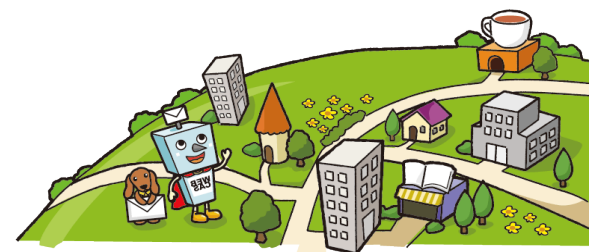




個人投資家向け 会社説明会

株式会社エイジア

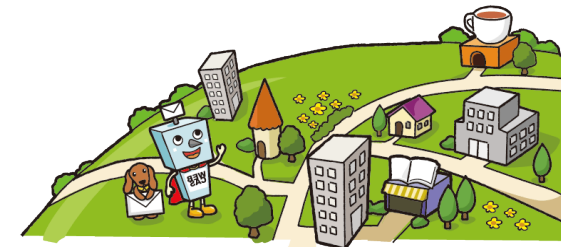
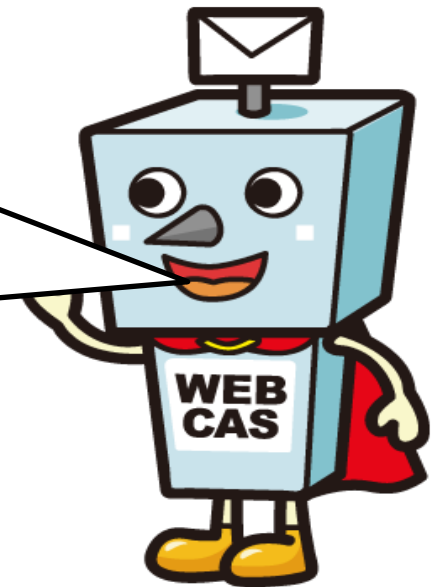


1 会社概要・事業概要

2 業界状況と当社の強み

3 成長戦略と中期経営目標

1. 会社概要・事業概要



事業セグメント

主に大企業・中堅企業に対し、インターネットを活用した販売促進のためのソフトウェアやサービスを提供するのがエイジアの事業。

販売促進・マーケティングソリューション(ソフトウェア+サービス)の中でも、特にeメールを活用した販売促進ソリューションに強みを持つ会社。

アプリケーション事業

自社開発によるマーケティングプラットフォーム「WEBCAS(ウェブキャス)」シリーズの開発・販売

コンサルティング事業

「WEBCAS(ウェブキャス)」シリーズをより効果的にご活用いただくためのコンテンツ企画・制作等

オーダーメイド開発事業

「WEBCAS(ウェブキャス)」シリーズと関連性のある個別システムの受託開発と保守

EC事業

ベビー服ECサイトの運営。
WEBCASの製品開発へ活かすためターゲット顧客の事業を実際に運営。

事業セグメント（売上構成）

主に大企業・中堅企業に対し、インターネットを活用した販売促進のためのソフトウェアやサービスを提供するのがエイジアの事業。

販売促進・マーケティングソリューション（ソフトウェア＋サービス）の中でも、特にeメールを活用した販売促進ソリューションに強みを持つ会社。

アプリケーション事業

80%

コンサルティング事業

10%

オーダーメイド開発事業

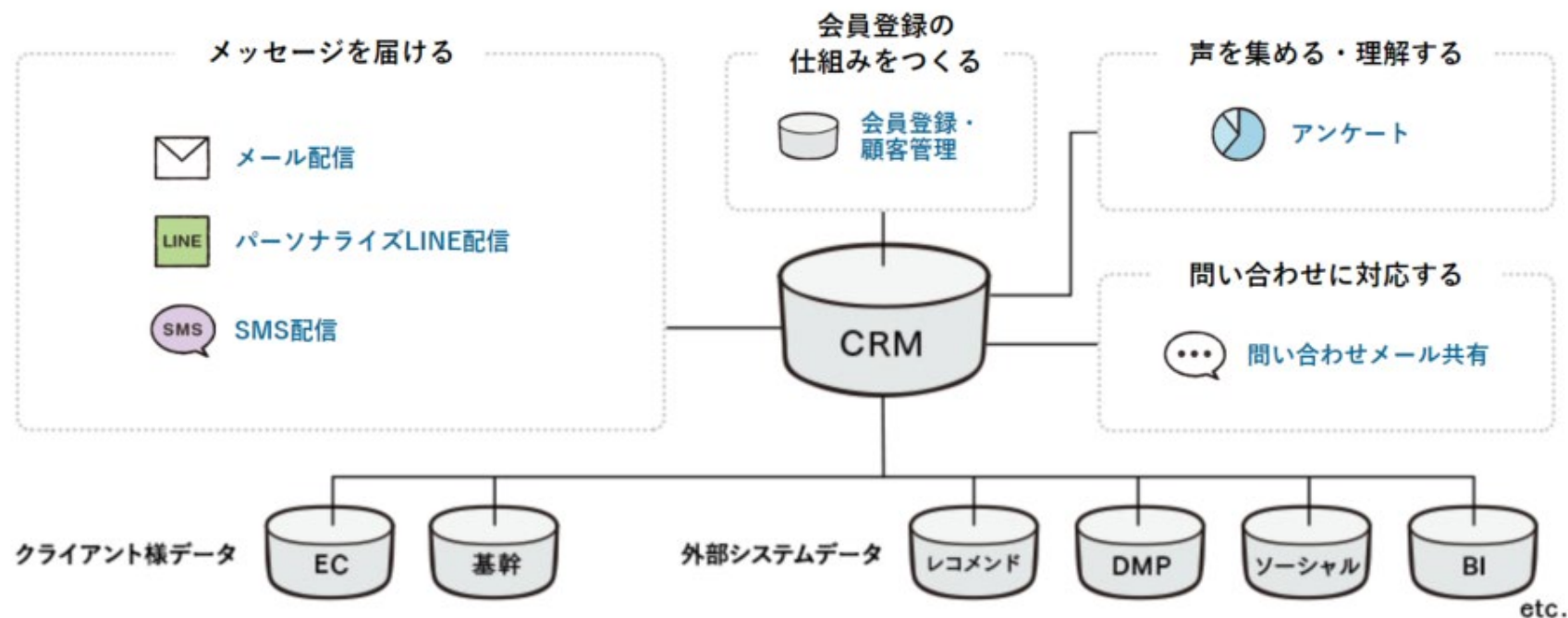
0.3%

EC事業

10%



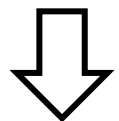
WEBCAS[®]



6,000社以上の実績

強い業種

- EC
- アパレル
- 化粧品
- ダイレクト保険

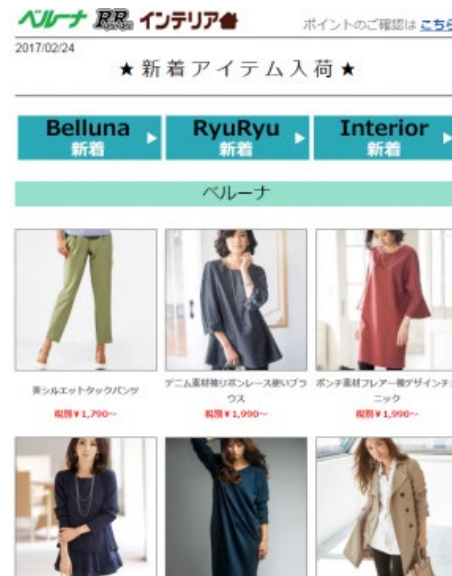
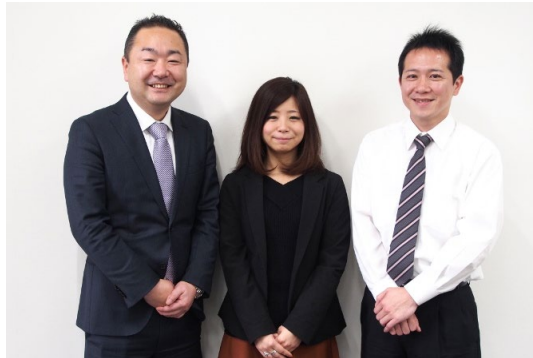


