



APPBANK

決算説明資料

2022年12月期 第2四半期

2022年8月12日

注意事項

資料取扱い上のご注意

このプレゼンテーションで述べられているAppBank株式会社の業績予想、計画、事業展開等に関しましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき判断したものです。

マクロ経済や当社の関連する業界の動向、新たな技術の進展等によっては、大きく変化する可能性があります。

従いまして、実際の業績等が本プレゼンテーションと異なるリスクや不確実性がありますことをご了承下さい。また、大きな変更がある場合は、その都度発表していく所存です。

目次

1. ミッション・ビジョン

2. 2022年12月期第2四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

目次

1. ミッション・ビジョン

2. 2022年12月期第2四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

You are my friend!

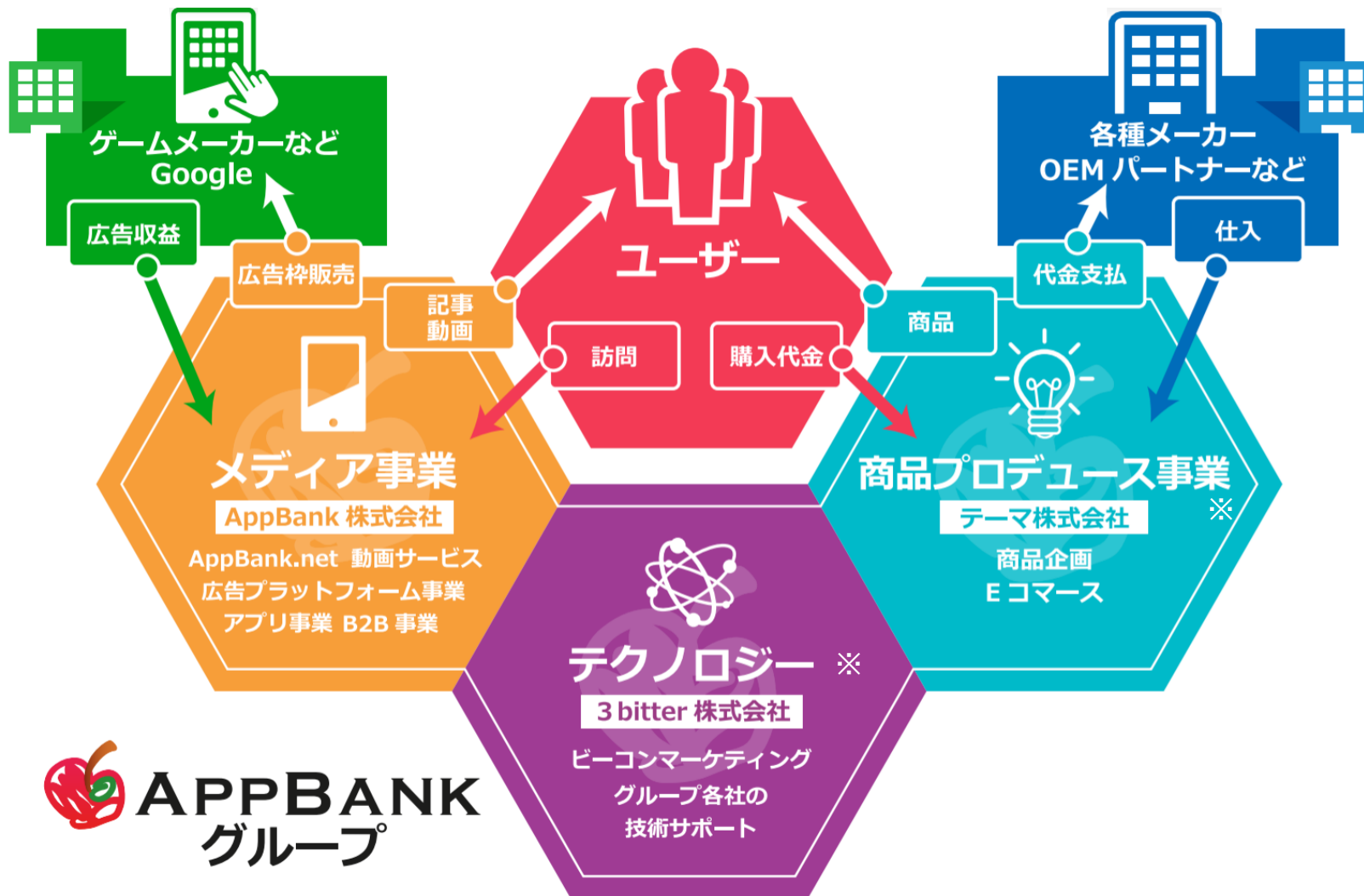
インターネット産業はスマートフォンの登場により、これまで以上に変化のスピードを早めています。そんな中、最先端の情報と技術が集まるこの場所でAppBankは『You are my friend!』を理念として活動しています。非連続的な変化や、はやりすたりが激しい世界だからこそ、ユーザーのみなさま/お客さまとの関係を最も大切にしたいと考えています。

私たちは楽しみながら、遊びながら創造してきました。従業員一人ひとりがユーザーのみなさま/お客さまと共に価値を創り、成長していきたいと考えています。

その実現のために、私たちはみなさまに最も近い存在となったスマートフォンとその周辺分野において人と情報と技術を結びつけ、インターネットが持つ価値をより豊かに実感していただきたくメディアとコンテンツ、そして物販に注力してまいりました。

これからも私たちはこの理念を追求しながら、企業活動を通じて社会に貢献しステークホルダーをはじめ、関わるみなさまに認められ、成長する企業を目指してまいります。

事業概要



 **APPBANK**
グループ

※有価証券報告書等の開示書類のセグメント区分において、「商品プロデュース事業」はストア事業に含んでおり、「テクノロジー」はその他に区分して開示しております。

サービス説明

メディア事業

■メディアサイト運営

「AppBank.net」

2008年のサイト開設以来、iPhoneやアプリ、その他iPhone関連ニュースを中心に配信。

■アプリ運営

「パズドラ究極攻略」

「モンスター攻略」

「HARAJUKU」

有名ゲームのファン向けアプリにて、豊富なキャラクターデータベースやダンジョン情報を提供。

原宿の自社店舗・パートナー店舗で使えるクーポンアプリを提供。

■動画配信

「YouTube」及び「niconico」を通じて動画コンテンツの提供・公開。うちYouTubeでは、チャンネル登録者約144万人の「マックスむらいチャンネル」を中心に展開中。

