

# MAKING AI EASY

BY MAKING  
SOFTWARE INTELLIGENT

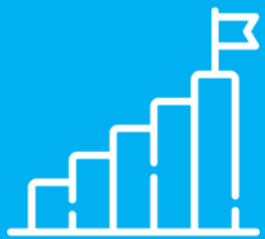
---

2023年12月期 第2四半期 決算説明資料 2023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





2023年第2四半期  
総括と実績



2023年第2四半期  
事業指標



事業の見通し



プロダクトの最新情報

# 2023年第2四半期の主要トピック



**事業モメンタムは前四半期からさらに加速。**

FY23 Q2の前年同期比売上収益成長率は、FY23 Q1の32%から42%に加速した。

これは、(1)Eコマースの継続的な拡大、(2)米国及びEMEA市場での力強い成長、(3)デジタルコンテンツ<sup>(1)</sup>の季節性改善、(4)韓国のデジタルコンテンツ<sup>(1)</sup>市場におけるさらなる事業拡大によるもの。



**利益率も改善。**

FY23 Q1から開始したアルゴリズムの試験的運用後のポジティブな影響により、売上総利益率は51.3%に上昇し、売上総利益の成長率は前年同期比45%となった。

今年度後半も売上総利益率がさらに改善すると見込む。



**営業利益と純利益は黒字化し、会社計画から上振れ。**

営業利益率は1.3%、純利益率は1.9%、EBITDAマージンは8.9%となった。

成長を加速させるためのセールス・マーケティング投資とプロダクトイノベーションを加速する研究開発投資を継続しつつ、強力なオペレーティング・レバレッジが発揮された。



**全ての事業指標は健全なトレンドを維持。**

顧客企業数は前年同期比 22%増の 1,504 社に達し、四半期 ARPC（顧客当たり平均売上収益）は前年同期比 16.5%増加。この成長は主に、ROI重視のアプローチを継続したことによる既存顧客の健全な拡大（直近12ヶ月のNRRは135.1%<sup>(2)</sup>）によるもの。



当社が持つデータの優位性に加えて、生成AIの創造力と予測AIによる効果的な意思決定の相乗効果により、当社の競争力はさらに向上。

これにより、アップセル及びクロスセルの機会をより多く創出し、将来の成長に向けた強固な基盤を確立することができる。

(1) 「デジタルコンテンツ」にはゲーム、エンターテインメント、イーブック、オンラインストリーミングが含まれる。

(2) 為替ニュートラルベース

# 2023年第2四半期ハイライト

## 売上収益

JPY **62億**

## 売上収益成長率<sup>(1)</sup>

**+42%**

## 収益性

営業利益 JPY **79M**

EBITDA JPY **550M**

## 売上総利益成長率<sup>(2)</sup>

**+45%**

## ARR<sup>(3)</sup>

JPY **225億**

## LTM NRR

為替  
ニュートラル<sup>(4)</sup> **135.1%**

米国ドル  
ベース<sup>(5)</sup> **118.0%**

(1) FY2022Q2とFY2023Q2を比較した売上収益の成長率

(2) FY2022Q2とFY2023Q2を比較した売上総利益の成長率

(3)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、AIRIS）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

(4) 以下の(i)を(ii)で除して算出。

(i) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益を米国ドルで計算し、FY22Q3からFY23Q2の為替中立レートで日本円に換算

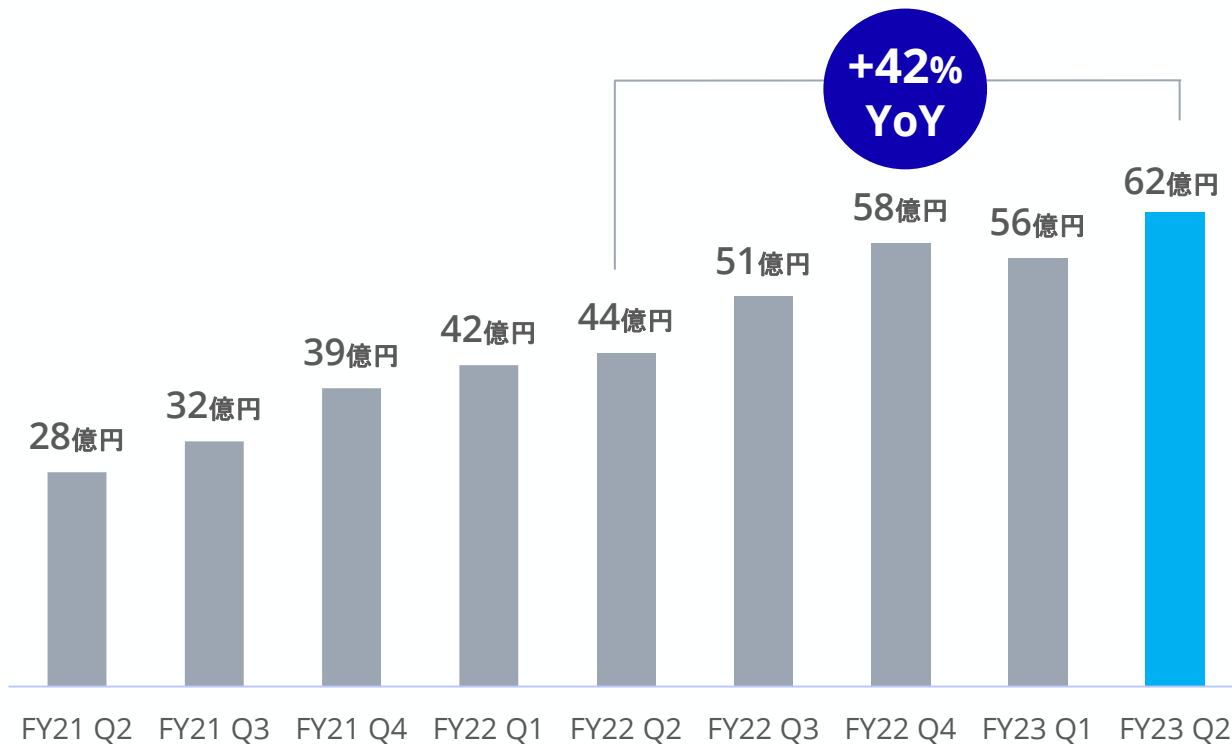
(ii) 前年同期の当該顧客からの売上収益を米国ドルで計算し、FY21Q3からFY22Q2の為替レートで日本円に換算

(5)前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益（米国ドル建て）を、前年同期の当該顧客からの売上収益（米国ドル建て）で除して算出

# 売上収益の推移

- FY23 Q2の前年同期比増収は、Eコマースやデジタルコンテンツを中心とした既存顧客の拡大と、韓国・米国及びEMEAのデジタルコンテンツのような高い成長が見込まれる地域・業種における新規顧客の獲得が要因。

## 売上収益（日本円）



### 増収要因

#### 46% 既存顧客から<sup>(1)</sup>

- ▶ Eコマース分野でROI重視の顧客の強力な拡大が継続
- ▶ デジタルコンテンツ業種の季節性が改善

#### 54% 新規顧客から<sup>(2)</sup>

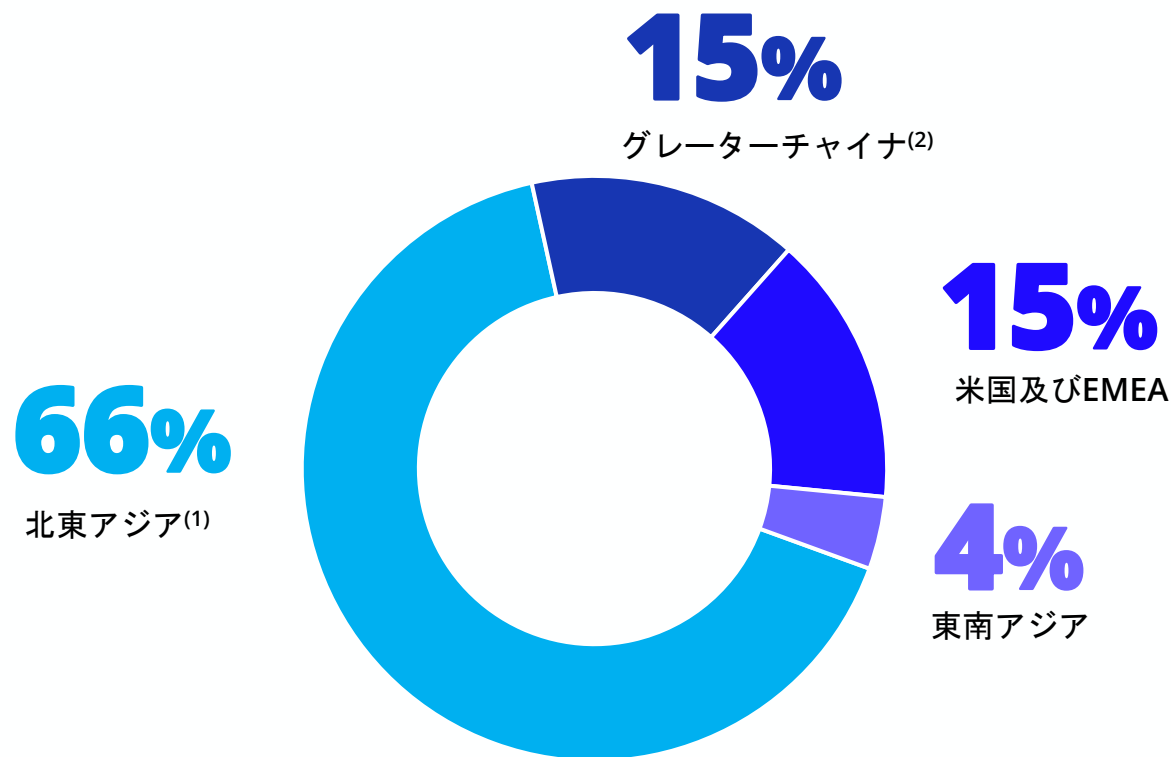
- ▶ 韓国・米国及びEMEA地域において、特にデジタルコンテンツ顧客からの支持拡大
- ▶ 継続的に規模の大きなエンタープライズ顧客の獲得に戦略的に注力

(1) 「既存顧客」はFY22Q3より前に獲得した顧客を指す

(2) 「新規顧客」はFY22Q3からFY23Q2に獲得した顧客を指す

# 多様な収益基盤：複数の地域における継続的な成長モメンタム

## FY23 Q2 地域別売上収益比率



- (1) 北東アジアは日本と韓国を含む
- (2) グレーターチャイナは台湾、香港、及び中国を含む

### 北東アジア

売上収益成長率は前年同期比50%超  
デジタルコンテンツへの業種拡大及びEコマースの既存顧客拡大

### グレーターチャイナ

特に台湾事業と中国の海外向け事業の売上モメンタムの回復

### 米国及びEMEA

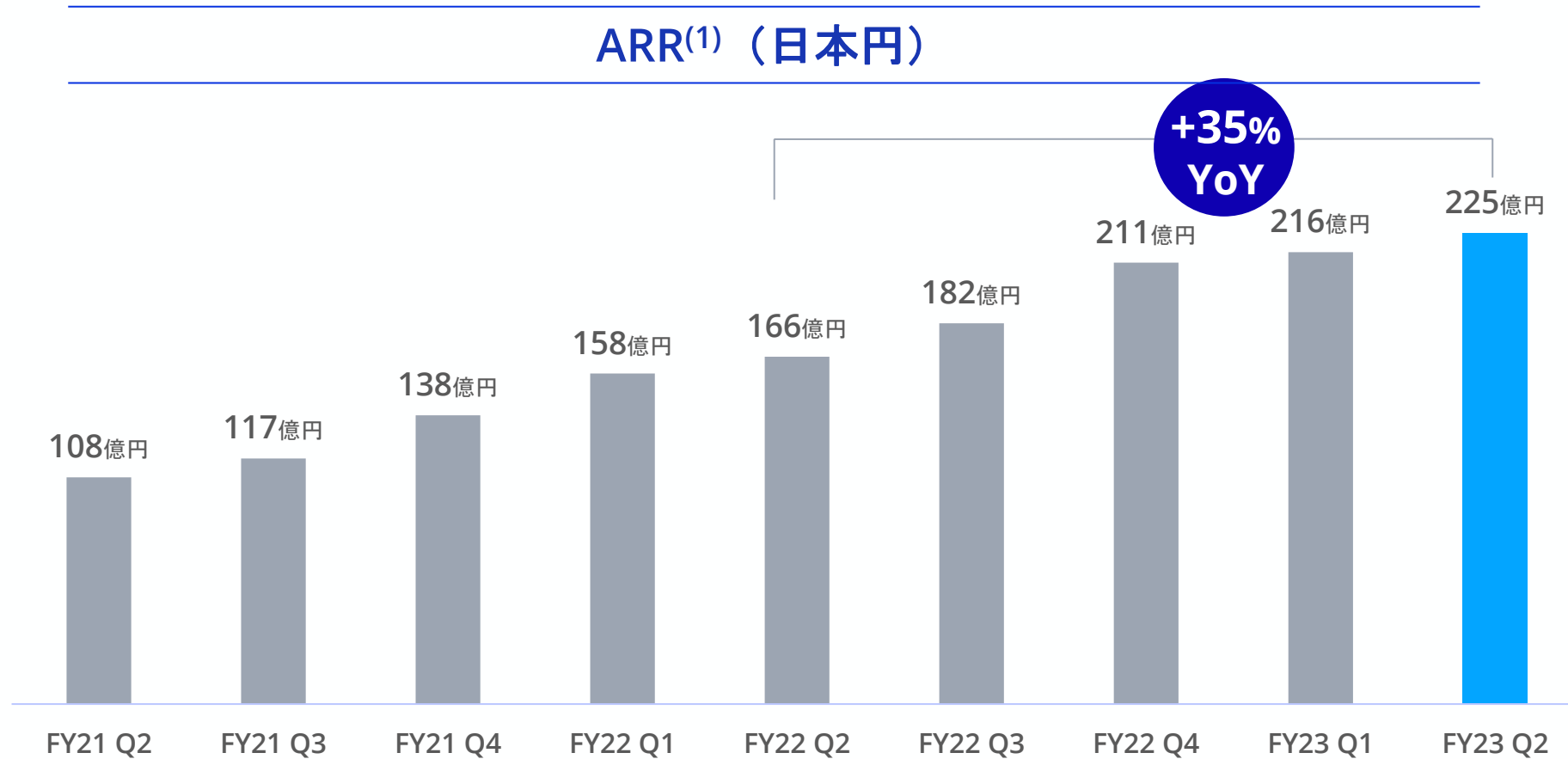
前年同期比売上収益成長率は78%、成長モメンタムが継続  
売上収益に占める比率は前年同期の12%から15%に拡大

