



<http://www.azia.jp/>

2014年3月期(第19期)

決算説明会

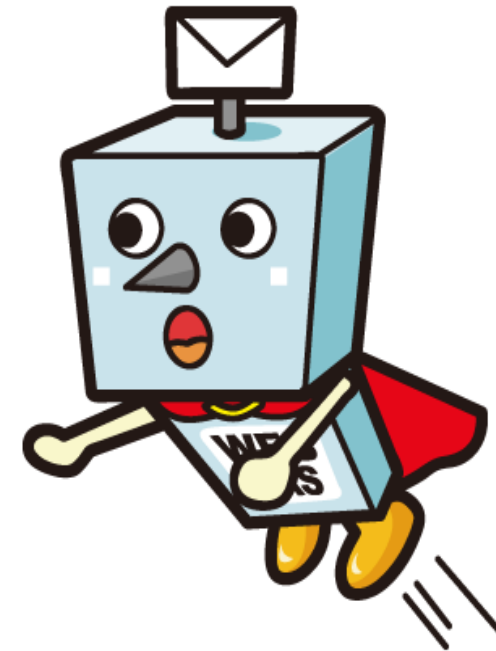
(証券コード：2352)

株式会社エイジア

2014年5月28日



1. 事業概要
 - ①事業内容と製品・サービス概要
 - ②市場地位と主な導入先
 - ③企業概要
2. 第19期(2014年3月期)の業績
 - ①業績ハイライト
 - ②貸借対照表の状況(抜粋)
 - ③重点施策に対する結果
3. 第19期(2014年3月期)のトピックス
 - ①株式会社FUCAの株式取得・子会社化
 - ②5年連続増収、10億円突破
 - ③株主構成の変化
4. 第20期(2015年3月期)の計画
 - ①売上・利益計画
 - ②配当計画
 - ③重点施策
5. 当社が目指す方向
 - ①Eコマース売上UPソリューションベンダーへ
 - ②世界で活躍するエイジアへ
 - ③これらを実現するために



1. 事業概要

- ① 事業内容と製品・サービス概要
- ② 市場地位と主な導入先
- ③ 企業概要



1

事業概要

- ① 事業内容と製品・サービス概要
- ② 市場地位と主な導入先
- ③ 企業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

1 事業内容と製品・サービス概要

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CRM※アプリケーションソフト「WEBCAS(ウェブキャス)」シリーズ等の開発・販売

サービスソリューション事業

アプリケーションソフトをより効果的に活用していただくためのサービスの提供。オーダーメイドのソフトウェア開発・保守

※各種データを活用して、顧客満足度を高める手法

1

事業概要

① 事業内容と製品・サービス概要

② 市場地位と主な導入先

③ 企業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向



メールでつなげる。
メールでつなげる。

WEB CAS

製品・サービスラインナップ WEBCASシリーズ

WEBCAS[®]
e-mail

メール配信システム

毎時300万通以上の高速配信が可能。PC・携帯・スマホ対応。

WEBCAS[®]
formulator

Webアンケートシステム

誰でも簡単にWebアンケートや各種Webフォームが作成可能。

WEBCAS[®]
marketing receipt

通知メール販促システム

自動通知メールを、販売促進メールに変える。

NEW

WEBCAS[®]
Mobile Express

携帯メール配信エンジン

携帯向けに特化した高速メール配信エンジン（MTA）。

WEBCAS[®]
mailcenter

メール共有・管理システム

二重対応や対応漏れを防ぎ、適切なメール対応を実現。

WEBCAS[®]
DB creator

データベース作成システム

担当者自身で、データベースを構築・作成できるシステム

NEW

1

事業概要

① 事業内容と製品・サービス概要

② 市場地位と主な導入先

③ 企業概要

2

第19期
（2014年3月期）
の業績

3

第19期
（2014年3月期）
のトピックス

4

第20期
（2015年3月期）
の計画

5

当社が
目指す方向

エイジアは、創業以来、技術を磨き、
技術力の高さで勝負してきた会社

その技術力をつぎ込んだ
当社の看板ソフトウェア製品「WEBCAS e-mail」は、
業界最高レベルの性能

1

事業概要

- ① 事業内容と製品・サービス概要
- ② 市場地位と主な導入先
- ③ 企業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向



メールでつなげる。
メールでつながる。

WEB CAS

パッケージ導入版

毎時**300万通**
以上の高速生成！

クラウド版 SaaS

毎時**100万通**
以上の高速生成！



1つのシステムで、毎時300万通のOne to Oneメールを送れる超高速性
【業界最速】【世界トップレベル】

1

事業概要

① 事業内容と製品・サービス概要

② 市場地位と主な導入先

③ 企業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

NEW 通知メール販促システム WEBCAS® marketing receipt

注文確認メールや商品発送メールなど、ユーザのアクションに応じて送信される自動通知メールは、重要な情報が記載されているため、通常のメルマガに比べ**開封される確率が高い**。

自動通知メールを、「いつもよく見る」と答えた人 → **54%**！（MarketingSherpa社 調べ）

また、**自動通知メールを使い販売促進を行った結果**、通常のメルマガと比べ、**購買率が5倍に...**！（Zagat社 調べ）

通知メール（レシートメール・トランザクションメール）を、マーケティング（販促）に活用するためのシステム、**WEBCAS® marketing receipt**

