



Allied
Architects

事業計画及び成長可能性に関する事項

アライドアーキテクト株式会社 | 証券コード：6081

2026年3月17日



1. 中長期ビジネスモデル
2. 市場環境
3. 競争力の源泉
4. 事業計画
5. クリプト領域における新規事業について
6. リスク情報



- 不適切会計事案の収束と事業構造転換を経て、FY2026に営業黒字転換、FY2027に売上50億円・営業利益5億円の達成を目指す

01 | 事業構造転換の完了

三層支援モデルが全社に定着
マーケティングAX支援事業にセグメント統合済
二・三層顧客単価 = 一層の7倍 (280万円/Q)

02 | 収益回復の道筋

FY2025：調査費用7.29億円一巡
FY2026：売上30億円・
営業OP+0.5億円 (黒字転換)
FY2027：売上50億円・営業利益5億円
(営業利益率10%)

03 | 競争優位性の源泉

累計4,165万件のVOCデータをKaname.ax®で
AI解析
データ起点の戦略～実行の一気通貫支援で独自
ポジションを確立

04 | 市場機会と成長余地

SAM 2,500円 (浸透率 1.2%) TAM 7,500億円
(CAGR 8.7%) ソリューション比率をFY2027
に80%へ拡大し、収益性を向上

05 | ガバナンス・信頼回復

不適切会計事案の緊急対応終了 (2025年6月)
三線ディフェンス強化・再発防止策実施中
取締役を増員し、経営体制を補強

06 | 上振れ余地となる クリプト関連事業

アライドクリプト株式会社設立
CCO就任次世代DAT構想の策定に着手
※FY2026業績予想には未織込
(投資フェーズの位置づけ)

2030年適用の上場維持基準 (時価総額100億円) を重要な経営課題として認識しています。
FY2027中期目標の達成 (売上・収益性の回復) を起点に、成長性・収益性・資本効率・ガバナンスの改善を通じて企業価値向上を図り、基準適合を目指します。
※時価総額は株式市場の評価の結果であり、将来の株価を保証するものではありません。



アライドアーキテツツという社名には「企画者、創造者（アーキテツツ）」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	アライドアーキテツツ株式会社 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）



田中 裕志
代表取締役会長



村岡 弥真人
取締役社長

1

中長期ビジネスモデル



世界中の人と企業の 創造がめぐる社会へ

SNS・UGC・ファン、市場の誰も注目していない段階から
事業化を行い、市場を牽引してきた



Allied Architects

当社は創業来、「人と企業の創造がめぐる社会」を目指し、
新たな事業・価値を生み出すことで成長を続けてきました。

存在意義（社名に込めたい）

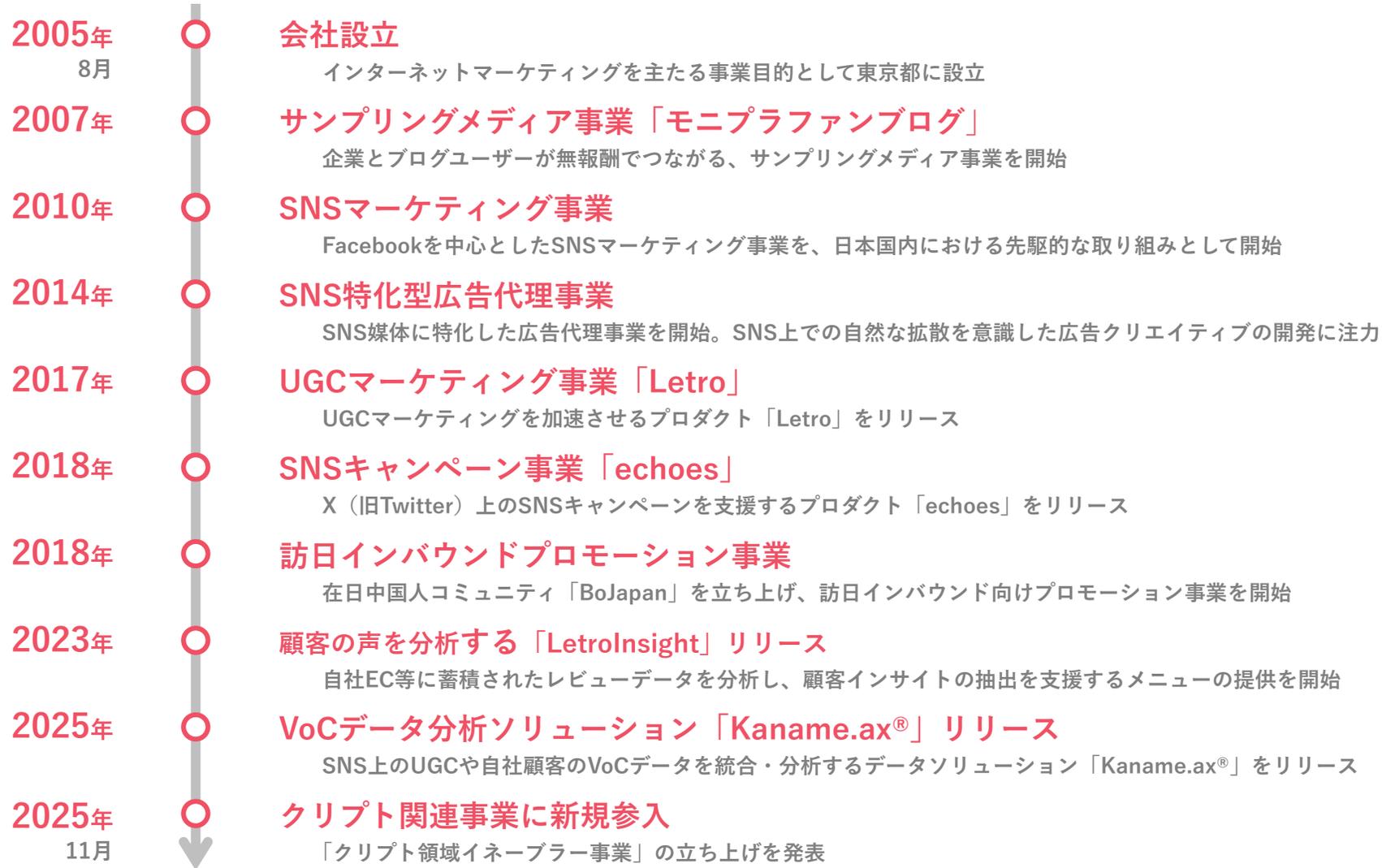
Allied = 連合する

Architects = **設計者・事業家**

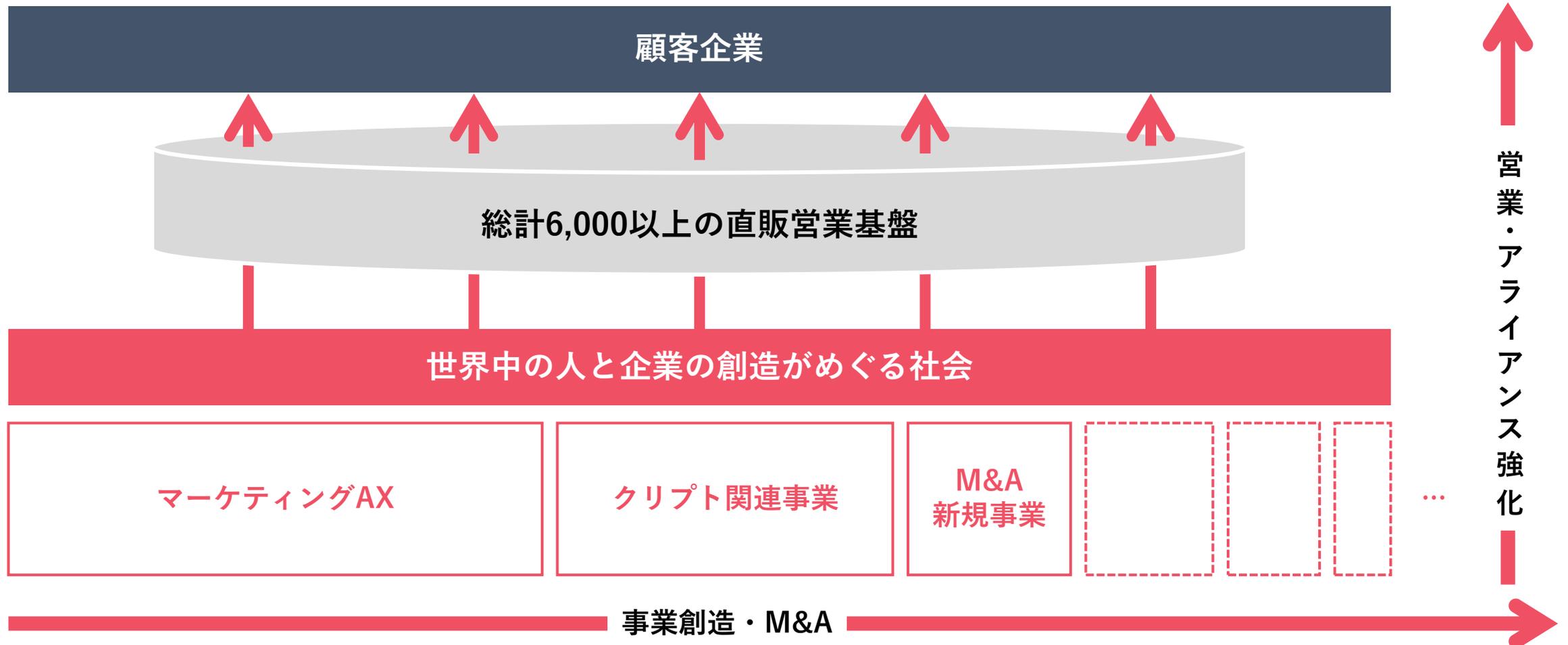
代理事業だけでなく、SaaSプロダクトやメディア、
データソリューションまで独自の事業創造を行ってきた