ストア事業

■「原宿竹下通り友竹庵」

村井智建がプロデューサーを務めるブランド事業を展開。

原宿竹下通りの旗艦店にて、和スイーツやカフェ等を販売。

■コンテンツ・IPコラボレーションイベント運営

ストア事業の「原宿竹下通り友竹庵+原宿friend+パートナー店舗」を起点に、テクノロジー事業の「場所限定デジタル物販」を組み合わせた発展形として、**IPと店舗・地域のコラボレーション事業**を展開。

イベント会場への来場者だけが購入できる**限定グッズのデジタル物販サービス**、**店舗でのコラボレーション商品**の販売を皮切りに、全国展開も含めた企画を実施・運営。

テクノロジー事業

■イベント運営DX支援+デジタル物販ソリューション

独自設計のBLE Beaconを用いて、リアルな場所とコンテンツを結びつける**イベント・ライブの運営DX+場所限定デジタル物販ソリューション**を提供。

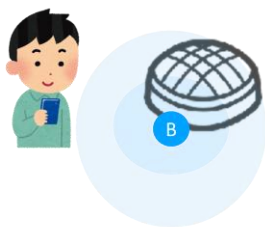
サービス説明（イベント運営DX支援）

■ イベント運営DX支援+デジタル物販ソリューション

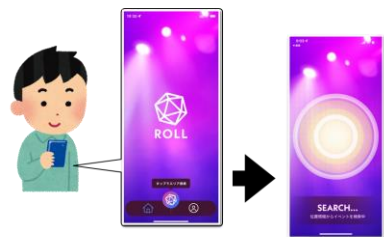
- BLE Beacon、アプリ等を用いて**新型コロナ下に最適化された**イベント運営・会場物販のDXソリューションを提供。
- ライブ会場において「人」が携わっていた業務を見直し、イベント運営のオペレーション、バックヤード部分まで踏み込んだ、総合的なソリューション設計が特長。
新型コロナ下におけるイベントやライブの「より安心・安全な運営」と「運営の効率化」を両立。
- デジタル物販の決済金額に応じた手数料、もしくは定額ソリューション利用料が収入となる。

<デジタル物販イメージ>

① ユーザが会場に入る



② アプリを起動しBeaconを検索



※ beaconエリア内であれば数秒でbeaconが見つかり、商品購入プラン画面へ遷移します。

③ 商品の紹介と購入プランの選択（物販・ガチャ）



サービス説明（IPコラボレーションイベント運営）

■コンテンツ・IPコラボレーションイベント運営

- ・自社店舗「原宿竹下通り友竹庵」の運営、イベント運営DX支援事業（+場所限定デジタル物販ソリューション）の提供実績を積み、その発展形として4月からスタートした事業。
- ・「原宿竹下通り友竹庵」や近隣のパートナー店舗、特定エリアを舞台に、IPとのコラボレーションイベントを開催。
- ・イベント来場者だけが購入できる限定グッズのデジタル物販、店舗におけるコラボレーション商品の販売が収入となる。

※デジタル物販の購入には、当社グループが運営するアプリ（HARAJUKU、Roll等）が必要



※引用 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/00029..html>
PRTIMES 2022年5月6日



※引用 2022年8月10日 ニュースリリース



※引用 2022年7月22日 ニュースリリース

会社概要

会社名	:	AppBank株式会社	
所在地	:	東京都新宿区	
設立	:	2012年1月23日	
経営陣	:	代表取締役社長CEO	村井 智建
		取締役	佐久間 諒
		取締役CFO	白石 充三
		社外取締役	上田 祐司
		社外取締役（監査等委員）	松岡 一臣
		社外取締役（監査等委員）	倉西 誠一
		社外取締役（監査等委員）	秋山 政徳
従業員数	:	32名（2022年6月30日時点）	

目次

1. ミッション・ビジョン

2. 2022年12月期第2四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

1. 今後の成長の柱と位置づける「コンテンツ・IPコラボレーション事業」、「イベント運営DX支援事業」の本格立ち上げに注力
2. 営業活動は順調に進捗
第3四半期以降の案件実施に向けて、必要な採用・システム開発を実施（先行投資）
3. 第3四半期以降、売上・利益ともに拡大を見込む
4. 約2.1億円の資金調達スキームをローンチ（6月30日）

2022年12月期第2四半期決算 総括②

1

売上高178百万円、営業損失が101百万円となり、前年同期における売上高157百万円、営業損失96百万円と比較して増収減益

2

新規事業の立ち上げが進んでおり、売上高が増加
事業推進のための採用により、メンバー数が前年同期比+15人
(アルバイト/業務委託含む)

3

メディア事業：ネットワーク広告売上高が増加、BtoB売上高等は減少
「AppBank.net」PV数及びPV当たり広告単価は引き続き高水準を維持
(参照：P20)

4

ストア事業+その他事業：案件実施による収益拡大

- テーマ(株)：IPコラボレーション案件実施により、デジタル物販売上高+店舗における商品売上高が増加
- 3bitter(株)：大型ライブ等へのソリューション提供で売上高が増加

2022年12月期第2四半期 損益状況

単位：百万円 下段：売上高比	2021年12月期 第2四半期	2022年12月期 第2四半期		
			前年同期比	増減額
売上高	157	178	13.6%	+21
メディア事業	149 (94.9%)	150 (84.3%)	1.0%	+1
ストア事業	5 (3.4%)	32 (18.4%)	520.5%	+27
その他	3 (2.0%)	20 (11.2%)	536.9%	+16
セグメント間取引消去	△0 (△0.2%)	△24 (△13.9%)	-%	△24
売上総利益	26 (16.6%)	32 (18.4%)	25.7%	+6
販管費	123 (78.3%)	134 (75.3%)	9.3%	+11
△：営業損失	△96 (-%)	△101 (-%)	-%	△4
△：経常損失	△96 (-%)	△105 (-%)	-%	△9
親会社株主に帰属する △：四半期純損失	△72 (-%)	△100 (-%)	-%	△27