1

事業概要

① 事業内容と製品・サービス概要

② 市場地位と主な導入先

③ 企業概要

2

第19期
（2014年3月期）
の業績

3

第19期
（2014年3月期）
のトピックス

4

第20期
（2015年3月期）
の計画

5

当社が
目指す方向

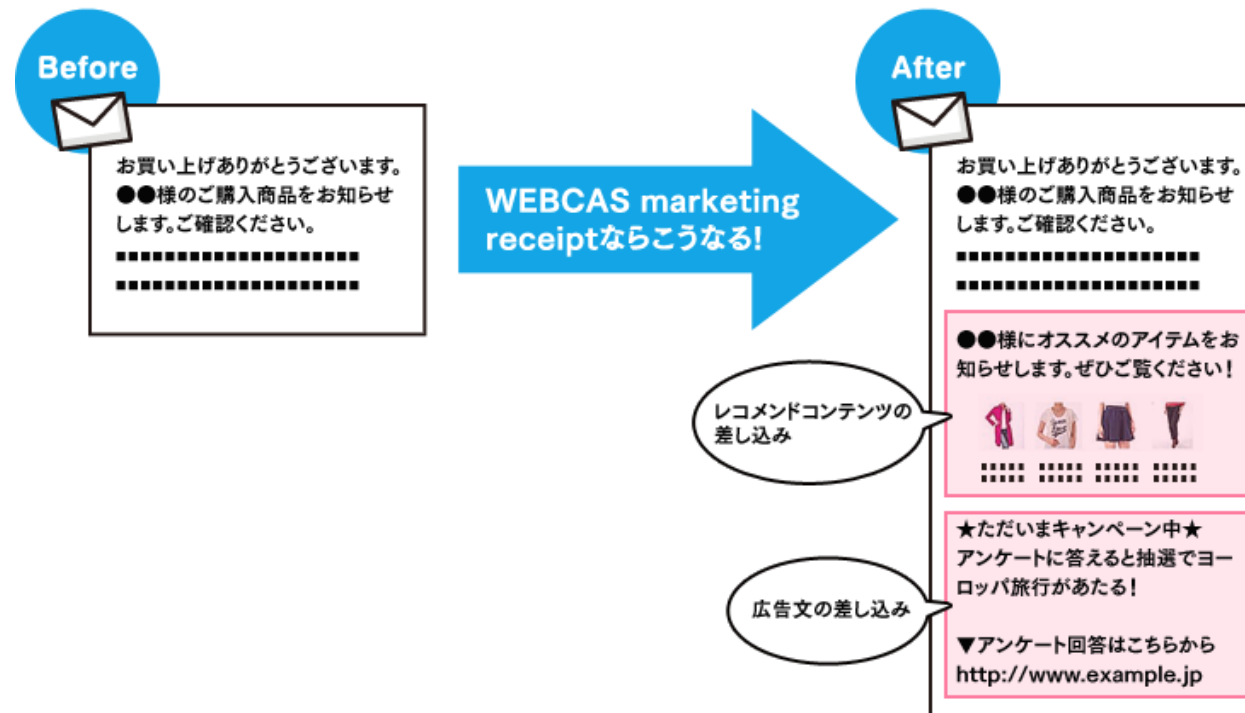


メールでつなげる。
メールでつなげる。

WEB CAS

通知メール販促システム WEBCAS[®] marketing receipt

実際に送られる自動通知メールのイメージ



1

事業概要

- ① 事業内容と製品・サービス概要
- ② 市場地位と主な導入先
- ③ 企業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

**NEW****データベース作成システム WEBCAS® DB creator**

「WEBCAS DB creator」は、従来まではシステム開発会社に構築を依頼していたデータベースを、ユーザ企業の担当者がご自身で作成できるシステムです。業種や用途別に用意されたテンプレートを利用して、各種データベースを簡単に作成することができます。

WEBCAS® DB creator

2014年6月提供開始

1

事業概要

- ① 事業内容と製品・サービス概要
- ② 市場地位と主な導入先
- ③ 企業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

WEBCASシリーズ「以外」の主なラインナップ



コンサルティングサービス

メルマガの戦略立案・企画・制作・運用・改善提案まで、フルサポート。

PhotoStock

写真素材サイト

プロカメラマンが撮影した高品質写真素材を購入できるオンラインショップ。

おねだり上手

おねだり購買支援システム

メールやSNSで、欲しい商品をおねだりできる、おねだり購買支援システム。

1

事業概要

- ① 事業内容と製品・サービス概要
- ② 市場地位と主な導入先
- ③ 企業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

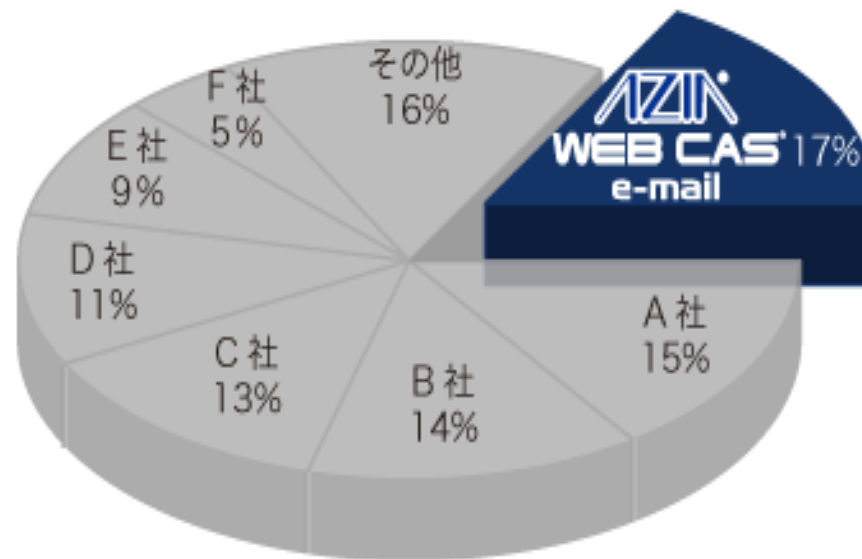
第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向



2 市場地位と主な導入先



※ソースポッド推定

「国内メール配信市場分析レポート2012」の「メール配信パッケージ市場」分野で、シェア1位を獲得（ソースポッド社調べ）

1

事業概要

- ① 事業内容と製品・サービス概要
- ② 市場地位と主な導入先
- ③ 企業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向



メールでつなげる。
メールでつなげる。

WEB CAS

主な導入先

1,600社以上の実績



1

事業概要

① 事業内容と製品・サービス概要

② 市場地位と主な導入先

③ 企業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

3 企業概要

- 社名 株式会社エイジア
- 代表者 代表取締役 美濃 和男
- 本社 東京都品川区西五反田7-21-1 第5T0Cビル
- 設立 1995年4月
- 資本金 322百万円(2014年3月末現在)
- 役職員数 82人(2014年5月28日現在、子会社含む)
- 事業内容
 - ① 自社開発によるCRMアプリケーションソフト「WEBCAS」の開発・販売
 - ② ウェブサイト及び企業業務システムのオーダーメイド開発
 - ③ マーケティングコンサルティング、ウェブコンテンツの企画・制作

1

事業概要

- ① 事業内容と製品・サービス概要
- ② 市場地位と主な導入先
- ③ 企業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向



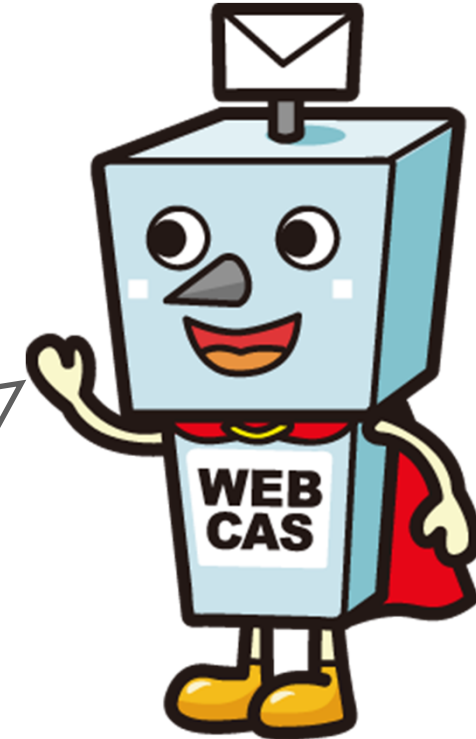
ありがとうございます。
次の章に移ります。

<http://www.photo-stock.jp/>

当社が運営するプロカメラマンの写真素材販売サイト「フォトストック」より

2. 第19期(2014年3月期) の業績

- ① 業績ハイライト
- ② 貸借対照表の状況(抜粋)
- ③ 重点施策に対する結果



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

①

業績ハイライト

②

貸借対照表の状況(抜粋)

③

重点施策に対する結果

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向



前提)

平成25年10月1日付で、株式会社FUCAを子会社化した
ことに伴い、当第3四半期連結会計期間より、四半期連結
財務諸表を作成しております。

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

①

業績ハイライト

②

貸借対照表の状況(抜粋)

③

重点施策に対する結果

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

① 業績ハイライト

前期と今期の比較(連結)

単位:百万円

	前期 2013年3月期 累計(個別)	当期 2014年3月期 累計(連結)	増減率	コメント
売上高	—	1,007	—	子会社(FUCA)の売上額も含む。
営業利益	—	242	—	子会社(FUCA)の利益額も含む。
経常利益	—	238	—	子会社(FUCA)及び持分法適用会社(グリーゼ)利益も含む。
純利益	—	130	—	同上

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

①

業績ハイライト

②

貸借対照表の状況(抜粋)

③

重点施策に対する結果

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

前期と今期の比較(個別)

