

2023年12月期 第1四半期 決算説明資料

アライドアーキテツ株式会社

2023年5月12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

1Q売上高

10.10億円
(前年同期比△3.0%)

ストック売上比率※1

47.8%
(前年同期比+1.0pt)

1Q営業利益

0.37億円
(前年同期比△85.2%)

SaaS ARR※2

16.47億円
(前年同期比△6.9%)



2023年末
目標

30億円

2024年末
目標

60億円

(P.22)



2023年2月～

「UGC薬機法チェック機能」
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.67参照。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.22参照)

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

- | | | |
|----------|----------------------|-------------|
| 1 | 事業概要・今期方針 | P.04 |
| 2 | 連結業績 | P.09 |
| 3 | 2023年12月期業績予想 | P.15 |
| 4 | グループ中期方針 | P.24 |
| 5 | 事業別戦略 | P.29 |
| | Appendix | P.58 |

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

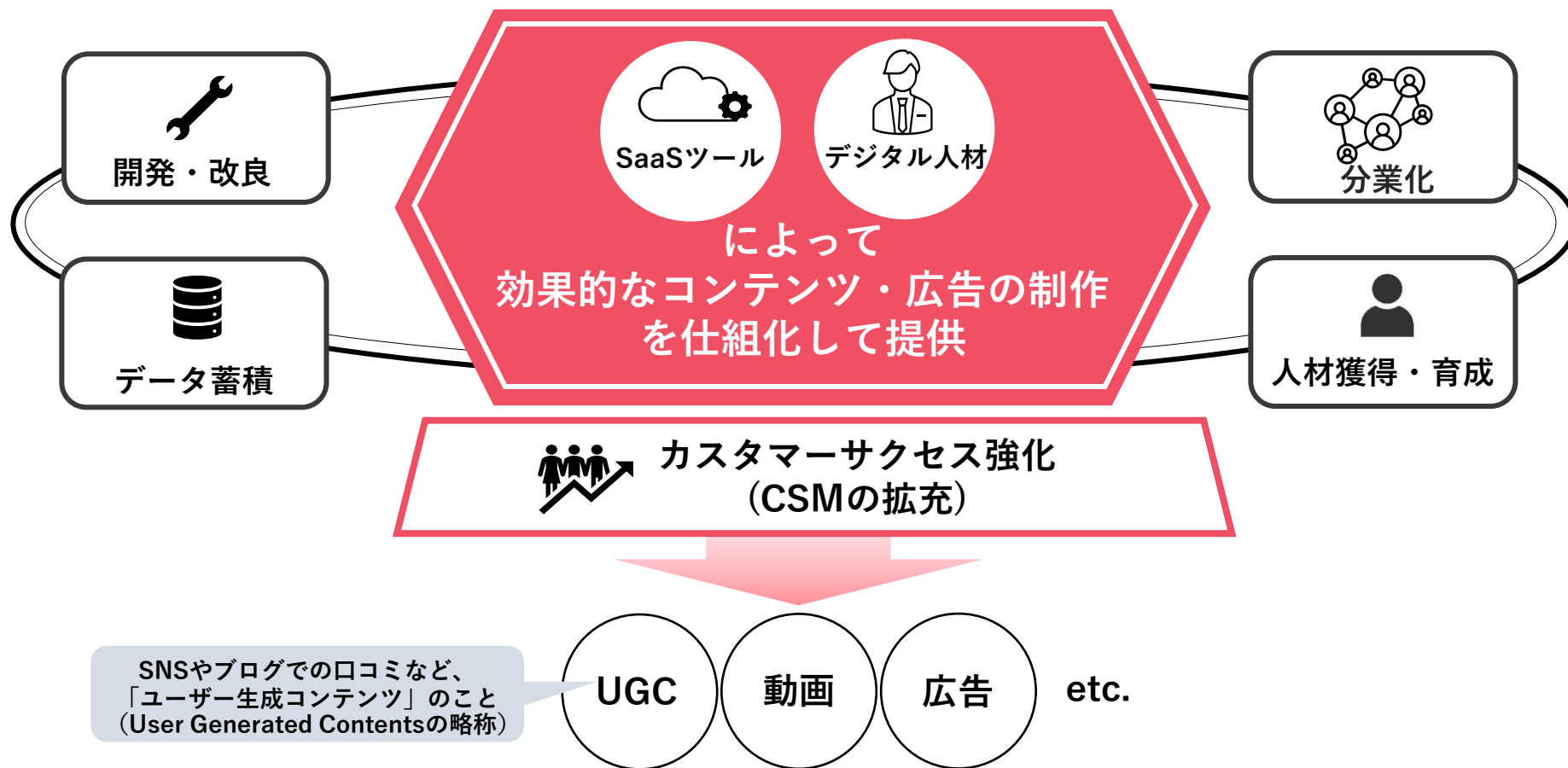
ウェイキュー

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

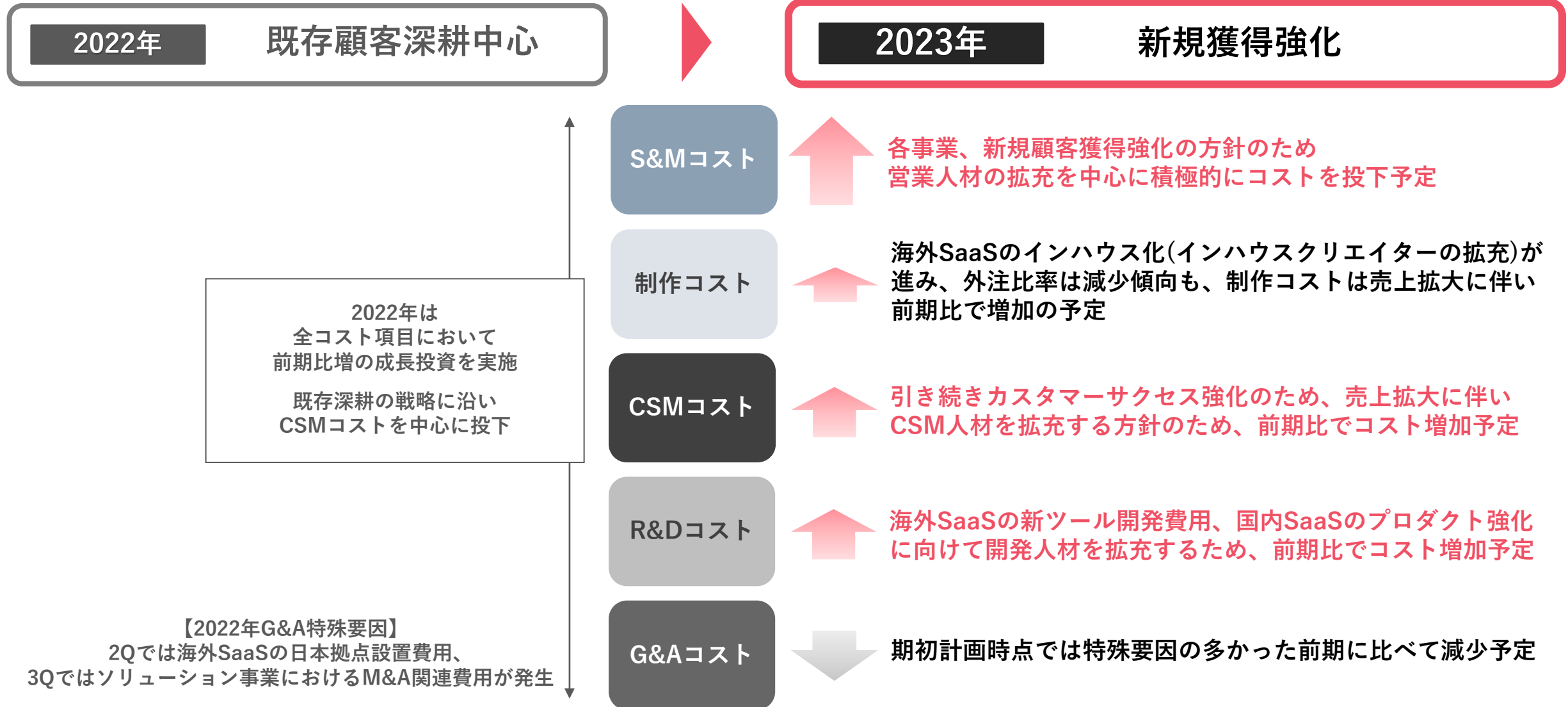
中期テーマ

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・制作コストも引き続き増加を見込むもG&Aコストは減少予定



連結業績



2023年12月期1Q（1-3月）業績

海外SaaS事業のメインターゲットであるゲーム業界が広告予算縮小の動きとなり
複数顧客から広告制作の一時休止要請を受け入れた結果、1Qの連結業績は苦戦

	2022年12月期 1Q実績	2023年12月期 1Q実績	前年同期比
(単位：百万円)			
売上高	1,041	1,010	△3.0%
営業利益	254	37	△85.2%
営業利益率	24.4%	3.7%	△20.7pt
経常利益	298 ^{※1}	47 ^{※2}	△84.2%
税金等調整前 四半期純利益	290	47	△83.7%
親会社株主に帰属する 四半期純損益	208	△2 ^{※3}	—

※1 為替差益(※4)として57百万円、持分法による投資損失△13百万円を計上

※2 為替差益(※4)として7百万円、持分法による投資利益1百万円を計上

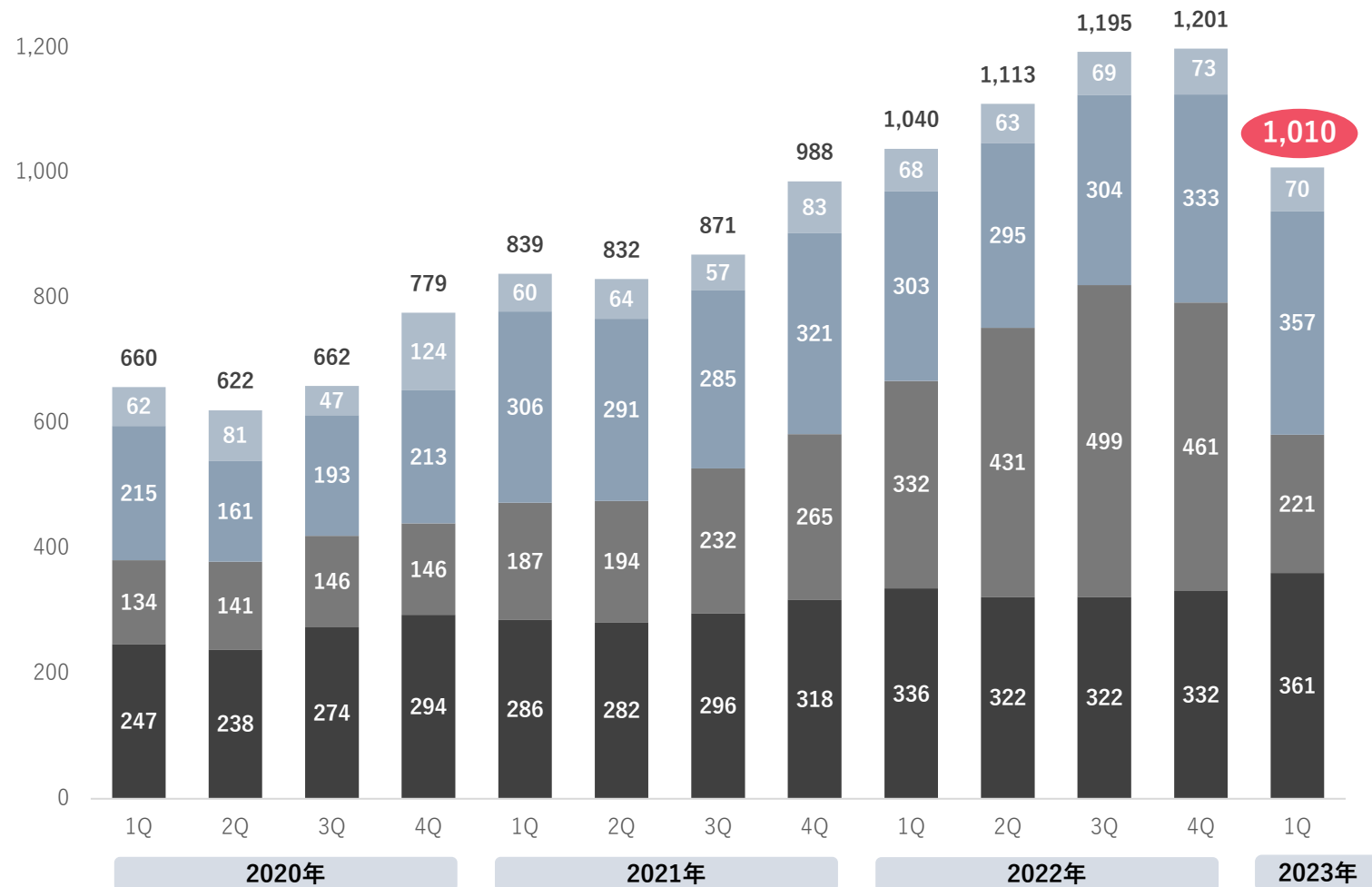
※3 特別損失の発生はなく、法人税等の計上による純損失

※4 当社単体で約7百万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とソリューションが四半期過去最高売上を達成も
海外SaaSが前四半期比で大幅減収となり、1Qは失速スタートに

(単位：百万円)



