



2021 年 2 月 19 日

各 位

会社名	A p p B a n k 株式会社
代表者名	代表取締役社長 CEO 村 井 智 建 (コード番号：6177 東証マザーズ)
問合せ先	管理本部長 CFO 白 石 充 三 (TEL. 03-6302-0561)

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

○ 開催状況

開催日時 2021 年 2 月 19 日 (金) 15 : 00 ~ 15 : 30

開催方法 オンラインによる実開催 (機関投資家・アナリスト向け)

開催場所 AppBank 株式会社本社  
東京都千代田区平河町 2-5-3 Nagatacho GRiD 3 階

説明会資料名 2020 年 12 月期 決算説明資料

【添付資料】 上記説明会において使用した資料

以 上



**APPBANK**

# 決算説明資料

---

**2020年12月期**

2021年2月12日

# 注意事項

---

## 資料取扱い上のご注意

このプレゼンテーションで述べられているAppBank株式会社の業績予想、計画、事業展開等に関しましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき判断したものです。

マクロ経済や当社の関連する業界の動向、新たな技術の進展等によっては、大きく変化する可能性があります。

従いまして、実際の業績等が本プレゼンテーションと異なるリスクや不確実性がありますことをご了承下さい。また、大きな変更がある場合は、その都度発表していく所存です。

# 目次

---

- 1. ミッションビジョン
- 2. 2020年12月期業績実績
- 3. これまでの振り返り
- 4. 成長戦略
- 5. その他

# 目次

---

**1. ミッションビジョン**

2. 2020年12月期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他

You are my friend!

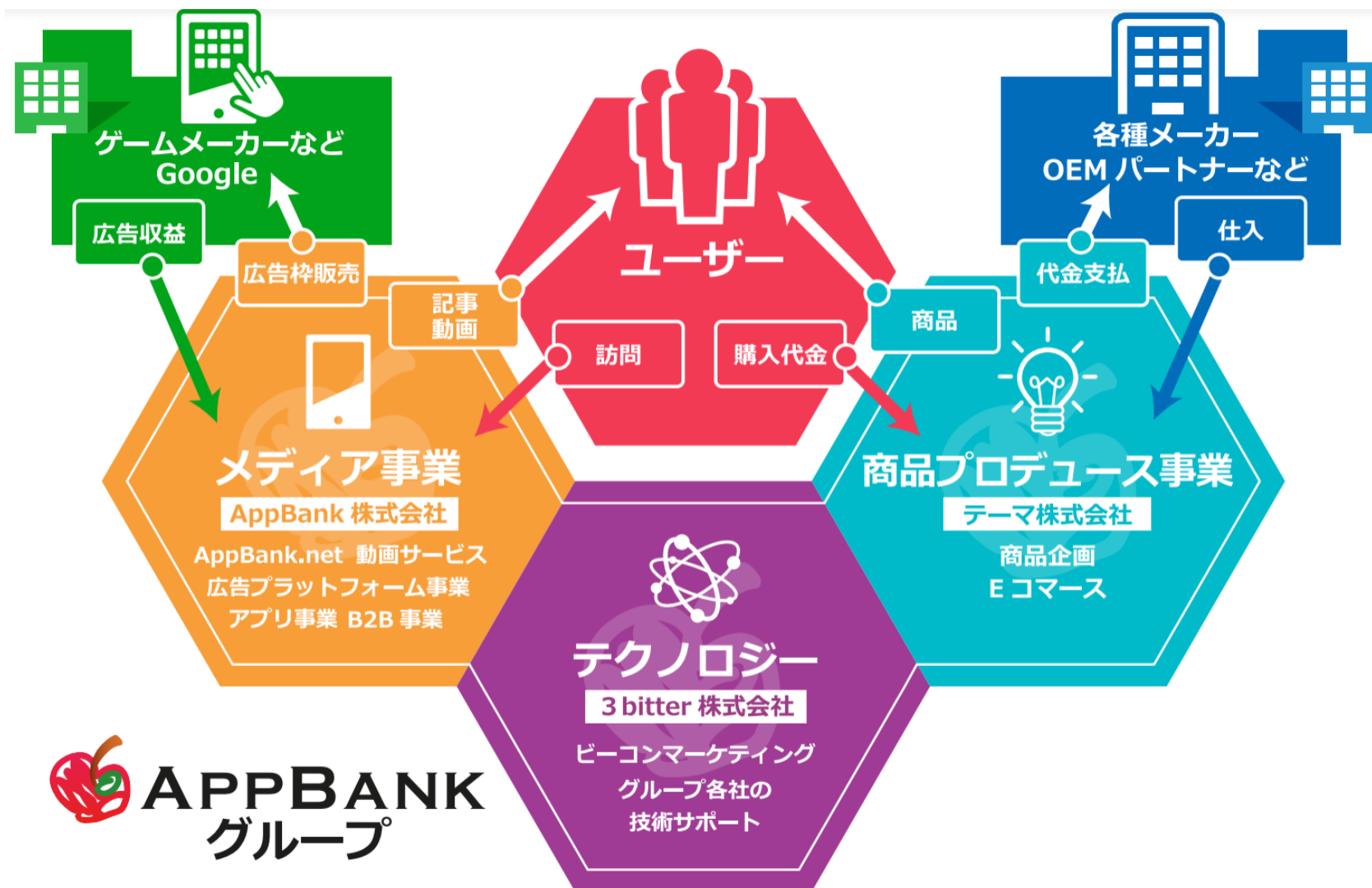
インターネット産業はスマートフォンの登場により、これまで以上に変化のスピードを早めています。そんな中、最先端の情報と技術が集まるこの場所でAppBankは『**You are my friend!**』を理念として活動しています。非連続的な変化や、はやりすたりが激しい世界だからこそ、ユーザーのみなさま/お客さまとの関係を最も大切にしたいと考えています。

私たちは楽しみながら、遊びながら創造してきました。従業員一人ひとりがユーザーのみなさま/お客さまと共に価値を創り、成長していきたいと考えています。

その実現のために、私たちはみなさまに最も近い存在となったスマートフォンとその周辺分野において人と情報と技術を結びつけ、インターネットが持つ価値をより豊かに実感していただくべくメディアとコンテンツ、そして物販に注力してまいりました。

これからも私たちはこの理念を追求しながら、企業活動を通じて社会に貢献しステークホルダーをはじめ、関わるみなさまに認められ、成長する企業を目指してまいります。

# 事業概要



# サービス説明



## ・動画配信の分野

「YouTube」及び「niconico」を通じて動画コンテンツの提供・公開。うちYouTubeでは、チャンネル登録者約150万人の「マックスむらいチャンネル」「AppBankTV」「**KUZRAの山**」等を提供・公開



## ・中核メディアサイト「AppBank.net」

2008年のサイト開設以来、iPhoneや、iPhone関連ニュースを中心に提供。

## ・攻略サイト「パズドラ究極攻略」「モンスター攻略」

『パズドラ』や『モンスター』のファン向けアプリは、豊富なキャラデータやダンジョン情報、YouTubeと連携した攻略動画が人気。



# 会社概要

会社名	:	AppBank株式会社
所在地	:	東京都千代田区
設立	:	2012年1月23日
経営陣	:	代表取締役社長CEO 村井 智建 取締役 染谷 光廣 取締役（社外） 倉西 誠一 取締役（社外） 秋山 政徳 取締役（社外） 上田 祐司 監査役（常勤） 鈴木 佐知子 監査役 松岡 一臣 監査役 高橋 裕次郎
従業員数	:	25名（2021年12月31日時点）

# 目次

---

1. ミッションビジョン

**2. 2020年12月期業績実績**

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他

# 2020年12月期決算 総括

---

1

営業損失が136百万円となり、前年同期営業損失55百万円と比較して大きく損失が拡大

2

メディア事業においては、売上高288百万円と前年同期における売上高405百万円と比較して大幅な減収

3

前期のコスト削減に伴う事業部の活動縮小から一転、今後の成長実現のために投資を再開。AppBank.net、動画事業において戦略を転換

4

QonQでは、メディア事業の売上回復とSGAの削減に伴い、損失額は縮小傾向

# 2020年12月期 損益状況

単位：百万円 下段：売上高比		2019年12月期	2020年12月期		
				前期比	増減額
売上高		1,323	547	△58. 6%	△775
	メディア事業	405 (30.7%)	288 (52.6%)	△28.9%	△118
	ストア事業	939 (71.0%)	254 (46.4%)	△72.9%	△684
	その他	- (－%)	11 (2.1%)	－%	+11
	セグメント間取引消去	△21 (△1.7%)	△ 7 (△1.3%)	－%	+28
売上総利益		585 (44.2%)	206 (37.7%)	△64.7%	△379
販管費		640 (48.4%)	342 (62.6%)	△46.5%	△298
△：営業損失		△55 (－%)	△136 (－%)	－%	△81
△：経常損失		△56 (－%)	△138 (－%)	－%	△81
親会社株主に帰属する △：当期純損失		△70 (－%)	△177 (－%)	－%	△106

- ・売上高：メディア事業は減少、ストア事業は第1四半期で子会社株式譲渡
- ・売上総利益：メディア事業で製造原価減少するも、売上高減少の影響大きく減少
- ・販管費：管理本部業務の見直しや本社移転等によるコスト圧縮
- ・営業損失：主にメディア事業の売上減少の影響で営業損失が拡大
- ・当期純損失：連結子会社AppBank Store株式の譲渡損56百万円（特別損失）2020年度第1四半期に計上

# 2020年12月期 事業別状況：メディア事業

単位：百万円 下段：売上高比	2019年12月期		2020年12月期	
			前期比	増減額
売上高	405	288	△28.9%	△117
売上総利益	197 (48.7%)	98 (34.0%)	△50.3%	△99
販管費	267 (65.9%)	240 (83.3%)	△10.1%	△27
△：営業損失	△69 (－%)	△142 (－%)	－%	△73

