

MAKING AI EASY

BY MAKING
SOFTWARE INTELLIGENT

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

Appier

Appier Group株式会社 | 2022年3月

会社概要

社名	Appier Group株式会社
設立	2018年4月（2012年6月）
本社所在地	東京都港区愛宕二丁目5番1号
展開地域	アジア、欧州、米国に17のオフィス、15の国・地域に展開
代表者	代表取締役CEO 游 直翰（Chih-Han Yu）
従業員数	574名（2021年12月末時点）
事業内容	最先端の機械学習を活用したAI技術によって、マーケティングとセールスの領域において、企業の持つデータが真の価値を発揮することを可能にするAIプラットフォームの提供

沿革	2012年6月	台湾法人のAppier, Inc.にてAIを活用した企業向けマーケティングソリューションの研究開発を開始
	2014年6月	最も生涯価値の高いユーザーを予測し、高い投資対効果を実現することができるユーザー獲得のプラットフォーム「CrossX」の提供を開始
	2017年7月	AI予測モデルを自動的かつ簡単に構築し、容易にオーディエンスの行動予測を行うことを可能にするデータサイエンスプラットフォーム「AIXON」の提供を開始
	2018年10月	AIを活用して、ユーザーにパーソナライズされたメッセージを作成し、最も効果的にあらゆるチャネルを通じて、ユーザーとのエンゲージメントを実行するプラットフォーム「AIQUA」の提供を開始
	2019年10月	購入をためらっているユーザーを特定し、売上の最大化と購入の動機付けをもたらすプラットフォーム「AiDeal」の提供を開始
	2021年3月	東京証券取引所マザーズに上場
	2021年6月	会話型のエンゲージメント・マネジメント・プラットフォーム「BotBonnie」の提供を開始

2021年ハイライト

売上収益

127 億円

売上収益成長率*1

+41%

EBITDA*2

42 百万円

売上総利益成長率*3

51%

ARR*4

138 億円

ARR成長率*5

118%

(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

Appierの特徴



AIマーケティングSaaSソリューション⁽¹⁾ 業界のリーダー

- 世界トップクラスのAIの専門家と経験豊富なビジネスリーダー



広い業種・地域にわたる顧客基盤



差別化されたAI SaaSソリューション

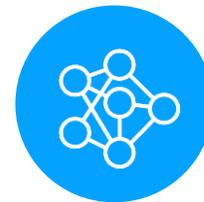
- マーケティング及びセールスの領域における深い専門性



高い成長性と収益性の加速的改善



2022年に670億米国ドルの規模に**拡大**
すると見込まれる**潜在市場**⁽²⁾



優れた顧客メトリクス⁽³⁾と
強力な営業レバレッジ⁽⁴⁾

(1) インターネット経由でソフトウェアを提供し、AIを活用したマーケティング分野の各種課題を解決するサービスのこと

(2) 出典：「IDC Semiannual Artificial Intelligence Tracker, 2H 2020（2021年7月）」及び「Semiannual Software Tracker, 1H 2020（2020年11月）」

(3) 顧客から得られる収益に関わる各種経営指標の総称

(4) 営業の生産性を示す各種経営指標の総称

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⁽²⁾



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)⁽³⁾



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%**⁽⁴⁾



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 - Machine Learning Engineer - A Role That Bridges the Gap Between Data Science and IT (2020年7月)

(2) 出典: Gartner CIO Survey 2020 (2020年5月)。64カ国の主要産業におけるCIOからの1,000超の回答によるもの。

(3) 出典: Gartner - Three Barriers to AI Adoption (2019年9月)

(4) 出典: IDC Global Data Sphere, 20201H edition (2020年5月)。全世界を対象にした調査。

カンパニー・ハイライト

AIマーケティングSaaSソリューション業界のリーダー

差別化された
AI SaaSソリューション

広い業種・地域にわたる顧客基盤
巨大な市場機会

高い成長性と収益性の加速的改善

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

17のオフィスでグローバル展開

事業展開地域

17

オフィス

アジア太平洋地域
、欧州、米国

* 2021年12月末時点

1,088

顧客企業
(グローバル)

* 2021年12月末時点

574

従業員数
(グローバル)

* 2021年12月末時点



データを活用したビジネスに対して高まる需要

1 データの利用可能性の拡大

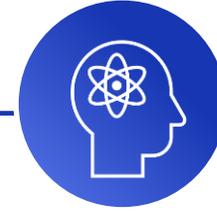
検索エンジンや電子商取引を通じたトランザクション・データ及びソーシャルメディア等を通じて生成された画像・動画等の非構造化データの増加

