

MAKING AI EASY

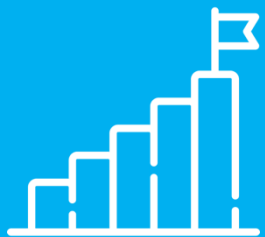
BY MAKING
SOFTWARE INTELLIGENT

2022年12月期 第1四半期 決算説明資料 2022年5月

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





2022年第1四半期
総括と実績



2022年の
業績予想修正



2022年第1四半期
事業指標



プロダクトの最新情報
ケーススタディ

2022年第1四半期の実績



継続的な事業成長の加速

- 売上収益は **42億円** で、前年同期比増収率は直近3年間で最高の **53%**
- 売上総利益は前年同期比 **60%増** と大幅に成長。売上総利益率は **50%** に改善
- 米国市場における売上収益は前四半期比 **180%** 超の増加。売上収益は全体の **9%** に到達



初めて四半期営業利益の黒字化を達成

- EBITDAは **2億6千万円** に増加、EBITDAマージンは過去最高の **6.2%**
- **2022年第1四半期は創業以来初めて営業利益黒字化を達成**
- 営業利益率は前年同期比 **20%ポイント** 改善、EBITDAマージンは前年同期比 **10%ポイント** 改善



強固で継続的な事業指標の改善

- LTM NRRは過去最高の **126.5%** まで拡大
- 顧客企業数は **281** 社純増（前年同期比 **32%** 増加）し、1,158社。過去最高のオーガニックでの前年同期比増加数
- 月次顧客解約率は **0.67%** と過去最低レベルまで改善

2022年第1四半期ハイライト

売上収益

JPY **42億**

売上収益成長率⁽¹⁾

+53%

EBITDA⁽²⁾

JPY **2.6億**

売上総利益成長率⁽³⁾

+60%

ARR⁽⁴⁾

JPY **158億**

ARR成長率⁽⁵⁾

+49%

(1) FY2021Q1とFY2022Q1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) FY2021Q1とFY2022Q1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) 2021年3月と2022年3月を比較したARRの成長率

2022年第1四半期ハイライト

FY2022 業績予想の進捗 (売上収益)

事業規模

1,158

顧客企業数

¥15.8B

ARR

585

従業員数

成長速度

53%

前年同期比
売上収益成長率

60%

前年同期比
売上総利益成長率

49%

前年同期比
ARR成長率

安定性

126.5%

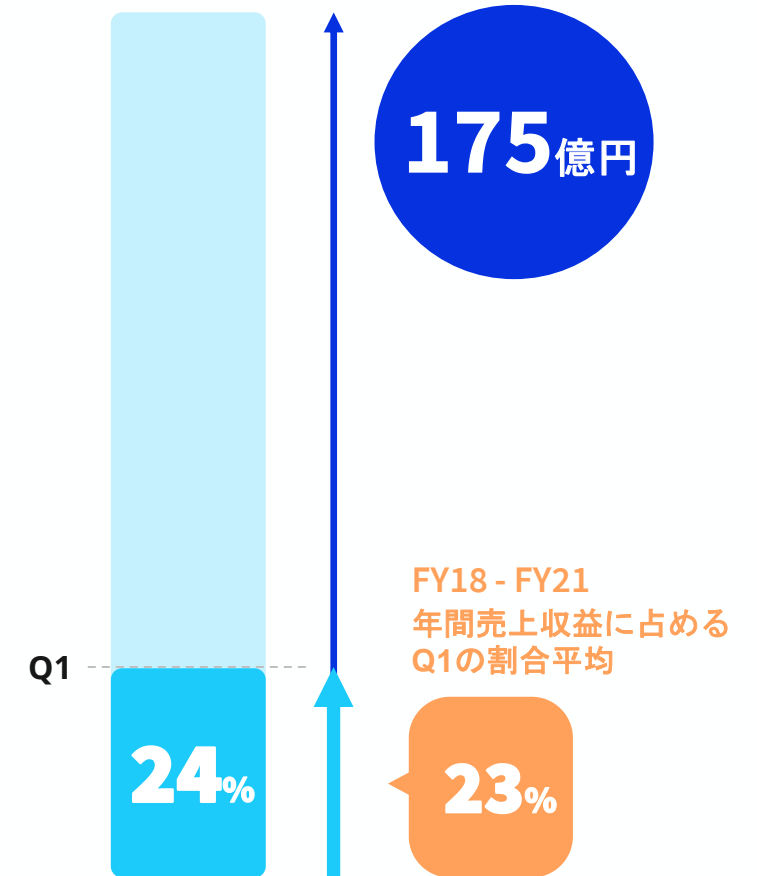
LTM NRR

0.67%

月次顧客解約率

6.2%

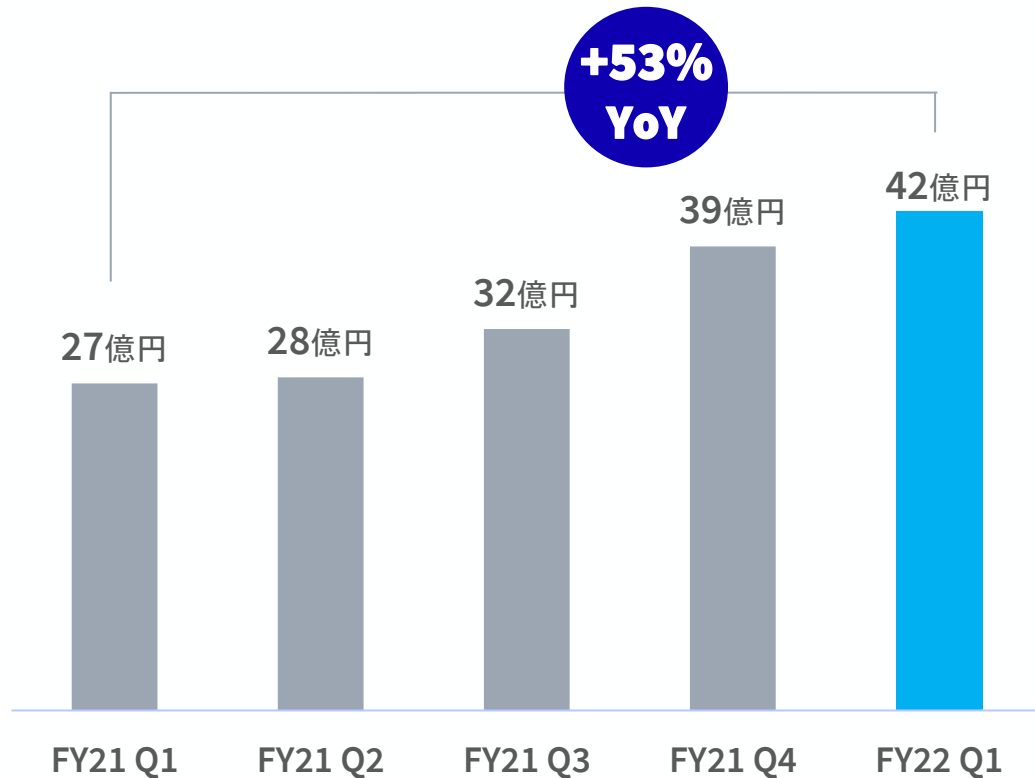
EBITDAマージン



売上収益の推移

売上収益は前年同期比53%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
デジタル先進国におけるプライバシー保護という市場トレンドの中で、当社のAI技術は重要な役割を果たし、事業拡大の追い風に
国際的な地域拡大の成功も当社の成長の主要因

売上収益（日本円）



増収要因

44% 新規顧客から

56% 既存顧客から

- ▶ 営業生産性の改善
- ▶ クロスセル率上昇による
プロダクト間シナジー増加
- ▶ 米国における顧客からの強い支持

ARRの四半期推移

当社の売上収益のうち、95%以上がリカーリング収益

強力な事業拡大によりARR成長率の伸びが加速し、前年同期比で34%から49%へと15%ポイント上昇

ARR⁽¹⁾（日本円）

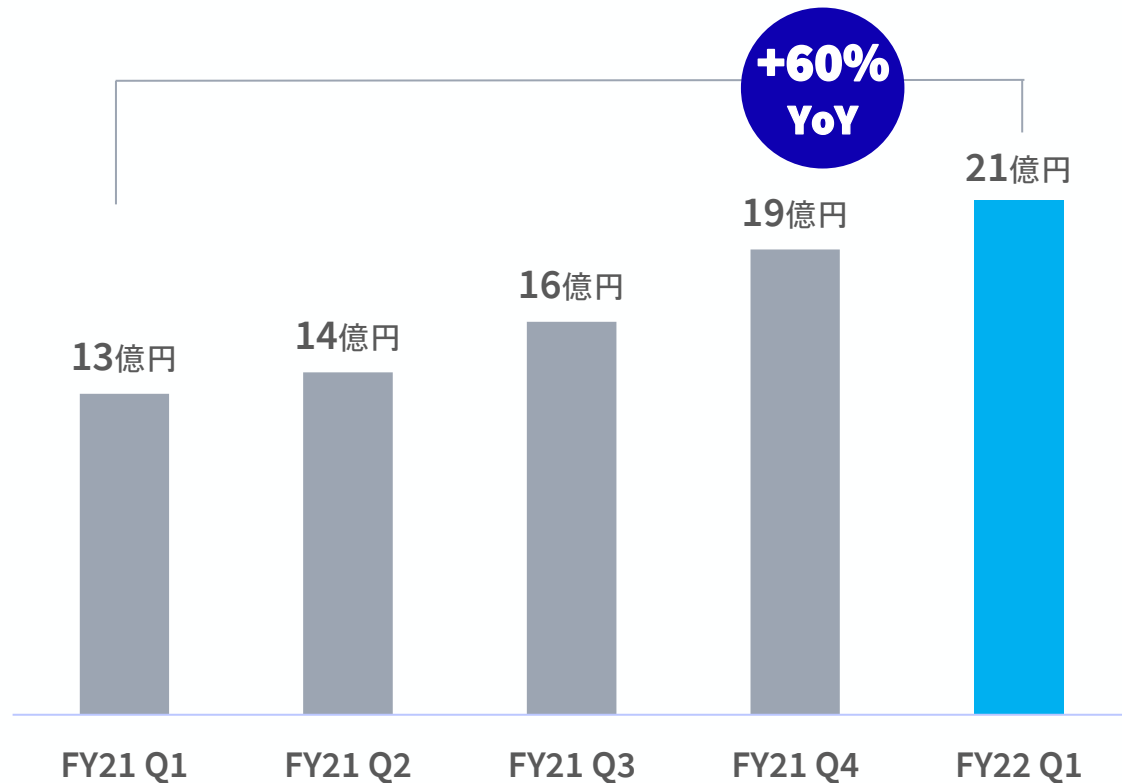


(1) 各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション（AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie）についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益（MRR）に12を掛けて算出 (ii) 利用量ベースの価格体系のCrossXについての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益（MRR）の平均に12を掛けて算出

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60%に到達
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） & マージン



