

2022年2月15日

各位

会社名 アライドアーキテクト株式会社
代表者名 代表取締役社長 CEO 中村 壮秀
(コード番号：6081 東証マザーズ)
問合せ先 経営企画室長 大野 聡子
(TEL 03-6408-2791)

<マザーズ> 投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時 2022年2月10日(木) 17:00~18:15

開催方法 オンラインによるライブ配信
視聴者からチャットで質問を受け付け、回答を実施

開催場所 なし

説明会資料名 2021年12月期 決算説明会資料

【添付資料】

投資説明会において使用した資料

以上



アライドアーキテクト株式会社

2021年12月期通期決算説明資料

～含、事業計画及び成長可能性に関する事項～

2022年2月10日

東証マザーズ
6081

2021年
方針

中期テーマ達成の第1ステージと位置づけ 『SaaSの強化とデジタル人材の拡充』



既存ツールの新機能を複数追加し
アップセルを強化



デジタル人材

複雑化する顧客ニーズへの対応を
通じて人材スキル・生産性が向上

顧客あたりの取引額が拡大、大きな成長を遂げた1年

2021年 実績

- 4Qが想定以上の伸長となり、
通期業績予想を2022年1月31日に再度上方修正
- KPIの粗利売上は4Qに四半期過去最高を更新
- 通期業績は、
売上高　：62.1億円(前期比+48%)
営業利益： 7.7億円(前期比2.6倍)
ともに過去最高を更新

2022年
計画

- 新収益認識基準適用により
売上高の集計方法を変更
⇒ 新基準比較で+30.5%の増収を見込む
- 成長投資の強化によって
プロダクト・サービスを磨き上げ、
グループ成長力の更なる向上を目指す

2025年に向けて
既存事業で売上高CAGR30~35%の実現へ

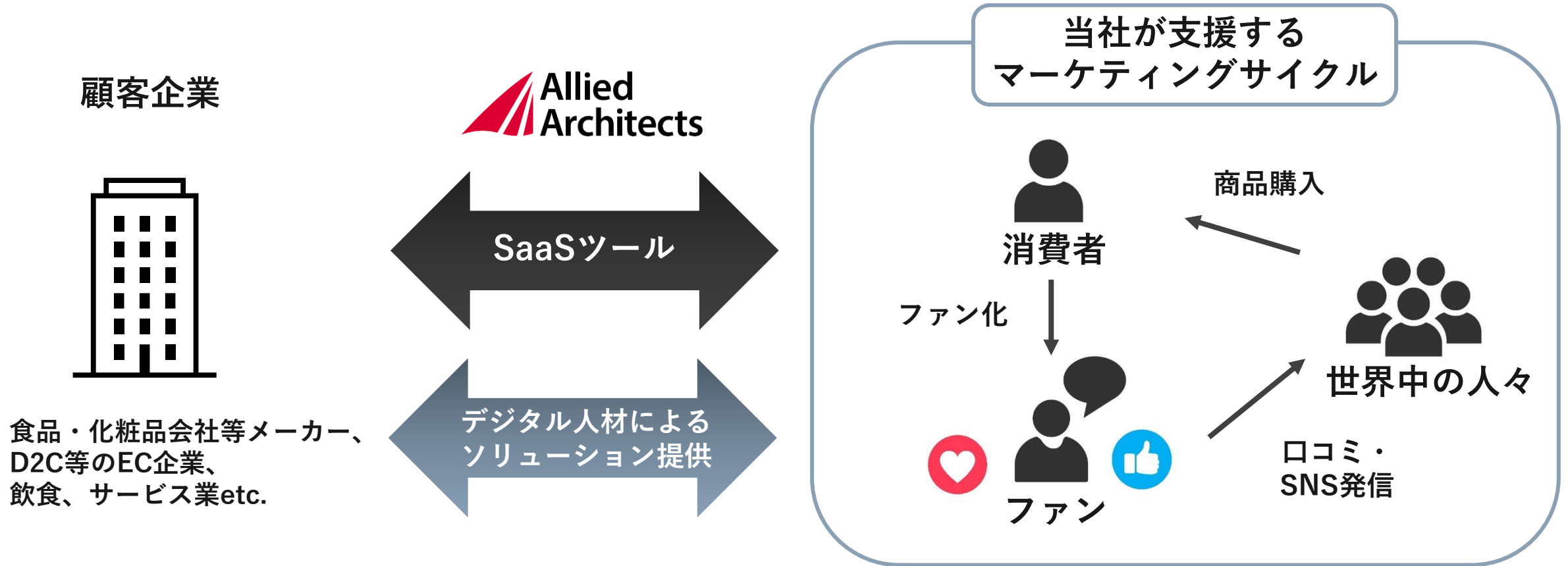
- 1 事業概要 P.6
 - 2 業績概況 P.13
 - 3 2022年12月期方針 P.22
 - 4 事業別戦略 P.29
 - 5 グループ方針 P.60
- Appendix P.69

1 事業概要

ビジネスモデル

『顧客企業と人々をつなぐ』 BtoBのビジネスを展開

～マーケティングDXを加速するためのSaaSツール、デジタル人材※によるソリューションを提供～



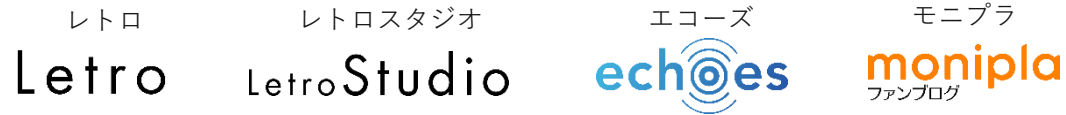
※ デジタル人材：当社では主に、SaaSやSNSなどのデジタル技術・手法に詳しく、それらを生かした施策やサービスを実行できる人材 (SNS広告の運用人材、SNSのアカウント運用人材) のこと。また、エンジニア、WEBデザイナー、クリエイティブ・ディレクター等

顧客企業の様々なマーケティング課題を一気通貫で解決する事業ラインナップ

SaaS ビジネス

国内SaaS事業

マーケティングDXを加速する
自社開発のSaaSツールを提供



海外SaaS事業

グローバルなクリエイターネットワークにより
高品質な3Dの広告クリエイティブを提供



デジタル人材 ビジネス

ソリューション事業

「SNS」や「ファン」をキーワードに
マーケティングDX戦略を包括的に支援



中国進出支援事業

独自のインフルエンサーネットワークを活用
した中国向け越境プロモーション支援



事業環境

コロナをきっかけとする消費者の価値観や購買活動の変化に伴い
企業のマーケティングDX推進が一段と進展し、事業環境は良好



国内SaaS事業

ECサイトの成果向上施策や
デジタル販促の需要が拡大

海外SaaS事業

ゲームの高度化が一段と進み
3D制作の需要活況



ソリューション事業

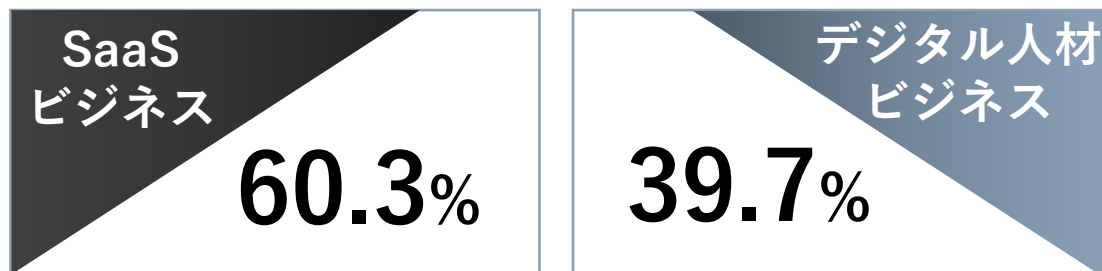
ファンを重視した
マーケティングの需要が旺盛

中国進出支援事業

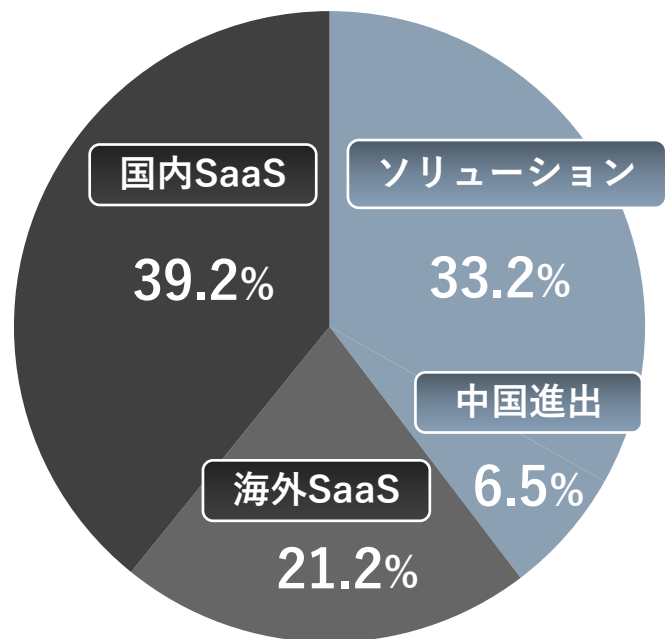
越境ECのプロモーション需要
が堅調

粗利売上構成比（SaaS・デジタル人材）

積上型中心のSaaSビジネス6割
+ 大口継続取引中心のデジタル人材ビジネス4割で構成



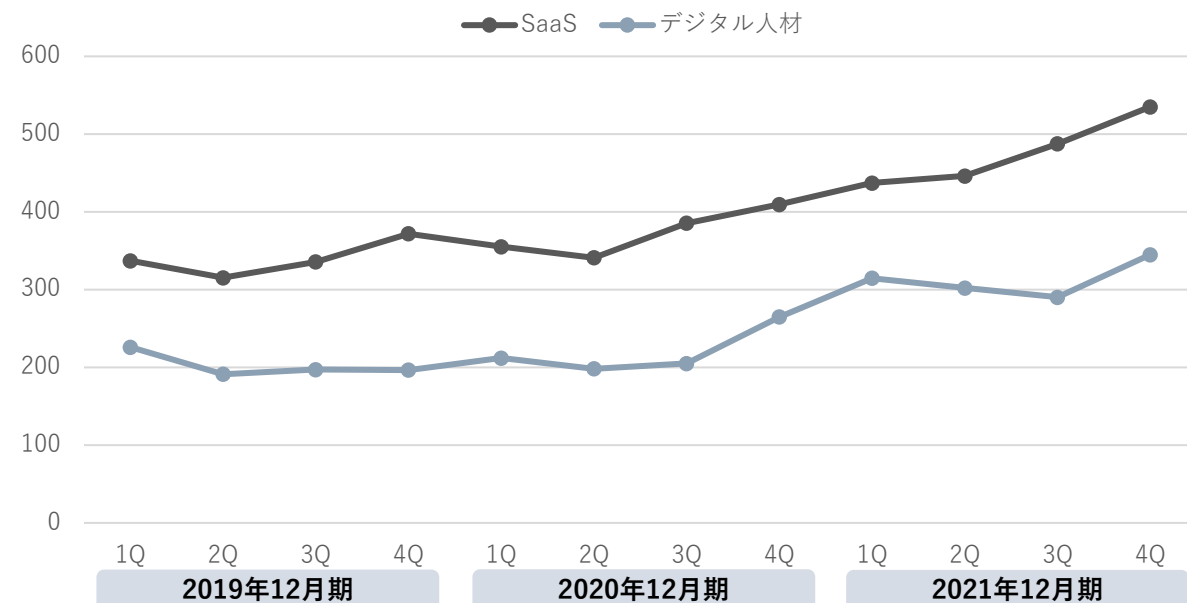
- SaaSビジネスは、高い粗利率かつ月額課金型売上の積上が可能
- デジタル人材ビジネスは、広告の需要変動が四半期業績に影響するも、大口継続顧客との安定取引が大半



2021年12月期通期

(単位：百万円)

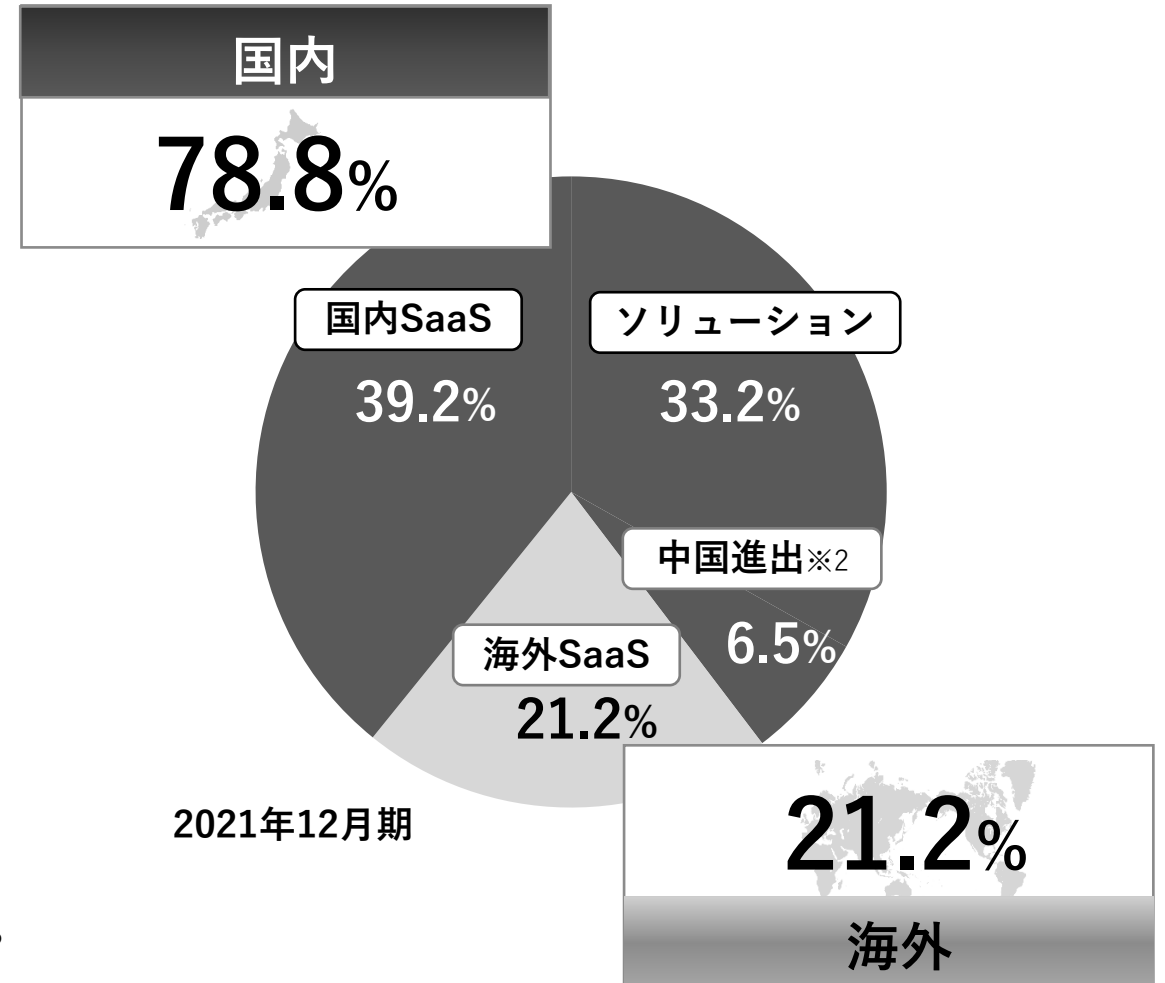
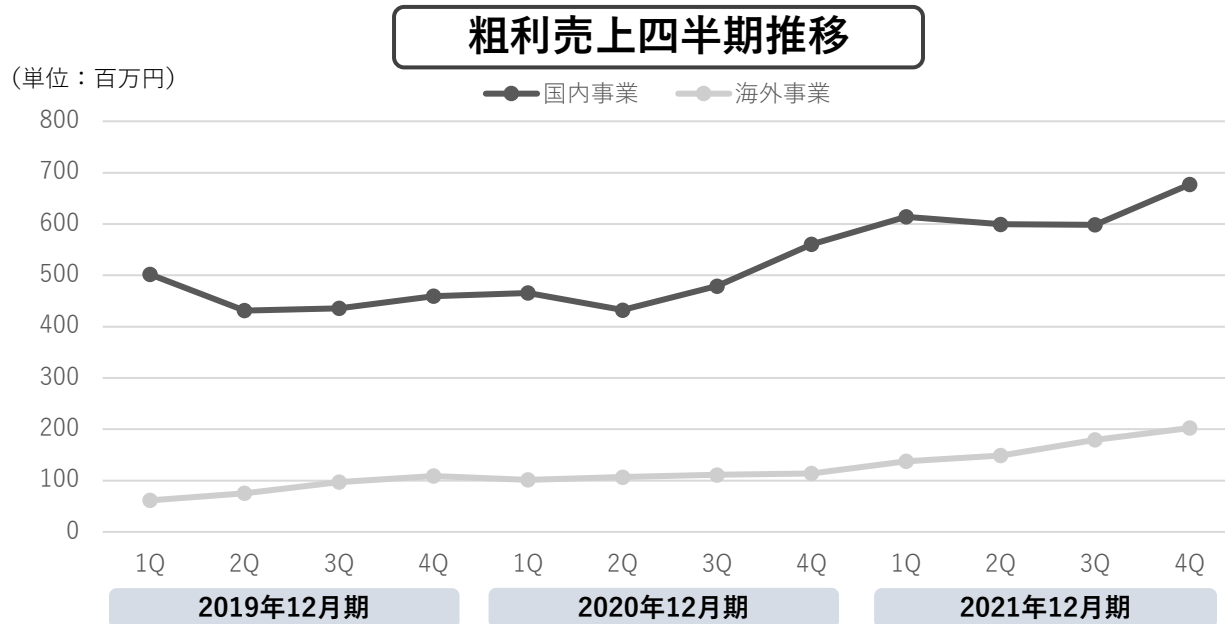
粗利売上四半期推移



粗利売上構成比（国内・海外）

国内事業8割
+ シンガポールHQ^{※1}による海外事業2割で構成

- 国内事業は、グループを支える収益基盤として継続的な成長を目指す
- 海外事業は、成長可能性の高い事業と見込んでおりグループ内でも存在感のある事業に育成



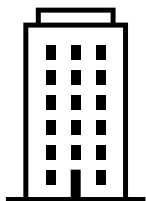
※1 HQ=Head Quarterの略。海外事業はシンガポール拠点の連結子会社Creaditsで行っている