単位:百万円

	前期 2013年3月期 累計(個別)	当期 2014年3月期 累計(連結)	増減率	コメント
売上高	779	962	+ 23.6%	クラウドサービスが引き続き好調に推移。 景況感や設備投資意欲の回復などに伴い、 大型案件の受注も好調に推移。
営業利益	135	235	+ 73.8%	利益率の高いアプリケーション事業(クラウド サービス、大型案件)の売上増加により、順調 に推移。
経常利益	140	239	+ 70.4%	同上
純利益	48	125	+ 155.7%	同上 2013年3月期は、保有有価証券の評価損(特 別損失)計上の特殊要因あり。

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

①

業績ハイライト

②

貸借対照表の状況(抜粋)

③

重点施策に対する結果

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

配当

業績予想の上方修正に伴い期末配当予想を1株当たり3円増額、また、創業以来初めて連結売上高が10億円を上回ったことを記念して2円増額、あわせて5円増額し、当初予想の1株当たり9円から14円といたしました

	1株当たり配当金(期末)	配当性向
第18期(前期)実績	7.5円	27.6%
第19期(当期)期初計画	9円	16.7%
第19期(当期)決定額	14円	20.0%

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

①

業績ハイライト

②

貸借対照表の状況(抜粋)

③

重点施策に対する結果

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

② 貸借対照表の状況(抜粋)

単位:百万円

	2013年 3月末	2014年 3月末	増減	コメント
現金・預金	687	742	+55	主に、利益により増加
有利子負債	—	—	—	無借金
総資産	946	1,052	+106	主に、利益により増加
純資産	735	871	+136	主に、利益により増加

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

①

業績ハイライト

②

貸借対照表の状況(抜粋)

③

重点施策に対する結果

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向



3 重点施策に対する結果

重点施策1 クラウドサービス(ASP・SaaS)の強化

取り組み

- 新製品・サービスの投入
- 技術コンサルティング要員の拡充
(人員を前年末比、約1.2倍を計画)
- 営業要員の拡充
(人員を前年末比、約1.3倍を計画)

成果目標

- クラウドサービスの売上
前年度比25%UP

成果

- 新製品として、
WEBCAS marketing receipt を発売。
- 要員の拡充(採用活動)完了
 - ・技術コンサルティング 11名→15名
(1.36倍)
 - ・営業 9名→12名(1.33倍)
- ※ 2013年3月末と2014年5月28日との比較
- クラウド売上は、前年同期比25.8%UP。
18期:398百万円 → 19期:501百万円

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

①

業績ハイライト

②

貸借対照表の状況(抜粋)

③

重点施策に対する結果

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

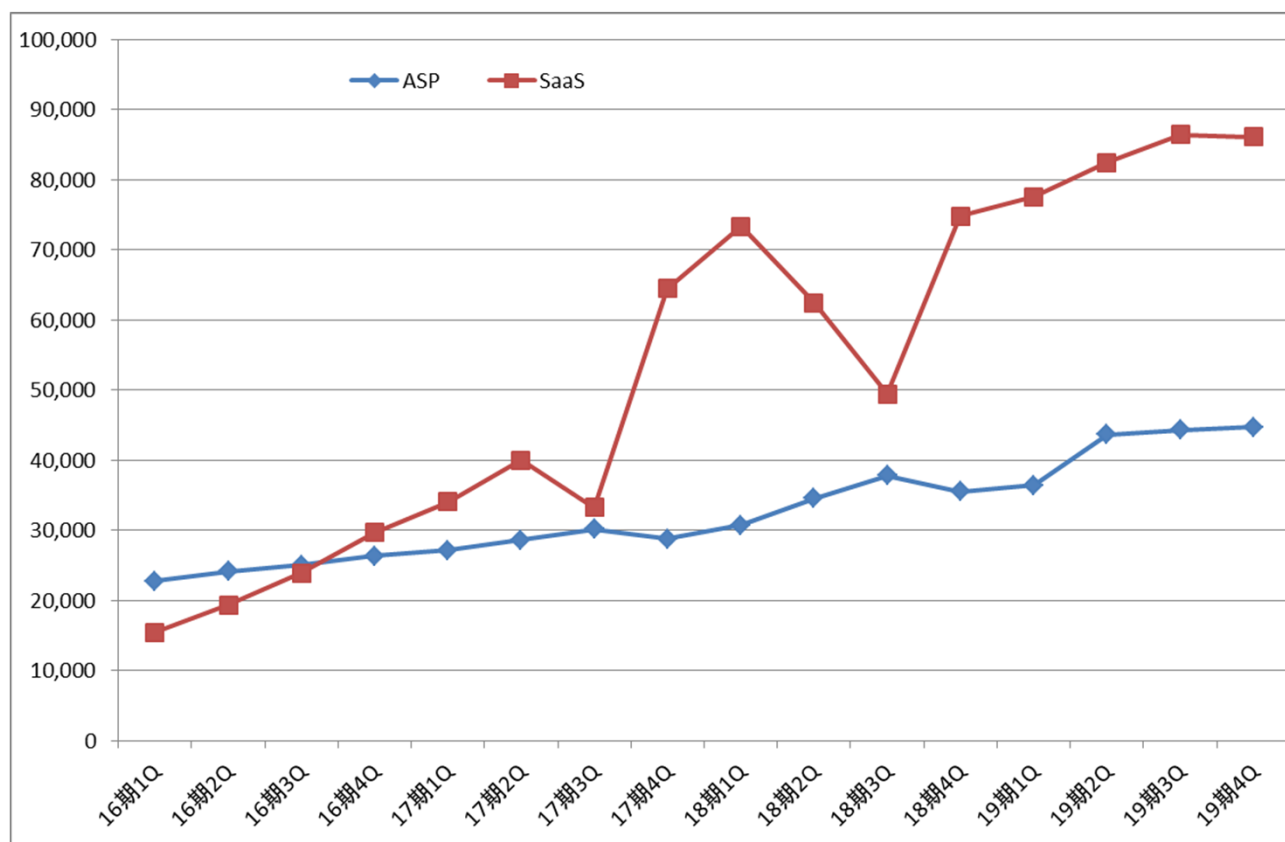
第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

クラウド(ASP・SaaS)売上高の推移

(単位:千円)



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

①

業績ハイライト

②

貸借対照表の状況(抜粋)

③

重点施策に対する結果

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

重点施策2 研究開発能力の増強

取り組み

- 研究開発能力を飛躍的に向上させるため、研究開発ラインの増設に着手

成果目標

- 新製品・サービスを2本以上発売
- 研究開発ライン、1本増設



成果

- 新製品として、
WEBCAS marketing receipt を発売済。
WEBCAS DB creator 2014年6月発売。
- 研究開発ライン増設は、
研究開発要員の増強: 10名→16名
研究開発ラインの増設: 2本→3本
外部の開発パートナーと取引開始: 2社
※ 2013年3月末と2014年5月28日との比較

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

①

業績ハイライト

②

貸借対照表の状況(抜粋)