- ・売上高：メディア・ストア・その他の事業すべてにおいて売上は増加
- ・売上総利益：事業の方向性が確立し、売上総利益は増加、売上総利益率の改善も進む
- ・販管費：事業進捗による受注案件の増加に伴い、採用による人件費、家賃の支払等が増加
- ・営業損失：販管費の増加の影響で営業損失が微増
- ・四半期純損失：営業外費用において、資金調達に係る一時的な費用が増加

2022年12月期第2四半期 キャッシュ・フローの状況

単位：百万円	2020年12月期 第2四半期	2021年12月期 第2四半期	2022年12月期 第2四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー	△107	△82	△83
投資活動によるキャッシュ・フロー	△67	2	△2
フリー・キャッシュ・フロー	△175	△79	△85
財務活動によるキャッシュ・フロー	△78	△14	△2
現金及び現金同等物の増減額	△253	△94	△88
現金及び現金同等物の期首残高	859	472	242
現金及び現金同等物の四半期末残高	605	378	153

・営業活動によるキャッシュ・フロー：税金等調整前四半期純損失 △99 / 新株予約権戻入益 5
/ 棚卸資産の増加 4 / のれん償却額 3 / 売上債権の減少 21

・投資活動によるキャッシュ・フロー：敷金保証金の差入による支出 △2

・財務活動によるキャッシュ・フロー：長期借入金の返済による支出 △2

2022年12月期第2四半期 事業別状況：メディア事業

単位：百万円 下段：売上高比	2021年12月期 第2四半期	2022年12月期 第2四半期		
			前年同期比	増減額
売上高	149	150	+1.2%	+1
売上総利益	25 (17.2%)	25 (17.1%)	+0.6%	+0
販管費	113 (75.9%)	97 (65.5%)	△14.0%	△15
△：営業損失	△87 (-%)	△71 (-%)	+18.3%	+16

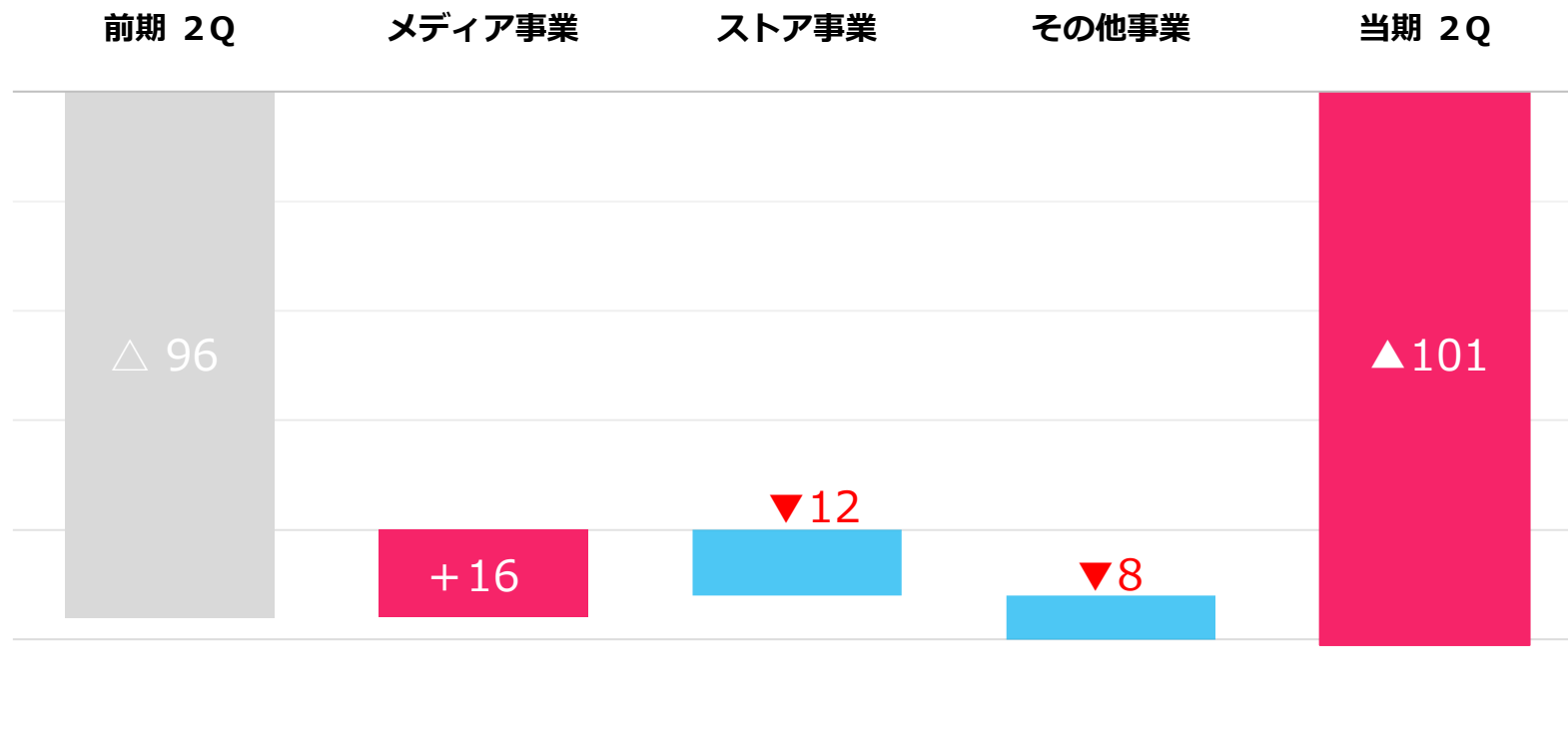
- ・売上高：主にBtoBタイアップ広告収益等が減少したが、「AppBank.net」のネットワーク広告収益が大きく増加
- ・売上総利益：前年度と同様に人件費、外注費等を見直しを進める
- ・販管費：固定費を中心に販管費を削減
- ・営業損失：前年同期と比較し原価及び費用を削減したため、損失額が減少

単位：百万円 下段：売上高比	2021年12月期 第2四半期	2022年12月期 第2四半期		
		前年同期比	増減額	
売上高	5	32	87.9%	+27
売上総利益	0 (-%)	19 (58.1%)	-	+18
販管費	7 (133.8%)	38 (118.7%)	509.6%	+32
△：営業損失	△7 (-%)	△19 (-%)	△184.0%	△12