売上総利益率の上昇 From **48%** to **50%**

マージン改善の主要因

- ▶ アルゴリズムの精度向上により CrossX のマージンが改善
- ▶ 利益率の高いプロダクトの構成比拡大

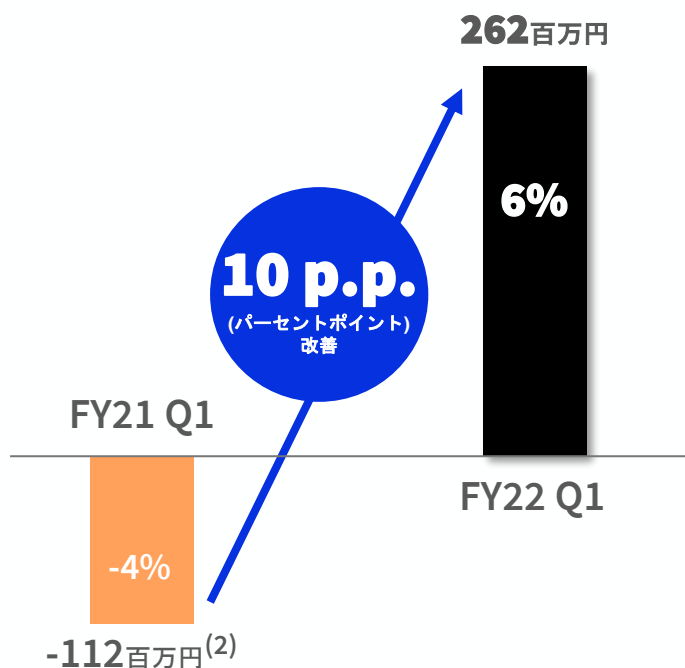
EBITDA & 営業利益

四半期営業利益は3百万円となり、初めての黒字化を達成

EBITDAマージンは前年同期比10%ポイント改善、営業利益率は前年同期比20%ポイント改善

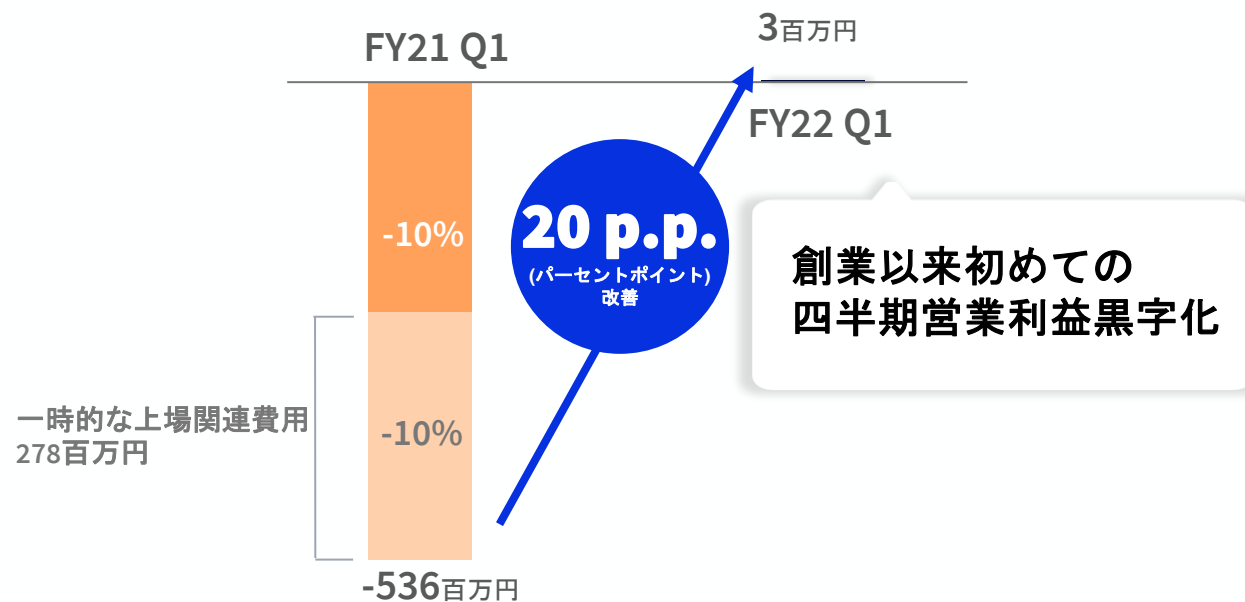
売上収益の成長加速と強力なオペレーティング・レバレッジが主要因

EBITDA⁽¹⁾ & マージン (日本円)



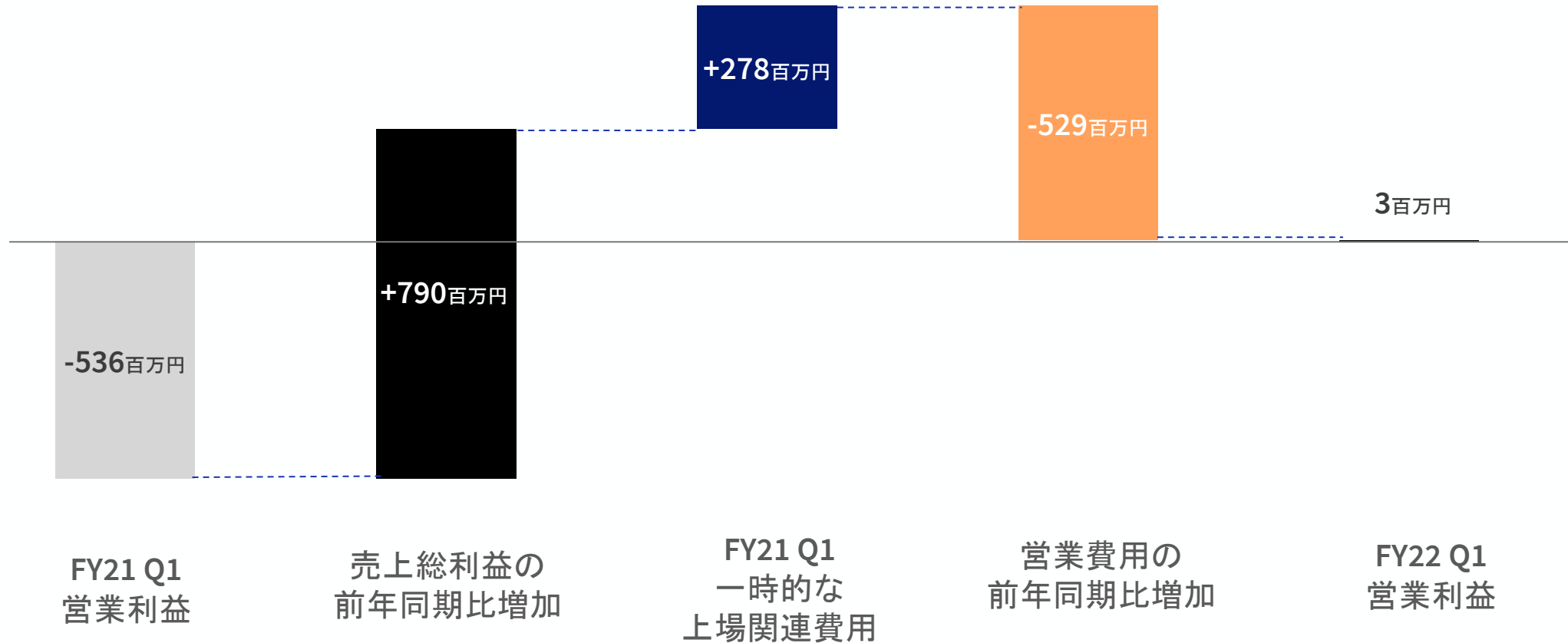
(1) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び無形資産償却費 + 営業費用に含まれる税金費用
(2) 一時的な上場関連費用278百万円を除く

営業利益 & 利益率(日本円)



強い成長モメンタムによる営業利益黒字化

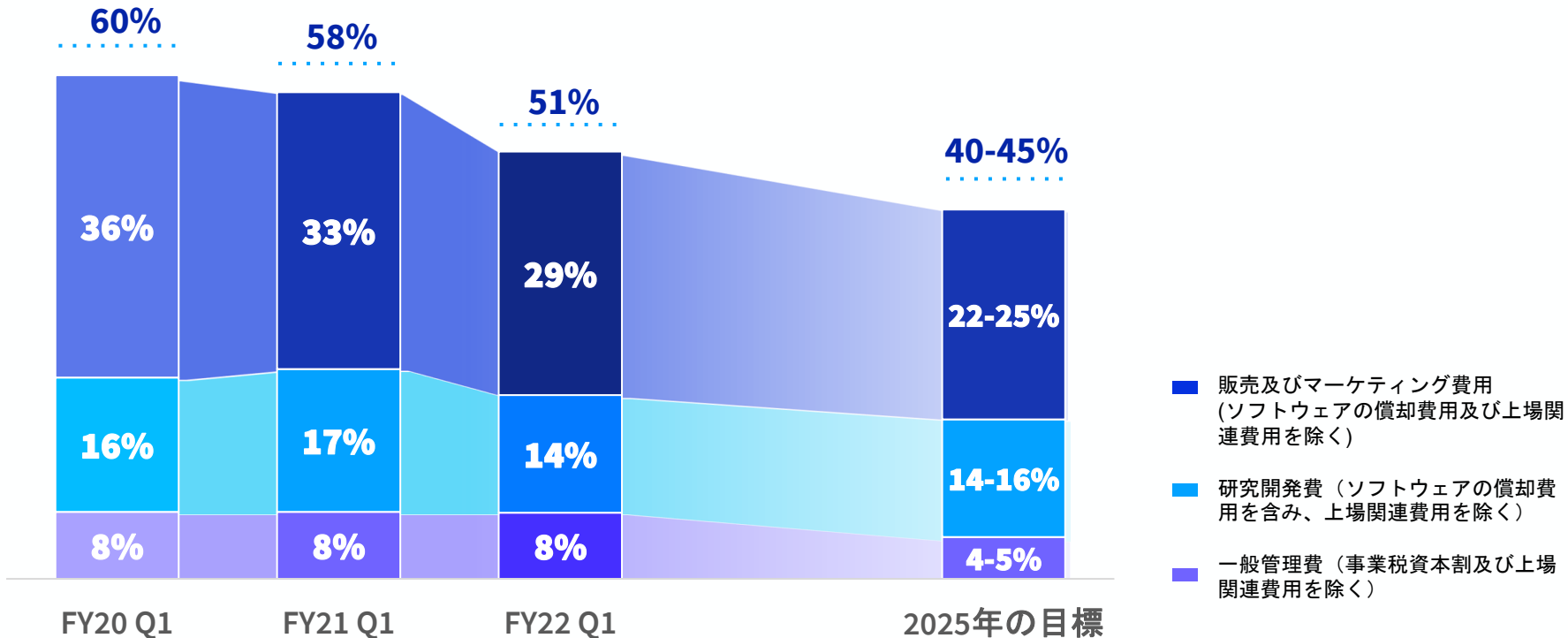
成長のための投資を継続しながら、売上総利益の堅調な伸びにより営業利益が黒字化



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 & 2025年の目標 (対売上収益比率)



2025年の財務目標

売上収益成長率⁽²⁾

30%+

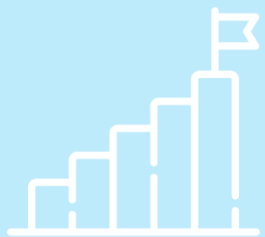
売上総利益率⁽³⁾

55-60%

営業利益率⁽⁴⁾

15-20%

(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) 2022年から2025年の売上収益成長率目標の平均
(3) 2025年の売上総利益率目標
(4) 2025年の営業利益率目標



2022年第1四半期
総括と実績



2022年の
業績予想修正



2022年第1四半期
事業指標



プロダクトの最新情報
ケーススタディ

2022年通期業績予想の修正

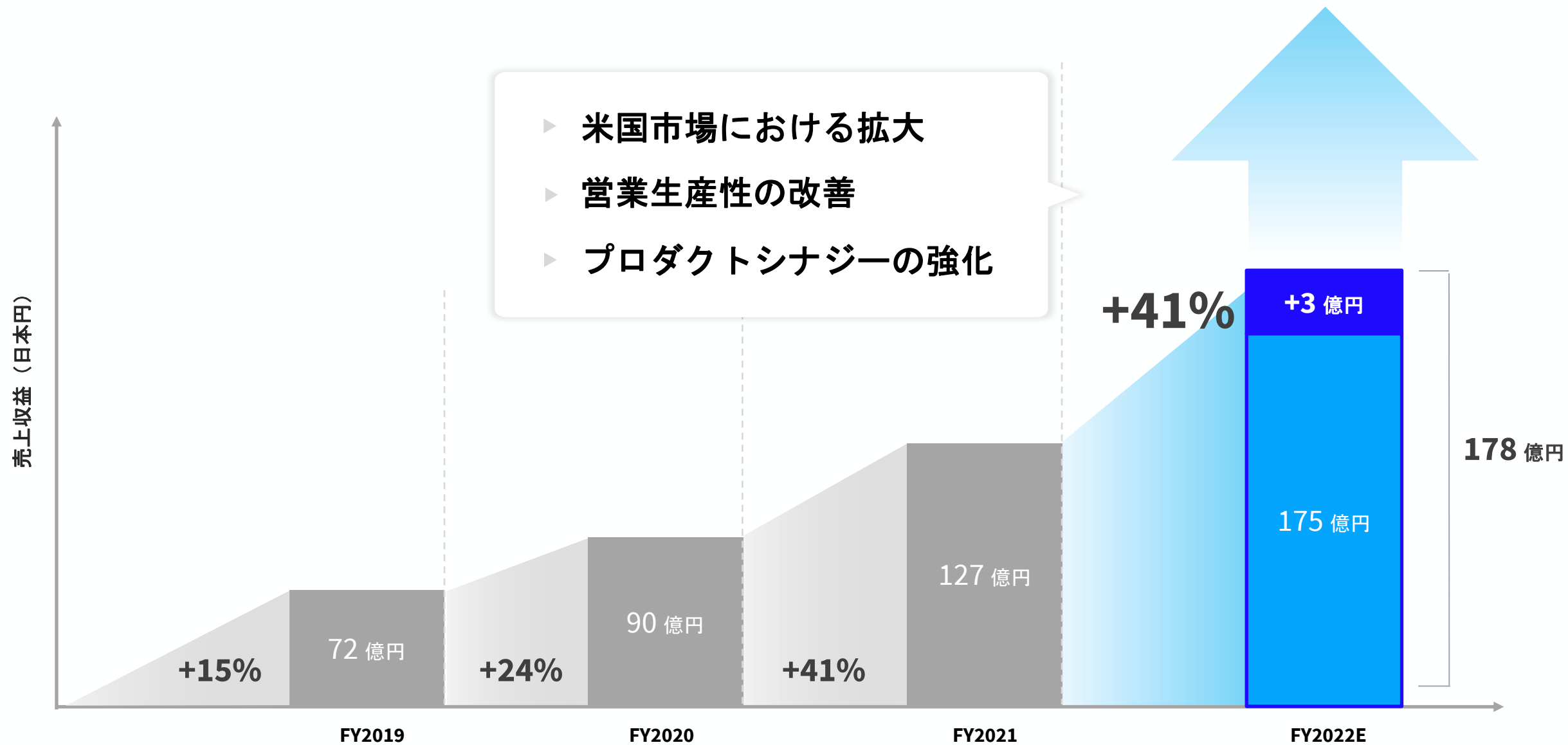
2022年度第1四半期は、(1) 国際的な地域拡大、(2) 新規顧客の獲得、(3) 既存顧客の拡大が予想を上回り、当初計画値を超過
修正後の業績予想は2022年度第1四半期の業績を反映したもの

