



# yappli

## Financial Results

株式会社ヤプリー(グロース:4168)

2023.08



# INDEX

**1** 事業概要

**2** 2023年12月期 第2四半期 業績

**3** 事業ハイライト

**4** 成長戦略

**5** 補足資料

# 事業概要





## デジタルを簡単に、社会を便利に

専門知識不要のノーコードで、企業のデジタル化を簡単にし、多くの産業の課題を解決する。  
企業の生産性を高め、人々の生活や仕事が便利になる製品を提供します



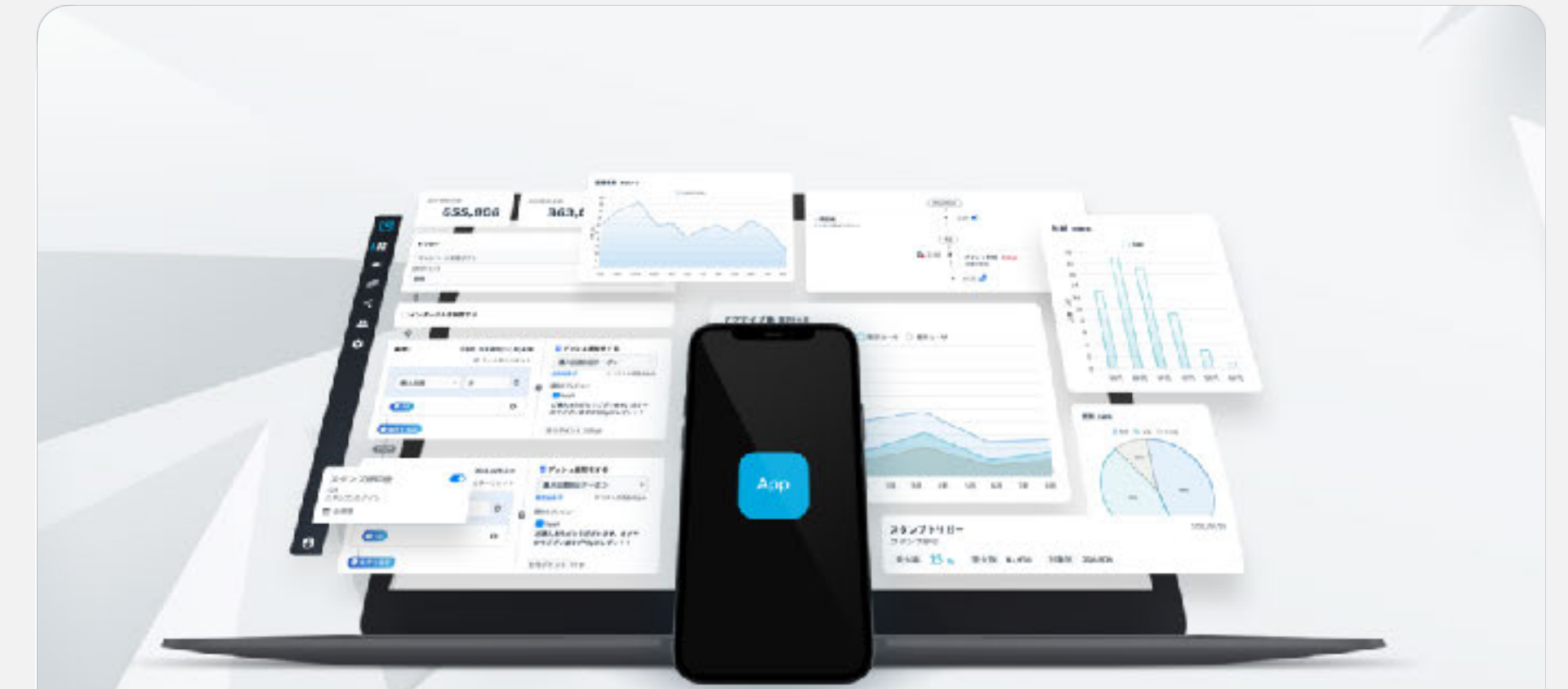


# ノーコードのアプリ開発プラットフォーム「Yappli」と 第2製品となる顧客管理システム「Yappli CRM」を提供開始



中核製品

自社アプリで企業のさまざまな  
ビジネス課題を解決し、**モバイルDXを加速**



新製品 (2022年から本格展開)

アプリを中心とした  
**顧客管理・ポイント管理などの**  
アプリCRM施策を実現

導入企業

様々な業界のリーディングカンパニーがYappliを活用し、  
モバイルDXを推進

813 App

TOYOTA

DUNLOP

三協アルミ

DUSKIN  
喜びのタネをまごう

OMRON

YKK  
ap

SEKISUI HEIM

Rinnai

KYOCERA

JPX

MUFG  
三菱UFJ信託銀行

MIZUHO  
みずほ銀行

SAISON  
CARD

ORIX

西部ガス

FUJITSU

KAWAI

YAMAHA

Châteraisé

Miuraya  
KICHIJOJI

HottoMotto  
ほっともっと

Mitsubishi

白洋舎  
CLEAN LIVING

POLA

再春館製薬所

ORBIS

アンファー

Right-on

Levi's

LACOSTE

UR  
URBAN RESEARCH Co.,Ltd.

E S T N A T I O N

agnès b.

AlpenGroup

UNDER ARMOUR

Sanrio Pureland  
©76, '23 SANRIO

new balance

WORKMAN

Japan Airport Terminal Co., Ltd.

Narita Airport

青山学院大学  
AOYAMA GAKUIN UNIVERSITY

Coleman

S-PULSE

やずや  
本物だけをまっすぐあなたへ  
やずやグループ

大塚  
ごほん堂  
OOTOYA

ピエトロ

OPEN YOKOHAMA

FNN  
プライム  
オンライン

劇団四季

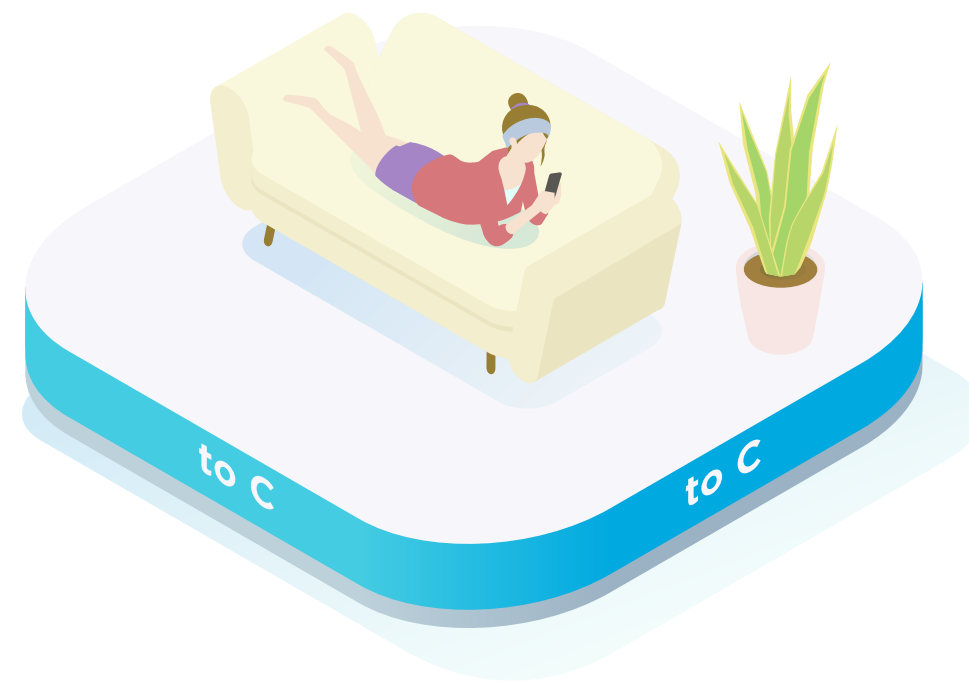
注：2023年6月末時点



# 一番身近な接点となるアプリでの関係構築 「モバイルエンゲージメント」がスマホ時代のビジネスを強くする

## 顧客

カスタマーエンゲージメント



EC売上

36%UP<sup>1</sup>

## 従業員

エンプロイーエンゲージメント



社員利用率

95%以上<sup>2</sup>

## 取引先

クライアントエンゲージメント



業務効率

20%向上<sup>3</sup>

注：(1) スポーツメーカーA社 (Yappli導入企業) のデータ (2) 化粧品メーカーB社 (Yappli導入企業) のデータ (3) Yappli導入企業の複数企業の実績による弊社試算による数字

# アプリの開発・運用・分析がノーコードでオールインワン

ノーコードだから開発が速く、運用も簡単。クラウドでの製品アップデートで常に最新機能を利用でき、サポート体制も充実。アプリ運営に必要な全てをオールインワンで提供

## スピード開発

ノーコードの常識を覆す  
自由度の高いデザインで個社ごとの  
目的に応じたアプリを提供

## クラウドで進化

年間200回を超える機能改善や  
新機能を続々とリリース。  
常に進化するプラットフォーム

## カンタン運用・分析

直感的な操作で更新作業ができる  
管理画面。専用アプリでのプレビューや  
データ分析機能も充実

## カスタマーサクセスの 支援

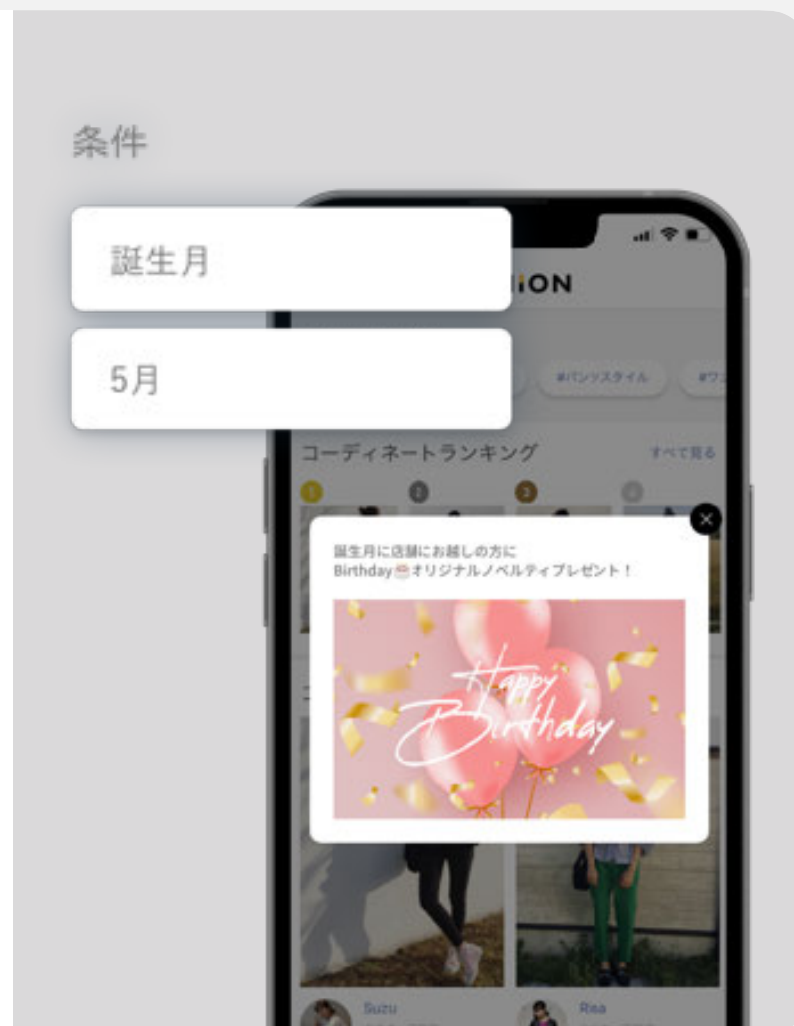
800アプリ以上からのノウハウを持つ  
専門チームが集客や活用方法などを  
支援し成功へコミット





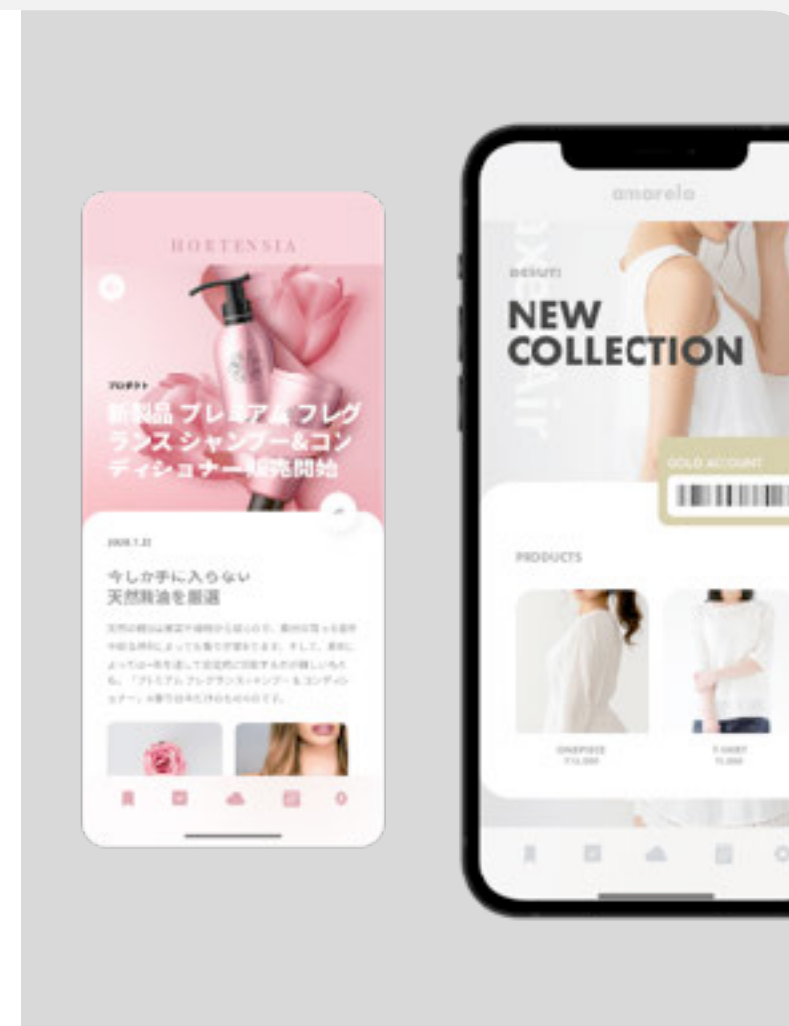
### プッシュ通知

全体配信から  
ユーザーを絞った  
セグメント  
プッシュまで



### 汎用機能

フリーレイアウト  
機能など汎用機能で  
デザインや  
レイアウトの  
自由度をアップ



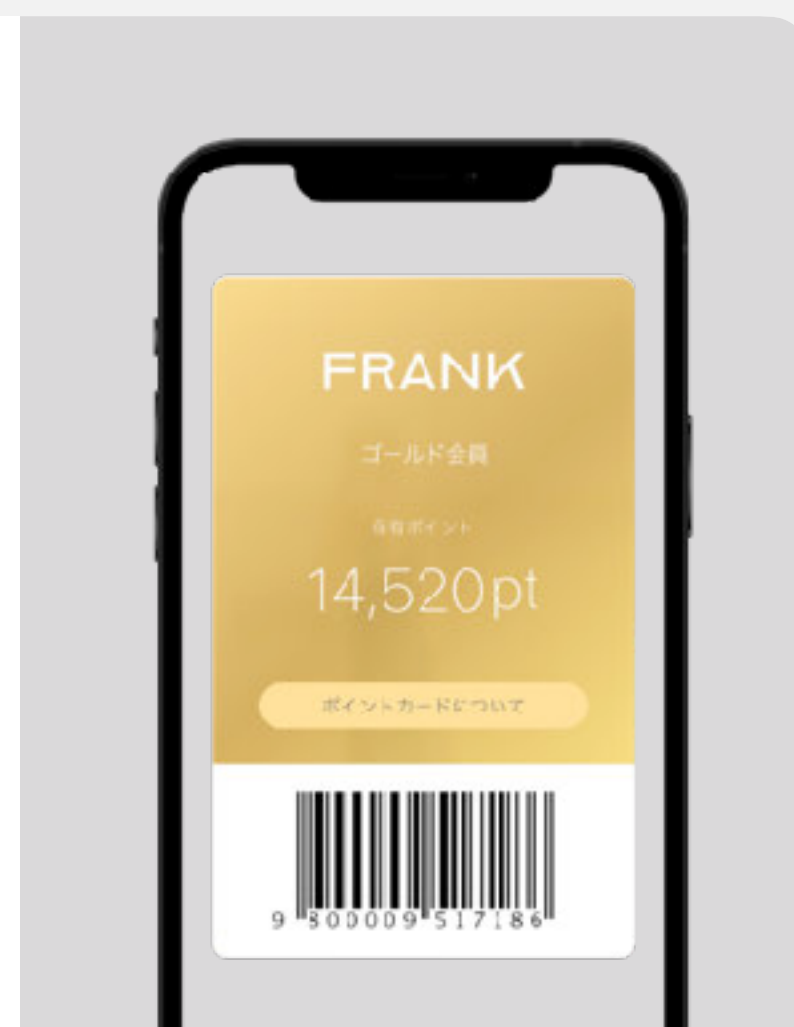
### メディア機能

電子書籍、動画、  
ニュース、音声など  
主要なメディア機能を  
網羅



### マーケティング機能

ポイントカード、  
スタンプカード、  
クーポン等  
販促に活用できる



### 分析・ダッシュボード

アプリ内の行動や  
アクション、  
流入などのデータを  
可視化



### マネジメント機能

セキュリティ制限、  
プレビュー用  
アプリなど  
アプリの活用法に  
応じて運用、管理



# アプリを中心とした顧客管理・ポイント管理など、 アプリCRM施策を実現

## ノーコードの顧客管理

従来のシステム不要で顧客管理システムを開始。  
誰でも簡単に使える管理画面で、  
さまざまな施策を素早く実行、分析



## ポイント・電子マネーの発行と管理

ポイントカードと電子マネーを  
外部サービス連携なしで発行・管理。  
会員ランク別のポイント発行も



## セグメント・トリガー配信

顧客属性や行動に合わせた  
セグメント・トリガー配信を  
プッシュ通知で





## ソリューション 製品の用途

# ビジネス課題に応じたソリューションを企業向けに展開

- Yappli for Marketingは店舗DXとEC集客を軸とした小売業態向けの販促支援
- Yappli for Businessは社内や取引先などビジネスユーザー向けの情報配信

