



APPBANK

決算説明資料

2021年12月期 第3四半期

2021年11月12日

注意事項

資料取扱い上のご注意

このプレゼンテーションで述べられているAppBank株式会社の業績予想、計画、事業展開等に関しましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき判断したものです。

マクロ経済や当社の関連する業界の動向、新たな技術の進展等によっては、大きく変化する可能性があります。

従いまして、実際の業績等が本プレゼンテーションと異なるリスクや不確実性がありますことをご了承下さい。また、大きな変更がある場合は、その都度発表していく所存です。

目次

1. ミッションビジョン

2. 2021年12月期第3四半期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他

目次

1. ミッションビジョン

2. 2021年12月期第3四半期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他



You are my friend!

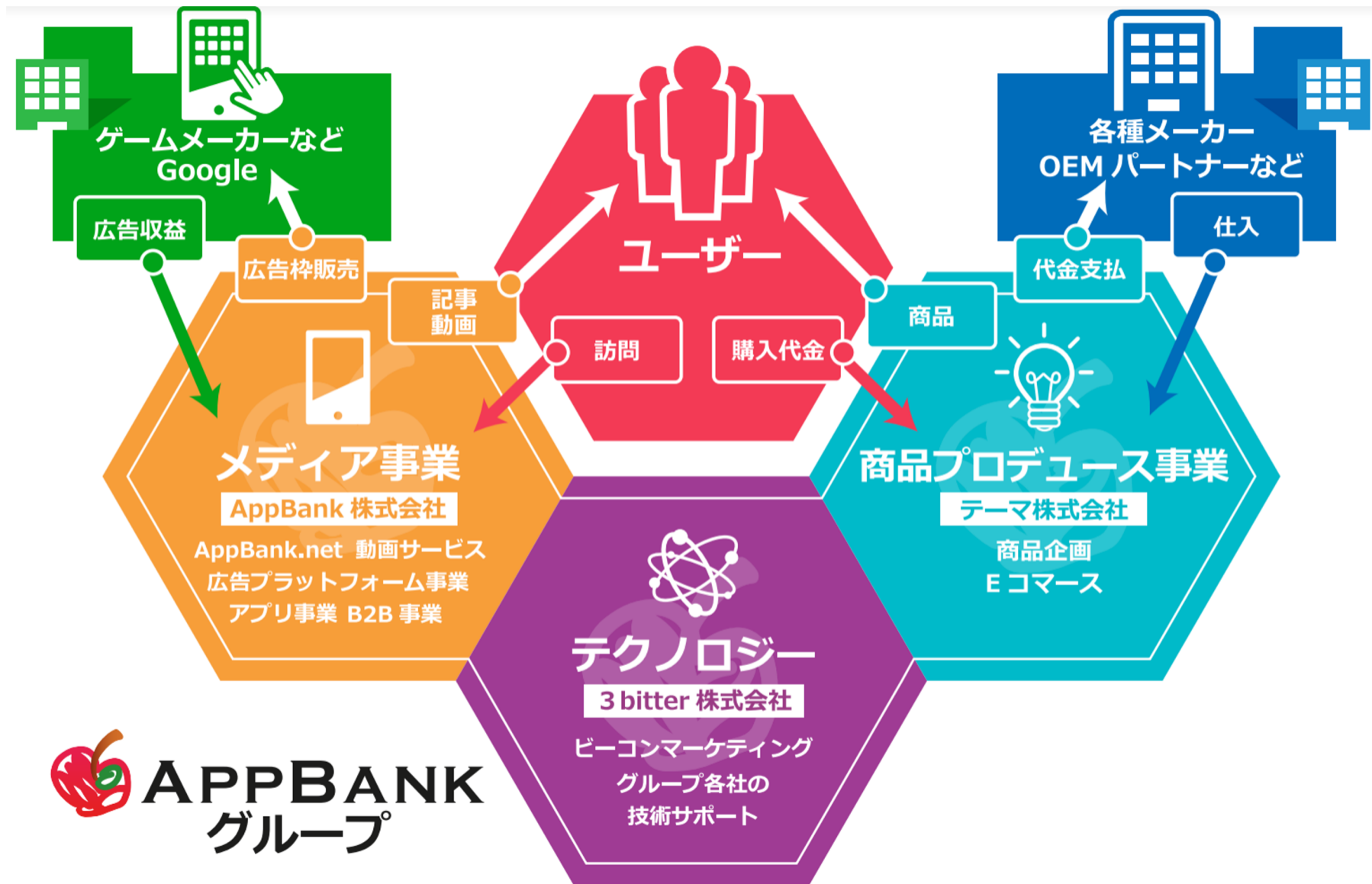
インターネット産業はスマートフォンの登場により、これまで以上に変化のスピードを早めています。そんな中、最先端の情報と技術が集まるこの場所でAppBankは『**You are my friend!**』を理念として活動しています。非連続的な変化や、はやりすたりが激しい世界だからこそ、ユーザーのみなさま/お客さまとの関係を最も大切にしたいと考えています。

私たちは楽しみながら、遊びながら創造してきました。従業員一人ひとりがユーザーのみなさま/お客さまと共に価値を創り、成長していきたいと考えています。

その実現のために、私たちはみなさまに最も近い存在となったスマートフォンとその周辺分野において人と情報と技術を結びつけ、インターネットが持つ価値をより豊かに実感していただきたくメディアとコンテンツ、そして物販に注力してまいりました。

これからも私たちはこの理念を追求しながら、企業活動を通じて社会に貢献しステークホルダーをはじめ、関わるみなさまに認められ、成長する企業を目指してまいります。

事業概要



サービス説明



友竹庵

・動画配信の分野

「YouTube」及び「niconico」を通じて動画コンテンツの提供・公開。うちYouTubeでは、チャンネル登録者約150万人の「マックスむらいチャンネル」「マックスむらい切り抜き」「KUZRAの山」等を提供・公開。

