

MAKING AI EASY

BY MAKING
SOFTWARE INTELLIGENT

2025年12月期 第3四半期 決算説明資料
2025年11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





2025年第3四半期
実績と事業の見通し



2025年第3四半期
事業指標



製品の最新情報

2025年第3四半期の総括



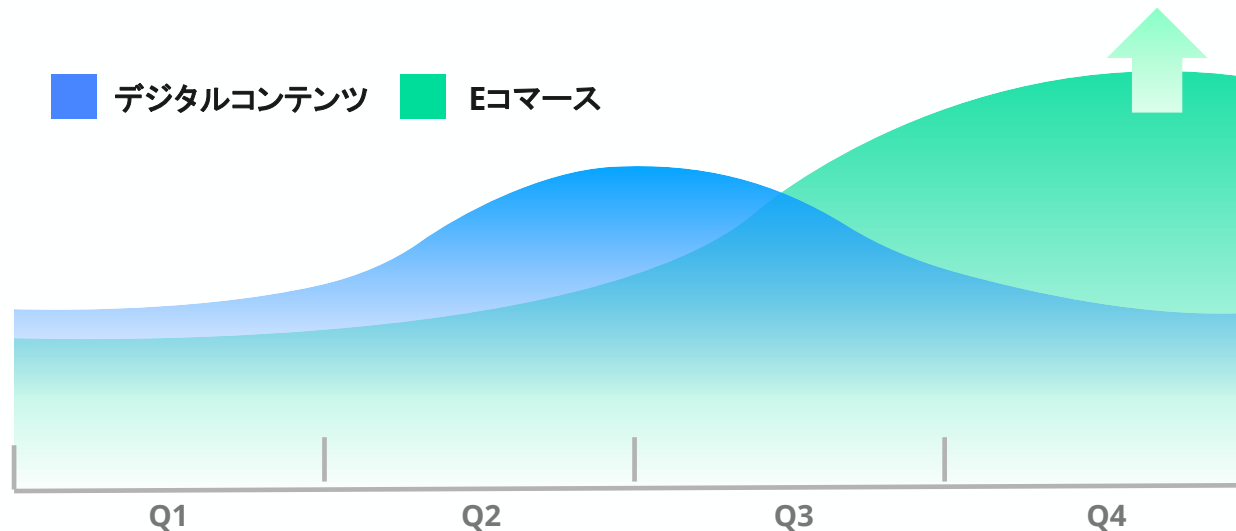
グローバル全地域での力強い貢献により、底堅い成長を維持し、過去最高の売上収益を達成

売上収益は前年同期比**26%**増の114億円、為替ニュートラルベースでは**28%**増の116億円となり、過去最高を達成。
主に(1) 想定為替レートに対して約**3億円**のマイナス影響、(2) **北東アジアの一部Eコマース顧客**による**予算執行時期のシフト**に伴う売上収益の期ずれによる逆風があったものの、**広範な地域**にわたる堅調な顧客需要に支えられ、力強い成長モメンタムを堅持。
北東アジアでは、四半期ごとの成長モメンタムが加速。米国及びEMEAでは、**業種拡大**により、高成長を継続。
グレーターチャイナでは、営業体制の強化と堅調な**中国の海外向け事業**により、**成長軌道**に回帰。



Eコマース領域への戦略的な注力により、第4四半期以降も持続的な成長を加速

Eコマース顧客は、当社の売上収益に対して大きく貢献しており、引き続きEコマース内での顧客基盤の多様化を推進。
日本、米国及びEMEAなど主要地域における**大規模Eコマースプラットフォームの獲得**に戦略的に注力。
この戦略により、重要な新規顧客の獲得に成功し、売上収益への影響を吸収するとともに、第4四半期の季節性による増収効果をさらに拡大(下記の図を参照)。
Eコマース領域への戦略的な注力が実り、**北東アジアの主要顧客**からの力強い需要に加え、**日本、米国及びEMEA**での大規模なEコマースの新規顧客の継続的な獲得など、第4四半期における成長加速に向けた万全の体制を構築。



2025年第3四半期の総括



AIネイティブな戦略的プロダクト強化による、安定した高水準な売上総利益率の維持

高付加価値セグメントへの注力と、堅調な技術革新を背景に、売上総利益率は**54.1%**と高水準を維持。
新たなAIモデルやプロダクトの戦略的な試験運用を進めた結果、追加的なAI試験運用コストにより、第3四半期に1~2%の一過性の利益率への影響が発生。
このような技術的優位性に加え、Eコマース領域での広範な地域への浸透が進むことにより、当社の基礎的な利益率構造は継続して強固であり、
長期的な収益性モデルと整合。



規律ある事業運営により、過去最高の収益性と継続的なコア・フリー・キャッシュ・フロー⁽¹⁾の黒字化を実現

利益を伴う成長の軌道が加速。営業利益は前年同期比**31%**増の**10.3億円**となり、初めて10億円を突破。
効率化に伴い持続的にオペレーティング・レバレッジが発揮されることにより、営業利益率は過去最高の**9.0%**に到達。
為替ニュートラルベースでは、営業利益は前年同期比**58%**増の**12.5億円**、営業利益率は**10.8%**に到達。
第4四半期は、オペレーティング・レバレッジのさらなる発揮により、2025年の最終四半期に向けて、利益を伴う成長の継続的な拡大を見込む。
コア・フリー・キャッシュ・フローは、キャッシュ創出力の強化を背景に、引き続きプラスを維持。



エージェント型AIにより、顧客のROI向上と利益を伴う成長をともに実現

当社のコアAI技術を活用し、エージェント型AIが加速的かつ持続的な成長を推進。
顧客に対しては、多様なAIエージェントが当社プラットフォーム上で連携し、ROI向上およびマーケティングパフォーマンスの最大化を支援。
社内オペレーションにおいては、AIエージェントが販売及びマーケティング、研究開発を含む全業務領域で効率性を飛躍的に向上させ、
持続的な利益を伴う成長を実現。

(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

2025年第3四半期 ハイライト

売上収益

JPY **114億**

売上収益成長率⁽¹⁾

+26%

収益性

営業利益

JPY **10.3億**

純利益

JPY **10.7億**

売上総利益成長率⁽²⁾

+26%

ARR⁽³⁾

JPY **429億**

LTM NRR⁽⁴⁾

119.6%

(1) FY24 Q3とFY25 Q3を比較した売上収益の成長率

(2) FY24 Q3とFY25 Q3を比較した売上総利益の成長率

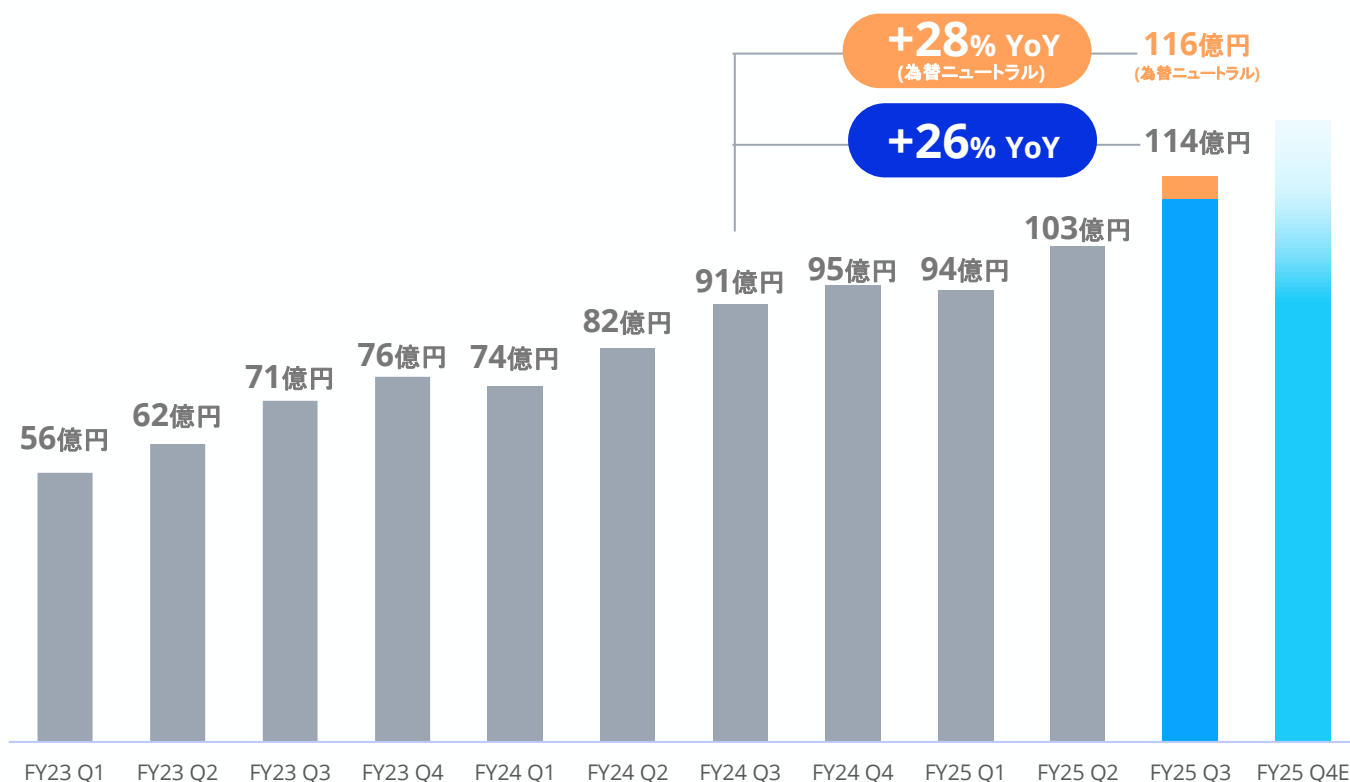
(3) 各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション(AIQUA、AiDeal、AlXON、BotBonnie、AIRIS)についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益(MRR)に12を掛けて算出 (ii)広告クラウドとAdCreative.aiの特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益(MRR)の平均に12を掛けて算出

(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

売上収益の推移

- FY25 Q3の売上収益は前年同期比26%増の114億円となり、為替の逆風があったものの、過去最高を記録。
為替ニュートラルベースでは、前年同期比28%増の116億円と、さらに力強い成長を達成。
北東アジアの一部Eコマース顧客による予算執行時期のシフトに伴い、売上収益の一部が最もハイシーズンであるQ4へ期ずれ。
- 既存事業はQ2からの力強いモメンタムを維持しており、年末にかけてさらに加速すると見込む。

売上収益(日本円)



FY25 Q3の増収要因

56% 既存顧客から⁽¹⁾

- ▶ ハイシーズンに伴う北東アジアのEコマース主要顧客への更なる浸透

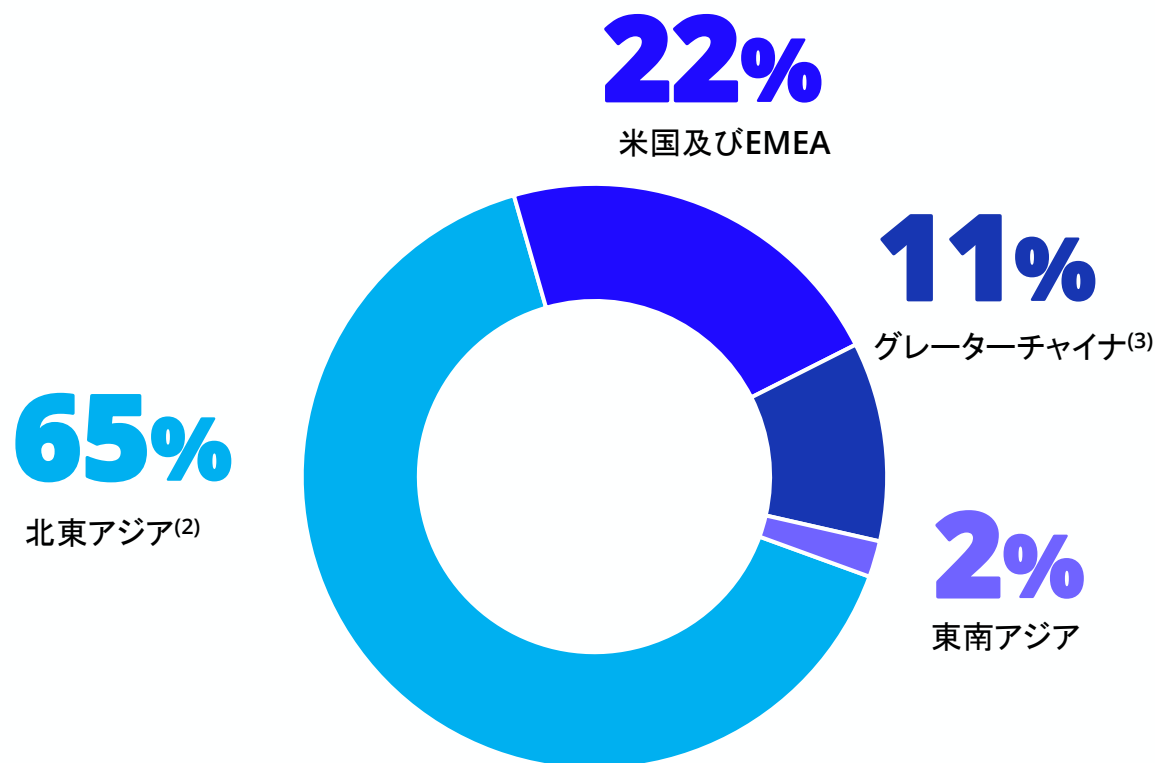
44% 新規顧客から⁽²⁾

- ▶ 北東アジア、米国及びEMEAにおけるEコマース業種の拡大に合わせて、一貫した戦略的業種展開
- ▶ 米国及びEMEAにおけるプロダクトの多様化
- ▶ グレーターチャイナにおける顧客獲得モメンタムの向上

(1) 「既存顧客」はFY24 Q4より前に獲得した顧客を指す
(2) 「新規顧客」はFY24 Q4からFY25 Q3に獲得した顧客を指す
(3) 為替ニュートラルベース

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

FY25 Q3 地域別売上収益比率⁽¹⁾



- (1) 端数処理の関係で合計が100にならないことがある
(2) 北東アジアは日本と韓国を含む
(3) グレートチャイナは台湾、香港、及び中国を含む

北東アジア

韓国の既存顧客および日本の新規Eコマース顧客の成長により、
為替ニュートラルベースで前年同期比**25%**の売上収益成長を達成。
日本と韓国双方のバランスの取れた業種貢献により、成長を牽引。

米国及びEMEA

業種の多様化とデジタルコンテンツ領域の成長により、
為替ニュートラルベースで前年同期比**38%**の売上収益成長を達成。
さらに、新たな大規模**Eコマース顧客**の獲得により、
今後の売上収益貢献を見込む。

グレートチャイナ

為替ニュートラルベースで前年同期比**16%**の売上収益成長を達成。
継続的な**中国の海外向け事業**の成長を背景に、今後は徐々に
事業モメンタムが高まると見込む。

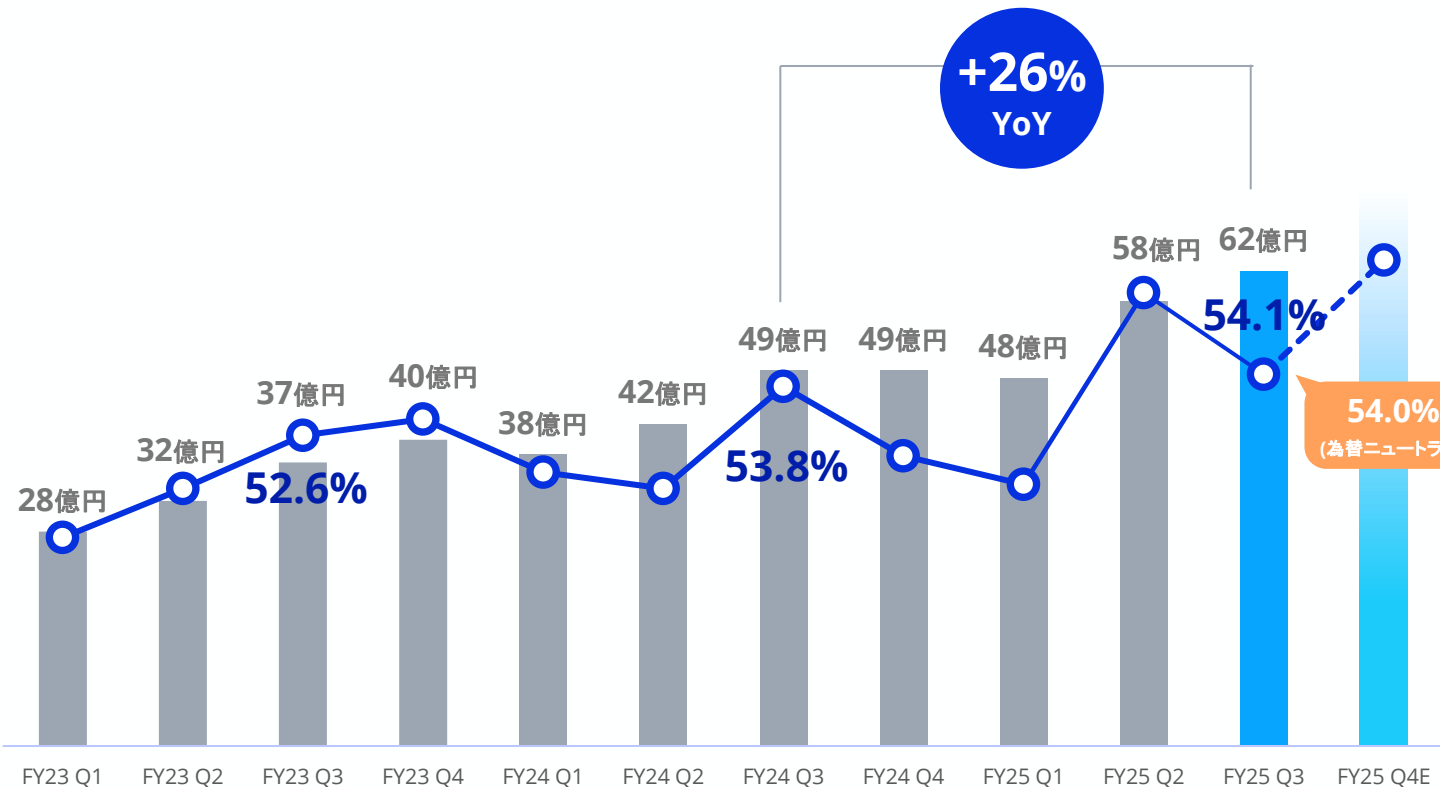
東南アジア

長期的な成長基盤の構築に向け、引き続き**主要顧客**に注力

売上総利益

- 売上総利益は前年同期比26%増の62億円となり、過去最高を記録。高利益率プロダクトの貢献と、AIモデルおよびプロダクトの継続的な改良による予測精度の向上が牽引し、売上総利益率は54.1%に到達。新たなAIモデルおよびプロダクトに関する戦略的な試験運用を進めた結果、追加的なAI試験運用コストにより、第3四半期に1～2%の利益率への一時的な影響が発生。
- 戦略的投資の成果が顕在化し、Eコマース顧客基盤のグローバルな拡大を背景にAIアルゴリズムの高度化が進むことで、売上総利益率は今後も長期的な上昇基調が続くと見込む。