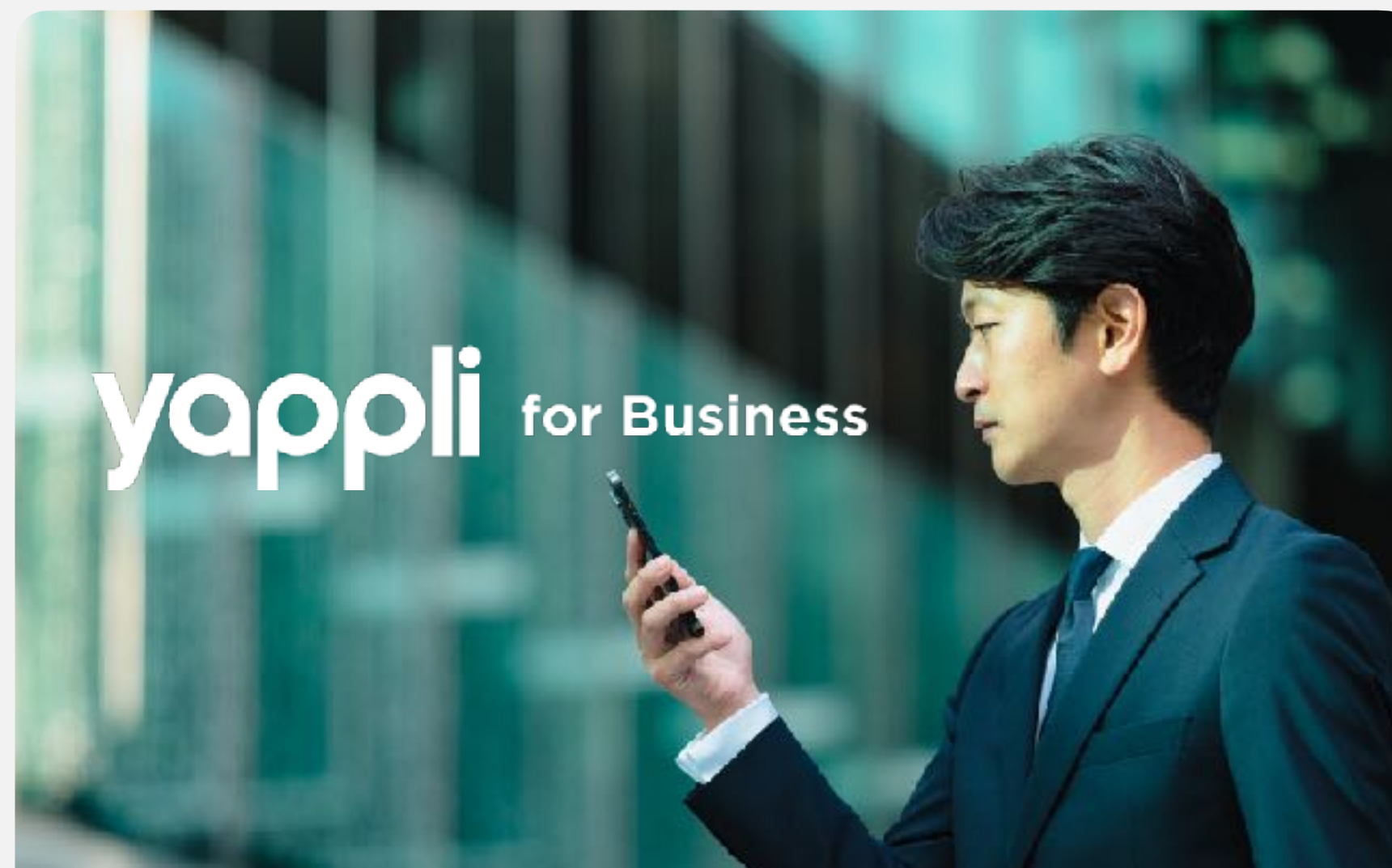


### 店舗/施設DX

デジタルとリアルの垣根をなくす

### EC

ECの集客を強化



### 組織エンゲージメント **Yappli UNITE**

様々なアクション・施策をアプリから発信し、  
組織をひとつにする

### 営業DX

自社の営業効率を向上させるBtoBポータルアプリ

## OTHERS

メディア・エンタメ  
もっと身近なメディアに

### 会員向けサポート

金融、不動産、福利厚生などの  
契約者をサポート

### 自治体DX

自治体・行政の情報発信をアプリで

### 学校・教育

学生との窓口をアプリで

# 毎月のストック売上と導入支援のサービス売上により構成

アプリ数

813アプリ

×

サービス売上

導入支援  
(初期制作やアプリ  
マーケティング等)

+

ストック売上 (月額利用料) <sup>1</sup>

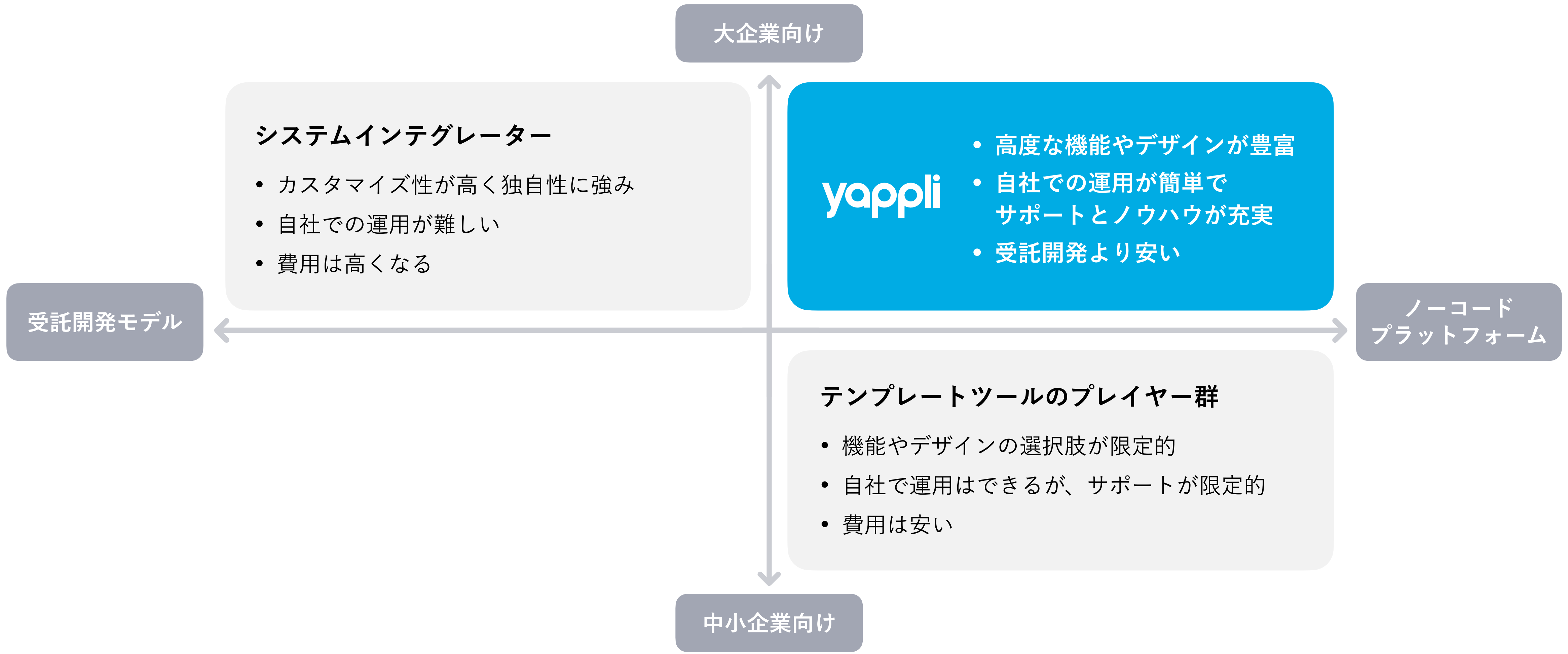
基本システム利用

オプション機能

注：2023年度第2四半期末時点 (1) MRR (Monthly Recurring Revenue) に該当する



# 大企業のハイレベルな課題にも対応できる ノーコード開発プラットフォームとして稀有な存在



# プロダクトの継続的な強化により、高い優位性を構築

既存プレイヤー  
新規参入

- 豊富な機能数  
多彩なデザイン
- 直感的に操作できる  
CMS
- 機能・OSの  
アップデート
- 特許の取得
- 大手企業の  
導入実績
- 解約率は  
1%未満を維持

yappli

成長資金を投下し常に進化し続けている  
プロダクトとビジネスモデル



# 2023年12月期 第2四半期 業績

売上高はサービス売上の減少により鈍化した  
ARRはYoY20%超と順調、営業利益は2四半期連続で黒字達成

売上高 (YoY成長率)

11.5 億円 (13.3%)

ARR<sup>1</sup> (YoY成長率)

39.9 億円 (20.5%)

営業利益 (営業利益率)

0.28 億円 (2.4%)

契約アプリ数<sup>2</sup> (YoY成長率)

813 (8.5%)

平均月額利用料<sup>3</sup> (YoY成長率)

40.9 万円 (11.9%)

解約率<sup>4</sup>

0.82%

注：本資料で開示している月額利用料は少額・短期プランを含まない (1) 2023年度第2四半期末時点の月額利用料合計額に12を乗じた金額、少額・短期プランは含まない (2) 2023年度第2四半期末時点、少額プランは含まない (3) 2023年度第2四半期末時点、少額・短期プランを含まない (4) グロスレベニューチャーンレート：部分解約を含む月間売上総解約率、2023年度第2四半期末時点の直近12カ月平均、少額・短期プランは含まない



## P&Lサマリー 四半期

サービス売上<sup>1</sup>の影響で売上高はQoQでマイナスとなったが、  
ストック売上<sup>2</sup>は堅調。粗利率は維持し、当期純利益も黒字を維持

単位：百万円

	2021		2022				2023			
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	YoY	QoQ
売上高	835	949	981	1,018	1,011	1,131	1,191	1,153	13.3%	-3.1%
ストック売上比率 <sup>2</sup> (%)	77.2%	74.0%	78.4%	79.3%	83.7%	79.3%	78.7%	84.7%	5.4pt	6.0pt
売上総利益	565	601	680	670	661	739	817	798	19.1%	-2.4%
売上総利益率 (%)	67.7%	63.4%	69.4%	65.8%	65.4%	65.3%	68.6%	69.2%	3.4pt	0.6pt
営業利益	-196	-291	-393	-278	-27	-118	71	28	-	-
営業利益率 (%)	-23.5%	-30.7%	-40.1%	-27.4%	-2.7%	-10.5%	6.0%	2.4%	29.8pt	-3.6pt
EBITDA	-180	-274	-378	-262	-11	-102	86	42	-	-
経常利益	-196	-291	-393	-279	-29	-122	67	25	-	-
当期純利益	-199	-294	-396	-281	-31	-231	42	10	-	-

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 初期制作やアプリマーケティング等、単発的に発生する各種導入支援による売上 (2) 少額・短期プランを含まない

# 上半期の売上高は業績予想に対して想定通りで着地。 営業利益及び純利益は効率化が進み大幅過達

Q3から開始する新サービス（Yappli UNITE）への投資、及び信託SOの影響精査と対応を検討中のため、営業利益・純利益の業績予想は現段階では維持

単位：百万円

	2022 Q1-2 累計	2023 Q1-2 累計	YoY増減率	業績予想	進捗率 <sup>1</sup> ( )内は昨年進捗率
売上高	1,999	2,345	17.3%	4,849 ~ 5,103	48.4% (48.3%)
営業利益	-672	99	-	24	402.2% (-)
当期純利益	-677	52	-	15	340.0% (-)

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 売上高の進捗率は業績予想の下限に対する進捗率、昨年度の進捗率は実績値に対する進捗率。2023年度上半期の業績予想上限に対する進捗率は45.9%



# 信託型ストックオプション（信託SO）について

当社が導入している信託SOについて、行使に伴う源泉所得税を遡及して納付する予定。  
一過性の事象であり当社の本質的な事業成長に与える影響は軽微

## 背景

2023年5月に国税庁より「ストックオプションに対する課税(Q&A)」にて、役職員等が権利を行使して株式を取得した時点で会社からの実質的な給与とみなされるため、過去に権利行使済みの信託型ストックオプションについて、会社側が遡及して源泉徴収を求める必要があるとの見解を公表。当社はこれまで給与所得としての扱いをしておらず、権利行使済みの信託SOに係る源泉徴収は未実施

## 今後の対応

- 権利行使済みの信託SOに関する源泉所得税を遡及して納付
- 権利未行使の信託SO及びその他の取り扱いについては、確定後速やかに開示

## 今四半期業績への影響

- 貸借対照表：2.4億円を未払金と流動資産に計上
- 損益計算書：なし。今後費用計上等が発生する場合、速やかに開示

参考：当社が導入済みの信託SOの状況<sup>1</sup>

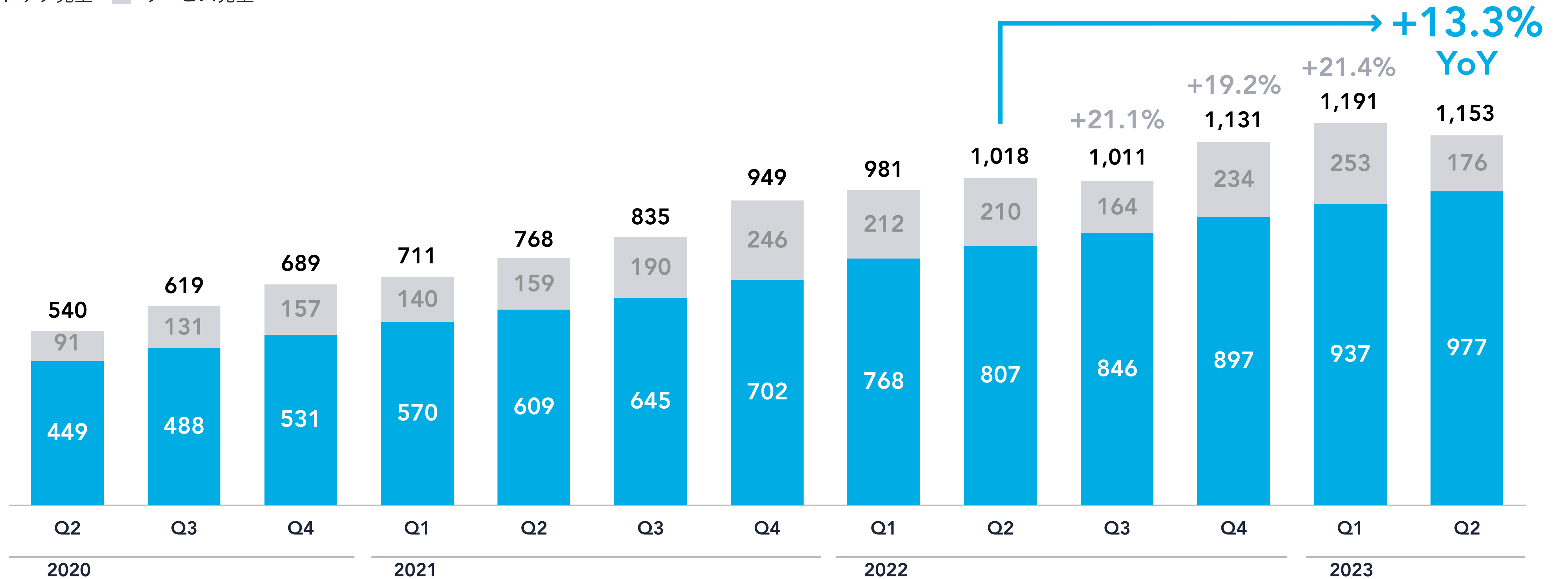
発行・付与済みの信託SOの株式数	750,000株、割合：5.9%
うち、2023年6月末時点で権利行使済の株式数	251,100株、割合：2.0%
うち、2023年6月末時点で権利未行使の株式数	273,600株、割合：2.2%
うち、2023年6月末時点で未交付の株式数	187,500株、割合：1.5%

