

2022年12月期 第2四半期 決算説明資料

アライドアーキテクト株式会社

2022年8月10日



Allied Architects



2022年2Q累計業績ハイライト・直近トピックス

上期売上高

2Q
四半期
過去最高

21.54億円

(前年同期比+28.8%※1)

ストック売上比率※2

2Q
四半期
過去最高

57.4%

(前年同期比+21.2pt)

上期営業利益

上期
過去最高

4.77億円

(前年同期比+19.5%)

SaaS ARR※3

国内SaaS
海外SaaS

24.05億円

(前年同期比2.4倍)

クレジット
Creadits
(シンガポール法人)

海外SaaS

2022年5月
マレーシア拠点増設

(P.55)

DIGITAL CHANGE

ソリューション

2022年8月 (3Q)
デジタルチェンジ社の
M&Aを実施

(P.63~64)

※1 前年同期の売上高を2022年から適用の新収益認識基準を用いて算出したうえで、参考値として前年同期比を記載

※2 スtock売上を構成するサービス内訳：P.85参照

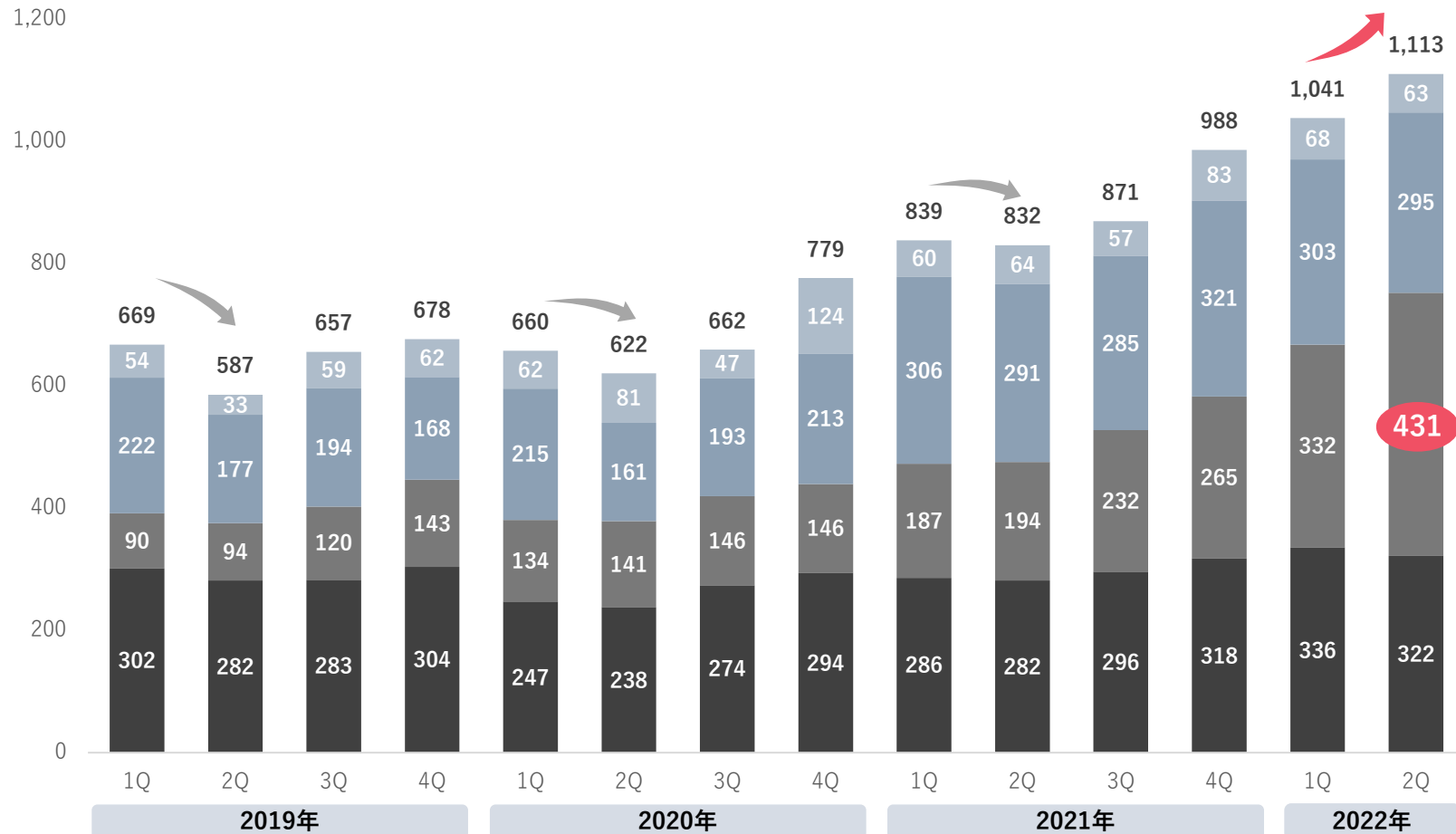
※3 SaaS ARR：国内SaaS事業のARR+海外SaaS事業のARRの合計(P.4参照)

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

事業別四半期売上高の推移

海外SaaSビジネスの2Q売上高が四半期過去最高を大幅更新し、
2Qで減少傾向があった連結売上高のトレンドが変化

(単位：百万円)



中国進出支援事業

中国ロックダウン影響を受けた一方、市況に応じた新サービスの構築により微減収

ソリューション事業

前年同期比で微増収に留まるも、下期以降の成長に向けた仕込みに手ごたえ

海外SaaS事業

平均単価・ストック売上比率ともに前年同期比で大幅上昇、売上高は同2.2倍に拡大

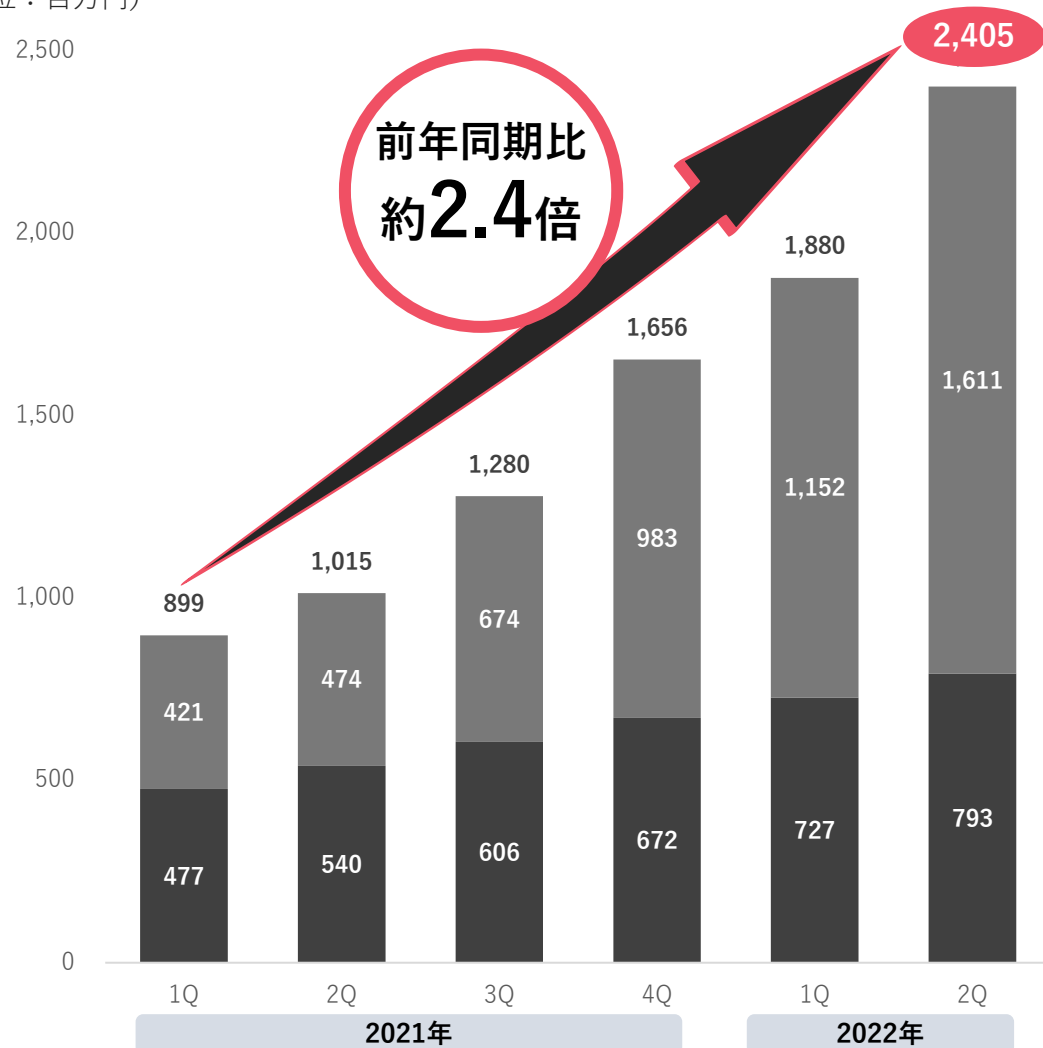
国内SaaS事業

非ストック売上が減少となるも、注力商材「Letro」の売上は前年同期比2倍超に

SaaS ARR

SaaS ARRは四半期ごとに成長を続け、前年同期比2.4倍の24.05億円に拡大
海外SaaS ARRは2024年末に40億円突破を見込む

(単位：百万円)



海外SaaS ARR

シンガポール法人の **Creadits** が欧米顧客中心に展開

前期21年12月期に月額課金型への移行を推進したことが奏功し、急成長フェーズに突入。
ARRは前年同期比3.5倍の大幅な成長で16.11億円に拡大。
2024年末に40億円の突破へ

ARR構成プロダクト：**Craft**

国内SaaS ARR

Allied Architects が国内顧客向けに展開

主カツール「Letro」の成長を軸にARRは前年同期比+46.9%の7.93億円に拡大

ARR構成プロダクト：Letro LetroStudio **monipla**
ファンプログ

Agenda

- 1** 2022年12月期上期連結業績 P.06
 - 2** 事業別業績 P.14
 - 3** グループ概要 P.30
 - 4** 2022年方針 P.36
 - 5** 事業別戦略 P.40
 - 6** 今期業績予想 P.69
- Appendix P.72

**2022年12月期
上期連結業績**



2022年12月期 2Q累計業績

海外SaaS事業の成長加速により上期売上高は前年同期比+28.8%の増収
営業利益は通期予想の8.5億円に対して順調な進捗

(単位：百万円)	2021年12月期 2Q累計実績	2022年12月期 2Q累計実績	前年同期比
売上高	1,672 ^{※1}	2,154	+28.8%
営業利益	399	477	+19.5%
営業利益率	23.9%	22.2%	△1.7pt
経常利益	461	610 ^{※2}	+32.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	442	410	△7.3%

※1 前年同期の売上高は2022年から適用の新収益認識基準を用いて算出した金額を参考値として記載

※2 海外SaaS事業における為替差益として156百万円を計上

2022年12月期2Q（4 - 6月）業績

2Q売上高は四半期過去最高を達成

営業利益の伸びに加え為替差益の計上により、経常利益は前年同期比で大幅増に

(単位：百万円)	2021年12月期 2Q実績	2022年12月期 2Q実績	前年同期比
売上高	832 ^{※1}	1,113	+33.7%
営業利益	181	223	+23.2%
営業利益率	21.8%	20.1%	△1.7pt
経常利益	181	312 ^{※2}	+72.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	188	201	+7.1%

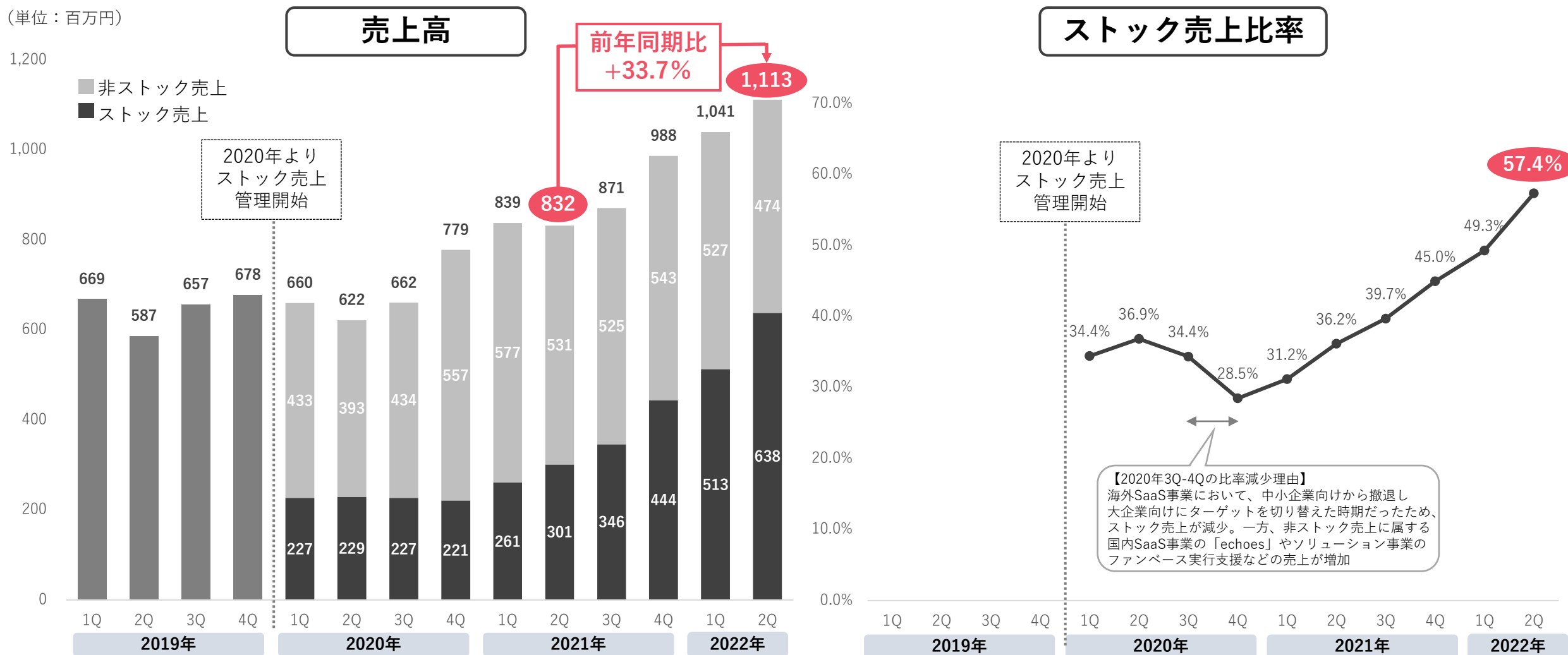
※1 前年同期の売上高は2022年から適用の新収益認識基準を用いて算出した金額を参考値として記載

※2 海外SaaS事業における為替差益として99百万円を計上

売上高・ストック売上比率推移

ストック売上の大幅増により、2Q売上高は1Q比で減少する傾向を払拭
 スtock売上比率は6四半期連続の上昇で57.4%に

(単位：百万円)



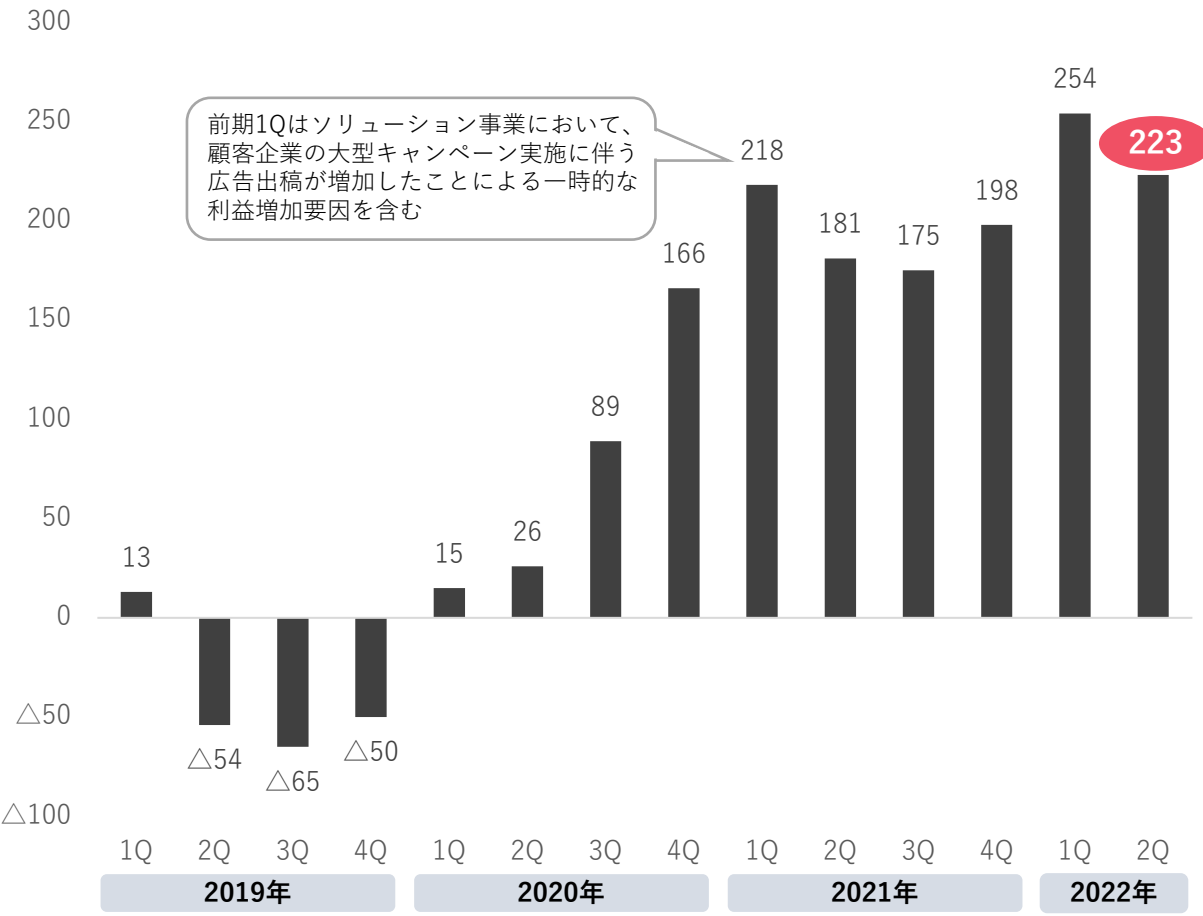
※ スtock売上を構成するサービス内訳：P.85参照

営業利益・営業利益率推移

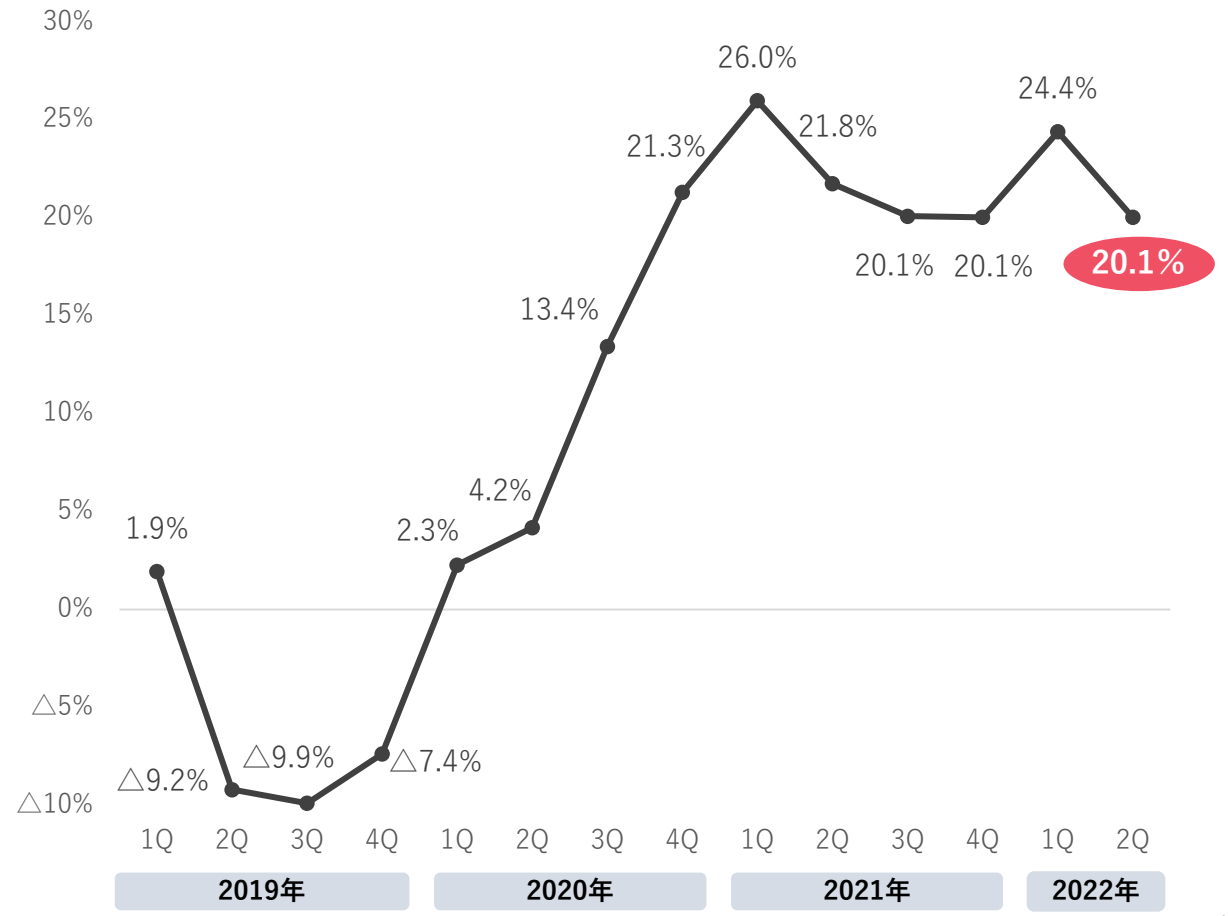
積極的な成長投資の実施下においても2Q営業利益は2億円超を確保
営業利益率も高水準を維持

