

MAKING AI EASY

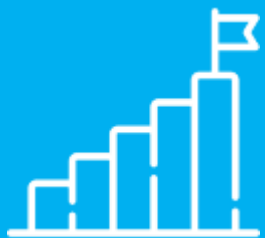
BY MAKING
SOFTWARE INTELLIGENT

2023年12月期 決算説明資料 2024年2月

ミッション

ソフトウェアをよりスマートに、AIでROIを向上させる





2023年
総括と実績



2024年
業績予想



2023年第4四半期
実績



プロダクトの最新情報

2023年の総括と2024年の見通し



2023年は継続的に利益を伴う成長を実現した年となった。

売上収益の成長は修正後の計画を上回り、売上収益成長率は前期比**36%**、売上収益は過去最高の**264億円**に到達。売上総利益は前期比**37%**増、営業利益は前期比**16倍**の**801百万円**となり、収益性が大幅に改善。営業利益率は**0.3%**から**3.0%**に改善し、当期純利益率は**3.8%**、EBITDAマージンは**10.7%**となった。



継続的な事業指標の改善により、オペレーティング・レバレッジが高まった。

ARPCは前期比**15%**増、LTM NRRは**136.2%**と高水準を維持し、月次顧客解約率は**0.604%**と過去最低まで低下。強力なオペレーティング・レバレッジが一層発揮された。2024年には売上総利益率、営業利益率ともに一層の改善を見込む。



順調な営業活動の進展により、地域・業種ともに力強く事業拡大。

地域別にみると、当社の主要な市場が増収に大きく貢献。

米国及び欧州は前期比**84%**の増収、北東アジアは前期比**40%**の増収となり、継続的な成長を実現。

業種別では、従来からの成長ドライバーであるEコマースだけでなく、デジタルコンテンツ⁽¹⁾も戦略的に事業を拡大し、バランスの取れた業種構成となった。



2024年も利益を伴う成長とフリー・キャッシュ・フローの改善を見込む。

継続的な業界の追い風、当社の強力な事業運営、将来の成長に向けたAIへの先行投資により、売上収益は前期比**31%**増、営業利益率は前期比**2倍**の**6.1%**、営業利益は**21億円**に到達する見通し。

コア・フリー・キャッシュ・フロー⁽²⁾は2024年に損益分岐点に近い水準となる見込み。

(1) 「デジタルコンテンツ」にはゲーム、エンターテインメント、イーブック、オンラインストーリーミングが含まれる。

(2) コア・フリー・キャッシュ・フロー = 営業活動によるキャッシュ・フロー + 無形資産の取得による支出

2023年ハイライト

売上収益

JPY **264億**

売上収益成長率 (1)

+36%

収益性

営業利益 JPY **8億**

EBITDA JPY **28億**

売上総利益成長率 (2)

+37%

ARR⁽³⁾

JPY **286億**

LTM NRR

為替
ニュートラル⁽⁴⁾ **136.2%**

米国ドル
ベース⁽⁵⁾ **120.3%**

(1) FY2022とFY2023を比較した売上収益の成長率

(2) FY2022とFY2023を比較した売上総利益の成長率

(3)各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション（AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie、AIRIS）についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益（MRR）に12を掛けて算出 (ii)利用量ベースの価格体系のCrossXについての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益（MRR）の平均に12を掛けて算出

(4) 以下の(i)を(ii)で除して算出。

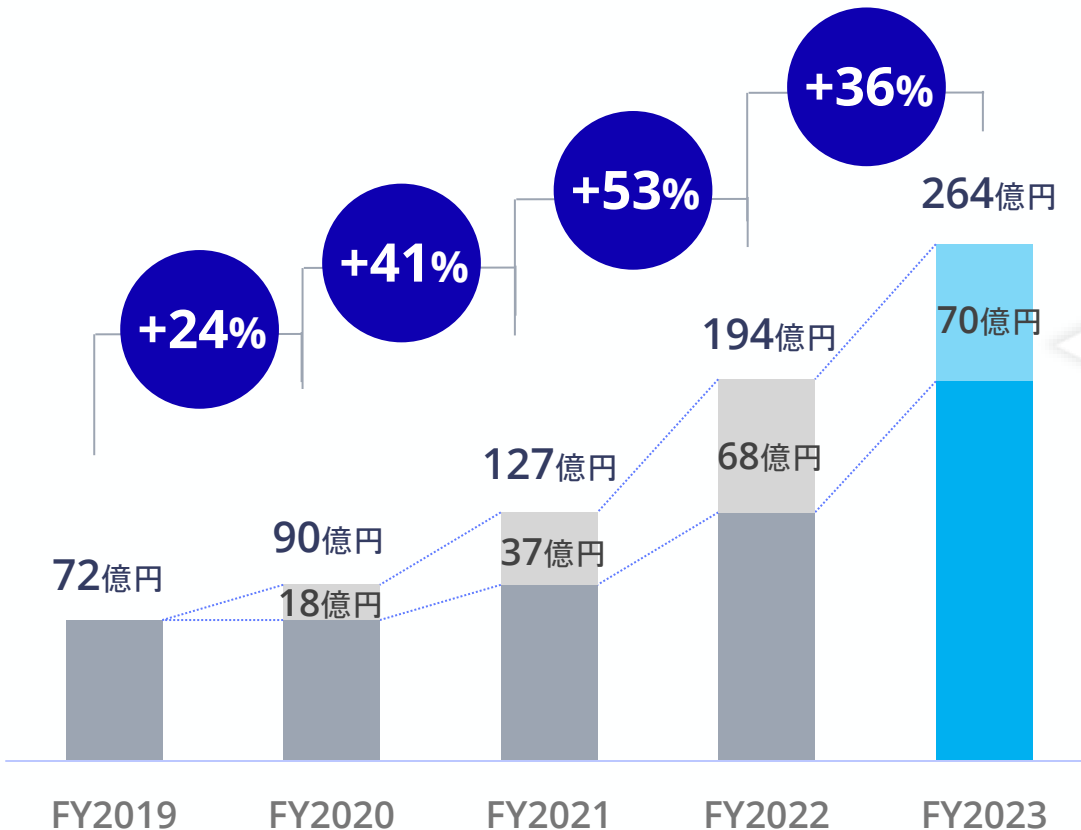
(i) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益を米国ドルで計算し、FY23Q1からFY23Q4の為替中立レートで日本円に換算

(ii) 前年同期の当該顧客からの売上収益を米国ドルで計算し、FY22Q1からFY22Q4の為替レートで日本円に換算

(5) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益（米国ドル建て）を、前年同期の当該顧客からの売上収益（米国ドル建て）で除して算出

既存顧客と新規顧客からの増収貢献のバランスが取れた 堅調な収益成長

売上収益（日本円）



増収要因

46% 既存顧客から⁽¹⁾

- ▶ ROI重視のソリューションによる強力なアップセル
- ▶ Eコマースとデジタルコンテンツの継続的な業種拡大

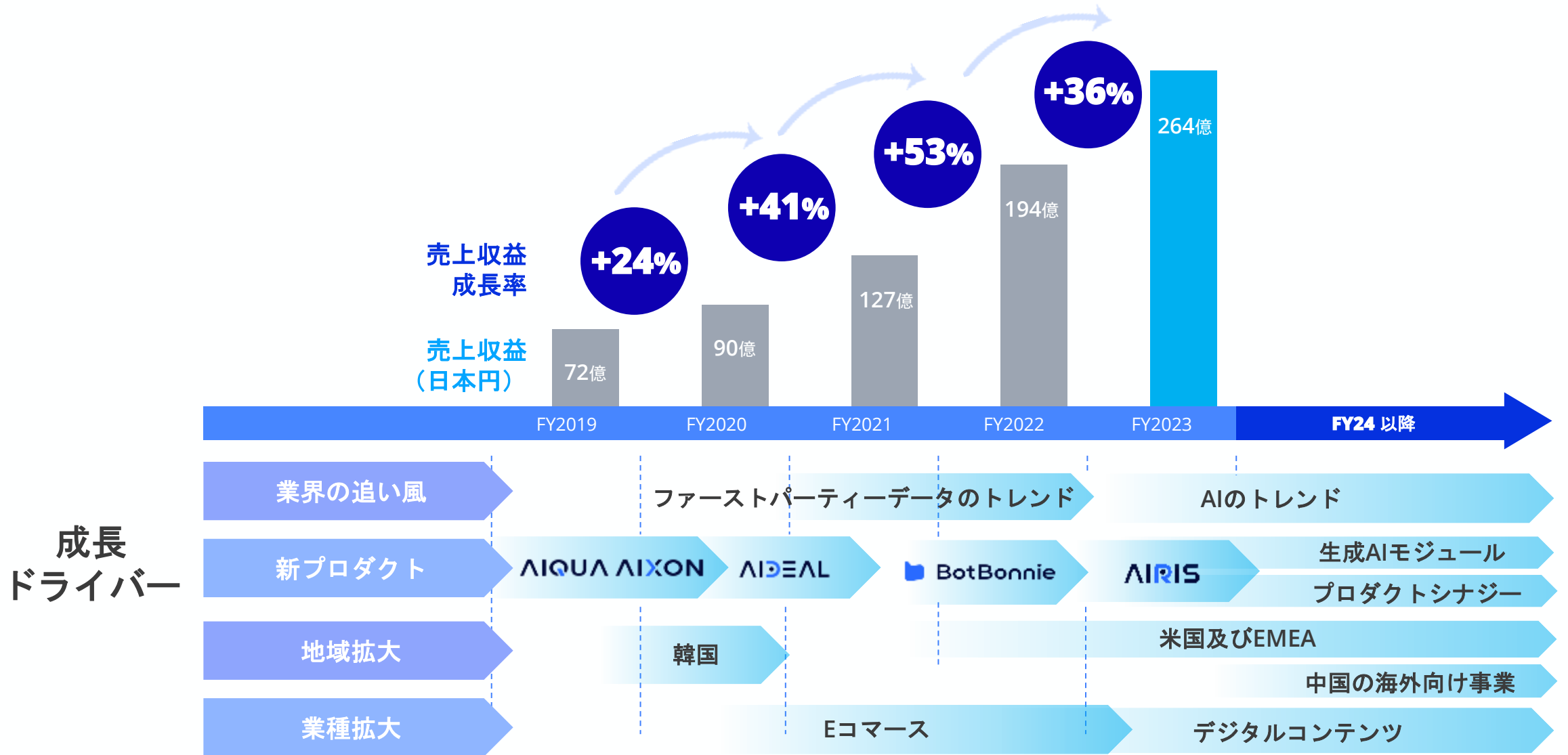
54% 新規顧客から⁽²⁾

- ▶ 米国及びEMEA地域における強力な拡大
- ▶ デジタルコンテンツへの業種拡大
- ▶ 規模の大きなエンタープライズ顧客への戦略的な注力

(1) 「既存顧客」はFY23より前に獲得した顧客を指す

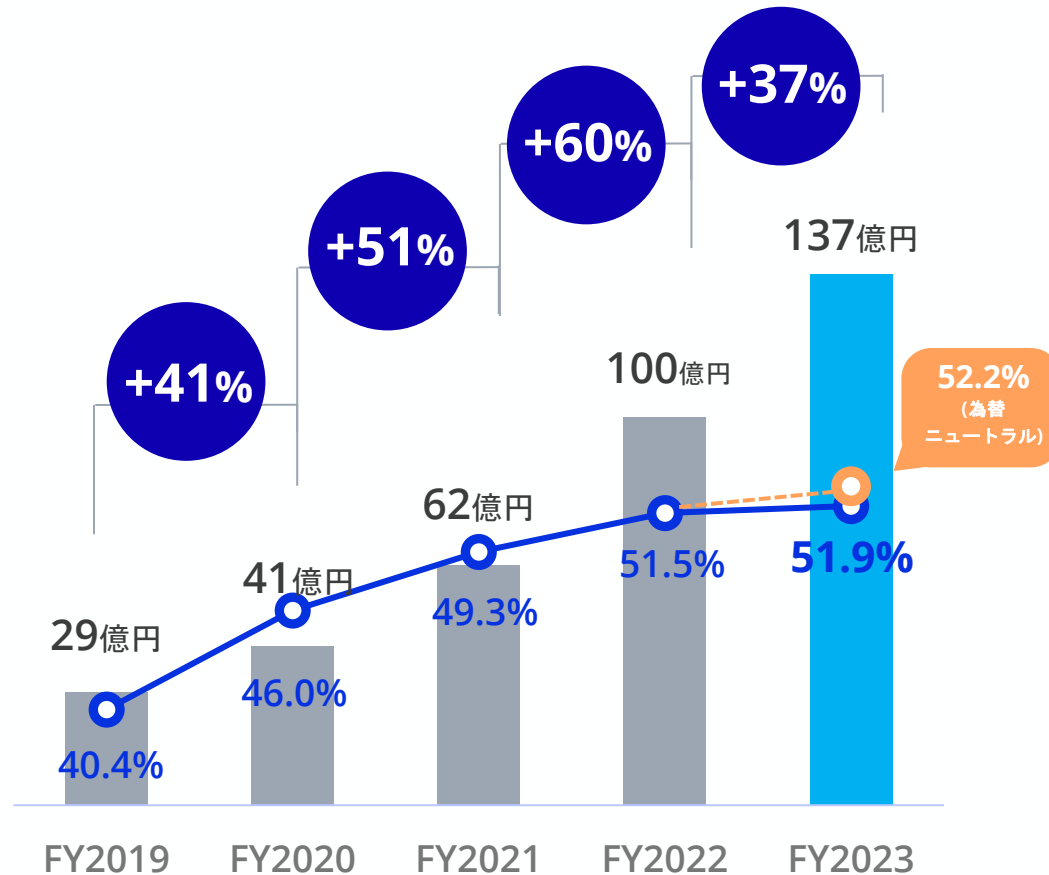
(2) 「新規顧客」はFY23に獲得した顧客を指す

成長ドライバーを毎年追加し、成長を加速



売上総利益は売上収益の成長を上回るペースで拡大

売上総利益 & マージン（日本円）



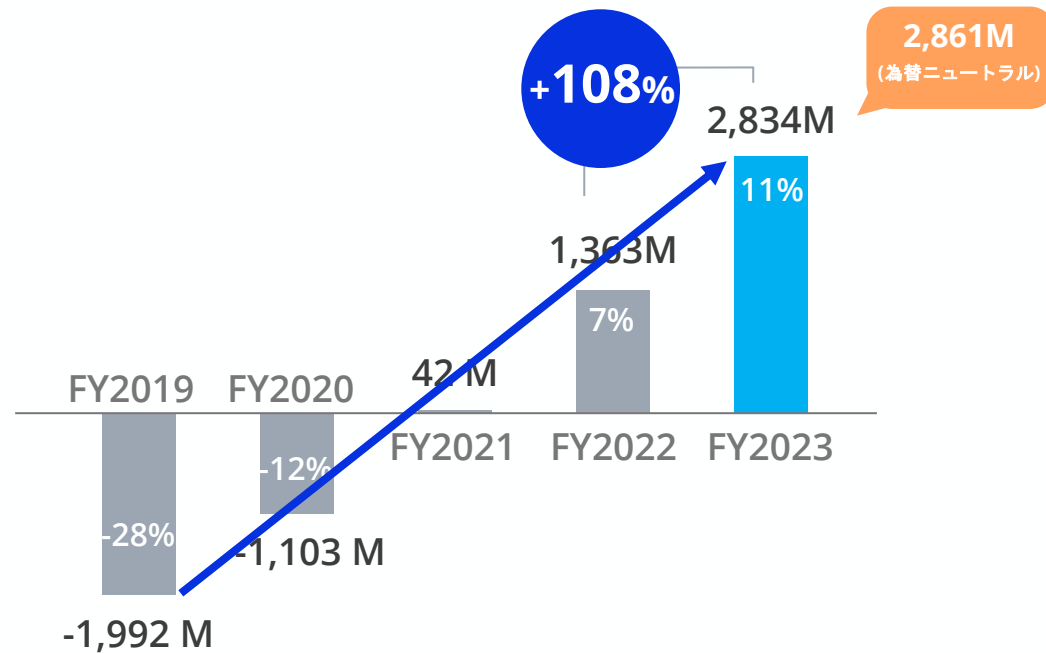
マージンの上昇による売上総利益の拡大

- ▶ 売上総利益率は為替による逆風を受けながらも継続的に改善し、売上総利益は売上収益を上回るペースで拡大
- ▶ 技術革新によりプロダクト全体の売上総利益率が改善

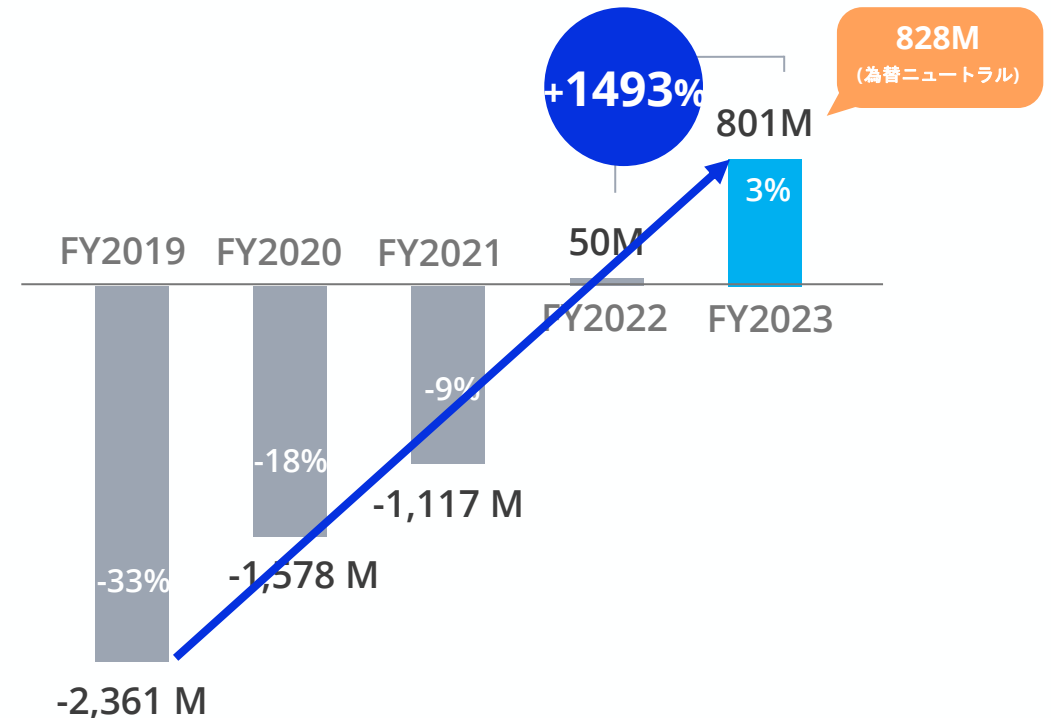
一貫した事業運営により、継続的に利益改善

- 2023年は大幅な収益性の改善を達成。売上総利益率の改善と強力なオペレーティング・レバレッジにより、営業利益は約16倍に拡大。今後も更なる収益性の改善を見込む。

EBITDA⁽¹⁾ & マージン (日本円)



営業利益 & 利益率 (日本円)

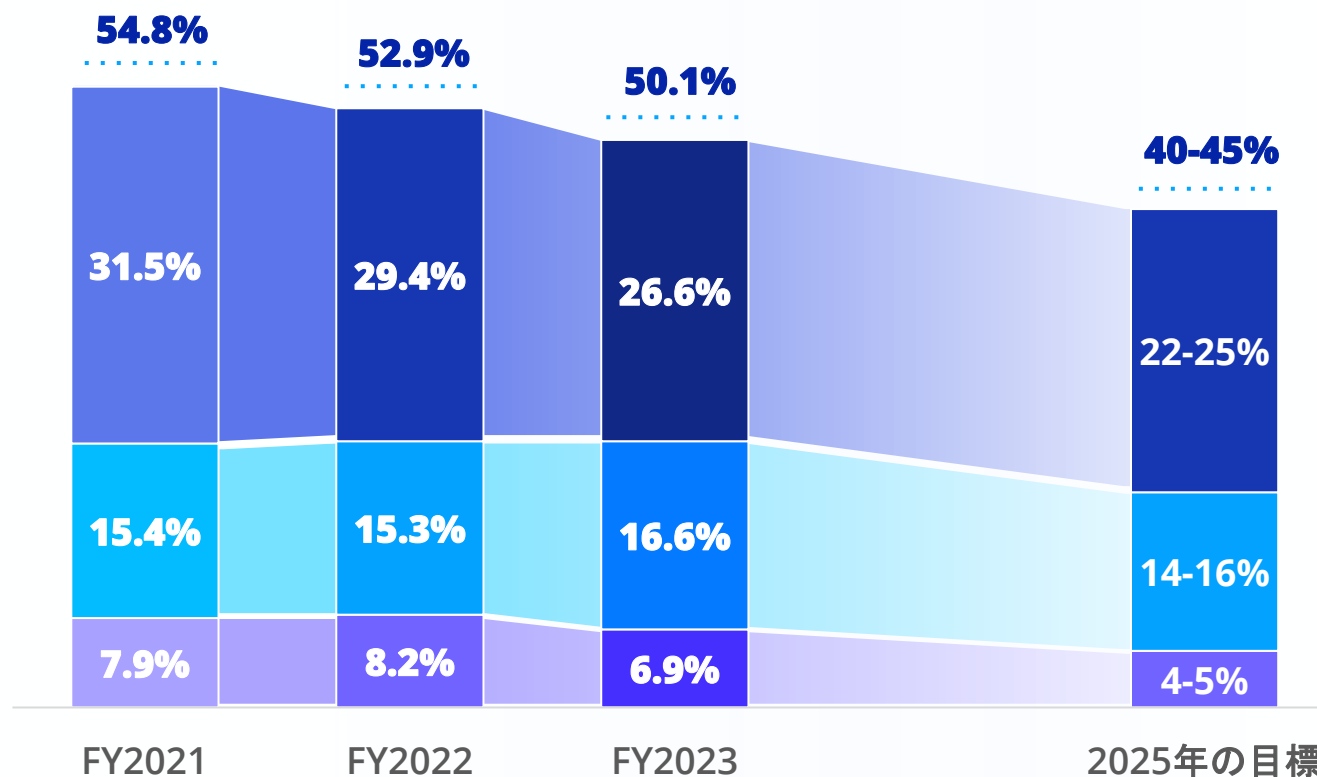


(1) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び無形資産償却費 + 営業費用に含まれる税金費用 + 上場関連費用

コスト構造

- 費用の対売上収益比率は、販売及びマーケティング部門の生産性向上と一般管理部門の業務効率化によりFY21からFY22に比して、FY22からFY23に大幅に改善し、2025年の財務目標に向けて前進。
- 研究開発費は、当社のコアバリュー向上に貢献するAI開発とプロダクト強化への投資により、2025年の財務目標である健全な対売上収益比率を維持しつつ増加。

コスト構造の実績 & 2025年の利益率目標 (対売上収益比率)