売上総利益(日本円) & マージン



FY25 Q3 売上総利益率の主な変動要因

ポジティブ要因

- ▶ 高利益率プロダクトの構成比拡大
- ▶ アルゴリズム改善や新機能の追加を含む、**技術革新**のポジティブな影響

ネガティブ要因

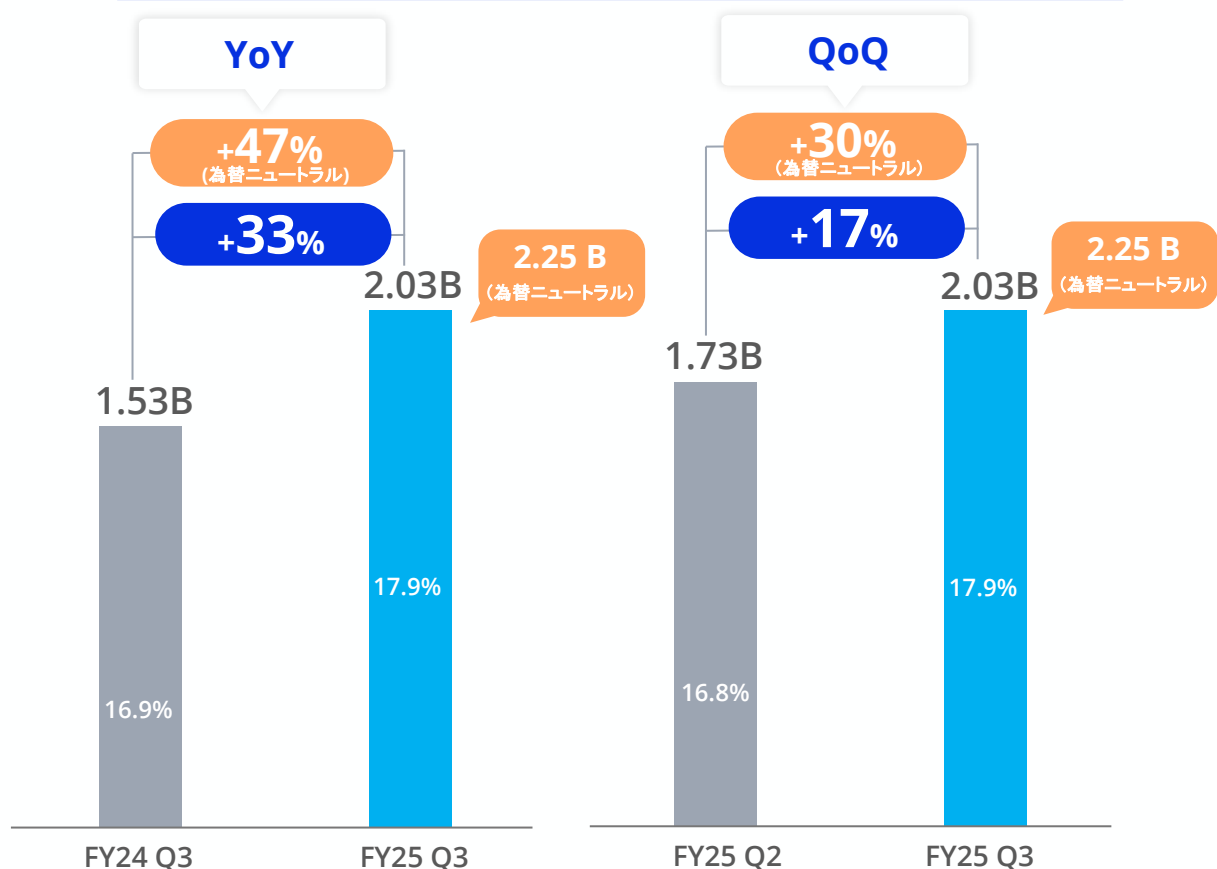
- ▶ 長期的な視点での**持続的な利益率拡大**を目的とした、戦略的なAI開発とプロダクトの試験運用コスト

(1) 為替ニュートラルベース

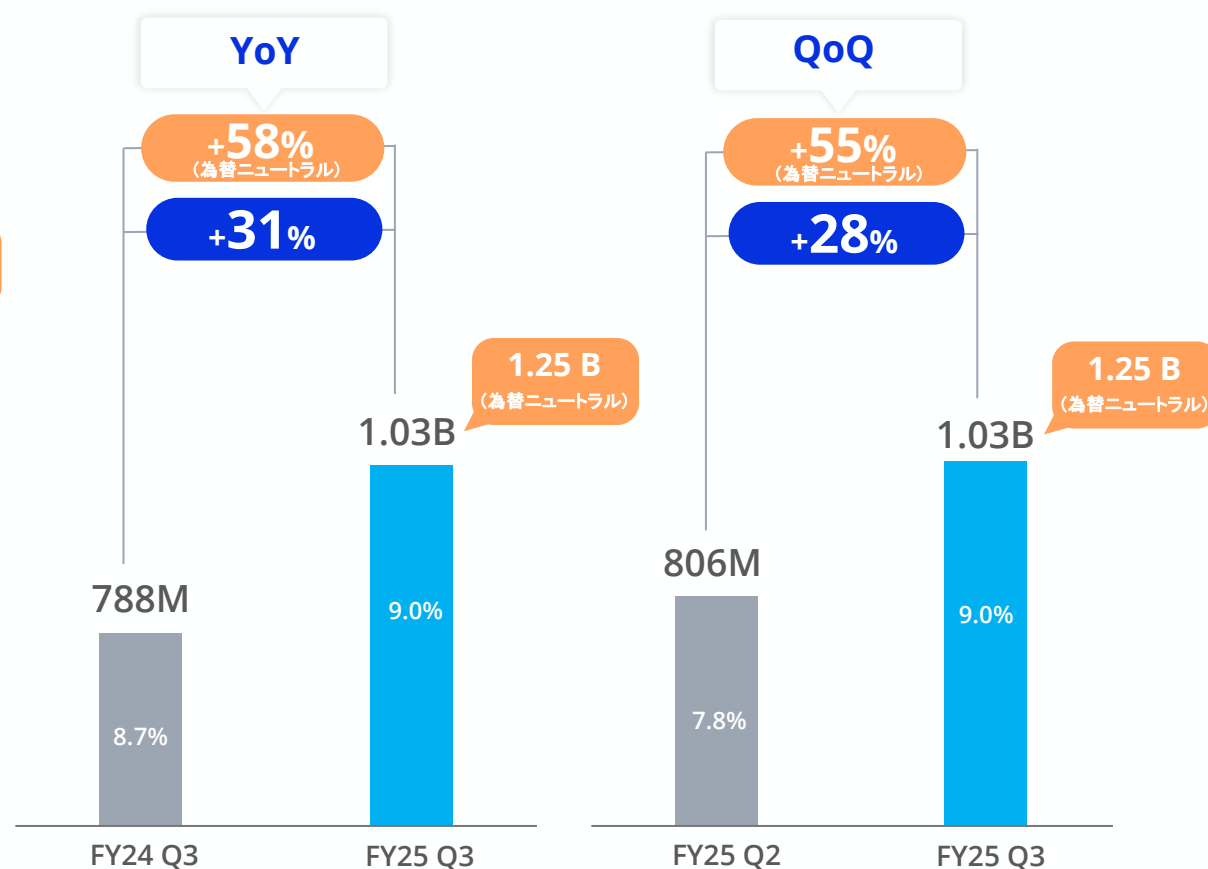
EBITDA & 営業利益

- 収益性は大きく改善。為替ニュートラルベースでEBITDAは前年同期比47%増の22.5億円、営業利益は58%増の12.5億円に到達。
力強い売上総利益の成長と、生産性向上に伴うオペレーティング・レバレッジの加速により、AdCreative.aiに関連する営業費用の増加を吸収。
- 今後もさらなる収益性の改善を見込む。

EBITDA⁽¹⁾ & マージン(日本円)



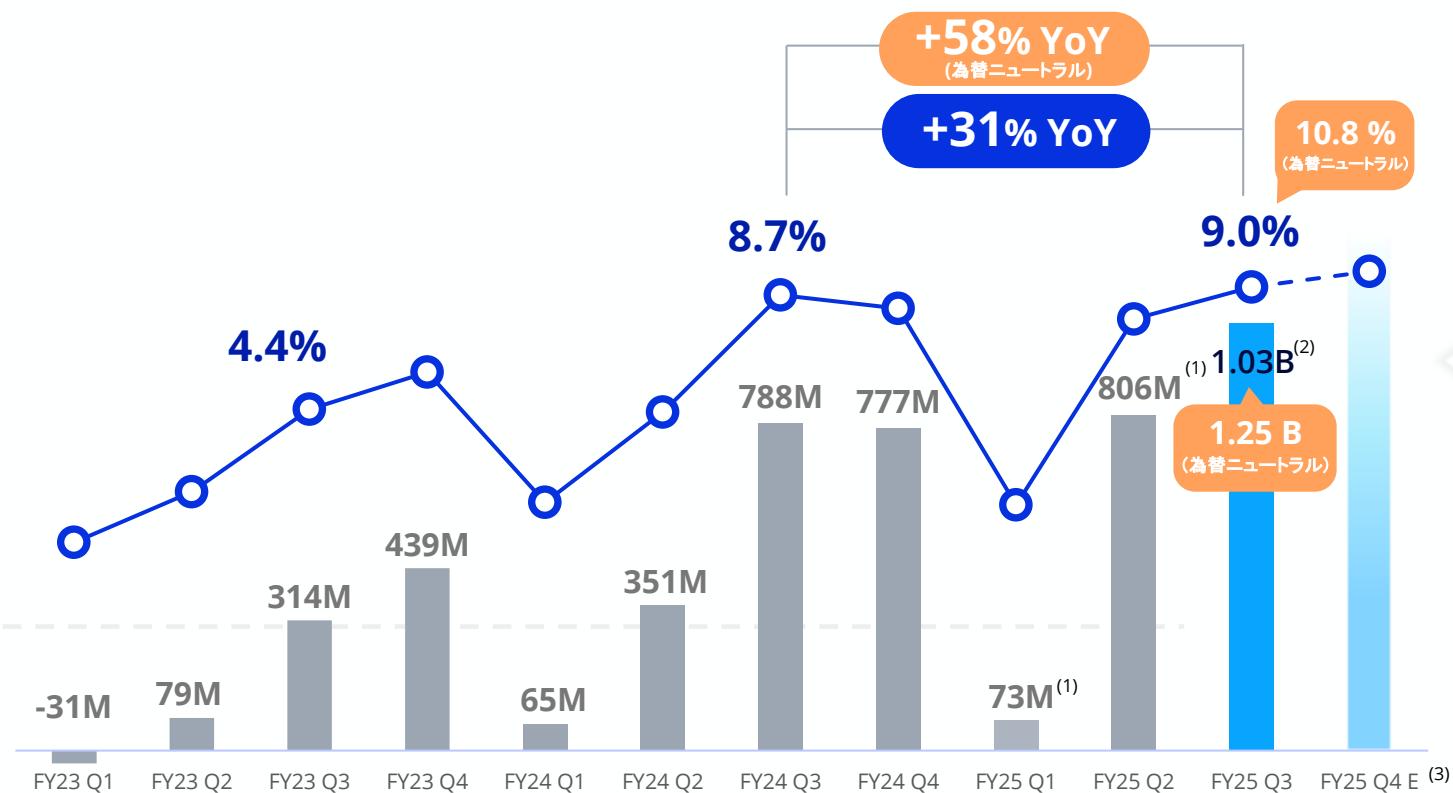
営業利益⁽²⁾ & 利益率(日本円)



営業利益

- 営業利益は10.3億円、営業利益率は9.0%と過去最高をともに達成。継続的なオペレーティング・レバレッジが牽引し、買収に伴う営業費用の増加を吸収した。為替ニュートラルベースでは、営業利益が12.5億円に到達し、営業利益率は二桁となる10.8%を記録。
この力強い業績により、効率的なキャッシュマネジメントを背景としたコア・フリー・キャッシュ・フロー⁽⁴⁾の黒字も継続。
- 例年通りの季節性による売上収益の拡大と、全事業部門におけるAI活用による業務効率化の継続により、
年末にかけて収益性がさらに改善すると見込む。

営業利益 & 利益率 (日本円)



FY25 Q3 営業利益率の主な変動要因

前年同期比 (YoY)

- ▶ 継続的なROIを重視した研究開発投資により、オペレーティング・レバレッジが改善
- ▶ AdCreative.aiが四半期を通じて連結されたことにより営業費用が増加
- ▶ 為替の逆風

前四半期比 (QoQ)

- ▶ 季節性によるQ2比増収、及び業務効率化により、オペレーティング・レバレッジが改善

(1) FY25 Q1及びQ2の営業利益は、AdCreative.ai買収に伴う一時的な取引費用を除くと、195百万円及び868百万円

(2) FY25 Q3の営業利益は、AdCreative.ai買収に伴う一時的な取引費用40百万円を含む。これを除くと、FY25 Q3の営業利益は1,069百万円

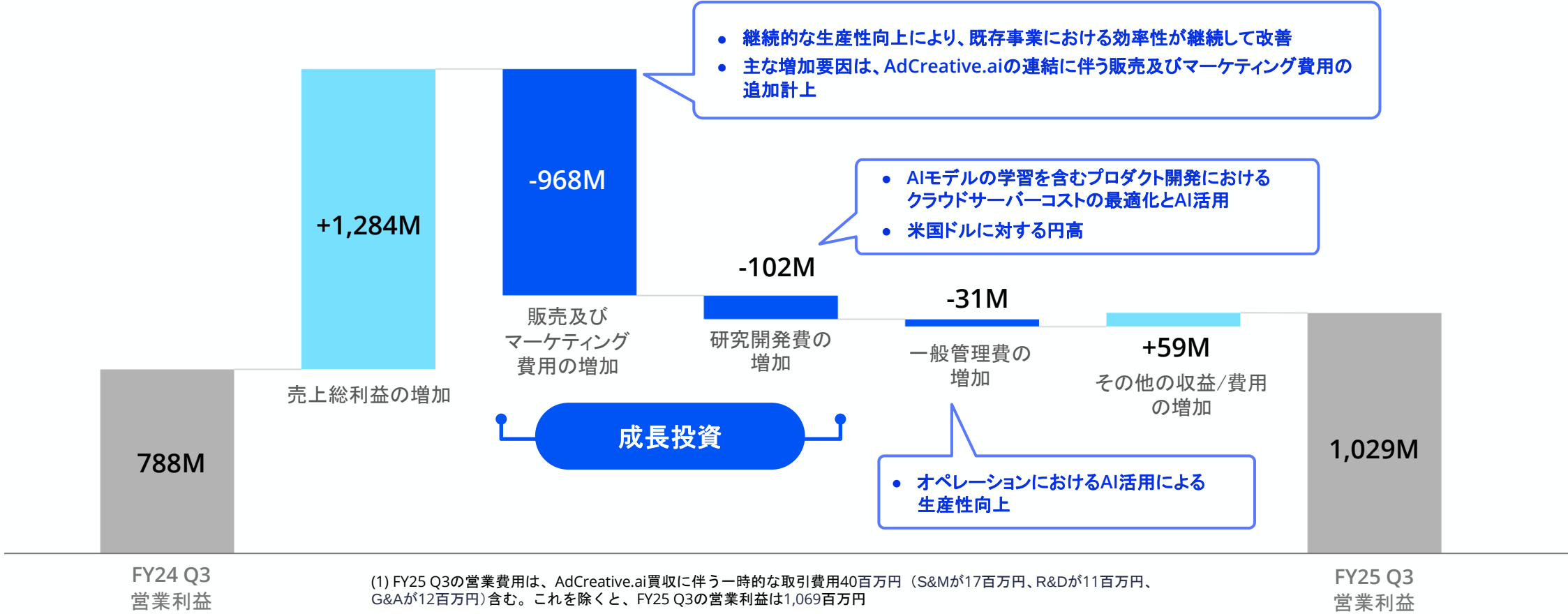
(3) 為替ニュートラルベース

(4) 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

2025 Q3 - 営業利益の前年同期からの変動

- 事業規模の拡大に加え、効率性と生産性の向上により営業利益が増加。
AdCreative.aiとの統合に伴い増加した販売及びマーケティング費用を吸収。
- 堅調な売上収益成長に加え、継続的なコスト効率の高い投資により、力強い利益成長を達成。

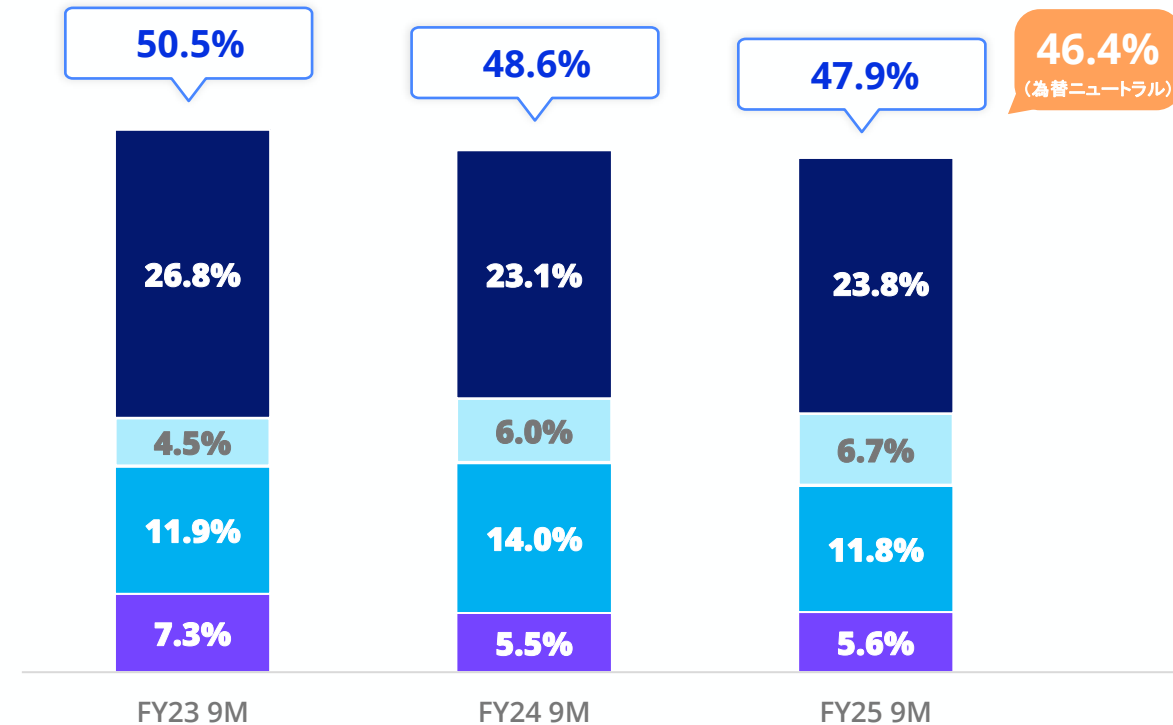
営業利益の変動(日本円)



