

成長可能性に関する 説明資料

アライドアーキテツ株式会社

証券コード:6081

2013年11月29日



- 1 会社概要**
- 2 事業概要**
- 3 成長戦略**



1

会社概要

- 当社はソーシャルメディア向け、マーケティングプラットフォーム「モニプラ」を運営しています。
- 国内最大級の実績（ご支援企業数、利用ユーザ数）があります。

会社名 アライドアーキテクト株式会社

所在地 東京都渋谷区

設立 2005年8月

代表者 代表取締役社長 中村壮秀

資本金 201百万円（2013年9月30日現在）

事業内容 ソーシャルメディアマーケティング支援事業

社員数 130名（2013年9月30日現在）

- 当社は企業としてのビジョン（目指す姿）を実現するために、1つのミッション（経営理念）と、5つのバリュー（行動規範）を設置しています。



VISION 一流ベンチャーたれ



MISSION ソーシャルテクノロジーで、世界中の人と企業をつなぐ



VALUES 「每秒進化。」 「挑戦する失敗者は、尊い」
「God is in the details.」 「正直者でいこう。」
「エンジョイ、マイライフ」



- 当社代表は過去にIPOを一度経験しており、今後、更に大きなフィールドでの価値創出を実現します。

代表取締役社長

中村壮秀

(なかむら まさひで)

