

# MAKING AI EASY

BY MAKING  
SOFTWARE INTELLIGENT

---

2021年12月期 第1四半期 決算説明資料 2021年5月

**Appier**

# ミッション

将来の事象を予測するAIを用いて、データに基づく意思決定に従い、顧客企業の事業が成長・成功することを支援する



# 第一四半期の主な実績

## ビジネスの成長

ARR

**100M** USD **106億** JPY

YoY

**+38%**

ARRは1億米国ドル (106億円)に到達  
ARRの前年同期比38%の成長  
売上計画値を上回る進捗

## 地理的拡大



新たな地域における初期的な成功

## プロダクト開発



内製イノベーションとM&Aによる  
新たなプロダクトのポートフォリオへの  
新規追加

# 財務実績

# 当社の財務報告に関する留意事項

当社は国際的に事業を展開しているため、主要な機能通貨を米国ドルとしており、会計上の表示通貨である日本円とは異なります。

そのため、米国ドルの数値を利用して財務報告を行うことにより、日本円の為替変動の影響を排除した業績を理解することができます。

当社の顧客の多くは、プロダクトを継続的かつ反復的に利用していますが、当社収益の大部分は利用量ベースの料金体系に基づいています。

当社の業績には季節的変動があります(Q1とQ2が低く、Q3とQ4がハイシーズン)が、前年同期比の財務数値を比較することにより、正確な業績推移を把握することができます。



# Q1ハイライト(米国ドルベース)

ARR <sup>(1)</sup>

USD **100.2M**

ARR成長率 <sup>(2)</sup>

**+38%**

売上収益

USD **26.0M**

売上収益成長率 <sup>(3)</sup>

**+31%**

LTM NRR <sup>(4)</sup>

**119%**

売上総利益成長率 <sup>(5)</sup>

**+44%**

(1) ARRはAnnual Recurring Revenueの略。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）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か月間の米国ドル建て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か月間の米国ドル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

(2) 2020年3月と2021年3月を比較したARRの成長率

(3) 2020年第1四半期と2021年第1四半期を比較した売上収益の成長率

(4) Net Retention Revenue Rateの略。直近12か月間と同じ期間となる前事業年度以前において売上のあった顧客のうち、前事業年度の当該期間において当社ソリューションを利用した顧客からの当事業年度の直近12か月間における米ドルで計算された売上の総額を、前事業年度の当該期間において当該顧客から米国ドルで計算された売上の総額で除して算出

(5) 2020年第1四半期と2021年第1四半期を比較した売上総利益の成長率

# Q1ハイライト(日本円ベース)

ARR <sup>(1)</sup>

JPY **106億**

ARR成長率 <sup>(2)</sup>

**+34%**

売上収益

JPY **27億**

売上収益成長率 <sup>(3)</sup>

**+27%**

LTM NRR <sup>(4)</sup>

**119%**

売上総利益成長率 <sup>(5)</sup>

**+40%**

(1) ARRはAnnual Recurring Revenueの略。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)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

(2) 2020年3月と2021年3月を比較したARRの成長率

(3) 2020年第1四半期と2021年第1四半期を比較した売上収益の成長率

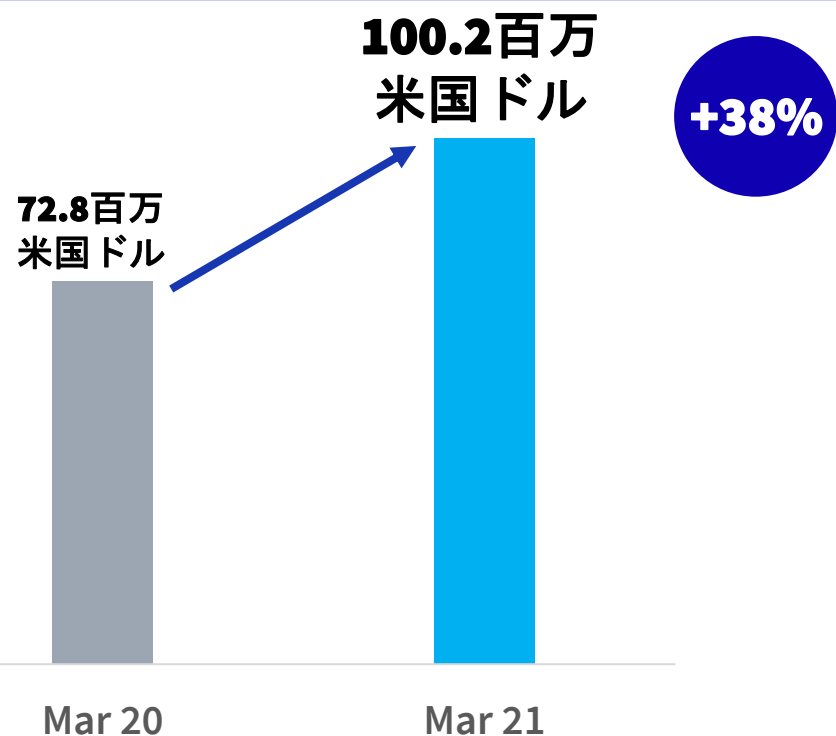
(4) Net Retention Revenue Rateの略。直近12か月間と同じ期間となる前事業年度以前において売上のあった顧客のうち、前事業年度の当該期間において当社ソリューションを利用した顧客からの当事業年度の直近12か月間における米ドルで計算された売上の総額を、前事業年度の当該期間において当該顧客から米ドルで計算された売上の総額で除して算出

(5) 2020年第1四半期と2021年第1四半期を比較した売上総利益の成長率

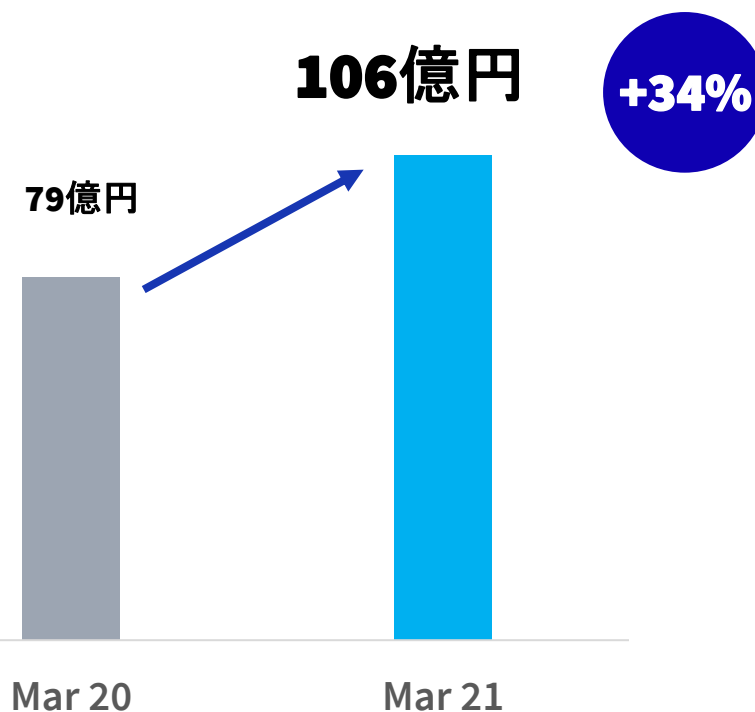
# ARR (年間経常収益)

力強い成長モメンタムが継続。ARR(年間経常収益)は前年同期比+38%増の1億米国ドルを超える規模に成長  
これには売上拡大とリカーリング売上収益比率の上昇が寄与

## ARR (米国ドル)



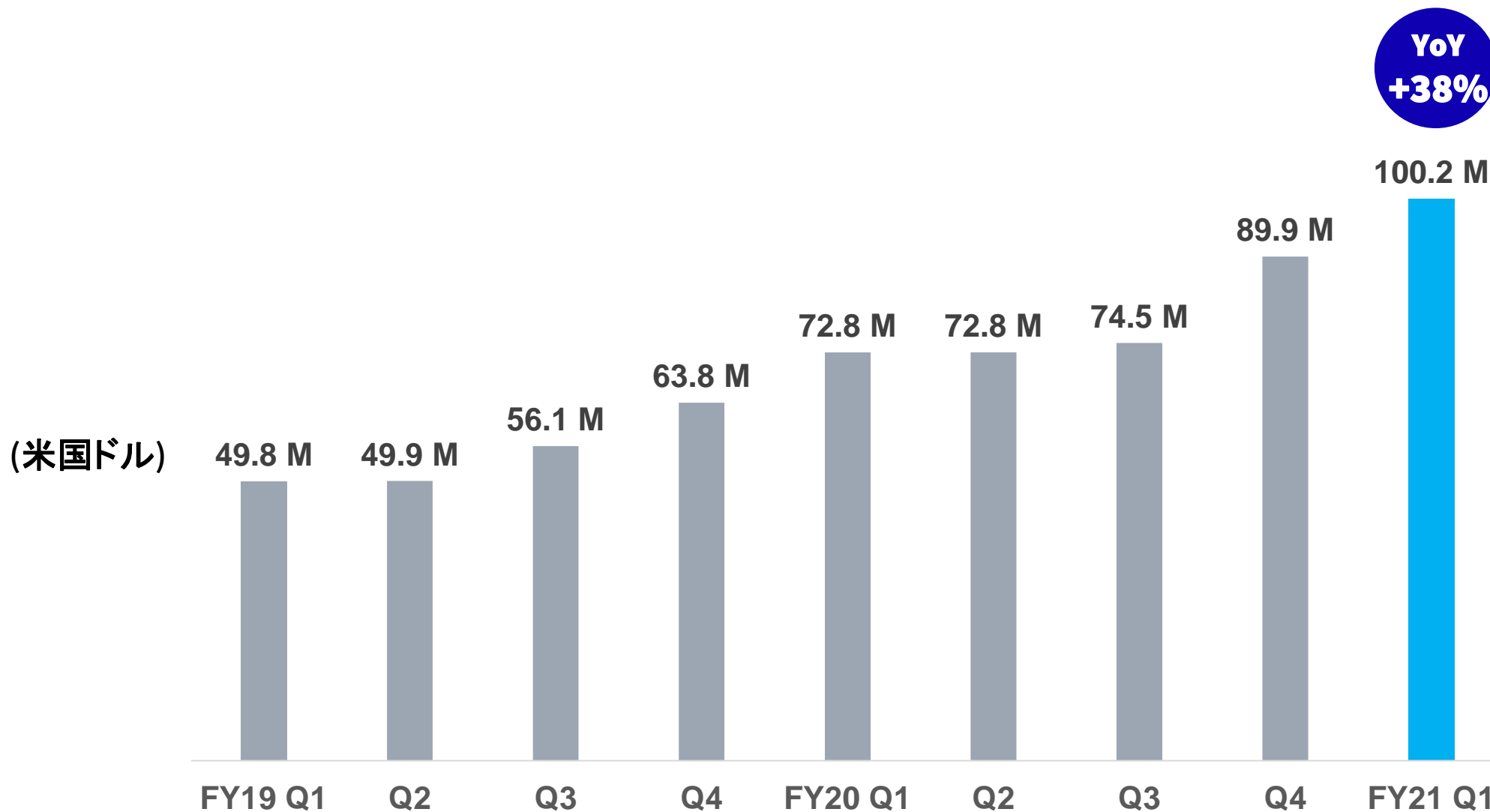
## ARR (日本円)



