

MAKING AI EASY

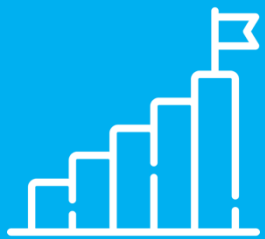
BY MAKING
SOFTWARE INTELLIGENT

2022年12月期 第2四半期 決算説明資料 2022年8月

ミッション

ソフトウェアをよりスマートに、AIでROIを向上させる





2022年第2四半期
総括と実績



2022年の
業績予想



2022年第2四半期
事業指標



プロダクトの最新情報

2022年第2四半期の実績



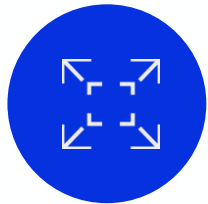
成長と収益性の両立

- 売上収益は **44億円** で、前年同期比増収率は直近3年間で最高の **56%**。売上総利益は前年同期比 **57%** 増
- 米国及びEMEA市場での売上は前年同期比で **9倍超** に拡大し、売上収益全体に占める割合は **12%**
- 営業利益率は前年同期比で **7%ポイント** 改善。EBITDAマージンは前年同期比で **6%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 **127.3%** まで拡大
- 顧客企業数は **1,228** 社となり、前年同期比 **30%** の増加
- 月次顧客解約率は **0.62%** と過去最低レベルまで改善



2022年度下半期は旺盛な需要と利益成長を想定

- 当社のソリューションは顧客企業のマーケティング投資を測定可能な利益に変えるものであり、現状の見方ではマクロ経済の当社業績への影響は限定的で、2022年度下半期も需要の拡大と事業モメンタムは継続する見通し
- 米国及びEMEAはTAMが大きく、高い成長モメンタムを想定
- アジア地域においては、トップティア企業を獲得することで、顧客の業種を更に拡大
- 第2四半期の業績達成状況を踏まえ、**通期売上収益目標を185億円に上方修正**
- 事業の効率性により**2022年度下半期は営業黒字化を見込み**、**通期営業利益も損益分岐レベルに上方修正**

2022年第2四半期ハイライト

売上収益

JPY **44億**

売上収益成長率⁽¹⁾

+56%

EBITDA⁽²⁾

JPY **2億**

売上総利益成長率⁽³⁾

+57%

ARR⁽⁴⁾

JPY **166億**

LTM NRR⁽⁵⁾

127.3%

(1) FY2021Q2とFY2022Q2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) FY2021Q2とFY2022Q2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)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

2022年第2四半期ハイライト

FY2022 業績予想の進捗 (売上収益)

事業規模

1,228

顧客企業数

166億円

ARR

599

従業員数

成長速度

56%

前年同期比
売上収益成長率

57%

前年同期比
売上総利益成長率

53%

前年同期比
ARR成長率

安定性

127.3%

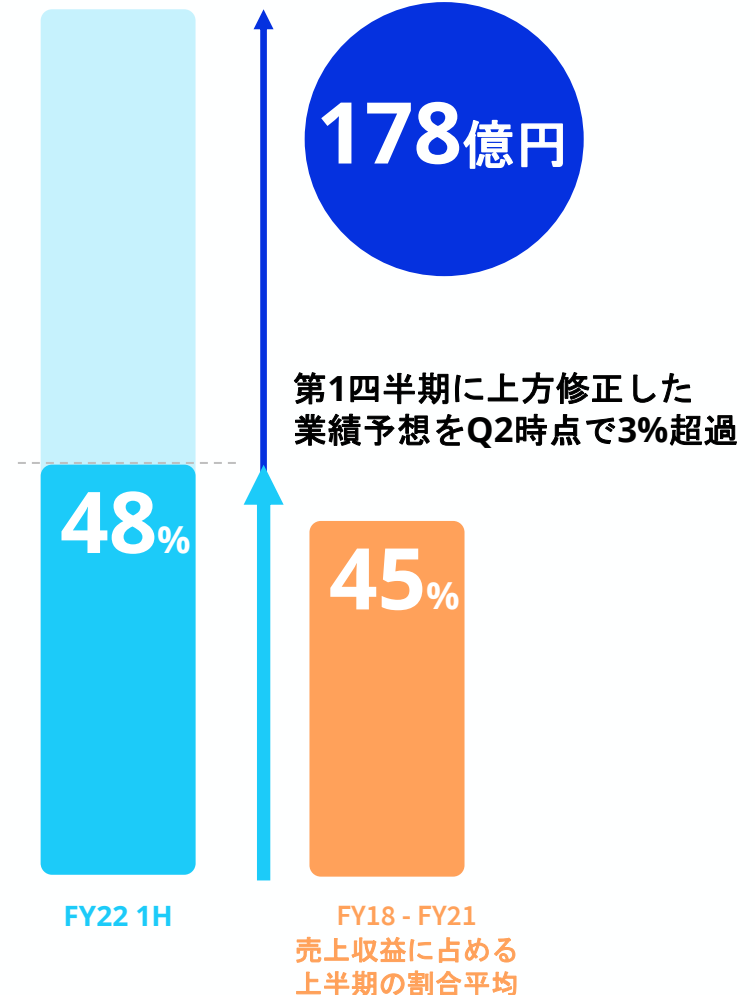
LTM NRR

0.62%

月次顧客解約率

5%

EBITDAマージン



売上収益の推移

既存顧客は、明確かつ測定可能な収益リターンをもたらすソリューションに一層注力するようになり、継続して利用増加
新規顧客の獲得に注力した結果、季節的に低調な四半期にもかかわらず、2022年度第2四半期は当初の目標を上回り、売上収益は過去最高を更新
当社のファーストパーティーデータ中心のソリューションは、先進的なAI技術を通じて、引き続き顧客企業の収益拡大に貢献

売上収益（日本円）



増収要因

44% 新規顧客から

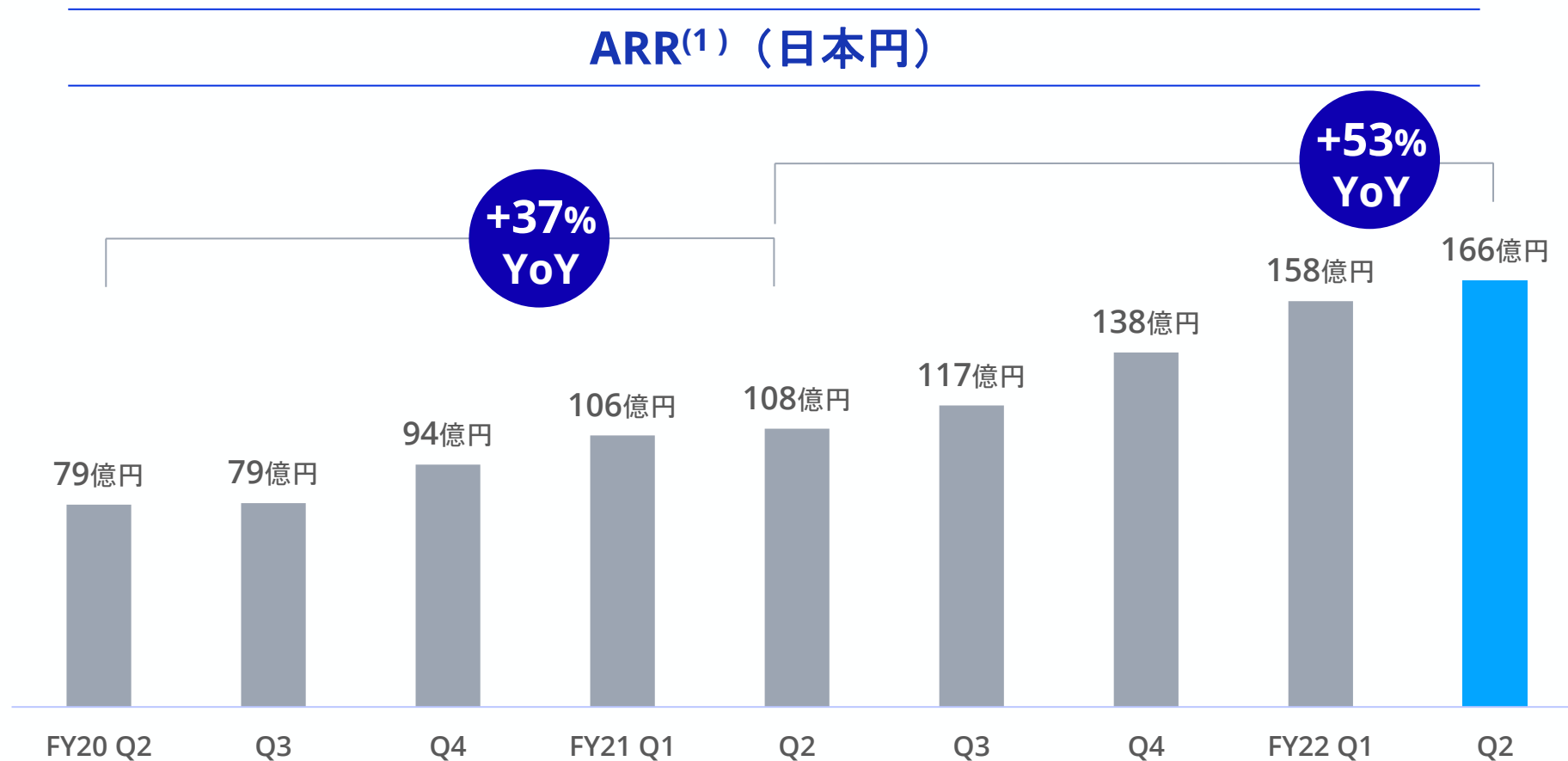
56% 既存顧客から

- ▶ 当社ソリューションへの顧客からの信頼向上および需要の拡大
- ▶ APAC地域における新たな業種への顧客層の拡大
- ▶ 米国及びEMEA地域の顧客からの強い支持の広がり

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

ARRの前年同期比成長率は37%から53%へと上昇し、成長モメンタムは複数の成長ドライバーによる継続を想定

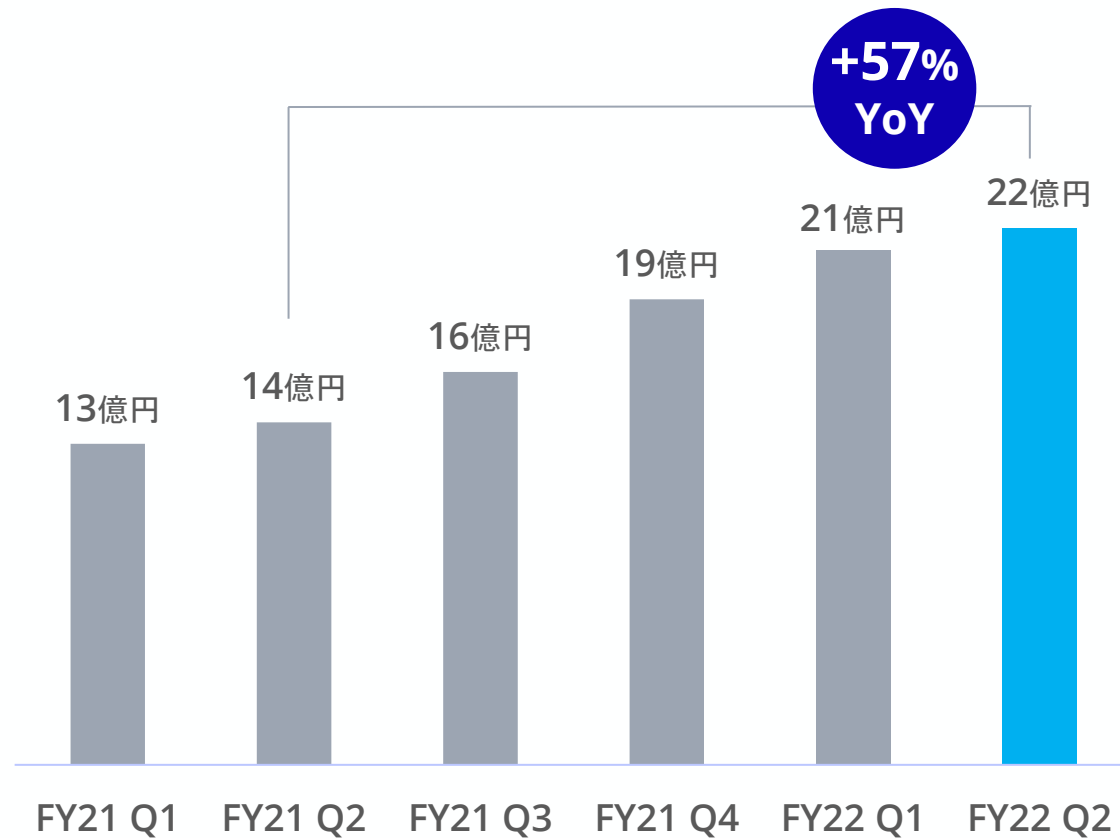


(1) 各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション (AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie) についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益 (MRR) に12を掛けて算出 (ii) 利用量ベースの価格体系のCrossXについての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益 (MRR) の平均に12を掛けて算出