(1) 発行・付与済み株式数と権利行使済み及び未行使株式数との差分は失効数。また、割合は2023年6月末時点の発行済株式総数に対する比率

# Q2期末に向けて獲得件数が増加したため、ストック売上は順調に推移するも、サービス売上は翌四半期以降に持ち越し

単位：百万円

■ ストック売上 ■ サービス売上

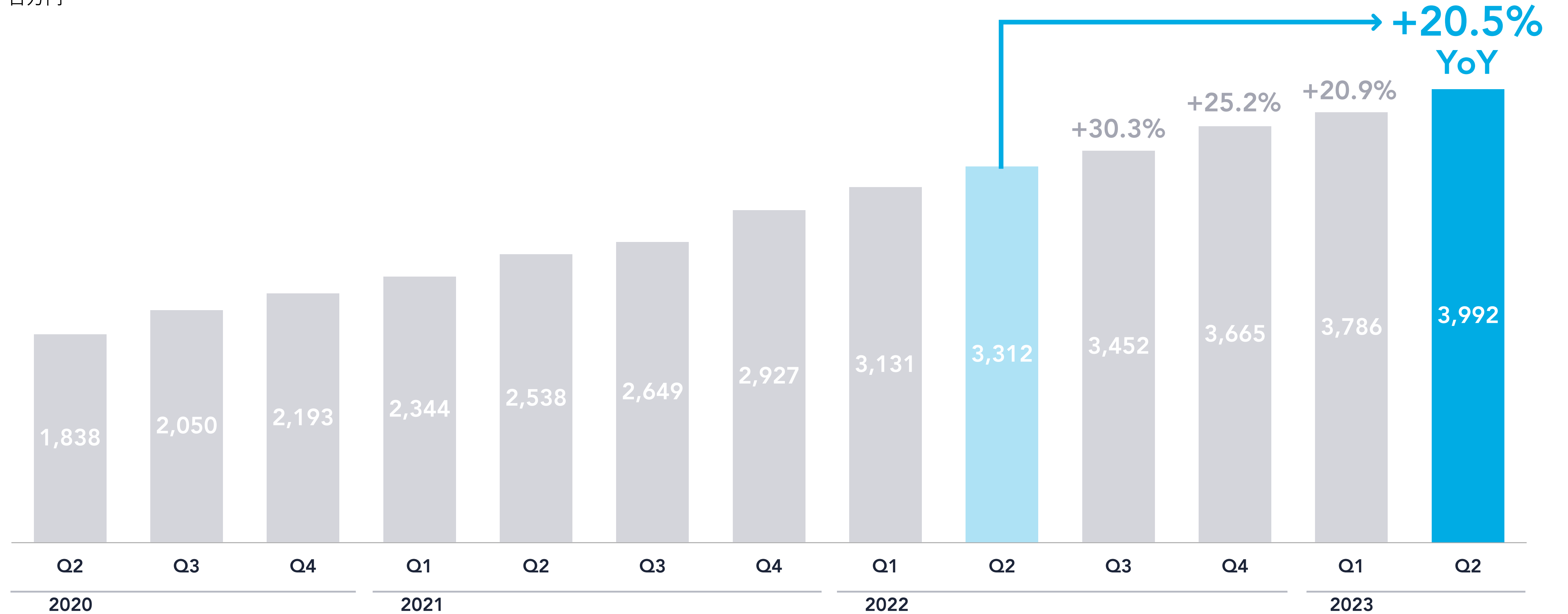


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て



QoQの成長率は5.4%と、前四半期の3.3%より加速。  
YoY成長率は20%超えでARR40億円へリーチ

単位：百万円



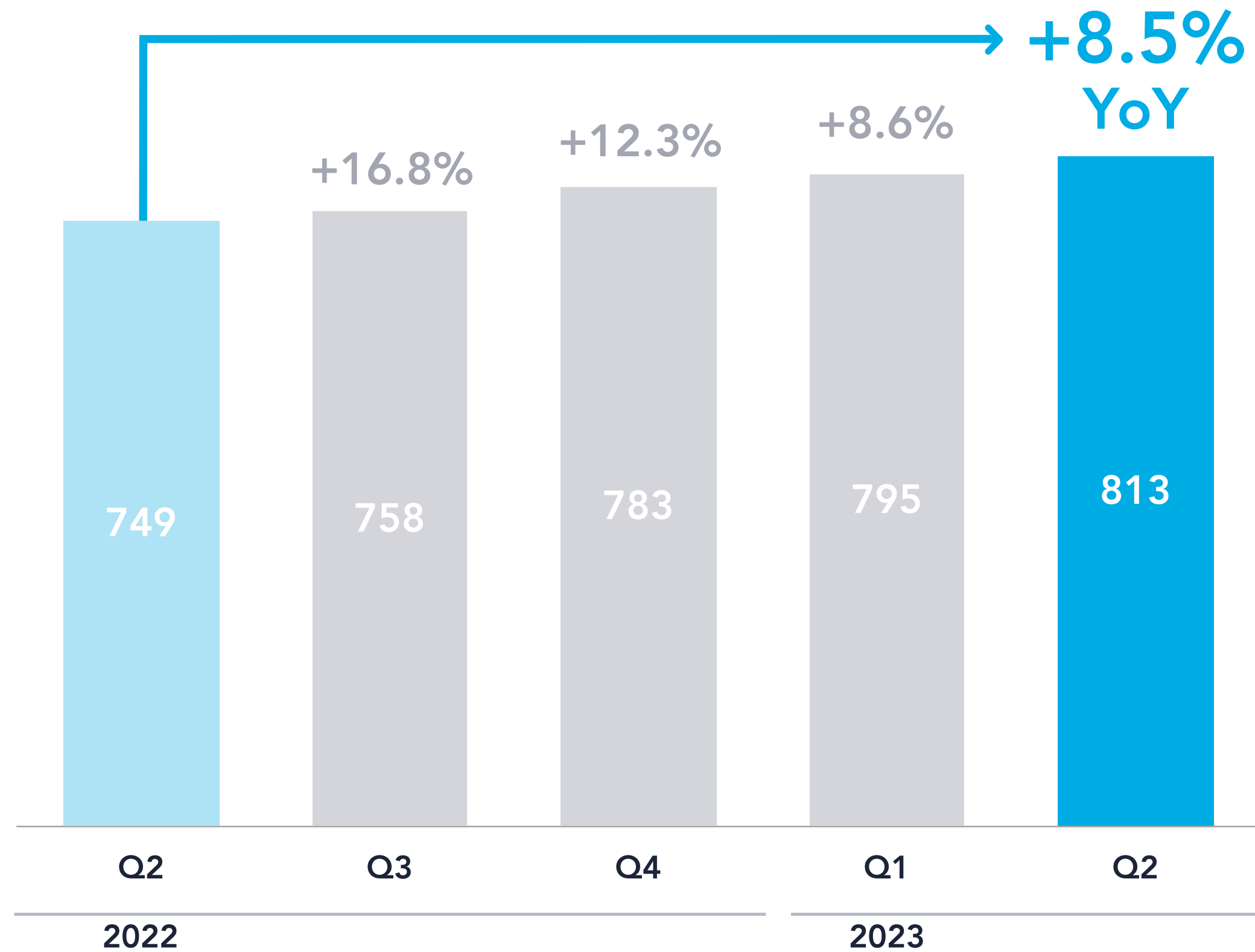
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 四半期末時点の月額利用料合計額に12を乗じた金額、少額・短期プランは含まない