※2 中国進出支援事業は顧客属性により国内に分類

「持続可能な社会」実現に貢献する事業展開



当社グループ
または当社サービスが
貢献しうるSDGs



当社サービスを通
じて顧客企業が実
現しうるSDGs

SaaS
ビジネス



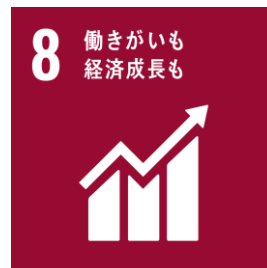
途上国を含む、世界中にいる
広告制作者へクラウド上で
就労機会を提供



SaaSツールの活用による労働
生産性向上への貢献



平等・公平な評価・採用により
外国籍比35%超
女性管理職比40%超を実現



SaaSツールや人材シェアリン
グにより、誰でも働きやすく、
収入を得られる就労機会を提供

デジタル人材
ビジネス



デジタル人材候補に対する
働く機会と学ぶ環境の提供

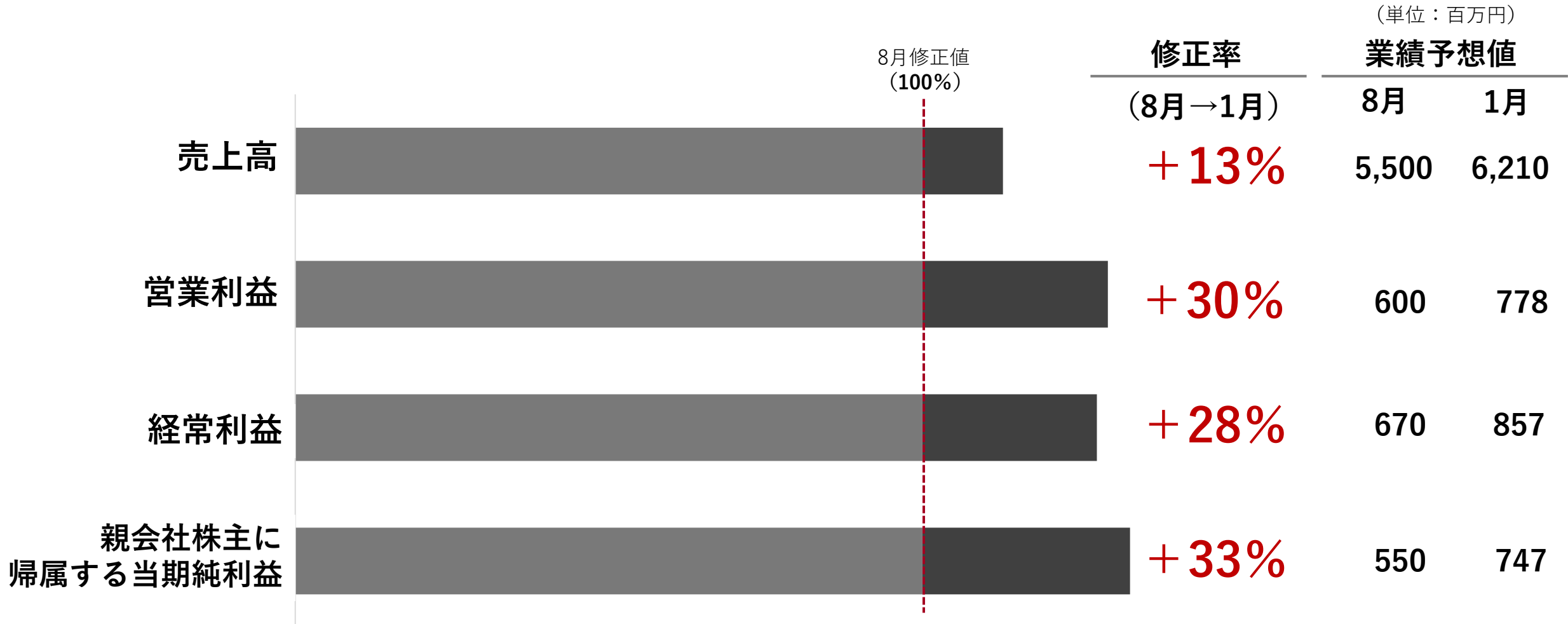


企業とファンが結びつくこと
による新たな価値の創出を支援

2 業績概況

2021年12月期通期業績予想の上方修正

8月修正の通期業績予想を1月31日に再度上方修正



2021年12月期通期業績

売上高の想定以上の伸びに加え
生産性向上により営業利益は前期比2.6倍を達成

	2020年12月期 実績	2021年12月期 実績	前期比
(単位：百万円)			
売上高	4,192	6,210	+48.1%
粗利売上※	2,371	3,157	+33.1%
営業利益	298	774	2.6倍
営業利益率	7.1%	12.5%	+5.4pt
経常利益	231	849	3.7倍
親会社株主に帰属する 当期純利益	173	726	4.2倍

※粗利売上=売上高-直接原価 詳細はP.24参照

2021年12月期4Q（10-12月）業績

KPIの粗利売上は
全四半期において前年同期比+30%超の高成長を実現

	2020年12月期 4Q実績	2021年12月期 4Q実績	前年同期比
(単位：百万円)			
売上高	1,270	1,674	+31.9%
粗利売上 ^{※1}	674	879	+30.4%
営業利益	166	198	+19.1%
営業利益率	13.1%	11.9%	△1.2pt
経常利益	147	202	+37.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	43 ^{※2}	149	3.4倍

※1 粗利売上=売上高-直接原価 詳細はP.24参照

※2 2020年12月期は特別損失(投資有価証券評価損)を47百万円 計上

売上高・粗利売上推移

グループ全体の成長ギアが一段階引き上がり
4Qにおいて売上高・粗利売上ともに四半期最高を更新

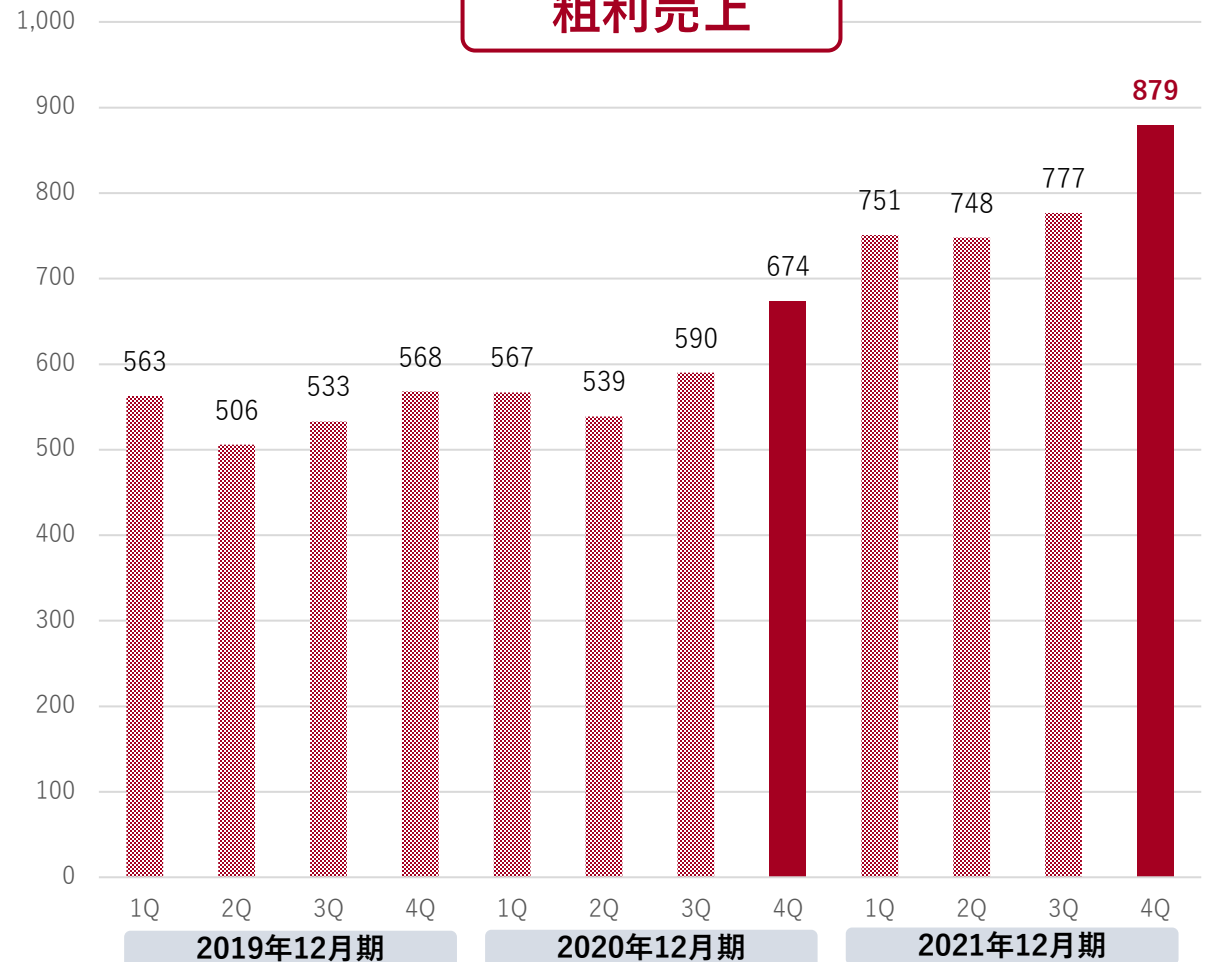
(単位：百万円)

売上高



(単位：百万円)

粗利売上



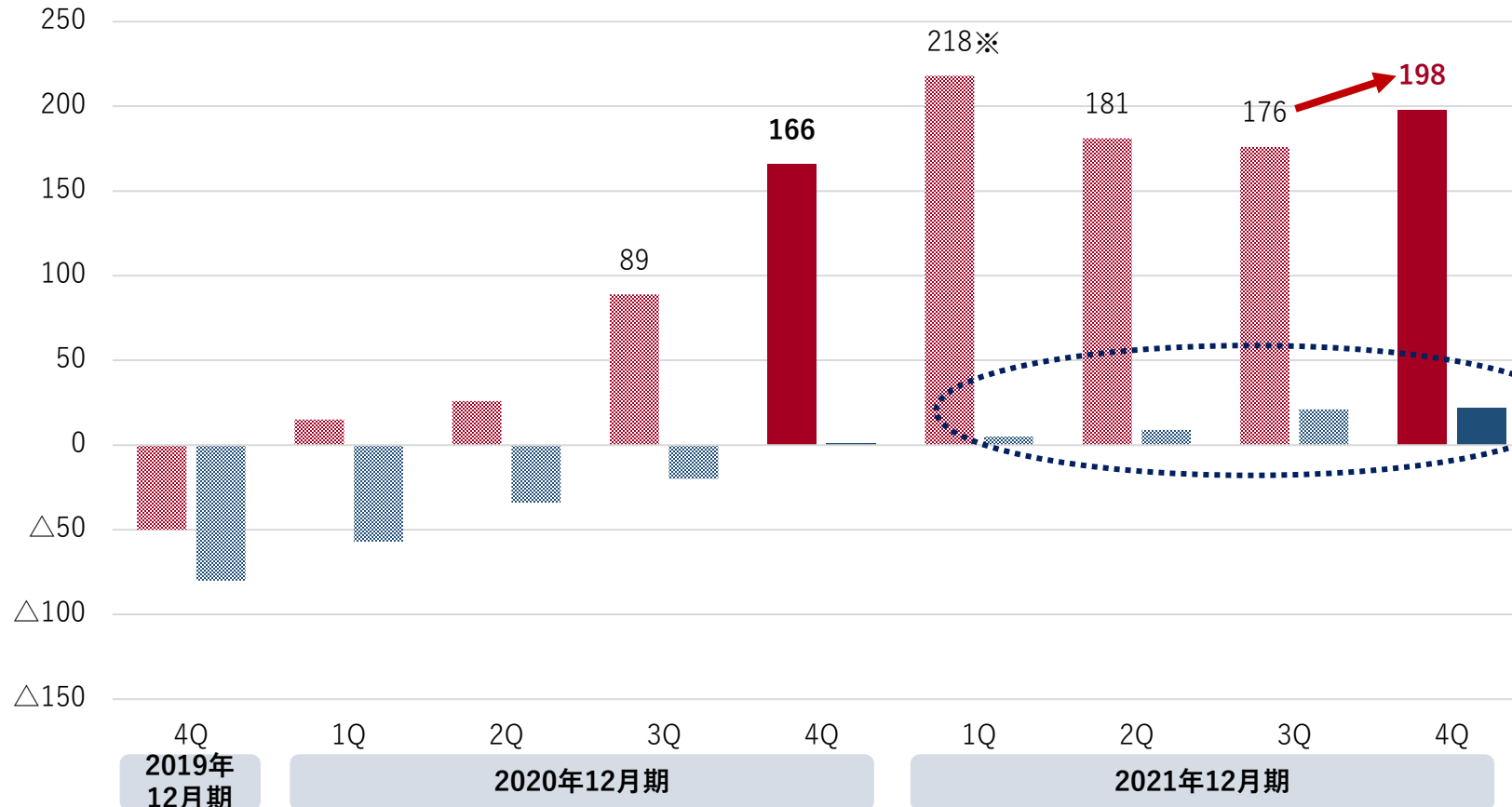
営業利益推移

2Q-3Qの先行コストが4Qの売上増加につながり
営業利益は前四半期比で大きく成長

営業利益推移

(単位：百万円)

■ 連結合計 ■ 海外子会社Creadits【海外SaaS事業】



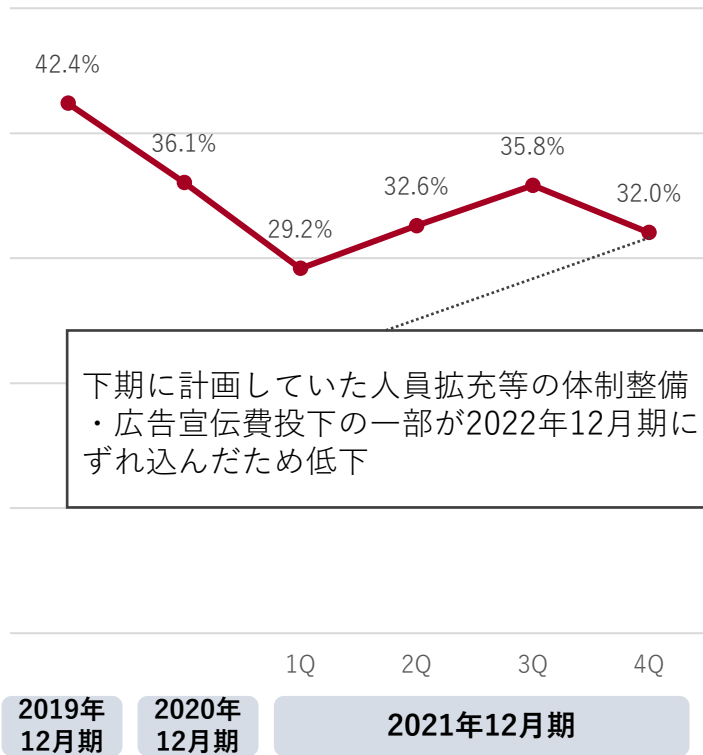
海外子会社も
利益貢献フェーズに

※1Qは、ソリューション事業において、顧客企業の大型キャンペーン実施に伴う広告出稿が増加したことによる一時的な利益増加要因を含む

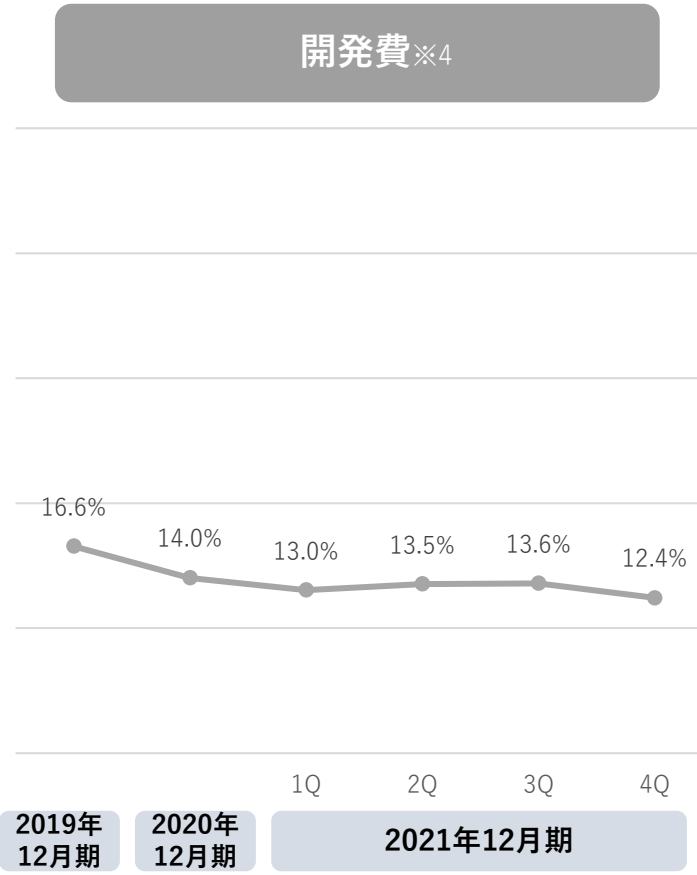
コスト推移(粗利売上対比※1)

