

MAKING AI EASY

BY MAKING
SOFTWARE INTELLIGENT

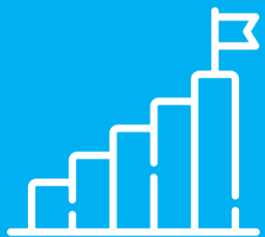
2021年12月期 通期 決算説明資料 2022年2月

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





2021年
総括と実績



2022年の展望



FY21 Q4 実績



プロダクトの最新情報
ESGの取組み

2021年の実績



事業成長の更なる加速

- 売上収益は **127億円** で前期比 **41%** の増収。2年連続で成長モメンタムの加速が継続
- 売上総利益は前期比 **51%増** と大幅に成長。売上総利益率は **49%** に改善
- 米国市場における売上収益は全体の **3%** となり、成長モメンタムの加速に貢献



事業成長と収益性改善の両立

- EBITDAが黒字化し **42百万円**、EBITDAマージンは **0.3%** となった
- **2021年は創業以来初めてEBITDAの通期黒字化を達成**
- 営業利益率は前期比 **9%ポイント** 改善、EBITDAマージンは前期比 **13%ポイント** 改善



強固で継続的な事業指標の改善

- LTM NRRは **123.8%** まで拡大し、年間ベースでは過去最高
- 顧客企業数は **261** 社純増(前期比 **32%** の増加)し、1,088社。過去最高のオーガニックでの増加数
- 月次顧客解約率は **0.73%** と過去最低レベルまで改善

2021年ハイライト

売上収益

JPY **127億**

売上収益成長率⁽¹⁾

+41%

EBITDA⁽²⁾

JPY **42.3M**

売上総利益成長率⁽³⁾

+51%

ARR⁽⁴⁾

JPY **138億**

ARR成長率⁽⁵⁾

+46%

(1) 2020年通期と2021年通期を比較した売上収益の成長率

(2) 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

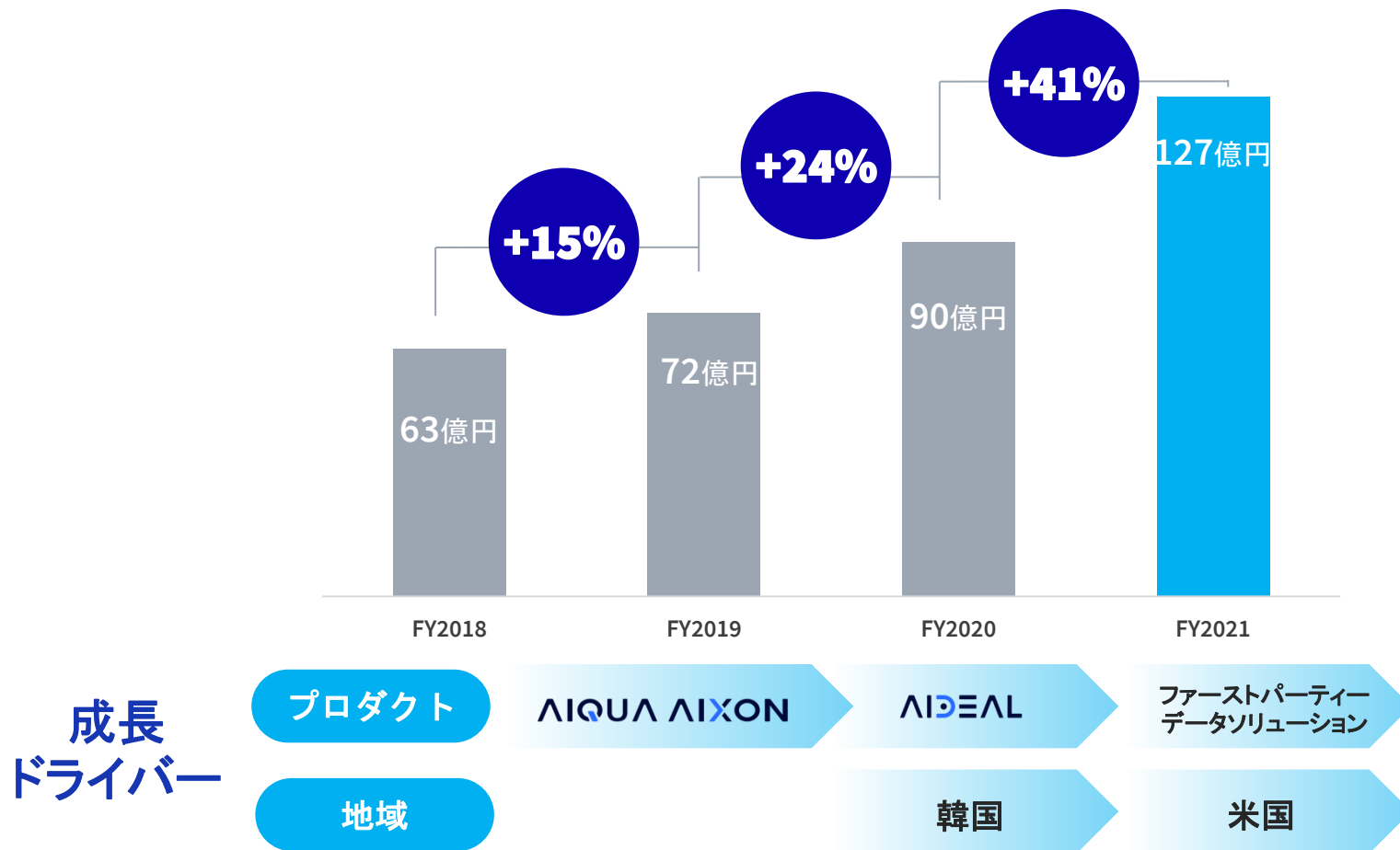
(3) 2020年通期と2021年通期を比較した売上総利益の成長率

(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12月と2021年12月を比較したARRの成長率

成長ドライバーの増加により成長が加速： 更なる成長に向けた投資を行いつつ、成長の規模が拡大

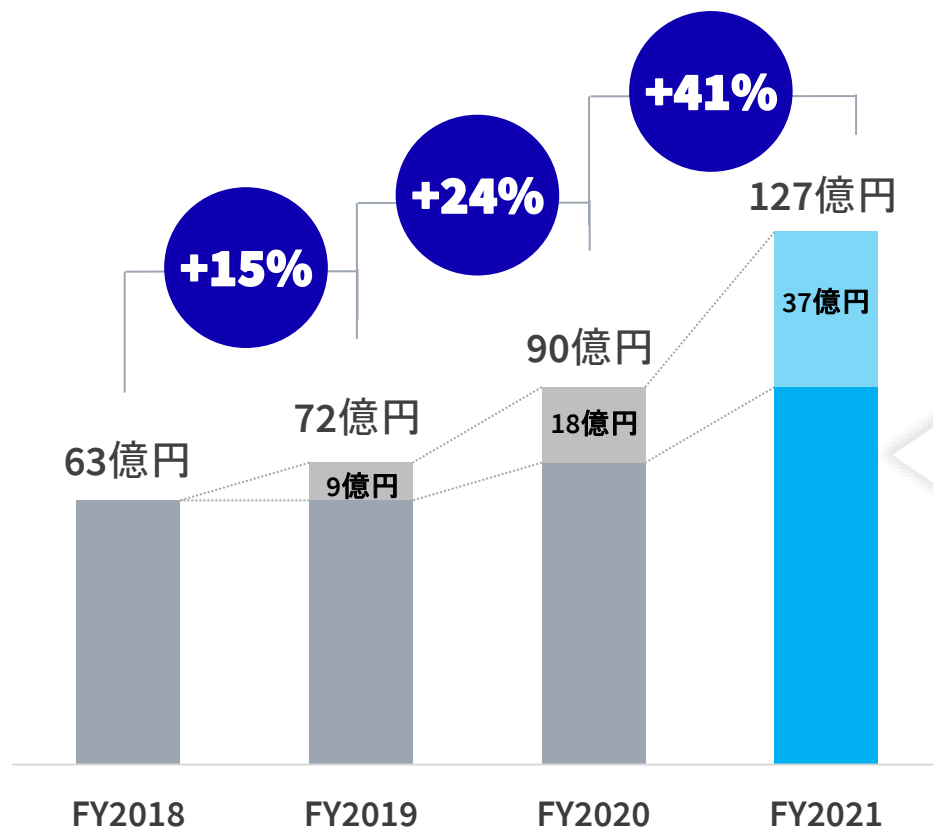
売上収益(日本円)



年間売上収益の推移

過去2年間、成長が加速し増収額が倍増

売上収益(日本円)



増収要因

58%

既存顧客から

- ▶ 強力なNRRの拡大
- ▶ ファーストパーティーデータのトレンドによる追い風
- ▶ プロダクトシナジーの強化

42%

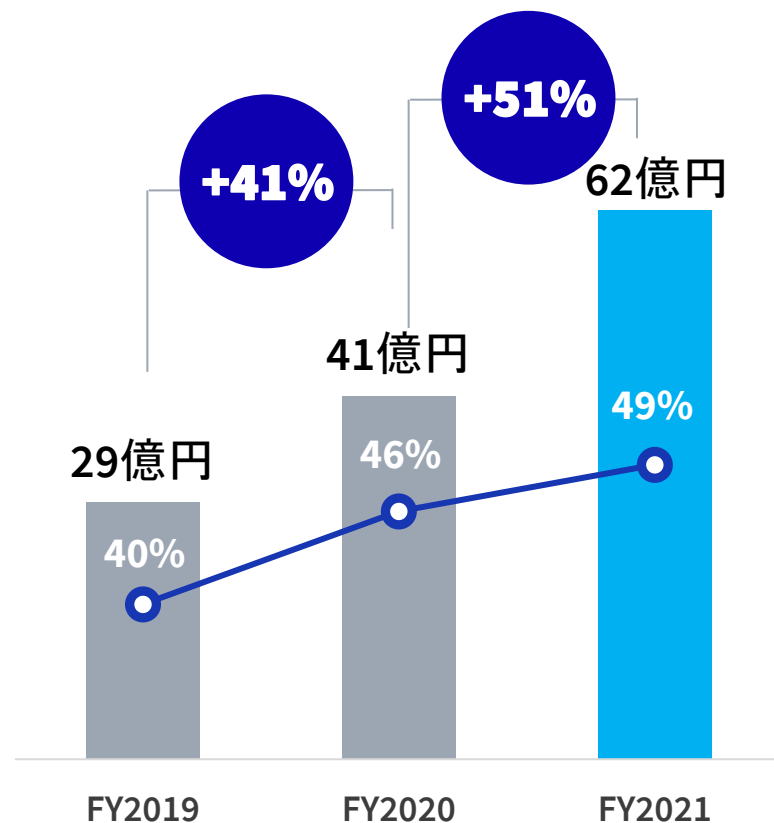
新規顧客から

- ▶ 米国市場での展開
- ▶ 営業生産性の改善
- ▶ ファーストパーティーデータのトレンドによる追い風

売上総利益の成長

売上総利益率の上昇により売上総利益の成長が加速

売上総利益&利益率（日本円）



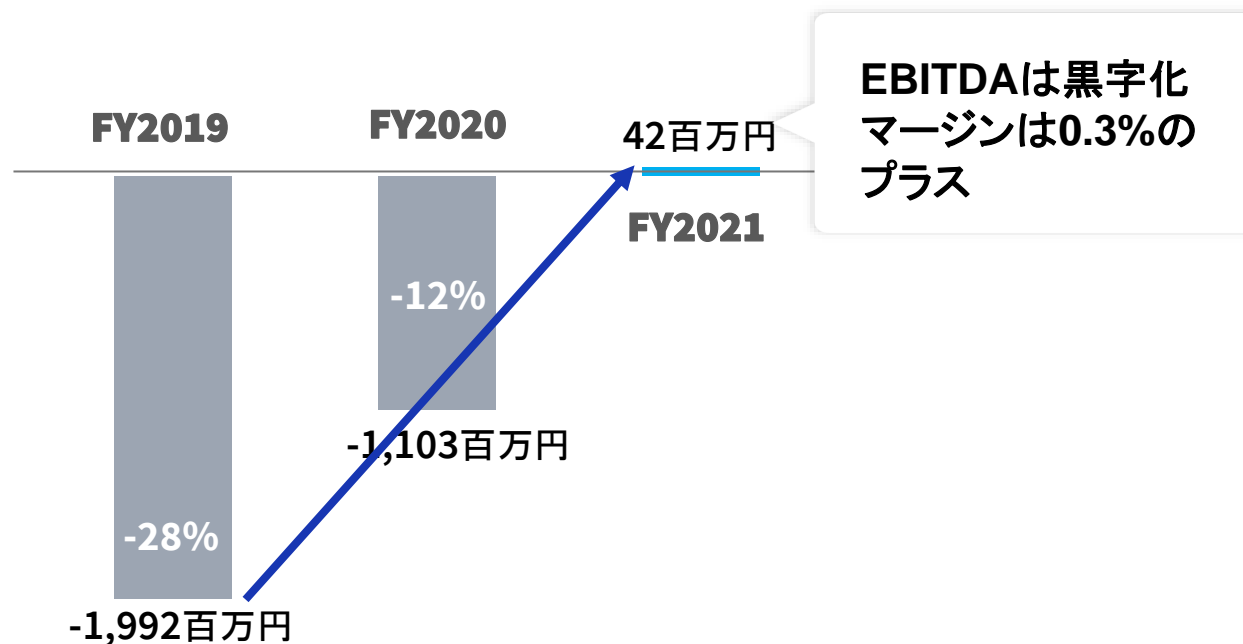
利益率の上昇による売上総利益の拡大

- ▶ 売上総利益は売上収益を上回るスピードで成長
- ▶ 3年間で売上総利益率は40%から49%に上昇
- ▶ CrossXアルゴリズムの精度向上による利益率上昇
- ▶ 利益率の高い製品の構成比拡大