③

重点施策に対する結果

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向



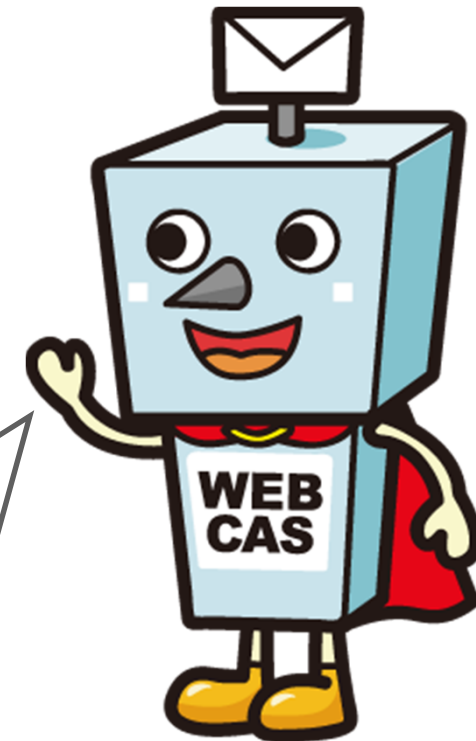
ありがとうございます。
次の章に移ります。

<http://www.photo-stock.jp/>

当社が運営するプロカメラマンの写真素材販売サイト「フォトストック」より

3. 第19期(2014年3月期)のトピックス

- ① 株式会社FUCAの株式取得・子会社化
- ② 5年連続増収、10億円突破
- ③ 株主構成の変化



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

①

株式会社FUCAの株式取得・子会社化

②

5年連続増収、10億円突破

③

株主構成の変化

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向



1 株式会社FUCAの株式取得・子会社化

Web サイトおよびメールマガジンの戦略立案・企画・制作・分析サービス事業を提供する株式会社FUCAの株式を取得し、子会社化。(2013年10月1日)

■FUCAは、クライアント企業のインターネットビジネスの成功に寄与するプランニング力に強みを持ち、上場企業のメールコンテンツ企画制作や大手化粧品会社のWeb サイト制作など、大規模かつ多様な案件を手掛けています。

■2012年12月には同業の株式会社グリーゼと資本・業務提携を締結しているが、両社は得意分野が異なるため、それぞれが強みを発揮できるサービスを、クライアント企業に提供予定。

