

# 自律型AIでROIを向上させる

2025年12月期 決算説明資料  
2026年2月



AI

エージェント





**FY25**  
総括と実績



自律型AI  
の強み



**FY26**  
業績予想



**Q4 FY25**  
総括と実績

# 2025年の総括

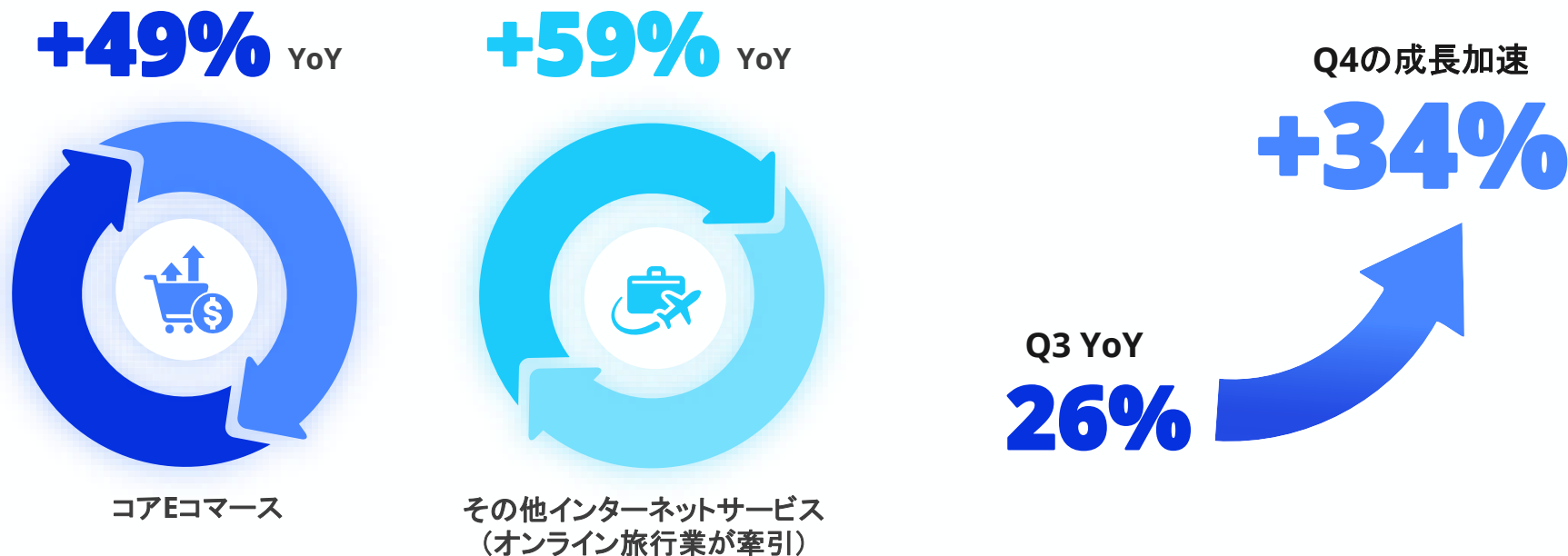


## 2業種の成長ドライバーが過去最高の売上収益を牽引

売上収益は過去最高の**437億円**（前期比**28%増**）、為替ニュートラルベースでは**450億円**（前期比**32%増**）を達成。  
この業績は2つの成長ドライバーによって牽引されており、**コア業種であるEコマース**が前期比**49%増**、**オンライン旅行業**が牽引するその他インターネットサービスが前期比**59%増**と急成長。両業種ともに過去3年間にわたり一貫して成長が加速。

この業種構成の変化により、売上収益の質と可視性が向上。  
さらに、当社の**自律型AI**プロダクトは、これらの業種において競合他社に対し**明確な差別化**と**卓越したROI**を実現。

第4四半期の成長率は、Eコマースの強力なハイシーズンに支えられ**34%**へと加速（第3四半期の26%から上昇、直近9四半期で最も高い成長率）。このモメンタムは、当社の注力業種および主要顧客への戦略が効果的であることを示している。



