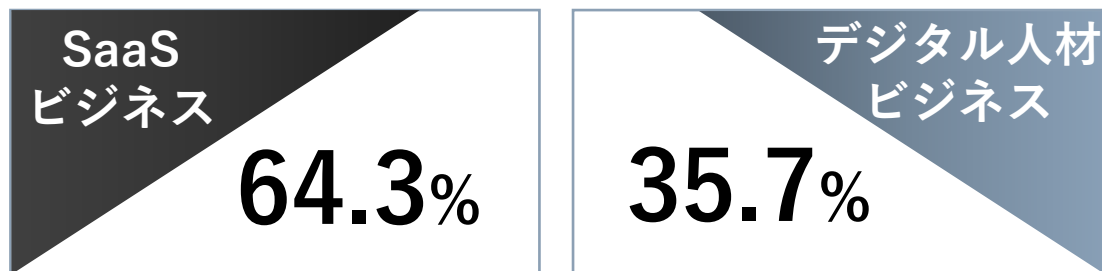
ファンを重視した
マーケティングの需要が旺盛

中国進出支援事業

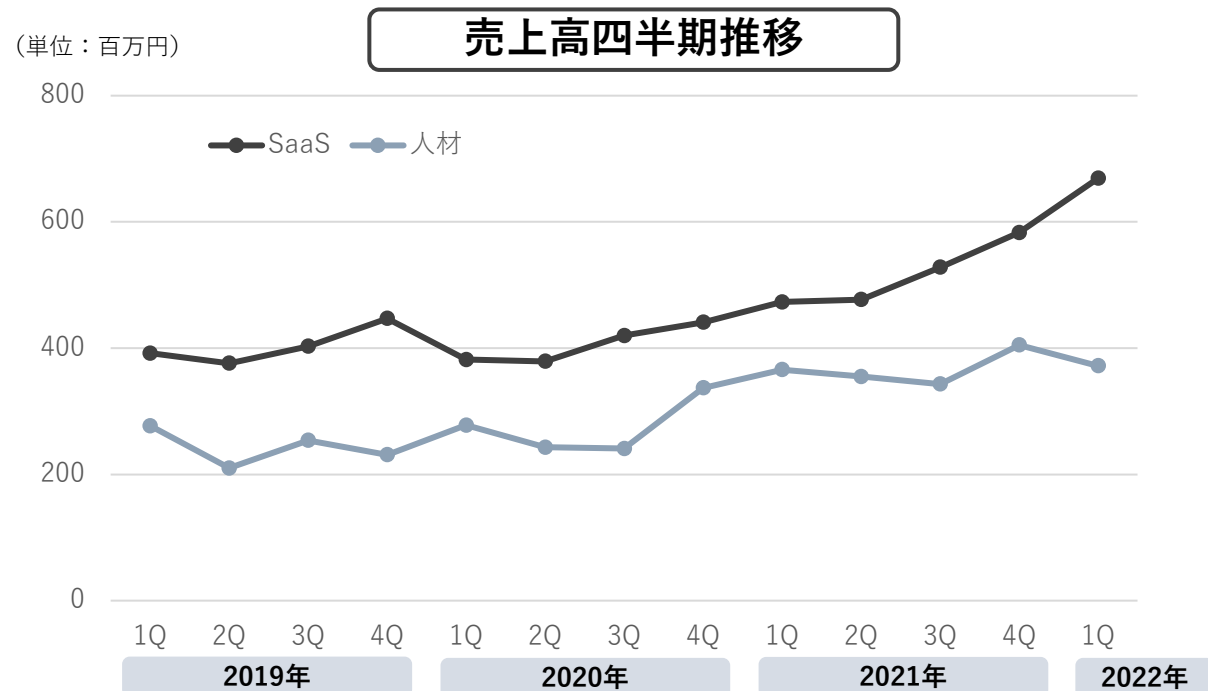
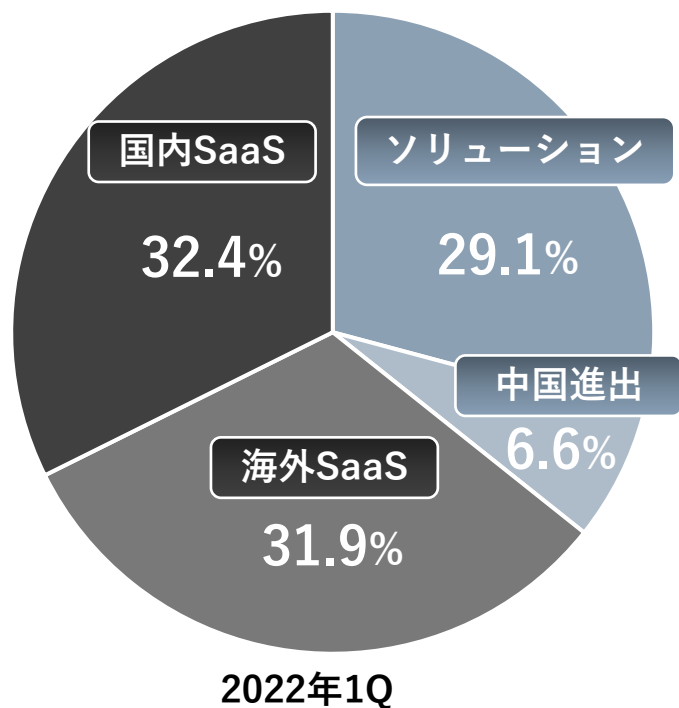
越境ECのプロモーション需要
が堅調

売上構成比（SaaS・デジタル人材）

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



- 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

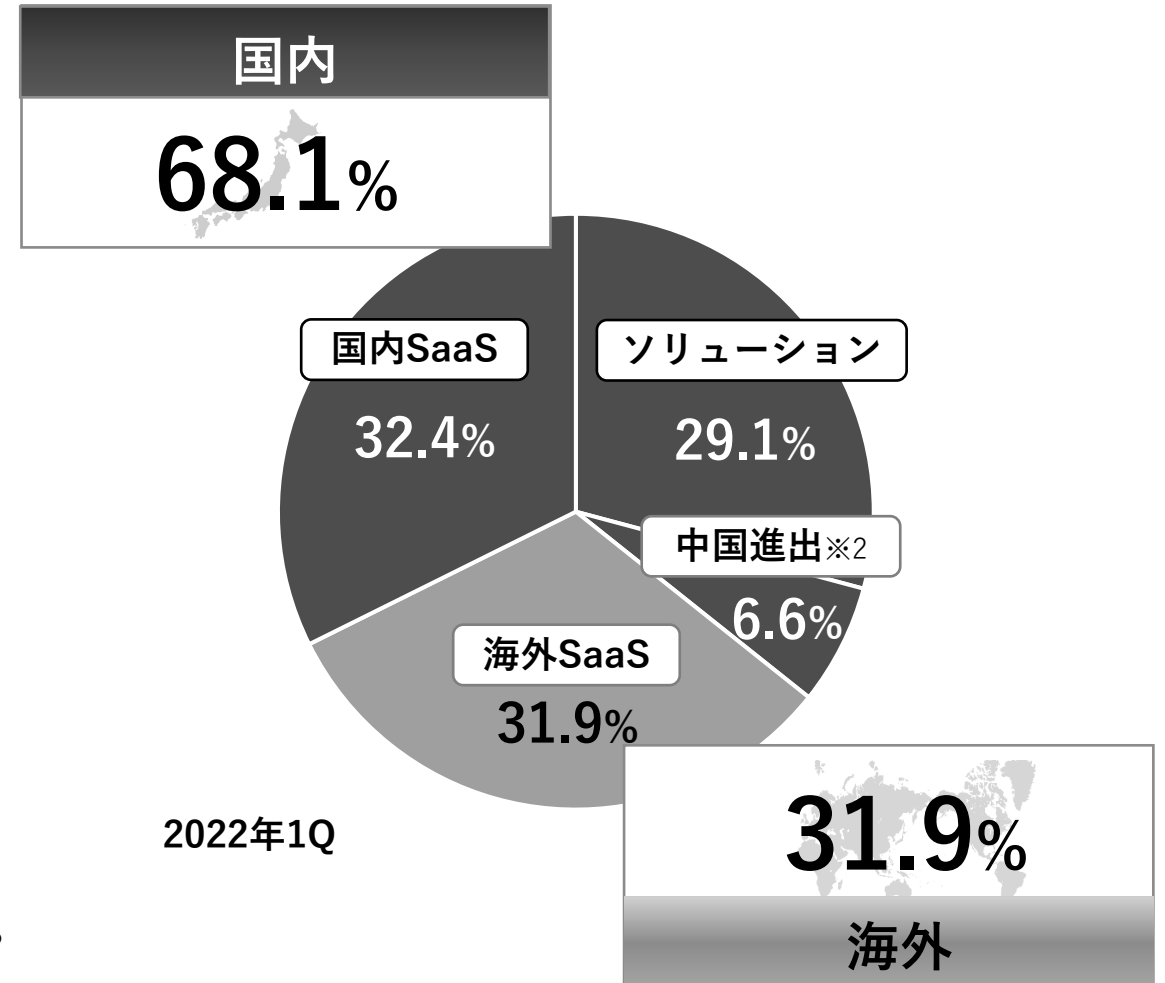
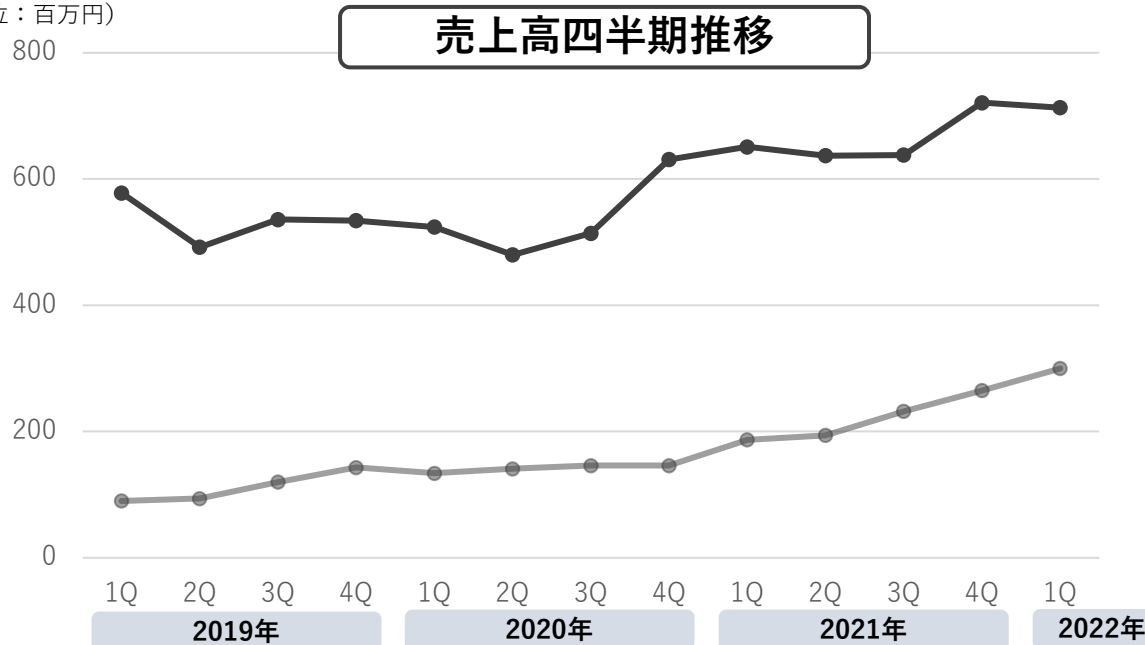


売上構成比（国内・海外）

シンガポールHQ^{※1}による海外事業の構成比が
2021年通期の約2割から1Qでは3割超に拡大

- 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

(単位：百万円)



※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Creaditsで行っている

※2 中国進出支援事業は顧客属性により国内に分類

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

現在のクライアントは大企業中心

顧客企業数※
(2022年3月末時点)

国内SaaS事業

704社

ソリューション事業

133社

中国進出支援事業

43社

大企業



中堅企業

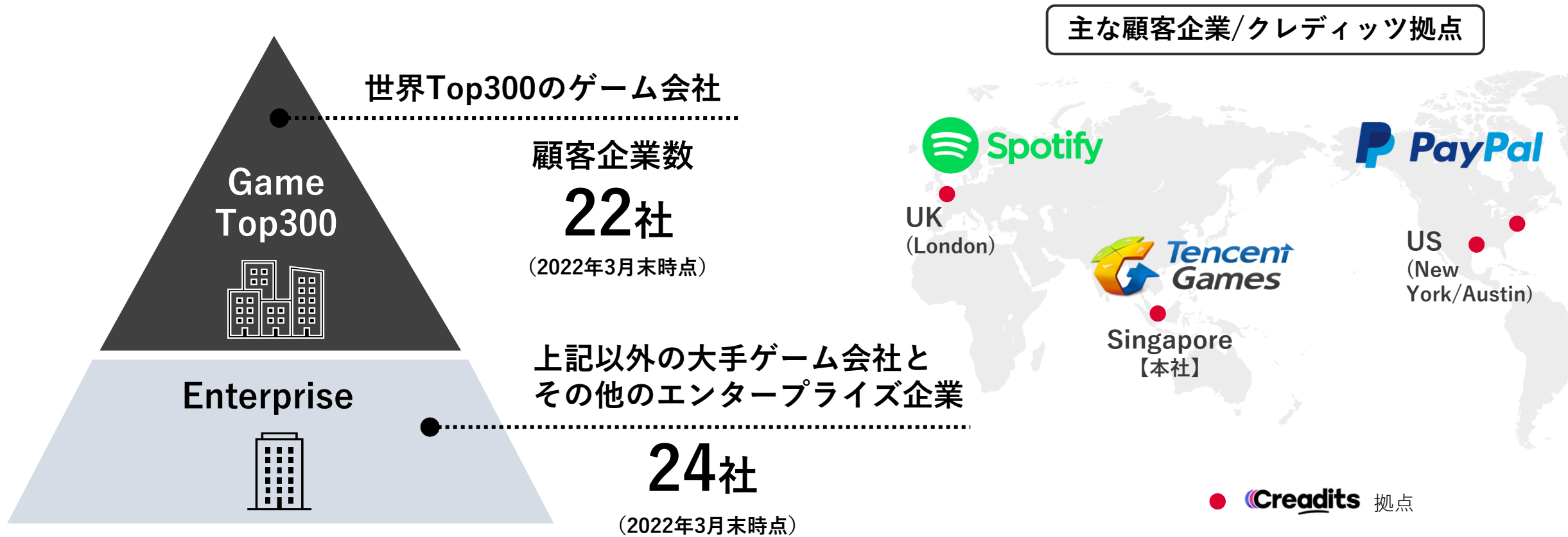


ソリューション事業の新規事業は
中堅企業がメインターゲット



※ 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

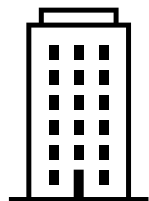
メタバース時代を牽引する世界Top300のゲーム会社を中心に顧客開拓を続け、
2025年までに100社を目指す



「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



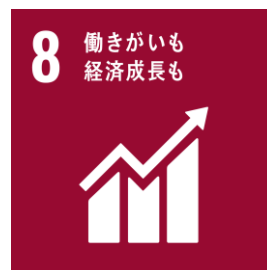
途上国を含む、世界中にいる
広告制作者へクラウド上で
就労機会を提供



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 業績概況

2022年12月期 1Q（1-3月）業績

SaaSビジネスの牽引により前年同期比+24.0%の増収

営業利益は成長投資を吸収する形で同+16.5%と、共に四半期過去最高を達成

(単位：百万円)	2021年12月期 1Q実績	2022年12月期 1Q実績	前年同期比
売上高	839 ^{※1}	1,041	+24.0%
営業利益	218	254	+16.5%
営業利益率	26.0%	24.4%	△1.6pt
経常利益	279	298	+6.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	253 ^{※2}	208	△18.0%

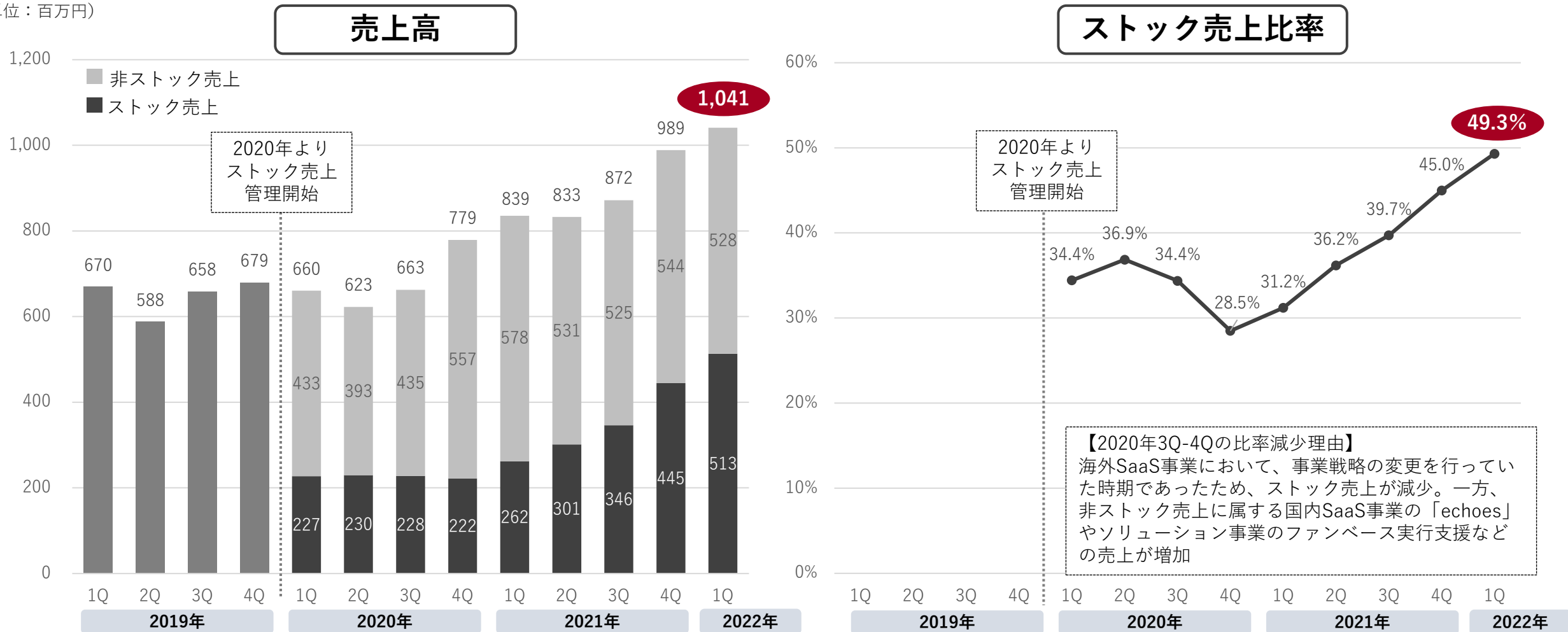
※1 前年同期の売上高は2022年から適用の新収益認識基準を用いて算出した金額を参考値として記載

※2 前年同期の親会社株主に帰属する四半期純利益には投資有価証券売却益96百万円（特別利益）を含む

売上高・ストック売上比率推移

ストック売上の増加に注力し、四半期過去最高売上を連続更新 ストック売上比率は5四半期連続の上昇

(単位：百万円)