2025年の財務目標

売上収益成長率⁽²⁾

30%+

売上総利益率⁽³⁾

55-60%

営業利益率⁽⁴⁾

15-20%

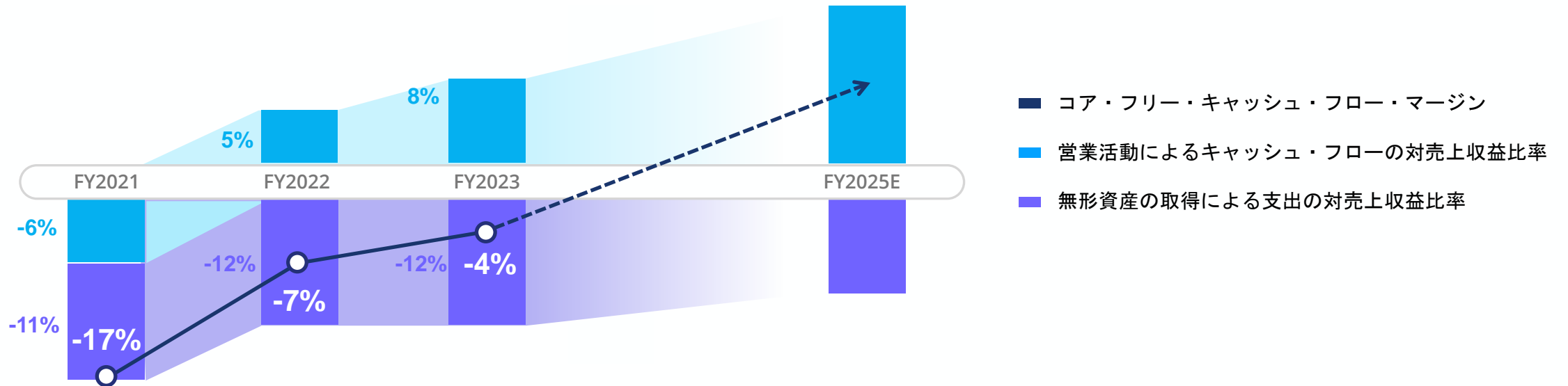
- 販売及びマーケティング費用 (ソフトウェアの償却費用⁽¹⁾及び上場関連費用を除く)
- 研究開発費 (ソフトウェアの償却費用⁽¹⁾を含み、上場関連費用を除く)
- 一般管理費 (事業税資本割及び上場関連費用を除く)

(1) 2020年度からソフトウェア開発費用が資産計上されており、当該ソフトウェアの償却費は販売及びマーケティング費用に含まれる
 (2) 2022年から2025年の売上収益成長率目標の平均
 (3) 2025年の売上総利益率目標
 (4) 2025年の営業利益率目標
 (5) 端数処理の関係で合計が一致しないことがある

フリー・キャッシュ・フローの構造

- コア・フリー・キャッシュ・フローは、継続的な収益性向上、事業拡大、及び事業成長に合わせた効率的な研究開発投資により、年々着実に改善。
- コア・フリー・キャッシュ・フロー・マージンは、2024年に損益分岐点に近い水準となり、2025年には更に改善すると見込む。

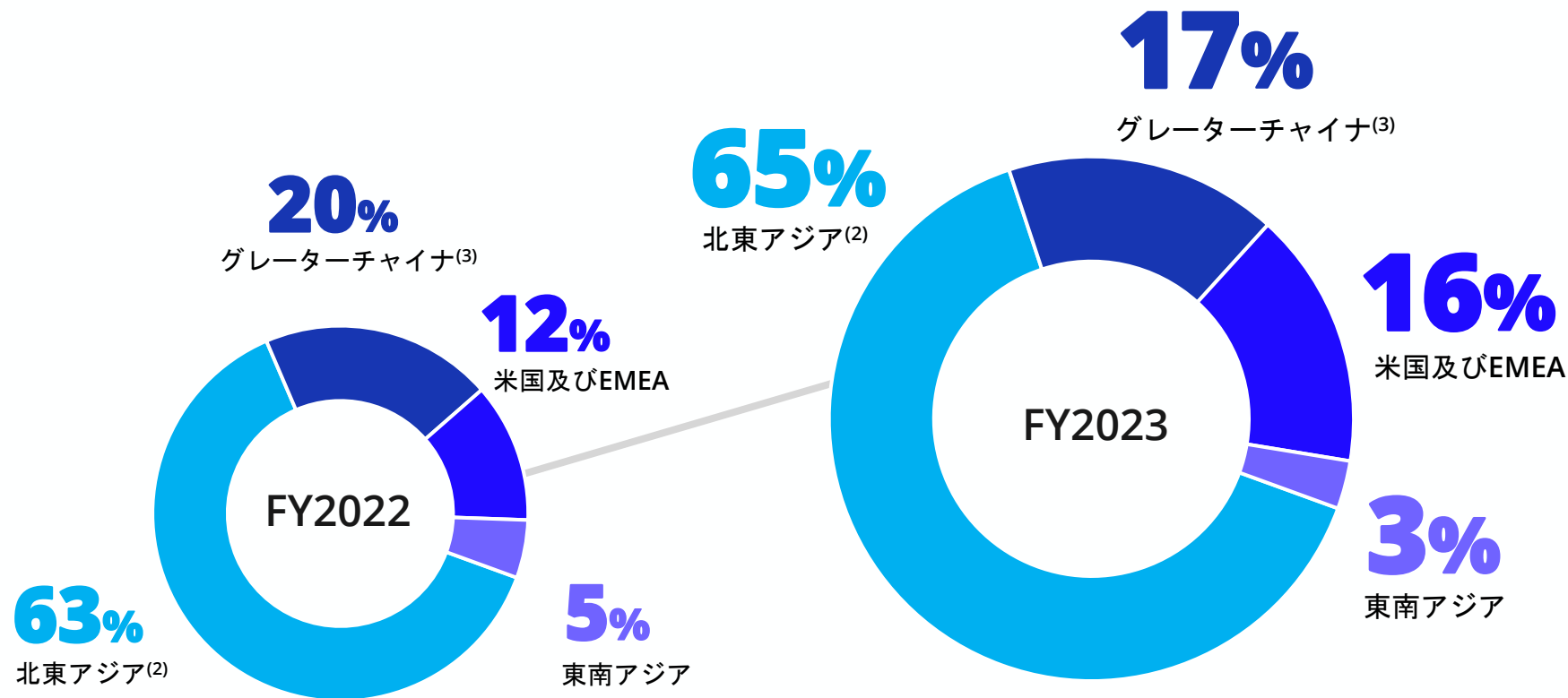
コア・フリー・キャッシュ・フロー・マージン (1) (対売上収益比率)



(1) コア・フリー・キャッシュ・フロー・マージン = 営業活動によるキャッシュ・フローの対売上収益比率 + 無形資産の取得による支出の対売上収益比率

複数の地域における多様な成長ドライバーから構成される 多様な収益基盤

FY22 & FY23 地域別売上収益比率⁽¹⁾



(1) 端数処理の関係で合計が100%にならない
 (2) 北東アジアは日本と韓国を含む
 (3) グレーターチャイナは台湾、香港、及び中国を含む

北東アジア

顧客業種の拡がり と 既存顧客の堅調な拡大により前期比約**40%**の増収

グレーターチャイナ

事業基盤の更なる強化
中国の海外向け事業の新たな拡大

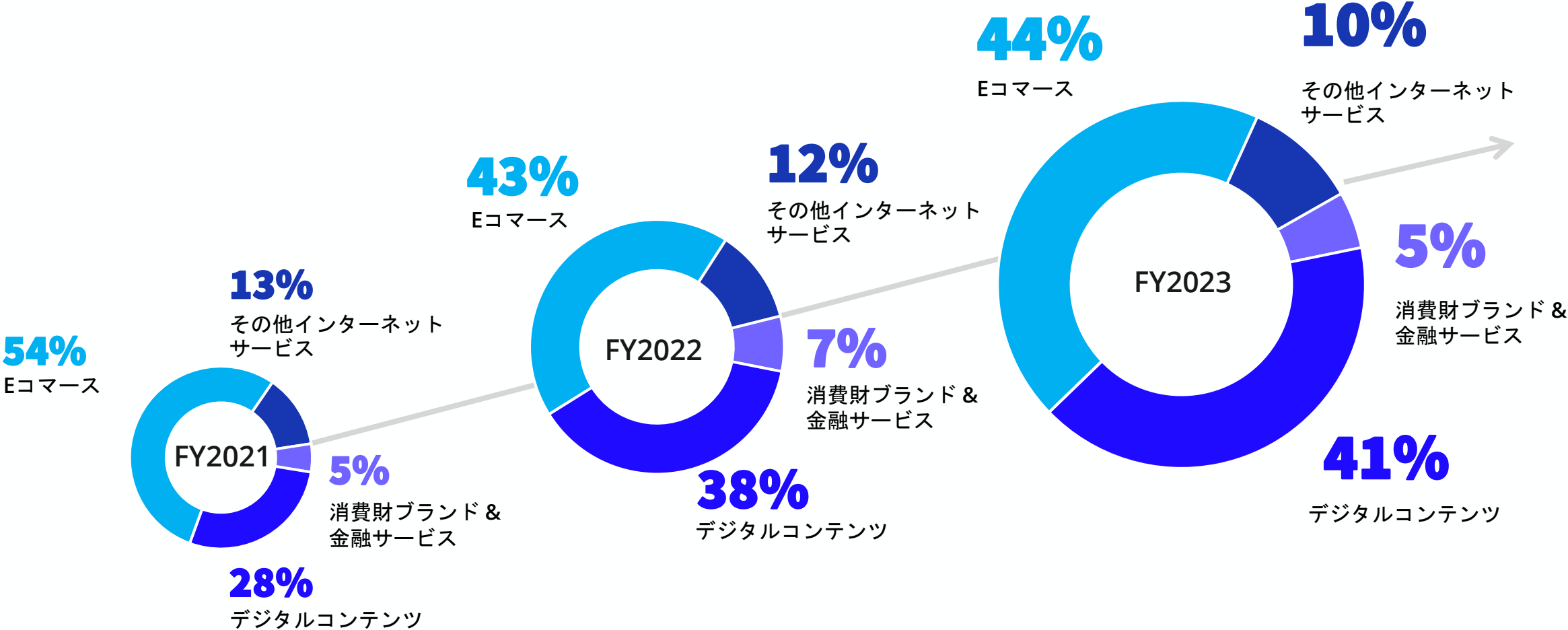
米国及びEMEA

前期比**84%**の増収
新規市場への参入によりTAMが大幅に拡大

東南アジア

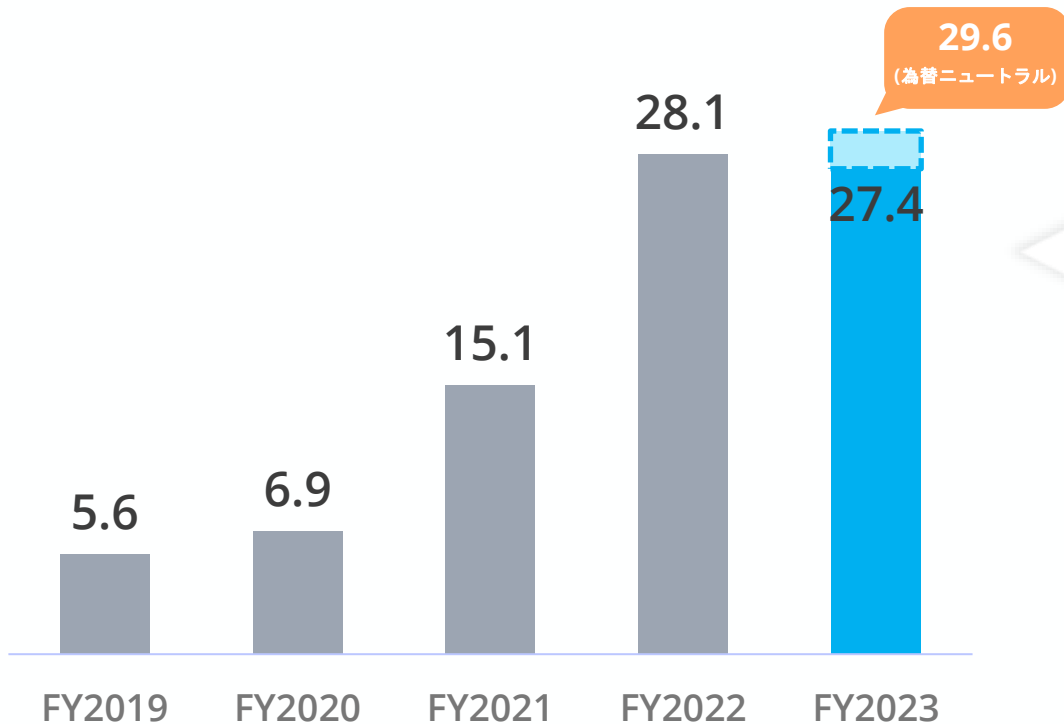
市場がより成熟するまで主要な顧客に注力

業種拡大による継続的な成長モメンタム 業種と地域の多様化により事業の季節性を緩和



LTV/CAC: 一貫して高い事業効率を維持

LTV/CAC⁽¹⁾



LTV +10% ARPCの拡大

顧客解約率は前期比**1%**低下
顧客当たりの売上総利益は前期比**9%**増加

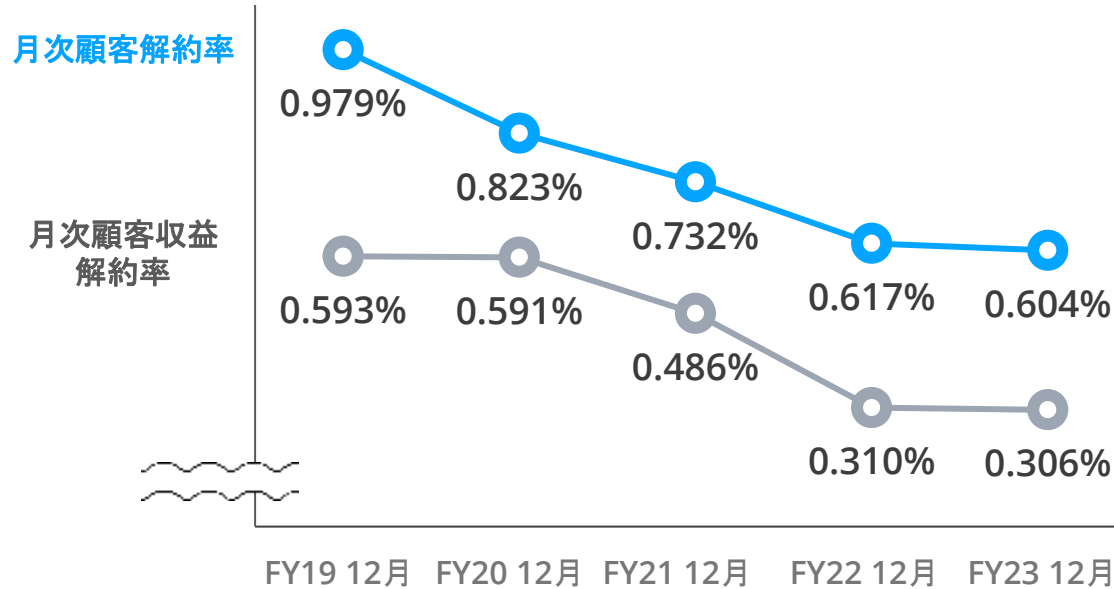
CAC +13% 大規模なエンタープライズ顧客に注力

新規顧客の獲得費用は前期比**8%**増加
新規顧客数は前期比**5%**減少

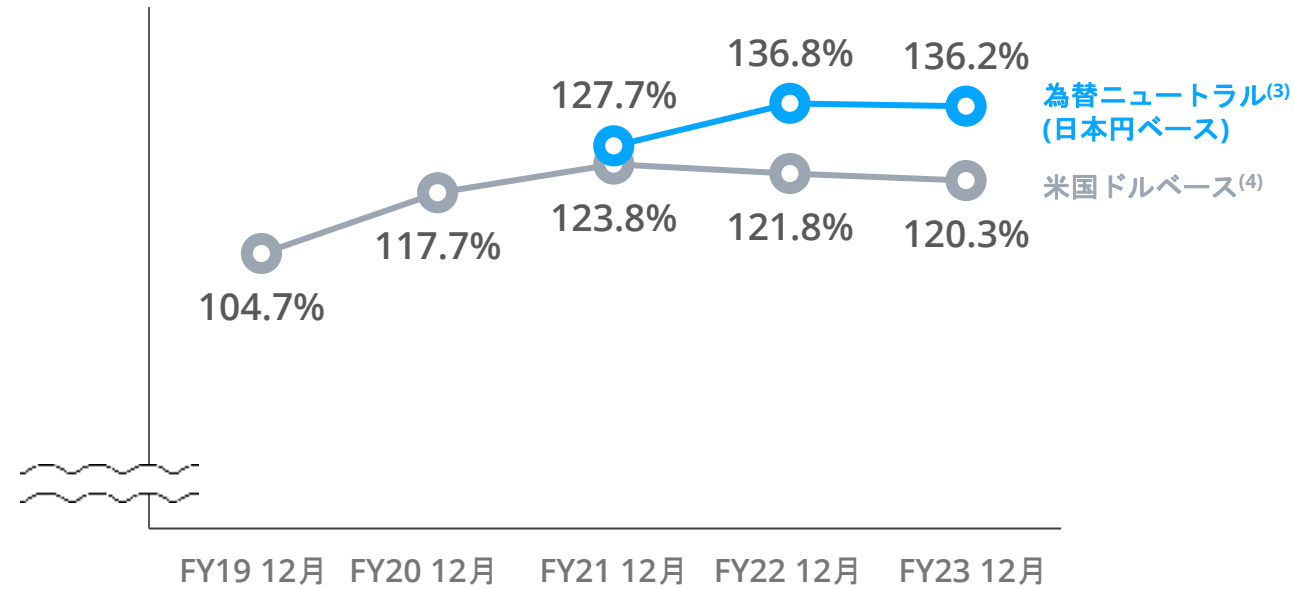
(1) LTV(顧客生涯価値): (i) 各事業年度に獲得した新規顧客の米国ドル建て顧客当たり平均売上収益に当該事業年度の売上総利益率を乗じ、(ii) 当該事業年度における顧客収益解約率で除して算出。
CAC(顧客獲得コスト): (i) 人件費や福利厚生費を含む対顧客活動に関連するあらゆる営業及びマーケティング費用の米国ドル建ての合計値を (ii) 当該事業年度の新規獲得顧客数(M&AIによる増加を除く)で除して算出。

解約率 & LTM NRR: 大規模なエンタープライズ顧客に注力

直近12か月の月次顧客解約率⁽¹⁾及び
月次顧客収益解約率⁽²⁾



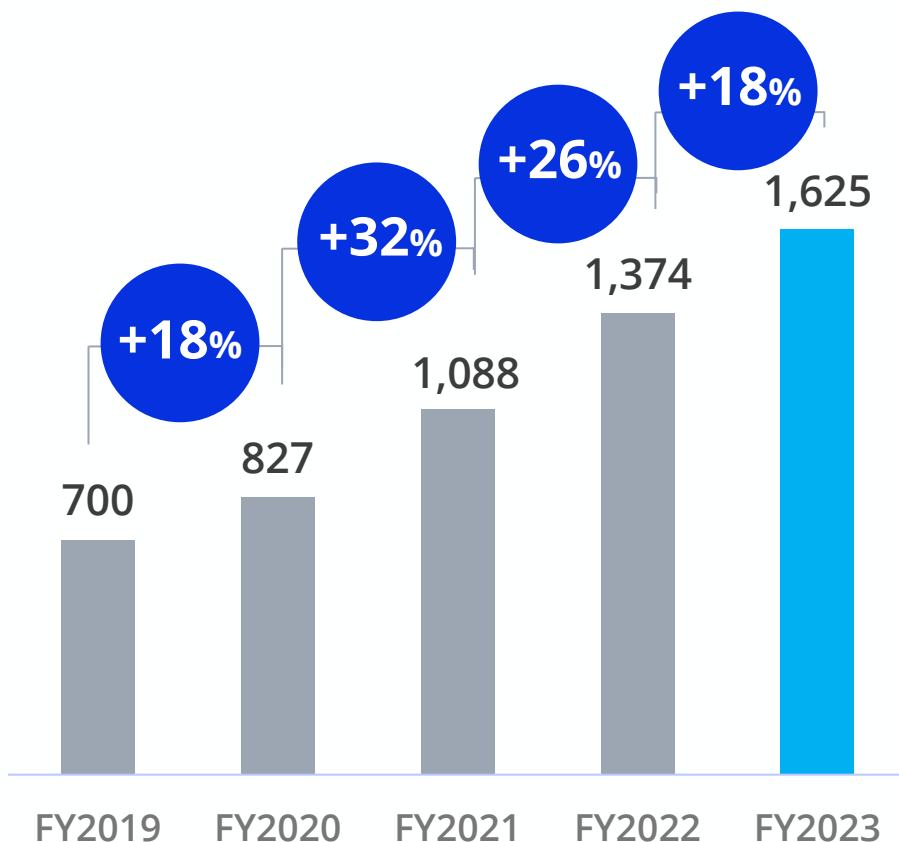
直近12ヶ月の
Net Revenue Retention



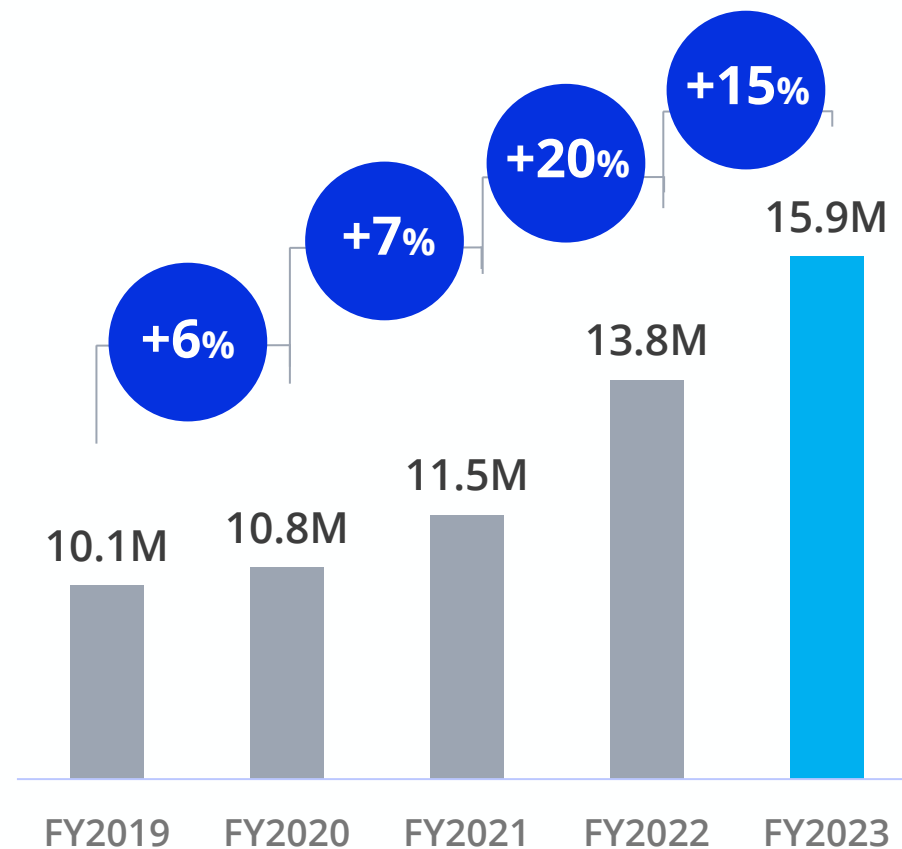
(1) 月次顧客解約率 = 当月中に当社との取引関係を終了した顧客数を月末時点の全顧客数で割って算出
 (2) 月次顧客収益解約率 = 当月中に解約した顧客の契約収益 (米国ドル) を全顧客の契約収益 (米国ドル) で割って算出
 (3) 以下の(i)を(ii)で除して算出。
 (i) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益を米国ドルで計算し、FY23Q1からFY23Q4の為替中立レートで日本円に換算
 (ii) 前年同期の当該顧客からの売上収益を米国ドルで計算し、FY22Q1からFY22Q4の為替レートで日本円に換算
 (4) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益 (米国ドル建て) を、前年同期の当該顧客からの売上収益 (米国ドル建て) で除して算出
 (5) 上記計算にはBotBonnieとWoopraの顧客は含まれていない