# 2025年の総括



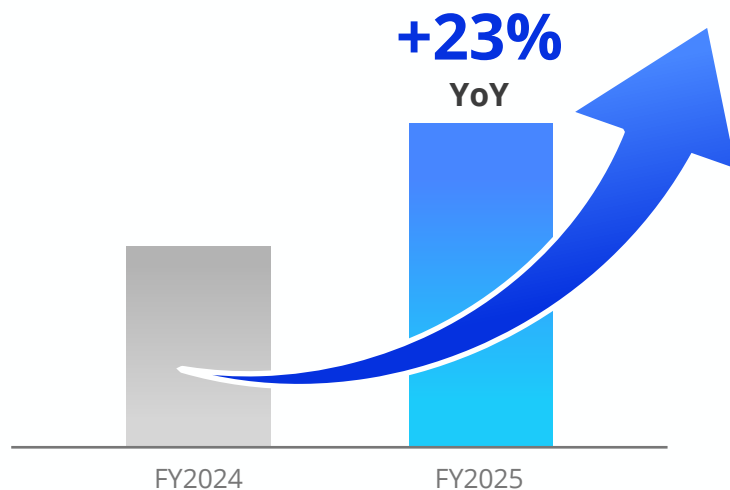
## 自律型AIが牽引する強力なオペレーティング・レバレッジにより、過去最高の収益性を達成

営業利益は前期比**50%**増の**30億円**と急増し、過去最高を更新。買収関連の営業費用を効果的に吸収しながら、営業利益率**6.8%**を達成。為替ニュートラルベースでは、営業利益は**38億円**、営業利益率は**8.5%**に到達。

従業員1人当たりの四半期売上総利益は前期比で**23%**拡大し、オペレーションの生産性は大幅に改善。既存事業は、営業費用の増加率が大きく減少する一方、顧客1人当たり平均売上収益（ARPC）<sup>(1)</sup>と顧客数はともに前期比**13%**増加し、継続的に強固なオペレーティング・レバレッジを発揮。

この効率化は、自律型AI分野での当社のリーダーシップにより実現し、社内および顧客のワークフローを変革。従来型のソフトウェアや手作業を**自律的にAIが主導するエンジン**へと置き換えることで、長期的な利益を伴う成長に向けた、効率的かつ拡張性のある事業基盤を構築。

