

# yappli

## 2021年12月期決算説明及び 事業計画並びに成長可能性 に関する事項

2021



株式会社ヤプリ(マザーズ: 4168)

2022.2

## 株主の皆様へ

### ファーストイヤー

2021年は、娘が小学1年生になり、下の子は幼稚園に入園しました。娘たちが緊張しながら人生の新しい扉を開けるのと同様に、弊社ヤプリーも上場して初めてとなる通期1年を送りました。未上場時とは全く異なる四半期ごとのプレッシャーと責任に、コロナの勢いが消えない中で対処するのは非常に難しく、大きなチャレンジでした。我々ヤプリーの顧客の多くは、小売業態に属するためコロナの影響が特に大きく、経営状況は厳しさを増しています。そのような逆風の中でも、ほとんどの顧客はYappliを継続的に使ってくださり、チャーンレートは0.6%台まで大幅に改善しました。チャーンレートが比較的高いと言われるマーケティングツール群において、この数字は製品の強さを表す大きな自信となりました。多くの顧客がアプリでのDXに価値を見出し、投資を継続し、Yappliの可能性を信じてくださった証だと感じています。

### 2021年の振り返り

さて2021年ですが、事業を大きく進化させることができました。その際たる例は、創業以来初めてとなる新製品「Yappli CRM」の投入です。自分自身、Yappli以外の製品をすぐ出すとは思っていませんでした。それはYappliという製品が非常に大きく、高度であり、とても片手間でできるような製品ではないからです。ところが上場直後に心境の変化が訪れました。上場後もさらなるイノベーションを起こせる会社でありたい、刺激のある組織を作りたい。そう思うようになりました。また、社内を見渡すと、顧客企業のDXやシステムに対して高度なスキルやノウハウを所有する社員が多く増えており、新規事業ができる人材の厚みも感じるようになりました。Yappli CRMはある社員から、「こんなの作ろうとしている」と簡単なデモを見せられたことがキッカケでした。自社のノウハウを最大限に活かし、かつYappliとの相乗効果も得るため新規事業にぴったりだと思い、本格的な製品開発を意思決定しました。そこから半年ほどでリリースまでたどり着けたのは、上場後のヤプリーにとっては大きな意義がありました。Yappli CRMのビジネス立ち上げはこれからですが、今後もイノベーションを起こせる会社を作っていきたいと思います。

新製品だけでなく、Yappli自体も過去になく進化しました。我々ヤプリーは、毎年秋に「Yappli Summit」という最も重要なイベントを開催しています。ここではYappliの製品進化と新しいカスタマーサクセス事例を発表しています。2021年はこれまでにない多くの機能アップデートを発表することができました。製品進化はSaaS事業をやっている我々としては最も重要であり、一方で規模が大きくなればなるほど難しくなってきます。そのジレンマに対処するために、過去2年に渡り裏側のバックエンド側をフルリニューアルしたことで、継続して製品進化できるプラットフォームを作り上げることに成功しています。施策の幅を広げるランダム機能、トップページをリッチにするフィード機能、EC連携機能の進化、そして今年2022年にリリースする野心的なATOM機能など、たくさんの機能アップデートを紹介できました。これらプラットフォームの進化により、Yappliで実現できる課題解決の幅が広がり、新しいビジネス機会へと繋がっていきます。今年の進化にもぜひ期待して頂ければと思います。

結果として、ヤプリーは2021年通期を売上高32.6億円、前期比36%で着地しました。上場1年目としてガイダンスをずらすことなく、順当に結果を出せたことは良かったです。成長率も30%以上をキープでき、まだまだ成長できる会社ということを示せたかと思います。現状に甘んじることなく、2022年も成長し続けたいと思います。

## 2022年に向けて

2022年は創業からのYappliに加えて、新たにYappli CRMのビジネス立ち上げも行う重要な年となります。2製品で相乗効果のある付加価値を提案していきます。Yappliでは店舗DX・ECのソリューション「Yappli for Marketing (Y4M)」のさらなるシェア拡大を狙います。コロナが落ち着く頃には小売業態はさらなるデジタル投資による効率化を進めます。Yappliは店舗のデジタル化やECのアプリ化をさらに支援できるように投資を継続します。チャレンジとしては、社内や取引先などのビジネスユーザー向けのソリューション「Yappli for Business (Y4B)」があります。契約アプリ数が徐々に増えてきており、同時に高い付加価値による高単価の契約も増えてきております。コンシューマー向けのY4Mと、ビジネスユーザー向けのY4Bの両方をバランスよく投資していきます。

さらに私自身が非常に楽しみにしているのが、中小企業をターゲットとした新しいラインナップの投入です。これまでの法人向けで培った高度な機能とノウハウをシンプルに凝縮させて「Yappliのライト版」として提供し、スモールビジネスでも導入できる価格帯とします。これによりYappliの顧客基盤が大きく増えることに期待しています。

また、マスマーケティングも継続していきます。稲垣吾郎さんによるCMは非常に好評で、「自社アプリを使ったDX」という新しい市場を開拓する目的で行います。直接的な顧客獲得ではなく、市場啓蒙・創出を主眼としていますので、マーケット自体を醸成する先行投資としてご理解頂ければと思います。

## Go Mobile

私自身は、2020年末に上場を達成して、新しいチャレンジと意欲を掻き立てられる1年でした。会社を創業した2013年当時、上場は夢はおろか不可能とさえ感じていました。マンションの一室から諦めることなく製品と組織を進化させ、多くの優秀な仲間にも恵まれてここまで来ました。上場時のロードショーで海外機関投資家の方から言われたことで印象に残っている言葉があります。「Yasu、上場おめでとう、君たちは偉業を達成した。だが、これからが本当の長いマラソンだー」。今、それを痛感しています。偉大なるソフトウェア企業は、上場してからも大きく成長しています。簡単なことではありません、誰もができません。しかしながら、挑戦するには十分なワクワクがあるのは確かです。

株主の皆様、2021年の支援に改めて感謝申し上げます。2022年は初頭から経済トレンドに変化が生じていますが、ソフトウェアをノーコードにする事業ドメインは不可逆で発展していきます。ヤプリはミッション「Mobile Tech for All」をブレることなく追求し、社会に価値提供するように努めます。

株式会社ヤプリ  
代表取締役 庵原保文



# INDEX

**1** 事業概要

**2** 2021年12月期 第4四半期 業績

**3** 2022年12月期 通期 業績予想

**4** 2021年12月期 通期 事業ハイライト

**5** 成長戦略

**6** 補足資料

# 事業概要



# デジタルを簡単に、社会を便利に

専門知識不要のノーコードで、企業のデジタル実装を素早くし多くの産業の課題を解決する。  
これからの時代に必要な、企業の効率を高め、人々の生活や仕事が便利になる製品を提供します



## 2022年1月、提供アプリの累計ダウンロード数が1億を突破

600社を超える企業の自社アプリがYappliを用いて作られており、それらアプリのダウンロード数が累計1億を突破。国内で有数の規模のアプリ群をYappliは裏側で支えています



注：起動した端末数を元に算出

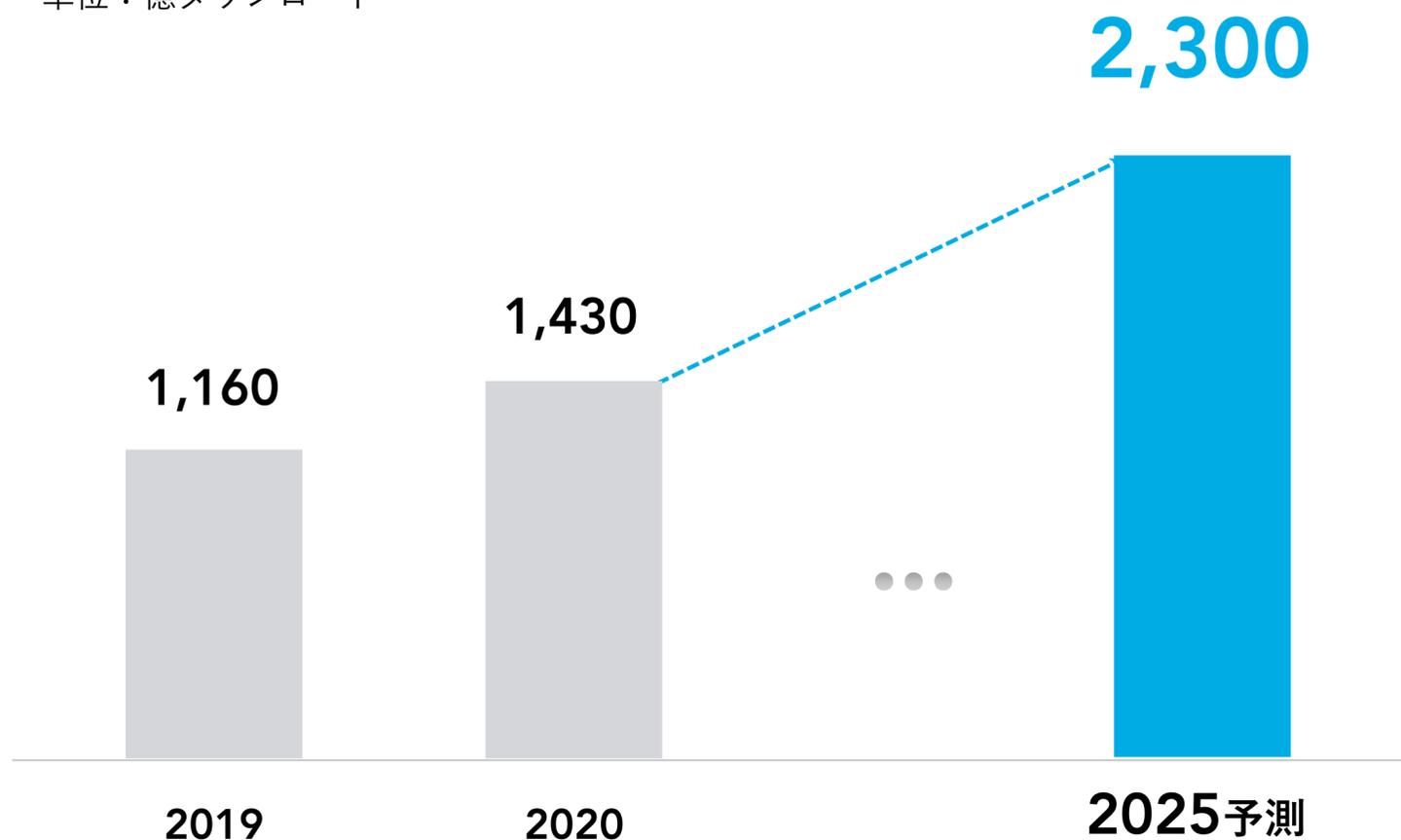
## 市場背景 なぜ企業がアプリ?

# アプリの高いエンゲージメントをビジネスの課題解決に応用

広く普及する利用者と、ウェブサイトの10倍以上の閲覧時間。これらアプリの高いエンゲージメントに着目する企業が増えており、自社のビジネス課題をアプリで解決するDXニーズが増加中

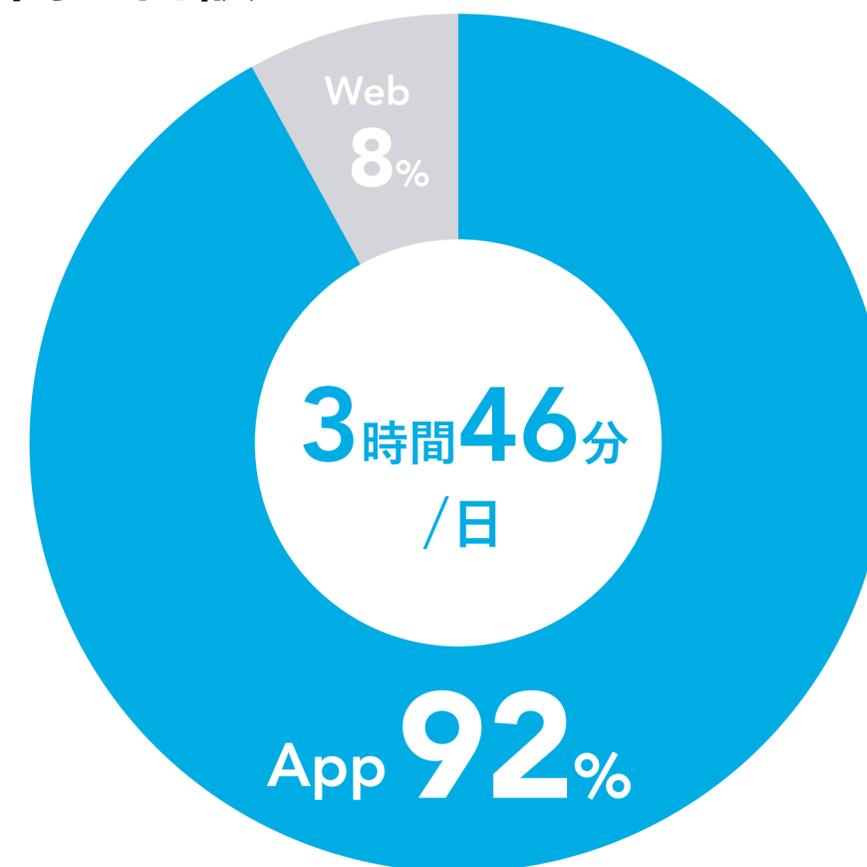
## アプリダウンロード数（全世界）

単位：億ダウンロード



注：Global App Store and Google Store Installs 2020-2025; Sensor Tower Store Intelligence 「Sensor Tower's 2021-2025 Mobile Market Forecast」

## スマホ経由での オンライン滞在時間の内訳 （日本、2019年）



注：ニールセン デジタル株式会社 「ニールセン モバイル ネットビュー2020年」

# yappli

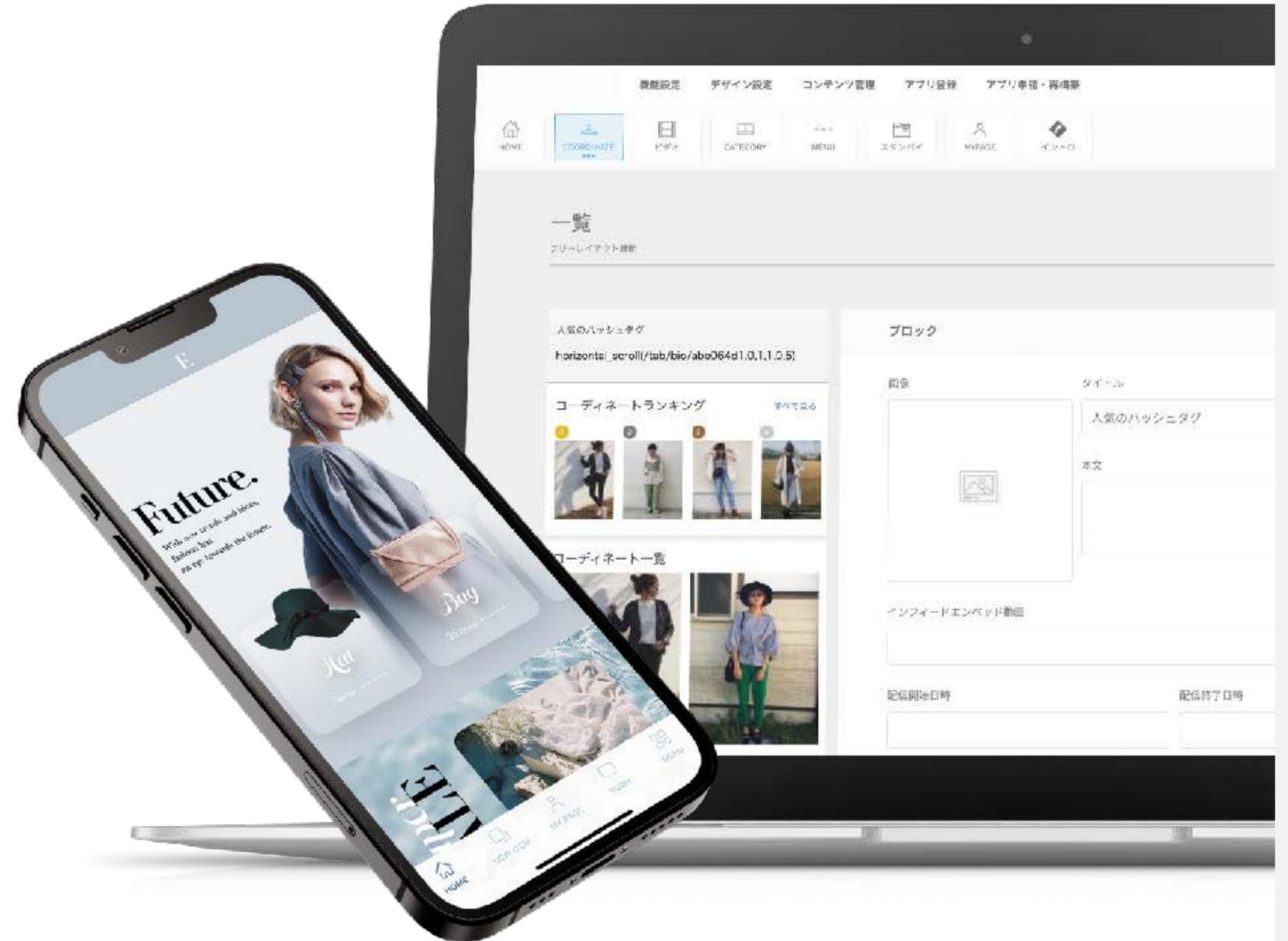
自社アプリを、カンタンに

スピード開発

カンタン運用・分析

クラウドで進化

カスタマーサクセス



# アプリの開発・運用・分析がノーコードでオールインワン

ノーコードだから開発が速く、運用も簡単。クラウドでの製品アップデートで常に最新機能を利用でき、サポート体制も充実。アプリ運営に必要な全てをオールインワンで提供



# yappli

すべてをYappliひとつで  
生産性の大幅な向上

## ビジネス課題に応じたソリューションを企業向けに展開

- Yappli for Marketingは店舗DXとEC集客を軸とした小売業態向けの販促支援
- Yappli for Businessはビジネスユーザー向けの社内や取引先への情報配信