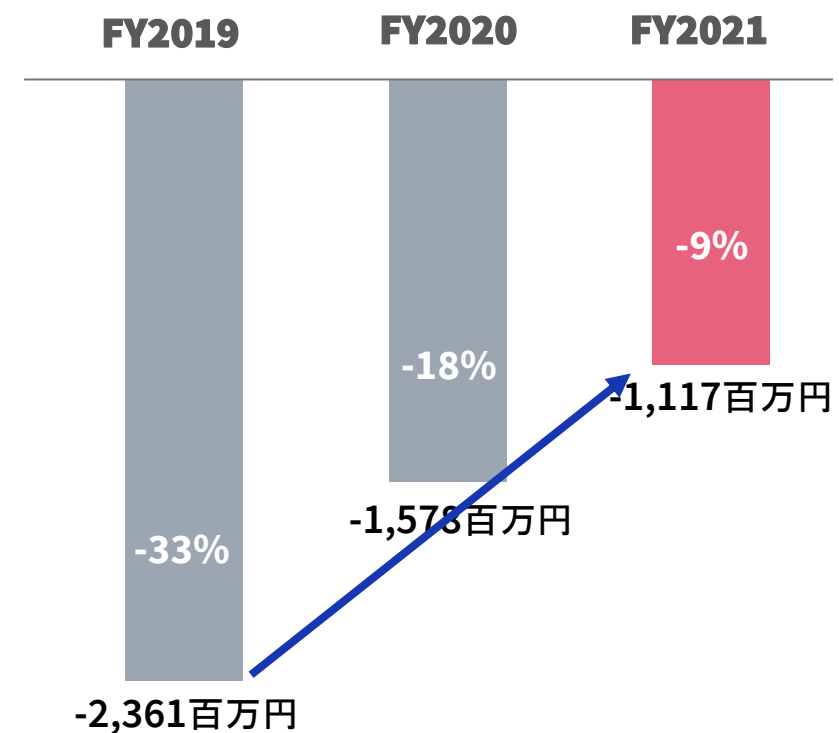
EBITDA および 営業利益

EBITDAマージンと営業利益率は一貫して改善傾向

EBITDA⁽¹⁾ & マージン(日本円)



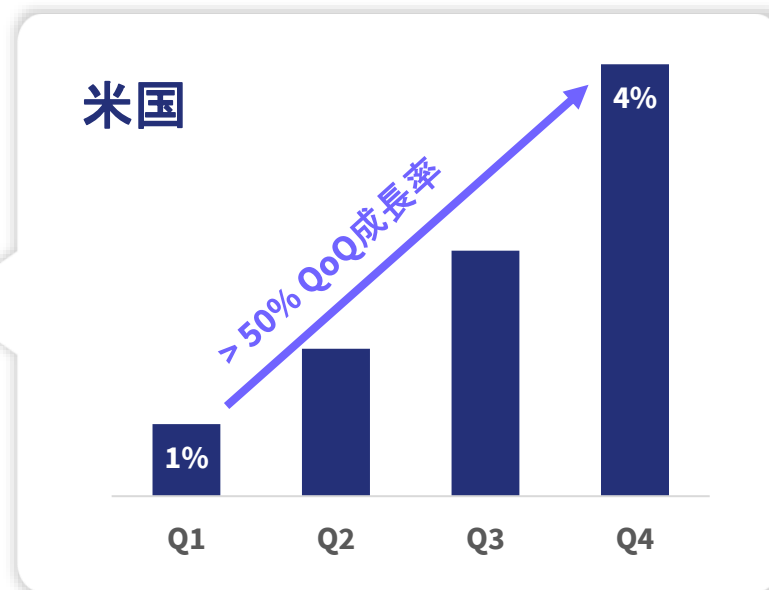
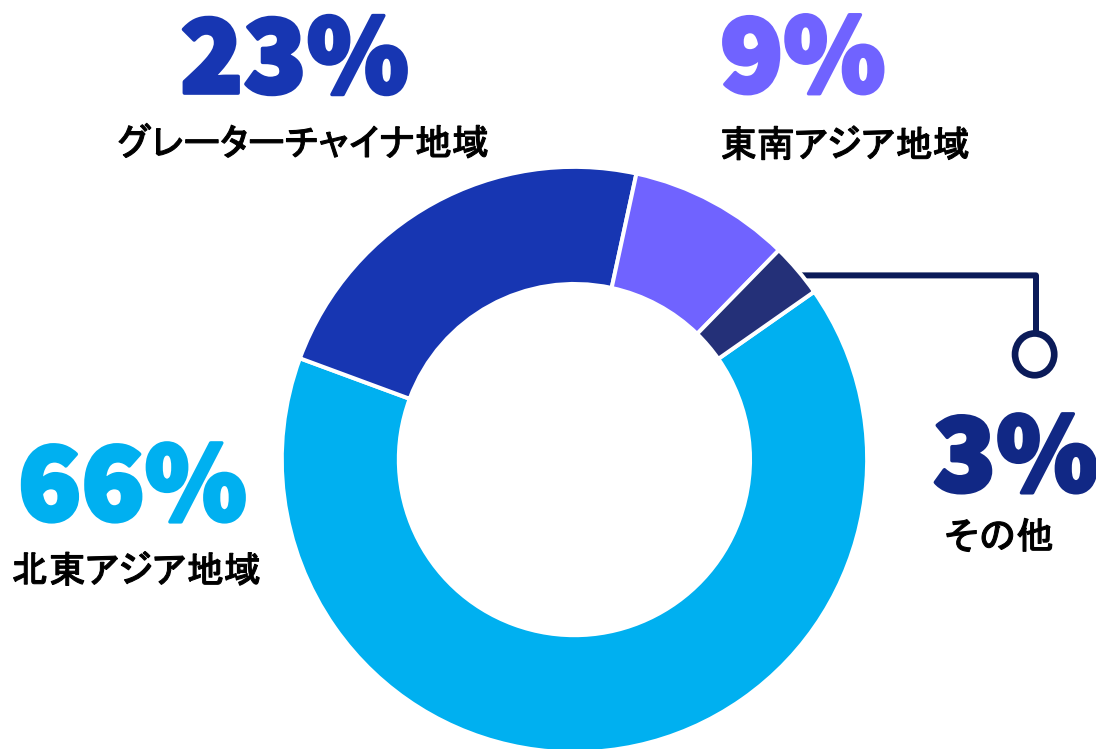
営業利益 & 利益率(日本円)



(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

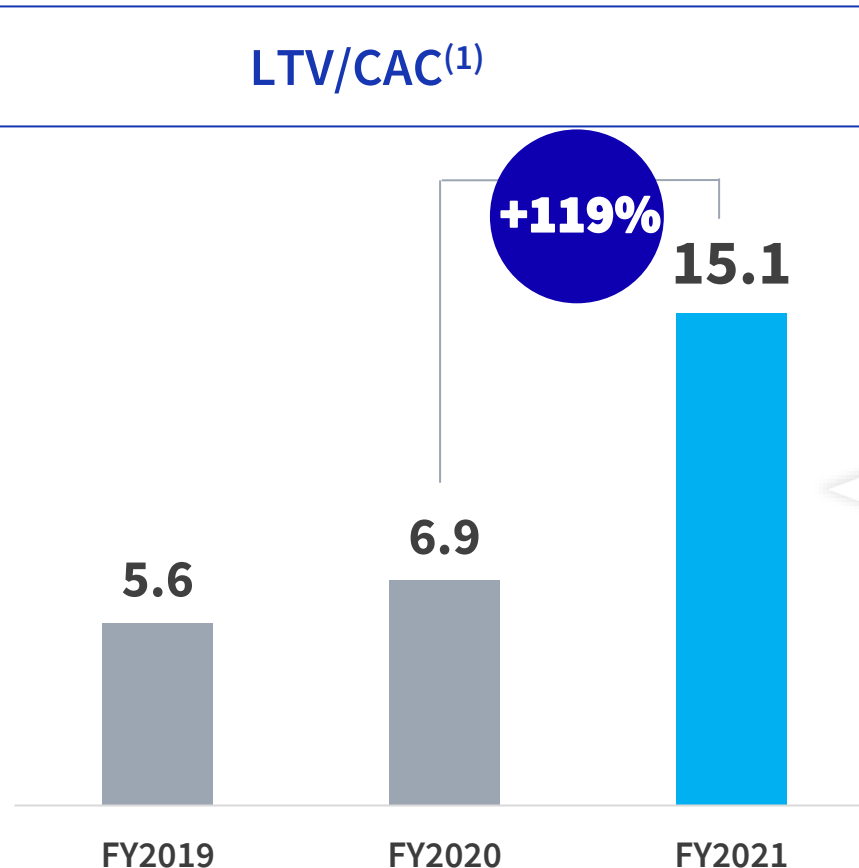
多様な収益基盤 米国が新たな成長ドライバーとなり、過去3四半期の前四半期比の成長率は50%超

FY2021 地域別売上収益比率



LTV/CAC

強力な事業遂行と営業生産性の向上により倍増



LTV +35%

顧客収益解約率が18%改善
顧客当たり売上総利益が13%上昇

CAC -38%

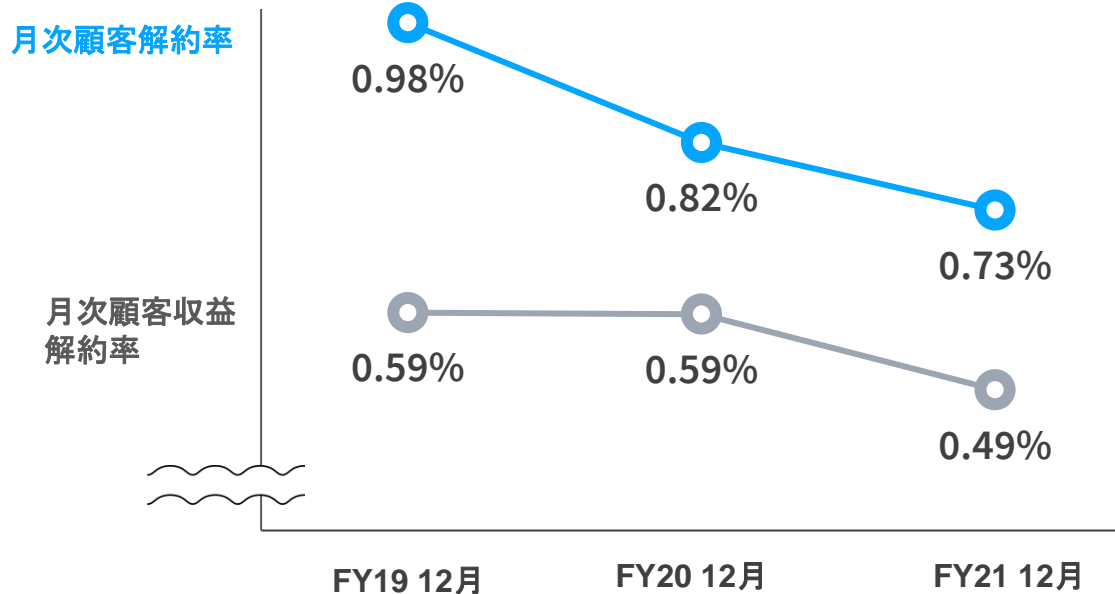
顧客獲得費用は横ばい
新規顧客数が71.4%増加

(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&Aによる増加を除く)で除して算出。

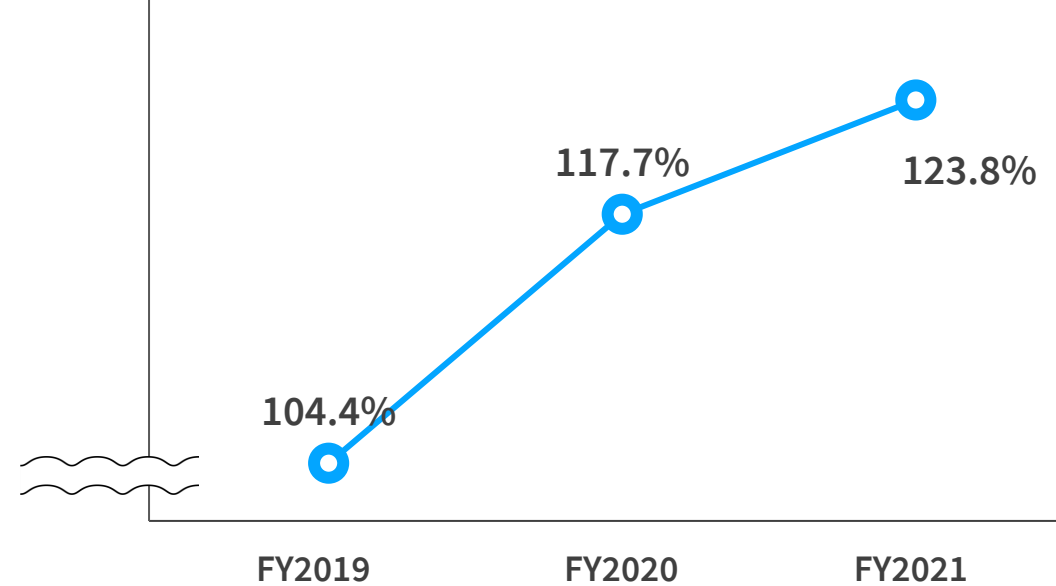
解約率 および LTM NRR

解約率とNRRは過去2年間一貫して改善傾向

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⁾



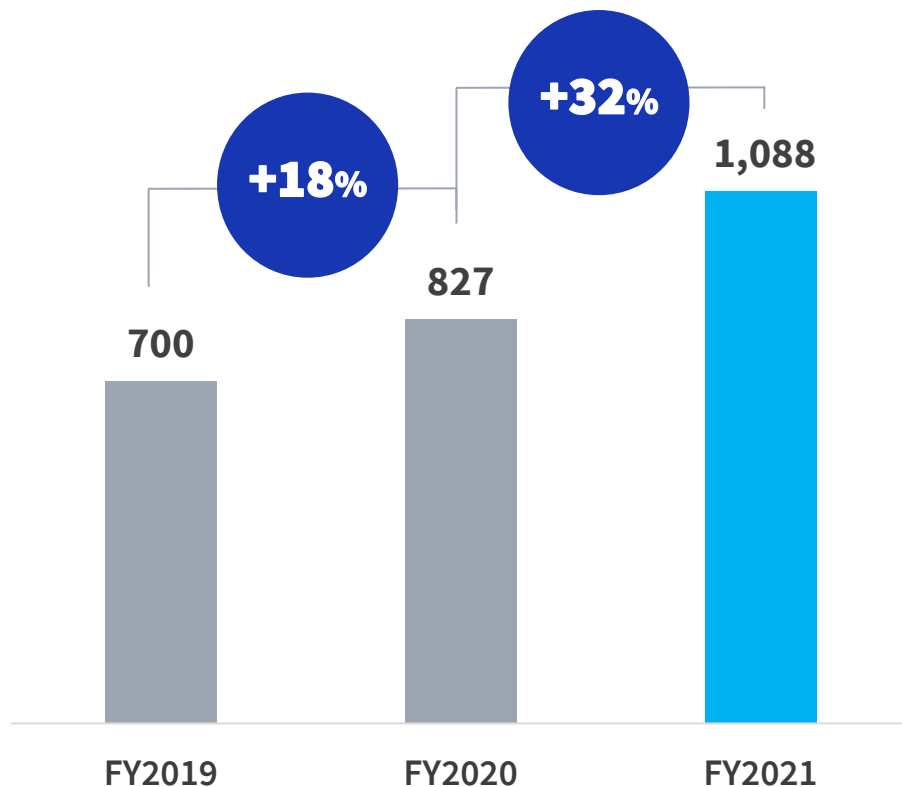
(1) 月次顧客解約率 = 当月中に当社との取引関係を終了した顧客数を月末時点の全顧客数で割って算出

