

MAKING AI EASY

BY MAKING
SOFTWARE INTELLIGENT

2021年12月期 第3四半期 決算説明資料 2021年11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3四半期の主な実績



事業成長の更なる加速

- 売上収益は前年同期比で **50%** の増収、過去最高の **32億円** に到達。比較対象となるFY20 Q3の売上収益成長率はFY20 Q2に比べ **18%ポイント** 高かった
- 売上総利益は前年同期比で **62%** と大幅な増益
- 売上収益の業績予想を117億円から **123億円** に再度上方修正 (**5.5%増**)



事業成長と収益性改善の両立

- FY21 Q3は初めて四半期単位でのEBITDAの黒字化を達成
- EBITDAマージンは前年同期比で **16 %ポイント** 改善し **2%** となった
- 営業利益率は前年同期比で **14%ポイント** 改善



事業成長と事業環境の追い風により、すべての指標で過去最高を更新

- LTM NRRは **126.2%** と過去最高レベルに拡大
- 月次顧客解約率は **0.76%** と過去最低レベルまで改善
- 顧客企業数は **73** 社純増(前四半期比 **7.7%** の増加)し、1,016社。過去最高のオーガニックでの増加数
- プライバシー保護のトレンドと地域拡大が顧客獲得を促進

財務実績

Q3ハイライト(日本円ベース)

売上収益

JPY **32億**

売上収益成長率⁽¹⁾

+50%

LTM NRR ⁽²⁾

126.2%

売上総利益成長率⁽³⁾

+62%

ARR⁽⁴⁾

JPY **117億**

ARR成長率⁽⁵⁾

+48%

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

(2) 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か月間における米国ドルで計算された売上収益の総額を、前事業年度の当該期間における当該顧客からの米国ドルで計算された売上収益の総額で除して算出

(3) 2020年第3四半期と2021年第3四半期を比較した売上総利益の成長率

(4) 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)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

(5) 2020年9月と2021年9月を比較したARRの成長率

Q3ハイライト(米国ドルベース)

売上収益

USD **29.1M**

売上収益成長率⁽¹⁾

+44%

LTM NRR⁽²⁾

126.2%

売上総利益成長率⁽³⁾

+56%

ARR⁽⁴⁾

USD **106.9M**

ARR成長率⁽⁵⁾

+44%

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

(2) 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か月間における米国ドルで計算された売上収益の総額を、前事業年度の当該期間における当該顧客からの米国ドルで計算された売上収益の総額で除して算出

(3) 2020年第3四半期と2021年第3四半期を比較した売上総利益の成長率

(4) 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)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

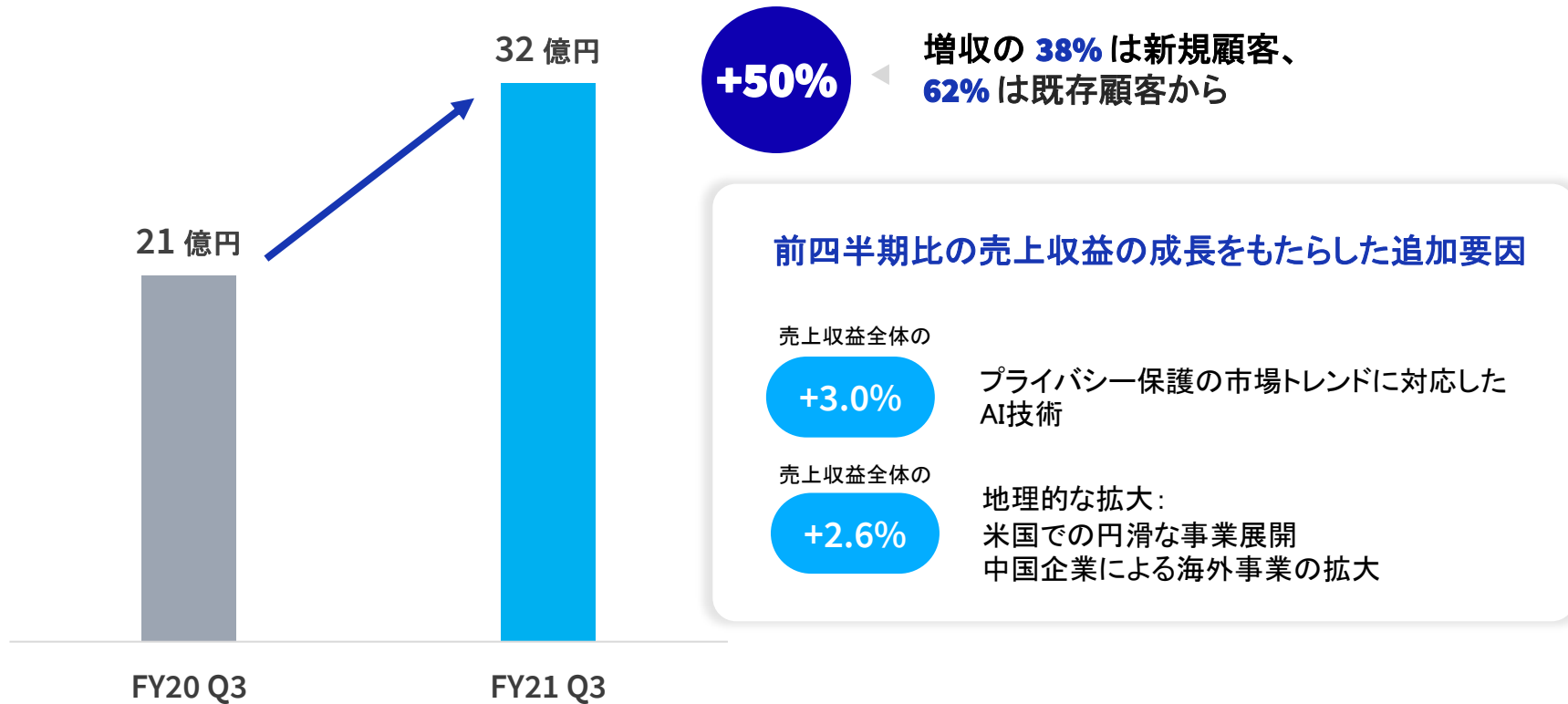
(5) 2020年9月と2021年9月を比較したARRの成長率

(6) 米国ドルベースの売上収益成長率は、韓国ウォン安の影響により日本円ベースに比べ低い

売上収益のトレンド

売上収益は前年同期比50%増加、継続的な営業生産性の改善と既存顧客の利用量増加が寄与
プライバシー保護という市場トレンドにおいて、当社のAI技術はより重要な役割を果たしており、事業拡大の追い風に

売上収益(日本円)



ARRの四半期推移

強力な事業拡大によりARR成長率の伸びが再加速
前年同期に比べARRの成長率は再加速し17%ポイント上昇

ARR⁽¹⁾ (日本円)

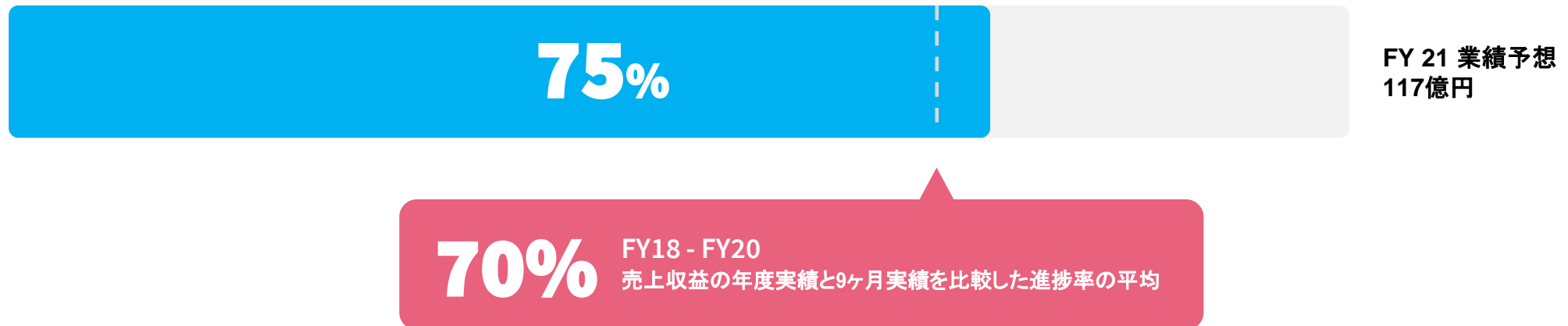


(1)各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション(AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie)についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益(MRR)に12を掛けて算出 (ii)利用量ベースの価格体系のCrossXについての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益(MRR)の平均に12を掛けて算出