- ・売上高：原宿実店舗の運営・IPコラボレーション事業の立ち上げにより、売上高が増加
- ・売上総利益：売上高の増加に伴う仕入原価等の原価が増加
- ・販管費：家賃・人件費等の運営費用の増加、今後の事業拡大に備えた先行投資に伴い、販管費が増加
- ・営業損失：事業拡大による費用が増加したことにより損失額が拡大

2022年12月期第2四半期 営業損失増減（前期同期比）

単位：百万円



- ・前年同期比で、営業損失が拡大した要因は、主にストア事業及びその他事業において、拠点の新規出店とシステム開発の加速に伴う出店費用・人員採用等の先行投資を行い、原価及び販管費が増加したことによる
- ・メディア事業は売上高は微増、原価及び販管費を圧縮し営業利益率が増加
- ・ストア事業/その他事業は、投資先行フェーズを経て事業を確立、今後の黒字化に向けた目途が立つ

2022年12月期第2四半期 財務状況

単位：百万円 下段：構成比		2021年12月期末	2022年12月期 第2四半期末	
				前期末比
資産	流動資産	327 (79.0%)	230 (73.3%)	△96
	固定資産	87 (21.0%)	83 (26.7%)	△3
資産合計		414 (100%)	314 (100%)	△100
負債	流動負債	64 (15.6%)	71 (22.8%)	+6
	固定負債	14 (3.6%)	12 (3.9%)	△2
負債合計		79 (19.2%)	83 (26.6%)	△4
純資産合計		334 (80.8%)	230 (73.3%)	△104
負債純資産合計		414 (100%)	314 (100%)	△100

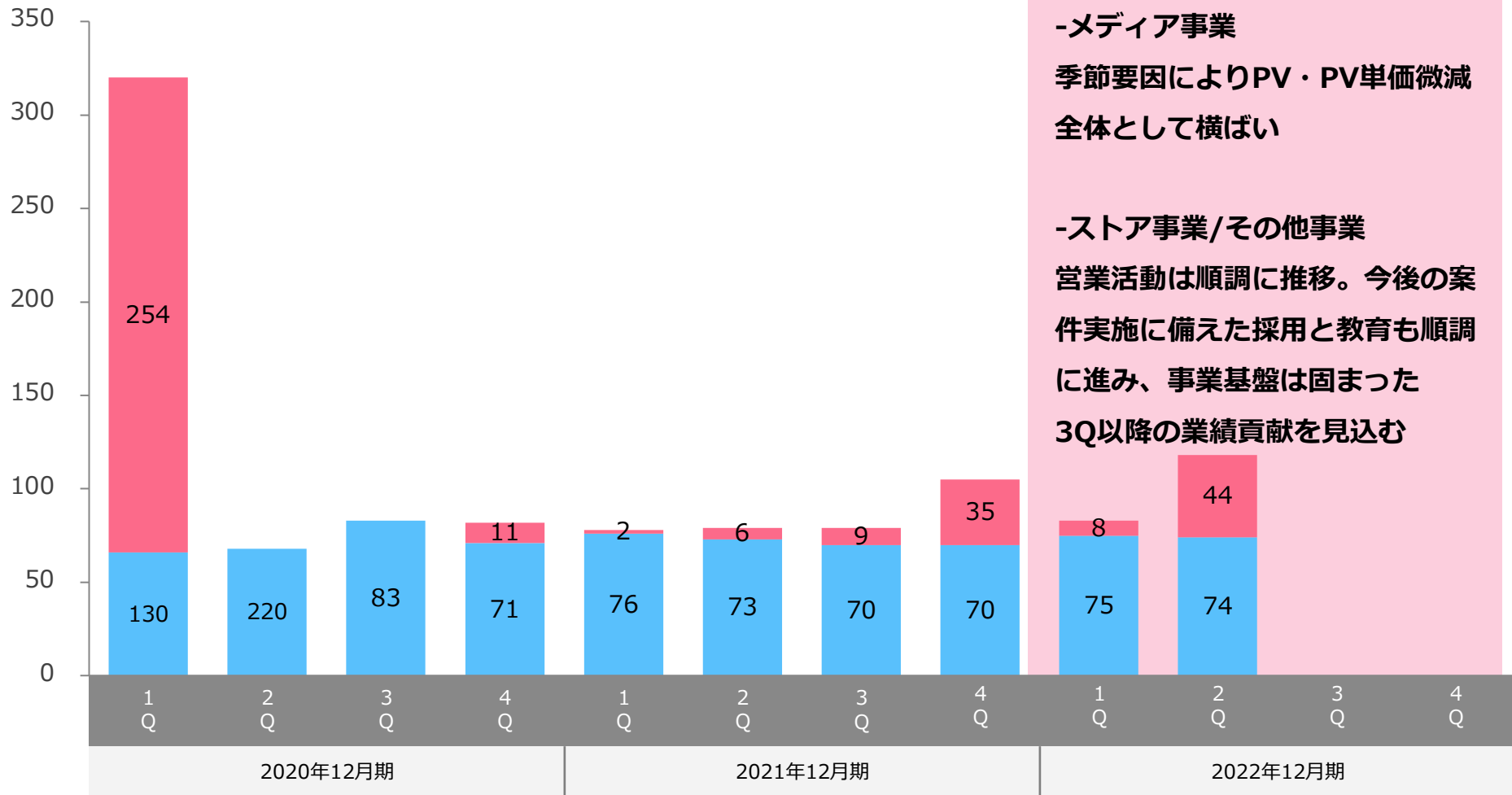
- ・資産： 現預金△89／売掛金△22／商品+4
- ・負債： 買掛金△1
- ・純資産： 親会社株主に帰属する四半期純損失計上△100

事業別状況：売上高 四半期推移

単位：百万円

■ メディア事業

■ ストア事業(その他込)