# ALL-IN-ONE PLATFORM

ひとつのプラットフォームで様々な業界課題に対応



Yappli for Marketing

店舗DX

EC集客



Yappli for Business

取引先への情報配信

社内の情報共有



Others

メディア

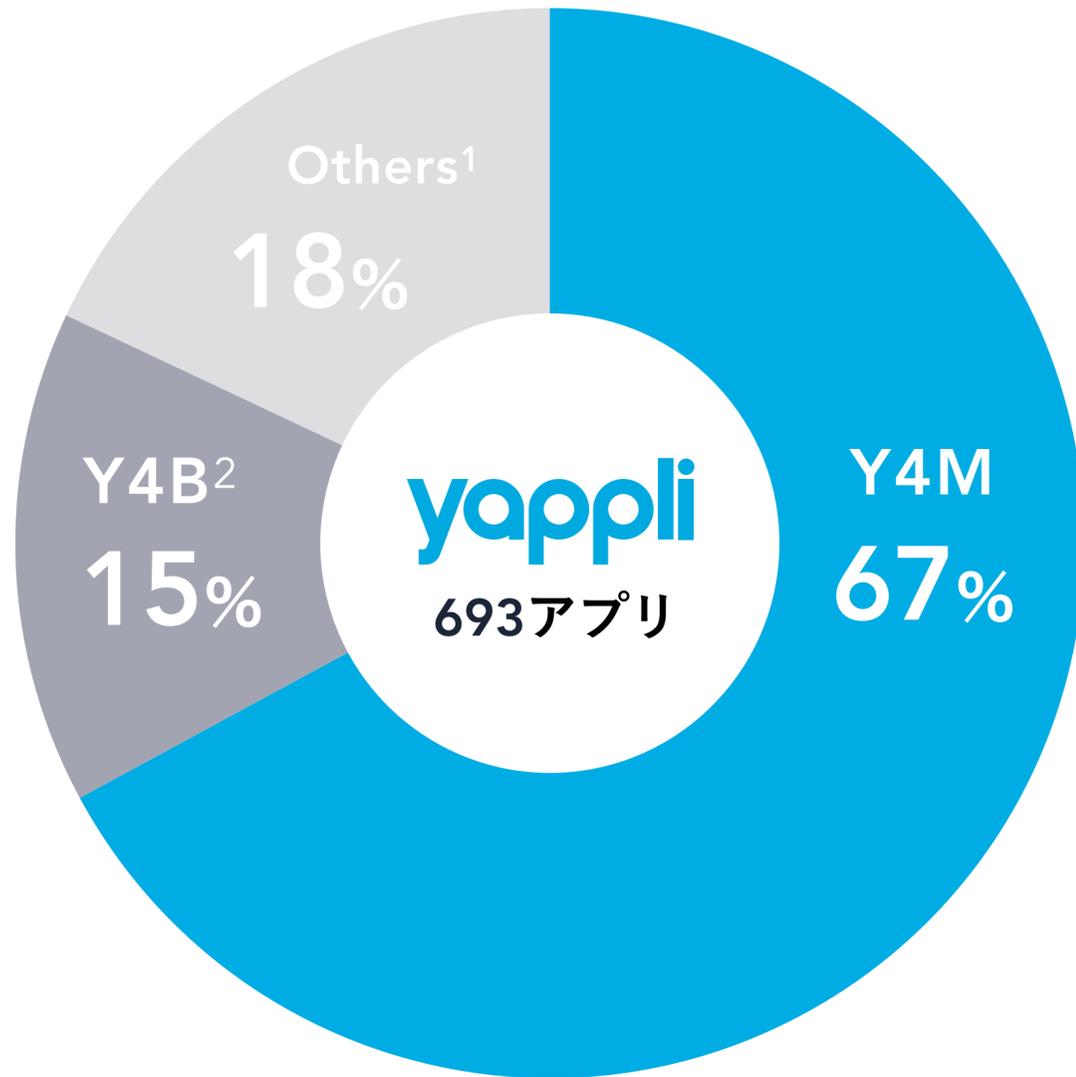
行政

教育

金融 etc..

注：2021年度 第4四半期より、従来「Yappli for Company」として表示していたソリューションの名称を「Yappli for Business」に変更

## 様々な業界がYappliを利用



### Yappli for Marketing

465アプリ

- アパレル...40%
- 生活雑貨...10%
- 飲食店...8%
- スポーツ用品...6%

### Yappli for Business<sup>2</sup>

103アプリ

- 製造業...32%
- 美容・化粧品...13%
- サービス...13%
- 医療・製薬...10%

注：2021年度末時点 (1) Yappli for Media & Entertainment、Yappli for Schoolなどその他のソリューションを含む (2) 2021年度 第4四半期より、従来「Yappli for Company」として表示していたソリューションの名称を「Yappli for Business」に変更

# 毎月の月額料金と導入時の初期費用により構成

アプリ数

693アプリ

×

初期費用

導入支援

+

月額利用料

基本システム利用

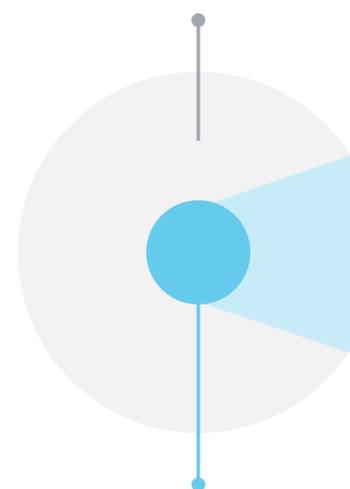
オプション機能

## 今後の成長 ポテンシャル

# Yappliの広大な市場ポテンシャル

Yappliはアプリ開発における予算・人材面の課題を解決するため、既存市場よりも大きな市場をターゲットとする。将来アプローチできる可能性がある市場は最大で約3.8兆円の可能性と試算

現在のアプリ開発市場<sup>1</sup>  
約850億円



当社ARR29億円  
(アプリ開発市場シェア約3%)

直近の  
ターゲット市場<sup>2</sup>

約**1,500**億円

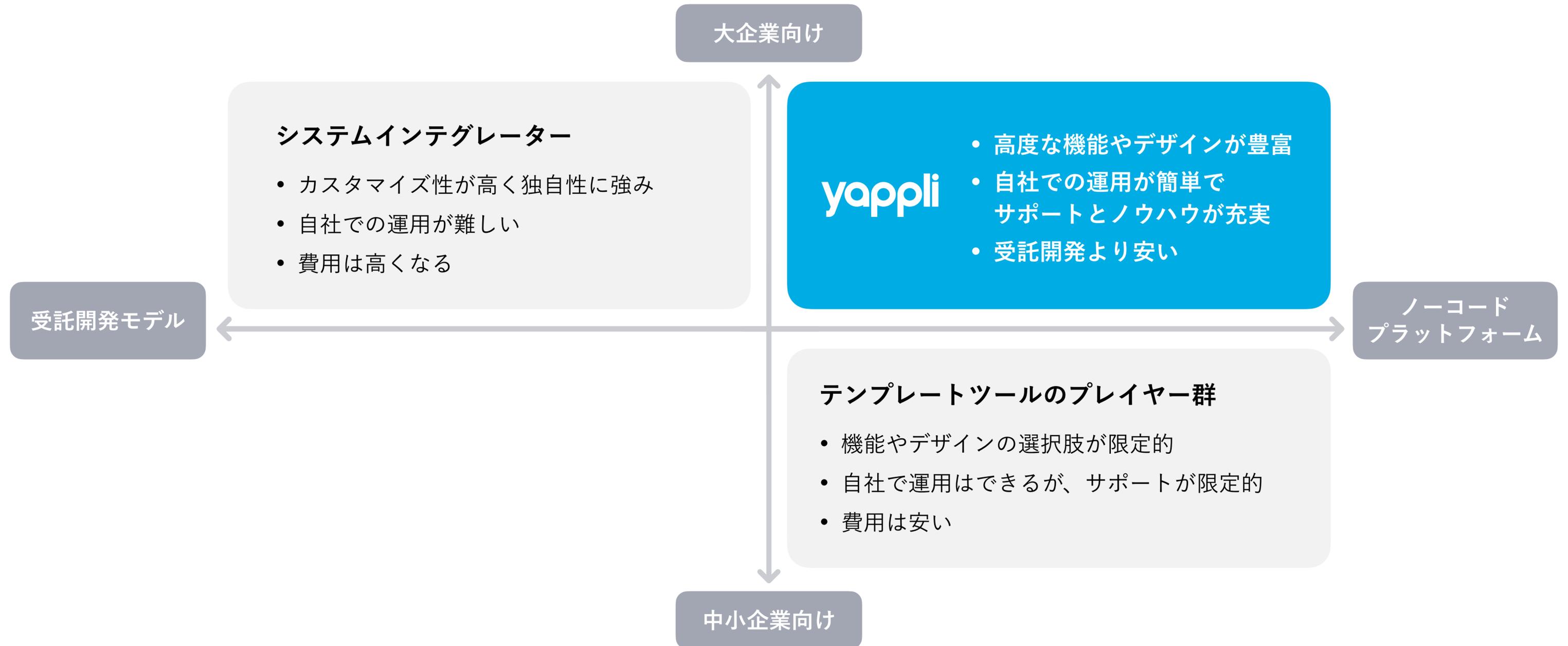
ターゲット業界  
合計約1.7万社

将来アプローチできる  
可能性がある最大の市場規模<sup>3</sup>

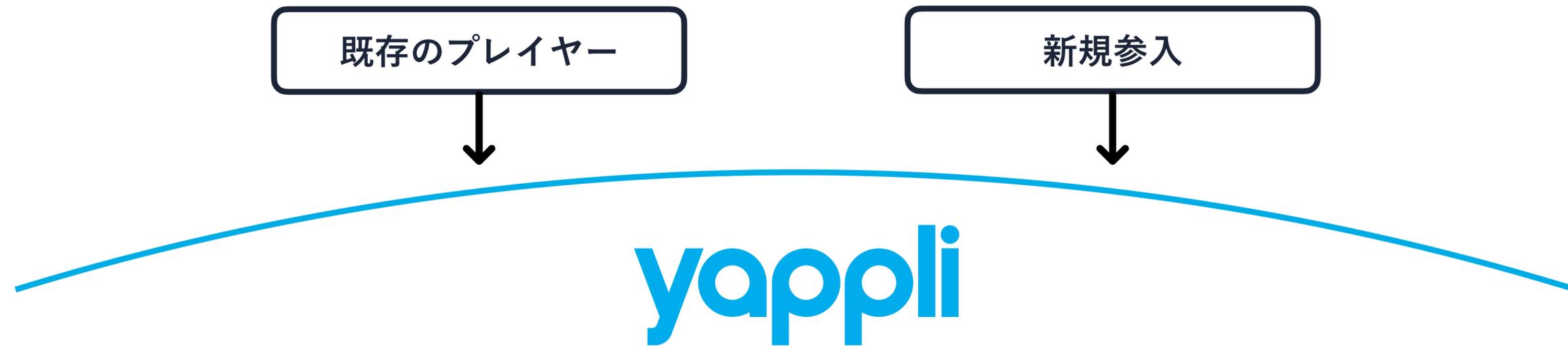
約**3.8**兆円

注：(1) デロイトトーマツミック経済研究所株式会社「S I・開発サービス市場の実態と展望2017年度版」 (2) 株式会社ユーザベースのデータベース“FORCAS”より、売上高10億円以上のアパレル、小売、EC、飲食店、製造業、ホテル、不動産・建設、金融、他サービス業界の企業数（2021年6月時点）を合計した数値に、新規獲得の月額利用料と初期制作収入の2021年1月～6月の平均単価を基に算出した当社サービスにおける1社あたりの平均年間契約金額（ACV：Annual Contract Value）を積算して推計しております。(3) Yappliがプラットフォームの提供を通じて代替する可能性のある既存のサービスやツールの市場として、下記の市場規模を合算しております。株式会社ミック経済研究所「クラウドSI市場の実態と展望2018年版」（2018年3月）掲載のクラウドSI市場の市場規模の2020年の予測値 9,842億円/日本印刷産業連合会「SMATRIX2020」（2013年9月）より商業印刷市場規模の2020年の予測値 2兆5,037億円/株式会社電通「2020年 日本の広告費」（2021年2月）掲載のダイレクトメールの市場規模の2020年の実績値 3,290億円

# 大企業向けノーコードプラットフォームとしてユニークな存在



# プロダクトの継続的な強化により高い参入障壁を構築



2013年より累計約60億円<sup>1</sup>の成長資金を投下しプロダクトとビジネスモデルを強化

デザインの柔軟性、  
豊富な機能数

管理画面の操作性

機能・OSの  
アップデート

特許の取得

日本を代表する大手企業の導入実績

解約率は1%未満を維持し、  
年々逡減する傾向

注：(1) エクイティファイナンス及びデットファイナンスによる調達資金及び事業で生み出した資金の投資累計額

# 2021年12月期 第4四半期 業績



## 2021年度はコロナ禍の逆風の中、力強い成長を継続

売上高は36%台のYoY成長率で力強い成長を遂げ、特に解約率は0.6%台と非常に順調に推移

売上高 (YoY成長率)

**32.6**億円(36.5%)

ストック売上高<sup>1</sup> (YoY成長率)

**25.3**億円(34.4%)

ARR<sup>2</sup> (YoY成長率)

**29.3**億円(33.5%)

売上総利益率

**67.5%**

契約アプリ数<sup>3</sup> (YoY成長率)

**693**(25.1%)

解約率<sup>4</sup>

**0.68%**

注：括弧書きの数字は対前年同期の成長率 (1) 2021年1-12月におけるストック売上高の合計 (2) 2021年度末時点の月額利用料合計額に12を乗じた金額 (3) 2021年度末時点 (4) グロスレベニューチャーンレート：部分解約を含む月間売上総解約率、2021年度末時点の直近12カ月平均

# 売上高、営業利益ともに2021年12月期 通期業績予想を達成

売上高は力強い成長を遂げガイダンス上限を達成、費用については2022年度に向けた成長投資を行なったため、営業利益についてはガイダンスレンジ内で着地

単位：百万円

	2019		2020		2021			
	実績	YoY	実績	YoY	実績	前期比	YoY	業績予想
売上高	1,721	68.4%	2,390	38.9%	3,263	+873	36.5%	3,175 ~ 3,230
月額利用料比率 (%)	75.4%	-	78.7%	-	77.4%	-	-	-
売上総利益	927	56.5%	1,372	48.0%	2,202	+829	60.5%	-
売上総利益率 (%)	53.9%	-	57.4%	-	67.5%	+10.1%	-	-
営業利益	-788	-	-590	-	-928	-338	-	-939 ~ -884
営業利益率 (%)	-45.8%	-	-24.7%	-	-28.4%	-3.8%	-	-29.6% ~ -27.4%
経常利益	-798	-	-627	-	-931	-303	-	-
当期純利益	-789	-	-632	-	-939	-307	-	-