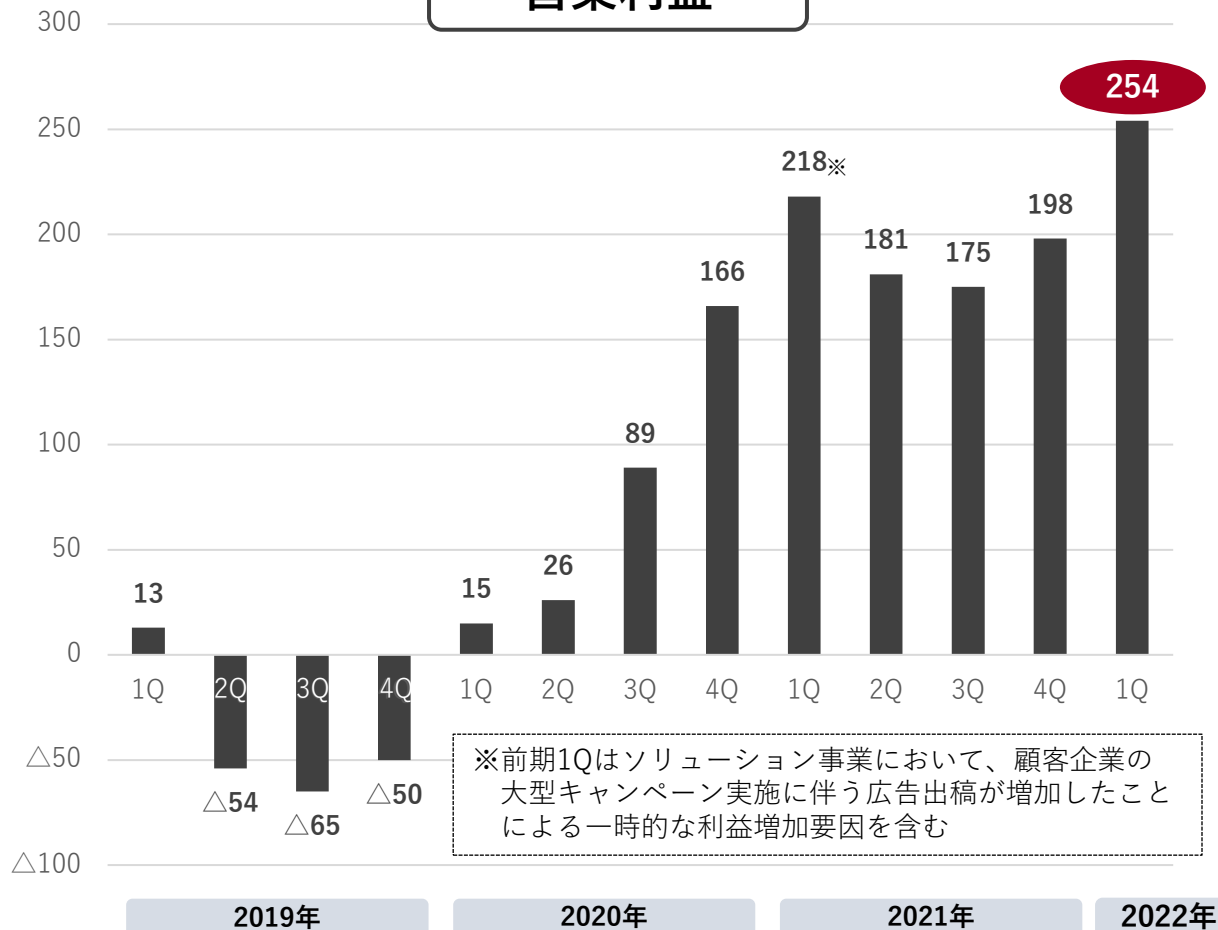


営業利益・営業利益率推移

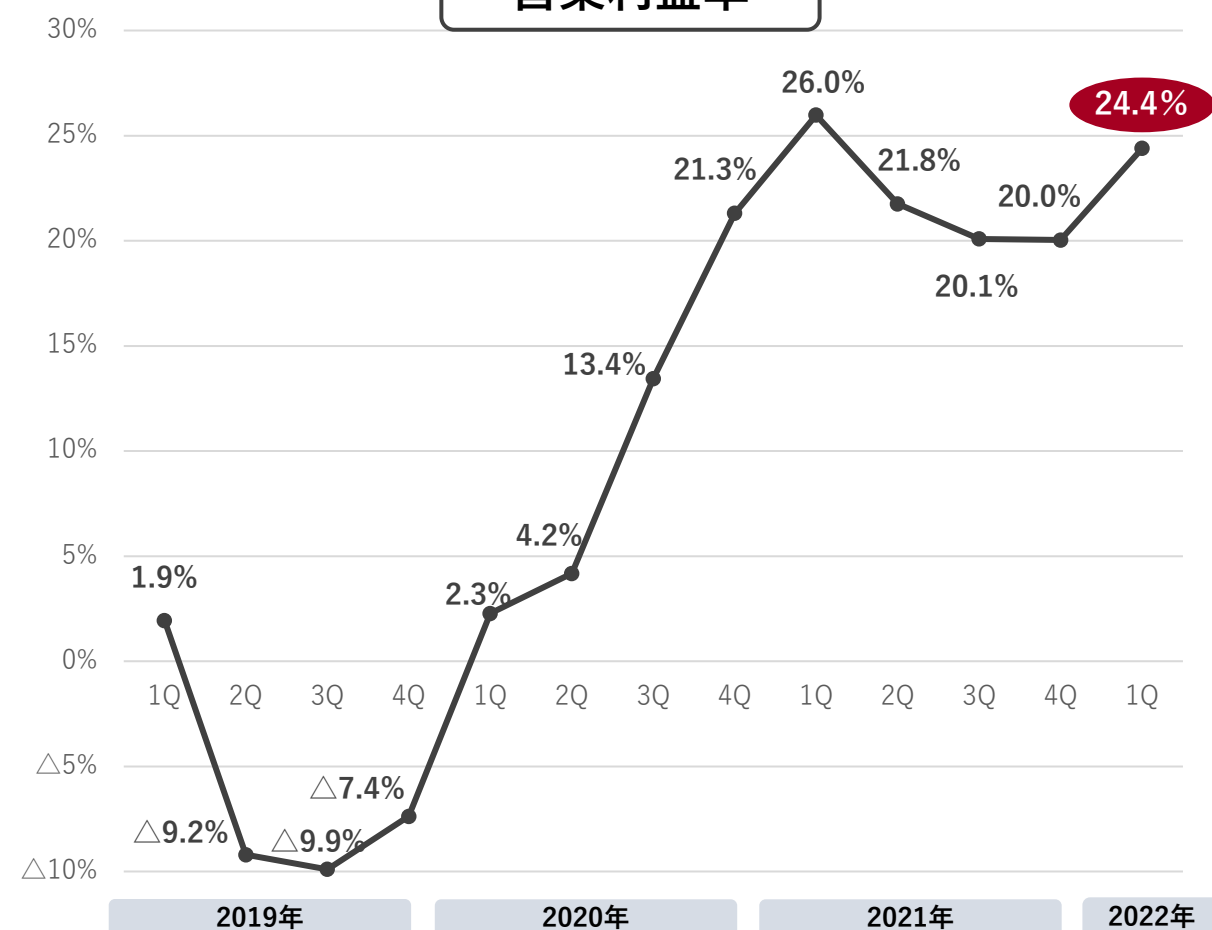
グループ全体の成長ギアが引き上がり、成長投資実施下においても四半期過去最高の営業利益を達成。営業利益率も高水準を維持

(単位：百万円)

営業利益

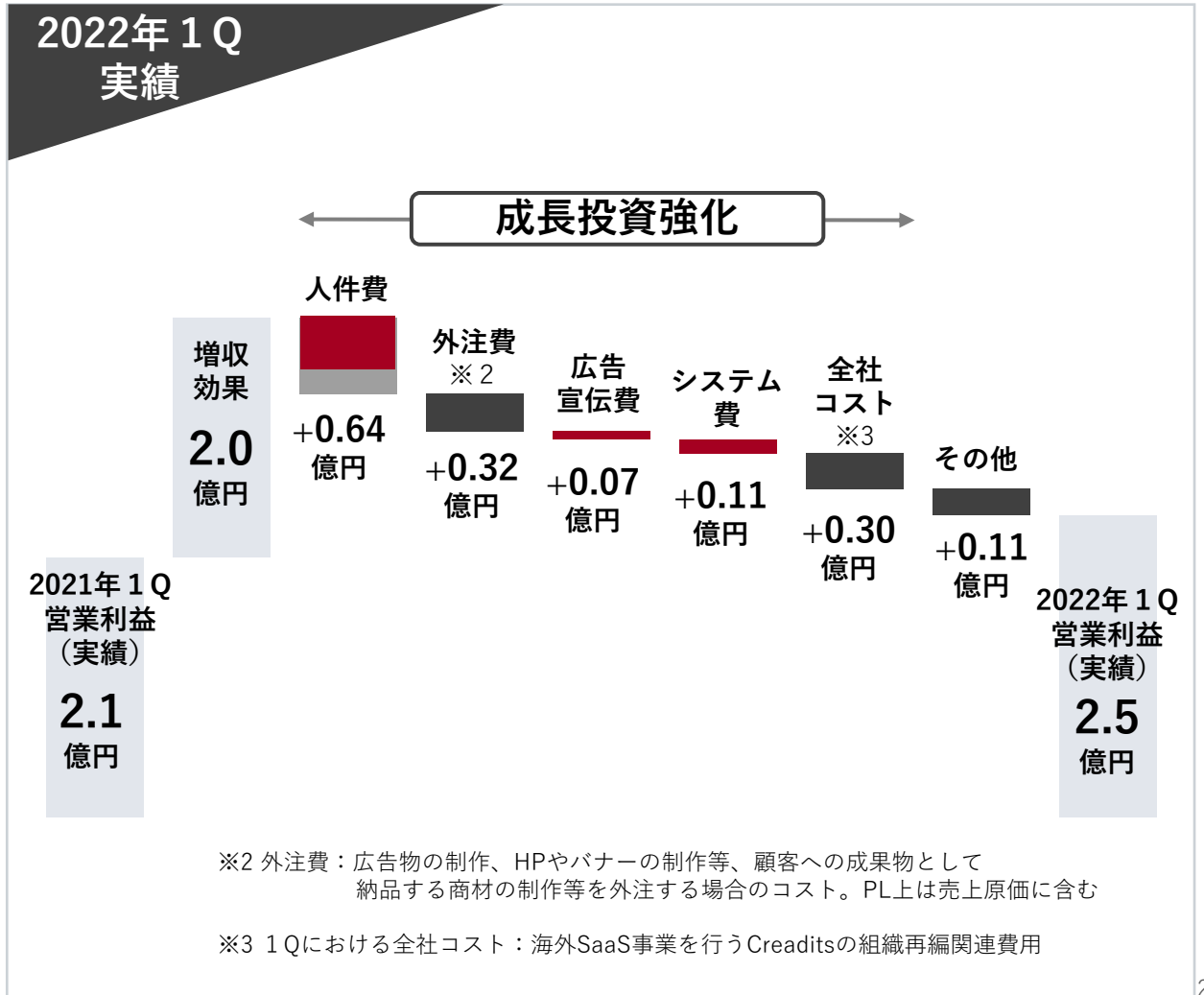
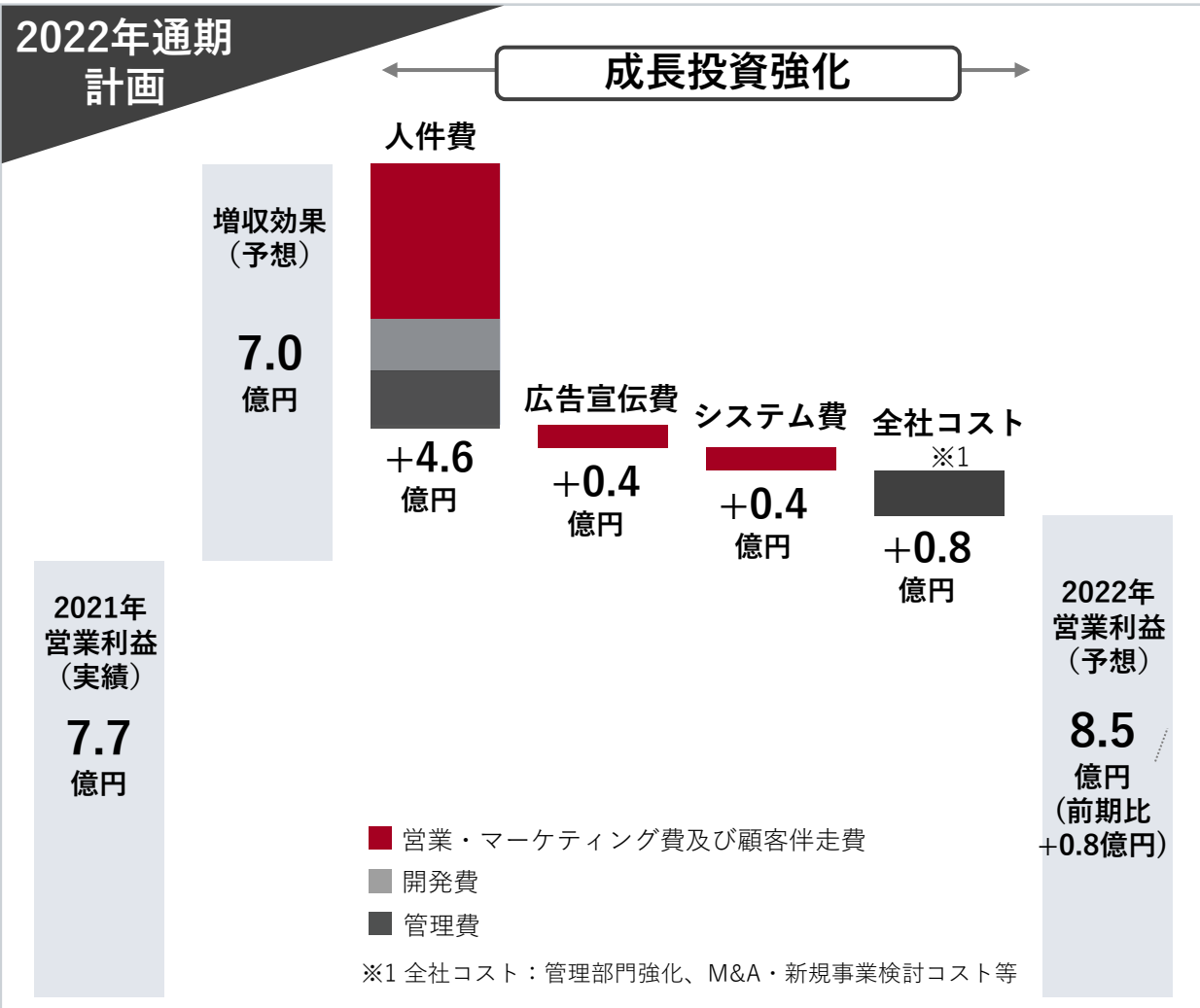


営業利益率



成長投資の実施

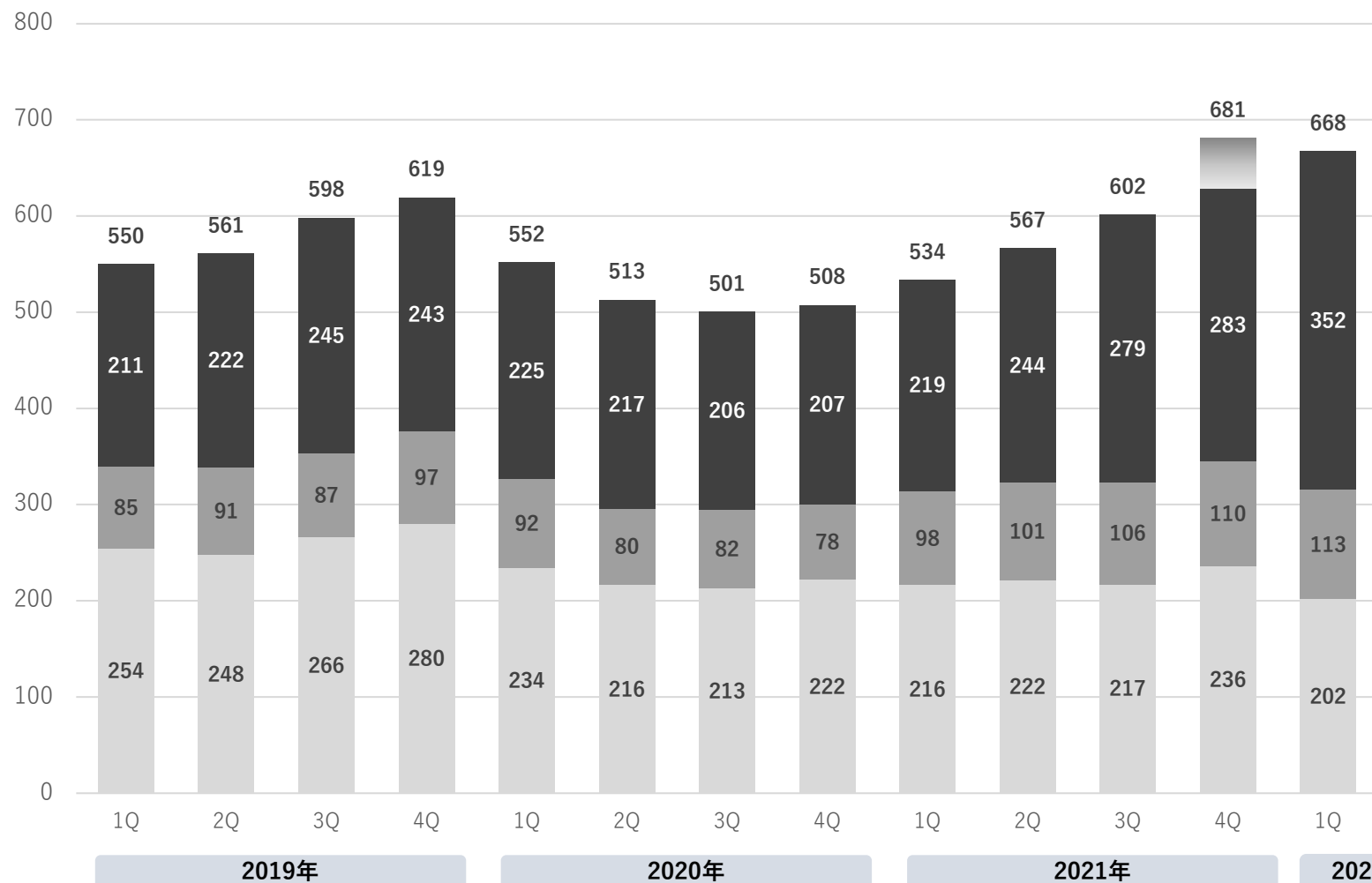
増益を維持しつつも、2022年は今後の飛躍に向けた成長投資を実施
 プロダクトやサービスを磨き上げるため人件費を中心に積極投下



コスト推移

今期戦略に沿って顧客獲得・維持コストが増加

(単位：百万円)



