

MAKING AI EASY

BY MAKING
SOFTWARE INTELLIGENT

2024年12月期 第1四半期 決算説明資料

2024年5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





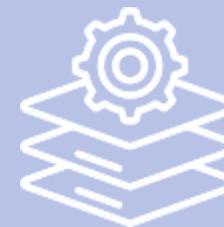
2024年第1四半期
総括と実績



2024年第1四半期
事業指標



事業の見通し



プロダクトの最新情報

2024年第1四半期の総括 & 2024年第2四半期の見通し- (1)



第1四半期はローシーズンにもかかわらず、成長モメンタムは継続し、四半期営業利益は前年同期比で改善。

売上収益は74億円、売上収益成長率は前年同期比33%となり、利益を伴う成長が継続。

営業利益は前年同期比で96百万円改善し、65百万円の黒字。営業利益率は0.9%、EBITDAマージンは10.0%。

売上総利益率は第1四半期として過去最高の51.7%（為替ニュートラル52.6%）を達成。売上総利益成長率は前年同期比37%に到達し、前四半期及び前年同期と比べても成長が加速。



市場開拓戦略及びプロダクト戦略の成功により、主要な事業指標は継続的に改善。

(1) 販売及びマーケティング費用（S&M）のオペレーティング・レバレッジが大幅に改善

(2) 顧客当たり平均売上収益（ARPC）が前年同期比14%増加

(3) LTM NRRと顧客収益解約率は健全な水準を維持

(4) 従業員1人当たりの生産性が前年同期比28%改善

これらの改善は、エンタープライズレベルの顧客を重視する戦略、ROI重視のプロダクト特性、及び最近の生成AI導入の成功によるもの。



主要な地域及び業種は、顧客基盤が多様化しつつ力強く成長。

地域別にみると、主要な市場が増収に大きく貢献。米国及びEMEAは前年同期比67%と高い売上収益成長率を維持し、北東アジアは売上収益成長率が前年同期比31%と継続的に拡大。

業種別では、新たな業種で早期に事業立ち上げが成功したことにより、新規顧客からの売上収益成長がさらに多様化。既存顧客からの売上収益も、従来より強い業種において継続的に拡大。

2024年第1四半期の総括 & 2024年第2四半期の見通し- (2)



第2四半期からデジタルコンテンツがハイシーズンとなるため、事業モメンタムの加速を見込む。

この傾向は過去の季節性のパターンと同様であり、デジタルコンテンツ⁽¹⁾のハイシーズンと、それに伴う新規顧客獲得の加速が牽引。売上収益の規模拡大と事業効率の改善により、年度末に向けて収益性の向上が続くと見込む。



生成AIモジュールを組み合わせることで、顧客のROI向上、当社事業の売上収益規模拡大、利益率向上に重要な役割を果たす。

この高度な技術により、顧客のマーケティング投資が最適化し当社への予算配分が増加することで、当社の営業生産性がさらに向上。生成AI機能の継続的な活用により、当社業績のさらなる改善、利益を伴う成長の促進といったポジティブなサイクルが見込まれる。

(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。

2024年第1四半期 ハイライト

売上収益

JPY **74億**

売上収益成長率 (1)

+33%

収益性

営業利益 JPY **65M**
EBITDA JPY **736M**

売上総利益成長率 (2)

+37%

ARR⁽³⁾

JPY **290億**

LTM NRR

米国ドル
ベース (4) **118.0%**

為替
ニュートラル (5) **130.4%**

(1) FY23 Q1とFY24 Q1を比較した売上収益の成長率

(2) FY23 Q1とFY24 Q1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) 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) 以下の(i)を(ii)で除して算出。

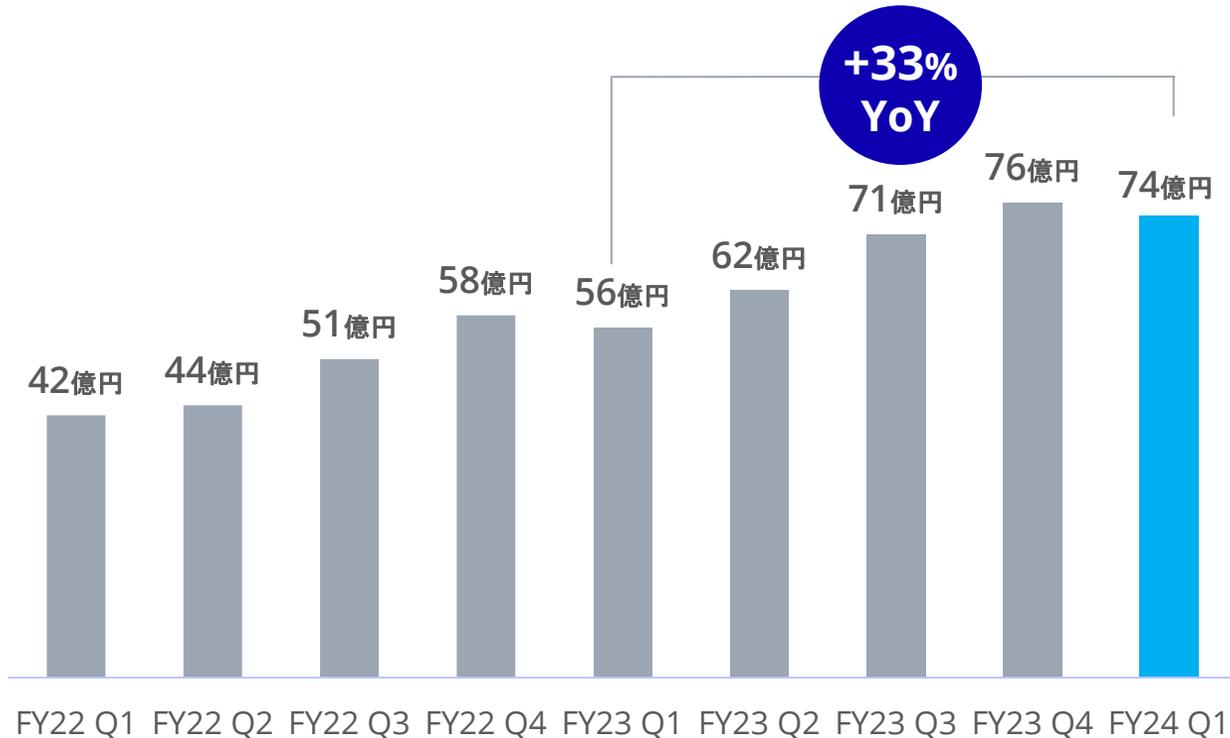
(i) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益を米国ドルで計算し、FY23 Q2からFY24 Q1の為替中立レートで日本円に換算

(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、FY22 Q2からFY23 Q1の為替レートで日本円に換算

売上収益の推移

- FY24 Q1の売上収益は前年同期比33%増の74億円となり、売上収益成長率は前四半期及び前年同期と比べ若干加速。
- 新規顧客からの増収貢献は、米国及びEMEAの新たな業種と、韓国のデジタルコンテンツの影響が大きく、各地域における業種多様化戦略が早期に成功。

売上収益（日本円）



増収要因

42% 既存顧客から⁽¹⁾

- ▶ 生成AIを含むAI技術の進化によりROIが向上し、広告クラウド⁽³⁾事業が米国及びEMEA、北東アジアの両地域で拡大
- ▶ ローシーズンにもかかわらず、Eコマースとデジタルコンテンツの両業種が前年同期比で堅調に成長

58% 新規顧客から⁽²⁾

- ▶ 米国及びEMEA、北東アジアにおける戦略的な業種の多様化により新規顧客からの売上規模を拡大
- ▶ グレーターチャイナ地域において、特にデジタルコンテンツ顧客からの強い支持

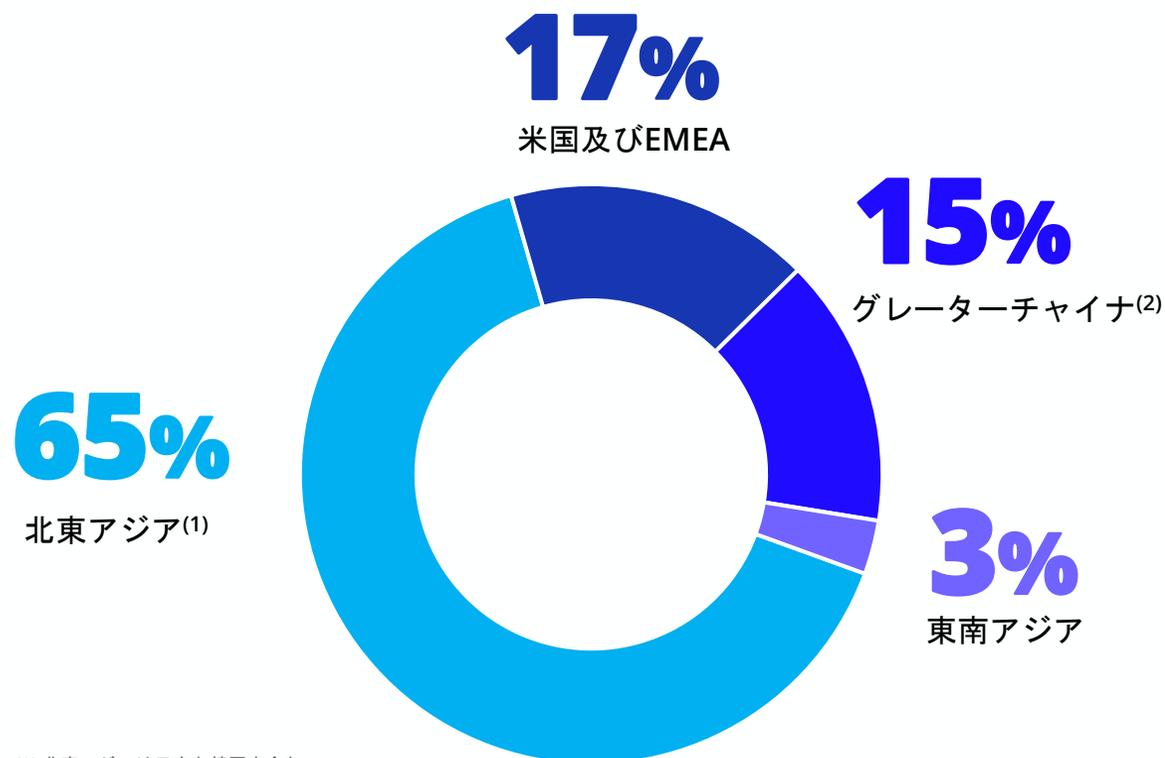
(1) 「既存顧客」はFY23 Q2より前に獲得した顧客を指す

(2) 「新規顧客」はFY23 Q2からFY24 Q1に獲得した顧客を指す

(3) 「広告クラウド」はCrossXとAIXPERTを含む新たなプロダクトカテゴリー

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

FY24 Q1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

継続的な既存顧客との取引拡大と顧客業種の拡がりにより、売上収益成長率は前年同期比**31%**

US及びEMEA

デジタルコンテンツのローシーズンにもかかわらず、より多様化された業種においてROI重視の顧客が拡大し、売上収益成長率は引き続き前年同期比**67%**と高い水準

グレーターチャイナ

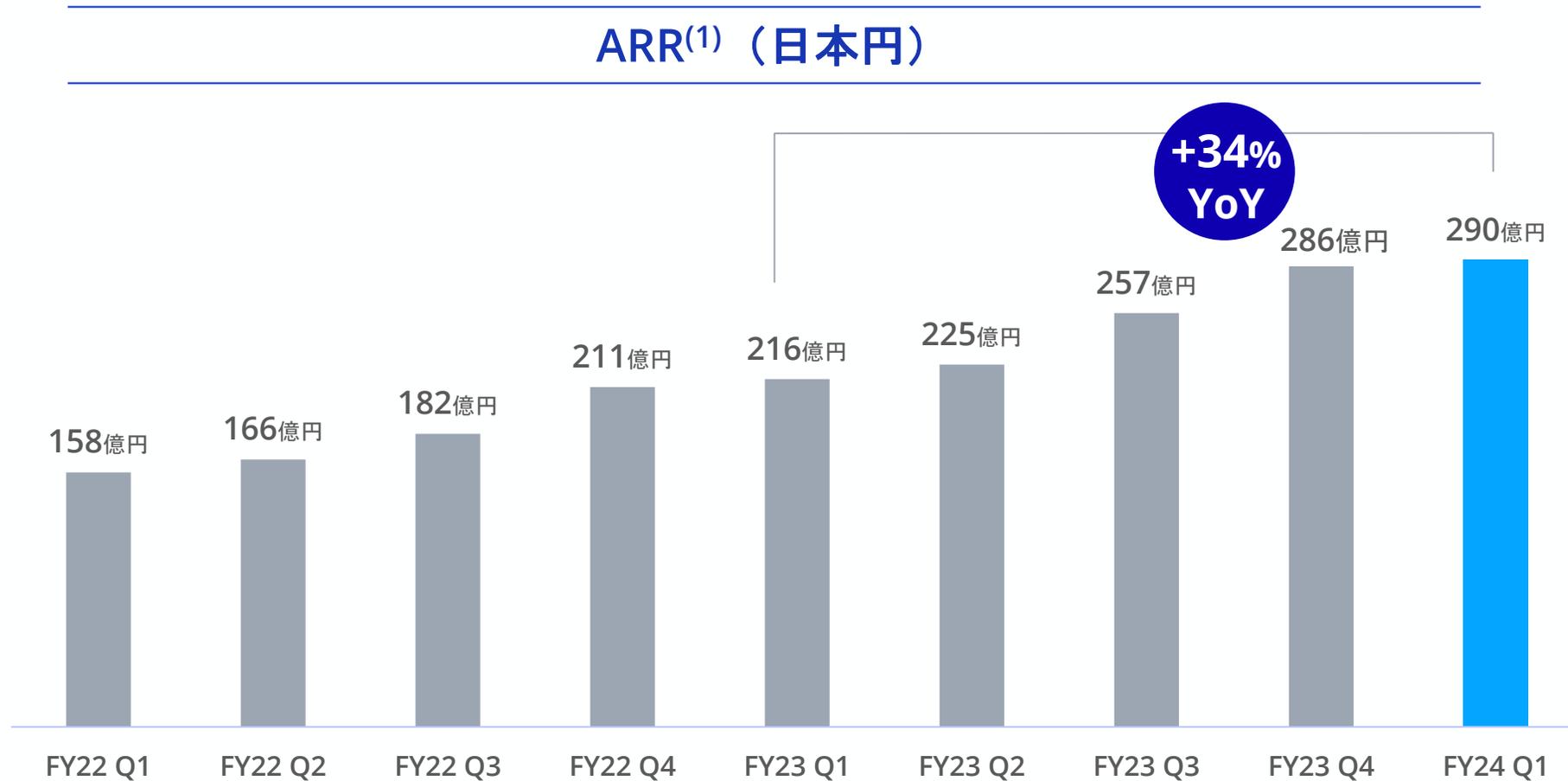
売上収益成長率は前年同期比**17%**
主に中国の海外向け事業の拡大を含む、FY23下期から継続する事業モメンタムが牽引

東南アジア

引き続き市場がより成熟するまで主要な顧客に注力

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

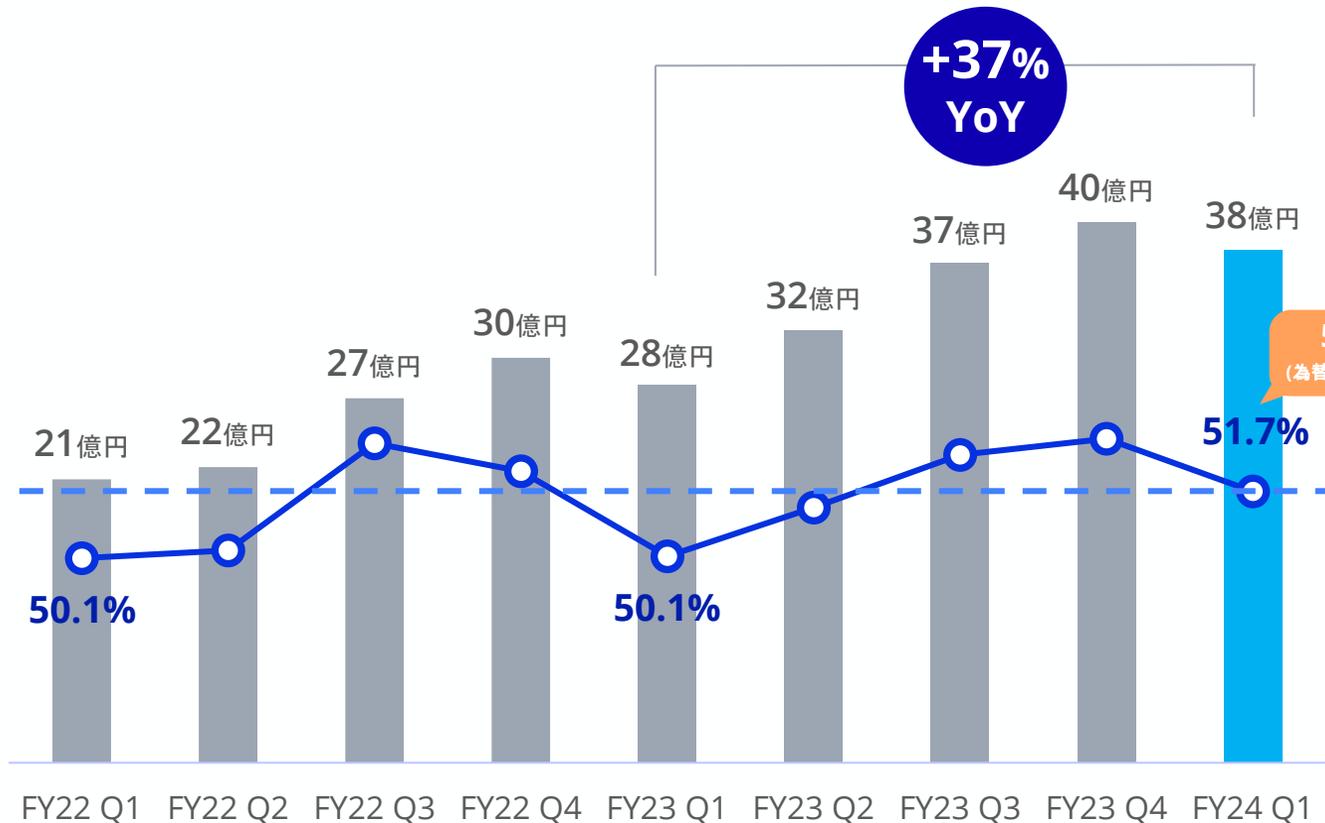


(1) 各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション (AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie、AIRIS) についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益 (MRR) に12を掛けて算出 (ii) 利用量ベースの価格体系のCrossXIについての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益 (MRR) の平均に12を掛けて算出

売上総利益

- FY24 Q1の売上総利益率は51.7%（為替ニュートラルで52.6%）と前年同期比1.6%ポイント改善し、今年度の好調な滑り出しとなった。この改善は、技術革新への継続的な取り組みによるもの。

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 (YoY)

- ▶ 継続的な技術革新、特に広告クラウド⁽¹⁾（CrossX）における生成AIの導入により、FY24は過去対比で高いスタート地点を実現
- ▶ 円安による為替のネガティブ影響

前四半期比 (QoQ)

