



# yappli

2024年12月期決算説明及び  
事業計画並びに成長可能性に関する事項

2024

Q4

株式会社ヤプリ(グロース:4168)

2025.02

株主の皆様へ

平素より株式会社ヤプリをご支援いただき、誠にありがとうございます。本レターを通じて、2024年の振り返りと2025年の展望についてお伝えします。

## 2024年の振り返り

2024年のグロース市場は3年連続の厳しい年となりました。この環境下、当社は持続的成長を実現するため、2023年に続いて経営体質の強化を最優先に取り組みました。その結果、継続的な売上成長を伴いながら、初めて最終利益での黒字転換を達成し、一人当たり売上などの生産性を向上させ、ファンダメンタルズを大きく改善できました。

新規事業として本格展開した従業員向けアプリ「Yappli UNITE」は顕著な成長を遂げ、ANAホールディングス様やTBSテレビ様など、エンタープライズ企業への導入が進み、大きな手応えを感じる1年となりました。主力の店舗向けアプリ「Yappli for Marketing」においては、外食業界や食品業界からの受注が増加し、特に「Yappli CRM」とのセット販売が好調で、業界全体の顧客体験向上に貢献しています。他にも、人材業界など新たな市場での需要も広がりつつあります。また、地域性や公共性の高い分野でのアプリ導入も増え、スポーツチームや大学など多様なジャンルでの活用が進みました。Jリーグでは2チーム加わり全7チームに、大学向けアプリは新たに5校が加わり全25校に導入されるまでになりました。こうした実績は、当社のミッションである「デジタルを簡単に、社会を便利に」に近づく一歩であり大変嬉しく感じています。

## 2025年の展望

2025年は、利益創出を維持しつつ成長投資とのバランスを図り、さらなる飛躍を目指します。自社で創出する利益を基に、既存事業の強化に加え、新規事業やM&A、人材採用を積極的に進めます。既存事業では、CX（顧客体験）とEX（従業員体験）の2領域への投資にフォーカスします。特に成長著しいEX領域では、広告宣伝費を前年より約30%増加させ、認知拡大を図ります。組織体制もCXとEXに合わせて再編し、これまで以上に専門性の高いサービスを提供します。

新規事業としては、2021年リリースの「Yappli CRM」に続く3つ目の製品を開発中で、2025年春のローンチを予定しています。また、2024年6月のフラー社との資本業務提携のように、相乗効果が期待できる企業との連携やM&Aを通じ、モバイルDXを推進する仲間を増やしていきます。

## 最後に

利益創出フェーズに入ったことを受け、成長投資を損なわない範囲で株主還元を段階的に検討していきます。株主の皆様への還元を大切にしつつ、持続的な企業価値向上を目指します。2025年も事業成長に邁進しますので、引き続きのご支援を賜りますようお願い申し上げます。

敬具

株式会社ヤプリ 代表取締役CEO

庵原保文

# INDEX

**1** 事業概要

**2** 成長戦略

**3** 2024年12月期 通期・第4四半期 業績

**4** 2025年12月期 通期 業績予想

**5** 2024年12月期 通期 事業ハイライト

**6** 補足資料

# 事業概要





# 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

893 App

TOYOTA

KYOCERA

SHARP

DUSKIN  
喜びのタネをまごう

OMRON

YKK  
ap

YANMAR

Rinnai

FUJITSU

JPX

MUFG  
三菱UFJ信託銀行

MIZUHO みずほ銀行

SAISON  
CARD

ORIX

東京メトロ

白洋舎  
CLEAN LIVING

KAWAI

YAMAHA

よろこびがつなく世界へ  
KIRIN

Châteraisé

GINZA  
Cozy Corner  
銀座コージーコーナー

三協アルミ

LACOSTE

POLA

再春館製薬所

ORBIS

アール

BAKE INC.

Levi's®

new balance

UR  
URBAN RESEARCH Co.,Ltd.

E S T N A T I O N

agnès b.

UNDER ARMOUR

HottoMotto  
ほっともっと

Right-on.

WORKMAN

YAKINIKU  
TOKYO EBISU

ANA

Narita Airport

AlpenGroup

Coleman

S-PULSE

本物だけをまっすぐあなたへ  
やずや  
やずやグループ

大塚  
ごはん処  
OOTOYA

ピエトロ

TBS

青山学院大学  
AOYAMA GAKUIN UNIVERSITY

劇団四季

注：2024年12月末時点

# ノーコードのアプリ開発プラットフォーム「Yappli」と顧客管理システム「Yappli CRM」を提供



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**



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

# 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

## ノーコード

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  
目的に応じたソリューションを提供

## 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

# 様々な領域へ自社アプリによるソリューションを提供し、 企業のモバイルDXを強力に支援

顧客体験を向上させるCXと、従業員体験を向上させるEXの2領域へフォーカスして成長投資

## プロダクト

yappli

yappli CRM



## ソリューション



### CX領域

店舗やECの顧客体験  
を向上させ  
集客・販促強化へ

### BtoB領域

取引先との関係性を  
深めるBtoBアプリで  
ビジネスを強固に



### EX領域

理念浸透や福利厚生  
など従業員体験を  
向上させ強い組織へ

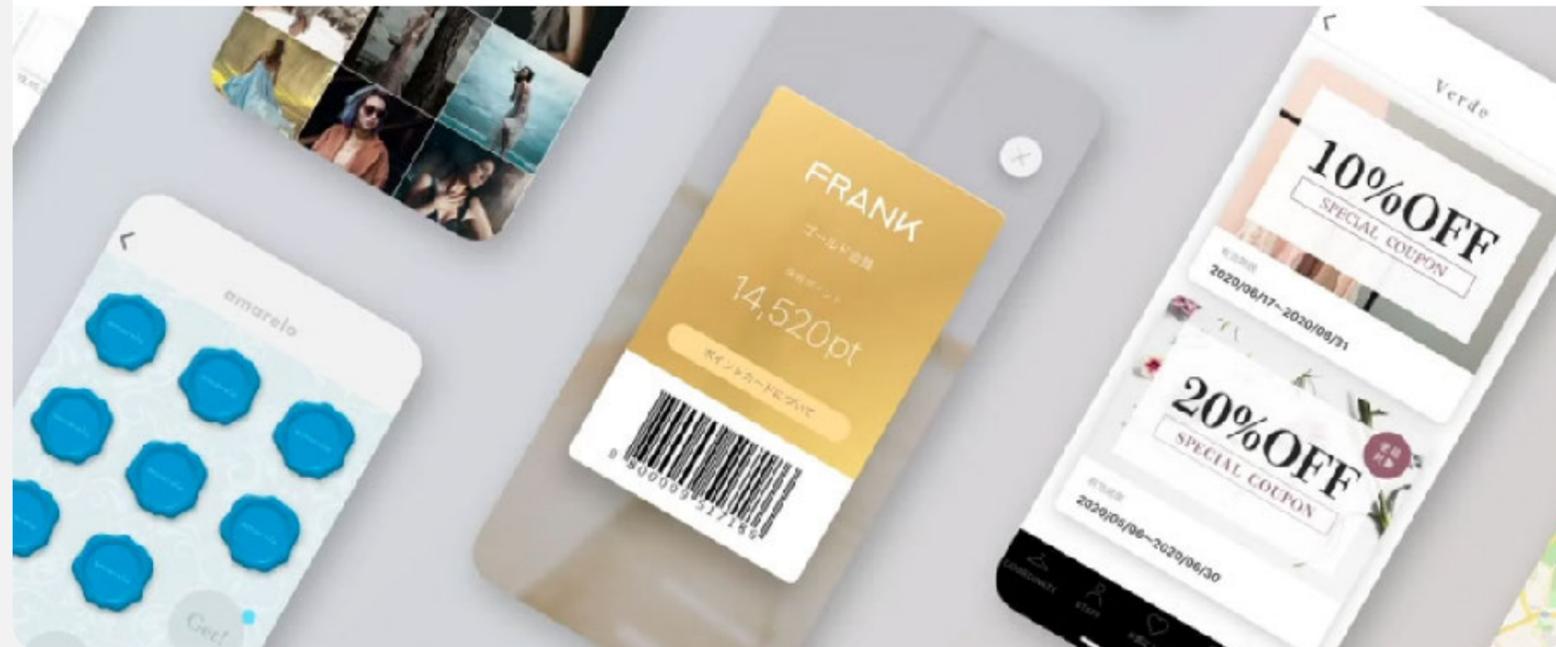
### その他の領域

自治体DX  
メディア・エンタメ  
会員向けサポート  
学校・教育

# 800アプリ以上のノウハウを活かし、制作支援から成長支援までのプロフェッショナルサービスをインハウスで提供

## 制作支援（アプリデザイン・構築）

アプリ制作やシステム連携などでクライアントと伴走する約70名のデザイナーやテクニカルディレクターが在籍。ノウハウを活かして優れた体験設計を行い、アプリ導入のオンボード支援を実施



## 成長支援（アプリマーケティング）

アプリストア内でのASO<sup>1</sup>から専門分析ツールの導入・分析、新規ユーザーの獲得、既存ユーザーのアクティブ化などアプリマーケティング全域で成長支援のコンサルティングサービスを提供



# プロダクト利用によるプラットフォーム売上と、制作支援などのプロフェッショナルサービス売上から構成

アプリ数 ×

## プラットフォーム売上 (ストック)<sup>1</sup>

プロダクト利用による売上が  
毎月リカーリングで発生

基本システム利用

オプション機能利用

+

## プロフェッショナルサービス売上 (フロー)

アプリデザインなどの制作支援と導入後の成長支援による  
ショットの売上が発生

- ・制作支援 (アプリデザイン・構築)
- ・成長支援 (アプリマーケティング)

注：(1) MRR (Monthly Recurring Revenue) に該当する

# 成長戦略



はじめに  
アプリの強み

ノーコードのプロダクト開発力からソリューション提案力まで、  
企業のモバイルDXを変革する実行力とノウハウを保有



# Yappliを主軸にマルチプロダクト化を推進。プロダクト強化によりCX/EX領域での課題解決力を向上させシェア拡大へ

## ① プロダクト戦略

既存製品のさらなる強化と新製品によるマルチプロダクト化を推進

既存製品の強化

yappliCRM

yappli

新製品の開発

Yappli WebX

### CX領域

顧客体験向上のアプリを提供

主な業界：アパレル、生活雑貨・小売、飲食・食品など

TAM 3,300 億円<sup>1</sup>

## ② ソリューション戦略

### EX領域

従業員体験向上のアプリを提供

主な業界：人材・サービス、製造業、労働組合など

TAM 3,300 億円<sup>2</sup>

## ③ GTM(Go to Market)戦略

④ 人的資本への投資

注：(1) 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

(2) シード・プランニングによるHRテクノロジーに関する最新動向についての調査（2021年6月）2025年度 HRテクノロジー市場規模の推計

# 4つの柱を軸に、より高度で柔軟性のある体験を提供する プラットフォームへ進化



## デザイン&UX

特許技術「Block UI」を核とし、優れたデザイン性と高い柔軟性を備えたアプリを提供し、ユーザーが日常的に利用する魅力的なモバイル体験を実現。デザインの可能性を広げ、さらなるビジネスの課題解決を加速



## データのさらなる活用

年間180億件以上の膨大なデータを活用し、Yappliプラットフォームの価値向上へ。Yappli独自の分析基盤の提供や高度な施策の実行、新しいインサイトの提供など、顧客の事業成長をデータで支援



## インテグレーション強化

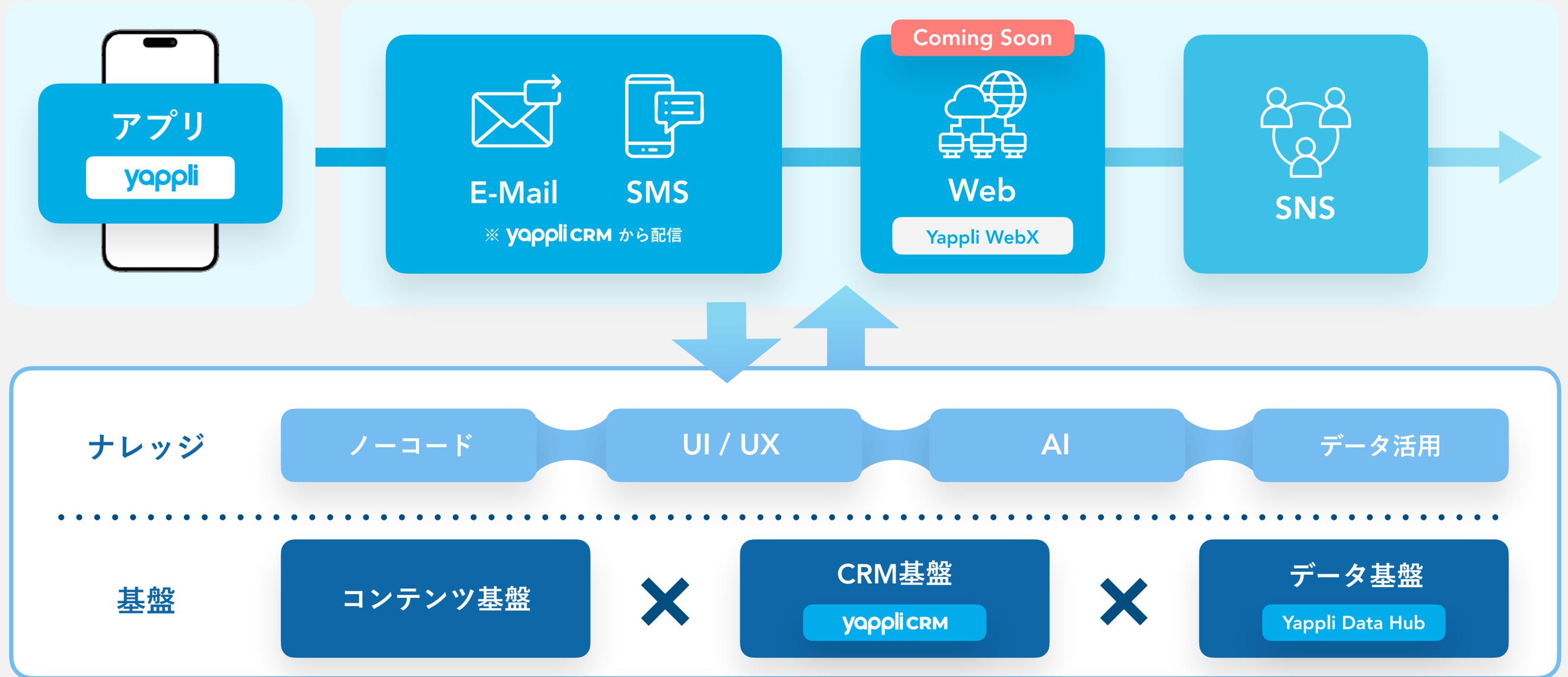
外部サービスとの連携を強化し、さらにオープンなプラットフォームへ進化し、多様な業界ニーズに対応できるシステム環境を提供。顧客体験の向上とデジタル変革を支援するパートナーとして、Yappliのさらなる価値向上へ



## AI活用

プロダクトとプロフェッショナルサービスの双方のパフォーマンス向上のためAIを活用。プッシュ通知機能や分析ダッシュボードでのAI実装による利便性の向上や、社内業務効率のためにもAIを積極活用