中国進出支援事業

1Qは越境EC支援の強みである認知施策の需要減少も、インバウンド支援の需要が増加

ソリューション事業

成果・企画提案力が向上、1Qは年度末需要も旺盛で四半期過去最高売上を達成

海外SaaS事業

複数顧客から広告制作の一時休止要請を受け入れた結果、1Qはイレギュラーな売上減に

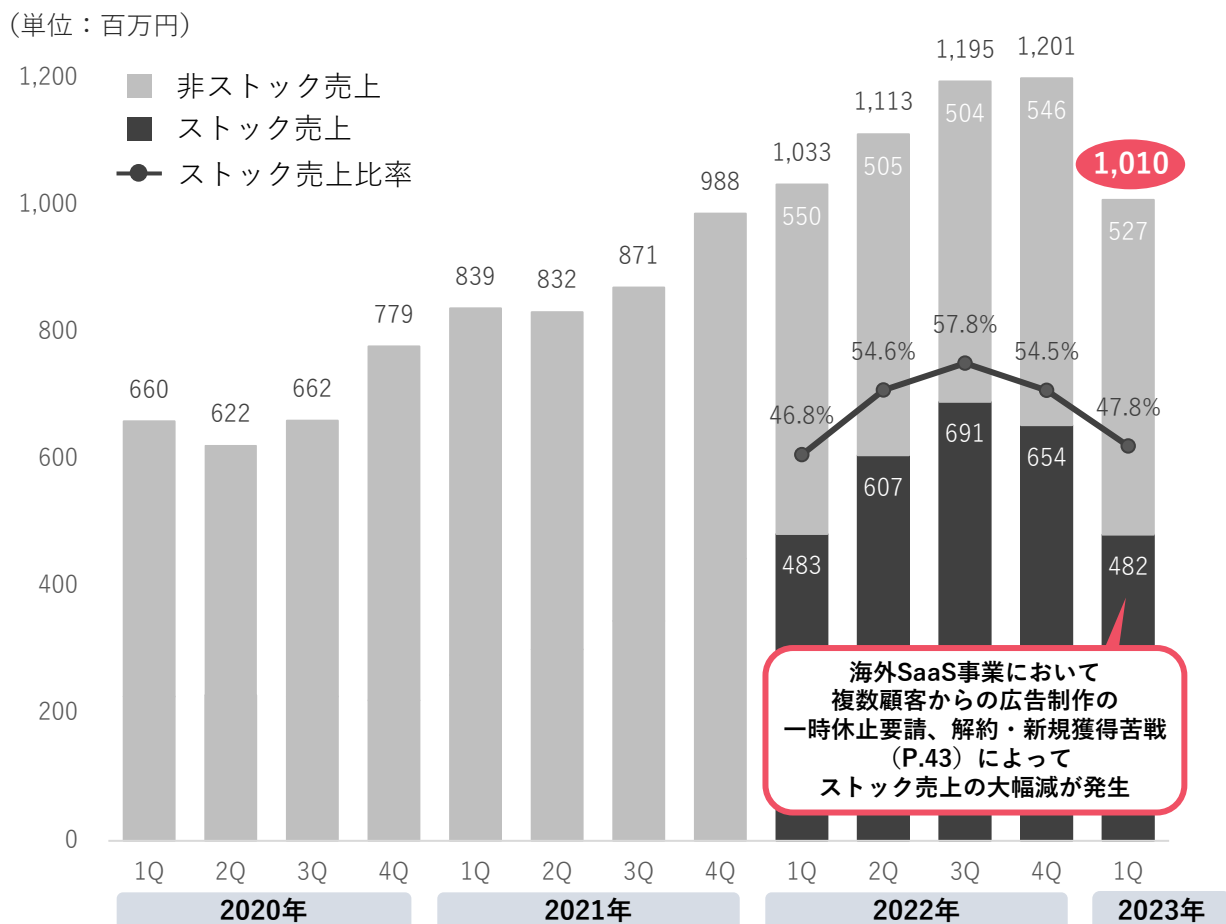
国内SaaS事業

注力商材「Letro」が成長を牽引し、1Qで四半期過去最高売上を達成

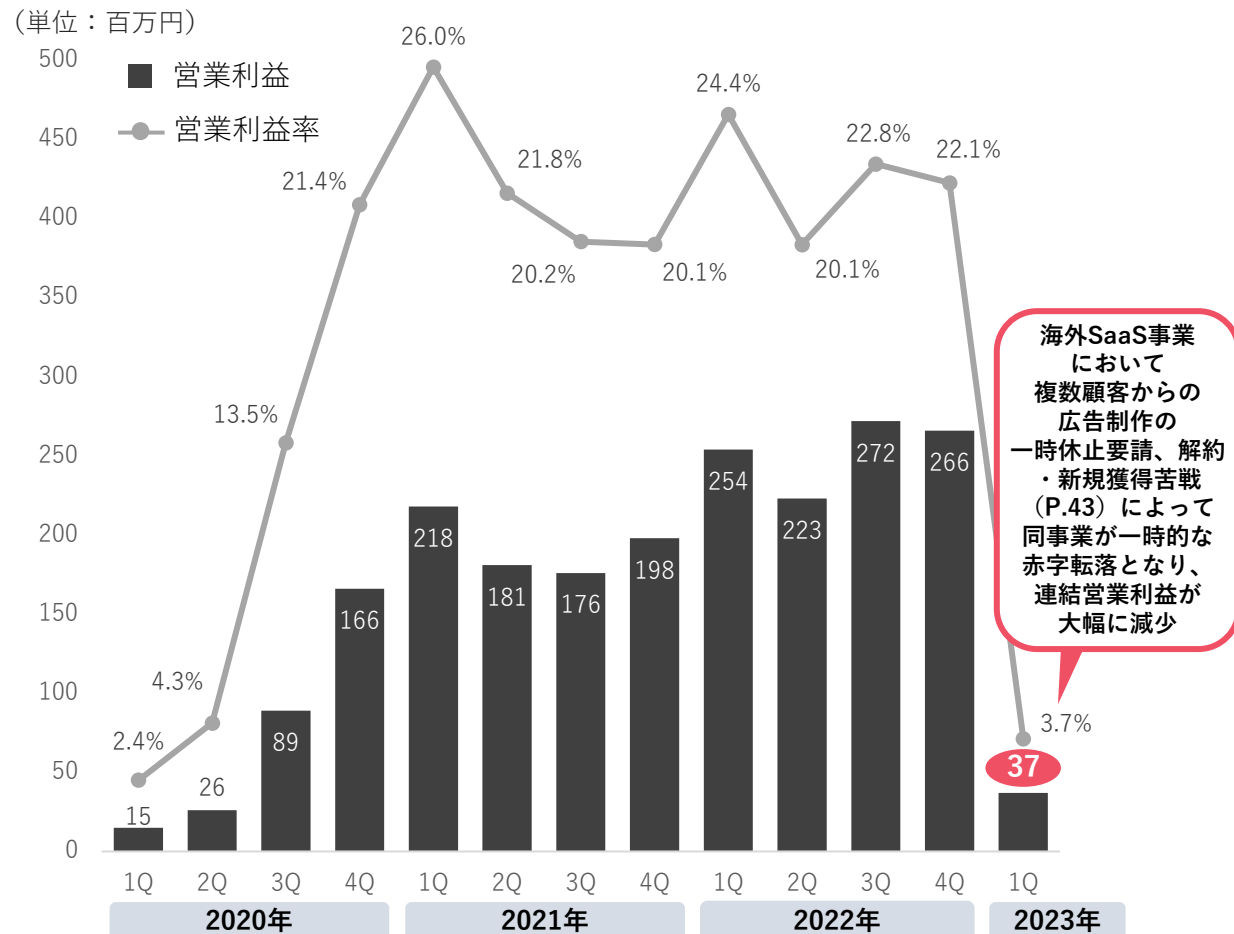
売上高・ストック売上比率、営業利益・営業利益率

1Qは海外SaaSがストック売上の大幅減に伴い一時的に約1.3億円の営業赤字
連結においても売上高・ストック売上比率・営業利益等がイレギュラーな下落に

売上高・ストック売上比率



営業利益・営業利益率

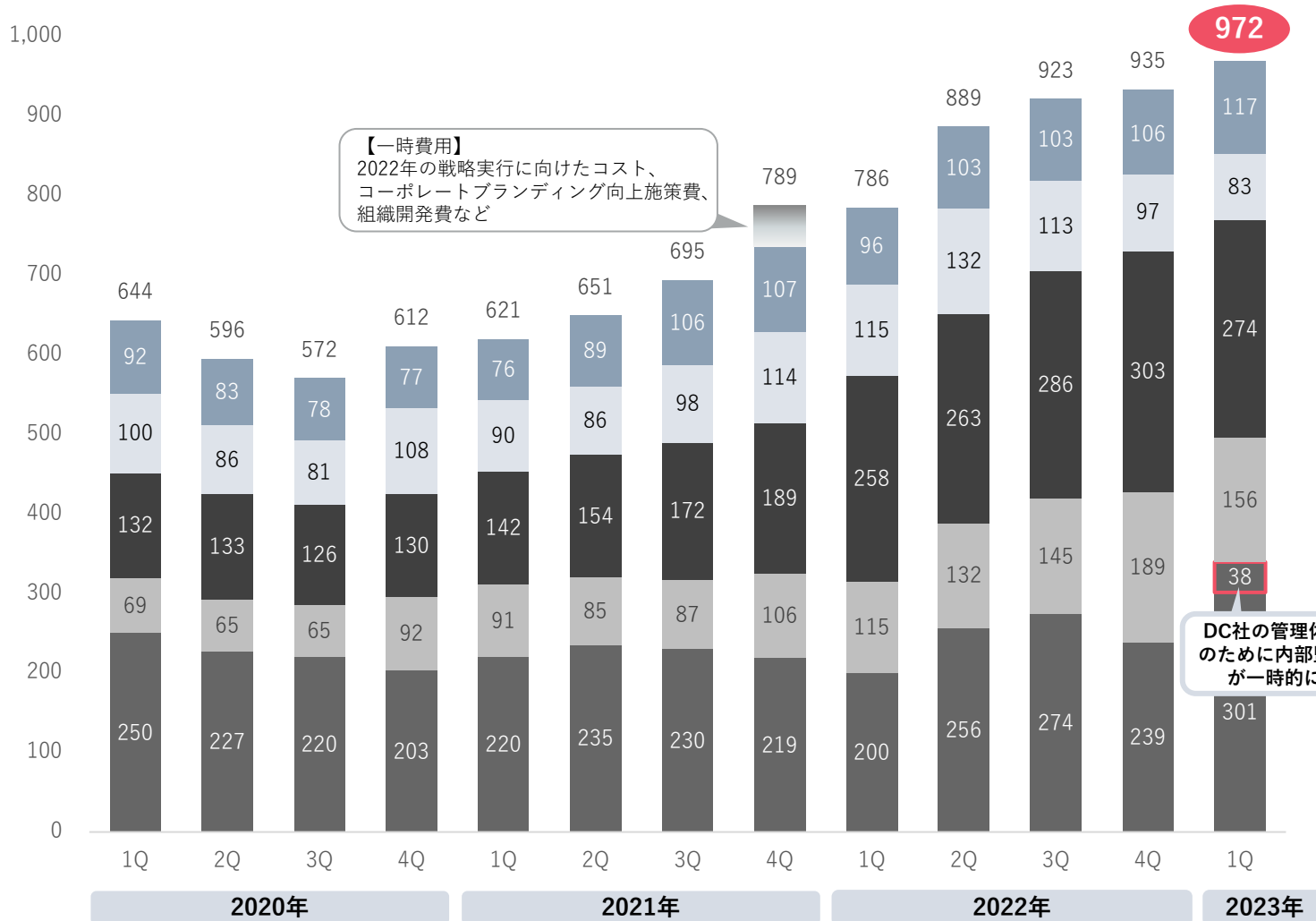


※ スtock売上：月額料金もしくは年間契約の料金。サービス別の分類はP.67参照。2023年1Q～国内SaaS事業のLetroの従量課金をストック売上から非ストック売上に変更。従量課金の財務会計での管理を開始した2022年1Qから区分を適用

コストの推移

1Qでは採用コストの増加に加え、内部監査費用の一時的な発生等により
G&Aが増加した一方、売上連動でR&Dを抑制し、制作・CSMは減少

(単位：百万円)



S&Mコスト

主に国内SaaSの営業コスト。
1Qでは新規顧客獲得のための体制構築により人件費が増加

制作コスト

主に海外SaaSの制作コスト。1Qでは売上に連動した外注費が減少

CSMコスト

国内SaaS、海外SaaSに次いでソリューションが多く占める。
1Qでは海外SaaSにおいて受注減に伴い、人件費が減少

R&Dコスト

主に国内SaaSの製品開発コスト。1Qでは海外SaaS
において売上減少を受けて、製品開発コストを抑制

G&Aコスト

1Qでは国内・海外共に人員増員のため採用コストが増加、
DC社の管理体制強化のための内部監査費用が一時的に発生

- ・ 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

借入金返済や納税により手元資金は減少も
引き続き健全な財務状態を維持

(単位：百万円)	2022年4Q末	2023年1Q末	前期末比
流動資産	3,526	3,381	△145
内、現預金	2,115	1,923	△192
固定資産	1,042	1,062	+19
資産合計	4,569	4,443	△125
負債合計	1,350	1,225	△124
内、借入金	485	425	△59
純資産合計	3,218	3,217	△0
自己資本比率	69.0%	70.8%	+1.8pt

2023年12月期 業績予想



2023年12月期業績予想の修正(2023年5月12日公表)

足元の業績動向を鑑み、上期予想・通期予想をそれぞれ下記の通り修正
純利益については精度の高い予想値の公表が現段階では困難なため非開示に※

(単位：百万円)	2023年12月期 期初予想	2023年12月期 修正予想	修正率		(単位：百万円)	2023年12月期 上期期初予想	2023年12月期 上期修正予想	修正率
売上高	5,500 ～6,000	4,900	△10.9% ～△18.3%	売上高	2,400	2,100	△12.5%	
営業利益	1,200 ～1,300	800	△33.3% ～△38.5%	営業利益	480	160	△66.7%	
経常利益	1,200 ～1,300	800	△33.3% ～△38.5%	経常利益	480	160	△66.7%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	900 ～1,000	—	—	親会社株主に 帰属する 四半期純利益	370	—	—	

理由：海外SaaSのメインターゲットであるゲーム業界におけるマクロ要因(P.17)によって、1Qで複数の継続顧客(約10社)からの広告制作の一時休止の要望を受け入れた他、解約・新規獲得苦戦により、売上高が大きく減少。一時休止顧客の半分以上が2Qで取引再開予定である他、安定的な需要が見込まれるゲーム制作支援を下期に追加予定としているなど2Q以降は巻き返しを見込むも、積み上げ式の継続契約が中心であるゆえに1Qビハインドの影響を2Q以降に補いきれないため

想定為替レート：上期予想・通期予想いずれも125円(期初予想同様)

※通期の純利益は黒字予想であるものの、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現段階では困難なため非開示といたします

【2022年後半】

コロナの巣ごもり需要の後退
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以降】



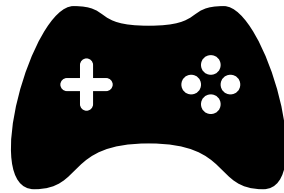
収益性の高いタイトルへの予算は
回復に向かう見込み



一時休止顧客の半数以上が
2Qで取引再開を予定

2022年12月に一時解約となった最大顧客(A社)については
コミュニケーションは継続しているものの、取引再開は未定

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



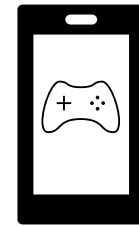
グローバルなゲーム会社の
3Dを中心とした広告制作

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

2023年12月期業績予想(2023年5月12日修正)の前期比較

通期売上高は増収を見込むも

利益面は1Qのビハインド分をカバーしきれず減益の見通し※1

(単位：百万円)	2022年12月期 実績	2023年12月期 修正予想	前期比	(単位：百万円)	2022年12月期 上期実績	2023年12月期 上期修正予想	前年同期比
	売上高	4,551	4,900		+7.7%	売上高	2,154
営業利益	1,016	800	△21.3%	営業利益	477	160	△66.5%
営業利益率	22.3%	16.3%	△6pt	営業利益率	22.2%	7.6%	△14.6%
経常利益※2	1,079	800	△25.9%	経常利益※2	610	160	△73.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益※3	805	—	—	親会社株主に 帰属する 四半期純利益※3	410	—	—

想定為替レート：上期予想・通期予想いずれも125円(期初予想同様)

※1 2023年通期の純利益は黒字予想であるものの、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現段階では困難なため非開示といたします

※2 営業外損益：2022年は、為替差損益（上期+156百万円、通期+106百万円）、持分法による投資損益（上期△23百万円、通期△46百万円）他を計上

※3 特別損益：2022年は、投資有価証券売却損益（上期+40百万円、通期+41百万円）他を計上

修正予想に対する進捗状況

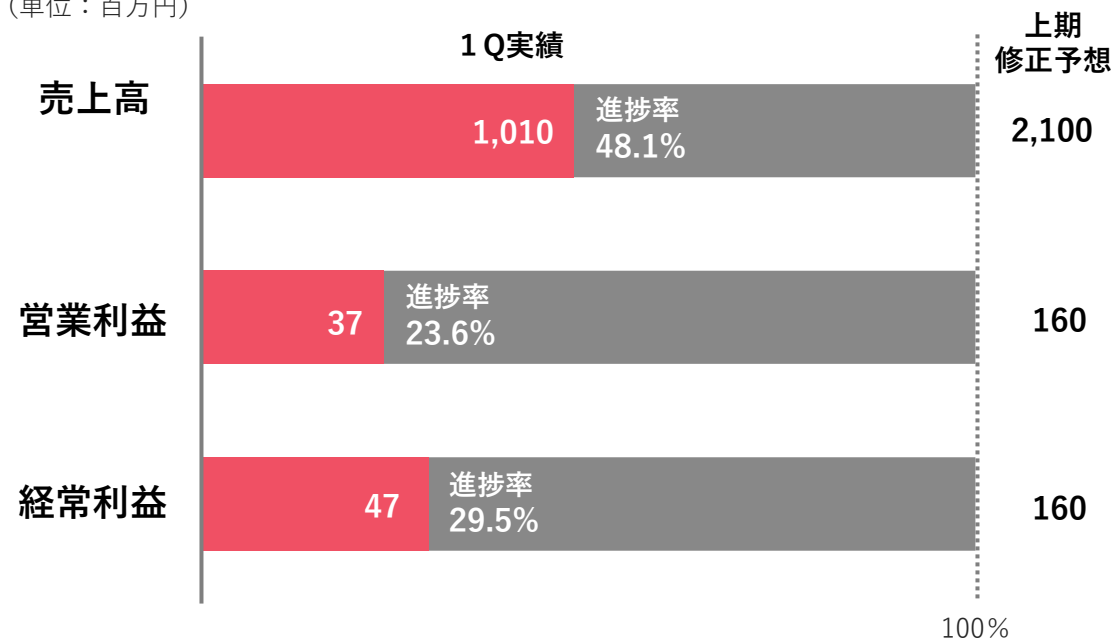
修正後の業績予想においても上期は2Q偏重、通期では下期偏重の計画
2Q以降の海外SaaSの巻き返しを想定

上期修正予想に対する進捗状況

2Q偏重の計画

海外SaaSが1Qで一時的に営業赤字となったものの、2Qでは黒字を見込んでいるため、利益面は特に2Q偏重

(単位：百万円)



通期修正予想に対する上期修正予想の進捗率(予想)

下期偏重の計画

海外SaaSが下期からは正常化し本来の利益率に戻る見込みのため、連結においても下期に多くの利益を計上予定

(単位：百万円)



期初予想では海外SaaS最大顧客(A社)の取引再開の有無が通期連結業績を左右すると考え、レンジ形式での開示としておりましたが、修正予想は最大顧客との取引再開を考慮しない形で算出しております

事業別の新規獲得戦略

今期は全事業において新規獲得強化の方針 下期を中心に四半期ごとに積み上げていく想定

国内SaaS事業

獲得戦略

2023年2月～「UGC薬機法チェック機能」の提供開始するなど【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：370
- ・ARR：10億円

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

- ・メインターゲットである世界Top300のゲーム会社における顧客企業数：都度顧客含めて50社
- ・ARR20億円

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：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

