



Allied Architects

2025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
(東証グロース市場：6081)

2025年8月14日



2025年8月14日開示までの主な対応経過

2025年7月1日～
再発防止策の実施を正式に開始
(ガバナンス強化、会計・コンプライアンス教育、
3線ディフェンスの強化 など)

2025年7月18日
「2025年12月期第1四半期決算」発表
「特別損失の計上に関するお知らせ」開示

調査委員会関連費用のうち2025年1～3月分
478百万円を特別損失に計上

2025年8月14日
「2025年12月期第2四半期決算」発表
「特別損失の計上及び業績予想の修正に関する
お知らせ」開示

調査委員会関連費用のうち2025年4～6月分
250百万円を特別損失に計上

株主・投資家の皆様へ

2025年8月14日に発表いたしました2025年12月期第2四半期決算に合わせ、特別損失の計上および業績予想の修正を開示いたしました。

今期の業績予想は、売上高26.5億円、営業損益および経常損益△3億円に修正し、期初非開示としておりました親会社株主に帰属する純利益は△10億円といたしました。

また、本日特別損失の計上も開示しておりますが、これは昨年末より対応を進めてきた不適切会計事案の調査委員会活動が6月末で終了し、費用が確定したことによるものです。この開示をもって、不適切会計事案への緊急対応は一区切りとなり、再発防止策を着実に実行しております。

期初予想から一転、大幅赤字となりご心配をおかけいたしますが、これは事業悪化によるものではなく、「信頼回復」と「将来の成長」を同時に実現するための過渡期的なものでございます。

営業損益△3億円のうち約2.5億円は、この再発防止策にかかる一過性の費用です。また、期初予想との差分は、新たな事業戦略『三層支援モデル』への先行投資によるものであり、来期以降の成長の土台となる収益基盤の拡大に寄与いたします。

当社はこれらの取り組みにより、来期以降の利益回復に向け邁進してまいります。株主・投資家の皆様におかれましては、なにとぞご理解を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役会長 田中 裕志
取締役社長 村岡 弥真人

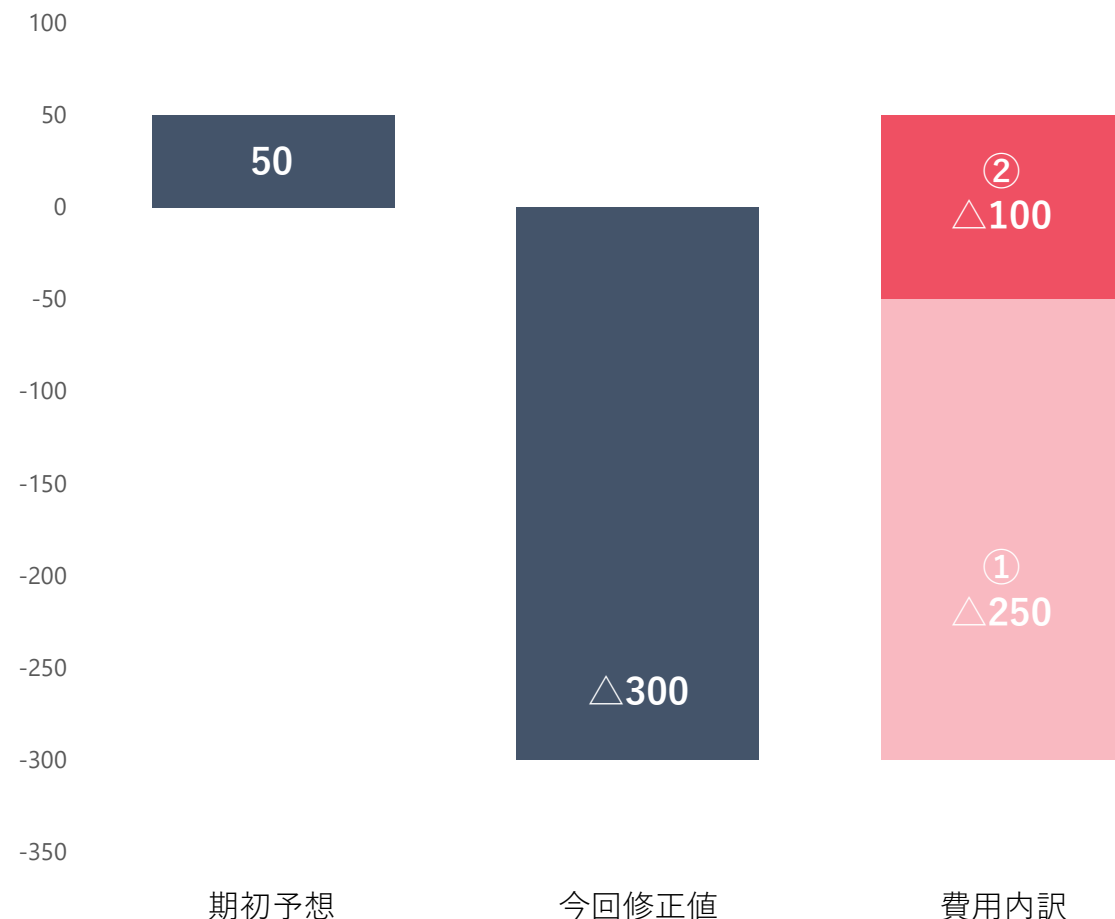
戦略的な事業成長とガバナンス強化への投資により、今期見通しを赤字に変更。
将来の成長と信頼回復に向けた必要な投資と位置付け、業績予想を下方修正

	2024年12月期 実績 (A)	2025年12月期 通期予想(B)	2025年12月期 通期予想 8月修正値(C)	前期比 (C/A)	修正率 (C/B)
(単位：百万円)					
売上高	3,463	2,500	2,650	△23.5%	8.0%
営業損益	△459	50	△300 ^{※2}	—	—
経常損益	△386 ^{※1}	50	△300 ^{※2}	—	—
親会社株主に帰属 する当期純利益	△516	—	△1,000 ^{※3}	—	—

※1 為替差損として14百万円を計上
※2 監査・内部統制体制の強化費用△250百万円を含む
※3 調査委員会費用のうち第1四半期に478百万円、第2四半期に250百万円、計729百万円を特別損失として計上。
投資有価証券売却益357百万円を特別利益として計上。他、Creadits社の法人税等を含む。

再発防止策の実行に伴う一過性費用と、事業成長に向けた体制強化・開発への投資が発生。
ガバナンス強化と新戦略への取組みを同時に進めたことにより投資増で営業利益が下振れ

(単位：百万円)



・通期営業利益は▲3.0億円の赤字見通し
(期初0.5億円の黒字見通しから下方修正)

- ①ガバナンス強化費用 (▲2.5億円)
→今期限りの再発防止対応に係る一過性のコスト
- ②事業成長に伴う先行投資 (▲1.0億円)
→来期以降の成長加速を見据えた先行投資であり、
下期以降の収益貢献を見込めるため、
中長期では増益基調への回復を想定

1

2025年12月期 上期業績

P.6

2

2025年12月期 第2四半期 事業の概要

P.14

3

2025年12月期 下期の事業戦略

P.19

4

Appendix

P.29

2025年12月期 上期業績



1

上期は減収・赤字で着地も、2Qは下期からの反転攻勢に向けた仕込みが充実。

戦略的投資で新商材の開発・投入や支援範囲の拡大を実現

売上高

上期

14.99 億円

前年同期比△13.4%

1 Q (1 - 3 月)

8.09 億円

2 Q (4 - 6 月)

6.90 億円

前期比
△14.7%

営業損益

上期

△0.48 億円

前年同期は△2.85億万円の損失

1 Q (1 - 3 月)

0.16 億円

2 Q (4 - 6 月)

△0.65 億円

戦略的
赤字

Topics

- 1 不適切会計事案への対応完了で特損計上額が確定。再発防止のため、ガバナンス強化に投資。
- 2 Kaname.ax、Sherpa AI、TikTok Shop運営支援など新規プロダクト・サービスの提供を開始。
- 3 コンサルティングファームとの業務提携により経営・事業の戦略レイヤーへ支援範囲を拡大。

連結売上高はSuperFaction社撤退による売上剥落で減収だが、前年同期比は△13.4%にとどまり
営業損益は大幅に回復するなど、主力であるマーケティングAX支援事業が堅実に成長

(百万円)	2024年12月期上期	2025年12月期上期	前年同期比
	為替レート：1ドル＝152.35円		
売上高	1,731	1,499	△13.4%
営業損益	△285	△48	—
営業利益率	—	—	—
経常損益	△109※1	△49	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△224	△438※2	—