# 新規事業への投資を強化し、マルチプロダクトを加速



# AI活用によるプロダクトとサービス価値の最大化

AI活用を引き続き推進し、YappliやYappliCRMなどのプロダクトへ続々と実装。  
今後はプロフェッショナルサービスの業務支援にも活用しサービス価値の最大化を実現

## プロダクトへのAI活用

yappli yappliCRM

顧客アプリの運用支援を中心としたAI活用

プッシュ通知のAIアシスト

AIスコアリング

アプリデザインのAI編集

バリエーション作成

AIによる顧客セグメント

AIによる施策提案

AI

## プロフェッショナルサービスへのAI活用

### アプリマーケティング

AI活用によりデータ主導のマーケティングを強化

データ分析・行動予測

運用の最適化

### アプリデザイン

AI活用により、デザインプロセスを効率化

テンプレートの生成

クリエイティブの最適化

# 高度化するクライアントニーズに応える提案力強化と、 企業規模に合わせたセールス・マーケ施策を遂行

## 市場の現状認識 確立市場

### 市場の成熟化

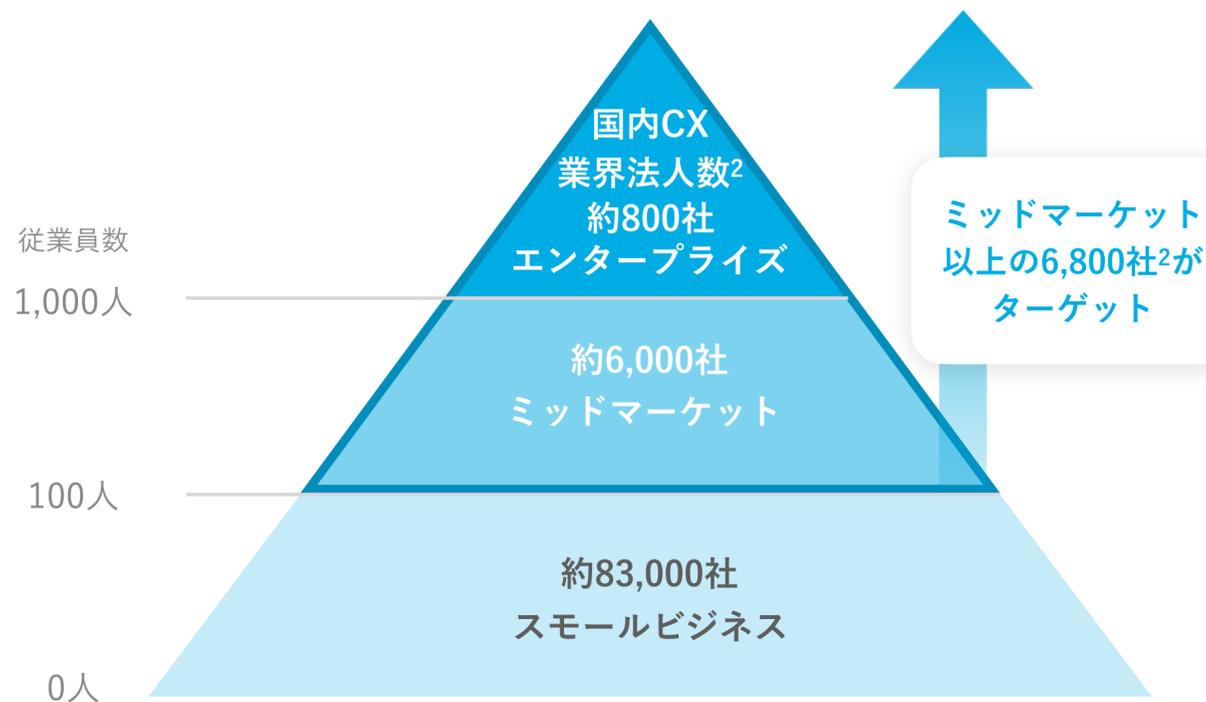
エンタープライズではアプリ保有率は約5割<sup>1</sup>に。  
リプレイスやミッドマーケット攻略が重要に

### クライアント要望の高度化

企業のマーケティング戦略において  
アプリの重要度が高まり、施策が高度化

### 提案力の向上

単にアプリを提供するだけでなく、  
データ分析やCRM施策など深い提案が必要に



### 戦略

- エンタープライズ企業にはABM<sup>3</sup>による戦略的アプローチでリプレイス提案や新規受注を推進
- ミッドマーケットはリード型広告による効率的なマーケティング活動で案件創出
- 企業におけるアプリの重要性が上昇しているため、アプリマーケティングなどのプロフェッショナルサービスを強化し、顧客アプリのLTV向上を実現させ、クロスセルを創出
- CX領域特化の機能開発や人材投資で、深い業界ニーズを掘り起こす

注：(1) FORCASデータ及び社内調査に基づき算出 (2) FORCASデータを元に当社作成。当社が主にターゲットとするCXの業界（ライフスタイルとフード）に属する企業数を抽出 (3) Account Based Marketing：優良顧客となる対象企業を選定し、その企業へカスタマイズした戦略的アプローチを行う営業手法

# マーケティング投資による市場啓蒙やパートナーとの連携で エンプラのシェア拡大へ。Yappli導入企業へのクロスセルも狙う

## 市場の現状認識

開拓市場

### 人的資本の関心アップ

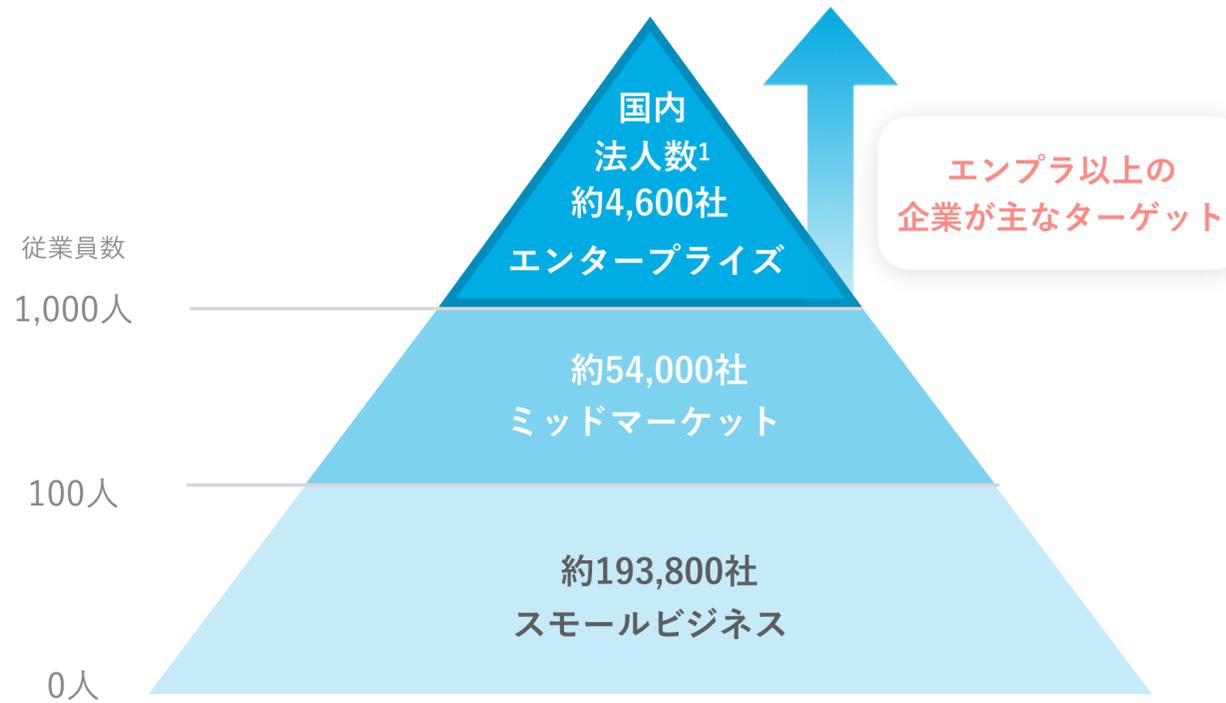
人的資本のトレンドを背景に、  
EX領域への関心が大手企業で拡大中

### アプリ導入の黎明期

紙媒体やウェブなど従来型メディアから  
アプリによるEX強化が徐々に浸透

### 独自性の提供

CX領域で培った自社アプリならではの  
デザインや機能などの体験向上を訴求



## 戦略

- マーケティング投資を前年比30%アップさせ、市場啓蒙とブランド認知を強化
- パートナーやトップアプローチを用いて、大企業でのシェアを拡大
- 自動翻訳機能やコミュニケーション機能などのプロダクト強化と、福利厚生サービスのラインアップ拡充による販売拡大を狙う
- CX領域でのYappli導入企業へクロスセルを狙う

注：(1) 総務省・経済産業省「令和3年経済センサス・活動調査」全産業 法人企業数

# CX・EX領域で多彩なマーケティング活動を実施し商談を創出。 導入後もカスタマーサクセスがサポート

## 新規受注

- ・マーケティング効率重視で受注率が1.5倍改善<sup>1</sup>
- ・パートナー経由受注が2倍アップ<sup>1</sup>



## クライアント支援

過去3年の平均解約率0.82%<sup>1</sup>



## 収益拡大

- ・過去3年のNRR平均104%<sup>1</sup>
- ・アプリマーケティング売上が2.6倍アップ<sup>1</sup>



## セールス・マーケティング

直販・ABM<sup>2</sup>・パートナーなどの陣形で網羅的に販売チャネルを強化

- ・マスマーケティングを抑えリード獲得に注力し効率化アップ。オンラインとオフライン両方でマーケティング活動を展開し、有効な商談を創出
- ・販売パートナーとのネットワークを強化し、直販のみでは獲得しづらい顧客層との接点を増やす
- ・エンブラ企業へのアプローチのためABM<sup>2</sup>や経験者採用を強化

## カスタマーサクセス

クライアントへの支援体制を強化。アプリマーケの提供サービスも拡充

- ・アプリ専門デザイナーとディレクターがアプリの立ち上げを手厚く支援
- ・アプリ運用と施策について豊富なノウハウを持つカスタマーサクセスが伴走支援。活用ポータルアプリやユーザー会、大型イベントなどを通じた情報提供で接点強化
- ・アプリの成長支援コンサル等のプロフェッショナルサービスを拡充。CX領域に精通した専門性の高いエキスパートチームがクライアントのLTV向上を図り収益拡大へ

注：(1) 営業利益の黒字化前のFY2022との比較。解約率は、グロスレベニューチャーンレート(LTM)を採用

(2) Account Based Marketing：優良顧客となる対象企業を選定し、その企業へカスタマイズした戦略的アプローチを行う営業手法



## 個の成長への投資

- リモートワークとオフィスワークによるハイブリッド勤務により、育成や協調性の強化と柔軟性ある働き方を両立
- 社内セミナーや勉強会開催による専門的な学習機会を提供
- 結婚・妊活・出産など各ライフイベントに応じた休暇・手当制度の整備と充実



## 組織力への投資

- 外部有識者を招いた幹部・マネージャー向け組織マネジメント研修を実施
- マネージャー以上に対する1on1コーチング、フィードバック研修プログラムを提供
- 部門を超えた課題共有・解決のためのクロスファンクショナルな対話を促進



## 企業文化への投資

- 従業員向けアプリ「Yappli Hang Out」を活用し、経営陣の日々の考えや理念・戦略を共有
- 毎月月末に開催される達成会や懇親会、年1回の全社参加型カルチャーデイ、ファミリーデイなど様々なオフラインイベントを企画し、ミッション・バリューの浸透を促進

注：各施策の詳細は「補足資料」参照

# アプリの進化とFY25以降の成長イメージ

市場での盤石なポジションを確保。売上、利益ともに伸長

## 先行投資の トップライン創出

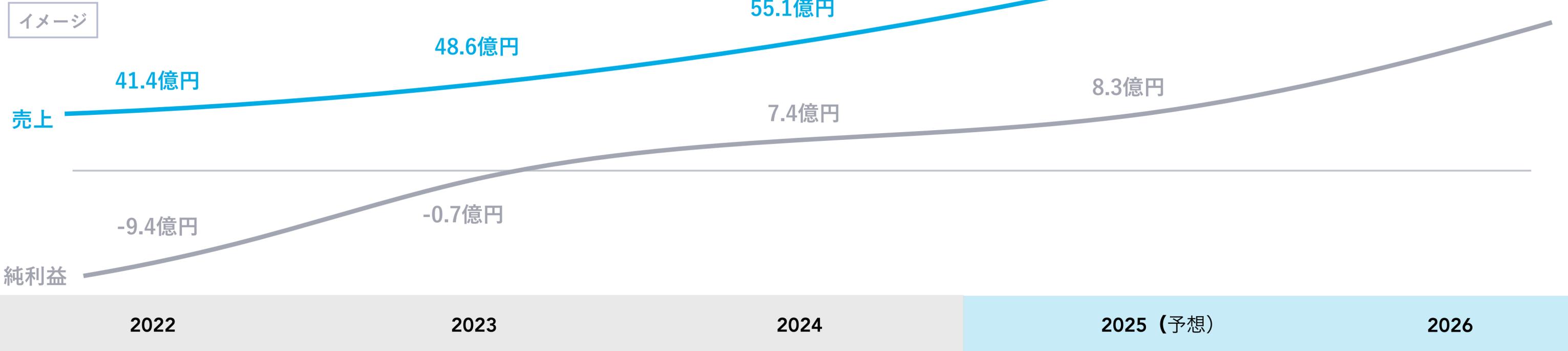
広告や採用などへ先行投資を実施し、いち早く盤石な市場ポジションを構築

## 利益創出の転換期

マーケティング投資と人材採用の効率化・抑制により生産性を向上させ、継続的に利益創出できる企業へ変革

## 売上、利益のバランス成長

売上・利益共に2桁成長率を継続させ、FY26期に調整後EBITDAで10億円<sup>1</sup>超えを目指す



注：(1) 2023年4月26日に発行決議された新株予約権の行使の業績条件に基づく（2024年7月から2026年6月までの期間で四半期の調整後EBITDA2.5億円を2回達成で行使可）

# 2024年12月期 通期・第4四半期 業績



## 継続的な売上成長とコスト最適化で修正後の業績予想を達成。 純利益は上場後初の通期黒字化となる7.4億円を達成

- 通期売上高は**55.1億円**（YoY**13.3%**）と業績予想レンジの下限を達成
- 第4四半期の売上高は**14.2億円**でPF売上<sup>1</sup>とPS売上<sup>2</sup>が共に堅調でYoY**12.0%**成長
- 通期の営業利益は**5.5億円**、当期純利益は**7.4億円**となり、2024年11月に上方修正した業績予想を達成。  
2022年からのコストの抜本的見直しと継続的な売上成長が奏功し、上場来初めて当期純利益が黒字化
- 第4四半期はFY25に向けて採用や広告宣伝、R&Dへの投資を増やし、営業利益は**0.7億円**で着地
- 契約アプリ数は四半期ごとに安定的に増加し合計**893**、平均月額利用料は高単価案件の受注が進み**44.2万円**（YoY**4.6%**）に成長。解約率は**0.78%**となり好調に推移

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1)プラットフォーム売上（PF売上）：MRR（Monthly Recurring Revenue）に該当する売上 (2)プロフェッショナルサービス売上（PS売上）：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