業績予想の進捗状況

2021年度の売上収益は順調に推移し、前回の修正後業績予想の75%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9ヶ月実績を比較した進捗率の平均は70%

売上収益の進捗率



業績予想の上方修正

2021年度第3四半期は事業環境の追い風を受け、新規顧客の獲得及び既存顧客からの収益拡大が予想を上回り、当初計画値を超過。これに伴い、2021年度の業績予想を再度上方修正

修正後の業績予想は2021年度第3四半期の業績を反映したものであり、売上収益の予想値は引き続き保守的な見積り

	FY2021		増減率
	今回修正予想 (百万円)	前回発表予想 (百万円)	
売上収益	12,306	11,661	+5.5%
営業利益	-1,154	-1,302	-
当期利益	-1,277	-1,425	-

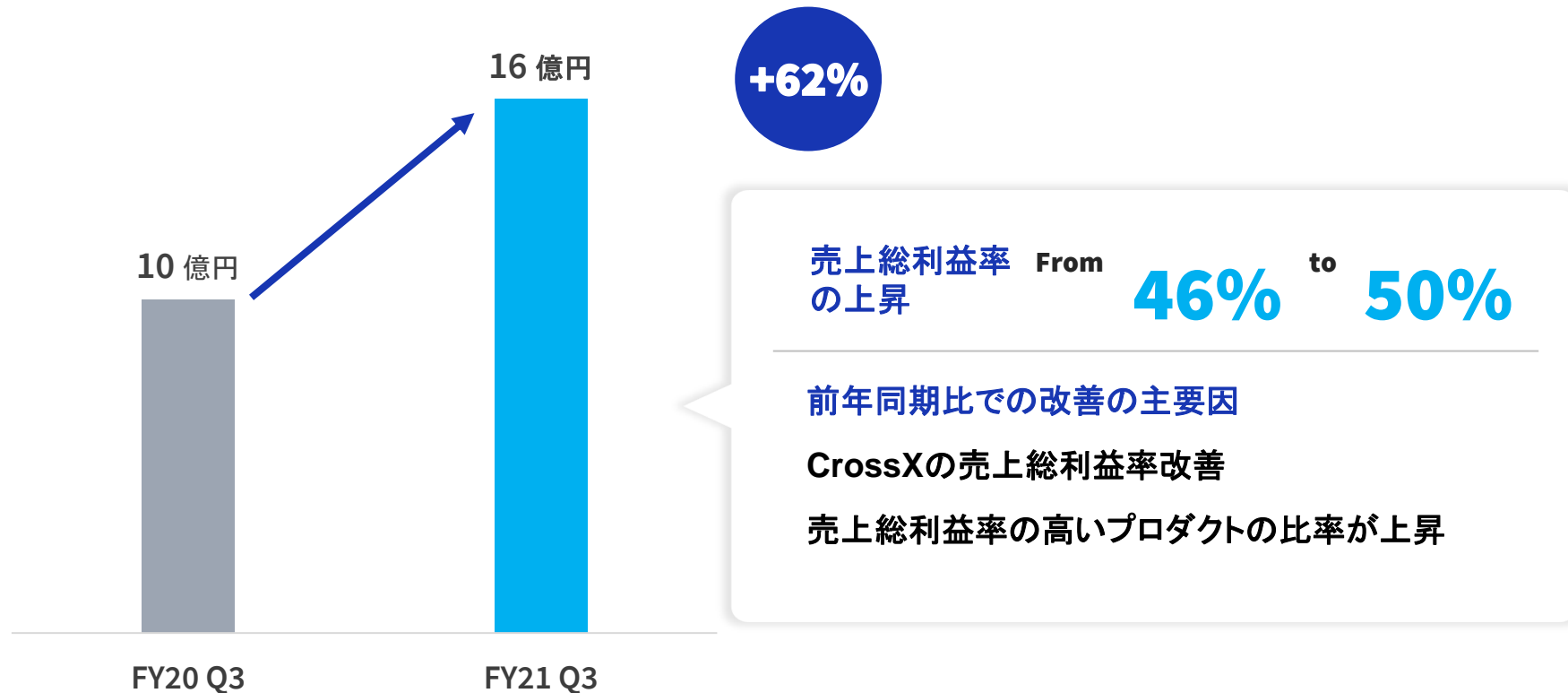


70% 売上収益の年度実績と9ヶ月実績を比較した進捗率の平均

売上総利益

売上総利益成長率は売上収益成長率を上回り、前年同期比62%の増加
売上総利益率の上昇と売上収益成長の加速の両方が要因

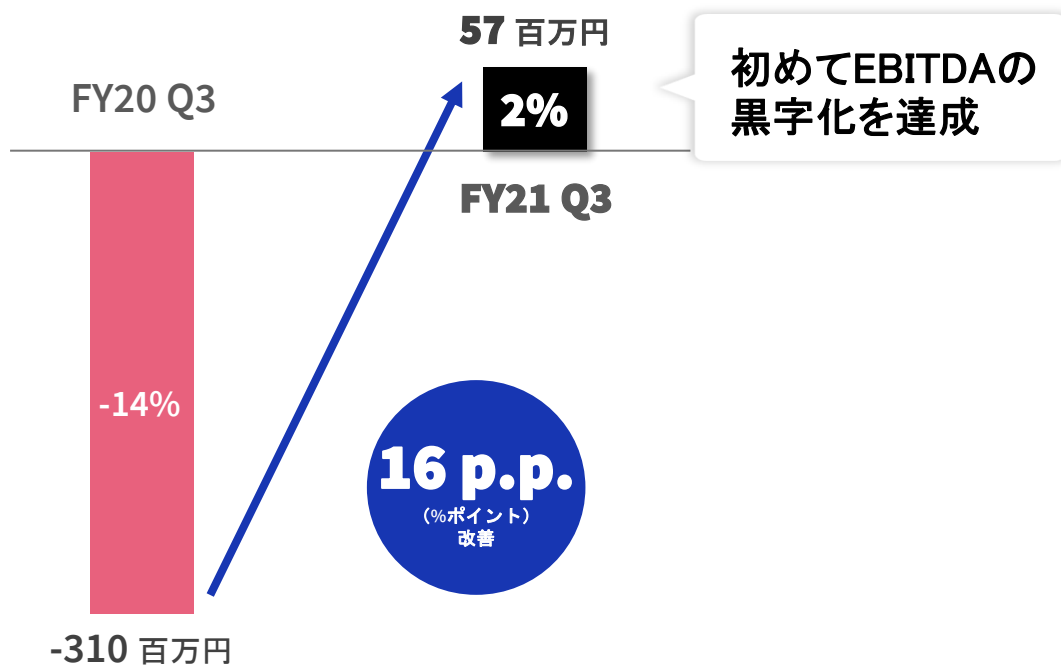
売上総利益(日本円)



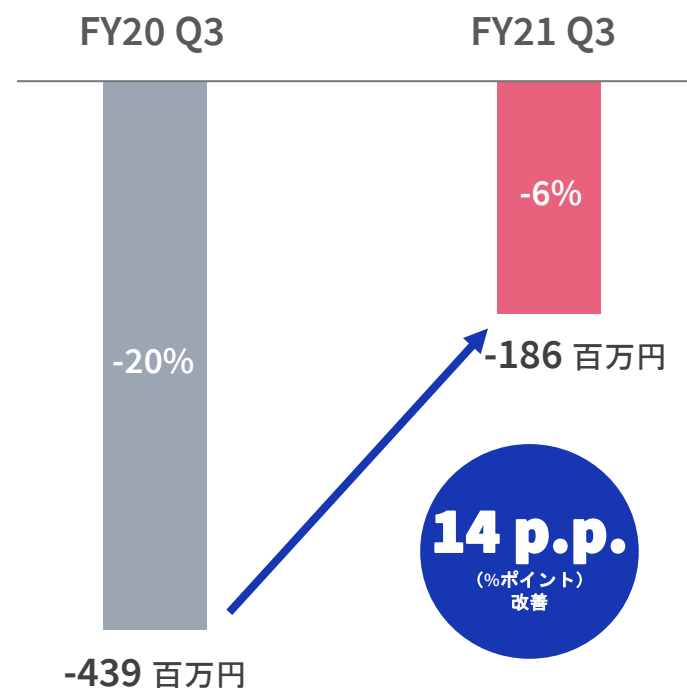
EBITDA & 営業利益

EBITDAは57百万円、EBITDAマージンは2%となり、初めての黒字化を達成
EBITDAマージンは前年同期比で16%ポイント、前四半期比で3%ポイント改善
営業利益率は前年同期比で14%ポイント、前四半期比で3%ポイント改善
売上収益の成長加速と強力なオペレーティング・レバレッジが主要因