### 東南アジア

市場がより成熟するまで主要顧客との取引拡大に注力

# ARRの四半期推移

- 売上収益のうち、95%以上がリカーリング収益



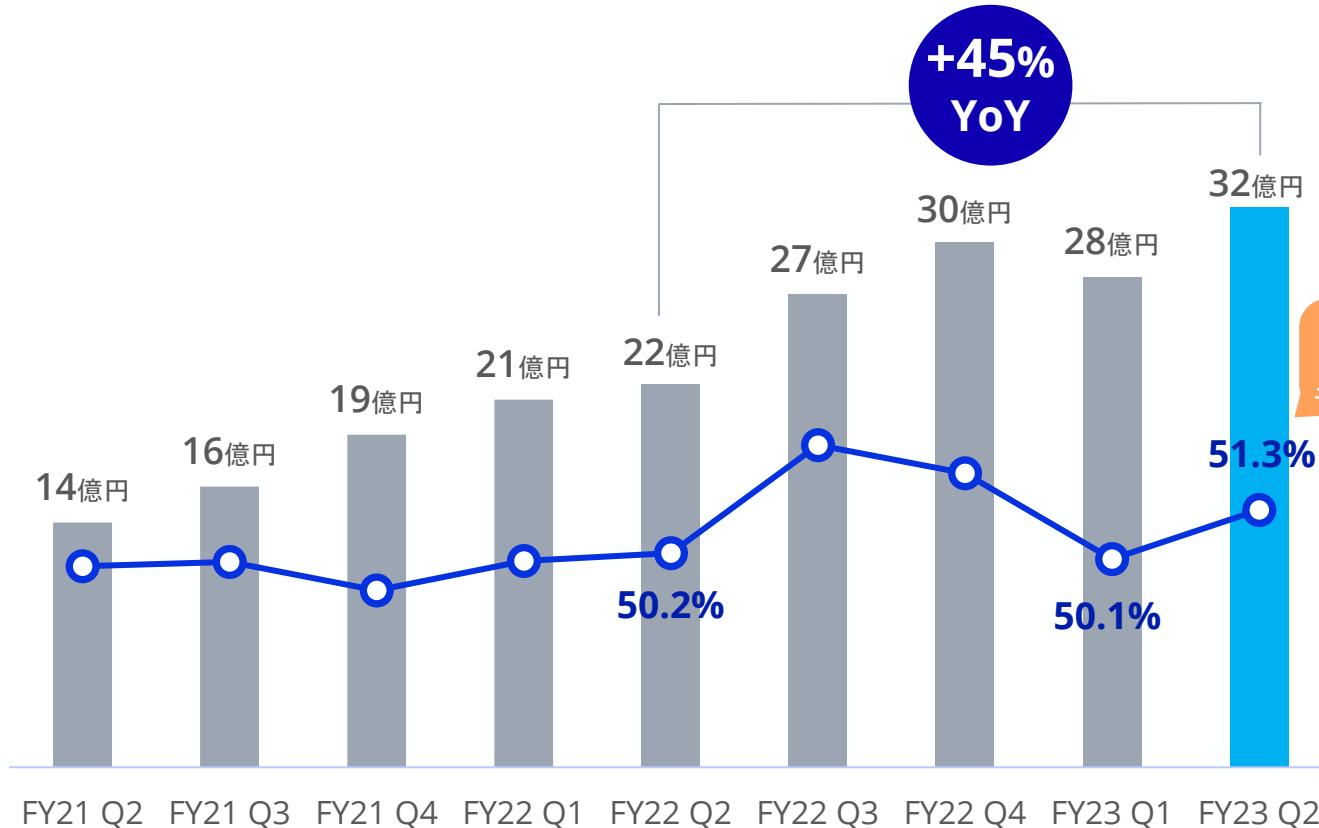
(1) 各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション (AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie、AIRIS) についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益 (MRR) に12を掛けて算出 (ii) 利用量ベースの価格体系のCrossXについての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益 (MRR) の平均に12を掛けて算出



# 売上総利益

- 売上総利益率は51.3%（為替ニュートラル51.5%）に改善し、前年同期比で1.1%ポイント、前四半期比で1.2%ポイント上昇。
- 売上総利益率は、主に継続的なアルゴリズム改良を背景に改善し、今期通期目標の達成可能性向上。6月には売上総利益率が53%に到達。

## 売上総利益（日本円） & マージン



### 売上総利益率の変動要因

#### 前年同期比

- ▶ 継続的なアルゴリズムの改善によるCrossXの売上総利益率改善
- ▶ 為替のネガティブな影響にも関わらず、売上総利益率は継続的に改善

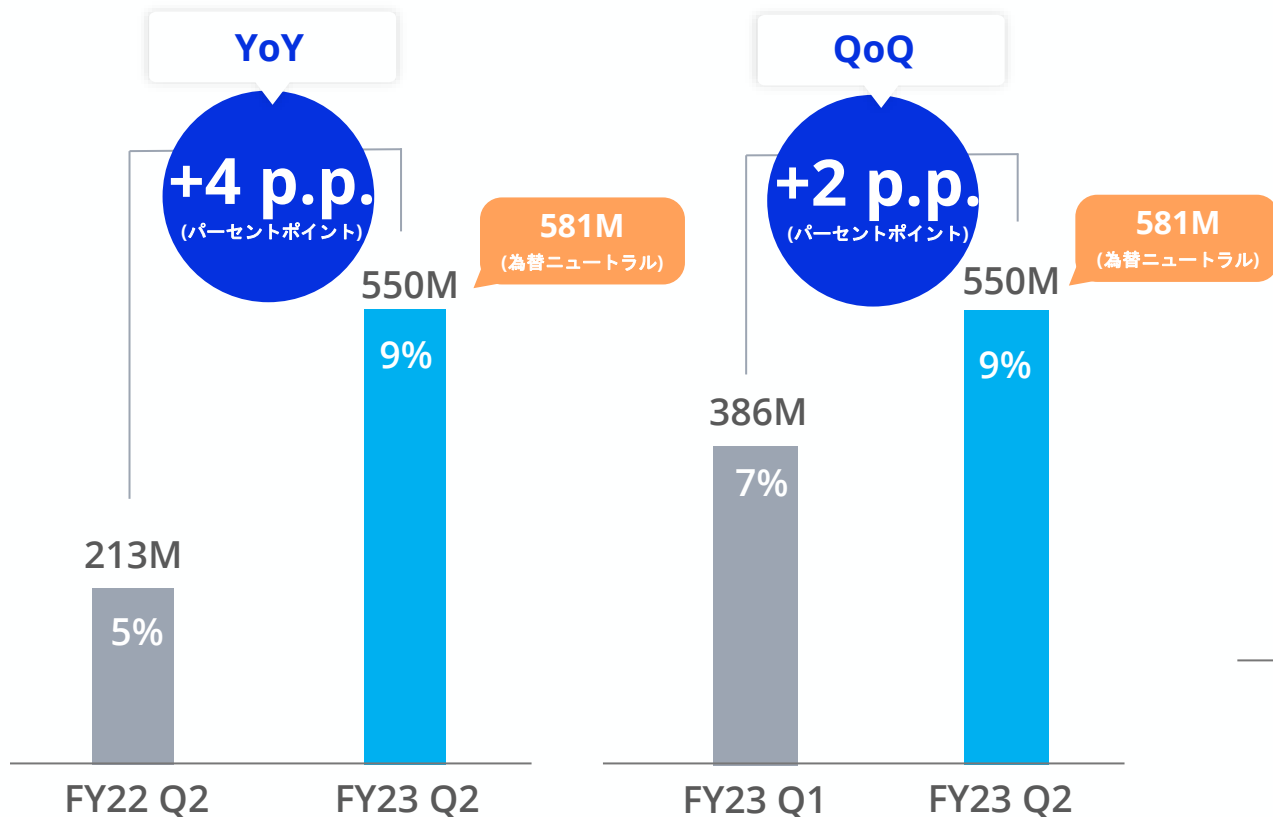
#### 前四半期比

- ▶ FY23 Q1のアルゴリズムの試験的運用のポジティブな影響
- ▶ FY23 Q2の後半から利益率が大幅に改善

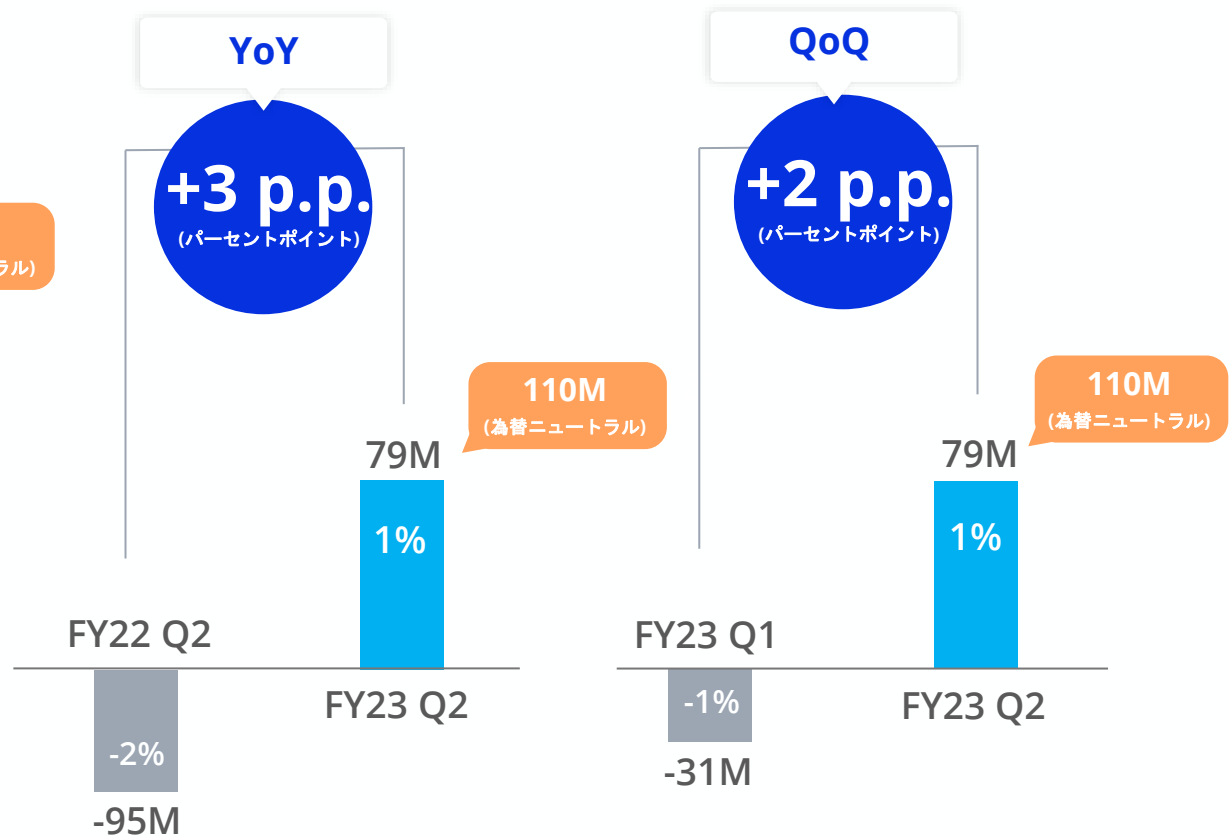
# EBITDA & 営業利益

- 第2四半期は収益性が低下する季節性であり、為替によるネガティブな影響も受けたが、売上総利益率の改善と強力なオペレーティング・レバレッジにより、前年同期比、前四半期比ともに収益性は大幅に改善。このポジティブな傾向は今後も継続すると想定。

## EBITDA<sup>(1)</sup> & マージン（日本円）



## 営業利益 & 利益率（日本円）

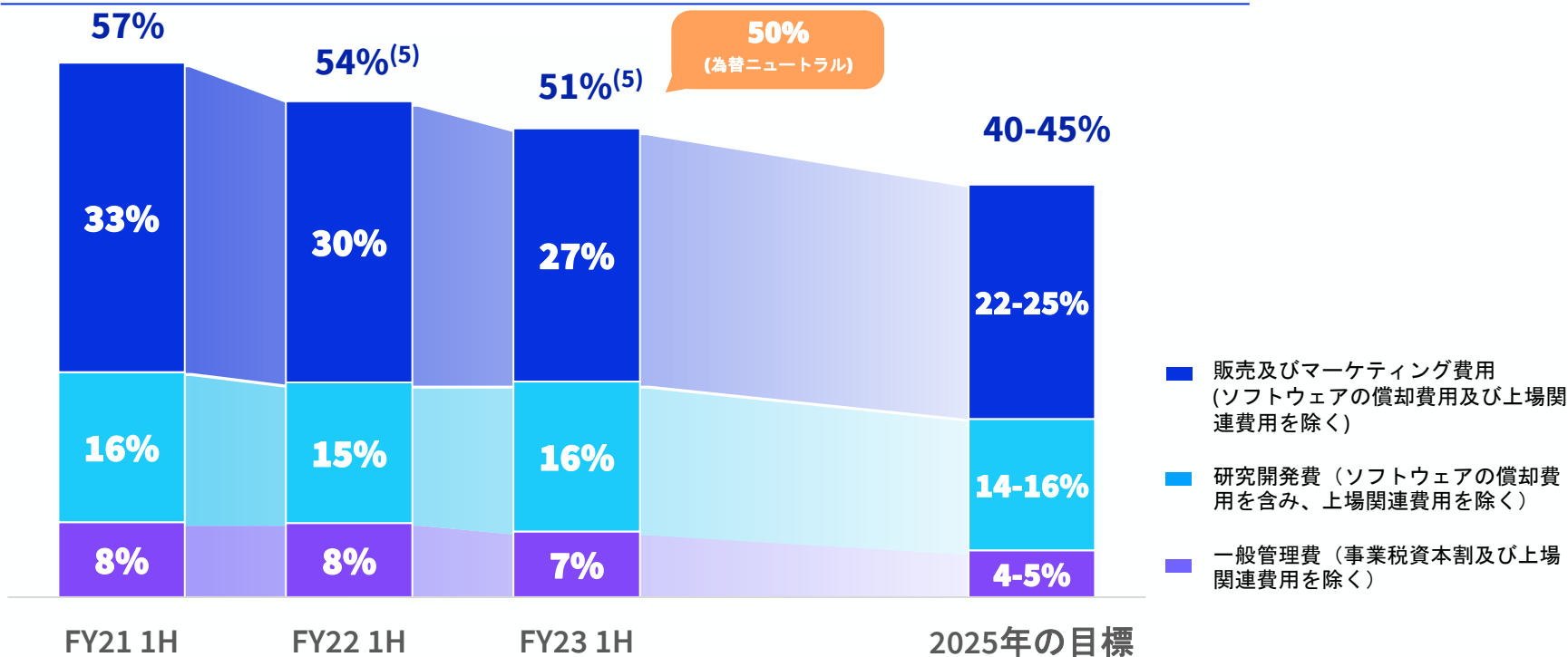


(1) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び無形資産償却費 + 営業費用に含まれる税金費用

# コスト構造

- 販売及びマーケティング費用は、生産性向上と規模拡大により、継続的に強力なレバレッジを示し、この傾向は下期も継続すると想定。
- 研究開発費は、当社のコアバリュー向上に貢献するアルゴリズムとプロダクト強化への投資により、対売上収益比率で健全な水準を維持しつつ増加。
- 一般管理費は、コーポレート機能強化のための投資が徐々に正常化された影響により、対売上収益比率が低下。