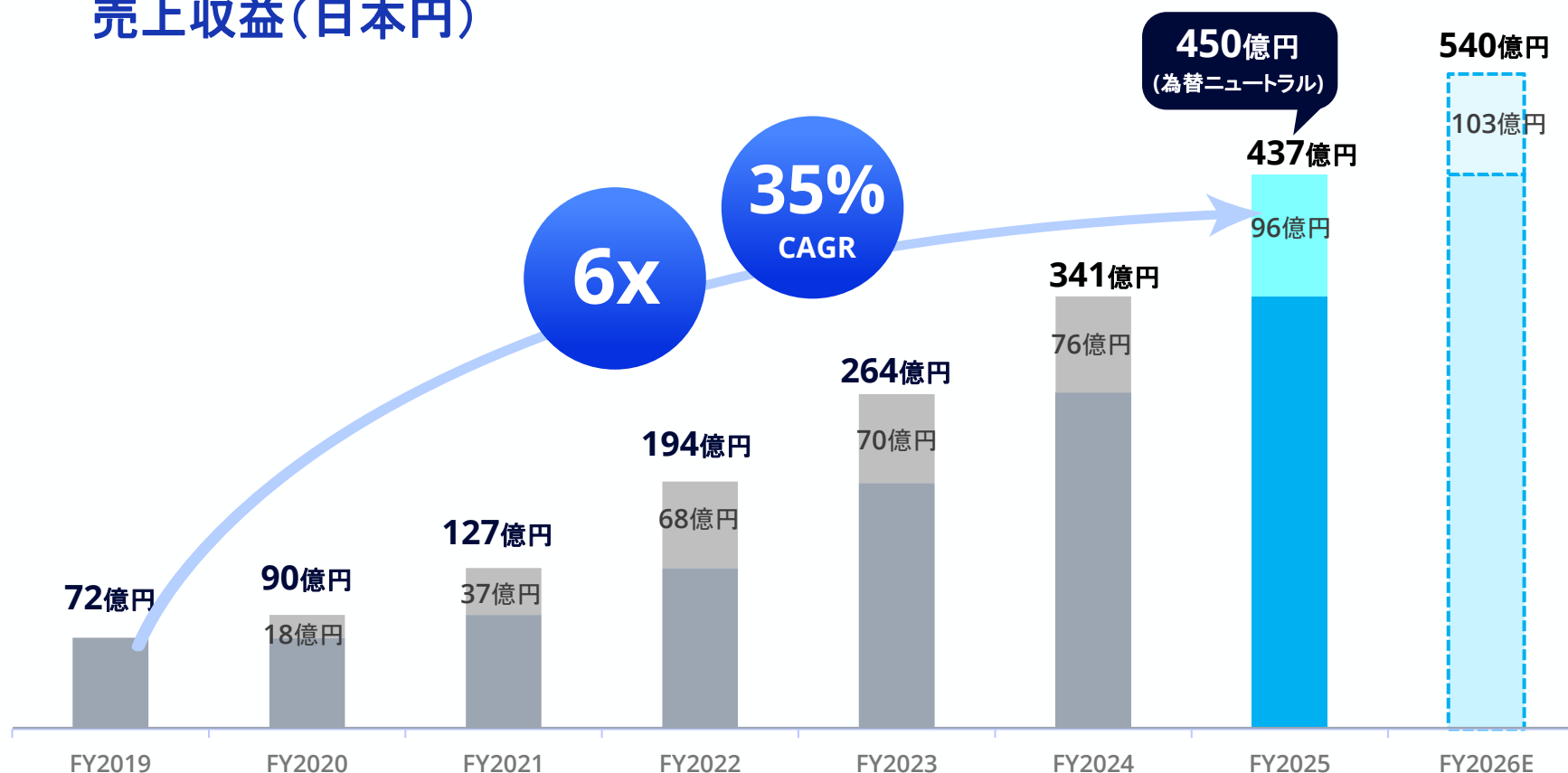
四半期売上総利益 / 従業員数



# 6年間で6倍の成長、2025年は過去最高の業績を達成

- 2019年から2025年にかけて、売上収益は年平均成長率（CAGR）35%で6倍に拡大。2025年の売上収益は過去最高の437億円（前期比28%増）、為替ニュートラルベースでは450億円（同32%増）を達成。