営業・マーケティング費及び顧客伴走費に集中して投下

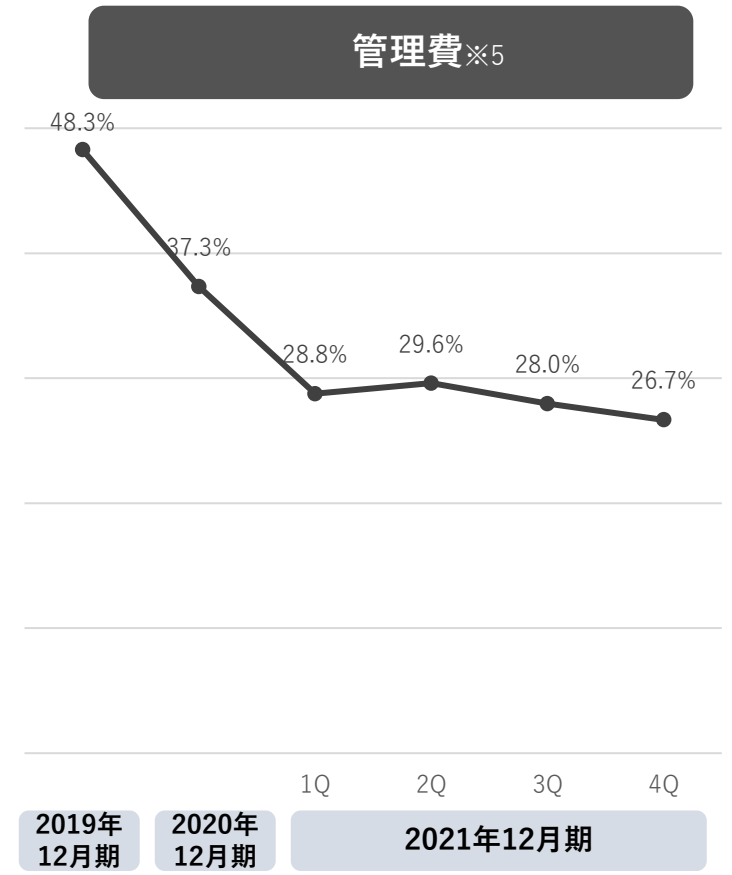
営業・マーケティング費※2
及び顧客伴走費※3



開発費※4



管理費※5



※1 粗利売上に対する各コストの比率。比率については管理会計上の集計金額を元に算定しており、監査法人による監査の対象外

※2 営業・マーケティング費：新規顧客獲得のための広告宣伝費や営業人件費および関連経費

※3 顧客伴走費：顧客と向き合う人材の人件費（SaaS事業におけるカスタマーサクセス、デジタル人材事業におけるクリエイターやプランナー等）および関連経費

※4 開発費：開発エンジニア人件費及び関連経費

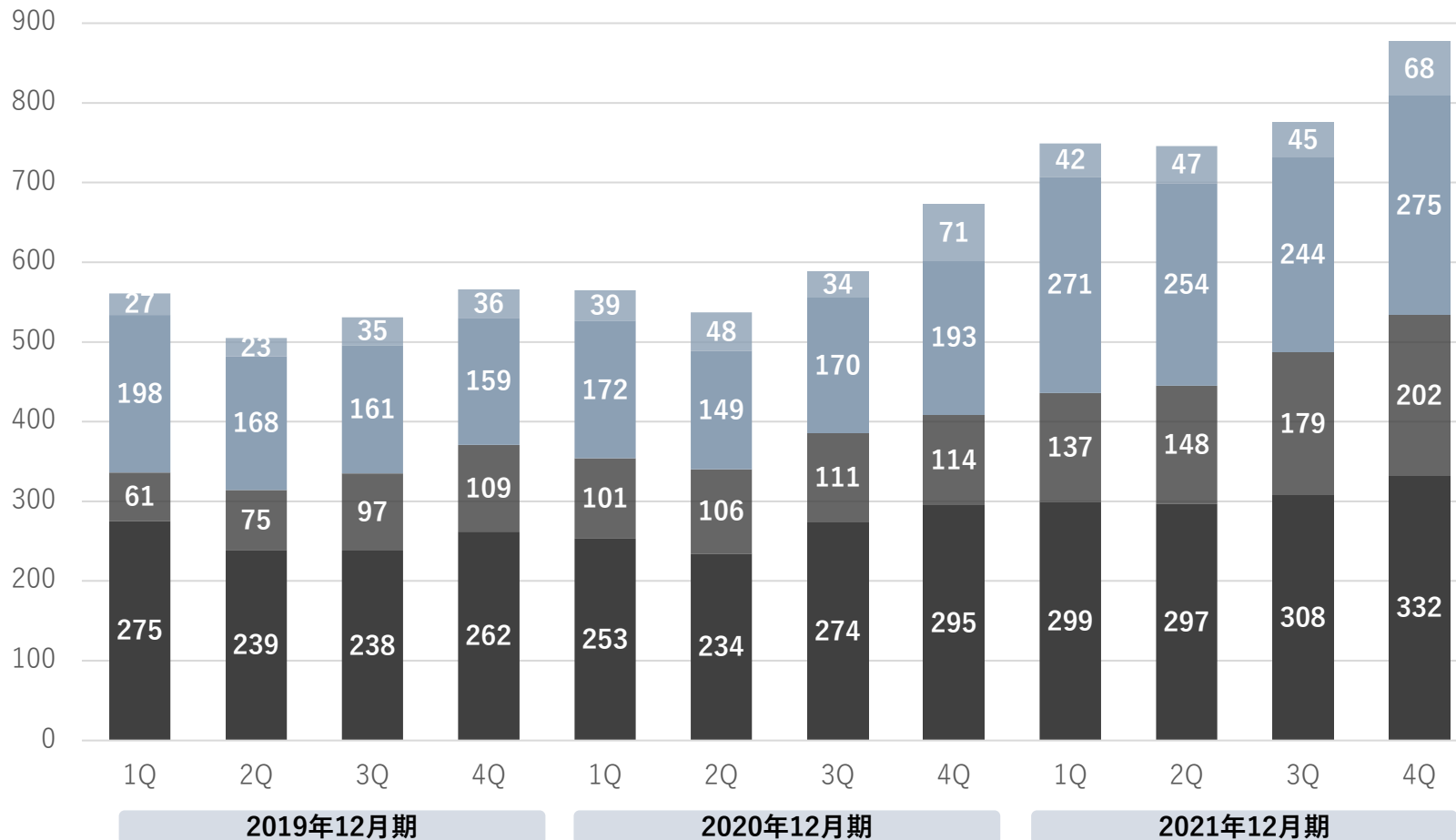
※5 管理費：オフィス賃借料、全社システム費用、管理部門人件費等

事業別の粗利売上推移

業績貢献度の高い国内SaaS・海外SaaS・ソリューションの3事業が 4Qで四半期最高の粗利売上を達成

(単位：百万円)

粗利売上四半期推移



中国進出支援事業

4Qは「独身の日」関連需要で前四半期増も前年同期の四半期過去最高には届かず

ソリューション事業

年末にかけて広告運用需要が増加、ファン関連施策は既存顧客の需要拡大

海外SaaS事業

市場の拡大を背景に、新規顧客の開拓と既存顧客の取引拡大を同時に実現

国内SaaS事業

「Letro」を中心に月額課金型ツールのアップセルが進み、顧客あたりの売上増加

貸借対照表サマリー

自己資本比率の向上で強固な財務基盤を構築
手元資金の増加で2022年12月期の投資に備える

(単位：百万円)	2020年4Q末	2021年4Q末	前期末比
流動資産	2,204	2,817	+612
内、現預金	1,170	1,702	+531
固定資産	994	1,011	+16
資産合計	3,199	3,828	+629
負債合計	1,423	1,348	△74
内、借入金	751	342	△408
純資産合計	1,775	2,479	+703
自己資本比率	54.2%	63.5%	+9.3pt
自己資本利益率 (ROE)	11.9%	34.9%	+23.0pt

3 2022年12月期方針

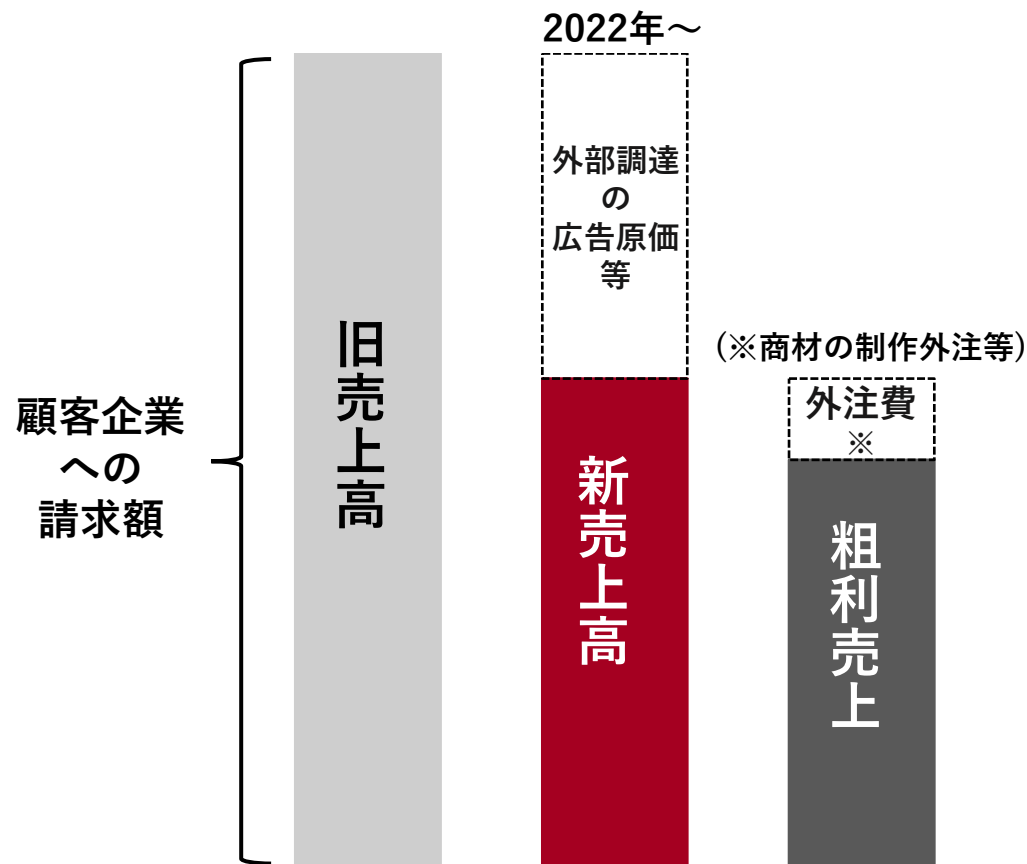
2022年方針

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

中期テーマ

マーケティングDX支援企業として
圧倒的ポジションの確立

「収益認識基準」の適用により 2022年から売上高の集計方法を変更



旧売上高 = 顧客企業への請求額
新売上高 = 当社が得る純粋な収益

■ 【集計方法が変更となる事業（影響度順）】

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

⇒次頁（P.25）にて図解説明

■ 【これまでと集計方法が変わらない事業】

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

etc.

売上高の集計方法が変更となる事業

以下の事業において売上高の集計方法が変更となる

従来

2022年～

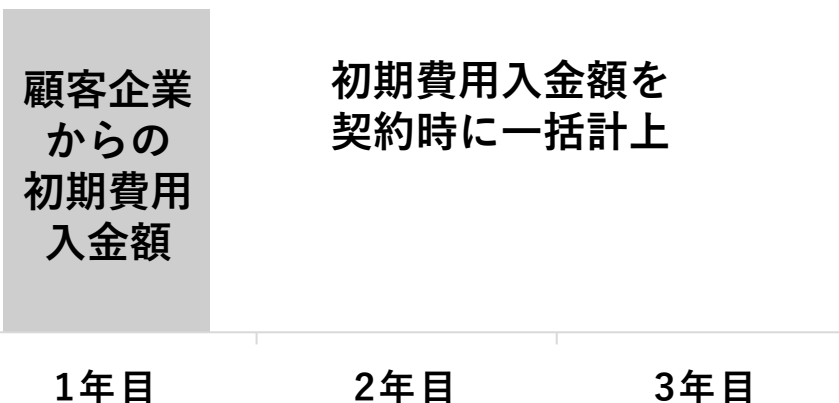
①
【影響度：大】
ソリューション事業
における
広告運用代行

広告原価+当社手数料が売上高

当社手数料のみが売上高に



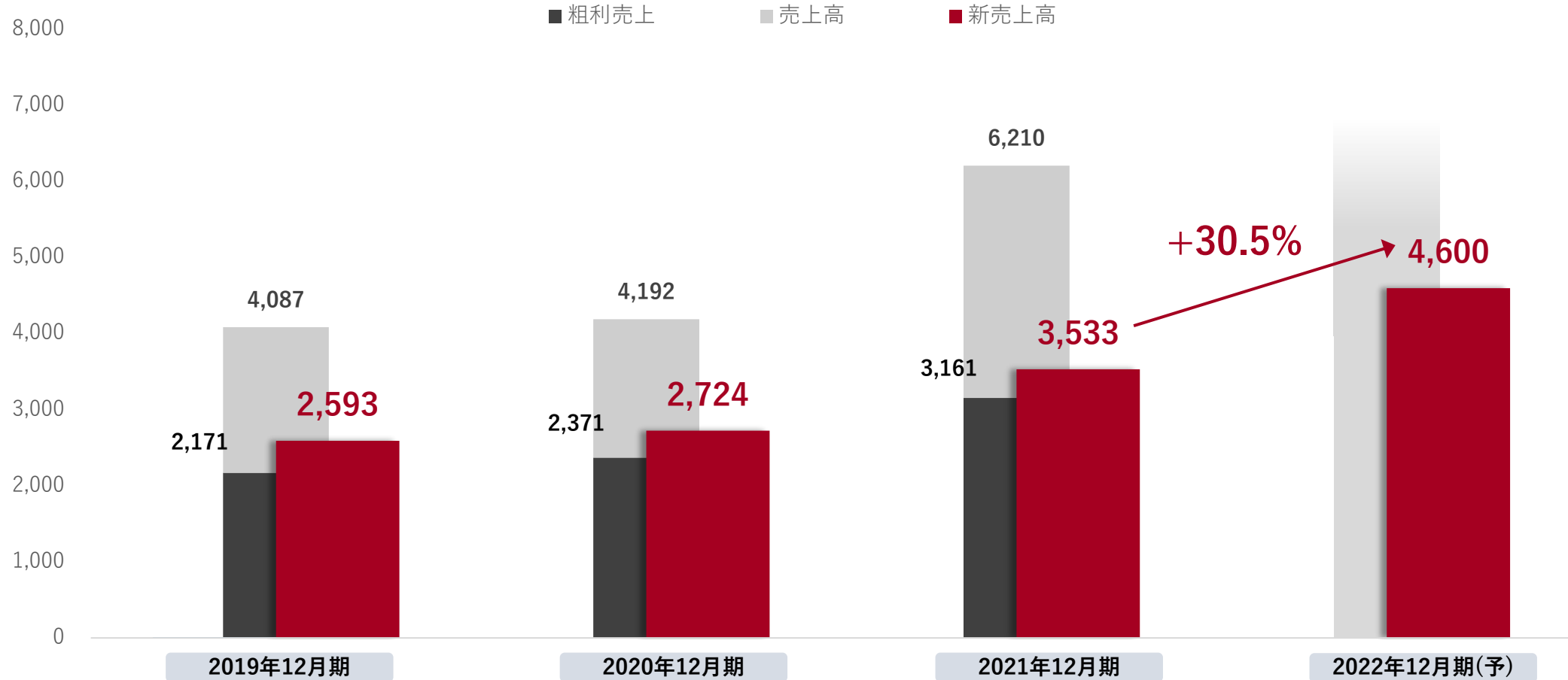
②
【影響度：小】
国内SaaS・
海外SaaS事業
における
初期費用



粗利売上の概念廃止

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

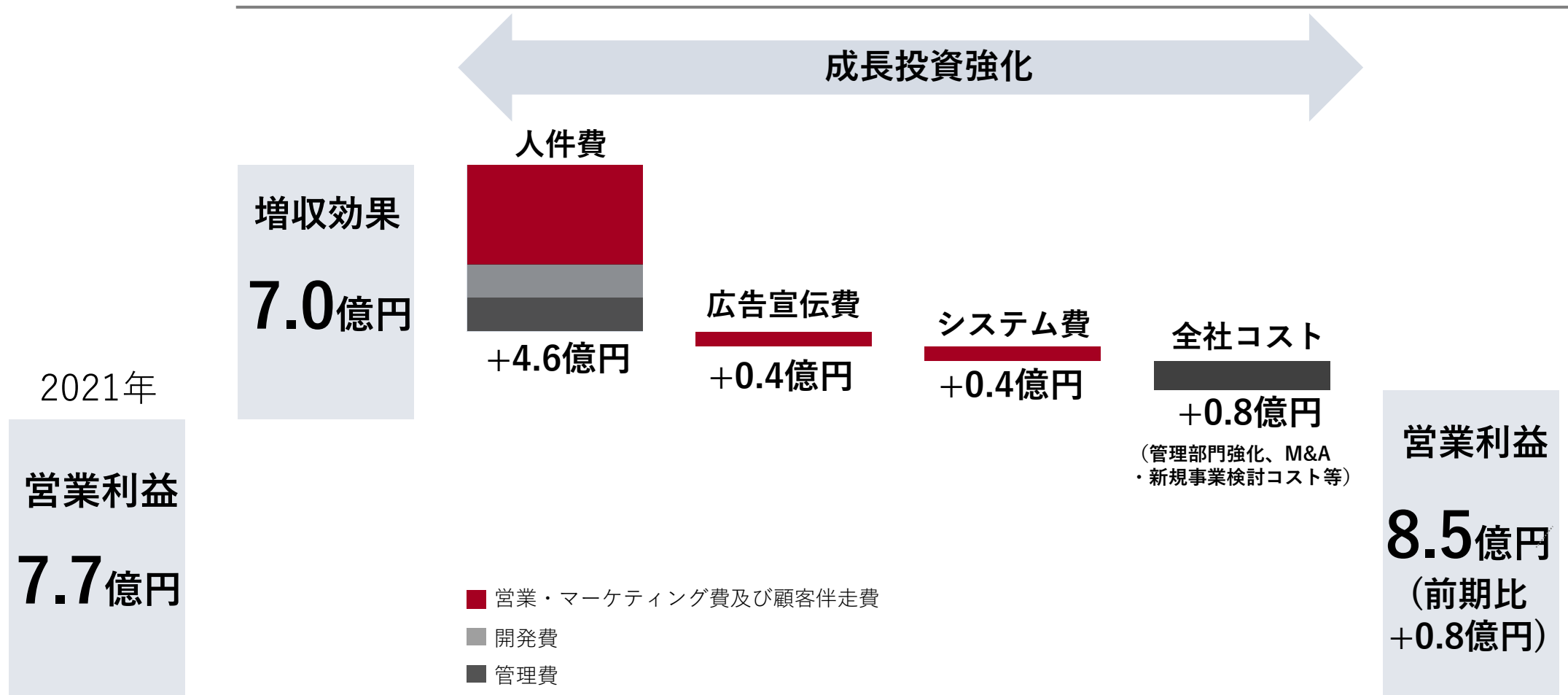
(単位：百万円)



成長投資の実施

増益を維持しつつも、2022年は今後の飛躍に向けた成長投資を実施
プロダクトやサービスの磨き上げを行うため、人材を中心に積極投下

2022年計画



2022年12月期通期業績予想^{※1}

売上高は前期比+30%の高成長を継続
営業利益は同+9.4%の計画

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

※1 本日公表の決算短信においては収益基準の変更に伴い売上高の増減率を記載していないが、本資料においては新基準での実績値（上記②）を算出したうえで前期比を記載。なお、決算短信記載の営業利益の増減率（9.7%）については、旧基準実績値（上記①）と新基準予想（上記③）の比較であるため、本資料の新基準同士の比較（上記③/②）とは0.3ptの僅かな誤差が生じています。営業利益率の旧基準と新基準の差額についてはP.80参照

