

2023年12月期 第2四半期 決算説明資料

アライドアーキテクト株式会社

2023年8月14日



Allied Architects



2023年12月期上期業績ハイライト・直近トピックス

国内3事業合計の上期売上は過去最高を達成も海外事業の苦戦により、上期連結業績は5月修正予想値を売上高・営業利益で下回り8月9日に下方修正 (P.11) 通期予想についても同時に修正 (P.19)

上期売上高

20.28億円
(前年同期比△5.8%)

ストック売上比率※1

50.0%
(前年同期比△4.6pt)

上期営業利益

1.07億円
(前年同期比△77.6%)

SaaS ARR※2

17.58億円
(前年同期比△23.3%)



2023年末
ARR目標

30 ⇒ 27億円に修正
(P.24)



Letro

2023年7月～(3Q)
「UGC景表法チェック機能」
提供開始
(P.34)



※1 ストック売上：月額料金もしくは年間契約の料金。サービス別の分類はP.66参照。2023年1Q～国内SaaS事業の「Letro」の従量課金をストック売上から非ストック売上に変更

※2 SaaS ARR：国内SaaS事業のARR+海外SaaS事業のARRの合計(P.24参照)

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

当社株主の皆様・投資家の方々へ

まず初めに、今期業績予想につきまして2四半期連続での下方修正となりましたことを深くお詫び申し上げます。当社株主の皆様・投資家の方々の信頼や期待に応えられない結果となり、グループのトップとして責任を痛感しております。

2023年上期、国内3事業合計の売上高としては上期最高を達成しましたが、海外SaaS事業において欧米のゲーム広告制作市場の急減速と業界変動への対応が大きな課題となりました。

当社は、国内のみならずグローバルでも競争力を持つグループの実現という挑戦の連続の中で、一時的な困難に直面しておりますが、私達の根底に流れるビジョンや目指す方向性は変わっておりません。現在、経営管理の精度向上と業務改善を急ピッチで進めており、この局面を必ずや乗り越え、グループ全体で更に大きな飛躍を目指していく決意しております。

皆様の継続的なご支援が私達の未来への大きな力となります。今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

アライドアーキテックス株式会社
代表取締役社長 CEO
中村 壮秀



海外SaaS事業における2022年第4四半期以降の業績不振につきまして、Creadits社の責任者として心より謝罪いたします。

当事業は急成長する欧米ゲーム業界の高い広告制作需要を背景に事業拡大を進めてまいりましたが、今年のマーケット変化に対する対応が遅れ、業績計画に大幅な下振れが生じる形となりました。

足元では、マーケットの新たな需要に対応する既存サービスの強化、ゲーム制作支援・運用支援の準備がすでに完了し、営業体制や管理体制も変革したことにより、再成長の兆しを感じております。引き続き北米・欧州市場を中心としたグローバルゲーム領域が当事業のターゲットとなるため、今後はマーケット変化を敏感につかみながら着実な事業成長を遂げることで、アライドアーキテックスグループに貢献する所存です。

下期は良い変化をお伝えできるよう邁進してまいりますので、今後とも変わらぬご支援のほど、よろしくお願い申し上げます。

Creadits Pte. Ltd.
CEO
瀧口 和宏



- | | | |
|----------|----------------------|-------------|
| 1 | 事業概要・今期方針 | P.05 |
| 2 | 連結業績 | P.10 |
| 3 | 2023年12月期業績予想 | P.18 |
| 4 | グループ中期方針 | P.25 |
| 5 | 事業別戦略 | P.30 |
| | Appendix | P.57 |

事業概要

- ・ 今期方針



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

セグメント：マーケティングDX支援事業

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

レトロ
Letro

レトロスタジオ
LetroStudio

エコーズ
echoes

モニプラ
monipla
ファンブログ

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

クレディッツ
Creadits

(シンガポール拠点の連結会社)

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

Allied
Architects

NBC
NEXT BATTER'S CIRCLE
(連結会社)

DIGITAL CHANGE
(連結会社)

fanbase
company
(持分法適用関連会社)

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

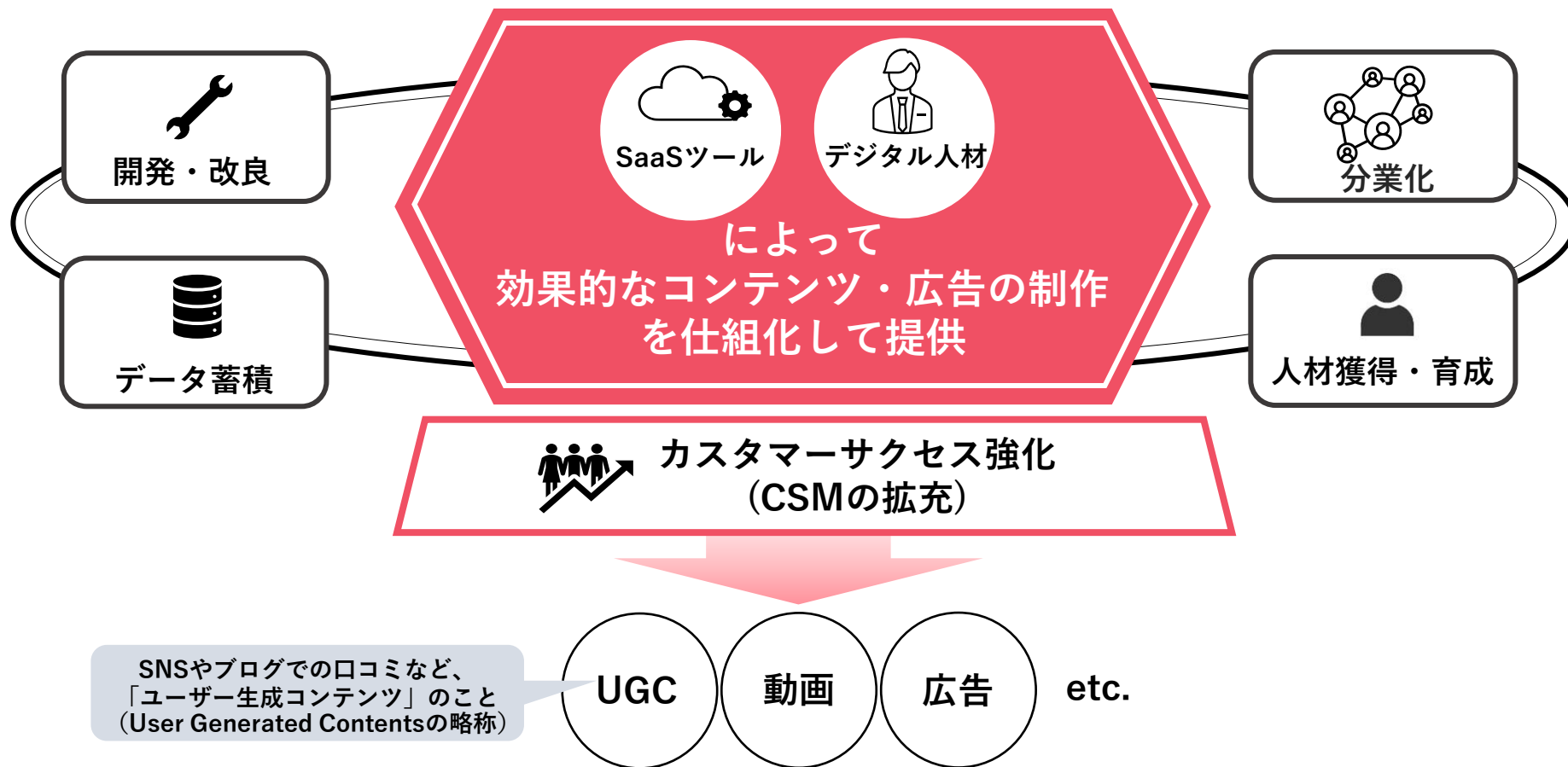
ボージャパン
Bo Japan

ウェイキュー
WEIQ

OTHELL
オセロ
(連結会社)

※ 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

マーケティングDXにおいて高い成果に直結する
『制作領域のイノベーション』を仕組化して提供



- マーケティング人材・クリエイティブ人材を削減できる
- **CVR※向上**など売上拡大に直結する高い成果が得られる

※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

2023年方針

2025年の連結売上高100億円突破に向けて
新規顧客獲得強化と
グループの総合力による更なる成長

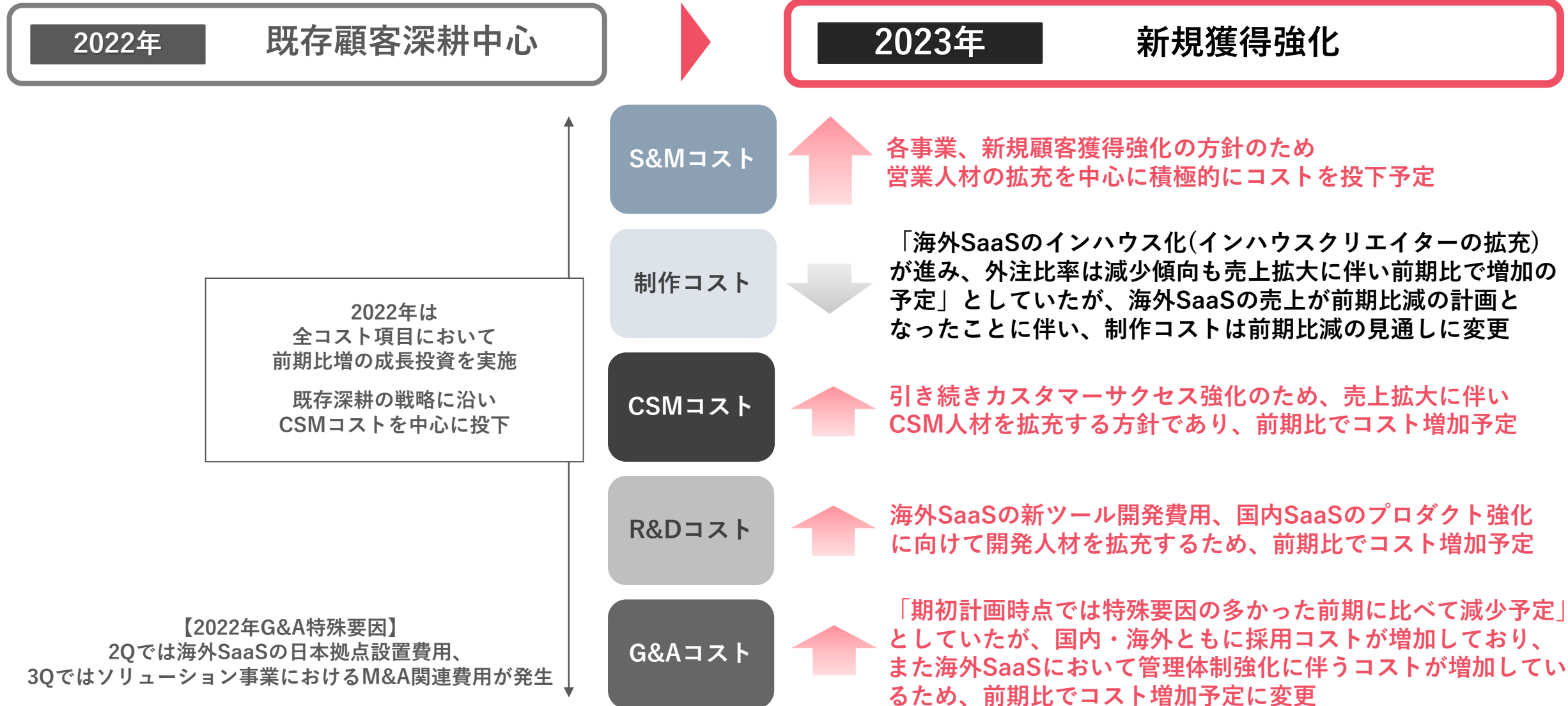
中期テーマ

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

2023年コスト計画

新規獲得強化のためS&Mコストを積極投下予定

CSM・R&D・G&Aについても増加を見込むも制作コストは減少予定



連結業績



2023年12月期上期（1-6月）業績

国内3事業合計の上期売上は過去最高を達成も、海外SaaS事業の苦戦により連結の売上高・営業利益は5月の上期修正予想を8月9日に再下方修正、一方で経常利益は為替差益※1により上方修正

	2022年12月期 上期実績(A)	2023年12月期 上期予想5月修正値 (B) <small>想定為替レート：1ドル=125円</small>	2023年12月期 上期予想8月9日修正値 および上期実績(C) <small>為替レート：1ドル=135円</small>	前年同期比 (C/A)	5月予想比 (C/B)
(単位：百万円)					
売上高	2,154	2,100	2,028	△5.8%	△3.4%
営業利益	477	160	107	△77.6%	△33.1%
営業利益率	22.2%	7.6%	5.3%	△16.9pt	△2.3pt
経常利益	610※2	160	222※3	△63.6%	+39.0%
税金等調整前 四半期純利益	622	—	150※4	△75.8%	—
親会社株主に帰属 する四半期純利益	410	—	22※5	△94.4%	—

※2 2022年上期は、為替差益として156百万円、持分法による投資損失△23百万円を計上

※3 為替差益として130百万円、持分法による投資損失△14百万円を計上

※4 投資有価証券売却損（特別損失）として△72百万円を計上

※5 上記※4の特別損失発生および法人税等の計上により純利益は22百万円で着地

※1 当社単体で約6百万ドルの外貨建て資産を有していることに伴い（一部為替予約等によるリスクヘッジ有）、為替相場の変動により為替差損益が発生

2023年12月期2Q（4-6月）業績

海外SaaS事業においてマクロ的な要因※1により1Qに複数発生した一時休止顧客の早期取引再開や新規獲得の苦戦等により、国内事業は堅調に推移も、2Q連結業績は想定を大きく下回る結果に

	2022年12月期 2Q実績	2023年12月期 2Q実績	前年同期比
(単位：百万円)			
売上高	1,113	1,018	△8.5%
営業利益	223	69	△69.0%
営業利益率	20.1%	6.8%	△13.3pt
経常利益	312※2	175※3	△43.9%
税金等調整前 四半期純利益	332	103※4	△68.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	201	25	△87.3%

※1 ゲーム業界においてコロナ情勢の落ち着きに伴う巣ごもり需要減少およびiOS/アンドロイドのプライバシー強化に伴うターゲティング精度の低下によって、2022年後半に売上が鈍化したことを受けて1Qに不採算タイトルや人員の整理を行う企業が多く、広告予算を大幅に縮小する動きが見られた

※2 為替差益(※5)として99百万円、持分法による投資損失△10百万円を計上

※3 為替差益(※5)として123百万円、持分法による投資損失△14百万円を計上

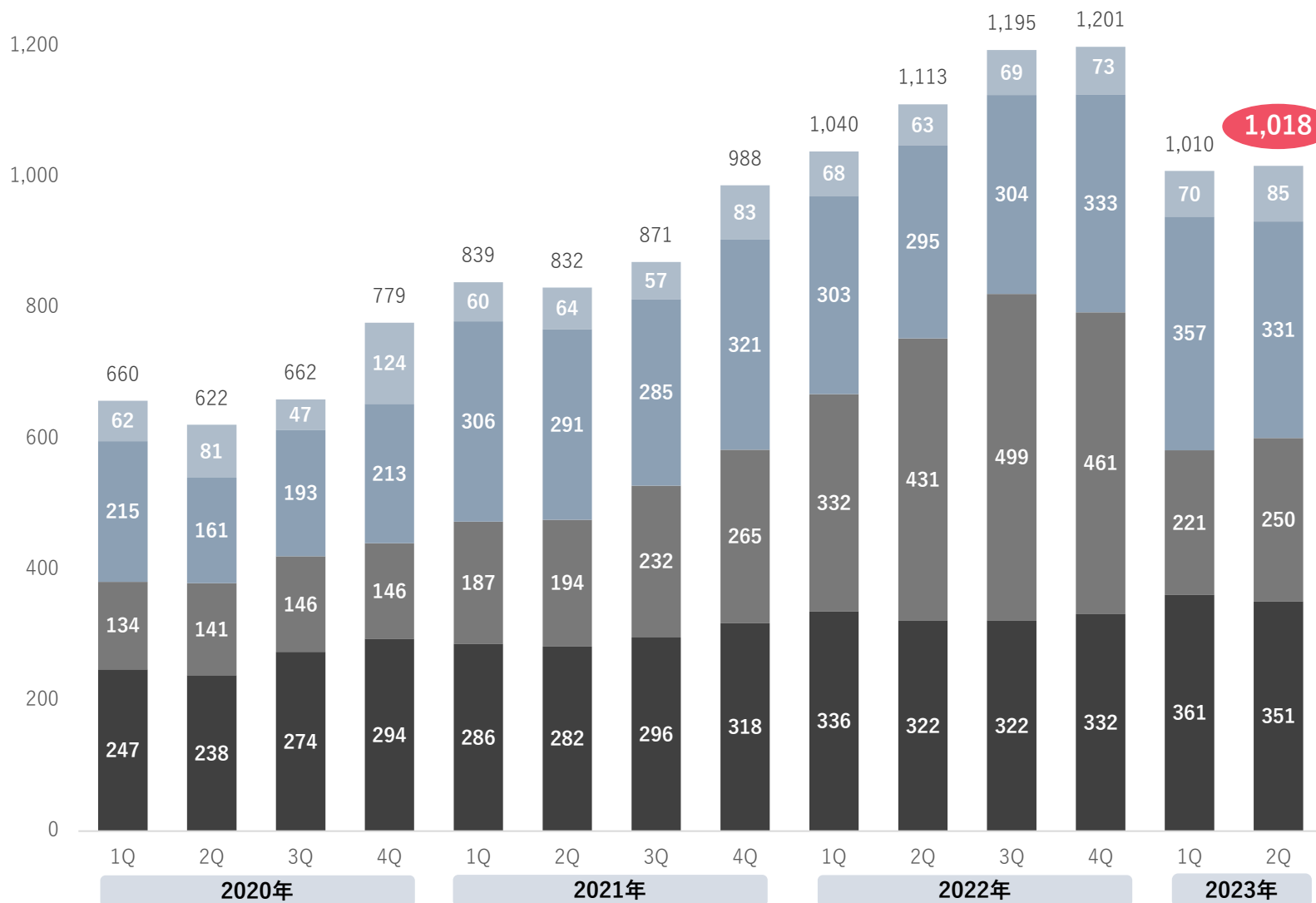
※4 投資有価証券売却損（特別損失）として△72百万円を計上

※5 当社単体で約6百万ドルの外貨建て資産を有していることに伴い（一部為替予約等によるリスクヘッジ有）、為替相場の変動により為替差損益が発生

事業別四半期売上高の推移

国内SaaSとソリューションは年度末需要があった1Qの四半期過去最高売上には届かなかったものの
国内事業は堅調に推移、海外SaaSは1Qをボトムに下期巻き返しへ

(単位：百万円)



中国進出支援事業

2Qはインバウンド支援の需要が更に拡大し、プロジェクト数・売上が増加

ソリューション事業

デジタル広告運用がアカウント増により堅調に推移、2Qとして過去最高売上を達成

海外SaaS事業

一時休止顧客の取引再開および新規獲得に苦戦し、2Q売上は想定を大きく下回る結果に

国内SaaS事業

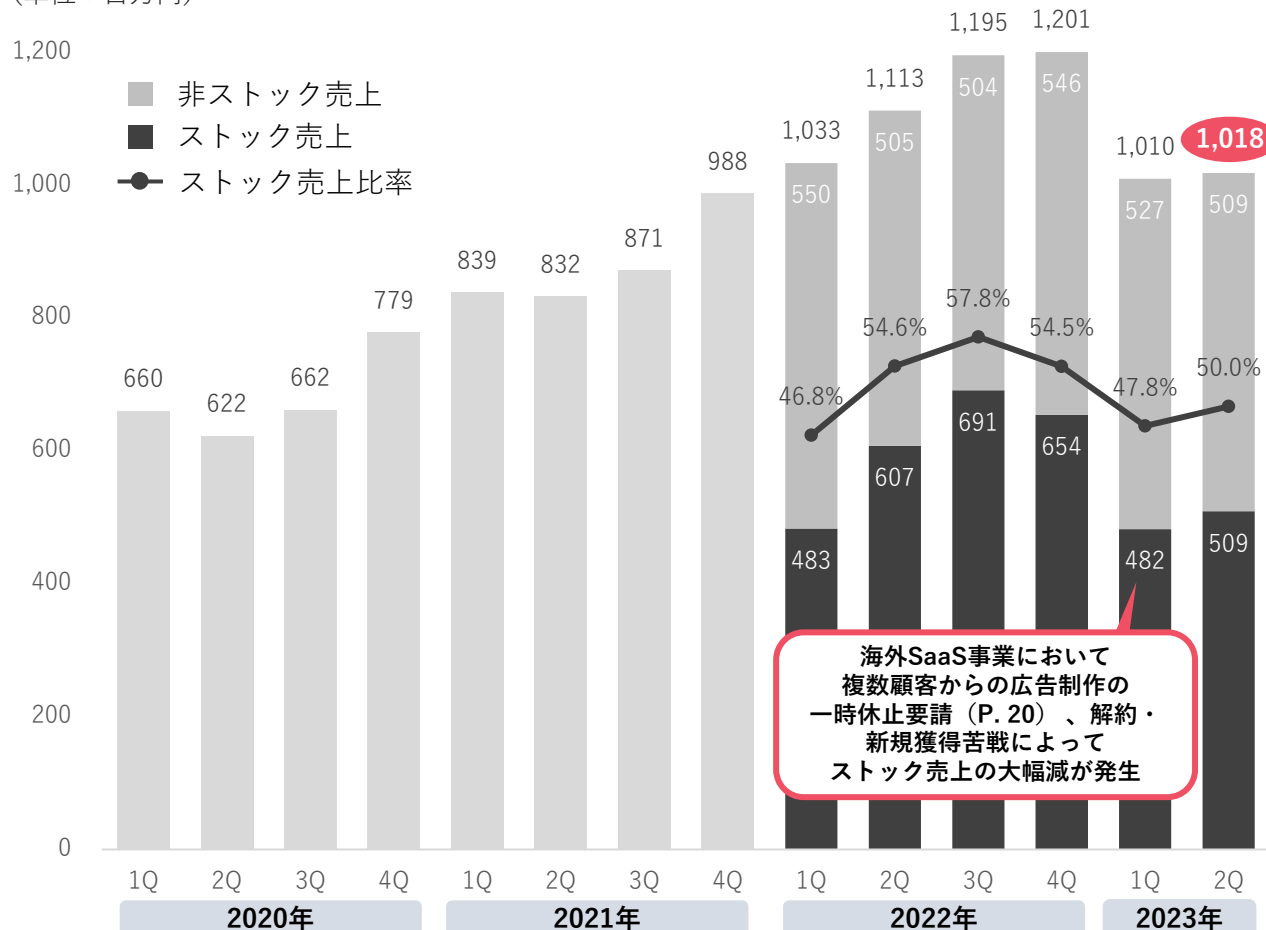
引き続き「Letro」が成長を牽引し、2Qとして過去最高売上を達成

売上高・ストック売上比率、営業利益・営業利益率

2Q売上高・ストック売上比率は1Q比では増加も前年同期比では減少
海外SaaSの苦戦を受けて、2Q連結営業利益は想定外の伸び悩みに

売上高・ストック売上比率

(単位：百万円)



海外SaaS事業において複数顧客からの広告制作の一時休止要請 (P. 20)、解約・新規獲得苦戦によってストック売上の大幅減が発生

営業利益・営業利益率

(単位：百万円)



