



APPBANK

グロース市場における
「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示

2022年12月期

2023年2月14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. ビジネスモデル

3. 2022年12月期業績実績

4. 市場環境

5. 競争力の源泉

6. 事業計画

7. リスク情報

You are my friend!

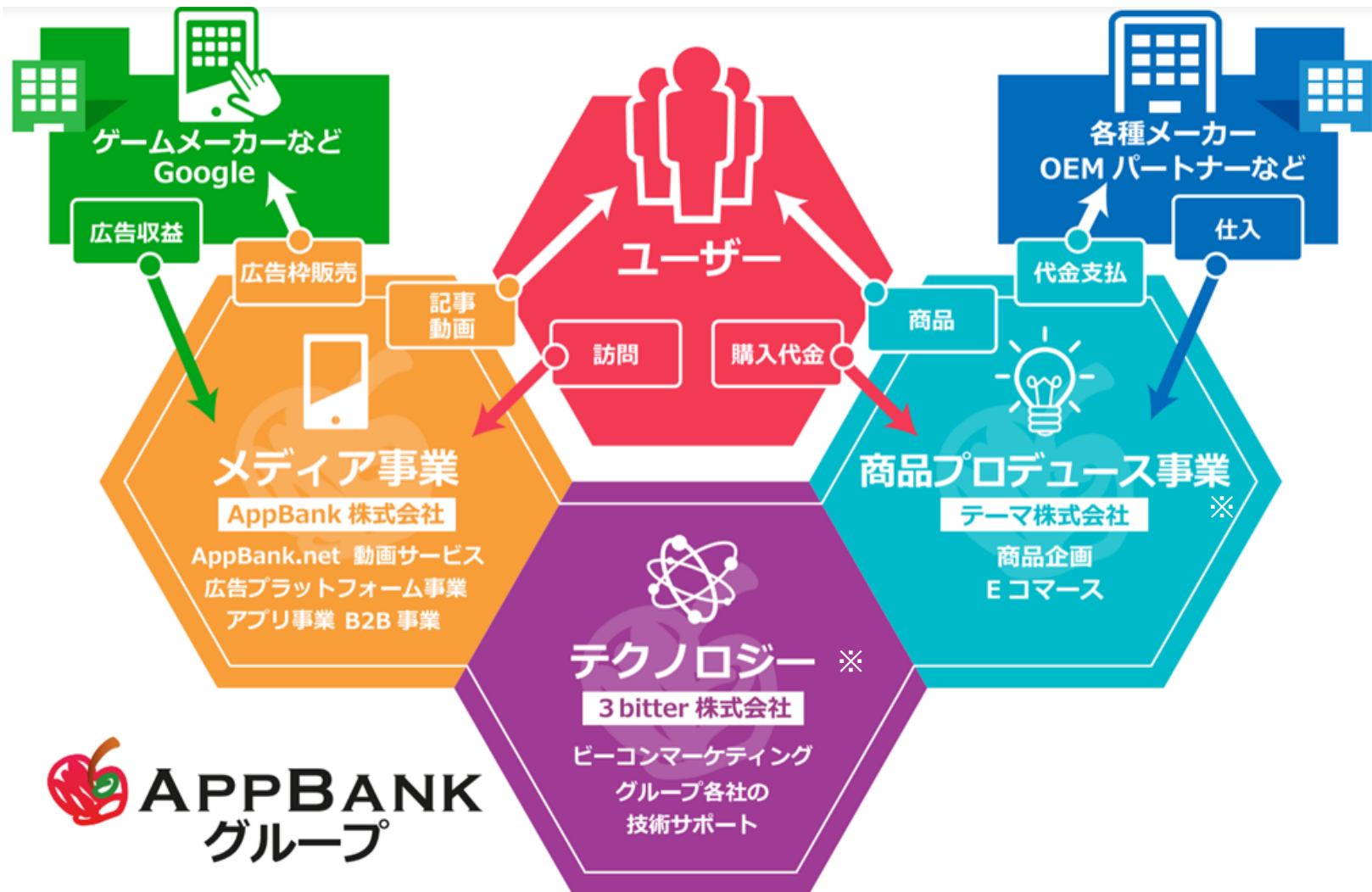
インターネット産業はスマートフォンの登場により、これまで以上に変化のスピードを早めています。そんな中、最先端の情報と技術が集まるこの場所でAppBankは『**You are my friend!**』を理念として活動しています。非連続的な変化や、はやりすたりが激しい世界だからこそ、ユーザーのみなさま/お客さまとの関係を最も大切にしたいと考えています。

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DXソリューション事業に区分して開示しております。

セグメントの変更について

当第3四半期連結会計期間より、従来「その他」に含めておりました連結子会社1社(3 bitter株式会社)の事業の重要性が増したため、新たに「DXソリューション事業」を加えた3区分に変更しております。

前期比については、前期の数値を変更後の報告セグメントの区分に組み替えて算出しております。

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	:	39名（2022年12月31日時点）	

目次

1. ミッションビジョン

2. ビジネスモデル

3. 2022年12月期業績実績

4. 市場環境

5. 競争力の源泉

6. 事業計画

7. リスク情報

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」

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。

■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

■スマホアプリ+店舗運営

IPコラボレーションの拠点として、和カフェ「原宿竹下通り友竹庵」、グッズ販売「原宿friend」を展開。

スマホアプリ「HARAJUKU」でデジタルくじ、モバイルオーダー機能、エリア限定コンテンツを提供。

■コンテンツ・IPコラボレーション事業

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。

DXソリューション事業

■イベント・ライブ物販DX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+エリア限定デジタル物販ソリューション**を提供。

サービス説明(メディア事業)



- ・中核メディアサイト「AppBank.net」

2008年のサイト開設以来、iPhoneや、iPhone関連ニュースを中心に提供。

- ・攻略サイト「パズドラ究極攻略」「モンスター攻略」

『パズドラ』や『モンスター』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。



- ・動画配信の分野

「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142万人の「マックスむらいチャンネル」を中心に展開中。

サービス説明（DXソリューション事業）

■ イベント・ライブ物販DX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・ライブ会場物販のDXソリューションを提供。

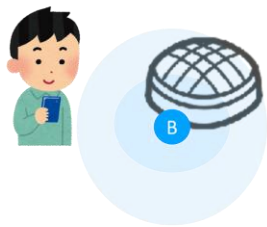
・ ライブ会場において「人」が携わっていた業務を見直し、イベント運営のオペレーション、バックヤード部分まで踏み込んだ、総合的なソリューション設計が特長。

新型コロナ禍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



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（コンテンツ・IPコラボレーション事業）

■コンテンツ・IPコラボレーション事業

- ・ 自社店舗「原宿竹下通り友竹庵」の運営、DXソリューション事業（+エリア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2022年4月からスタートした事業。
- ・ 「原宿竹下通り友竹庵」「原宿friend」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。コラボレーションによっては、Webサイト経由で全国通販も可能。
※デジタル物販は、当社グループが運営するアプリ（HARAJUKU、ROLL等）、Webサイト（Web ROLL）上での購入となります。



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



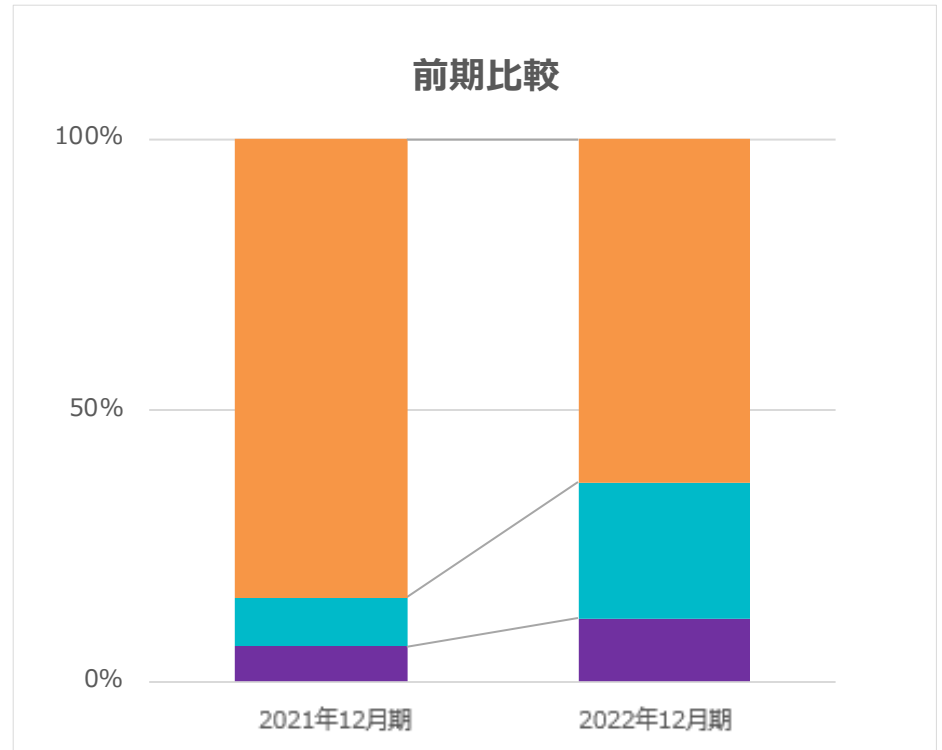
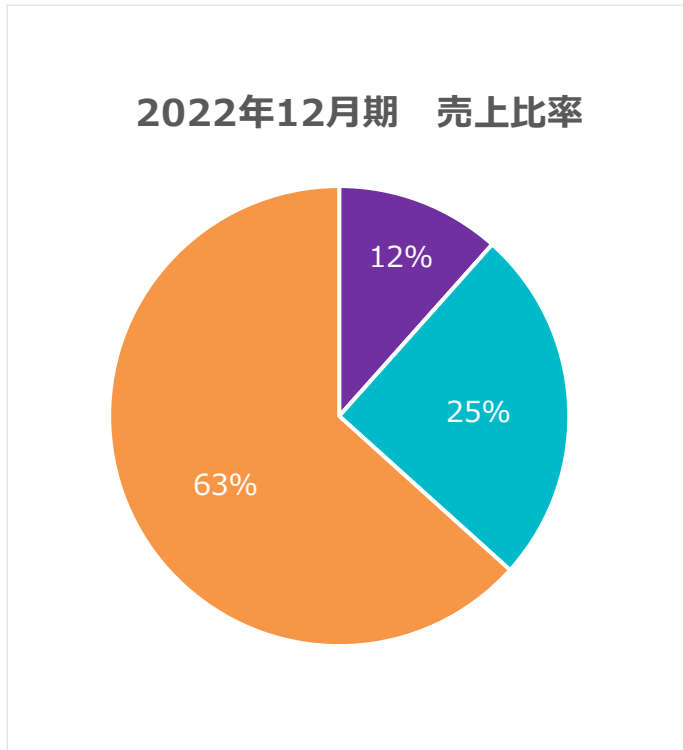
※引用 2022年8月10日 ニュースリリース