ARPCの拡大を牽引する大規模なエンタープライズ顧客への戦略的な注力

顧客企業数⁽¹⁾



顧客当たり平均売上収益(ARPC)⁽¹⁾ (JPY)



⁽¹⁾ 「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。



2023年
総括と実績



2024年
業績予想



2023年第4四半期
実績



プロダクトの最新情報

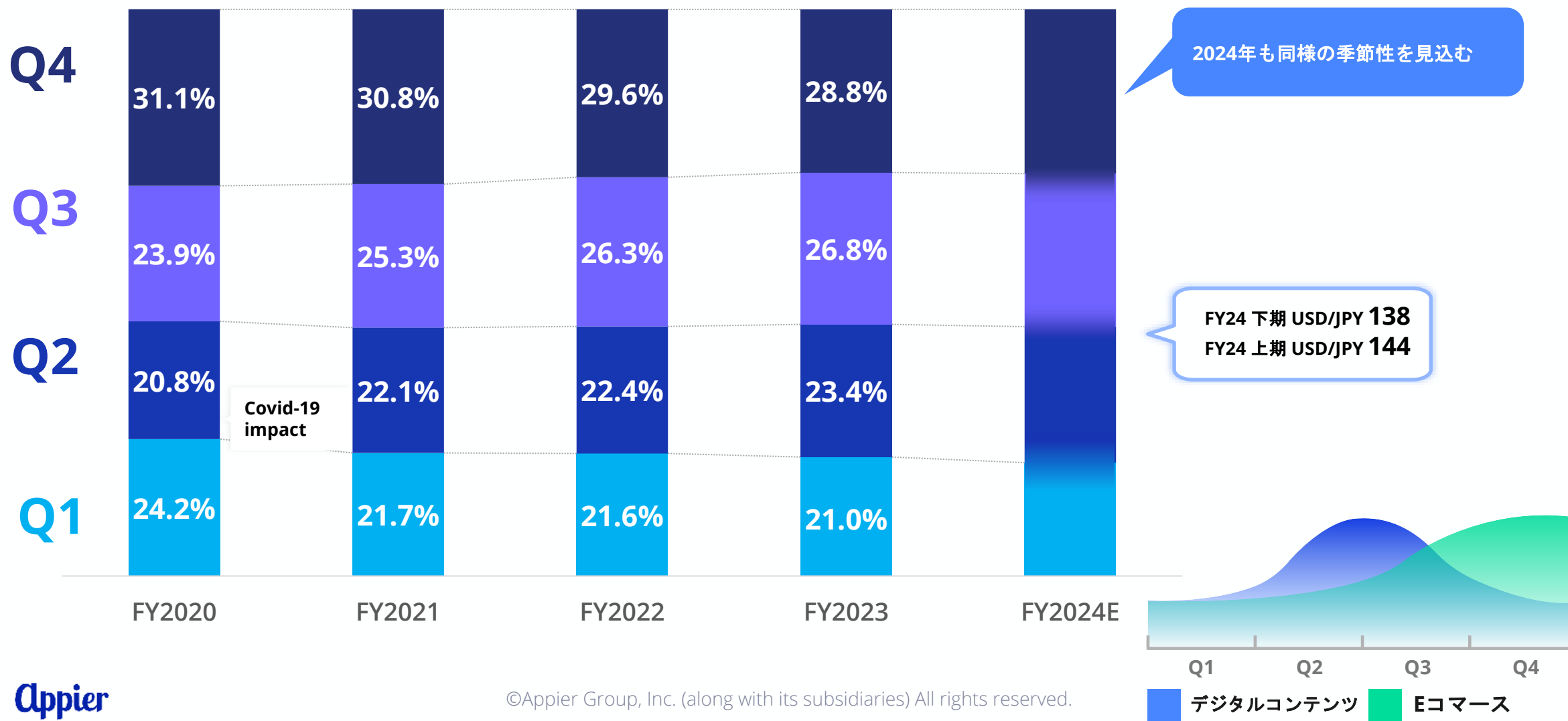
2024年の業績予想

- 2024年は、当社のコアバリューである革新的な技術強化と、規模の拡大による業務効率化により、持続可能な利益を伴う成長を達成するための事業運営を継続。

	2023		2024		前期比	ハイライト
売上収益	264 億円		345 億円		+31%	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 米国及びEMEAにおいて、会社全体を大きく上回る成長率で力強い事業拡大が継続 ▶ 北東アジアにおいて、業種と既存顧客の拡大により売上収益の成長を加速 ▶ グレーターチャイナにおいて、業種拡大による新たな成長ドライバー（特に中国の海外向け事業） ▶ AIのトレンドにより、顧客の当社の主要な差別化要因への理解が更に浸透
売上総利益	137 億円	51.9%	185 億円	53.5%	+35%	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 継続的な技術革新による利益率の改善 ▶ 利益率の高いプロダクトの売上収益増加 ▶ 米国ドルに対する円高の場合、売上総利益率の押し上げ
営業利益	8 億円	3.0%	21 億円	6.1%	+161%	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 生産性向上による強力なオペレーティング・レバレッジにより、販売及びマーケティング費用と一般管理費の売上収益比率改善を加速 ▶ 規律を持ったコスト管理を維持しつつ、急速に進化する業界と新たな生成AIによる事業機会に対応するため、プロダクト開発のための研究開発投資を増加
EBITDA	28 億円	10.7%	49 億円	14.2%	+73%	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 台湾ドルと米国ドルに対する円高の場合、韓国ウォンに対する円安の場合営業利益率の押し上げ
配当	1株当たりゼロ円		未定			<ul style="list-style-type: none"> ▶ 配当の有無は、FY24のコア・フリー・キャッシュ・フロー黒字化進捗状況により決定

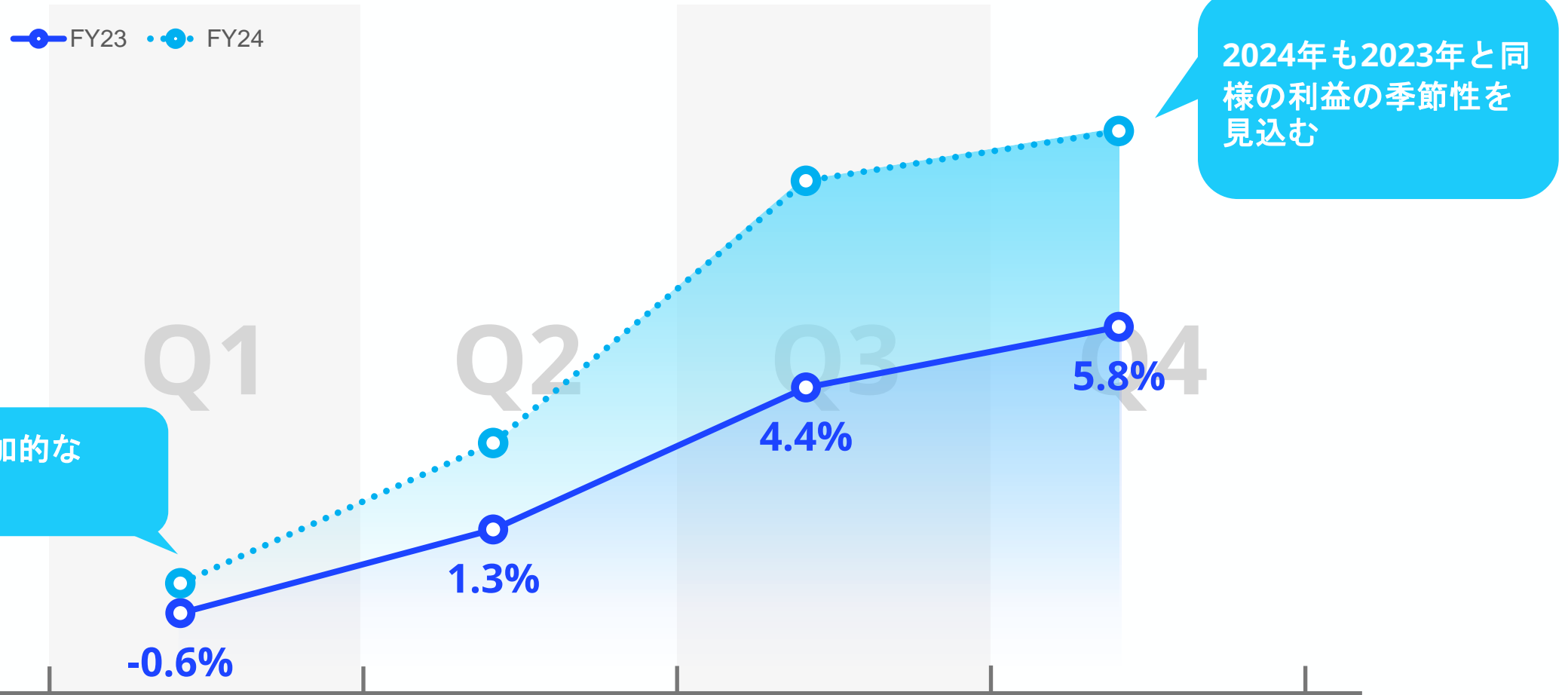
四半期毎の季節性

売上収益の四半期別内訳



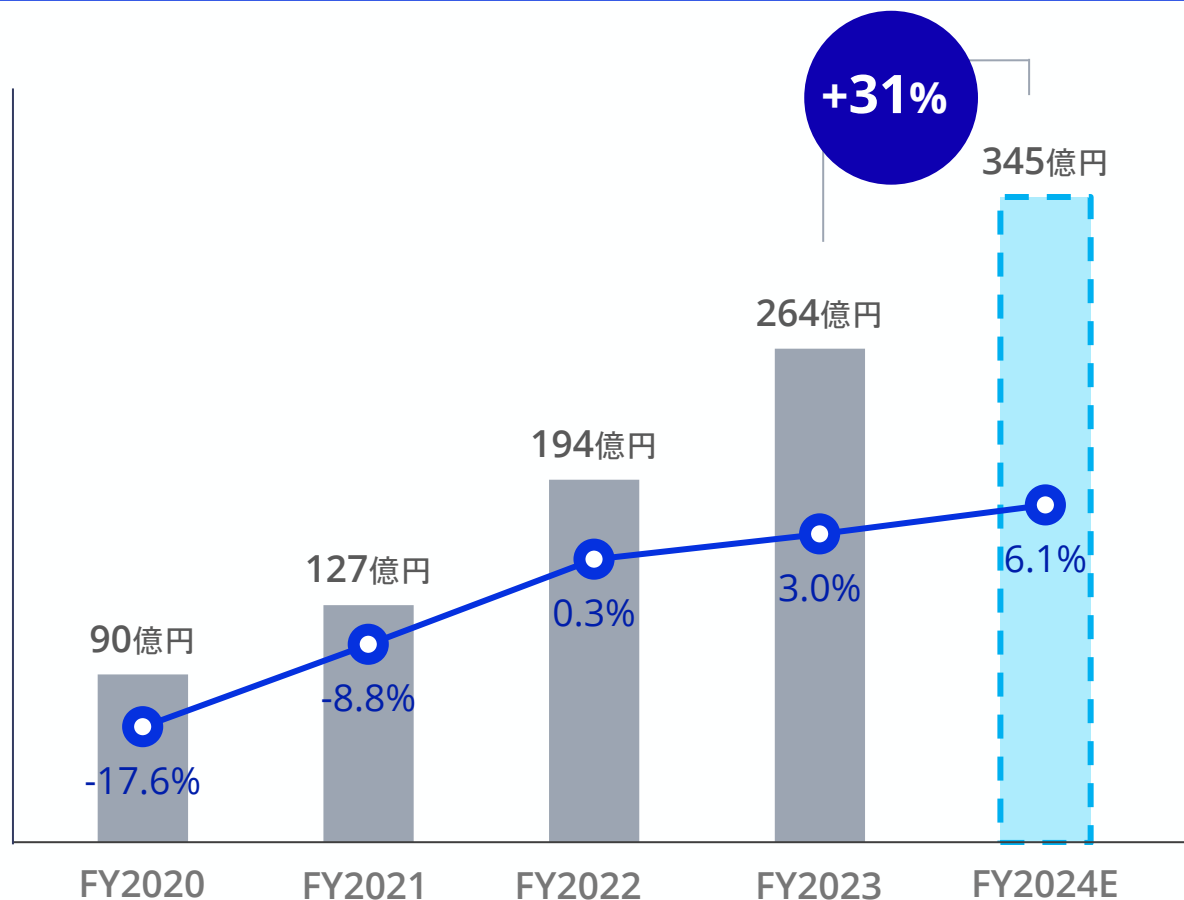
四半期毎の利益の季節性

四半期営業利益率



FY24も引き続き売上成長と収益性をともに追求

売上収益（日本円） & 営業利益率



成長

- ▶ 成長可能性の高い地域の大規模なエンタープライズ顧客に注力
- ▶ バランスの取れた業種拡大
- ▶ 既存顧客の利用拡大によるアップセル及びプロダクトシナジーによるクロスセル

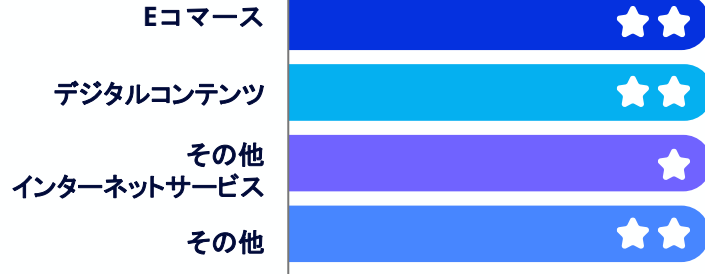
収益性

- ▶ 売上総利益率: 為替変動に関わらず、技術革新による継続的な改善
- ▶ 販売及びマーケティング費用: 営業生産性の向上
- ▶ 研究開発費: 急速に進化する業界と新たな生成AIによる事業機会に対応するための継続的投資
- ▶ 一般管理費: 対売上収益比率は徐々に低下傾向

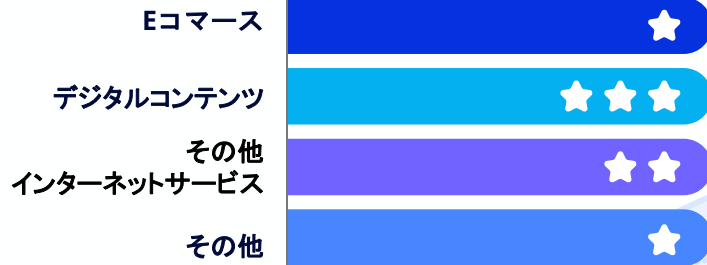
事業成長の見通し：注力する地域・業種

▶ 台湾 & 香港 - 各業種におけるシェア拡大

▶ 中国 - 海外向け事業におけるデジタルコンテンツの更なる拡大

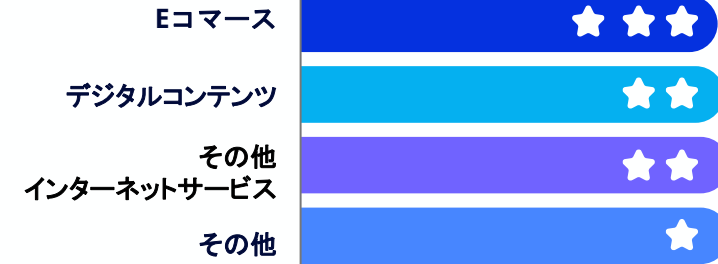


米国及びEMEA ●



▶ デジタルコンテンツ以外の業種に拡大
▶ デジタルコンテンツのシェア拡大

北東アジア ●



▶ 日本 - 各業種におけるシェア拡大
▶ 韓国 - デジタルコンテンツへの拡大、ECマースでのシェア拡大

現在の収益貢献による分類：

★★★ 高い収益貢献

★★ 中程度の収益貢献

★ 低い収益貢献



2023年
総括と実績



2024年
業績予想



2023年第4四半期
実績



プロダクトの最新情報

2023年第4四半期ハイライト

売上収益

JPY **76億**

売上収益成長率 (1)

+32%

収益性

営業利益 JPY **4.39億**
EBITDA JPY **10億**

売上総利益成長率 (2)

+34%

ARR⁽³⁾

JPY **286億**

LTM NRR

為替
ニュートラル⁽⁴⁾ **136.2%**

米国ドル
ベース⁽⁵⁾ **120.3%**

(1) FY2022Q4とFY2023Q4を比較した売上収益の成長率

(2) FY2022Q4とFY2023Q4を比較した売上総利益の成長率

(3) 各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション (AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie、AIRIS) についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益 (MRR) に12を掛けて算出 (ii) 利用量ベースの価格体系のCrossXについての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益 (MRR) の平均に12を掛けて算出

(4) 以下の(i)を(ii)で除して算出。

(i) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益を米国ドルで計算し、FY23Q1からFY23Q4の為替中立レートで日本円に換算

(ii) 前年同期の当該顧客からの売上収益を米国ドルで計算し、FY22Q1からFY22Q4の為替レートで日本円に換算

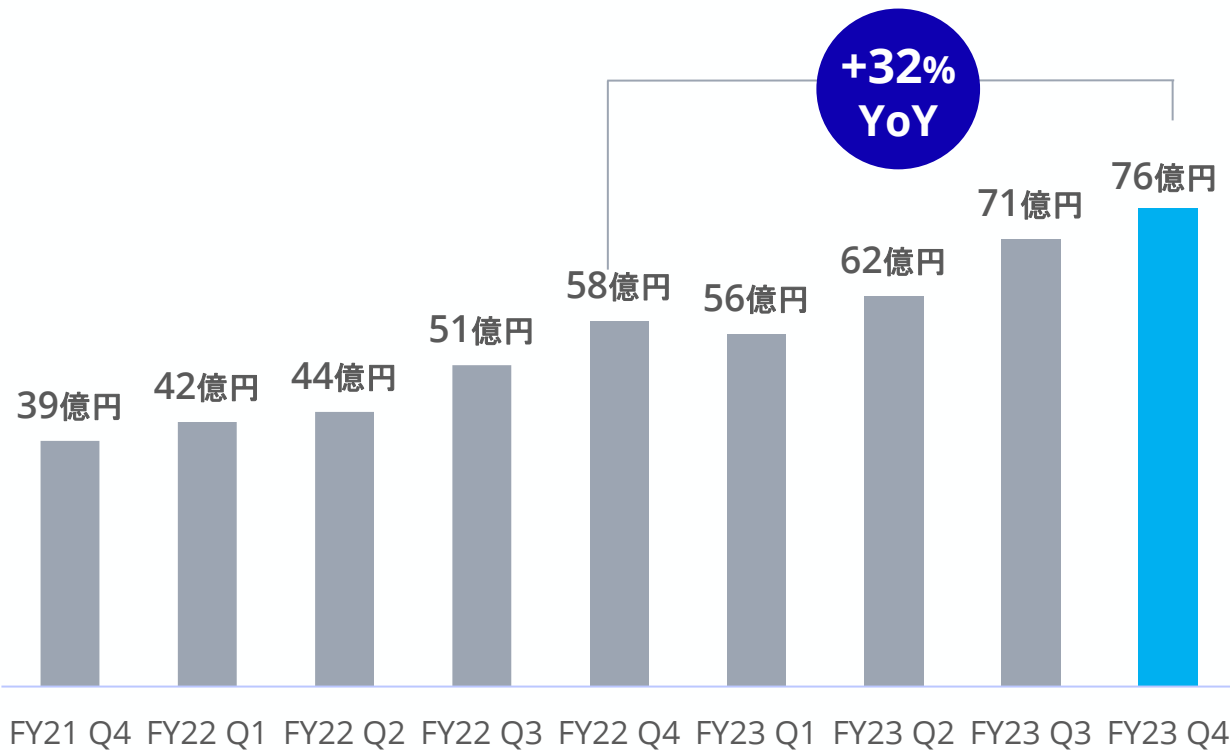
(5) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益 (米国ドル建て) を、前年同期の当該顧客からの売上収益 (米国ドル建て) で除して算出

売上収益の推移

FY23 Q4の売上収益成長率は以下の要因により加速

- 北東アジアにおいて、特にEコマース顧客のハイシーズンに伴う継続的な増収
- 米国及びEMEAにおいて、デジタルコンテンツはローシーズンであるにもかかわらず、顧客層が堅調に拡大
- グレーターチャイナにおける顧客からの強い支持

売上収益（日本円）



増収要因

46% 既存顧客から⁽¹⁾

- ▶ 米国及びEMEAと北東アジアの顧客のプロダクト利用量増加
- ▶ Eコマースとデジタルコンテンツの堅調な前年同期比での成長

54% 新規顧客から⁽²⁾

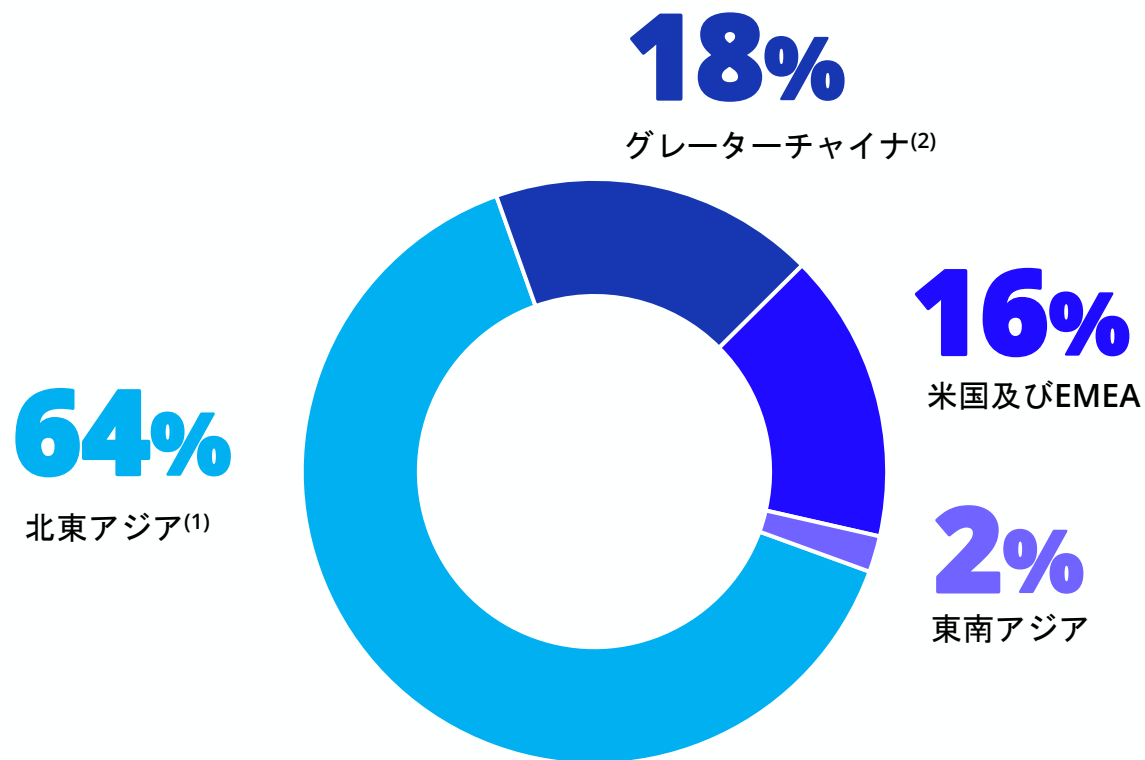
- ▶ 北東アジアにおける新規顧客獲得の拡大
- ▶ グレーターチャイナにおいて、特にデジタルコンテンツ顧客からの強い支持