- 増収貢献はバランスの取れた構成となっており、56%がEコマース分野におけるROI主導のアップセルによる既存顧客<sup>(1)</sup>からの増収、44%がオンライン旅行業を中心とした新規顧客<sup>(2)</sup>による増収。地域別では北東アジア、米国及びEMEAが主要な成長ドライバー。

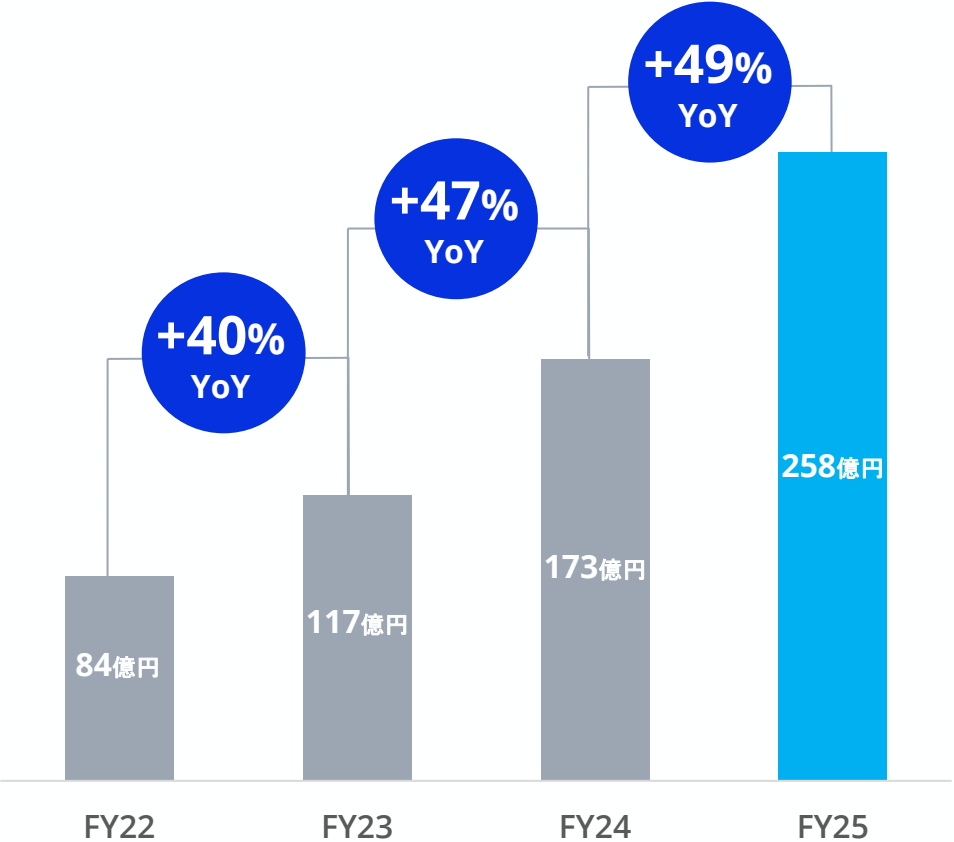
## 売上収益(日本円)