海外SaaS事業において複数顧客からの広告制作の一時休止要請 (P. 20)、解約・新規獲得苦戦によって、同事業が赤字転落となり、連結営業利益が大幅に減少

※ スtock売上：月額料金もしくは年間契約の料金。サービス別の分類はP.66参照。2023年1Q～国内SaaS事業の「Letro」の従量課金をストック売上から非ストック売上に変更。従量課金の財務会計での管理を開始した2022年1Qから区分を適用

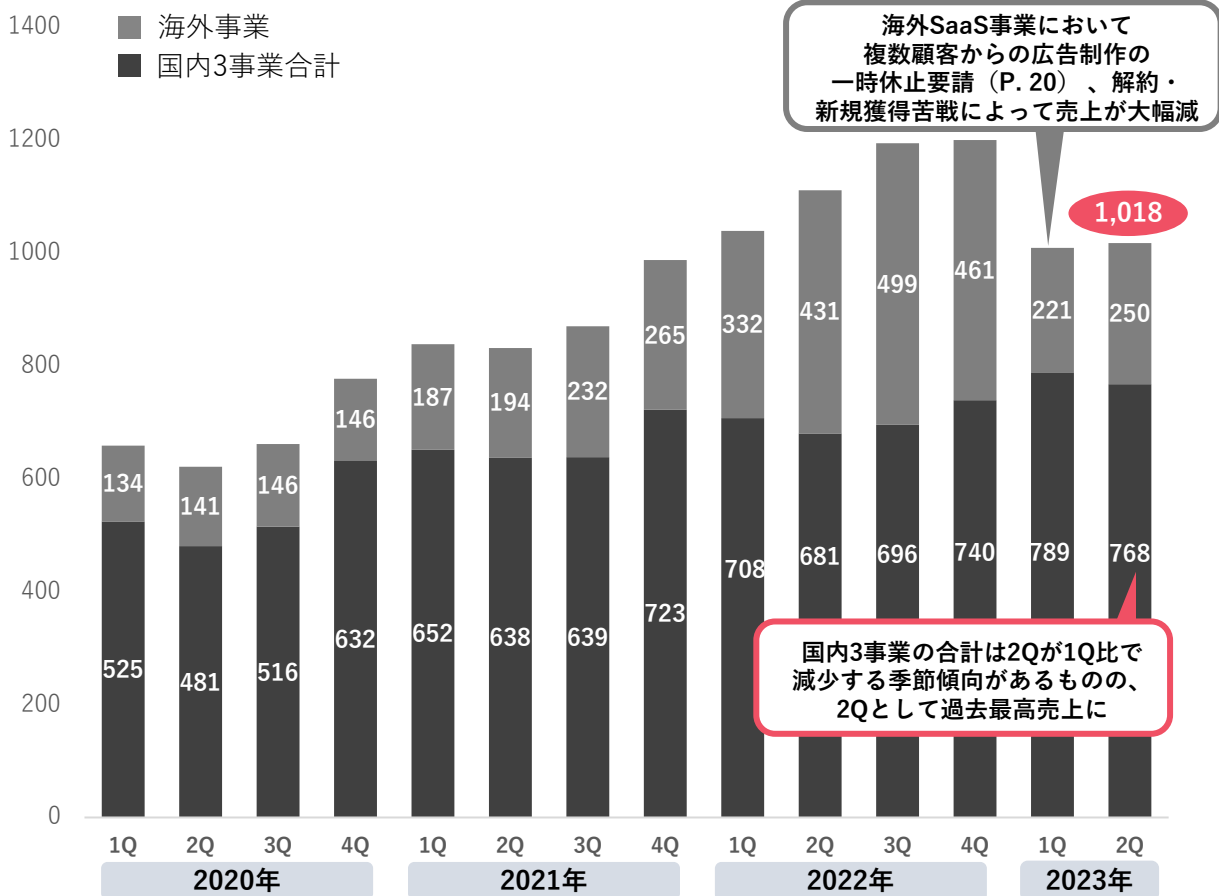
国内事業・海外事業(海外子会社Creadits)の売上高と営業利益の比較

国内3事業合計の売上高は2Qとして過去最高、海外SaaS事業が1Qに続き2Qも営業赤字

3Q(7月~9月)は海外子会社Creadits社における役員報酬の一部自主返納を実施、下期は黒字の計画

(単位：百万円)

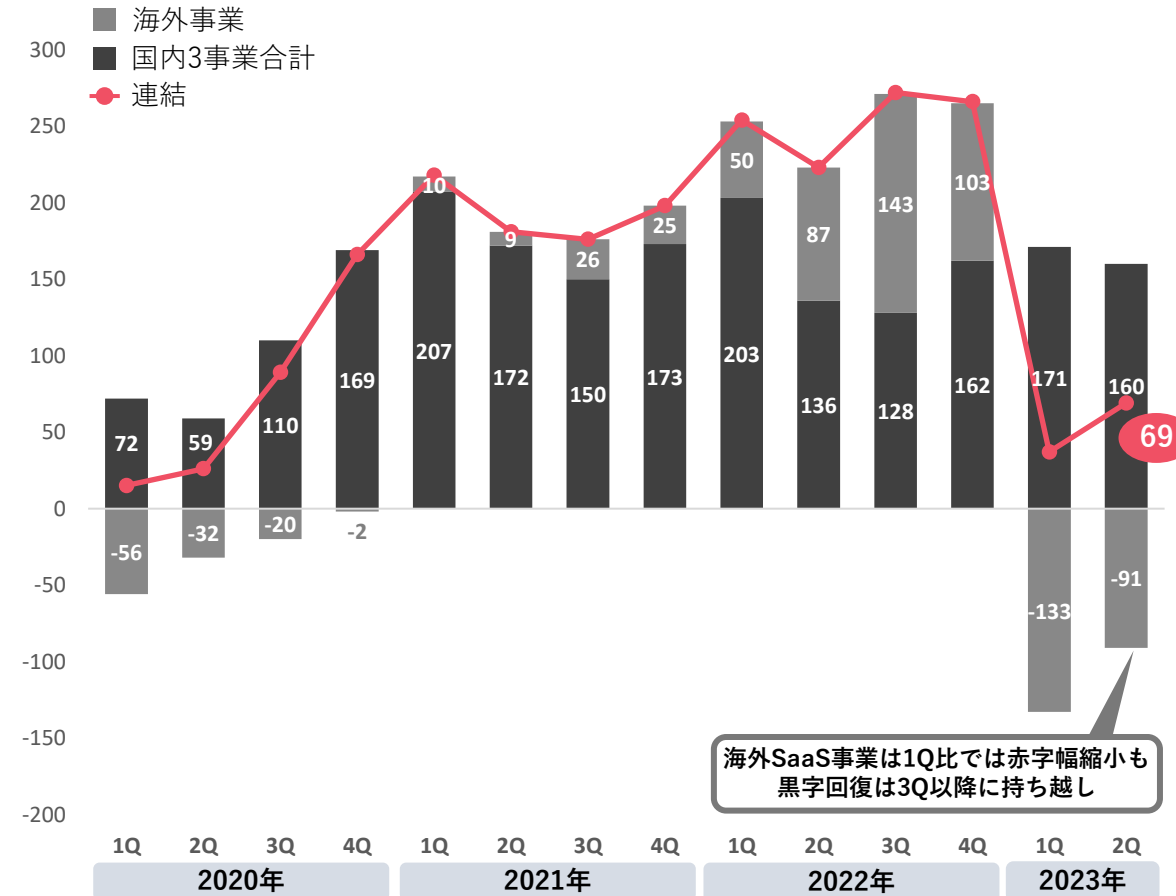
国内事業・海外事業の売上高



海外	134	141	146	146	187	194	232	265	332	431	499	461	221	250
国内	525	481	516	632	652	638	639	723	708	681	696	740	789	768
連結	660	622	662	779	839	832	871	988	1,040	1,113	1,195	1,201	1,010	1,018

(単位：百万円)

国内事業・海外事業の営業利益

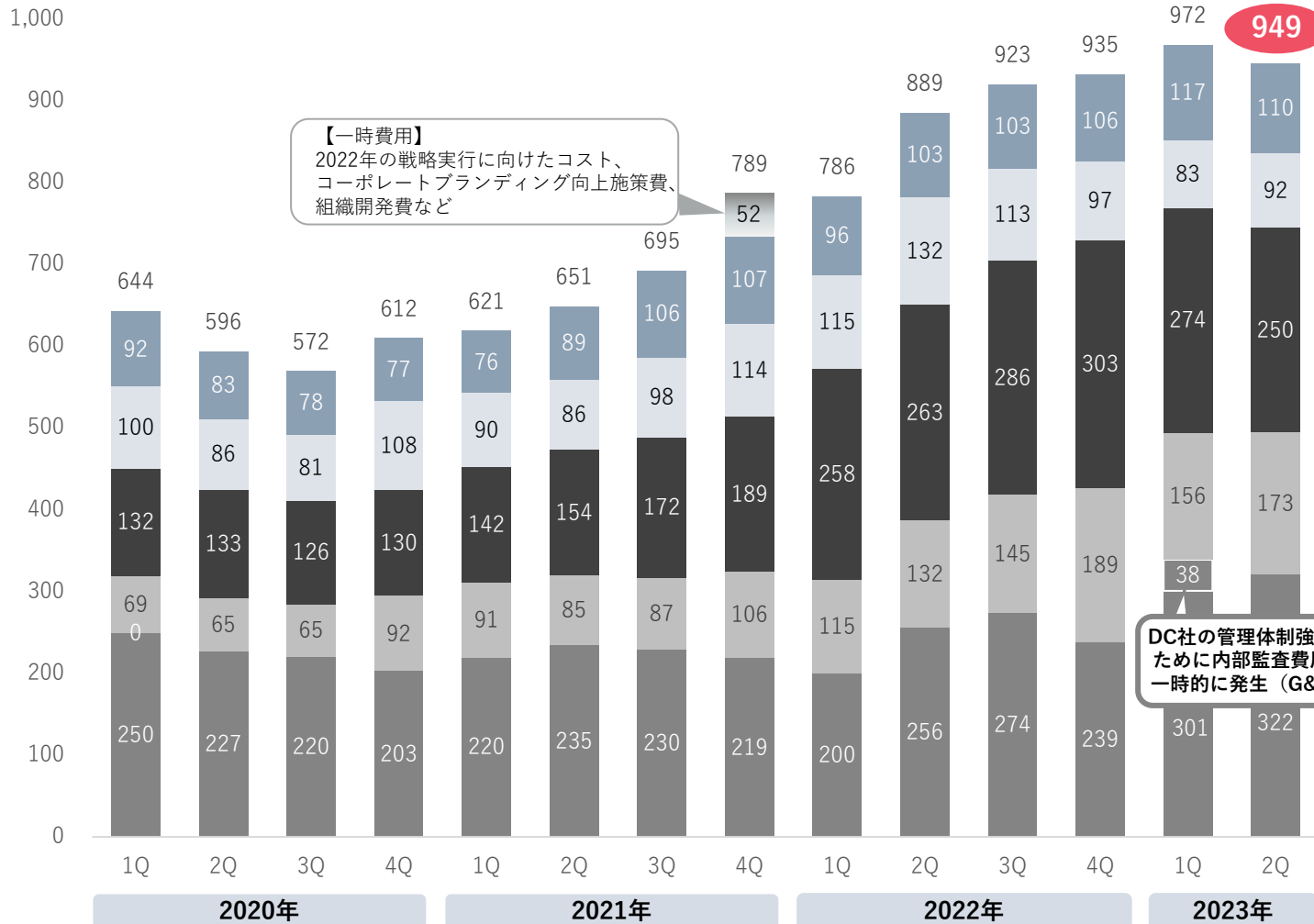


海外	-56	-32	-20	-2	10	9	26	25	50	87	143	103	-133	-91
国内	72	59	110	169	207	172	150	173	203	136	128	162	171	160
連結	15	26	89	166	218	181	176	198	254	223	272	266	37	69

コストの推移

海外SaaS事業は業績状況に応じてCSMを中心にスタッフを削減 S&Mは2Qで国内SaaSにおいて業務委託の整理をしたこと等により一時的に減少

(単位：百万円)



S&Mコスト

主に国内SaaSの営業コスト。
2Qは国内SaaSの業務委託の整理実施等により1Q比で減少

制作コスト

主に海外SaaSの制作コスト。
海外SaaSは1Q比での売上増加に連動して2Qでは外注費が増加

CSMコスト

2Qでは国内SaaSに次いでソリューションが多く占める。
海外SaaSは業績状況に応じてCSMの人数を変動

R&Dコスト

主に国内SaaSの製品開発コスト。
2Qは開発のための体制強化を図った結果、1Q比で増加

G&Aコスト

2Qでも国内・海外共に採用コストが増加。
海外SaaSは管理体制強化のためG&A人件費が増加

- ・ S&M (Sales & Marketing) : 新規顧客獲得のための営業人件費・広告宣伝費等
- ・ CSM (Customer Success Management) : 既存顧客とのコミュニケーションを行う人材の人件費等
- ・ R&D (Research & Development) : 製品開発を行うエンジニアの人件費・業務委託費等
- ・ G&A (General & Administrative) : 経理・人事・法務など管理部門の人件費や一般管理費等

貸借対照表サマリー

投資有価証券の売却によりBSをスリム化
財政状態の健全性が一段と向上

(単位：百万円)	2022年4Q末	2023年2Q末	前期末比
流動資産	3,526	3,564	+38
内、現預金	2,115	2,138	+22
固定資産	1,042	799	△242
資産合計	4,569	4,365	△203
負債合計	1,350	1,143	△207
内、借入金	485	370	△115
純資産合計	3,218	3,221	+3
自己資本比率	69.0%	72.0%	+3.0pt

2023年12月期 業績予想



2023年12月期業績予想の修正(2023年8月9日公表)

売上高・営業利益ともに2Q未達に伴う下期への影響分として、3Q・4Qも2Q未達分と同額を5月修正値から差し引く形で下方修正、経常利益は営業利益と同額に修正、非開示としていた純利益を開示

	2022年12月期 実績 (A)	2023年12月期 通期予想 5月修正値(B)	2023年12月期 通期予想 8月修正値(C)	前期比 (C/A)	修正率 (C/B)
(単位：百万円)		想定為替レート：いずれも1ドル=125円			
売上高	4,551	4,900	4,686 ^{※1}	+ 3.0%	△4.4%
営業利益	1,016	800	643 ^{※2}	△36.7%	△19.6%
経常利益	1,079 ^{※3}	800	643	△40.4%	△19.6%
親会社株主に帰属 する当期純利益	805 ^{※4}	— ^{※5}	256 ^{※6}	△68.2%	—

※1 5月修正値4,900百万円から、2Q未達分として71百万円を差し引き、また、積み上げ式の継続契約が中心である海外SaaS事業の下期影響を国内事業が好調でも補えない下期の連結下振れ想定金額として、3Q・4Qそれぞれ71百万円ずつ(下期として142百万円)を差し引いた額

※2 5月修正値800百万円から、2Q未達分として52百万円を差し引き、また、積み上げ式の継続契約が中心である海外SaaS事業の下期影響を国内事業が好調でも補えない下期の連結下振れ想定金額として、3Q・4Qそれぞれ52百万円ずつ(下期として104百万円)を差し引いた額

※3 2022年は、為替差損益として106百万円、持分法による投資損益として△46百万円他を計上

※4 2022年は、投資有価証券売却損益として41百万円他を計上

※5 5月修正予想では、2023年通期の純利益は黒字予想であるものの、上期予想は投資有価証券売却損益等の不確定要素により、精度の高い予想値の公表が困難なため非開示としておりました

※6 2Qで投資有価証券売却損を計上し、主たる不透明要素が解消したことにより純利益の通期予想を開示いたしました

【2022年後半】

コロナ情勢の落ち着きに伴う巣ごもり需要減少
および

iOS/アンドロイドのプライバシー強化に伴う
ターゲティング精度低下
によりゲーム業界の売上鈍化



【2023年1Q】

メインターゲットであるゲーム業界において
不採算タイトルや人員の整理を行う企業が多く、
広告予算が大幅に縮小される動きが見られた。

Creadits

顧客との長期的な良好な関係性を考慮した結果、
1Qにおいてはイレギュラーな措置として
複数の継続顧客(約10社)からの広告制作の一時休止
の要望を受け入れたため、
本来安定的に積み上げていくべきストック売上が大幅減に

打ち手：制作物の追加



▲制作事例

多くのユーザーに訴求力がある
3DやUGC※の動画制作を強化

※海外でのUGC：日本でのUGC(SNSやブログでの口コミなど「ユーザー生成コンテンツ」とは意味合いが異なり、消費者役の人が商品の使用感などを伝える広告動画のこと

【2023年2Q】

一時休止顧客の半数以上の取引再開を
想定していたものの、
担当者・決裁者の変更により
コミュニケーションが
仕切り直しとなった企業が多く、
5月後半以降に、取引再開の白紙・
3Q以降への取引再開の延期が複数起きたため、
2Qでの取引再開は2社に留まる

海外SaaS事業

一時休止顧客のうち3Qで2~3社の取引再開を見込む、また営業体制・手法の改善により下期は積極的な新規顧客獲得を目指すものの、**世界Top300のゲーム会社における期末契約社数目標を変更**

2022年4Q(2022年12月)で
一時解約となった最大顧客A社



積極的に広告を投下するタイトルが
無い状況が続いており、
取引再開はいったん白紙の状態。

そのため、
今後（次回の決算説明資料以降）は、
一時解約⇒解約と表現を改めます。

※業績予想としては、
5月修正予想の段階でA社分の売上は含めておらず、
8月修正予想においても同様に含めておりません

2Q

3Q
以降

1Qでの
一時休止顧客(約10社)



半数以上の取引再開を想定していたものの、
担当者・決裁者の変更により
コミュニケーションが
仕切り直しとなった企業が多く、
取引再開は2社に留まる

残りの一時休止顧客(約8社)のうち
2~3社程度は3Qでの取引再開を見込むが、
その他の企業は強化タイトル自体が
無くなった等の事情により
取引再開は未定

新規顧客獲得



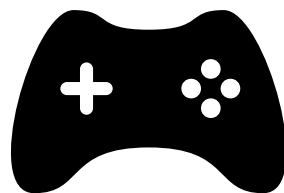
新規は継続契約のみを案内する形で
ストック売上となる質のいい契約獲得を
強化する形に切り替えたため、
時間をかけて丁寧に営業をしており、
2Qのうちに新規獲得できた
企業数が想定を下回る

ゲーム企業のマーケティング投資が
活発になってきており、
7月~商談が活性化してきている。
また、営業体制・手法を改善させた
こと等により、
積極的に新規顧客獲得を目指す

期末
目標

メインターゲットである**世界Top300のゲーム会社のうち、23年末に継続契約・都度発注を合わせて
50社の獲得としていた従前目標を35社の獲得に変更**

ゲーム会社のマーケティング広告制作はマーケット不況時に削られやすい予算のため
下期からは安定的な需要が見込まれるゲーム制作支援を追加予定



グローバルなゲーム会社の
3Dを中心とした広告制作

ゲーム会社は人員整理を進めたことにより
インハウス(自社のクリエイティブチーム)では
出来ないような高度な制作物(3D・UGC・動画撮影など)
を安く速く作ってほしい!という需要が高まっており、
当事業の強みにマッチ



NEW

2023年12月期下期~



既存の顧客層とリソースを活かした
ゲーム制作支援

ゲーム制作支援はマーケットの不況時においても
マーケティング広告制作の予算に比べて
底堅い需要があるため、
1Qのような一時休止顧客の続発を回避可能

事業別の新規獲得戦略

国内SaaSは単価上昇により2Q末段階のARRが想定を上回るもアカウント数は想定をビハインド
今期末の国内SaaSのアカウント数目標・海外SaaSの社数目標は共に引き下げ

国内SaaS事業

獲得戦略

【提供メニューの強化】・【営業人材の拡充】を中心に、
時期と効果を見極めた広告宣伝の実施、
マーケティング担当者向けセミナーの開催など

期末目標

- 【レトロ+レトロスタジオのアカウント数】
2Q末：270⇒期末目標：300
(従前目標の370から変更)

海外SaaS事業

獲得戦略

営業人材拡充・ゲーム関連イベントへの参加、および
【制作物の追加：UGC動画制作・動画撮影など+下期～
ゲーム制作支援を追加】によって営業ターゲットを拡大

期末目標

- 【世界Top300のゲーム会社における顧客企業数】
継続契約・都度発注合計、2Q末：14社⇒期末目標：35社
(従前目標の50社から変更)

ソリューション事業

獲得戦略

受託プロジェクト(SNSアカウント運用・運用型広告)のアカウント数を
【企画提案の強化】・【営業人材の拡充】によって獲得、
また既存顧客へのクロスセルによる増加

期末目標

- 【受託プロジェクトのアカウント数】
2Q末：112⇒期末目標：150

中国進出支援事業

獲得戦略

【営業人材の拡充】・【WEBセミナーなど露出増加】
・越境EC支援：中国ECモールに出店している企業を中心に開拓
・インバウンド支援：中華圏向けのインバウンド消費を伸ばしたい
企業を中心に開拓

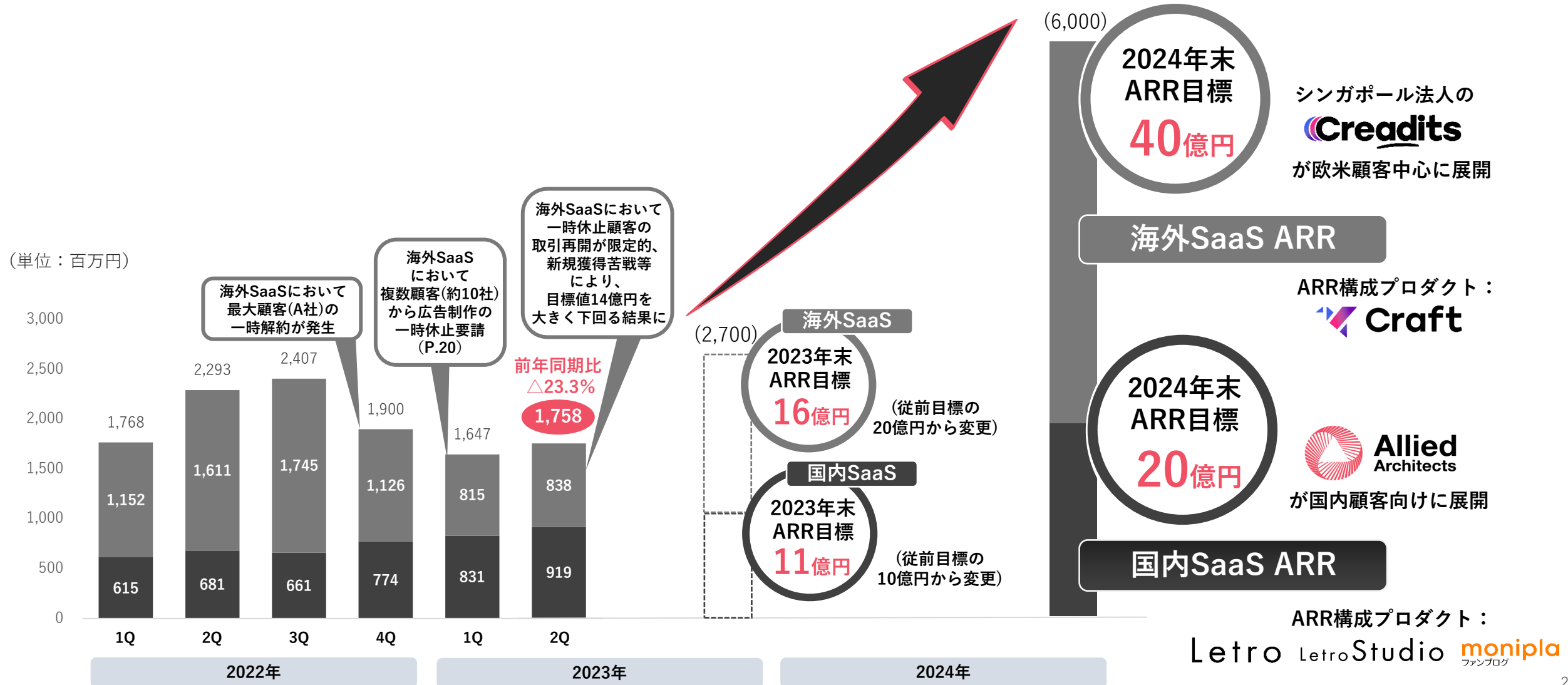
期末目標

- インバウンドの更なる需要拡大期待を受けて、
インバウンド支援を中心にプロジェクト数の増加を目指す

SaaS ARR目標

23年末のSaaS ARR目標値30億円は27億円に修正

海外SaaS ARRは従前目標の20億円を16億円に変更・国内SaaS ARRは同10億円を11億円に変更



グループ中期方針

4

2025年に向けたグループ戦略

堅調な国内3事業の更なる成長・海外事業の成長路線回帰に注力
また、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支援事業の
オーガニック成長+M&Aによる拡大を目指す