## 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<sup>(2)</sup>

**30%+**

売上総利益率<sup>(3)</sup>

**55-60%**

営業利益率<sup>(4)</sup>

**15-20%**

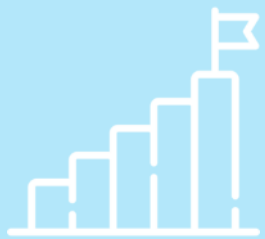
(1) 2020年度からソフトウェア開発費用が資産計上されており、当該ソフトウェアの償却費は販売及びマーケティング費用に含まれる

(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

(5) 端数処理の関係で合計が一致しない



2023年第2四半期  
総括と実績



2023年第2四半期  
事業指標



事業の見通し

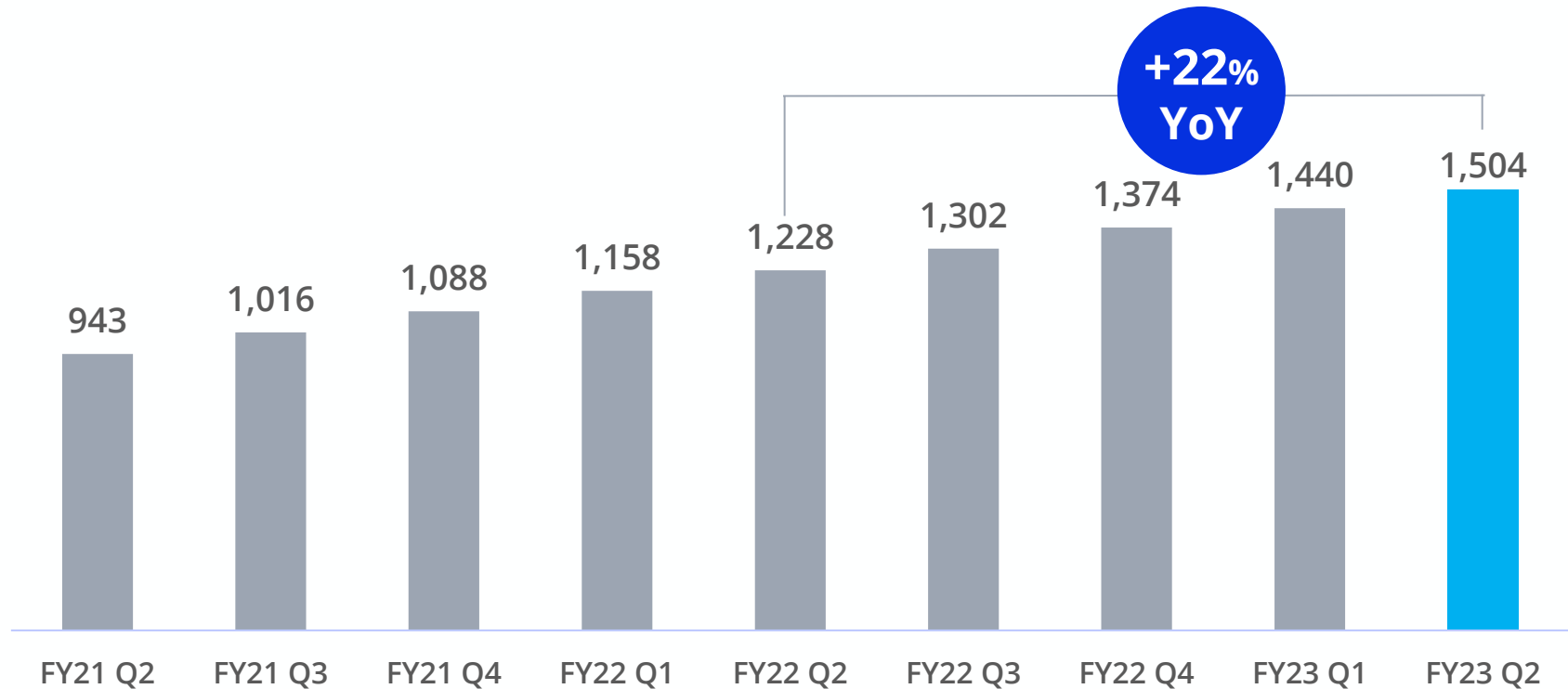


プロダクトの最新情報

# 顧客企業数の四半期推移

- FY23 Q2に獲得した新規顧客の業種は主にデジタルコンテンツ、Eコマース、及び消費財ブランド&金融サービス。  
(新規顧客のうち、39%がデジタルコンテンツ、22%がEコマース、22%が消費財ブランド&金融サービス)

## 顧客企業数<sup>(1)</sup>

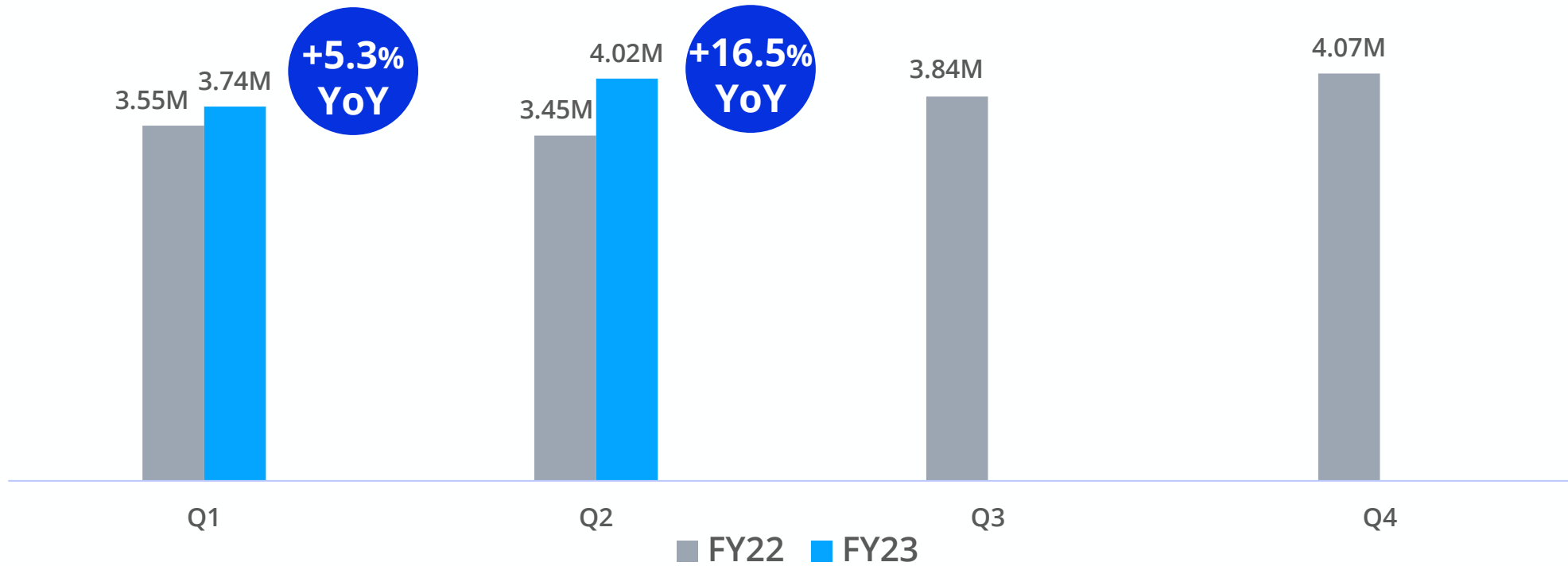


(1) 「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

# 顧客当たり平均売上収益(ARPC)の四半期推移

- FY23 Q2のARPCの前年同期比成長率は、主にデジタルコンテンツの季節性改善に加えて既存顧客が順調に拡大したこと、継続的に大規模な顧客の獲得に戦略的に注力したことが要因。

## 顧客当たり平均売上収益(ARPC)の四半期推移<sup>(1)</sup> (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。

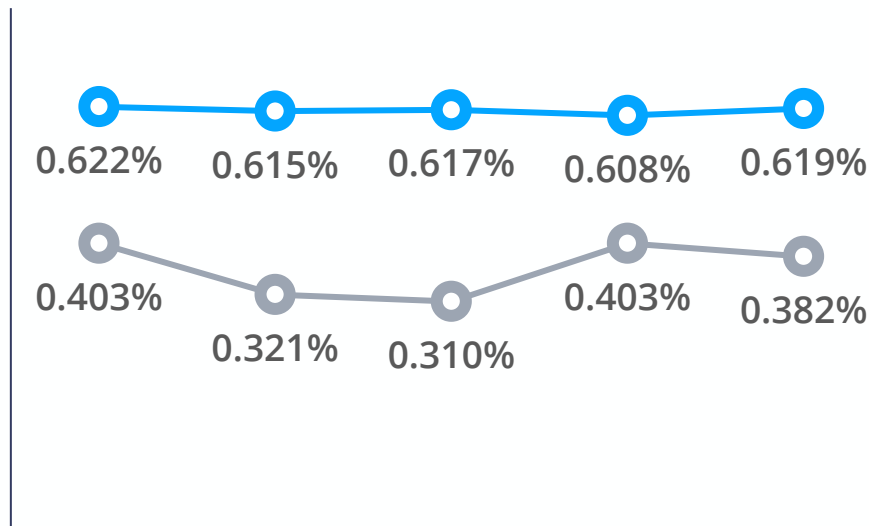
# 顧客解約率の低減と強固なLTM NRRは 当社ソリューションへの顧客ロイヤリティの高さを示す

- 過去5四半期の米国ドル高により、米国ドルベースと日本円ベースのNRRの差は拡大したが、既存顧客の拡大ペースは引き続き健全な水準を維持。

直近12か月の月次顧客解約率<sup>(1)</sup>及び  
月次顧客収益解約率<sup>(2)</sup>

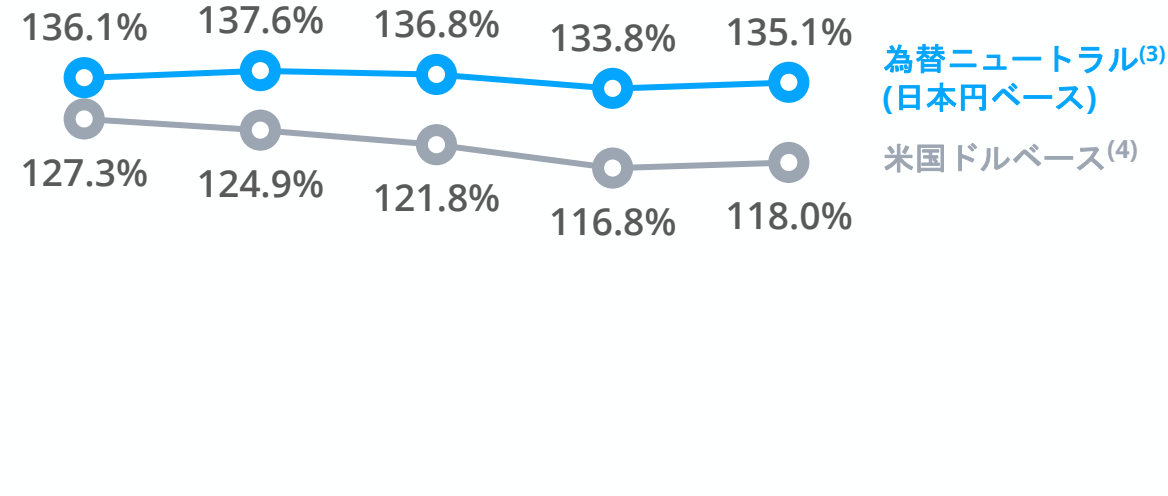
月次顧客解約率

月次顧客収益  
解約率



FY22 6月 FY22 9月 FY22 12月 FY23 3月 FY23 6月

直近12ヶ月の  
Net Revenue Retention <sup>(3)</sup>



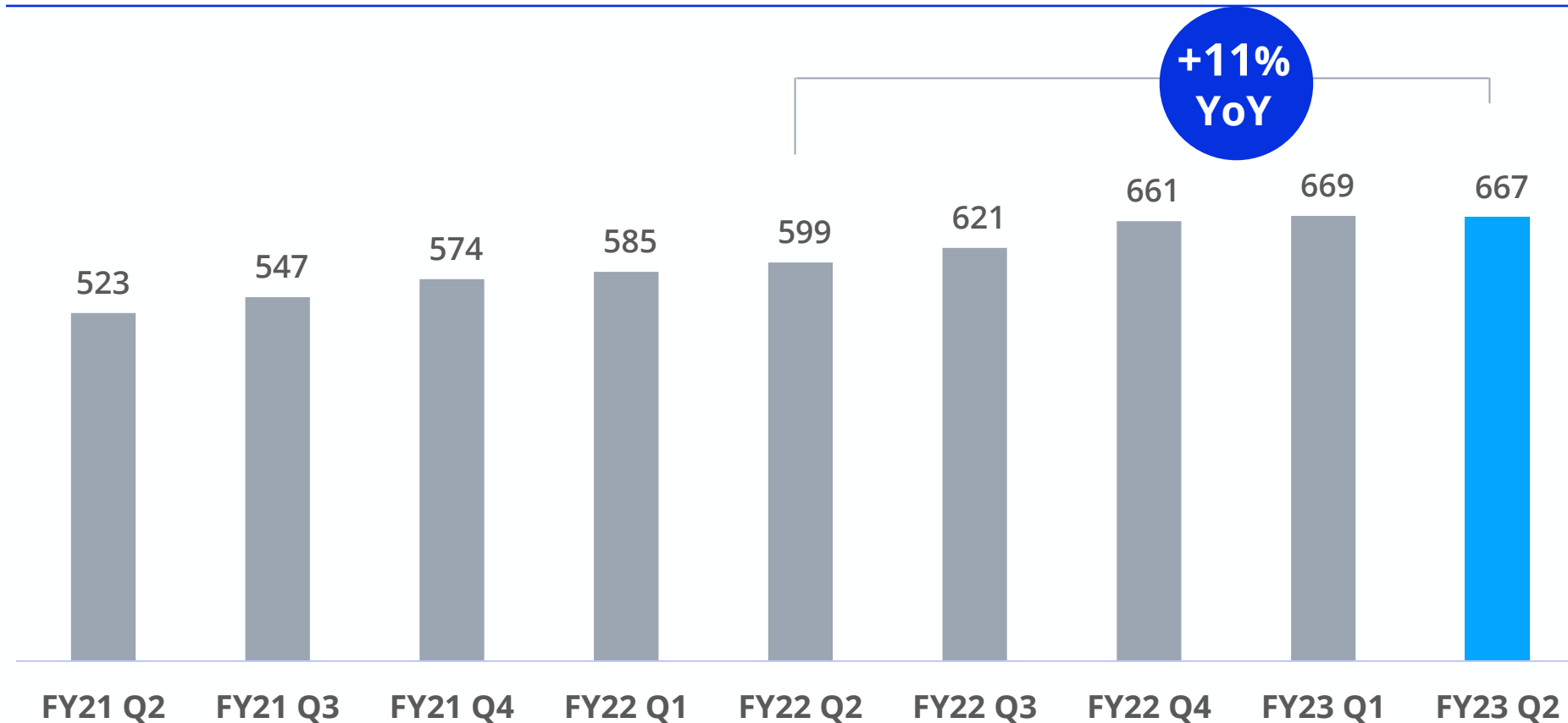
FY22 6月 FY22 9月 FY22 12月 FY23 3月 FY23 6月