2 デジタルデバイスの普及・浸透

スマートフォン、タブレット等を中心とした個人が所有するデジタルデバイスの普及

3 技術革新

クラウドコンピューティング、ビッグデータ解析技術、深層学習技術（ディープラーニング）等におけるイノベーション



ビッグデータを
収集・解析・活用し
経営判断に役立てる
ことが更に重要に

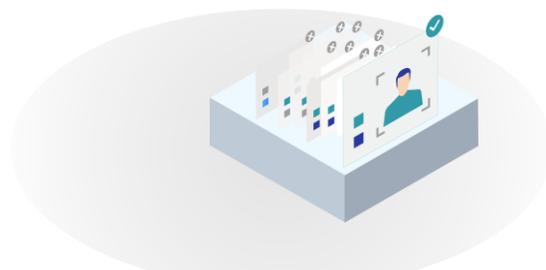
企業の課題を解決するソリューション

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

複数のソースから提供される大量の異なるデータを管理し、統合することの難しさ



AI人材の不足

AI人材の不足のためAI組織を内製するのは困難
社外のソリューションに頼らざるを得ない状況



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

AI・データサイエンティストを企業の組織に融合させることの難しさ



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

ディープラーニングにより、様々なソースから提供されたフォーマットが異なるデータを自動的に統合



AIモデルの自動構築

最先端の機械学習を活用したAI予測モデルを自動で構築するソフトウェアを提供



簡単に利用可能なSaaSプラットフォーム

AI・データサイエンティストのサポートを得ることなく、利用者だけでAIを活用することが可能

テクノロジーによって現実世界の課題を解決

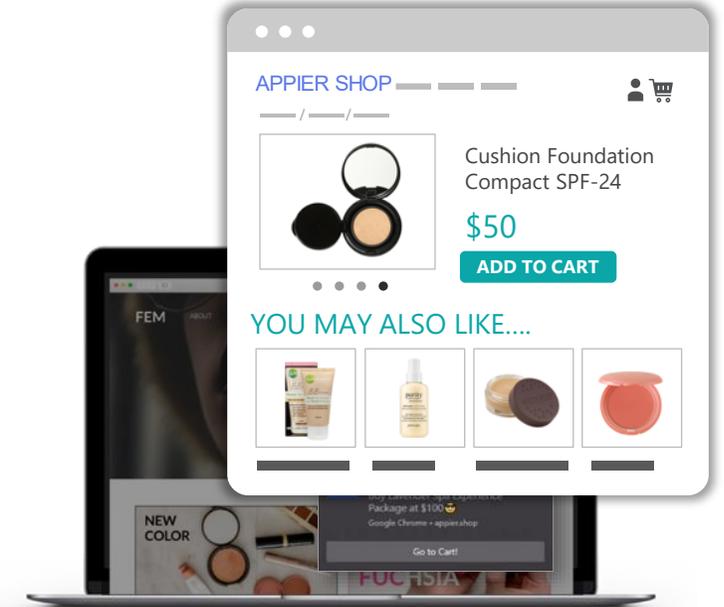
1 すべてのチャネルのデータを統合



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



カンパニー・ハイライト

AIマーケティングSaaSソリューション業界のリーダー

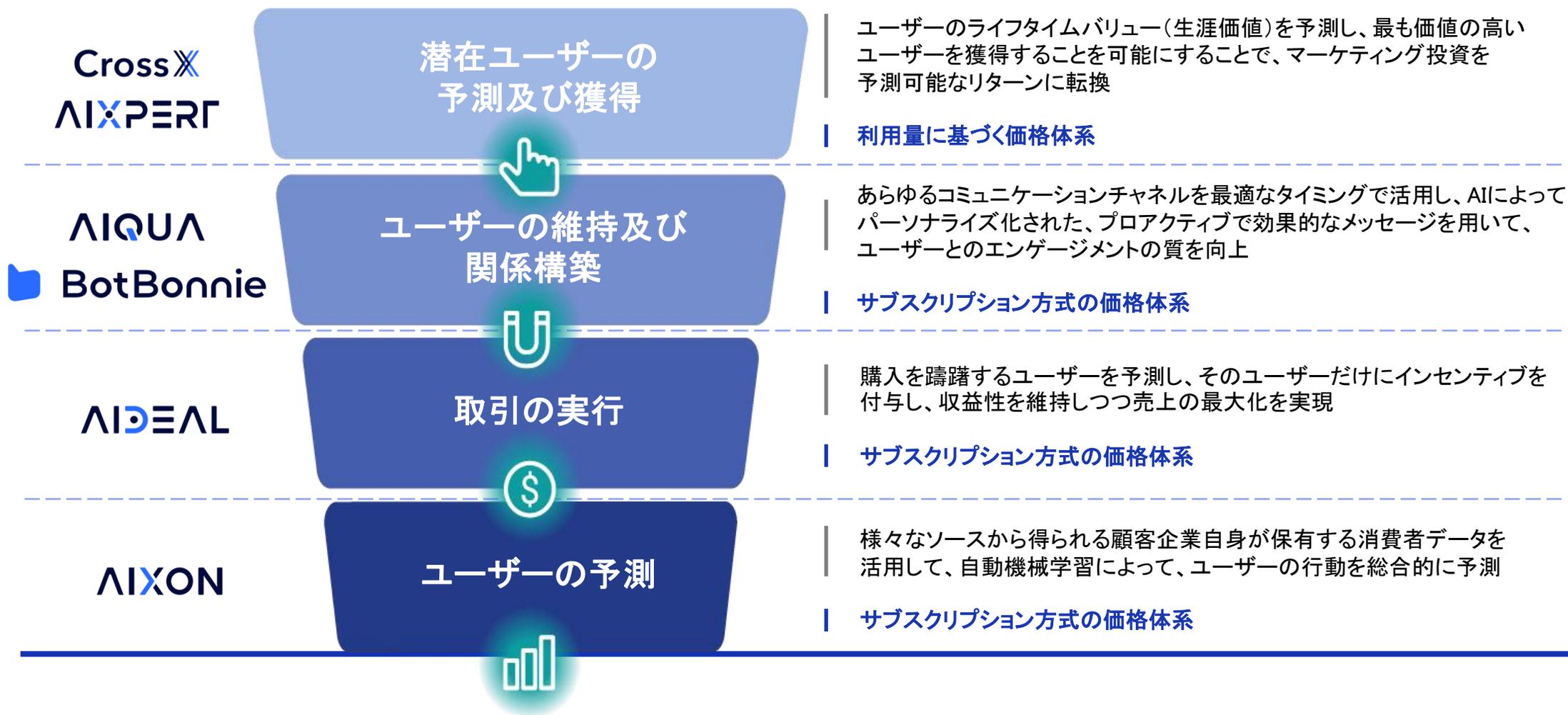
差別化された

AI SaaSソリューション

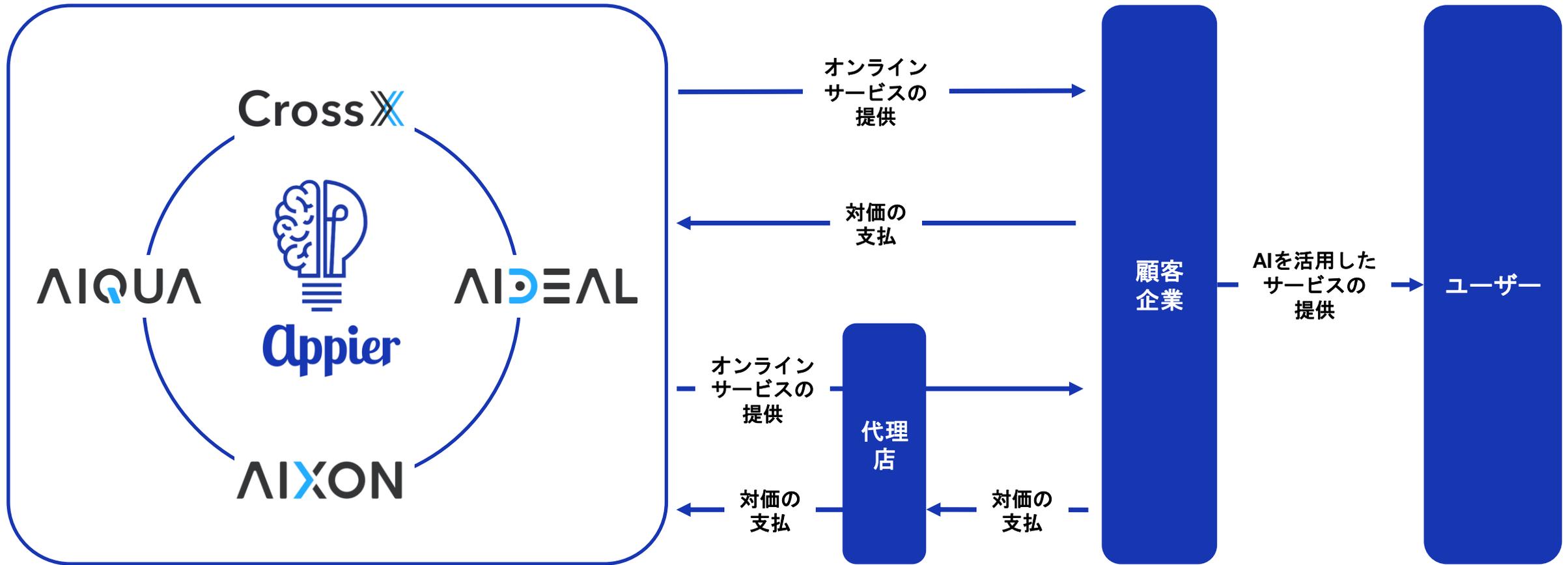
広い業種・地域にわたる顧客基盤
巨大な市場機会

高い成長性と収益性の加速的改善

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



事業系統図



▶ 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



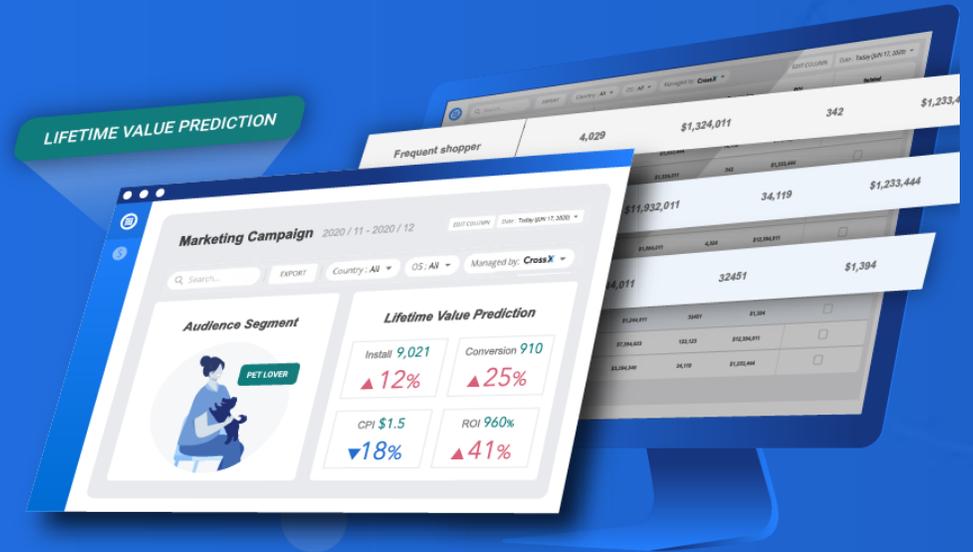
取引の実行



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

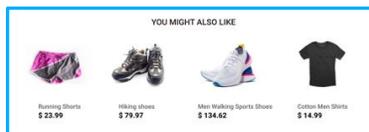
主な差別化要因

- 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

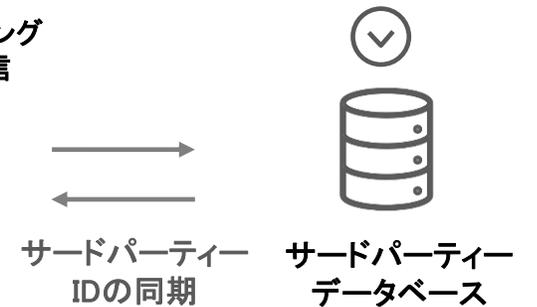


価値のあるユーザーを発見

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



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

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



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



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

ソリューション

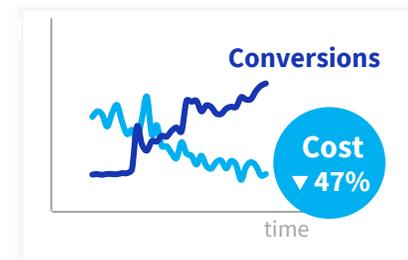
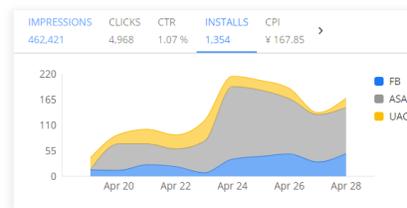
AIXPERTプラットフォームは、AIを活用し、マーケターがすべてのデジタルマーケティングプラットフォームのキャンペーンを自動的に運用することを可能に

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



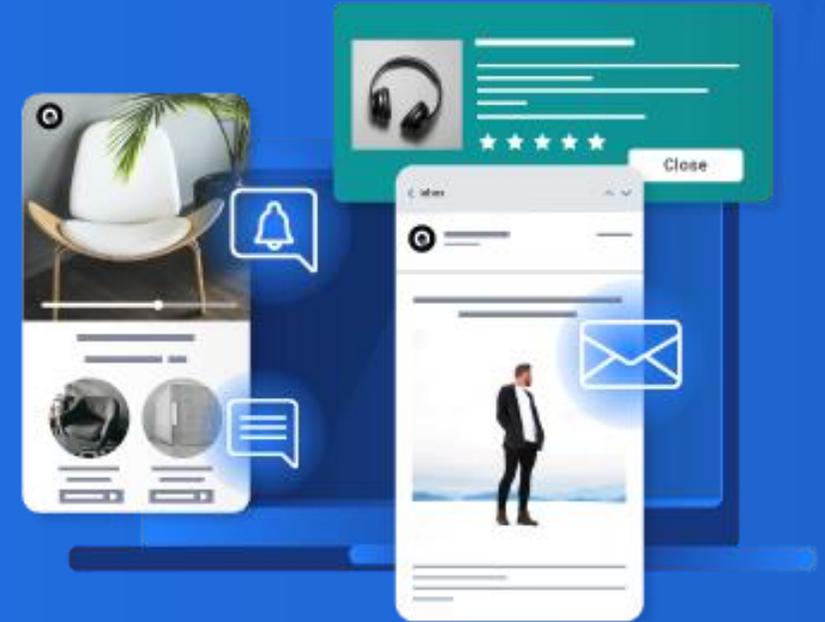
取引の実行



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 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

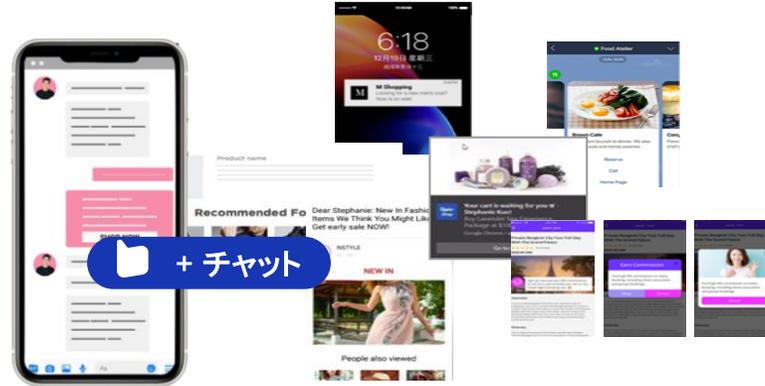
BotBonnie 統合プログラム



多言語対応



提供地域の拡大



プロアクティブマーケティングから
インタラクティブマーケティングへ



ユーザープロフィール

チャット内データを統合することで
ユーザーの包括的な360度ビューを作成

AIXON

BotBonnie
プロダクトシナジー

AIDÉAL



くじ引き

スクラッチ

インセンティブを活用し
魅力的なユーザー体験を実現

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



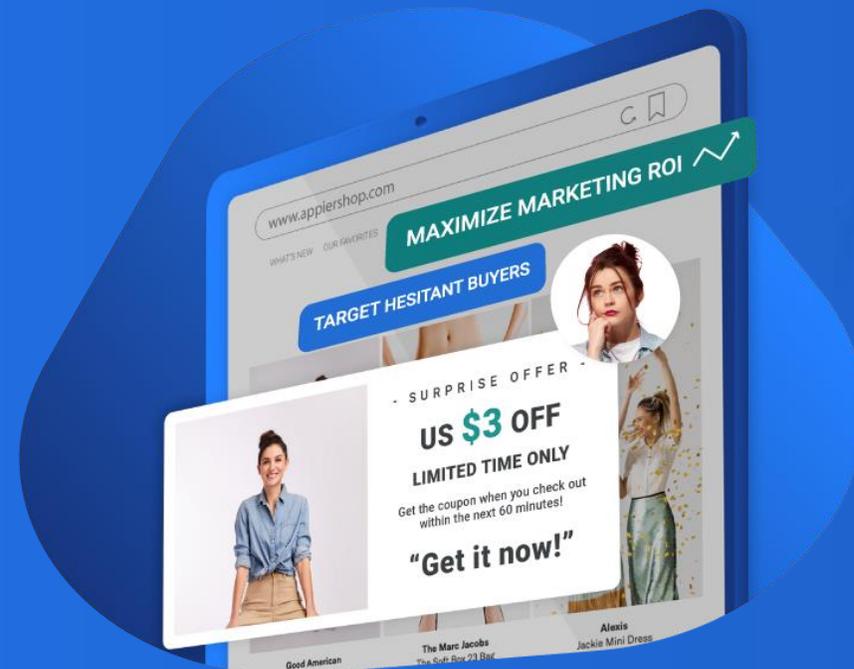
取引の実行



ユーザーの予測



AIDEAL



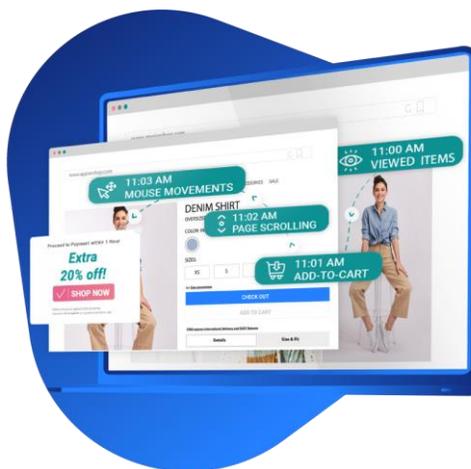
AiDealによって、企業は機械学習と深層学習を活用しユーザーの行動パターンから購入を躊躇するユーザーを予測可能に。それらのユーザーに限定してインセンティブを提供することで、収益性を維持しつつ売上の最大化を実現