当社の成長の根源は、
“常に新しい価値を創造する事業創りのDNA”にあります。

- 設立から現在まで、マーケティング支援領域でのイノベーションを牽引。2005年創業以来20年の歩み。

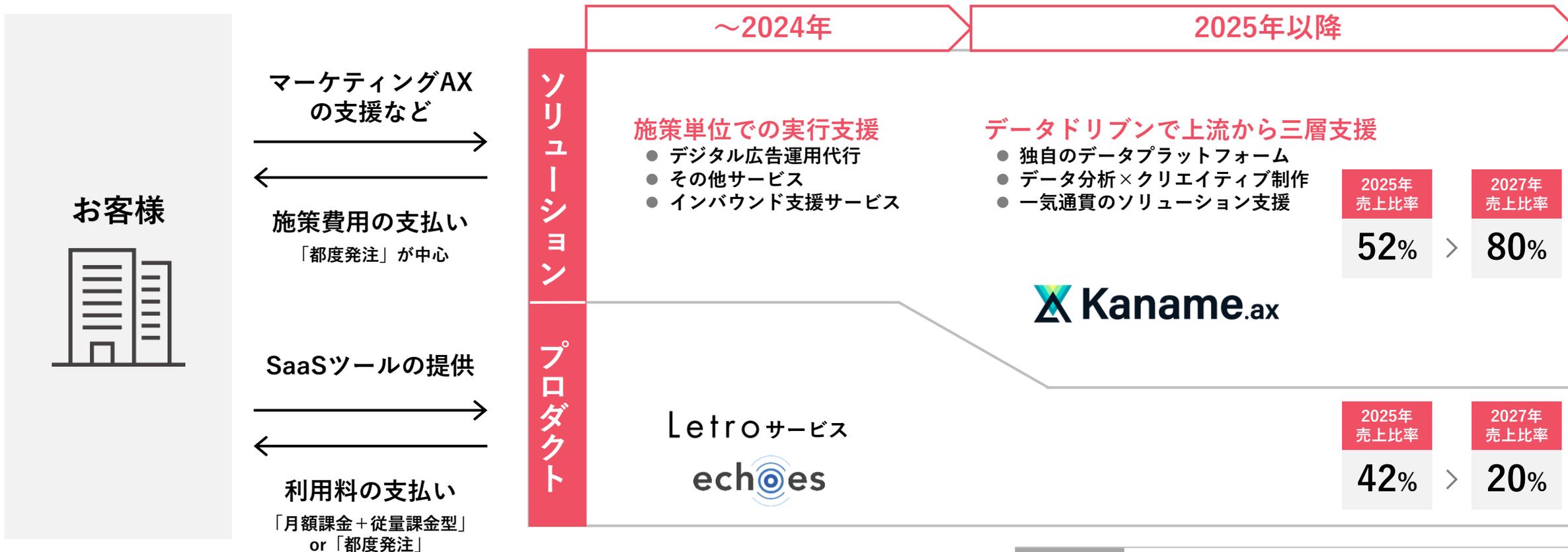


- 創業来、当社の強みとなるBtoB営業力の継続的な強化と、事業多角化を組み合わせる



収益構造と売上高比率の変化イメージ

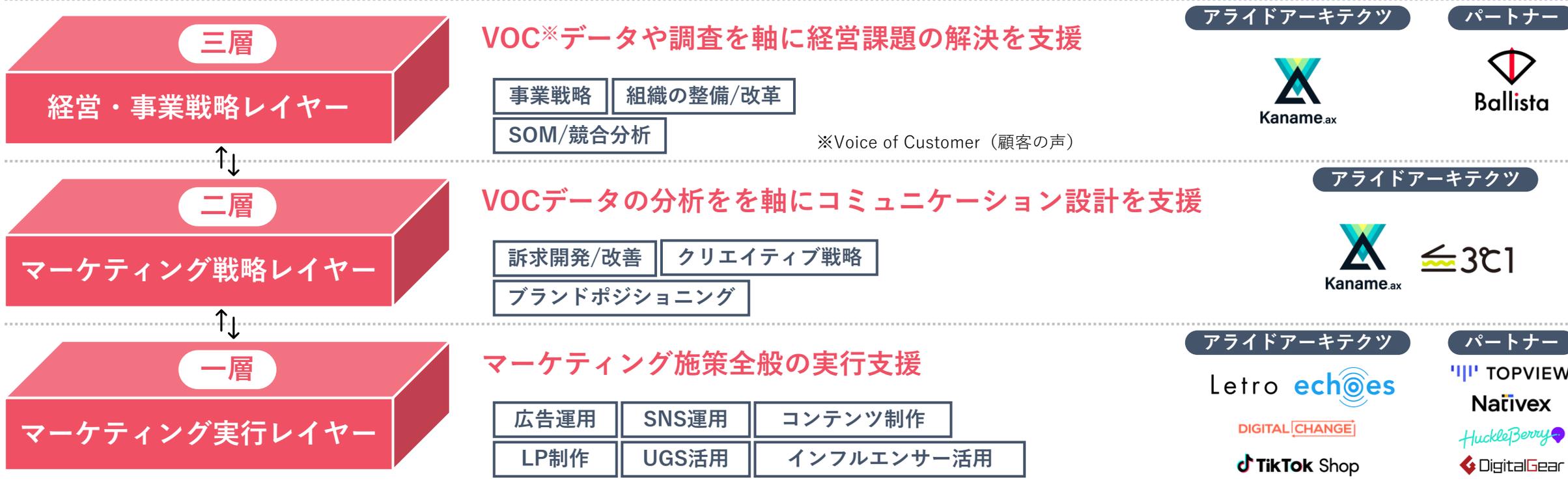
- 収益の柱をプロダクトからソリューションにシフト
- ソリューション比率の拡大により、収益性の高い事業構造への転換を推進中



主要費用	人件費	売上比で最大の費用項目
	外注費	CR制作・開発の一部を外部委託
	広告媒体費	広告運用案件に伴う媒体仕入
	調査関連費用	FY2025：7.29億円（一過性）

当社独自の三層支援モデル

- 新戦略「三層支援モデル」が全社に定着し、戦略・経営領域への支援が本格化。
- データ活用を軸に複合・上流提案が進展し、パートナー連携を含めた支援領域が拡大



マーケティング支援の多様化に対応し、一層施策を入口とした初期接点拡大を強化
二層・三層支援への展開を視野に、顧客との関係深化と取引領域の拡張を推進

Kaname.ax

AI時代におけるマーケティング意思決定の“要”に。

1
20年にわたり蓄積してきた
VOCデータとマーケティング活用ノウハウ



2
膨大な顧客の声をAIで高速データ分析
「起点となるインサイト」を発見



3
「起点となるインサイト」を軸に
施策の実行・検証まで一気通貫で支援



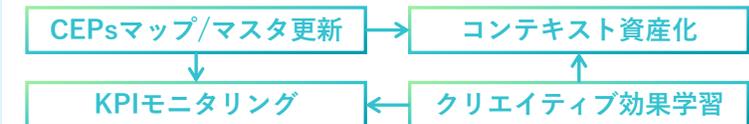
4
分析×実行の経験豊富なマーケターが
GTM (Go-To-Market) の設計図を策定



5
クリエイティブチーム「3°C1」による
データ×クリエイティブ支援



6
正しくAX(AI Transformation)が回る
フィードバック・ループを構築



※CEPsリスニング、Kaname.axはアライドアーキテクト株式会社の登録商標です。

生活者のインサイトデータを起点に、マーケティングの診断～治療～体質改善まで支援する、
「プラットフォームサービス」と「エキスパートサービス」

診断

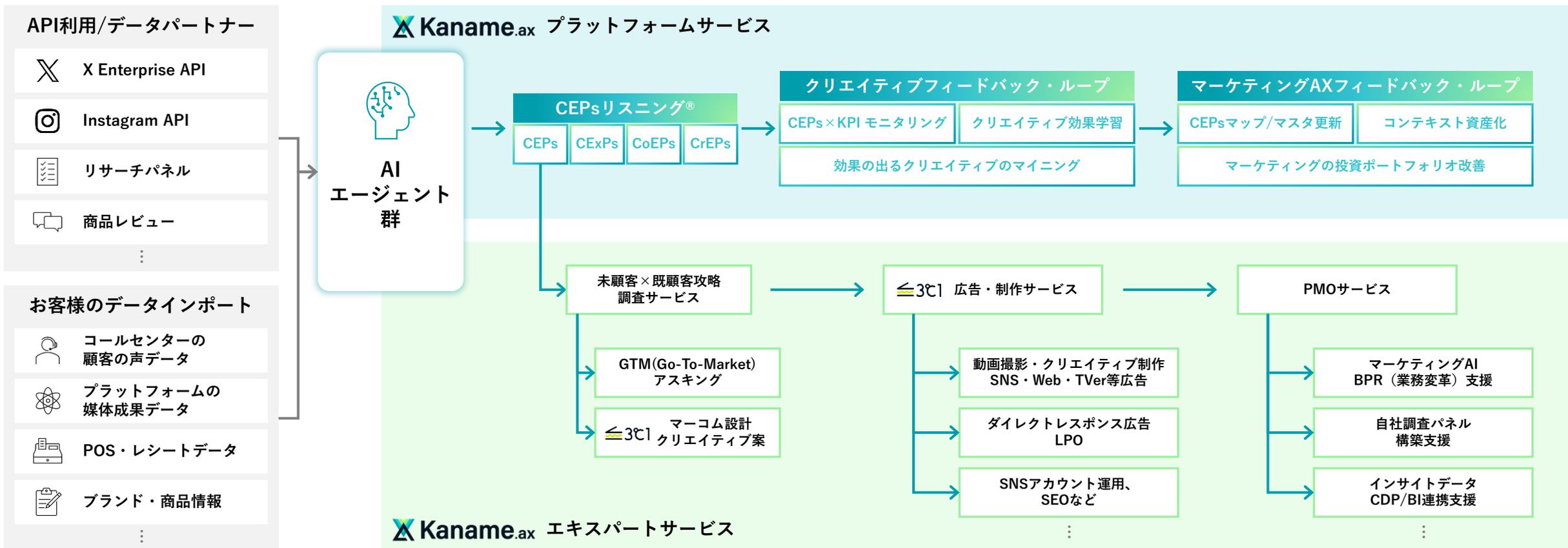
治療

体質改善

CEPsリスニング・GTMアスキング調査・マーコム設計
未顧客×既顧客攻略

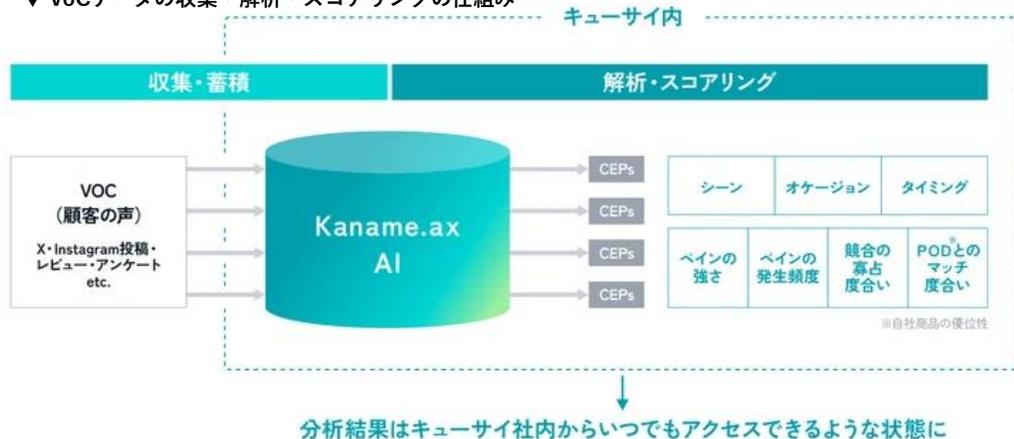
ブランディングプロモーション施策
ダイレクトマーケティング施策

データ活用の組織浸透・AIケイパビリティ拡張
メンタルマーケットシェア向上による事業ROI改善



● Kaname.ax®を基盤とした独自VOCシステム構築で、創業60年企業のデータドリブンな「マーケティング会社」への変革を支援

▼ VoCデータの収集・解析・スコアリングの仕組み



Interview — Q'SAI

VOC分析強化の組織変革プロジェクト

データプラットフォーム「Kaname.ax」独自構築

データと仕組み、マーケティングのプロセスがあれば、大幅な事業成長を実現できると確信。Kaname.ax®によるPF構築は、私たちにとって必要な投資でした。

- キューサイ株式会社 山田副社長

▼ CEPs抽出とスコアリングの分析イメージ

VOCデータを様々な要素に分解してスコアリング

VOC (顧客の声)