(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) 以下の(i)を(ii)で除して算出。  
 (i) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益を米国ドルで計算し、FY22Q3からFY23Q2の為替中立レートで日本円に換算  
 (ii) 前年同期の当該顧客からの売上収益を米国ドルで計算し、FY21Q3からFY22Q2の為替レートで日本円に換算  
 (4) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益 (米国ドル建て) を、前年同期の当該顧客からの売上収益 (米国ドル建て) で除して算出  
 (5) 上記計算にはBotBonnieとWoopraの顧客は含まれていない

# 成長機会を拡大するための採用活動・継続的な人材投資

- 主要な営業及びエンジニア職の採用ペースは順調で、その他のチームの採用モメンタムはFY23下期に高まる見込み。

## 従業員数

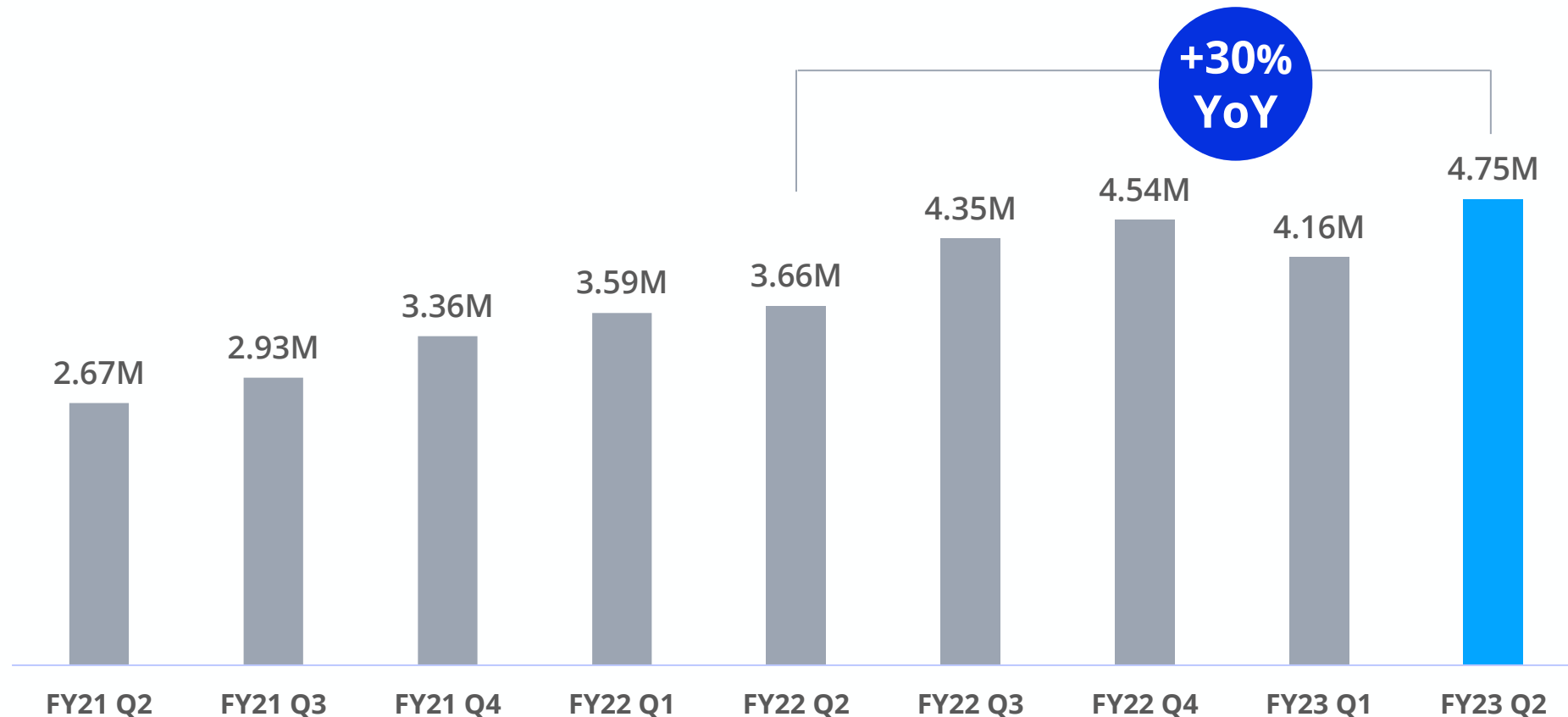




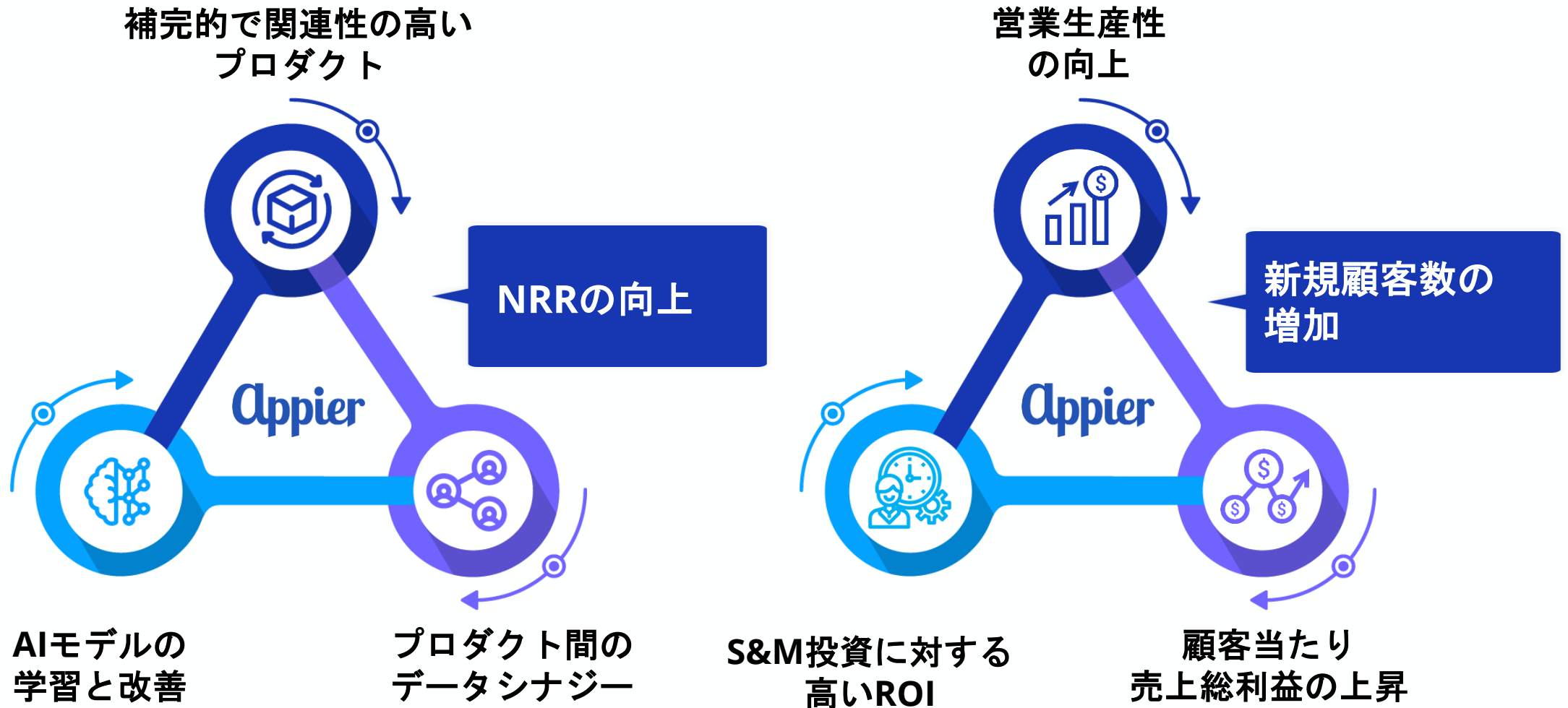
# 生産性の改善

- 従業員1人当たりの生産性は、過去最高に到達

## 四半期売上総利益 / 従業員数 (日本円)



# 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





2023年第2四半期  
総括と実績



2023年第2四半期  
事業指標



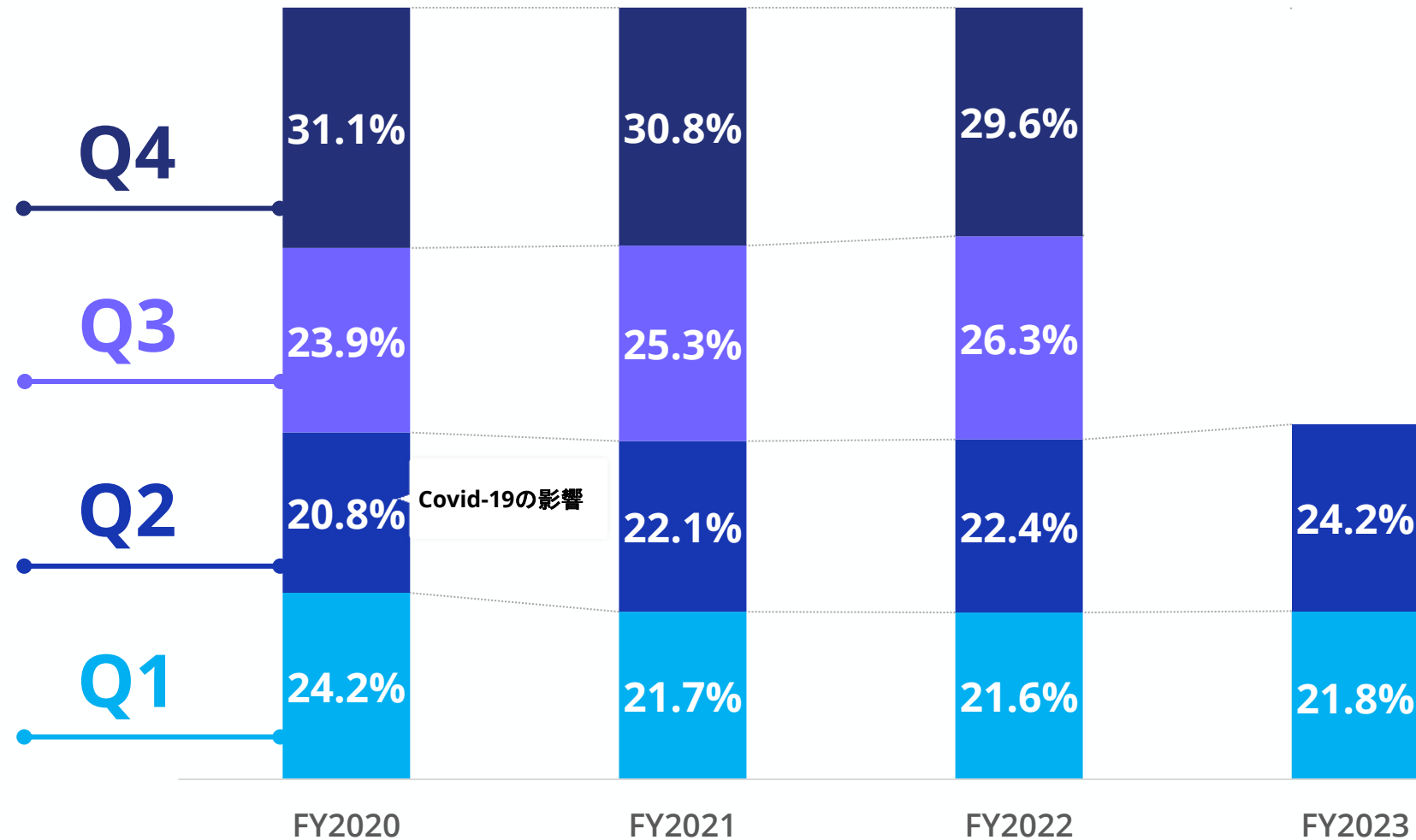
事業の見通し



プロダクトの最新情報

# 四半期毎の季節性

## 売上収益の四半期別内訳



強固な事業モメンタムにより、FY23 Q2は成長が加速し、過去の第2四半期の業績を上回る業績。

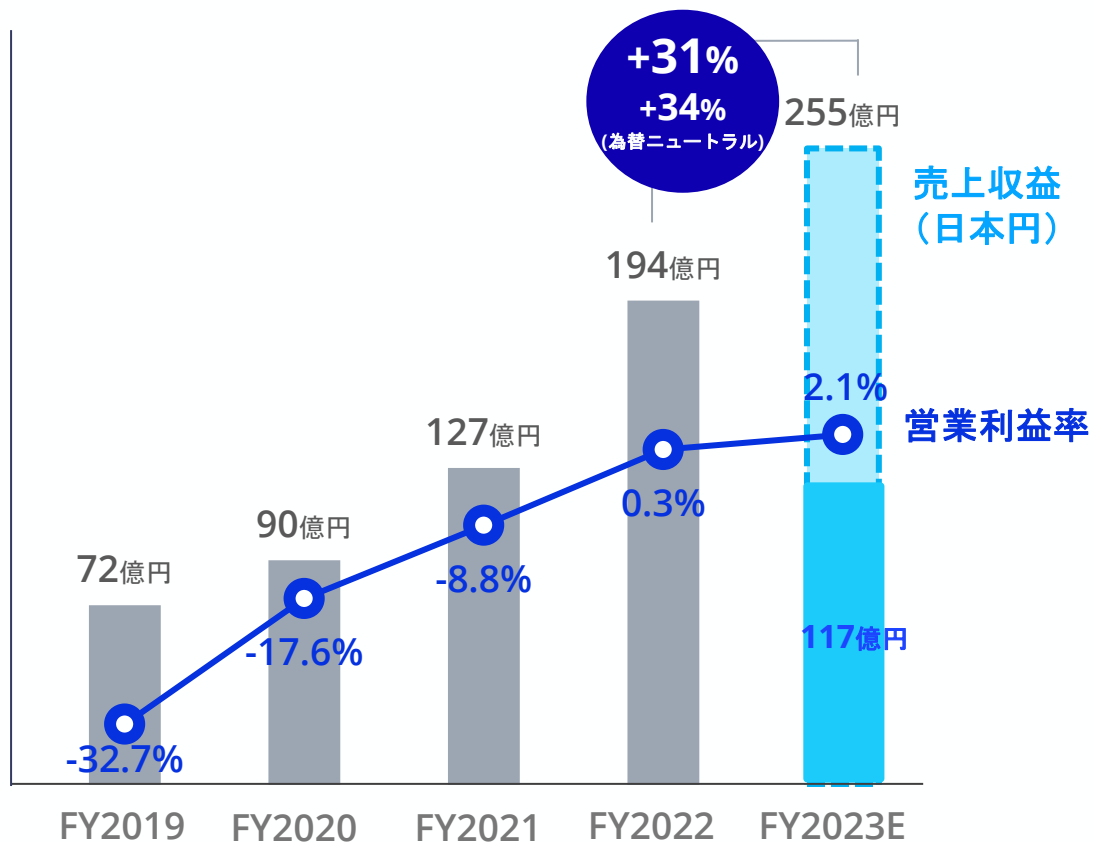
# 2023上期概要 & 2023年通期業績予想

- FY23上期の業績はFY23の予算を上回った。当社は「AIでROIを向上させる」というコアバリューを持ち、機敏にビジネスチャンスをつ捉えることで、持続可能で収益性の高い成長を実現することに継続的に注力している。
- Eコマースとデジタルコンテンツという主要業種、韓国・米国及びEMEAという主要地域での継続的な事業拡大が成長を後押ししており、売上収益の成長モメンタムはFY23下期も継続すると見込む。

	2023 1H	前年同期比	2023 業績予想	前期比	ハイライト
売上収益	117 億円	+37%	255 億円	+31% +34% (為替ニュートラル)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 韓国におけるデジタルコンテンツや米国及びEMEA地域における事業拡大など、継続的に地域と業種を拡大</li> <li>▶ ROI重視のソリューションへの需要が堅調なため、高いNRRを維持</li> <li>▶ AIのトレンドによる、当社の主要な差別化要因に対する顧客への受容度向上</li> </ul>