一時コスト

2022年の戦略実行に向けたコスト、コーポレートブランディング向上施策費、組織開発費など

顧客獲得・維持コスト

【国内SaaS】

顧客伴走人材の拡充

【海外SaaS】

CSM（カスタマーサクセスマネージャー）
拡充による体制強化

【ソリューション】

業務委託の増加

開発コスト

【国内SaaS】

既存製品の機能拡張に向けて
エンジニアの増強

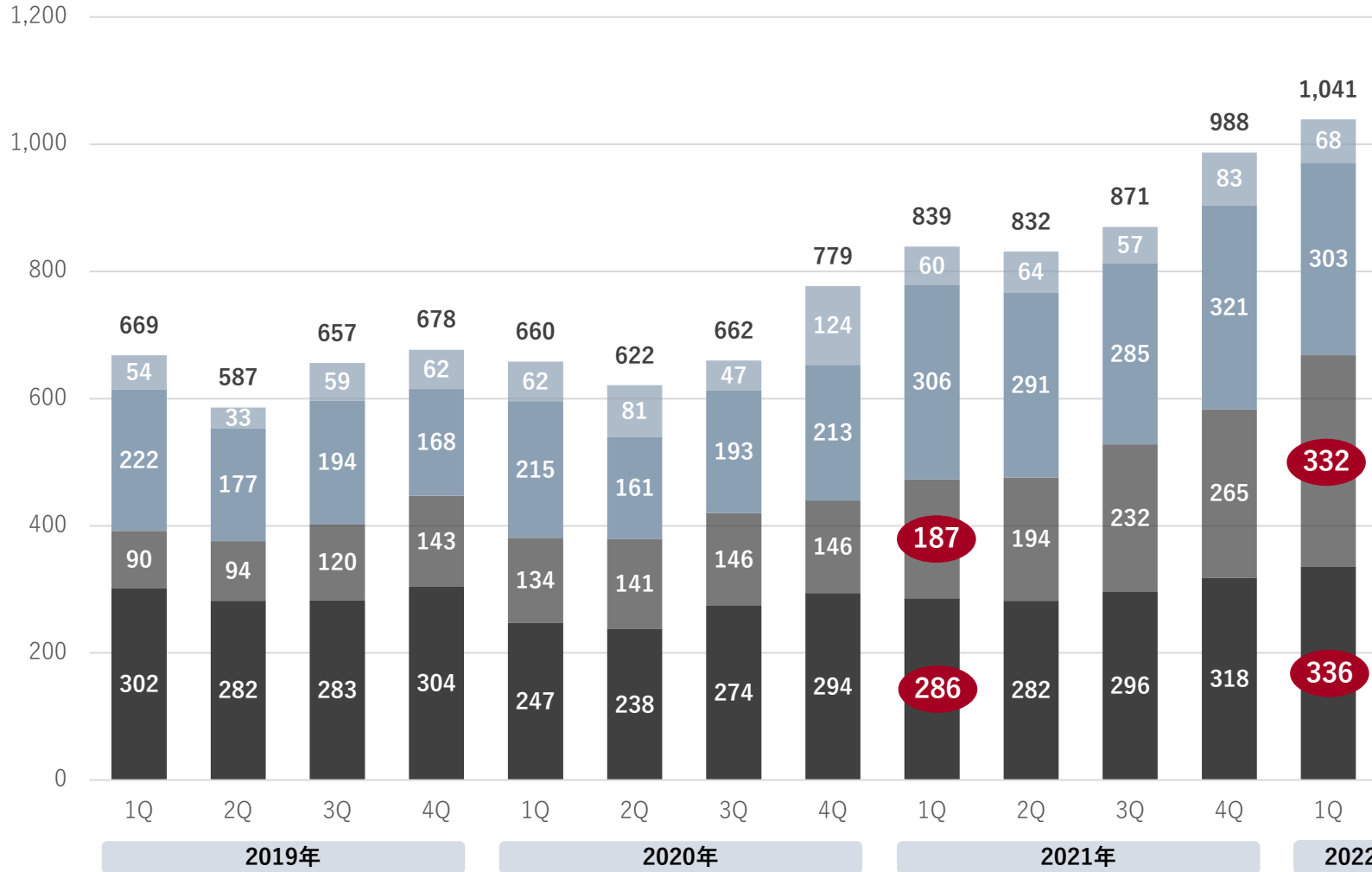
管理コスト

本社オフィス縮小に伴う賃借料の減少

事業別の売上高推移

SaaSビジネスの2事業が四半期過去最高売上を達成 海外SaaSビジネスは前年同期比+77.4%の高成長

(単位：百万円)



中国進出支援事業

主力商材の実績やファン数の増加によって既存顧客との取引が拡大し前年同期比増

ソリューション事業

広告出稿の季節需要が高かった前年同期比で減少も既存顧客との取引は安定的に推移

海外SaaS事業

既存顧客の従量課金売上が増加し、平均単価・ストック売上比率ともに大幅上昇

国内SaaS事業

上位顧客における従量課金売上の大幅増加により平均単価・ストック売上比率が上昇

貸借対照表サマリー

利益の計上と借入金の返済で自己資本比率が一段と上昇
現預金は税金の支払いで一時的に減少も安定的な水準を維持

(単位：百万円)	2021年4Q末	2022年1Q末	前期末比
流動資産	2,817	2,659	△158
内、現預金	1,702	1,506	△196
固定資産	1,011	1,012	+1
資産合計	3,828	3,671	△157
負債合計	1,348	1,045	△303
内、借入金	342	299	△43
純資産合計	2,479	2,625	+146
自己資本比率	63.5%	70.1%	+6.6pt

3 グループ方針

2025年に向けたグループ方針

既存事業の成長を軸に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

深化

既存事業：マーケティングDX支援事業で
【売上高CAGR30～35%】
を目指す

オーガニック
成長

+

M&A
による拡大

探索

既存事業以外の
【新領域の開拓】
を模索

自社
創出

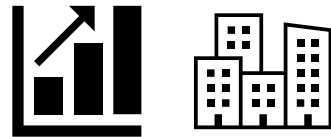
or

M&A
での獲得

既存事業における4つの成長戦略

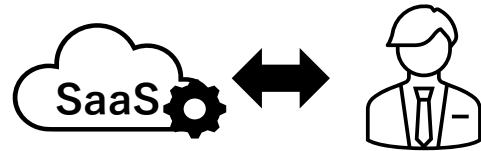
下記の4戦略を軸に
既存事業の売上高CAGR30~35%を実現に導く

1



既存顧客との取引拡大

2



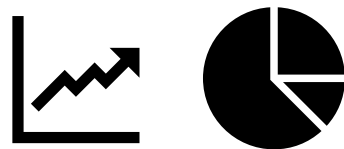
国内事業のシナジー追求

3



グローバル比率の拡大

4



ストック売上比率の拡大

既存事業の成長 **1** : 既存顧客との取引拡大

下記の重点ポイントを軸に既存顧客との接点を深め、
取引規模の拡大・契約期間の長期化を目指す

取引拡大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



提案メニュー
の拡充



カスタマー
サクセス強化



LTVの最大化へ

既存事業の成長 **2**: 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

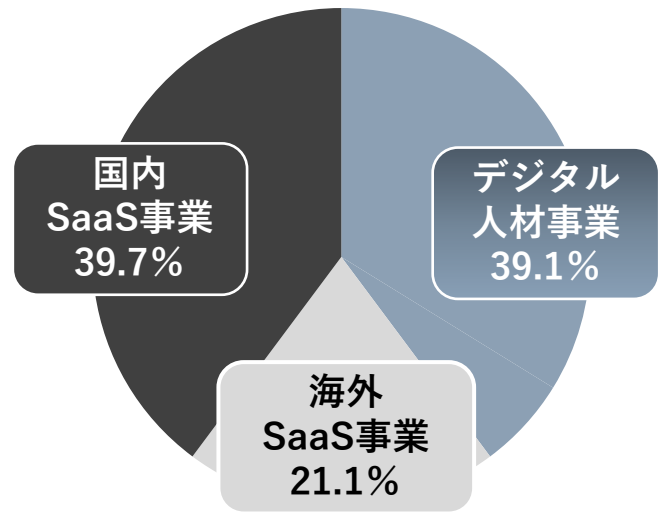


低額のSaaSツールをドアノック商材
として中堅企業にもアプローチ

既存事業の成長 **3** : 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
国内SaaS事業・デジタル人材事業^{※1}と並ぶ売上高構成比^{※2}に拡大の見込み

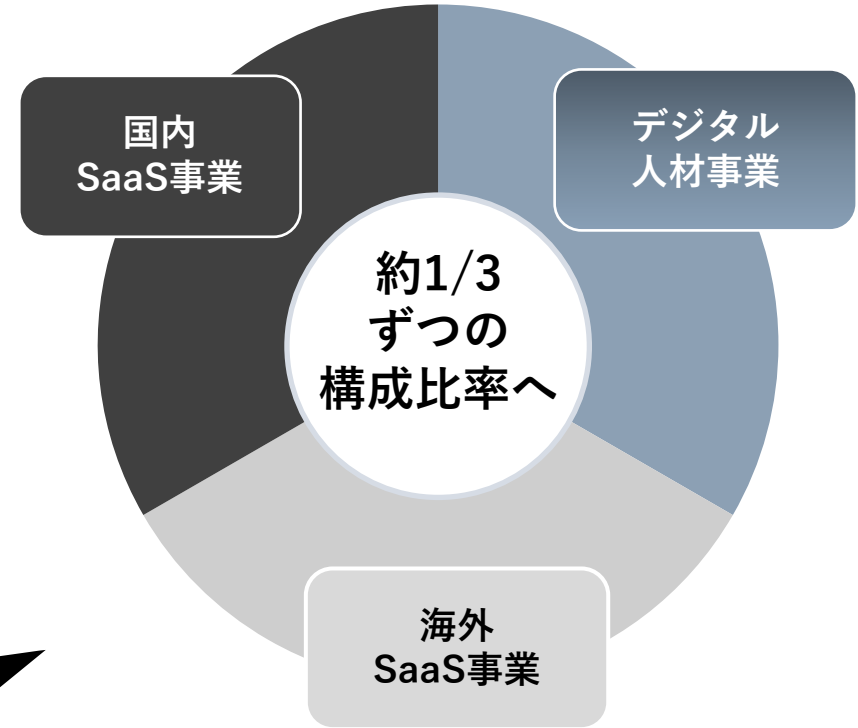
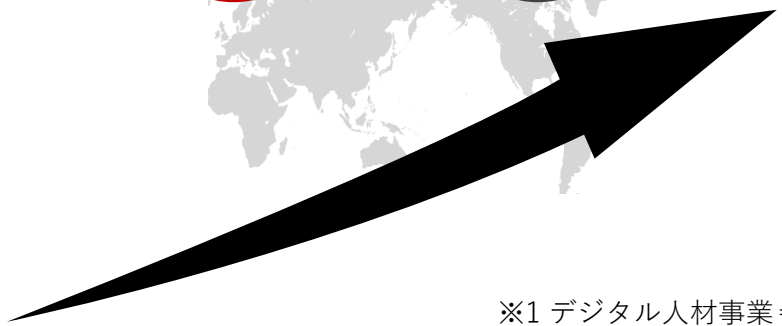
売上高構成比



2021年12月期

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



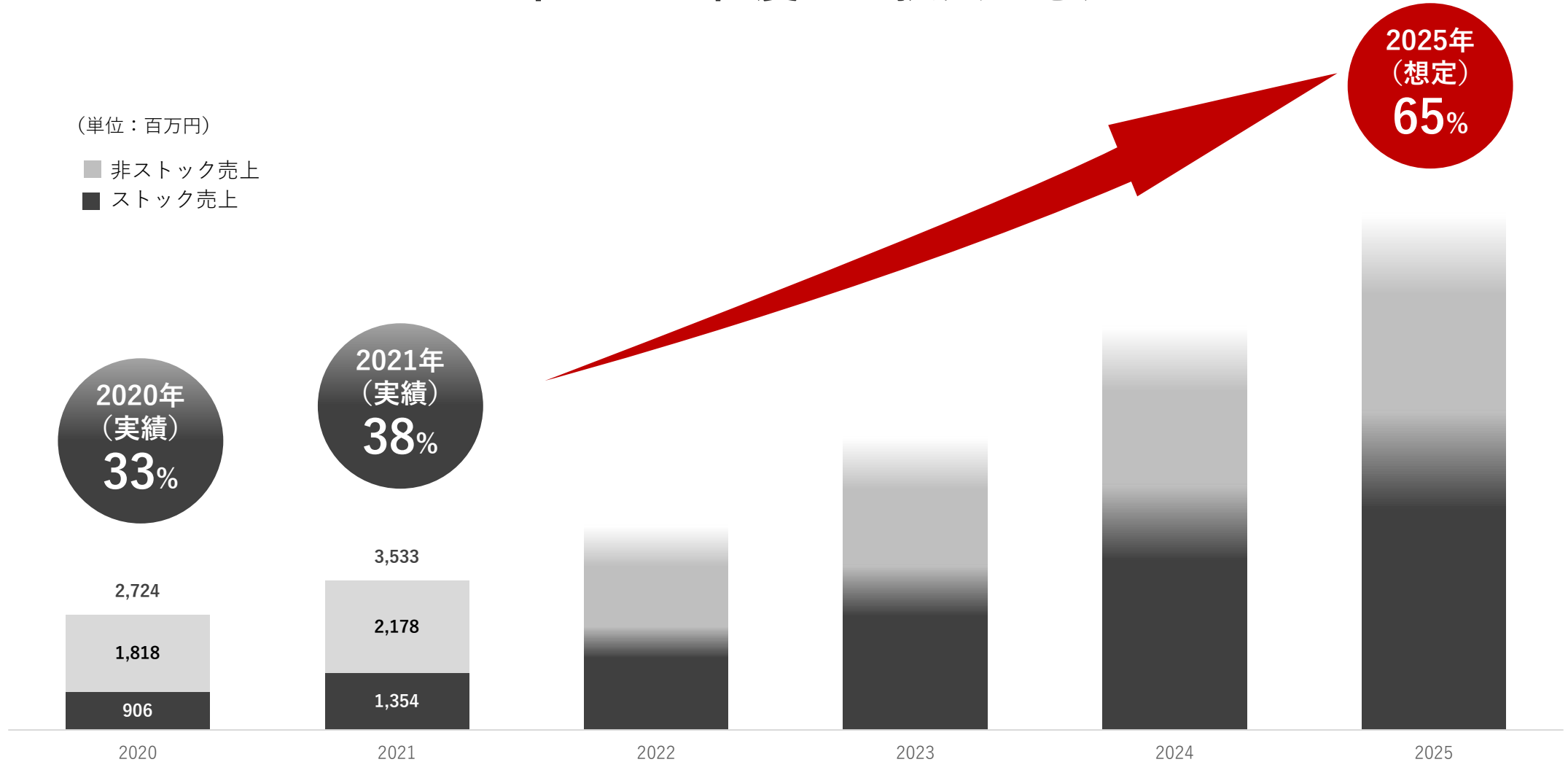
※1 デジタル人材事業=ソリューション事業+中国進出支援事業
※2 改正企業会計基準第29号 収益認識に関する会計基準適用後の売上高構成比

既存事業の成長 **4**：ストック売上比率の拡大

ストック売上比率は2021年の38%から
2025年に65%程度への拡大を想定

(単位：百万円)

- 非ストック売上
- ストック売上



※ストック売上を構成する該当サービスを前回から一部変更したことに伴い、2020年2021年の実績数値および2025年想定を前回開示から修正

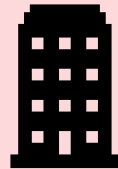
M&A・新領域の開拓

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

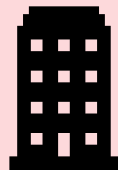
マーケティング
DX支援事業



NEW

新領域の事業性質を持つ企業の
獲得を検討

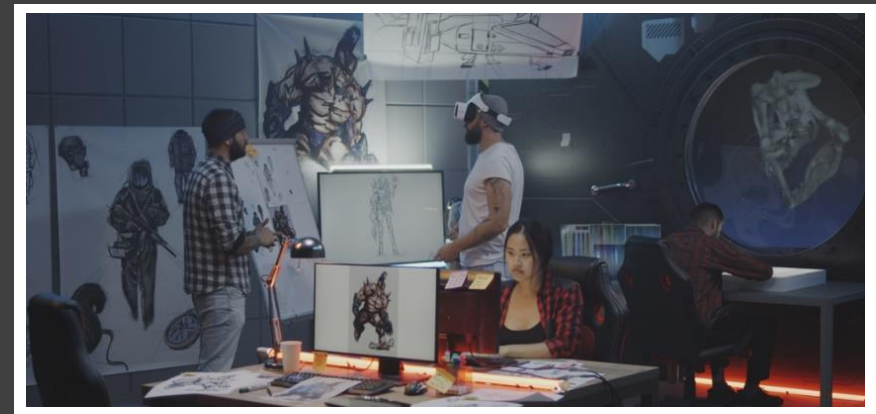
新領域



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



4

事業別戦略

SaaS ビジネス

国内SaaS事業

海外SaaS事業



国内外で展開するSaaSツール中心のビジネス

国内SaaS事業

マーケティングDXに効果的な制作・EC・デジタル販促の3領域に特化

動画制作

LetroStudio

2020年5月～

制作

UGC

SNSやブログでの口コミなど、「ユーザー生成コンテンツ」のこと
(User Generated Contentsの略称)

UGCの活用

EC

Letro

2016年6月～

デジタル
販促

echoes

2018年3月～

SNS
プロモーション

SNS活用・UGC制作支援

(創業来サービス)

monipla
ファンブログ

各サービス領域で成果向上に最適なプロダクトを 自社で開発

ストック売上を構成するサービス

非ストック売上のサービス

EC

主力

Letro

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

【月額課金+従量課金型】

ECサイト・LP経由での
新規顧客獲得件数増加

動画制作

LetroStudio

豊富なテンプレートと操作性の高い編集
機能で簡単に動画制作できるツール

【月額課金型】

動画広告・SNS・営業用資料等の
動画施策実行

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

【都度発注型】

SNSを通じたブランド認知拡大
オン・オフライン両面の集客強化

主要
3ツール



monipla

ファンブログ

SNS活用・UGC制作支援ツール

(単独での新規獲得は行っておらず、
主力「Letro」のアップグレード商材の位置付け)