※1 為替差益として209百万円、持分法による投資損失19百万円を計上

※2 調査委員会費用として第1四半期に478百万円、第2四半期に250百万円、計729百万円を特別損失として計上。

投資有価証券売却益357百万円を特別利益として計上。

SuperFaction社撤退と季節性による影響を受けながらも売上高は堅調を維持。
投資有価証券の売却による特別利益の計上により四半期純利益は黒字で着地

(百万円)	2024年12月期2Q	2025年12月期2Q	前年同期比
	為替レート：1ドル＝148.61円		
売上高	904	690	△23.7%
営業損益	△55	△65	—
営業利益率	—	—	—
経常損益	28※1	△66※2	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△15	15※3	—

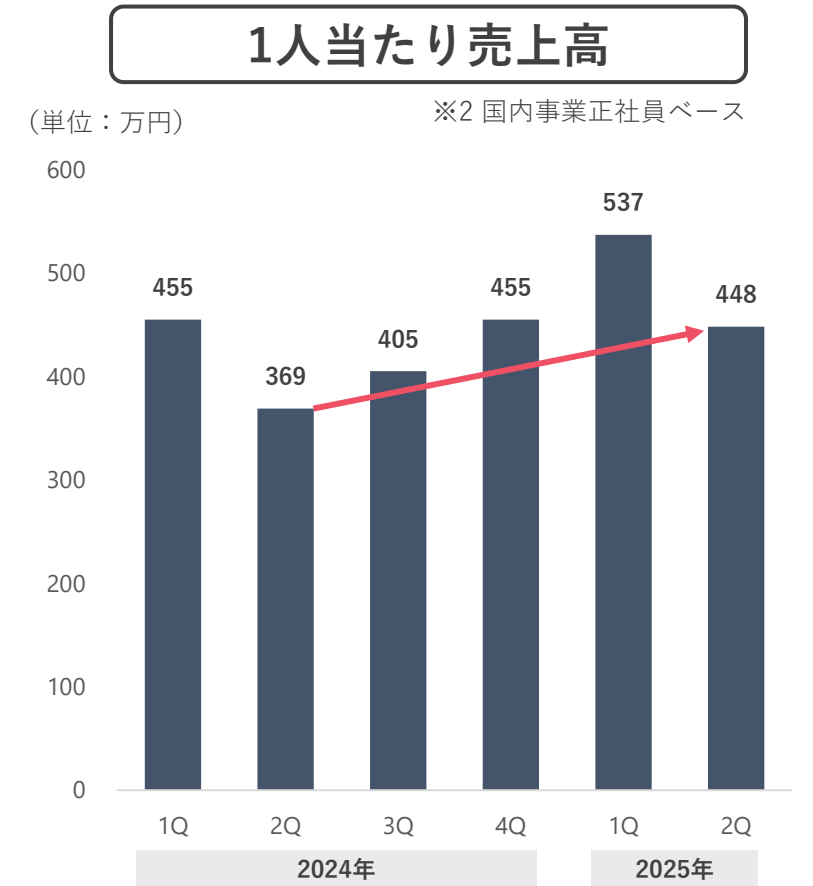
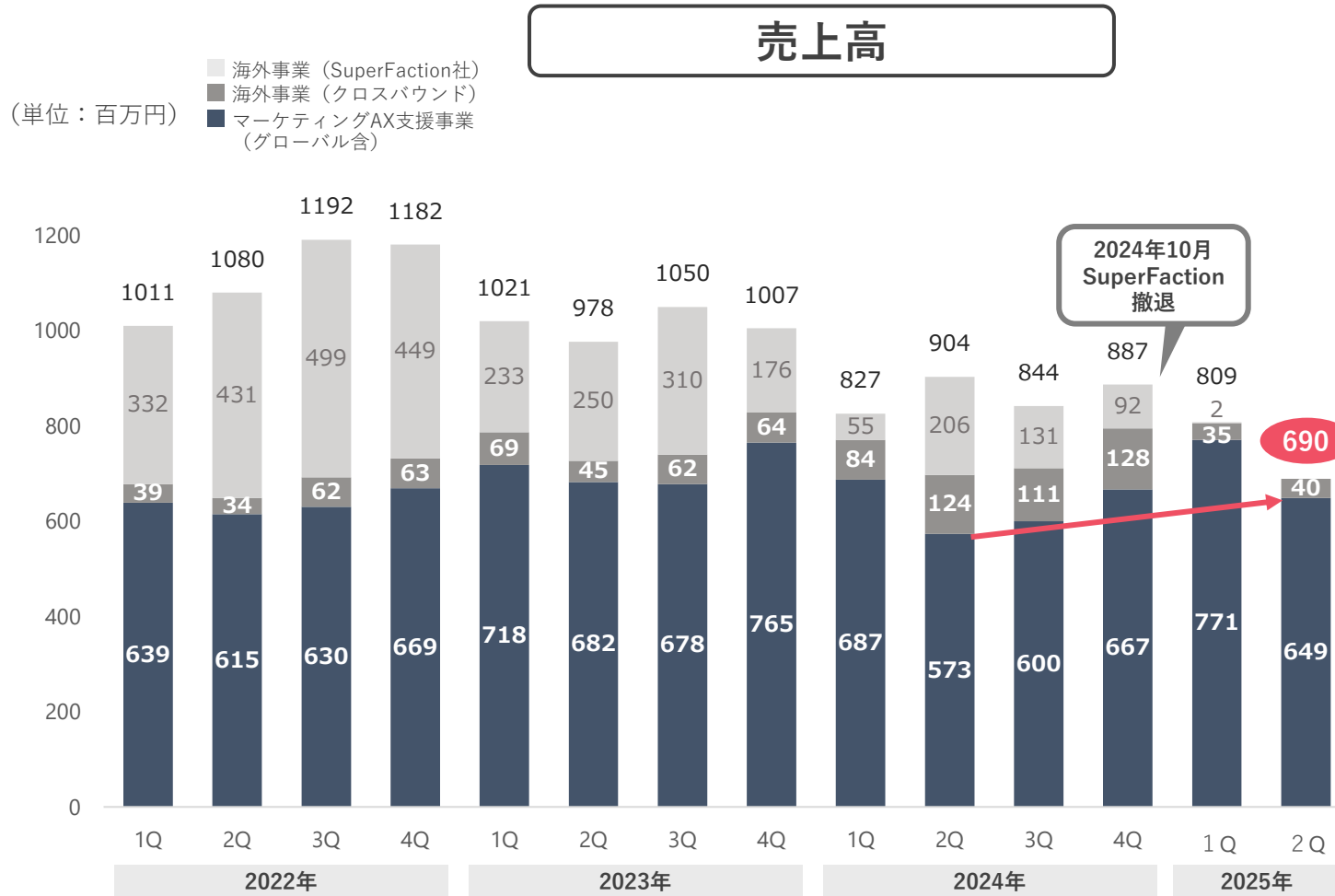
※1 為替差益として108百万円、持分法による投資損失△15百万円を計上。