大手・中堅の BtoC企業が 販促利用



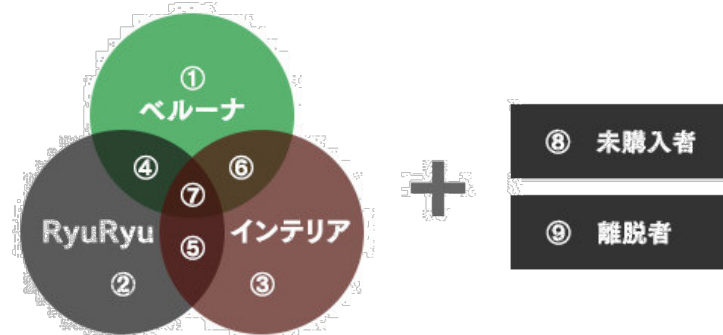
ECサイトの販促メルマガとして導入 データ分析ツールとの連動で導入後の売上が1.5倍

ベルーナ



購買履歴やWeb行動データを元にお勧めする商品
を差し込みパーソナライズしたメルマガ

メルマガ配信対象を9つにセグメント



曜日毎にテーマを変えて配信

月	火	水	木	金	土	日
企画 (手動)	再入荷	人気の カテゴリ 紹介	個別 カテゴリ ランキング	新着	再入荷	カテゴリ ランキング

× 9
セグメント

ランキング	カテゴリ別人気ランキング (以前は全顧客同一ランキング) お客様毎に確度の高い商品情報を流し込む (Webログを元にパーソナライズ。ない場合は代替商品)
新着	
再入荷	
値下げ	

1 通当たり受注額
1.5倍

スーパーで購入いただくのが主流の商流のため 購入者との接点を持つためコミュニティサイトを 構築しアンケートキャンペーンで繋がりを持つ



会員サイトの登録フォーム

【Kao PLAZA新規会員登録】*

Kao PLAZAにご登録のすすめ

Kao PLAZAに登録すると、
今後のキャンペーン応募がよりカンタンに、便利に！

※ 会員登録
123 4567
※ 姓と名前
[漢字][英数字]

次回の応募から
住所が自動入力！

※ 会員登録
※ 応募
※ 応募
※ 応募

登録中・応募中の
キャンペーンが一目瞭然！

※ 会員登録
※ 応募
※ 応募

会員登録が
確認できる！

会員登録キャンペーンも充実の Kao PLAZA
ぜひこの機会にご登録ください！ (登録無料)

今回入力されたお客様情報で、Kao PLAZAの会員登録時に同意して新規登録しますか？
※ Kao PLAZA「ご利用規約」はこちら

☒ 登録する ☐ 今回は登録しない

【Kao PLAZAログイン/パスワード】*

「登録する」を選択された方は、Kao PLAZAのログイン時に必要なパスワードを設定してください。

パスワード: ☐ パスワードを表示

・半角英数字8文字以上20文字以内
・英字、数字をそれぞれ1文字以上使用
・大文字/小文字は区別されます

アンケートキャンペーンの回答フォーム

Kao Japan
自然と調和する ころる豊かな毎日をめざして

会員限定キャンペーン

設問1：あなたは、ふだん『柔軟仕上げ剤』をどのくらいの頻度でお使いですか。
【必須】

- ☐ 1. ほぼ毎日
- ☐ 2. 週に4～5日くらい
- ☐ 3. 週に2～3日くらい
- ☐ 4. 週に1日くらい
- ☐ 5. 2週間に1日くらい
- ☐ 6. 1ヶ月に1日くらい
- ☐ 7. それ以下

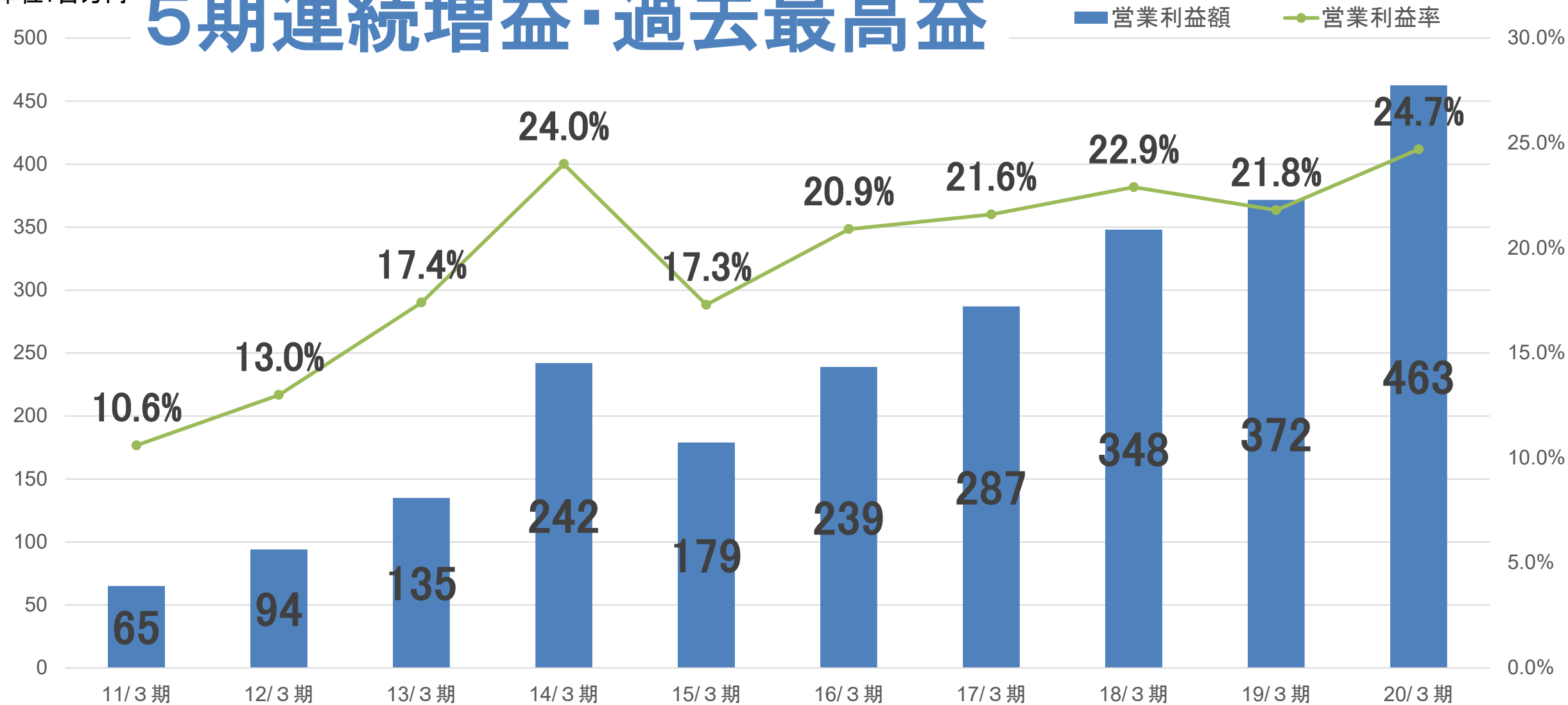
設問2：あなたは、ふだん『柔軟仕上げ剤』をご自身で選んで買っていますか。
【必須】