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

売上高はYoY37.7%と力強い成長を記録、売上総利益率はYoY1.7pt改善、営業利益率は来期への成長投資により若干悪化

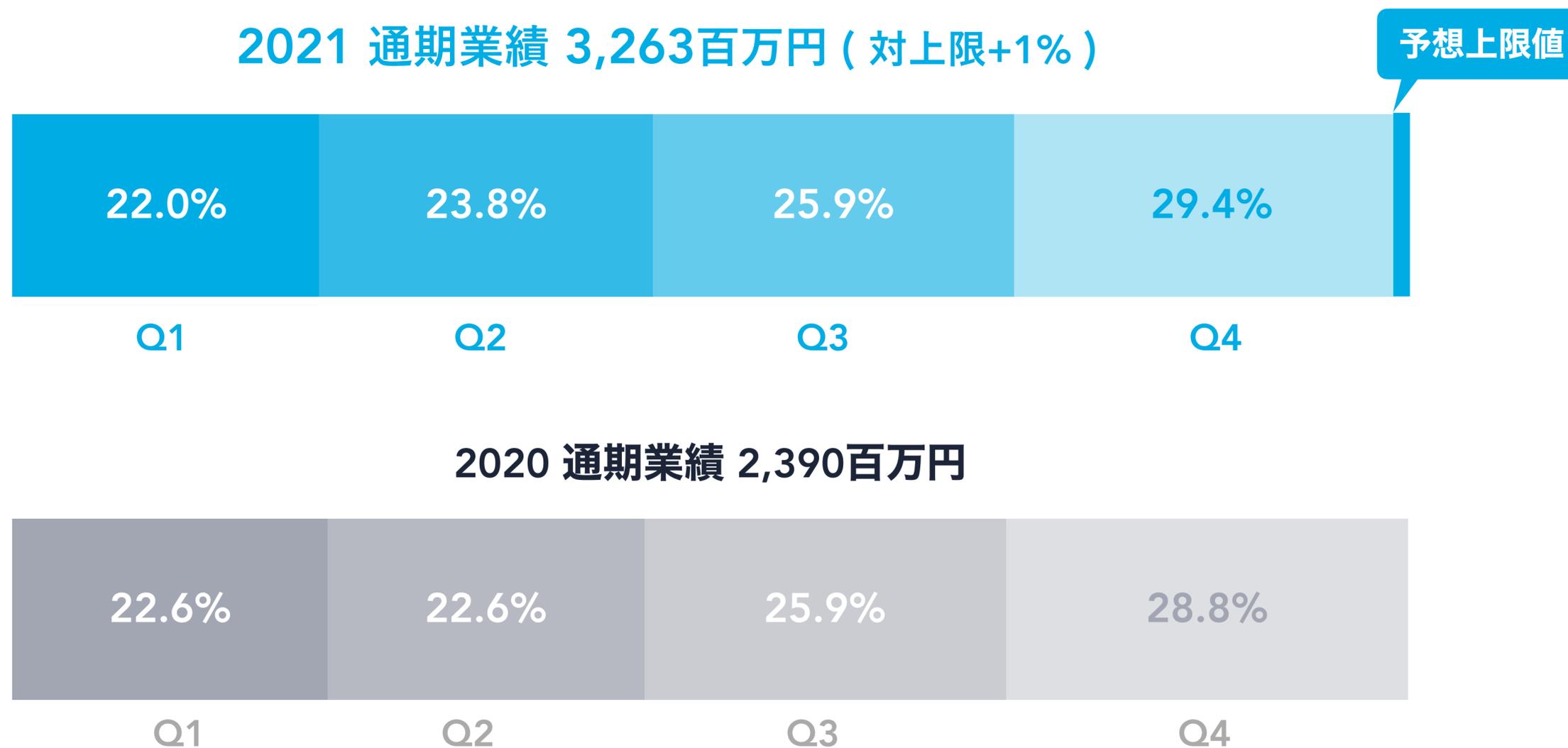
単位：百万円

	2020				2021				YoY	QoQ
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4		
売上高	540	540	619	689	711	768	835	949	+37.7%	+13.6%
月額利用料比率 (%)	76.0%	83.1%	78.9%	77.1%	80.2%	79.3%	77.2%	74.0%	-3.1pt	-3.2pt
売上総利益	288	296	361	425	496	538	565	601	+41.4%	+6.4%
売上総利益率 (%)	53.3%	54.9%	58.4%	61.7%	69.8%	70.2%	67.7%	63.4%	+1.7pt	-4.3pt
営業利益	-156	-103	-130	-200	-103	-337	-196	-291	-	-
営業利益率 (%)	-28.8%	-19.1%	-21.1%	-29.0%	-14.6%	-43.9%	-23.5%	-30.7%	-1.7pt	-7.2pt
経常利益	-158	-104	-132	-232	-104	-338	-196	-291	-	-
当期純利益	-159	-105	-133	-233	-106	-340	-199	-294	-	-

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

## 売上高進捗率

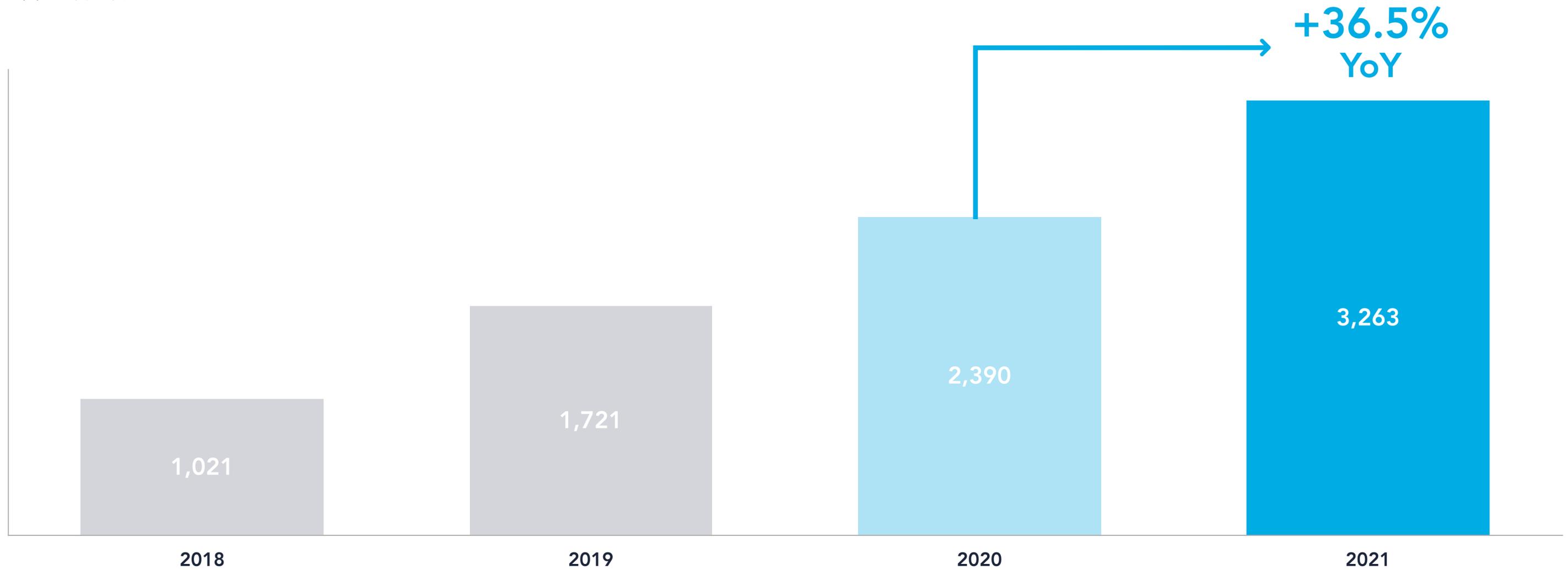
売上高は業績予想下限に対し103%、上限に対して101%達成  
第2四半期から前年を超えるペースで進捗した



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 売上高は32.6億円にて着地、YoY36.5%の力強い成長を達成

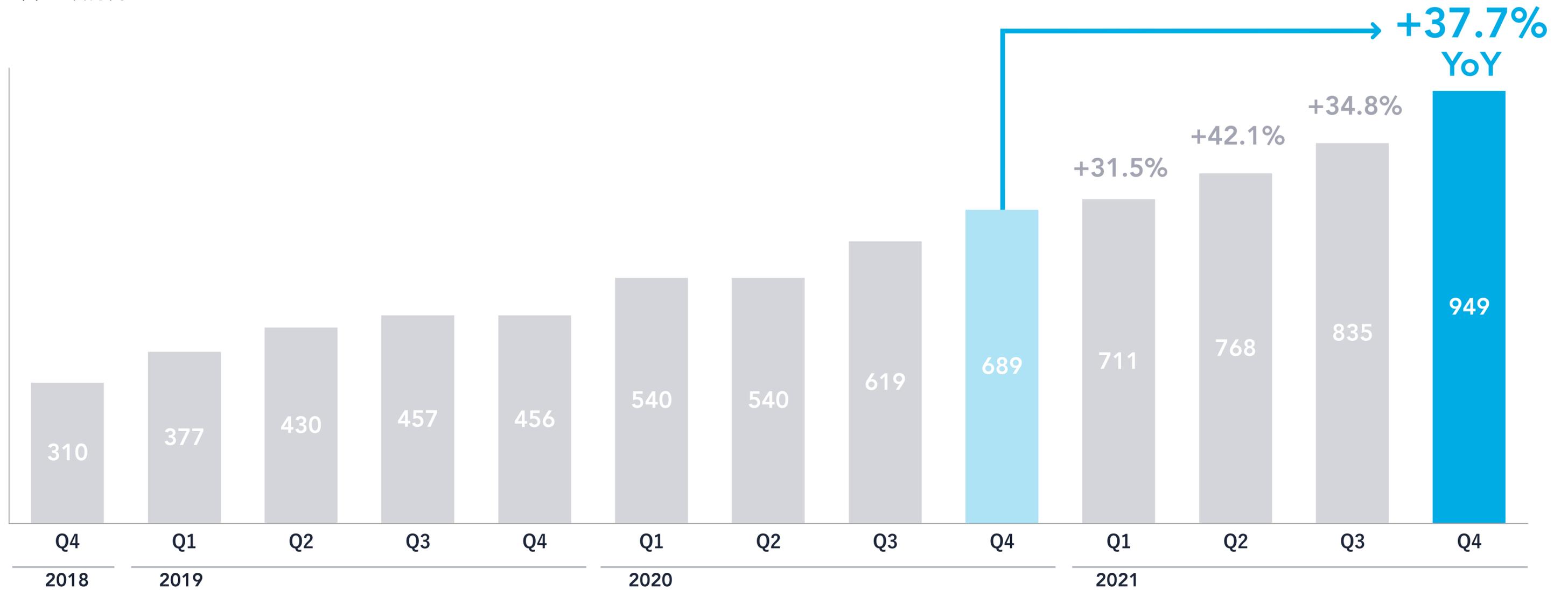
単位：百万円



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 売上高は9.5億円にて着地、YoY37.7%の力強い成長を達成

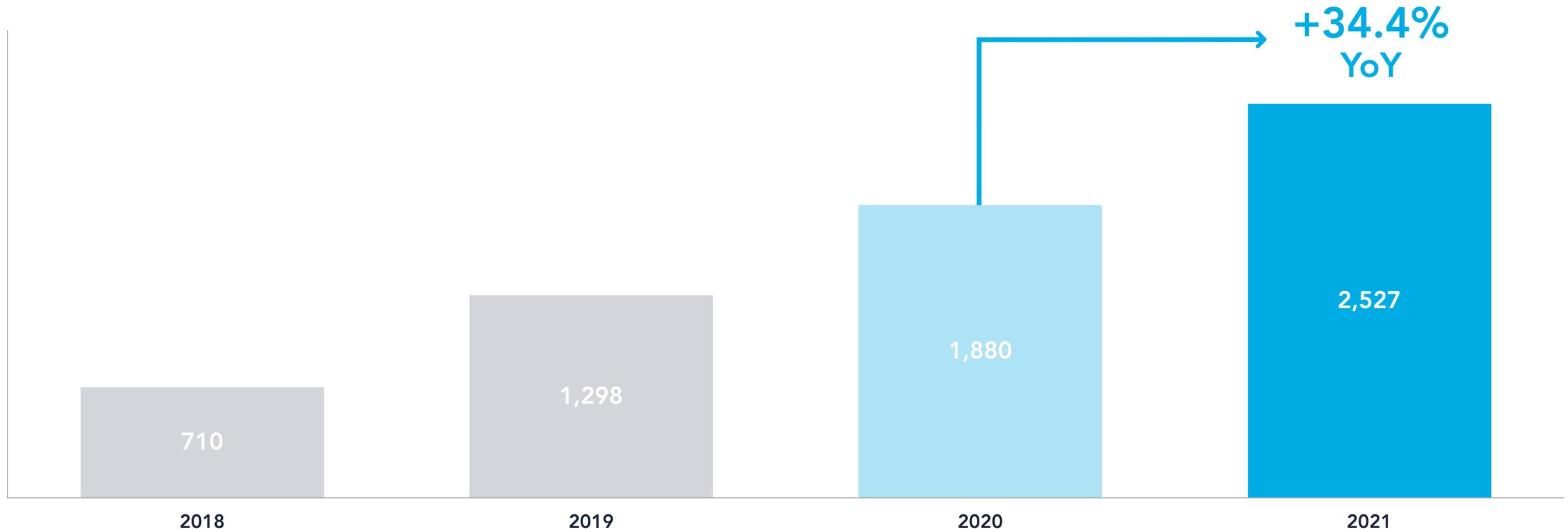
単位：百万円



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# ストック売上は25.3億円で成長率はYoY34.4%と 堅調に推移