営業利益

(単位：百万円)



営業利益率



成長投資の進捗状況

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
 上期は人件費を中心に積極投下し、通期計画に対して順調な進捗

2022年通期
計画

成長投資強化

人件費

+4.6
億円
(予想)

増収効果

7.0
億円
(予想)

広告宣伝費

+0.4
億円
(予想)

システム費

+0.4
億円
(予想)

全社コスト

+0.8
億円
(予想)

2022年
通期
営業利益

8.5
億円
(予想)

管理部門強化、
M&A・新規事業
検討コスト等

2021年
通期
営業利益

7.7
億円

2022年上期
実績

成長投資強化

人件費

+2.01
億円

+1.2億円が
海外SaaS分

増収効果

4.81
億円

広告宣伝費

+0.22
億円

システム費

+0.15
億円

全社コスト

+1.63
億円

2022年
上期
営業利益

4.77
億円

海外SaaSの組織再編関連費用、
人材採用に伴う採用費、
出張の増加による旅費交通費など

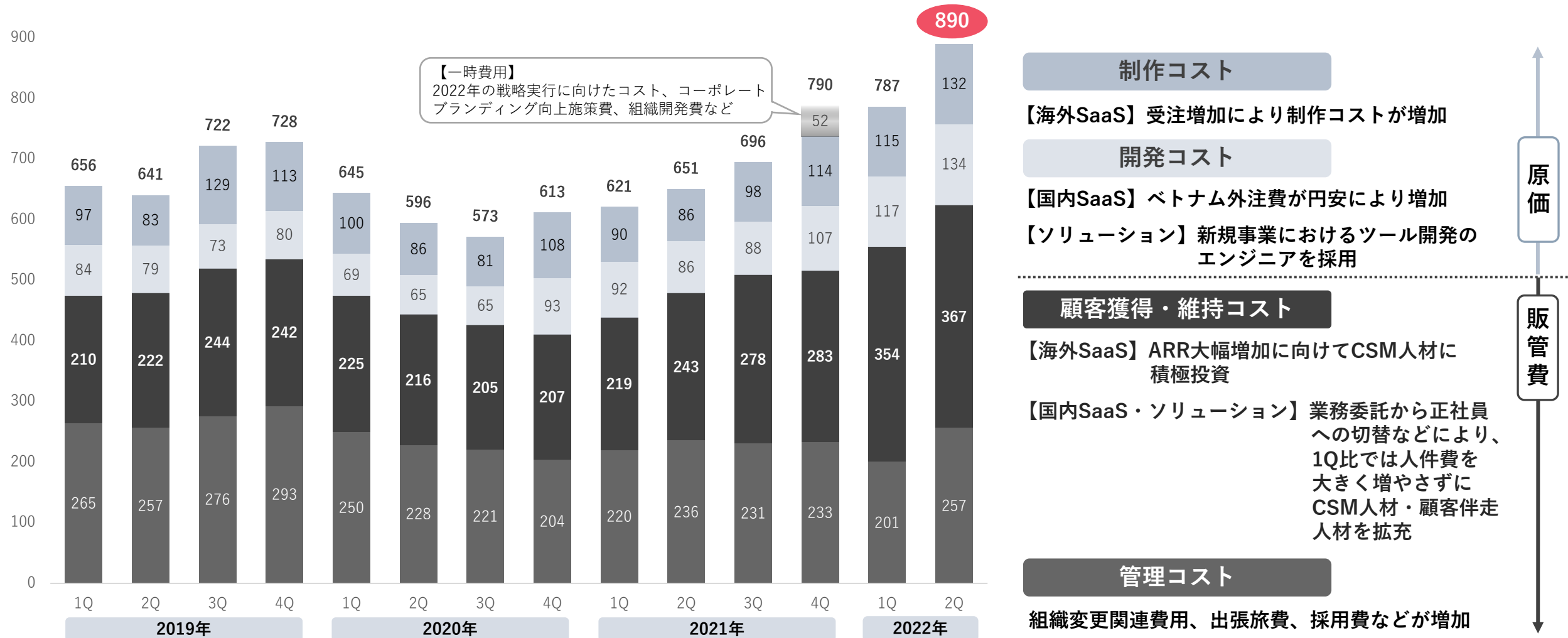
2021年
上期
営業利益

3.99
億円

コスト（原価+販管費）の推移※

今期戦略に沿って顧客獲得・維持コストを中心に投下

(単位：百万円)



※ PLとの整合性を取るべく、前回までの管理会計上の集計方法から原価+販管費の推移グラフに変更

貸借対照表サマリー

1Q末計上の売掛金回収による現預金の増加と借入金の返済で
自己資本比率は高水準を維持

(単位：百万円)	2021年4Q末	2022年2Q末	前期末比
流動資産	2,817	3,006	+188
内、現預金	1,702	1,905	+203
固定資産	1,011	1,023	+12
資産合計	3,828	4,030	+201
負債合計	1,348	1,235	△113
内、借入金	342	259	△83
純資産合計	2,479	2,794	+315
自己資本比率	63.5%	68.1%	+4.6pt

事業別業績

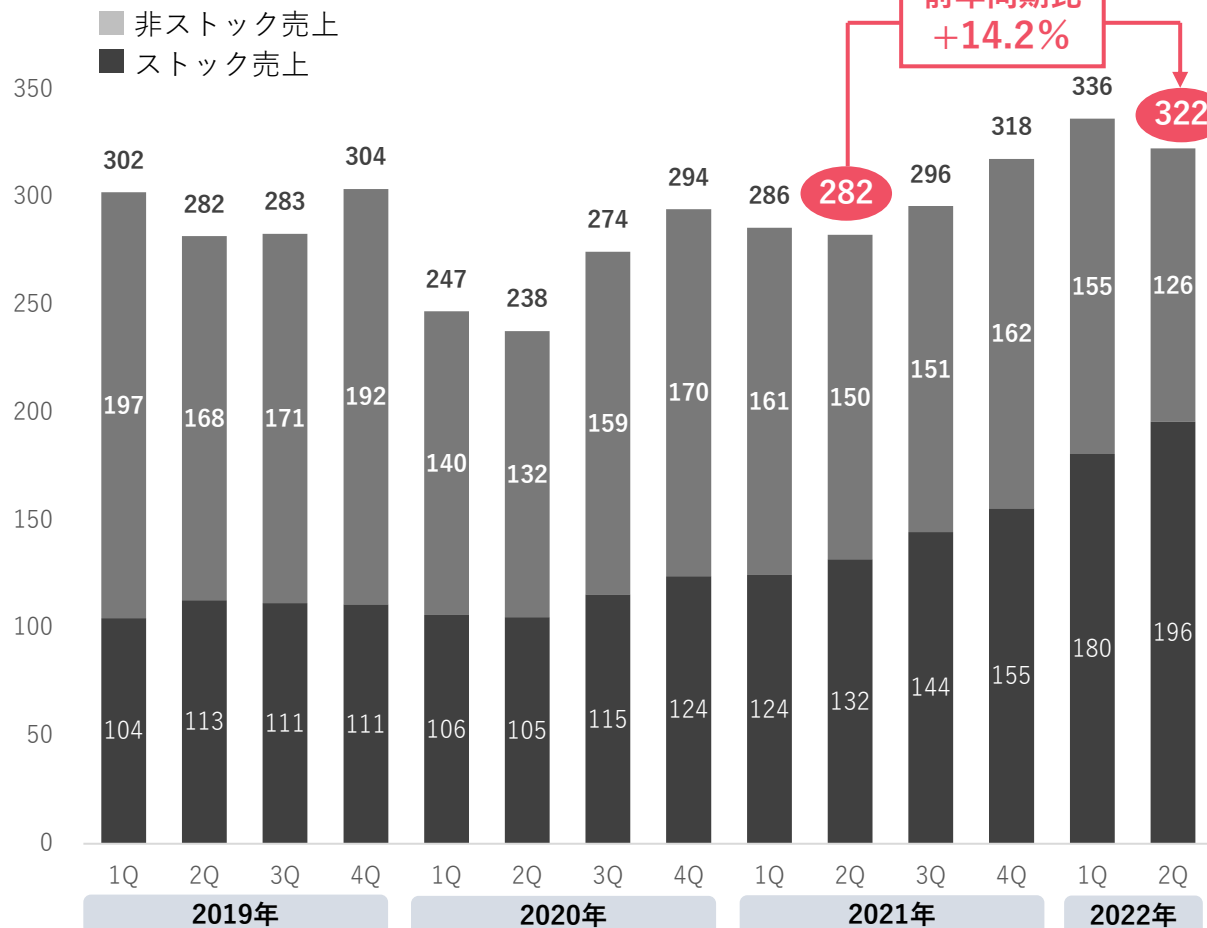


国内SaaS事業

四半期過去最高となった1Qの売上高には届かなかったものの 2Qも前年同期比で売上高・ストック売上・ストック売上比率が2桁成長

売上高

(単位：百万円)



2022年戦略に沿って

- ① 【プロダクトの強化】
- ② 【提案メニューの拡充】
- ③ 【カスタマーサクセスの強化】

を上期に実行



2Qでは③の人材を中心に
成長投資を実施

2Qは「echoes」において上位顧客の解約が発生し、
非ストック売上が減少したことにより
四半期過去最高となった1Q売上高には届かず

ストック売上比率

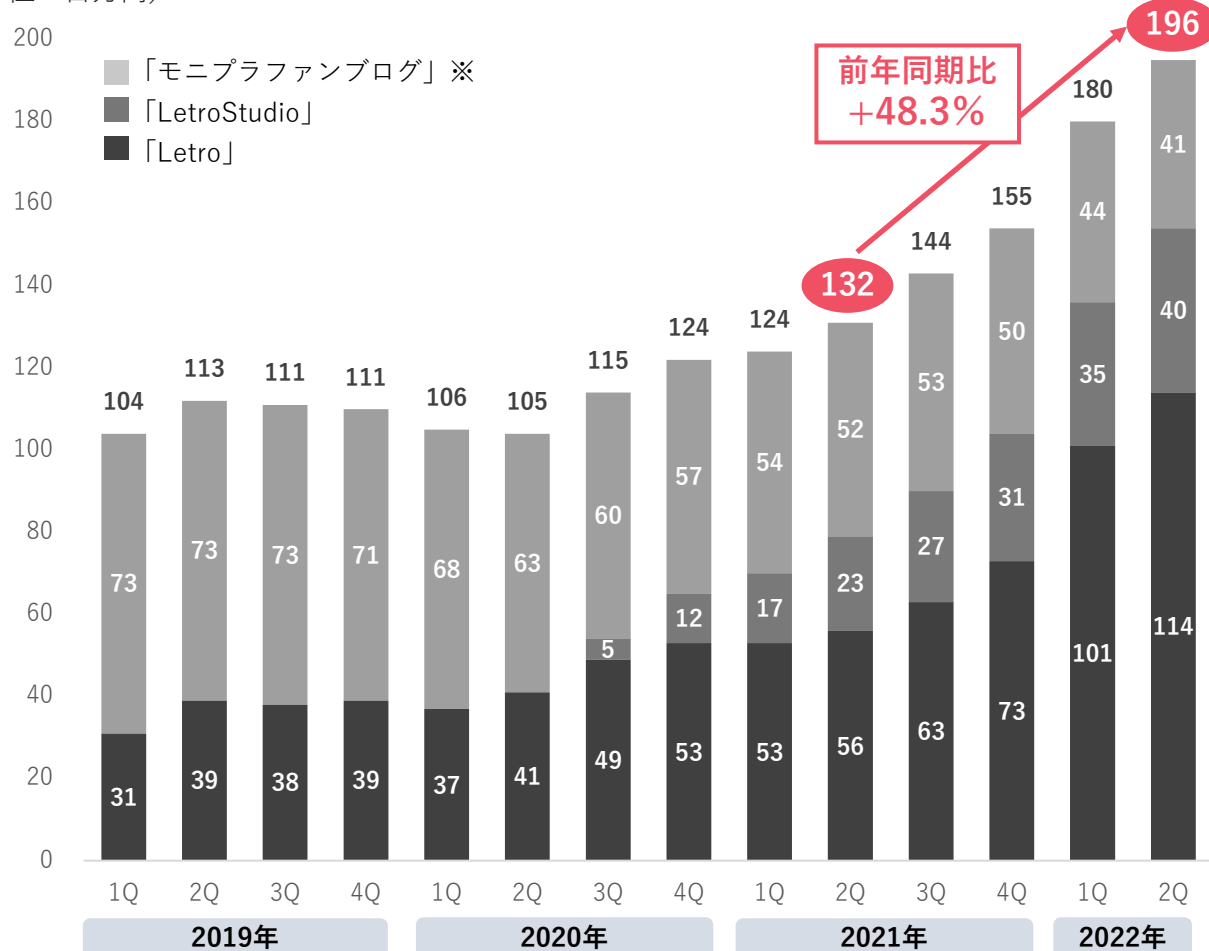
60.8%

(前年同期比+14.0pt)

今期の戦略通りに 主カツール「Letro」の売上が順調に増加

ストック売上高内訳

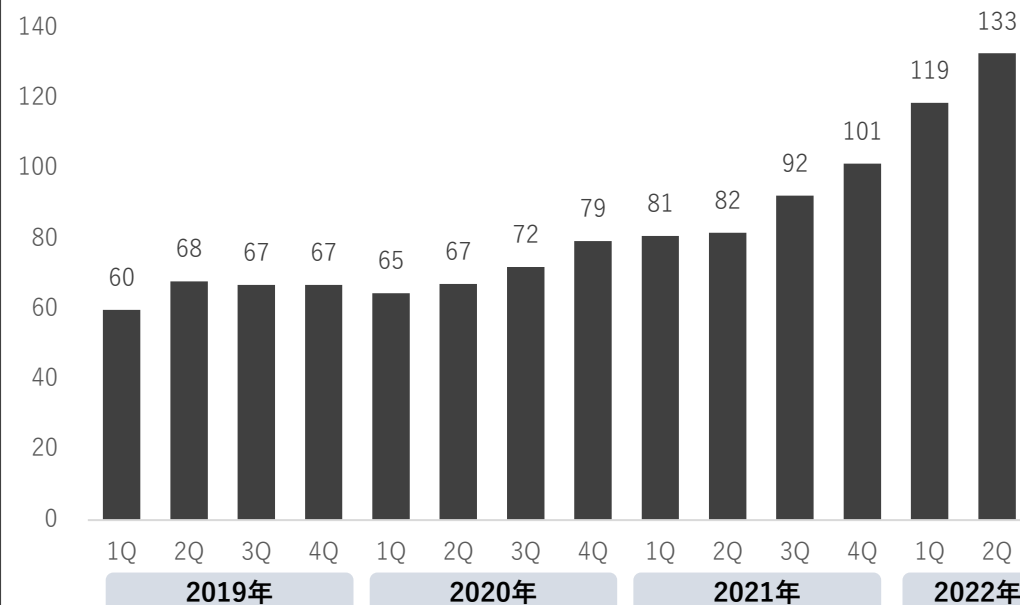
(単位：百万円)



ストック売上における月額顧客平均単価

上位顧客における従量課金売上の大幅増により更に上昇

(単位：千円)



※ 創業来サービス「モニプラファンブログ」は戦略的な減少

ARRは前年同期比+46.9%の7.93億円に拡大
Letro ARRは前年同期比2.0倍の4.68億円に急拡大

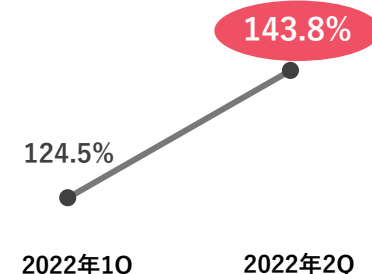
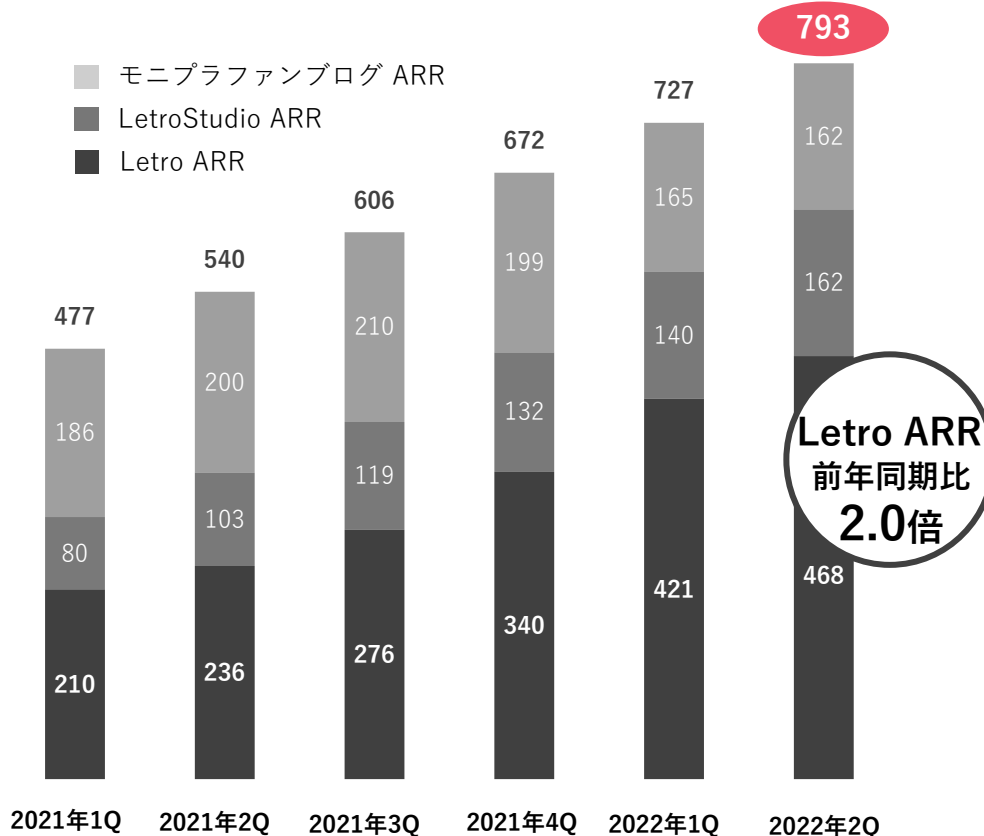
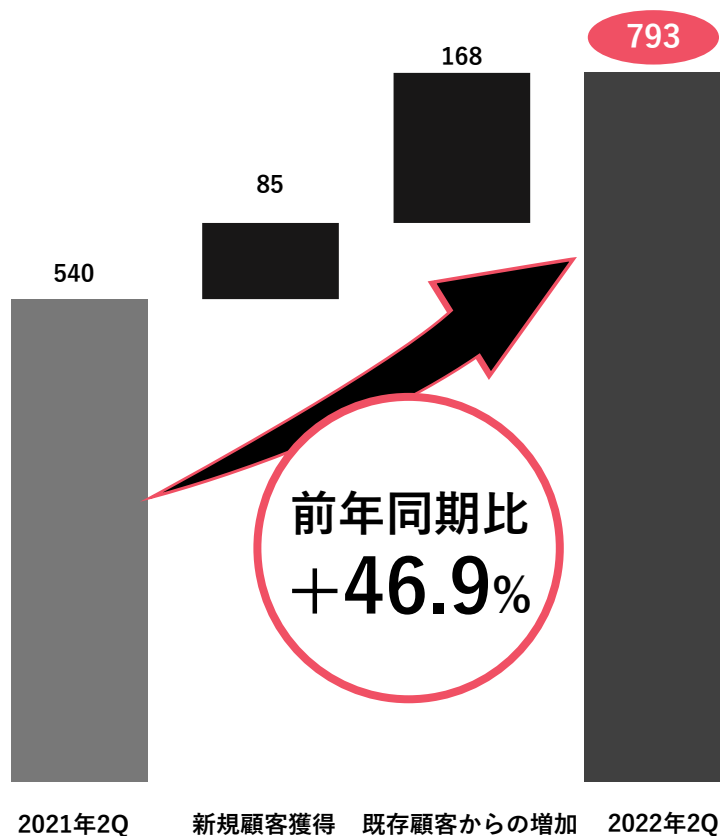
ARR推移

ARR内訳 四半期推移

NRR

(単位：百万円)

(単位：百万円)



※NRR：Net Revenue Retention Rateの略（売上継続率）。ストック売上に該当するSaaSツールの各四半期末において、1年以上契約している既存顧客の月次リカーリング売上高を前年同月の月次リカーリング売上高で割ったものとして算出

