



Allied
Architects

2026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 | 証券コード：6081

2026年8月14日



1. 2026年12月期 第2四半期業績
2. 2026年12月期 事業方針
3. マーケティングAX事業
4. 資産AX事業（「クリプト関連事業」から改称）
5. Appendix



2026年12月期 第2四半期業績

資産AX事業、始動。

オンチェーンで資産を最大限働かせるエンジンの構築に成功

一暗号資産における市況変化に応じた”運用エンジン”の切替戦術。

そして、最初の答えが出た。

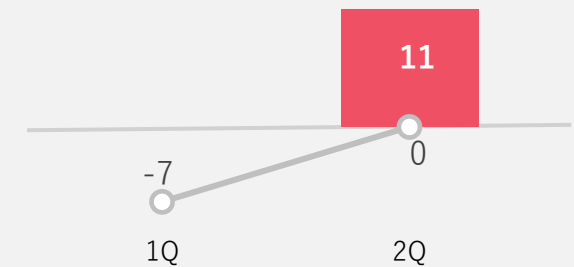
13 運用利回り
月次年率換算
% 超

資産AX事業 セグメント損益

2026年12月期

**黒字
転換** 第2四半期

単位：百万円 ■ 売上高 ○ セグメント利益

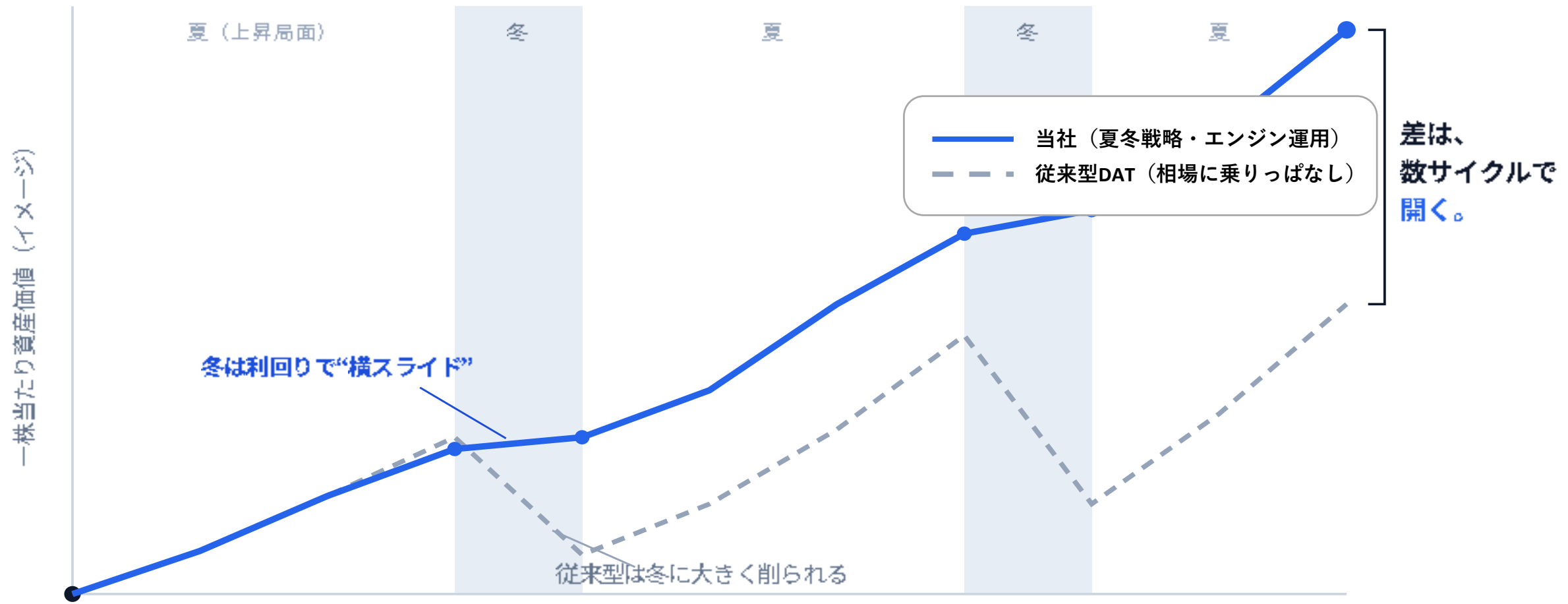


相場が冬にある間も、運用は動いている。

自己資金による戦術開発の、最初の検証結果である。

資産AX事業の「夏・冬」戦略 – 相場の良い“夏”相場と、良くない“冬”相場

- 従来型の暗号資産投資は、暗号資産市況が上昇局面でしか機能しない
- 当社は運用エンジンを切替え、冬も積み上げる。市況に合わせた様々な運用エンジンにより最大化を図る



※本図は、戦略の考え方を示すイメージであり、特定の数値や将来の運用成果を示すものではありません。

- 当期より報告セグメントを「マーケティングAX事業」と「資産AX事業」に変更
- マーケティングAX事業は減収、資産AX事業は黒字化し営業利益率2.3%へ

売上高	第2四半期	セグメント別業績（第2四半期）			
	6.29億円	(単位：百万円)			
	前年同期比△8.8%	セグメント	売上高	営業損益	営業利益率
		マーケティングAX事業	618	75	12.2%
		資産AX事業	11	0	2.3%
		全社調整（本社費等）	—	—	—
		連結	629	△63	—

営業損益	第2四半期
	△0.63億円
	前年同期は△0.65億円

- | トピックス | 1 | 当期より報告セグメントを「マーケティングAX支援事業」から「マーケティングAX事業」と「資産AX事業」に変更 |
|-------|---|---|
| | 2 | 大型顧客の予算減少や、AIエージェント開発中につき減収となるも三層支援モデルの上流・複合提案は進展 |
| | 3 | 「資産AX事業」は出資・新会社設立・業界活動・連盟主導の四軸で事業基盤を整え、「オンチェーン経済圏」構想を本格的に始動 |

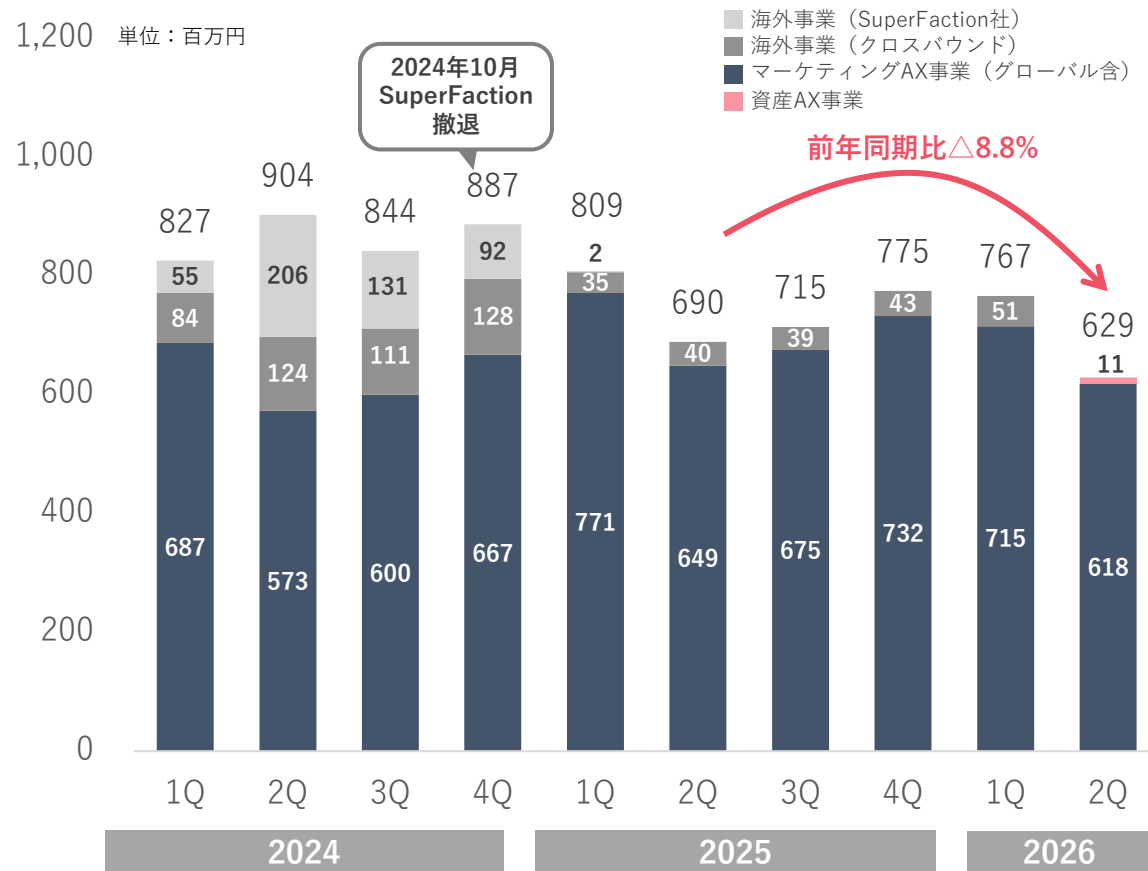
- 第2四半期は海外子会社の連結除外等で減収も、収益性改善により営業損失は縮小
- 上期は減収等により営業損失が拡大、中間純損失は前年の特別調査費用の剥落により縮小