M&A

オーガニック成長



ストック売上比率の拡大



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

現在

探索

既存事業以外の
【新領域】を模索

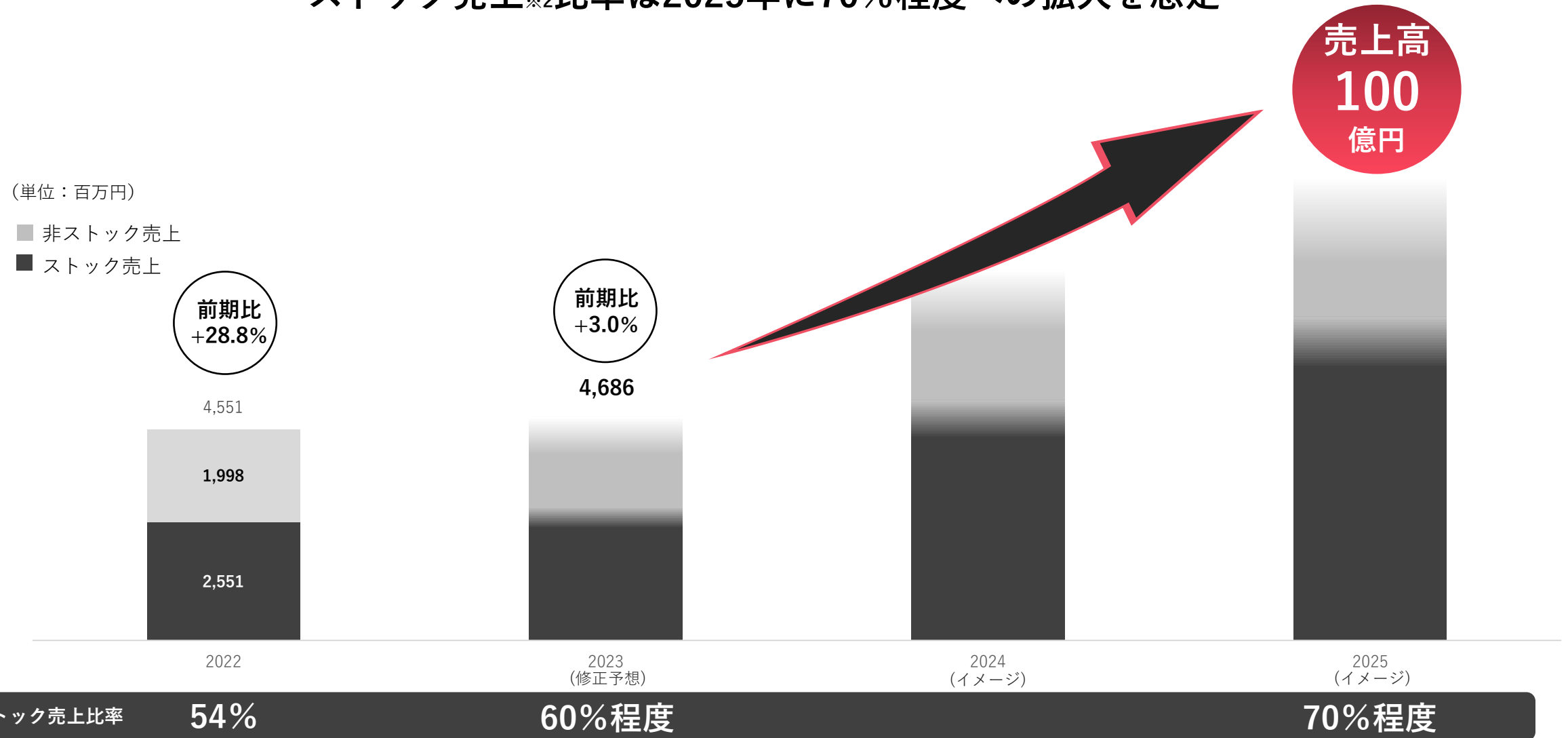
自社
創出

or

M&A
での獲得

売上高100億円の早期創出へ

オーガニック成長 + M&Aによって、2025年までに売上高100億円の突破^{※1}を目指す
ストック売上^{※2}比率は2025年に70%程度への拡大を想定



※1 CAGR30~35%の表現については、2023年12月期通期業績予想の修正(2023年5月12日公表)に伴い取り下げ

※2 ストック売上：月額料金もしくは年間契約の料金。サービス別の分類はP.66参照。2023年1Q~国内SaaS事業の「Letro」の従量課金をストック売上から非ストック売上に変更

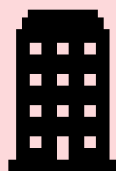
M&A・新領域の開拓

M&Aの継続的な検討に加えて、将来的には新領域の開拓による
業容拡大を模索し、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

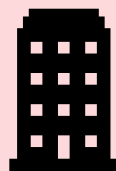
マーケティング
DX支援事業



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





Allied Architects

複数の成長曲線によって
急角度の業績拡大を目指す

現在

新領域
の開拓

M&Aに
よる拡大

既存ビジネス
の成長

2030年

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

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

マーケティングDXに効果的な制作・EC・デジタル販促の3領域に特化し
 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

主要
3ツール

EC

主力

Letro

(2016年6月～)

Instagramの投稿やレビューなど顧客からの
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

(2020年5月～)

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

(2018年3月～)

X(旧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を通したブランド認知拡大
オン・オフライン両面の集客強化



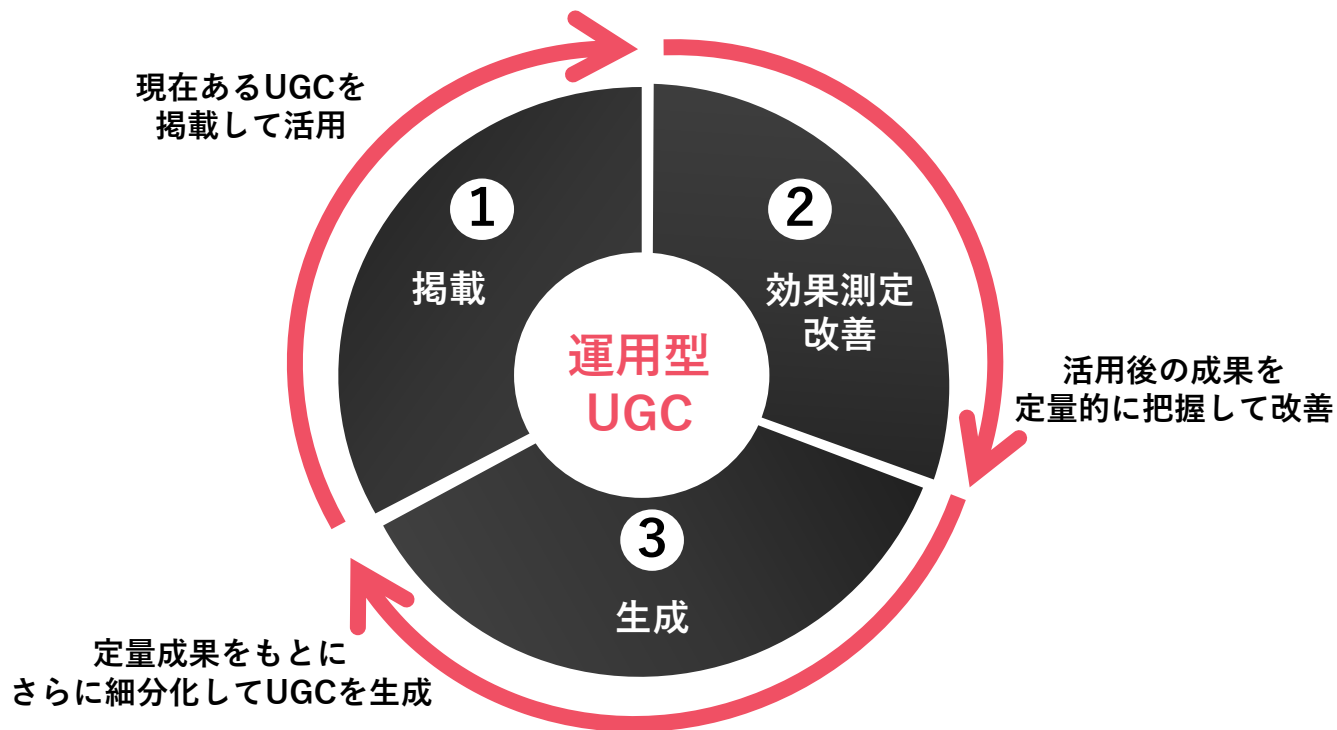
monipla
ファンブログ

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

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



成果向上をサポートするCSM人材
(カスタマーサクセスマネージャー)



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

月額利用料：12万円～

通販業界における「UGC活用ツール」
導入ブランド数 **No.1**

Letro



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

新規顧客獲得を強化し、引き続き「Letro」の成長に注力

「UGC薬機法チェック機能」に続き「UGC景表法チェック機能」の提供をいち早く開始

事業環境

薬機法の改正等に伴う
広告規制により
新規獲得価格(出稿単価)
が高騰



UGC活用により
CVR向上が期待できる
「Letro」の需要が増加

注力 新規獲得施策

- ①提案メニューの強化(早期立ち上げ)
 - ②営業人材の拡充
- を中心に、
- ・時期と効果を見極めた広告宣伝の実施
 - ・マーケティング担当者向けセミナーの開催
- についても引き続き行う

既存顧客向け施策

- ①【プロダクト強化】(開発人材を拡充)
- 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CSM人材を増員)

顧客化



「UGC薬機法チェック機能」2023年2月～提供開始

提携先の株式会社REGAL COREに在籍する弁護士や薬剤師といった専門分野のプロフェッショナルによって、マーケティング利用したいUGCが薬機法上の問題がないか1～2営業日でスピーディーにチェックできる新機能



月額5万円～
両機能を利用可能

NEW

「UGC景表法チェック機能」2023年7月(3Q)～提供開始

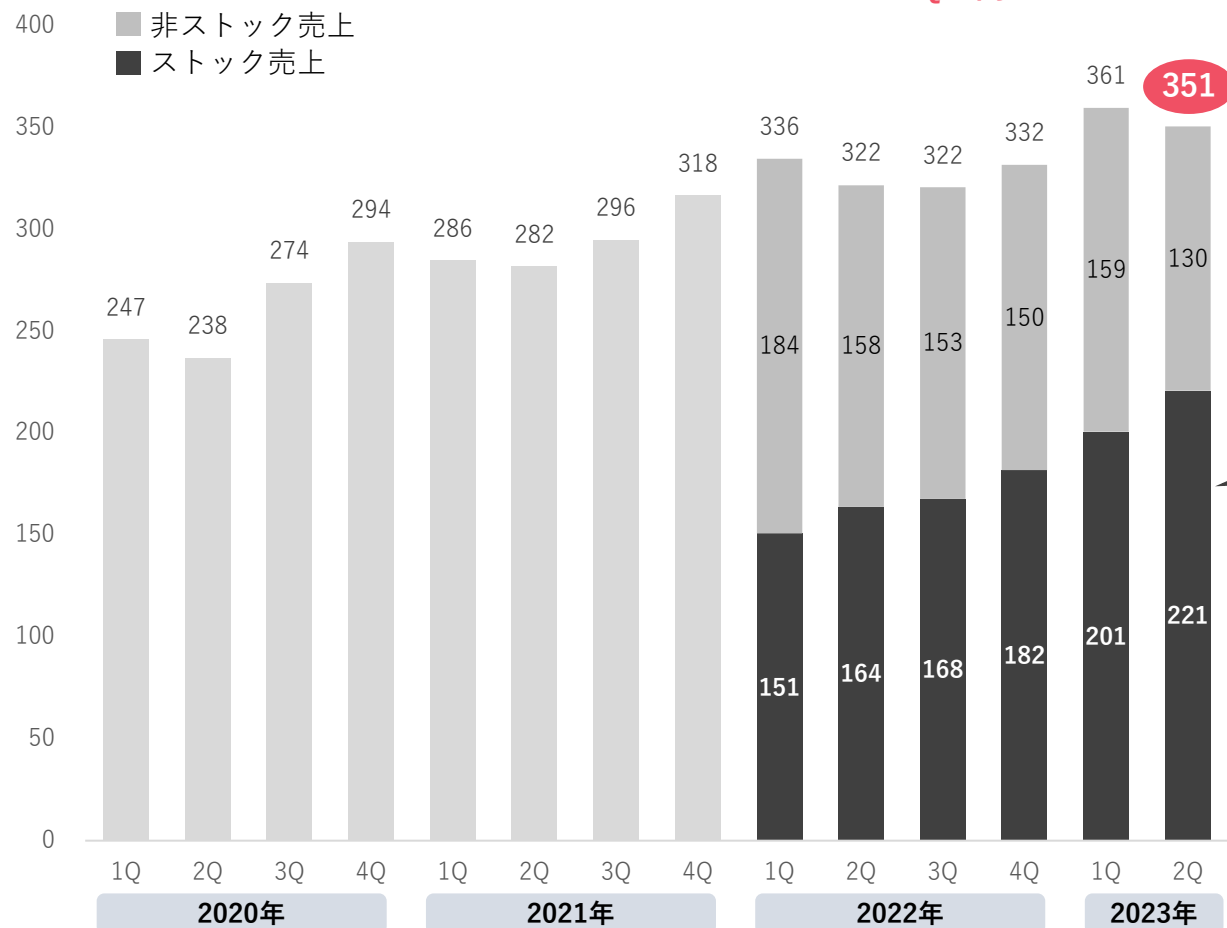
同REGAL COREと契約する専門家による監修のもとマーケティング利用したいUGCが景表法(景品表示法)上の問題がないか1～2営業日でスピーディーにチェックできる新機能

年度末需要が例年旺盛な1Qには届かずも2Qとして過去最高売上を達成
2Qストック売上は前年同期比+34.4%の成長

(単位：百万円)

売上高

・上期：前年同期比+8.1%
・2Q：同+9.0%

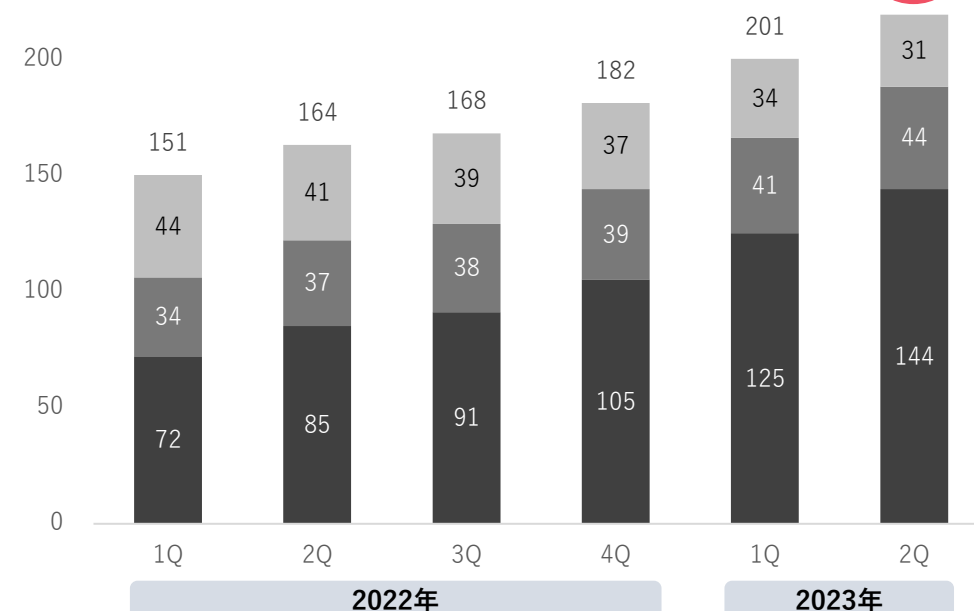


(単位：百万円)

ストック売上高内訳

・上期：前年同期比+33.7%
・2Q：同+34.4%

■ 「モニプラファンブログ」※
■ 「LetroStudio」
■ 「Letro」
※ 創業来サービス「モニプラファンブログ」は戦略的な減少



ストック売上比率

2Q：62.9%
(前年同期比+11.9pt)

ストック売上を構成するサービス内訳：P.66参照

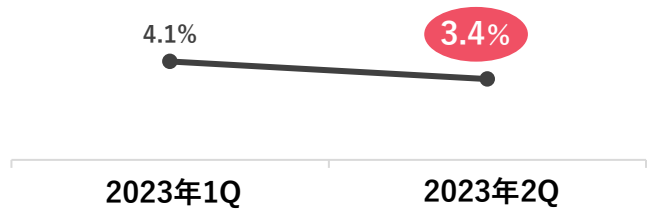
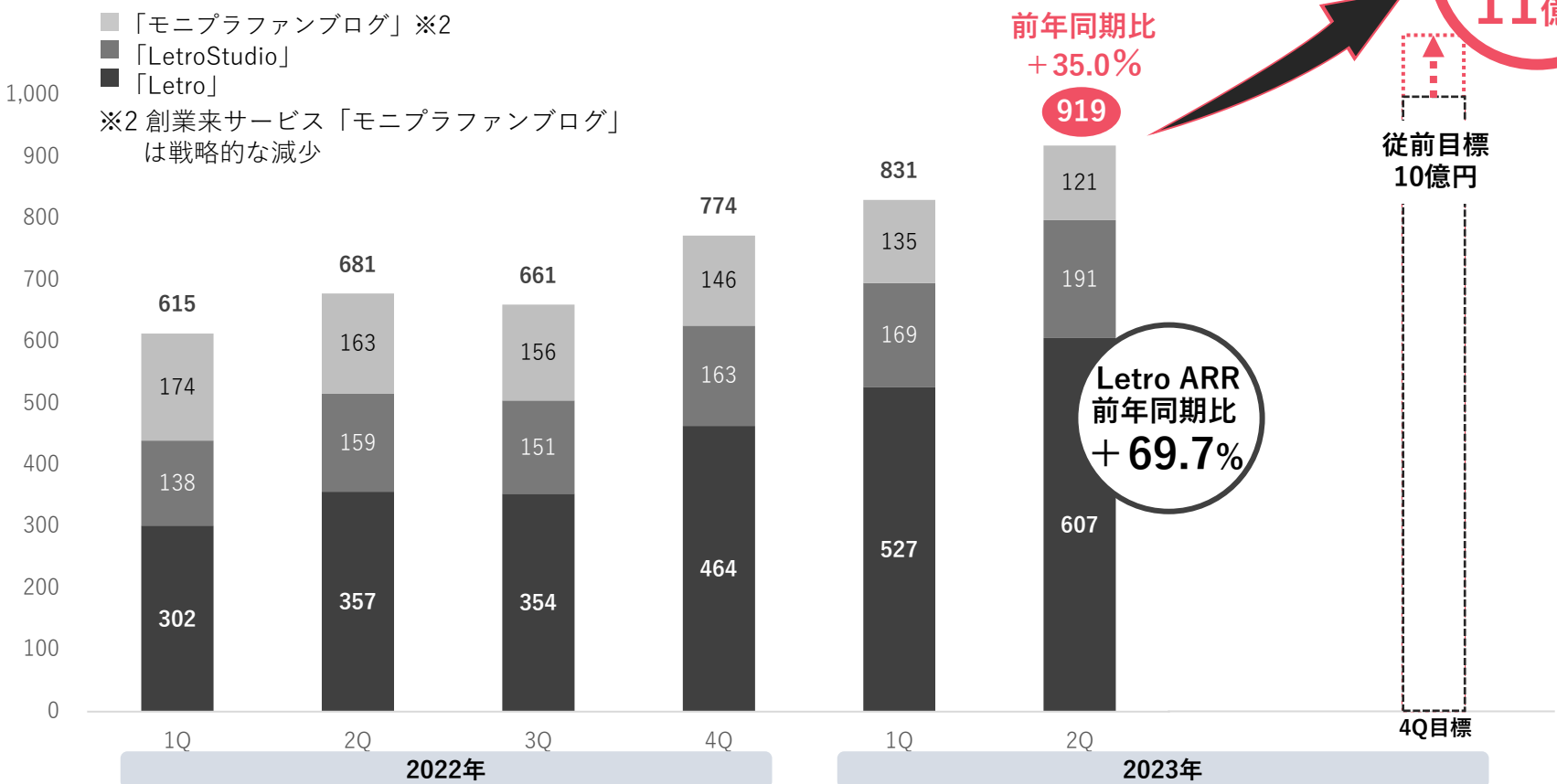
※ 前回1Q資料より「Letro」の従量課金をストック売上から非ストック売上への計上に定義を変更。従量課金の財務会計での管理を開始した2022年1Qから区分を適用

Letro ARRの高成長が牽引し、3プロダクト合計のARRは過去最高※1の9.19億円に
今期末目標を10億円から11億円に引き上げ

ARR

解約率※3

(単位：百万円)



CS体制の強化や
提案メニューの多角化
などによって
MRRにおける解約率(3ヶ月平均)は
期末時点で
3.0%程度への低減を目指す

※3 解約率(%)：MRRにおけるグロスレベニューチャーンレートの3ヶ月平均。計算式は、解約(一時休止を含む)もしくはダウングレードによるMRR減少金額÷月初のMRR金額×100

※1 前回1Q資料より、「Letro」の従量課金をMRRから除く形へ定義を変更しております。過去分も同定義にて算出し直した当ARRのグラフ推移における過去最高額となります