-メディア事業

季節要因によりPV・PV単価微減
全体として横ばい

-ストア事業/その他事業

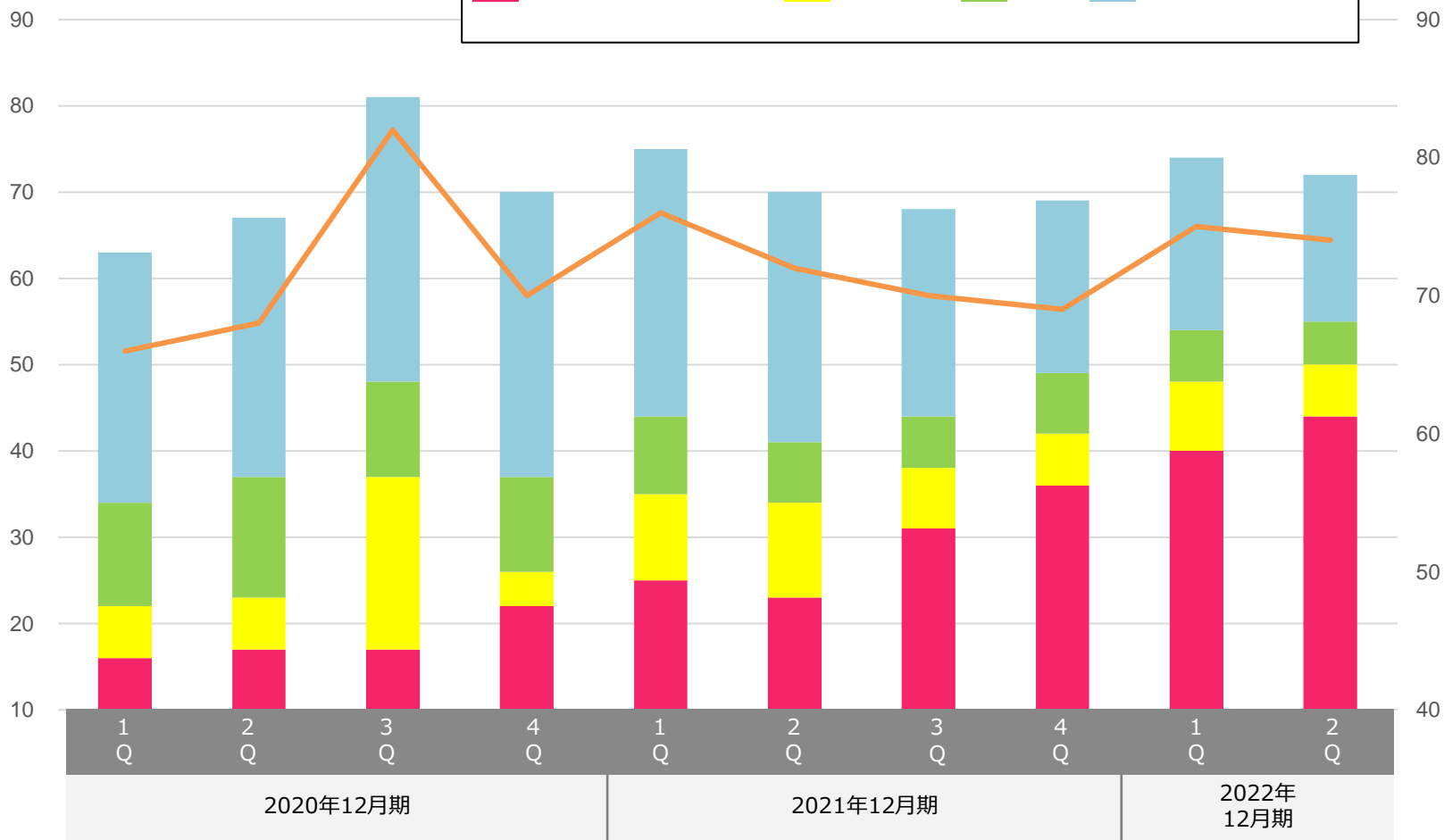
営業活動は順調に推移。今後の案件実施に備えた採用と教育も順調に進み、事業基盤は固まった
3Q以降の業績貢献を見込む

