

ホリスティック企業レポート

アライドアーキテクト

6081 東証マザーズ

アップデート・レポート
2015年9月11日 発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20150908

アライドアーキテクト (6081 東証マザーズ)

発行日: 2015/9/11

**Facebook や Twitter などの SNS を広告媒体に顧客企業のマーケティングを支援
15/12 期は既存事業が苦戦するも中期的には新規事業の寄与で業績回復を見込む**

> 要旨

◆ SNS ユーザーをターゲットに顧客企業のマーケティングを支援

- ・アライドアーキテクト(以下、同社)は、自社サイトや Facebook などの SNS を媒体に、顧客企業のマーケティング活動をサポートしている。
- ・15/12 期は既存事業の SNS プロモーションに加え、新規事業の SNS データマネジメントとアドテクノロジーを立ち上げた。先行投資負担と既存事業の苦戦で同社は業績予想を減額修正した。新規事業の業績寄与は 16/12 期以降の見通しである。

◆ 15 年 12 月期上期は先行投資負担で営業赤字に転落

- ・15/12 期第 2 四半期累計(以下、上期)決算は、連結決算移行で前年同期比較ができないが、売上高 1,023 百万円は実質的には前年同期比 1.2%増で、営業損失 258 百万円(前年同期は営業利益 105 百万円)であった。
- ・既存の SNS プロモーションの苦戦を新規事業の寄与で埋め増収を確保したが、セールスマックスの悪化や先行投資負担で営業赤字に陥った。

◆ 15 年 12 月期は期初計画を減額修正し営業赤字の見通し

- ・上期の状況から同社は期初計画を見直し、15/12 期は売上高 2,903 百万円→2,350 百万円(前期比 8.6%増)、営業利益 101 百万円→営業損失 260 百万円に修正した。

◆ 証券リサーチセンターも業績予想を減額修正

- ・証券リサーチセンターは、SNS プロモーションの苦戦並びに新規事業の立ち上がりが想定より鈍いとの判断から業績予想を見直し、15/12 期は売上高 2,900 百万円→2,200 百万円、営業利益 150 百万円→営業損失 400 百万円に減額した。

【6081 アライドアーキテクト 業種: サービス業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)	
2013/12	1,702	58.4	324	98.5	305	87.2	193	43.3	52.0	323.5	0.0	
2014/12	2,163	27.1	220	-32.1	219	-28.2	119	-38.3	28.0	351.3	0.0	
2015/12	旧CE	2,903	34.2	101	-54.1	101	-54.0	65	-45.7	15.1	-	-
	新CE	2,350	8.6	-260	-	-260	-	-310	-	-72.7	-	-
2015/12	旧E	2,900	34.1	150	-31.8	150	-31.5	95	-20.2	22.1	371.1	0.0
	新E	2,200	1.7	-400	-	-400	-	-470	-	-109.3	239.2	0.0
2016/12	旧E	3,700	27.6	380	153.3	380	153.3	240	152.6	55.9	426.9	0.0
	新E	2,800	27.3	0	-	0	-	-10	-	-2.3	236.9	0.0
2017/12	旧E	4,500	21.6	630	65.8	630	65.8	400	66.7	93.1	520.0	0.0
	新E	3,150	12.5	200	-	200	-	150	-	34.9	271.7	0.0

(注) CE: 会社予想、E: 証券リサーチセンター予想、2014/12期より連結決算に移行

アナリスト: 馬目 俊一郎

+81(0)3-6858-3216

レポートについてのお問い合わせはこちら

info@stock-r.org

【主要指標】

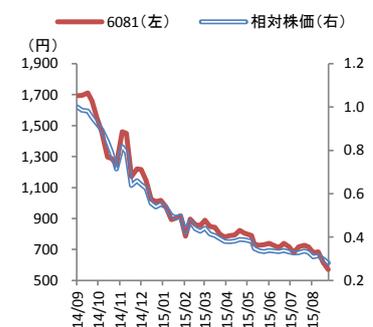
	2015/9/4
株価(円)	503
発行済株式数(千株)	4,296
時価総額(百万円)	2,161