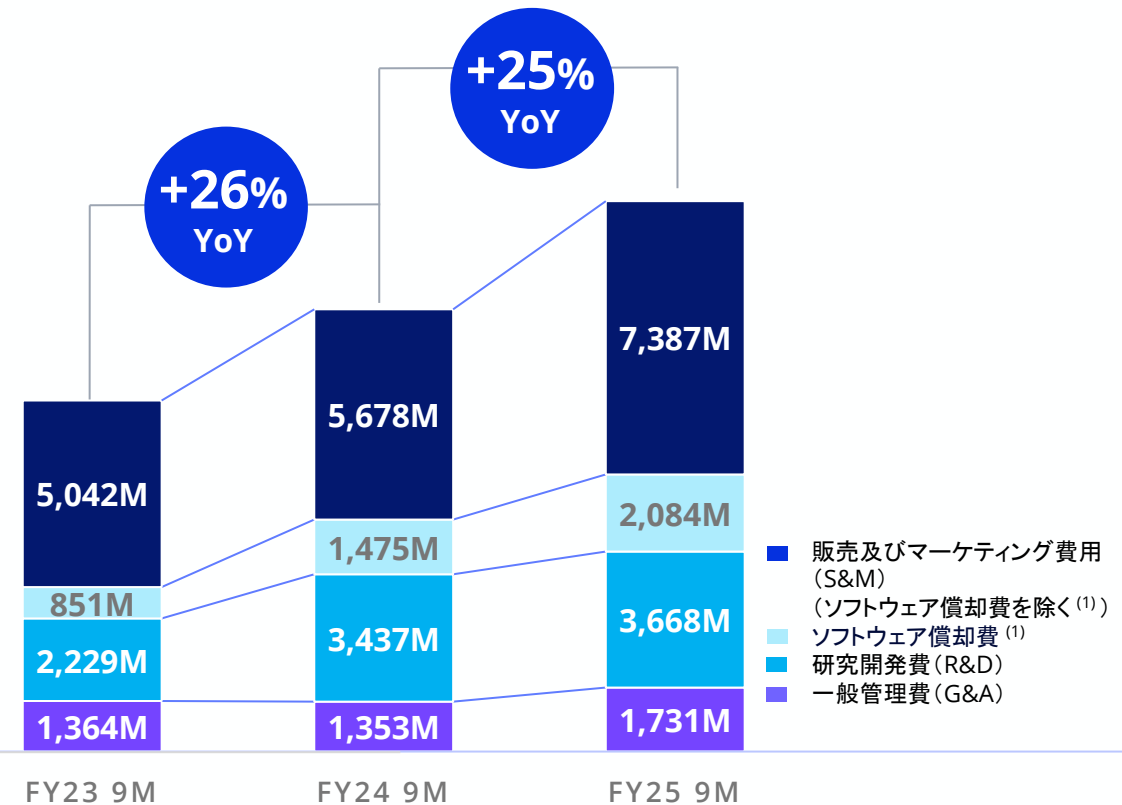
規律ある営業費用

- 規律あるコスト管理と、研究開発投資によるプロダクトの差別化を伴う効率的な売上収益の成長により、営業費用の対売上収益比率は47.9%に改善。AdCreative.aiの買収に伴い、販売及びマーケティング費用及び一般管理費の対売上収益比率は若干上昇。
- 営業費用の前年同期比増加率は、AdCreative.aiの統合による営業費用増加の影響を受けたものの減少。既存事業における営業費用の増加はより緩やか。
AIを活用したプロダクト開発やオペレーションの自動化により、営業費用を堅実に管理。

Q3累計 コスト構造(対売上収益比率)



Q3累計 営業費用(日本円)





2025年第3四半期
実績と事業の見通し



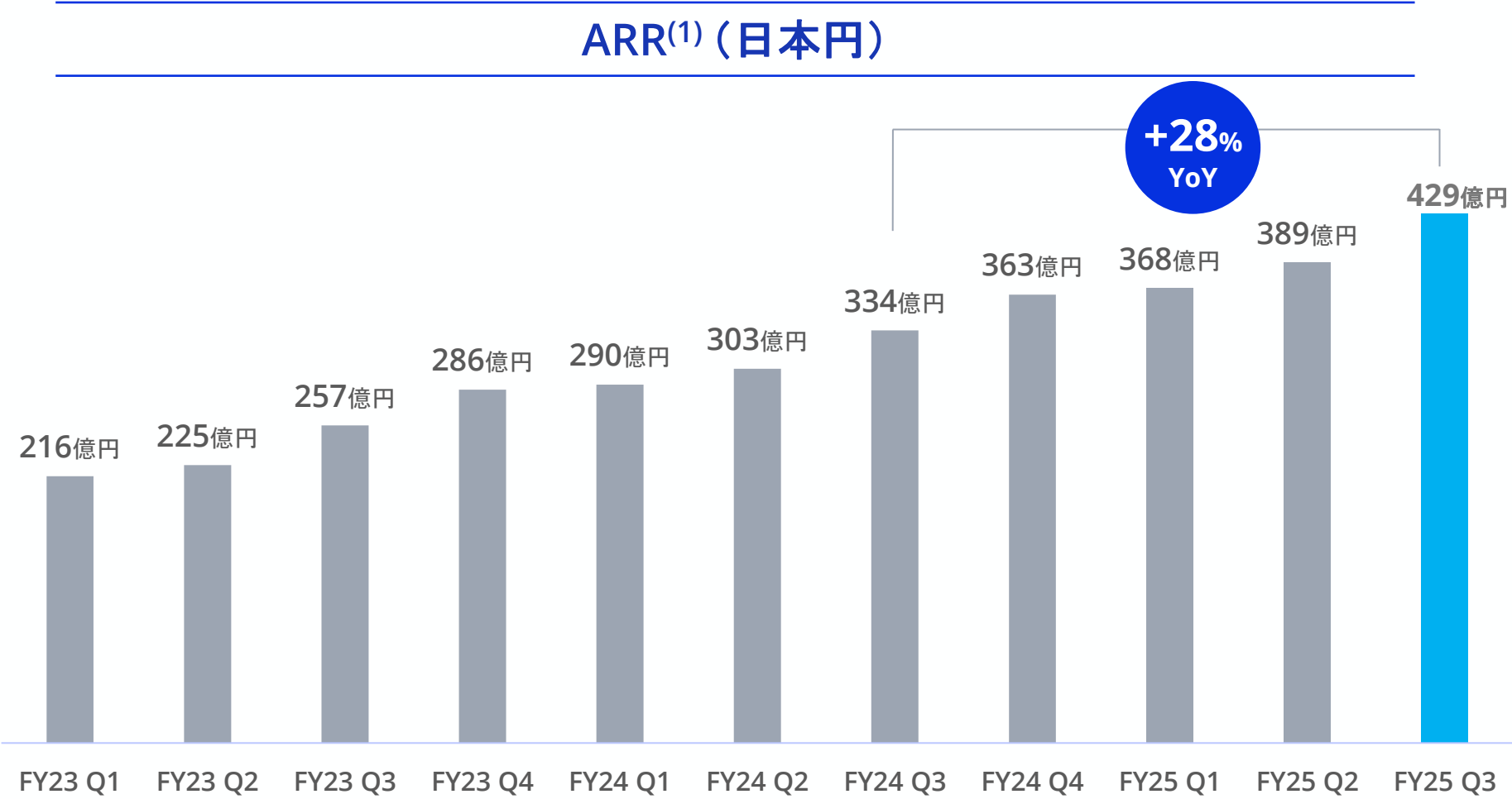
2025年第3四半期
事業指標



製品の最新情報

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

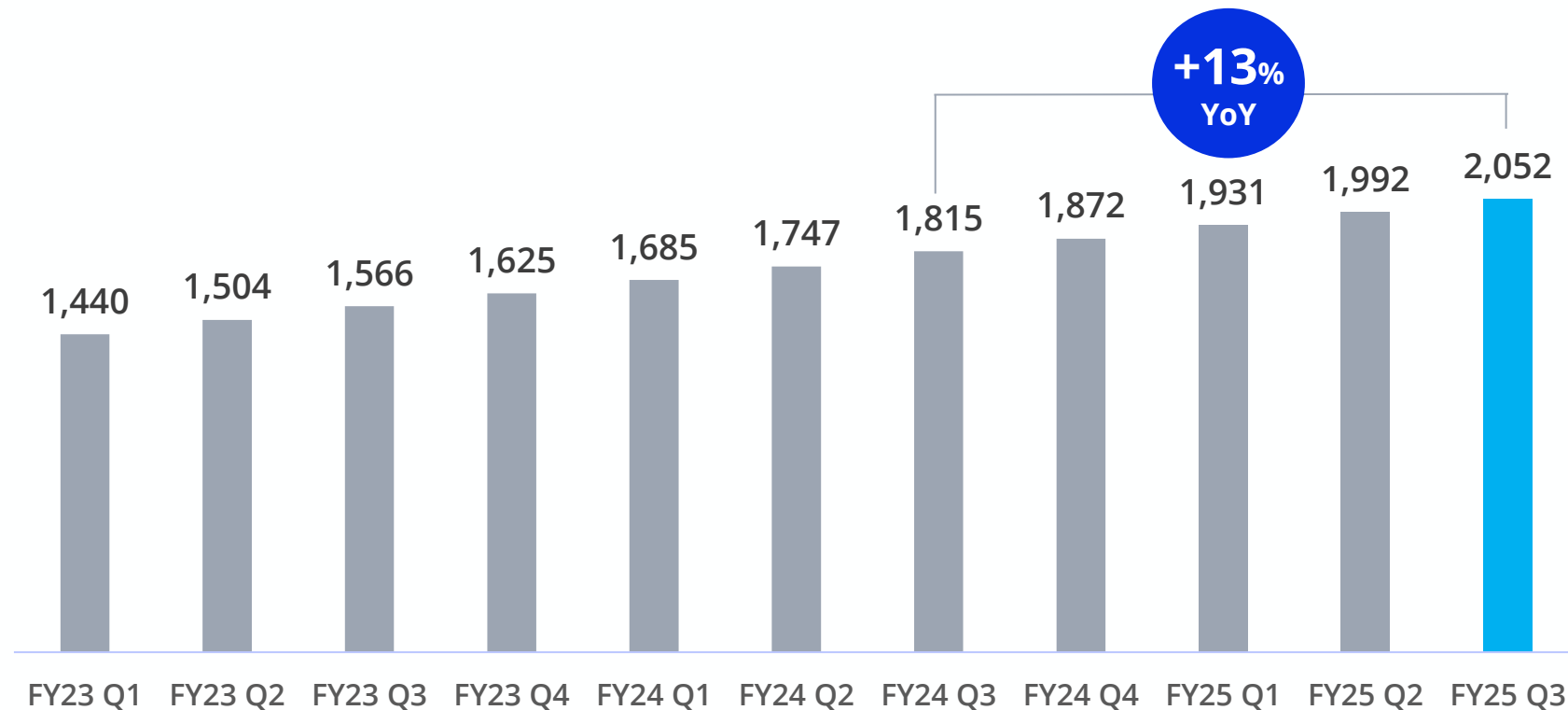


(1)各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション（AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie、AIRIS）についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益（MRR）に12を掛けて算出 (ii)広告クラウドとAdCreative.aiの特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益（MRR）の平均に12を掛けて算出

顧客企業数の四半期推移

- 顧客数は堅調な成長を維持。特に重要な増加は、米国及びEMEAにおけるEコマース顧客
- 大規模なエンタープライズ顧客に注力する戦略の中で、顧客数は四半期毎に着実に増加

顧客企業数⁽¹⁾



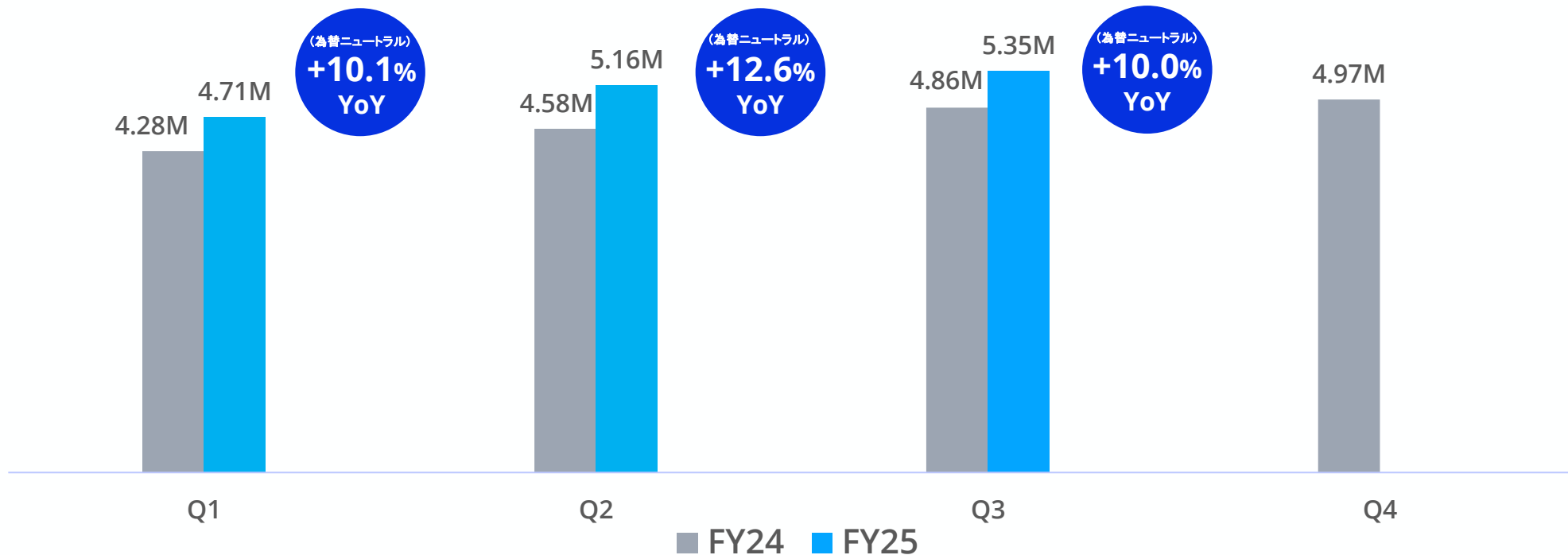
(1)「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、単発利用、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。AdCreative.aiのみを利用している顧客は含まない。

©Appier Group, Inc. (along with its subsidiaries) All rights reserved.

顧客当たり平均売上収益(ARPC)の四半期推移

- FY25Q3のARPCの前年同期比成長率は、為替ニュートラルベースで10.0%。
- 主に既存顧客の順調な拡大と、ARPCの中長期的な増加が見込まれる大企業顧客の獲得に向けた戦略的な取り組みの継続が寄与。

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、単発利用、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。AdCreative.aiのみを利用している顧客は含まない。

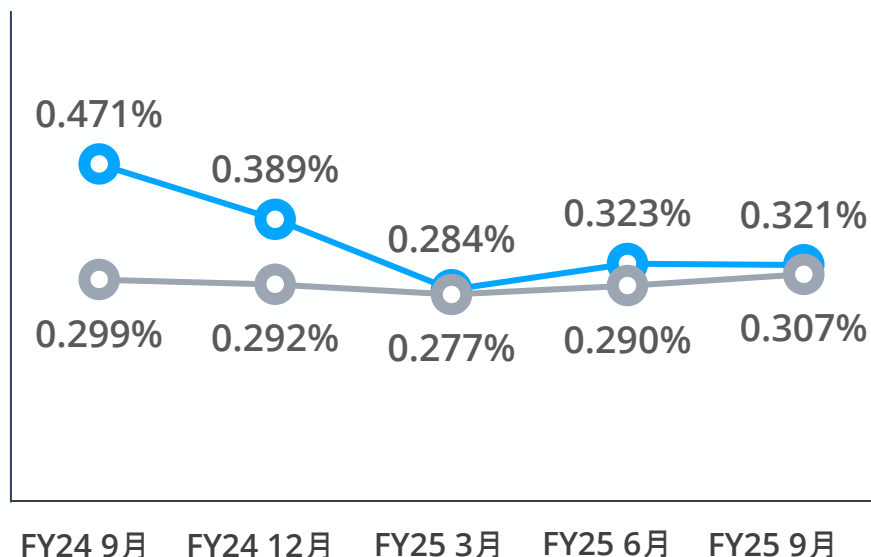
健全な解約率と強固なLTM NRRは 当社ソリューションに対する顧客ロイヤリティの高さを示す

- 顧客エンゲージメントの強化と、当社ソリューションによるROIの向上により、顧客解約率は低水準を維持
- 主要顧客の健全な成長により、米国ドルベースのLTM NRRは高水準を維持

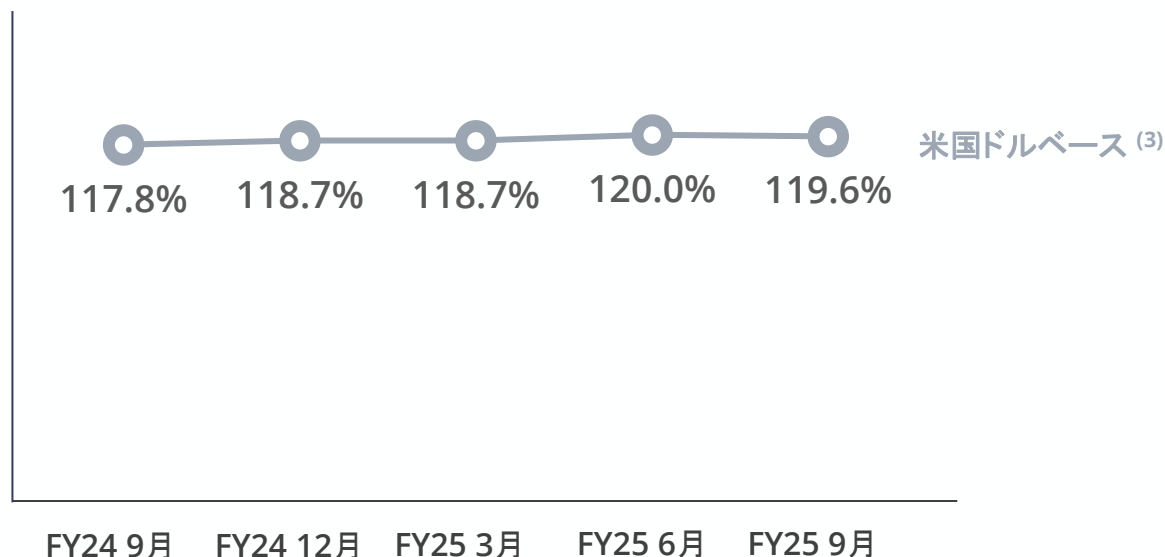
直近12か月の月次顧客解約率⁽¹⁾及び
月次顧客収益解約率⁽²⁾

月次顧客解約率

月次顧客収益
解約率



直近12ヶ月の
Net Revenue Retention



(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

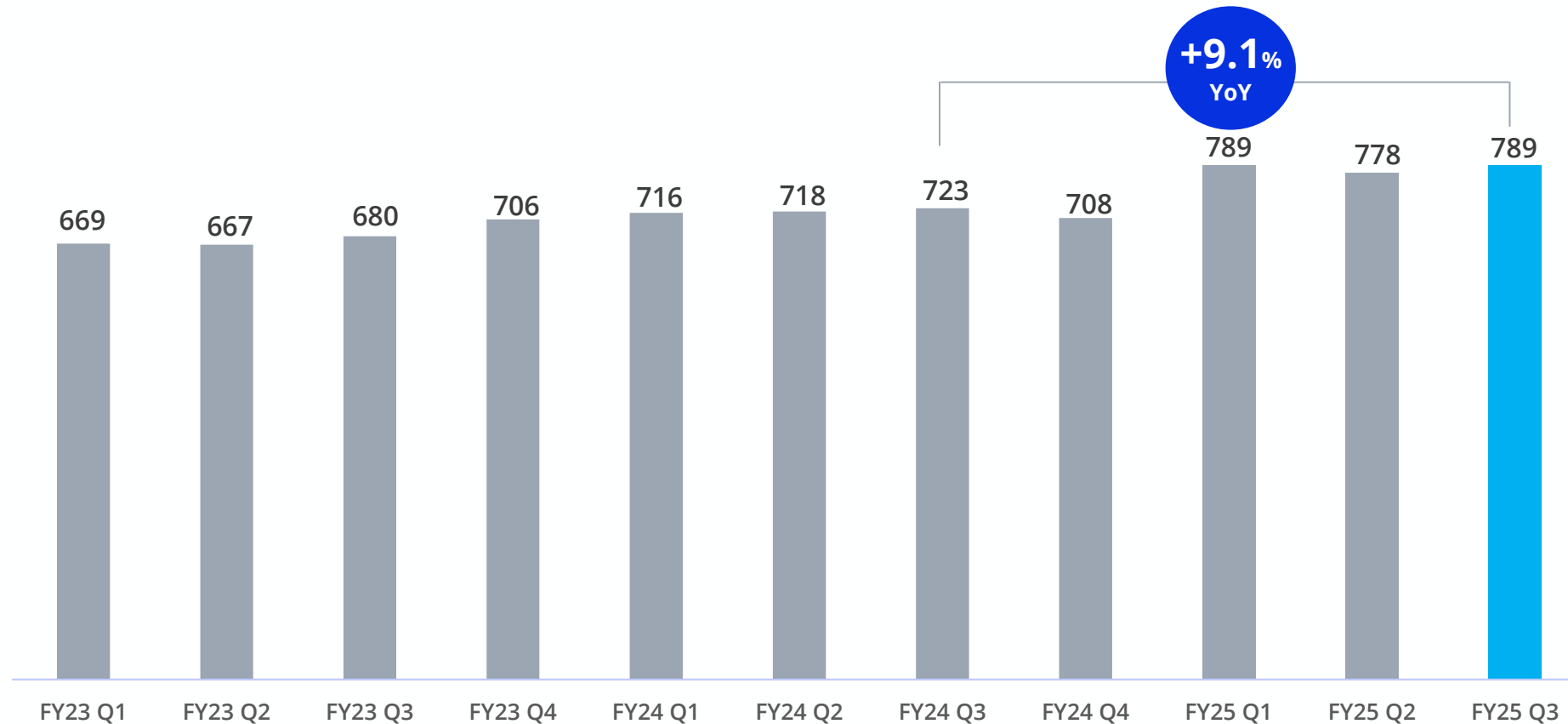
(3) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益(米国ドル建て)を、前年同期の当該顧客からの売上収益(米国ドル建て)で除して算出