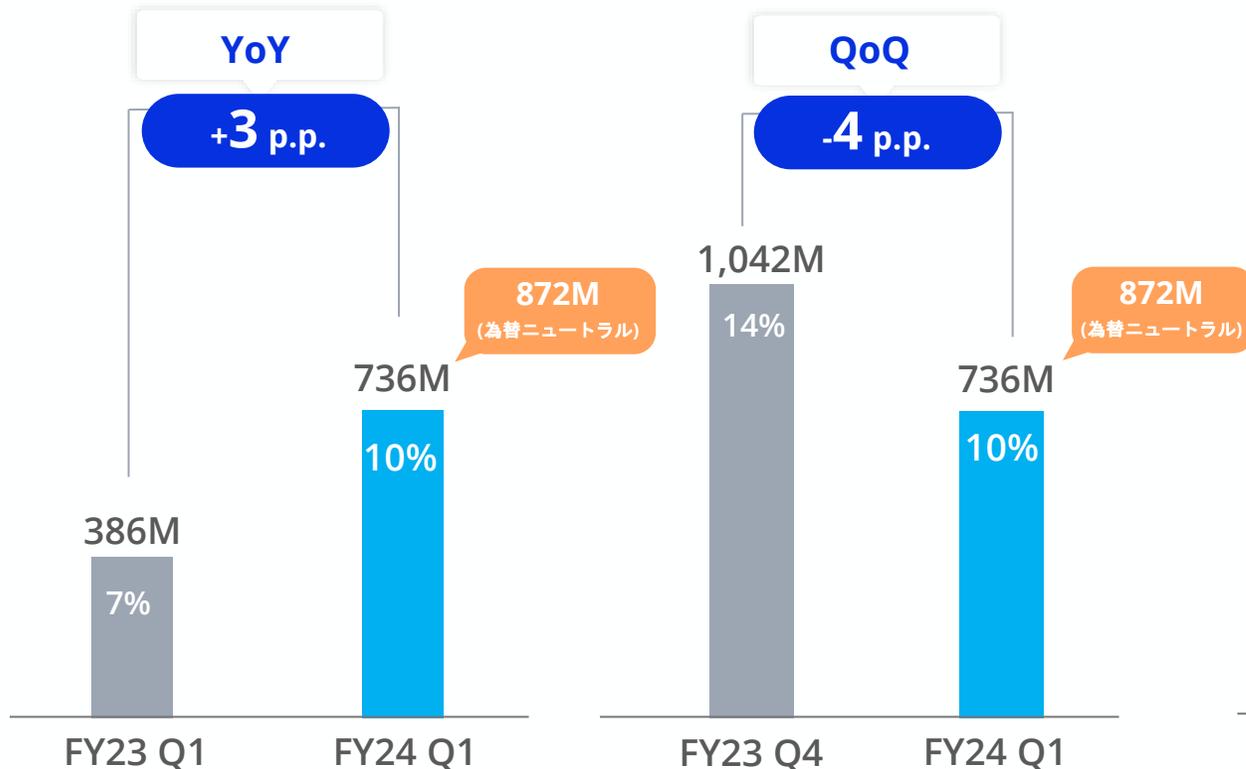
- ▶ 例年通り、第1四半期は将来の利益率改善を加速させるため、AIの予測精度の向上や新規プロダクトの試験的運用による費用が増加

(1) 「広告クラウド」はCrossXとAIXPERTを含む新たなプロダクトカテゴリー

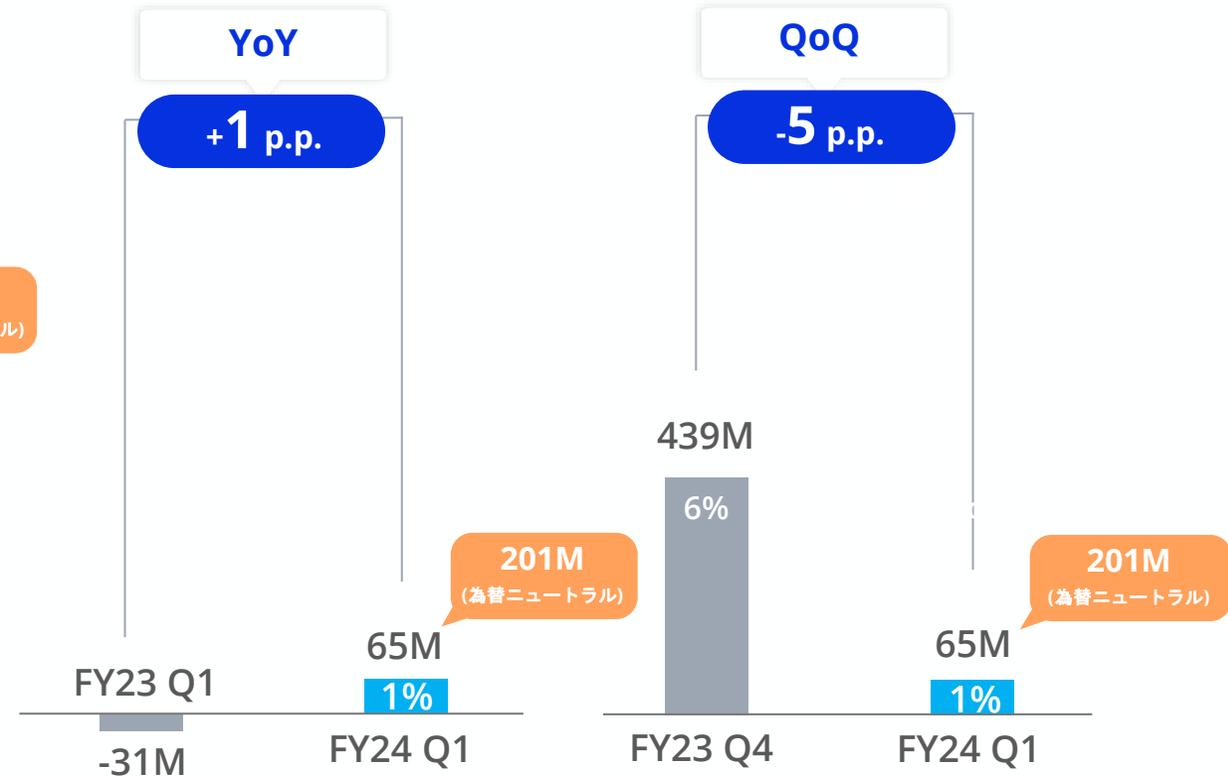
EBITDA & 営業利益

- 主に売上総利益率の改善と、販売及びマーケティング費用（S&M）のオペレーティング・レバレッジの強化により、第1四半期の収益性は当社の計画を上回って推移し前年同期比でも改善。前四半期比では第1四半期の季節性の影響により利益率が低下。
- 収益性については、例年同様、季節性による売上収益の拡大に伴い、今後四半期毎に改善すると見込む。

EBITDA⁽¹⁾ & マージン（日本円）



営業利益 & 利益率（日本円）

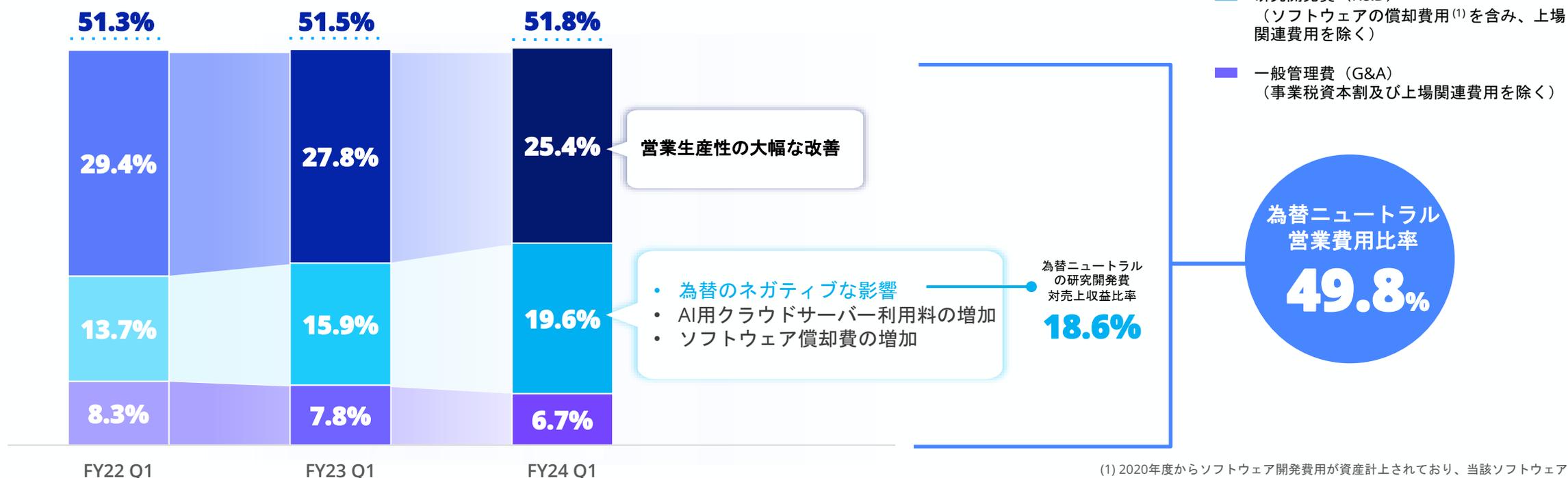


(1) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び無形資産償却費 + 営業費用に含まれる税金費用

コスト構造

- オペレーティング・レバレッジは引き続き高い水準を堅持。営業費用の対売上収益比率は安定的に推移し、前年同期比で為替ニュートラルベースでは1.7%ポイント改善。ハイシーズンが近づくにつれて売上収益のモメンタムは向上し、営業費用の対売上収益比率は年間を通じて改善を見込む。
- 販売及びマーケティング費用（S&M）と一般管理費（G&A）の対売上収益比率は、生産性の向上と業務効率の改善により低下。一方で、研究開発費（R&D）の対売上収益比率はAI投資の増加により上昇したものの、それにより売上総利益率と営業生産性が向上。この好循環により、FY25の財務目標の達成に向けて前進。
- 研究開発費（R&D）の対売上収益比率は、事業規模の拡大に伴い、例年通り年度末に向けて低下し、FY25の財務目標に沿った健全な比率が維持されると見込む。

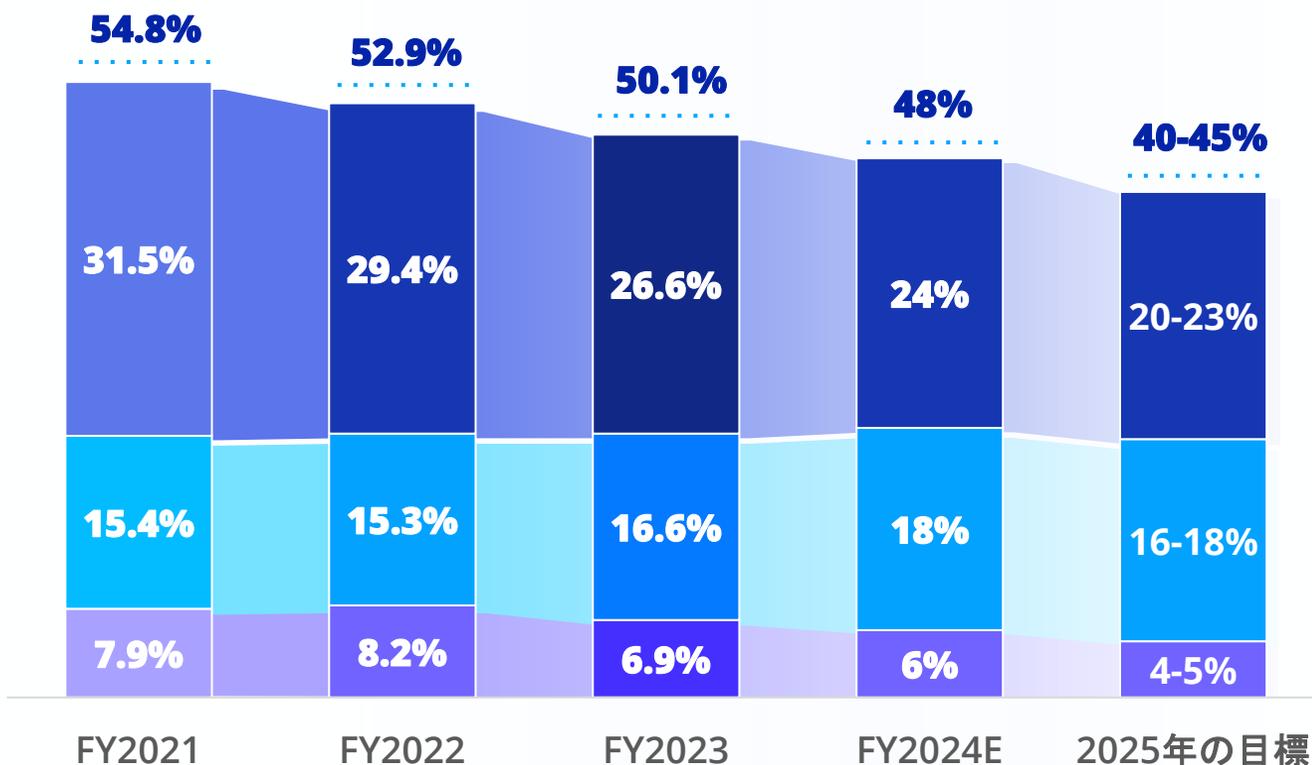
コスト構造の実績 & 2025年の利益率目標 (対売上収益比率)



FY25に向けたコスト構造

- 全体としては2025年の財務目標に向けて順調に進捗。
AI技術開発を加速することは、ビジネスチャンスであり、利益率をさらに改善し、一層の売上収益規模を拡大し得ると考えている。
結果として、研究開発費（R&D）の対売上収益比率は、FY25の当初予想である14-16%から16-18%の範囲への上昇を見込む。
- AI技術の進化は、営業生産性の向上と業務効率の強化にも貢献する。従って、販売及びマーケティング費用（S&M）の対売上収益比率は、FY25の当初予想である22-25%から20-23%の範囲に低下を見込む。

コスト構造の実績 & 2025年の利益率目標 (対売上収益比率)



2025年の財務目標

売上収益成長率⁽²⁾
30%+

売上総利益率⁽³⁾
55-60%

営業利益率⁽⁴⁾
15-20%

- 販売及びマーケティング費用（S&M）
(ソフトウェアの償却費用⁽¹⁾及び上場関連費用を除く)
- 研究開発費（R&D）
(ソフトウェアの償却費用⁽¹⁾を含み、上場関連費用を除く)
- 一般管理費（G&A）
(事業税資本割及び上場関連費用を除く)

(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ことがある



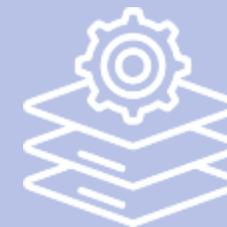
2024年第1四半期
総括と実績



2024年第1四半期
事業指標



事業の見通し

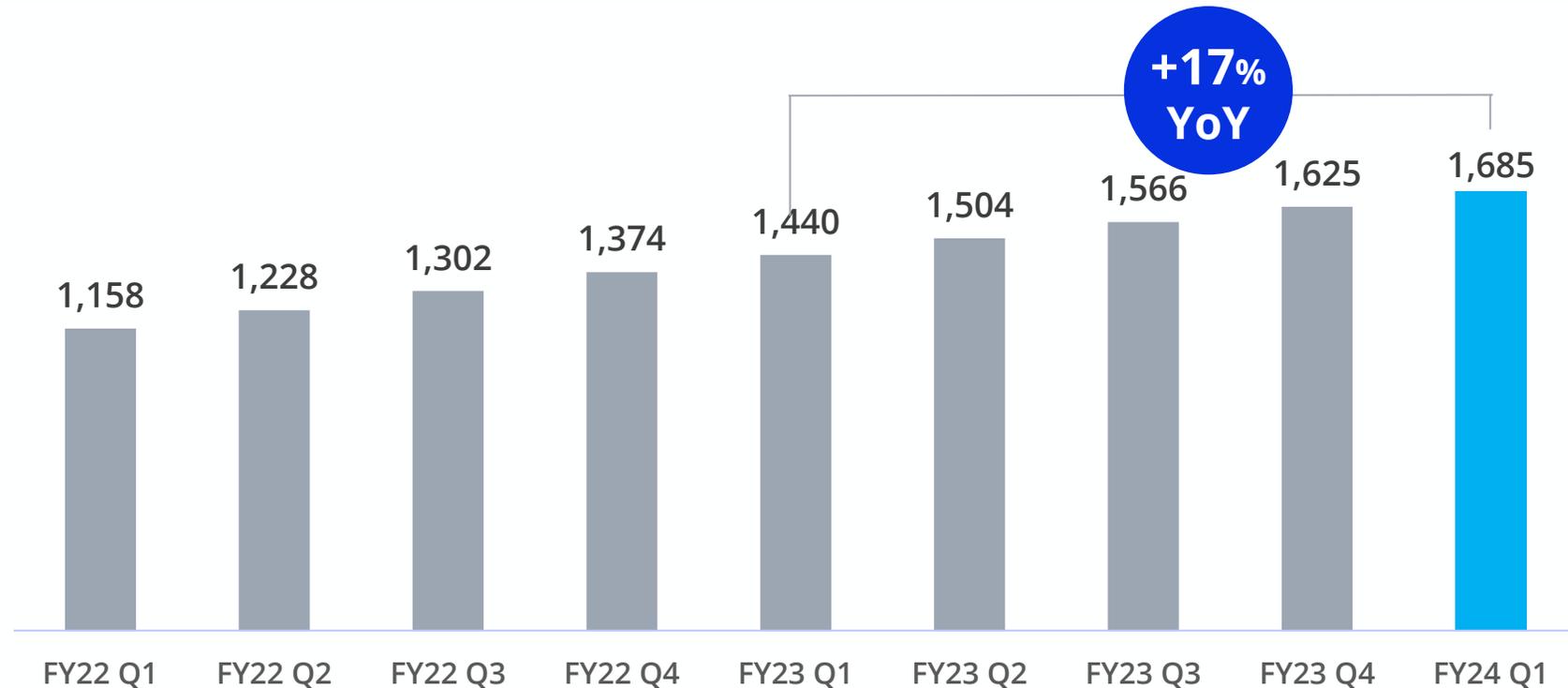


プロダクトの最新情報

顧客企業数の四半期推移

- 新規顧客獲得のモメンタムは高まっている。一方、顧客企業数の純増件数は、戦略的に規模の大きなエンタープライズ顧客に注力していることもあり、中小規模顧客の解約の影響を若干受けた。
- FY24 Q1に獲得した新規顧客の業種は、主にデジタルコンテンツ（新規顧客のうち38%がデジタルコンテンツ）