	前期	今期E	来期E
PER(倍)	18.0	-	-
PBR(倍)	1.4	2.1	2.1
配当利回り(%)	0.0	0.0	0.0

【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン(%)	-18.3	-30.2	-69.4
対TOPIX(%)	-11.1	-21.3	-71.9

【株価チャート】



(注) 相対株価は対TOPIX、基準は2014/9/5

アップデート・レポート

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。

一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

> 事業内容

◆ 大手 SNS を広告媒体に顧客企業のマーケティングを支援

アライドアーキテクツ (以下、同社) は、Facebook などの SNS (Social Networking Service) を媒体に顧客企業のマーケティング活動を支援する「SNS プロモーション」を主力事業に、キャンペーン (企業のマーケティング活動) に参加した消費者 (ユーザー) の行動分析で効果的なキャンペーン企画やリピート需要につなげる「SNS データマネジメント」のほか、各 SNS 向けに広告を配信する「アドテクノロジー」などのサービスを提供している。

SNS プロモーションは従来から提供してきたファンブログサービスやモニブラ Facebook サービス等、ウェブソリューションサービスを一つの事業に統合したものである。SNS データマネジメントとアドテクノロジーは 15/12 期から本格的に立ち上げた新事業のため、現時点では既存事業を引き継いだ SNS プロモーションが収益の大部分を占めると推定される。

主力事業である SNS プロモーションの主な広告手法は、自社開発のマーケティングプラットフォーム「モニブラ」が基盤である。顧客企業とモニブラ会員ユーザーに交流の場を提供しながら商品情報等の認知度を高める「プロモーション」を行うほか、ユーザーのリピート需要を喚起させる「CRM (Customer Relationship Management : 顧客関係管理)」や需要調査等の「リサーチ」などを駆使して、個人を対象にした B to C 企業のマーケティング活動を支援している。

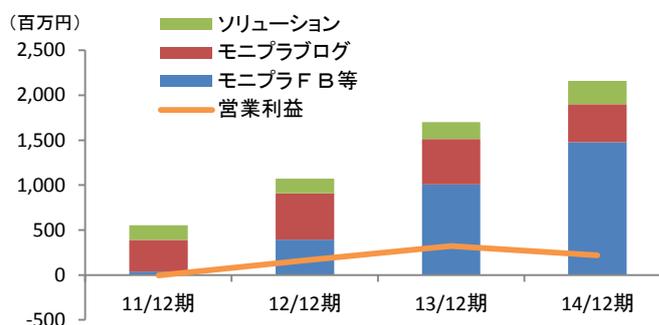
◆ 14 年 12 月期まではモニブラ Facebook サービス等が成長を牽引

過去の業績推移を見ると、自社媒体のモニブラファンブログサービスはほぼ横ばいながら、Facebook や Twitter など集客力が見込まれる大手 SNS を媒体にしたモニブラ Facebook サービス等が成長を牽引し、ホームページ制作等のウェブソリューションサービスも堅調に推移している。

しかしながら、ユーザーに誤解を与えかねないステルスマーケティングの類を排除すべく、Facebook 社は 14 年 11 月に広告に関するポリシーを変更した。これにより顧客企業の出稿意欲が一時的に削がれ、14/12 期は SNS データマネジメントやアドテクノロジーなどへの先行投資を吸収出来ず営業減益となった。

15/12 期は Facebook 社のポリシー変更が通年でマイナスに働くと推察されるなか、新規事業の SNS データマネジメントとアドテクノロジーの速やかな立ち上げ、早期に SNS プロモーションに次ぐ収益源として確立することが求められている。