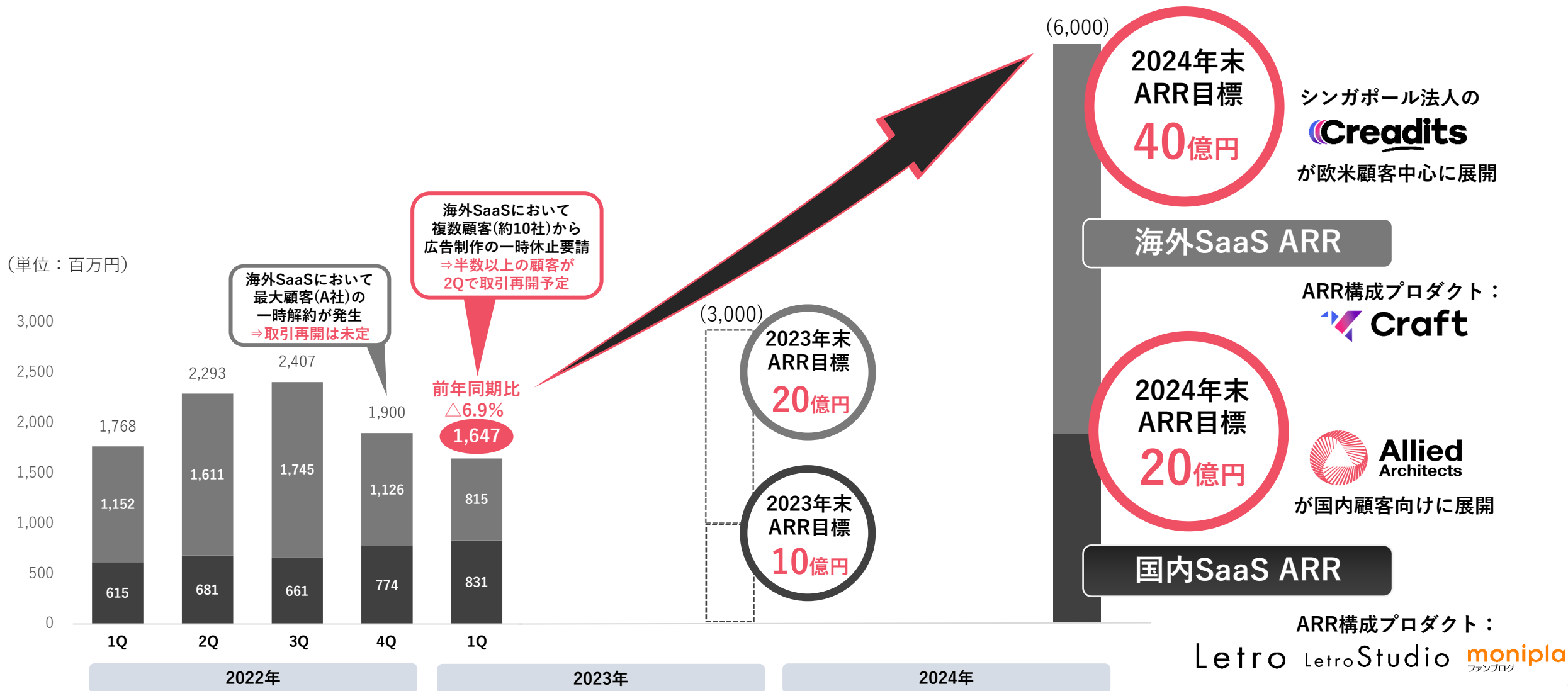
期末目標

インバウンド需要の更なる回復期待により、越境EC支援・インバウンド支援ともにプロジェクト数の増加

SaaS ARR目標

SaaS ARRは2024年末に60億円の創出に向けて

23年末に海外SaaS ARRで20億円・国内SaaS ARRで10億円の突破を目指す



今後の売上高・営業利益の推移イメージ

1Qの失速スタートをカバーしきれず上期は売上・営業利益ともに前年同期比減の計画であるものの、**下期は半期ベースで過去最高の売上・営業利益を見込む**

売上高

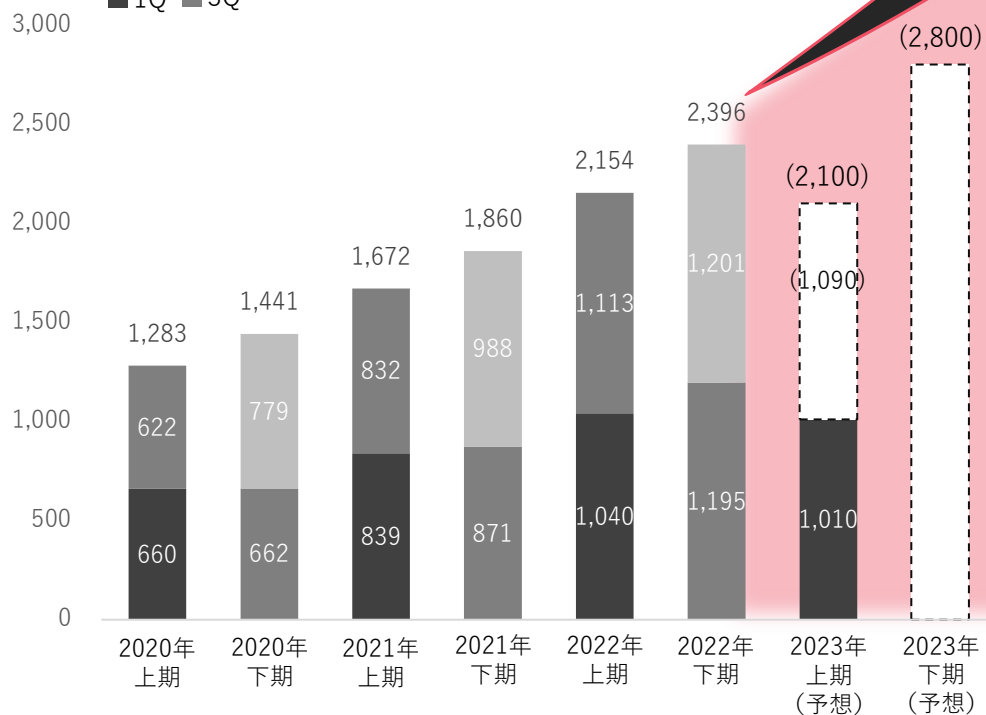
下期売上高は
前年同期比で+16.9%の成長を見込む

営業利益

下期営業利益は
前年同期比で+19.0%の成長を見込む

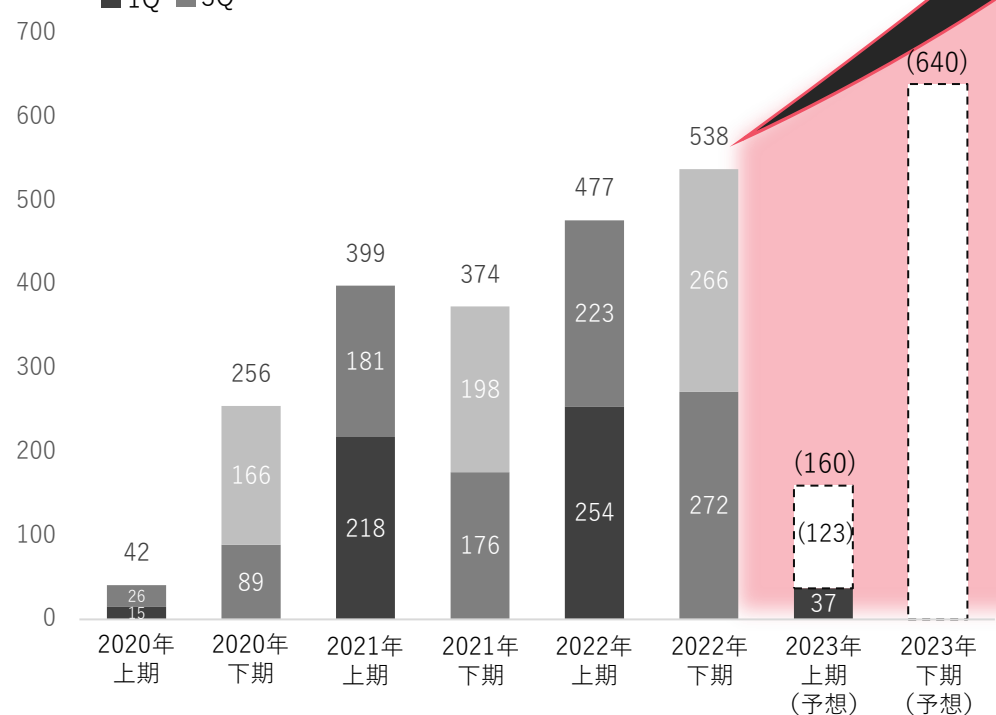
(単位：百万円)

■ 2Q ■ 4Q
■ 1Q ■ 3Q



(単位：百万円)

■ 2Q ■ 4Q
■ 1Q ■ 3Q



グループ中期方針

4

2025年に向けたグループ戦略

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

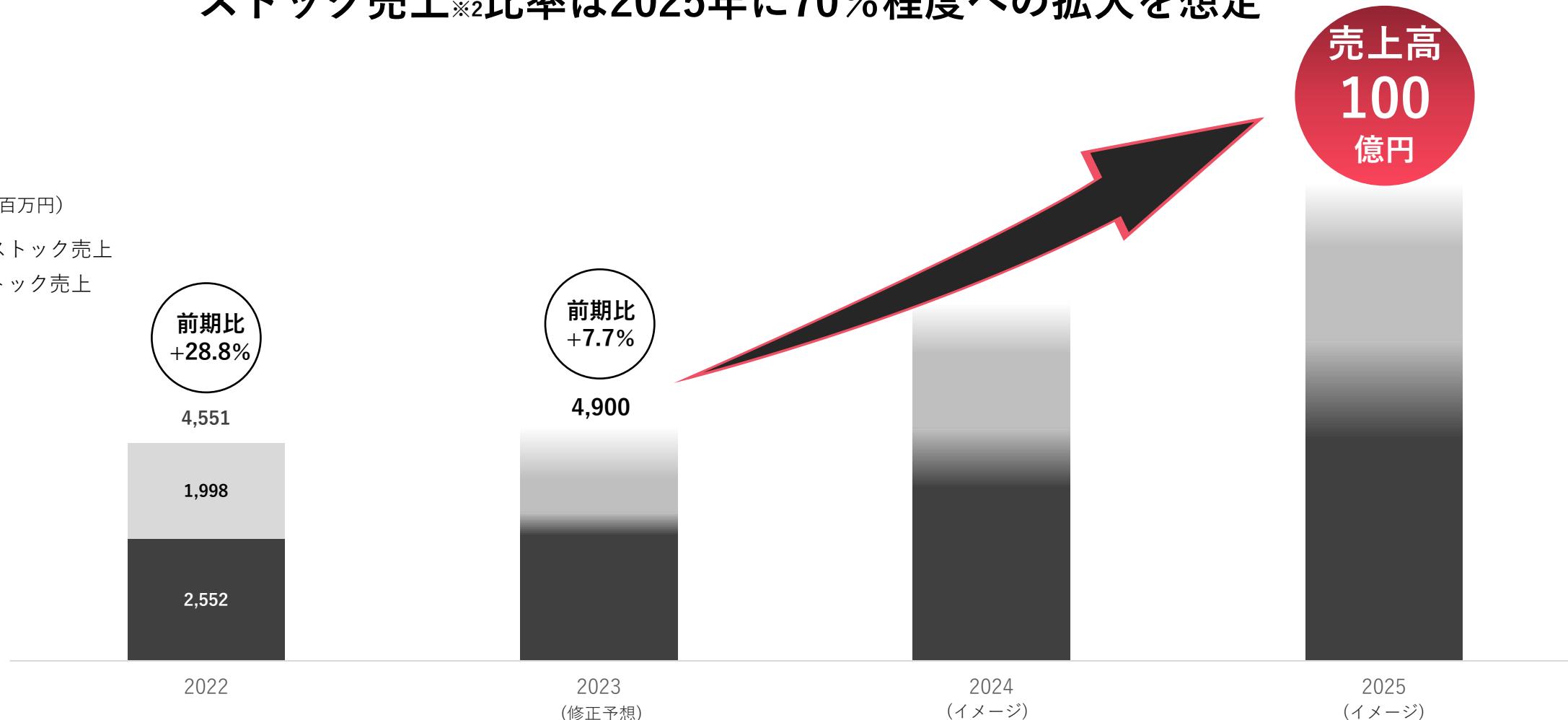
※売上高CAGR30~35%の表現については、2023年12月期通期業績
予想の修正(2023年5月12日公表)に伴い取り下げ

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

(単位：百万円)

- 非ストック売上
- ストック売上



ストック売上比率

56%

60%程度

70%程度

※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.67参照。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

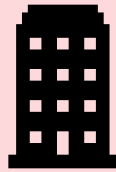
M&A・新領域の開拓

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

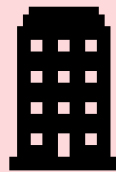
マーケティング
DX支援事業



NEW

新領域の事業性質を持つ企業の
獲得を検討

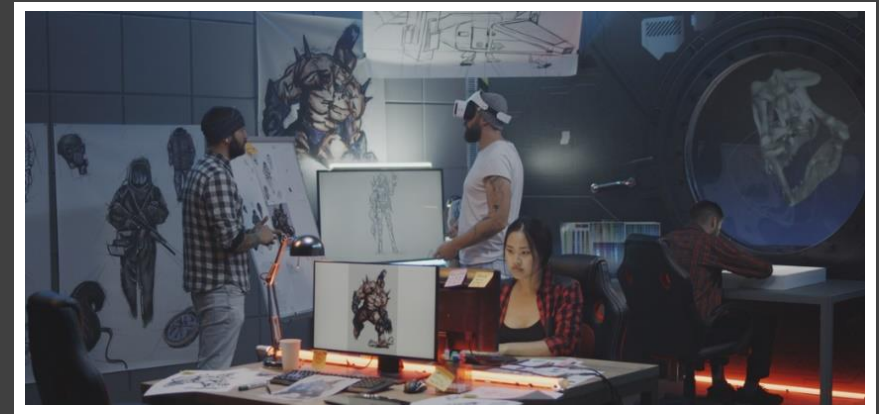
新領域



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

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

ech@es

(2018年3月～)

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



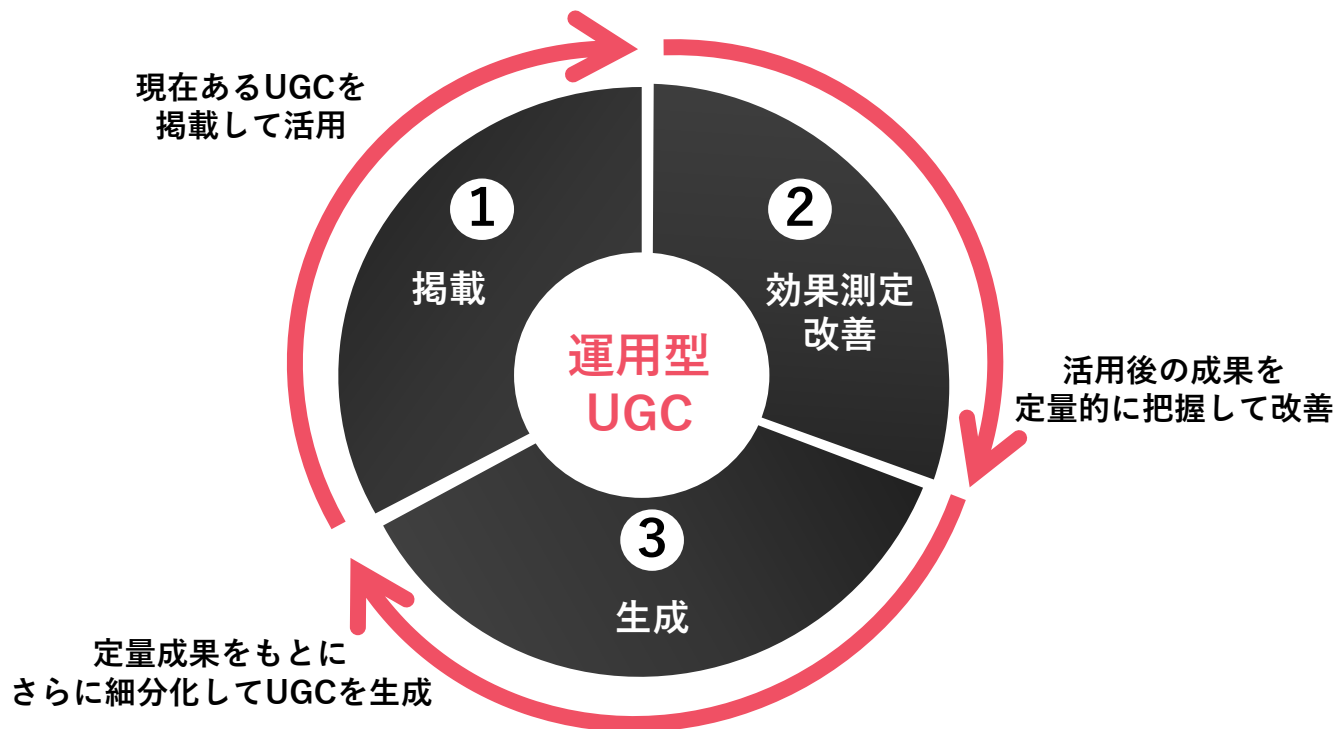
monipla
ファンブログ

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 1Qで「UGC薬機法チェック機能」をいち早く追加

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

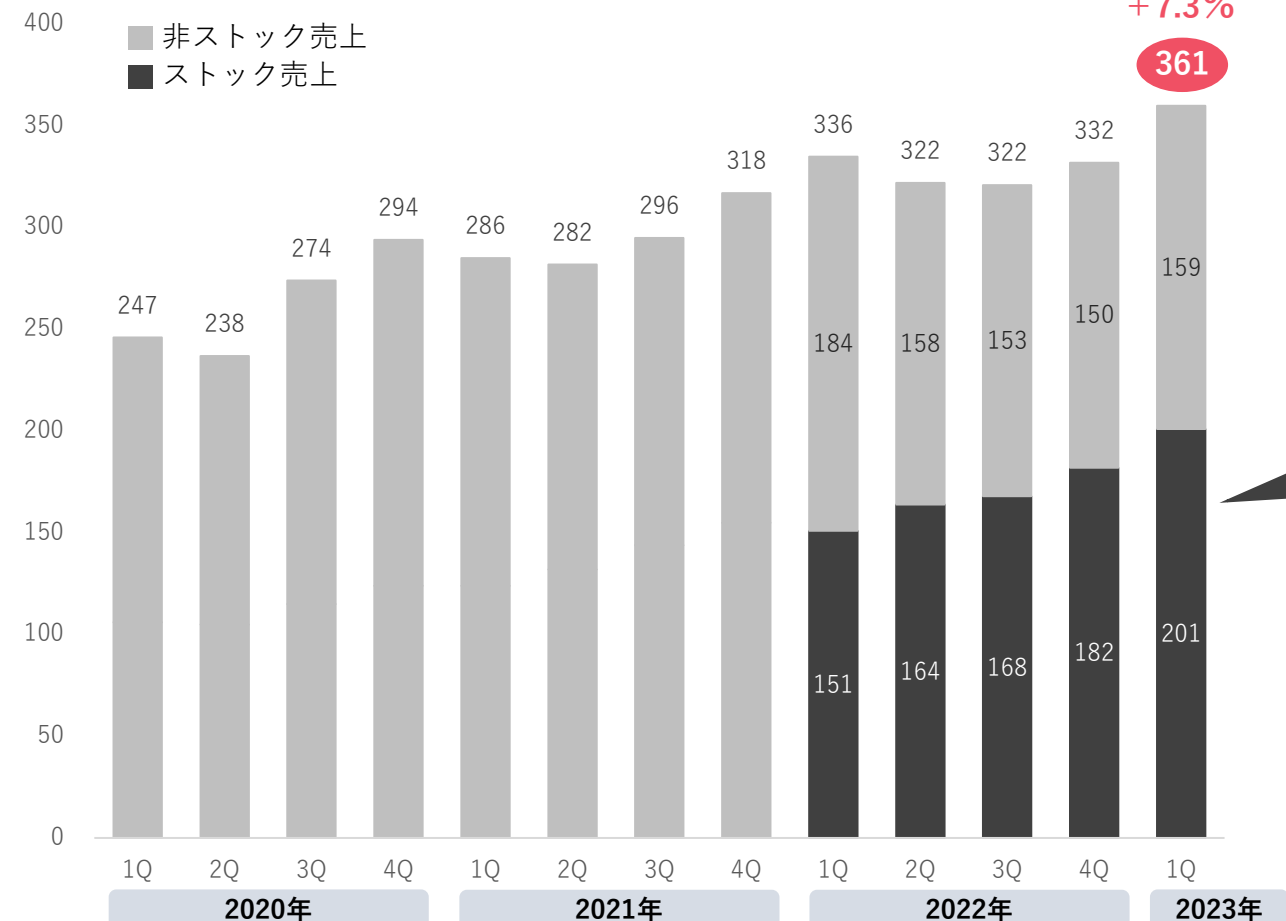
提携先の株式会社REGAL COREに在籍する弁護士や薬剤師
といった専門分野のプロフェッショナルによって、
マーケティング利用したいUGCが薬機法上の問題がないか
1~2営業日でスピーディーにチェックできる新機能
(2023年5月12日時点で「Letro」のみが提供)



ストック売上が前年同期比+33.0%の成長により四半期初の2億円を突破 1Q売上高は四半期過去最高を達成

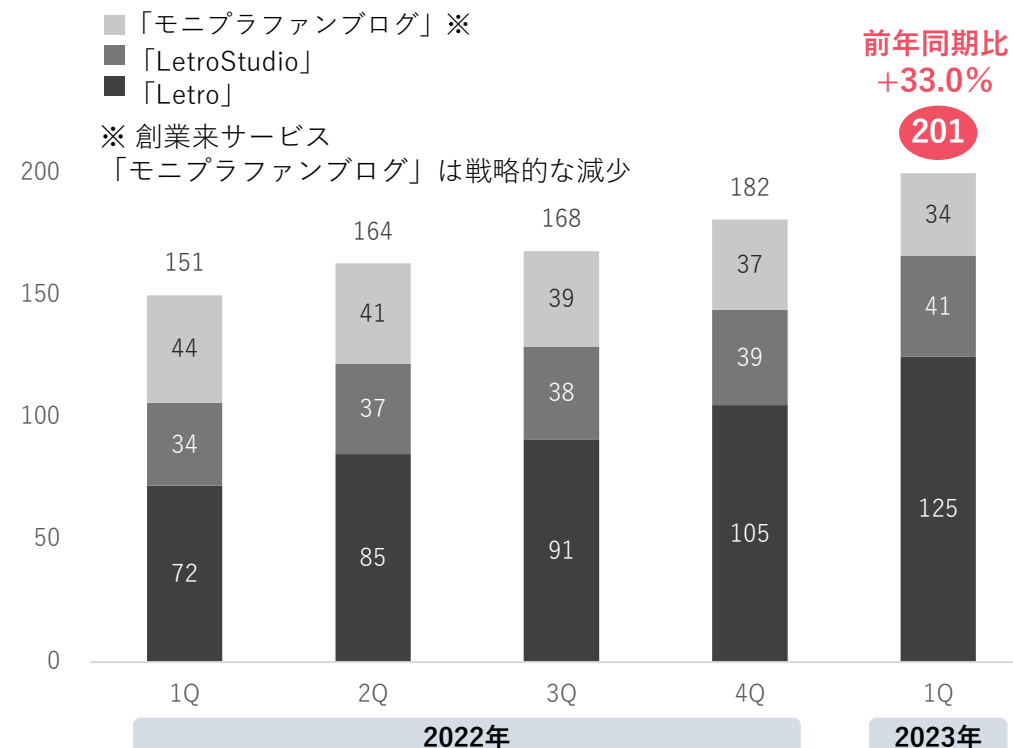
売上高

(単位：百万円)