EBITDA⁽¹⁾ & マージン(日本円)



営業利益 & 利益率(日本円)

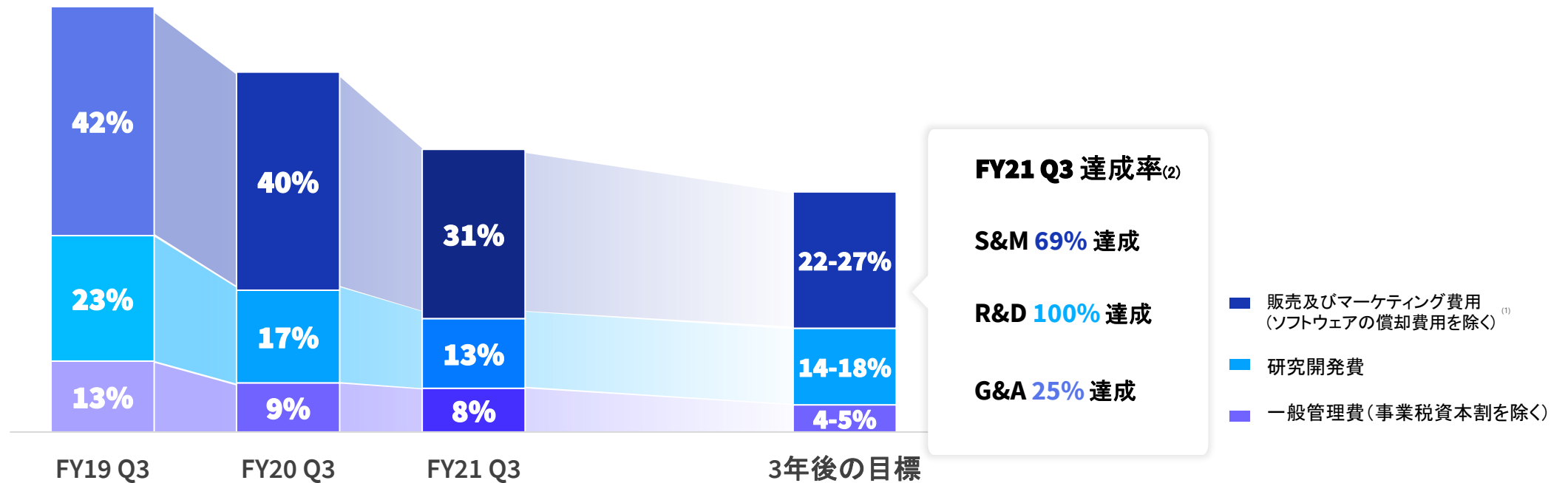


(1) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び無形資産償却費 + 営業費用に含まれる税金費用
(2) 標準的な計算方法でもEBITDAマージンはプラスを維持

コスト構造

生産性の向上と規模の拡大により、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 & 3年後の目標 (対売上収益比率)

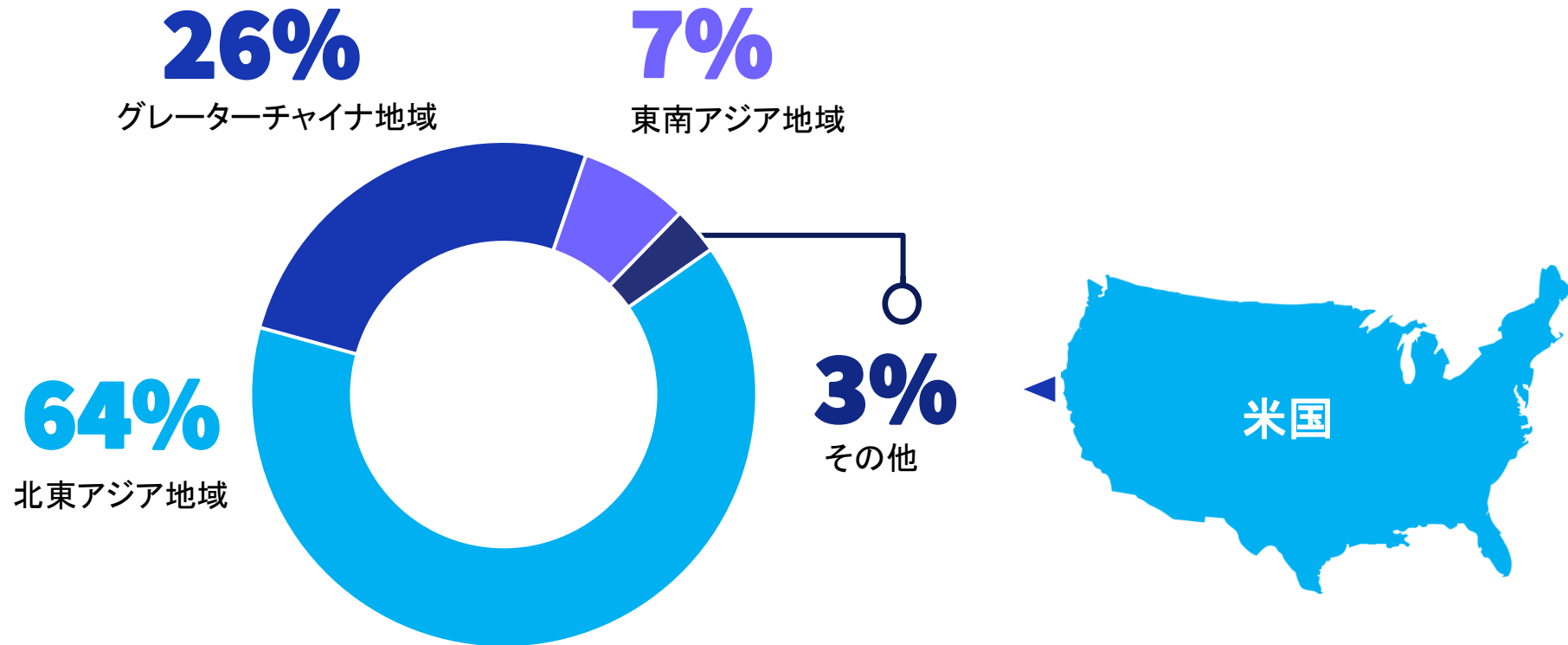


(1) 2020年度からソフトウェア開発費用が資産計上されており、当該ソフトウェアの償却費は販売及びマーケティング費用に含まれる
(2) 達成率 = (FY20Q3のマージン実績 - FY21Q3のマージン実績) / (FY20Q3のマージン実績 - 3年後のマージン目標)