・ブランド開発事業「友竹庵」

村井智建がプロデューサーを務める、メイドインジャパンを大切にしたブランド。いちごや竹炭等をテーマに、他社とコラボレーションしたフード事業を原宿旗艦店とECにて展開。



・中核メディアサイト「AppBank.net」

2008年のサイト開設以来、iPhoneや、iPhone関連ニュースを中心に提供。

・攻略サイト「パズドラ究極攻略」「モンスター攻略」

『パズドラ』や『モンスター』のファン向けアプリは、豊富なキャラデータやダンジョン情報、YouTubeと連携した攻略動画が人気。

会社概要

会社名	:	AppBank株式会社	
所在地	:	東京都千代田区	
設立	:	2012年1月23日	
経営陣	:	代表取締役社長CEO	村井 智建
		取締役	染谷 光廣
		取締役	佐久間 諒
		取締役CFO	白石 充三
		社外取締役	上田 祐司
		社外取締役（監査等委員）	松岡 一臣
		社外取締役（監査等委員）	倉西 誠一
		社外取締役（監査等委員）	秋山 政徳
従業員数	:	30名（2021年9月30日時点）	

目次

1. ミッションビジョン

2. 2021年12月期第3四半期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他

2021年12月期第3四半期決算 総括

1

営業損失が152百万円となり、前年同期営業損失106百万円と比較してYonYで損失額が増加

2

メディア事業においては、売上高219百万円と前年同期における売上高217百万円と比較してYonYで微増

3

メディア事業にて、「AppBank.net」のコンテンツ・システム投資の進捗により、新たなユーザー層の取り込みが実を結び始め、PV量及びPV単価が増加し、前年同期水準まで回復（参照：P20）

4

ストア事業にて、実店舗となる「原宿竹下通り友竹庵」とオンラインショップを立ち上げ、本格的に販売活動を開始（参照：P31,P32）

2021年12月期第3四半期 損益状況

単位：百万円 下段：売上高比		2020年12月期 第3四半期	2021年12月期 第3四半期		
			前年同期比	増減額	
売上高		466	236	△49.3%	△229
	メディア事業	217 (46.6%)	219 (93.0%)	+1.0%	+2
	ストア事業	254 (54.5%)	12 (5.2%)	△95.1%	△241
	その他	- (-%)	4 (2.1%)	-%	+4
	セグメント間取引消去	△7 (△1.5%)	△0 (△0.3%)	-%	+6
売上総利益		184 (39.5%)	33 (14.2%)	△81.8%	△150
販管費		290 (62.2%)	185 (78.7%)	△36.1%	△104
△：営業損失		△106 (-%)	△ 152 (-%)	-%	△45
△：経常損失		△108 (-%)	△ 134 (-%)	-%	△44
親会社株主に帰属する △：四半期純損失		△156 (-%)	△ 134 (-%)	-%	+21

- ・売上高：メディア事業は増加、ストア事業は前第1四半期に実施した(株)AppBank Store株式譲渡の影響で減少
- ・売上総利益：メディア事業の売上高が増加したものの、利益率は減少
- ・販管費：管理本部業務の見直しや各種コスト圧縮により大幅に減少
- ・営業損失：売上総利益減少の影響で営業損失が拡大
- ・四半期純損失：当期において、商標権（「AppBank Store」）の売却に伴う固定資産売却益24百万円（特別利益）発生
当第3四半期において、固定資産の減損損失5百万円（特別損失）発生

2021年12月期第3四半期 事業別状況：メディア事業

単位：百万円 下段：売上高比	2020年12月期 第3四半期	2021年12月期 第3四半期		
			前期比	増減額
売上高	217	219	+1.0%	+2
売上総利益	83 (38.2%)	31 (14.2%)	△62.7%	△52
販管費	190 (87.6%)	160 (73.1%)	△15.8%	△30
△：営業損失	△106 (-%)	△129 (-%)	-%	△23

- ・売上高：動画収入は減少したが、「AppBank.net」のアフィリエイトやネットワーク広告収益等が増加
- ・売上総利益：主に新規事業立ち上げ等で投資を行なった結果、人件費、外注費が増加し、利益率が低下
- ・販管費：固定費を中心に販管費を削減したが、売上総利益の減少を吸収するまでは至らず
- ・営業損失：売上総利益は減少したが、販管費の削減効果で損失額の増加を最小限に抑制