売上総利益

売上総利益は売上総利益率の改善と売上収益成長の加速により、前年同期比57%増となり過去最高を更新
2022年度第3四半期以降は、サーバー費用の単価改善により更なる売上総利益率の改善を想定

売上総利益（日本円） & マージン



売上総利益率 From **49.9%** to **50.2%**

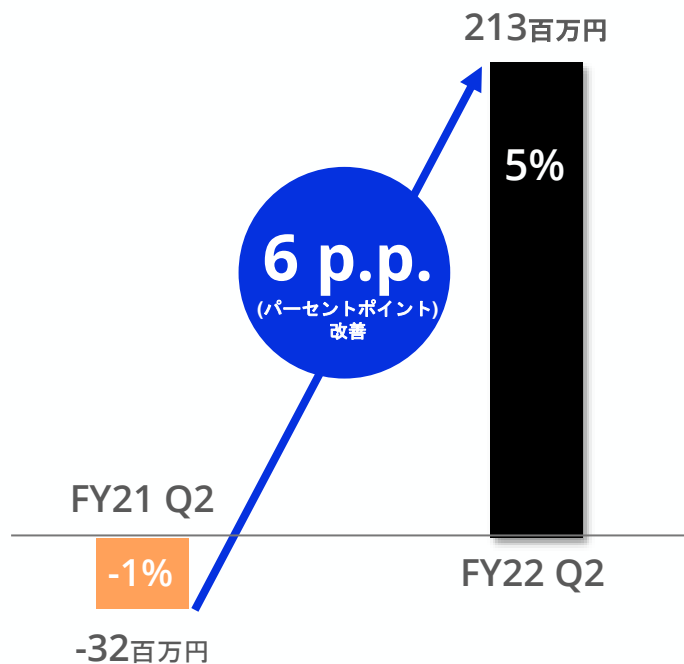
売上総利益率改善の主な要因

- ▶ アルゴリズムの精度向上により CrossX のマージンが改善
- ▶ 円安による費用増加の影響があったものの、売上総利益率は改善
- ▶ 利益率の高い製品の継続的な貢献

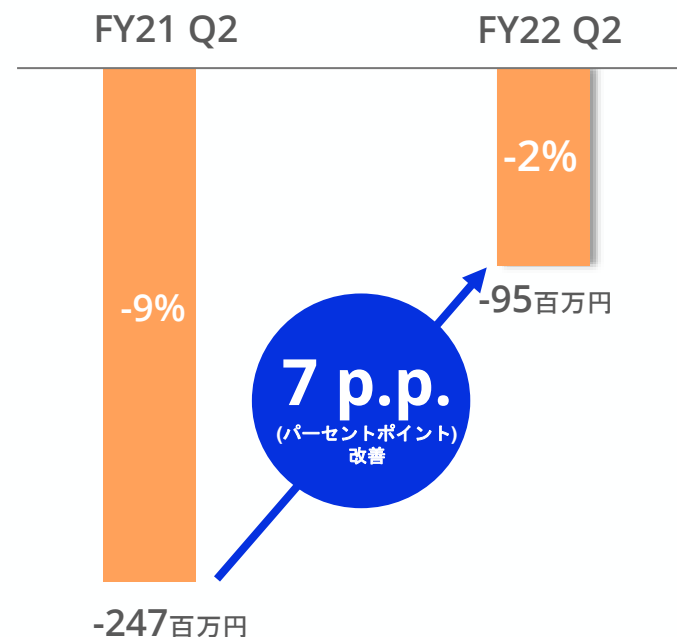
EBITDA & 営業利益

営業利益率は前年同期比で7%ポイント改善し、営業利益は第2四半期において計画値を1億5,000万円以上上振れ
第2四半期は、季節的要因のため、売上収益は1年の中で低調な四半期であり、年間を通じた営業費用投資の拡大（本四半期においては米国及びEMEA地域における営業活動への投資拡大）と合わせて、営業利益は低水準となるのが一般的
売上収益の成長加速と強力なオペレーティング・レバレッジにより、2022年度下半期には営業利益黒字化を想定

EBITDA⁽¹⁾ & マージン（日本円）



営業利益 & 利益率（日本円）

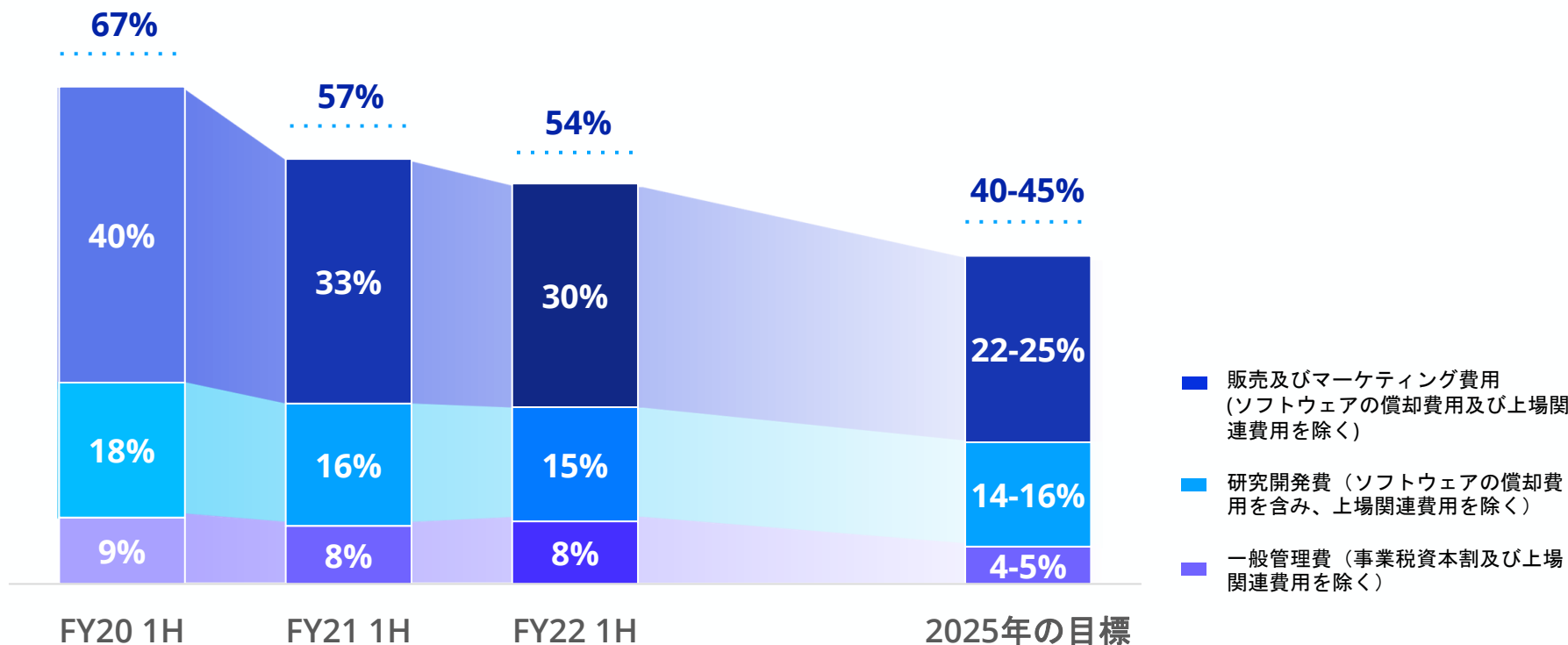


(1) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び無形資産償却費 + 営業費用に含まれる税金費用

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%+

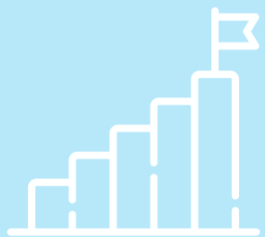
売上総利益率⁽³⁾

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2四半期
総括と実績



2022年の
業績予想



2022年第2四半期
事業指標



プロダクトの最新情報

2022年通期業績予想の修正

修正後の業績予想は、主に2022年度第2四半期業績の上振れを反映したもの
一方で、マクロ経済環境の影響をさほど受けない、顧客企業が収益成長の加速と事業インパクトをもたらすソリューションに引き続き注力しているため、当社の(1)国際的な地域拡大、(2)新規顧客の獲得、(3)既存顧客との取引拡大は継続すると想定し、今年度下半期業績についての見通しは楽観的

	前回発表予想		今回修正予想		前期比
売上収益	178 億円		185 億円		+46%
売上総利益	92 億円	51.9%	96 億円	51.9%	+54%
営業利益	-2.9 億円	-1.6%	-0.8 億円	-0.5%	改善 92%
EBITDA	8.0 億円	4.5%	10.7 億円	5.8%	+2423%

2022年第2四半期の業績上振れ実績：

- ▶ 前年同期比の売上収益成長率は41%から46%に更に上昇
- ▶ 下半期は増収とオペレーティング・レバレッジの改善により営業黒字を想定

2022年下半期の事業成長見通し：強固な顧客基盤



リターン重視のソリューション

景気後退への強い耐性

- 顧客のマーケティング費用に対し、予測可能なリターンを提供
- 当社のソリューションは、80%以上の顧客企業の直接的な収益及び利益に貢献



大規模なエンタープライズ顧客

より高い事業の安定性

- 年間売上100億円以上の顧客が、当社売上収益の90%以上を占有



プロダクトシナジーによるアップセル及びクロスセル

最も費用対効果の高い成長

- 2つ以上のソリューションを導入している顧客企業数は前年同期比40%増と、全体の顧客企業数の増加を上回り、高い顧客維持率に貢献

2022年下半期の事業成長見通し：TAMの拡大



米国 & EMEA

地域の拡大

- 米国及びEMEAは、世界最大のデジタル経済圏であり、更なる収益拡大が可能
- マクロ経済の影響を受けるまでにはまだ長い時間がかかる現状の事業規模
- 地域における提供プロダクトの増加と顧客業種の拡大を想定