売上、営業利益ともに堅調に伸び、通期の営業利益率は10%に。  
解約率など主要KPIも堅調に推移

売上高 (YoY増減率)

通期 **55.1** 億円(13.3%)  
四半期 **14.2** 億円(12.0%)

ARR<sup>1</sup> (YoY増減率)

**47.4** 億円(10.8%)

営業利益 (営業利益率)

通期 **5.5** 億円(10.0%)  
四半期 **0.7** 億円(4.9%)

契約アプリ数<sup>2</sup> (YoY増減率)

**893** (5.9%)

平均月額利用料<sup>3</sup> (YoY増減率)

**44.2** 万円(4.6%)

解約率<sup>4</sup>

**0.78%**

注：(1) 2024年度第4四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) 2024年度第4四半期末時点、少額プランは含まない

(3) 2024年度第4四半期末時点、少額・短期プランは含まない (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、2024年度第4四半期末時点の直近12カ月平均、少額・短期プランは含まない

## P&Lサマリー 通期

売上はYoY13.3%で堅調に推移。営業利益と経常利益はYoYで2倍強に成長し、当期純利益は初の黒字化を達成

単位：百万円

	2022		2023		2024			
	実績	YoY	実績	YoY	実績	YoY増減額	YoY増減率	業績予想
売上高	4,142	26.9%	4,864	17.4%	5,511	646	13.3%	5,500 ~ 5,706
月額利用料比率 <sup>1</sup> (%)	80.2%	-	81.8%	-	81.4%	-	-0.4pt	-
売上総利益	2,751	25.0%	3,356	22.0%	3,643	287	8.6%	-
売上総利益率 (%)	66.4%	-	69.0%	-	66.1%	-	-2.9pt	-
営業利益	-818	-	264	-	550	286	108.0%	550
営業利益率 (%)	-19.8%	-	5.4%	-	10.0%	-	+4.6pt	10.0%
経常利益	-824	-	254	-	548	293	115.5%	-
当期純利益	-941	-	-74	-	748	822	-	700

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 少額・短期プランは含まない

## P&Lサマリー 四半期

Q4の売上は底堅く推移しつつ、継続成長のための採用やR&D、  
広告宣伝などの投資を増加させ、営業利益は0.7億円で着地

単位：百万円

	2023				2024					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	YoY	QoQ
売上高	1,191	1,153	1,246	1,273	1,341	1,301	1,442	1,426	+12.0%	-1.1%
月額利用料比率 <sup>1</sup> (%)	78.7%	84.7%	81.2%	82.6%	80.6%	84.5%	78.9%	82.0%	-0.7pt	+3.1pt
売上総利益	817	798	878	862	917	847	972	906	+5.1%	-6.7%
売上総利益率 (%)	68.6%	69.2%	70.5%	67.8%	68.4%	65.1%	67.4%	63.6%	-4.2pt	-3.8pt
営業利益	71	28	72	92	182	87	210	70	-23.5%	-66.5%
営業利益率 (%)	6.0%	2.4%	5.9%	7.2%	13.6%	6.7%	14.6%	4.9%	-2.3pt	-9.7pt
経常利益	67	25	71	90	183	86	208	70	-22.2%	-66.3%
当期純利益	42	10	-548	421	360	84	206	96	-77.2%	-53.5%

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 少額・短期プランは含まない

売上高は業績予想レンジの下限を達成。  
営業利益と当期純利益は上方修正した業績予想を達成

単位：百万円

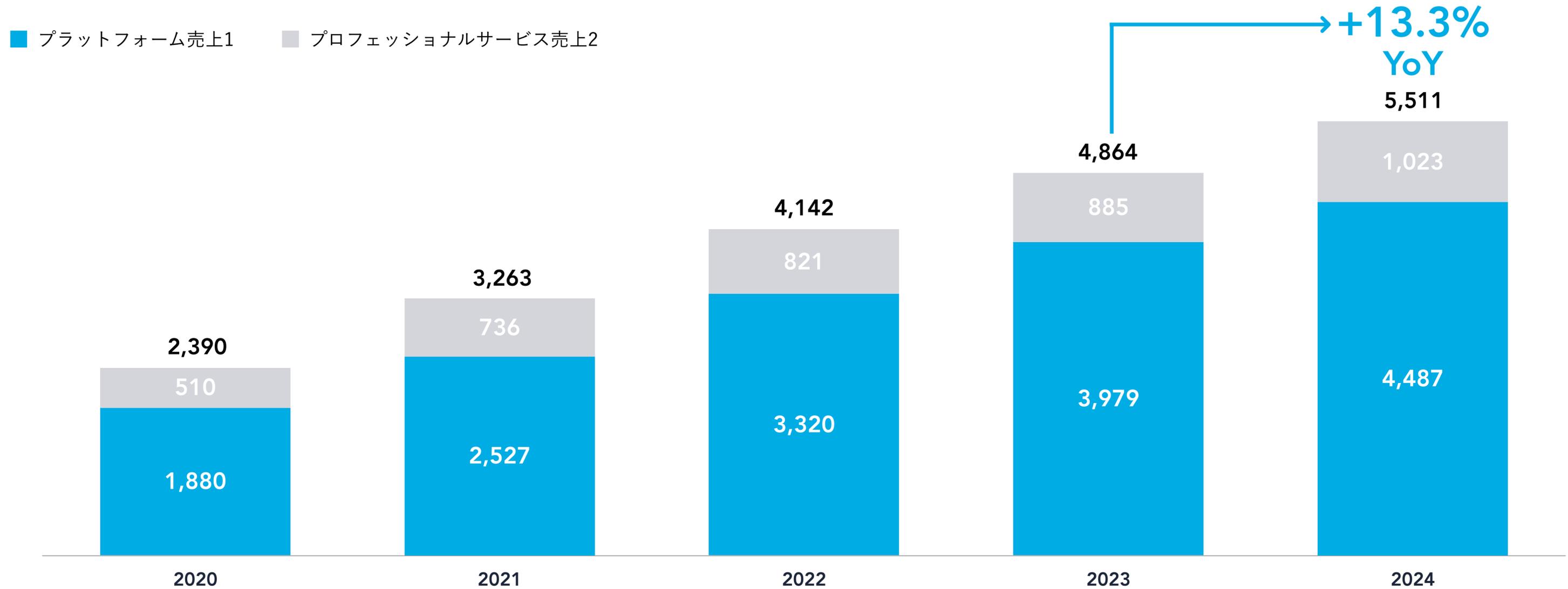
	2023 Q1-4 累計	2024 Q1-4 累計	YoY増減率	業績予想	進捗率 <sup>1</sup>
売上高	4,864	5,511	+13.3%	5,500 ~ 5,706	100.2%
営業利益	264	550	+108.0%	550	100.2%
当期純利益	-74	748	-	700	106.9%
調整後EBITDA <sup>2</sup>	323	659	+103.7%	660	99.9%

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 2024年度の売上高の進捗率は業績予想の下限に対しての進捗率、業績予想上限に対しての進捗率は96.6% (2) EBITDA + 株式報酬費用

売上高  
通期

売上高は55.1億円、YoY13.3%で過去最高で着地。  
アプリマーケティングが好調でPS売上<sup>2</sup>はYoY15.5%の成長

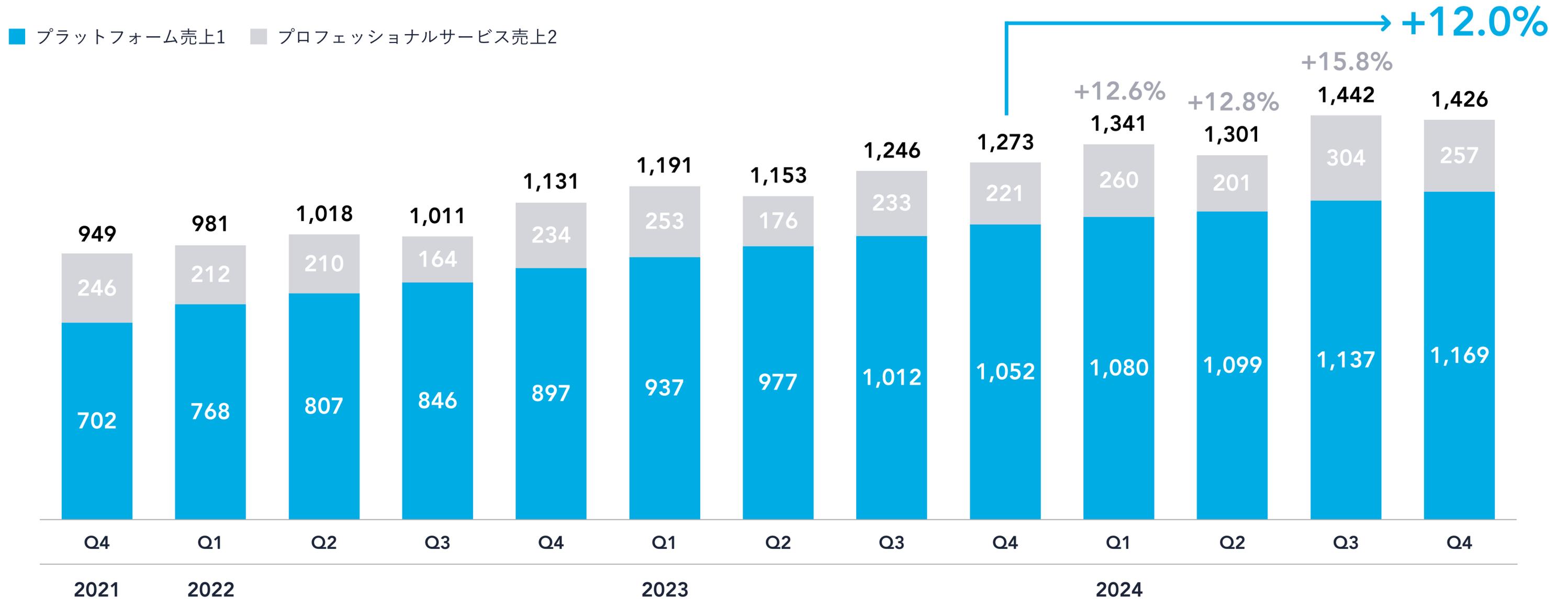
単位：百万円



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1)プラットフォーム売上 (PF売上)：MRR (Monthly Recurring Revenue) に該当する売上 (2)プロフェッショナルサービス売上 (PS売上)：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

# Q4はPS売上<sup>2</sup>がYoY16%で売上成長を牽引するも、 QoQでは前四半期より弱含み14.2億円で着地

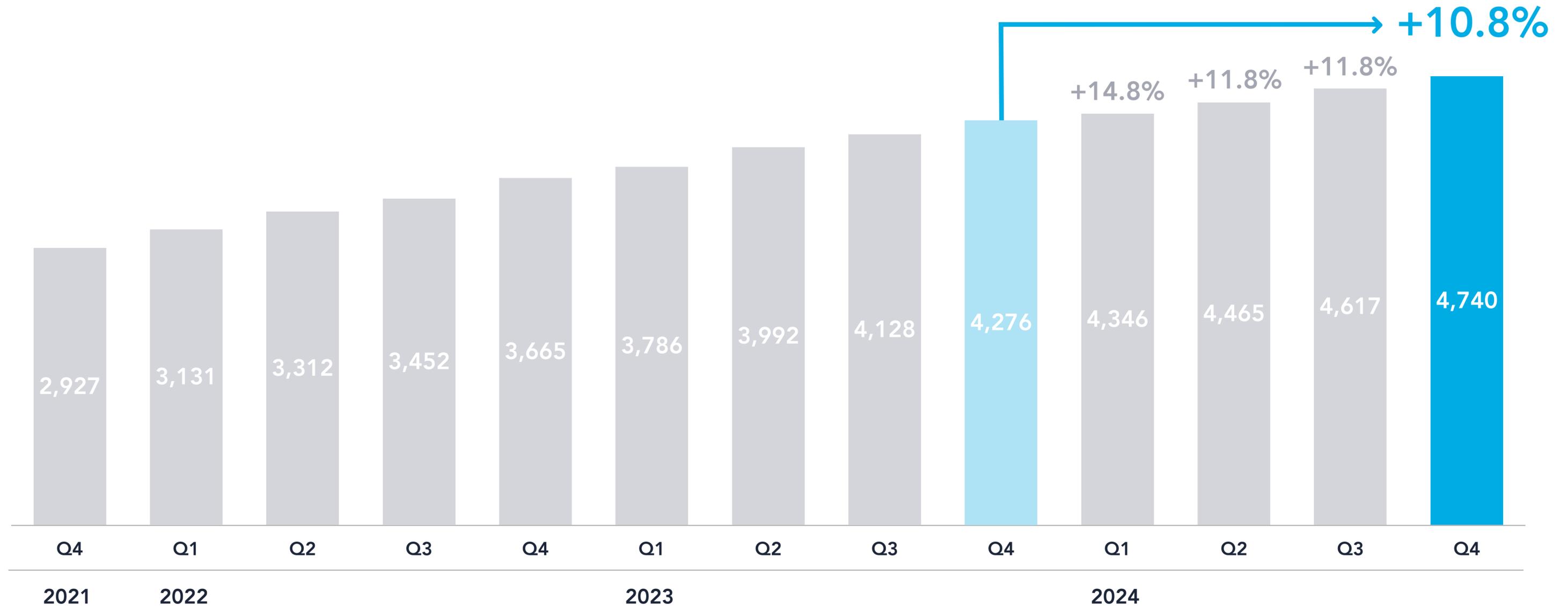
単位：百万円



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1)プラットフォーム売上 (PF売上)：MRR (Monthly Recurring Revenue) に該当する売上 (2)プロフェッショナルサービス売上 (PS売上)：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