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

AiDealが購入をためらうユーザーの意思決定を促進



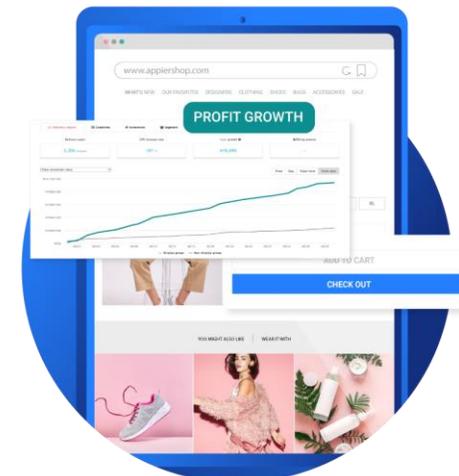
機械学習と深層学習活用による 購入確度予測

- ユーザーの行動データを即時補足
- 数千に及ぶデータ項目を活用
- ユーザーの購入確度を予測



短い有効期限を設定することで インセンティブの効果を最大化

購入をためらうユーザーに限定し、最適なタイミングでタイムリーにインセンティブを表示することで意思決定を促進



リアルタイム分析

AiDealによってもたらされたユーザーエンゲージメントのパフォーマンス改善及びその他の効果について、容易に洞察を得ることが可能

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

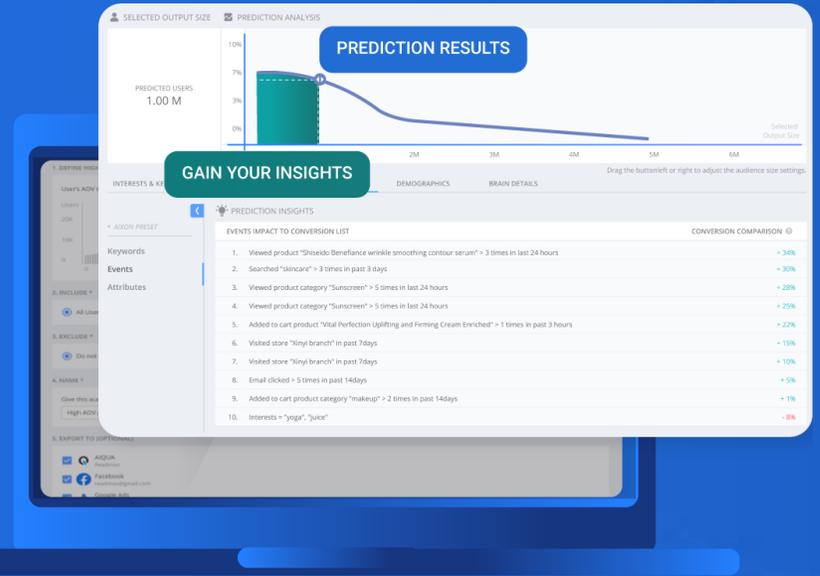


▶ ユーザーの予測



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



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

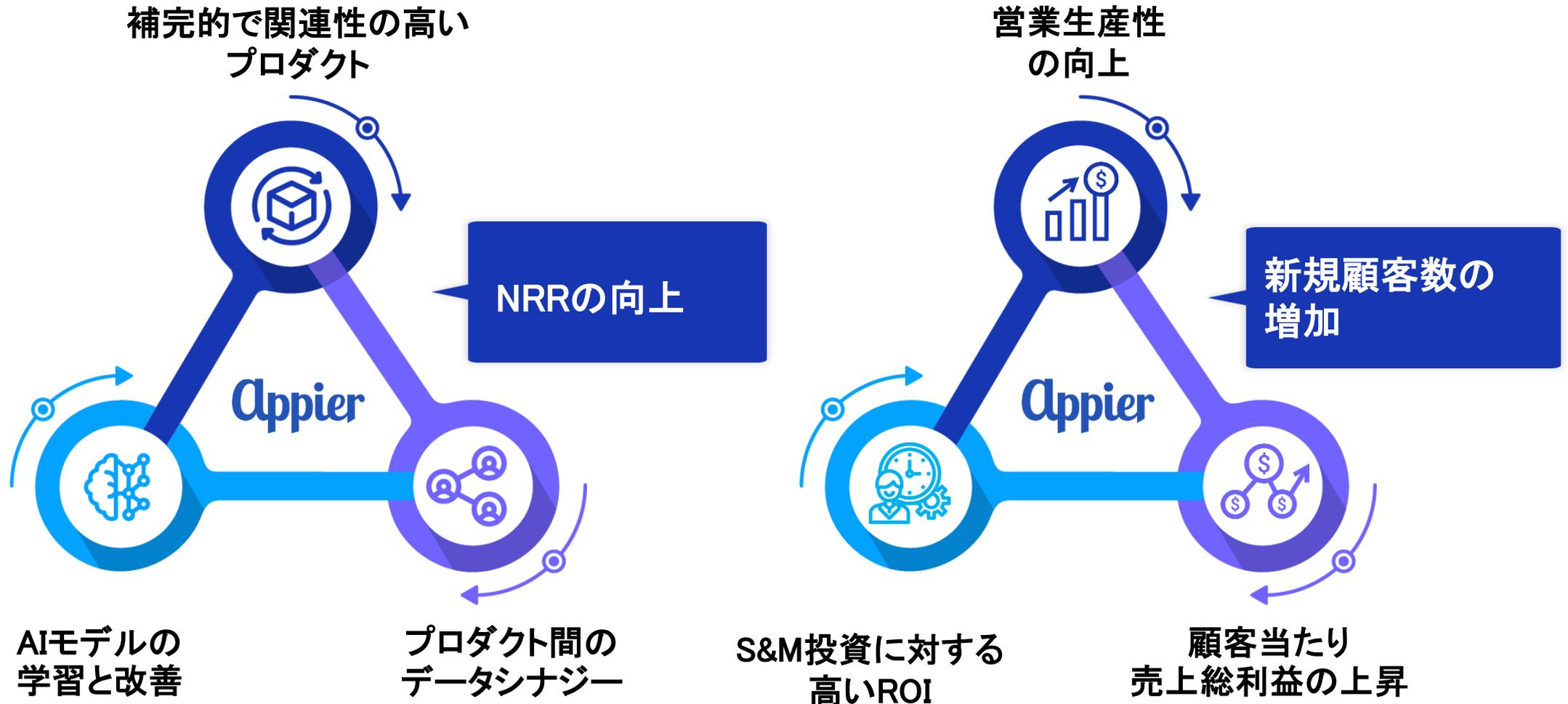
ユーザーの予測

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

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



カンパニー・ハイライト

AIマーケティングSaaSソリューション業界のリーダー

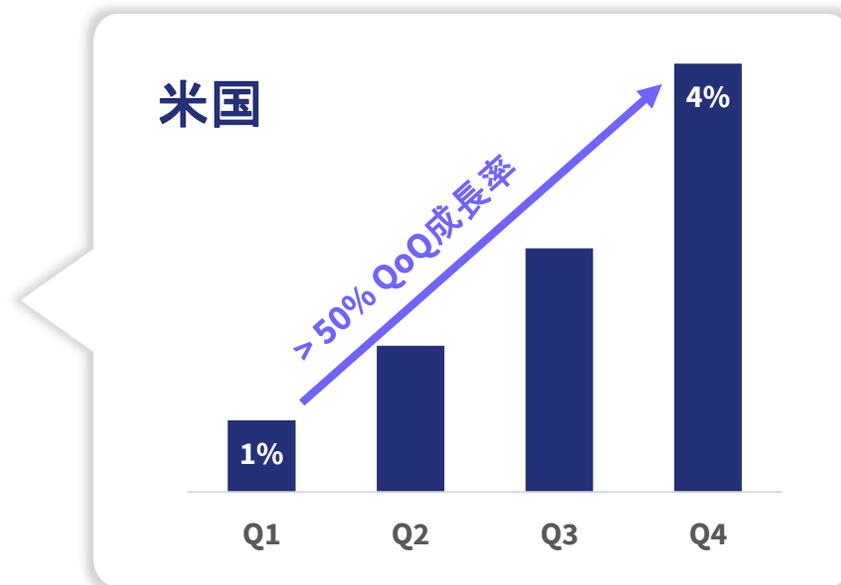
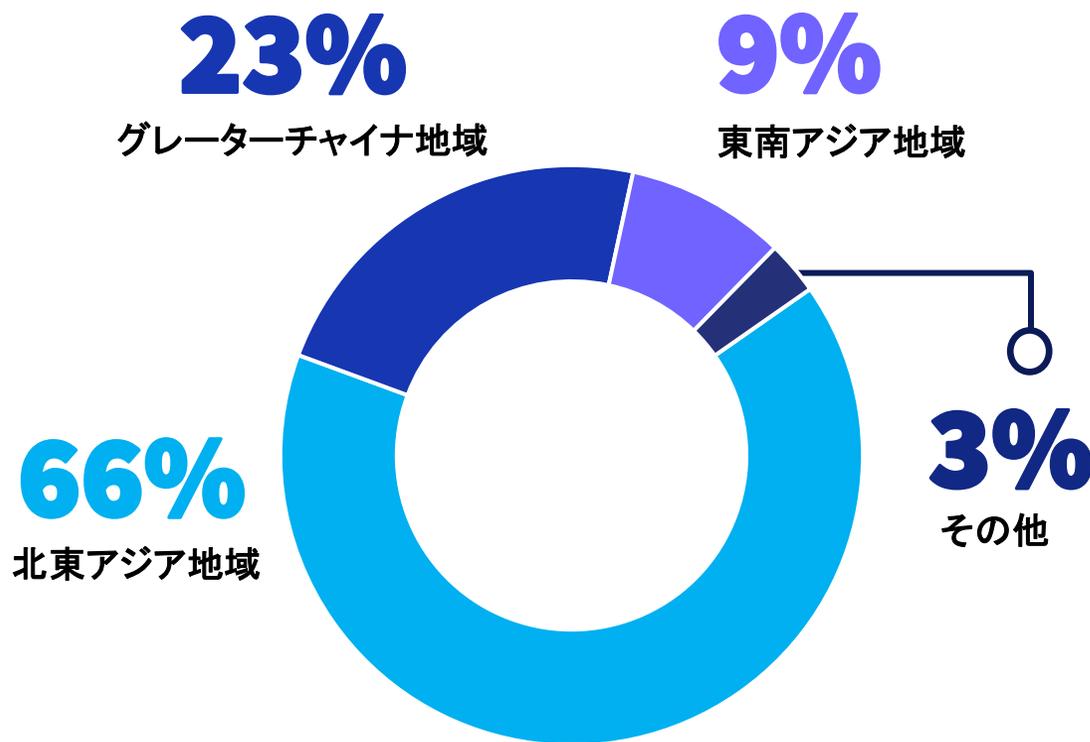
差別化された
AI SaaSソリューション