ストック売上高内訳

(単位：百万円)



ストック売上比率

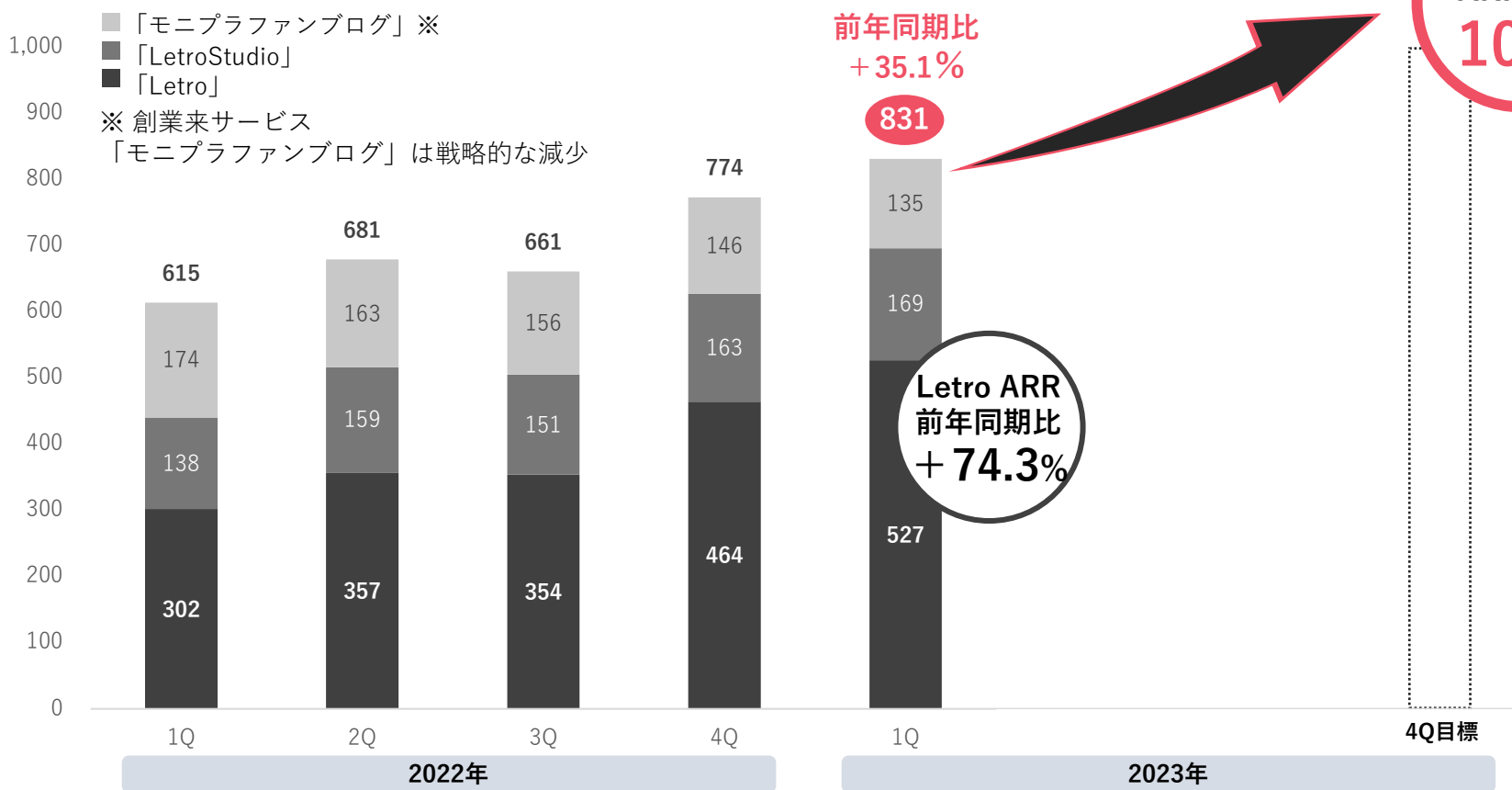
1Q: **55.8%**
(前年同期比+10.8pt)

ストック売上を構成するサービス内訳：P.67参照

※ 当資料より、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が前年同期比+74.3%の高成長
3プロダクト合計のARRは同+35.1%となり過去最高※1の8.31億円に

(単位：百万円)



解約率※2

2023年1Q
4.1%

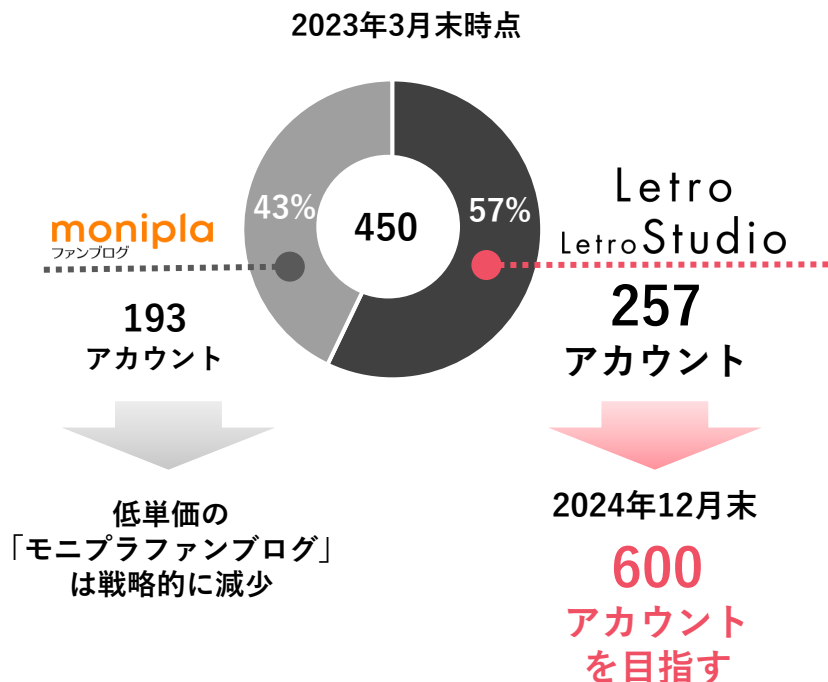
CS体制の強化や
提案メニューの多角化
などによって
MRRにおける解約率(3ヶ月平均)は
期末時点で
3.0%程度への低減を目指す

※2 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

※ 当資料より、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

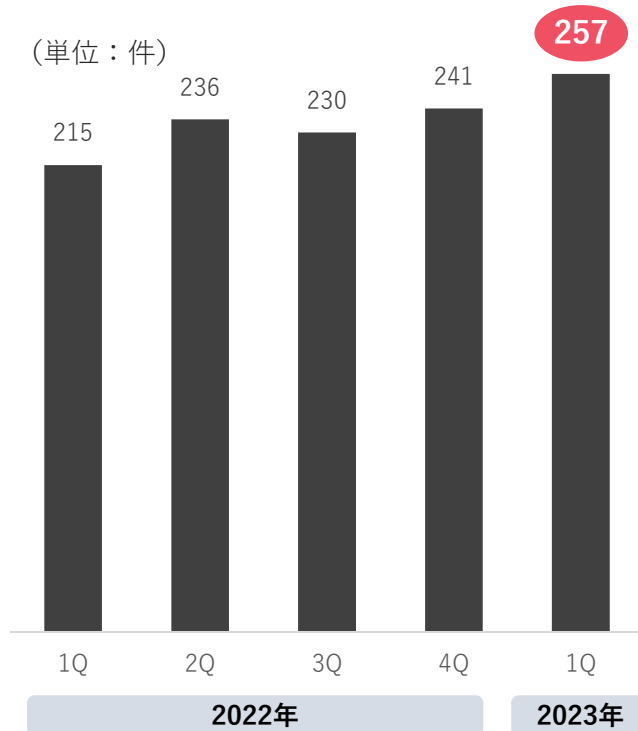
レトロ+レトロスタジオの アカウント増と単価上昇を目指す

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

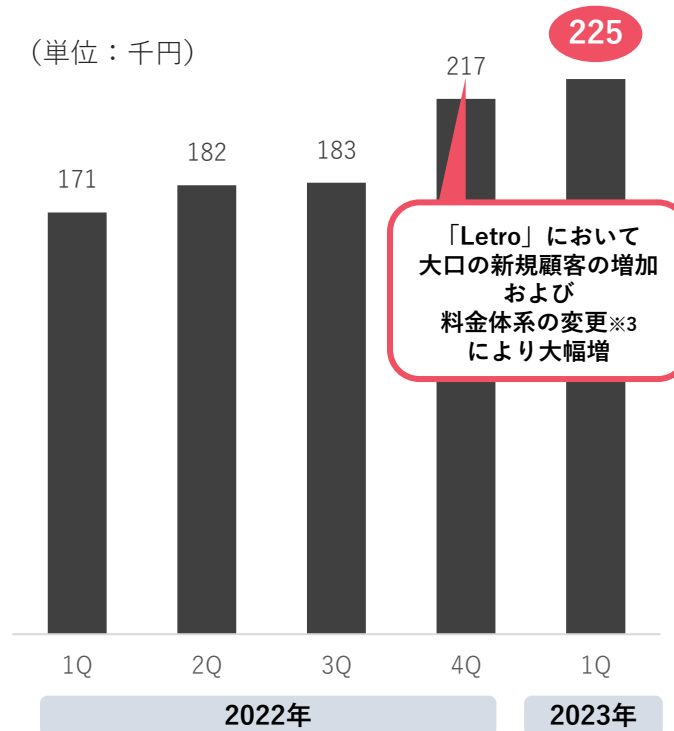
2023年は新規顧客獲得強化により
期末に**370**アカウントを目指す



※1 四半期末時点のアカウント数(※4)

レトロ+レトロスタジオ 月額平均単価※2

「Letro」の提供メニュー拡充等
により上昇傾向



※2 四半期末月のストック売上における月額平均単価(※4)

※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

※4 アカウント数の定義を四半期ユニーク数から変更したため、前回資料とは2022年1~4Qの数値が異なります

2024年末のレトロ+レトロスタジオを中心としたARR20億円の目標に向けて

2023年末にARR10億円の突破を目指す

アカウント数目標

レトロ+レトロスタジオで
600アカウント獲得へ



想定
月額平均単価

月額平均単価は
28万円を想定



12



2024年末
ARR目標
約20億円

(単位：百万円)





海外SaaS事業

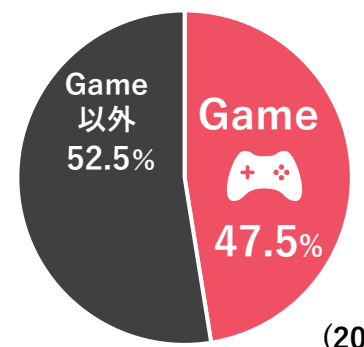
3D広告クリエイティブ制作における 高品質・ハイスピード・低価格を実現する仕組みをグローバルに提供

クラフト

主力 **Craft** 【月額課金+従量課金型】

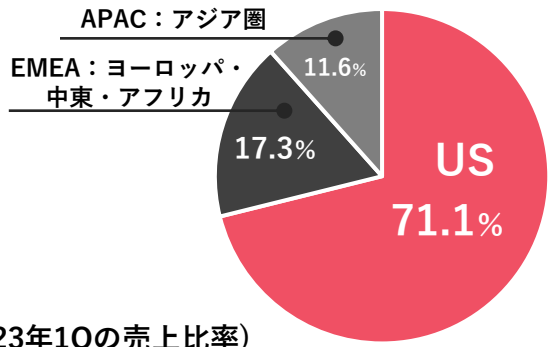


顧客業種



(2023年1Qの売上比率)

顧客地域



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

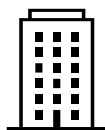
生産性を 高めるツール

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
コロナの巣ごもり需要の
後退等により
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



2023年2Q以降
収益性の高いタイトル
への予算は
回復に向かう見込み

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、
23年末にまずは都度発注を含めて
世界Top300社のうち50社の獲得を目指す

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、
下期中を目途に外部への販売も行う予定



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



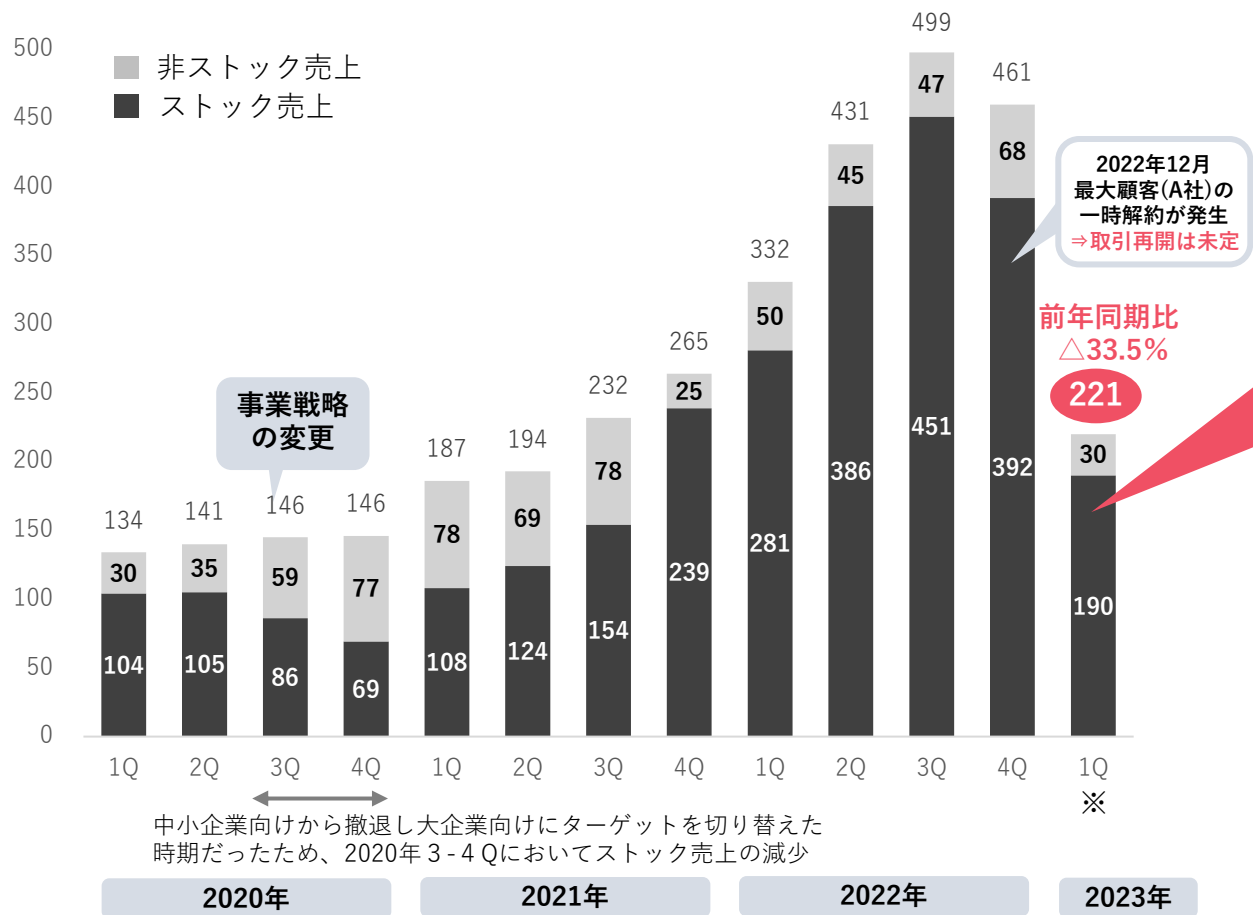
既存の顧客層とリソースを活かして

NEW ゲーム制作支援 を下期に追加予定

1Qは複数の継続顧客による広告制作の一時休止要請、
解約・新規獲得苦戦により売上高が大きく減少

売上高

(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、1Qにおいては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

一時休止顧客の半数以上が2Qで取引再開を予定

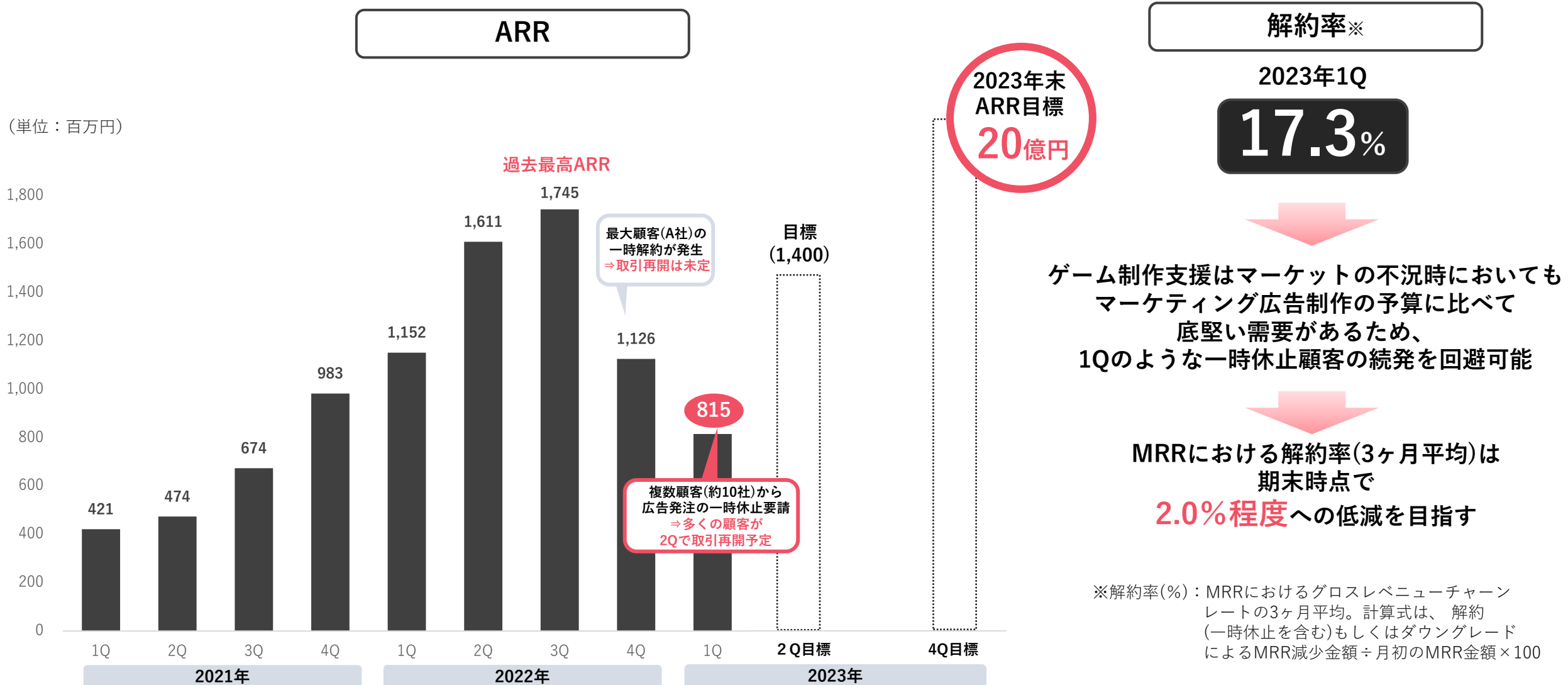
2022年12月に一時解約となった最大顧客(A社)についてはコミュニケーションは継続しているものの、取引再開は未定