■FUCA の株式約75%を既存株主(役員)より取得し、子会社化。平成26年3月期第3四半期から連結決算開始。



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

①

株式会社FUCAの株式取得・子会社化

②

5年連続増収、10億円突破

③

株主構成の変化

4

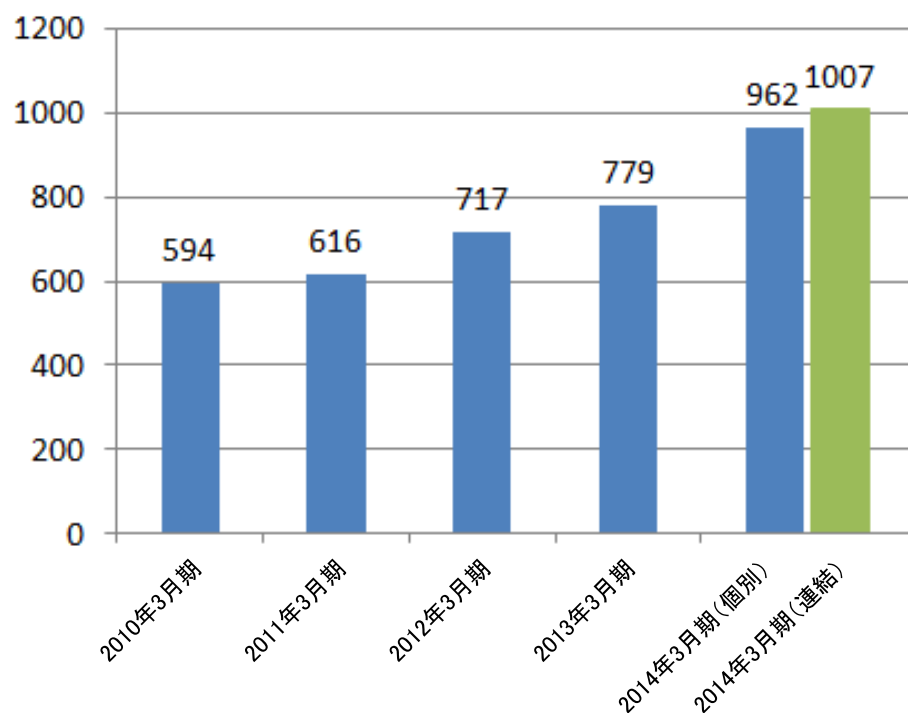
第20期
(2015年3月期)
の計画

5

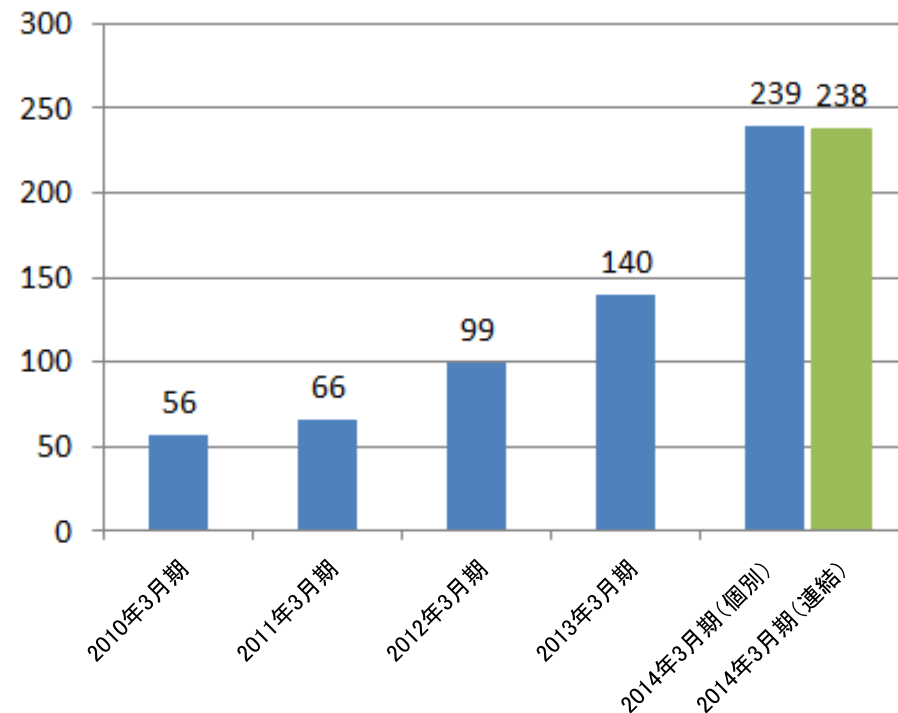
当社が
目指す方向

② 5年連続増収・増益、連結売上高10億円突破！

売上高推移



経常利益推移



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

①

株式会社FUCAの株式取得・子会社化

②

5年連続増収、10億円突破

③

株主構成の変化

4

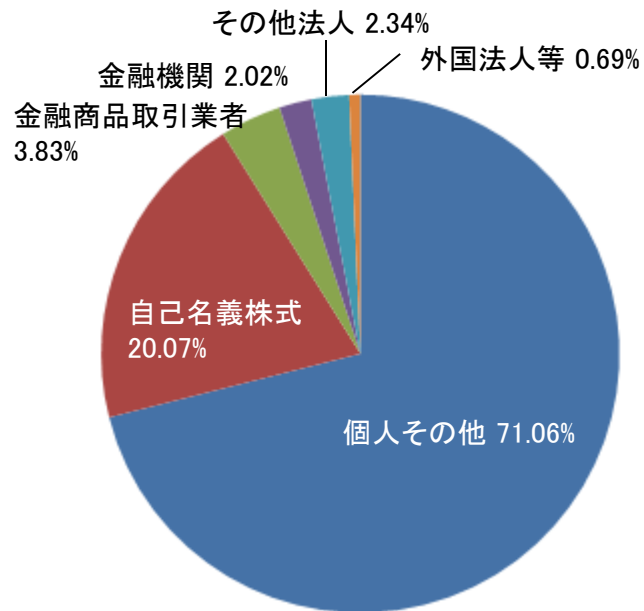
第20期
(2015年3月期)
の計画

5

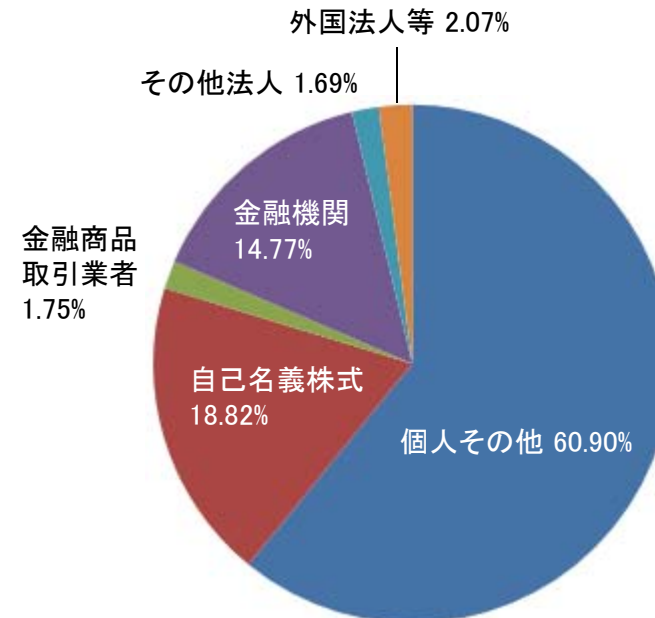
当社が
目指す方向



3 株主構成の変化



2013年3月末



2014年3月末

2014年3月期中に、時価総額や出来高の増加に伴い、「個人その他」の保有比率が低下し、「金融機関」等の機関投資家の割合が増加。

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

①

株式会社FUCAの株式取得・子会社化

②

5年連続増収、10億円突破

③

株主構成の変化

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向



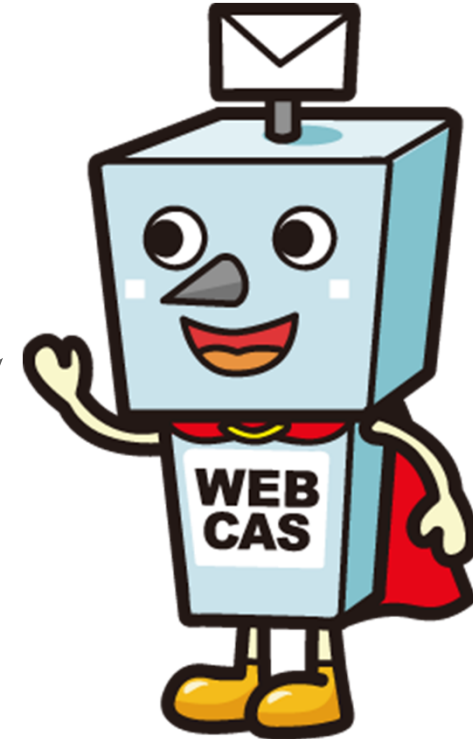
ありがとうございます。
次の章に移ります。

<http://www.photo-stock.jp/>

当社が運営するプロカメラマンの写真素材販売サイト「フォトストック」より

4. 第20期(2015年3月期) の計画

- ① 売上・利益計画
- ② 配当計画
- ③ 重点施策



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

①

売上・利益計画

②

配当計画

③

重点施策

5

当社が
目指す方向

1 売上・利益計画

単位: 百万円

	19期実績	20期計画	増減
売上高	1,007	1,120～1,180	+11.2～17.2%
営業利益	242	245～280	+1.1～15.6%
経常利益	238	245～280	+2.5～17.2%
当期純利益	130	145～165	+11.0～26.3%

売上

競争力のあるクラウドサービス、及び、子会社FUCAとの連携をより一層進め、サービスソリューション事業の拡大に注力し、前年対比11.2～17.2%の拡大を計画。

利益

前年度実施した人員増強(先行投資)の影響により増加率は前年度比落ちるものの、純利益については、引き続き二桁%以上の増加を見込む。

1

事業概要

2

 第19期
(2014年3月期)
の業績

3

 第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

 第20期
(2015年3月期)
の計画

①

売上・利益計画

②

配当計画

③

重点施策

5

 当社が
目指す方向



レンジ開示について

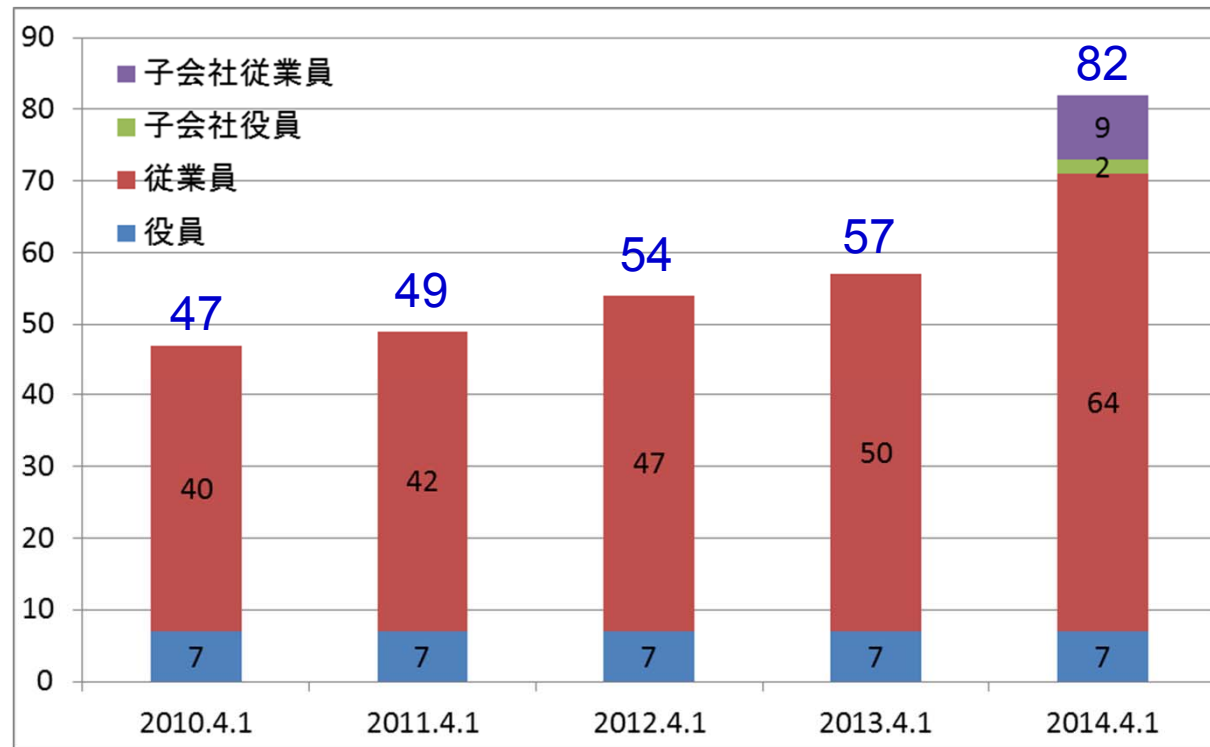
- 近年、当社が得意とする数千万円規模の大型の案件の引き合いが増加。
- 大型案件の受注成否により、売上や利益が数千万円変動。
- 当社の売上規模において、売上や利益が数千万円変動した場合、業績予想の修正に至る可能性が高い。
- 期初の段階で、受注成否を正確に見積もるのは難しい。