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

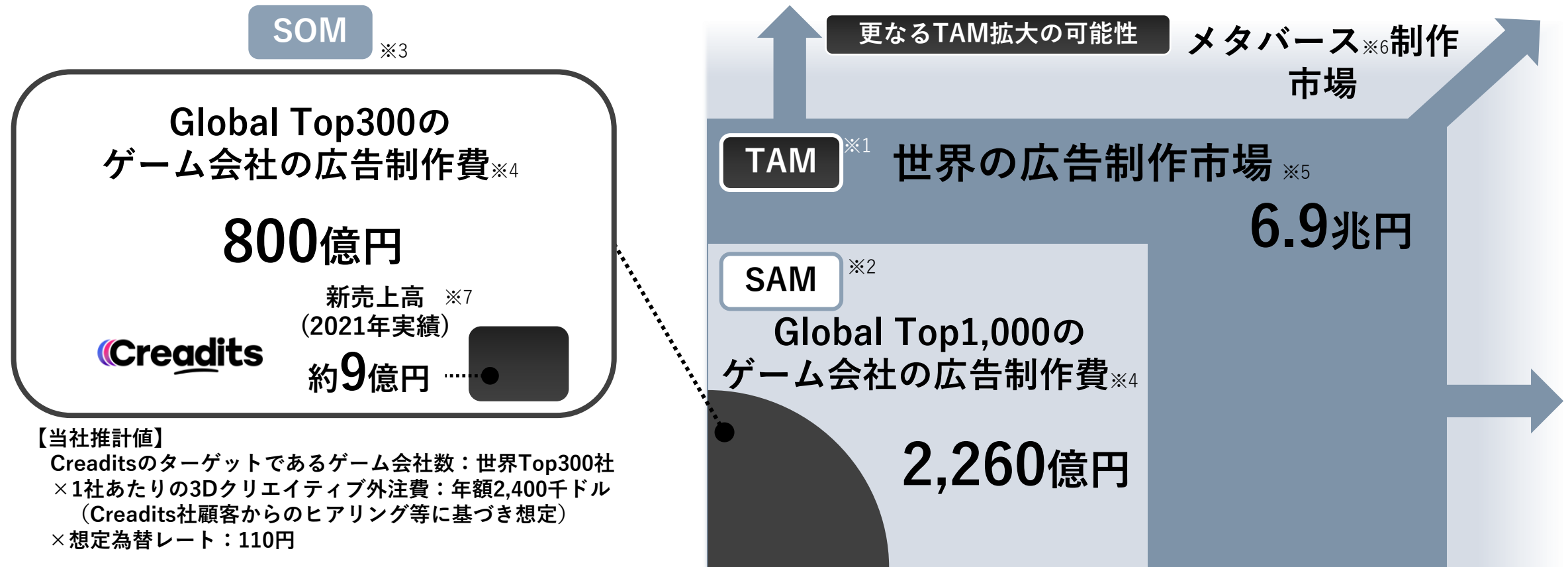
4 事業別戦略

海外事業

海外SaaS事業



まずは現状の顧客ターゲットであるGlobal Top300のゲーム会社の
 広告制作費800億円市場に対し、高度な3D制作技術を武器にシェア拡大を目指す



※1 TAM：Total Addressable Marketの略で、ある市場の中で獲得できる可能性のある最大の市場規模、つまり商品・サービスの総需要のこと

※2 SAM：Serviceable Available Marketの略で、TAMの中で、あるサービスが獲得しうる市場規模のこと。自社のみならず、競合も含めたサービスの市場規模

※3 SOM：Serviceable Obtainable Marketの略で、自社の商品・サービスで、実際にアプローチして獲得できであろう市場規模。

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

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

※6 メタバース：インターネット上に構築された仮想の三次元空間を指す。

※7 改正企業会計基準第29号 収益認識に関する会計基準適用後の金額

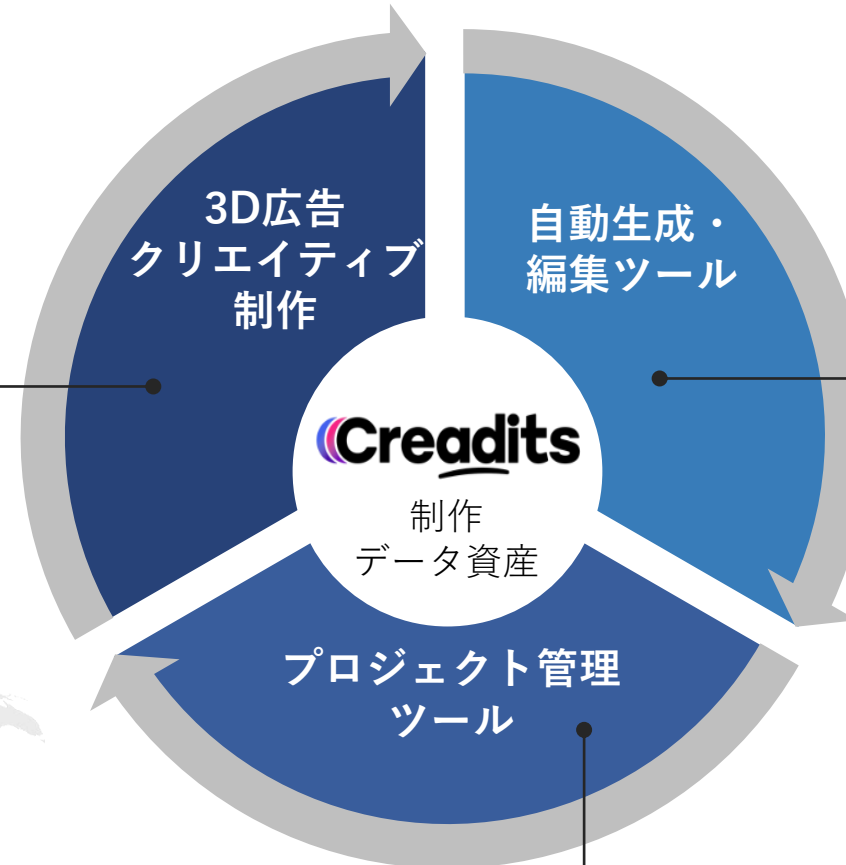
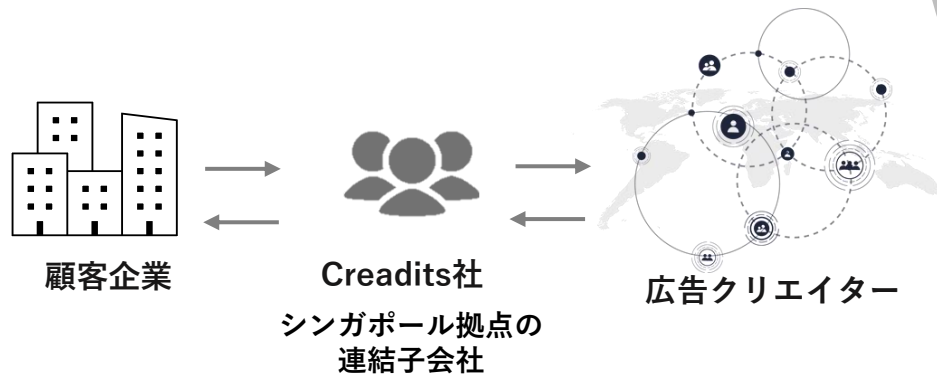
メタバース時代を牽引する世界Top300のゲーム会社を中心に顧客開拓を続け、
2025年までに顧客企業数は現状の約4倍の100社を目指す



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



- 世界中の3D制作プロフェッショナルを自社で発掘しネットワーク化
- Creaditsクリエイター統括人員がノウハウやアドバイスを提供し制作物の品質向上に導く



AIによりクリエイティブの多数のバリエーション作成、リサイズ、修正を可能な限り機械化



チームでの制作において生産性を上げる

活況な欧米のゲーム業界をメインターゲットに
世界中のクリエイターネットワークを活用し、高品質な3D広告を制作・提供

当社の競争優位性

 **Craft**

3Dなど難易度の高い
クリエイティブ制作

高スキルの
クリエイター
集団



生産性を
高めるツール

 **Huddle**  **Tune**

クライアントの
制作インフラに

《3D制作事例》



競合

インハウス：社内クリエイター (いずれも海外)
外注：制作会社、広告代理店

差別化

業界全体で制作リソース不足のため
競合ではなく共存関係に

3D制作の強みを活かして
将来的にはターゲット顧客の業界拡大・事業領域の拡大が可能

Creadits
の強み

3D等の
高品質な
制作物の供給

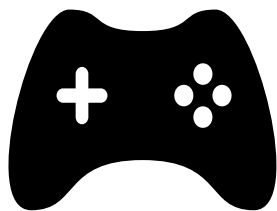

顧客メリット

高品質

低コスト

量産も
可能

現状の顧客層



グローバルなゲーム会社の
3D広告制作中心

当面の事業成長を牽引

業界拡大の可能性



Eコマースなど
ゲーム業界以外の3D広告制作

将来的な業績拡大に向けた更なる成長余地

領域拡大の可能性

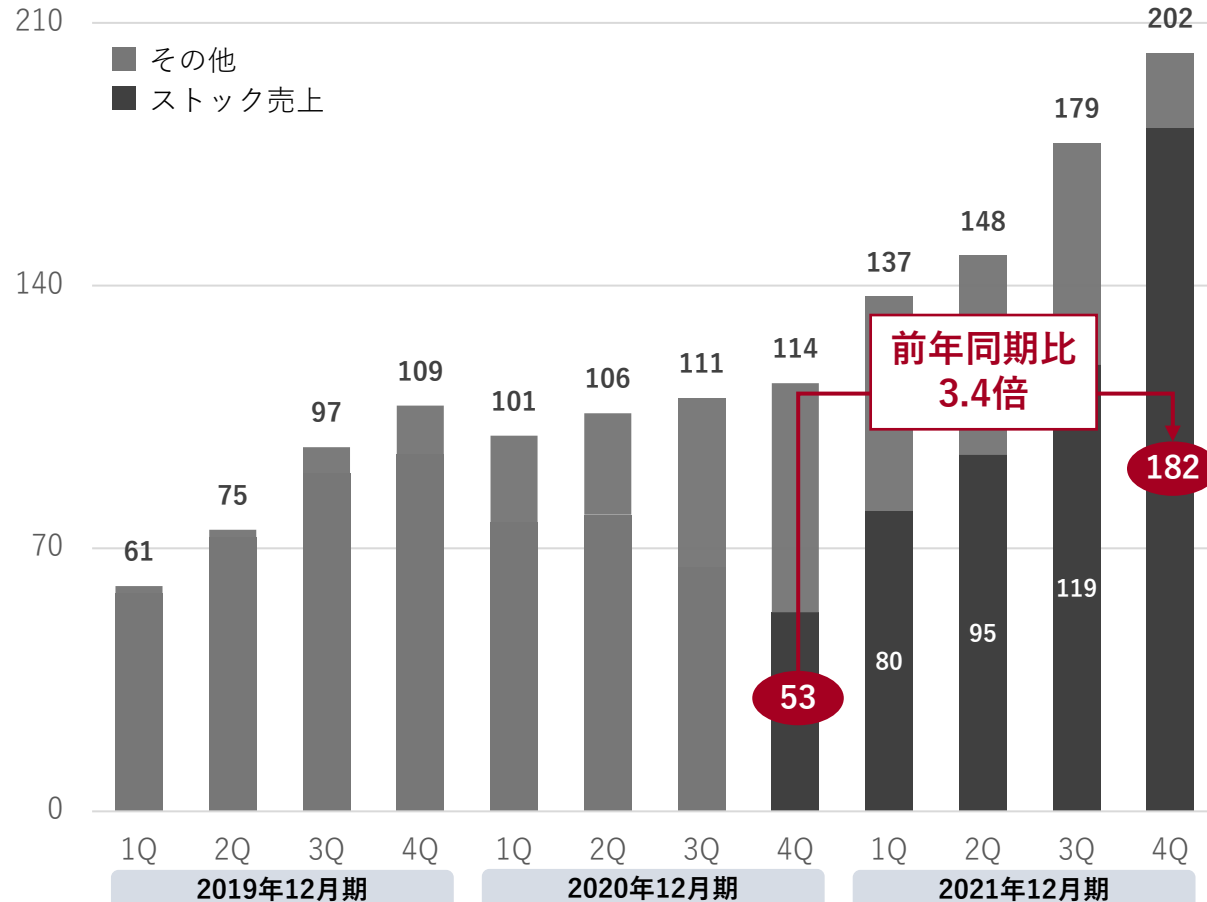


広告以外の
メタバースコンテンツ制作など

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

(単位：百万円)

新売上高



2021年振り返り

- 既存顧客売上の増加：
月額課金型への移行の推進により、ストック売上比率が大幅拡大し、平均顧客単価も向上
- 新規顧客獲得：
メインターゲットであるGlobal Top 300のゲーム会社の顧客数が3Q末21社→4Q末26社に拡大するなど順調に進展
- 体制強化：
顧客サポートチーム、クリエイター統括・開拓人材を拡充

定義

- スtock売上：「Craft」「Huddle」「Tune」の月額課金売上
- その他：「Craft」のアップセル売上、「Huddle」・「Tune」の都度発注

3Dクリエイティブの供給リソース拡充により メタバース時代において更に増加が見込まれる需要を確実に取り込む

既存顧客月次経常収益

2022年戦略

(単位：百万円)

50

40

30

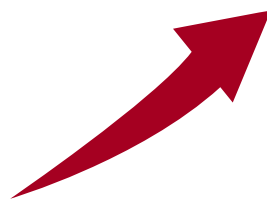
20

10

0

22

2020年12月

前年同月比
+90%

43 ※

2021年12月

- 既存顧客：
アップセル強化によるストック売上の増加に引き続き注力。既存顧客の月次経常収益が増加した2021年との比較においても前年同月比+20%以上の高成長を想定
- 新規顧客：
Global Top 300のゲーム会社のうち2025年までに100社の獲得を達成すべく、顧客開拓を進める
- 人員の拡充：
高スキルのクリエイターを拡充し需要に対応しうる供給能力の確保を図る

※ 2020年12月末時点で取引のある顧客から生じたストック売上の月額

国内事業

国内SaaS事業

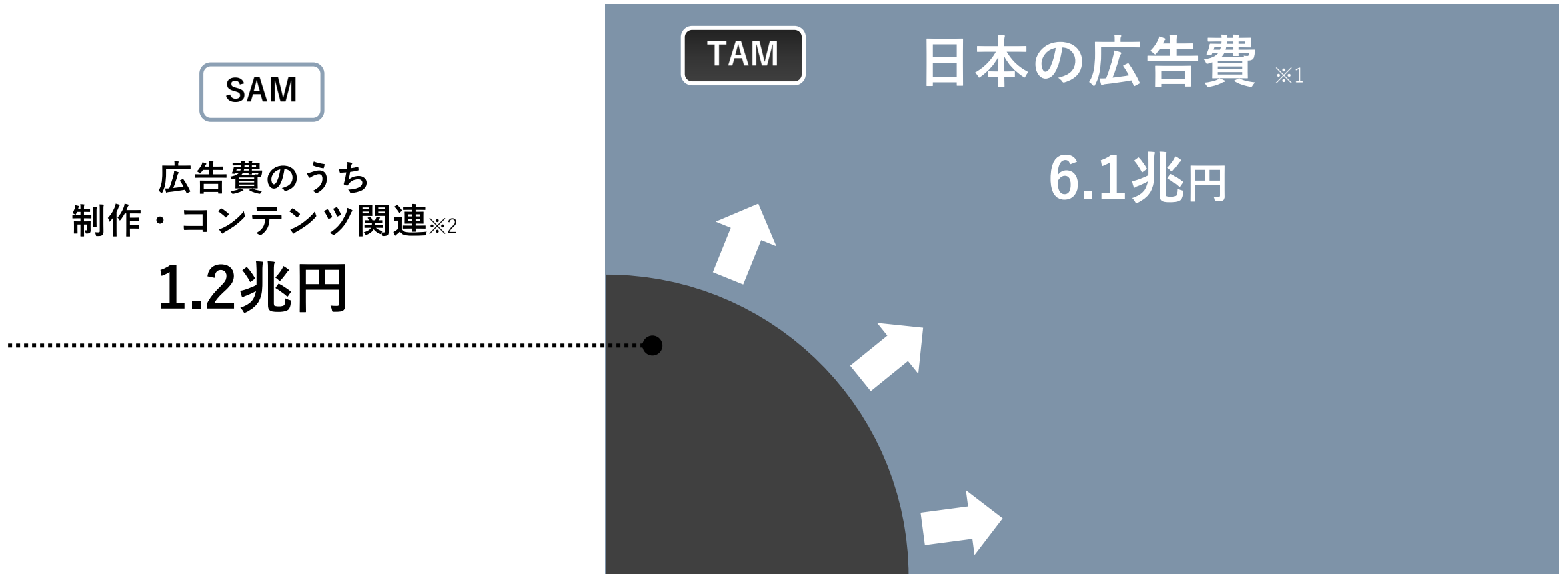
ソリューション事業

中国進出支援事業



国内事業の市場規模

SNSが購買の意思決定に影響する時代となり、マーケティングコストは
媒体費から「情報のコンテンツ化」などの制作費に重心がシフト



※1 出処：電通「2020年日本の広告費」より集計

※2 マスコミ四媒体、インターネット・SNS其他媒体関連費相当額（当社推計：全体の約8割）を※3から控除

国内事業のターゲット市場（SOM）

プロダクトやサービスを磨き
大きなSOMの中で存在感を増していく

国内SaaS事業

対象とする
ECの広告市場 **950億円**

新売上高 ※1
(2021年実績)

約**12億円**

【当社推計値】

ショッピングカート店舗数：135,800社※2
のうち当社ターゲットとなる
大手の自社EC保有事業者数：9,500社
×事業者あたりの平均的なマーケティングツール
年間費用：10百万円
(当社顧客からのヒアリング等に基づき想定)

※1 改正企業会計基準第29号 収益認識に関する会計基準適用後の金額

※2 出処：【2019年最新版】国内のECサイト・ネットショップの総稼働店舗数)

※3 出処：日経広告研究所「有力企業の広告宣伝費<2021年版>」

ソリューション事業

対象とする制作・**1,350億円**
クリエイティブ
関連市場

新売上高 ※1
(2021年実績)

約**11億円**

【当社推計値】

有力企業の業種別連結広告宣伝費：4兆4,499億円※3
×制作・クリエイティブ関連比率20%
(広告費全体から媒体費相当を除外)
のうち、当社想定ターゲット

中国進出支援事業

対象とする越境・**180億円**
インバウンド
マーケティング関連市場

新売上高 ※1
(2021年実績)

約**3億円**

【当社推計値】

①越境EC
経済産業省「令和2年度産業経済研究委託事業
(電子商取引に関する市場調査)」
②インバウンド消費
観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年」
の合計：3.5兆円
×2% (推定広告費比率) = 700億円 (広告費全体)
×25% (推定広告制作費) = 180億円

国内事業の顧客企業数

マーケティング予算が豊富な大企業中心の顧客構成
今後は新規事業において新たな顧客層の獲得へ

現在のクライアントは大企業中心

顧客企業数※
(2021年12月期)