(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

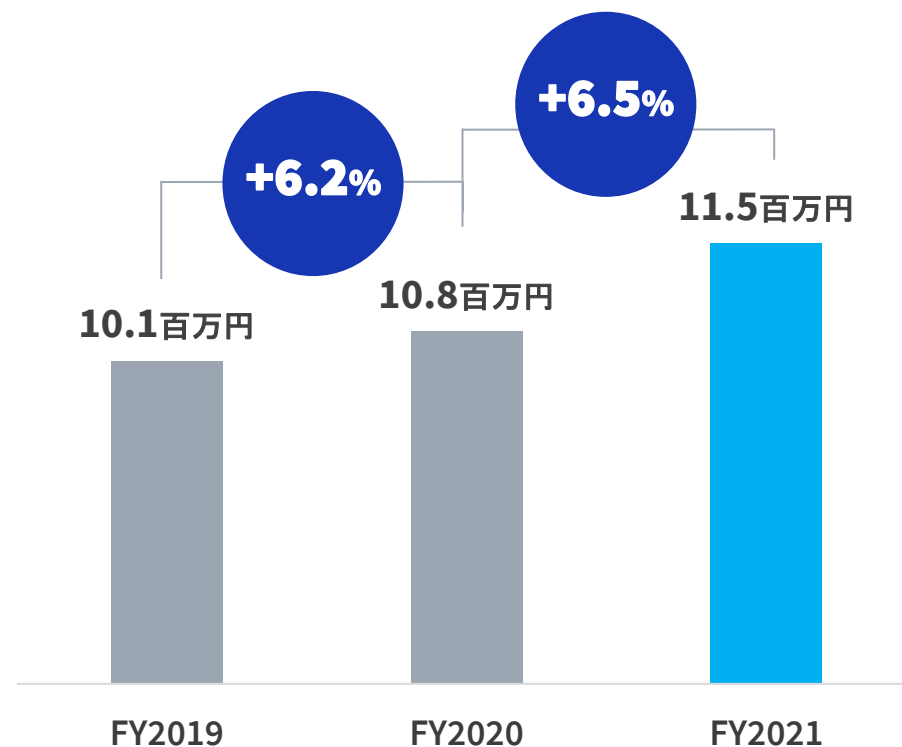
(3) 直近12か月間と同じ期間となる前事業年度以前において売上があった顧客のうち、前事業年度の当該期間において当社ソリューションを利用した顧客からの当事業年度の直近12か月間における米国ドルで計算された売上収益の総額を、前事業年度の当該期間において当該顧客から米国ドルで計算された売上収益の総額で除して算出

顧客企業数と顧客当たり平均売上収益の成長率が加速

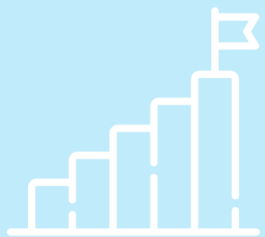
顧客企業数⁽¹⁾



顧客当たり平均売上収益⁽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。



2021年
総括と実績



2022年の展望



FY21 Q4 実績

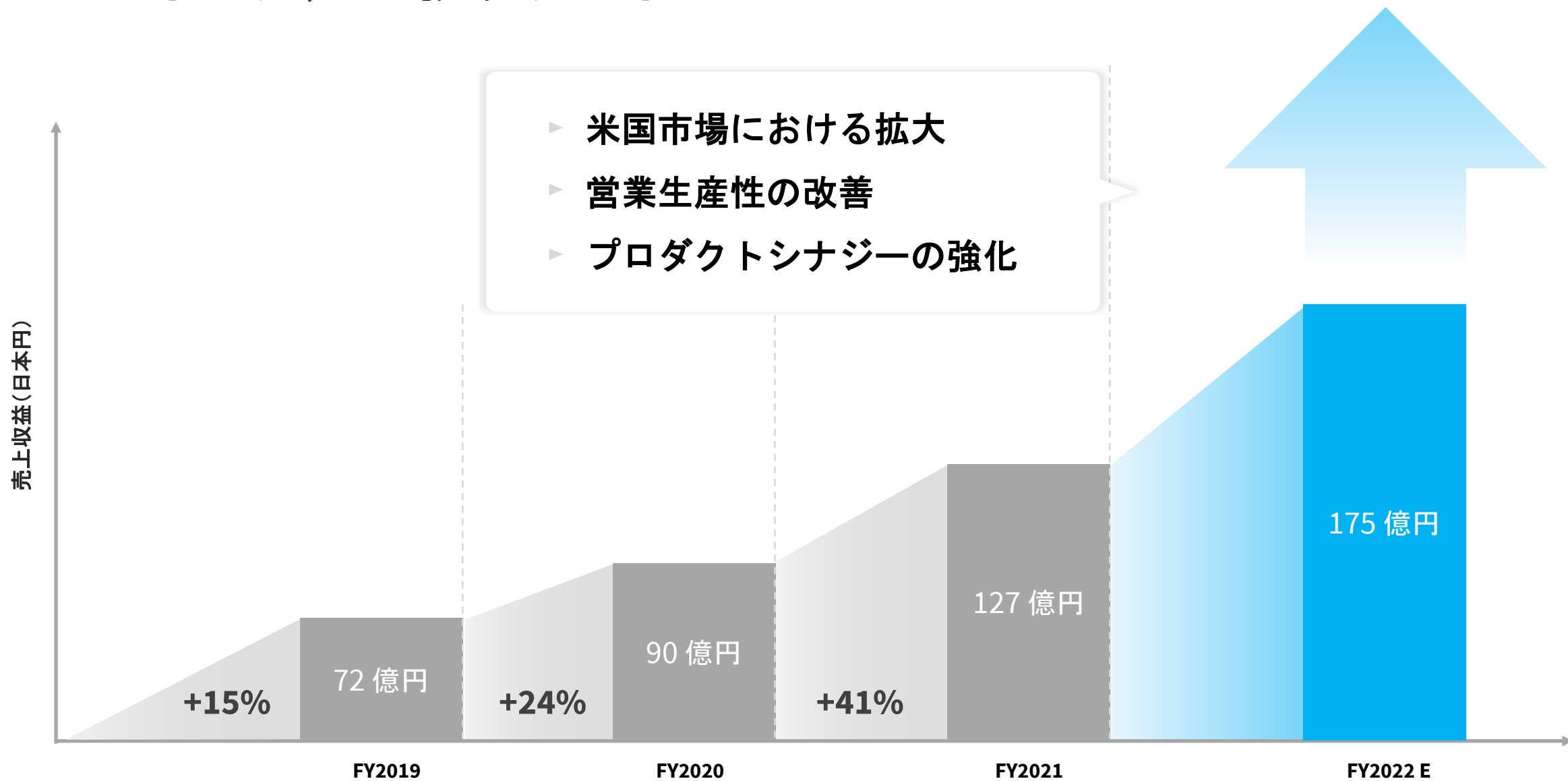


プロダクトの最新情報
ESGの取組み

2022年の業績予想

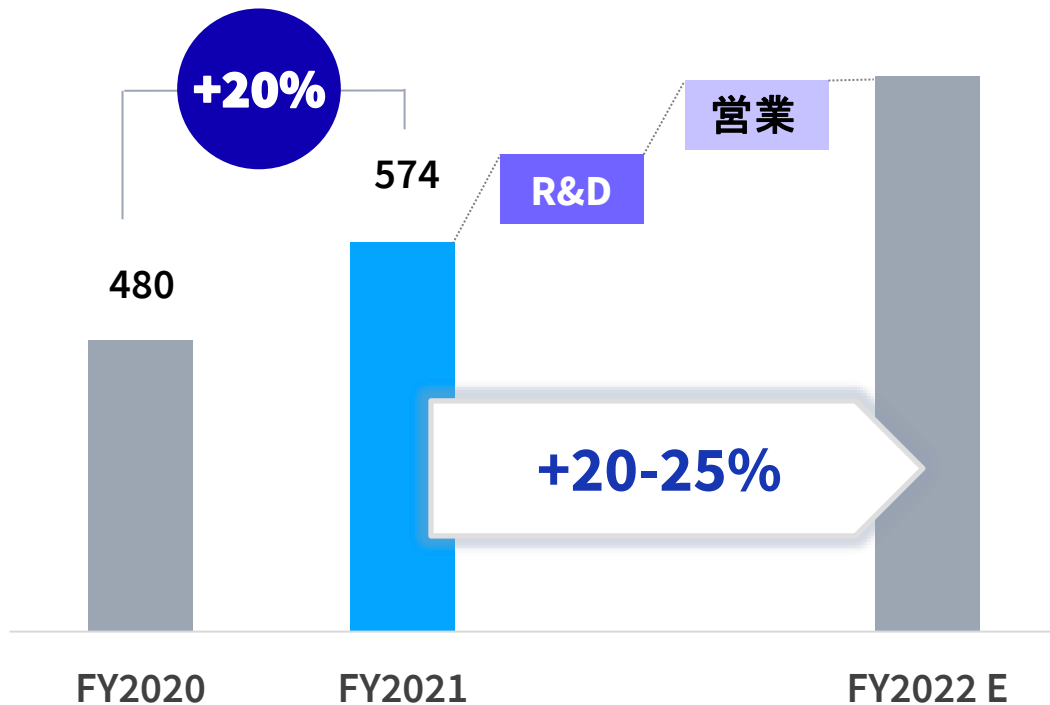
	2021		2022		YoY	ハイライト
売上収益	127 億円		175 億円		+38%	<p>持続的な成長目標を上回る成長を見込む:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 米国市場の高い成長可能性 ▶ ファーストパーティーデータトレンドによる追い風の継続 ▶ 既存の地域及びプロダクトが引き続き高い成長性を維持
売上総利益	62 億円	49.3%	91 億円	51.9%	+45%	<p>売上総利益率の上昇:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ CrossXのテクノロジー強化 ▶ 利益率の高いプロダクトの構成比上昇
営業利益	-11 億円	-8.9%	-5 億円	-3.0%	改善 54%	<p>営業利益とEBITDAの大幅な改善:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ユニットエコノミクスの改善 ▶ 営業生産性の改善
EBITDA	42 百万円	0.3%	575 百万円	3.3%	+1259%	

2022年: 成長と投資の年



2022年: 成長と投資の年

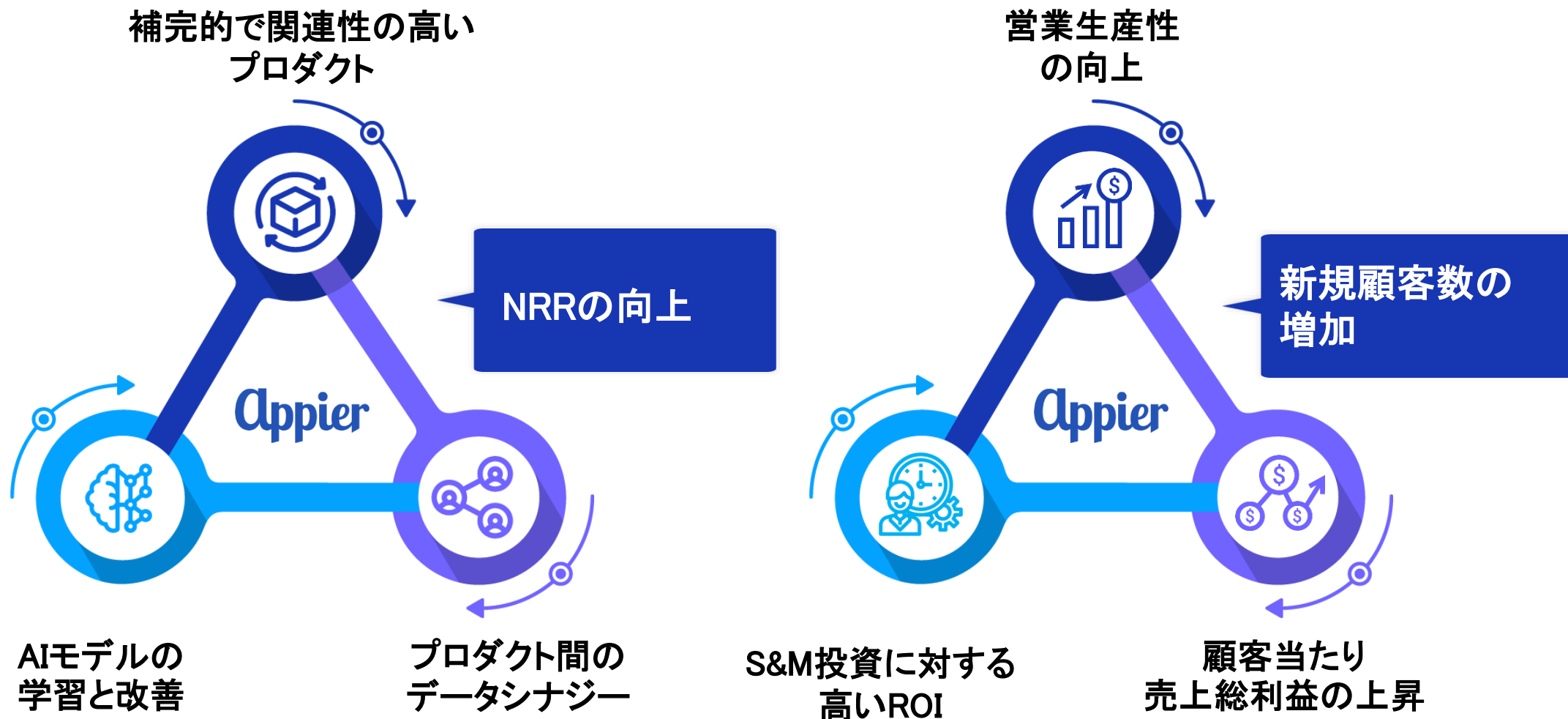
人材投資 / 従業員数



将来の成長のための投資

- ▶ 営業人員と研究開発人員の拡大への継続的な投資
- ▶ 生産性の高い地域、もしくは新たな地域への追加投資

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



東証プライム市場への市場区分変更申請に向けた準備

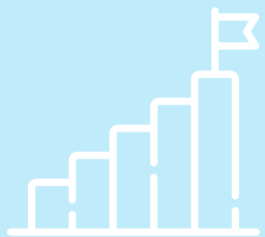
2022年4月4日
東証グロース市場へ移行

東証が予定する新市場区分への移行日

(TBD)*
東証プライム市場への
市場区分変更

株式の流動性向上とコーポレートガバナンスの
強化により、株主価値のさらなる向上を目指す

* 現時点では変更申請日や承認日は未定であり、また不確定な要素も含まれていることから、変更申請に向けた準備を中止する可能性がある。当社の変更申請が株式会社東京証券取引所の承認を受けられるかどうかについても、何らかの理由で変更要件が満たされない際には認められない場合がある。