以上の状況を鑑み、業績予想のレンジ開示を選択。

1 事業概要	2 第19期 (2014年3月期) の業績	3 第19期 (2014年3月期) のトピックス	4 第20期 (2015年3月期) の計画	① 売上・利益計画 ② 配当計画 ③ 重点施策	5 当社が 目指す方向
-----------	--------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	-------------------



役職員数の推移



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

①

売上・利益計画

②

配当計画

③

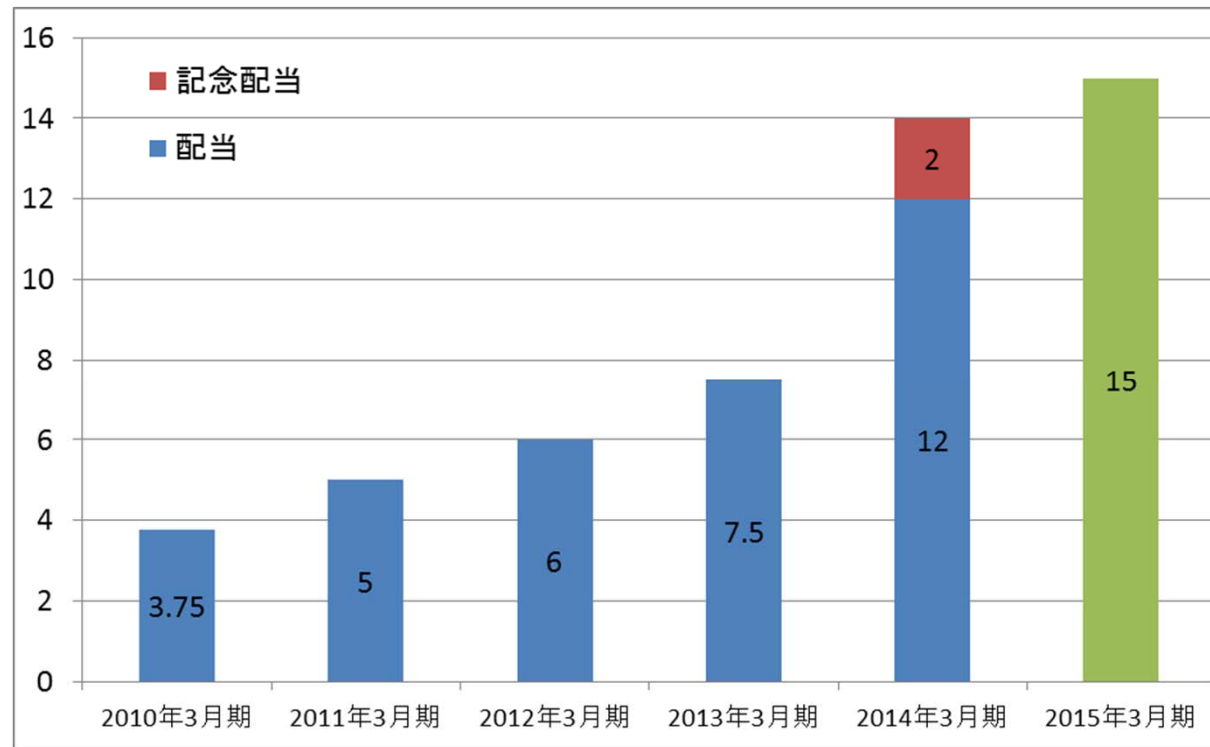
重点施策

5

当社が
目指す方向



2 配当計画



※2011年4月に、1株を200株に分割しており、遡及修正して表示しております。

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

①

売上・利益計画

②

配当計画

③

重点施策

5

当社が
目指す方向



3 重点施策

重点施策1 クラウドサービス(ASP・SaaS)の強化

取り組み

- 新製品・サービスの販売強化
- 通信販売業界など当社製品・サービスの競争力が高い業界への営業強化

成果目標

- クラウドサービスの売上
前年度比15%以上UP

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

1 売上・利益計画

2 配当計画

3 重点施策

5

当社が
目指す方向



重点施策2 サービスソリューション事業の強化

取り組み

■オーダーメイドソフトウェア開発の
人員増強

■子会社FUCAとの連携を一層強化

成果目標

■サービスソリューション事業

連結売上高:180百万円

個別:約30%UP

連結:約50%UP

(前年度の子会社FUCAの売上
は、第3四半期より連結に移行
したため6カ月分)

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

1

売上・利益計画

2

配当計画

3

重点施策

5

当社が
目指す方向



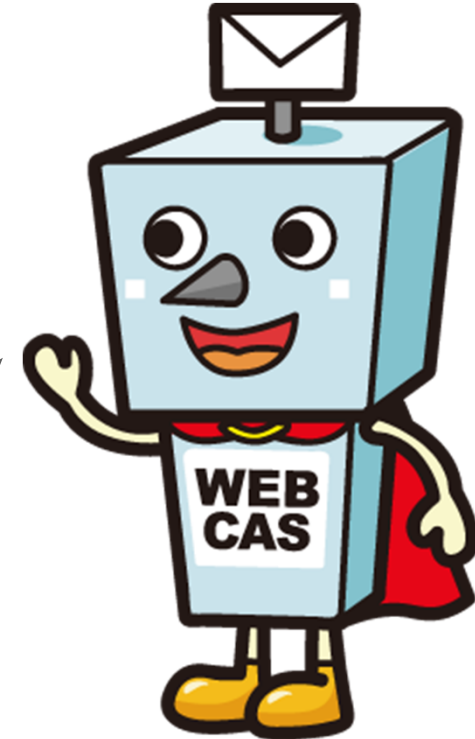
ありがとうございます。
次の章に移ります。

<http://www.photo-stock.jp/>

当社が運営するプロカメラマンの写真素材販売サイト「フォトストック」より

5. 当社が目指す方向

- ① Eコマース売上UPソリューションベンダーへ
- ② 世界で活躍するエイジアへ
- ③ これらを実現するために



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

- ① Eコマース売上UPソリューションベンダーへ
- ② 世界で活躍するエイジアへ
- ③ これらを実現するために



～ 当社が目指す方向 ～

“メールアプリケーションのエイジア”から、
“Eコマース売上UPソリューションを世界に
提供するエイジア”へ

～ 二つの切り口 ～

- I. 提供するソフトウェア・サービス領域の拡大
- II. 事業活動の地理的領域の拡大

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

① Eコマース売上UPソリューションベンダーへ

② 世界で活躍するエイジアへ

③ これらを実現するために



切り口 その1

I. 提供するソフトウェア・サービス領域の拡大

販売促進・マーケティング支援の事業領域は外さず、

- ◆現在強みのある「Eメールを活用した販売促進ソフトウェア」の優位性を維持・強化しながら、
- ◆Eメール活用以外の「Eコマースの売上UPに資するソフトウェア」のラインナップを拡充し、
- ◆それらソフトウェアをより効果的に活用するためのサービスもあわせて提供し、