(1) ARRはそれぞれのソリューションにおけるARRの合計。(i) サブスクリプションサービスとして提供されるAIQUA・AiDeal・AIXONIについては、過去1ヶ月間のSaaS型のソリューションの継続顧客からの契約手数料×12。(ii) CrossXについては、過去6ヶ月間の継続顧客からの月額平均契約手数料×12。



# ARR（年間経常収益）の四半期毎の推移



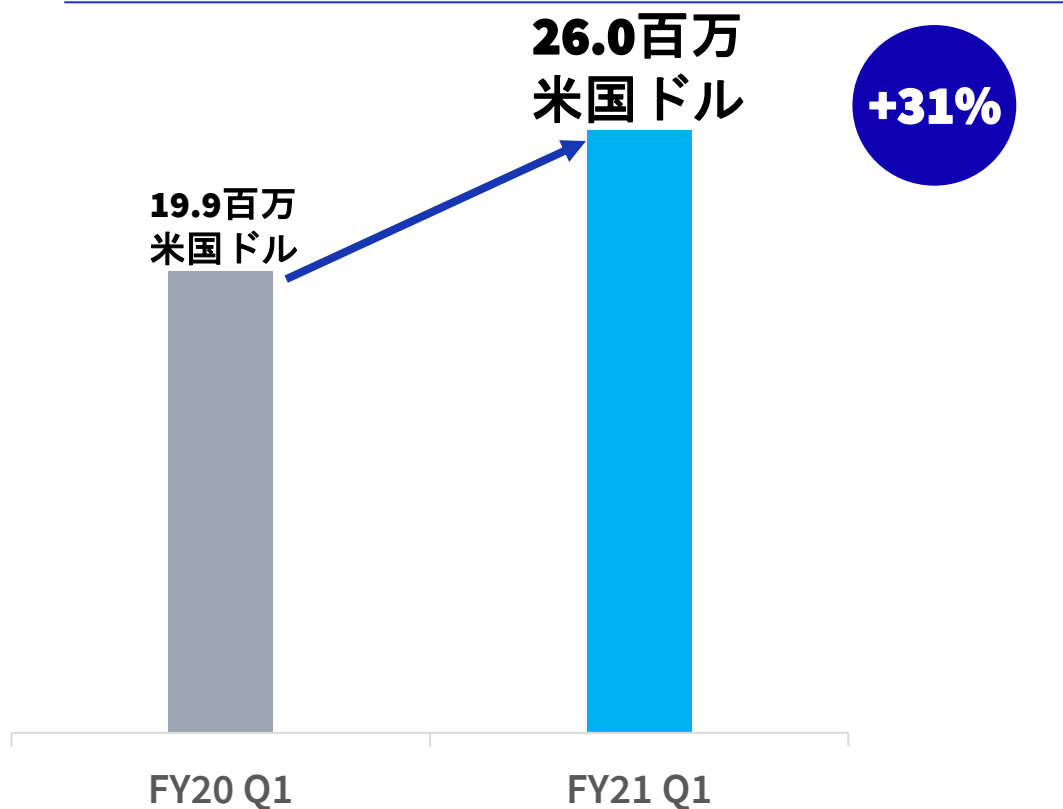
# 売上収益のトレンド

売上収益は直近数四半期の間、継続して30%以上成長(米国ドルベース)

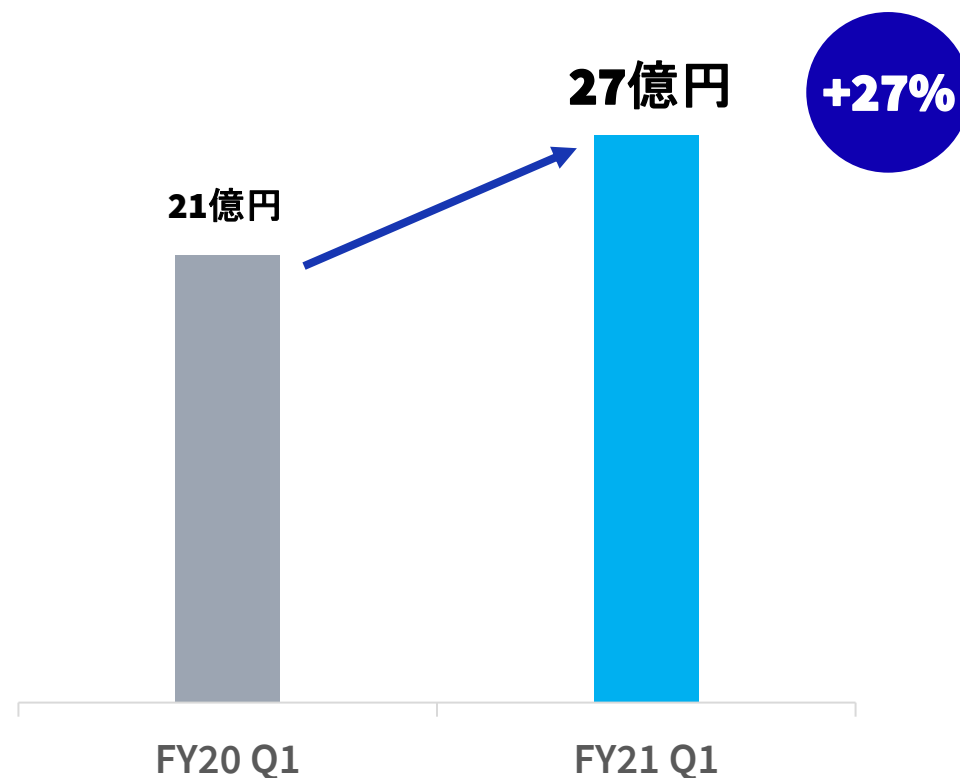
これには既存顧客からの売上拡大と新規顧客の獲得が寄与

継続利用する顧客(リカーリング顧客)の獲得に注力していることから、ARR成長率は売上収益の成長率を上回る

## 売上収益(米国ドル)



## 売上収益(日本円)



# 業績予想の進捗状況

2021年度の売上収益は順調に推移しており、第1四半期時点で年度計画値の25%に到達  
2018年度から2020年度における、売上収益の年度実績と第1四半期実績を比較した進捗率の平均は23%  
第1四半期における進捗率は、過去平均を超え、計画値を約10%上回る進捗状況