- ☐ 1. 自分で選んで、自分で買う
- ☐ 2. 自分で選ぶが、自分以外の人が買う
- ☐ 3. 自分以外の人が選んで、自分が買う
- ☐ 4. 選ぶのも買うのも自分以外

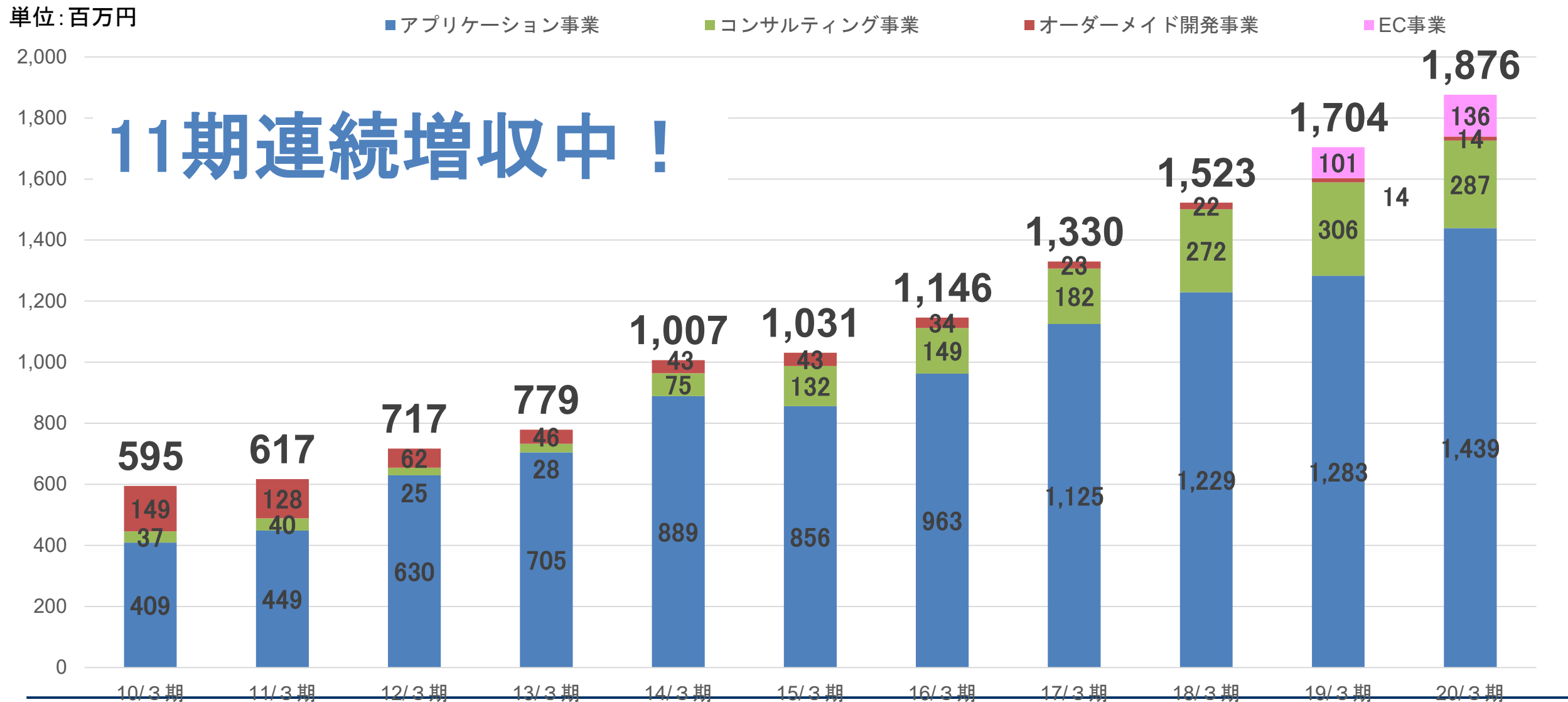
当社の財務の特徴① 利益率が高い

単位:百万円

5期連続増益・過去最高益

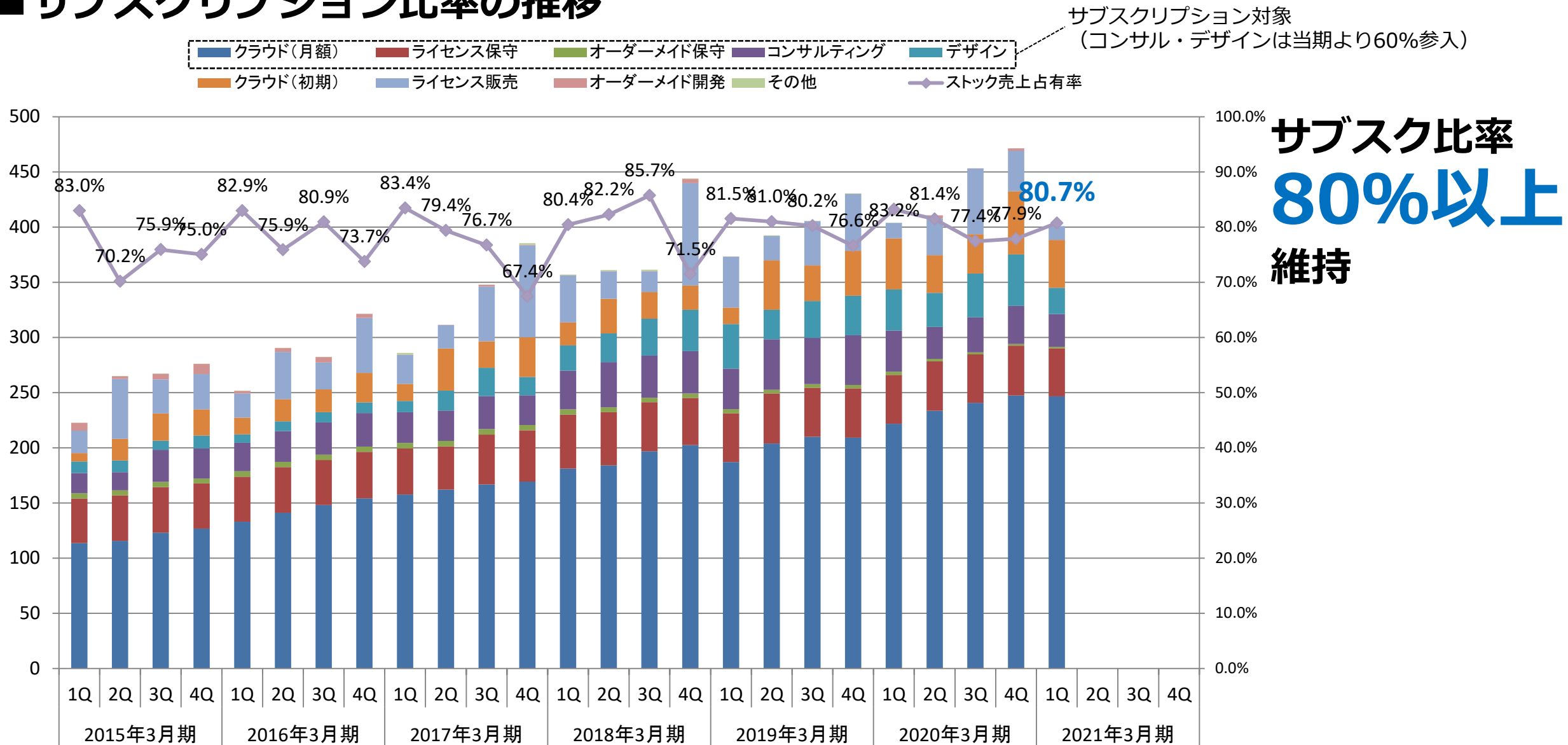


当社の財務の特徴② 売上高が安定的に伸びている



当社の財務の特徴② 売上高が安定的に伸びている

■サブスクリプション比率の推移



当社の財務の特徴③ 東洋経済も、当社の成長性・収益性・安全性を高く評価

2019年9月1日時点で上場している事業会社3,515社を対象に
「成長性」「収益性」「安全性」「規模」のカテゴリーで
3年分の決算数値を相対評価しAAA、AA、A、B、Cの5段階評価