# 契約アプリ数と平均月額利用料が堅調に推移し ARR47.4億円に

単位：百万円



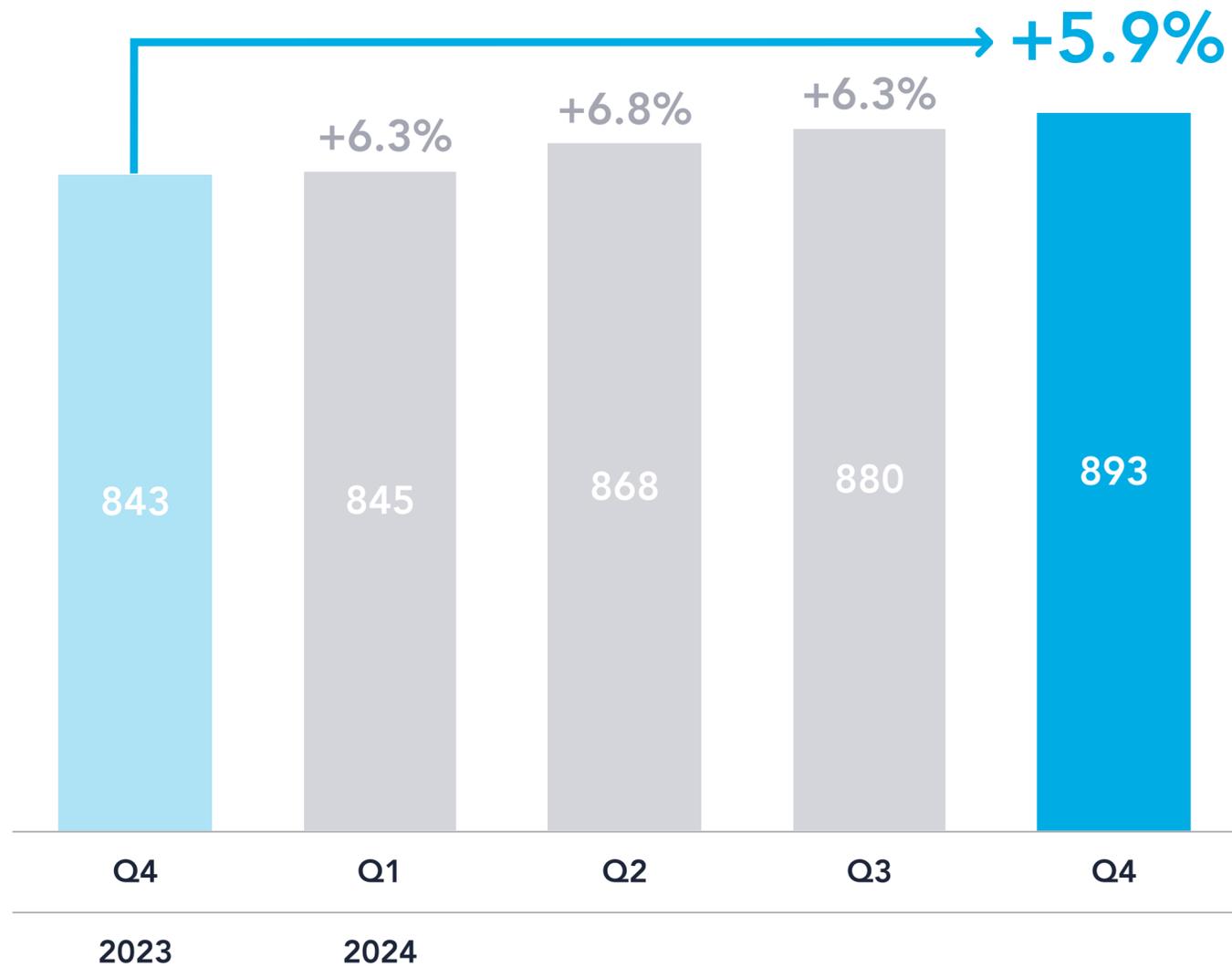
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 四半期末時点の月額利用料合計額に12を乗じた金額、少額・短期プランは含まない

## 契約アプリ数と 平均月額利用料

# 契約アプリ数は堅調に推移。高単価案件の受注により 平均月額利用料も継続して増加

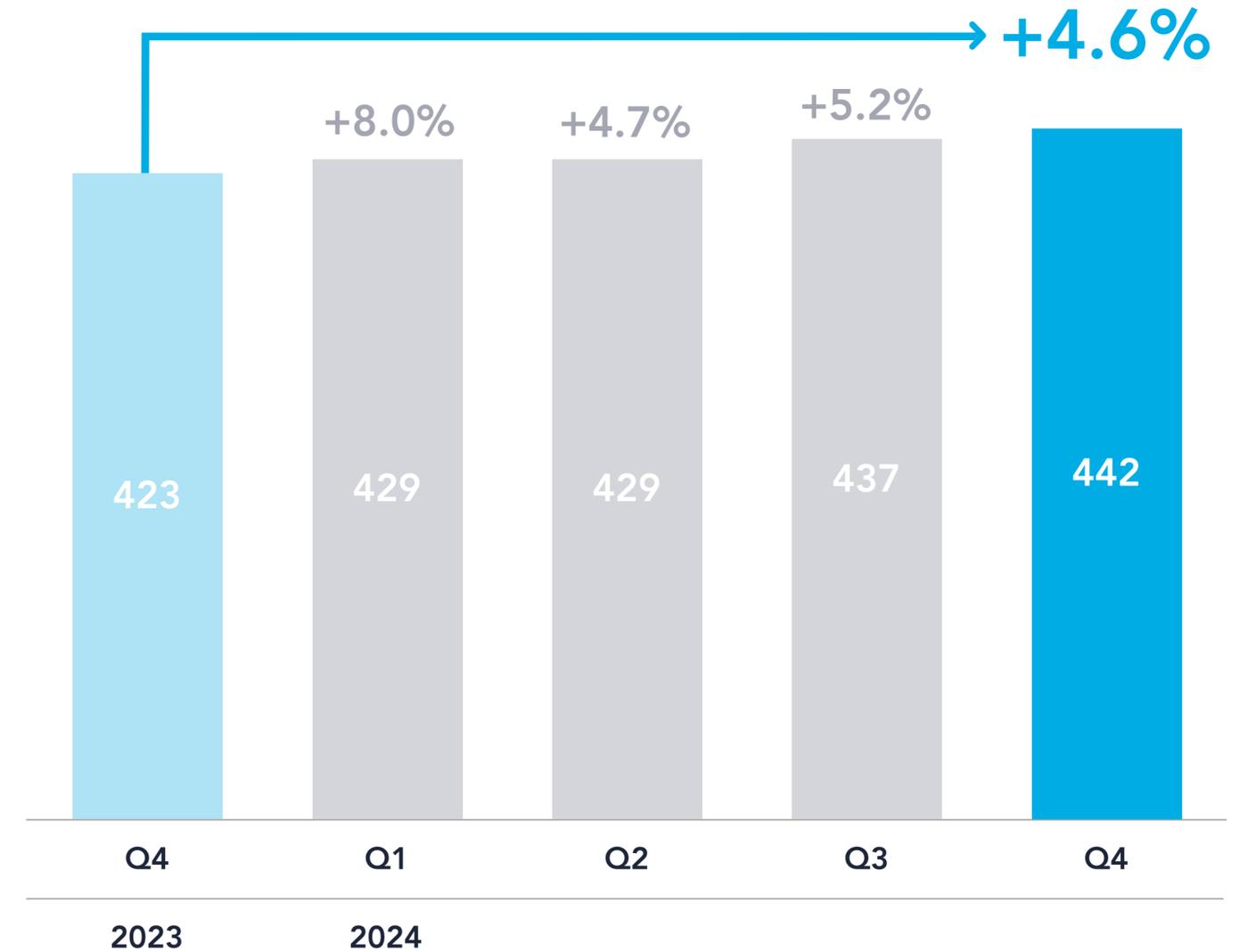
### 契約アプリ数<sup>1</sup>

単位：アプリ数



### 平均月額利用料<sup>2</sup>

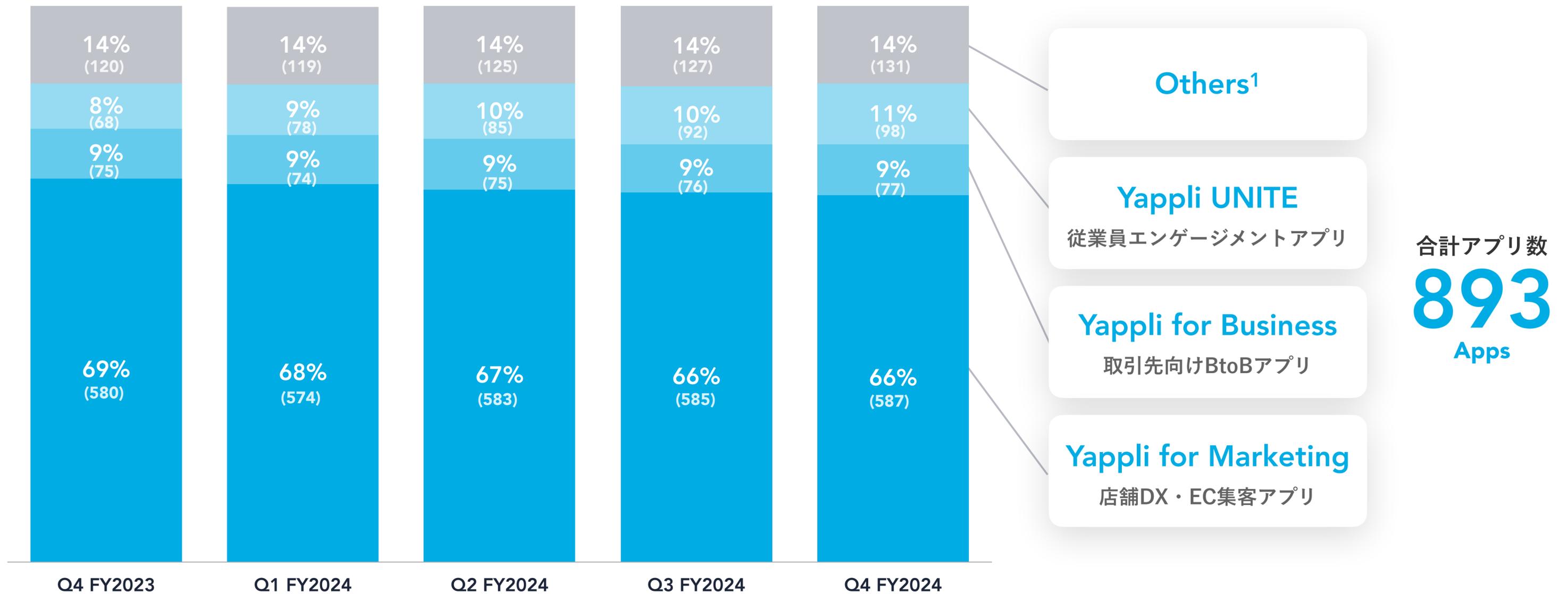
単位：千円



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

## ソリューション別 アプリ数の構成比率

# 従業員向けアプリYappli UNITEの獲得が好調に進むも、 構成比率に大きな変化なし



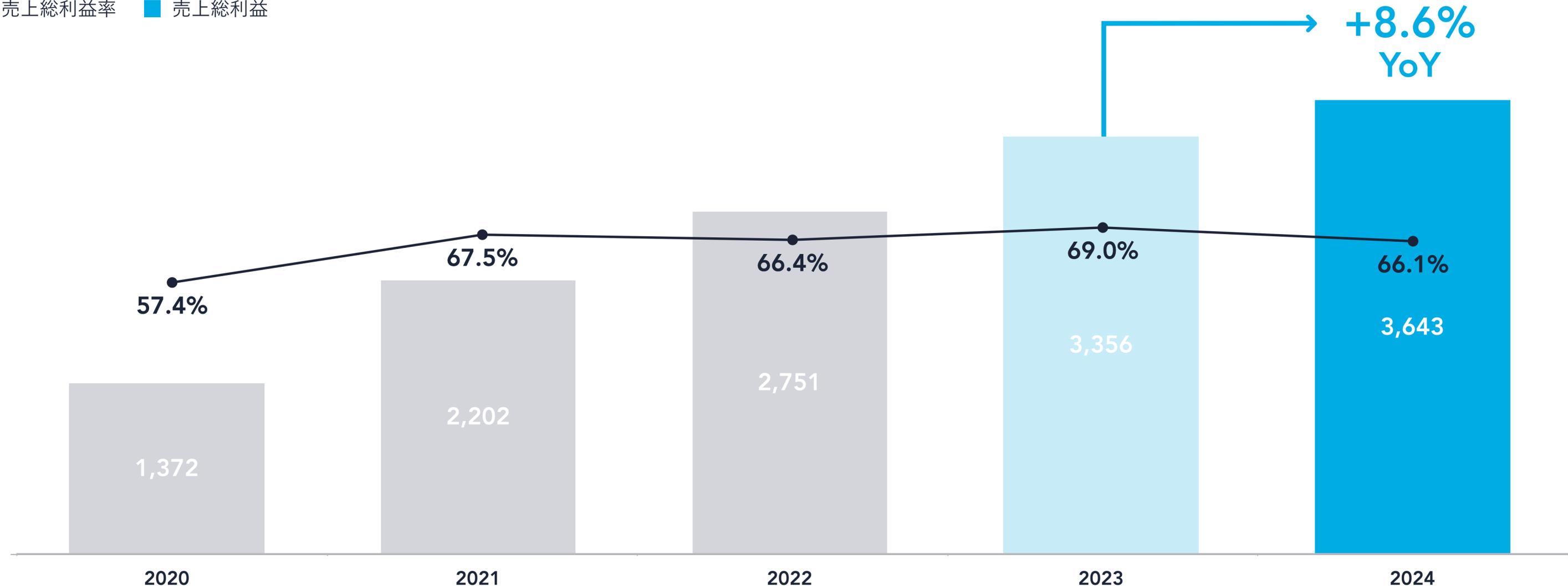
注：アプリ数での内訳を表示、2024年度第4四半期末時点、少額プランは含まない、カッコ内の数字はアプリ数 (1) Yappli for Media & Entertainment、Yappli for Schoolなど その他の開発支援サービスを含む

## 売上総利益 通期

売上総利益は過去最高の36.4億円に。トラフィック増と円安の影響でサーバー費用が上振れし、売上総利益率は低下

単位：百万円

● 売上総利益率 ■ 売上総利益



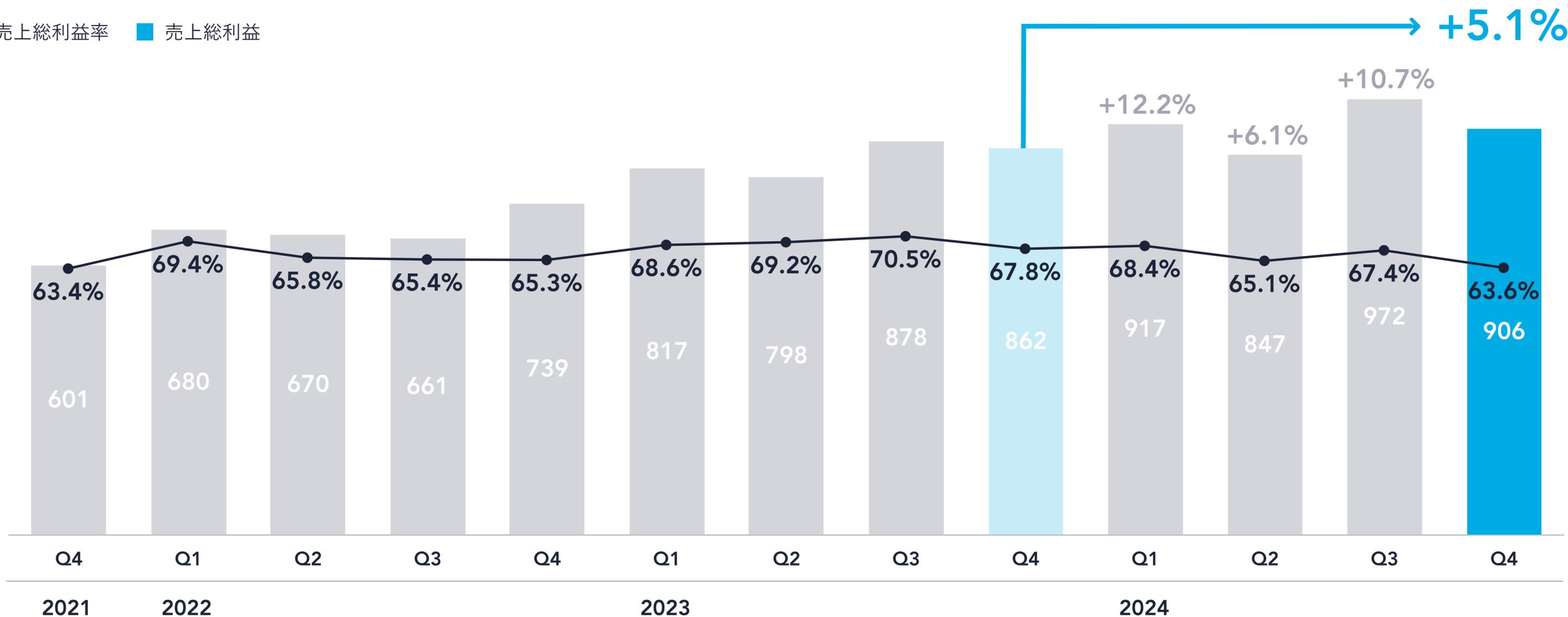
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

