

# 2023年12月期 通期 決算説明資料

～「事業計画及び成長可能性に関する事項」を含む～

アライドアーキテツ株式会社

2024年2月14日



**Allied Architects**



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

国内事業は好調に推移も、海外SaaS事業が苦戦  
8月修正業績予想を再度下方修正での着地に

通期  
連結売上高

41.4億円  
(前期比△8.9%)

国内3事業

過去  
最高

3事業ともに増収を達成

31.6億円  
(前期比+12.0%)

海外事業

9.7億円  
(前期比△43.3%)

通期  
連結営業利益

2.5億円  
(前期比△74.5%)

国内3事業

6.8億円※  
(前期比+8.7%)

海外事業

△4.2億円  
(前期は3.8億円の黒字)

# KPIの一部取り下げ・中期目標の取り下げ

海外事業の業績悪化に伴い、当資料から下記の通り変更させていただきます



4Qにおいて多くの解約が発生いたしました。  
(P.53参照)

ストック性の高いビジネス性質とは言うことができない状況となったため、ストック売上・ストック売上比率・ARR※1の開示を当資料より取りやめとし、解約率・顧客企業数・顧客業種比率・顧客エリア比率・平均単価等についても非開示とさせていただきます



2024年は  
ガバナンス強化、  
構造改革・体制強化を実施し、  
持続的かつ安定的な成長を  
目指せる事業基盤を  
再構築する年にいたします

当面は売上高・営業利益のみの開示とさせていただき、今後の再成長への道すじが整った段階で、それに沿った新たなKPIを開示させていただく予定でございます

国内SaaSのARR+海外SaaSのARRの合計であるSaaS ARRについても、その概念を当資料より廃止。  
また、全社KPIとしていたストック売上比率※2についても同様とさせていただきます

『2025年までに連結売上高100億円の突破を目指す』としておりました中期目標は達成困難となったため取り下げとし、次回の本決算発表時期(2025年2月)を目途に「事業計画及び成長可能性に関する事項」の全面的なアップデートをする際に、中期目標を設定し直したうえで開示させていただく方針でございます

※1 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

※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.62参照。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

K  
P  
I

海外  
SaaS  
事業

全社

グループ  
中期目標

# Agenda

- 1** 事業概要 P.05
  - 2** 連結業績 P.08
  - 3** グループ方針・2024年業績予想 P.16
  - 4** 国内市場 P.24
  - 5** 海外市場 P.46
- Appendix P.55

# 事業概要



## 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  
したインバウンド支援・中国向け越境EC支援

ボージャパン  
Bo Japan

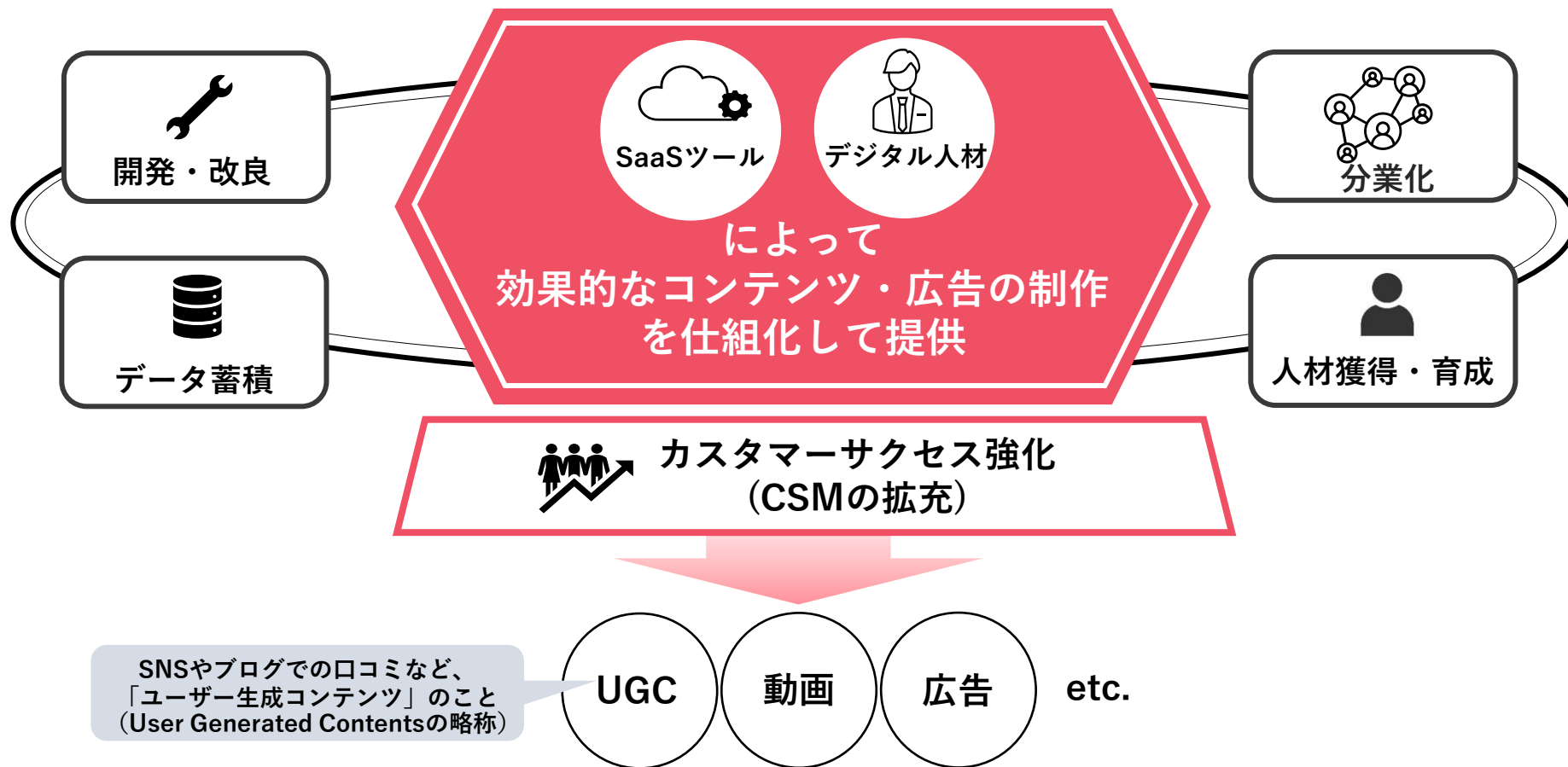
ウェイキュー

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

**連結業績**





# 2023年12月期通期業績

国内SaaSを中心に国内事業が好調も、海外SaaSが苦戦の1年となり  
1月に再度下方修正を公表での減収・大幅減益で着地

	2022年12月期 実績(A)	2023年12月期予想 2023年8月修正値 想定為替レート：1ドル=125円	2023年12月期予想 2024年1月修正値 想定為替レート：1ドル=140円	2023年12月期 実績(B) 為替レート：1ドル=140.67円	前期比 (B/A)
(単位：百万円)					
売上高	4,551	4,686	4,100	4,144	△8.9%
営業利益	* 1,017	643	200	258	△74.5%
営業利益率	22.3%			6.2%	△16.1pt
経常利益※1	* 1,080※2	643	260	314※3	△70.9%
税金等調整前 当期純利益	1093			103※4	△90.6%
親会社株主に帰属する 当期純損益	* 807	256	△195	△146	—

※1 当社単体で約6百万ドル（23年末）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ヘッジ有）、為替相場の変動により為替差損益が発生  
 ※2 為替差益として106百万円、持分法による投資損失46百万円を計上  
 ※3 為替差益として98百万円、持分法による投資損失32百万円を計上  
 ※4 投資有価証券評価損47百万円、投資有価証券売却損72百万円、貸倒引当金繰入額92百万円(海外SaaS事業を展開する連結子会社Creaditsにおいて、2022年12月期に発生した特定顧客に対する売掛債権について数ヶ月間協議していましたが支払い合意に至らず、売掛債権の回収見通しが立たないため)を特別損失として計上

\* 2022年8月1日付株式会社デジタルチェンジとの企業結合について、前連結会計年度に暫定的に行っていた会計処理を3Qにおいて確定。のれん及び顧客関連資産の金額が変更となり、合わせて前3Q以降ののれんの償却額及び顧客関連資産の償却額を遡及修正。（前連結会計年度の営業利益・経常利益・税金等調整前四半期純利益がそれぞれ732千円、親会社株主に帰属する四半期純利益が1,302千円増加）それに伴い、百万円以上の修正が発生した数値のみに\*を添付し、営業利益率は小数点第1位に変更があった場合のみに付けております。  
 (以降、本資料において、\* 記載の数字はすべて同様の金額修正)

# 2023年12月期4Q（10-12月）業績

国内好調も海外失速により、4Q偏重の計画が崩れ  
連結業績は特に利益面で苦しい結果に

(単位：百万円)	2022年12月期 4Q実績	2023年12月期 4Q実績 <small>為替レート：1ドル=147.86円</small>	前年同期比
	売上高	1,201	1,064
営業利益	266	61	△77.0%
営業利益率	*22.2%	5.8%	△16.4pt
経常損益 <sup>※1</sup>	*110 <sup>※2</sup>	△36 <sup>※3</sup>	—
税金等調整前 四半期純損益	111	△175 <sup>※4</sup>	—
親会社株主に帰属する 四半期純損益	*111	△238	—

※1 当社単体で約6百万ドル（23年末）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

※2 為替差益として137百万円、持分法による投資損失18百万円を計上

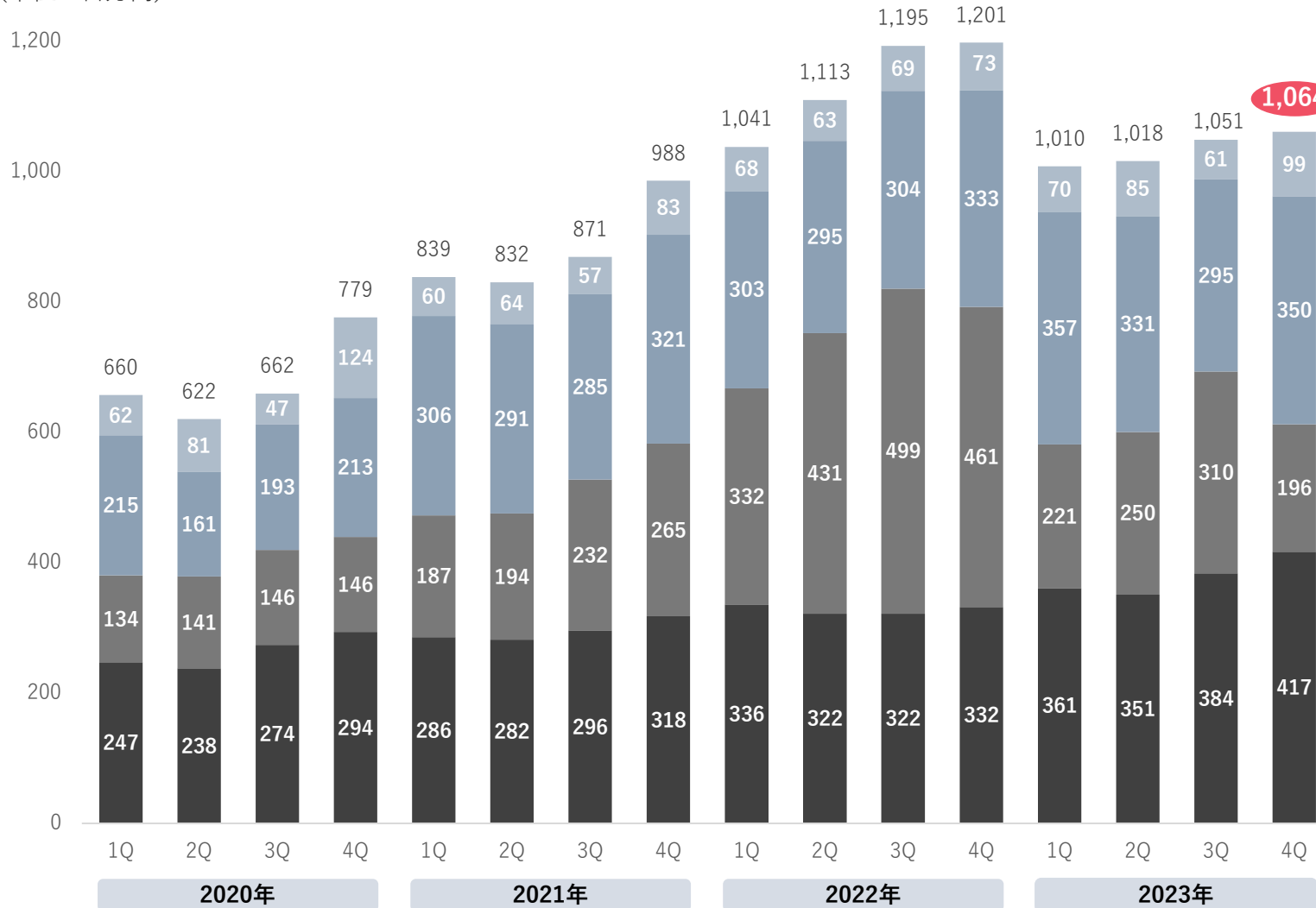
※3 為替差損として83百万円、持分法による投資損失7百万円を計上

※4 投資有価証券評価損47百万円、貸倒引当金繰入額92百万円(海外SaaS事業を展開する連結子会社Creaditsにおいて、2022年12月期に発生した特定顧客に対する売掛債権について数ヶ月間協議していましたが支払い合意に至らず、売掛債権の回収見通しが立たないため)を特別損失として計上

# 事業別四半期売上高の推移

海外SaaS事業の4Qでの失速を国内事業がカバー  
国内SaaS事業が好調をキープしており四半期過去最高売上を更新

(単位：百万円)



## 中国進出支援事業

越境ECが4Q苦戦継続も、インバウンド支援の需要が大きく拡大し、4Q売上は3Q比で大幅増

## ソリューション事業

4Qでアカウント大幅増を実現し、四半期過去最高売上の1Qに迫る伸びに

## 海外SaaS事業

多くの解約が発生し失速した4Q売上は3Q比で大幅減、2024年は立て直しの1年に

## 国内SaaS事業

主力「Letro」を中心にストック売上が右肩上がりに推移、4Qで四半期過去最高売上を更新

# 売上高、営業利益・営業利益率

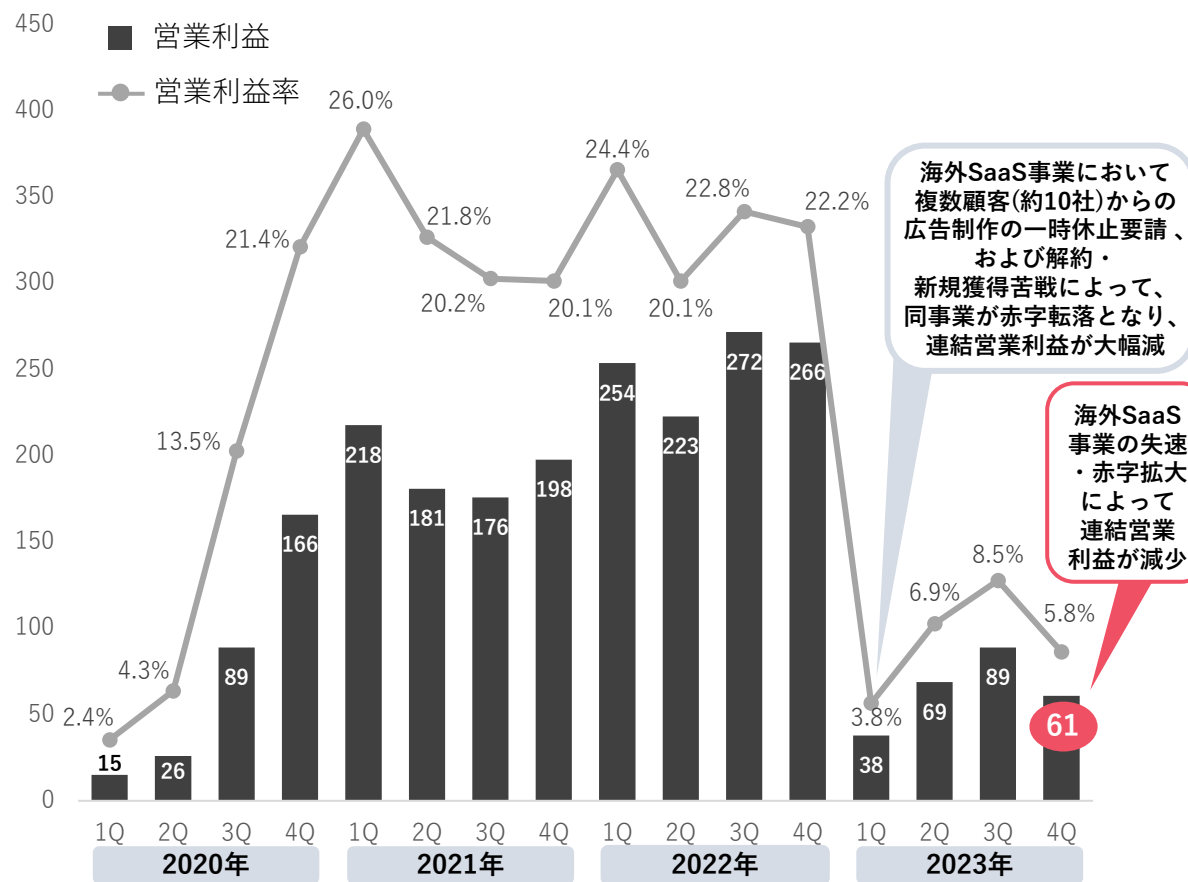
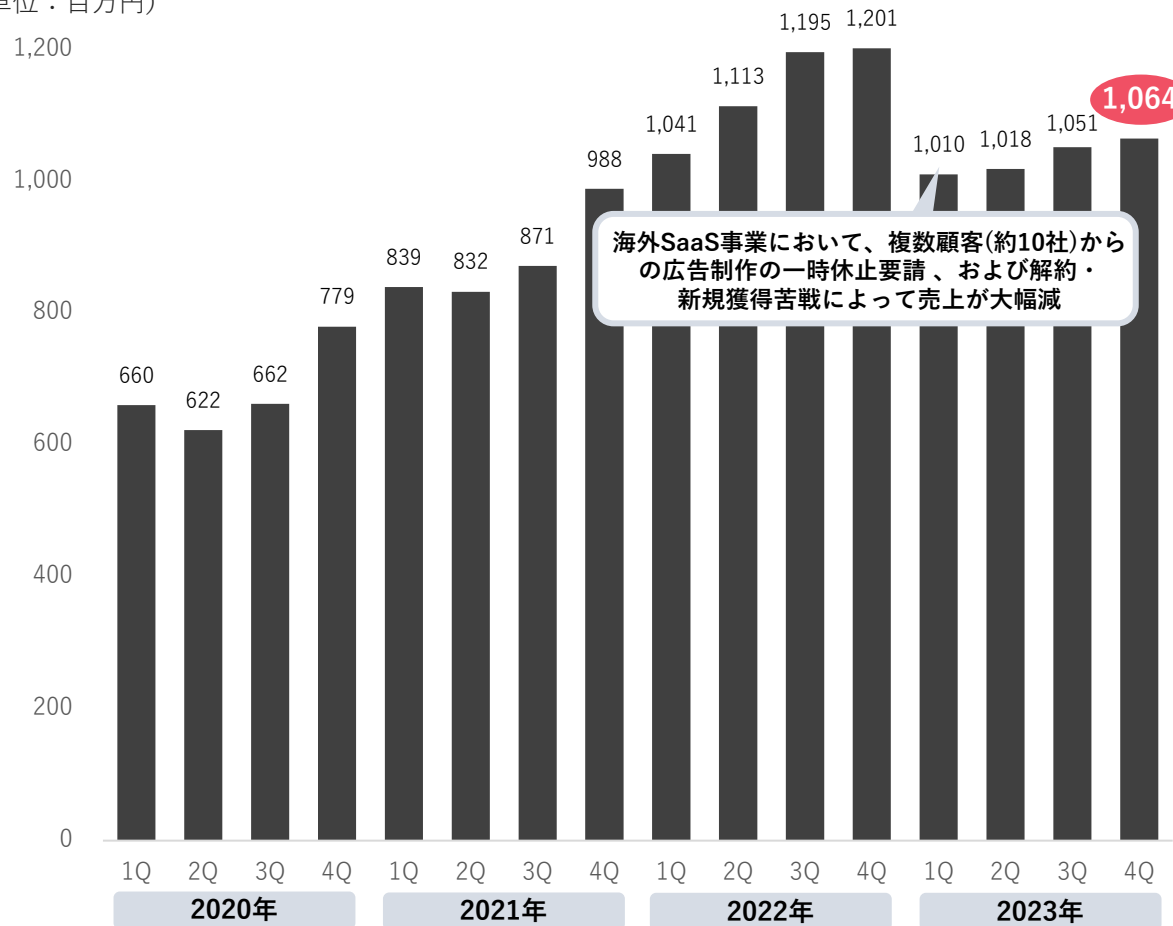
4Q売上は2023年における四半期最高で着地したものの  
同営業利益については海外SaaS事業の赤字拡大によって減少

## 売上高

## 営業利益・営業利益率

(単位：百万円)

(単位：百万円)