創業来
ツール

主ツール「Letro」の強み

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

Letro

月額利用料：12万円～


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



最適化運用する
テクノロジー


「運用型UGC」
を提供



成果向上をサポートする顧客伴走人材

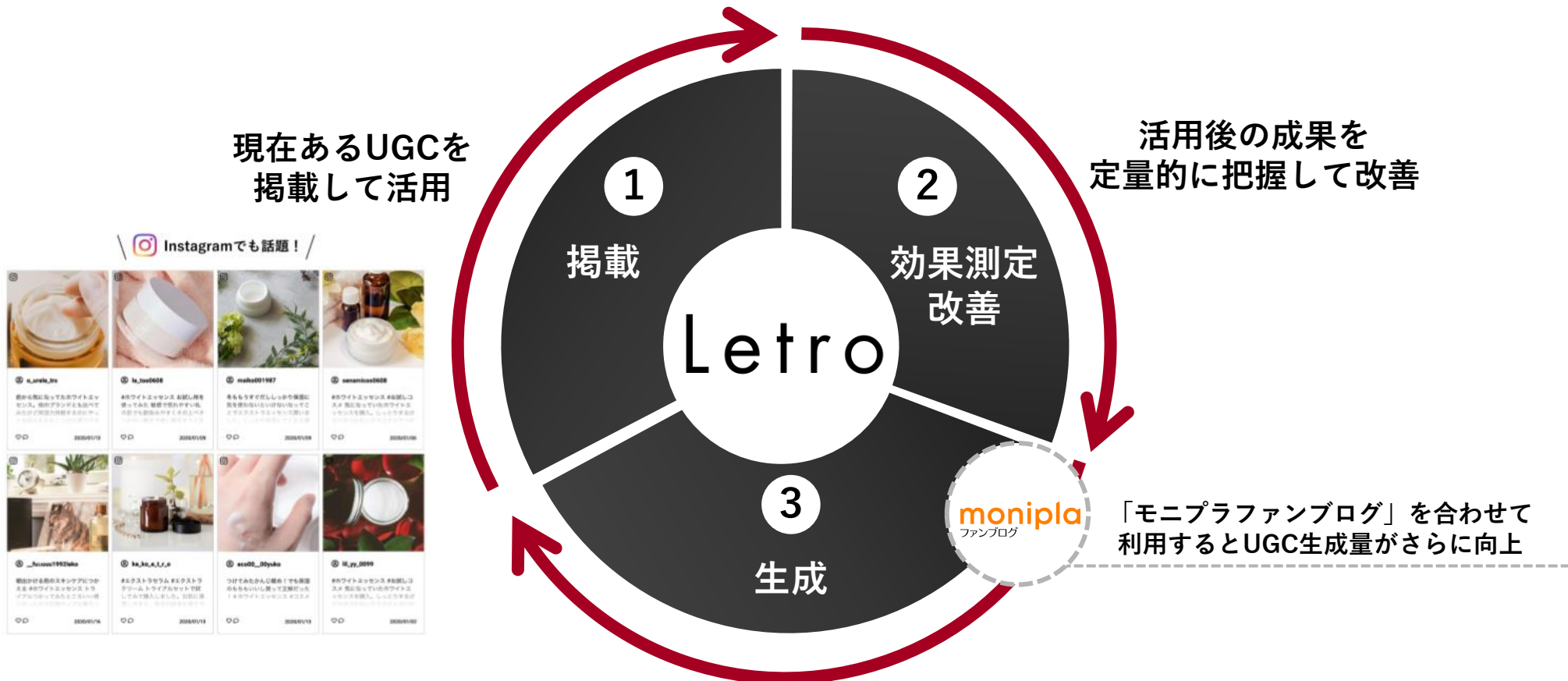
売上拡大に直結する
高い成果

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

「運用型UGC」とは

EC領域において UGCの効果検証だけでなく改善に導く



定量成果をもとに
さらに細分化してUGCを生成

主ツール「Letro」の提供メニュー

下記の基本メニューを組み合わせて利用することで
さらに成果が向上

「Letroコネクト」

「Letroオプティマイズ」

「Letroダッシュボード」

UGC診断



成果向上に
適したUGCの
総量を把握し
施策を設計

UGC生成



生活者
からUGCを
継続生成

最適化



ECサイト・LP上で
KPI改善に向け
UGCを最適化運用

改善



運用の結果を受け
生成～最適化の
サイクルを回す

2022年3月、「通販業界におけるUGC活用ツールNo.1」を獲得
数多くのEC・D2C事業を展開する企業で導入



CVRが改善する
と思う UGC活用ツール ※2



最適化機能が優れている
と思う UGC活用ツール ※3

※株式会社ショッパーズアイ調べ/(1)2022.1.7~2.1/(2)(3)2022.1.14~1.17

※1 対象：ウェブサイト掲載機能を有するUGC活用ツールサービス提供会社

概要：UGC活用ツール11サイトを対象にした実態調査

※2, ※3 対象：男女、25~69歳、全国、*2)全体1,129ss/*3)広告部門所属163s

概要：UGC活用ツール10サイトを対象にしたサイト比較イメージ調査

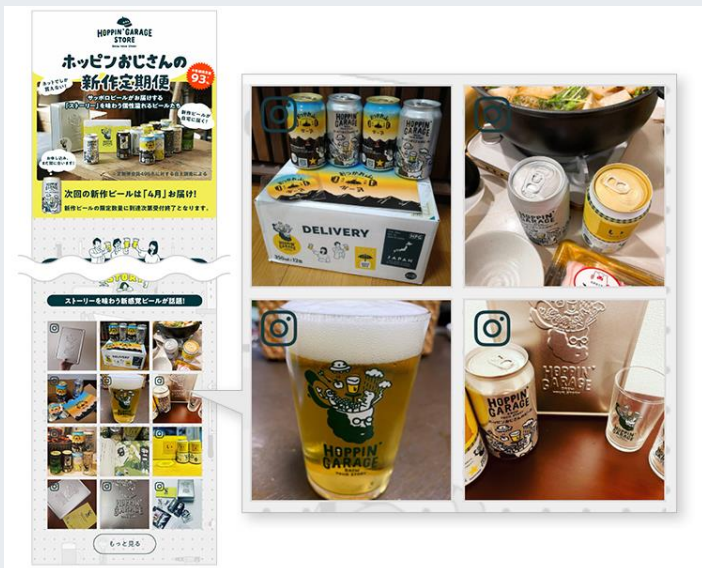
「Letro」単独利用以上に 「Letro×モニプラファンブログ」によって高い効果を発揮

Letro

サッポロビール株式会社様

顧客との共創によるビールづくりを展開する「HOPPIN' GARAGE」の会員制定期便サービスで新規顧客獲得向けLPに「Letro」を導入。

表示するUGCの入れ替えやバナーの検証などを重ねた結果、**CVR1.44倍**を実現。



Letro × monipla

ファンブログ

株式会社Greenspoon様

定額制パーソナルフード「GREEN SPOON」の新規顧客獲得向けLPにおいて「Letro」を導入。

「モニプラファンブログ」で募集したモニターのUGCを活用し、

「野菜スープ」LP: **CVR1.63倍**を実現。

「ホットサラダ」LP: **CVR1.89倍**を実現。



「LetroStudio」「echoes」では LINEプラットフォームの活用施策を積極的に支援し高成果を創出

LetroStudio

株式会社長寿乃里様

「長寿乃里」が「LetroStudio」を導入。
「LetroStudio」で制作した動画クリエイティブを用いて
キャンペーン情報を配信。

動画配信後にLINE公式アカウント経由の
購入件数が配信前の3倍に増加

CVR3倍

echoes

株式会社ほっかほっか亭総本部様

「ほっかほっか亭」が「echoes」を活用してTwitterキャンペーン
からLINEへ送客し、LINE新規友だち獲得効率の向上を実現。

LINEキャンペーンの新規友だち獲得数が従来比2.4倍

CVR2.4倍

長寿の里

LetroStudio



ほっかほっか亭
LINE新規友だち
獲得効率を向上!

従来比2.4倍!



echoes を活用し、TwitterキャンペーンからLINEキャンペーンへ送客

競争優位性を確立した「Letro」をメイン商材に据え ストック売上の増加・顧客単価向上を目指す

顧客化

新規顧客向け施策

- ・ターゲット顧客は引き続き大企業中心
- ・時期と効果を見極めた広告宣伝を実施
- ・マーケティング担当者を対象としたセミナー開催等により、効率的な顧客開拓を行う

注力

既存顧客向け施策

- ① **【プロダクトの強化】**
(機能改善や新機能の開発、API連携等)
- ② **【提案メニューの拡充】**
- ③ **【カスタマーサクセスの強化】**
(成果向上をサポートする顧客伴走人材を増員)

注力商材

Letro



【アップグレードの強化】

従量課金テーブルなど顧客の成果に応じた提案を積極的に実施

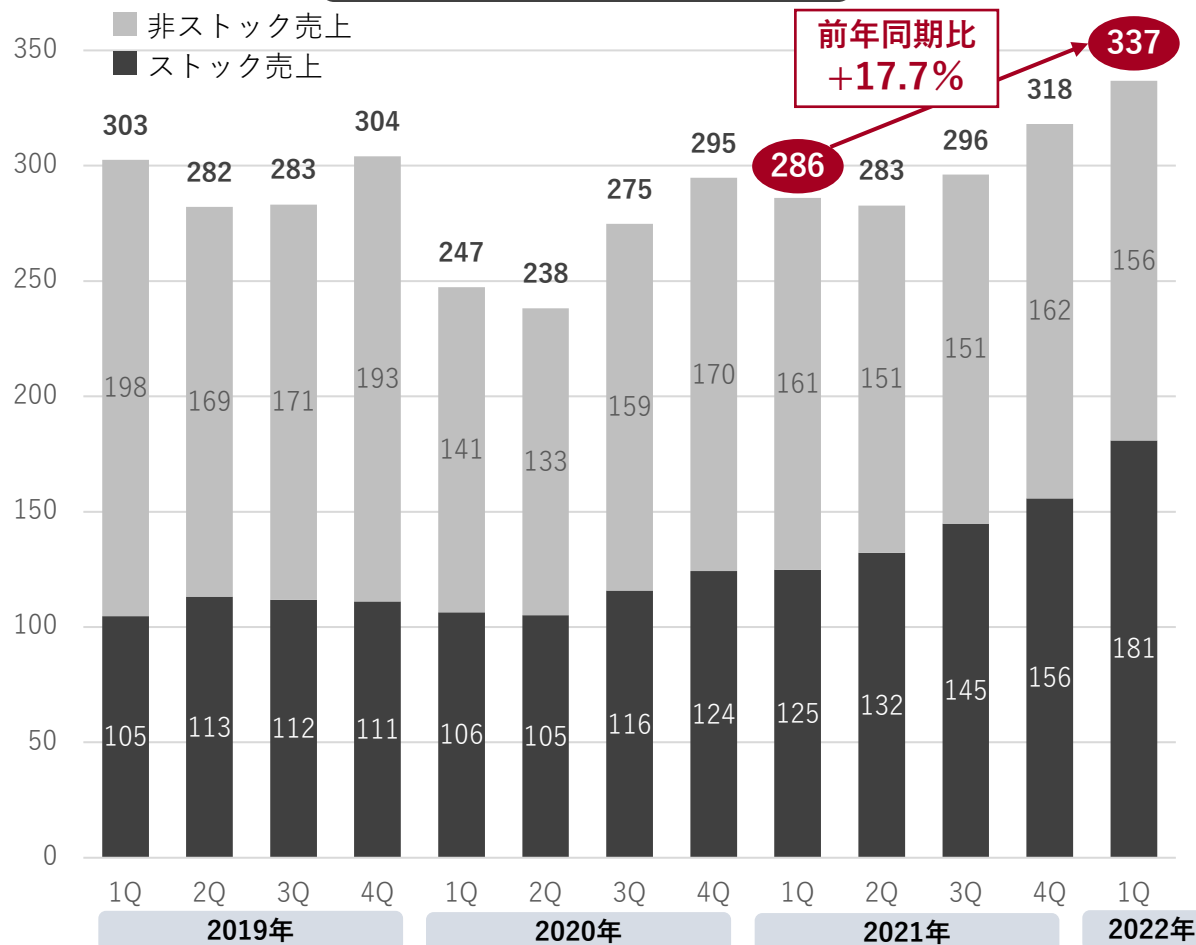
- ・ UGC生成
- ・ WEBサイト制作・改善
- ・ LPの最適化
など各種メニュー

四半期過去最高の売上高を更新

ストック売上・ストック売上比率が前年同期比で大幅に増加

(単位：百万円)

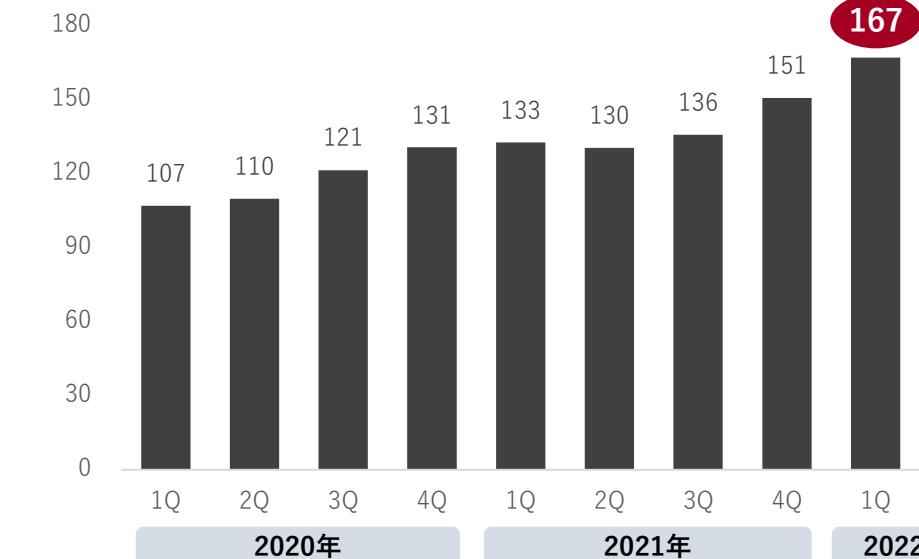
売上高



月額顧客平均単価

上位顧客における従量課金売上の大幅増により1Qで更に上昇

(単位：千円)



ストック売上比率

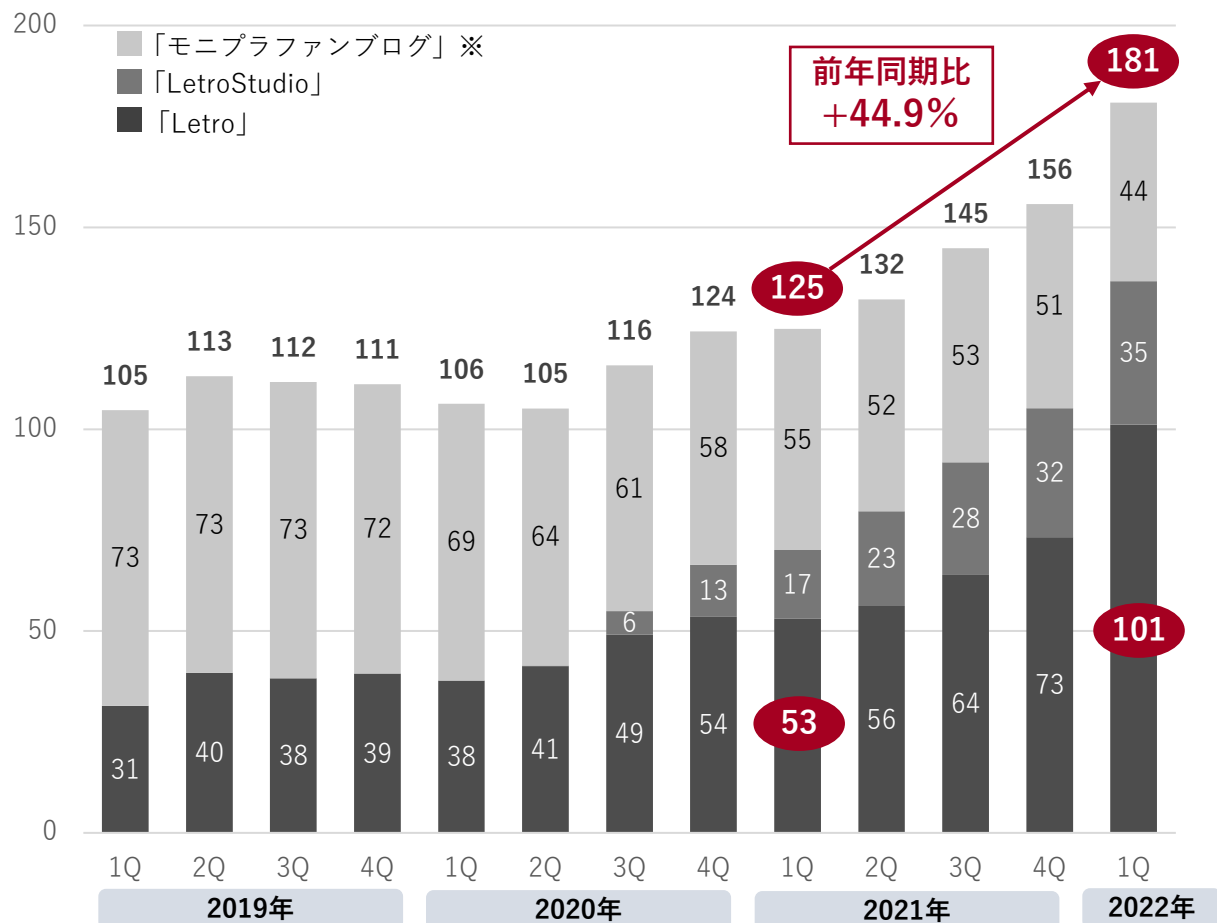
53.7%
(前年同期比+10.1pt)

※ストック売上を構成するサービス内訳：P76参照




今期の戦略通りに 主ツール「Letro」の売上が大幅に増加

(単位：百万円)

ストック売上高内訳



2022年戦略に沿って

- ①【プロダクトの強化】 
- ②【提案メニューの拡充】 
- ③【カスタマーサクセスの強化】 

の全てを1Qで実行



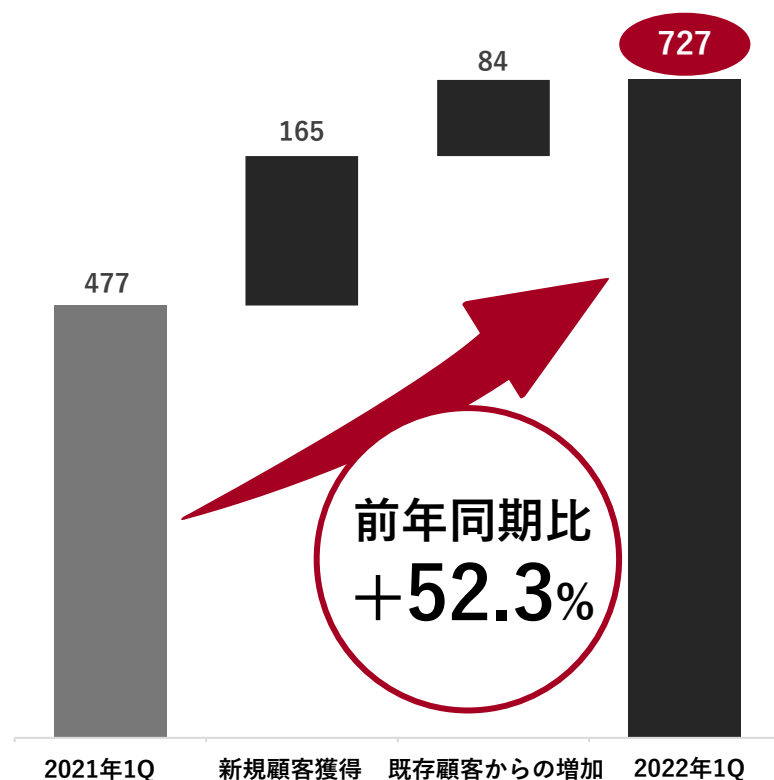
①の開発人材・③の顧客伴走人材
を中心に成長投資を実施

※創業来サービス「モノプラファンブログ」は戦略的な減少

ARRは前年同期比+52.3%の7.27億円に拡大 Letro ARRは前年同期比2倍の4.21億円に急拡大

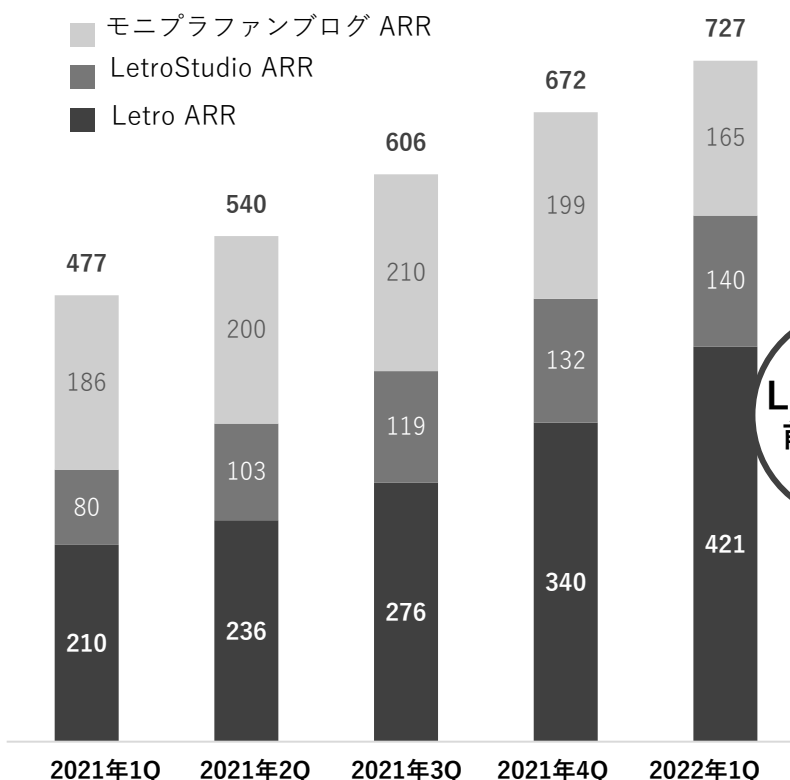
ARR内訳

(単位：百万円)



ARR推移

(単位：百万円)