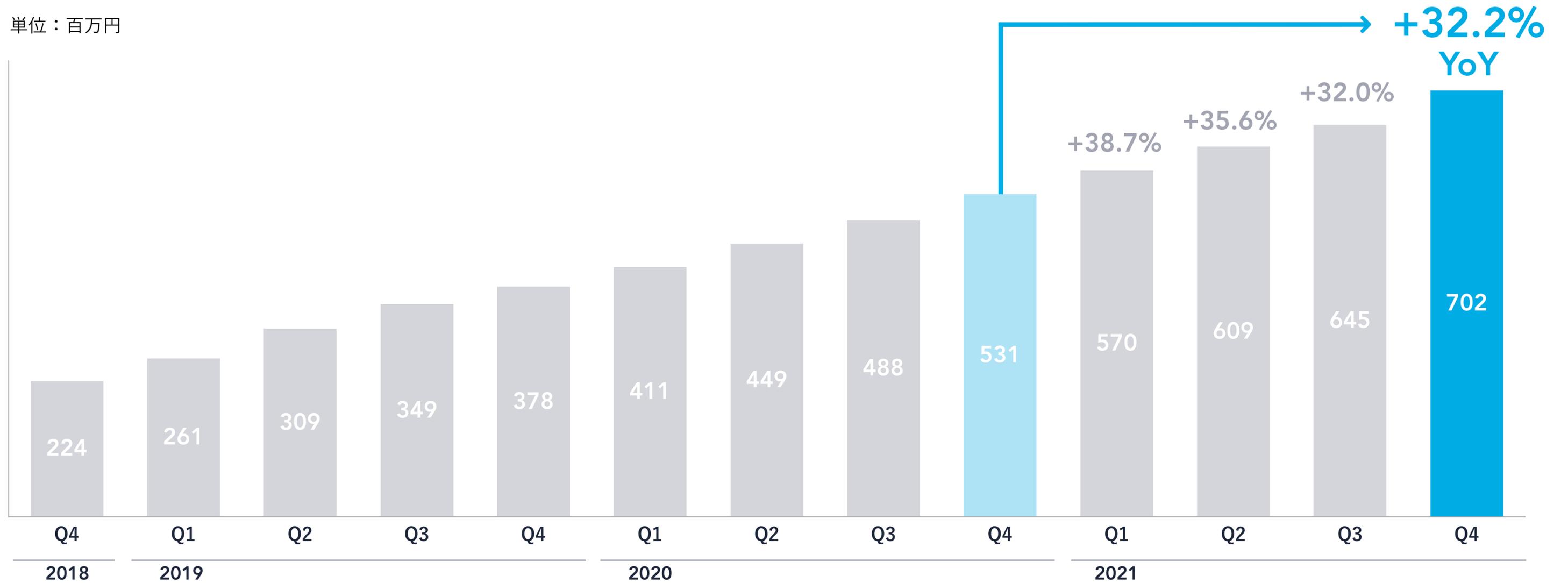
単位：百万円



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

## ストック売上高 四半期

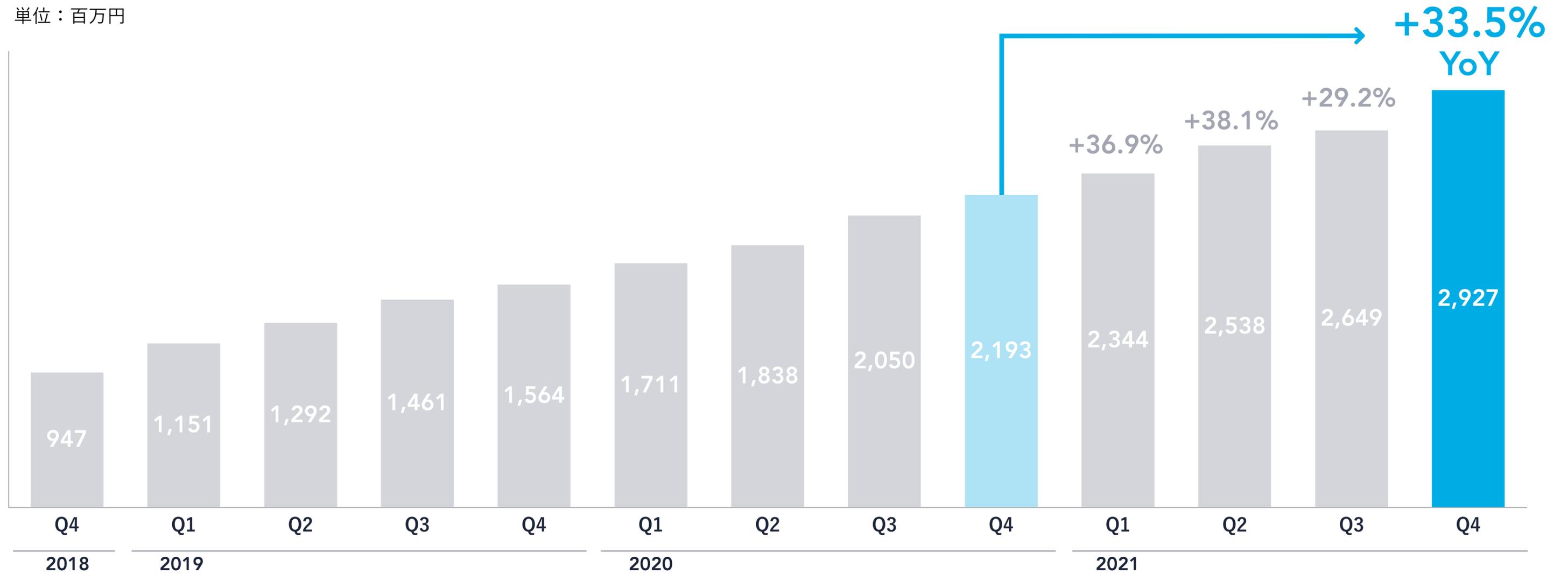
# ストック売上は7.0億円で成長率はYoY32.2%と 堅調に推移



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# ARR<sup>1</sup>は29.3億円で成長率はYoY33.5%と堅調に推移

単位：百万円

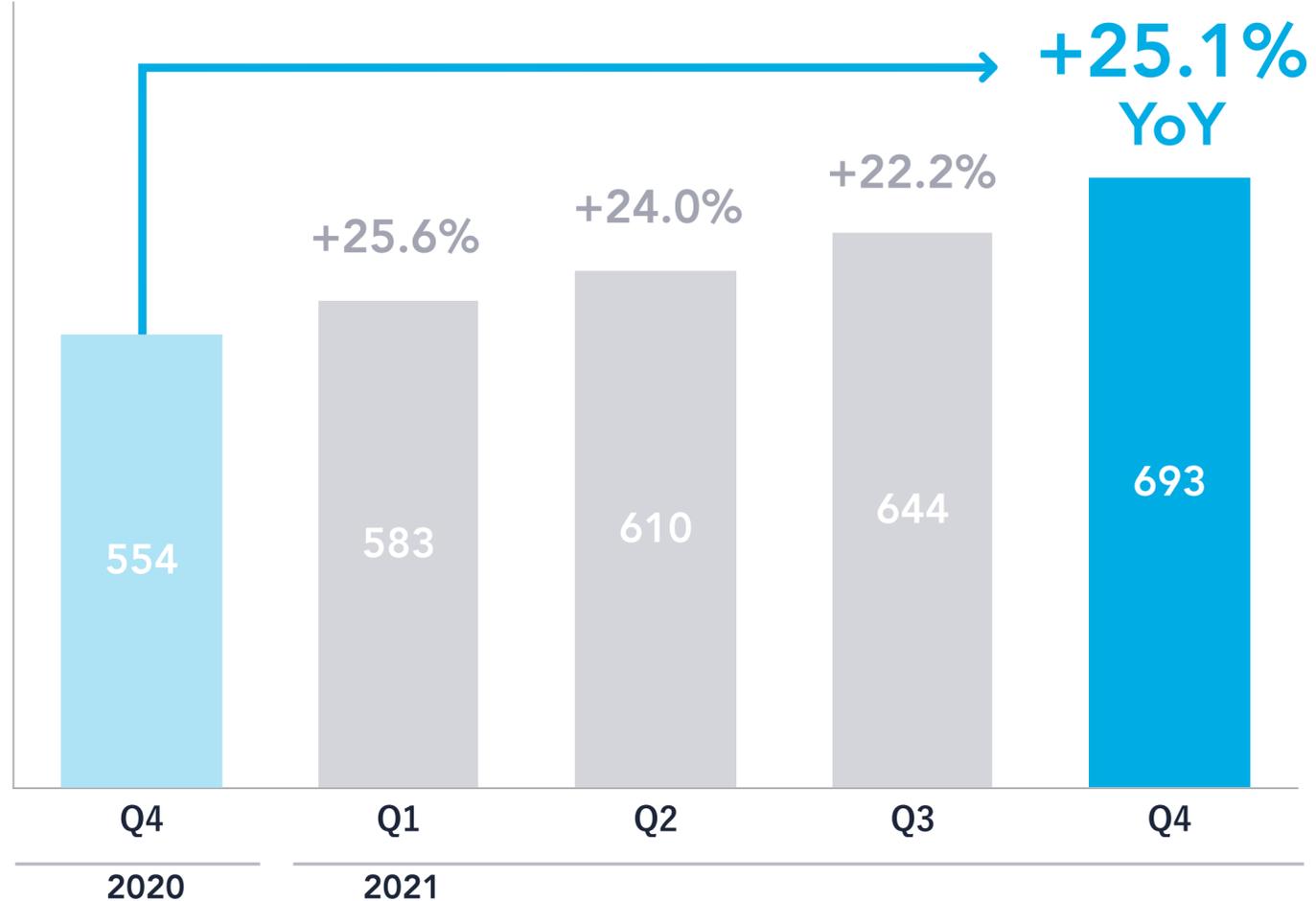


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 四半期末時点の月額利用料合計額に12を乗じた金額

# 契約アプリ数は693と四半期で今年度最多の純増数を記録、 平均月額利用料も継続して増加

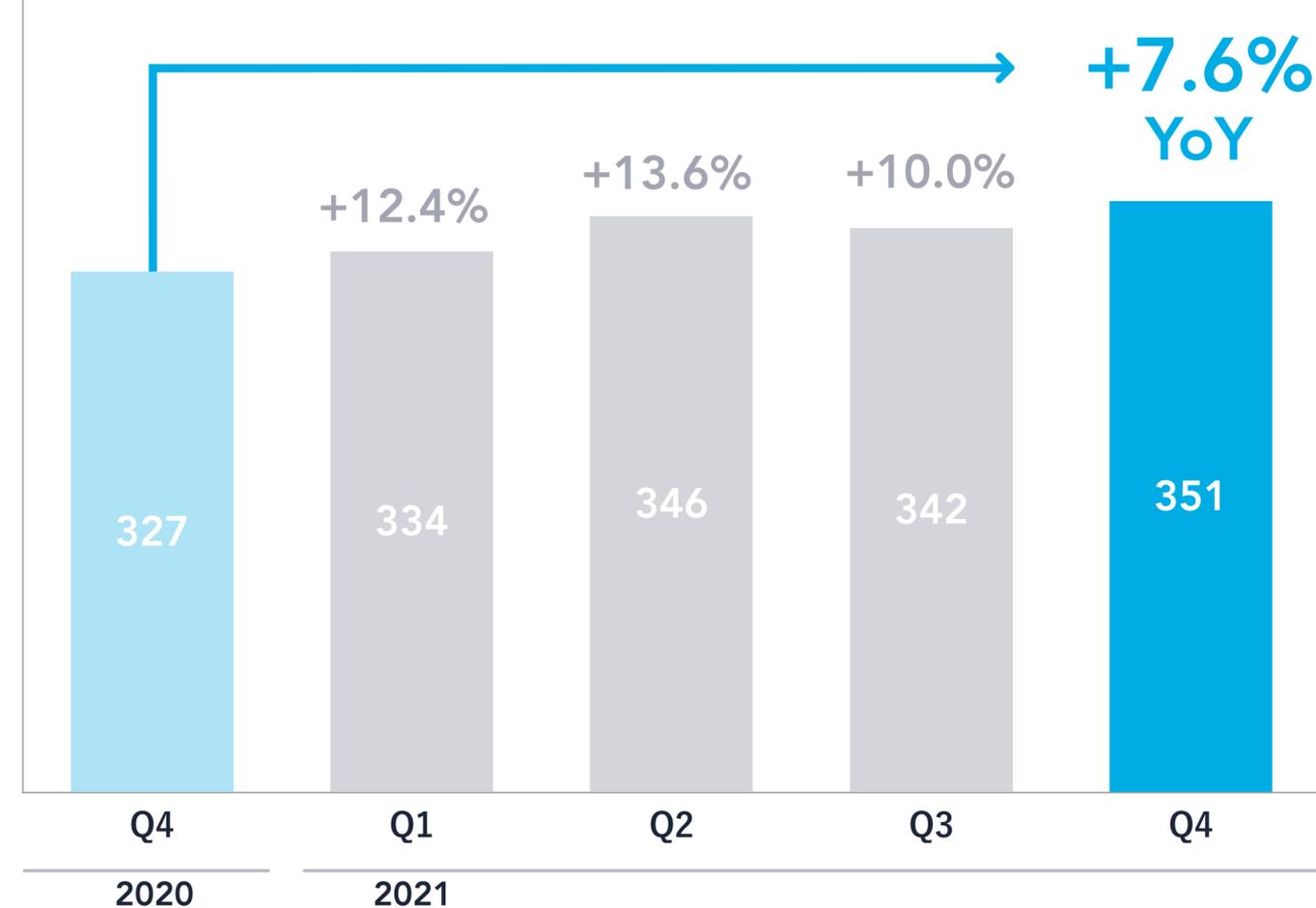
## 契約アプリ数<sup>1</sup>

単位：アプリ数



## 平均月額利用料<sup>2</sup>

単位：千円



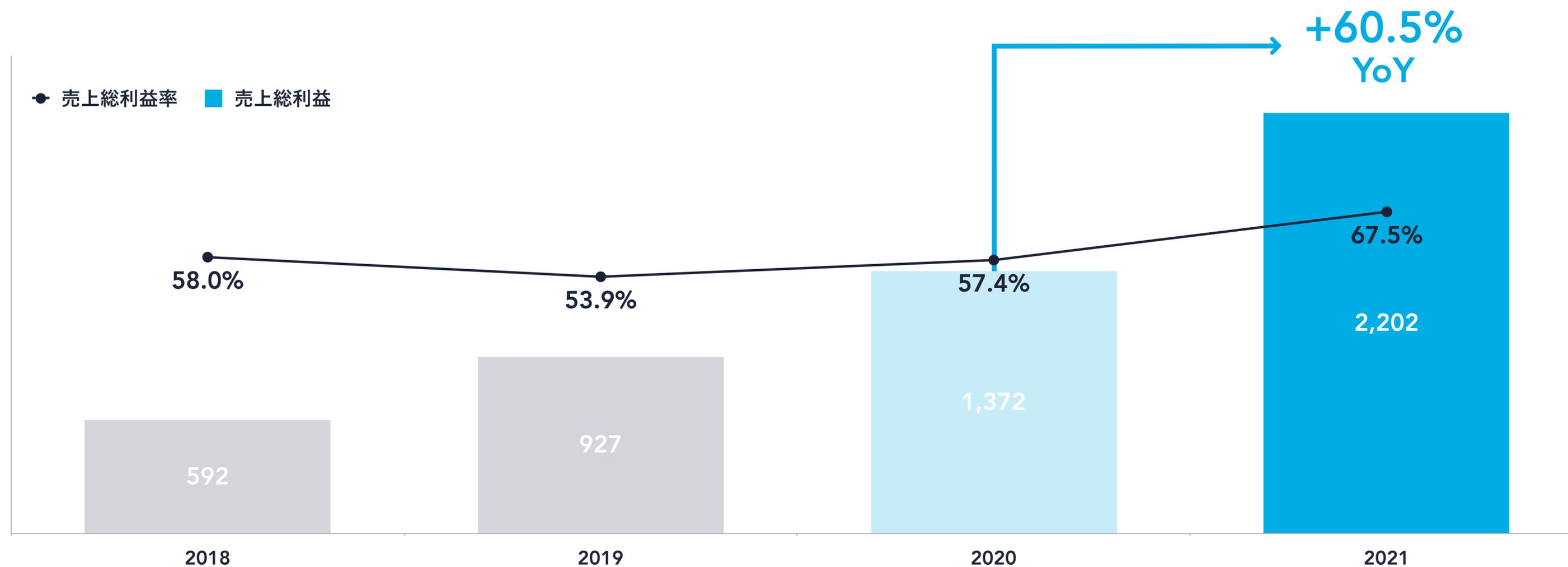
注：(1) 四半期末時点 (2) 四半期末時点

## 売上総利益 通期

# 売上総利益はYoY60.5%にて増益、売上総利益率は10.1pt改善

売上総利益率はストック収入増加と研究開発の強化により大きく改善

単位：百万円



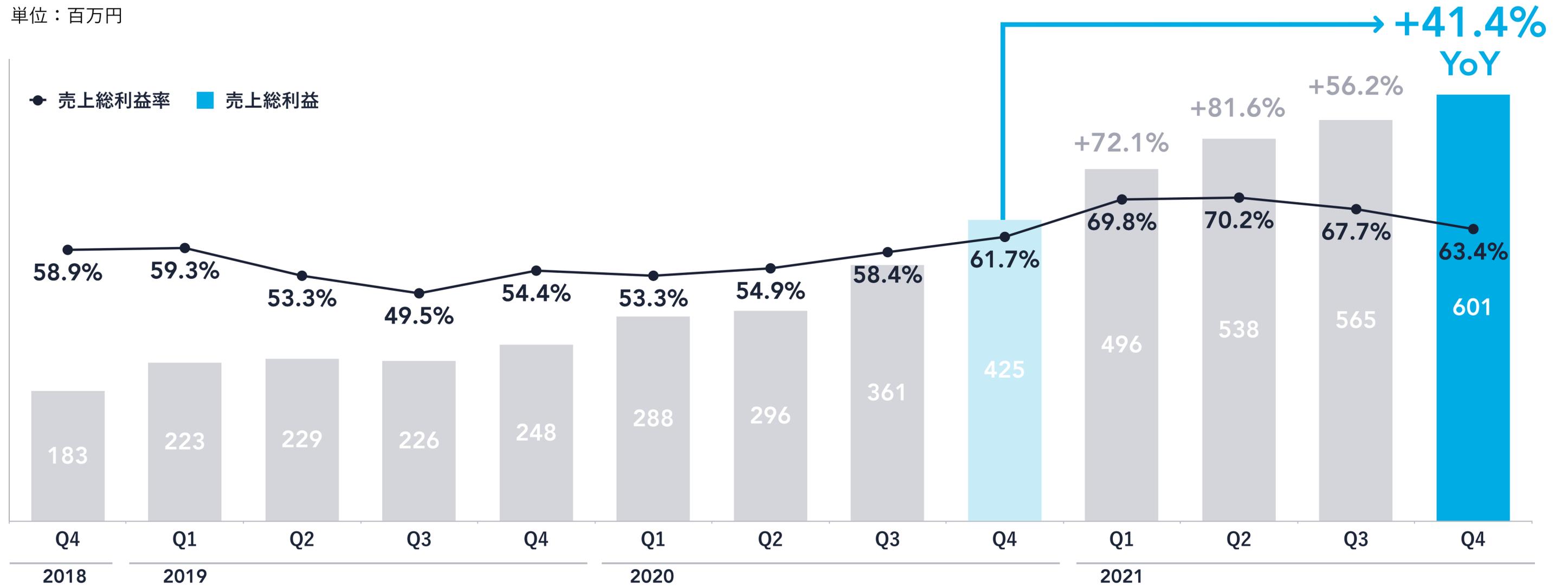
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 売上総利益 四半期