2023年は新規獲得強化によりレトロ+レトロスタジオの
アカウント増と単価上昇を目指す

ストック売上における
アカウント数

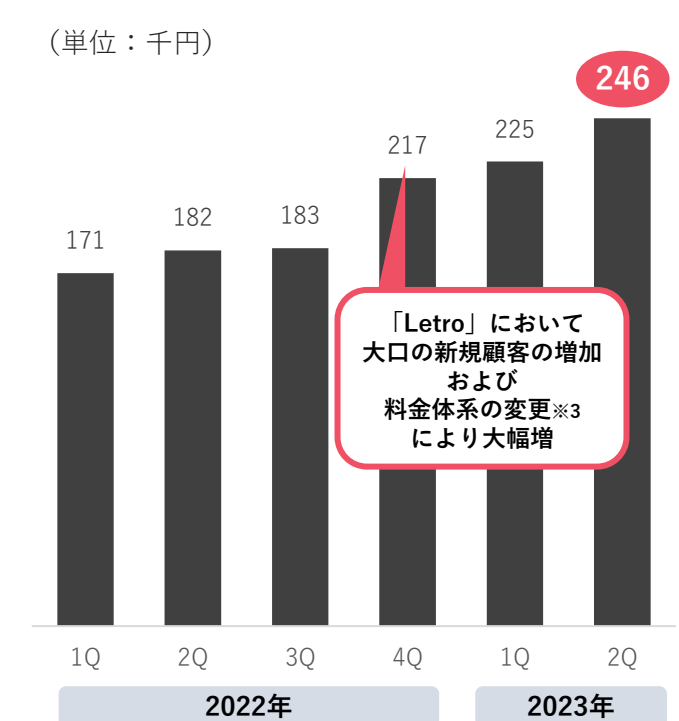
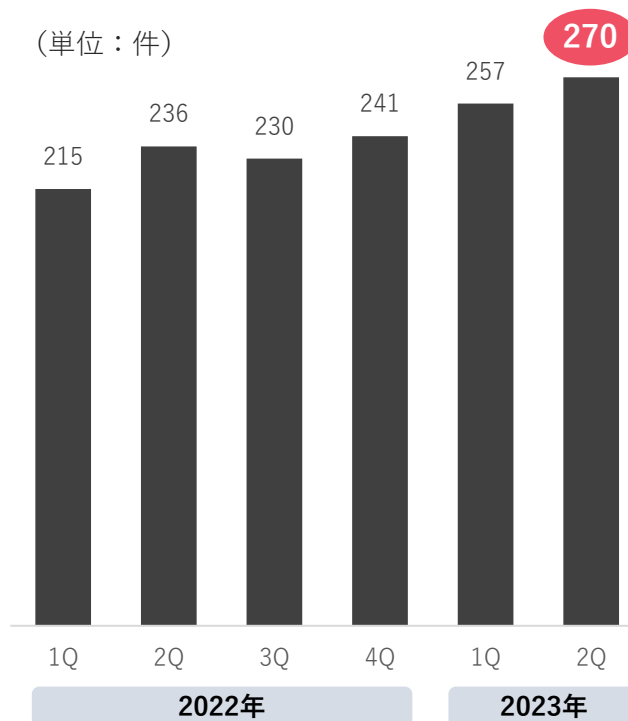
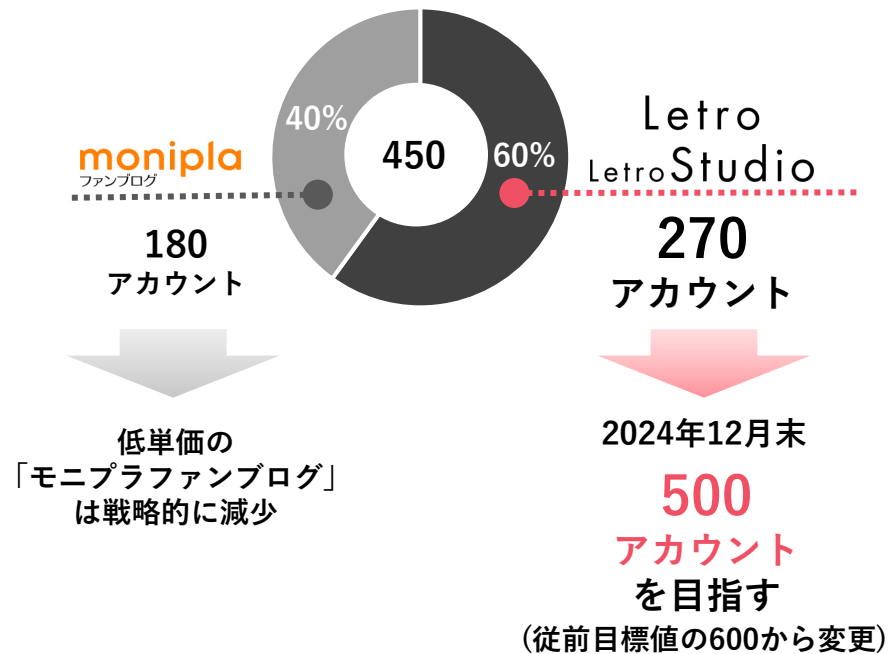
レトロ+レトロスタジオ
アカウント数※1

レトロ+レトロスタジオ
月額平均単価※2

大口の新規顧客獲得に成功しているものの数としては上期推移が想定を下回ったことから
期末目標を370から**300アカウント**に変更

「Letro」の提供メニュー拡充等により
新規・既存顧客ともに単価が上昇傾向。
24年末目標としていた**28万円**が今期末視野に

2023年6月末時点

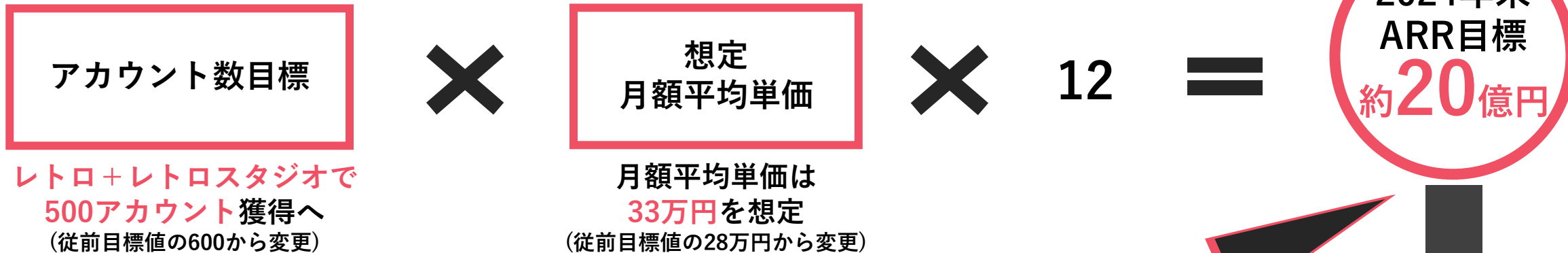


※1 四半期末時点のアカウント数

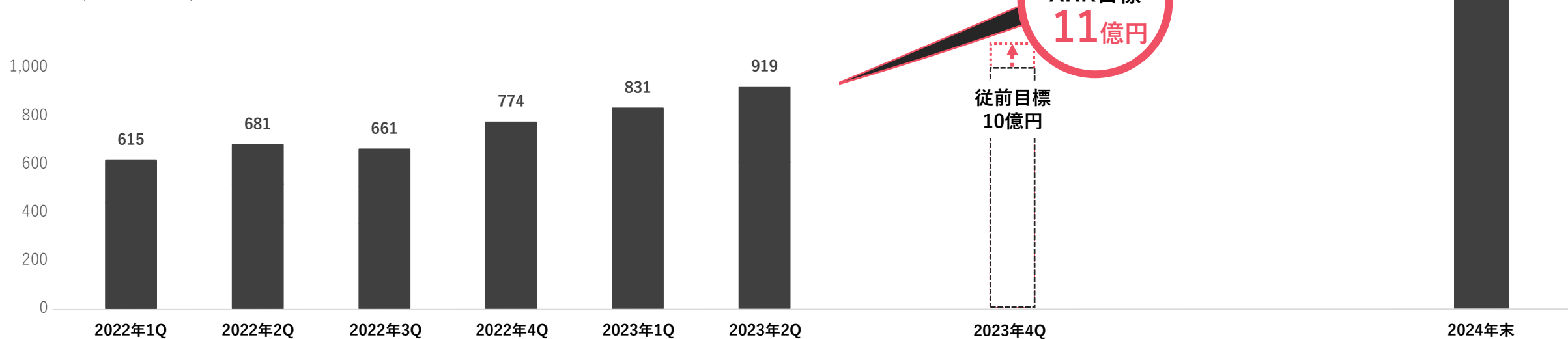
※2 四半期末月のストック売上における月額平均単価

※3 従量課金の多くを月額料金に入れ込んだ料金体系に変更 37

2024年末のARR目標20億円に向けた
アカウント数と平均単価の目標値を下記の通りそれぞれ修正



(単位：百万円)



※ 2023年末のARR目標は「モニプラファンブログ」分として1億円程度を加味している一方、創業来サービスである「モニプラファンブログ」は戦略的に減少させているため、2024年末のARR目標はレトロ+レトロスタジオので、ほぼ構成されている想定



海外SaaS事業

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

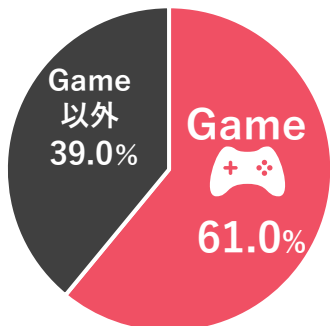
クラフト

主力

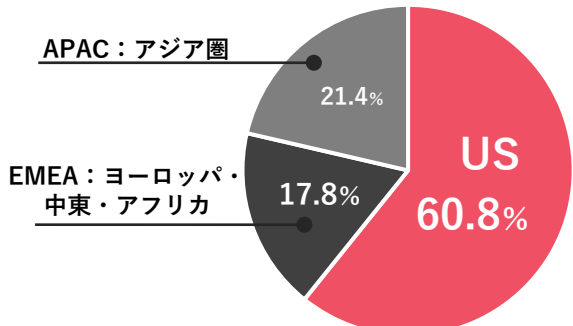
Craft

【月額課金+従量課金型】

顧客業種



顧客地域



(2023年6月の売上比率)

生産性を高めるツール

ハドル **Huddle**

クリエイティブ制作のプロジェクト管理ツール (2021/5~)

データ管理・進捗管理・連携機能により複数の制作者間での連携が簡単に

チューン **Tune**

動画クリエイティブの自動編集ツール (2021/7~)

作成した動画のテキスト・言語変更を自動化することで量産を可能に

新興国分業体制による

『リモートでつながったマイクロファクトリー(小型制作工場)』を構築

月額利用料：5,000USD～

リモートでつながった
マイクロファクトリー



1

人材採用力

新興国の人材を積極的に
活用することで
労働コストを抑制



2

マイクロタスク化

クリエイターが工程ごとに
分業化できる仕組み
を確立

3

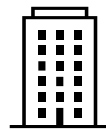
生産性を
高めるツール

 Huddle  Tune
作業の簡易化・
共通化が可能



CSM(カスタマーサクセスマネージャー)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

世界Top300のゲーム会社を中心に顧客開拓を続け、
制作物の追加や新ツール開発も行う

事業環境

2022年後半
コロナ情勢が落ち着き、
巣ごもり需要減少等により
ゲーム業界の売上鈍化



2023年1Q
不採算タイトルや
人員の整理を行う企業が
多く、広告予算が大幅に
縮小される動き



稼働タイトルは減少も
2023年3Q以降は
収益性の高い既存タイトル
・新規タイトルへの
マーケティング投資は
徐々に活発化する見込み

注力 新規獲得施策

引き続き世界Top300のゲーム会社
を中心に
顧客開拓を続け、
24年末に100社獲得の目標に向けて
23年はS&Mコストを増加予定

営業人材強化やゲーム関連イベントへの参加
および

【制作物の追加】
によって

下期を中心に新規獲得を強化し、
世界Top300社のゲーム会社のうち
23年末に継続契約・都度発注合計で
35社の獲得を目指す
(従前目標値の50社から変更)

顧客化

既存顧客向け施策

- ① 【供給能力の拡充】
- ② 【制作物の追加】
- ③ 【新SaaSツールの開発】
生産性向上につながる他、
外部への提供も行う予定(来期)



これまでの2Dや3Dの動画制作に
加えて、UGCの動画制作、動画撮影、
日本語や韓国語の広告動画など



既存の顧客層とリソースを活かして

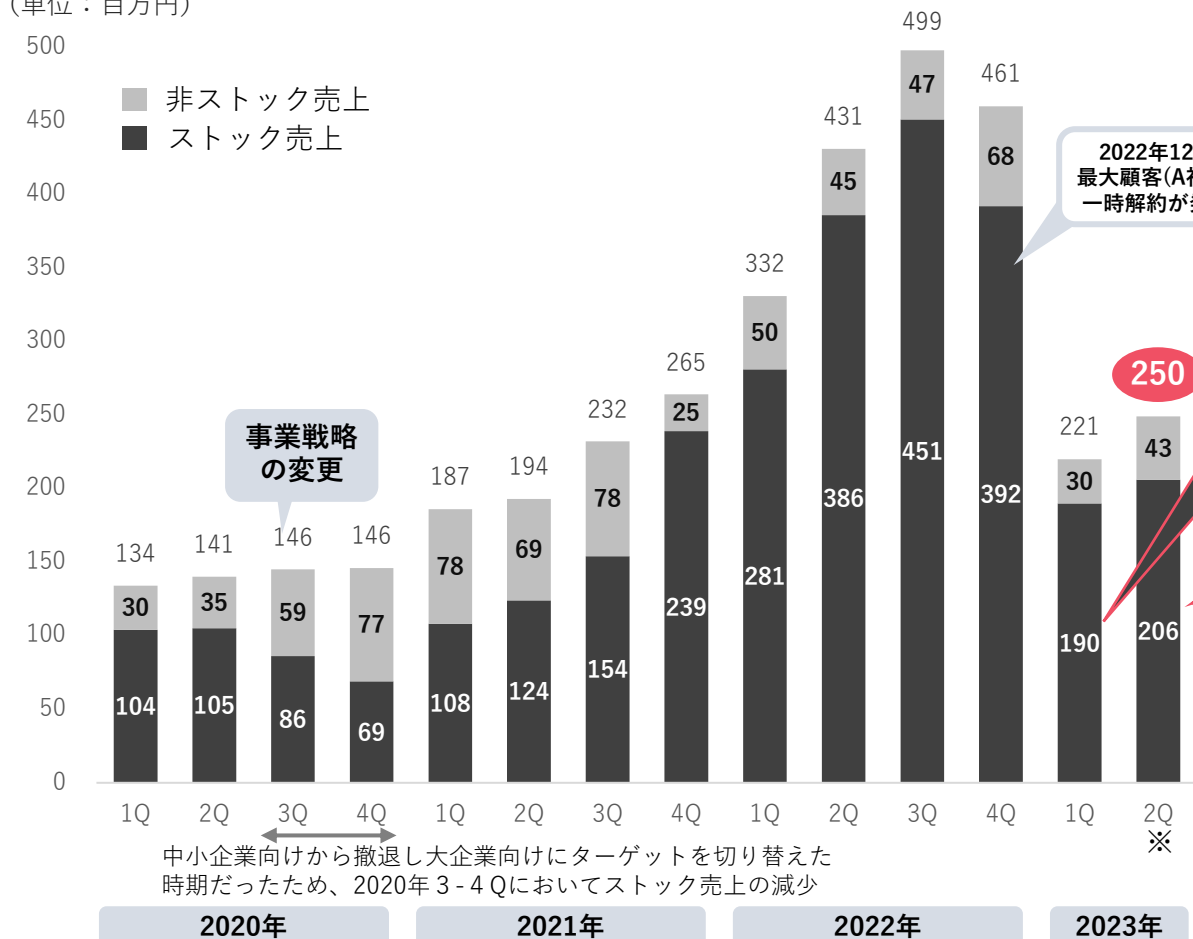
NEW ゲーム制作支援 を下期に追加予定

1Qでの一時休止顧客の取引再開および新規獲得に苦戦し
2Q売上高は想定を大きく下回る結果に

売上高

・上期：前年同期比△38.3%
・2Q：同△42.0%

(単位：百万円)



1Qではメインターゲットであるゲーム業界において不採算タイトルや人員の整理を行う企業が多く、広告予算が大幅に縮小される動きが見られた。そのようなマクロ環境を踏まえ、顧客との長期的な良好な関係性を考慮した結果、**イレギュラーな措置として複数の顧客(約10社)からの広告制作の一時休止の要望を受け入れたため、本来安定的に積み上げていくべきストック売上が大幅減に**

1Qで一時休止顧客のうち、2Qで取引再開は2社
2Qで半数以上の取引再開を想定していたものの、担当者・決裁者の変更によりコミュニケーションが仕切り直しとなった企業が多く、早期取引再開は限定的に。
残りの一時休止顧客(約8社)のうち2~3社程度は3Qでの取引再開を見込むが、その他の企業は強化タイトル自体が無くなった等の事情により取引再開は未定

ストック売上比率

2Q：82.6%
(前年同期比△7.0pt)

※2023年2Qでの為替レート：137.36円。ドルベースでの売上高グラフ：P.78参照

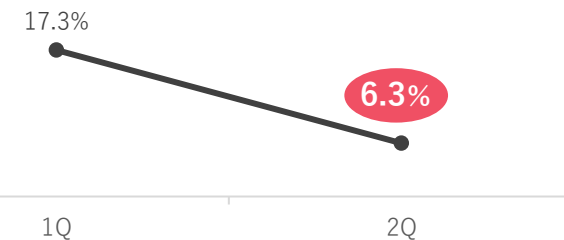
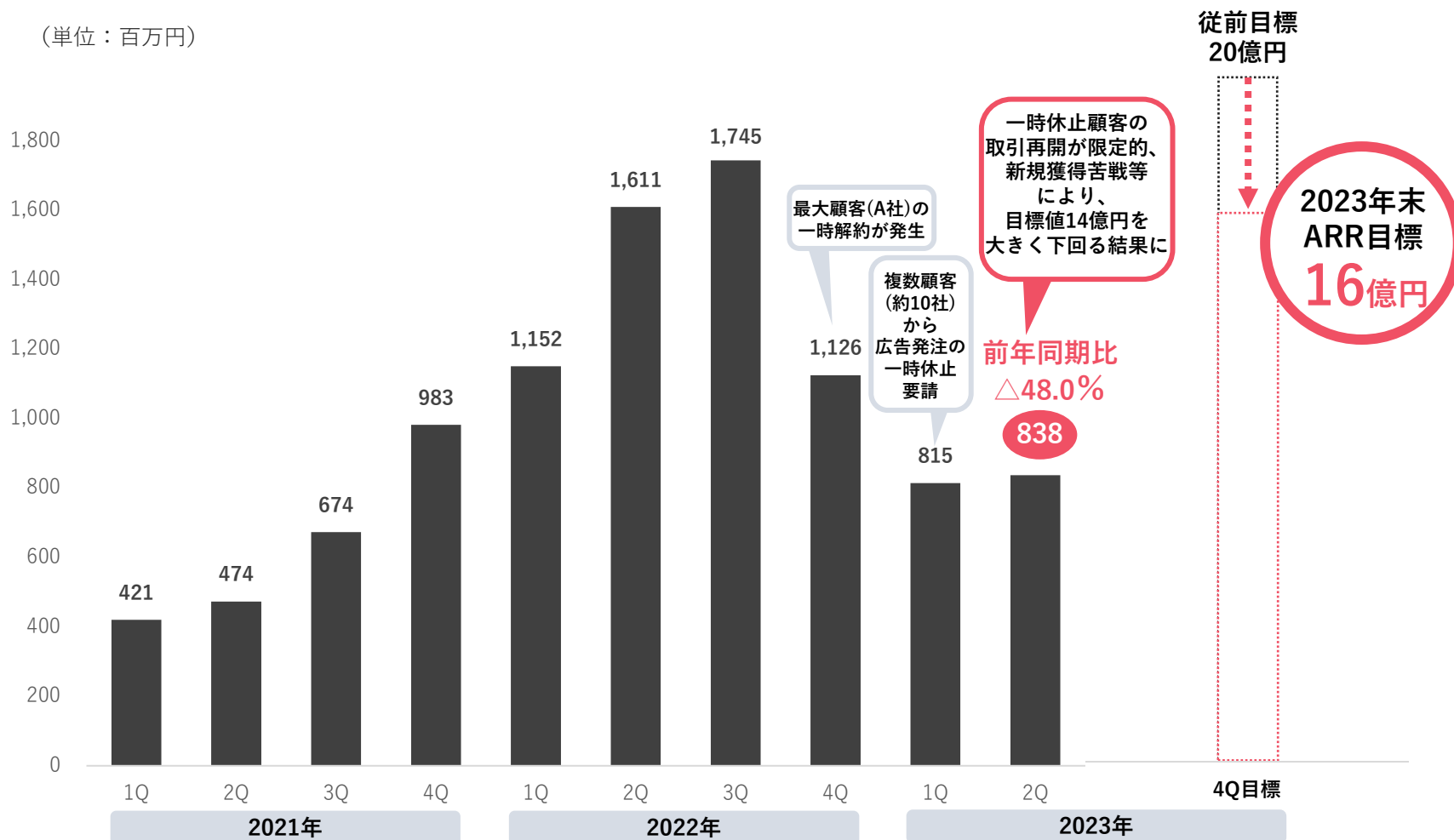
ストック売上を構成するサービス内訳：P.66参照

ARRは8.38億円と上期は苦戦、下期は新規獲得強化・ゲーム制作支援の追加することで
巻き返しを図るものの**期末目標の20億円は16億円に修正**

ARR

解約率※

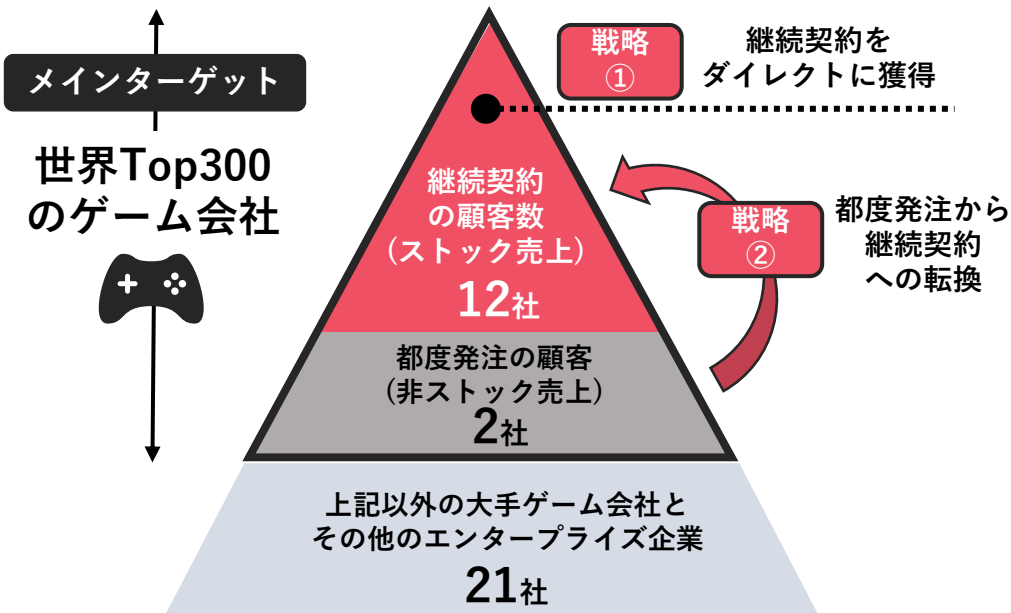
(単位：百万円)



ゲーム制作支援はマーケットの不況時においても
マーケティング広告制作の予算に比べて
底堅い需要があるため、
MRRにおける解約率(3ヶ月平均)は
期末時点で
2.0%程度への低減を目指す