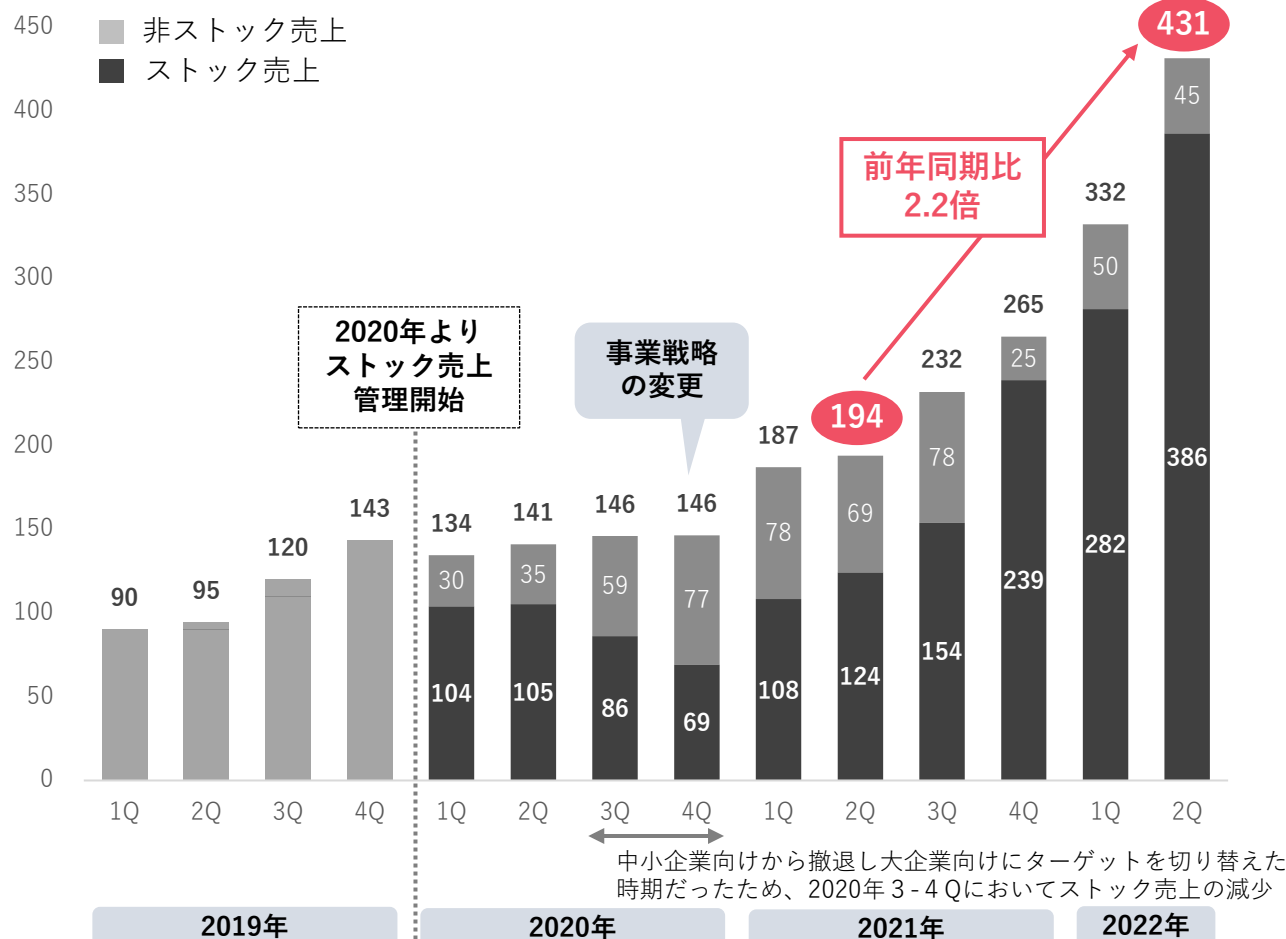


海外SaaS事業

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、2Q売上高は四半期過去最高を大幅更新

(単位：百万円)

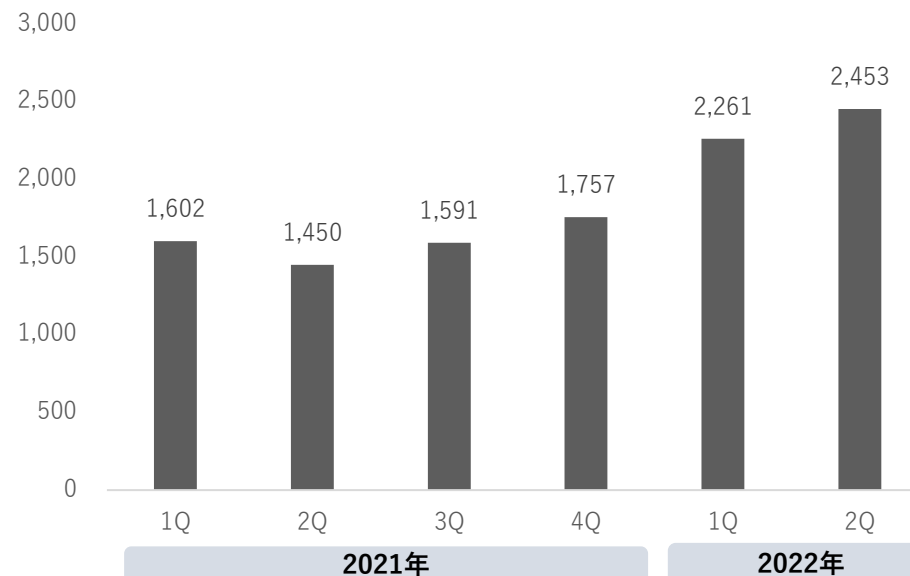
売上高



月額顧客平均単価

(単位：千円)

既存顧客の従量課金の増加により
平均単価が今期に入り大幅に上昇



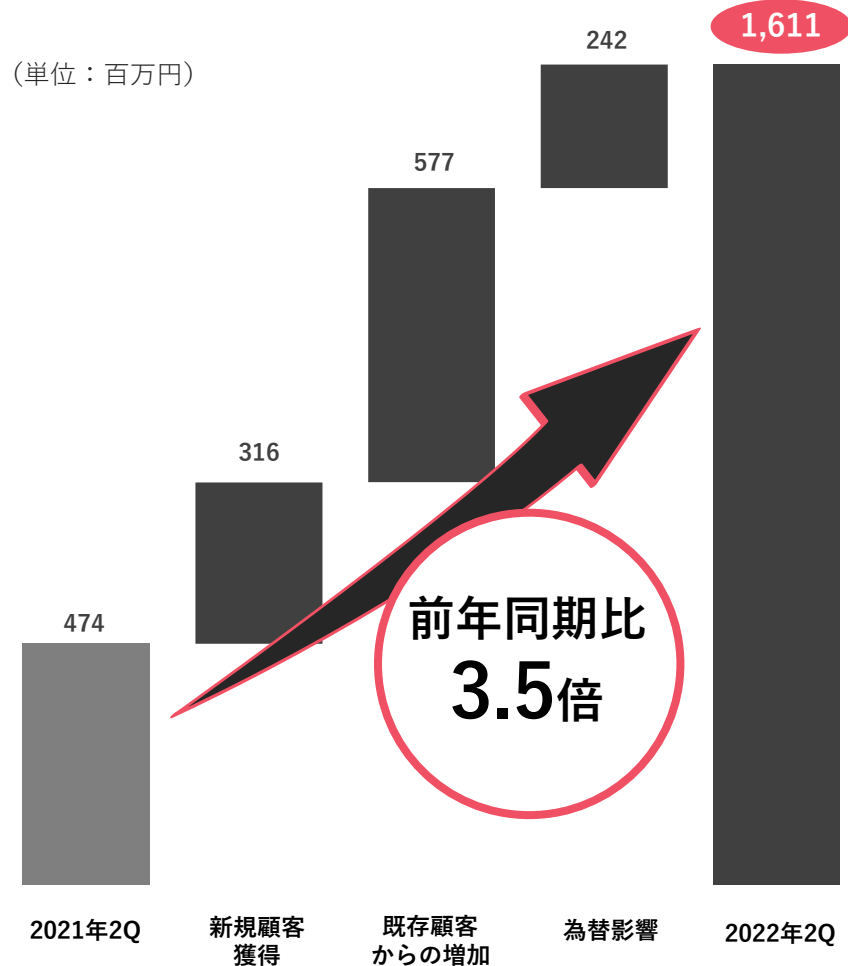
ストック売上比率

89.6%
(前年同期比+25.5pt)

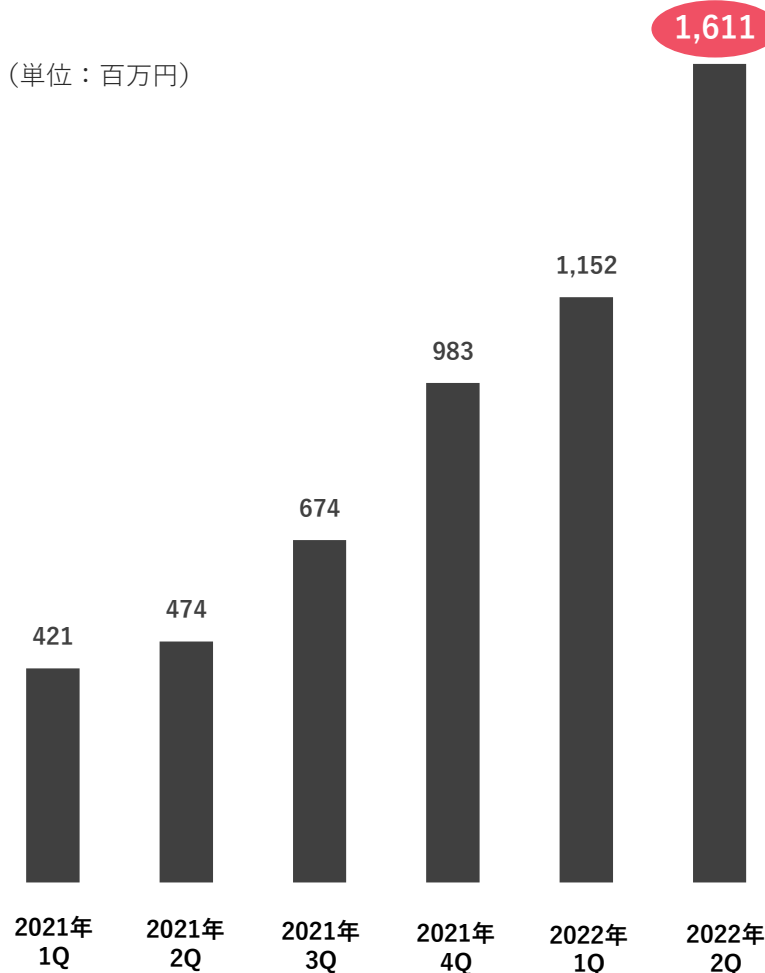
※ ストック売上を構成するサービス内訳：P.85参照

ARRは前年同期比3.5倍の大幅な成長で 16.11億円に拡大

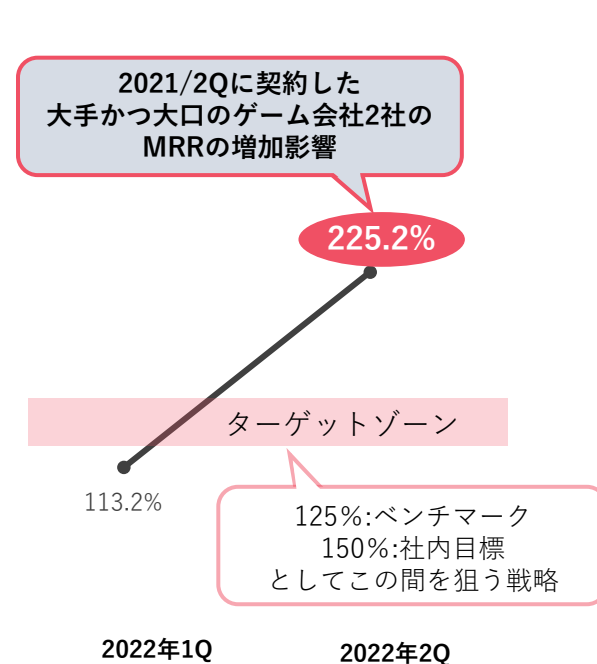
ARR推移



ARR四半期推移

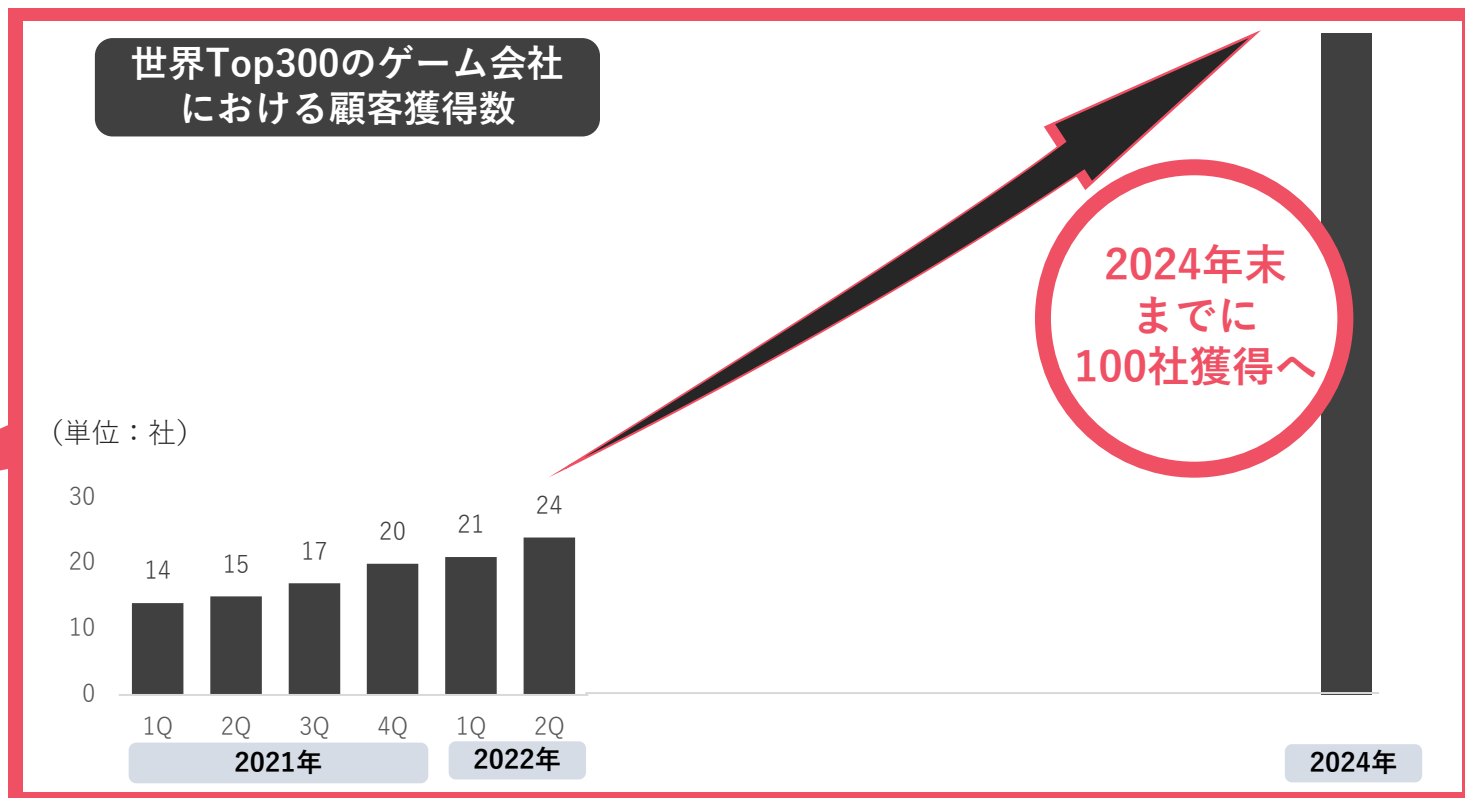
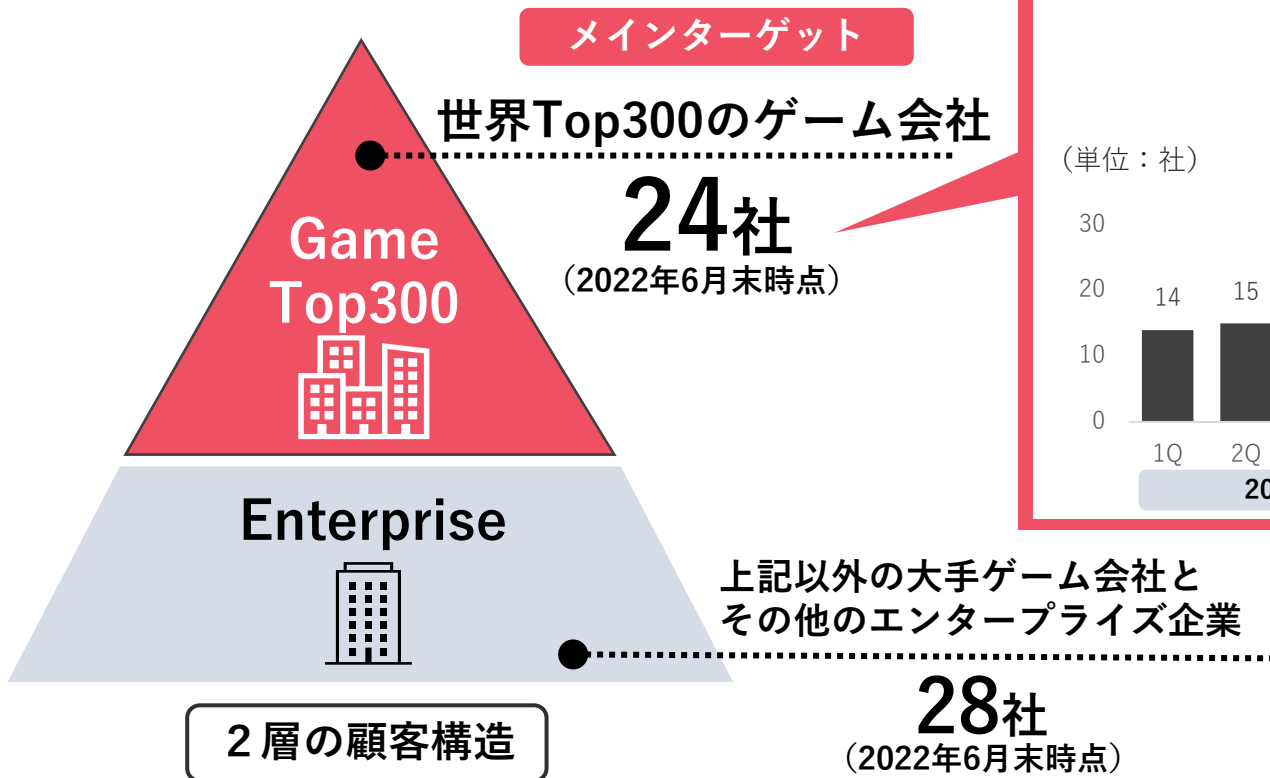


NRR



※NRR：Net Revenue Retention Rateの略（売上継続率）。ストック売上に該当するSaaSツールの各四半期末において、1年以上契約している既存顧客の月次リカーリング売上高を前年同月の月次リカーリング売上高で割ったものとして算出

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、
2024年12月期末まで（従前目標の2025年末から1年前倒し）に100社を目指す



主な顧客企業



2024年12月期末にARR40億円突破へ

メインターゲットの
契約件数目標



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

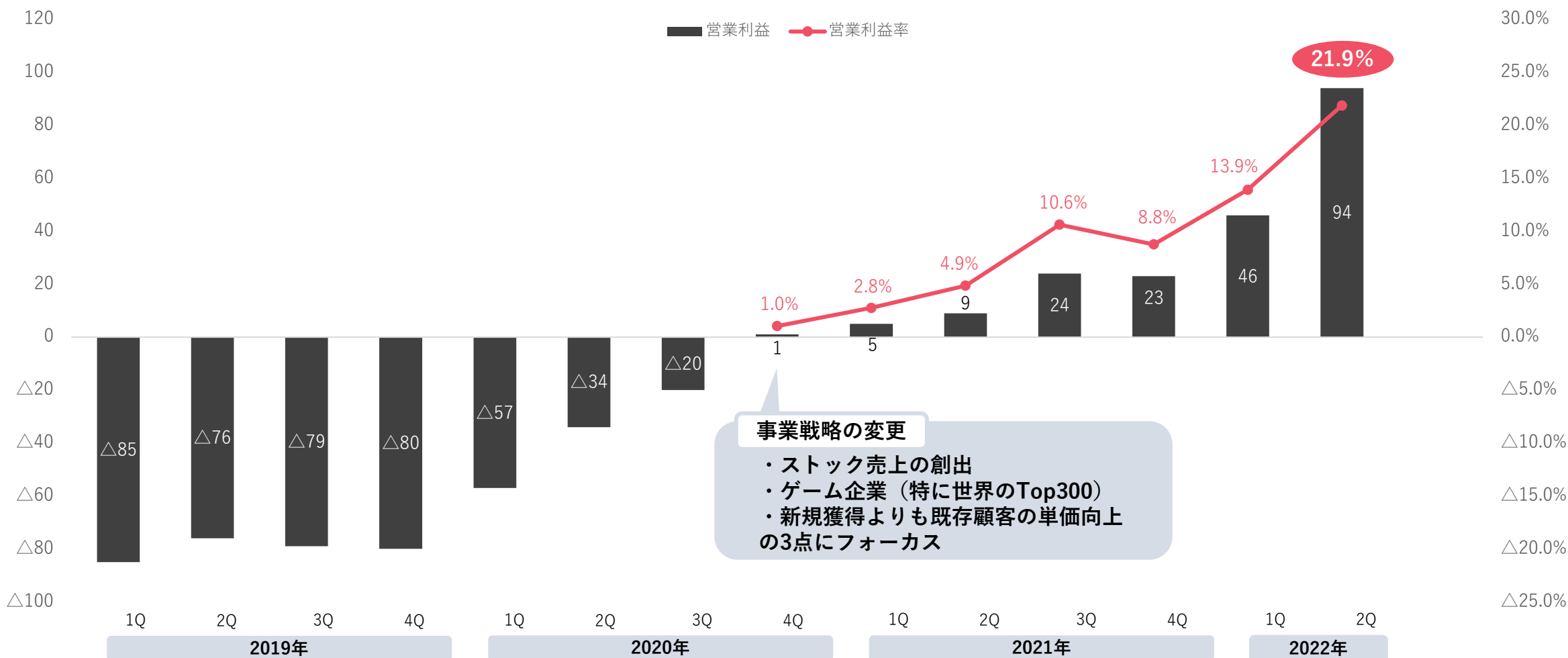
月額平均単価は
30,000USD前後を想定

(単位：百万円)



「Craft※」は2018年6月にリリース後、赤字期間を経て2020年4Qに黒字化 営業利益率は足元で20%水準に上昇

(単位：百万円)