(1) 「既存顧客」はFY23Q1より前に獲得した顧客を指す

(2) 「新規顧客」はFY23Q1からFY23Q4に獲得した顧客を指す

多様な収益基盤：複数の地域における継続的な成長モメンタム

FY23 Q4 地域別売上収益比率



(1) 北東アジアは日本と韓国を含む
(2) グレーターチャイナは台湾、香港、及び中国を含む

北東アジア

既存顧客の堅調な拡大と顧客獲得ペースの加速により、前年同期比売上収益成長率は**33%**

グレーターチャイナ

前期比**28%**の増収
中国の海外向け事業の継続的な拡大トレンドによる好調な事業モメンタム

米国及びEMEA

デジタルコンテンツはローシーズンだが、ROI重視の既存顧客の拡大により、前年同期比売上収益成長率は**64%**に到達

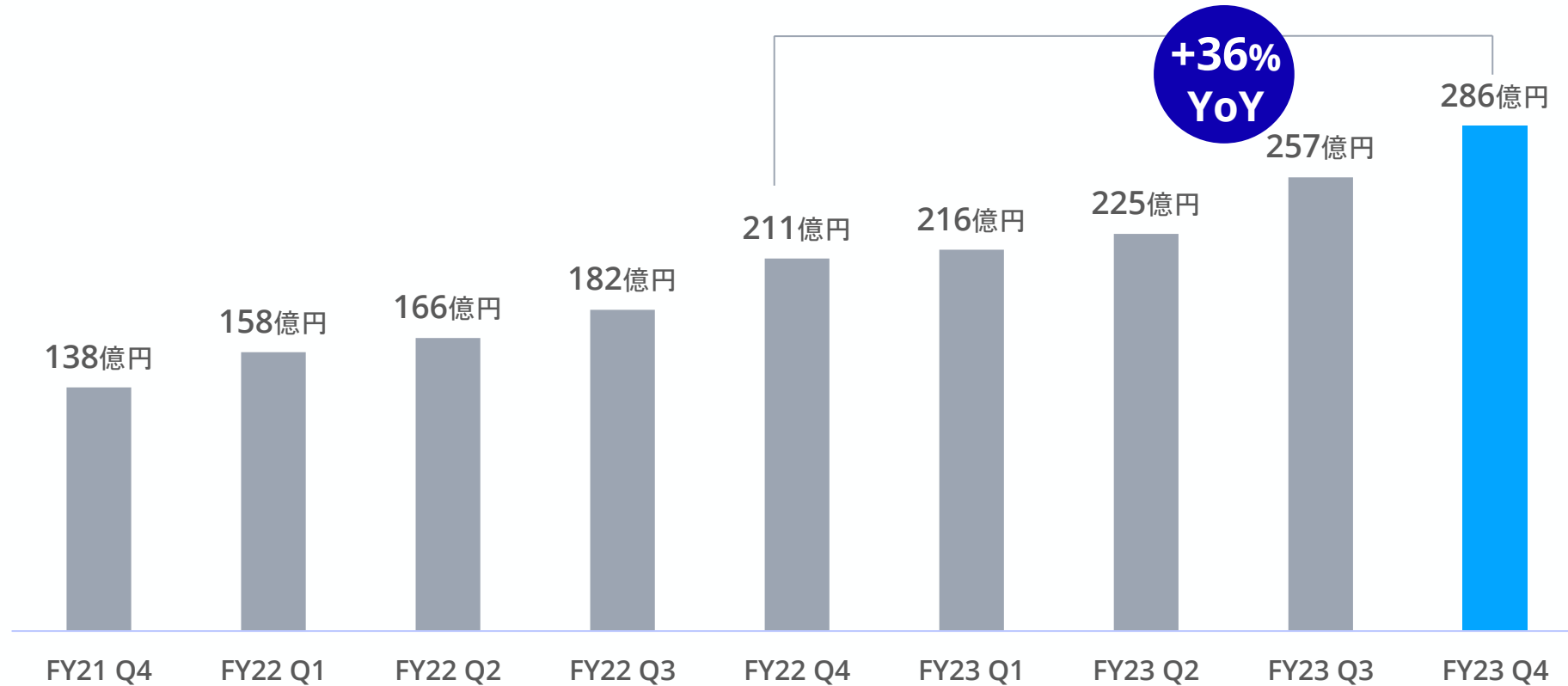
東南アジア

市場がより成熟するまで主要な顧客に注力

ARRの四半期推移

- 売上収益のうち、95%以上がリカーリング収益

ARR⁽¹⁾（日本円）

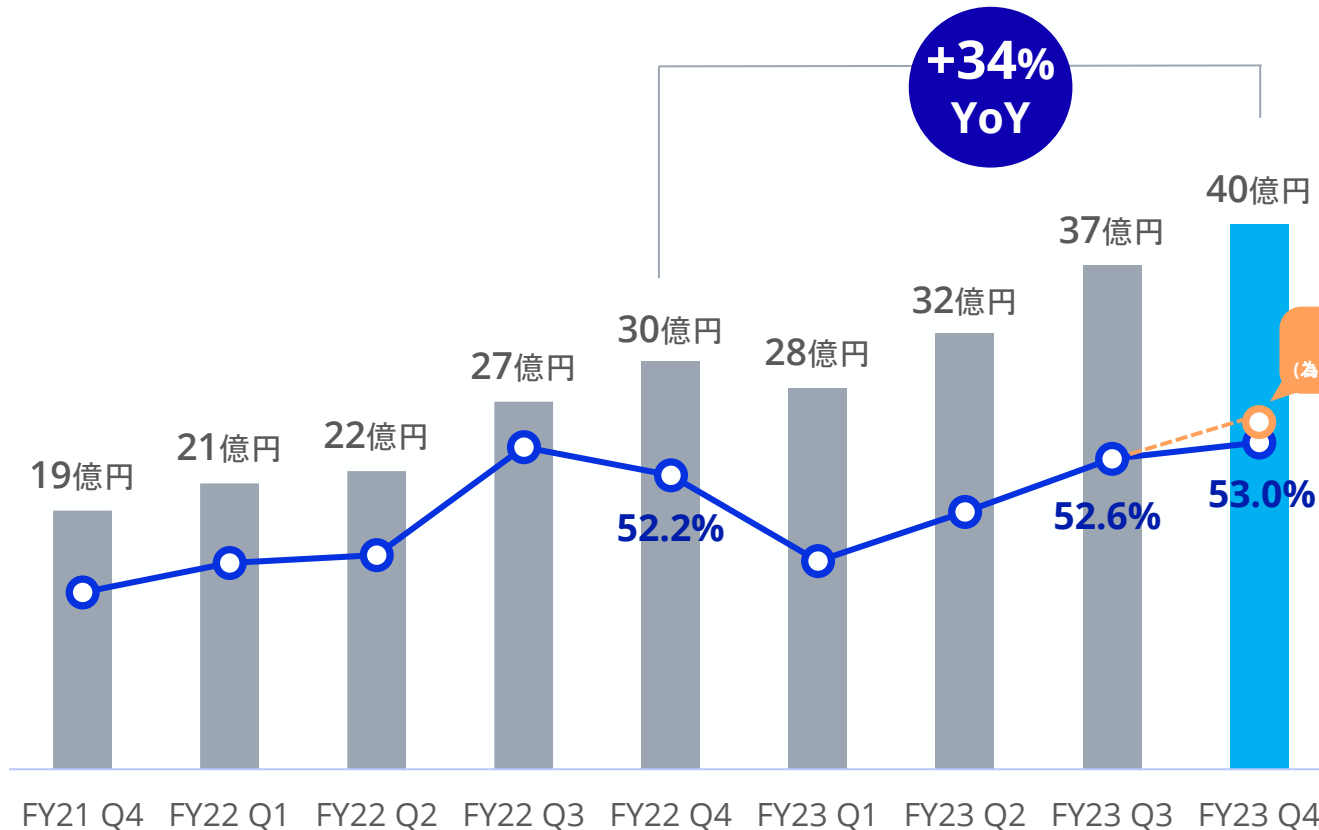


(1) 各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション（AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie、AIRIS）についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益（MRR）に12を掛けて算出 (ii) 利用量ベースの価格体系のCrossXIについての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益（MRR）の平均に12を掛けて算出

売上総利益

- FY23 Q4の売上総利益率は過去最高の53.0%（為替ニュートラルベースで53.2%）に改善。過去はQ4に売上総利益率が低下する傾向にあったが、FY23の技術革新と新規製品のポジティブな影響により、前四半期比でも0.4%ポイント改善。
- 売上総利益率は技術革新への継続的な取り組みにより、FY23は3四半期連続で改善しており、FY24も更なる改善を見込む。

売上総利益（日本円） & マージン



売上総利益率の変動要因

前年同期比 (YoY)

- ▶ 継続的な技術革新によりプロダクト全体の利益率が改善
- ▶ 円安による為替のネガティブ影響

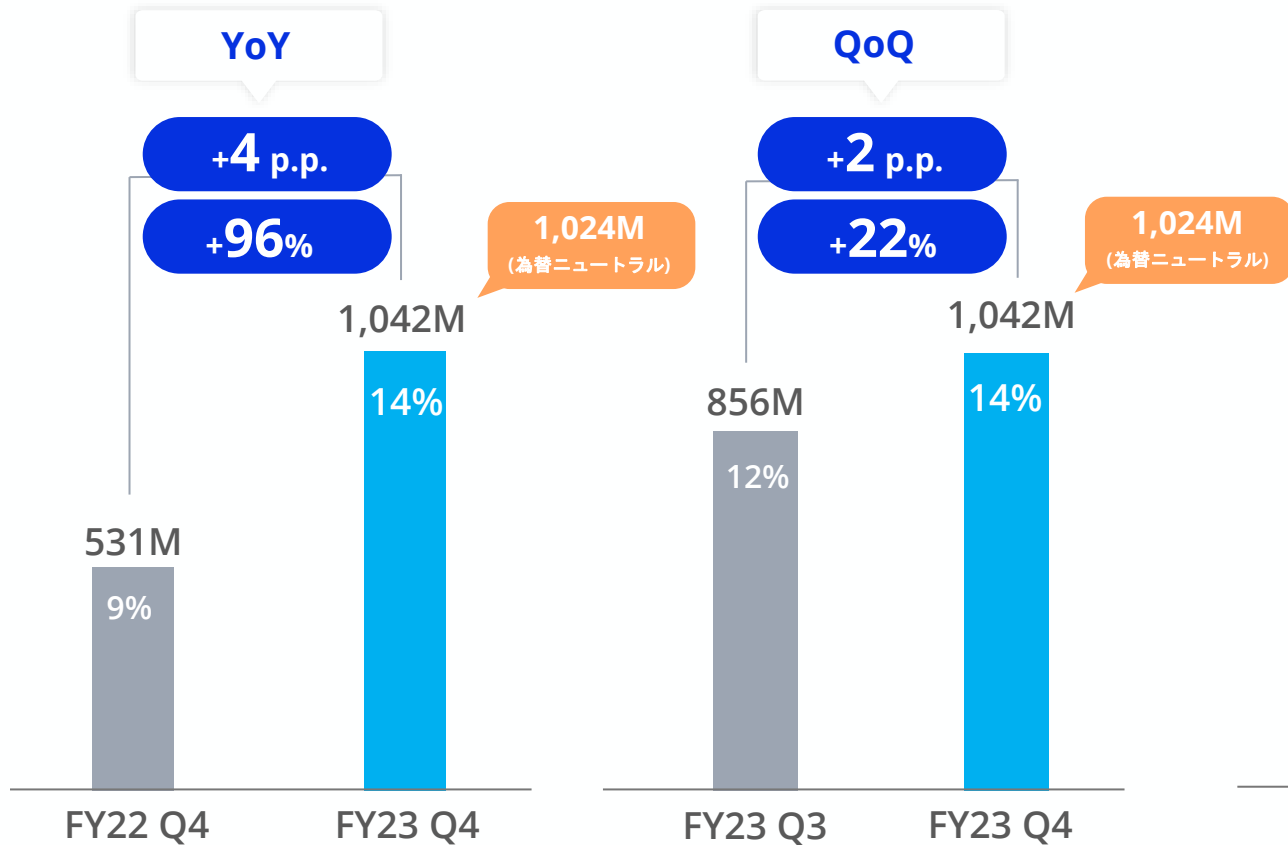
前四半期比 (QoQ)

- ▶ FY23を通じて実施した技術開発のポジティブな影響

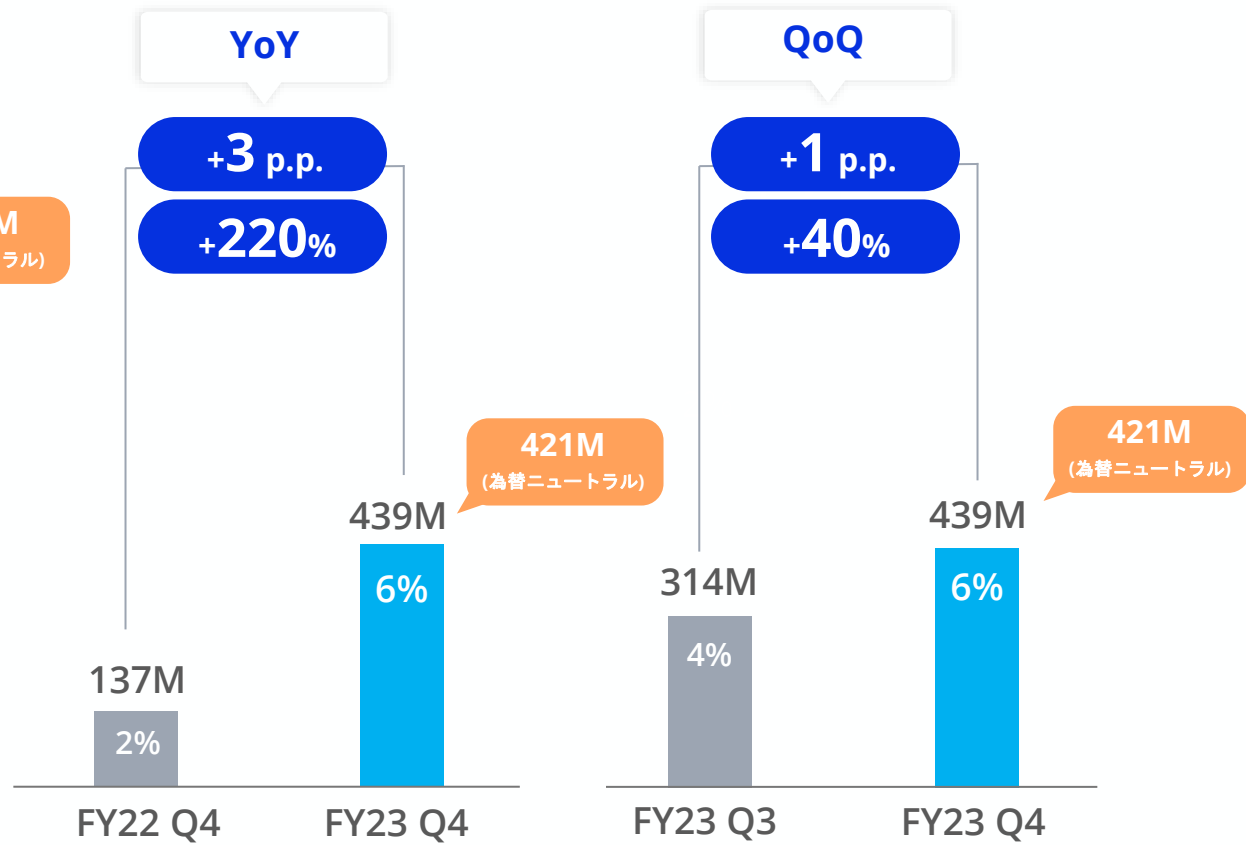
EBITDA & 営業利益

- 売上総利益率の改善と強力なオペレーティング・レバレッジにより、営業利益は前期比3.2倍、前四半期比40%増加し、収益性は大幅に改善。今後も更なる収益性の改善を見込む。

EBITDA⁽¹⁾ & マージン (日本円)



営業利益 & 利益率 (日本円)

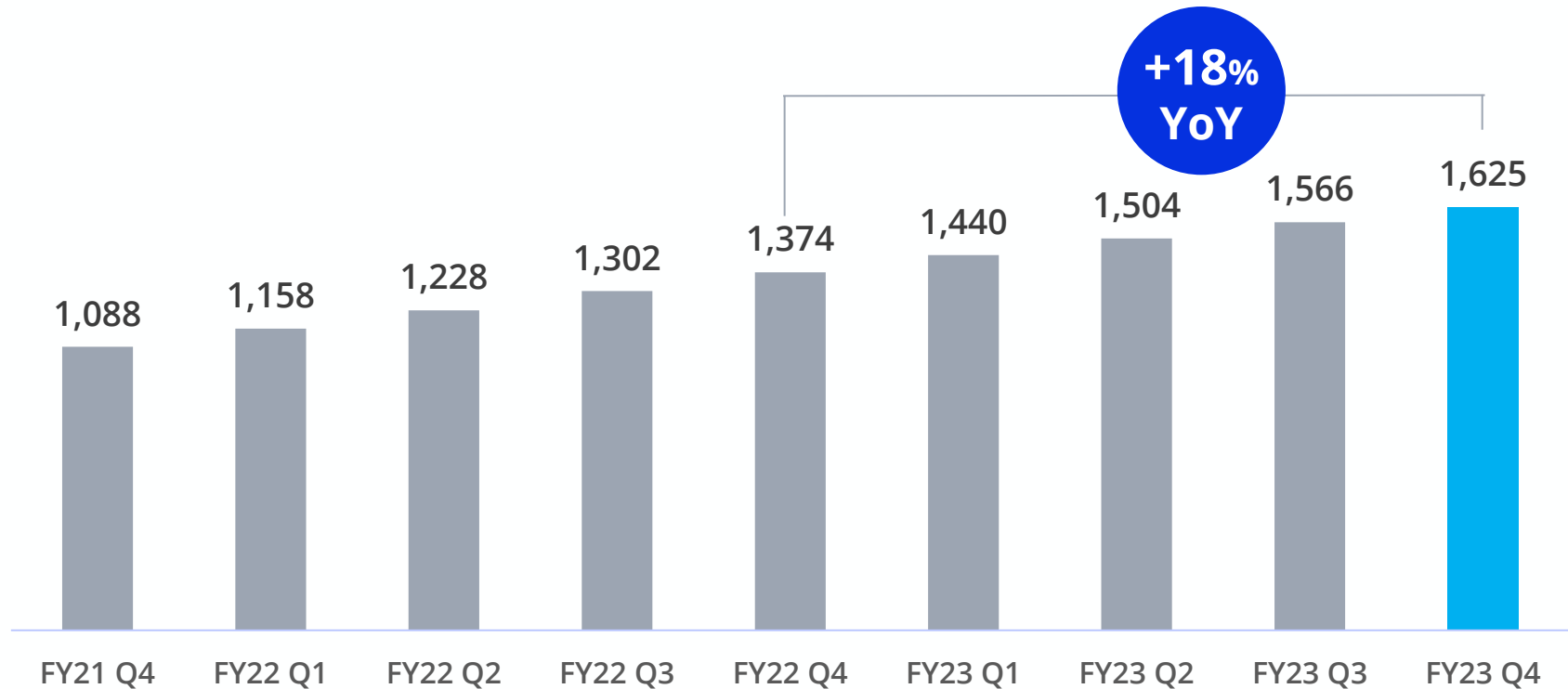


(1) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び無形資産償却費 + 営業費用に含まれる税金費用

顧客企業数の四半期推移

- FY23 Q4に獲得した新規顧客の業種は主にデジタルコンテンツ、Eコマース、及び消費財ブランド & 金融サービス。
(新規顧客のうち、38%がデジタルコンテンツ、27%がEコマース、27%が消費財ブランド & 金融サービス)

顧客企業数⁽¹⁾

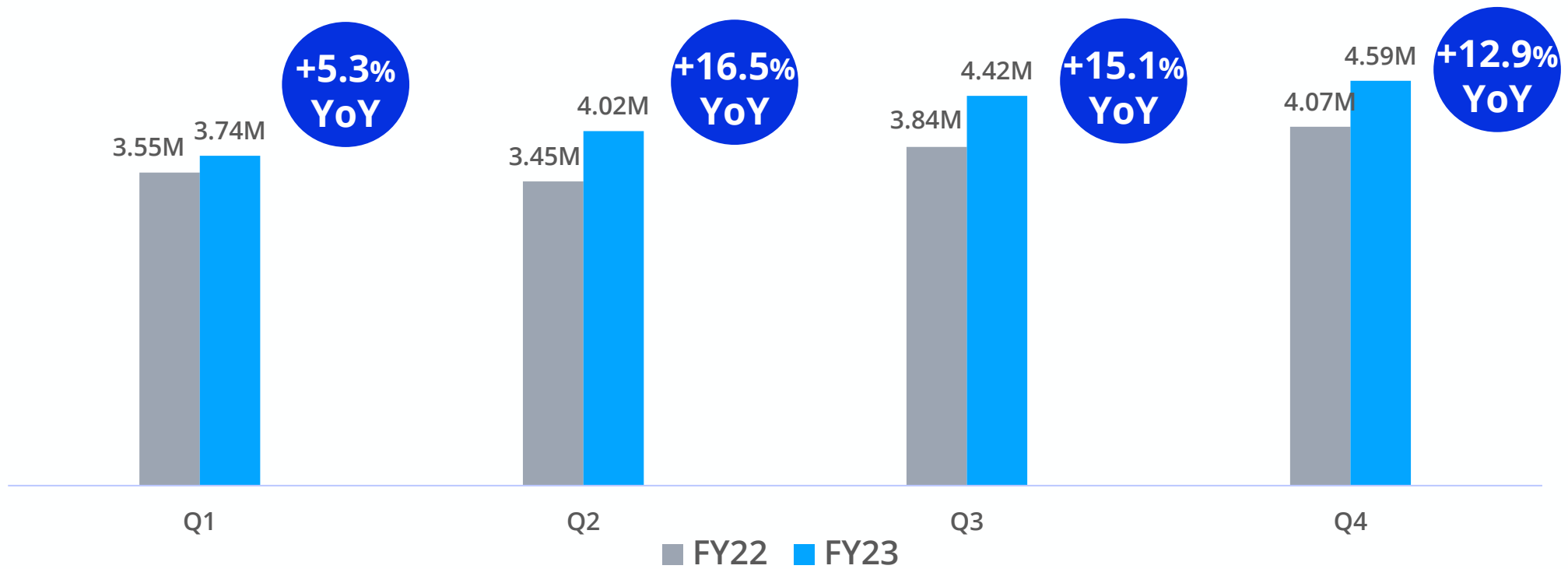


(1) 「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

顧客当たり平均売上収益(ARPC)の四半期推移

- FY23 Q4のARPCは過去最高を達成し、前年同期比成長率は高いレベルを維持。
- Eコマース及びデジタルコンテンツの既存顧客の健全な拡大と、継続的に大規模顧客の獲得に戦略的に注力したことが要因。

顧客当たり平均売上収益(ARPC)の四半期推移⁽¹⁾ (日本円)