2021年
総括と実績



2022年の展望



FY21 Q4 実績



プロダクトの最新情報
ESGの取組み

2021年度第4四半期 サマリー



事業成長の更なる加速

- 売上収益は前年同期比で **40%** の増収、過去最高の **39億円** に到達
- 売上総利益は前年同期比で **37%** 増加、売上総利益率は **49%**
- 米国市場での売上収益はQ4に **4%** となり、3四半期連続で **50%** 超の対前四半期成長率



事業成長と収益性改善の両立

- EBITDAは過去最高の129百万円に到達
- EBITDAマージンは前年同期比で **5%ポイント**、前四半期比で **1%ポイント** 改善し、過去最高レベルの **3%** に到達
- 営業利益率は前年同期比で **3%ポイント**、前四半期比で **2%ポイント** 改善



強固で継続的な事業指標の改善

- LTM NRRは **123.8%** で高い水準を維持
- 月次顧客解約率は **0.73%** と過去最低レベルまで改善
- 顧客企業数は **1,088** 社に増加。前年同期比 **32%**、前四半期比 **7.1%** の成長
- 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

2021年度第4四半期 ハイライト

売上収益

JPY **39億**

売上収益成長率⁽¹⁾

+40%

EBITDA⁽²⁾

JPY **128.9M**

売上総利益成長率⁽³⁾

+37%

ARR⁽⁴⁾

JPY **138億**

ARR成長率⁽⁵⁾

+46%

(1) 2020年第4四半期と2021年第4四半期を比較した売上収益の成長率

(2) 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

(3) 2020年第4四半期と2021年第4四半期を比較した売上総利益の成長率

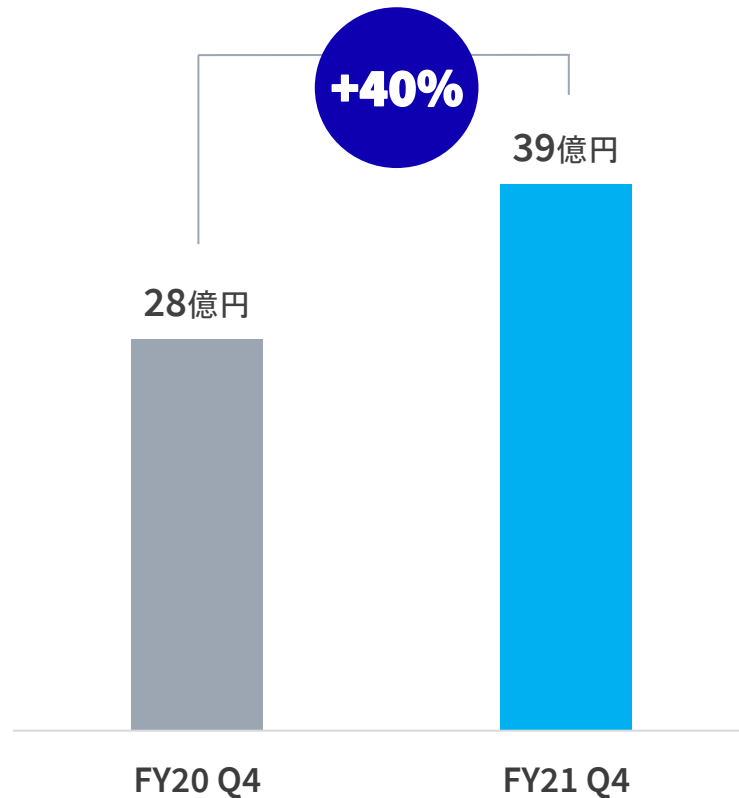
(4) 各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション(AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie)についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益(MRR)に12を掛けて算出 (ii)利用量ベースの価格体系のCrossXについての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益(MRR)の平均に12を掛けて算出

(5) 2020年12月と2021年12月を比較したARRの成長率

売上収益の推移

売上収益は前年同期比40%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)

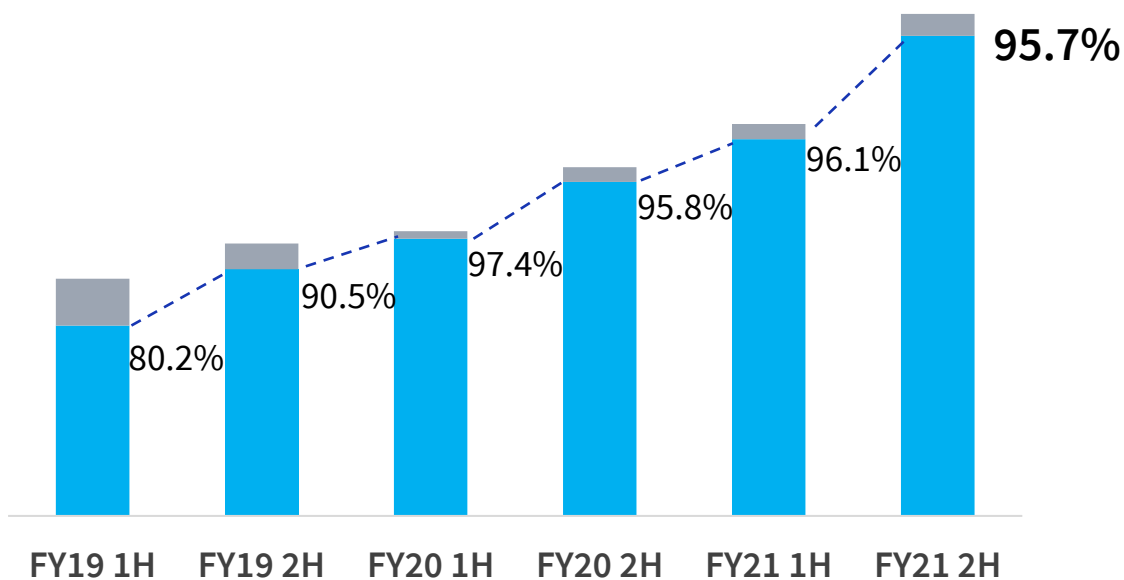


増収の内訳

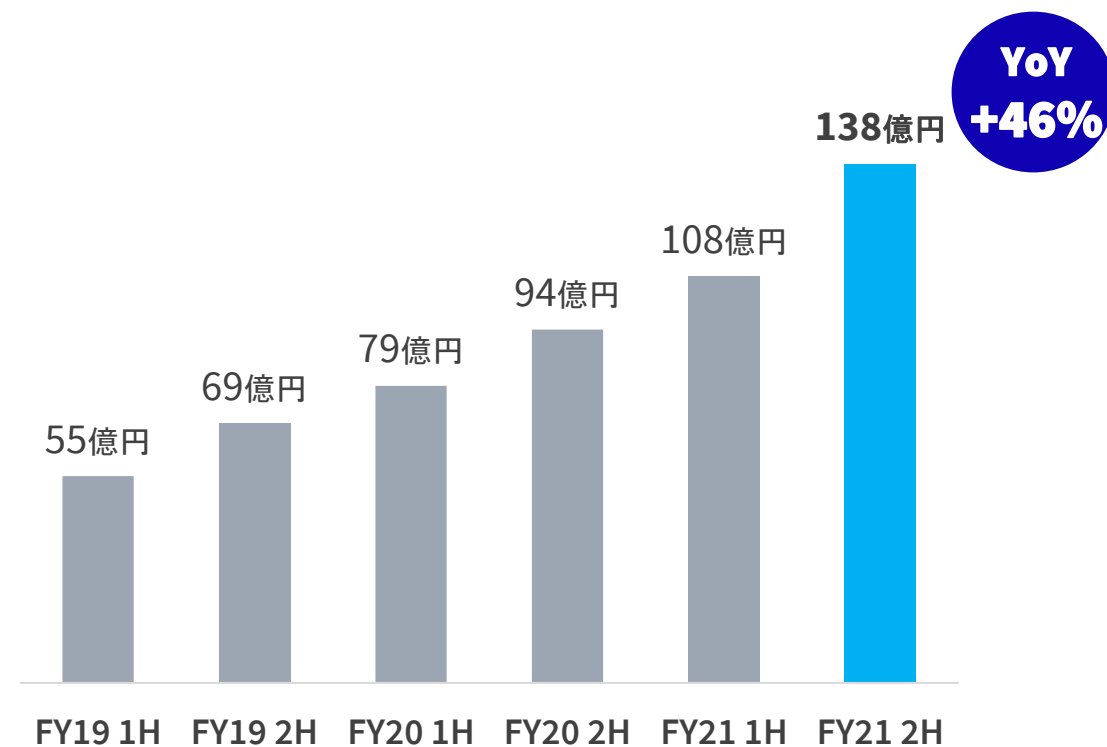
- 51% 既存顧客から
- 49% 新規顧客から

強固なリカーリング収益比率は95%超を維持 将来収益の見通しの確からしさを示唆

リカーリング収益比率⁽¹⁾



ARR⁽²⁾ (日本円)

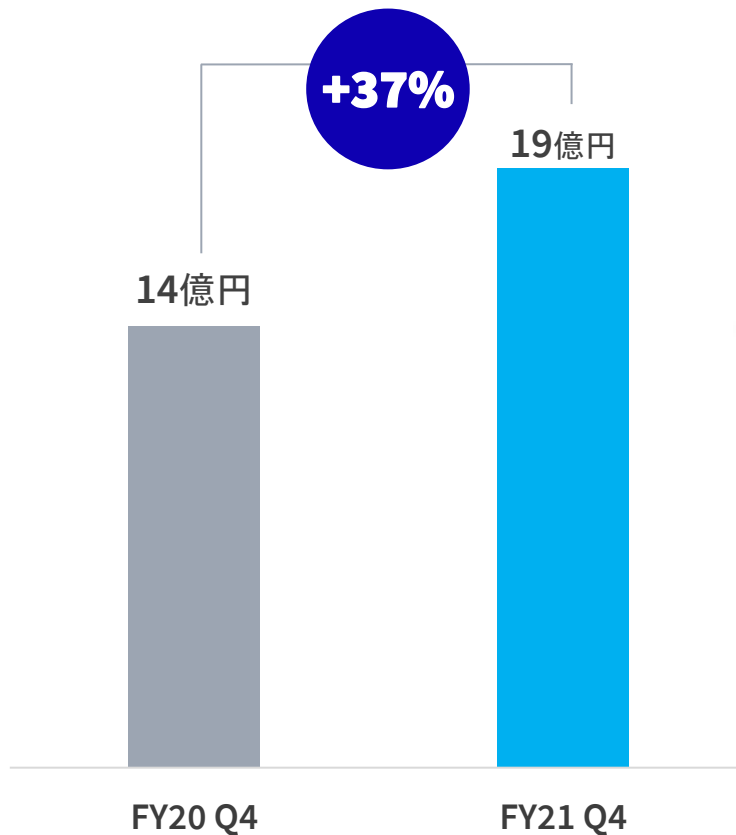


(1) リカーリング収益比率: 継続顧客からの米国ドル建ての売上収益を同期間の米国ドル建ての売上収益で除して算定

(2) 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

売上総利益(日本円)