(百万円)	2025年12月期 第2四半期	2026年12月期 第2四半期	前年同期比
			増減率
売上高	690	629	△8.8%
営業損益	△65	△63	—
営業利益率	—	—	—
経常損益	△66	△83	—
親会社株主に 帰属する 四半期純損失	15	△90	—

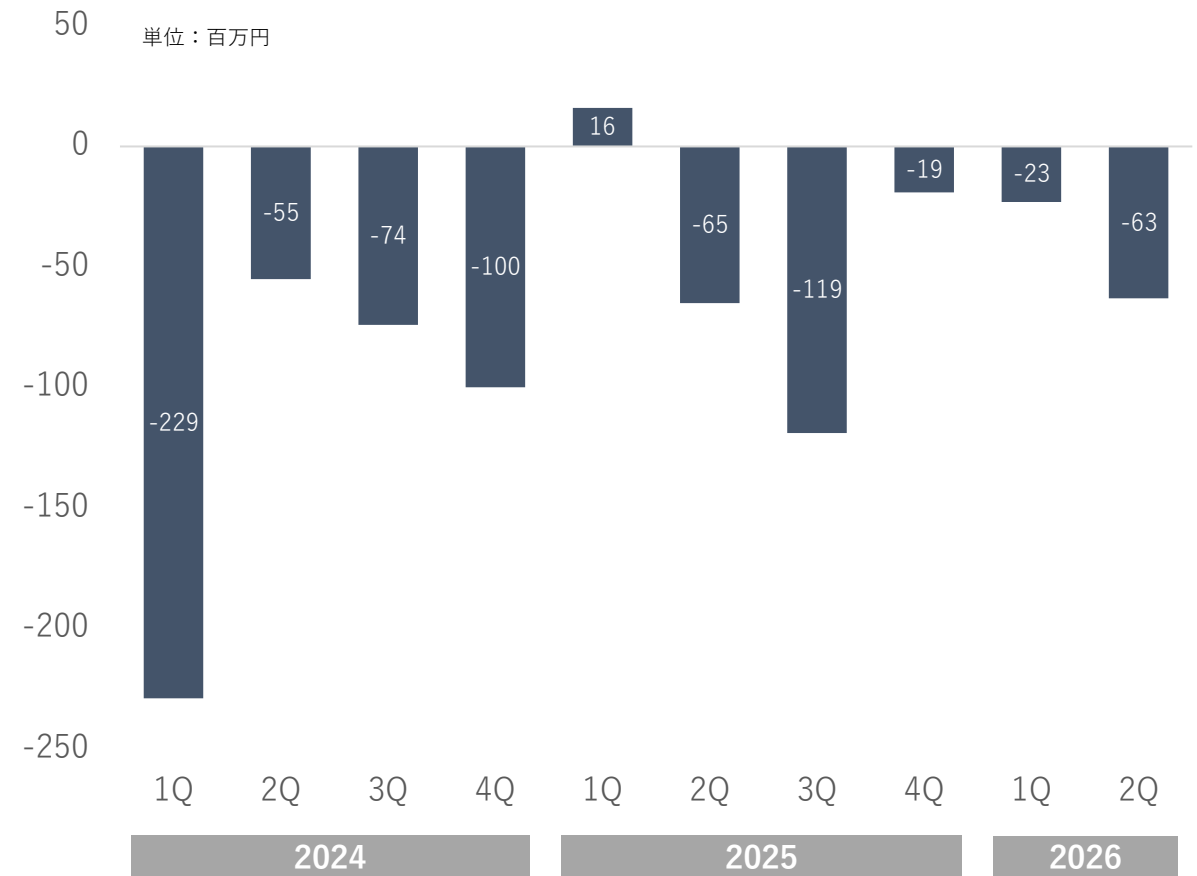
(百万円)	2025年12月期 上期	2026年12月期 上期	前年同期比
			増減率
売上高	1,499	1,397	△6.8%
営業損益	△48	△87	—
営業利益率	—	—	—
経常損益	△49	△108	—
親会社株主に 帰属する 中間純損失	△438	△137	—

