

yappli

Financial Results

2023

株式会社ヤプリ(グロース:4168)

2023.11

INDEX

1 事業概要

2 2023年12月期 第3四半期 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

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

828 App

TOYOTA

DUNLOP

SHARP

DUSKIN
喜びのタネをまこごう

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

よろこびがつなく世界へ
KIRIN

Châteraisé

GINZA
Cozy Corner

三協アルミ

白洋舎
CLEAN LIVING

POLA

再春館製薬所

ORBIS

HottoMotto
ほっともっと

Levi's

LACOSTE

UR
URBAN RESEARCH Co.,Ltd.

E S T N A T I O N

agnès b.

AlpenGroup

UNDER ARMOUR

Right-on.

new balance

WORKMAN

Japan Airport Terminal Co., Ltd.

Narita Airport

青山学院大学
AOYAMA GAKUIN UNIVERSITY

Coleman

S-PULSE

本物だけをまっすぐあなたへ
やずや
ヤザグループ

大塚
ごほん堂
OOTOYA

ピエトロ

OPEN YOKOHAMA

FNN
プライム
オンライン

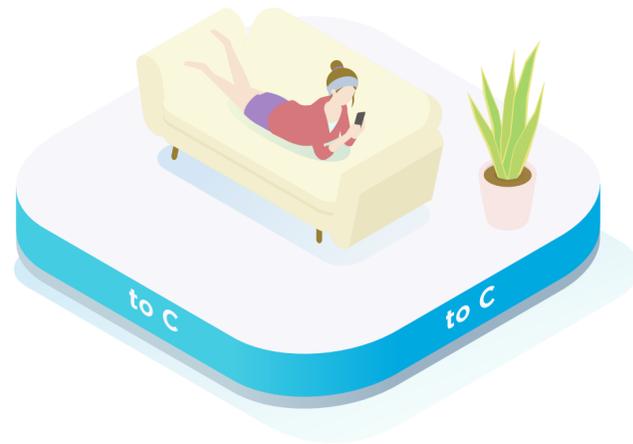
劇団四季

注：2023年9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 (toC)

カスタマーエンゲージメント



EC売上

36%UP¹

従業員 (toE)

エンプロイーエンゲージメント



社員利用率

95%以上²

取引先 (toB)

クライアントエンゲージメント



業務効率

20%向上³

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

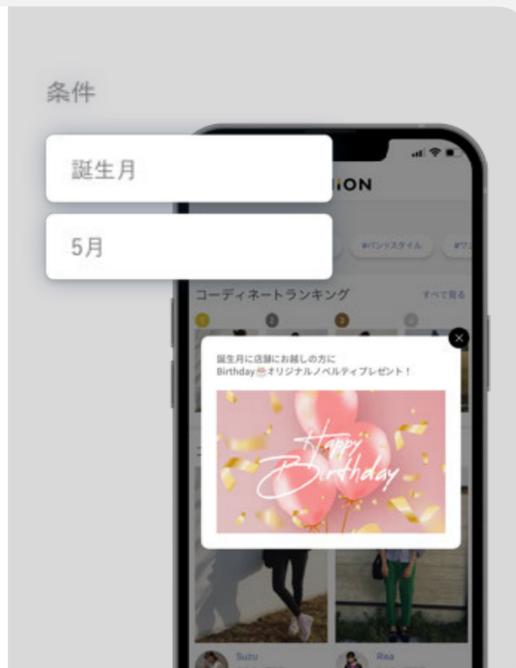
カスタマーサクセスの 支援

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



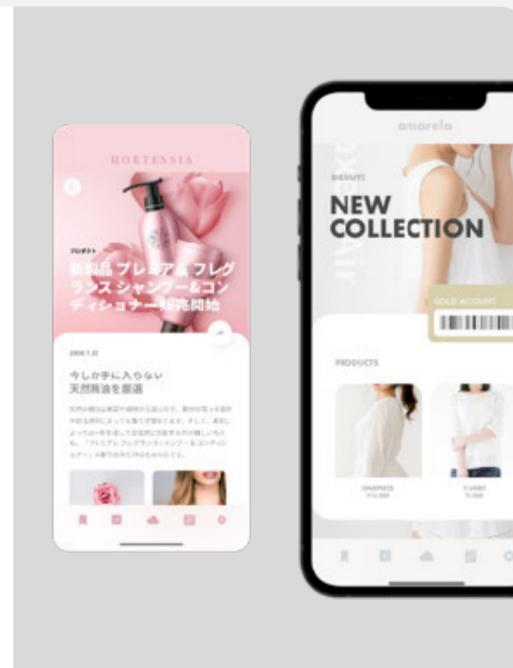
プッシュ通知

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



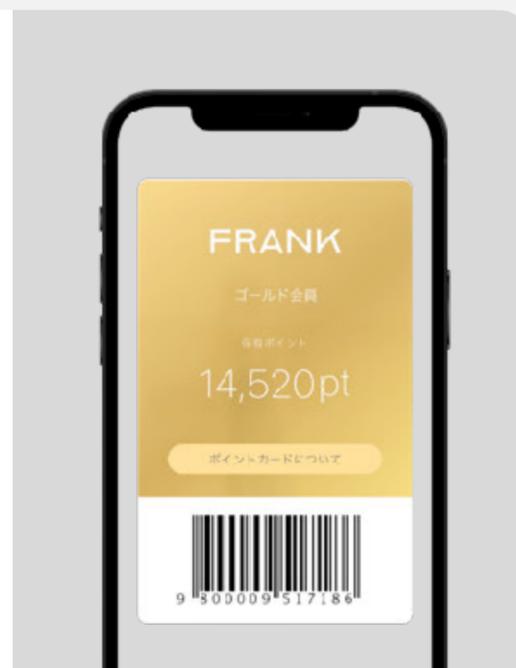
メディア機能

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



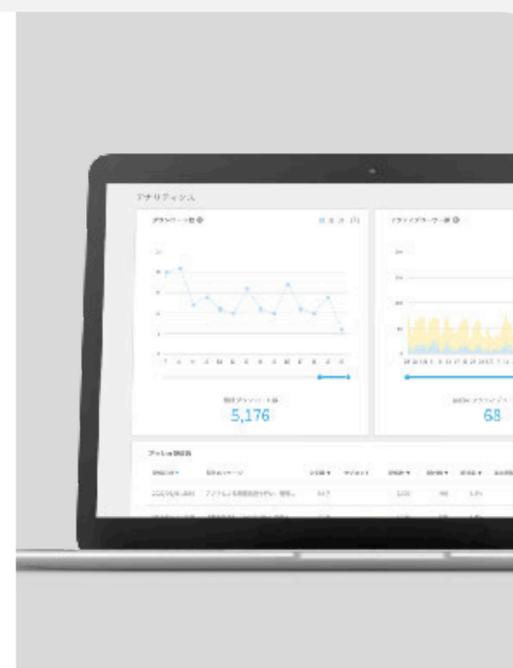
マーケティング機能

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

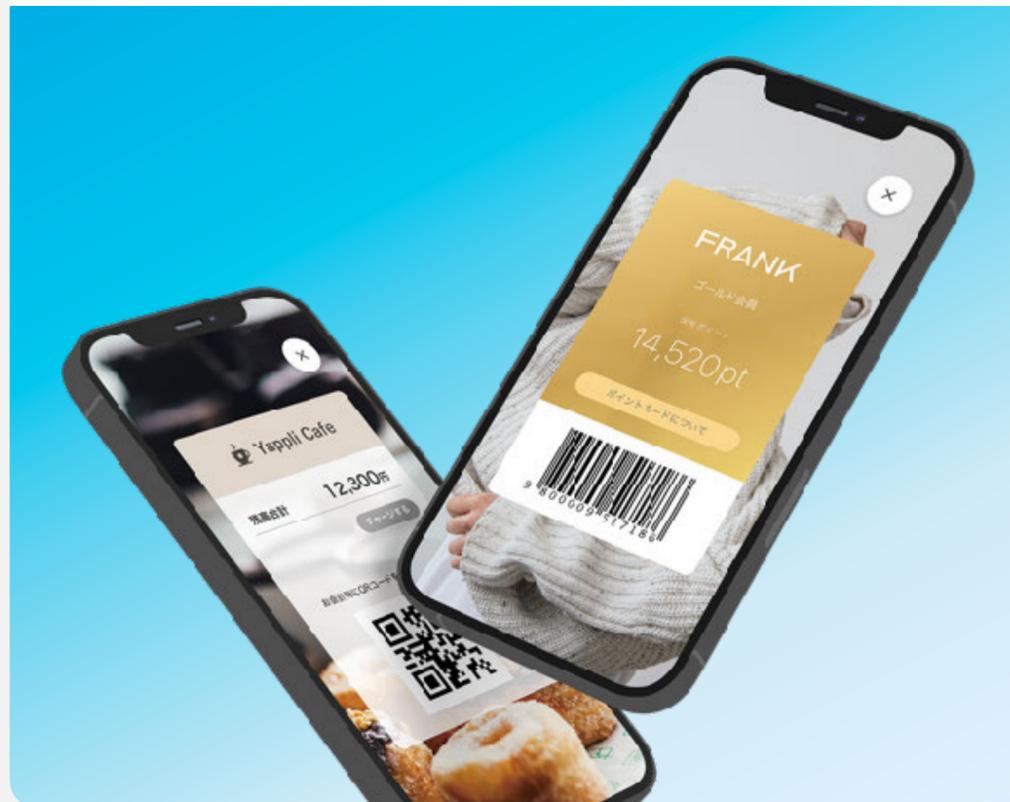
ノーコードの顧客管理

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



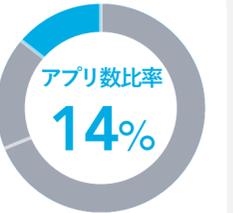
組織エンゲージメント **Yappli UNITE**

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

注：アプリ数比率は、2023年度第3四半期末時点におけるYappliのソリューション別アプリ数の構成比率

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

828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)