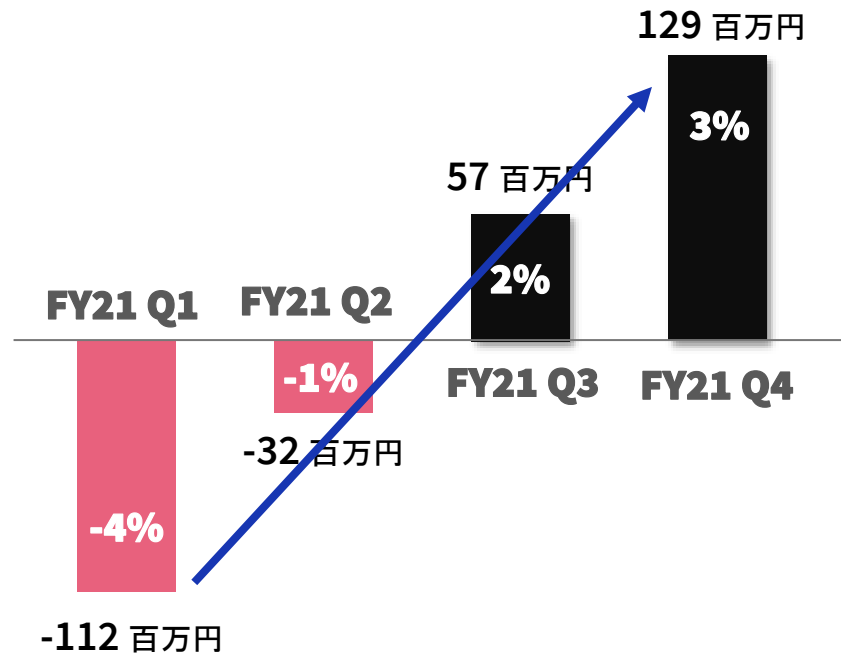


売上総利益は前期比37%増加

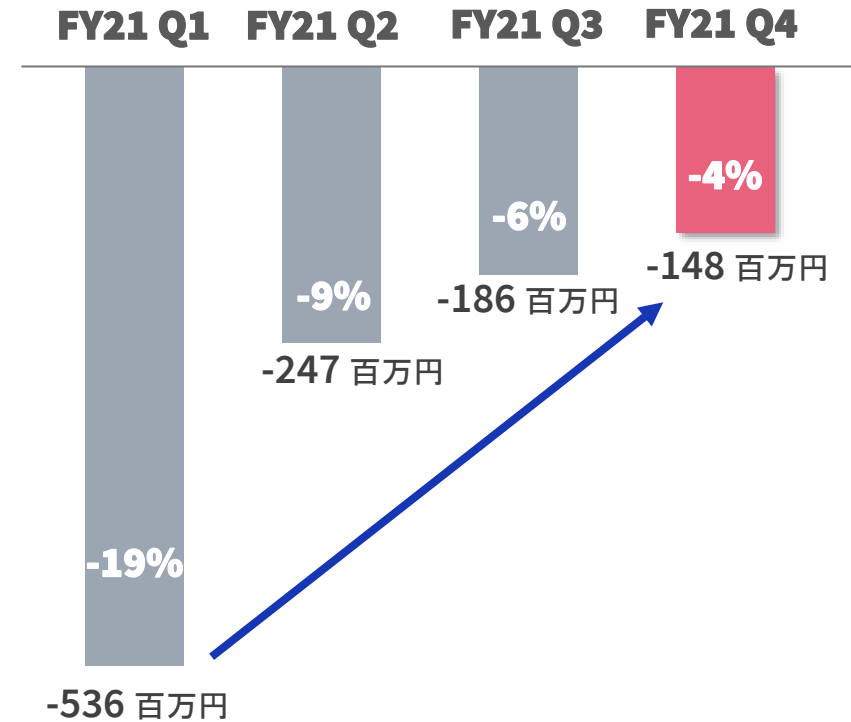
売上総利益率は50%から49%に若干低下。米国を中心とした新規市場における、2022年の需要に対応するための先行投資が主要因

EBITDA および 営業利益 四半期ごとの改善が継続

EBITDA⁽¹⁾ & マージン(日本円)



営業利益 & マージン(日本円)

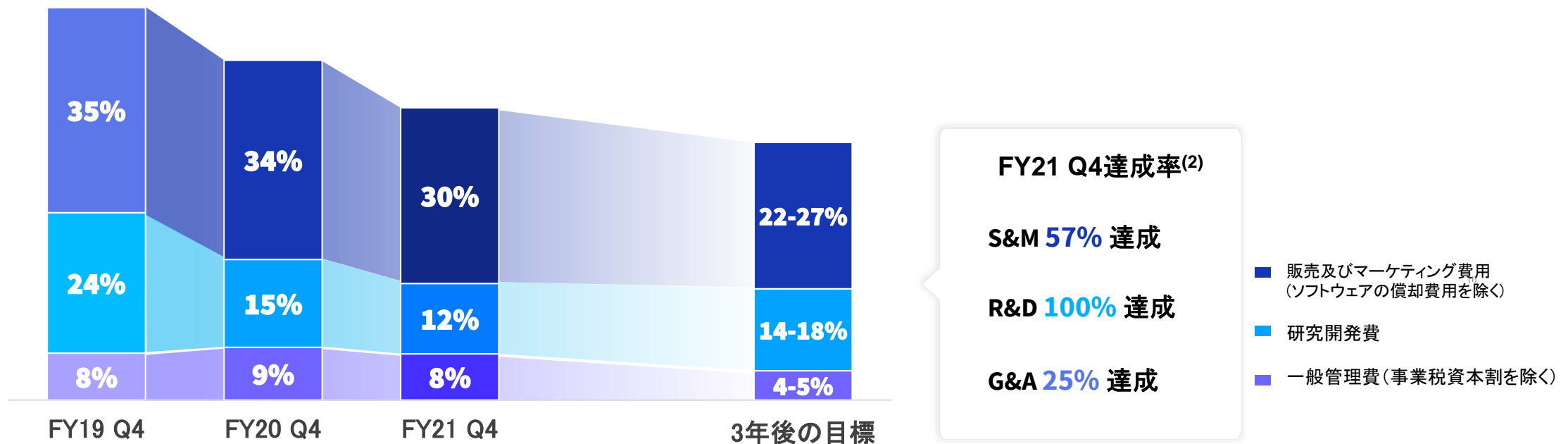


(1) EBITDA=営業利益+減価償却費及び無形資産償却費+営業費用に含まれる税金費用+上場関連費用

コスト構造

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)

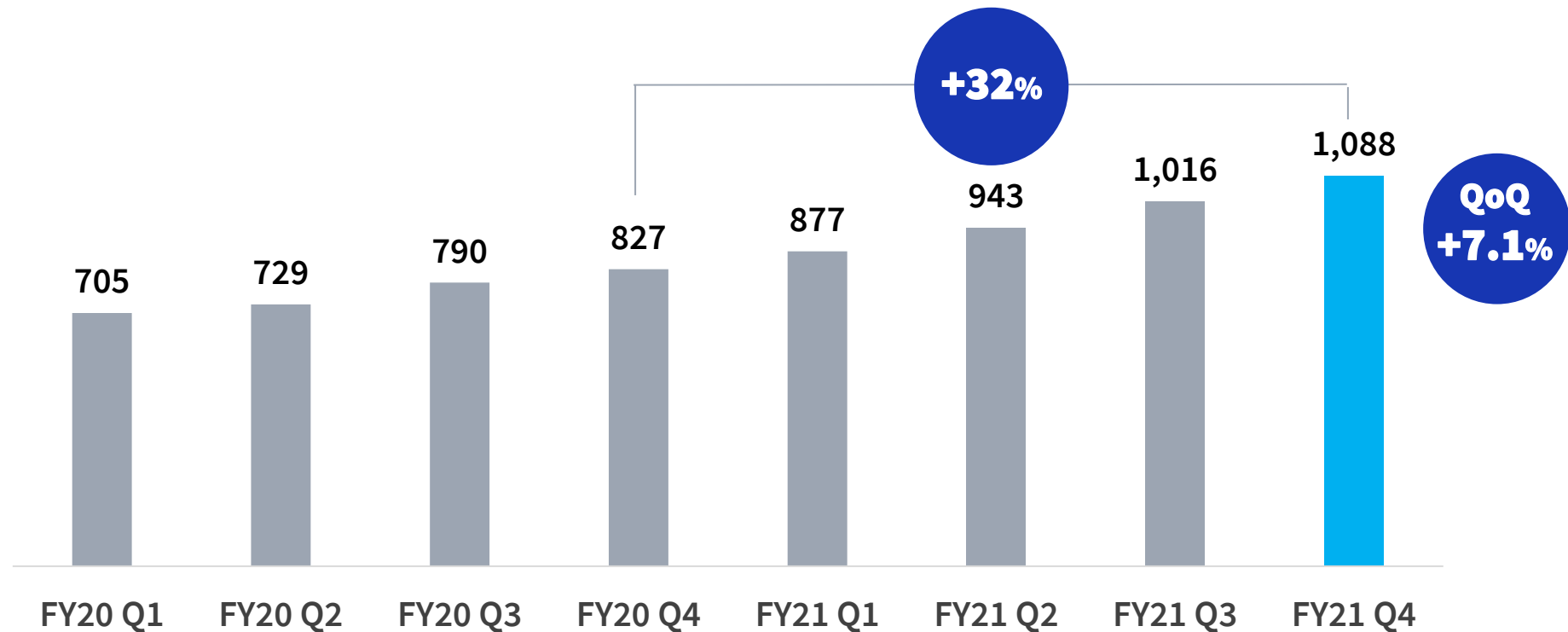


(1) 2020年度からソフトウェア開発費用が資産計上されており、当該ソフトウェアの償却費は販売及びマーケティング費用に含まれる
(2) 達成率 = (FY20Q4のマージン実績 - FY21Q4のマージン実績) / (FY20Q4のマージン実績 - 3年後のマージン目標)

顧客企業数の四半期推移

純新規顧客数は過去最高を記録し、顧客企業数は前四半期比7.1%増、前年同期比32%増。
FY21 Q4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48%)

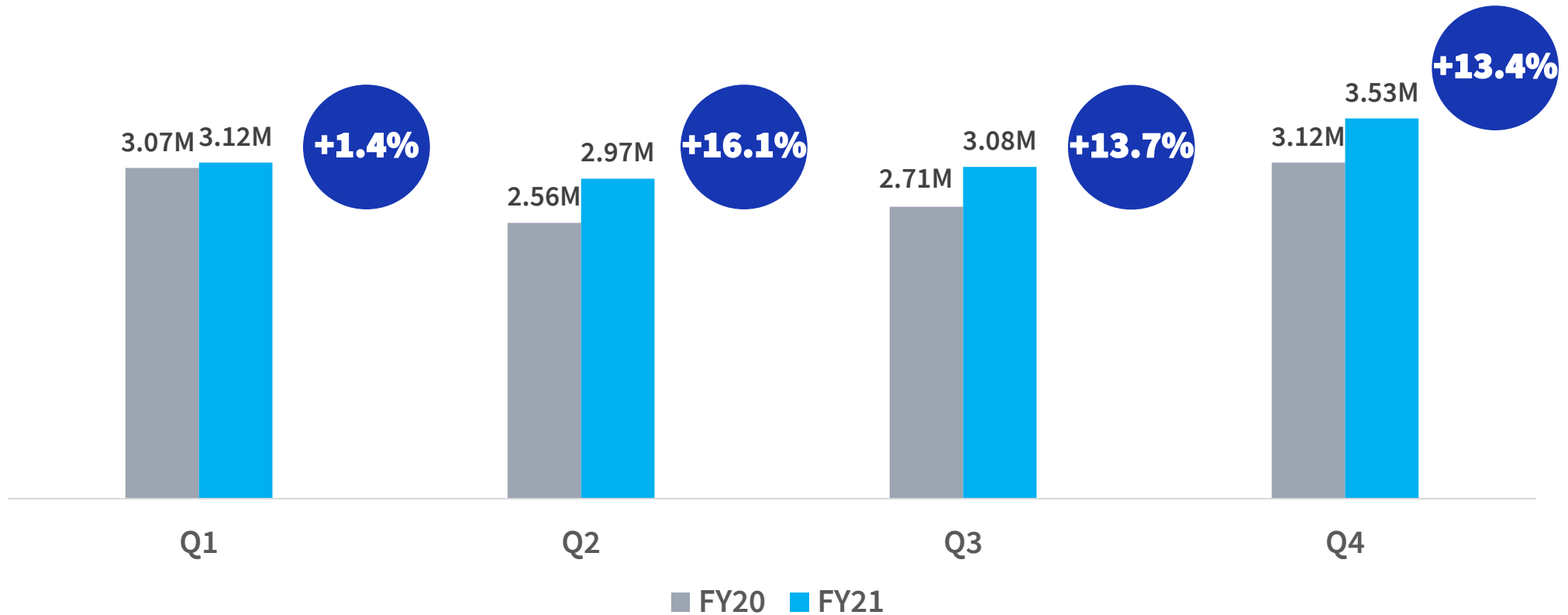
顧客企業数⁽¹⁾



(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の四半期推移

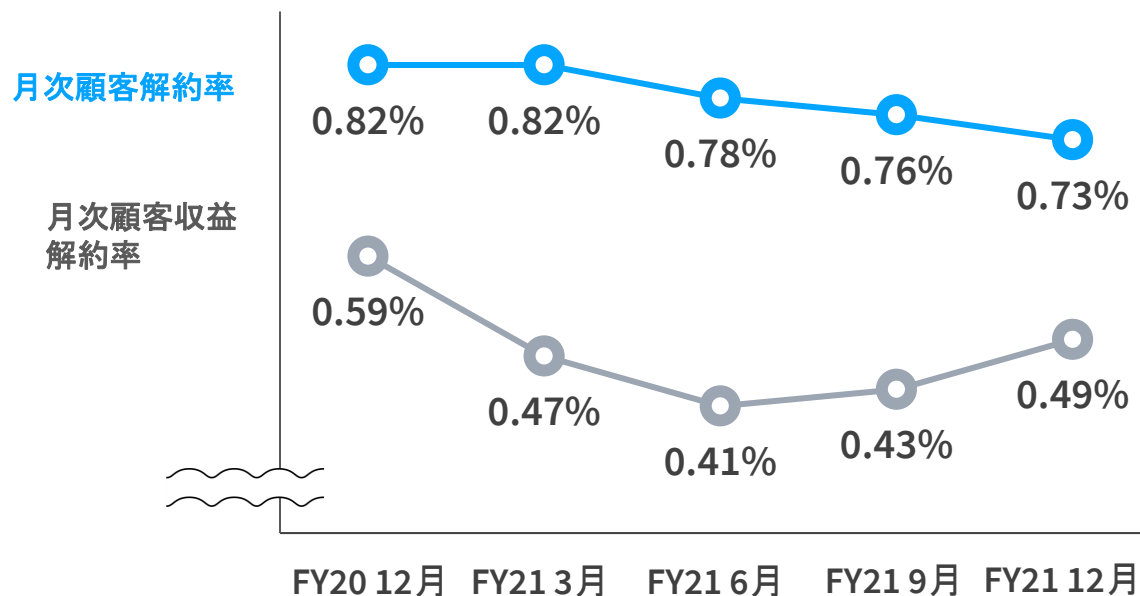
顧客あたり平均売上収益の四半期推移⁽¹⁾ (日本円)