※引用 2022年9月17日 ニュースリリース

ビジネスモデル 売上比率

ストア事業・DXソリューション事業の売上高の増加により、売上高の内訳が大きく変わっています。

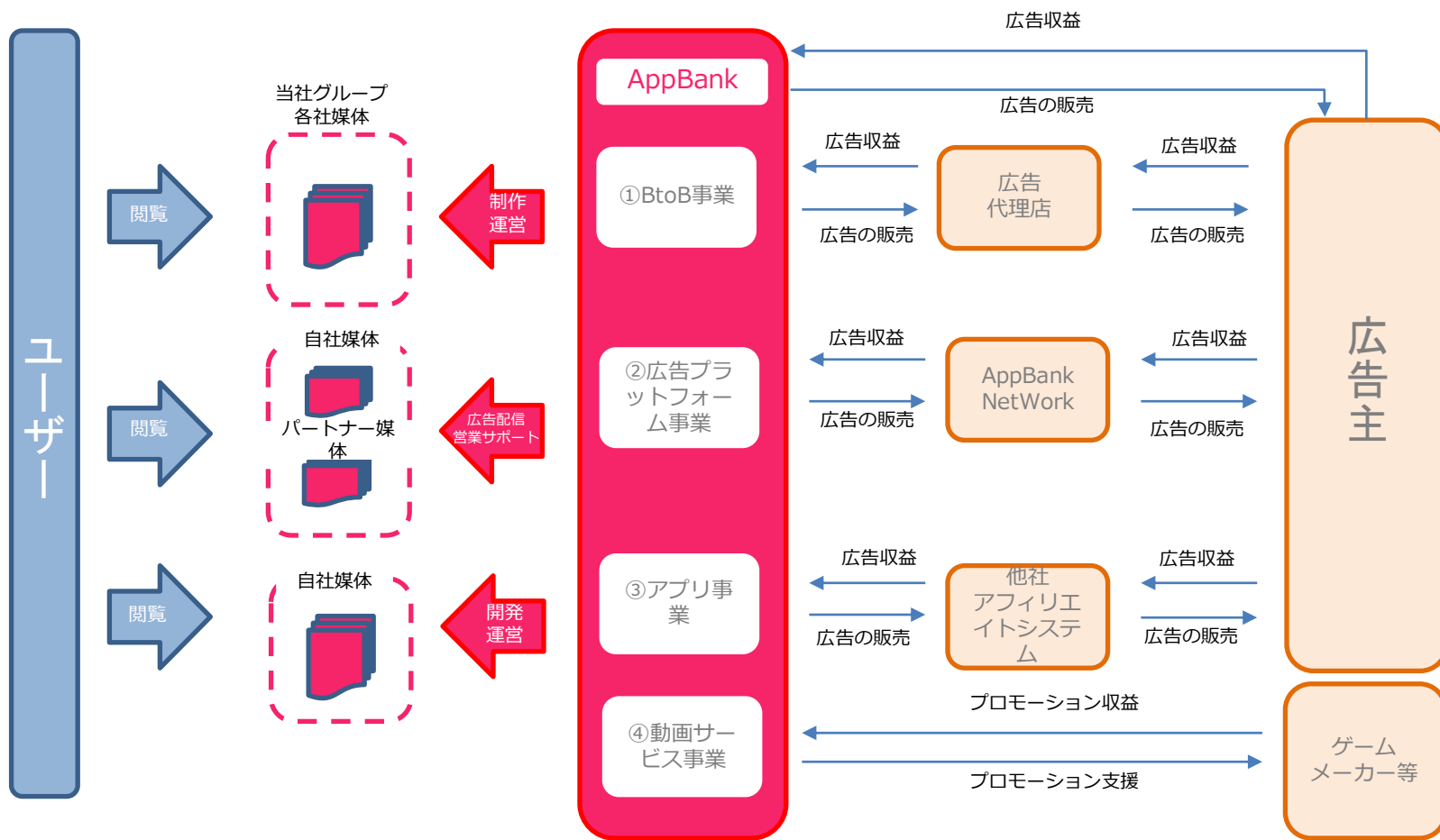


■ メディア事業 ■ ストア事業 ■ DXソリューション事業

※2022年12月期時点の売上高を基準に算定

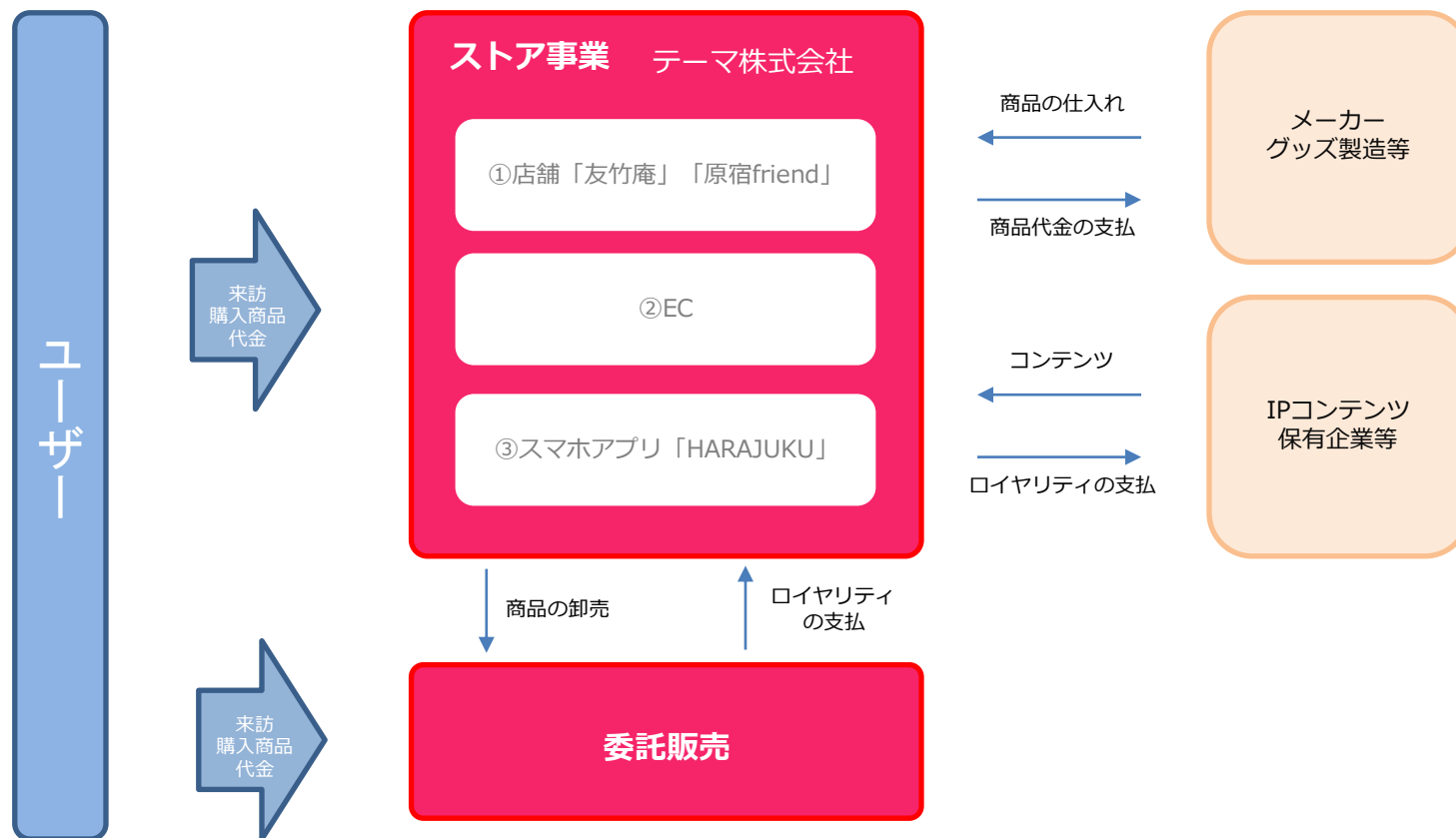
ビジネスモデル 収益構造(メディア事業)

ゲームやアプリ等の総合情報サイトである「AppBank.net」の運営を中核とし、メディア内に広告を掲載することで広告収益を獲得しており、運営するメディアのPVに連動して主に広告収益が算定されます。そして、メディアのコンテンツとなる記事や企画等に係る制作コストが費用になります。メディアのコンテンツは、自社製作と、外部委託により製作する場合があります。



ビジネスモデル 収益構造(ストア事業)

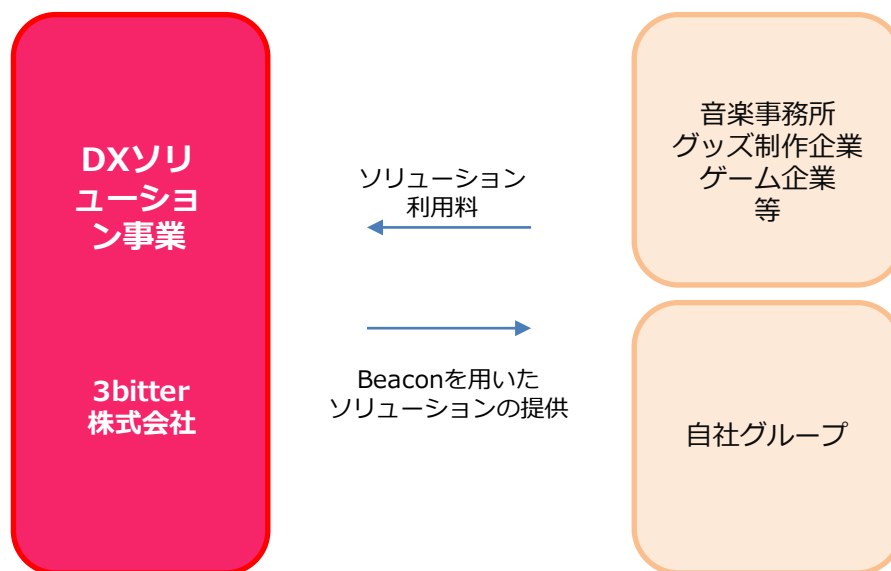
ストア事業においては、当社の店舗やEコマースサイト、スマホアプリにおける商品の販売が収益となります。自社でフードメニューやIP・コンテンツとのコラボレーションを企画し、製造は専門店・工場に委託をするOEM型の事業展開を行っております。そのため、店舗運営費用や商品仕入に係る支出、ロイヤリティの支払が主な費用となります。



ビジネスモデル 収益構造(DXソリューション事業)

DXソリューション事業においては、当社独自のBeaconを用いたイベント運営・物販に関するソリューションの利用料が収益となります。システム開発に係る人件費とサーバ費用が主な費用となります。また、当社ソリューション上で物販の決済まで行う場合は、決済会社に支払う手数料も費用となります。

またDXソリューション事業のシステムは、自社グループ事業においても利用しています。



目次

1. ミッションビジョン

2. ビジネスモデル

3. 2022年12月期業績実績

4. 市場環境

5. 競争力の源泉

6. 事業計画

7. リスク情報

2022年12月期決算 総括①

1. 今後の成長の柱と位置づける「コンテンツ・IPコラボレーションイベント事業」、「イベント・ライブ物販DX支援事業」の本格立ち上げに注力
2. 店舗部門、システム部門を中心に採用等の投資を実施
同時に新型コロナ第7波の影響で売上高が想定より伸びず、損失拡大
3. 一方で、引き続き営業活動の進捗は順調
システム開発・イベント運営における先行投資は一巡
今後は売上・利益ともに拡大を見込む
4. 第10回新株予約権の発行により、約1億円の調達を実施

2022年12月期決算 総括②

1

売上高388百万円、営業損失が276百万円となり、前期における売上高342百万円、営業損失194百万円と比較して**増収減益**

2

ストア事業・DXソリューション事業が進捗し、**売上高が増加**
事業推進のために採用を強化。サービス作り込みとシステム開発が進む

3

メディア事業

- ネットワーク広告売上高が増加、BtoB売上高等は減少し、**若干増収**
- AppBank.netのPV数・PV単価は高水準を維持

4

ストア事業・DXソリューション事業

- テーマ(株)：IPコラボレーション案件実施で、デジタル物販・店舗物販共に**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 損益状況

単位：百万円 下段：売上高比		2021年12月期	2022年12月期		
			前期比	増減額	
売上高		342	388	+13.6%	+46
	メディア事業	289 (84.7%)	291 (75.0%)	+0.6%	+1
	ストア事業	30 (9.0%)	115 (29.7%)	+275.5%	+84
	DXソリューション事業	22 (6.5%)	53 (13.7%)	+138.2%	+30
	セグメント間取引消去	△0 (△0.3%)	△71 (△18.5%)	-%	△70
売上総利益		67 (19.7%)	28 (7.1%)	△58.4%	△39
販管費		261 (76.6%)	304 (78.3%)	+16.3%	+42
△：営業損失		△194 (-%)	△276 (-%)	-%	△82
△：経常損失		△194 (-%)	△280 (-%)	-%	△85
親会社株主に帰属する △：当期純損失		△186 (-%)	△288 (-%)	-%	△102

- ・売上高 : メディア・ストア・DXソリューションの事業すべてにおいて売上高は増加
- ・売上総利益 : 主に製造費用の増加により、売上総利益は減少
- ・販管費 : 事業進捗に伴い、著作権元へのロイヤリティ、決済手数料、家賃の支払等が増加
- ・営業損失 : 売上原価・販管費の増加の影響で営業損失が増加
- ・当期純損失 : 固定資産の減損損失13百万円・子会社株式評価損4百万円の発生

2022年12月期 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		2022年12月期	
			前期比	増減額
売上高	289	291	+0.6%	+1
売上総利益	39 (13.6%)	20 (7.0%)	△48.2%	△19
販管費	211 (73.1%)	197 (67.9%)	△6.6%	△13
△：営業損失	△172 (-%)	△177 (-%)	-%	△5

- ・売上高：主力ゲーム関連BtoB売上・動画収入は減少したが、「AppBank.net」のネットワーク広告収益等が増加
- ・売上総利益：高利益率の主力ゲーム関連BtoB売上の減少、主に新規事業における人件費等の増加により利益率が低下
- ・販管費：固定費を中心に販管費を削減したが、売上総利益の減少を吸収するまでは至らず
- ・営業損失：売上総利益は減少したが、販管費の削減効果で損失額の増加を最小限に抑制

2022年12月期 事業別状況：ストア事業

単位：百万円 下段：売上高比	2021年12月期		2022年12月期	
			前期比	増減額
売上高	30	115	+275.5%	+84
売上総利益	12 (41.1%)	45 (39.4%)	+259.9%	+32
販管費	33 (110.0%)	119 (103.0%)	+251.7%	+85
△：営業損失	△21 (-%)	△ 73 (-%)	-%	△52

- ・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・拡大により、売上高が増加
- ・売上総利益：事業の進捗に伴い、店舗人件費・仕入原価等が増加
- ・販管費：家賃・ロイヤリティ・人件費等の運営費用の増加により、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