広い業種・地域にわたる顧客基盤
巨大な市場機会

高い成長性と収益性の加速的改善

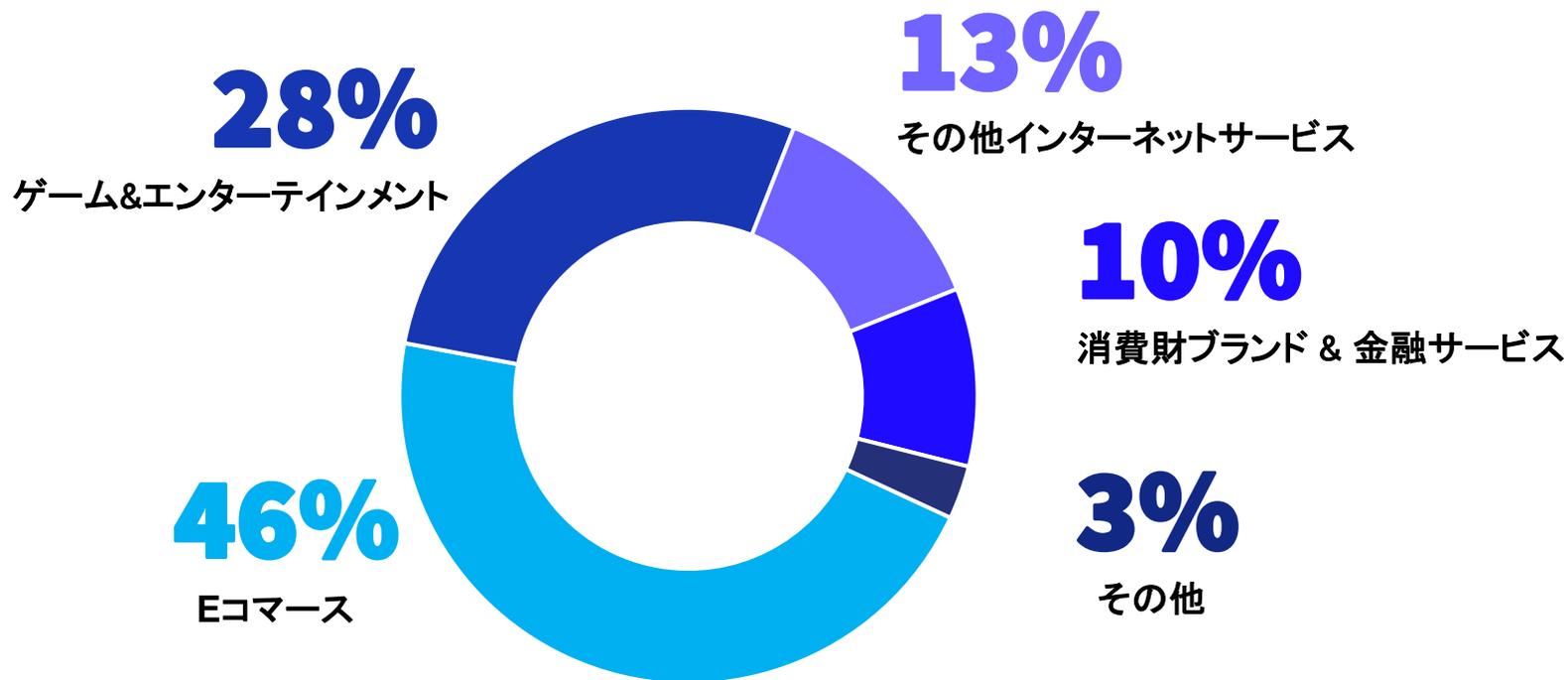
多様な収益基盤 米国が新たな成長ドライバーとなり、過去3四半期の前四半期比の成長率は50%超

FY2021 地域別売上収益比率



多様な収益基盤

FY2021 業種別売上収益比率



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

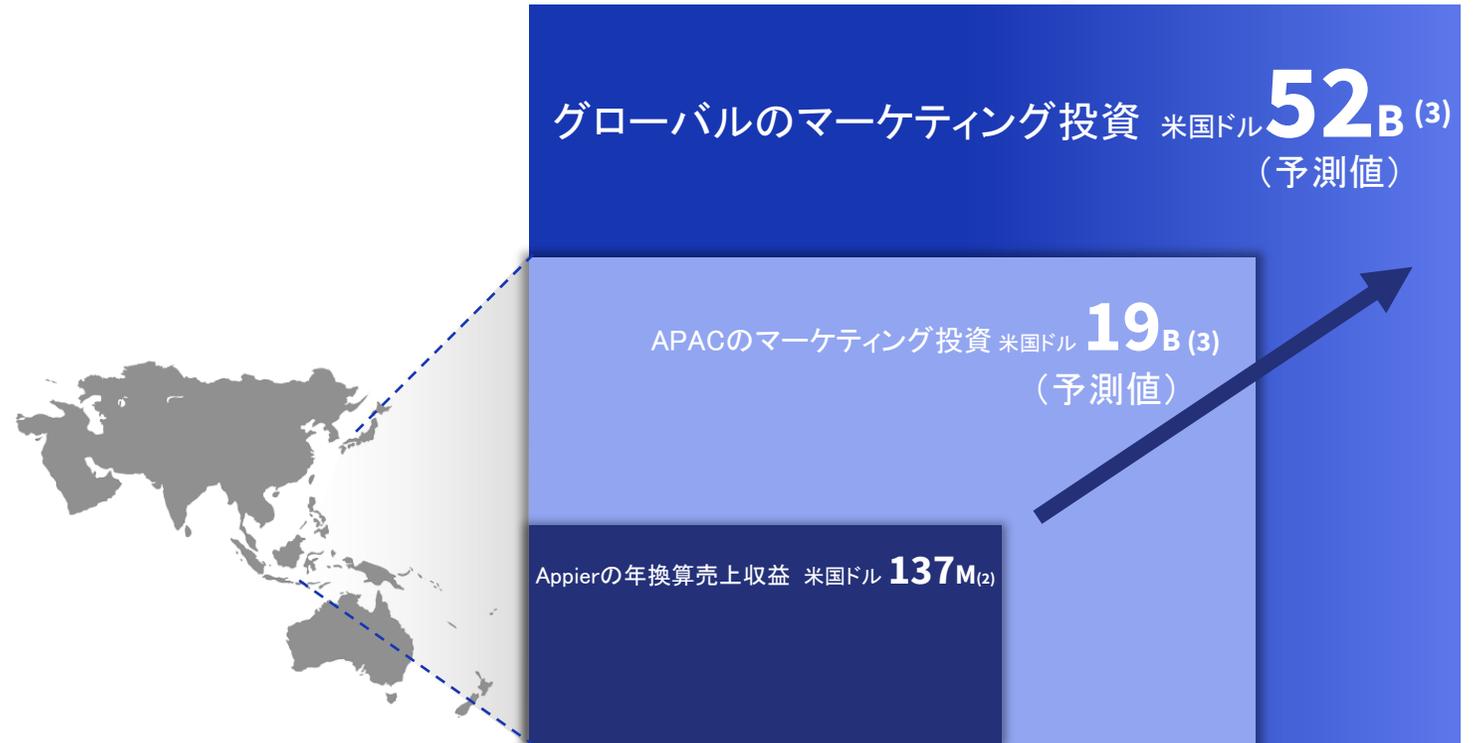
巨大な市場機会

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。

カンパニー・ハイライト

AIマーケティングSaaSソリューション業界のリーダー

差別化された
AI SaaSソリューション

広い業種・地域にわたる顧客基盤
巨大な市場機会

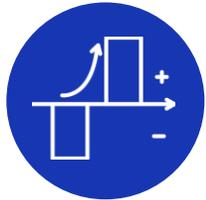
高い成長性と収益性の加速的改善

2021年の実績



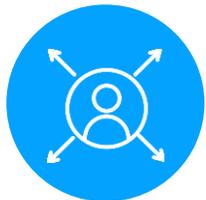
事業成長の更なる加速

- 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

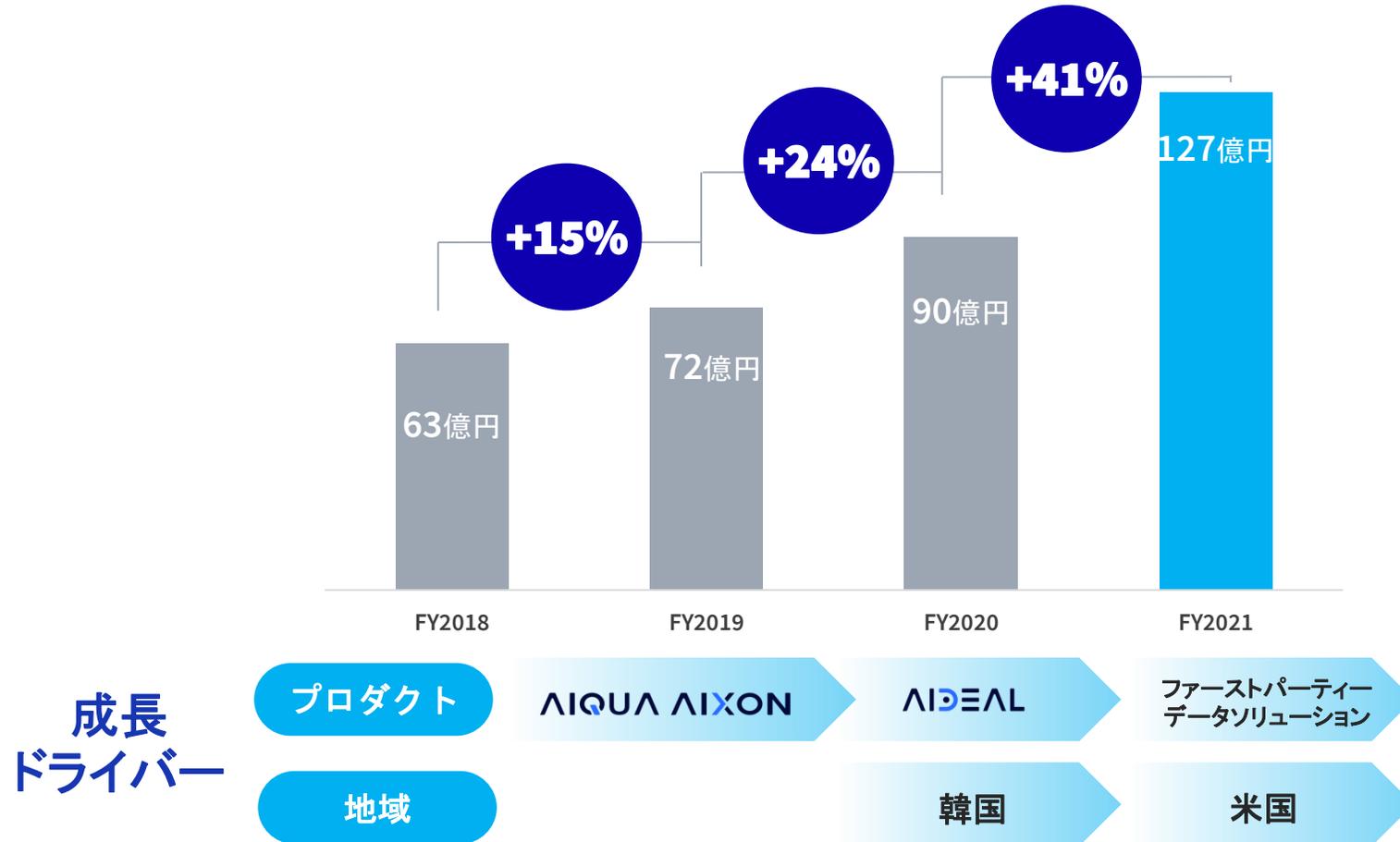


強固で継続的な事業指標の改善

- 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

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

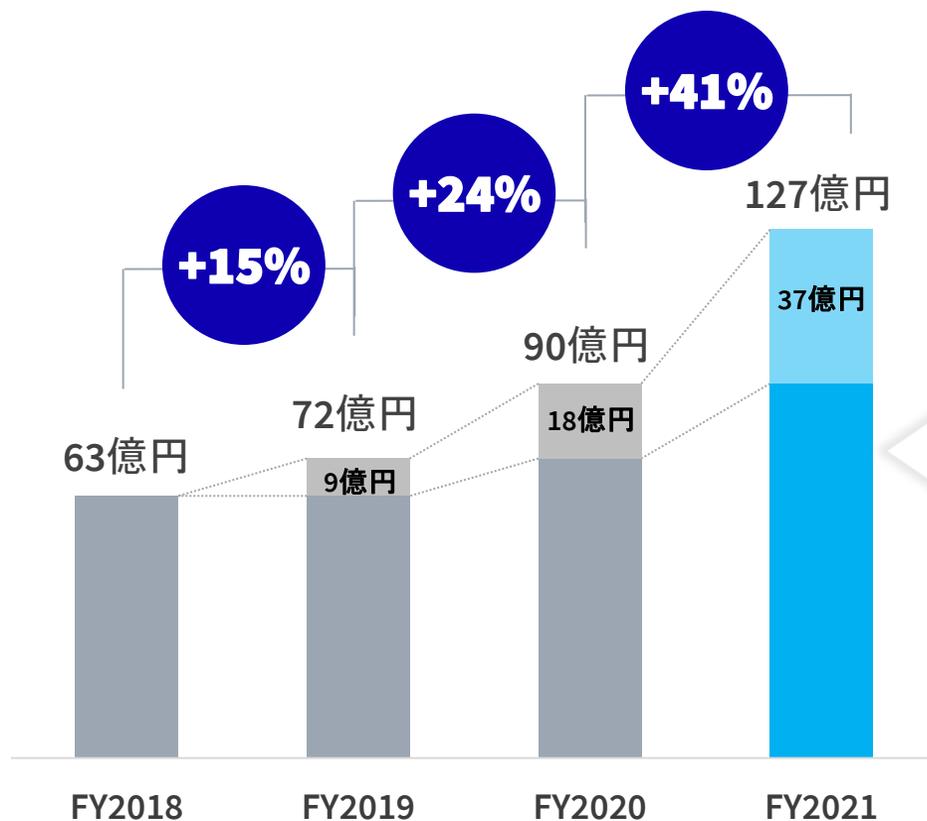
売上収益(日本円)