最近洗顔後に顔がつっぱる時間が長くなった気がする。季節のせい？とにかく保湿したい。

VOC2 @voc2_nayameruser - 10月2日8:45
朝のメイク、全然ノらない。下地塗っても肌がカサカサで、冬が来たなって感じる瞬間。

肌悩み女子 @nayameruser - 10月2日8:17
あまたこの季節か...顔に張った顔を見て気づく、冬の訪れ

ペイン(痛み)の特定

“肌が荒れ保湿の必要性を感じる”

状況CEPsの抽出

“朝起きて鏡を見た時に肌がしぼんで見える”

タイミング 季節の変わり目の週末	オケーション 外出準備中	シーン メイク前に鏡を見て
----------------------------	------------------------	-------------------------

スコアリングロジック

スコアリング	深刻度	頻度	PODマッチ	競合の寡占度合い
	74	82	68	58

※分析イメージです。実際の分析結果とは異なります。

課題

インフォーマーシャル・特定商品への依存で体系的マーケティングが不十分

- 感覚的判断に依存し再現性なく、顧客理解が属人化
- 「じっくりプランニング」文化が迅速な対応を阻害

ソリューション

Kaname.ax®技術で独自VOCプラットフォームを構築

- SNS・EC・アンケート等マルチチャネルVOCを統合
- AIによるCEPs自動抽出・スコアリング(特許出願済)
- 分析→仮説→テストマーケ→商品開発を一気通貫で仕組み化

成果・展望

データドリブンな仮説検証サイクルで施策の再現性が大幅向上

- 担当者が「感覚をロジカルに語る」状態を実現
- 20名体制の大型PJで「マーケティング会社」への事業構造変革を推進中

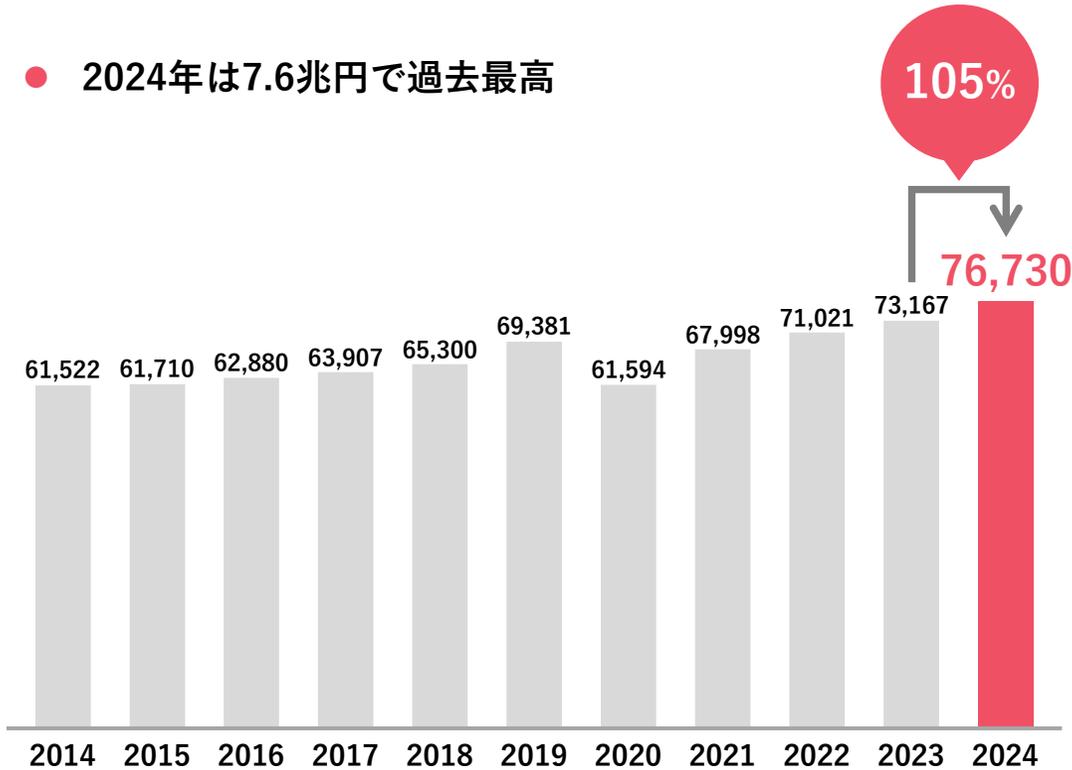
2

市場環境



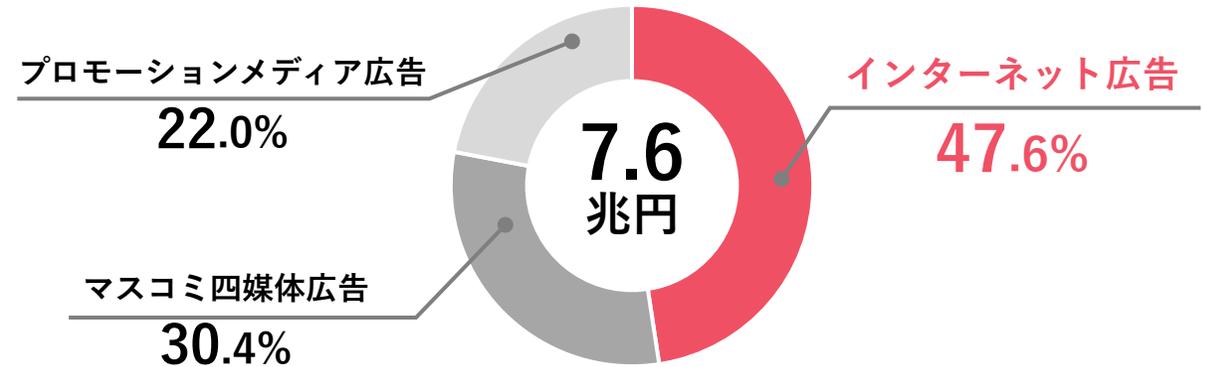
日本の総広告費推移

- 2024年は7.6兆円で過去最高



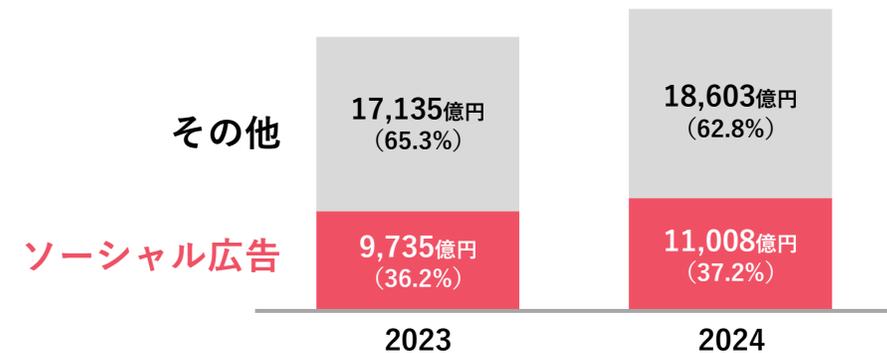
媒体別構成比 (2024年)

- 全メディアで最も成長 (前年比110%)

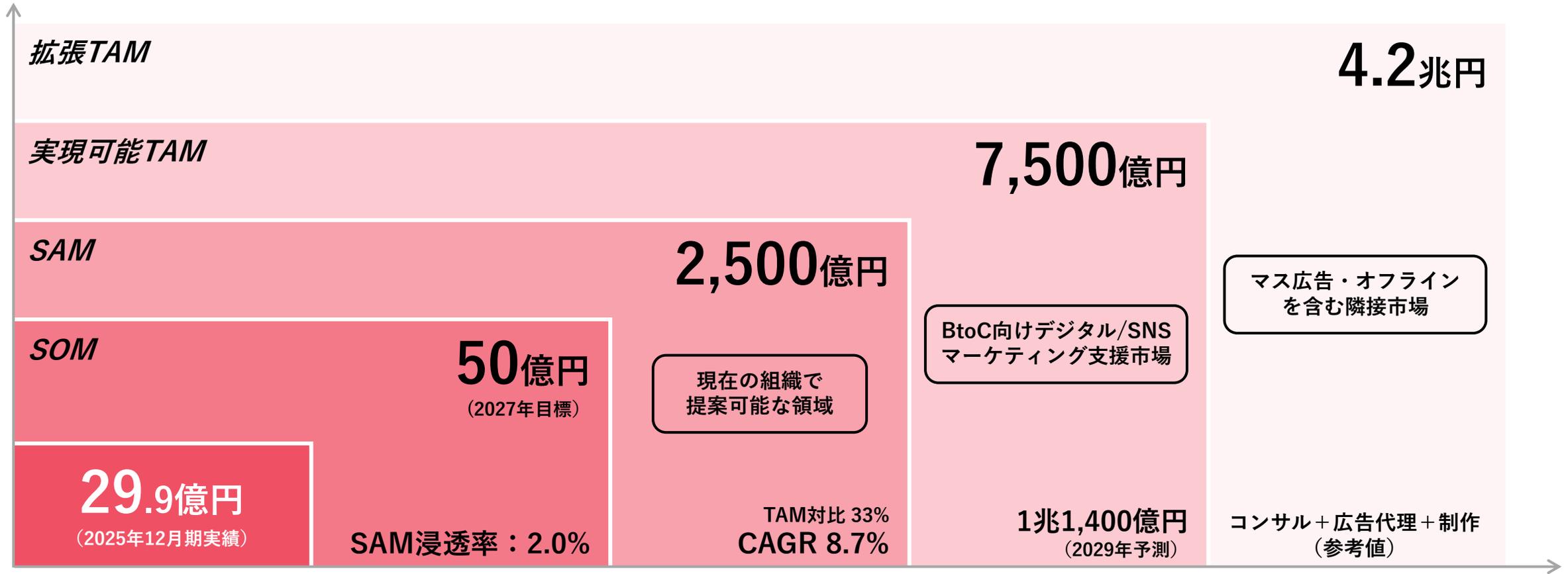


インターネット広告種別

- ネット広告種別で最も成長 (前年比113%)