(4) 上記計算にはBotBonnie、Woopra、AdCreative.ai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

- FY25 Q3の営業職及び技術職の採用は、特に主要な地域において順調に推移し、新規採用数が増加。
- 人員数の緩やかな増加は、組織構造の最適化やAdCreative.aiのオペレーション規律の強化の取り組みを含む、AIエージェントの導入により実現した、オペレーションの効率化によるもの。

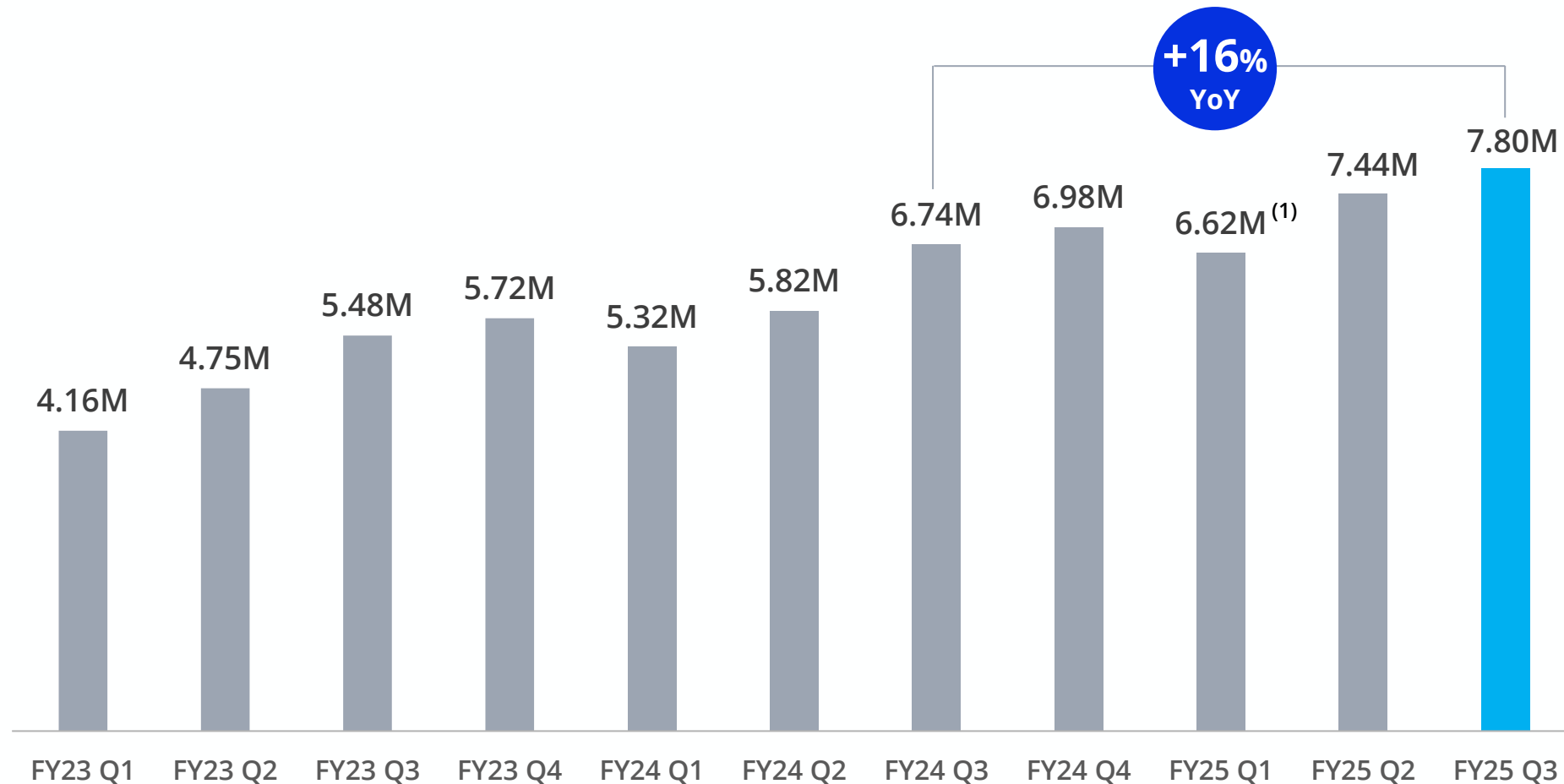
従業員数



生産性の改善

- 生産性をさらに強化し、FY25 Q3の従業員1人当たりの売上総利益は、前年同期比16%増の780万円と過去最高に到達。

四半期売上総利益 / 従業員数(日本円)





2025年第3四半期
実績と事業の見通し



2025年第3四半期
事業指標

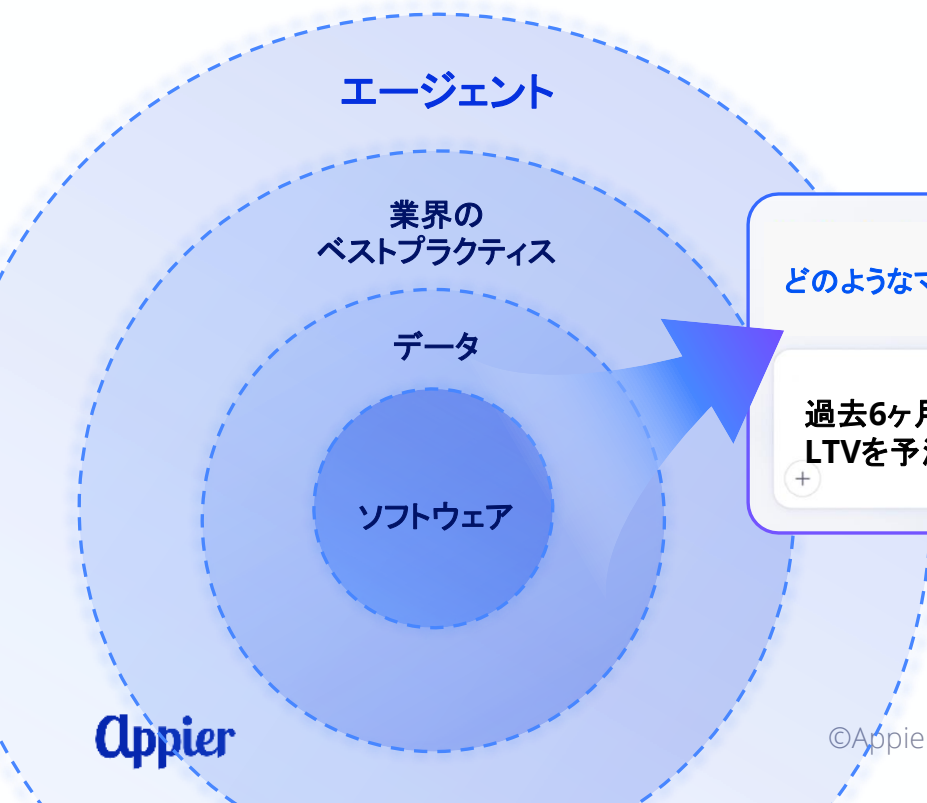


製品の最新情報

生成AI戦略: エージェント型インターフェースによるグローバル展開の加速

“Making AI Easy by Making software intelligent” イノベーション: 13年間にわたるエージェント型AI領域での継続的な取り組み

- ✓ エージェント機能とインターフェースにより、知性記憶・自律性を備えた次世代ソフトウェアへの進化



Appier

©Appier Group, Inc. (along with its subsidiaries) All rights reserved.



エージェント型AIのリーダー： 8つのエージェント、3つのクラウド — 1つのプラットフォーム

測定可能なROI、迅速な実行、データに基づく意思決定を促進



広告クラウド

ROIエージェント

コーディング
エージェント

ディレクター
エージェント



チャネルとクリエイティブ効果のリアルタイム測定



ROI向上のためのマーケティング予算配分の最適化



高品質なクリエイティブアセットの大規模な制作・配信を支援



パーソナライゼーションクラウド

セールス
エージェント

キャンペーン
エージェント

サービス
エージェント



すべてのマーケターに対し、業界のベストプラクティスと統合された専門知を提供



ROI向上を加速するためのワークフローの自動化



データクラウド

インサイトエージェント

オーディエンス
エージェント



熟練のデータサイエンティスト不足を補完



ROI向上を最大化するための実行可能なインサイトの提供



データをマーケターの決定的なアクションへと変換

ディレクターエージェント: アジャイルな動画制作と高品質クリエイティブアセットの大規模な提供により、マーケターの競争優位性を向上

従来のアプローチ

クライアント

米国を代表するリワードアプリの一つであり、日常の買い物を通じて消費者がリワードを獲得する体験を革新。

課題

新規ユーザーの獲得を安定的かつ予測可能なコストで拡大すると同時に、長期的なエンゲージメントとLTV向上に向けユーザーを育成。



動画制作期間:
2~3週間



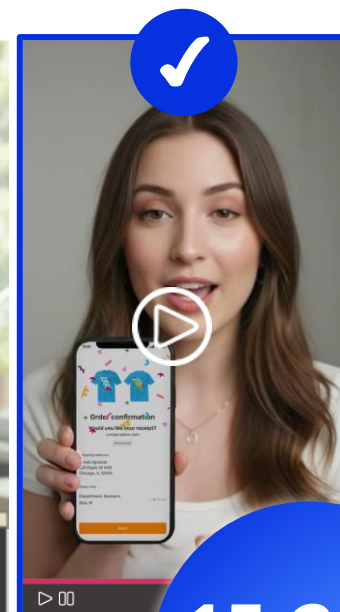
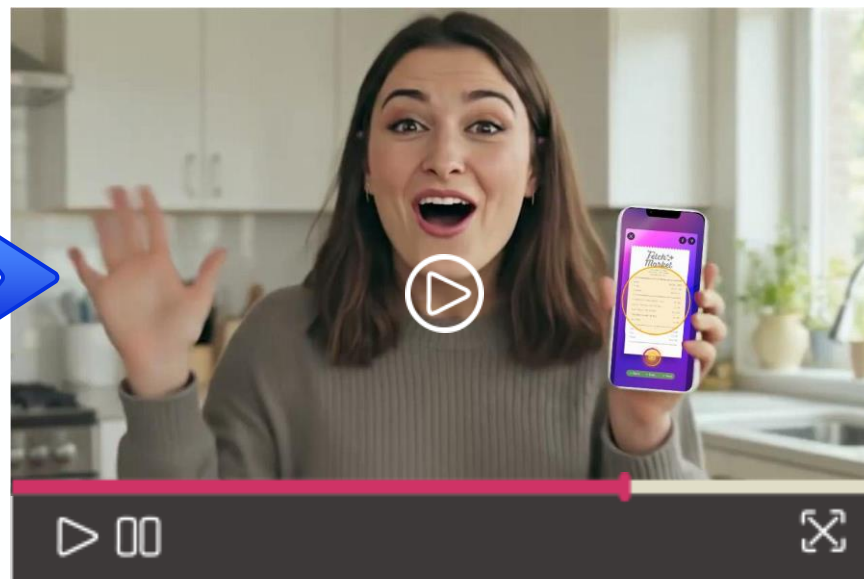
全てのアイデアが
実現可能とは
限らない



成果の予測が困難



ディレクターエージェントを利用



数時間で完了

15-20 X

動画制作の効率化



ROIエージェントはインクリメンタリティをリアルタイムで測定・最適化



エージェント型インクリメンタリティ

- ✓ ユーザーは、さまざまなトラフィックとクリエイティブから獲得。
- ✓ エージェント型インクリメンタリティは、広告クリエイティブおよびトラフィックをリアルタイムで測定・最適化し、増分効果を最大化することでROIの成長を促進。



(1) MMM: メディアミックスモデリング

(2) CPA: Cost per Action (同じコストで、サインアップ数が1.35倍)

キャンペーンエージェントは目的に基づき、 キャンペーンの予測と自動化を実行

従来のアプローチ

キャンペーンエージェントを利用

課題

コラボレーションに時間とリソースを要する



レポートごとに
データチームが必要



業界のベストプラクティスの
理解不足



手動でのテスト設計が
ROI最適化を阻害

時間を要し、ROI最適化が困難



Appier AI Agent

Campaign Initiative > Segmentation > Content Creation > Publish

どのようなマーケティング活動を作成したいですか？

ブラックフライデーのプロモーションに向けて、既存顧客に最適なキャンペーン手法を教えてください。

a³ こちらは、ファッションブルなスタイル(明るく、遊び心があり、リワード感のある表現)に着想を得てAIが生成した3つのビジュアルです。それぞれ、日常のシーンを明るい色使いと親しみやすい雰囲気描いています。別のカラーパレットやテーマをご希望でしたら、お知らせください。

Earn big on home essentials!

America's Rewards App

Start earning

Big savings on summer cravings

Earn on everything

Get the app

Groceries • Games • Rewards!

Earn \$4 in welcome bonus rewards

Get the app

オーディエンスエージェントは、キャンペーンの インサイトやクロスセル機会など、あらゆる質問に対応

従来のアプローチ

オーディエンスエージェント

課題

人材不足と業界標準指標の欠如



経験豊富なデータサイエンティスト
の不足



ROIを安定的に最適化する
成功パターンの欠如



データを実行可能なインサイトへ
変換するのが困難

プラットフォームや担当人材の入れ替わりによる
長期的ブランドアセットの蓄積不足

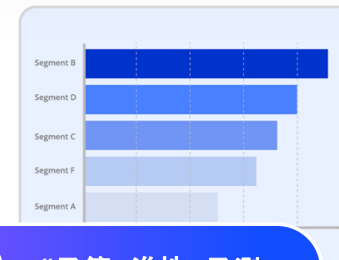
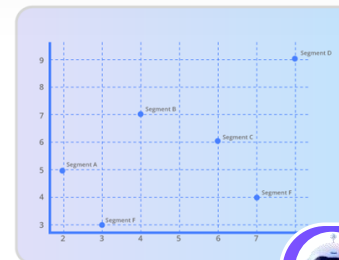
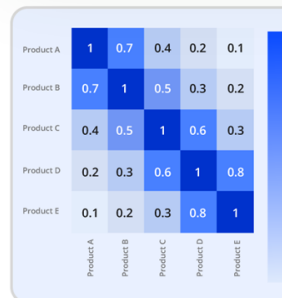


#測定 &
インクリメンタリティ

インサイトを発見

セグメントエージェントは、価値あるパターンや行動の傾向を見つけるお手伝いをします。
テンプレートから始めることも、データの内容を説明してインサイトを引き出すこともできます。

当社にとってLTVを最もよく予測する初期イベントはどれでしょうか？
アカウント作成、7日以内の初回レシートスキャン、14日目までの2回目のスキャン、ブランドオファーの
利用率、または30日間のユーザーあたりスキャン数のいずれでしょうか？



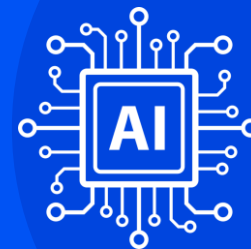
#入札 & 最適化



#予算、進捗、予測



#オーディエンス &
ターゲティング



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!

Appendix

FY25 業績予想 & FY27 財務目標

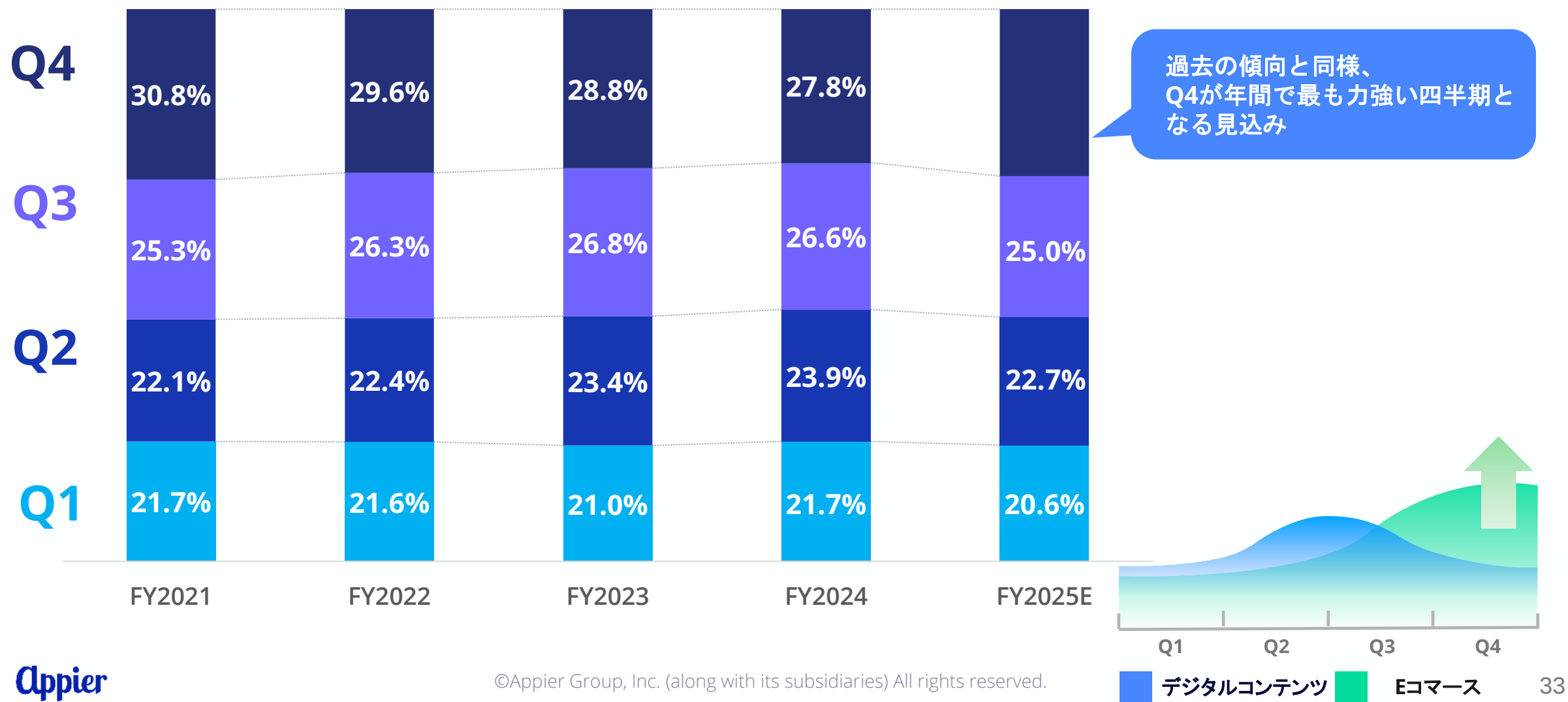
2025年の業績予想

- FY25は革新的な技術の強化という当社のコアバリューを実行し、大規模なさらなる事業効率化を通じて、持続可能で利益を伴う成長を実現するための継続的な事業運営を目指す。また、AdCreative.aiとの事業統合の加速やマーケティング費用の最適化により、利益を伴う成長がさらに加速するポテンシャルを見込む。