※2 為替差損として14百万円を計上。

※3 投資有価証券売却益357百万円を特別利益として計上。

調査委員会費用のうち2Q（4-6月）分250百万円を特別損失として計上（8月14日開示）。

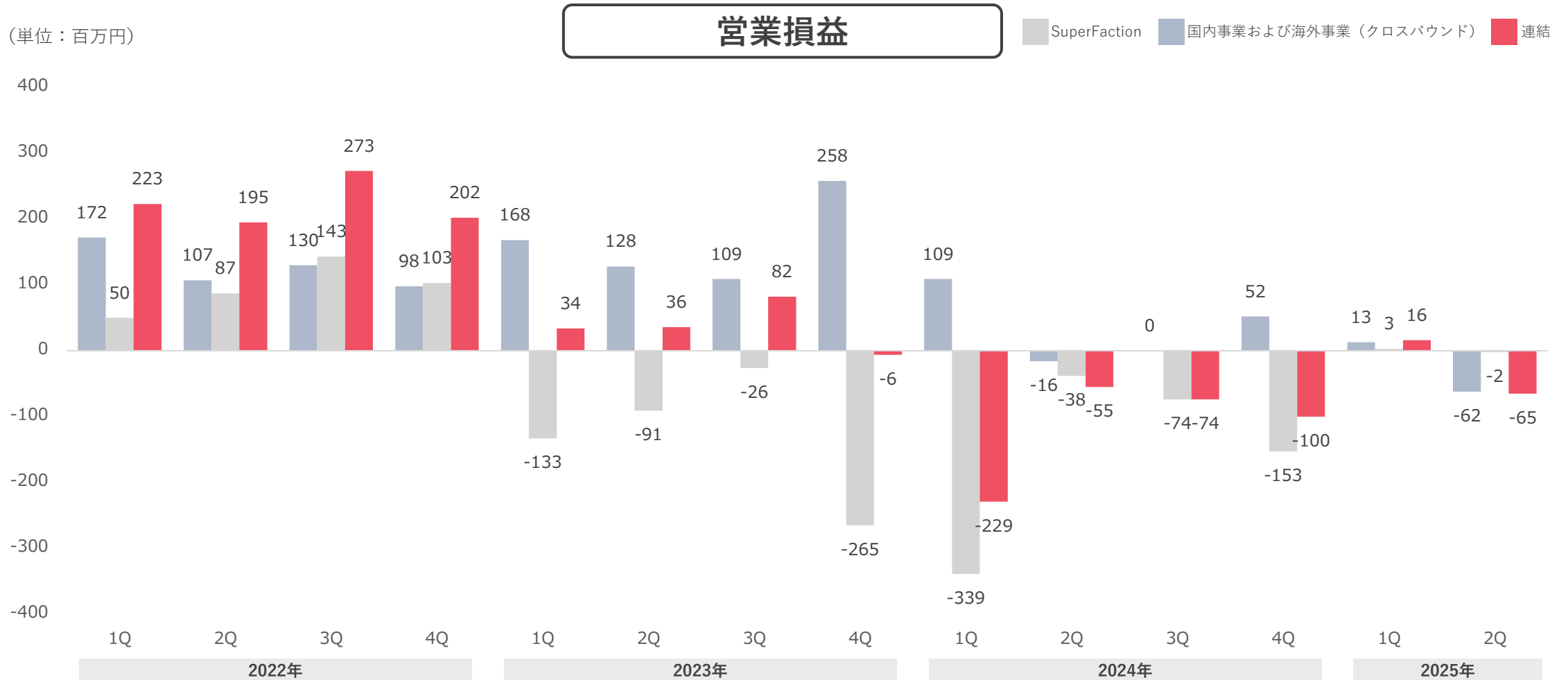
マーケティングAX支援事業は季節性影響で前期比減収となったが、新規案件が増加し、前年同期比は+12.3%成長。「一人当たり売上高」も前年同期比+21.2%増加



※2 1人当たり売上高 = 国内事業売上高 ÷ 期中平均国内正社員数 (DC社含む。臨時・派遣社員等は除外)。
2024年各四半期値は同一基準で遡及計算。

※1 過年度訂正を反映して再作成

1 Qで黒字化の手応えが掴めたため、2QはマーケティングAX支援事業の来期以降の成長に向け、新しい事業戦略を始動。開発コストや人員補強に投資したため、戦略的に赤字を選択

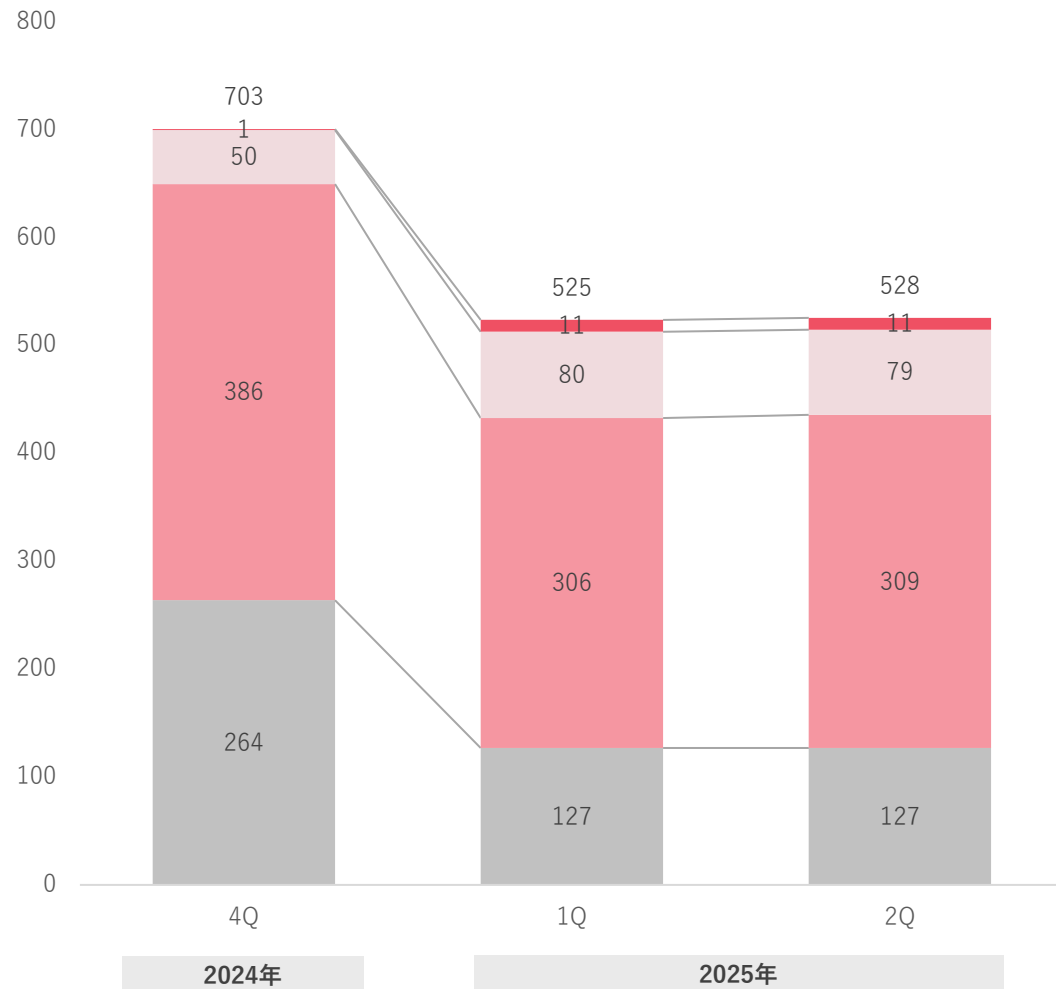


※過年度訂正を反映して再作成

前期でのコスト大幅削減を維持し、販管費・広告費は横ばい。

事業統合により業務委託費を削減、人件費は新戦略推進のための人材採用により微増

(単位：百万円)



広告宣伝費

国内事業の新規リード獲得目的のセミナー開催数を維持したため、集客コストは1Qと同額。

業務委託費

事業統合による重複業務の精査やAIでの代替で費用を圧縮。

人材関連費

新戦略推進のための人材を追加採用したため前期比微増。

その他販管費

前期大幅減としたコスト水準を維持。

借入金やその他負債の削減により自己資本比率が向上。現預金水準の維持と固定資産圧縮による資産効率の改善で、健全な財務ポジションを継続的に確保

2025年1Q末

(単位：百万円)

現預金 1,480	借入金 562
	その他負債 902
その他 流動資産 956	純資産 2,104
固定資産 1,133	

資産

負債/純資産

自己資本比率：55.1%

2025年2Q末

(単位：百万円)

現預金 1,494	借入金 520
	その他負債 690
その他 流動資産 839	純資産 1,899
固定資産 775	

資産

負債/純資産

自己資本比率：56.5%

2025年12月期 第2四半期 事業の概況



2

1) 経営陣の体制変更

経営者の責任、今後の更なる事業成長・企業価値の向上のため、体制を変更

- 代表取締役会長 田中 裕志 : 直近は管理側から基盤構築し、中長期的な成長基盤を構築
- 取締役社長 村岡 弥真人 : 事業運営を中心に、事業成長をけん引
- 取締役ファウンダー 中村 壮秀 : 執行からは外れ、中長期的なR&Dに専念

2) 海外事業の撤退

- 2024年12月期4Qにて、SuperFaction社・オセロ社の解散を決定
- 2025年12月期1Qにて、Allied Verse社の事業撤退
- 2025年12月期中に、Book&Entries社を売却予定