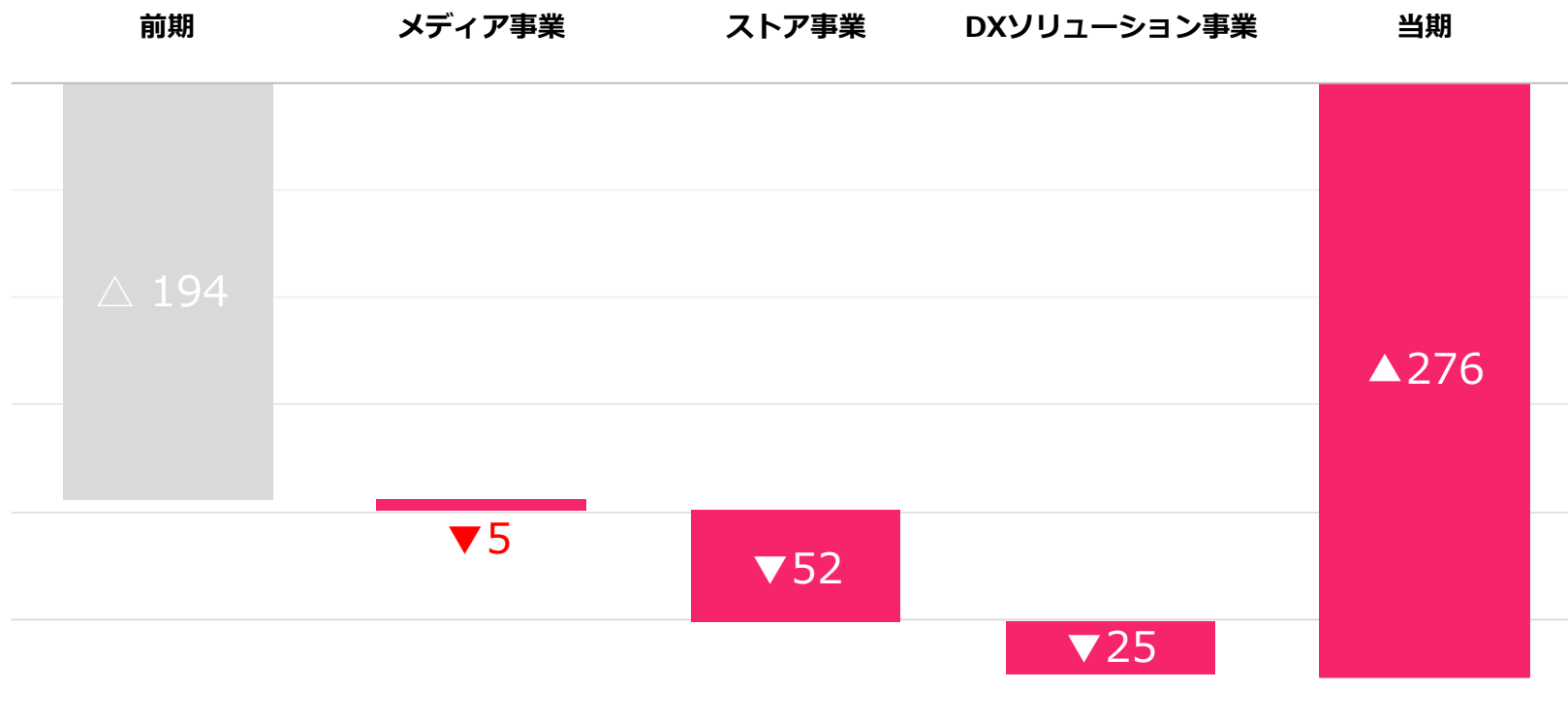
2022年12月期 事業別状況：DXソリューション事業

単位：百万円 下段：売上高比	2021年12月期		2022年12月期	
			前期比	増減額
売上高	22	53	+138.2%	+30
売上総利益	16 (72.0%)	33 (62.3%)	+220.5%	+17
販管費	17 (76.8%)	59 (111.3%)	+245.2%	+42
△：営業損失	△1 (-%)	△26 (-%)	-%	△25

- ・売上高：新型コロナの影響を受けるが、案件数を増やし売上高が増加
- ・売上総利益：人材の採用・育成により、人件費が増加
- ・販管費：決済金額の増加に伴い、支払手数料等の販管費が増加
- ・営業損失：事業拡大による開発部門の人件費が増加したが、営業成果がまだ追いついておらず損失額が拡大

2022年12月期 営業損失増減（前期比）

単位：百万円



- ・前期比で営業損失が拡大した要因は、ストア事業及びDXソリューション事業において、システム開発・イベント運営伴う費用・人員採用等を行い、原価及び販管費が増加
- ・メディア事業は売上高は微増し販管費を削減したが、原価が増加し営業利益率が低下
- ・ストア及びDXソリューション事業は、今後営業・費用の削減を進める

2022年12月期 キャッシュフローの状況

単位：百万円	2021年12月期	2022年12月期	
			増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△194	△216	△22
投資活動によるキャッシュ・フロー	△18	△4	13
フリー・キャッシュ・フロー (営業CF－投資CF)	△175	△211	△35
財務活動によるキャッシュ・フロー	△16	101	118
現金及び現金同等物の増減額	△229	△119	△110
現金及び現金同等物の期首残高	472	242	△229
現金及び現金同等物期末残高	242	123	△119

- ・ 営業活動によるキャッシュ・フロー：税金等調整前当期純損失△288／減損損失△13
- ・ 投資活動によるキャッシュ・フロー：有形固定資産の取得による支出△2／敷金及び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：株式の発行による収入103

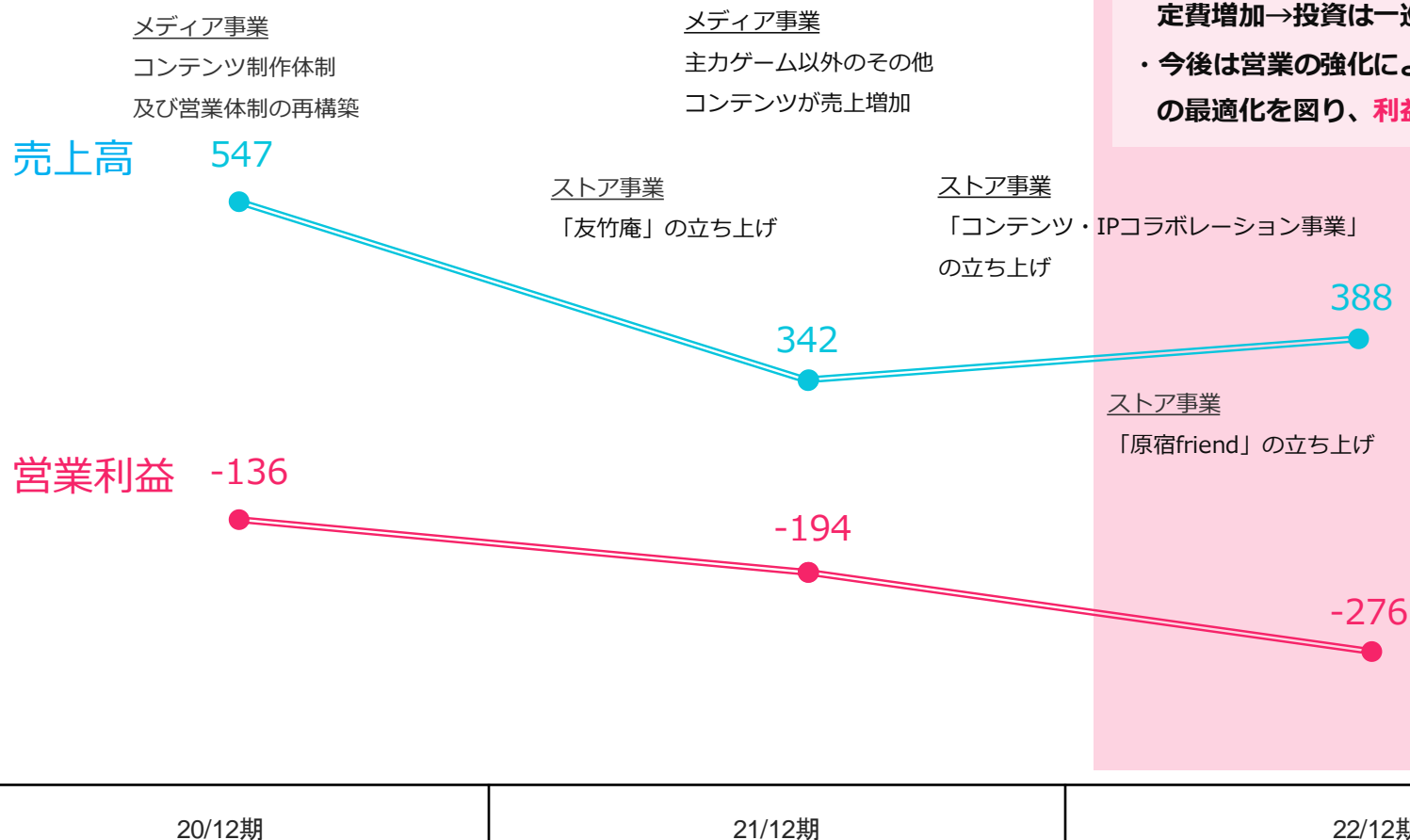
2022年12月期 財務状況

単位：百万円 下段：構成比		2021年12月期末	2022年12月期	
				前期末比
資産	流動資産	327 (79.0%)	211 (76.3%)	△116
	固定資産	87 (21.0%)	65 (23.7%)	△21
資産合計		414 (100%)	277 (100%)	△137
負債	流動負債	64 (15.7%)	117 (42.3%)	+52
	固定負債	14 (3.6%)	9 (3.6%)	△4
負債合計		79 (19.2%)	127 (45.9%)	+47
純資産合計		334 (80.8%)	149 (54.1%)	△185
負債純資産合計		414 (100%)	276 (100%)	△137

- ・資産： 現預金△119／売掛金△9／未収入金+15
- ・負債： 買掛金+7／未払金+8／預り金+19
- ・純資産： 親会社株主に帰属する当期純損失計上△288

売上高/営業利益

単位：百万円

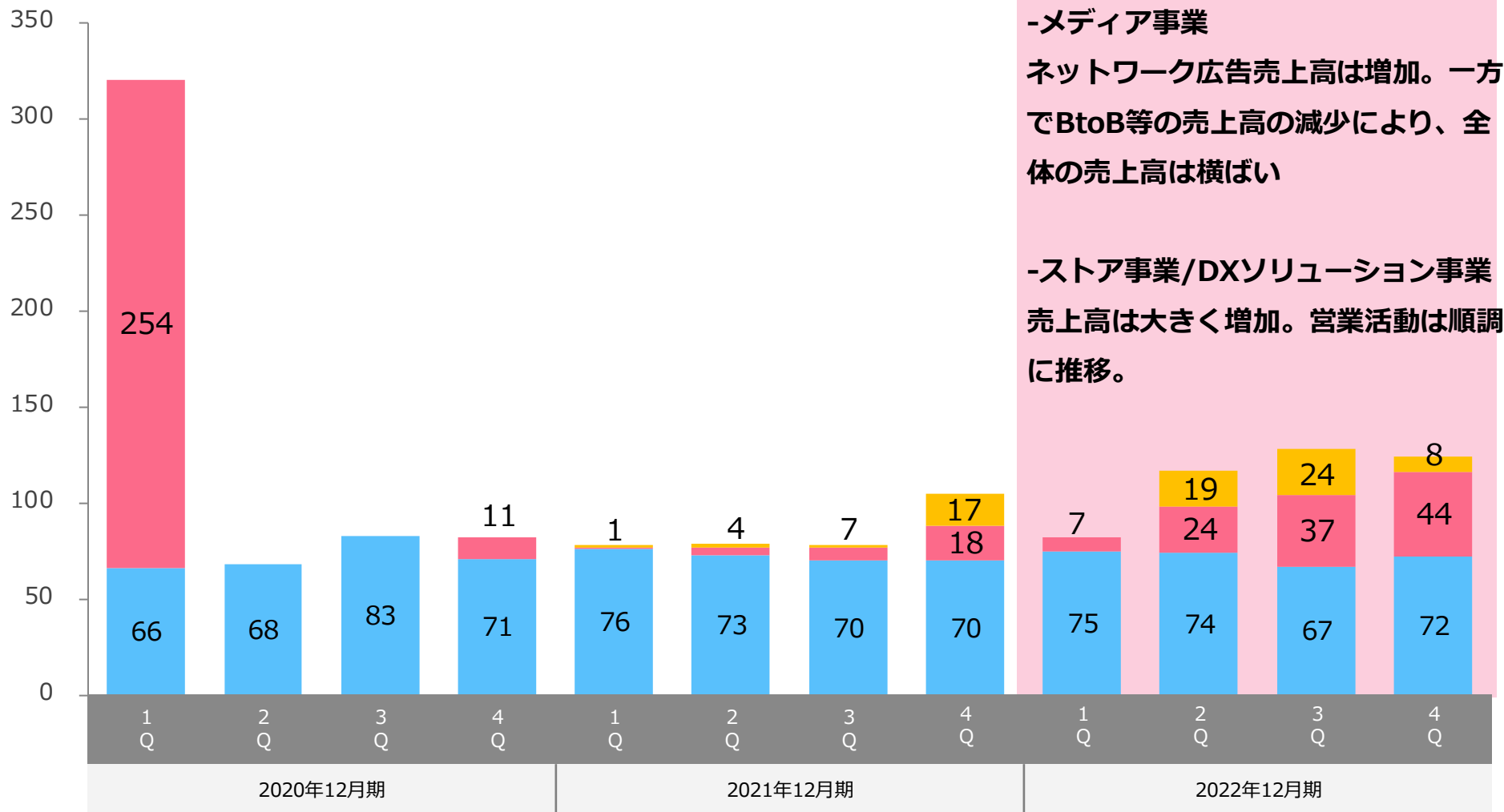


- ・ 2022年度から本格的に着手した新規事業の立ち上げは順調に進捗。
- ・ 立ち上げにおける採用・出店を進め固定費増加→投資は一巡。
- ・ 今後は営業の強化による売上増、費用の最適化を図り、**利益体質に変える。**