売上総利益	59 億円 50.7%	+39%	135 億円 53.0%	+35%	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ アルゴリズムの精度が前期より改善</li> <li>▶ 第1四半期のアルゴリズムの試験的運用のポジティブな影響により、第2四半期後半に売上総利益率が大幅に改善</li> </ul>
営業利益	0.5 億円 0.4%	+1.5 p.p.	5.4 億円 2.1%	+1.8 p.p.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 事業の効率性と営業生産性の向上</li> <li>▶ 当社のコアバリューを高めるための新規プロダクト・新機能に対する戦略的な研究開発投資</li> </ul>
EBITDA	9.4 億円 8.0%	+2.4 p.p.	23.4 億円 9.2%	+2.2 p.p.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ コーポレート機能強化のための先行投資予算60百万円のうち、大部分を上期に消化</li> </ul>

# 2023年：2025年財務目標達成に向けた成長と収益性の両立

## 売上収益（日本円） & 営業利益率



### 成長

- ▶ 各地域への更なるシェア拡大
- ▶ バランスの取れた顧客業種拡大
- ▶ プロダクトシナジーによるアップセル & クロスセル

### 収益性

- ▶ 営業と研究開発の高い生産性
- ▶ アルゴリズムの改善
- ▶ 効率性を伴った強力なオペレーティング・レバレッジ

# 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



## ファーストパーティデータのトレンド & AIに対する意識の向上

### 継続的な事業拡大

- ファーストパーティデータは、個人情報規制の厳格化への対応に重要な役割を果たし、特に米国及びEMEA地域において事業拡大が加速
- AIの認知度向上がプロダクトの価値を明確にし、事業成長を推進



## 大規模なエンタープライズ顧客 & 多様な顧客業種

### 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
- EコマースとデジタルコンテンツというTAMの大きな2つの強力な業種の成長エンジンにより、変化の激しく不確実性の高いマクロ環境に対応できる



2023年第2四半期  
総括と実績



2023年第2四半期  
事業指標



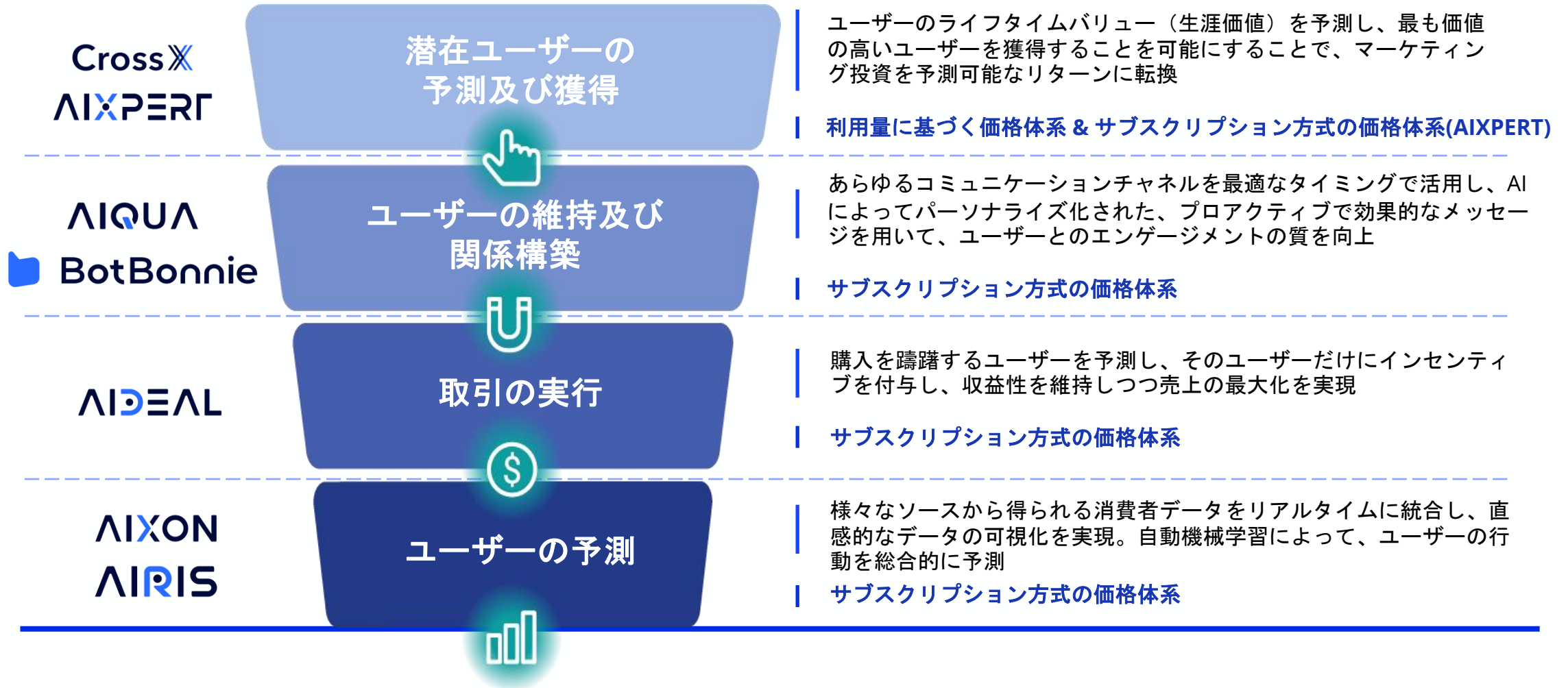
事業の見通し



プロダクトの最新情報



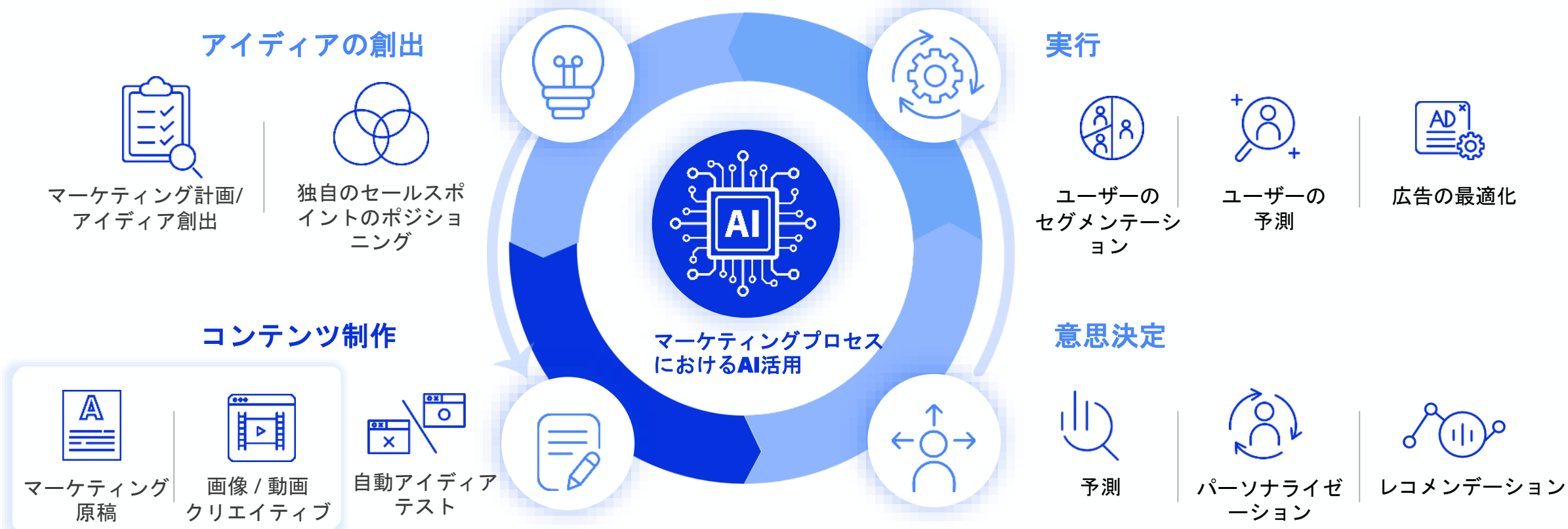
# ファネル全体をカバーする包括的なAI搭載ソリューション



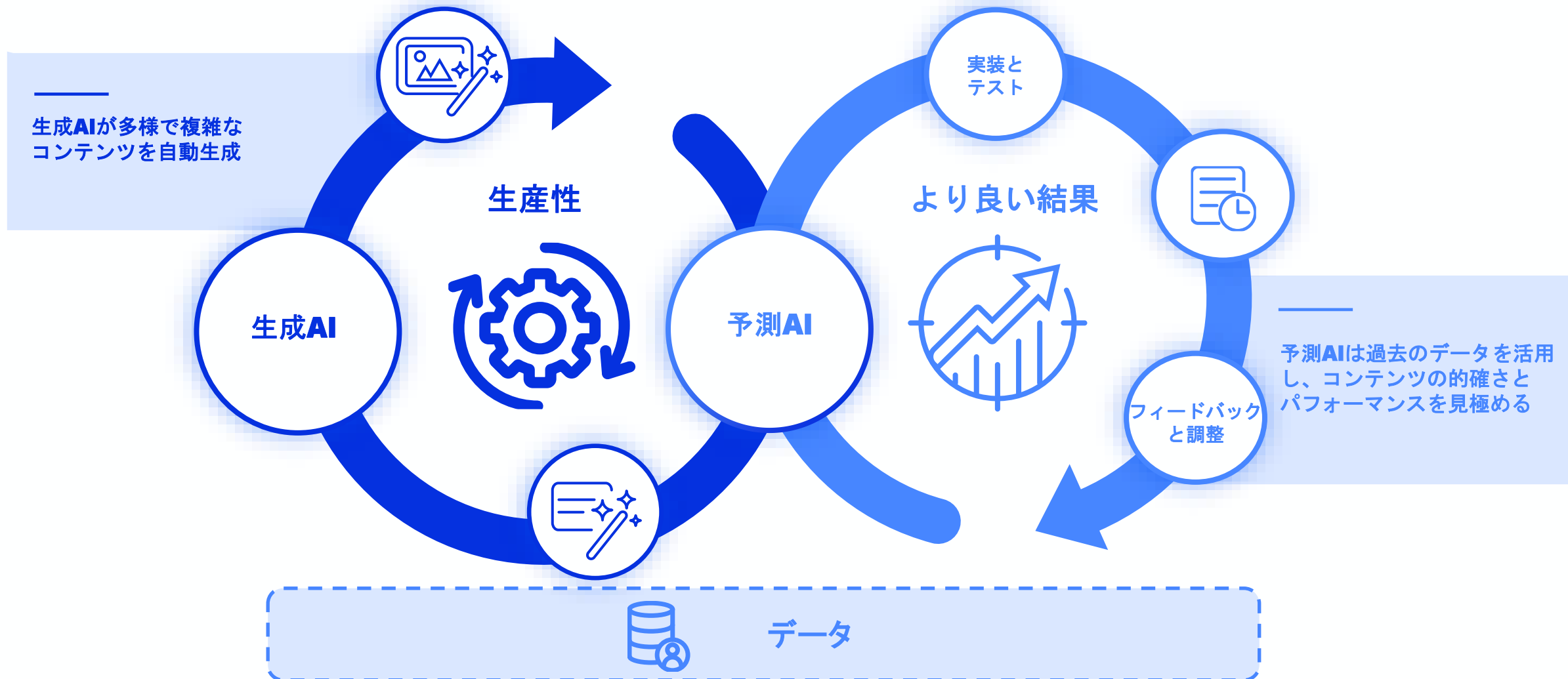
# 生成AI：TAMを意思決定からコンテンツ制作まで拡大

新たな事業機会

既存のTAM



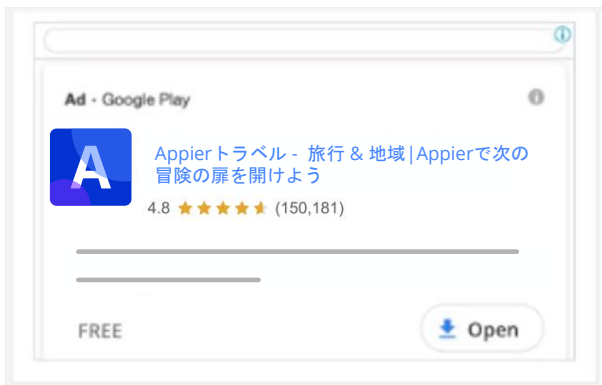
# 生成AIと予測AIの強みを組み合わせて、マーケティングシナリオにおいて最良の結果を創出