## 売上収益の進捗率（米国ドル）

25%

第1四半期における進捗率は計画値を約10%上回って達成

FY21 計画値  
USD 105.2M

## 売上収益の進捗率（日本円）

25%

第1四半期における進捗率は計画値を約10%上回って達成

FY21 計画値  
JPY 10.9 B

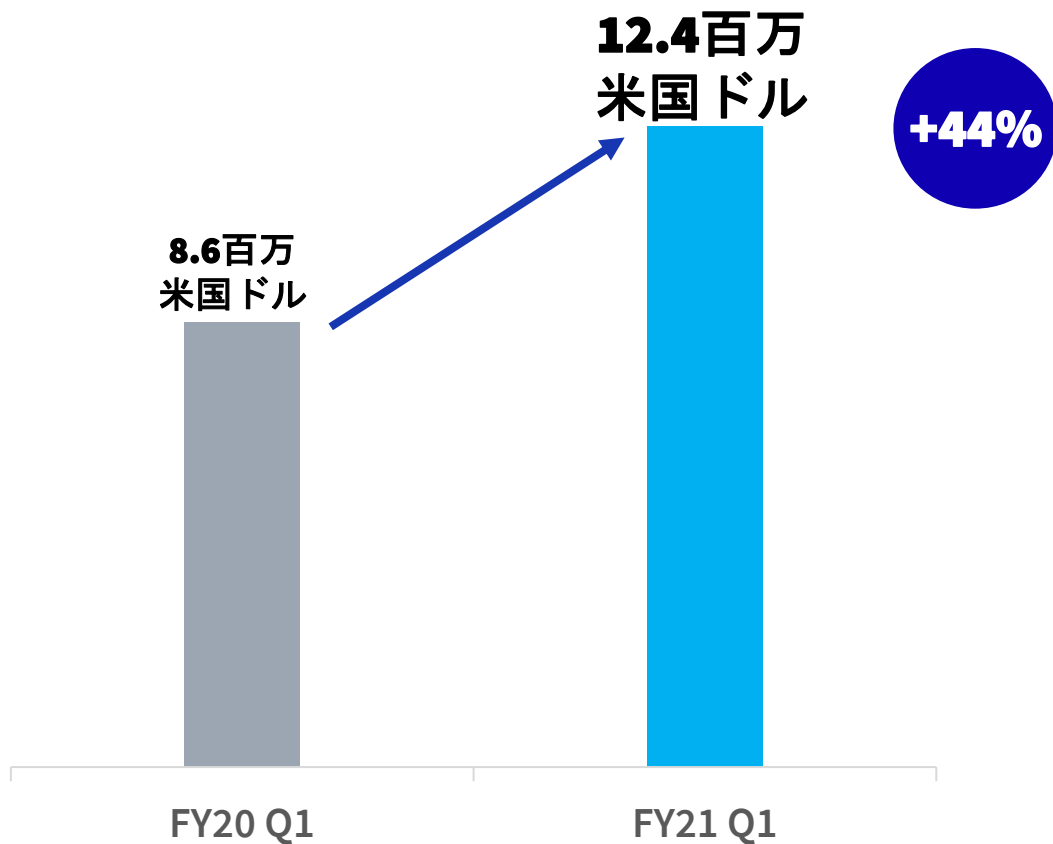
23%

FY18 - FY20  
売上収益の年度実績と第1四半期実績を比較した進捗率の平均

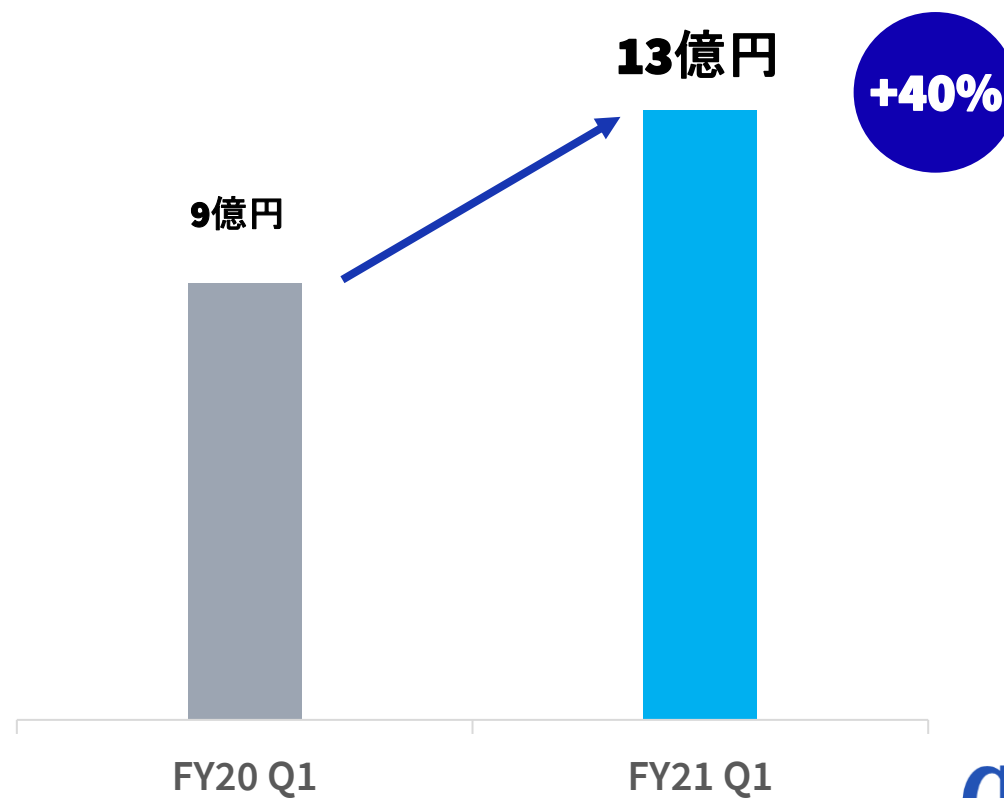
# 売上総利益

売上総利益成長率は売上収益成長率を上回っており、売上総利益率の改善により前年同期比44%の増加  
今後もこのトレンドが継続すると想定

## 売上総利益 (米国ドル)



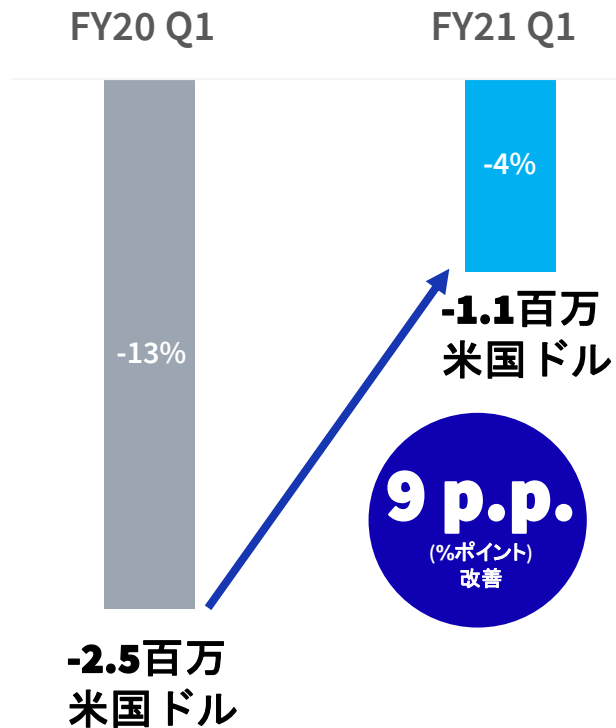
## 売上総利益 (日本円)



# EBITDA

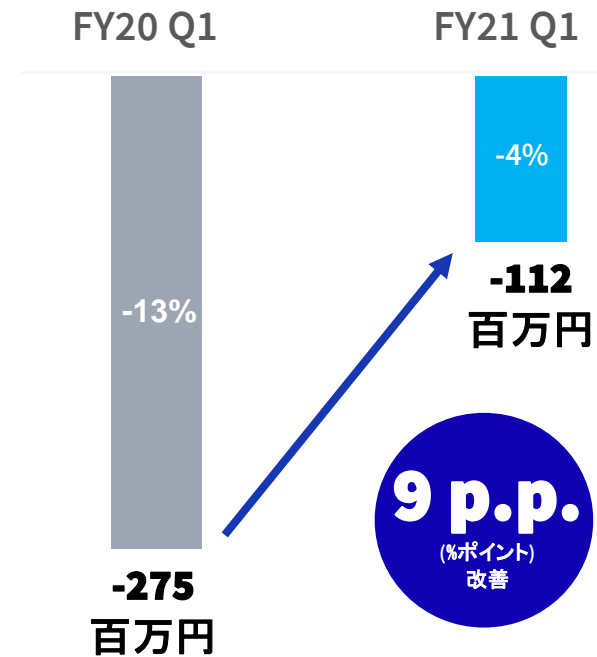
売上収益の増加と利益率の改善により、EBITDAマージンは前年同期比で9%ポイント改善

## EBITDA & マージン(米国ドル)



\*EBITDAは上場関連費用を除く

## EBITDA & マージン(日本円)

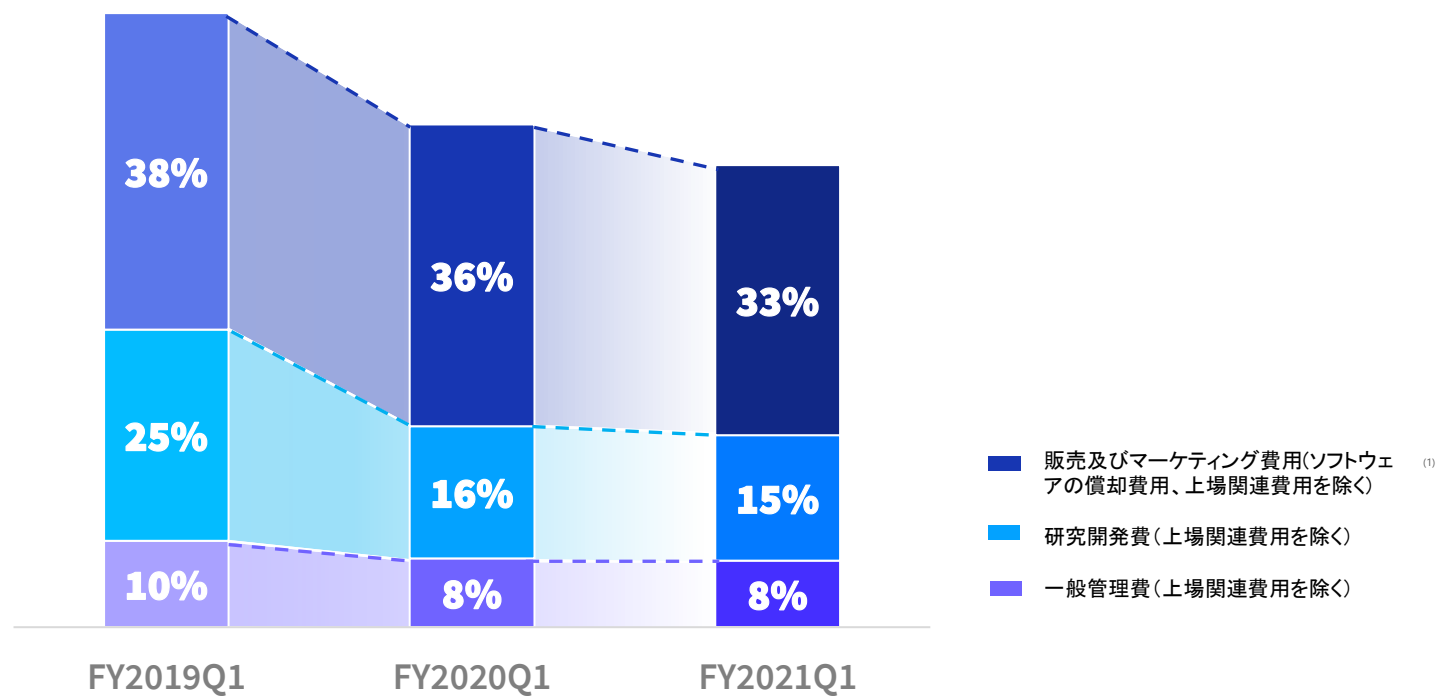


\*EBITDAは上場関連費用を除く

# コスト構造

オペレーティング・レバレッジが強力に働いており、改善傾向

## コスト構造の実績 (対売上収益比率)



(1) 当社の販売及びマーケティング費用はソフトウェアの償却費用を含む。ソフトウェアの資産化はFY2020から開始



# マーケットとプロダクトの概要

# 当社への追い風となっているAI導入のトレンド



AIは企業にとって不可欠なものに

**73%** の企業が今後12-36か月でAIの活用を考えている (1)



AIの普及率は低く、広大で未開拓の市場が存在

わずか **19%** とAIの普及率は低い (1)



AI人材が不足している状況はSaaSのビジネス機会に

**56%** の企業がAIの導入にあたって人材不足が最大の障害と考えている(挙げられた中で最多) (2)



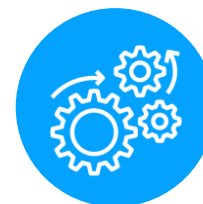
デジタルデータの増加がAIのスケールを加速

デジタルデータ増加の年換算複利成長率(2020年から2024年)は **26%** (3)