【 図表 1 】 サービス別 SNS プロモーションの売上高と営業利益の推移



(出所) 決算短信より証券リサーチセンター作成

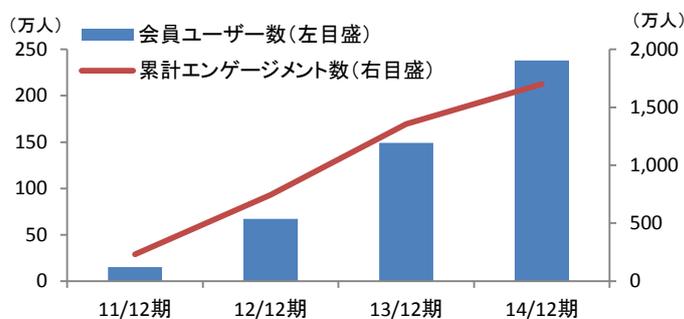
◆ 会員ユーザー数をベースとしたストックビジネス

同社のビジネスモデルは、モニブラの会員ユーザー数と顧客企業数の積み上げによるストックビジネスと考えられる。

売上高の大部分を占める SNS プロモーション (モニブラファンブログサービス、モニブラ Facebook サービス等) は、キャンペーンに参加するアクティブユーザーの「エンゲージメント数」と、顧客企業の「キャンペーン単価」が成長速度を左右する。したがって、モニブラ会員ユーザー数の積み上げで顧客企業に対する集客力を強め、キャンペーンの企画力でエンゲージメント数を拡大することに加え、キャンペーン単価を引き上げることが、SNS プロモーションの理想的な成長モデルと推察される。

14/12 期は Facebook 社のポリシー変更で累計エンゲージメント数のモメンタムが幾分弱まったものの、期末の会員ユーザー数は約 230 万人、顧客企業数 3,500 社以上。これらを基盤に累計エンゲージメント数は約 1,700 万人に達している。

【 図表 2 】 期末会員ユーザー数と累計エンゲージメント数の推移



(出所) 決算短信より証券リサーチセンター作成

> 決算概要

◆ 15年12月期上期決算は先行投資負担で営業赤字に転落

15/12期第2四半期累計(以下、上期)決算は、売上高1,023百万円、営業損失258百万円であった。連結決算移行で前年同期比較ができないが、前年同期の単体の売上高と比較すると1.2%増収となる。前年同期単体は営業利益105百万円であった。

同社は3事業(SNSプロモーション、SNSデータマネジメント、アドテクノロジー)に関する売上高等の定量情報を公開していない。したがって、決算短信や決算説明資料に記載されている定性情報を基に説明を加えると、売上面はFacebook社のポリシー変更でモニプラFacebookサービス等のSNSプロモーションが苦戦したものの、新規事業のアドテクノロジーと新規連結の海外子会社(SNSプロモーション)の寄与でほぼ横ばいをキープした。

なお、証券リサーチセンターの試算では、SNSプロモーションなどの既存事業売上高が前年同期比20%減の約840百万円、新規事業や海外子会社の増収寄与は約180百万円程度と推察される。

一方、利益面では利益率の高いSNSプロモーションの減収に対し、メディア費用負担で利益率の低いアドテクノロジーの増収でセールスマックスが悪化し、売上総利益率が前年同期比24.4%ポイント低下した。加えて新規事業の費用負担増もあり、上期は売上高横ばいのなか営業利益が364百万円減少した。

> 業績見通し

◆ 15年12月期は期初計画を減額修正し営業赤字の見通し

上期の状況から同社は期初計画を見直し、15/12期は売上高2,903百万円→2,350百万円(前期比8.6%増)、営業利益101百万円→営業損失260百万円に修正した。この主な要因は、以下の2点に集約される。

- 1) Facebook社のポリシー変更でSNSプロモーションが想定以上に苦戦している。
- 2) 売上高予想の減額で新規事業の経費負担や先行投資を賄えず営業赤字の見通しである。

この計画達成に向けた下期の施策としては、15年8月にマーケティングプラットフォーム「モニプラ」と、SNSデータマネジメント「BRANDCo」の機能/システムを統合した。SNSプロモーションとSNSデータマネジメントの融合サービス提供で顧客企業の利便性を高め、キャンペーン数の増加によるエンゲージメント数の積み上げと、単価引き上げを図る方針である。