+

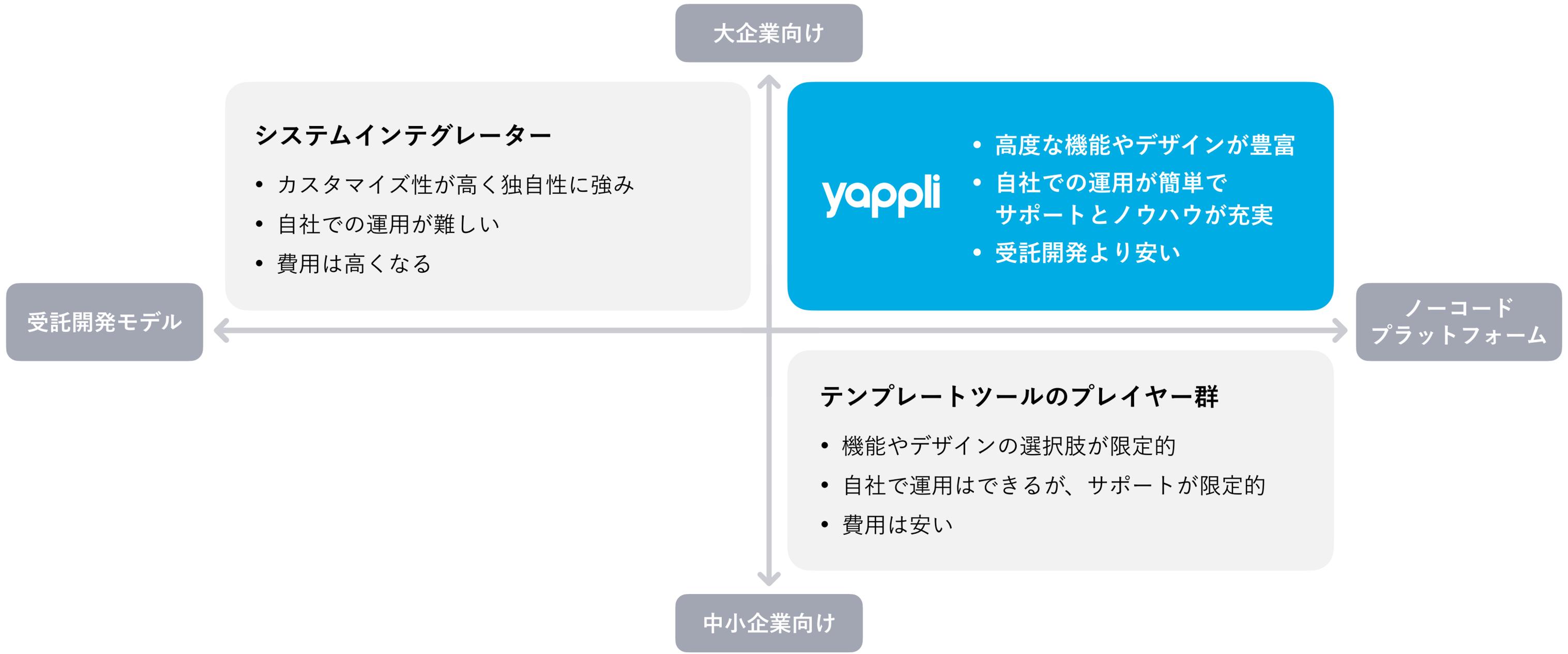
ストック売上 (月額利用料) ¹

基本システム利用

オプション機能

注：2023年度第3四半期末時点 (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3四半期 業績

2023年度 通期業績予想を修正

広告宣伝費や人員配置の最適化により営業利益は前回業績予想を上回る見込みの一方で
信託SOに関連した特別損失の計上により当期純利益は前回業績予想を下回る見込み

単位：百万円

	売上高	営業利益	当期純利益	1株当たり当期純利益(円)
前回業績予想(A)	4,849 ~ 5,103	24	15	1.22
今回業績予想(B)	4,849 ~ 5,103	230	-396	-31.23
増減幅(B-A)	-	206	-411	-
増減率 (%)	-	958.3%	-	-
前期実績(2022年12月期)	4,142	-818	-941	-74.87

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

信託型ストックオプション（信託SO）について

第3四半期決算において、信託型ストックオプション関連損失600百万円を特別損失に計上。
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

実施済みの決議概要と今後の対応

- 導入の経緯を鑑み、当該追加的な負担が生じない範囲で求償権を放棄する決議を実施
- 当第3四半期について信託SO関連損失600百万円¹を特別損失計上
- 損益計算書の主な費用内訳は以下の通り
 - 求償権（流動資産その他）の放棄にかかる貸倒引当金繰入額243百万円
 - 未行使分等にかかる信託型ストックオプション関連損失引当金繰入額356百万円

FY24以降の業績への影響

- FY24以降の影響は軽微

注：金額の数字表記は百万円未満切り捨て (1) 当該金額には、既に付与済みであるが未行使であったストックオプションについて、過去の株価の趨勢に基づき対象者に通知した上限株価をもって算出した源泉所得税等の求償権の放棄額が含まれるため、期末にかけてのストックオプション行使時の実際の株価と当該上限株価との差により、信託型ストックオプション関連損失の戻入が発生する可能性があります

サービス売上¹が好調で売上高が伸長し、ARRも順調に推移。
3四半期連続の黒字で利益体質を強固に

売上高 (YoY成長率)

12.4 億円 (23.2%)

ARR² (YoY成長率)

41.2 億円 (19.6%)

営業利益 (営業利益率)

0.72 億円 (5.9%)

契約アプリ数³ (YoY成長率)

828 (9.2%)

平均月額利用料⁴ (YoY成長率)

41.6 万円 (10.4%)

解約率⁵

0.89%

注：売上高、ARR、営業利益は表示数値以下は切り捨て (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) 2023年度第3四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 (3) 2023年度第3四半期末時点、少額プランは含まない (4) 2023年度第3四半期末時点、少額・短期プランを含まない (5) 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3四半期末時点の直近12カ月平均、少額・短期プランは含まない

売上高及び営業利益は修正業績予想に対して順調に経過

信託型ストックオプションによる特別損失を計上した影響で当期純利益は業績予想を下回る。第4四半期の利益により純利益の減少を解消する計画で進捗中

単位：百万円

	2022 Q1-3 累計	2023 Q1-3 累計	YoY増減率	業績予想	進捗率 ¹ ()内は昨年進捗率
売上高	3,011	3,591	19.3%	4,849 ~ 5,103	74.1% (72.7%)
営業利益	-700	172	-	230	75.1% (-)
当期純利益	-709	-495	-	-396	- (-)

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年度第3四半期累計の業績予想上限に対する進捗率は70.4%

P&Lサマリー 四半期

サービス売上¹の増加により売上高の成長が加速。
当期純利益は信託SOによる一過性の特別損失の計上により赤字

単位：百万円

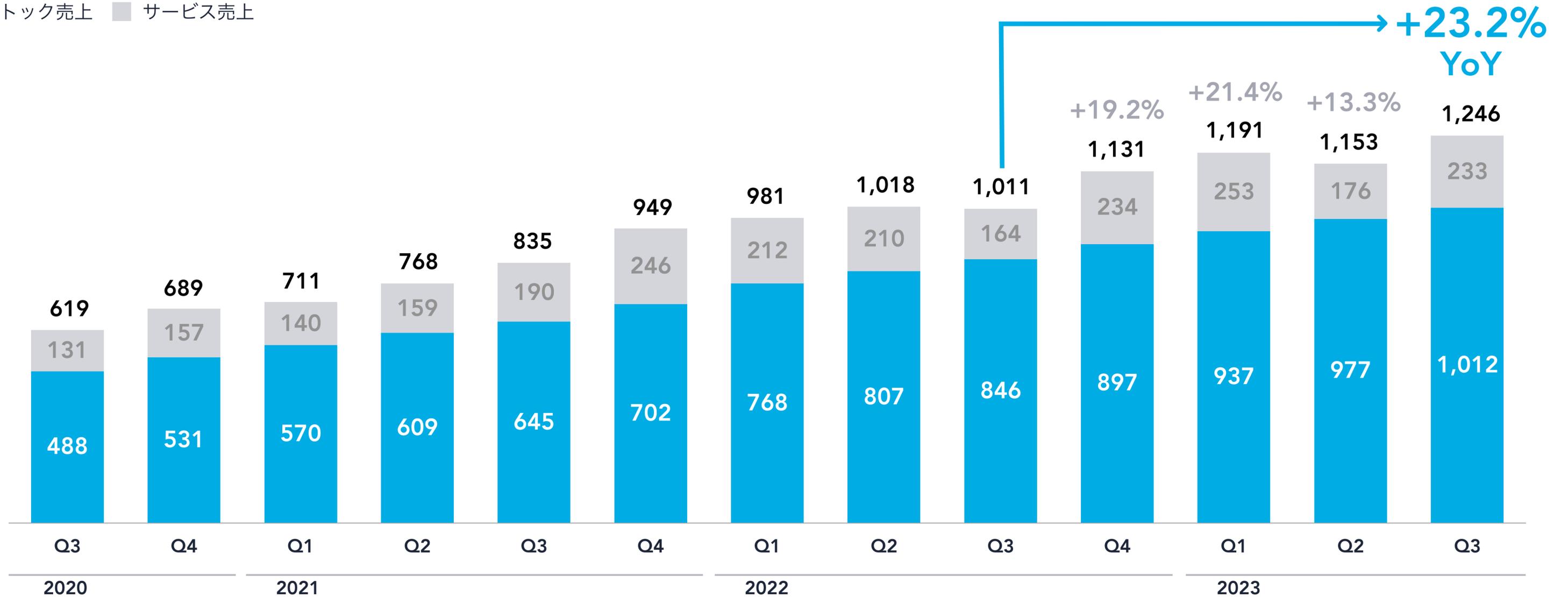
	2021	2022				2023			YoY	QoQ
	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3		
売上高	949	981	1,018	1,011	1,131	1,191	1,153	1,246	23.2%	8.0%
ストック売上比率 ² (%)	74.0%	78.4%	79.3%	83.7%	79.3%	78.7%	84.7%	81.2%	-2.5pt	-3.5pt
売上総利益	601	680	670	661	739	817	798	878	32.8%	10.0%
売上総利益率 (%)	63.4%	69.4%	65.8%	65.4%	65.3%	68.6%	69.2%	70.5%	5.1pt	1.3pt
営業利益	-291	-393	-278	-27	-118	71	28	72	-	-
営業利益率 (%)	-30.7%	-40.1%	-27.4%	-2.7%	-10.5%	6.0%	2.4%	5.9%	8.6pt	3.4pt
EBITDA	-274	-378	-262	-11	-102	86	42	87	-	-
経常利益	-291	-393	-279	-29	-122	67	25	71	-	-
当期純利益	-294	-396	-281	-31	-231	42	10	-548	-	-