顧客企業数⁽¹⁾

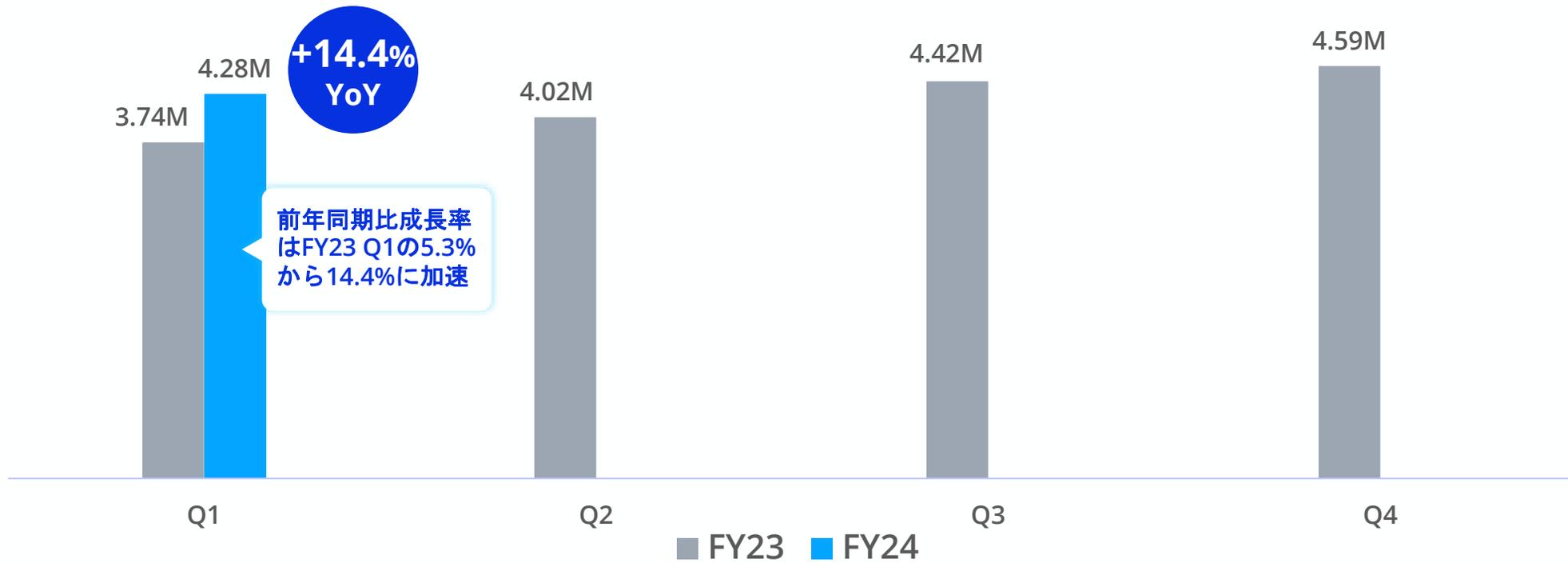


(1) 「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

顧客当たり平均売上収益(ARPC)の四半期推移

- FY24 Q1のARPCの前年同期比成長率は、FY23 Q1の5.3%から14.4%に加速。
- これは主に、既存顧客の健全な拡大と、ARPCの成長に長期的に貢献するポテンシャルを持つ大規模なエンタープライズ顧客に引き続き戦略的に注力したことによるもの。

顧客当たり平均売上収益(ARPC)の四半期推移⁽¹⁾ (日本円)

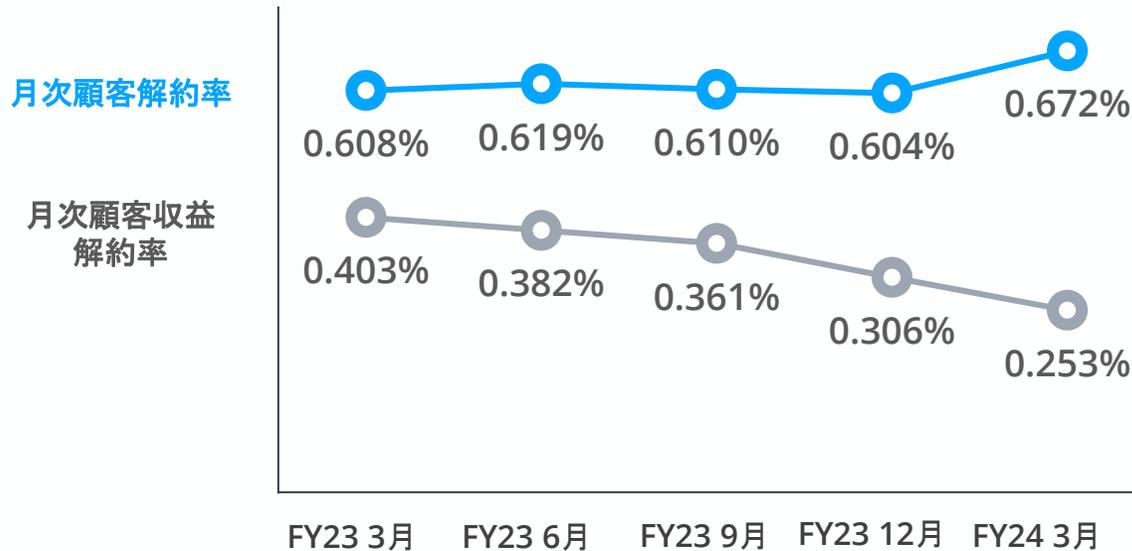


(1) 「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

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

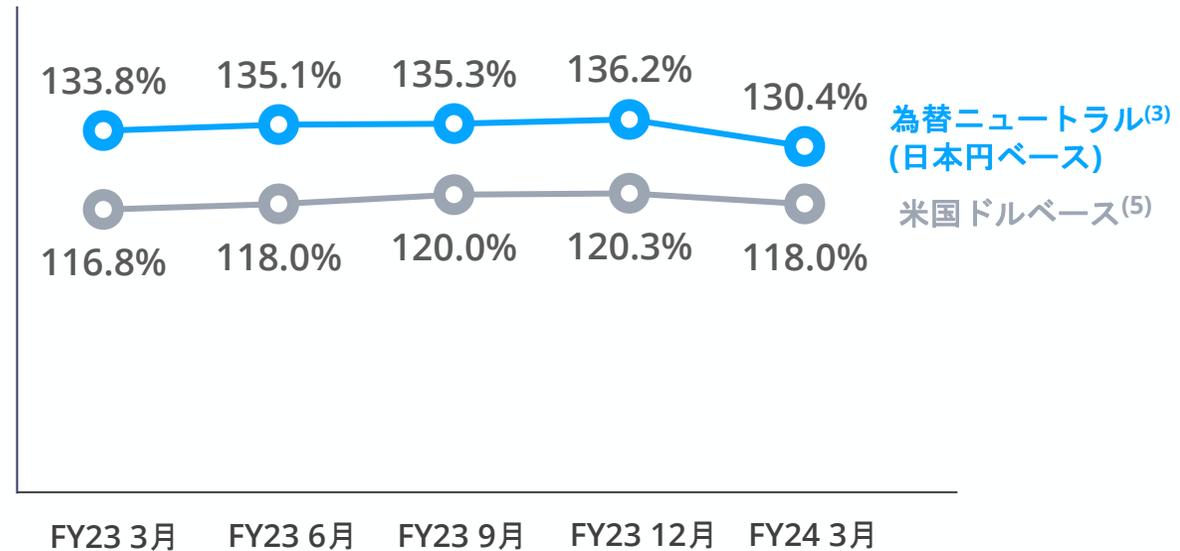
- 顧客解約率の上昇は、主に中小顧客の解約によるもので、大規模顧客への戦略的な注力に伴うもの。顧客の解約が売上収益に与える影響は小さくなり、顧客収益解約率は低下。
- ローシーズンにもかかわらず、米国ドルベースのLTM NRRは前年同期比で改善。1年前と比較して前年同期対比の米国ドル/日本円の為替変動が小さかったため、米国ドルベースと日本円ベースのLTM NRRの差は縮小。

直近12か月の月次顧客解約率⁽¹⁾及び
月次顧客収益解約率⁽²⁾



(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、FY23Q2からFY24Q1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、FY22Q2からFY23Q1の為替レートで日本円に換算

直近12ヶ月の
Net Revenue Retention

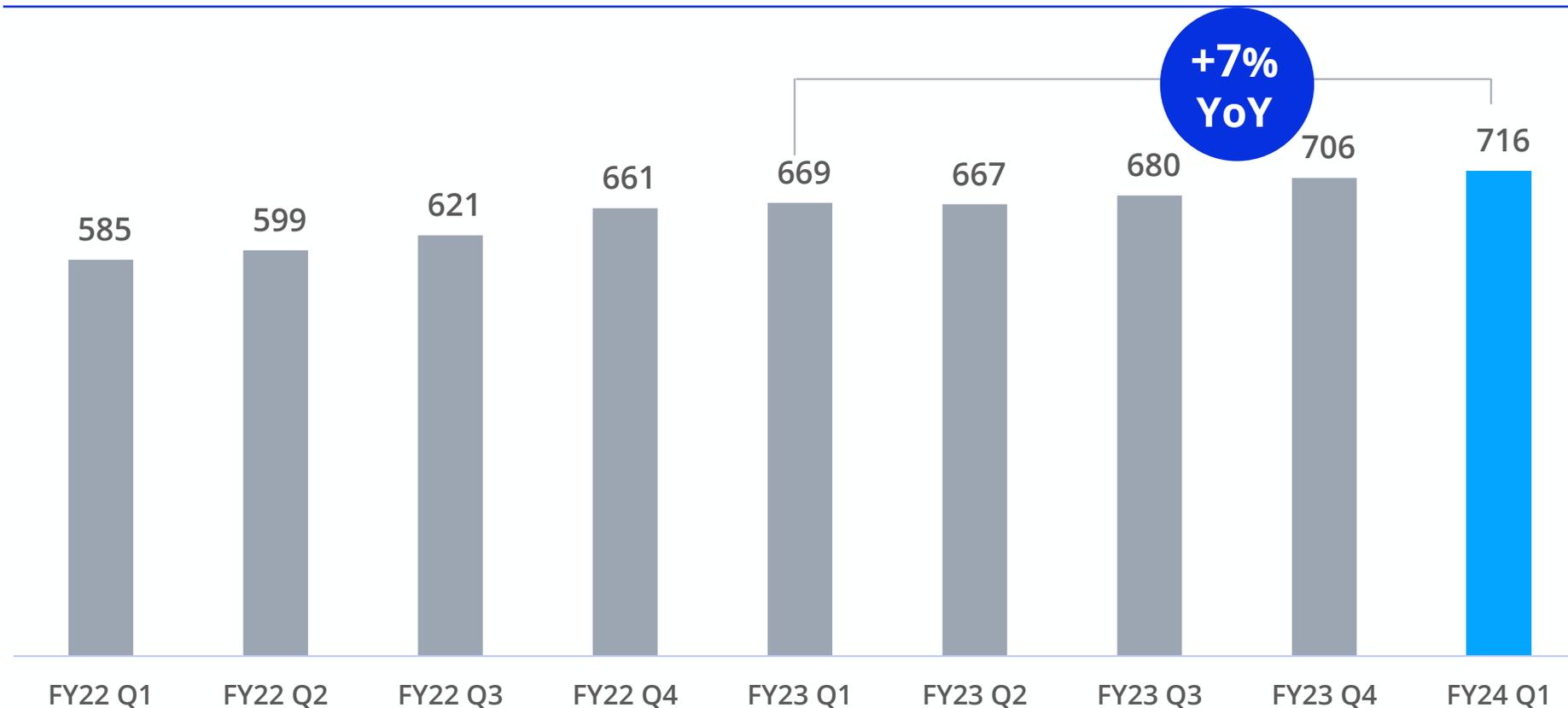


(4) 「為替ニュートラル」とは、当期の為替変動の影響を除き、比較期間と同じ換算レートを用いて計算することを指す
 (5) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益 (米国ドル建て) を、前年同期の当該顧客からの売上収益 (米国ドル建て) で除して算出
 (6) 上記計算にはBotBonnieとWoopraの顧客は含まれていない

成長機会を拡大するための採用活動・継続的な人材投資

- FY24 Q1の新規採用人数は季節性の影響で緩やかだが、営業及び技術部門の主要ポジションの採用は計画通り。
- 当社は採用戦略として量より質を重視し、利益を伴う成長と生産性の向上を実現。

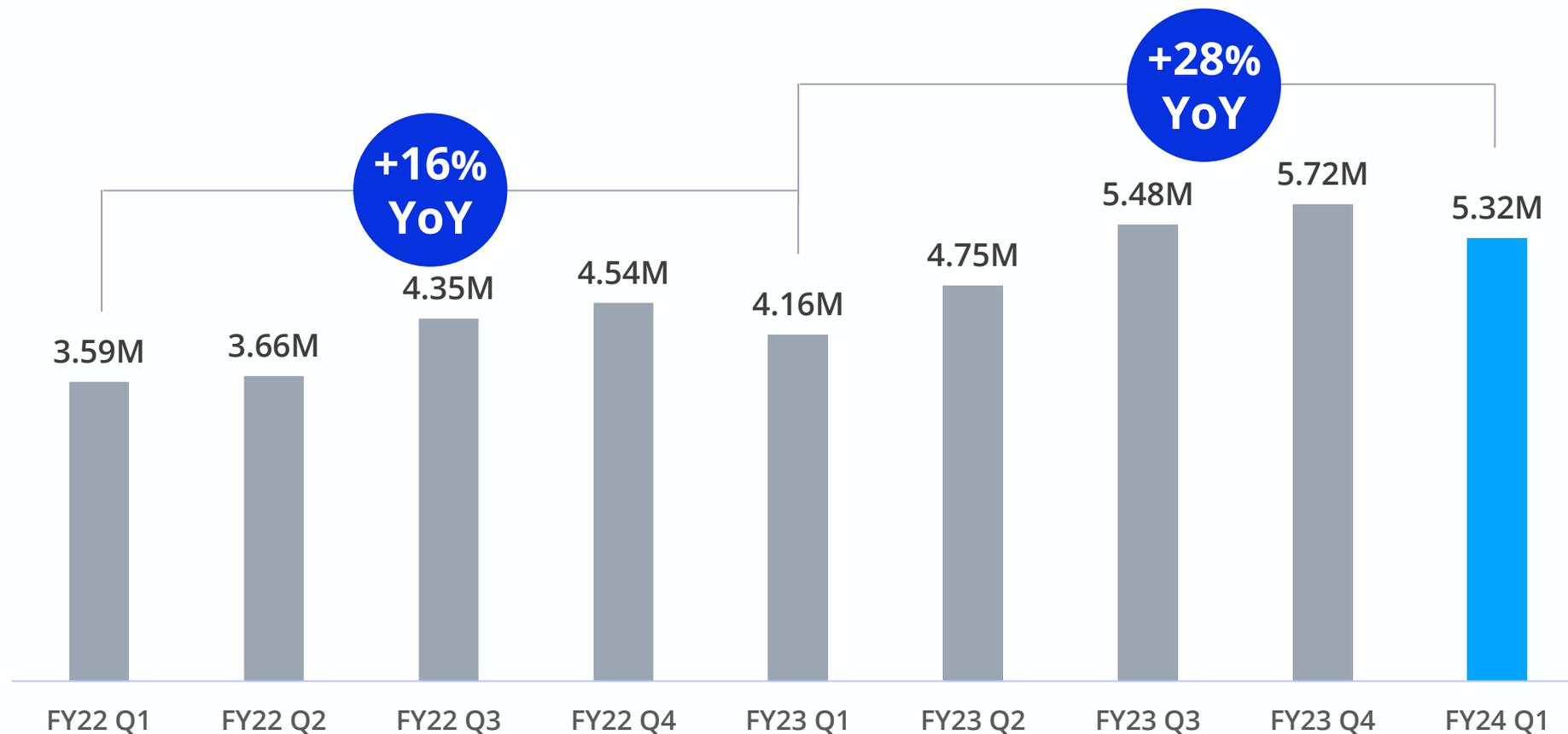
従業員数



生産性の改善

- 生産性の改善はFY23 Q1の前年同期比16%と比較してもさらに加速し、前年同期比28%改善。

四半期売上総利益 / 従業員数（日本円）





2024年第1四半期
総括と実績



2024年第1四半期
事業指標



事業の見通し



プロダクトの最新情報

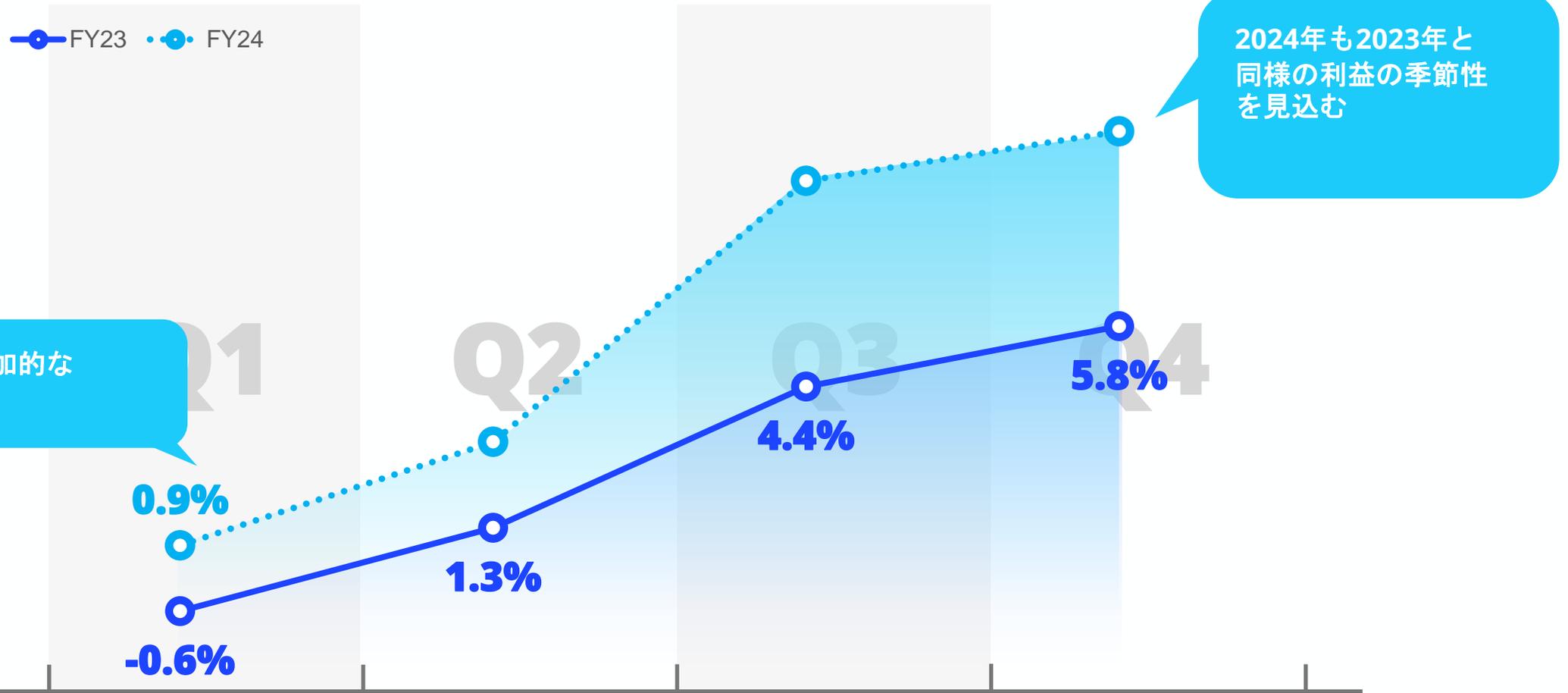
2024 Q1の概要 & 2024年の業績予想

- 2024年は、当社のコアバリューである革新的な技術強化と、規模の拡大による業務効率化により、持続可能な利益を伴う成長を達成するための事業運営を継続。

	2024 Q1		YoY	2024		YoY	ハイライト
売上収益	74 億円		+33%	345 億円		+31%	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 米国及びEMEAは引き続き堅調に拡大し、FY24 Q1の売上収益成長率は前年同期比67%と会社全体の成長率を大きく上回った ▶ 北東アジアは顧客業種の拡がり既存顧客の拡大が売上収益の成長を牽引し、FY24 Q1の売上収益成長率は前年同期比31%を達成 ▶ グレーターチャイナにおいて、業種拡大による新たな成長ドライバー（FY24は特に中国の海外向け事業） ▶ AIのトレンドにより、顧客の当社の主要な差別化要因への理解が更に浸透
売上総利益	38 億円	51.7%	+37%	185 億円	53.5%	+35%	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 広告クラウドへの生成AIの導入を含む、FY24 Q1の継続的な技術革新により、FY24は高いスタート地点を実現 ▶ FY24 Q1は円安により為替がネガティブに影響
営業利益	0.7 億円	0.9%	+1.4 p.p.	21 億円	6.1%	+3.0 p.p.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 生産性の向上による強力なオペレーティング・レバレッジにより、販売及びマーケティング費用と一般管理費用の対売上収益比率改善を加速 ▶ 規律を持ったコスト管理を維持しつつ、急速に進化する業界と新たな生成AIによる事業機会に対応するため、プロダクト開発のための研究開発投資を増加
EBITDA	7 億円	10.0%	+3.1 p.p.	49 億円	14.2%	+3.5 p.p.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ FY24Q1の営業費用の対売上収益比率は、FY23 Q1と比較して安定的に推移し、為替ニュートラルベースでは1.7%ポイント改善
配当	未定						<ul style="list-style-type: none"> ▶ 配当の有無は、FY24のコア・フリー・キャッシュ・フロー黒字化進捗状況により決定