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)



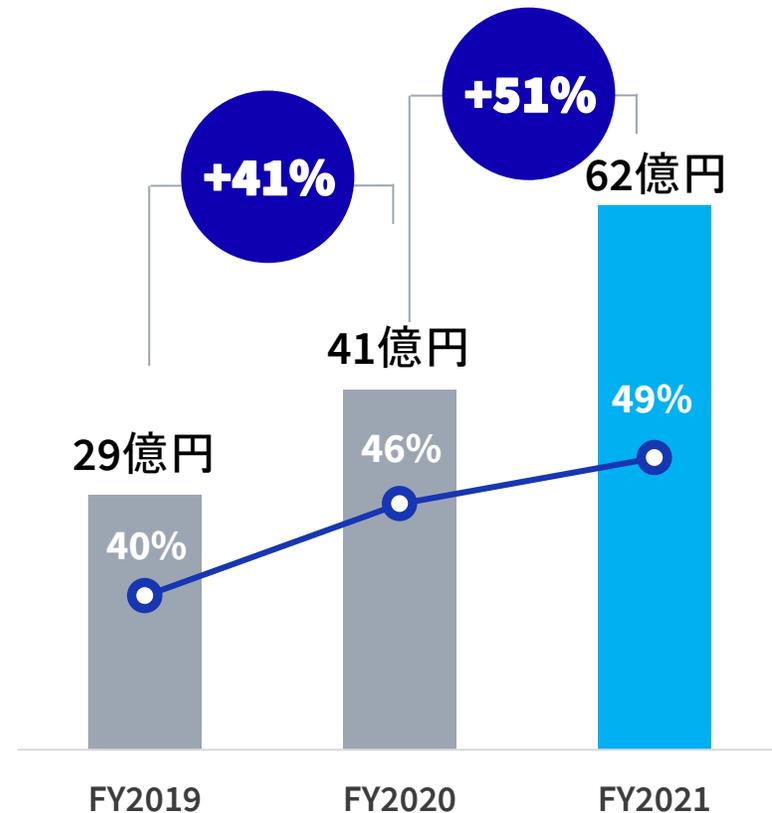
増収要因

- 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）



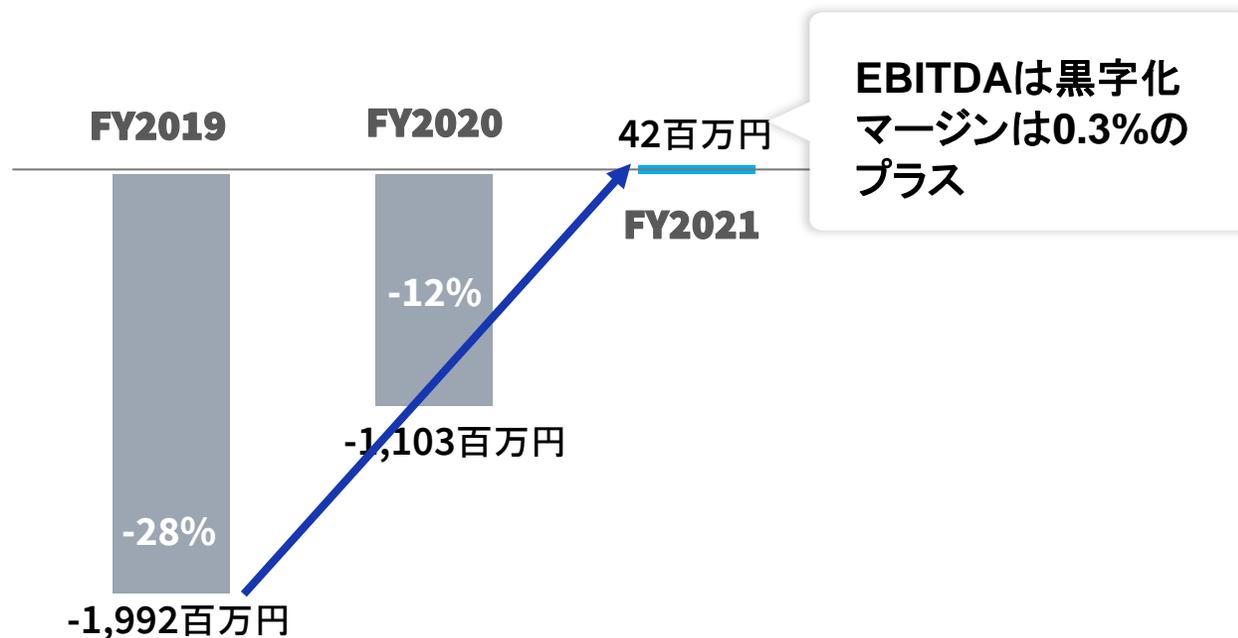
利益率の上昇による売上総利益の拡大

- ▶ 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
- ▶ 利益率の高いプロダクトの構成比拡大

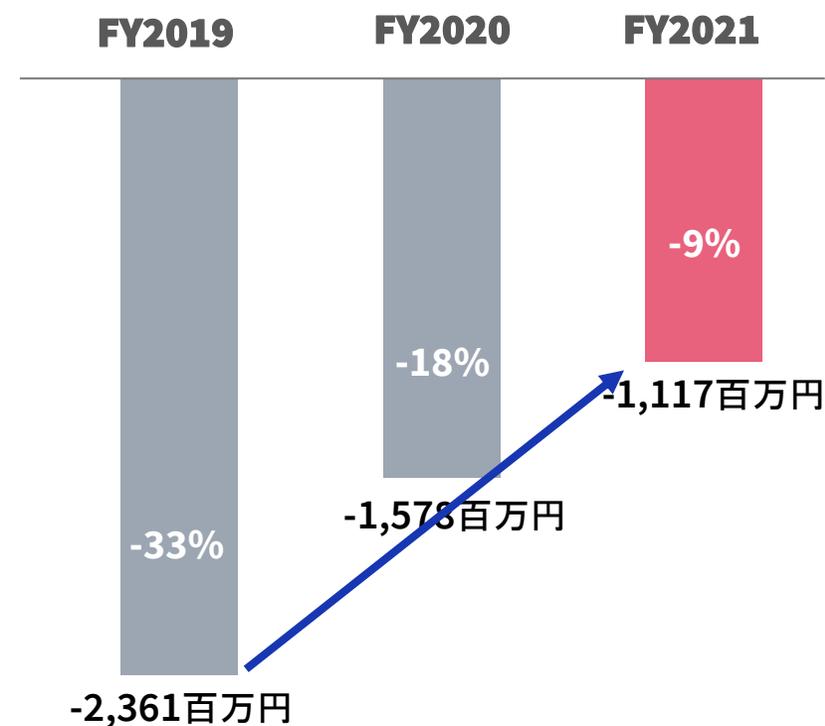
EBITDA および 営業利益

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)

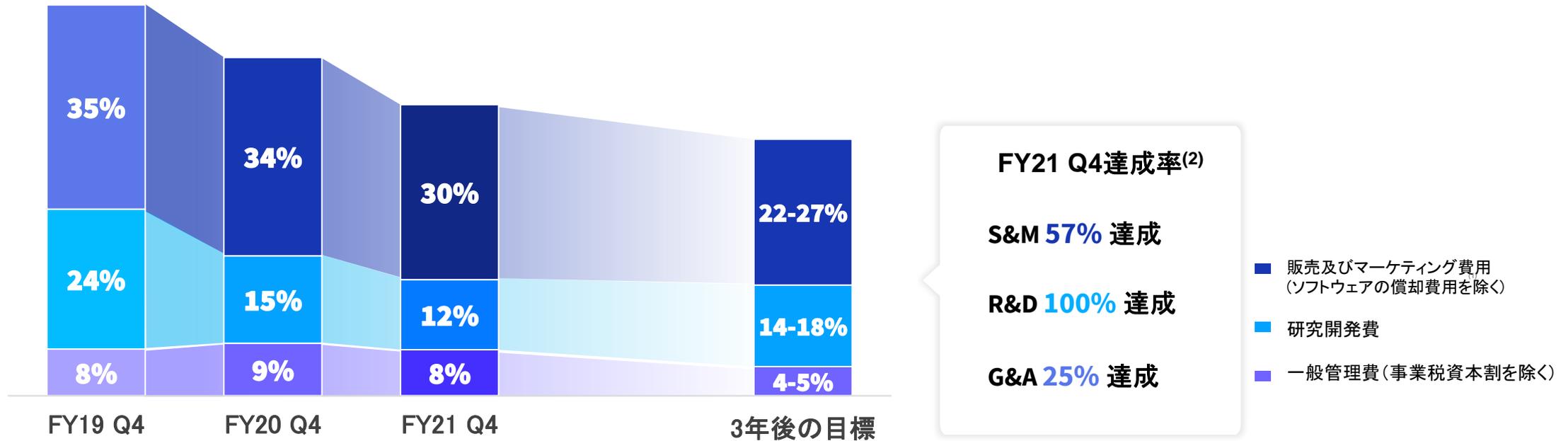


(1) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び無形資産償却費 + 営業費用に含まれる税金費用 + 上場関連費用

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

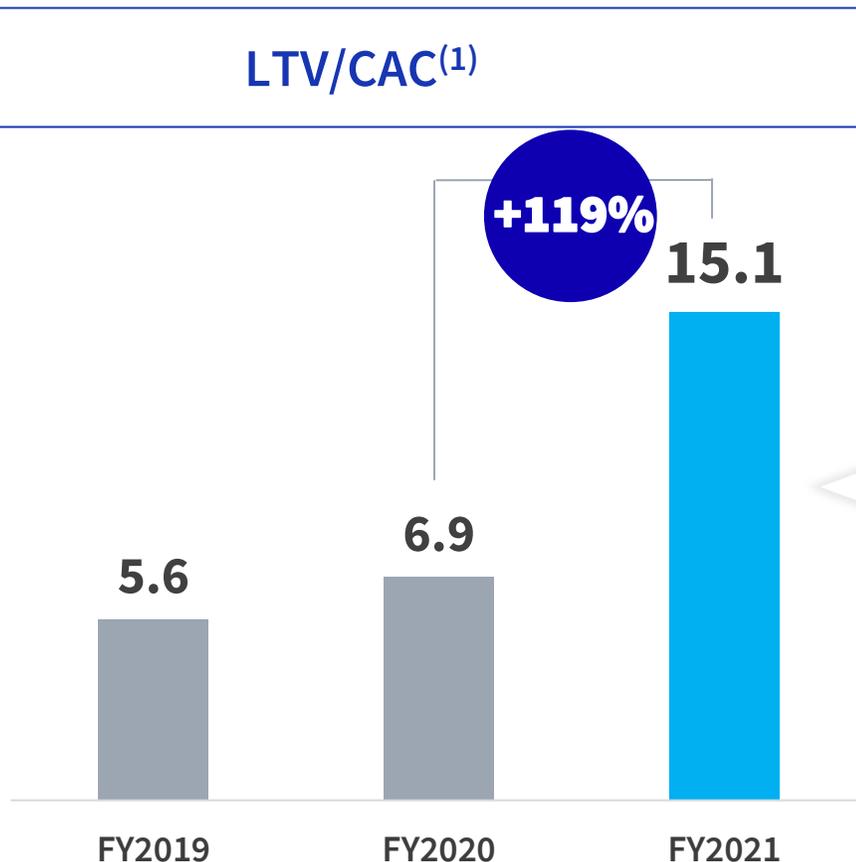
コスト構造の実績 & 3年後の目標 (対売上収益比率)