※解約率(%)：MRRにおけるグロスレベニューチャーンレートの3ヶ月平均。計算式は、解約(一時休止を含む)もしくはダウングレードによるMRR減少金額÷月初のMRR金額×100

世界Top300のゲーム会社において、今期末に継続契約※1 + 都度発注を含めて50社としていた契約社数目標を**35社に修正**、2024年12月期末に継続契約で100社獲得を狙う

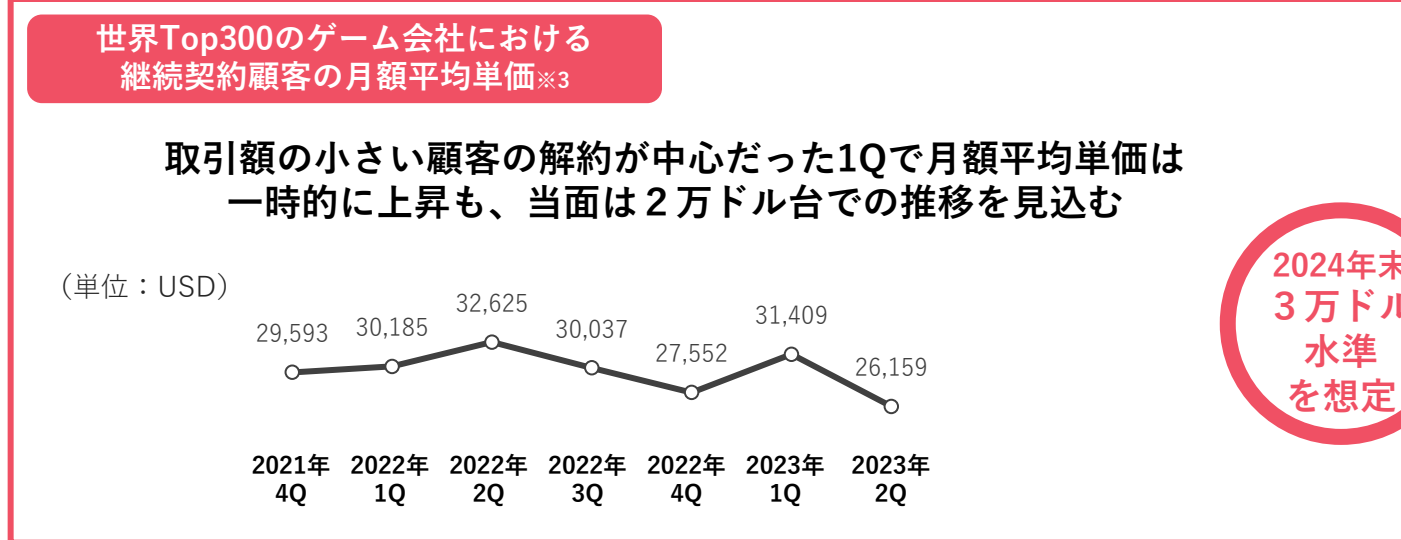
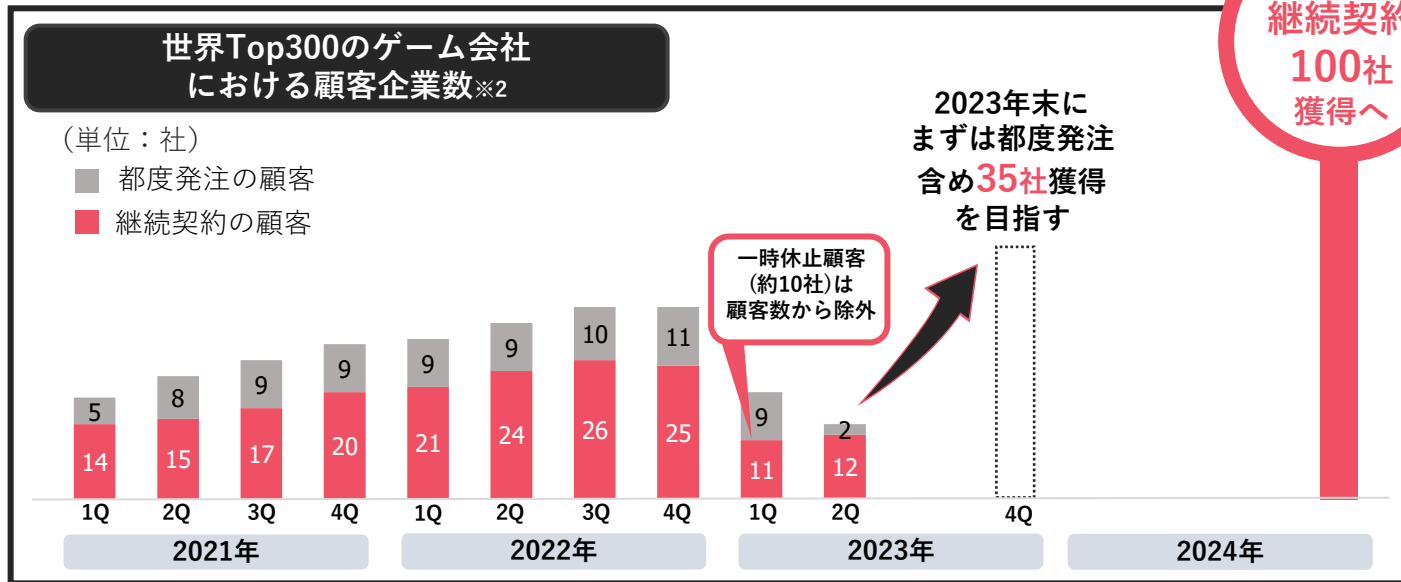


(2023年6月末時点：合計35社)

主な顧客企業



※1 継続契約：長期的な取引を前提とした契約書を締結している契約
 ※2 四半期末時点の顧客企業数
 ※3 四半期末月における月額平均単価



Creadits社の Craft 事業におけるARR目標

2024年12月期末のARR目標40億円については据え置き
 マーケットの変化に適したサービスを提供していく

メインターゲットの
 継続契約の顧客数目標



想定
 月額平均単価



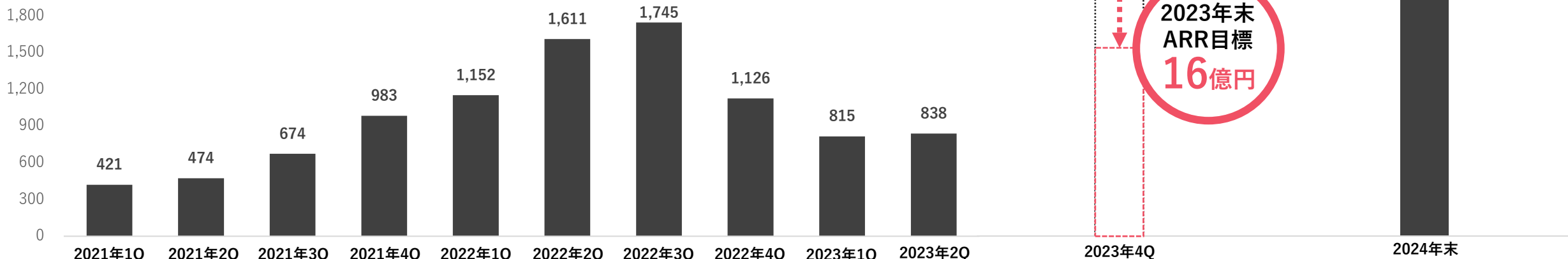
12 =

2024年末
 ARR目標
 約40億円
(為替レート
 120円とした場合)

世界Top300のゲーム会社のうち
 2024年末までに100社獲得へ

月額平均単価は
 30,000USD水準を想定

(単位：百万円)



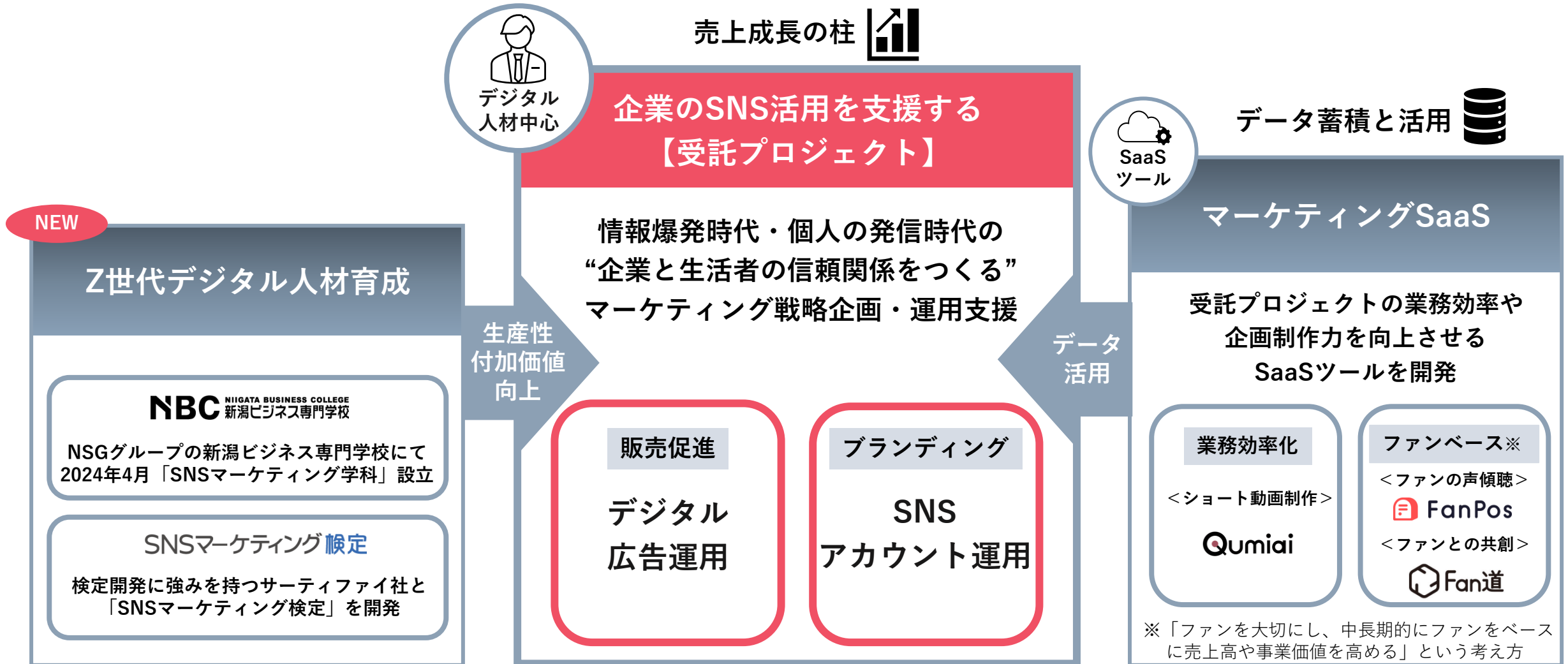
※ 海外SaaSのARRは世界Top300のゲーム会社の継続契約が約8割を占め、残り約2割はその他の企業の継続契約によって構成



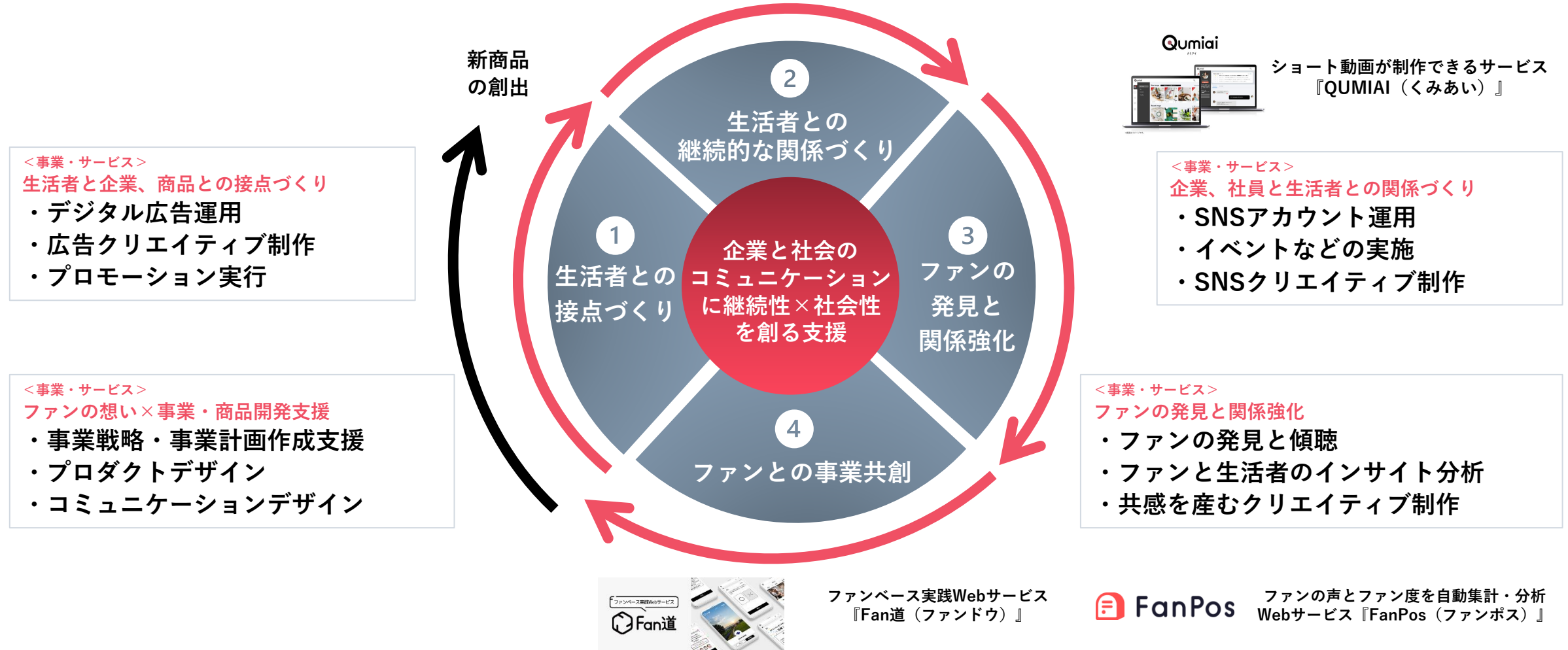
ソリューション事業



顧客企業のSNS活用を支援する【受託プロジェクト】を中心に展開
昨今では「SaaSツールの提供」や「Z世代デジタル人材育成」も推進



創業来の強みであるSNSマーケティングの実績をベースに
企業のマーケティング体制構築・戦略策定～実行と「ファンとの関係強化」を支援



新規顧客獲得を強化し 受託プロジェクトのアカウント数の増加を目指す

事業環境

顧客企業にとって従来の広告施策では新規獲得が難しくなってきた



『共感を産み』
『継続的に繋がり』
『共創する』
までを一気通貫で支援できる
当社サービスの
需要が向上

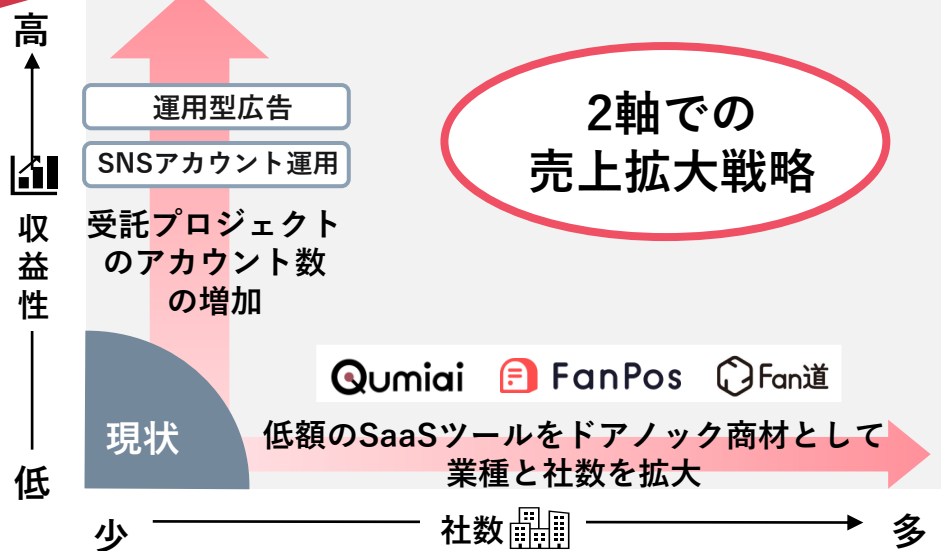
注力 新規獲得施策

企画提案の強化・営業人材の拡充によって
受託プロジェクト(SNSアカウント運用・運用型広告)
のアカウント数の増加を目指す

顧客化

既存顧客向け施策

既存取引にSaaSツールを追加することによって
他社との差別化・競争優位性を強化し、
更なる取引拡大を目指す



デジタル広告運用がアカウント増により堅調に推移

年度末需要が例年旺盛な1Qには届かなかったものの、2Qとして過去最高売上を達成

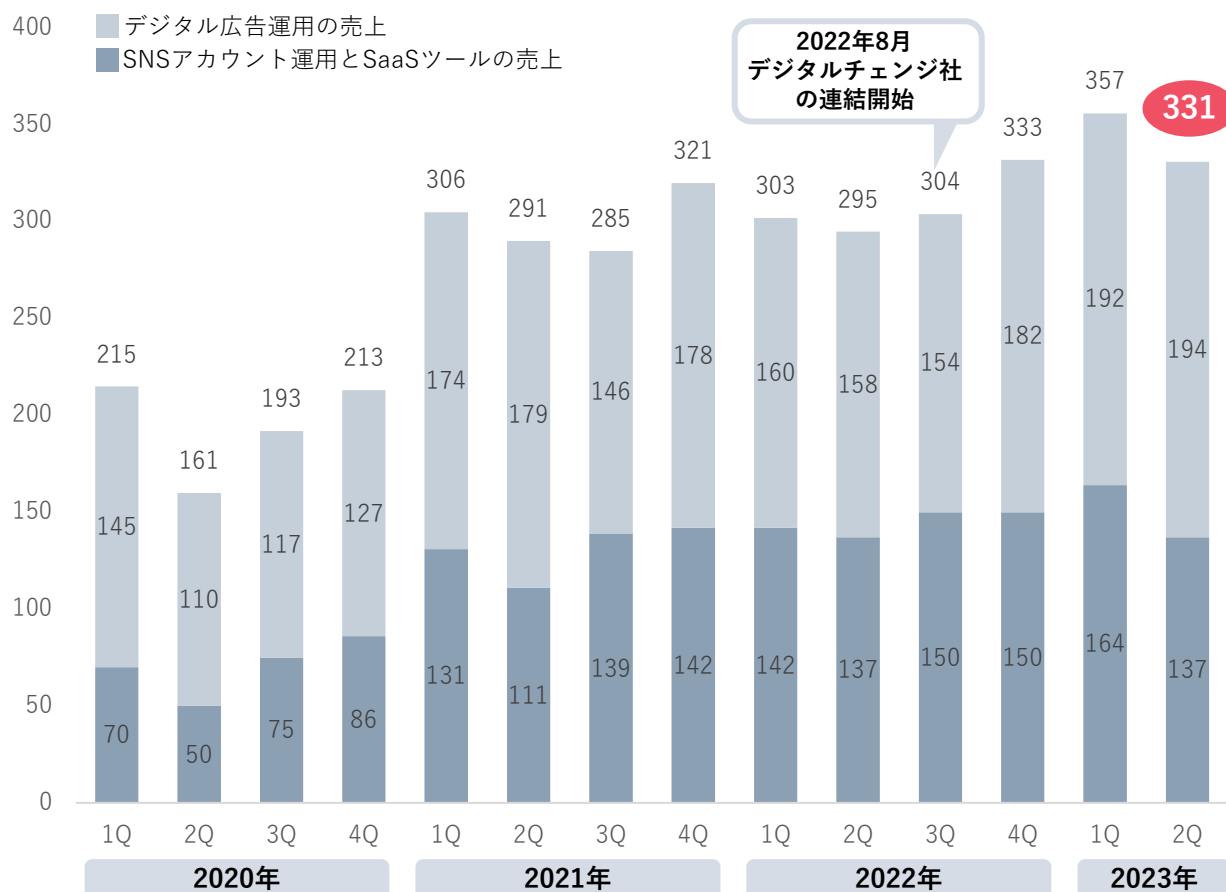
売上高※1

・上期：前年同期比+15.1%
・2Q：同+12.1%

受託プロジェクトのアカウント数※2

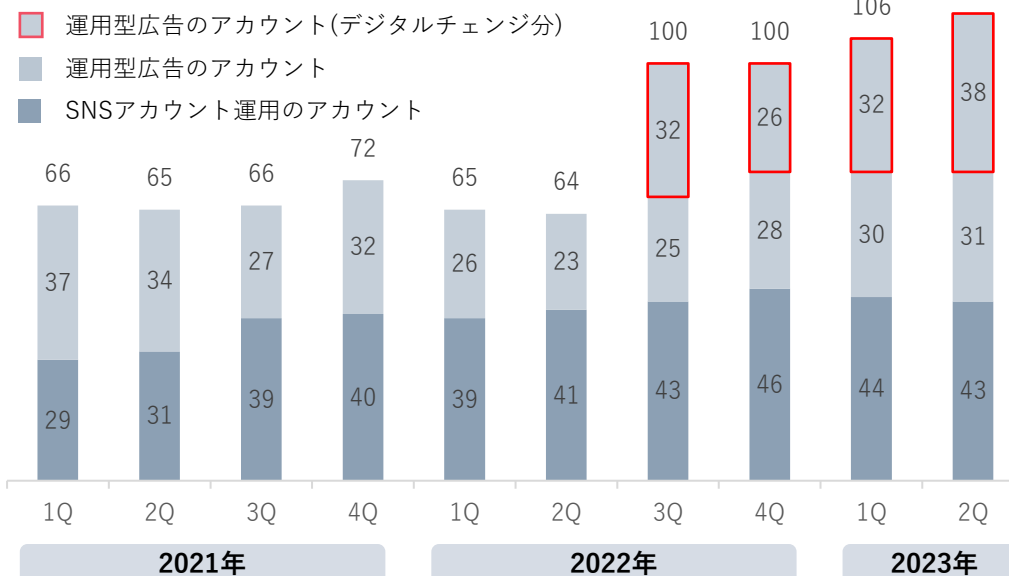
新規獲得強化および既存顧客へのクロスセルにより
2023年末に150アカウントを目指す

(単位：百万円)



※1 2022年3Qよりデジタルチェンジ社(DC)をデジタル広告運用の売上に加算

(単位：件)



※2 四半期末のユニークアカウント数

ストック売上比率

2Q：21.5%
(前年同期比+2.5pt)

ストック売上を構成するサービス内訳：P.66参照

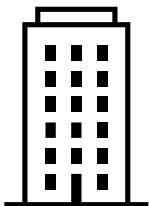
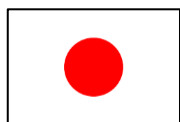


中国進出支援事業



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と中国インバウンドプロモーション支援を展開

【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



Douyin



bilibili

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○
(連結会社)