## 売上総利益はYoY41.4%にて増益、売上総利益率は1.7pt改善

売上総利益率は人件費増加により前四半期比にて若干低下するも順調に推移

単位：百万円

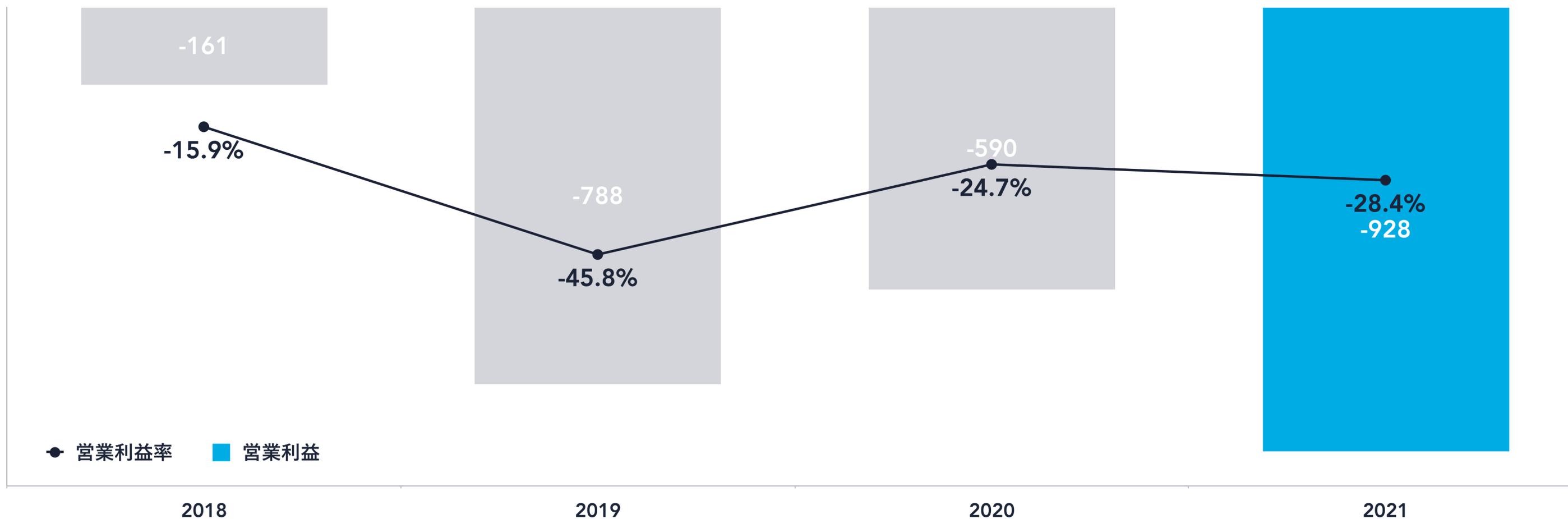


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 営業損失は-9.3億円にて業績予想レンジ内で着地

マーケティングと人材への成長投資を積極的に実施

単位：百万円

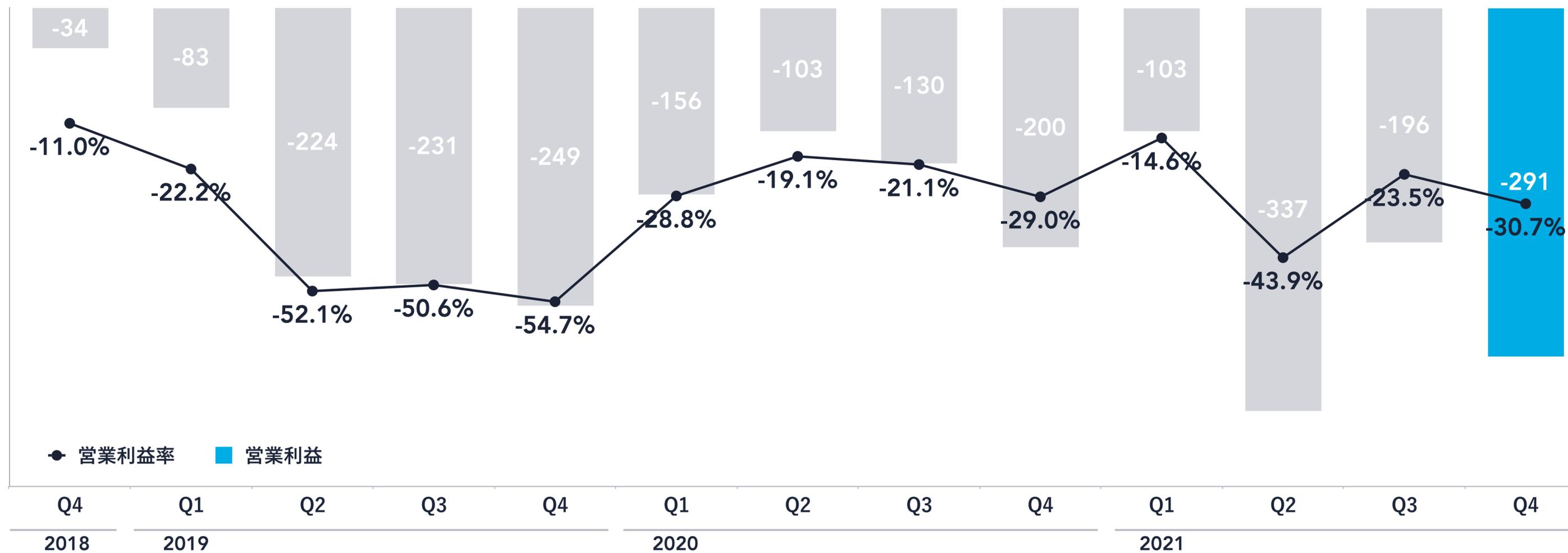


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 営業損失は-2.9億円にて着地

TVCMなど来期に向けた先行投資を実施

単位：百万円

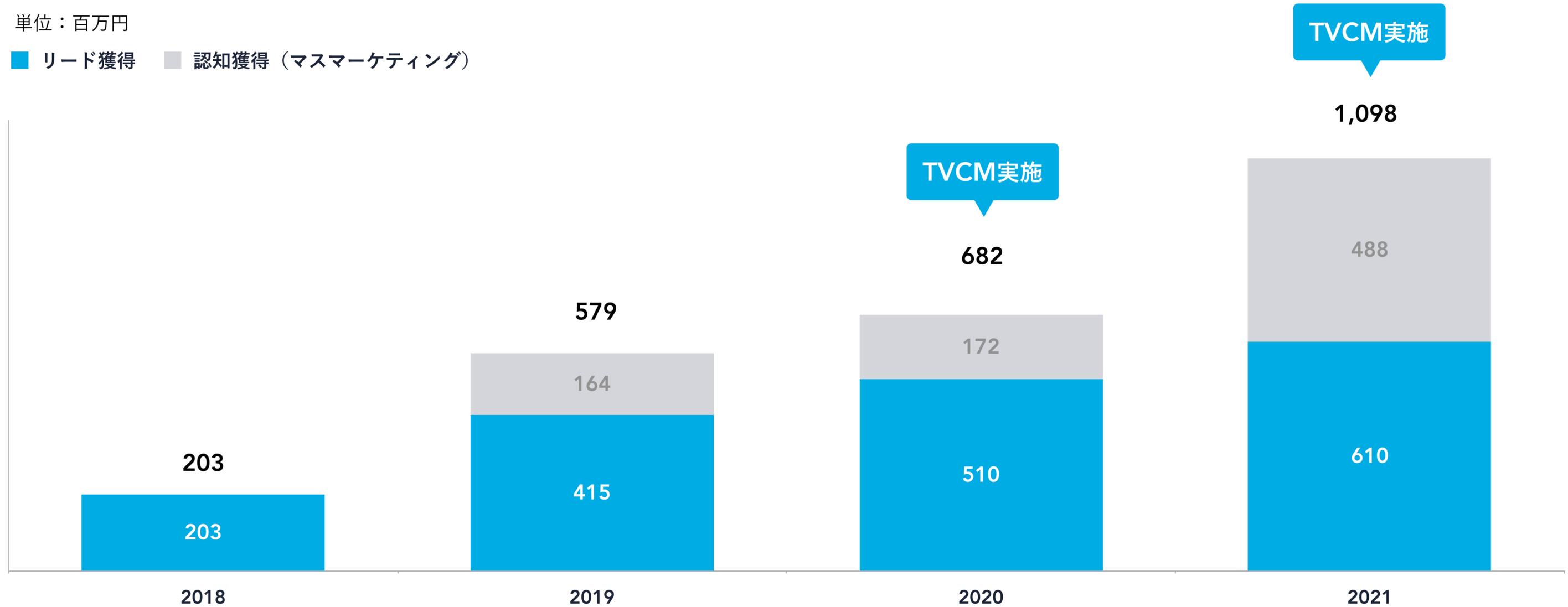


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 認知獲得のマスマーケティング費用を中心に増加、 リード獲得に関する費用は微増

単位：百万円

■ リード獲得 ■ 認知獲得（マスマーケティング）

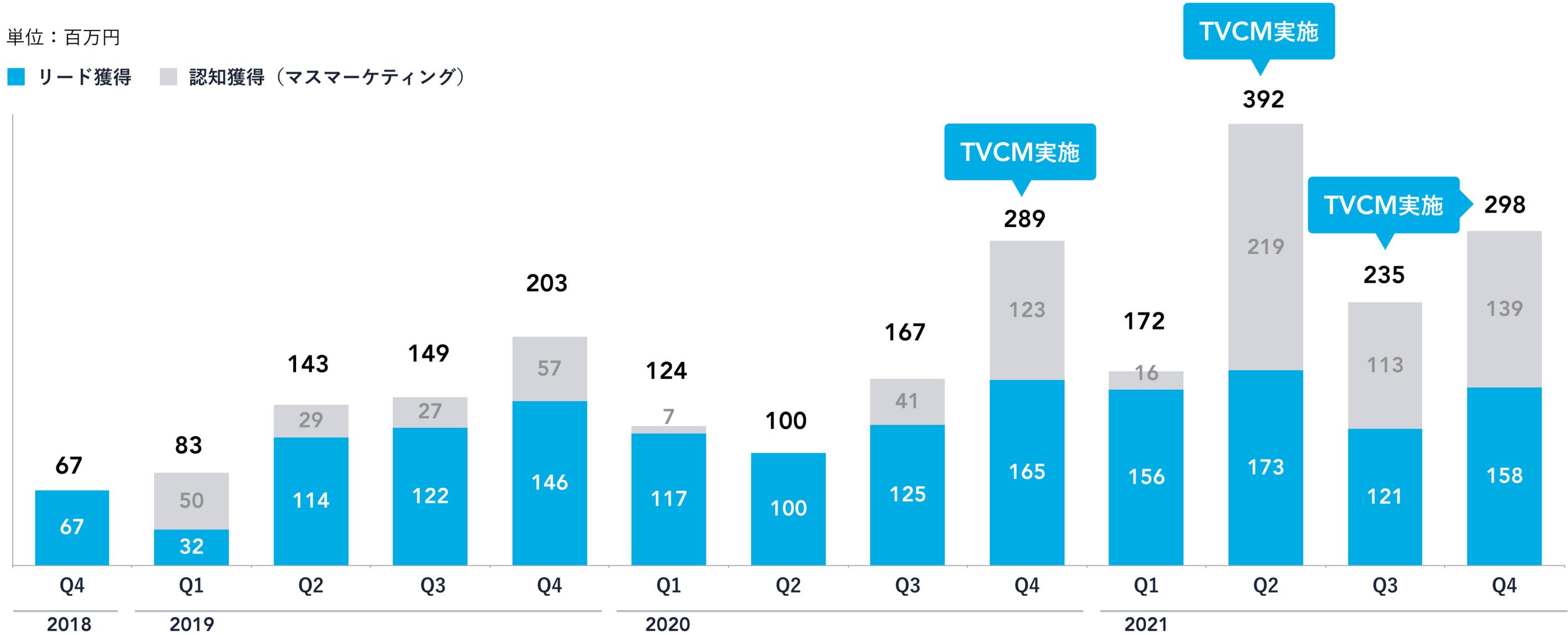


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 足元のリード獲得と中長期の認知獲得の バランスを考慮したマーケティングを実施