3) 国内事業へ注力

事業構造転換

マーケティングAX※支援事業への戦略的シフト

ガバナンス強化

「3つのディフェンスライン」の強化

※マーケティング領域における AI トランスフォーメーションを指します。AI 技術と高度人材により業務プロセスを革新し、新たな価値創出を支援します。

海外事業の撤退・解散・移管で、人的・資金的リソースを国内へ再配分。セグメント名称をマーケティングAX支援事業に変更して経営資源を集約し、収益性と成長性の同時向上を図る

海外事業 撤退

海外広告制作事業 (旧海外SaaS事業)

2024年10月

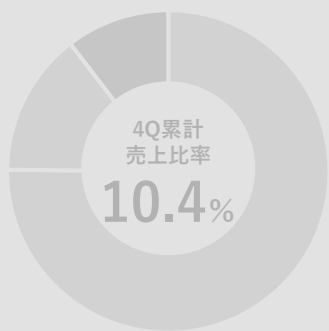
グローバルなクリエイター
ネットワークによる
広告クリエイティブの提供



スーパーファクション
(海外連結会社)

解散・清算中

※2024年7月にCreaditeから名称変更



クロスバウンド事業

2024年12月 解散

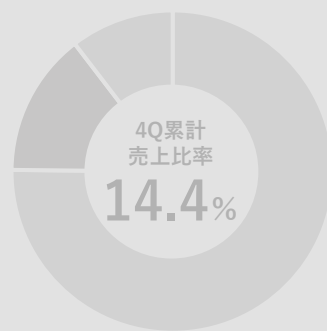
独自のインフルエンサーネット
ワークを活用したインバウンド支援
および中国向け越境EC支援



アライドバース
Allied
Verse
(海外連結会社)
事業撤退
R&D拠点へ



OTHELLO
オセロ
(連結会社)
解散・清算中



ボージャパン



ウェイキュー



ブックアンドエントリーズ



25年期中に
売却予定

移管

国内事業

マーケティングDX支援

マーケティングAX支援事業



Allied Architects



Letro



グローバル統括部

ウェイキュー



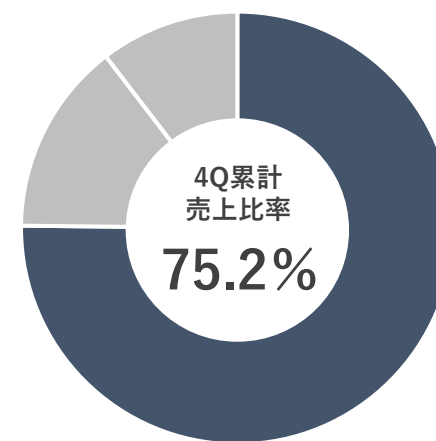
ボージャパン



(連結会社)

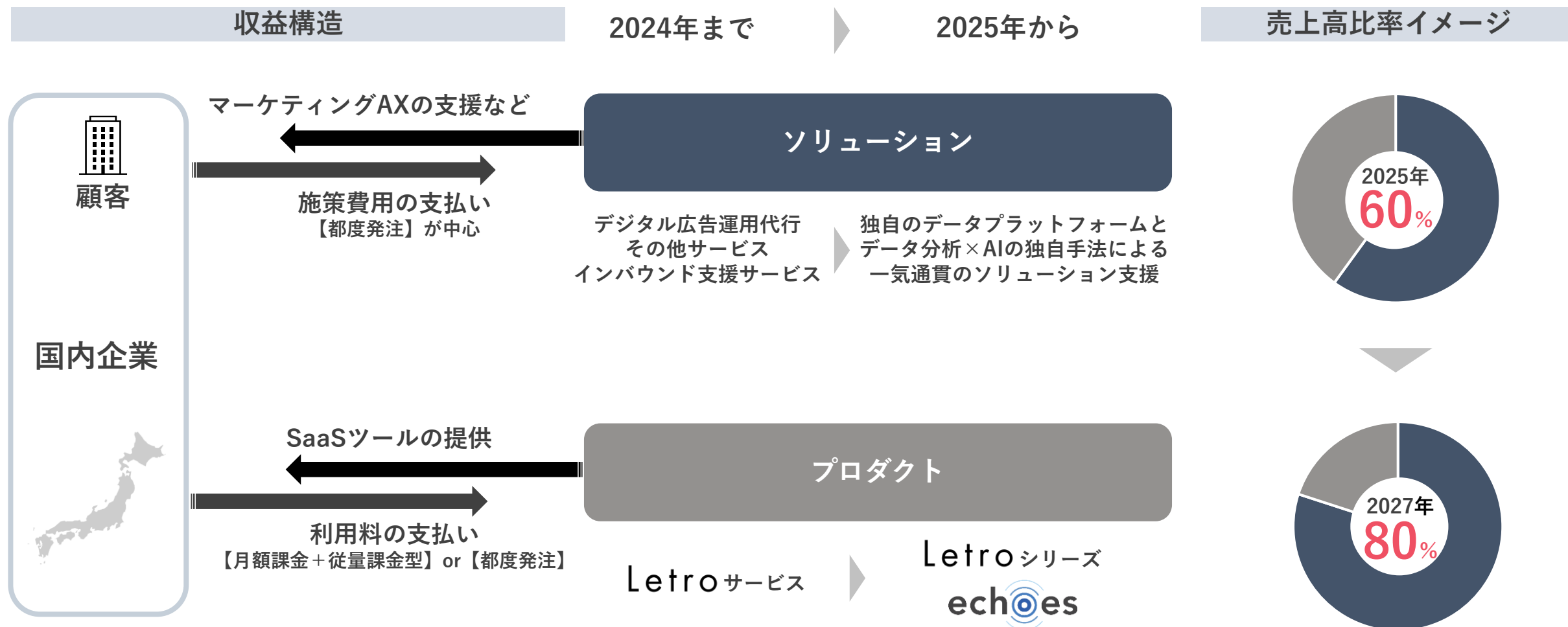


(持分法適用関連会社)



事業構造転換により収益の柱をプロダクトからソリューションにシフト。

2027年におけるソリューションの売上比率を80%まで高める

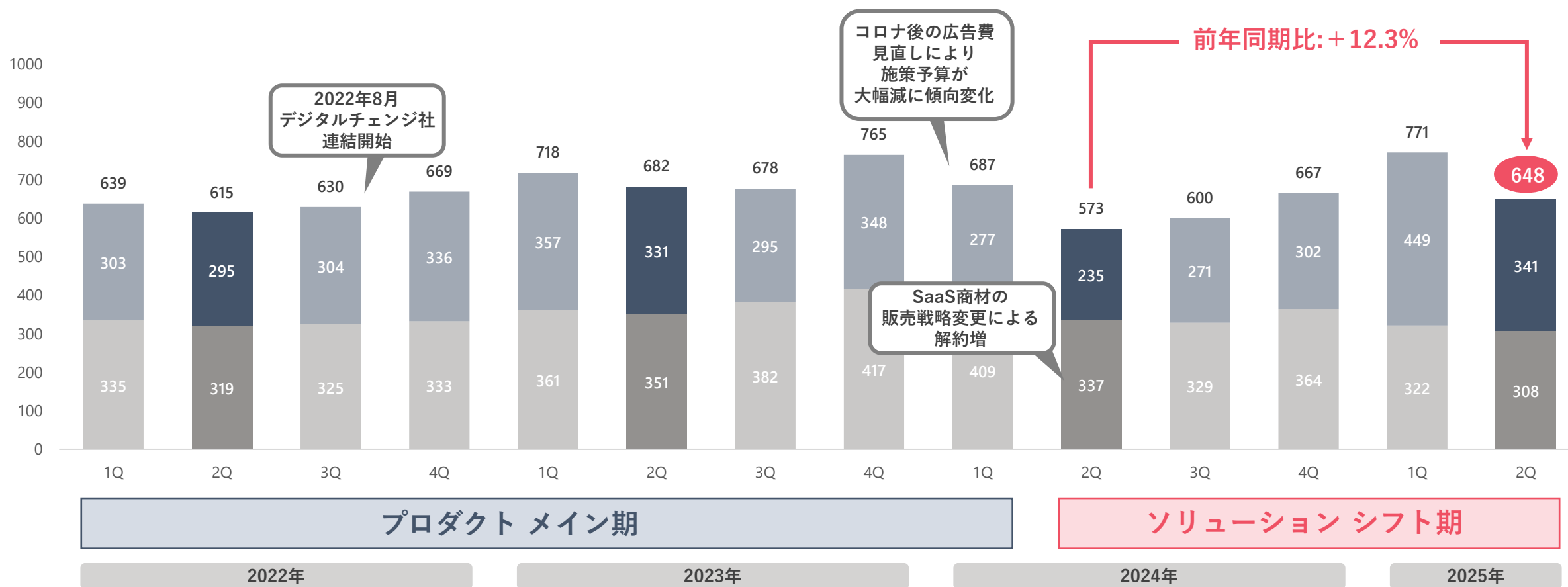


季節的に業績が落ち込む2Qながら、過去数年の2Qと比較し高水準を維持して堅調に推移。

市場環境の変化を乗り越え回復基調へ転じ、前年同期比+12.3%と再成長軌道に回帰

(単位：百万円) ■ソリューション ■プロダクト

売上高



2025年12月期下期の 事業戦略

A large, stylized graphic consisting of two overlapping parallelograms. The front parallelogram is a vibrant red and contains a large, white, sans-serif number '3'. The back parallelogram is a lighter shade of red and is slightly offset to the top-left, creating a sense of depth.