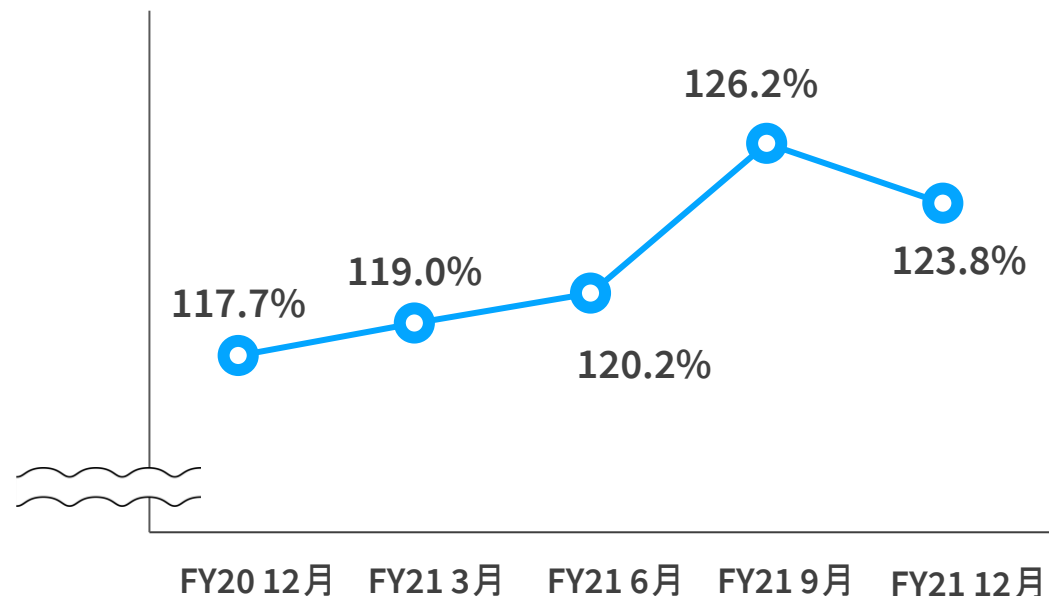
(1)「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

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

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

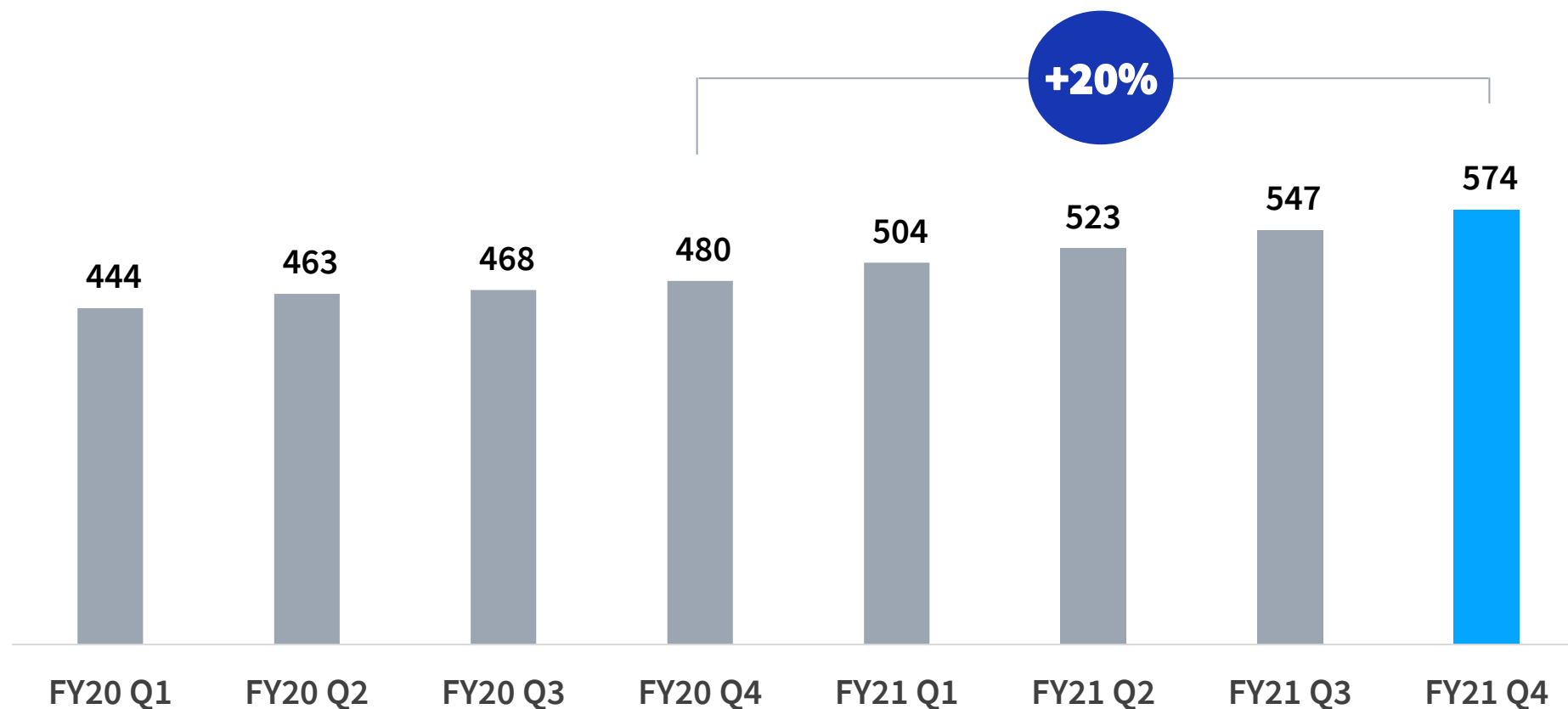
(3) 直近12か月間と同じ期間となる前事業年度以前において売上があった顧客のうち、前事業年度の当該期間において当社ソリューションを利用した顧客からの当事業年度の直近12か月間における米国ドルで計算された売上収益の総額を、前事業年度の当該期間において当該顧客から米国ドルで計算された売上収益の総額で除して算出

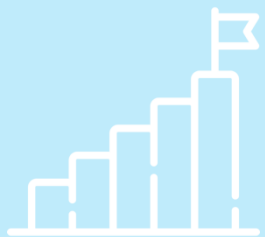
(4) 上記計算にはBotBonnieの顧客は含まれていない

(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

成長機会を拡大するための採用活動 継続的な人材投資

従業員数





2021年
総括と実績



2022年の展望

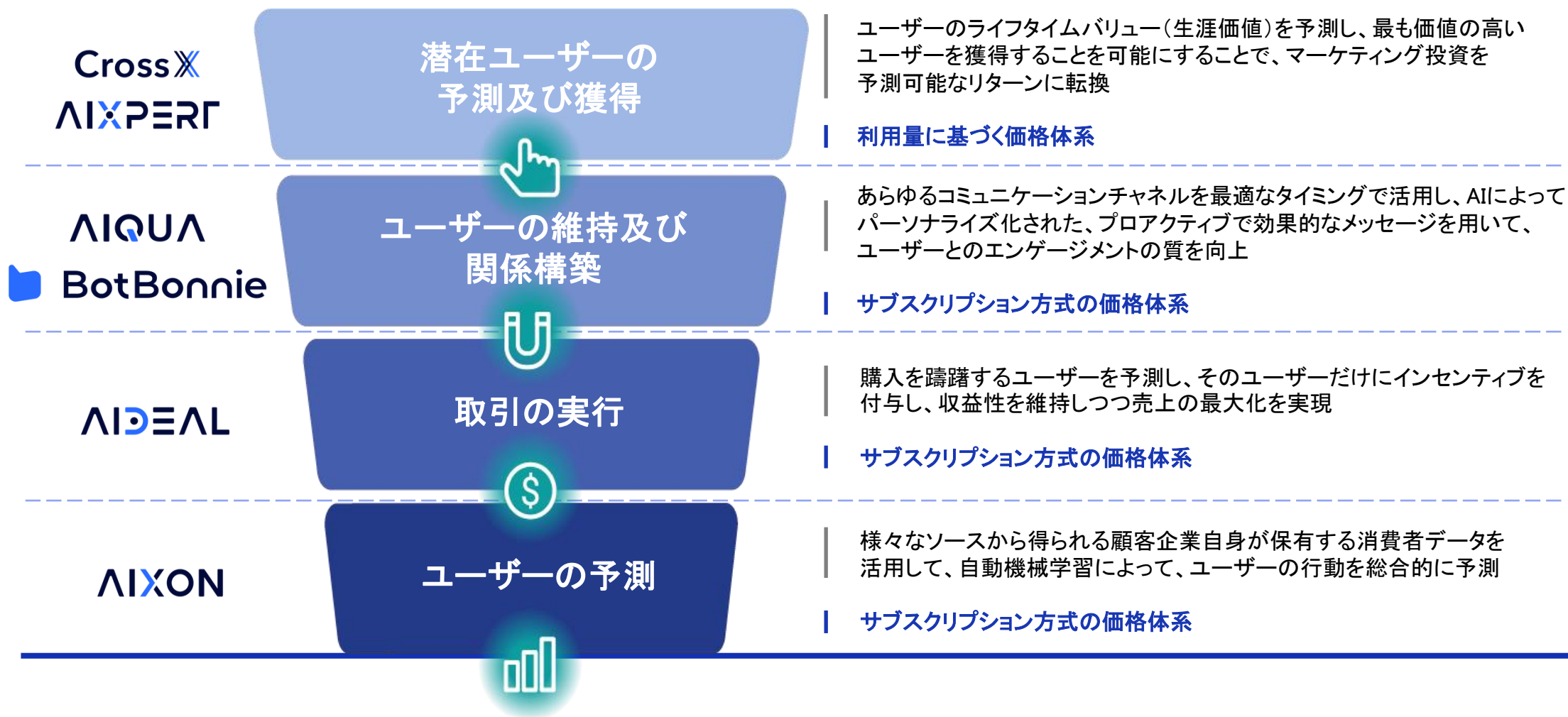


FY21 Q4 実績



プロダクトの最新情報
ESGの取組み

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



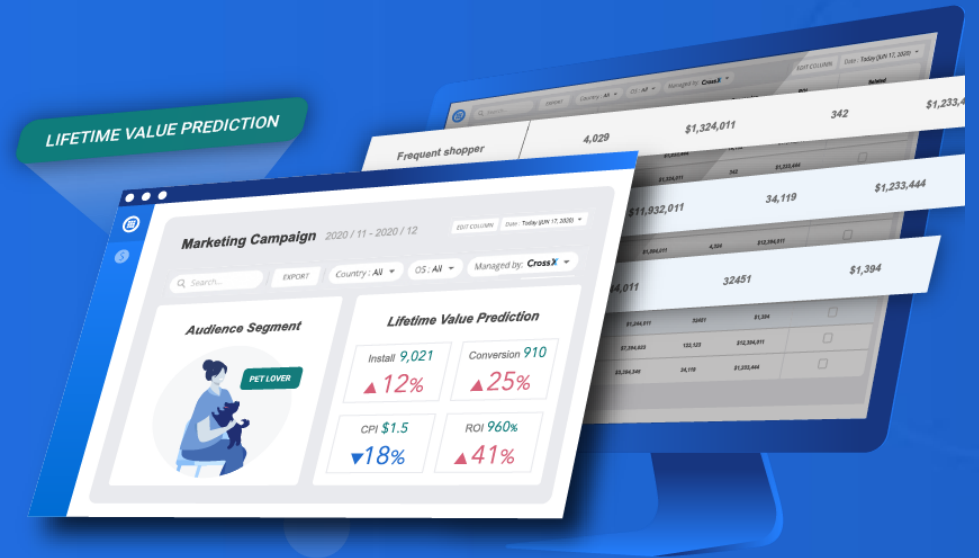
取引の実行



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

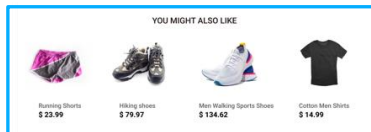
主な差別化要因

- 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

AIQUA オムニチャネル・パーソナライゼーションエンジン

パーソナライゼーションAIによるクロスチャネルデータの統合

分析モジュールの活用により
比較分析を誰でも簡単にノーコードで実現



Perform Experiment
* Campaigns with the Experiment feature enabled cannot be edited after campaign execution has been triggered.

Include Control Group Divide Equally

Control Group	10	%				
View also view	30	%	×			
Popular Products	30	%	×			
User browsing history	30	%	×			

CONV. <input type="checkbox"/>	CVR <input type="checkbox"/>	CONV. VALUE <input type="checkbox"/>	ATTRIBUTED EVENT	IMP. CVR <input type="checkbox"/>	IMP. CVR LIFT <input type="checkbox"/>
37	--	24,900,000	6,877	8.89 %	--
40	153.85 %	26,280,000	5,901	14.98 %	▲ 68.44 %
40	153.85 %	26,280,000	5,901	14.98 %	▲ 68.44 %