## 売上総利益 四半期

売上総利益はYoYでは堅実に成長するも、QoQでは売上高に伴い減少。売上総利益率もサーバー費用などの影響で低下

単位：百万円

● 売上総利益率 ■ 売上総利益



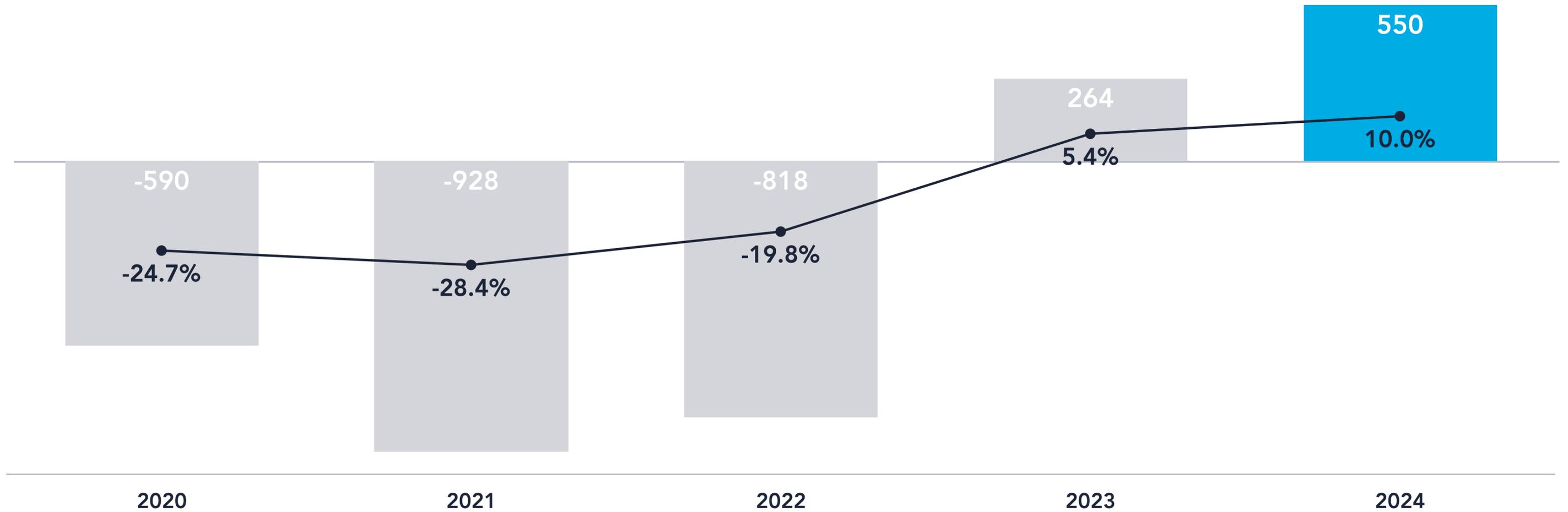
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

## 営業利益 通期

売上と利益のバランス成長により営業利益は前年比2倍強に、  
営業利益率は10%に伸長し収益性が大幅に向上

単位：百万円

● 営業利益率 ■ 営業利益



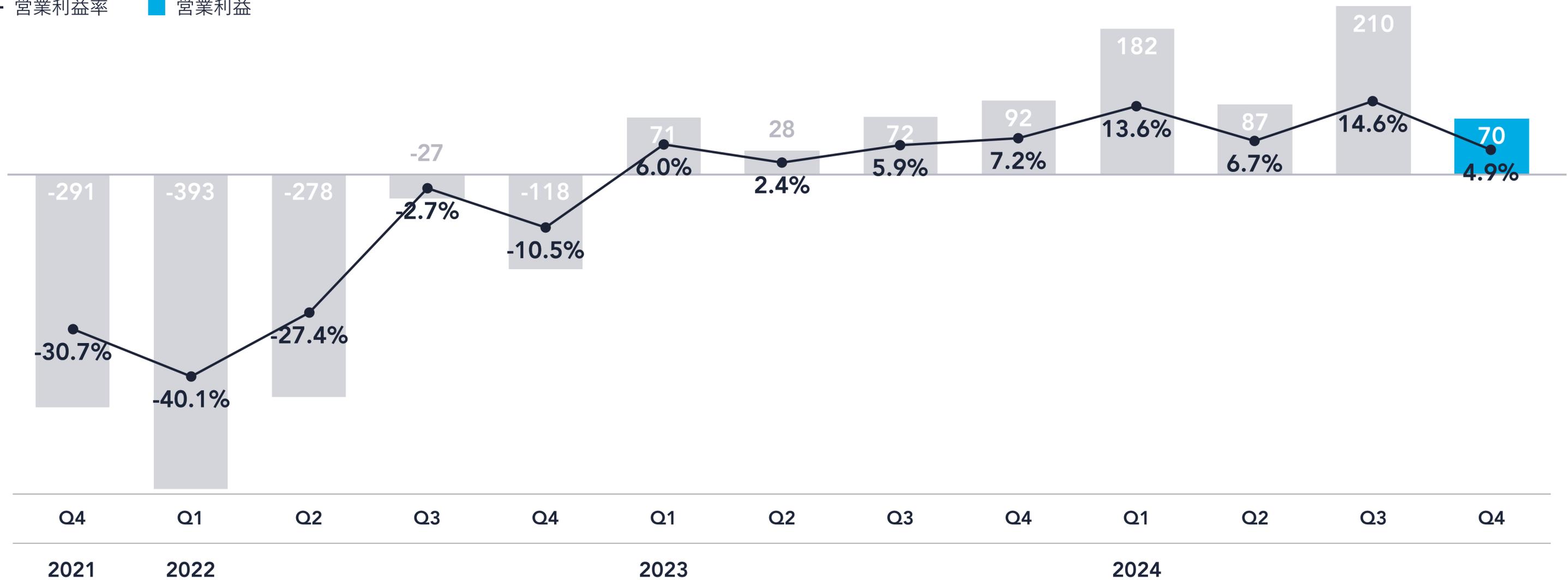
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

# 営業利益 四半期

## FY25の継続成長を見据えて人材採用や広告宣伝、R&Dへの投資を増やし、Q4の営業利益は0.7億円で着地

単位：百万円

● 営業利益率 ■ 営業利益



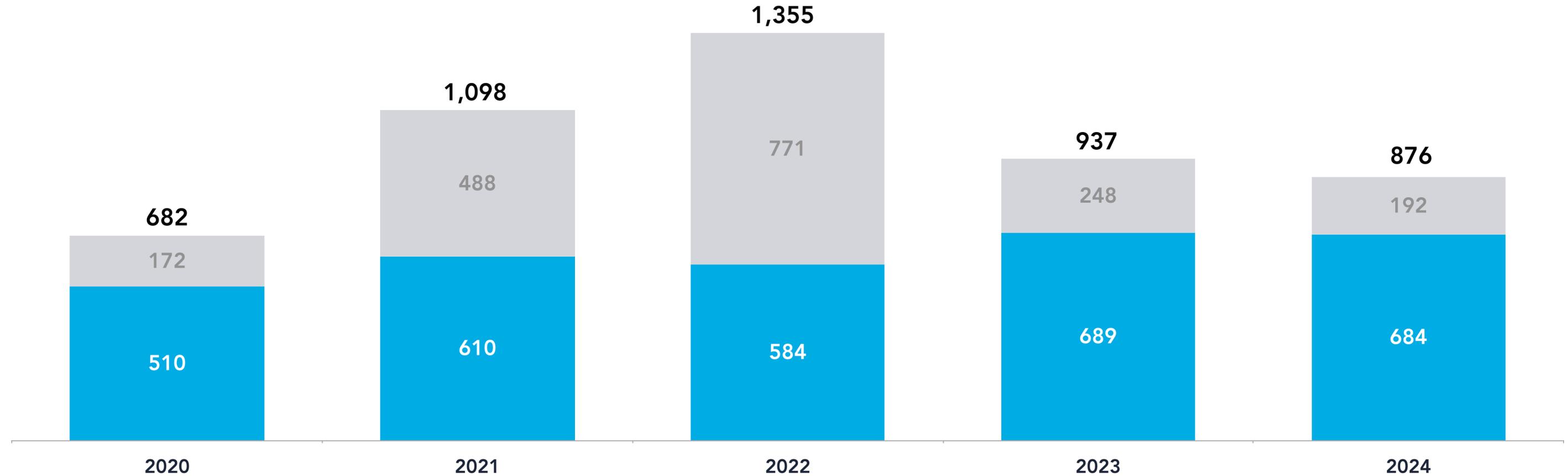
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

## 広告宣伝費<sup>1</sup> 通期

期初予定より約1割増加させ8.7億円で着地。期初はYappli  
UNITEの認知獲得に投資し、期末に向けてリード獲得を増加

単位：百万円

■ リード獲得 ■ 認知獲得（マスマーケティング）



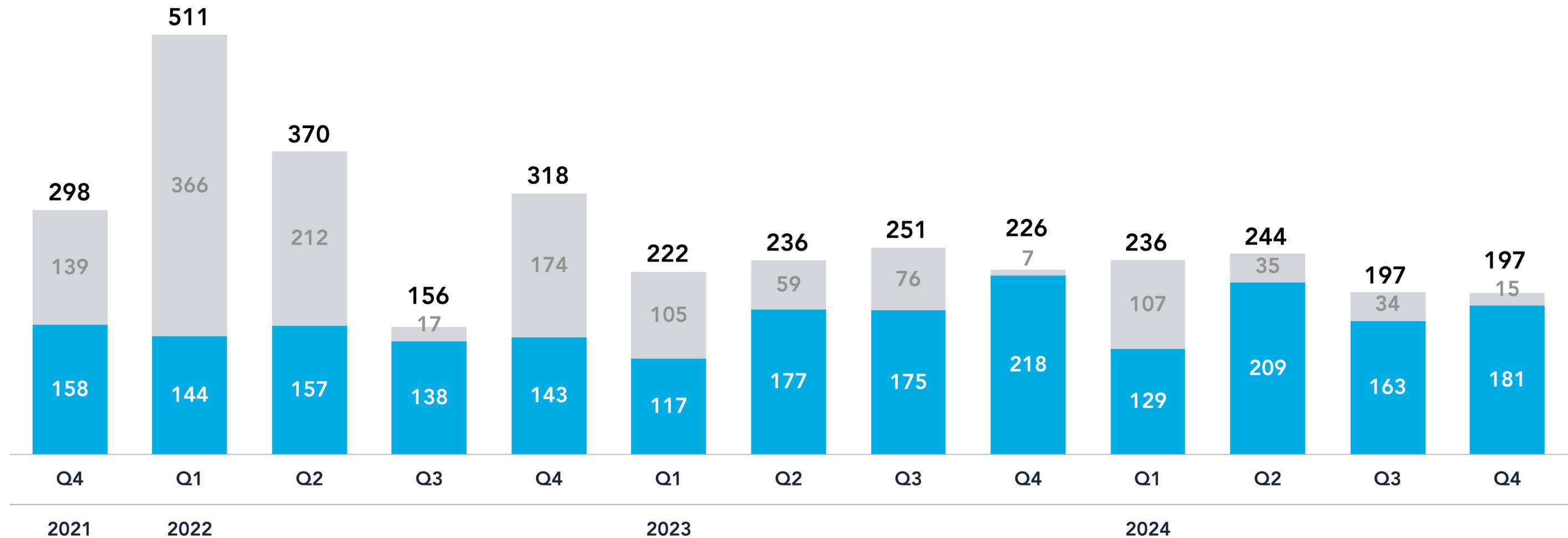
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) PRなどの顧客獲得目的以外の広告宣伝費は除く

## 広告宣伝費<sup>1</sup> 四半期

Q4はリード型広告を中心に期初予定より約3割増額。  
企画型イベントなどを増やし、FY25の継続成長を目指す

単位：百万円

■ リード獲得 ■ 認知獲得（マスマーケティング）



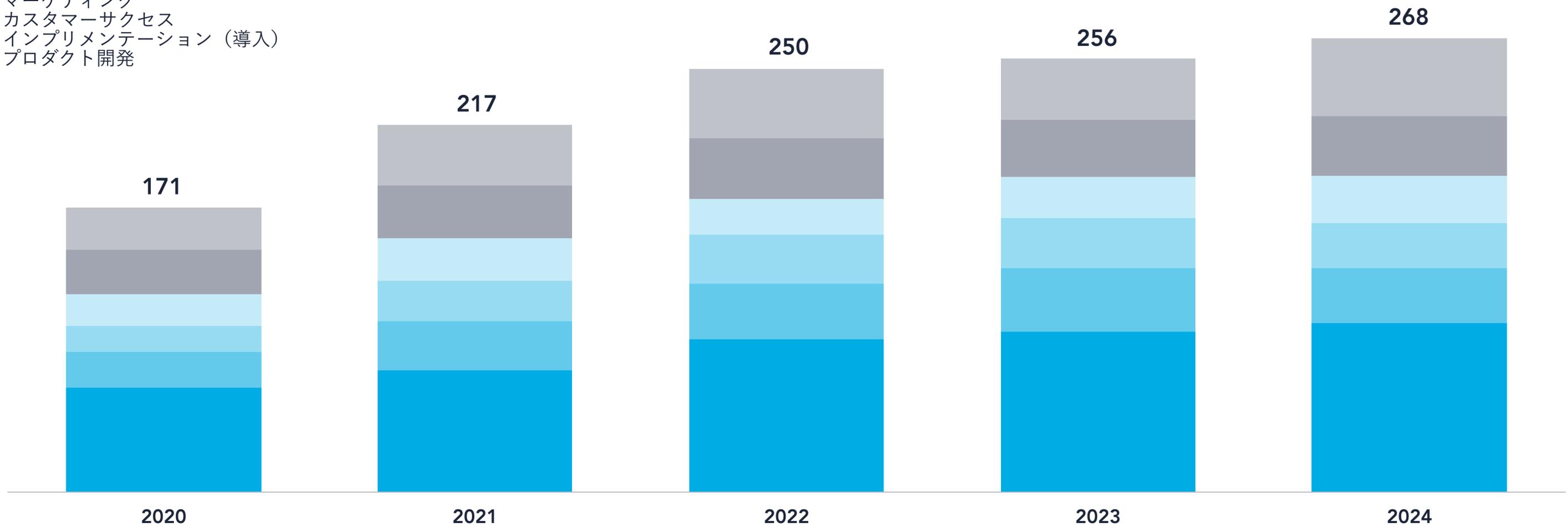
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) PRなどの顧客獲得目的以外の広告宣伝費は除く