※引用：
 ・株式会社電通 (2025) 「2024年 日本の広告費」 https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2024/pdf/koukokuhi_2024.pdf
 ・株式会社電通 (2025) 「日本の広告費 インターネット広告媒体費詳細分析」 <https://dentsu-ho.com/articles/9235>



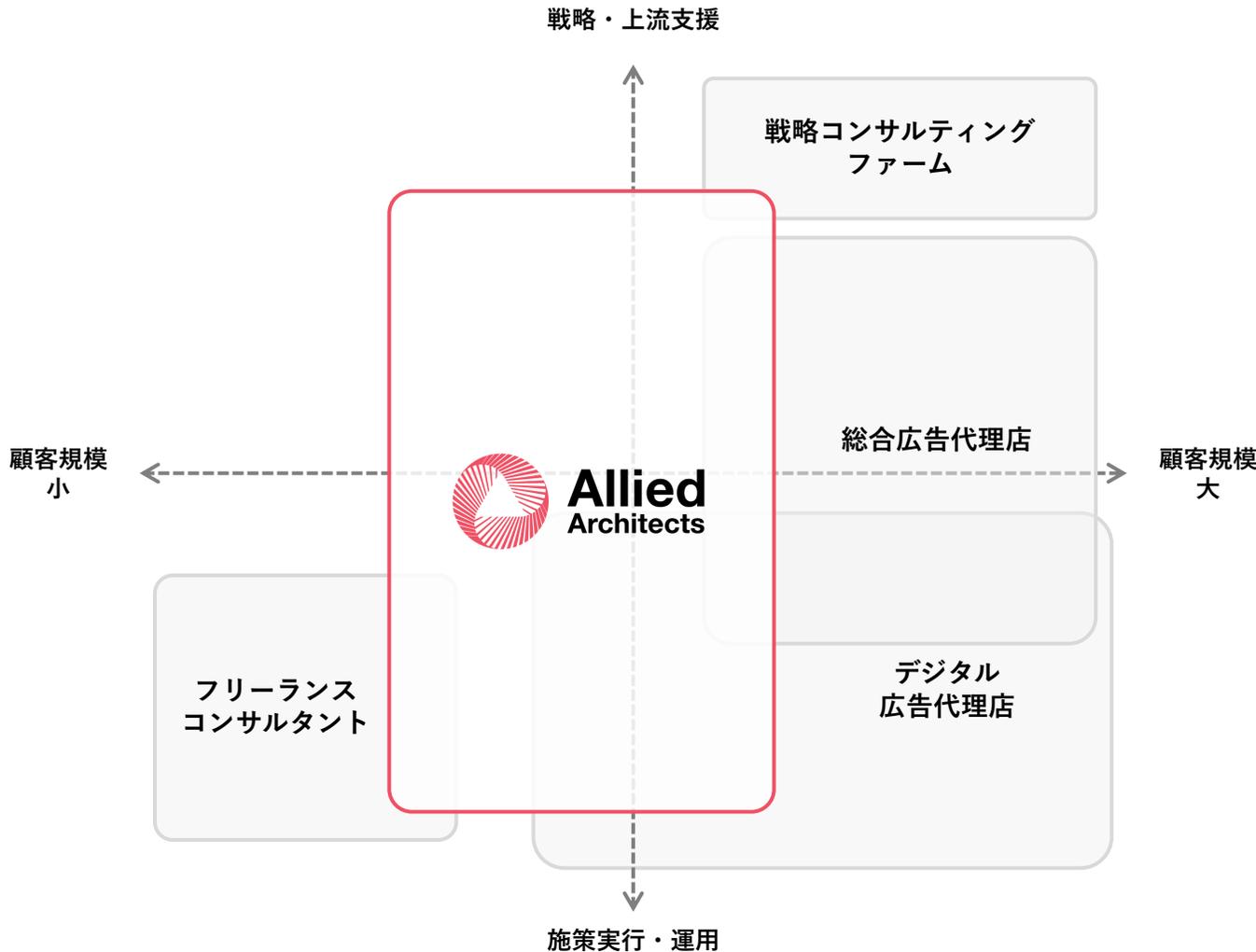
【SOM算出根拠】
 2025年12月期通期決算説明資料（2026年2月13日発表）p.25記載の中期目標値。2025年12月期実績 売上高29.9億円（SAM浸透率1.2%）→ 2027年12月期目標 売上高50億円（SAM浸透率2.0%）

【SAM算出根拠】
 TAMのうち当社の組織・ケイパビリティで直接提案可能な領域に限定。SNSマーケティング支援全体1,311億円 + SNS広告運用手数料のBtoC消費財メーカー向け約500億円 + VOC/ソーシャルリスニング系ツール約300億円 + UGC/SNSクリエイティブ制作約400億円

【実現可能TAM算出根拠】
 A. SNSマーケティング支援（広告枠費除く）1,311億円（サイバー・バズ/デジタルインファクト 2024年11月発表） B. SNS広告運用支援手数料1,600億円（SNS広告費1兆727億円×業界標準手数料率15%）
 C. BtoC向けデジタルマーケティングツール/PF 2,500億円（矢野経済研究所 2025年7月発表 4,190億円×BtoC比率60%推定） D. デジタルクリエイティブ制作（SNS/Web特化）2,100億円（電通「2024年日本の広告費」よりインターネット広告制作費のSNS/Web比率30%推定）

【拡張TAM】
 決算説明資料p.37記載。マーケティングコンサル3,000億円 + 広告代理3兆円 + クリエイティブ制作1.5兆円 = 4.2兆円。マス広告・オフライン制作を含む広義の市場定義であり、三層支援モデルの拡張先を示す参考値として位置づけ。

- データ起点の統合マーケティング支援で、大手代理店とツールベンダーの間に独自ポジションを確立



当社の競合優位性

データ起点の一气通貫支援

Kaname.ax
VoC
4,165万件



マーケティング
コミュニケーション
設計



クリエイティブ
作成などの
施策実行

戦略～実行を統合できるケイパビリティ

カテゴリ	当社との差異
総合広告代理店	<ul style="list-style-type: none"> ・ マス中心 ・ データPF非保有
デジタル広告代理店	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告運用中心 ・ 戦略コンサル弱
戦略コンサルティングファーム	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大規模企業対象 ・ 実行支援なし
フリーランスコンサルタント	<ul style="list-style-type: none"> ・ 小規模企業中心 ・ 個別施策支援

3

競争力の源泉





Allied Architects

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



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

マーケティングの専門性 x AX推進力

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

徹底的に生活者の声に向き合ってきた20年の実績

- AI技術の進化は、当社の「データ × 人材 × プロダクト」の価値を増幅させる構造となる

AIが増幅する価値 – 追い風



VOCデータの価値が増大

AIの分析精度向上により、累計4,165万件のデータ資産の活用余地がさらに拡大。Kaname.ax®の出力品質が継続的に向上。



マーケティング実行の自動化

自社AI活用による業務効率化が進行中。
1人当たり売上高の向上ドライバーとして機能。



クリエイティブ制作の高速化

AI生成 × 人の品質管理のハイブリッドで、制作のスピードと量を両立し、ソリューション比率拡大を後押し。

AIでは代替困難な価値 – 競争優位の持続



経営レベルの戦略設計（三層支援）

経営・事業戦略レイヤーの支援は、業界知見 × 顧客理解 × 信頼関係が前提。汎用AIでは到達しにくい領域。



独自データ資産の蓄積

累計6,000社・4,165万件のVOCデータは競合が短期では模倣不可能。データ量がAI精度に直結する好循環。

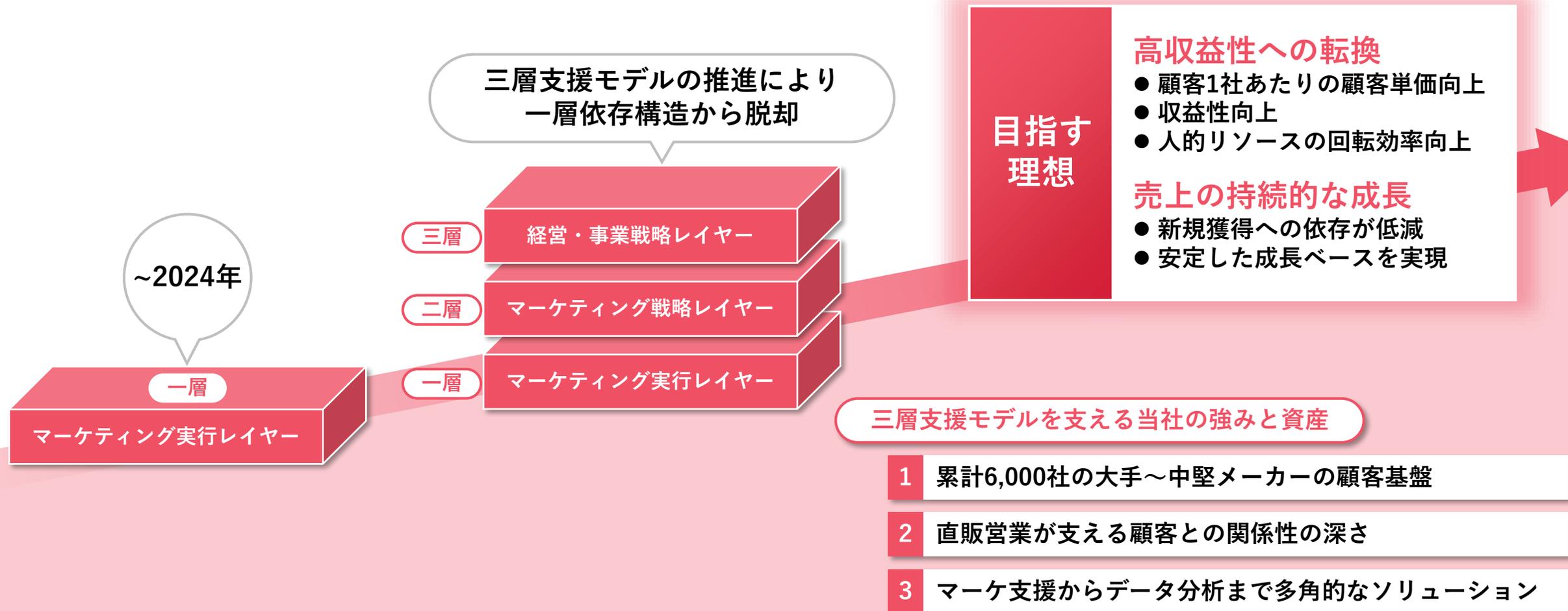


法人営業と顧客基盤の強さ

顧客企業への強い営業パイプと、創業20年に渡って蓄積した強固な直販顧客基盤へのアプローチは人が介在する価値が高い。

AIの進化は、当社の“データ × 人材 × プロダクト”の価値を増幅させる構造 — 三層支援モデルはAI時代にこそ競争力を発揮

- 国内市場が成熟し、SNS・UGCなどのデジタルマーケティング施策が常態化
- マーケティング実行レイヤーの単発施策積上だけでは収益性が頭打ちとなっている現状の脱却が急務