※2018年6月に提供を開始した「CREADITS®」から2021年7月にサービス名変更

インハウス化・システム化による制作費の削減や S&Mをコントロールすることなどによって限界利益の向上に挑む

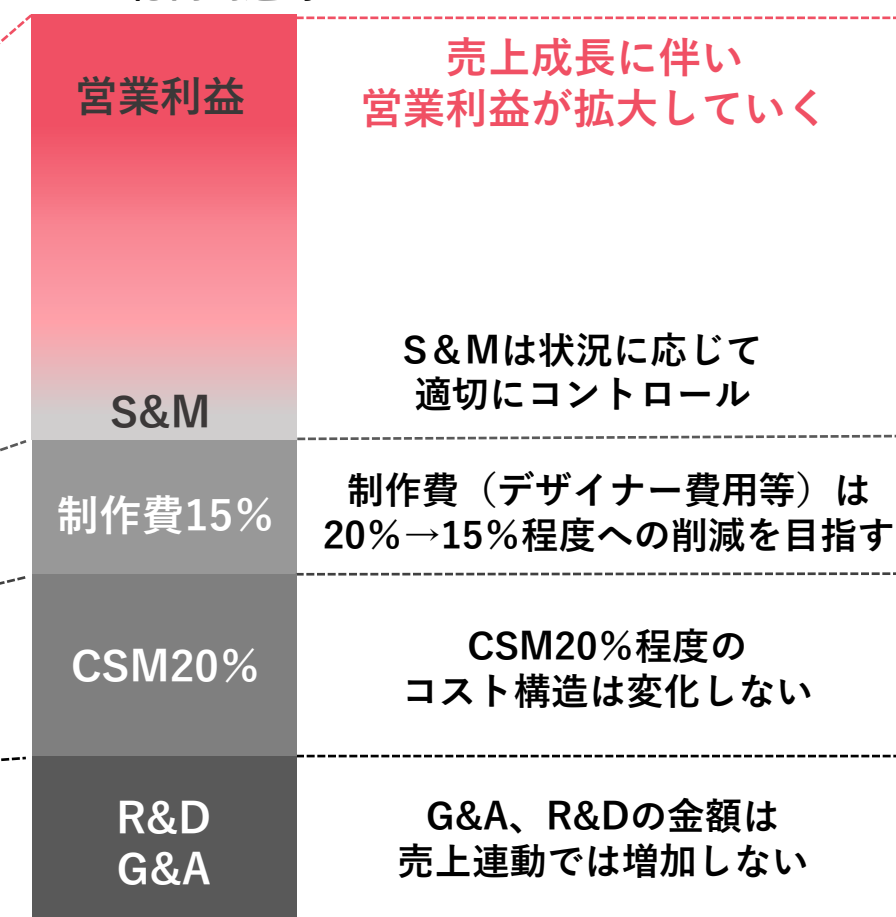
- S&M (Sales & Marketing) : 営業やマーケティング部門の人的費や広告費など
- R&D (Research & Development) : プロダクト開発を行うエンジニアの人的費など
- G & A (General & Administrative) : 経理・人事・法務など管理部門の人的費やその他一般管理費
- CSM (Customer Success Manager) : カスタマーサクセスマネージャーの人的費

【2022年上期】
ARR16.11億円



(%は売上高比率)

【2024年末】
ARR40億円到達時



(%は売上高比率)

売上成長に伴い
営業利益が拡大していく

S&Mは状況に応じて
適切にコントロール

制作費（デザイナー費用等）は
20%→15%程度への削減を目指す

CSM20%程度の
コスト構造は変化しない

G&A、R&Dの金額は
売上連動では増加しない

デザイナーのインハウス化
(内製力を高めることで
外注費の削減が可能)・
システム化(「Huddle」
「Tune」など自社SaaS
ツールの活用で生産性が
向上)等によって
制作費の削減が可能

成長投資実施下においても
営業利益率は
20%程度を確保



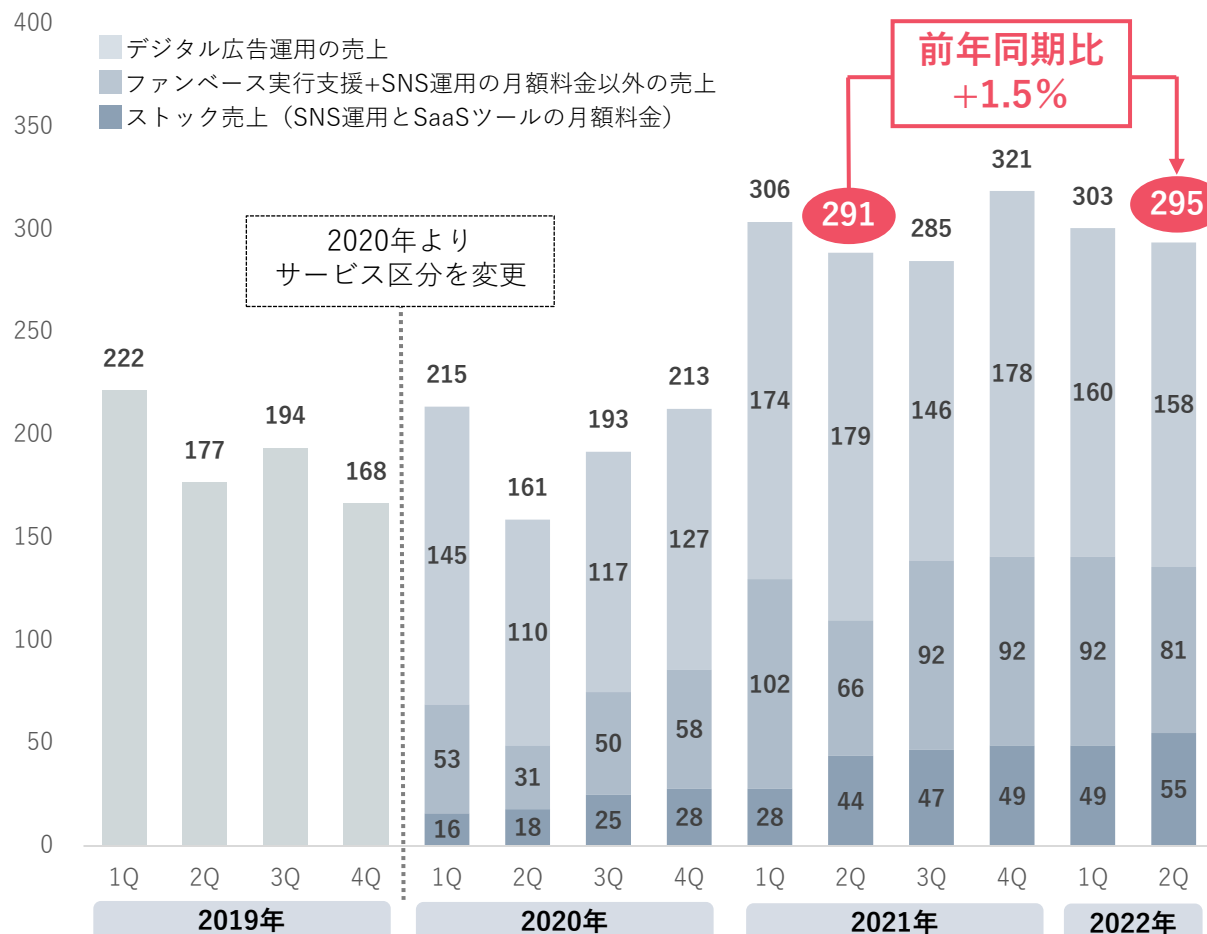
ソリューション事業



2Q売上高は前年同期比で微増に留まるも 下期以降の成長に向けた仕込みに手ごたえ

(単位：百万円)

売上高



- **ストック売上**：ストック売上比率が高い事業性質ではないものの、前期2QでSNSアカウント運用の顧客数が増加して以降、既存顧客との取引が安定的に推移
- **非ストック売上**：SNS運用支援が堅調に推移し、デジタル広告運用代行は四半期によって発注量の変動が大きい
- 上期は既存事業において人材を中心とした成長投資が順調に進捗。各サービスともに下期以降の成長に備える
- 「QUMIAI」：初動にやや遅れが発生も、下期から本格的に販売強化へ

ストック売上比率

18.9%

(前年同期比+3.6pt)

※ストック売上を構成するサービス内訳：P.85参照



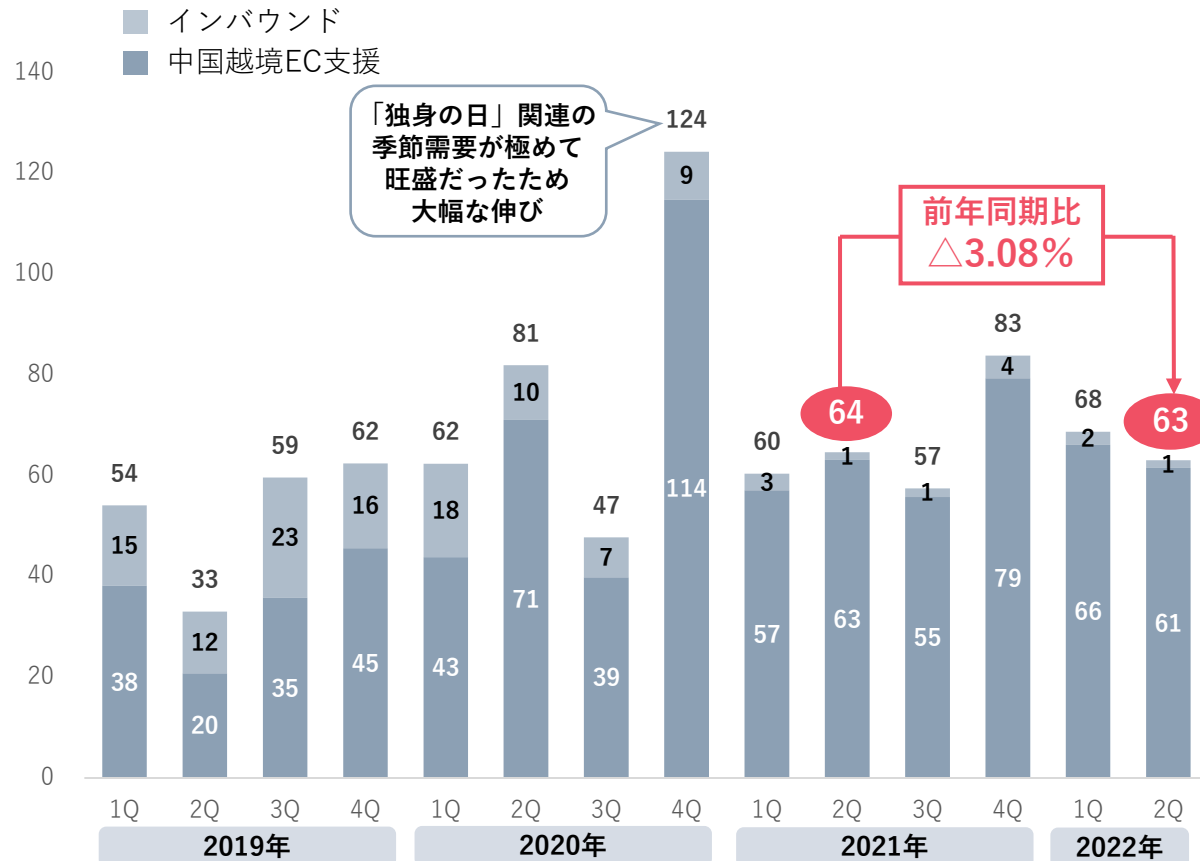
中国進出支援事業



2Qは中国ロックダウン影響を受けたものの 市況に応じた新サービスの構築により新たな顧客層を開拓

売上高

(単位：百万円)



- 2Qは中国ロックダウンに伴う物流停止などの影響により「618」販促施策の需要は前年に比べて減少も、

新サービス

- ①中国市場向けにECやSNSを立ち上げる日本企業への支援
- ②在日中国人向けのプロモーションを強化している日本企業への支援
- ③中国企業の日本進出支援

によって多くをカバーし、前年同期比で微減収で着地

- 上期の成長投資としては、1QでSNS運営支援人材の獲得、1-2Qを通じてSNSにファンを増やすためのコンテンツ制作費・広告宣伝費の投下等を実施

中国のECイベント

- ・【4Q】 11月11日「独身の日」
- ・【2Q】 6月18日「618セール」
- ・【1Q】 3月8日「女王節」
(当社業績に与えるインパクト順)

グループ概要



3

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。

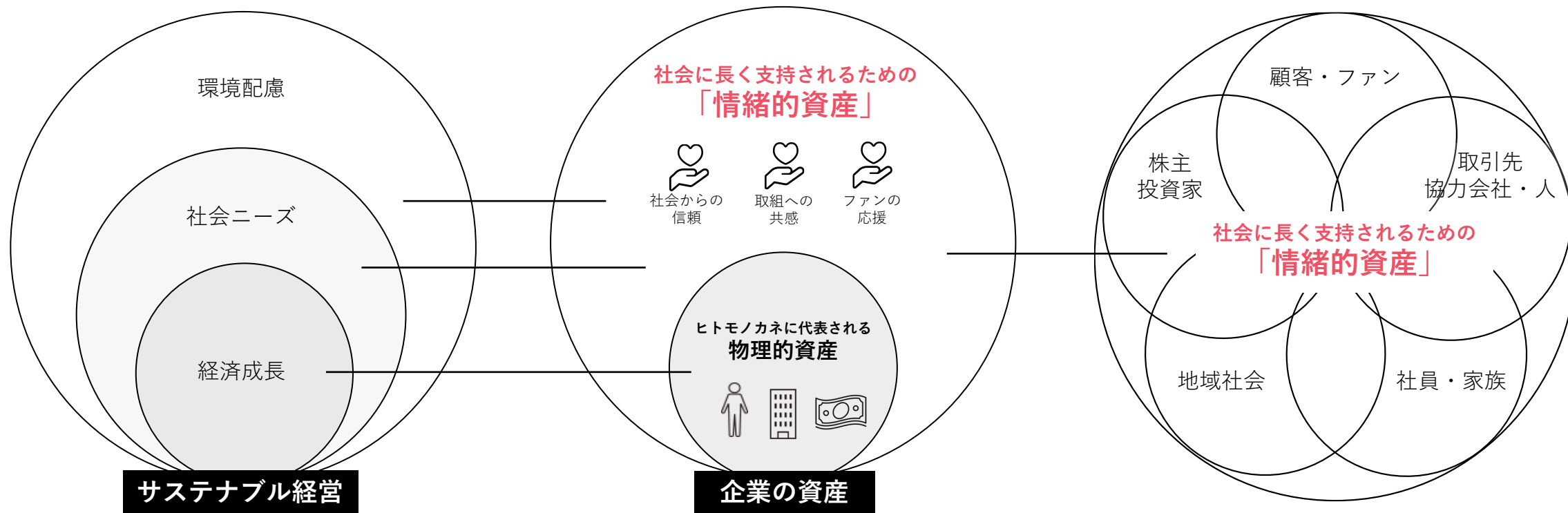
アライドアーキテクト・グループは人々の声や誰もが持つ創造力を

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」：①背景

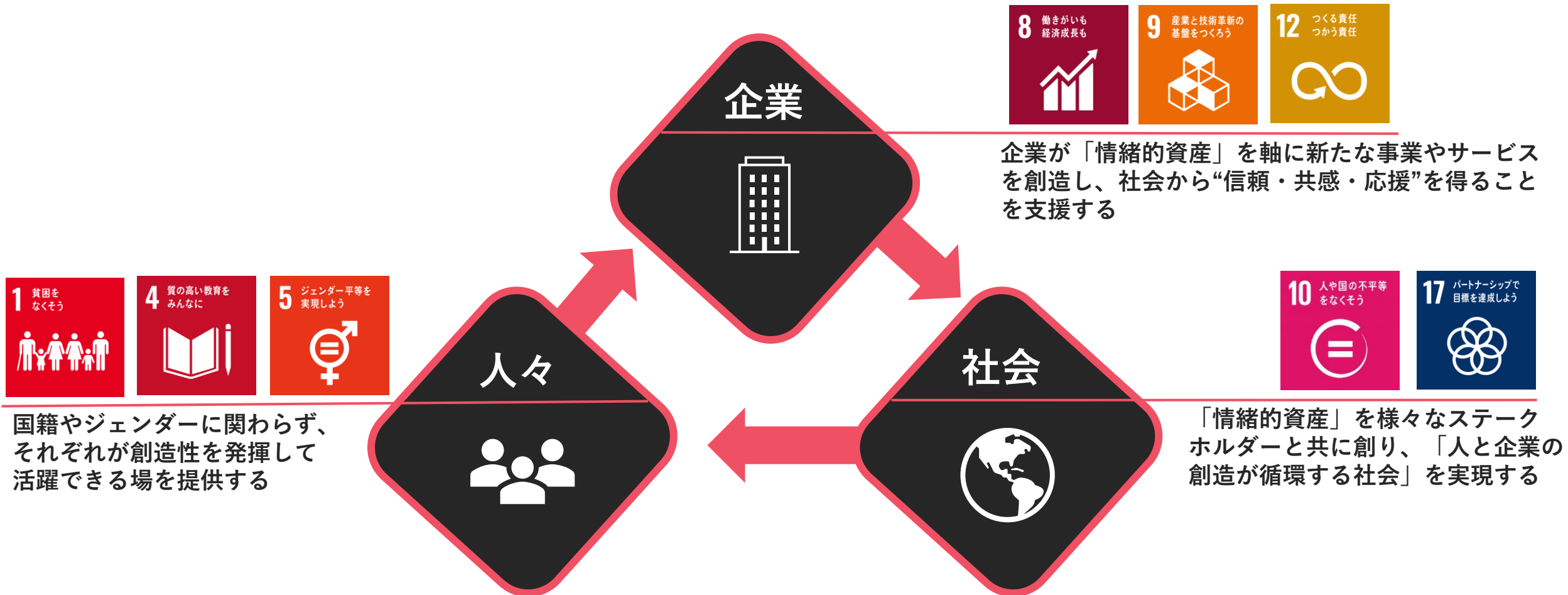
DXの加速やニューノーマルへの適応が進み、「環境や社会との両立を前提としたサステナブル」や「社会的信頼や応援などの情緒的資産」の重要性が増加



そうした変化に対し、当社はこれまでの強みをベースに事業を変化させ、資産価値・提供価値の向上に努めてまいります

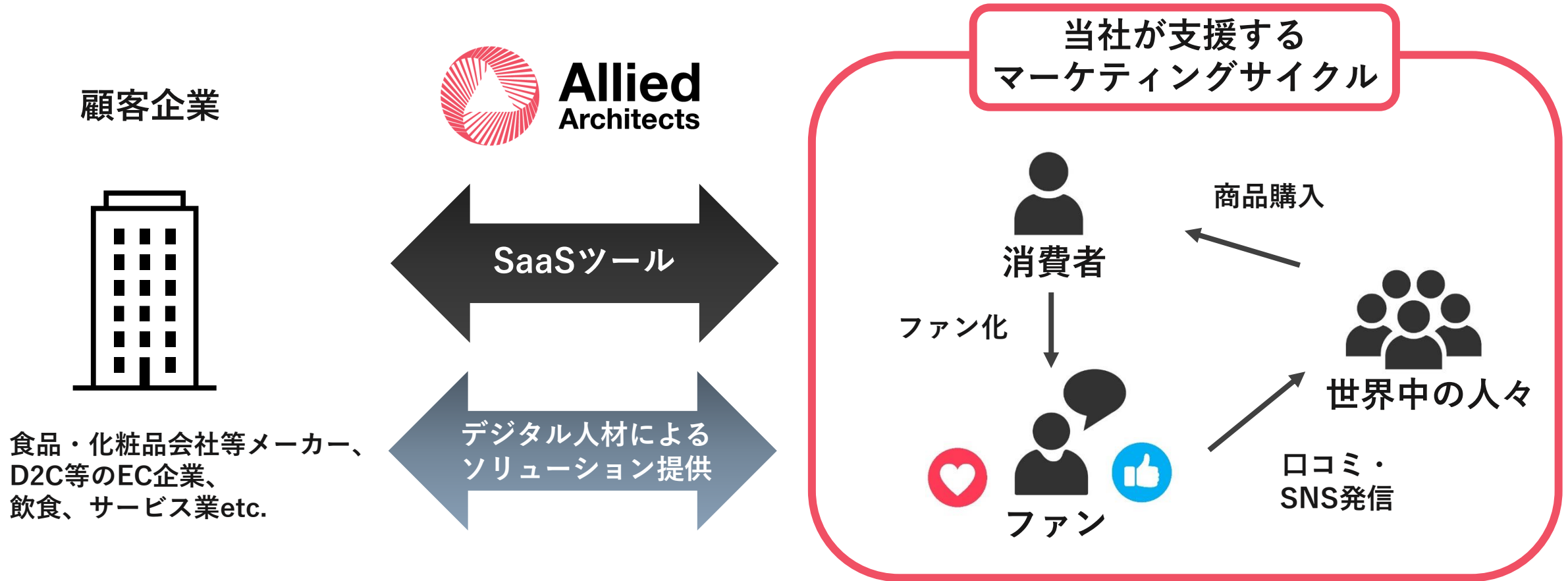
我々が目指す「持続可能な社会」：②取組み

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々、企業、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



ビジネスモデル

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するBtoBのビジネスを展開



※ 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

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)

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)