Eコマース売上UPソリューションベンダーへと発展する

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

- ① Eコマース売上UPソリューションベンダーへ
- ② 世界で活躍するエイジアへ
- ③ これらを実現するために



① Eコマース売上UPソリューションベンダーへ

なぜ、Eコマース売上UPソリューションベンダーなのか

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

① Eコマース売上UPソリューションベンダーへ

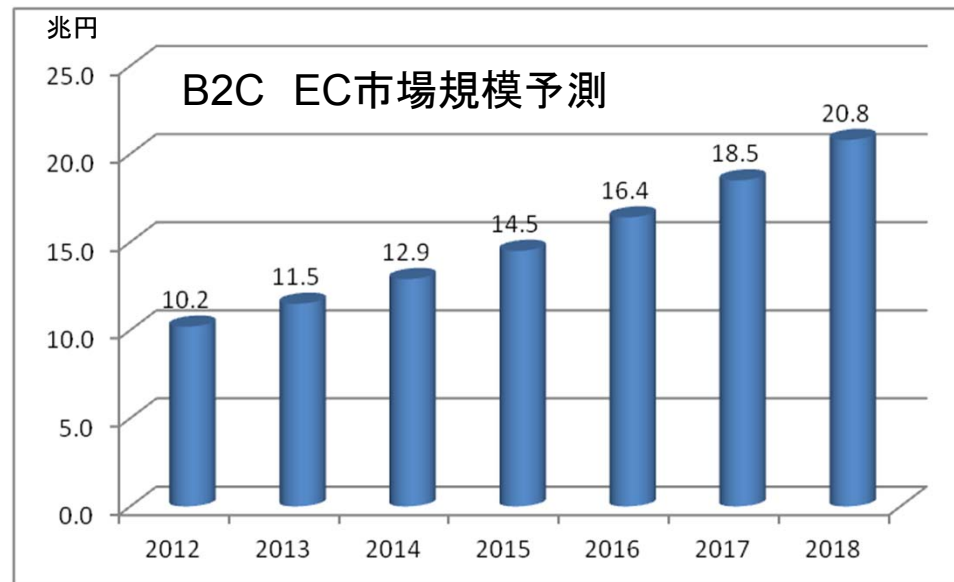
② 世界で活躍するエイジアへ

③ これらを実現するために



1. 市場が大きく、今後も伸び続けるから

インターネット通販に代表される日本のEコマースの市場は、すでに11.5兆円（2013年実績）と大きく、今後も年率10%、1兆円以上の伸びが予想されている



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

①

Eコマース売上UPソリューションベンダーへ

②

世界で活躍するエイジアへ

③

これらを実現するために

2. エイジアの強みが活かせ、すでに一定の地位を築いているから

◇Eコマース業界は、顧客数が多く、取り扱っている商材の範囲も広いため、**当社が得意とする性能が高い販促システムのニーズが高い**

◇その強みを活かし、通信販売、保険、化粧品業界など、顧客数の多い業界で高いシェアを確保

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

①

Eコマース売上UPソリューションベンダーへ

②

世界で活躍するエイジアへ

③

これらを実現するために

商材ジャンル別売上高ランキング（総合）

順位	社 名	前期売上高(百万円)		決算月
		実績	増減率(%)	
1	ニッセンホールディングス	170,532	26.9	12月
2	千趣会	130,456	5.7	12月
3	ジュビターショップチャンネル	127,161	5.2	3月
4	ペルーナ	102,165	5.6	3月
5	QVCジャパン	99,700	11.0	12月
6	ディノス・セシール (旧ディノス)	57,054	1.8	3月
7	スクロール	56,222	5.9	3月
8	ディノス・セシール (旧セシール)	56,052	▲5.4	3月
9	日本生活協同組合連合会	42,525	3.7	3月
10	三越伊勢丹通信販売	27,820	▲1.6	3月



メール配信システムなら
WEB CAS®

総合通販売上高ランキング
上位5社中、3社が
WEB CASを
導入しています。

出典：通販新聞 第60回通販・通教売上高ランキング調査（2013年7月実施）

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

- ① Eコマース売上UPソリューションベンダーへ
- ② 世界で活躍するエイジアへ
- ③ これらを実現するために

3. ノウハウを海外展開しやすいから

◇Eコマースの顧客は圧倒的に個人が多い
(当社からみると、B to B to C 型モデル)

◇個人への販促手法は、企業への販促手法に比べ、
国による違いが小さい

日本のEコマース事業者向けに提供している販売促進
ソリューションを海外にも展開しやすい

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

①

Eコマース売上UPソリューションベンダーへ

②

世界で活躍するエイジアへ

③

これらを実現するために



切り口 その2

Ⅱ. 事業活動の地理的領域の拡大

- ◆ 日本を主な事業活動地域としながら、
- ◆ **新興国を中心に**、海外にも事業活動領域を広げる

世界で活躍するエイジアへ

1 事業概要	2 第19期 (2014年3月期) の業績	3 第19期 (2014年3月期) のトピックス	4 第20期 (2015年3月期) の計画	5 当社が 目指す方向	① Eコマース売上UPソリューションベンダーへ ② 世界で活躍するエイジアへ ③ これらを実現するために
-----------	--------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------	-------------------	--



② 世界で活躍するエイジアへ

なぜ、新興国への展開なのか



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

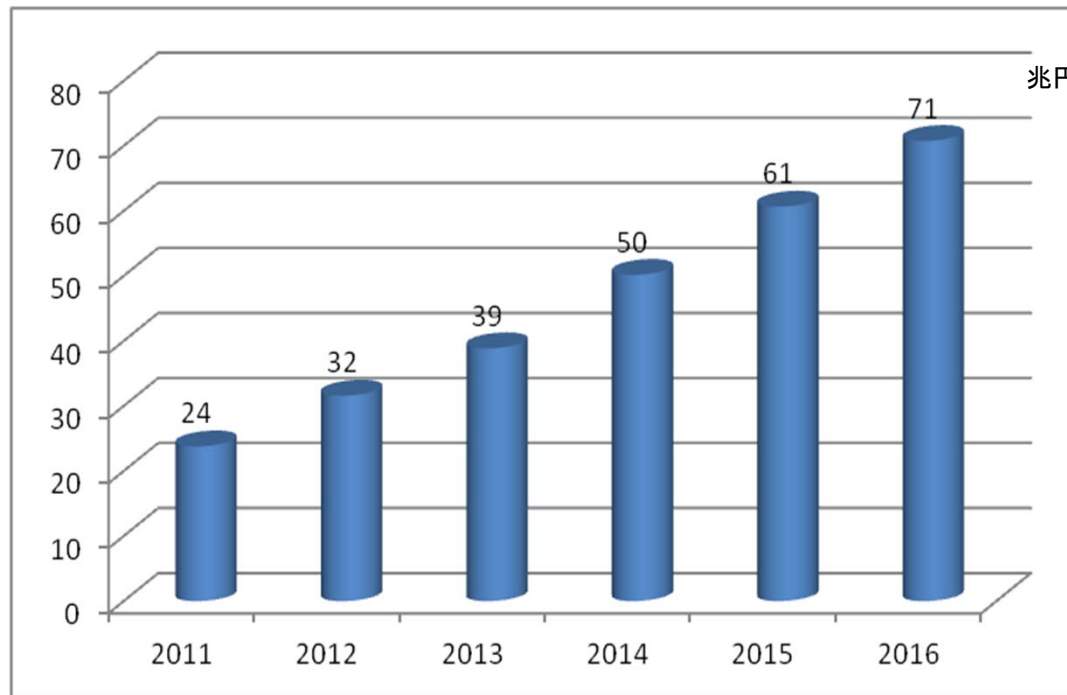
第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