※P.3に記載の通り、海外SaaS事業においてストック売上・ストック売上比率の開示を取り止めたことに伴い、全社KPIとして開示しておりましたストック売上比率および当スライドの売上高グラフにおけるストック売上・非ストック売上の内訳についても開示を取り止めといたしました

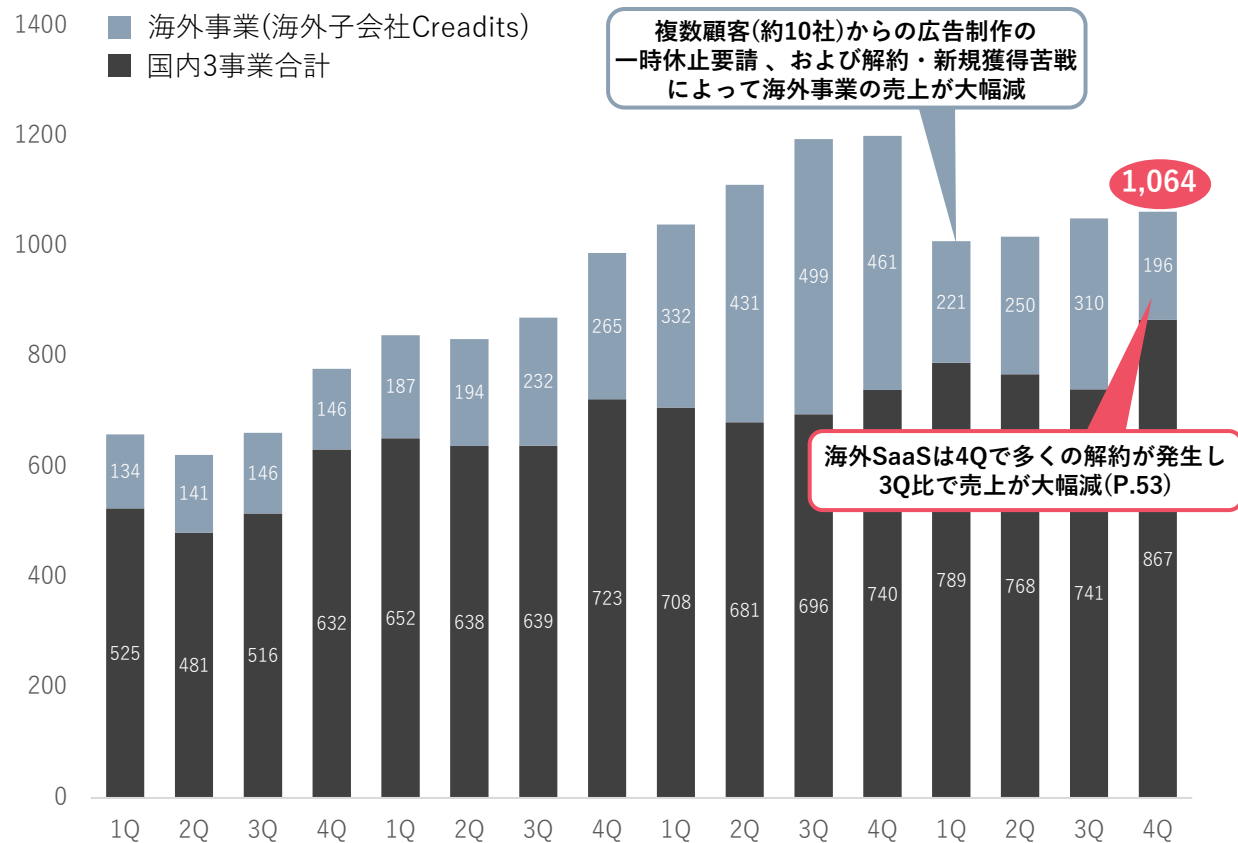
# 国内事業・海外事業の売上高と営業利益の比較

国内3事業合計は4Qで四半期過去最高の売上高・営業利益を達成

一方、海外SaaS事業は多くの解約が発生した4Qで赤字幅が拡大し、連結営業利益を大きく圧迫

(単位：百万円)

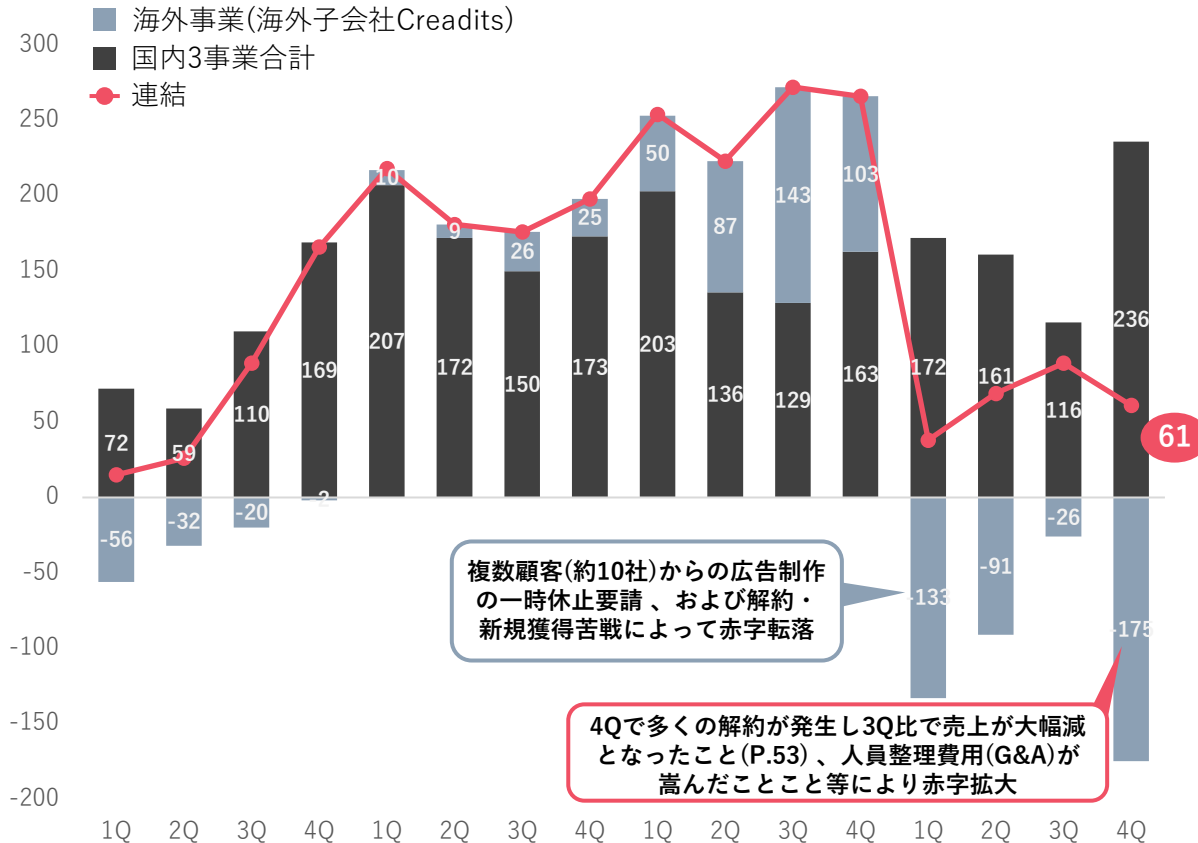
国内事業・海外事業の売上高



	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
海外	134	141	146	146	187	194	232	265	332	431	499	461	221	250	310	196
国内	525	481	516	632	652	638	639	723	708	681	696	740	789	768	741	867
連結	660	622	662	779	839	832	871	988	1,041	1,113	1,195	1,201	1,010	1,018	1,051	1,064

(単位：百万円)

国内事業・海外事業の営業利益

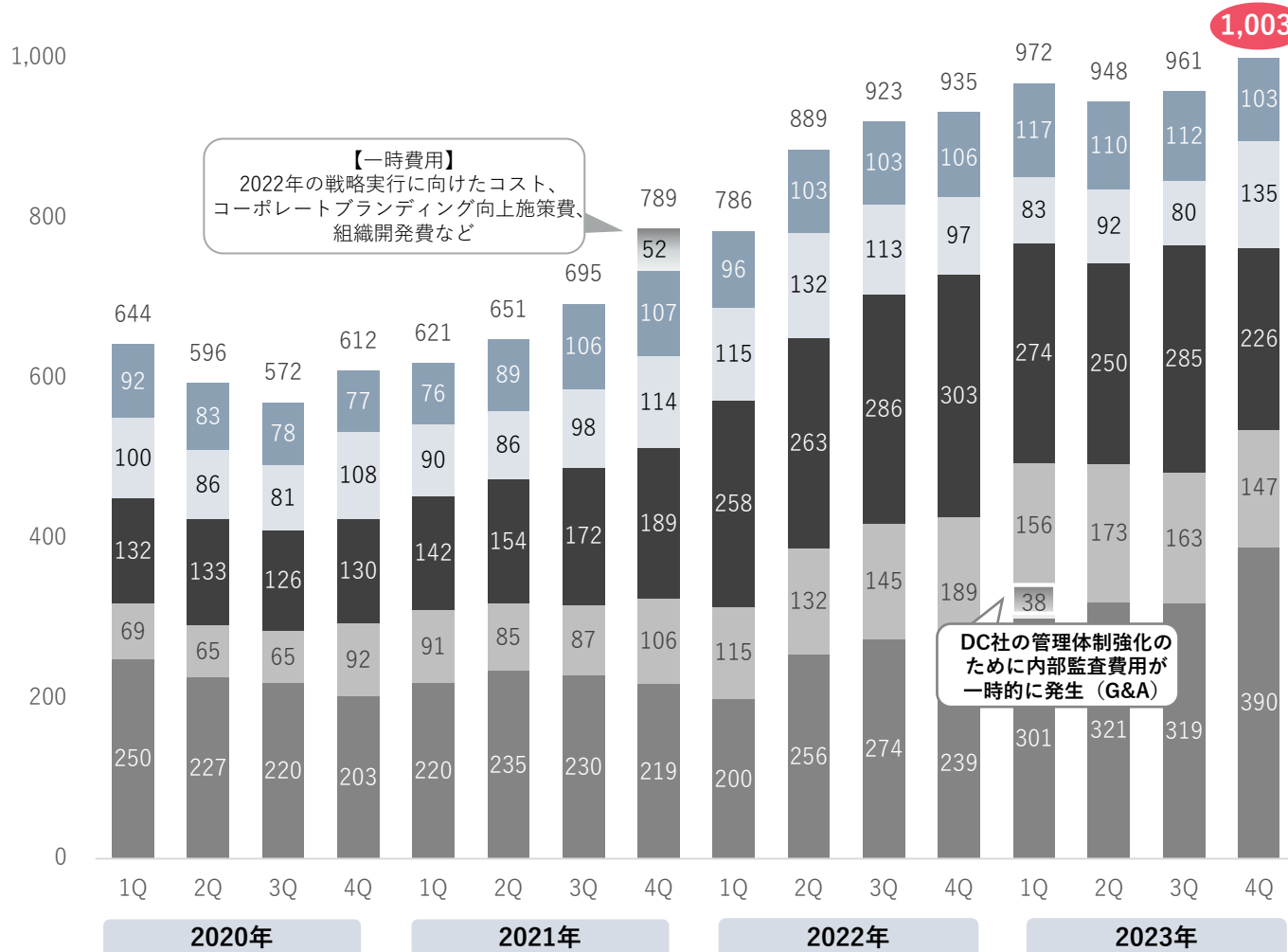


	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
海外	-56	-32	-20	-2	10	9	26	25	50	87	143	103	-133	-91	-26	-175
国内	72	59	110	169	207	172	150	173	203	136	128	162	171	160	116	236
連結	15	26	89	166	218	181	176	198	254	223	272	266	38	69	89	61

# コストの推移

## 4Qは業績悪化の海外SaaSにおけるCSMコストが大幅減も 人員整理費用等が嵩みG&Aコストが大幅増に

(単位：百万円)



### S&Mコスト 販管費

主に国内SaaSの営業コスト。  
事業別の強弱あるものの連結では2023年の四半期変動は軽微

### 原価 制作コスト

主に海外SaaSの制作コスト(内部クリエイターを含む)。  
4Qでは海外SaaS、ソリューション、国内SaaSが増加

### CSMコスト 販管費

ソリューション、国内SaaS、海外SaaSが多く占める。  
4Qでは海外SaaSが業績悪化に伴い大幅に減少

### 原価 R&Dコスト

主に国内SaaSの製品開発コスト。  
4Qは海外SaaSでの開発費が減少

### G&Aコスト 販管費

4Qは海外SaaSでの人員整理費用等が嵩み大幅増。  
2024年は業績回復に向けて体制強化等への投資を実施予定

- ・ 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

## 第2四半期に投資有価証券売却によりBSをスリム化

下期において借入金返済や中間納付により現預金は減少も、自己資本比率は期末比で向上

(単位：百万円)	2022年4Q末	2023年4Q末	増減
<b>流動資産</b>	3,526	<b>3,349</b>	<b>△177</b>
<b>内、現預金</b>	2,115	<b>1,844</b>	<b>△270</b>
<b>固定資産</b>	*1,057	<b>760</b>	<b>△295</b>
<b>資産合計</b>	*4,583	<b>4,109</b>	<b>△473</b>
<b>負債合計</b>	*1,363	<b>1,013</b>	<b>△350</b>
<b>内、借入金</b>	485	<b>268</b>	<b>△216</b>
<b>純資産合計</b>	*3,219	<b>3,096</b>	<b>△123</b>
<b>自己資本比率</b>	*68.8%	<b>73.1%</b>	<b>+ 4.2pt</b>

\* 2022年8月1日付株式会社デジタルチェンジとの企業結合について、前連結会計年度に暫定的に行っていた会計処理を3Qにおいて確定。

のれん及び顧客関連資産の金額が変更となり、合わせて前3Q以降ののれんの償却額及び顧客関連資産の償却額を遡及修正。

それに伴い、3Q決算資料より【前年末の数値】を固定資産：1,042→1,057、資産合計：4,569→4,583、負債合計：1,350→1,363、純資産合計：3,218→3,219、自己資本比率：69.0%→68.8%にそれぞれ修正しております。

# グループ方針・ 2024年業績予想



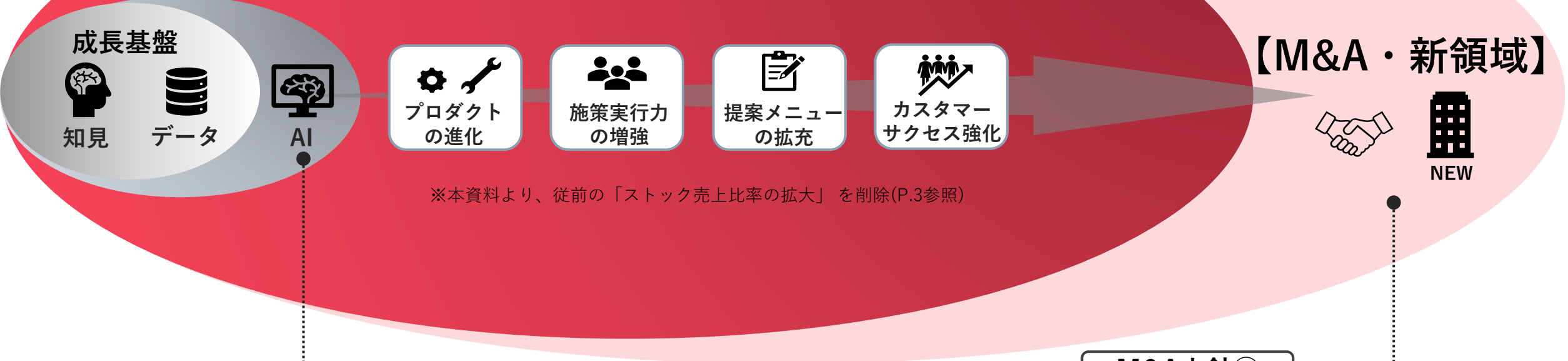
3



# グループ中長期戦略

マーケティングDX支援事業のオーガニック成長に加え、  
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

## 【オーガニック成長】



※本資料より、従前の「ストック売上比率の拡大」を削除(P.3参照)

AI導入によるプロダクト進化  
・業務効率化を2023年に推進。  
今後も着実に実施していく

M&A方針①

既存事業とシナジーの高い企業の獲得を検討

M&A方針②

新領域の事業性質を持つ企業の獲得を検討

2024年方針

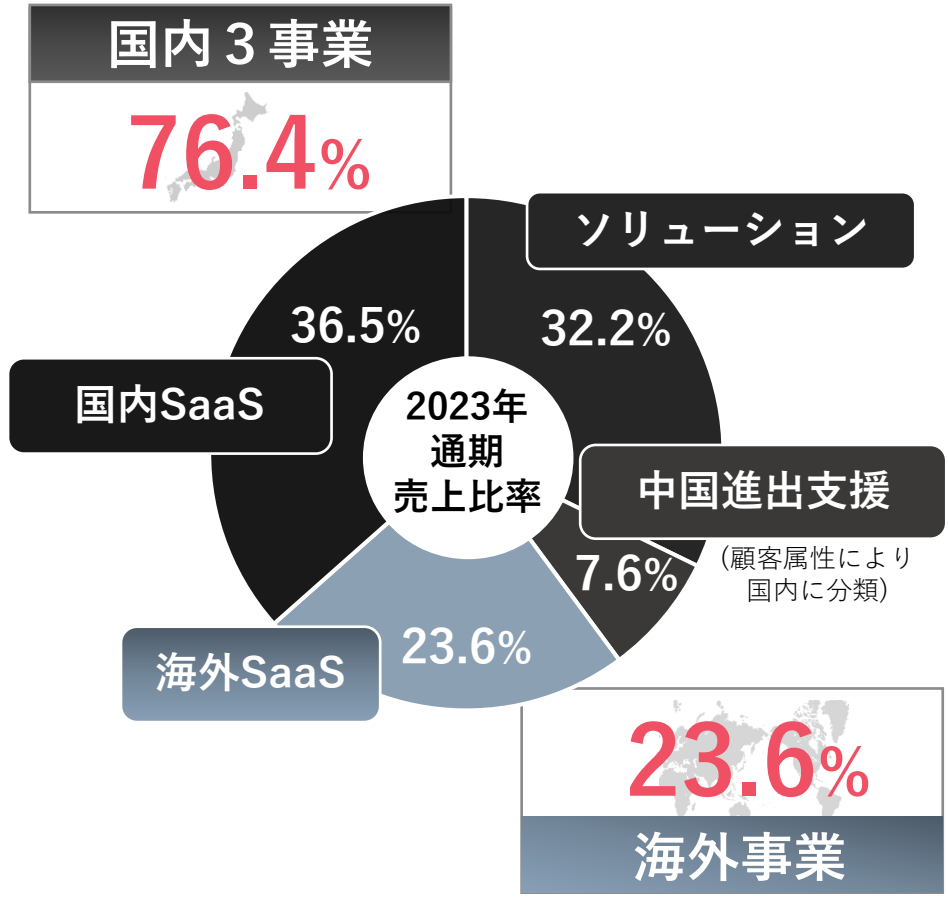
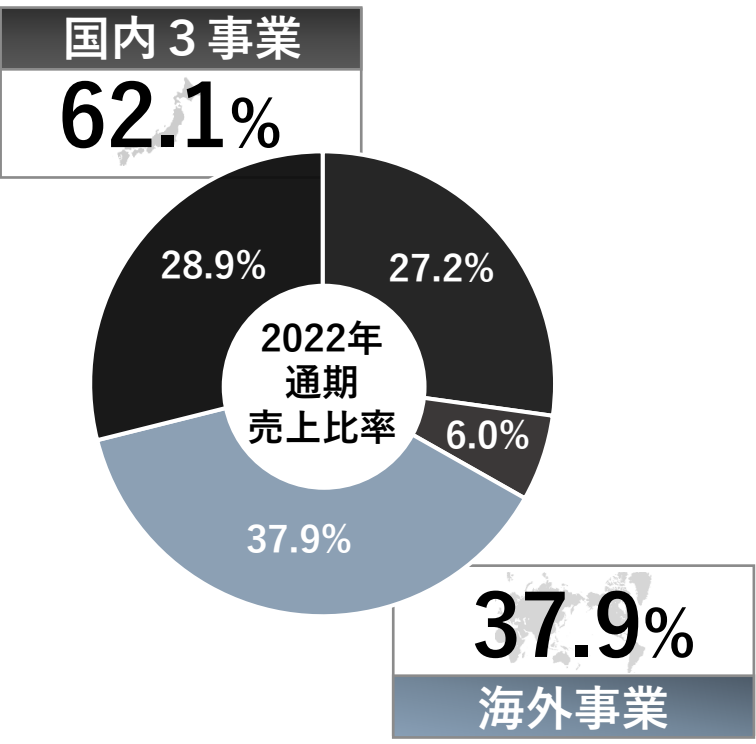
国内3事業の加速と  
海外事業の再構築

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

# 売上構成比の変化（国内・海外）

2022年に40%近くまで拡大した海外事業の売上比率は、2023年の失速により25%以下に低下  
2024年は好調な国内事業を加速させ、海外事業は再構築へ



2024年は好調な国内事業を加速させ、海外事業は再構築へ

# 2024年：事業名称の変更

ビジネスモデル・戦略変更に伴い、2024年12月期1Qよりセグメント内におけるSaaS・デジタル人材のビジネス区分を撤廃し、下記の通り3事業の名称を変更予定

## セグメント：マーケティングDX支援事業

変更前

NEW

2024年1Q～(予定)