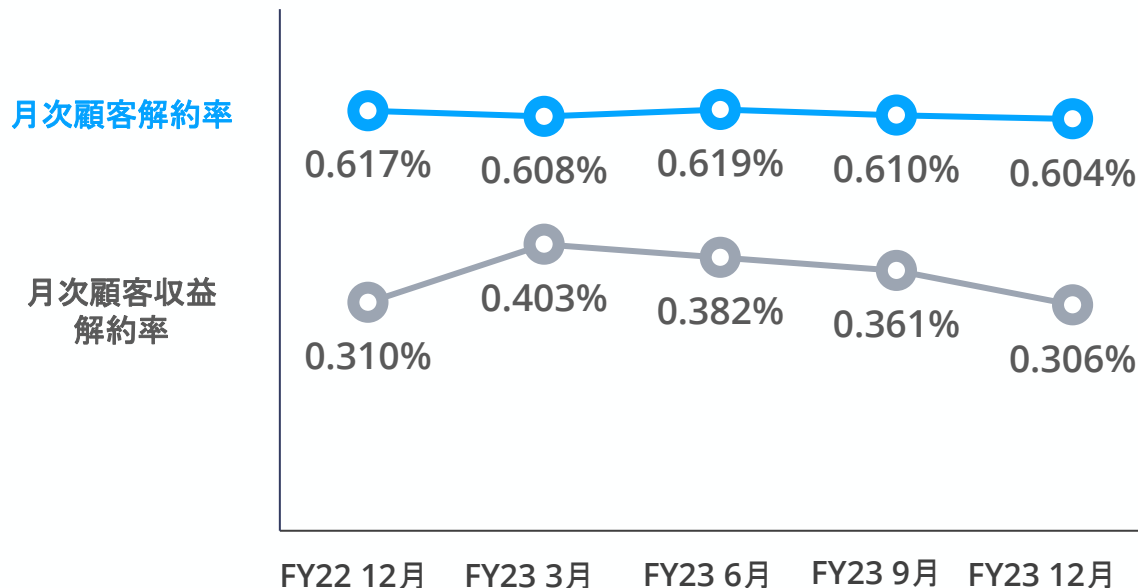


(1) 「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

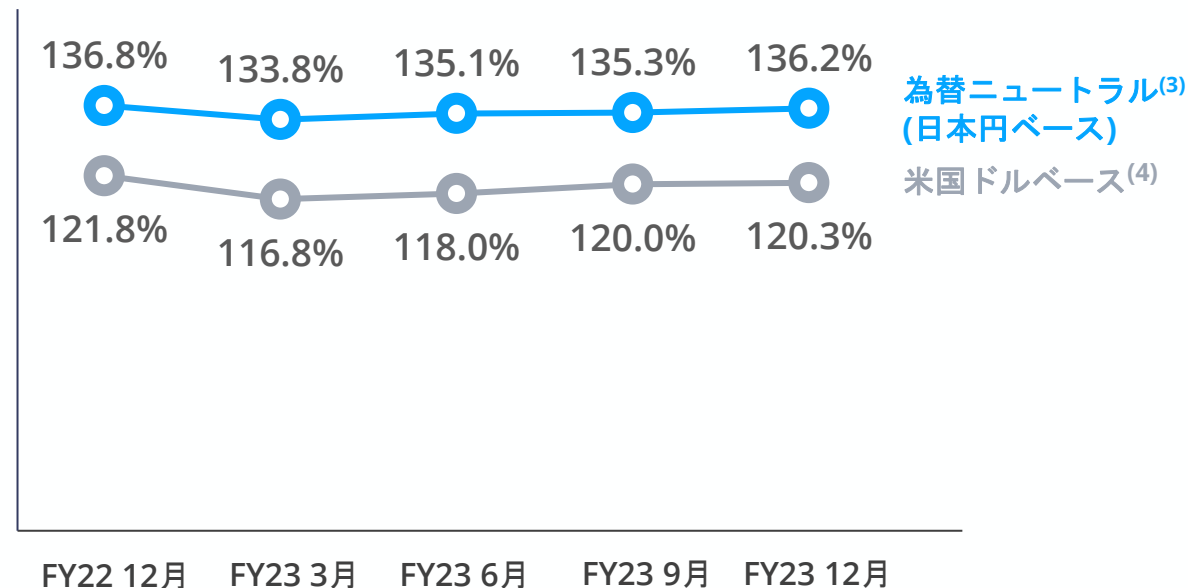
顧客解約率の低減と強固なLTM NRRは 当社ソリューションへの顧客ロイヤリティの高さを示す

- 過去5四半期の米国ドル高により、米国ドルベースと日本円ベースのNRRの差は拡大したが、既存顧客の拡大ペースは引き続き健全な水準を維持。

直近12か月の月次顧客解約率⁽¹⁾及び
月次顧客収益解約率⁽²⁾



直近12ヶ月の
Net Revenue Retention

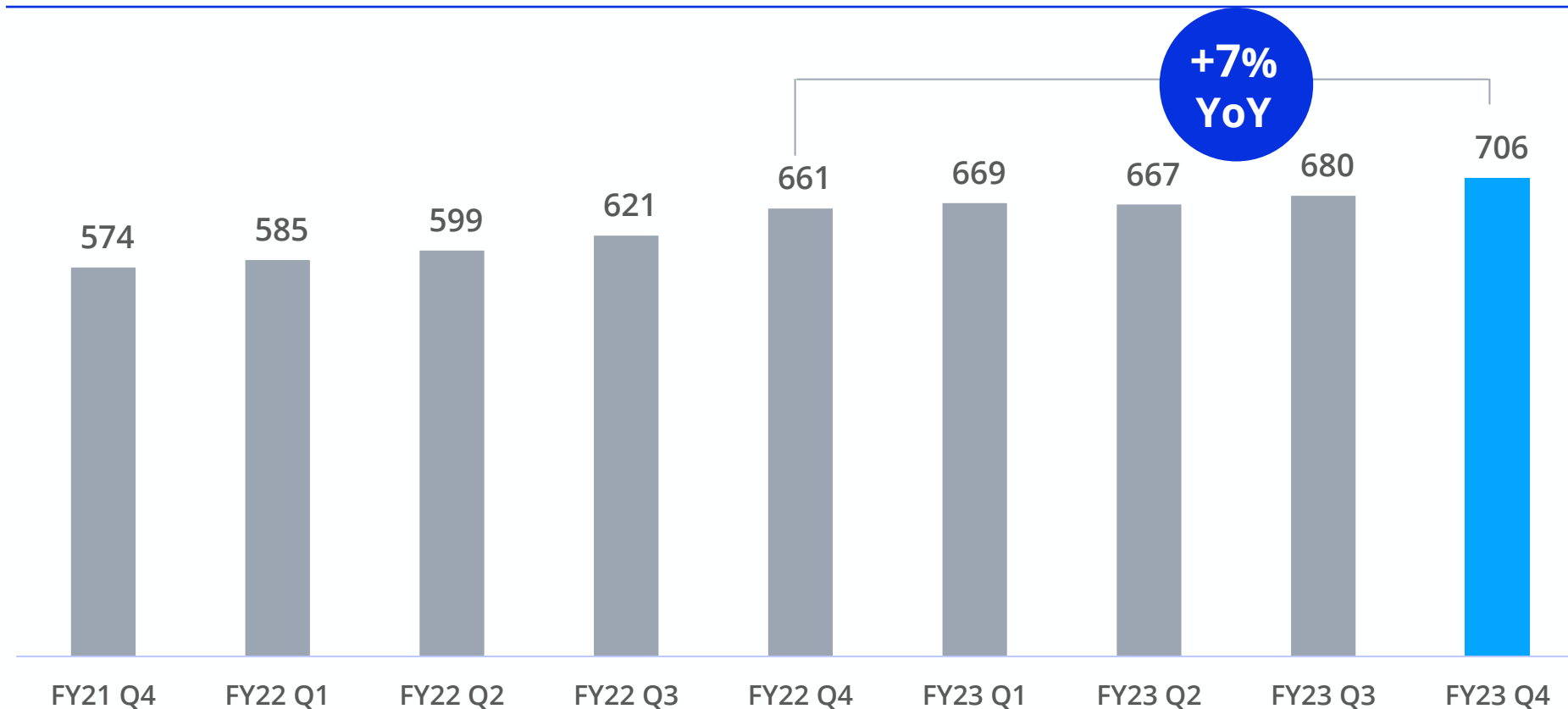


(1) 月次顧客解約率 = 当月中に当社との取引関係を終了した顧客数を月末時点の全顧客数で割って算出
 (2) 月次顧客収益解約率 = 当月中に解約した顧客の契約収益 (米国ドル) を全顧客の契約収益 (米国ドル) で割って算出
 (3) 以下の(i)を(ii)で除して算出。
 (i) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益を米国ドルで計算し、FY23Q1からFY23Q4の為替中立レートで日本円に換算
 (ii) 前年同期の当該顧客からの売上収益を米国ドルで計算し、FY22Q1からFY22Q4の為替レートで日本円に換算
 (4) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益 (米国ドル建て) を、前年同期の当該顧客からの売上収益 (米国ドル建て) で除して算出
 (5) 上記計算にはBotBonnieとWoopraの顧客は含まれていない

成長機会を拡大するための採用活動・継続的な人材投資

- 当社は採用戦略として量より質を重視し、利益を伴う成長と生産性の向上を実現。
- FY24の成長に備え、FY23 Q4の前半に主要な営業及びエンジニア職を採用。FY24下期の始めからの売上収益貢献を見込む。

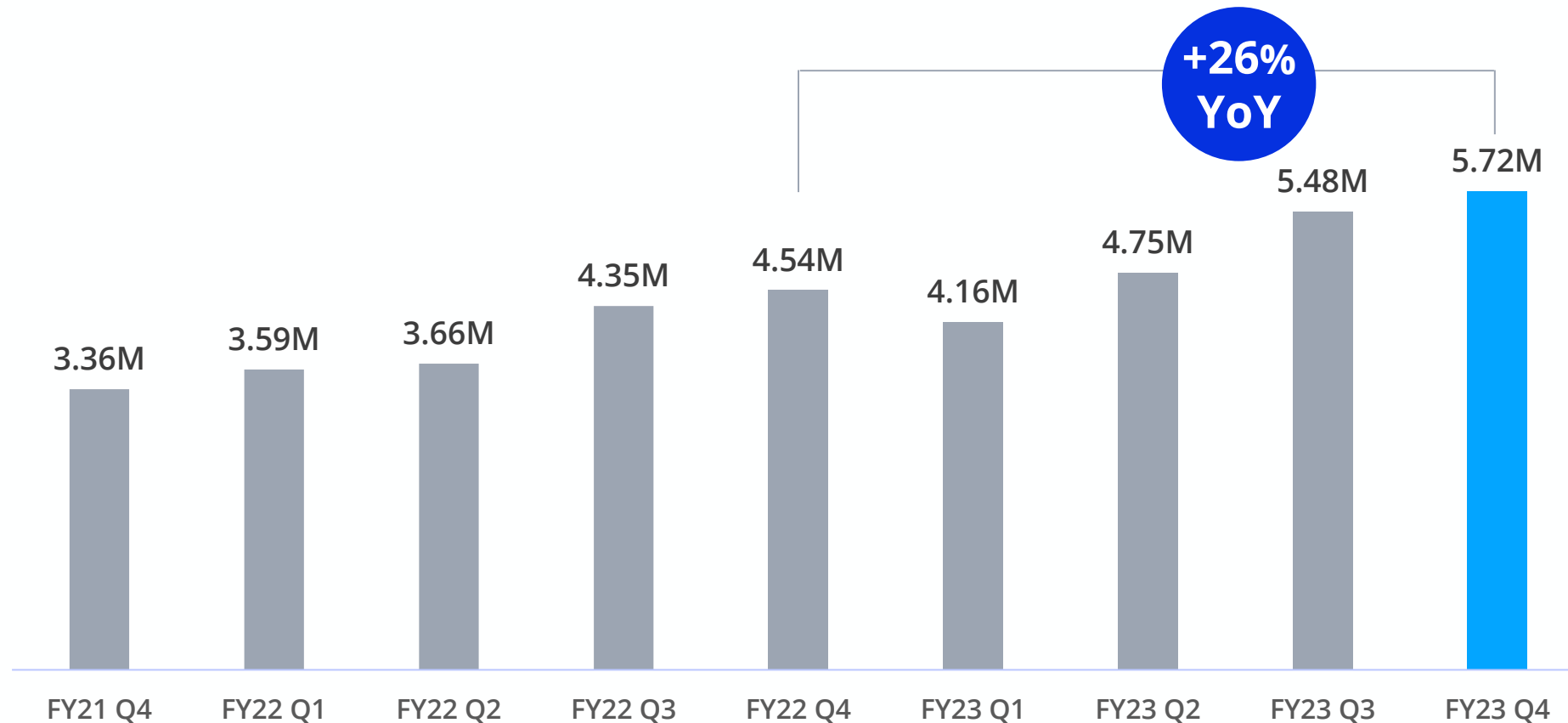
従業員数

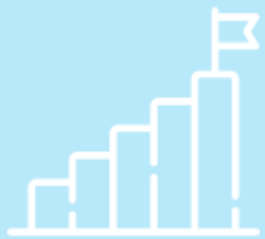


生産性の改善

- 従業員1人当たりの生産性は過去3年間で約2倍となり、過去最高に到達し、利益を伴う成長を牽引。

四半期売上総利益 / 従業員数（日本円）





2023年
総括と実績



2024年
業績予想

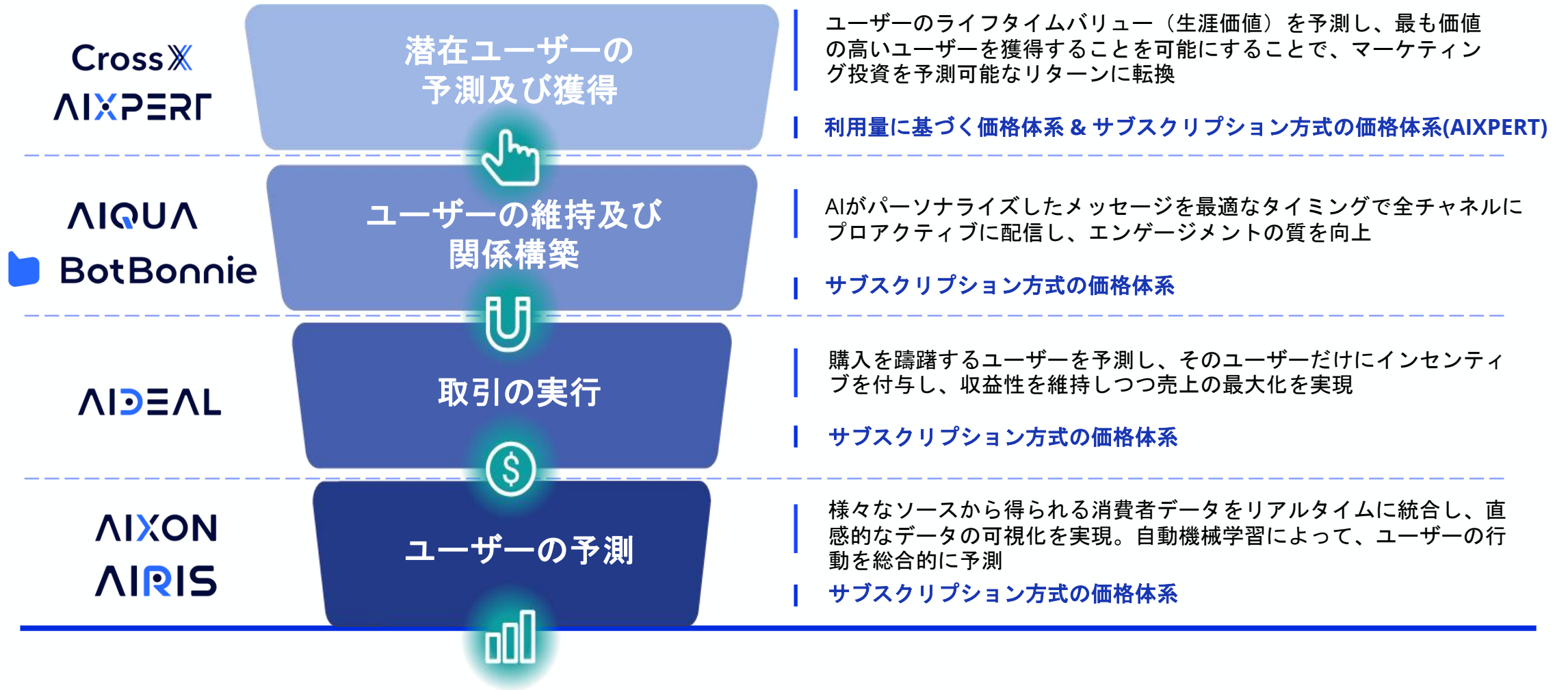


2023年第4四半期
実績

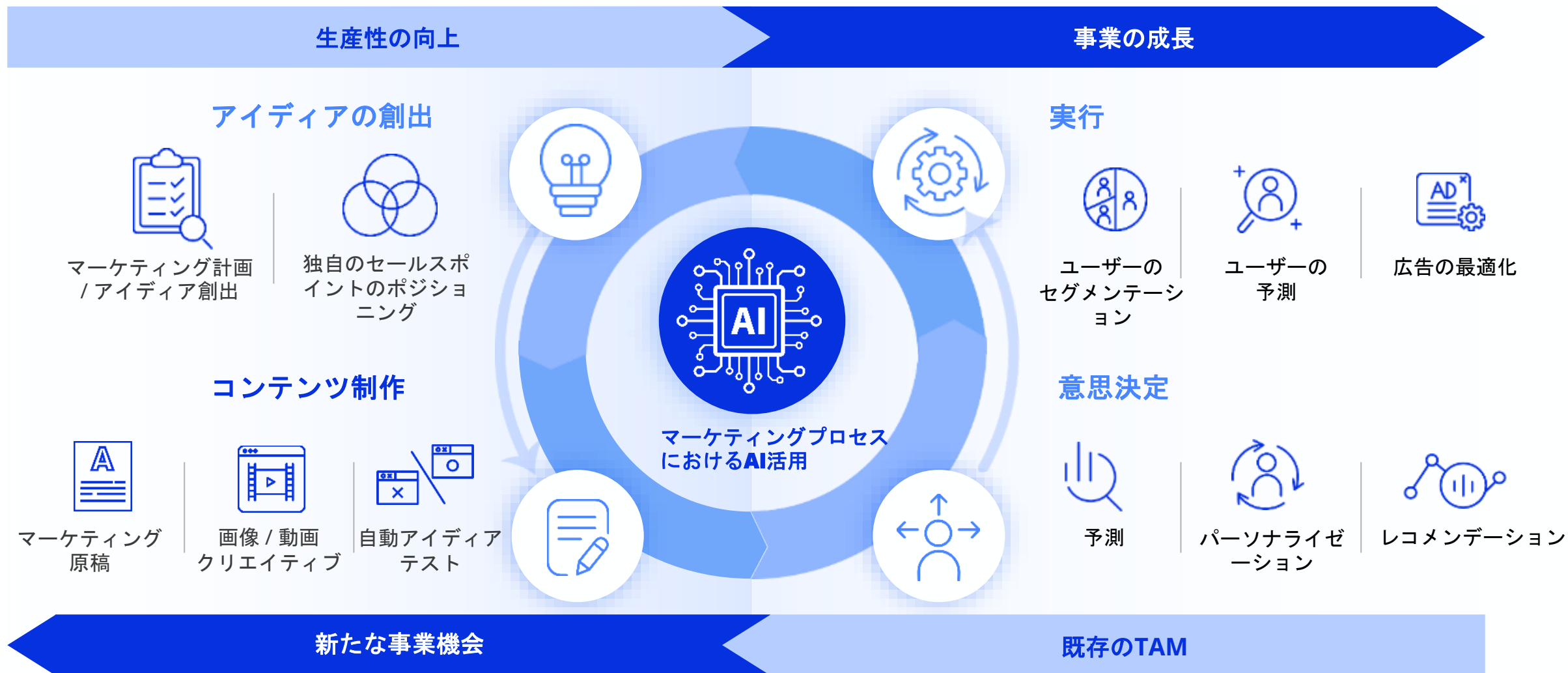


プロダクトの最新情報

ファネル全体をカバーする包括的なAI搭載ソリューション



独自のAI技術により、生産性の向上に加え、事業の成長を促進



プロダクト開発戦略

カスタマー領域における
革新的AIソリューション

顧客ネットワークの拡大により、
革新的AIソリューションで
カスタマー領域の開拓が可能

隣接するエリア

シナジーの拡大により、
隣接エリアへの進出が可能

生成AIのインテリジェンス層

広告クラウド

Cross
AIXPERG

パーソナライゼーション
クラウド

AQUA
BotBonnie
AIDEAL

データクラウド

AIXON
AIRIS



生成AIの能力を最大限に引き出す： あらゆるビジネスのための大規模なパーソナライゼーション

CrossX

革新的な広告コンテンツ制作

かつては広告コンテンツ制作のためのブレインストーミングに時間を要していたが、現在では生成AIが過去のデータを活用し、顧客はクリック率の高いコンテンツを数秒で生成可能。

CrossXにはこのアプローチが本格的に導入されており、クリック率が7~10%向上。

ネイティブ広告のタイトル修正

Appier eShop

スノーボード・スキー用ゴーグル
曇り止め、冬の雪用ゴーグル、
球状の着脱可能レンズ



生成AIプロダクトタイトル

Appier eShop

プロ仕様のゴーグル: 曇り止め
着脱式レンズで最高のパフォーマンスを
実現



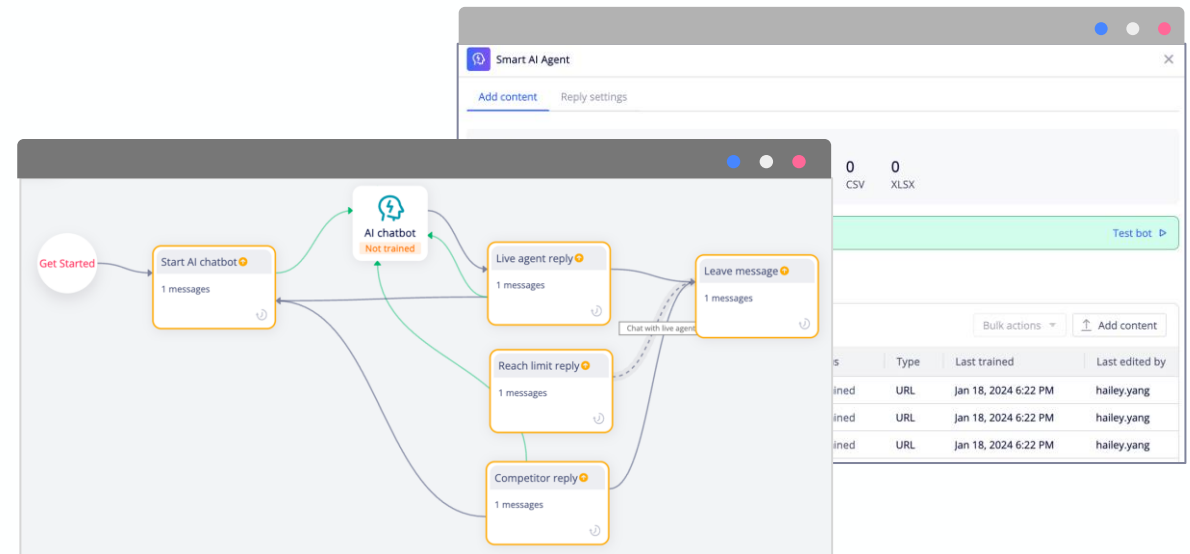
成果
+7-10%⁽¹⁾
クリック率

BotBonnie

カスタマーサービスの最適化

顧客の事業領域に関する情報とビジネスロジックを大規模言語モデルに統合し、モデルを再トレーニングしてより高い効果を実現。

カスタマーサービス・エージェントがエンドユーザーのリクエストに対して正確な回答を提供できるようになり、エンドユーザーの満足度が向上。



(1) Eコマース顧客のパフォーマンス改善：AppierのAIで生成されたコンテンツと、AppierのAIを使わずに生成されたコンテンツのクリック率を比較

生成AIは企業向けソフトウェアの新たなUI

AIQUA

ジャーニーコパイロットにより、複数
チャネルのジャーニー作成を効率化

顧客が持つ過去のデータと生成AIの強力な言語モデルを活用することで、顧客は成功率の高いマーケティングプランを作成。自然言語による入力で効果的なカスタマージャーニーを素早くデザインし、最小限の労力でエンゲージメントを最適化。