単位：百万円

■ リード獲得 ■ 認知獲得（マスマーケティング）

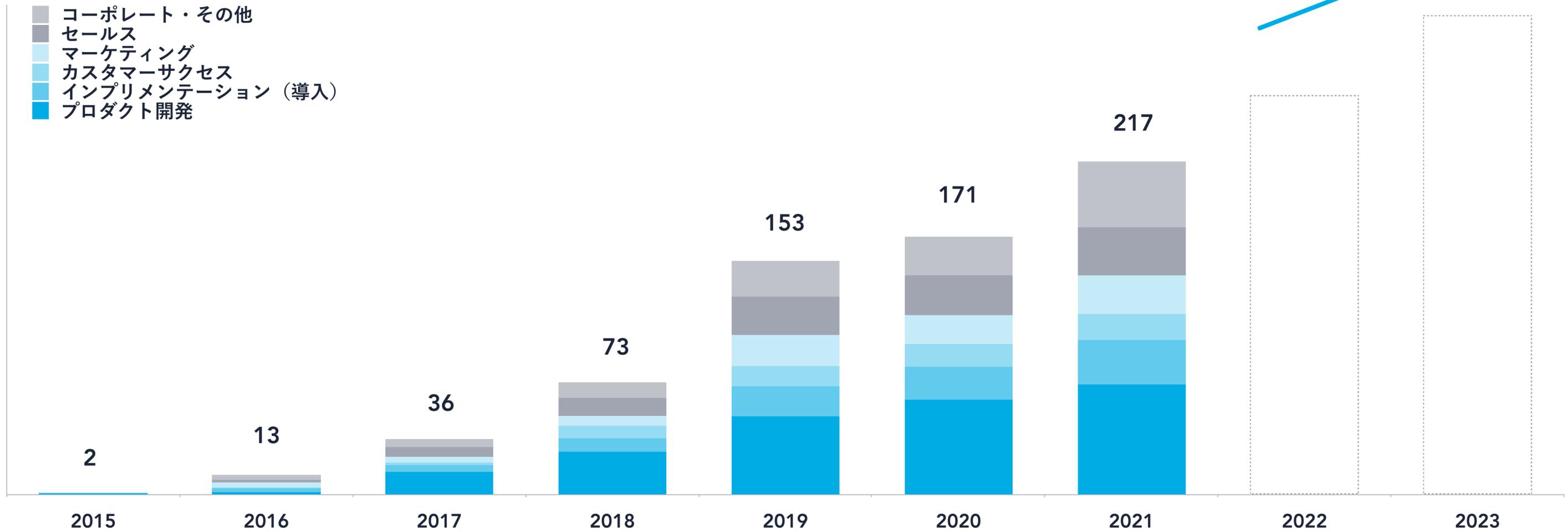


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

## 正社員数

# 組織の拡大に伴い、増加率は微減の15~20%程度での採用を想定

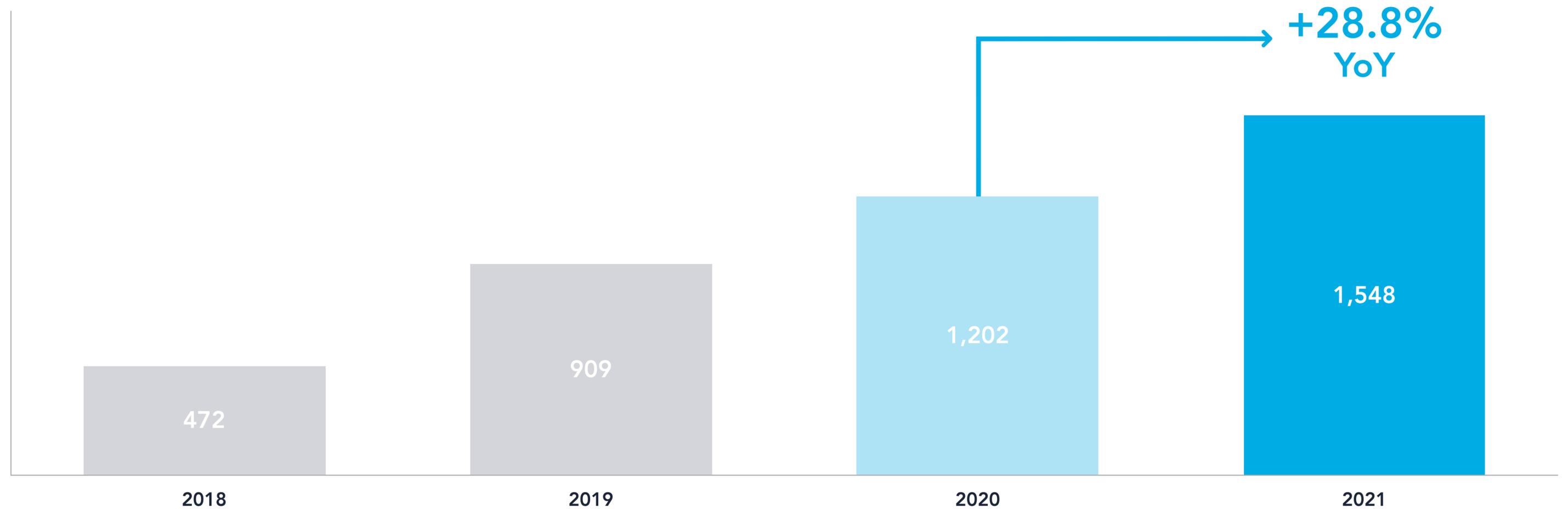
単位：人



注：年度末の正社員数を表示

# 継続的に採用を進めており人件費<sup>1</sup>はYoYで28.8%増加

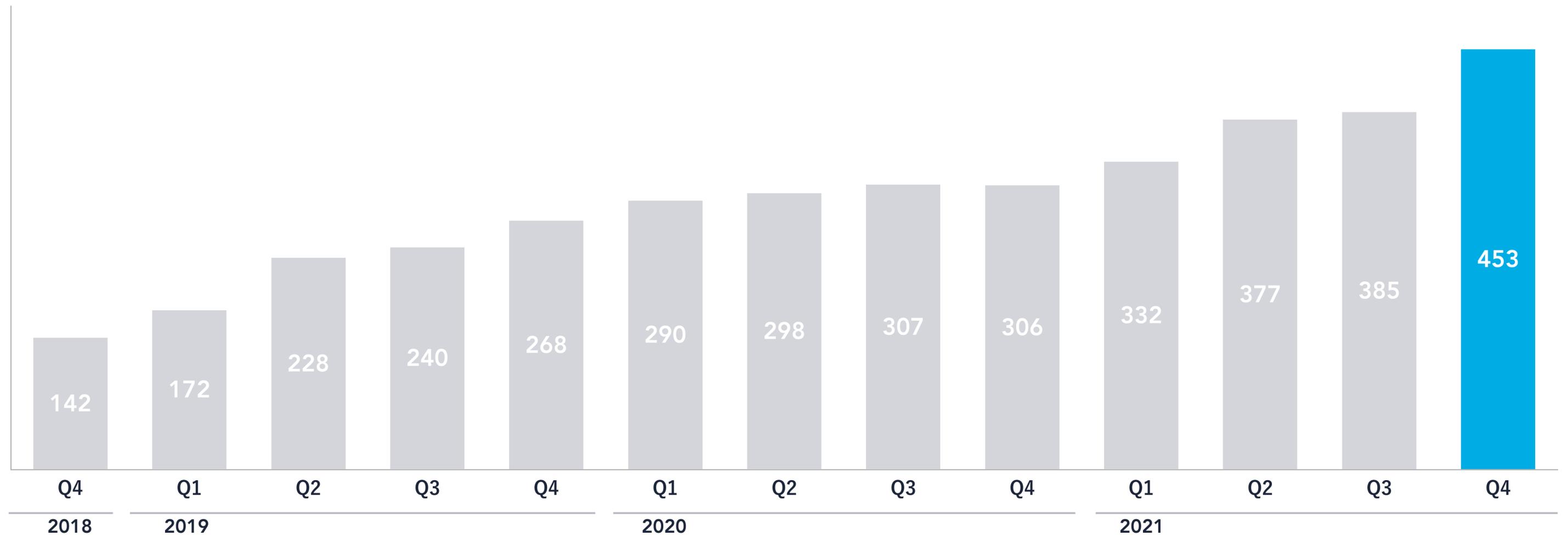
単位：百万円



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む

# Q4の人件費<sup>1</sup>は4.5億円にて着地

単位：百万円

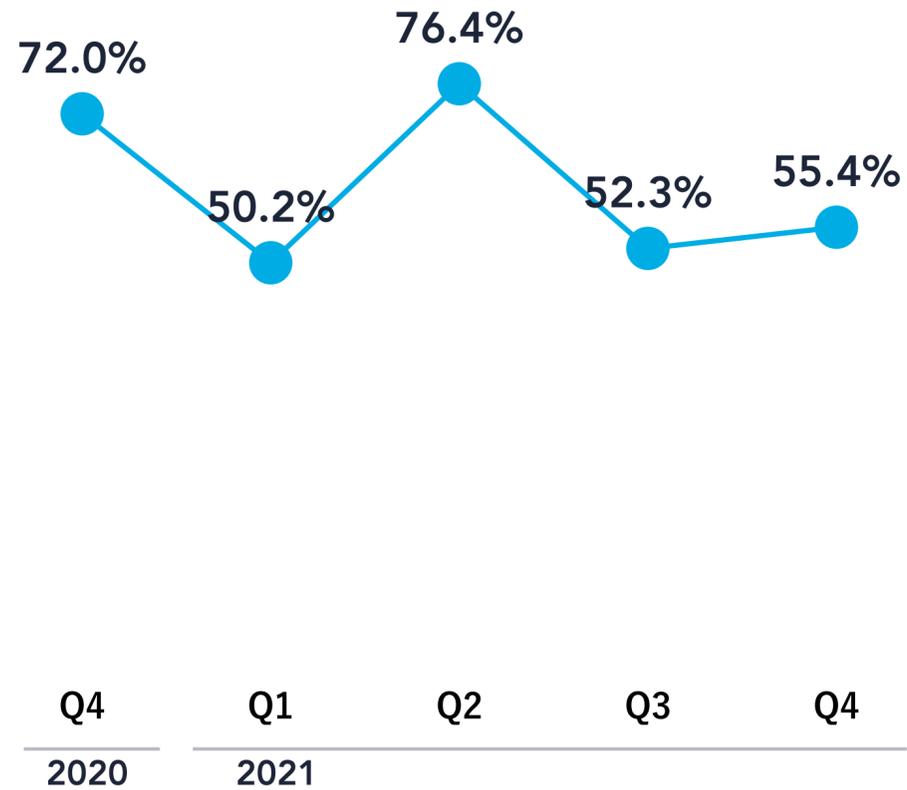


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む

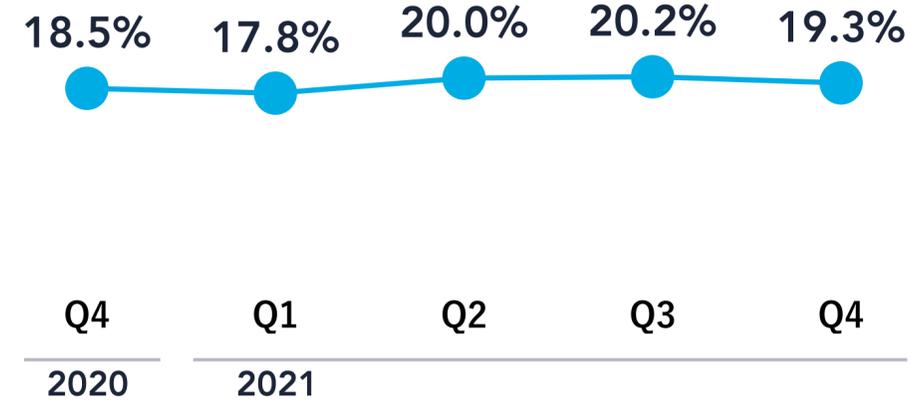
## 販管費の内訳

S&M<sup>1</sup>比率はマーケティング投資額に連動、  
R&D<sup>3</sup>比率は新プロダクトの開発により微増

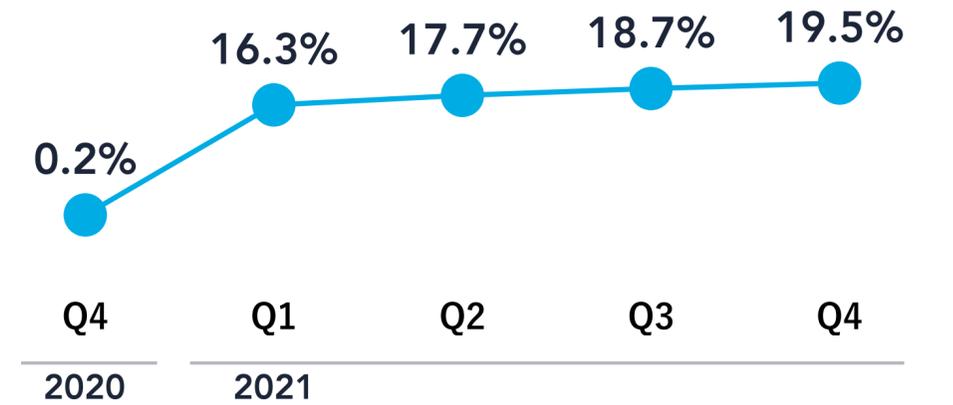
### S&M<sup>1</sup>



### G&A<sup>2</sup>



### R&D<sup>3</sup>



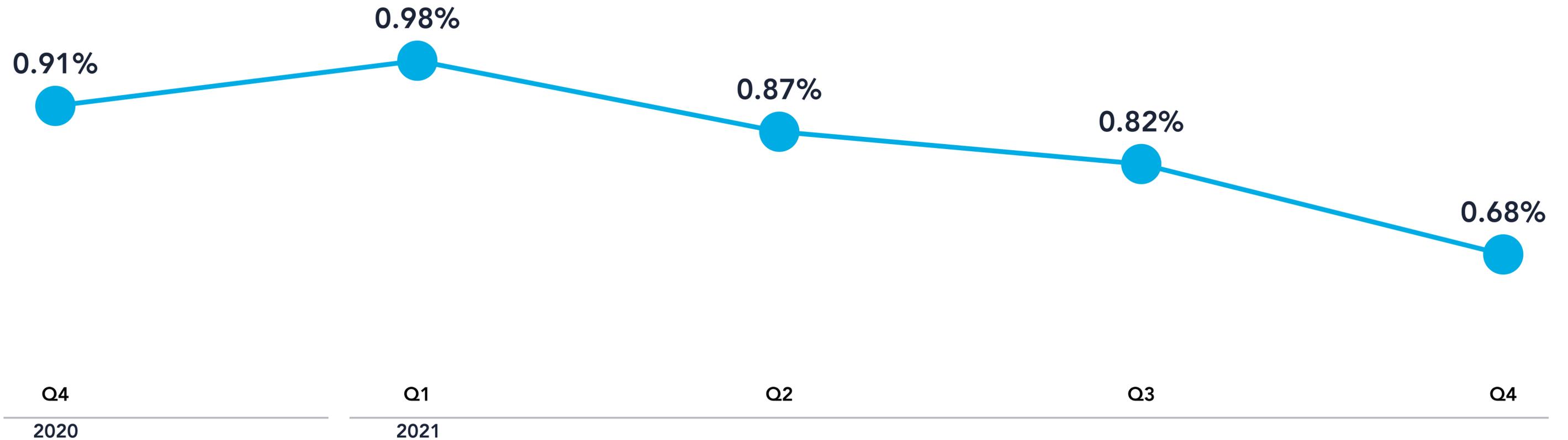
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て、S&M、G&A、R&D、売上原価の内訳の各数値については、有限責任あずさ監査法人による監査及びレビューを受けておりません。また、S&M、G&A、R&Dは財務会計上の数値ではなく、管理会計上の数値を記載しております

(1) 販売促進に係る広告宣伝費やセールス、マーケティング人員の件費や関連する経費及び共通費等を合計 (2) コーポレート部門の件費や関連する経費及び共通費等を合計 (3) 研究開発に係るエンジニアの件費や関連する経費及び共通費等を合計

## 解約率<sup>1</sup>

# チャーンレート<sup>1</sup>は過去最低の0.6%台を記録

引き続きコロナ禍のため、今後は継続して0.9%程度水準をベンチマークしていく予定



注：(1) グロスレベニューチャーンレート：部分解約を含む月間売上総解約率、四半期末時点の直近12カ月平均

# 2022年12月期 通期 業績予想



# 売上高30%台半ばの成長を計画。広告への成長投資は拡大するが、それ以外の費用は圧縮し収益性は大きく改善

単位：百万円

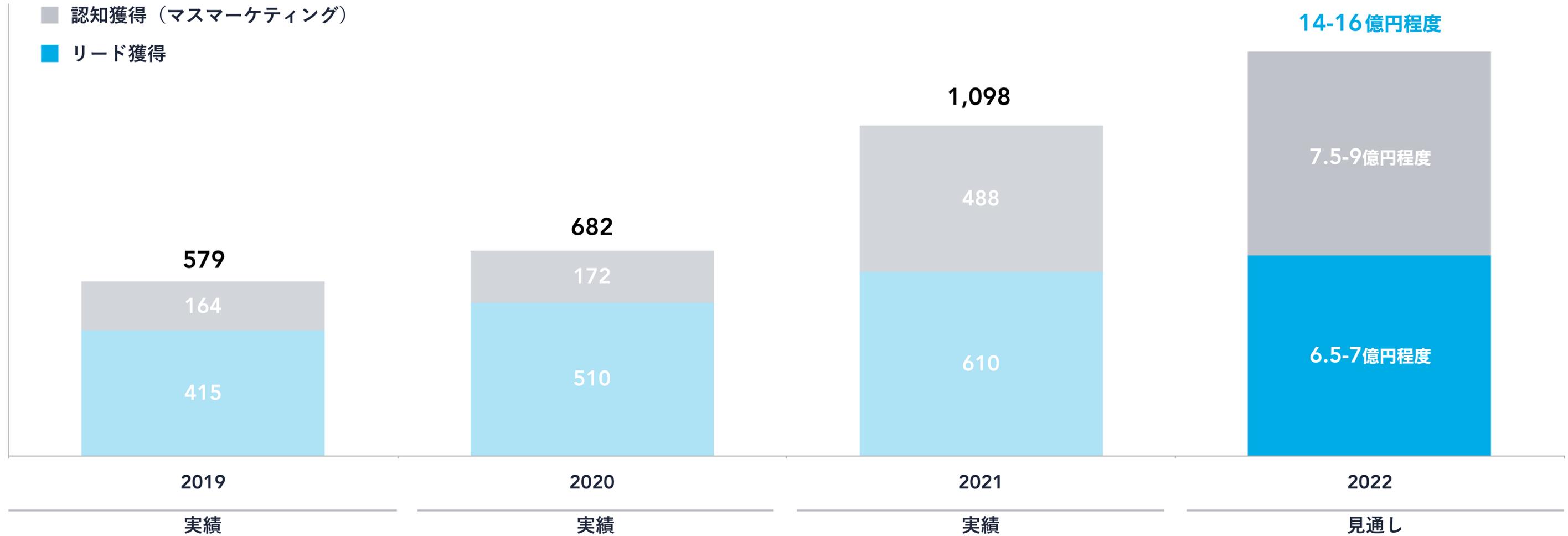
	2020	2021	2022		
	実績	実績	業績予想	前期比	成長率(%)
売上高	2,390	3,263	4,253 ~ 4,403	+989 ~ +1,139	30.3% ~ 34.9%
営業利益	-590	-928	-894 ~ -747	+34 ~ +181	-
営業利益率 (%)	-24.7%	-28.4%	-21.0% ~ -16.9%	+7.4 ~ +11.5pt	-

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 広告宣伝費は大きく拡大、その大半が認知獲得の マスマーケティングへの成長投資となる予定