事業の進捗及び指標

多様な地域における収益基盤

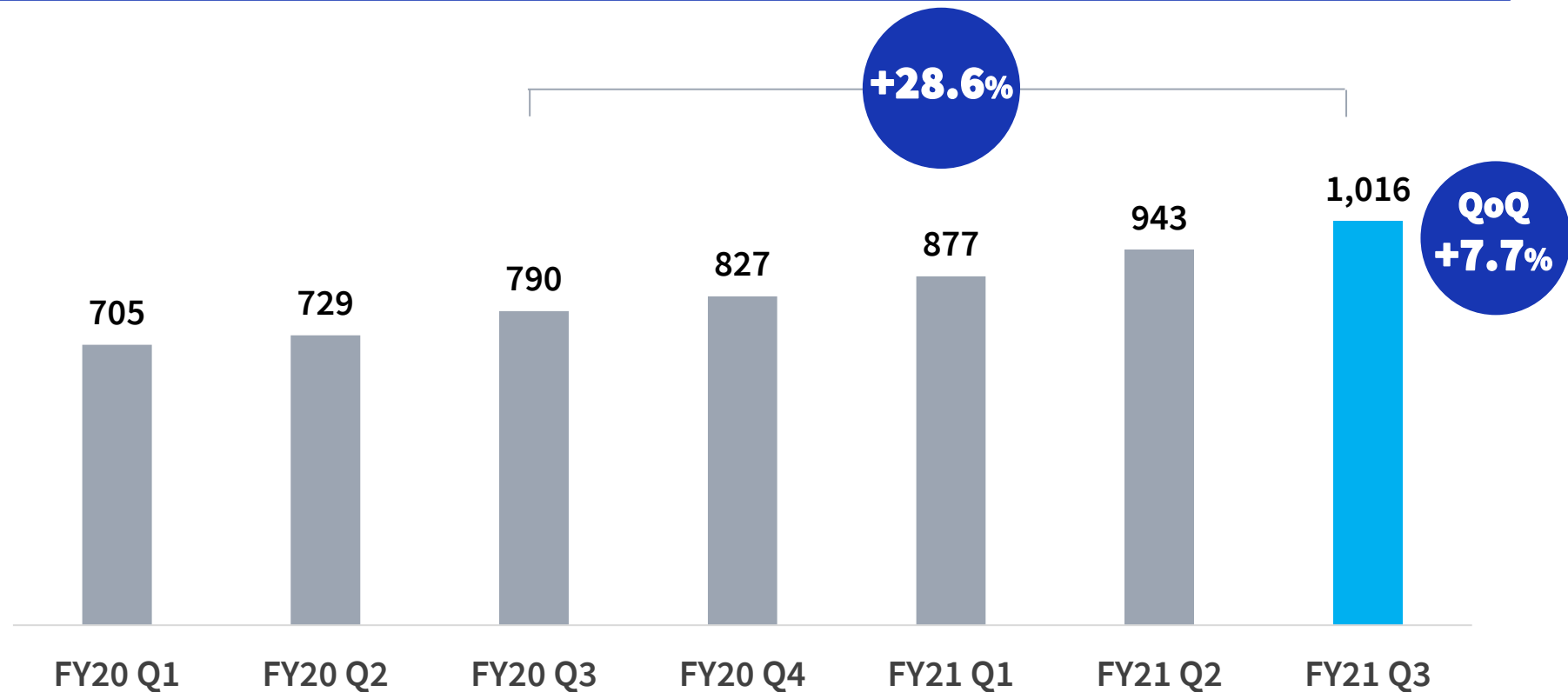
FY21Q3 地域別売上収益比率



顧客企業数の四半期推移

純新規顧客数は2四半期連続で過去最高を記録し、顧客企業数は前四半期比7.7%増、前年同期比28.6%増。
FY21 Q3に獲得した新規顧客の業種は、主にEコマース(新規顧客のうち32%)とデジタルコンテンツ(新規顧客のうち22%)

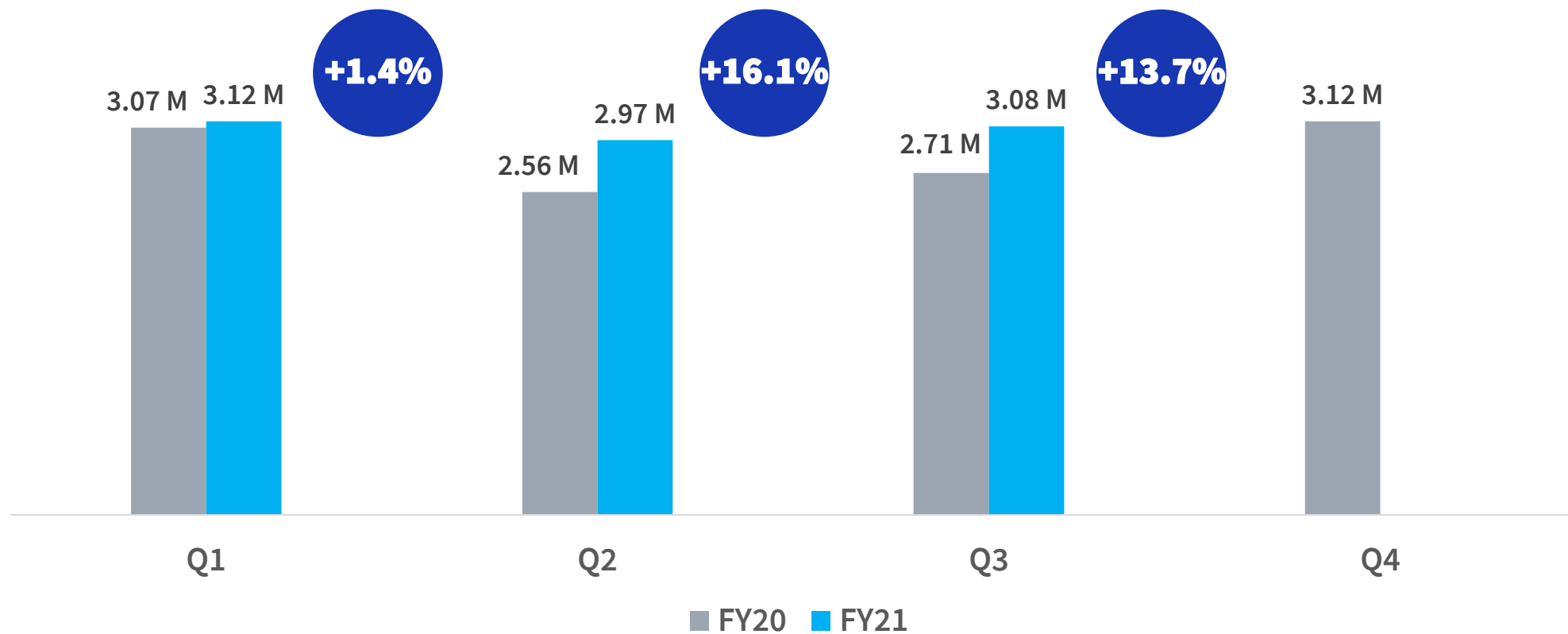
顧客企業数⁽¹⁾



(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。

1顧客当たり平均売上収益の四半期推移

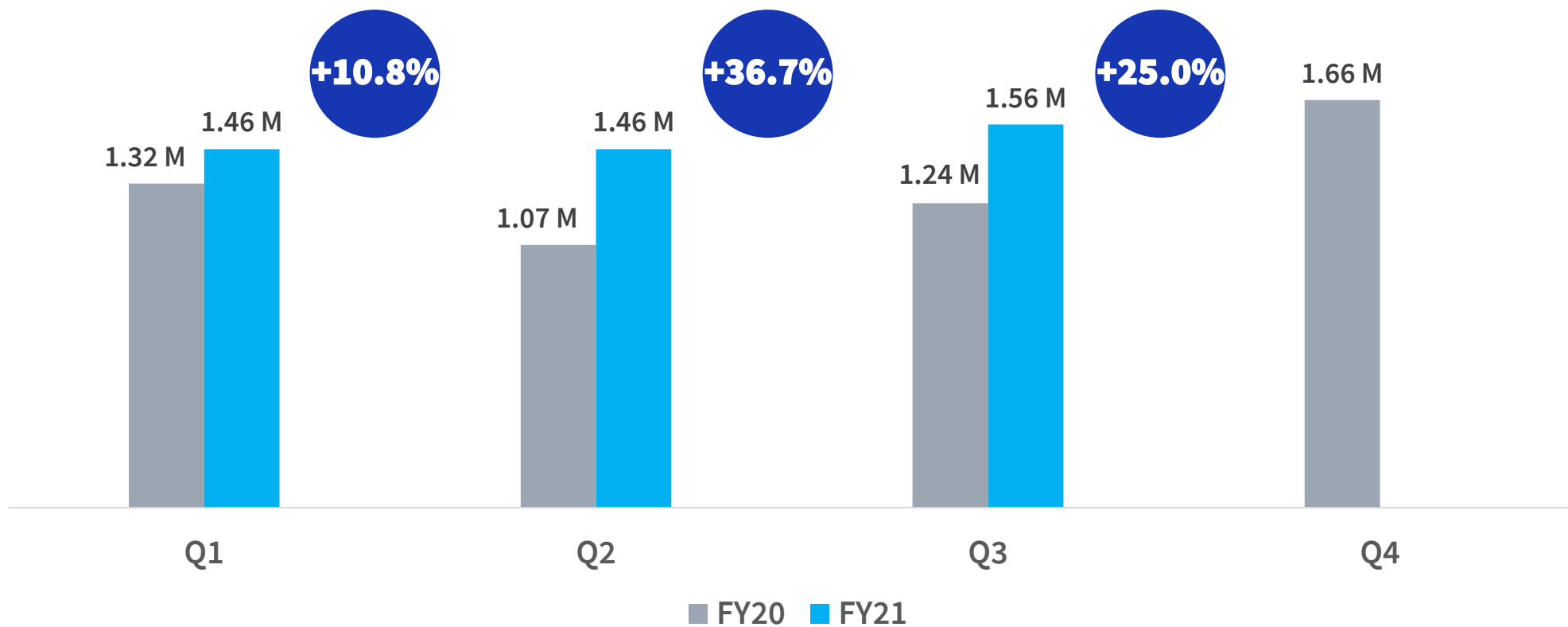
1顧客あたり平均売上収益の四半期推移⁽¹⁾ (日本円)