ニーズを記入

ユーザージャーニーの内容を説明

新製品に関する情報、利点、早期購入者向けの特典について、一連の通知によりお知らせする。

参考例

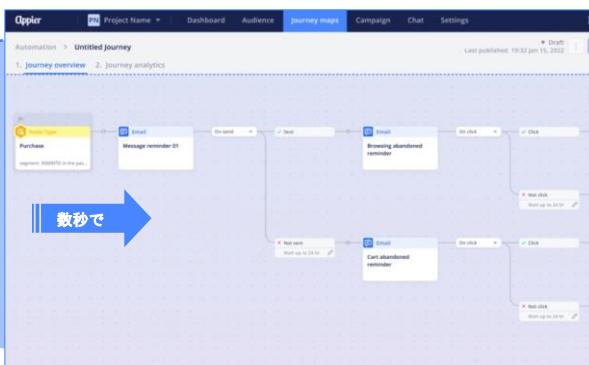
生成



生成AIが
ジャーニーテン
プレートを
生成

最も効果的
なテンプレ
ートを予測

数秒で



AIがマーケティングニーズに合わせて
カスタマイズした最も効果的な
ジャーニーテンプレートを生成

AIRIS

分析コパイロットにより、
データを意思決定に活用

かつては顧客がデータを分析し、ビジネスインサイトを導き出すために長い時間を要した。生成AIは事業の状況を自動的に理解し、正確な分析を提供できるため、顧客は意思決定と実行に集中することが可能。

自然言語処理を活用し、
マーケターの質問に回答する
レポートを生成



VIP顧客の最も一般的なコンバージョン経路は？

生成AIが
レポートを生成

数秒で



AIが質問に答える
レポートを生成

AppierのAIを搭載したリテールメディアネットワーク： Eコマース領域の新たなビジネスモデル

リテールメディアネットワークにより、小売事業者はファーストパーティーデータを活用し、自社の持つデジタルチャネル（ウェブサイト、アプリ、ソーシャルメディア等）の広告枠をブランド広告主に販売することができる

ファーストパーティーデータ &
デジタルインベントリ

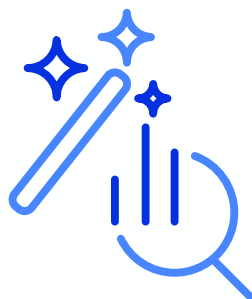
Appierリテールメディア
ネットワークプラットフォーム

パーソナライゼーション

高コンバージョンと
顧客単価上昇



AI搭載のAppierリテールメディアネットワークの主な強み



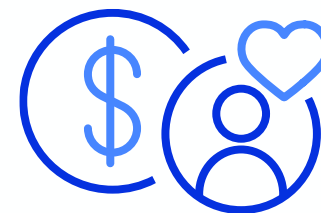
小売事業者のファーストパーティーデータを活用し、明確な意思を持つユーザーを収益化

価値のあるファーストパーティーデータを活用し、購買決定プロセスにおいて正確なターゲティングを行い、広告主のROIを向上



AI予測により
小売事業者の広告収入を拡大

小売業者の広告インベントリとエンドユーザーの意思の適切なマッチングを予測し、広告主が支払う価格を動的に調整することで、小売事業者の広告収入を最大化



AIレコメンデーションモデル
でROASを最適化

高度にパーソナライズされたユーザー体験を提供し、コンバージョンを高め、ユーザーのLTVを最大化

生成AIと意思決定AIを活用し、ユーザージャーニー全体をパーソナライズすることで、顧客エンゲージメントを向上

見込み顧客の創出と獲得

AIが生成するクリエイティブとパフォーマンスの最適化を活用し、効率的かつ効果的に新規ユーザーを獲得

カスタマーサービス

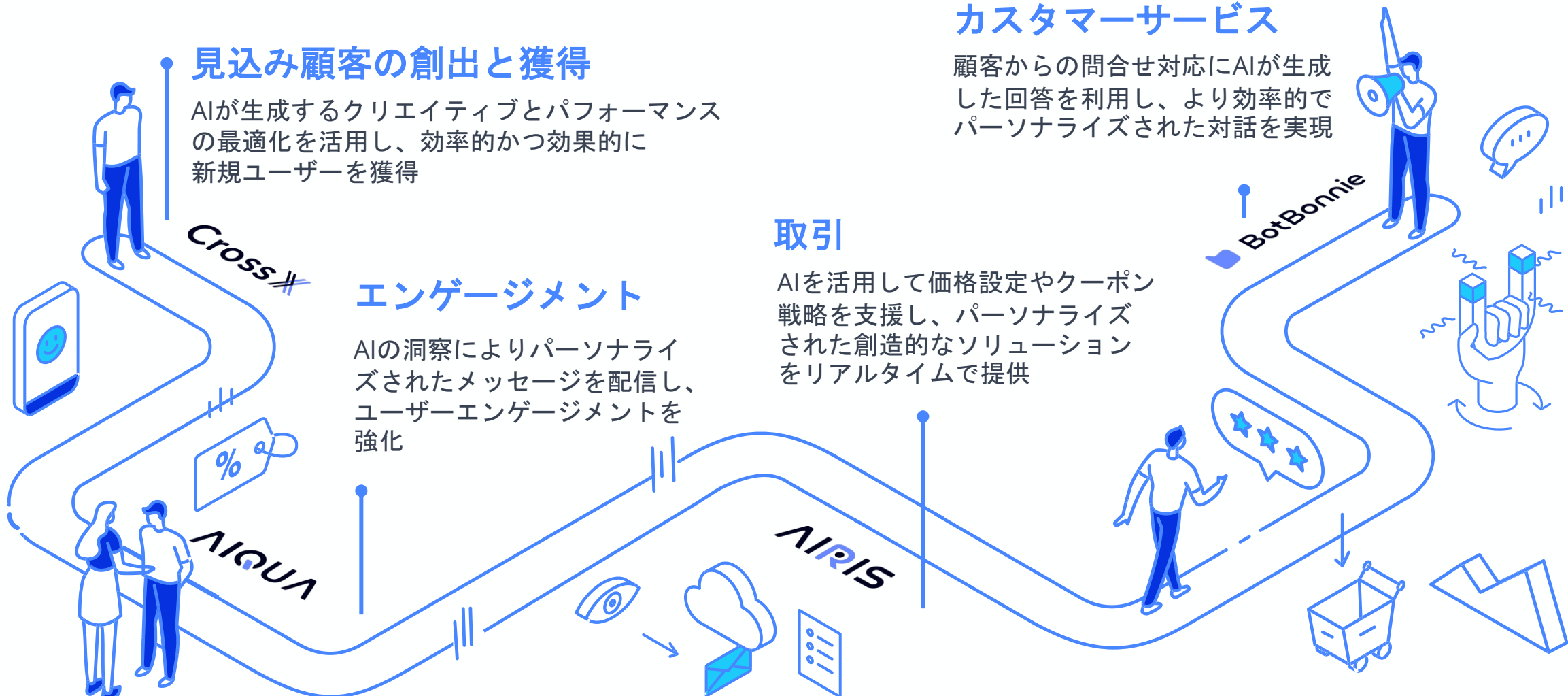
顧客からの問合せ対応にAIが生成した回答を利用し、より効率的でパーソナライズされた対話を実現

エンゲージメント

AIの洞察によりパーソナライズされたメッセージを配信し、ユーザーエンゲージメントを強化

取引

AIを活用して価格設定やクーポン戦略を支援し、パーソナライズされた創造的なソリューションをリアルタイムで提供





AIでROIを向上させる

私たちがプロダクト間のシナジーを高めることは、お客様にとってはデータ間のシナジーを高めることにつながります。私たちが開発してきたAIは、お客様にさらなるROIの向上をもたらします。こうした理念に基づいて、私たちはお客様にあらゆる面から価値を提供し続けています。



Thank you!

Innovation
Branding
Solution
Marketing
Analysis
Ideas
Success
Management

Technology
Innovation
SYSTEM



Appendix

AIとビジネスに精通したメンバーから構成される創業者主導の経営陣

創業メンバー

ビジネスリーダー

受賞実績



Dr. Chih-Han Yu

最高経営責任者(CEO)

スタンフォード大学
ハーバード大学



Dr. Ming-Yu Chen

最高技術責任者(CTO)

Microsoft, Zillow, Compass



Dr. Joe Chang

最高戦略責任者(CSO)

McKinsey & Company,
IQVIA



Koji Tachibana

ファイナンス担当Senior Vice President
Head of Japan

DeNA, 野村証券, 経済産業省



Magic Tu

APACセールス担当
Senior Vice President

HTC, Synopsys



Joe Su

最高情報責任者(CIO)

ハーバード大学



Dr. Winnie Lee

最高執行責任者(COO)

スタンフォード大学
ワシントン大学



7回優勝

データマイニング
コンテストにおける優勝回数
(1)
(2008 - 2020)



Top 50

AI革命を牽引する50社に選定
(2017)



AI100

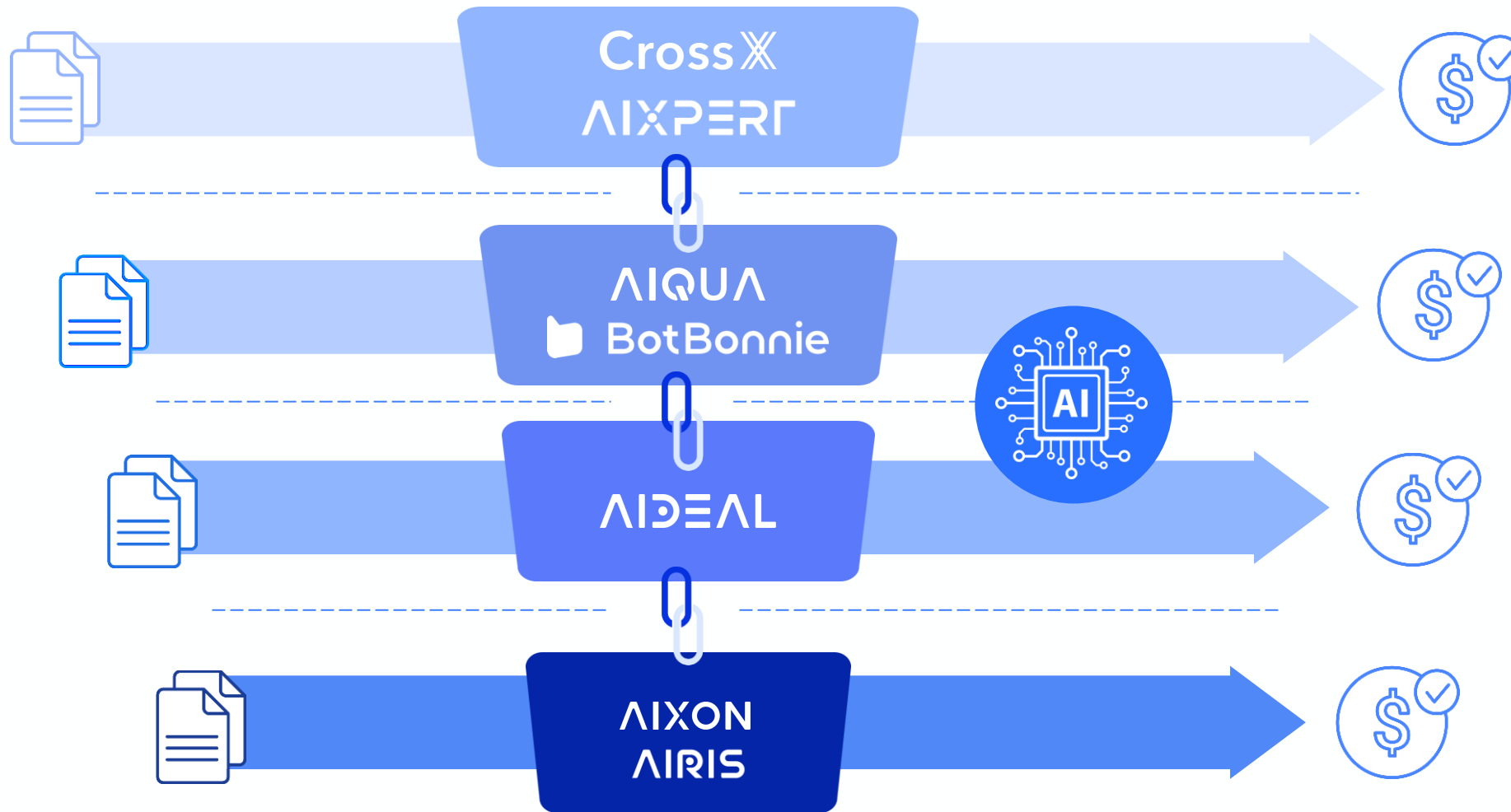
CB Insights AI100に選定
(2017, 2018)



**Gartner
AI Cool Vendorに選定**
(2017)

(1) Appierの従業員が参加するチームの優勝回数

AIでROIを向上させる



データを
行動と価値に
変換

ソリューション間のシナジーにより分断されたデータの問題を解決

ファーストパーティーデータ中心の世界でAIはより重要な存在に

ファーストパーティーデータのみを活用

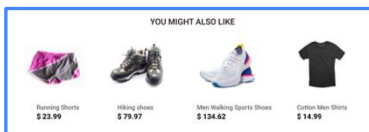
主な差別化要因

- リアルタイム予測
- 少量のデータからの正確な予測

ユーザーの行動によって生じる
ファーストパーティーデータ



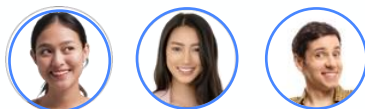
リアルタイムでユーザーの好みを予測



リアルタイムのAI レコメンデーション

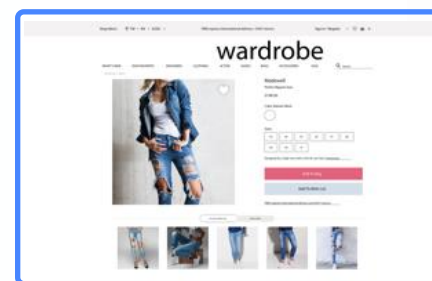


リアルタイムで行動パターンを学習



価値のあるユーザーを発見

サードパーティーデータを活用



サードパーティークッキーマッピング
に基づく広告コンテンツの配信



サードパーティー
IDの同期



サードパーティー
データベース

ユーザーの興味関心を知るために、
ウェブサイトをまたぎユーザーを追跡・識別

▶ 潜在ユーザーの
予測及び獲得



ユーザーの維持及び
関係構築



取引の実行



ユーザーの予測



CrossX



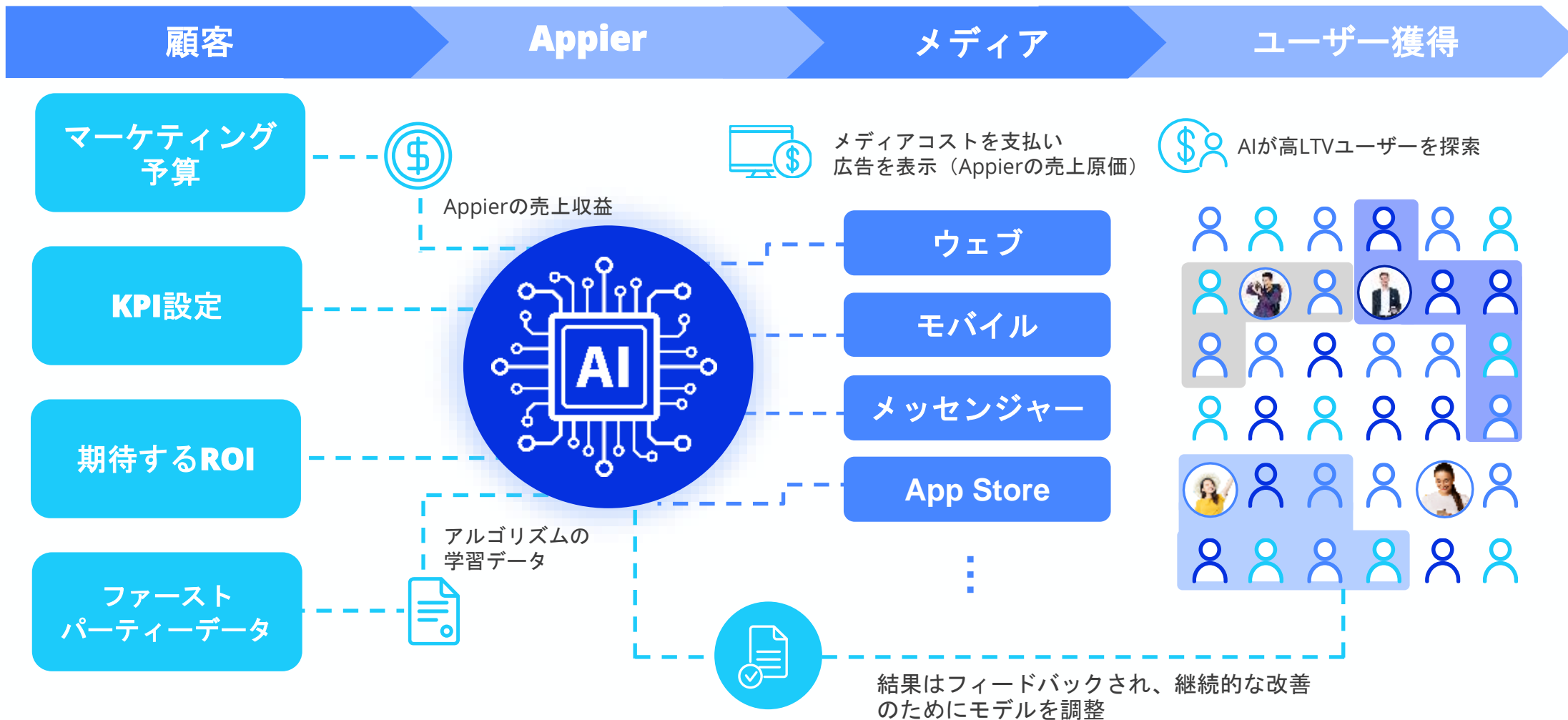
CrossXは、機械学習とディープラーニングを活用し、ユーザーのライフタイムバリュー（生涯価値）を予測し、最も価値の高いユーザーを獲得することを可能にすることで、マーケティング投資を予測可能なリターンに転換

機械学習とディープラーニングによる
高いライフタイムバリューを有する
エンドユーザーの予測

最も価値の高いユーザーを
広範に獲得

予測可能なリターンの提供

CrossXの仕組み - ROI向上のためのAIによる完全自動化





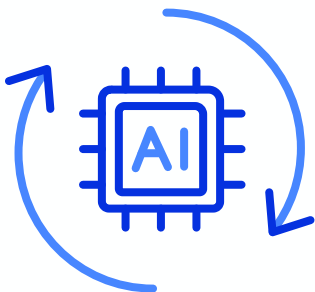
高い可視性とリターン

顧客は支出する前に
リターンを把握でき
全体的なリターンが向上



アップセルの機会

予測可能なROIにより
CrossXの利用量が拡大



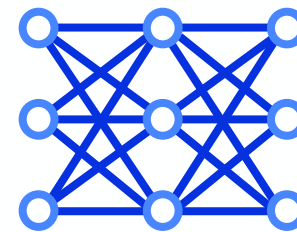
技術的優位性

当社のAIは様々な地域・業種の
マーケティングデータを
10年超学習



参入障壁

蓄積されたデータ学習で
AIの精度を向上



自動アルゴリズム探索

継続的な研究開発により
予測精度を改善し
最先端の技術を維持



顧客とWin-Winの関係

顧客のROI向上と
Appierの売上収益成長



CrossX

ROASの高い優良ユーザーを安定的に獲得することで成長を促進

成功事例 - グローバルな大手ゲーム会社

目標

- ゲーム発売初期に、ゲームタイトルに興味を持つ価値の高いユーザーを獲得し、インストールを促進
- 一定レベルのROASと継続率を達成

ソリューション

- Appier独自のAIオーディエンスモデルを活用し、ユーザーのアプリ内行動やゲームアプリの属性データ、マーケティング画像を分析し、質の高いユーザーを特定
- アプリ内課金、ゲームのクリアレベル、ゲームアプリを開くパターンなど、ゲーマーの行動を分析し、リターゲティングに活用

Appierの新規ユーザー向けAIオーディエンスモデル

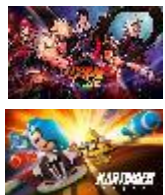
将来的にCVRとROASが高くなるユーザーをリターゲティング

アプリ内でのユーザー行動

アプリに高い関心を持つユーザーを獲得し、ROASを向上

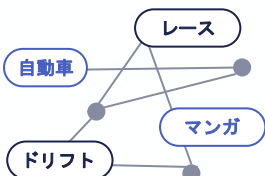
ユーザーのLTV⁽¹⁾を向上

グラフィックスタイル



- マンガ風
- 3Dビジュアル
- ファンタジー

アプリの属性データ



Day 1



初日のリテンション確保

Day 2



レベル20の達成

Day 7



アプリ内購入

Day 30

Day 45



CVR⁽²⁾

購買イベント

Day X

+6.9%

+1.4x

+55%

+16%

潜在ユーザーの
予測及び獲得



▶ ユーザーの維持及び
関係構築



取引の実行



ユーザーの予測



AIQUA



AIQUAは、自社のあらゆるコミュニケーションチャネルを最適なタイミングで活用し、AIによってパーソナライズ化された、プロアクティブで効果的なメッセージを用いて、エンドユーザーとのエンゲージメントの質を向上させることを可能に

マルチチャネルでの
メッセージ送信

AIが生成する
メッセージ

送信時間の
最適化

予測セグメントを用いた
積極的なアクション

潜在ユーザーの
予測及び獲得



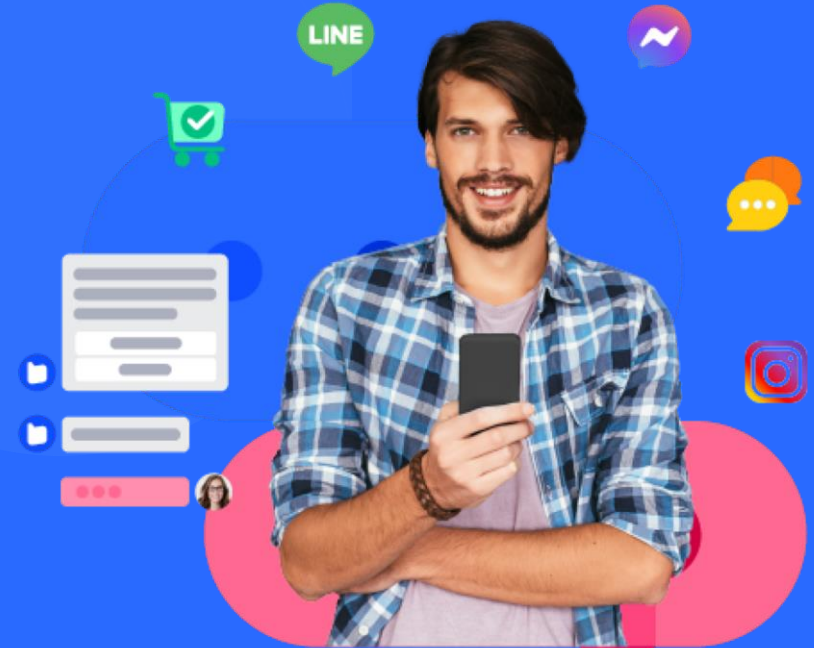
ユーザーの維持及び
関係構築



取引の実行



ユーザーの予測



BotBonnie

BotBonnieは最も人気のあるメッセージングプラットフォーム上に構築された
会話型マーケティングソリューション

LINE、Facebookメッセージ、Instagram、WhatsApp、ウェブサイト、
Googleビジネスメッセージなど、フォロワーのポテンシャルを最大限に活用