	前回発表予想		今回修正予想		前期比
売上収益	175 億円		178 億円		+41%
売上総利益	91 億円	51.9%	92 億円	51.9%	+48%
営業利益	-5.2 億円	-3.0%	-2.9 億円	-1.6%	改善 74%
EBITDA	5.8 億円	3.3%	8.0 億円	4.5%	+1799%

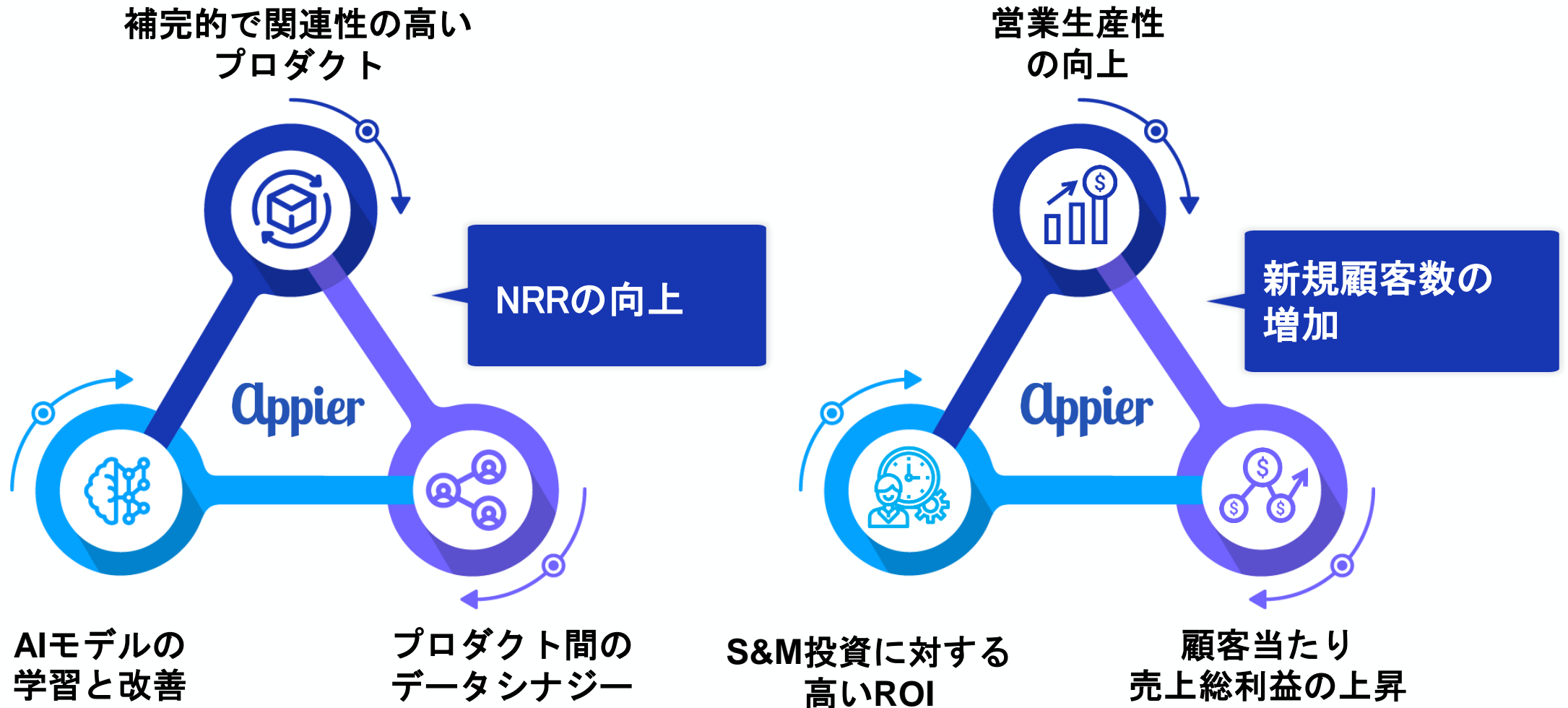
2022年度第1四半期実績が計画値を超過した結果：

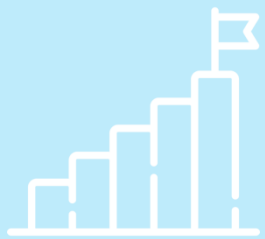
- ▶ 売上収益成長率は41%と成長が更に加速
- ▶ 営業利益は更に改善し損益分岐点に近づく

2022年: 成長と投資の年



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





2022年第1四半期
総括と実績



2022年の
業績予想修正



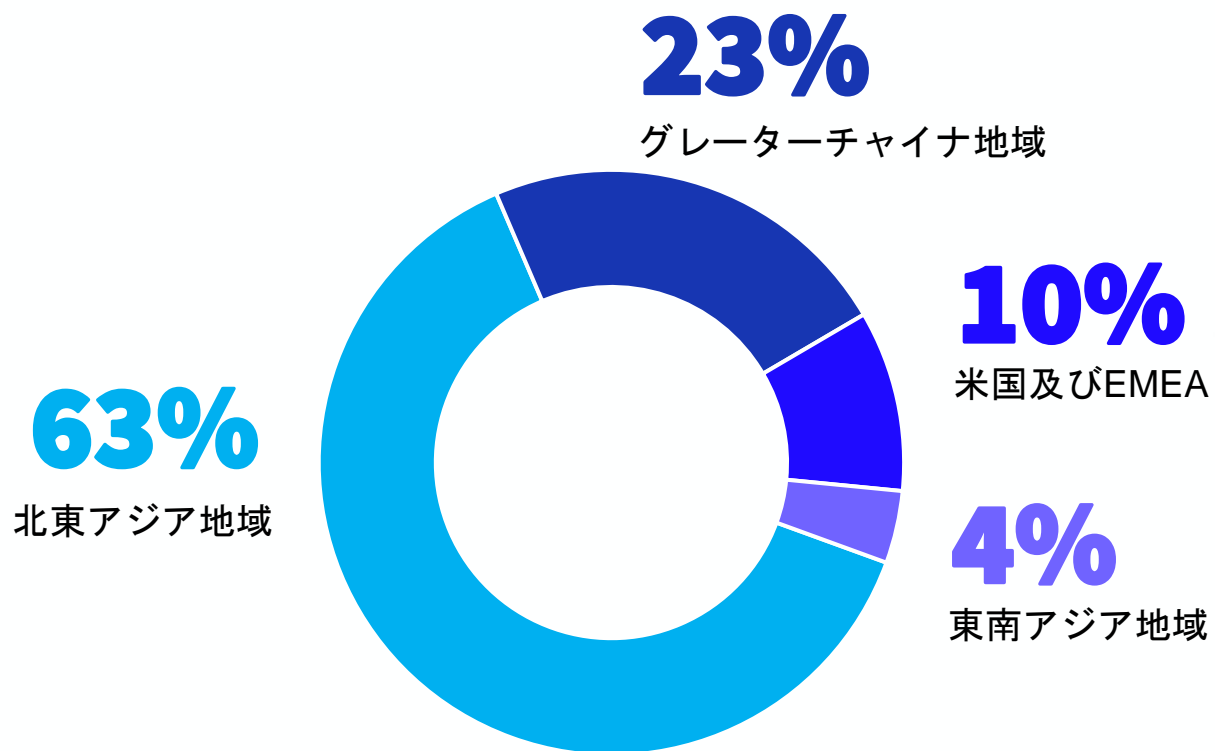
2022年第1四半期
事業指標



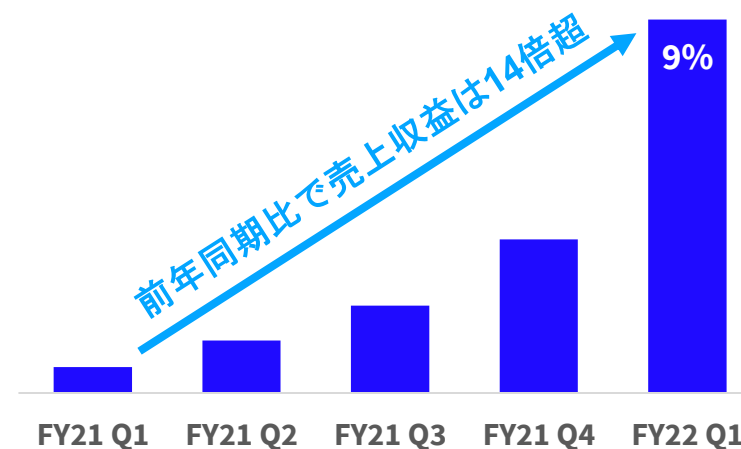
プロダクトの最新情報
ケーススタディ

多様な収益基盤： 米国は継続的に大きく成長し、新たな成長ドライバーに

FY22 Q1 地域別売上収益比率



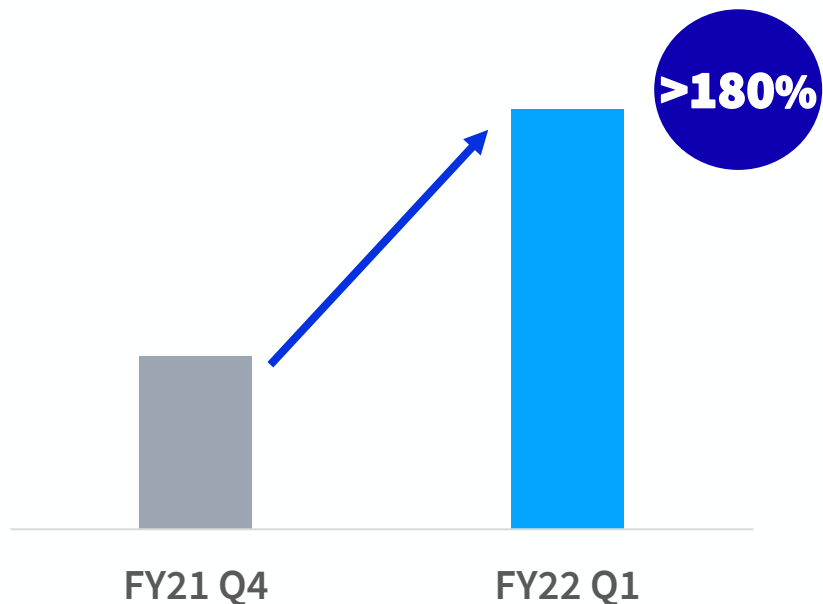
米国における売上収益は前四半期比で
180% 超成長し、前年同期の**14倍超**