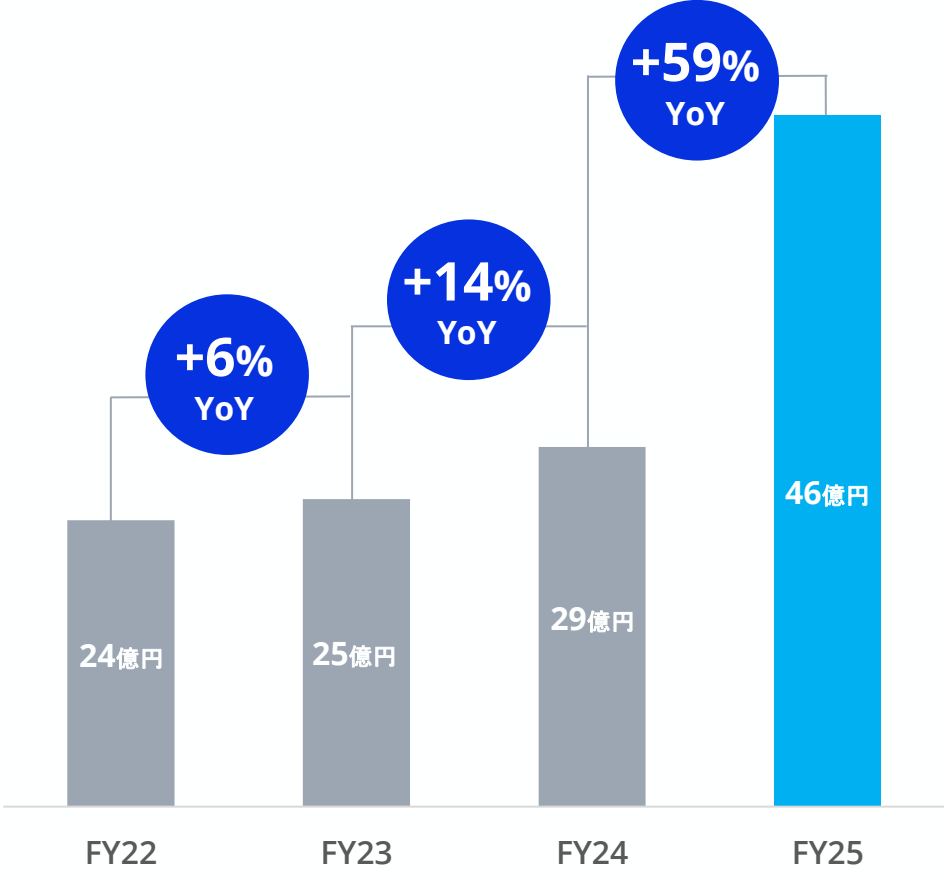
# 自律型AIによる差別化により、2つの主要業種における成長が加速

- オンライン旅行業が牽引するインターネットサービス分野の急成長と、コア業種であるEコマースの継続的な成長加速は、当社のマーケティング向け自律型AIによるROIの向上によるもの。

Eコマース 売上収益成長率(日本円)