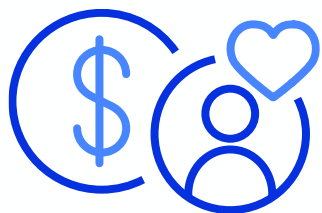
マーケティング担当者がノーコードで迅速
なメッセージを配信できるソリューション

ゲームを応用したマーケティングモジュールを
構築し、魅力的な顧客体験によりコンバージョンを促進

パーソナライズされたエンゲージメントにより高い成果を実現



主な強み



AIレコメンデーション モデルにより ROIを最適化

高度にパーソナライズされた
ユーザー体験を提供し
コンバージョン率を高め
ユーザーのLTVを最大化



AIの予測精度により 顧客エンゲージメント を最大化

最適なタイミングを予測し
適切なチャネルを通じて
パーソナライズされたコンテンツ
を配信することで
効果と効率性を高める



意思決定AIにより 生成AIの効果を高める

生成AIを意思決定AIにより評価し
魅力的なマーケティングコンテンツ
を生成することにより
優れた成果を実現

潜在ユーザーの
予測及び獲得



ユーザーの維持及び
関係構築



取引の実行



ユーザーの予測



AIDEAL

AiDealによって、企業は機械学習と深層学習を活用しユーザーの行動パターンから購入を躊躇するユーザーを予測可能に。それらのユーザーに限定してインセンティブを提供することで、収益性を維持しつつ売上の最大化を実現



機械学習と深層学習を活用した
購入確度の予測

最適なインセンティブを
即座に提供

リアルタイム分析

最適なインセンティブ提供で購買意思決定を促進

購入を躊躇しているユーザーを予測し、収益性を維持しながら、最も効果的なインセンティブを配布

ウェブサイトへの
アクセス

行動分析

ユーザーの意図
を特定

トリガーアクション



トリガーイベント



スワイプして戻る



「戻る」ボタン



下にスクロール



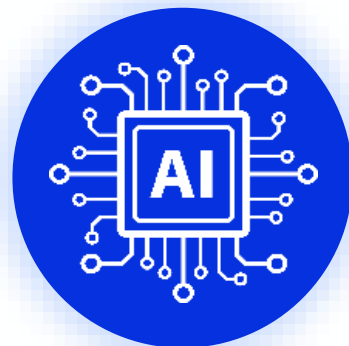
休止時間



トラフィックソース



閲覧したページ



AIが躊躇する購買者の
インサイトを発見

個人別の最適なオファーを
動的に決定



送料無料

初回訪問者



10% OFF

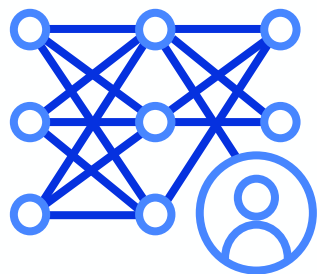
高価格商品の購入
を躊躇



\$5 割引

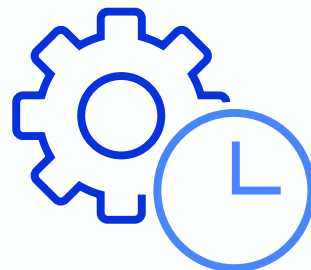
バーゲンハンター





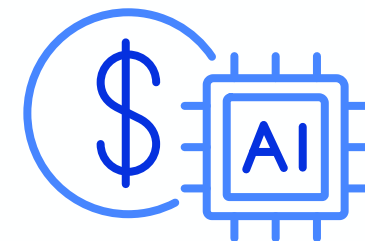
先進的なアルゴリズム によるユーザー行動分析

豊富なトレーニングデータにより
正確で信頼性の高い
アウトプットを生成



リアルタイムAI予測 によりROIを改善

躊躇している購買者を
リアルタイムに予測し
インセンティブを提供することで
同じ予算額でより高いROIを実現



カスタマイズされた インセンティブにより GMVを向上

AIが予測する最適なインセンティブで
決めかねているユーザーを
購買に誘導

潜在ユーザーの
予測及び獲得



ユーザーの維持及び
関係構築



取引の実行



▶ ユーザーの予測



AIXON



AIXONによって、企業は、自動構築される機械学習モデルを活用し、ユーザーの行動を全方位的に予測可能に。社内にAIテクノロジーシステムを構築する手間をかけることなく、自社が保有する消費者データの有効活用を実現

データの統合と自動処理

自動構築される機械学習モデルが
生成したシナリオに基づく予測

予測・提案の背景を
説明可能なAI

潜在ユーザーの
予測及び獲得



ユーザーの維持及び
関係構築



取引の実行



▶ ユーザーの予測



AIRIS

優れた分析力と直感的なデータの可視化により、インサイト取得までの時間を大幅に短縮したAI搭載CDP

ファーストパーティデータで360度の堅牢な顧客プロフィールを構築し、あらゆる顧客との接点への影響度を可視化・測定することで、投資を行う前にリターンを予測することが可能



シームレスなデータ統合による
360度の顧客プロフィール

瞬時にデータを可視化

迅速なデータ分析による予測

AI搭載CDPでビジネスの成長を後押し



仮定

インサイトを得る
までの時間

データの分断

市場投入時期

マーケティング担当者の悩み

リアルタイムのデータ取り込み

- 複数のソースからデータを取り込み、不備を修正し、整理する
- AIを活用して統合された360度の顧客プロフィール



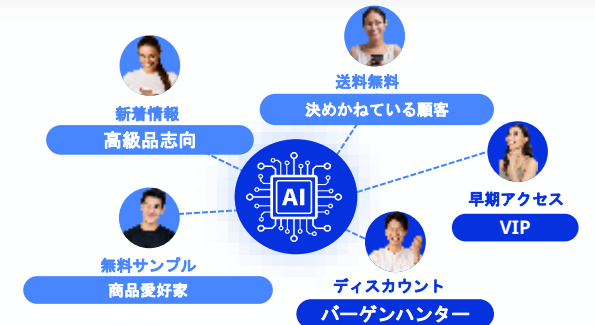
ノーコードで最速のビジュアル化分析

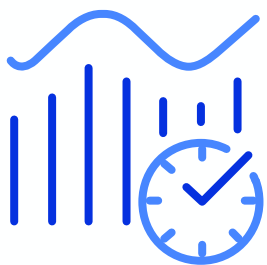
- カスタマイズ可能なビジュアル化機能を備えたテンプレートからインサイトダッシュボードをすばやく構築し、組織全体のデータを可視化



AIを活用した顧客の予測

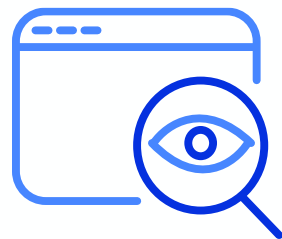
- マーケティング担当者は、顧客の行動予測に基づき、ユーザーの優先順位付けやターゲティングを行うことが可能
- 正確なセグメンテーションにより、高度にパーソナライズされたエンゲージメントを実現





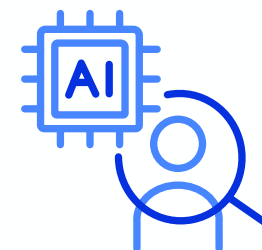
シームレスなデータ取込み 瞬時にインサイトを取得

リアルタイムのデータ統合により
匿名のアクションであっても
各ユーザーの360度ビューを提供



ノーコードでビジュアル化 最速でアクションを実行

インサイトを可視化し
あらゆる接点における影響を測定し
必要なアクションを起こす



AIによるインサイトを 活用した積極的な ユーザーエンゲージメント

AIがエンドユーザーの行動を
リアルタイムで予測し
効果的な獲得/エンゲージメント
戦略を立案

Appierが選ばれる理由

既存のソリューション

マニュアルによるA/Bテスト

- 予算の浪費につながり、機械よりも効率性を向上させることが難しい

マーケティングクラウドソリューション

- 主に過去の行動に基づき反応するアプローチ

ユーザーを複数のグループに分類し、それぞれ異なるインセンティブを提供

- インセンティブの浪費により収益性を損ない、満足なトップラインの成長を実現できない

AIベンダーやデータサイエンティストチームによる内製化

- スケールが難しく、コストが高くなる可能性

潜在ユーザーの
予測及び獲得



ユーザーの維持及び
関係構築



取引の実行



ユーザーの予測



顧客がAppierを選ぶ理由

Cross
AIXPERG

- 機械学習モジュールが、高いライフタイムバリュー（顧客生涯価値）のユーザーを予測
- 投資に対するリターンが期待できる最も価値の高いユーザーを獲得

AIQUA
BotBonnie

- エンドユーザーの潜在的な行動を予測し、最適な方法で積極的なユーザーの囲い込みを実施
- 全てのメッセージングチャンネルにおける、緊密に統合されたAIによる完全自動化ソリューション
- BotBonnie：インタラクティブな会話型マーケティングチャットボットソリューション

AIIDEAL

- エンドユーザーの行動パターンからAIが購入をためらうユーザーを特定し、その者に対してのみインセンティブを配布
- インセンティブやクーポンコストを減らしながら売上増加を実現

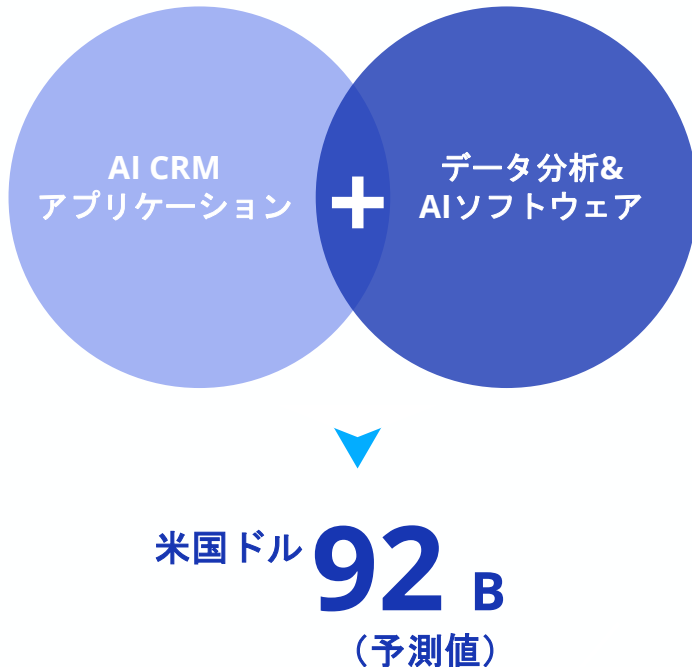
AIXON
AIRIS

- 差別化された最高品質のAI予測モデルを構築する自動化された機械学習モデルをSaaSを通じて提供
- ビジネスユーザーは、研究者やエンジニア無しに、AIによる分析を活用することが可能
- 優れた分析力と直感的なデータの可視化によりインサイト取得までの時間を大幅に短縮

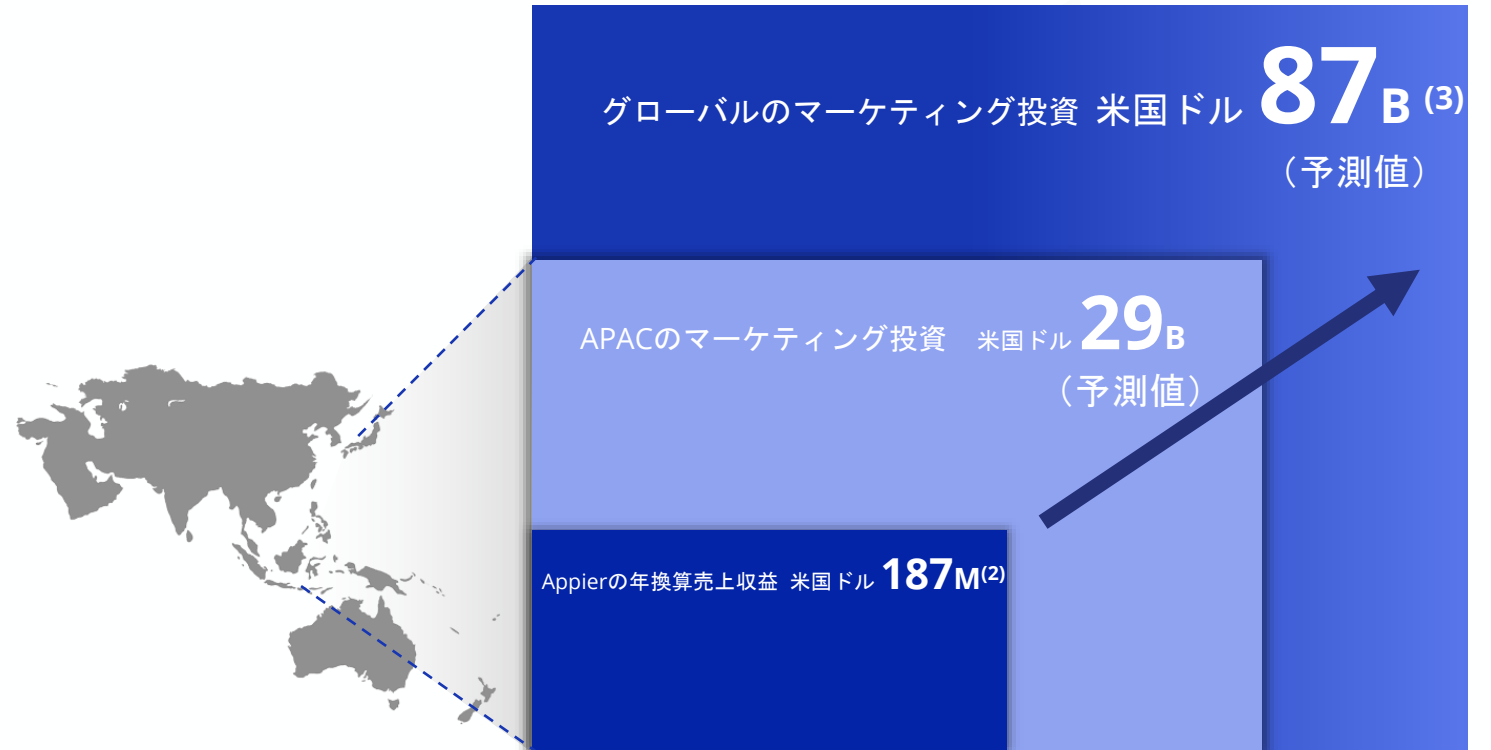
巨大な市場機会

トップダウン予測 2024年

IDC (1)



ボトムアップ予測 2024年

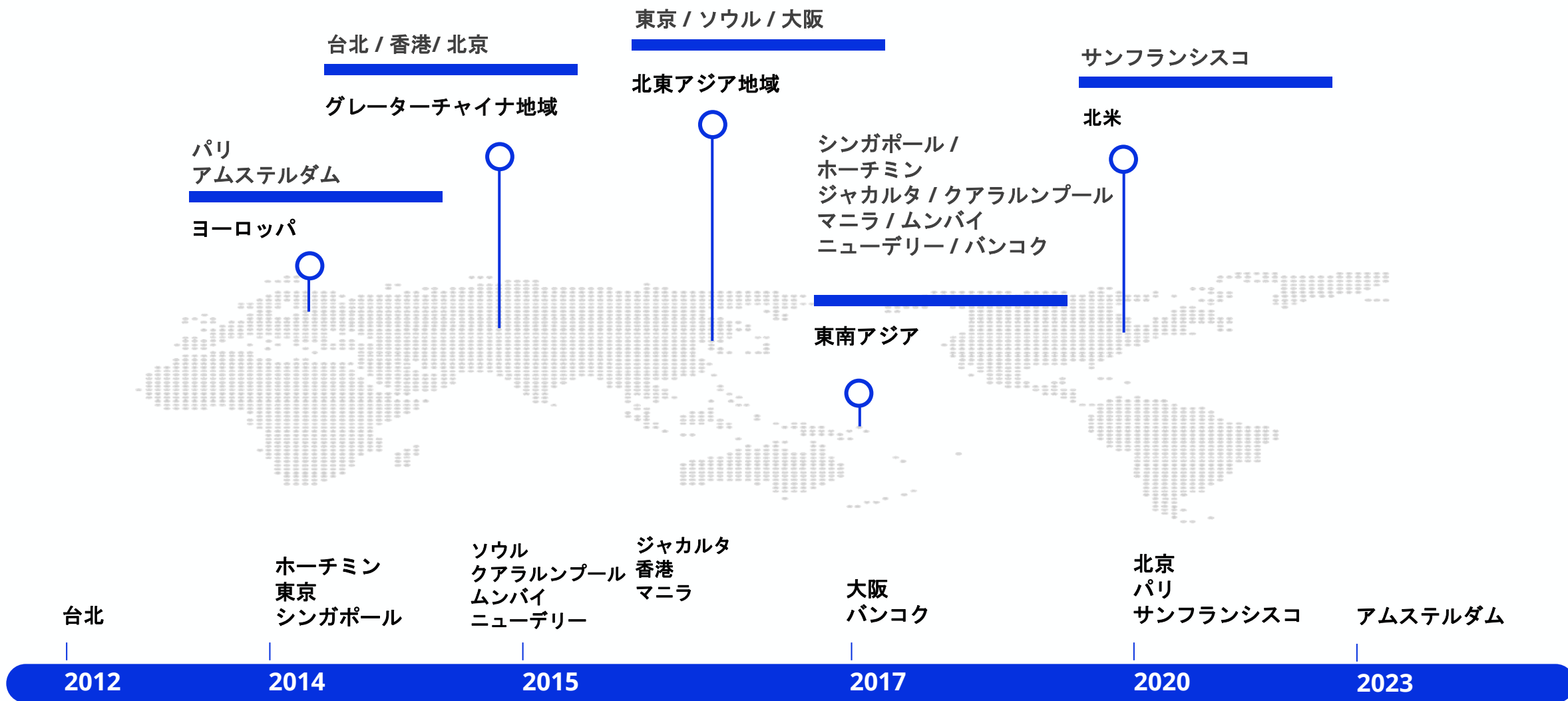


(1) 出所: IDC Semiannual Artificial Intelligence Tracker, 2H 2020 (July 2021)

(2) 年換算売上収益 = FY23の円建ての売上収益 / 為替レート 140.95

(3) 社内の見積りにより算出。APACのマーケティング投資のうち、当社のシェアはECで約3%、デジタルコンテンツで約2.7%、その他で約1%。マーケティング投資のうち、ECが30%、デジタルコンテンツが20%を占める。APACのマーケティング投資のうち当社は約1.9%のシェアを持つ。グローバルのマーケティング投資のうち1/3をAPACが占めている。

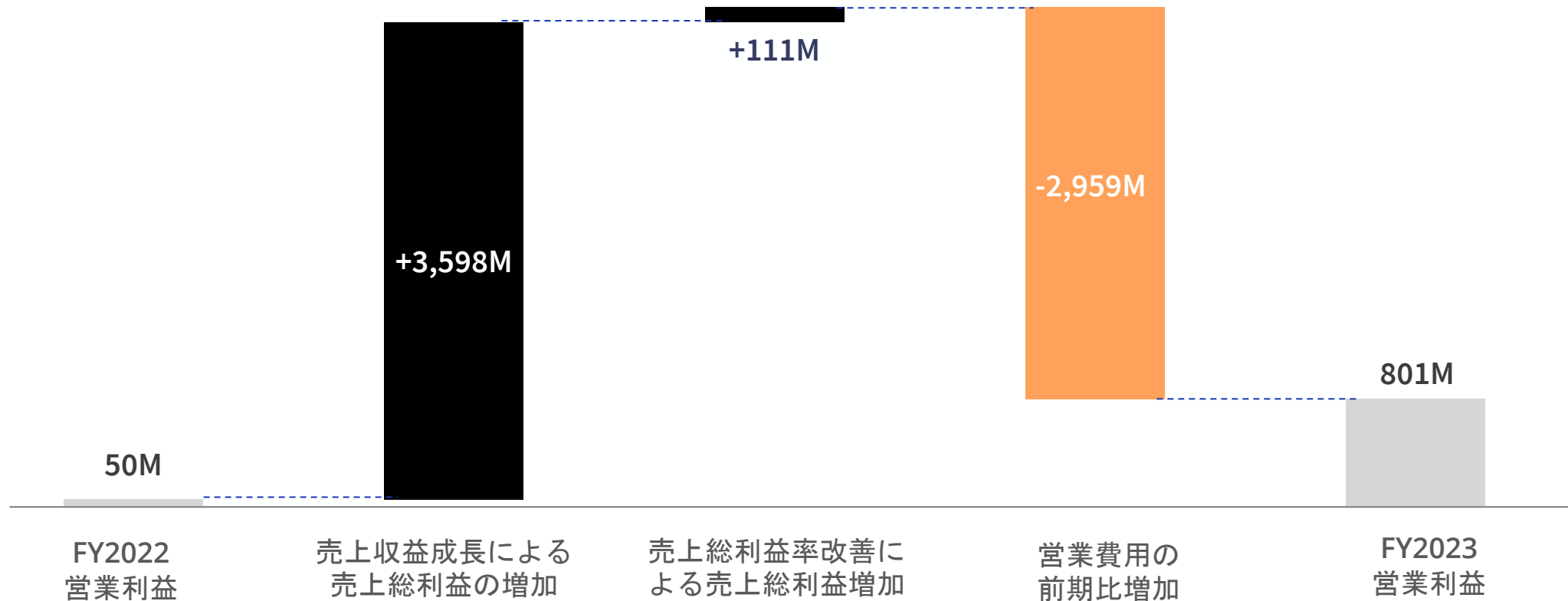
Appierのグローバル展開：全世界17拠点



2023 営業利益の前期からの変動

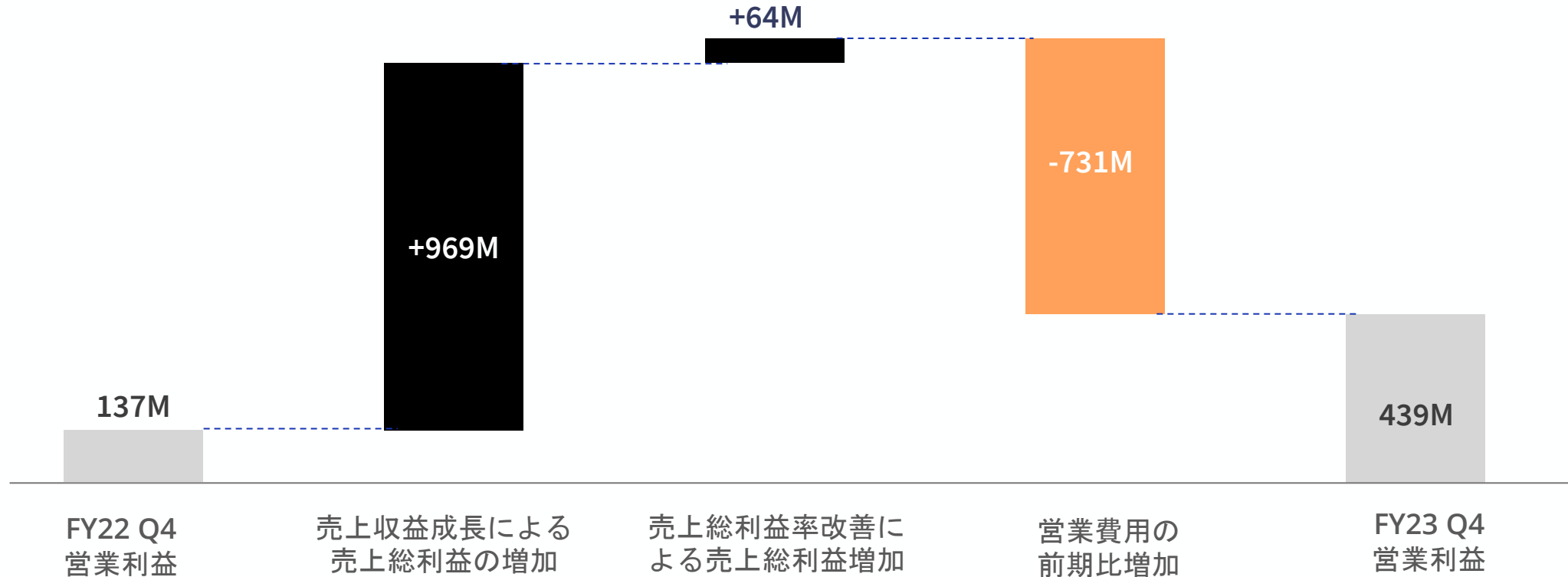
営業生産性の向上・NRRの上昇・売上総利益率の改善・研究開発の強化・業務効率の改善により、安定的に営業損益を改善