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

サービス売上¹がQonQで大きく増加、売上高のYoY成長率が加速。 ストック売上も順調に推移

単位：百万円

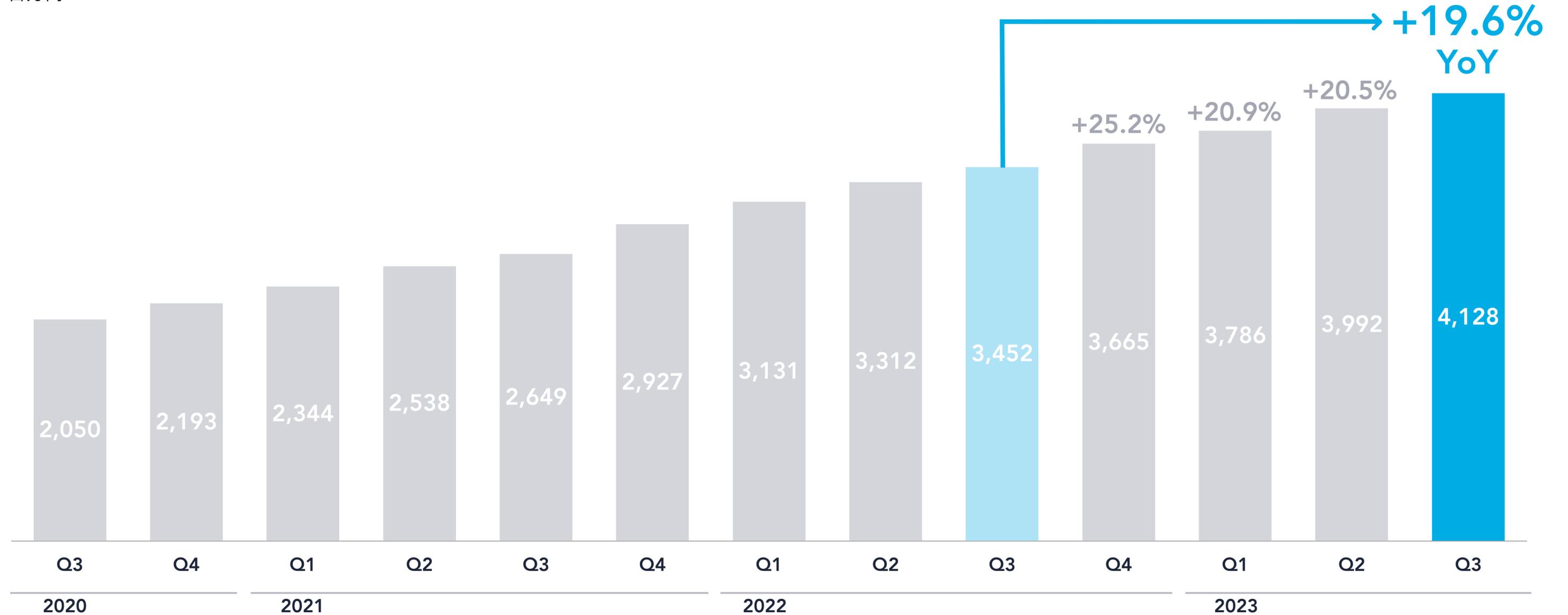
■ ストック売上 ■ サービス売上



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (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

ARRは40億円超えとなり、堅調に推移。 年末に向けての加速を目指す

単位：百万円



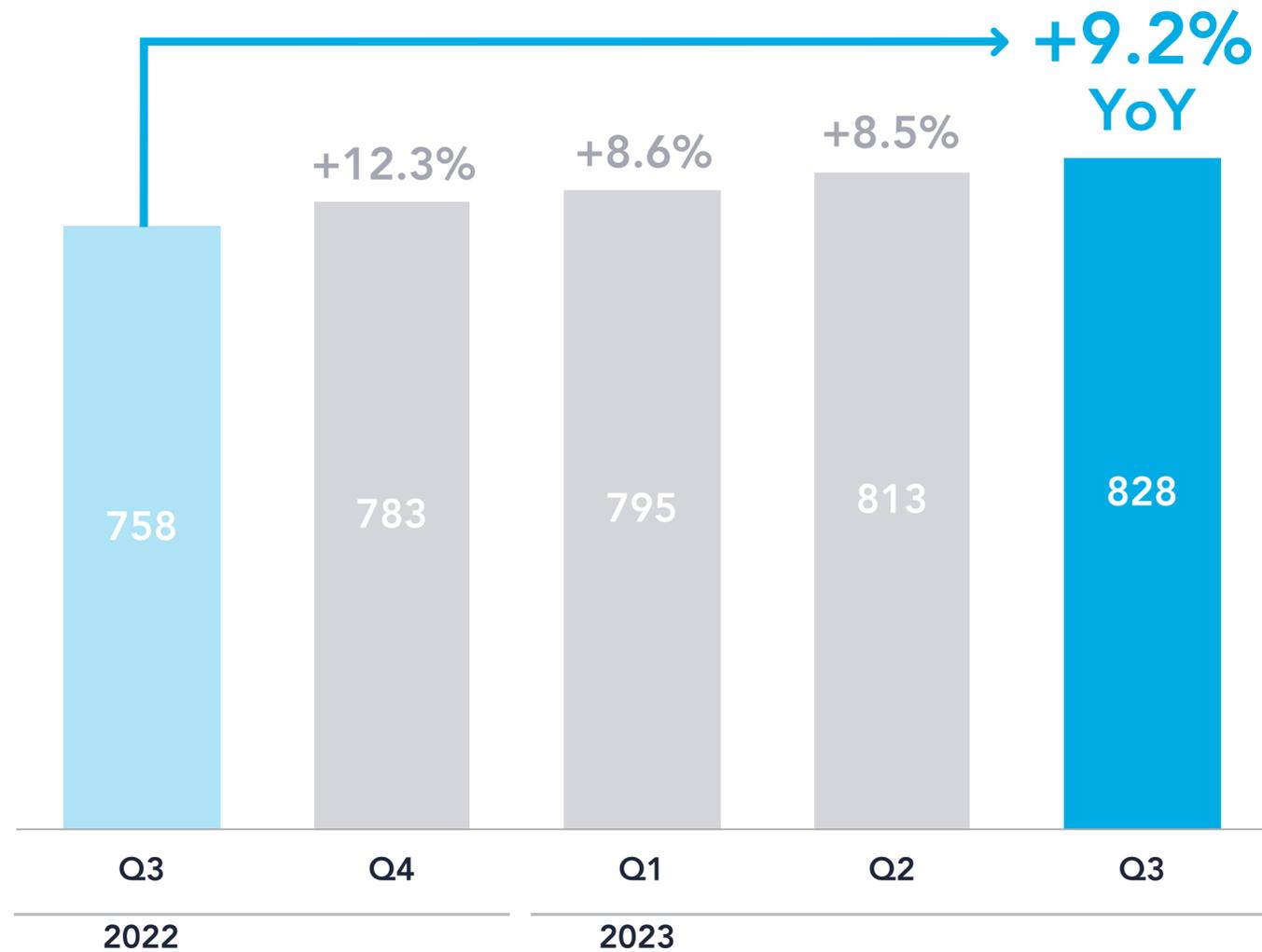
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 四半期末時点の月額利用料合計額に12を乗じた金額、少額・短期プランは含まない