- ポートフォリオ再編による海外事業の譲渡・撤退で連結売上高は減収
- 事業運営コストを抑制しつつ中長期成長投資を継続し、連結営業損益は損失を計上

売上高

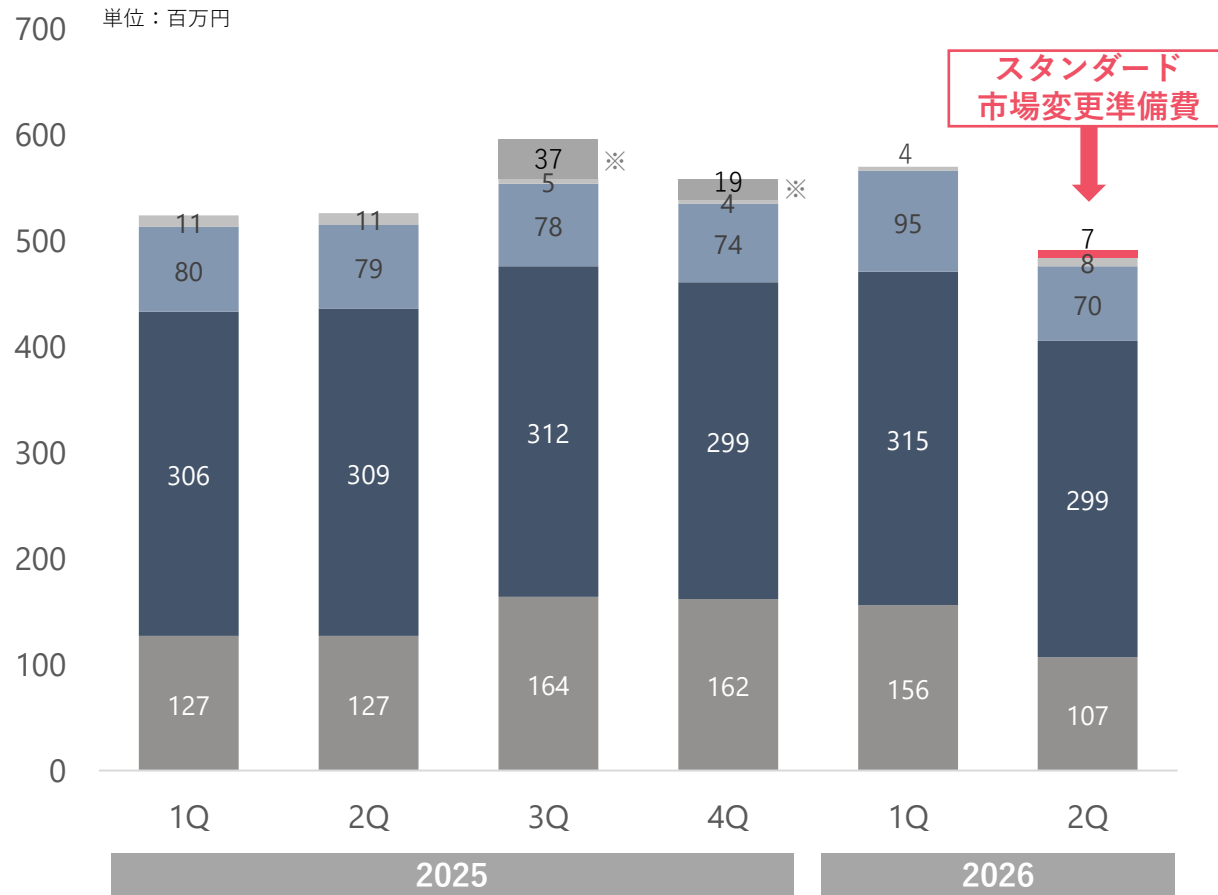


営業損益



- ガバナンス強化に係る一時費用の計上が完了、スタンダード市場変更に係る費用を計上
- 事業運営コストはコントロール継続の一方、中長期成長に向けた戦略投資は継続

販売費及び一般管理費



スタンダード市場変更準備費

- 上場審査に関連する費用

広告宣伝費

- 新戦略「三層支援モデル」の実証フェーズ継続
- メッセージ再設計後の本格展開を見据え抑制基調で前Q比横ばいを維持

業務委託費

- 案件量に応じたコントロールは継続しつつ、戦略領域へは投資
- 海外子会社清算に伴う一時的な業務委託費（6百万円）を計上

人材関連費

- 新戦略推進に必要な人材投資は継続、配置最適化により増分はコントロール
- 海外子会社清算に伴う一時的な人件費等（12百万円）を計上

その他販管費

- BPR（業務改革）推進により、間接業務のコスト構造を最適化
- 一部費目で事業活動に伴う変動はあるものの、抑制基調を維持

※ガバナンス強化費として一時的に計上済み

2026年12月期 事業方針の進捗



AXカンパニーへ 変革する

AXカンパニーに向けて

事業モデル・組織・KPI のすべてを AI 前提に再設計する。

マーケティングAX事業

MARKETING AX

- ・従前のマーケティングAX支援事業をAIエージェント前提の提供モデルへ転換
- ・一人ひとりの生産性を「3人月のマーケター」水準に引き上げ
- ・顧客単価の引き上げと営業利益率の改善を同時追求

資産AX事業

ASSET AX

- ・暗号資産の知見にAIを掛け合わせた新たな資産活用支援モデルを構築
- ・従来モデルとの対比で、AIによる価値変化を明確化
- ・パートナー協議を前提に、具体施策を順次開示予定

- 属人と外注に依存した従来の経営スタイルを、AXによって再現性を高め、持続的にスケール可能な構造に変える

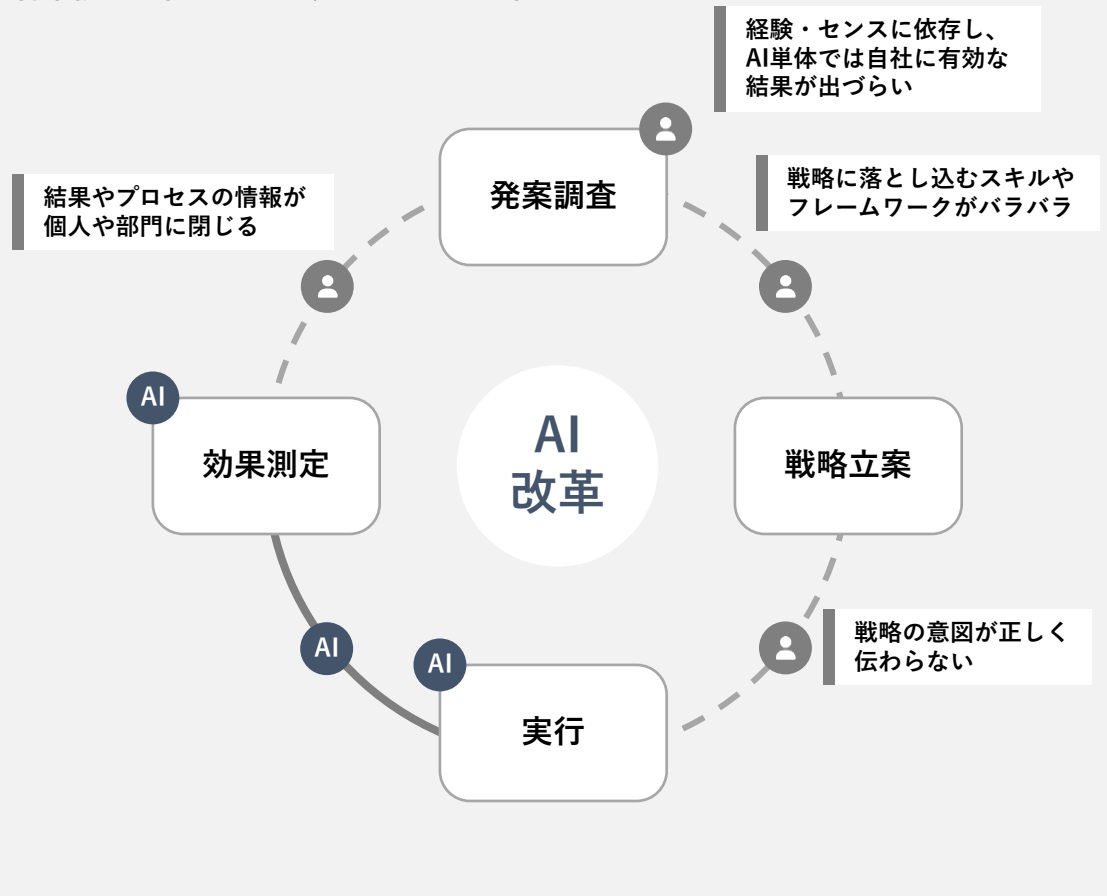
比較項目		従来モデル	AXモデル
共通	モデル	属人・外部委託に成果が流出する経営。	暗黙知を仕組みに転化し、勝ち筋を再現する経営。
	構造	機能と知見が社外に滞留。	機能を社内に常設し自走。
	コスト	稼働量・手数料に比例。	AI／オンチェーンで逡減・標準化。
	再現性	個人の記憶・関係性に依存。	AIとデータが判断軸を保持し反復可能。
事業	マーケAX	代理店・コンサルへ都度発注し、時間・コストの割には成功パターンが社内に残らない。	意思決定から実行に至る運用知や顧客データ、判断プロセスの情報が社内に蓄積し、勝ち筋を反復・横展開できる。
	資産AX	円預金中心、機関委託で機動性が低い。	自社・自身で資産を保有・運用する選択肢が現実的になってきた。 AI × オンチェーンがその実行を支える

業務と業務をつなぐ人間が情報やフレームワークのループを遮断している

- 業務の中をAIで効率化するのは当たり前。AXとは「業務と業務のつなぎ目」から人間の属人性を排除し、ループ全体を一気通貫で回すことで、組織に再現性とスケールをもたらす構造変革。