2022年方針



2022年方針

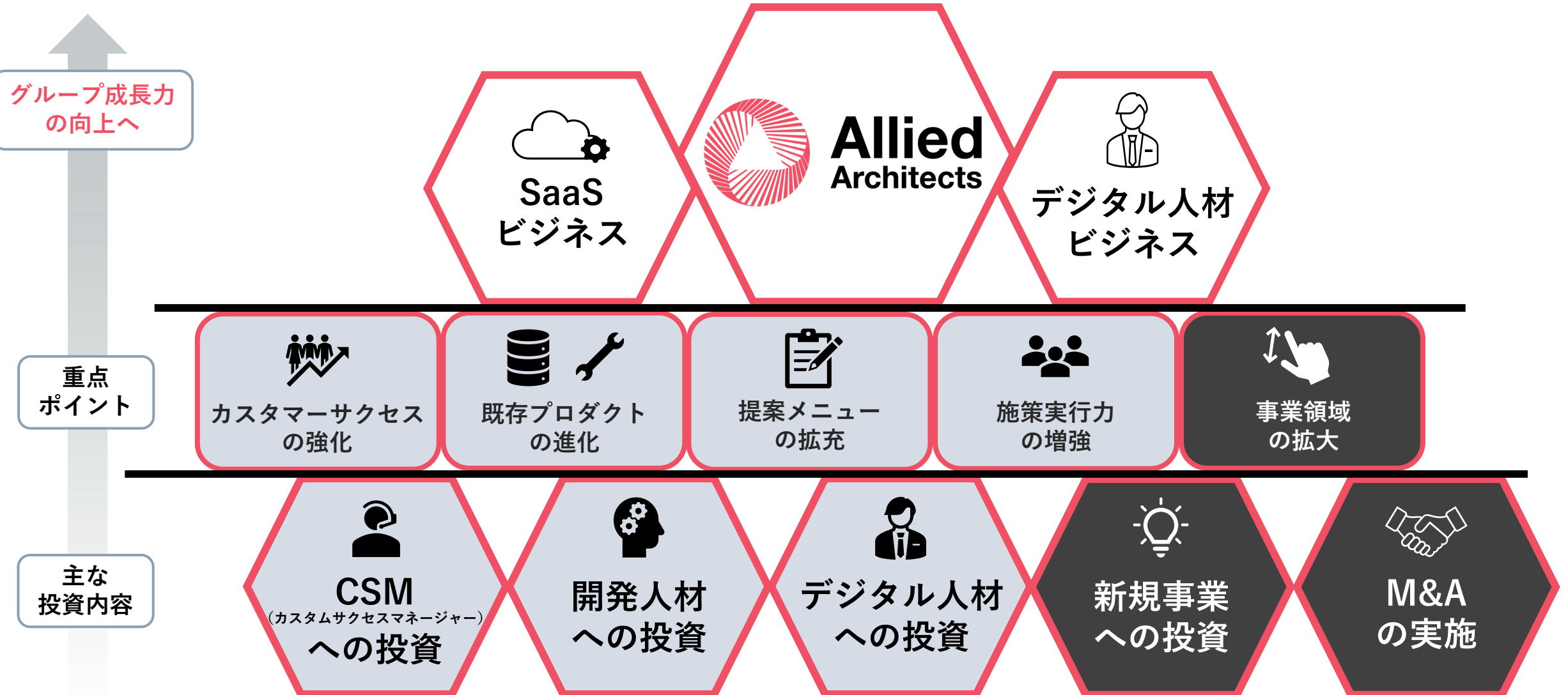
2023年以降の飛躍に向けて
「プロダクト・サービスを磨き上げ、
グループ成長力の更なる向上」
を目指す

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

2022年における成長投資の基本方針

人材を中心とした成長投資を実施し、グループ方針で掲げている『顧客企業との取引拡大の重点ポイント』を徹底強化すると共に『事業領域の拡大』を目指す

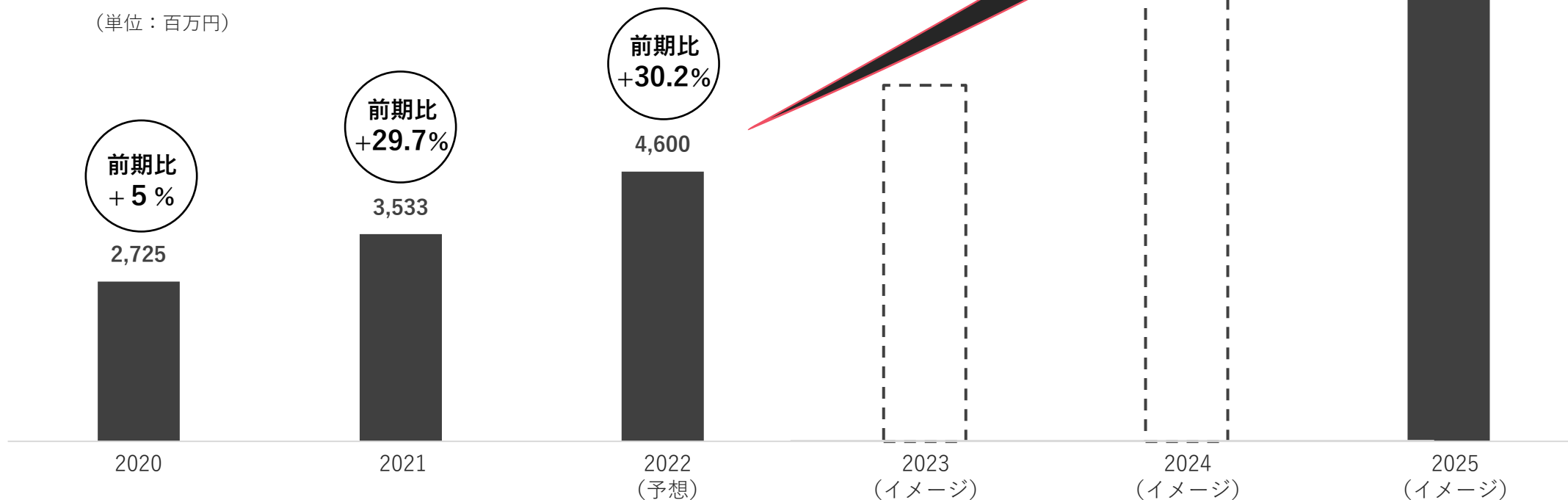


売上高100億円の早期創出へ

今期の成長投資を起点に売上成長率を更に高め
2025年までに売上高100億円突破へ

成長投資の実施により
売上高CAGR30~35%
を目指す

(単位：百万円)



事業別戦略



SaaS ビジネス

国内SaaS事業

海外SaaS事業



国内外で展開するSaaSツール中心のビジネス

マーケティングDXに効果的な制作・EC・デジタル販促の3領域に特化

動画制作

LetroStudio

2020年5月～

制作

UGC

SNSやブログでの口コミなど、「ユーザー生成コンテンツ」のこと
(User Generated Contentsの略称)

UGCの活用

EC

Letro

2016年6月～

デジタル
販促

echoes

2018年3月～

SNS
プロモーション

SNS活用・UGC制作支援

(創業来サービス)

monipla
ファンブログ

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

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

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+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

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

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

主ツール Letro の強み

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

Letro

月額利用料：12万円～


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



最適化運用する
テクノロジー


「運用型UGC」
を提供



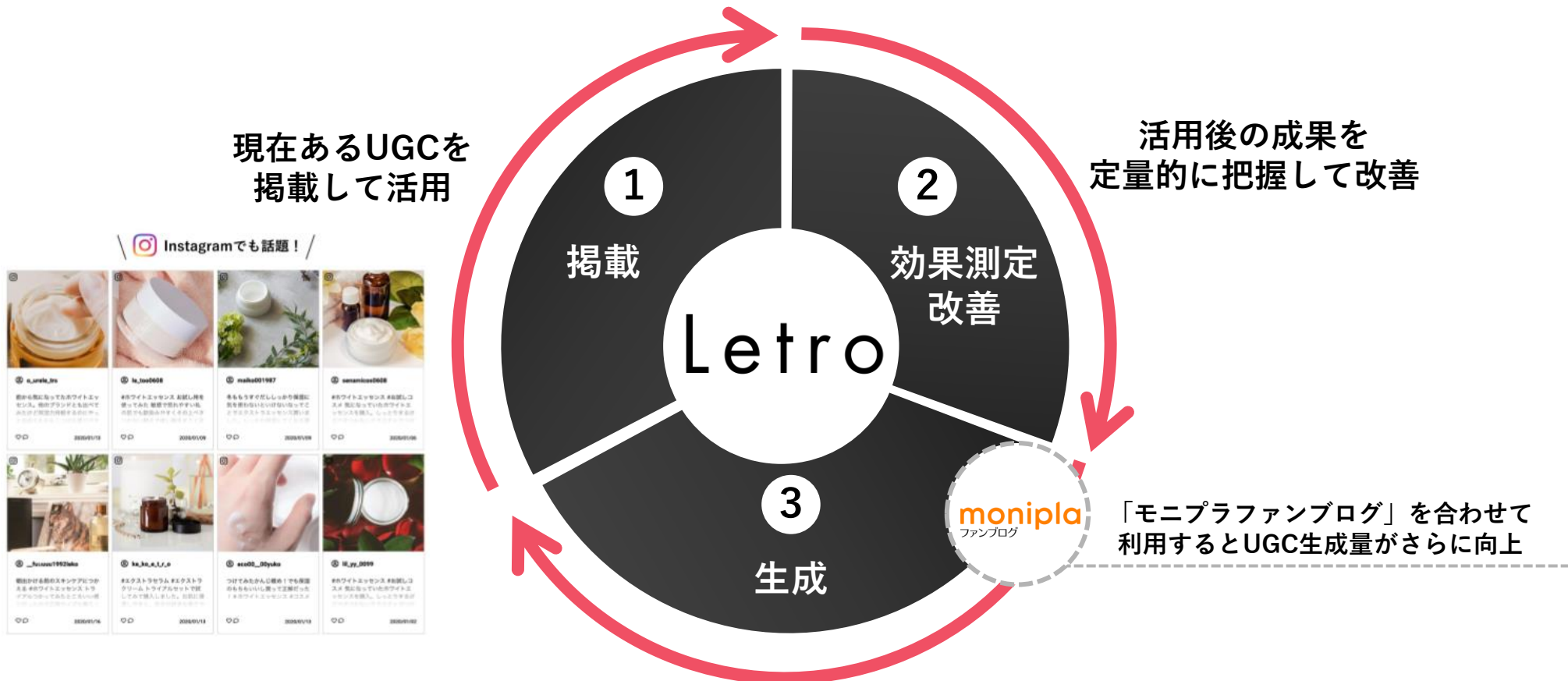
成果向上をサポートするCSM人材

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

EC領域において UGCの効果検証だけでなく改善に導く



定量成果をもとに
さらに細分化してUGCを生成

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・顧客単価向上を目指す

顧客化

新規顧客向け施策

- ・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を実施
- ・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

注力

既存顧客向け施策

- ① 【製品の強化】
(機能改善や新機能の開発、API連携等)
- 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)

注力商材

Letro



【アップグレードの強化】

従量課金テーブルなど顧客の成果に応じた提案を積極的に実施

- ・ UGC生成
- ・ WEBサイト制作・改善
- ・ LPの最適化
など各種メニュー

2022年3月、「通販業界におけるUGC活用ツールNo.1」を獲得
数多くのEC・D2C事業を展開する企業で導入

通販業界における「UGC活用ツール」※1
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

化粧品・スキンケア				
ORBIS	Attenir	ETVOS	DINÉTTE	SUZUKI HERB LABORATORY
watashi+ by shisenbu	BULK HOMME	LEVANTE	KENKOU CORPORATION	BRIGHTAGE
ELECTORE	おいしいと健康 Glico	NATURES WAY	épauler	CherChoux
tattva	ETUDE	CHURACOS	TBC Online Shop	
食品・飲料				
WAKAZE	MIL	BASE FOOD	Muscle Deli	KAGOME
Radish Boya	エバラ			
ヘアケア		雑貨・アパレル・旅行		健康食品
La Sana	MEDULLA	TOYSRUS BABIESRUS	CAINZ	NEVER SAY NEVER ロート製薬
REDVision	SOCIA	体.com	nissen	BELTA
				NATURALTECH

顧客満足度向上のために 通販カートシステムとの積極的なAPI連携を展開

サブストア様

ECでのサブスク・D2C・定期通販のビジネスに必要な商品管理、顧客管理等の定期購入システム・カートを一元管理できるクラウドシステム

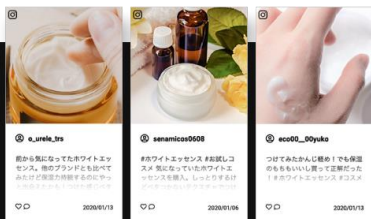
単品リピート通販市場でシェアNo.1
導入アカウント数1,000超
年間取引総額1500億円超



サブスクストア



Letro

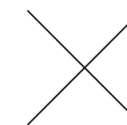


API連携により継続的な
UGC生成機会を創出

リピスト様

D2C通販・定期/単品通販専門カートシステム
導入社数約1,200社
流通総額年間約900億円

10年のノウハウときめ細かなサポート支援で
多くの企業が事業立ち上げから1年以内に
年商1億円オーバーを達成



Letro



API連携により継続的な
UGC生成機会を創出

機能拡張・啓発施策によるサービス価値向上と 2022年5月から提供開始のLINE広告専用パッケージ「エルスタ」で顧客層拡大



LetroStudioとLINEが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

LINE広告に最適な規格の対応はもちろん、
成果につながりやすい200を超える
動画テンプレートが実装されており、
動画広告の企画・構成面から制作・編集までを
一気通貫で支援

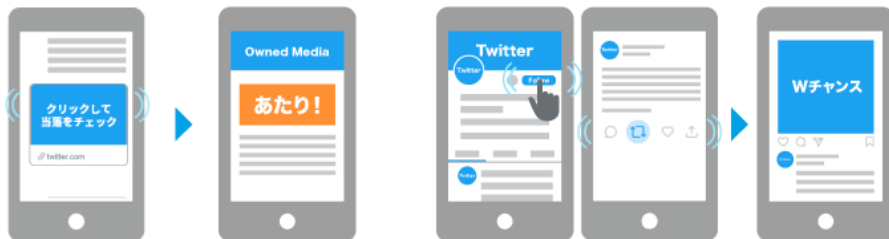


2022年6月から提供を開始した新サービス「echoes Link」や「TikTok」連動で顧客のビジネス成果向上に貢献



echoes Linkが発行するタグをサイトに埋め込むことで
Twitterキャンペーンの当落結果を即時に
サイトで確認可能に

オートリプライやTwitterログイン認証を活用して
Twitterキャンペーンに参加
ユーザーを他SNSアカウントへ誘導



アサヒグループ食品株式会社様

echoesを活用することでTwitterからTikTokに
シームレスで誘導する「連動型キャンペーン」が実現。

TwitterとTikTokの媒体特性の相乗効果により
生活者との接点を最大化。

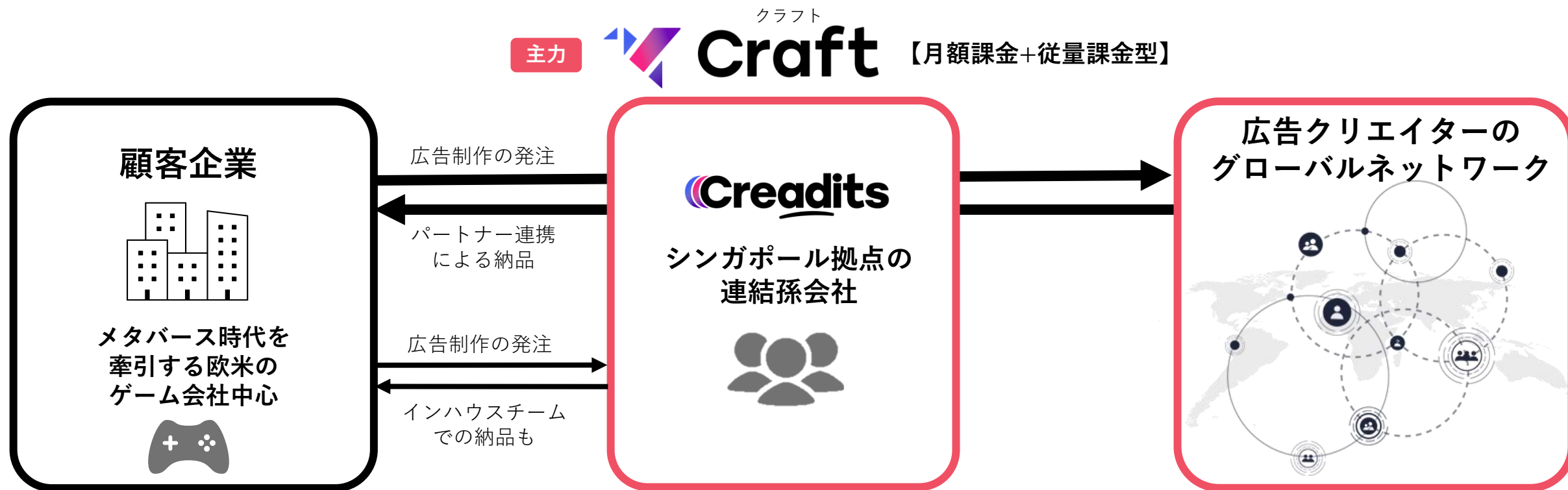
アサヒグループ食品

アカウント開始を記念して
Twitter・TikTok連動
キャンペーンを開催



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

世界中の企業と広告クリエイターをつなぐマッチングサービス



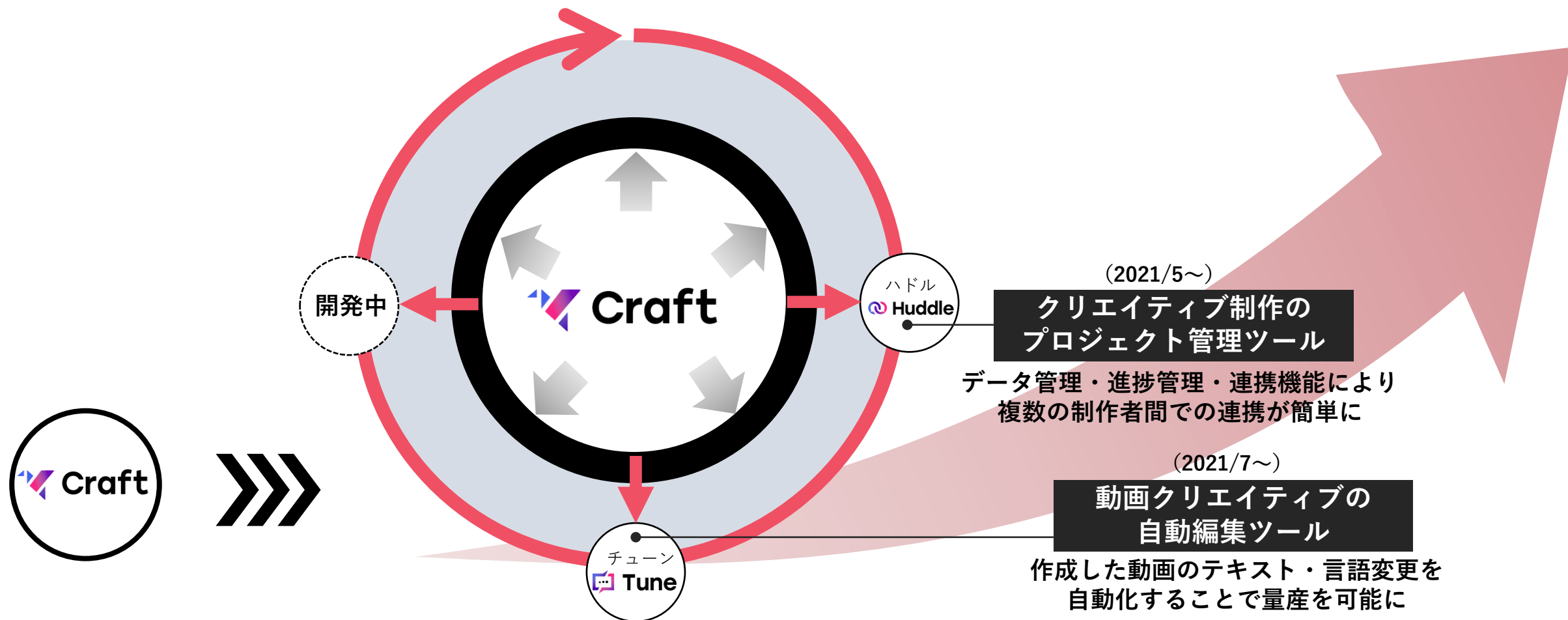
- ・ 欧米企業 : 約92%
 - ・ ゲーム業界 : 約70%
- (2022年6月末時点の売上比率)