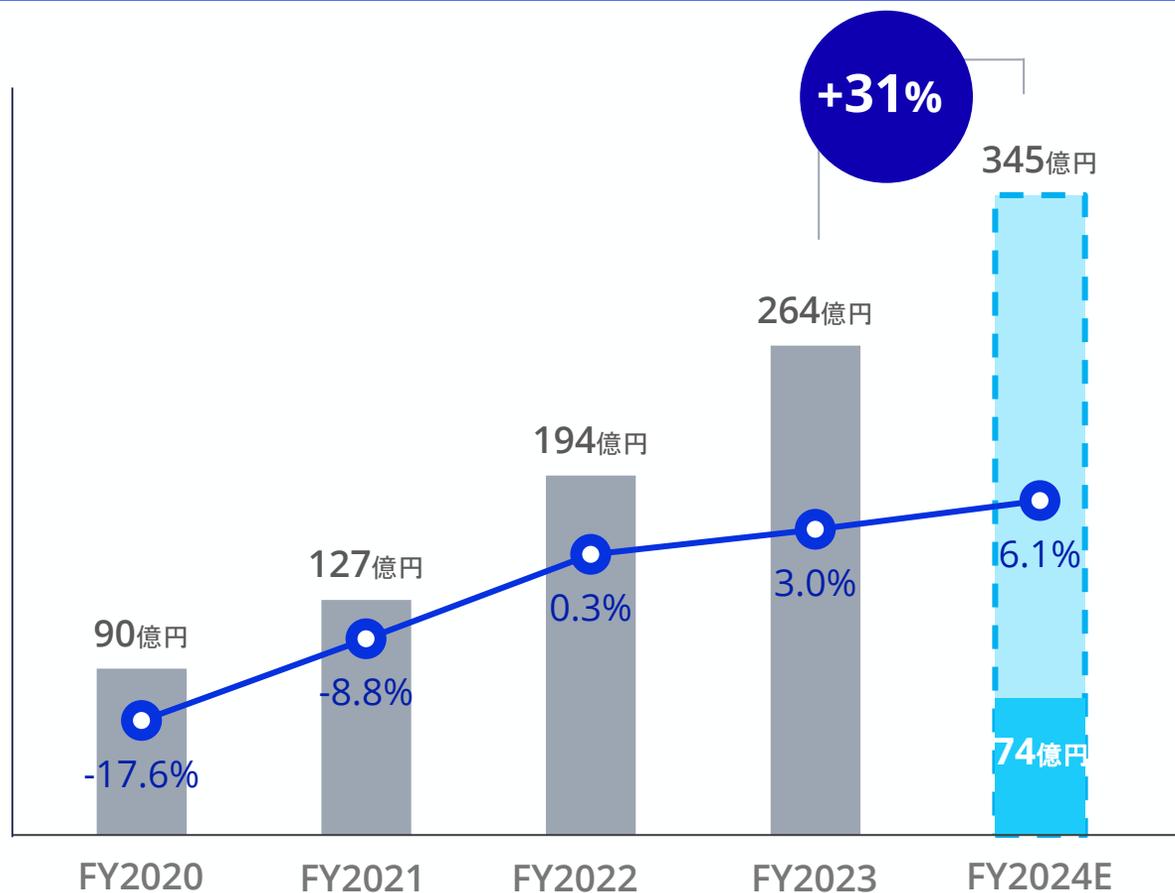
四半期毎の利益の季節性

四半期営業利益率



FY24も引き続き売上成長と収益性をともに追求

売上収益（日本円） & 営業利益率



成長

- ▶ 成長可能性の高い地域の大規模なエンタープライズ顧客に注力
- ▶ バランスの取れた業種拡大
- ▶ 既存顧客の利用拡大によるアップセル及びプロダクトシナジーによるクロスセル

収益性

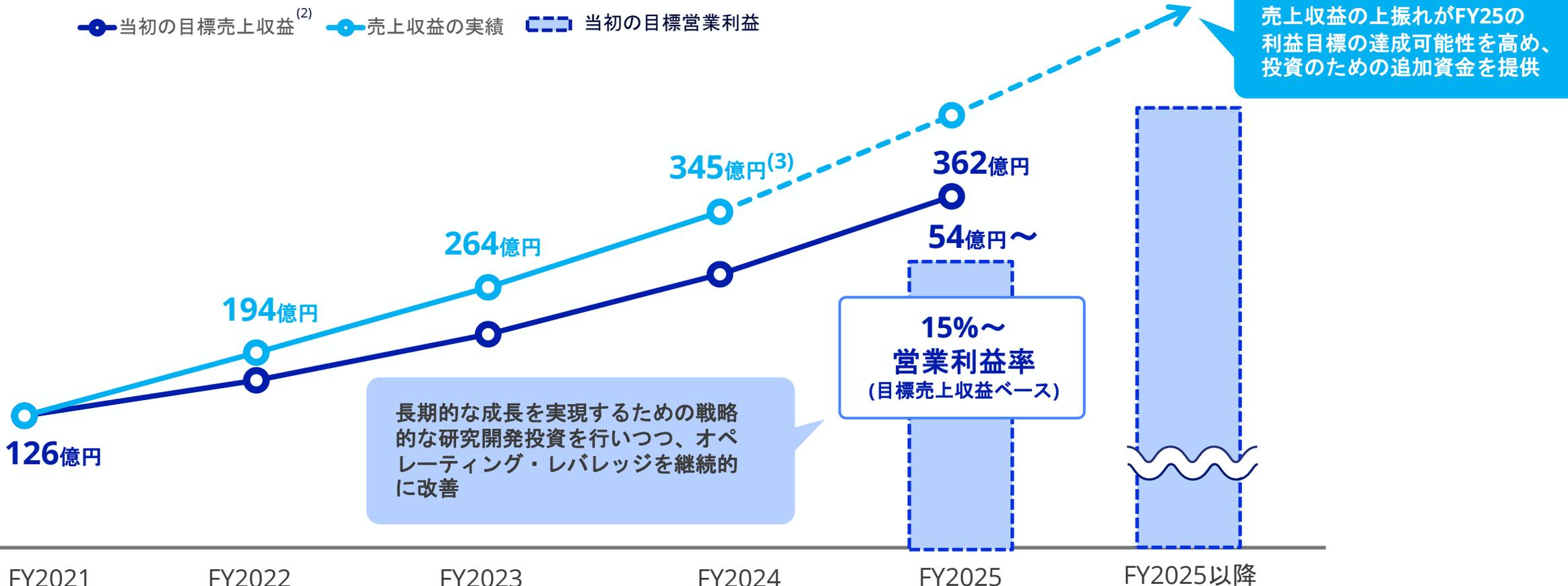
- ▶ 売上総利益率: 為替変動に関わらず、技術革新による継続的な改善
- ▶ 販売及びマーケティング費用: 営業生産性の向上
- ▶ 研究開発費: 急速に進化する業界と新たな生成AIによる事業機会に対応するための継続的投資
- ▶ 一般管理費: 対売上収益比率は徐々に低下傾向

FY25の財務目標に向けた進捗

- 2022年5月に設定した目標売上収益と比較すると、FY24の業績予想は既にFY25の目標に大きく近づき、目標を前倒しで達成している。
- 為替変動による潜在的なリスクを除き、FY25の営業利益は54億円以上を達成する見込み。
- 優れた事業運営を維持し、さらなる利益を伴う成長を実現することで、FY25以降も売上収益と営業利益ともに成長が継続すると見込む。

実際の業績 vs. FY25財務目標⁽¹⁾ (日本円)

● 当初の目標売上収益⁽²⁾ ● 売上収益の実績 ■ 当初の目標営業利益





2024年第1四半期
総括と実績



2024年第1四半期
事業指標

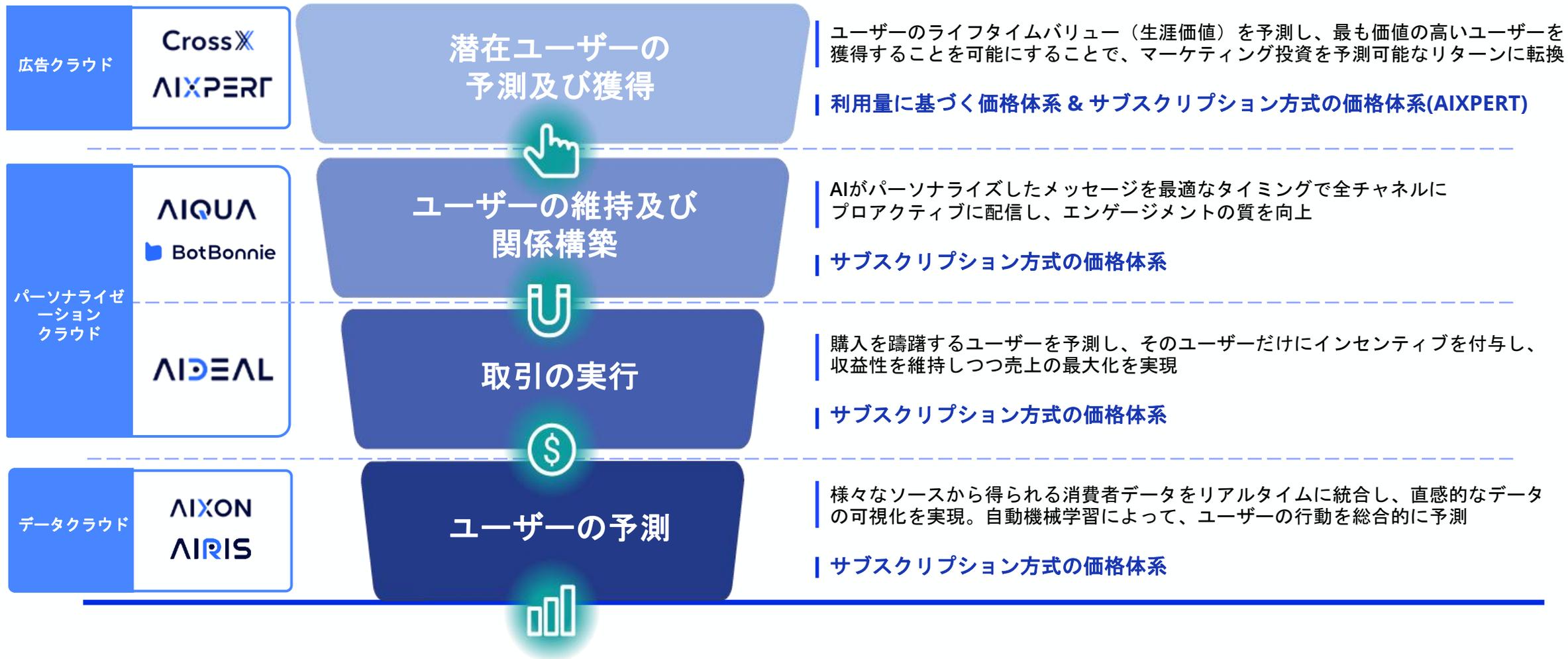


事業の見通し



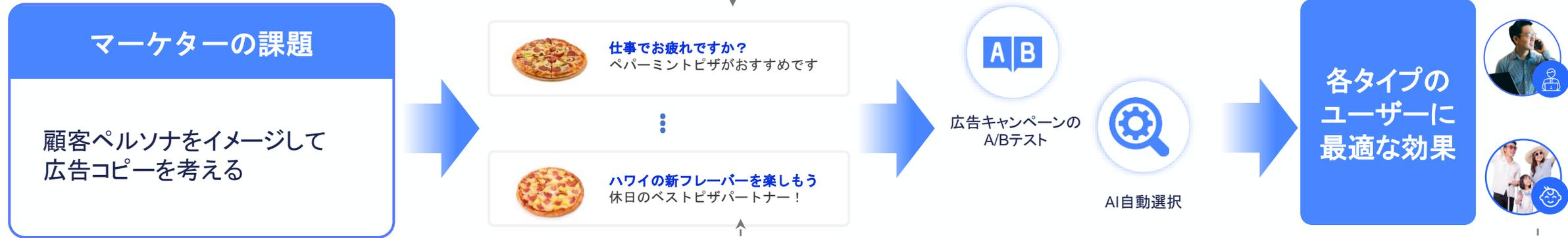
プロダクトの最新情報

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



広告クラウド - 生成AIが自律的にパーソナライズされたコピーとクリエイティブを生成し、高度なターゲティングを実現

一般的なデジタルマーケティングのアプローチ



Appier 生成AIモデル



リアルタイムデータに基づき、LLMが自動で複数のマーケティングコピーを生成

自動ペルソナセグメント



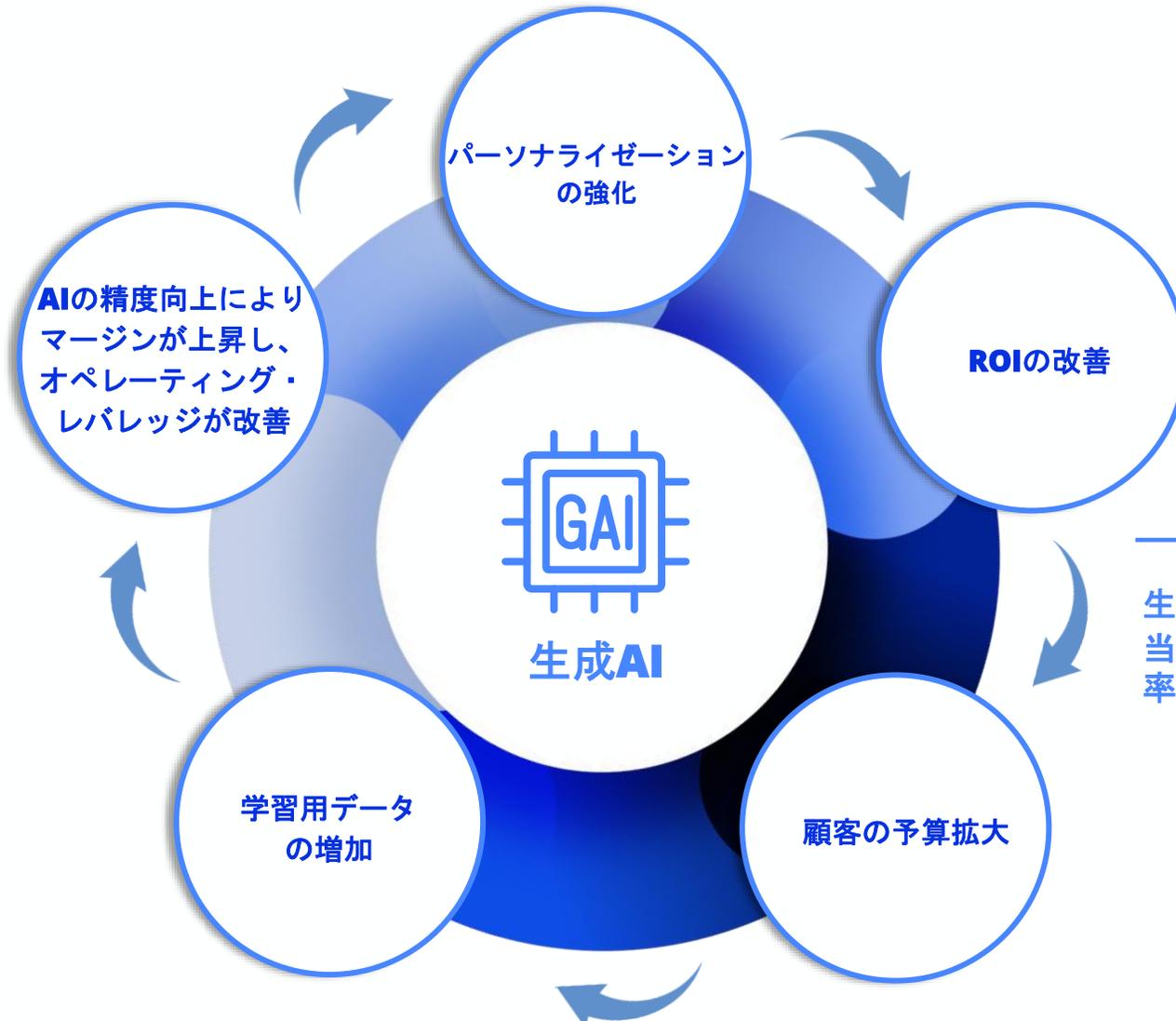
リアルタイムに パーソナライズされたコピー

ファミリーピザ！美味しくて手頃な価格
ちょっと一息！
同僚の誕生日をお祝いしよう！
節約志向のお客様に最適なメニュー！
ヘルシーでおいしい！グルテンフリーのピザ
ジャイアント・ピザでパーティを始めよう！
ハート型ピザで特別なひとときを