- ・売上高：純広告、動画広告、アドネットワーク広告など収益全般が減少
- ・売上総利益：製造原価が減少するも売上高減少の影響大きく、大幅減少
- ・販管費：管理本部業務の見直しや本社移転等によるコスト圧縮
- ・営業損失：売上高の減少を費用圧縮で吸収できず、損失額拡大

# 2020年12月期 事業別状況：ストア事業

単位：百万円 下段：売上高比	2019年12月期		2020年12月期	
			前期比	増減額
売上高	939	254	△72.9%	△685
売上総利益	408 (43.5%)	107 (42.1%)	△73.8%	△301
販管費	396 (42.2%)	106 (41.7%)	△73.2%	△290
営業利益	12 (1.3%)	1 (0.4%)	△91.2%	△11

- ・ 2020年第1四半期に、ストア事業セグメントを構成していた株式会社AppBank Storeの株式を譲渡し、連結の範囲から除外
- ・ 2020年12月期に設立した連結子会社のテーマ株式会社は、ストア事業セグメントを構成

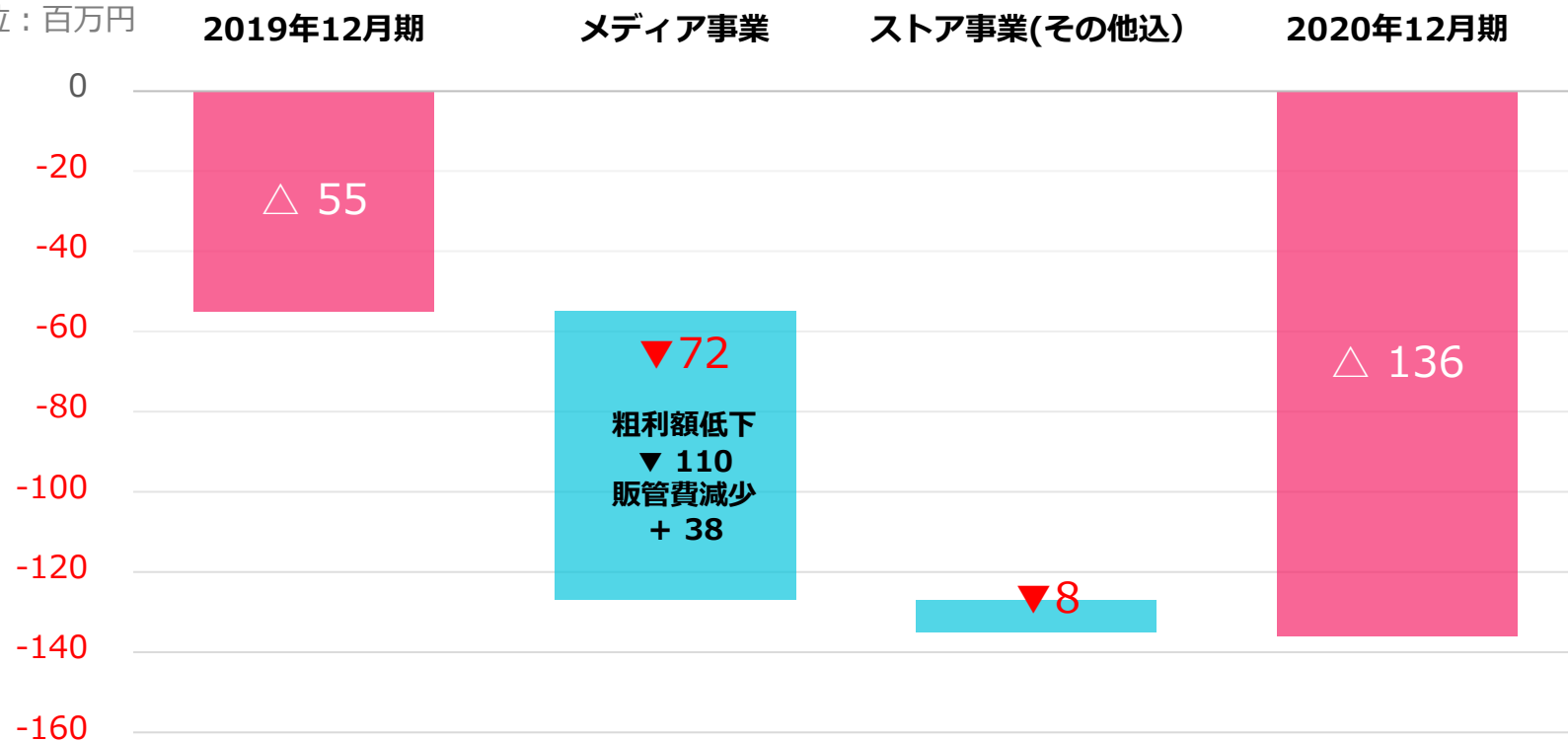
# 2020年12月期 キャッシュフローの状況

単位：百万円	2019年12月期	2020年12月期	
			増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	0	△171	△172
投資活動によるキャッシュ・フロー	△23	△84	△61
フリー・キャッシュ・フロー (営業CF－投資CF)	△22	△256	△234
財務活動によるキャッシュ・フロー	△72	△130	△58
現金及び現金同等物の増減額	△95	△386	△291
現金及び現金同等物の期首残高	954	859	-
現金及び現金同等物期末残高	859	472	△387

- ・営業活動によるキャッシュ・フロー：税金等調整前四半期純損失△177／関係会社株式売却損△56  
／仕入債務の減少△15／たな卸資産の減少△11
- ・投資活動によるキャッシュ・フロー：子会社株式の売却による支出△54／敷金及び保証金の差し入れによる支出△36
- ・財務活動によるキャッシュ・フロー：長期借入金の返済による支出△131

# 2020年12月期 営業利益増減（前期比較）

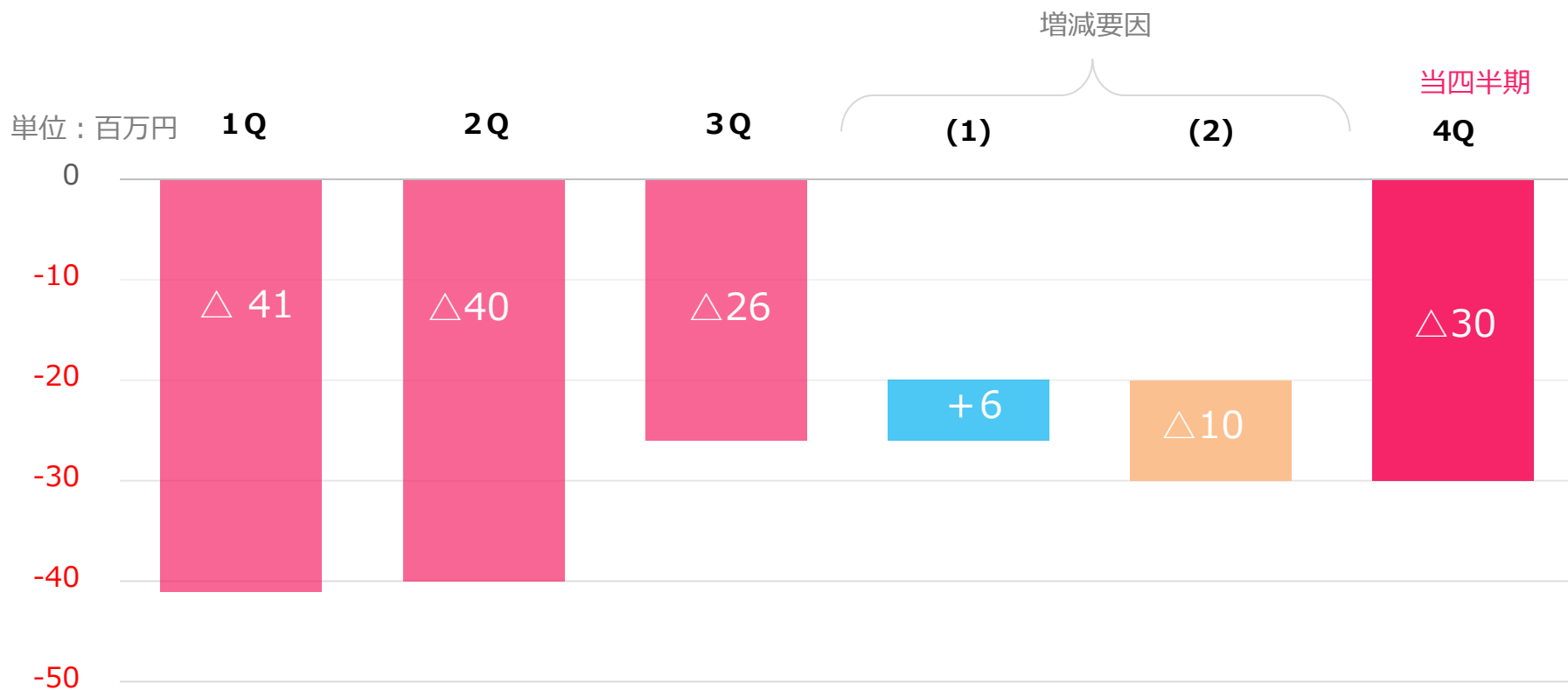
単位：百万円



- ・ 前年同期比で、営業損失が拡大した要因は、メディア事業における粗利額の低下の拡大による
- ・ メディア事業の全般収益が前年同期で大きく下がる一方で、原価及び販管費の削減施策に対する効果が発現するものの、損失を吸収するほどの影響はみられなかった