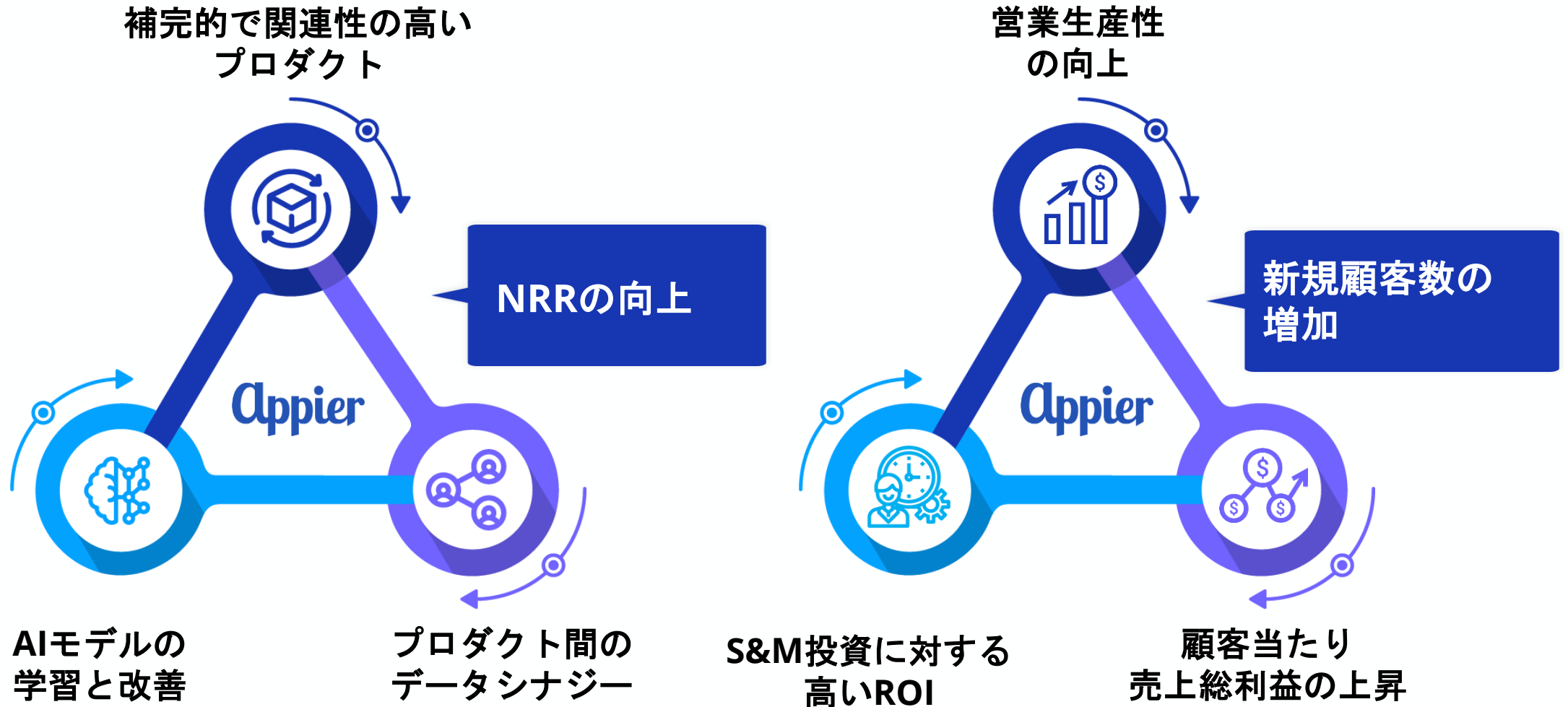


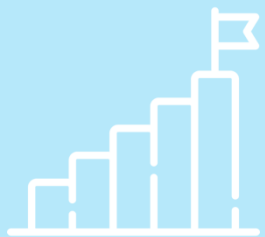
アジア

顧客業種の拡大

- 成果重視のソリューションにより、EC業界等の既存業種における主導的なポジションを維持
- 他の業種のトップティアブランドへの更なる拡大により、市場での存在感を向上

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2四半期
総括と実績



2022年の
業績予想



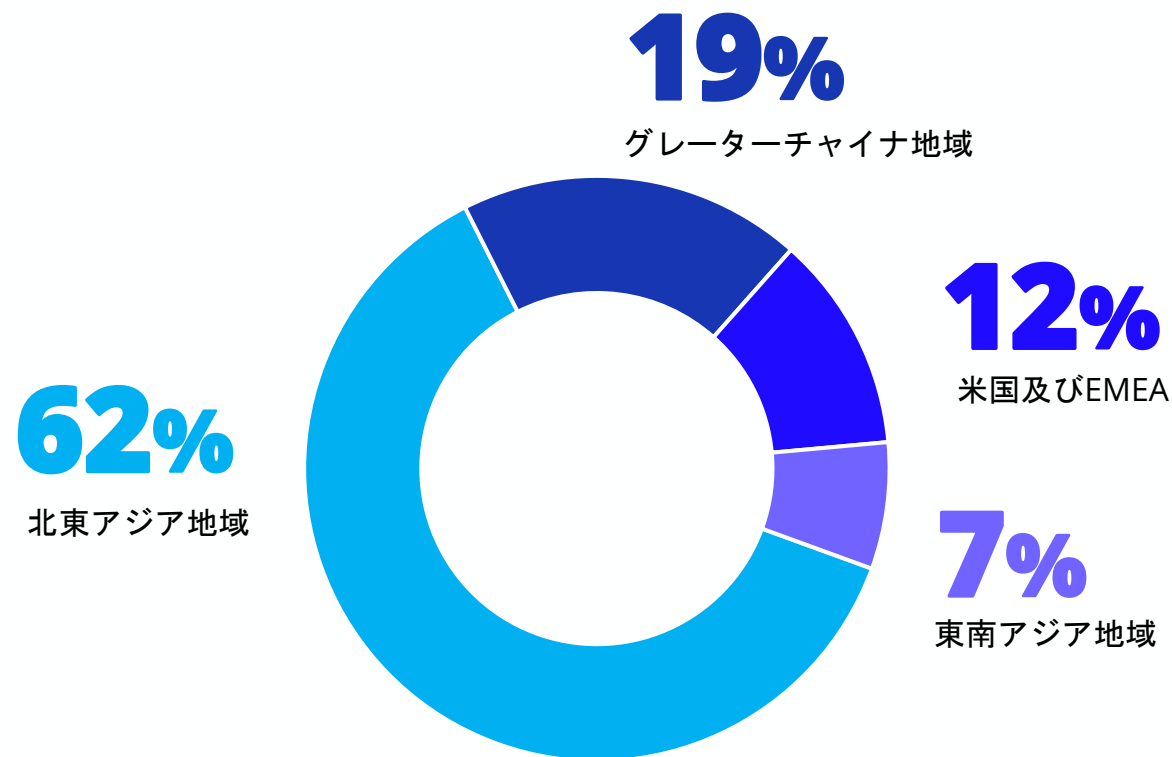
2022年第2四半期
事業指標



プロダクトの最新情報

多様な収益基盤：複数の地域からの継続的な成長ドライバー

FY22 Q2 地域別売上収益比率



北東アジア及び グレーターチャイナ

前年同期比**40%**超の売上収益成長

米国及びEMEA

前年同期比**9**倍に。売上収益に占める比率は**1**年前の**2%**から**12%**に上昇

東南アジア

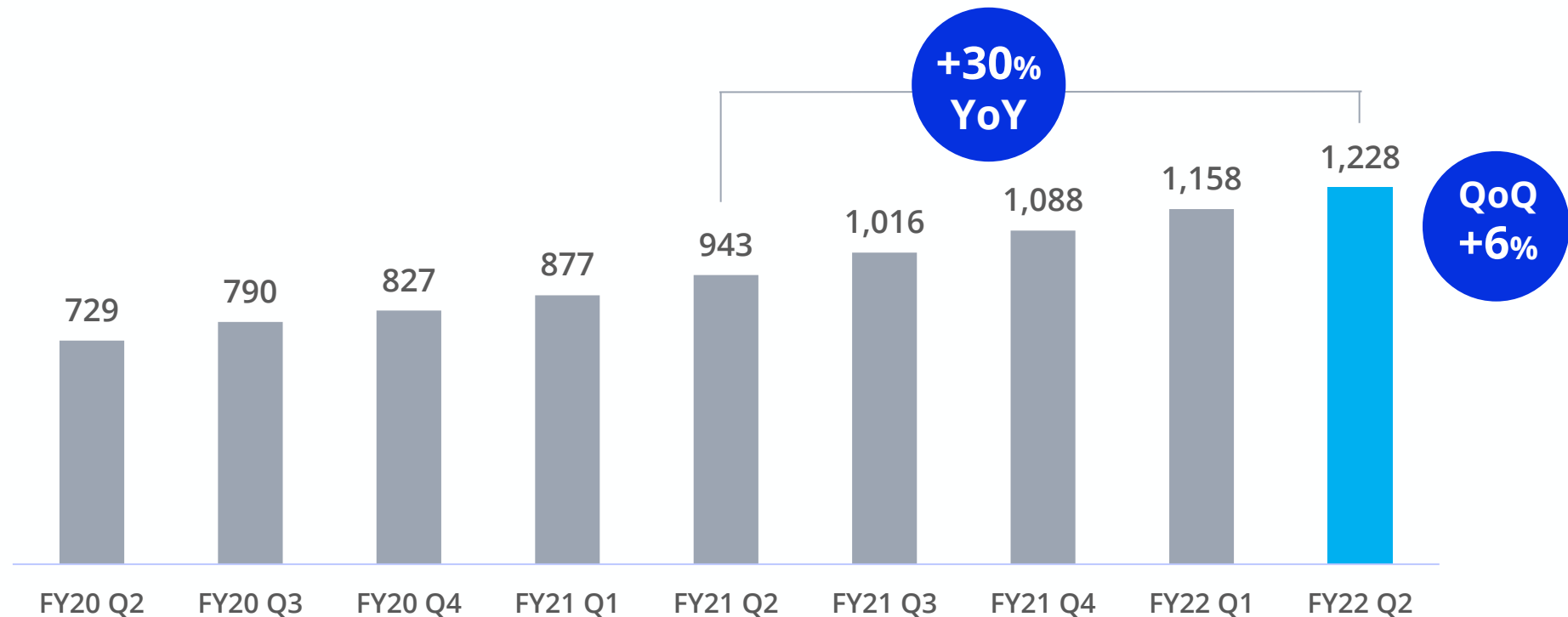
成長軌道への回帰

顧客企業数の四半期推移

顧客企業数は継続的に増加し、前四半期比6%増、前年同期比30%増

2022年度第2四半期に獲得した新規顧客の業種は主にEコマースとエンターテインメント
(新規顧客のうち、34%がEコマース、25%がエンターテインメント)