ストック売上比率

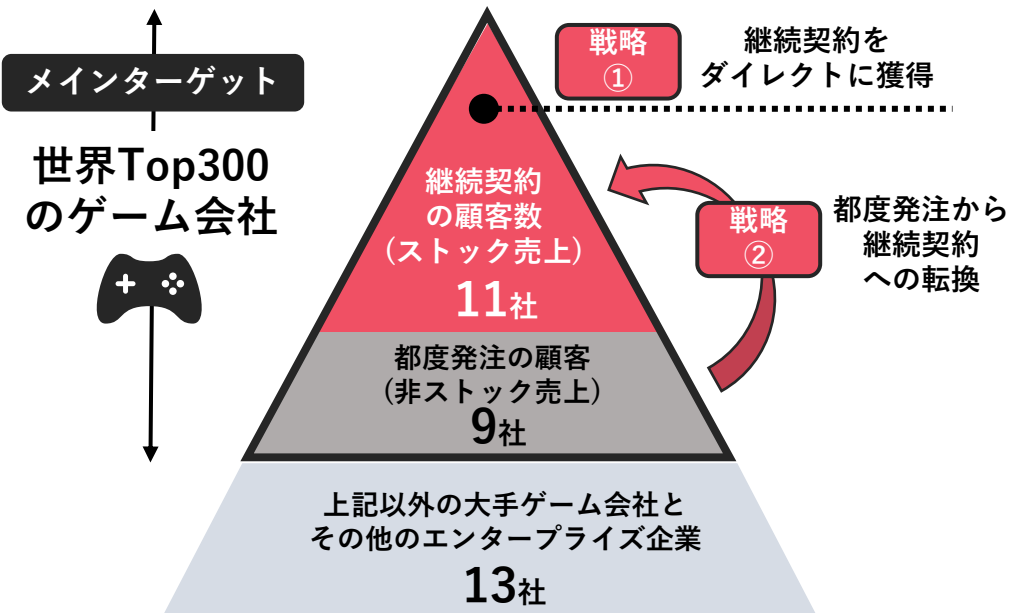
1Q: **86.0%**
(前年同期比+1.2pt)

ストック売上を構成するサービス内訳：P.67参照

一時休止顧客の半数以上が2Qで取引再開予定、新規獲得強化・ゲーム制作支援の追加により
下期に2022年3Qの過去最高ARRを突破する見込み

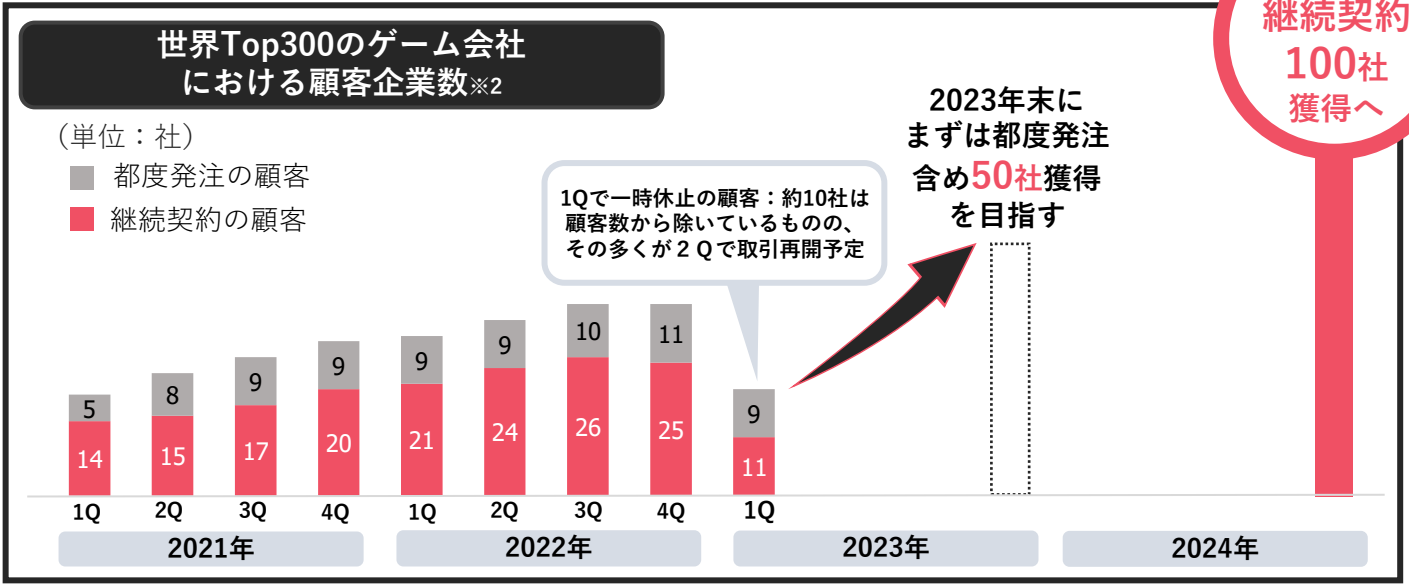


世界Top300のゲーム会社において、今期末にまずは都度発注を含めて50社の獲得 2024年12月期末に継続契約※1で100社獲得を狙う



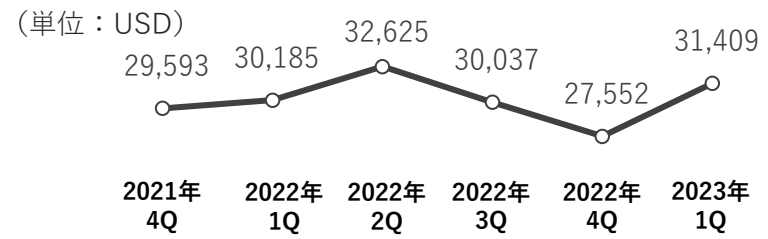
(2023年3月末時点：合計33社)

主な顧客企業



世界Top300のゲーム会社における継続契約顧客の月額平均単価※3

取引額の小さい顧客の解約が中心だったため
月額平均単価は向上



今後は顧客数の拡大に注力するため、2Q以降は2万ドル台での推移を見込む

2024年末3万ドル水準を想定

※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月期末にARR40億円の目標に向けて

2023年末にARR20億円の突破を目指す

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



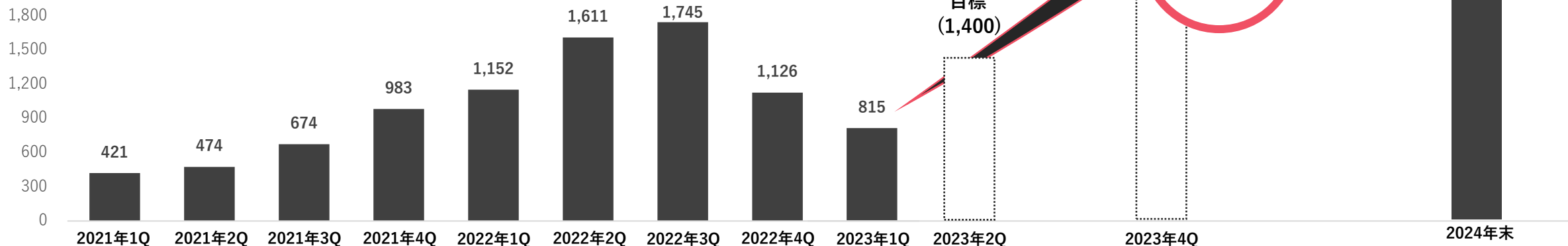
12 =

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)