124.5%

Letro ARR
前年同期比
2倍

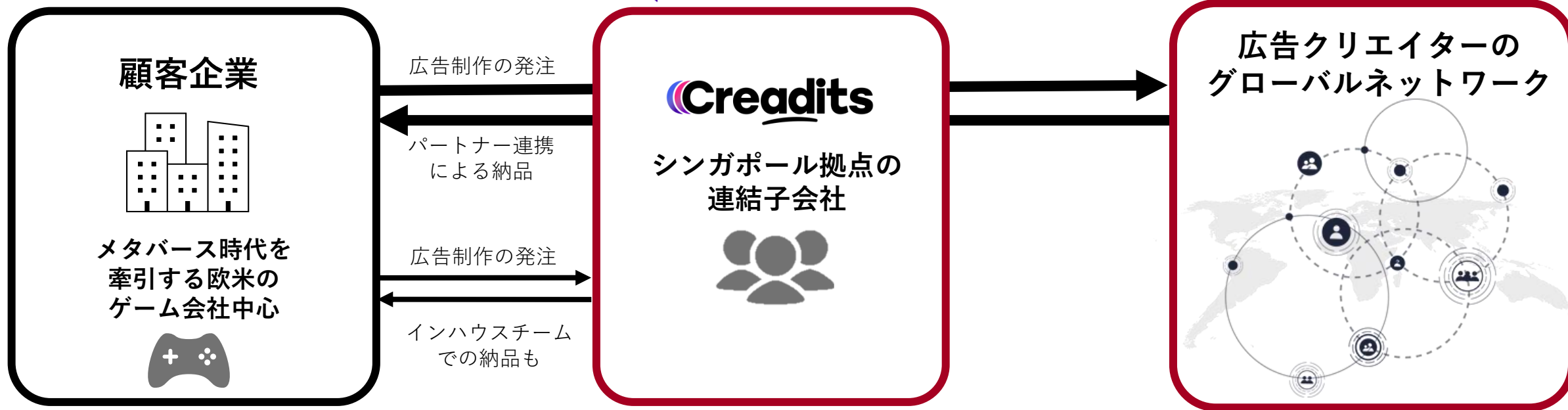
※NRR：Net Revenue Retention Rateの略（売上継続率）。ストック売上に該当するSaaSツールの各四半期末において、1年以上契約している既存顧客の月次リカーリング売上高を前年同月の月次リカーリング売上高で割ったものとして算出



海外SaaS事業

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

世界中の企業と広告クリエイターをつなぐマッチングサービス



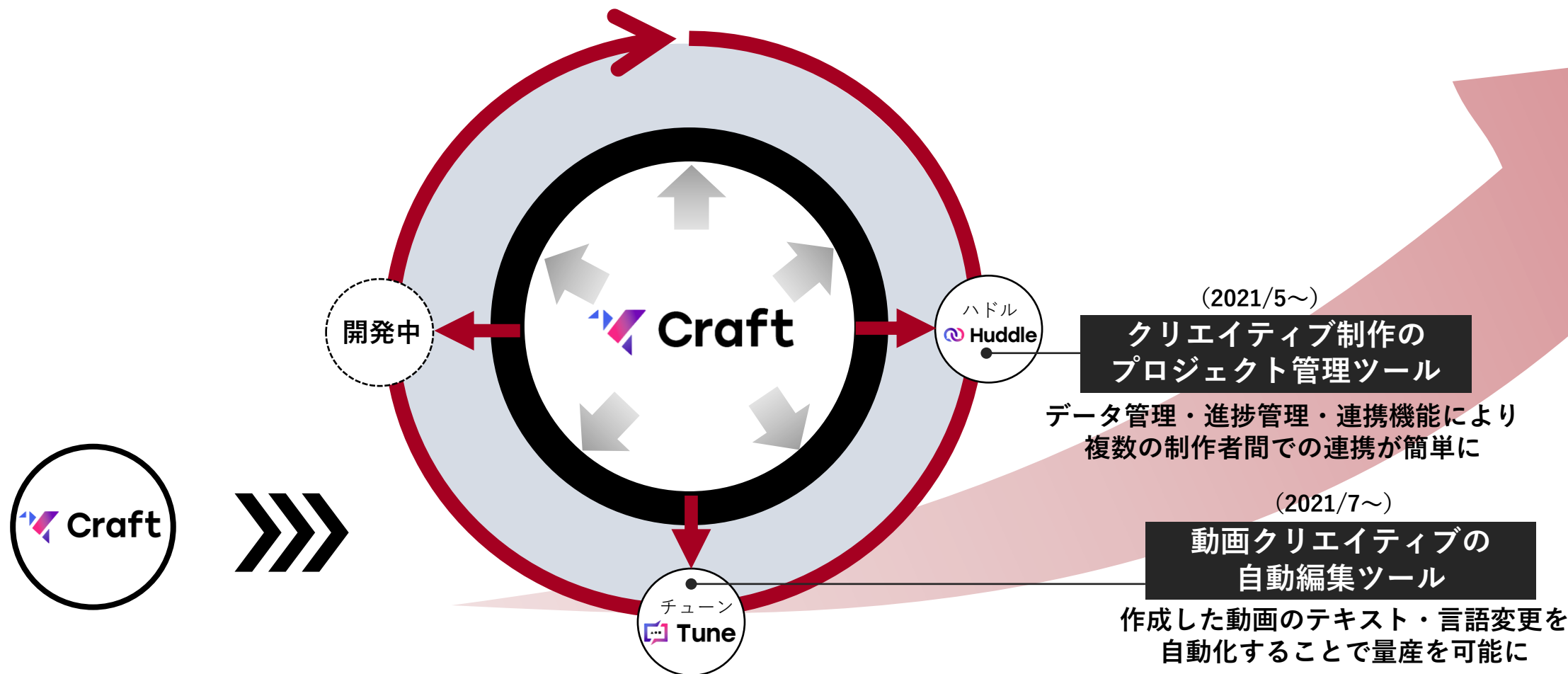
- ・ 欧米企業 : 約94%
 - ・ ゲーム業界 : 約75%
- (2022年3月末時点の売上比率)

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

制作データ資産を活かして新たにSaaSツールを開発し
クリエイターに利用してもらうことで「Craft」の提供価値・提供スピードが向上

サービス開始時

制作データ資産の蓄積+新たなSaaSツールの開発 = 生産性の向上



「Craft」の強み

メタバースを牽引するGlobal Top300のゲーム会社のうち
100社獲得に向けた成長基盤が整う



月額利用料：5000USD～

3Dなど難易度の高い
クリエイティブ制作

スキル特化型
クリエイター
集団

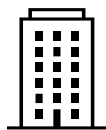


生産性を
高めるツール



CSMが広告のパフォーマンスと品質を管理

クライアントの
制作インフラに



顧客メリット

高品質

低コスト

量産も
可能

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

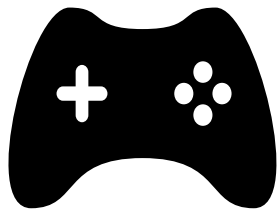


3D等の高品質な
制作物を供給



◀ 制作事例

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

『スキル特化型クリエイターの拡充』 + 『内製力の強化』 の2軸で供給力を高め
ストック売上の増加・顧客単価向上を目指す

新規顧客向け施策

- ・メインターゲットは引き続きGlobal Top300
- ・顧客獲得はアカウントベースマーケティングで

顧客化

注力

既存顧客向け施策

- ① 【供給能力の拡充】
- ② 【CSM（カスタマーサクセスマネージャー）の拡充】
- ③ 【新SaaSツール開発による生産性向上】

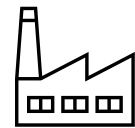
【外部リソース】

スキル特化型
クリエイター
の拡充



【インハウスチーム】

スキルごとに費用効率のいい場所で
採用し、社内ツールの活用によって
Global製作工場を拡張

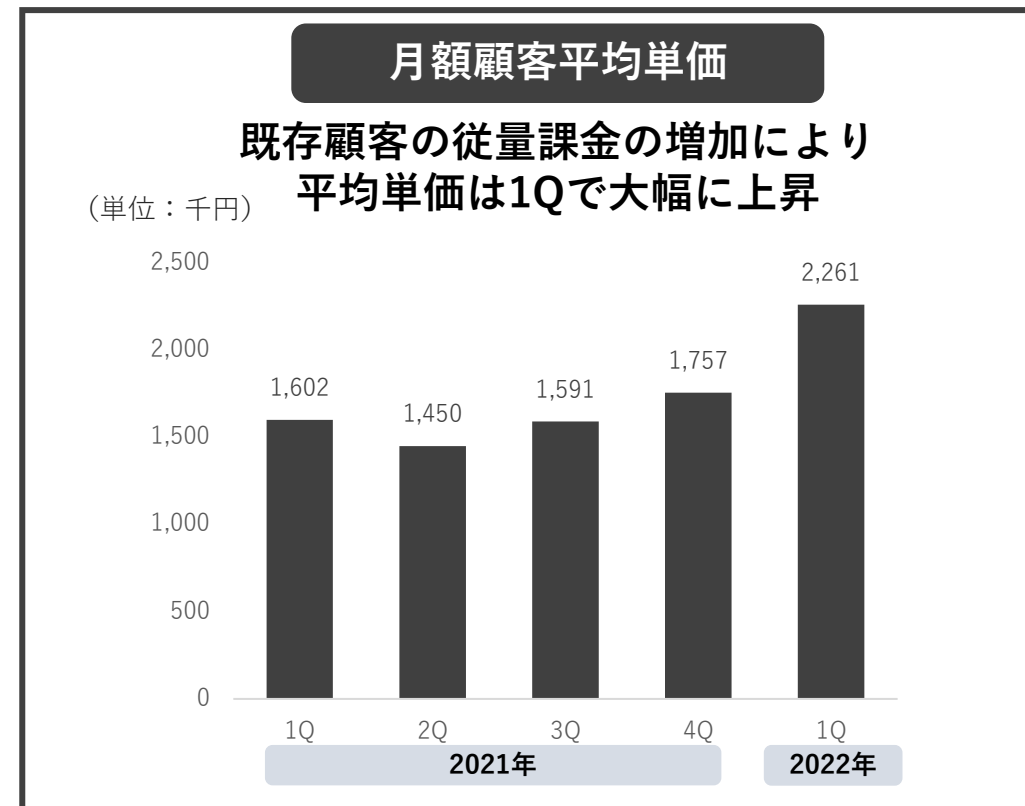
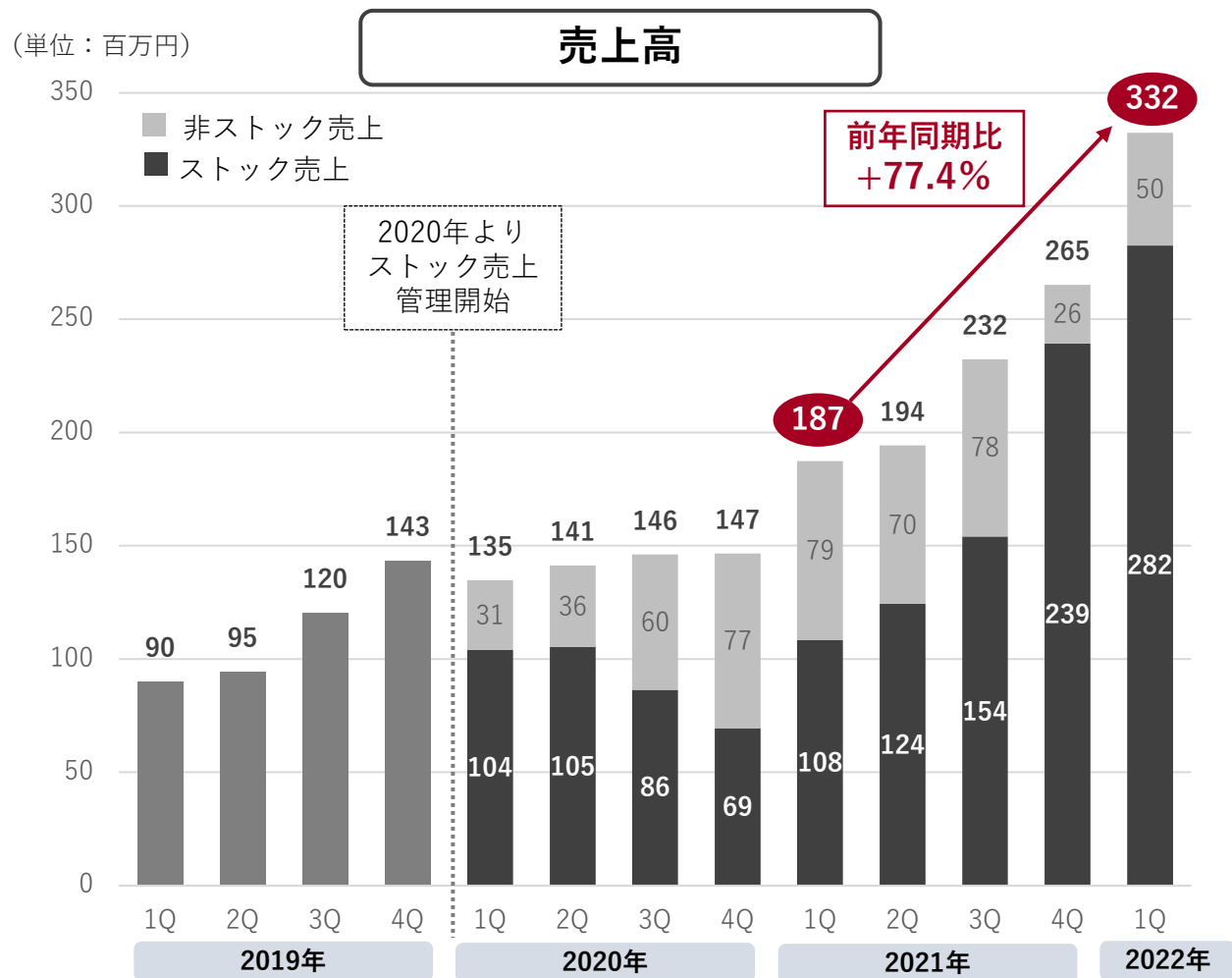


Creadits

旺盛なメタバース需要に対応すべく内製力も強化

ゲーム業界×3Dクリエイティブ制作にフォーカスした戦略が奏功し 本格的な成長フェーズに突入

(単位：百万円)



ストック売上比率

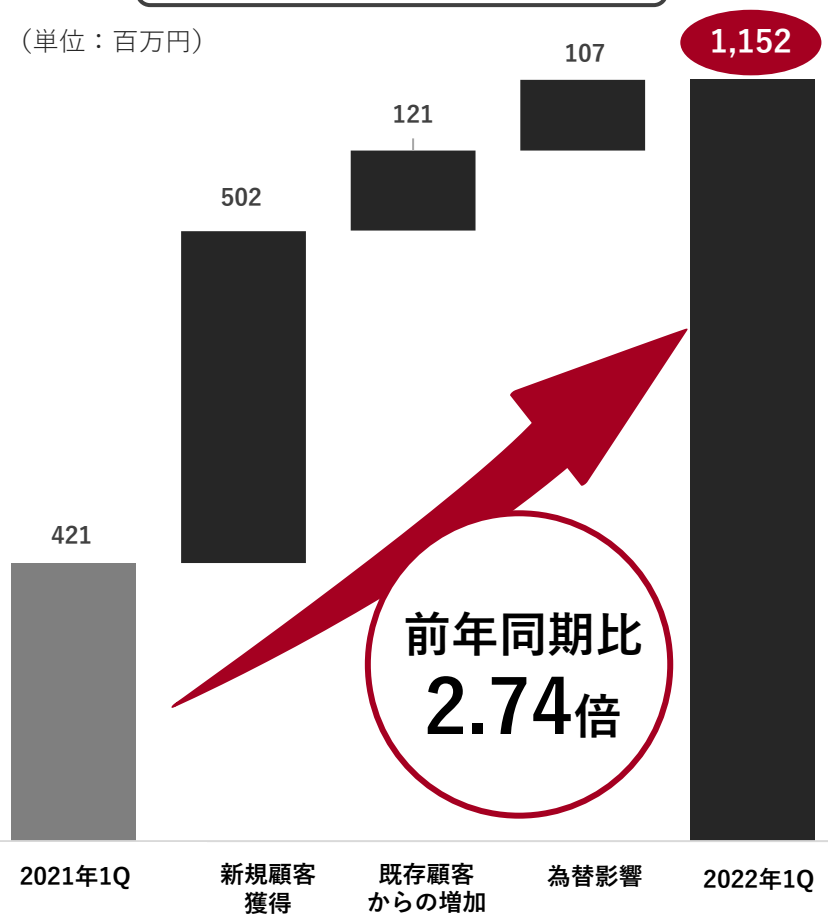
84.8%
(前年同期比+26.9pt)

※ストック売上を構成するサービス内訳：P76参照

ARRは前年同期比2.74倍の大幅な成長で 11.52億円に拡大

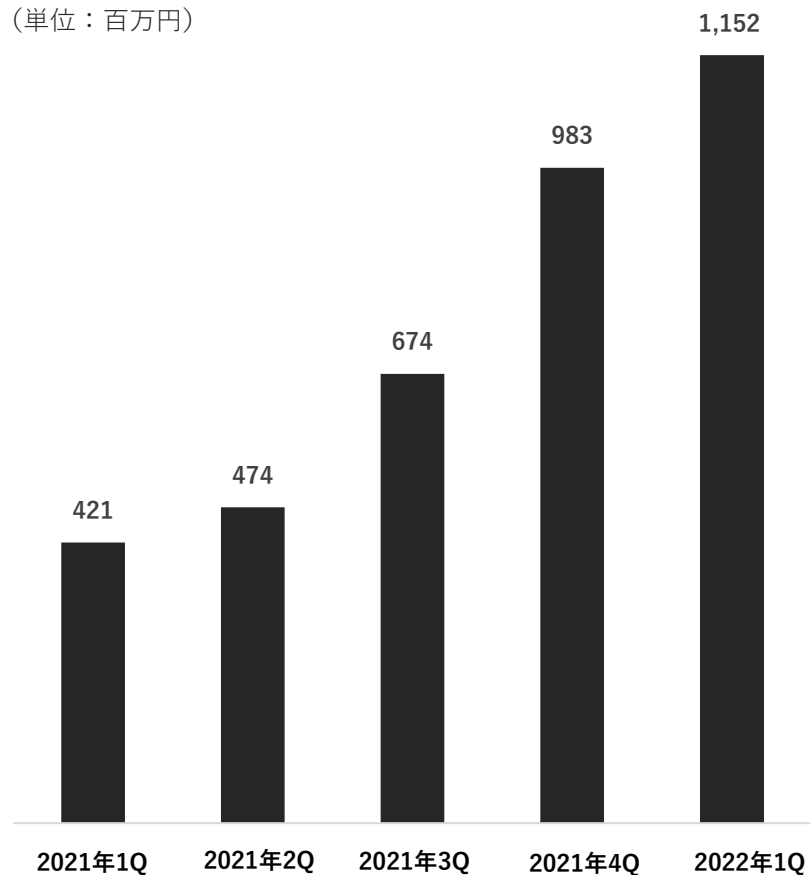
ARR内訳

(単位：百万円)



ARR推移

(単位：百万円)



NRR

113.2%

※NRR：Net Revenue Retention Rateの略（売上継続率）。ストック売上に該当するSaaSツールの各四半期末において、1年以上契約している既存顧客の月次リカーリング売上高を前年同月の月次リカーリング売上高で割ったものとして算出

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



国内で展開するデジタル人材中心のビジネス



ソリューション事業



『企業とファンの関係構築』を推進するデジタル人材による コンサルティング事業を中心に展開し、昨今ではSaaSツールの提供も推進



SaaS
ツール

新規事業

ファンベースカンパニー との共同開発

ファン度を手軽に知ることができる定額制サービス
『ファンベース診断Lite (ライト)』

(2021/11~)



ファンベース実践Webサービス
『Fan道 (ファンドウ)』

(2021/6~)