営業利益の変動（日本円）



2023 Q4 営業利益の前年同期からの変動

営業利益の変動（日本円）



資本効率マネジメント



効率的な市場参入戦略を伴うプロダクトシナジーにより、セールス・マーケティング投資の回収サイクルを短縮

体系的な市場参入戦略、クロスセルシナジー、及びプロダクトシナジーを伴うセット販売により、生産性の高い営業活動を実現し、セールス・マーケティング投資の回収サイクルを更に短縮



大規模なTAMがもたらすROIの高いセールス・マーケティング投資

当社のAIを活用したソリューションは主にデジタル志向の大企業をターゲットとし、また地域や顧客業種の拡大によりTAMが拡大していることから、効率的なアカウント毎のマーケティング（戦略的にアプローチ先を絞るマーケティング）により、ROIの高いセールス・マーケティング投資を行うことが可能



クラウド型プラットフォームによる効率的なAIテクノロジーの拡大

クラウド型プラットフォームを通じて、AIテクノロジーを顧客企業に効率的に提供。これにより、研究開発投資からの高いオペレーティング・レバレッジを実現

事業成長見通し：強固な顧客基盤



リターン重視のソリューション

景気後退への強い耐性

- 顧客のマーケティング費用に対し、予測可能なリターンを提供
- 当社のソリューションは、80%以上の顧客企業の直接的な収益及び利益に貢献



ファーストパーティデータのトレンド & AIに対する意識の向上

継続的な事業拡大

- ファーストパーティデータは、個人情報規制の厳格化への対応に重要な役割を果たし、特に米国及びEMEA地域において事業拡大が加速
- AIの認知度向上がプロダクトの価値を明確にし、事業成長を推進



大規模なエンタープライズ顧客 & 多様な顧客業種

より高い事業の安定性

- 年間売上100億円以上の顧客が、当社売上収益の90%以上を占有
- EコマースとデジタルコンテンツというTAMの大きな2つの強力な業種の成長エンジンにより、変化の激しく不確実性の高いマクロ環境に対応できる

事業成長の見通し：TAMの拡大



米国 & EMEA

地域拡大

- 米国及びEMEA地域は世界最大のデジタル経済圏として、更なる収益拡大の可能性はある。
- マクロ経済の影響を受ける規模になるまでには、大きな成長の余地がある。
- 提供するプロダクトを増やし、地域内における他の業種への展開に注力。

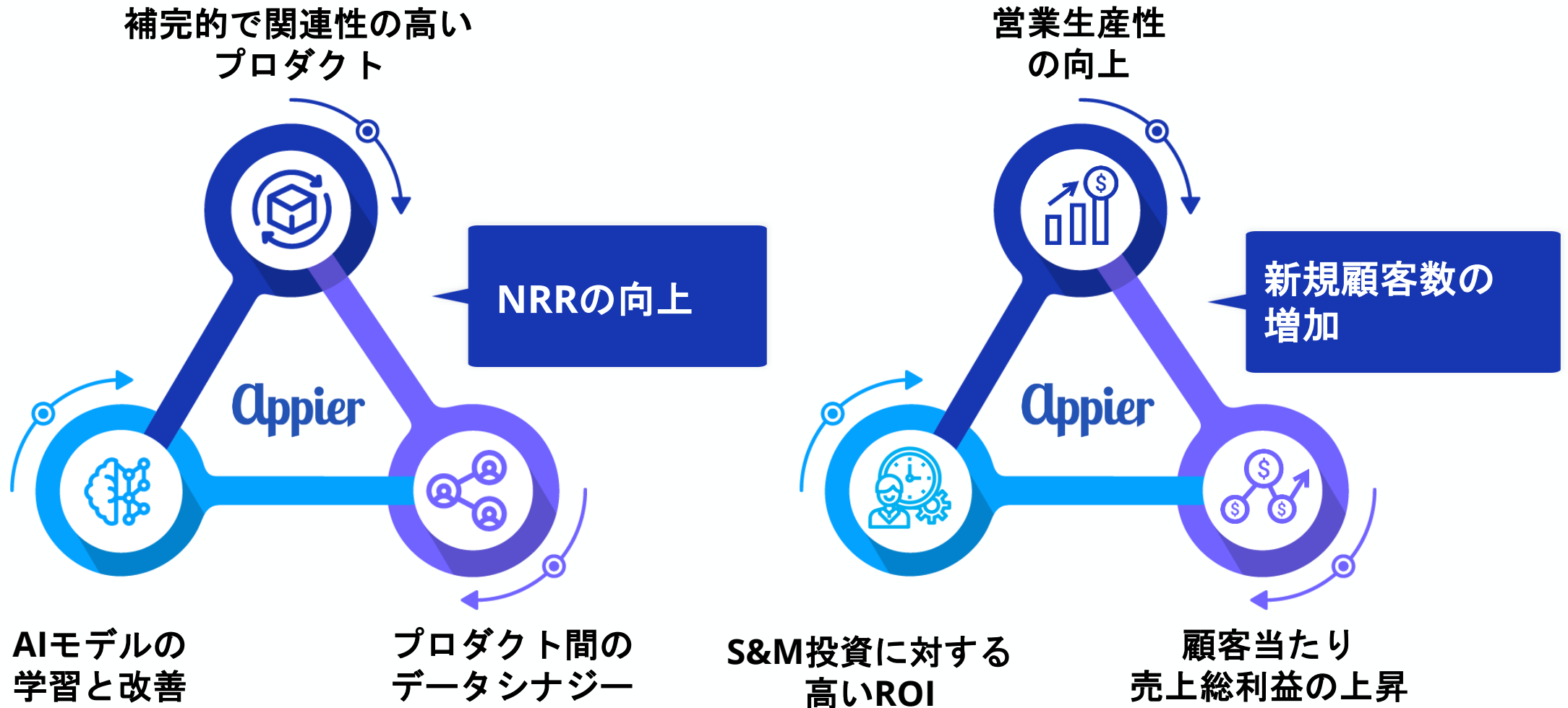


アジア

業種拡大

- 結果重視のソリューションにより、Eコマース及びその他の既存業種において、確固たる地位を維持。
- アジアにおいてデジタルコンテンツを更に拡大し、トップクラスのブランドを獲得。

プラットフォームの価値を高めるAppierの強力なネットワーク効果



ESGの取組み

当社のコミットメント

MSCI
ESG RATINGS



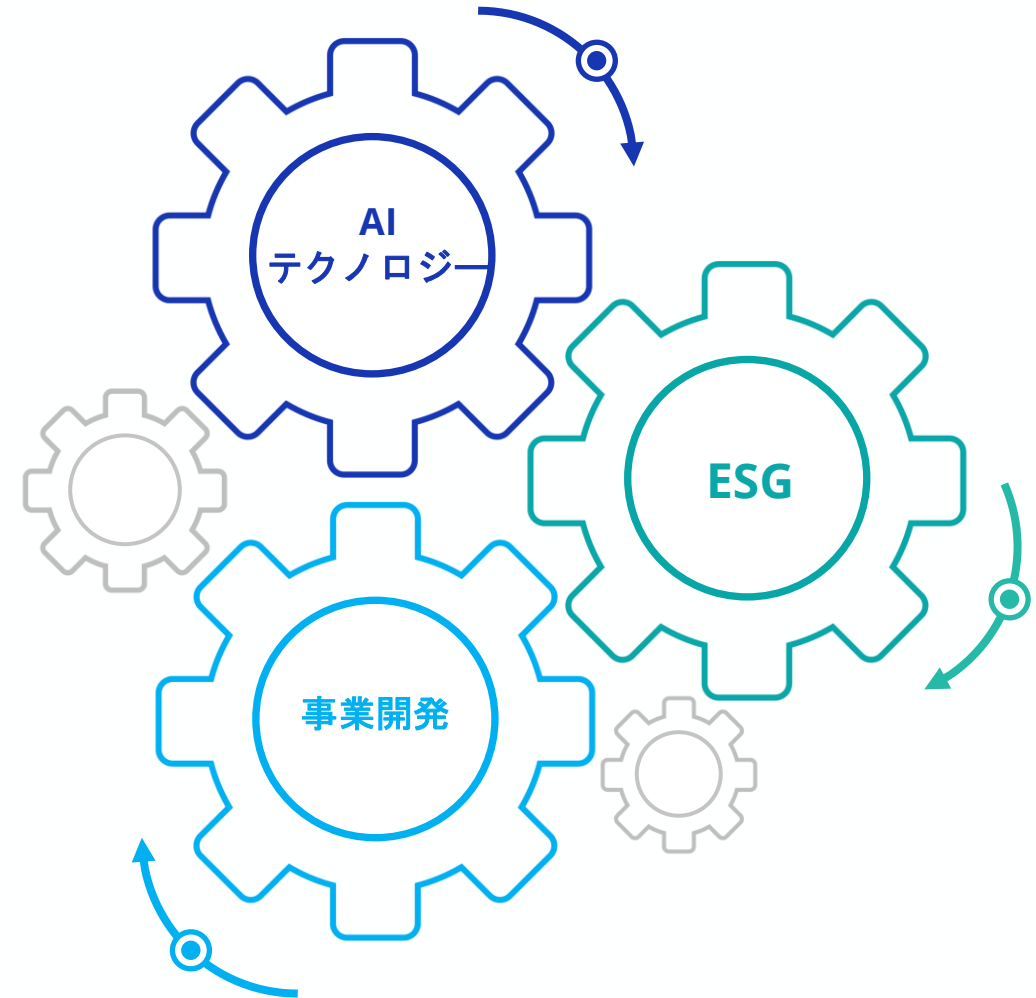
CCC B BB BBB A AA AAA

ESGをビジネスに組み込む

Appierは、AI搭載のエンタープライズソフトウェアによって、正確で自動化されたプロアクティブな意思決定が可能になる未来が訪れると考えています。

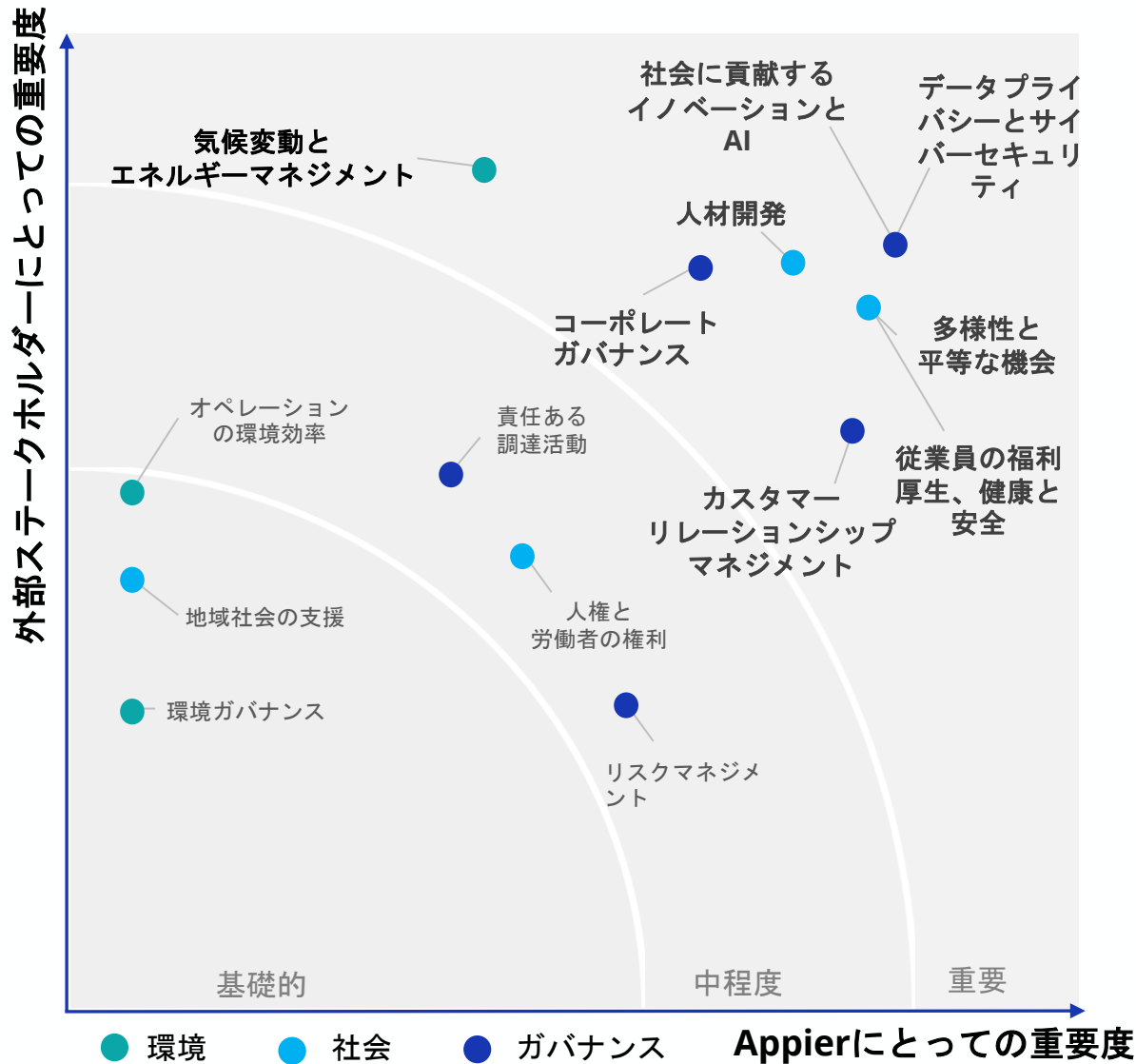
私たちは、ESGは持続可能なビジネスの構築に向けた課題の核心であると捉えています。高い水準のESGを実現するための活動は私たちのビジネスの将来像の一部であると考え、積極的にステークホルダーに関わっていくことを約束します。

MSCI ESG Research⁽¹⁾から「A」評価を獲得し、今後もESGエクセレンスに向けて改善を続けていきます。



(1) MSCI ESG Researchでは、8,500社を超える世界の上場企業と少数の未上場企業について、業界特有のESGリスクへのエクスポージャーと同業他社との比較によるリスク管理能力に応じて、AAA（リーダー）～CCC（ラグード）の尺度でMSCI ESGレーティングを提供しています。MSCI ESGリサーチは、今日、主要なESG格付け機関の1つとして知られています。

ESGの優先順位を決定：マテリアリティ評価



当社のメソドロジー

第三者機関と協働し、外部環境のトレンドや社内外のステークホルダーとの面談を含むステークホルダーとのエンゲージメントに基づき、優先的に取り組むべきサステナビリティに関する課題を特定しました。

環境・社会・ガバナンスのフレームワーク



環境 グリーンなオペレーション

- > 事業活動による影響を最小化：
グリーン&サステイナブルオフィス
- > 当社のAIソリューションがスマートな働き方を支援することで、顧客企業の温室効果ガス削減に貢献



社会 “Happier”な仲間

- > 長期的な成長と持続可能性を重視する文化をコミュニティに構築
- > 多様性、公平性、包括性をコアバリューとする
- > テクノロジー / AI 業界の付加価値を高める熟練された人材の育成



ガバナンス セキュリティとプライバシー保護

- > 経営層が関与する優れたガバナンスを構築するための方針
- > ISO/IEC 27001:2013の認証を取得しデジタルセキュリティを確保

TCFDレポートの公表

環境に対する責任を果たす

TCFDレポート⁽¹⁾は、当社の環境に対する責任への強固なコミットメントの証です。

当社はこの世界的な気候変動への取り組みに沿った包括的な情報開示により、気候変動に関連するリスクと機会に対し、高い透明性をもって取り組んでいることを示しています。

事業を拡大する中で、サステナビリティは、より環境に優しい未来に向けたイノベーションの原動力となります。

(1) TCFDFレポートへのリンク : <https://www.appier.com/ja-jp/greener-operation-appier>



財務データサマリー

連結損益計算書

(単位：百万円)

	2021	2022	2023	YoY	2022 Q4 3ヶ月	2023 Q4 3ヶ月	YoY
売上収益	12,661	19,427	26,418	36%	5,757	7,616	32%
売上原価	(6,422)	(9,428)	(12,710)		(2,754)	(3,579)	
売上総利益	6,239	9,998	13,708	37%	3,003	4,037	34%
売上総利益率	49.3%	51.5%	51.9%		52.2%	53.0%	
販売及びマーケティング費用	(4,322)	(6,394)	(8,263)		(1,843)	(2,369)	
対売上収益比率	34%	33%	31%		32%	31%	
研究開発費	(1,711)	(2,284)	(3,141)		(642)	(912)	
対売上収益比率	14%	12%	12%		11%	12%	
一般管理費	(1,349)	(1,602)	(1,829)		(458)	(464)	
対売上収益比率	11%	8%	7%		8%	6%	
その他の収益	28	334	334		77	151	
その他の費用	(2)	(2)	(9)		(0)	(2)	
営業利益	(1,117)	50	801		137	439	
営業利益率	(8.8%)	0.3%	3.0%		2.4%	5.8%	
金融収益	43	213	547		117	141	
金融費用	(96)	(153)	(285)		81	54	
税引前利益	(1,170)	111	1,063		335	634	
法人所得税費用	(8)	(90)	(61)		(25)	(15)	
当期利益	(1,179)	21	1,002		310	619	
EBITDA (上場関連の一時費用を除く)	42	1,363	2,834		531	1,042	
EBITDAマージン	0.3%	7.0%	10.7%		9.2%	13.7%	

財務データサマリー

連結財政状態計算書

(単位：百万円)	2020	2021	2022	2023
現金及び現金同等物	1,635	6,561	3,804	6,134
定期預金	6,577	14,939	13,933	8,004
その他の金融資産（流動資産） ⁽¹⁾	-	-	3,577	4,940
実質的なキャッシュ	8,212	21,500	21,313	19,078
その他の流動資産	1,834	2,984	4,050	5,851
流動資産合計	10,046	24,484	25,363	24,929
非流動資産合計	2,348	6,722	10,576	12,923
資産合計	12,394	31,206	35,939	37,852
負債合計	4,726	8,370	9,737	8,761
資本合計	7,668	22,836	26,201	29,091

(1) 資金運用目的で短期・低リスクの債券を保有

財務データサマリー

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)		2021	2022	2023
営業活動によるキャッシュ・フロー	(A)	-747	996	2,224
運転資本の増減を除く営業CF		-376	1,304	2,950
運転資本の増減		-371	-308	-726
投資活動によるキャッシュ・フロー		-9,075	-3,772	1,971
無形資産の取得による支出	(B)	-1,418	-2,330	-3,229
子会社の取得による支出		-116	-1,237	-381
定期預金の払戻、預入		-7,324	3,317	6,585
その他の金融資産（流動資産）(2)の取得、売却		-	-3,411	-817
その他		-218	-111	-186
財務活動によるキャッシュ・フロー		14,396	-520	-2,250
現金及び現金同等物の為替変動による影響		352	539	385
現金及び現金同等物の増減額		4,926	-2,757	2,330
現金及び現金同等物の期末残高		6,561	3,804	6,134
コア・フリー・キャッシュ・フロー(1)	(A)+(B)	-2,164	-1,334	-1,005

- (1) コア・フリー・キャッシュ・フロー＝営業活動によるキャッシュ・フロー＋無形資産の取得による支出
 (2) 資金運用目的で短期・低リスクの債券を保有
 (3) 有形固定資産の取得による支出、子会社の取得による支出、保証金の差入による支出
 (4) FY23に短期借入金返済のために16億円を支出

実質的なキャッシュの変動

(単位：百万円)	2021	2022	2023
実質的なキャッシュの残高	21,500	21,313	19,078
現金及び現金同等物	6,561	3,804	6,134
定期預金	14,939	13,933	8,004
その他の金融資産（流動資産）(2)	-	3,577	4,940
実質的なキャッシュの変動	13,288	-187	-2,235
コア・フリー・キャッシュ・フロー(1)	-2,164	-1,334	-1,005
その他の投資活動によるキャッシュ・フロー(3)	-334	-1,348	-568
財務活動によるキャッシュ・フロー(4)	14,396	-520	-2,250
その他の金融資産（流動資産）(2)の 公正価値評価 為替変動による影響	-	68	253
現金及び現金同等物の為替変動による影響	352	539	385
定期預金の為替変動による影響	1,038	2,310	656
その他の金融資産（流動資産）(2)の 為替変動による影響	-	98	294

ディスクレーマー

本プレゼンテーション資料は、Appier Group株式会社（以下「当社」といいます。）及びその連結子会社に関する情報開示のみを目的として作成されており、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

本プレゼンテーション資料には、将来の業績予想に関する記述が含まれています。将来に関する記述には、当社の将来の事業活動や業績、事象、状況を説明するために「信じる」、「予測する」、「計画する」、「戦略の策定」、「期待する」、「可能性」などの表現が含まれますが、これらに限定されるものではありません。将来に関する記述は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づく当社の経営陣の判断に基づいています。したがって、これらの将来に関する記述には、様々なリスクや不確実性があり、将来に関する記述に含まれ又は示唆されているものから大きく異なることがあるため、将来に関する記述に過度に依存しないことが推奨されます。当社は、新たな情報、将来の事象、新たな発見に応じて、将来に関する記述を変更または修正する義務を負いません。

本プレゼンテーション資料に記載されている当社以外の会社に関する情報、あるいは外部の情報源から得られた情報は、一般に入手可能な情報から引用したものです。当社はこれらの情報の正確性や妥当性を独自に検証しておらず、これらの情報の正確性を保証するものではありません。