将来を予測する力はマーケティング及びセールス領域の投資において重要

AIによって、投資の結果とリターンを予測することが可能に



自動化によってマーケティングの効率性や正確性が向上

AIは最適な意思決定、資源配分に貢献する優れたソリューションを提供

(1) 出典: Gartner CIO Survey 2020

(2) 出典: Gartner – Three Barriers to AI Adoption

(3) 出典: IDC Global Data Sphere, 20201H edition

# 企業の課題を解決するソリューション

データの活用に当たって多くの組織が抱える課題



バラバラに分断されたデータ



これらの課題を解決するAppierのソリューション



データ統合の自動化



AI人材の不足



AI予測モデルの自動構築



事業に良い影響を与える  
AIアプリケーションを開発  
することの難しさ



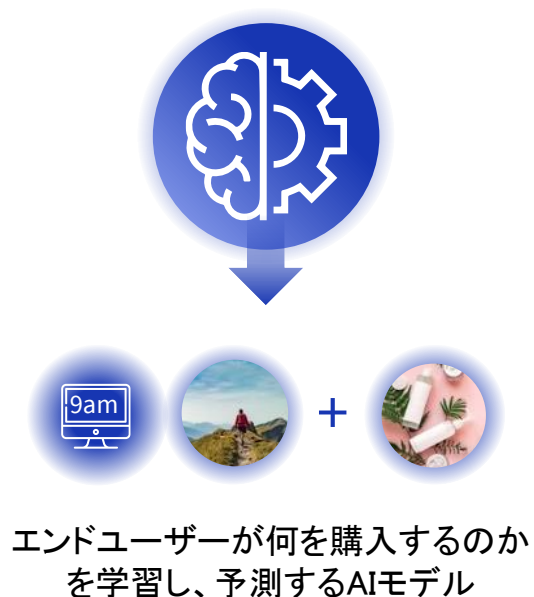
簡単に利用可能な  
SaaSプラットフォーム

# テクノロジーによって現実世界の課題を解決

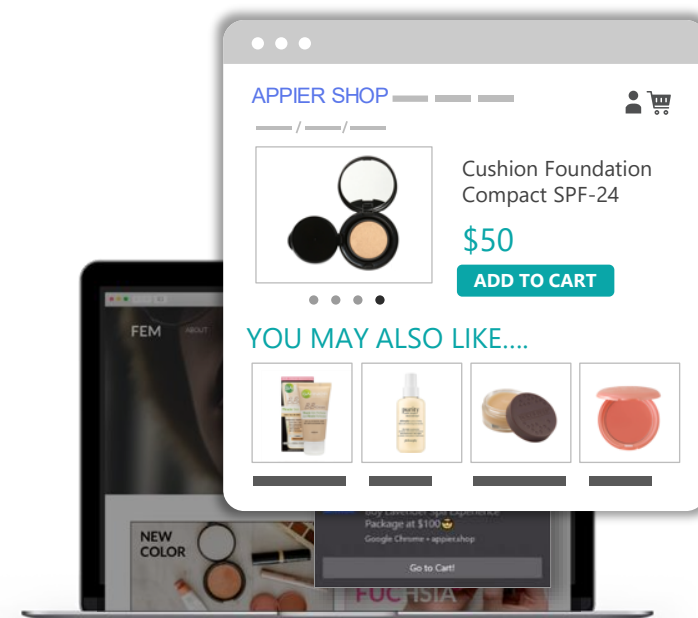
**1** すべてのチャネルのデータを統合



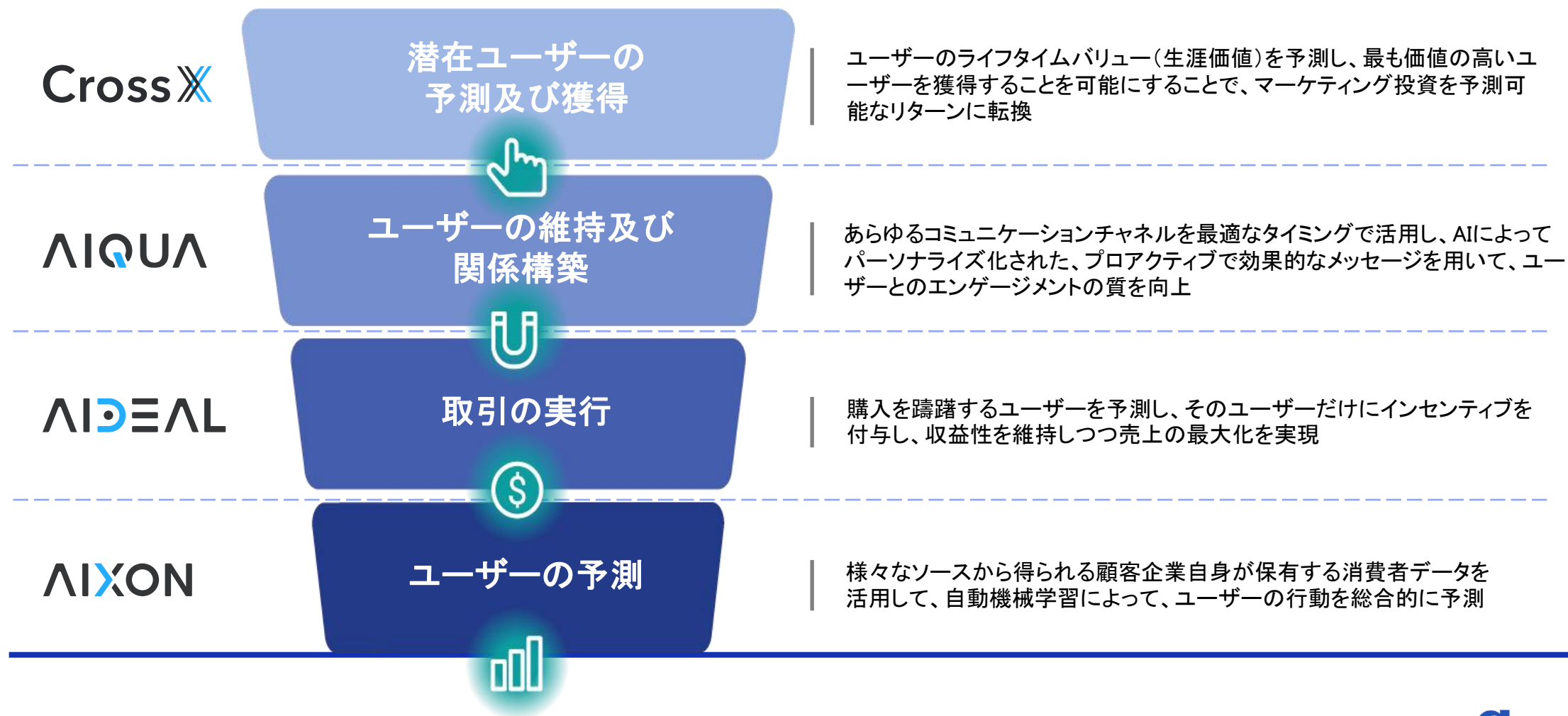
**2** 自動でAIモデルの構築と予測を実施



**3** 構築したAIモデルを即座に展開し、その結果をリアルタイムに反映



# 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



▶ 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



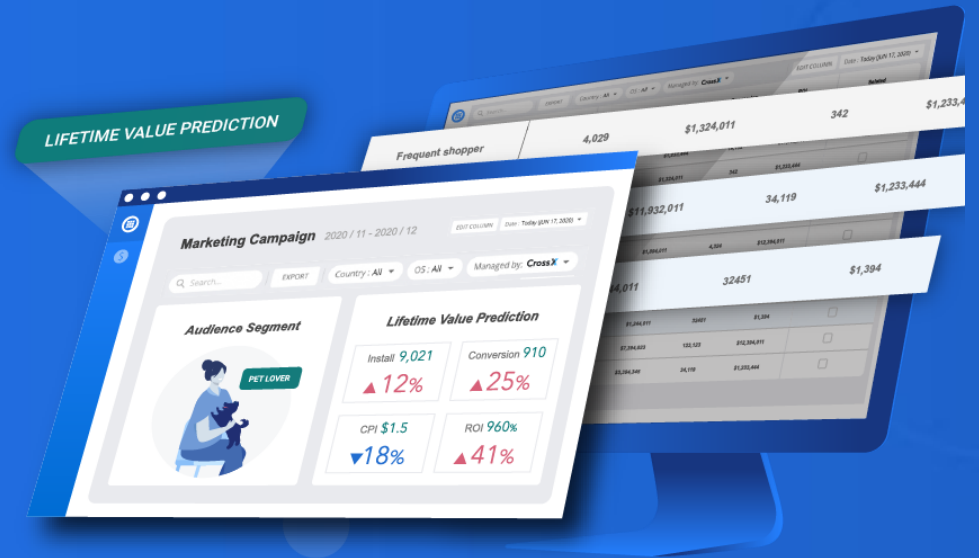
取引の実行



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



# AIXPERT マーケティングの「自動運転」

ネットで売上を計上するリカーリング売上収益モデル

## 課題



人間が24時間365日、  
正確なオペレーションをすることは困難



デジタルマーケティングキャンペーン  
の管理には、膨大な手作業が必要

## ソリューション

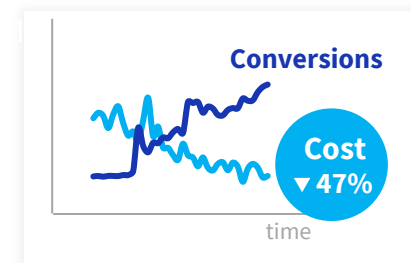
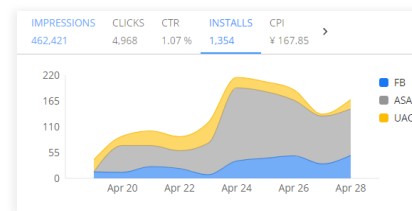
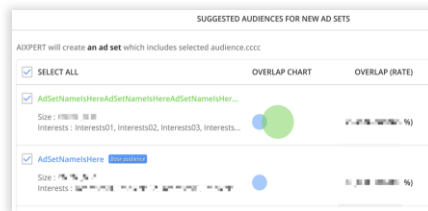
AIXPERTプラットフォームは、AIを活用し、マーケターがすべてのデジタルマーケティングプラットフォームのキャンペーンを自動的に運用することを可能に

インタラクティブな  
ユーザーインターフェース

人間が発見することが困難な  
ユーザー設定をAIが発見し  
予測

AIが将来のパフォーマンスを予測し  
その予測に基づくオペレーションを  
自動で実行

AIにより全体的な  
マーケティングパフォーマンス  
が向上



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

# AIQUA AIによるコンテンツ分析の活用

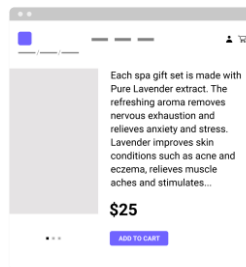
構造化データ

Webイベント



非構造化データ

テキスト



Each spa gift set is made with Pure Lavender extract. The refreshing aroma removes nervous exhaustion and relieves anxiety and stress. Lavender improves skin conditions such as **acne** and **eczema**, relieves muscle aches and stimulates...