「実行レイヤー」から「戦略レイヤー」へ支援範囲を拡張し、三層支援モデルへ進化。

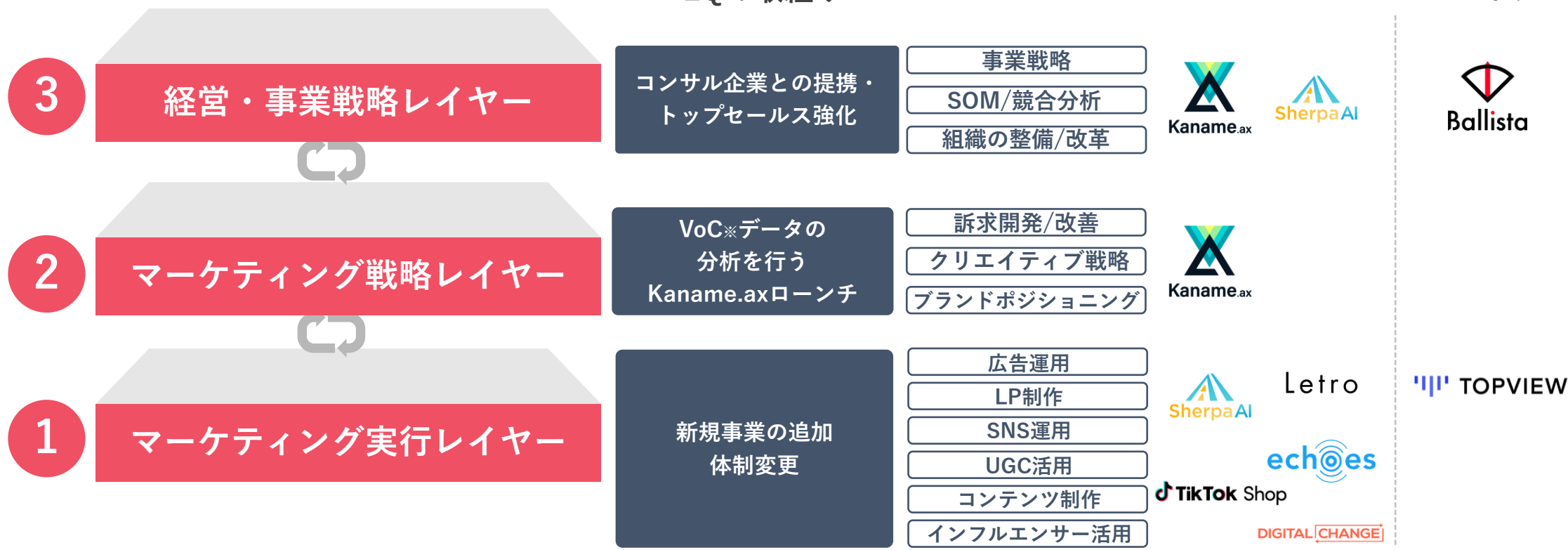
2Qにおいて仮説構築・経営課題対応の実行支援が本格始動

高収益

2Qの取組み

アライドアーキテクト

パートナー



ブランド価値の発掘と継続的改善を支える三層構造を全社体制で推進

※Voice of Customer（顧客の声）

プロダクト別縦割組織から顧客の課題と事業成長フェーズに合わせた ソリューション提案が可能な機能別組織に変更

経営・事業戦略レイヤー担当部署

マーケティング戦略レイヤー担当部署

マーケティング実行レイヤー担当部署



顧客の事業成長シナリオに沿った提案ができる組織体制にすることで、
全商材で顧客課題に向き合い、ソリューション提案での売上拡大を狙う

①マーケティング実行レイヤー

顧客課題の解決施策の実装力を高めるマーケティング実行レイヤーのメニューを強化。
支援の厚みを増す新商材とアライアンスの追加により提供価値を拡張

SNS投稿から消費者インサイトを抽出する
AI技術の特許を出願

 Kaname.ax

 Allied Architects

 Sherpa AI

業務プロセスを徹底的に効率化するまで伴走支援するAIソリューション

 Allied Architects

TikTok Shop 向け
店舗運用支援サービス開始

先行モニター企業の受付を開始 →



アライドアーキテクト
中国広告代理店「Nativex」とパートナーシップ構築

訪日中国人向けインバウンドプロモーションを強化

 ×  Allied Architects

アライドアーキテクト
AI動画制作プラットフォーム「Topview AI」と提携

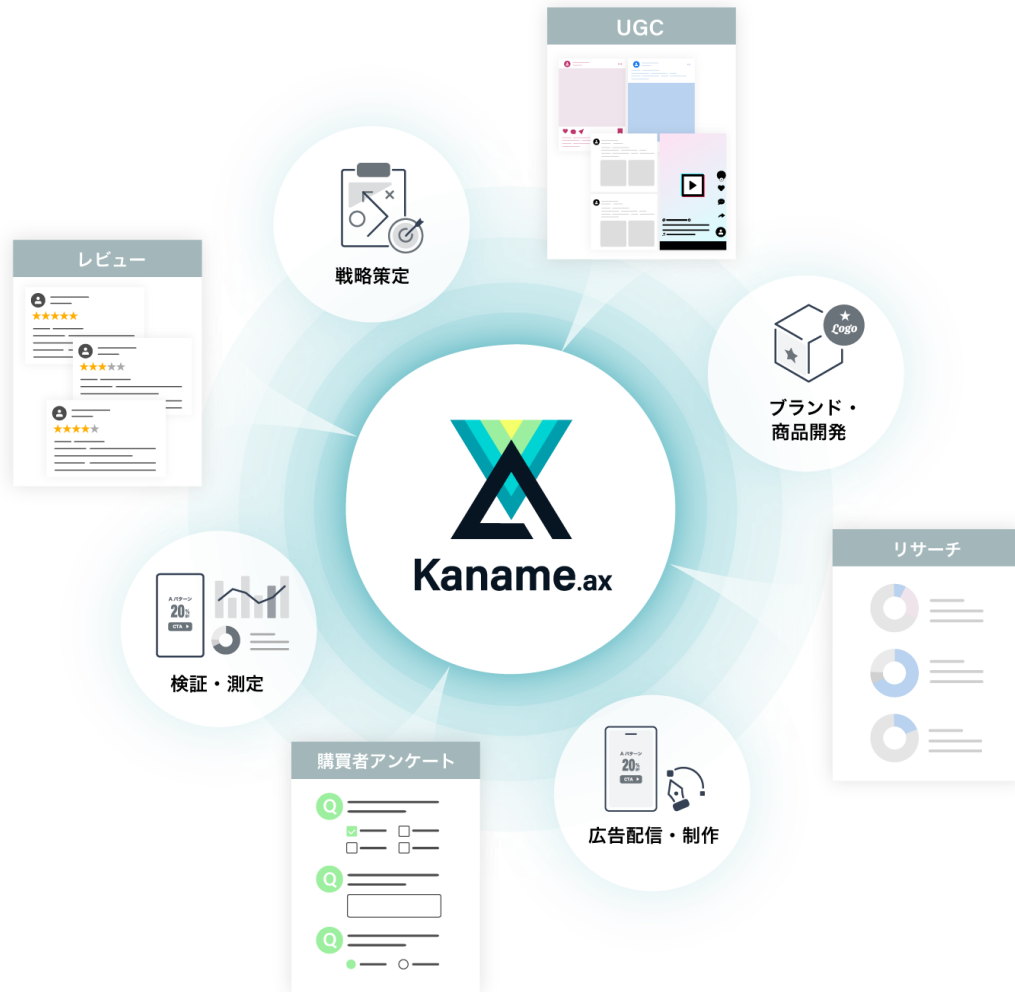
TikTok Shop 支援を加速

 TOPVIEW ×  Allied Architects

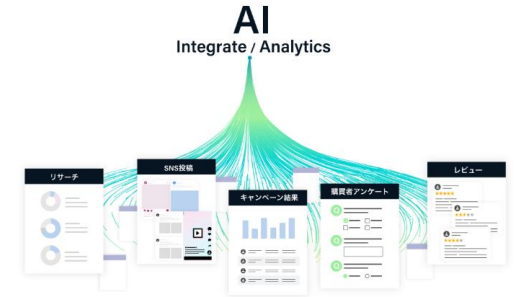
アライドアーキテクト
TikTok Shop
Partner に認定

 Allied Architects

Kaname.axを活用したCEPs抽出による“訴求仮説”構築機能を強化、
ブランド価値の発掘を支援。戦略設計から施策展開までの一気通貫支援を実現



複数の顧客の声データを
組み合わせ、AIで一元的に解析



マーケティングフレームワークに
合わせて分析結果を出力



施策の実行・検証までを
一気通貫で支援

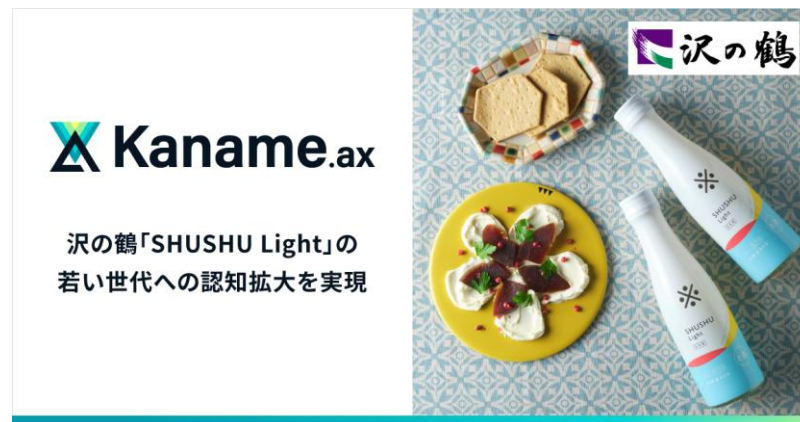


SNSのUGCやECのレビューなどから特許出願中の独自AI技術を活用して顧客の声を分析し、商品・ブランドを購入・利用する際のきっかけを導き出し、企業のマーケティング施策最適化を支援