デジタル
人材中心

既存事業

主力：売上比率 99.7%

生活者との
コミュニケーション戦略・施策
を総合的にアドバイス

デジタル広告運用

SNSアカウント運用

ファンベース実行支援

ファンベース

「ファンを大切にし、中長期的にファンを
ベースに売上高や事業価値を高める」
という考え方



SaaS
ツール

新規事業

新会社NBCの 新サービス

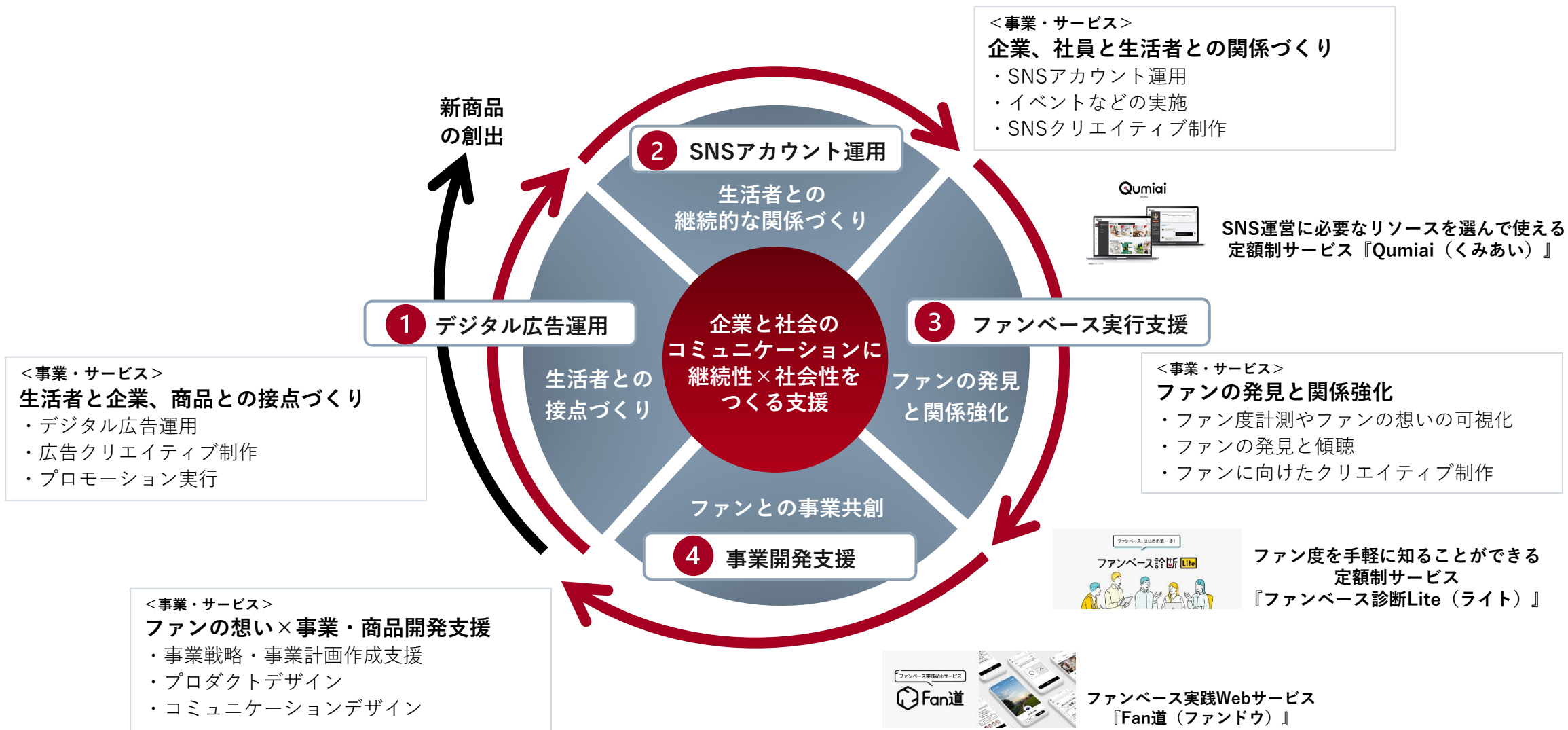
SNS運営に必要なリソースを選んで使える
定額制サービス『Qumiai (くみあい)』

(2022/2~)

Qumiai
クミアイ



企業と「生活者やファン」とのコミュニケーションの 継続性・社会性の強化を一気通貫で支援



【新規事業】 SaaSツールの提供

ファンベースカンパニーとの共同開発のSaaSツールでは 手頃な価格でファンの傾向を知ることができる



顧客の「ファン度」や「ファンの声」を
手軽に知ることができる定額制サービス
『ファンベース診断Lite（ライト）』
【月額課金型】



ファンとの絆を強める企業向け
ファンベース実践Webサービス
『Fan道（ファンドウ）』
【月額課金型】



fanbase company
(持分法適用関連会社)

ファンベース理論の
啓蒙を行うグループ会社



ファンベースを
広げるための
書籍・ゼミ・
セミナー活動他

ファンベース診断



定量的にファンの感情を
可視化する診断サービス



ファンならではの心理や
行動を深掘りする研究機関

SNS運営に必要なリソースのシェアリングサービス「^{クミアイ}QUMIAI」
を2022年2月にローンチ

新会社

株式会社ネクストバッターズサークル
(略称「NBC」)



SNS時代に必要なリソースを
求められる形で提供

人材

ノウハウ

クリエイティブ



協同組合型SNS運営支援
プラットフォーム「QUMIAI」
【月額課金型】

New



*画面はイメージです。

月額利用料：10万円～

SNS運営に必要なリソースを
選んで使える
定額制サービス

専門スタッフによる
クリエイティブの支援



SNSに精通したチームに
いつでも相談できる！



システムを活用して
効率的にサービスを提供



人材投資によって複雑化する顧客ニーズへの対応力を強化、 新規事業による顧客層の拡大も狙う

・顧客獲得はこれまで紹介が中心

新規顧客向け施策



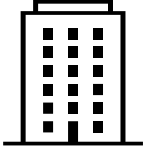
・低額のSaaSツールをドアノック商材として
中堅企業にもアプローチ

顧客化

既存顧客向け施策

旺盛な需要に応えるべく
【人材の拡充】を行い、
更なる取引拡大を目指す

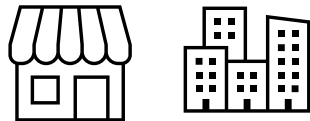
現状は
大企業中心
の顧客構成



SNSプランナー・ファンベース実行支援の
コンサルタントなどの顧客伴走人材、
SaaSツール開発のエンジニア等

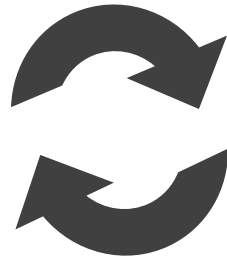


【ターゲット】
地方・中小企業



取引金額：低

顧客紹介



ノウハウ
提供



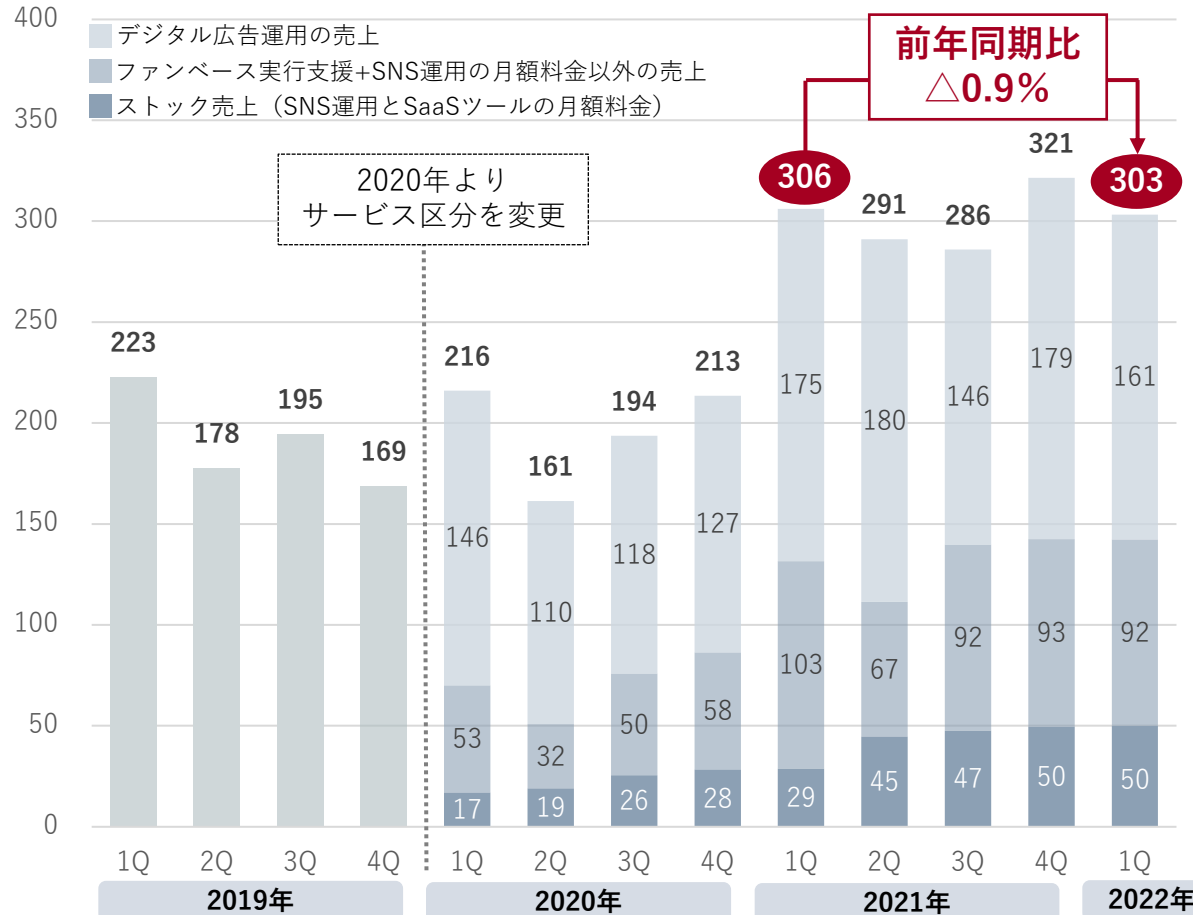
取引金額：高

顧客企業の施策規模拡大に伴い
当社グループとの取引拡大を想定

ストック売上は新規顧客増により前年同期比で大幅拡大 非ストック売上は広告出稿の季節需要が高かった前年同期に比べて減少

(単位：百万円)

売上高



- SNSアカウント運用を中心としたストック売上は前年同期比+74.4%の成長。
ストック比率が高い事業性質ではないものの、前期2Qで顧客数が増加して以降、既存顧客との取引が安定的に推移
- 非ストック売上はファン実行支援が堅調に推移し、デジタル広告運用代行は発注量の変動が大きい。
(どちらも前期1Qに季節需要あり)

ストック売上比率

16.4%

(前年同期比+7.1pt)

※ストック売上を構成するサービス内訳：P76参照

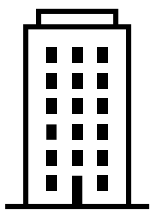
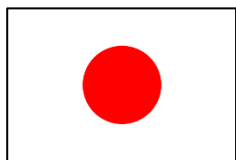


中国進出支援事業



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

(累計実績：約250社)

中国SNS
アカウント運用



Weibo



WeChat



RED



bilibili



Douyin

主力

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

UGC生成



インフルエンサー
キャスティング

OTHELL●
●オセロ○
(連結子会社)



【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)

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

UGC生成

当社アライダーキテックが
独自に構築する
在日中国人女性コミュニティ



在日中国人女性インフルエンサー
【約3,400人】とのネットワーク



▲ プロモーション事例

※人数はいずれも2022年3月末時点

インフルエンサーキャスティング

中国で影響力のある
日本人インフルエンサーの
キャスティングおよびマネジメント事業

OTHELL● (連結子会社)
● オセロ○

中国で人気のある日本人インフルエンサー
【17人】が所属、ダイレクトにアサイン可能



◀ あさぎーによ



大口智恵美 ▶

当社が独占販売権をもつ
中国インフルエンサーの
キャスティングサービス



中国本土・在日中国人インフルエンサー
【約180万人】をキャスティング可能



▲ 登録KOL例



プロモーション事例▶

コロナ禍においても中国越境EC支援の需要は堅調
インフルエンサーの拡充・新たな顧客層の開拓により成長を目指す

新規顧客向け施策

美容・健康食品業に加えて
新たに中国進出したい顧客層を開拓

- ・ 営業体制強化のため人員を拡充
- ・ WEBセミナーを定期的開催

顧客化

既存顧客向け施策

インフルエンサーを拡充し
中国越境EC支援における影響力を増やす

- ・ 「BoJapan」：SNS影響力の高いインフルエンサー
（動画制作力が高い、ライブ配信が上手い等）
を獲得・育成
- ・ 「オセロ」：専属インフルエンサーに注力

ストック売上
創出へ

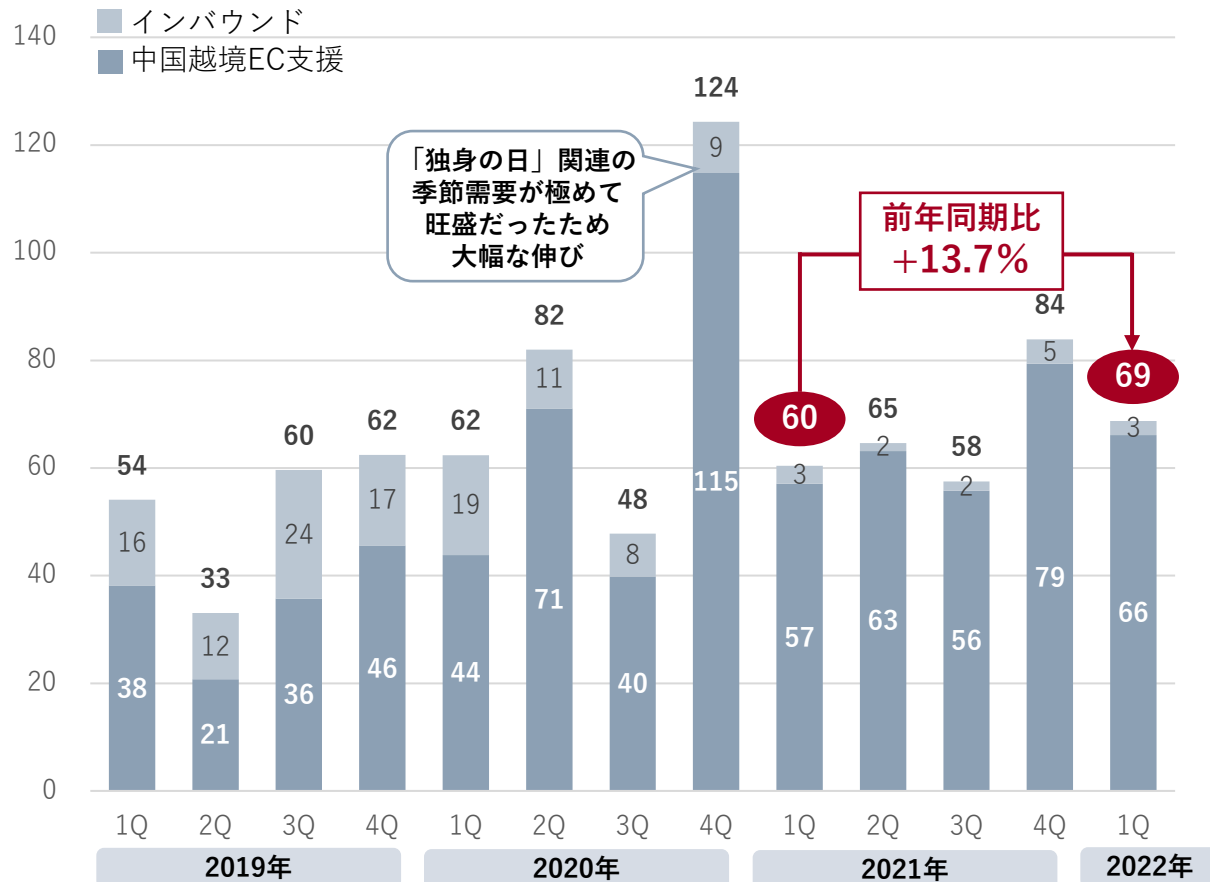


現状は非ストック売上のみの構成となっているが
ストック売上を構成するサービス形態を確立し
収益の安定化・季節変動の緩和を目指す

中国最大のECイベント「独身の日」がある前四半期に比べて売上減も 前年同期比においては既存顧客との取引が伸長

(単位：百万円)

売上高



- 主力商材の実績やファン数の増加により月額平均顧客単価が前年同期比で上昇
- 今期戦略に沿って「BoJapan」のインフルエンサーを約100名拡充
- SNS運営支援人材の獲得、SNSにファンを増やすためのコンテンツ制作費・広告宣伝費の投下など成長投資を実施

中国のECイベント

- ・【4Q】 11月11日「独身の日」
- ・【2Q】 6月18日「618セール」
- ・【1Q】 3月8日「女王節」

(当社業績に与えるインパクト順)

5 今期業績予想

2022年12月期通期業績予想^{※1}

売上高は前期比+30%の高成長を継続する見込み
営業利益は同+9.4%の計画

(単位：百万円)	2021年12月期 (旧基準実績) ①	2021年12月期 (新基準実績) ②	2022年12月期 (新基準予想) ③	前期比 ③/②
売上高	6,210	3,533	4,600	+30.2%
営業利益	774	777	850	+9.4%
営業利益率	12.5%	22.0%	18.5%	△3.5pt
経常利益 ^{※2}	849	852	850	0.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益 ^{※2}	726	729	特別損益の発生による業績変動の 不確実性を考慮し、非開示	

※1 決算短信においては収益基準の変更に伴い売上高の増減率を記載していないが、本資料においては新基準での実績値（上記②）を算出したうえで前期比を記載。なお、決算短信記載の営業利益の増減率（9.7%）については、旧基準実績値（上記①）と新基準予想（上記③）の比較であるため、本資料の新基準同士の比較（上記③/②）とは0.3ptの僅かな誤差が生じています。営業利益率の旧基準と新基準の差額についてはP86参照

※2 2021年12月期は営業外損益79M(為替差益40M、持分法投資利益37M 他)および特別損益特別利益119M(投資有価証券売却益 173M 他)を計上しているが、これらは不確実性が高いため、2022年12月期業績予想値には含めていない

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

Appendix



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 (東証グロース)



- 拠点数：7 (日本1、海外6)
- グループ企業数：7社
(2022年3月末時点)



沿革

JAPAN

2008.5
「モニプラファンブログ」
サービス開始

2005年8月
創業

2014.3

シンガポールに海外子会社（現 Creadits Pte.Ltd. 【連結子会社】）設立

2015.8

CreaditsがUSに営業拠点設置

2016.3

ベトナム・ハノイに開発拠点設立

2016.4

中国向け広告コンテンツ拡散支援サービス「WEIQ」の
日本における独占販売契約を締結

2016.9

Vstar Japan株式会社（現 株式会社オセロ）
【連結子会社】設立

2018.8

ベトナム・ホーチミンに開発拠点設置

2018.9

在日中国人KOCによる越境プロモーション
支援サービス「BoJapan」提供開始

2015.8

SNS広告運用支援専門チーム設置

2016.6

UGCの収集・活用支援サービス「Letro」の提供開始

2018.3

SNSキャンペーンツール「echoes」の提供開始

2019.5

株式会社ファンベースカンパニー【持分法適用関連会社】設立

2020.5

動画制作支援サービス「LetroStudio」の提供開始

2021.4

株式会社ネクストバッターズサークル（略称NBC）
【連結子会社】設立

2021.5

株式会社しまうまプリントよりSNSに特化
した撮影サービス「torutte」事業を継承

2022.2

NBCにおいてSNS運営に必要なリソースの
シェアリングサービス「Qumiai」提供開始

2022年4月
東証グロース
市場を選択

2021.5-7

CreaditsにおいてSaaSツール
「Huddle」「Tune」の提供開始

2019.9

CreaditsがUKに営業拠点設置

GLOBAL

プレスリリース一覧

【1Q】

1月	国内SaaS	「長寿乃里」がLetroStudioを導入し、LINE公式アカウント経由の購入件数が増加
1月	中国	在日中国人を起用したプロモーション施策で和リキュール「KURAKA抹茶」の売上5倍を実現
1月	国内SaaS	LetroStudioが広告クリエイティブに特化した素材集「LSライブラリ」を提供開始
2月	国内SaaS	「ソウルドアウト」がLetroStudio導入しCPAの驚異的な改善を実現
2月	国内SaaS	サッポロビール「HOPPIN' GARAGE」がLetroを導入開始
2月	ソリューション	ネクストバッテリーサークルが定額制協同組合型SNS運営支援プラットフォーム「QUMIAI（くみあい）」を提供開始
2月	中国	人気タピオカ店に対し、在日中国人と中国SNSを活用した複合施策を実施
2月	国内SaaS	「BOTANIST」がLetroを活用して記事LPにレビュー掲載しLP遷移率を改善
3月	国内SaaS	Letro、通販業界における「UGC活用ツール」累計導入ブランド数No.1に
3月	中国	オセロ（旧Vstar Japan）が中国進出支援を手掛ける「大口智恵美」がRED旅行カテゴリー第8位にランクイン
3月	国内aaS	Letroが記事LPにUGC・レビューを活用して施策成果向上を実現する新メニューの提供開始