	2025 Q3累計	YoY	2025	YoY	ハイライト
売上収益	310億円	+26%	455億円	+34%	- 米国及びEMEAにおける力強い拡大の継続、北東アジアにおける業種の多様化と既存顧客へのさらなる浸透、中国の海外向け事業の継続的な成長によるグレートチャイナの着実な回復 - 買収により加速した生成AI技術開発は、プロダクト間のシナジー強化に伴い、地域拡大とクロスセルを牽引
売上総利益	167億円 54.0%	+30% +1.6 p.p.	252億円 55.3%	+41% +3.0 p.p.	継続的なAIの予測精度向上、プロダクトミックスの改善、AdCreative.aiの統合により、利益率改善の加速を見込む
営業利益	19億円 6.1%	+58% +1.2 p.p.	41億円 8.9%	+104% +3.1 p.p.	- 既存事業の営業利益は48億円（営業利益率11%） 既存事業のEBITDAは84億円（EBITDAマージンは20%） - 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
EBITDA	47億円 15.2%	+41% +1.6 p.p.	78億円 17.1%	+58% +2.7 p.p.	- 規律を持ったコスト管理を維持しつつ、顧客満足度を高め、成長を加速させるため、プロダクト強化を目的とした研究開発投資を増加 - AdCreative.aiの収益性を徐々に改善させることで、長期的な利益率をさらに高められる可能性を見込む
配当	1株当たり2.25円 期末配当予想				コア・フリー・キャッシュ・フローの改善を見込み、配当額を増加

四半期毎の季節性

売上収益の四半期別内訳



FY27 中期見通し

事業拡大のための投資と株主価値向上のバランスを取りながら、持続可能な利益を伴う成長を実現

売上収益
JPY **700億+**
売上収益成長率
27-31%⁽¹⁾
CAGR

売上収益
JPY **341億**

営業利益

JPY **20億**

売上収益 **2倍**

営業利益 **5倍**

営業利益
JPY **90-110億+**
純利益
JPY **70-90億+**

2024

2027

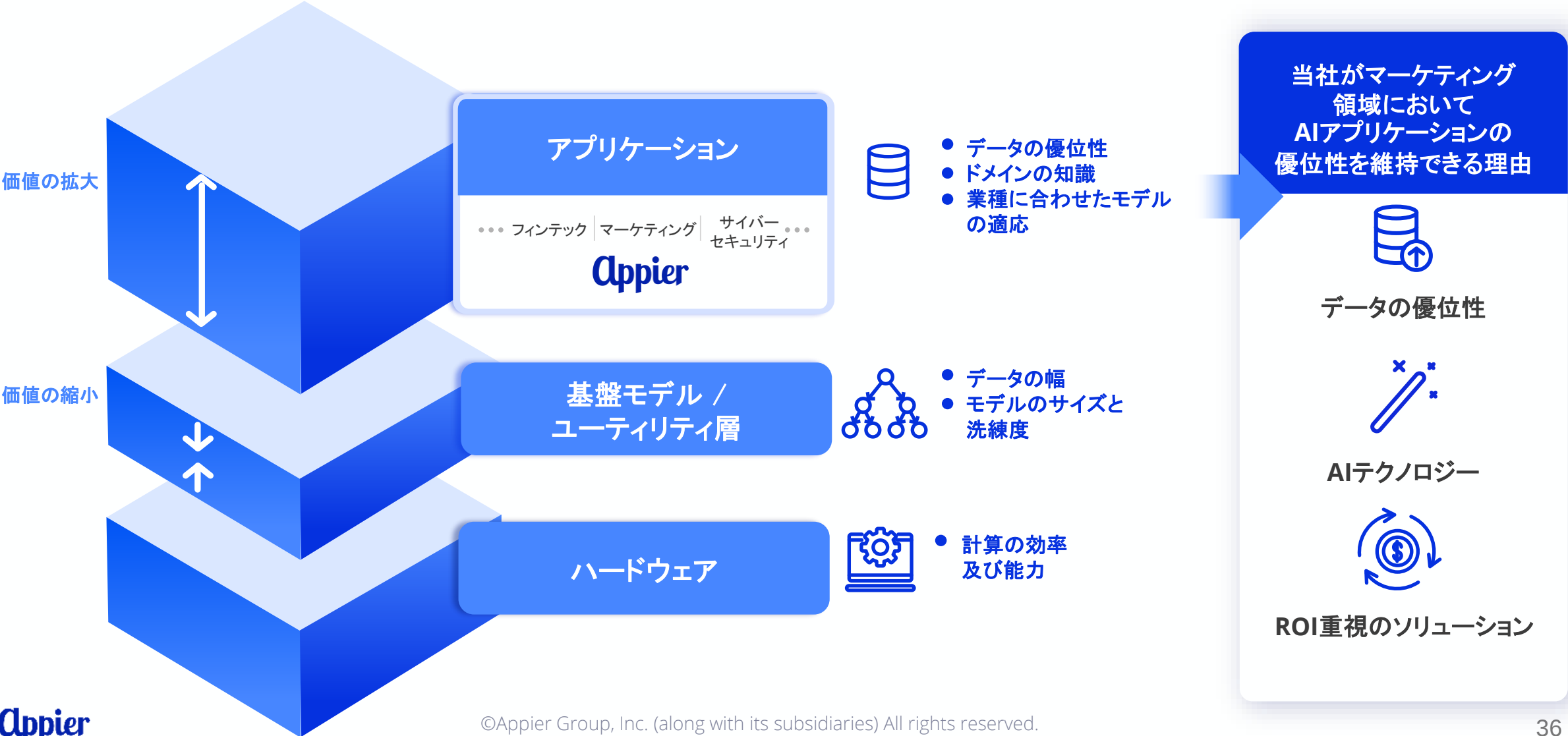
収益源の拡大・多様化に向けた成長ドライバー



(1) 主要顧客とは、年間10百万ドル以上の収益貢献がある顧客を指す。

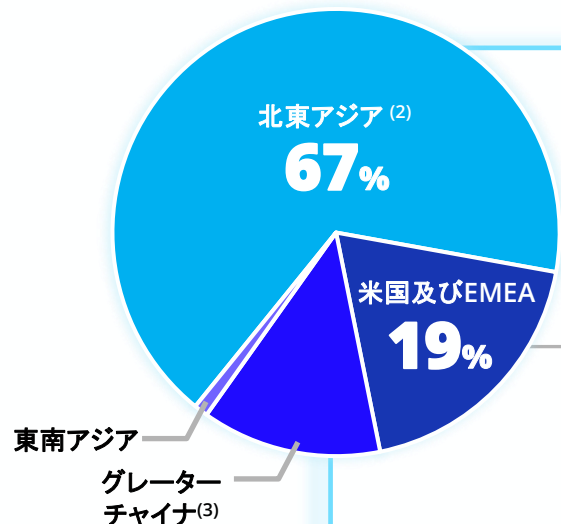
AI業界における価値転換

- AI アプリケーションの領域における当社のユニークなポジションは、データの優位性、差別化されたアルゴリズム、ドメインの知識により強化されている。



主要重点地域における堅調な拡大

FY24 地域別
売上収益比率 (1)



北東 アジア

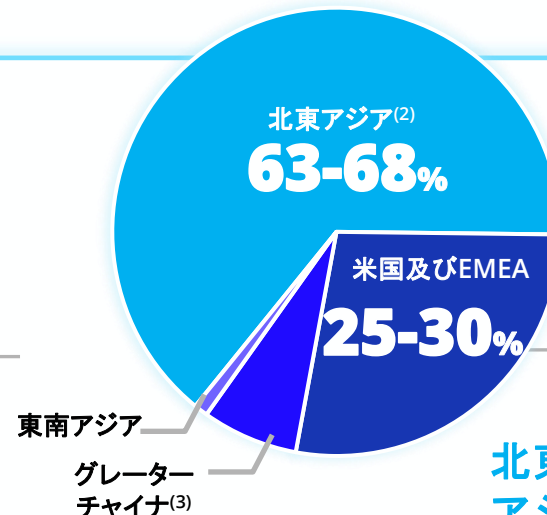
2025

- 売上収益の大半はEコマース
- 韓国のデジタルコンテンツの拡大
- 日本における業種の多様化

米国 及び EMEA

- 売上収益の大半はデジタルコンテンツ
- 米国のEコマースの拡大
- AdCreative.aiの顧客基盤を活かした欧州域内での事業拡大

FY27E 地域別
売上収益比率



北東 アジア

2027

- +25-35% CAGR (4)
- Eコマースとその他の業種によるバランスの取れた成長ドライバー
- 多様な業種で新たな主要顧客を開拓

米国 及び EMEA

- +35-45% CAGR (4)
- Eコマースをもう一つの売上収益成長ドライバーに
- 新たな主要顧客からの収益源を拡大

AIを活用した生産性向上により、売上総利益率を改善し、オペレーティング・レバレッジをさらに強化



事業概要

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, 野村證券, 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 (1)
(2008 - 2020)



Top 50

AI革命を牽引する50社
(2017)



Singular ROI Index
(2025)



AI100

CB Insights
(2017, 2018)



Cool Vendor in AI

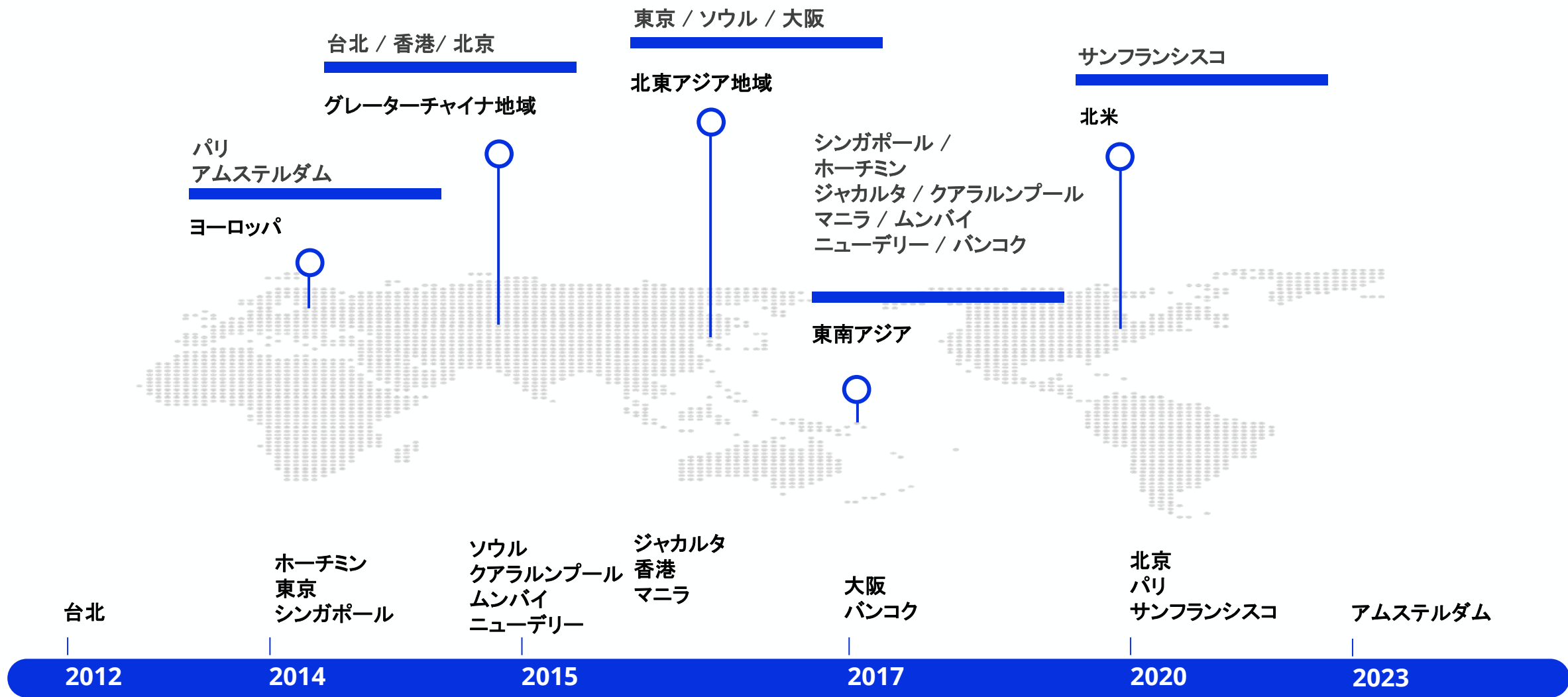
Gartner
(2017)

LINE Biz-Solutions
Tech Partner 2025

Gold

LINE台湾 Biz-Solutions
Gold Partner
(2025)

Appierのグローバル展開: 全世界17拠点

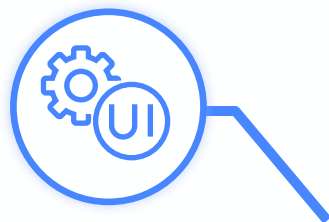


AIによる事業運営の変革

生成AIによる 製品の差別化

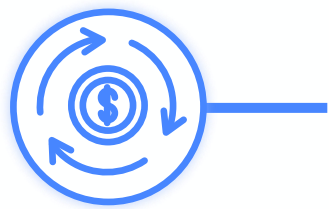
ROIドライバー

大規模なパーソナライズされた
コンテンツと予測可能なROI
(広告クラウド)



AIが新たなUIに

自然言語インターフェース
による使い勝手の向上
(製品を横断した
コパイロットモード)



生産性の向上

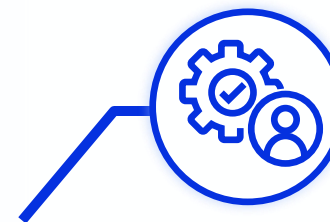
ノーコードかつAIを活用した
プログラミングで効率性を向上
(パーソナライゼーションクラウド)