LLMモデルを改良し、リアルタイムのユーザー行動に基づき、
よりパーソナライズされたコピーを生成

リアルタイム
データに基づき
自動更新

Appierの生成AI技術は自己強化ループを構築し、 当社のオペレーティング・レバレッジを改善



生成AIは顧客のROIを向上させ、
当社への予算配分の拡大と当社の業務効率の改善につながる。

広告クラウド - ターゲット顧客セグメントを自動生成し、生成AIモデルによる学習が可能

一般的なデジタルマーケティングのアプローチ



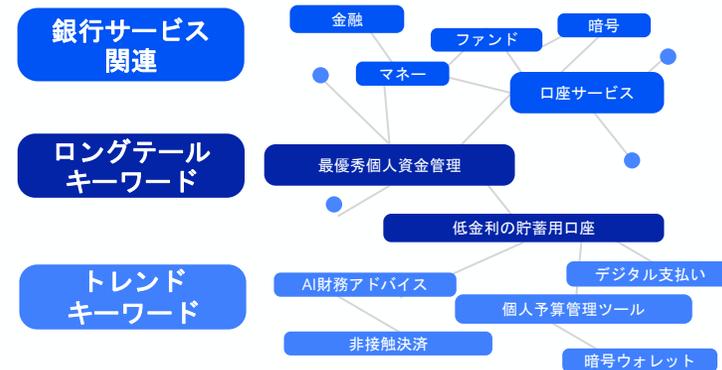
Appier 生成AIモデル



独自のデータ +
リアルタイムデータ



LLMが直接的・間接的なキーワードを自動生成



生成AIが
パフォーマンス
データに基づき
最適化

LLMモデルを改良し、よりパフォーマンスの高いキーワードを生成

AIQUA オンサイト AIエディターが 数週間のエンジニアリング工程を数秒に短縮

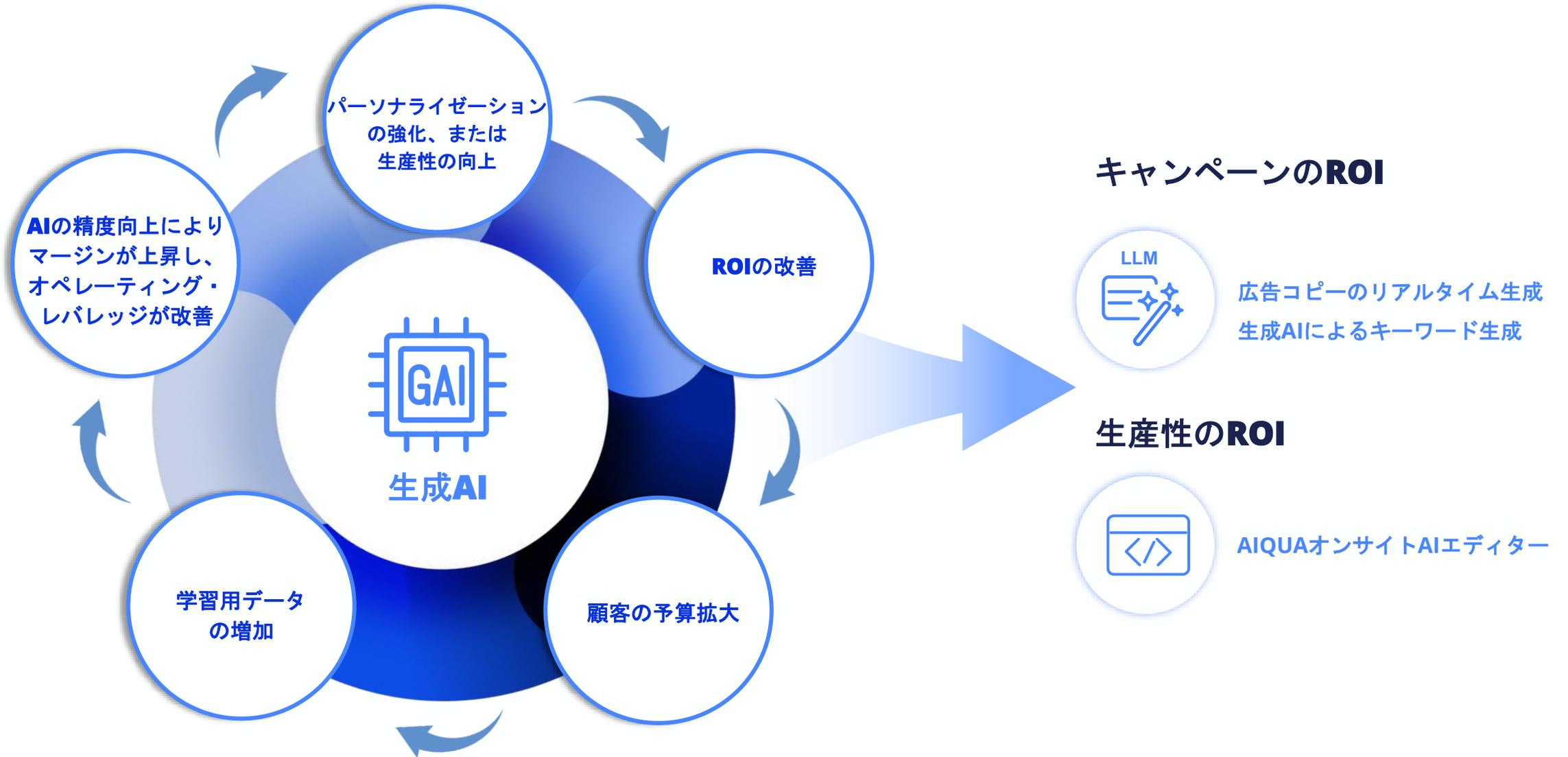
従来のウェブサイトコンテンツの調整プロセス

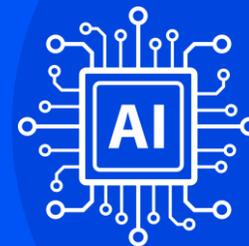


Appier 生成AIモデル



生成AIを成長サイクルのドライバーとして活用





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

ビジネスリーダー

受賞実績



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



Dr. Ming-Yu Chen

最高技術責任者(CTO)

Microsoft, Zillow, Compass



Dr. Joe Chang

最高戦略責任者(CSO)

McKinsey & Company,
IQVIA



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

グローバルセールス担当
Senior Vice President

HTC, Synopsys



Joe Su

最高情報責任者(CIO)

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



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)



Top 50

AI革命を牽引する50社に選定
(2017)



AI100

CB Insights AI100に選定
(2017, 2018)



**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

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

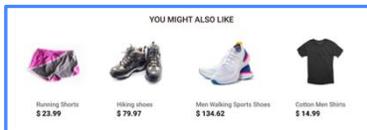
主な差別化要因

- 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

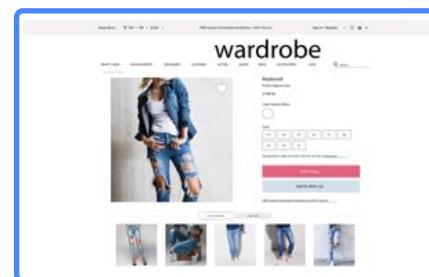


リアルタイムで行動パターンを学習



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、
ウェブサイトをま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



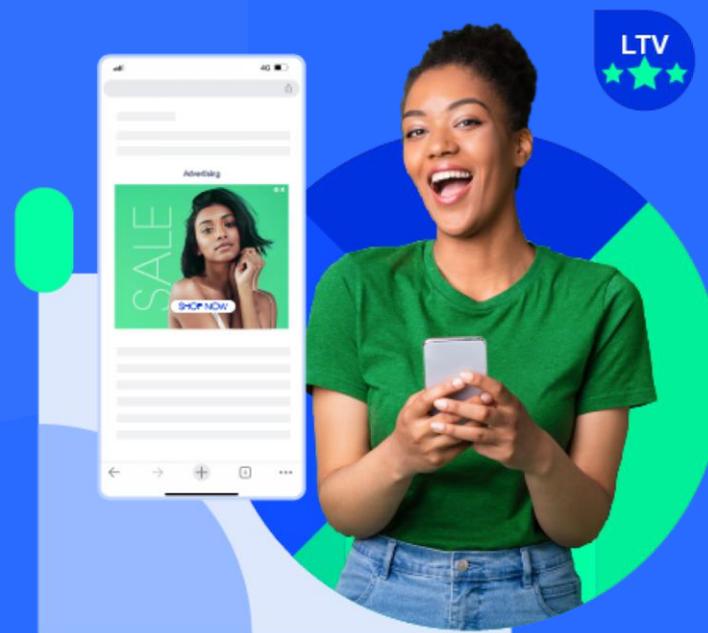
取引の実行



ユーザーの予測



CrossX



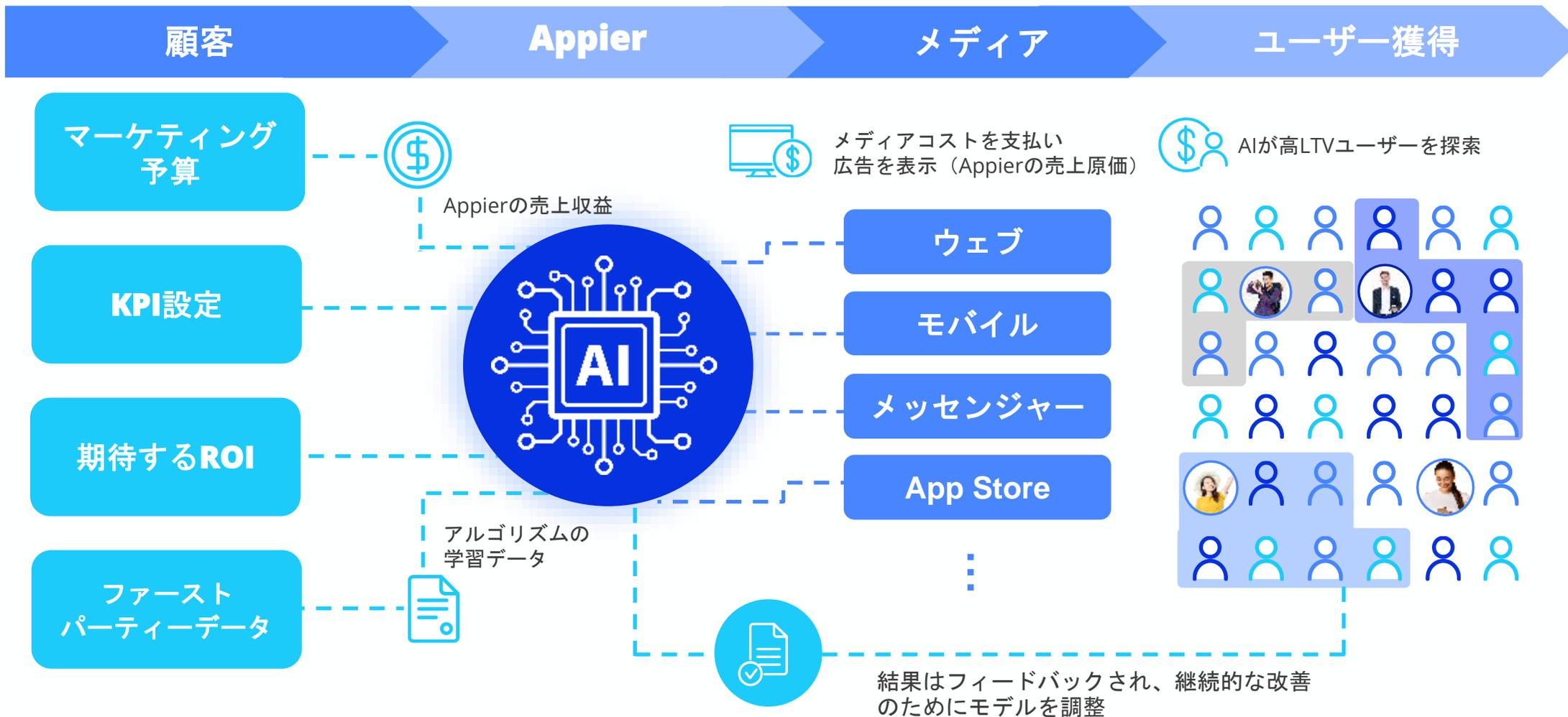
CrossXは、機械学習とディープラーニングを活用し、ユーザーのライフタイムバリュー（生涯価値）を予測し、最も価値の高いユーザーを獲得することを可能にすることで、マーケティング投資を予測可能なリターンに転換

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

CrossXの仕組み - ROI向上のためのAIによる完全自動化



AIの強み：デジタル広告に予測可能性と正確性をもたらす



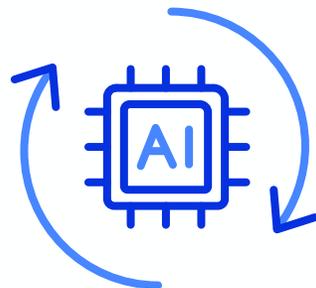
高い可視性とリターン

顧客は支出する前に
リターンを把握でき
全体的なリターンが向上



アップセルの機会

予測可能なROIにより
CrossXの利用量が拡大



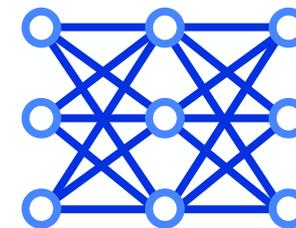
技術的優位性

当社のAIは様々な地域・業種の
マーケティングデータを
10年超学習



参入障壁

蓄積されたデータ学習で
AIの精度を向上



自動アルゴリズム探索

継続的な研究開発により
予測精度を改善し
最先端の技術を維持



顧客とWin-Winの関係

顧客のROI向上と
Appierの売上収益成長

ROASの高い優良ユーザーを安定的に獲得することで成長を促進

成功事例 - グローバルな大手ゲーム会社

目標

- ゲーム発売初期に、ゲームタイトルに興味を持つ価値の高いユーザーを獲得し、インストールを促進
- 一定レベルのROASと継続率を達成

ソリューション

- Appier独自のAIオーディエンスモデルを活用し、ユーザーのアプリ内行動やゲームアプリの属性データ、マーケティング画像を分析し、質の高いユーザーを特定
- アプリ内課金、ゲームのクリアレベル、ゲームアプリを開くパターンなど、ゲーマーの行動を分析し、リターゲティングに活用

Appierの新規ユーザー向けAIオーディエンスモデル

将来的にCVRとROASが高くなるユーザーをリターゲティング

アプリ内でのユーザー行動

アプリに高い関心を持つユーザーを獲得し、ROASを向上

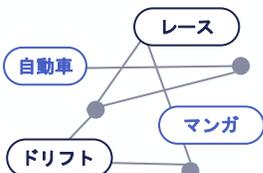
ユーザーのLTV⁽¹⁾を向上

グラフィックスタイル

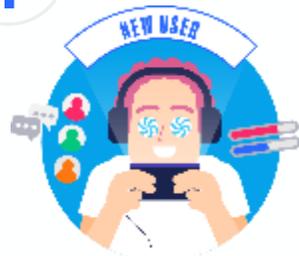


- マンガ風
- 3Dビジュアル
- ファンタジー

アプリの属性データ

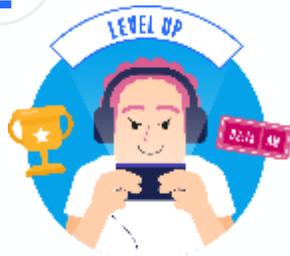


Day 1



初日のリテンション確保

Day 2



レベル20の達成

+6.9%

Day 7



アプリ内購入

+1.4x

Day 30

Day 45



CVR⁽²⁾

+55%

購買イベント

+16%

Day X

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

パーソナライズされたエンゲージメントにより高い成果を実現



主な強み



AIレコメンデーション モデルにより ROIを最適化

高度にパーソナライズされた
ユーザー体験を提供し
コンバージョン率を高め
ユーザーのLTVを最大化



AIの予測精度により 顧客エンゲージメント を最大化

最適なタイミングを予測し
適切なチャネルを通じて
パーソナライズされたコンテンツ
を配信することで
効果と効率性を高める



意思決定AIにより 生成AIの効果を高める

生成AIを意思決定AIにより評価し
魅力的なマーケティングコンテンツ
を生成することにより
優れた成果を実現

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

最適なインセンティブ提供で購買意思決定を促進

購入を躊躇しているユーザーを予測し、収益性を維持しながら、最も効果的なインセンティブを配布

ウェブサイトへの
アクセス

行動分析

ユーザーの意図
を特定

トリガーアクション



トリガーイベント



スワイプして戻る



「戻る」ボタン



下にスクロール



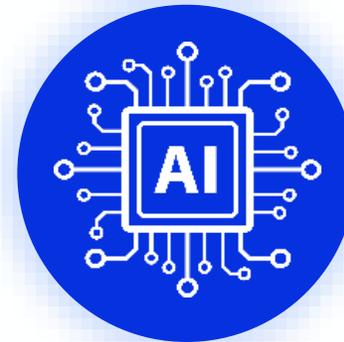
休止時間



トラフィックソース



閲覧したページ



AIが躊躇する購買者の
インサイトを発見

個人別の最適なオファーを
動的に決定



送料無料

初回訪問者



10% OFF

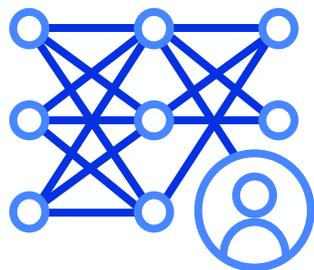
高価格商品の購入
を躊躇



\$5 割引

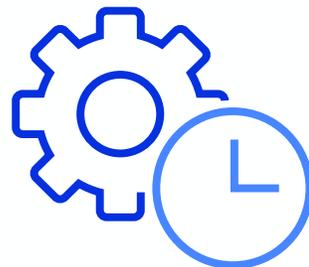
バーゲンハンター





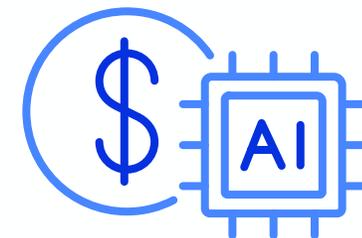
先進的なアルゴリズム によるユーザー行動分析

豊富なトレーニングデータにより
正確で信頼性の高い
アウトプットを生成



リアルタイムAI予測 によりROIを改善

躊躇している購買者を
リアルタイムに予測し
インセンティブを提供することで
同じ予算額でより高いROIを実現



カスタマイズされた インセンティブにより GMVを向上

AIが予測する最適なインセンティブで
決めかねているユーザーを
購買に誘導

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



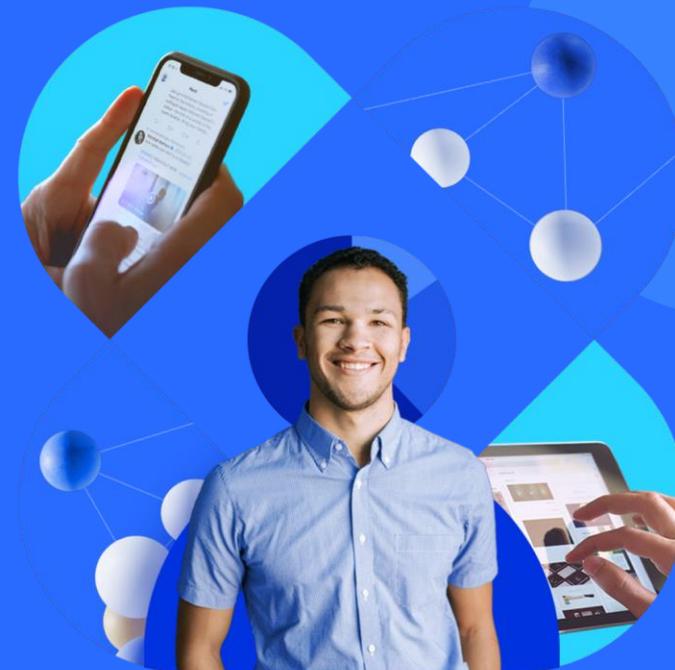
取引の実行



▶ 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

AI搭載CDPでビジネスの成長を後押し



仮定

インサイトを得る
までの時間

データの分断

市場投入時期

マーケティング担当者の悩み

リアルタイムのデータ取り込み

- 複数のソースからデータを取り込み、不備を修正し、整理する
- AIを活用して統合された360度の顧客プロフィール



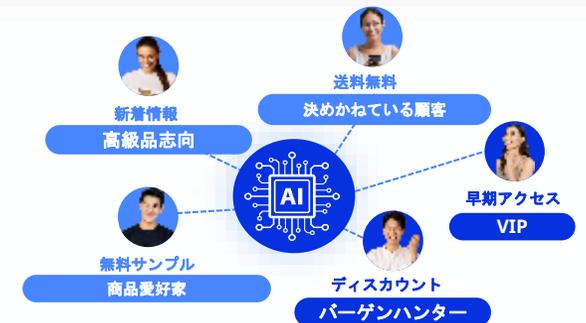
ノーコードで最速のビジュアル化分析

- カスタマイズ可能なビジュアル化機能を備えたテンプレートからインサイトダッシュボードをすばやく構築し、組織全体のデータを可視化



AIを活用した顧客の予測

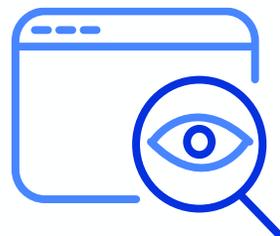
- マーケティング担当者は、顧客の行動予測に基づき、ユーザーの優先順位付けやターゲティングを行うことが可能
- 正確なセグメンテーションにより、高度にパーソナライズされたエンゲージメントを実現