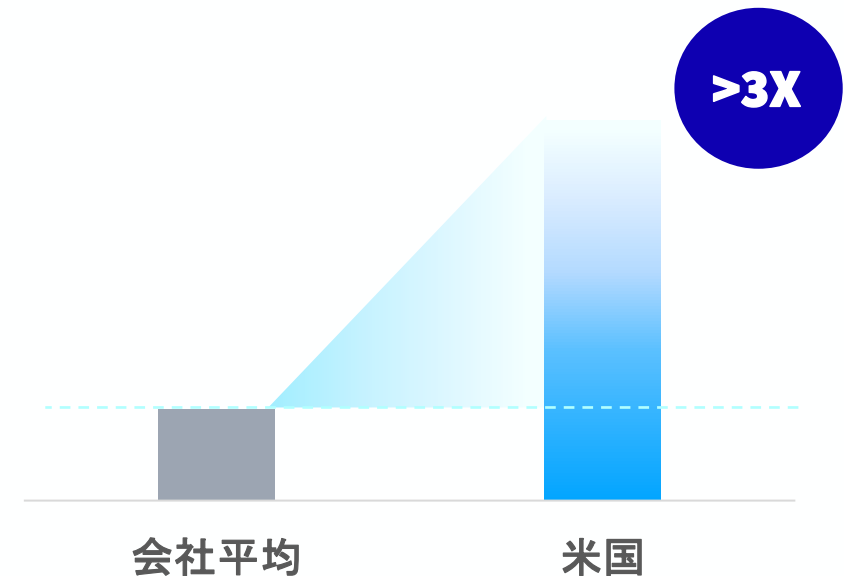
米国市場における拡大

米国市場における売上収益成長率は、FY2021の前四半期比50%から、FY2022 Q1には180%超に加速
ファーストパーティーデータのトレンドと、AI技術に関するコアコンピタンスへの高い理解により、顧客からの支持
獲得に成功
米国は他の地域に比べARPCが大きく潜在的なアップセルの可能性が高いこと、当社の実績が評価されたことが主要因

米国における売上収益（日本円）



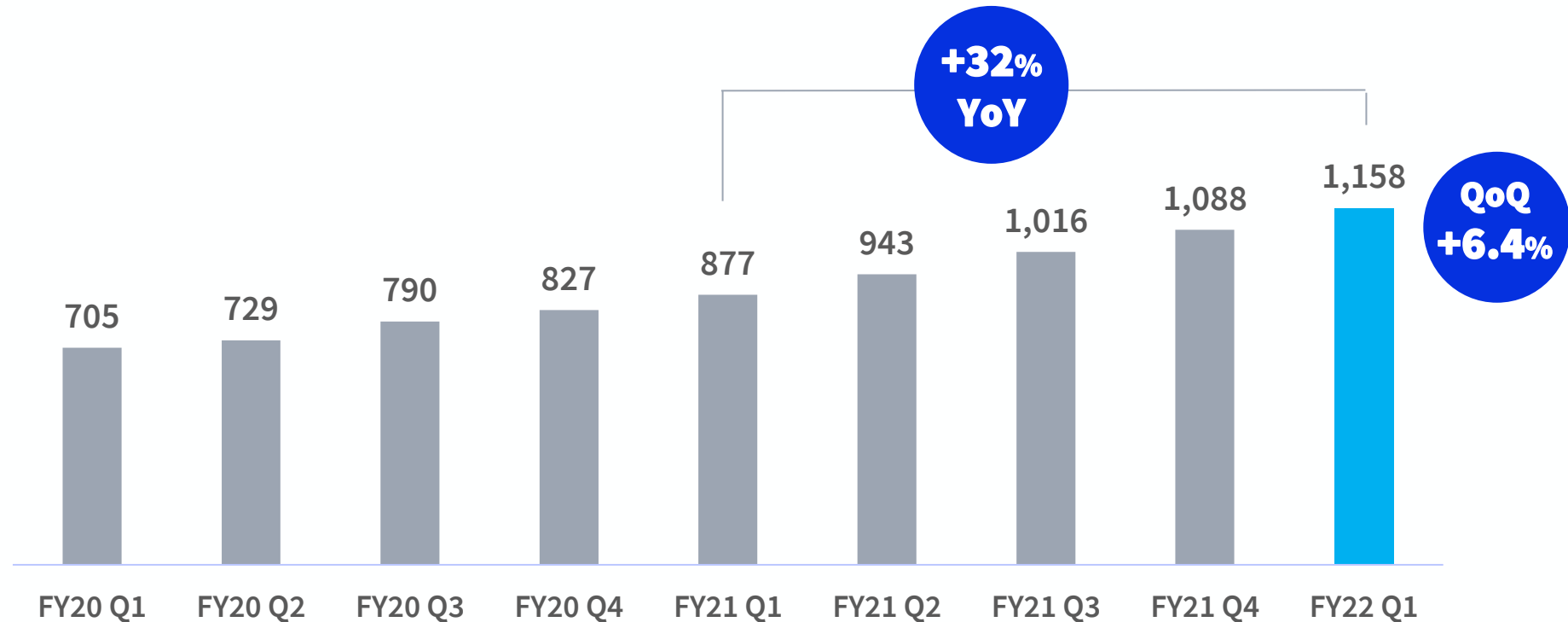
FY22 Q1 米国と会社全体のARPC比較（日本円）



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6.4%増、前年同期比32%増
FY22 Q1に獲得した新規顧客の業種は主にEコマースと消費財ブランド & 金融サービス
(新規顧客のうち、31%がEコマース、23%が消費財ブランド & 金融サービス)

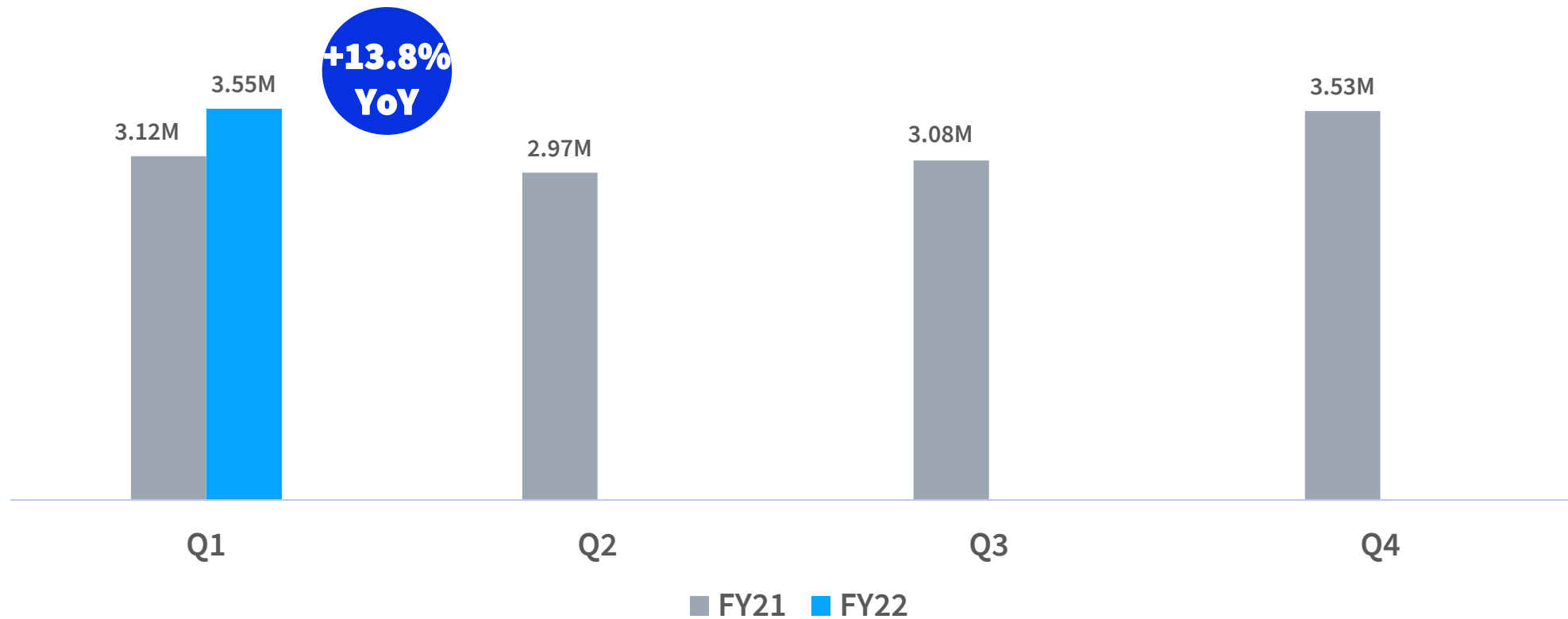
顧客企業数⁽¹⁾



(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）

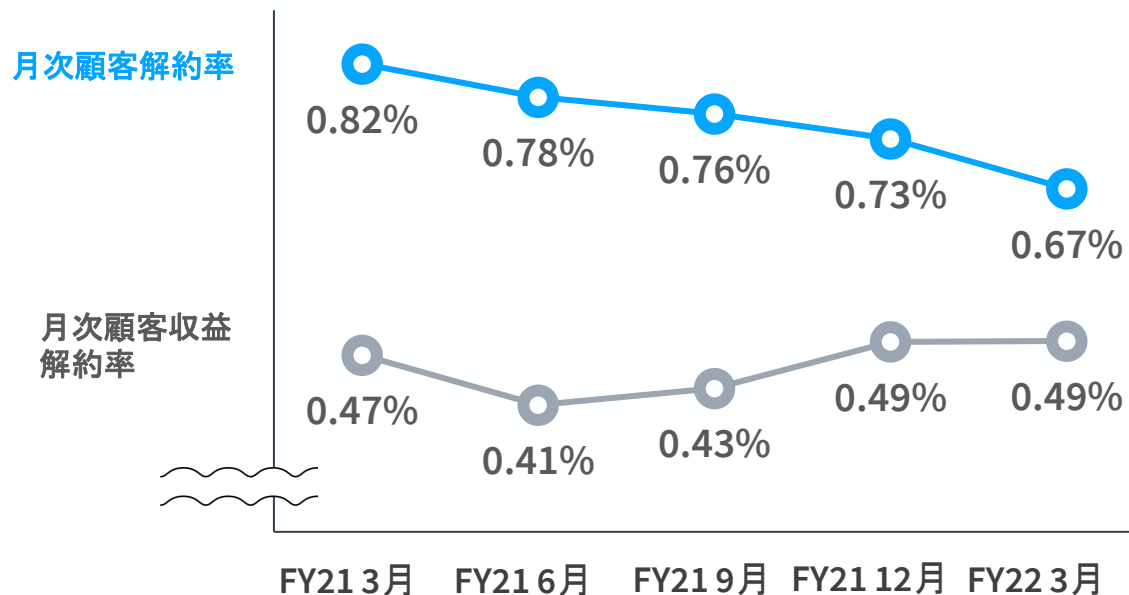


(1) 「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

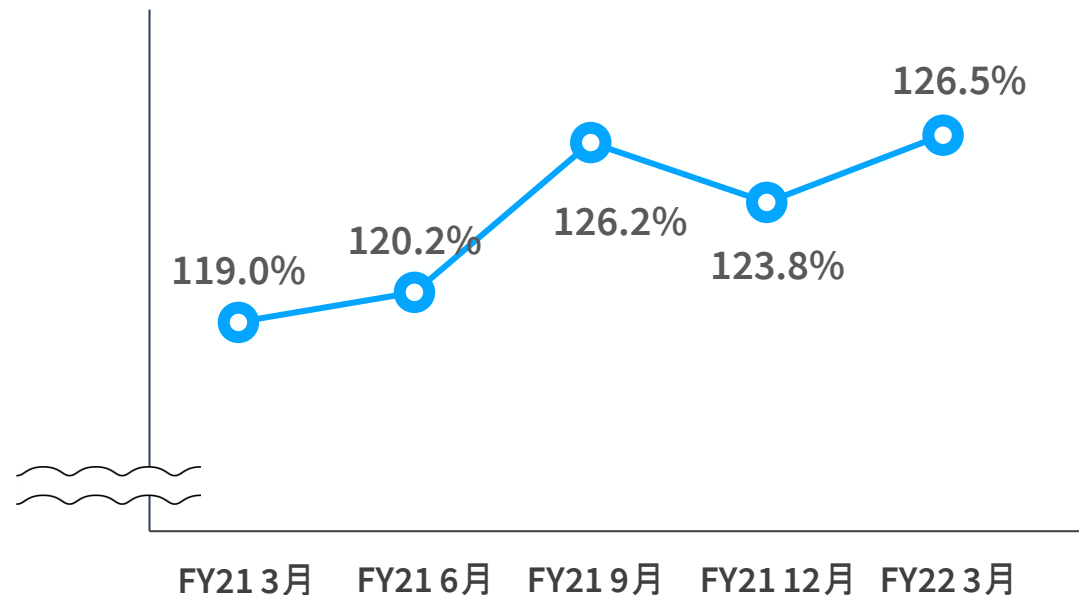
©Appier Group, Inc. (along with its subsidiaries) All rights reserved.