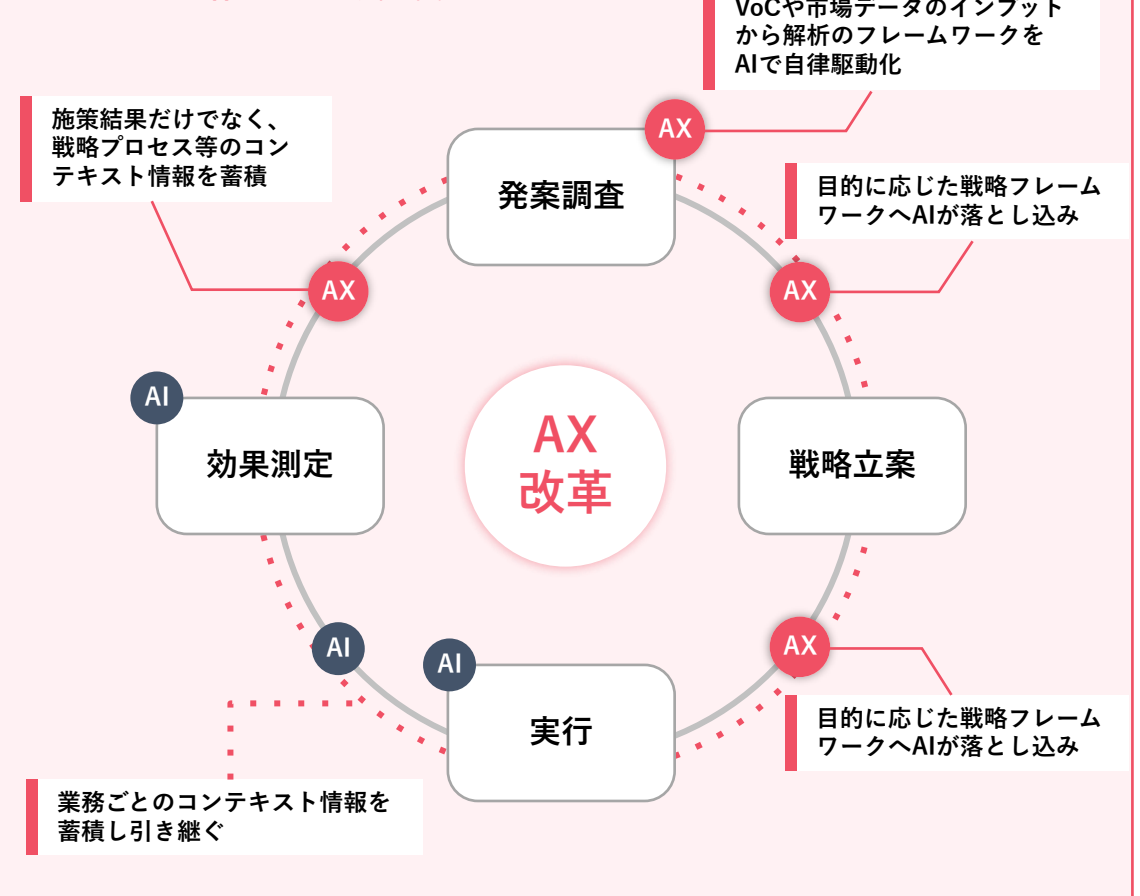
従来モデル（課題）

各業務はAI化できても、つなぎ目に人間が残る



当社が目指すAXモデル（解決策）

AX＝ループ全体をAIで一気通貫でつなぐ



全社員のAX力向上と当社の事業成長の好循環。 これが当社の人的資本経営。



- ✓ AIエージェントの全社展開によりマーケティング業務を抜本的に効率化・高度化し、業務生産性を構造的に向上
- ✓ 捻出された人的リソースを新規事業（人材AX改革等）へ再配置し、事業ポートフォリオを多層化
- ✓ 「人的資本の進化」と「事業成長」を同時に実現する、当社独自のAX経営モデル



「人的資本の進化」を「企業価値の多層的向上」に直結させる、当社独自のAX経営モデル

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

	FY2024 実績	FY2025 実績	FY2026 予想	FY2027 目標
(百万円)				
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	—	—	—	—
営業損益	△459	△188	50	500
営業利益率	—	—	1.7%	10.0%
経常利益	△386	△160	—	—
純利益	△516	△743	20	—
(調査費用控除後)		(△14)		
前提条件	FY2026		FY2027	
	● 事業名称を資産AX事業へ変更 ● 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） ● 資産AX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 +50百万円 = 調査費一巡 + 構造改革効果		● 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.17記載の中期目標。

- 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

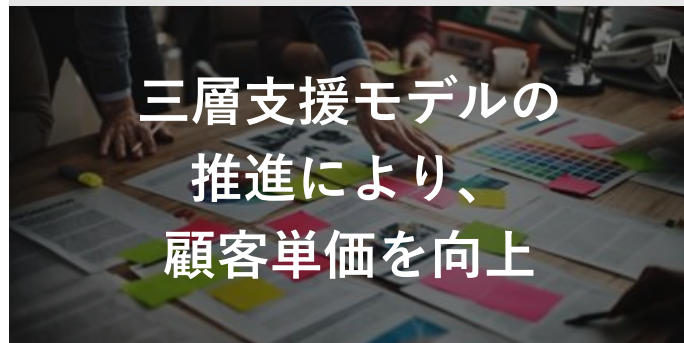
5億円

社員1人当たり売上高

2,500万円

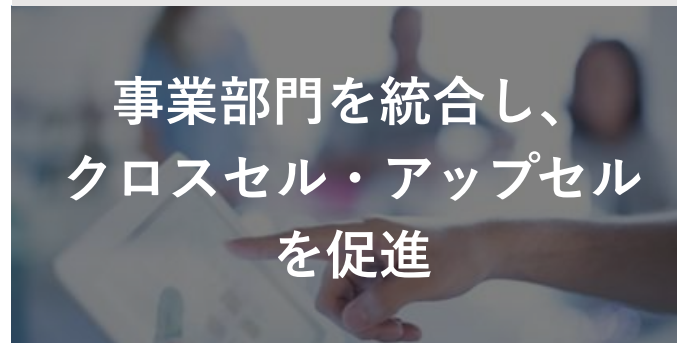
1

売上の向上



2

提供価値の向上



3

営業利益率の向上



- AXカンパニーへの転換に向け、4つのAX領域で新たな企業価値を創出
- 既存事業の収益性向上と新規事業創出のデュアル成長を実現へ

01

マーケティング AX改革

狙う市場機会

広告ROIの頭打ちと顧客接点の複雑化により、企業マーケティングの主戦場は実行領域から「データ・戦略」の上流へシフト。

AIを活用した一気通貫型のマーケティング支援需要が拡大

2Qの進捗

Kaname.ax®（VOC分析基盤・特許出願済）と3℃1（クリエイティブ）による支援強化により、

受注件数がQoQで約2倍へ



≤ 3℃1

02

経営AX改革

狙う市場機会

組織の意思決定が属人化・分散化する中、経営判断に必要な情報基盤の整備とAIによる判断支援が経営課題として顕在化。

マーケティングを起点とした全社AX変革への期待が拡大

2Qの進捗

マーケティングAXで培ったデータ・AI活用ノウハウを経営領域へ展開。

経営・事業戦略レイヤーへの実績を元に汎用性を高め、大企業向け営業強化を遂行中



03

人材AX改革

狙う市場機会

AI人材の獲得競争が激化する一方で、企業内のAI活用は属人的な領域に留まる。

AIを「使いこなせる組織」への変革を支援する人材・ノウハウへの需要が今後急拡大

2Qの進捗

業務代替を目的としたAIエージェント開発を加速し、下期における業務効率化実現に向け推進中

自社のAX実装で育成された人材・チームで、顧客企業への展開を計画

Coming soon...