## 契約アプリ数と 平均月額利用料

契約アプリ数はYappli for Marketingが好調でQoQの純増数が増加。平均月額利用料は高単価案件が寄与し40万円超え

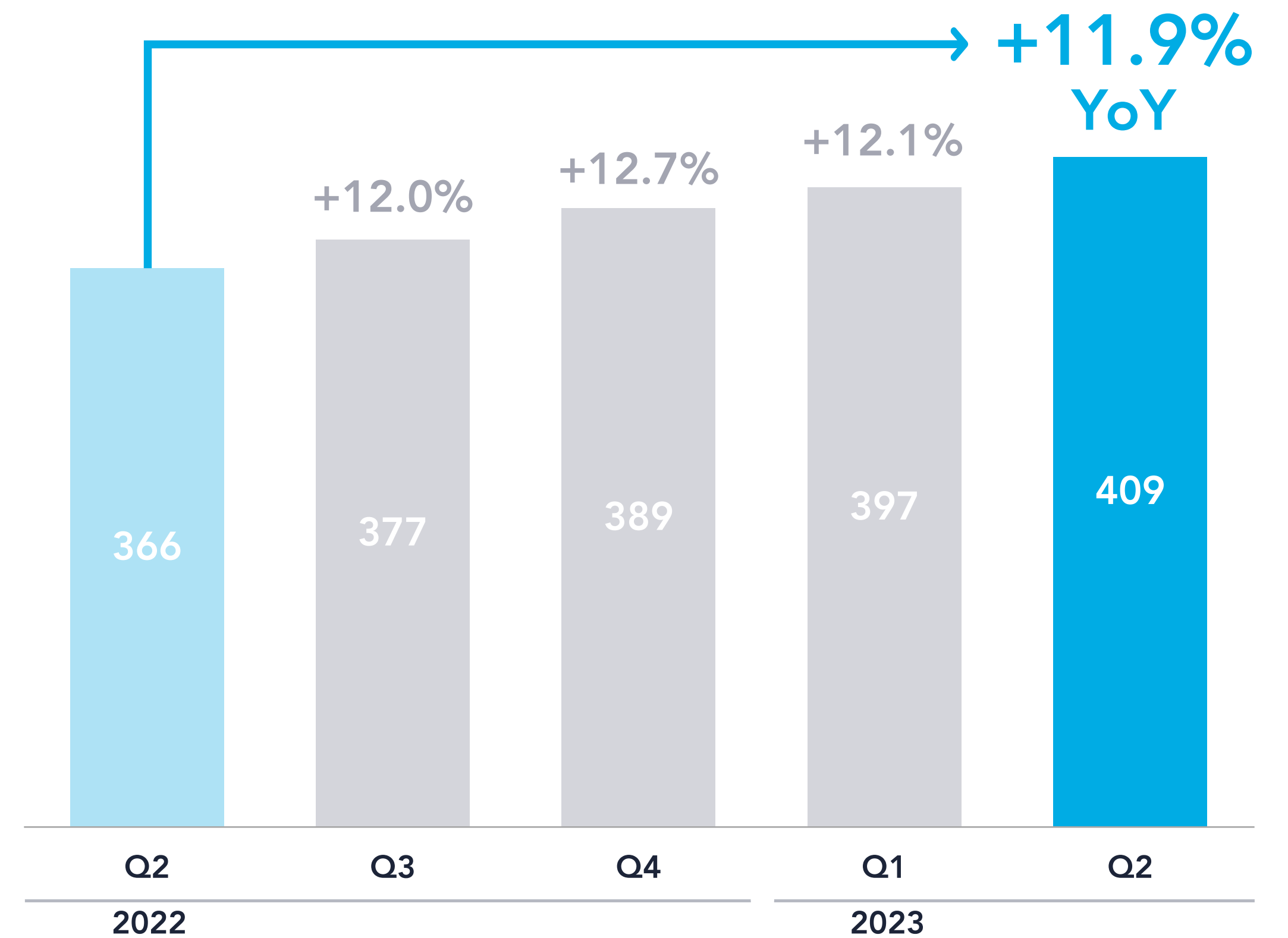
### 契約アプリ数<sup>1</sup>

単位：アプリ数



### 平均月額利用料<sup>2</sup>

単位：千円

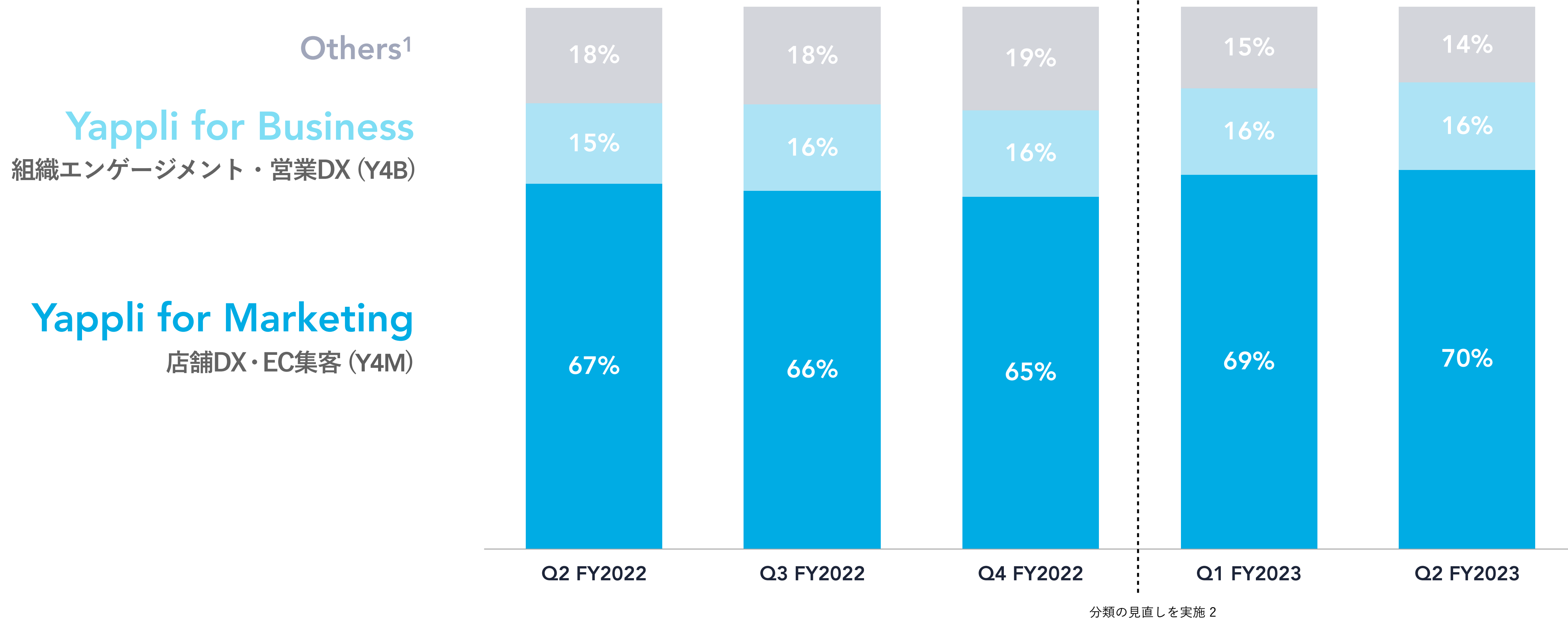


注：(1) 四半期末時点、少額プランは含まない (2) 四半期末時点、少額・短期プランを含まない



# リオープニングの影響等で店舗DXの案件獲得が好調に推移。 今後は新サービス「Yappli UNITE」の投入で、Y4Bの拡大を狙う

単位：%



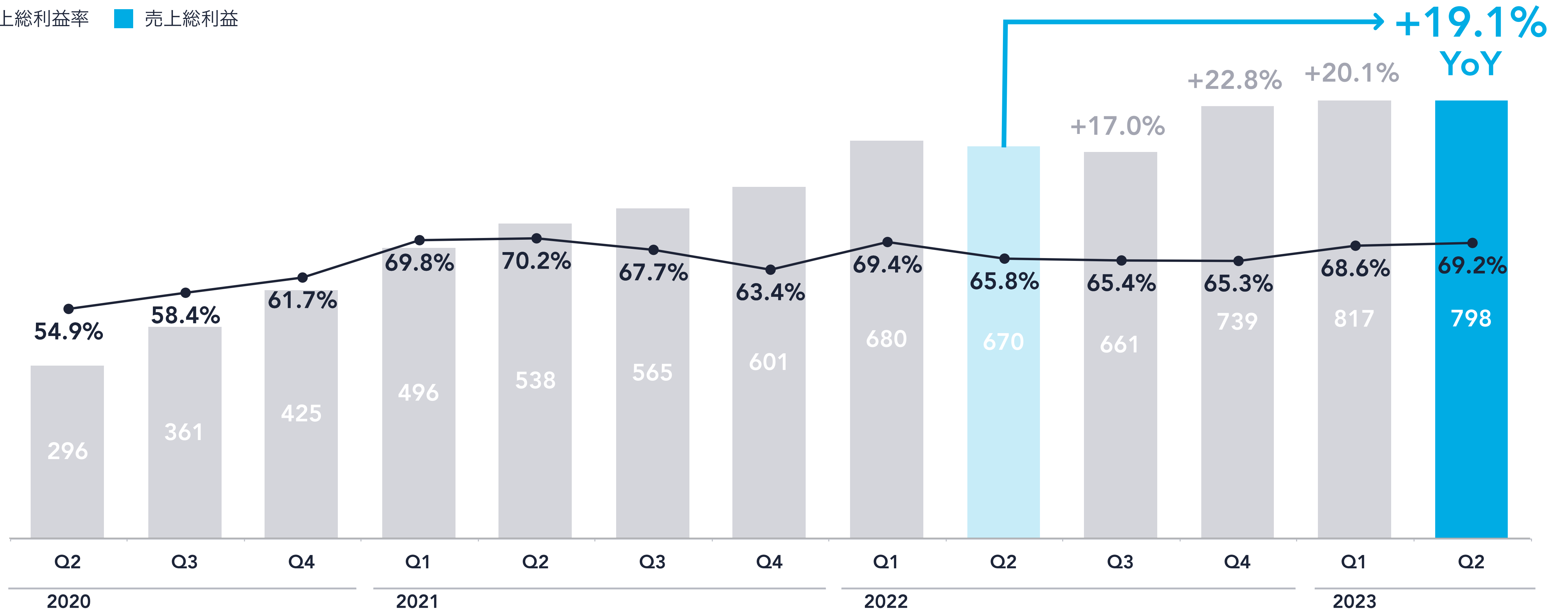
注：アプリ数での内訳を表示、2023年度第2四半期末時点、少額プランは含まない (1) Yappli for Media & Entertainment、Yappli for Schoolなどその他のソリューションを含む (2) 2022年度末までOthersの一部だったオウンドメディア系のアプリがQ1 FY2023からYappli for Marketingに移動

# 売上総利益 四半期

売上高は鈍化したか、適切なコストコントロールで粗利は  
同水準を維持。粗利率も健全な範囲で推移

単位：百万円

● 売上総利益率 ■ 売上総利益



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て



# 営業利益 四半期

順調なストック売上と費用の効率化により、2四半期連続で黒字化。Q3以降は広宣費を増やしつつ、継続した黒字を狙う

単位：百万円

● 営業利益率 ■ 営業利益



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

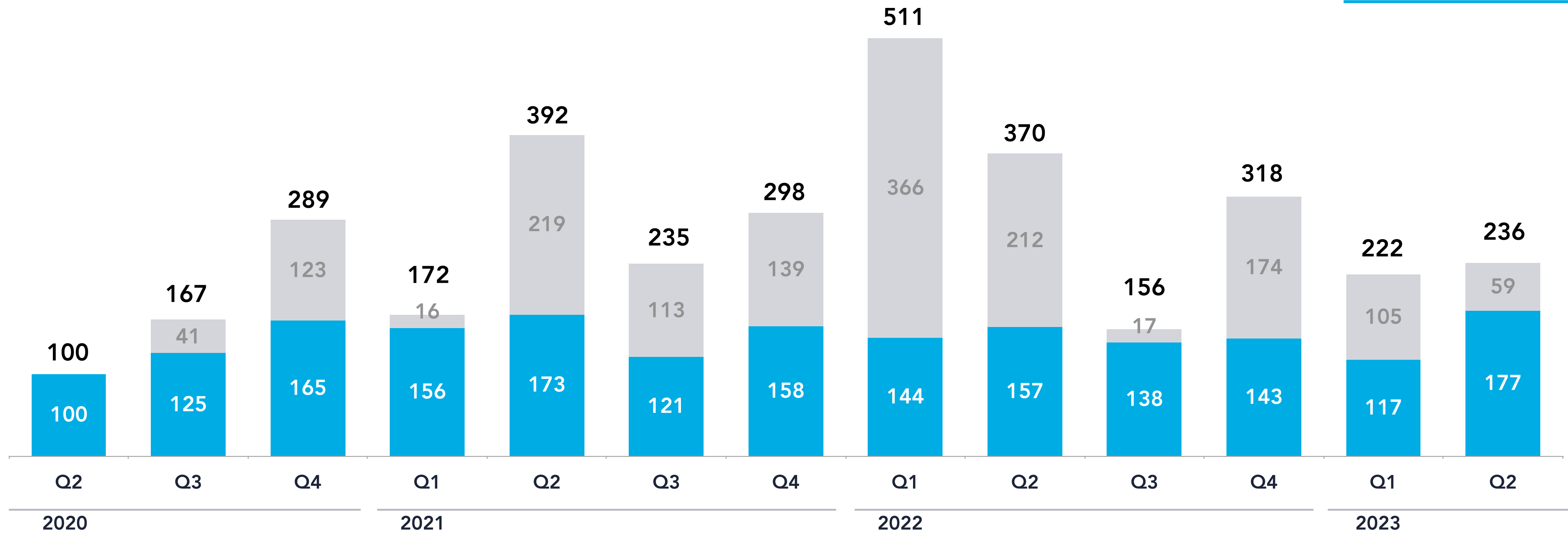
## 広告宣伝費<sup>1</sup> 四半期

Q2は受注件数を増やすためリード獲得費用を増加。下半期は、UNITE向けの投資を増やし、当初予定より微増させる方向性

単位：百万円

■ リード獲得 ■ 認知獲得（マスマーケティング）

広告宣伝費は四半期で  
2.7億円程度を想定。  
マスマーケは継続的に実施  
→



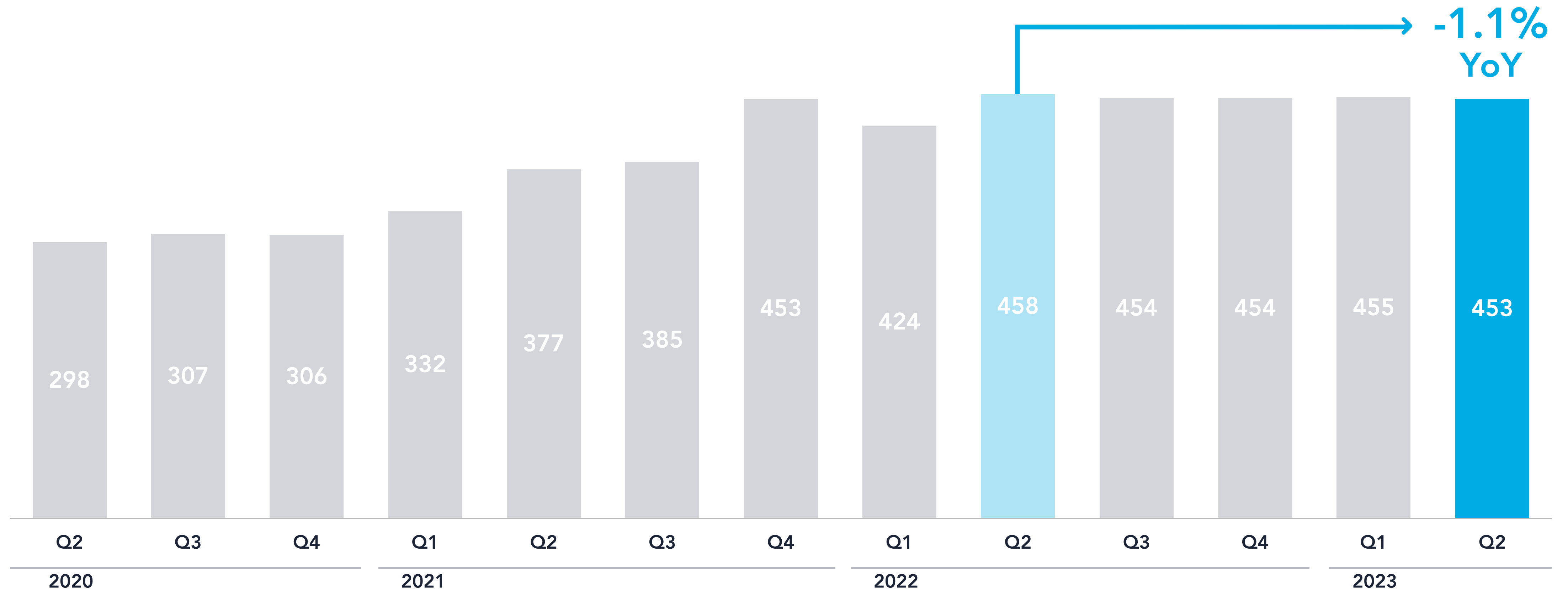
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) PRなどの顧客獲得目的以外の広告宣伝費は除く



## 人件費<sup>1</sup> 四半期

人件費<sup>1</sup>は昨年来の生産性重視のコストコントロールで、  
QoQはフラット、YoYでは-1.1%で抑制

単位：百万円



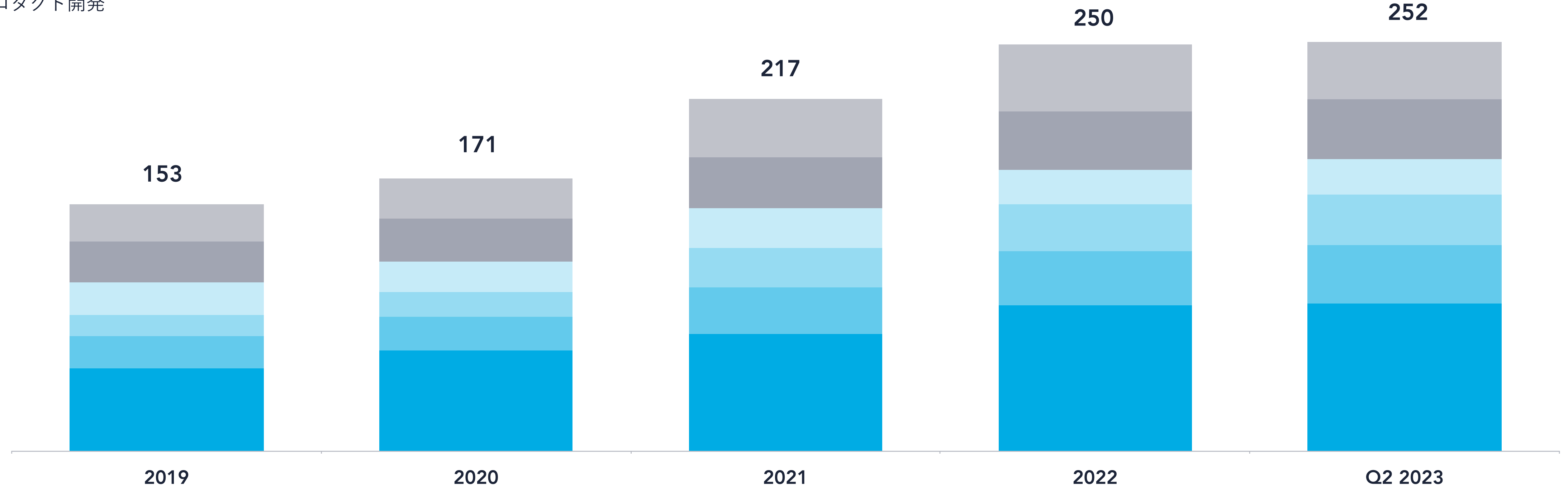
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む