2024年見通し

ビジネス区分

事業名称

事業名称

SaaS  
ビジネス

国内SaaS事業

名称変更

プロダクト事業

海外SaaS事業

ソリューション事業

ソリューション事業

デジタル  
人材  
ビジネス

中国進出支援事業

名称変更

クロスバウンド事業

名称変更

海外事業




Creadits

国内3事業合計  
の売上高は  
過去最高を連続更新  
する見込み

海外事業は  
2025年以降の再成長  
に向けた構造改革・  
体制強化を実施

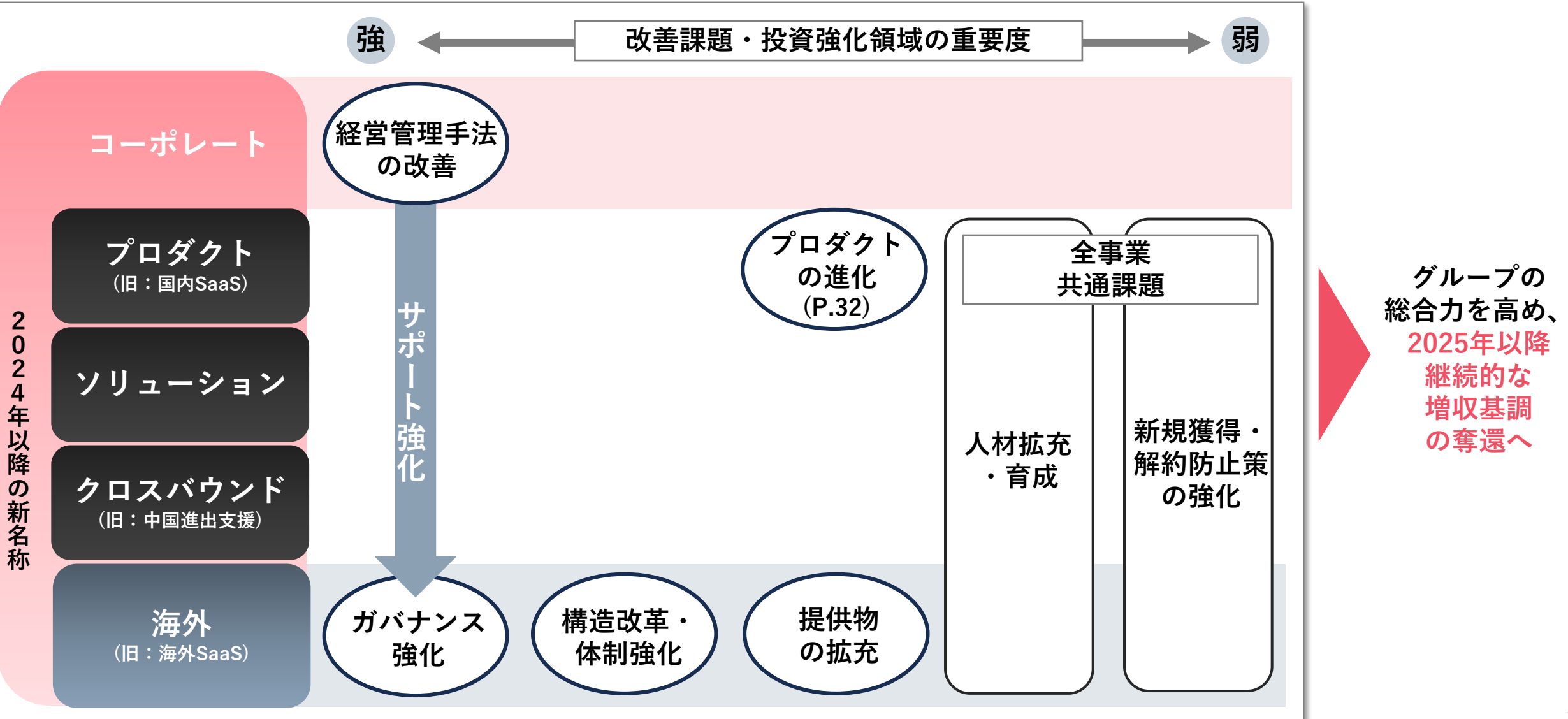
# 2024年：事業別見通し

国内は売上比率の大きいプロダクト事業を軸に2024年も堅調な推移を見込む  
海外は2025年以降の成長路線回帰のために事業の立て直しを行う

マーケット影響 (基本性質)	2024年事業環境 (2023年からの変化)	2024年戦略・業績見通し	2024年1Q以降の 新名称	中期的に目指す方向性
弱	 引き続き良好	主力「Letro」が 積み上げ式の事業性質のため、 引き続き安定的な売上成長 を続ける見込み	プロダクト (国内SaaS)	販促+制作における デジタルマーケティングにおいて、 マルチプロダクト戦略により 競争優位性を強化し、 更なる成長加速へ
弱	 やや向かい風	持続的な成長のために、 導入しやすいサービスを拡充し 低単価×アカウント数UPの戦略	ソリューション	高単価中心⇒低額×アカウント数UP に戦略変更することで、四半期ごと の売上変動を少なくしていき、 右肩上がりの業績推移を目指す
強	 23年下期よりも改善	需要が旺盛なインバウンド支援 を中心に伸ばす +新規事業による売上増を見込む	クロス バウンド (中国進出支援)	マーケット影響を受けやすい 事業性質であるため、 ストック売上比率を増加させる ことで業績のブレを少なくする
強	 厳しい環境が続く	2025年以降の 成長路線回帰のために、 事業の立て直しを行う	海外 (海外SaaS)	ゲーム業界で培った経験・ アセットをもとに、グローバルの 制作市場でのシェア獲得

# 2024年：主な改善課題・投資強化領域

海外事業の再構築に伴い、ガバナンス強化、構造改革・体制強化への投資等を実施するため、2024年も海外事業は赤字継続の見込み



# 2024年12月期通期業績予想

国内3事業合計売上は過去最高を見込むも海外事業が減収赤字予想のため、連結では減収減益の見通し  
海外は上期中心に投資実施予定のため、連結業績は特に利益面において下期偏重の計画

(単位：百万円)	2023年12月期 実績	2024年12月期 通期予想	前期比
		想定為替レート：1ドル=140円	
売上高	4,144	4,000	△3.5%
営業利益	258	250	△3.4%
経常利益	314 <sup>※1</sup>	250	△20.4%
親会社株主に帰属 する当期純損益	△146 <sup>※2</sup>	50 <sup>※3</sup>	—

【売上高40億円予想の内訳】 国内3事業：過去最高の34億円(前期比+7.1%)・海外事業：6億円(同△38.1%)

国内事業にはクロスバウンド事業(旧中国進出支援事業)の新規事業『シンガポール進出支援事業』(P.45)の業績見込みを含めております

海外事業は売上苦戦傾向が継続する見込みで、2025年以降の再成長のために構造改革・体制強化への投資実施予定のため赤字継続の見通し

※1 為替差益として98百万円、持分法による投資損失32百万円を計上

※2 投資有価証券評価損47百万円、投資有価証券売却損72百万円、貸倒引当金繰入額92百万円を特別損失として計上

※3 特別損益が発生しなかった場合の見込み金額

**国内市場**



**4**



# 国内SaaS事業

(2024年1Qからプロダクト事業に名称変更予定)

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

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

主要  
3ツール

創業来  
ツール

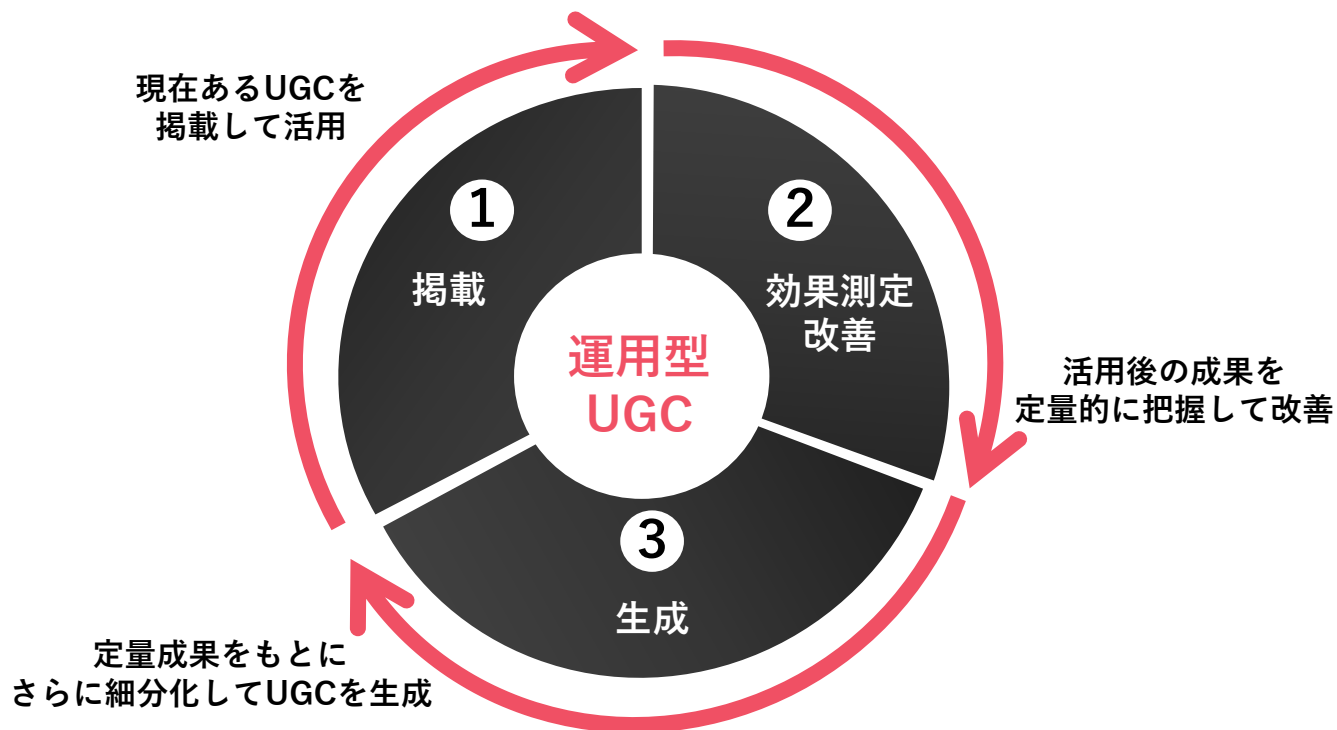


monipla  
ファンブログ

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)

## 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

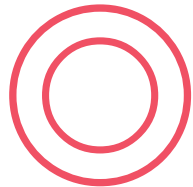


**最適化機能が優れている**  
と思う UGC活用ツール ※3

※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

良好な事業環境のもと、「Letro」の機能・プラン拡充を積極的に実施  
ヒト・モノ両面での強化を続け、新規獲得に一定の手ごたえ

2023年  
事業環境



薬機法の改正等に伴う  
広告規制によって  
2022年以降、企業の  
新規獲得価格(出稿単価)  
が高騰が顕著となり、

UGC活用により  
CVR向上が期待できる  
「Letro」の需要  
が増加傾向

注力

新規獲得施策

(記号は実施状況)

期初に掲げた代理店戦略がプロダクト性質に  
そぐわなかったものの、  
下記施策については、

- ①提案メニューの強化(早期立ち上げ)：◎
- ②営業人材の拡充：△
- ③時期と効果を見極めた広告宣伝の実施：○
- ④マーケティング担当者向けセミナーの開催：◎

概ね想定通りに実施。

既存顧客向け施策

期初戦略通り、

- 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)

の全てを実施。

2023年2月～ 「UGC薬機法チェック機能」

提携先のREGAL CORE社に在籍する専門分野のプロフェッショナル(弁護士や薬剤師など)  
によって、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機能



月額5万円～  
両機能を利用可能

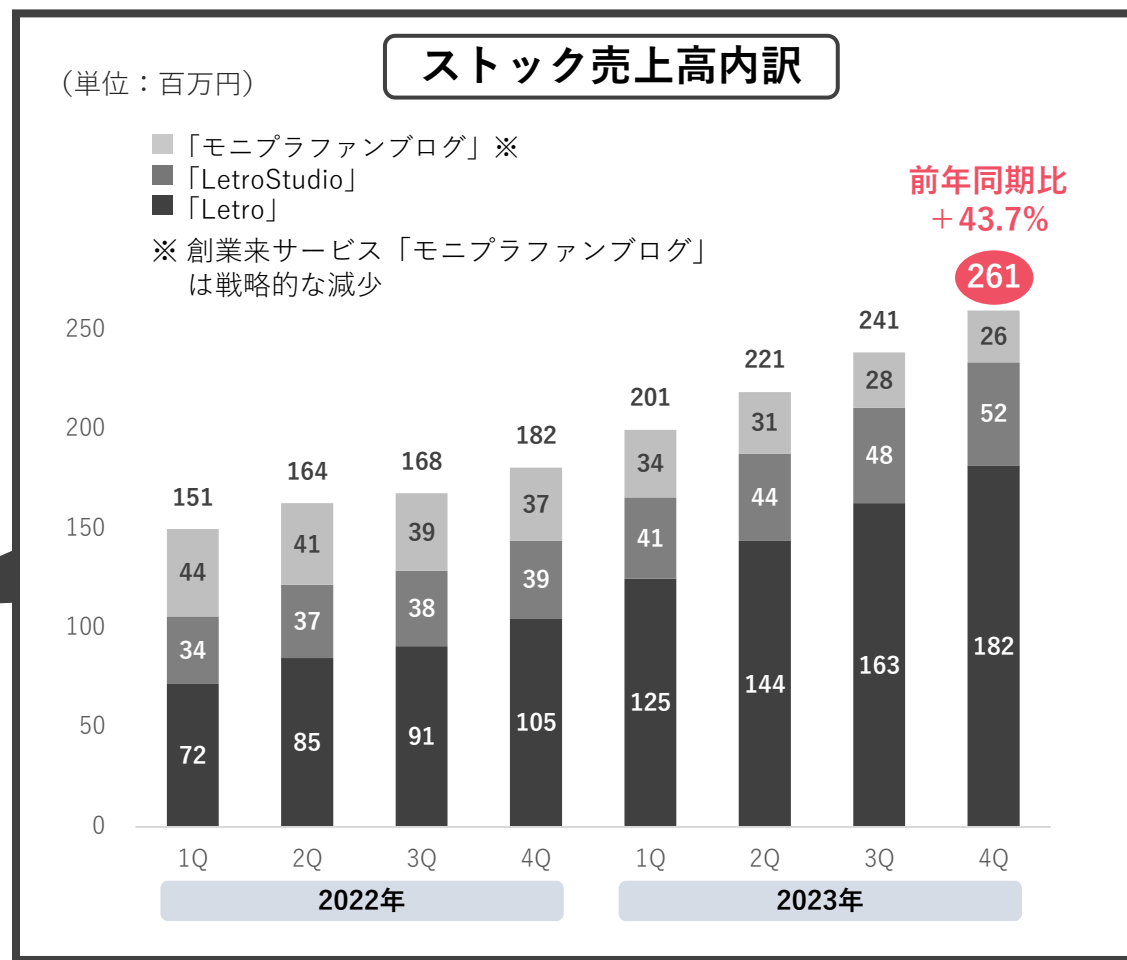
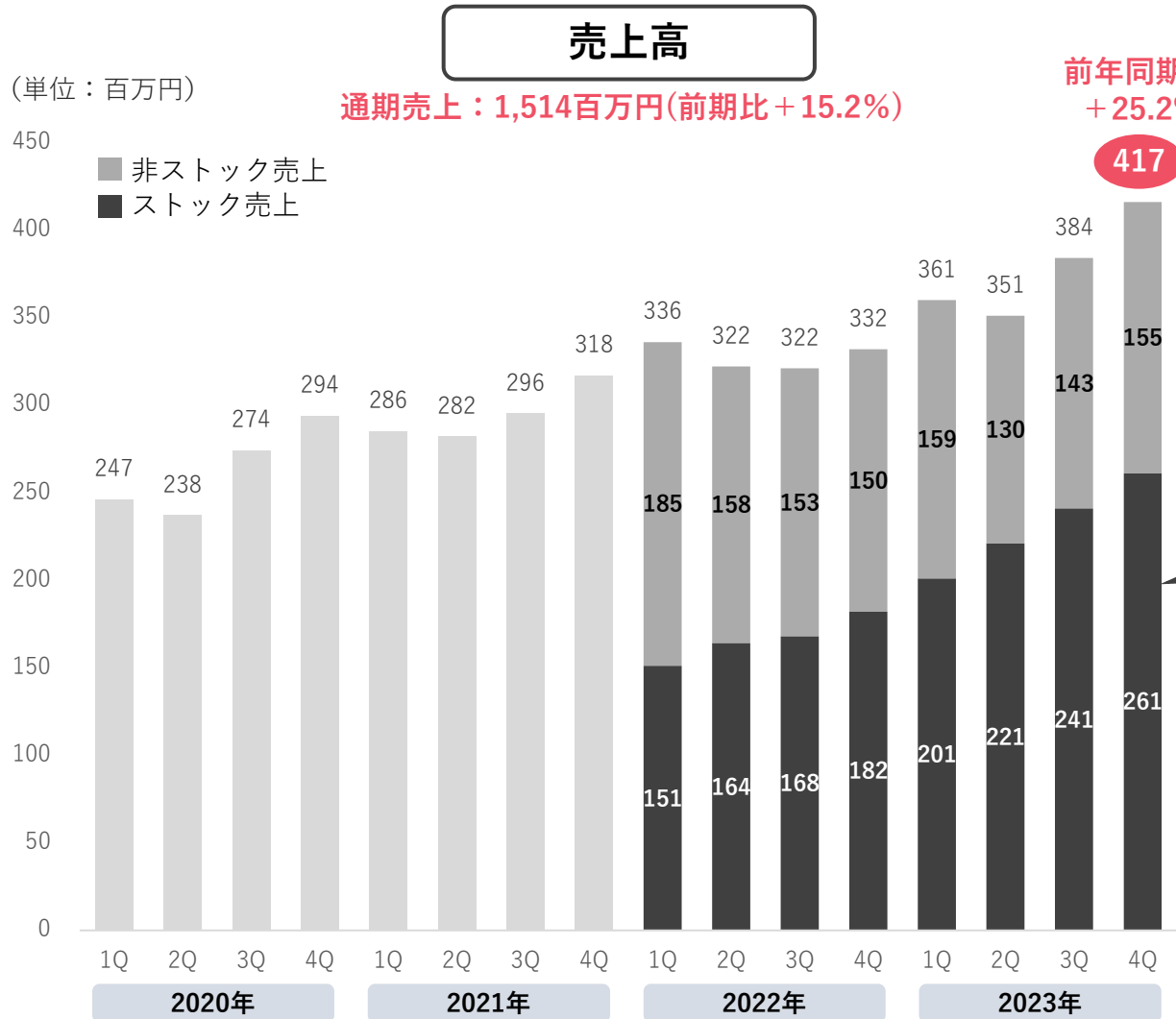
2023年7月～ 「UGC景表法チェック機能」

同REGAL COREと契約する専門家による監修のもと、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機能

2023年11月～

LPや記事LPの制作・運用を  
行うサービスを  
「LetroSolution」として  
正式に提供開始  
(P.66参照)

主力の「Letro」を中心にストック売上が右肩上がりの推移を継続  
4Qで四半期過去最高売上を更新



**ストック売上比率**

4Q：62.7%  
(前年同期比+8.0pt)