事業別状況：売上高 メディア事業 四半期推移

売上高がYonYで103%、売上構成の入れ替えが進む

単位：百万円

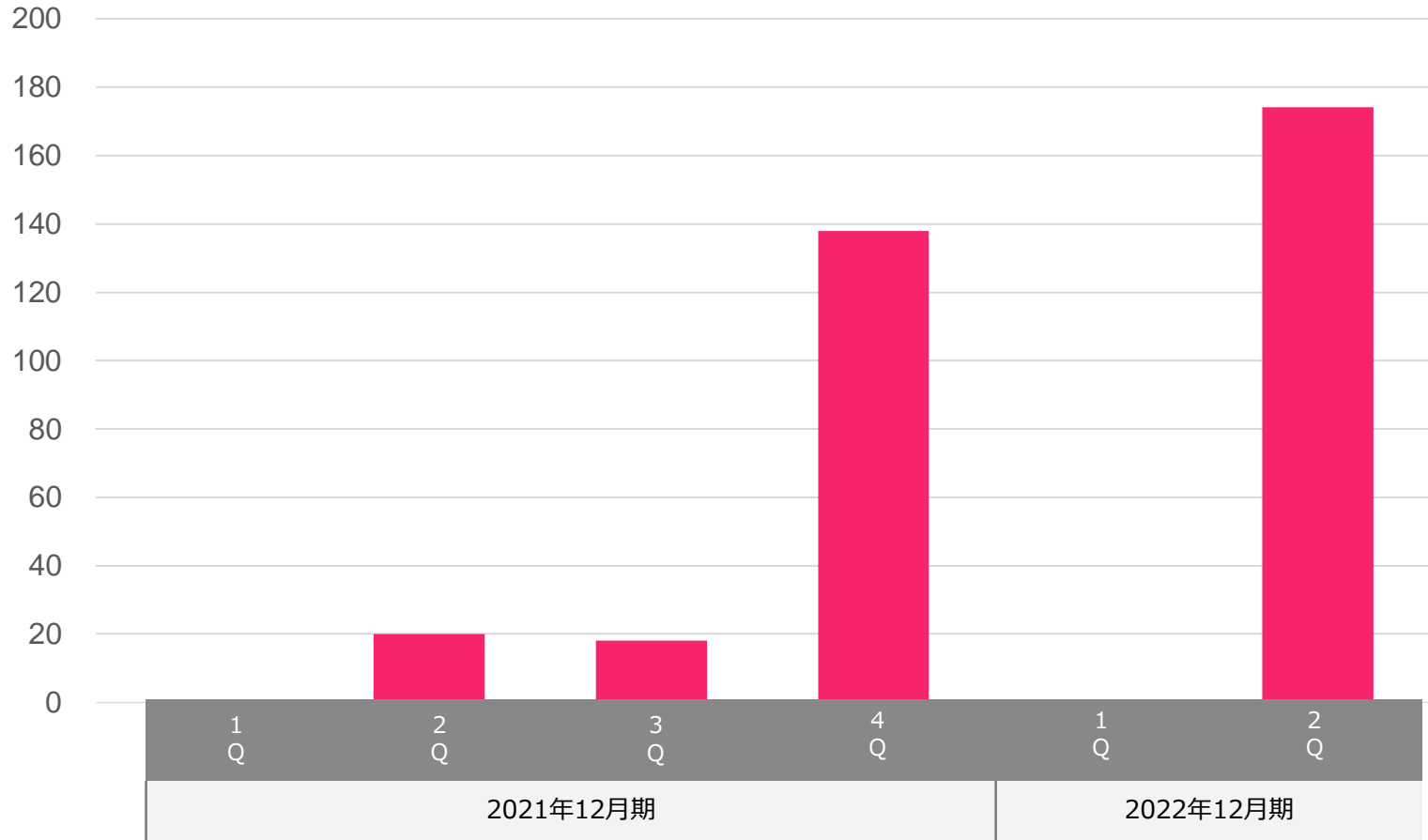
単位：百万PV数



事業別状況：その他事業 物販DXサービス決済金額 四半期推移

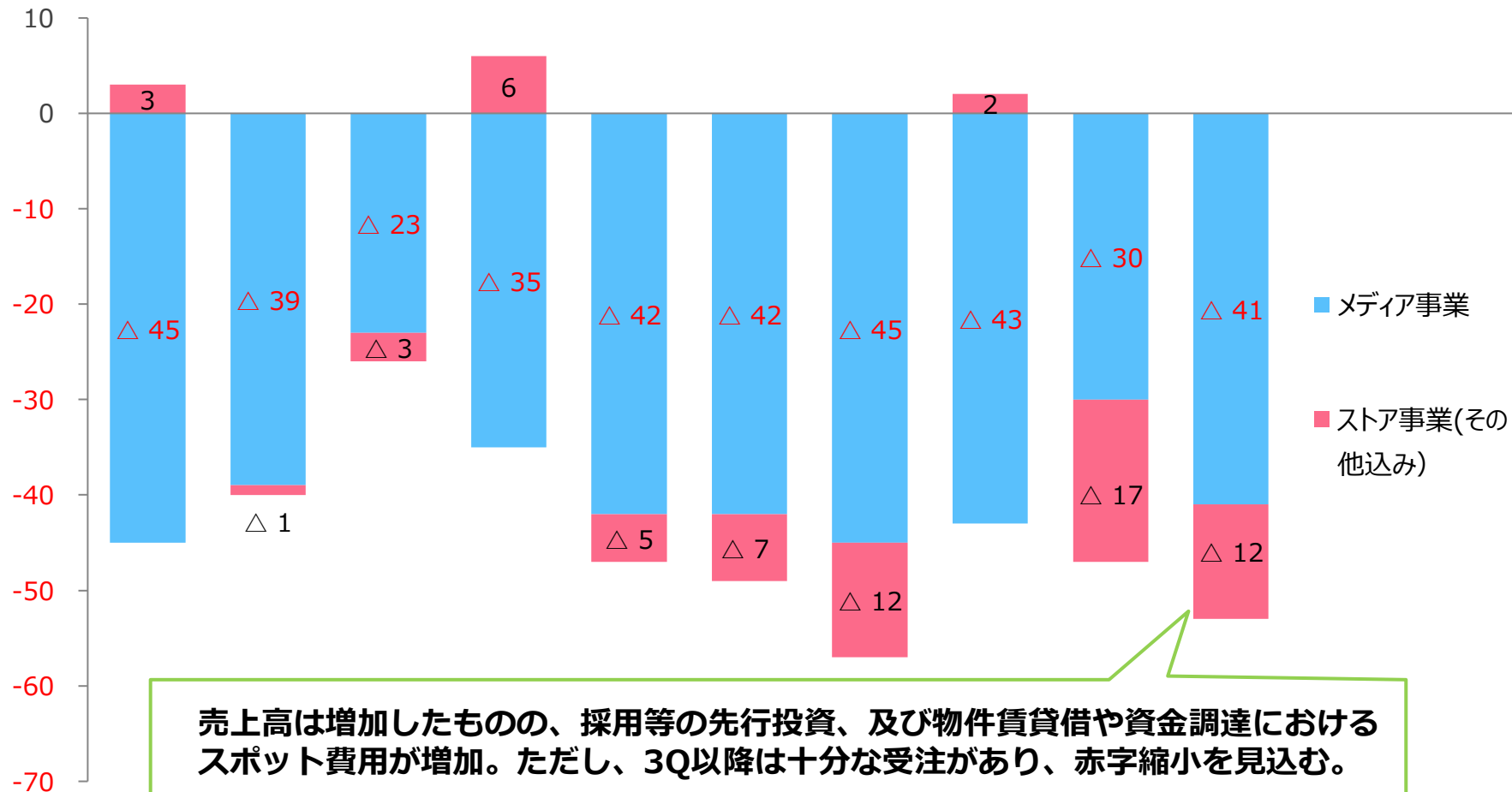
ドーム級の大型ライブへの物販DXサービス、スマホアプリ「HARAJKU」×IPコラボレーション案件での利用が進み、グロス決済金額は**過去最高額を計上**