新サービス

クリエイターの中国活動支援

OTHELL●

●オセロ○

【中国の消費者】



中国インバウンドプロモーション支援

中国で知名度を高めたい
インフルエンサー



中国での影響力向上

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

アライドアーキテクトが
独自に構築する
在日中国人コミュニティ



在日中国人インフルエンサー
【約4,090人】とのネットワーク

BoJapan CoCo 都可

個人旅行解禁前後比で
店舗売上120%を実現

▲ プロモーション事例

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●
●オセロ○

(連結子会社)

中国で人気のある日本人インフルエンサー
【19人】が所属、ダイレクトにアサイン可能



大口智恵美▶

◀ あさぎーによ



小紅書RED
フォロワー数ランキング
第5位

@大口智恵美



OTHELL●
●オセロ○

@木下ゆうか

◀ 木下ゆうか

アライドアーキテクトが独占販売権を持つ
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200万人】をキャスティング可能



登録KOL例



▶ プロモーション事例

新規顧客獲得を強化し
支援プロジェクト数の増加を目指す

事業環境

2022年10月からの
訪日旅行解禁
による
訪日旅行客の増加

2023年4月末に
新型コロナの水際対策
が前倒して終了
(接種・陰性証明書不要に)

2023年8月10日(3Q)
中国で訪日団体旅行が
解禁されたことにより、
インバウンド支援の
更なる需要拡大
が見込まれる

注力 新規獲得施策

営業人員の拡充・
WEBセミナーなど露出増加によって、
越境EC・インバウンド支援ともに
新規獲得を強化し
支援プロジェクト数の増加を目指す

- 越境EC
中国ECモールに出店している企業を
中心とした顧客の開拓
- インバウンド支援
中華圏向けのインバウンド消費を
伸ばしたい企業を中心に開拓

既存顧客向け施策

顧客化

引き続き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
増やすことで取引額の増加を目指す



- 越境EC
ライブコマースなど販促の取り組みを検討し、
現状の強みである認知施策だけでなく、商戦期
の販促需要も確保へ
- インバウンド支援
中華圏向けに日本の小売店などの店頭も絡めた
インバウンドソリューションの開始を模索

2Qはインバウンド支援の需要が更に拡大し、プロジェクト数・売上が増加
 四半期売上の比率は下期に越境EC支援と逆転する可能性

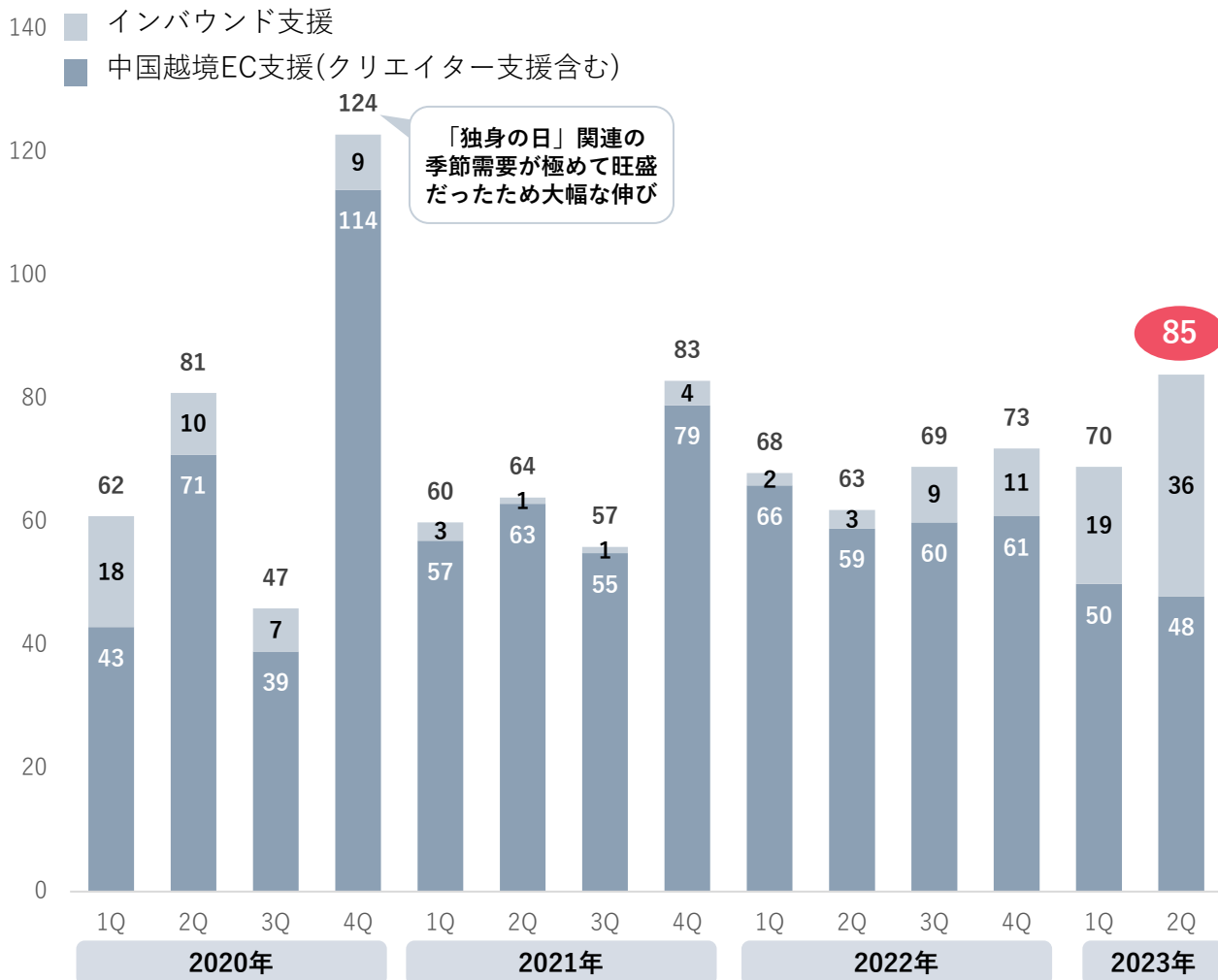
売上高

・上期：前年同期比+18.2%
 ・2Q：同+35.2%

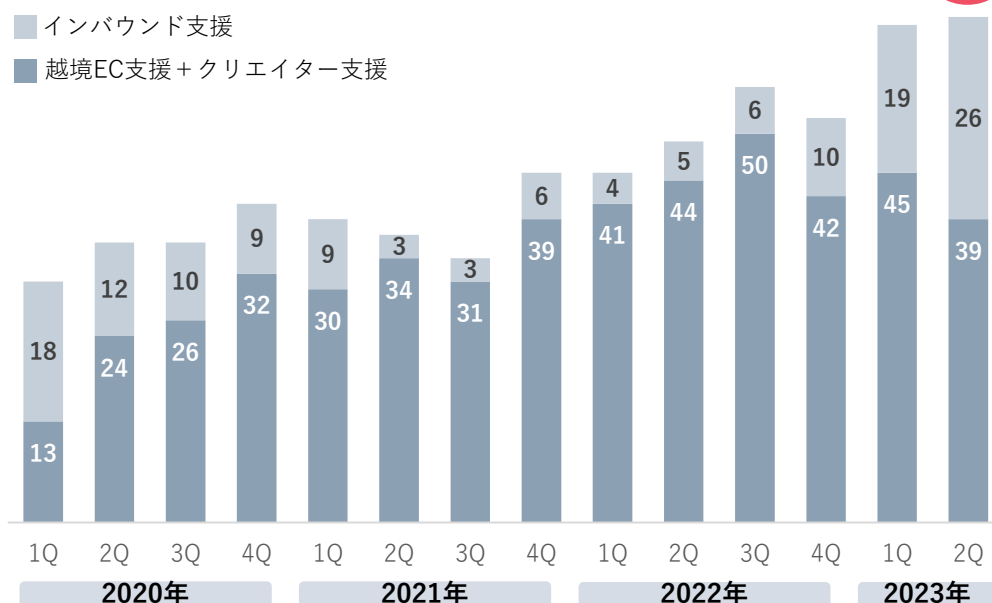
支援プロジェクト数※

2023年はインバウンド支援中心に
 プロジェクト数増加を狙う

(単位：百万円)



(単位：件)



※四半期での実施数

ストック売上比率

2Q：11.9%
 (前年同期比- pt)

ストック売上を構成するサービス内訳：P.66参照

Appendix

会社概要



Allied Architects

アライドアーキテクトという社名には「企画者、創造者（アーキテクト）」の「結びつき（アライド）」という言葉通り、「ただ与えられた仕事をこなすのではなく常に自分の頭で考え、古い部分は破壊し、創造し続ける」そういった人たちの集まりでありたい、という想いが込められています。

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

スタッフ数 連結332名※（2023年6月末時点の正社員＋業務委託・非正規雇用者を含めた人数）

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：8（日本1、海外7）
- グループ企業数：9社

エンジニア比率

24.1%

メインの開発拠点である日本とベトナムを中心に人材を確保

外国籍比率

37.0%

中国、韓国、シンガポール、米国、英国、ベトナム他

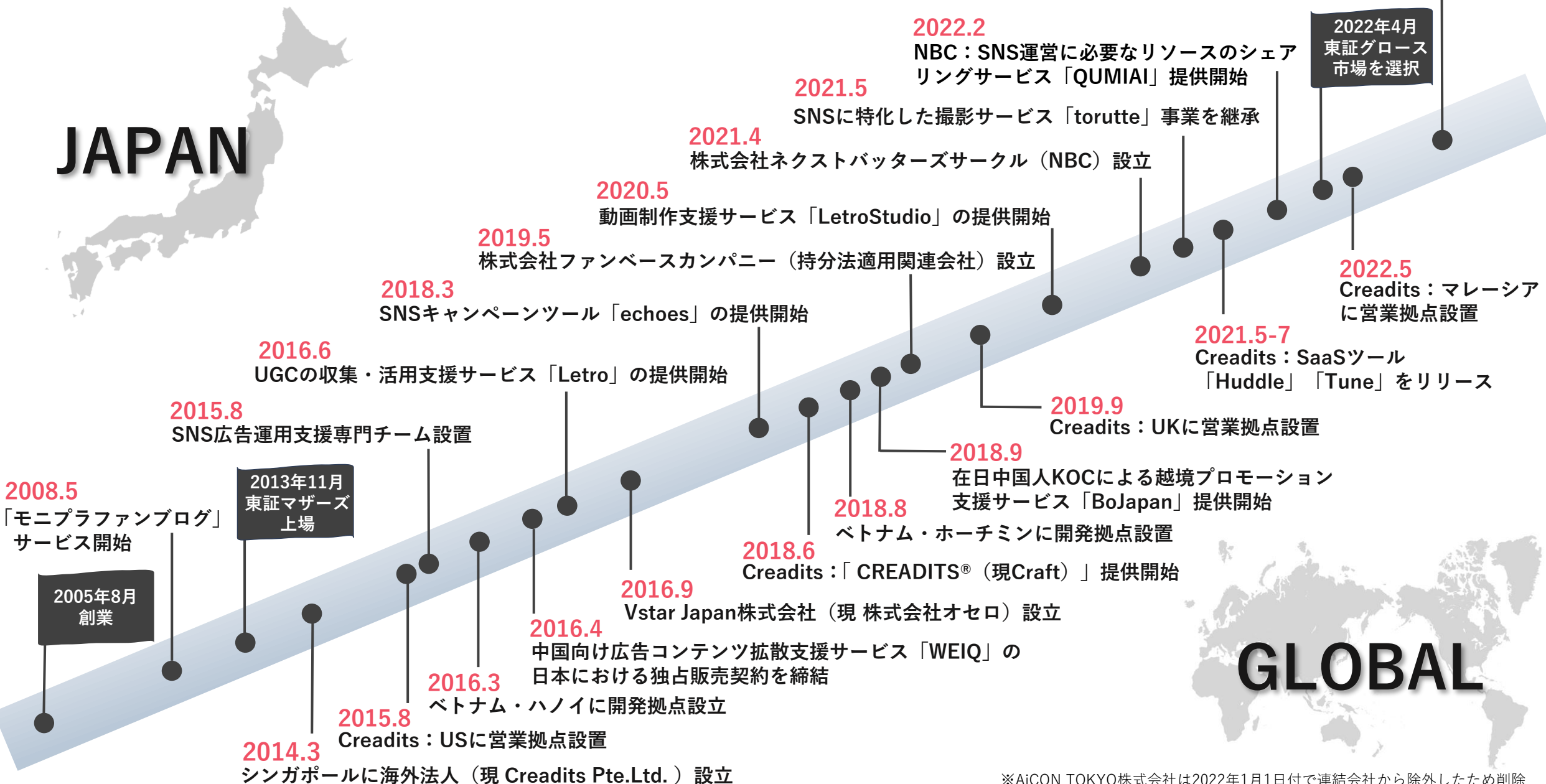
※ 当資料より国内SaaSの開発拠点であるベトナムのスタッフ33人を算入

（上記すべて2023年6月末時点）

沿革

JAPAN

GLOBAL



世界中の人と企業の創造がめぐる社会へ。

作る人、売る人、買う人、使う人。

それぞれが分断されていた社会で、

私たちは、世界中の人と企業をつないできました。

これからは、そのつながりの先で、企業の創造が人々の創造を生み出し、それがまた企業へかえる「循環」が自然な形になっていくと考えます。

つながり、そして、めぐりへ。

アライドアーキテクト・グループは人々の声や誰もが持つ創造力を

企業の価値へと変換し、循環させることで

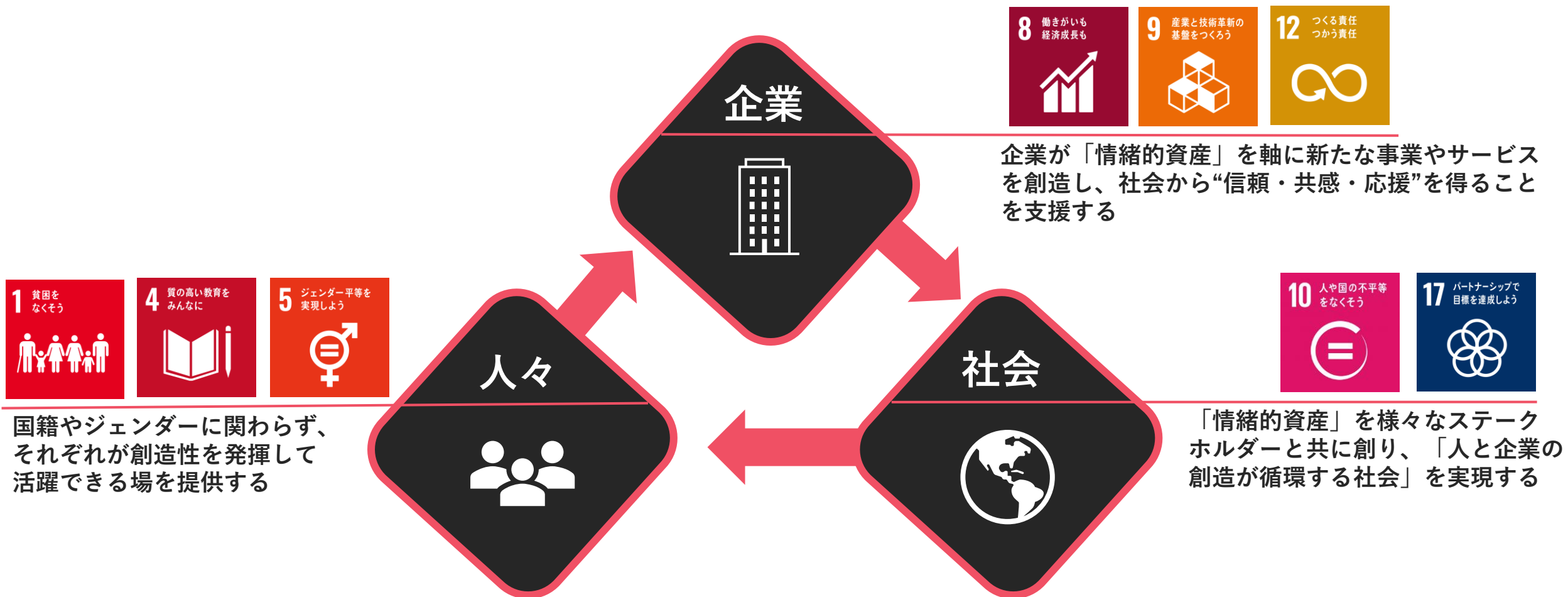
人と企業と社会が、共に豊かになる世界を築きます。



Allied Architects

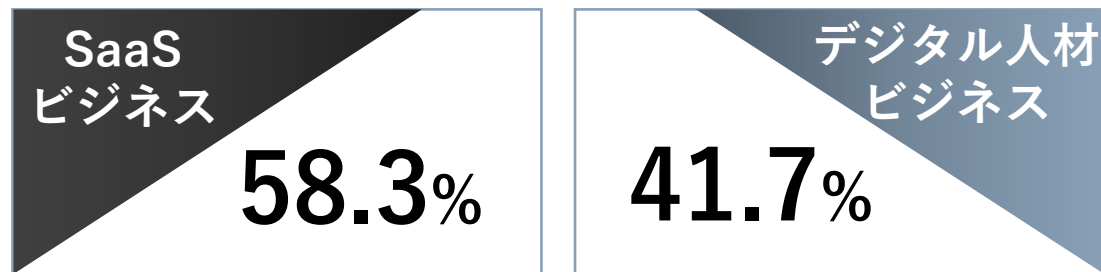
我々が目指す「持続可能な社会」

当社は人々の声や誰もが持つ創造力を企業の価値へと変換し、循環させることで
人と企業と社会が共に豊かになる世界を築くことを目指しています

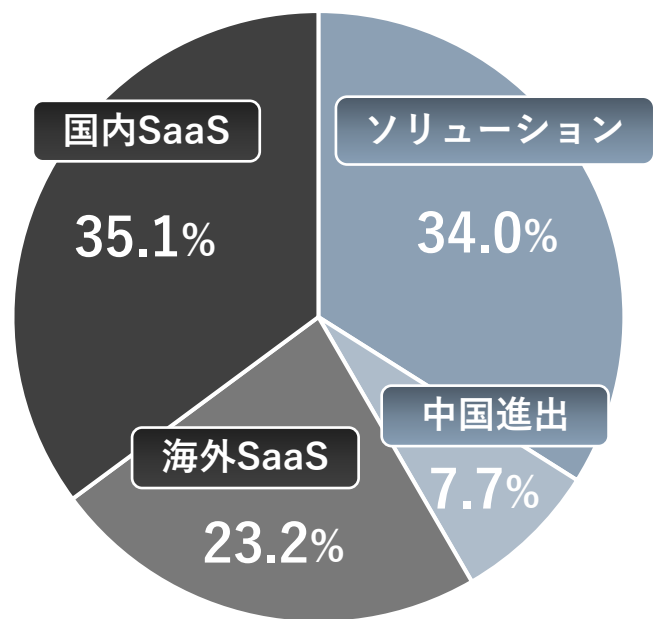


売上構成比 (SaaS・デジタル人材)

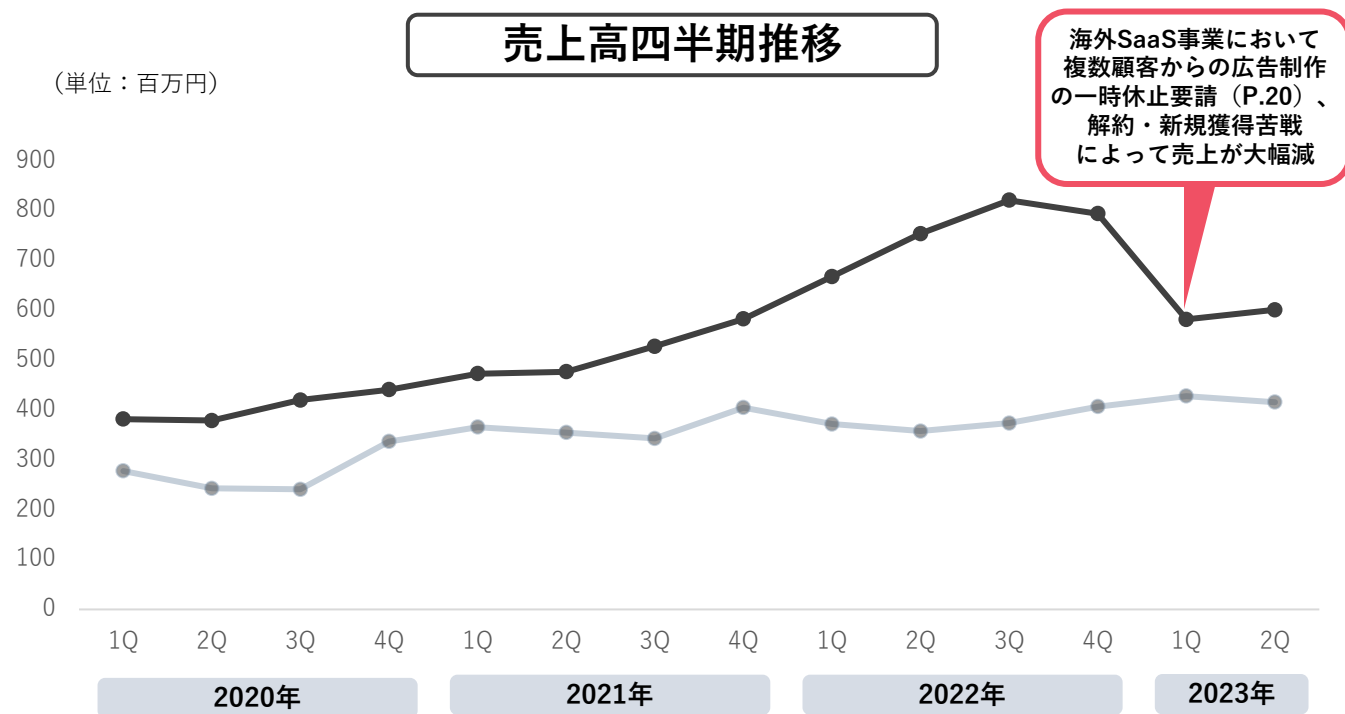
積み上げ型中心のSaaSビジネス
+大口継続取引中心のデジタル人材ビジネスで構成



- SaaSビジネスは、高い粗利率かつ月額課金型売上の積み上げが可能
- 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