契約アプリ数と 平均月額利用料

契約アプリ数は純増15個でQonQでは微減するもYoYは加速。
平均月額利用料は高単価案件を中心に獲得が進み増加傾向

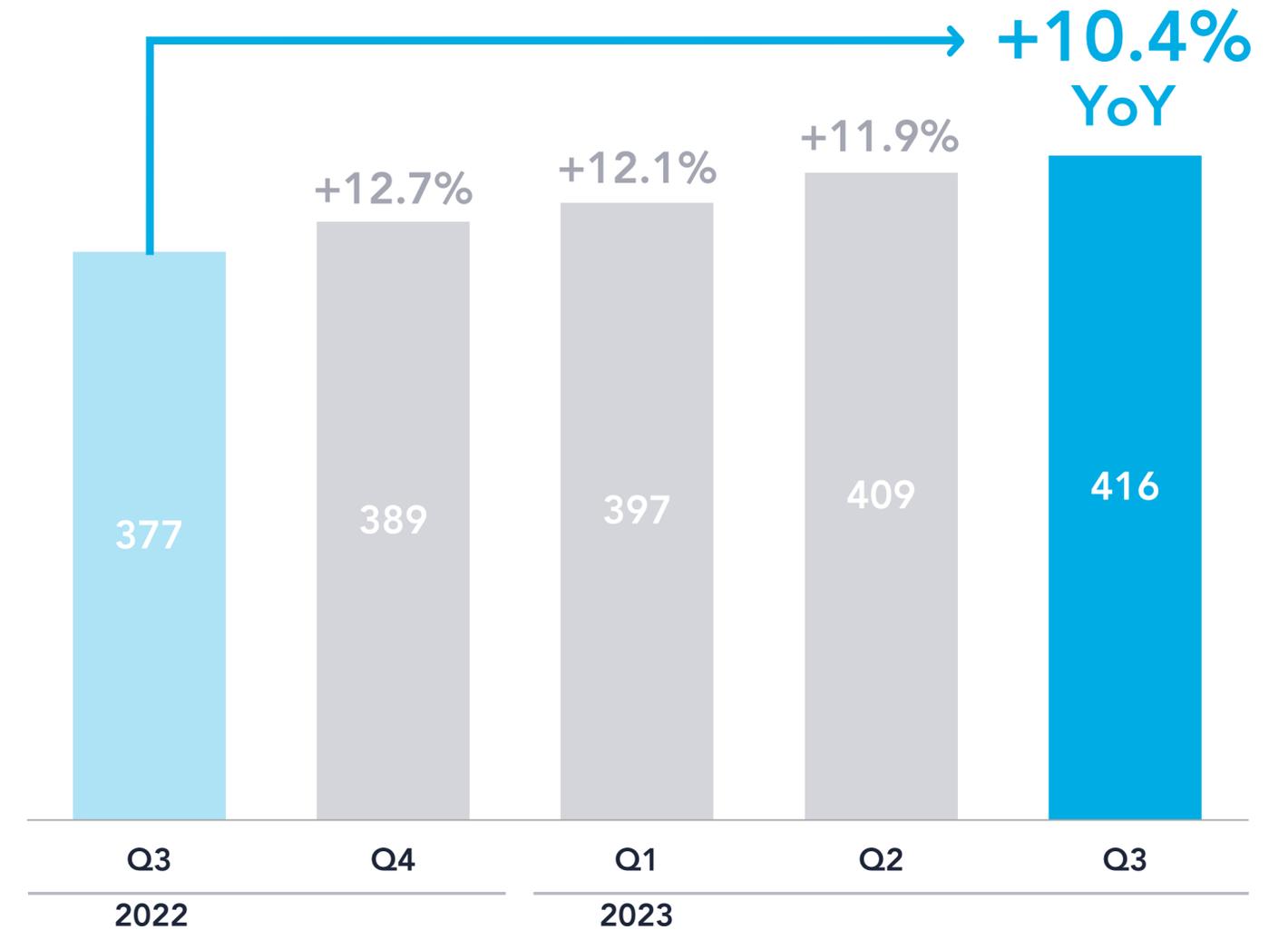
契約アプリ数¹

単位：アプリ数



平均月額利用料²

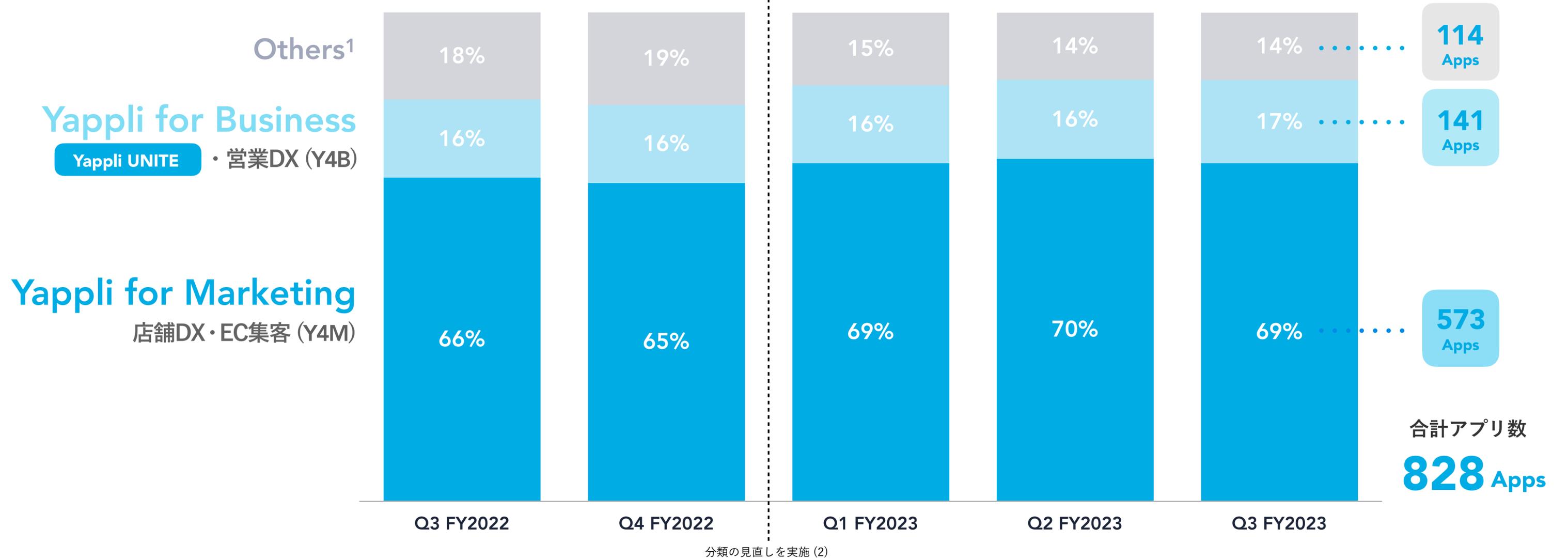
単位：千円



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

新サービス「Yappli UNITE」の受注が滑り出し順調で、 Yappli for Businessの比率が微増

単位：%



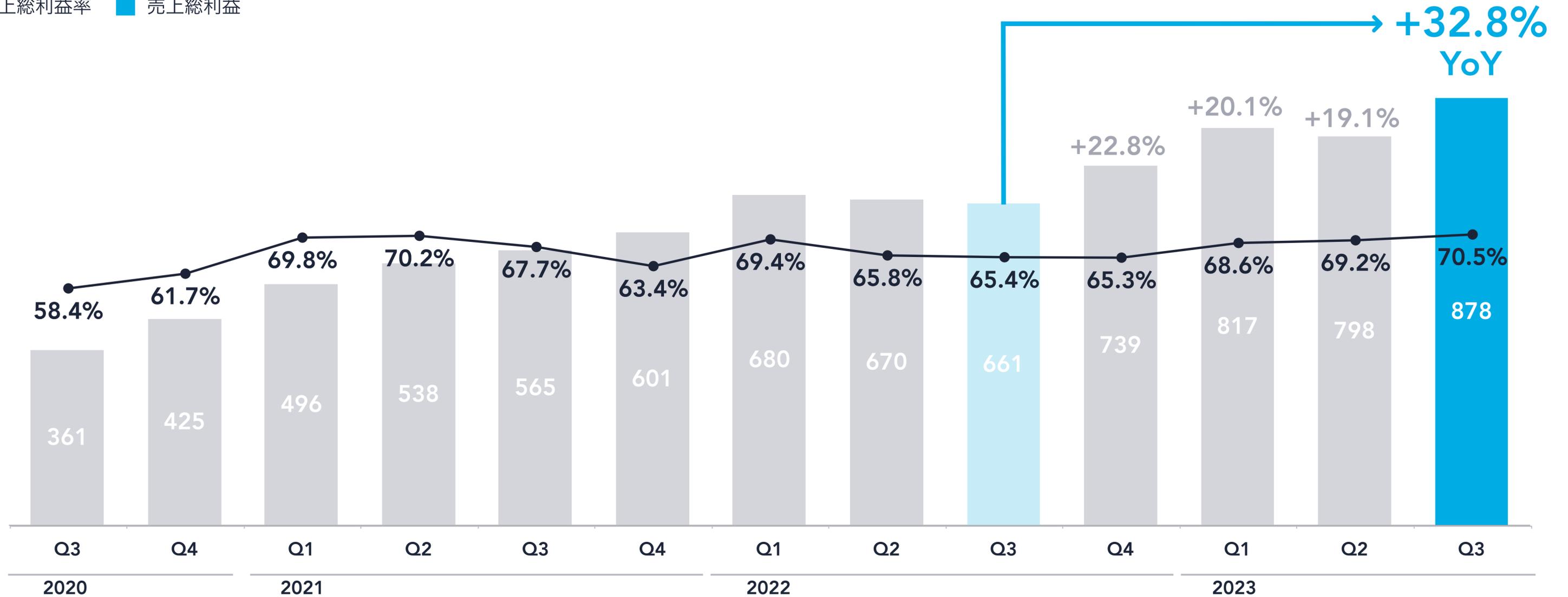
注：アプリ数での内訳を表示、2023年度第3四半期末時点、少額プランは含まない (1) Yappli for Media & Entertainment、Yappli for Schoolなどその他のソリューションを含む (2) 2022年度末までOthersの一部だったオウンドメディア系のアプリがQ1 FY2023からYappli for Marketingに移動

売上総利益 四半期

適切なコストコントロールを継続。Q3は売上高の増加が寄与し粗利が増加。粗利率も70%台を達成

単位：百万円

● 売上総利益率 ■ 売上総利益



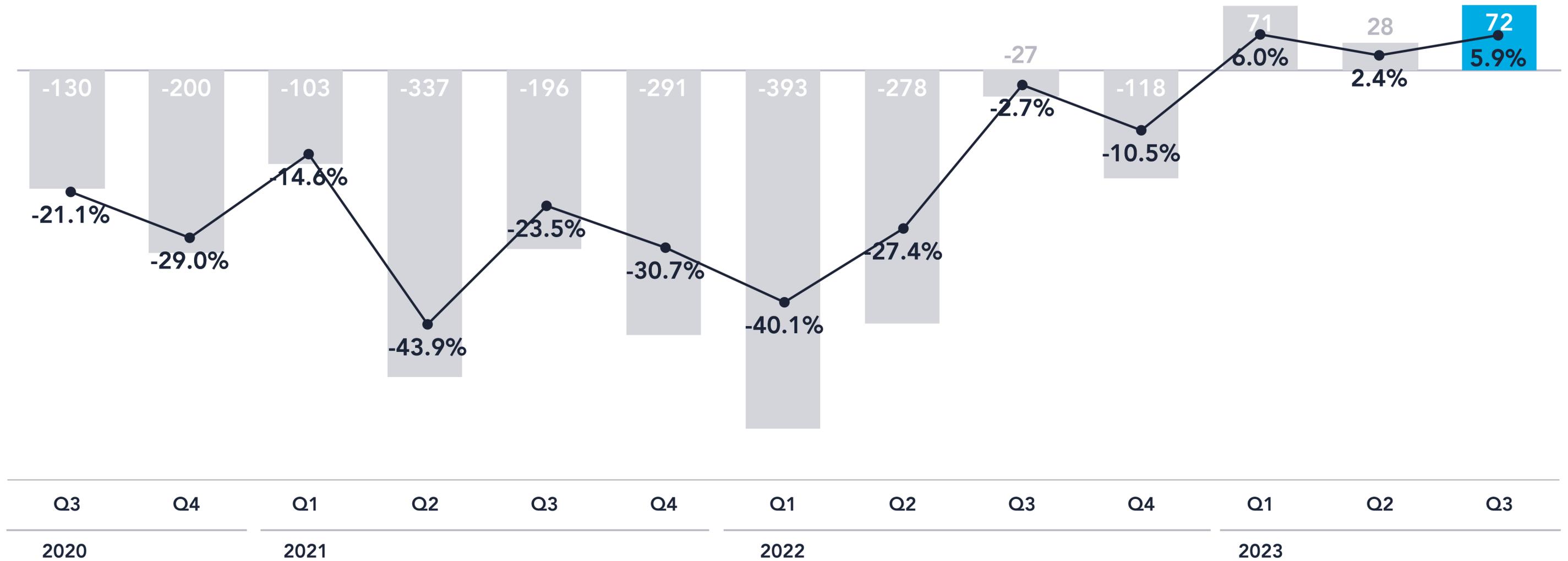
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