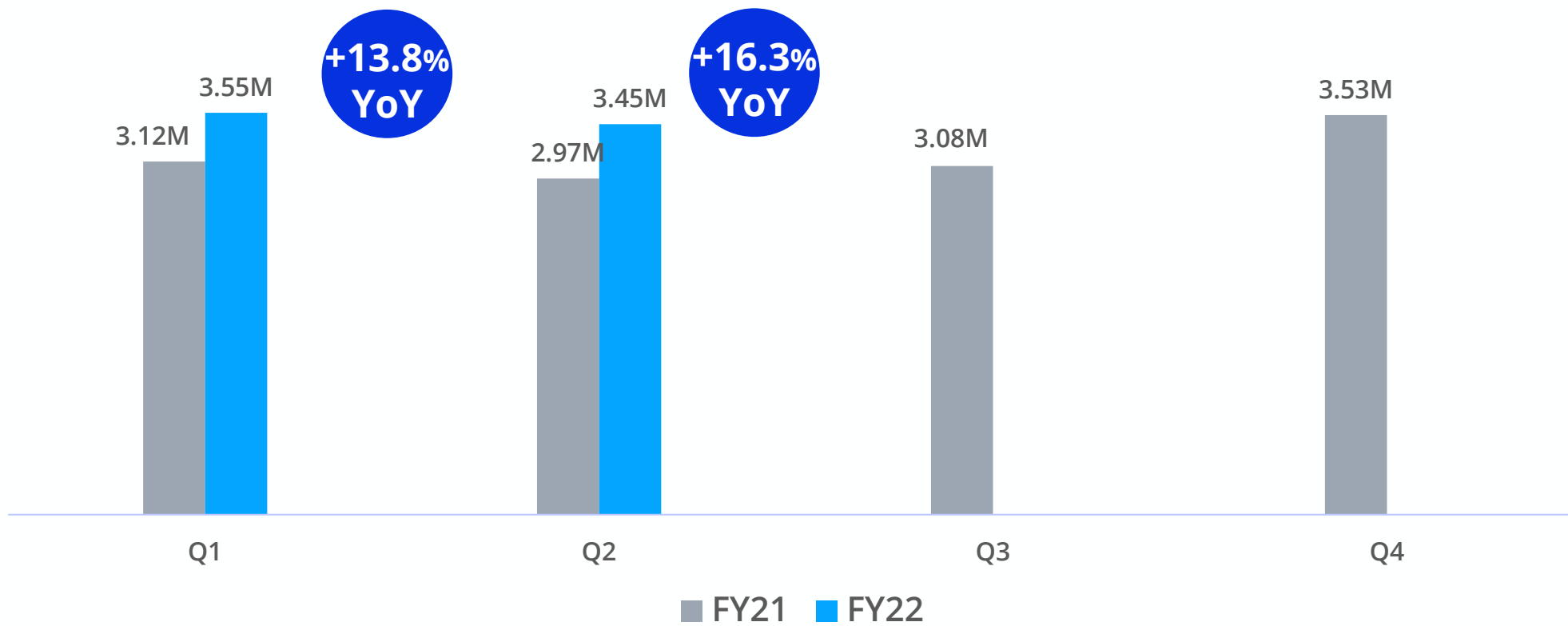
顧客企業数⁽¹⁾



(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

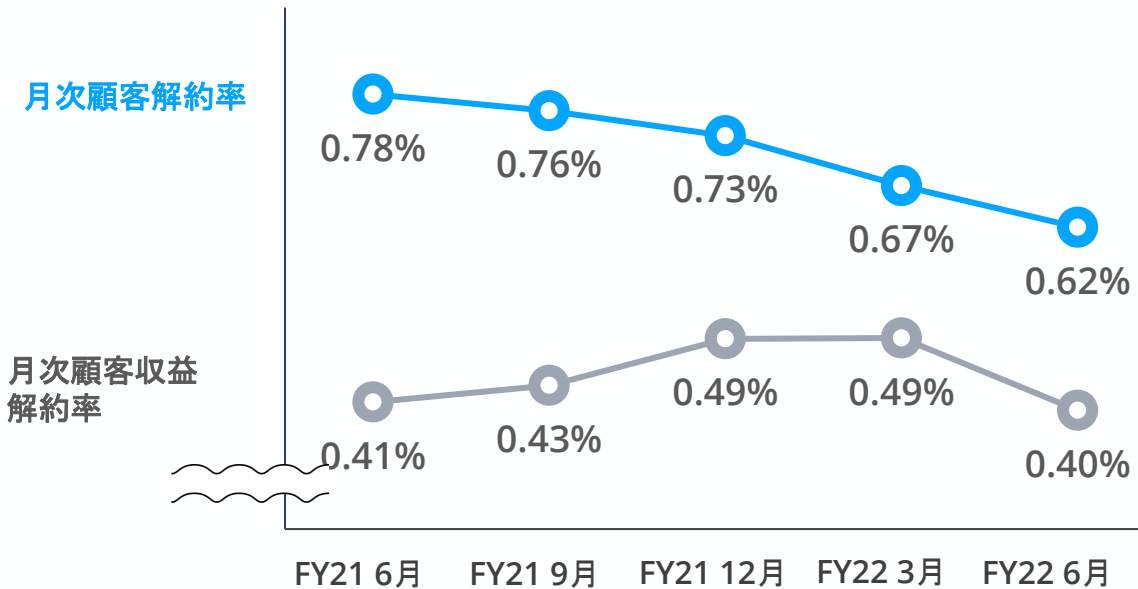
顧客あたり平均売上収益の四半期推移⁽¹⁾（日本円）



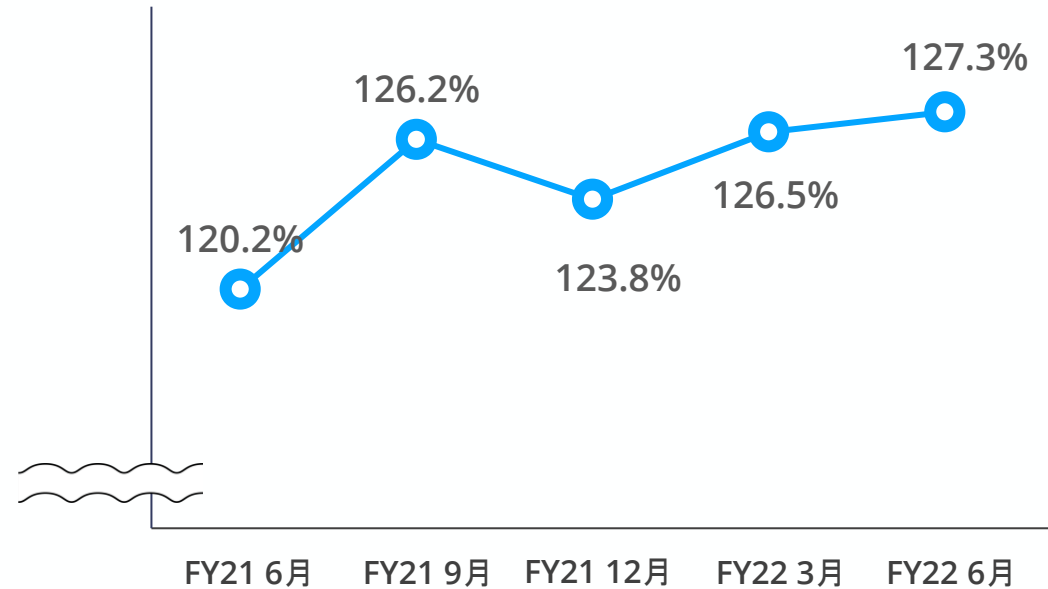
(1) 「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&AIにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

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

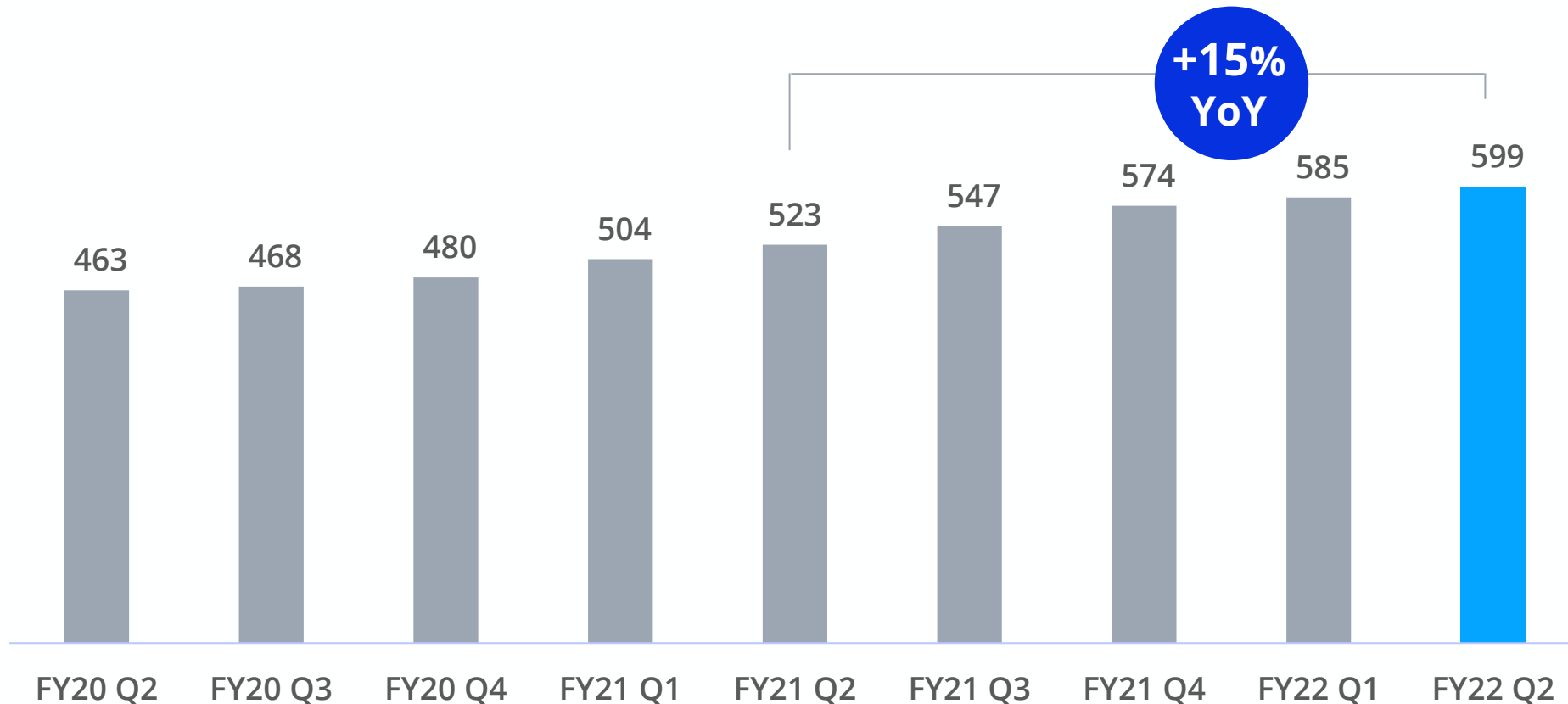
(3) 直近12か月間と同じ期間となる前事業年度以前において売上があった顧客のうち、前事業年度の当該期間において当社ソリューションを利用した顧客からの当事業年度の直近12か月間における米国ドルで計算された売上収益の総額を、前事業年度の当該期間において当該顧客から米国ドルで計算された売上収益の総額で除して算出