◆ 証券リサーチセンターも業績予想を減額修正

証券リサーチセンター（以下、当センター）は、上期の SNS プロモーションの苦戦、並びに新規事業（SNS データマネジメント、アドテクノロジー）の立ち上がりが想定より鈍いとの判断から、業績予想を見直し、15/12 期は売上高 2,900 百万円→2,200 百万円、営業利益 150 百万円→営業損失 400 百万円に減額した。

同社は上期決算において、事業別の定量情報及び海外子会社の寄与分を公表していない。したがって、当センターの事業別売上高予想は上期の定性情報をベースに試算したに過ぎないものの、短期的には利益率の高い SNS プロモーションのウェイト低下が避けられないと予想され、新規事業も先行投資を賄うだけの売上高確保は期待薄であろう。

以上より、当センターの営業利益予想は 15/12 期が 400 百万円の赤字、16/12 期で損益均衡、17/12 期に 200 百万円の黒字転換とした。

【 図表 3 】 中期業績予想

(単位:百万円)

	13/12期	14/12期	15/12期E		16/12期E		17/12期E	
			旧	新	旧	新	旧	新
売上高	1,702	2,163	2,900	2,200	3,700	2,800	4,500	3,150
SNSプロモーション	-	-	2,900	1,900	3,700	2,200	4,500	2,450
SNSデータマネジメント	-	-	-	100	-	200	-	250
アドテクノロジー	-	-	-	200	-	400	-	450
売上総利益	1,349	1,523	1,900	1,150	2,550	1,600	3,200	1,850
販管費	1,025	1,303	1,750	1,550	2,170	1,600	2,570	1,650
営業利益	324	220	150	-400	380	0	630	200

(注) E は証券リサーチセンター予想

(出所) 有価証券報告書及び決算短信より証券リサーチセンター作成

> 投資に際しての留意点

◆ 中期的に将来の成長に向けた内部留保を優先

同社は将来の成長に向けた内部留保を優先させ、創業以来無配を継続している。この方針は中期的に継続される見通しから、当センターは中期的に無配継続を予想する。

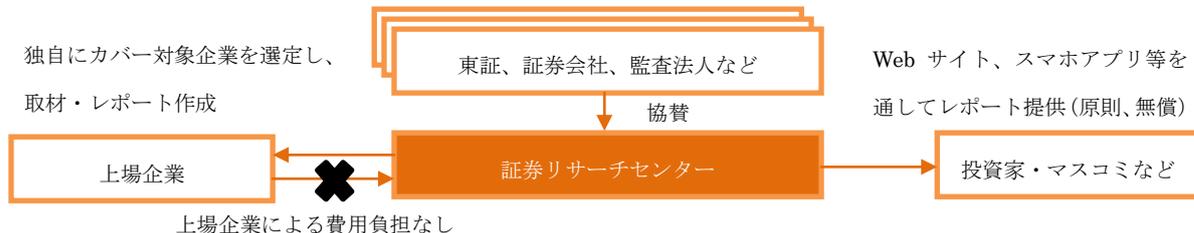
◆ 新規事業の立ち上げスピードに留意

15/12 期の会社計画が減額修正された要因は、想定以上に既存事業が落ち込んだうえ、新規事業の立ち上がりが計画を下回っているためと推察される。

Facebook 社のポリシー変更の影響は下期まで続くため、15/12 期の会社計画達成には新規事業の売上寄与が必須となる。中期的な成長性を見極めるうえでも、四半期決算などで新規事業の推移を確認する必要がある。

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。



■ 協賛会員

(協賛)

東京証券取引所	SMBC 日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村證券株式会社
みずほ証券株式会社	有限責任あずさ監査法人	有限責任監査法人トーマツ	新日本有限責任監査法人
優成監査法人	株式会社 ICMG		
(準協賛)			
三優監査法人	太陽有限責任監査法人	株式会社 SBI 証券	
(賛助)			
日本証券業協会	日本証券アナリスト協会	監査法人 A&A パートナーズ	いちよし証券株式会社