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



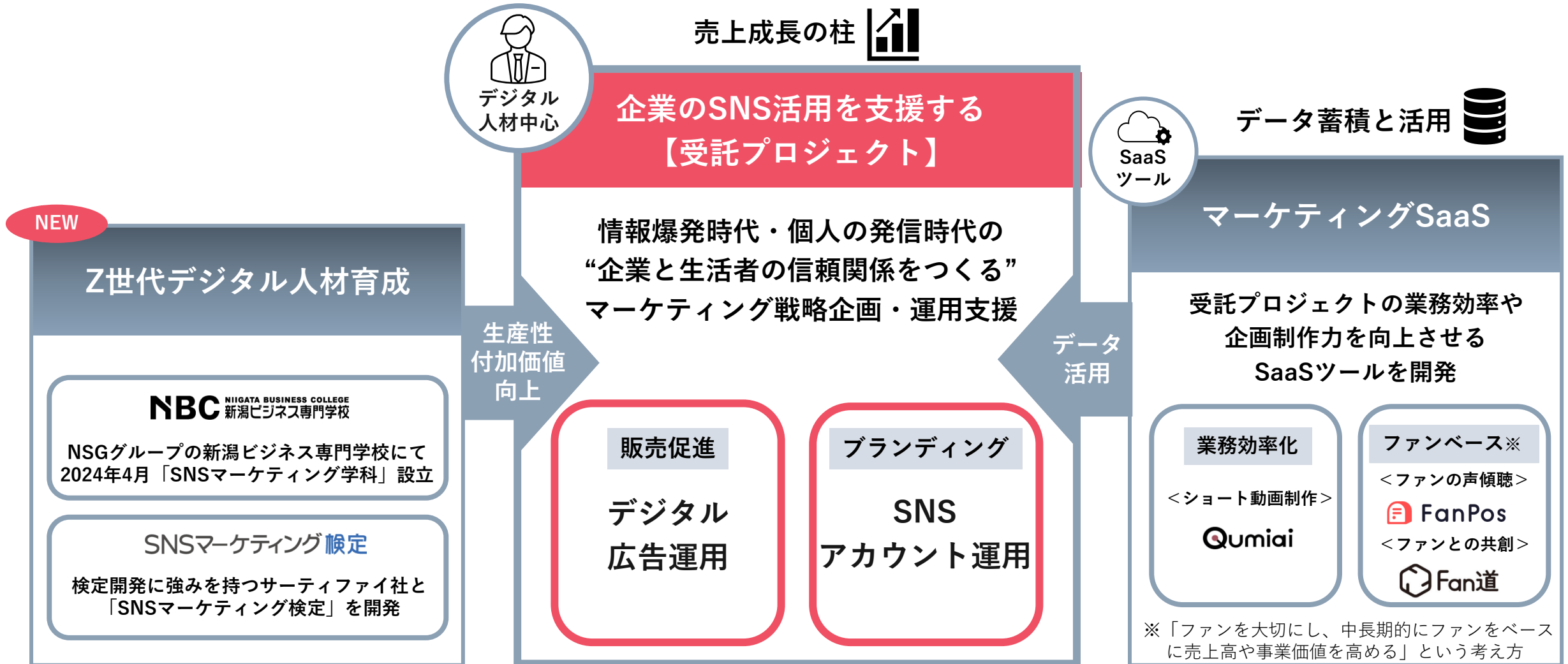
国内で展開するデジタル人材中心のビジネス



ソリューション事業



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

新商品
の創出

<事業・サービス>

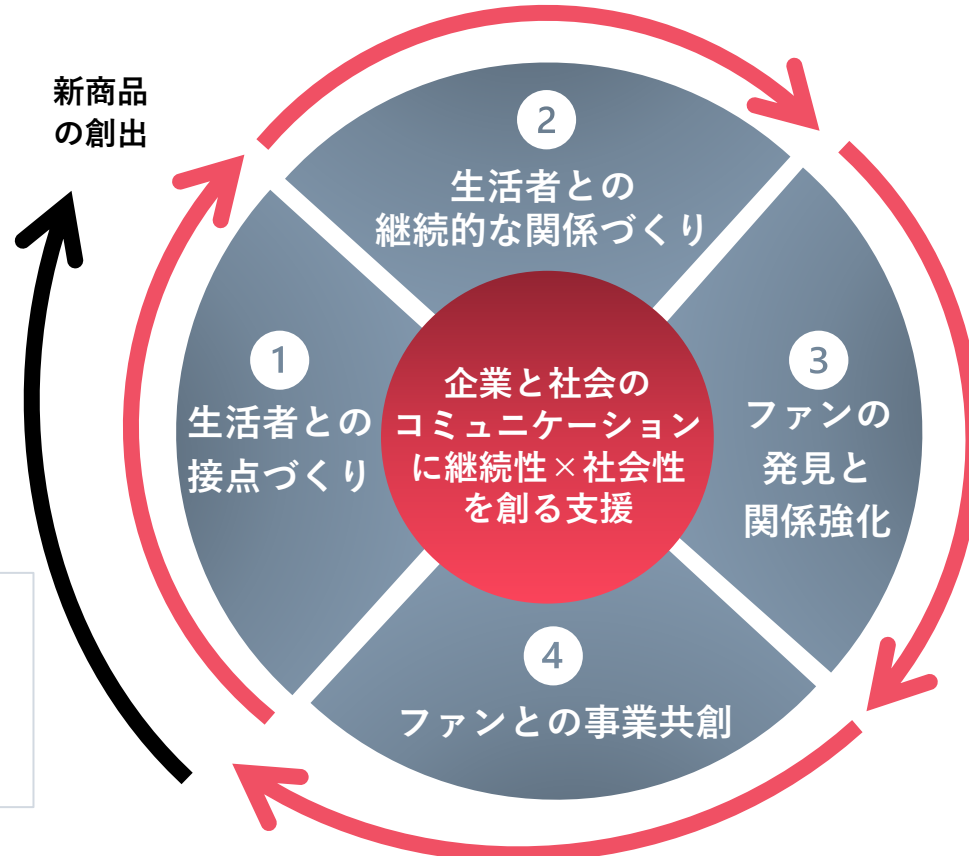
生活者と企業、商品との接点づくり

- ・ デジタル広告運用
- ・ 広告クリエイティブ制作
- ・ プロモーション実行

<事業・サービス>

ファンの想い×事業・商品開発支援

- ・ 事業戦略・事業計画作成支援
- ・ プロダクトデザイン
- ・ コミュニケーションデザイン



ショート動画が制作できるサービス『QUMIAI (くみあい)』

<事業・サービス>

企業、社員と生活者との関係づくり

- ・ SNSアカウント運用
- ・ イベントなどの実施
- ・ SNSクリエイティブ制作

<事業・サービス>

ファンの発見と関係強化

- ・ ファンの発見と傾聴
- ・ ファンと生活者のインサイト分析
- ・ 共感を産むクリエイティブ制作



ファンベース実践Webサービス『Fan道 (ファンドウ)』



ファンの声とファン度を自動集計・分析Webサービス『FanPos (ファンポス)』

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

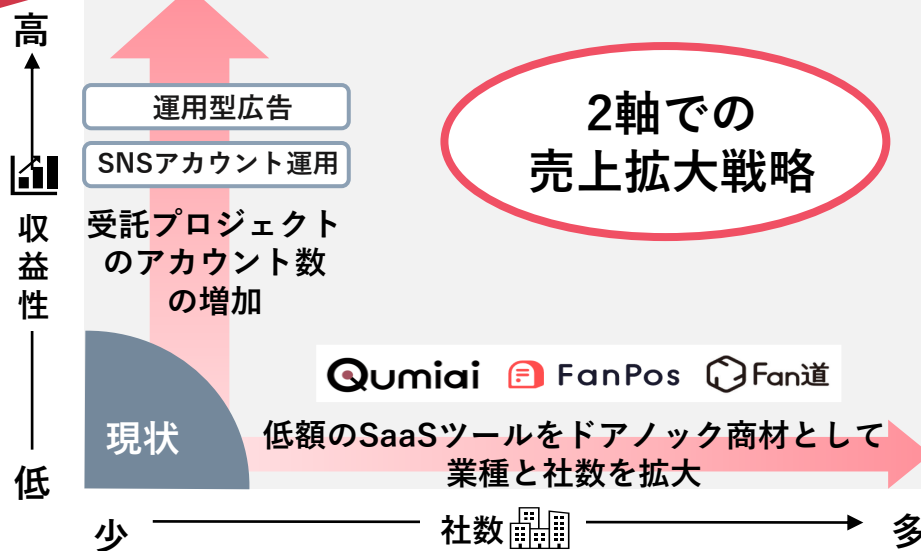
既存顧客向け施策

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



顧客化

2軸での
売上拡大戦略

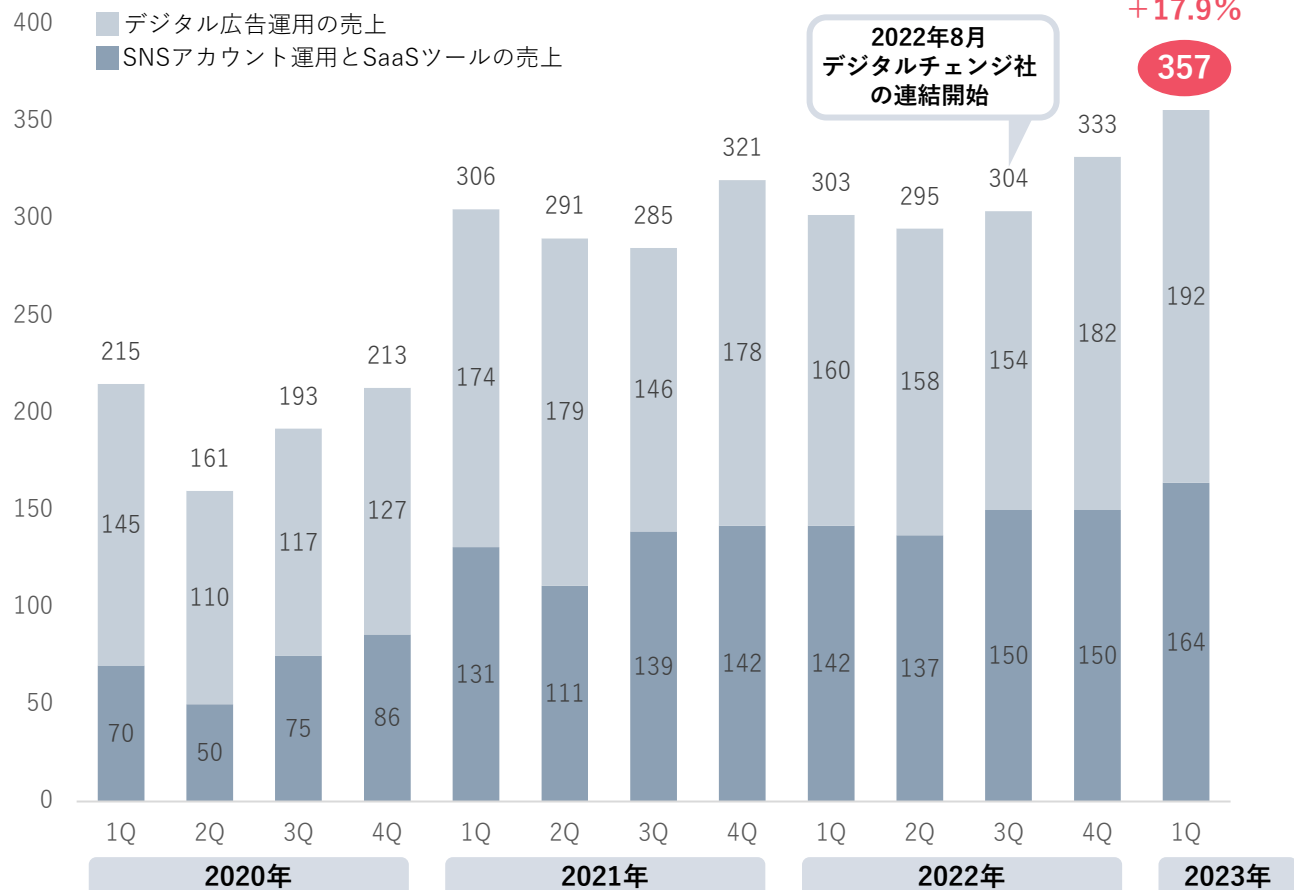


強みであるクリエイティブ制作力をベースにTikTokやYouTubeなど広告媒体を拡大 1Qは年度末需要も旺盛で四半期過去最高売上を更新

売上高※1

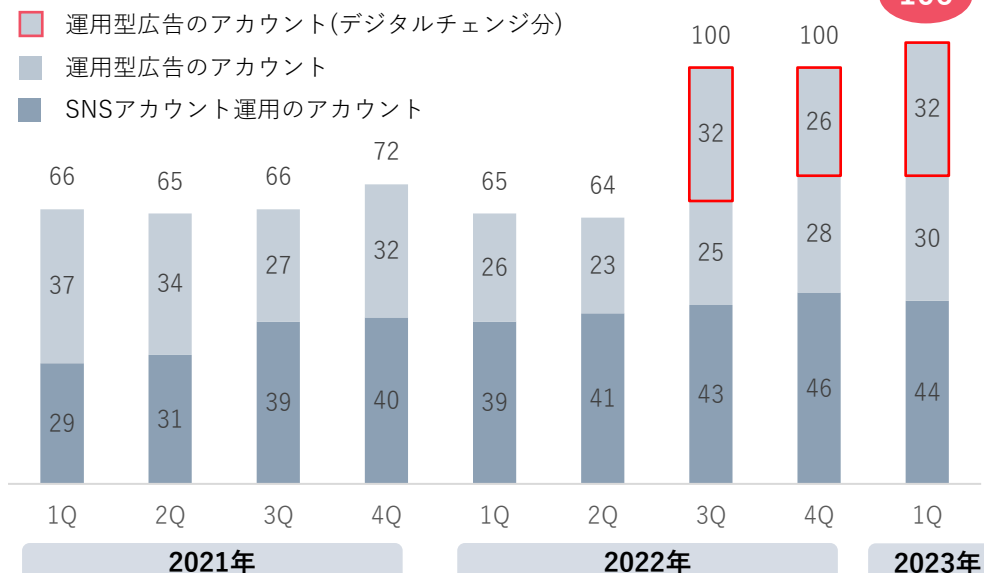
受託プロジェクトのアカウント数※2

(単位：百万円)



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：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

1Q: **23.5%**
(前年同期比+7.0pt)

ストック売上を構成するサービス内訳：P.67参照

※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

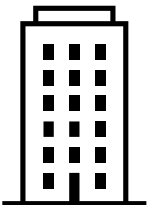
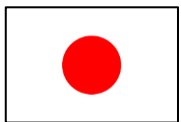


中国進出支援事業



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を中心に展開

【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
(新型コロナのため現在は縮小)

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3,870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



@大口智恵美

OTHELL●
●オセロ○

◻木下ゆうか

NEW

◀ 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200万人】をキャスティング可能

跨平台全垂类
★ 红人资源

有专业更依赖
一站完成随心投放

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
が前倒しで終了
(接種・陰性証明書不要に)



インバウンド支援
の需要回復に
更なる期待感

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

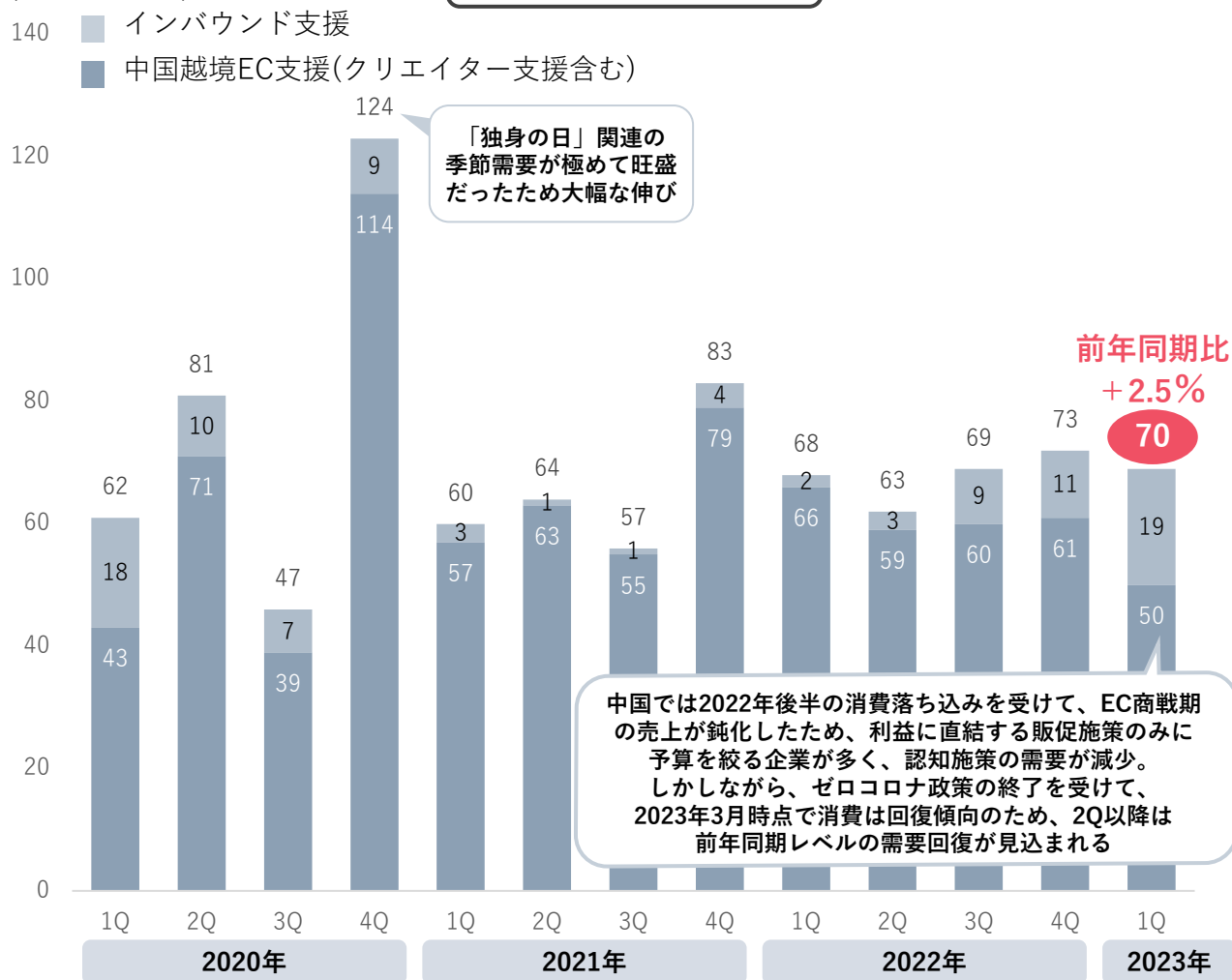
引き続きインフルエンサーを拡充し、
中国越境EC支援における影響力を
増やすことで取引額の増加を目指す



- 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

1Qは越境EC支援の強みである認知施策の需要が減少したものの インバウンド支援の需要が増加

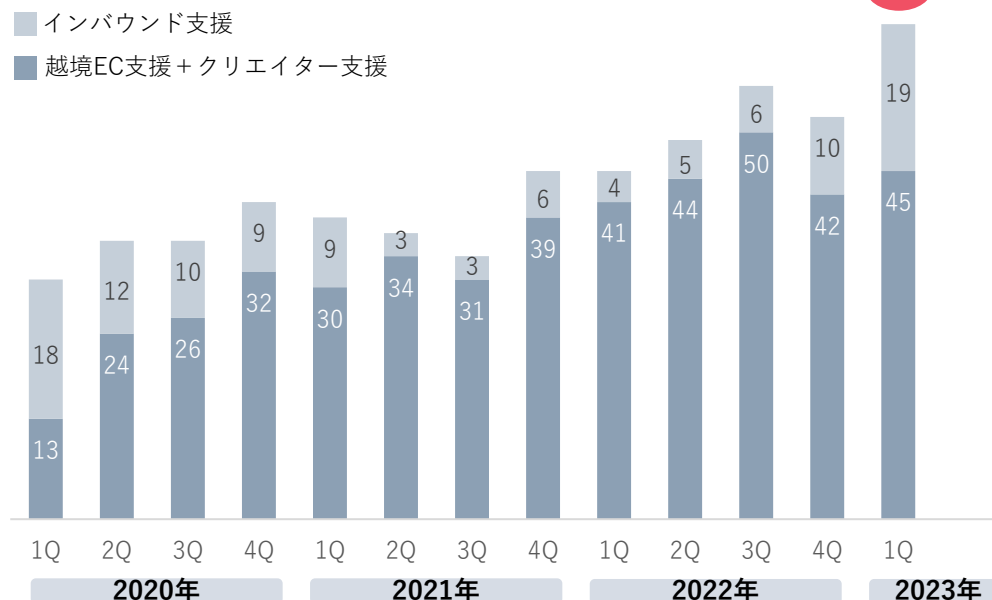
(単位：百万円)



支援プロジェクト数※

2023年は越境EC支援・インバウンド支援ともにプロジェクト数増加を狙う

(単位：件)



ストック売上比率

1Q: **10.0%**
(前年同期比 - pt)

ストック売上を構成するサービス内訳：P.67参照

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313名 (2023年3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

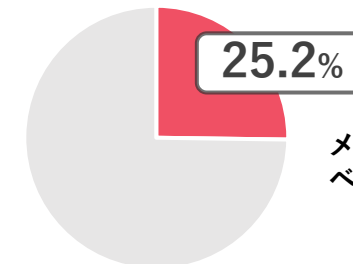
証券コード

6081 (東証グロース)



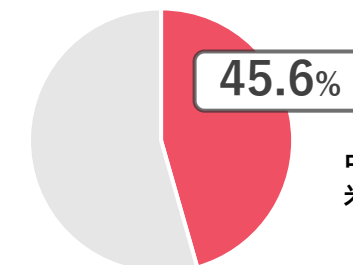
- 拠点数：8 (日本1、海外7)
- グループ企業数：9社

エンジニア比率



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



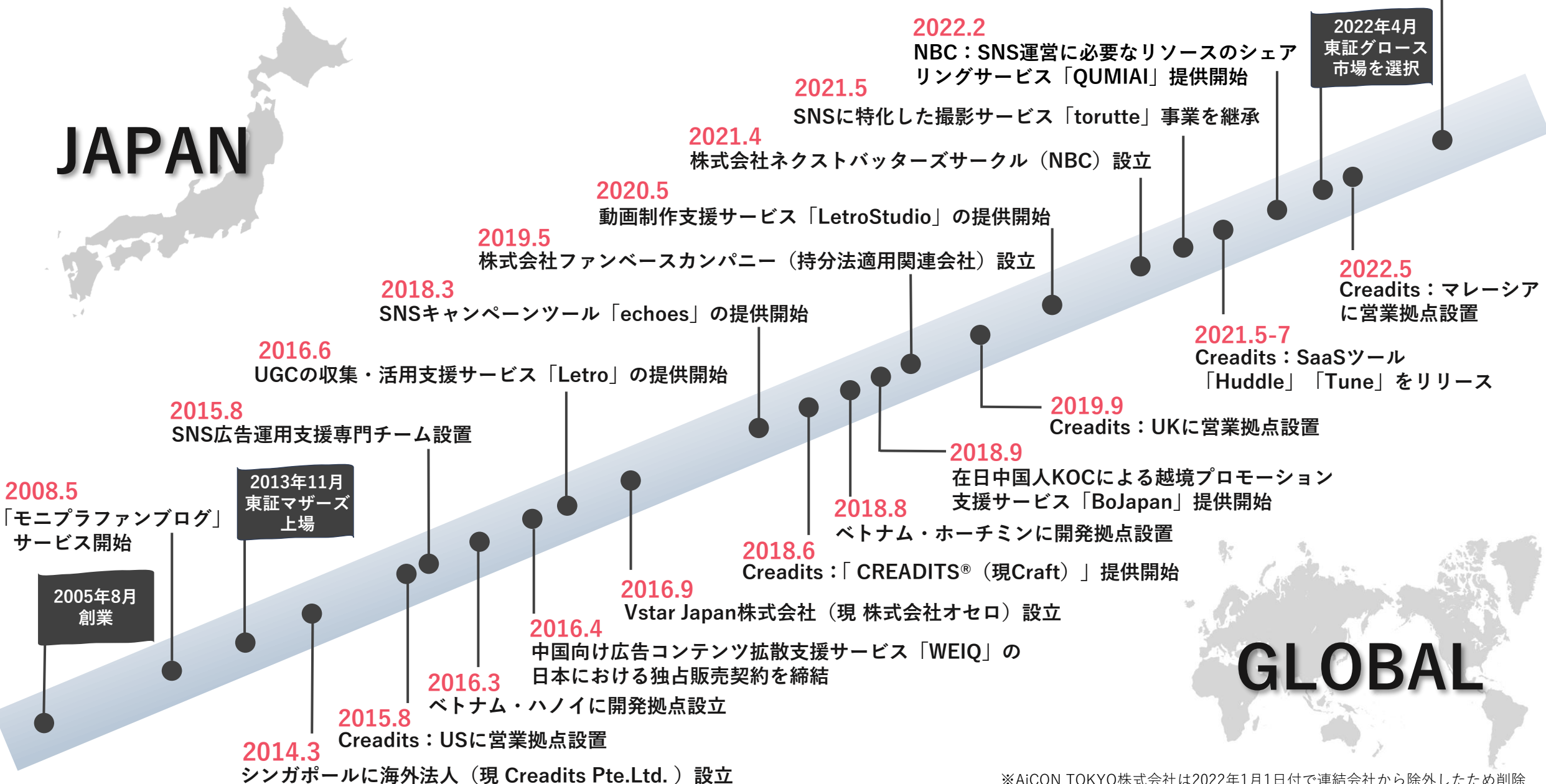
中国、韓国、シンガポール、米国、英国、ベトナム他

(上記すべて2023年3月末時点)

沿革

JAPAN

GLOBAL



※AiCON TOKYO株式会社は2022年1月1日付で連結会社から除外したため削除

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

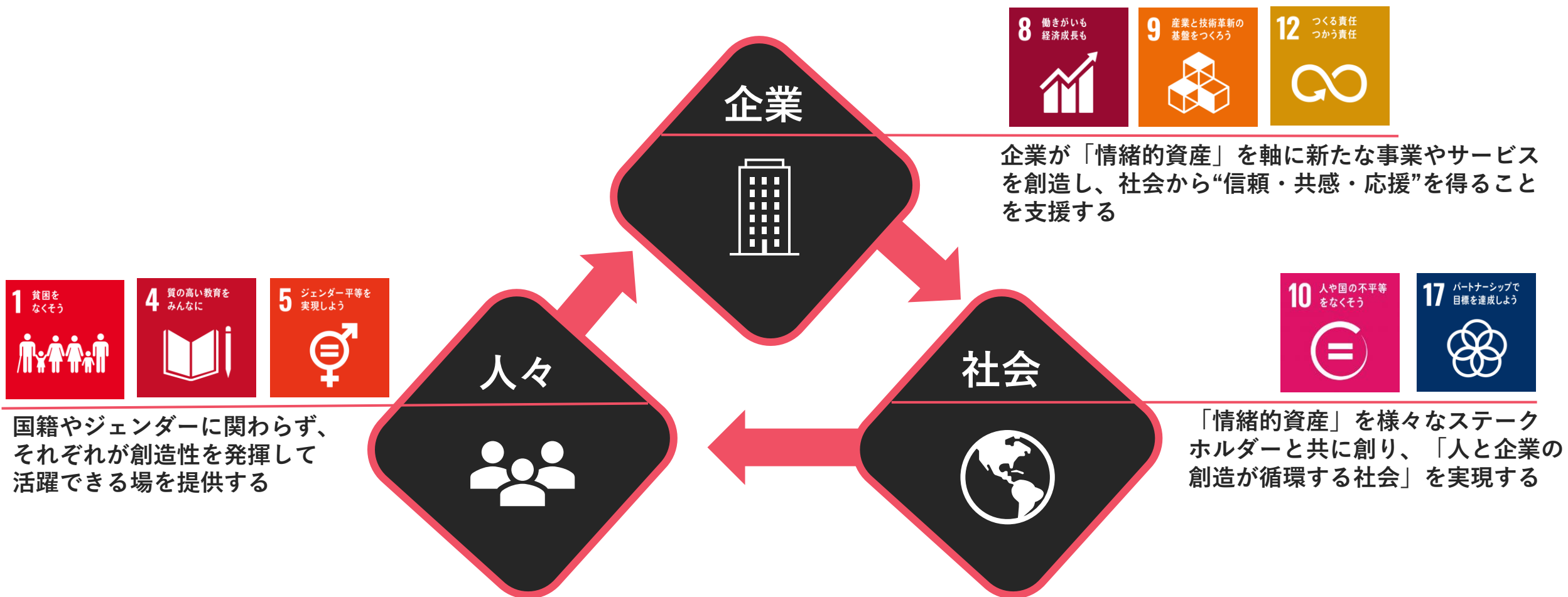
人と企業と社会が、共に豊かになる世界を築きます。



Allied Architects

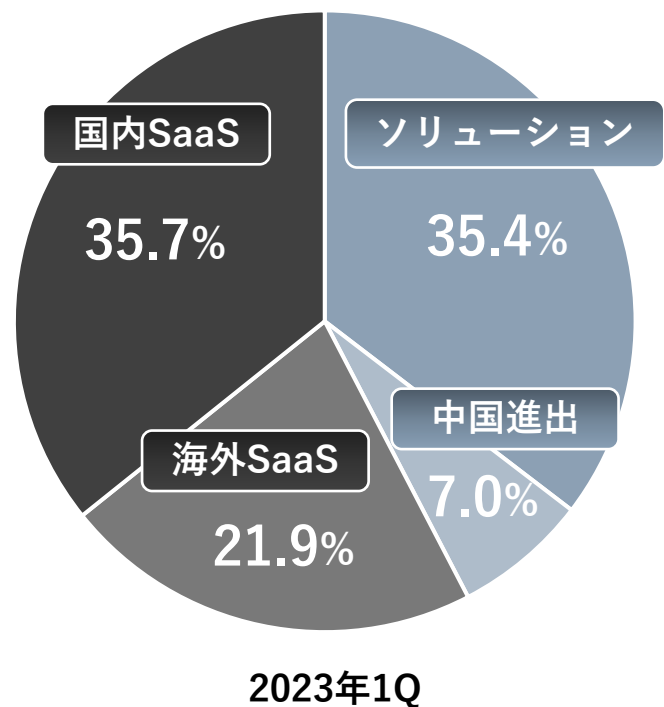
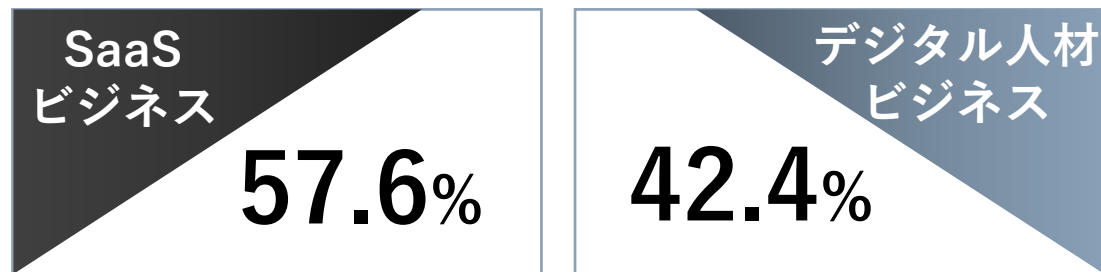
我々が目指す「持続可能な社会」