事業別状況：売上高 四半期推移

■ メディア事業 ■ ストア事業 ■ DXソリューション事業

単位：百万円

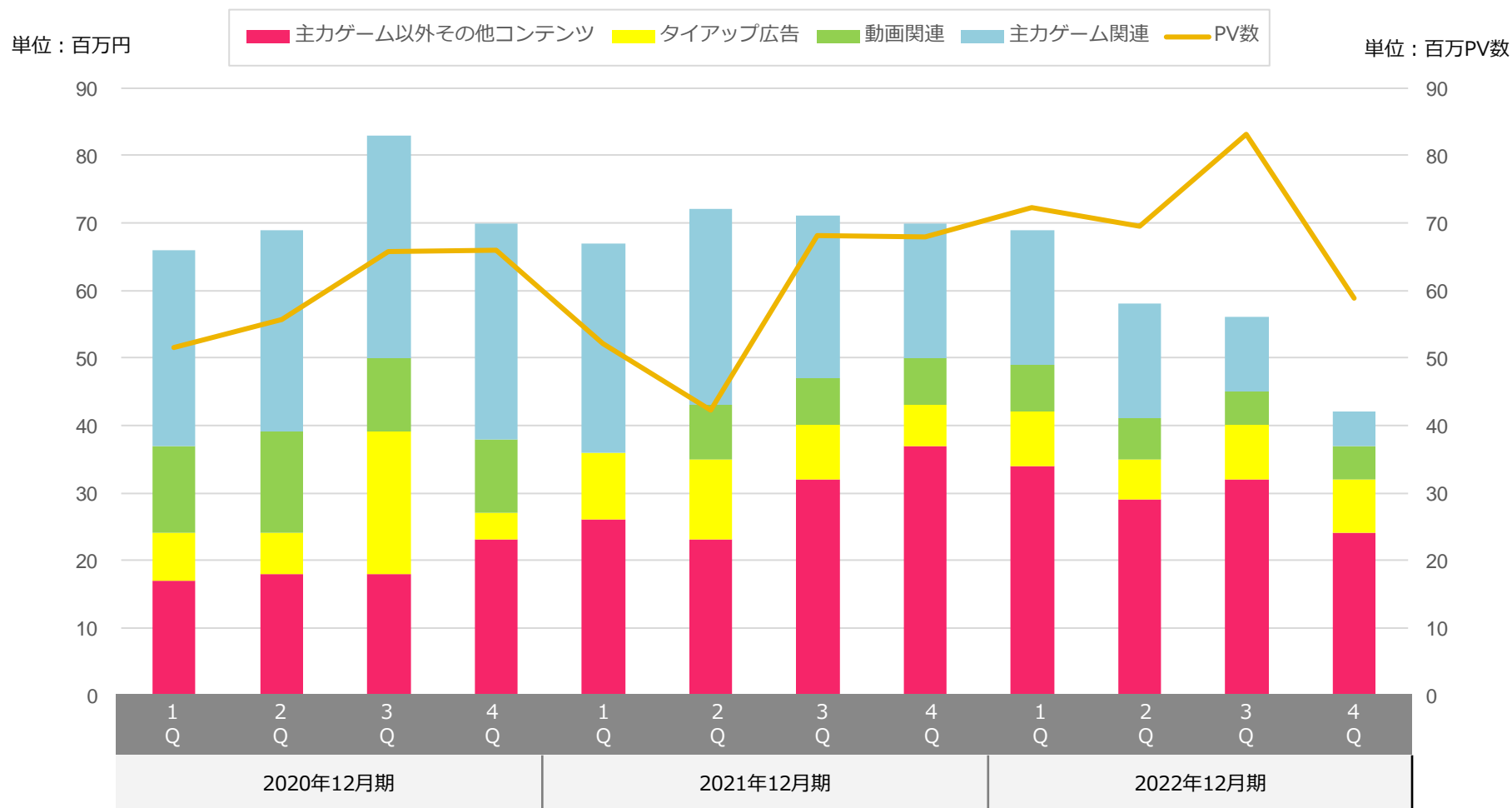


-メディア事業
ネットワーク広告売上高は増加。一方でBtoB等の売上高の減少により、全体の売上高は横ばい

-ストア事業/DXソリューション事業
売上高は大きく増加。営業活動は順調に推移。

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78.2%、主カゲーム関連BtoB売上減が影響



※グループ間の取引は除く

事業別状況：DXソリューション事業 決済額 前期比較

大型ライブへの物販DXソリューション提供、原宿におけるIPコラボレーション事業での利用が進み、前期と比べ増加

単位：百万円

300

250

200

150

100

50

0

■ 2021年度 ■ 2022年度

1Q累計

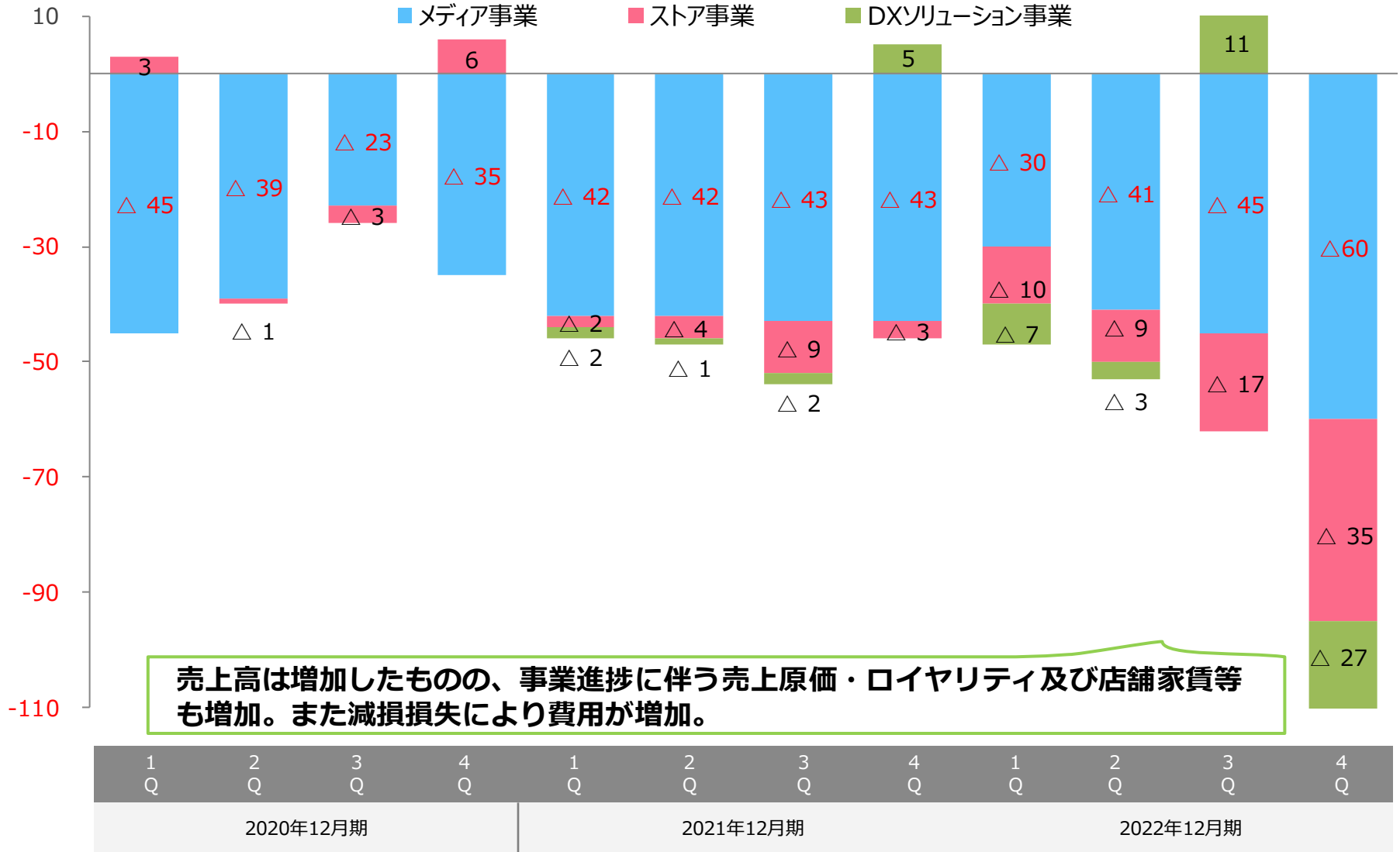
2Q累計

3Q累計

通期

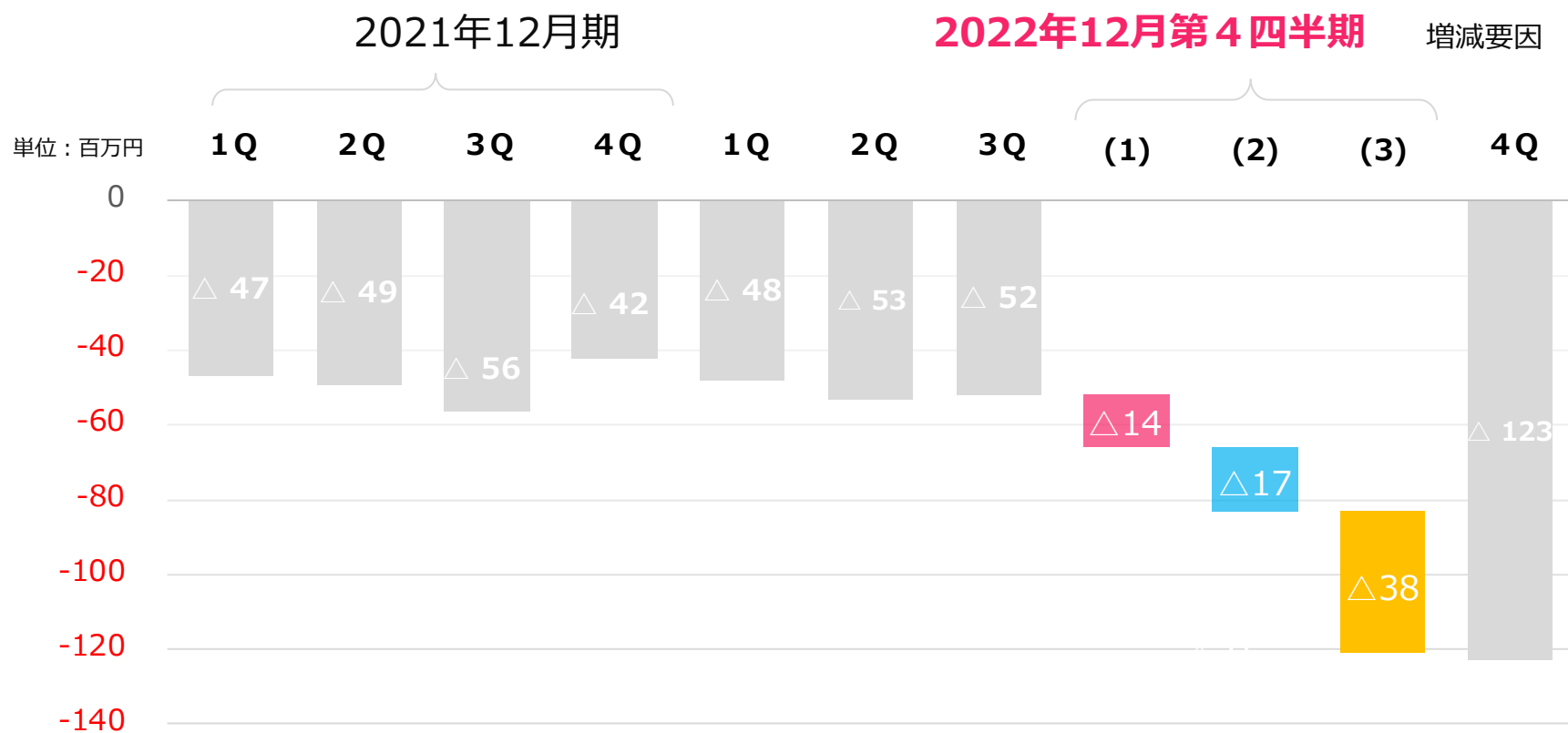
事業別状況：営業利益 四半期推移

単位：百万円



売上高は増加したものの、事業進捗に伴う売上原価・ロイヤリティ及び店舗家賃等も増加。また減損損失により費用が増加。

2022年12月期 営業損失増減（四半期比較）



増減要因

- (1) メディア事業では、システムに係る人件費の増加により損失が拡大
- (2) ストア事業では、人件費・家賃・ロイヤリティ等費用が増加
- (3) DXソリューション事業では、システムに係る人件費、決済手数料の増加により損失が拡大