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

制作データ資産を活かして新たにSaaSツールを開発し
クリエイターに利用してもらうことで「Craft」の提供価値・提供スピードが向上

サービス開始時

制作データ資産の蓄積+新たなSaaSツールの開発 = 生産性の向上



メタバース※を牽引するGlobal Top300のゲーム会社のうち
100社獲得に向けた成長基盤が整う

 **Craft** 月額利用料：5,000USD～

3Dなど難易度の高い
クリエイティブ制作

スキル特化型
クリエイター
集団



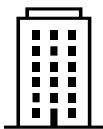
生産性を
高めるツール

 Huddle  Tune



CSM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

『スキル特化型クリエイターの拡充』 + 『内製力の強化』 の2軸で供給力を高め
ストック売上の増加・顧客単価向上を目指す

新規顧客向け施策

- ・メインターゲットは引き続きGlobal Top300
- ・顧客獲得はアカウントベースマーケティングで

顧客化

注力

既存顧客向け施策

- ① 【供給能力の拡充】
- ② 【CSMの拡充】
- ③ 【新SaaSツール開発による生産性向上】

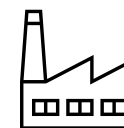
【外部リソース】

スキル特化型
クリエイター
の拡充



【インハウスチーム】

スキルごとに費用効率のいい場所で
採用し、社内ツールの活用によって
Global製作工場を拡張



旺盛なメタバース需要に対応すべく内製力も強化

2Qでは拠点の増設や人材の拡充など ARR40億円達成に向けて積極的な成長投資を実施

拠点

供給量の拡充のため今期1拠点を追加し、全5拠点体制に。
インハウス割合の増加を目指す

従業員数

2QではCSMを中心に積極的な採用を行った他、
マレーシアの制作チームが加わったことにより大幅増員

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

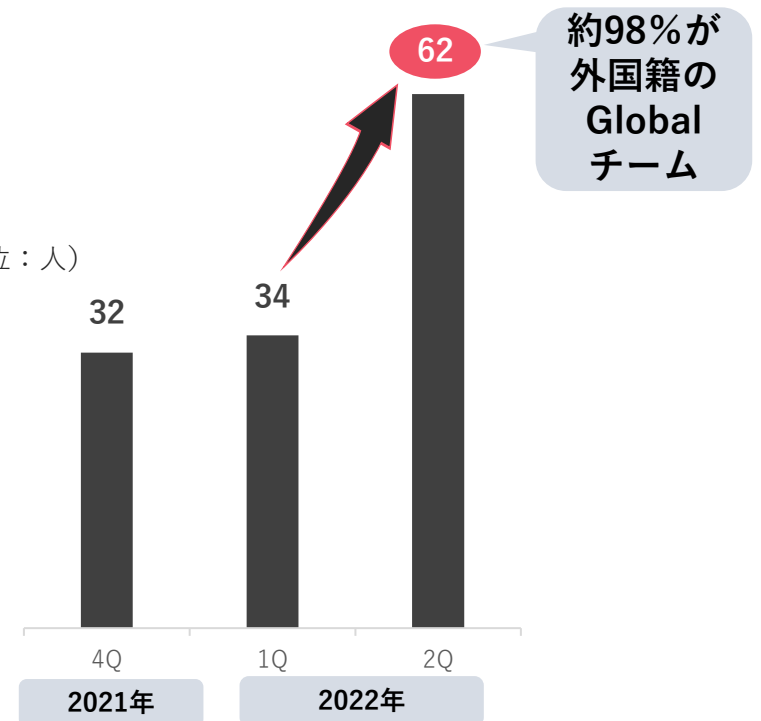
NEW

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

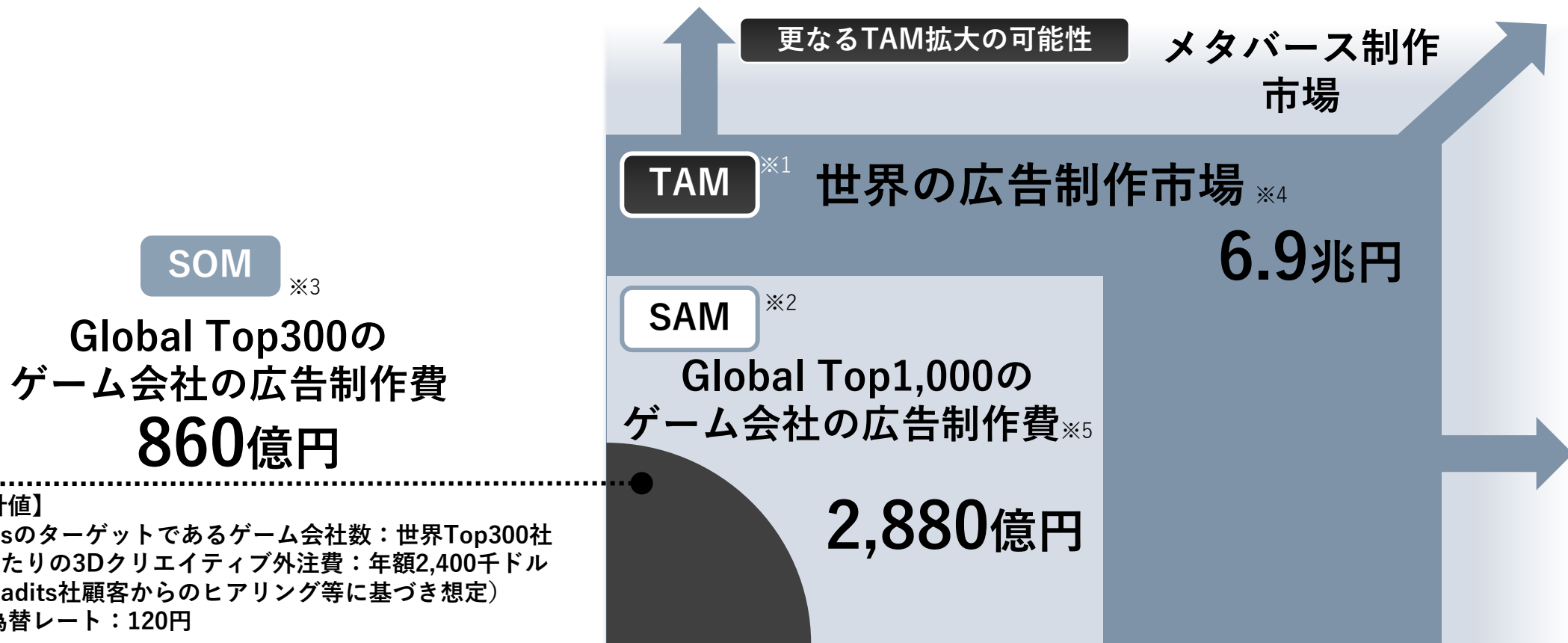
US
(New York/Austin)

2015年8月設立の
拠点

(単位：人)



まずはGlobal Top300のゲーム会社の広告制作費860億円市場に対し、
高度な3D制作技術を武器にシェア拡大を目指す



【当社推計値】

- Creditsのターゲットであるゲーム会社数：世界Top300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
(Credits社顧客からのヒアリング等に基づき想定)
- × 想定為替レート：120円

※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。Credits社のターゲットであるゲーム会社数(1000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(Credits社顧客からのヒアリング等に基づき想定)×120円(為替レート)

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

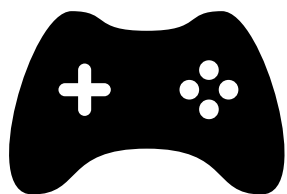


3D等の高品質な
制作物を供給



◀ 制作事例

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

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

『企業とファンの関係構築』を推進するデジタル人材による コンサルティング事業を中心に展開し、昨今ではSaaSツールの提供も推進



SaaS
ツール

新規事業

ファンベースカンパニー との共同開発

ファン度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)』

(2021/11~)



ファンベース実践Webサービス
『Fan道 (ファンドウ)』

(2021/6~)



デジタル
人材中心

既存事業

主力：売上比率 99.6%

生活者との
コミュニケーション戦略・施策
を総合的にアドバイス

デジタル広告運用

SNSアカウント運用

ファンベース実行支援

ファンベース

「ファンを大切にし、中長期的にファンを
ベースに売上高や事業価値を高める」
という考え方



SaaS
ツール

新規事業

新会社NBCの 新サービス

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『Qumiai (くみあい)』

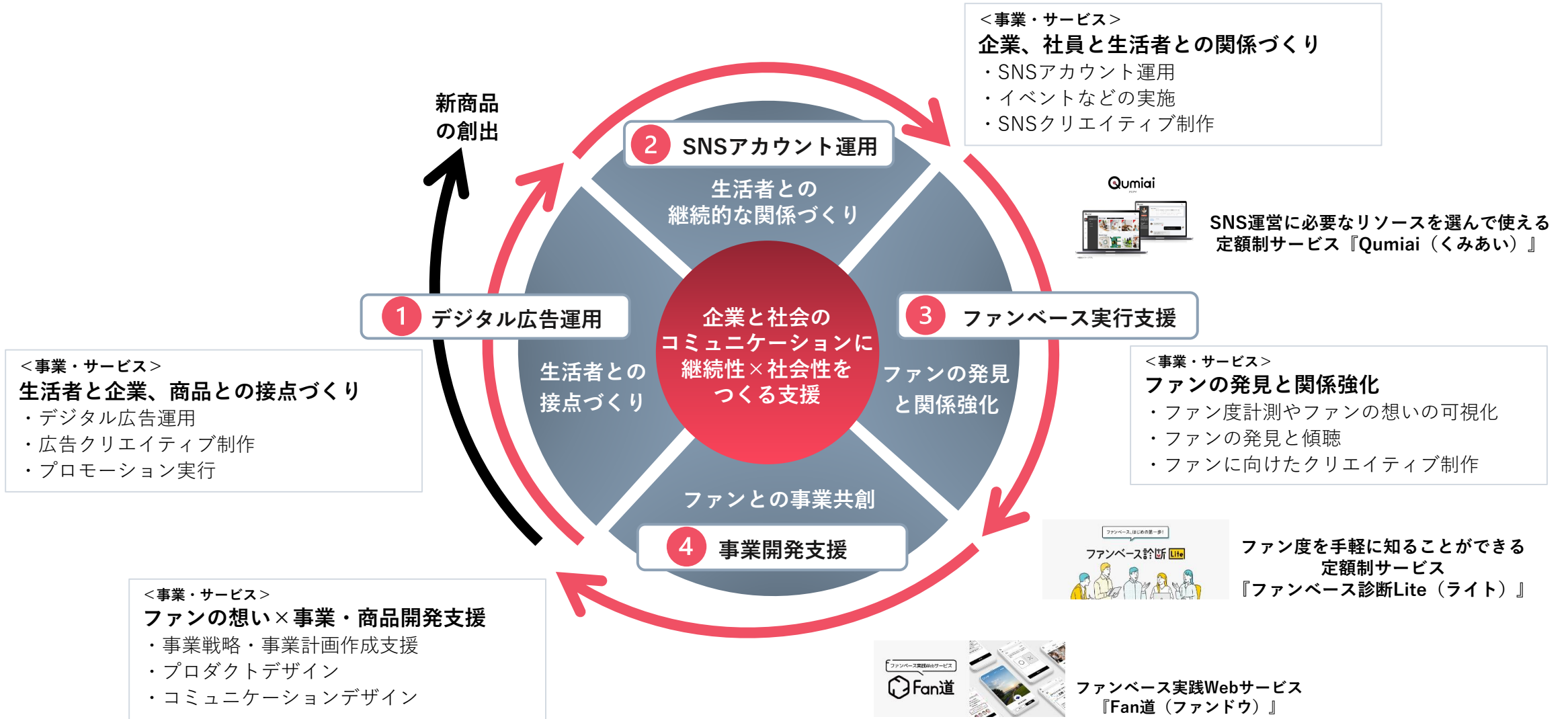
(2022/2~)

Qumiai
クミアイ



*画面はイメージです。

企業と「生活者やファン」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



人材投資によって複雑化する顧客ニーズへの対応力を強化、 新規事業による顧客層の拡大も狙う

・顧客獲得はこれまで紹介が中心

新規顧客向け施策



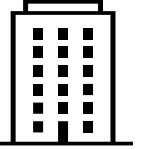
・低額のSaaSツールをドアノック商材として
中堅企業にもアプローチ

顧客化

既存顧客向け施策

旺盛な需要に応えるべく
【人材の拡充】を行い、
更なる取引拡大を目指す

現状は
大企業中心
の顧客構成



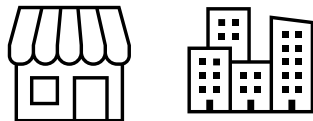
SNSプランナー・ファンベース実行支援の
コンサルタントなどの人材、
SaaSツール開発のエンジニア等

【ターゲット】
地方・中小企業

NEW

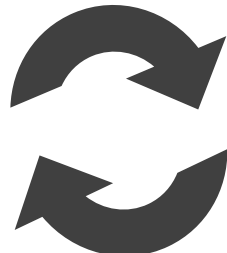


DIGITAL CHANGE



取引金額：低

顧客紹介



ノウハウ
提供



Allied
Architects



取引金額：高

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

SNS運営に必要なリソースのシェアリングサービス「^{クミアイ}QUMIAI」 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】



*画面はイメージです。

月額利用料：10万円～

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

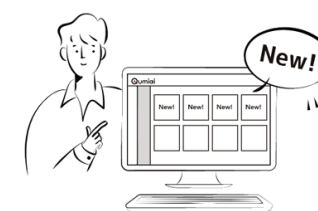
専門スタッフによる
クリエイティブの支援



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%

NEW

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： 179百万円※1（2021年8月期※2）

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

※1 旧収益認識基準での金額

※2 2021年8月に決算日を変更しており、2021年4月～8月の5ヶ月間の金額

双方の強みを活かして
成長余地の大きい『地方中小企業のマーケティングDX』を支援



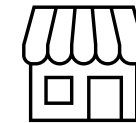
DIGITAL **CHANGE**



都市圏の大手企業中心の
販売促進支援



SNS特化の
コンサル&クリエイティブ



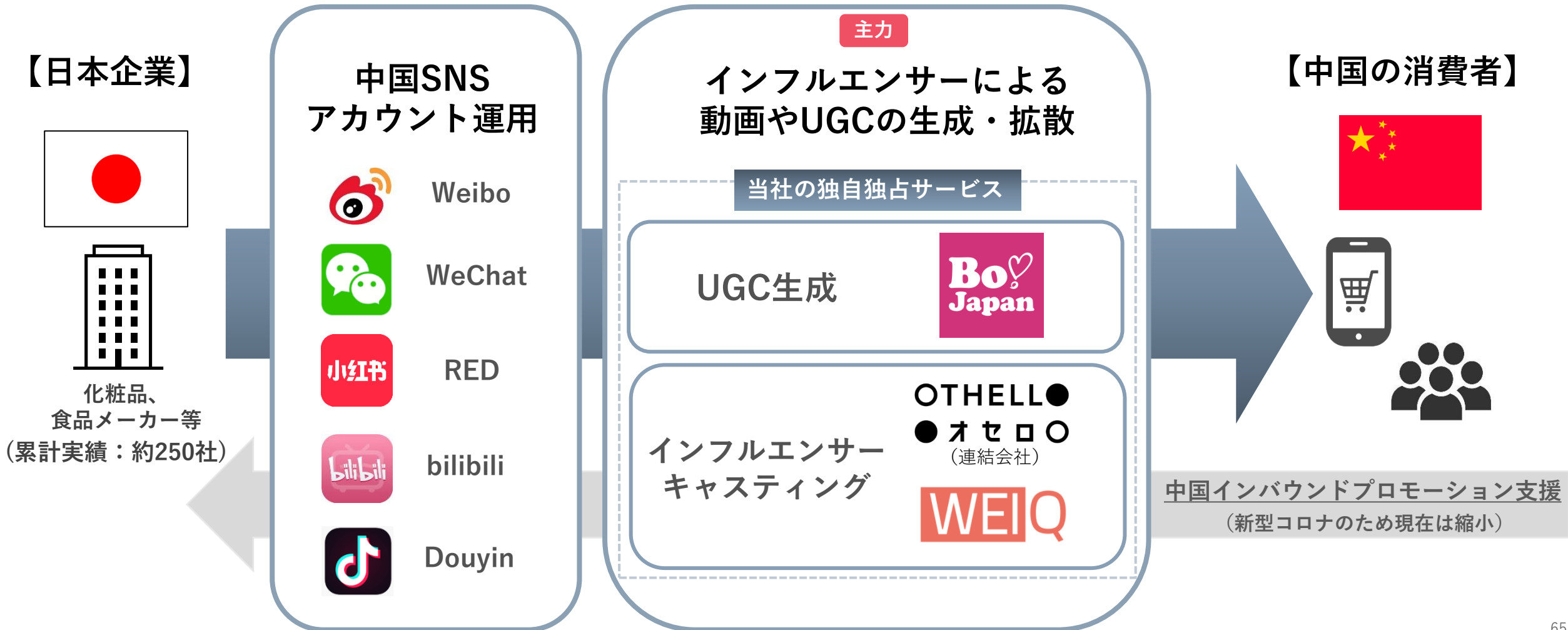
地方の中堅~中小企業の
集客・販促支援



リスティング広告の運用力と
新規顧客獲得力



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



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

当社アライドアーキテクトが
独自に構築する
在日中国人女性コミュニティ



在日中国人女性インフルエンサー
【約3,400人】とのネットワーク



▲ 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● (連結会社)
● オセロ○

中国で人気のある日本人インフルエンサー
【17人】が所属、ダイレクトにアサイン可能



◀ あさぎーによ



大口智恵美 ▶

当社が独占販売権をもつ
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180万人】をキャスティング可能



▲ 登録KOL例



▶ プロモーション事例

※ 人数はいずれも2022年6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
インフルエンサーの拡充・新たな顧客層の開拓により成長を目指す

新規顧客向け施策

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

- ・ 営業体制強化のため人員を拡充
- ・ WEBセミナーを定期的開催

顧客化

既存顧客向け施策

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

- ・ 「BoJapan」：SNS影響力の高いインフルエンサー
(動画制作力が高い、ライブ配信が上手など)
を獲得・育成
- ・ 「オセロ」：専属インフルエンサーに注力

ストック売上
創出へ



現状は非ストック売上のみの構成となっているが
ストック売上を構成するサービス形態を確立し
収益の安定化・季節変動の緩和を目指す

中国向け施策を一気通貫で支援した結果、 開始からわずか2ヶ月で販売件数1.6倍の高成果を創出

株式会社ブリスコア様

- 【1】 施策全体の見直し・マーケティングプランニングの再構築
- 【2】 マーケティング施策支援・プロモーション策定から実施・運営
- ・ WeChatファンコミュニティの立ち上げ
- ・ WeChat動画アカウントの立ち上げ
- ・ RED、WeChatでのKOLプロモーション

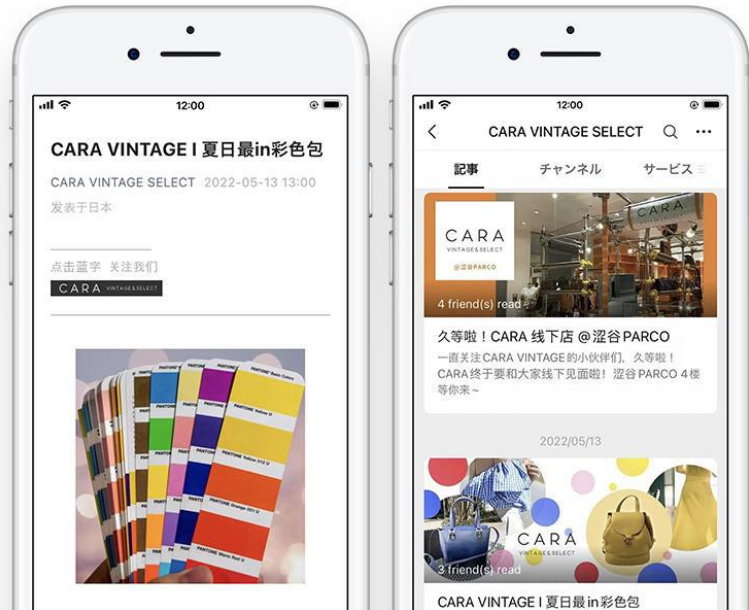
単月販売件数
1.6倍

支援開始からわずか2ヶ月でWeChatミニプログラムの単月販売件数が約1.6倍に増加

CARA

VINTAGE & SELECT

WeChatミニプログラムの
単月販売件数が約1.6倍



今期業績予想



6

2022年12月期通期業績予想※1

売上高は前期比+30%の高成長を継続する見込み
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 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。

※2 2021年12月期は営業外損益79百万円(為替差益40百万円、持分法投資利益37百万円 他)および特別損益特別利益119百万円(投資有価証券売却益173百万円 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



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



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

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

Appendix

会社概要



**Allied
Architects**

アライドアーキテクトゥという社名には「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ゥ株式会社
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