週刊東洋経済 For Research & Analysis
臨時増刊

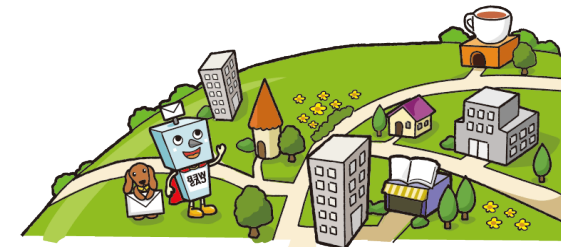
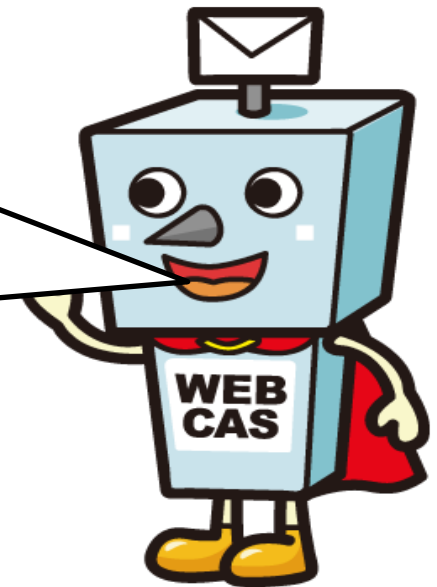


出典: 週刊東洋経済
CSR企業総覧

	成長性	収益性	安全性	規 模
	AA	AAA	AA	C
	AA	A	AAA	AAA
	C	AA	AAA	AAA
	B	AAA	AAA	AAA

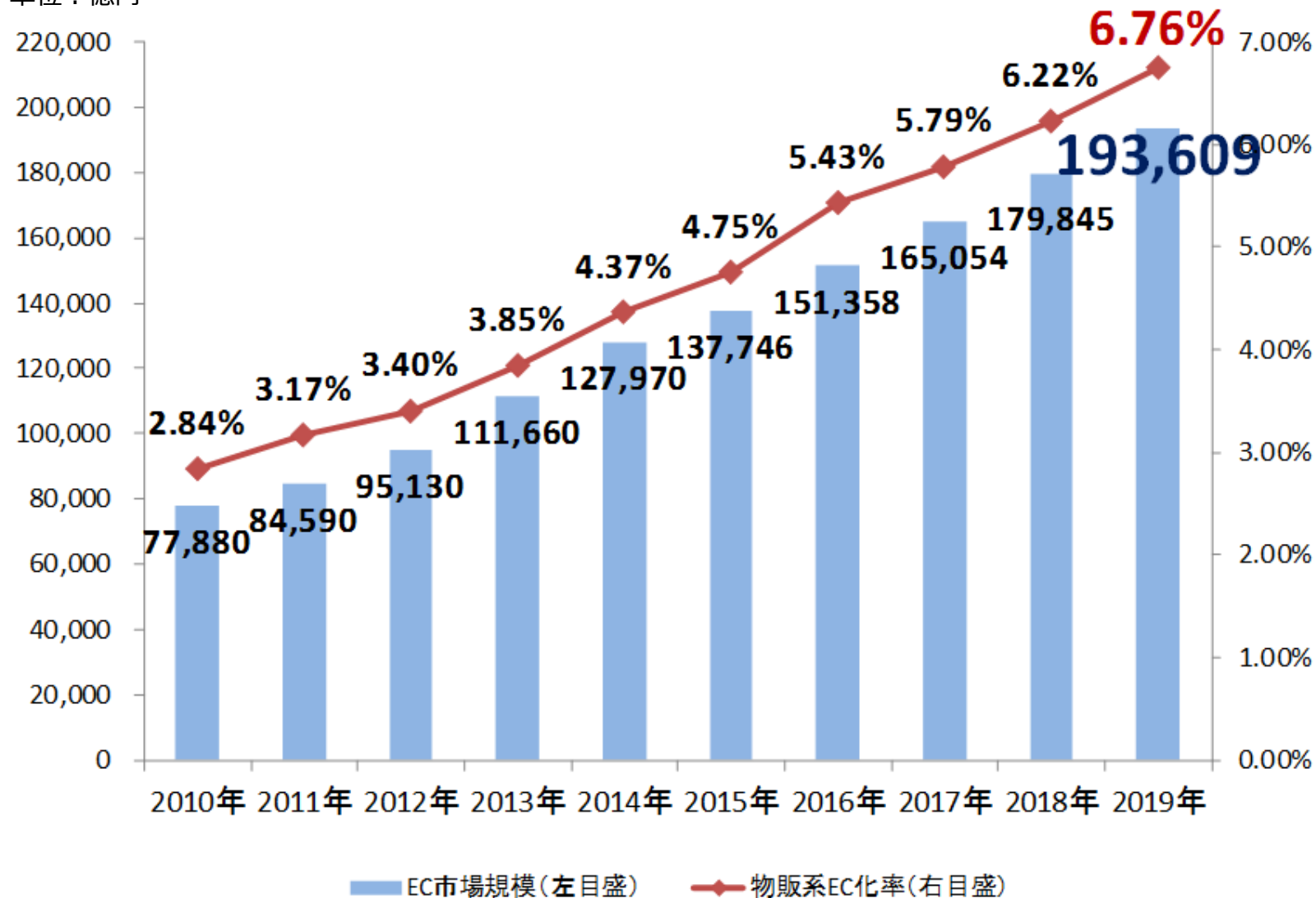
- メール配信システムやアンケートシステムを中心としたマーケティング業務に必要なシステムを
- サブスクモデルであるクラウドサービスとして
- 大手企業の売上アップのために提供し
- 高い利益率と安定的な成長率を継続的に実現し
- 東洋経済の客観調査データでも「成長性」「収益性」「安全性」において高い評価を受けている会社