## 正社員数

計画通り人員数はQoQで維持。一人当たりの生産性を向上させ、継続的な売上成長と利益創出を目指す

単位：人

- コーポレート・その他
- セールス
- マーケティング
- カスタマーサクセス
- インプリメンテーション（導入）
- プロダクト開発



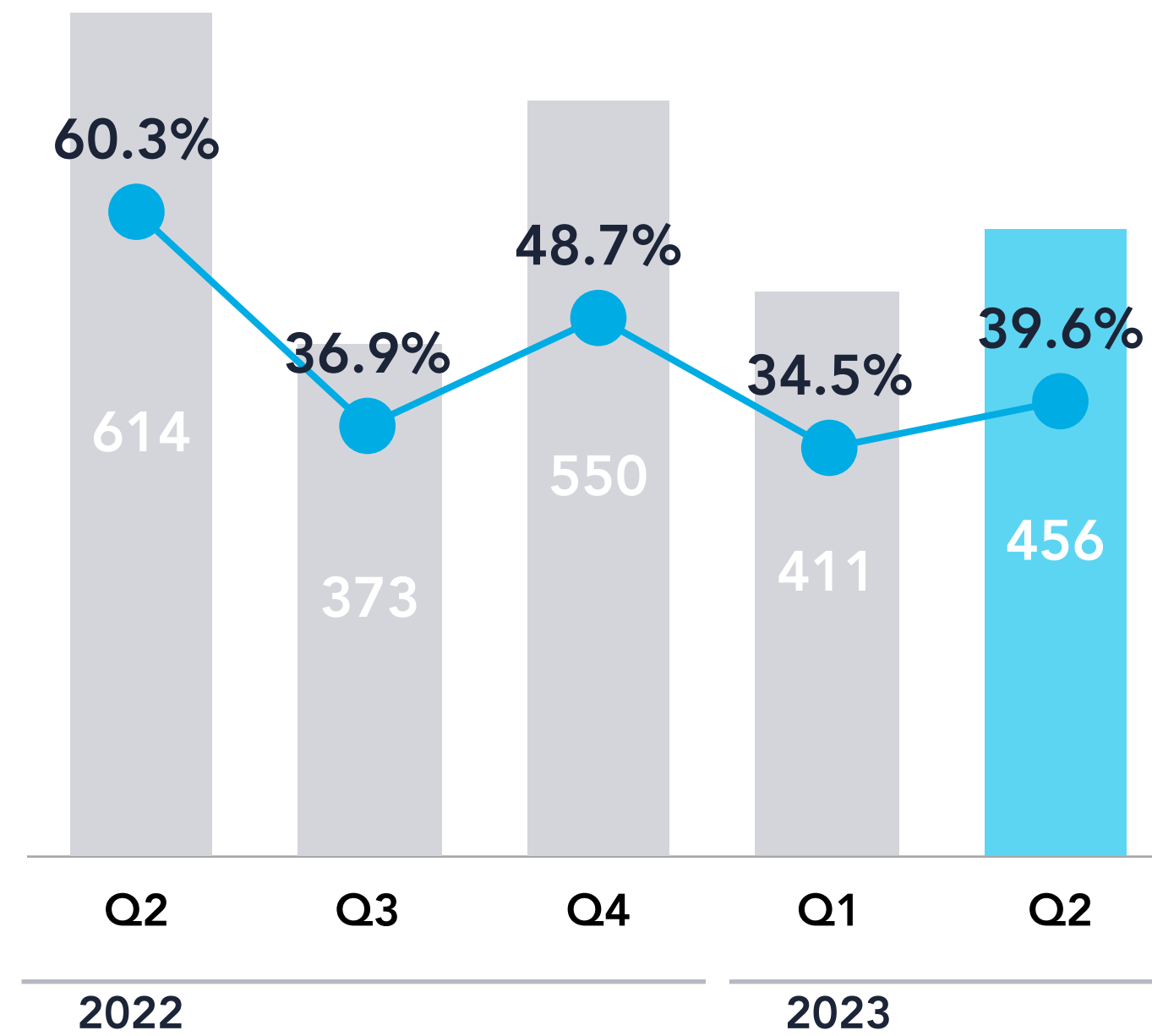
注：年度末・四半期末時点の正社員数を表示

## 販管費の内訳

全体的な内訳に大きな変更はないが、広告宣伝費の増加や人員の最適配置により、Q1から一部変動

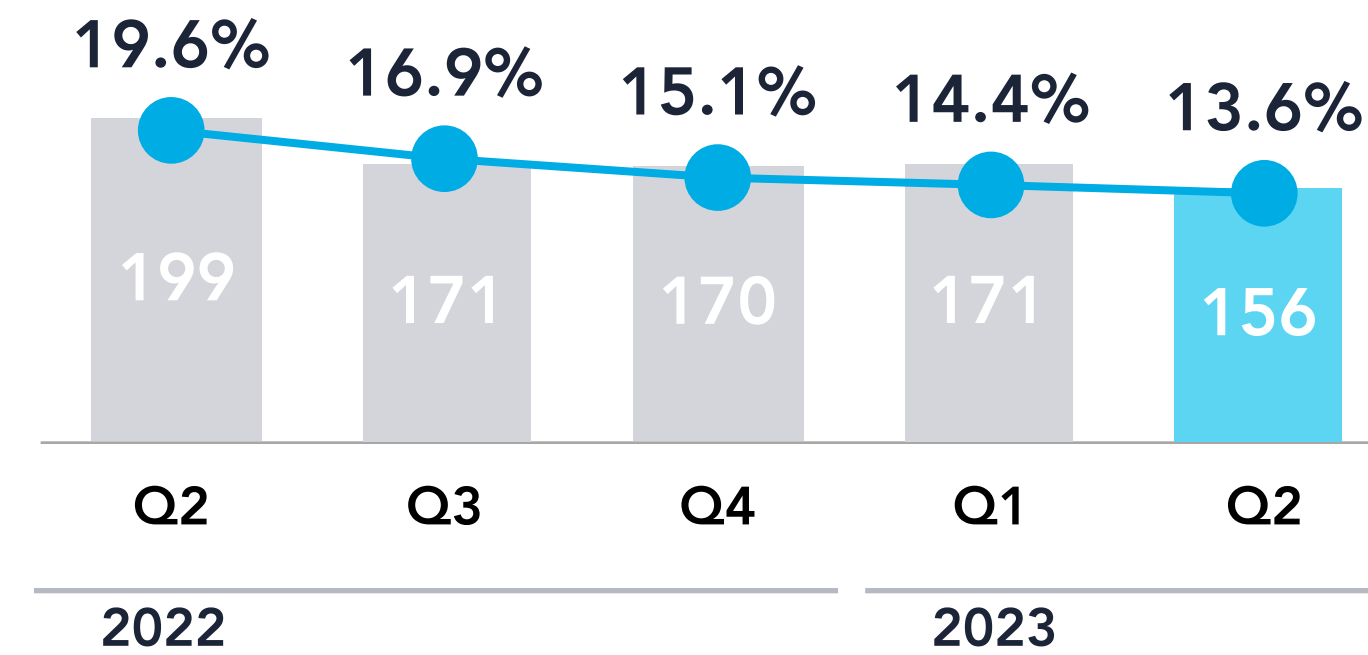
### S&M<sup>1</sup>

単位：百万円



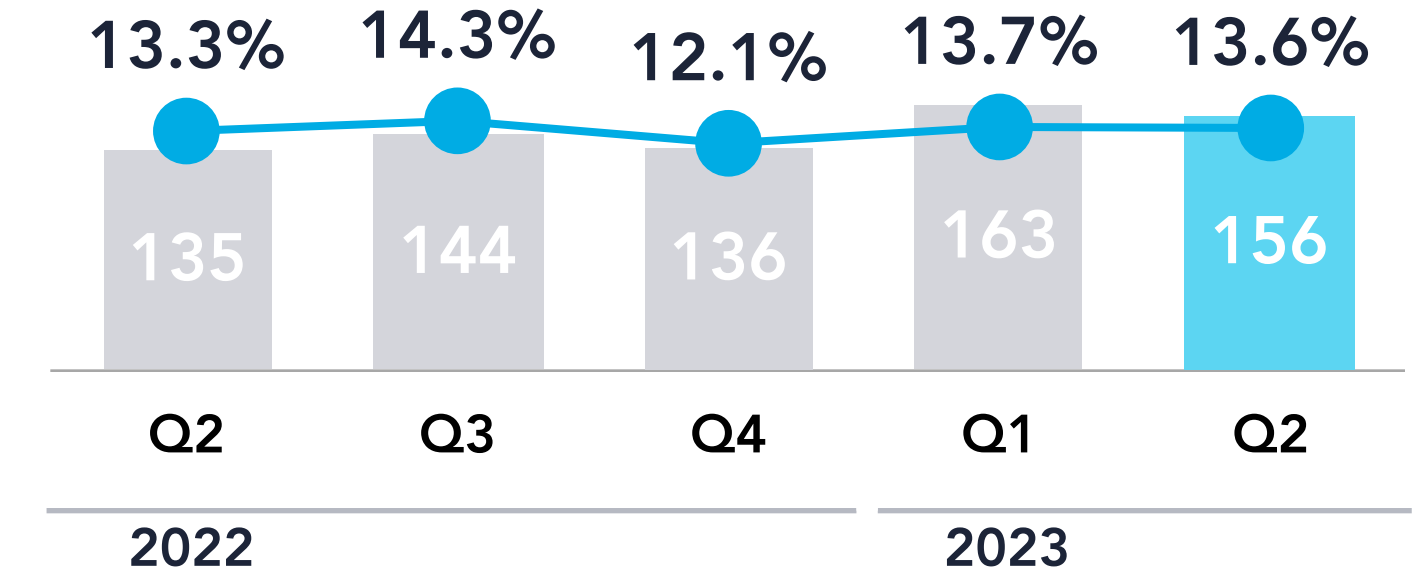
### G&A<sup>2</sup>

単位：百万円



### R&D<sup>3</sup>

単位：百万円



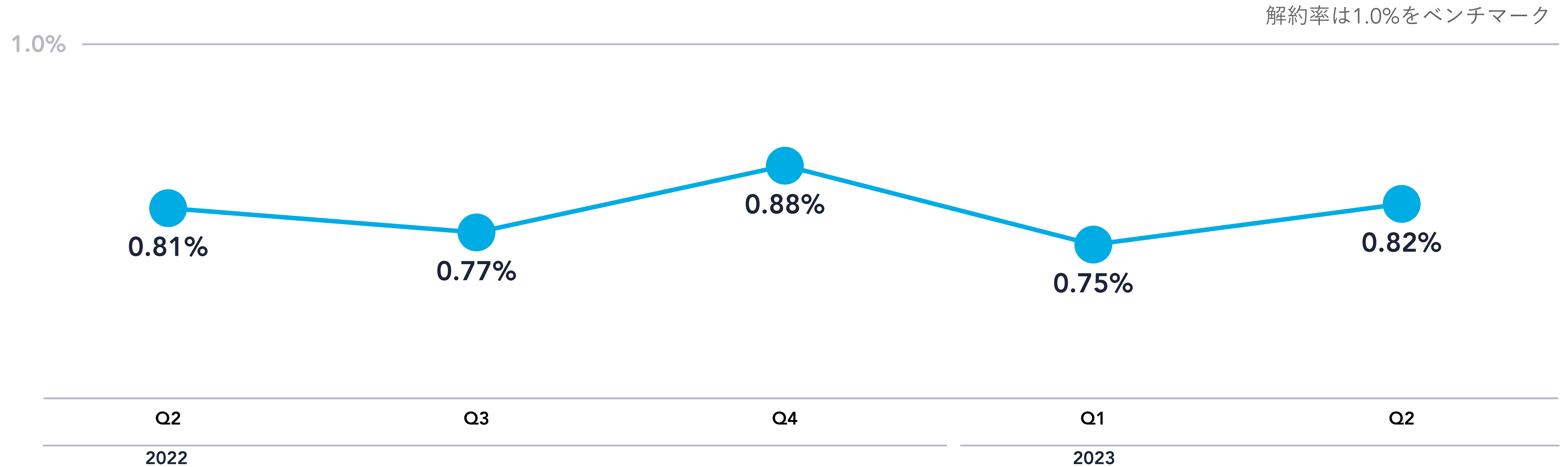
注：売上高比率の%を表示。S&M、G&A、R&Dの各数値については、有限責任あずさ監査法人による監査及びレビューを受けておりません。また、S&M、G&A、R&Dは財務会計上の数値ではなく、管理会計上の数値を記載しております

(1) 販売促進に係る広告宣伝費やセールス、マーケティング人員の件費や関連する経費及び共通費等を合計 (2) コーポレート部門の件費や関連する経費及び共通費等を合計 (3) 研究開発に係るエンジニアの件費や関連する経費及び共通費等を合計



## 解約率 (LTM)<sup>1</sup>

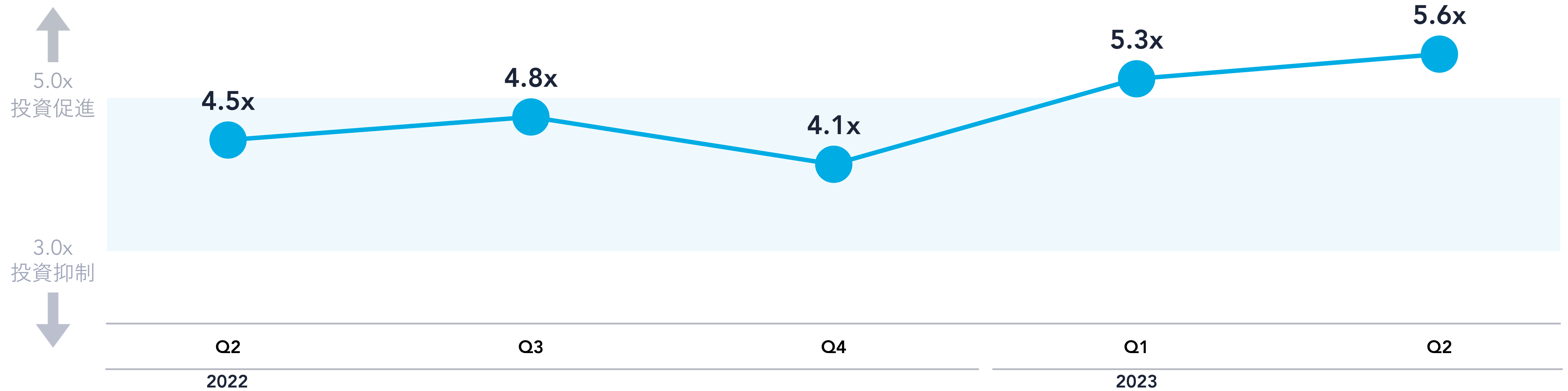
低単価なアプリを中心に解約が発生したが、  
レベニューチャーンは0.82%と高水準を維持



注：(1) グロスレベニューチャーンレート：部分解約を含む月間売上総解約率、四半期末時点の直近12カ月平均、少額・短期プランは含まない

LTV/CAC (LTM)<sup>1</sup>

# 広告宣伝費の効率化によりLTV/CAC<sup>1</sup>は5倍台に改善



注：(1) Lifetime Value (顧客生涯価値) と Customer Acquisition Cost (顧客獲得単価) の比率、四半期末時点の直近12カ月平均、少額プランは含まない

事業ハイライト

3



新サービス①  
概要

# 人的資本経営をアプリから推進する新サービス「Yappli UNITE」 を8月にローンチ。下半期から成長を加速させる

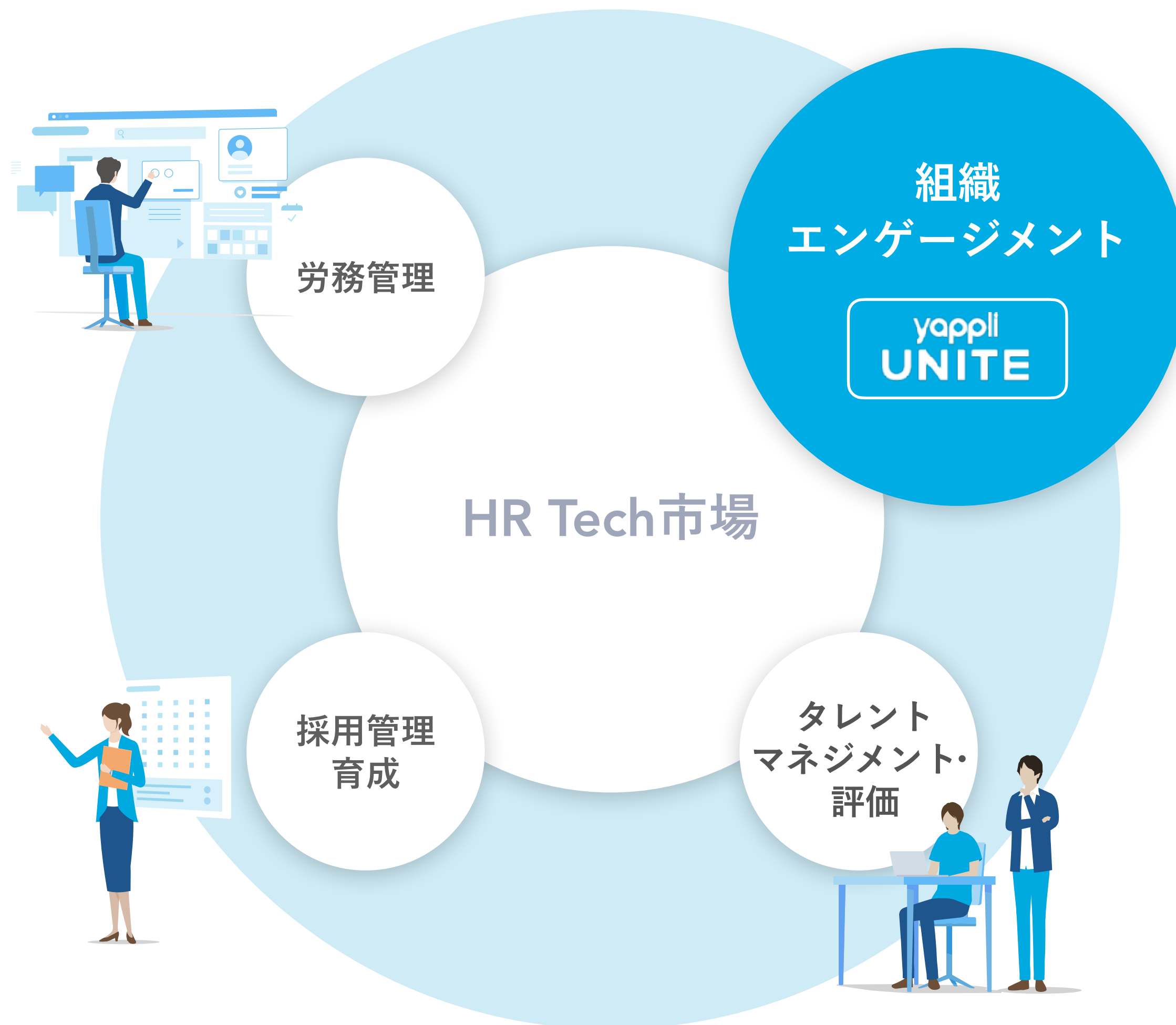
組織エンゲージメントを向上させる様々な社内施策を自社アプリで実現



## 新サービス① 狙う市場と背景

# HR Tech市場の組織エンゲージメント領域へ進出

人的資本経営や顧客ニーズの高まりを受けて、アプリとして初となるHR市場へ本格進出



- 2023年以降の人的資本の情報開示義務化に伴い、上場企業を中心に関心が高まっている
- 組織力強化のための社内向けアプリが増加しており、一層のニーズの高まりを確信
- 当社自らが社内利用しており、従業員から高い評価や効果を得た本サービスを顧客へ展開



## 新サービス① 提供内容

# YappliとYappli CRMを組み合わせ、組織エンゲージメント向上のための様々な施策アクションを提供

他社サービスは組織のエンゲージメント測定・分析が主流だが、UNITEはアクションに強みを発揮





## 新サービス① 事例

# 7,000人を超える従業員と会社を繋ぐ架け橋となる社内アプリ 「Kakehashi」をYappli UNITEで実現



三菱UFJ信託銀行  
**Kakehashi**

社内に分散した情報を集約し、  
従業員同士のコミュニケーションを活発に

- 経営メッセージやニュースを定期配信
- 福利厚生、従業員特典など社内コンテンツをアプリに集約し、利便性向上
- エンターテインメント性のある社内ポイント制度でエンゲージメントを強化
- IPアドレス制限・ログイン認証でセキュリティ面も充実





# 様々な社内イベントでアプリを活用し、オンラインとリアルでの交流を活性化



株式会社ヤプリ

Yapli Hang Out

高いアクティブ率を維持する社内アプリで  
リモートワークでも活発な組織カルチャーを醸成

- 役員メッセージを毎週発信
- 社内イベントのお知らせをプッシュ通知で配信
- 社内カフェポイント制度が出社時の楽しみに
- 創業10周年や七夕などの社内イベントで、アプリで対面交流を促進