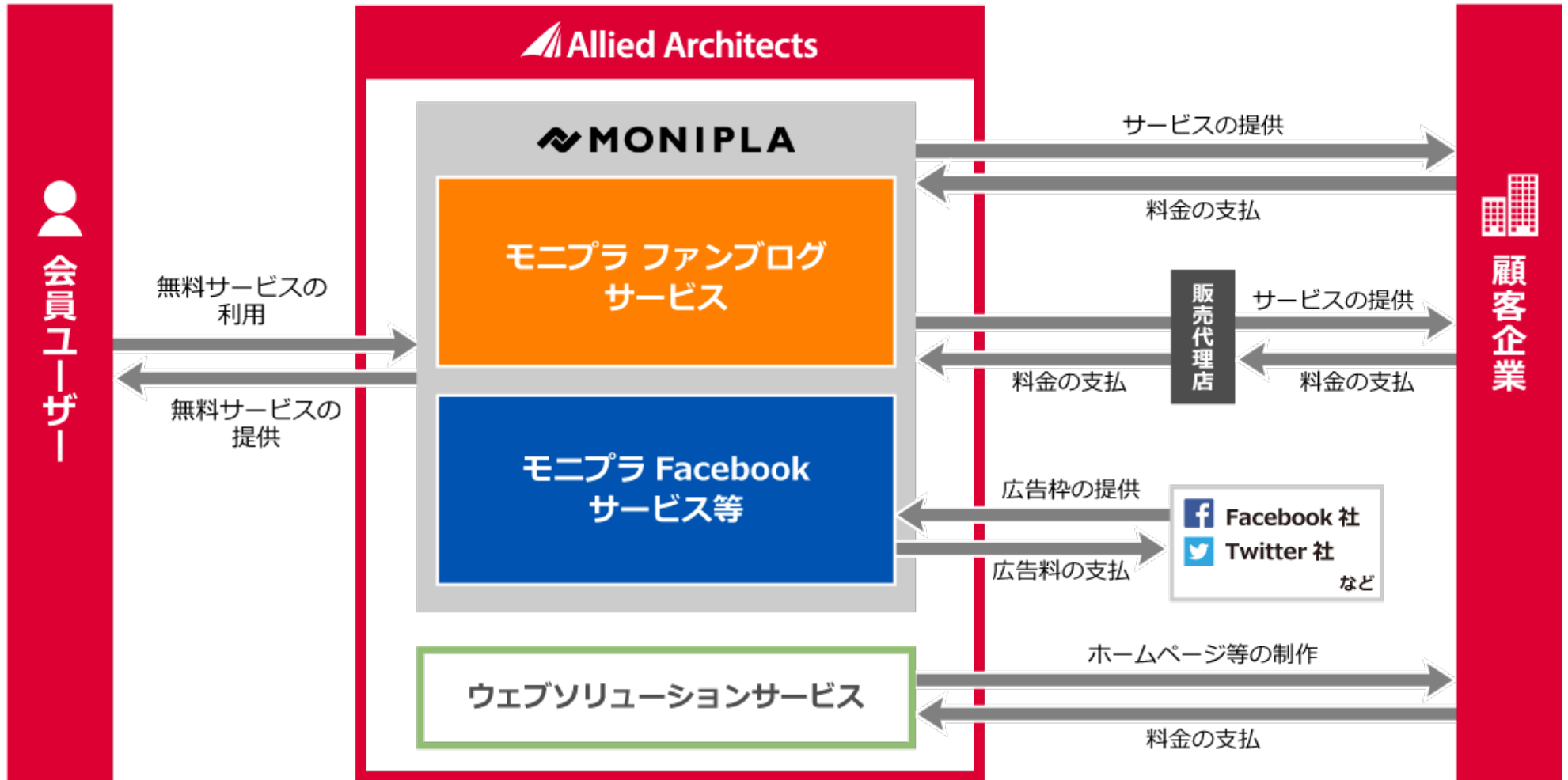


代表経歴

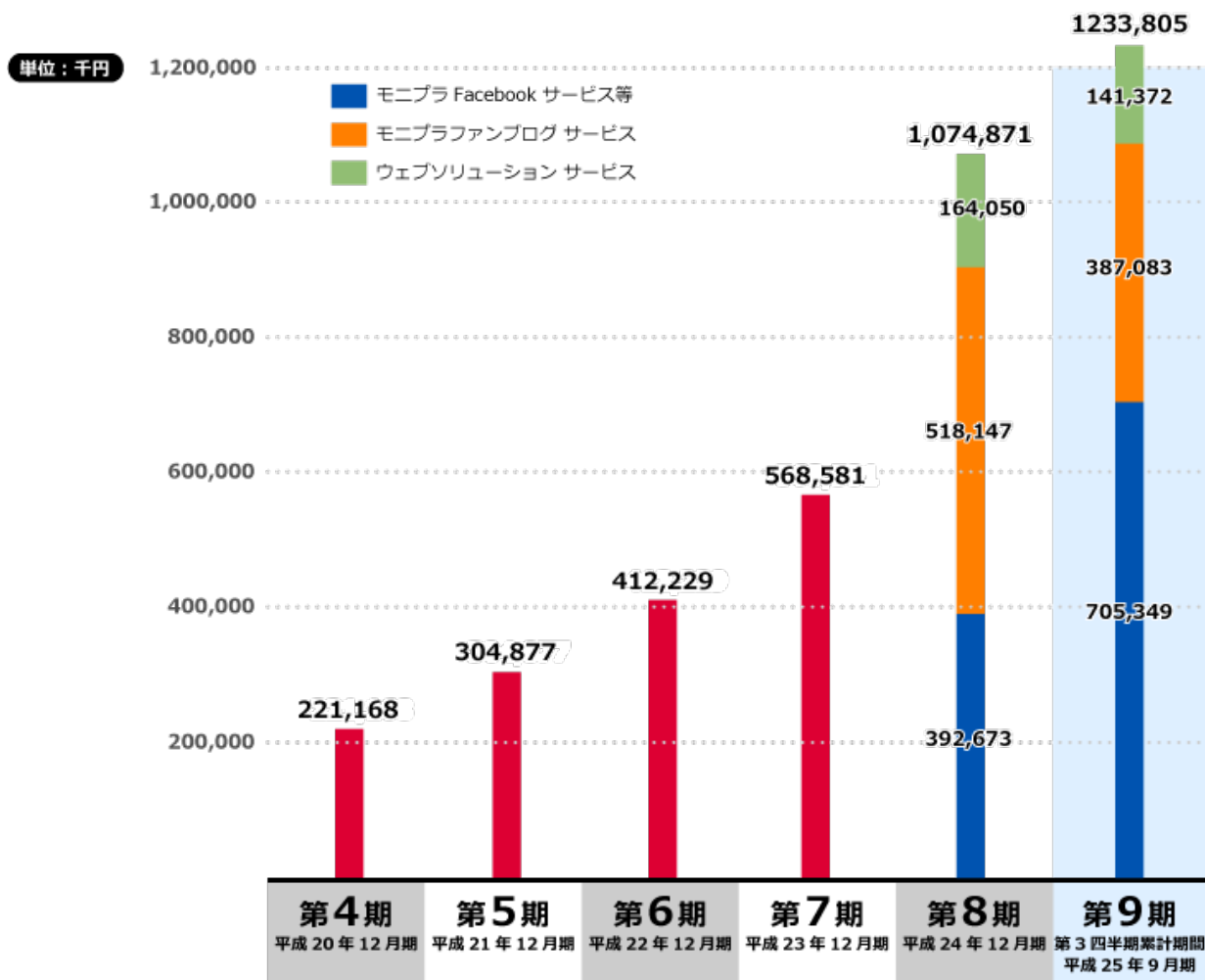
-
- 97年： 慶應義塾大学 理工学部 計測工学科（現物理情報学科） 卒業
住友商事株式会社 入社、リテール部門 配属
- 新規事業会社の設立・運営に携わる
- 00年： 株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン 創業に参画
- インターネットビジネスの可能性を信じ、参画
- 04年： 株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン 上場
- 上場時、全社売上の8割を占めるEC部門を担当
 - 口コミの重要性を実感し社会的意義・市場の大きさを確信する
- 05年： アライドアーキテクト株式会社 設立、代表取締役社長 就任
- 人と企業のエンゲージメント創出を使命とする

事業系統図

- 当社はソーシャルメディアマーケティング（以下SMM）支援事業を行い、モニプラサービス及びウェブソリューションサービスを展開しています。



- 第7期に開始したモニブラFacebookサービス等が第8期に急成長し、第9期においても成長を続けております。



- ASPでユーザー参加型キャンペーンを開催することができます。
- 代表的なキャンペーンとして「フォトコンテスト」「懸賞」「アンケート」「人気投票」などの開催が可能です。

MONIPLA

PC版



スマートフォン版



スマートフォン
ネイティブアプリ
(iPhone / Android)



ユーザー遷移 (イメージ)

- ユーザーの約半数がスマホ経由です。
- よりスマホに適したユーザーインターフェースを追及しています。

スマートフォン経由でのキャンペーン参加例*



①

友達の共有から
キャンペーンを知る



②

キャンペーンに
参加する



③

スピードくじに
チャレンジ!