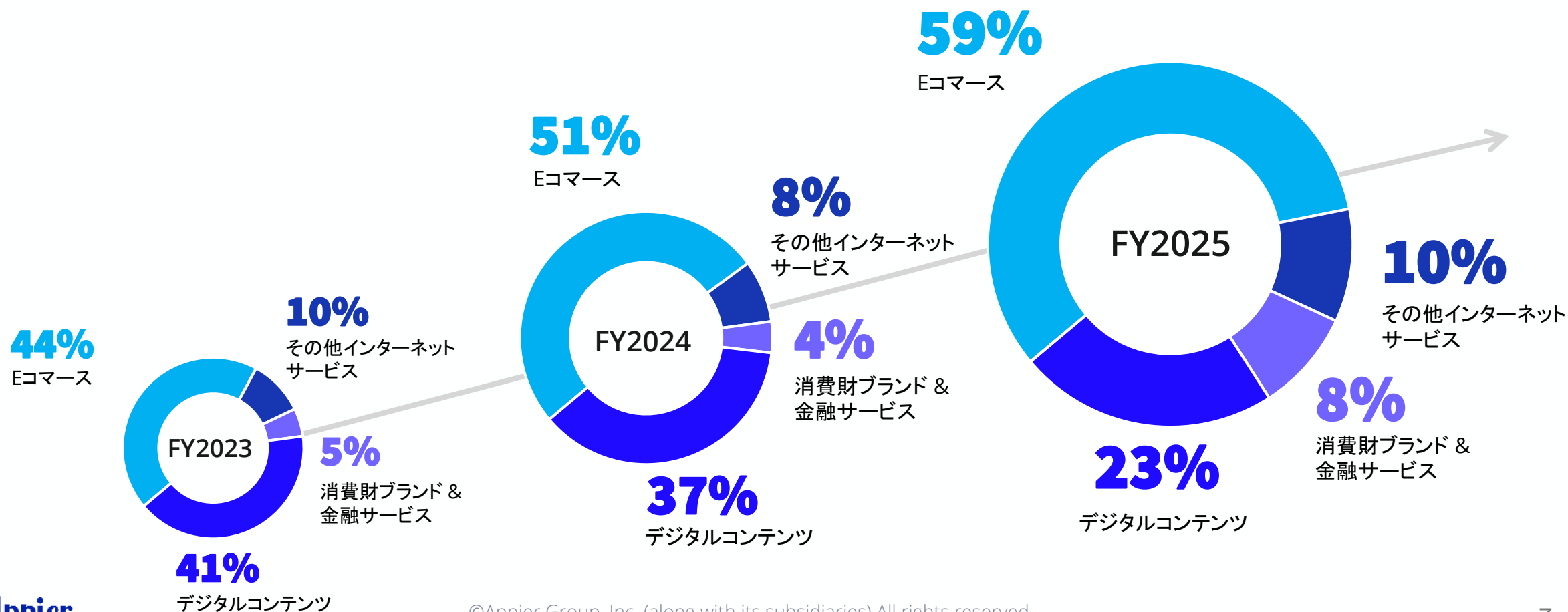


その他インターネットサービス 売上収益成長率(日本円)



# 業種拡大とポートフォリオの最適化により、売上収益の質が向上

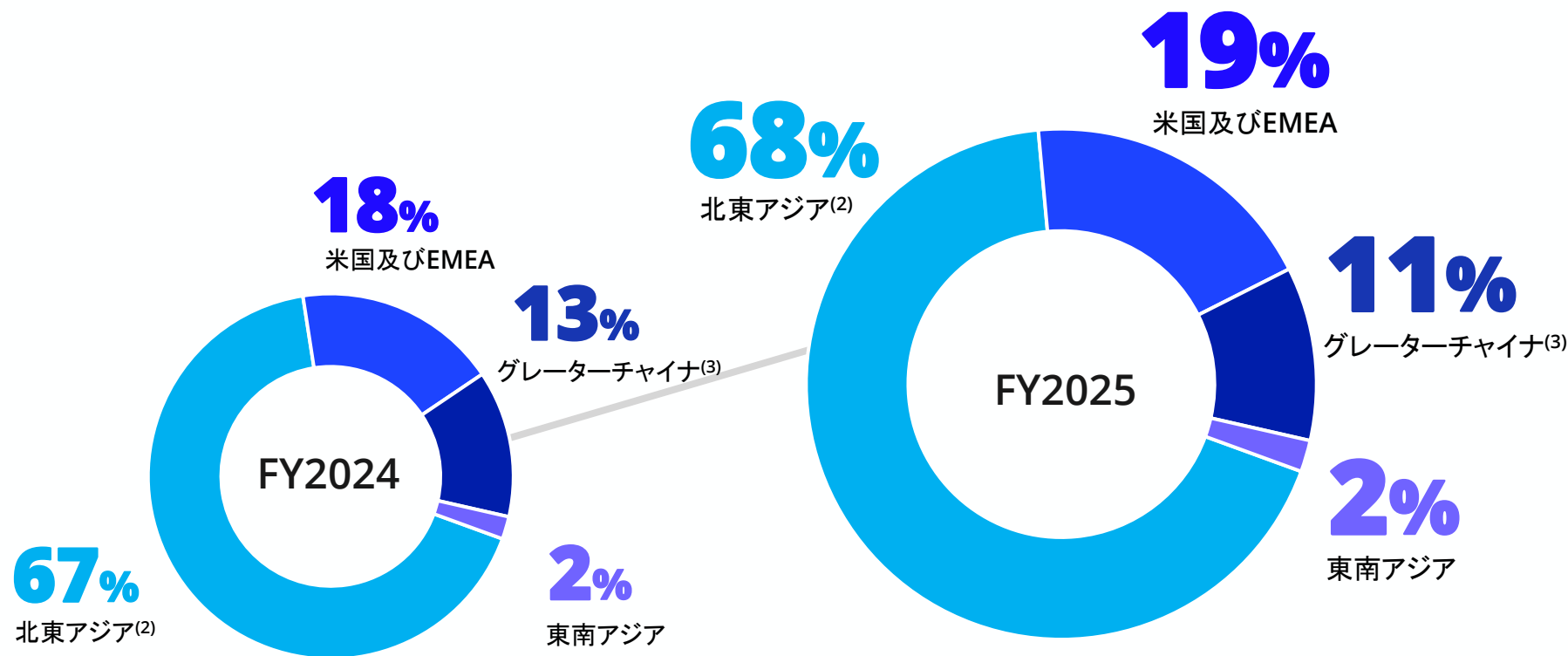
- 売上収益の質の高さと大きな市場規模を踏まえ、Eコマースおよびオンライン旅行業を優先。この注力により、売上収益構成比はEコマースが59%、その他インターネットサービス(オンライン旅行業を含む)が10%に拡大し、業種の多様化を通じてデジタルコンテンツの構成比低下による影響を効果的に吸収。
- さらに、売上収益の質が高い優良な顧客層へターゲットを絞ることで、デジタルコンテンツを安定化。こうした機敏なリソース再配分が、売上収益の強靭性を高め、持続的な成長に向けた基盤を確保。