04

資産AX改革

狙う市場機会

デジタル資産の保有・運用が企業財務戦略の選択肢として広がる一方、制度・ガバナンス・運用体制の整備ノウハウは市場に乏しい。

新たな企業向けAXソリューション領域事業として独立成長

2Qの進捗

自社でのデジタル資産運用実証を起点に、企業向け導入・運用支援メニューを体系化。

2Qはセグメント利益が黒字化し、運用利回り目標値13%を上回る



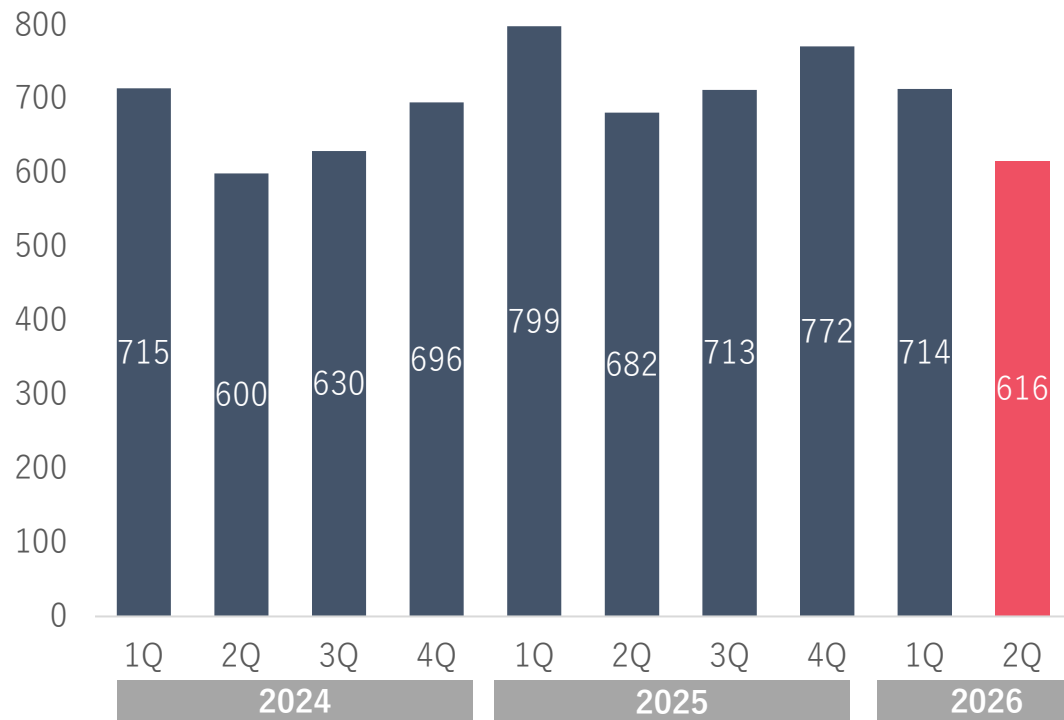
DeFi Development Corp.

マーケティングAX事業

- 質的指標体系は新フェーズへの移行に伴い段階的に整備中。当面は売上高・1人当たり売上高で進捗を開示
- 大型顧客の予算減少が継続、且つAIエージェント開発の過渡期により両指標で減少

売上高 ※

単位：百万円



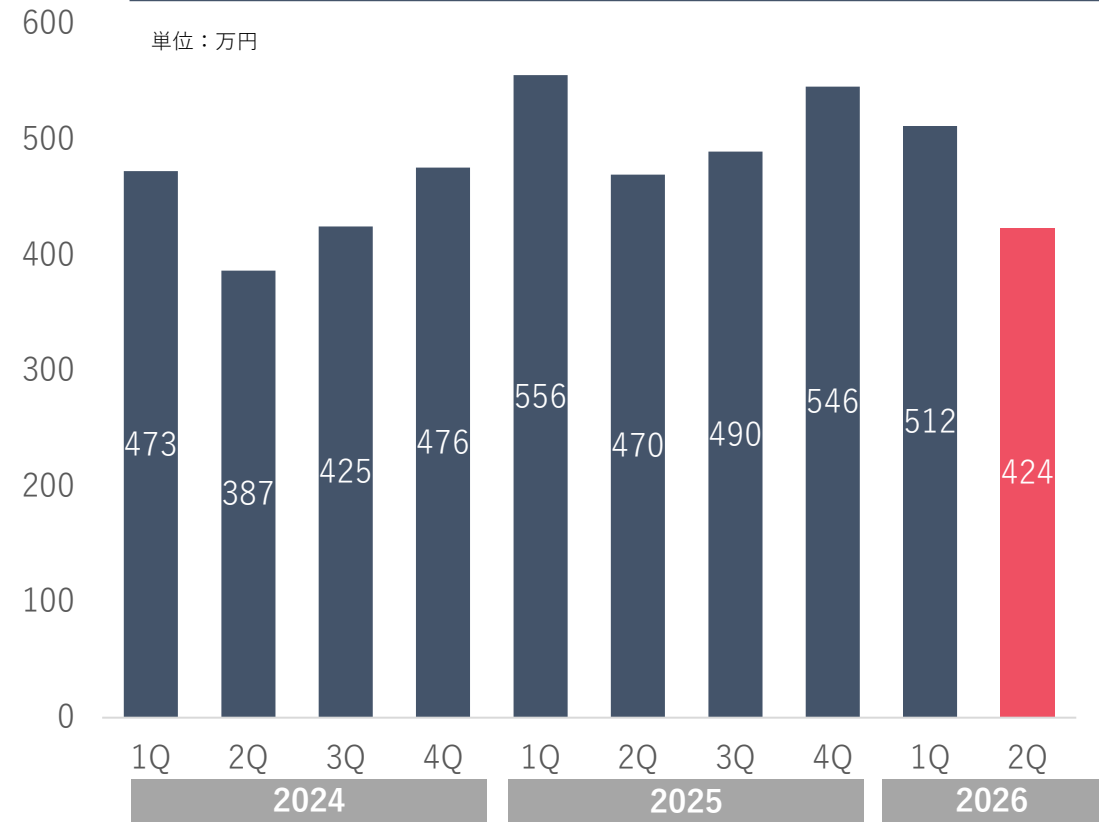
ソリューションシフト期

AX
変革期

※「マーケティングAX事業」セグメント売上高からBook & Entries Capital Pte. Ltd.分を除く

1人当たり売上高

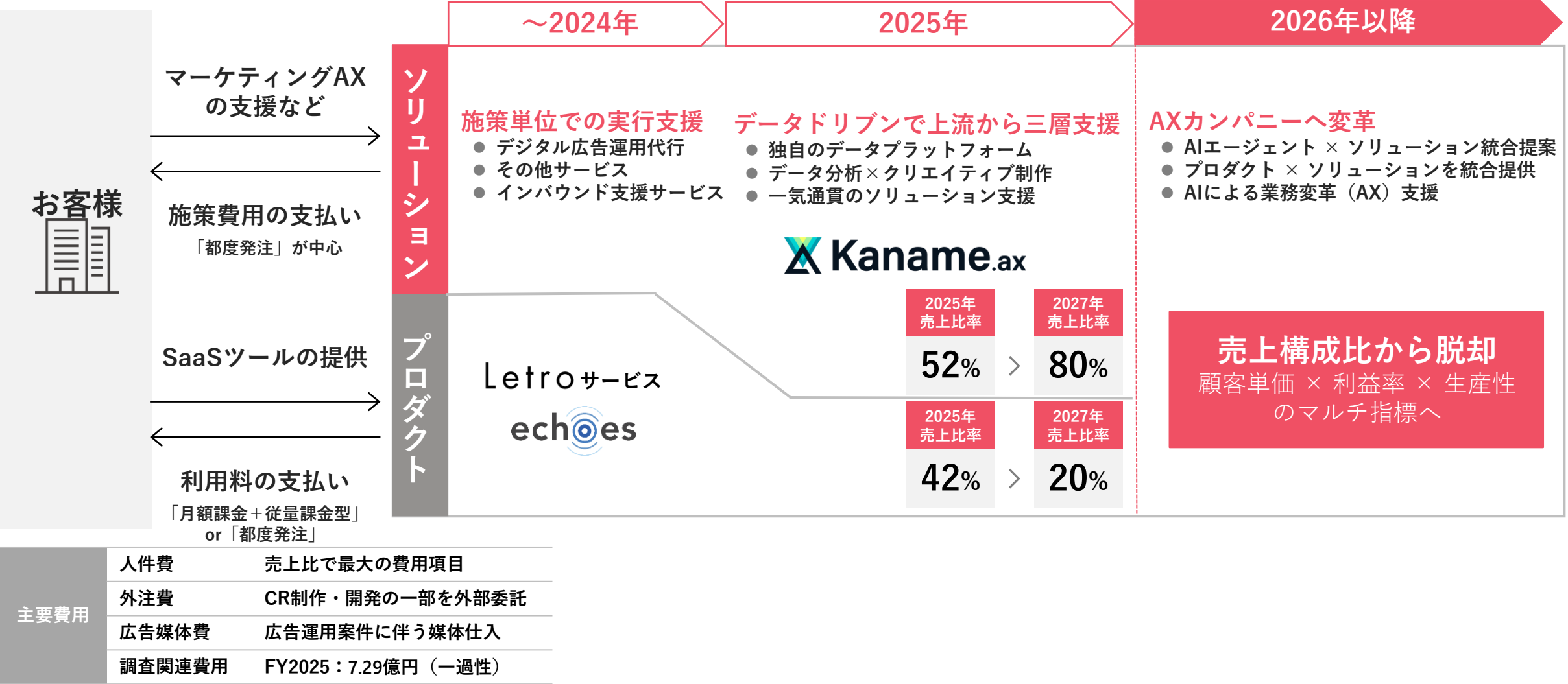
単位：万円



※1人当たり売上高 = マーケティングAX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～2025年各四半期値は同一基準で遡及計算