(4) 上記計算にはBotBonnieの顧客は含まれていない

(5) FY22 Q2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

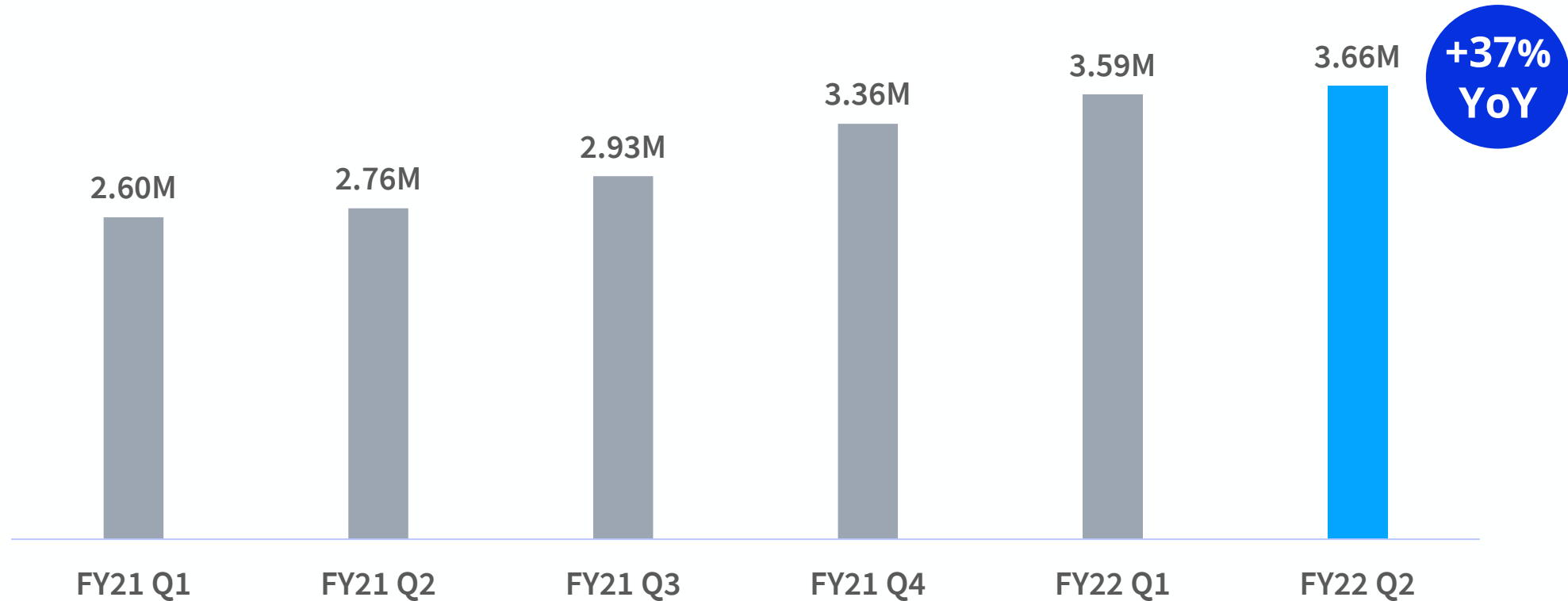
成長機会を拡大するための採用活動 継続的な人材投資

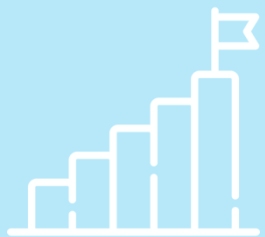
従業員数



生産性の改善

四半期売上総利益 / 従業員数 (日本円)