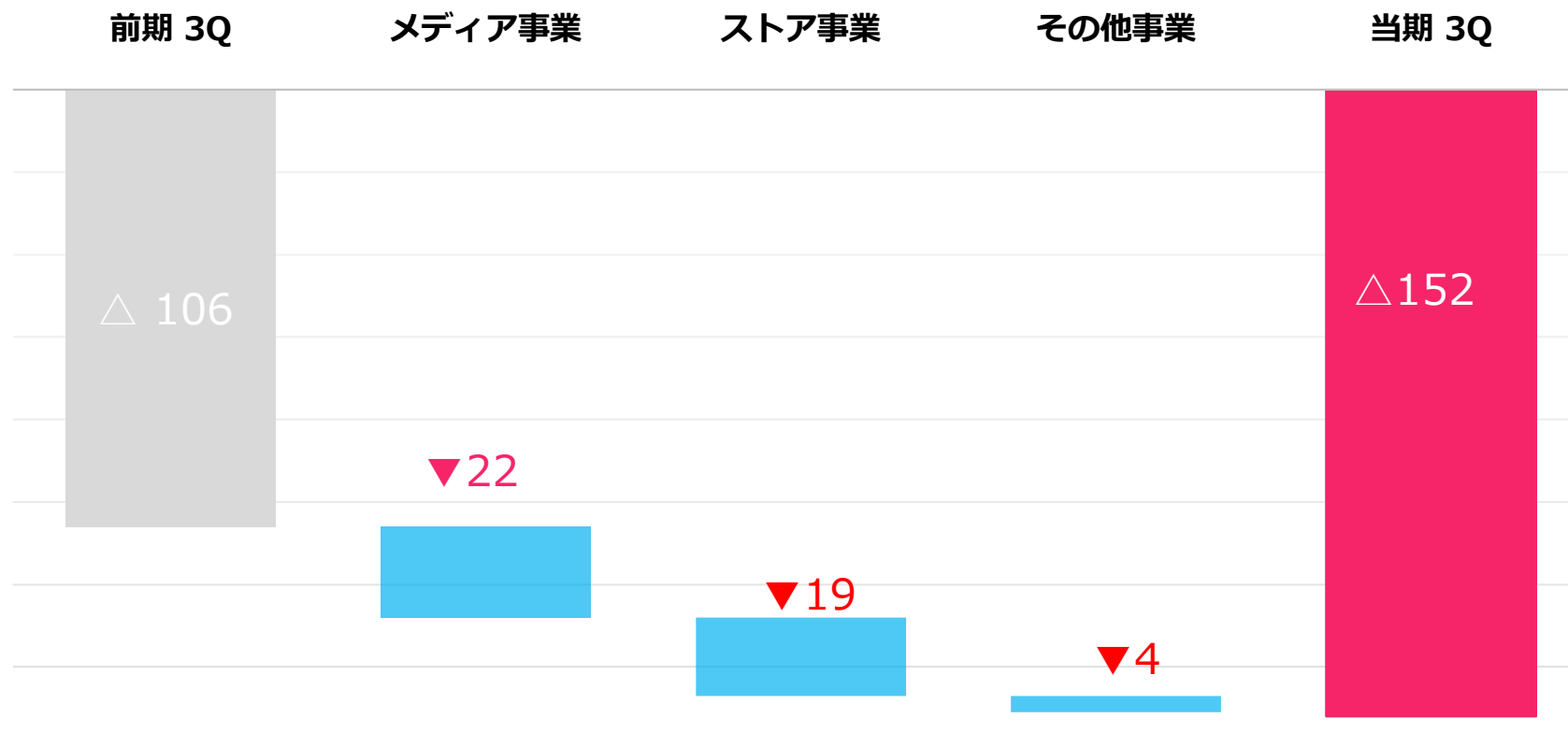
2021年12月期第3四半期 事業別状況：ストア事業

単位：百万円 下段：売上高比	2020年12月期 第3四半期	2021年12月期 第3四半期		
			前期比	増減額
売上高	254	12	△95.3%	△242
売上総利益	107 (42.1%)	△0 (-%)	△100.1%	△107
販管費	105 (41.3%)	17 (139.2%)	△83.8%	△88
営業利益 △：営業損失	2 (0.8%)	△17 (-%)	△950.0%	△19

- ・ 2020年12月期第1四半期に、ストア事業セグメントを構成していた株式会社AppBank Storeの株式を譲渡し、連結の範囲から除外
- ・ 2020年12月期に設立した連結子会社のテーマ株式会社が、ストア事業セグメントを構成
- ・ 現在は、主に新規事業「友竹庵」ブランド立ち上げに注力

2021年12月期第3四半期 営業利益増減（前期比較）

単位：百万円



- ・ 前年同期比で、営業損失が拡大した要因は、主にメディア事業及びストア事業の売上総利益の減少による
- ・ メディア事業は収益増加したが先行投資に伴い売上総利益率が低下。固定費を中心とする販管費の削減により、営業損失拡大は抑制された
- ・ ストア事業にて牽引される新規事業が立ち上げ期にあり、投資先行フェーズにある

2021年12月期第3四半期 財務状況

単位：百万円 下段：構成比		2020年12月期末	2021年12月期 第3四半期末	
				前期末比
資産	流動資産	535 (88.6%)	359 (78.4%)	△176
	固定資産	68 (11.3%)	99 (21.6%)	+30
	資産合計	604 (100%)	458 (100%)	△145
負債	流動負債	64 (10.6%)	56 (12.3%)	△8
	固定負債	19 (3.1%)	15 (3.4%)	△4
	負債合計	84 (14.0%)	72 (15.7%)	△12
純資産合計		519 (85.9%)	386 (84.3%)	△133
負債純資産合計		604 (100%)	458 (100%)	△145

- ・ 資 産 : (流動資産) 現預金△193 / 売掛金△8 / 建物+15 / 機械装置及び運搬具+11 / 敷金及び保証金+6
- ・ 負 債 : (流動負債) 買掛金+2 / 1年内返済予定長期借入金△11
- ・ 純資産 : 親会社株主に帰属する四半期純損失計上△134