(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)

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%

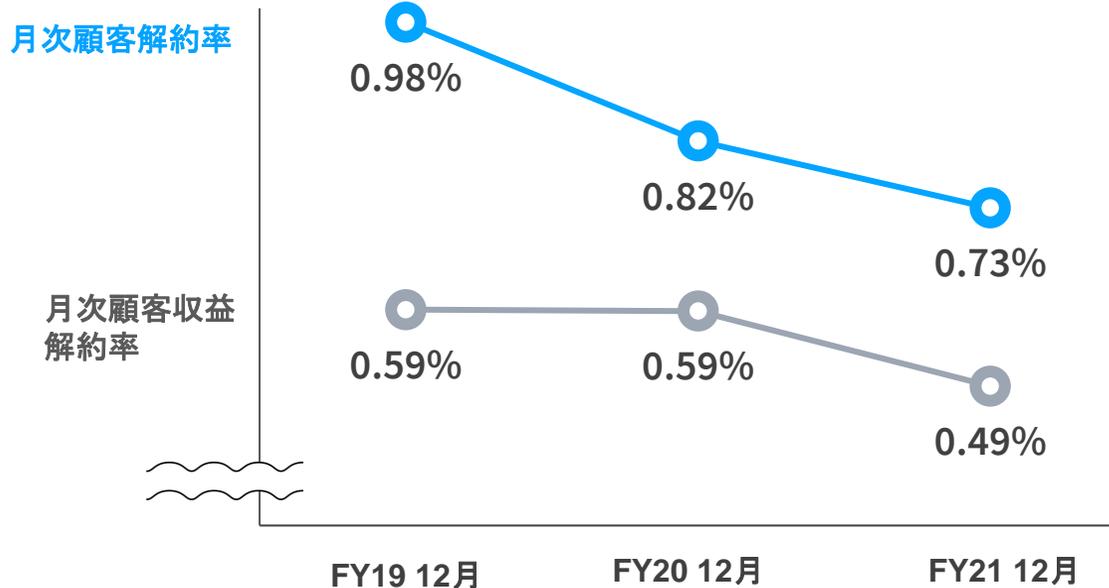
顧客獲得費用は横ばい
新規顧客数が71.4%増加

(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。

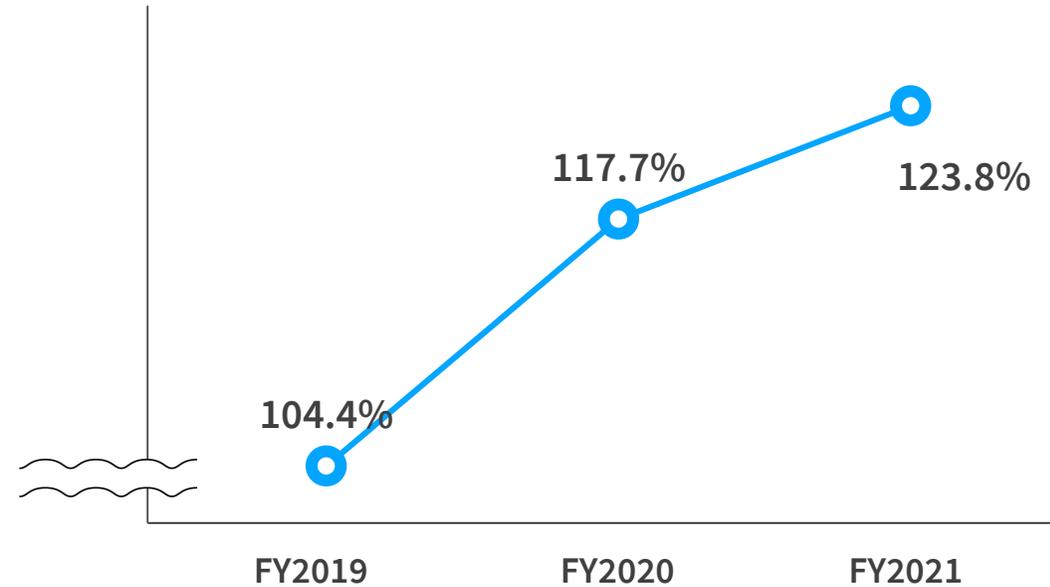
解約率 および LTM NRR

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⁾



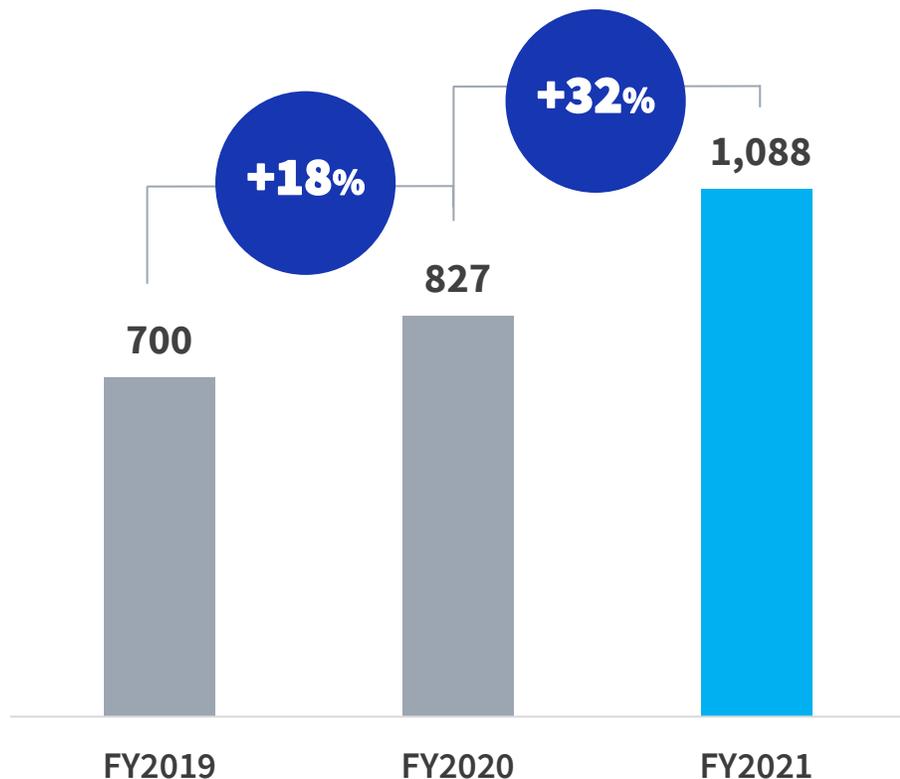
(1) 月次顧客解約率 = 当月中に当社との取引関係を終了した顧客数を月末時点の全顧客数で割って算出

(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

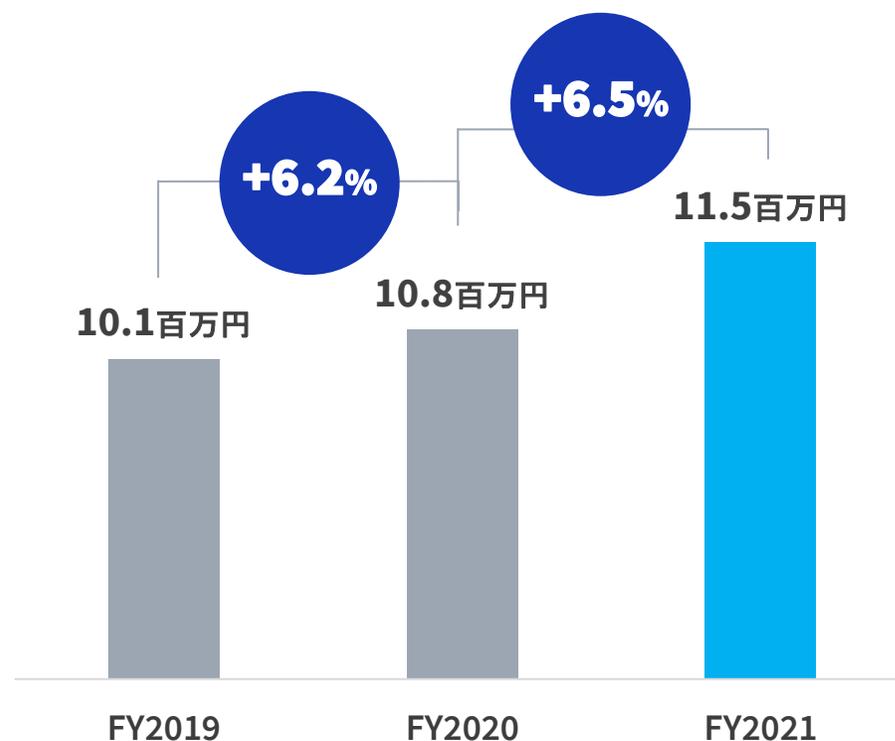
(3) 直近12か月間と同じ期間となる前事業年度以前において売上のあった顧客のうち、前事業年度の当該期間において当社ソリューションを利用した顧客からの当事業年度の直近12か月間における米国ドルで計算された売上収益の総額を、前事業年度の当該期間において当該顧客から米国ドルで計算された売上収益の総額で除して算出

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)