目次

1. ミッションビジョン

2. ビジネスモデル

3. 2022年12月期業績実績

4. 市場環境

5. 競争力の源泉

6. 事業計画

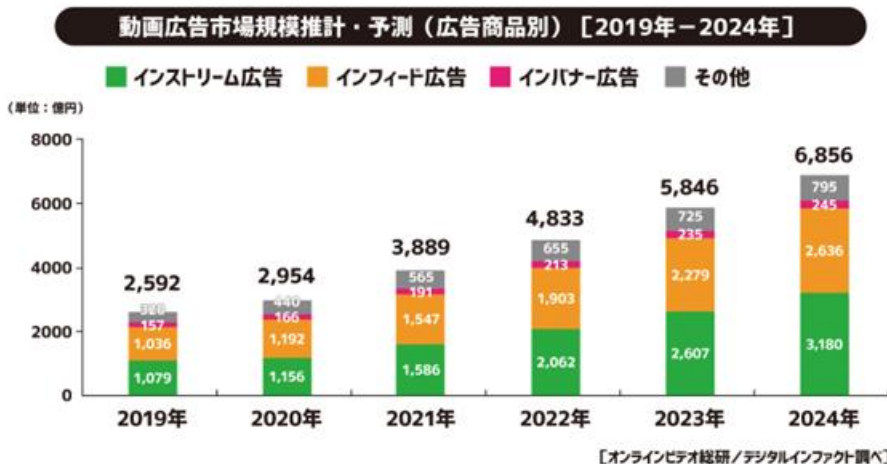
7. リスク情報

市場規模：メディア事業

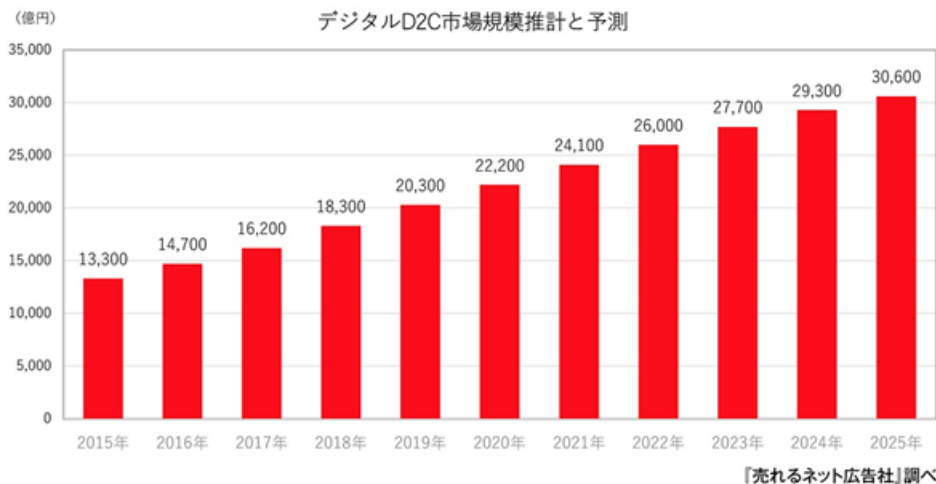
対面市場 インターネット広告市場

- ・インターネット広告市場は7,776億円（2018年）から8,085億円（2020年）に拡大。
- ・2021年はインターネット広告費が初の2兆7千億円を超えてテレビ広告費を逆転。
- ・世界的にも、2023年の広告市場は広告費成長率は8.0%、市場規模は100兆円に達する見通し。

（出所：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」（2022年11月確報版）、株式会社電通「日本の広告費」、「世界の広告費成長率予測」）



<https://shintairiku.jp/blog/advertisement/13815.html>



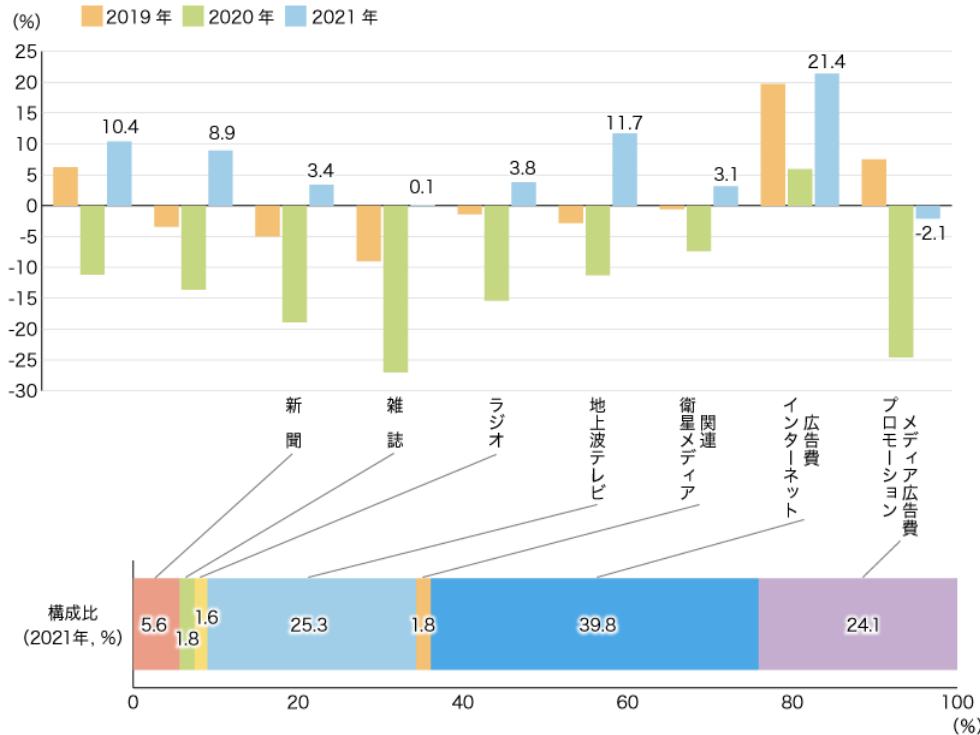
<https://ecnomikata.com/ecnews/27562/>

市場規模：メディア事業

既存メディアからインターネットへの**広告予算シフト**は続く。

YouTubeをはじめとする**動画広告市場**は、**今後も高い成長**を期待される市場となる。

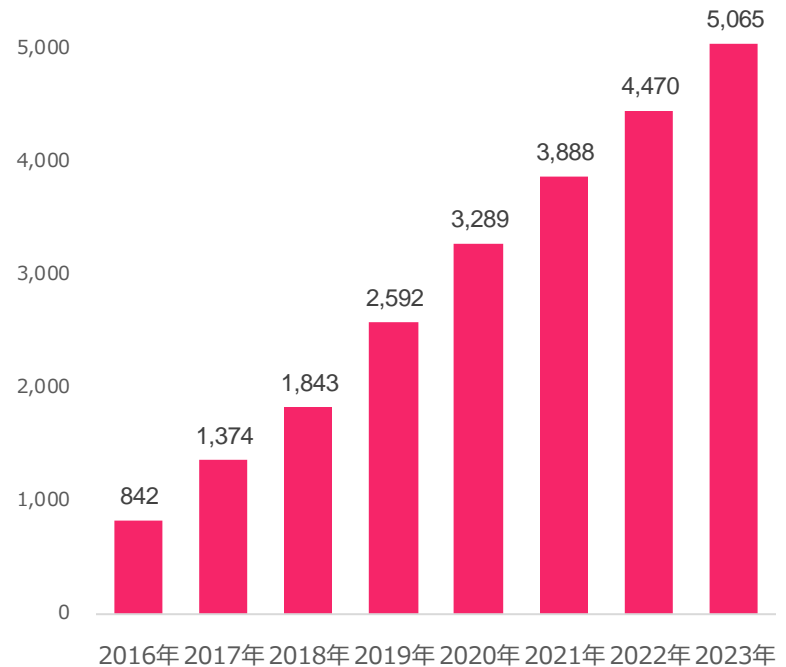
媒体別広告費の伸び率



出所：株式会社電通「日本の広告費」

動画広告市場の推移

単位：億円
6,000

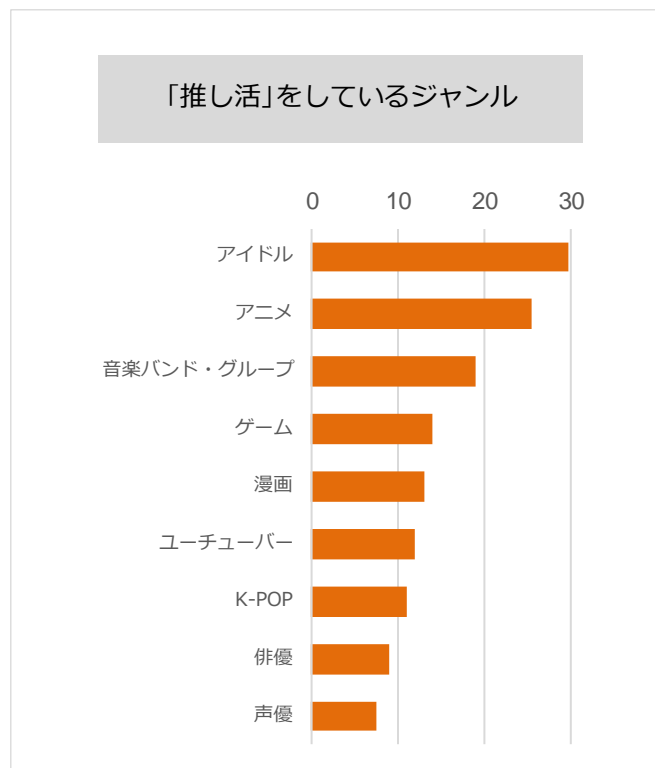
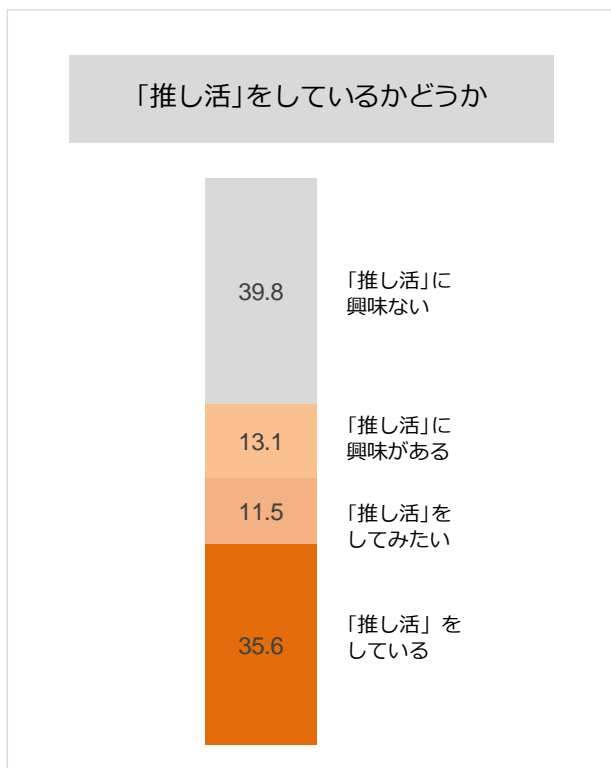


出所：株式会社サイバーエージェント調べ

市場規模：ストア事業

対面市場 「推し活」市場

- ・当社ストア事業は、当社が運営する「友竹庵」「原宿friend」スマホアプリ「HARAJUKU」では、IPコラボレーションにより集客し収益を獲得しているため、いわゆる「推し活」市場を体面市場として位置付け。
- ・調査によると、いわゆるZ世代で「推し活」をしている人は35.6%、「推し活」をしてみたいと思っている人は11.5%、「推し活」に興味がある人は13.1%。最も大きい分野の「アニメ」で2,800億円次いで「アイドル」で1,500億円と、その他13分野合計では**6,840億円**。