国内SaaS事業

704社

ソリューション事業

133社

中国進出支援事業

43社

大企業



中堅企業



新規事業の人材シェアリング事業は
中堅企業がメインターゲット

SUNSTAR

CAINZ

Asahi
アサヒグループ食品

SAPPORO
乾杯を
もっとおいしく。

もっと、
美味しく、美しく。
日本盛

mandom

ORBIS

ettusais

Sparty

meeth®

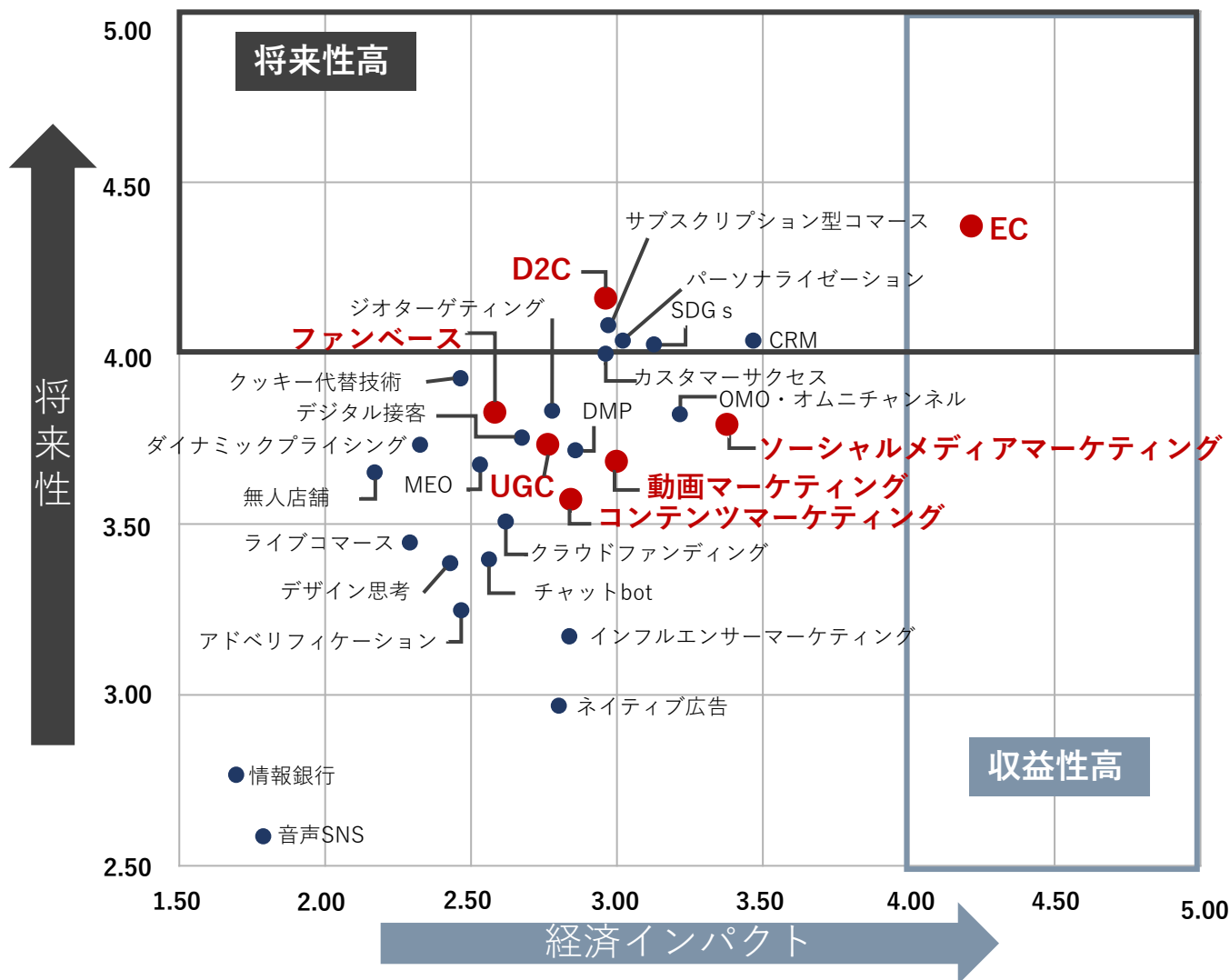
nissen,

DINÉTTE

※ 顧客別サービス別の社数。2サービスを契約している顧客は2社として集計。

国内事業の強み

マーケティングトレンドの外部調査でも
将来性・収益性が高いとされる分野に強みをもつ



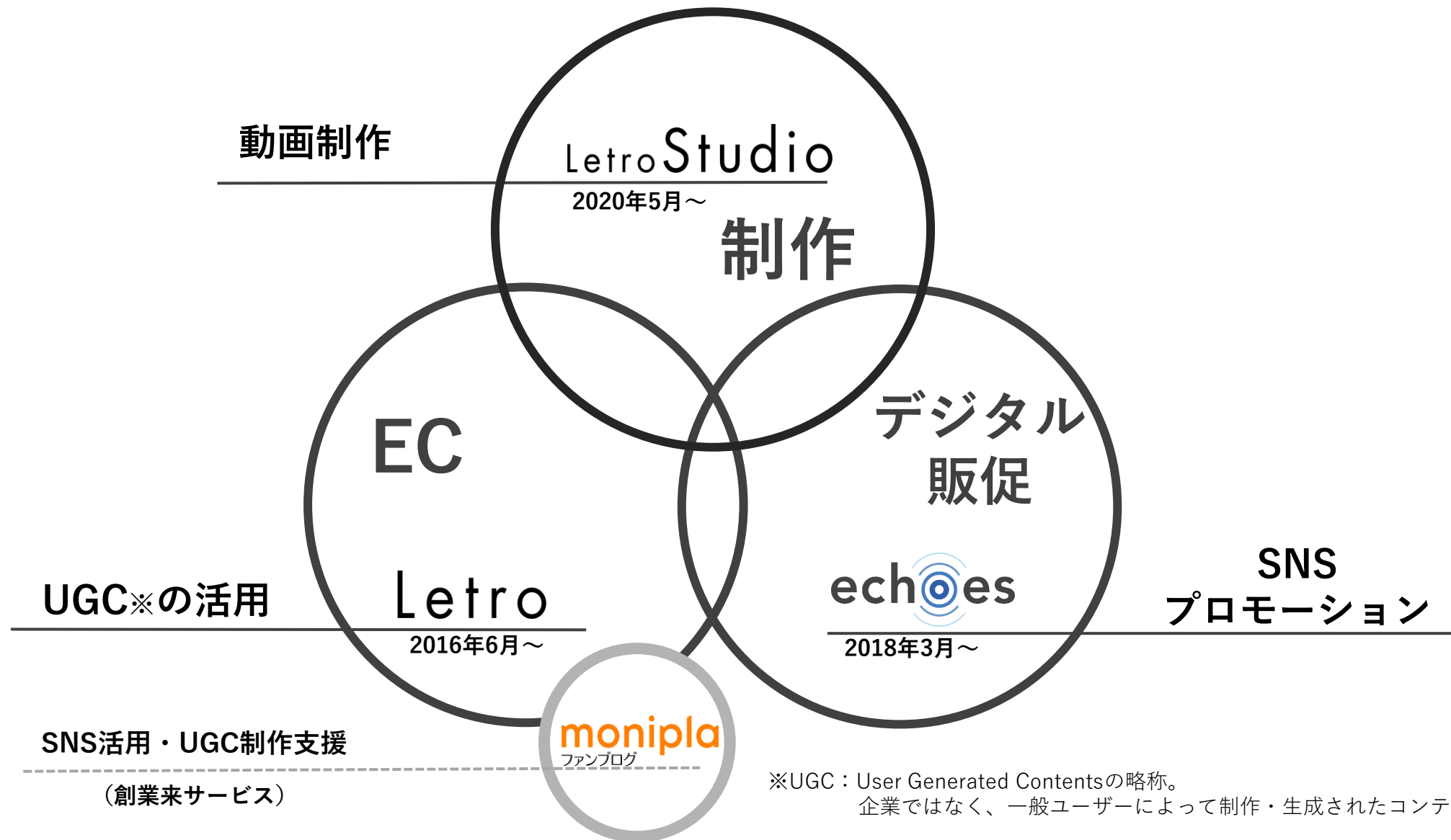
● 当社が強みを持つ分野

出典：日経クロストrend
2021年10月12日掲載
「マーケティング新潮流「コロナ後」の注目とは？」
先読み調査【21年下半期】
当社にて一部項目の表示色を変更

国内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



※UGC：User Generated Contentsの略称。
企業ではなく、一般ユーザーによって制作・生成されたコンテンツのこと

各サービス領域で成果向上に最適なプロダクトを
自社で開発

EC

Letro

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

【月額課金型※1】

【主な成果】

ECサイト・LP経由での
新規顧客獲得件数増加

【主な顧客】



コスメ、美容、食品、D2C

動画制作

LetroStudio

豊富なテンプレートと操作性の高い
編集機能で簡単に
動画を制作できるツール

【月額課金型】

動画広告・SNS・営業用資料等の
動画施策実行



各種メーカー、サービス業

販促

echoes

TwitterやInstagram上で
簡単にキャンペーンを
開催できるツール

【都度発注※2】

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



食品等メーカー、ドラッグストア、
小売店

※1 月額課金型：契約内容に応じた月額料金が発生
※2 都度発注：主にプロジェクト単位で料金が発生

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

当社の競争優位性

UGC生成～活用を
シームレスに実行

効率的な
コンテンツ
生成



売上拡大に
直結する
高い成果

継続的なPDCAにより
CVR1.2倍※に導く

※CVR（コンバージョンレート）：
広告のリンクをクリックした数のうち、
商品購入等の成果につながった比率。
当社顧客は、当社ツール導入前に比べ
平均1.2倍程度の成果向上を実現

Instagramでも話題！



NEW!



競合

各ツール2-3社

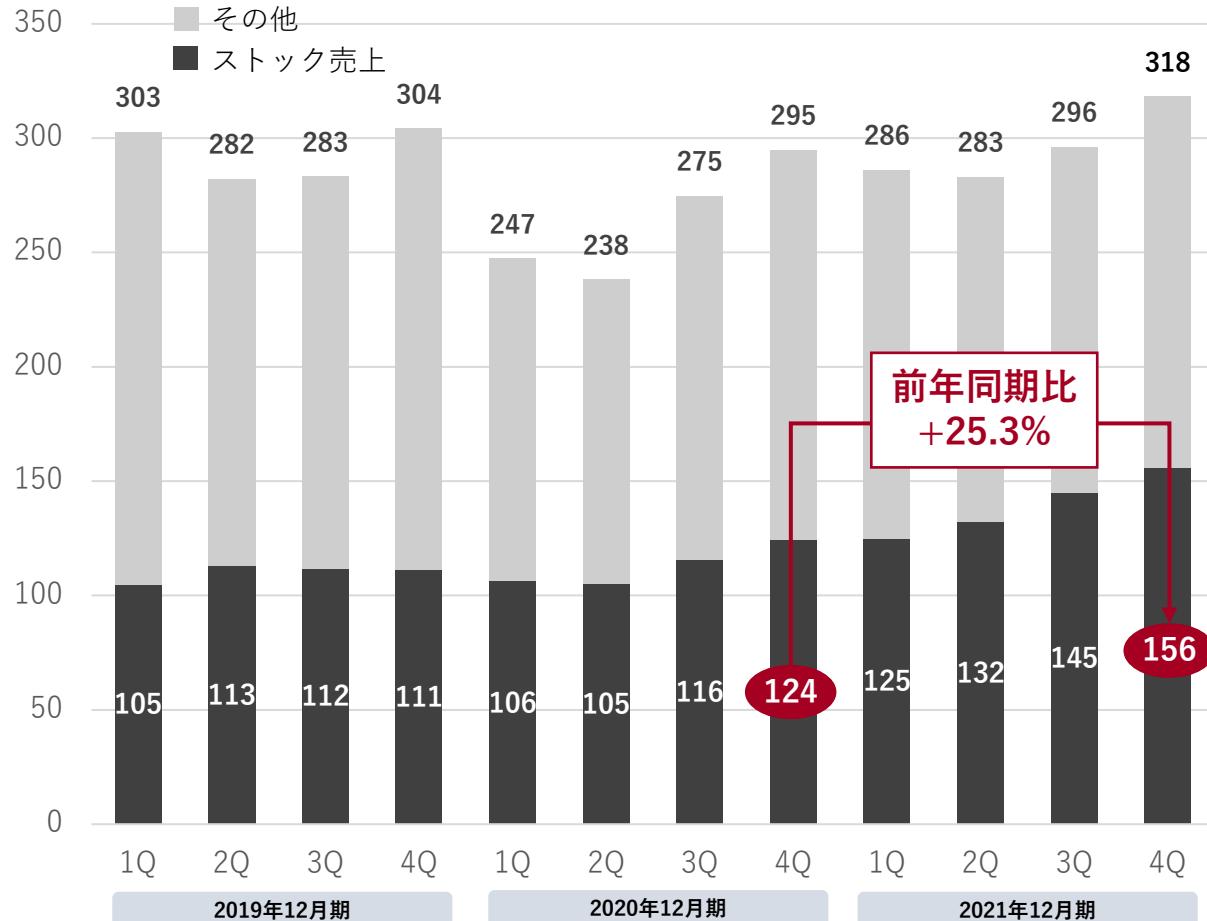
差別化

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、成果向上に導く

主カツールの機能拡充、広告宣伝等の施策実行により 4Qで四半期過去最高の売上高を達成

(単位：百万円)

新売上高



2021年振り返り

- **既存顧客：**
主カツールである「Letro」「echoes」の機能拡充により売上増、平均顧客単価も向上

(追加開発機能の例)
「Letro」：UGCレビュー表示・リッチ表示機能、API連携(ecforce)
「echoes」：ドラッグストアサンプリング、アプリインストール
- **新規顧客：**
「LetroStudio」の広告宣伝等により新規顧客の獲得が進む

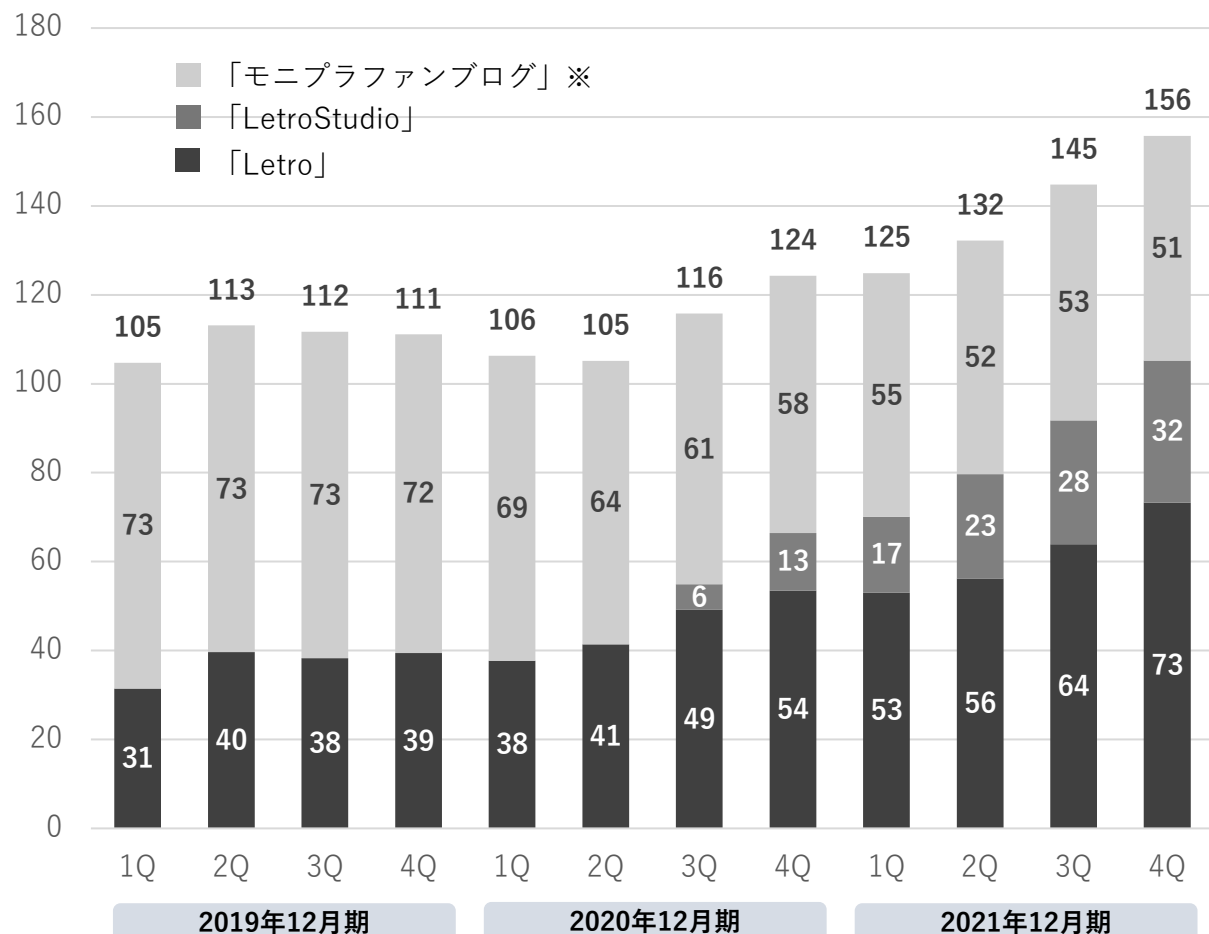
定義

- **ストック売上：**月額課金の収益
「Letro」「LetroStudio」「モニプラファンブログ」の月額料金部分
- **その他：**都度発注の収益
「echoes」利用料及び
「Letro」「LetroStudio」「モニプラファンブログ」の付帯サービス等

競争優位性を確立した「Letro」をメイン商材に据え ストック売上の増加に注力

ストック売上高内訳

(単位：百万円)



2022年戦略

- 既存顧客：**注力**
 - ・プロダクトの強化
(機能改善や新機能の開発、API連携等)
 - ・提案メニューの拡充
 - ・カスタマーサクセスの強化
(成果向上をサポートする顧客伴走人材を増員)
⇒顧客単価向上・ストック売上の拡大を目指す
- 新規顧客：
 - ターゲット顧客は引き続き大企業中心
 - 時期と効果を見極めた広告宣伝の他
 - マーケティング担当者を対象としたセミナー開催等により、効率的な顧客開拓を行う

※創業来サービス「モニプラファンブログ」は戦略的な減少
(単独での新規獲得には注力しておらず、クロスセルメニューの位置付け)

EC領域で高実績のUGC活用ツール「Letro」を中心に
アップセル・クロスセルを強化し、平均単価の更なる上昇を目指す

UGC/動画活用

Letro



CVRが改善する
と思うUGC活用ツール ※



動画制作

LetroStudio

UGC創出

monipla
ファンブログ

【アップセルの強化】

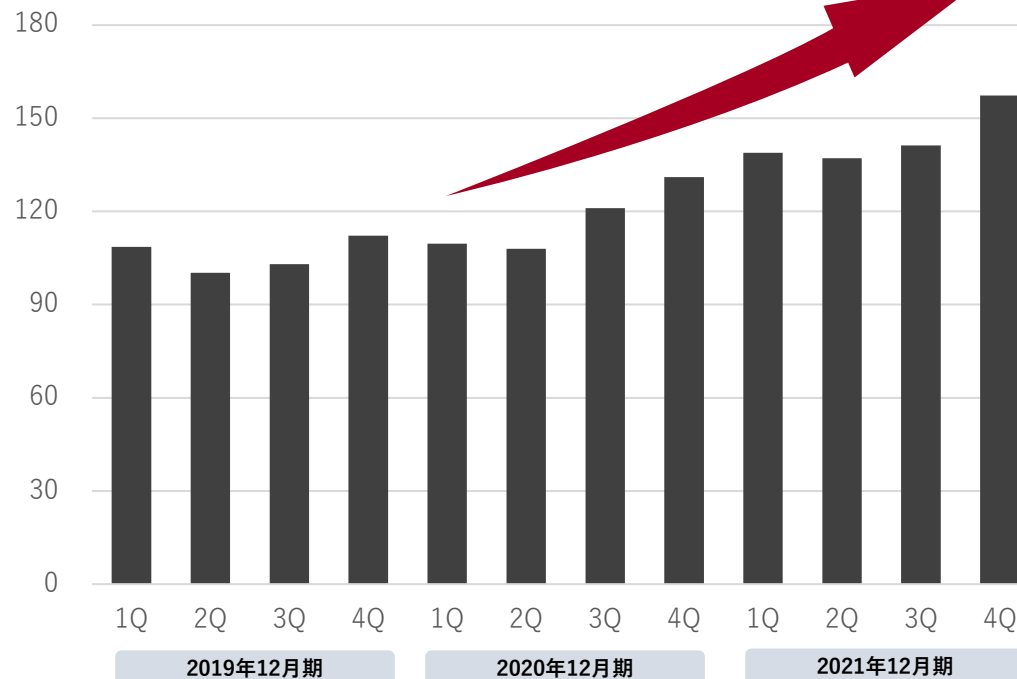
従量制課金テーブルなど
顧客の成果に応じた
アップセル提案を積極的に実施

【クロスセルの強化】

プロモーション効果を高める
UGCや動画の創出・制作ツール
メイン商材とセットで販売

月額顧客平均単価

(単位：百万円)