真のAI組織

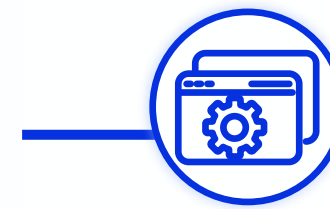
製品開発AI

イノベーションの強化と
市場投入期間の短縮を実現



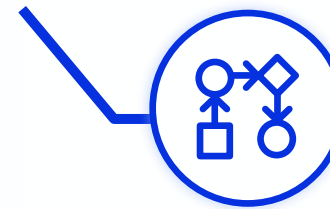
顧客マネジメント

顧客に一貫した質の高い
サービスをタイムリーに提供



ワークフロー標準化

AIを活用した学習により、安定した
オペレーションとサービス水準
を確保



ファーストパーティーデータ中心の世界でAIはより重要な存在に

ファーストパーティーデータのみを活用

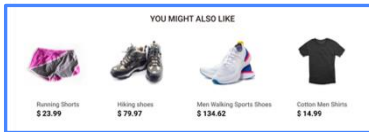
主な差別化要因

- リアルタイム予測
- 少量のデータからの正確な予測

ユーザーの行動によって生じる
ファーストパーティーデータ



リアルタイムでユーザーの好みを予測



リアルタイムのAI レコメンデーション



リアルタイムで行動パターンを学習



価値のあるユーザーを発見

サードパーティーデータを活用



サードパーティークッキーマッピングに
基づく広告コンテンツの配信



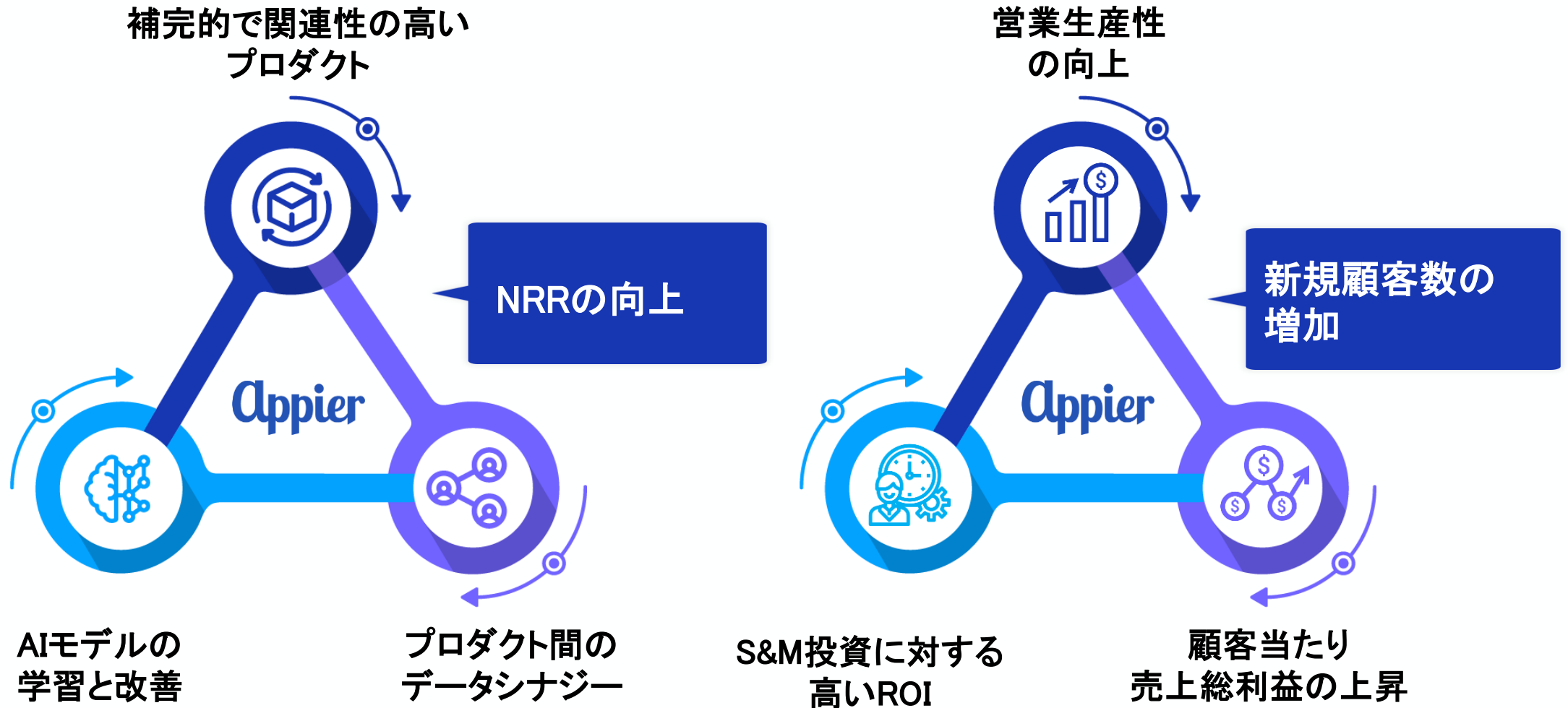
サードパーティー
IDの同期



サードパーティー
データベース

ユーザーの興味関心を知るために、
ウェブサイトをもたぎユーザーを追跡・識別

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



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

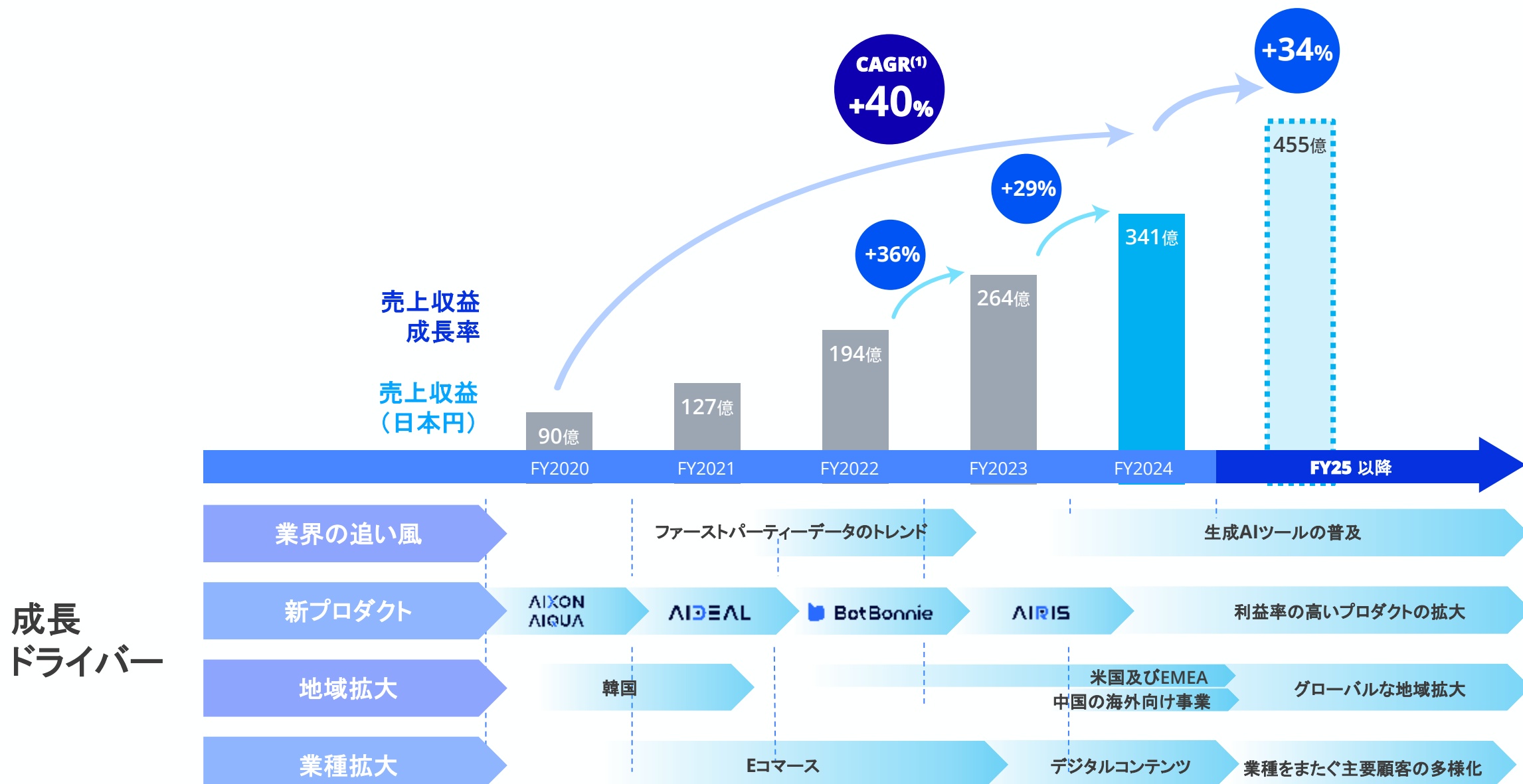


大規模なエンタープライズ顧客 & 多様な顧客業種

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

成長ドライバーを毎年追加することで、利益を伴う成長を実現

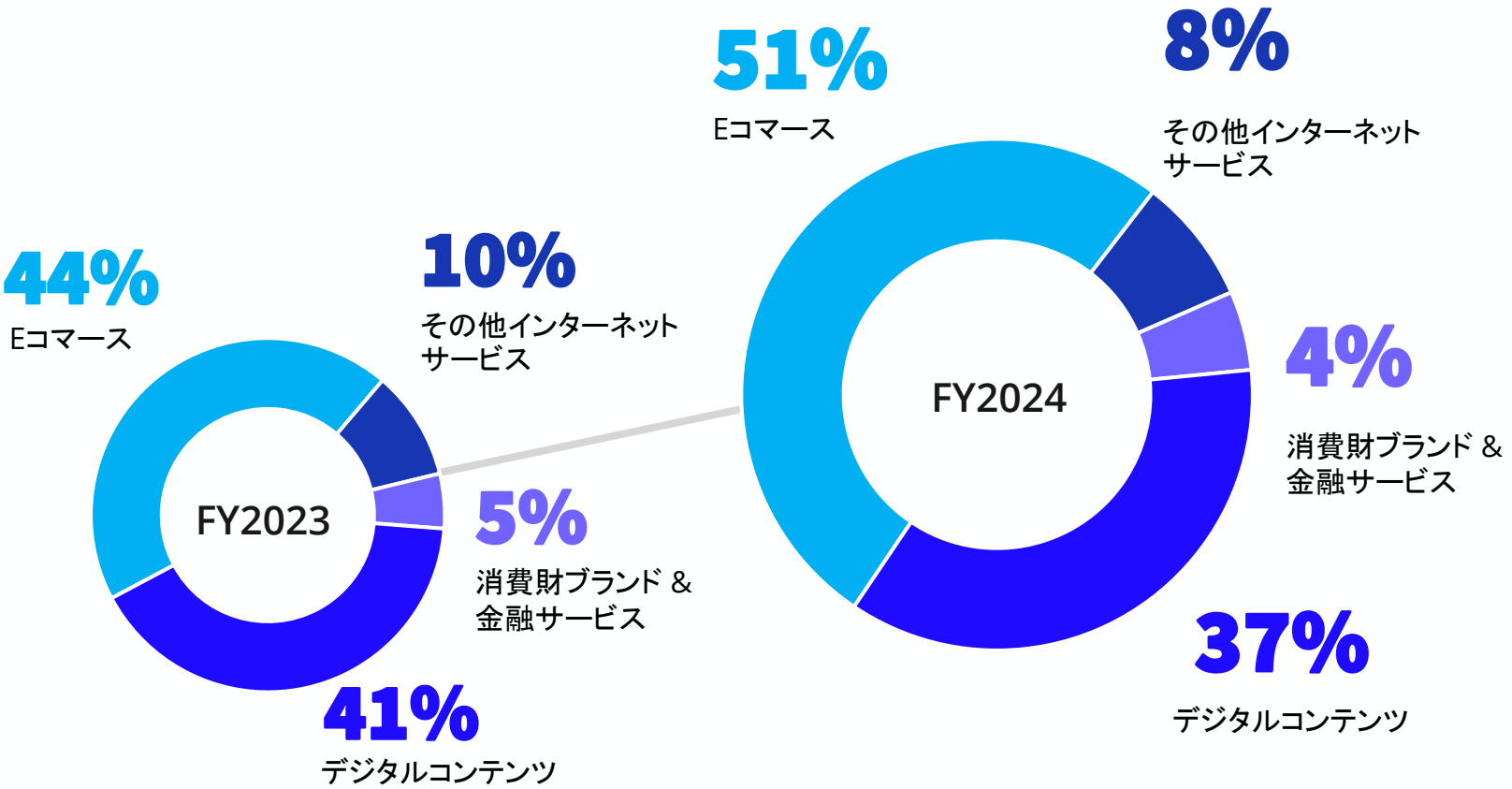


©Appier Group, Inc. (along with its subsidiaries) All rights reserved.

(1) FY20 からFY24への年平均成長率 (CAGR)

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



Eコマース

- 新たな生成AI機能の提供により、Eコマース顧客が力強く拡大

デジタルコンテンツ

- 米国及びEMEAと韓国は堅調に成長し、中国企業の海外向け事業は年間を通じて好調な業績が継続
- 日本、台湾、香港ではFY24期末に向けて事業モメンタムが回復

事業成長の見通し: 注力する地域・業種

▶ 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

Eコマース



デジタルコンテンツ



その他
インターネットサービス



その他



グレートチャイナ

米国及びEMEA

Eコマース



デジタルコンテンツ



その他



インターネットサービス

その他



▶ 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

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

北東アジア

Eコマース



デジタルコンテンツ



その他
インターネットサービス



その他



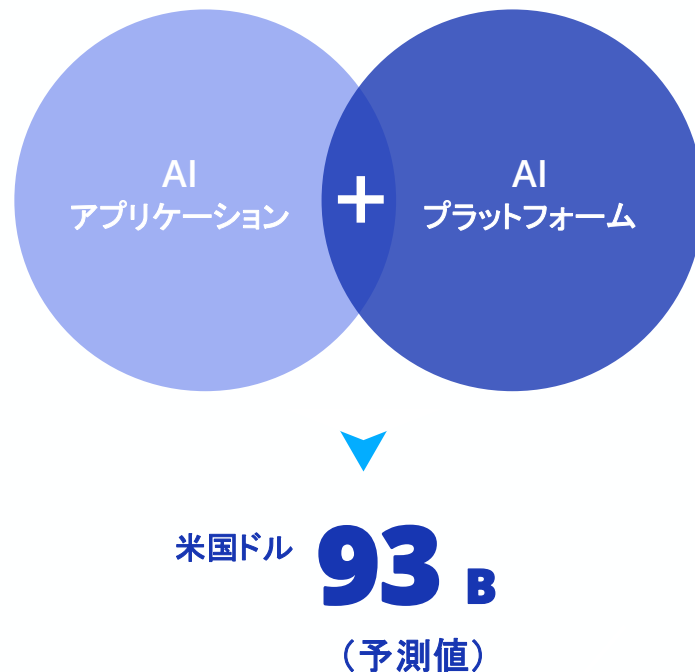
▶ 日本 - 各業種におけるシェア拡大

▶ 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

巨大な市場機会

トップダウン予測 2025年

IDC (1)



ボトムアップ予測 2025年



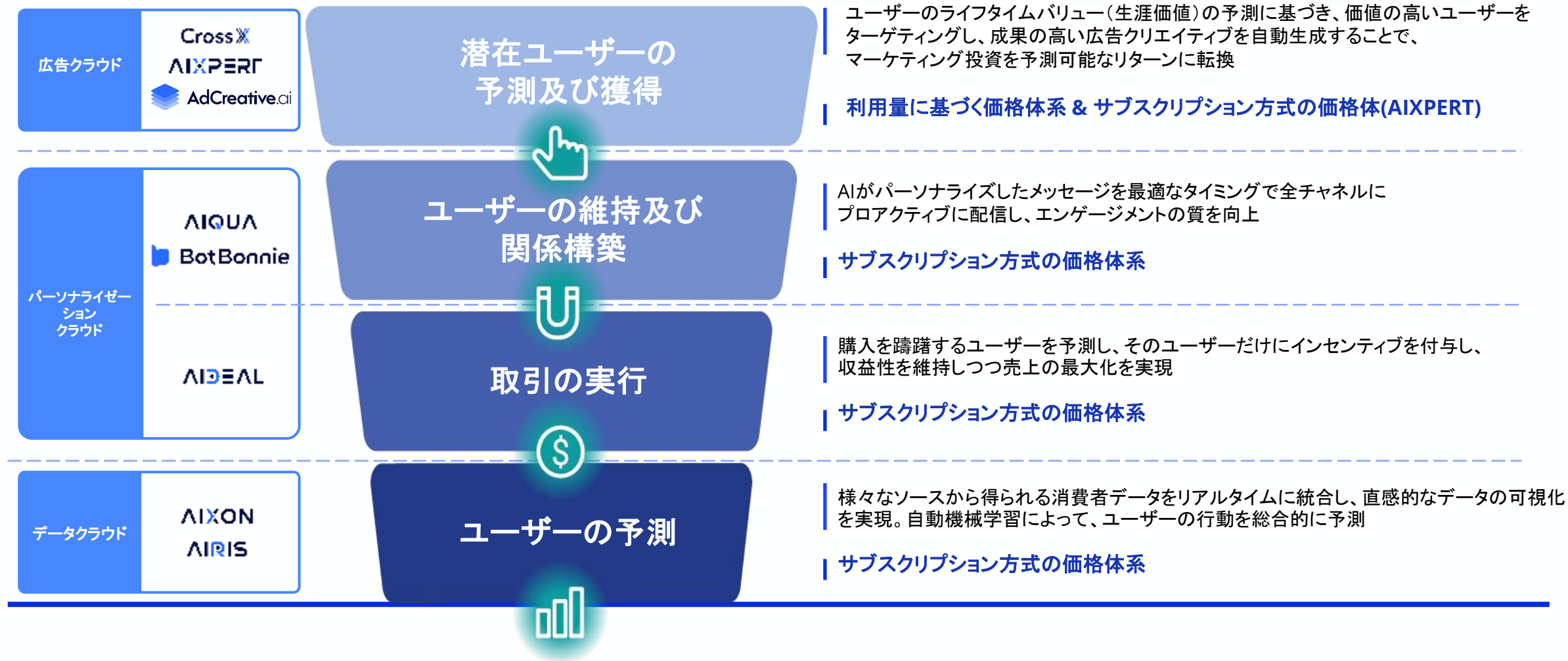
(1) 出所: IDC Worldwide Artificial Intelligence Platforms Software Forecast, 2024–2028; IDC Worldwide Artificial Intelligence Software Forecast, 2023–2027

(2) 年換算売上収益 = FY24の円建ての売上収益 / 為替レート 151.4

(3) 社内の見積により算出。APACのマーケティング投資のうち、当社のシェアはECで約3.3%、デジタルコンテンツで約3%、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2.1%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。