2022年第2四半期
総括と実績



2022年の
業績予想

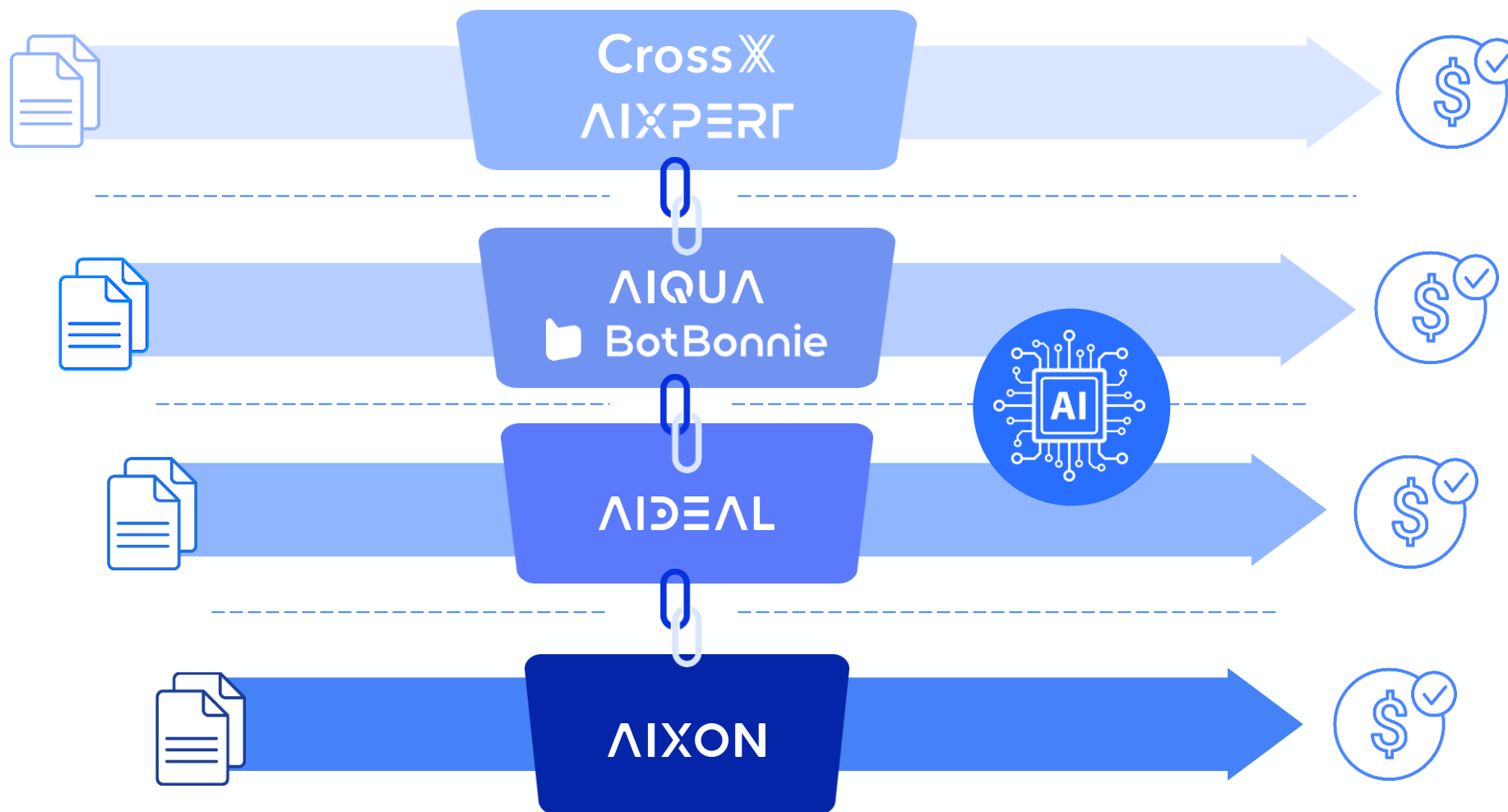


2022年第2四半期
事業指標



プロダクトの最新情報

AIでROIを向上させる



データを
行動と価値に
変換

ソリューション間のシナジーにより分断されたデータの問題を解決

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

AIXPERT ↔ AIXON ファーストパーティーデータから推測される顧客属性を、AIXPERTのキャンペーンオートメーションAIでさらに活用

With AIXON



With AIXPERT



野球リーグを検索しているユーザー



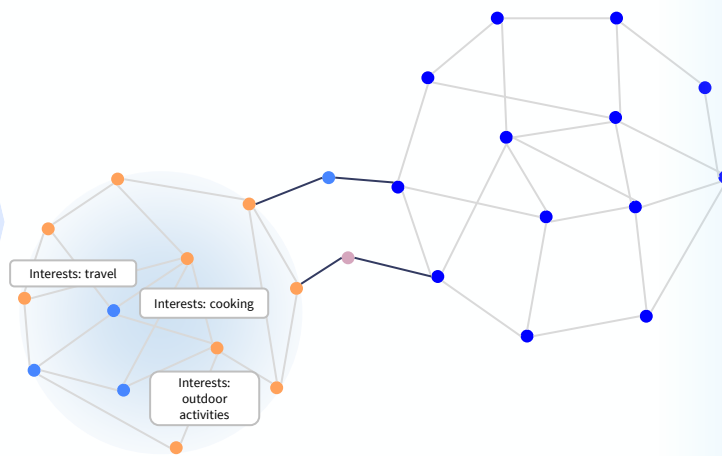
ユーザー
属性モデル



Mike

- スポーツファン
- ゲームチケット
- 米国旅行
- フィットネス
- バスケットボール
- NBA

エンドユーザーと関連のある興味及びキーワードに拡張されたナレッジグラフ



インテリジェントAIプランナー

予算配分の自動化

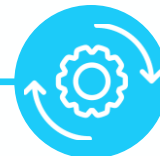


7日24時間
キャンペーン最適化

蓄積されたデータの学習で
AI精度を向上



Appierの収益及び
利益率成長



お客様にとってのROI向上

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

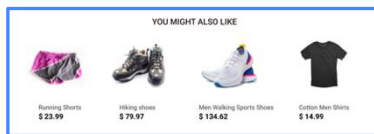
主な差別化要因

- 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



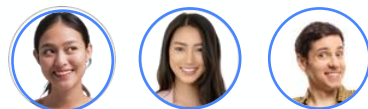
リアルタイムでユーザーの好みを予測



リアルタイムのAI レコメンデーション

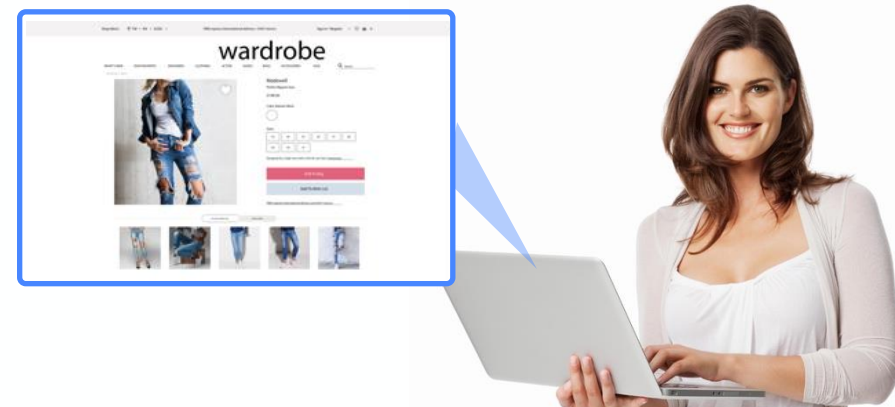


リアルタイムで行動パターンを学習



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



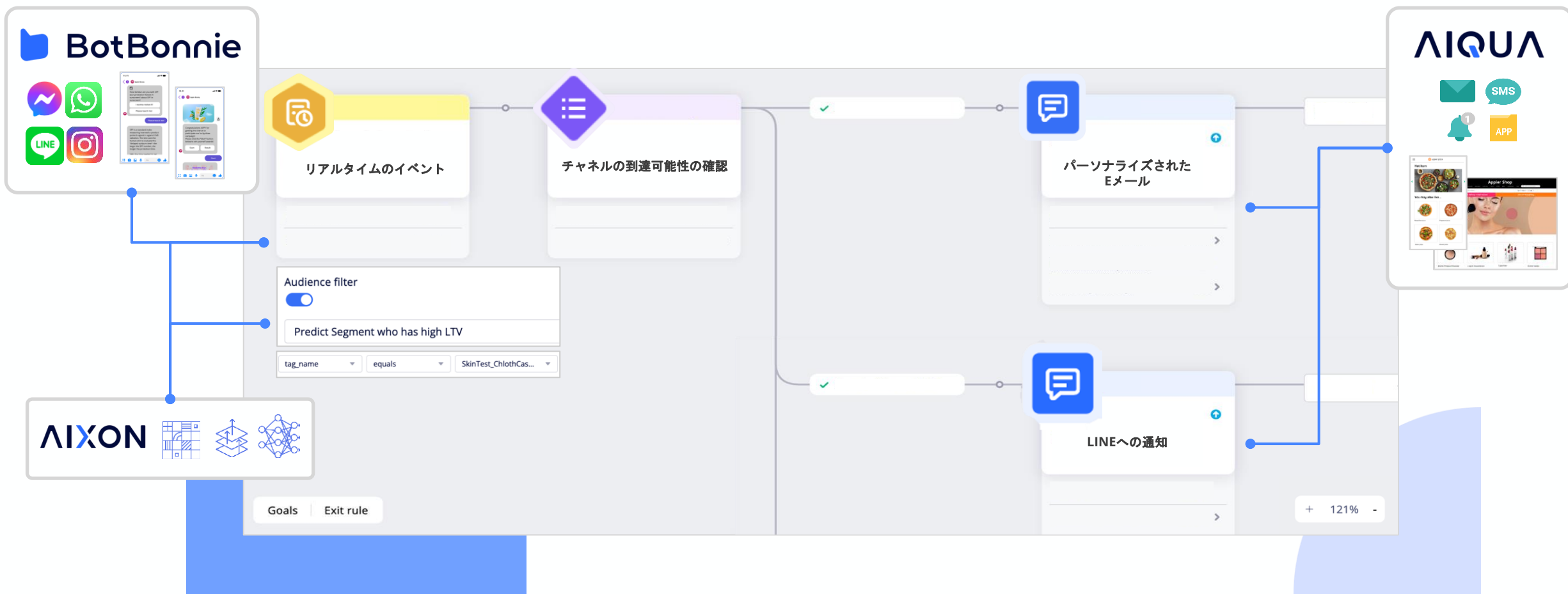
マルチチャネルでの
メッセージ送信

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

カスタマージャーニーマップシステムにより、各ステージにおけるマーケティングおよびコミュニケーションプランを簡単に設定



潜在ユーザーの
予測及び獲得



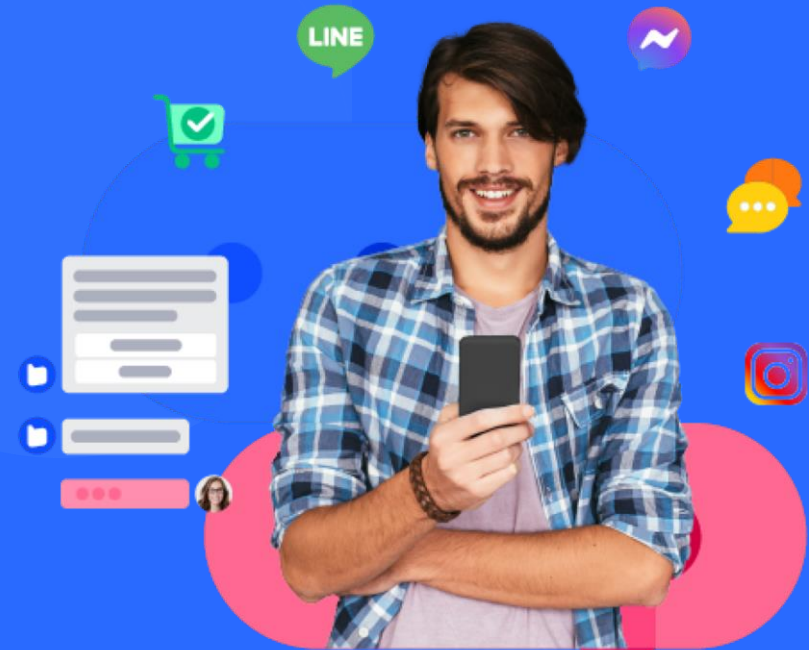
ユーザーの維持及び
関係構築



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
なメッセージを配信できるソリューション

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

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

AI³ML 様々な理由で購入をためらう各々の顧客に適合したインセンティブを提供

従来型のプロモーション
(全ての顧客に同じインセンティブを提供)

スマート・プロモーション
(顧客に合わせて決められた最適なインセンティブを提供)



(1) ROI = Revenue growth per coupon cost. 2022年6月において弊社が取得可能なデータに基づいたクーポンコスト当たりの収益成長を示します。

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

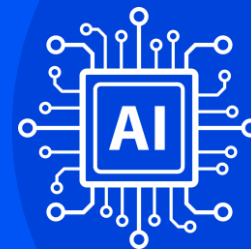
AIXONによって、企業は、自動構築される機械学習モデルを活用し、ユーザーの行動を全方位的に予測可能に。社内にAIテクノロジーシステムを構築する手間をかけることなく、自社が保有する消費者データの有効活用を実現



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



AIでROIを向上させる

私たちがプロダクト間のシナジーを高めることは、お客様にとってはデータ間のシナジーを高めることにつながります。私たちが開発してきたAIは、お客様にさらなるROIの向上をもたらします。こうした理念に基づいて、私たちはお客様にあらゆる面から価値を提供し続けています。



2022年第2四半期の実績



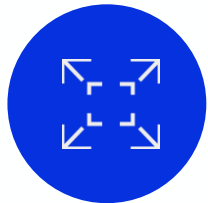
成長と収益性の両立

- 売上収益は **44億円** で、前年同期比増収率は直近3年間で最高の **56%**。売上総利益は前年同期比 **57%** 増
- 米国及びEMEA市場での売上は前年同期比で **9倍超** に拡大し、売上収益全体に占める割合は **12%**
- 営業利益率は前年同期比で **7%ポイント** 改善。EBITDAマージンは前年同期比で **6%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 **127.3%** まで拡大
- 顧客企業数は **1,228** 社となり、前年同期比 **30%** の増加
- 月次顧客解約率は **0.62%** と過去最低レベルまで改善



2022年度下半期は旺盛な需要と利益成長を想定

- 当社のソリューションは顧客企業のマーケティング投資を測定可能な利益に変えるものであり、現状の見方ではマクロ経済の当社業績への影響は限定的で、2022年度下半期も需要の拡大と事業モメンタムは継続する見通し
- 米国及びEMEAはTAMが大きく、高い成長モメンタムを想定
- アジア地域においては、トップティア企業を獲得することで、顧客の業種を更に拡大
- 第2四半期の業績達成状況を踏まえ、**通期売上収益目標を185億円に上方修正**
- 事業の効率性により**2022年度下半期は営業黒字化を見込み**、**通期営業利益も損益分岐レベルに上方修正**

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



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



顧客がAppierを選ぶ理由

Cross
AIXPERG

- 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

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

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

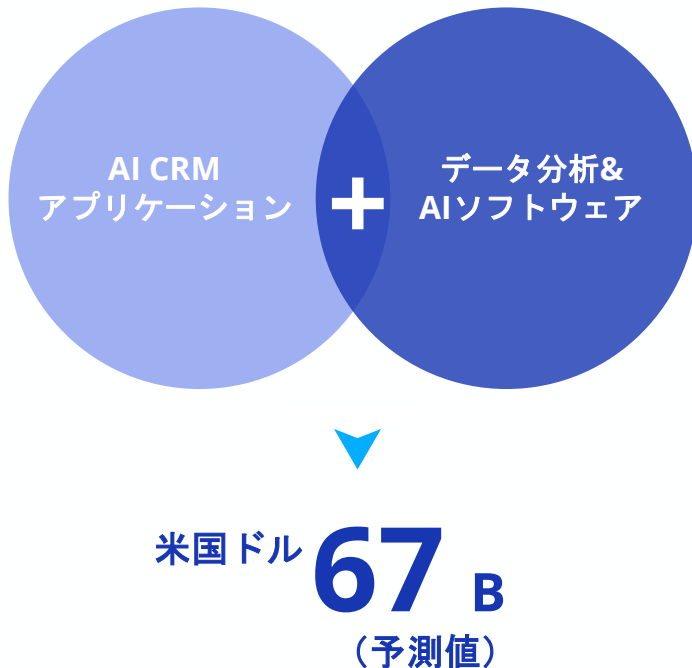
AIXON

- 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

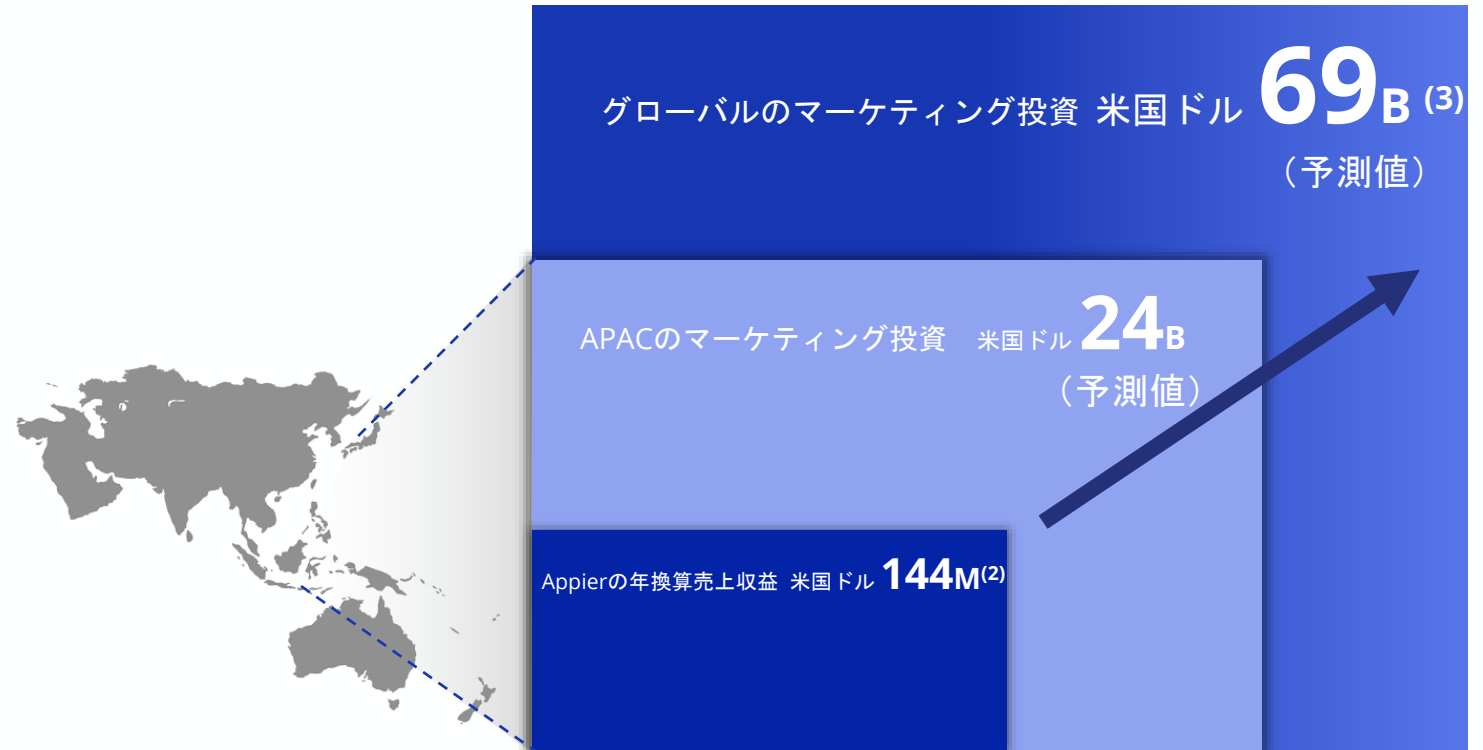
巨大な市場機会

トップダウン予測 2022年

IDC (1)