2. 業界状況と当社の強み



顧客の主力市場であるEC業界の状況

単位：億円



2019年度 BtoC EC市場規模

19兆円

前年同期比

+ 1.4兆円

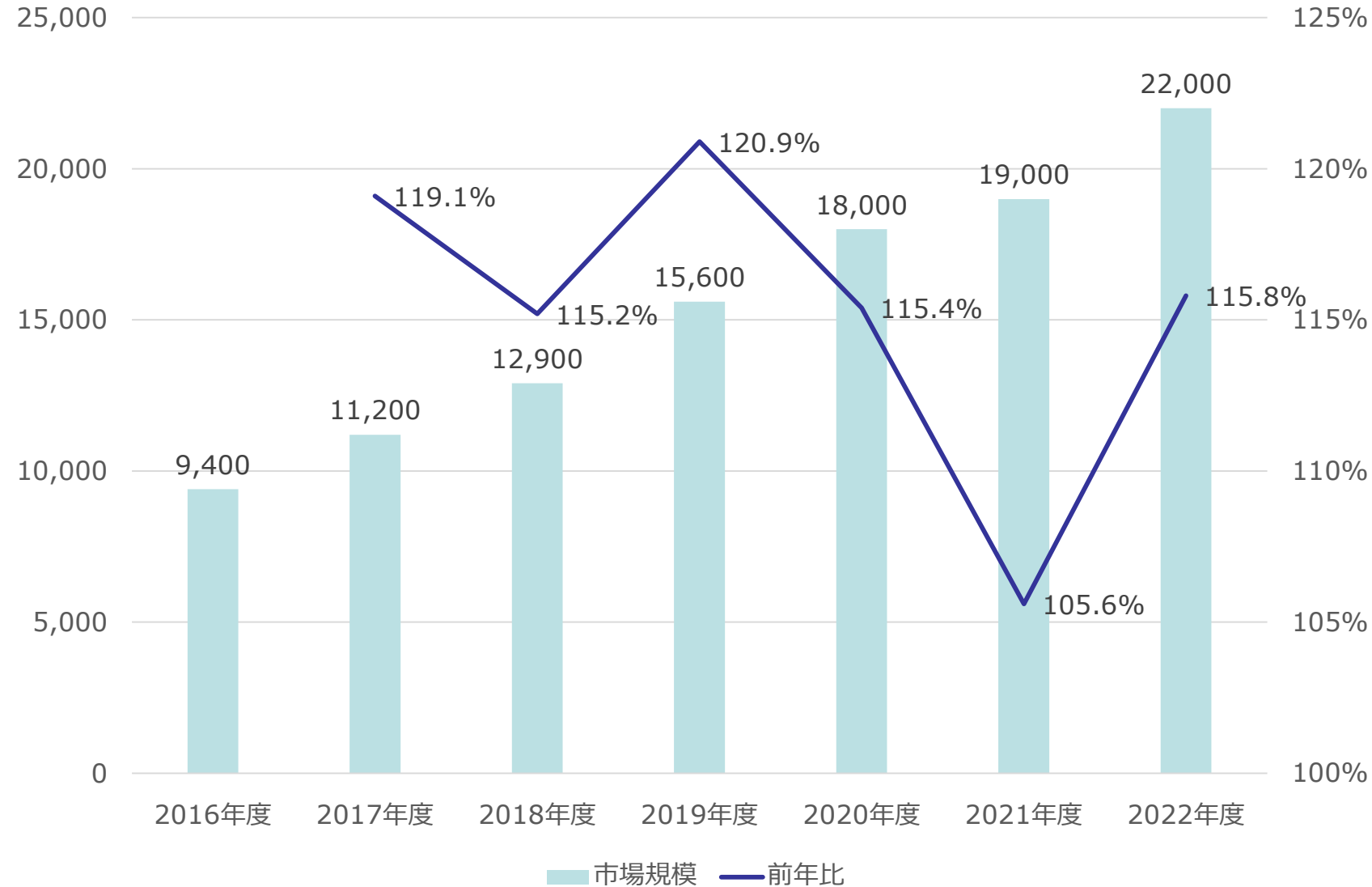
2020年7月22日発表

経済産業省

電子商取引に関する市場調査より引用

Eメール大量配信システム市場推移

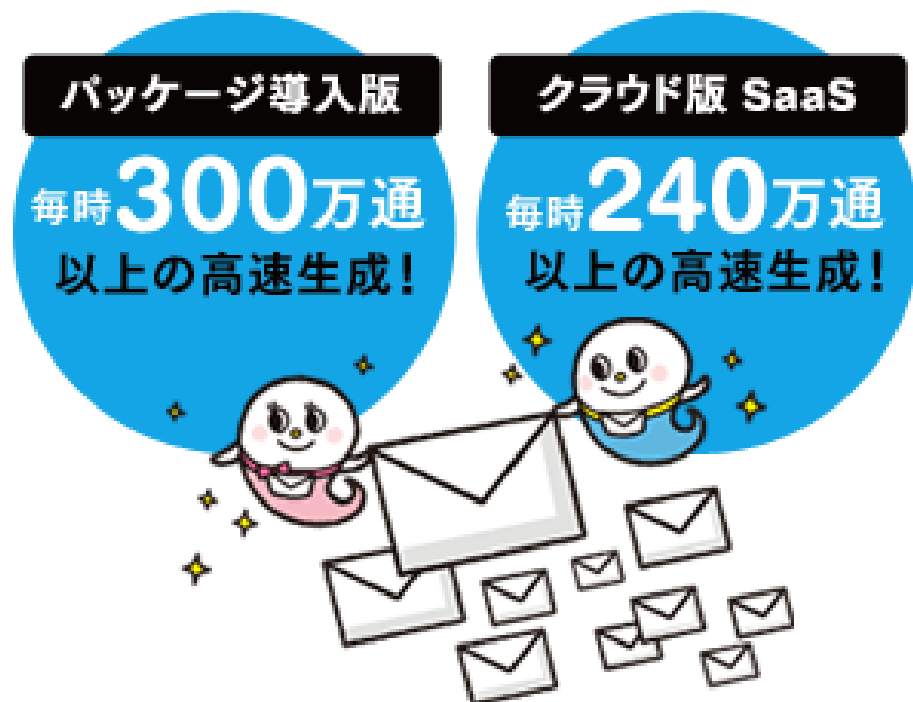
単位：百万円



7年間のCAGR
15.2%

ミック経済研究所
マーテック市場の現状と展望2020
クラウド型CRM市場編 (第4版)
より引用し当社作成

当社の強み① システムの基本性能を武器とした、大企業への豊富な導入実績



**大量高速配信性能を武器に
多くのお客様への導入実績を蓄積**

当社の強み① システムの基本性能を武器とした豊富な実績

化粧品 健康食品通販 総合通販 3部門の
売上高トップ15社中13社が
メール配信システムWEBCASを
導入しています。[※]