ストック売上を構成するサービス内訳：P.62参照

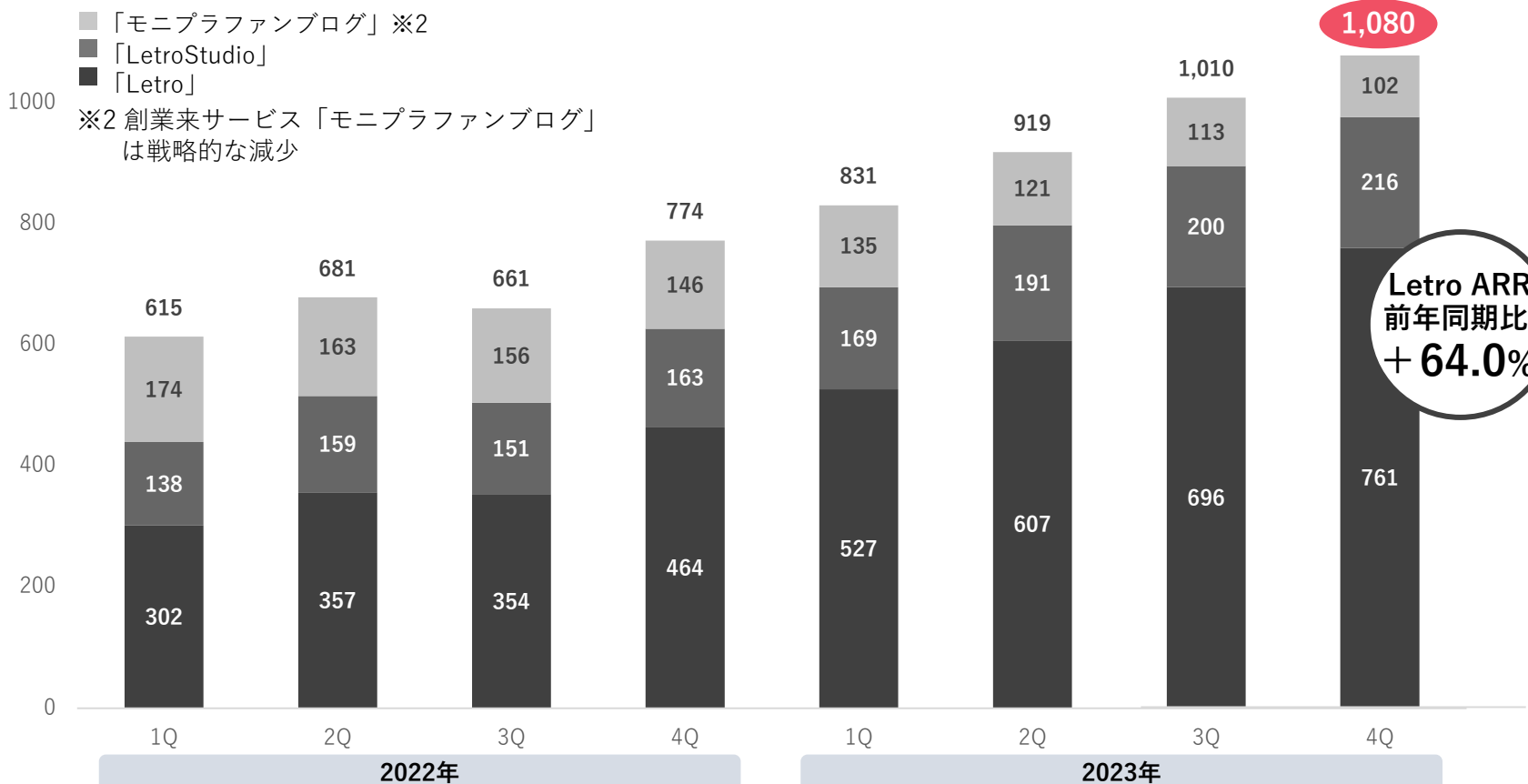
※ 2023年1Q資料より「Letro」の従量課金をストック売上から非ストック売上への計上に定義を変更。従量課金の財務会計での管理を開始した2022年1Qから区分を適用

Letro ARRの高成長が牽引し、3プロダクト合計のARRは10.80億円と  
2Q決算時点で1億円引き上げた期末目標11億円に沿って着地

ARR※1

解約率※3

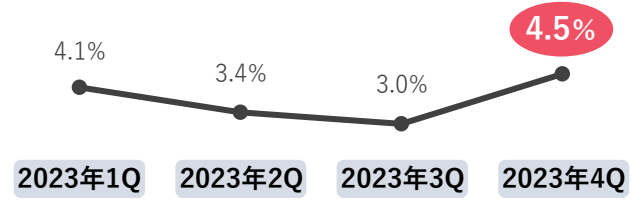
(単位：百万円)



前年同期比  
+39.5%

1,080

Letro ARR  
前年同期比  
+64.0%



4Qにおいてもアカウント解約は抑制できているものの、ダウングレードが増加したことで金額ベースの当解約率(MRRにおける3ヶ月平均解約率)は一時的に悪化

※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 2023年1Q資料より「Letro」の従量課金をMRR(ストック売上)から除く形へ定義を変更し、過去分も同定義にて算出し直したARRのグラフ推移となります

# Letro + LetroStudio アカウント数・単価

レトロ+レトロスタジオのアカウント数は期末目標に届かずも  
単価については本来24年末目標としていた28万円水準に到達

ストック売上における  
アカウント数

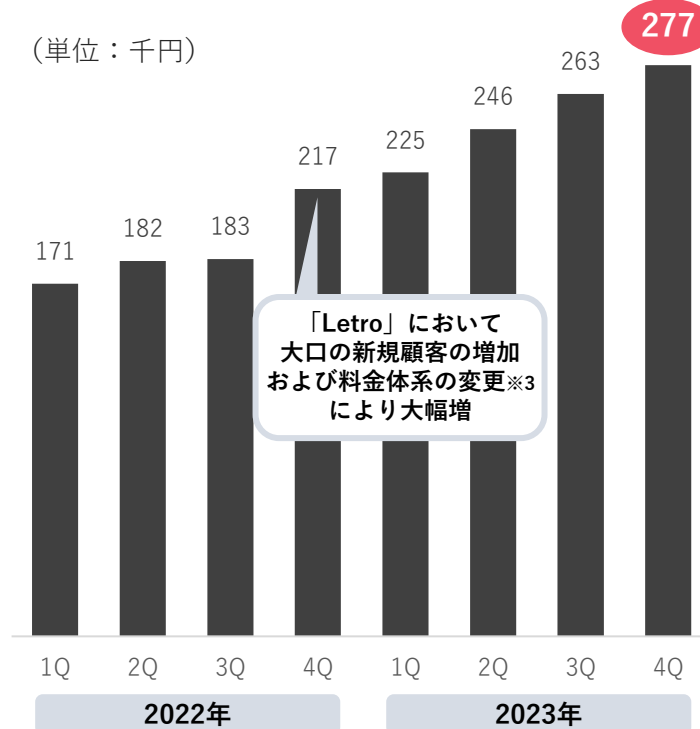
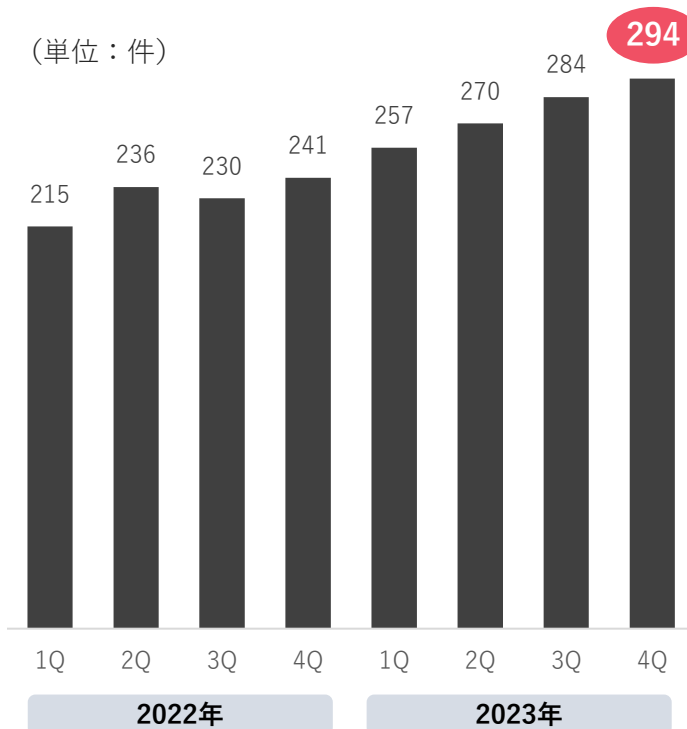
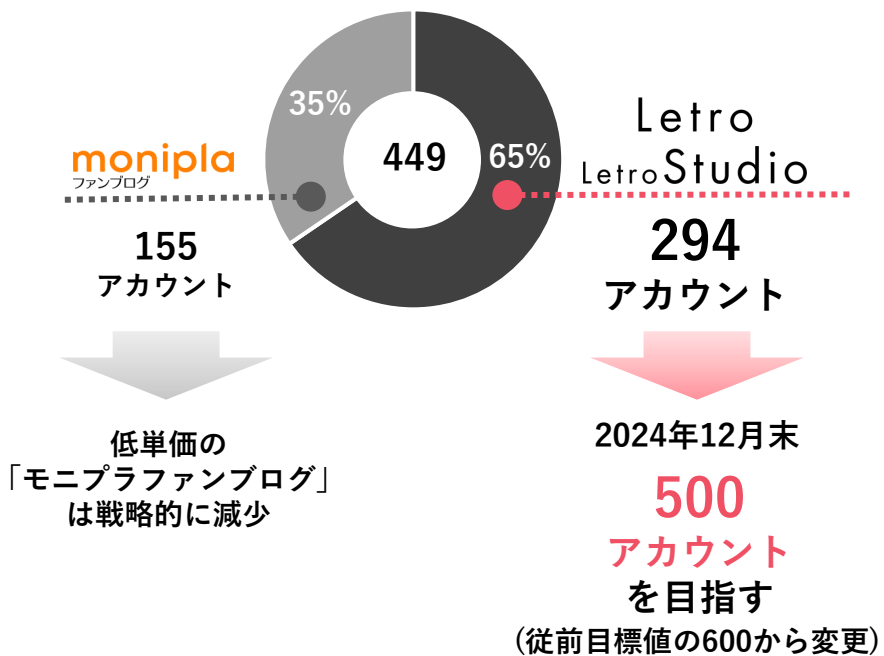
レトロ+レトロスタジオ  
アカウント数※1

レトロ+レトロスタジオ  
月額平均単価※2

期末目標**300アカウント**(2Q決算で370から変更)  
には届かずも新規獲得に一定の手ごたえ

「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

2023年12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

【新名称】プロダクト事業 2024年戦略①マルチプロダクト戦略

計画、制作、配信・実装、分析といったマーケティング施策が  
ワンストップで可能なマルチプロダクト戦略を展開

販促+制作におけるデジタルマーケティング

計画

制作

配信・実装

分析



Letro ブランド

echoes

今後、  
『レトロブランド+エコース』を  
中心に  
更なるサービス拡充へ

コンサル



総合系



デジタル専門



制作会社



インハウス  
(顧客企業の課題)

専門知識・  
経験の限界

社内リソース量  
の限界

専門知識・  
経験の限界

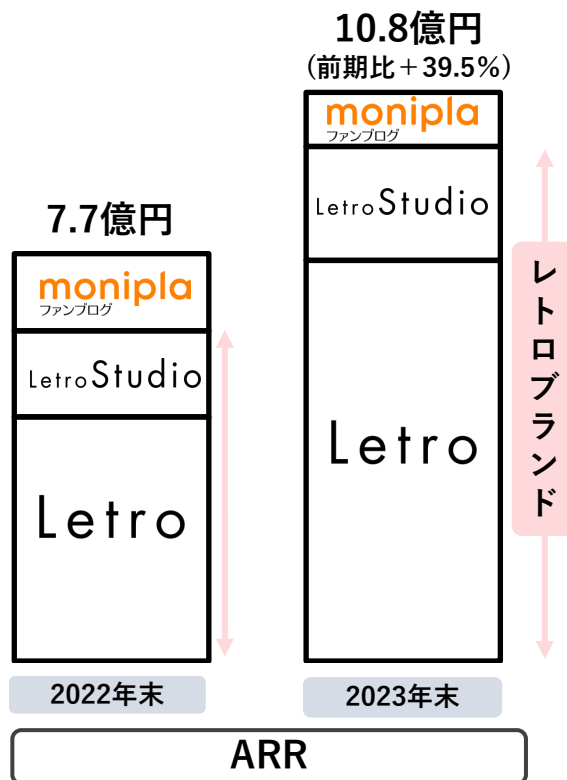
他社の主要プレイヤーでは  
対応領域が縦分断されていて、  
多様化する生活者に合わせた  
細かな施策運用が不可能



創業来サービスの「モニプラ」は戦略的に縮小させているため、  
 今後は『レトロブランド + エコーズ』の売上高をKPIとし、ARRの概念は廃止※

## 2023年

レトロ・レトロスタジオ・モニプラ  
 の売上で構成されたARRをKPIとし  
 前期比 + 39.5% を実現



## 2024年1Q~(予定)

主力：レトロブランド

Letro LetroStudio

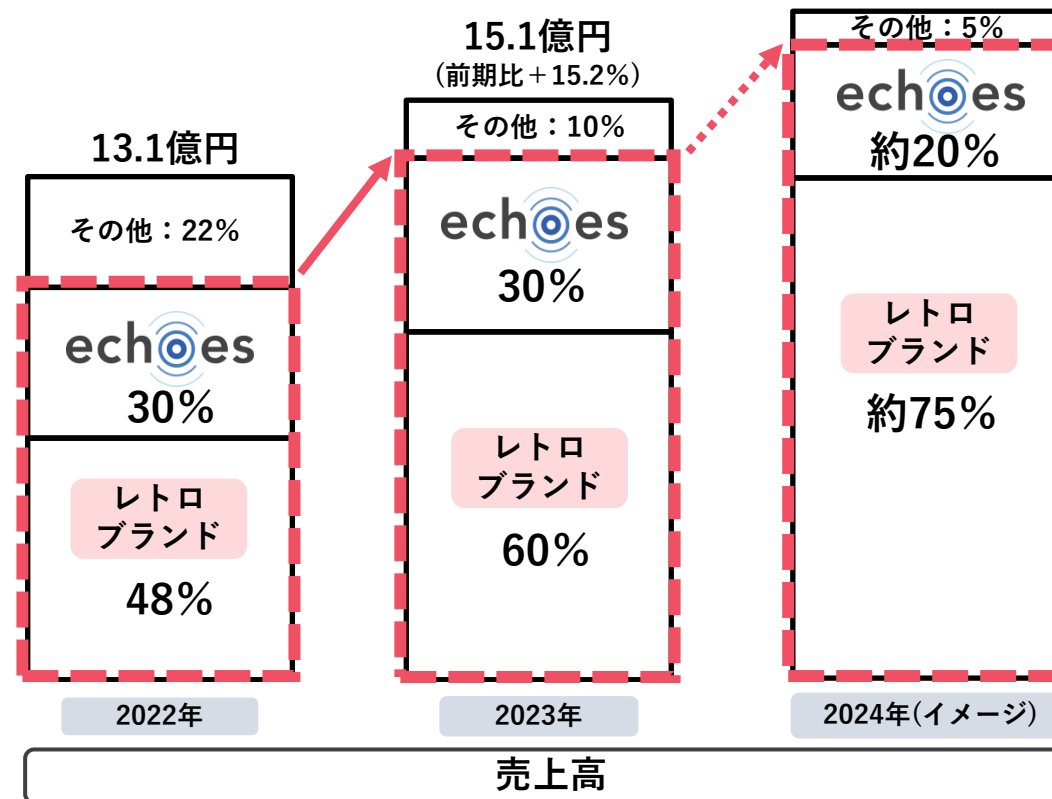
【月額課金+従量課金型】

【月額課金型】



echoes

【都度発注型】



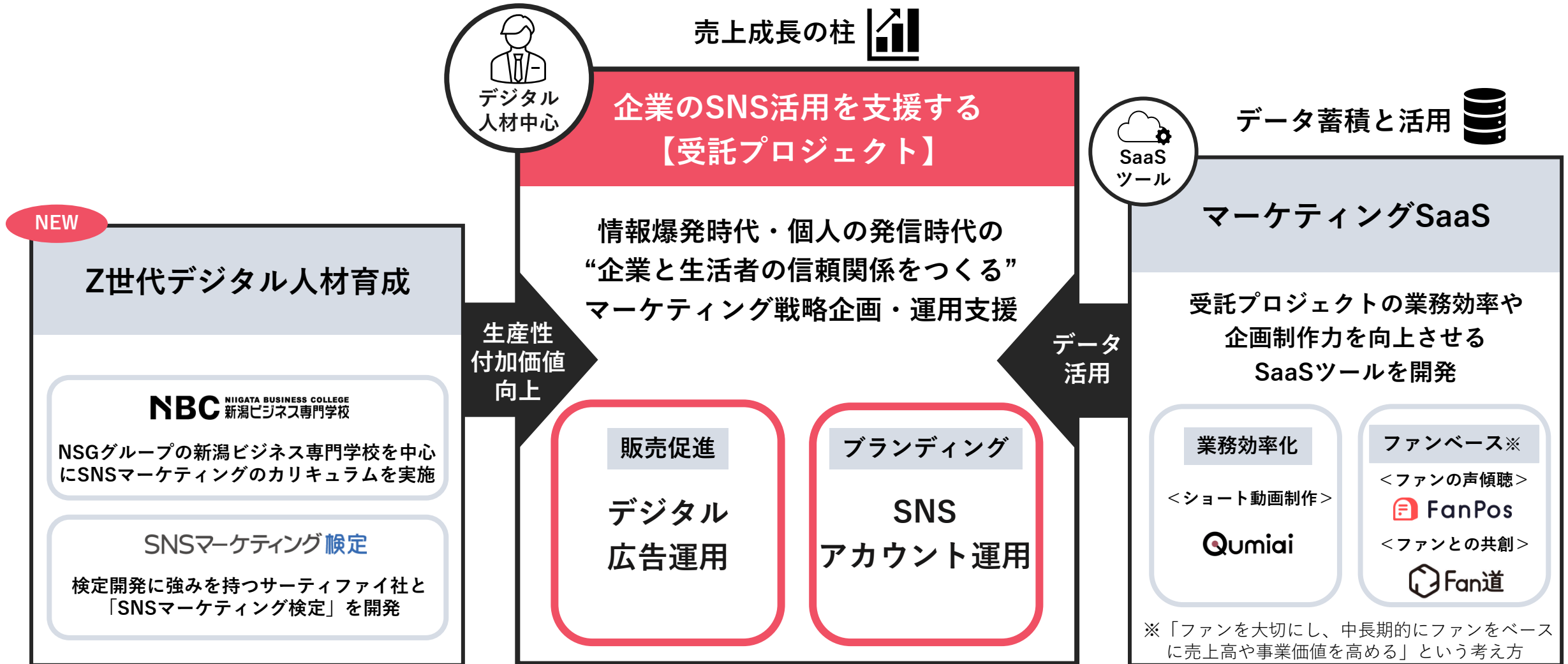
※ARRの概念廃止に伴い、2024年末のARR目標20億円についても取り下げといたします



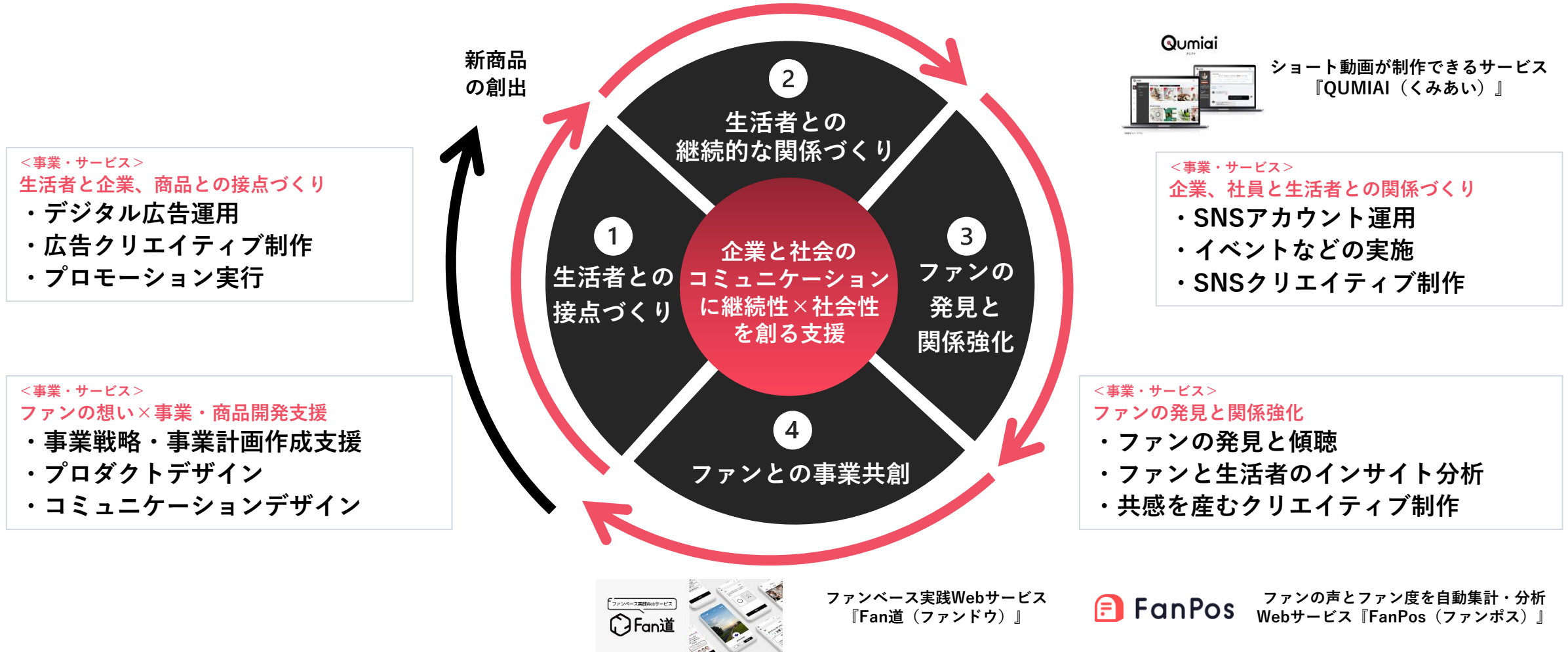
# ソリューション事業



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

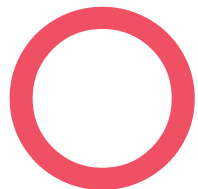


創業来の強みであるSNSマーケティングの実績をベースに  
企業のマーケティング体制構築・戦略策定～実行と「ファンとの関係強化」を支援



売上成長の柱である受託プロジェクトのアカウント増に取り組んだ他、強みであるクリエイティブ制作力をベースにTikTokやYouTubeなど広告媒体を拡大させ、成果・企画提案力が向上