目次

1. ミッションビジョン

2. 2021年12月期第3四半期業績実績

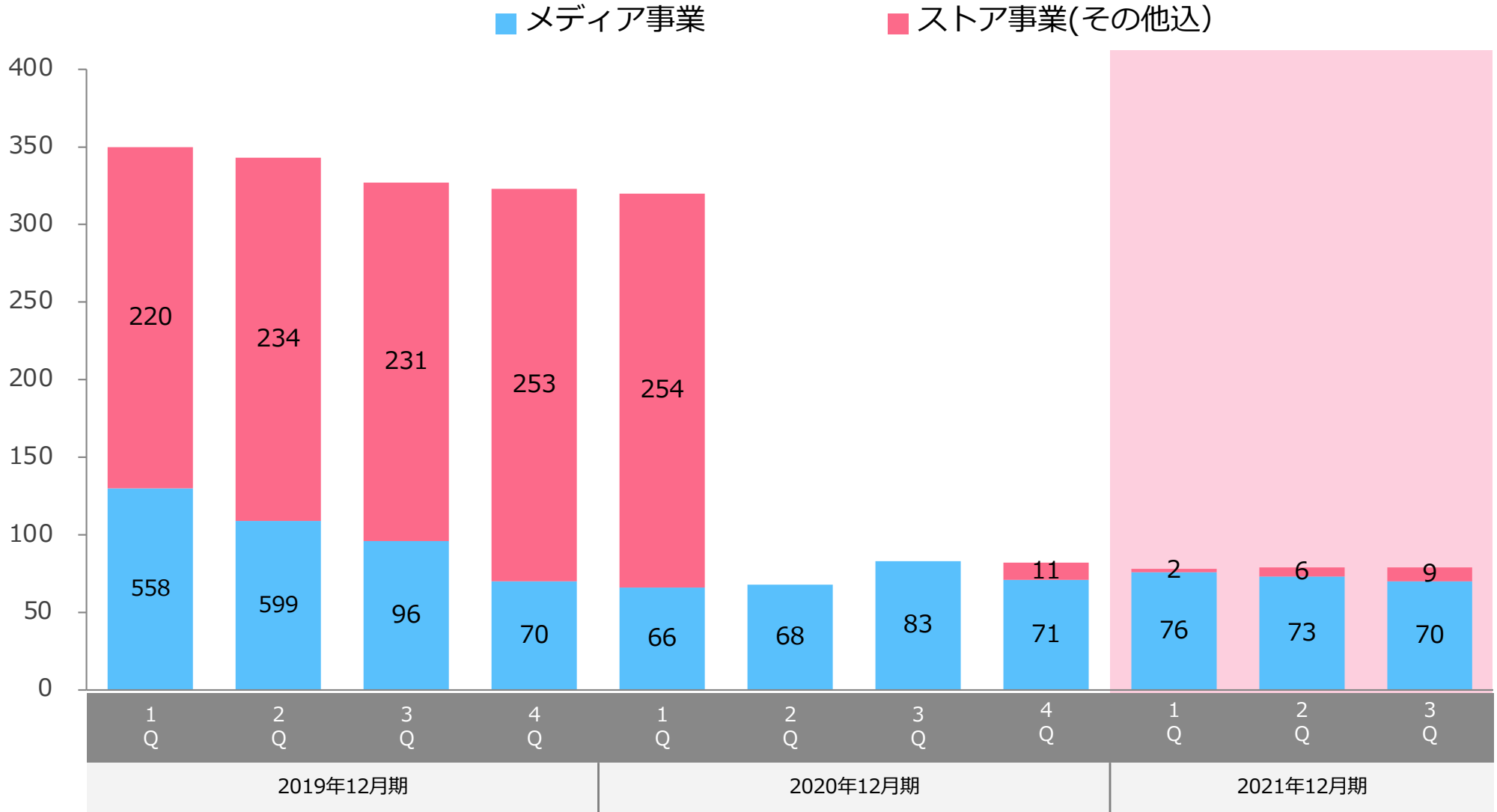
3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他