# 2020年12月期 営業損失増減（四半期比較）



増減要因

(1) コストコントロール（管理本部及び外注費等の販管費の削減）の効果発現

(2) メディア事業（純広告、動画広告、アドネットワーク広告等）の売上低下

# 2020年12月期 財務状況

単位：百万円 下段：構成比		2019年12月期末	2020年12月期末	
				前期比
資 産	流動資産	1,036 (95.9%)	535 (88.6%)	△501
	固定資産	44 (4.1%)	68 (11.4%)	+24
資産合計		1,081 (100%)	604 (100%)	△476
負 債	流動負債	350 (32.5%)	64 (10.7%)	△285
	固定負債	29 (2.7%)	19 (3.3%)	△9
負債合計		380 (35.2%)	84 (14.0%)	△295
純資産合計		700 (64.8%)	519 (86.0%)	△181
負債純資産合計		1,081 (100%)	604 (100%)	△476

- ・資 産：（流動資産）現預金△ 3 8 6 ／売掛金△ 6 9 ／商品△ 4 6  
（固定資産）のれん+ 3 3
- ・負 債：（流動負債）買掛金△ 6 9 ／1年内返済予定長期借入金△ 1 4 3
- ・純資産： 親会社株主に帰属する当期純損失計上△ 1 7 7 ／純資産比率は、 8 5 . 9 %と前年同期と比較して改善