・ テキスト認識・分析AI

画像



・ スタイル認識AI  
・ 画像タグ付けシステム

会話

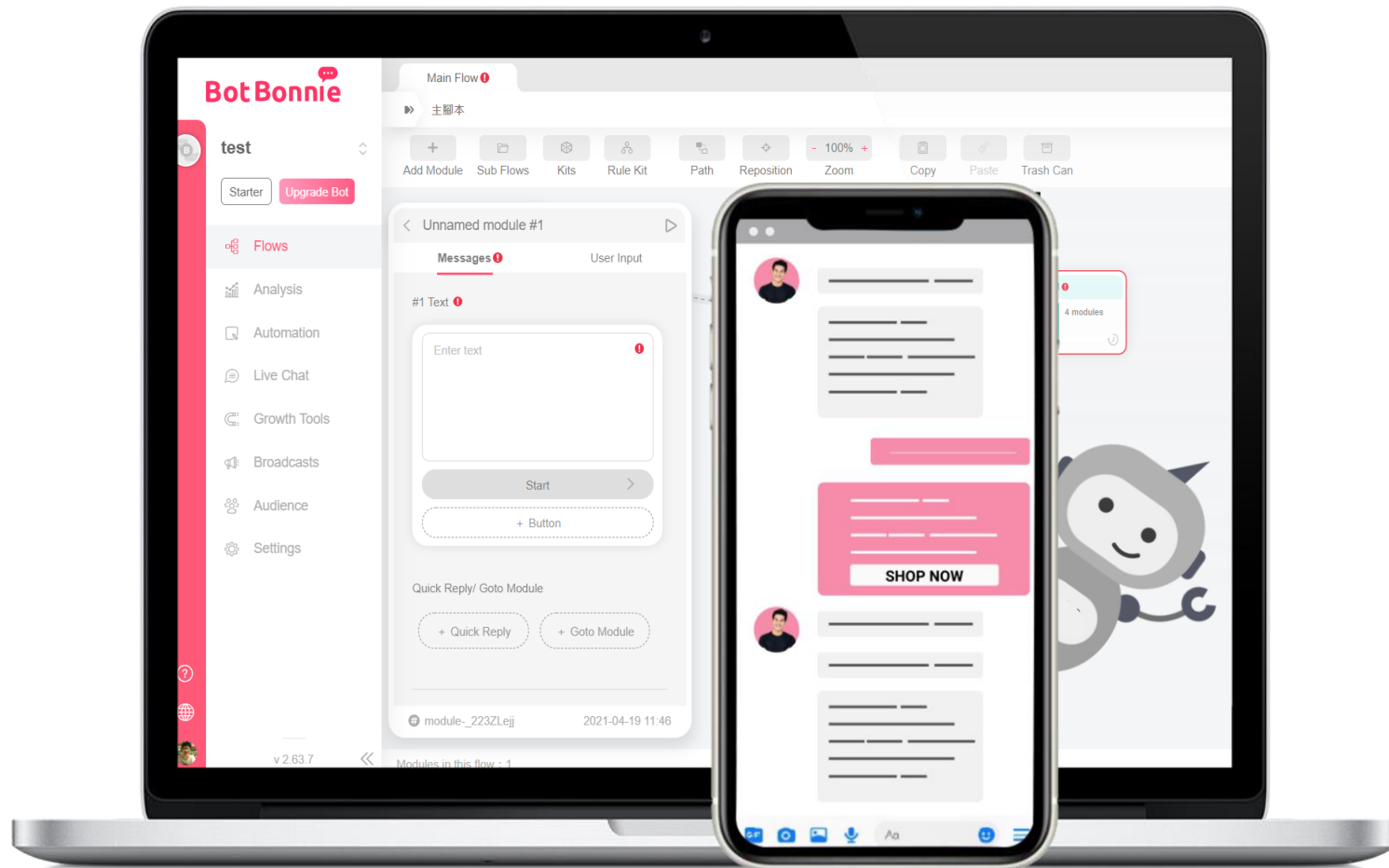


・ 会話データ認識AI

# Bot Bonnie Appier ファミリーへの加入

会話型エンゲージメントサービスのためのSaaSプラットフォームを提供するBot Bonnieの株式取得契約を締結  
Bot Bonnieは企業がユーザーと対話するためのインタラクティブな会話エージェントを構築するSaaSプラットフォームを提供  
これによって会話型のインタラクションやコマースに関するソリューションを追加することにより、プロダクトポートフォリオを更に拡大

## 会話型のエンゲージメントマーケティング



# 2017

台湾で創業

# 200+

ブランド



リテール



自動車



消費財



金融

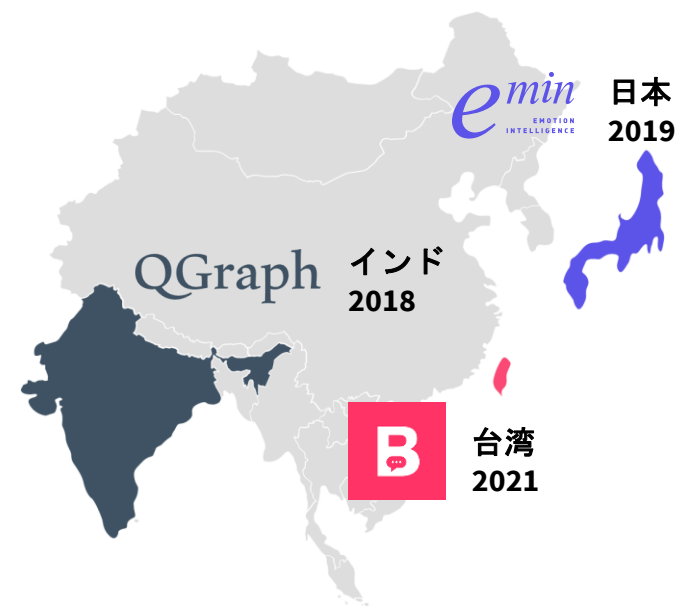
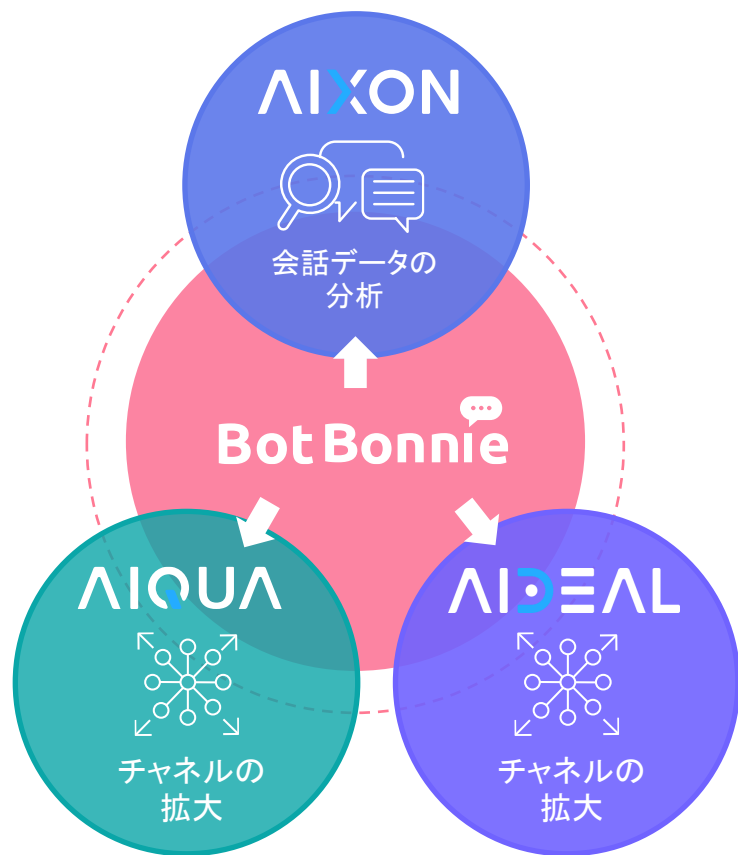
主要な業種

# 会話型のエンゲージメントマーケティング

プロダクト間のシナジー

提供地域の拡大

これまでのグローバルなM&Aの  
トラックレコード



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



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

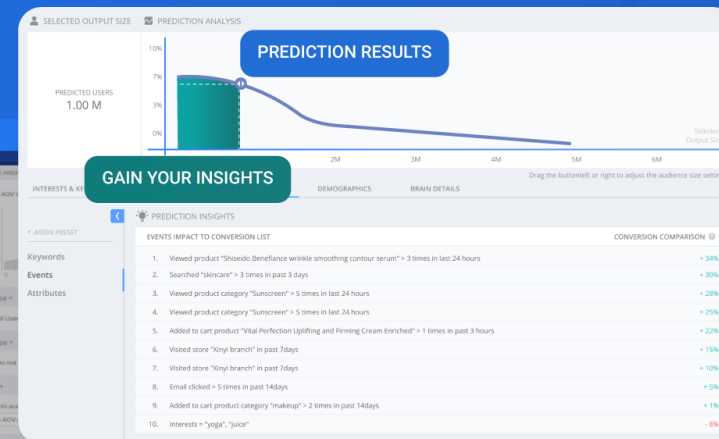


▶ ユーザーの予測



# 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

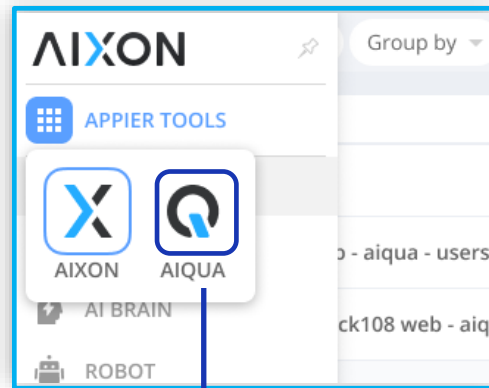
自動構築される機械学習モデルが  
生成したシナリオに基づく予測

予測・提案の背景を  
説明可能なAI

# AIXON

AIXONとAIQUAのユーザーインターフェースを統合。AI予測機能とマーケティングキャンペーンの実施をシームレスに行うことによりシナジーが生まれ、ビジネスの価値を更に向上  
この統合により、プロダクトのクロスセルを推進