本レポートの特徴

「ホリスティック企業レポートとは」

ホリスティック企業レポートとは、証券リサーチセンターが発行する企業調査レポートのことを指します。ホリスティック企業レポートは、企業側の開示資料及び企業への取材等を通じて収集した情報に基づき、企業価値創造活動の中長期の持続可能性及び株価評価などの統合的分析結果を提供するものです

■ 魅力ある上場企業を発掘

新興市場を中心に、アナリスト・カバーがなく、独自の製品・技術を保有している特徴的な企業を発掘します

■ 企業の隠れた強み・成長性を評価

本レポートは、財務分析に加え、知的資本の分析手法を用いて、企業の強みを評価し、企業の潜在的な成長性を伝えます。さらに、今後の成長を測る上で重要な KPI (業績指標) を掲載することで、広く投資判断の材料を提供します

■ 第三者が中立的・客観的に分析

中立的な立場にあるアナリストが、企業調査及びレポートの作成を行い、質の高い客観的な企業情報を提供します

本レポートは、企業価値を「財務資本」と「非財務資本」の両側面から包括的に分析・評価しております

本レポートの構成

企業の価値は、「財務資本」と「非財務資本」から成ります。

「財務資本」とは、これまでに企業活動を通じて生み出したパフォーマンス、つまり財務諸表で表される過去の財務成果であり、目に見える企業の価値を指します。

それに対して、「非財務資本」とは、企業活動の幹となる「経営戦略/ビジネスモデル」、経営基盤や IT システムなどの業務プロセスや知的財産を含む「組織資本」、組織の文化や意欲ある人材や経営陣などの「人的資本」、顧客との関係性やブランドなどの「関係資本」、社会との共生としての環境対応や社会的責任などの「ESG 活動」を指し、いわば目に見えない企業の価値のことを言います。

本レポートは、目に見える価値である「財務資本」と目に見えない価値である「非財務資本」の両面に着目し、企業の真の成長性を包括的に分析・評価したものです。



指標・分析用語の説明

■ PER (Price Earnings Ratio)

株価を1株当たり当期純利益で除したもので、株価が1株当たり当期純利益の何倍まで買われているのかを示すものです

■ PBR (Price Book Value Ratio)

株価を1株当たり純資産で除したもので、株価が1株当たり純資産の何倍まで買われているのかを示すものです

■ 配当利回り

1株当たりの年間配当金を、株価で除したもので、投資金額に対して、どれだけ配当を受け取ることができるかを示すものです

■ ESG

Environment : 環境、Society : 社会、Governance : 企業統治、に関する情報を指します。近年、環境問題への関心や企業の社会的責任の重要性の高まりを受けて、海外の年金基金を中心に、企業への投資判断材料として使われています

■ SWOT 分析

企業の強み (Strength)、弱み (Weakness)、機会 (Opportunity)、脅威 (Threat) の全体的な評価を SWOT 分析と言います

■ KPI (Key Performance Indicator)

企業の戦略目標の達成度を計るための評価指標 (ものさし) のことです

■ 知的資本

顧客関係や業務の仕組みや人材力などの、財務諸表には表れないが、財務業績を生み出す源泉となる「隠れた経営資源」を指します

■ 関係資本

顧客や取引先との関係、ブランド力など外部との関係性を示します

■ 組織資本

組織に内在する知財やノウハウ、業務プロセス、組織・風土などを示します

■ 人的資本

経営陣と従業員の人材力を示します

免責事項

- 本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- 本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- 本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。特に記載のないかぎり、将来のパフォーマンスの予想はアナリストが適切と判断した材料に基づくアナリストの予想であり、実際のパフォーマンスとは異なることがあります。したがって、将来のパフォーマンスについては明示又は黙示を問わずこれを保証するものではありません。
- 本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- 一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- 本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。