# 目次

---

1. ミッションビジョン

2. 2020年12月期業績実績

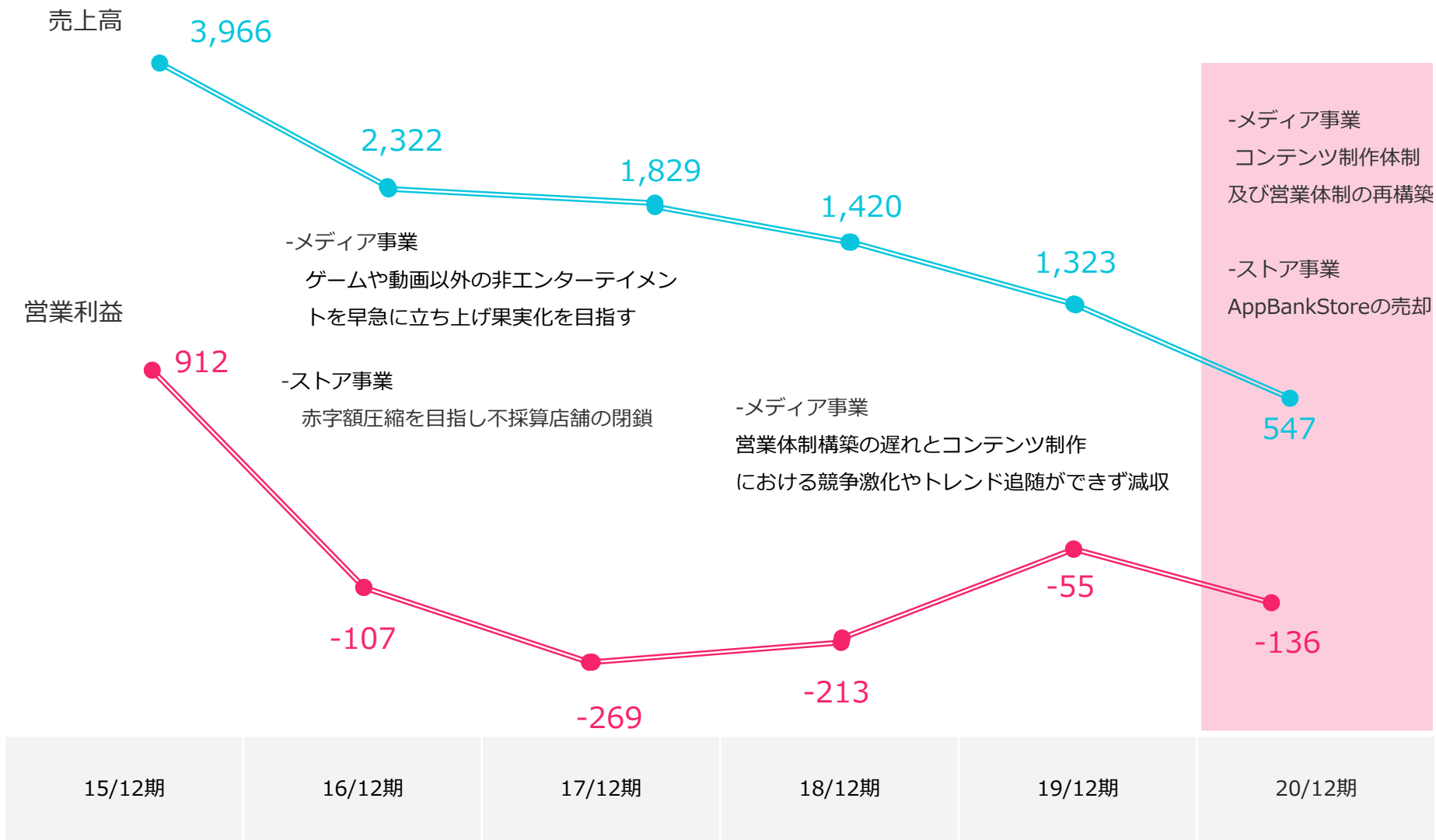
**3. これまでの振り返り**

4. 成長戦略

5. その他

# 売上高/営業利益

単位：百万円

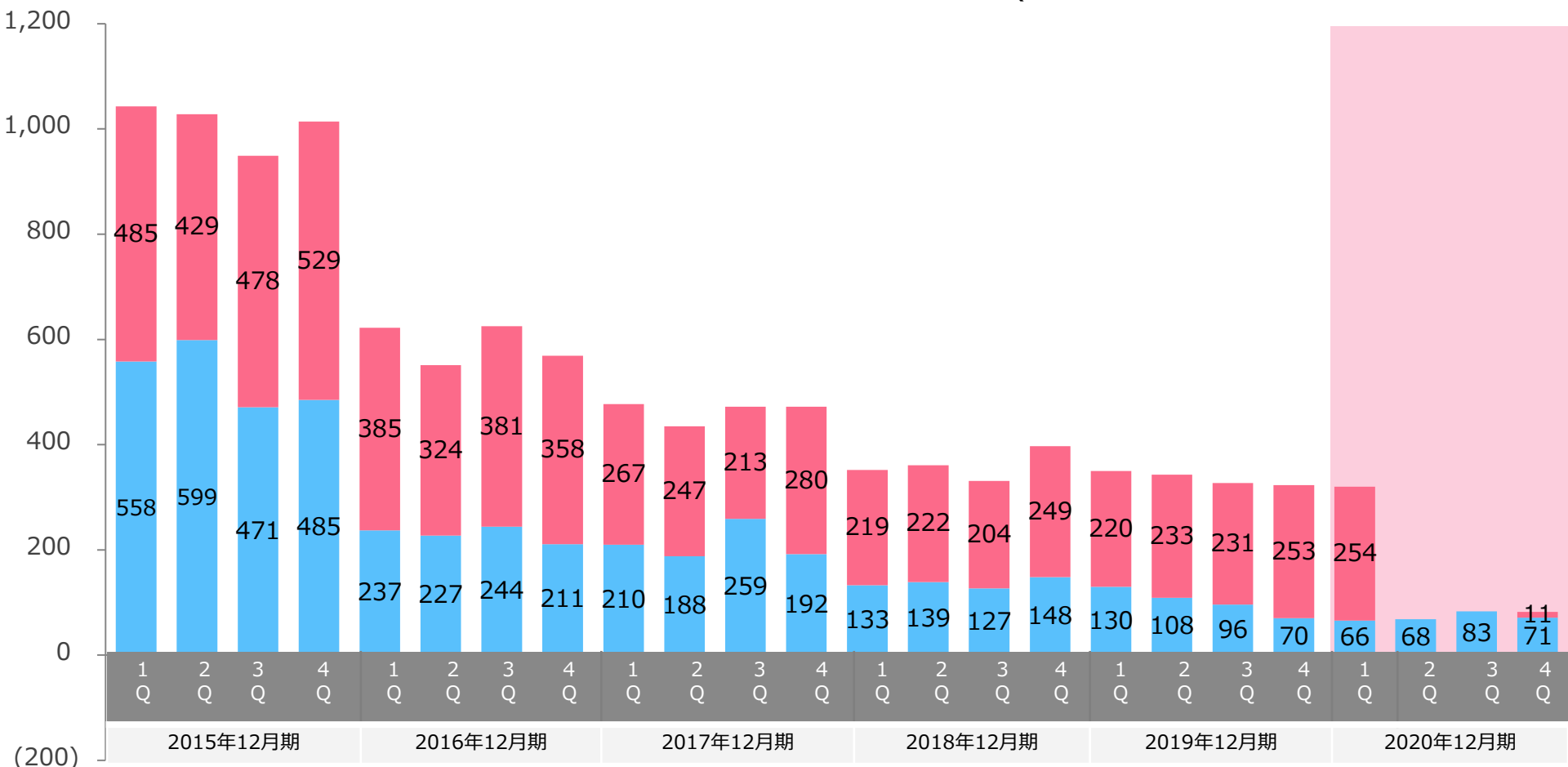


# 事業別状況：売上高 四半期推移

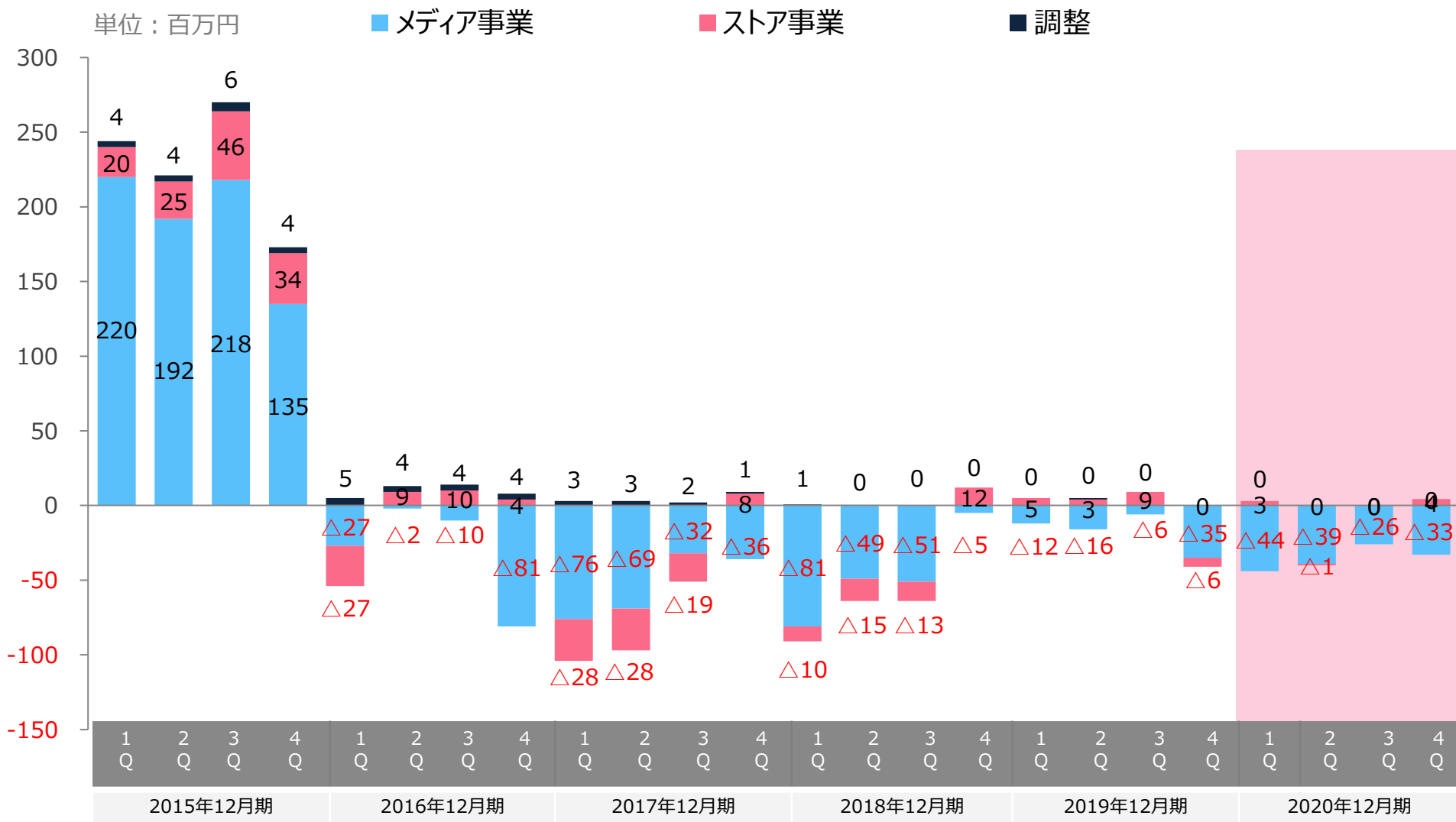
単位：百万円

■ メディア事業

■ ストア事業(その他込)