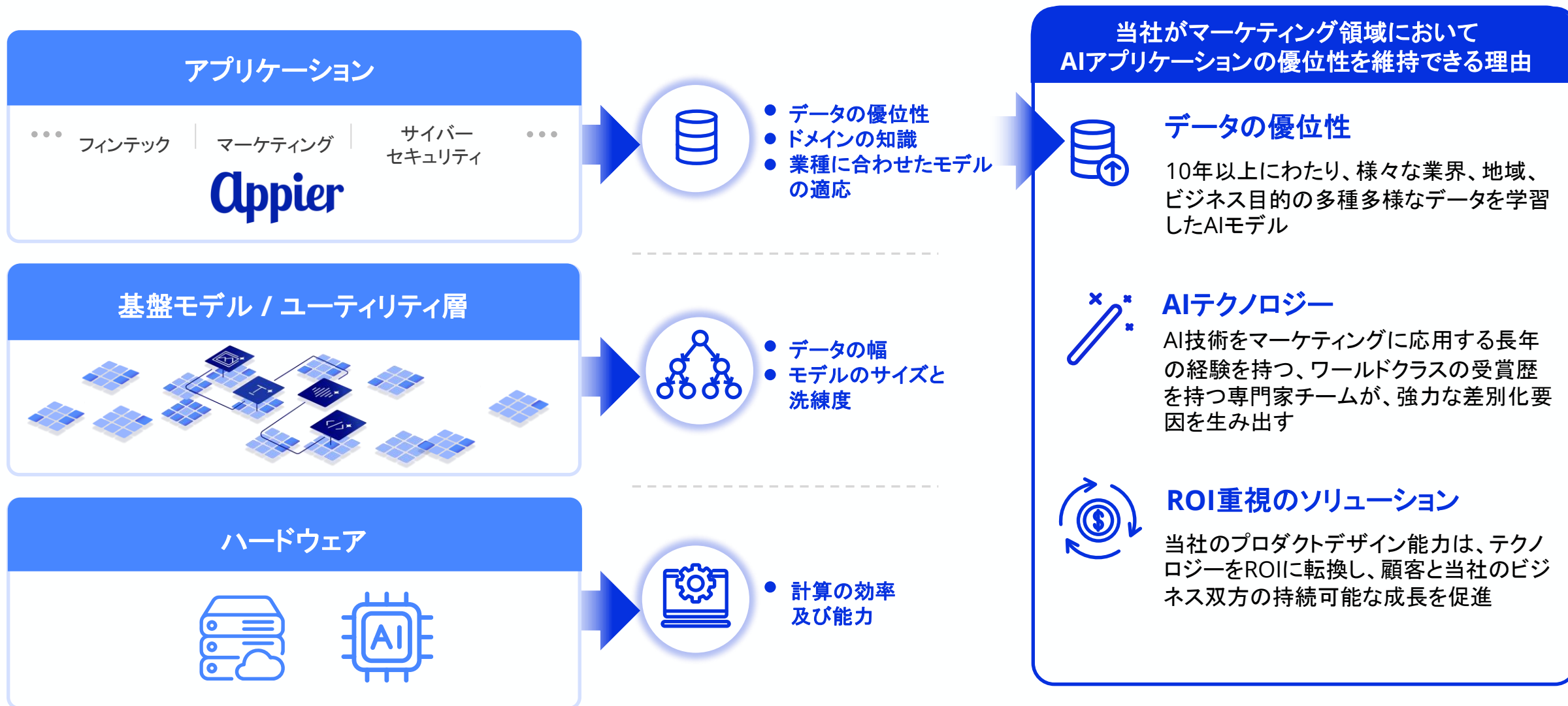
プロダクト

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



AI業界におけるAppierのポジション

- AI アプリケーションの領域における当社のユニークなポジションは、データの優位性、差別化されたアルゴリズム、ドメインの知識により強化されている。



プロダクト開発戦略

当社の技術を活用した革新的な
生成AIアプリケーションにより
顧客のROIをさらに向上



独自のデータを活用して複数の分野でイノベーションを
起こすことにより、エンドユーザー向けアプリケーション
の差別化を推進し、競争力を向上

最先端の
生成AI/LLM
イノベーション



シームレスな自然言語インターフェースにより
顧客のワークフロー自動化と
生産性の向上を支援



プロダクト間のシームレスな統合により
効率と成果を高め、顧客価値を向上

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

AIXPERT

AdCreative.ai

- 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

▶ 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

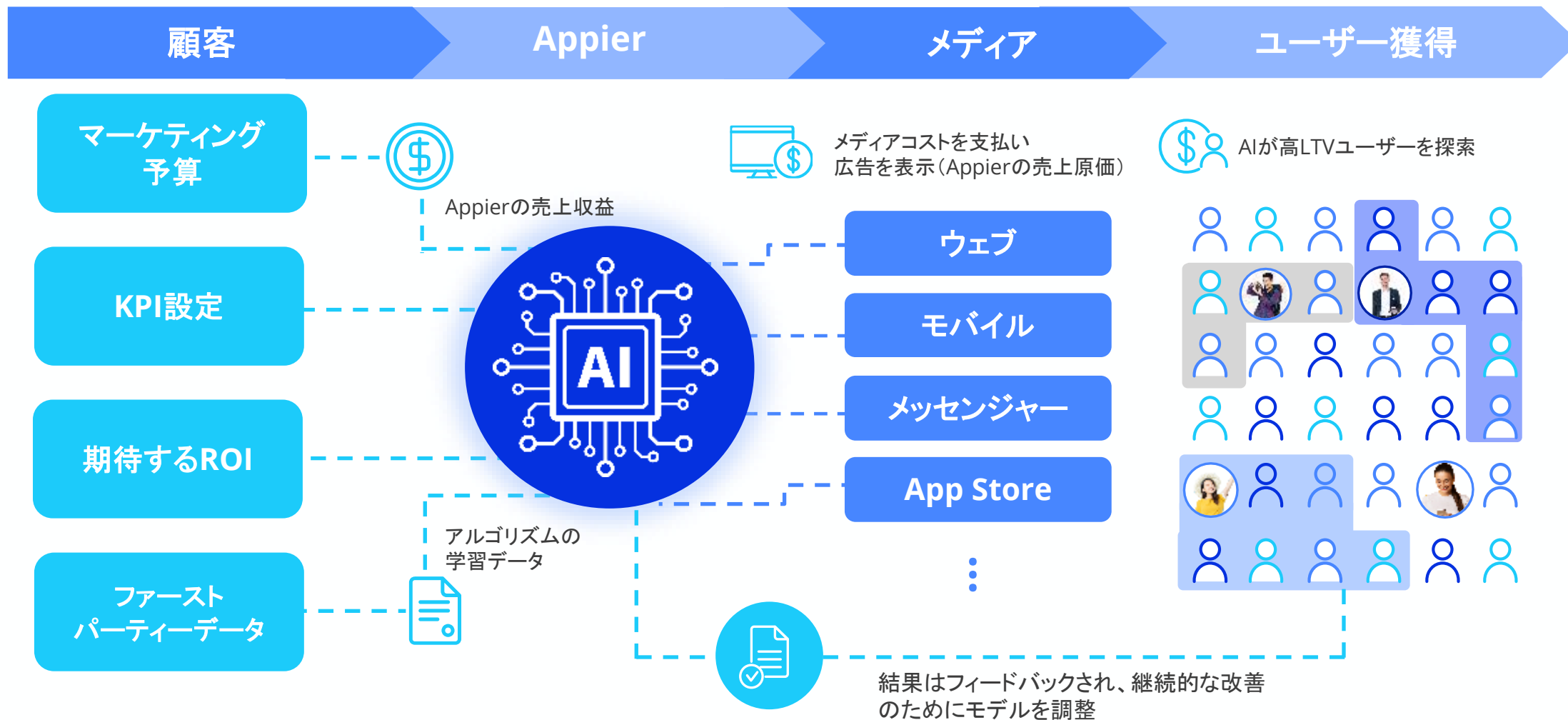


機械学習とディープラーニングによる
高いライフタイムバリューを有する
エンドユーザーの予測

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



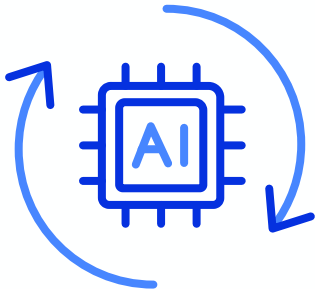
高い可視性とリターン

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



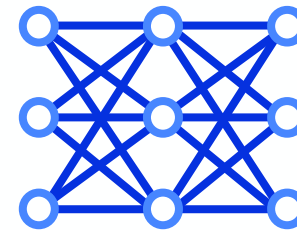
技術的優位性

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

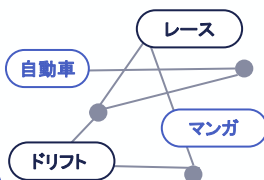
ユーザーのLTV⁽¹⁾を向上

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

Day
7



アプリ内購入

Day
30

Day
45



CVR⁽²⁾

購買イベント

Day
X

+6.9%

+1.4x

+55%

+16%

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



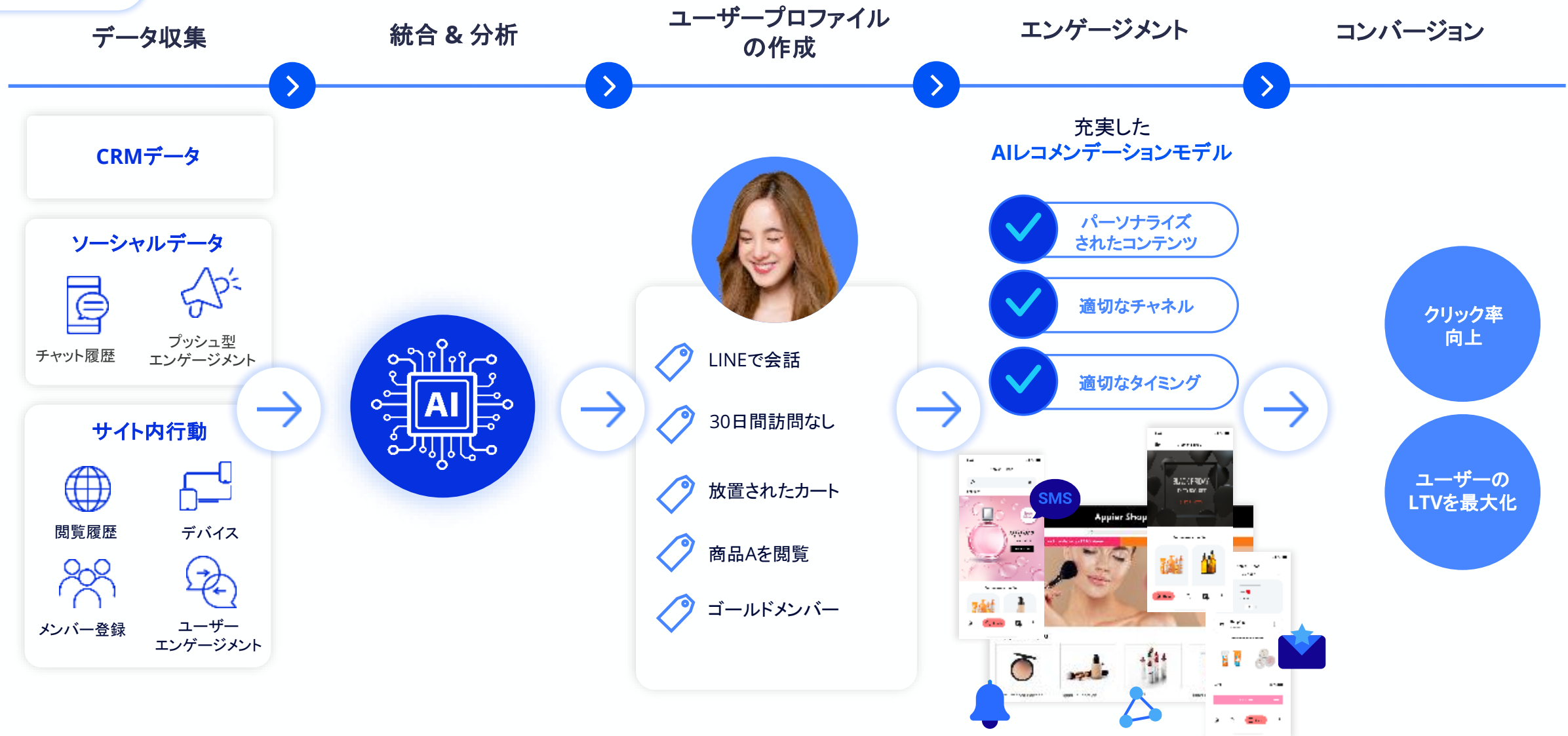
BotBonnieは最も人気のあるメッセージングプラットフォーム上に構築された
会話型マーケティングソリューション
LINE、Facebookメッセージ、Instagram、WhatsApp、ウェブサイト、Googleビジ
ネスメッセージなど、フォロワーのポテンシャルを最大限に活用



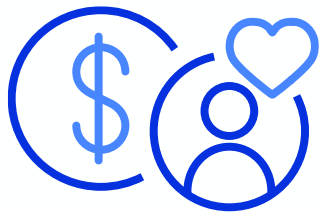
マーケティング担当者がノーコードで迅速な
メッセージを配信できるソリューション

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

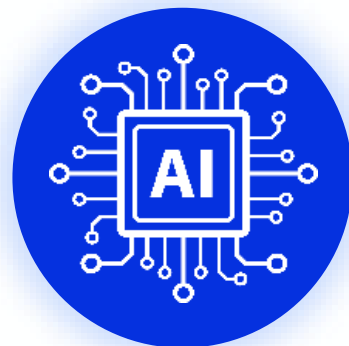


トラフィックソース



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



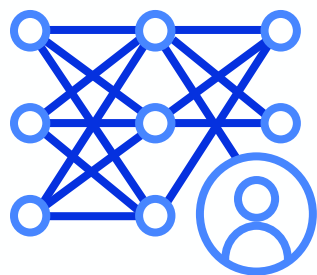
10% OFF

高価格商品の購入
を躊躇



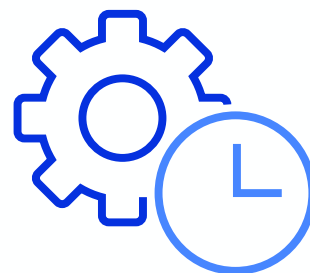
\$5 割引

バーゲンハンター



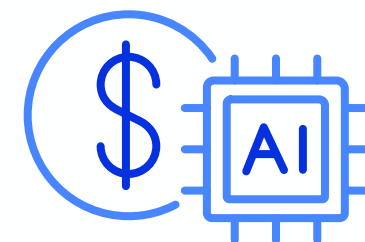
先進的なアルゴリズム によるユーザー行動分析

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

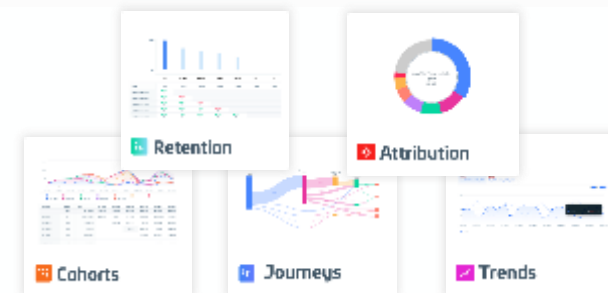
リアルタイムのデータ取り込み

- 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



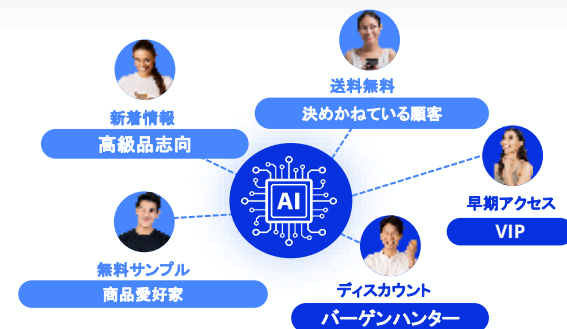
ノーコードで最速のビジュアル化分析

- 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

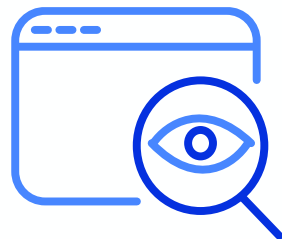
- マーケティング担当者は、顧客の行動予測に基づき、ユーザーの優先順位付けやターゲティングを行うことが可能
- 正確なセグメンテーションにより、高度にパーソナライズされたエンゲージメントを実現





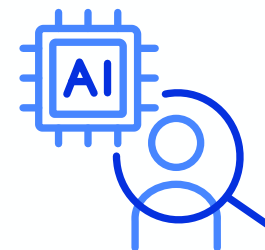
シームレスなデータ取込み 瞬時にインサイトを取得

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

財務データ

財務データサマリー

連結損益計算書

(単位: 百万円)

	2024 Q3 9ヵ月	2025 Q3 9ヵ月	YoY	2024 Q3 3ヵ月	2025 Q3 3ヵ月	YoY	2023	2024	YoY
売上収益	24,574	31,036	26.3%	9,050	11,372	25.7%	26,418	34,057	28.9%
売上原価	(11,710)	(14,289)		(4,178)	(5,216)		(12,710)	(16,255)	
売上総利益	12,864	16,747	30.2%	4,872	6,156	26.4%	13,708	17,802	29.9%
売上総利益率	52.3%	54.0%		53.8%	54.1%		51.9%	52.3%	
販売及びマーケティング費用	(7,153)	(9,539)		(2,515)	(3,483)		(8,263)	(9,682)	
対売上収益比率	29.1%	30.8%		27.8%	30.6%		31.3%	28.4%	
研究開発費	(3,437)	(3,686)		(1,195)	(1,297)		(3,141)	(4,650)	
対売上収益比率	14.0%	12.1%		13.2%	11.4%		11.9%	13.7%	
一般管理費	(1,353)	(1,870)		(448)	(479)		(1,829)	(1,850)	
対売上収益比率	5.5%	7.1%		5.0%	4.2%		6.9%	5.4%	
その他の収益	304	271		89	140		334	390	
その他の費用	(21)	(15)		(15)	(8)		(9)	(29)	
営業利益	1,204	1,908		788	1,029		801	1,981	
営業利益率	4.9%	6.1%		8.7%	9.0%		3.0%	5.8%	
金融収益	356	123		109	44		547	448	
金融費用	(260)	(347)		(61)	(34)		(285)	(367)	
税引前利益	1,300	1,684		836	1,039		1,063	2,062	
法人所得税費用	(60)	(23)		(22)	30		(61)	865	
当期利益	1,240	1,661		814	1,069		1,002	2,927	
基本的1株当たり当期利益(円)	12.15	16.33		7.97	10.50		9.85	28.70	
希薄化後1株当たり当期利益(円)	12.02	16.20		7.88	10.41		9.75	28.47	

財務データサマリー

連結財政状態計算書

(単位: 百万円)	2023	2024	2025 Q3
現金及び現金同等物	6,134	5,496	10,984
定期預金	8,004	6,727	3,087
その他の金融資産(流動資産) ⁽¹⁾	4,940	5,794	5,658
手元流動性	19,078	18,017	19,729
売上債権 ⁽²⁾	5,355	9,361	12,379
その他の流動資産	496	621	811
流動資産合計	24,929	27,999	32,919
使用权資産(リース資産) ⁽³⁾	2,686	2,197	1,653
のれん及び無形資産 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	9,347	12,528	18,932
繰延税金資産 ⁽⁶⁾	190	1,117	1,095
その他の非流動資産	700	796	836
非流動資産合計	12,923	16,638	22,516
資産合計	37,852	44,637	55,435

(単位: 百万円)	2023	2024	2025 Q3
契約負債、営業債務	2,610	3,524	4,612
その他の債務 ⁽⁷⁾⁽⁸⁾	2,546	2,736	5,444
リース負債 ⁽³⁾⁽⁹⁾	2,747	2,279	1,735
借入金	600	1,500	9,099
その他	258	283	434
負債合計	8,761	10,322	21,324
株主資本 ⁽¹⁰⁾	22,963	25,153	26,733
その他の資本の構成要素 ⁽¹¹⁾	6,128	9,162	7,378
資本合計	29,091	34,315	34,111

(1) 資金運用目的で短期・低リスクの債券を保有
(2) 売上債権 = 営業債権 + 契約資産
(3) リース資産とリース負債はオフィス賃貸に関するものであり、資産と負債が両建てで計上される
(4) 無形資産は主に資産計上の要件を満たす開発コストの資産計上額
(5) AdCreative.aiの買収に伴いのれんが増加
(6) 2024年12月期の繰延税金資産は、収益性改善の見通しを反映し、繰越欠損金に係る繰延税金資産を計上したことにより増加

(7) 「その他の債務」には、連結財政状態計算書の「その他の債務」と「その他の非流動負債」が含まれる
(8) その他の債務はM&Aに関連する条件付取得対価に係る負債を計上したことにより増加
(9) 流動負債と非流動負債のリース負債合計
(10) 株主資本 = 資本金 + 資本剰余金 + 自己株式 + 利益剰余金
(11) その他の資本の構成要素は主に日本国外の子会社の財務諸表の外貨換算差額。円高になると金額が減少する

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	2025 9ヵ月
営業活動によるキャッシュ・フロー	(A)	2,224	1,929	2,333
運転資本の増減を除く営業CF		2,950	4,828	4,572
運転資本の増減		(726)	(2,899)	(2,239)
投資活動によるキャッシュ・フロー		1,971	(2,241)	(3,631)
無形資産の取得による支出	(B)	(3,229)	(4,191)	(3,653)
子会社の取得による支出		(381)	-	(3,299)
定期預金の払戻、預入		6,585	2,087	3,394
その他の金融資産(流動資産) ⁽²⁾ の取得、売却		(817)	(78)	(25)
その他 ⁽⁴⁾		(186)	(59)	(48)
財務活動によるキャッシュ・フロー		(2,250)	(792)	6,794
現金及び現金同等物の為替変動による影響		385	466	(8)
現金及び現金同等物の増減額		2,330	(638)	5,488
現金及び現金同等物の期末残高		6,134	5,496	10,984
コア・フリー・キャッシュ・フロー ⁽¹⁾	(A)+(B)	(1,005)	(2,262)	(1,320)

	2025 Q1	2025 Q2	2025 Q3
コア・フリー・キャッシュ・フロー ⁽¹⁾	(2,294)	663	311

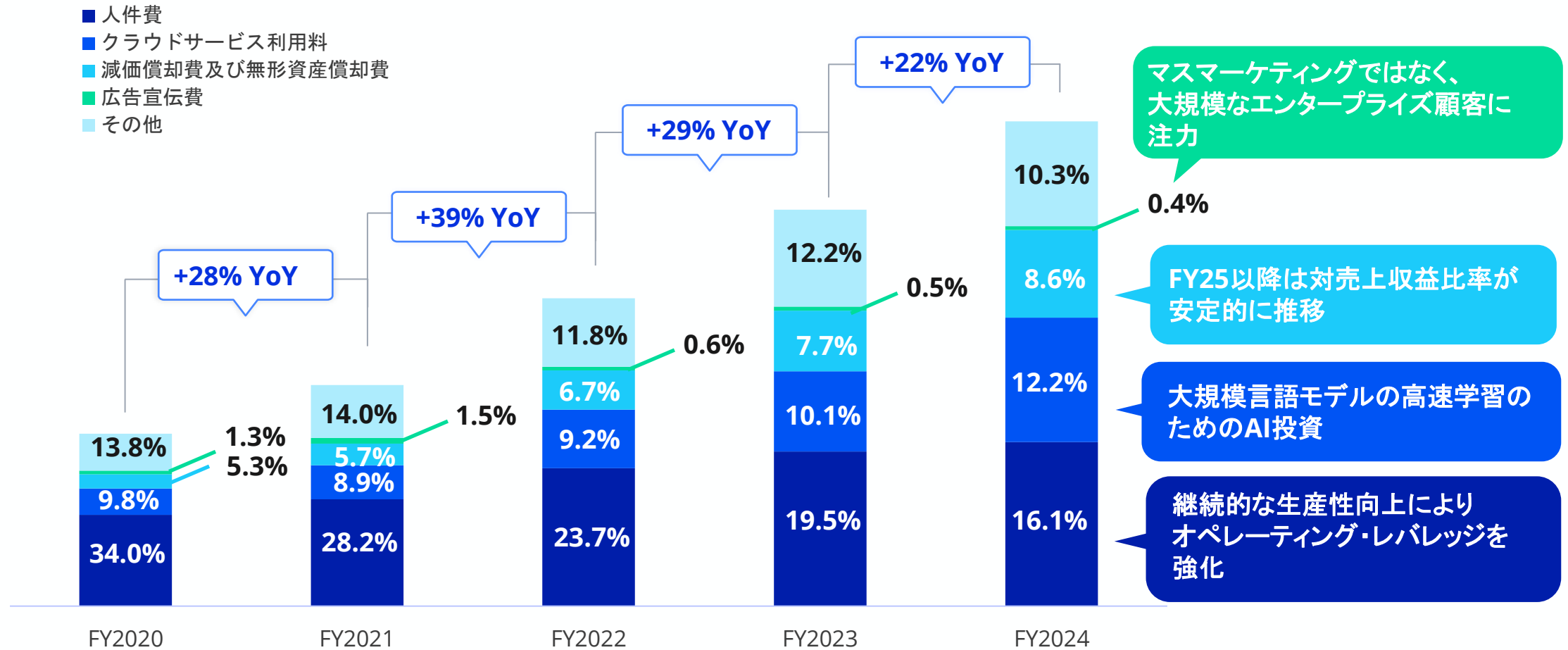
手元流動性の変動

(単位: 百万円)	2023	2024	2025 9ヵ月
手元流動性の残高	19,078	18,017	19,729
現金及び現金同等物	6,134	5,496	10,984
定期預金	8,004	6,727	3,087
その他の金融資産(流動資産) ⁽²⁾	4,940	5,794	5,658
手元流動性の変動	(2,235)	(1,061)	1,712
コア・フリー・キャッシュ・フロー ⁽¹⁾	(1,005)	(2,262)	(1,320)
子会社の取得による支出	(381)	-	(3,299)
その他の投資活動によるキャッシュ・フロー ⁽³⁾	(186)	(59)	(48)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(2,250)	(792)	6,794
その他の金融資産(流動資産) ⁽²⁾ の公正価値評価	253	300	187
為替変動による影響	1,336	1,752	(602)
現金及び現金同等物の為替変動による影響	385	466	(8)
定期預金の為替変動による影響	656	810	(246)
その他の金融資産(流動資産) ⁽²⁾ の為替変動による影響	294	476	(348)