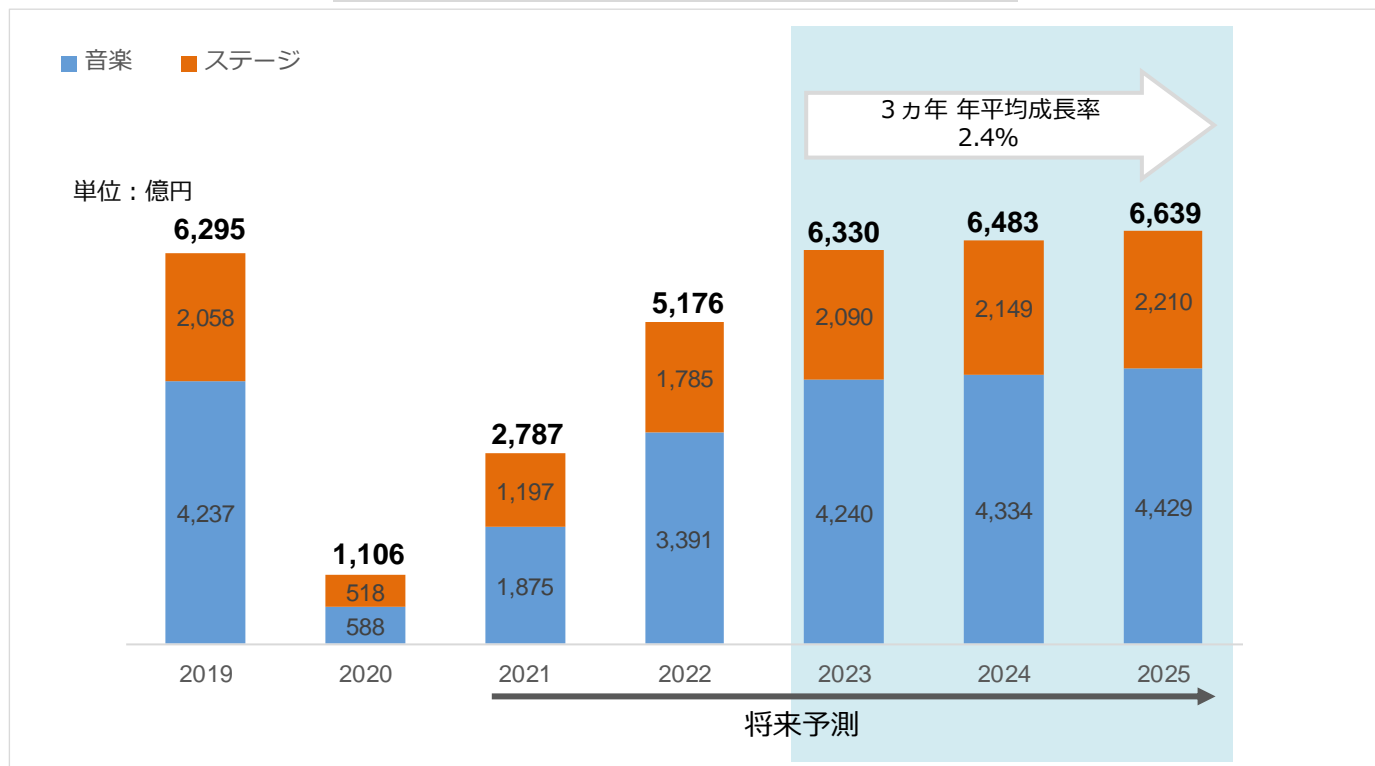
出所：日経リサーチ調べ日経MJ2022/11、日経マイクロトレンド2022/1/13
：矢野経済研究所「オタク」市場に関する調査(2021年)

市場規模：DXソリューション事業

対面市場 ライブ・エンターテインメント市場

- ・当社DXソリューション事業は、イベント運営やライブにおける物販のDXソリューションの提供を行っていることから、DXソリューション事業の対面する市場は、「ライブ・エンターテインメント市場」と位置付け。
- ・新型コロナウイルスの完成拡大前の2019年の市場規模は、**6,295億円までに拡大**しており、2020以降大きく落ち込んだものの、2023年には2019年の水準まで回復。2025年には6,639億円となり、市場規模はコロナ前を超えて拡大していくことが予測されている。
- ・従来のチケット収入による収益源がグッズ販売や配信収入といった新しい収益モデルに変化しており、予測以上の拡大ポテンシャルが期待される。

ライブ・エンターテインメント市場規模:将来推計



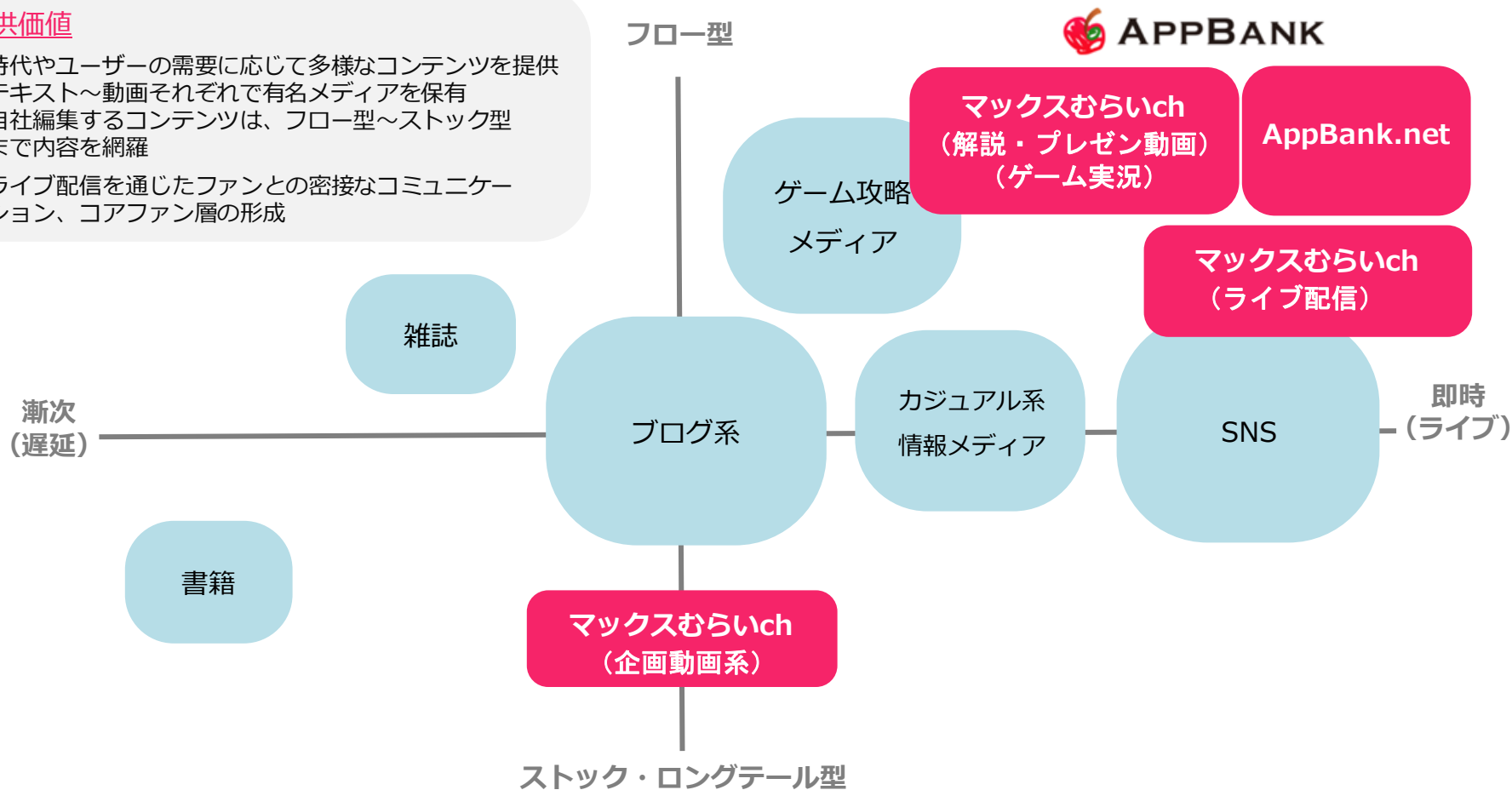
メディア事業のポジショニング

ブログからYouTube、TikTokまで幅広くコンテンツを展開。

旬のネタから普遍性のある内容まで網羅し、様々な需要に応えるコンテンツを提供。

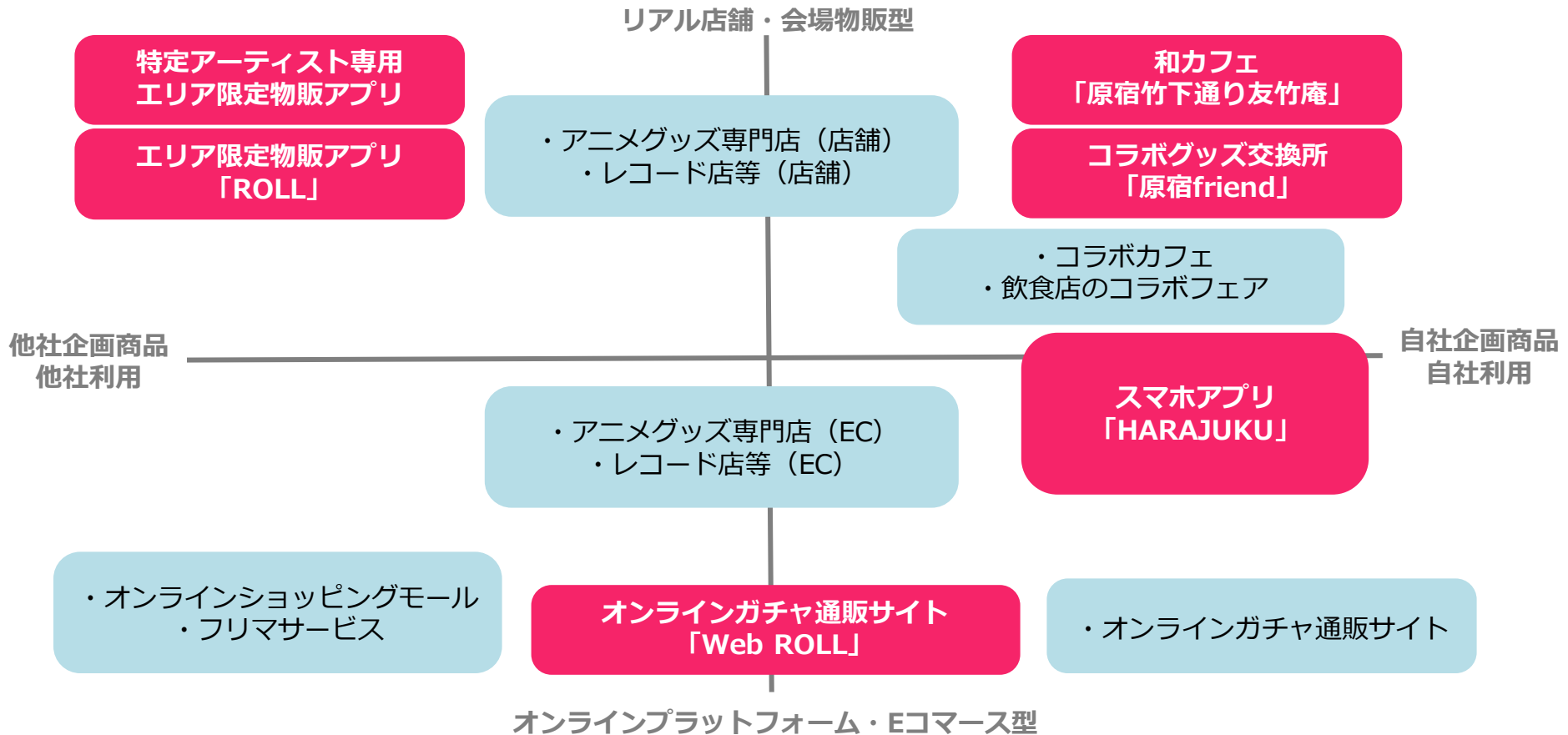
提供価値

- ①時代やユーザーの需要に応じて多様なコンテンツを提供
 - ・テキスト～動画それぞれで有名メディアを保有
 - ・自社編集するコンテンツは、フロー型～ストック型まで内容を網羅
- ②ライブ配信を通じたファンとの密接なコミュニケーション、コアファン層の形成



ストア事業・DXソリューション事業のポジショニング

主に自社企画した商品を、IPやインフルエンサーを活用しながら、
商品のクオリティ×コラボレーションの魅力×多様な購買ポイントの用意により、
ファンの購買意欲を喚起。