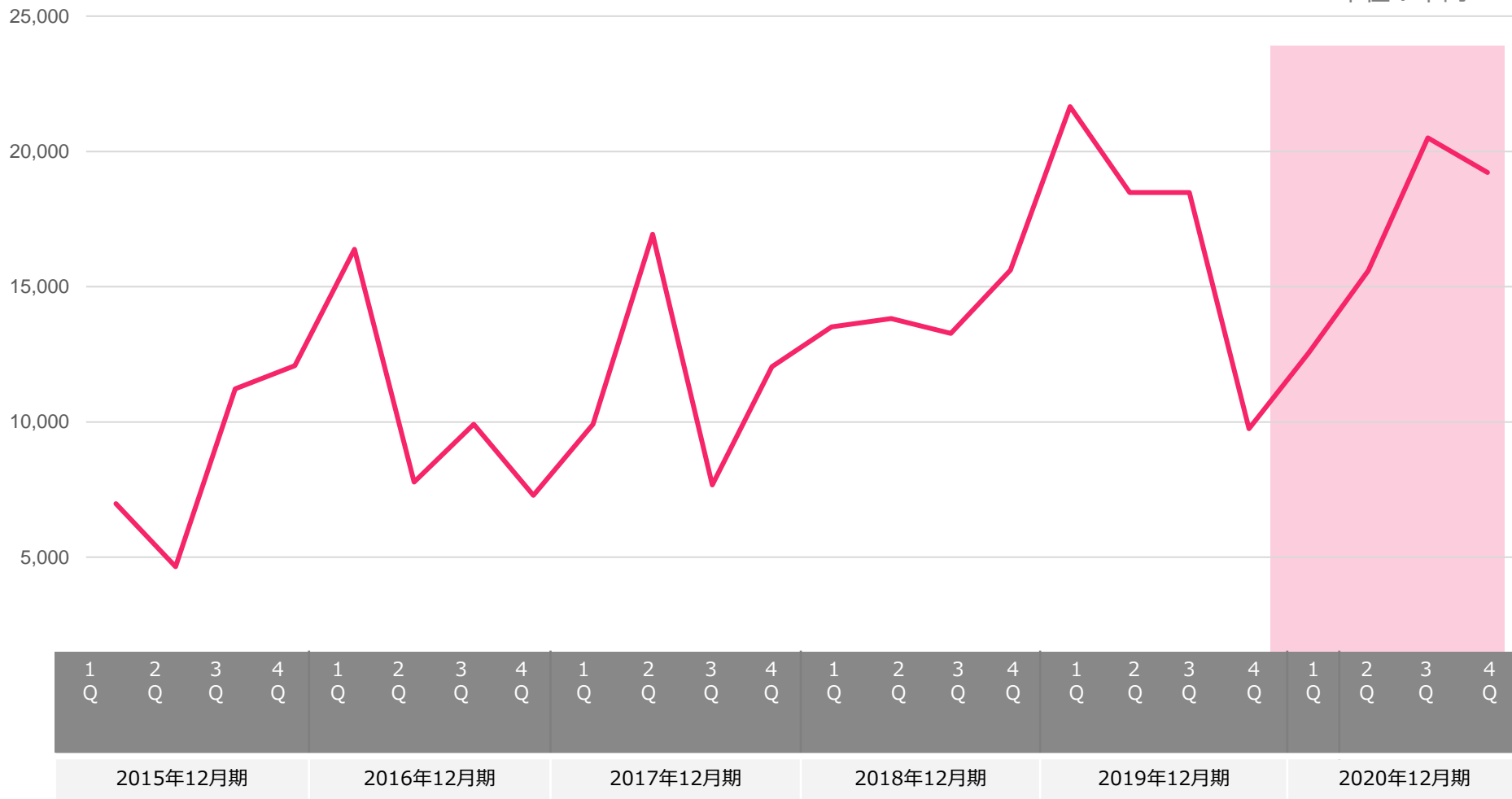
# 事業別状況：営業利益 四半期推移



# これまでの振り返り メディア事業

## AppBank.netの売上推移（四半期）

単位：千円

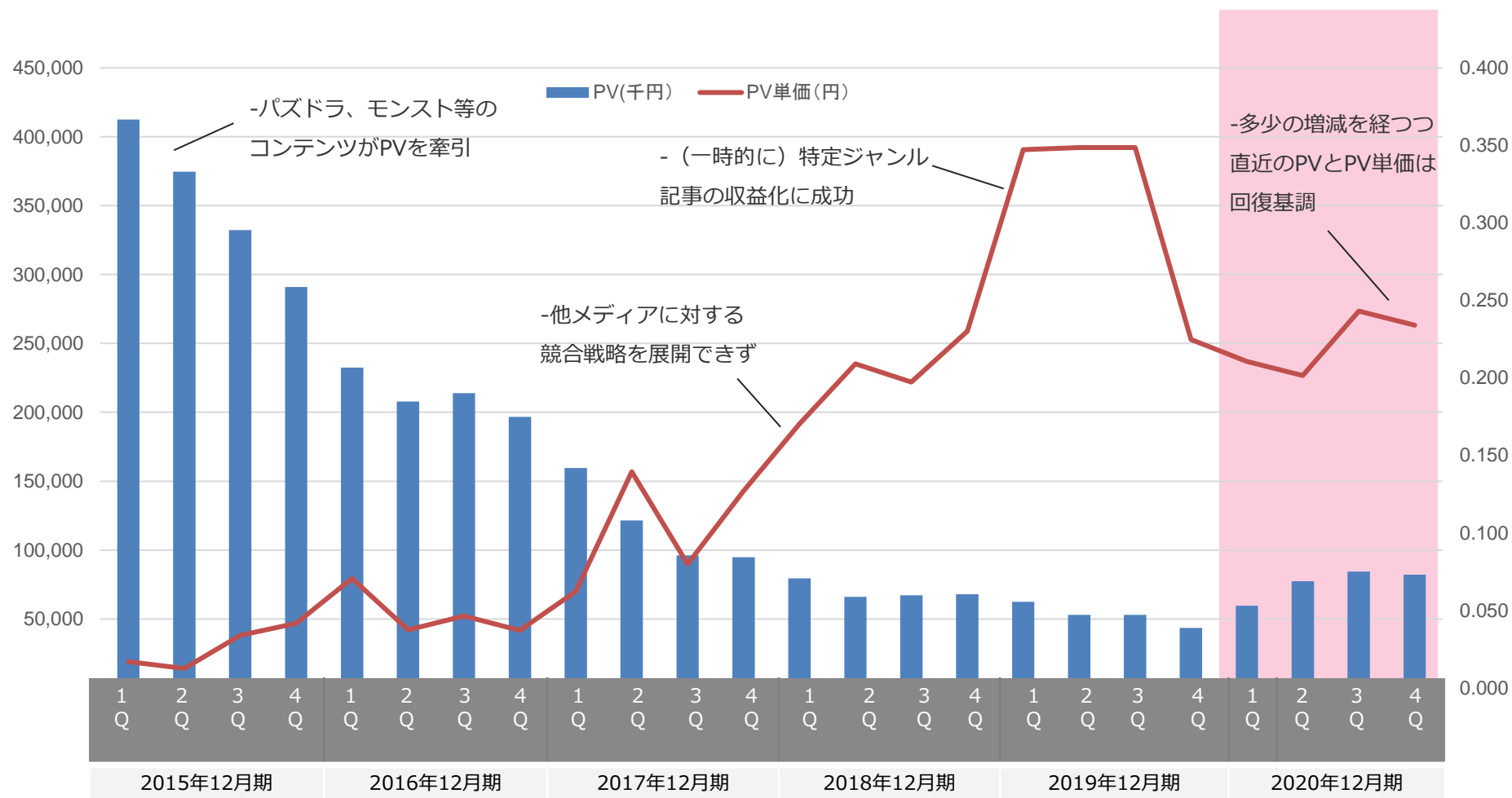


# これまでの振り返り メディア事業

## AppBank.netのPV数及びPV単価推移（四半期）

単位：千PV

単位：円

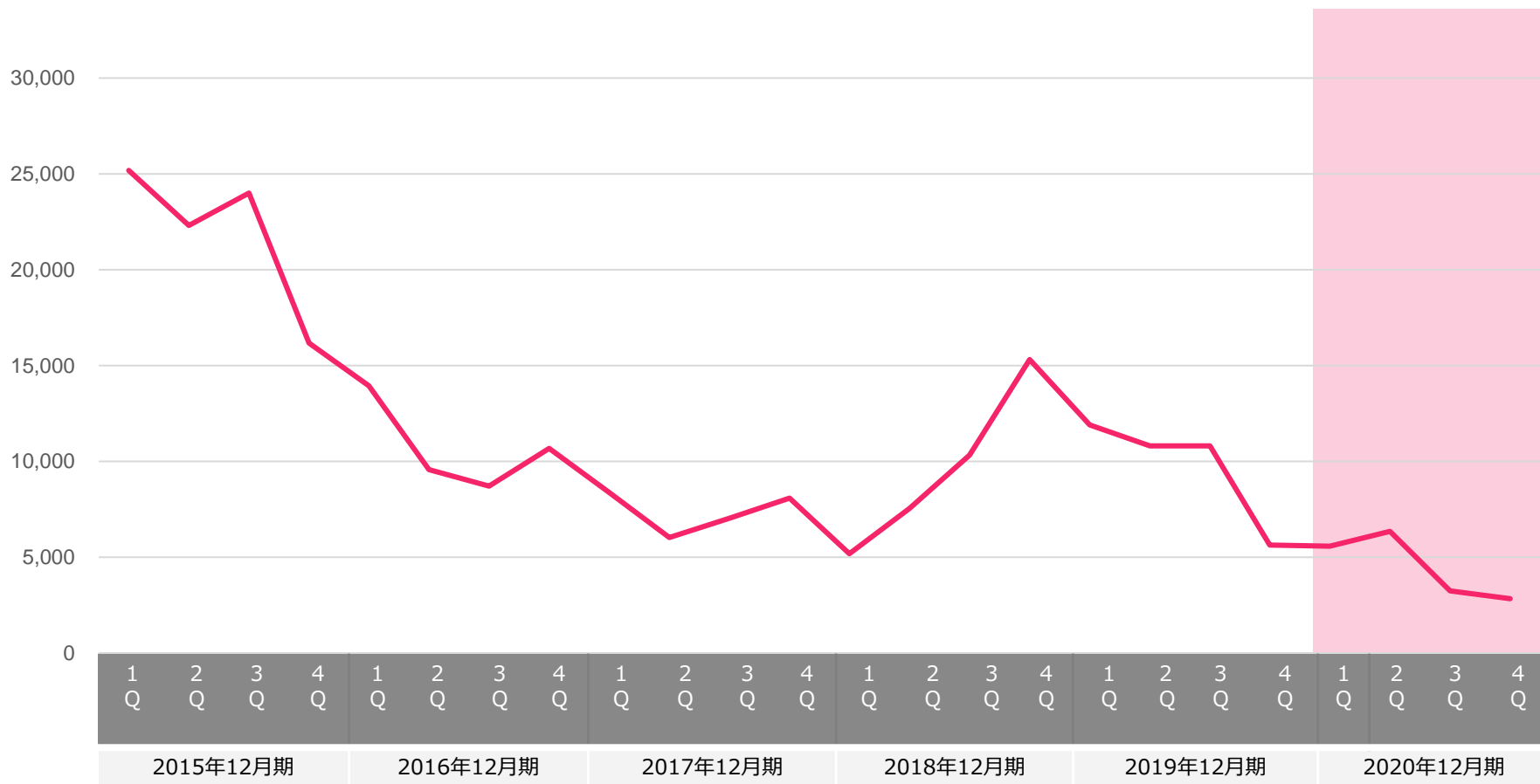




# これまでの振り返り メディア事業

## マックスむらいチャンネルの売上推移（四半期）

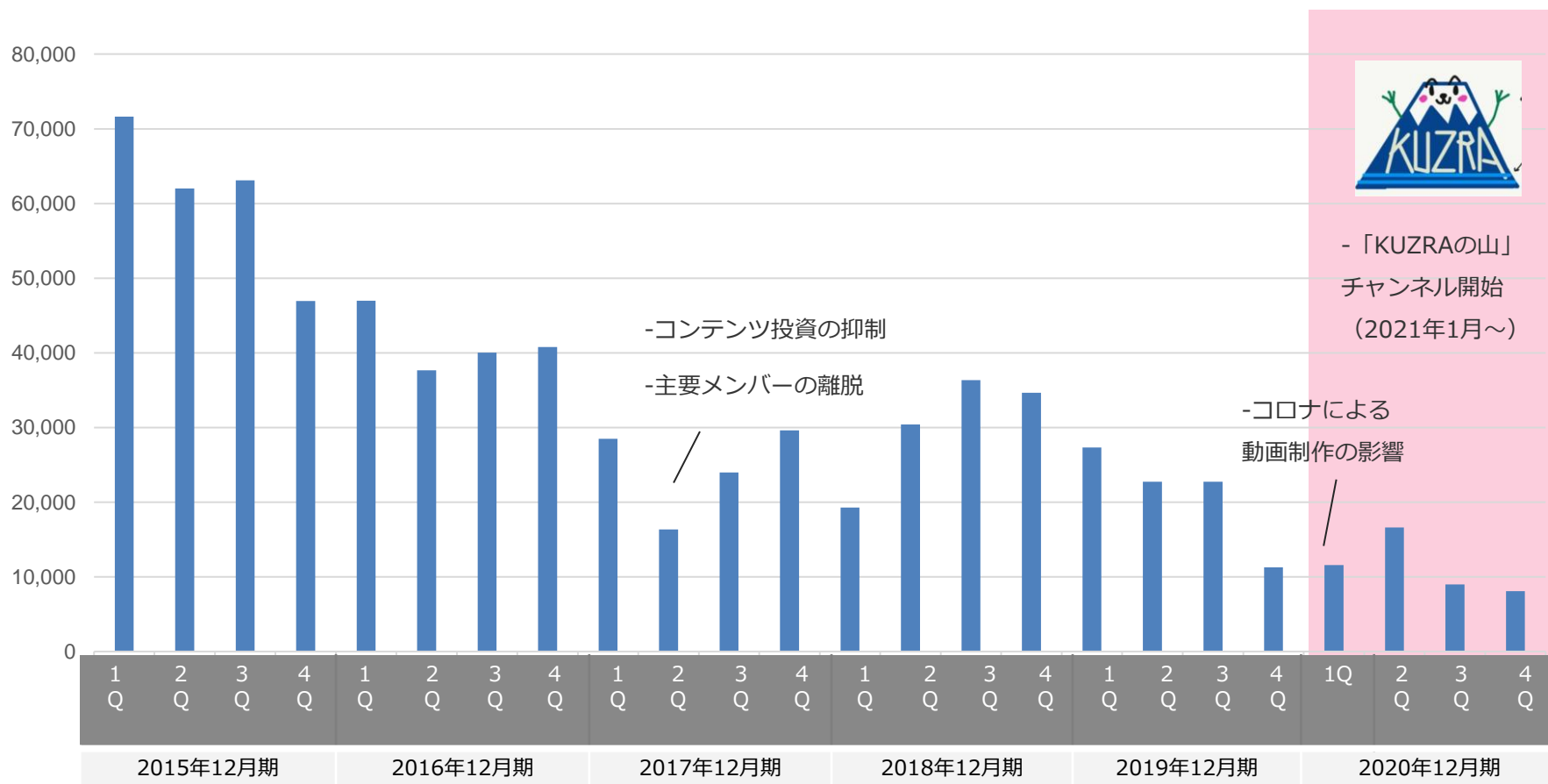
単位：千円



# これまでの振り返り メディア事業

## マックスむらいチャンネルの再生回数の推移（四半期）

単位：千回数



# 振り返りのまとめ

---

- **メディア事業**は、コンテンツ・システム投資を重ねながら、**売上を増加させ収益基盤を支えられる**ように鋭意努力中。内部的には進捗はあるが、本格的な売上増加にはもう少し時間が必要
- **AppBank.net**は、PV数及びPV単価が増加基調にある。ただし、当四半期から単純なPV目標を追わない方針に変更したため、足元のPV増は若干鈍化。現在は**PV単価の向上と収益性の高いPV増加に重きを置く**
- ストア事業は、**事業ポートフォリオの再構築**のためにAppBank Store株式を譲渡し連結の対象外とした。代わって、新たに設立した連結子会社テーマで新たに物販事業を開始