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

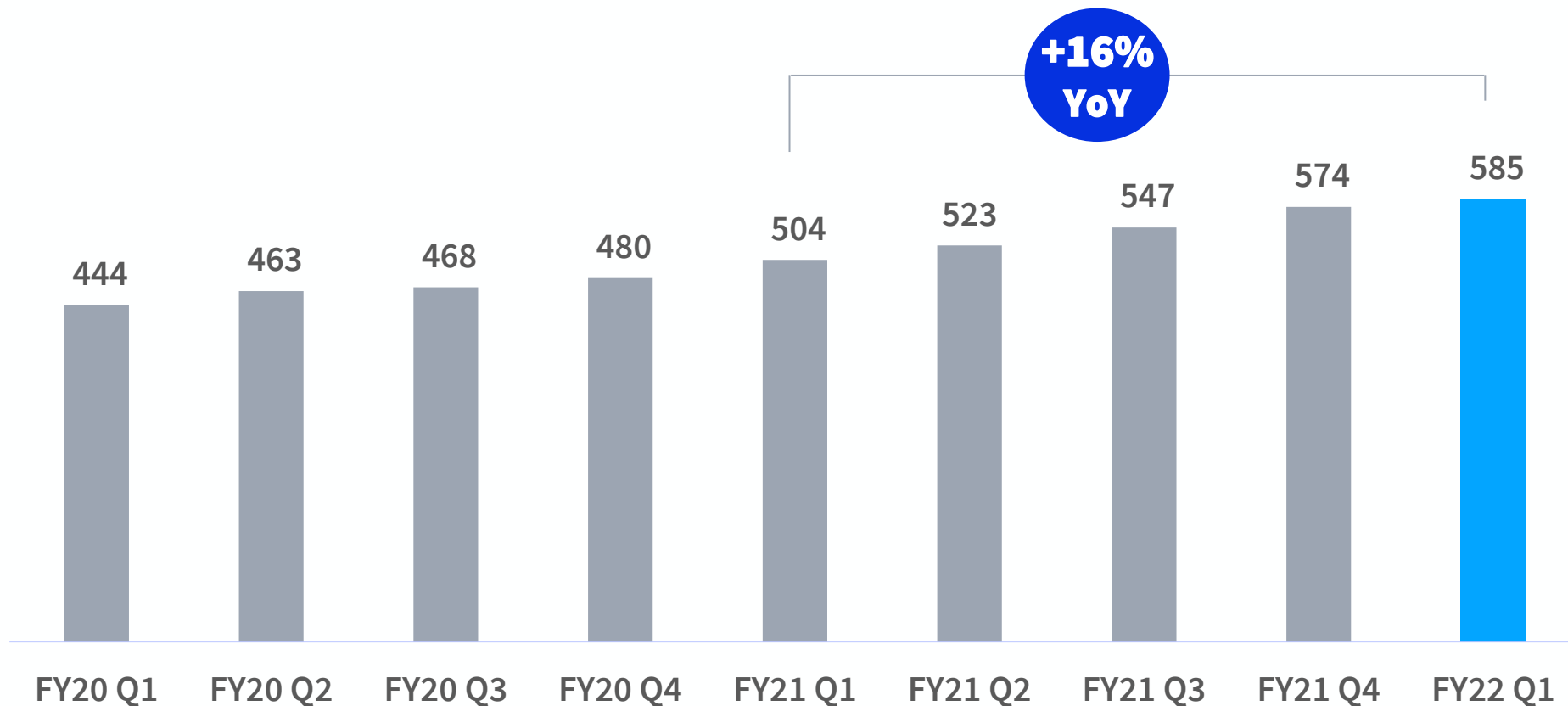
(3)直近12か月間と同じ期間となる前事業年度以前において売上があった顧客のうち、前事業年度の当該期間において当社ソリューションを利用した顧客からの当事業年度の直近12か月間における米国ドルで計算された売上収益の総額を、前事業年度の当該期間において当該顧客から米国ドルで計算された売上収益の総額で除して算出

(4)上記計算にはBotBonnieの顧客は含まれていない

(5) FY22 Q1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

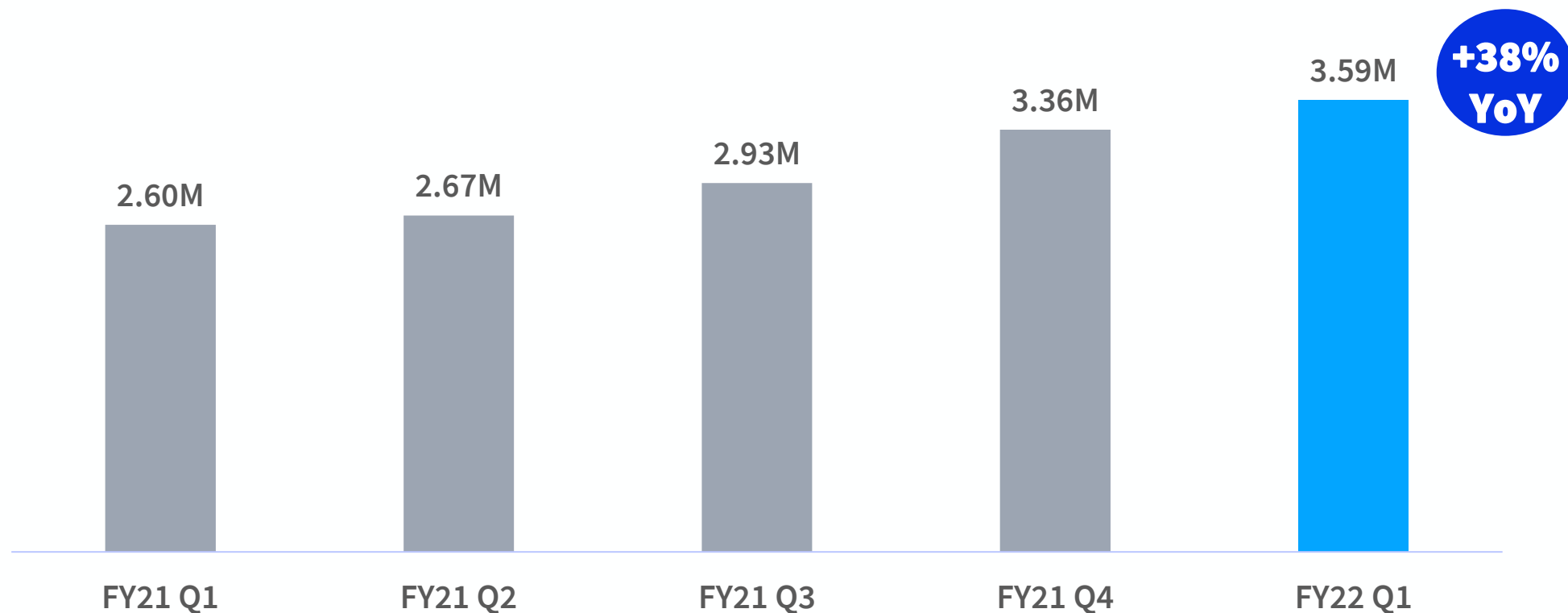
成長機会を拡大するための採用活動 継続的な人材投資

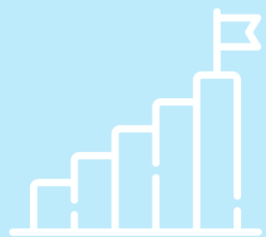
従業員数



生産性の改善

四半期売上総利益 / 従業員数 (日本円)





2022年第1四半期
総括と実績



2022年の
業績予想修正

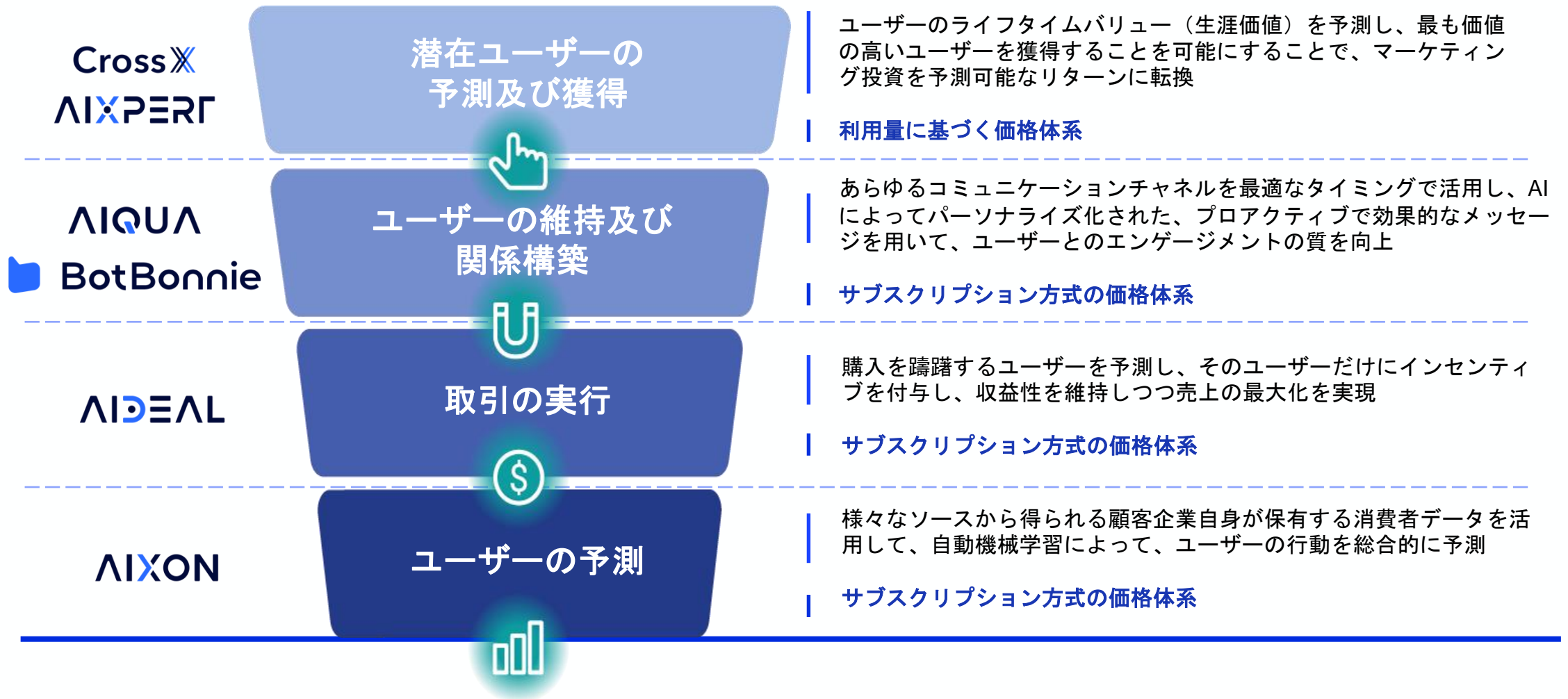


2022年第1四半期
事業指標



プロダクトの最新情報
ケーススタディ

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

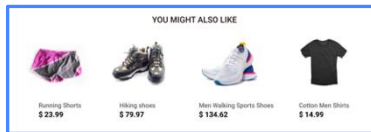
主な差別化要因

- 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



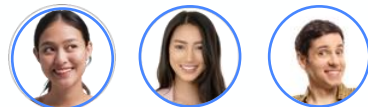
リアルタイムでユーザーの好みを予測



リアルタイムのAI レコメンデーション

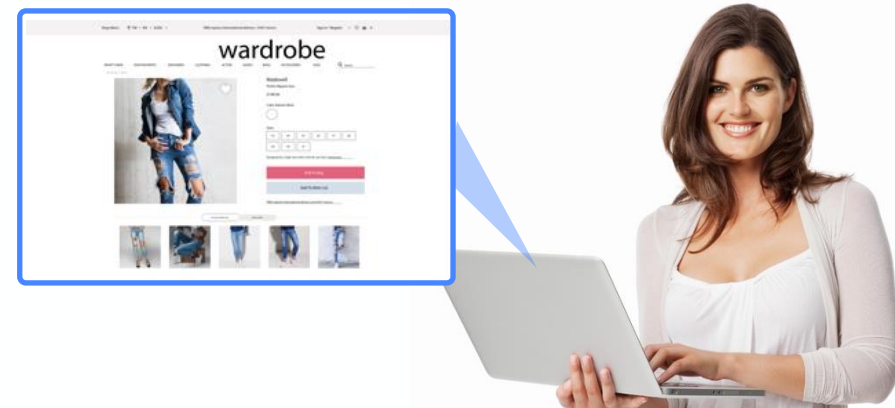


リアルタイムで行動パターンを学習

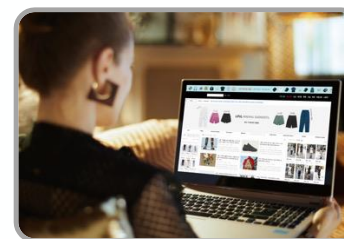


価値のあるユーザーを発見

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 マーケティング経験が浅くても簡単にキャンペーン効果の測定や利用者の実態把握ができる普遍的な分析機能