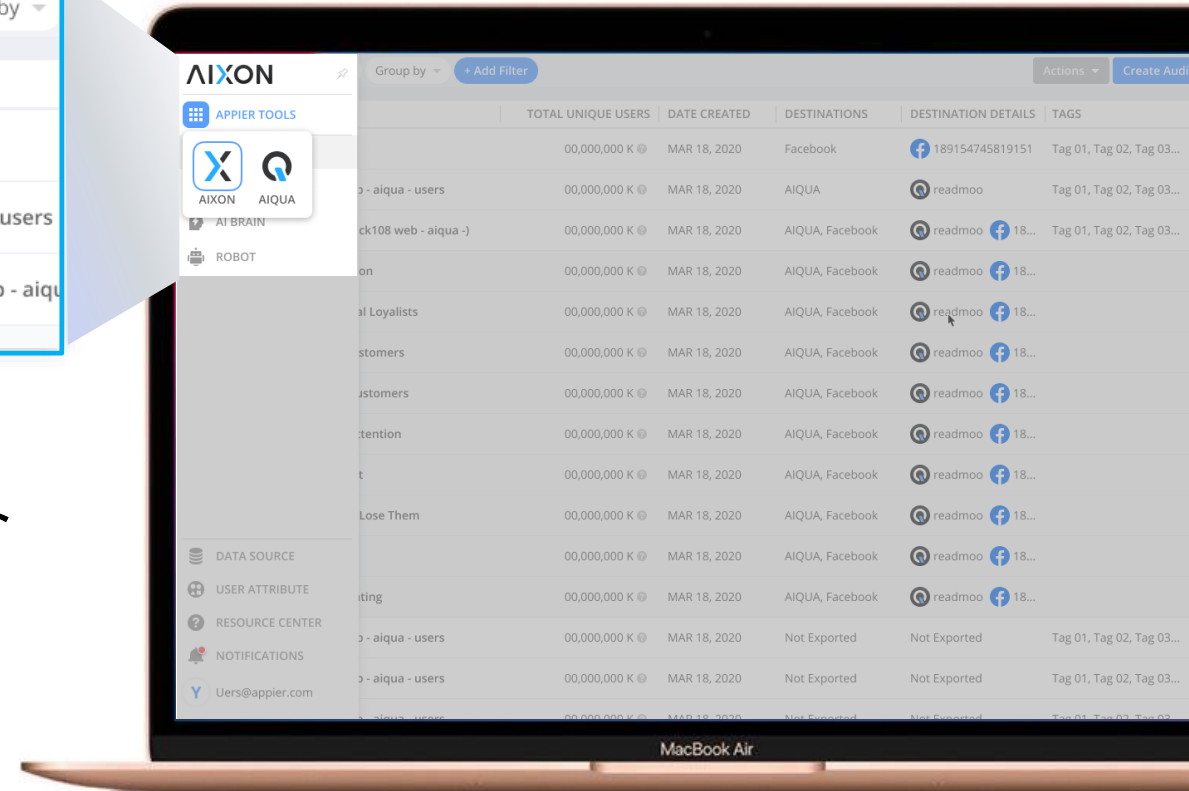
## AIXON AI予測モデル



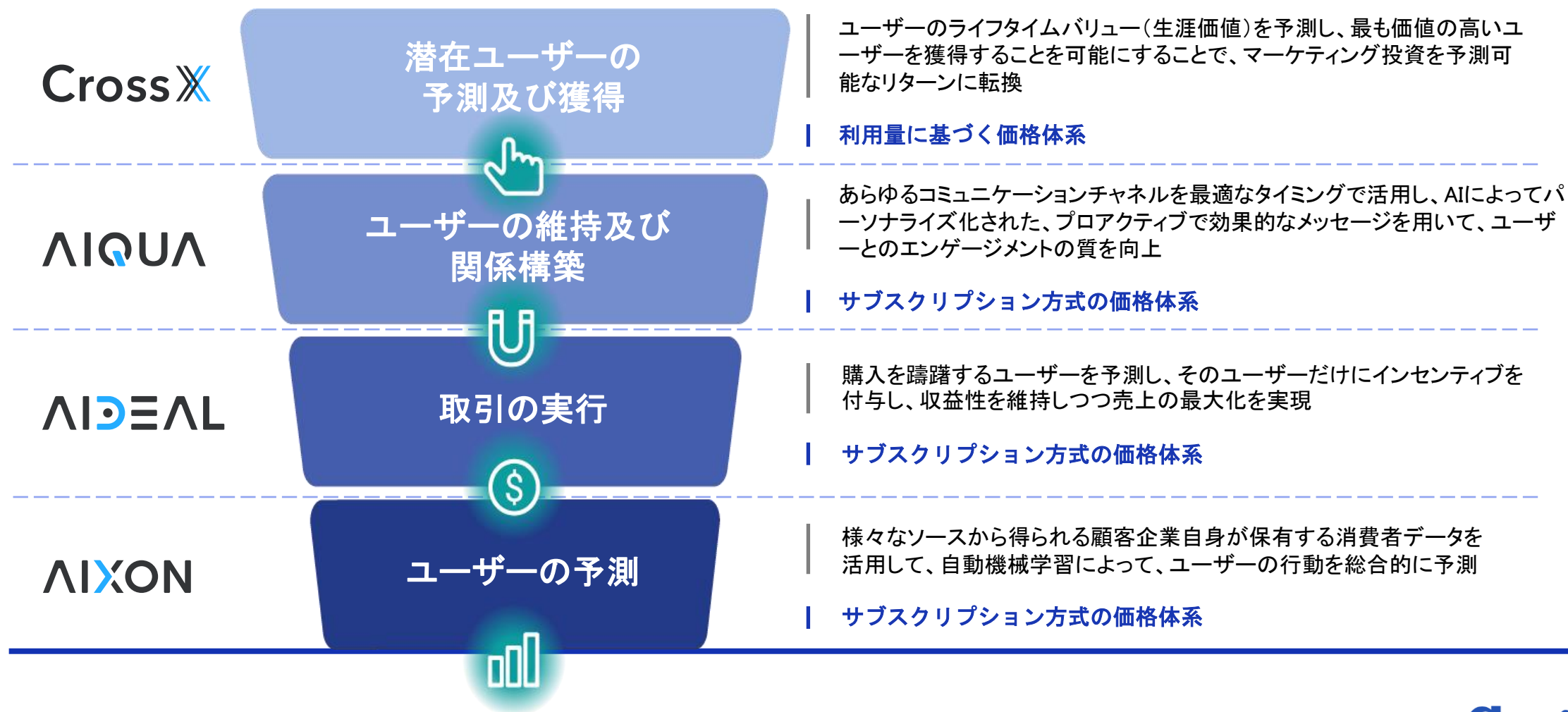
## AIQUA オムニチャネルのエンゲージメント



The screenshot displays the AIQUA omnichannel engagement interface, showing a table of campaign data. The table has columns for 'Name', 'Status', 'Start Date', 'End Date', 'Budget', 'Spent', 'ROI', and 'Clicks'. The data is organized into a list of campaigns with various icons and status indicators.



# 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

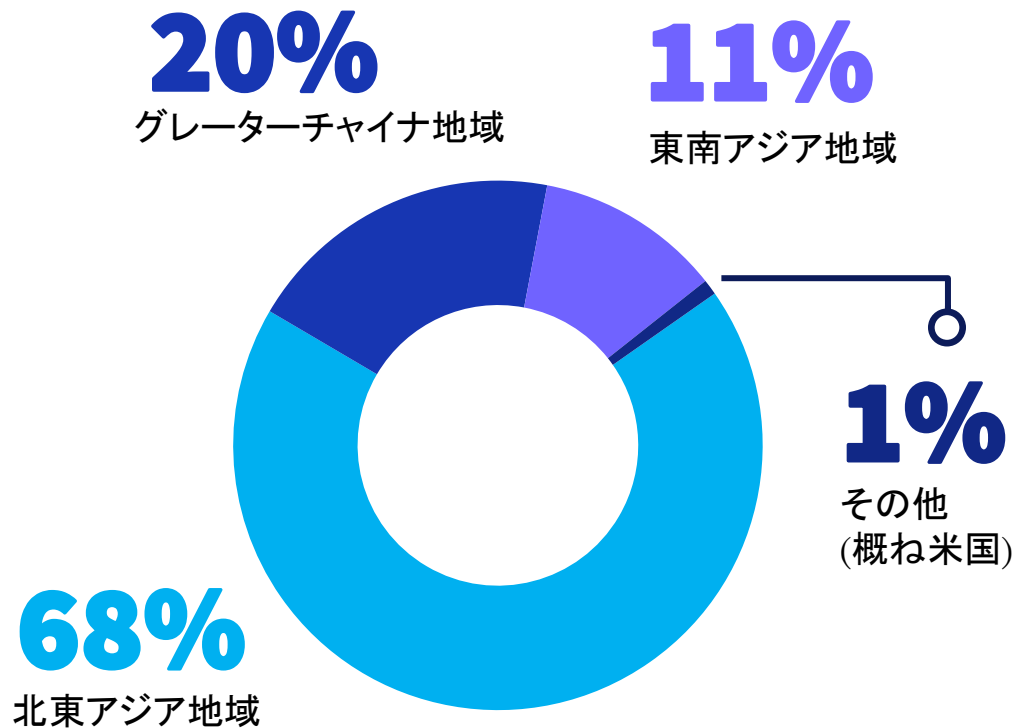


# 事業の進捗及び指標

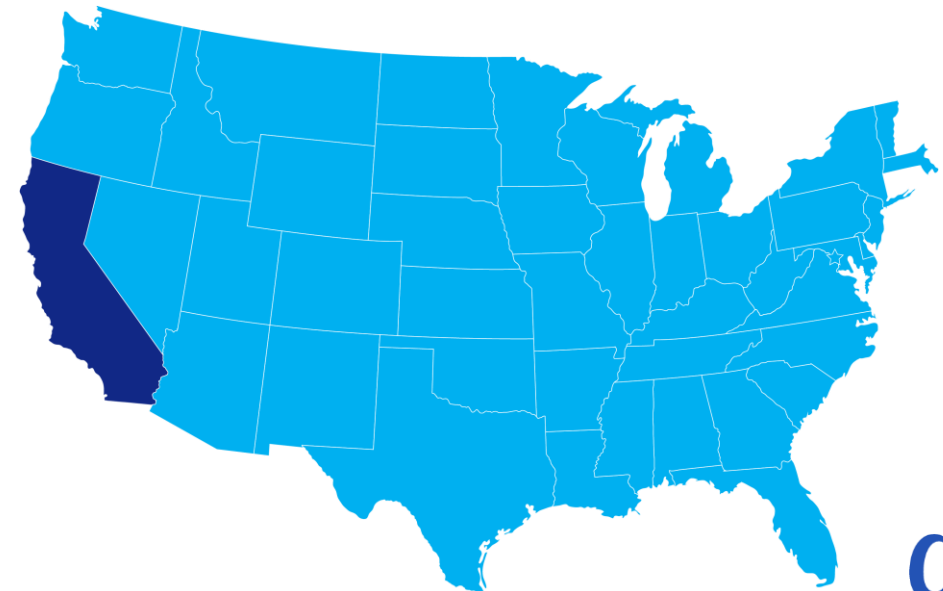
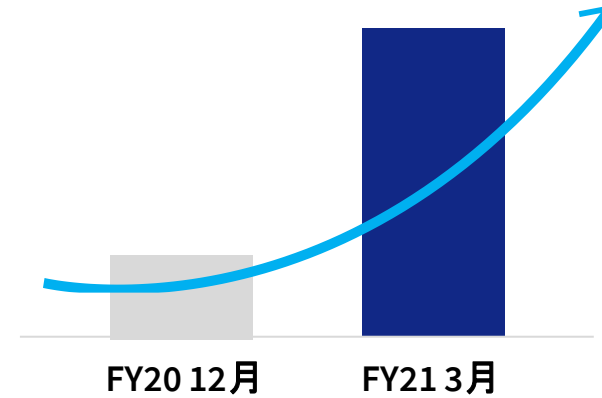
# 多様な地域における収益基盤

米国での収益が成長に貢献を開始。事業開始から、わずか2四半期で1%の収益貢献に到達

## FY21Q1 地域別売上収益比率



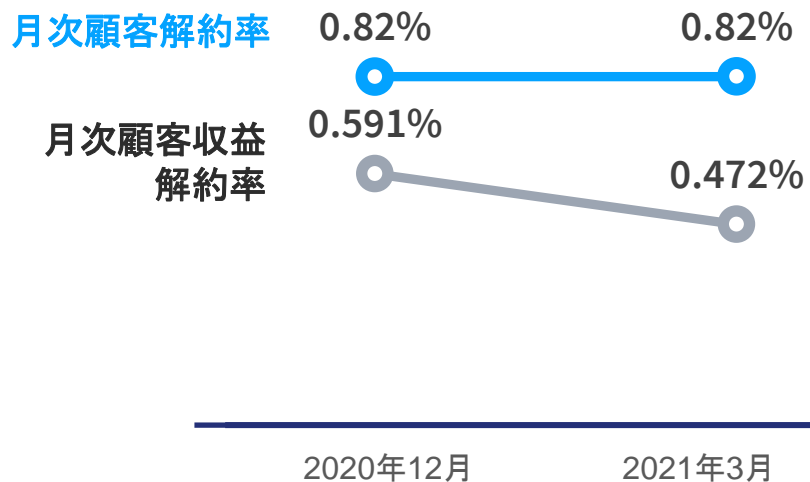
売上収益 (米国ドル)