# 目次

---

1. ミッションビジョン

2. 2020年12月期業績実績

3. これまでの振り返り

**4. 成長戦略**

5. その他

脱マックスむらいにおける

収益構造を確立

# 重点成長施策

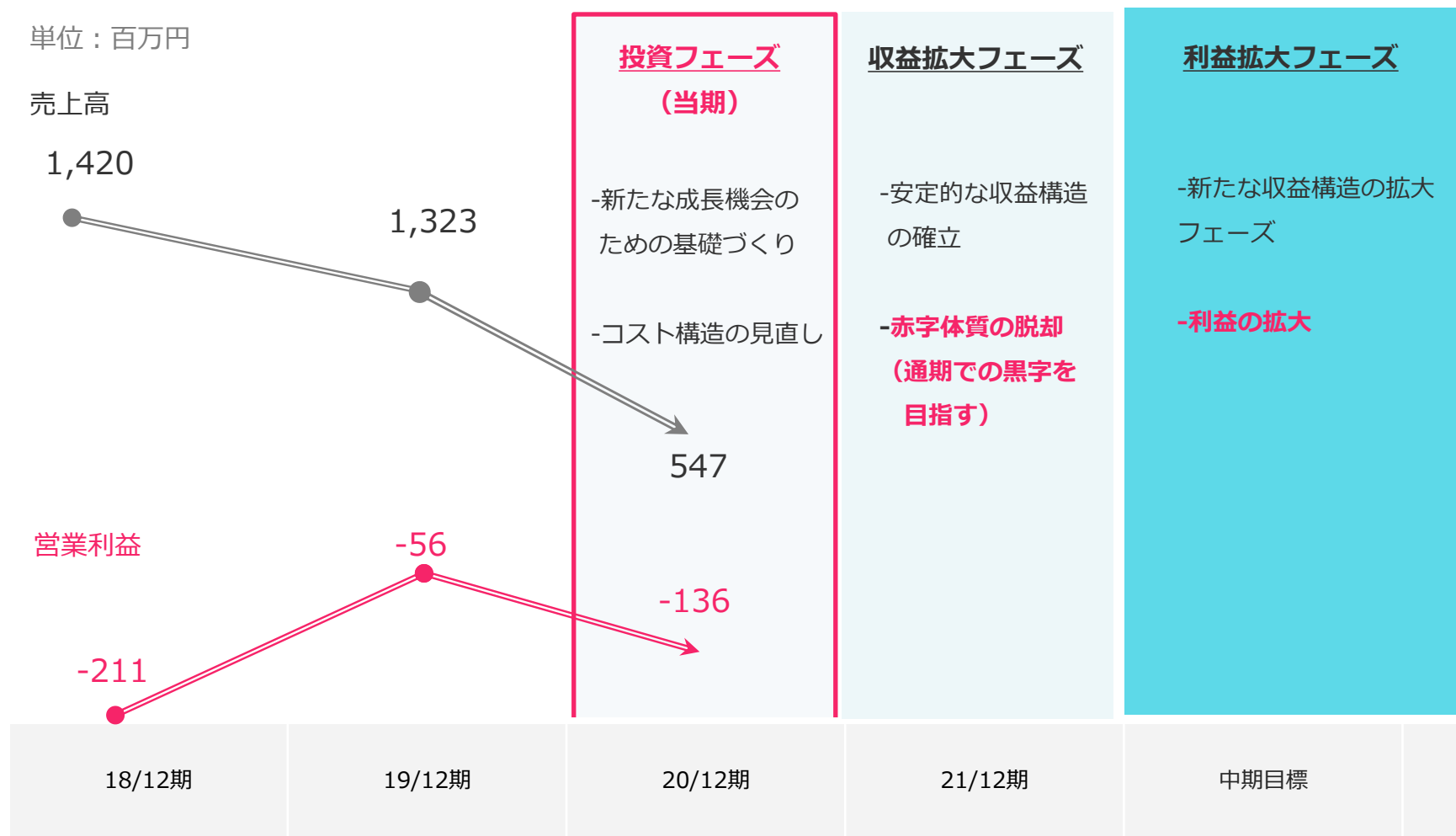
---

今期を**投資フェーズ**と位置付けて、収益構造を見直し、**利益体質**とするために下記の施策を実施中。

- **メディアのPVを向上**
- **広告単価の上昇**
- **動画のPV向上**
- **SGAの減少**

# 2020年12月期以降の中期目標

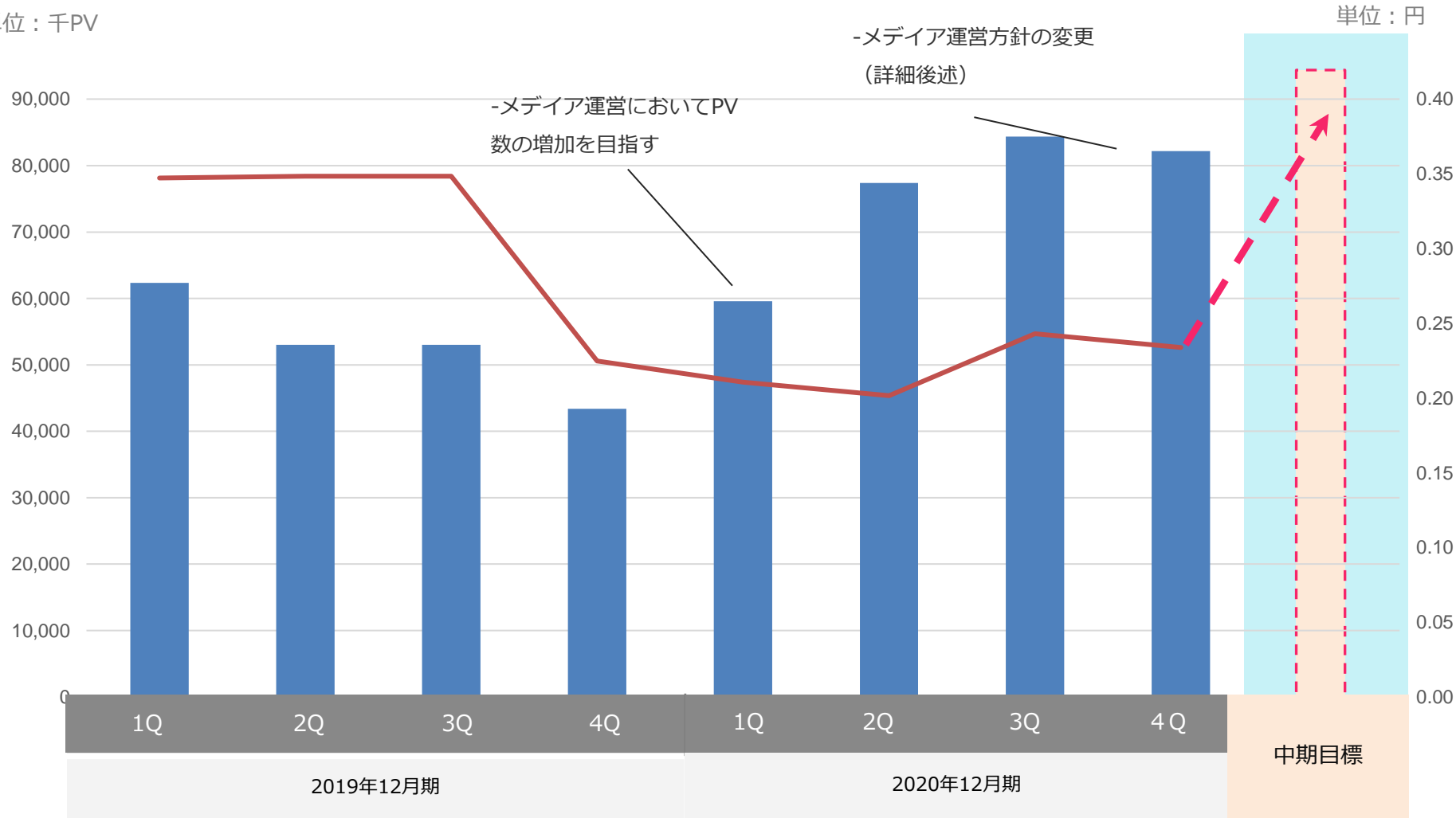
## 当期は市場拡大に向けて足腰を固める**投資フェーズ**



# メディア事業 AppBank.netの状況

PV単価の下落幅を一定に抑えつつ、PVはYonYで**143.3%成長**

単位：千PV





当四半期にて「メディアのPVを向上」について以下の  
2点について方針転換を図った

(転換点)

## ①収益性を重視する方針へ変換

- PV数の増加に高い軸足を置いてきたが、獲得PVとそのPVが持つ収益性のバランスを考慮
- 収益性の高いPVの増加を図ることで、PV獲得における投資効率の向上を目指す

## ②メディア運営体制の転換

- 当四半期から新たなメディア事業部長が就任し、組織体制と戦略の見直しを実施
- 記事制作を外部に積極的に委託し、当社社員はディレクションを中心とする運営体制を志向