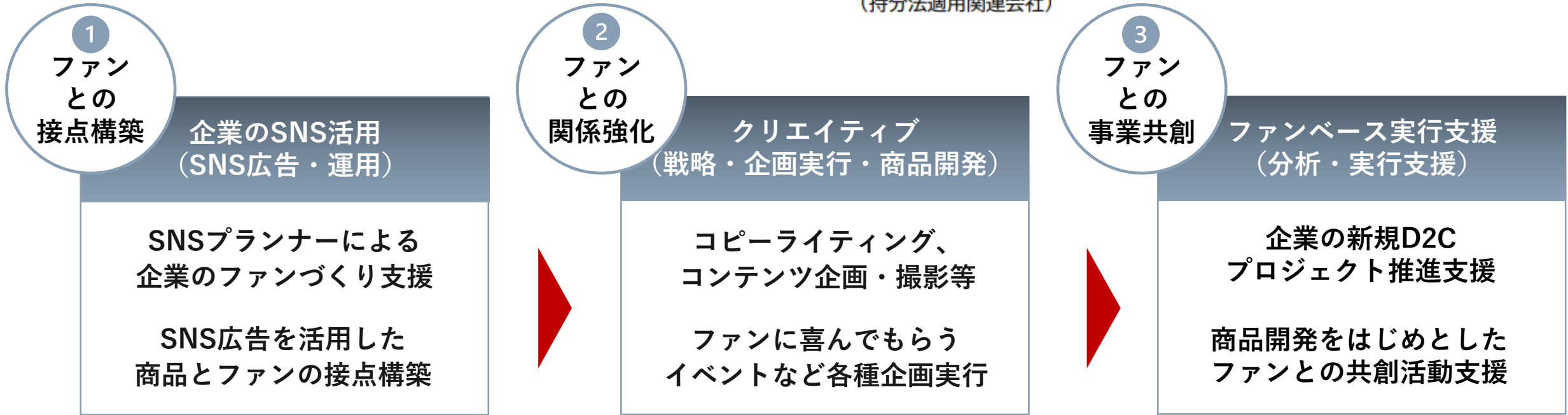


※株式会社ショッパーズアイ調べ (2022.1.14~17)
調査対象：(1) 全国男女25~69歳1,129名 (2) 広告部門所属163名
調査概要：UGC活用ツール10社を対象にしたサイト比較イメージ調査

A background image showing a large group of people in various business poses, rendered as light gray silhouettes. The figures are scattered across the frame, some standing in small groups, others alone, creating a sense of a busy, professional environment.

ソリューション事業

『企業とファンの関係構築』を推進できるプランナー・クリエイター集団が 企業のSNS広告・運用のみならず、幅広く施策の実行を支援



【主な顧客】



ファンの繋がりを強化したい各種メーカー企業
企業の『新規D2Cプロジェクト』支援 他

SNS活用とファンベースを組み合わせ 需要が拡大しているファンとの関係強化施策を提供する

当社の競争優位性

創業来のノウハウと
豊富な実績



ファンとの
関係強化施策

企業のSNS活用
(SNS広告・運用)

ファンベース実行支援
(分析・実行支援)

ファン度診断SaaS



webサービス



クリエイティブ
(戦略・企画実行・
商品開発)

ファンベース伴走・
書籍・セミナー・
R&D

競合

施策ごとには競合あり

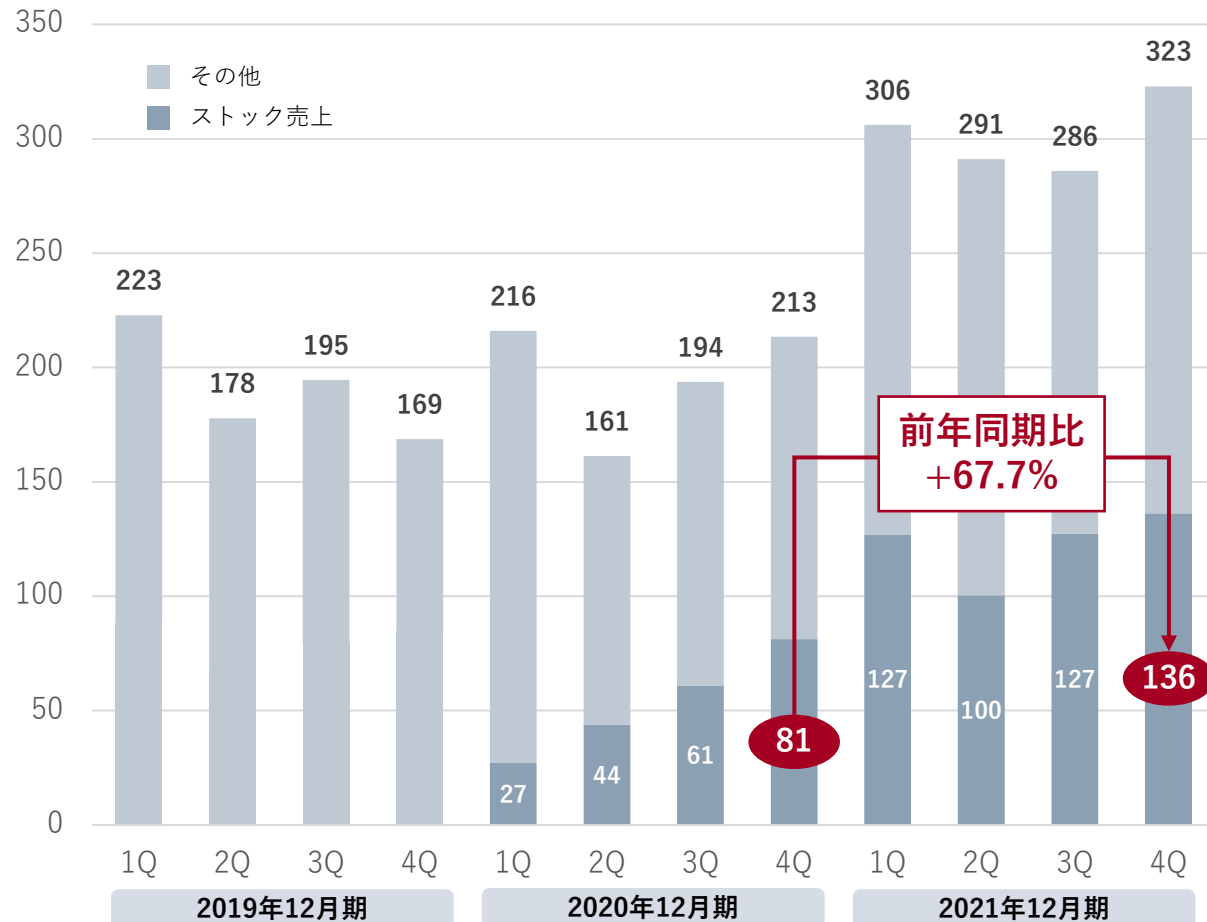
差別化

すべての施策を一貫性をもって提供できる
ことがユニーク

ファン関連施策、広告運用代行とともに想定を上回る推移を続け 4Qで四半期過去最高の売上高を達成

新売上高

(単位：百万円)



2021年振り返り

- **ストック売上の拡大：**
ファン関連施策の実行時期に季節変動があるものの、通期で大きく成長
既存顧客において、別商品・サービスへの取引拡大が進み、平均単価が増加傾向
- **SNS広告運用代行：**
コロナ禍でSNS広告出稿を増やす取引先が増加年間を通じて想定を上回る

定義

- **ストック売上：** ファン関連施策
(ファンとの関係構築は短期的な成果を追わないことから、当社と顧客企業と中長期的な取引関係が継続する傾向が強い事業性質であることから、当社ではストック売上と定義している)
- **その他：** SNS広告運用代行

SNS運営に必要なリソースのシェアリングサービスの第1弾 「QUMIAI(くみあい)」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

New

協同組合型SNS運営支援
プラットフォーム「QUMIAI」

Qumiai
クミアイ

月額利用料：10万円～



*画面はイメージです。

SNS運営に必要なリソースを
選んで使える
定額制サービス

専門スタッフによる
クリエイティブの支援



SNSに精通したチームに
いつでも相談できる！



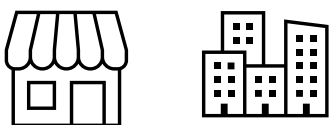
システムを活用して
効率的にサービスを提供



子会社NBCの新サービス「QUMIAI」で顧客層を広げ、
その後、顧客企業の施策規模拡大に伴い、当社グループとの取引拡大を想定

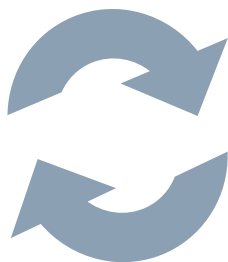


【ターゲット】
地方・中小企業



取引社数：多
取引金額：低

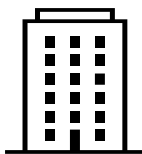
顧客紹介



ノウハウ
提供



【ターゲット】
大企業



取引社数：少
取引金額：高

2022年戦略

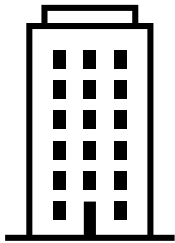
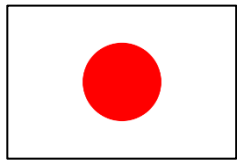
- 顧客単価の向上：
需要が旺盛なファン関連施策の提供を増やし、引き続き顧客単価向上・ストック売上拡大を目指す
- 新たな収益源：
NBCの新サービスが今後のストック売上の増加に寄与
- シナジー効果：
新規事業と既存事業の相乗効果＝取引サイクルの好循環（左記）により事業全体の収益拡大へ
- 人員の拡充：
新サービスの立上げに伴うリソースの拡充及び育成により供給能力の確保を図る



中国進出支援事業

中国SNSのアカウント運用とインフルエンサーの活用による 中国越境ECプロモーション支援

【日本企業】



化粧品、食品
メーカー等

中国SNS
アカウント運用



Weibo



WeChat



RED



bilibili



Douyin

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

インフルエンサー
キャスティング

OTHELL●

●オセロ○

(連結子会社)

※1

WEIQ

紅人广告投放平台

※2

UGC生成

Bo! Japan

※3

【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)

※1 オセロ：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及びマネジメント事業

※2 WEIQ：中国インフルエンサーのキャスティングサービス。当社が独占販売権をもつ

※3 BoJapan：当社が独自に構築する在日中国人女性コミュニティ

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

当社の競争優位性

インフルエンサー
の活用・育成

多様なインフルエンサーを
ダイレクトにアサイン可能



豊富な
実績

累計約250社に対し
コンテンツを企画・提供



在日中国人女性
インフルエンサー
【約3,000人】

OTHELL●

●オセロ○

中国で人気のある
日本人インフルエンサー
【17人】



紅人广告投放平台

中国本土・在日中国人
インフルエンサー
【約180万人】

競合

複数の競合あり

差別化

自社でインフルエンサー育成事業を行うことで
プラットフォームに応じた企画の提供が可能

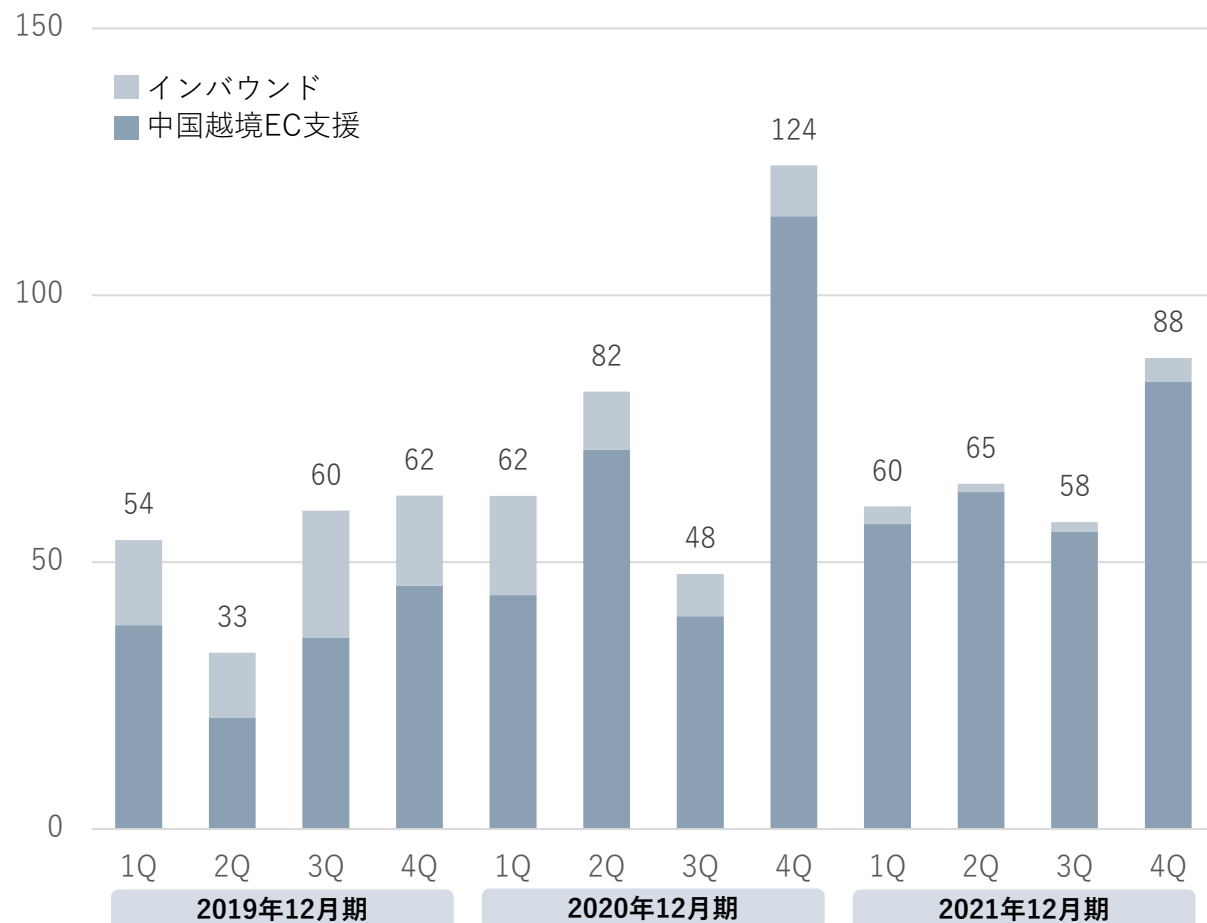
※人数はいずれも2021年12月末時点

コロナ禍においても中国越境EC支援の需要は堅調

2022年は新たな顧客層の開拓、サービス形態の確立により成長を目指す

新売上高

(単位：百万円)



2021年振り返り

- 越境EC関連：
繁忙期の4Qにおいて「独身の日」関連の売上が前年には届かなかったものの、通期ではインフルエンサー施策の需要が増加

- インバウンド：前期比で減少

2022年戦略

- 新規開拓：
美容・健康食品業に加えて新たに中国進出したい顧客層を開拓
- 収益の安定化：
ストック売上を構成するサービス形態の確立
- 人員の拡充：
営業体制強化のため人員の確保を進める