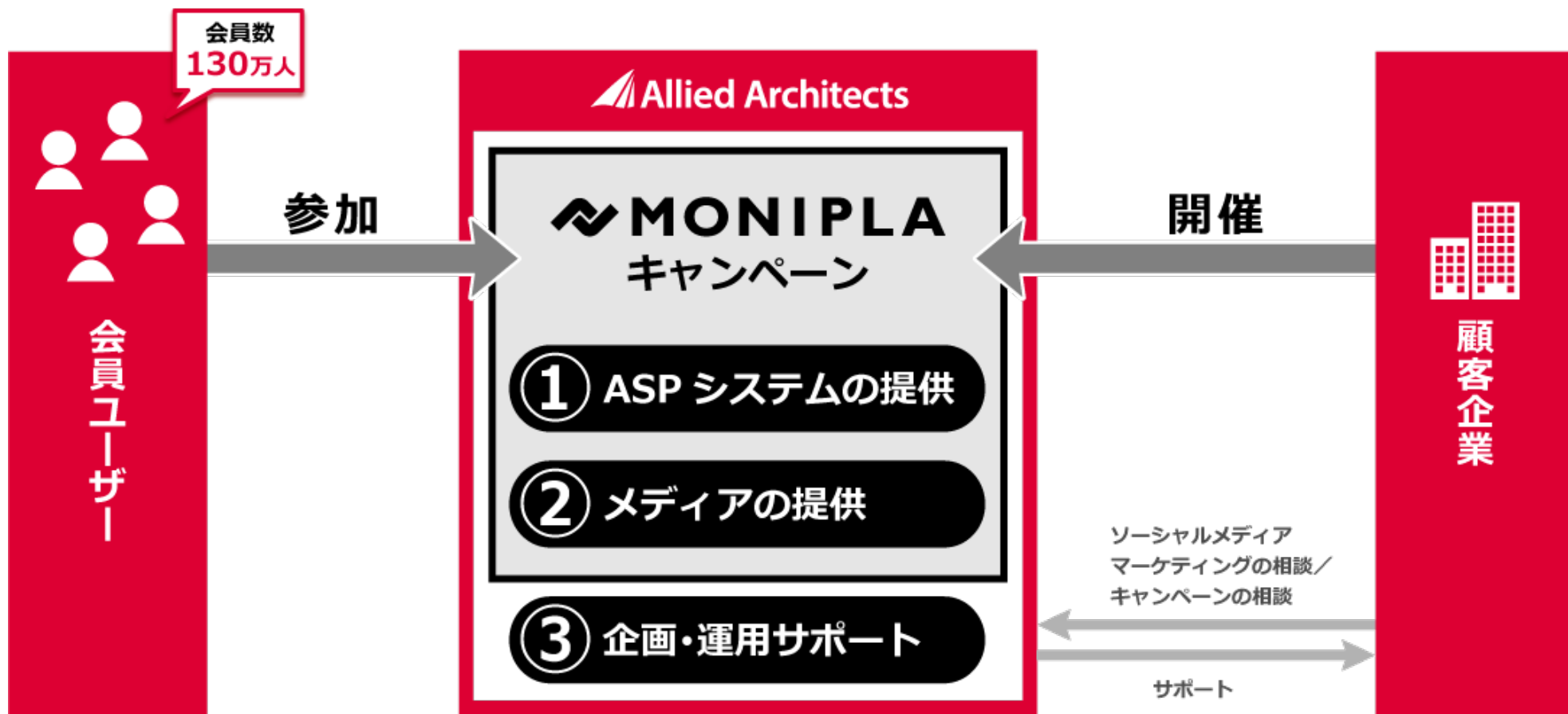
④

友人に共有、
また友人が参加・・・

* 本例示では「スピードくじキャンペーン」のユーザー遷移イメージを示しておりますが、遷移はキャンペーン種別に応じて変化します

ビジネス モデル (概要)