8月12日付プレスリリース

沢の鶴株式会社 「SHUSHU Light」

CEPs リスニングにより発見した
独自訴求軸を素にした質の高い
UGC で若い世代への認知を拡大

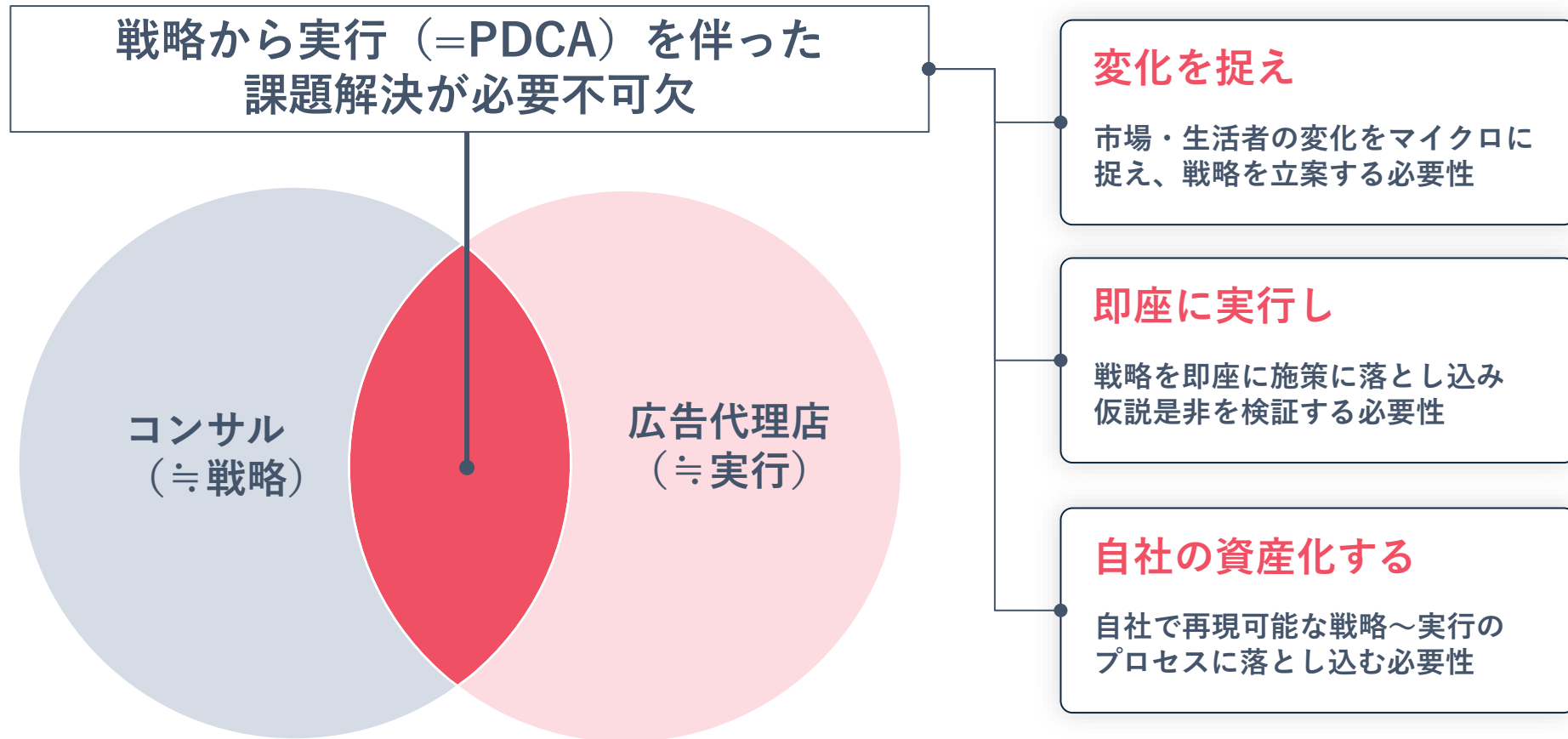


Kaname.ax サービスサイト※掲載



※ <https://service.aainc.co.jp/kaname-ax/case-study>

戦略立案と実行の両輪を一体で担う支援こそが、成果創出と持続的成長の鍵。
経営・事業戦略レイヤーからの伴走により、高単価・長期案件の収益化を目指す



事業戦略レイヤーから“実行”へつながる「製販一体の戦略策定」を提供するため、
プロフェッショナルファームのBallistaと業務提携を開始

“顧客の声”を基にしたインサイトを
発見するデータプラットフォーム



マーケティングパートナーとしての豊富な実績

戦略構築から実行まで強みを持つ
コンサルティングサービス

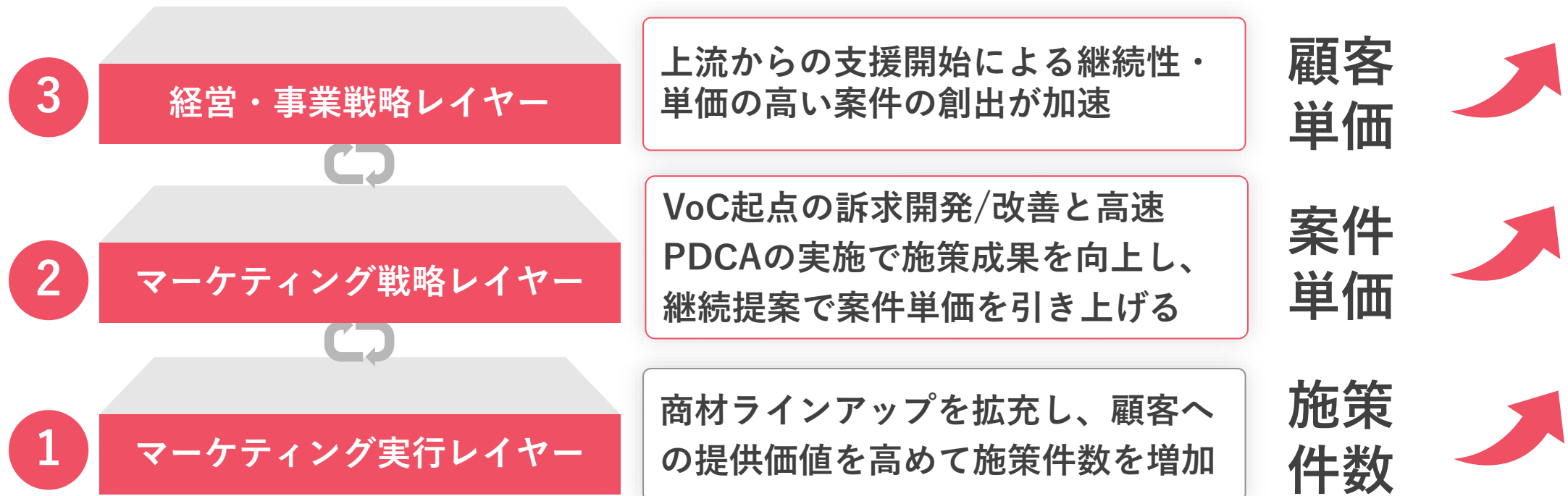


戦略ファーム出身の“戦略策定”や“組織改革”の
実績豊富なメンバーが多数在籍



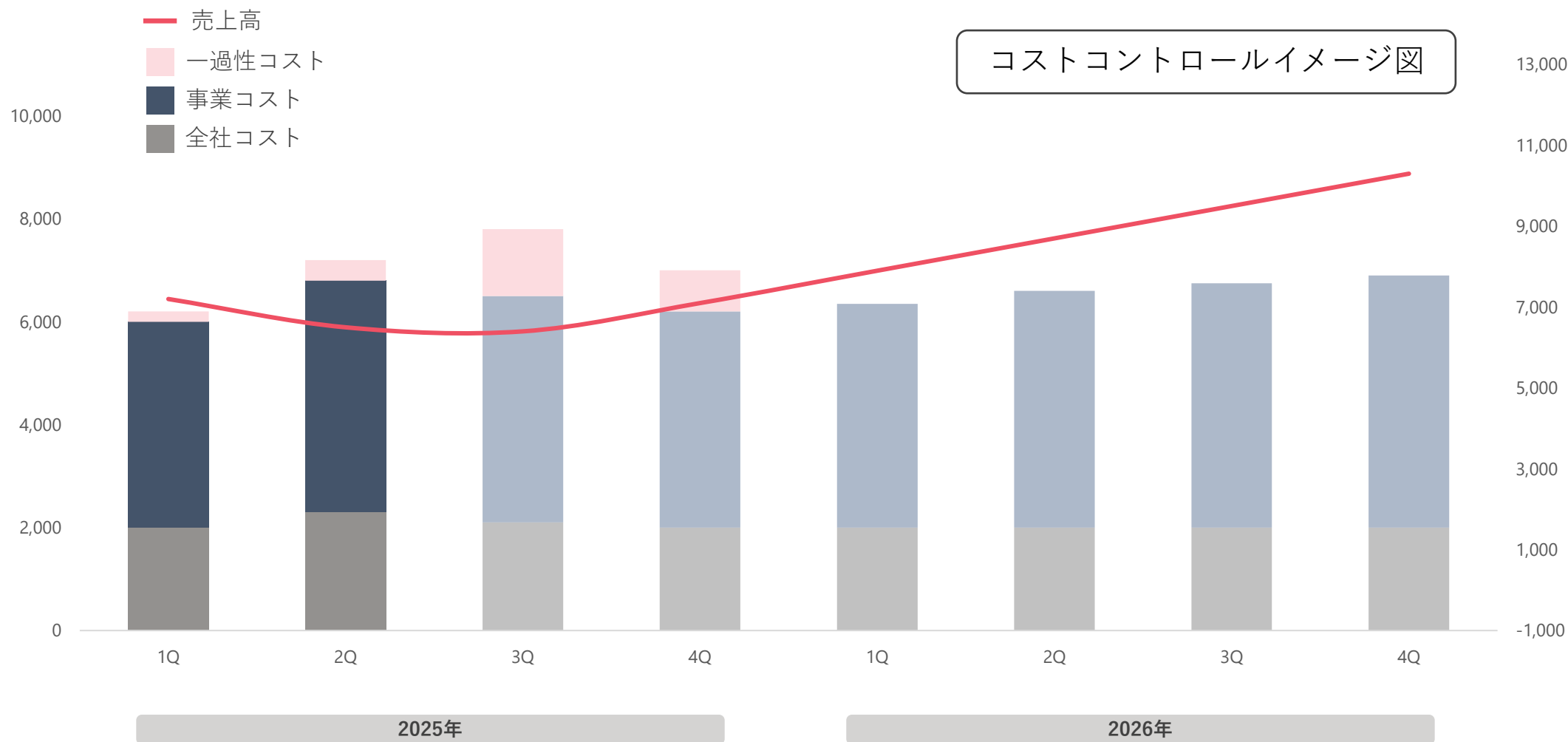
実行から戦略までを統合した三層支援モデルによる事業収益構造の転換。
戦略レイヤーへの支援範囲拡張により案件数・単価ともに引き上がり収益基盤が拡大

今後の展望



今期限りのガバナンス強化費用を除く全社コストは削減後に安定化し、事業コストも効率化を継続。

来期以降は売上高成長に合わせた最適なコスト運営で、利益率の向上と持続的な増益を目指す



Appendix



4



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 代表取締役会長 田中 裕志
取締役社長 村岡 弥真人

事業内容 マーケティングAX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（東証グロース）



代表取締役会長 田中 裕志



取締役社長 村岡 弥真人

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。



生活者の声のデータとクリエイティブの力で デジタルコミュニケーションを設計する会社

徹底的に生活者の声に向き合ってきた20年の実績

データ



蓄積した累計**4,165**万件の
生活者の声データ



15万件を超えるECサイト・
ランディングページの改善支援

専門
人材

プロダクト×ソリューション
システム開発から、データ分析、
戦略立案、クリエイティブ制作、
効果検証までマーケティングの
全工程を統合的に支援する体制

4兆円を超える巨大市場に挑戦するために、事業・組織・顧客資産を統合。
生活者データの仕組み化、営業組織の総合提案力強化、AXによる合理化を推進

当社が狙う総市場規模 **4.2兆円**

マーケティング
コンサル市場
3,000億円

広告代理市場
3兆円

クリエイティブ
制作市場
1.5兆円

2 事業を顧客に届ける強い営業機能

事業

事業

事業

事業

事業

事業

1

生活者データの仕組み

Insight・Research・
VoC (Review・SNS・UGC)