4

事業計画



- 不適切会計事案の収束と並行し、三層支援モデルの定着・クリプト関連事業の立上げを推進

事業構造	事業セグメント変更 <small>「マーケティングAX支援事業」に統合</small>	三層支援モデルの全社定着 <small>二・三層顧客単価が一層の7倍に</small>	ソリューション比率拡大 <small>現在60% → FY2027目標80%</small>
プロダクト技術	AI活用によるAX推進 <small>マーケ工程の大部分で実装済/開発中</small>	Kaname.ax®基幹技術の特許出願 <small>VOC解析×AI分析の独自技術</small>	クリエイティブ フィードバックグループ提供開始 <small>広告成果の持続的拡大を実現</small>
新規事業・戦略投資	CCO (チーフクリプトオフィサー) 新設 <small>大木悠氏就任、次世代DAT構想策定着手</small>	JPYC・AlphaX等との パートナーシップ <small>ステーブルコイン連携開始</small>	アライドクリプト(株) 設立 <small>2026年3月設立、クリプト関連事業推進</small>
ガバナンス・信頼回復	不適切会計事案の緊急対応終了 (2025年6月) <small>費用7.29億円計上完了</small>	再発防止策の実施開始 <small>三線ディフェンス強化・教育実施</small>	取締役増員で、経営体制補強 <small>顧問招聘で外部知見も取り込み</small>

営業損失

¥271M改善

△459M → △188M

4Q営業損失

黒字目前

— → △19M

広告事業

V字回復

— → +122% (YoY)

1人当たり売上高

+13.6%

455万円 → 517万円 (4Q)

- FY2026に営業黒字転換、FY2027に営業利益率10%の達成を目指す

(百万円)	FY2024 実績	FY2025 実績	FY2026 予想	FY2027 目標
売上高	3,463	2,990	3,000	5,000
YoY	△14.6%	△13.6%	+0.3%	+66.7%
売上総利益	—	—	—	—
営業利益	△459	△188	50	500
営業利益率	—	△6.3%	1.7%	10.0%
経常利益	△386	△114	—	—
純利益	△516	△743	20	—
(調査費用控除後)		(△14)		

前提条件

FY2026

- 三層支援モデルの定着継続
- 調査関連費用の発生なし（一巡）
- クリプト関連事業は投資フェーズ（売上未織込）
- 人員：現行水準維持（採用抑制）
- 営業利益 +50M = 調査費一巡 + 構造改革効果

FY2027

- 三層支援モデルの積極展開による単価向上
- Kaname.ax®企業別導入の拡大
- 1人当たり売上高 2,500万円
- クロスセル・アップセルによる売上拡大
- 営業利益率10%達成（売上50億円×10%=5億円）

※ FY2024実績は公開情報ベース。FY2025純利益には調査委員会関連費用729百万円を含む。FY2026予想は2026年2月13日発表の会社予想。FY2027目標は決算説明資料 p.25記載の中期目標。

重要経営指標（KPI）：実績値と目標値

- 三層支援モデルの浸透により、売上・提供価値・利益率の3軸で改善が進行中

	FY2024 実績	FY2025 実績	FY2026 予想	FY2027 目標	指標の意義
売上高	34.6億円	29.9億円	30.0億円	50億円	事業規模の成長
営業利益	△4.6億円	△1.9億円	+0.5億円	+5億円	収益性の回復・向上
社員1人当たり* 売上高 (四半期)	—	517万円(4Q)	—	625万円	生産性の向上
顧客単価 (四半期平均)	一層：40万円 二・三層：280万円		—	さらに向上	提供価値の深化

*社員1人当たり売上高：FY2027目標年間2,500万円/人を四半期に配賦して進捗管理を実施

営業損益改善幅

+2.7億円

FY24 → FY25

レイヤー別単価差

×7倍

一層 → 二・三層

1人当たり売上高

+13.6%

4Q (YoY)