- 顧客企業のソーシャルメディア上でのマーケティング活動を、モニプラを主軸に **3** 方向から支援しています。



沿革

- 当社は人と企業のエンゲージメント※を生むプラットフォームを過去から、**一貫**して構築してきました。

‘05年 8月：アライドアーキテクト株式会社 創業

‘08年 5月：**ブロガー向けマーケティングプラットフォーム「モニプラ」** 開始

‘11年 5月：「モニプラ for **Facebook**」リリース

10月：「モニプラ for **mixi**」リリース

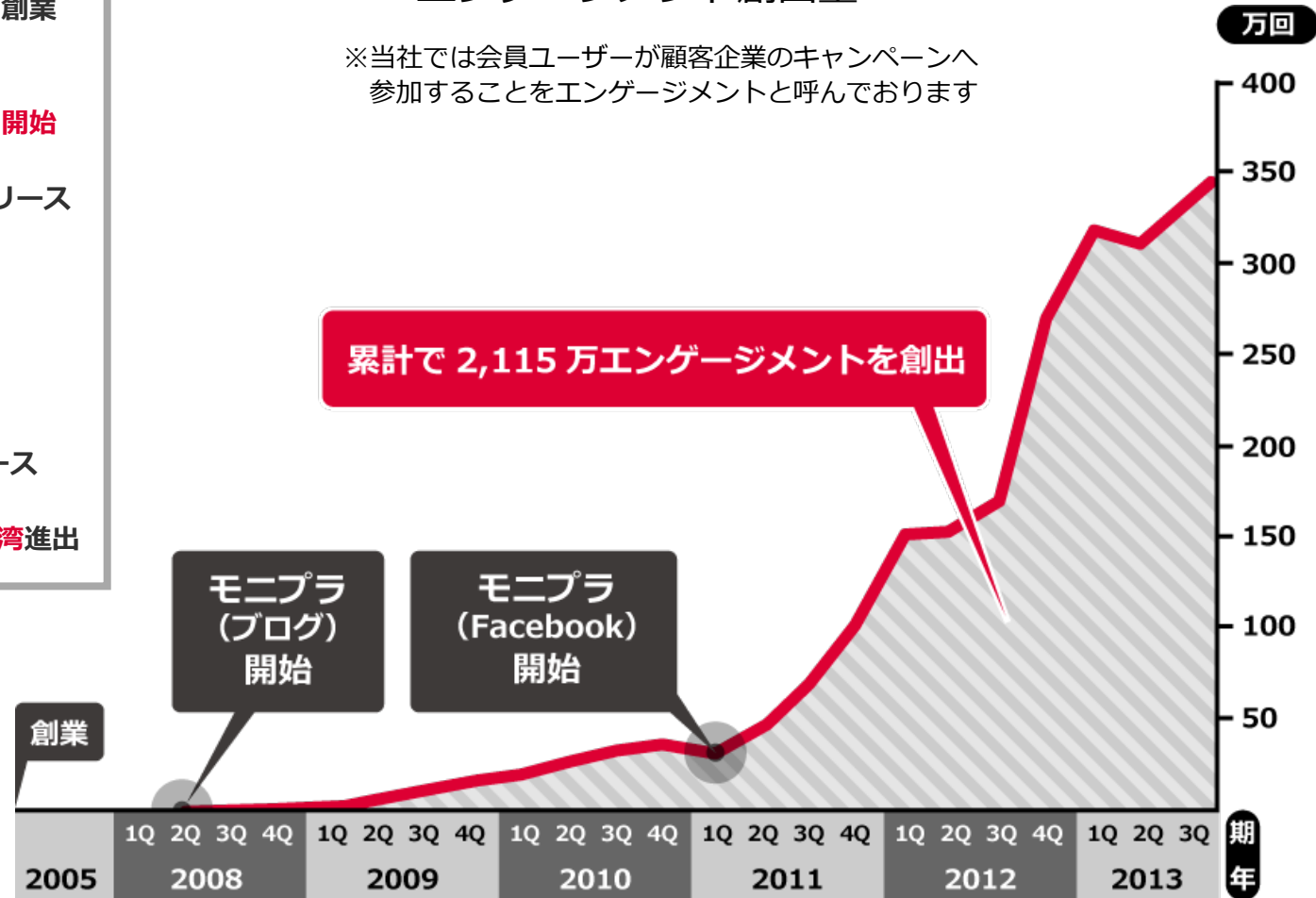
‘12年10月：**スマホ向けO2O支援サービス「モニプラFIND！」** 開始