パーソナライズできる
柔軟なウィジェット

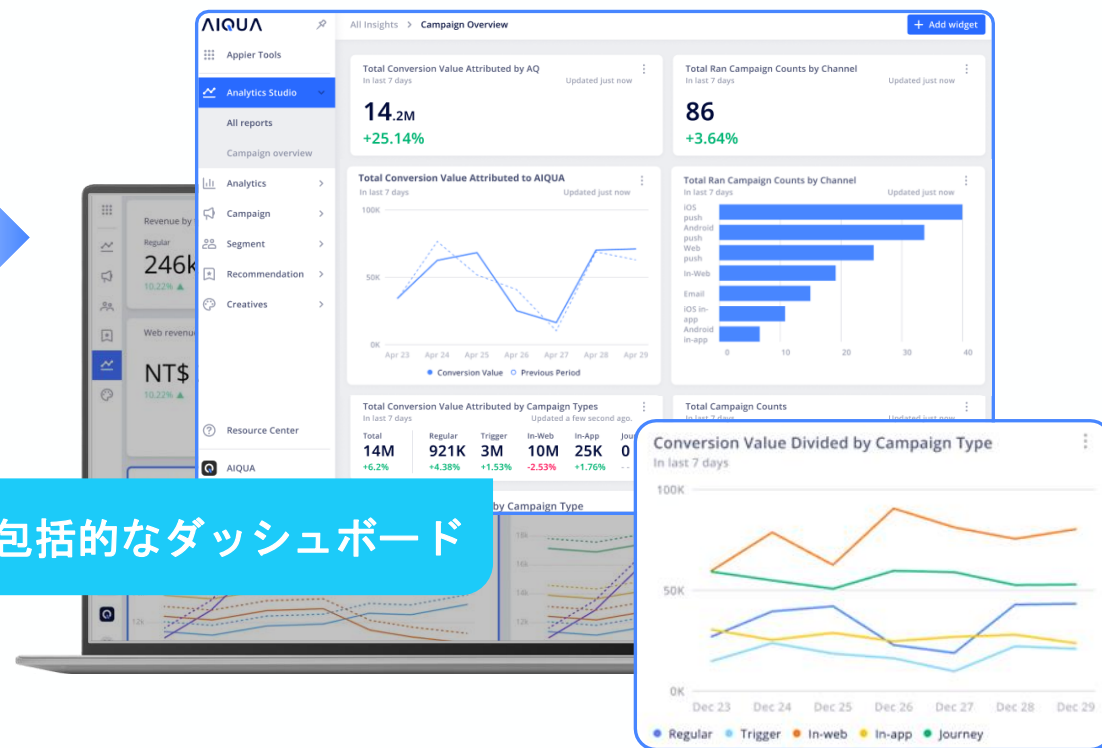


使いやすく柔軟なウィジェット設定により
ダッシュボードをパーソナライズできる

普遍的な分析機能

効果測定とデータ比較のための包括的なダッシュボード

包括的なダッシュボード



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



BotBonnie



BotBonnieは最も人気のあるメッセージングプラットフォーム上に構築された
会話型マーケティングソリューション

LINE、Facebookメッセージ、Instagram、WhatsApp、ウェブサイト、
Googleビジネスメッセージなど、フォロワーのポテンシャルを最大限に活用

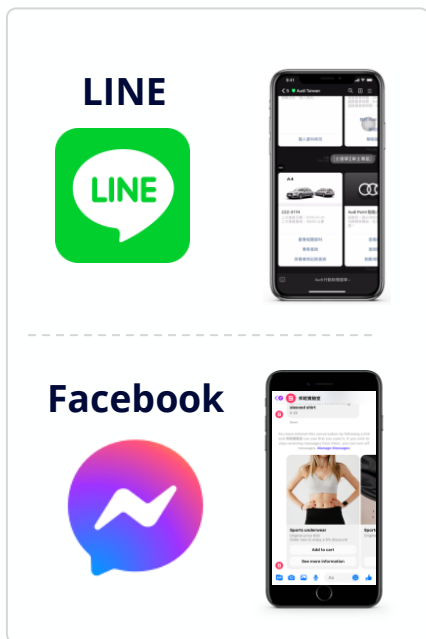
マーケティング担当者がノーコードで
迅速なメッセージ配信ソリューション

ゲームを応用したマーケティングモジュールを
構築し、魅力的な顧客体験によりコンバージョンを促進

BotBonnie 全てに利用可能な一つのプラットフォーム

顧客とのメッセージのやり取りを管理する単一のプラットフォーム：Messenger/LINE/Instagram/Webchat/WhatsApp

従来のチャンネル

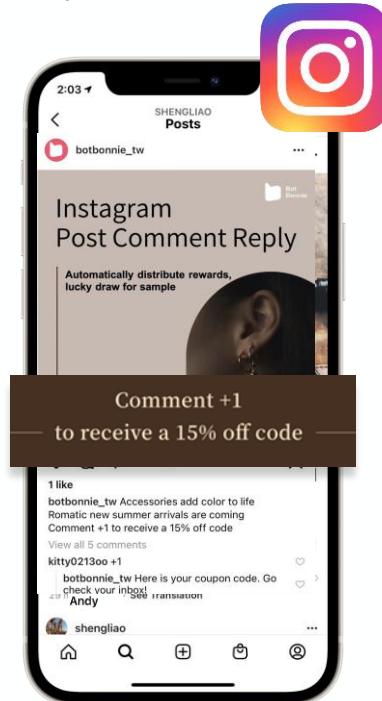


新たに追加されたチャンネル

Instagram

獲得

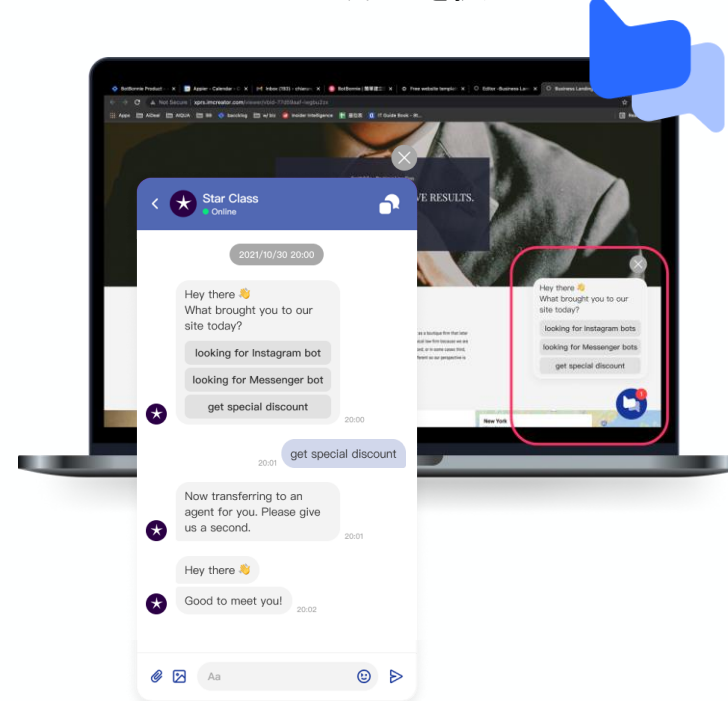
ミレニアル世代とZ世代へのアプローチ



WebChat

取引実行

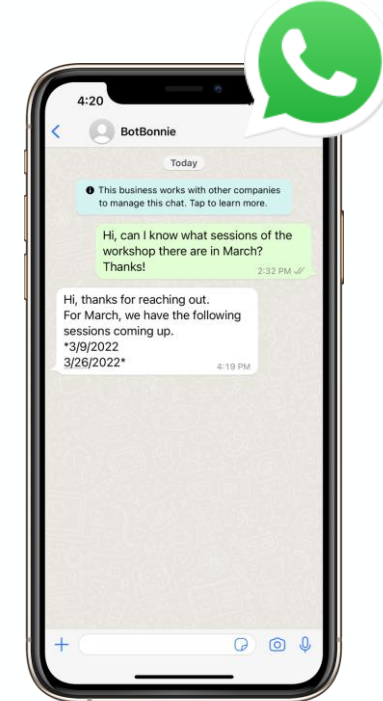
リアルタイムでのユーザーとのやり取りにより売上を拡大



WhatsApp

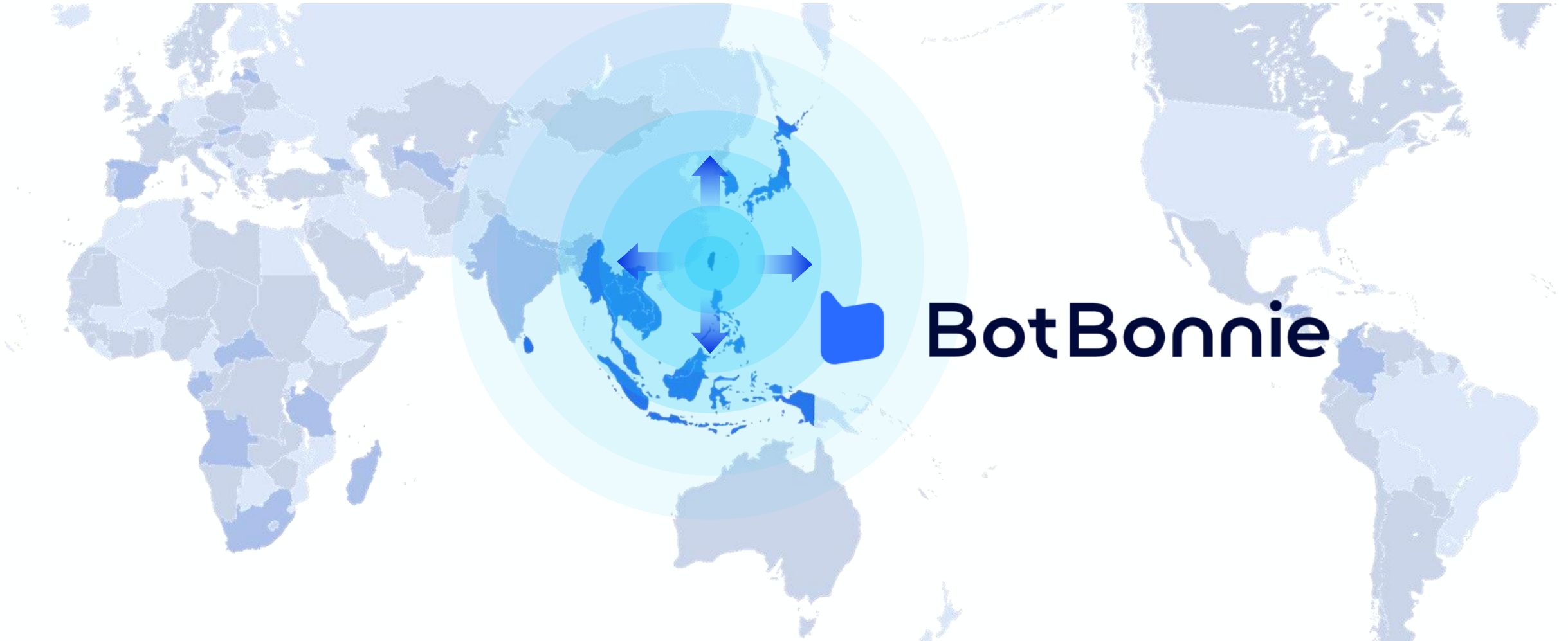
顧客維持

顧客サービスの自動化によりロイヤルティを高める



BotBonnie 地域拡大

BotBonnieは顧客の需要に応え主要なチャネルを拡大し、単一のプラットフォームでより多くの地域に進出



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

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 自動機械学習は限られたデータ量での複雑な機械学習プロセスを自動化し、高い精度の予測を提供

AIXONは、複数のシナリオを分析・シミュレーションすることで、ラベル付きデータが不十分な状況にも対応し、顧客企業に最適な予測結果を提供することで、効果的なマーケティングキャンペーンを可能に



AIXON 数回のクリックで全てのデータを統合し分析することが可能



AIXON
数回のクリック
で簡単に

The screenshot displays the AIXON user interface. On the left is a navigation menu with categories: APPIER TOOLS, INSIGHT, AUDIENCE, DATA SCIENCE, Prediction, AI Brain, Robot, NOTIFICATIONS, DATA MANAGEMENT, INTEGRATION, MY INTERESTS, HELP CENTER, and yes@appier.com. The main content area is titled 'Data Connection List' and shows a table of 'DATA CONNECTIONS' with columns for name, last sync time, and status. The connections listed are: appier Shot AWS S3, SFTP (1), Appier Shop BigQuery (multiple instances), and Google sheet (1). To the right of the screenshot is a '予測' (Prediction) section with 'EXPORT DESTINATIONS' including SFTP, Facebook, and Tealium (via AWS).