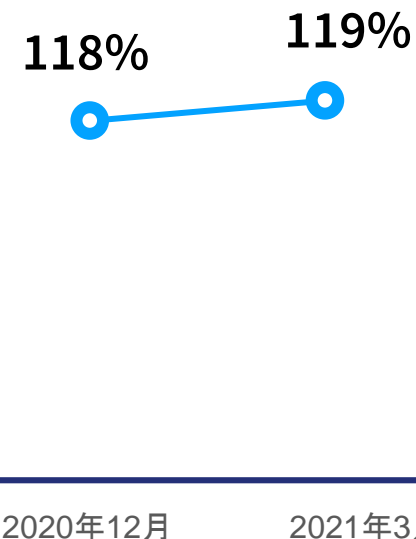
# 良好な推移を示す全てのKPI - 米国ドルベース

解約率の低減に成功し、NRR(LTM) は119%に上昇

## 直近12か月の月次顧客解約率<sup>(1)</sup>及び 月次顧客収益解約率<sup>(2)</sup>



## 直近12ヶ月の Net Revenue Retention<sup>(3)</sup>



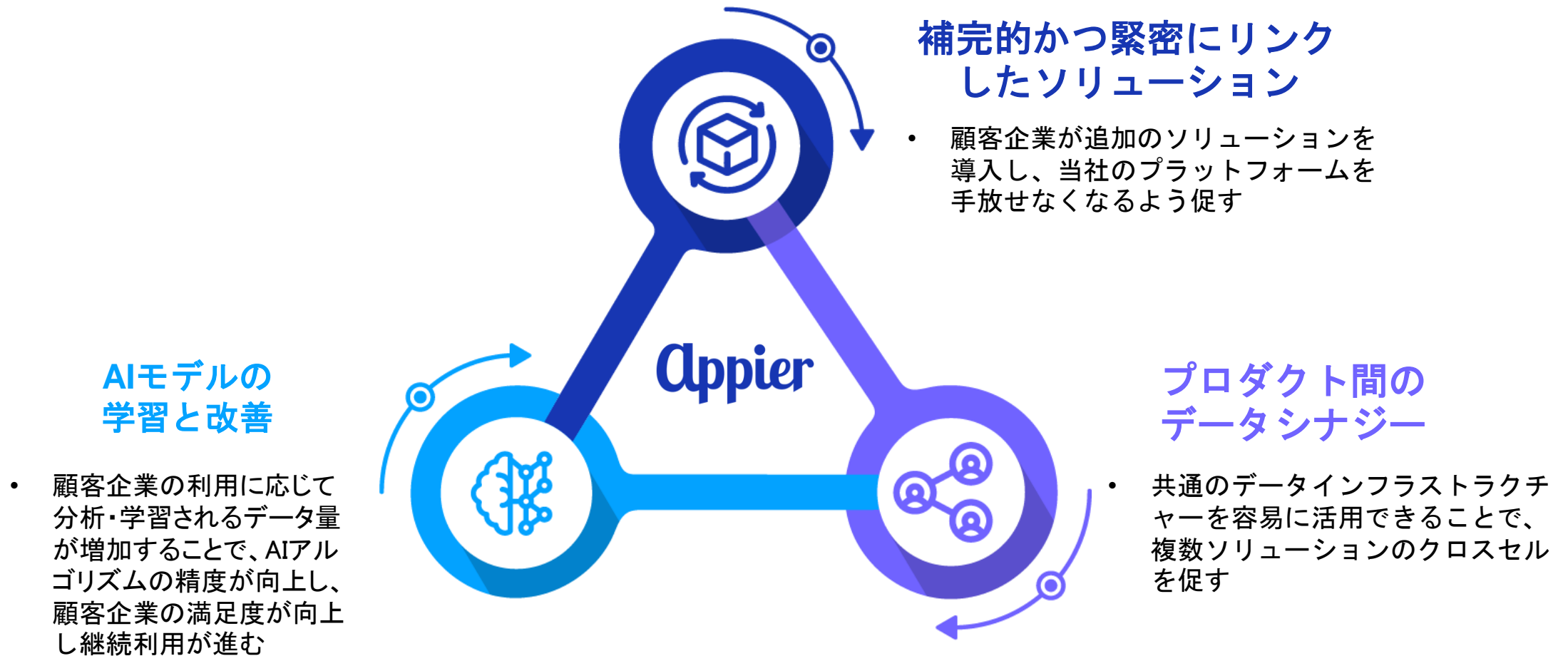
(1) 月次顧客解約率 = 当月中に当社との取引関係を終了した顧客数を月末時点の全顧客数で割って算出

(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) 直近12か月間と同じ期間となる前事業年度以前において売上があった顧客のうち、前事業年度の当該期間において当社ソリューションを利用した顧客からの当事業年度の直近12か月間における米ドルで計算された売上の総額を、前事業年度の当該期間において当該顧客から米ドルで計算された売上の総額で除して算出



# 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



# 大規模かつ急成長するAIソリューション市場

AIによるカスタマーリレーション  
シップマネジメント (CRM)  
アプリケーション市場

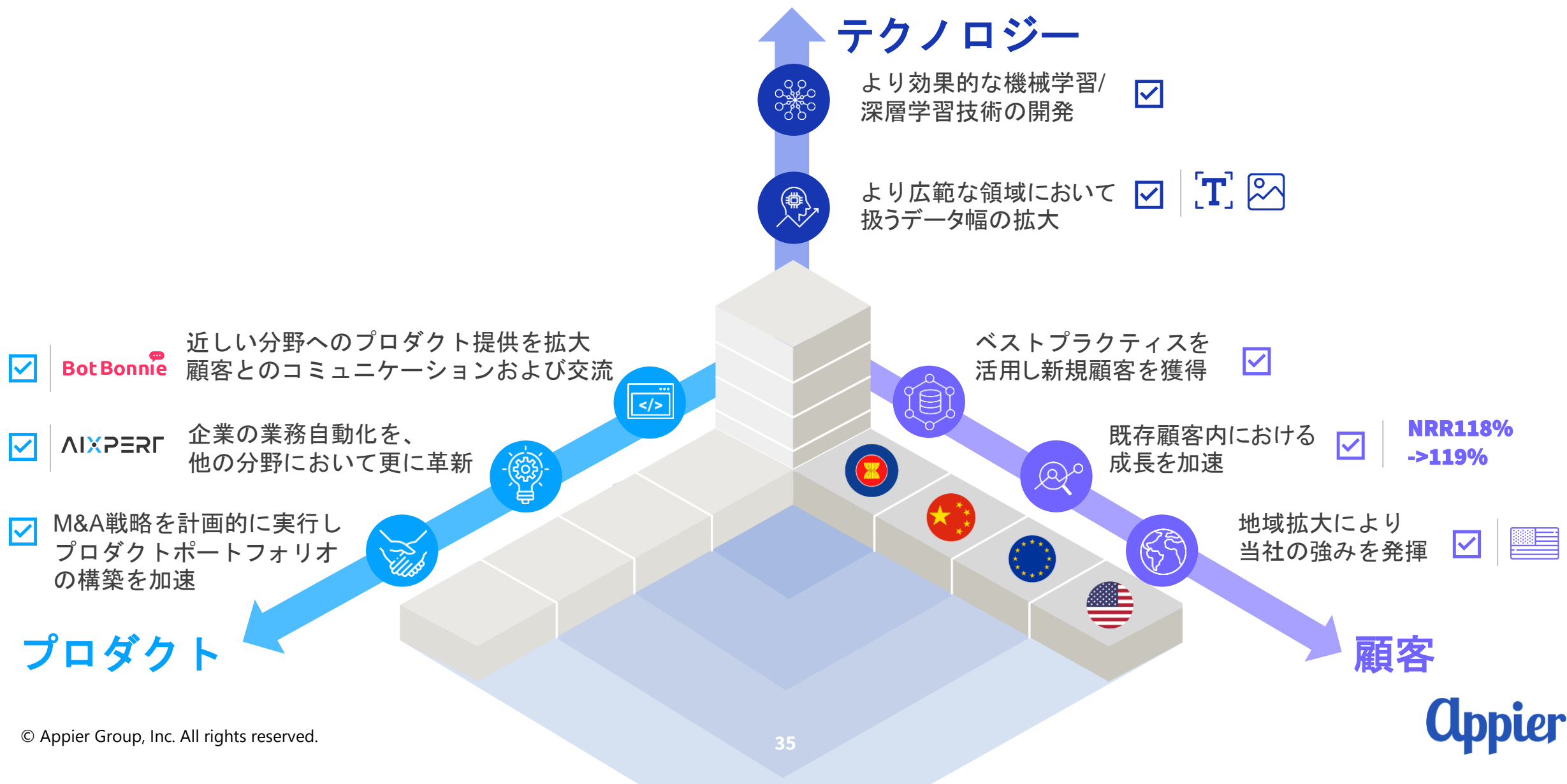
データ分析及びプレゼン  
テーションソフトウェア市場

出所: IDC Artificial Intelligence Tracker, IDC Software  
Tracker, 2020H1 Edition



TAM: 想定する最大の市場規模

# 今後の成長戦略



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



**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



**Joe Su**

最高技術責任者(CTO)

ハーバード大学



**Dr. Winnie Lee**

最高執行責任者(COO)

ハーバード大学  
ワシントン大学

## ビジネスリーダー



**Koji Tachibana**

ファイナンス担当 Senior Vice President

DeNA, 野村証券, 経済産業省



**Magic Tu**

APACセールス担当  
Senior Vice President

HTC, Synopsys



**Michelle Wong**

エンタープライズビジネス担当  
Senior Vice President

IBM, Cisco, AT&T

## 受賞実績



**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<sup>(1)</sup>  
(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