2023年  
事業環境



顧客企業が従来の  
広告施策では新規獲得が  
難しくなったことで、

『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

既存顧客向け施策

(記号は実施状況)

①企画提案の強化：○

②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

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



例年の季節性等による3Qの売上減※1を4Qで払拭、四半期過去最高の1Qに迫る  
SNSアカウント運用は4Qでアカウント大幅増によって四半期過去最高売上を達成

売上高

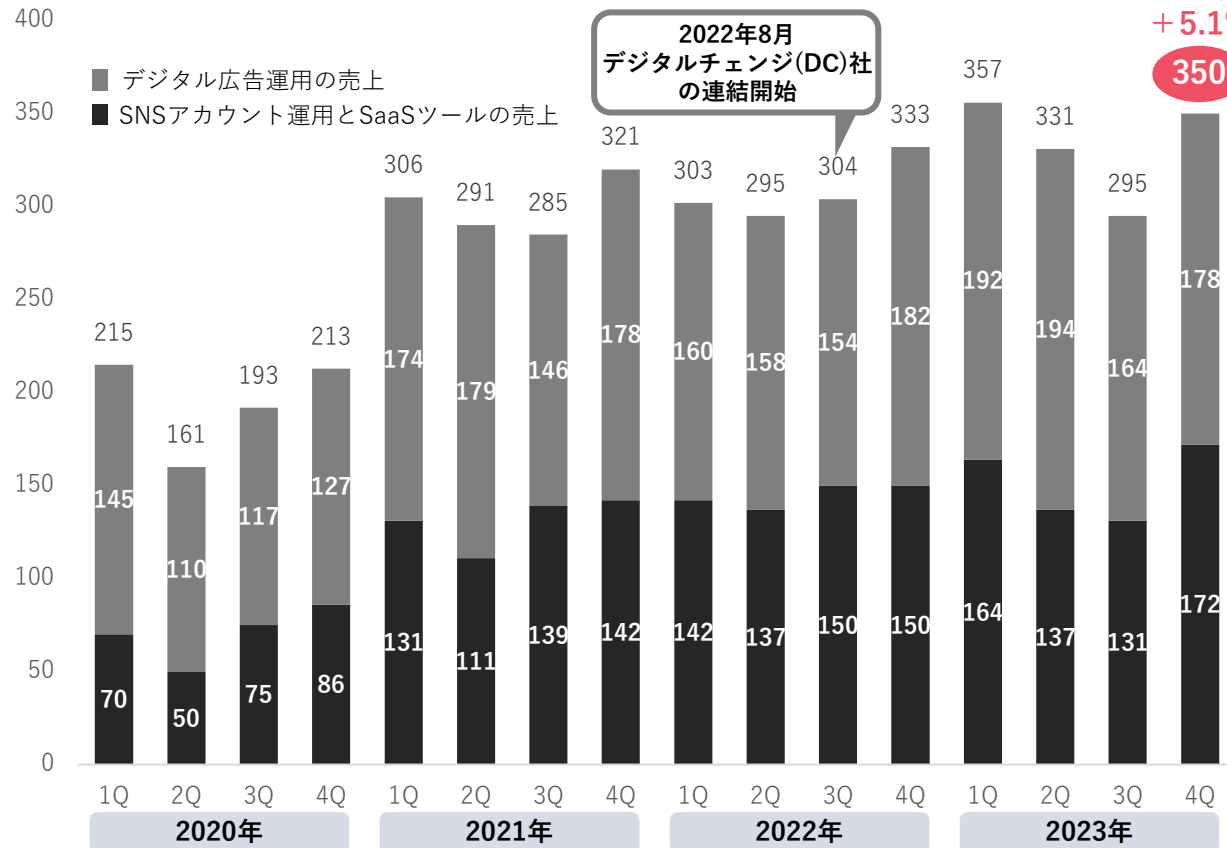
受託プロジェクトのアカウント数※2

(単位：百万円)

通期売上：1,335百万円(前期比+7.9%)

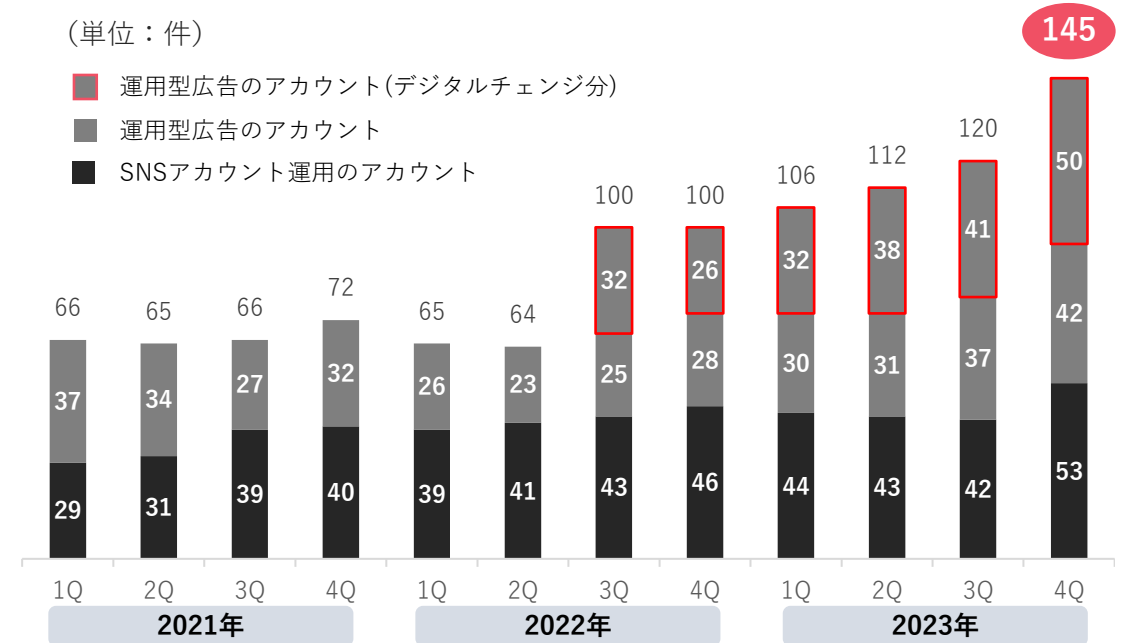
前年同期比  
+5.1%  
350

期末目標150アカウントには届かなかったものの、SNSアカウント・運用型広告ともに4Qで大幅な伸び



(単位：件)

- 運用型広告のアカウント(デジタルチェンジ分)
- 運用型広告のアカウント
- SNSアカウント運用のアカウント



※2 四半期末のユニークアカウント数

ストック売上比率

4Q：18.5%  
(前年同期比△2.6pt)

ストック売上を構成するサービス内訳：P.62参照

※1 デジタル広告売上は四半期ごとの変動が大きい傾向。前年3Qに子会社化したDC社の売上はM&A後の事業シナジー等によって四半期ごとに順調に増加も、アライドアーキテクツ単体のデジタル広告売上は例年3Qは2Qよりも下がりやすい傾向。また、SNSアカウント運用の売上減は当3Qにおいて一時休止が一部発生したこと等による

これまでの高単価×大企業中心の戦略⇒マーケティングを強化したい企業が  
導入しやすいサービスを拡充し、低単価×アカウント数UPに戦略を変更



デジタル  
人材中心

売上成長の柱である  
受託プロジェクトは、  
プランナー・クリエイター  
などデジタル人材の存在  
が必要不可欠

2024年は強みであるクリエイティブ制作力を強化するため、  
カメラマン・デザイナーなどの採用を増やす予定

高



収益性

低

運用型広告

SNSアカウント運用

受託プロジェクト  
のアカウント数  
の増加

2軸での  
売上拡大戦略

2023年はSaaSツールのみの提供

2024年は、SaaSツールに加えて、  
低額サービス(商品やサービスの撮影素材をストックできるサービスなど)を拡充

マーケティング運用の効率化や成果拡大を目的とした  
低額サービスやSaaSツールの導入を促進

現状

ドアノック  
商材の拡大

マーケティングを  
強化したい企業が  
導入しやすいサービスを  
仕組化し、低額で提供

少

社数



多

四半期ごとの  
売上変動を  
少なくしていき、  
将来的には  
四半期ごとに  
右肩上がりの  
業績推移を目指す



# 中国進出支援事業

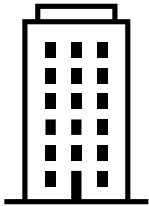
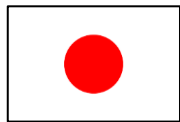
(2024年1Qからクロスバウンド事業に名称変更予定)





# 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ツが  
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4,290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



● 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  
日本人単独女性として



OTHELLO ●  
● オセロ ●

@木下ゆうか

◀ 木下ゆうか

アライドアーキテクツ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260万人】をキャスティング可能



登録KOL例



プロモーション事例 ▶

事業環境が大きく変化した1年

原発処理水問題の発生により、下期からインバウンド支援中心に戦略を変更

2023年事業環境

インバウンド支援

越境EC支援

上期



2022年10月～訪日旅行解禁、2023年4月に新型コロナの水際対策が前倒しで終了（接種・陰性証明書不要）となったものの、当事業のメインターゲットである中国旅行客数が限定的



下期



2023年8月に中国で訪日団体旅行が解禁となった一方、その直後に、原発処理水問題が発生し、中国旅行客が減少

8月下旬



原発処理水問題

（日本が福島第1原子力発電所に溜まった処理水の海洋放出を行ったことに対し、中国で反発・混乱が起き、化粧品・食品等を中心に日本商品の不買運動が起こった）

の発生により、越境ECの需要が大幅減



2023年10月下旬以降、同問題における中国SNSでの批判が沈静化。中国旅行客数も回復傾向となり、インバウンド支援の需要が拡大

注力

新規獲得施策

既存顧客向け施策

（記号は実施状況）

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

引き続き  
インフルエンサー  
を拡充：○  
することで、  
中国越境EC支援  
における  
影響力を増やし、  
取引額の増加  
を目指す

【戦略変更】

営業人員の拡充：○  
WEBセミナーなど露出増加：○  
によって、

インバウンド支援を中心に

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支援は3Qに続き4Q苦戦※1も

4Qでインバウンド支援の需要が大きく拡大し、同支援売上が四半期過去最高を大幅に更新

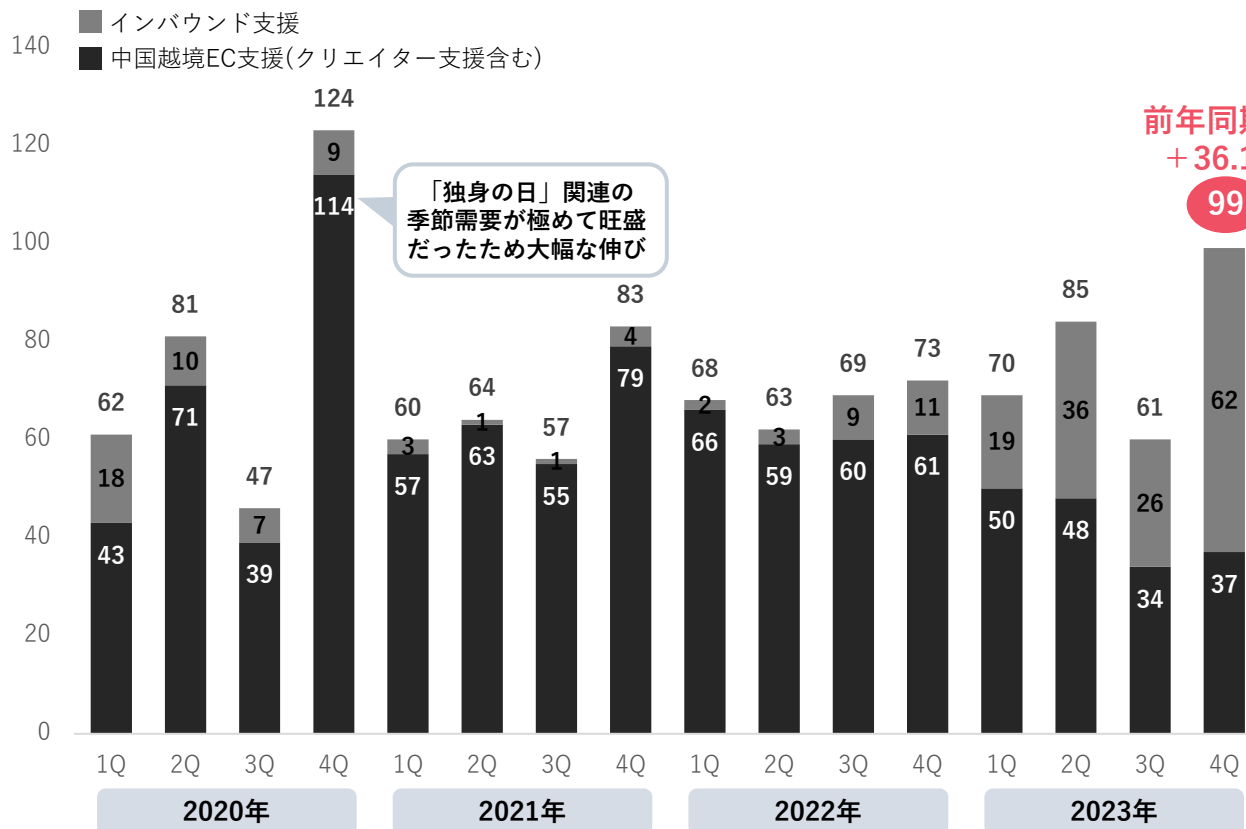
売上高

支援プロジェクト数※2

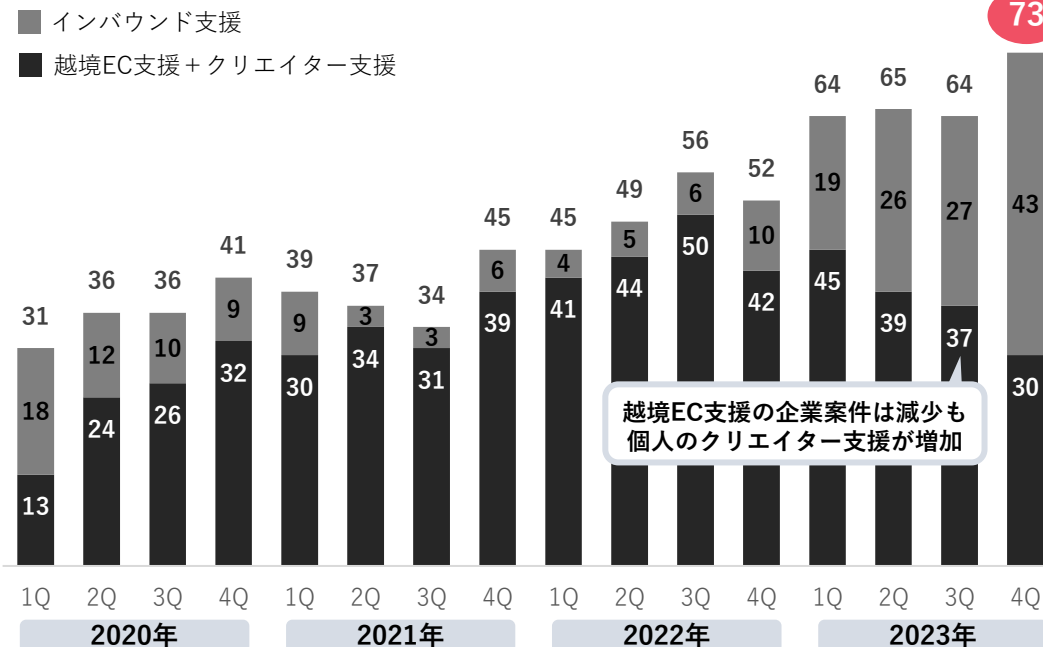
通期売上：316百万円(前期比+15.2%)

2023年はインバウンド支援中心にプロジェクト数の増加に成功

(単位：百万円)



(単位：件)



ストック売上比率

4Q：17.6%

(前年同期比+4.0pt)

ストック売上を構成するサービス内訳：P.62参照

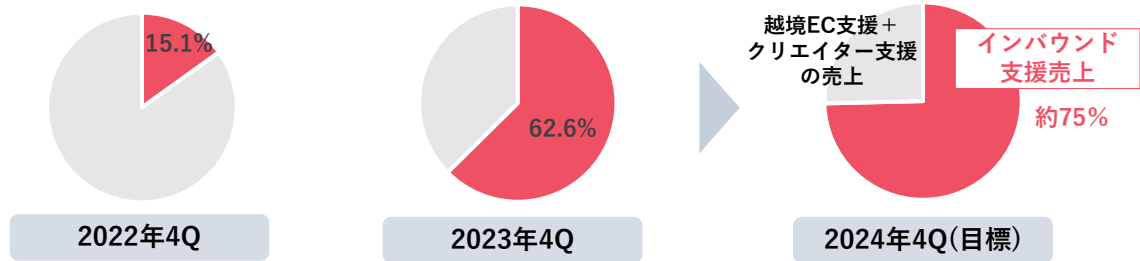
※1 8月下旬(3Q)、原発処理水問題(日本が福島第1原子力発電所に溜まった処理水の海洋放出を行ったことに対して、中国で反発・混乱が起き、化粧品・食品等を中心に日本商品の不買運動が起こった問題)の発生を受けて、越境EC支援の需要が大幅に減少。4Qにおいては、中国SNSでの批判は10月下旬頃にピークを過ぎたものの、日本企業の中国向け越境プロモーションの抑制傾向が続き、中国ECの一大商戦期である『独身の日(11月11日)』関連の需要も減少

越境EC支援は厳しい事業環境が当面続くことが予想されるため  
引き続き需要が旺盛なインバウンド支援中心に売上増を目指す他、新規事業もスタート予定

オーガニック成長

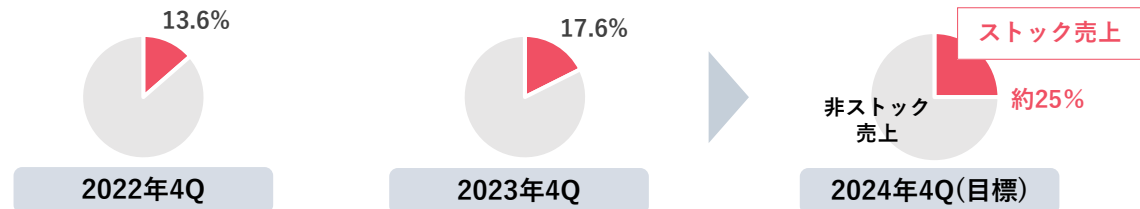
①インバウンド比率の拡大

2024年も需要が旺盛なインバウンド支援を中心に伸ばす戦略で、  
2024年4Qに同売上比率を75%程度と更なる拡大を想定



②ストック売上比率の拡大

ストック売上比率は2024年4Qに25%程度への拡大を目指す



③ターゲット地域の拡大

中国本土中心⇒2024年は台湾・香港など本土以外の中華圏を伸ばす

NEW

海外進出支援

④M&A等による新規事業

シンガポールに子会社を持つ強みを活かし、  
シンガポールに進出したい企業を支援する  
『シンガポール進出支援事業』を開始予定

(2024年連結通期業績予想は、  
当新規事業の売上高見込みを含めております)



海外市場




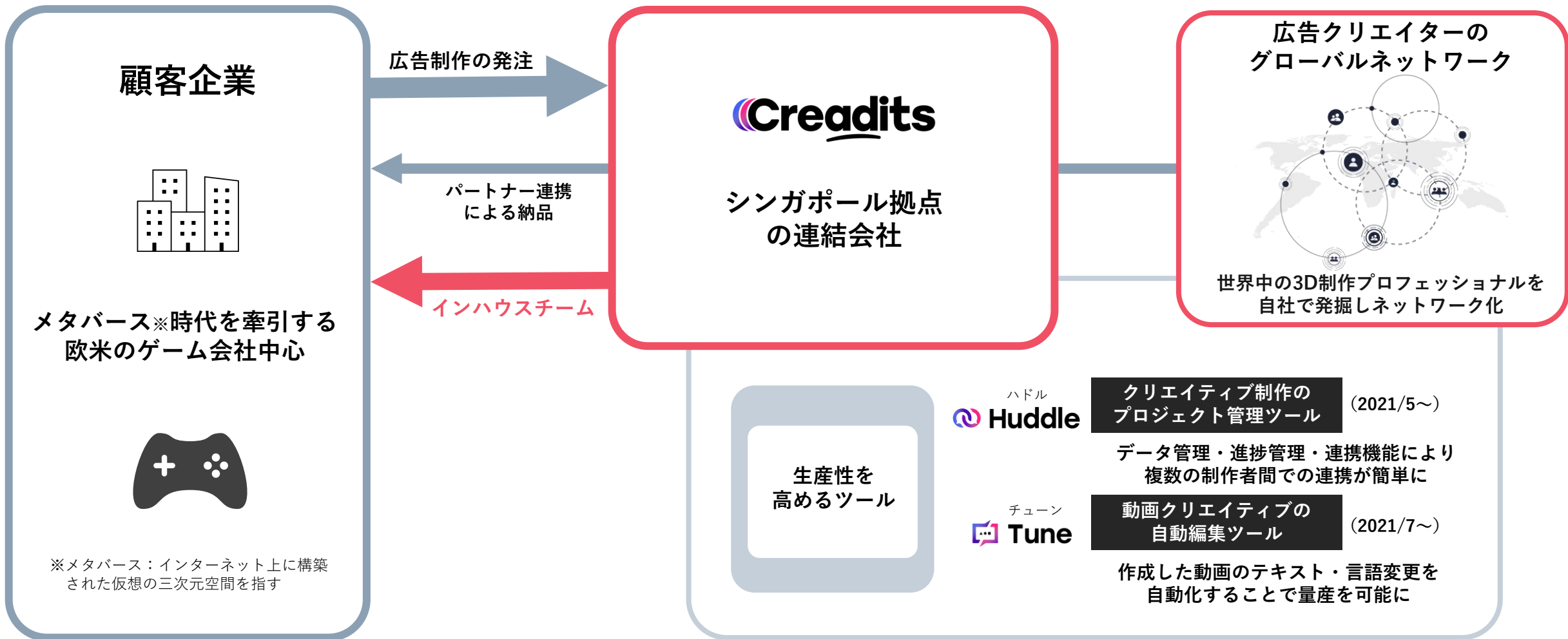


# 海外SaaS事業

(2024年1Qから海外事業に名称変更予定)