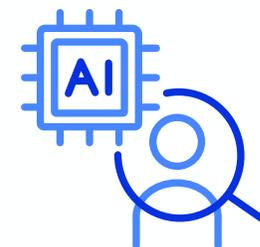
シームレスなデータ取込み 瞬時にインサイトを取得

リアルタイムのデータ統合により
匿名のアクションであっても
各ユーザーの360度ビューを提供



ノーコードでビジュアル化 最速でアクションを実行

インサイトを可視化し
あらゆる接点における影響を測定し
必要なアクションを起こす



AIによるインサイトを 活用した積極的な ユーザーエンゲージメント

AIがエンドユーザーの行動を
リアルタイムで予測し
効果的な獲得/エンゲージメント
戦略を立案

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

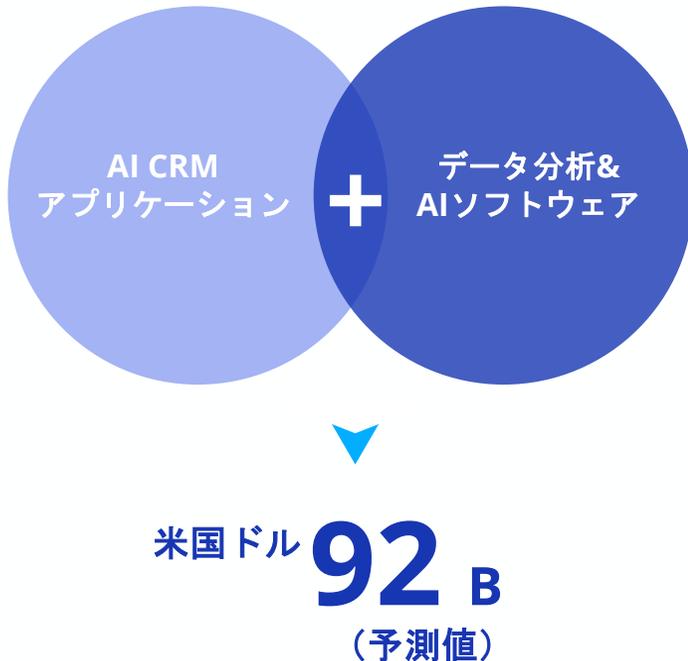
AIXON
AIRIS

- 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

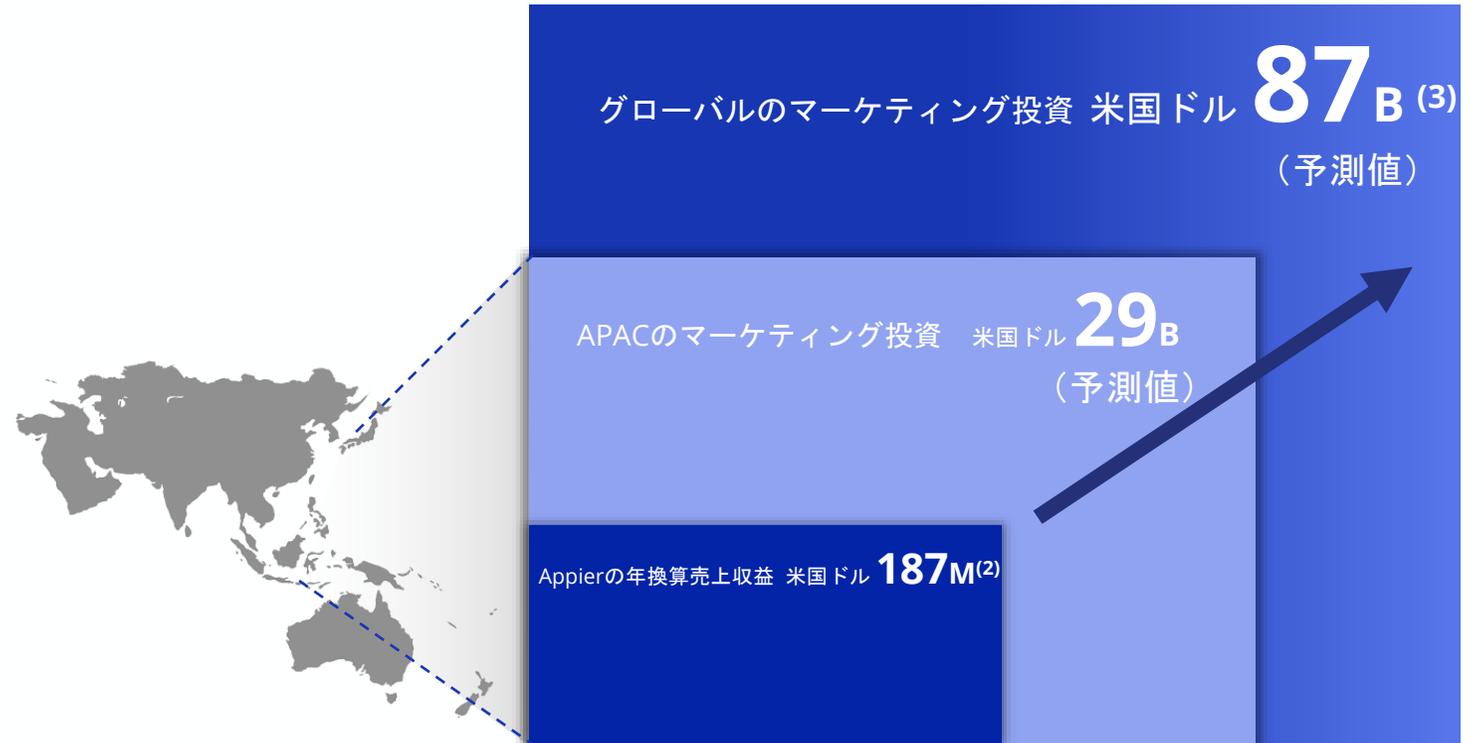
巨大な市場機会

トップダウン予測 2024年

IDC (1)



ボトムアップ予測 2024年

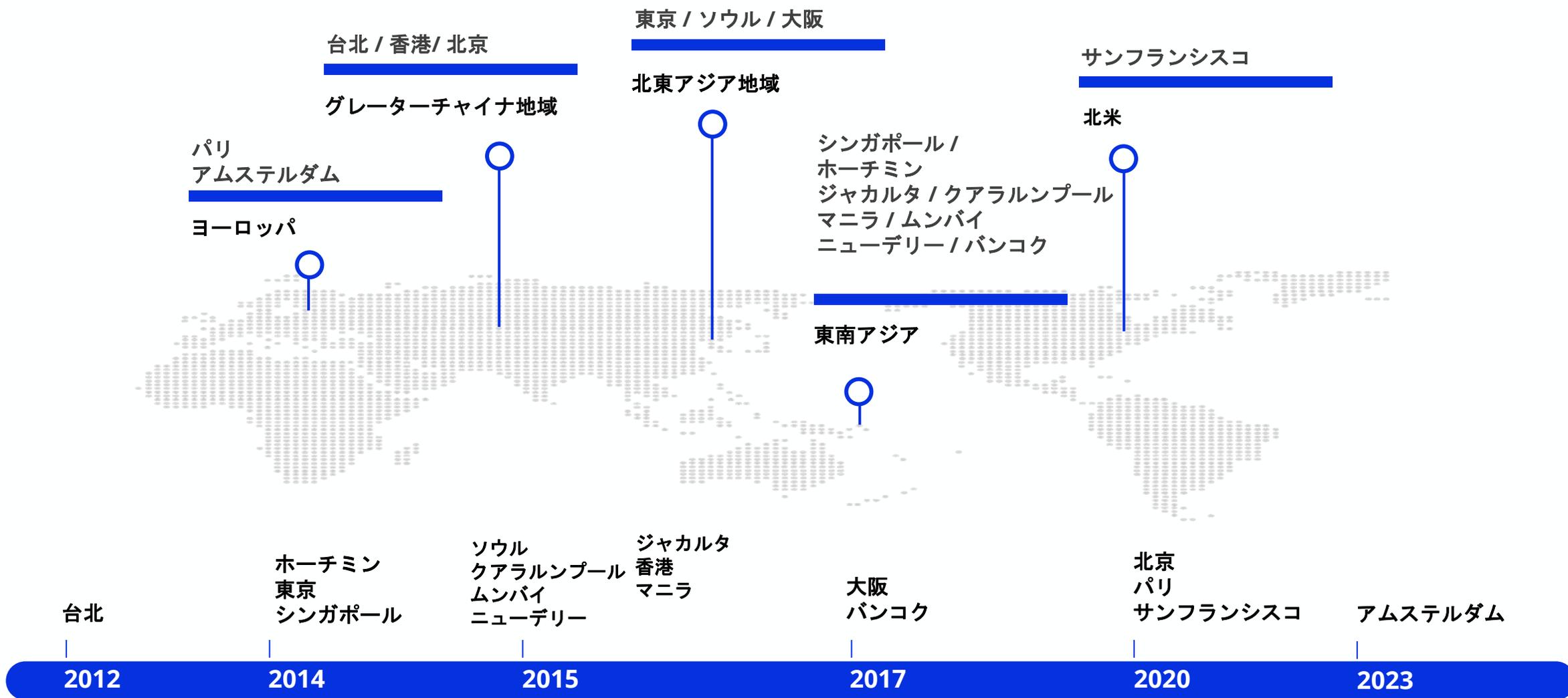


(1) 出所: IDC Semiannual Artificial Intelligence Tracker, 2H 2020 (July 2021)

(2) 年換算売上収益 = FY23の円建ての売上収益 / 為替レート 140.95

(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2.7%、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

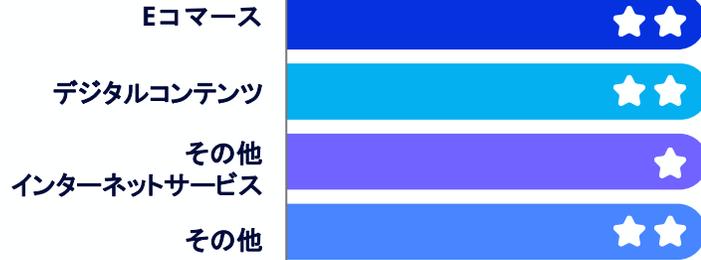


事業成長の見通し：注力する地域・業種

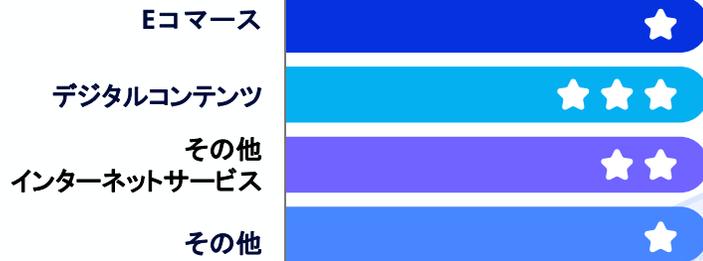
グレーターチャイナ ●

▶ 台湾 & 香港 - 各業種におけるシェア拡大

▶ 中国 - 海外向け事業におけるデジタルコンテンツの更なる拡大



米国及びEMEA ●



▶ デジタルコンテンツ以外の業種に拡大
▶ デジタルコンテンツのシェア拡大

北東アジア ●



▶ 日本 - 各業種におけるシェア拡大
▶ 韓国 - デジタルコンテンツへの拡大、Eコマースでのシェア拡大

現在の収益貢献による分類：

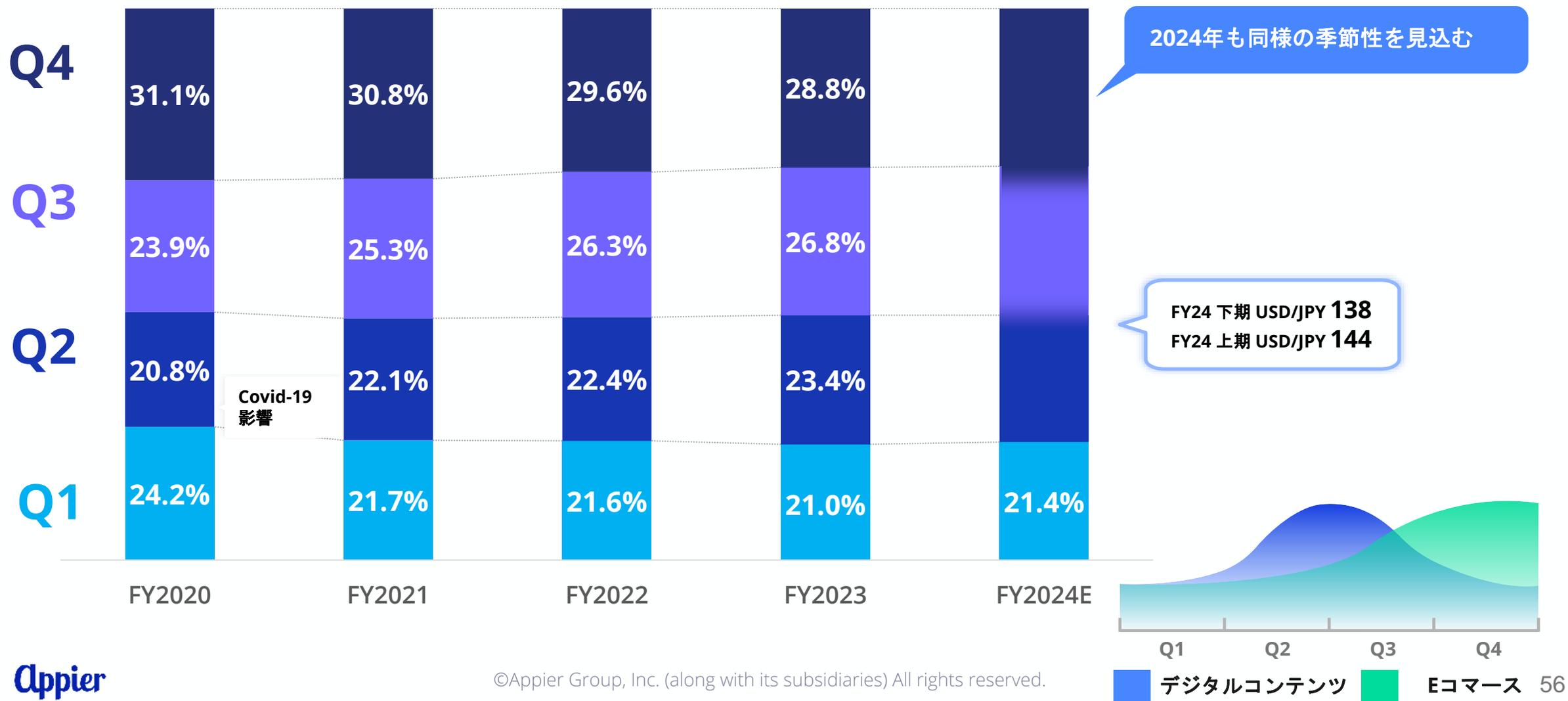
★★★ 高い収益貢献

★★ 中程度の収益貢献

★ 低い収益貢献

四半期毎の季節性

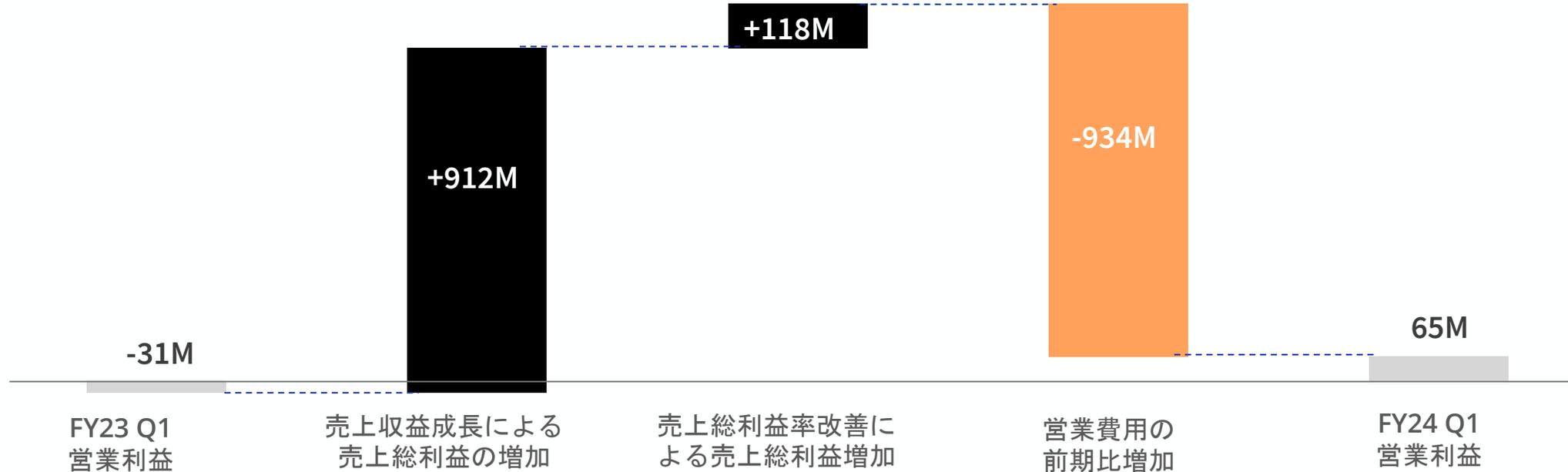
売上収益の四半期別内訳



2024 Q1 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）

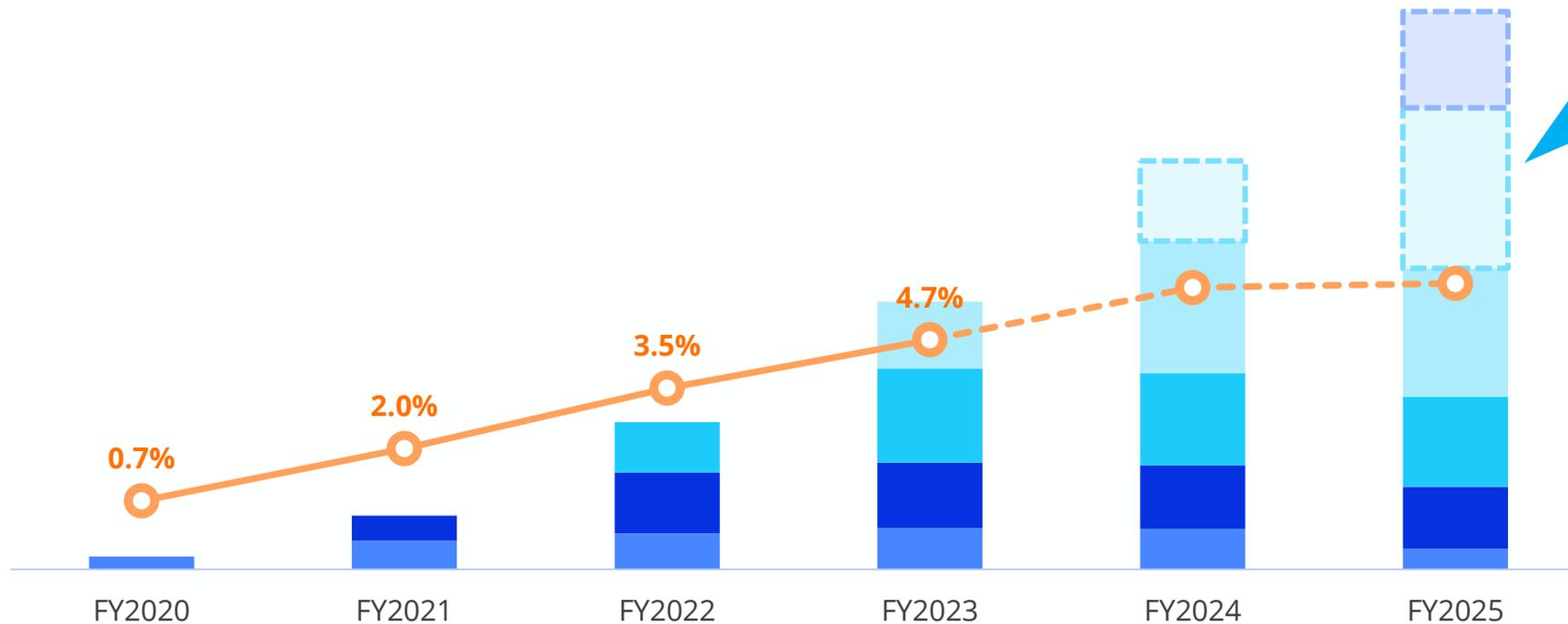


ソフトウェア償却費

- 2020年にソフトウェアの資産計上を開始。ソフトウェア資産は5年間で償却される。

ソフトウェア償却費（百万円） & 対売上収益比率

■ FY20に資産計上 ■ FY21に資産計上 ■ FY22に資産計上 ■ FY23に資産計上
■ FY24Eに資産計上 ■ FY25Eに資産計上 ○ 対売上収益比率