## 正社員数

Q4に採用を強化し、各部門バランスよく人員を拡充。  
前年比12名純増の268名に拡大

単位：人

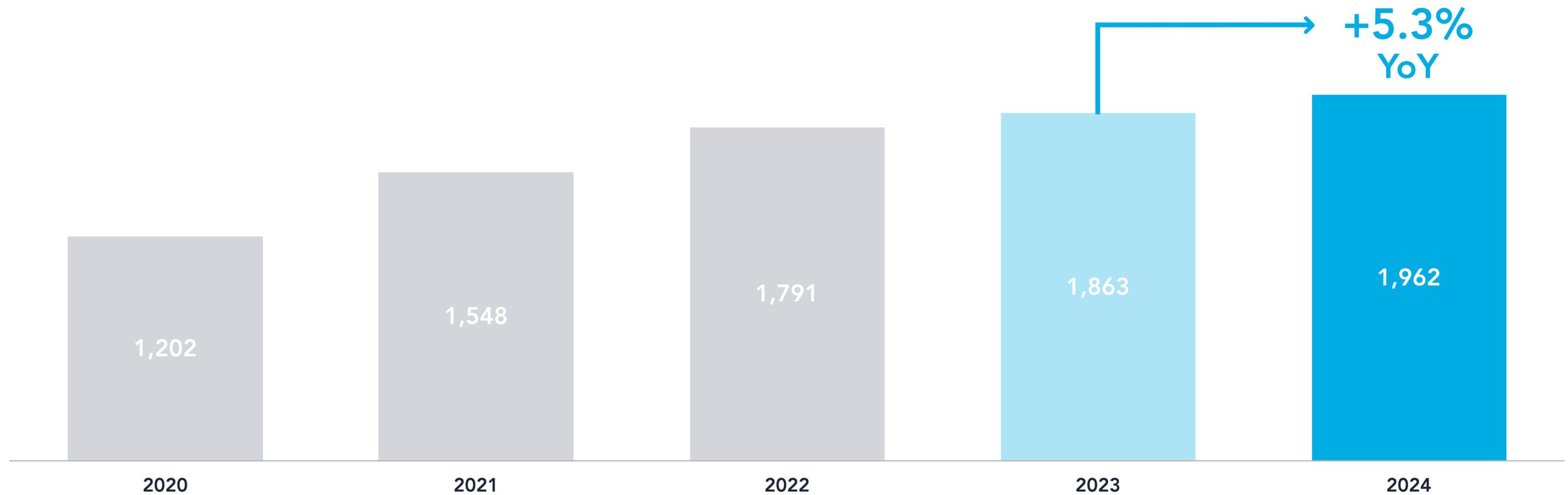
- コーポレート・その他
- セールス
- マーケティング
- カスタマーサクセス
- インプリメンテーション（導入）
- プロダクト開発



注：年度末・四半期末時点の正社員数を表示

## 社員数の増加に伴い人件費はYoY5.3%増加

単位：百万円

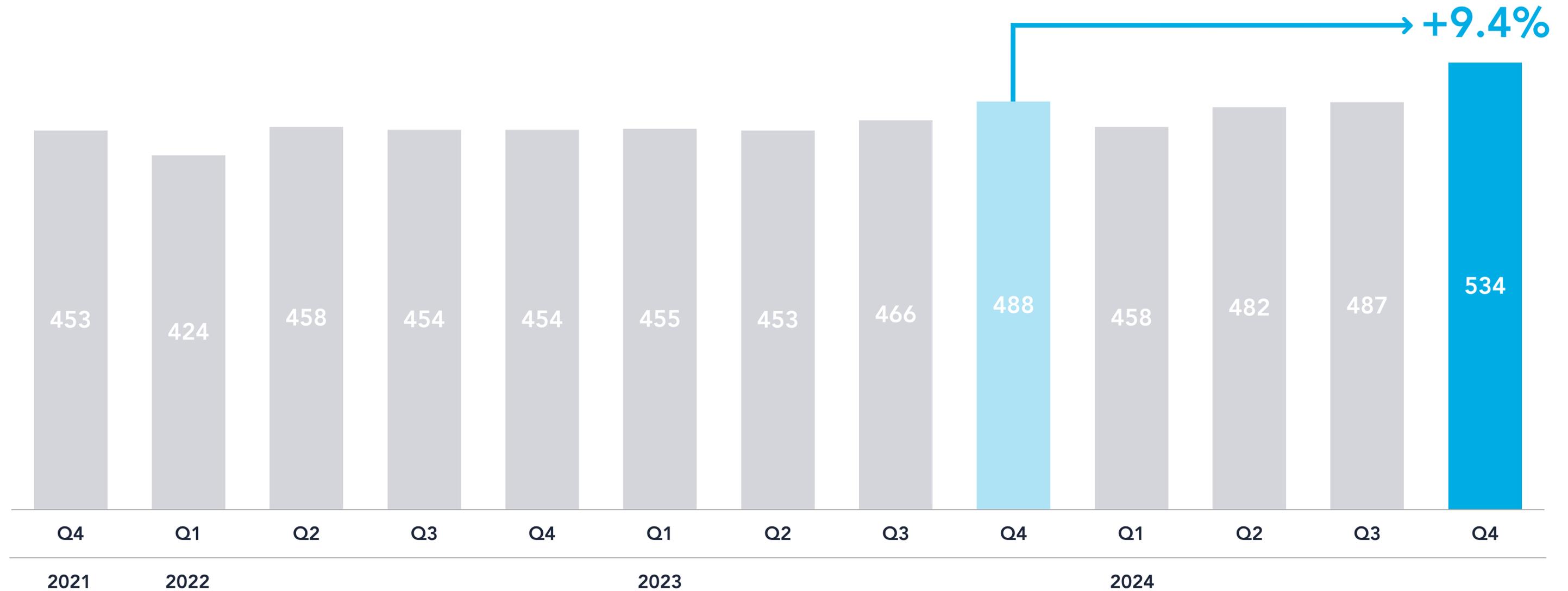


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む。売上原価に計上される人件費も含む

人件費<sup>1</sup>  
四半期

Q4は積極採用と賞与などで人材への投資を加速。  
FY25を見据えて組織力を強化

単位：百万円

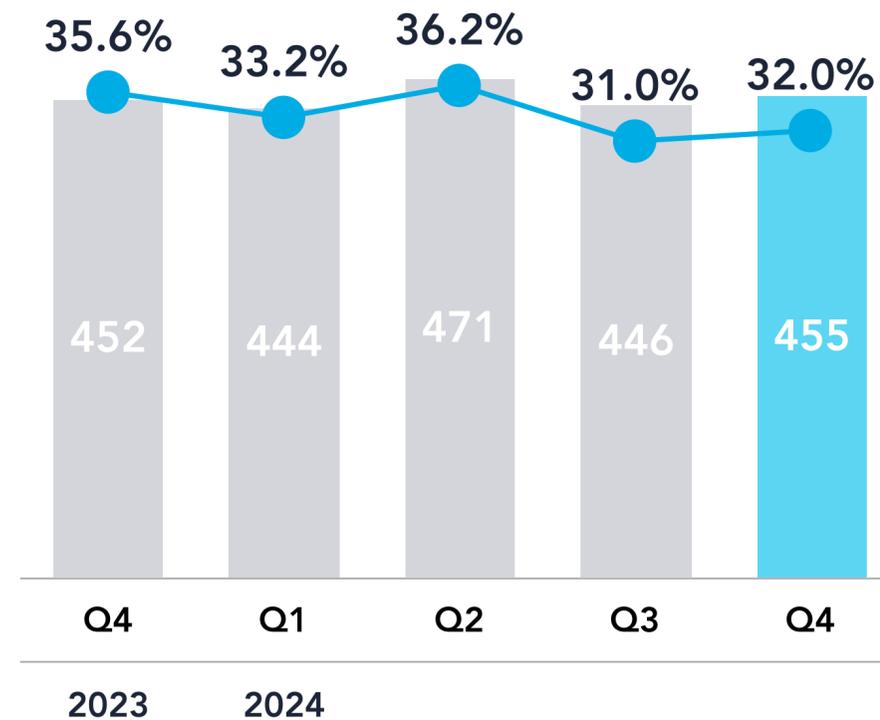


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む。売上原価に計上される人件費も含む

# 2025年以降の成長に向けて新規事業開発の投資を増やし、R&Dが大幅に増加

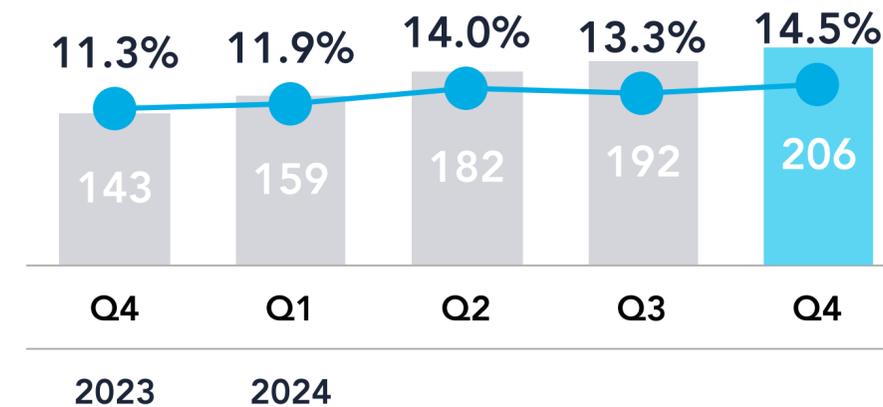
## S&M<sup>1</sup>

単位：百万円



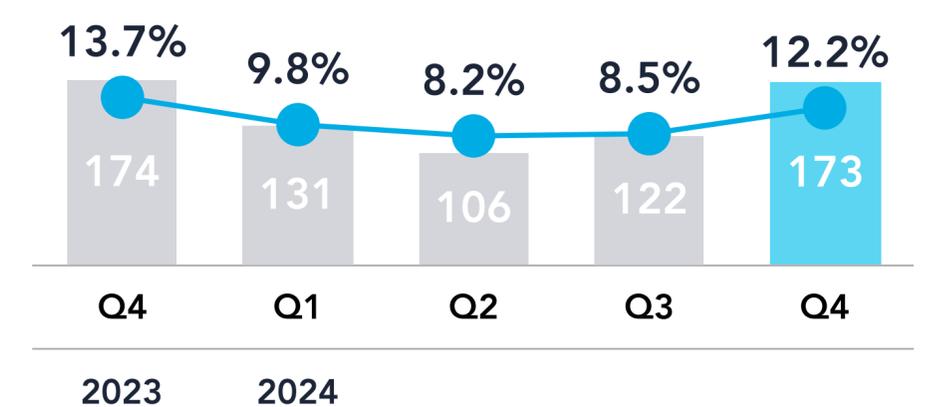
## G&A<sup>2</sup>

単位：百万円



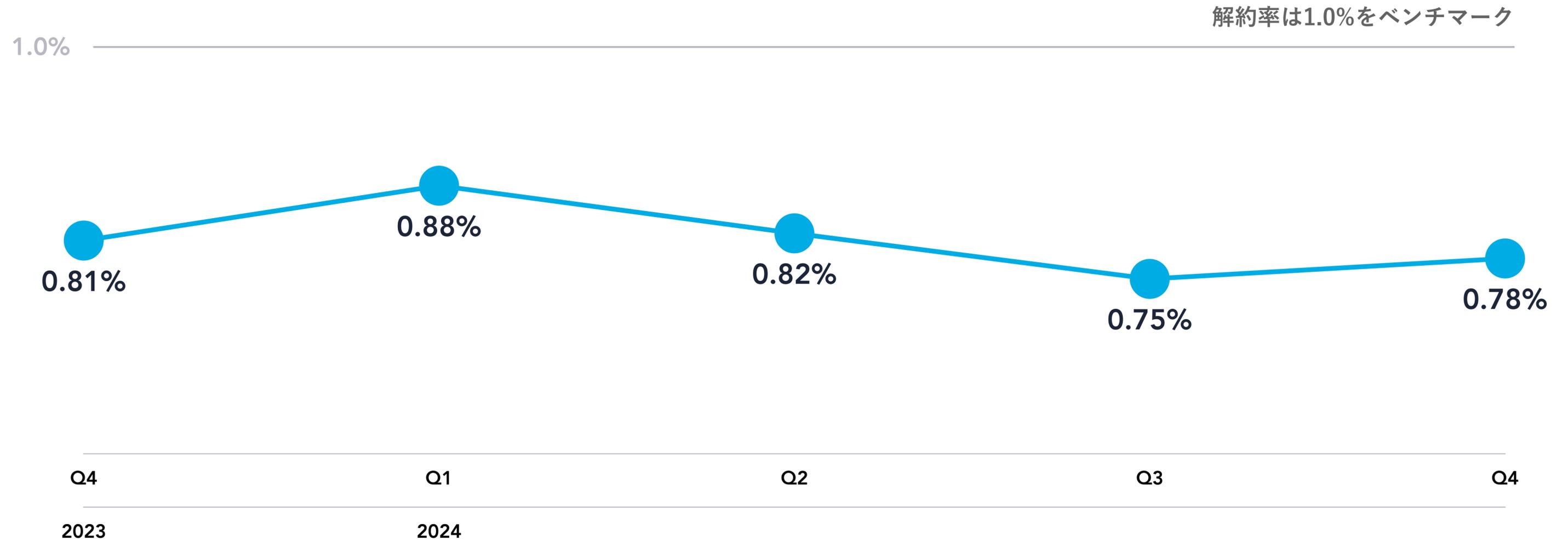
## R&D<sup>3</sup>

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人的費用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的費用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的費用や関連する経費及び共通費等を合計