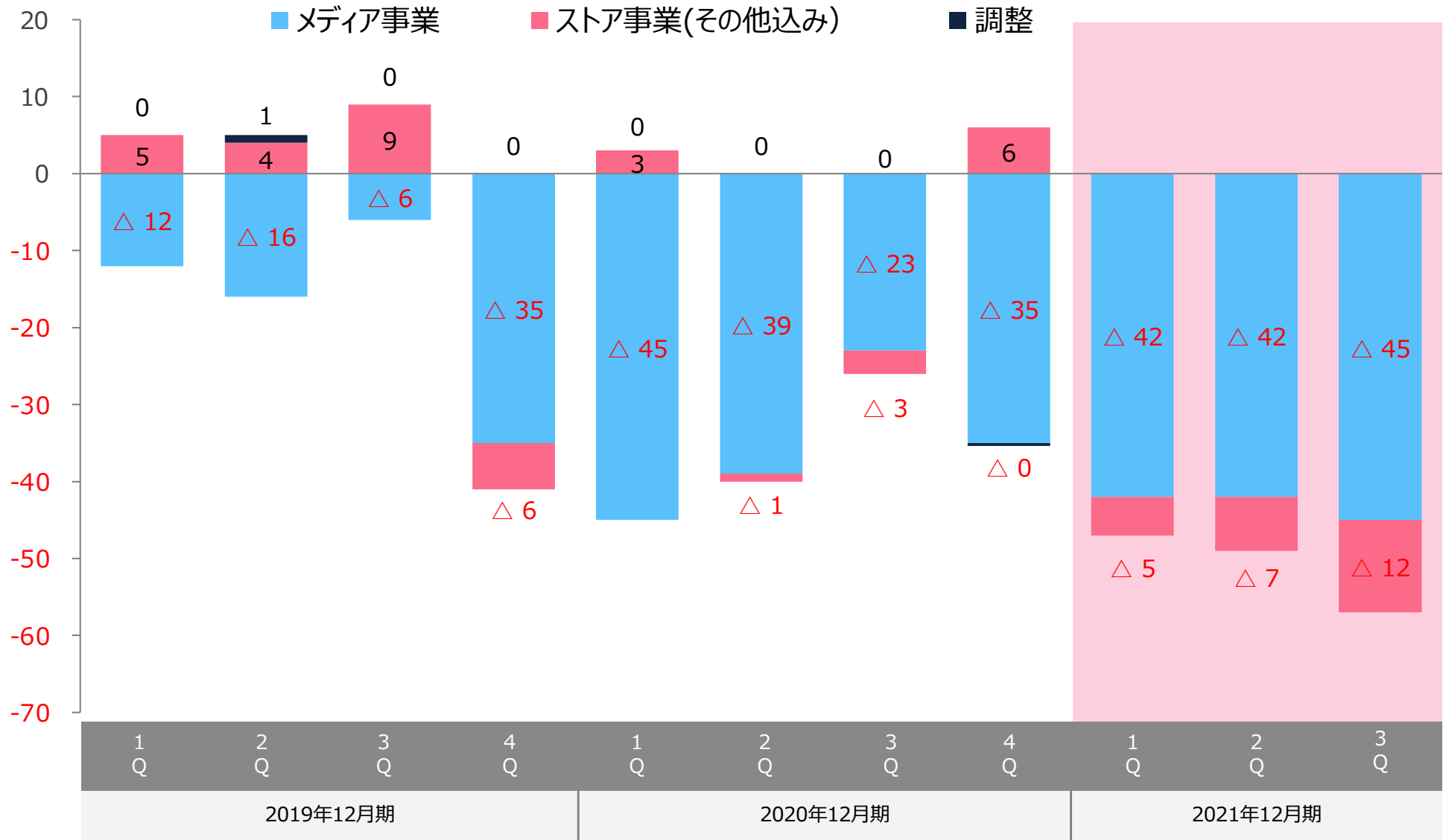
事業別状況：売上高 四半期推移

単位：百万円



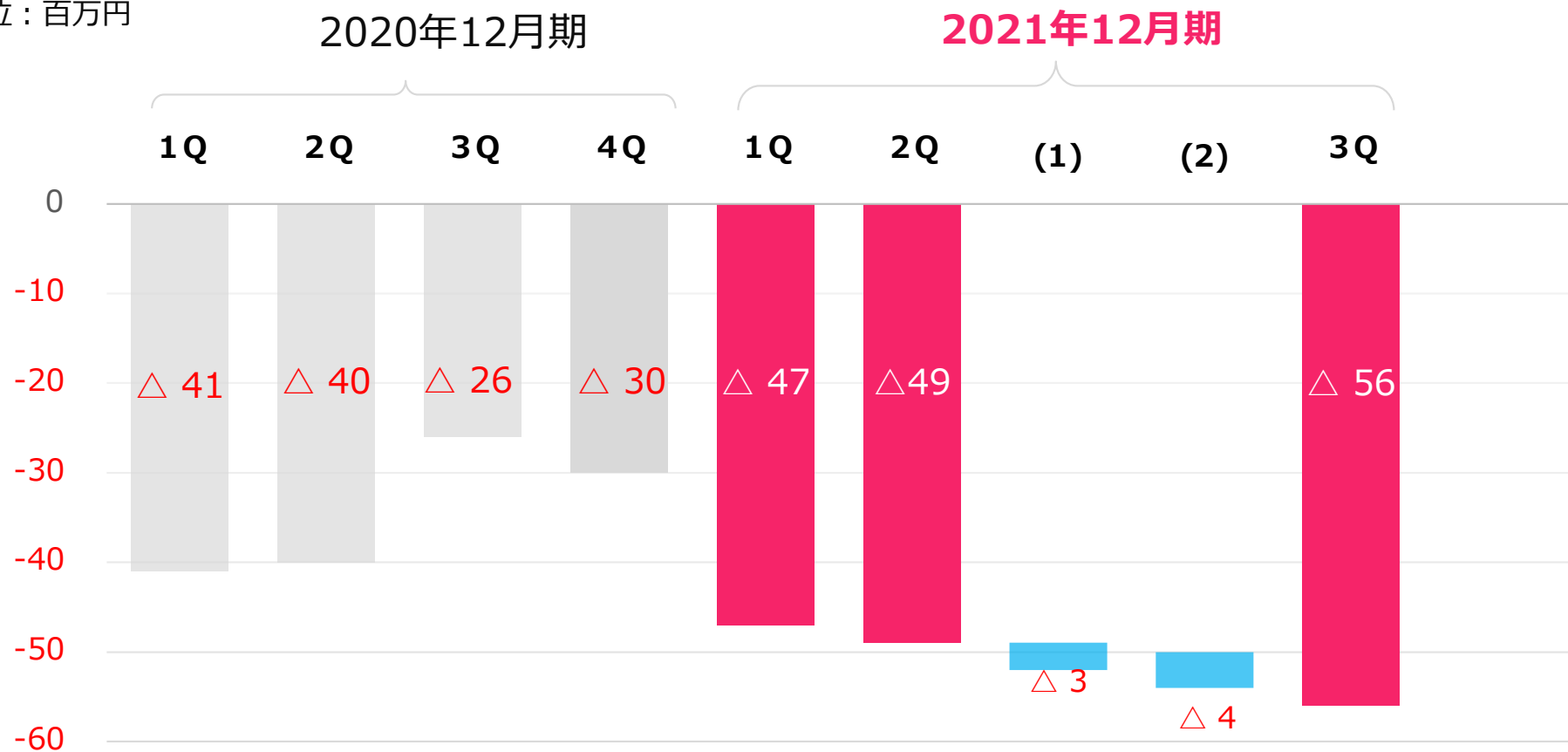
事業別状況：営業利益 四半期推移

単位：百万円