アプリのマイコードを使ってスタンプ交換。リアルでの交流を促進



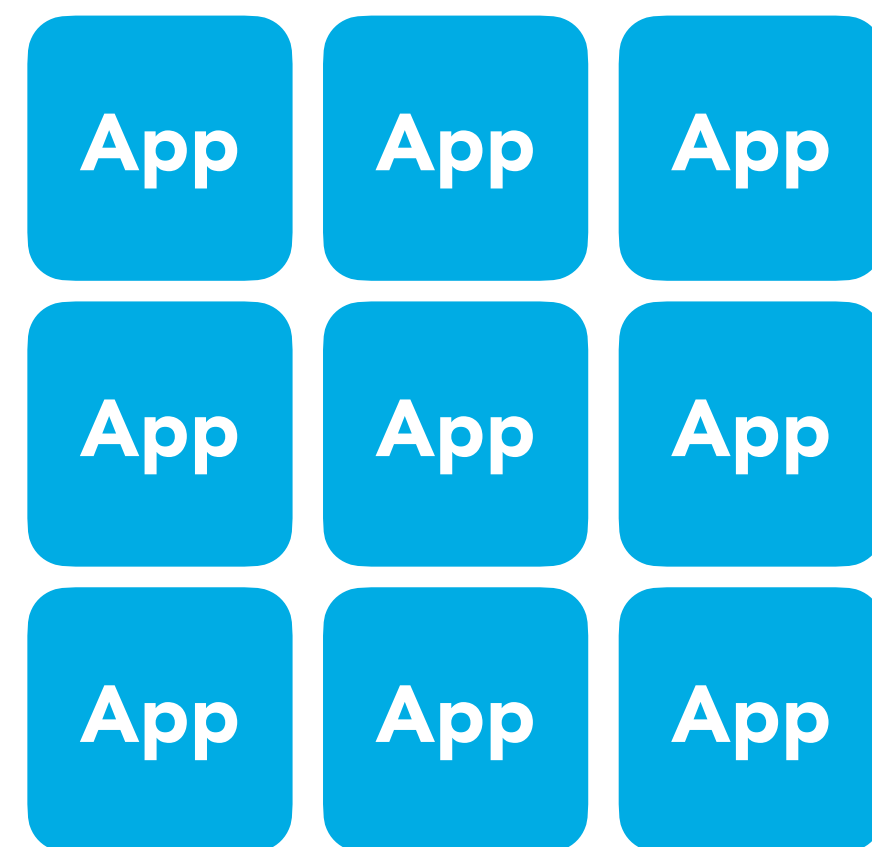
アプリ上で願い事を投稿。オフィスでリアル短冊が出現

新サービス②  
概要

# Yappli for Retail App Adsの提供開始

Yappli製アプリでネットワークしたアプリ媒体を広告主へ販売、  
アプリの顧客へ新たな収益機会の提供

顧客（アプリ媒体）



最大 **813** Apps

広告枠を提供

ヤプリア社



yappli

for Retail App Ads

広告主へ販売

広告主





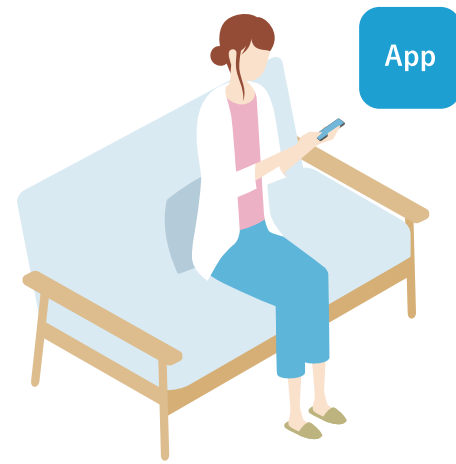
## 新サービス② 提供内容

# ユーザーの利用シーンに沿った適切なプロモーションが可能

アプリ内で購買に直結するキャンペーン設計や広告メニュー・運用をワンストップで提供

ユーザー行動

アプリ起動



アプリ内広告



商品検討



プッシュ・ポップアップ



店舗来店



デジタルサイネージ



アプリ離脱後



アドネットワーク出稿

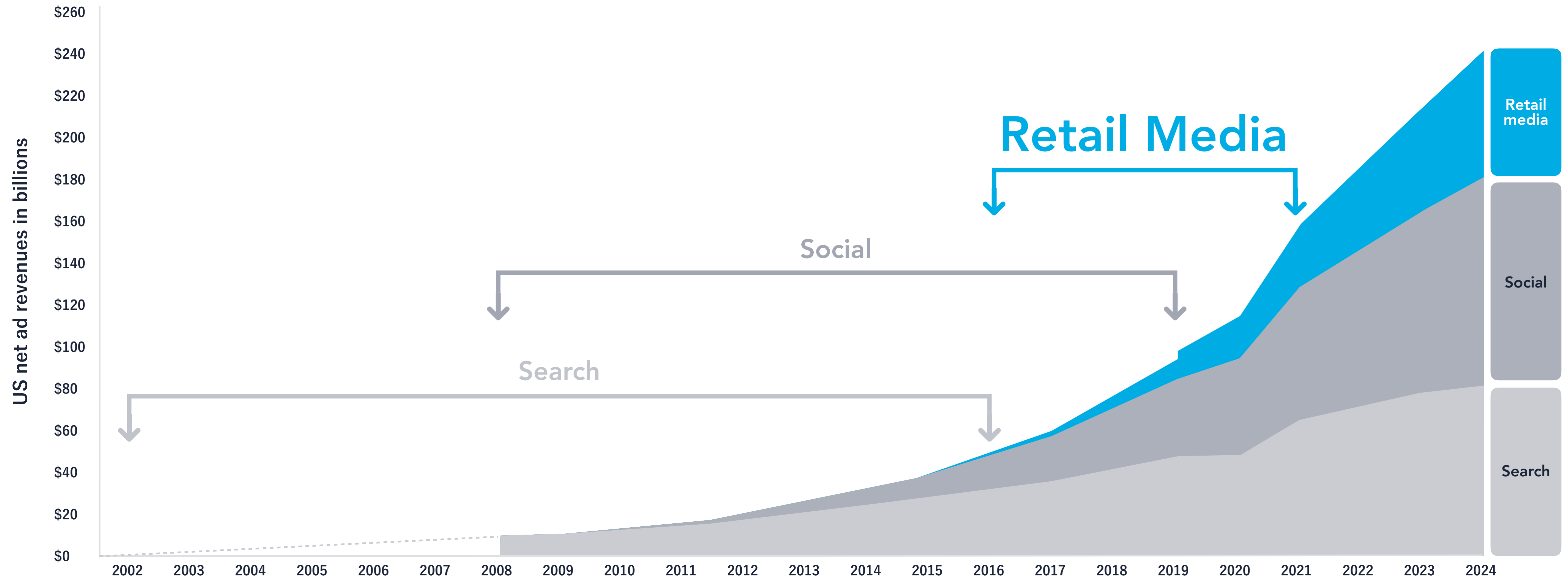


プロモーション例

## 新サービス② 市場背景

# リテールメディアの市場が国内外で拡大

サーチ、SNSと並ぶ第3のメディアとして市場拡大が進むリテールメディアをアプリがアプリで提供

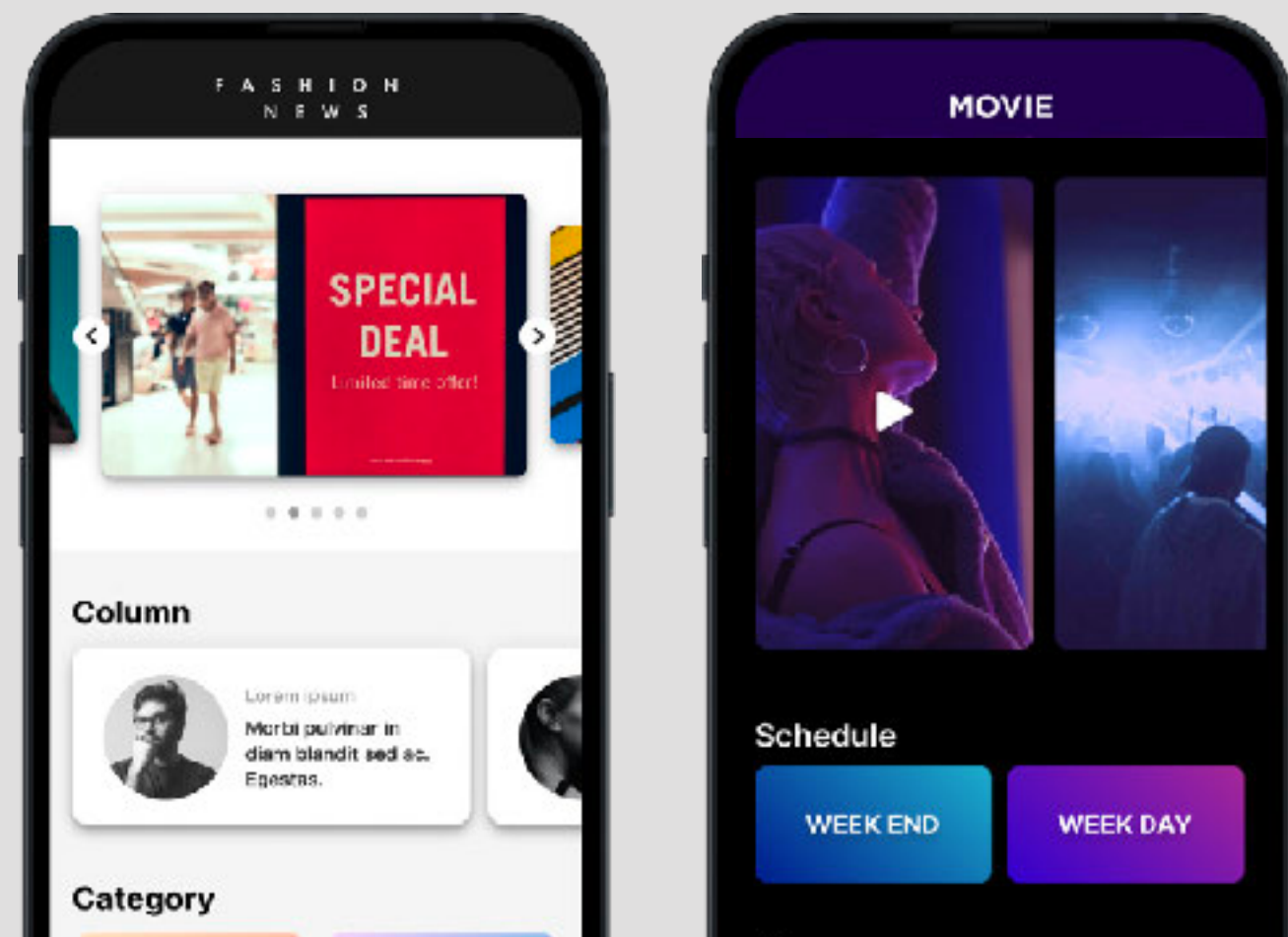


出典：insider intelligence ( <https://www.insiderintelligence.com/content/ready-retail-media-2-0-why-2023-will-retail-media-s-inflection-point> )