収益構造と売上高比率の変化イメージ

- 「プロダクト中心」から「ソリューションシフト」、そして「AXカンパニーへの変革」へと収益構造を進化
- 経営指標も各フェーズで進化：構成比追求から、売上高×顧客単価×利益率×生産性のマルチ指標へ



- 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



VOC※データや調査を軸に経営課題の解決を支援

事業戦略

組織の整備/改革

SOM/競合分析

※Voice of Customer (顧客の声)

アライドアーキテックス



パートナー



VOCデータの分析を軸にコミュニケーション設計を支援

訴求開発/改善

クリエイティブ戦略

ブランドポジショニング

アライドアーキテックス



マーケティング施策全般の実行支援

広告運用

SNS運用

コンテンツ制作

LP制作

UGC活用

インフルエンサー活用

アライドアーキテックス



DIGITAL CHANGE

TikTok Shop

パートナー

TOPVIEW

Nativex

HuckleBerry

DigitalGear

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®（データ） × 3℃1（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はVOCデータの活用で前回開示から大幅引上げを実現





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



Allied Architects

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



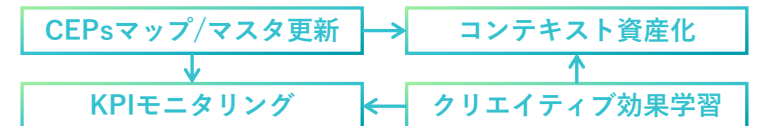
5

クリエイティブチーム「3℃1」による
データ×クリエイティブ支援

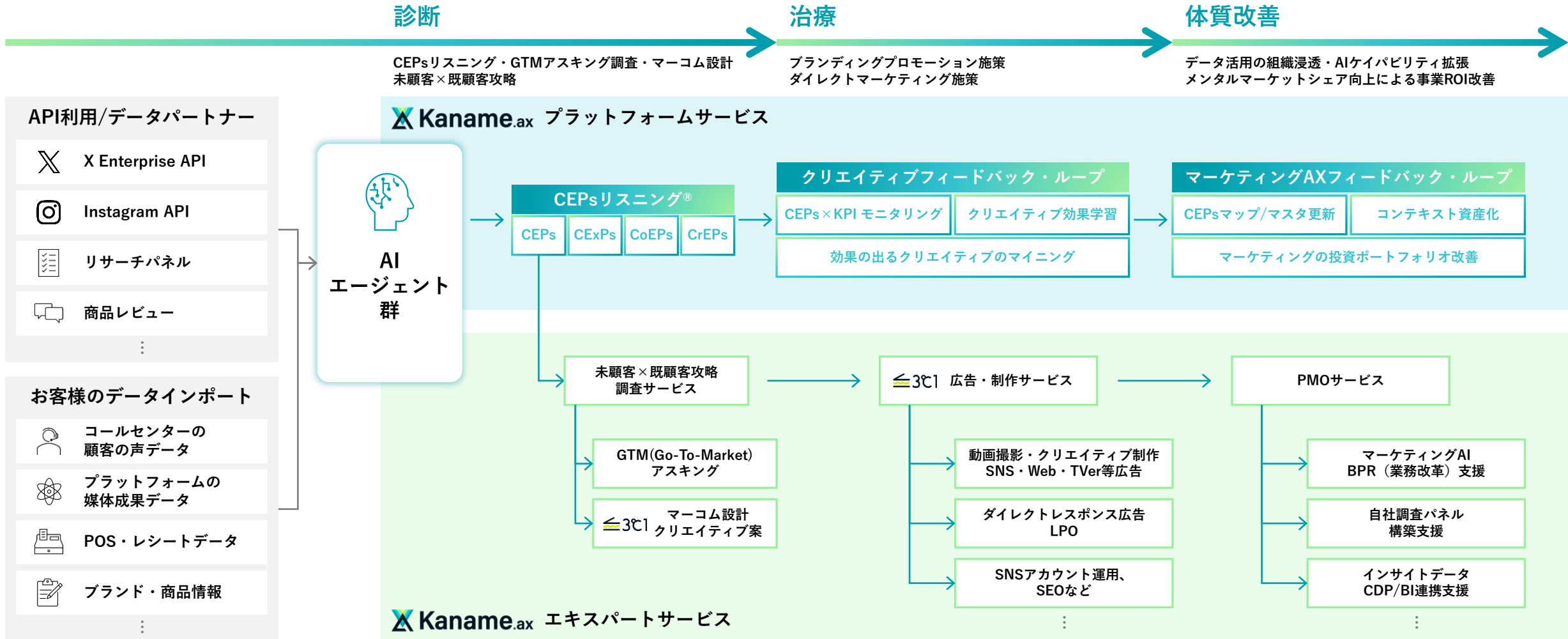


6

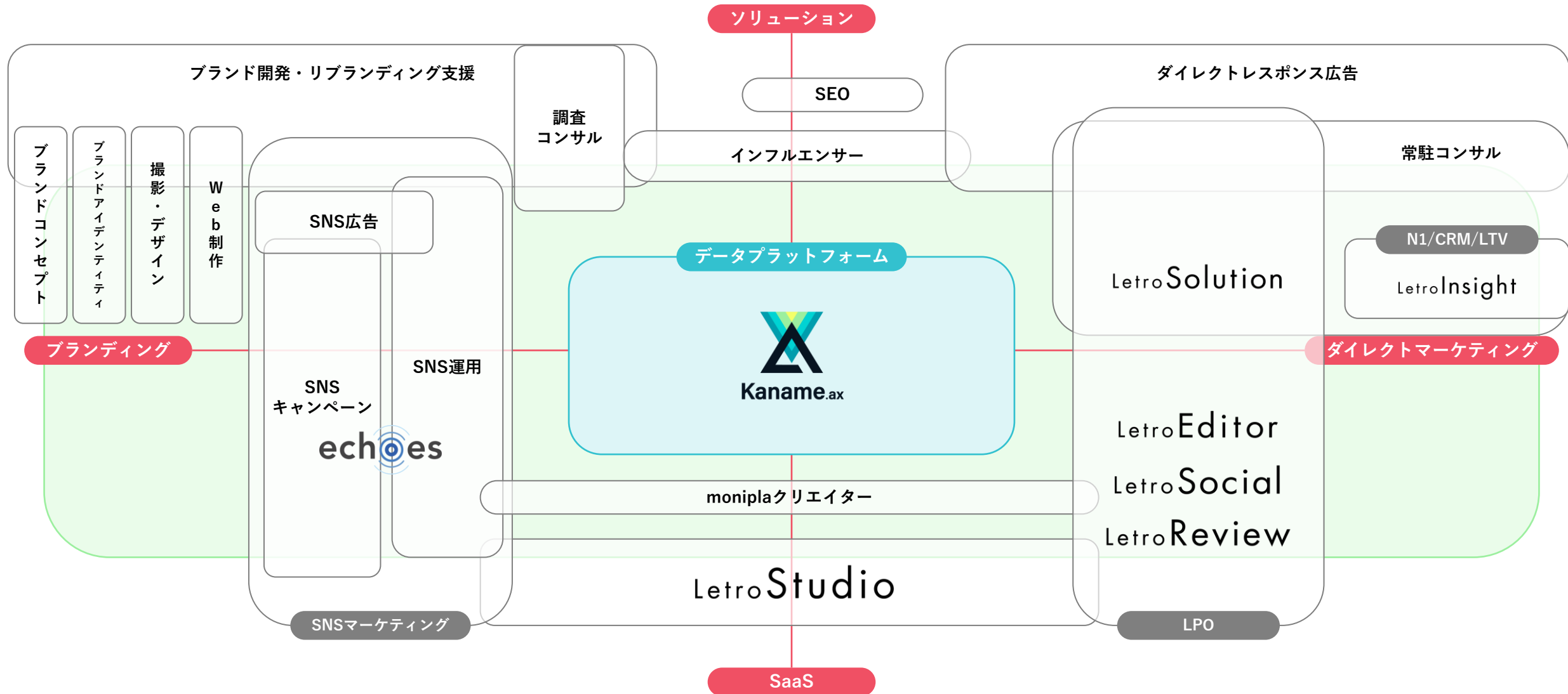
正しくAX(AI Transformation)が回る
フィードバック・ループを構築