- ① Eコマース売上UPソリューションベンダーへ
- ② 世界で活躍するエイジアへ
- ③ これらを実現するために

1. 新興国のEコマース市場は、今後、日本以上に高い伸び(成長率)が見込まれるから



アジアの EC市場規模予測

出典: eMarketer

1

事業概要

2第19期
(2014年3月期)
の業績**3**第19期
(2014年3月期)
のトピックス**4**第20期
(2015年3月期)
の計画**5**当社が
目指す方向**①**

Eコマース売上UPソリューションベンダーへ

②

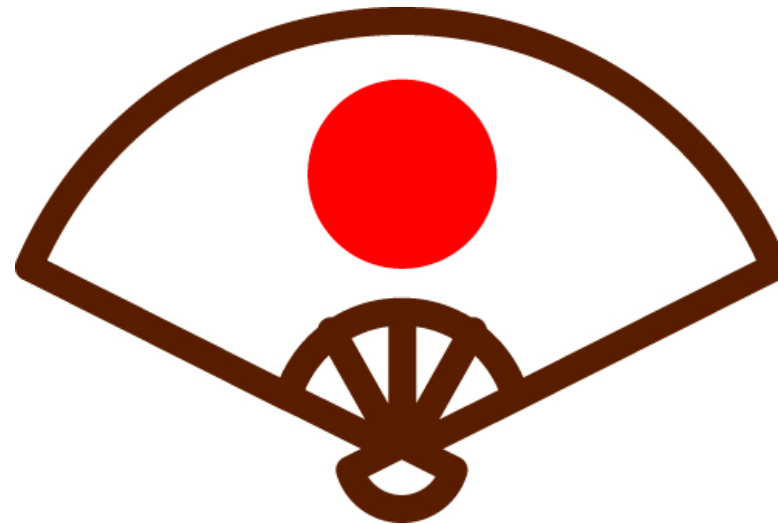
世界で活躍するエイジアへ

③

これらを実現するために



2. 日本のブランド力が活かせ、トップシェアを狙える市場だから



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

- ① Eコマース売上UPソリューションベンダーへ
- ② 世界で活躍するエイジアへ
- ③ これらを実現するために



メールでつなげる。
メールでつなげる。

WEB CAS®

3. 新興国の活力を日本にも取り込めるから



ベトナム



マレーシア



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

①

Eコマース売上UPソリューションベンダーへ

②

世界で活躍するエイジアへ

③

これらを実現するために



タイ企業向けの
タイ語WEB CAS サイト

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

①

Eコマース売上UPソリューションベンダーへ

②

世界で活躍するエイジアへ

③

これらを実現するために



日本の大手インターネット通信販売業界で高いシェアを持つ当社のEコマース売上UPソリューションを、今後も人口が増え続けることが想定され、日本以上にEコマース市場の伸びが期待される新興国を中心に海外でも展開

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

- ① Eコマース売上UPソリューションベンダーへ
- ② 世界で活躍するエイジアへ
- ③ これらを実現するために



③ これらを実現するために

◆ 競争力の源泉となるソフトウェア・サービスの開発力を増強

◆ それぞれの分野で強みを持つ企業との提携を促進



子会社化



持分法適用

1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向

①

Eコマース売上UPソリューションベンダーへ

②

世界で活躍するエイジアへ

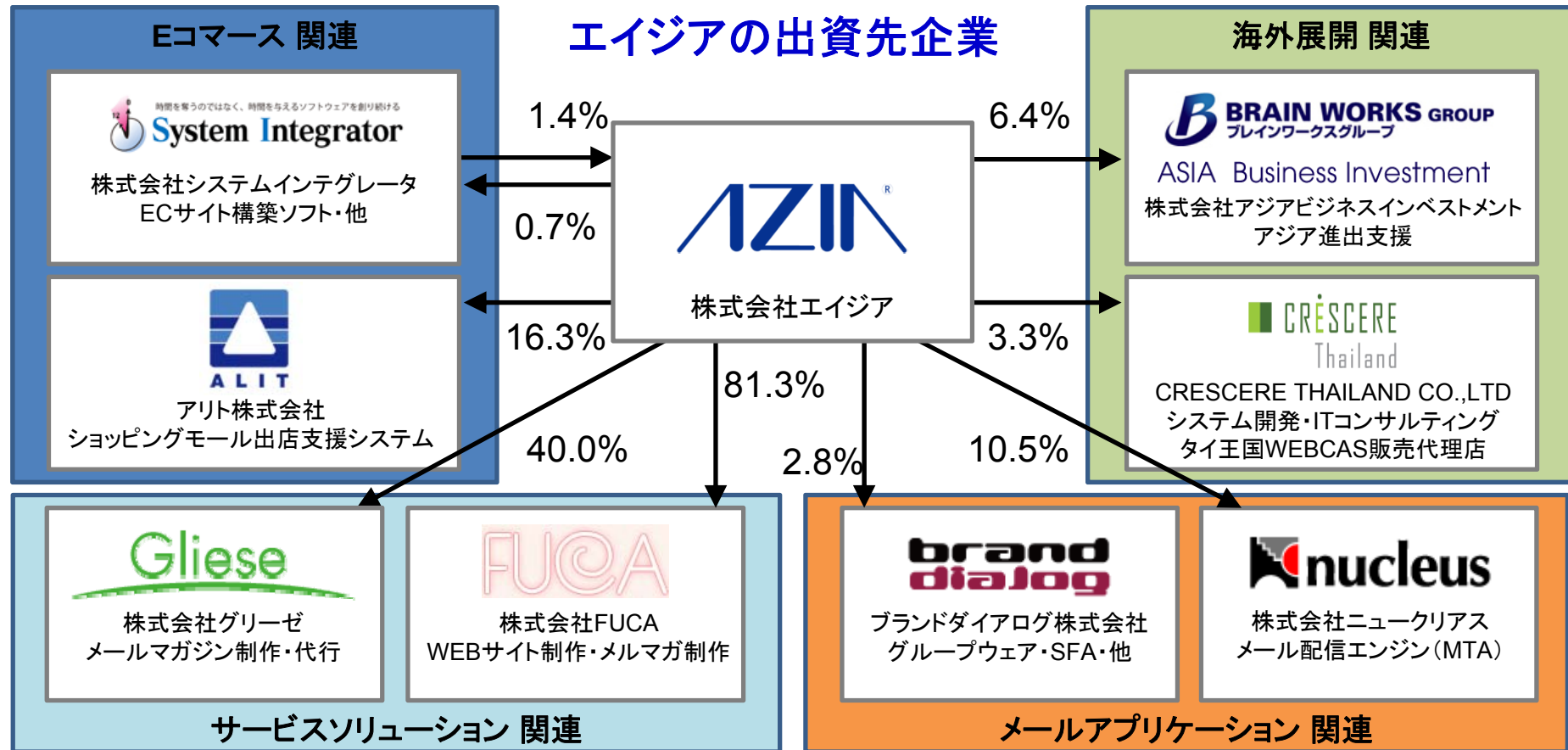
③

これらを実現するために



メールでつなげる。
メールでつなげる。

WEB CAS



1

事業概要

2

第19期
(2014年3月期)
の業績

3

第19期
(2014年3月期)
のトピックス

4

第20期
(2015年3月期)
の計画

5

当社が
目指す方向と
進捗状況

①

Eコマース売上UPソリューションベンダーへ

②

世界で活躍するエイジアへ

③

これらを実現するために

上場企業として、遜色のない売上・利益の計上に向け、
努力をしてまいります。

引き続きのご支援を、どうぞよろしくお願いいたします。

本日は、ご清聴いただき、ありがとうございました。



IRお問い合わせ

経営企画室 マネージャー 鈴木 隆廉

TEL 03-6672-6788

E-mail azia_ir@azia.jp