11月：「モニプラ for **Twitter**」リリース

11月：「モニプラ for Facebook」 **台湾**進出

エンゲージメント創出量

※当社では会員ユーザーが顧客企業のキャンペーンへ参加することをエンゲージメントと呼んでおります





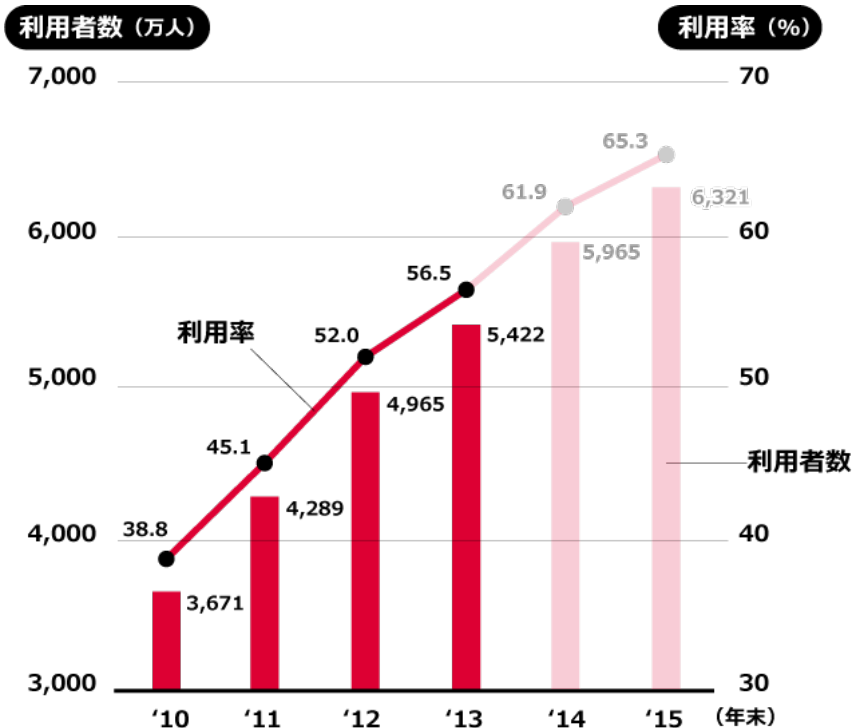
2

事業概要

- 国内ではSNS利用者数及び利用時間が増加しており、このトレンドは長期継続すると考えています。

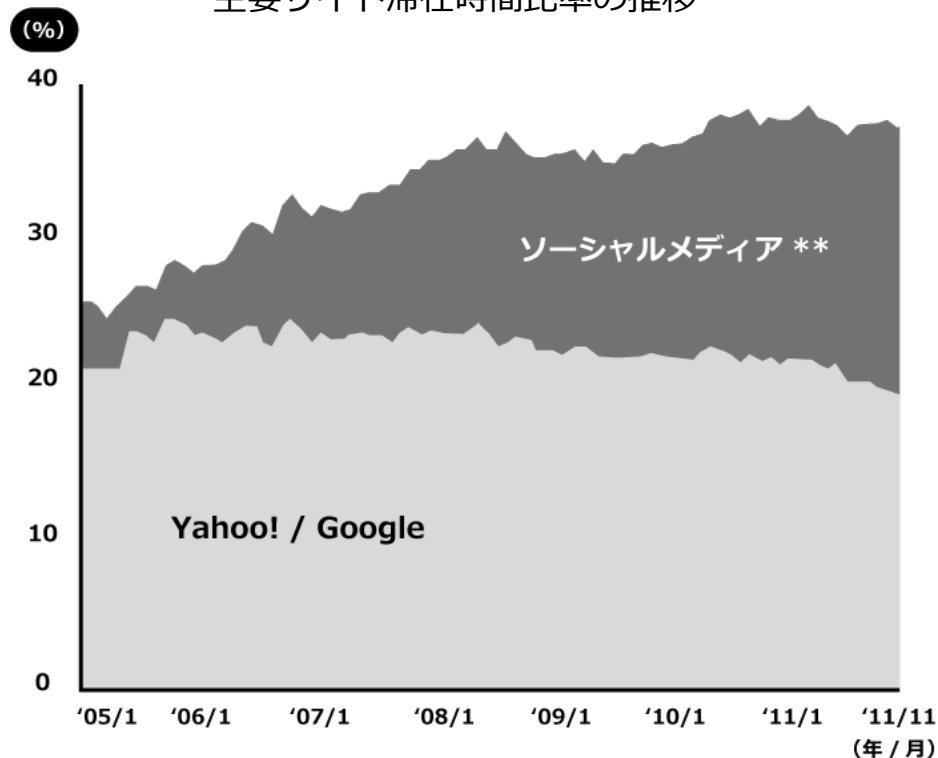
利用者数は日本人口の約50%まで上昇

日本におけるSNS利用者数



ソーシャルメディアの利用時間も増加の一途

日本におけるインターネット利用時間に占める主要サイト滞在時間比率の推移

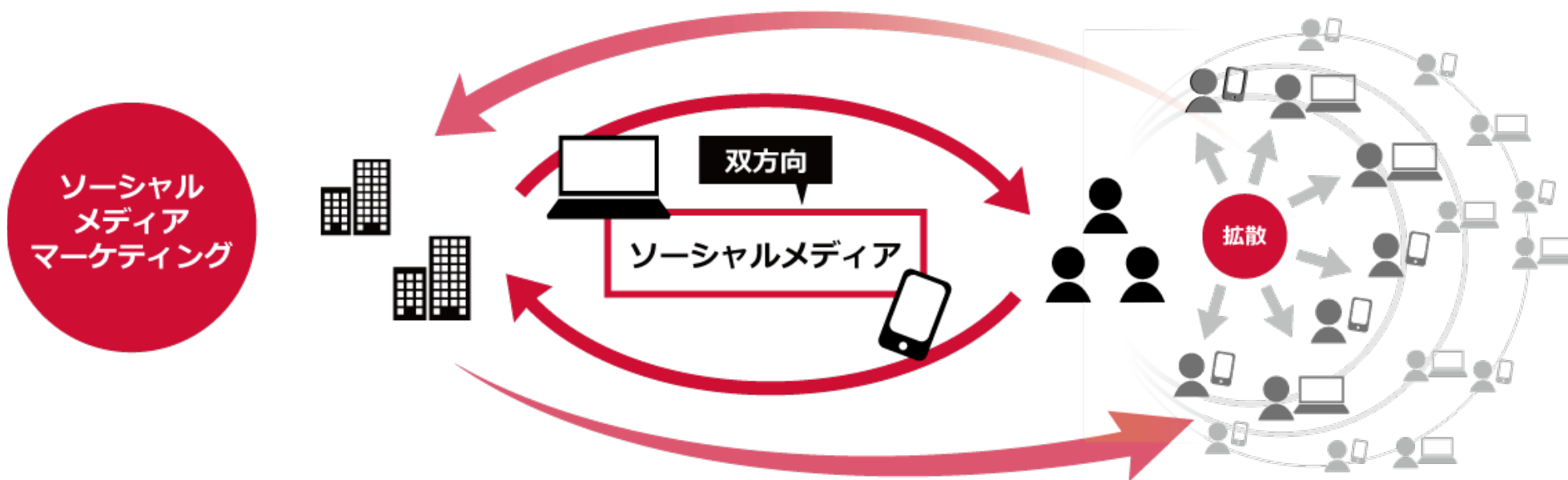


* ネット利用人口に対するSNS利用者の割合（2012年末のネット利用人口は9,556万人）

** SNS, 動画サイトなど

出所: ICT総研、ソーシャルメディア白書2012

- SMMは双方向性、拡散、ファンの蓄積といった特徴があり、広告市場におけるSMMの存在感が増しています。



ポイント

- 前述のように、当社は成長トレンドに乗ったビジネスを展開しています。

ソーシャルメディアユーザーの人数・利用時間の増加



ソーシャルメディアに対する企業ニーズの増加



使い易くて効果的なプラットフォームに対する企業ニーズの増加

ビジネス モデル (キモ)