(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。

1顧客当たり平均売上総利益の四半期推移

1顧客当たり平均売上総利益の四半期推移⁽¹⁾ (日本円)

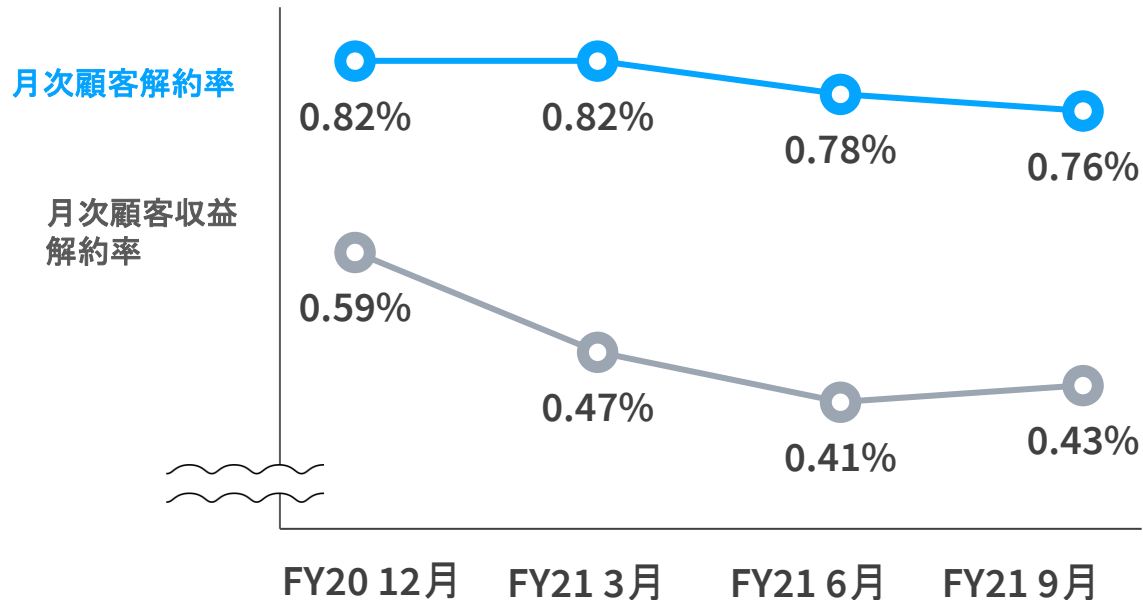


(1)「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

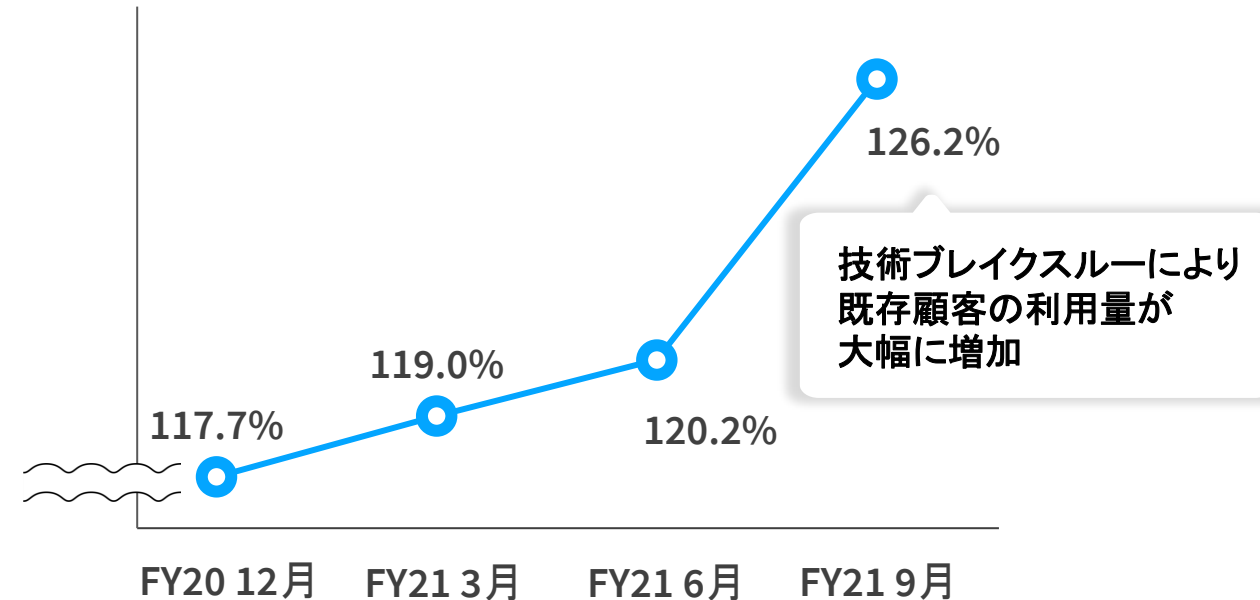
良好な推移を示す事業指標

顧客解約率の低減とLTM NRRの大幅な改善に成功、両指標は過去最高レベルを達成
LTM NRRの大幅な改善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

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 ⁽³⁾



(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か月間における米国ドルで計算された売上収益の総額を、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収益の総額で除して算出