2023年2Q累計



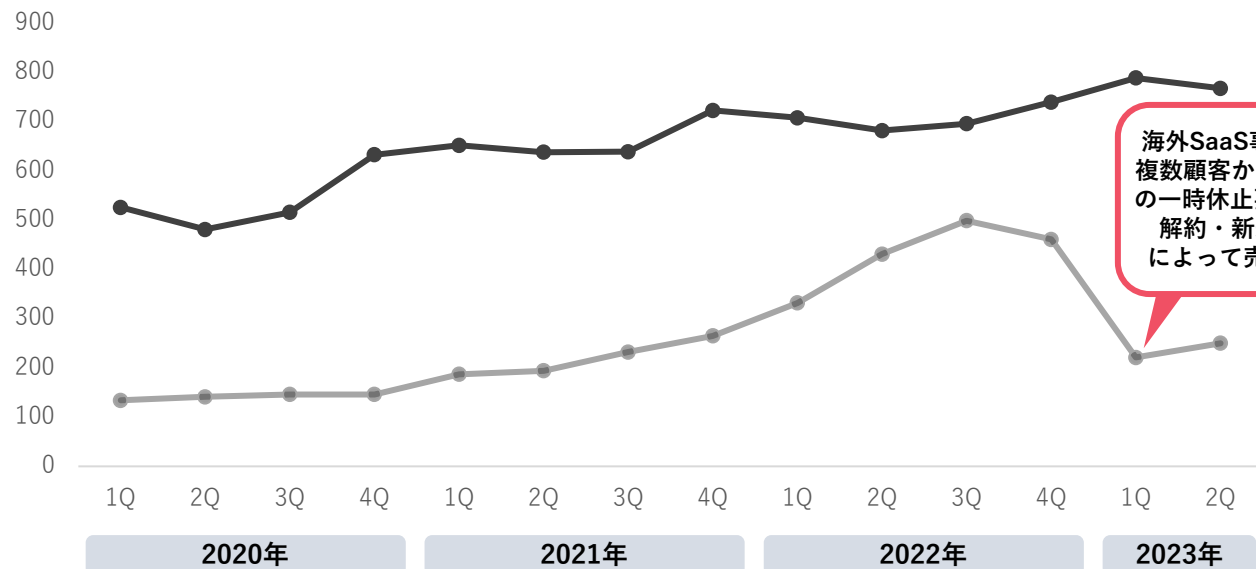
売上構成比（国内・海外）

上期は海外事業が苦戦した一方で国内事業は堅調に推移
国内事業の比率が前年通期の62.1%に比べて拡大

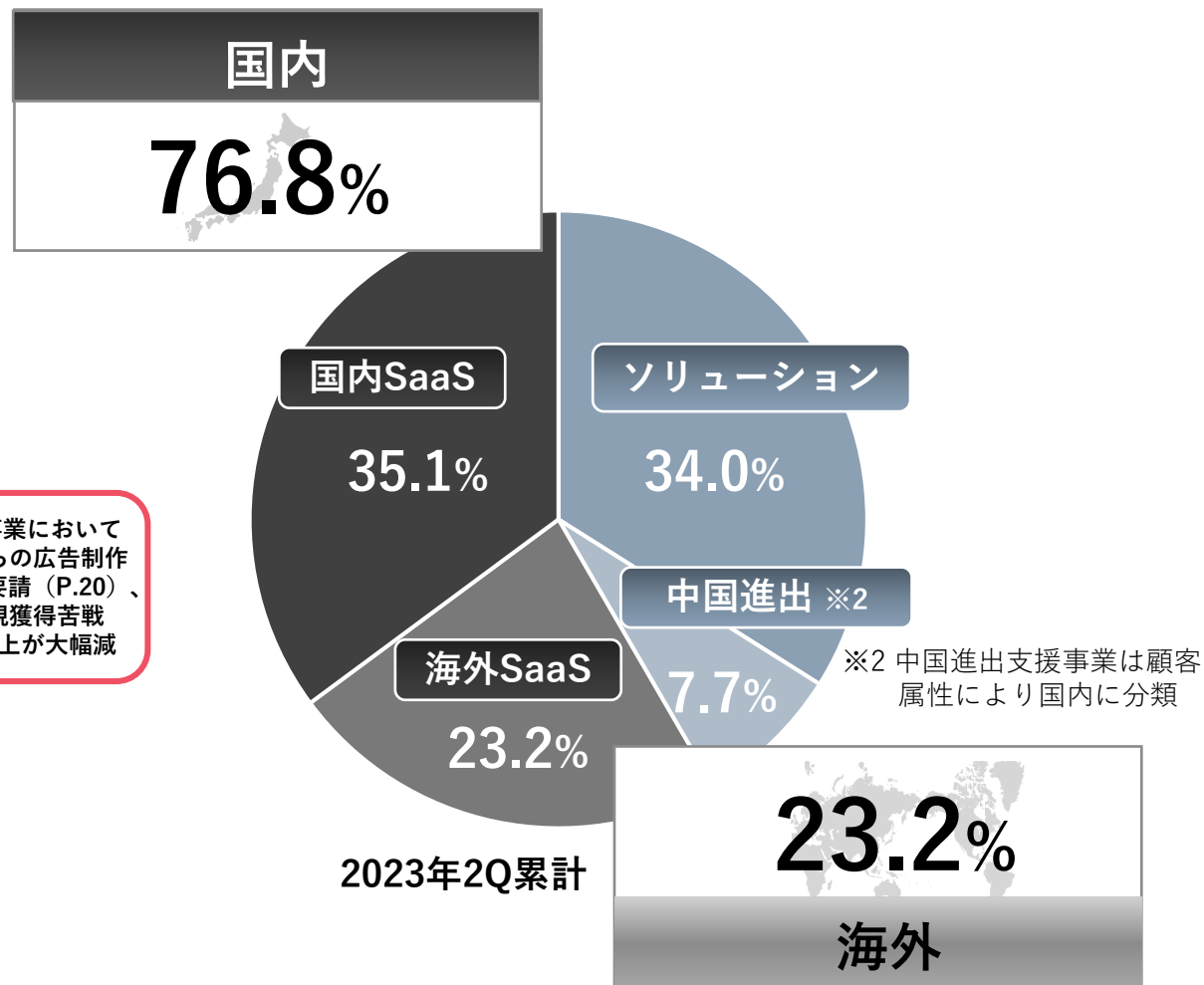
- 国内事業は、グループを支える収益基盤として継続的な成長を目指す
- 海外事業は、マクロ的な要因※1により上期は苦戦したものの、下期に巻き返しへ

(単位：百万円)

売上高四半期推移



海外SaaS事業において複数顧客からの広告制作の一時休止要請（P.20）、解約・新規獲得苦戦によって売上が大幅減



※1 ゲーム業界においてコロナ情勢の落ち着きに伴う巣ごもり需要減少およびiOS/アンドロイドのプライバシー強化に伴うターゲティング精度の低下によって、2022年後半に売上が鈍化したことを受けて1Qに不採算タイトルや人員の整理を行う企業が多く、広告予算を大幅に縮小する動きが見られた

四半期連結業績の推移

(単位：百万円)

	2020				2021				2022				2023	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高（新基準）	660	622	662	779	839	832	871	988	1,040	1,113	1,195	1,201	1,010	1,018
SaaS	382	379	420	441	473	477	528	583	668	754	821	794	582	601
デジタル人材	278	243	241	337	366	355	343	405	372	358	374	407	428	416
原価	169	151	146	200	181	171	186	221	231	265	259	287	240	265
制作費	100	86	81	108	90	86	98	114	115	132	113	97	83	92
R&D	69	65	65	92	91	85	87	106	115	132	145	189	156	173
売上総利益	491	471	516	578	657	660	685	767	809	847	935	913	770	752
売上総利益率	74.4%	75.7%	77.9%	74.2%	78.3%	79.3%	78.6%	77.6%	77.7%	76.1%	78.2%	76.0%	76.2%	73.9%
販管費	475	444	426	411	439	479	509	568	555	624	663	647	732	683
S&M	92	83	78	77	76	89	106	107	96	103	103	106	117	110
CSM	132	133	126	130	142	154	172	189	258	263	286	303	274	250
G&A	250	227	220	203	220	235	230	219	200	256	274	238	301	322
一時費用								52					38	
営業利益	15	26	89	166	218	181	176	198	254	223	272	266	37	69
営業利益率	2.4%	4.3%	13.5%	21.4%	26.0%	21.8%	20.2%	20.1%	24.4%	20.1%	22.8%	22.1%	3.7%	6.8%

収益構造・競合状況



顧客

収益構造



強み

競合状況

国内企業

SaaSツールの提供

国内SaaS

Letro

マーケティング素材の生成に留まらず、CVRなどの成果が見える化し、高い成果に導く

各ツールごとに2~3社

利用料の支払い
【月額課金+従量課金型】 or 【都度発注】

海外企業

広告制作物の提供

海外SaaS



リモートで繋がったマイクロファクトリー(小型制作工場)を構築

明確な競合は認識していない

利用料の支払い
【月額課金+従量課金型】が中心

国内企業

SNSアカウント運用、運用型広告など

ソリューション

企業と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

施策ごとには競合あり

施策費用の支払い
【都度発注】が中心

国内企業
中心

中華圏向けプロモーション支援

中国進出
支援

日本最大級の中国インフルエンサーネットワークを保有

複数の競合あり

施策費用の支払い
【都度発注】が中心

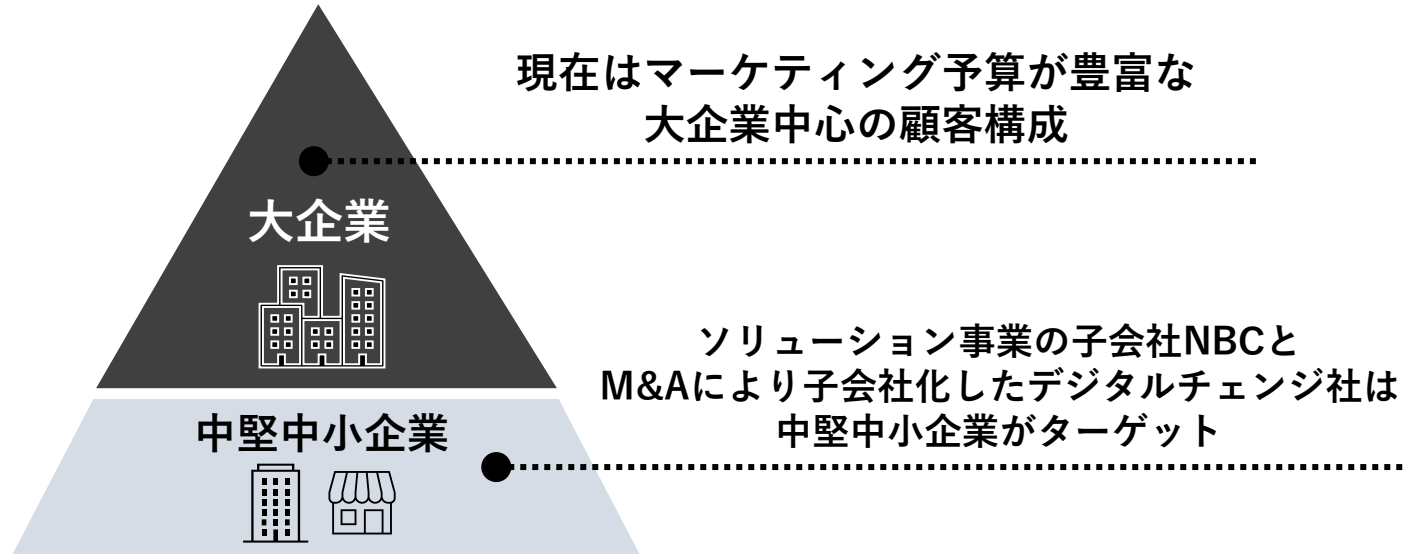
ストック売上・非ストック売上の内訳

	ストック売上	非ストック売上	
国内SaaS	Letro	月額料金	初期費用、従量課金、オプションメニュー (※2023年1Qより従量課金をストック売上から非ストック売上に変更しております)
	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
	ech@es	—	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、追加発注の利用料、都度発注顧客の利用料
ソリューション	SNSアカウント運用	月額料金	月額料金以外の売上 (広告・制作・イベント等)
	FanPos	年間料金 (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
	デジタル広告運用	—	プロジェクト受託売上
中国進出支援	越境EC支援	SNSアカウント運用：月額料金	初期費用、インフルエンサー施策の料金
	クリエイター支援	月額料金	初期費用
	インバウンド支援	SNSアカウント運用：月額料金	初期費用、インフルエンサー施策の料金

※2022年4Q～追加

国内事業の顧客企業

大企業を中心に豊富な支援実績
今後は新たな顧客層の獲得へ



顧客業種

食品・化粧品会社等のメーカー、D2C等のEC企業、飲食、サービス業etc.

国内SaaS事業

レトロ+レトロスタジオの
アカウント数
270

(2023年6月末時点)

ソリューション事業

受託プロジェクトの
アカウント数
112

(2023年6月のユニーク数)

中国進出支援事業

支援
プロジェクト数
65

(2023年2Qの実施数)



掘りだそう、自然の力。



乾杯を
もっとおいしく。



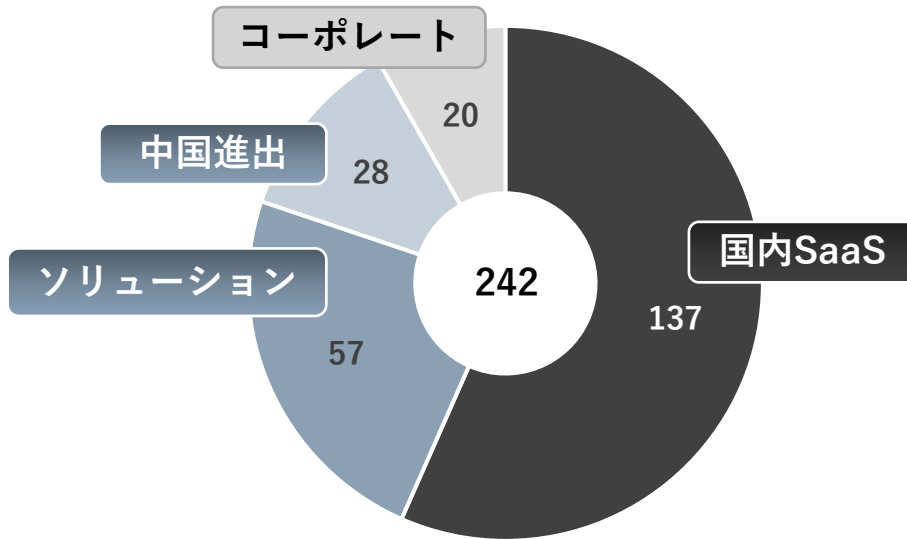
国内事業のスタッフ数※1

即戦力人材の獲得を強化
人数は減少も組織の質が向上

事業別スタッフ数※2

国内SaaS・中国進出支援
の人員が拡大

(単位：人)



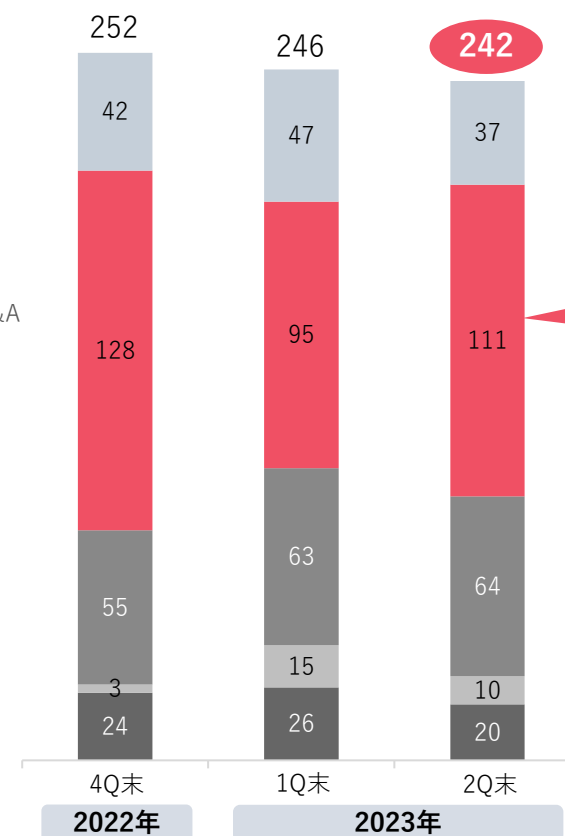
2023年6月末

ポジション別スタッフ数※2

2Qでは国内SaaSにおいて
S&Mの業務委託を整理

(単位：人)

- S&M
- CSM
- R&D
- G&A
- GroupG&A



顧客維持強化
のために
CSMについては
2Qで増強

※1 スタッフ数：正社員+業務委託・非正規雇用者を含めた人数

※2 当資料より国内SaaSの開発拠点であるベトナムのスタッフ33人を算入。

※3 当資料より国内SaaSの開発拠点であるベトナムのスタッフ33人をR&Dに参入。22年4Q末・23年1Q末においても当該人数33人をR&Dに参入したスタッフ数に変更。

UGC掲載チャンネルの訴求軸を検証し、Instagram投稿とレビューを合わせて掲載内容の検証や掲載位置など継続的な運用を行うことでCVRが大幅改善

ミツカングループ
「ZENB JAPAN」様

CVR **1.9倍**・コンバージョン件数 **2.1倍**に

チャンネル×
訴求軸検証

勝ち訴求の
Instagram投稿生成

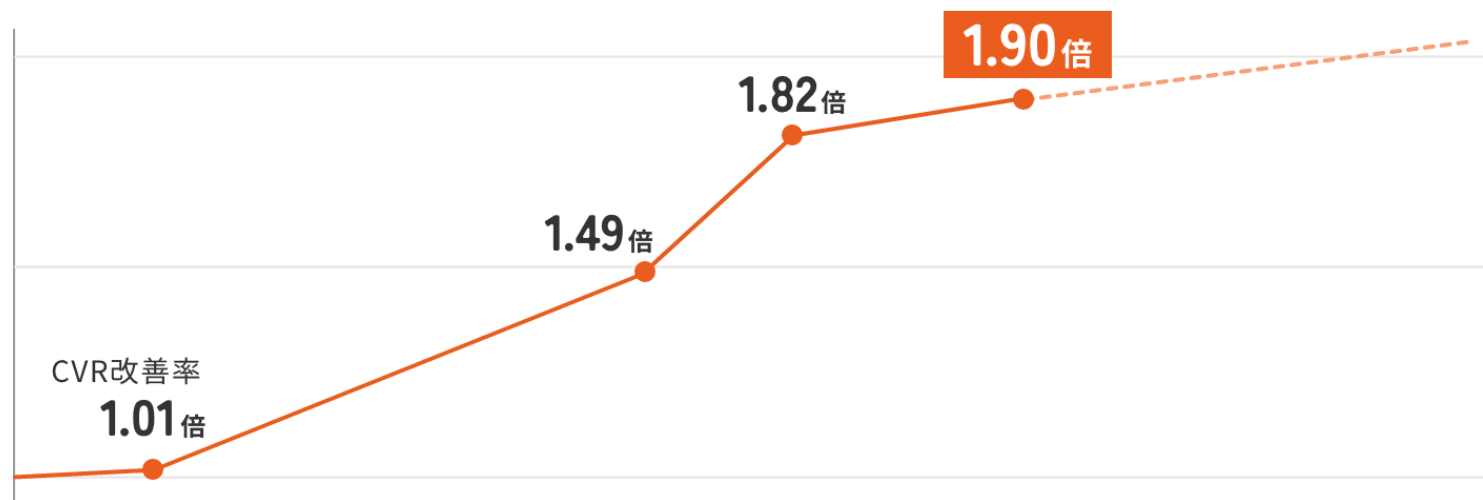
ヘッドコピー
検証

レビュー
導入

レビュー位置×
内容検証

勝ちUGCの
訴求深堀り検証

レビューエリア
追加検証



ZENB JAPAN
松永 友貴氏

UGCの内容は様々で、ユーザーの心理状態により何が刺さるか変わるため、そこを担当者と一緒に検証し最適化しています。このUGC運用で獲得効率が改善し、そこまで多くの広告投資をせずともCVを拡大できます。**“運用型UGC”への投資は、同じだけの広告費投資より何倍も成果に繋がると評価しています。**

小麦じゃない、お米でもない、
そう、「豆」です。



豆100%麺ゼンブヌードル
3冠獲得

Amazon
ランキング
No.1

FYITE
ダイエット&ヘルス大賞
2021
第1位

今まで食べた
納豆オフ類の中で
おいしい
No.1

※1 Amazon 4月の売れ筋ランキング 2022年4月6日～9月24日 ※2 低糖質・主食部門 使ったたい順1位での受賞 ※3 2022年5月自社調べ (ZENBヌードル定期購入者 n=1533)

みんなのZENBヌードルアレンジ

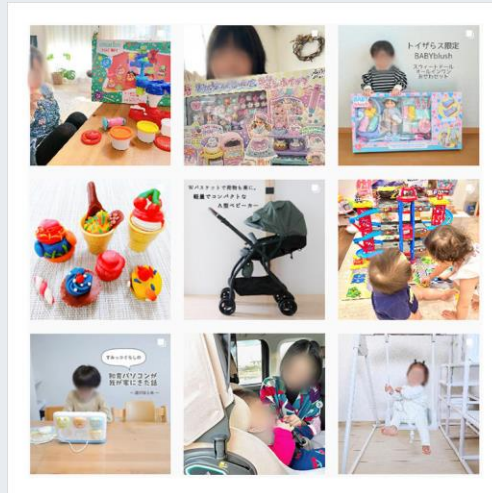
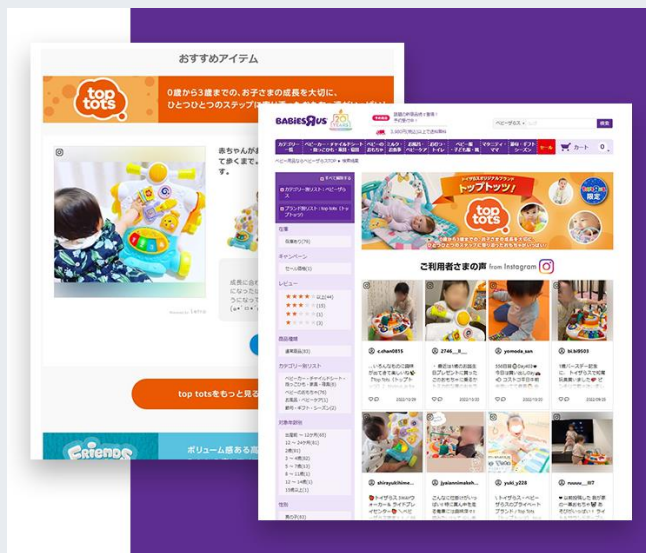