単位：百万円

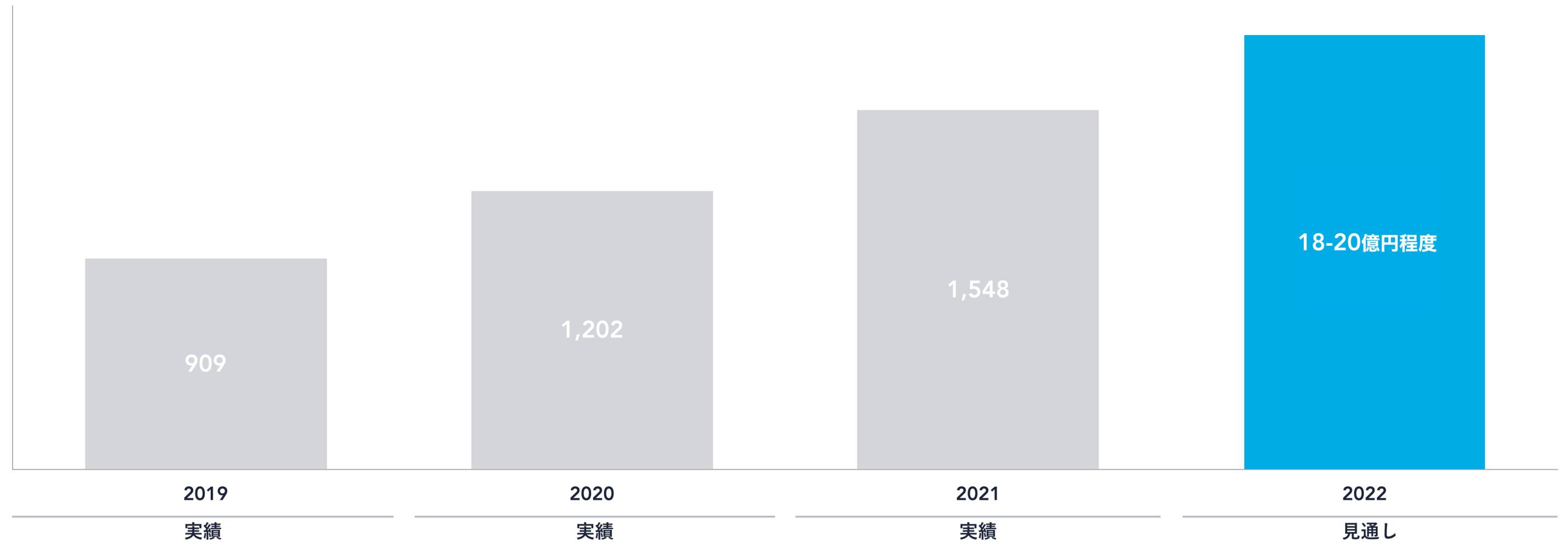
- 認知獲得（マスマーケティング）
- リード獲得



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 人件費<sup>1</sup>の増加は2割程度まで従業員の採用を行う予定

単位：百万円



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む

# 将来の収益構造の変化に関する見通しについて

## 市場開拓期

先行投資を実施し、売上高拡大、シェア獲得を加速

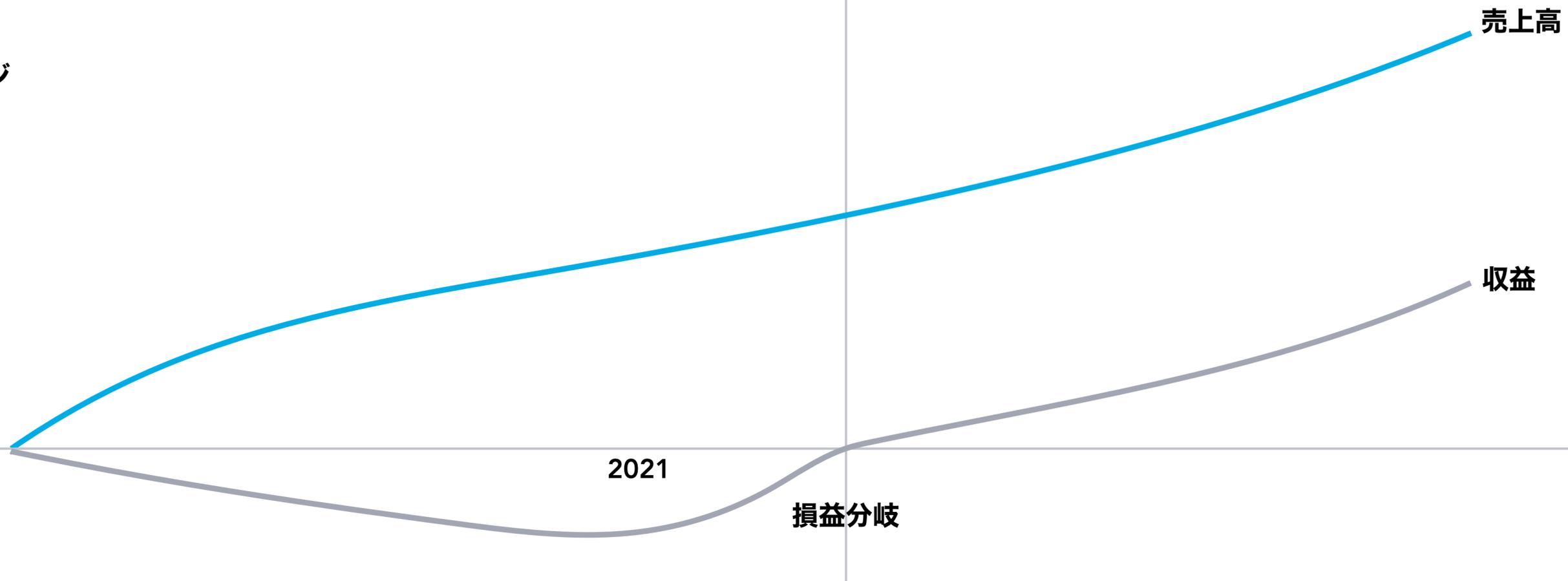
人材や広告などの成長投資を実施し、いち早く盤石な市場ポジションを構築

イメージ

## 売上利益拡大期

市場での盤石なポジションを確保。売上、利益ともに伸長

成長投資の割合が相対的に低下することで、売上の拡大と連動して利益も拡大



# 2021年12月期 通期 事業ハイライト



# 様々な業界のリーディングカンパニーがYappliを活用

693 App



注：2021年 12月末時点

# 幅広い業界の様々な課題解決を自社アプリで支援

LACOSTE



株式会社ラコステジャパン  
ラコステジャパン公式アプリ  
「TEAM LACOSTE APP」

アプリでより快適なショッピングを。  
キャンペーン情報、おすすめコーデな  
どもいち早くお届け

Rinnai



リンナイ株式会社  
取引様向け専用アプリ  
「Rinnai BiZ」

販売強化につながる様々なコンテンツを  
取引先の関係者限定アプリで配信

三菱食品



三菱食品株式会社  
BtoBアプリ「食ヒント！！」

食品業界の「コンシェルジュ」を目指  
して業務に役立つ情報を発信

PRONTO



PRONTO CORPORATION CO., LTD.  
「プロント公式アプリ」

Yappli CRMの導入で、スピーディな  
決済手段「プロントマネー」をアプリ  
内に実装

# 2021年度はアプリの活用を広げる様々な取り組みを実施

## 新CMの放映で、認知を向上

ノーコードアプリ市場の啓蒙と創出を目的として、TV、タクシー、YouTube等の媒体で放映



## ヤプリー初の書籍を出版

マーケティング担当者向けのアプリの入門書を出版し、アプリの活用を促進



## Yappli Summit 2021、参加者満足度100%<sup>1</sup>を達成

お客様の成功事例の紹介やYappliの新機能の発表を通じて、新しいビジネスの機会へ繋げる場に



注：(1) イベント後に実施された参加者アンケートの満足度

# Yappli機能の多数のアップデートに加え、 新製品Yappli CRMのリリースにより成長の基盤を固める

## Yappli CRM

顧客管理、ポイントカード・電子マネーの発行等、より高度なアプリマーケティング施策を開発不要で実現



**yappli CRM**

アプリから始まる、ノーコードCRM

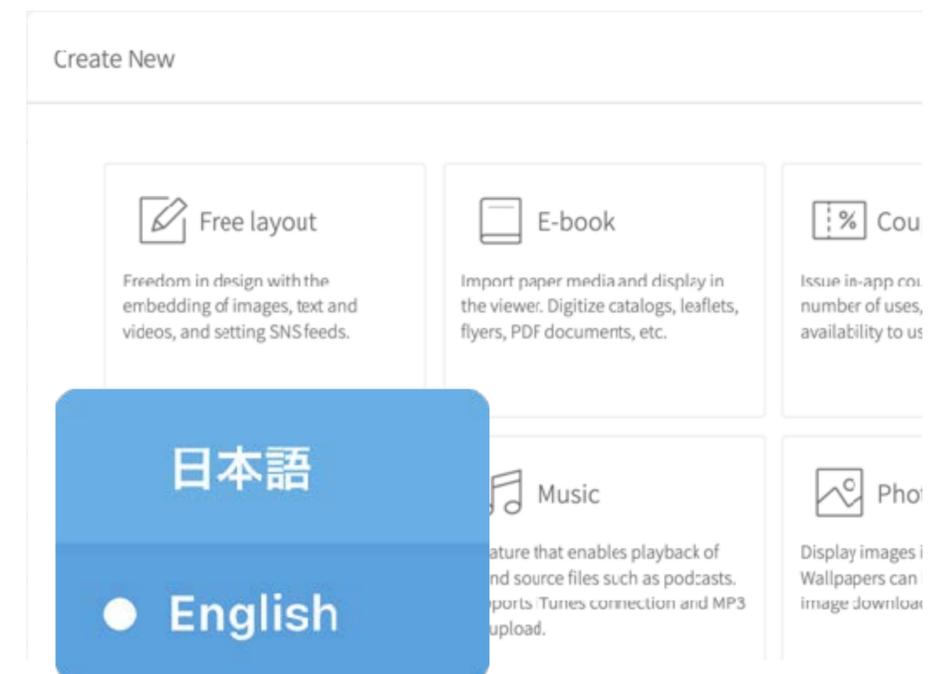
## Data Hub & Dashboard刷新

バックエンドを刷新し、データ活用が大幅に進化。高度な分析や他サービスとの連携、管理画面内ダッシュボードのリニューアルなど、一層のデータドリブンの施策が可能に



## CMSの多言語化

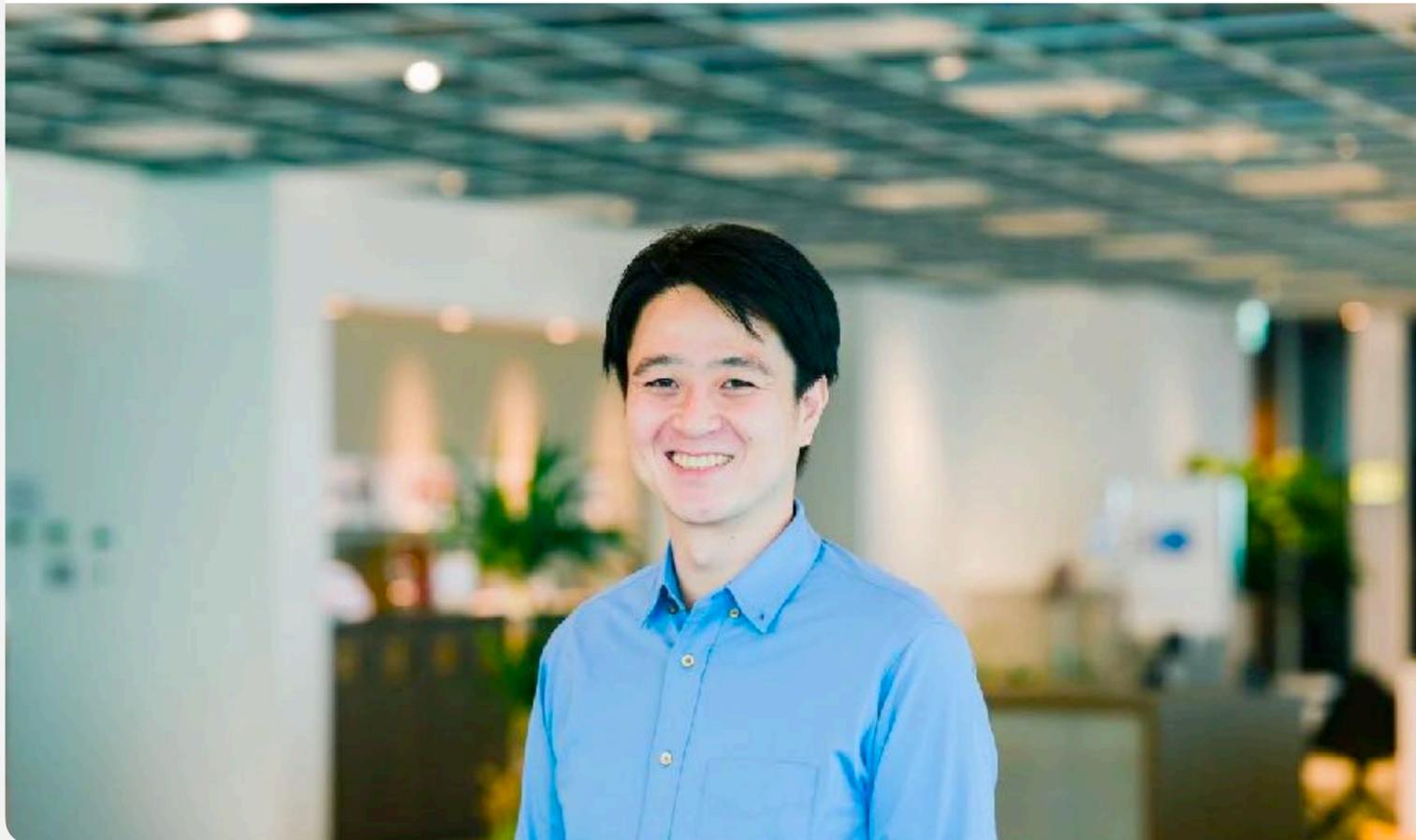
管理画面を瞬時に英語に切り替え、より多くのユーザーがYappliを利用することが可能に



## 更なる製品強化を見据え、開発体制とR&Dを強化

### 執行役員CTOに佐藤源紀が就任

2018年よりプロダクトや組織の強化に貢献してきた佐藤が、新たな責任者として、全社視点でのプロダクト開発を牽引



### 創業CTOの佐野は「佐野研究室」を設立

技術面でアプリをリードしてきた佐野が、新しい技術や新製品に取り組み、次なるイノベーションを牽引



# 成長戦略

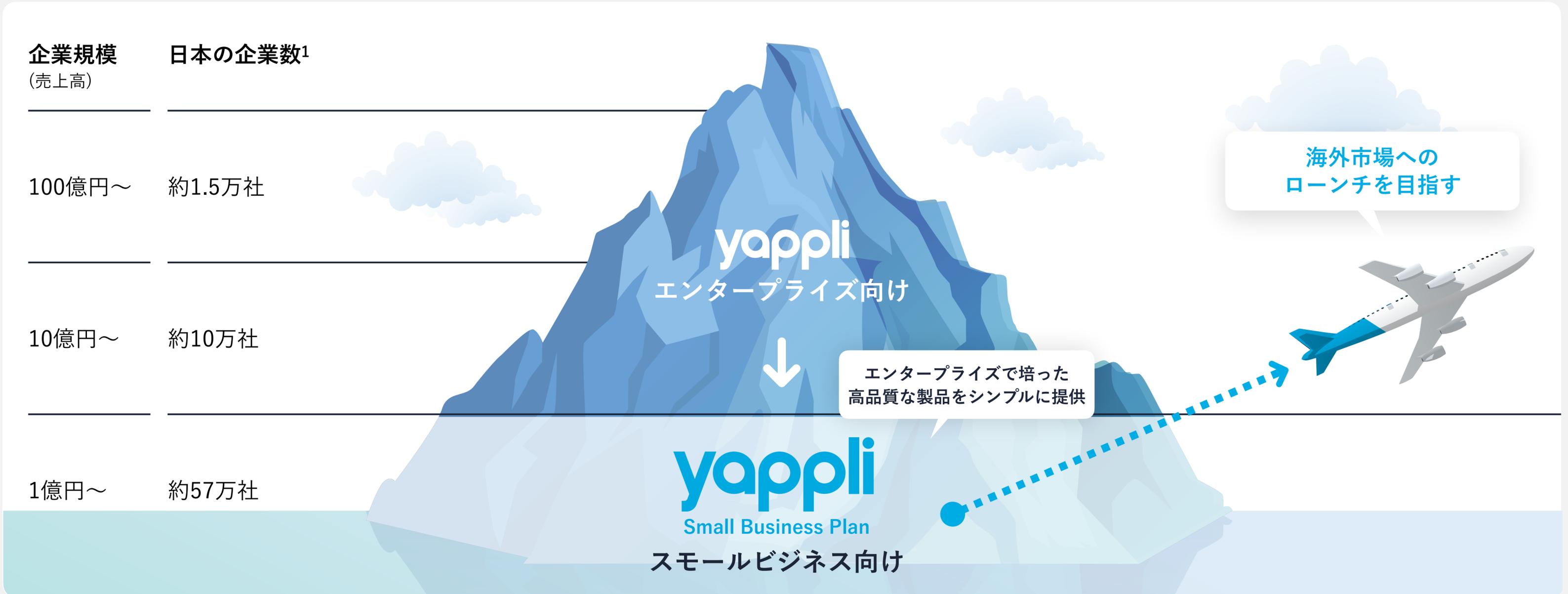


# 既存事業Yappliプラットフォームの着実なるシェア拡大。 新製品Yappli CRMへの挑戦に加え、新規事業の創出を目指す



## 大手から中小企業まで全ての顧客層へアプローチ

エンタープライズ向け（大手企業）で製品強化を行い、そこで得た高品質な機能やノウハウを  
スモールビジネス向け（中小企業）に提供。アプローチ可能な市場の裾野を広げる



注：(1) 総務省「平成28年経済センサス - 活動調査」

# 既存ソリューションの深耕と新ソリューションの拡大

for Marketingなどの主力ソリューションの機能開発を行い、それら機能を横展開・応用させて新しいソリューションへとビジネスを拡大させる



→ アプリの新しい用途を開発し、新市場を開拓

主力ソリューションの強化

既存機能や成功事例を新ソリューションへ応用

for Marketing

デジタル接客強化  
パーソナライズ強化  
モバイルコマース強化  
etc...

for Business

セキュリティ強化  
電子書籍  
etc...