# キャンペーン最適化のためのコンテンツ改良

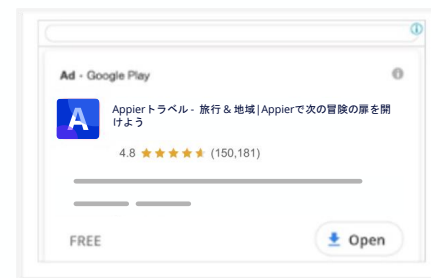
予測AIと生成AIの両方を活用し、生産性とパフォーマンスを最大化

## 当初のコンテンツ



目標KPI  
パフォーマンス

生成AI  
コンテンツ改良



自動オフ  
パフォーマンスの低い広告



実行中のパフォーマンスに基づきAIが調整  
当初コンテンツの主要メッセージは維持

- KPI重視のコンテンツ改良
- キャンペーン内でのテストにより、最も魅力的なコンテンツを発見
- 広告疲れを検知し、広告効果を長期化

生成AI  
+  
予測AI

Cross

# Appierの生成AIクリエイティブサービス

生成AIを活用し、パフォーマンスの向上に最も効果的な複数の広告クリエイティブを生成



# 適切な戦略でビジネスの可能性を拡大

価格感応度に基づき、ユーザーごとに異なる販売イベントを設定

ユーザーがウェブサイトを訪問

リアルタイム予測：価格感応度スコア

適切な戦略を提供し、GMVを高める

価格感応度に基づき  
Webチャットをトリガーにして  
アップセル・クロスセル

価格感応度高

バーゲンハンター



価格感応度低

高級品購入者



ビッグセール

以下の商品もおすすめです。  
是非チェックしてください！

\$ 4.99  
MASK  
30% OFF

\$ 19.99  
10% OFF

新着情報

以下の商品もおすすめです。  
是非チェックしてください！

NEW

NEW



# 生成AIと予測AIを活用し、ユーザージャーニー全体をパーソナライズすることで、顧客エンゲージメントを向上

## 見込み顧客の創出と獲得

AIが生成するクリエイティブとパフォーマンスの最適化を活用し、効率的かつ効果的に新規ユーザーを獲得

## カスタマーサービス

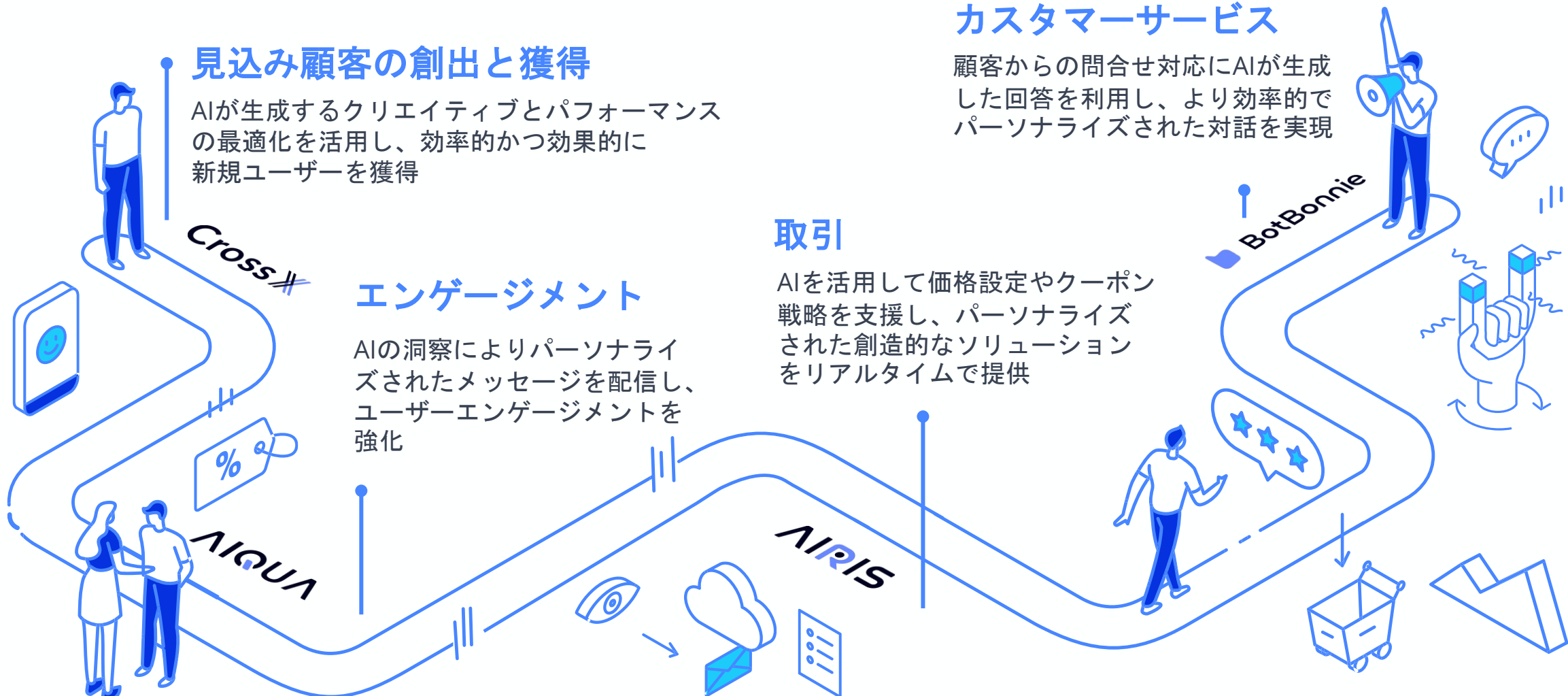
顧客からの問合せ対応にAIが生成した回答を利用し、より効率的でパーソナライズされた対話を実現

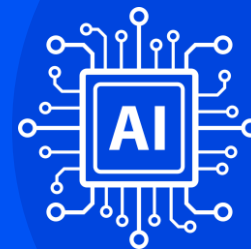
## 取引

AIを活用して価格設定やクーポン戦略を支援し、パーソナライズされた創造的なソリューションをリアルタイムで提供

## エンゲージメント

AIの洞察によりパーソナライズされたメッセージを配信し、ユーザーエンゲージメントを強化





## 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。





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**

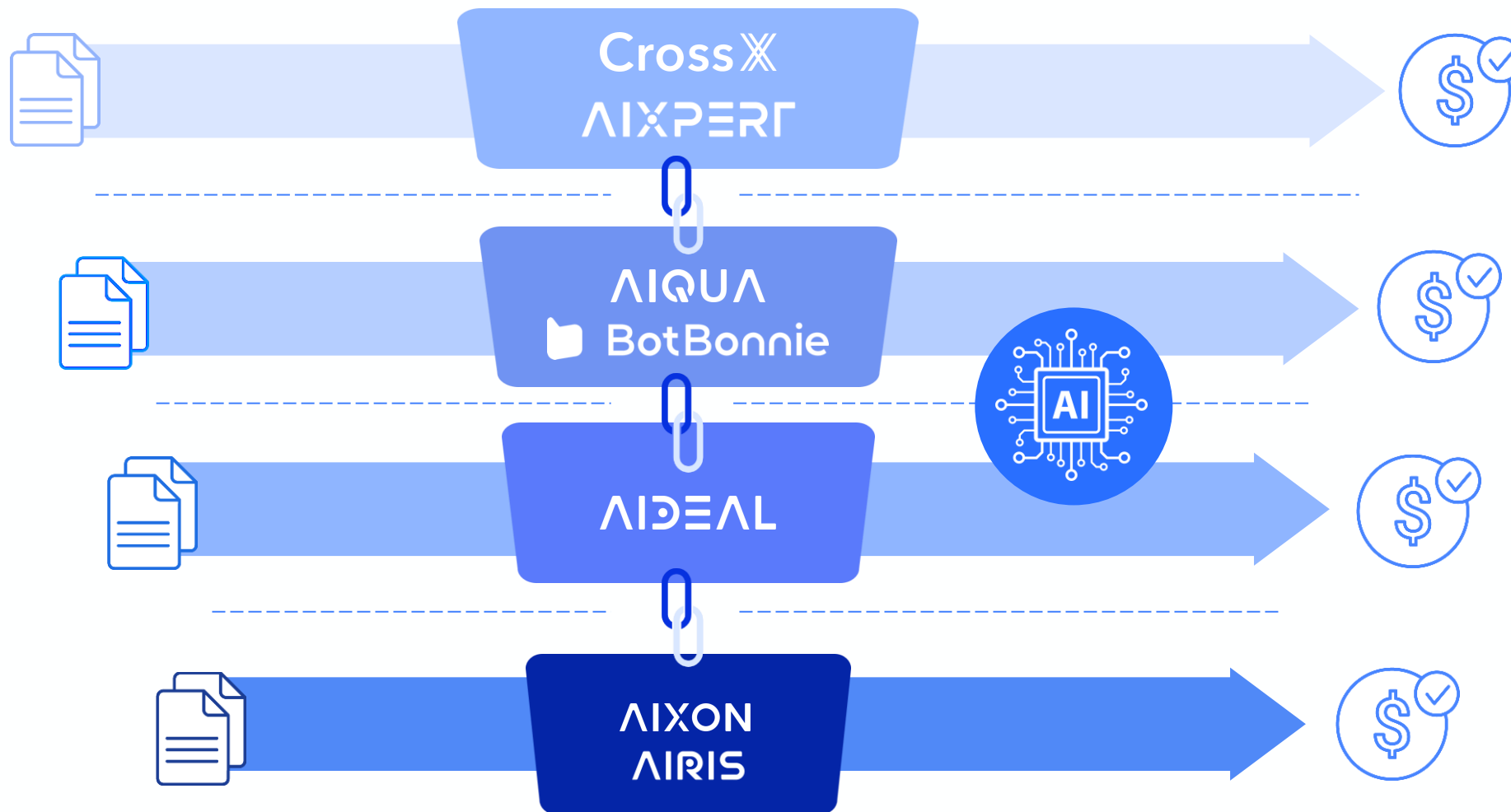
AI革命を牽引する50社に選定  
(2017)



**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

# 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

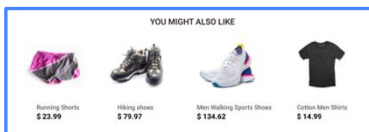
### 主な差別化要因

- 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



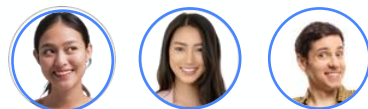
リアルタイムでユーザーの好みを予測



リアルタイムのAI レコメンデーション

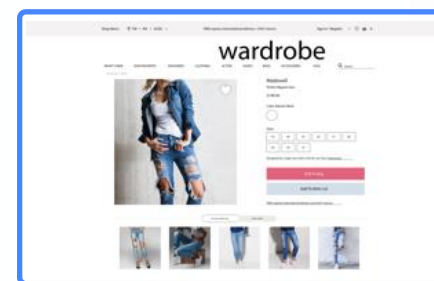


リアルタイムで行動パターンを学習



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



# 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

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

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

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

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



# AIRIS

優れた分析力と直感的なデータの可視化により、インサイト取得までの時間を大幅に短縮したAI搭載CDP

ファーストパーティデータで360度の堅牢な顧客プロフィールを構築し、あらゆる顧客との接点への影響度を可視化・測定することで、投資を行う前にリターンを予測することが可能



シームレスなデータ統合による  
360度の顧客プロフィール

瞬時にデータを可視化

迅速なデータ分析による予測

# 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

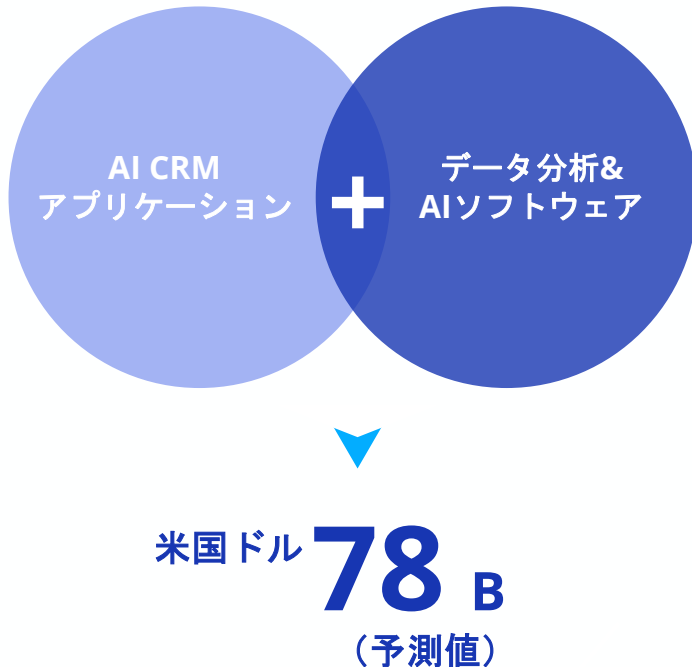
AIXON  
AIRIS

- 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
- 優れた分析力と直感的なデータの可視化によりインサイト取得までの時間を大幅に短縮