5 グループ方針

2025年に向けたグループ方針

既存事業の成長を軸にM&A・新領域の開拓による業容拡大を模索し
非連続成長を実現する

深化

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

オーガニック
成長

+

M&A
による拡大

探索

既存事業以外の
【新領域の開拓】
を模索

自社
創出

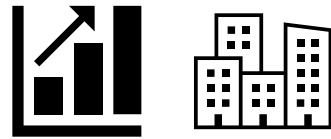
or

M&A
での獲得

既存事業における4つの成長戦略

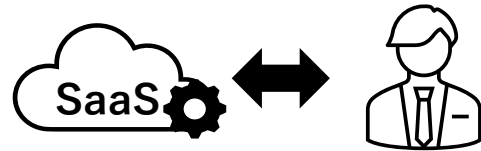
下記の4戦略を軸に
既存事業の売上高CAGR30~35%を実現に導く

1



顧客単価の引き上げ

2



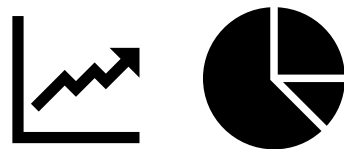
国内事業のシナジー追求

3



グローバル比率の拡大

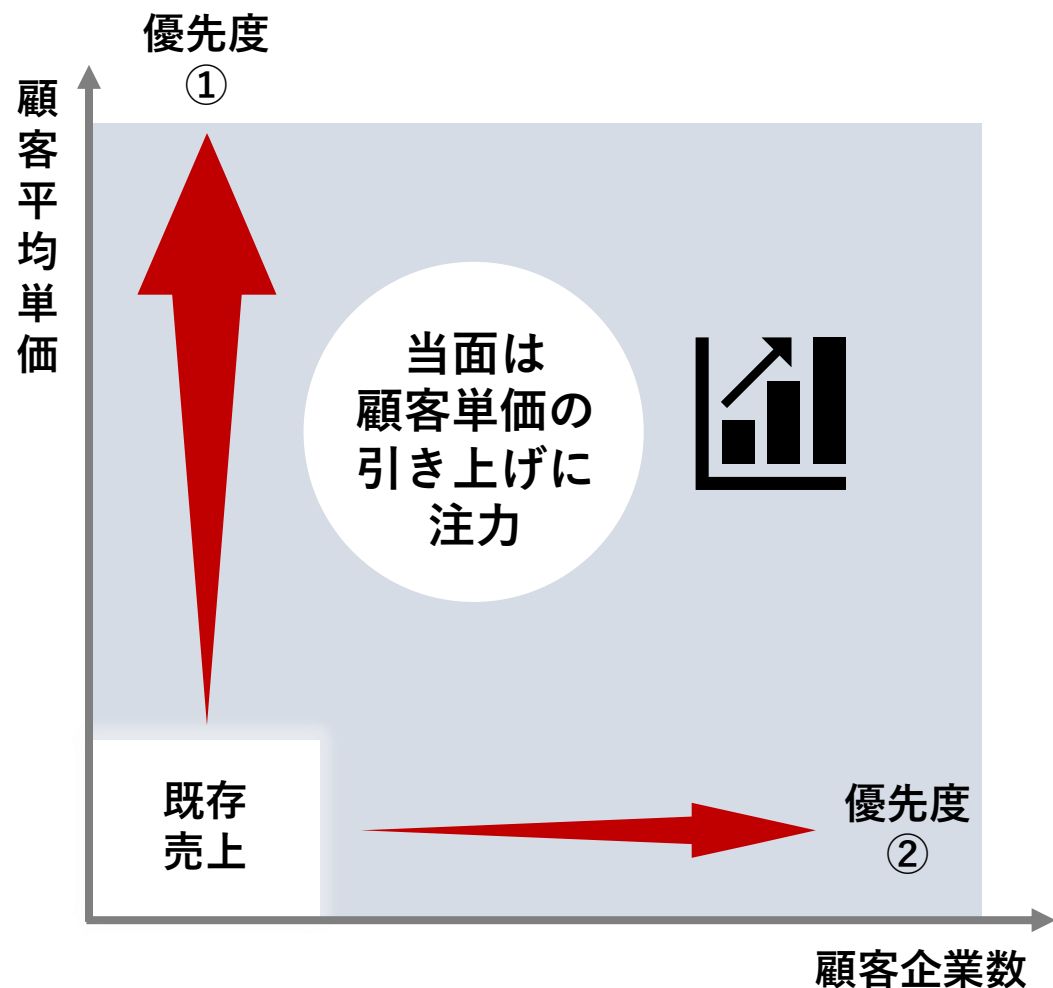
4



ストック売上比率の拡大

既存事業の成長 **1** : 顧客単価の引き上げ

全事業において、既存顧客の深耕による単価の引き上げを優先
その後、顧客企業数の本格的な拡大へ



顧客単価向上に導く重点ポイント



既存プロダクトの進化



施策実行力の増強



カスタマーサクセス強化



アップセル・クロスセルの強化

既存事業の成長 **2**: 国内事業のシナジー追求

SaaSビジネス・デジタル人材ビジネスのシナジー追求によって
グループ全体の成長力を高める

SaaS
ビジネス



SaaSツールとノウハウ
の提供

Letro LetroStudio ech@es

新たな顧客層の獲得



顧客企業のマーケティングサイクル
の循環を一段と促す

クロスセルの強化

顧客の共有

2022年以降
新たな顧客層の共有

デジタル人材
ビジネス



SNS×ファン施策
の提供

Allied Architects fanbase company

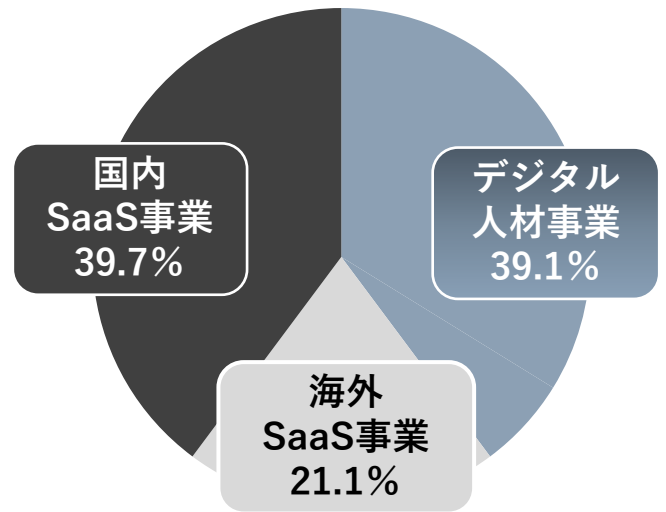


人材シェアリング事業で
中堅企業にも範囲拡大

既存事業の成長 **3** : グローバル比率の拡大

今後数年間での海外SaaS事業の成長性は高く、2030年には国内SaaS事業・デジタル人材事業^{※1}と並ぶ売上高構成比^{※2}に拡大の見込み

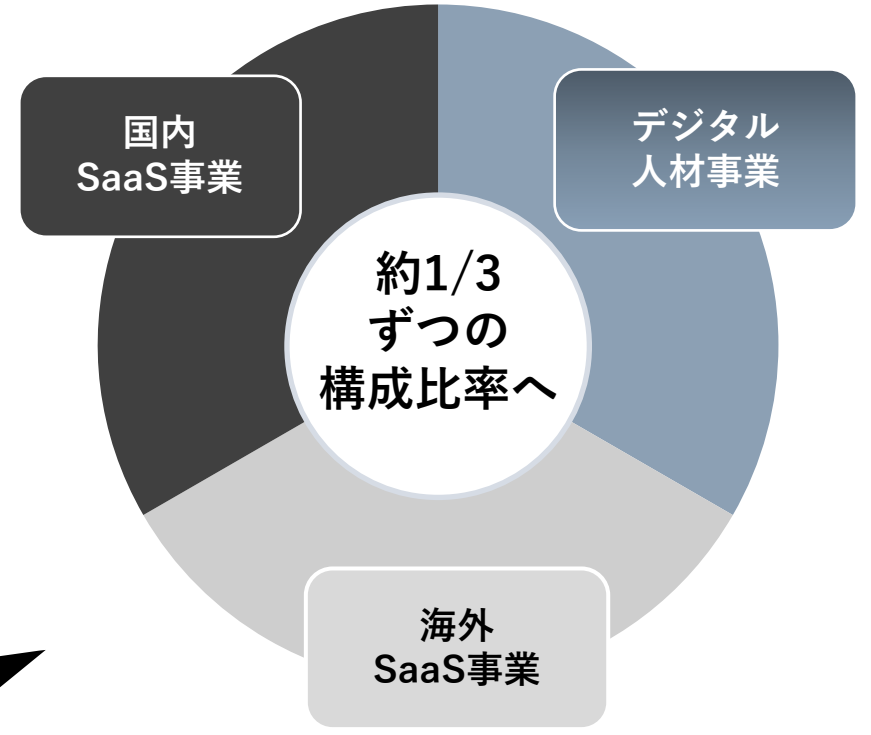
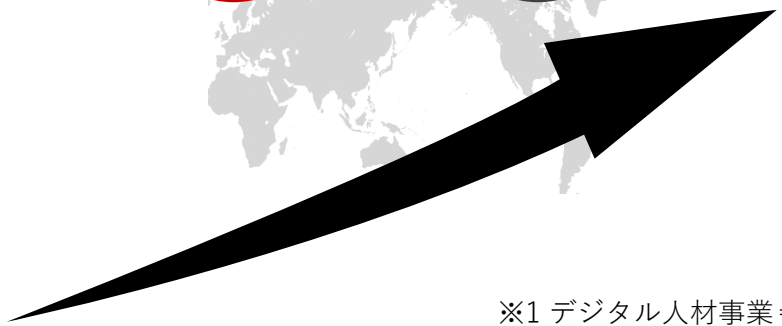
売上高構成比



2021年12月期

海外SaaS事業の高い成長性

ゲーム 広告制作 メタバース クリエイティブ



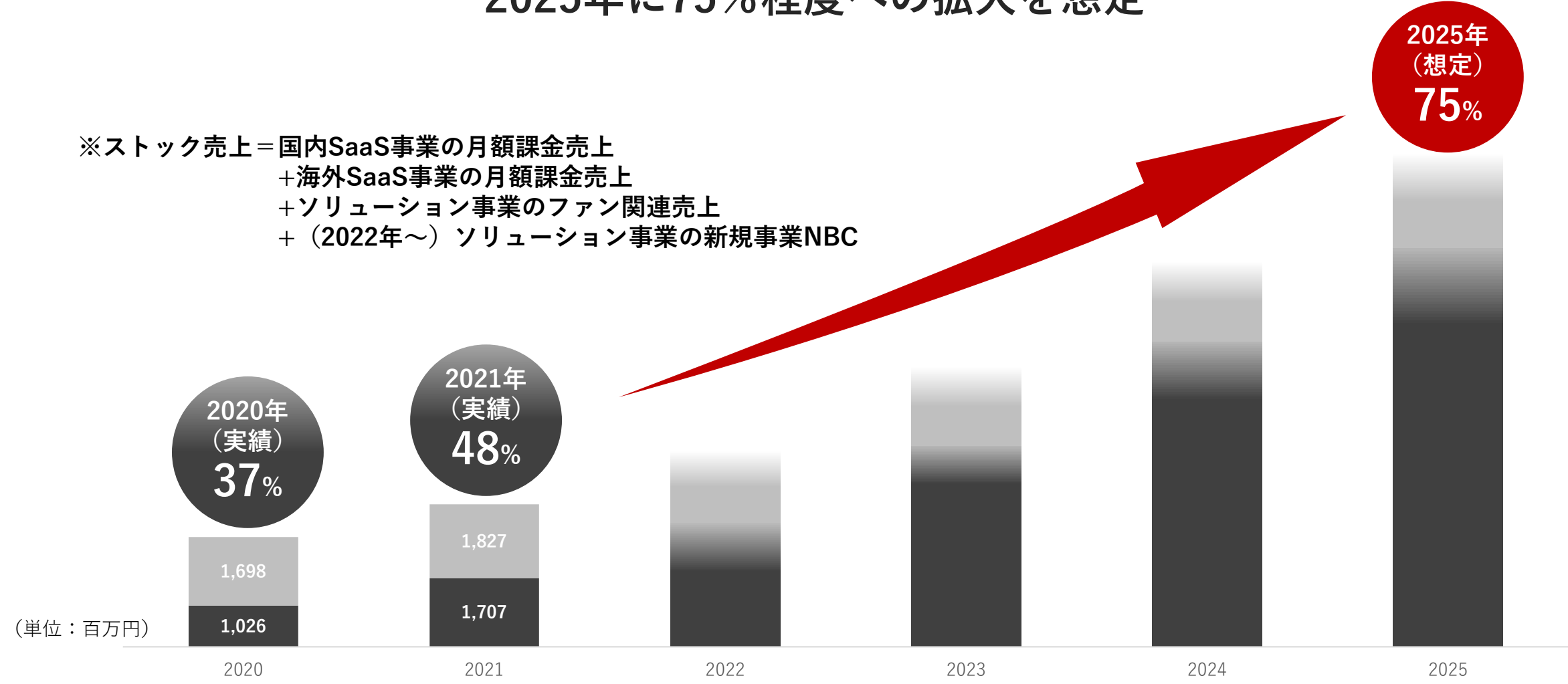
2030年予測

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

既存事業の成長 **4** : ストック売上比率の拡大

ストック売上※比率は2021年の48%から
2025年に75%程度への拡大を想定

※ストック売上 = 国内SaaS事業の月額課金売上
+ 海外SaaS事業の月額課金売上
+ ソリューション事業のファン関連売上
+ (2022年～) ソリューション事業の新規事業NBC



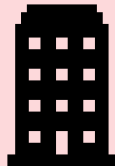
M&A・新領域の開拓

将来的には、M&A・新領域の開拓の2軸を加えることにより
トップラインの飛躍的な成長に導く

M&A方針

既存事業とシナジーの高い企業の
獲得を検討

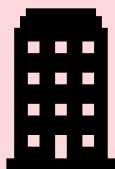
マーケティング
DX支援事業



NEW

新領域の事業性質を持つ企業の
獲得を検討

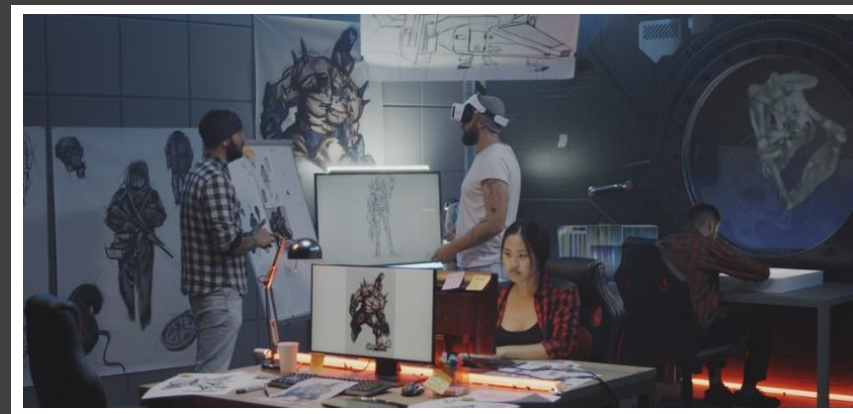
新領域



NEW

新領域の開拓構想

メタバースコンテンツ制作など
既存リソースを活かした
マーケティングDX支援以外の領域拡大を模索



今後の業績成長イメージ



複数の成長曲線によって
急角度の業績拡大を目指す



新たな
成長ドライバー
の創出



SaaSビジネス

国内SaaS事業

海外SaaS事業

デジタル人材ビジネス

ソリューション事業

中国進出支援事業

2030年

Appendix



世界中の人と企業をつなぐ



会社名 アライドアーキテクト株式会社
Allied Architects, Inc.

代表者 代表取締役社長CEO 中村 壮秀

事業内容 マーケティングDX支援事業

所在地 東京都渋谷区恵比寿1-19-15 ウノサワ東急ビル4階

設立 2005年8月30日

証券コード 6081 (東証マザーズ)

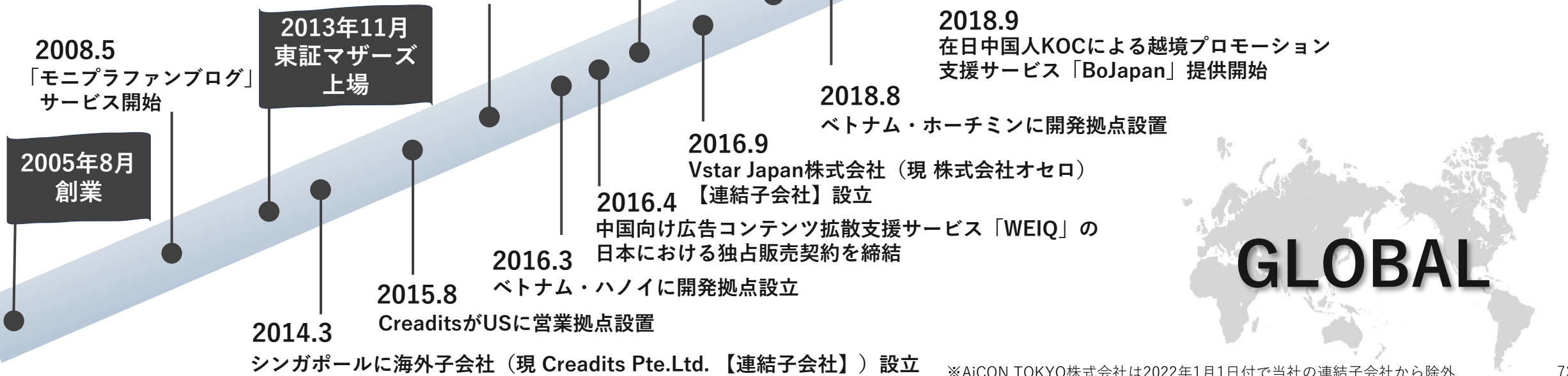


- 拠点数：7 (日本1、海外6)
- グループ企業数：7社
(2021年12月末時点)



沿革

JAPAN



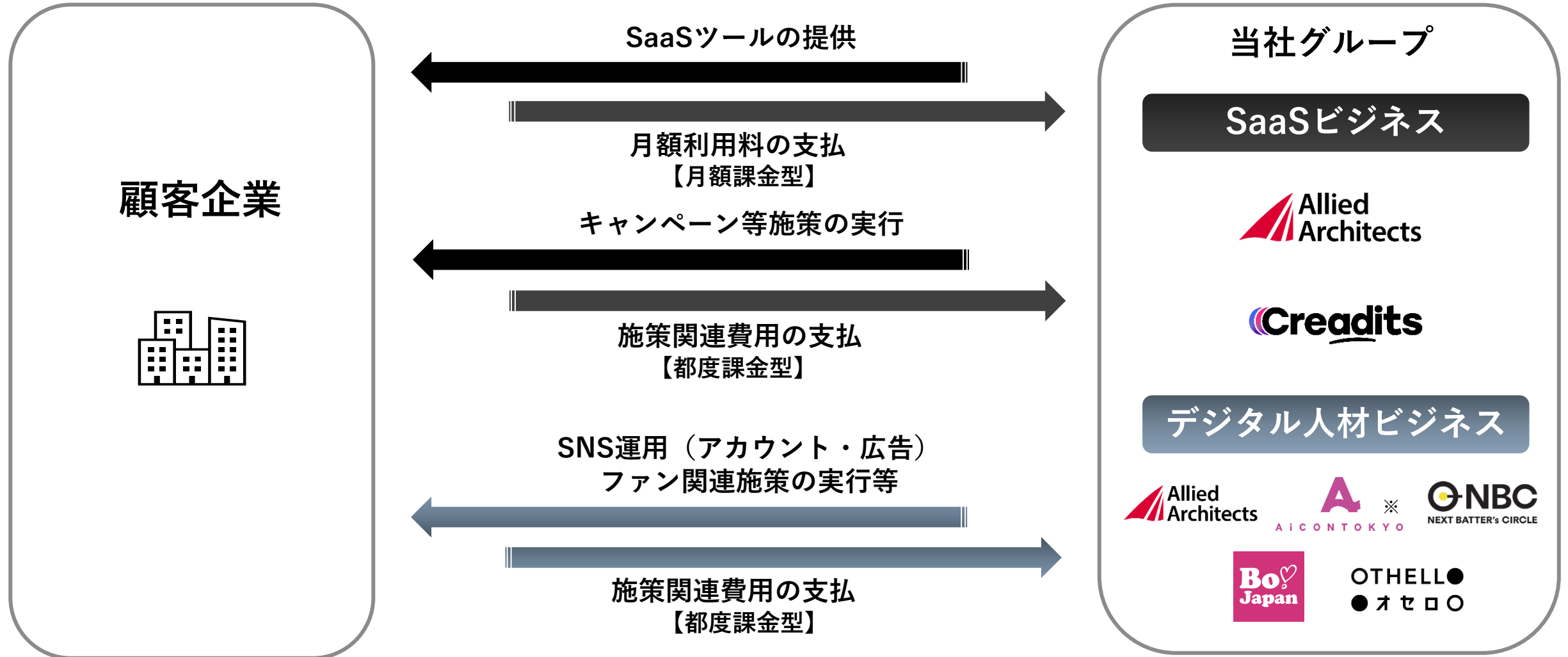
GLOBAL



※AiCON TOKYO株式会社は2022年1月1日付で当社の連結子会社から除外

国内事業の収益構造 (国内SaaS・ソリューション・中国進出支援事業)

月額課金型で収益基盤を作り 継続的な施策の提供により収益性を高める構造



海外事業の収益構造

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

顧客企業



欧米の
ゲーム会社中心

- ・ 欧米企業 : 約75%
- ・ ゲーム業界 : 約70%

(2021年12月期3Q累計の
売上比率)