3

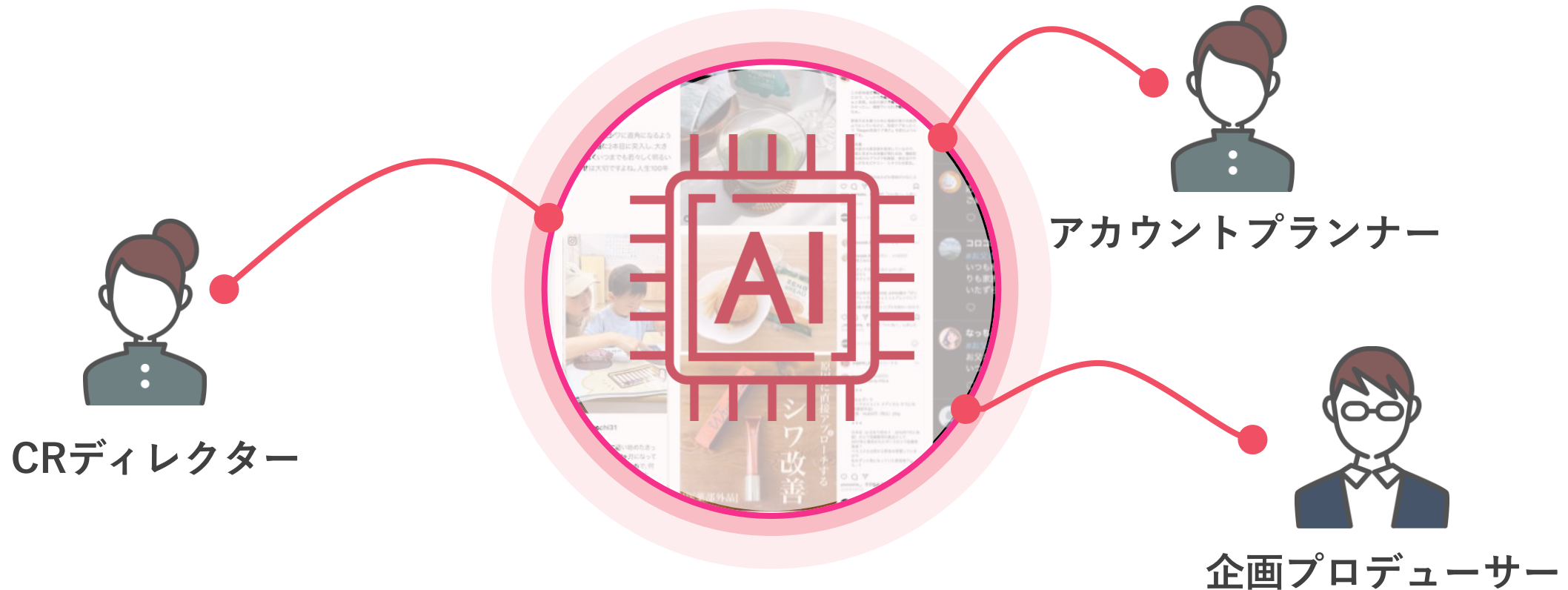
AXの仕組み

Product・BPO・AI

プロダクト中心からソリューション中心へと事業構造を転換。
これまでのプロダクトをデータハブとして活用しながらより高度な支援の実現を目指す

従来の構造（～2024年）		新たな構造（2025年～）
プロダクト中心	ビジネスの中心	データ×ソリューション中心
Letro、echoes等の主力プロダクトの 個別提供でのツール販売	主力商材	生活者の声のデータを基盤とした トータルソリューション
提供するツール・サービスの機能	売上の柱	データ活用で創造する付加価値
レベニュードライバーからデータハブへ 位置づけ変更	事業構造	プロダクトをデータ収集・蓄積の 基盤ツールとして活用
プロダクト販売による 初期費用＋月額使用料	収益構造	顧客課題に合わせた総合提案による プロジェクト受注

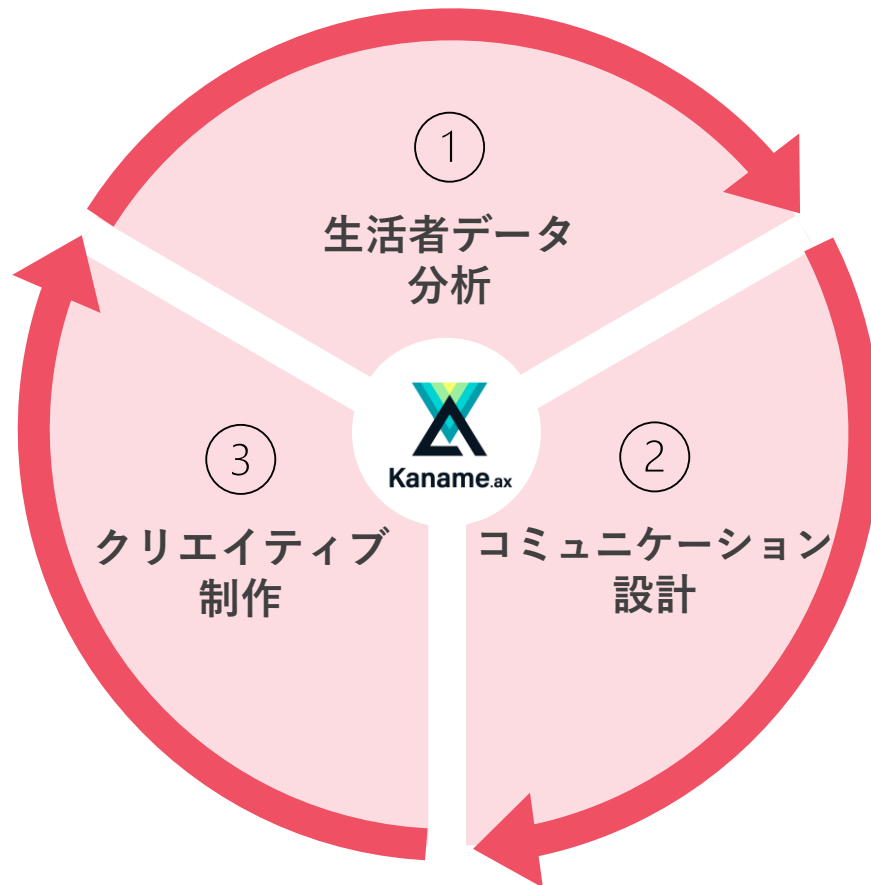
AI活用により、累計4,165万件の生活者の声データを事業資産として活用可能に。
生活者の声データを軸に各部門が連携し、シームレスなコミュニケーションの設計が実現



事業セグメントをマーケティングAX支援事業へ変更

生活者データ資産を起点とした支援のフライホイール※を確立し、クロスセル・アップセルを推進。

マーケティングAX支援における施策の高度化、支援領域の拡大で売上拡大を目指す

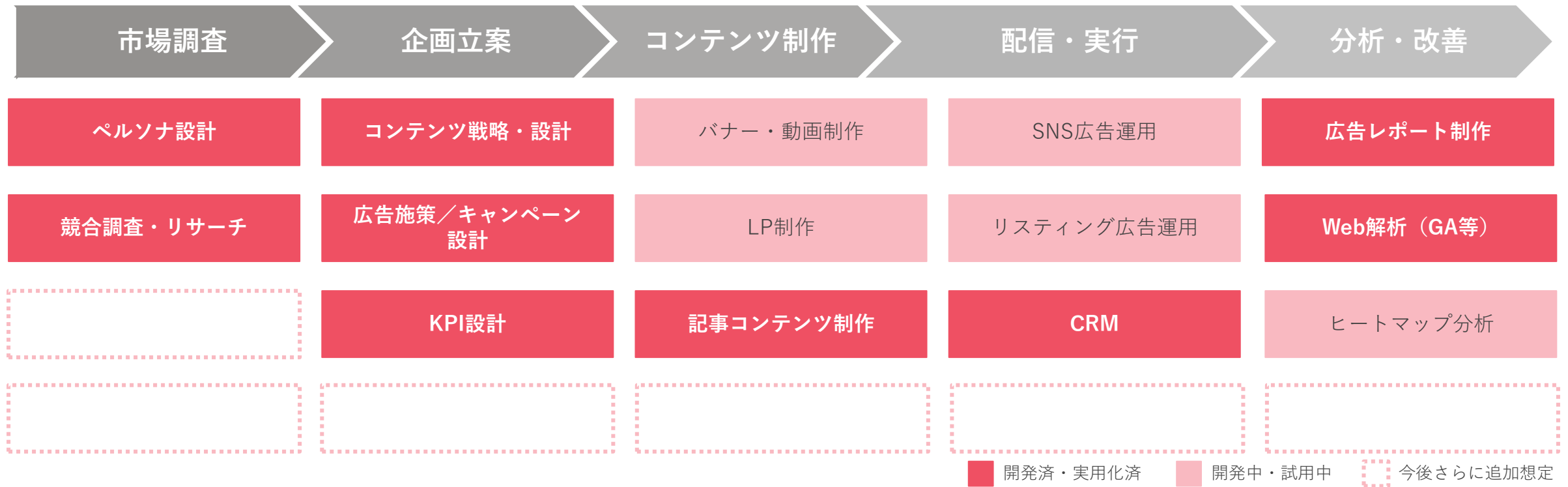


アライドアーキテクツの 支援フライホイール※

- ① Kaname.axを基盤としたデータ収集・分析
- ② Kaname.axの分析結果に基づいたコミュニケーション施策の設計
- ③ Kaname.axで深掘した生活者インサイトを元にしたクリエイティブの制作

※持続的な事業成長を可能にする循環型ビジネスモデル

自社開発のAIアプリの利用により、マーケティング工程の大部分において
AIでのプロセス改善を遂行中



中期成長戦略の基本方針である「売上・提供価値・営業利益率」の3つの向上を達成することで、
2027年12月期の業績目標として売上高50億円、営業利益5億円の達成を目指す

売上の向上

提供価値の向上

営業利益率の向上

1

Kaname.axと
営業組織強化で
案件単価を向上

2

事業部門を統合し、
クロスセル・
アップセルを促進

3

AXの仕組みで
生産性を高める



売上高
50億円

営業利益
5億円

社員一人当たり
売上高の向上
2,500万円



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、各社の商標または登録商標です。