# 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】 【都度発注型】





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

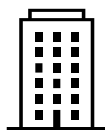
生産性を  
高めるツール

 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

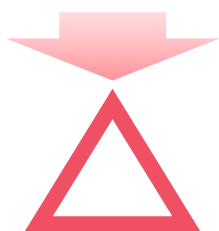
量産も  
可能

厳しい事業環境が続いたことで全般的に戦略実行に苦戦も  
制作物の追加については積極的に実施

2023年事業環境



上期  
2022年後半～のゲーム業界の売上鈍化を受けて、2023年に入り、不採算タイトルや人員の整理を行う企業が多く、広告予算が大幅削減される動き



下期  
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、世界Top300社の上位企業を中心に徐々に活発化。

年初にいち早くタイトルや人員整理のアクションをした企業はウミを出しきった感がある一方で、**2023年後半になってから大規模な整理を実施した企業も**



3Qで顧客数が一時増加したものの、4Q失速の要因についてはP.52に記載

注力

新規獲得施策

既存顧客向け施策

(記号は実施状況)

- ①営業人材強化：△
- ②ゲーム関連イベントへの参加：○
- ③**制作物の追加**：◎  
によって、引き続き世界Top300のゲーム会社を中心に新規獲得を強化

- ①供給能力の拡充：△
- ②**制作物の追加**：◎
- ③**新SaaSツールの開発**：○  
(広告素材を管理するツールを開発し、内部での利用を開始)

追加した制作物

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

※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

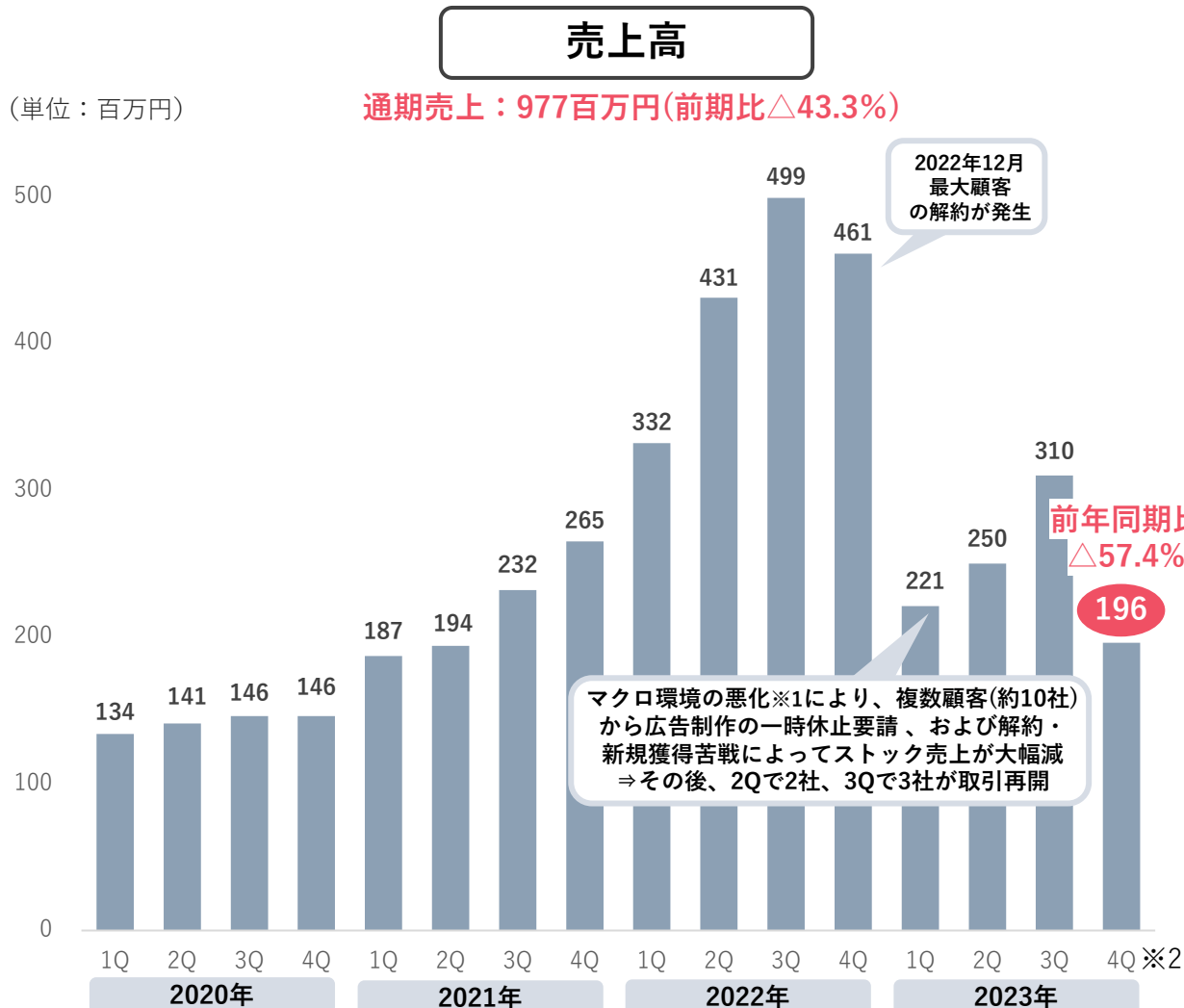
既存の顧客層とリソースを活かして

**NEW** ゲーム制作の管理・運用支援

を下期に追加

(マーケット不況時においても、マーケティング広告制作の予算に比べて削られにくく、底堅い需要が見込まれるため、既存顧客のアップセルや継続率の向上にもつながる)

3Qで新規顧客が増加し回復基調を見せたものの、4Qにおいて多くの解約が発生し失速  
2024年は立て直しの1年に



4Q売上は大幅減

- 新規獲得：一定の成果も想定をビハインド
- 解約：多くの解約が発生。  
解約数については低単価顧客の早期離脱が中心であるものの、解約金額については高単価顧客の解約も大きく影響  
(詳細は次頁P.52に記載)

ストック性の高いビジネス性質とは言うことができない状況となったため、ストック売上・ストック売上比率・ARRの開示を当資料より取りやめとし、解約率・顧客企業数・顧客業種比率・顧客エリア比率・平均単価等についても非開示とさせていただきます。

また、ARRの概念廃止に伴い、2024年末ARR目標40億円についても取り下げといたします。

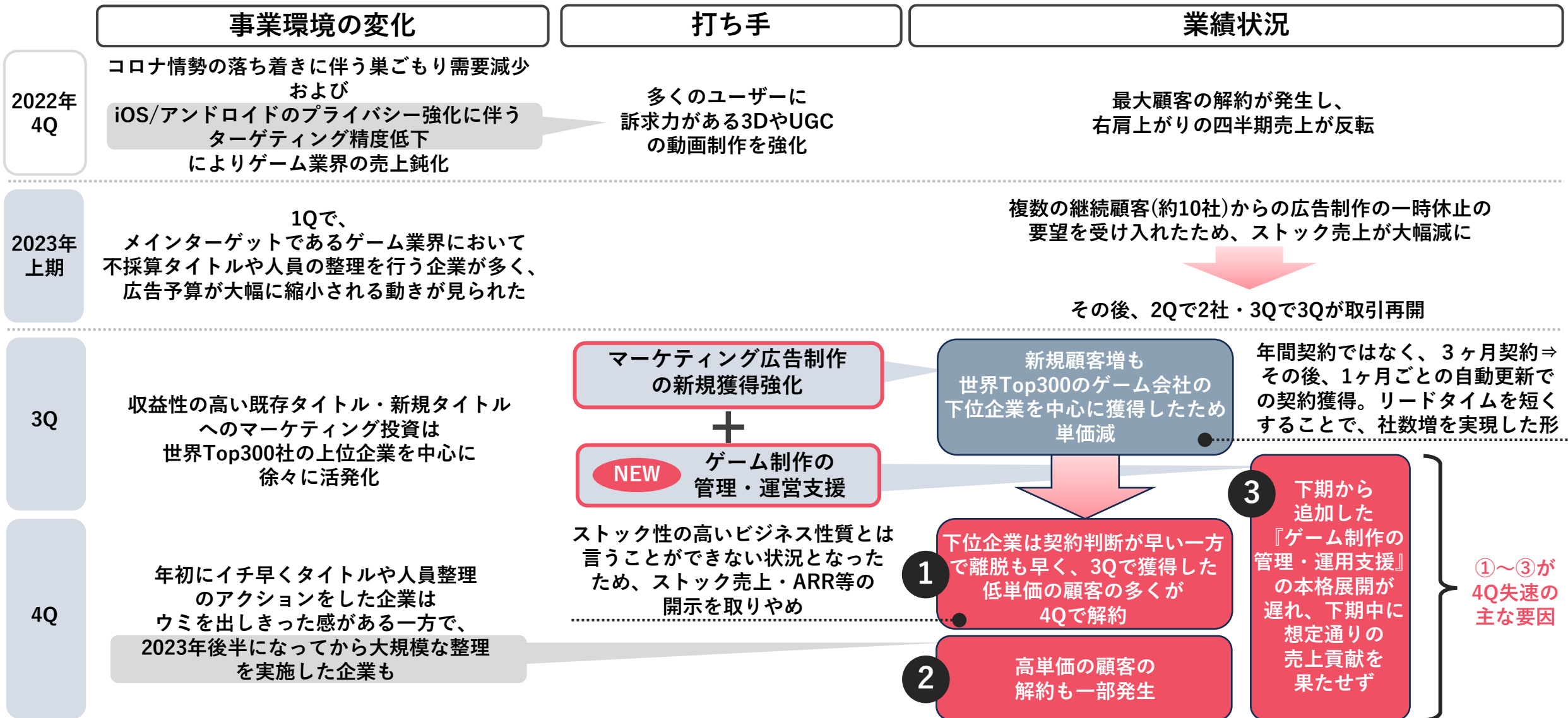
当面は売上高・営業利益のみの開示とさせていただき、今後の再成長への道すじが整った段階で、それに沿った新たなKPIを開示させていただく予定でございます

※1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

※2 2023年4Qでの為替レート：141.94円。ドルベースでの売上高グラフ：P. 74参照

# 4Q売上大幅減の主な要因

- ①3Qで獲得した低単価顧客の多くが4Qで早期離脱、
- ②高単価顧客の解約が発生、
- ③下期から追加した『ゲーム制作の管理・運用支援』の本格展開が遅れたことが4Q失速の主な要因



## ガバナンス強化、構造改革・体制強化等への投資を実施し、 事業の立て直しを行う

### ガバナンス強化



経営管理手法を改善

サポート  
強化



### 構造改革・体制強化

2024年の減収赤字予想を受けて  
執行体制の刷新等を検討



### マーケット変化への対応

### 提供物の追加

現状は3Dなど高品質な  
広告クリエイティブが中心



マーケット変化・  
多様化する顧客ニーズ  
を敏感につかみ、  
様々な提供物・契約形態を  
ミックスさせていく方針

将来的には、  
ゲーム業界で培った経験・  
アセットをもとに、  
グローバルの制作市場での  
シェア獲得を目指す

2025年以降の更なる成長に向けた  
仕切り直しの1年として  
着実な成果を



**Allied Architects**

# 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327名※（2023年12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