目次

1. ミッションビジョン

2. ビジネスモデル

3. 2022年12月期業績実績

4. 市場環境

5. 競争力の源泉

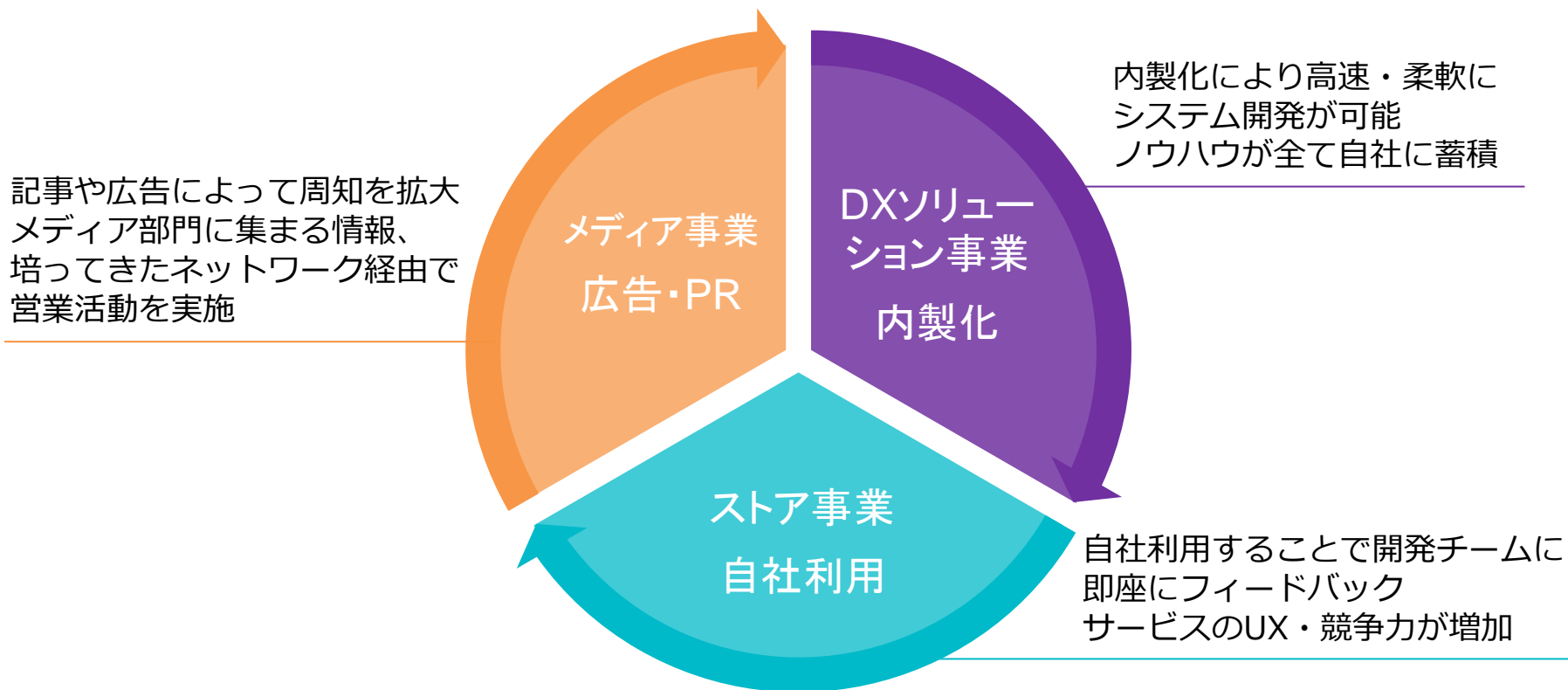
6. 事業計画

7. リスク情報

当社グループの競争優位性

自社グループ内でシステム開発を内製化+サービス実証の場を持つことで、
高速PDCAによるサービス開発とアップデートが可能。

加えて、メディア事業との連携によりPR・営業面で相乗効果を発揮。



目次

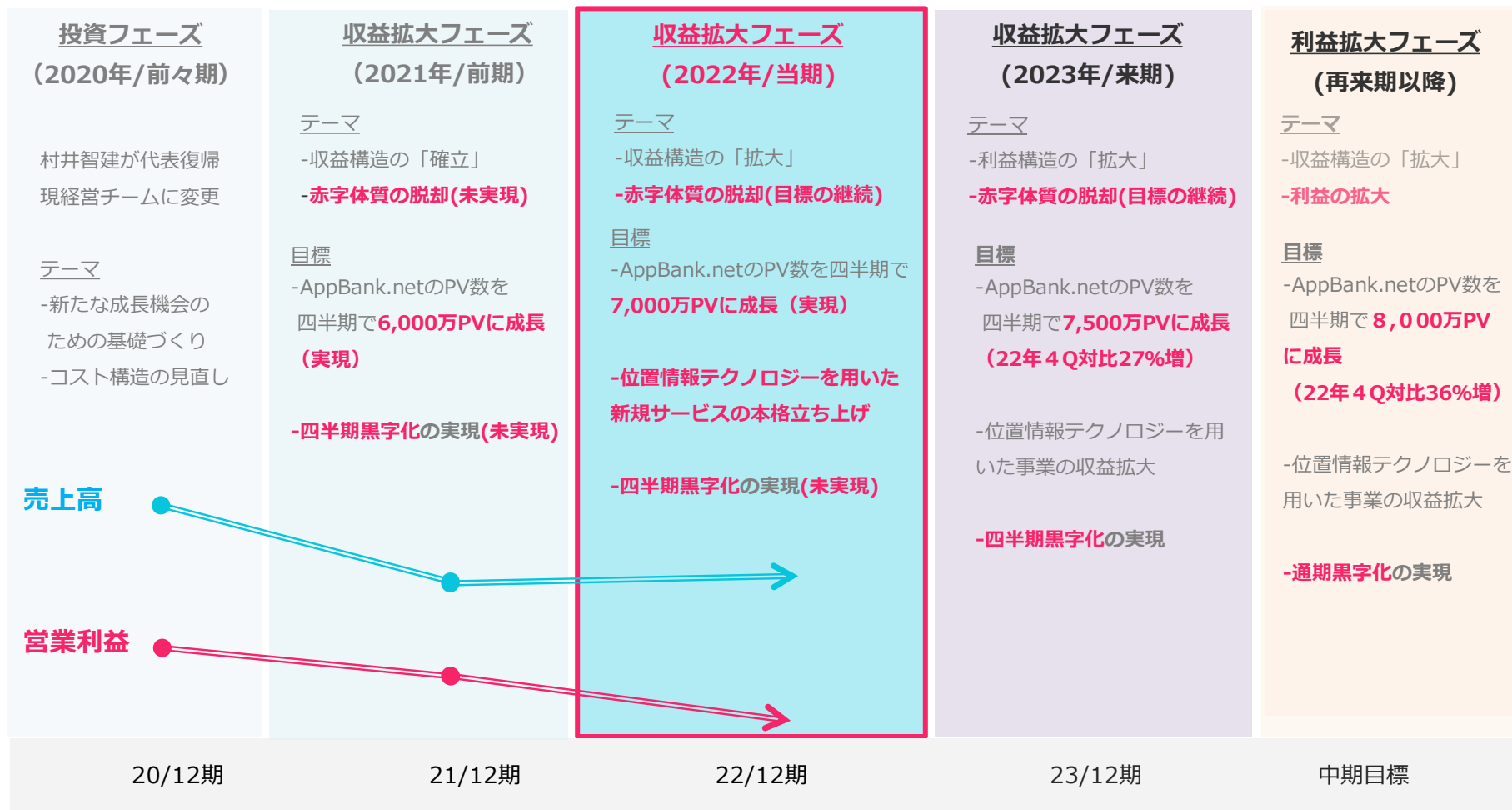
1. ミッションビジョン
2. ビジネスモデル
3. 2022年12月期業績実績
4. 市場環境
5. 競争力の源泉
- 6. 事業計画**
7. リスク情報

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

2023年12月期も引続き「収益拡大フェーズ」と位置付ける

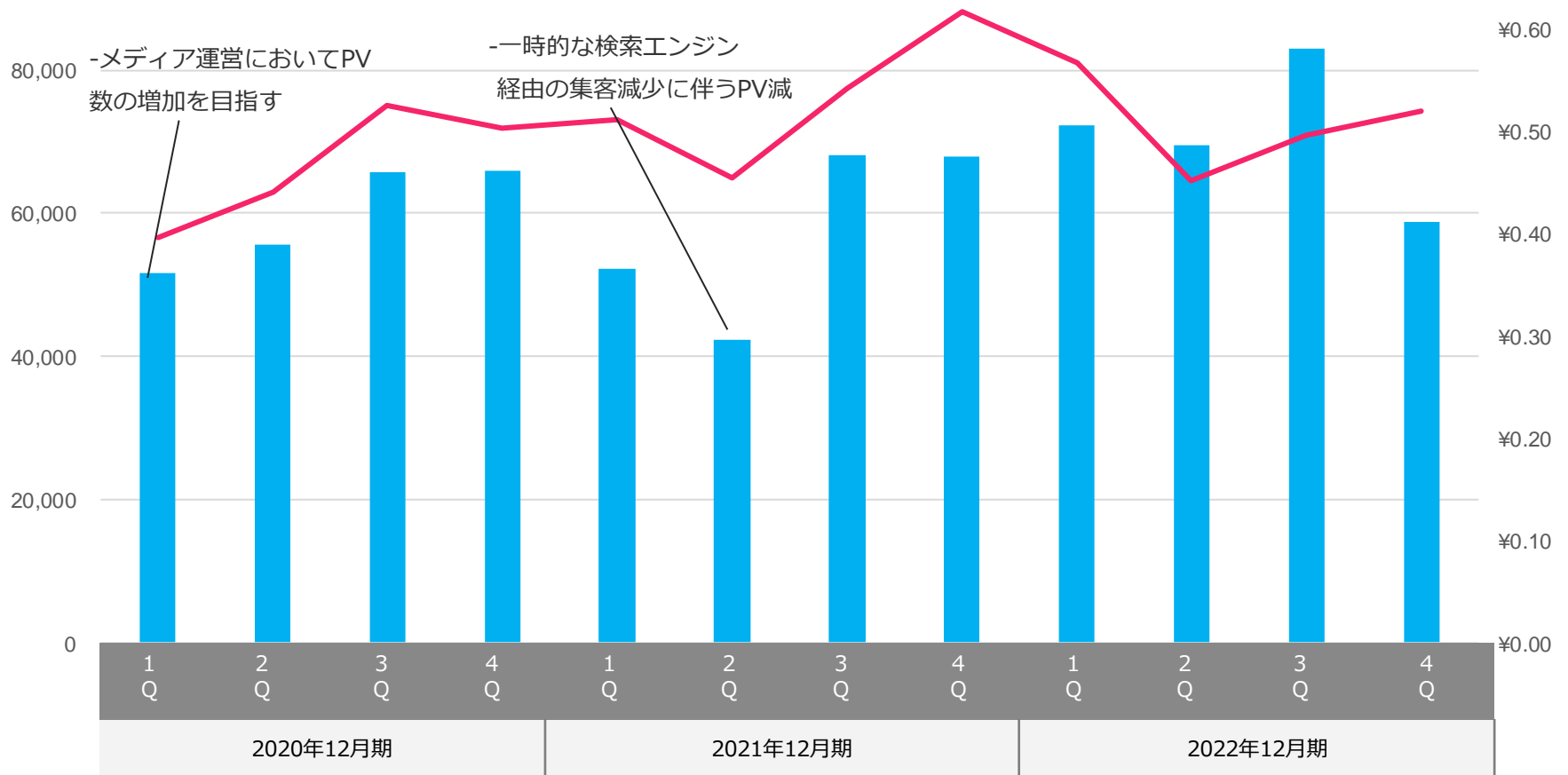


進捗状況：メディア事業 AppBank.netの状況

PVはYonYで23.1%増加 PV単価は高水準を維持

単位：千PV
100,000

単位：円
¥0.70



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位置情報技術・モバイルオーダーシステムを用いた

新規サービスの拡大

- テーマ(株)：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(株)：イベント・ライブ物販DXソリューションの導入促進

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位置情報技術・モバイルオーダーシステム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・ライブの物販DX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

進捗状況：収益拡大フェーズ（2022年12期）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
- 当期で投資は一巡し、営業は順調→今後の業績貢献を見込む
- 約1億円の資金調達を実地

（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、主力ゲーム関連BtoB等の売上は減少

（ストア事業）

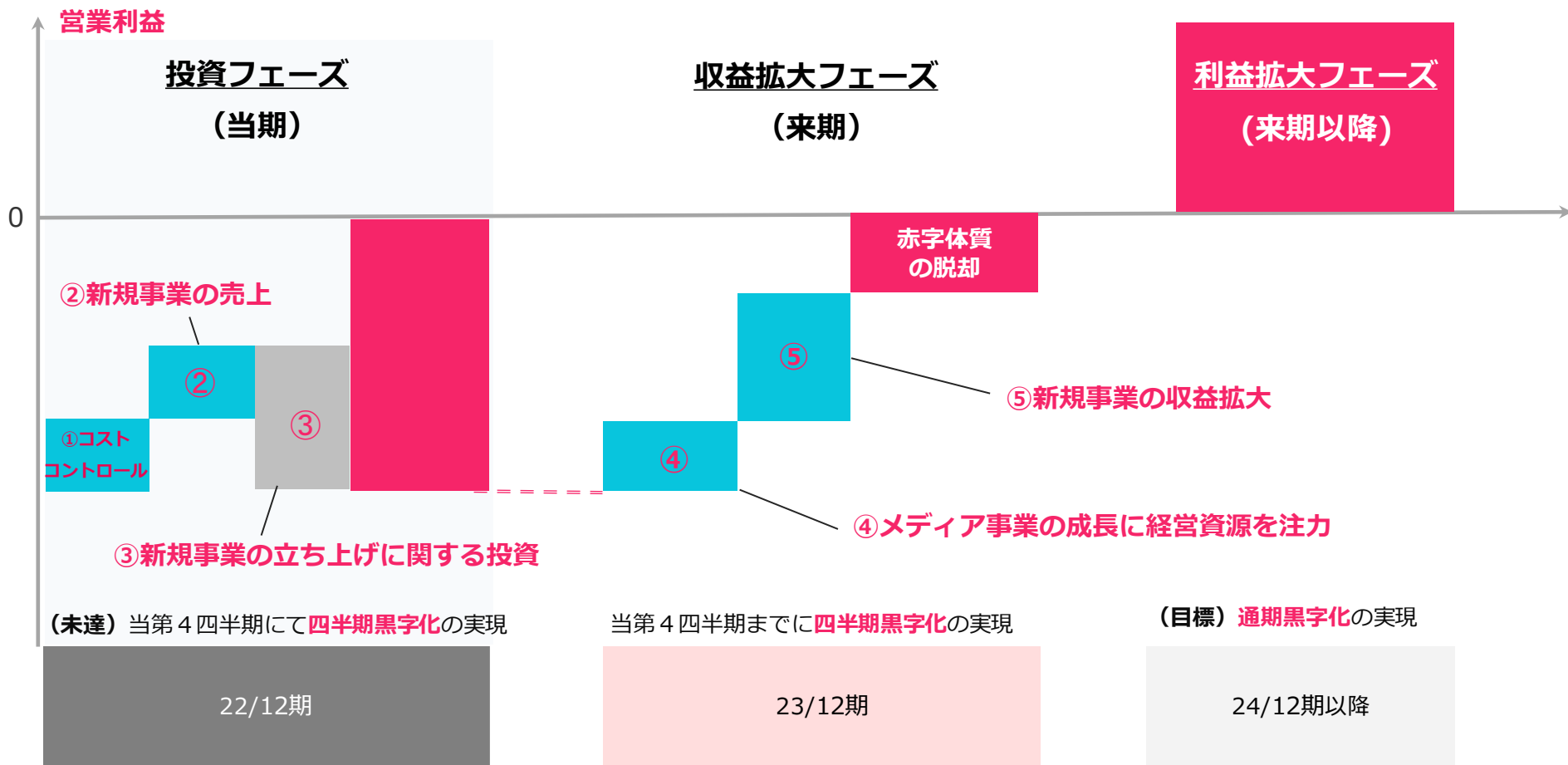
- IPとのコラボレーション事業が拡大
- 同コラボレーションの運営ノウハウ獲得と、営業活動は順調に進捗