営業利益 四半期

順調な売上成長と費用の効率化により、3四半期連続で黒字化を達成。今後も継続した黒字を狙う

単位：百万円

● 営業利益率 ■ 営業利益



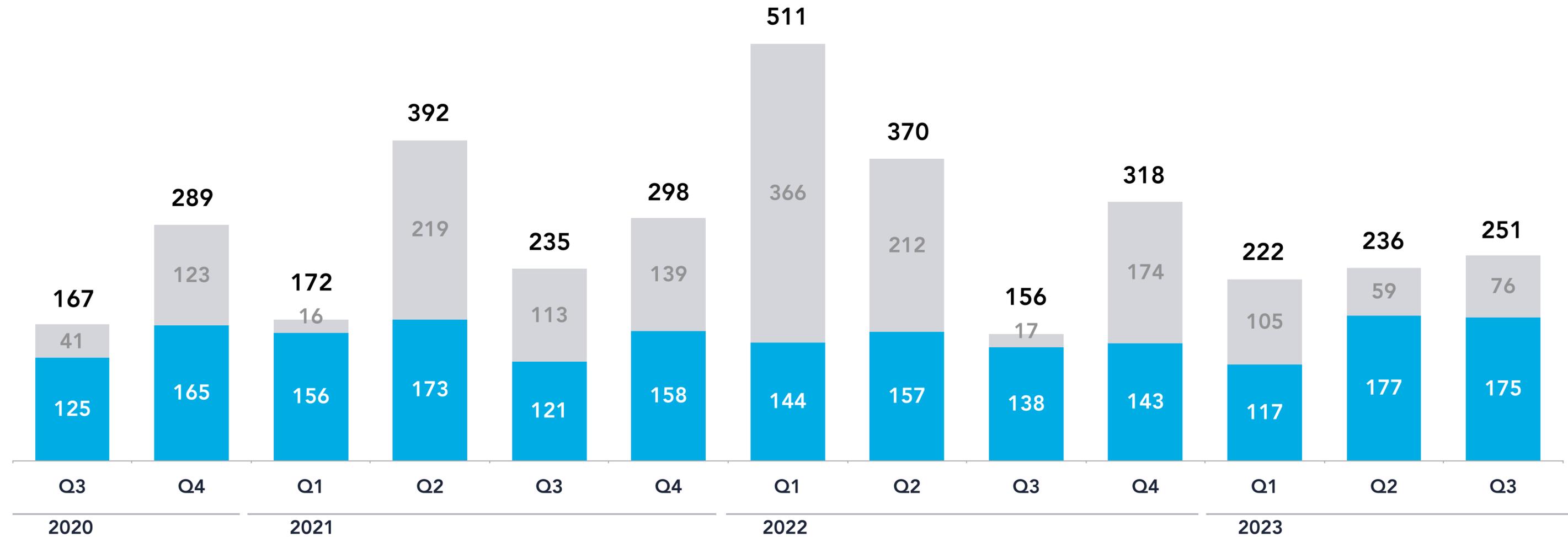
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

広告宣伝費¹ 四半期

Q3はマスマーケティング費用が前四半期対比増加。広告宣伝費の方針に変わりはなく、Q4は最大2.7億円程度の費用を想定

単位：百万円

■ リード獲得 ■ 認知獲得（マスマーケティング）



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¹ 四半期

人件費¹は人員数の微増に伴い推移。
昨年来の生産性重視のコストコントロールで、計画通り抑制

単位：百万円



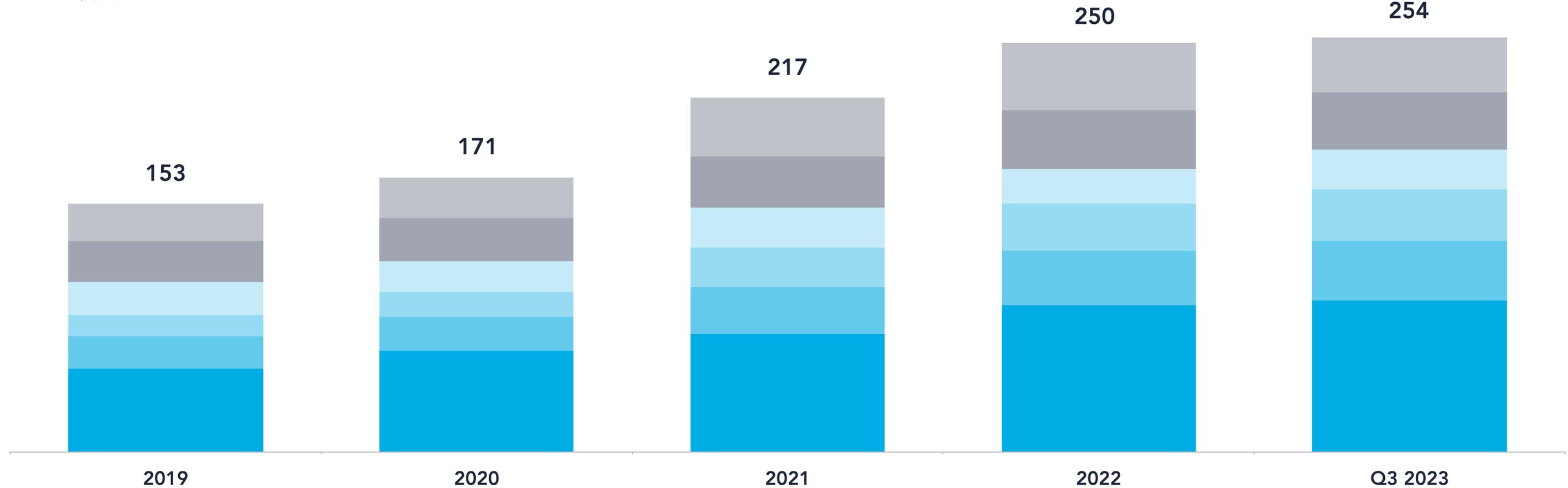
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む。売上原価に計上される人件費も含む