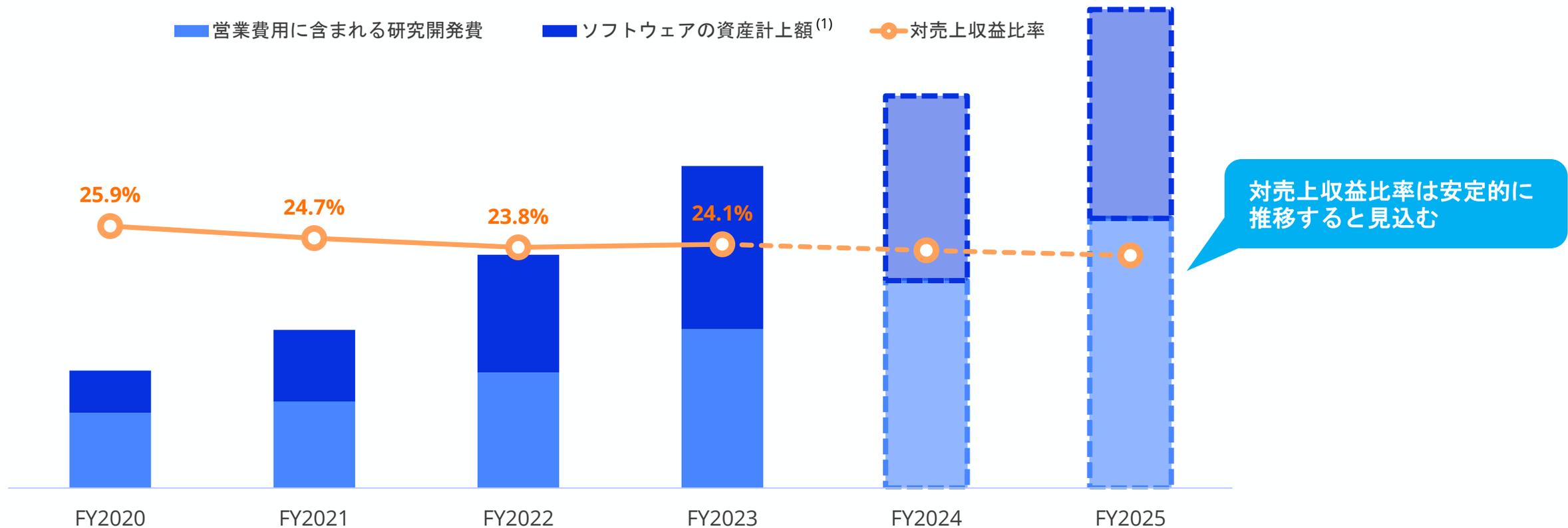
ソフトウェア償却費の対売上収益比率はFY25以降安定的に推移すると見込む

(1) FY24-FY25のソフトウェア償却費の対売上収益比率の計算には、FY24-FY25のソフトウェアの資産計上額が含まれる。

研究開発投資

- 生成AIによる事業機会が拡大し、研究開発投資の需要は高まっているが、規律あるプロジェクト管理により、研究開発投資総額の対売上収益比率は過去から安定的に推移

研究開発投資総額（百万円） & 対売上収益比率

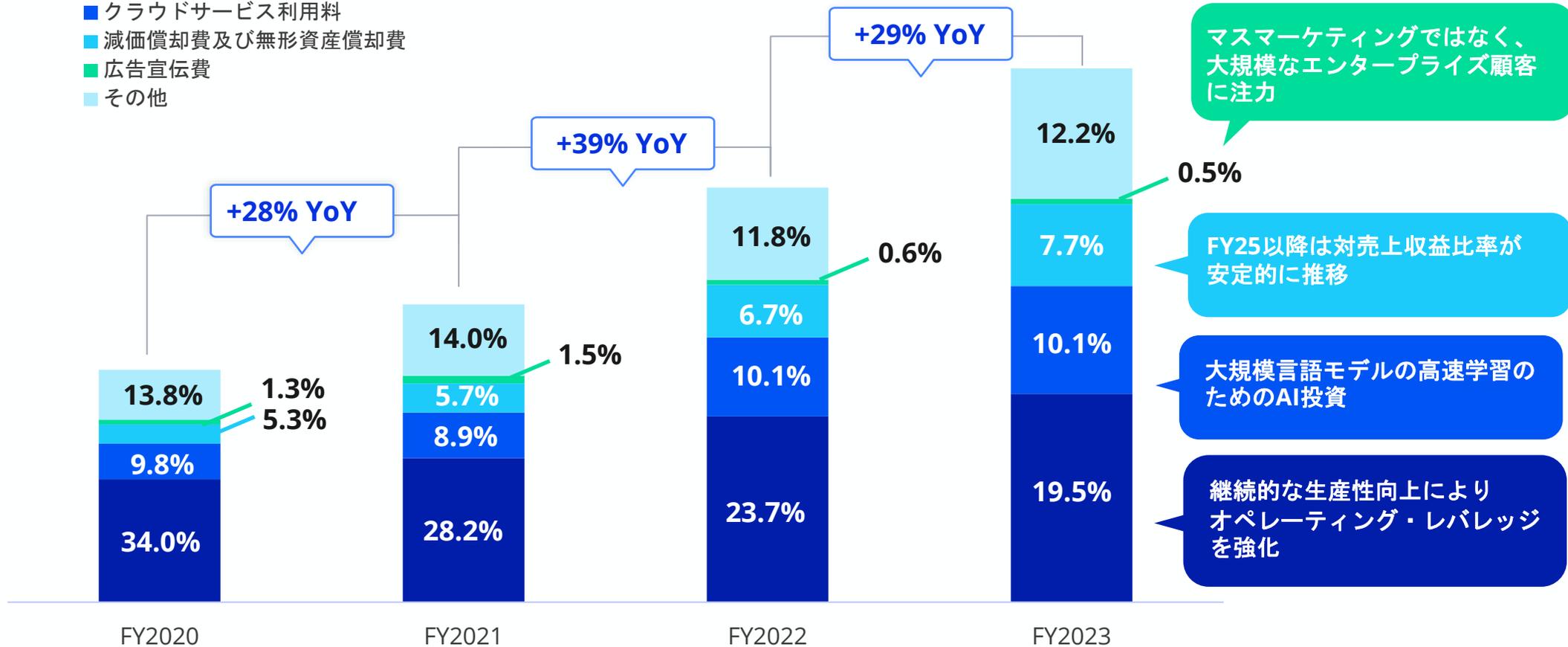


(1) ソフトウェアの資産計上額はキャッシュ・フロー計算書における「無形資産の取得による支出」を指す。

営業費用の主な構成要素

営業費用（百万円） & 対売上収益比率

- 人件費
- クラウドサービス利用料
- 減価償却費及び無形資産償却費
- 広告宣伝費
- その他

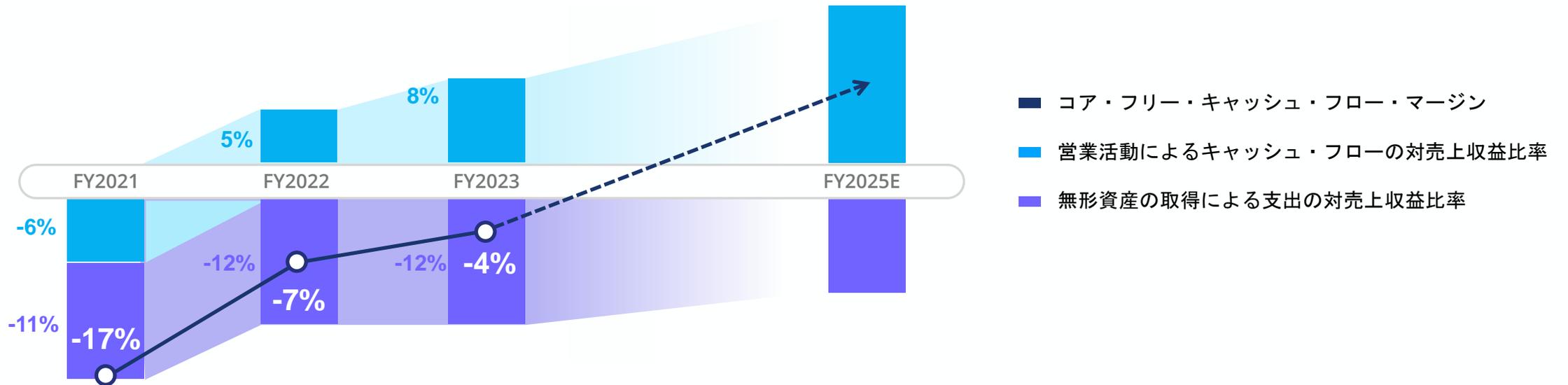


(1) 「その他」は代理店手数料、支払報酬、旅費交通費等を含む。

フリー・キャッシュ・フローの構造

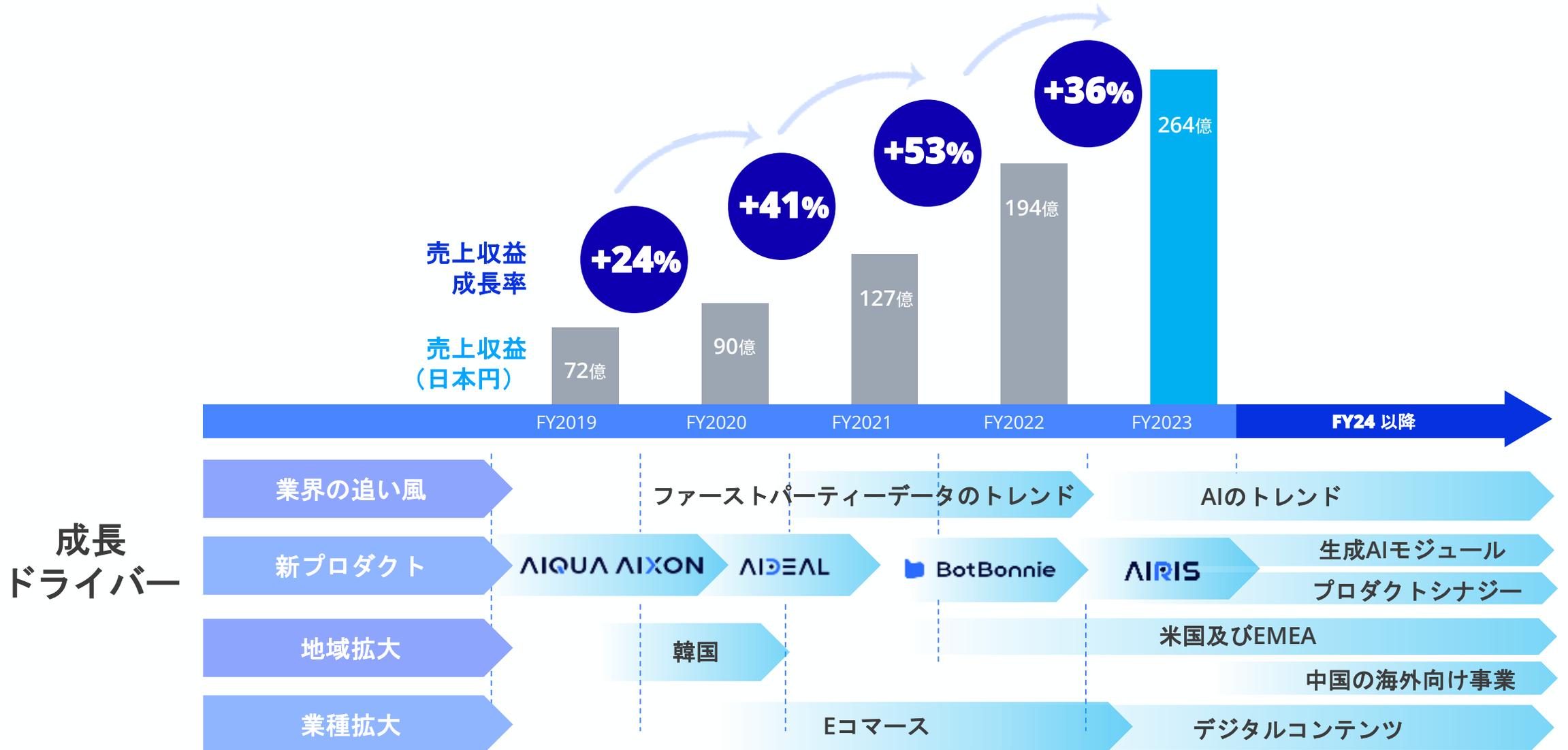
- コア・フリー・キャッシュ・フローは、継続的な収益性向上、事業拡大、及び事業成長に合わせた効率的な研究開発投資により、年々着実に改善。
- コア・フリー・キャッシュ・フロー・マージンは、2024年に損益分岐点に近い水準となり、2025年には更に改善すると見込む。

コア・フリー・キャッシュ・フロー・マージン (1) (対売上収益比率)



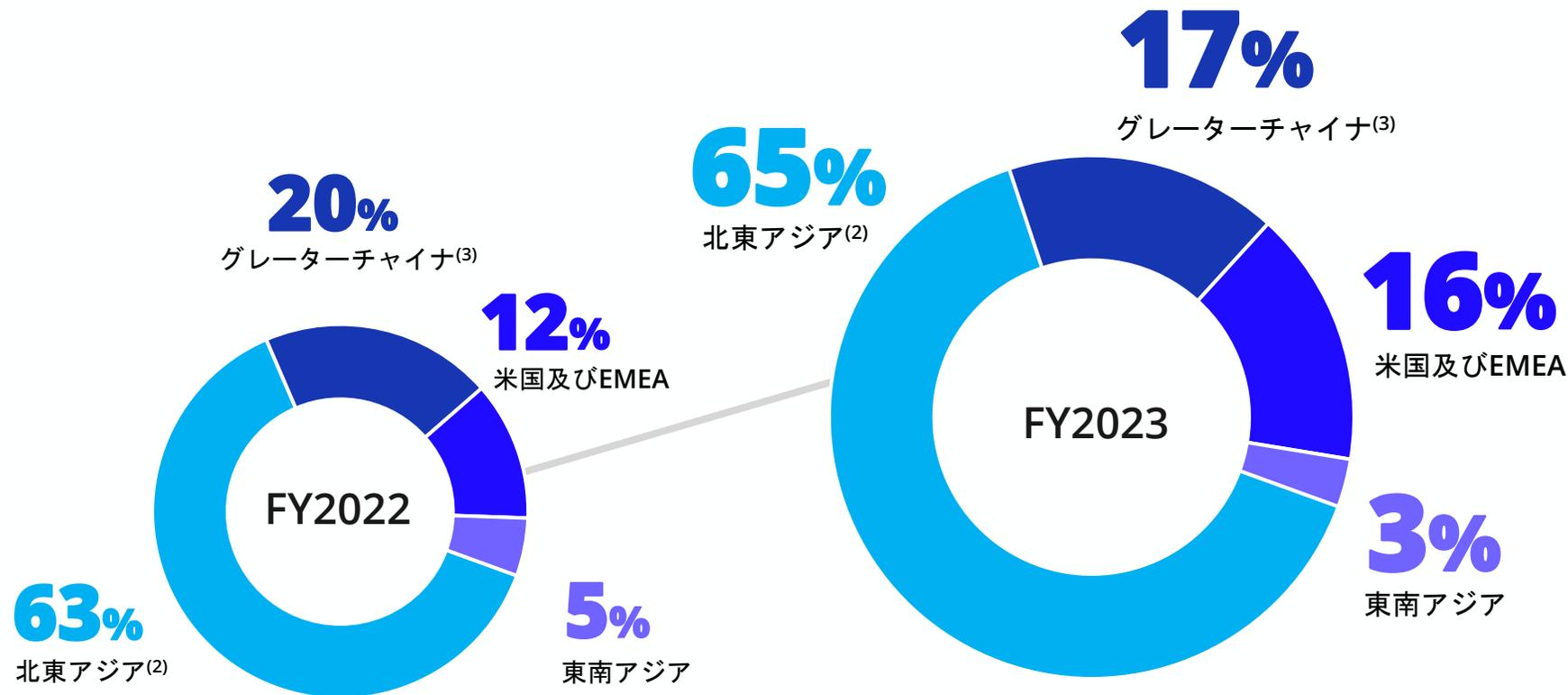
(1) コア・フリー・キャッシュ・フロー・マージン = 営業活動によるキャッシュ・フローの対売上収益比率 + 無形資産の取得による支出の対売上収益比率

成長ドライバーを毎年追加し、成長を加速



複数の地域における多様な成長ドライバーから構成される 多様な収益基盤

FY22 & FY23 地域別売上収益比率⁽¹⁾



(1) 端数処理の関係で合計が100%にならない
 (2) 北東アジアは日本と韓国を含む
 (3) 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