● SMM成功の秘訣

①ASPシステム

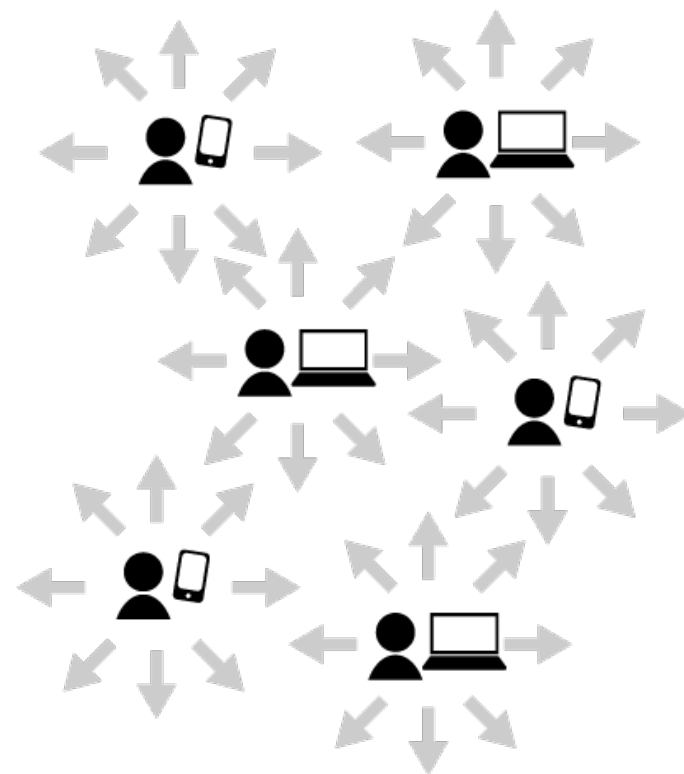
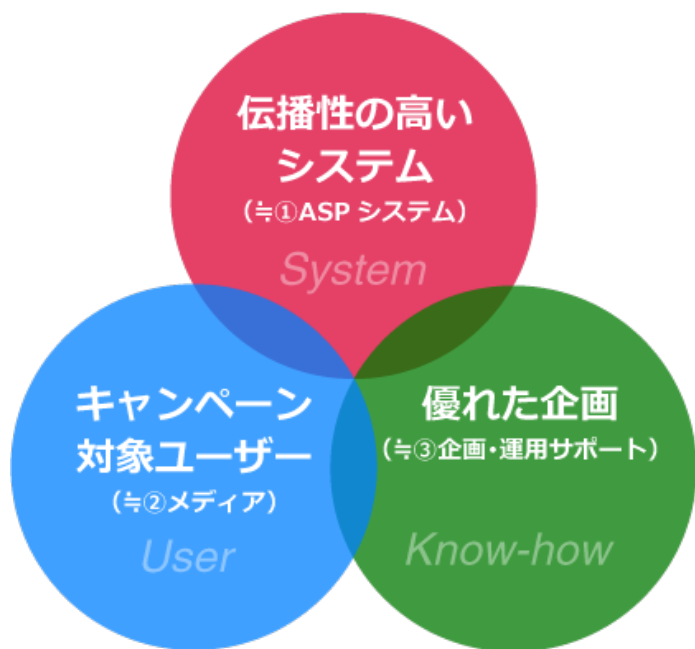
②メディア