通販売上において、化粧品・健康食品・総合通販の3部門の各売上TOP 5、

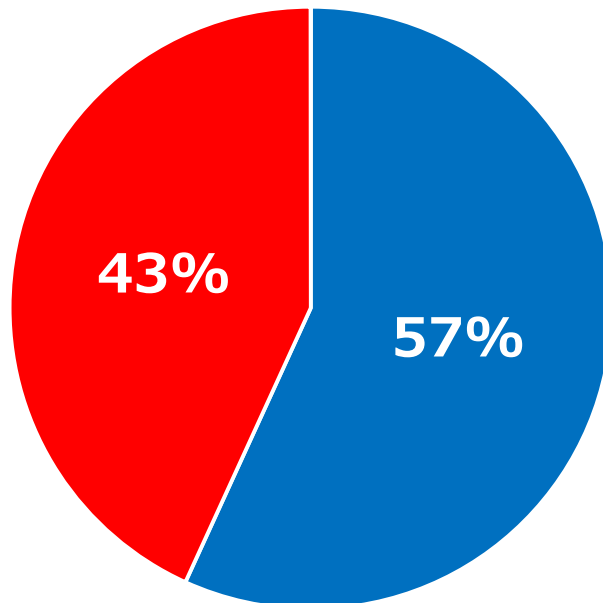
業界TOP15社のうち13社がWEBCASを導入している。

※2018年7月 通販新聞発表「第70回通販・通教売上高ランキング調査」による

当社の強み② 自由闊達で女性も活躍している働きやすい社風



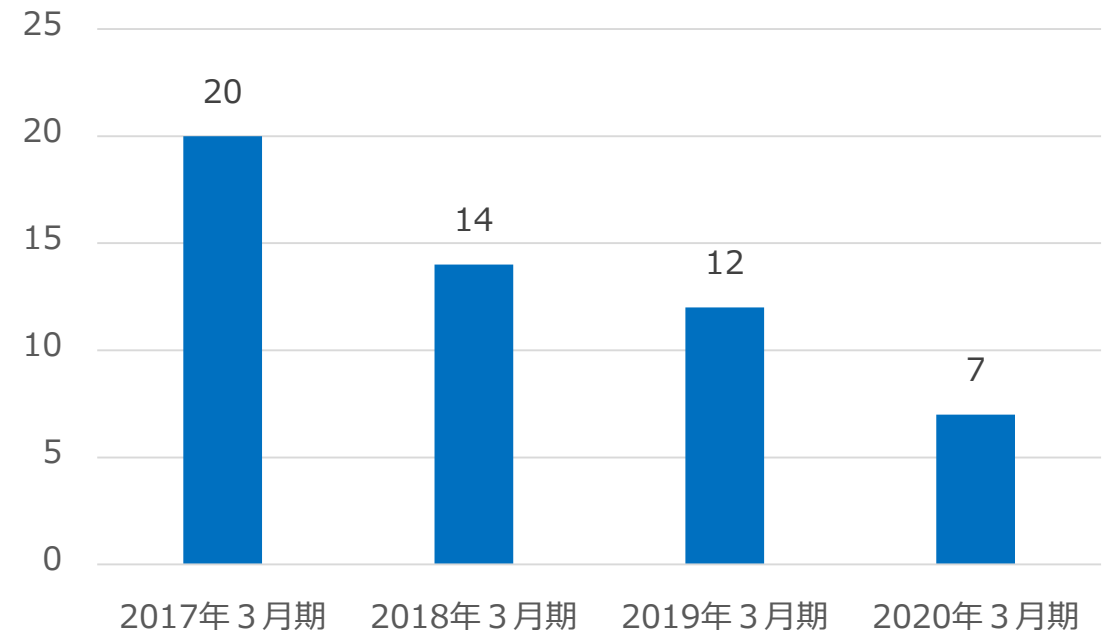
男女比



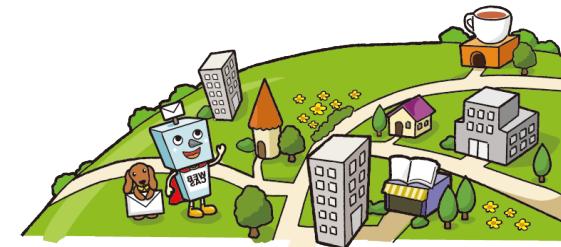
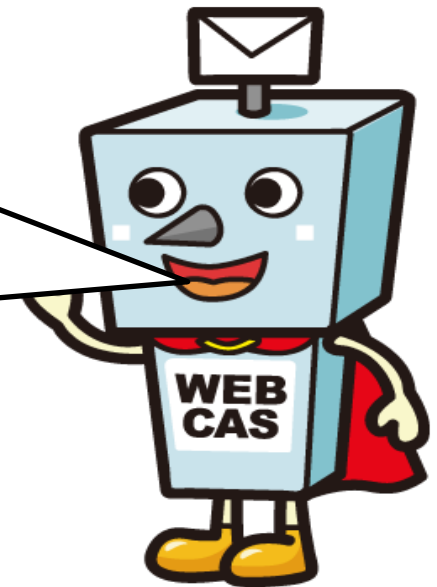
当社単体
2020年3月末時点

■ 男性 ■ 女性

1人あたり月平均残業時間



3. 成長戦略と 中期経営目標



当社の目指す方向性

圧倒的な大企業向け実績を活かし、デジタルマーケティング活動を横断的に支援

顧客のマーケティング活動に対する横断的な
ソリューションの提供

当社の強み

大企業向け
配信エンジン
提供の実績

大規模データ
蓄積及び分析

マーケティング
の戦略コンサル
及び実行支援

顧客におけるデジタル・マーケティング活動の最適化

革新的成長へ向けた「もう1つの柱」への挑戦

- 1 既存事業の飛躍的成長**
- 2 新規事業「もう1つの柱」づくり**
- 3 財務戦略の最適化**

既存事業の飛躍的成長「クラウドサービスの拡大」

カスタマーサクセスによる更なる解約率低減やクロスセル訴求に加え、
新規顧客獲得に向けたプロモーション施策の強化に取り組む

過去3期実績

新中計の目標

クラウドサー
ビス成長率
(年平均)