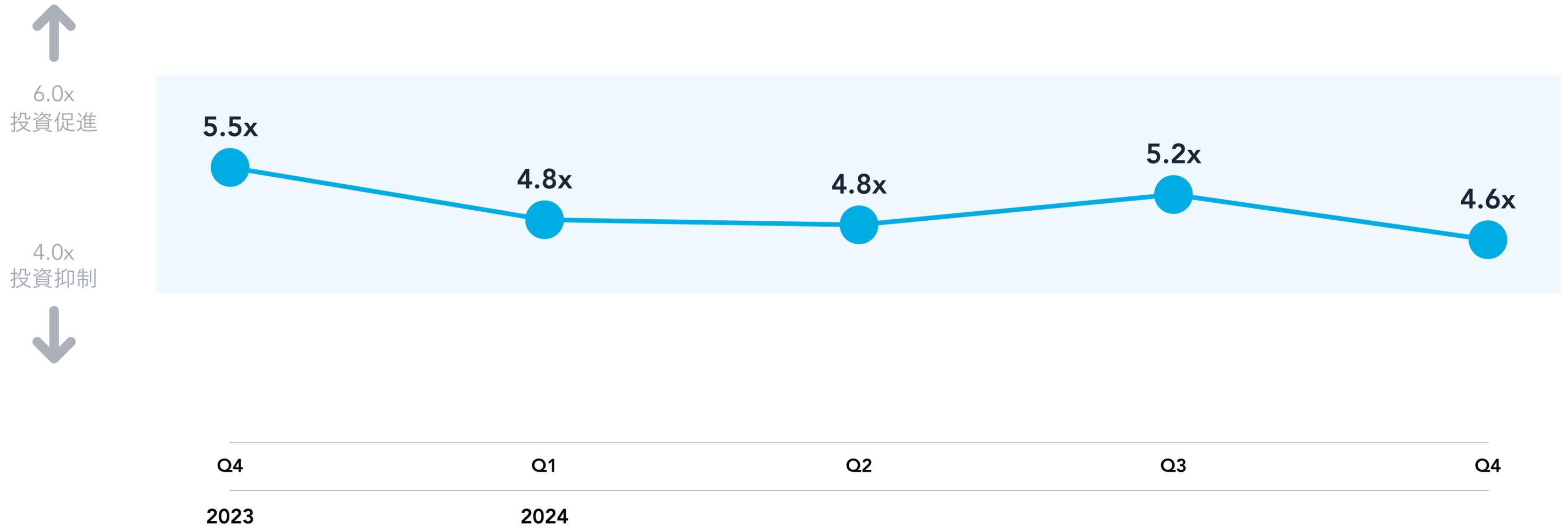
# 解約率は微増するも、0.8%未満の低水準を維持



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>

売上総利益の減少によりLTVが悪化し4.6倍に低下するも、健全な水準を維持



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

# 2025年12月期 通期 業績予想

# 4

2025年12月期  
業績予想

売上高・営業利益ともに2桁成長を継続させ、  
バランス型成長により収益性をさらに高める

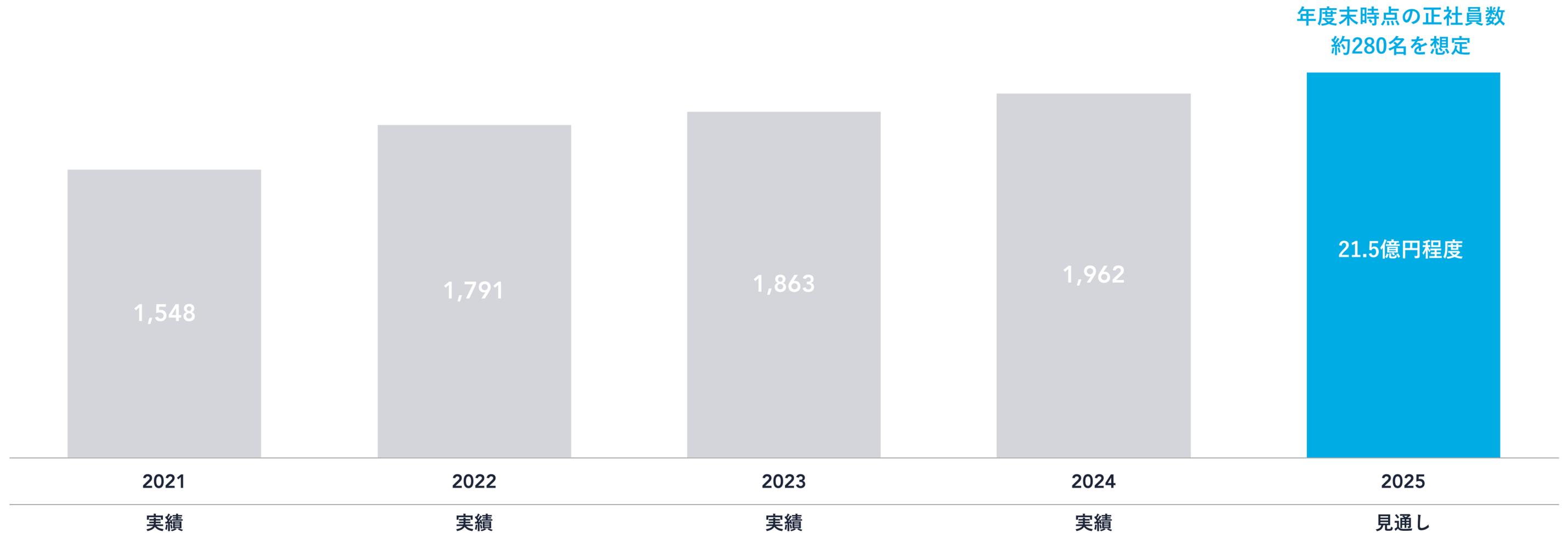
単位：百万円

	2023	2024	2025		
	実績	実績	業績予想	YoY増減額	YoY増減率(%)
売上高	4,864	5,511	6,200	+689	12.5%
営業利益	264	550	750	+199	36.1%
利益率 (%)	5.4%	10.0%	12.1%	+2.1pt	-
経常利益	254	548	730	+182	33.2%
当期純利益	-74	748	830	+81	10.9%
EBITDA <sup>1</sup>	323	582	770	+187	32.1%
調整後EBITDA <sup>2</sup>	323	659	810	+150	22.9%
利益率 (%)	6.7%	12.0%	13.1%	+1.1pt	-

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 営業利益+ 償却費 (2) EBITDA + 株式報酬費用

# 利益体質への業績改善に伴い人員投資を3年ぶりに強化し、 YoY約10%の増加

単位：百万円

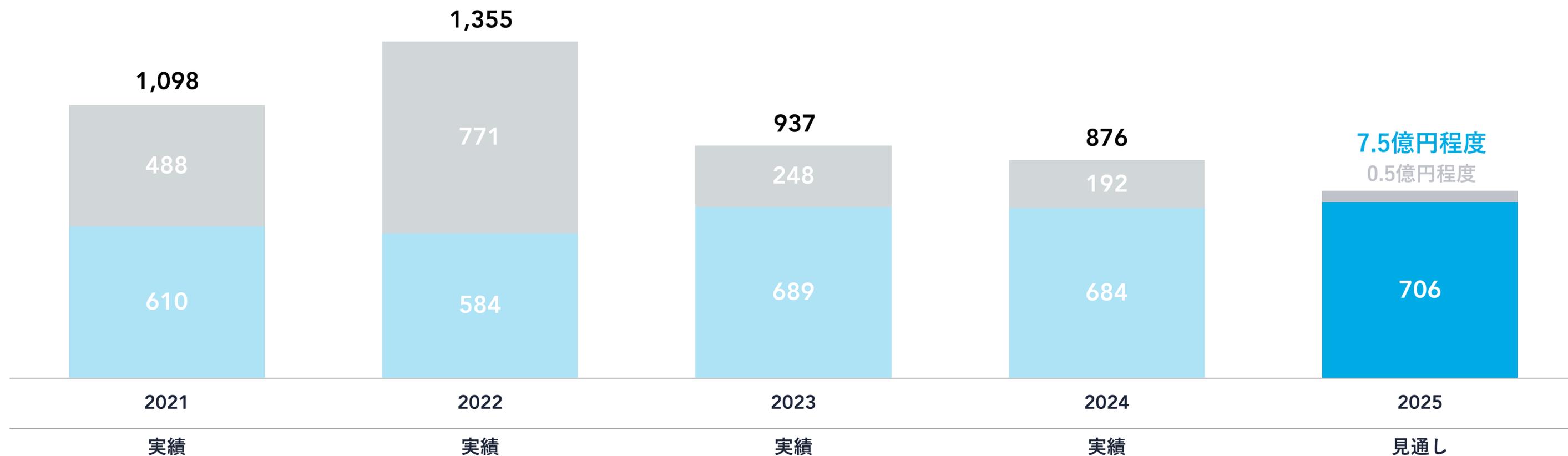


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む。売上原価に計上される人件費も含む

# 認知獲得の先行投資を一定完了させ、リード獲得に注力。 イベントやコンテンツマーケティングへの投資で獲得効率向上へ

単位：百万円

■ 認知獲得（マスマーケティング）  
■ リード獲得



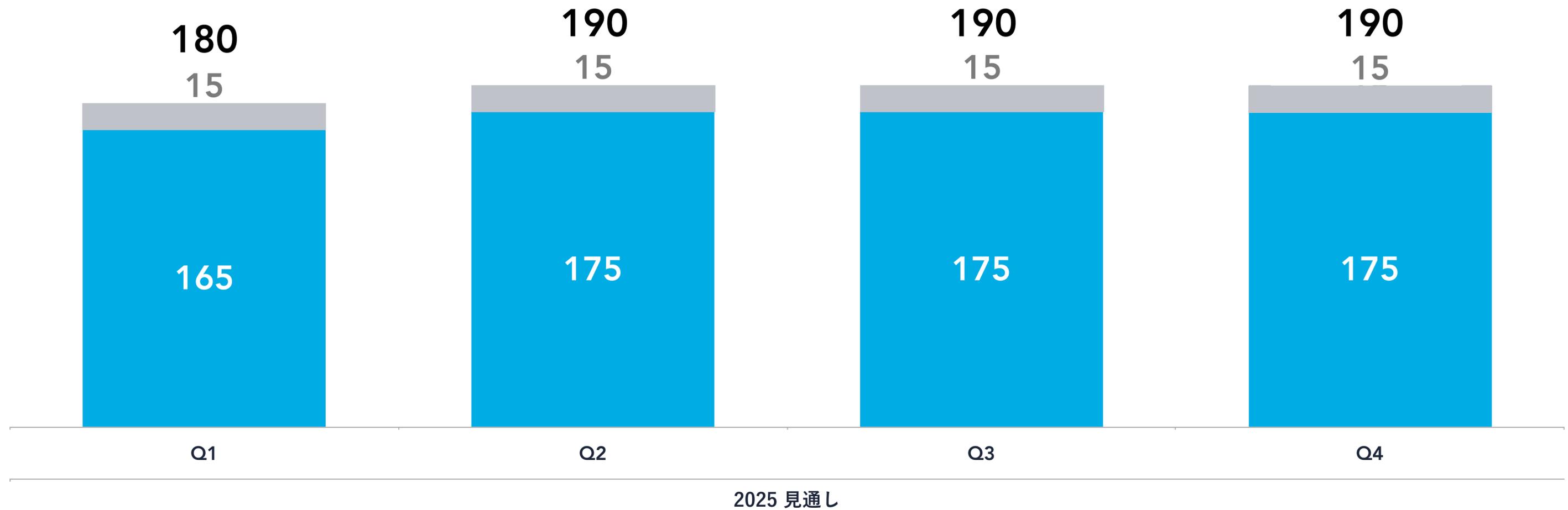
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) PRなどの顧客獲得目的以外の広告宣伝費は除く

2025年12月期  
広告宣伝費<sup>1</sup> 四半期  
見通し

通年で均等に広告配分し、リード獲得の活動を  
バランスよく実施

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

# 2024年12月期 通期 事業ハイライト



# アプリ、完全ノーコードプラットフォーム 3年連続シェアNo.1を獲得<sup>1,2</sup>

## 2013年のリリース以降、700社以上に 導入され、99%以上の継続率

幅広い業界や規模に対応して培ってきたノウハウから、年間200回以上の機能改善や効果につながる新機能を続々リリース。

2023年にリリースした新サービス「Yappli UNITE」は、インターナルコミュニケーションに課題を抱える大企業を中心に、従業員間の情報共有やエンゲージメント向上を支援するツールとして導入拡大中。

yappli

完全ノーコードプラットフォーム  
3年連続シェアNo.1を獲得



注：(1)完全ノーコードプラットフォームソリューション全体のベンダー売上・シェア推移2021～2023年度No.1 (2)デロイト トーマツ ミック経済研究所「ローコード/ノーコードプラットフォームソリューション市場動向 2024年度版 (2024年6月刊)

## FULLER × Yappliの協業を強化

2024年6月に資本業務提携契約を締結したフラー社との取り組みが続々と進行。

Yappli Tech Conference2024でのCTO対談を皮切りに、11月には初の共催イベント「今、顧客が求めるアプリ7つの法則」を開催し、両社が最新のアプリマーケティング戦略と顧客体験設計について議論。

2024年末にはイベント「App Year End Conference 2024」も共催し、相互送客を加速。

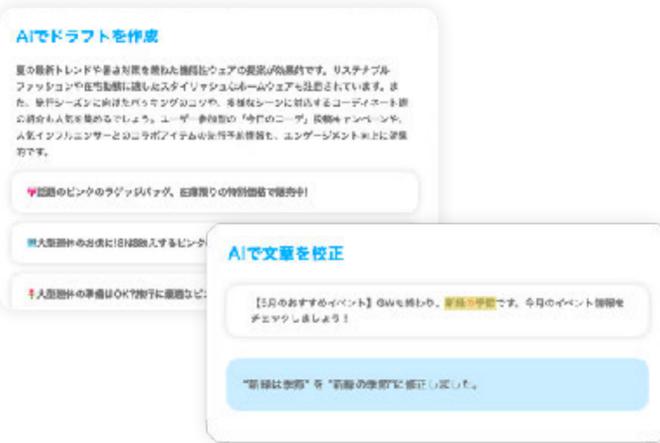


# プロダクト ハイライト

# Yappli初のAIを活かした機能など、新機能を豊富にリリース

AIを活用したプッシュ通知や用途に合わせた新機能を続々と投入し製品価値を底上げ

## プッシュ通知 AIアシスト機能



## 抽選機能



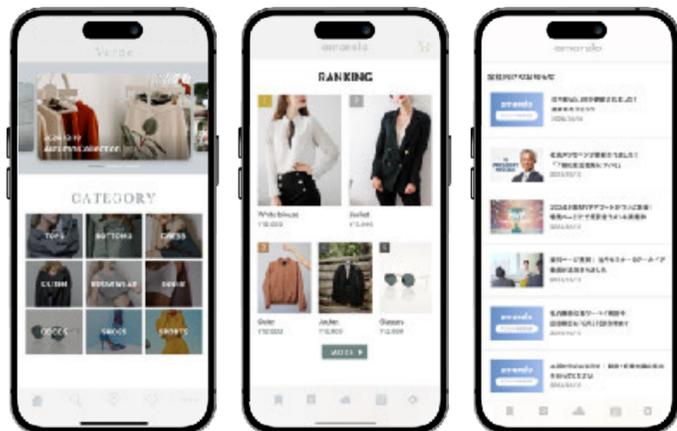
## イベントカレンダー機能



## ヘルスケア機能



## Block UIアップデート



## アンケート機能 for Yappli UNITE



## ベンチマーク by Yappli Analytics



## Yappli CRM アップデート



## 活用事例 ハイライト

# 様々な業界・用途でモバイルDXによる課題解決を推進

従業員向けアプリ「Yappli UNITE」と店舗DX向けアプリ「Yappli for Marketing」を中心に様々な用途で活用されるアプリを開発支援



### Yappli UNITE - 金融



SBIホールディングス株式会社  
**SBI Group社内アプリ**

経営理念・指針、デジタル社内報、代表メッセージなど、従業員エンゲージメント向上に特化した情報配信プラットフォームとして活用

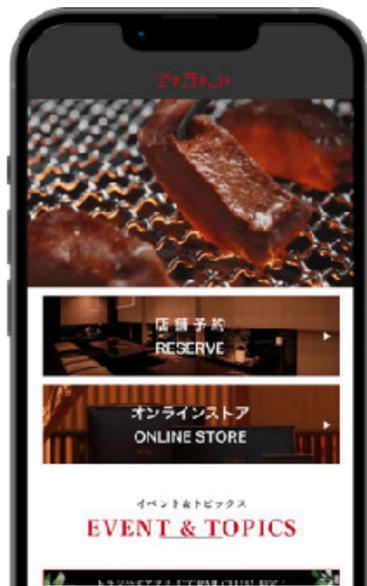


### Yappli UNITE - メディア



株式会社TBSテレビ  
**TBS Cloud**

煩雑になっていた社内サービスや情報をアプリに統合し業務効率化を推進。組織の一体感も強めエンゲージメント向上に寄与



### Yappli for Marketing - 飲食



株式会社トラジ  
**TORAJI CLUB**

Yappli CRMを利用し店舗・EC・SNSをアプリに連携することで自社メディアからの予約を強化。ポイントプログラムでロイヤルカスタマーも増加



### Yappli for Marketing - 観光DX



東京地下鉄株式会社  
**Tokyo Metro For Tourists**

6ヶ国語の多言語切替や最新ニュース、路線図、各種乗車券、チケット情報など、訪日旅行に必要な情報を集約し旅行体験をより便利に

補足資料



# 経営において認識される主なリスク

リスク	顕在化の可能性 / 時期	顕在化した場合の影響度	対応策
アプリに代わる タッチポイントの出現と普及	小 / 長期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>新ツールの動向について情報収集を継続的に実施</li> <li>技術革新に対応できる開発人員の確保</li> </ul>
競合他社の出現	中 / 中期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロダクトの継続強化、特許の取得による参入障壁の強化</li> <li>外部ソリューションとの連携強化やパートナーアライアンスの構築を推進</li> </ul>
人材獲得競争の激化	大 / 短期	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極的な採用活動、魅力的な雇用条件の提示</li> <li>多様な人材が活躍できる職場環境と制度の提供</li> </ul>
個人情報の管理について	中 / 短期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>アクセス権限の厳格な管理、定期的なセキュリティ監査を実施</li> <li>情報の取り扱いに関する従業員教育を徹底し、万が一の漏洩や不正利用に備えた対応策を整備</li> </ul>
円安によるコストの増加	中 / 短期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>保守的な為替前提で事業計画を策定</li> <li>サーバー・ツールの料金及び利用量を可能な範囲で削減</li> </ul>