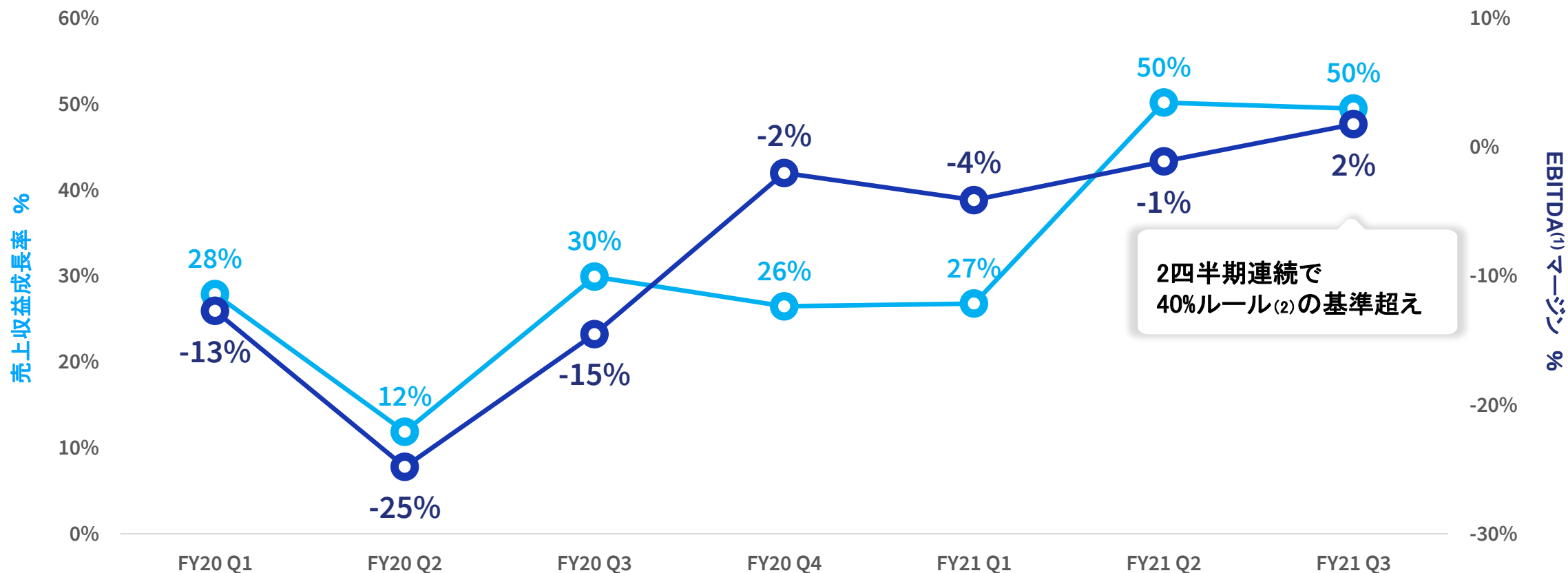
(4) 上記計算にはBotBonnieの顧客は含まれていない

(5) FY21 Q3のLTM NRRは予想を上回った。四半期毎に変動する可能性があるが、当社はLTM NRRを120%以上に維持することを目標としている

成長と収益性の両立

継続的な営業生産性の向上により新規顧客の獲得を促進

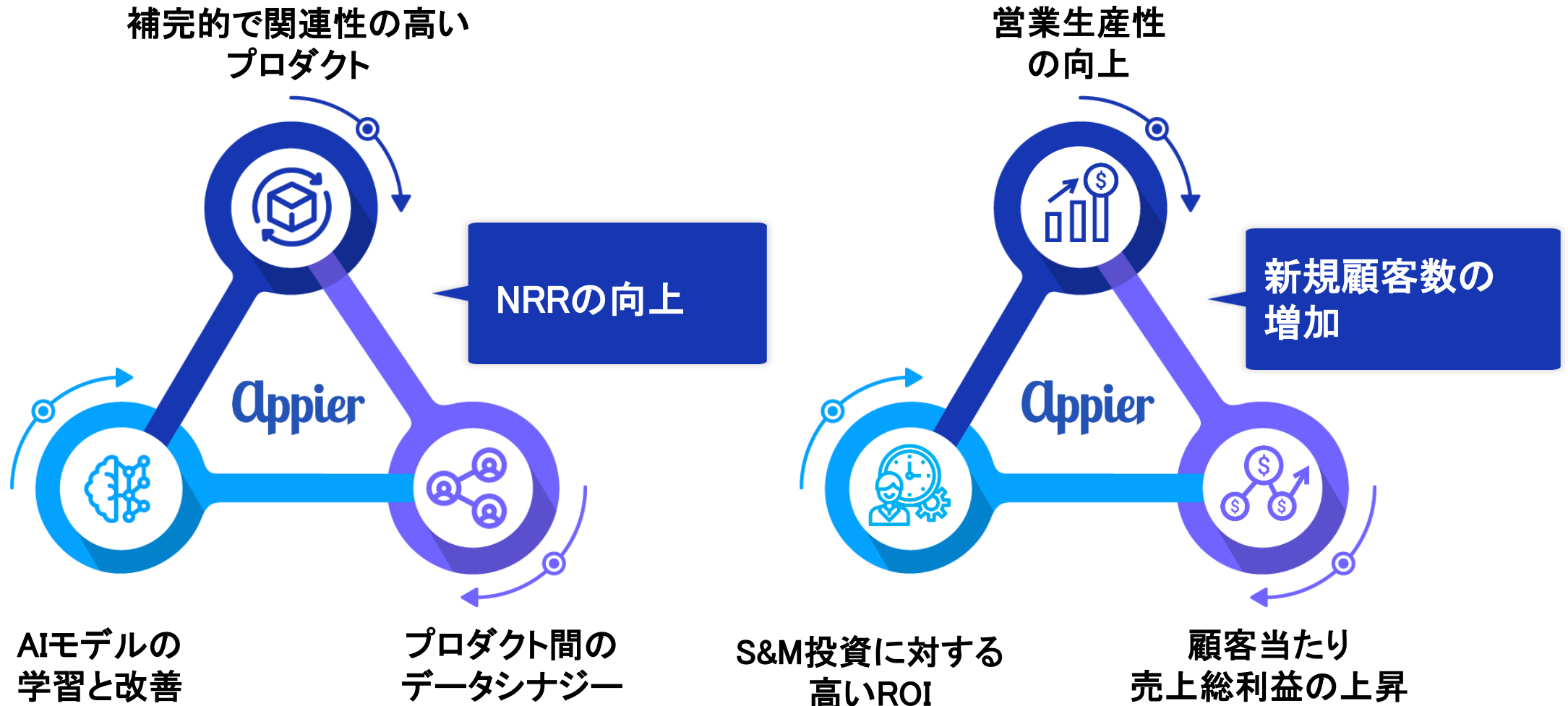
営業活動への投資回収サイクルが更に短縮し、継続的な売上収益と利益の成長を実現



(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

(2) 40%ルール = 売上収益の前年同期比成長率 + EBITDAマージン (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)