10～15%程度

25%*

・ コロナ影響のある
21/3期は除く

重点施策及び
期待効果

Web経由の
集客強化

⇒ 新規顧客の
獲得に成功



①

カスタマーサク
セスの導入

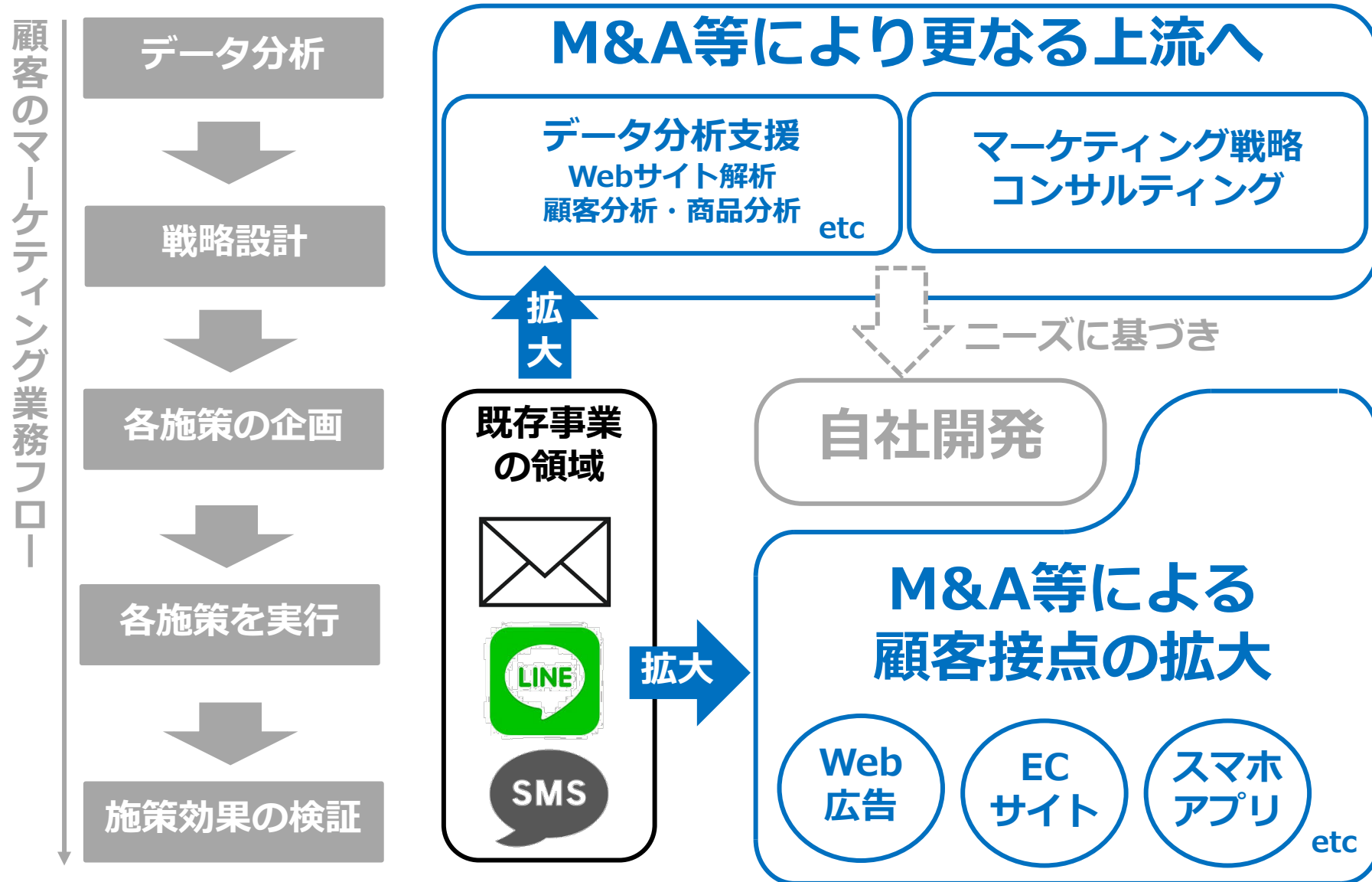
⇒ 解約率低減
⇒ 単価向上

②

J-GIAと共同で
プロモーション
施策強化

⇒ 顧客拡大

新規事業「もう1つの柱づくり」 M&Aによる新規事業の創出



本日発表したM&A実績

更なるM&Aの実施によるデジタルマーケティングにおけるDXプラットフォームの拡大を目指す

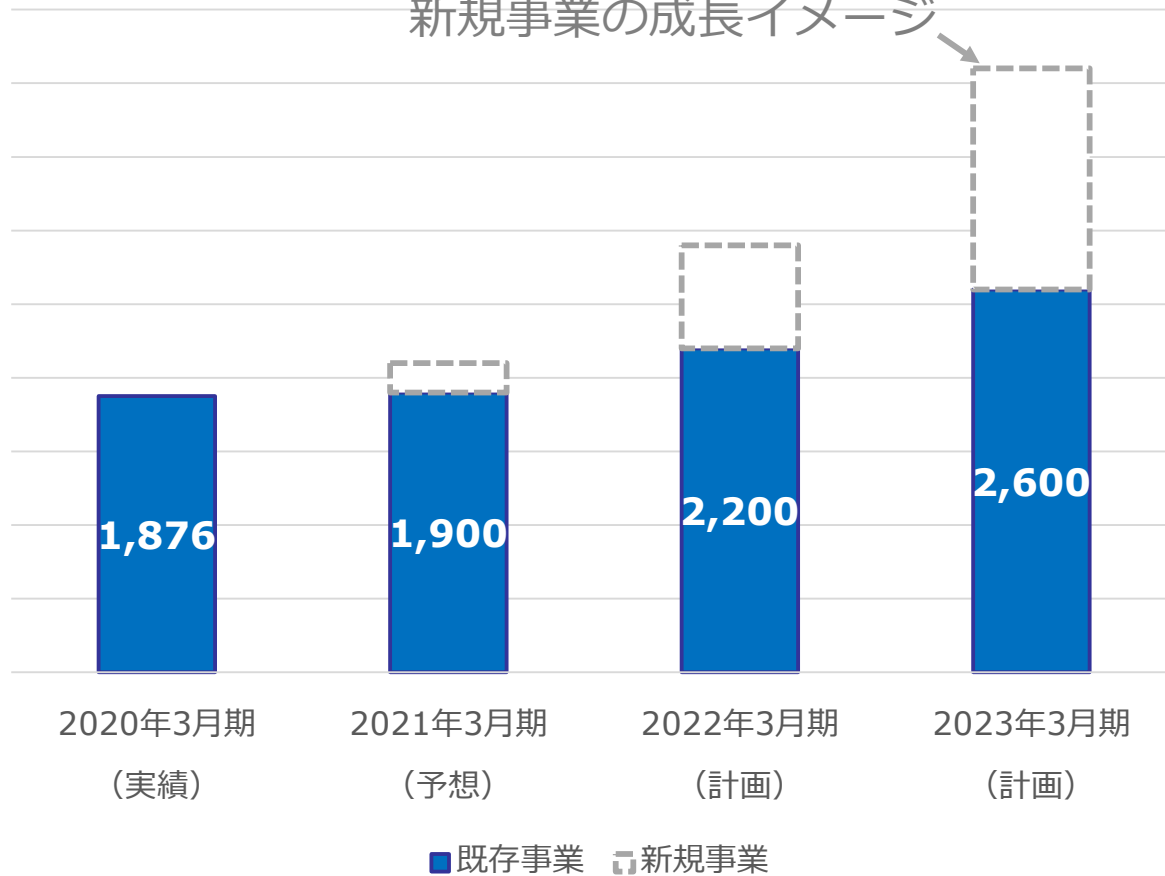


デジタルマーケティング分野のDXプラットフォーム構築を目指す

中期経営目標（2020年5月発表）

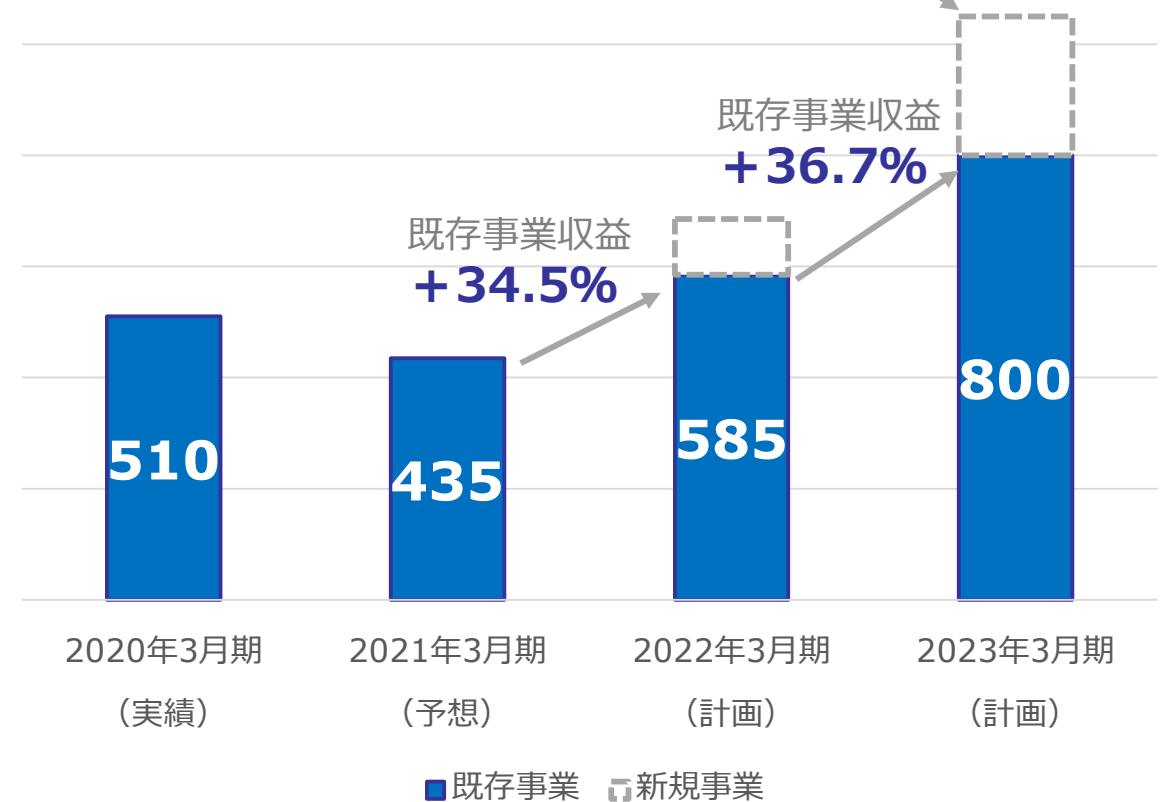
連結売上高

新規事業の成長イメージ



EBITDA

新規事業から得られる収益イメージ

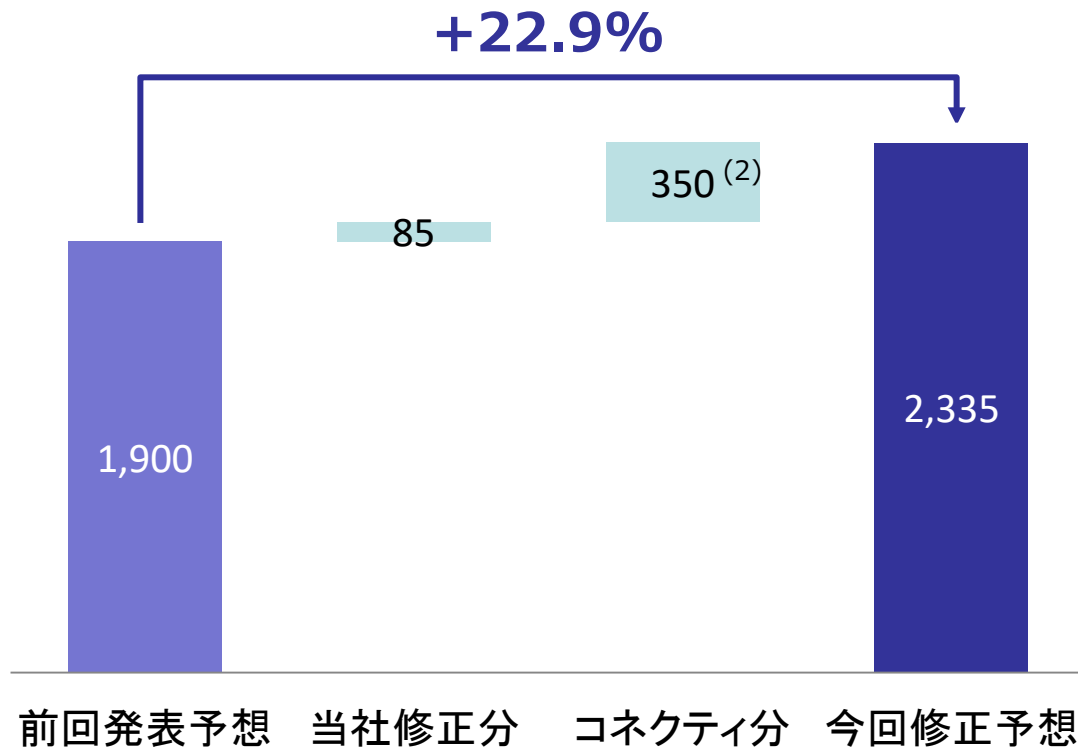


2021年3月期業績への影響

通期業績予想は売上高を+22.9%、EBITDAを+20.9%⁽¹⁾上方修正

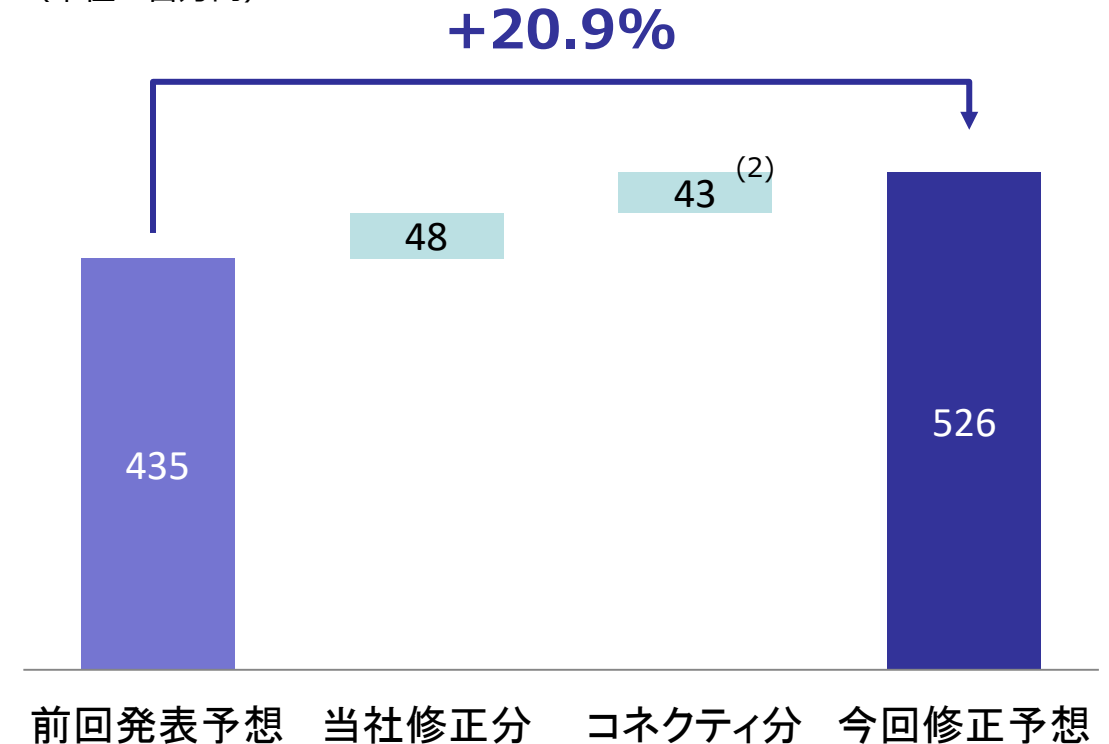
売上高

(単位：百万円)



EBITDA

(単位：百万円)



(1) 営業利益以下の通期業績予想につきましては、CHD社の子会社化により発生する「のれん」の償却期間やコネクティ社が行ってきたソフトウェア資産の計上基準など2020年10月以降に生じる償却費の試算額について監査法人と協議中であり、そのため営業利益以下の利益額に関して確定できておりません。今後の進展により公表すべき事項が生じた場合には、速やかにお知らせいたします

(2) 2020年10月以降の半期分を取り込む想定

御清聴ありがとうございました

本資料は株主・投資家などの皆さまに当社の経営方針、計画、財務状況などの情報をご理解いただくことを目的としており、当社の株式の購入、売却など、投資を勧誘するものではありません。

本資料において提供されている情報は、当社の現在の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績などに関する見通しであり、これらは、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいており、リスクや不確定な要因を含んでいます。実際の業績は、経済情勢、通信業界における競争状況、新サービスの成否などさまざまな要因により、これら業績などに関する見通しとは大きく異なることがあります。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。



IRお問い合わせ

経営企画室長 藤田 雅志

TEL 03-6672-6788

e-mail azia_ir@azia.co.jp