単位：百万円



事業別状況：営業利益 四半期推移

単位：百万円

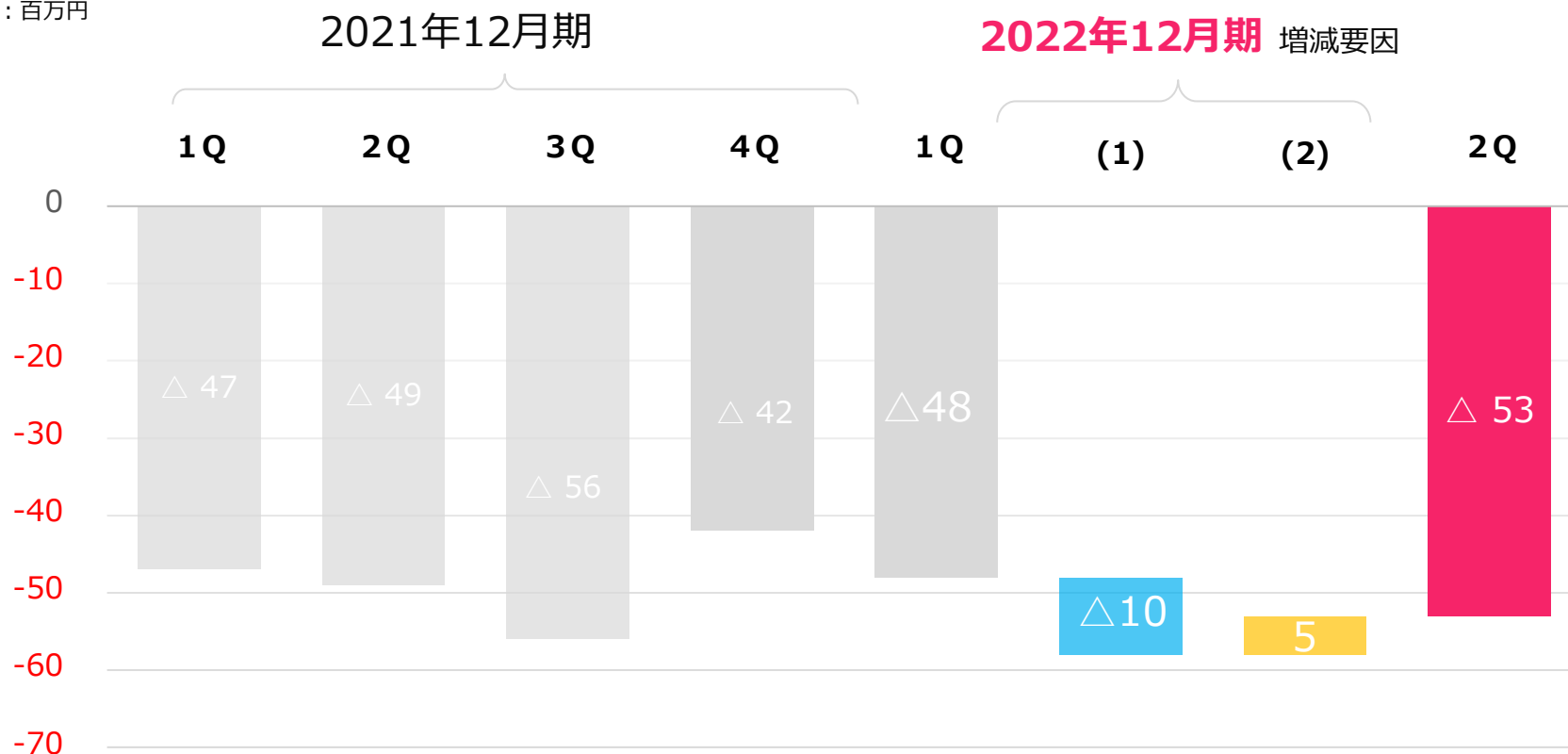


売上高は増加したものの、採用等の先行投資、及び物件賃貸借や資金調達におけるスポット費用が増加。ただし、3Q以降は十分な受注があり、赤字縮小を見込む。

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
2020年12月期				2021年12月期				2022年12月期	

2022年12月期第2四半期 営業損失増減（四半期比較）

単位：百万円



増減要因

- (1) 資金調達に係る一時的な費用・人件費により損失が拡大
- (2) ストア事業とその他セグメントにて収益の拡大

目次

1. ミッション・ビジョン

2. 2022年12月期第2四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

脱マックスむらいにおける

収益構造を確立

成長戦略：中期目標

2022年12月期は前期に引き続き「収益拡大フェーズ」と位置付ける

単位：百万円

売上高

1,420

1,323

547

342

営業利益

-211

-56

-136

-194

18/12期

19/12期

20/12期

21/12期

22/12期2Q (現在時点)

中期目標

投資フェーズ
(2020年/前々期)

テーマ

- 新たな成長機会のための基礎づくり
- コスト構造の見直し

収益拡大フェーズ
(2021年/前期)

テーマ

- 収益構造の「確立」
- 赤字体質の脱却(未実現)

目標

- AppBank.netのPV数を四半期で**6千万PVに成長(実現)**

収益拡大フェーズ
(2022年/当期)

テーマ

- 収益構造の「拡大」
- 赤字体質の脱却(目標の継続)

目標

- AppBank.netのPV数を増加及び原価・費用の削減
- 位置情報テクノロジーを用いた新規サービスの本格立ち上げ
- 四半期黒字化の実現(目標の継続)

利益拡大フェーズ
(来期以降)

テーマ

- 収益構造の「拡大」
- 利益の拡大

目標

- AppBank.netのPV数を四半期で**8千万PVに成長(21年4Q対比18%増)**
- 位置情報テクノロジーを用いた事業の収益拡大
- 通期での黒字化の実現

収益拡大フェーズ及び利益拡大フェーズ における重点成長施策について

成長戦略：重点成長施策

①位置情報テクノロジーを用いた新規サービスの拡大

- テーマ社におけるスマホアプリ「HARAJUKU」を起点とした
IPとのコラボレーションによる収益拡大
- 3bitter社が提供するイベント運営DX支援 + デジタル物販ソリューション導入促進

②メディア事業の再成長

- 「AppBank.net」のPV当たり広告単価を維持した上でPV数の増加
- 新マーケティングサービス（新たな収益源）の立ち上げに注力

成長戦略：重点成長施策詳細

①位置情報テクノロジーを用いた新規サービスの拡大

目標：次の成長の柱と定め、案件数の拡大に努める

地域・イベント会場と連携したプラットフォーム構築と運営

i

- IPとコラボレーションしたデジタル物販+コラボ商品の販売等による収益拡大
- 「原宿竹下通り友竹庵」「原宿friend」と拠点とした『原宿発』の展開
- 案件数の拡大のみならず、案件規模の拡大・実施地域の拡充を進める