（DXソリューション事業）

- 国民的アーティストのドーム級会場での大型ライブ、様々なライブへのソリューション提供が進んだ
- 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

成長戦略：営業利益の成長イメージ

メディア事業及びの売上の拡大を軸に赤字幅を縮小し**営業利益の黒字化**を目指す

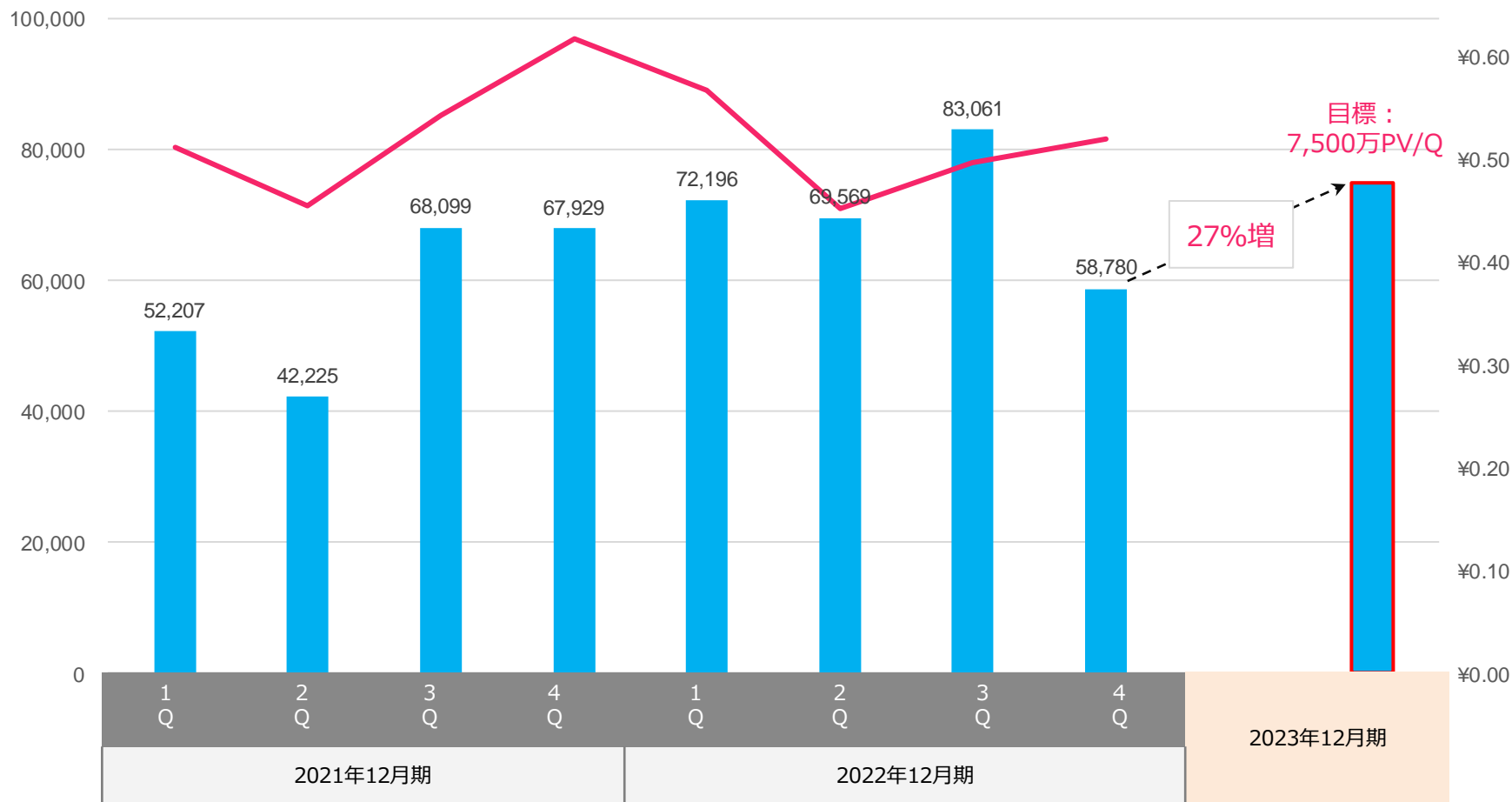


経営指標：AppBank.netのPVの成長

「①メディア事業の成長に経営資源を注力」することで四半期ごとのPV数の成長を促す

単位：千PV

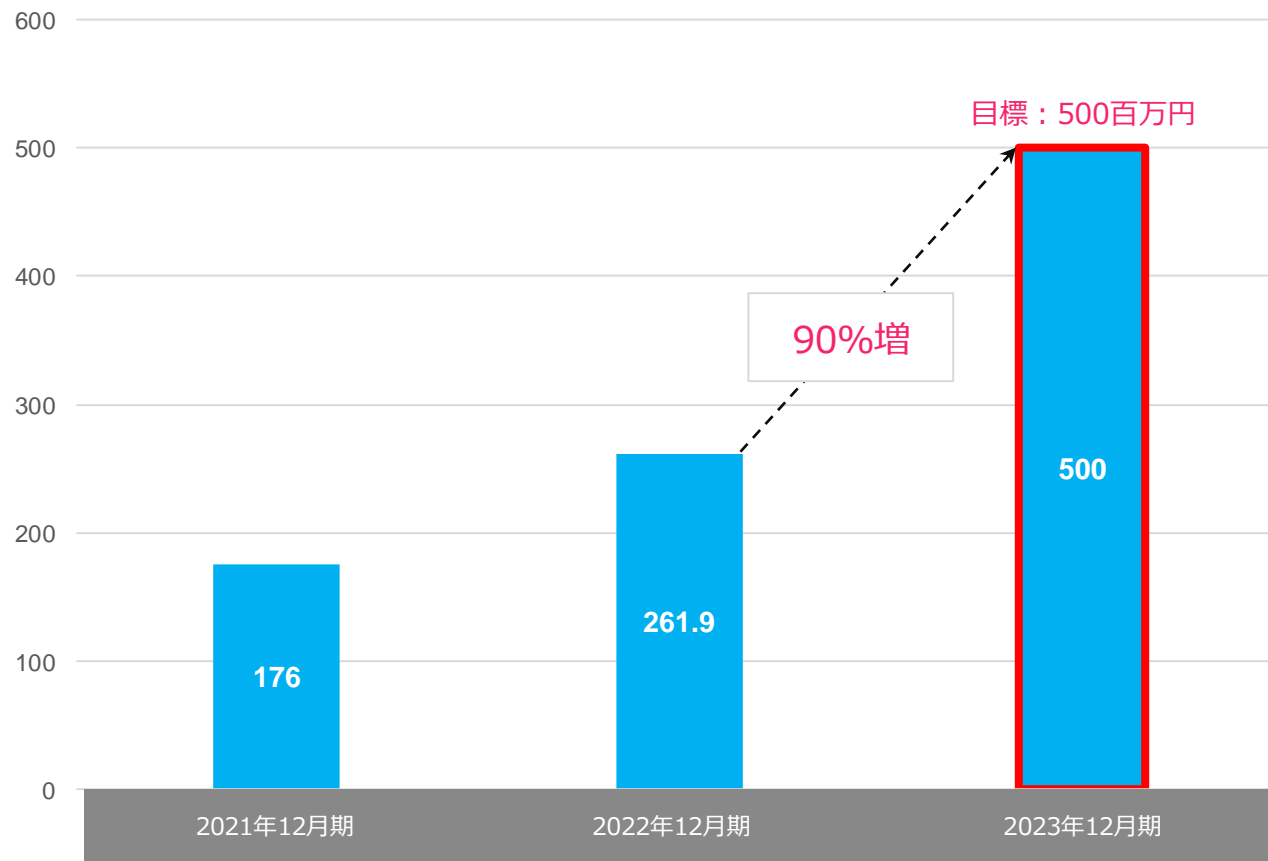
単位：円
¥0.70



経営指標：グロス決済金額の成長

ストア事業・DXソリューション事業のグロス決済額を成長させ収益を拡大させる

単位：百万円



成長戦略：2022年12月期_重点成長施策まとめ

重点施策 (収益拡大フェーズ及び利益拡大フェーズ)	対象セグメント			目標		
	メディア	ストア	その他	内容	達成時期	主な進捗状況
①メディア事業の成長に経営資源を注力 i 新たなユーザー層の開拓とユーザー満足度の向上 (AppBank.net) ii BtoBタイアップ広告の案件獲得	✓			「AppBank.net」のPVの成長	-21年12月期末 6千万PV/Q (参照：P44) -22年12月期末 7千万PV/Q (参照：P44)	-新たなコンテンツ展開による「YouTube」関連層や「テクノロジー・ガジェット」カテゴリー層の獲得に成功 (参照：P29)
②新規事業の収益拡大 iii 「原宿friend」の立ち上げ iv Beaconサービス『SWAMP』の導入促進		✓	✓	実績に強化事業の立ち上げ	-22年12月期末	- IPコラボレーションの引換所を立ち上げ コラボ多数実現

2023年12月期業績予想について

引き続き2023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. ビジネスモデル

3. 2022年12月期第3四半期業績実績

4. 市場環境

5. 競争力の源泉

6. 事業計画

7. リスク情報

リスク情報

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
事業環境： 市場環境について	メディア事業 ストア事業	・インターネット関連市場の劇的な環境変化の中で当社のサービスが形骸化する可能性	中/中長期	・革新的な技術が開発され、当社グループの対応が遅れた場合や、そのような革新的な技術に対応するために多額のシステム開発費用が追加的に発生する場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	・データ解析やユーザートレンドの動向調査等、最新技術や最新のマーケティング手法の導入。 ・上記を可能とするための優秀な人材の確保。
事業運営： 事業における特定の事業者への依存について	メディア事業	・「YouTube」及び「ニコニコ動画」等の動画プラットフォーム サービスに依存して運営しており動画プラットフォームサービス運営者において、市場動向の急激な変化や法的規制・緩和等の影響による経営方針の変更、ビジネスモデルの変更が発生する可能性	中/不明	・当社グループの事業の継続的な運営状況と事業の収益性に変更が生じることにより、業績に影響を及ぼす可能性があります。	・メディア運営の収益機会を複数のプラットフォームサービス運営者に設定してリスクヘッジを図る。
事業運営： 動画コンテンツ等の出演者への依存及びユーザーの嗜好の変化について	メディア事業	・「AppBank.net」及び動画サービス事業における動画コンテンツがマックスむらいに依拠して事業を運営しており、マックスむらいが諸般の事情により出演ができなくなる可能性や将来ユーザーの嗜好が大きく変化する可能性	中/中長期	・コンテンツ供給の減少とユーザー数の減少に伴う売上減少、販売不振等が発生した場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	・マックスむらいに依拠しない収益機会の構築。 ・ユーザーとのオンラインオフラインでの接触機会を設けてユーザー嗜好の把握

※その他のリスクについては2021年12月期有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照下さい。

リスク情報

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
事業環境： 感染症等の影響 について	ストア事業 DXソリューション事業	・新型コロナウイルス感染症の流行等を原因とする国内経済の景気悪化やそれに伴う広告市場の停滞、消費の落ち込みが長期化する場合。	中/中長期	・外出の規制が発生する場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	・生産販売管理体制の強化 ・販売チャンネルの多角化を図る
システムトラブルによるリスク について	全社	急激なアクセスの増加や電力供給の停止等の予測不可能な様々な要因によって当該コンピューターシステム及び周辺システムがダウンする可能性。	中長期	・主要なシステムトラブルが発生する場合には、一時的にシステム・サービスを止めるため事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	安定的なサービス提供のため、サーバー設備の増強や適切なセキュリティ手段を講じることで外部からの不正アクセスの回避を図る
情報価値の低下 について	メディア事業	当社グループの運営するメディアの情報価値が相対的に低下し、当社グループの提供するインターネット広告商品の価値が比例して低下する可能性。	中長期	・インターネット広告商品の価値が比例して低下した場合、当社グループの事業及び業績に大きな影響を与える可能性があります。	専門性の高い記事を生産できる人材の確保と育成、仕組み・ノウハウの共有化を通して、コンテンツ品質の維持・向上を図る。

※その他のリスクについては2021年12月期有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照下さい。