③企画・運用サポート

三位一体

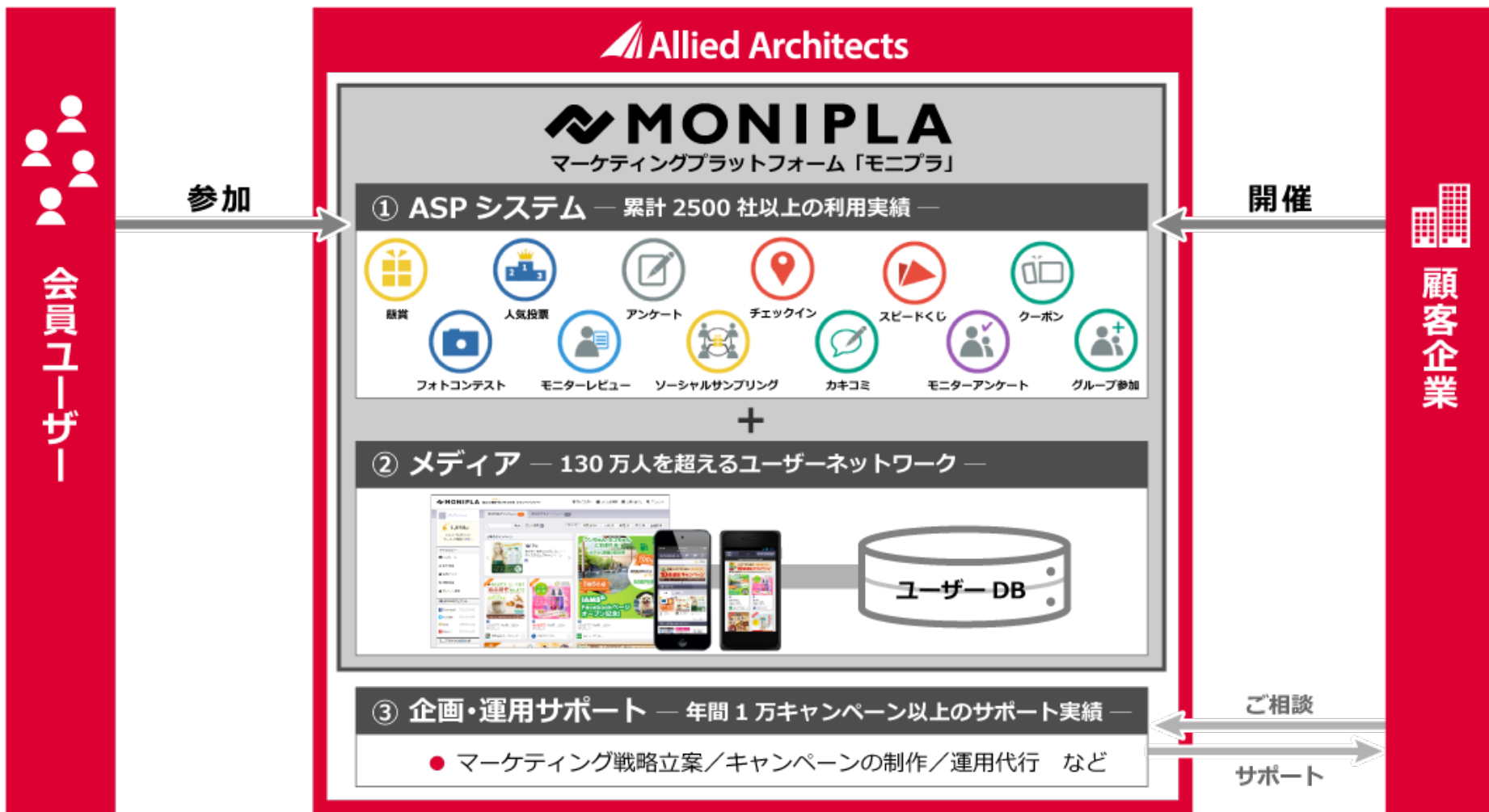
ソーシャルで伝播

クチコミで拡散



ビジネス モデル (詳細)

- 当社は①ASPシステム、②メディア、③企画・運用サポートについて、下記の強みがあります。





3

成長戦略

ポイント

- 当社はSMMを産業として育て、リーディングカンパニーであり続けるため、下記**3**点を実行します。

I. 成長維持

現在の伸びを健全に保ち続けます

II. 事業進化

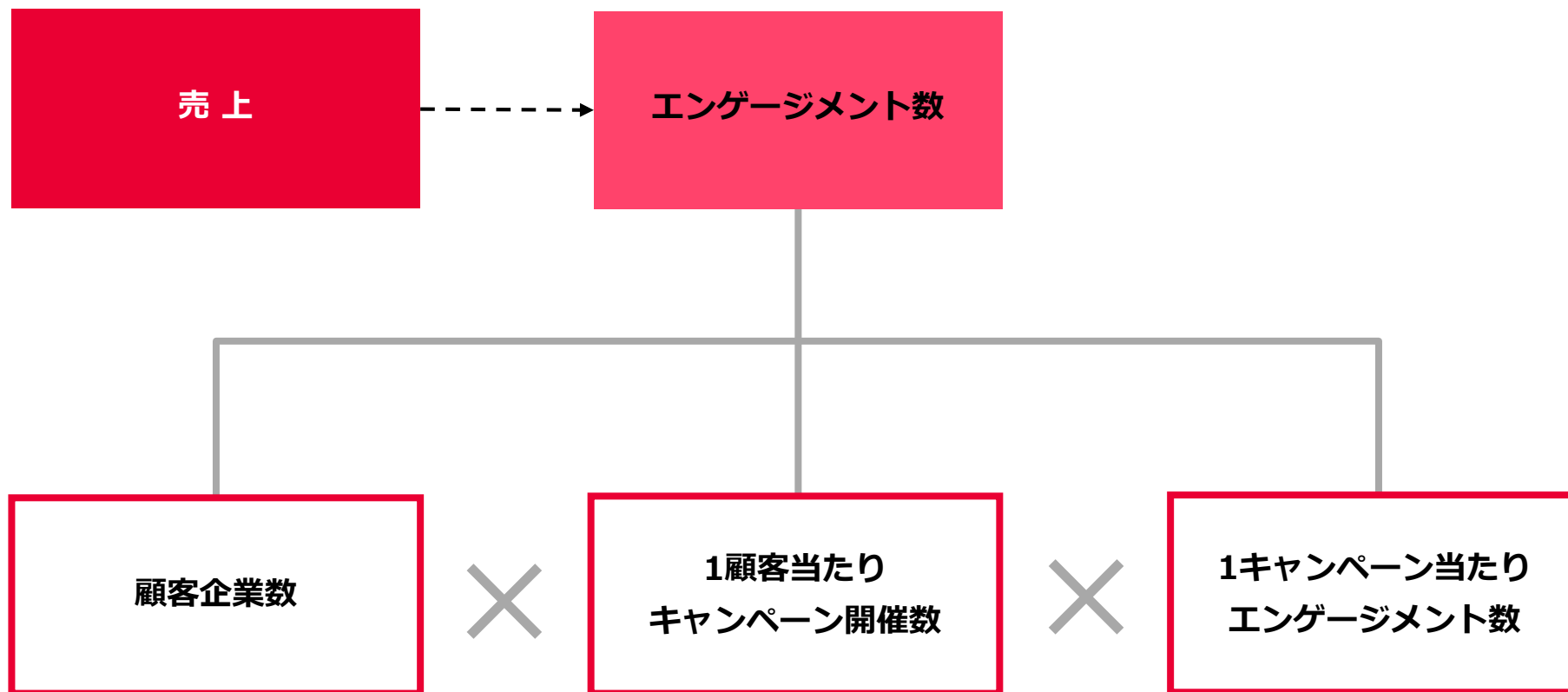
市場に適したサービスの進化を続けます

III. 海外展開

日本に閉じることなく世界を目指します

I. 成長維持

- 各KPIを伸ばし続けることにより、リーディングカンパニーとして順当成長を続けます。



Ⅱ. 事業進化

- プラットフォーム上のアプリケーション開発と、蓄積データの活用を追及していきます。

販促市場



- ・スマホアプリ「モニプラFIND!」
- ・店頭での購入を促進し、写真のアップロードによりポイントバック
- ・店頭での実購入が発生し、新商品などの広告にもなる