# 使いやすさを著しく高める大規模なアップデートを続々リリース

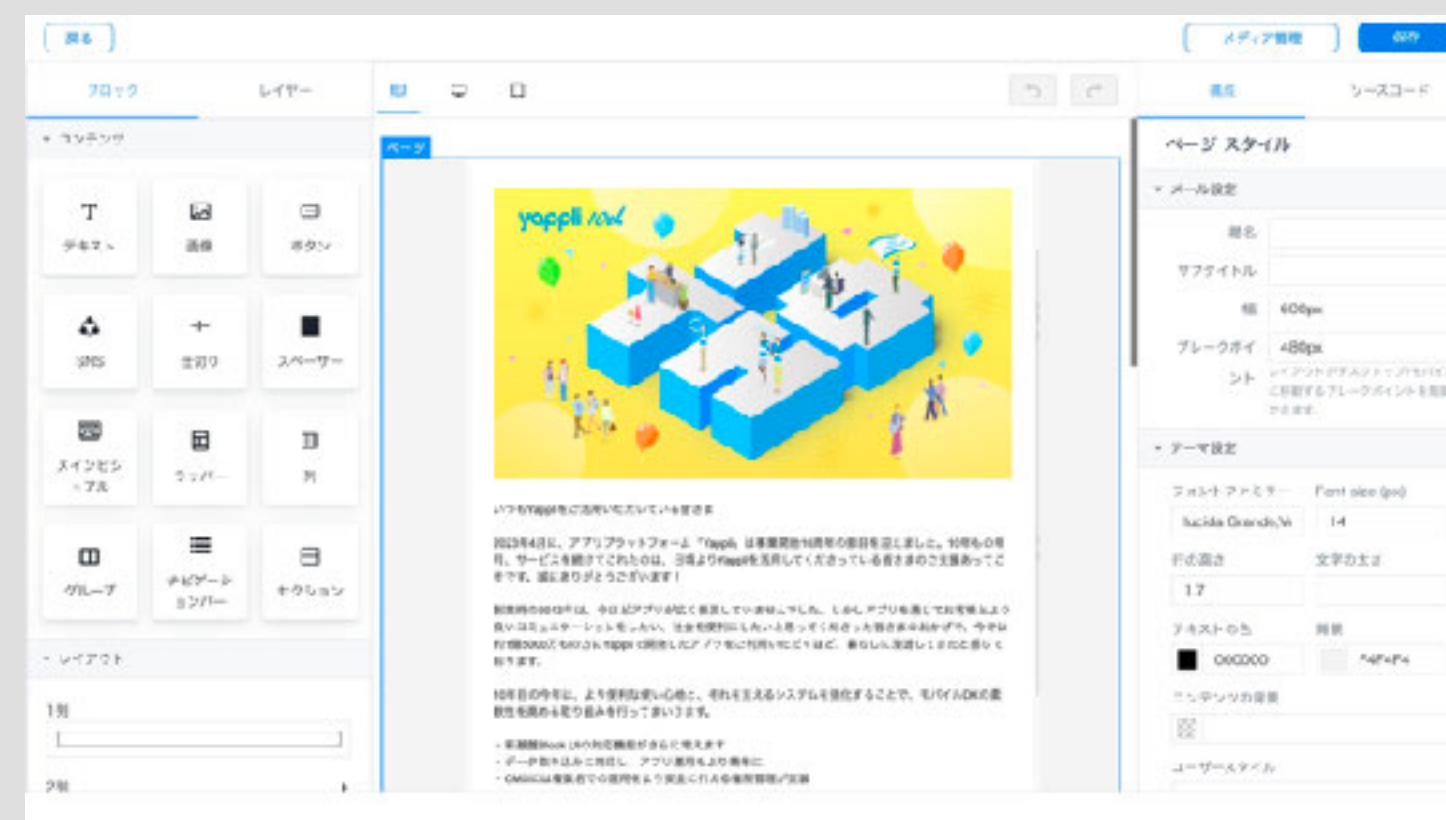
## 革新的なBlock UIがさらに進化

Block UIの最新アップデートにより  
アプリのユーザー体験がさらに向上。  
新たにムービーやカーセルの配置ができ、  
他機能との連携もさらに進化



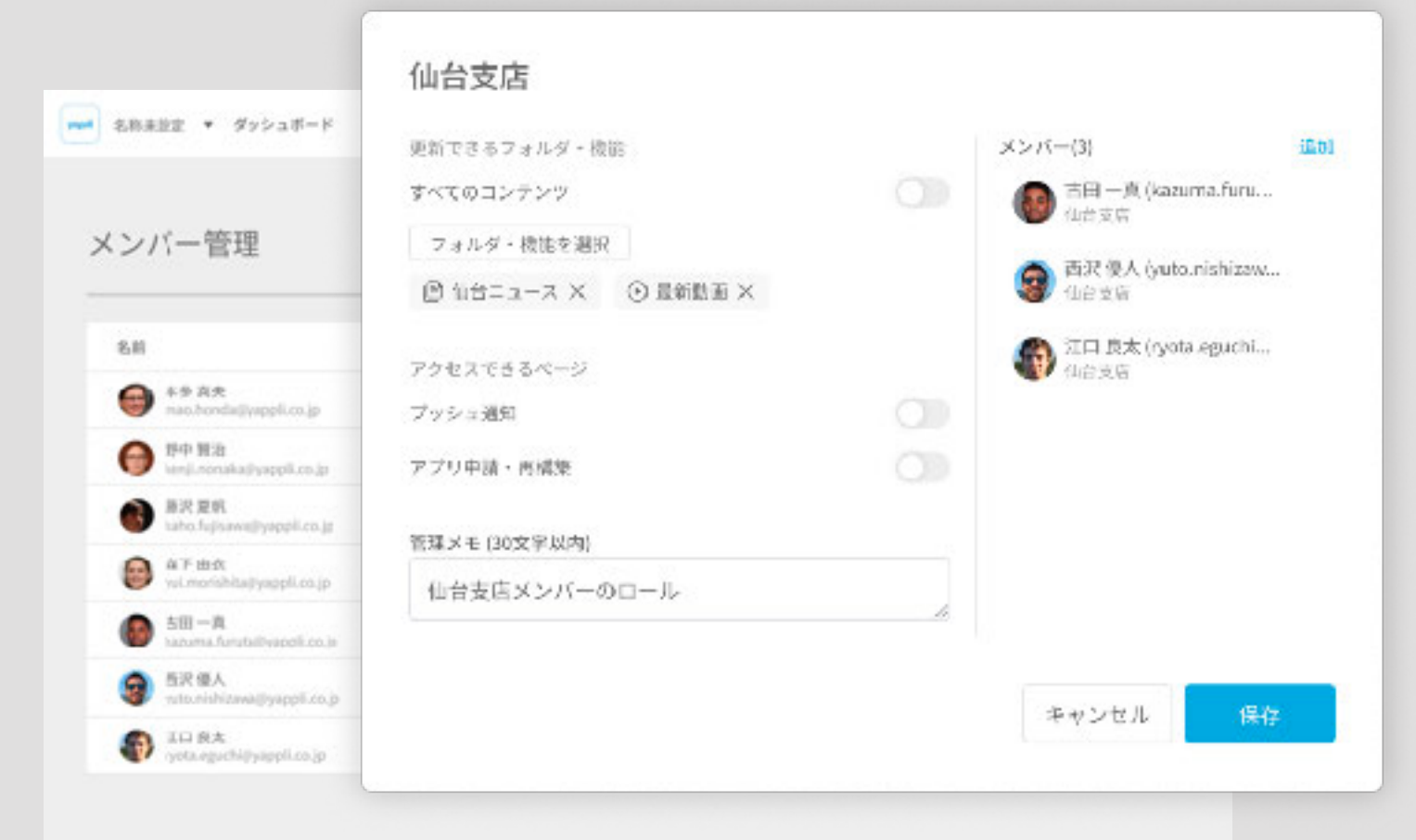
## Yapli CRM にノーコードの ビジュアルエディターを搭載

ノーコードで直感的にメールが作成できる  
ビジュアルエディターと  
メディアファインダーを搭載。  
さらに、トリガー配信がメールにも対応



## 権限管理機能で ユーザーごとに運用権限を付与

Yapliの管理画面の運用権限を  
ユーザーやグループ単位で  
細かく設定ができるようになり、  
運用がより安全で便利に





# 成長戦略

# 4

# 既存事業Yappliを中核に、新製品Yappli CRMを第2の柱へ

3つの山を登り、企業のあらゆる課題を解決するモバイルDXカンパニーを目指す



## 今後の成長 ポテンシャル

# Yappliの広大な市場ポテンシャル

Yappliを軸にCRMに進出し、CX/デジタルマーケティング領域をより深く開拓。  
さらなるプロダクトの拡充により、国内ソフトウェア市場全体も視野に



注：(1) デロイトトーマツミック経済研究所株式会社「S I・開発サービス市場の実態と展望2017年度版」 (2) Serviceable Available Market：当社サービスが現在獲得できる可能性がある市場規模 (3) 富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2022年版」(2022年7月)掲載のソフトウェア「CX/デジタルマーケティング」カテゴリー 市場規模の2026年度の予測値 (4) Total Addressable Market：当社が将来的に獲得できる可能性がある最大の市場規模 (5) 富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2022年版」(2022年7月)掲載のソフトウェア市場規模の2026年度の予測値

# 1 - コア事業 Yappliの成長戦略

## 既存ソリューションの深耕と新ソリューションの拡大

for Marketingなどの主力ソリューションの機能開発を行い、それら機能を横展開・応用させて新しいソリューションへとビジネスを拡大させる

yappli

→ アプリの新しい用途を開発し、新市場を開拓

For Marketing



For Business



For Media&Entertainment

For School

For Government

機能追加・改善で主力ソリューションのシェア拡大



# 企業規模別アプローチで売上最大化を目指す

企業規模に応じた組織構成と営業戦略で、単価と件数による売上最大化を目指す

	企業規模 (従業員数)	ターゲット社数 <sup>1</sup>	アプローチ指針	提供製品や機能
エンタープライズ	4,000人以上～	600社	<b>コアマーケット</b> CRMのクロスセルや 付加価値の高い機能提案で 単価と件数の最大化を目指す	<ul style="list-style-type: none"><li>Yappli for MarketingとYappli CRMのクロスセル</li><li>データ分析やセキュリティ等のハイエンドな機能提供</li></ul> Yappli for BusinessやYappli for Companyなどのソリューション領域を拡大 プッシュ通知などのターゲティング機能活用
ミッドマーケット	100～3,999人	5.2万社		
スモールビジネス	～99人	116万社	<b>チャレンジマーケット</b> 価格を抑えたLite版の提供 などで件数増加を目指す	Yappli 中小企業向けプラン (Yappli Lite含む)