正社員数

人員数は微増するも、計画通り概ね維持。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



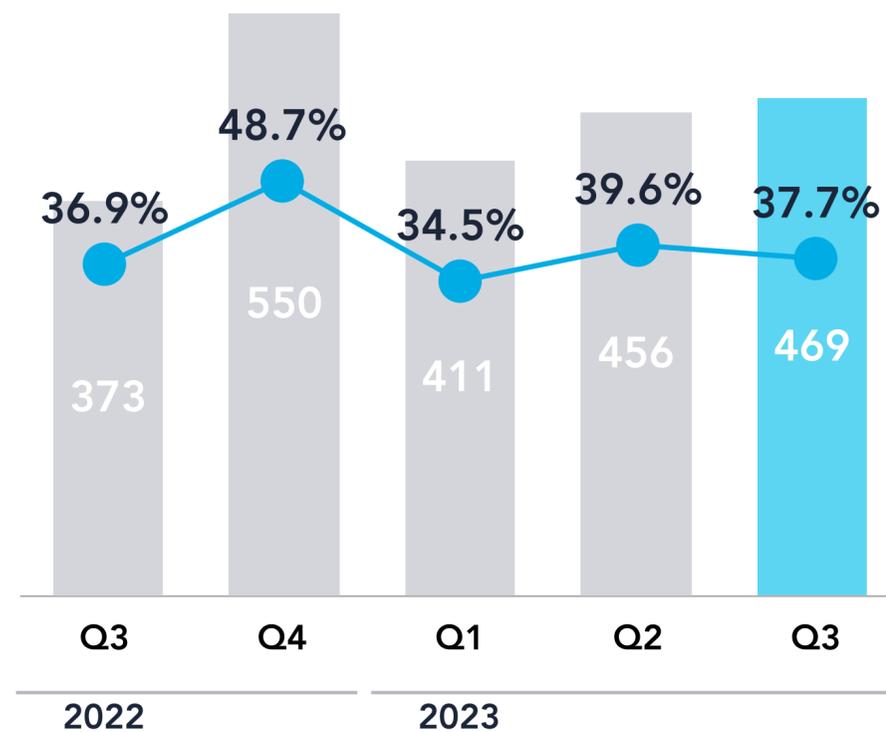
注：年度末・四半期末時点の正社員数を表示

販管費の内訳

全体的な内訳に大きな変更はないが、来期以降のプロジェクト強化を見越した研究開発強化により、R&D費用が増加

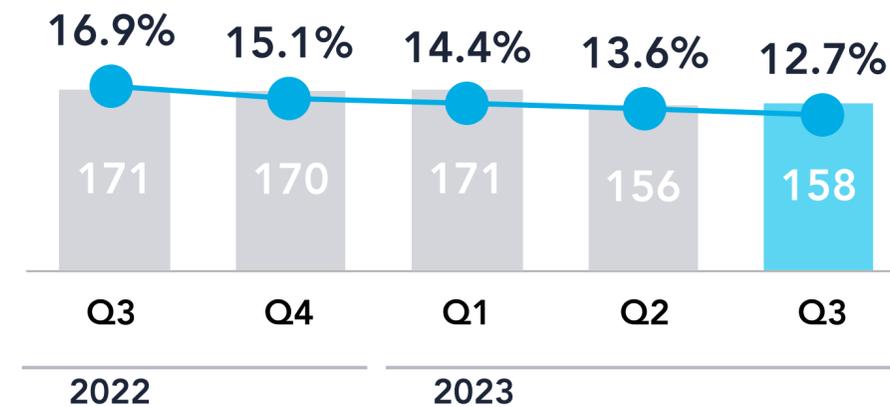
S&M¹

単位：百万円



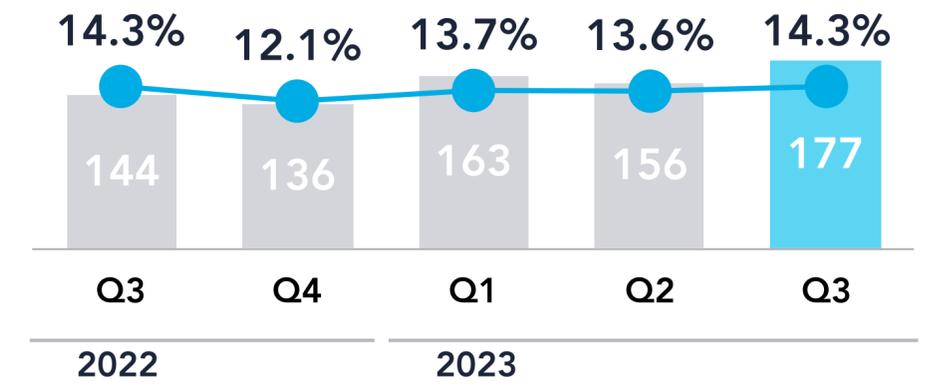
G&A²

単位：百万円



R&D³

単位：百万円

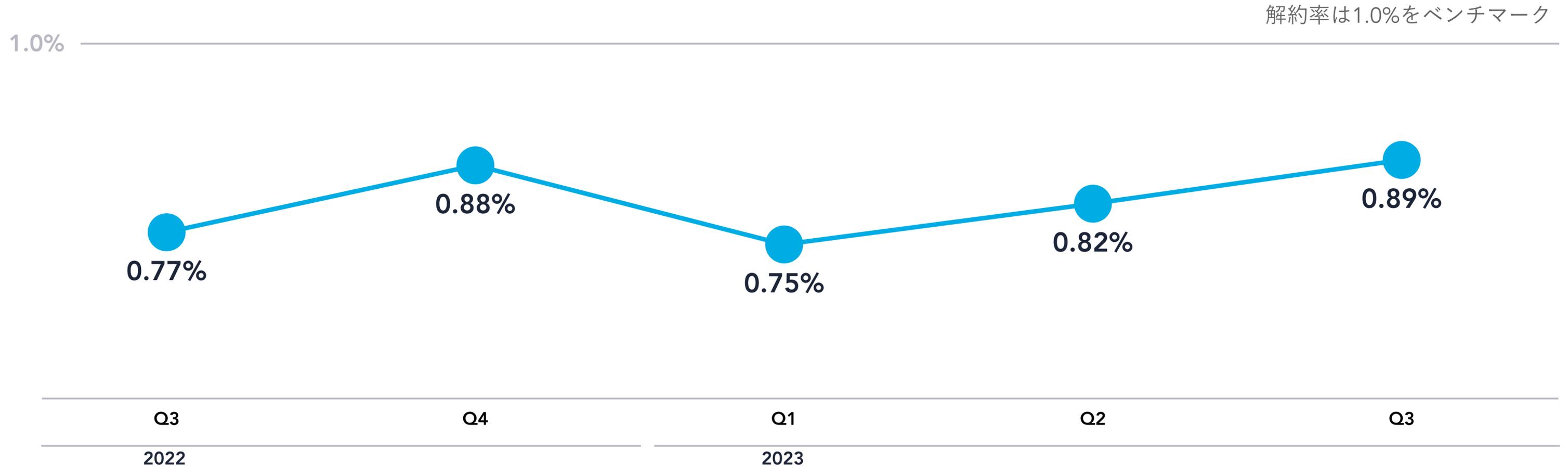


注：売上高比率の%を表示。S&M、G&A、R&Dの各数値については、有限責任あずさ監査法人による監査及びレビューを受けておりません。また、S&M、G&A、R&Dは財務会計上の数値ではなく、管理会計上の数値を記載しております

(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人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人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人件費や関連する経費及び共通費等を合計

解約率 (LTM)¹

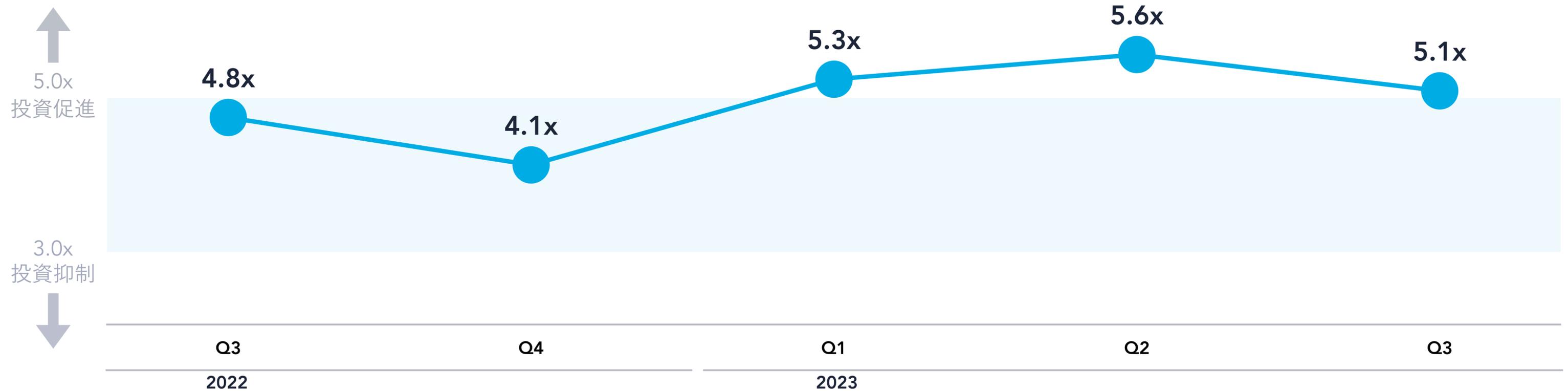
大口顧客の内製化に伴う解約が1件発生しQ3の解約額が悪化。
Q4はQ3より改善される見込み



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)¹

Q3は広告宣伝費を増加させたが、LTV/CAC¹は5倍台を維持



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

モダンなアプリ表現を実現するアップデートを多数発表

1年の集大成であるYappli Summitを開催

10周年の節目は「Next Voyage」をテーマに
導入企業とのトークセッションや
Yappliの最新機能やサービスを発表



yappli



Block UI

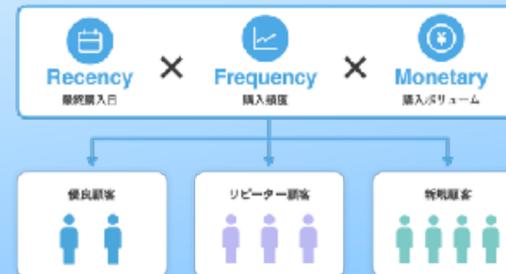


Yappli Analytics



権限管理

yappli CRM



RFM (購買履歴管理) 分析

TORETA

予約DXトレタ予約台帳連携



メルマガ配信

リオープニングでY4Mの獲得は引き続き順調。 新たな業界でのアプリ活用の幅がさらに拡大

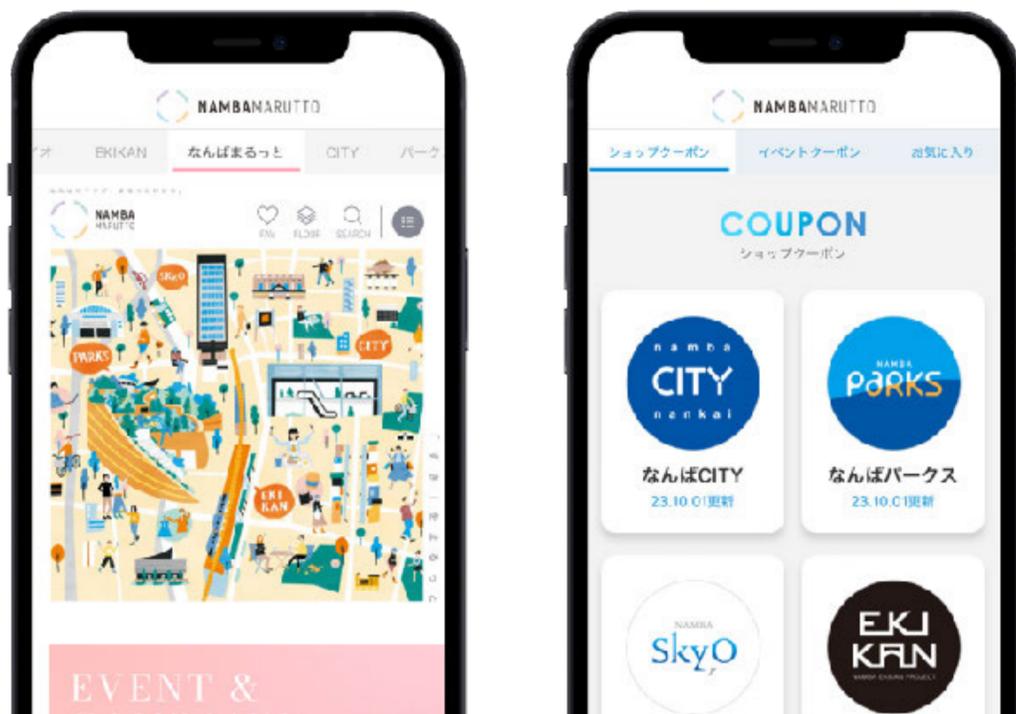
Yappli for Marketing 施設DX



南海電気鉄道株式会社

NAMBA MARUTTO

4つの商業施設の情報やポイントカードをデジタル化
顧客の行動が可視化され、より効果的な施策を打てるように



Yappli for Marketing



公益社団法人日本女子プロサッカーリーグ

WEリーグ公式アプリ

クラブチーム情報の確認、グッズ・観戦チケットの購入等が簡単に
AR機能などスタジアム応援体験の向上でファンとの関係構築



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 ¹	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	コアマーケット 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">・Yappli for MarketingとYappli CRMのクロスセル・データ分析やセキュリティ等のハイエンドな機能提供 <p>Yappli for BusinessやYappli for Companyなどの ソリューション領域を拡大</p> <p>プッシュ通知などのターゲティング機能活用</p>
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	チャレンジマーケット 価格を抑えたLite版の提供 などで件数増加を目指す	<p>Yappli 中小企業向けプラン (Yappli Lite含む)</p>