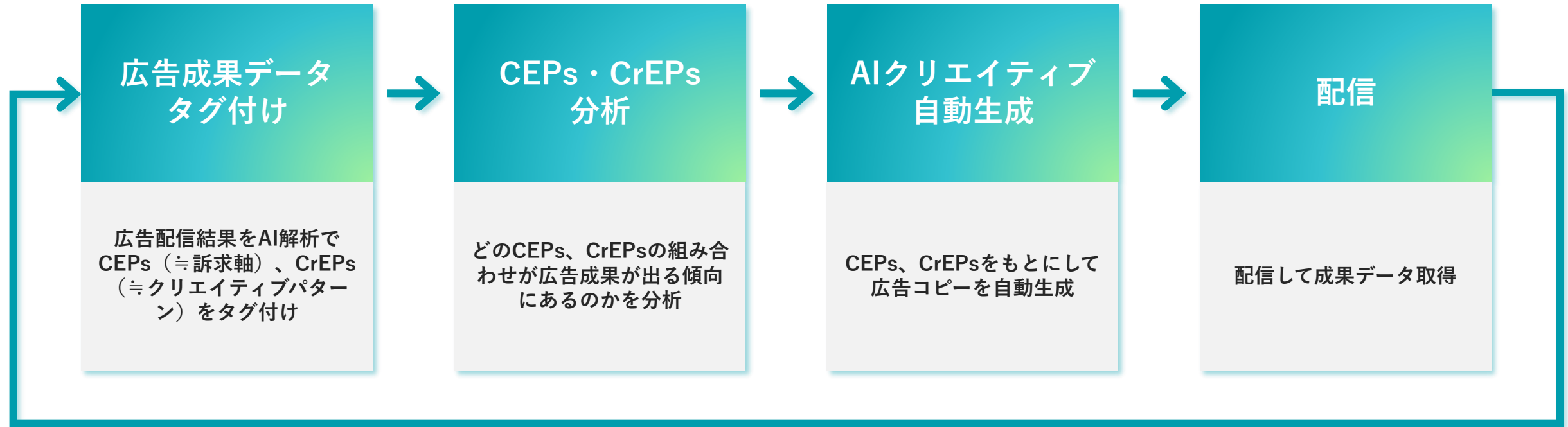
生活者のインサイトデータを起点に、マーケティングの診断～治療～体質改善まで支援する、
「プラットフォームサービス」と「エキスパートサービス」



- アイドラーキテクツ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

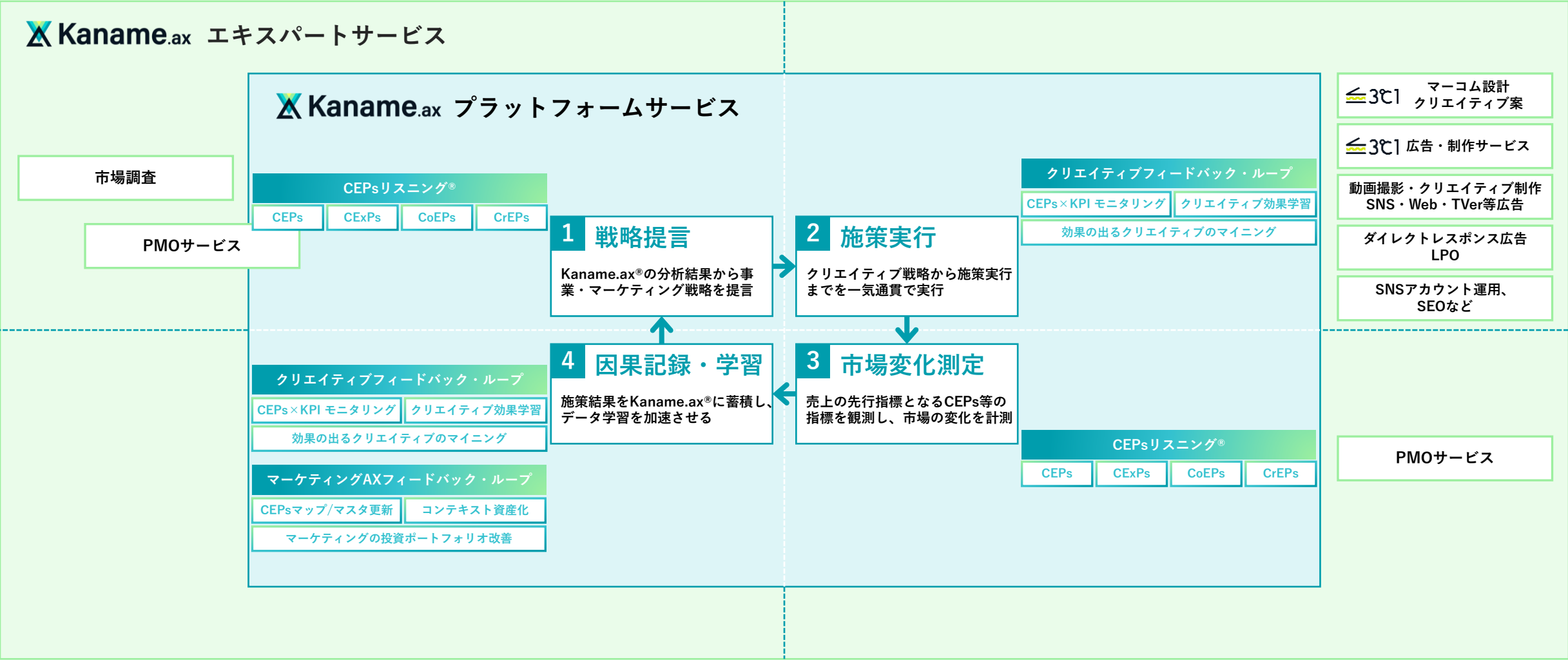


- 広告成果データとKaname.ax®の分析結果を組み合わせることで、広告クリエイティブの生成から改善が回る「フィードバックループ」を構築



配信を重ねるたび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



- Kaname.ax®のCEPsリスニング®×パネル調査で無添加市場の構造課題を可視化し、「無添加を日常に」へ訴求軸を再設計

成果・展望



CEPsリスニング®でSNS上のVOCを分析＋パネル調査2本
＝計3レポートを設計・提供

競合と自社を同一軸で比較分析

→ 「選ばれる理由・選ばれない理由」を同時に把握

CEPs分析

ブランド想起の
きっかけを可視化

市場の3段階
構造を発見

スイッチ調査

競合からの乗り換え
要因を分析

使用実感が
購買の主要因

興味関心調査

未顧客の意識・
価値観を把握

専門性が
未顧客には壁

インサイトを起点に、訴求軸を再設計

自社CEP

使用実感
「肌がブレない」

×

弱みの解消

「優しい＝効き
が弱い」を払拭



「無添加」という創業の価値が宿る、基礎スキンケアシリーズ
「無添加だから」に頼らず、使用実感で価値を伝える方向へ再設計

市場インサイトが、データで裏付けに

仮説 → 確証

(無添加市場の3段階構造・競合との価値差分を可視化)

- ・ 「無添加だから」ではなく使用実感が購買・継続の主要因
- ・ 専門性の高さが未顧客には「難しそう」の壁になると判明
- ・ 調査データが社内の説明根拠・次のアクションの判断材料に