@ haebalagi35
いつもインスタで見る ZENB
B◎気になり過ぎて買って
みた。豆好きなので豆臭さ



@ mina_gon_
【魅惑の納豆バスタ♡】最近、納豆のアレンジレシピにハマっていて、しば漬け

「Letro」の活用により検討ユーザーへの訴求力が高いUGCを生成 ECサイト上のUGC表示を最適化し、ユーザー体験向上を支援



▲生成されたUGCの一例



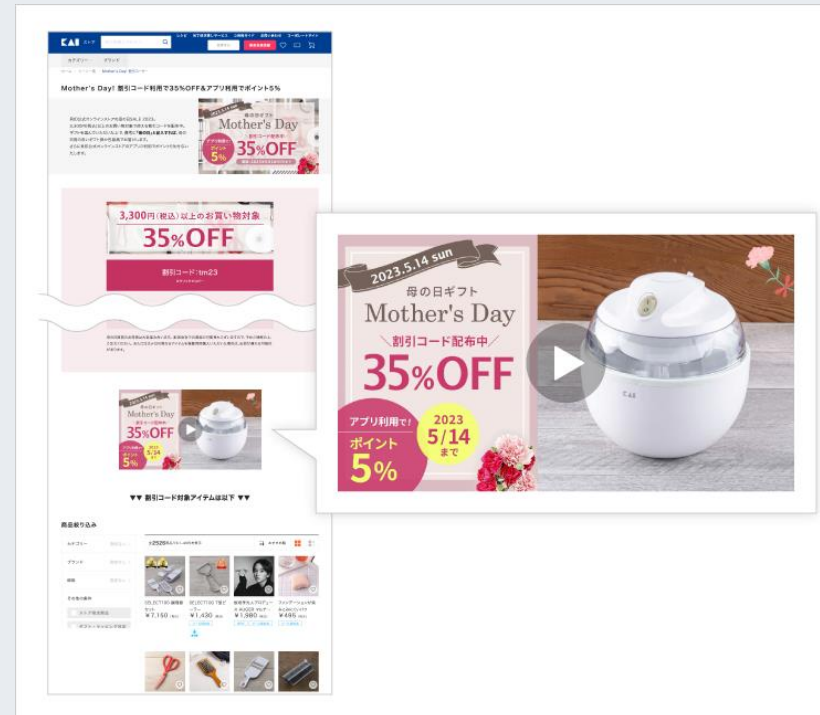
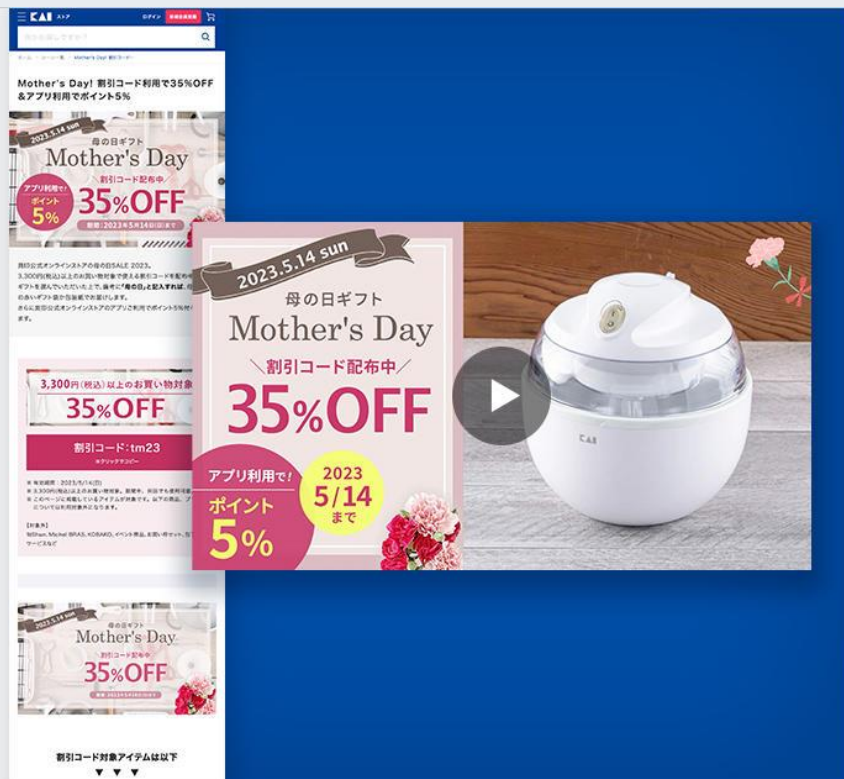
トイザラス・ベビーザラス オンラインストア 様

レトロが提供する「UGC生成パッケージ」を利用して、商品と親和性の高い一般生活者からUGCが生成される機会を設計。赤ちゃんや子どもが実際に商品を利用している様子がビジュアル的にわかるUGCをトップページから商品個別ページまで最適に表示することで、検討ユーザーのサイト体験向上を支援。

創業115年目の刃物メーカー貝印社が「LetroStudio」を活用 ECサイトの動画コンテンツ拡充で、ページ滞在時間が115%に向上



LetroStudio



▲サイト内掲載イメージ

「LetroStudio」を活用して、公式オンラインストアの「母の日SALE 2023」特設ページに掲載する動画コンテンツを制作。動画コンテンツには割引の訴求に加えて、セール対象商品をスライド形式で紹介することでユーザーの関心を引きつけることに成功。【静止画コンテンツ】と【「LetroStudio」で制作した動画コンテンツ】を比較するA/Bテストを実施したところ、【「LetroStudio」で制作した動画コンテンツ】の方がページ滞在時間が115%に向上。

ヤマザキビスケット社が「echoes」活用でX(旧Twitter)上のUGC生成・活用プロモーションを実施 TVCMとの相乗効果を創出、インプレッション数800万、レシピ投稿数4,000件超を達成



YBC ヤマザキビスケット × echoes

X(旧Twitter) × UGC活用 プロモーション戦略

インプレッション数 800万

レシピ投稿数 4000件超

クラッ活!

総リツイート数 **約22.3万** 総インプレッション数 **約800万** 引用ツイート数 **合計約4,000**

※キャンペーン投稿の合算

フォロー増加・商品の認知拡大 Wチャンスキャンペーンで良質なUGCを創出

アカウントをフォロー 対象の投稿をリツイート 指定ハッシュタグ+レシピ画像を付けて引用ツイート

キャンペーン投稿 ユーザーが引用ツイートでレシピ投稿 さらに企業が引用ツイートで対話

フォロー数300未満のユーザー投稿が9.1万インプレッション

ルヴァンシリーズ「クラッ活」の新CM第2弾放映開始後に、公式X(旧Twitter)アカウントを活用したフォロー&RTインスタントウィンキャンペーンによる情報拡散に加えて、おすすめの食べ方を添えた引用ツイートをWチャンス条件としたX(旧Twitter)キャンペーンを実施。インスタントウィンによるリーチ拡大だけでなく、「クラッ活」の実践を促す引用ツイート(UGC)投稿で、UGCを閲覧したユーザーの購買意欲向上と話題の持続に成功。

子会社NBCによるSaaSツールの提供

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

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】



月額利用料：5万円～

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

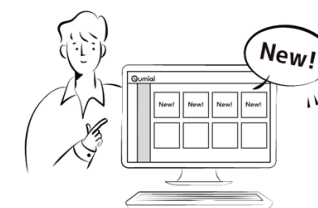


*画面はイメージです。

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



2022年8月1日、地方中堅～中小企業向けに運用型広告支援を行う
デジタルチェンジ社（以下、DC社）をM&Aにより子会社化

取得日：2022年8月1日

株式取得割合：51%

DIGITAL CHANGE

会社名： 株式会社デジタルチェンジ
DIGITAL CHANGE.Inc

所在地： 〒153-0051
東京都目黒区上目黒3-6-16 MTビル

設立： 2015年4月10日

資本金： 10百万円

経営陣： 代表取締役 朝倉 啓友
取締役 島 舟作

事業内容： 運用型広告支援
(リスティング、ディスプレイ)

売上高： 451百万円※ (2022年8月期)

DC社M&Aの主な目的

顧客基盤の拡充

地方を含めた
中小～中堅企業、
自治体との取引拡大

機能の拡張

検索エンジン
広告運用スキル
の追加

人材の拡充

高騰している
運用型広告人材
の確保

※ 旧収益認識基準での金額

双方の強みを活かして

成長余地の大きい『地方中小企業のマーケティングDX』を支援



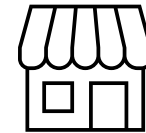
DIGITAL CHANGE



都市圏の大手企業中心の
販売促進支援



SNS特化の
コンサル&クリエイティブ



地方の中堅～中小企業の
集客・販促支援



リスティング広告の運用力と
新規顧客獲得力



日本盛のRED（小紅書）公式アカウントを開設から運用まで総合的に支援
日系酒造メーカーのRED公式企業アカウント中フォロワー数第2位を実現

日本盛

RED(小紅書)公式アカウント

フォロワー
5,000人を突破!

— 日本酒造メーカー第2位 —



中国人ユーザー視点で投稿した実用性の高いテーマが高反響を得た



中国版Instagramと言われ中国での購買影響力が高いSNSと言われるRED（小紅書、以下RED）において、公式アカウントの開設から投稿内容の企画、制作、投稿作業、定期的なレポート報告までを含む運営を支援。中国人の興味関心やトレンドといった観点から、RED公式アカウントの投稿テーマを選定し話題化。短期間でフォロワー数5,000人を獲得し、日本の酒造メーカーのフォロワー数ランキング第2位を獲得。

海外事業における拠点・スタッフ数

1Qではパフォーマンスの良い内部クリエイターを厳選
2QではCSMの人数を減少

拠点

2022年にマレーシア1拠点を追加し
全5拠点体制に

2019年9月設立の
拠点

UK (London)

2014年3月設立の
海外法人 (メイン拠点)

Singapore

Malaysia

マレーシアの制作チームを吸収し、
2022年5月に新たな拠点を増設

US
(New York/Austin)

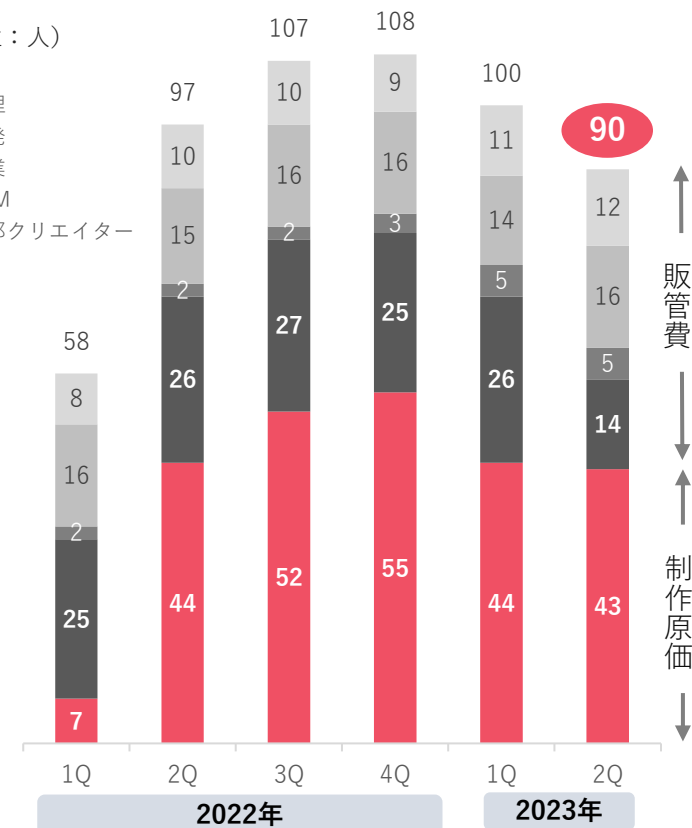
2015年8月設立の
拠点

スタッフ数※

業績状況に合わせて
人数を変動

(単位：人)

- 管理
- 開発
- 営業
- CSM
- 内部クリエイター

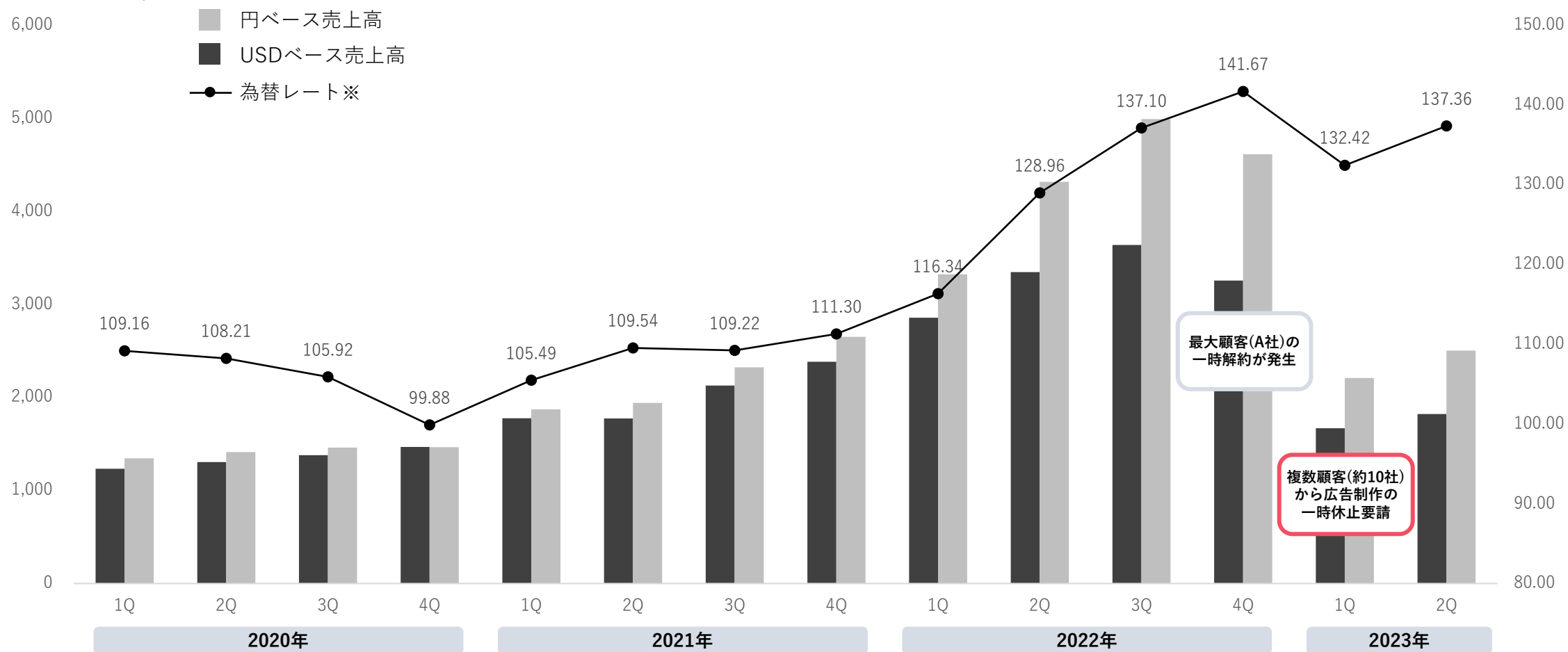


※スタッフ数：正社員+業務委託・非正規雇用者を含めた人数

2022年は急速な円安が進行 2023年は上期苦戦も下期に巻き返しを狙う

(単位：千USD、十万円)

(単位：円/1USD)



※為替レートの算定方法：各四半期の円建て累計売上高の差額である円建ての四半期（3カ月）売上高を、外貨の四半期（3カ月）売上高で除したものの

プレスリリース一覧（2023年8月14日現在）

2023年【1Q】

1月	中国進出支援	オセロ支援中の「あさぎーによ」が「WEIBO Account Festival 2022」優秀ファッションライフブロガー賞を受賞
1月	中国進出支援	オセロが中国SNS総フォロワー数100万人超え日本人動画クリエイター「Ayumi Hills」の中国進出支援を開始
1月	国内SaaS	Letro、サムライパートナーズと提携しクリエイタープロモーション事業を強化 トップクリエイターを起用したプロモーションプラン「クリエイタープロモーションパッケージ」を提供開始
1月	中国進出支援	キングジム、日中KOCのRED（小紅書）投稿により、キングジム天猫旗艦店で通常在庫数の4.5倍の販売を実現
1月	中国進出支援	日本最大級のファッションイベント「KANSAI COLLECTION」と中国向けビジネス総合支援パートナー契約を締結
2月	国内SaaS	運用型UGCソリューション「Letro」、トイザラス・ベビーザラス オンラインストアで活用
2月	中国進出支援	アライドアーキテクツが台湾・香港での日本人KOL広告プロモーションメニューを提供開始
2月	ソリューション	デジタルマーケティング業界で渴望されるSNS人材の育成事業が本格始動
2月	国内SaaS	Letro、REGAL COREと提携し「UGC薬機法チェック機能」提供開始
2月	中国進出支援	アライドアーキテクツがカメラのキタムラRED（小紅書）公式アカウントの中国における認知向上とインバウンド観光客の誘致を支援
3月	国内SaaS	不動産・住宅情報サービス「LIFULL HOME'S」がLetro導入開始
3月	国内SaaS	LetroStudioが動画広告のクリエイティブ・運用ポイントを集成した広告運用担当者向けeBOOKを公開
3月	国内SaaS	LetroStudio、LINE広告の推奨入稿形式「APNG」が制作できる新機能の提供を開始
3月	国内SaaS	ミツカングループ「ZENB JAPAN」がLetro活用、レビュー運用でCVR1.32倍を実現

2023年【2Q】

4月	中国進出支援	日本最大級の在日中国人コミュニティ「BoJapan」メンバーが中国SNSに投稿したUGC数4万件を突破！
4月	国内SaaS	LetroStudio、新機能「AI音声機能」を提供開始
4月	ソリューション	アライドアーキテクツとファンベースカンパニーが共同開発したファンの声を傾聴できるWEBサービス「FanPos（ファンポス）」が、ファンの声をマーケティングや社内施策などに活用しやすくする4つの新機能を追加
5月	国内SaaS	「ヤマザキビスケット」echoesを活用しTwitter上のUGC生成・活用プロモーションを実施

プレスリリース一覧（2023年8月14日現在）

2023年【2Q】

5月	中国進出支援	WeChatの投稿ノウハウからプロモーション例までまとめた「WeChat企業公式アカウント運用の教科書」を公開
5月	国内SaaS	echoes、Twitterでの商品認知から店頭購買につなげる新サービス「echoes Mustbuy」を提供開始
5月	国内SaaS	LetroStudio、「PSD」を直接取り込める新機能提供開始
5月	中国進出支援	日本盛のRED（小紅書）公式アカウントがアライドアーキテクト支援のもと、フォロワー5,000人を突破 日本の酒造メーカーとしてRED企業公式アカウントフォロワー数が第二位に
6月	中国進出支援	小顔職人として大人気の「角森院長」のRED公式アカウントをオセロが支援、わずか3ヶ月でフォロワー4.6万人突破！
6月	国内SaaS	LetroStudio、LP（ランディングページ）で成果につながったコンテンツをテンプレート化して提供開始

2023年【3Q】

7月	国内SaaS	ステマ規制にも対応！ Letro、REGAL COREと提携し「UGC景表法チェック機能」を提供開始
7月	国内SaaS	健康食品通販「DMJえがお生活」がLetroStudio活用
7月	国内SaaS	運用型UGCソリューション「Letro」、国内のキッザニアで活用
7月	国内SaaS	LetroStudio、「PSDファイル」のレイヤー情報を保持したまま編集可能にする新機能を提供開始
7月	国内SaaS	創業115年目の刃物メーカー「貝印」がLetroStudioを活用
7月	国内SaaS	Letro、オフラインの顧客データを収集し、デジタル上でレビュー化する「顧客データインポート機能」提供開始
7月	中国進出支援	企業のRED（小紅書）活用が拡大！中国マーケティングラボ（CNMLab）が全7部門のREDアカウントフォロワー数ランキングTOP10を発表
8月	中国進出支援	オセロが中国進出支援を手掛けるインスタグラマー「大口智恵美」が在日KOLとコラボした自身初のRED（小紅書）ライブコマースで300万円の売上を記録！

FAQ(よくいただくご質問)

Q：配当など株主還元策に対する方針を教えてください。

A：現在は成長フェーズのため、人材拡充を中心とした継続投資を積極的に実施しております。配当などの株主還元策の開始につきましては、将来的には実施したいと考えておりますので、適切なタイミングを検討してまいります。

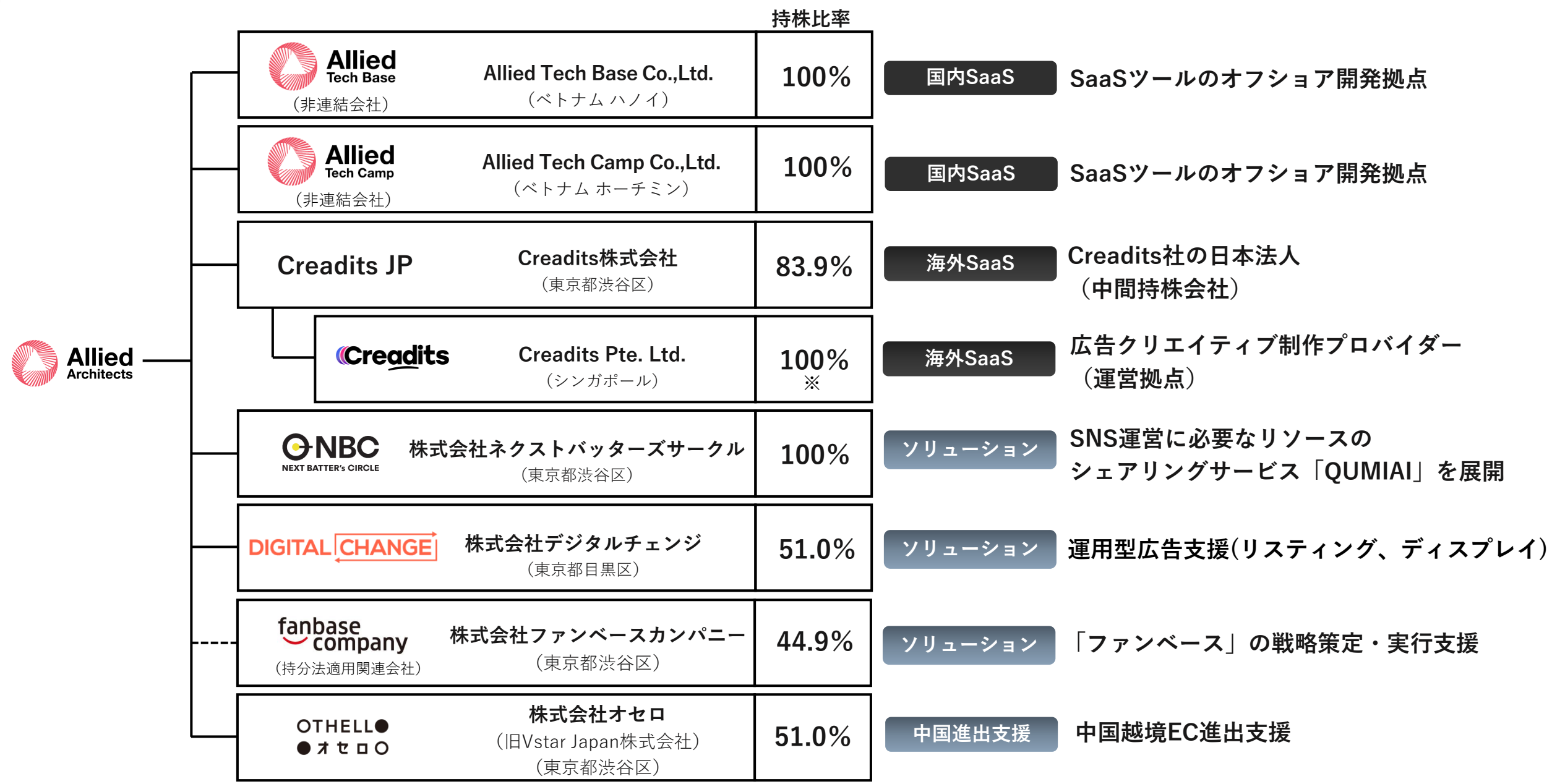
Q：プライム市場への変更は意識されていますか？

A：プライム市場等への変更も中長期的な目標の1つと考えております。将来的な実現を目指し、引き続き事業成長・業績拡大に取り組んでまいります。

Q：M&Aの方針(実施ペースなど)を教えてください。

A：P.28の通り、M&Aを検討する対象企業としては、①既存事業とシナジーの高い企業、②新領域の事業性質を持つ企業のいずれかとなります。
①の主な目的としては、事業シナジーの高い商品やサービスの獲得、スキルの高い即戦力人材の獲得、顧客基盤の拡充などであり、2022年8月に実施したデジタルチェンジ社のM&Aの目的につきましてはP.74、P.75をご参照ください。
実施ペースにつきましては明確な回答は難しいのですが、今後も価格面含めて適正な判断のうえ、随時検討していきたいと考えております。
なお、2023年業績予想は、新たなM&Aの可能性として見込んでいる売上金額などは含めておりません。

グループ会社一覧 (2023年8月14日現在)



※Creadits JP社の持株比率

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



Allied Architects

【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。