# 全ての主要地域で力強い成長を達成

## FY24 & FY25 地域別売上収益比率<sup>(1)</sup>



(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

日本と韓国におけるバランスの取れた拡大を背景に、売上収益は前年同期比**36%**増（為替ニュートラルベース）。既存のEコマース顧客への継続的な浸透と業種の多様化が成長を後押し。

### 米国及びEMEA

Eコマースおよびその他インターネットサービスにおける堅調なモメンタムにより、売上収益は前年同期比**36%**増（為替ニュートラルベース）。

### グレートチャイナ

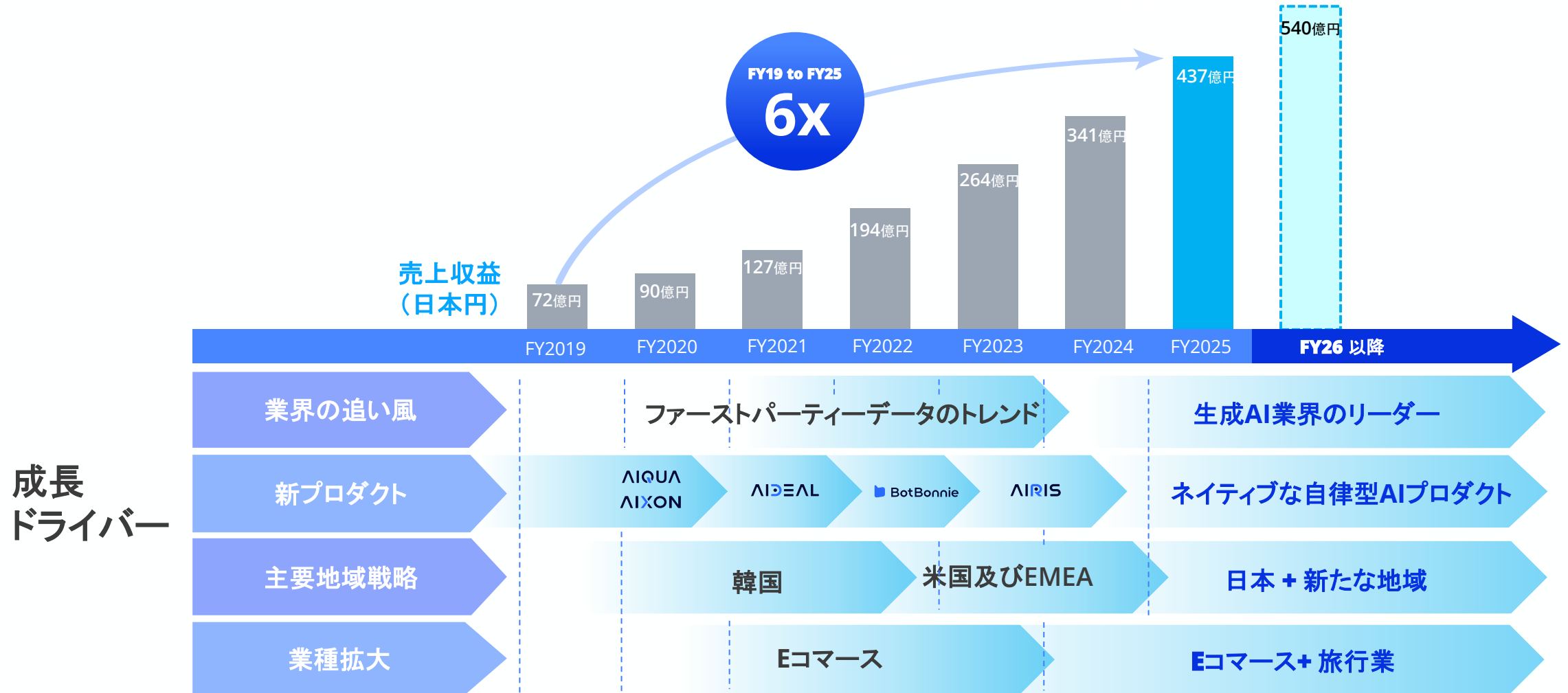
強固な事業基盤と中国の海外向け事業の拡大に支えられ、売上収益は前年同期比で着実に成長。