従業員数 連結219名（2022年6月末時点）

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：8社

（2022年6月末時点）



沿革

JAPAN

2008.5
「モニプラファンブログ」
サービス開始

2005年8月
創業

2013年11月
東証マザーズ
上場

2014.3
シンガポールに海外法人（現 Creadits Pte.Ltd.）設立

2015.8
Creadits：USに営業拠点設置

2016.3
ベトナム・ハノイに開発拠点設立

2016.4
中国向け広告コンテンツ拡散支援サービス「WEIQ」の
日本における独占販売契約を締結

2016.9
Vstar Japan株式会社（現 株式会社オセロ）設立

2018.6
Creadits：「CREADITS®（現Craft）」提供開始

2018.8
ベトナム・ホーチミンに開発拠点設置

2018.9
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」提供開始

2019.9
Creadits：UKに営業拠点設置

2015.8
SNS広告運用支援専門チーム設置

2016.6
UGCの収集・活用支援サービス「Letro」の提供開始

2018.3
SNSキャンペーンツール「echoes」の提供開始

2019.5
株式会社ファンベースカンパニー（持分法適用関連会社）設立

2020.5
動画制作支援サービス「LetroStudio」の提供開始

2021.4
株式会社ネクストバッターズサークル（略称NBC）設立

2021.5
株式会社しまうまプリントよりSNSに特化
した撮影サービス「torutte」事業を継承

2022.2
NBC：SNS運営に必要なリソースの
シェアリングサービス「Qumiai」提供開始

2022年4月
東証グロース
市場を選択

2022.5
Creadits：マレーシア
に営業拠点設置

2021.5-7
Creadits：SaaSツール
「Huddle」「Tune」をリリース

GLOBAL

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

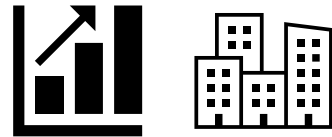
or

M&A
での獲得

既存事業における4つの成長戦略

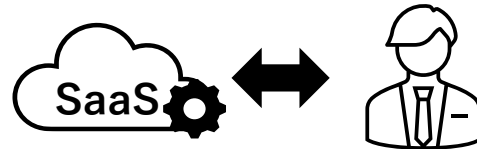
下記の4戦略を軸に
既存事業の売上高CAGR30~35%を実現に導く

1



既存顧客との取引拡大

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** : 既存顧客との取引拡大

下記の重点ポイントを軸に既存顧客との接点を深め、
取引規模の拡大・契約期間の長期化を目指す

取引拡大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



提案メニュー
の拡充



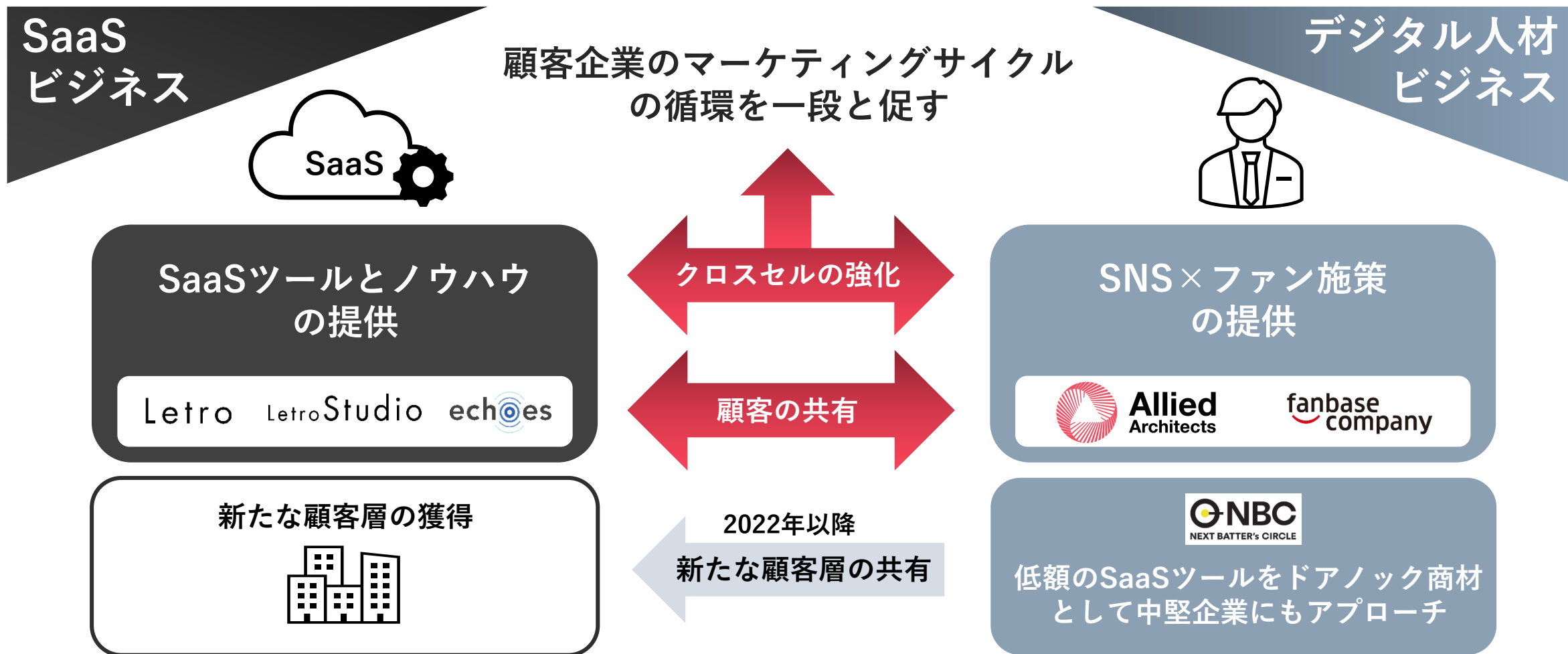
カスタマー
サクセス強化



LTVの最大化へ

既存事業の成長 **2** : 国内事業のシナジー追求

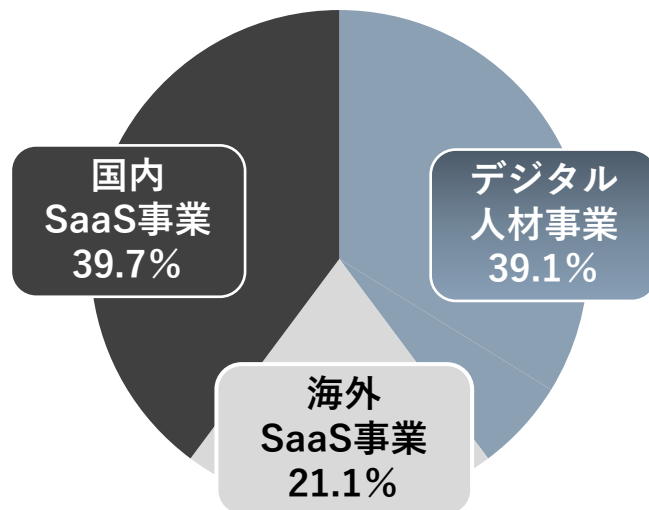
SaaSビジネス・デジタル人材ビジネスのシナジー追求によって
グループ全体の成長力を高める



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
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

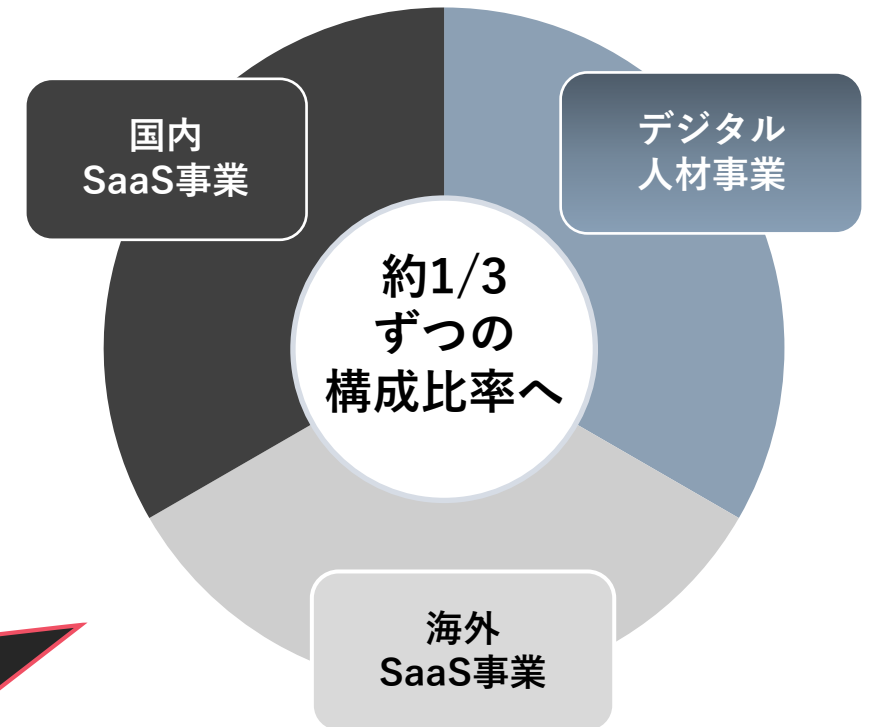
ゲーム
広告制作

メタバース
クリエイティブ

既存事業
の成長

+

新領域
の開拓



約1/3
ずつの
構成比率へ

※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

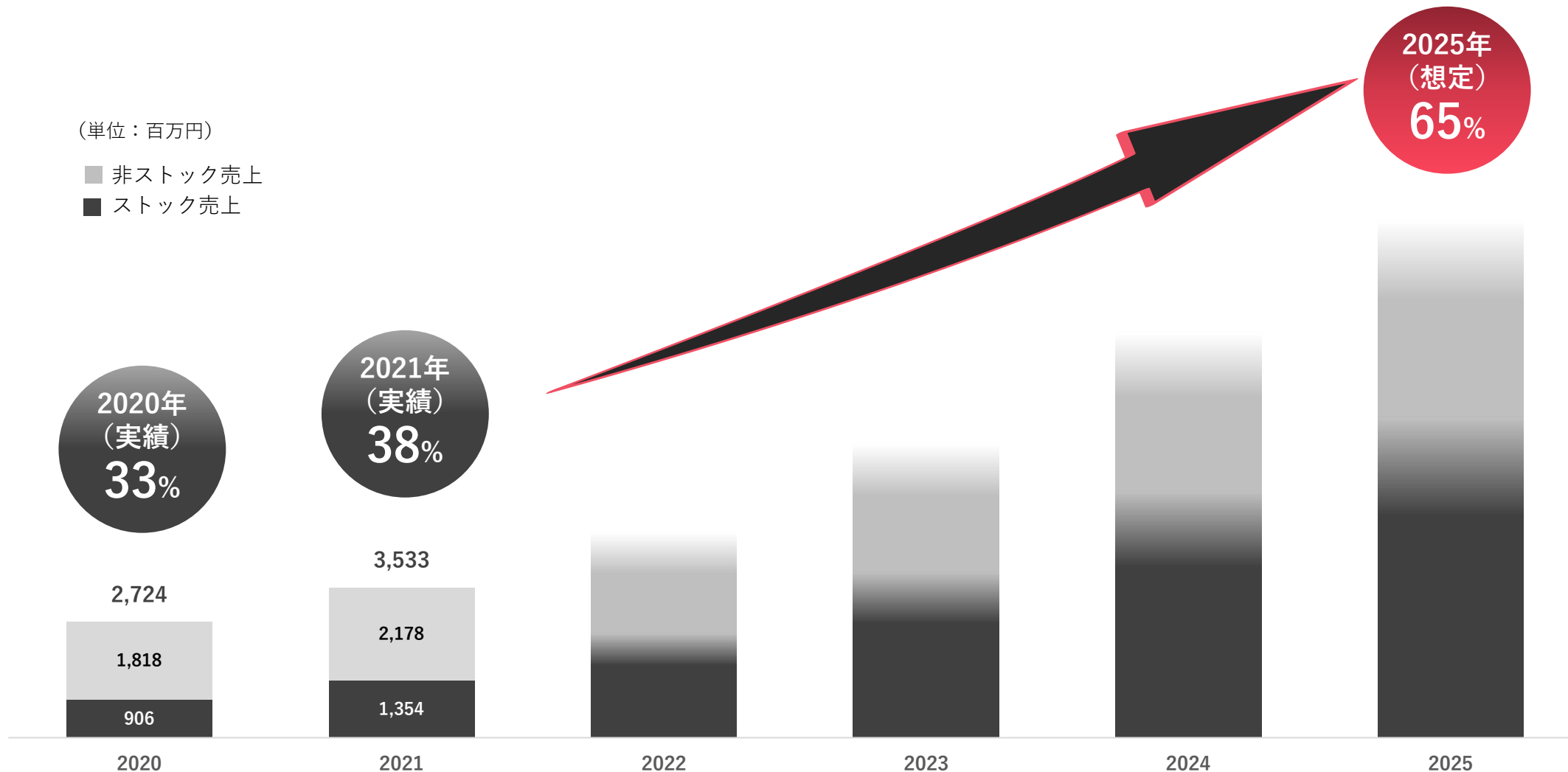
※2 改正企業会計基準第29号 収益認識に関する会計基準適用後の売上高構成比

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38%から
2025年に65%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



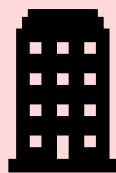
M&A・新領域の開拓

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

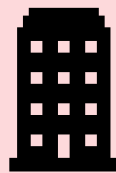
マーケティング
DX支援事業



NEW

新領域の事業性質を持つ企業の
獲得を検討

新領域



NEW

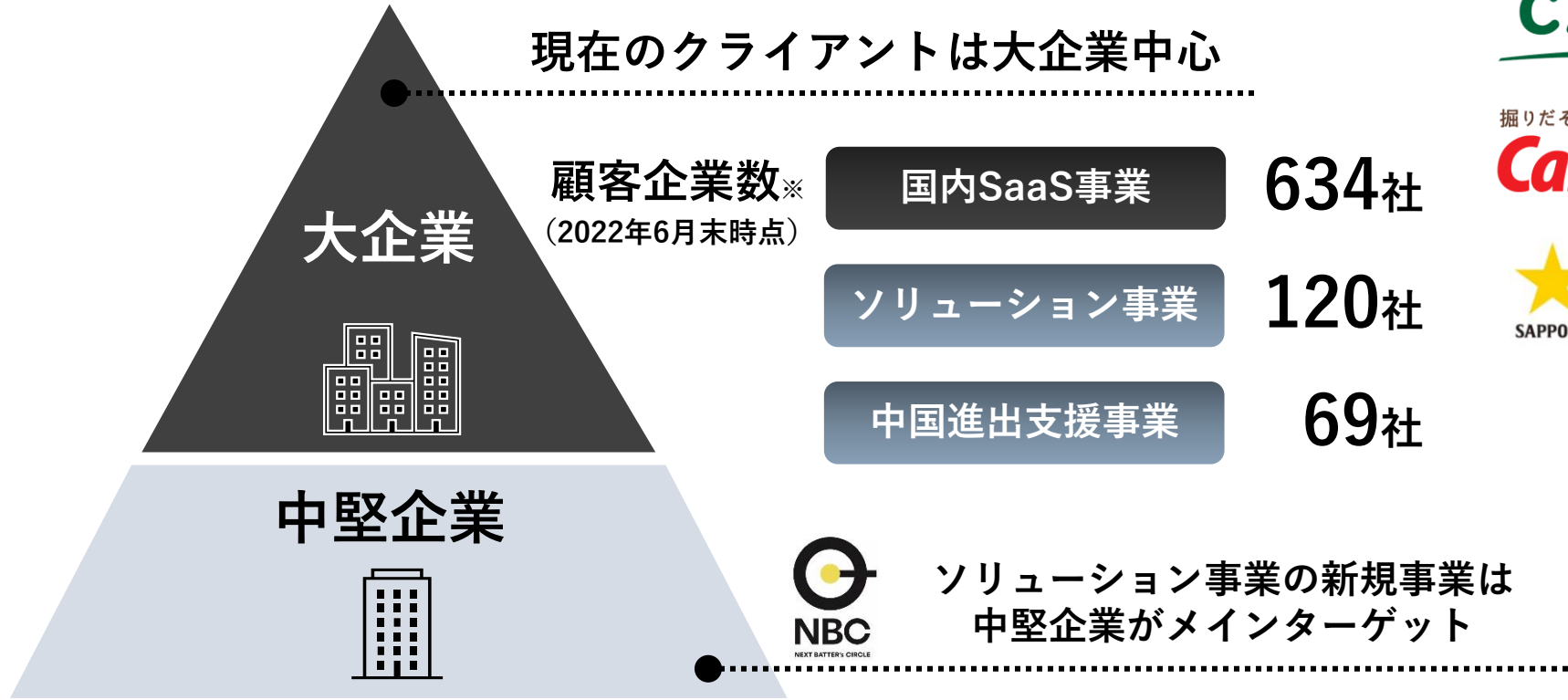
新領域の開拓構想

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



国内事業の顧客企業数

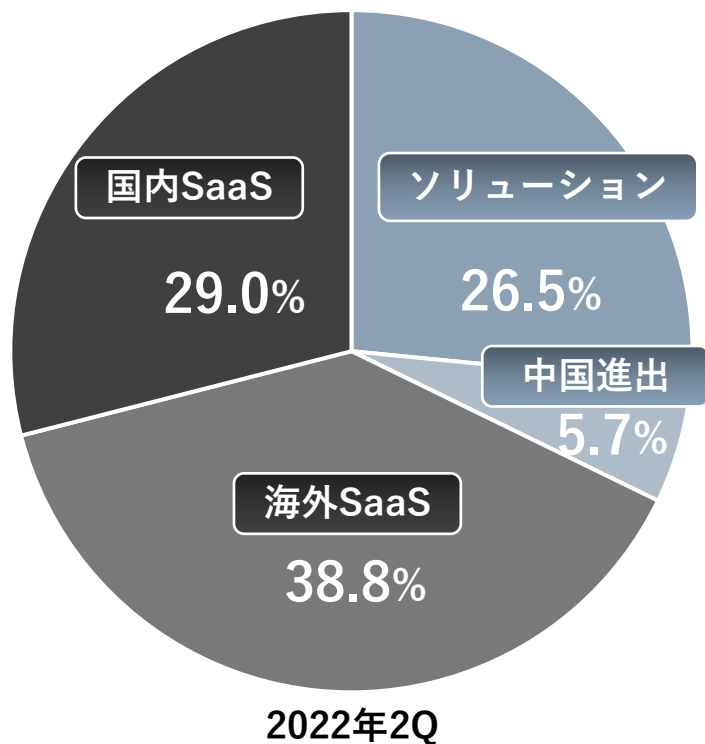
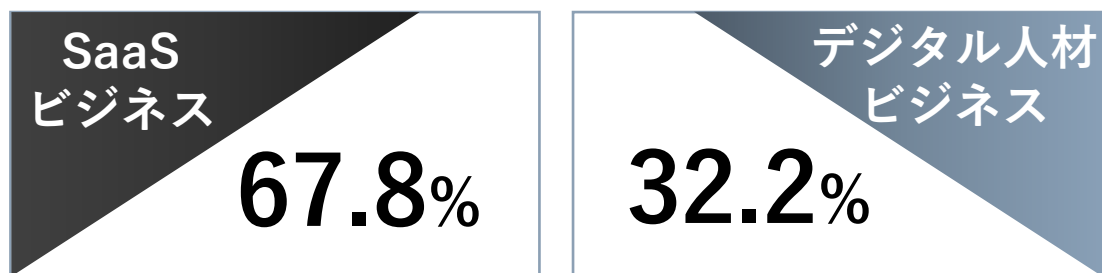
マーケティング予算が豊富な大企業中心の顧客構成
 今後は新規事業において新たな顧客層の獲得へ



※ 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

売上構成比（SaaS・デジタル人材）

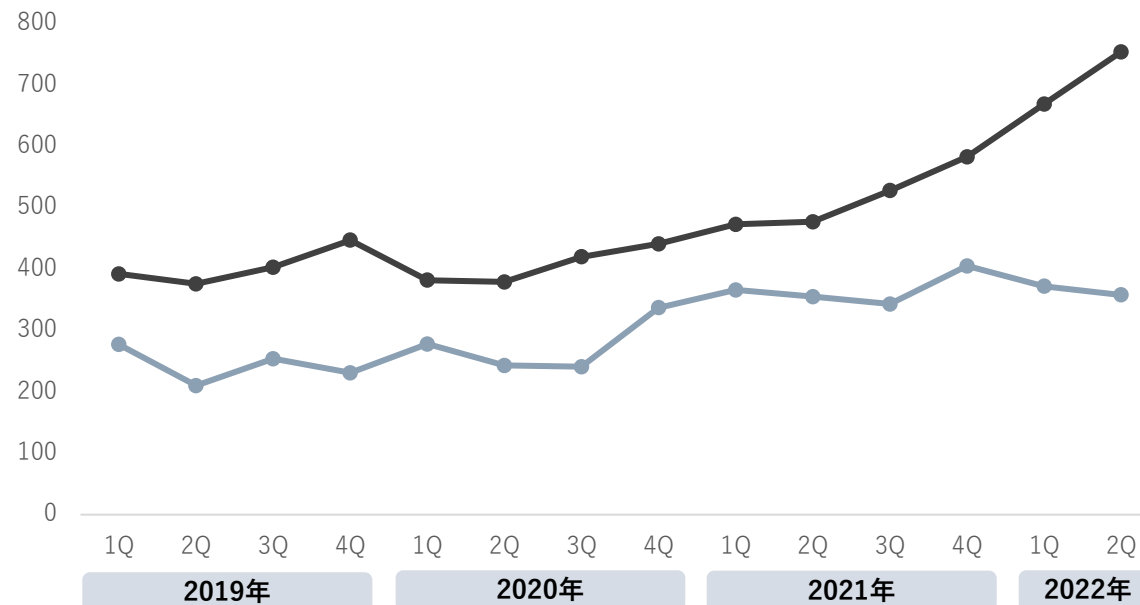
積み上げ型中心のSaaSビジネス
+ 大口継続取引中心のデジタル人材ビジネスで構成



- 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

(単位：百万円)