23.2%

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

34.5%

中国、韓国、シンガポール、米国、英国、ベトナム他

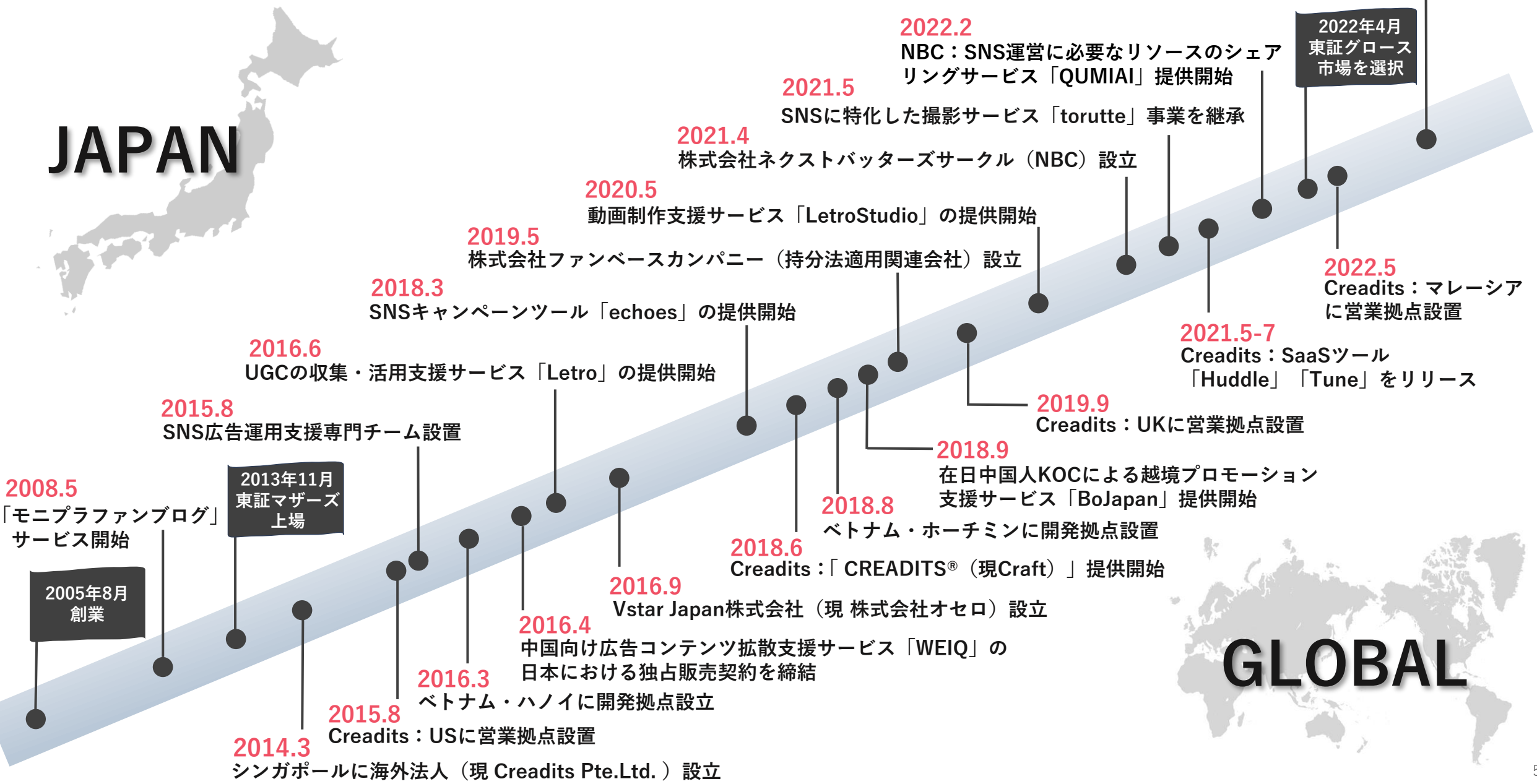
※ 2023年2Q資料より国内SaaSの開発拠点であるベトナムのスタッフを算入

（上記すべて2023年12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。



**Allied Architects**

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。

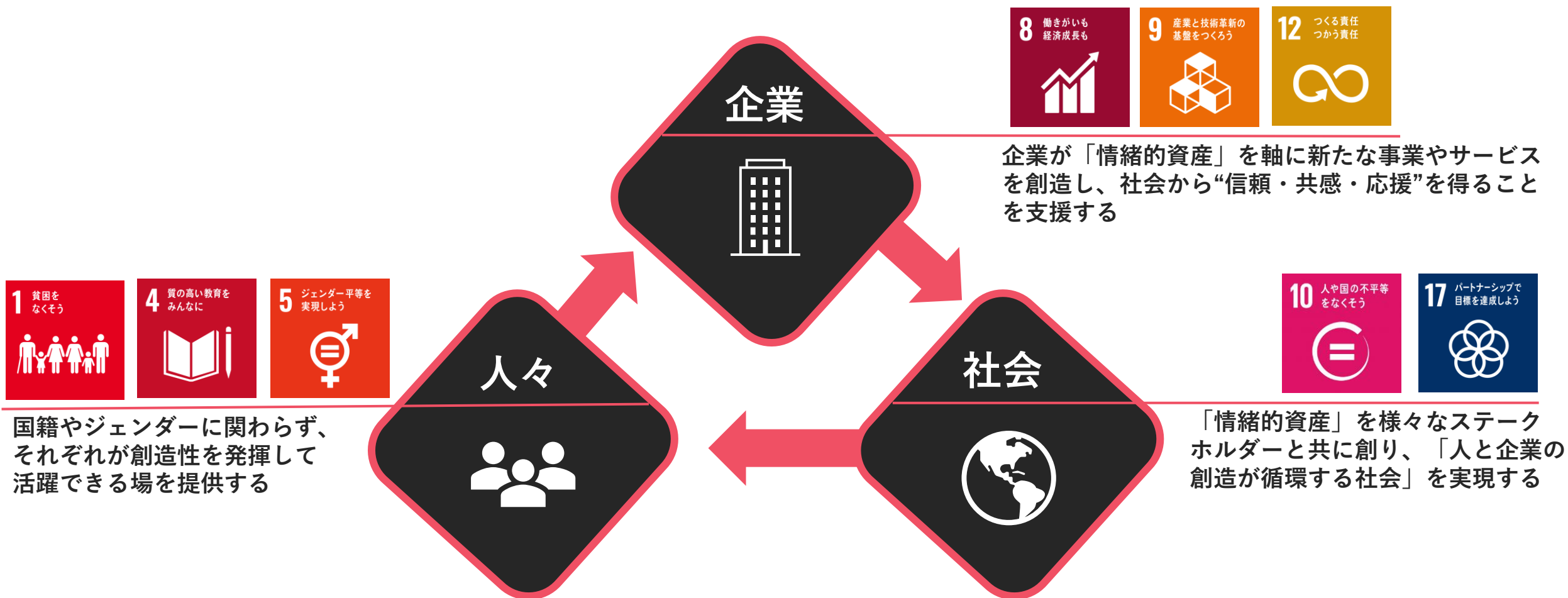
アライドアーキテクト・グループは人々の声や誰もが持つ創造力を

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。

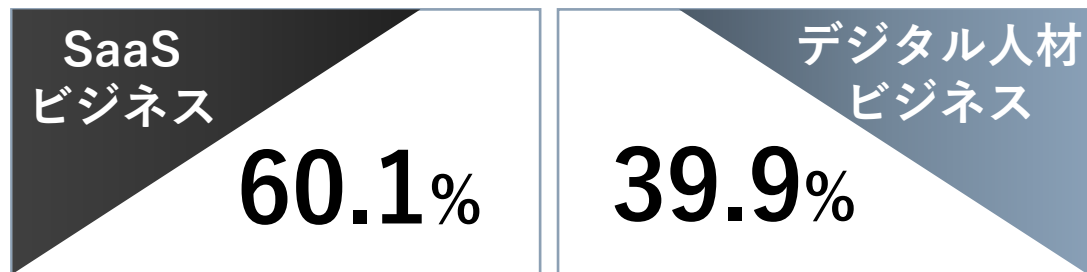
# 我々が目指す「持続可能な社会」

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

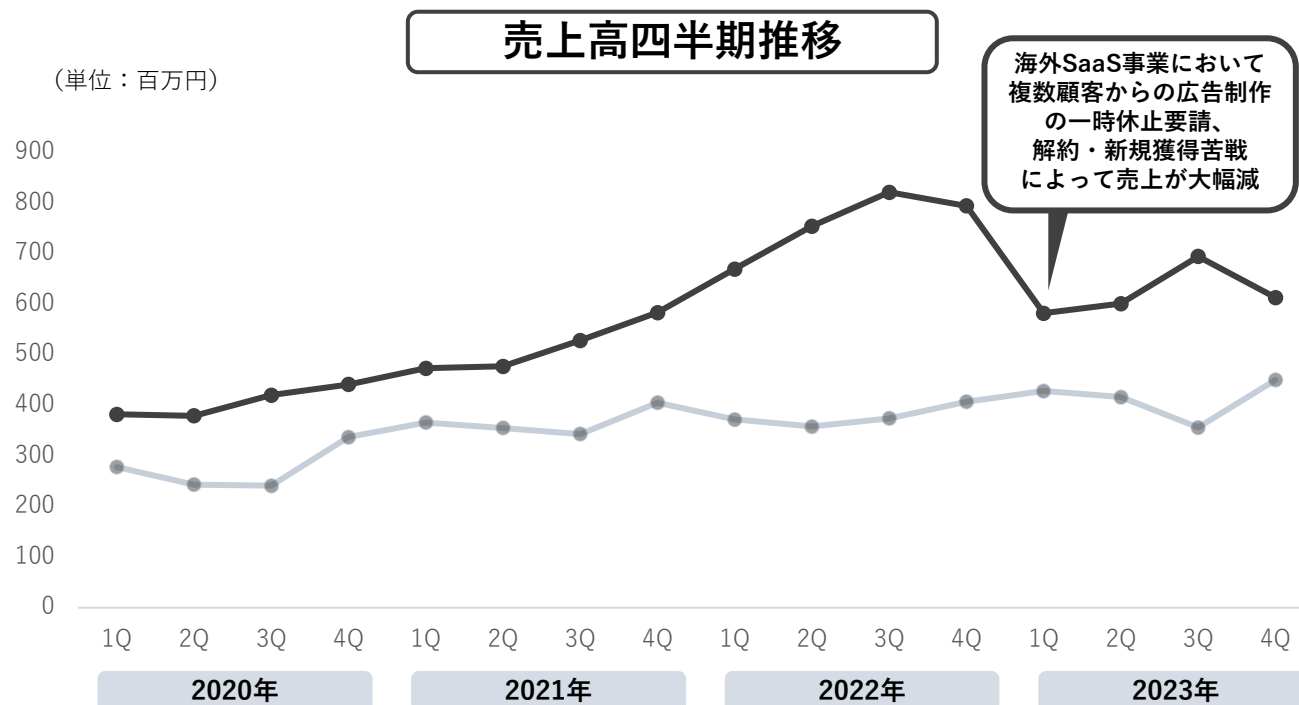
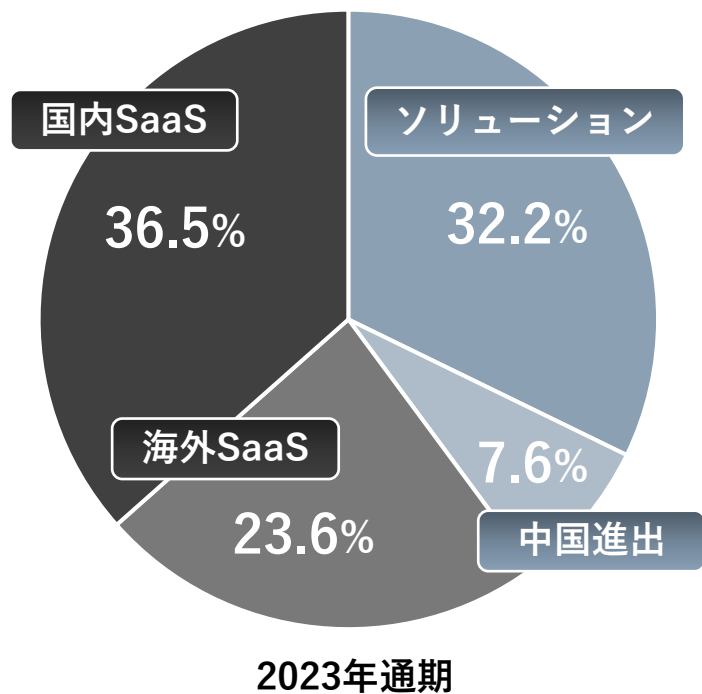


# 売上構成比 (SaaS・デジタル人材)

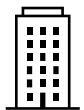
積み上げ型中心のSaaSビジネス+大口継続取引中心のデジタル人材ビジネス  
で構成していたビジネス区分を2024年1Q～廃止予定



- 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



# 収益構造・競合状況(2024年～の新戦略で記載)



顧客

## 収益構造

## 強み

## 競合状況

国内企業

SaaSツールなどの提供

国内SaaS  
事業

(新名称：プロダクト事業)

Letro

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、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】

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  
事業

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

インバウンド支援・中華圏向け  
プロモーション支援・海外進出支援

中国進出  
支援事業

(新名称：クロスバウンド事業)

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

海外企業

広告制作物の提供、  
ゲーム制作の管理・運用支援

海外SaaS  
事業

(新名称：海外事業)

 Craft

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】・【都度発注】  
・【時間課金制】など様々

# 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 (新名称: プロダクト)	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
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 (新名称: クロスバウンド)	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

※海外SaaS事業(新名称：海外事業)は2023年4Qにてストック売上・ストック売上比率・ARRの開示を取りやめとしたため、上記内訳を削除

# 国内事業のターゲット市場

マーケティングコストの重心が媒体費から制作費に移行するなかで  
各事業独自の切り口で新しい領域も取り組みながらターゲットを拡大

## 国内SaaS事業

(新名称：プロダクト事業)

インターネット広告制作  
関連市場

1,673億円

【当社推計値】以下①②③④合計値

Letro：①インターネット広告制作費※1（4,203億円）  
における市場認知シェア \*10%=420億

LetroStudio：②動画広告市場※2（7,209億円）に  
対する制作費\*15%=1081億円

echoes：国内におけるソーシャルメディアマーケティング市場動向※3「ソーシャルメディア広告」  
10,899億円のうち当社事業領域である

③キャンペーンプランニング・コンサルティング=92億円

④分析ツール=80億円

※1 電通「2022年日本の広告費」より

※2 「2022年動画広告市場動向」株式会社サイバーエージェント調べ

※3 「2023年国内ソーシャルメディアマーケティングの市場動向調査」サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ

※4 経済産業省「令和4年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）」より

※5 観光庁「2022年度 訪日外国人消費動向調査」より

## ソリューション事業

SNS広告・  
SNSアカウント運用関連市場

2,441億円

【当社推計値】以下①②合計値

国内におけるソーシャルメディアマーケティング市場  
動向※3「ソーシャルメディア広告」10,899億円のうち  
当社事業領域である

①運用代行手数料の平均20%=2,180億円

②「SNSアカウント運用支援」=261億円

## 中国進出支援事業

(新名称：クロスバウンド事業)

越境EC・インバウンド  
マーケティング関連市場

100億円

【当社推計値】以下①②を元にした推計値

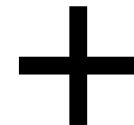
①中国の対日EC購入額※4=22,569億円

②中国籍旅客訪日消費額※5=7,599億円  
の合計値30,168億円

×2.2%（推定広告費比率:日経広告研究所

「有力企業の広告宣伝費2023年版」による）

×15.1%（推定広告制作費）

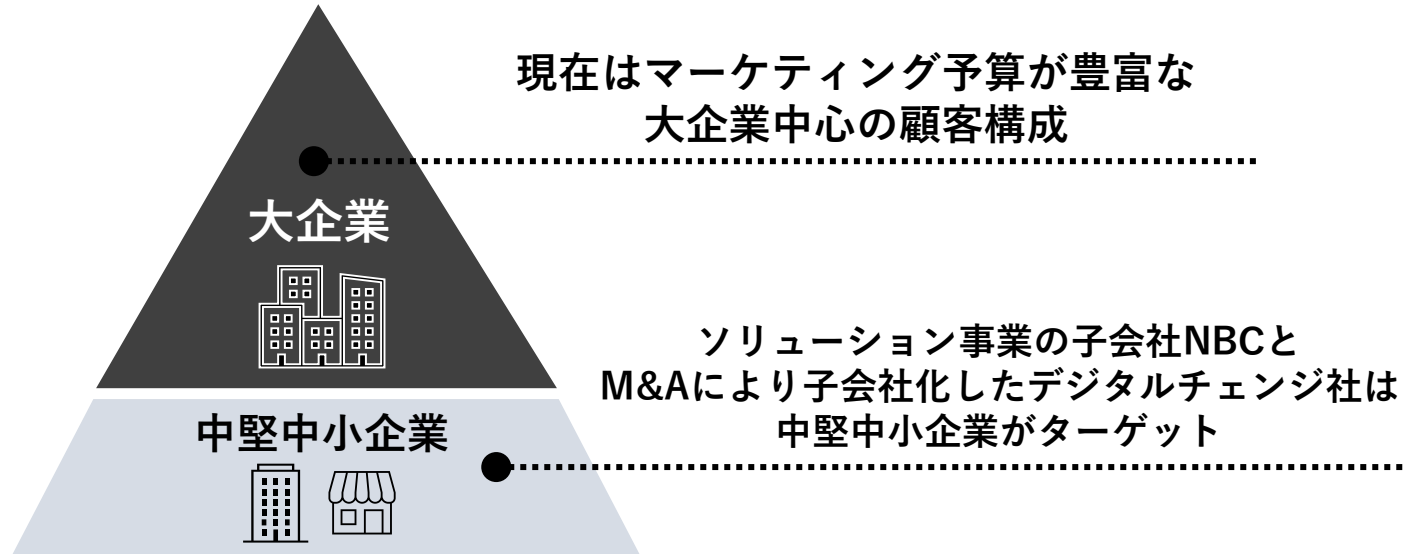


NEW

海外進出支援  
関連市場

# 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 (新名称：プロダクト)

レトロ+レトロスタジオの  
アカウント数  
**294**

(2023年12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  
**145**

(2023年12月のユニーク数)

### 中国進出支援事業 (新名称：クロスバウンド)

支援  
プロジェクト数  
**73**

(2023年4Qの実施数)





# 国内事業のスタッフ数※1

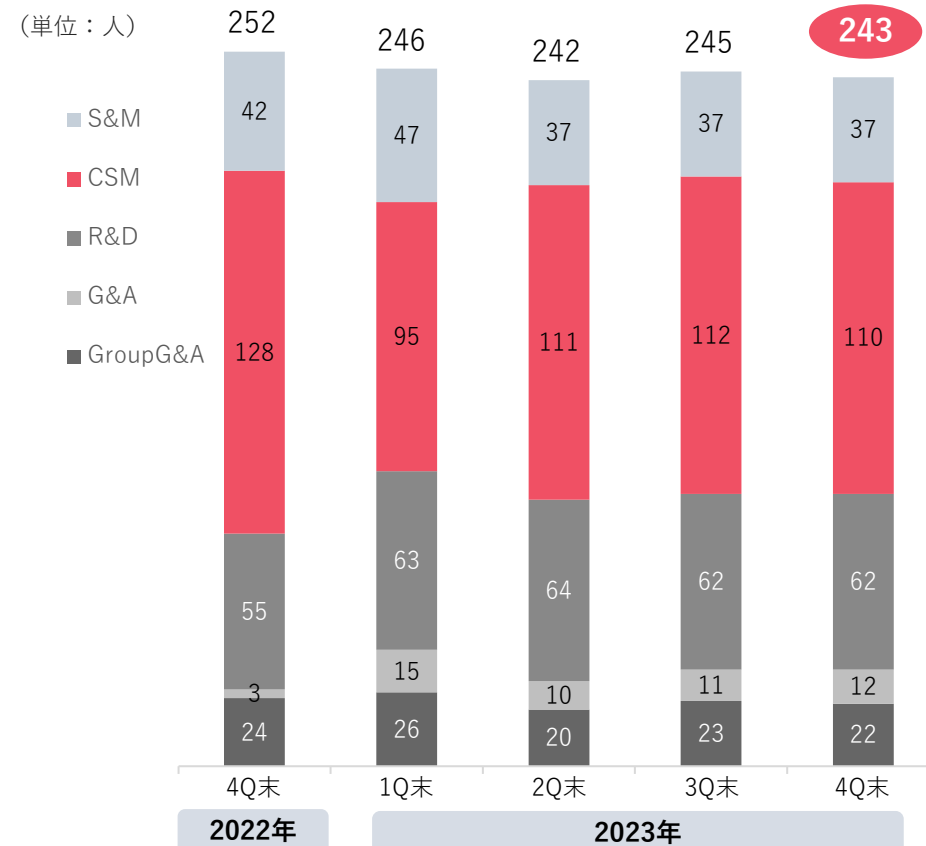
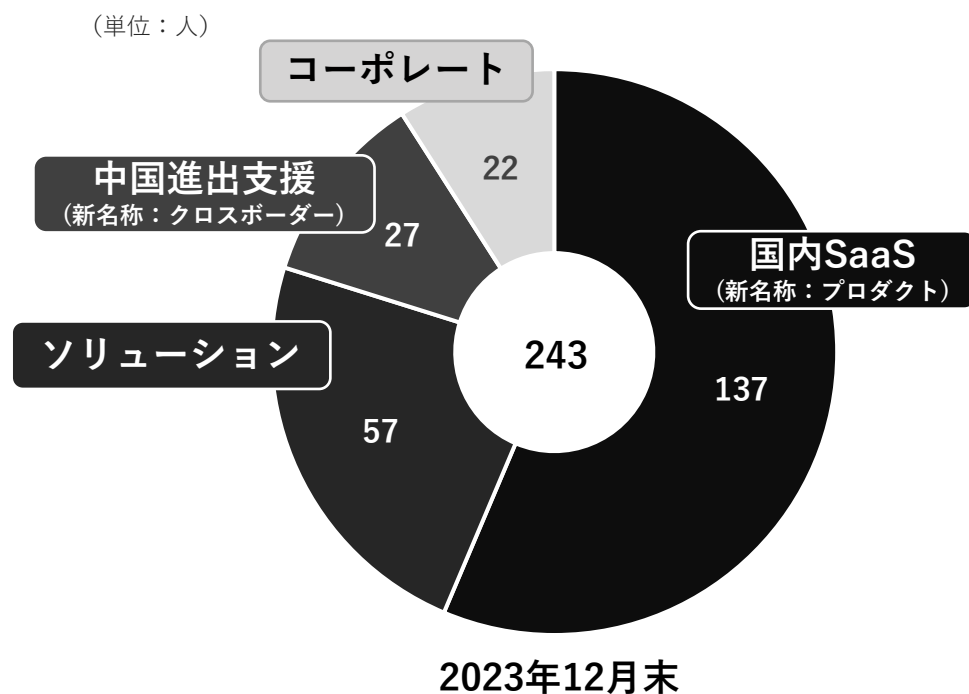
即戦力人材の獲得を強化しており  
人数に大きな変化はないものの組織の質が向上

事業別スタッフ数※2

ポジション別スタッフ数※3

国内SaaSの人員が  
4Qで拡大

顧客維持強化のためのCSM増強を2Qで行い  
下期は大きな変動なし



※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 2023年2Q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 2023年2Q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に参入し、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

# Letro新プラン「LetroSolution」を提供開始(4Q)

LPや記事LPの制作・運用を行うサービスを  
「LetroSolution」として2023年11月から正式に提供開始

NEW

月額利用料：15万円～

得意とするUGCと動画を活用することで訴求力の高いLP制作が可能



機能価値の「伝達力」



体験価値の「具現化」



顧客属性別に「最適化」

プロダクトソリューション (コンテンツの制作・運用)

制作ソリューション (LP/記事LPの制作・運用)

LetroStudio

動画の量産・運用



ストレスのない訴求を実現

Letro

UGCの生成・運用



潜在ニーズの可視化・訴求

LetroSolution

LP/記事LPの制作・運用



リッチなWeb制作を実現

商品LP制作

LPの設計・  
デザイン・  
コーディング

記事LP制作

記事LPの設計・  
執筆・デザイン  
・コーディング

運用改善

LPの課題抽出から  
改善の打ち手  
実行まで  
全施策を代行

CVRの平均改善率**1.2**倍

(食品、化粧品、通信教育、通信商材など様々な業種の企業への先行実績多数)

# Letro 導入事例：【三つ星ファーム様】

## UGCをもとにした顧客インサイト分析から新規獲得LPを制作

### 掲載位置や表示デザイン、バナーを検証しながらUGCを運用し、CVRを継続的に改善



顧客インサイトを元に制作したLP

CPA **27%**改善  
 CVR **1.3**倍

継続的なUGC運用

CVR **1.86**倍超

#### インサイト収集



実際の購入者



インサイト情報

#### インサイト分析



利用状況



認知・魅力値



訴求発見

#### LP制作

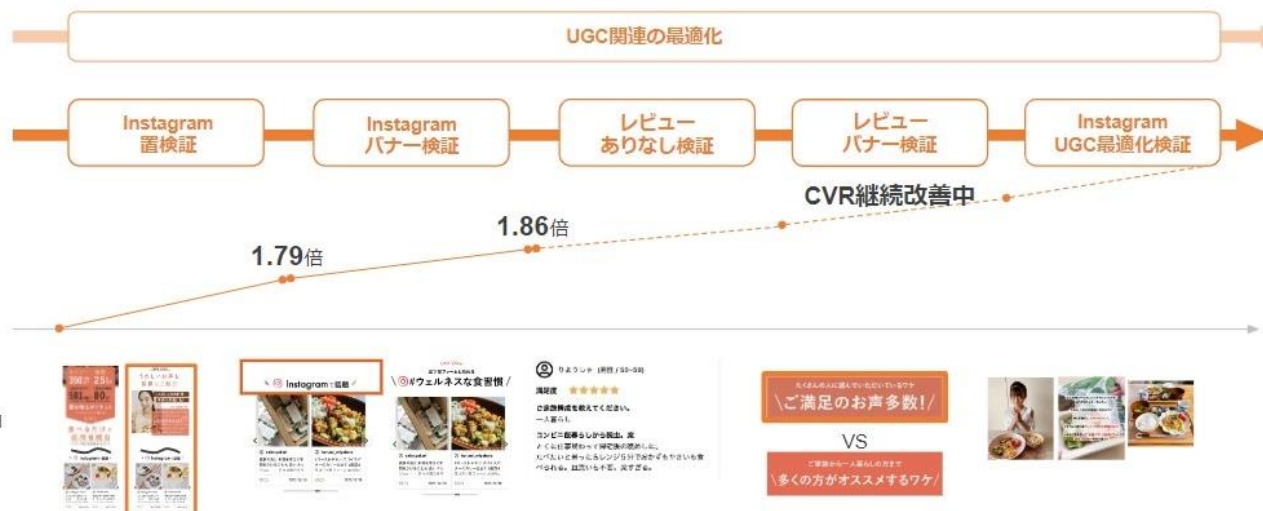


#### UGC運用



CVR改善率

検証軸

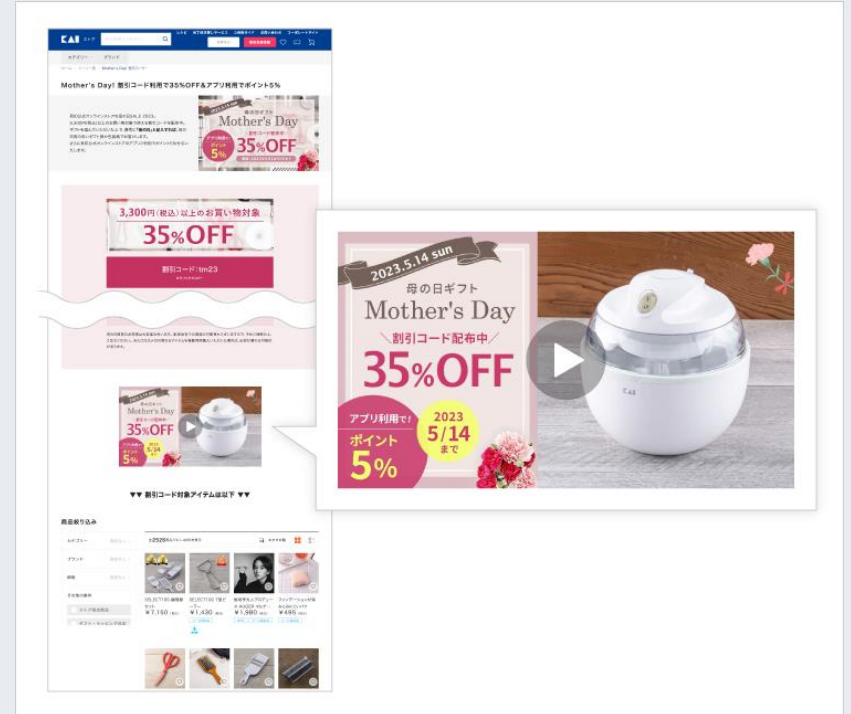
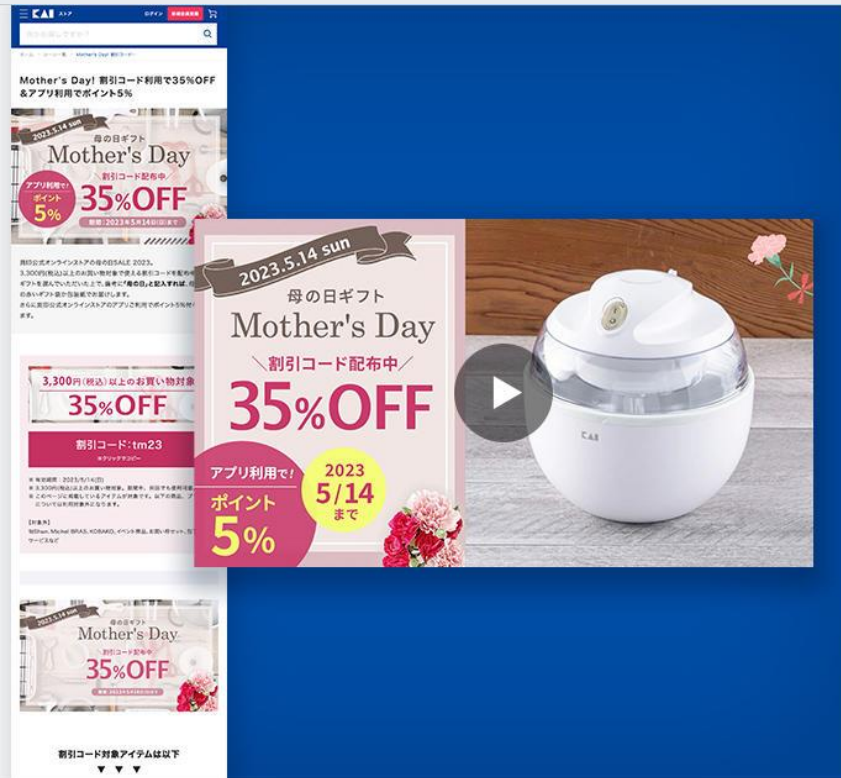