ボトムアップ予測 2022年

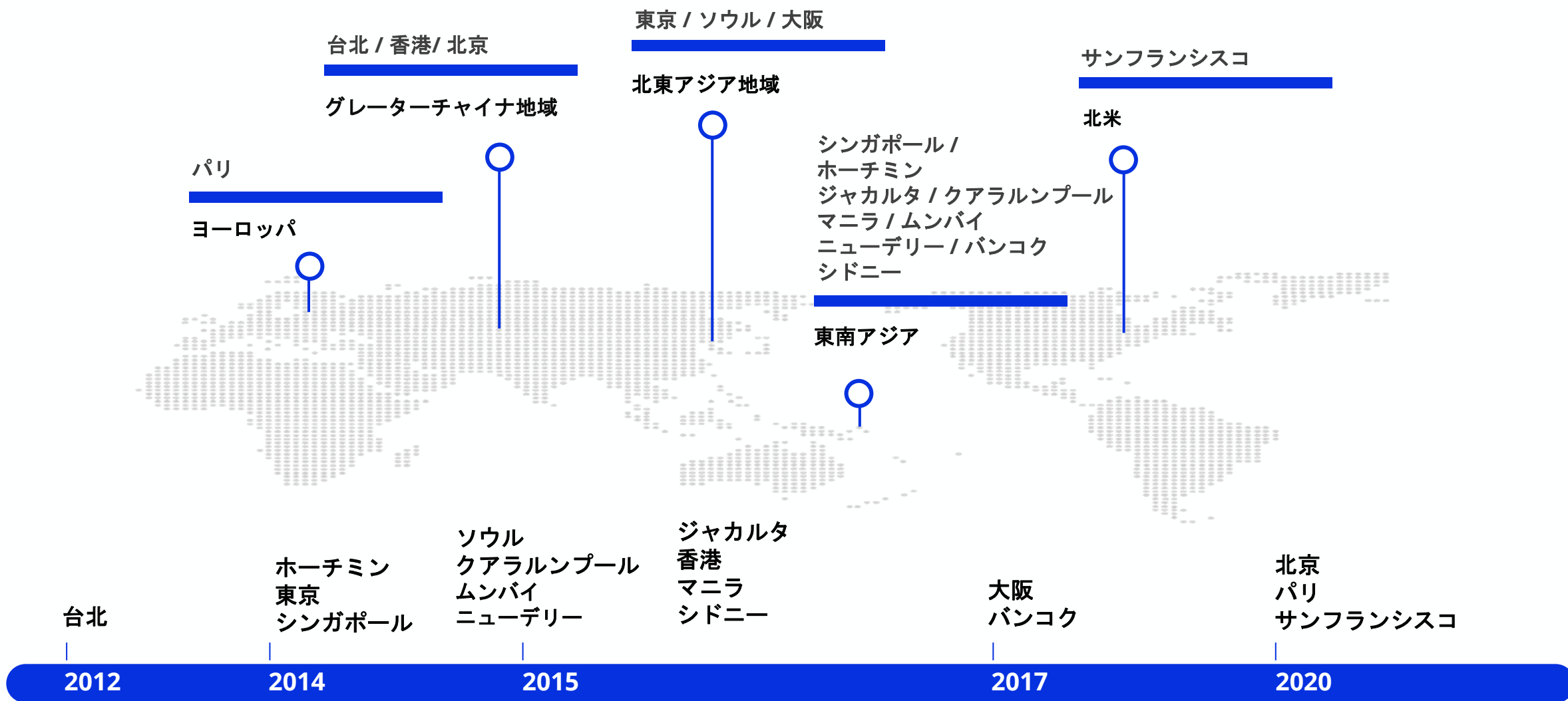


(1) 出所: IDC Semiannual Artificial Intelligence Tracker, 2H 2020 (July 2021)

(2) 年換算売上収益 = FY22 Q1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。

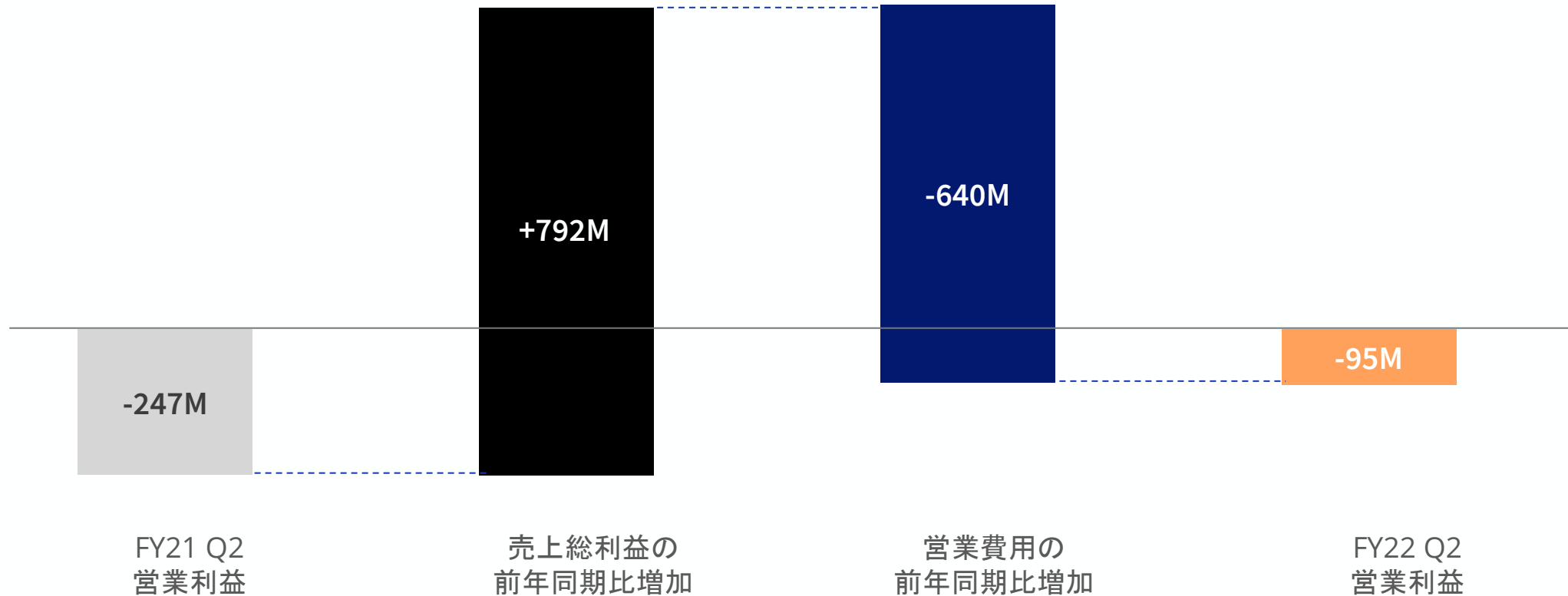
Appierのグローバル展開：全世界17拠点



2022年第2四半期 営業利益の前年同期比改善

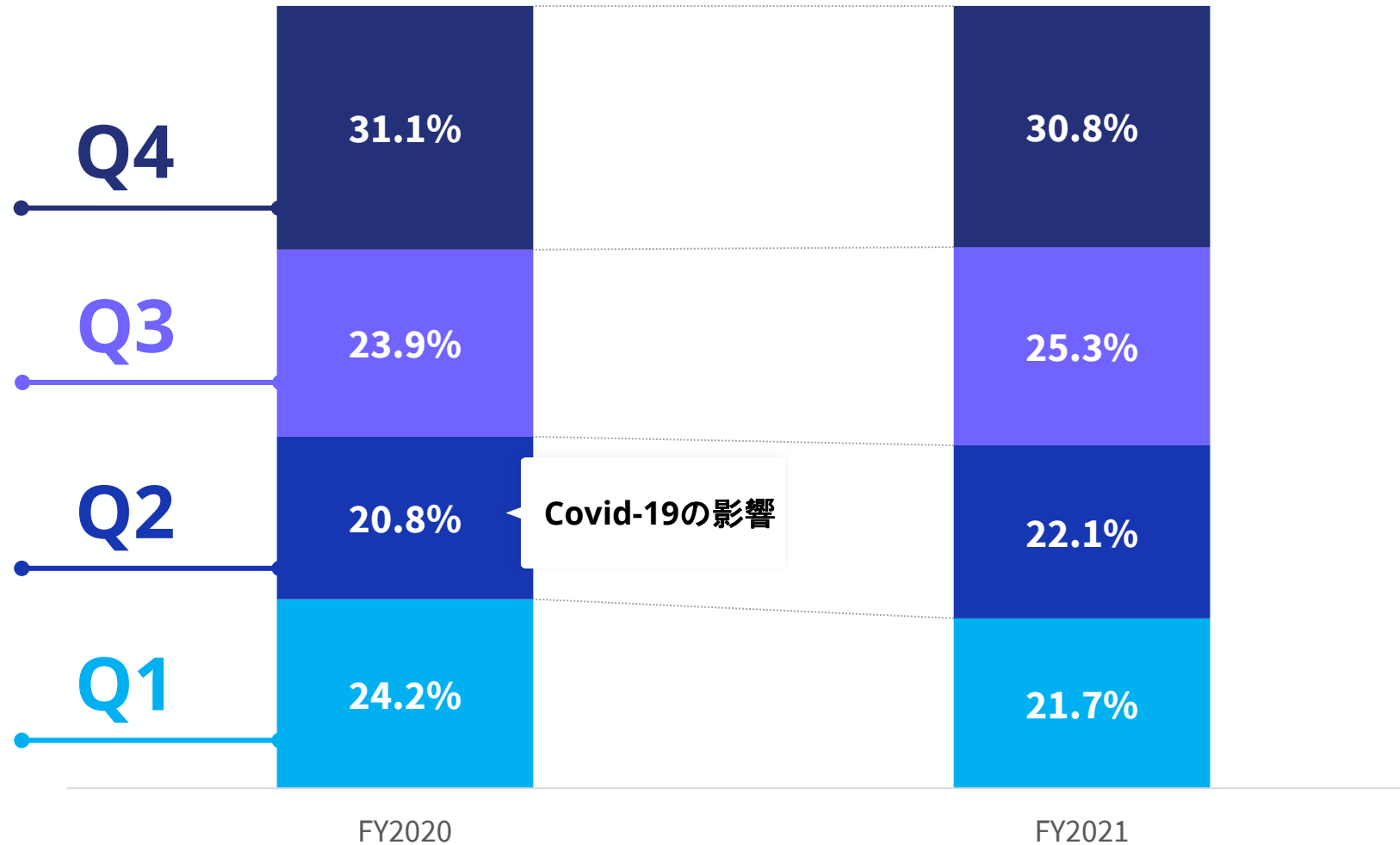
営業生産性の向上・NRRの上昇・売上総利益率の改善・研究開発の強化・業務効率の改善により、継続的に損益改善