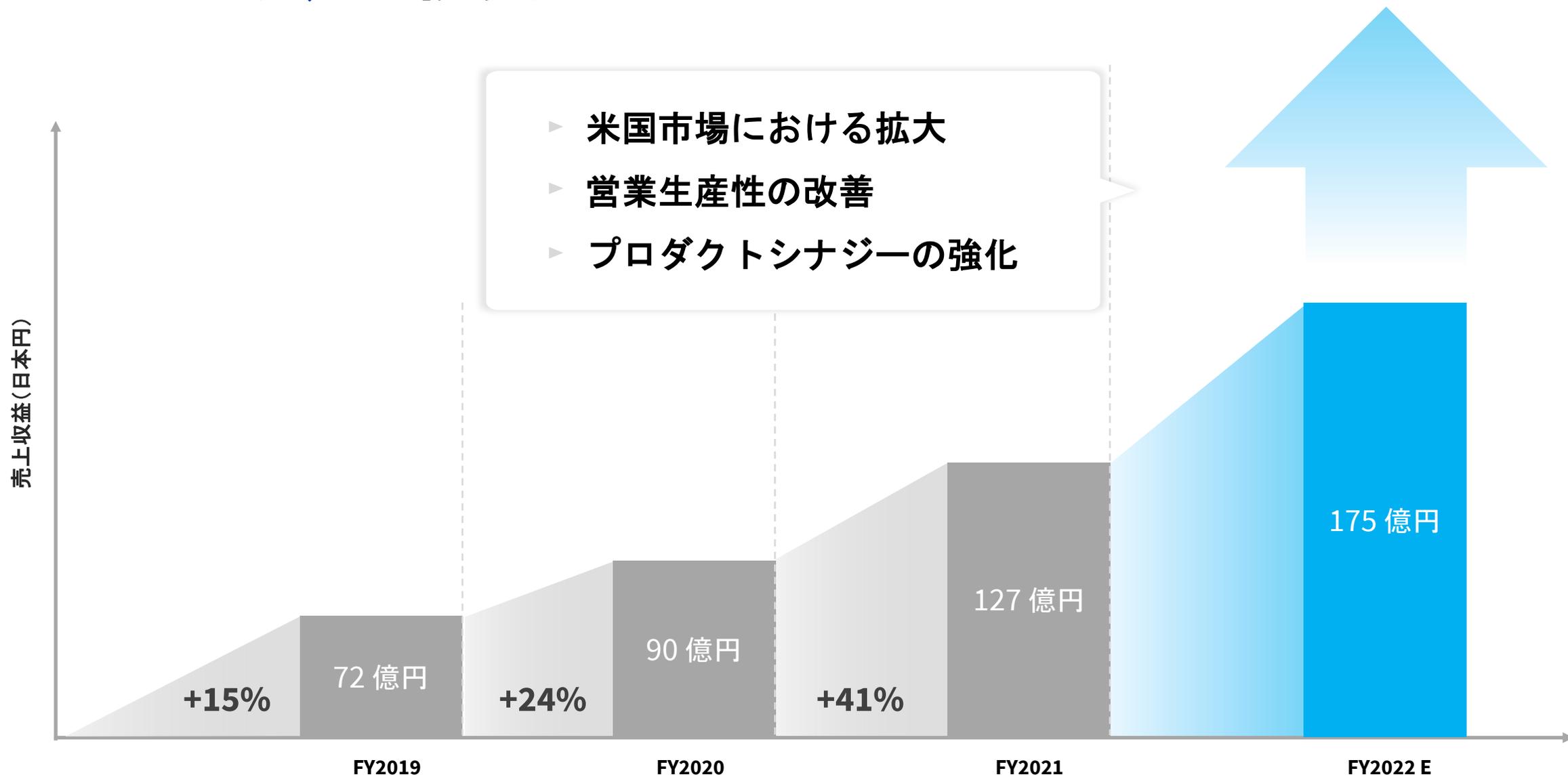


(1)「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。
企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

2022年の業績予想

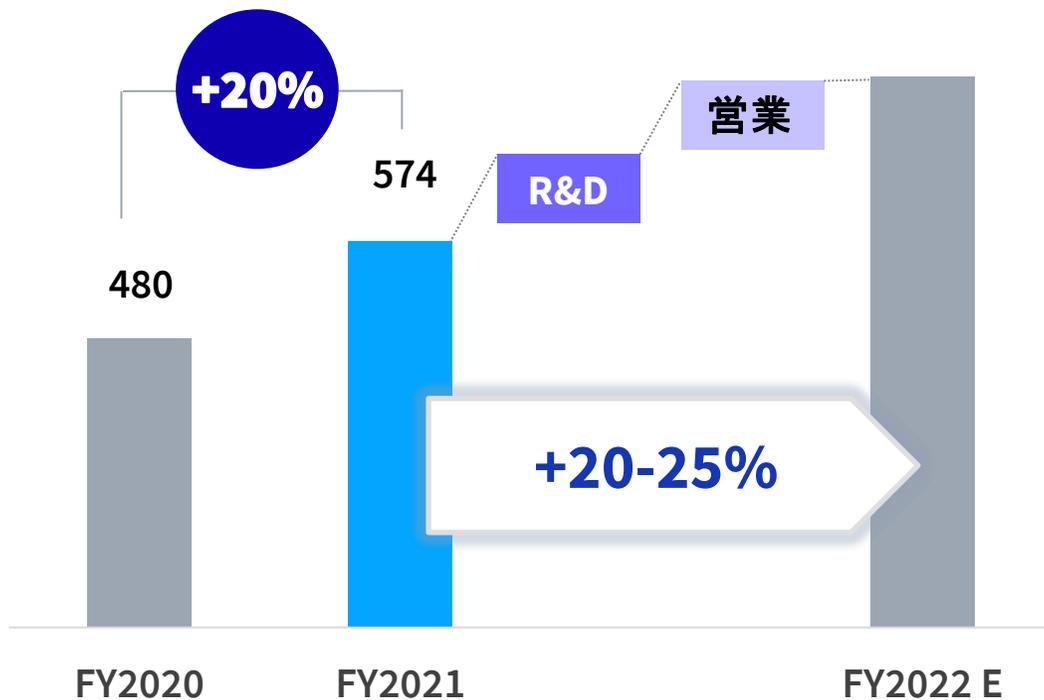
	2021		2022		YoY	ハイライト
売上収益	127 億円		175 億円		+38%	<p>持続的な成長目標を上回る成長を見込む:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 米国市場の高い成長可能性 ▶ ファーストパーティーデータトレンドによる追い風の継続 ▶ 既存の地域及びプロダクトが引き続き高い成長性を維持
売上総利益	62 億円	49.3%	91 億円	51.9%	+45%	<p>売上総利益率の上昇:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ CrossXのテクノロジー強化 ▶ 利益率の高いプロダクトの構成比上昇
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

顧客ケーススタディー

MSIGはAppierの製品を活用し オンライン契約を3倍に

課題

- 保険会社は従来、オフラインでのビジネスに注力していたが、COVID-19が流行している中ではオンラインでのリードジェネレーションが重要
- 限られたチャンネルで効果的にユーザーを惹きつけるのは困難

ソリューション

- 複数のオンラインチャンネルを利用して、ユーザーとの関係構築を推進
- AIモデルを活用することでターゲットに合わせたコンテンツを提供し、パーソナライズされたユーザー体験を実現

成果

オンライン契約

↑ 3X

平均取引額

↑ 24%

AppierのAIテクノロジーは、お客様が当社のウェブサイトを訪れる際に自宅にいるような感覚を与えてくれ、コンバージョン率と価値の高いお客様の割合を大幅に改善してくれました。今後もAppierとともに、さらに多くのマーケティング機会を発掘していきたいと考えています。

Zhi Chang Li, Executive VP,
MSIG Mingtai Insurance



SHISEIDO 資生堂はオンラインでのコンバージョン率を47%アップ

課題

- 激しいオンライン競争の中で、より多くのウェブサイト訪問者を顧客にすることは困難
- 利益率の向上と顧客数増加のバランスを取ることが難しい

ソリューション

- AIを活用し、新規と既存の購入を躊躇しているユーザーを特定
- 躊躇しているユーザーのみに対し期間限定のインセンティブを提供することで、ROIを確保しながらコンバージョン率を最大化

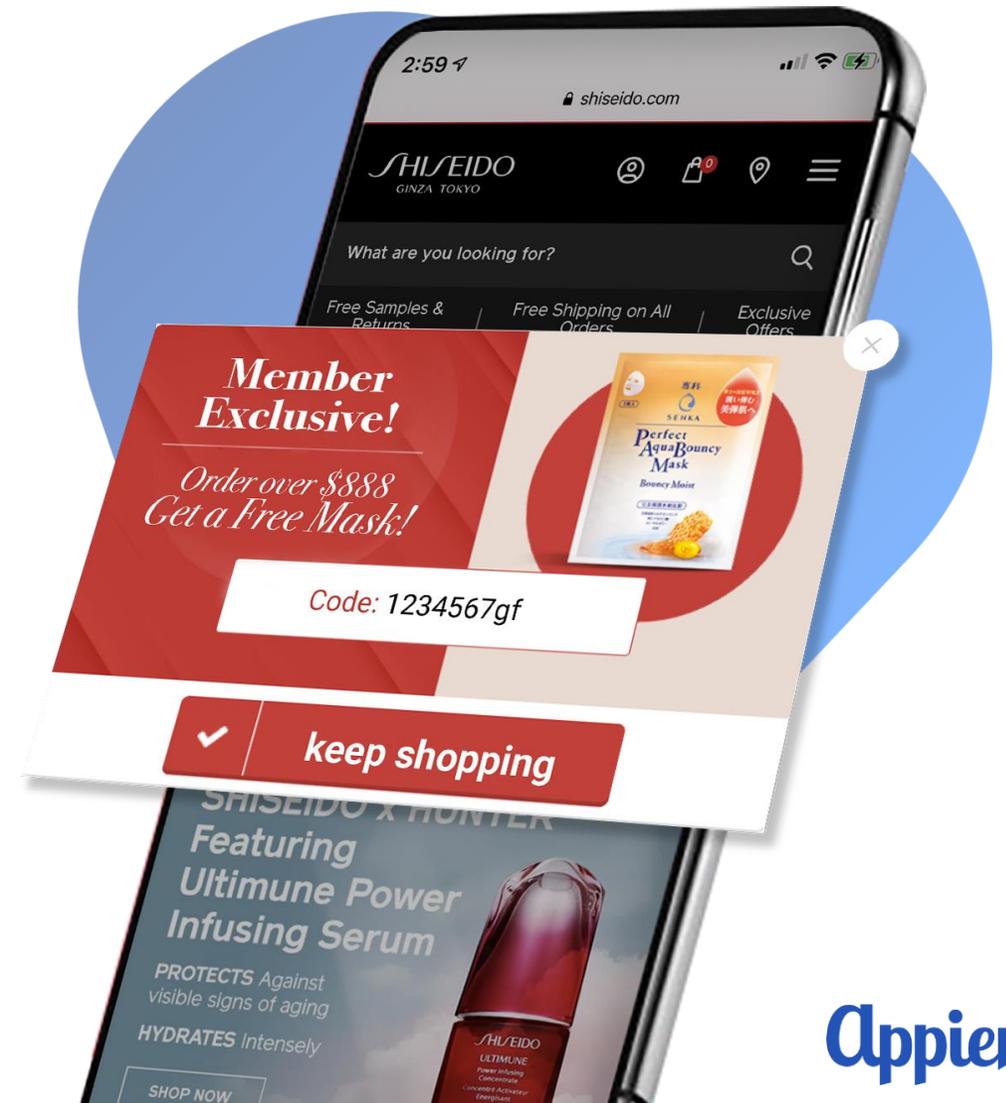
成果

取引完了率

↑ 15%

お客様が家に居ながらにして、自分に合った本物の美容製品を簡単に購入できるように、Appierと協力してデジタルマーケティングとオンラインビジネスを強化していきます。