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

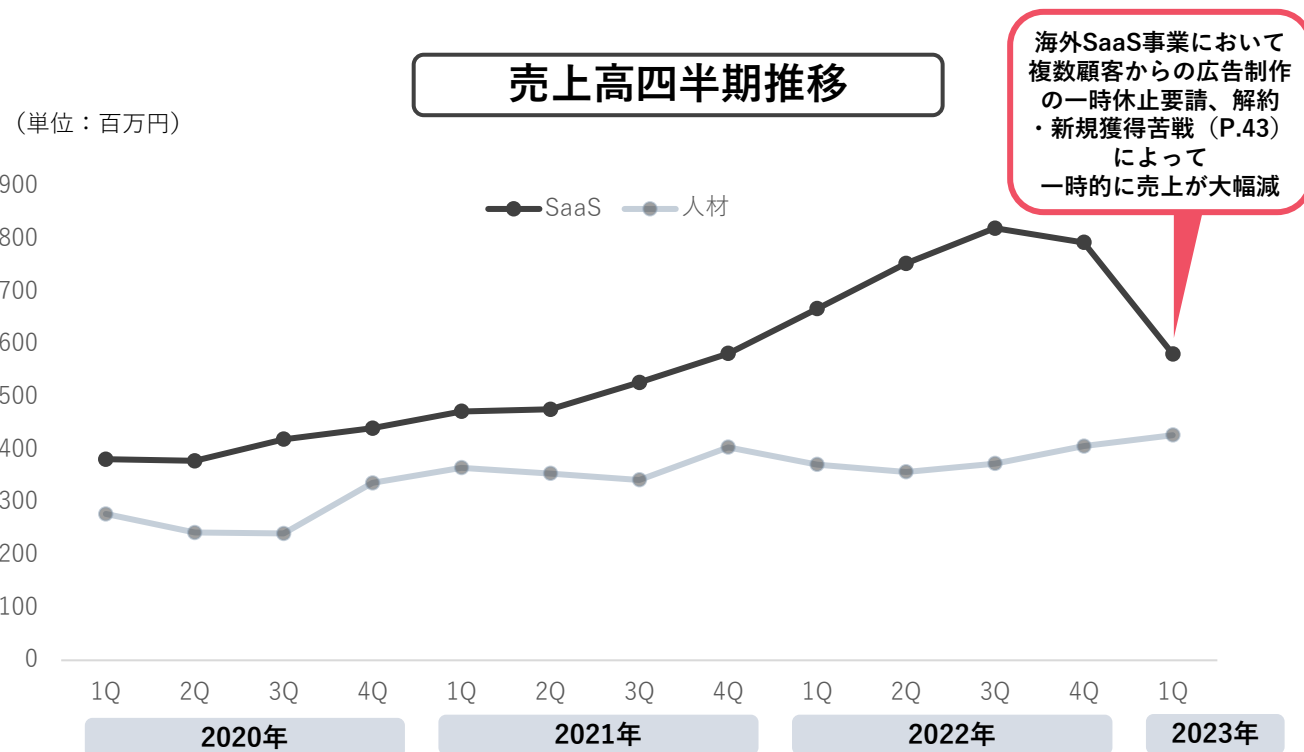


売上構成比 (SaaS・デジタル人材)

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

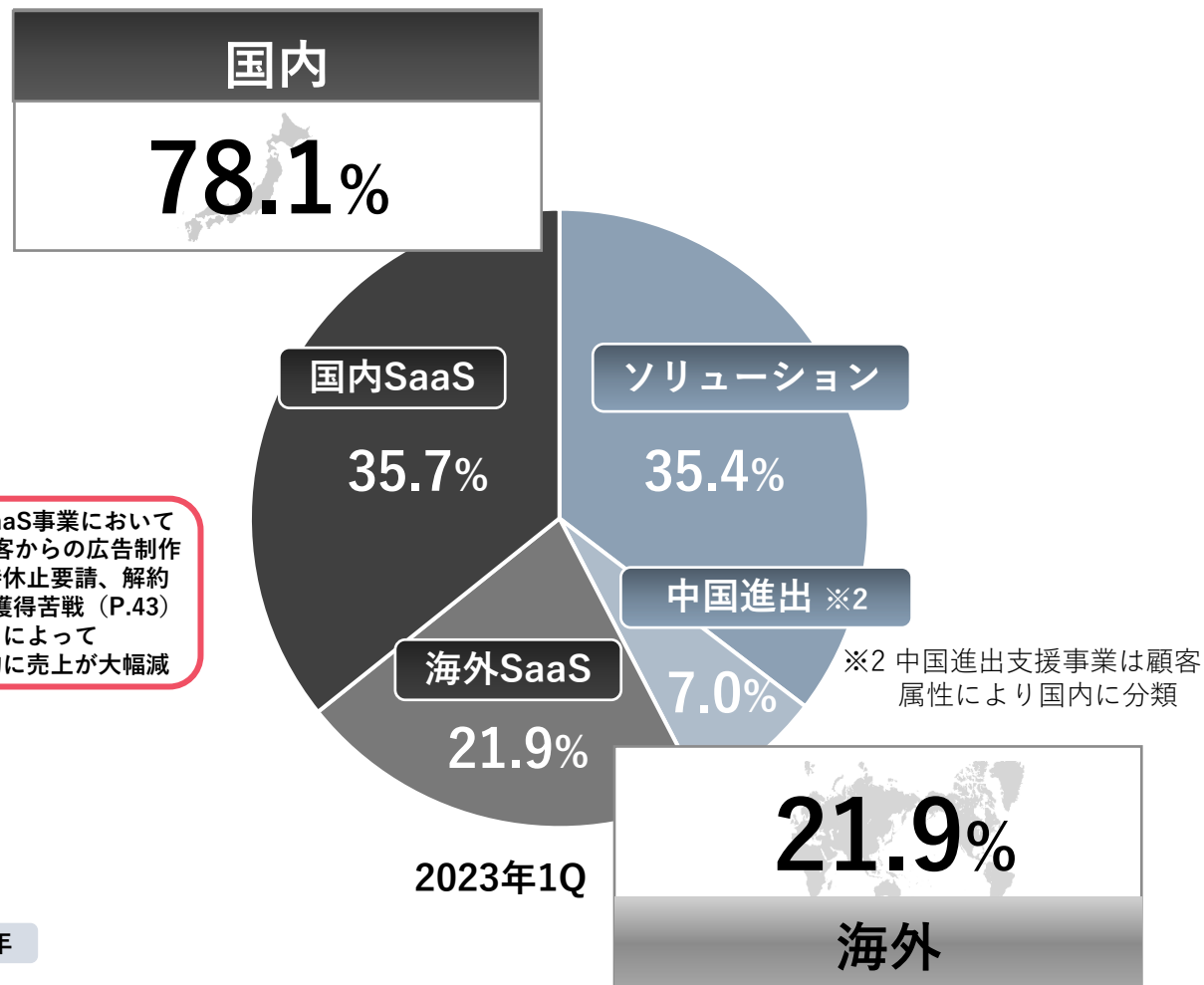


売上構成比（国内・海外）

1Qは海外事業が苦戦した一方で

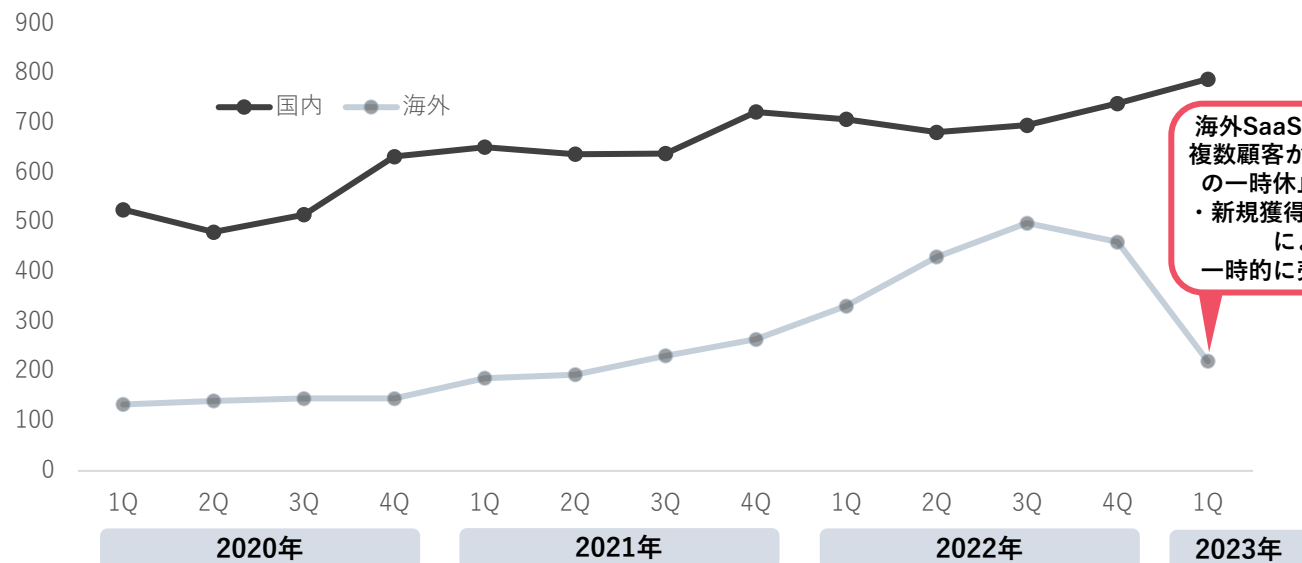
国内SaaS・ソリューションが四半期過去最高売上となり、国内事業の比率が拡大

- 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1Qでイレギュラーな下落となったものの、2Q以降に巻き返しへ



(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、解約・新規獲得苦戦 (P.43) によって一時的に売上が大幅減

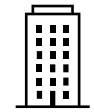
※1 ゲーム業界においてコロナの巣ごもり需要の後退およびiOS/アンドロイドのプライバシー強化に伴うターゲティング精度の低下によって、2022年後半に売上が鈍化したことを受けて当1Qに不採算タイトルや人員の整理を行う企業が多く、広告予算を大幅に縮小する動きが見られた

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

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

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】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

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、追加発注の利用料、都度発注顧客の利用料

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

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

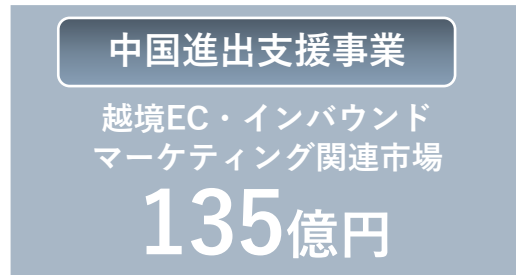
国内事業の市場規模

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中で
事業独自の切り口で新しい領域も取り込みながらターゲットを拡大

【当社推計値】
①Letro：インターネット広告制作費※3（3,850億円）
における市場認知シェア*10%=385億
②LetroStudio：動画広告市場※4（5,497億円）に
対する制作費*15%=824.55億円
の合計値

【当社推計値】
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※5「ソーシャルメディア広告」8,330億円のうち
当社事業領域である
①運用代行手数料の平均20%=1,666億円
②「SNSアカウント運用支援」=218億円
の合計値

【当社推計値】
①中国の対日EC購入額※6=21,382億円
②コロナ前（2019年）中国籍旅客訪日消費額 ※7
=17,704億円
の合計値39,086億円
×2.3%（推定広告費比率:日経広告研究所
2021年度「有力企業の広告宣伝費」による）
×15.1%（推定広告制作費）



※1※3 電通「2022年日本の広告費」より

※2 【当社推計値】 TAMの日本の広告費(6.7兆円)×推定広告制作費率：インターネット広告費における制作費の割合15.1%(直近3年分の平均値、電通「2022年日本の広告費」より)= 1兆円

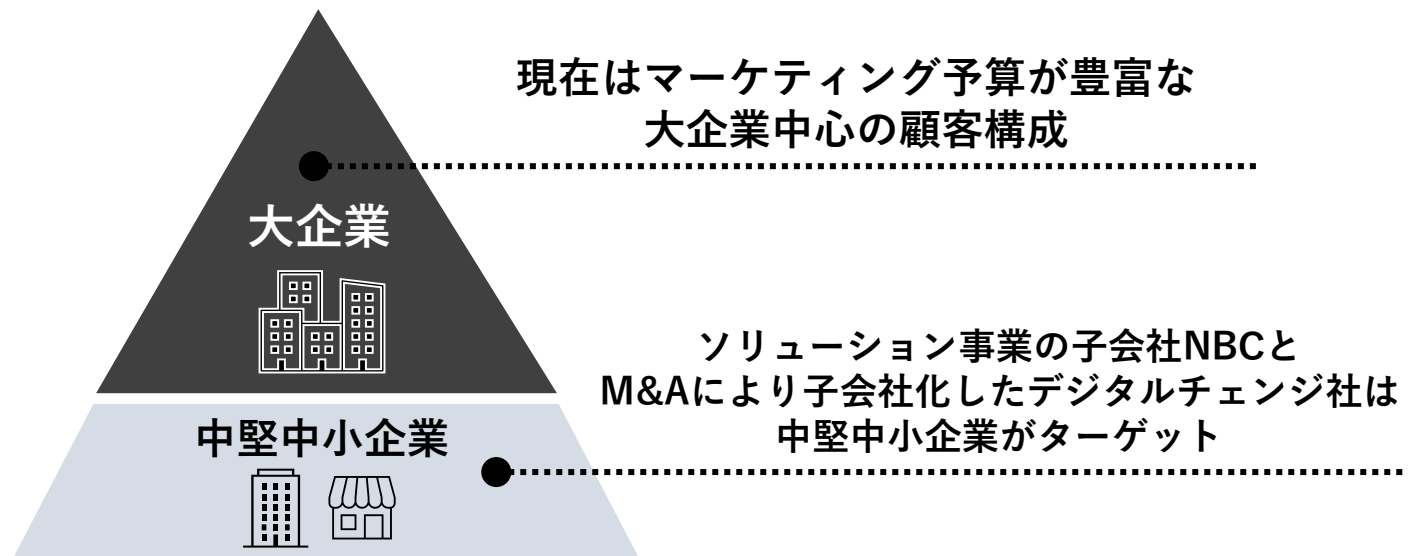
※4 「2021年動画広告市場動向」株式会社サイバーエージェント調べ

※5 「2022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

※6 経済産業省「令和3年度 電子商取引に関する市場調査」より

※7 観光庁「2019年度 訪日外国人消費動向調査2019年」より

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
257

(2023年3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
106

(2023年3月のユニーク数)

中国進出支援事業

支援
プロジェクト数
64

(2023年1Qの実施数)