2021年12月期第3四半期 営業損失増減（四半期比較）

単位：百万円



増減要因

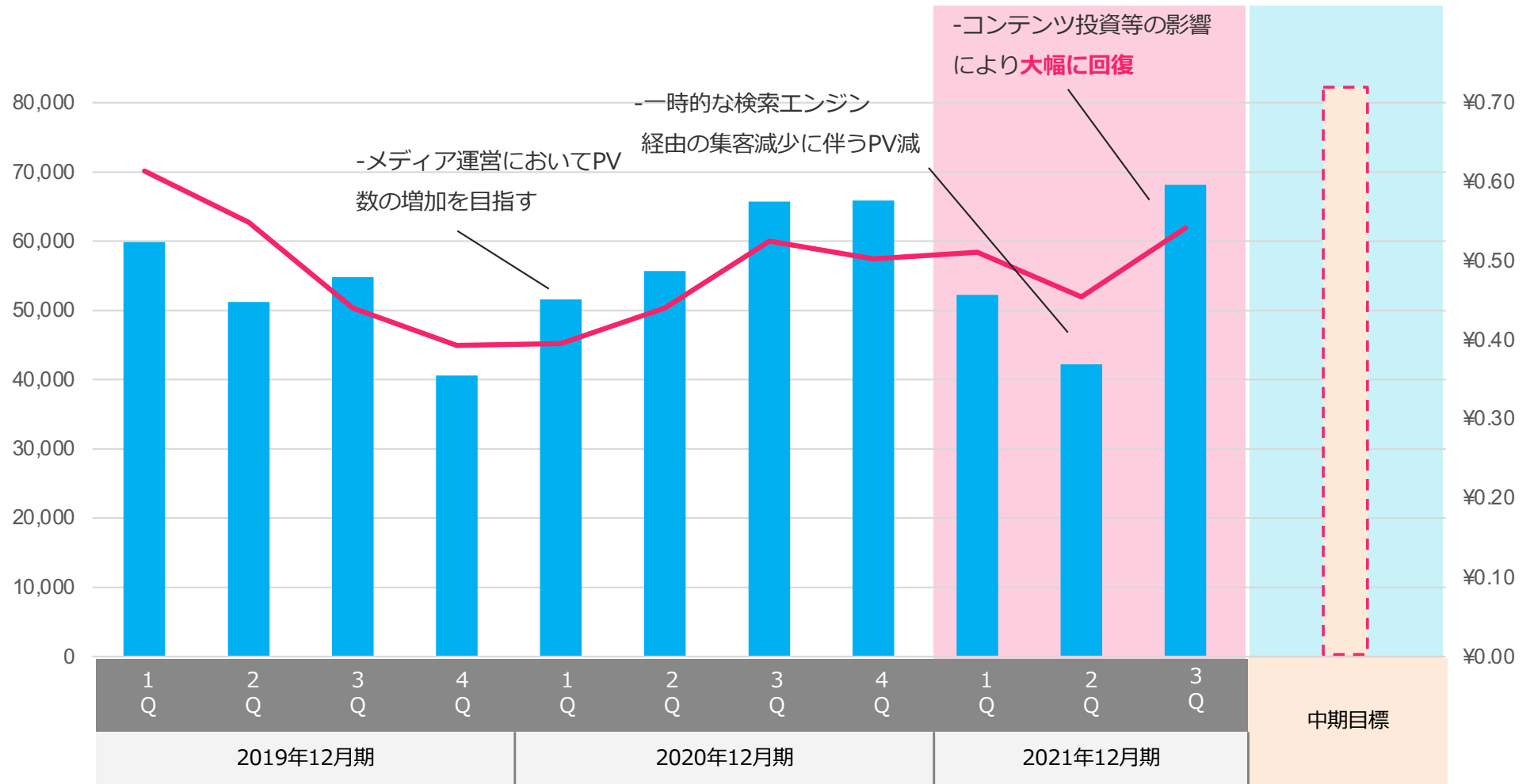
- (1) メディア事業にて粗利率の悪化により営業損失が若干拡大
- (2) ストア事業及びその他セグメントにて損失が若干拡大