Recommended for You

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

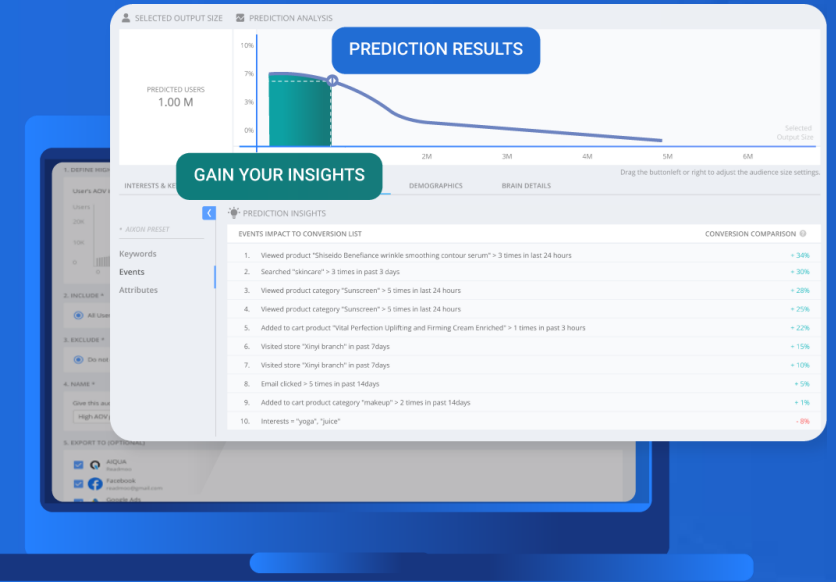


▶ ユーザーの予測



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

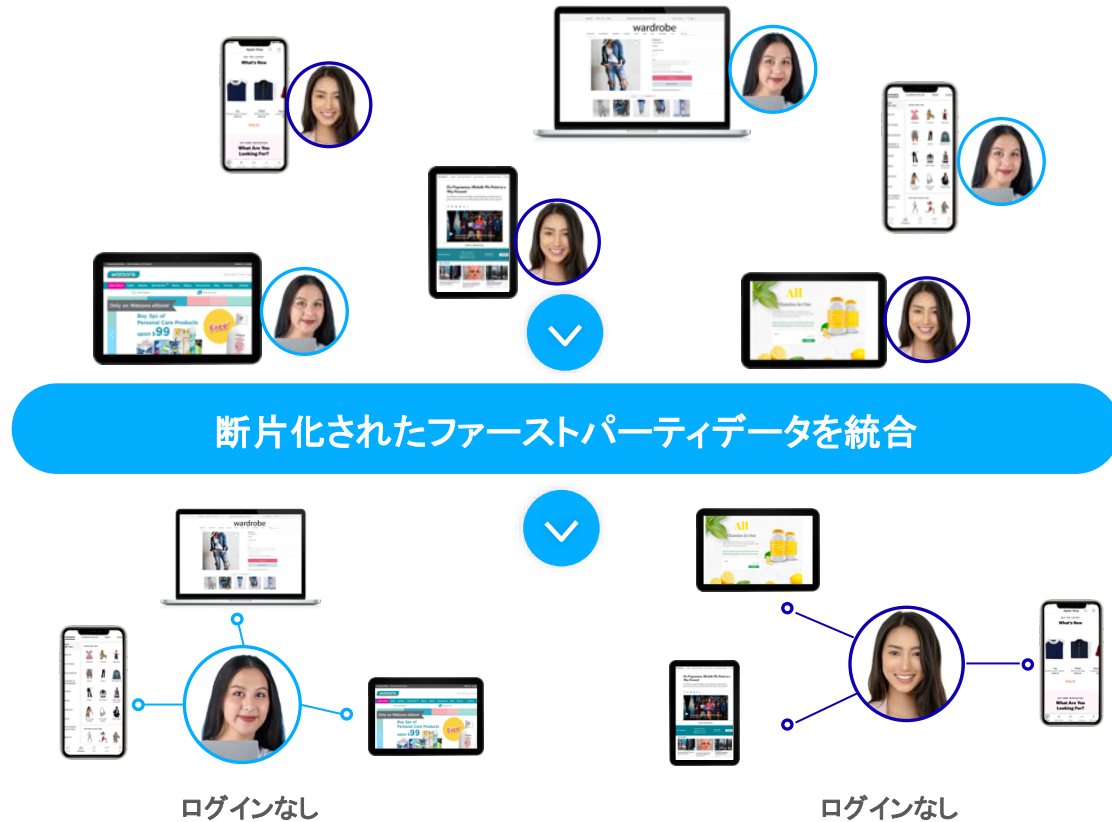
自動構築される機械学習モデルが
生成したシナリオに基づく予測

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ー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

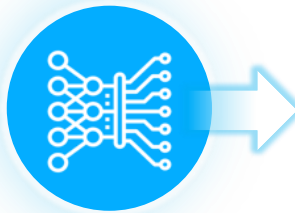
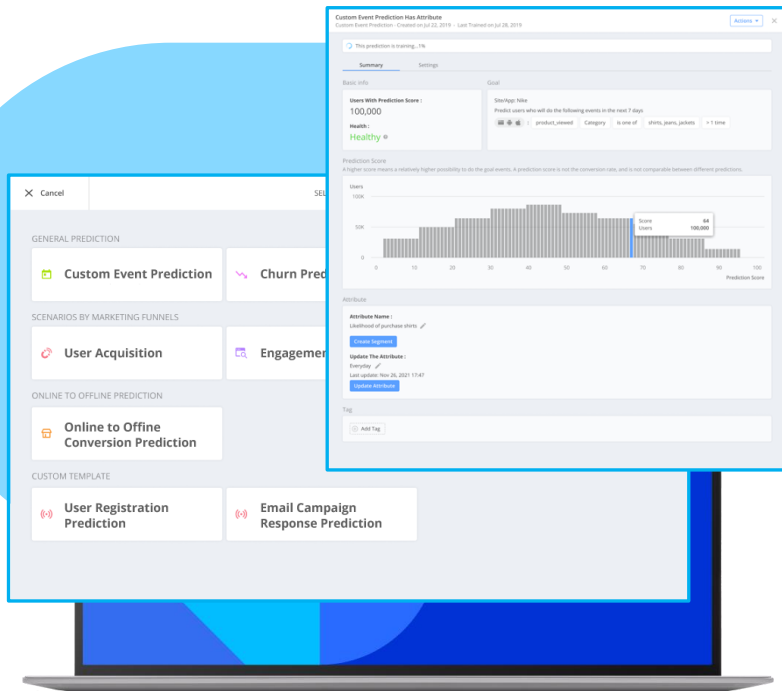
自然言語処理を活用して興味やキーワードを自動的にラベル付けファーストパーティーデータのみに基づきユーザープロフィールを充実させることで、顧客企業のユーザー理解を深める



AIXON マーケターが使いやすい自動機械学習による予測モデル

ノーコードでAIモデルを数クリックで作成可能

マーケターはいくつかの簡単なステップで
AIモデルを作成し、導入可能



自動機械学習

包括的な自動機械学習

Appierの自動機械学習は、複数のアルゴリズムとパターンにより
最適なラベルデータを自動的に選択し、最も堅牢で柔軟なAIモデルを作って、
新商品購入予測などのあらゆるユースケースに対応することが可能

潜在ユーザーの
予測



関係構築



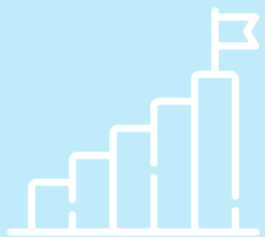
取引の実行



擬似ラベル検索

最適なラベルデータセットを自動選択し
データ量が限られている問題を解決





2021年
総括と実績



2022年の展望



FY21 Q4 実績



プロダクトの最新情報
ESGの取組み

当社のコミットメント

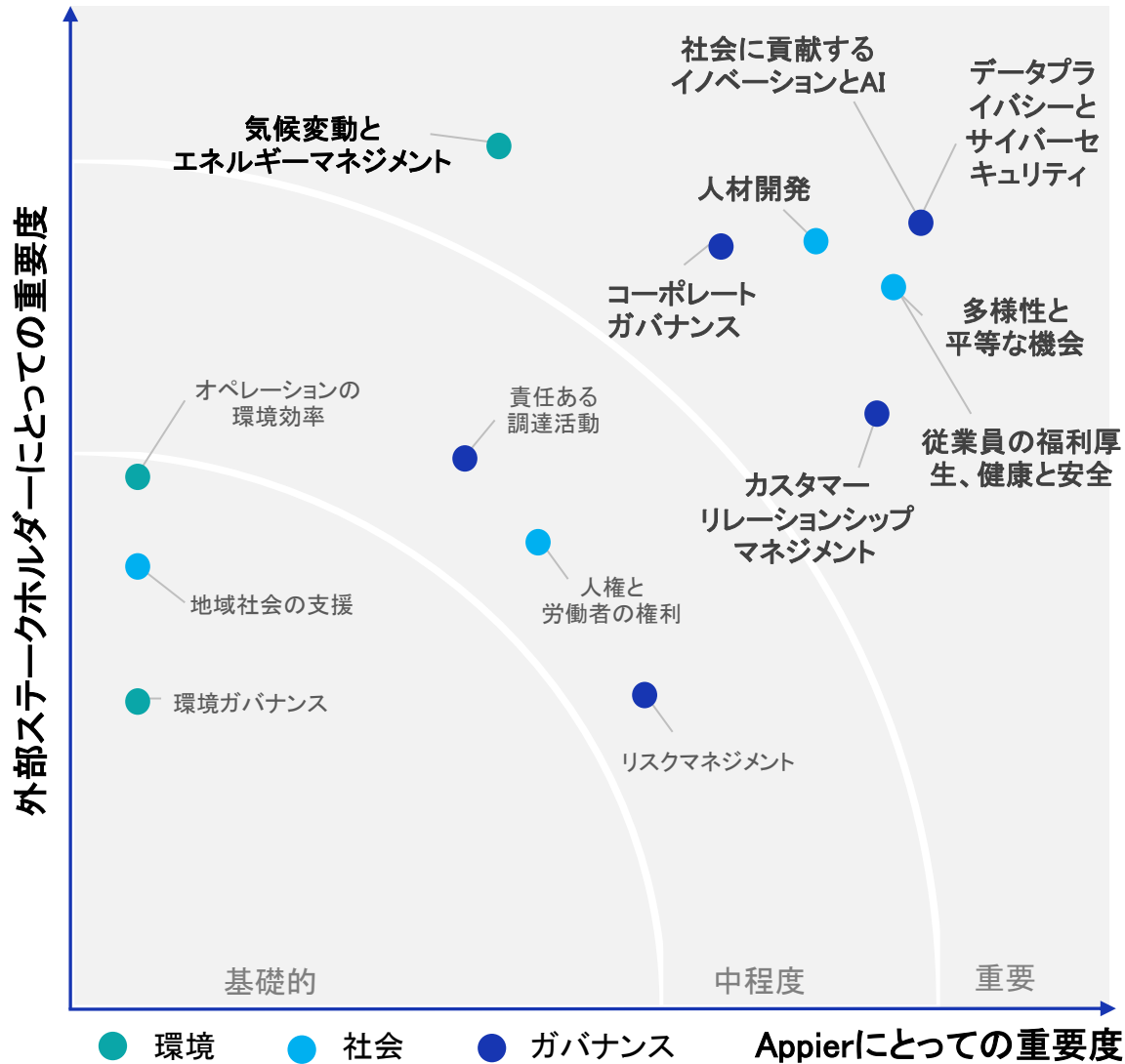
ESGをビジネスに組み込む

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。



ESGの優先順位を決定：マテリアリティ評価



当社のメソロジー

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



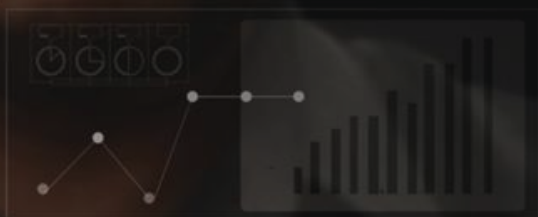
ガバナンス セキュリティとプライバシー保護

- > 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

Thank you!

Innovation
Branding
Solution
Marketing
Analysis
Ideas
Success
Management

Technology
Innovation
SYSTEM



Appendix

The background is a solid blue color. On the left side, there are several overlapping, semi-transparent circular shapes in various shades of blue. On the right side, there is a network diagram consisting of small blue circular nodes connected by thin, light blue lines. The nodes are arranged in a somewhat circular pattern, with some lines radiating from a central point.

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



Dr. Joe Chang

最高戦略責任者(CSO)

McKinsey & Company, IQVIA

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

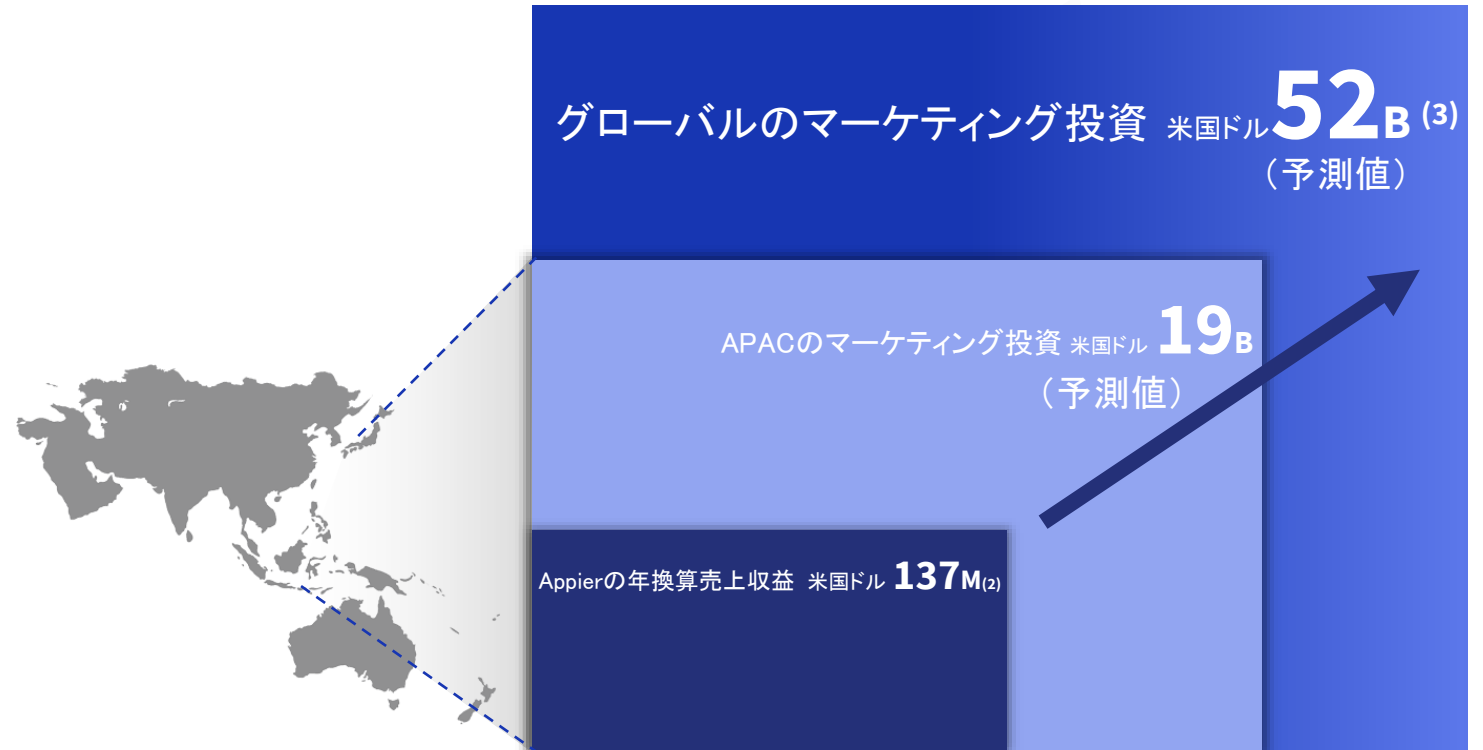
巨大な市場機会

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 Q4の円建ての売上収益 * 4 / 為替レート 113.64