2022年第1四半期
総括と実績



2022年の
業績予想修正



2022年第1四半期
事業指標



プロダクトの最新情報
ケーススタディ

AIXON SenhengはOMO及び顧客予測モデルの利用により 注文金額が12倍に

Senheng: マレーシアの大手家電量販店

課題: オフラインとオンラインのユーザーID/プロフィールを統合し、購買意欲の高い顧客に新製品を訴求することが困難

成果:

SenhengはAIXONを活用することにより、オフラインとオンラインのデータを統合し、予測モデルによって**購買意欲の高い顧客のリスト**を作成し、**一連のプロモーション活動**を非常に効果的に行うことに成功



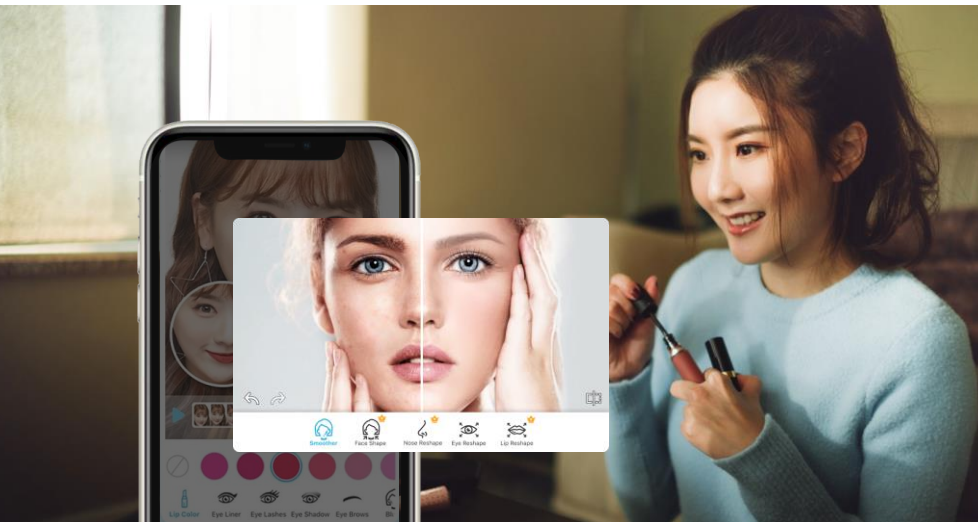
AIXPERT 異なる地域で効率的にユーザーを獲得することで、オペレーションの時間を **66%** 削減

PERFECT: 美容・ファッション業界においてAI & AR（拡張現実）ソリューションを提供するグローバルなリーディングカンパニー

課題: ユーザー獲得活動を手作業で行っているため、生産性が低く、様々なキャンペーン戦略を組み合わせるカスタマイズすることが困難

成果:

AIXPERTは**AIによる自動化**を活用し、最適な予算配分を自動で行うことで、**ユーザー獲得費用を32%削減**。マーケティング担当者がすべての潜在ユーザーを把握しなくても、新たなターゲットセグメントを自動的に発見することが可能に



PX MartはAppierの法人顧客向けソリューションを採用し、OMOのデジタル戦略展開を強化

PX Mart:

台湾全土に1,000超の実店舗を展開する台湾最大のスーパーマーケットチェーン

課題: PX Mart(会社ウェブサイト)、PX Pay(モバイル決済)、PXGo!(Eコマースプラットフォーム)、POS(オンラインデータ)を含む複数のプラットフォームのデータが統合・強化されておらず、パーソナライズされた顧客体験を効果的に提供できない。

AIXON AIQUA BotBonnie

目標:

PX Martのデジタル戦略全般を強化し、業務効率を最適化する。PX Martが市場の不確実性に対応するための柔軟性を高め、データ資産を拡大し、ブランド、顧客、サプライヤーがWin-Winとなる状況を作り出す。



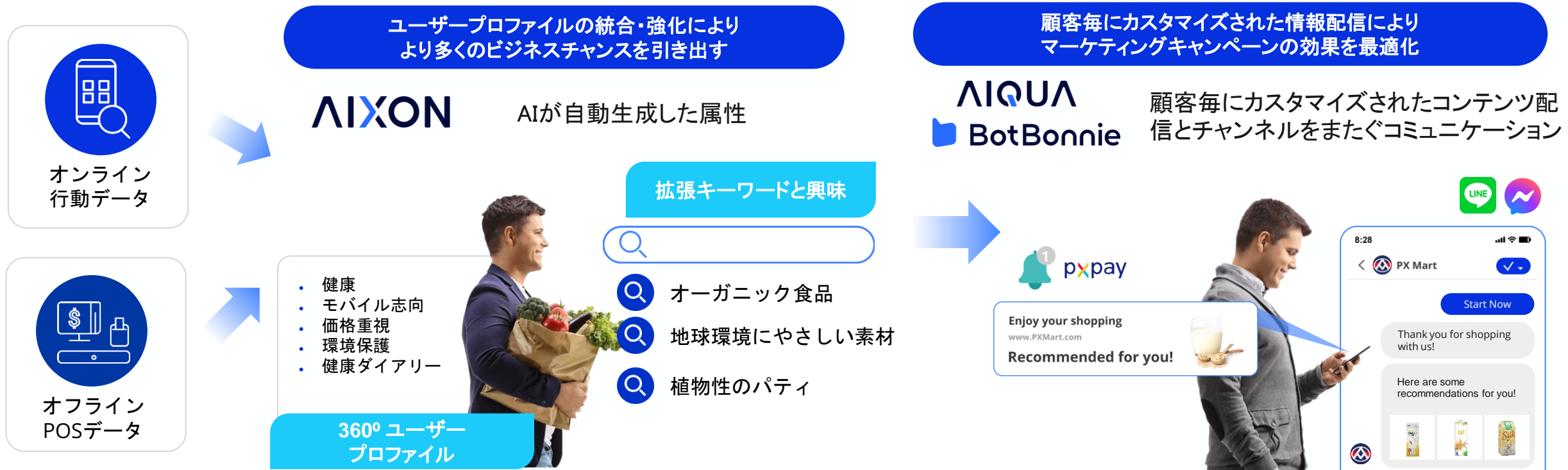


Appierの法人顧客向けソリューション： オンライン、モバイル、実店舗においてシームレスな顧客体験を提供

戦略：

- 自動化されたマーケティングツールや会話型マーケティングソリューションを活用し、顧客毎にカスタマイズされた購買体験を改善
- 複数チャネルのデータを統合し、タイムリーに顧客の実態を把握することで、需要を正確に見だし顧客満足度を上昇

当社のソリューション



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



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)



AI100

CB Insights AI100に選定
(2017, 2018)



Top 50

AI革命を牽引する50社に選定
(2017)



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

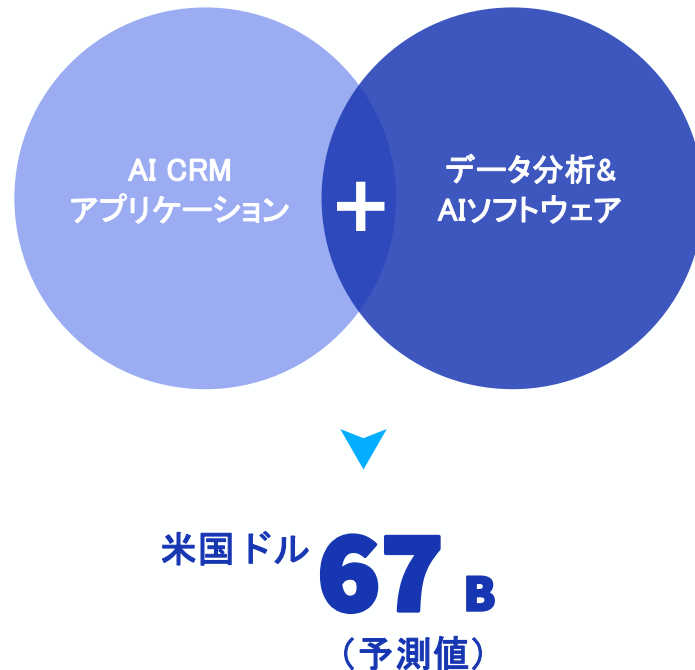
国際的な自動車ブランド

- 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 2022年

IDC (1)



ボトムアップ予測 2022年

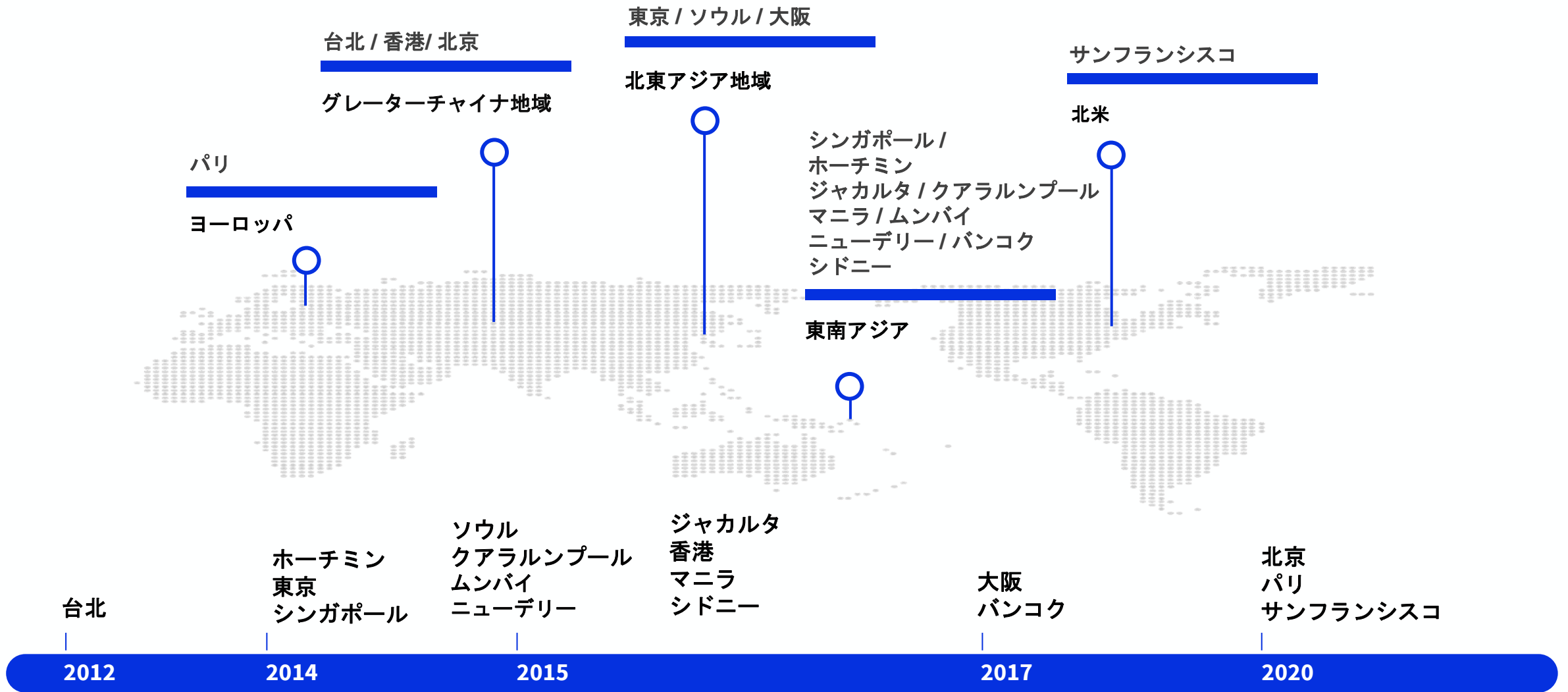


(1) 出所: IDC Semiannual Artificial Intelligence Tracker, 2H 2020 (July 2021)