メディア事業 AppBank.netの状況

PVはQonQで61.3%増加 PV単価は19.2%増加

単位：千PV

単位：円



目次

1. ミッションビジョン

2. 2021年12月期第3四半期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

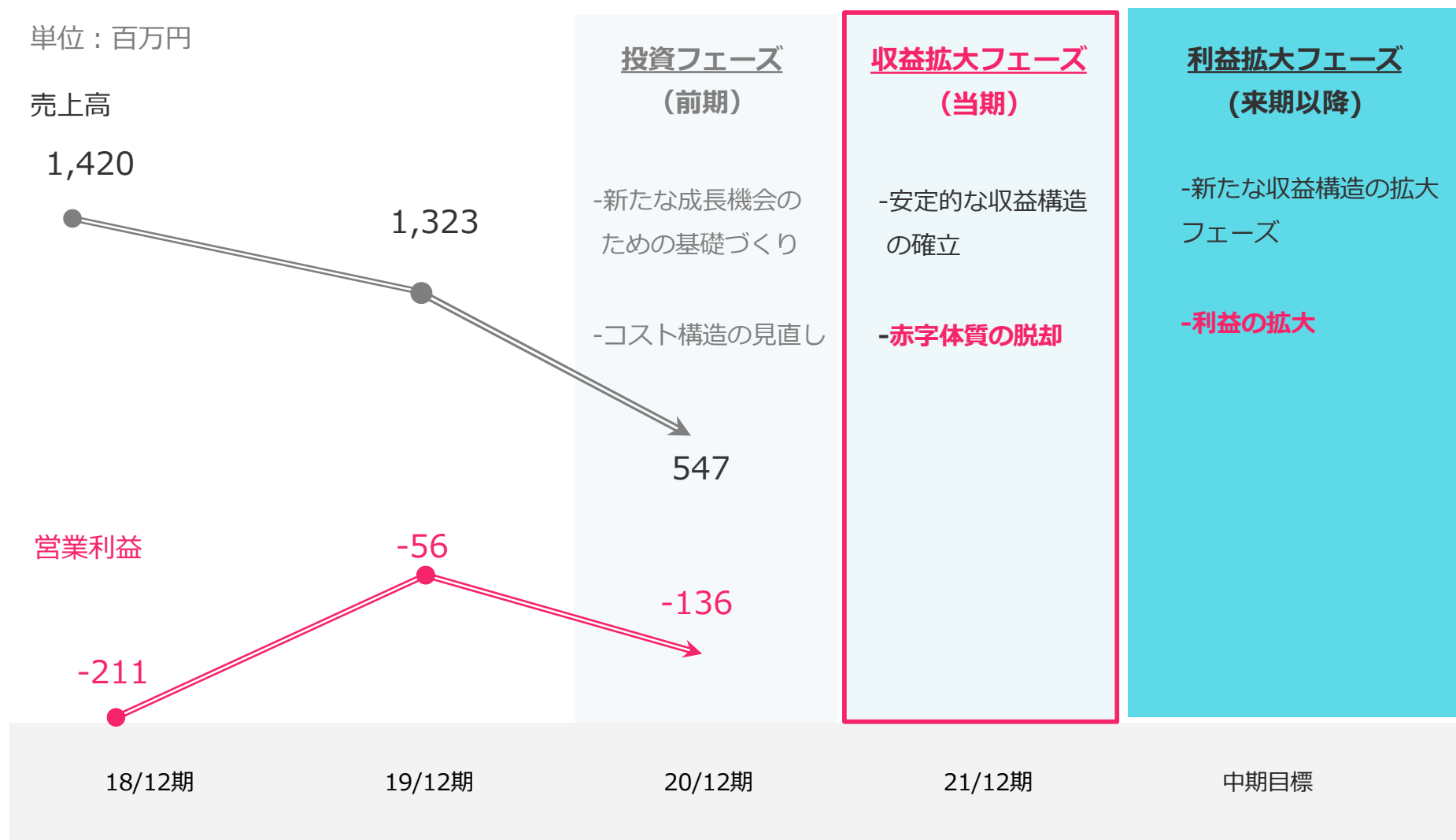
5. その他

脱マックスむらいにおける

収益構造を確立

中期目標

当期は前期以降の施策を具現化していく **収益拡大フェーズ**



重点成長施策

当期を**収益拡大フェーズ**と位置付けて、前期に実施した投資活動を基礎として、**利益体質**とするため**売上の拡大**を目指す

①メディア事業の成長に経営資源を注力

- 「AppBank.net」についてPV単価を維持した上でPV量の増加
- BtoB案件獲得に注力

②新規事業の収益拡大へ

- 「友竹庵」の立ち上げと**早期収益化**
- 3bitter社が提供するBeaconサービス『**SWAMP**』の導入促進

成長戦略：2021年12月期_重点成長施策詳細

①メディア事業の成長に経営資源を注力

AppBank.netのPV収益性の強化

i

- PVあたり収益性を重視し、**収益性の高いPVの獲得とPV単価の向上を目指す**
- 編集体制の見直しによる記事内容と記事数の充実、システム面からの施策を強化

BtoBタイアップ広告の案件獲得

ii

- iの施策により、**「AppBank.net」のメディアの収益価値の向上を期待し、企業の広告案件（BtoBタイアップ広告）を獲得し、利益率の向上を目指す**

成長戦略：2021年12月期_重点成長施策詳細

②新規事業の収益拡大

iii

「友竹庵」の立ち上げと早期収益化

- 新ブランド「友竹庵」を、実店舗とEコマース店舗で展開
- YouTubeやInstagram、TikTok等の動画・SNSと、「AppBank.net」等から、ユーザーをEコマースサイトに送客する等の連携により、事業の拡大を目指す

iv

Beaconサービス『SWAMP』の導入促進

- 自社開発のBeaconを用いて、場所を限定した物販やコンテンツ配布が可能となるサービス
- 独自の仕組みで「密を作らない」会場物販や在庫を持たない売上獲得を実現できることから、新型コロナ禍における音楽ライブやイベント等への導入が進んでおり、今後の更なる導入促進を目指す

収益拡大フェーズ（当第3四半期まで）の振り返り

（メディア事業）

- 「AppBank.net」のコンテンツ・システム投資を重ねながら、売上を増加させ
収益基盤の確立努力を継続
- 一部記事カテゴリーにおけるPV数ならびに売上は減少したが、新カテゴリーの開拓等により新たなユーザー層の獲得に成功
- PV数及びPV単価の大幅な回復を実現。今後、さらなる拡大を目指す（参照：P20）

（ストア事業）

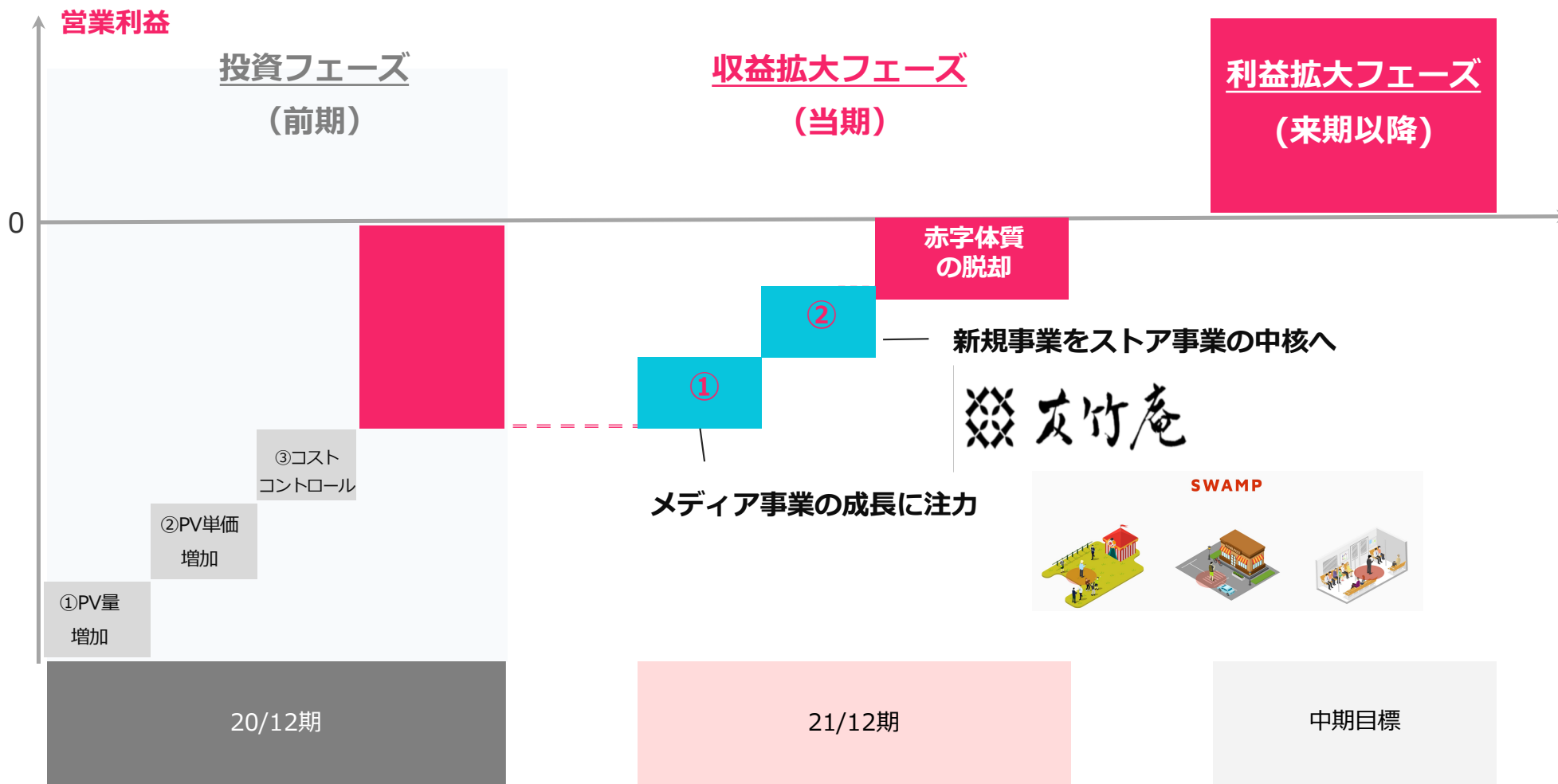
- 「友竹庵」ブランドを立ち上げ、原宿で旗艦店となる実店舗「原宿竹下通り友竹庵」とオンラインショップの立ち上げ完了（参照：P31,P32）
- 引き続き新たな商品開発（参照：P33）と認知拡大を目指し活動を行う方針