【2Q】

4月	国内SaaS	トヨタファイナンスが提供するトラベルサイト「TS CUBIC TRAVEL」にLetro掲載開始
4月	国内SaaS	Letro、サブスクビジネス支援サービス「サブスクストア」とのAPI連携で運用型UGCのカギとなるUGC生成を自動化
4月	中国	和歌山県の魅力発信において効果的なKOLのキャスティングで話題化に成功し、RED旅行カテゴリー第2位に
4月	国内SaaS	LetroStudioの「動画テンプレート」に利用企業担当者の声をもとに新たに制作した300種類を追加公開
4月	国内SaaS	LetroStudio、フリーサイズの動画制作に対応
5月	国内SaaS	LetroStudio、LINEのアドバイスのもとに動画クリエイティブパッケージ「エルスタ」を提供開始
5月	全体	ミッションのアップデートとロゴデザインの刷新を発表（2022年7月1日実施予定）

ストック売上・非ストック売上の内訳

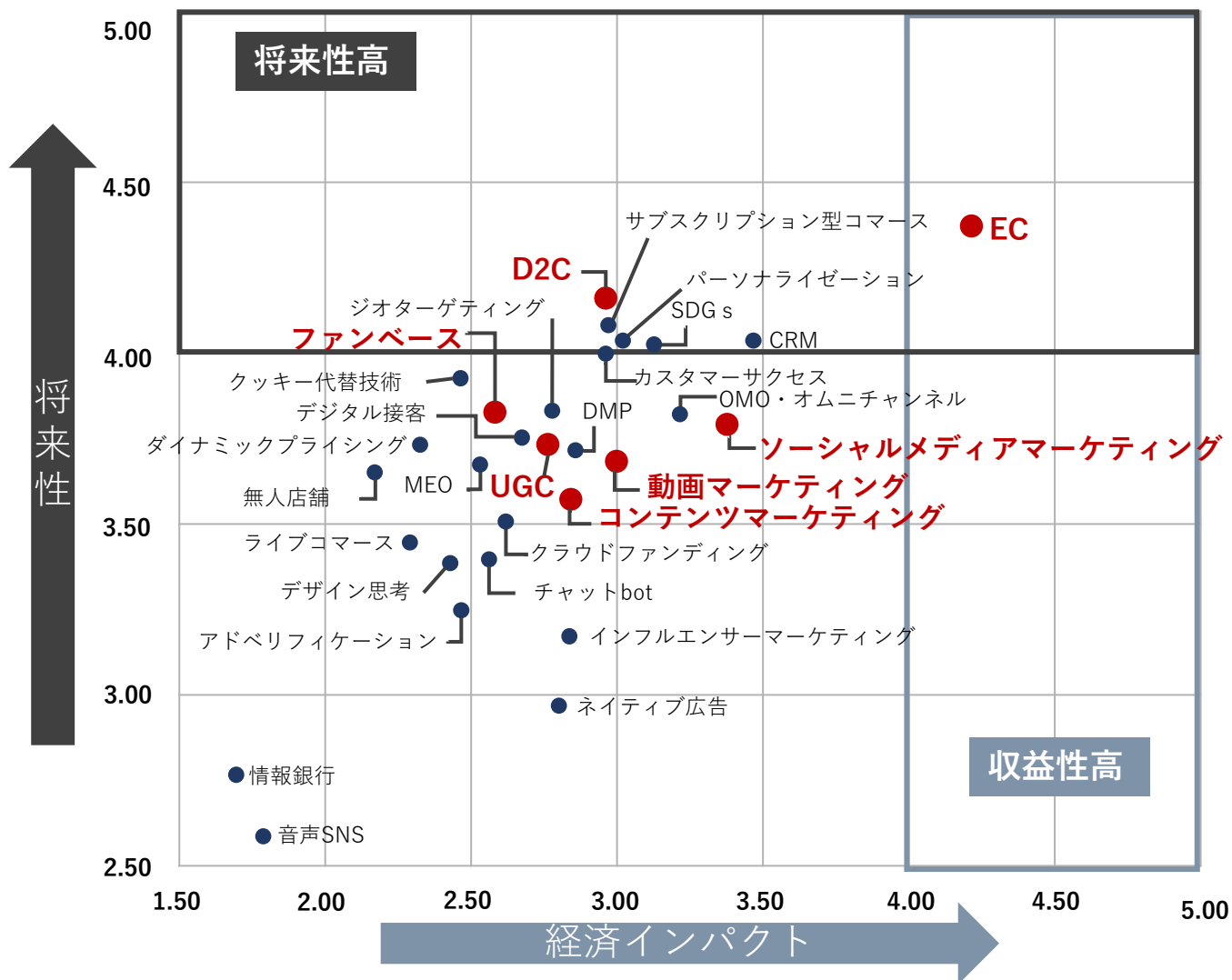
	ストック売上	非ストック売上
国内 SaaS	Letro 月額料金（従量課金型）	初期費用、オプションメニュー
	LetroStudio 月額料金	初期費用、オプションメニュー
	monipla ファンブログ 月額料金	初期費用、オプションメニュー
	echoes —	利用料（都度発注型）
	その他 —	上記以外のツール利用料、LP制作費等
海外 SaaS	Craft 月額料金（従量課金型）	追加発注の利用料、都度発注顧客の利用料
	Huddle 月額料金（従量課金型）	追加発注の利用料
	Tune 月額料金（従量課金型）	追加発注の利用料
ソリューション	SNSアカウント運用 月額料金	初期費用、月額料金以外の売上（広告・制作・イベント等）
	ファンベース診断 Lite 月額料金（定額1プラン）	—
	Fan道 月額料金（定額1プラン）	—
	Qumiai 月額料金	初期費用
	ファンベース実行支援 —	プロジェクト受託売上
	デジタル広告運用 —	プロジェクト受託売上

中国
進出

現状はストック・非ストックの概念無し

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

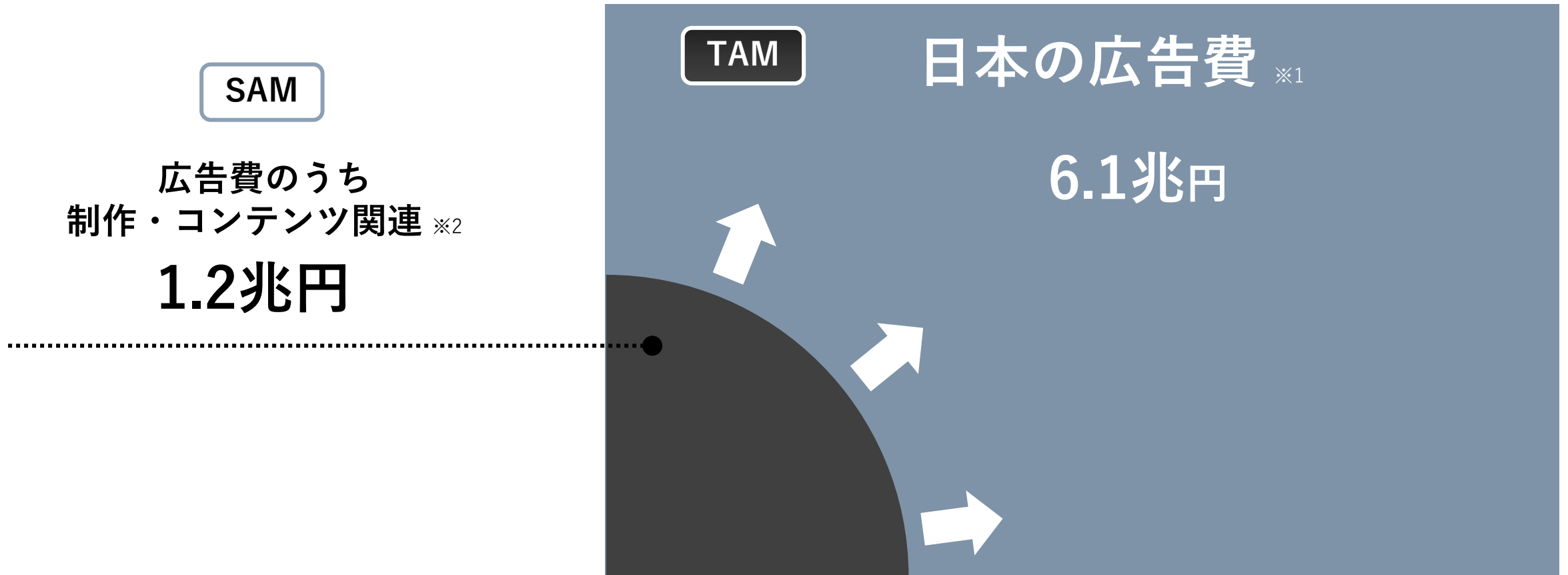


● 当社が強みを持つ分野

出典：日経クロストレンド
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



※1 出処：電通「2020年日本の広告費」より集計

※2 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※1から控除

国内事業のターゲット市場（SOM）

プロダクトやサービスを磨き
大きなSOMの中で存在感を増していく

国内SaaS事業

対象とする
ECの広告市場 **950億円**

売上高 ※1
(2021年実績)
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)

ソリューション事業

対象とする制作・クリエイティブ
関連市場 **1,350億円**

売上高 ※1
(2021年実績)
約**11億円**

【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※3
×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

中国進出支援事業

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**

売上高 ※1
(2021年実績)
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

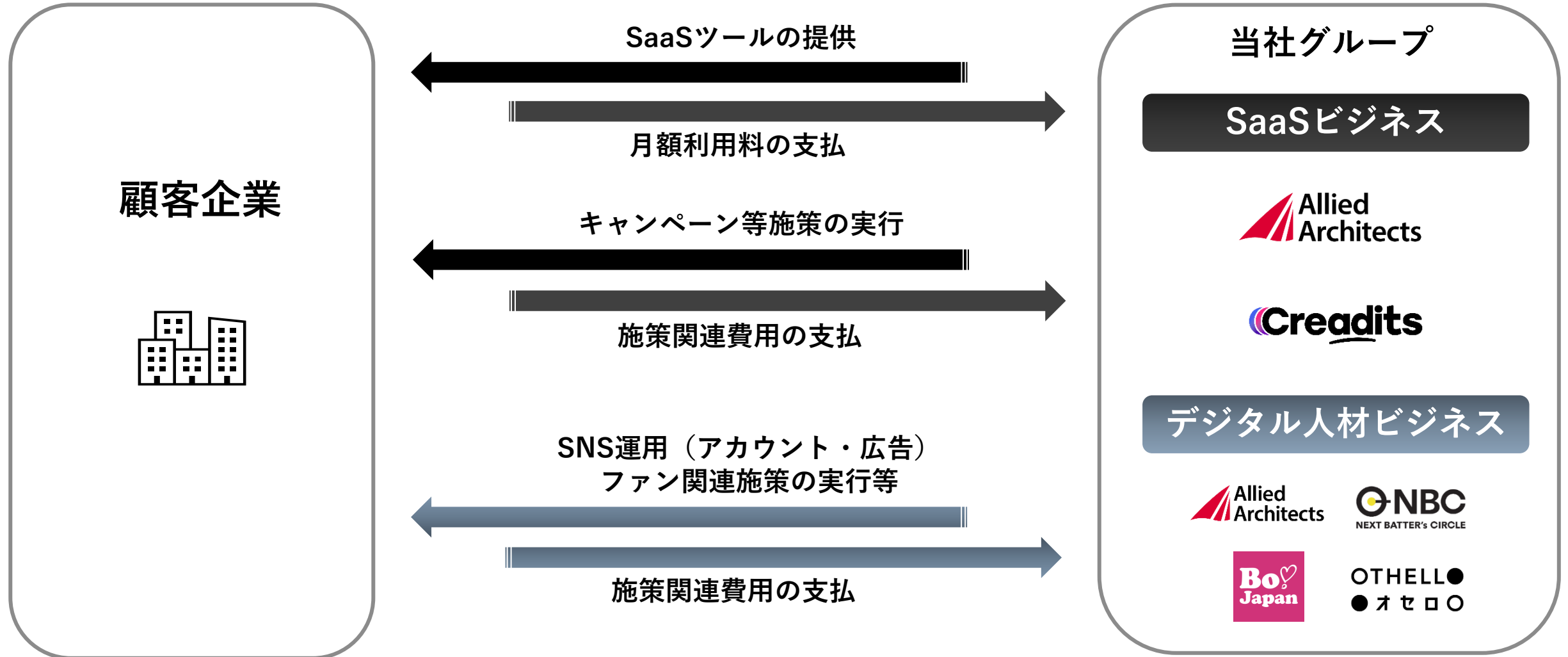
※1 改正企業会計基準第29号 収益認識に関する会計基準適用後の金額

※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)

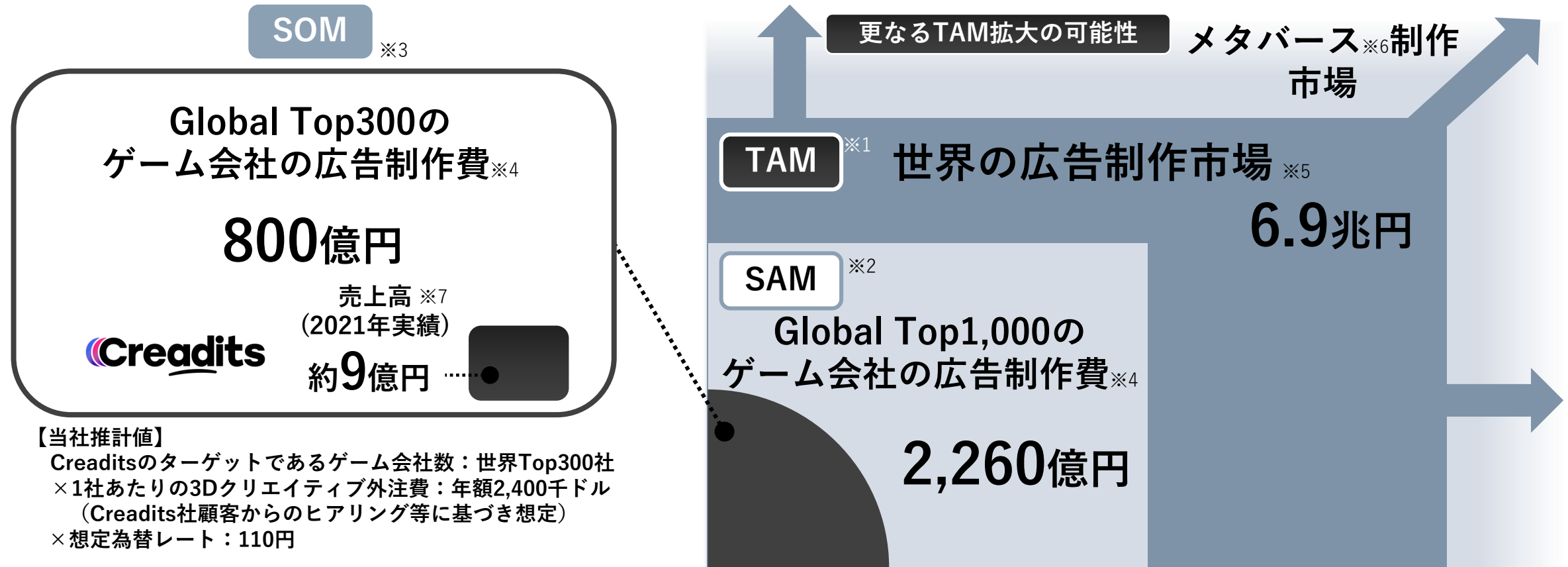
※3 出処：日経広告研究所「有力企業の広告宣伝費<2021年版>」

国内事業の収益構造 (国内SaaS・ソリューション・中国進出支援事業)

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



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 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 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得るであろう市場規模

※4 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

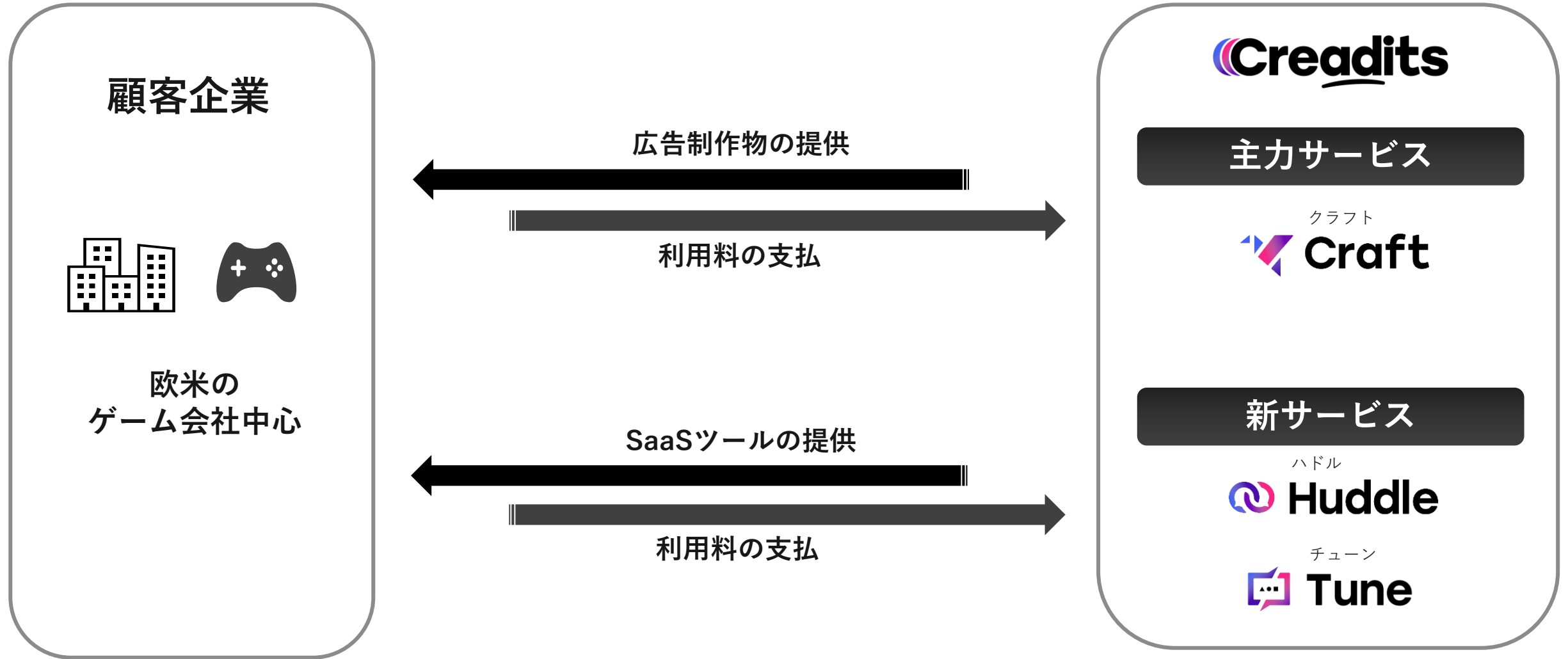
※5 当社推計。Creadits社のターゲットであるゲーム会社数(300社)×1社あたりの3Dクリエイティブ外注費(年額)2,400千ドル(Creadits社顧客からのヒアリング等に基づき想定)×110円(為替レート)