営業利益の変動（日本円）



四半期ごとの季節性

売上収益の四半期別内訳



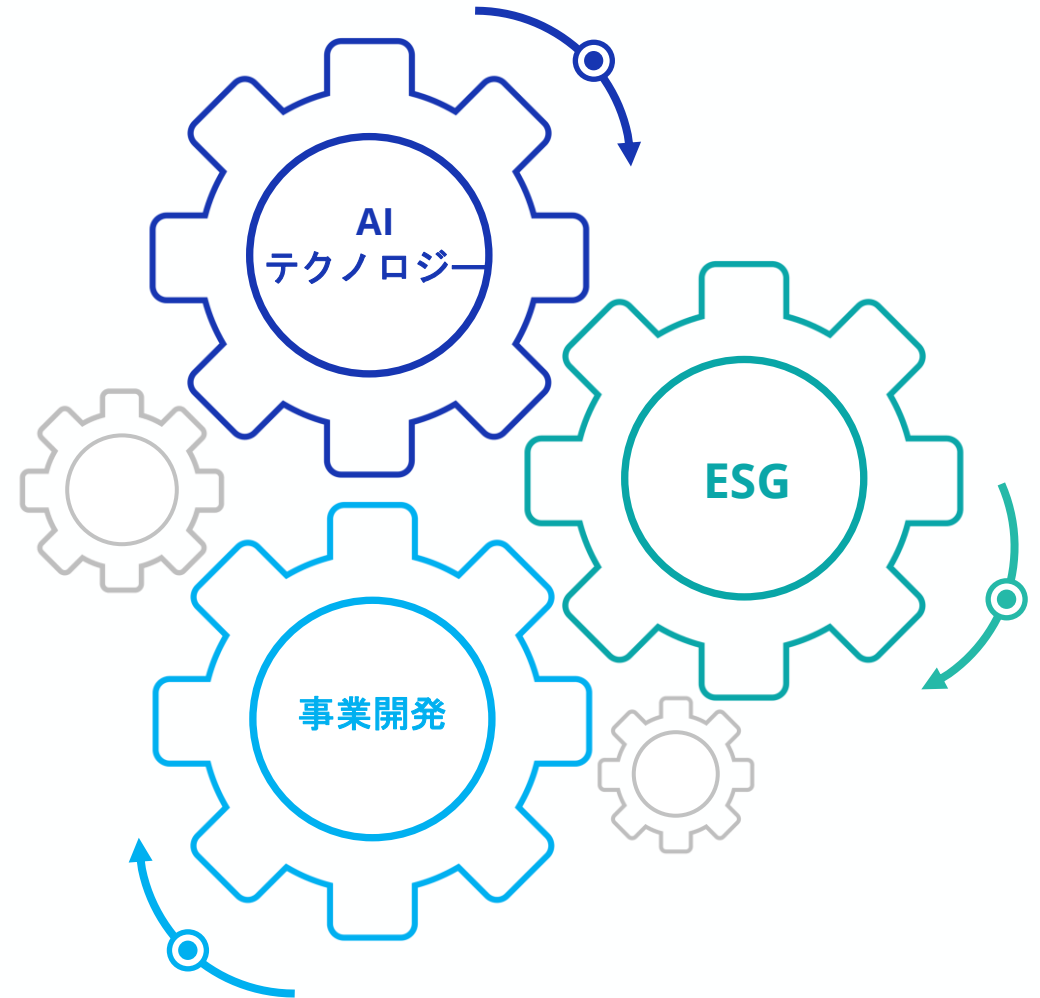
ESGの取組み

当社のコミットメント

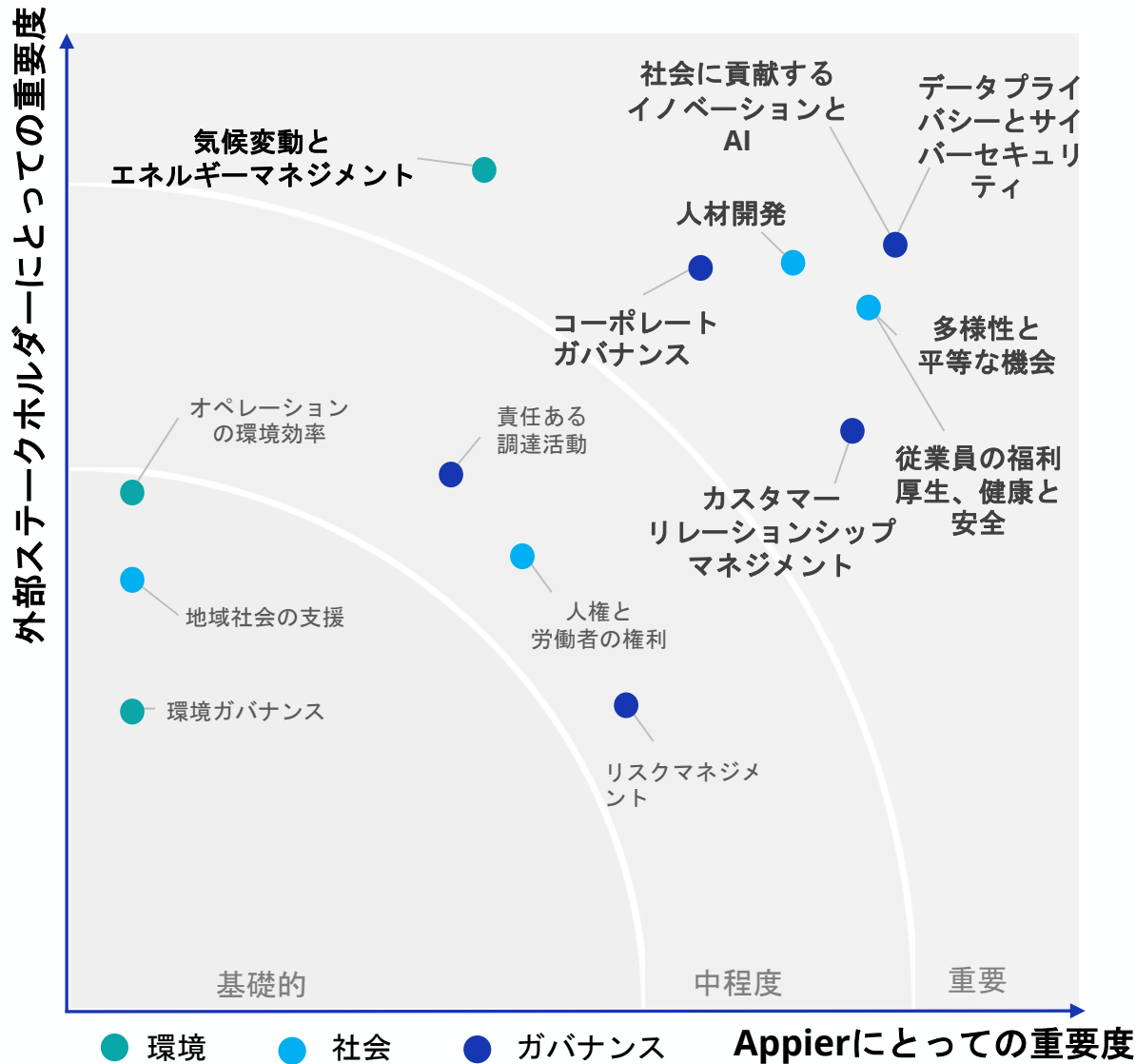
ESGをビジネスに組み込む

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

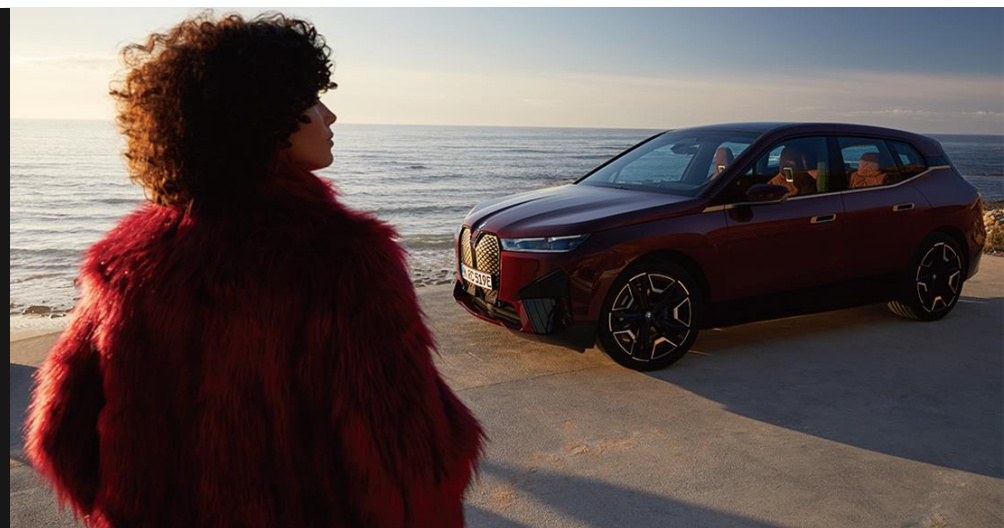
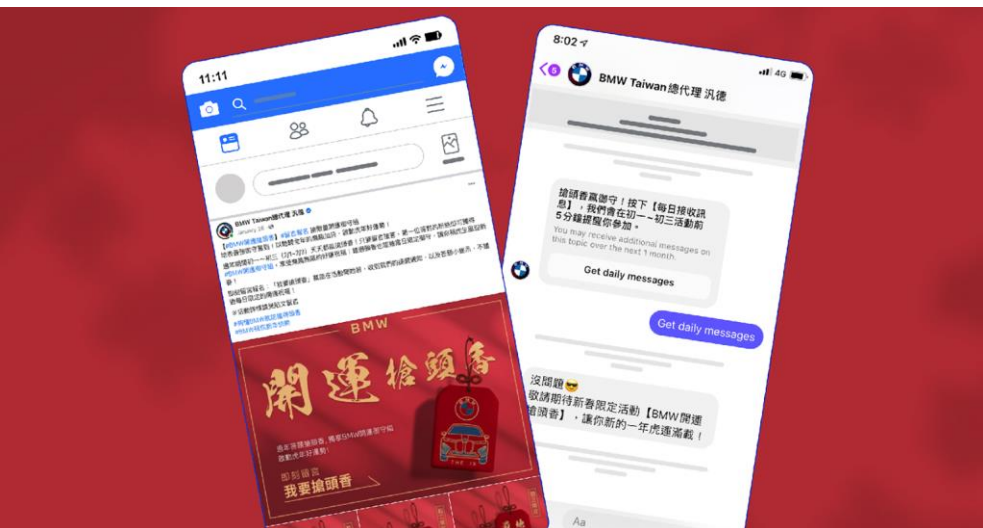
BotBonnie BMW台灣はターゲットユーザーにパーソナライズされたメッセージを送り、ソーシャルメディアのエンゲージメントを4倍に拡大

BMW台湾：世界有数の高級自動車・二輪車メーカー

課題：Facebook上で60万人を超えるファンや潜在顧客との効率的な関係構築・意思疎通により、トップクラスのブランド認知を維持

成果：

BotBonnieはパーソナライズされたコンテンツとタイムリーな対話を通じて、BMW台湾が円滑なコミュニケーションを行い、質の高いカスタマーエンゲージメントを実現することに貢献。通知許諾率は78%、メッセージの既読率は99%を達成。



財務データサマリー

(百万円)

	2020	2021	2021Q2 累計期間	2022Q2 累計期間	YoY	2021Q2 会計期間	2022Q2 会計期間	YoY
損益計算書のサマリー:								
売上収益	8,970	12,661	5,550	8,557	54%	2,801	4,360	56%
売上原価	(4,844)	(6,422)	(2,841)	(4,266)		(1,402)	(2,169)	
売上総利益	4,126	6,239	2,709	4,291	58%	1,398	2,190	57%
売上総利益率	46%	49%	49%	50%		50%	50%	
販売及びマーケティング費用 (S&M)	(3,460)	(4,322)	(2,002)	(2,838)		(982)	(1,491)	
対売上収益比率	39%	34%	36%	33%		35%	34%	
研究開発費 (R&D)	(1,491)	(1,711)	(825)	(1,043)		(403)	(582)	
対売上収益比率	17%	14%	15%	12%		14%	13%	
一般管理費 (G&A)	(808)	(1,349)	(673)	(728)		(268)	(379)	
対売上収益比率	9%	11%	12%	9%		10%	9%	
その他の収益	76	28	11	227		7	168	
その他の費用	(20)	(2)	(2)	(2)		(0)	(1)	
営業損失	(1,578)	(1,117)	(783)	(92)		(247)	(95)	
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)	(505)	(92)		(247)	(95)	
EBITDA (上場関連の一時費用を除く)	(1,103)	42	(144)	475		(32)	213	
EBITDAマージン	-12%	0%	-3%	6%		-1%	5%	

(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 2022Q2

財政状態計算書のサマリー:

現金及び現金同等物	1,635	6,561	4,988
定期預金	6,577	14,939	16,169
その他の金融資産	-	-	2,742
流動資産合計	10,046	24,484	27,052
資産合計	12,394	31,206	35,111
負債合計	4,726	8,370	8,399
資本合計	7,668	22,836	26,712

(百万円)

2020 2021 2022Q2

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)	203
投資活動によるキャッシュフロー	(2,706)	(9,075)	(1,999)
財務活動によるキャッシュフロー	1,161	14,396	(251)
現金及び現金同等物期末残高	1,635	6,561	4,988

ディスクレーマー

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。