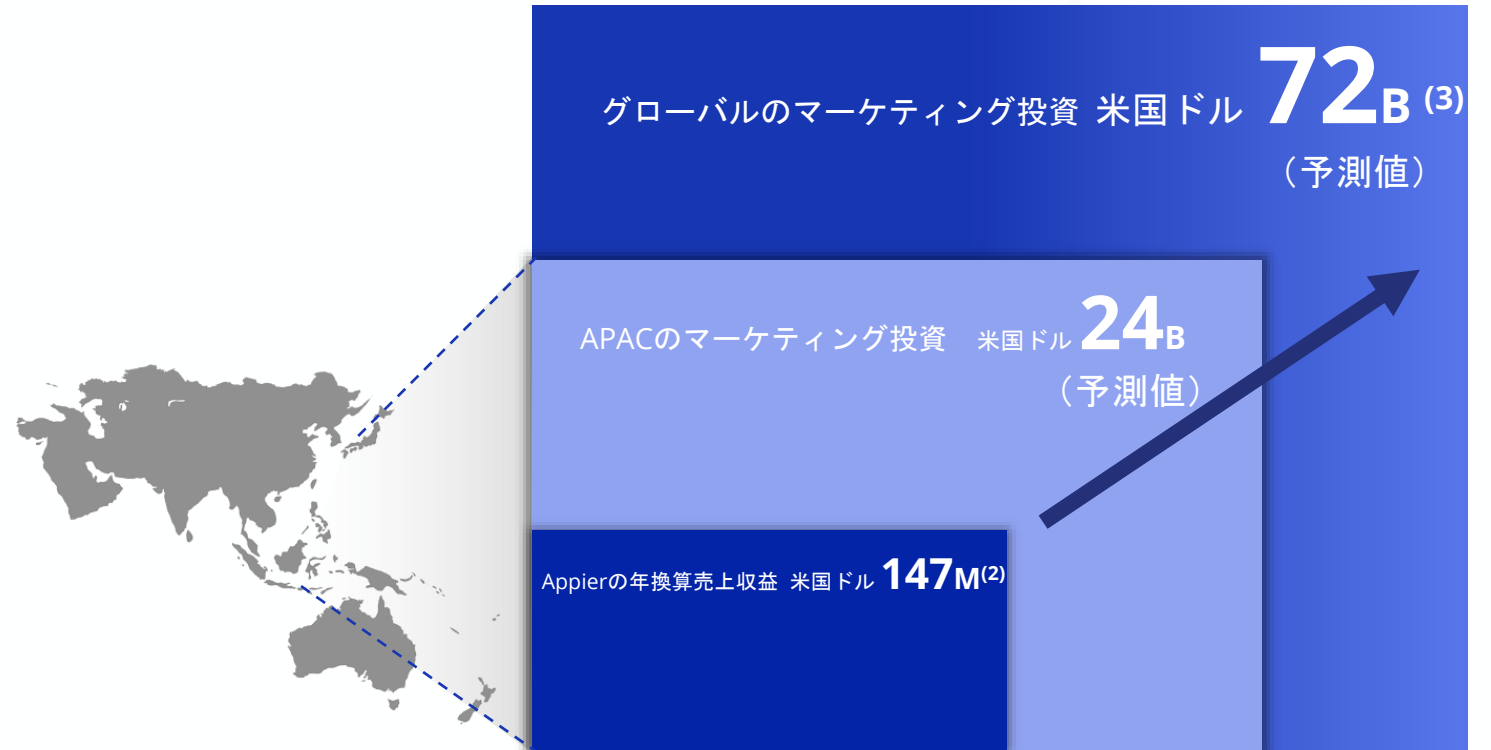
# 巨大な市場機会

## トップダウン予測 2023年

IDC (1)



## ボトムアップ予測 2023年

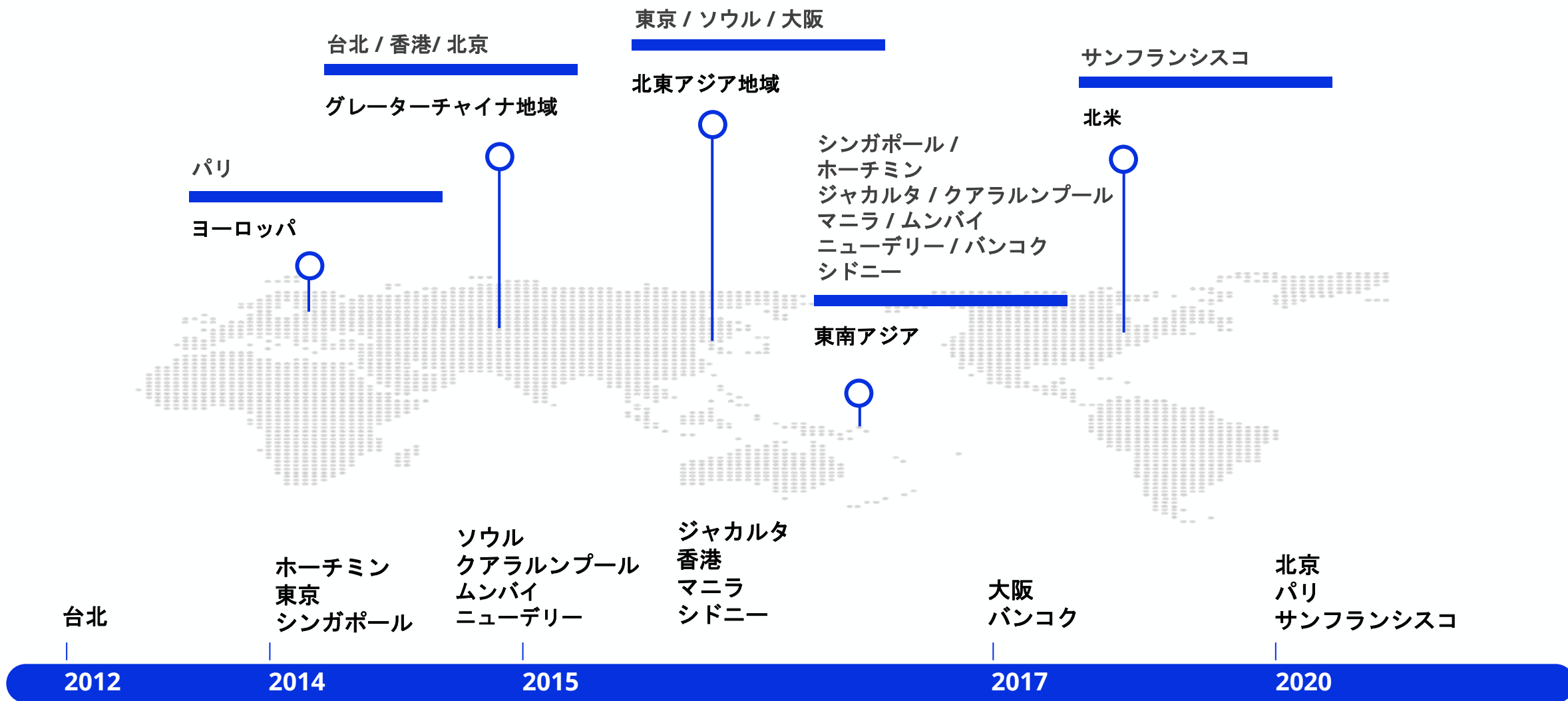


(1) 出所: IDC Semiannual Artificial Intelligence Tracker, 2H 2020 (July 2021)

(2) 年換算売上収益 = FY22の円建ての売上収益 / 為替レート 131.64

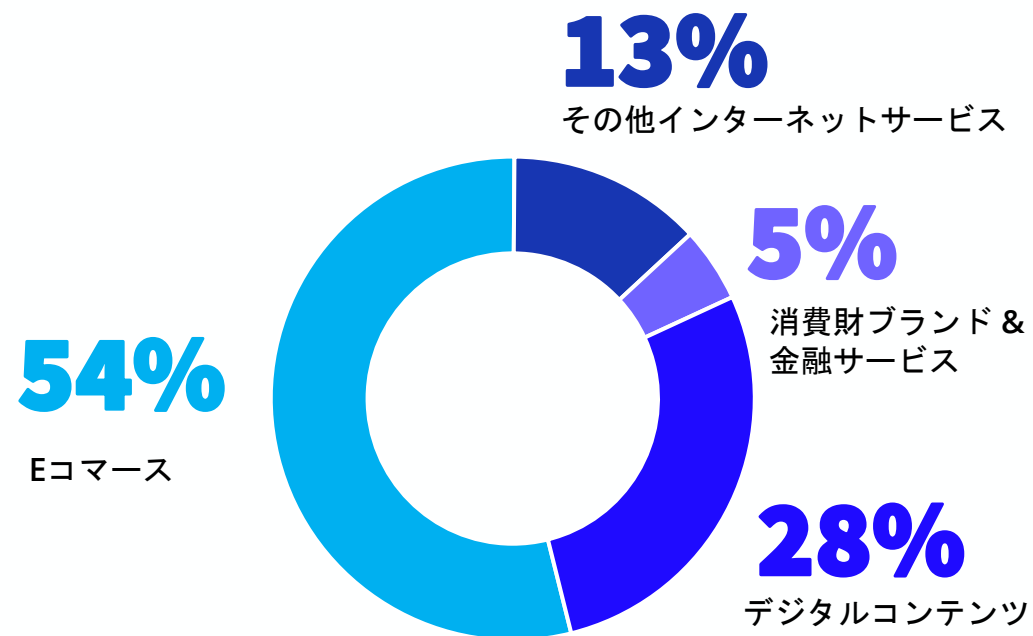
(3) 社内の見積りにより算出。APACのマーケティング投資のうち、当社のシェアはECで約3%、デジタルコンテンツで約2.5%、その他で約1%。マーケティング投資のうち、ECが30%、デジタルコンテンツが20%を占める。APACのマーケティング投資のうち当社は約1.9%のシェアを持つ。グローバルのマーケティング投資のうち1/3をAPACが占めている。

# Appierのグローバル展開：全世界17拠点

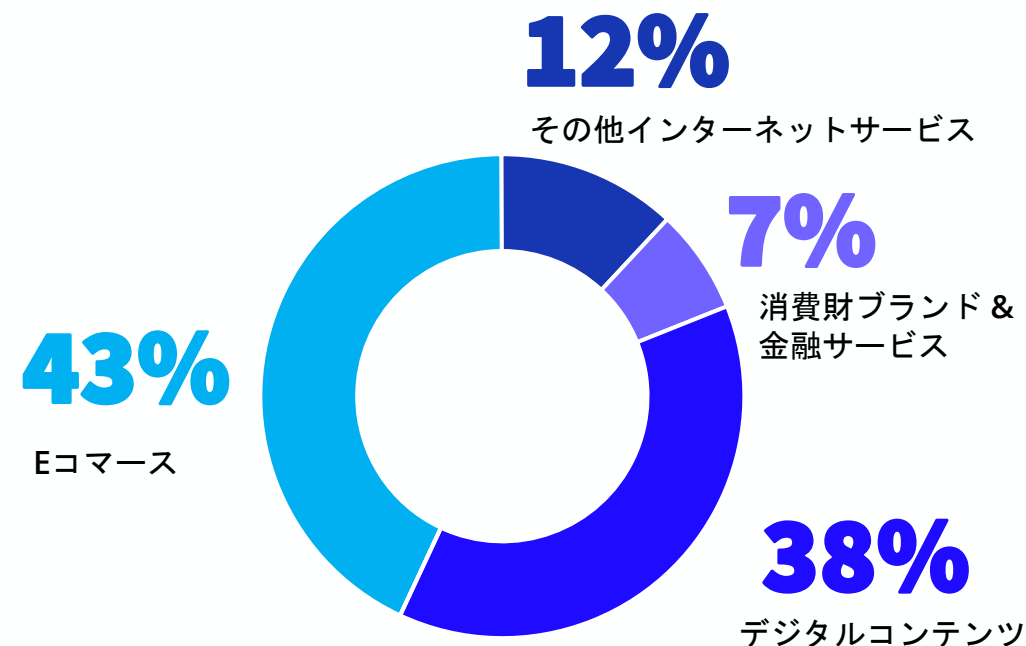


# 顧客業種の拡大による継続的な成長モメンタム 顧客業種と地域の多様化により事業の季節性を緩和

FY2021 業種別売上収益比率



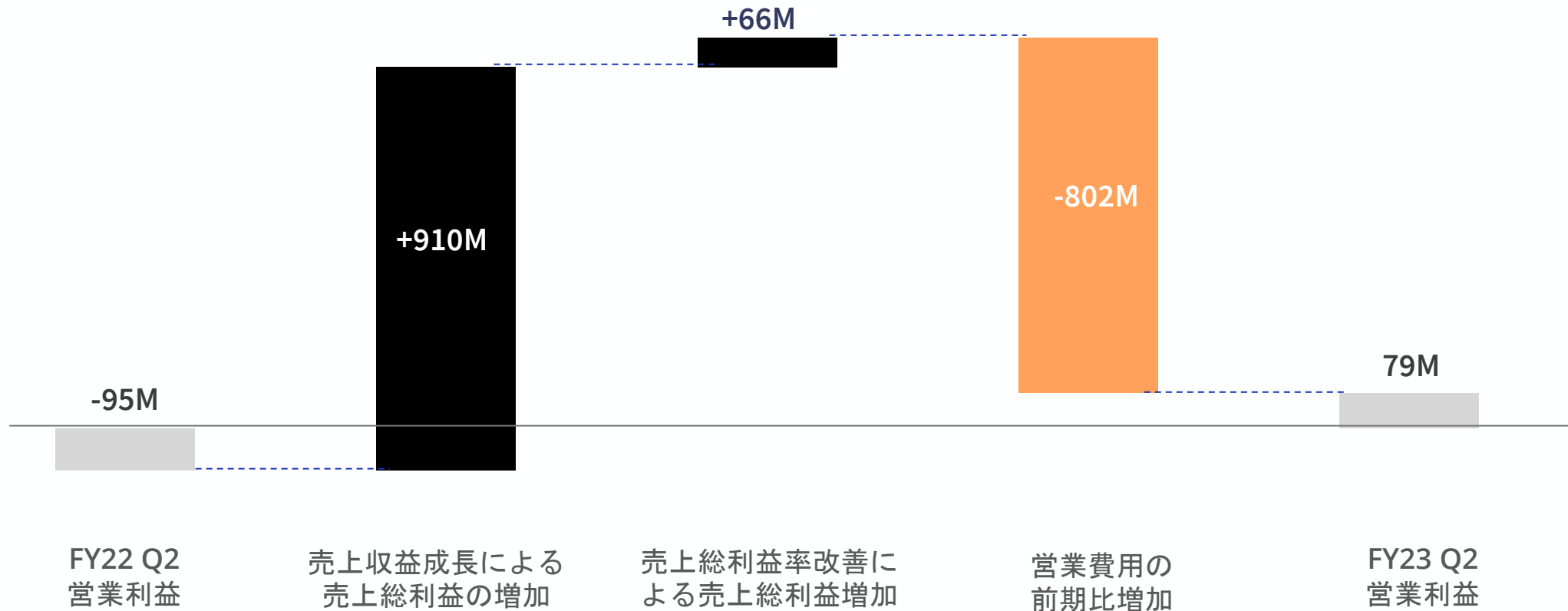
FY2022 業種別売上収益比率



# 2023 Q2 営業利益の前年同期からの変動

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、安定的に営業損益を改善

## 営業利益の変動（日本円）





# 資本効率マネジメント



## 効率的な市場参入戦略を伴うプロダクトシナジーにより、セールス・マーケティング投資の回収サイクルを短縮

体系的な市場参入戦略、クロスセルシナジー、及びプロダクトシナジーを伴うセット販売により、生産性の高い営業活動を実現し、セールス・マーケティング投資の回収サイクルを更に短縮