※6 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

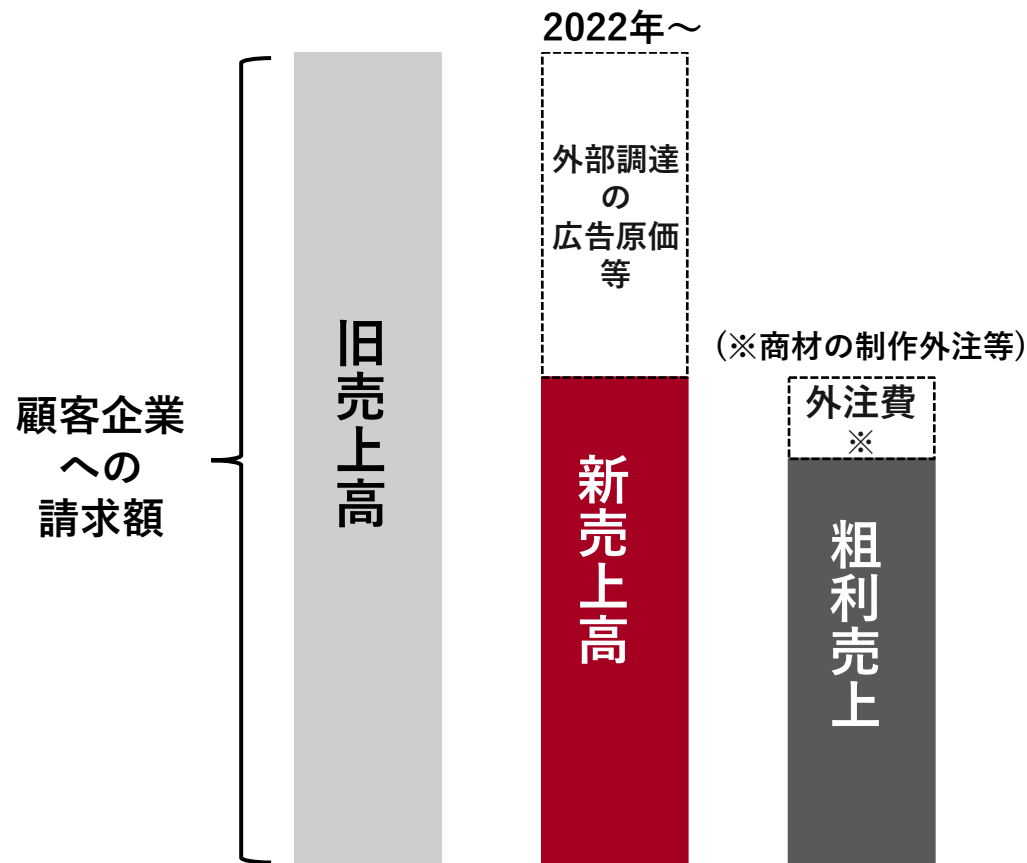
※7 改正企業会計基準第29号 収益認識に関する会計基準適用後の金額

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



「収益認識基準」の適用により 2022年から売上高の集計方法を変更



旧売上高 = 顧客企業への請求額
新売上高 = 当社が得る純粋な収益

■ 【集計方法が変更となる事業（影響度順）】

- ①ソリューション事業における広告運用代行
- ②国内SaaS・海外SaaS事業における初期費用

⇒次頁（P.84）にて図解説明

■ 【これまでと集計方法が変わらない事業】

- ✓ 国内SaaS・海外SaaS事業における月額課金売上
- ✓ ソリューション事業におけるファン関連売上

etc.

売上高の集計方法が変更となる事業

以下の事業において売上高の集計方法が変更となる

従来

2022年～

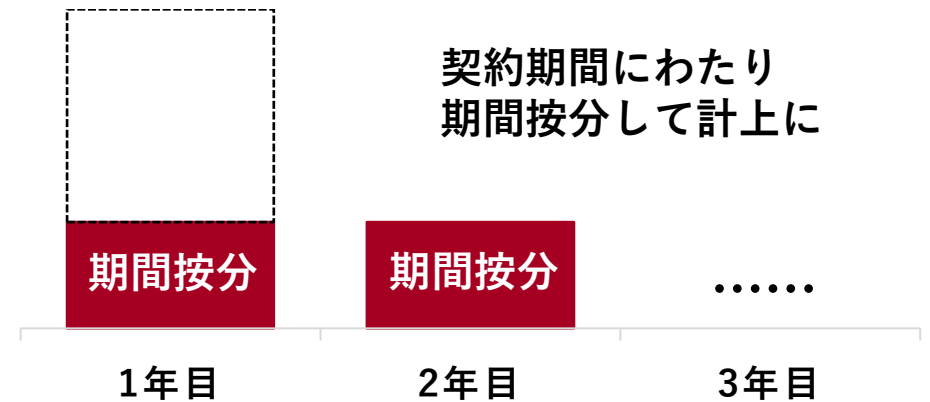
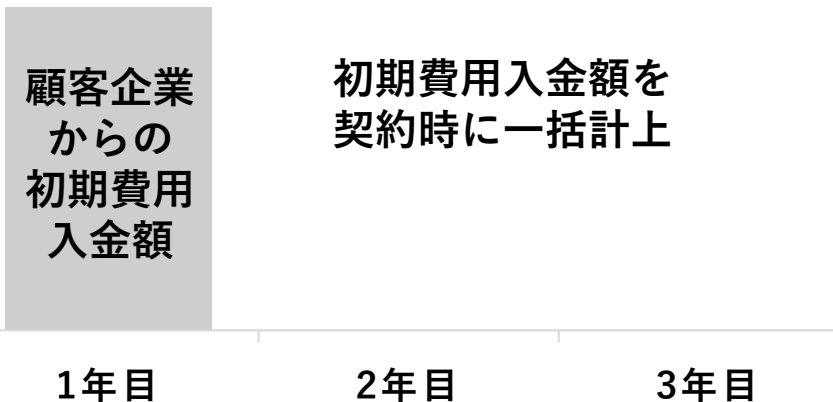
①
【影響度：大】
ソリューション事業
における
広告運用代行

広告原価+当社手数料が売上高

当社手数料のみが売上高に



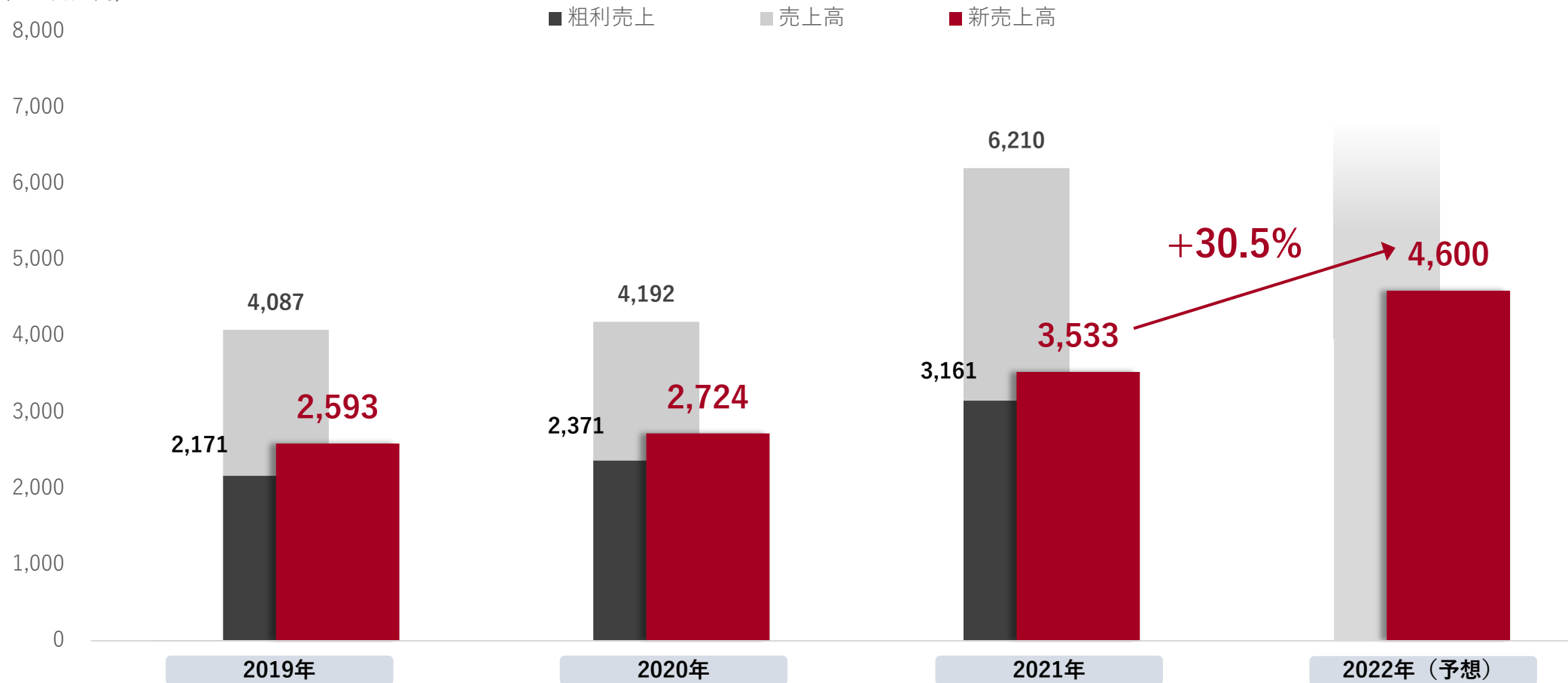
②
【影響度：小】
国内SaaS・
海外SaaS事業
における
初期費用



粗利売上の概念廃止

新売上高は粗利売上に近い形となるため
当社独自のKPIとしてきた粗利売上の概念を廃止

(単位：百万円)



収益認識基準の変更における業績影響

旧売上高と新売上高の主な差異は
 広告運用事業における「SNSの広告出稿費」

取引	事業	旧基準 (2021年12月期 以前)	新基準 (2022年12月期 以降)	売上高 への影響	営業利益 への影響
広告取引	国内SaaS ソリューション	グロス計上	ネット計上	△2,647	—
賞品代行手数料 /配送手数料	国内SaaS	グロス計上	ネット計上	△32M	—
リカーリング型 ビジネスの 初期費用収入	国内SaaS 海外SaaS	契約開始時 一括認識	一定期間に わたり繰延	+2.5M	+2.5M

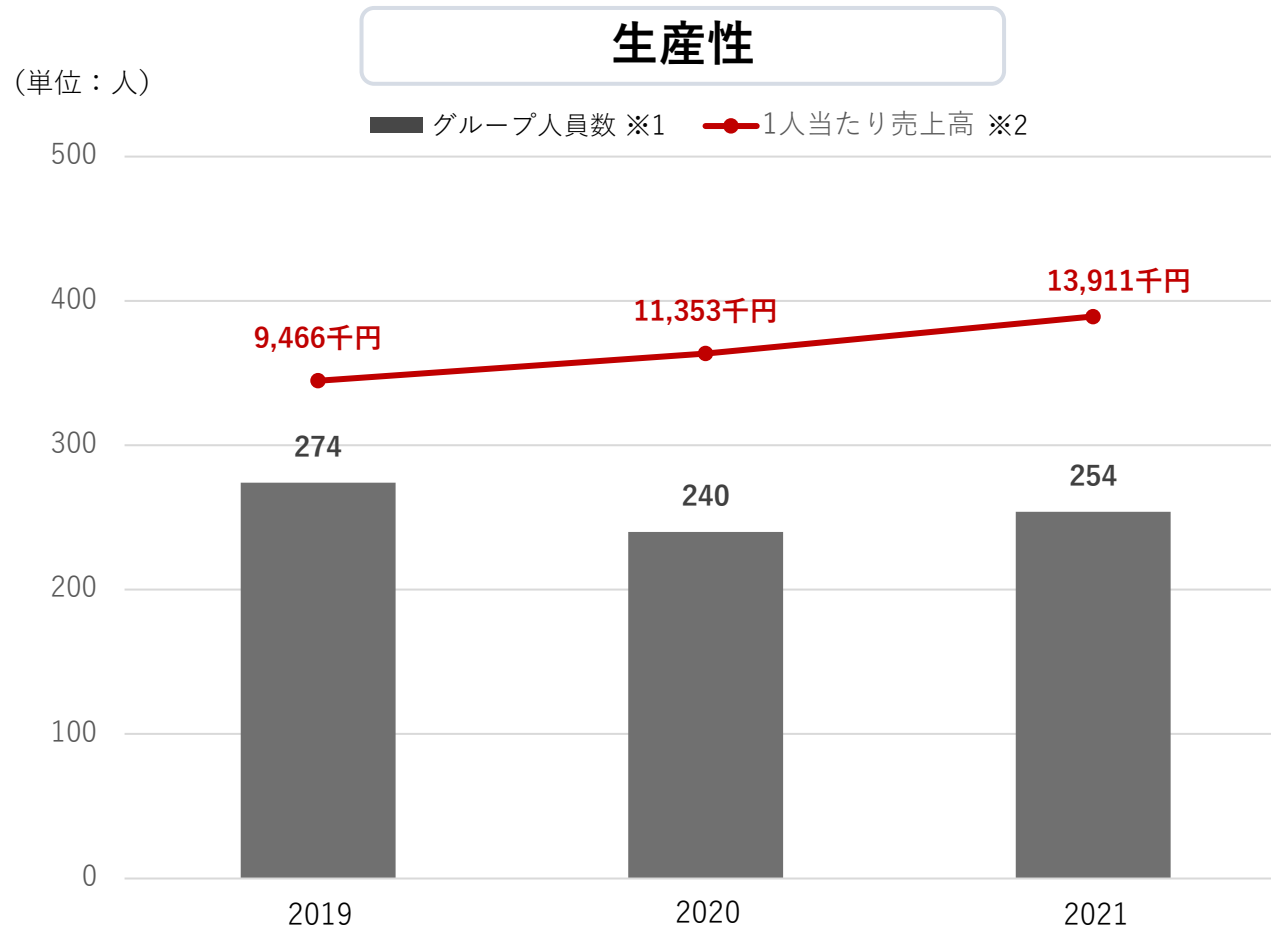
四半期連結業績の推移

(単位：百万円)	2019				2020				2021				2022
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
売上高	669	587	657	678	660	622	662	779	839	832	871	988	1,041
SaaS	392	376	403	447	382	379	420	441	473	477	528	583	669
デジタル人材	277	210	254	231	278	243	241	337	366	355	343	405	372
原価	181	162	202	193	169	151	146	201	182	172	186	221	232
外注費	97	83	129	113	100	86	81	108	90	86	98	114	115
(ご参考) 粗利売上※	563	506	533	568	567	539	590	674	751	748	777	879	921
開発費	84	79	73	80	69	65	65	93	92	86	88	107	117
売上総利益	488	425	455	485	491	471	516	578	657	660	685	767	809
売上総利益率	72.9%	72.4%	69.3%	71.5%	74.4%	75.7%	77.9%	74.2%	78.3%	79.3%	78.6%	77.6%	77.7%
販管費	475	479	520	535	475	444	426	411	439	479	509	568	555
営業マーケティング費・ 顧客伴走費	210	222	244	242	225	216	205	207	219	243	278	283	352
管理費	254	248	266	279	234	216	212	221	216	221	217	235	176
その他	11	9	10	14	16	12	9	-17	4	15	14	50	28
営業利益	13	△54	△65	△50	15	26	89	166	218	181	175	198	254
営業利益率	1.9%	△9.2%	△9.9%	△7.4%	2.3%	4.2%	13.4%	21.3%	26.0%	21.8%	20.1%	20.0%	24.4%

※粗利売上：2021年まで当社の重要な経営指標としていた値で、収益認識基準適用前の売上高から直接原価（広告原価と外注費の合計）を除いた額として算出。2021年4Qまでは開示済、2022年1Qは参考値。なお、本表における売上高は収益認識基準適用後の数値であり、広告原価は控除した後の数値である。また、本表の売上高は広告原価に加え初期費用の繰延なども調整していることから、売上高から外注費を引いた額と粗利売上は不一致となる

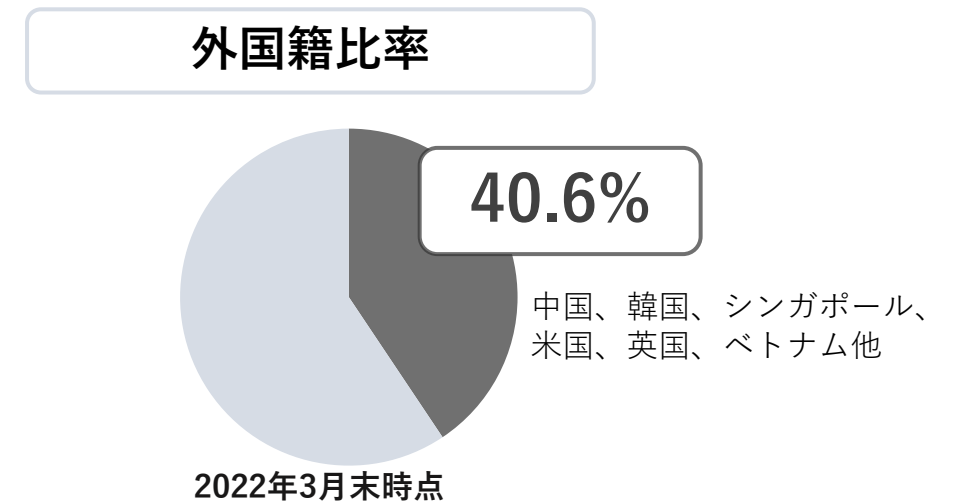
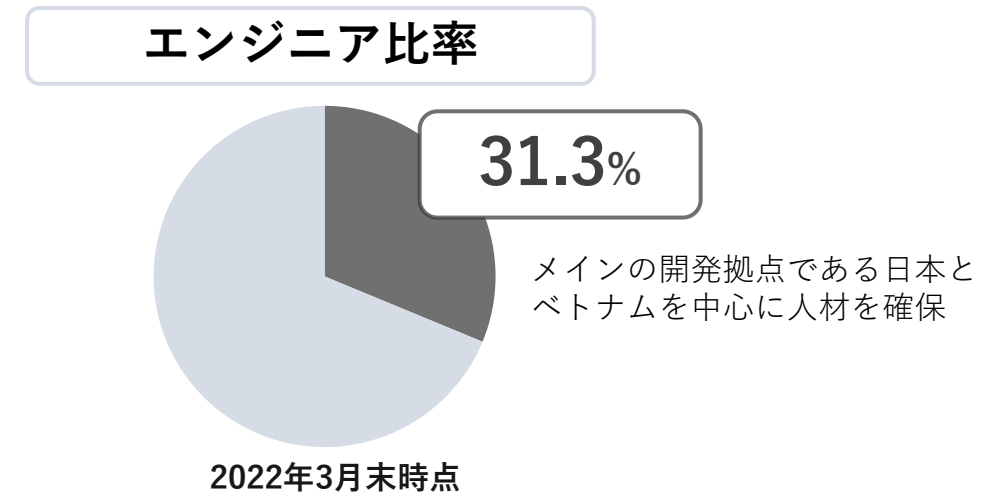
グループ人員推移

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



※1 各期末における正社員、パート、業務委託の人数合計

※2 過年度売上高についても新収益認識基準を適用した場合の金額を算出し人員数で割った金額



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)

SaaSツールのオフショア開発拠点



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



株式会社
ネクストバッテリーズサークル
(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

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



【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。