広告制作物の提供



利用料の支払

【月額課金型・都度課金型】

SaaSツールの提供



利用料の支払

【月額課金型】

Creadits

主力サービス

クラフト

Craft

新サービス

チューン

Tune

ハドル

Huddle

プレスリリース一覧

【1Q】

1月	国内SaaS	「BCLカンパニー」が「echoes Couponドラッグストアサンプリング」を導入開始
1月	国内SaaS	Instagramプロモーション支援サービス「echoes on Instagram」を提供開始
2月	中国	「小紅書（RED）プロモーションパッケージ」を提供開始
2月	全体	事業名称を「マーケティングDX支援事業」に変更
2月	国内SaaS	UGC活用ツール「Letro」化粧品通販売上高ランキングTOP25社のうち半数以上が導入
3月	中国	中国向け総合支援でヴィンテージショップ「Hedy」販売数・売上が前年同期比約4倍
3月	国内SaaS	「echoes Couponドラッグストアサンプリング」が「コクミン」で利用可能に
3月	国内SaaS	Letro、ユーザーのテキストを強調して表示する「UGCレビュー表示機能」追加
3月	国内SaaS	「echoes Couponドラッグストアサンプリング」が「サツドラ」で利用可能に
3月	国内SaaS	「echoes Couponドラッグストアサンプリング」が「ココカラファイン」で利用可能に

【2Q】

4月	ソリューション	株式会社ネクストバッテリーズサークル設立
4月	国内SaaS	「サーラコーポレーション」がLetroStudioを導入開始
4月	国内SaaS	「ニッセン」がECサイトのCVR向上を目的に「Letro」を導入開始
4月	国内SaaS	「サイバーリンクス」がオンライン展示会向けの動画制作にLetroStudioを活用
4月	国内SaaS	「株式会社ベルタ」動画広告用クリエイティブ制作にLetroStudioを導入
5月	国内SaaS	「echoes」「LetroStudio（レトロスタジオ）」併用の新パッケージサービス提供開始
5月	国内SaaS	Letro、EC基幹システム「ecforce」とのAPI連携により購入者のUGC生成を自動化
5月	海外SaaS	クリエイティブのデータ管理から制作、プロジェクト管理まで一気通貫に行えるコラボレーションツール「HUDDLE（ハドル）」の提供を開始
5月	国内SaaS	「アイダ設計」がLetroStudioを導入開始
5月	ソリューション	株式会社しまうまプリントよりSNS特化型撮影サービス「torutte」事業を承継

プレスリリース一覧

【2Q】

5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自社のファンを手軽に知ることができる定額制の新サービス『ファンベース診断Lite（ライト）』を共同開発
6月	国内SaaS	「常陽銀行」がLetroStudioを導入開始
6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ファンとの絆を強める企業向けファンベース実践Webサービス『Fan道（ファンドウ）』を共同開発
6月	国内SaaS	マンツーマン専門英会話スクール「Gaba」がLetroStudioを導入開始
6月	国内SaaS	Letro、UGCにユーザーの属性データを表示する「リッチ表示機能」追加
6月	国内SaaS	Letro、「Shopify」とのAPI連携により購入者のUGC生成を自動化
6月	国内SaaS	出版「ポプラ社」がLetroStudioを導入開始
6月	中国	KOCからの発信が商品購入や店舗来店の後押しに効果的！アライドアーキテクツが「小紅書（RED）利用実態調査」を実施
6月	国内SaaS	echoes、Twitterインスタントウィンキャンペーンでアプリのインストールとアクティブユーザー化を促進する「echoes App」の提供開始
6月	中国	中国最大級のKOLマーケティングツール「WEIQ」がKOL登録者数150万人を突破、機能拡張により中国の主要な6つのSNSへ広告配信が可能に
6月	ソリューション	アライドアーキテクツとNSGグループの新潟ビジネス専門学校が2022年春の「SNSマーケティングコース」設立を目指して特別講義を実施
6月	中国	在日中国人KOCによる越境プロモーション支援サービス「BoJapan」が動画コンテンツ制作等のサービス拡充により導入企業数200社を突破
7月	海外SaaS	アライドアーキテクツ子会社のCreadits（クレディッツ）、デジタル広告用の動画自動編集ツール「Tune（チューン）」の提供開始とブランドロゴのリニューアルを実施
7月	国内SaaS	大手ドラッグストア「ツルハドラッグ」で「echoes Couponドラッグストアサンプリング」が利用可能に

プレスリリース一覧

【3Q】

7月	国内SaaS	Letroがユーザーレビューを活用してEC領域の売上成果向上を実現する「Letro レビュー」の提供開始
7月	中国	Vstar Japanが中国進出支援を手掛けるYouTuber/ArtistあさぎーによがWeibo主催アワードにて日本人インフルエンサーで唯一、3年連続部門賞を受賞！
7月	国内SaaS	「三菱鉛筆」がLetroStudioを導入開始
8月	国内SaaS	洋服の青山がechoesを活用し主力商品「NON IRONMAX」のTwitterキャンペーンを実施、130%の売上増加を実現
8月	国内SaaS	大手ドラッグストア「キリン堂」で「echoes Couponドラッグストアサンプリング」が利用可能に
8月	国内SaaS	D2Cヘアカラーブランド「COLORIS」がECサイトへLetroを導入 導入開始わずか1週間でCVR1.24倍、CPA改善率32%を実現
8月	ソリューション	ファンベースカンパニーが自治体や観光、地域に関わる事業で地域のファンの感情を可視化し、ファンと寄り添っていくための「ファンベース診断（地域版）」を提供開始
8月	国内SaaS	家具・インテリア「SAKODA」がLetroStudio導入開始 折込チラシに動画QRコードを掲載、お客様の商品理解を促進を図る
8月	国内SaaS	動画作成支援サービス「LetroStudio」、8月16日よりタクシー広告の放映を開始
8月	国内SaaS	D2C寝具ブランド「NELL」がECサイトへLetroを導入
9月	中国	Vstar Japanが中国進出支援を手掛けるYouTuber/Artist「あさぎーによ」の動画が日本人で唯一、ビリビリ動画が選ぶ「絶対見るべき動画TOP85」に選出！
9月	国内SaaS	「ロゼット」Amazon動画広告のクリエイティブ制作にLetroStudioを活用CTRを約4倍に引き上げ、ROAS最大1.4倍を実現
9月	中国	KOL、在日中国人を起用したマーケティング施策で集客を促進！ヴィンテージショップ「Hedy」の自社越境ECサイト売上が前年同期比約2倍に増加

プレスリリース一覧

【4Q】

10月	国内SaaS	「バルクオム」動画広告用クリエイティブ制作にLetroStudioを導入 制作時間を1/7まで短縮させながら、月10万円以上の制作費削減に成功
10月	国内SaaS	沖縄生まれの大手ビールメーカー「オリオンビール」がLetroを導入開始 導入2ヶ月でCVR4.2倍を実現、スピーディーに購入者数の大幅増加に貢献
10月	国内SaaS	ほっかほっか亭がechoesを活用し公式アプリ「ほっかアプリ」のダウンロードキャンペーンを実施、 アプリ会員登録数従来比約300%増を実現
11月	国内SaaS	高級ホテル・旅館の予約サイト「一休.com」がLetroを導入開始
11月	国内SaaS	アライドアーキテクト「企業のSNSマーケティングに関する実態調査」を実施
11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顧客の「ファン度」や「ファンの声」を 手軽に知ることができる定額制サービス『ファンベース診断Lite(ライト)』が2021年11月9日（火）より提供開始
11月	中国	化粧品・美容系企業向け「2021年独身の日解説セミナー」を11月26日（金）に開催
11月	国内SaaS	パーソナルジム「ビーコンセプト」がLetroを導入開始
11月	中国	Vstar Japanが「オセロ」に社名変更し、クリエイターとの連携を強化！中国最新トレンドに合わせたクリエイターと ブランドの日中進出支援を実施
11月	国内SaaS	Letroが、ecforce認定パートナー制度「ecforce partners」に認定
11月	中国	インバウンド需要回復に向けた中国人向け観光都市プロモーション！アライドアーキテクトが東武鉄道とアリペイによる 日光誘客キャンペーンを複合支援
12月	中国	オセロ（旧Vstar Japan）が中国進出支援を手掛けるYouTuber/Artist「あさぎーによ」のWeibo公式アカウントフォ ロワー数が100万人を突破！
12月	国内SaaS	代替肉開発で世界的に注目されるスタートアップ「ネクストミーツ」がLetroStudio導入開始
12月	国内SaaS	ウェルネスブランド「GREEN SPOON」がLetroを導入開始
12月	国内SaaS	動画制作支援サービスのLetroStudio、利用企業向けコミュニティ「ムビチャン」開設
12月	国内SaaS	動画制作支援サービス「LetroStudio」が、LINE VOOMに対応したテンプレートを拡充

四半期連結業績の推移（旧基準）

(単位：百万円)	2019				2020				2021			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	1,080	971	994	1,042	974	896	1,051	1,270	1,611	1,494	1,429	1,674
粗利売上	563	506	533	568	567	539	590	674	751	748	777	879
SaaS	337	315	335	371	355	341	385	409	437	446	487	534
デジタル人材	226	191	197	196	212	198	205	264	314	302	290	344
コスト	550	561	598	619	551	512	500	507	533	566	601	680
営業マーケティング費・顧客伴走費	210	222	244	242	225	216	205	207	219	243	278	283
開発費	85	90	86	96	92	79	82	78	98	101	105	109
管理費	254	248	266	279	234	216	212	221	216	221	217	235
一時費用※	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	52
営業利益	13	△54	△65	△50	15	26	89	166	218	181	176	202
営業利益率	1.2%	△5.6%	△6.5%	△4.9%	1.6%	3.0%	8.5%	13.1%	13.5%	12.2%	12.3%	12.1%

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

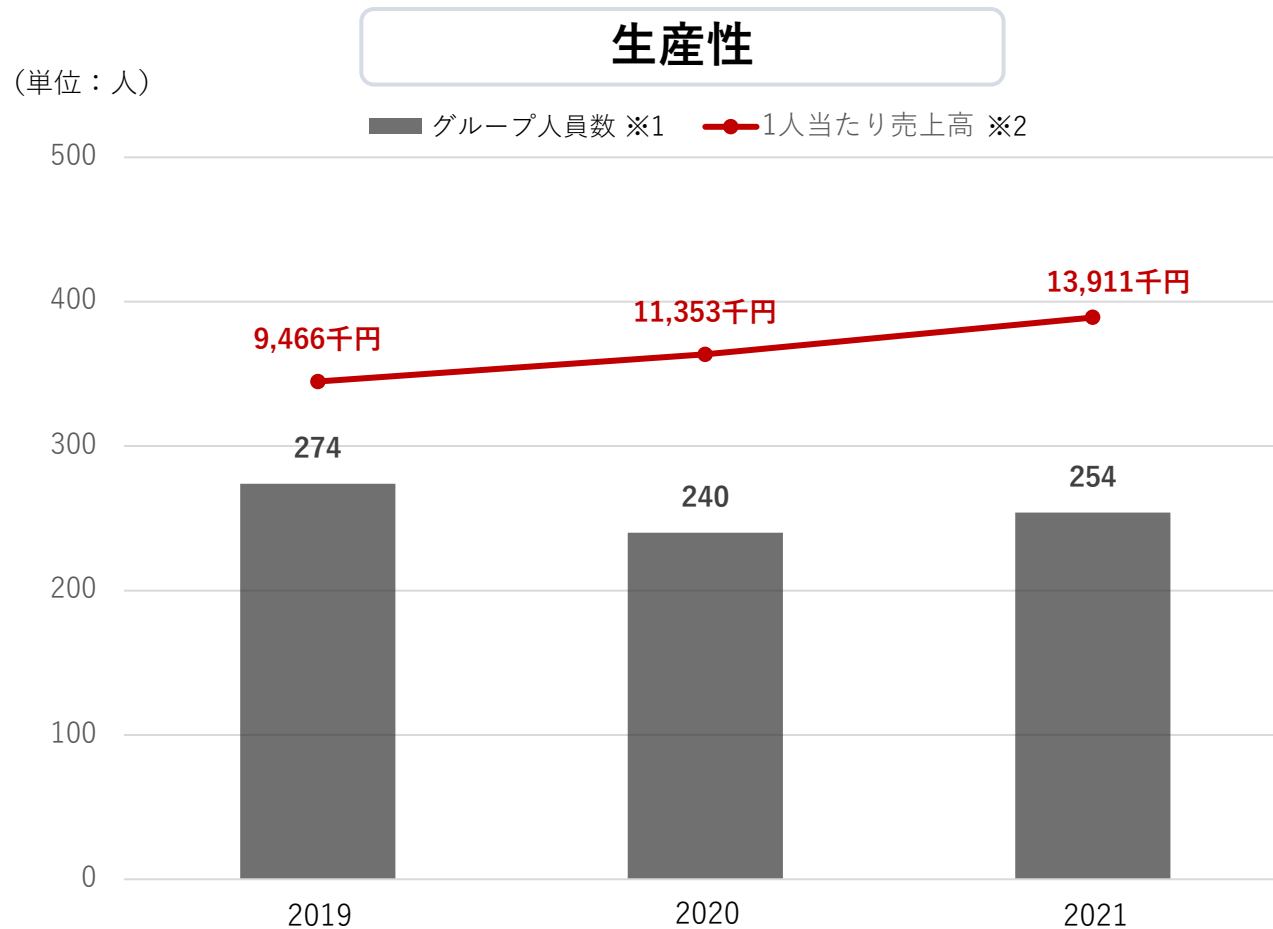
収益認識基準の変更における業績影響

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

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

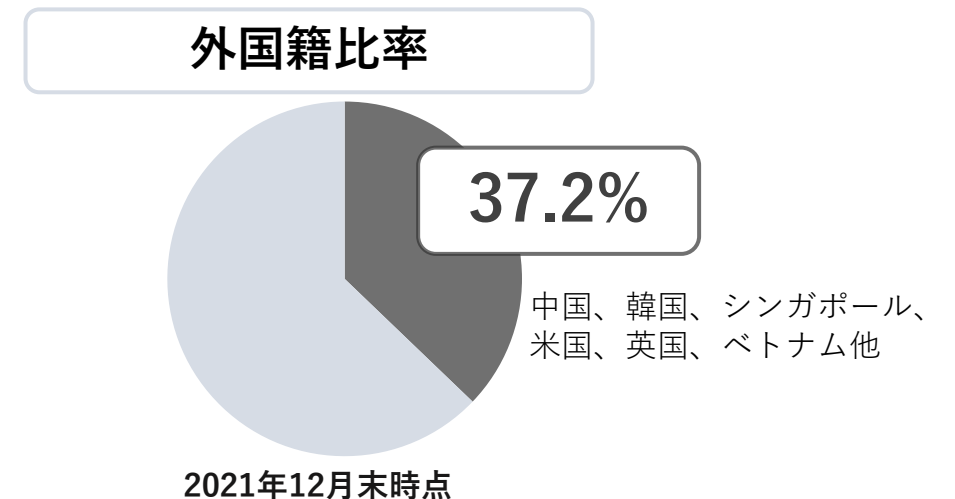
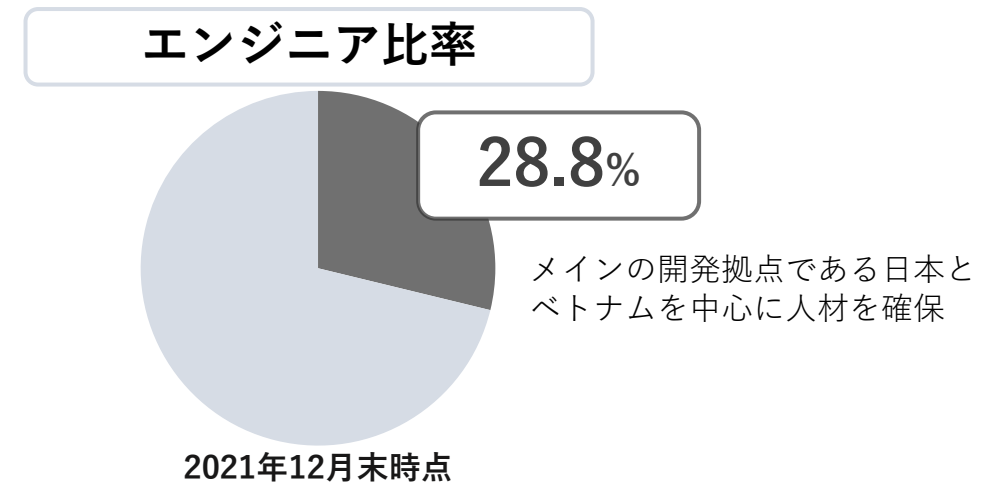
グループ人員推移

ビジネスモデルの進化に加え、
人材の獲得・育成により生産性が向上



※1 グループ人員数：各(四半)期末における正社員、パート、業務委託の人数合計

※2 新売上高



グループ会社一覧

国内SaaS事業



Allied Tech Base Co.,Ltd.
(ベトナム ハノイ)



Allied Tech Camp Co.,Ltd.
(ベトナム ホーチミン)

SaaSツールのオフショア開発拠点

海外SaaS事業



Creadits Pte. Ltd.
(シンガポール)

広告クリエイティブ制作プロバイダー

ソリューション事業



AiCON TOKYO株式会社
(東京都渋谷区)

クリエイティブディレクターのシェアリング事業

※AiCON TOKYO株式会社は2022年1月1日付で当社の連結子会社から除外



株式会社
ネクストバッターズサークル
(東京都渋谷区)

デジタルマーケティング人材のシェアリング事業



株式会社
ファンベースカンパニー
(東京都渋谷区)

「ファンベース」の戦略策定、実行・効果測定支援

中国進出支援事業



株式会社オセロ
(旧Vstar Japan株式会社)
(東京都渋谷区)

越境EC進出支援、インバウンドマーケティング支援

事業に関するリスク及び対応策

種類	リスクの概要	リスク低減策
SNSに関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> ■ SNS運営事業者の広告に関する方針変更により、当社グループが提供するサービスが突如として規制対象となるリスク ■ 連携するSNSサービスの不具合により当社サービスが利用できなくなるリスク 	特定のSNSに依存しないサービスの設計
人材の確保及び育成に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> ■ SaaSツールの開発人材、営業人材、デジタルマーケティング人材の確保・育成が計画通り進まなかった場合、競争力の低下や事業拡大の制約要因となるリスク 	採用体制の強化、採用を有利に進める各種施策の遂行
システム障害のリスク	<ul style="list-style-type: none"> ■ システム障害によりサービス提供ができなくなるリスク <ul style="list-style-type: none"> ・ 当社グループが提供するソフトウェアの不具合 ・ 連携するSNSサービスの不具合 ・ サイトへのアクセスの急増等の一時的な過負荷や電力供給の停止 ・ コンピューターウィルスや外部からの不正な手段によるコンピューターへの侵入 ・ サーバーの作動不能や欠陥 	サーバーのクラウド化や分散化、確実なバックアップによるサービス復旧の早期化

※上記以外のリスクについては、有価証券報告書をご参照下さい

事業計画及び成長可能性に関する事項の今後のアップデートは、
本決算の発表時期（2023年2月）を目途に行う予定です。



【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。