(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。

顧客ケーススタディー

Krungsri Credit Card (MUFGのグループ企業)

事前予測



実行



主な成果

AIXON

課題

- 効果的なターゲットセグメントの作成が困難

ソリューション

- AIXONのAIモデルを活用し、ユーザーの検索内容と親和性を識別したセグメンテーションによりリーチを拡大

AQUA

課題

- 最適な実行タイミングの予測が困難

ソリューション

- ユーザーの興味に基づきパーソナライズされた異なる販促メッセージを送付し、それぞれのキャンペーンの最適な配信時間を決定

ユーザーへのリーチ

+37%

CTR⁽¹⁾

+40%

クリック数

+90%

(1) CTR = クリック率 = クリック数をインプレッション数で除して算出

SAMSUNG スマートフォン・ショップ

オンラインでの
エンゲージメント



オフラインでの
コンバージョン



主な成果

課題

- ゲーム要素を持つインタラクティブなキャンペーンを作る効率が悪い
- ユーザーをオンラインからオフラインに導く機能が不足
- LINE公式アカウントのフォロワーが少ない

ソリューション BotBonnie

- BotBonnieのゲーミフィケーション・マーケティング・キットを利用し、季節ごとのマーケティングキャンペーンを作成。ファンを惹きつけて、招待によって実店舗への来客数を増やす
- タスクが完了すれば実店舗でプレゼントを受け取ることが可能。オンラインのトラフィックをオフラインのプロモーションに活用するO2O戦略を実現

ユーザー
エンゲージメント

20K+

ユーザー
コンバージョンレート⁽¹⁾

40%

オンラインからオフラインへ

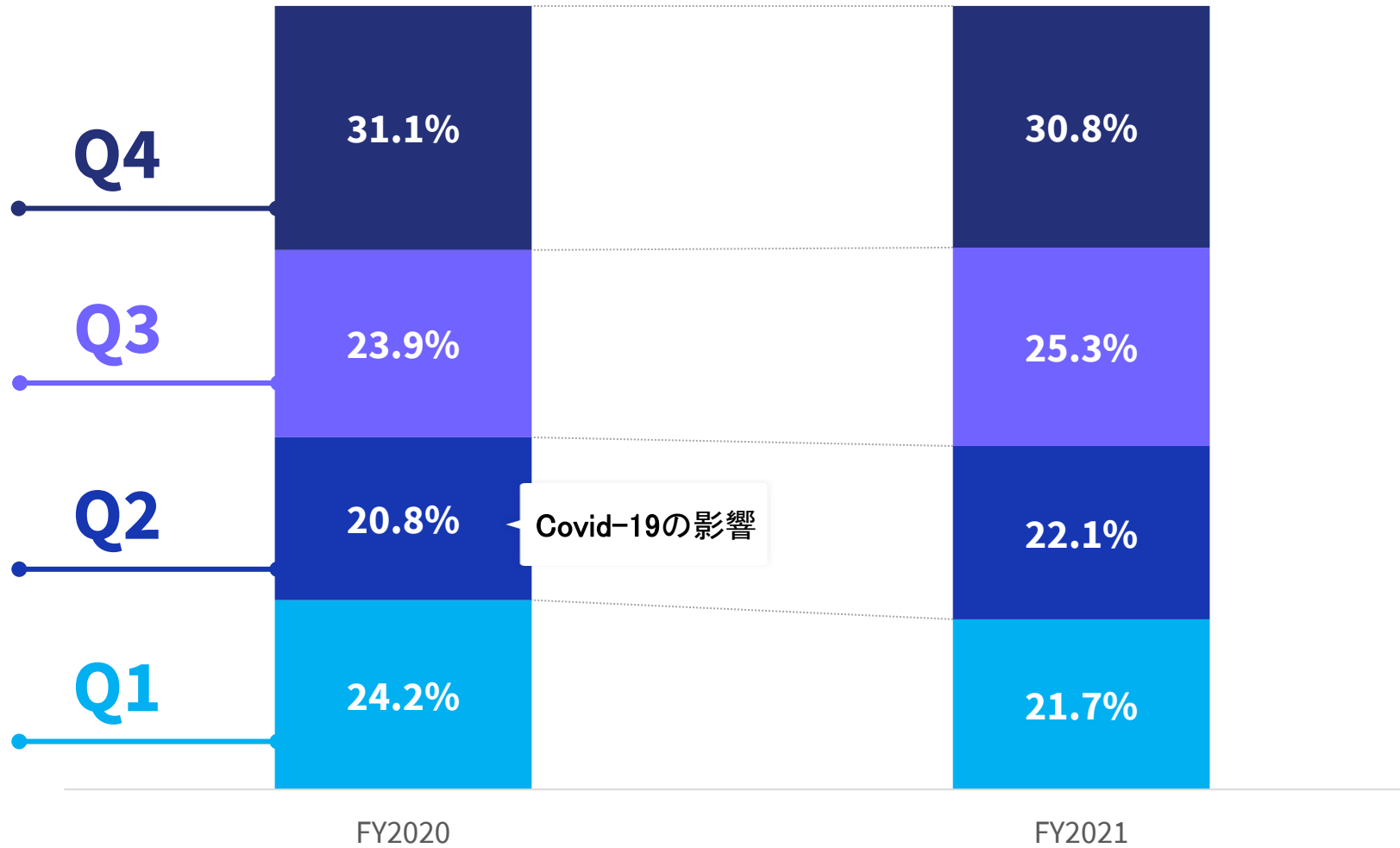
新規フォロワー数

6.7K+

(1) ユーザーコンバージョンレート = オフラインの実店舗での引き換え数 / オンライン・エンゲージメント抽選会員数

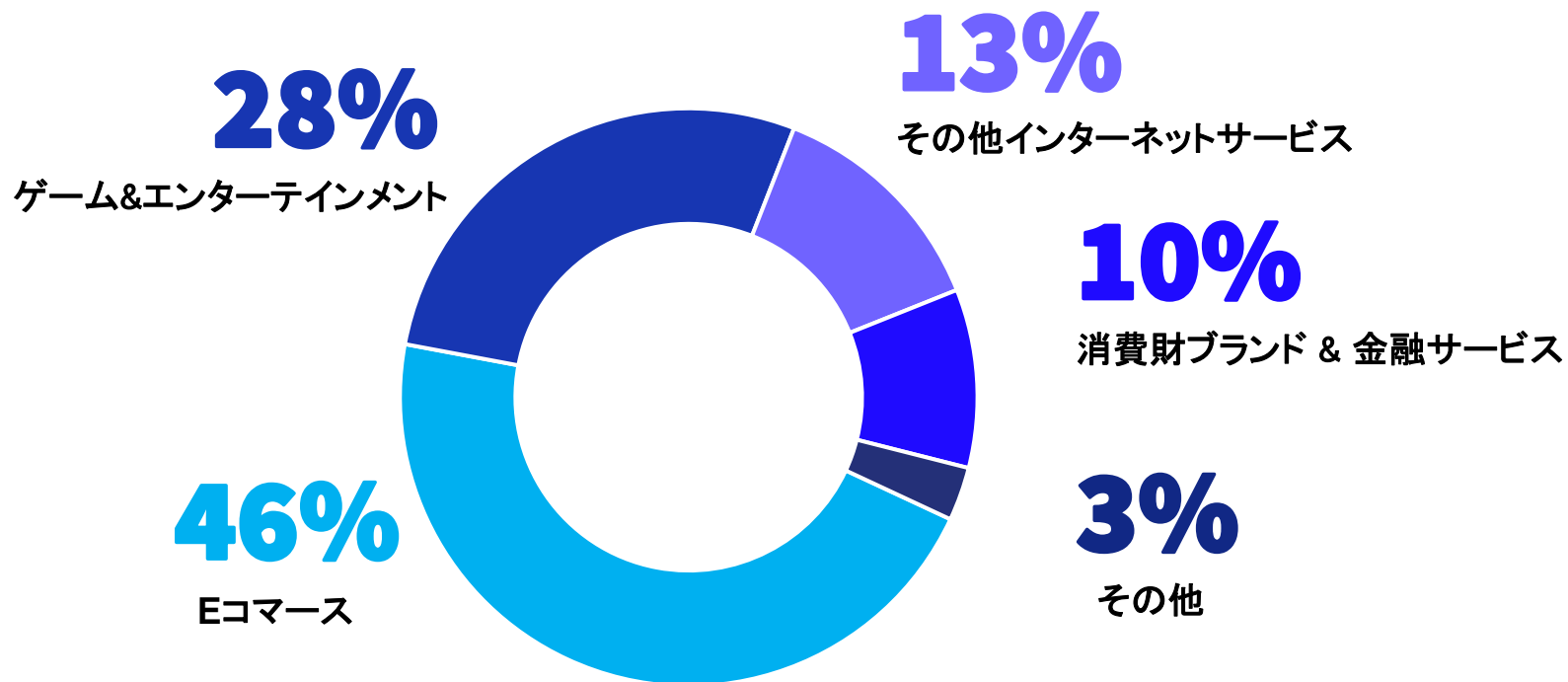
四半期ごとの季節性

売上収益の四半期別内訳



多様な収益基盤

FY2021 業種別売上収益比率



財務データサマリー

(百万円)

	2019	2020	2021	YoY	2020Q4	2021Q4	YoY
					会計期間	会計期間	
損益計算書のサマリー:							
売上収益	7,220	8,970	12,661	41%	2,794	3,905	40%
売上原価	(4,303)	(4,844)	(6,422)		(1,389)	(1,979)	
売上総利益	2,916	4,126	6,239	51%	1,405	1,926	37%
売上総利益率	40%	46%	49%		50%	49%	
販売及びマーケティング費用 (S&M)	(2,766)	(3,460)	(4,322)		(970)	(1,260)	
対売上収益比率	38%	39%	34%		35%	32%	
研究開発費 (R&D)	(1,776)	(1,491)	(1,711)		(416)	(467)	
対売上収益比率	25%	17%	14%		15%	12%	
一般管理費 (G&A)	(734)	(808)	(1,349)		(249)	(364)	
対売上収益比率	10%	9%	11%		9%	9%	
その他の収益	2	76	28		44	16	
その他の費用	(3)	(20)	(2)		(8)	1	
営業損失	(2,361)	(1,578)	(1,117)		(194)	(148)	
上場関連の一時費用 (1)	-	-	(278)		-	-	
営業損失(上場関連の一時費用を除く)	(2,361)	(1,578)	(839)		(194)	(148)	
EBITDA (上場関連の一時費用を除く)	(1,992)	(1,103)	42		(55)	129	
EBITDAマージン	-28%	-12%	0%		-2%	3%	

(1) 2021年第1四半期に上場関連の一時費用278百万円を計上
(2) 2021年第4四半期会計期間の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

(百万円)

2019 2020 2021

貸借対照表のサマリー:

現金及び現金同等物	4,118	1,635	6,561
流動資産合計	10,713	10,046	24,484
資産合計	12,137	12,394	31,206
負債合計	18,650	4,726	8,370
資本合計	(6,514)	7,668	22,836

(百万円)

2019 2020 2021

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)	(747)
投資活動によるキャッシュフロー	(5,710)	(2,706)	(9,075)
財務活動によるキャッシュフロー	11,103	1,161	14,396
現金及び現金同等物期末残高	4,118	1,635	6,561

財務データサマリー

(百万米国ドル)

	2019	2020	2021	YoY	2020Q4 会計期間	2021Q4 会計期間	YoY
損益計算書のサマリー:							
売上収益	66.3	84.2	115.0	37%	26.8	34.4	28%
売上原価	(39.5)	(45.4)	(58.4)		(13.3)	(17.4)	
売上総利益	26.8	38.8	56.7	46%	13.5	16.9	26%
売上総利益率	40%	46%	49%		50%	49%	
販売及びマーケティング費用 (S&M)	(25.4)	(32.5)	(39.3)		(9.3)	(11.1)	
対売上収益比率	38%	39%	34%		35%	32%	
研究開発費 (R&D)	(16.3)	(14.0)	(15.6)		(4.0)	(4.1)	
対売上収益比率	25%	17%	14%		15%	12%	
一般管理費 (G&A)	(6.7)	(7.6)	(12.3)		(2.4)	(3.2)	
対売上収益比率	10%	9%	11%		9%	9%	
その他の収益	0.0	0.7	0.3		0.4	0.1	
その他の費用	(0.0)	(0.2)	(0.0)		(0.1)	0.0	
営業損失	(21.7)	(14.7)	(10.3)		(1.9)	(1.3)	
上場関連の一時的費用 ⁽¹⁾	-	-	(2.6)		-	-	
営業損失(上場関連の一時費用を除く)	(21.7)	(14.7)	(7.7)		(1.9)	(1.3)	
EBITDA (上場関連の一時費用を除く)	(18.3)	(10.3)	0.3		(0.5)	1.1	
EBITDAマージン	-28%	-12%	0%		-2%	3%	

(1) 2021年第1四半期に上場関連の一時的費用2.6百万米国ドルを計上
 (2) 2021年第4四半期会計期間の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	2021
貸借対照表のサマリー:			
現金及び現金同等物	37.8	15.3	57.0
流動資産合計	98.3	94.1	212.7
資産合計	111.4	116.1	271.1
負債合計	171.2	44.3	72.7
資本合計	(59.8)	71.8	198.4

(百万米国ドル)

	2019	2020	2021
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)	(7.2)
投資活動によるキャッシュフロー	(52.4)	(25.4)	(81.8)
財務活動によるキャッシュフロー	101.9	10.9	135.7
現金及び現金同等物期末残高	37.8	15.3	57.0

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。

事業計画及び成長可能性に関する説明資料の開示予定

事業計画及び成長可能性に関する説明資料のアップデートは2022年3月下旬に行う予定です。