※算出方法：社員1人当たり売上高 = 四半期売上高 ÷ 期末連結社員数。顧客単価は三層支援モデルにおけるレイヤー別の四半期平均取引額。

KPI目標（2027年目標 + 当期の到達点）

- 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

売上高

50億円

営業利益

5億円

社員1人当たり売上高

2,500万円

1

売上の向上

三層支援モデルの
推進により、
案件単価を向上

2

提供価値の向上

事業部門を統合し、
クロスセル・アップセル
を促進

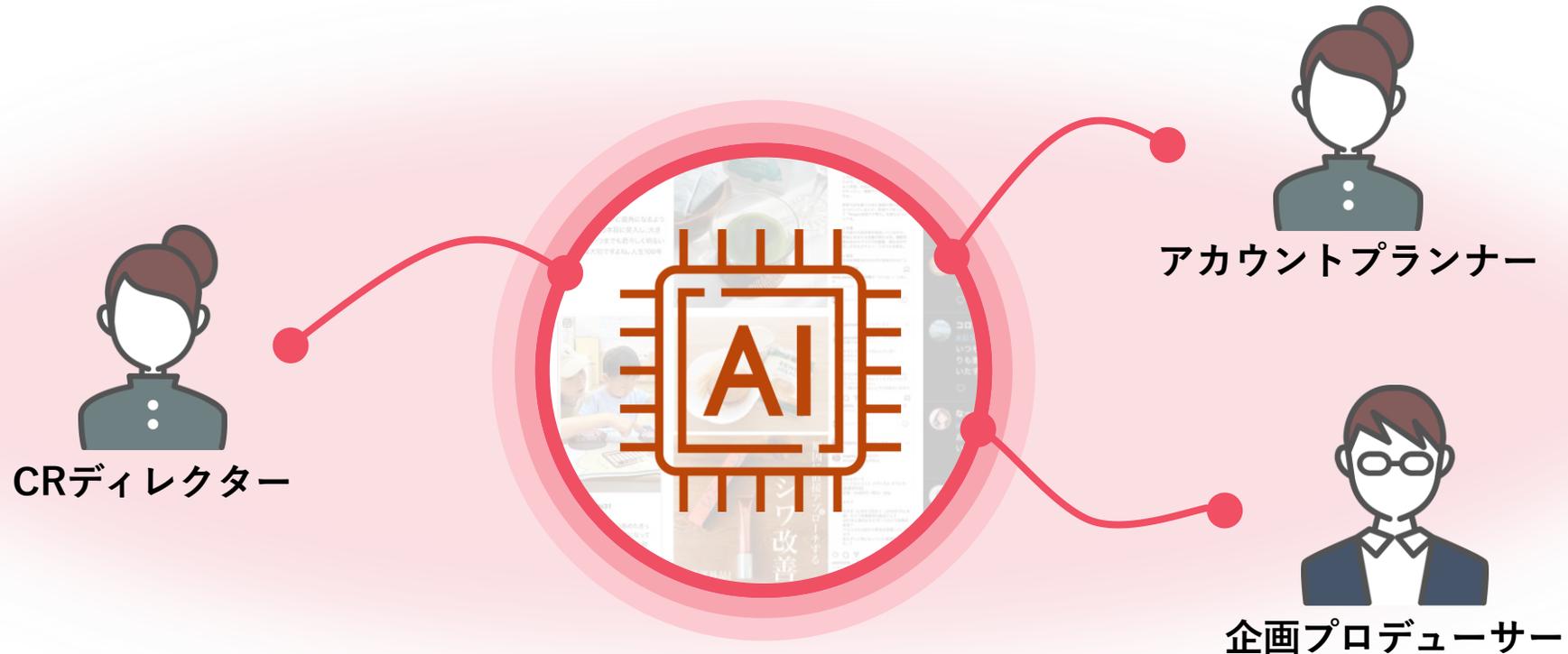
3

営業利益率の向上

AXの仕組みで
生産性を高める



- 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



🗄️ 収集した VOC データの総数

11,744,976

ブランドの周辺に存在する市場の声を大量に蓄積



膨大なVOCファクトデータのインプット

💡 出力したCEPsの件数

10,815

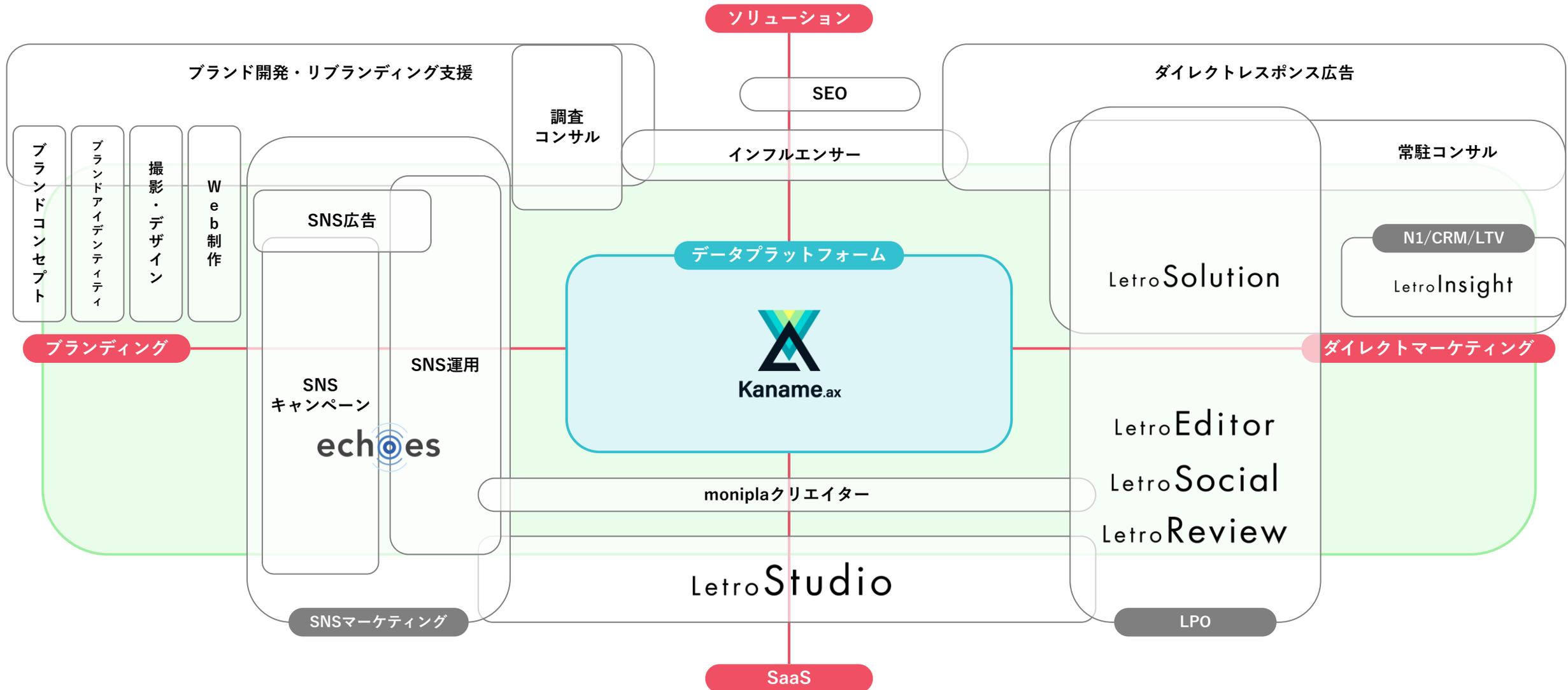
購買のきっかけ（CEPs）を抽出



訴求開発に活かせるフレームワーク

※集計期間（VOCデータおよびCEPsの件数）：2025年9月～2026年2月

- アイドアーキテクトのすべてのサービス（ソリューション/SaaS）にエンジンとして搭載

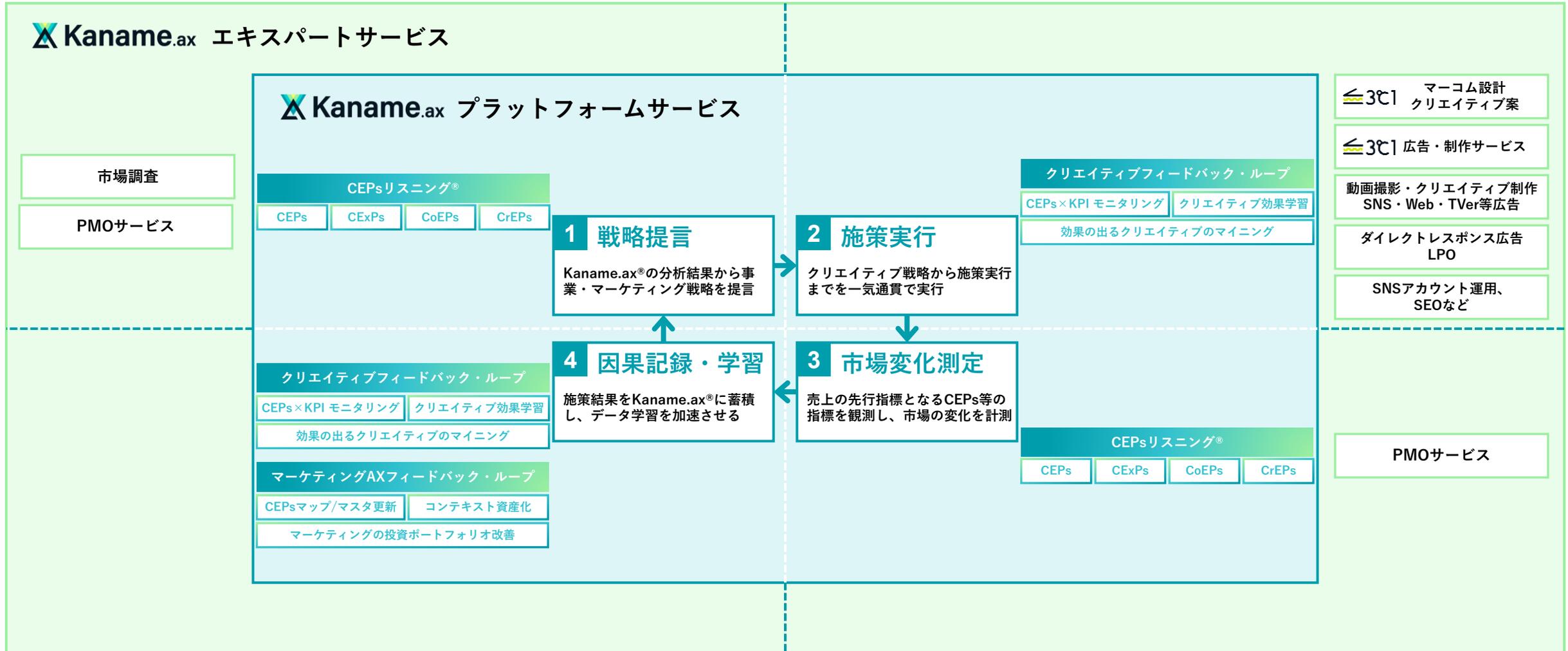


- 広告成果データとKaname.ax[®]の分析結果を組み合わせることで、広告クリエイティブの生成から改善が回る「フィードバックループ」を構築



配信を重ねるごとに個社ごとに最適な分析チューニングをかけ、より広告成果の出やすい状態を築く

- 生活者データを基軸にした戦略提言、施策実行、効果測定のプロセスを全てKaname.ax®に蓄積しサイクルを回すほど精度が高まる仕組みを構築

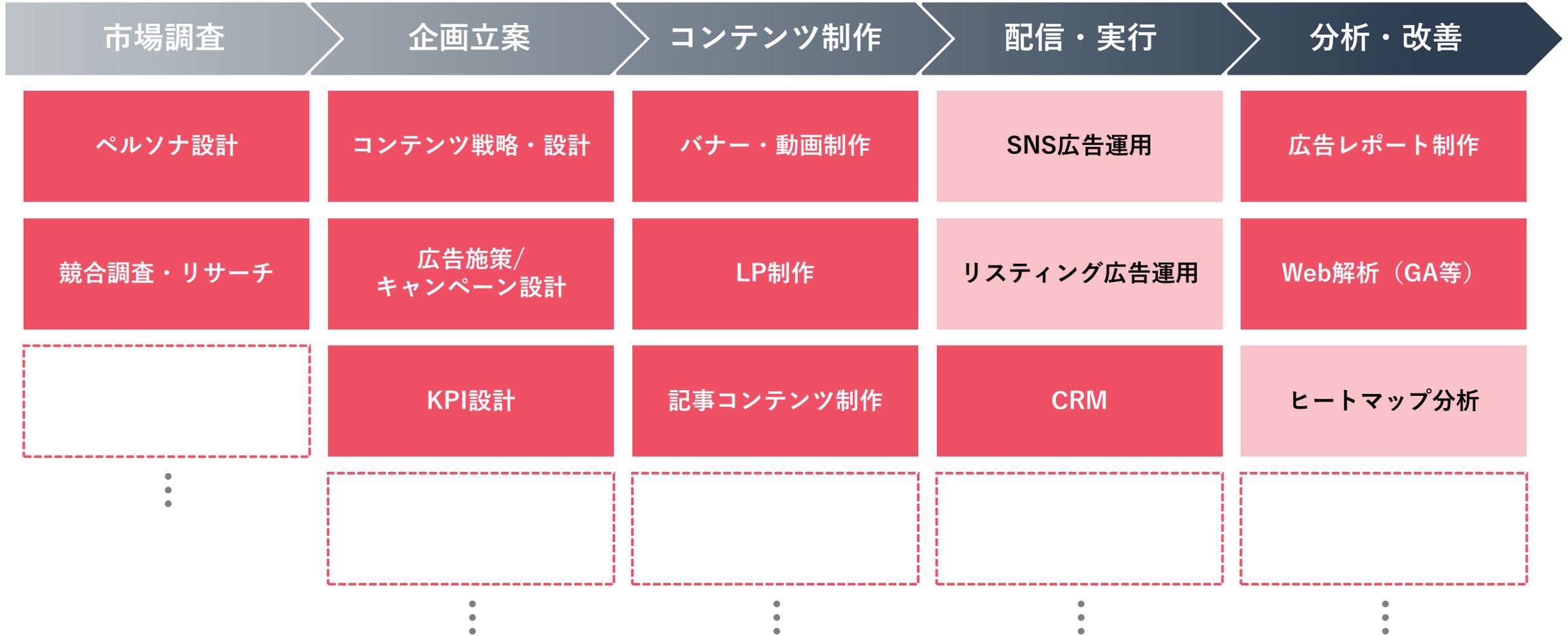


- 自社開発のAIアプリの利用により、マーケティング工程の大部分においてAIでのプロセス改善を遂行中

開発済・実用化済

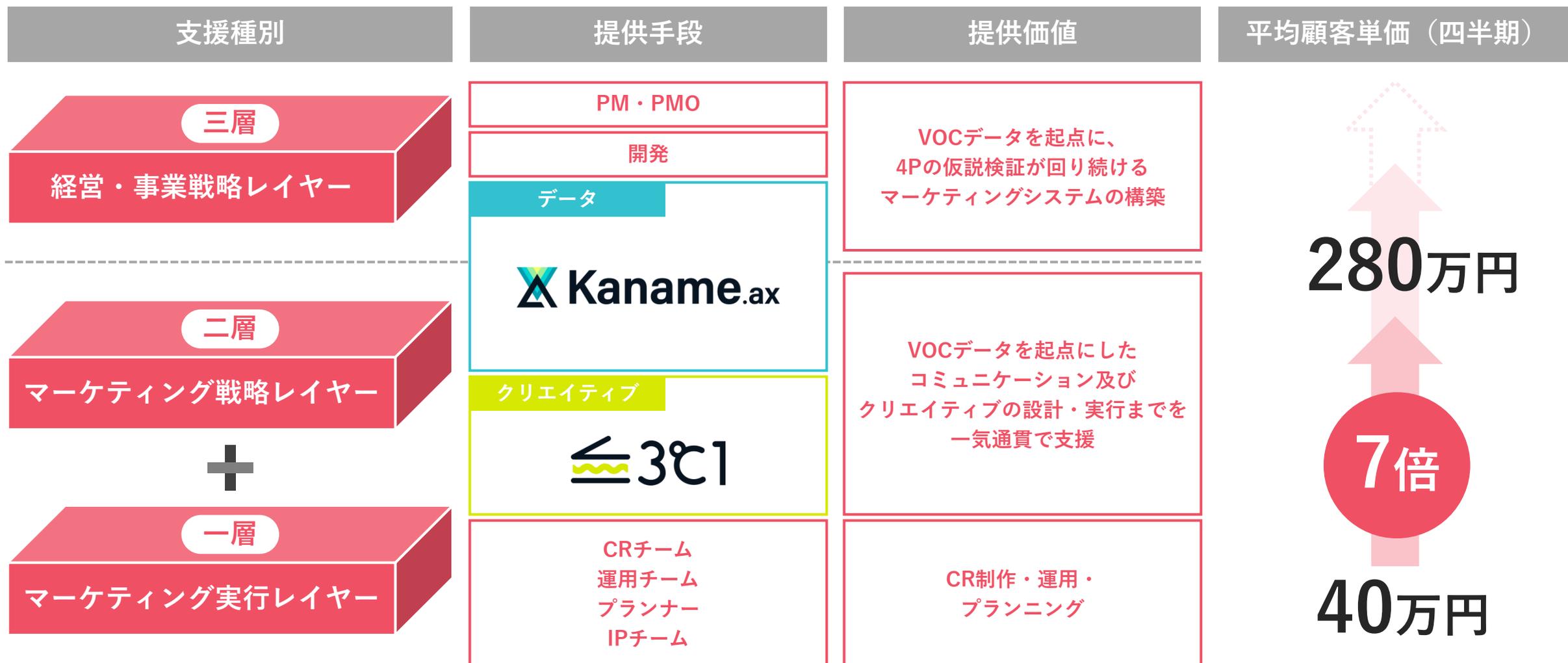
開発中・試用中

今後さらに追加想定



事業構成と顧客単価イメージ

- Kaname.ax®（データ） × 3°C1（クリエイティブ）を核に提供価値を上流へ拡張
- 支援層別の平均顧客単価（四半期）はVOCデータの活用で7倍の280万まで引上げが実現