顧客業種の拡がり と 既存顧客の堅調な拡大により前期比約**40%**の増収

グレーターチャイナ

事業基盤の更なる強化
中国の海外向け事業の新たな拡大

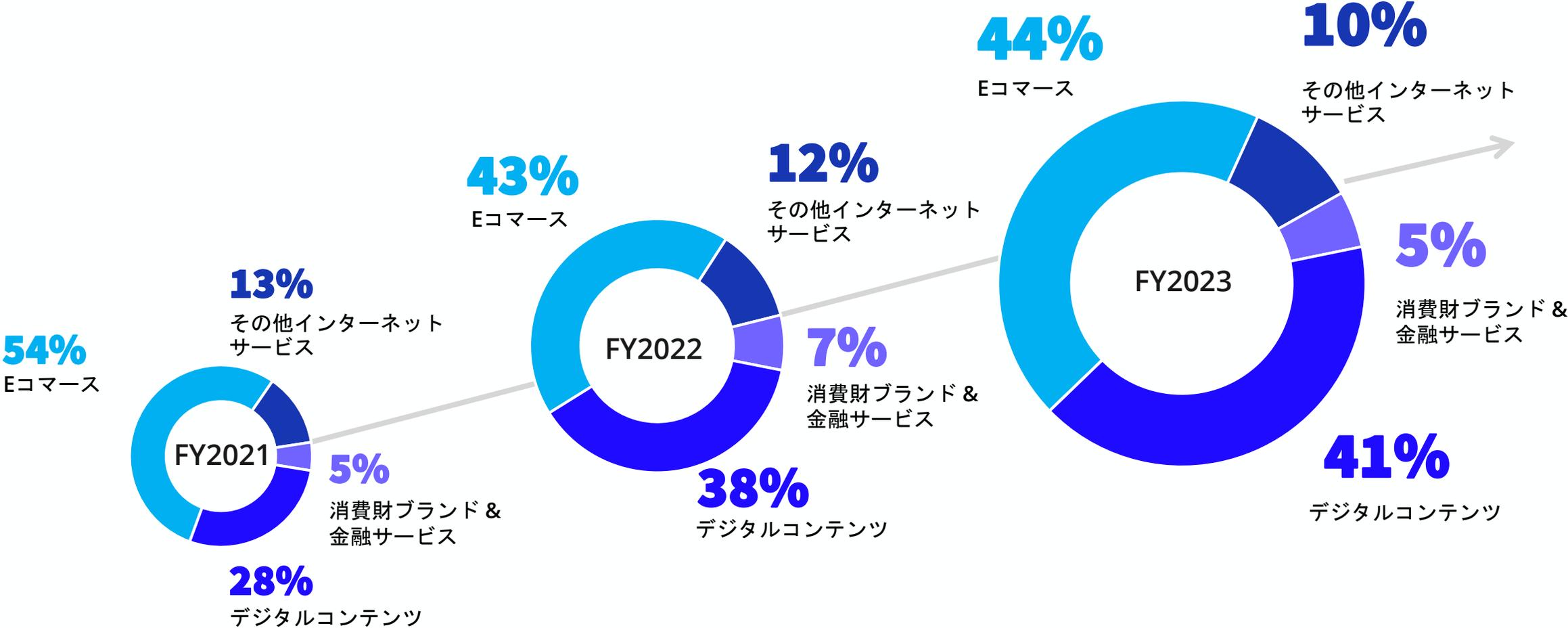
米国及びEMEA

前期比**84%**の増収
新規市場への参入によりTAMが大幅に拡大

東南アジア

市場がより成熟するまで主要な顧客に注力

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



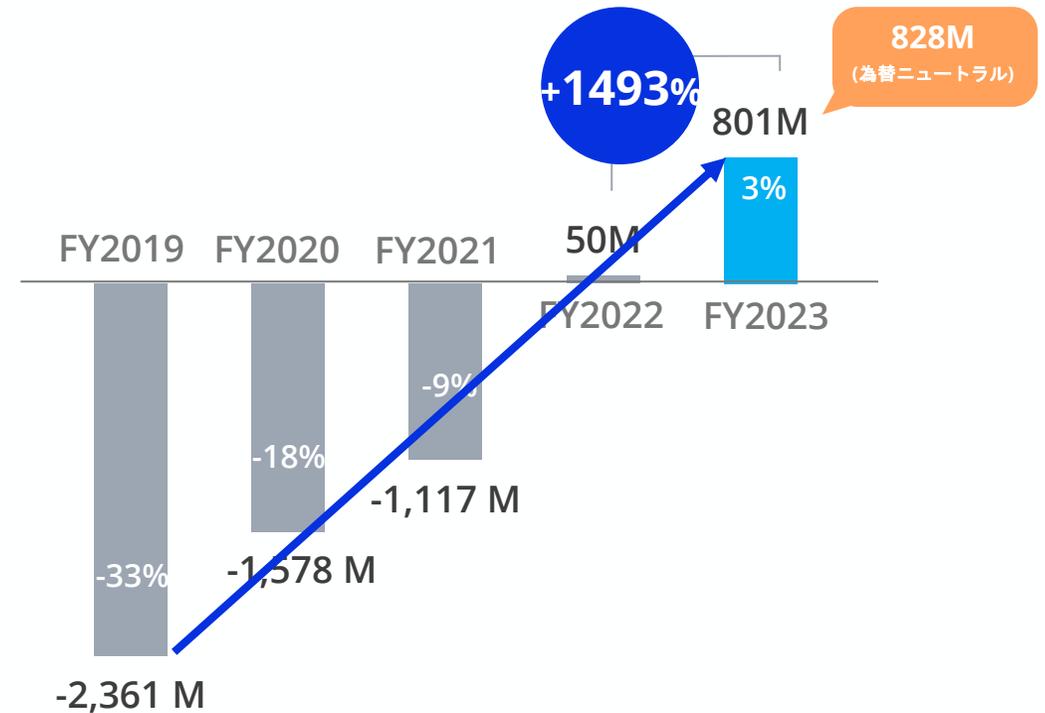
一貫した事業運営により、継続的に利益改善

- 2023年は大幅な収益性の改善を達成。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、営業利益は約16倍に拡大。今後も更なる収益性の改善を見込む。

EBITDA⁽¹⁾ & 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 + 上場関連費用

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

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

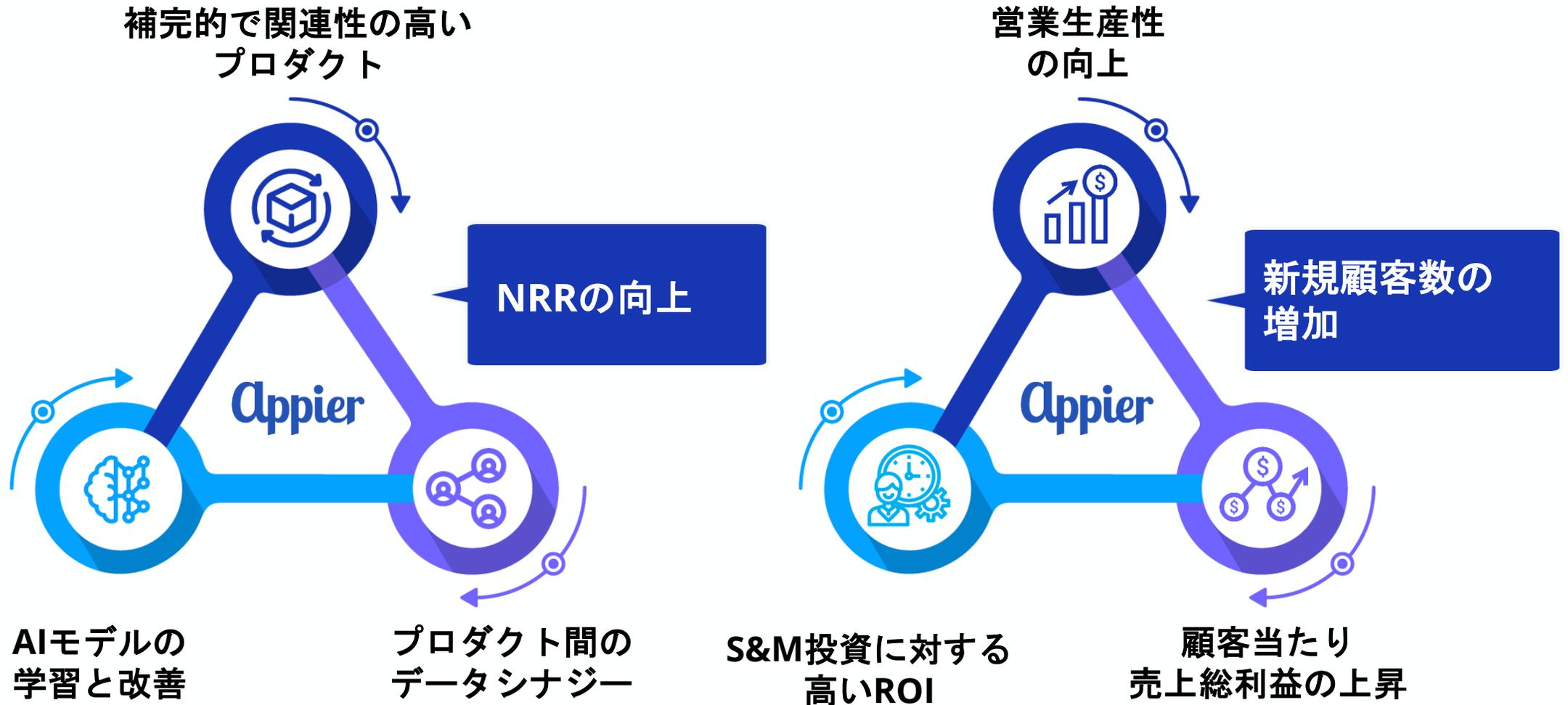


大規模なエンタープライズ顧客 & 多様な顧客業種

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

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



ESGの取組み

当社のコミットメント

MSCI
ESG RATINGS



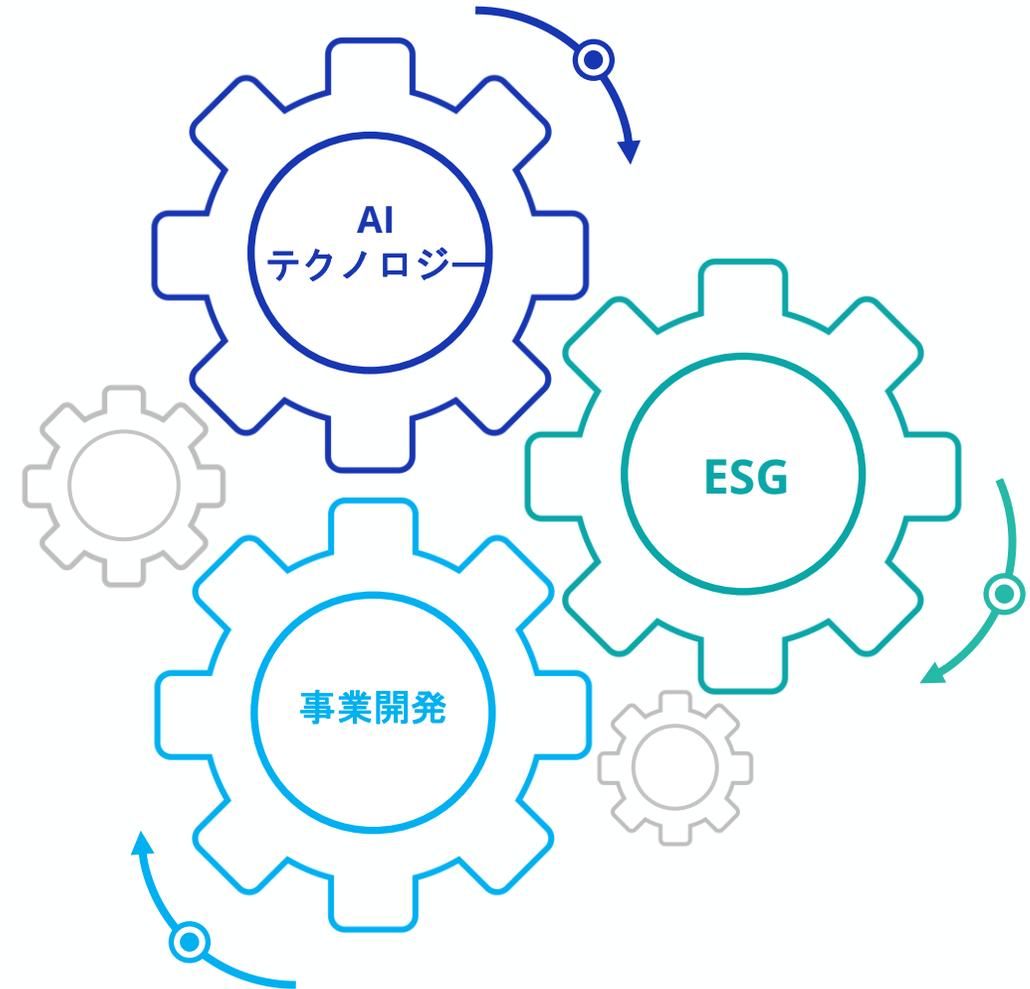
CCC B BB BBB A AA AAA

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。

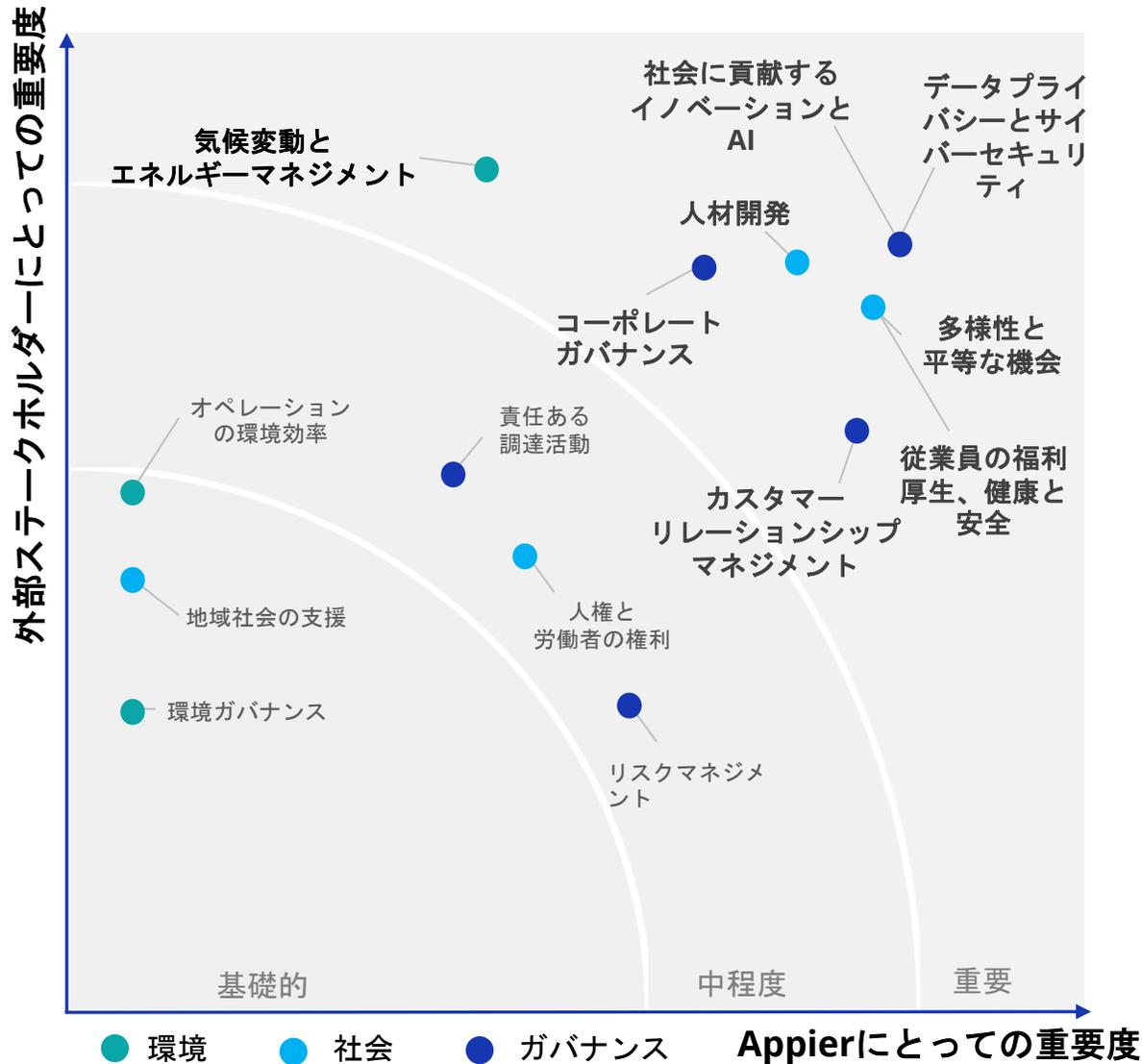
私たちは、ESGは持続可能なビジネスの構築に向けた課題の核心であると捉えています。高い水準のESGを実現するための活動は私たちのビジネスの将来像の一部であると考え、積極的にステークホルダーに関わっていくことを約束します。

MSCI ESG Research⁽¹⁾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⁽¹⁾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)

	2023 Q1 3ヶ月	2024 Q1 3ヶ月	YoY	2022	2023	YoY
売上収益	5,552	7,374	33%	19,427	26,418	36%
売上原価	(2,771)	(3,562)		(9,428)	(12,710)	
売上総利益	2,781	3,812	37%	9,998	13,708	37%
売上総利益率	50.1%	51.7%		51.5%	51.9%	
販売及びマーケティング費用	(1,777)	(2,328)		(6,394)	(8,263)	
対売上収益比率	32%	32%		33%	31%	
研究開発費	(650)	(995)		(2,284)	(3,141)	
対売上収益比率	12%	13%		12%	12%	
一般管理費	(433)	(497)		(1,602)	(1,829)	
対売上収益比率	8%	7%		8%	7%	
その他の収益	49	76		334	334	
その他の費用	(1)	(3)		(2)	(9)	
営業利益	(31)	65		50	801	
営業利益率	-0.6%	0.9%		0.3%	3.0%	
金融収益	122	120		213	547	
金融費用	(102)	(105)		(153)	(285)	
税引前利益	(12)	80		111	1,063	
法人所得税費用	(22)	(23)		(90)	(61)	
当期利益	(34)	57		21	1,002	
EBITDA	386	736		1,363	2,834	
EBITDAマージン	6.9%	10.0%		7.0%	10.7%	

財務データサマリー

連結財政状態計算書

(単位：百万円)	2021	2022	2023	2024 Q1
現金及び現金同等物	6,561	3,804	6,134	5,507
定期預金	14,939	13,933	8,004	8,134
その他の金融資産（流動資産） ⁽¹⁾	-	3,577	4,940	5,373
実質的なキャッシュ	21,500	21,313	19,078	19,014
その他の流動資産	2,984	4,050	5,851	6,607
流動資産合計	24,484	25,363	24,929	25,621
非流動資産合計	6,722	10,576	12,923	13,970
資産合計	31,206	35,939	37,852	39,591
負債合計	8,370	9,737	8,761	6,297
資本合計	22,836	26,201	29,091	31,214

(1) 資金運用目的で短期・低リスクの債券を保有

財務データサマリー

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)		2023	2024	2022	2023
		Q1 3ヶ月	Q1 3ヶ月		
	営業活動によるキャッシュ・フロー (A)	-401	-200	996	2,224
	運転資本の増減を除く営業CF	437	641	1,304	2,950
	運転資本の増減	-838	-841	-308	-726
	投資活動によるキャッシュ・フロー	6,782	-558	-3,772	1,971
	無形資産の取得による支出 (B)	-703	-958	-2,330	-3,229
	子会社の取得による支出	-42	-	-1,237	-381
	定期預金の払戻、預入	8,416	445	3,317	6,585
	その他の金融資産（流動資産）(2)の取得、売却	-817	-	-3,411	-817
	その他	-72	-45	-111	-186
	財務活動によるキャッシュ・フロー	-131	-170	-520	-2,250
	現金及び現金同等物の為替変動による影響	59	301	539	385
	現金及び現金同等物の増減額	6,309	-627	-2,757	2,330
	現金及び現金同等物の期末残高	10,113	5,507	3,804	6,134
	コア・フリー・キャッシュ・フロー (A)+(B)	-1,104	-1,158	-1,334	-1,005

(1) コア・フリー・キャッシュ・フロー＝営業活動によるキャッシュ・フロー＋無形資産の取得による支出

(2) 資金運用目的で短期・低リスクの債券を保有

(3) 有形固定資産の取得による支出、子会社の取得による支出、保証金の差入による支出

(4) FY23に短期借入金返済のために16億円を支出

実質的なキャッシュの変動

(単位：百万円)	2023	2024	2022	2023
	Q1 3ヶ月	Q1 3ヶ月		
実質的なキャッシュの残高	20,141	19,014	21,313	19,078
現金及び現金同等物	10,113	5,507	3,804	6,134
定期預金	5,561	8,134	13,933	8,004
その他の金融資産（流動資産）(2)	4,467	5,373	3,577	4,940
実質的なキャッシュの変動	-1,172	-64	-187	-2,235
コア・フリー・キャッシュ・フロー(1)	-1,104	-1,158	-1,334	-1,005
その他の投資活動による キャッシュ・フロー(3)	-114	-45	-1,348	-568
財務活動によるキャッシュ・フロー(4)	-131	-170	-520	-2,250
その他の金融資産（流動資産）(2)の 公正価値評価	46	70	68	253
為替変動による影響	131	1,239	2,947	1,336
現金及び現金同等物の為替変動 による影響	59	301	539	385
定期預金の為替変動による影響	44	575	2,310	656
その他の金融資産（流動資産）(2) の為替変動による影響	28	363	98	294

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。