注：その他のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください

# 収益・費用の内訳

## P&Lのサマリー

単位：百万円

	2021	2022	2023	2024
売上	3,263	4,142	4,864	5,511
売上原価	1,061	1,390	1,507	1,867
売上総利益	2,202	2,751	3,356	3,643
<i>margin %</i>	67.5%	66.4%	69.0%	66.1%
販管費	3,130	3,570	3,091	3,093
S&M <sup>1</sup>	1,906	2,253	1,789	1,818
G&A <sup>2</sup>	632	736	630	740
R&D <sup>3</sup>	591	580	671	533
営業利益	-928	-818	264	550
<i>margin %</i>	-28.4%	-19.8%	5.4%	10.0%
調整後EBITDA <sup>4</sup>	-866	-755	323	659
<i>margin %</i>	-26.5%	-18.2%	6.7%	12.0%

## 売上原価の内訳

単位：売上高比率 %

	2021	2022	2023	2024
変動費	19.1%	19.7%	19.2%	20.5%
労務費 <sup>5</sup>	6.5%	5.9%	5.5%	4.7%
その他	12.6%	13.8%	13.7%	15.7%
固定費	13.4%	13.9%	11.8%	13.4%
労務費 <sup>6</sup>	9.5%	9.7%	7.7%	9.7%
その他	4.0%	4.2%	4.1%	3.7%

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) EBITDA + 株式報酬費用 (5) ディレクターとデザイナーの労務費 (6) エンジニアの労務費

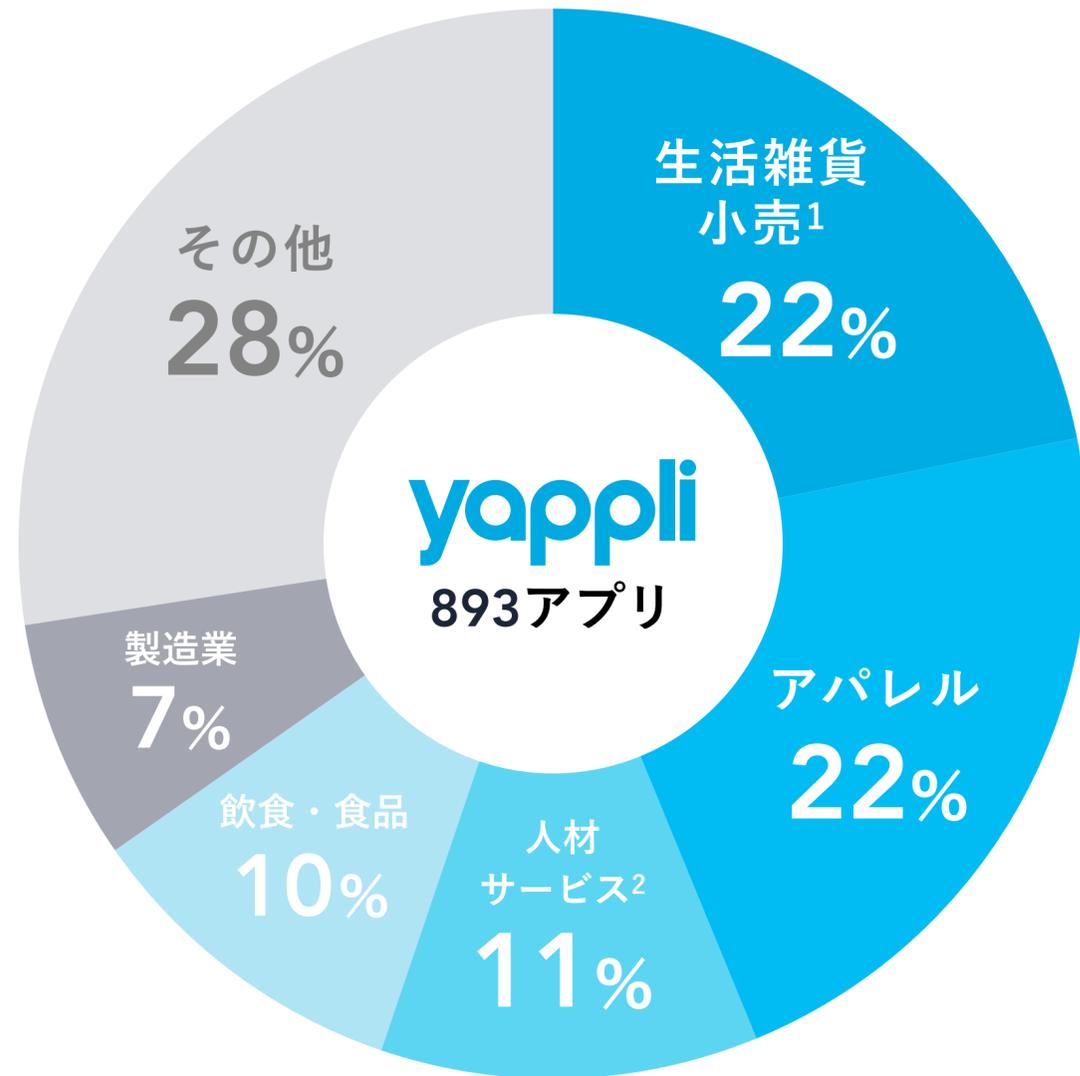
## 貸借対照表

単位：百万円

	2021	2022	2023	2024
流動資産合計	2,466	2,443	2,229	2,811
現金及び預金	1,867	1,650	1,507	1,959
固定資産合計	528	399	584	1,255
流動負債合計	624	705	779	744
固定負債合計	118	793	675	1,134
純資産合計	2,251	1,344	1,360	2,188

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. 生活雑貨・小売<sup>1</sup> ..... **22%** (196アプリ)
- 2. アパレル ..... **22%** (195アプリ)
- 3. 人材・サービス<sup>2</sup> ..... **11%** (102アプリ)
- 4. 飲食・食品 ..... **10%** (90アプリ)
- 5. 製造業 ..... **7%** (65アプリ)

注：2024年度第4四半期末時点、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、スーパー、商業施設、化粧品、スポーツ用品、通販などを含む (2) 人材紹介、代理店・Sler・コンサルティングサービス、生活サービス、運輸サービスなどを含む

# バリューを強化するための組織投資と個人投資の2つを実施

ミッション達成に重要なバリュー浸透を強固にするために、組織と個人の2軸で研修を開催



# アプリでミッション浸透やカルチャー醸成をサポート

ヤプリの社内アプリ「Yapli Hang Out」を用いて様々な施策を展開し、ミッションとバリューの浸透や、カルチャー醸成をサポート。福利厚生ポイントやリスキングにも活用

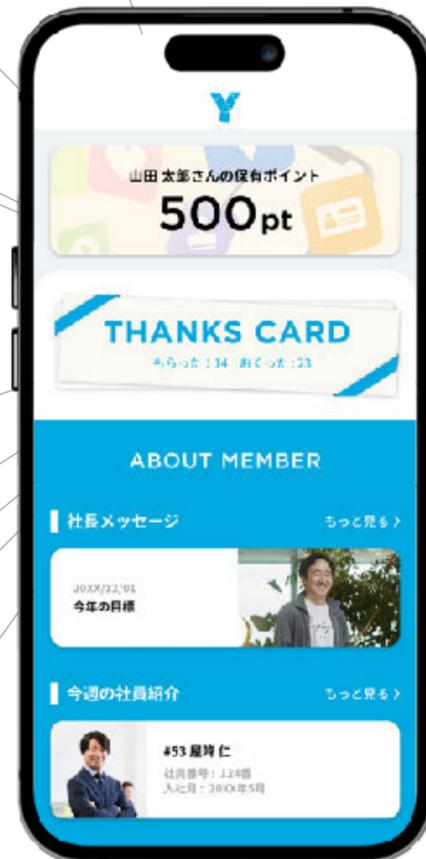


Yapli Summit



サンクスカード

## ヤプリの社内アプリ Yapli Hang Out



福利厚生  
ポイント



セミナー  
動画・資料



部活紹介



社長コラム



社員紹介



季節毎の  
イベント

## 組織の中核となるマネジメントへの研修を強化

マネジメントへの研修を通して、視野・視点・視座を高め、より強い組織を構築

### 外部有識者による研修の強化

部長・マネージャーに対して、外部有識者による研修を実施。座学やディスカッションを通して、新たな視点や、他部署での悩みなどの視野を広げ、自部署だけでなく、会社全体の課題把握も向上



### 新任マネージャーへの各種研修の実施

新任マネージャーへ1on1、コーチング、フィードバックなどの基礎技術から、先輩マネージャーによる課題克服の勉強会などを実施。研修を通してマネージャー間のつながりも醸成



# 社員が仕事に集中できるように、働きやすさを整備

ヤプリーでは、年代、性別、各種状況に関わりなく、働きやすい環境を目指す

## ライフステージの変化による不安や働きにくさの解消をサポート



Yappli + Family

Family

制度



結婚サポート

- ・結婚休暇
- ・結婚祝い金

妊活・不妊治療サポート

- ・妊活・不妊治療費の補助
- ・妊活・不妊治療時の特別有給
- ・オンライン外部相談窓口の設置
- ・妊孕性簡易検査キット割引
- ・リテラシーアップの取り組み

妊娠出産サポート

- ・産前特別休暇
- ・出産立ち会い休暇
- ・保活コンサル費用補助（全額）
- ・出産祝い金/復職祝い金

育児サポート

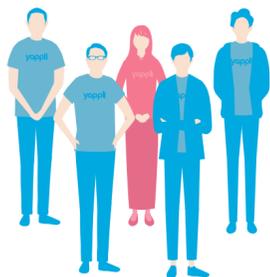
- ・リモート勤務
- ・シッター費用補助
- ・子の看護休暇（特別有給）



# アプリでは多様なメンバーが活躍

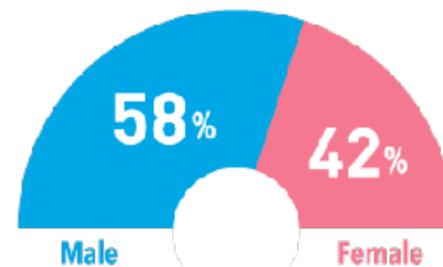
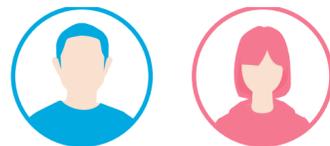
ライフイベントに配慮し、誰もが働きやすい職場を目指す

社員数<sup>1</sup>

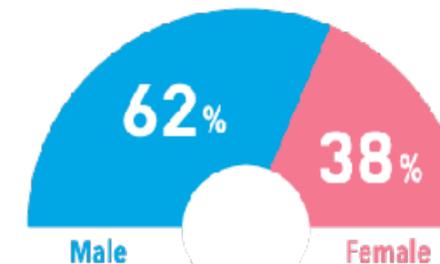
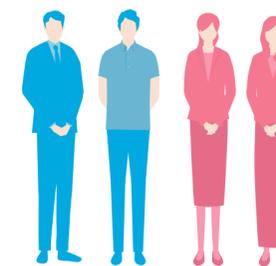


268人

男女比率<sup>2</sup>



管理職比率<sup>3</sup>



平均年齢<sup>4</sup>



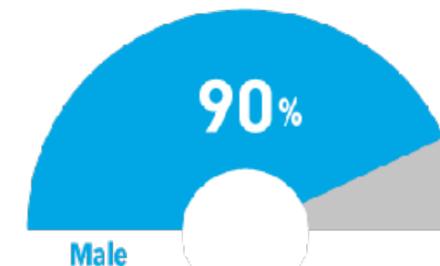
35歳

男女賃金格差<sup>5</sup>



78.5%

男性育児  
休業取得率



## eNPS (Employee Net Promoter Score)

※親しい知人・友人に職場をどれくらい薦めたいかを尋ねる職場推奨度を数値化した指標

-6.32

注：2024年度末時点(1) 正社員数 (2) 正社員における男女比率 (3) 正社員かつ役職が執行役員，本部長，部長/室長，またはマネージャーの管理職比率 (4) 正社員平均年齢 (5) 男性正社員の平均賃金に対して、女性正社員の平均賃金割合（賞与・ストックオプションは含まない）

# 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ーを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年度下期クリエーター

取締役執行役員COO

山本 崇博



- オグルヴィ・ワン・ジャパン株式会社、グリー株式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

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年株式会社ヤプリーに入社。

社外取締役

本間 浩輔



- 早稲田大学卒業後、野村総合研究所に入社
- ヤフー株式会社の社長室ピープル・デベロップメント本部長を経て、2014年より執行役員。同社においてさまざまな人事制度改革に取り組み、戦略人事プロフェッショナルの実践家として社内外において広く活動

社外取締役

奥本 直子



- ボストン大学大学院修士課程修了後、米国マイクロソフト、米国ヤフー本社に勤務
- 2017年に日米間の事業開発のアドバイザー会社 アンバー・ブリッジ・パートナーズを創業
- 2021年、ウェルビーイング・テクノロジーに特化したVCファンド、Niremia Collectiveを創業。シリコンバレーを中心に活動中

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>	13億6,066万円（資本準備金を含む）
<b>代表者</b>	庵原 保文
<b>社員数</b>	268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>	大阪市大阪市北区大深町3-1 グランフロント大阪北館8階
<b>福岡支社</b>	福岡県福岡市中央区大名2丁目6-50 福岡大名ガーデンシティ8F
<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

## 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 Q4 FY24 決算説明会の動画配信

2024年度12月期第4四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](mailto: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。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算と併せて毎年2月に開示を行う予定です。

*mobile tech for all*

デジタルを簡単に、社会を便利に

yappli