5

クリプト関連事業について



インフレと円安の進行により、日本企業の間では「円を保有し続けること」そのものへのリスク認識が高まりつつあります。暗号資産へのエクスポージャーは、もはや投機や短期的な利益追求ではありません。自社資産を防衛し、企業価値を中長期で維持・保存するための経営上の選択肢であり、サバイバル戦略の一つです。

しかし、有効な対策を講じられていない企業は多く、ある調査によれば、インフレを懸念する日本企業は85%に達する一方で、具体策を実行していない企業は60%を超えています。

また、余剰の円資産を運用している企業のうち、利回りが0.5%未満にとどまる企業は半数近くにのぼります。リスクは認識しているが、実行に踏み出せていないというのが実情です。

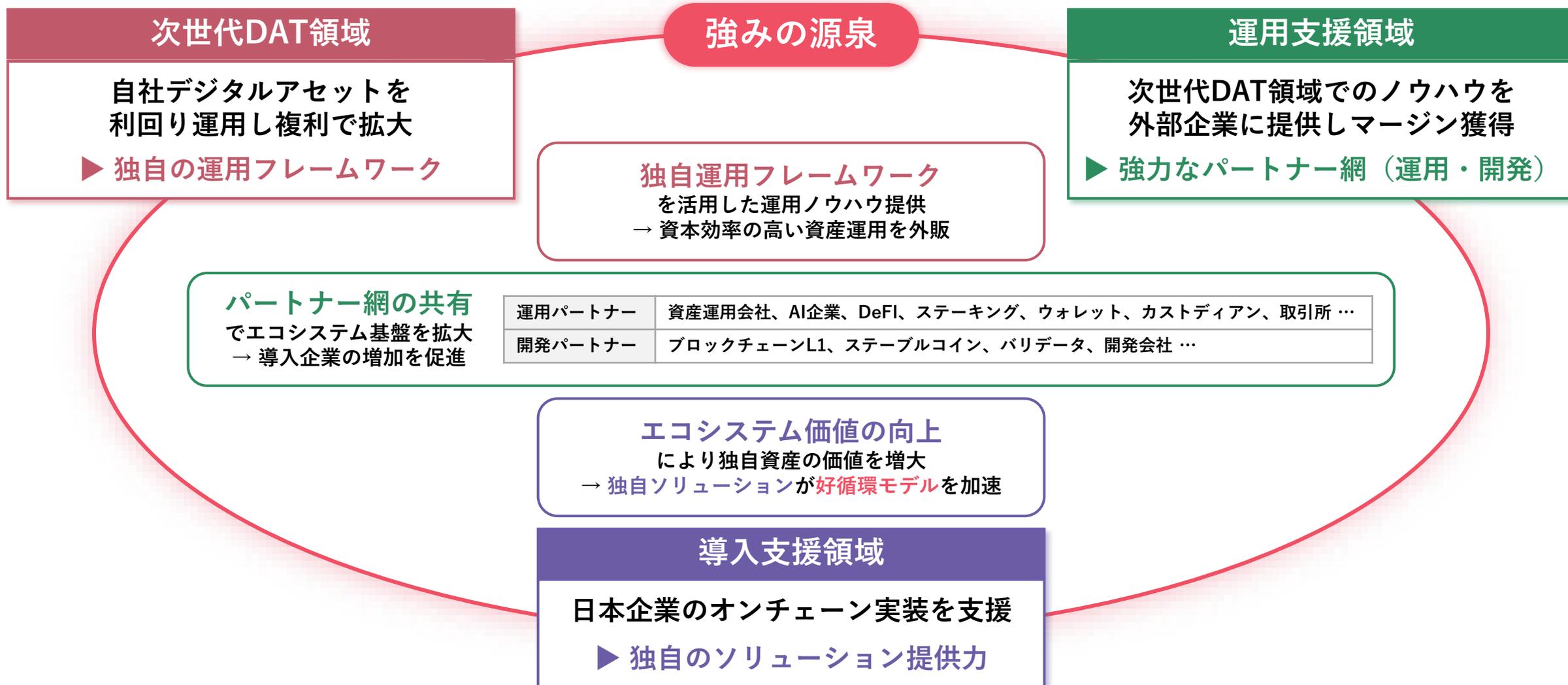
現在、暗号資産市場は「冬の相場」とも言われます。しかし過去を振り返れば、悲観が支配する局面こそ、将来のアップサイドが最大化しやすい参入機会でした。下落局面での仕込みが、次の成長の起点をつくってきました。

アライドアーキテクツは、20年以上にわたり累計6,000社超の日本企業を支援してきました。その知見と顧客基盤で、暗号資産領域においてもDAT（デジタル・アセット・トレジャリー）実装を支援する導入支援企業としての役割を担います。

また、日本企業のオンチェーン実装を後押しし、クリプトエコシステム全体の価値基盤を設計・強化するアーキテクトとしても活動します。その結果としてエコシステムの長期的な価値向上が実現し、保有暗号資産の価値も高まります。この価値循環を自ら設計し、拡張することが我々の戦略です。

CCO（チーフクリプトオフィサー） 大木 悠

クリプト関連事業で3領域が生み出す相乗効果



3領域での同時展開により利回り追求・収益獲得・エコシステム拡大の好循環が生まれ、**単独では実現できない資本効率の向上を達成**

- 投機ではなく、B/Sを強化するための利回り追求型運用

次世代DAT領域における3つの成長ドライバー



クリプトそのもの (対インフレ)

- **インフレヘッジ (BTC/Gold)** として機関投資家の資産配分が拡大
- **次世代インフラ (ETH/SOL)** としての実需が着実に成長
- 暗号資産市場全体の構造的な成長トレンドが継続中



利回り運用による 資産価値向上

- **AIエージェントによる最適なポートフォリオ構築・リバランス**
- **ステーキング・DeFi等**で利回り（イールド）を継続創出
- 単なる値上がり益に依存しない**複利型の資産成長モデル**



技術進化の速さと 社会気運の変化

- **ブロックチェーン技術の急速な進化**（L2・クロスチェーン等）
- **各国の規制整備・制度化**が市場の信頼性を底上げ
- **Web3・トークナイゼーションの社会実装**が加速する転換期

3つの成長ドライバーが重なることで、次世代DAT領域は**中長期的に高い成長ポテンシャル**を持つ

- 社内で培ったノウハウを元に企業・富裕層の資産を守り増やすレンディング型の運用手法

運用支援領域における3つの成長ドライバー



眠れる円資産 (個人・法人)

- 企業の内部留保：約638兆円 ※1
個人の現預金：約1,122兆円 ※2
- 物価上昇を予想：86.7% ※3
13年連続で内部留保が過去最高 ※1
- 膨大な余剰資金が利回り運用の潜在的な需要基盤



暗号資産への 潜在的な投資需要

- 日本の保有率：約4%(500万人) ※4
米国は28%(6,500万人)と大差 ※4
- BTC ETF保有機関が2割増加 ※5
インフレヘッジ資産として注目
- 円安・インフレ不安から「デジタルゴールド」需要が拡大



「貯蓄から投資へ」 マインドシフト

- 現預金比率が18年ぶり50%割れ ※2
(49.1%、2025年9月末)
- 日本49% vs 米国12%の大差 ※6
新NISA開始で投信流入11兆円 ※6
- 金融資産の伸び：
日本1.6倍 vs 米国3.9倍 (2000年比) ※7

1,760兆円超の余剰資金と投資マインドの変化が運用支援領域の巨大な成長余地を示唆

※1 財務省 法人企業統計調査(2024年度) ※2 日銀 資金循環統計(2025年9月末) ※3 日銀 生活意識アンケート(2025年3月) ※4 TripleA Global Crypto Adoption(2024) ※5 日経新聞 BTC ETF機関投資家動向(2025) ※6 日銀 資金循環の日米欧比較(2025年8月) ※7 大和総研 家計金融資産拡大ベース比較(2025)

- エコシステム価値基盤の設計・強化を担うアーキテクトとして日本企業のオンチェーン化を支援

導入支援領域における3つの成長ドライバー



オンチェーン化が生む 巨大な市場機会 (RWA)

- トークン化資産市場
2033年予測：約2,800兆円
(18.9兆米ドル／出典：SBI Group News)
- 金融領域・RWAを中心に日本企業のオンチェーン化需要が本格化する転換期



政治・社会背景の 追い風

- 各国の暗号資産規制整備が加速
日本でも制度化の流れが明確に
- 日本デジタル経済連盟（金融機関等150社以上）が始動
- Ethereum Japan主導のワーキンググループにも参画



AIとの好相性 (プログラマブルマター)

- ブロックチェーン×AIがプログラマブルマターを実現
- Cloud vs オンプレミス等の過去と同じ課題構造が再来
- パブリック×プライベートの間をつなぐ導入支援に大きな商機

2,800兆円のRWA市場と政策・AI技術の追い風が導入支援領域の構造的な成長機会を創出

次世代DAT領域

- 1 暗号資産特有の価値周期で絶好のタイミング**
市場サイクルの上昇局面を的確に捉えた参入時期
- 2 グローバルなパートナーシップとAI活用による高利回り運用**
世界水準のパートナーとAIで最適なポートフォリオを実現
- 3 シンガポール - 日本のデュアル運用体制**
クリプトビジネス最先端エリアと日本市場の両拠点で展開

運用支援領域

- 1 次世代DAT事業で培った独自の運用フレームワーク**
自社実績に裏付けられた信頼性の高いノウハウを提供
- 2 AI&データドリブンなデジタルマーケティング力**
グローバルなマーケティングを可能にする先進的な手法
- 3 創業来6,000社超のBtoB顧客基盤**
20年超のマーケティング事業で築いた強固な顧客基盤