（その他）

- 3bitterの「Beaconサービス」が拡大
- 主に音楽系のライブ会場にてサービスの導入が進んでおり、今後の収益貢献を見込む

営業利益の成長イメージ

メディア事業及びの売上の拡大を軸に赤字幅を縮小し、新規事業の立ち上げとあわせて**営業利益の黒字化**を目指す



2021年12月期業績予想について

引き続き21年12月期の業績予想は非開示

インターネット広告業界に軸足を置く、当社メディア事業は不確定な要素が多く、

今後とも新興領域で様々なチャレンジを実施していくため、合理的な見込みを算出するこ

とは困難であると判断し、業績見込みを非開示としています。

今後とも、四半期ごとに実施する決算業績及び事業の概要のタイムリーな開示に努めると

共に業績予想は、合理的な業績予想が開示できる状況になる場合に速やかに開示すること

を予定しております。

目次

1. ミッションビジョン

2. 2021年12月期第3四半期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他

ストア事業：「友竹庵」オンラインショップが本日公開！

「いちご大福」や「ブラックポップコーン」などがお取り寄せ可能！本オープンに向けプレ販売を開始。（2021年7月16日）



「原宿竹下通り友竹庵」で取り扱っている「いちご大福」と「ブラックポップコーン」と、大将が作った最高のみかんを使用した「究極の手むきみかんジュース」の取り扱いを開始。引き続き様々なマックスむらいプロデュース商品を販売してまいります。

参考「友竹庵」公式サイト <https://yurinan.net/>

参考：「マックスむらい」公式YouTubeチャンネル
<https://www.youtube.com/channel/UC5Y35HzjHnxi2Dk8Xk8Clw>

参考「KUZRAの山」公式YouTubeチャンネル
https://www.youtube.com/channel/UC-S_cfLqxlw31pWeHLZ-lQ

ストア事業：「竹炭#スチパン」の販売を開始！

「友竹庵」が「STEAM BREAD EBISU」とコラボレーション！高級竹炭を練り込んだ「竹炭#スチパン」の販売を開始(2021年8月11日)



スチーム生食パン専門店「STEAM BREAD EBISU」と共同開発した「大人の生竹炭パン」の販売を開始したことをお知らせいたします。「スチパン」に、最高級竹炭パウダーを練り込んだ「竹炭#スチパン」を今回共同開発し、「友竹庵」のオンラインショップ限定商品として販売いたします。

参考「友竹庵」公式サイト <https://yurinan.net/>

参考：「マックスむらい」公式YouTubeチャンネル
<https://www.youtube.com/channel/UC5Y35HzjHnxi2Dk8Xk8Clw>

参考「KUZRAの山」公式YouTubeチャンネル
https://www.youtube.com/channel/UC-S_cfLqxlw31pWeHLZ-lQ

ストア事業：「原宿竹下通り友竹庵」が正式オープン！

マックスむらいのメイドインジャパンを大切にしたブランド「友竹庵」の旗艦店
「原宿竹下通り友竹庵」が原宿に正式オープン！（2021年9月9日）



正式オープンでは、東京・九段にある創業明治元年の老舗和菓子店「宝来屋」とコラボレーションし、さらに美味しくなった「いちご大福」を目玉商品として、その他に「すずあかねのいちごスムージー」「いちごパルフェ（和・洋）」「竹炭珈琲」などが新たにお買い求めいただけます。

参考「友竹庵」公式サイト <https://yurinan.net/>

参考：「マックスむらい」公式YouTubeチャンネル
<https://www.youtube.com/channel/UC5Y35HzjHnxi2Dk8Xk8Clw>

参考「KUZRAの山」公式YouTubeチャンネル
https://www.youtube.com/channel/UC-S_cfLqxlw31pWeHLZ-IQ

決算説明動画の公開について



本決算に係る説明動画は**11月下旬**
「マックスむらいチャンネル」にて公開予定

参考：「マックスむらい」公式YouTubeチャンネル

<https://www.youtube.com/channel/UC5Y35HzjHnxi2Dk8Xk8Clw>