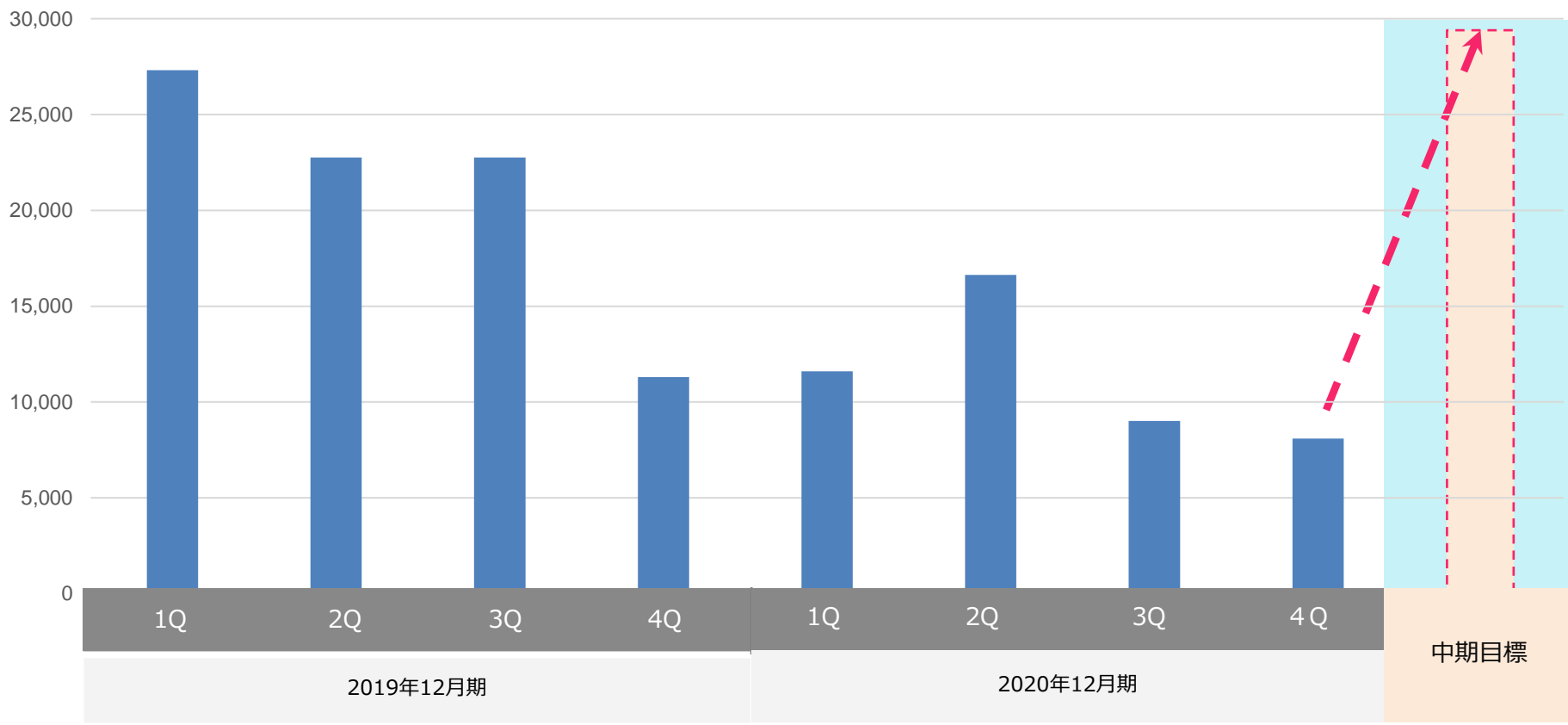
# メディア事業 動画再生回数推移

## マックスむらいチャンネルのリブランディングの実施

## 新しいファン層の獲得を継続

単位：千回数

マックスむらいチャンネル再生回数



# メディア成長施策サマリー

1

## AppBank.net

PVあたり収益性を重視し、収益性の高いPVの獲得とPV単価の向上を目指す  
編集体制の見直しによる記事内容と記事数の充実、システム面からの施策を強化

2

## マックスむらいチャンネル

静岡県の山を舞台にした動画等、新たな動画シリーズを開始  
視聴回数増加を狙うと同時に、商品開発やPR等でストア事業との連動を図る

3

## メディア全体

ネットワーク広告収益の増加を図る以外に、新たな広告商品を開発して、**新規の  
広告主の獲得による純広告売上の拡大**を目指す

4

## 動画全体

今後も**コンテンツ投資を継続**し、動画内容の拡充や新たな視聴者の獲得を図る  
新たな広告商品を開発して、**新規の広告主の獲得による純広告売上の拡大**を目指す

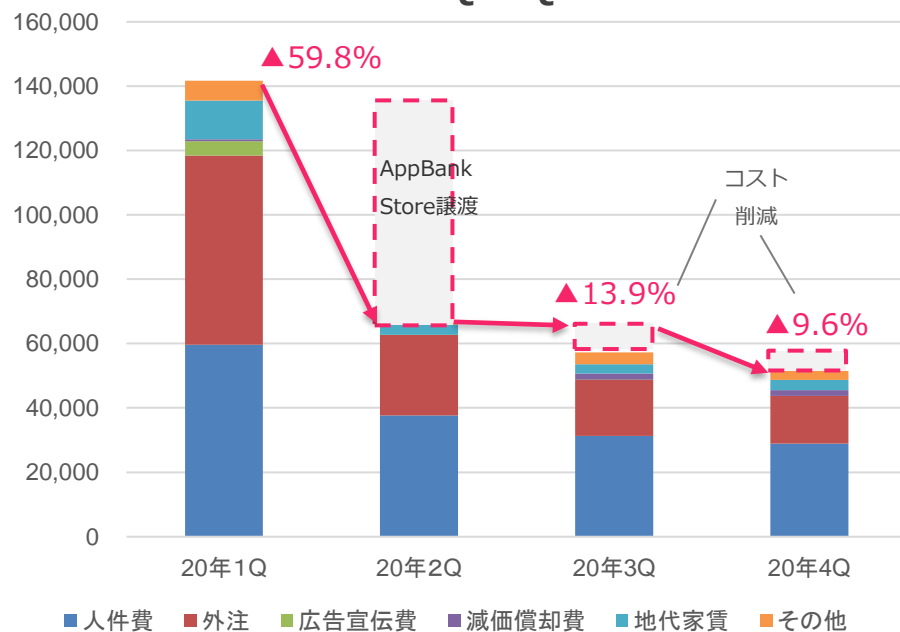
# コストコントロール

## 連結販管費は、QonQで9.6%, YonYで46.5%の削減

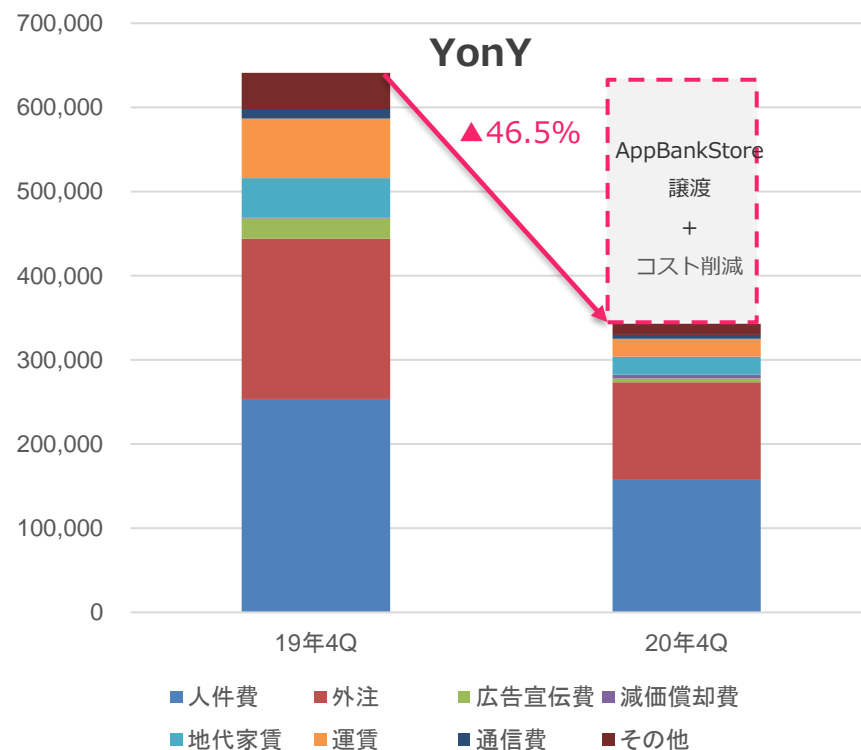
当期、AppBank単体の管理本部業務及び外注費等の見直し、本社オフィスの移転等により固定費を大幅に削減。継続的にコスト削減を実施予定。