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

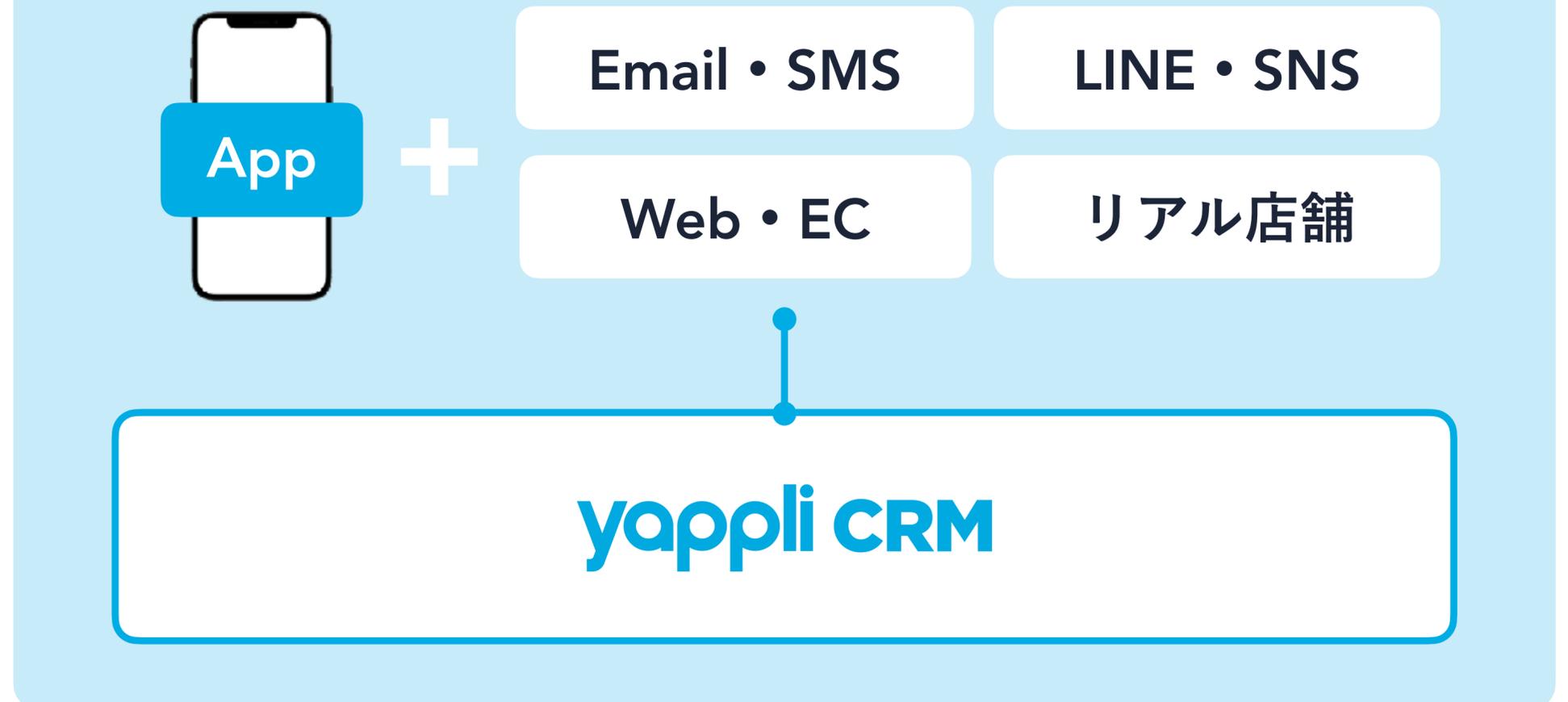
現状

連携先はYappli製アプリのみ



今後

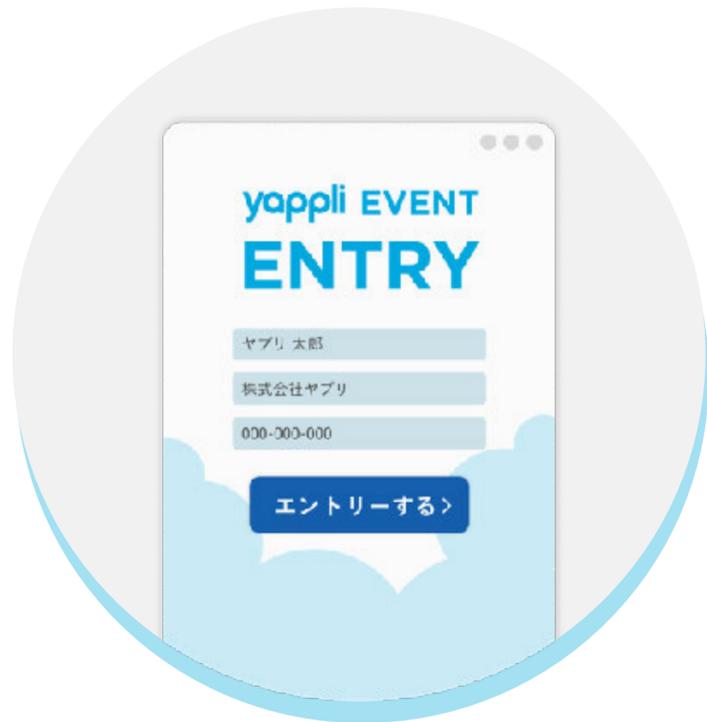
アプリ以外のチャンネルとも連携可能に



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



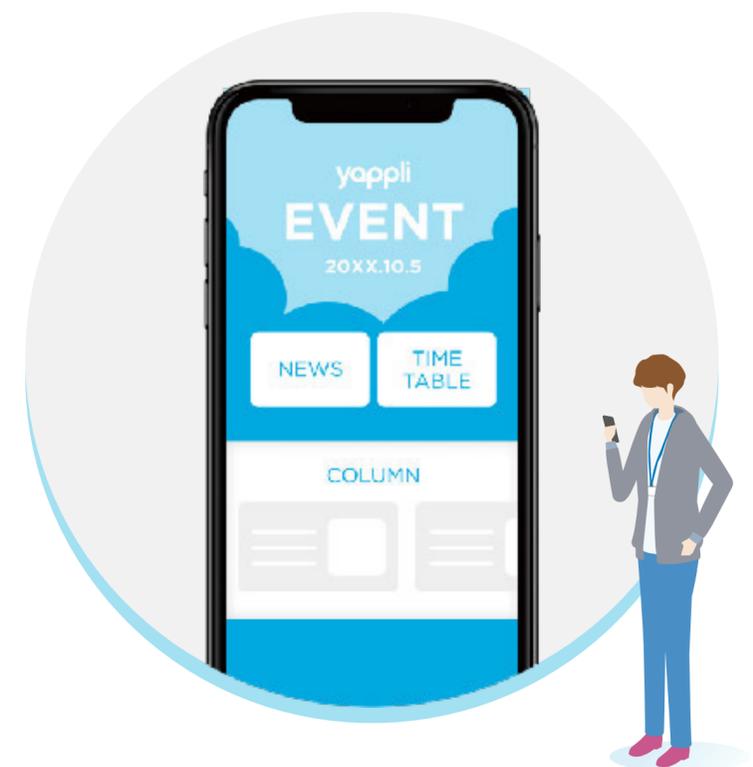
2

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

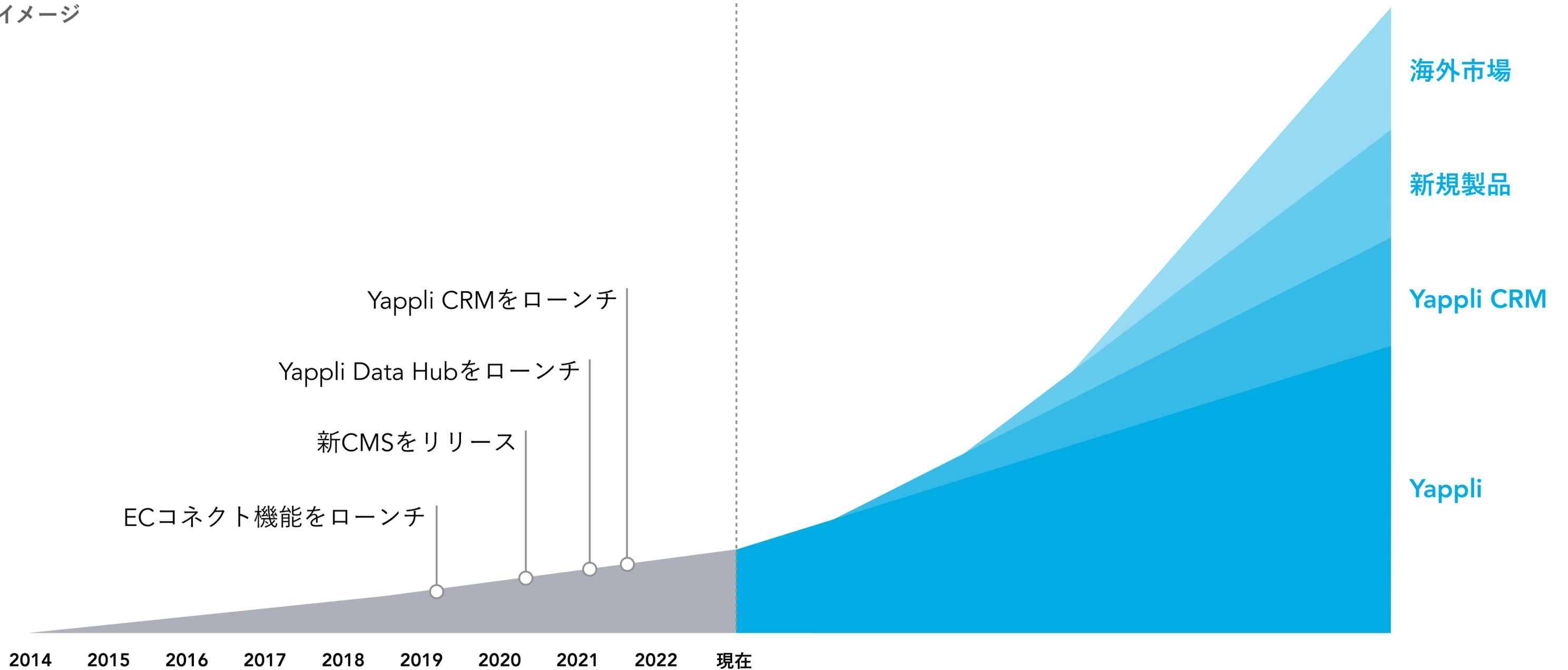
2 顧客基盤の拡充

- ・ 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

注：現時点では具体的な案件はございません

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	Q3 2023
売上	2,390	3,263	4,142	1,246
売上原価	1,018	1,061	1,390	367
売上総利益	1,372	2,202	2,751	878
<i>margin %</i>	57.4%	67.5%	66.4%	70.5%
販管費	1,962	3,130	3,570	805
S&M ¹	1,460	1,906	2,253	469
G&A ²	491	632	736	158
R&D ³	9	591	580	177
営業利益	-590	-928	-818	72
<i>margin %</i>	-24.7%	-28.4%	-19.8%	5.9%
EBITDA	-530	-866	-755	87
<i>margin %</i>	-22.2%	-26.5%	-18.2%	7.0%