ソーシャルリサーチ



マーケティングプラットフォーム「モニプラ」

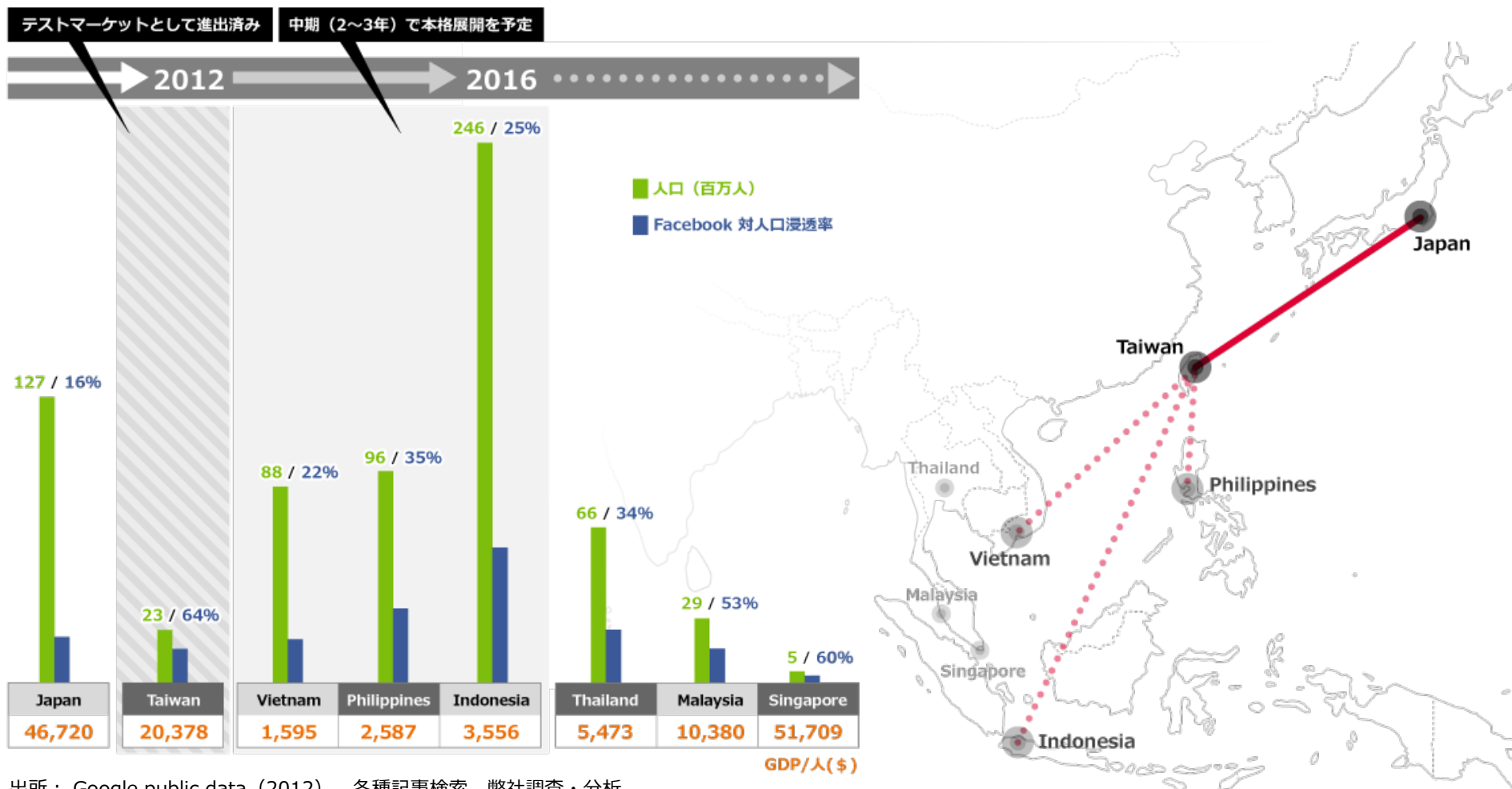
ビッグデータ

データベース
(属性・行動履歴)

- ・ユーザの行動履歴を基にした
広告商材を開発中

Ⅲ. 海外展開

- まずはアジアを切り口に、世界に向けてサービスを展開していきます。



出所：Google public data (2012)、各種記事検索、弊社調査・分析

業績と計画

(単位：百万円)	2012年12月期 (実績)	2013年12月期 (予想)	2013年12月期 第3四半期累計	進捗率
売上高	1,074	1,806	1,233	68.27%
経常利益	163	303	226	74.59%
当期純利益	134	188	137	72.87%
一株当たり 当期純利益	38.11円	50.62円	37.64円	74.35%

ご注意点

＜本資料の取り扱いについて＞

本資料に記載されている計画や見通し、戦略などは本書面の作成時点において取得可能な情報に基づく将来の業績に関する見通しであり、これらにはリスクや不確実性が内在しております。かかるリスク及び不確実性により、実際の業績等はこれらの見通しや予想とは異なる結果となる可能性があります。

当社が事業環境の説明を行う上で、参考となると考える情報を掲載しております。掲載データについては、調査方法や調査時期により結果が異なる可能性があります。

本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。