導入支援領域

- 1 創業来20年培ったソリューション提供力**
マーケティング事業の経験で企業課題に応じた柔軟な設計が可能
- 2 パートナー連携による高品質・低コストの支援体制**
開発パートナーとの協業でコストを抑えた導入を実現
- 3 伴走型支援で信頼を獲得した顧客基盤**
長期的な伴走支援により深い信頼関係を構築

エコシステム価値基盤の設計・強化を担うアーキテクトとしてのポジション

供給サイド（パートナー）

- ・ ブロックチェーン開発会社
- ・ ウォレット、取引所
- ・ バリデータ、インフラ
- ・ イーサリアム、ソラナを中心としたエコシステム
- ・ DeFi・DEX等のアプリ/ステーブルコイン



需要サイド（日本企業）

- ・ 日本デジタル経済連盟（金融機関等150社以上）
- ・ Ethereum Japan主導のワーキンググループ
- ・ 20年以上のBtoBマーケティングで培った
- ・ 6000社以上のネットワーク

- 3領域の連動により、2027年からの本格的な業績貢献の実現を目標とする

	2026年 基盤構築期	2027年 収益立上げ期	2028-2023年 成長拡大期
	収益基盤	収益化	成長拡大
次世代DAT 領域	<ul style="list-style-type: none"> ● 複数資産からなるポートフォリオ構築 ● Defi・ステーキング開始 ● その他 資産運用開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● AIを中心とした運用手法の確立 ● 利回り収益の創出 	<ul style="list-style-type: none"> ● キャピタルゲイン享受 ● 資産規模の拡大・B/S強化
運用支援領域	<ul style="list-style-type: none"> ● 運用支援プロダクト開発のプロトタイプ ● AI・運用ノウハウの蓄積 	<ul style="list-style-type: none"> ● プロダクトリリース ● 外部企業への提供を本格的に開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● レンディング等の ● 本格展開・収益拡大
導入支援領域	<ul style="list-style-type: none"> ● クリプト経済圏の関係者とのネットワーク構築 	<ul style="list-style-type: none"> ● 導入案件の獲得 ● パートナーシップ拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本を代表するオンチェーン化企業へ

今期目標

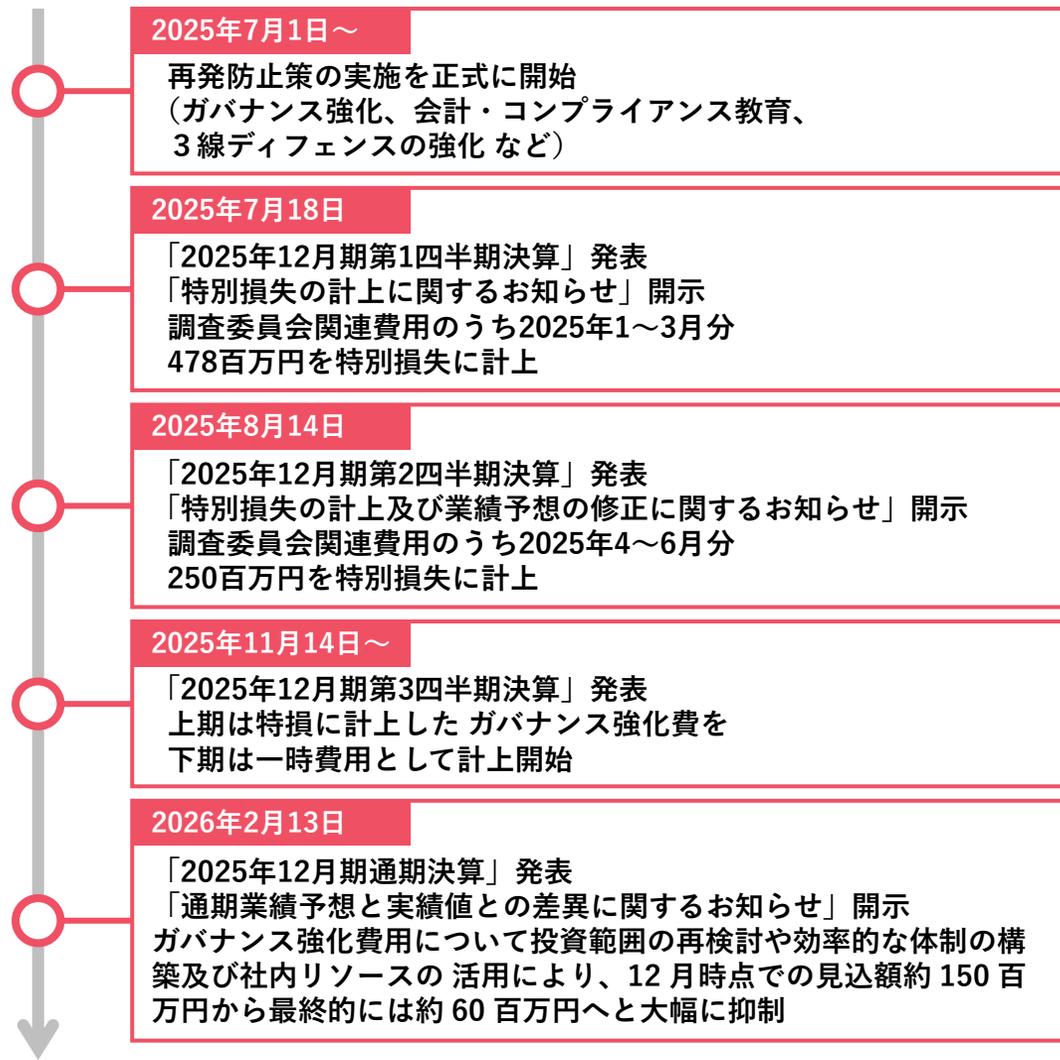
- 3領域の基盤構築と好循環サイクルの確立を今期中に完遂し、2027年からの本格的な収益貢献を実現
- 資本効率の持続的な向上を目指す

6

リスク情報



● 2025年8月14日開示までの主な対応経過



株主・投資家の皆様へ

2025年12月期は、調査委員会関連費用の特別損失計上および複数回にわたる業績予想の修正により、株主・投資家の皆様に多大なるご心配とご迷惑をおかけしましたことを、深くお詫び申し上げます。

当社は本件を経営上の重大な教訓として真摯に受け止め、2025年7月より再発防止策を正式に開始いたしました。ガバナンス強化、会計・コンプライアンス教育、3線ディフェンスの整備を三本柱として、実効性ある内部統制体制の構築に取り組んでまいりました。ガバナンス強化費用につきましても、投資範囲の見直しおよび社内リソースの効率的活用を通じ、当初見込みの約150百万円から最終的に約60百万円へと大幅に圧縮することができました。

一方、コア事業であるマーケティングAX支援事業は順調に成長しております。マーケティング実行レイヤーを起点に、マーケティング戦略・経営事業戦略レイヤーへと支援領域を広げる三層支援モデルが全社に定着し、顧客との関係深化と取引領域の拡大が着実に進んでいます。VOCデータを軸とした複合・上流提案の広がりにより、これまで以上に幅広い課題解決のパートナーとしてお客様に選ばれるようになってきました。また、暗号資産・デジタルアセットの領域において「クリプト関連事業」を立ち上げ、新たな挑戦をスタートしております。成果はこれからですが、その歩みをぜひ応援していただけますと励みになります。

強固なガバナンス体制を礎に、持続的な成長と企業価値の向上に向けて全力で取り組んでまいります。引き続き、変わらぬご支援とご理解を心より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

- 2030年より適用される時価総額100億円基準に向け、中期成長戦略を通じて基準適合を意識した企業価値向上を推進

新たな 上場維持基準の概要



時価総額100億円基準に 向けた当社方針

- 2030年より、グロース市場上場5年経過後の企業に対し、時価総額100億円以上の維持が求められる
- 当社は2013年上場であり、2030年時点で既に基準適用対象
- 現在の時価総額は基準を下回っており、中期的な企業価値向上が必要

- 2030年適用の上場維持基準（時価総額100億円）を重要課題として認識
- 当社がコントロール可能な価値創造ドライバー（成長性・収益性・資本効率・ガバナンス）を改善し、企業価値向上を図る
- FY2027中期目標の達成（売上50億円・営業利益5億円）を起点に、基準適合を意識した取組みを継続的に推進

基準適合に向けたロードマップ

FY2025

実績

構造改革完了
三層モデル定着
売上29.9億円

FY2026

計画

営業黒字転換
Web3事業投資
売上30億円・OP 0.5億円

FY2027

目標

中期目標達成
売上50億円・OP5億円
営業利益率10%

FY2030

基準

新基準適用
時価総額100億円以上適
合を目指す

	発生可能性	発生時の影響度	リスク概要	対応策
事業全般	中	大	【SNS関連】 SNS運用変更や新SNSの出現による悪影響を受ける可能性があるリスク	特定のSNSに依存しないサービス設計
	大	中	【季節変動】 顧客企業の広告予算の月ごとの変動により業績が変動しやすいリスク	特定の顧客や業界に依存しないサービス設計
経営環境	小	大	【管理体制】 コーポレート体制の強化が事業成長や変化に追いつかないことで管理不十分になるリスク	採用による人員強化、外部コンサルによる体制・教育の強化など適正な管理体制を整備
	中	中	【グローバル化】 経済動向や政治問題による影響リスク	情報収集体制や外部相談ができる体制を強化
M&A 新規事業	小	大	事業環境の急変や投資回収の懸念リスク	小規模のM&Aから開始のうえ、体制構築、専任人材の配置、PMI計画と実行の徹底
	中	大	【クリプト事業】 法規制変更による事業制約、DeFi運用上の技術的リスク	外部専門家や顧問と連携した運用・リスク管理体制の強化、AI活用による運用手法の確立
財務	中	大	【資金繰り】 財政状態が悪化した場合に資金調達が困難になるリスク	複数のキャッシュイン手法の確立
	大	大	【暗号資産運用】 暗号資産の価格変動・DeFi運用上のハッキング等による運用資産毀損、先行投資の回収困難リスク	ポートフォリオ分散管理、投資規模の段階的拡大と撤退基準の明確化

※特に重要と当社が考えているリスク概要と対応策について記載しており、将来において発生可能性がある全てのリスクを網羅するものではありません。
本項の記載内容以外のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の全面的なアップデートは本決算の発表時期（2027年2月）を目途に行う予定ですが、グループ中期方針など当社の成長性をお伝えするために重要な箇所につきましては四半期決算においても継続的に掲載していく方針でございます。



Allied Architects

IRに関するお問い合わせ先

アライドアーキテツ株式会社
IR担当 (ir@aainc.co.jp)

東京都渋谷区恵比寿1-19-15 ウノサワ東急ビル4階
<https://www.aainc.co.jp/>

免責事項

この資料は、アライドアーキテツ株式会社（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。