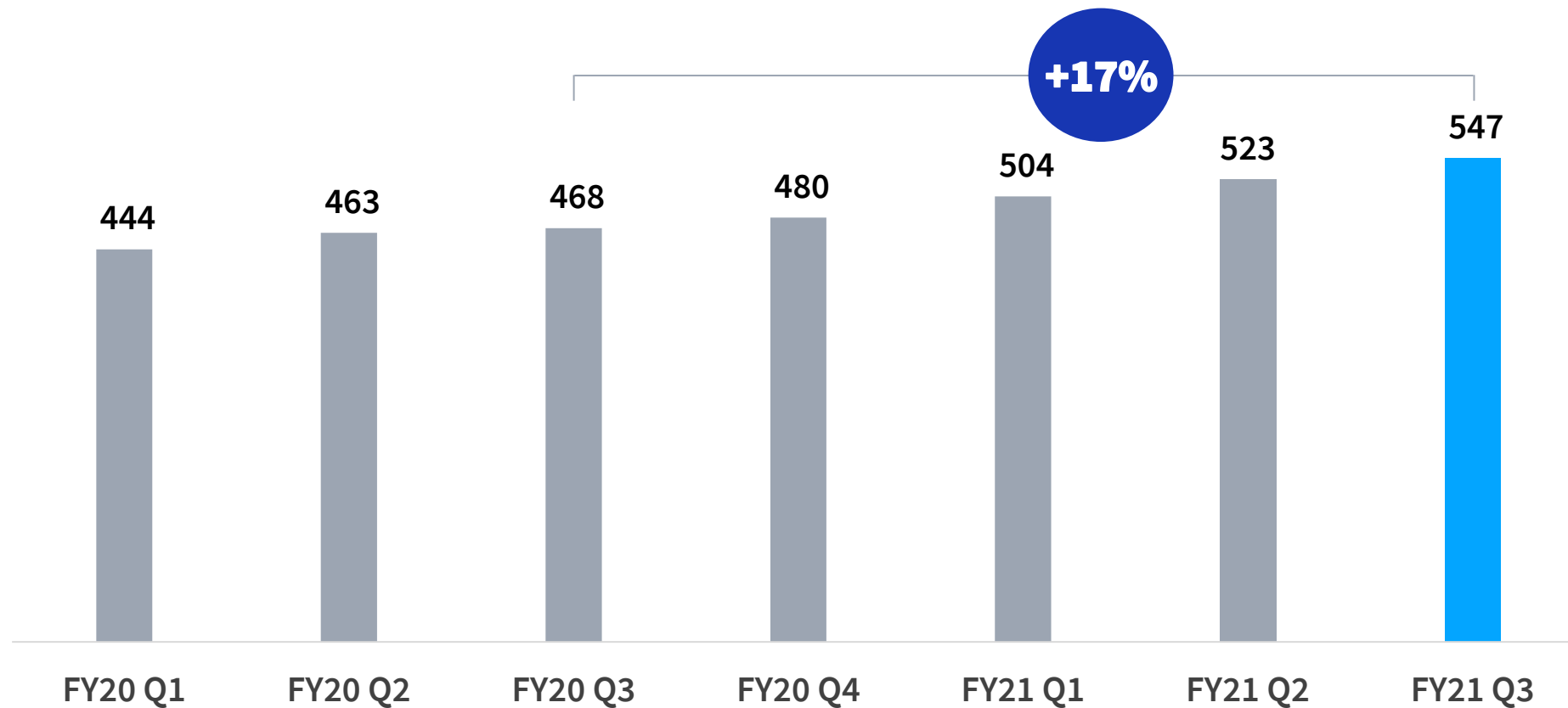
プラットフォームの価値を高めるAppierの強力なネットワーク効果



成長機会を拡大するための採用活動

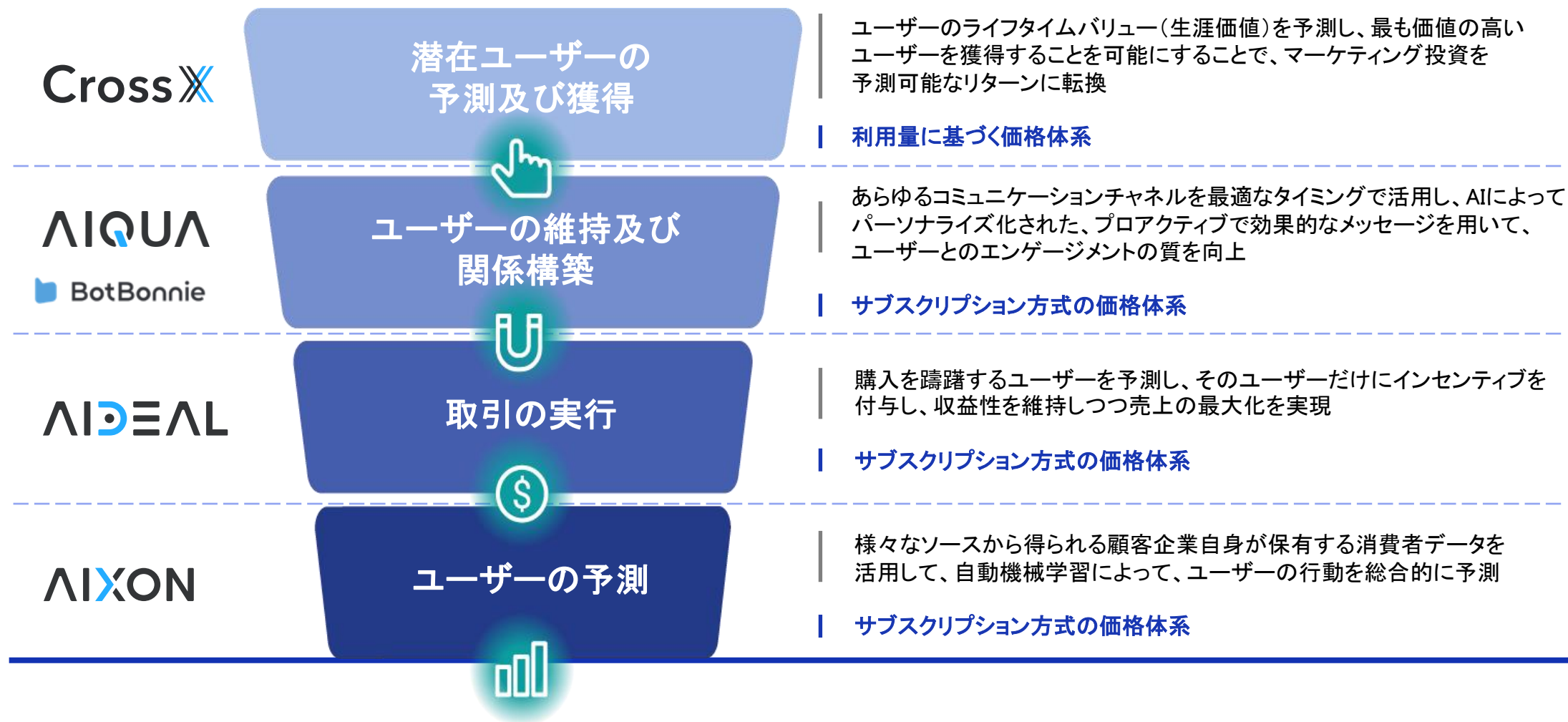
従業員数の増加スピードは安定しており、人材投資を継続

従業員数



製品の最新情報

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



▶ 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



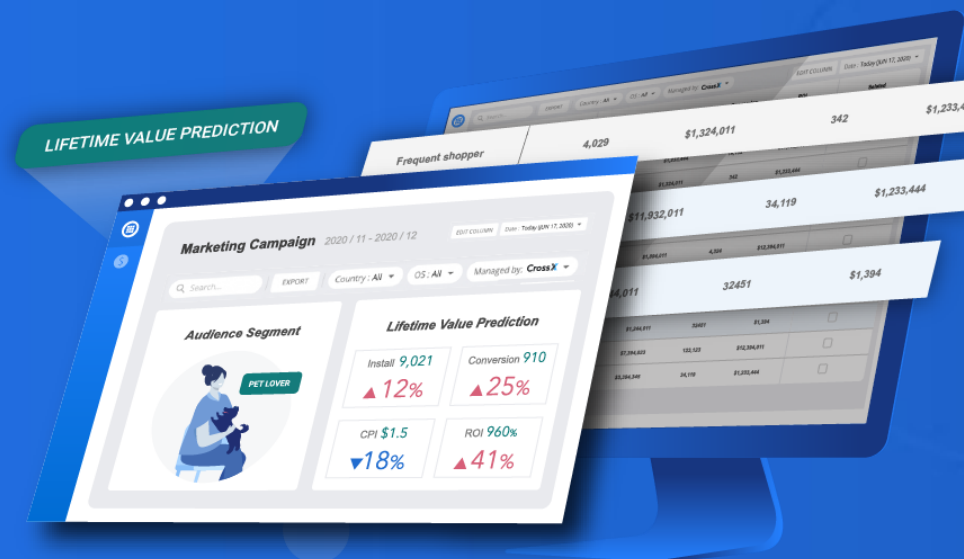
取引の実行



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

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

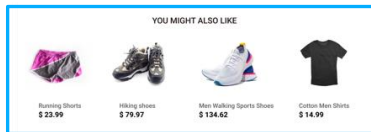
主な差別化要因

- 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、
ウェブサイトをも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



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

BotBonnie プロダクト間のシナジー

クロスチャネルの構造化行動データと非構造化会話データの統合

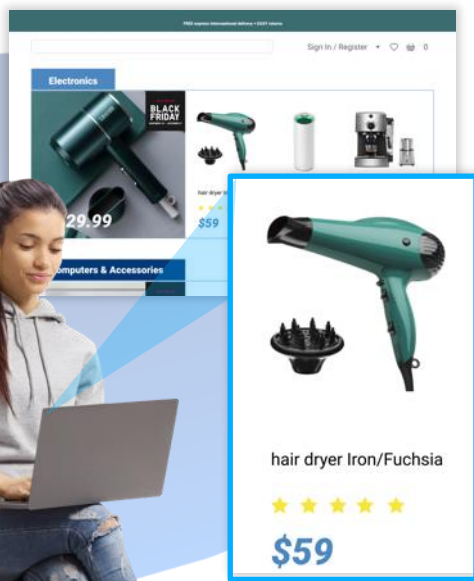
ログイン無し・非会員ユーザーのWebサイト上での行動:

ヘアビューティー
関連商品の検索

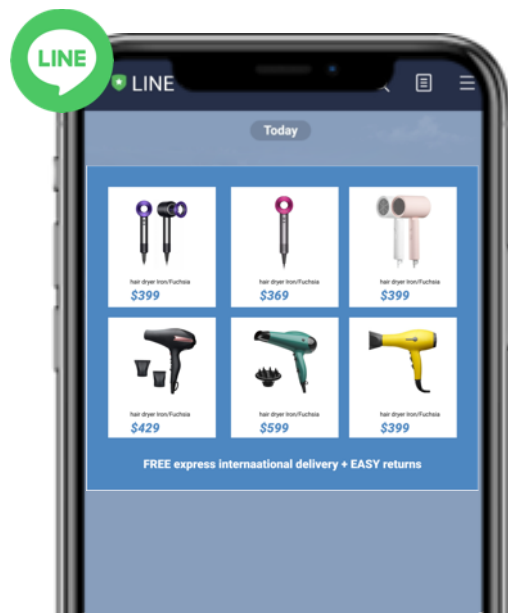


メッセージでの
パーソナライズされた商品提案

AIQUA 構造化データ



BotBonnie



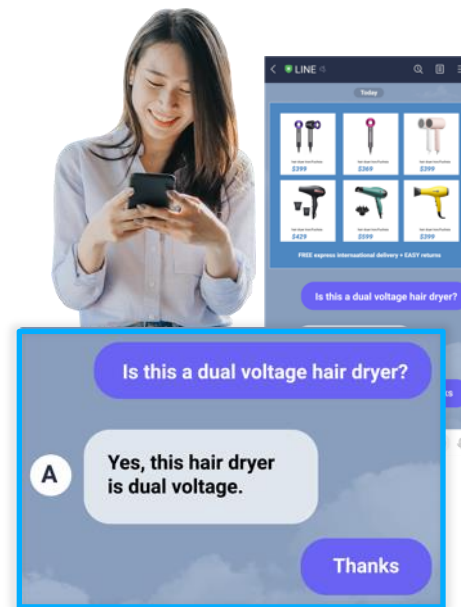
ユーザーのアプリ内行動:

チャットボットとの対話

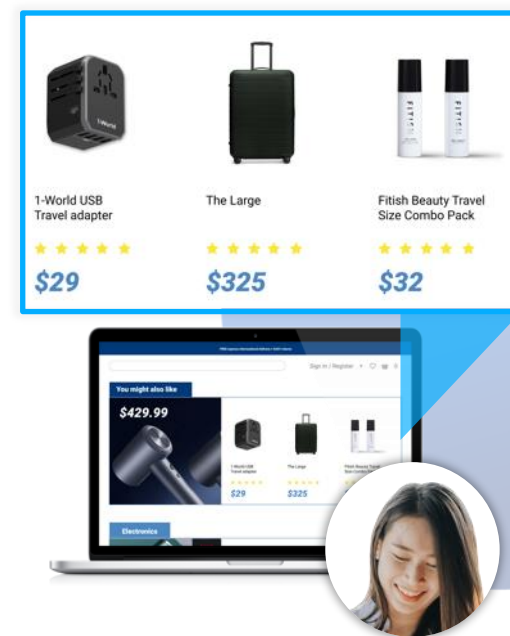


チャットの内容を把握し
関連する商品を提案

BotBonnie 非構造化データ



AIQUA



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

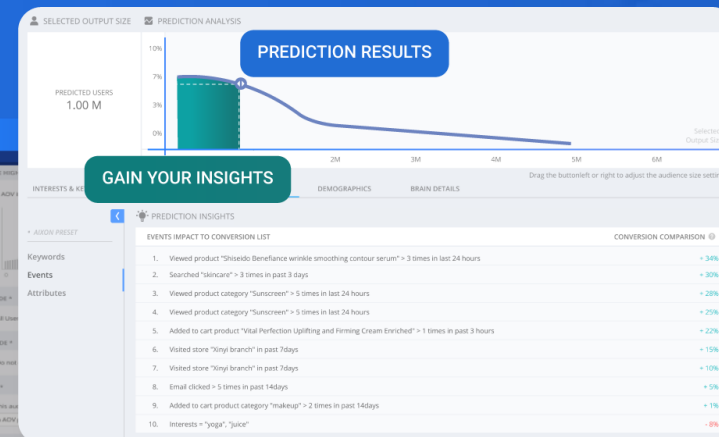


▶ ユーザーの予測



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 ファーストパーティーデータ中心のソリューション

ファーストパーティーデータ間での ユーザープロフィールの統合

AIによってファーストパーティーデータのユーザープロフィールを統合し顧客企業がサードパーティデータに頼らずにユーザープロフィールとパーソナライゼーションを構築するための技術インフラを提供



ユーザーの興味・関心・好みを予測

自然言語処理を活用して興味やキーワードを自動的にラベル付けファーストパーティーデータのみに基づきユーザープロフィールを充実させることで、顧客企業のユーザー理解を深める

ユーザーが野球コンテンツを検索



AI処理



スポーツファン

試合チケット

米国旅行

フィットネス

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)

スタンフォード大学
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
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



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⁽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

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

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

ユーザーの維持及び
関係構築

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

取引の実行

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

ユーザーの予測

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: 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

巨大な市場機会

トップダウン予測 2021年

IDC (1)



ボトムアップ予測 2021年



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

(2) 年換算売上収益 = FY21 Q3の円建ての売上収益 * 4 / 為替レート110.09

(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%、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1.8%のシェアを持つ。eMarketerの推計によると、グローバルのマーケティング投資のうち34.8%をAPACが占めており、当社はグローバルのマーケティング投資の0.2%のシェアを占めている。

財務データサマリー

(百万円)

	2019	2020	2020Q3	2021Q3	YoY	2020Q3	2021Q3	YoY
損益計算書のサマリー:			累計期間	累計期間		会計期間	会計期間	
売上収益	7,220	8,970	6,176	8,756	42%	2,144	3,206	50%
売上原価	(4,303)	(4,844)	(3,456)	(4,443)		(1,154)	(1,602)	
売上総利益	2,916	4,126	2,720	4,313	59%	991	1,604	62%
売上総利益率	40%	46%	44%	49%		46%	50%	
販売及びマーケティング費用 (S&M)	(2,766)	(3,460)	(2,490)	(3,061)		(877)	(1,059)	
対売上収益比率	38%	39%	40%	35%		41%	33%	
研究開発費 (R&D)	(1,776)	(1,491)	(1,075)	(1,244)		(360)	(419)	
対売上収益比率	25%	17%	17%	14%		17%	13%	
一般管理費 (G&A)	(734)	(808)	(559)	(986)		(200)	(312)	
対売上収益比率	10%	9%	9%	11%		9%	10%	
その他の収益	2	76	32	12		19	1	
その他の費用	(3)	(20)	(12)	(3)		(12)	(1)	
営業損失	(2,361)	(1,578)	(1,384)	(968)		(439)	(186)	
上場関連の一時的費用 ⁽¹⁾	-	-	-	(278)		-	-	
営業損失(上場関連の一時費用を除く)	(2,361)	(1,578)	(1,384)	(690)		(439)	(186)	
EBITDA (上場関連の一時費用を除く)	(1,992)	(1,103)	(1,047)	(87)		(310)	57	
EBITDAマージン	-28%	-12%	-17%	-1%		-14%	2%	

(1) 2021年第1四半期に上場関連の一時的費用278百万円を計上

(2) 2021年第3四半期会計期間のEBITDAIには上場関連費用は含まれていない

財務データサマリー

(百万円)

2019 2020 2021Q3

貸借対照表のサマリー:

現金及び現金同等物	4,118	1,635	7,618
流動資産合計	10,713	10,046	23,890
資産合計	12,137	12,394	28,426
負債合計	18,650	4,726	6,141
資本合計	(6,514)	7,668	22,285

(百万円)

2019 2020 2021Q3

キャッシュフロー計算書のサマリー:

営業活動によるキャッシュフロー	(1,808)	(840)	(1,269)
投資活動によるキャッシュフロー	(5,710)	(2,706)	(7,308)
財務活動によるキャッシュフロー	11,103	1,161	14,503
現金及び現金同等物期末残高	4,118	1,635	7,618

財務データサマリー

(百万米国ドル)

	2019	2020	2020Q3	2021Q3	YoY	2020Q3	2021Q3	YoY
損益計算書のサマリー:			累計期間	累計期間		会計期間	会計期間	
売上収益	66.3	84.2	57.5	80.7	40%	20.2	29.1	44%
売上原価	(39.5)	(45.4)	(32.1)	(41.0)		(10.9)	(14.6)	
売上総利益	26.8	38.8	25.3	39.7	57%	9.3	14.6	56%
売上総利益率	40%	46%	44%	49%		46%	50%	
販売及びマーケティング費用 (S&M)	(25.4)	(32.5)	(23.2)	(28.2)		(8.3)	(9.6)	
対売上収益比率	38%	39%	40%	35%		41%	33%	
研究開発費 (R&D)	(16.3)	(14.0)	(10.0)	(11.5)		(3.4)	(3.8)	
対売上収益比率	25%	17%	17%	14%		17%	13%	
一般管理費 (G&A)	(6.7)	(7.6)	(5.2)	(9.1)		(1.9)	(2.8)	
対売上収益比率	10%	9%	9%	11%		9%	10%	
その他の収益	0.0	0.7	0.3	0.1		0.2	0.0	
その他の費用	(0.0)	(0.2)	(0.1)	(0.0)		(0.1)	(0.0)	
営業損失	(21.7)	(14.8)	(12.9)	(9.0)		(4.1)	(1.7)	
上場関連の一時費用 ⁽¹⁾	-	-	-	(2.6)		-	-	
営業損失(上場関連の一時費用を除く)	(21.7)	(14.8)	(12.9)	(6.4)		(4.1)	(1.7)	
EBITDA (上場関連の一時費用を除く)	(18.3)	(10.3)	(9.7)	(0.8)		(2.9)	0.5	
EBITDAマージン	-28%	-12%	-17%	-1%		-14%	2%	

(1) 2021年第1四半期に上場関連の一時費用2.6百万米国ドルを計上

(2) 2021年第3四半期会計期間のEBITDAには上場関連費用は含まれていない

財務データサマリー

(百万米国ドル)

	2019	2020	2021Q3
貸借対照表のサマリー:			
現金及び現金同等物	37.8	15.3	68.1
流動資産合計	98.3	94.1	213.6
資産合計	111.4	116.1	254.1
負債合計	171.2	44.3	54.9
資本合計	(59.8)	71.8	199.2

(百万米国ドル)

	2019	2020	2021Q3
キャッシュフロー計算書のサマリー:			
営業活動によるキャッシュフロー	(16.6)	(7.9)	(11.8)
投資活動によるキャッシュフロー	(52.4)	(25.4)	(66.3)
財務活動によるキャッシュフロー	101.9	10.9	136.6
現金及び現金同等物期末残高	37.8	15.3	68.1

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。