# LetroStudio 導入事例：【貝印公式オンラインストア様】

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+15%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+15%向上

「echoes」活用で商品購入レシートを応募条件としたX（旧Twitter）キャンペーンを実施  
課題だった店頭施策との連携を解決し、応募数約6.8倍、キャンペーンによる購買増を実現



「echoes」を活用した  
Xキャンペーンの主な成果

・ X施策からmastバイ  
キャンペーンページへの送客数： 約**16万人**

・ X施策きっかけのmastバイ  
キャンペーン参加者の割合： 約**32%**

Xキャンペーンで送客した期間中と終了後1週間の期間にmastバイへ応募した  
方のうち「Xキャンペーンをきっかけに応募した」と回答したユーザーの割合

・ 過去のmastバイ  
キャンペーンとの応募数比較： 約**6.8倍**

・ 6月店頭POS実績と  
前月(5月)実績との比較： **+17.7%**

商品認知拡大+mastバイキャンペーンサイトへの送客

購買促進

フォロー&  
リポスト(RT)

自動リプライを送信  
(抽選結果は表示無し)

mastバイキャンペーンサイト上で  
X(Twitter)キャンペーンの抽選結果を表示

そのままmastバイ  
キャンペーンへ参加



X(Twitter)施策きっかけの  
mastバイ応募

2022年8月、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

## 当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

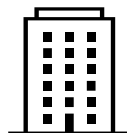
検索エンジン、  
広告運用スキルの追加

### ■人材の拡充

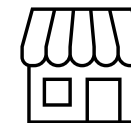
高騰している  
運用型広告人材の確保



DIGITAL CHANGE



都市圏の大手企業中心の  
販売促進支援



地方の中堅～中小企業の  
集客・販促支援

地方中小企業の  
『マーケティングDX』  
を支援



SNS特化の  
コンサル&クリエイティブ



リスティング広告の運用力と  
新規顧客獲得力

当社独自のKOLネットワークを活用した企画・制作などで中国SNS用公式アカウント運営を支援  
開設からわずか1週間でフォロワー1.6万人超を獲得し人気アカウントに

## 日本ロフト

RED 小紅書フォロワー

開設からわずか1週間

**1.6万人**突破!

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  
を含む運営全般を支援

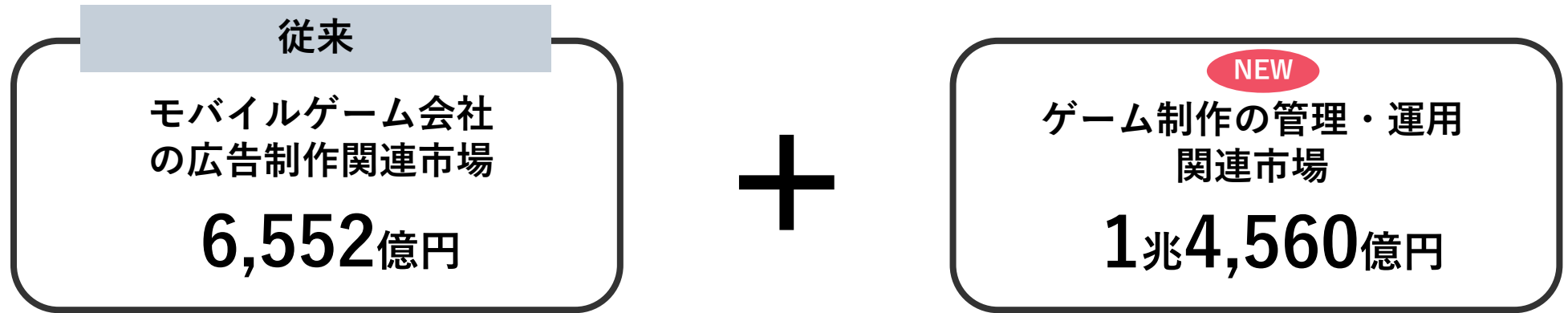
- ・タイトルやサムネイル等を中国のSNS  
トレンドで個別に最適化
- ・当社独自KOLネットワークの活用で、  
RED、Douyinの人気KOLと連携

など



# 海外事業における市場規模

2023年下期にゲーム制作の管理・運用支援を追加したことで  
市場規模が拡大



メイン  
ターゲット

【当社推計値】：3,213億円  
世界Top300モバイルゲーム会社の年間売上=約510億USD※  
×マーケティング比率30%  
×クリエイティブ比率15%  
×想定為替レート：1ドル=140円

【当社推計値】：7,140億円  
世界Top300モバイルゲーム会社の年間売上=約510億USD※  
×Live Ops比率10%  
×想定為替レート：1ドル=140円

その他

【当社推計値】：3,339億円  
世界のモバイルゲーム会社の年間売上=約530億USD※  
×マーケティング比率30%  
×クリエイティブ比率15%  
×想定為替レート：1ドル=140円

【当社推計値】：7,420億円  
世界のモバイルゲーム会社の年間売上=約530億USD※  
×Live Ops比率10%  
×想定為替レート：1ドル=140円

※アプリ分析ソフト「センサータワー」<https://sensortower.com/>より(2023年12月の売上金額×12にて年間売上を算出)



# 海外事業における拠点・スタッフ数

2023年は業績状況に合わせてスタッフ構成を変動

2024年は構造改革実施へ

## 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

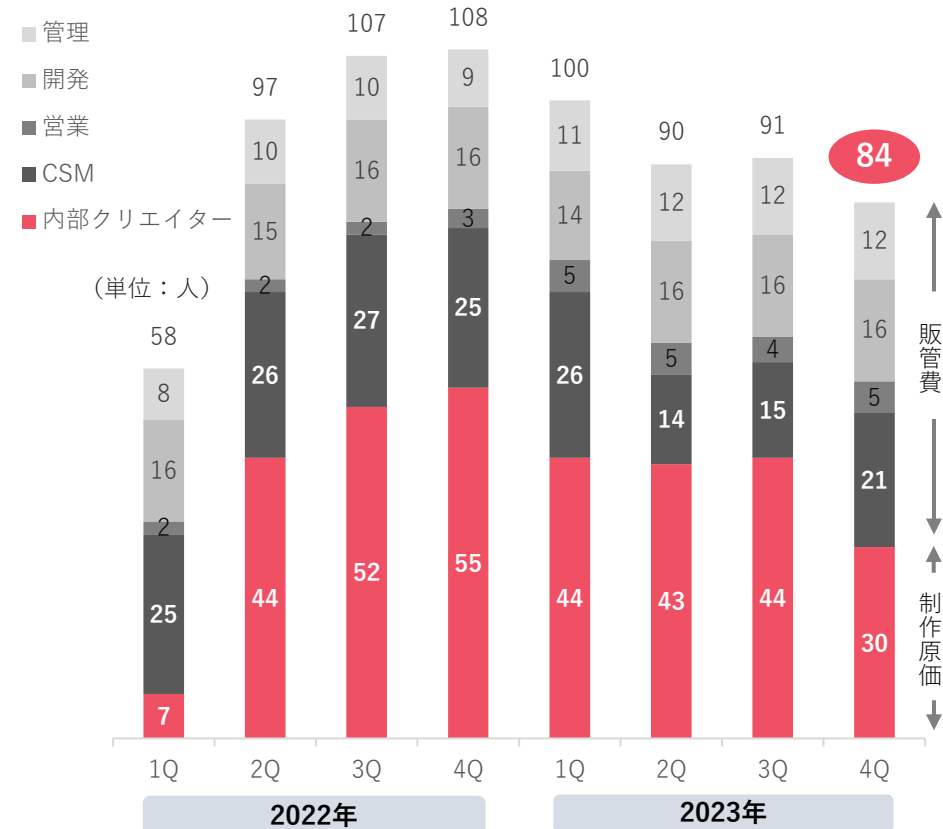
マレーシアの制作チームを吸収し、  
2022年5月に新たな拠点を増設

US  
(New York/Austin)

2015年8月設立の  
拠点

## スタッフ数※

4Qで人員整理  
および配置転換を実施



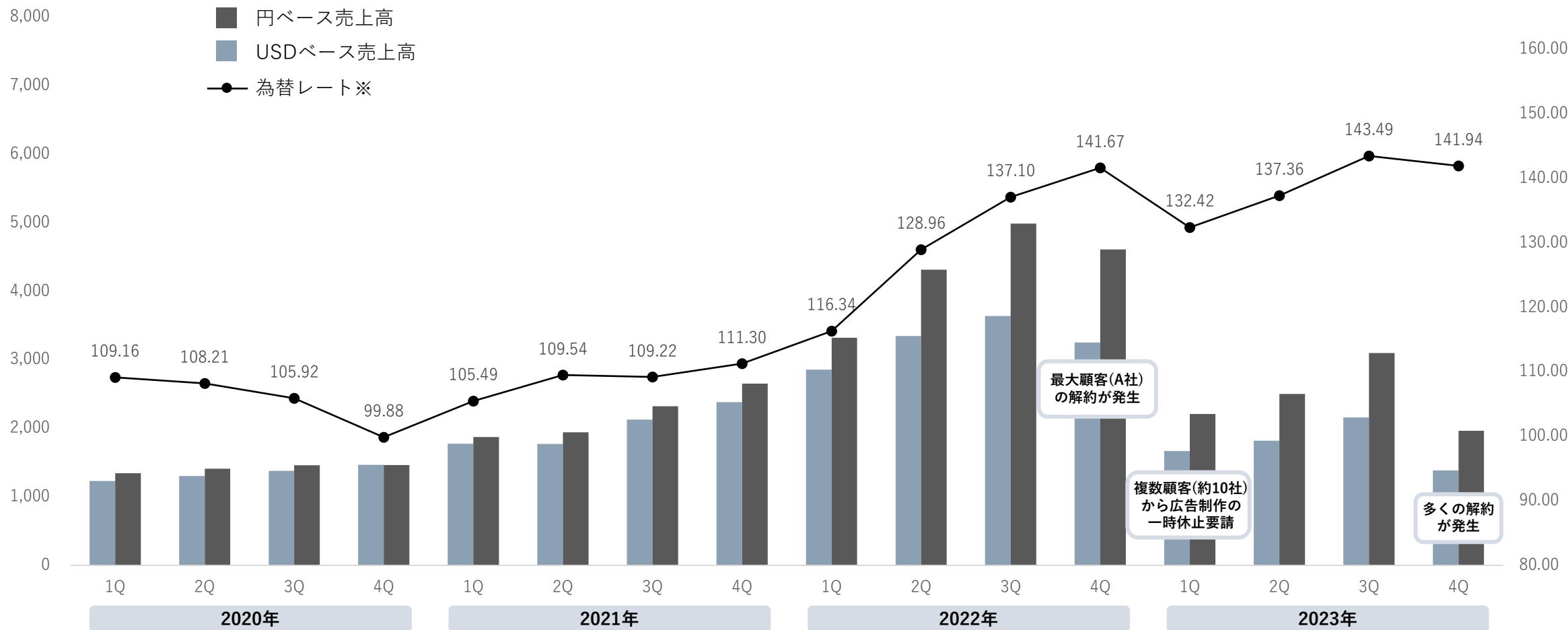
※スタッフ数：正社員+業務委託・非正規雇用者を含めた人数

2022年以降、急速な円安が進行

マーケット変化に対応しきれず、2022年4Q以降ドルベースでも売上が反転

(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

# 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	3Q	4Q
<b>売上高（新基準）</b>	<b>660</b>	<b>622</b>	<b>662</b>	<b>779</b>	<b>839</b>	<b>832</b>	<b>871</b>	<b>988</b>	<b>1,041</b>	<b>1,113</b>	<b>1,195</b>	<b>1,201</b>	<b>1,010</b>	<b>1,018</b>	<b>1,051</b>	<b>1,064</b>
SaaS	382	379	420	441	473	477	528	583	669	754	821	794	582	601	694	613
デジタル人材	278	243	241	337	366	355	343	405	372	358	374	407	428	416	356	450
<b>原価</b>	<b>169</b>	<b>151</b>	<b>146</b>	<b>200</b>	<b>181</b>	<b>171</b>	<b>186</b>	<b>221</b>	<b>231</b>	<b>265</b>	<b>259</b>	<b>287</b>	<b>240</b>	<b>265</b>	<b>243</b>	<b>283</b>
制作費	100	86	81	108	90	86	98	114	115	132	113	95	83	92	80	135
R&D	69	65	65	92	91	85	87	106	115	132	145	192	156	173	163	147
<b>売上総利益</b>	<b>491</b>	<b>471</b>	<b>516</b>	<b>578</b>	<b>657</b>	<b>660</b>	<b>685</b>	<b>767</b>	<b>809</b>	<b>847</b>	<b>935</b>	<b>913</b>	<b>770</b>	<b>752</b>	<b>807</b>	<b>781</b>
売上総利益率	74.4%	75.6%	77.9%	74.2%	78.3%	79.4%	78.6%	77.6%	77.8%	76.2%	78.3%	76.1%	76.2%	73.9%	76.8%	73.4%
<b>販管費</b>	<b>475</b>	<b>444</b>	<b>426</b>	<b>411</b>	<b>439</b>	<b>479</b>	<b>509</b>	<b>568</b>	<b>555</b>	<b>624</b>	<b>663</b>	<b>647</b>	<b>731</b>	<b>683</b>	<b>718</b>	<b>719</b>
S&M	92	83	78	77	76	89	106	107	96	103	103	106	117	110	112	103
CSM	132	133	126	130	142	154	172	189	258	263	286	303	274	250	285	226
G&A	250	227	220	203	220	235	230	219	200	256	273	237	301	321	319	390
一時費用								52					38			
<b>営業利益</b>	<b>15</b>	<b>26</b>	<b>89</b>	<b>166</b>	<b>218</b>	<b>181</b>	<b>176</b>	<b>198</b>	<b>254</b>	<b>223</b>	<b>272</b>	<b>266</b>	<b>38</b>	<b>69</b>	<b>89</b>	<b>61</b>
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%	22.2%	3.8%	6.9%	8.5%	5.8%

# プレスリリース一覧 (2024年2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

# プレスリリース一覧（2024年2月14日現在）

## 2023年【2Q】

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
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！
8月	国内SaaS	コーセーのスキンケアブランド「米肌」がLetro活用、レビュー最適化で新規獲得用LPのCVR1.27倍を実現
8月	国内SaaS	親子教室ベビーパーク運営の「TOEZ」がLetro導入開始、申し込みサイトへのレビュー掲載で申し込み率125%を実現

# プレスリリース一覧（2024年2月14日現在）

2023年  
【3Q】

8月	中国進出支援	開設からわずか1週間でRED（小紅書）フォロワー1.6万人突破！日本ロフトのRED、Douyinアカウント運営を支援
8月	国内SaaS	Letro、オイシックス・ラ・大地「大地を守る会」の新規獲得LPの制作・運用を支援
8月	国内SaaS	老舗おもちゃメーカー「タカラトミー」のECサイトにLetro活用、UGCを掲載して買い物体験向上を狙う
9月	全社	アライドアーキテクト、メディアプラットフォームnoteにて「IR note マガジン」参画
9月	国内SaaS	Letro、冷凍おかず定期便サービス「三ツ星ファーム」の新規獲得LPの制作・運用を支援
9月	国内SaaS	オンライン美肌相談プラットフォーム「東京美肌堂」がLetro導入、レビュー掲載で予約率が従前比38%増加
9月	国内SaaS	定額制パーソナルフードブランド「GREEN SPOON」がLetroを活用

2023年  
【4Q】

10月	国内SaaS	Letro、スキンケアブランド「あきゅらいず」の記事LPの制作を支援
10月	国内SaaS	スペシャルティチョコレート専門店「Minimal（ミニマル）」がオンラインストアにLetro導入
10月	国内SaaS	トータルメイクアップブランド「LUNASOL（ルナソル）」がLetro導入開始
10月	国内SaaS	「小林製薬」がLetroを導入
11月	国内SaaS	LetroStudio、動画やアニメーションをサイトに掲載できるタグ発行機能を提供開始
11月	国内SaaS	Letro、LPや記事LPの制作・運用を行う「LetroSolution」を提供開始
11月	国内SaaS	Letro、UGC表示をリッチ化する「タブ表示機能」を提供開始
12月	国内SaaS	Letro、ニッポンが展開する「nest」のUGCを新規顧客獲得LPの訴求開発・コンテンツに活用
12月	中国進出支援	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

2024年  
【1Q】

1月	プロダクト (旧：国内SaaS)	Letro、OMO/オムニチャネル対応ECプラットフォーム「W2 Unified」と D2Cリピート通販向けECプラットフォーム「W2 Repeat」とのAPI連携によりUGC生成を自動化
1月	プロダクト	Letro、Instagramリールなどの縦型動画の表示に対応
1月	プロダクト	echoes、X（旧Twitter）におけるキャンペーン支援社数累計400社を突破！
2月	クロスバウンド (旧：中国進出支援)	RED（小紅書）で日本人トップクラスの人気を誇る大口智恵美を起用したREDライブコマースをファッション・ビューティー企業向けに提供開始

## 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.17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.70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。

# 主なグループ会社一覧



			持株比率		
Allied Architects	<b>Allied Tech Base</b> (非連結会社)	<b>Allied Tech Base Co.,Ltd.</b> (ベトナム ハノイ)	100%	<b>プロダクト</b> (旧：国内SaaS)	SaaSツールのオフショア開発拠点
	<b>Allied Tech Camp</b> (非連結会社)	<b>Allied Tech Camp Co.,Ltd.</b> (ベトナム ホーチミン)	100%	<b>プロダクト</b> (旧：国内SaaS)	SaaSツールのオフショア開発拠点
	<b>Creadits JP</b>	<b>Creadits株式会社</b> (東京都渋谷区)	83.9%	<b>海外</b> (旧：海外SaaS)	Creadits社の日本法人 (中間持株会社)
	<b>Creadits</b>	<b>Creadits Pte. Ltd.</b> (シンガポール)	100% ※	<b>海外</b> (旧：海外SaaS)	広告クリエイティブ制作プロバイダー (運営拠点)
	<b>NBC</b> NEXT BATTER'S CIRCLE	<b>株式会社ネクストバッターズサークル</b> (東京都渋谷区)	100%	<b>ソリューション</b>	ショート動画が制作できるサービス 「QUMIAI」を展開
	<b>DIGITAL CHANGE</b>	<b>株式会社デジタルチェンジ</b> (東京都目黒区)	51.0%	<b>ソリューション</b>	運用型広告支援(リスティング、ディスプレイ)
	<b>fanbase company</b> (持分法適用関連会社)	<b>株式会社ファンベースカンパニー</b> (東京都渋谷区)	44.9%	<b>ソリューション</b>	「ファンベース」の戦略策定・実行支援
	<b>OTHELL</b> ●オセロ○	<b>株式会社オセロ</b> (旧Vstar Japan株式会社) (東京都渋谷区)	51.0%	<b>クロスバウンド</b> (旧：中国進出支援)	中国本土向けインフルエンサーの育成・活用

※Creadits JP社の持株比率



# 事業に関するリスク及び対応策

	発生可能性	発生時の影響度	リスク概要	対応策
事業全般	中	大	【SNS関連】 SNS運用変更や新SNSの出現による悪影響を受ける可能性があるリスク	特定のSNSに依存しないサービス設計
	大	中	【季節変動】 顧客企業の広告予算の月ごとの変動により業績が変動しやすいリスク	特定の顧客や業界に依存しないサービス設計
経営環境	小	大	【管理体制】 コーポレート体制の強化が事業成長や変化に追いつかないことで管理不十分になるリスク	採用による人員強化、外部コンサルによる体制・教育の強化など適正な管理体制を整備
	中	中	【グローバル化】 経済動向や政治問題による影響リスク	情報収集体制や外部相談ができる体制を強化
M&A 新規事業	小	大	事業環境の急変や投資回収の懸念リスク	小規模のM&Aから開始のうえ、体制構築、専任人材の配置、PMI計画と実行の徹底
財務	中	大	【資金繰り】 財政状態が悪化した場合に資金調達が困難になるリスク	複数のキャッシュイン手法の確立
	中	中	【貸付金】 海外子会社への貸付金に関する回収不能リスク	C/Fや資金繰り計画の精微化、リスクが高まった際の早期リカバリープラン策定

※特に重要と当社が考えているリスク概要と対応策について記載しており、将来において発生可能性がある全てのリスクを網羅するものではありません。  
本項の記載内容以外のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の全面的なアップデートは本決算の発表時期(2025年2月)を目途に行う予定ですが、グループ中期方針など当社の成長性をお伝えするために重要な箇所につきましては 四半期決算においても継続的に掲載していく方針でございます



# 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](mailto: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。