(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 116.21

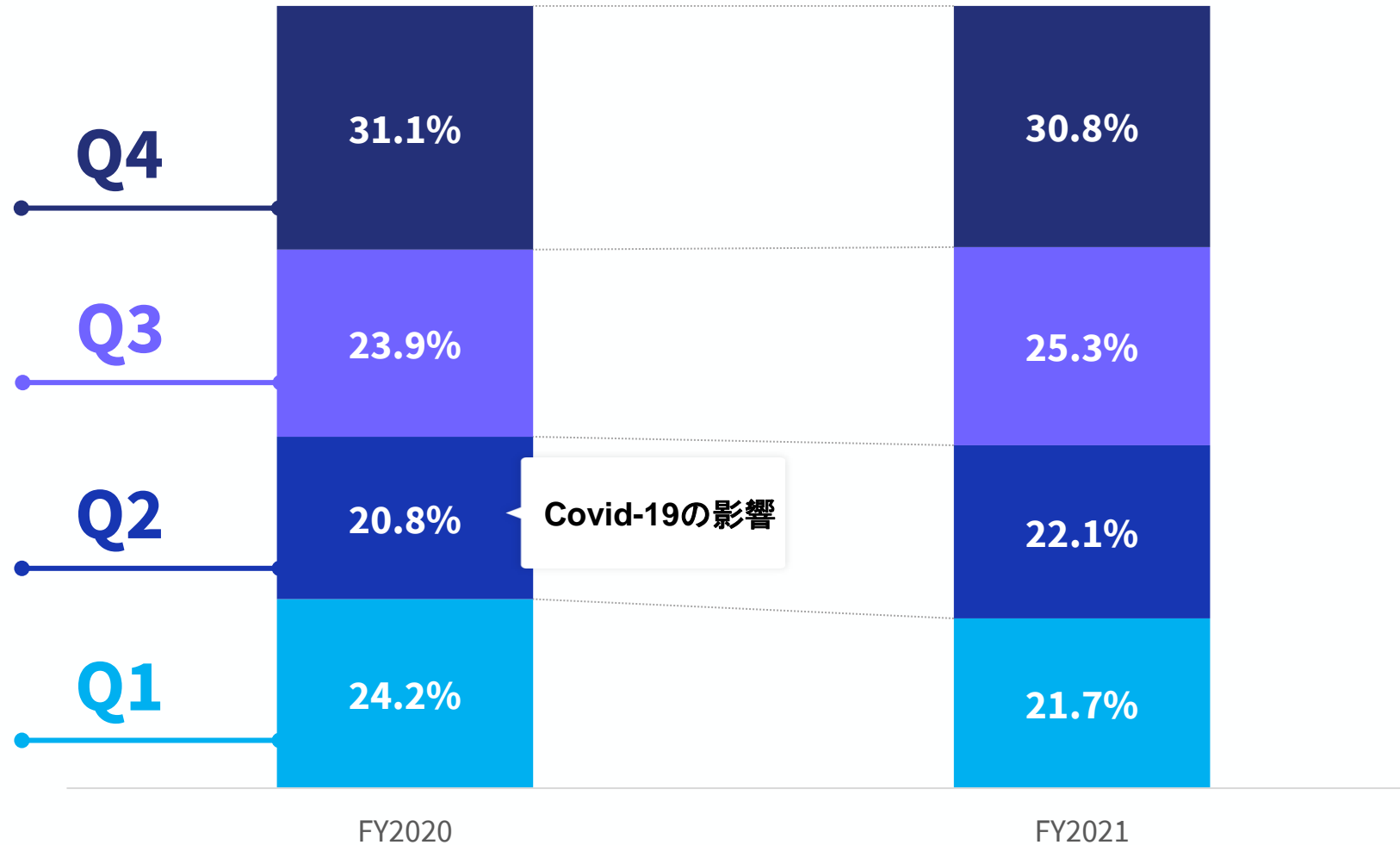
(3) 社内の見積りにより算出。APACのマーケティング投資のうち、当社のシェアはECで約3%、デジタルコンテンツで約2%、その他で約1%。マーケティング投資のうち、ECが30%、デジタルコンテンツが20%を占める。APACのマーケティング投資のうち当社は約1.8%のシェアを持つ。eMarketerの推計によると、グローバルのマーケティング投資のうち34.8%をAPACが占めており、当社はグローバルのマーケティング投資の0.2%のシェアを占めている。

Appierのグローバル展開：全世界17拠点



四半期ごとの季節性

売上収益の四半期別内訳



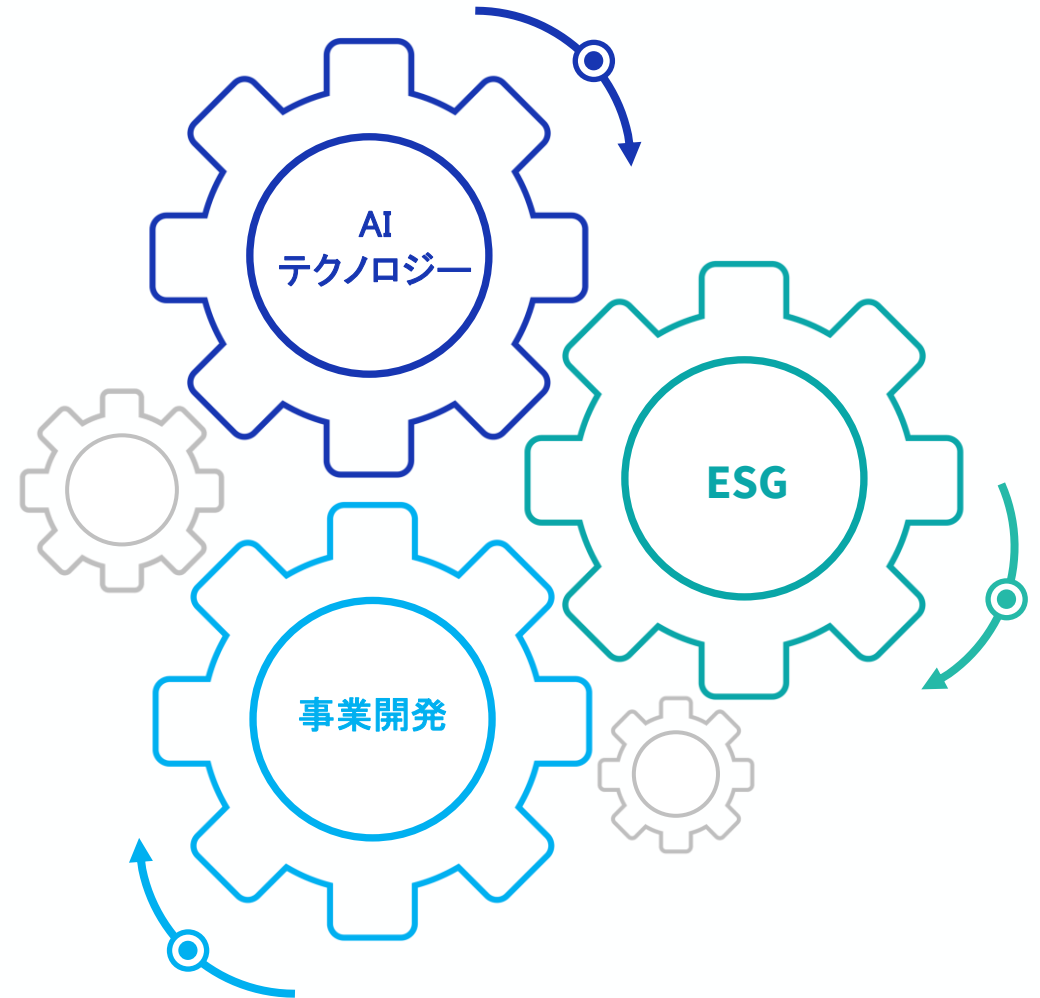
ESGの取組み

当社のコミットメント

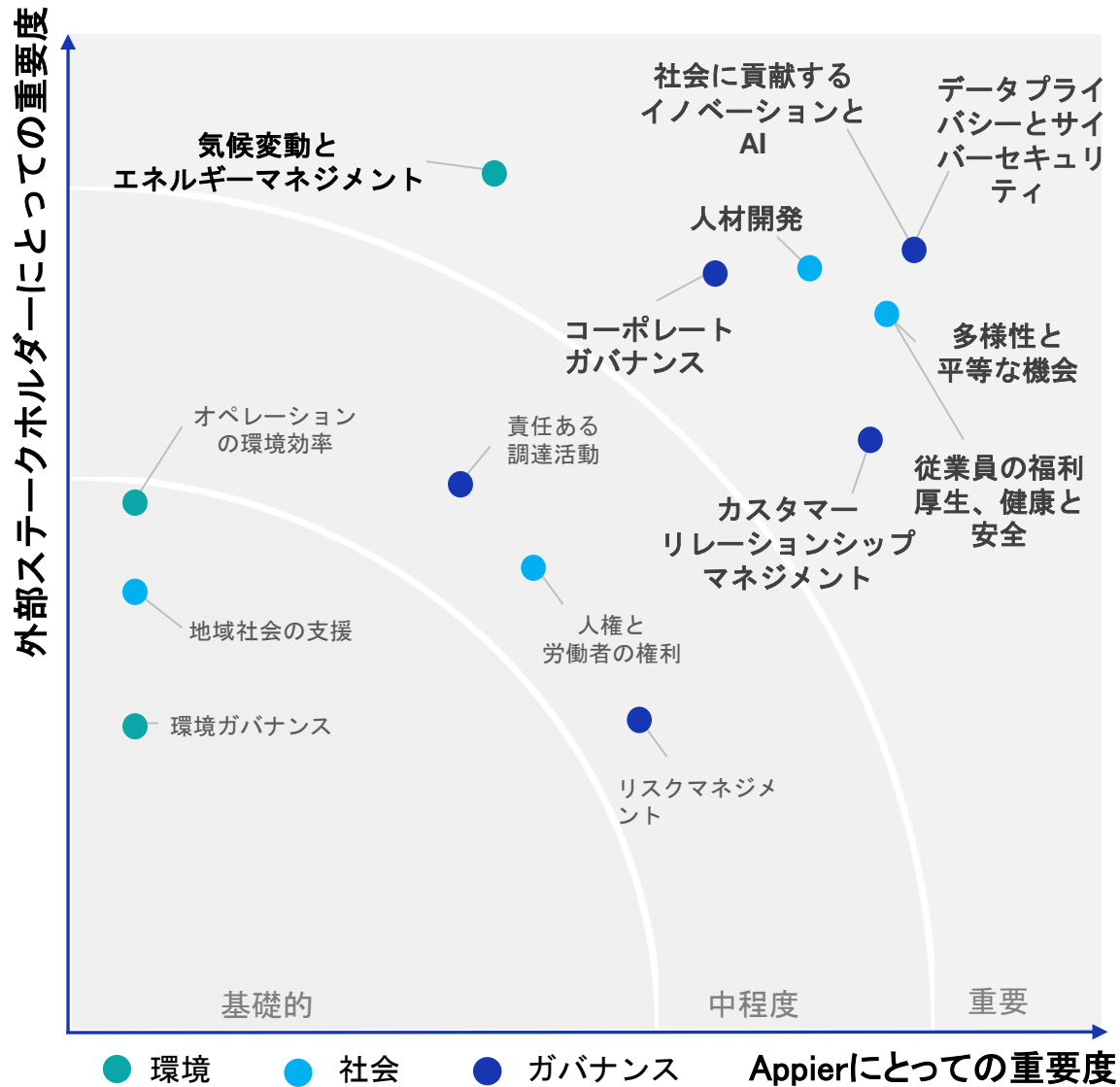
ESGをビジネスに組み込む

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



当社のメソドロジー

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

財務データサマリー

(百万円)

	2020	2021	2021Q1 会計期間	2022Q1 会計期間	YoY
損益計算書のサマリー:					
売上収益	8,970	12,661	2,749	4,197	53%
売上原価	(4,844)	(6,422)	(1,439)	(2,097)	
売上総利益	4,126	6,239	1,311	2,101	60%
売上総利益率	46%	49%	48%	50%	
販売及びマーケティング費用 (S&M)	(3,460)	(4,322)	(1,021)	(1,346)	
対売上収益比率	39%	34%	37%	32%	
研究開発費 (R&D)	(1,491)	(1,711)	(422)	(461)	
対売上収益比率	17%	14%	15%	11%	
一般管理費 (G&A)	(808)	(1,349)	(405)	(349)	
対売上収益比率	9%	11%	15%	8%	
その他の収益	76	28	4	59	
その他の費用	(20)	(2)	(2)	(1)	
営業損失	(1,578)	(1,117)	(536)	3	
上場関連の一時的費用 (1)	-	(278)	(278)	-	
営業損失 (上場関連の一時費用を除く)	(1,578)	(839)	(258)	3	
EBITDA (上場関連の一時費用を除く)	(1,103)	42	(112)	262	
EBITDAマージン	-12%	0%	-4%	6%	

(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)

	2020	2021	2022Q1
貸借対照表のサマリー:			
現金及び現金同等物	1,635	6,561	3,677
定期預金	6,577	14,939	17,008
その他の金融資産	-	-	974
流動資産合計	10,046	24,484	24,758
資産合計	12,394	31,206	31,969
負債合計	4,726	8,370	7,855
資本合計	7,668	22,836	24,114

(百万円)

	2020	2021	2022Q1
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	(840)	(747)	(341)
投資活動によるキャッシュフロー	(2,706)	(9,075)	(2,569)
財務活動によるキャッシュフロー	1,161	14,396	(122)
現金及び現金同等物期末残高	1,635	6,561	3,677

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。