単位：千円

### QonQ

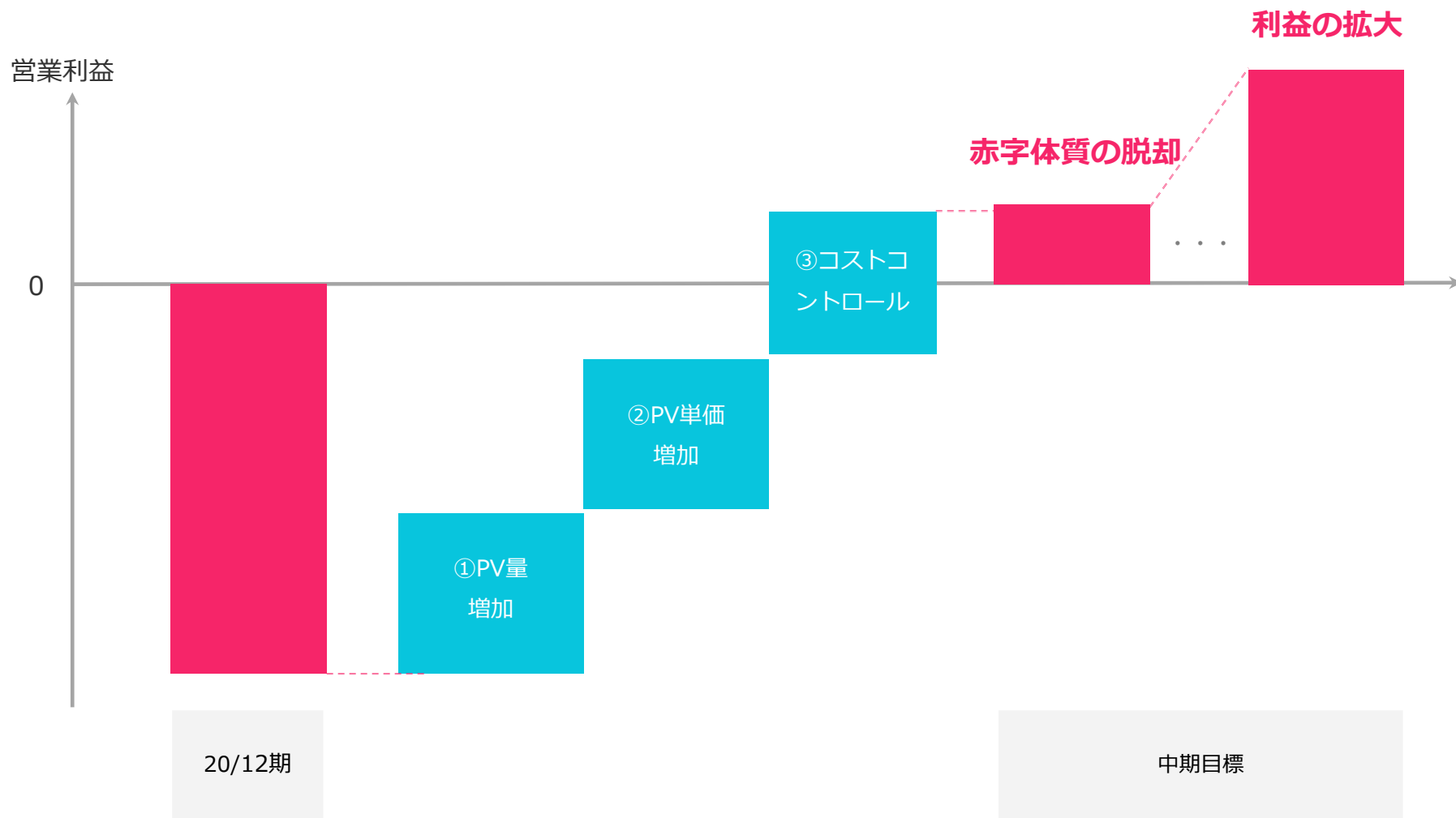


### YonY



# 営業利益の成長イメージ

メディア事業の収益拡大を軸に**営業利益の黒字化**を目指す



# 2021年12月期業績予想について

---

## 引き続き21年12月期の業績予想は非開示

インターネット広告業界に軸足を置く、当社メディア事業は不確定な要素が多く、今後とも新興領域で様々なチャレンジを実施していくため、合理的な見込みを算出することは困難であると判断し、業績見込みを非開示としています。

今後とも、四半期ごとに実施する決算業績及び事業の概要のタイムリーな開示に努めると共に業績予想は、合理的な業績予想が開示できる状況になる場合に速やかに開示することを予定しております。

# 目次

---

1. ミッションビジョン

2. 2020年12月期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

**5. その他**

# マックスむらいがD2C事業へ参入！

マックスむらいが惚れ込んだみかんで作る“究極のみかんジュース”を生産するため、本日よりクラウドファンディングを開始！  
(2020年12月24日)

<https://www.makuake.com/project/temuki-mikan/>

参考：「マックスむらい」公式YouTubeチャンネル

<https://www.youtube.com/channel/UC5Y35HzjHnxi2Dk8Xk8Cllw>

参考「KUZRAの山」公式YouTubeチャンネル

[https://www.youtube.com/channel/UC-S\\_cfLqxluw31pWeHLZ-IQ](https://www.youtube.com/channel/UC-S_cfLqxluw31pWeHLZ-IQ)



# マックスむらいがD2C事業へ参入！

マックスむらいD2C事業のオンラインショップ「友竹商店」を  
開設！（2020年11月26日）

## 友竹<sup>®</sup>商店



マックスむらいD2C事業のオンラインショップ「友竹商店」を開設。  
一般財団法人興農学園の「理事長の農場「小坂農園」で取れた蜜たっぷりりんご」と竹炭の予約  
販売「祝成功！はじめての竹炭メモリアルセット【完全初回限定版】」のテスト販売を実施。

参考：「マックスむらい」公式YouTubeチャンネル

<https://www.youtube.com/channel/UC5Y35HzjHnxi2Dk8Xk8Cllw>

参考「KUZRAの山」公式YouTubeチャンネル

[https://www.youtube.com/channel/UC-S\\_cfLqxluw31pWeHLZ-IQ](https://www.youtube.com/channel/UC-S_cfLqxluw31pWeHLZ-IQ)

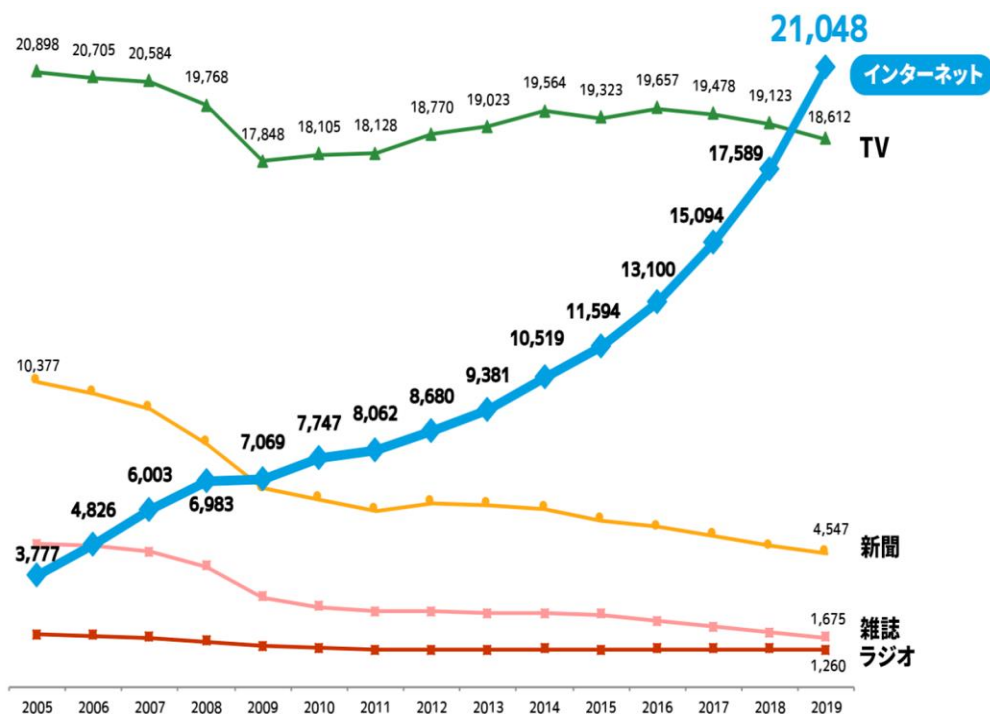
# 対面市場の説明

既存メディアからインターネットへの**広告予算シフト**は続く。

YouTubeをはじめとする**動画広告市場は、今後も高い成長**を期待される市場となる。

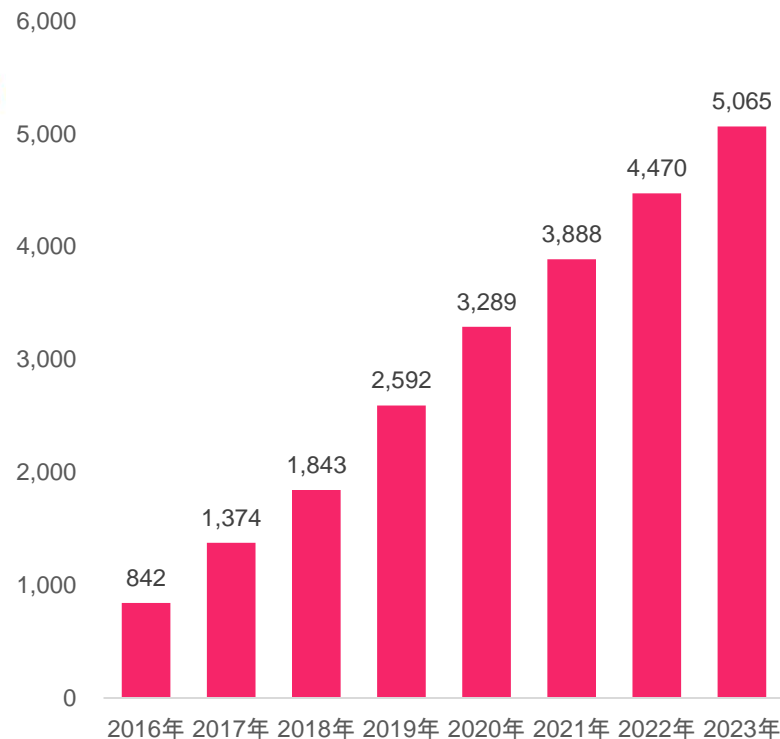
単位：億円

日本の媒体別広告費



出所：株式会社電通「日本の広告費」

動画広告市場の推移



出所：株式会社サイバーエージェント調べ

# 株主総会議案（合併・減資・監査等委員）

---

21年3月25日開催予定の株主総会では以下の議案を予定

1

連結子会社（GTA）の吸収合併

2

資本金の減資

# 決算説明会動画の開始について



**本決算に係る説明動画は2月下旬～3月上旬を目処に  
「マックスむらいチャンネル」にて公開予定**

参考：「マックスむらい」公式YouTubeチャンネル

<https://www.youtube.com/channel/UC5Y35HzjHnxi2Dk8Xk8Cllw>