イベント運営DX支援+デジタル物販ソリューションの導入促進

ii

- 自社開発のBeaconを用いて、場所を限定した物販やコンテンツ配布が可能となるサービス
- 新型コロナ下におけるイベント・ライブ運営に最適化された物販ツールであり、運営のオペレーション、バックヤード部分まで踏み込んだ設計が特長
- 様々な利用用途（ライブ物販・決済、常設型案件）、様々な規模の案件を実施して実績を作る
- 「原宿竹下通り友竹庵」等、具体的な「場所」「地域」との連携を進めて事業領域の拡大を図る

成長戦略：重点成長施策詳細

②メディア事業の再成長

目標：「AppBank.net」のPV数の成長

iii

AppBank.netの新たなユーザー層の開拓とユーザー満足度の向上

- PV当たり広告単価を維持しつつ、新しい記事カテゴリーの立ち上げ
- 編集部機能と記事制作の分業推進による、記事企画力とタイムリーな記事制作&発信力を強化

iv

ネットワーク広告以外の広告売上高獲得による収益性の向上

- 自社メディアにおけるBtoBタイアップ広告の獲得
- AppBank.netのSEO力を生かして、新たなマーケティングサービスを展開

目次

1. ミッション・ビジョン

2. 2022年12月期第2四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

進捗状況：収益拡大フェーズ（2022年度2Qまで）の振り返り

（全体）

- 位置情報テクノロジーを用いたサービスを成長の柱として定め収益拡大を図る
- 2Qの間は人材採用を行い、営業は順調→3Q以降の業績貢献を見込む
- 約2.1億円の資金調達スキームをローンチ

（メディア事業）

- 「AppBank.net」のコンテンツ・システム投資を重ねながら、PV数・PV当たり広告単価の拡大を進める
- 「AppBank.net」のネットワーク広告売上が増加、BtoBタイアップ広告等の売上は減少

（ストア事業）

- 店舗事業に加え、4月からIPとのコラボレーション事業をスタート
- 同コラボレーションの運営ノウハウ獲得と、営業活動は順調に進捗

（その他）

- 国民的アーティストのドーム級会場での大型ライブ、IPの幕張メッセでのライブ等、様々なライブへのソリューション提供が進んだ
- (株)KADOKAWAが運営する「超ダ・ヴィンチストア」へのソリューション提供等、音楽系のライブ会場以外の新たな用途でもサービス導入が進みつつあり、今後の収益拡大を見込む

2022年12月期業績予想について

引き続き2022年12月期の業績予想は非開示

インターネット広告業界に軸足を置く、当社メディア事業は不確定な要素が多く、

今後とも新興領域で様々なチャレンジを実施していくため、合理的な見込みを算出するこ

とは困難であると判断し、業績見込みを非開示としています。

今後とも、四半期ごとに実施する決算業績及び事業の概要のタイムリーな開示に努めると

共に業績予想は、合理的な業績予想が開示できる状況になる場合に速やかに開示すること

を予定しております。

目次

1. ミッション・ビジョン

2. 2022年12月期第2四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

IPコラボレーション事例①

『新テニスの王子様 U-17 WORLD CUP』 デジタルくじが スマホアプリ「HARAJUKU」から登場！原宿竹下通りジャックも！（2022.08.10）



スマートフォン向けアプリ「HARAJUKU」内において、すべて描きおろしイラストを利用した、『新テニスの王子様 U-17 WORLD CUP』デジタルくじの販売を開始いたします。

原宿竹下通りにてフラッグ、横断幕、「CUTE CUBE HARAJUKU」の壁面をジャックすること、「原宿竹下通り友竹庵」において、「新テニスの王子様まんじゅう」の販売を予定しております。

引用元：<https://www.appbank.co.jp/news/3252/>

IPコラボレーション事例②

「ラブライブ！スーパースター!!」 ランダムトイvol.2の実施が決定！
さらに原宿竹下通り「CUTE CUBE HARAJUKU」の壁面パネルも展開！

(2022.07.22)



スマートフォン向けアプリ「HARAJUKU」内で、「アクリルキーホルダー」や「巨大缶バッジ」などが当たる限定のランダムトイを引くことができます。

これを記念して「CUTE CUBE HARAJUKU」では「ラブライブ！スーパースター!!」作中に登場するスクールアイドルグループ・Liella!が壁面パネルを展開いたしました。

引用元：<https://www.appbank.co.jp/news/3240/>

IPコラボレーション事例⑤

「ラブライブ！スーパースター!!」 × 「HARAJUKU」 新サービス「原宿スタンプ」を開始！限定ブロマイドを先着プレゼント！（2022.07.19）



スマートフォン向けアプリ「HARAJUKU」内の新コンテンツとして、「ラブライブ！スーパースター!!」を起用した「原宿スタンプ」を開始いたしました。

「原宿スタンプ」は、イベント期間中に原宿内のチェックインスポットへ行くとデジタルスタンプを押すことができ、すべてのチェックインスポットのデジタルスタンプをコンプリートすることで、さまざまな特典がゲットできるスタンプラリーです。

引用元：<https://www.appbank.co.jp/news/3228/>

IPコラボレーション事例⑥

AppBank「原宿竹下通り友竹庵」と次世代ボーイズグループ「VOYZ BOY」が再コラボ！ライブと店舗にて実施！（2022.06.29）



ゴールデンウィークに実施したコラボレーションが好評だったことを受け、次世代ボーイズグループ「VOYZ BOY」との再度コラボレーションを実施することを発表いたしました。

原宿店舗だけではなく、立川ステージガーデンで「会場限定デジタルガチャ（全73種）」を販売するなど、幅広くコラボレーションを行っております。

引用元：<https://www.appbank.co.jp/news/3140/>

IPコラボレーション事例⑦

「なめこ栽培キット」とアプリ「HARAJUKU」 & 「友竹庵」がコラボ！
限定商品やコラボメニューが登場！（2022.06.08）



スマホアプリで人気となったキャラクター「おさわり探偵 なめこ栽培キット」シリーズとコラボをいたしました。

「HARAJUKU」では「缶バッジ」や「アクリルスタンド」が当たるデジタルくじを、
「友竹庵」ではノベルティステッカー付きのコラボメニュー「なめこ大福」「スペシャル
苺ミルクオレ～杏仁豆腐入り～」を販売いたしました。

引用元：<https://www.appbank.co.jp/news/3128/>