注：(1) 株式会社ユーザベースのデータベース“FORCAS”より

## 2 - 挑戦事業

### Yappli CRMの成長戦略

# Yappli CRMを第2の柱へ。

## エンジニアを中心に社内リソースを昨年度対比3倍に

アプリだけでないマルチチャンネルにリーチできるハブ製品として、単独販売可能なプロダクトへ

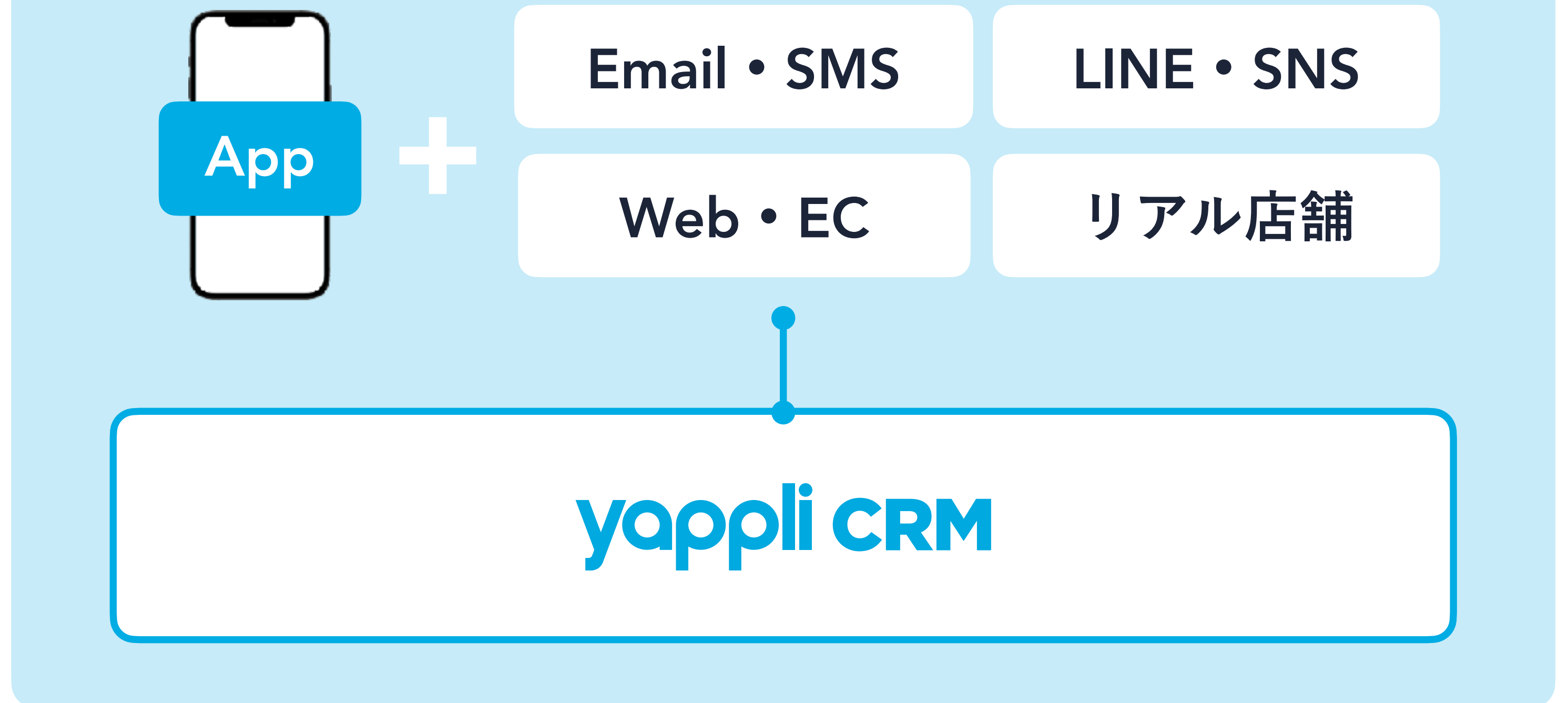
### 現状

連携先はYappli製アプリのみ



### 今後

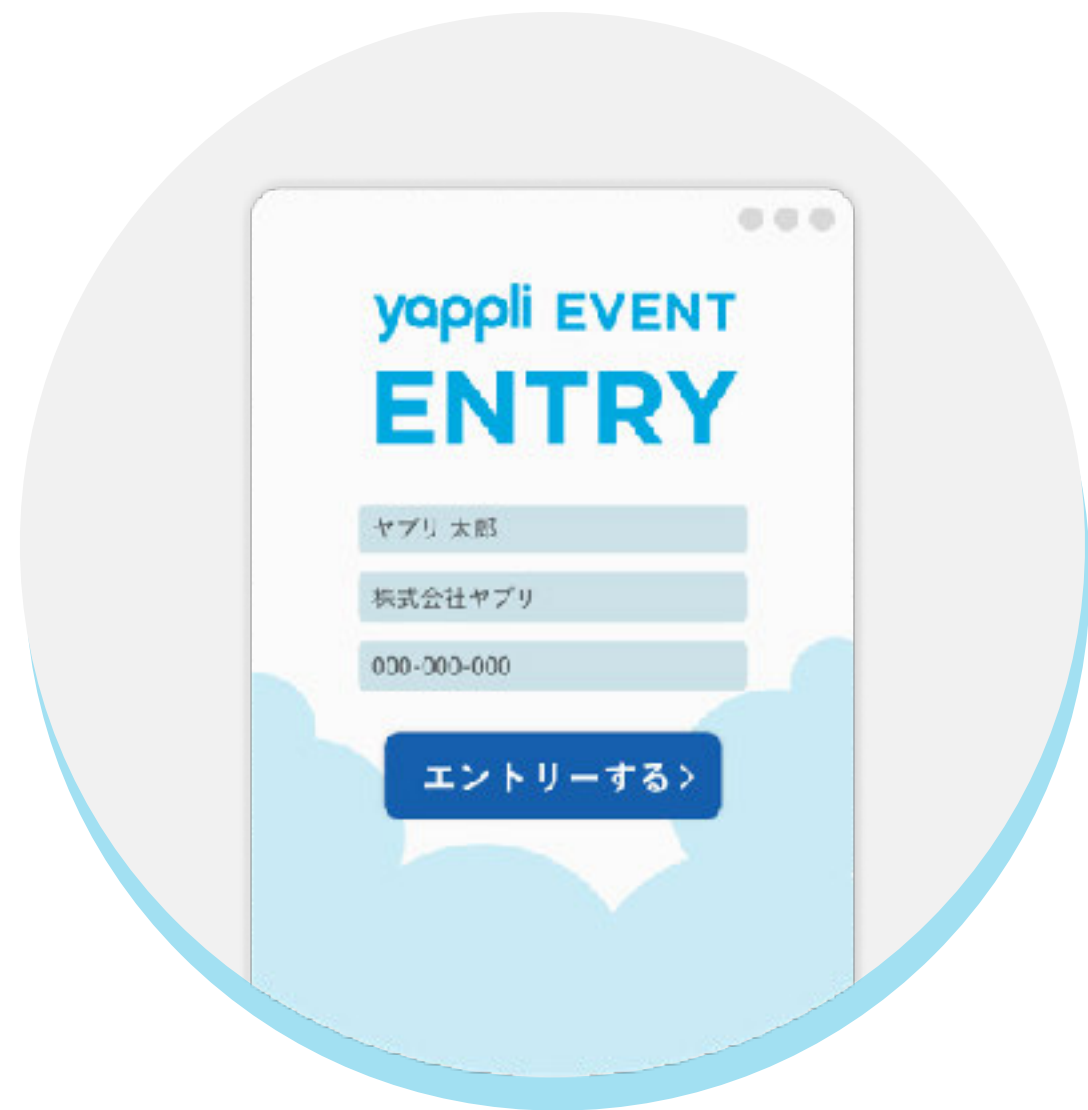
アプリ以外のチャンネルとも連携可能に



# ウェブでの顧客化から、アプリでのエンゲージメントまで、 カスタマージャーニーをアプリ製品でワンストップ提供

1

Yappli CRMで生成された  
申し込みフォームで顧客化



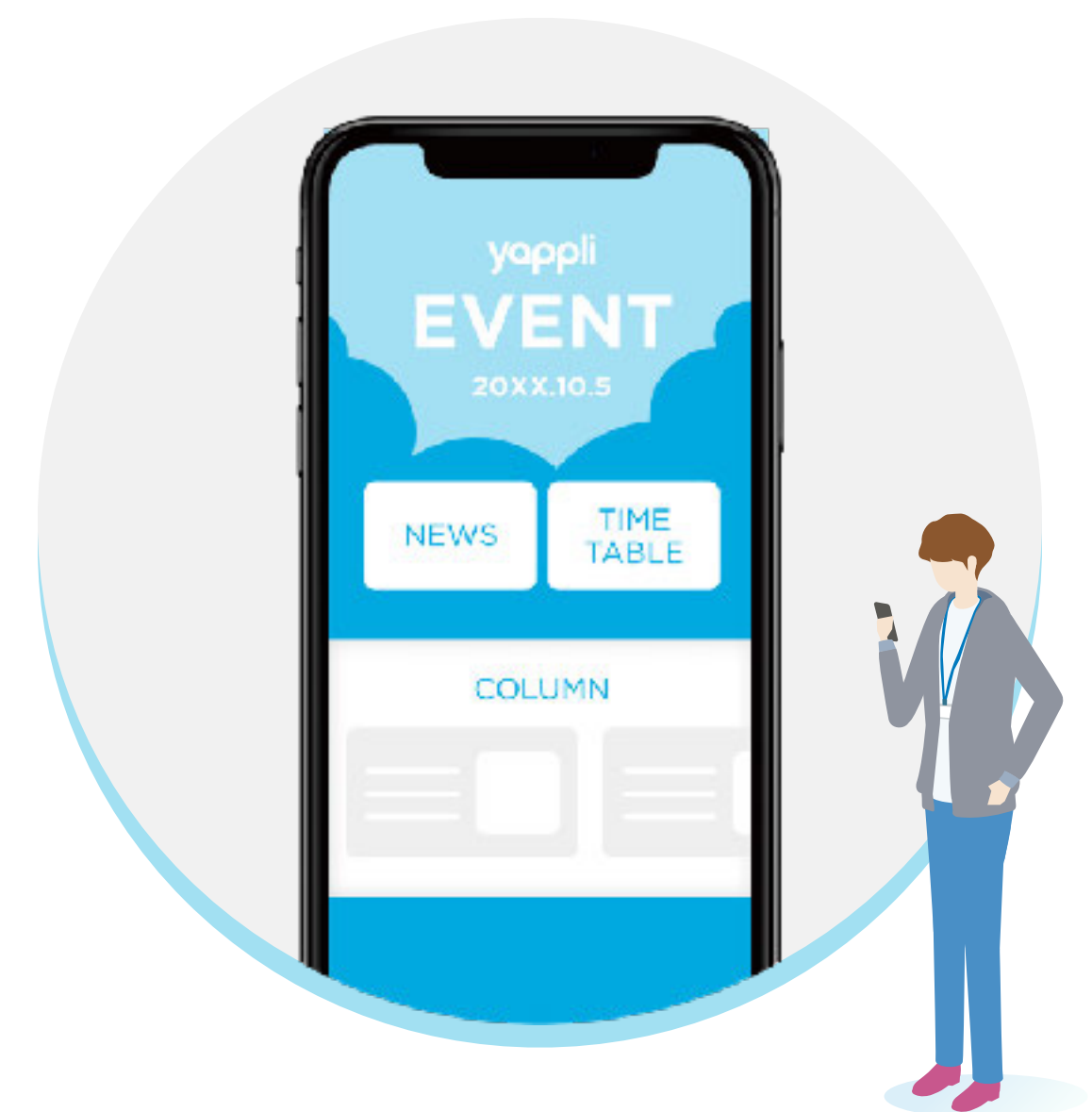
2

メール・SMSでアプリDLの  
おすすめ配信



3

アプリでより良い体験提供  
エンゲージメント強化へ





# M&Aを通じてプロダクトロードマップの周辺領域を取り込み アプリ外のチャネル開拓を継続的に強化

## M&Aの基本的な方針

### 1 既存プロダクト拡張

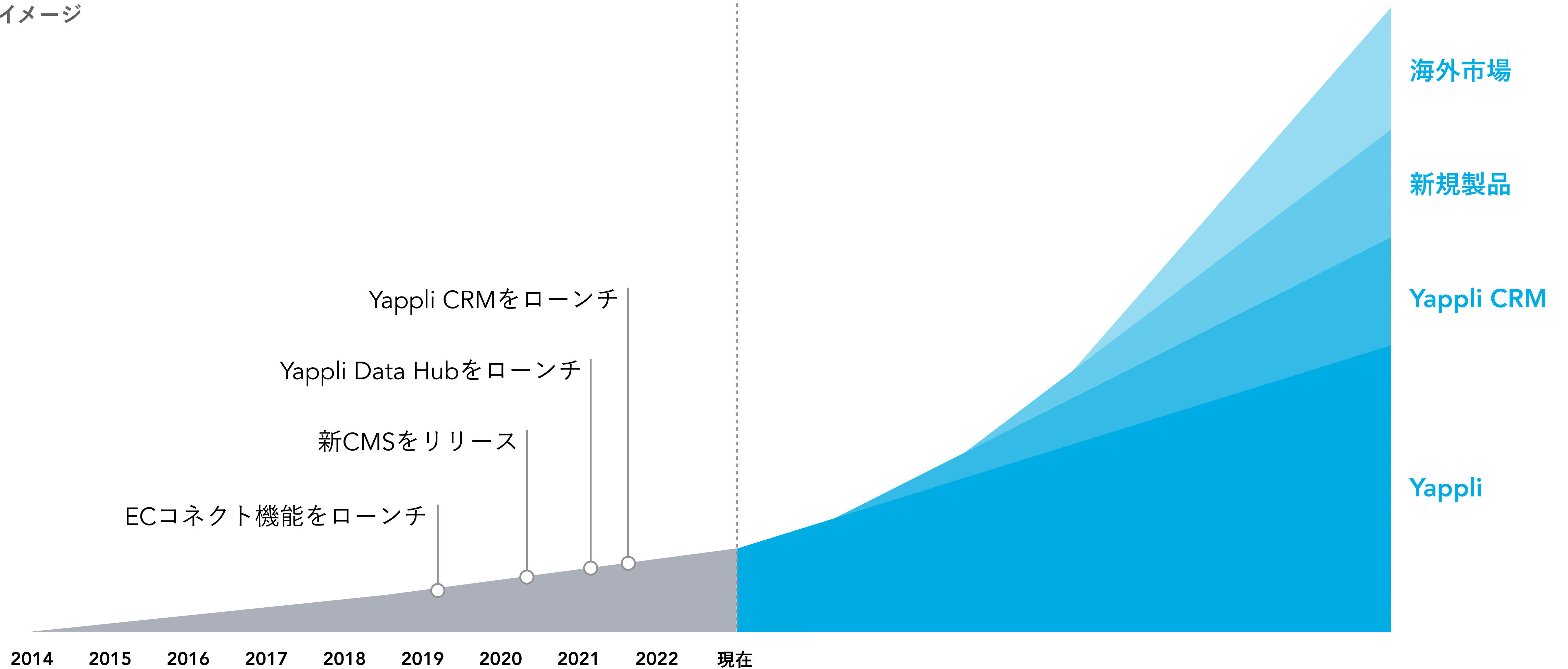
- ・ 既存プロダクトのマルチチャネル化を加速する製品群の取得  
タッチポイントの拡充：メール、SMS、SNS、ECなどの連携製品  
既存製品のバックエンドを強化するサービス：CDP、Web CMS
- ・ モバイルDX実現のラストワンマイルを担う  
DXコンサルなどのサービス

### 2 顧客基盤の拡充

- ・ 同類企業の取得による顧客基盤の強化と新規顧客の獲得を目指す  
過去の事例：GMO Tech社のアップカプセル事業（2019年）
- ・ 新機能を通じたアップセルなどではなく、  
直接的な売上高への貢献を期待

# レベニューソースの多層化による成長の加速を志向

イメージ



補足資料

5



# 収益・費用の内訳

## P&Lのサマリー

単位：百万円

	2020	2021	2022	Q2 2023
売上	2,390	3,263	4,142	1,153
売上原価	1,018	1,061	1,390	355
売上総利益	1,372	2,202	2,751	798
<i>margin %</i>	57.4%	67.5%	66.4%	69.2%
販管費	1,962	3,130	3,570	769
S&M <sup>1</sup>	1,460	1,906	2,253	456
G&A <sup>2</sup>	491	632	736	156
R&D <sup>3</sup>	9	591	580	156
営業利益	-590	-928	-818	28
<i>margin %</i>	-24.7%	-28.4%	-19.8%	2.4%
EBITDA	-530	-866	-755	42
<i>margin %</i>	-22.2%	-26.5%	-18.2%	3.7%

## 売上原価の内訳

単位：売上高比率 %

	2020	2021	2022	Q2 2023
変動費	15.6%	19.1%	19.7%	18.5%
労務費 <sup>4</sup>	6.0%	6.5%	5.9%	5.2%
その他	9.6%	12.6%	13.8%	13.3%
固定費	27.0%	13.4%	13.9%	12.3%
労務費 <sup>5</sup>	16.0%	9.5%	9.7%	8.0%
その他	11.1%	4.0%	4.2%	4.3%

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て。S&M、G&A、R&D、売上原価の内訳の各数値については、有限責任 あずさ監査法人による監査及びレビューをうけておりません。また、S&M、G&A、R&Dは財務会計上の数値ではなく、管理会計上の数値を記載しております

(1) 販売促進に係る広告宣伝費やセールス、マーケティング人員の労務費や関連する経費及び共通費等を合計 (2) コーポレート部門の労務費や関連する経費及び共通費等を合計 (3) 研究開発に係るエンジニアの労務費や関連する経費及び共通費等を合計 (4) ディレクターとデザイナーの労務費 (5) エンジニアの労務費

## 貸借対照表

単位：百万円

	2020	2021	2022	Q2 2023
流動資産合計	2,434	2,466	2,443	2,688
現金及び預金	2,024	1,867	1,650	1,746
固定資産合計	427	528	399	379
流動負債合計	569	624	705	942
固定負債合計	222	118	793	718
純資産合計	2,070	2,251	1,344	1,407

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 売上高はYoY20%を維持しつつ黒字化を目指す。先行投資型から売上高と利益の成長を両立するバランス型の成長戦略にシフト

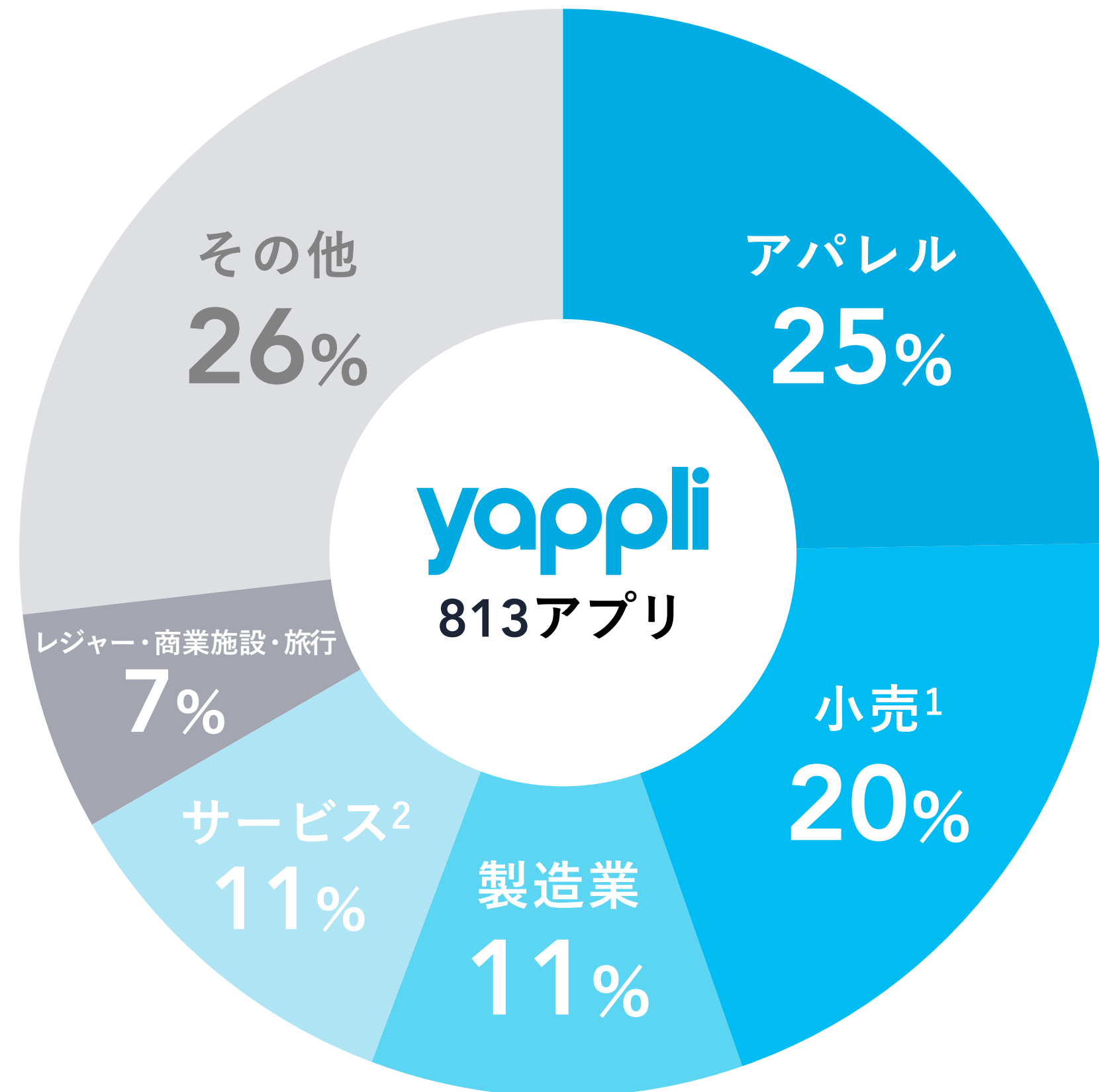
単位：百万円

	2021	2022	2023		
	実績	実績	業績予想	前期比	成長率(%)
売上高	3,263	4,142	4,849 ~ 5,103	+707 ~ +961	17.1% ~ 23.2%
営業利益	-928	-818	24	+844	-
営業利益率 (%)	-28.4%	-19.8%	0.5%	-	-
当期純利益	-939	-941	15	+956	-
当期純利益率 (%)	-28.8%	-22.7%	0.3%	-	-

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て



# 様々な業界に拡大



## 業界TOP5

813アプリ

1. アパレル ..... **25%** (201アプリ)
2. 小売<sup>1</sup> ..... **20%** (162アプリ)
3. 製造業 ..... **11%** (90アプリ)
4. サービス<sup>2</sup> ..... **11%** (89アプリ)
5. レジャー・商業施設・旅行 ..... **7%** (53アプリ)

注：2023年度第2四半期末時点、アプリ数での内訳、少額プランは含まない。随時、業界定義の見直しを行なっているため、各アプリの業界分類は必要に応じて更新

(1) 生活雑貨、化粧品、スポーツ用品、通販などを含む (2) 代理店・Sler・コンサルティングサービス、生活サービス、業務支援サービス、人材サービスなどを含む

## 顧客獲得

### マーケティング

オフライン（展示会・セミナー）及び  
オンライン（ウェビナー、SNS等）  
マーケティングでリード獲得

### インサイドセールス

データに基づいたリード育成と商談獲得

### フィールドセールス

対面 / オンラインミーティングで受注獲得



## 導入

### プラットフォームの実装

ディレクター / デザイナーがプラットフォームの実装及びアプリの初期設定を支援

### カスタマーサクセス

ユーザーサポート及びユーザーレクチャー会、  
ミートアップなどの開催で、  
アップセル、解約防止などに取り組む



## 運用・管理

### プラグ&プレイ

プラットフォームの実装後はクライアントの  
担当者によって運用・管理が可能





# 幅広いバックグラウンドを持つ経験豊富な経営陣

代表取締役/共同創業者

庵原 保文



- 出版社を経てヤフー株式会社のメディア系サービスの企画職として従事
- 外資系金融機関のマーケティングマネージャーを経て株式会社ヤプリを3名で創業

取締役/共同創業者

佐野 将史



- ヤフー株式会社に新卒入社
- Yahoo!ファイナンスの先進的なiOSアプリやスマートフォンサイトを開発
- 未踏ユース2007年度下期クリエイター

取締役執行役員COO

山本 崇博



- 外資広告代理店、ソーシャルゲーム会社にてマーケティング業務に従事
- 前職では、株式会社アイ・エム・ジェイ（現:アクセンチュア）の執行役員としてマーケティングコンサルティング部門を統括
- 2019年より株式会社ヤプリCMOに就任。2020年より同社執行役員

取締役執行役員CTO

佐藤 源紀



- 東京大学大学院卒業後、株式会社ディー・エヌ・エーにてサーバーサイドエンジニアとしてモバイルゲーム開発や開発部マネージャーに従事
- その後Fintech系企業を経て、2018年株式会社ヤプリに入社。2022年よりCTO並びに同社執行役員就任

社外取締役

岡島 悦子

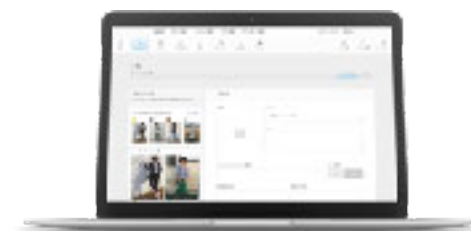


- 三菱商事、ハーバードMBA、マッキゼー・アンド・カンパニーを経て、グロービス・マネジメント・バンクの代表取締役に就任
- 株式会社プロノバ設立、代表取締役就任。株式会社ユーグレナ取締役CHRO（非常勤）就任
- 株式会社丸井グループ、ランサーズ株式会社、株式会社セプテーニ・ホールディングス、株式会社マネーフォワード社外取締役就任



yappli

2013.04  
株式会社ヤプリ設立



yappli

2013.04  
アプリプラットフォーム「Yappli」リリース



2015.04  
「SLUSH ASIA」スタートアップピッチコンテストで準優勝



2020.08  
Yappli for Business 開始



2018.01  
大阪支社開設



2020.11  
Forbes JAPAN「日本の起業家ランキング2021」にて6位選出

GMO AppCapsule

2019.03  
GMO Tech社 App Capsule譲受



2020.12  
東証マザーズへ上場



2019.06  
福岡支社開設



2021.10  
新製品「Yappli CRM」リリース



2023.04  
創業10周年



2023.08  
新サービス「Yappli UNITE」をローンチ

# 会社概要



<b>会社名</b>	株式会社ヤプリ
<b>設立</b>	2013年4月
<b>資本金</b>	51億 3,301万円 (資本準備金を含む)
<b>代表者</b>	庵原 保文
<b>社員数</b>	252人
<b>東京本社</b>	東京都港区六本木3-2-1 住友不動産六本木グランドタワー41階
<b>大阪支社</b>	大阪府中央区難波5-1-60 なんばスカイオ 27 階
<b>福岡支社</b>	福岡県福岡市中央区大名1-1-29 WeWork 大名
<b>上場市場</b>	東証グロース(4168)
<b>事業内容</b>	アプリ運営プラットフォーム「Yappli」及び ノーコードの顧客管理システム「Yappli CRM」の企画・開発・販売



# IRからのご案内

## SBI 個人投資家向けオンライン会社説明会

- 日時：2023年9月27日(水) 19:00～20:00
- 概要：代表の庵原より、当社の事業、業績、成長戦略についてご説明させていただきます。詳細は当社IRサイトにて後日ご案内いたします。



(今年3月に開催したときの模様)

## シェアードリサーチ社によるレポート開示

中立性を重視し、第三者視点での調査、分析に基づいて作成されたシェアードリサーチ社のアナリストレポートを公開しています。事業構造や競争環境、優位性等の網羅的な内容となっており、投資家の皆様に当社へのご理解を深めていただき、投資判断のご参考としていただくと幸いです。

<https://sharedresearch.jp/ja/companies/4168#top>

## 個人投資家向け Q2 FY23 決算説明会の動画配信

2023年度12月期第2四半期決算開示同日に開催された個人投資家向け決算説明会のアーカイブ動画を後日当社IRページにて配信予定

## IRに関するお問い合わせ

下記のメールアドレスまでご連絡ください

[investor@yopli.co.jp](mailto:investor@yopli.co.jp)



# 免責事項

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

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。

*mobile tech for all*

デジタルを簡単に、社会を便利に

yappli