Rita Chen, Assistant Department
Manager, Shiseido Taiwan



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

AIQUA

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

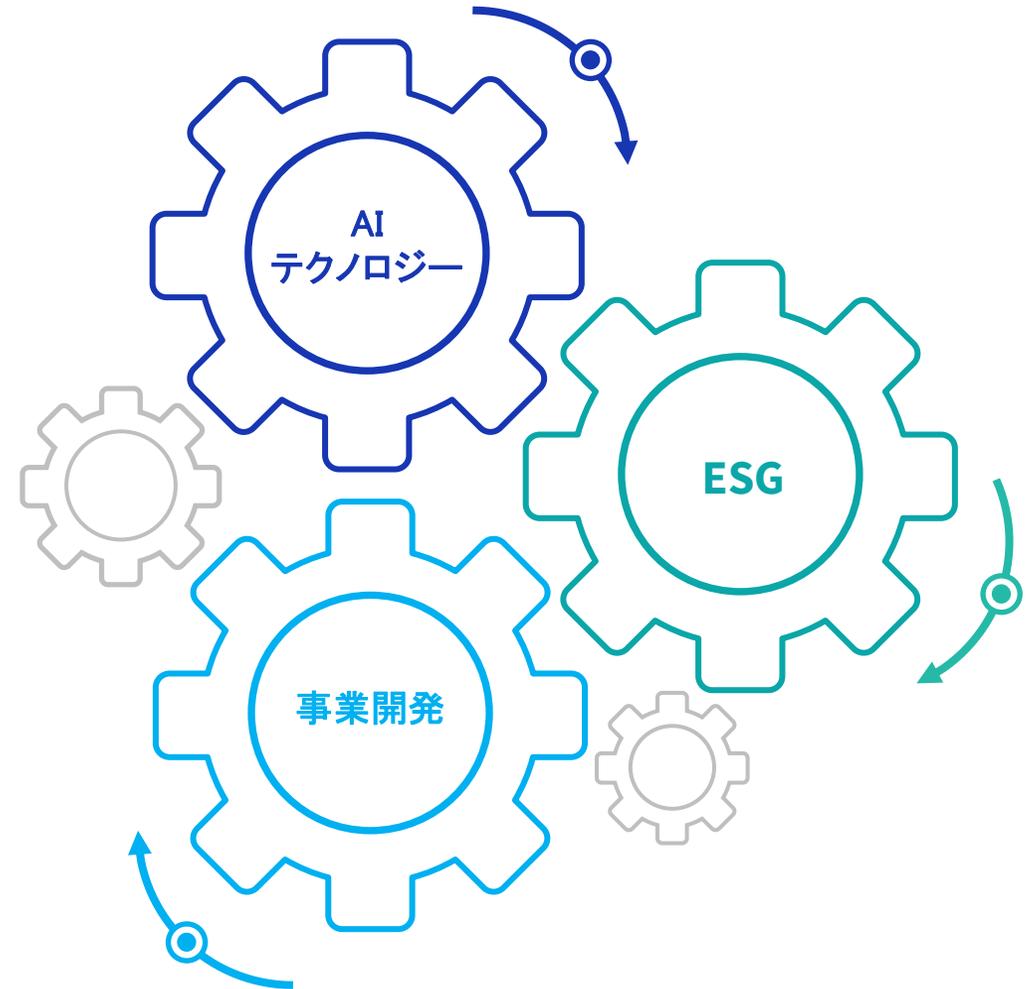
ESGの取り組み

当社のコミットメント

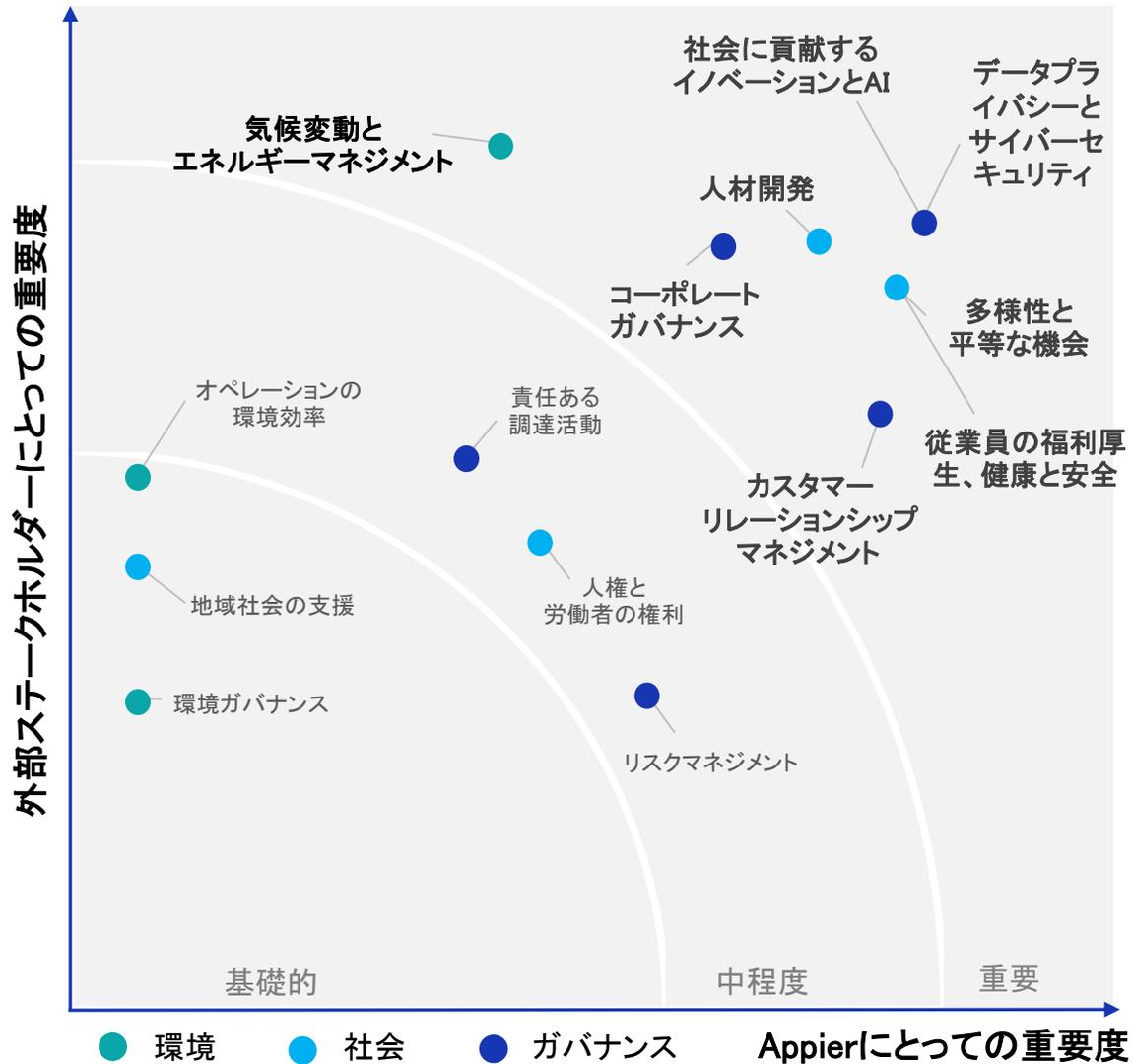
ESGをビジネスに組み込む

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 責任ある企業活動

- > 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

経営において認識される主なリスク

以下には、当社が経営においてリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。有価証券報告書「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

項目	主要なリスク	可能性	時期	影響度	リスク対応策
当社ソリューション及び技術革新等に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> 当社の保有するAI技術・特許・ノウハウを代替するようなテクノロジーの出現及び普及リスク 	中	長期	中	<ul style="list-style-type: none"> 新技術の動向について情報収集を継続的に実施 技術革新に対応可能な開発人員の確保
先行投資から得られる効果が期待通り実現しないリスク	<ul style="list-style-type: none"> 投資してから開発、提供までの間に時間差が生じるリスク、また開発・改良したサービスに対する顧客企業の需要が当初の見込みを大幅に下回るリスク 	中	中期	中	<ul style="list-style-type: none"> 投資対効果を見極めた適切な投資のコントロール
顧客企業の維持・獲得に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> 当社グループのソリューションの品質・価格・評判などが顧客の要求を満たせず、新規顧客企業の獲得や既存顧客企業の維持ができないリスク 	高	中期	中	<ul style="list-style-type: none"> プロダクトの継続強化 販売体制、カスタマーサポート体制の強化
競争に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> AIを活用したマーケティング及びセールス支援プラットフォームをエンタープライズ向けに提供する、既存又は新規の競合他社との競争の激化リスク 	高	中期	中	<ul style="list-style-type: none"> プロダクトの継続強化、データの蓄積によるAIアルゴリズムの改善等による参入障壁の強化 業界リーダーとしての当社の認知拡大、ブランディング強化の取り組みを実施
個人情報保護規制に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報の保護に関する規制の変更が行われた場合、対応に多額の費用を要し、当社のソリューションのクオリティが低下する等、事業成長力が損なわれるリスク 	中	中期	大	<ul style="list-style-type: none"> ファーストパーティーデータを利用したソリューションの構築及び提供 世界的に最も厳しい個人情報保護規制とされるGDPRに沿った社内運営システムを構築済

上場時資金の投資先

AIソリューションの開発等のため、AIサイエンティストやエンジニアの採用といった研究開発費等への先行投資を従来より行ってきたことから創業以来赤字であるものの、今後も収益性の向上に努めながら、研究開発費等に加えて事業領域の拡大やクロスセルの拡充等を目的とした販売及びマーケティング費用等への投資を継続。上場時の株式新規発行による手取金（約147億円）は、当社の成長を実現するため、以下の用途に充当。

想定充当先	関連する成長戦略	充当額実績 (2021年)	想定充当額 (2022年)	想定充当額 (2023年)	総手取金に対する割合 (累計)
製品開発を行うエンジニア、営業人員、その他バックオフィス人員等に係る人件費	AI技術の継続的な強化と新たなソリューションの開発 新規顧客企業の獲得 既存顧客企業からの売上収益の増加 アジア太平洋地域への一層の浸透と新たな地域への展開	38.3億円	53.5億円	28.4億円	81.9%
SaaSサービスを提供するためのクラウドサービス利用料	AI技術の継続的な強化と新たなソリューションの開発	7.9億円	4.7億円	-	8.6%
新規顧客獲得のための広告宣伝費	新規顧客企業の獲得	0.9億円	1.6億円	-	1.7%
借入金の返済資金	N/A（財務健全性の強化）	-	-	11.4億円	7.8%

財務データサマリー

(百万円)

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

(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

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
損益計算書のサマリー:				
売上収益	66.3	84.2	115.0	37%
売上原価	(39.5)	(45.4)	(58.4)	
売上総利益	26.8	38.8	56.7	46%
売上総利益率	40%	46%	49%	
販売及びマーケティング費用 (S&M)	(25.4)	(32.5)	(39.3)	
対売上収益比率	38%	39%	34%	
研究開発費 (R&D)	(16.3)	(14.0)	(15.6)	
対売上収益比率	25%	17%	14%	
一般管理費 (G&A)	(6.7)	(7.6)	(12.3)	
対売上収益比率	10%	9%	11%	
その他の収益	0.0	0.7	0.3	
その他の費用	(0.0)	(0.2)	(0.0)	
営業損失	(21.7)	(14.7)	(10.3)	
上場関連の一次的費用 ⁽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)	
EBITDA (上場関連の一時費用を除く)	(18.3)	(10.3)	0.3	
EBITDAマージン	-28%	-12%	0%	

(1) 2021年第1四半期に上場関連の一次的費用2.6百万米国ドルを計上

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

免責事項

本プレゼンテーションは、見通し、予想、目標及び計画を含む、1995年米国民事証券訴訟改革法の意味における将来に関する記述を含んでいます。そのような将来に関する記述は、経営陣が将来の業績について表明し保証するものではありません。多くの場合、将来に関する記述には、「目指す」、「予期する」、「信じる」、「続ける」、「努力する」、「予測する」、「期待する」、「イニシアティブ」、「意図する」、「かもしれない」、「計画する」、「潜在的な」、「可能性」、「プロジェクト」、「リスク」、「模索する」、「すべきである」、「奮闘する」、「目標」、「であろう」やこれらの類義語が用いられますが、これに限られません。また、将来に関する記述は、戦略、計画又は今後の方向性の議論においてもなされる可能性があります。これらの記述は、将来予想について議論し、戦略を示し、業績結果及び財務状況についての計画を含み、又は当社の事業及び産業、当社の将来に関する戦略並びに当社が将来的に事業を営む環境についての現時点での期待、推測、予測及び計画に基づくその他の将来に関する情報について述べるものです。業績又は成果は、既知又は未知のリスク、不確実性その他の要因により、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ります。当社は、これらの将来に関する記述において表明された期待が実現することについて保証することはできません。実際の結果、業績又は成果は、期待と大きく異なる可能性があります。

本プレゼンテーション及び本資料に含まれている情報は、いかなる法域においても当社のあらゆる有価証券について販売若しくは引受けの募集又は購入若しくは引受けの募集の勧誘又は案内を構成しません。当社の有価証券は1933年米国証券法（改正を含む。）に基づく登録は行われておらず、今後行われることは無く、また、当社の有価証券は、米国の証券法に基づく登録又は登録要件の免除の適用なしに、米国において又は米国人に対して、募集、販売又は引渡しは行われません。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。

今後の開示

当資料のアップデートは今後、毎年3月下旬を目途として開示を行う予定です。