「無添加を日常に」をテーマに
ブランド戦略の再設計が進行中



選ばれない理由を知ると、ブランドの本質的な成長につながる示唆が見える。
データが示すことで、次のアクションへ踏み出す根拠を得られる。

— 株式会社ファンケル 化粧品事業本部 スキンケアブランド 基礎スキンケアG 宮永 氏（ニュースリリースより）

資産AX事業

（「クリプト関連事業」から改称）



- 強気相場の「夏」は保有だけで報われる
- しかし「冬」は、エクスポージャーを維持したまま、価格変動に依存しない利回りを取る設計が必要になる

相場の“夏” / これまで

夏の戦略：買って、保管するだけ。

暗号資産を購入し、取引所に保管する。値上がり益のみを期待する戦略で、下落局面では成果がゼロになり、保有期間中のインカムも発生しない。

相場の“冬” / これから

冬の戦略：保有を維持し、利回りへ。

暗号資産へのエクスポージャーを無くさずに、価格変動による影響を抑え、かわりに利回りを取りに行く。ポートフォリオを見直しながら、冬を越える「シェルター」となる運用設計。（例：APYX）

APYXとは / 「利回りを生むビットコイン」を実現する。

米NASDAQ上場Strategy社の優先株「STRC」（年率12%の利回り）等を裏付資産とし、BTC価格が伸び悩む局面でも継続的なインカム収益を生む新しい運用設計。当社は日本企業として唯一、シードラウンドから出資参画。

※STRCの年率12.00%は、Strategy Inc.が2026年6月29日に公表した配当率（2026年7月1日以降を基準日とする配当期間に適用、同社Form 8-K）。
当社は市況等に応じ月次で配当率を見直す変動制を採用しており、将来変更される可能性があります。

- 戦略の成否は、運用体制・パートナー・監査対応の3つを同時に追求できるケイパビリティに依存
- 3つに対する深い専門性や、関係者とのパートナーシップ体制が重要。当社は、この3つを兼ね備える

OPERATION

ウォレット運用体制 01

取引所保管から一步進んだ、保管・管理・オンチェーン運用の体制。当社は海外拠点（Allied Verse・シンガポール）を活かし、セルフカस्टディウォレットを使ったDeFi運用フローを先行検証。

GLOBAL PARTNER

グローバルパートナー 02

世界中の優れた資産運用パートナーを目利きする力。Strategy・Kraken・BitGo等が関与するAPYXのシードラウンドに参画。ナスダック上場DeFi Development Corpとのパートナーシップも構築。

AUDIT

会計実務の整備 03

会計、税務、法務、保管管理、社内規程。技術以上に実務面の論点が多く、検討が止まりやすい。制度対応の論点整理と運用ルール整備で、監査に耐える体制をつくる。

競争優位性として、3つを同時に追求する。

2Qから足元にかけて出資・パートナー・運用までスピーディに推進

- 出資・パートナー・運用体制の実装を推進
- 結果として、運用利回りは月次年率換算で 13% を上回り、資産AX事業のセグメント損益は黒字転換

出資 / EQUITY

2026年 2 月

APYX シードラウンド参画

「利回りを生むビットコイン」を実現する利回り付きステーブルコイン。Strategy社の優先株を裏付資産とし、Kraken・BitGo等が関与。日本企業として唯一、シードラウンドから参画。

運用 / OPERATION

2026年4～6月

アライドバース、ソラナバリデータ運用を開始

海外拠点（Allied Verse・シンガポール）で、セルフカストディウォレットを用いたDeFi運用フローを稼働。暗号資産の時価総額トップ10圏内（2026年6月時点）に位置するソラナ（Solana）のブロックチェーン上で自社バリデータの運用を開始するとともに、ソラナに特化したバリデータ運用・資産運用技術支援を展開するDawn Labsと、ソラナエコシステムに関する情報共有・実証を行う共同プログラム『Japan SOL』を始動

パートナー / PARTNERSHIP

2026年 7 月 1 日

DeFi Development Corp と戦略的パートナーシップを構築

ナスダック上場の同社との戦略的パートナーシップを推進。オンチェーン運用の知見と、グローバルなディールフローへの接続を確保する。

2Qで確認できたこと

「冬」の相場でも、価格変動に依存せずに利回りを取りにいく運用が成立すること。

Appendix





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事業・資産AX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

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（社名に込めた想い）

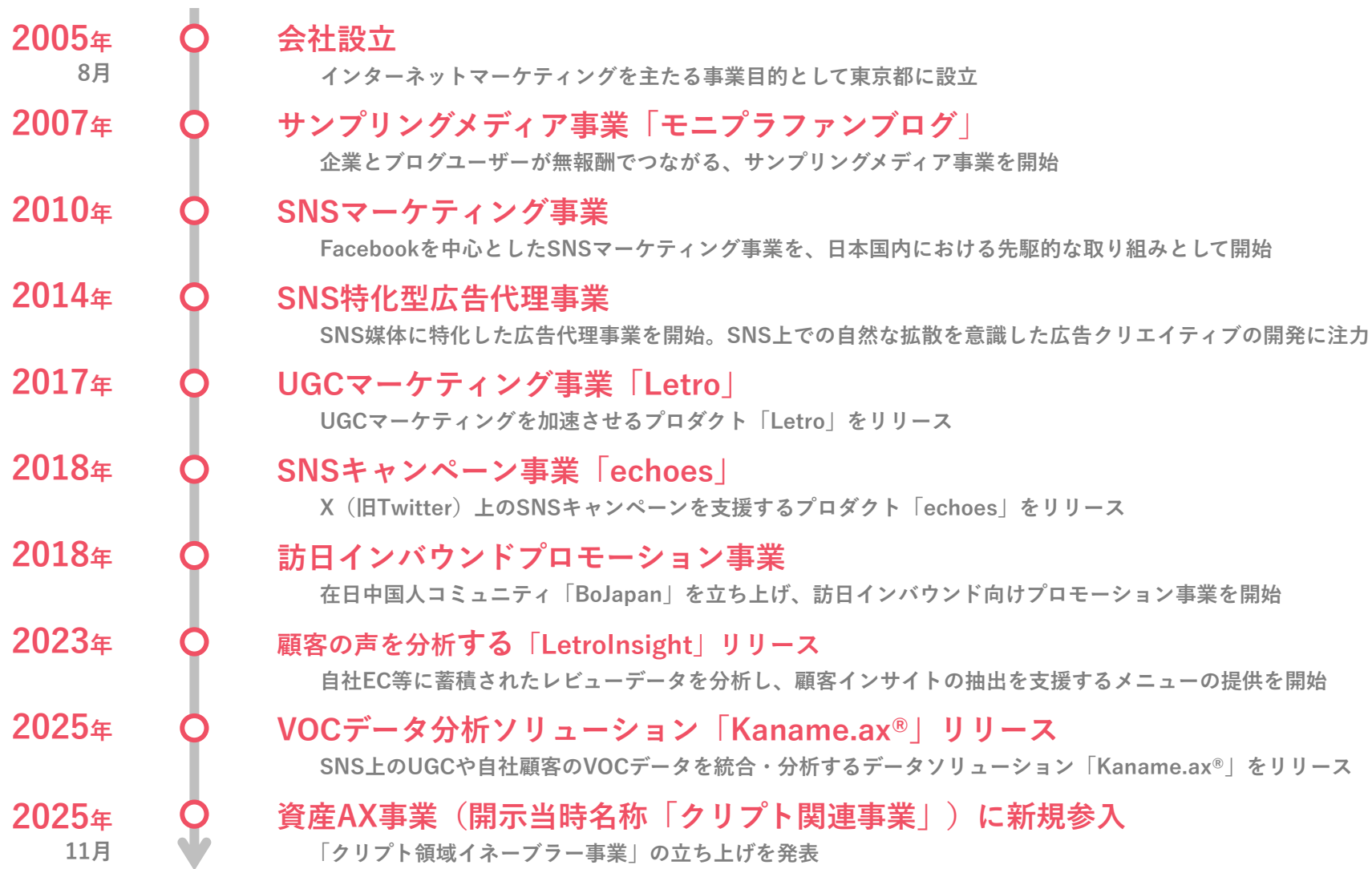
Allied = 連合する

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年創業以来約21年の歩み





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、各社の登録商標または商標です。