# 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



Cross

- ◆ 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

- ◆ 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

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

- ◆ 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

## 顧客がAppierを選ぶ理由

# 様々な業界におけるベストプラクティス

## EC

### 韓国最大手のファッションブランドEC

**目標:** カートからの購入量を増やすことで売上を増やす

**成果:** AIでパーソナライズ化されたメッセージにより売上高とROIが向上

## 小売り

### グローバルに展開する小売グループのデジタルプラットフォーム

**目標:** オフラインユーザーのオンラインへの移行を通じた、全社的なDXの推進

**成果:** オフラインユーザーのオンラインでのユーザー登録を成功裏に実現

## 金融

### タイの大手商業銀行

**目標:** 潜在的なニーズを持つユーザーを特定し様々な金融商品のニーズを発掘

**成果:** 金融商品に対するエンドユーザーエンゲージメントを向上

## オンデマンド

### 国際的なフランチャイズレストラン

**目標:** 他のサービスとの顧客獲得競争に勝ちWebサイトでの売上高を拡大

**成果:** 購入を躊躇するユーザーに対して働きかけることで、売上拡大を実現

## 自動車

### 国際的な自動車ブランド

**目標:** 最も関連あるユーザー数の拡大、市場シェアの拡大

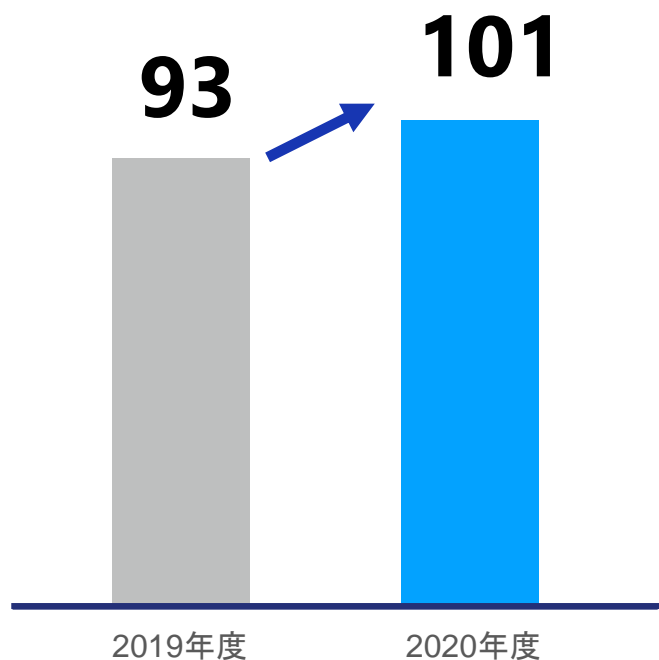
**成果:** AppierのAIを活用することで、車の購入可能性のあるユーザーによるサイト閲覧数が大幅に増加



# 良好な推移を示す全てのKPI - 米ドルベース

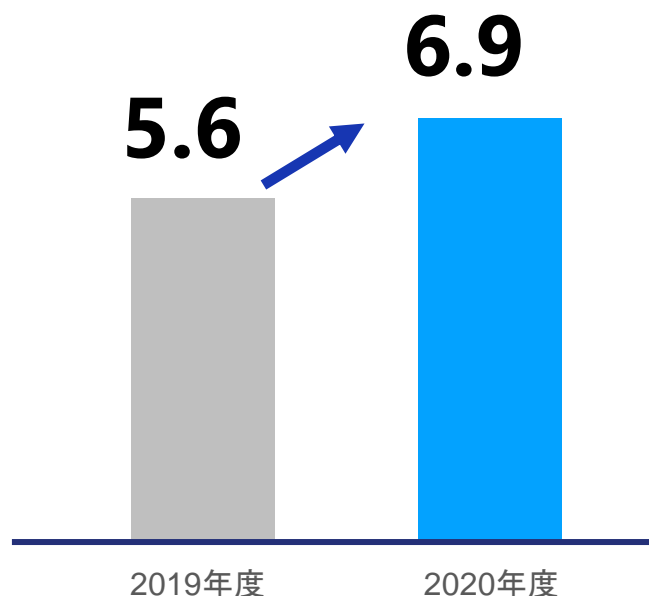
## ARPC (1顧客企業あたり平均売上収益) <sup>(1)</sup>

(千米国ドル)

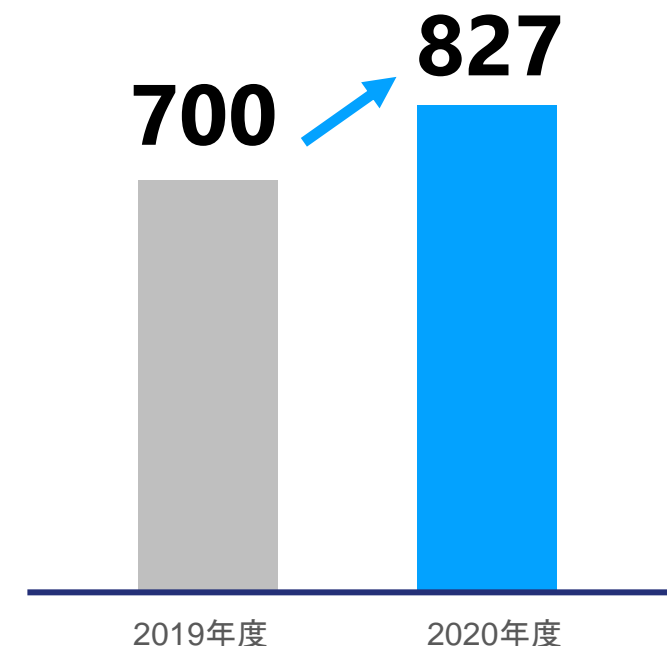


## LTV/CAC <sup>(2)</sup>

(米国ドルベース, 倍)



## 顧客企業数 <sup>(3)</sup>



(1) Average Revenue Per Customerの略。1顧客あたりの平均売上収益を意味する。ある年度の売上収益を当該年度末の顧客企業数で除した、顧客企業1社当たりの平均年間売上収益(当月のみの利用又は有償での試験的利用等により一時的に当社グループのソリューションを利用した顧客企業及び対応する売上収益を除く。)

(2) LTV(顧客生涯価値):(1)各事業年度のARPCに当該事業年度の粗利益率を乗じて数値を、(2)当該事業年度における解約顧客による収益への影響月次平均で除して算出。CAC(顧客獲得コスト)は、(1)人件費や福利厚生含む顧客関連のあらゆる営業及びマーケティング費用の米国ドルベース合計値を、(2)当該事業年度の獲得新規顧客数(但し戦略的買収により増加した顧客を除く)で除して算出

(3)「顧客企業」は、トライアルやデモ利用を除き、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締結している企業グループを指します。各ソリューション毎に利用している企業グループを個別の顧客としてカウントしています。顧客企業数は2019年12月末及び2020年12月末時点のデータです。

# 財務データサマリー

(百万米国ドル)

	2019	2020	2020Q1	2021Q1	YoY
損益計算書のサマリー:					
売上収益	<b>66.3</b>	<b>84.2</b>	<b>19.9</b>	<b>26.0</b>	<b>31%</b>
売上原価	(39.5)	(45.4)	(11.3)	(13.6)	
売上総利益	<b>26.8</b>	<b>38.8</b>	<b>8.6</b>	<b>12.4</b>	<b>44%</b>
売上総利益率	<b>40%</b>	<b>46%</b>	<b>43%</b>	<b>48%</b>	
販売及びマーケティング費用 (S&M)	(25.4)	(32.5)	(7.2)	(9.6)	
対売上収益比率	38.3%	38.6%	36.4%	37.1%	
研究開発費 (R&D)	(16.3)	(14.0)	(3.2)	(4.0)	
対売上収益比率	24.6%	16.6%	15.9%	15.4%	
一般管理費 (G&A)	(6.7)	(7.6)	(1.6)	(3.8)	
対売上収益比率	10.2%	9.0%	8.3%	14.7%	
その他の収益	0.0	0.7	0.0	0.0	
その他の費用	(0.0)	(0.2)	-	(0.0)	
営業利益(損失)	(21.7)	(14.8)	(3.4)	(5.1)	
上場関連の一時的費用	-	-	-	2.6	
EBITDA (上場関連の一時費用を除く)	<b>(18.3)</b>	<b>(10.4)</b>	<b>(2.5)</b>	<b>(1.1)</b>	
EBITDAマージン	<b>-28%</b>	<b>-12%</b>	<b>-13%</b>	<b>-4%</b>	

# 財務データサマリー

(百万米国ドル)

	2019	2020	2021Q1
<b>貸借対照表のサマリー:</b>			
現金及び現金同等物	37.8	15.3	139.5
流動資産合計	98.3	94.1	220.7
資産合計	111.4	116.1	245.2
負債合計	171.2	44.3	46.8
資本合計	(59.8)	71.8	198.4

(百万米国ドル)

	2019	2020	2020Q1
<b>キャッシュフロー計算書のサマリー:</b>			
営業活動によるキャッシュフロー	(16.6)	(7.9)	(5.9)
投資活動によるキャッシュフロー	(52.4)	(25.4)	2.3
財務活動によるキャッシュフロー	101.9	10.9	127.0
現金及び現金同等物期末残高	37.8	15.3	139.5

# 財務データサマリー

(百万円)

	2019	2020	2020Q1	2021Q1	YoY
損益計算書のサマリー:					
売上収益	<b>7,220</b>	<b>8,970</b>	<b>2,168</b>	<b>2,749</b>	<b>27%</b>
売上原価	(4,303)	(4,844)	(1,230)	(1,439)	
売上総利益	<b>2,916</b>	<b>4,126</b>	<b>938</b>	<b>1,311</b>	<b>40%</b>
売上総利益率	<b>40%</b>	<b>46%</b>	<b>43%</b>	<b>48%</b>	
販売及びマーケティング費用 (S&M)	(2,766)	(3,460)	(789)	(1,021)	
対売上収益比率	38%	39%	36%	37%	
研究開発費 (R&D)	(1,776)	(1,491)	(345)	(422)	
対売上収益比率	25%	17%	16%	15%	
一般管理費 (G&A)	(734)	(808)	(180)	(405)	
対売上収益比率	10%	9%	8%	15%	
その他の収益	2	76	2	4	
その他の費用	(3)	(20)	-	(2)	
営業利益(損失)	(2,361)	(1,578)	(374)	(536)	
上場関連の一時的費用	-	-	-	278	
EBITDA (上場関連の一時費用を除く)	(1,992)	(1,102)	(275)	(112)	
EBITDAマージン	-28%	-12%	-13%	-4%	

# 財務データサマリー

(百万円)

	2019	2020	2020Q1
<b>貸借対照表のサマリー:</b>			
現金及び現金同等物	4,118	1,635	14,767
流動資産合計	10,713	10,046	23,371
資産合計	12,137	12,394	25,962
負債合計	18,650	4,726	4,956
資本合計	(6,514)	7,668	21,006

(百万円)

	2019	2020	2020Q1
<b>キャッシュフロー計算書のサマリー:</b>			
営業活動によるキャッシュフロー	(1,808)	(840)	(622)
投資活動によるキャッシュフロー	(5,710)	(2,706)	247
財務活動によるキャッシュフロー	11,103	1,161	13,449
現金及び現金同等物期末残高	4,118	1,635	14,767

# ディスクレームー

---

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。

---