掘りだそう、自然の力。



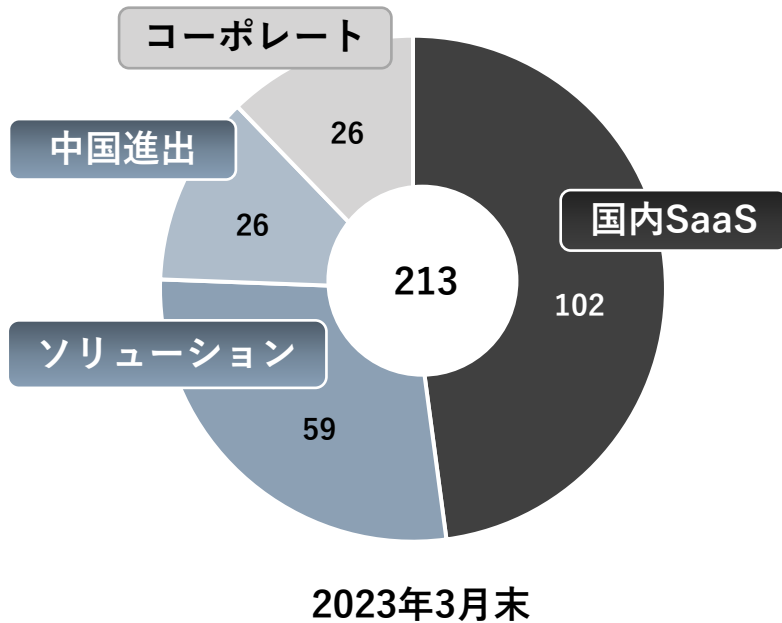
国内事業のスタッフ数

即戦力人材の獲得を強化 単なる人員増ではなく組織の質が向上

事業別スタッフ数

国内SaaS・ソリューションの人員を拡大
管理業務の強化によりコーポレートも人員増

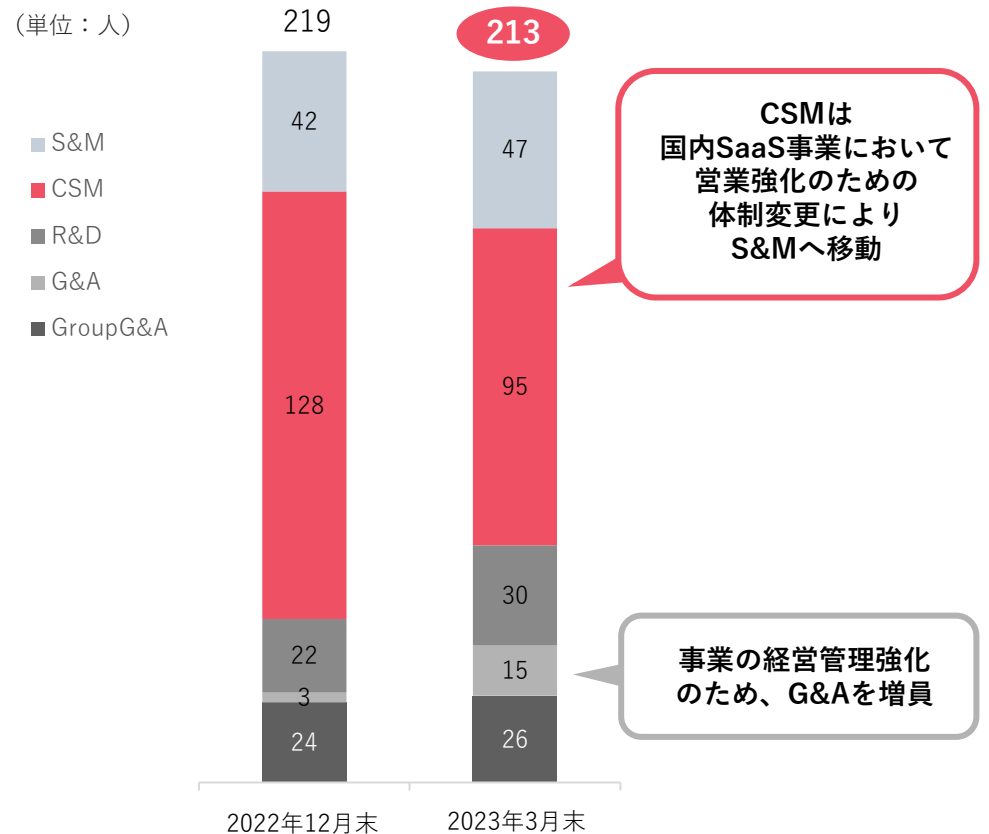
(単位：人)



ポジション別スタッフ数

採用と合わせて社内人材を異動し、
S&Mを強化

(単位：人)



※スタッフ数：正社員+業務委託・非正規雇用者を含めた人数

Letro 導入事例

Instagram投稿とレビューを合わせて掲載し、 継続的な運用を行うことでCVRが大幅改善する事例が続出

三ツ星ファーム様

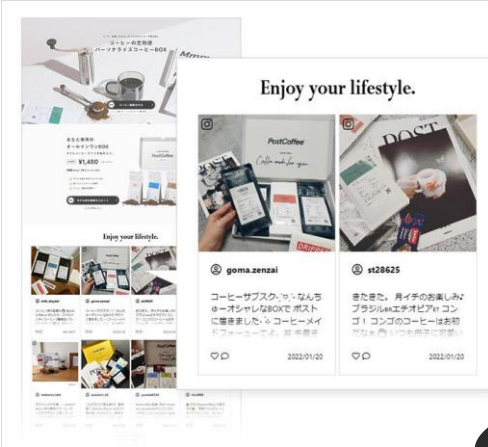


Letro



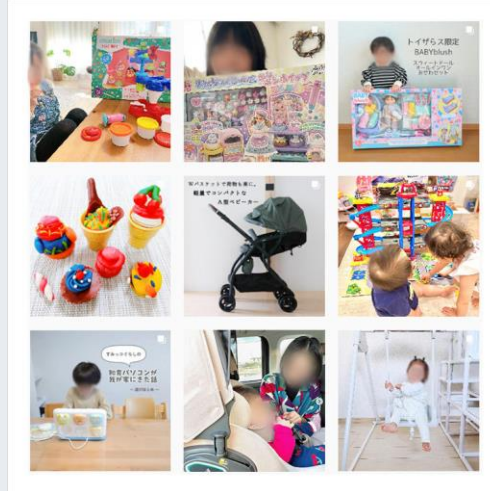
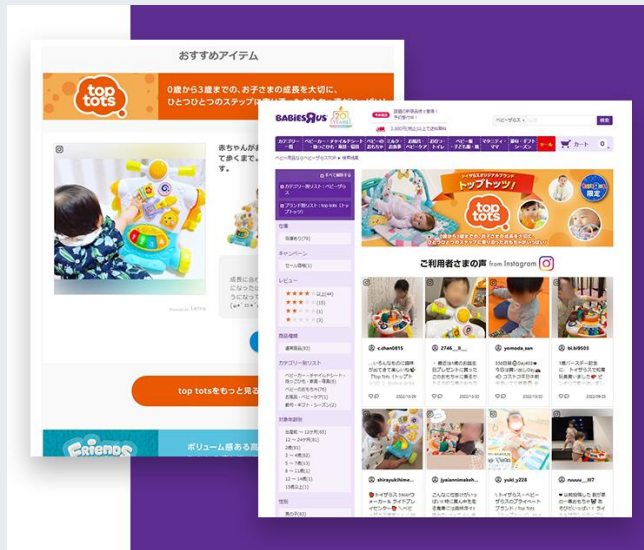
CVR最大1.86倍に改善

PostCoffee様



CVR最大1.80倍に改善

「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

「Letro」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。

ダイレクトマーケティング支援大手 ファインドスター社が 「LetroStudio」で制作した動画でLINE広告の平均CTR※1.75倍、CVR1.8倍を実現



▲「エルスタ」が提供する動画テンプレートの一例

「LetroStudio」がLINEのアドバイスのもとに、LINE広告の実績とノウハウを統合して提供するLINE広告専用の動画クリエイティブパッケージ「エルスタ」を活用し、ファインドスターが広告運用代行を行った某化粧品メーカーでは、半年でLINE広告への出稿額が2.7倍に増額。「LetroStudio」の制作動画は静止画比較で平均CTR1.75倍、CVR1.8倍を実現。

※CTR：デジタルマーケティングにおける効果測定指標の一つである「Click Through Rate」の略で、ページ、電子メール、広告等を閲覧したユーザーの総数に対する、特定のリンクをクリックしたユーザーの比率

化粧品メーカー ロゼット社が「echoes」を活用しTwitterプロモーションを実施 UGC接触者のブランド認知率+43.8pt、次回購入意向率+16.3ptを実現

ロゼット

**Twitter X UGC活用
プロモーション戦略**

ブランド認知率
+43.8pt

次回購入意向率
+16.3pt

ロゼット @ROSETTE_jp · 2022/07/01
#夢みるバーム から新登場
♥️新商品モニター100名募集♥️

なめらか透明感のある肌へ導くクレンジングバームを体験 🙌

①@ROSETTE_jp をフォロー
②#夢みるバーム新作モニター応募 をつけて
意気込みをツイート [x7/14]
③ 🗳 からアンケート回答で応募
bit.ly/3HWQZm1
当選者にDM♥️

ロゼット 新商品 8月発売
先行モニター募集
夢みるバーム ガスールズプライトモイスター (クレンジングバーム)

100名様

なめらか透明感
クレンジングバーム

この画像をタップして応募する!
アンケートに答えて応募完了 >>>

echoes.plus
キャンペーン詳細と応募登録はこちら

532 1627 877

オーガニック投稿にUGCを活用

カルーセルウェブサイトカードを活用し、
レビューUGCを紹介しながら
ブランドサイトへ誘引

なめらか透明感のある肌に 🙌

毛穴もくすみもモクアできる【#夢みるバーム ガスールズプライトモイスター】
なめらか透明感へ導く1層5種の多機能クレンジングバーム 🙌

いち早くお試された方のレビューをご紹介します 🙌

*1 古い角質・乾燥による
*2 モロコシ産クレイ(調剤成分)

夢みるバーム詳細はこちら

ツイートスレッド化

UGC紹介ツイートをスレッド化し、
様々な体験者の声で深い商品理解を促進

商品認知拡大および検索時のUGC接触による態度変容を目的に、発売前・発売時期・拡大期でTwitterプロモーション施策を実施。

各施策の投稿・広告クリエイティブ管理、ツイート配信からUGC・データ収集、DMでのコミュニケーション、成果の集計までをEchoesがオールインワンでサポートし、ブランド認知率+43.8pt、次回購入意向率+16.3ptを実現。

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。

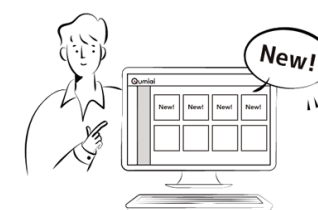
専門スタッフによる
クリエイティブの支援



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

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



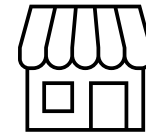
Allied
Architects



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



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



キングジム天猫旗艦店でツールスタンドの在庫が完売！

日中KOCのRED（小紅書）投稿により、通常在庫数の4.5倍の販売を実現

KING JIM

通常在庫の **4.5倍** の販売を実現
 天猫旗艦店で

BoJapan

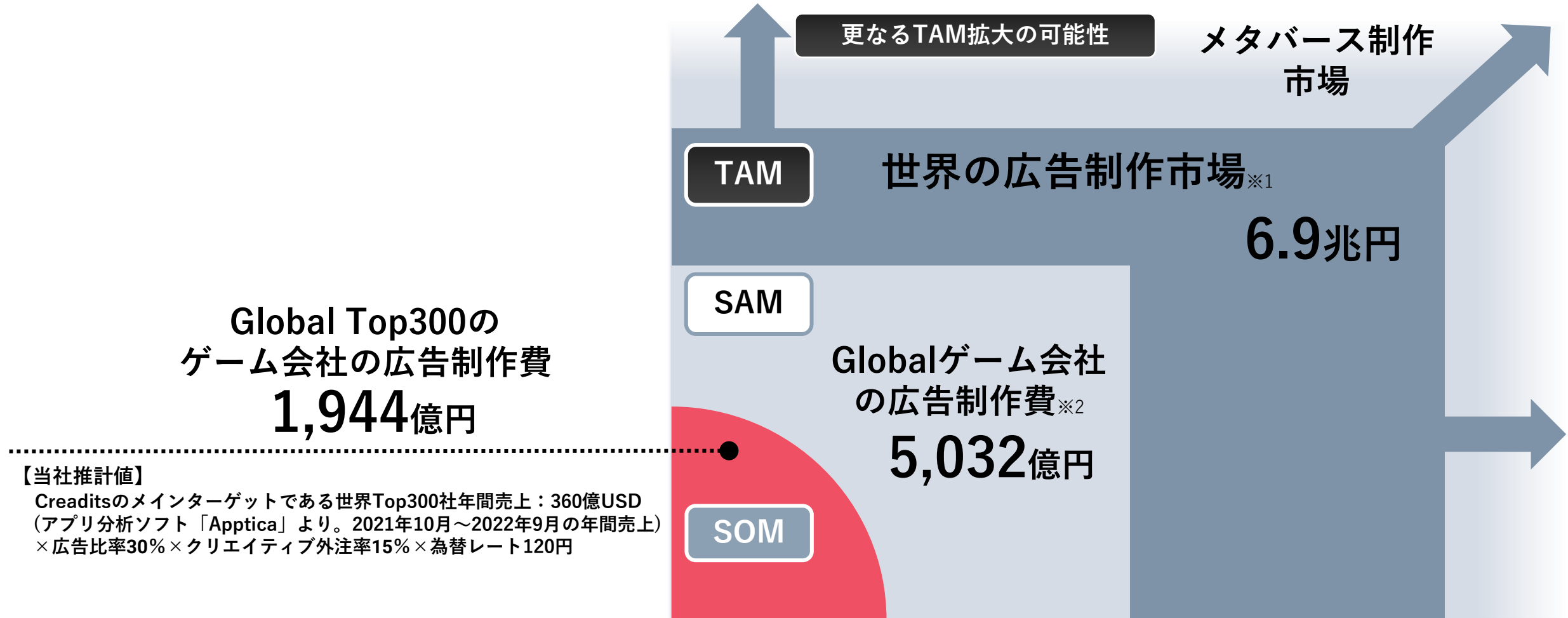


BoJapan在日中国人KOCが考案した独自の使い方のUGC例

BoJapanの在日中国人KOCの投稿では、これまで公式には紹介していなかった新たな使い方のアイデアが動画で紹介されるなど、既存のUGCにはなかった新たな切り口のUGCが生み出され、商品に対する評価を大きく拡張。日中で違った視点でのUGCが創出されたことにより、商品の魅力を多面的に伝えることができたため、購買意欲を掻き立てるプロモーションとなり、通常在庫数の4.5倍という売上成果に貢献。

海外事業の市場規模

まずはGlobal Top300のゲーム会社の広告制作費1,944億円市場に対し、
高度な3D制作技術を武器にシェア拡大を目指す



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

※2 【当社推計値】 世界のゲーム会社の年間売上：932億USD（アプリ分析ソフト「Apptica」より。2021年10月～2022年9月の年間売上）× 広告比率30% × クリエイティブ外注率15% × 為替レート120円

海外事業における拠点・スタッフ数

5拠点・100人体制

今期は営業人材を拡充し新規獲得強化へ

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

NEW

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※

1Qにおいてパフォーマンスの良い
内部クリエイターを厳選

(単位：人)

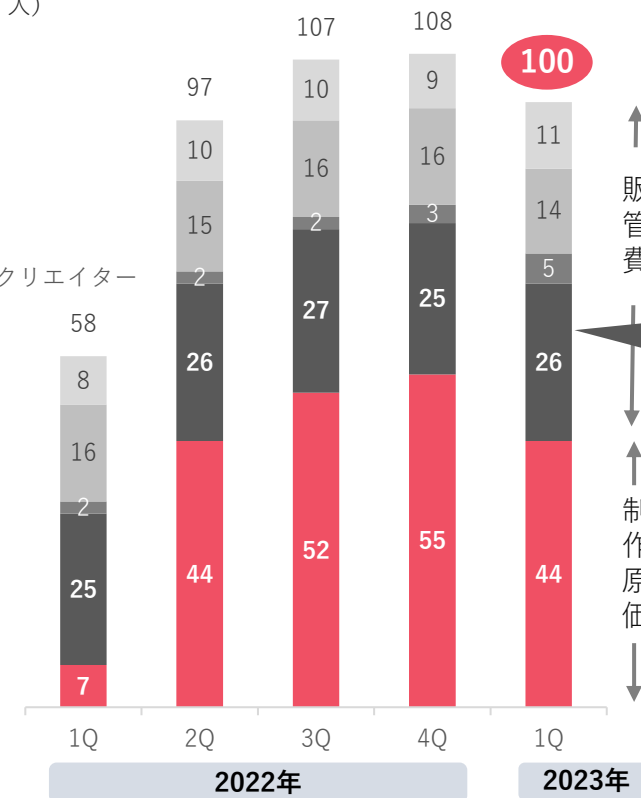
■ 管理

■ 開発

■ 営業

■ CSM

■ 内部クリエイター



↑ 販管費

↓ 制作原価

CSMは
ゲーム会社出身等
マーケット知見が
ある戦力人材の
採用に成功。
人の入れ替えに
よって
質が大幅向上

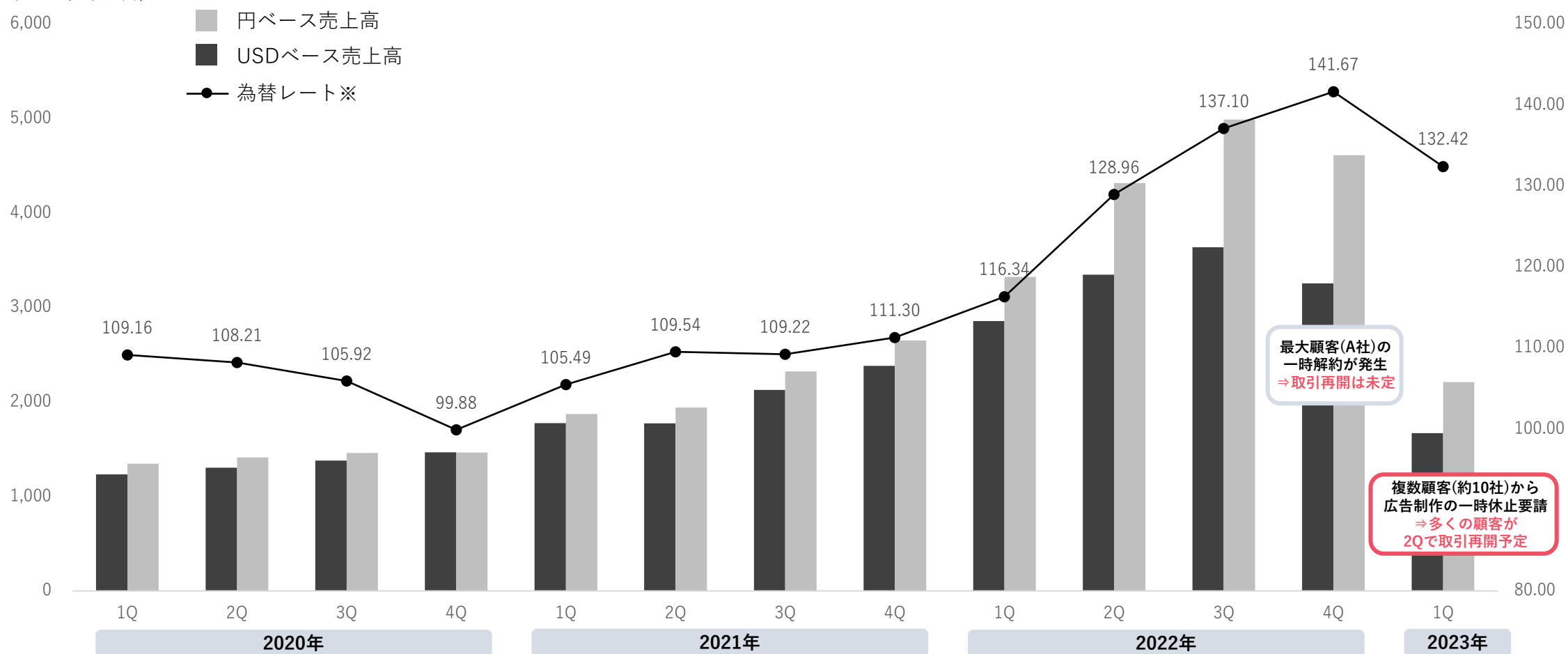
※スタッフ数：正社員+業務委託・非正規雇用者を含めた人数

2022年は急速な円安が進行

2023年は1Q苦戦も下期にUSDベースで過去最高売上高の更新を狙う

(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5月12日現在）

2023年
【1Q】

1月	中国	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	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	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	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	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	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

プレスリリース一覧（2023年5月12日現在）

2023年
【2Q】

4月	中国	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ト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
5月	中国	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

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.27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.76、P.77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5月12日現在）



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

※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。