売上高四半期推移

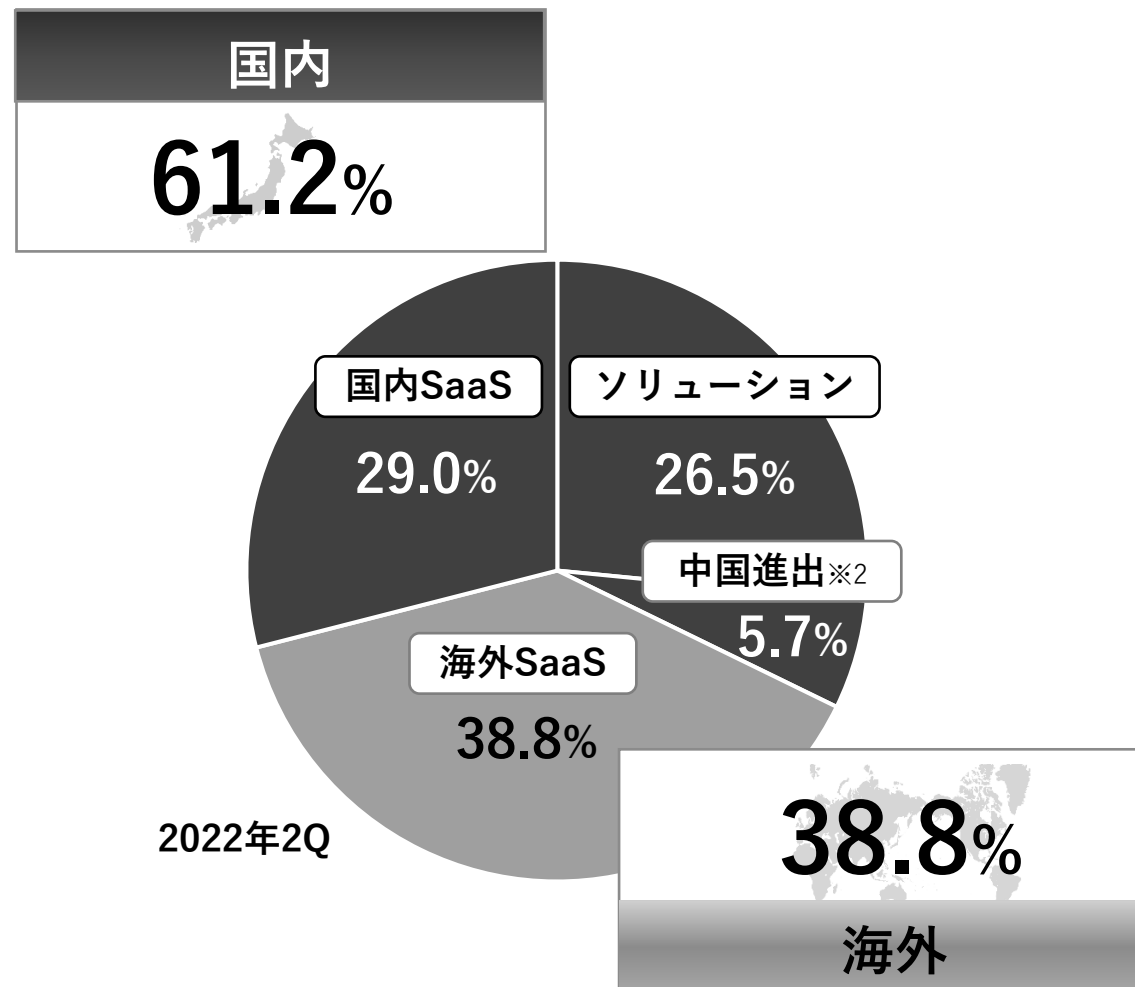
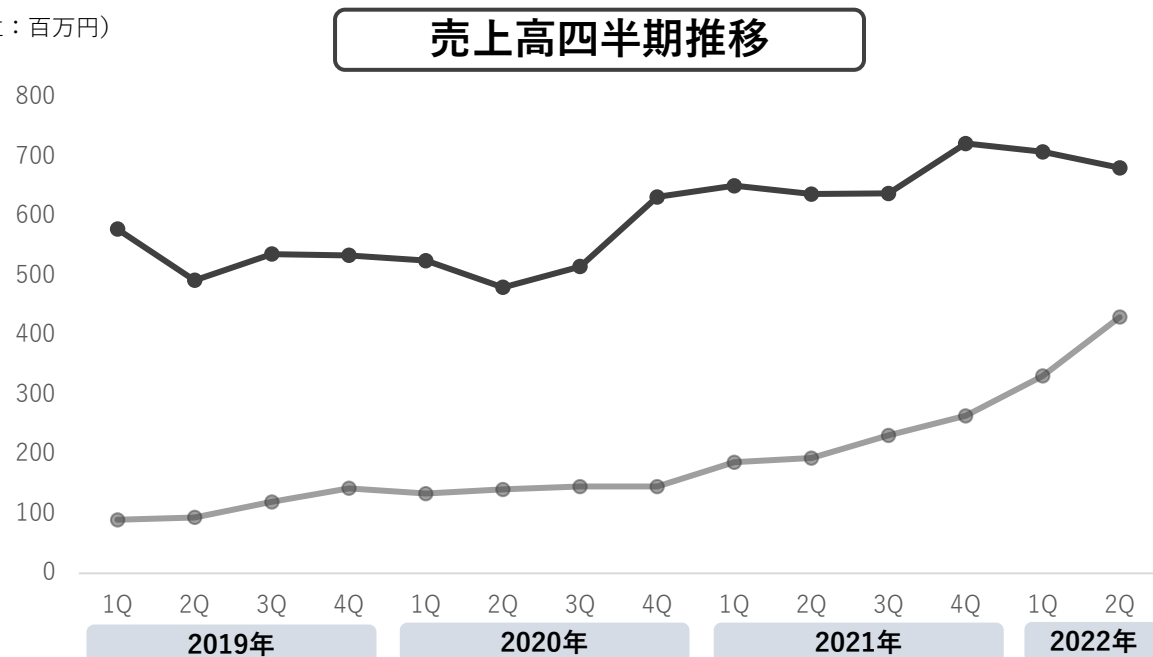


売上構成比（国内・海外）

シンガポールHQ^{※1}による海外事業の構成比が
2021年通期の約2割から2022年2Qでは4割弱に拡大

- 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、成長可能性が高いと見込んでおりグループ内でも存在感のある事業に

（単位：百万円）



※1 HQ=Head Quarterの略。海外事業はシンガポール拠点の連結会社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

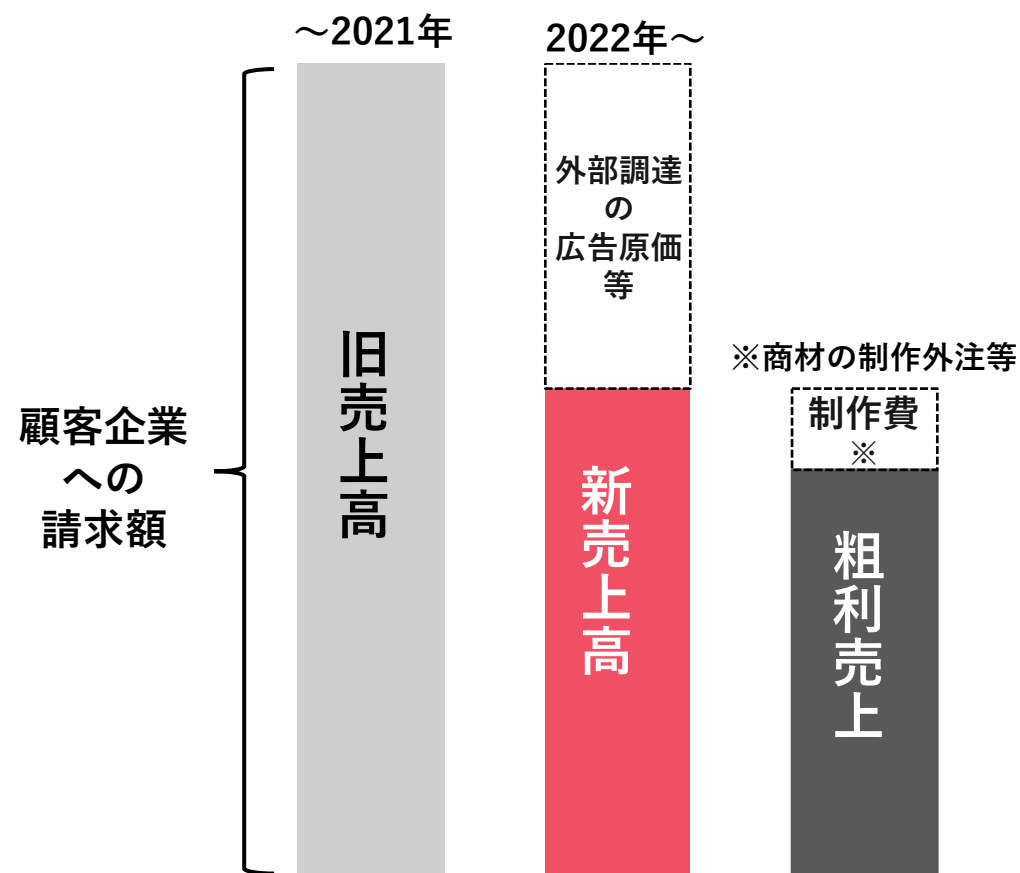
ストック売上・非ストック売上の内訳

	ストック売上	非ストック売上	
国内 SaaS	Letro	月額料金（従量課金型）	初期費用、オプションメニュー
	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（従量課金型）	追加発注の利用料、都度発注顧客の利用料
	Huddle	月額料金（従量課金型）	追加発注の利用料
	Tune	月額料金（従量課金型）	追加発注の利用料
ソリューション	SNSアカウント運用	月額料金	初期費用、月額料金以外の売上（広告・制作・イベント等）
	ファンベース診断 Lite	月額料金（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

現状はストック・非ストックの概念無し

「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.87）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～

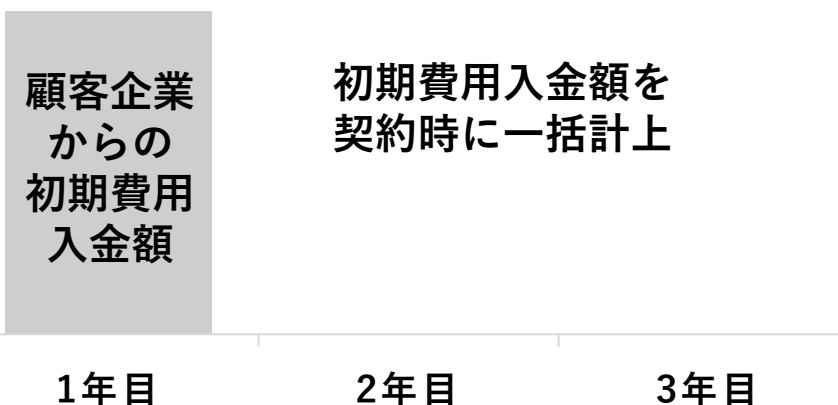
①
【影響度：大】
ソリューション事業
における
広告運用代行

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



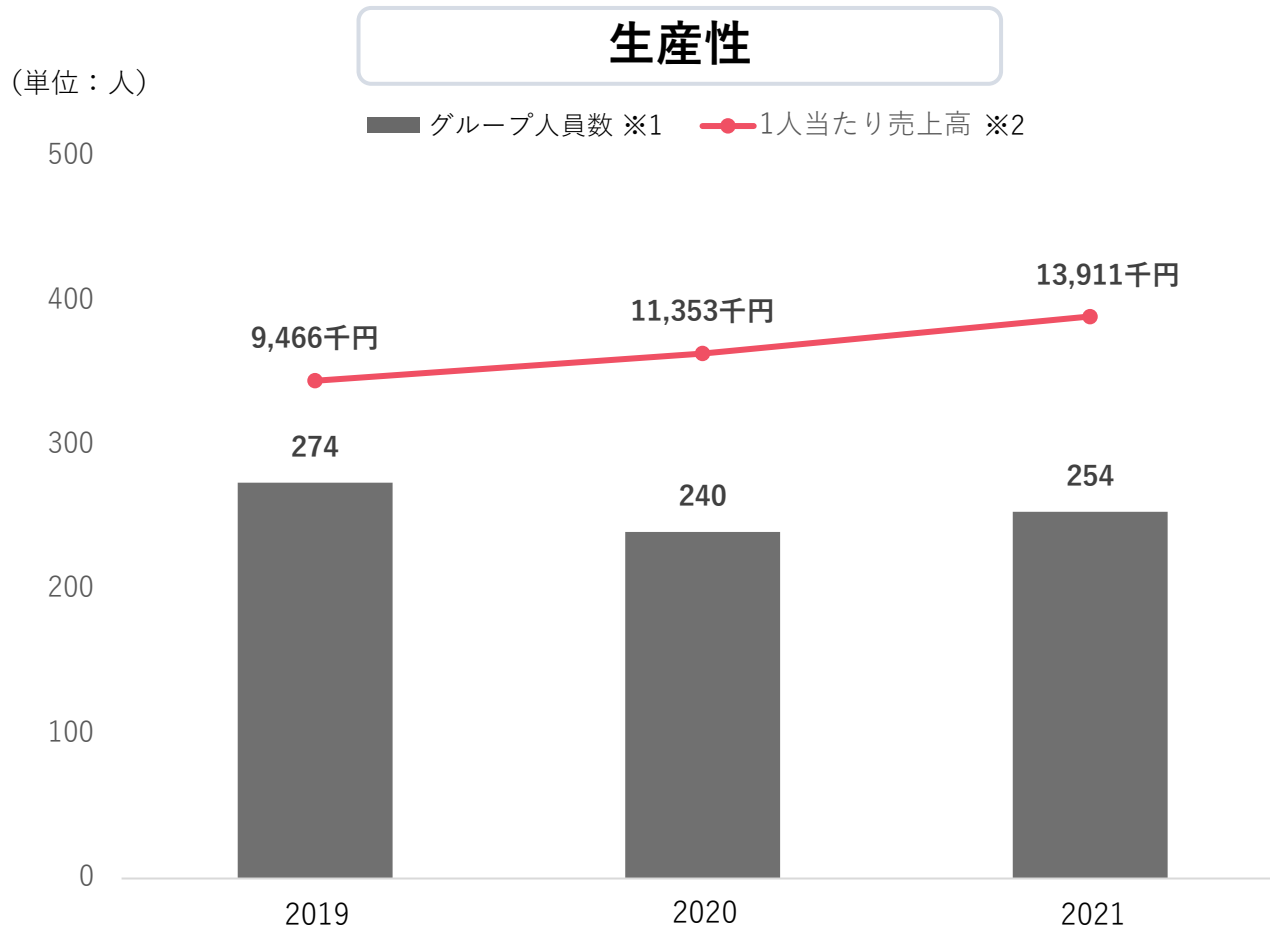
四半期連結業績の推移

(単位：百万円)	2019				2020				2021				2022	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高（新基準）	669	587	657	678	660	622	662	779	839	832	871	988	1,041	1,113
SaaS	392	376	403	447	382	379	420	441	473	477	528	583	669	669
デジタル人材	277	210	254	231	278	243	241	337	366	355	343	405	372	372
原価	181	162	202	193	169	151	146	201	182	172	186	221	232	266
外注費	97	83	129	113	100	86	81	108	90	86	98	114	115	132
(ご参考) 粗利売上	563	506	533	568	567	539	590	674	751	748	777	879	921	887
開発費	84	79	73	80	69	65	65	93	92	86	88	107	117	133
売上総利益	488	425	455	485	491	471	516	578	657	660	685	767	809	848
売上総利益率	72.9%	72.4%	69.3%	71.5%	74.4%	75.7%	77.9%	74.2%	78.3%	79.3%	78.6%	77.6%	77.7%	76.2%
販管費	475	479	520	535	475	444	426	411	439	479	509	568	555	624
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	354	367
管理費	265	257	276	293	250	228	221	204	220	236	231	233	201	257
一時費用												52		
営業利益	13	△54	△65	△50	15	26	89	166	218	181	175	198	254	223
営業利益率	1.9%	△9.2%	△9.9%	△7.4%	2.3%	4.2%	13.4%	21.3%	26.0%	21.8%	20.1%	20.1%	24.4%	20.1%

※粗利売上：2021年まで当社の重要な経営指標としていた値で、収益認識基準適用前の売上高から直接原価（広告原価と外注費の合計）を除いた額として算出。2021年4Qまでは開示済、2022年1Qは参考値。なお、本表における売上高は収益認識基準適用後の数値であり、広告原価は控除した後の数値である。また、本表の売上高は広告原価に加え初期費用の繰延なども調整していることから、売上高から外注費を引いた額と粗利売上は不一致となる

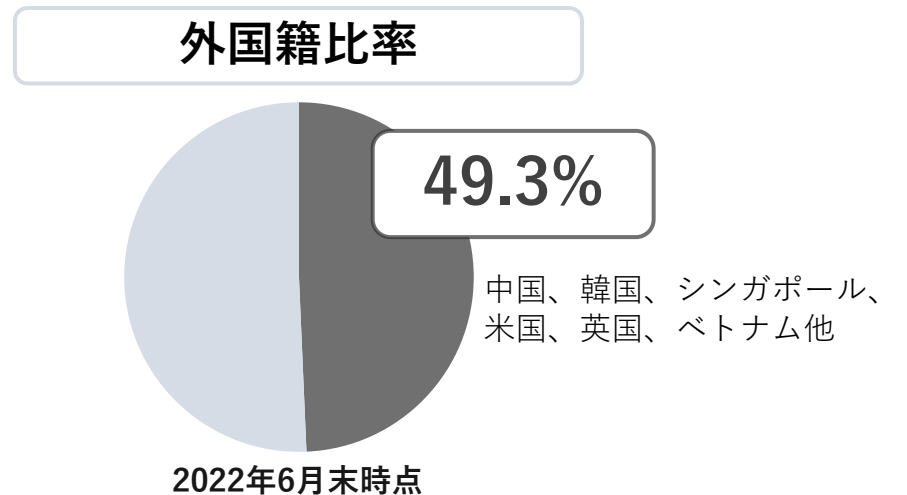
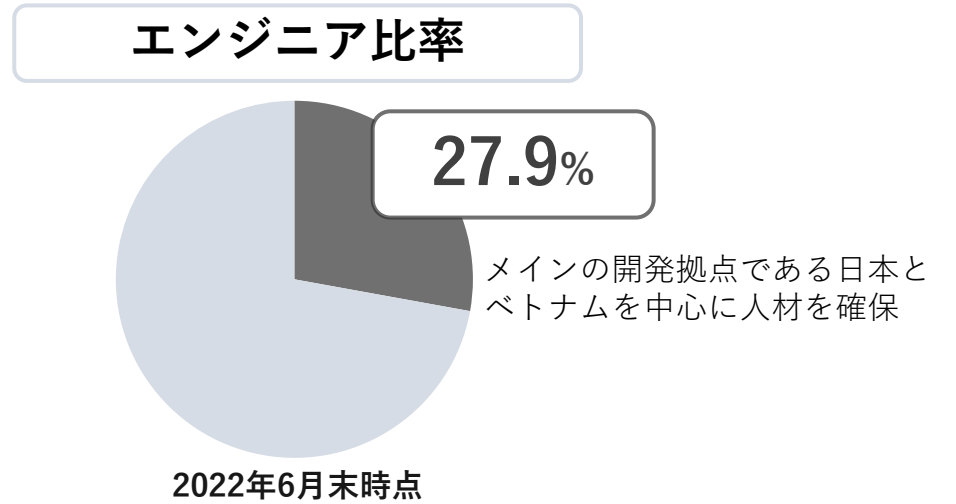
グループ人員推移

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 各期末における正社員、パート、業務委託の人数合計

※2 過年度売上高についても新収益認識基準を適用した場合の金額を算出し人員数で割った金額



プレスリリース一覧（2022年8月10日現在）

【1Q】

1月	国内SaaS	「長寿乃里」がLetroStudioを導入し、LINE公式アカウント経由の購入件数が増加
1月	中国	在日中国人を起用したプロモーション施策で和リキュール「KURAKA抹茶」の売上5倍を実現
1月	国内SaaS	LetroStudioが広告クリエイティブに特化した素材集「LSライブラリ」を提供開始
2月	国内SaaS	「ソウルドアウト」がLetroStudio導入しCPAの驚異的な改善を実現
2月	国内SaaS	サッポロビール「HOPPIN' GARAGE」がLetroを導入開始
2月	ソリューション	ネクストバッターズサークルが定額制協同組合型SNS運営支援プラットフォーム「QUMIAI（くみあい）」を提供開始
2月	中国	人気タピオカ店に対し、在日中国人と中国SNSを活用した複合施策を実施
2月	国内SaaS	「BOTANIST」がLetroを活用して記事LPにレビュー掲載しLP遷移率を改善
3月	国内SaaS	Letro、通販業界における「UGC活用ツール」累計導入ブランド数No.1に
3月	中国	オセロ（旧Vstar Japan）が中国進出支援を手掛ける「大口智恵美」がRED旅行カテゴリ第8位にランクイン
3月	国内aaS	Letroが記事LPにUGC・レビューを活用して施策成果向上を実現する新メニューの提供開始

【2Q】

4月	国内SaaS	トヨタファイナンスが提供するトラベルサイト「TS CUBIC TRAVEL」にLetro掲載開始
4月	国内SaaS	Letro、サブスクビジネス支援サービス「サブスクストア」とのAPI連携で運用型UGCのカギとなるUGC生成を自動化
4月	中国	和歌山県の魅力発信において効果的なKOLのキャスティングで話題化に成功し、RED旅行カテゴリ第2位に
4月	国内SaaS	LetroStudioの「動画テンプレート」に利用企業担当者の声をもとに新たに制作した300種類を追加公開
4月	国内SaaS	LetroStudio、フリーサイズの動画制作に対応
5月	国内SaaS	LetroStudio、LINEのアドバイスのもとに動画クリエイティブパッケージ「エルスタ」を提供開始
5月	全体	ミッションのアップデートとロゴデザインの刷新を発表（2022年7月1日実施）
5月	国内SaaS	Letro、D2C通販・定期/単品通販カートシステム「リピスト」とのAPI連携
5月	国内SaaS	「アサヒグループ食品」がechoesを活用し、Twitter・TikTok連動キャンペーンを開催
5月	国内SaaS	完全オンライン型動画制作スクール「LetroStudio Academy」を開設

プレスリリース一覧（2022年8月10日現在）

【2Q】

6月	国内SaaS	「EC事業のマーケティングの実態調査」を実施
6月	中国	ヴィンテージブランドショップ「CARA」の中国向け販促支援でWeChatミニプログラムの単月販売件数約1.6倍に
6月	国内SaaS	「Pasco」ブランドを展開する敷島製パンがLetroStudioを導入開始
6月	国内SaaS	Twitterをハブとしてブランドサイトや企業SNSアカウントへの集客を支援する「echoes Link」の提供開始
7月	全体	新たなミッション、コーポレートロゴの使用を開始
7月	国内SaaS	健康食品・サプリメントを展開する「DMJえがお生活」がLetroStudioを導入開始
7月	国内SaaS	echoes「企業によるTwitterマーケティング実態調査2022」を実施
7月	国内SaaS	冷凍のおかず定期便サービス「三ツ星ファーム」がLetroを導入開始、運用型UGCの実施でCVR1.86倍を実現
8月	全体	株式会社デジタルチェンジをM&Aにより子会社化
8月	国内SaaS	国内最大級のコーヒーのショッピングモール「PostCoffee」がLetroを導入

グループ会社一覧 (2022年8月10日現在)



			持株比率		
Allied Architects		Allied Tech Base Co.,Ltd. (ベトナム ハノイ) (非連結会社)	100%	国内SaaS	SaaSツールのオフショア開発拠点
		Allied Tech Camp Co.,Ltd. (ベトナム ホーチミン) (非連結会社)	100%	国内SaaS	SaaSツールのオフショア開発拠点
	NEW	Credits JP Credits株式会社 (東京都渋谷区)	83.9%	海外SaaS	Credits社の日本法人 (中間持株会社)
		Credits 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)
		株式会社ネクストバッタースサークル (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
	NEW	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)
		株式会社ファンベースカンパニー (東京都渋谷区) (持分法適用関連会社)	44.9%	ソリューション	「ファンベース」の戦略策定・実行支援
	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	

※Credits 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。