売上原価の内訳

単位：売上高比率 %

	2020	2021	2022	Q3 2023
変動費	15.6%	19.1%	19.7%	18.4%
労務費 ⁴	6.0%	6.5%	5.9%	5.4%
その他	9.6%	12.6%	13.8%	13.0%
固定費	27.0%	13.4%	13.9%	11.2%
労務費 ⁵	16.0%	9.5%	9.7%	7.0%
その他	11.1%	4.0%	4.2%	4.2%

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 (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

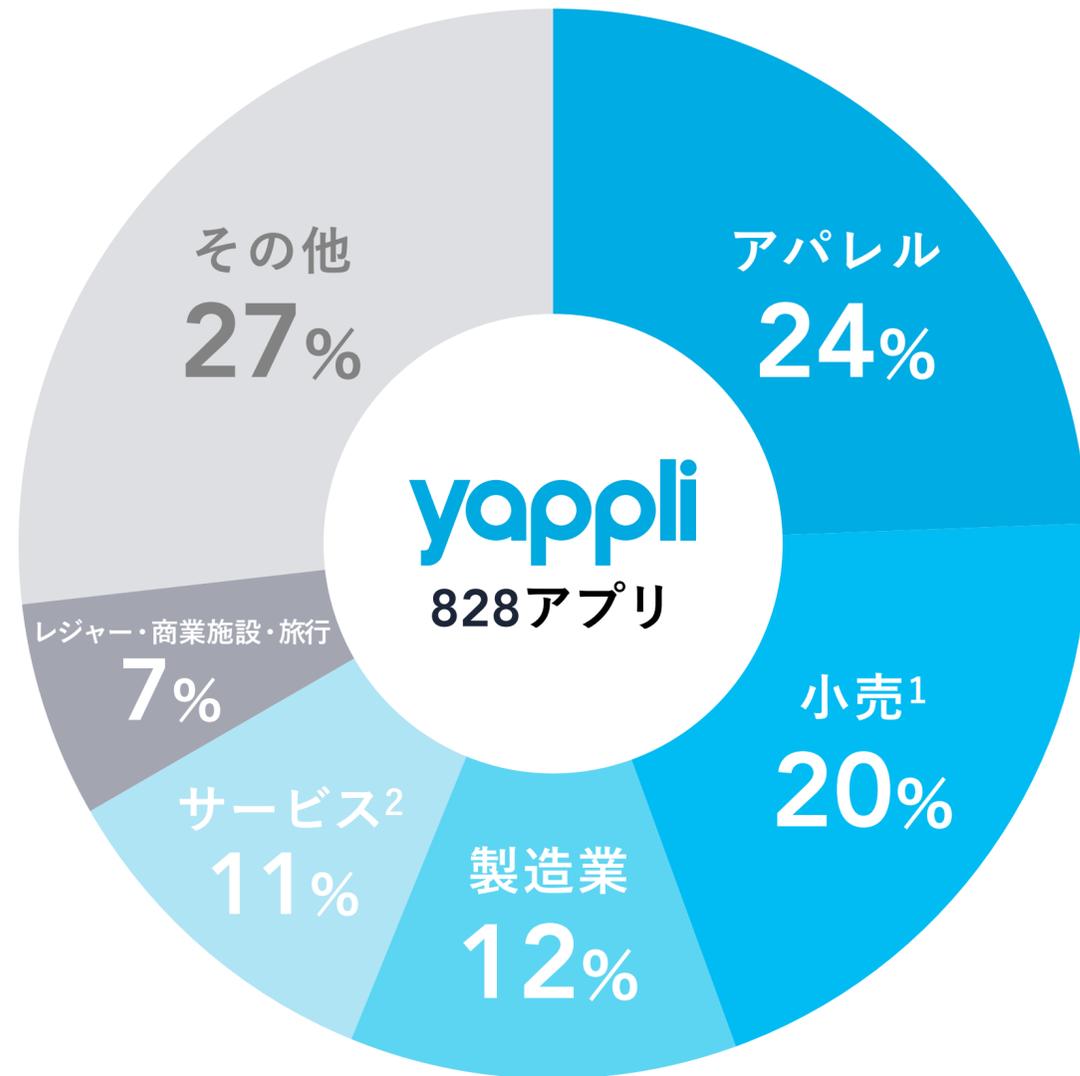
貸借対照表

単位：百万円

	2020	2021	2022	Q3 2023
流動資産合計	2,434	2,466	2,443	2,640
現金及び預金	2,024	1,867	1,650	1,905
固定資産合計	427	528	399	364
流動負債合計	569	624	705	1,448
固定負債合計	222	118	793	693
純資産合計	2,070	2,251	1,344	863

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

1. アパレル **24%** (202アプリ)
2. 小売¹ **20%** (166アプリ)
3. 製造業 **12%** (97アプリ)
4. サービス² **11%** (87アプリ)
5. レジャー・商業施設・旅行 **7%** (54アプリ)

注：2023年度第3四半期末時点、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



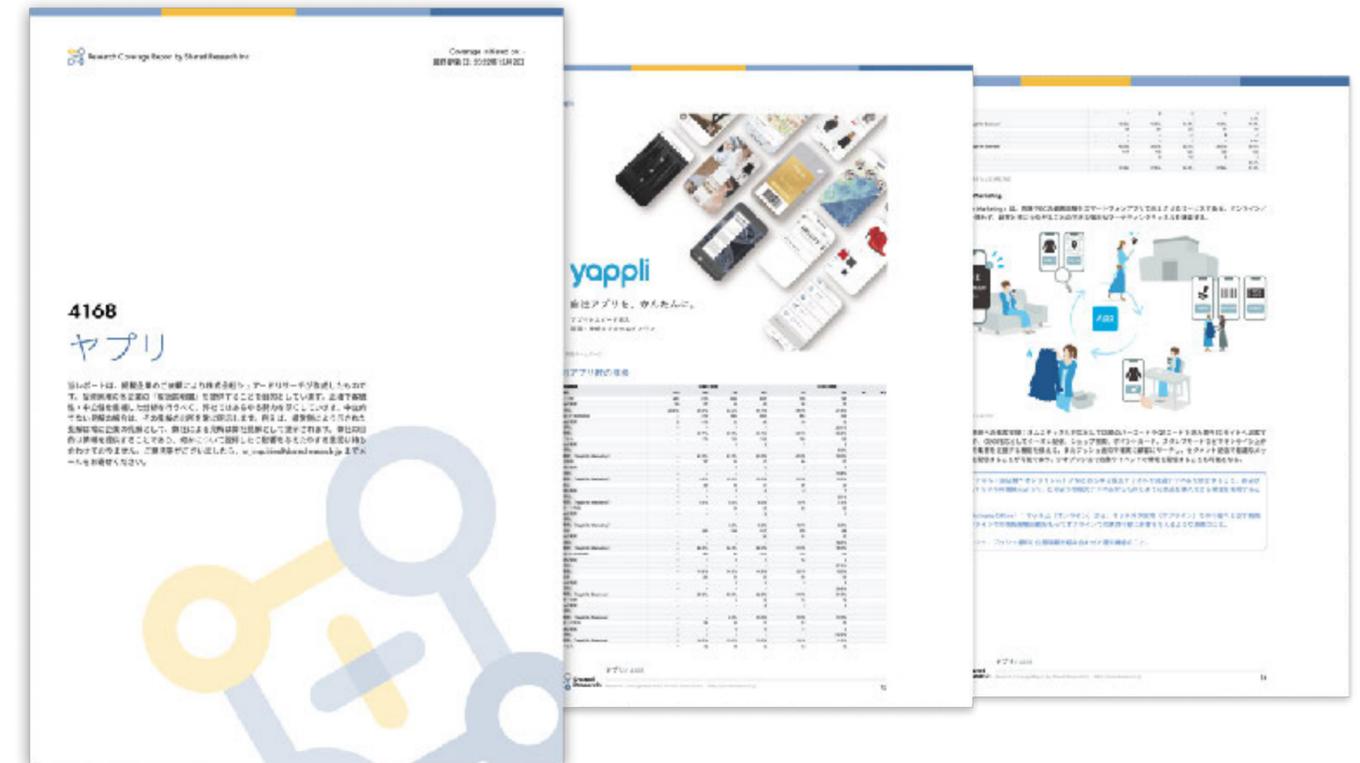
会社名	株式会社ヤプリ
設立	2013年4月
資本金	51億 3,678万円 (資本準備金を含む)
代表者	庵原 保文
社員数	254人
東京本社	東京都港区六本木3-2-1 住友不動産六本木グランドタワー41階
大阪支社	大阪府中央区難波5-1-60 なんばスカイオ 27 階
福岡支社	福岡県福岡市中央区大名1-1-29 WeWork 大名
上場市場	東証グロース(4168)
事業内容	アプリ運営プラットフォーム「Yappli」及び ノーコードの顧客管理システム「Yappli CRM」の企画・開発・販売

IRからのご案内

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けますと幸いです。

<https://sharedresearch.jp/companies/4168>



個人投資家向け Q3 FY23 決算説明会の動画配信

2023年度12月期第3四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@yappli.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