(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

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



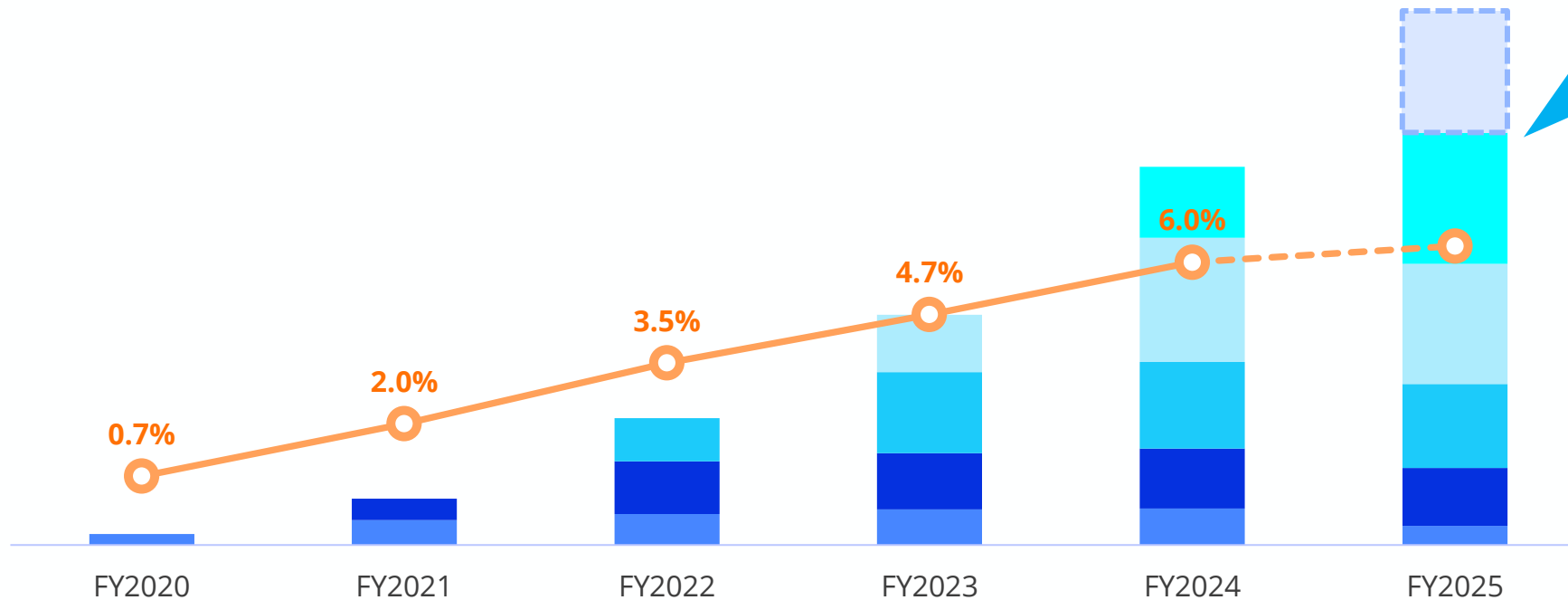
(1) "Others" includes commission fee, professional service fee, T&E and others.

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
■ FY24に資産計上 ■ FY25Eに資産計上 ○ 対売上収益比率



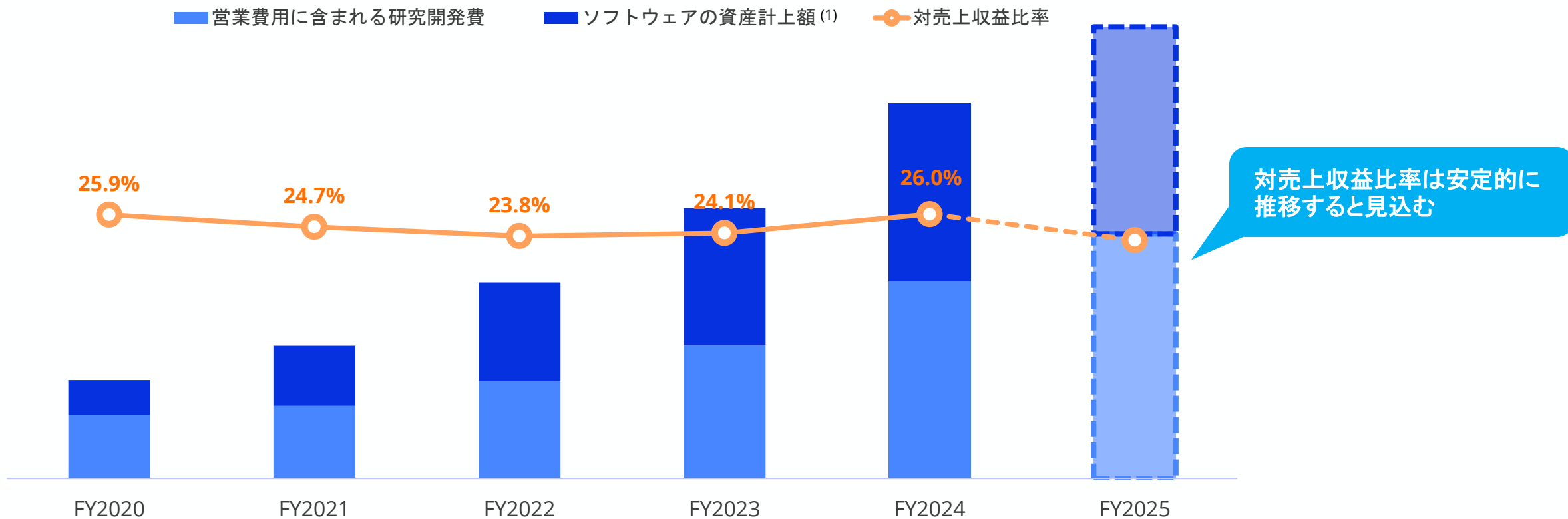
ソフトウェア償却費の対売上収益比率はFY25以降安定的に推移すると見込む

(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

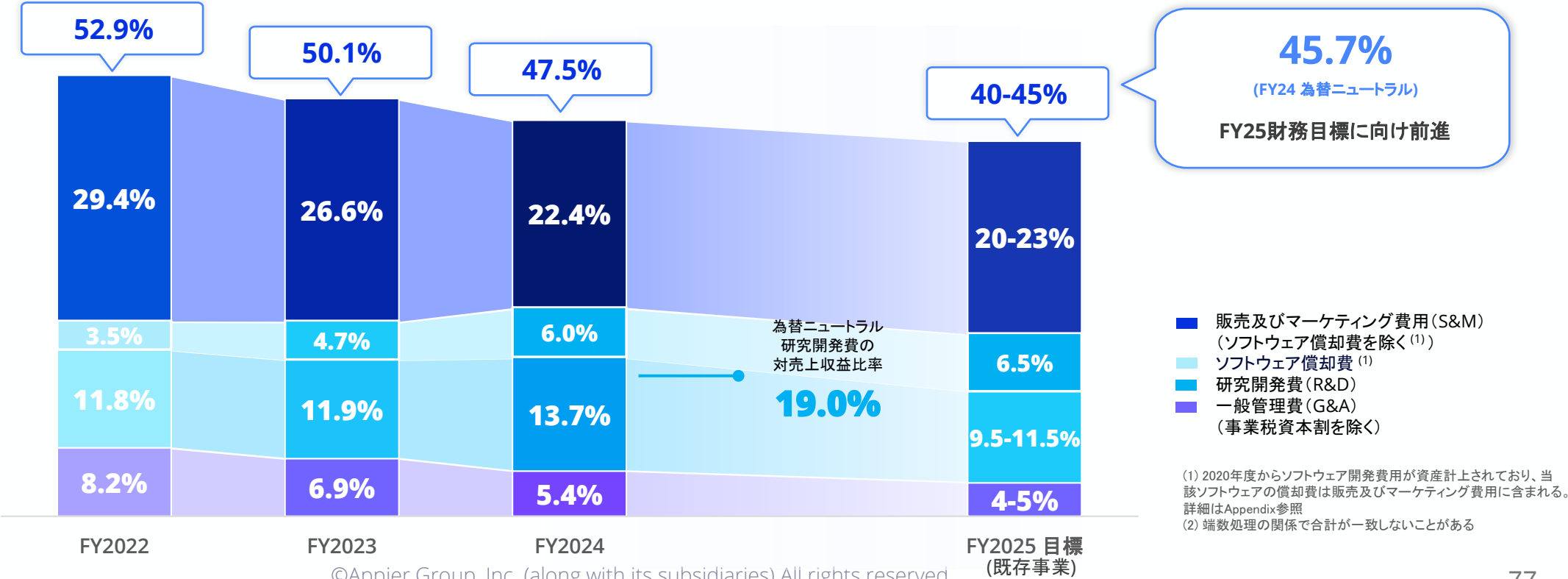


(1) ソフトウェアの資産計上額はキャッシュ・フロー計算書における「無形資産の取得による支出」を指す。

営業費用の継続的改善

- 為替の逆風にもかかわらず、強力なオペレーティング・レバレッジを達成。営業費用の対売上収益比率は前期比で2.6%ポイント、為替ニュートラルベースでは4.4%ポイント改善。営業費用の対売上収益比率は年間を通じて改善し続けると見込む。
- 販売及びマーケティング費用と一般管理費の対売上収益比率は、生産性の向上と業務効率化により改善。一方、ROI重視のプロダクト強化のためのAI投資の拡大に伴い、研究開発費の対売上収益比率は上昇。これにより長期的な利益を伴う成長と営業生産性の向上を加速。
- 継続的な効率化と生産性向上により、営業費用の対売上収益比率は40~45%まで低下すると見込む。

コスト構造(対売上収益比率)



FY25 財務目標と業績予想の比較

- 2022年5月の目標設定以降の為替変動の逆風を考慮すると、FY25の財務目標に向けて順調に進捗。
売上収益の成長は目標を上回り、規律ある研究開発投資の強化により、販売及びマーケティング費用と一般管理費のオペレーティング・レバレッジは想定を上回るペースで改善。

	FY25 財務目標	FY25 業績予想 為替ニュートラル ⁽¹⁾ (既存事業)	FY25 業績予想 (既存事業)	達成率	差異
FY21 - FY25 売上収益 CAGR	30%+(2)	32%	36%	✓	- 主要な地域である北東アジアと米国及び EMEA におけるより力強い成長 - 円安による為替の追い風
売上総利益率	55-60%	56%	54%	✓	円安による為替の逆風にも関わらず、広告クラウドのアルゴリズム改善
営業費用	40-45%	43%	43%	✓	販売及びマーケティング費用と一般管理費のオペレーティング・レバレッジの改善
営業利益率 ⁽³⁾	15-20%	14%	11%		持続可能な成長に向けたプラットフォーム価値向上のための研究開発投資の強化
営業利益		52億円	48億円		円安による為替の逆風

Opplier

(1) 為替レートがFY22Q1から変化していないという前提で計算
KRW: 1 KRW = 0.0973 JPY
USD: 1 USD = 116.20 JPY
TWD: 1 TWD = 4.15 JPY

(2) 2022年から2025年の売上収益成長率目標の平均

(3) 主に資金運用から生じるその他の収益を含む

(4) 端数調整の関係で合計が一致しないことがある

©Opplier Group, Inc. (along with its subsidiaries) All rights reserved.

ESGの取組み

当社のコミットメント

MSCI
ESG RATINGS



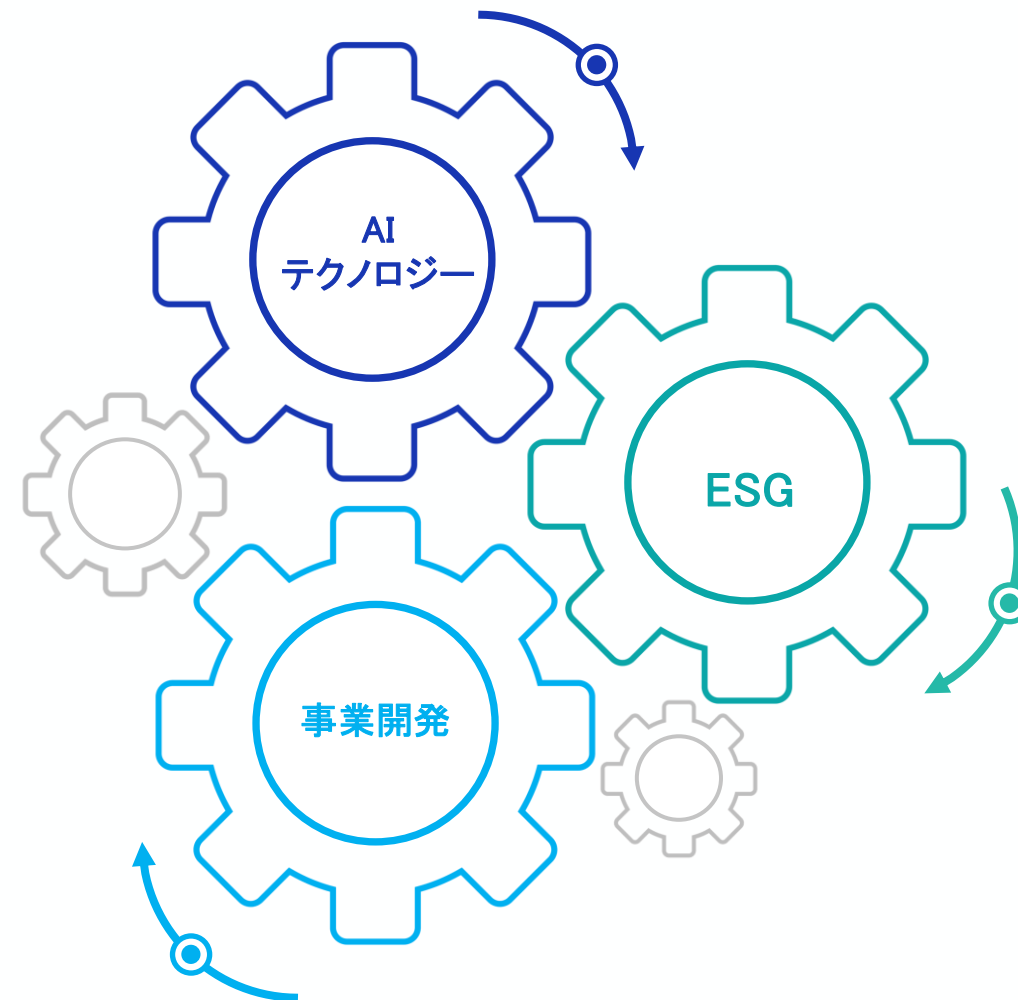
CCC B BB BBB A AA AAA

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。

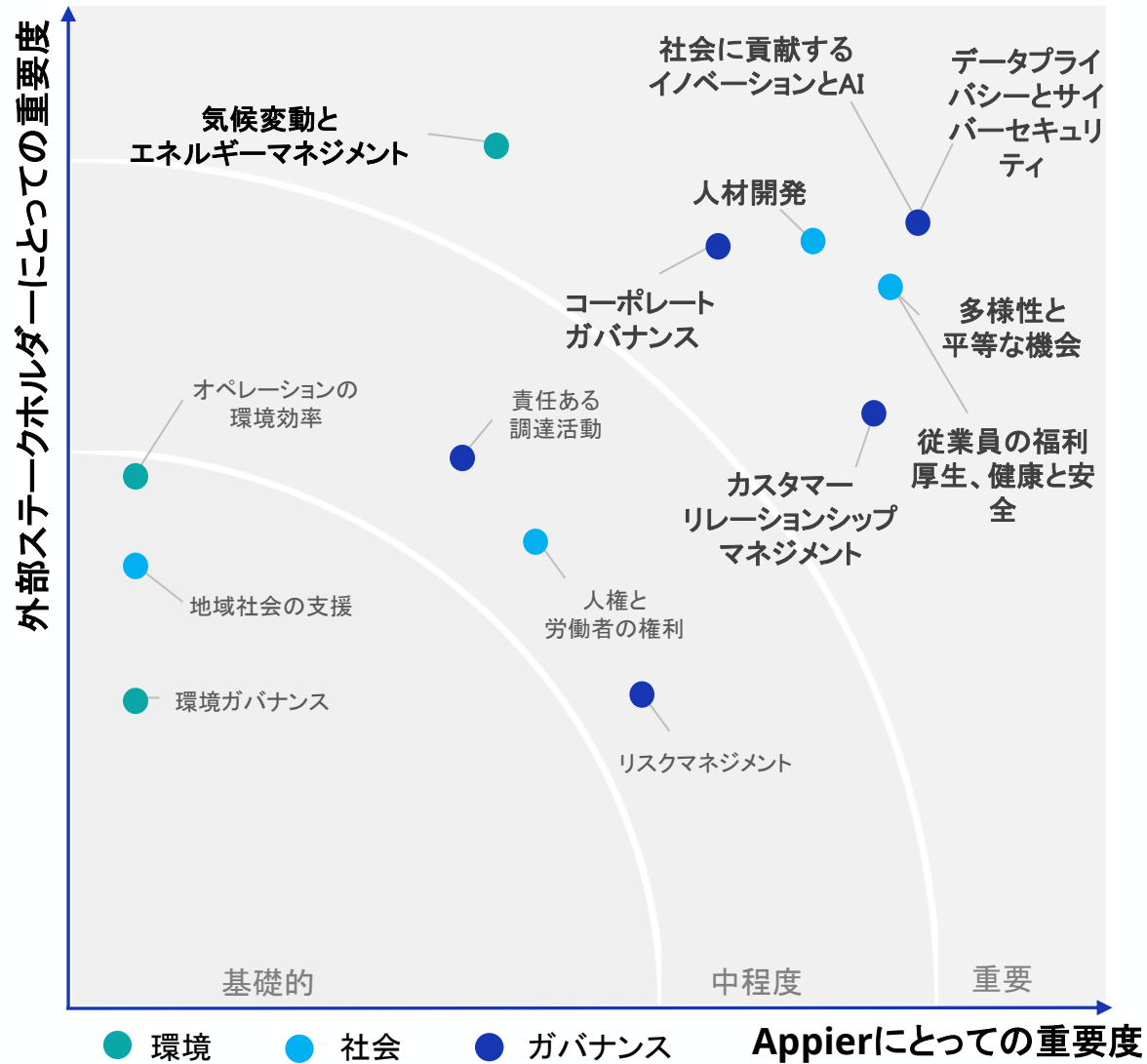
私たちは、ESGは持続可能なビジネスの構築に向けた課題の核心であると捉えています。高い水準のESGを実現するための活動は私たちのビジネスの将来像の一部であると考え、積極的にステークホルダーに関わっていくことを約束します。

MSCI ESG Research⁽¹⁾から「AA」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) TCFDレポートへのリンク: <https://www.appier.com/ja-jp/greener-operation-appier>



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。