## 大規模なTAMがもたらすROIの高いセールス・マーケティング投資

当社のAIを活用したソリューションは主にデジタル志向の大企業をターゲットとし、また地域や顧客業種の拡大によりTAMが拡大していることから、効率的なアカウント毎のマーケティング（戦略的にアプローチ先を絞るマーケティング）により、ROIの高いセールス・マーケティング投資を行うことが可能



## クラウド型プラットフォームによる効率的なAIテクノロジーの拡大

クラウド型プラットフォームを通じて、AIテクノロジーを顧客企業に効率的に提供。これにより、研究開発投資からの高いオペレーティング・レバレッジを実現

# ESGの取組み

# 当社のコミットメント

MSCI  
ESG RATINGS



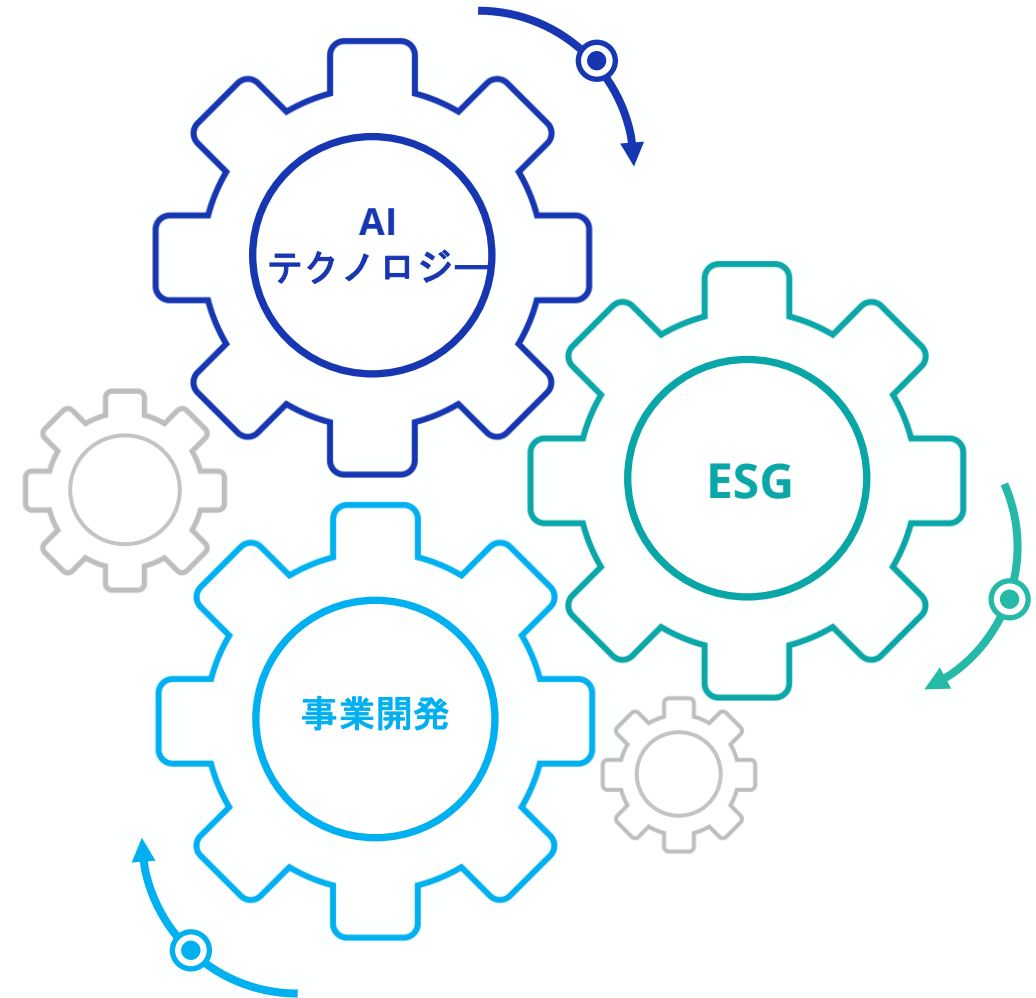
CCC B BB BBB A AA AAA

## 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。

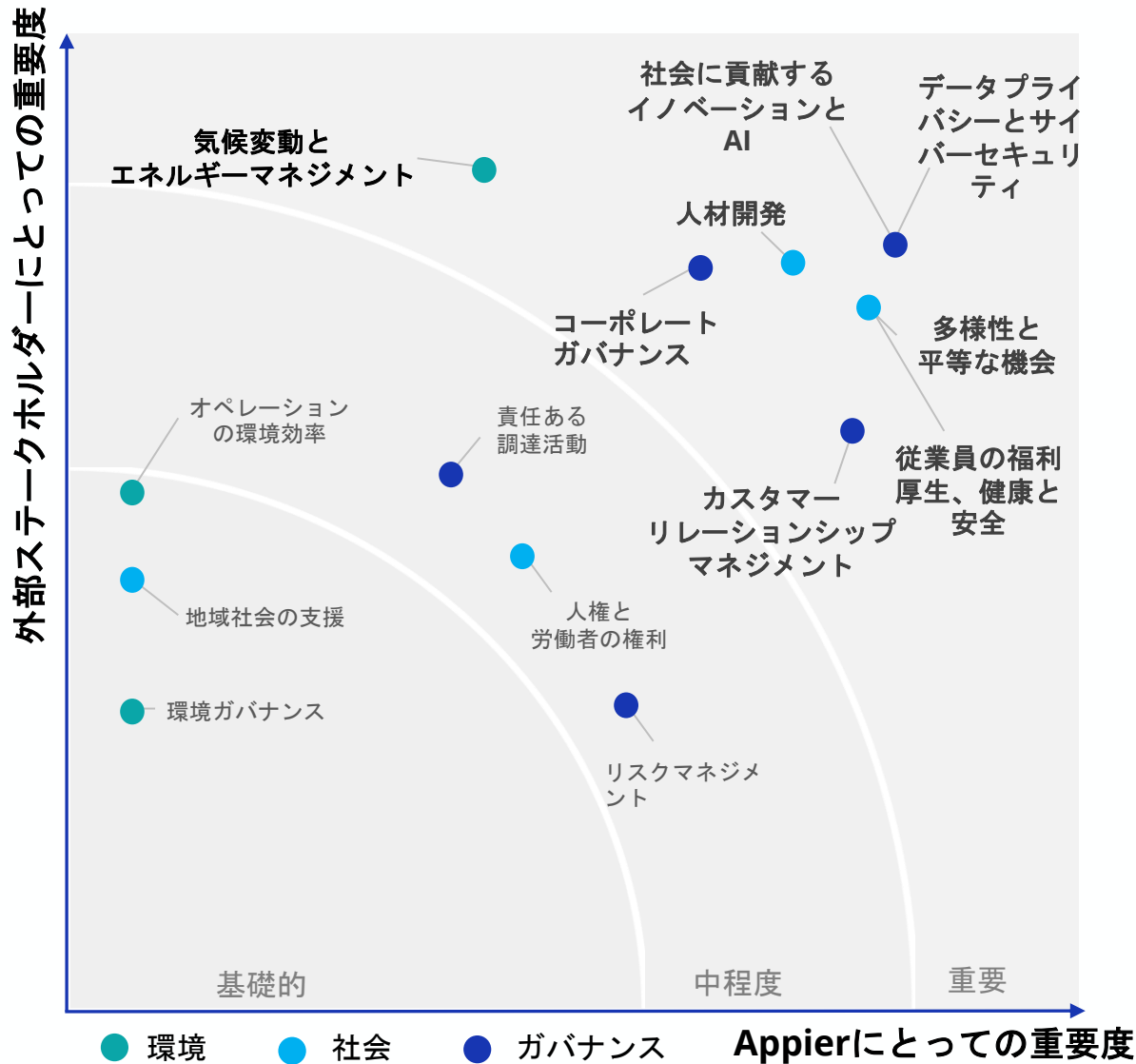
私たちは、ESGは持続可能なビジネスの構築に向けた課題の核心であると捉えています。高い水準のESGを実現するための活動は私たちのビジネスの将来像の一部であると考え、積極的にステークホルダーに関わっていくことを約束します。

MSCI ESG Research<sup>(1)</sup>から「A」評価を獲得し、今後もESGエクセレンスに向けて改善を続けていきます。



(1) MSCI ESG Researchでは、8,500社を超える世界の上場企業と少数の未上場企業について、業界特有のESGリスクへのエクスポージャーと同業他社との比較によるリスク管理能力に応じて、AAA（リーダー）～CCC（ラガード）の尺度でMSCI ESGレーティングを提供しています。MSCI ESGリサーチは、今日、主要なESG格付け機関の1つとして知られています。

# 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

# TCFDレポートの公表

## 環境に対する責任を果たす

TCFDレポート<sup>(1)</sup>は、当社の環境に対する責任への強固なコミットメントの証です。

当社はこの世界的な気候変動への取り組みに沿った包括的な情報開示により、気候変動に関連するリスクと機会に対し、高い透明性をもって取り組んでいることを示しています。

事業を拡大する中で、サステナビリティは、より環境に優しい未来に向けたイノベーションの原動力となります。

(1) TCFDFレポートへのリンク : <https://www.appier.com/ja-jp/greener-operation-appier>



# 財務データサマリー

## 連結損益計算書

(単位：百万円)

	2022 Q2	2023 Q2	YoY	2022 Q2	2023 Q2	YoY	2021	2022
	6ヶ月	6ヶ月		3ヶ月	3ヶ月			
<b>売上収益</b>	<b>8,557</b>	<b>11,722</b>	<b>37%</b>	<b>4,360</b>	<b>6,170</b>	<b>42%</b>	<b>12,661</b>	<b>19,427</b>
売上原価	(4,266)	(5,774)		(2,169)	(3,004)		(6,422)	(9,428)
<b>売上総利益</b>	<b>4,291</b>	<b>5,948</b>	<b>39%</b>	<b>2,190</b>	<b>3,167</b>	<b>45%</b>	<b>6,239</b>	<b>9,998</b>
<b>売上総利益率</b>	<b>50%</b>	<b>51%</b>		<b>50%</b>	<b>51%</b>		<b>49%</b>	<b>51%</b>
販売及びマーケティング費用	(2,838)	(3,731)		(1,491)	(1,954)		(4,322)	(6,394)
対売上収益比率	33%	32%		34%	32%		34%	33%
研究開発費	(1,043)	(1,398)		(582)	(747)		(1,711)	(2,284)
対売上収益比率	12%	12%		13%	12%		14%	12%
一般管理費	(728)	(880)		(379)	(447)		(1,349)	(1,602)
対売上収益比率	9%	8%		9%	7%		11%	8%
その他の収益	227	110		168	61		28	334
その他の費用	(2)	(1)		(1)	(1)		(2)	(2)
<b>営業利益</b>	<b>(92)</b>	<b>48</b>		<b>(95)</b>	<b>79</b>		<b>(1,117)</b>	<b>50</b>
金融収益	41	257		25	135		43	213
金融費用	(145)	(195)		(98)	(92)		(96)	(153)
<b>税引前利益</b>	<b>(195)</b>	<b>110</b>		<b>(168)</b>	<b>122</b>		<b>(1,170)</b>	<b>111</b>
法人所得税費用	(38)	(29)		(19)	(7)		(8)	(90)
<b>当期利益</b>	<b>(233)</b>	<b>82</b>		<b>(187)</b>	<b>115</b>		<b>(1,179)</b>	<b>21</b>
<b>EBITDA (上場関連の一時費用を除く)</b>	<b>475</b>	<b>936</b>		<b>213</b>	<b>550</b>		<b>42</b>	<b>1,363</b>
<b>EBITDAマージン</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>		<b>5%</b>	<b>9%</b>		<b>0%</b>	<b>7%</b>

# 財務データサマリー

## 連結財政状態計算書

(単位：百万円)	2020	2021	2022	2023 Q2
現金及び現金同等物	1,635	6,561	3,804	5,150
定期預金	6,577	14,939	13,933	11,792
その他の金融資産（流動資産） <sup>(1)</sup>	-	-	3,577	4,919
<b>実質的なキャッシュ</b>	<b>8,212</b>	<b>21,500</b>	<b>21,313</b>	<b>21,860</b>
その他の流動資産	1,834	2,984	4,050	4,768
流動資産合計	10,046	24,484	25,363	26,629
非流動資産合計	2,348	6,722	10,576	12,195
<b>資産合計</b>	<b>12,394</b>	<b>31,206</b>	<b>35,939</b>	<b>38,823</b>
<b>負債合計</b>	<b>4,726</b>	<b>8,370</b>	<b>9,737</b>	<b>10,027</b>
<b>資本合計</b>	<b>7,668</b>	<b>22,836</b>	<b>26,201</b>	<b>28,796</b>

(1) 資金運用目的で低リスクの債券を保有

## 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)	2021	2022	2023 Q2
営業活動によるキャッシュ・フロー	-747	996	555
投資活動によるキャッシュ・フロー	-9,075	-3,772	552
財務活動によるキャッシュ・フロー	14,396	-520	-286
現金及び現金同等物の期末残高	6,561	3,804	5,150



# 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。

---