Potential new solutions

For Media&Entertainment  
For Education  
For Government  
etc...

新機能開発で主力ソリューションのシェア拡大

yappli

Small Business Plan

豊富なテンプレートで自らアプリ作成

必要な機能だけをパッケージング

初期ゼロ円、月額数万円台で提供予定



# アプリを起点に1to1の顧客体験を実現する Yappli CRMを提供開始

## yappli CRM

アプリから始まる、ノーコードCRM

ノーコードの顧客管理システム

ポイントカードや電子マネーの発行・管理

アプリと連動したデータドリブンな施策実行



# アプリとCRMの連携を開発不要でワンストップで提供。 CRMならではの機能提供により製品価値を向上

## プロント公式アプリ

- 電子マネーによる決済手段「プロントマネー」を実装
- アプリ内で簡単にプリペイドカードを発行し、バーコードを提示するだけでスピーディな決済が可能に



## オールハーツ・カンパニー公式アプリ

- 会員証を搭載したアプリにリニューアル
- 購入時にアプリを提示することで、購入金額に応じたマイルの貯蓄が可能



ALL HEARTS  
COMPANY  
EST 2002



# Yappli CRMでカスタマーデータ領域へ参入。 アプリを軸にタッチポイント横断でビジネス展開可能に

## アプリ領域の強化

## 新領域へのアクセス

カスタマー  
タッチ  
ポイント



開発不要

API

yappli CRM

リアル店舗・POS

Web・EC

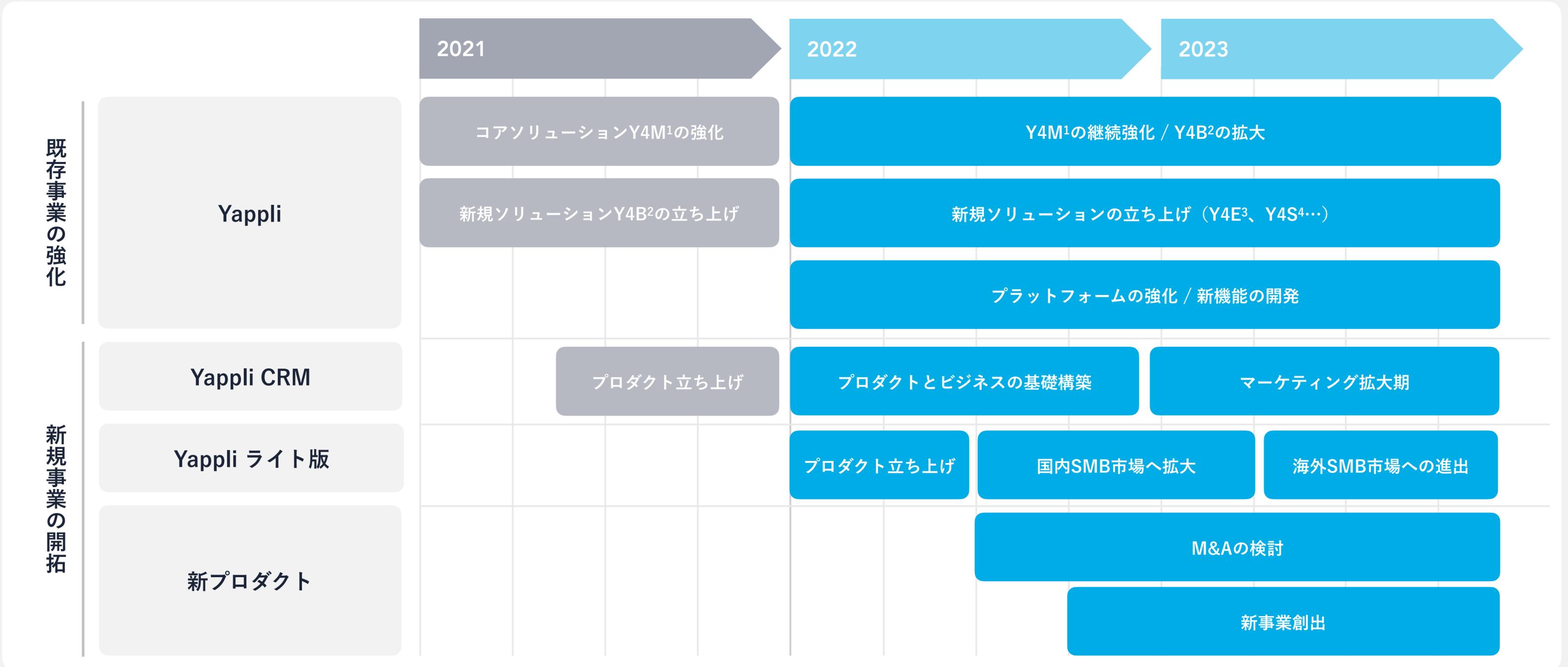
SNS

Email・Chat

M&A・新規事業の可能性領域

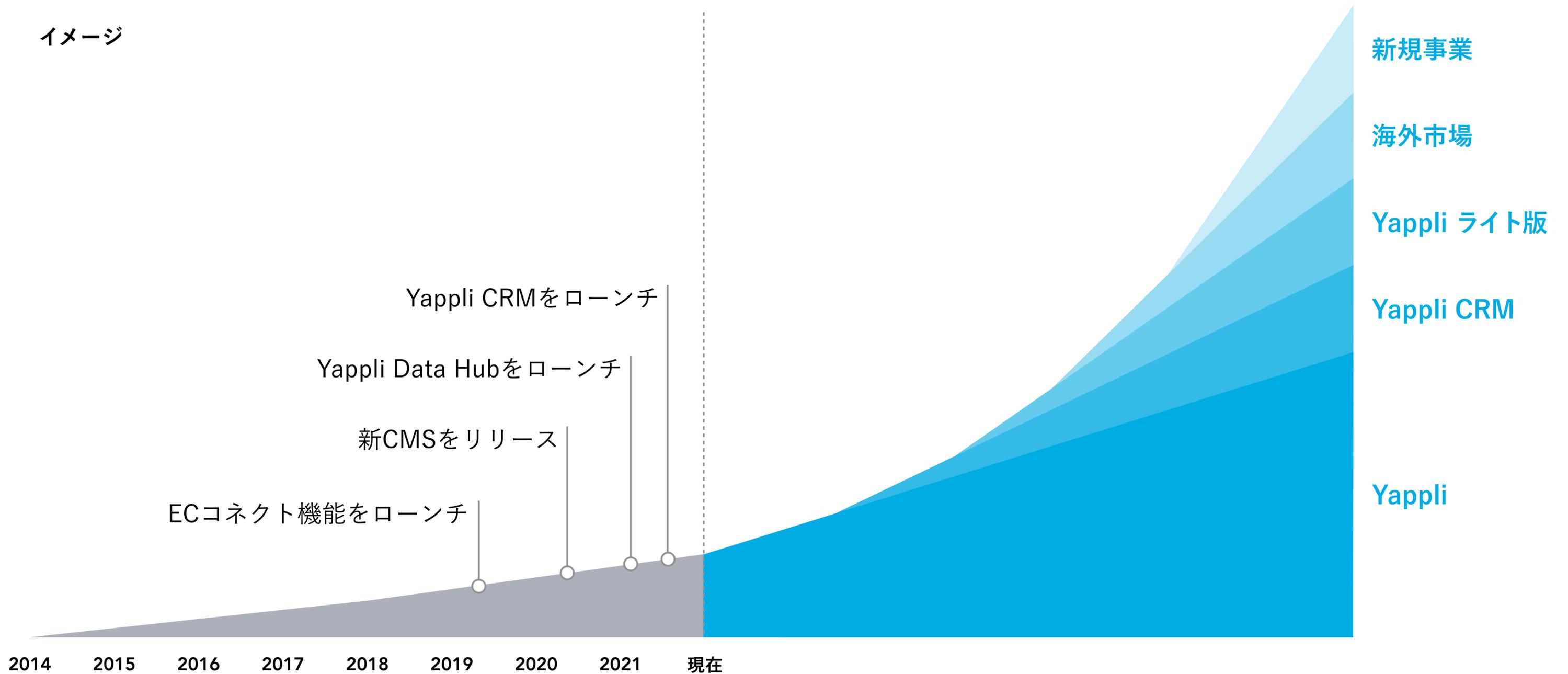
カスタマー  
データ

# 2022年度は既存と新規事業にて下記の領域に取り組む予定



注：(1) Yappli for Marketing (2) Yappli for Business (3) Yappli for Media & Entertainment (4) Yappli for School

# レベニューソースの多層化による成長の加速を志向



補足資料



# 収益・費用の内訳

## PLのサマリー

単位：百万円

	2018	2019	2020	2021
売上	1,021	1,721	2,390	3,263
売上原価	428	793	1,018	1,061
売上総利益	592	927	1,372	2,202
<i>margin %</i>	58.0%	53.9%	57.4%	67.5%
販管費	754	1,716	1,962	3,130
S&M <sup>1</sup>	461	1,236	1,460	1,906
G&A <sup>2</sup>	287	471	491	632
R&D <sup>3</sup>	5	8	9	591
営業利益	-161	-788	-590	-928
<i>margin %</i>	-15.8%	-45.8%	-24.7%	-28.4%
営業利益（広告宣伝費除き）	41	-208	92	170
<i>margin %</i>	4.0%	-12.1%	3.9%	5.2%

## 売上原価の内訳

単位：対売上高比率 %

	2018	2019	2020	2021
変動費	16.0%	17.0%	15.6%	19.1%
労務費 <sup>4</sup>	5.4%	6.7%	6.0%	6.5%
その他	10.6%	10.3%	9.6%	12.6%
固定費	26.0%	29.1%	27.0%	13.4%
労務費 <sup>5</sup>	16.9%	17.3%	16.0%	9.5%
その他	9.0%	11.8%	11.1%	4.0%

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て。S&M、G&A、R&D、売上原価の内訳の各数値については、有限責任 あずさ監査法人による監査及びレビューをうけておりません。また、S&M、G&A、R&Dは財務会計上の数値ではなく、管理会計上の数値を記載しております

(1) 販売促進に係る広告宣伝費やセールス、マーケティング人員の労務費や関連する経費及び共通費等を合計 (2) コーポレート部門の労務費や関連する経費及び共通費等を合計 (3) 研究開発に係るエンジニアの労務費や関連する経費及び共通費等を合計 (4) ディレクターとデザイナーの労務費 (5) エンジニアの労務費

## 貸借対照表

単位：百万円

	2018	2019	2020	2021
流動資産合計	474	1,305	2,434	2,466
現金及び預金	220	1,034	2,024	1,867
固定資産合計	7	617	427	528
流動負債合計	193	644	569	624
固定負債合計	-	347	222	118
純資産合計	289	929	2,070	2,251

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 会社概要



<b>会社名</b>	株式会社ヤプリ
<b>設立</b>	2013年4月
<b>資本金</b>	50億 8,987 万円（資本準備金を含む）
<b>代表者</b>	庵原 保文
<b>社員数</b>	217人
<b>東京本社</b>	東京都港区六本木3-2-1 住友不動産六本木グランドタワー41階
<b>大阪支社</b>	大阪市中央区難波5-1-60 なんばスカイオ 27 階
<b>福岡支社</b>	福岡県福岡市中央区大名1-1-29 WeWork 大名
<b>上場市場</b>	東証マザーズ(4168)
<b>事業内容</b>	アプリ運営プラットフォーム「Yappli」及び ノーコードの顧客管理システム「Yappli CRM」の企画・開発・販売

# ソフトウェア開発の経験豊富な経営陣



代表取締役/共同創業者

**庵原 保文**

- 出版社を経てヤフー株式会社のメディア系サービスの企画職として従事
- シティバンクのマーケティングマネージャーを経て株式会社ヤプリを3名で創業



取締役/共同創業者

**佐野 将史**

- ヤフー株式会社に新卒入社
- Yahoo!ファイナンスの先進的なiOSアプリやスマートフォンサイトを開発
- 未踏ユース2007年度下期クリエイター



取締役/共同創業者

**黒田 真澄**

- ライブドア株式会社を経てヤフー株式会社の制作職リーダーとして従事
- 「続・ハイパフォーマンスWEBサイト（出版:オライリージャパン）」にてヤフー社の取り組みを執筆



取締役CFO

**角田 耕一**

- UC Berkeley卒業後、外資系投資銀行にてM&A業務等に従事
- 株式会社マナゴCFOとして財務、資金調達、法務等のコーポレート関連業務を担当
- 2017年にヤプリにてCFOに就任、2018年より同社取締役



社外取締役

**岡島 悦子**

- 三菱商事、ハーバードMBA、マッキンゼー・アンド・カンパニーを経て、グロービス・マネジメント・バンクの代表取締役に就任
- 株式会社プロノバ設立、代表取締役就任。株式会社ユーグレナ取締役CHRO（非常勤）就任
- 株式会社丸井グループ、ランサーズ株式会社、株式会社セプテーニ・ホールディングス、株式会社マネーフォワード社外取締役就任

yappli

2013.04  
株式会社ヤプリ設立



2013.04  
アプリプラットフォーム「Yappli」リリース



2015.04  
「SLUSH ASIA」スタートアップピッチコンテストで準優勝



2018.01  
大阪支社開設



2019.06  
福岡支社開設

GMO AppCapsule

2019.03  
GMO Tech社  
App Capsule譲受



2020.08  
Yappli for Business  
開始



2020.11  
Forbes JAPAN「日本の  
起業家ランキング  
2021」にて6位選出



2020.12  
東証マザーズへ上場



2021.10  
新製品「Yappli  
CRM」リリース

注：2021年度 第4四半期より、従来「Yappli for Company」として表示していたソリューションの名称を「Yappli for Business」に変更

### 顧客獲得

#### マーケティング

オフライン（展示会・セミナー）及びオンライン（ウェビナー、SNS等）マーケティングでリード獲得

#### インサイドセールス

データに基づいたリード育成と商談獲得

#### フィールドセールス

対面 / オンラインミーティングで受注獲得



### 導入

#### プラットフォームの実装

ディレクター / デザイナーがプラットフォームの実装及びアプリの初期設定を支援

#### カスタマーサクセス

ユーザーサポート及びユーザーレクチャー会、ミートアップなどの開催で、アップセル、解約防止などに取り組む



### 運用・管理

#### プラグ&プレイ

プラットフォームの実装後はクライアントの担当者によって運用・管理が可能



# 経営において認識される主なリスク

リスク	顕在化の可能性 / 時期	顕在化した場合の影響度	対応策
アプリに代わる タッチポイントの出現と普及	小 / 長期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>新ツールの動向について情報収集を継続的に実施</li> <li>技術革新に対応できる開発人員の確保</li> </ul>
競合他社の出現	中 / 中期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロダクトの継続強化、特許の取得による参入障壁の強化</li> <li>業界第一人者としてのYappliの認知拡大の取り組みを実施</li> </ul>
人材獲得競争の激化	大 / 短期	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極的な採用活動、魅力的な雇用条件の提示</li> <li>多様な人材が活躍できる職場環境と制度の提供</li> </ul>
新型コロナウイルス等の 感染症の再流行	中 / 短期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>EC需要の取り込み</li> <li>Yappli for Business の認知拡大、営業強化</li> </ul>

# 免責事項

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、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。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算と併せて毎年2月に開示を行う予定です。