### 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



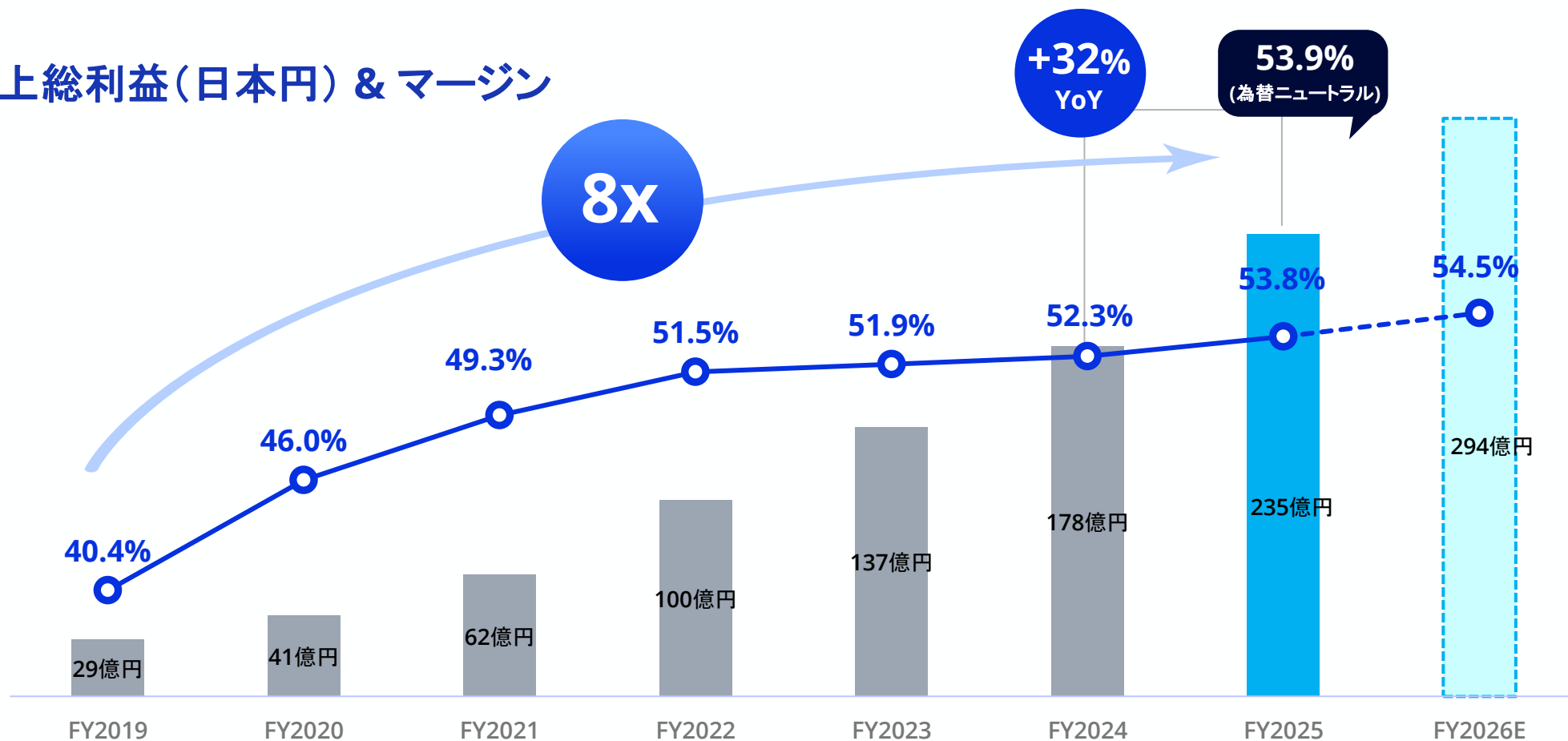
# 複数の成長ドライバーが、強力な成長サイクルの原動力



# 売上総利益は6年間で8倍に成長

- 2019年から2025年にかけて売上総利益は8倍に成長し、(1) 売上収益規模の拡大、(2) 技術的差別化、(3) 高利益率製品の構成比拡大により、2025年の売上総利益は前期比32%増を達成。
- 2026年は、技術的優位性によるさらなる利益率の拡大に伴い、2025年に引き続き売上総利益の成長率が売上収益の成長率を上回る見込み。

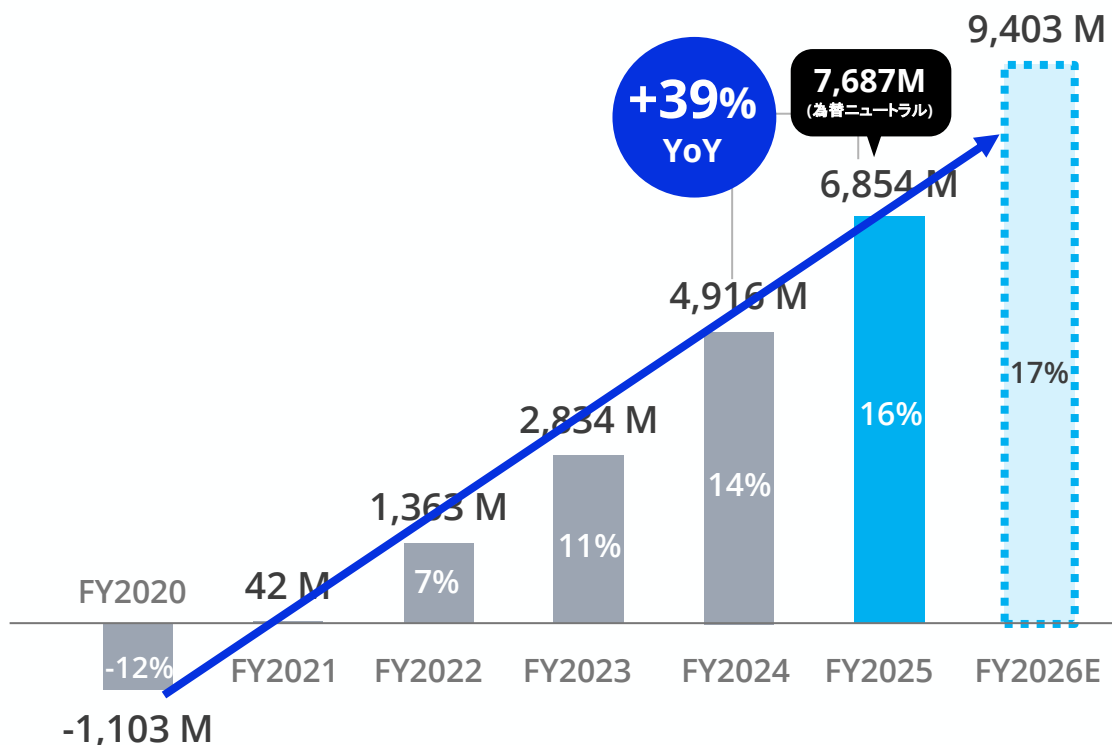
## 売上総利益(日本円) & マージン



# 利益率の拡大を伴う力強い利益成長

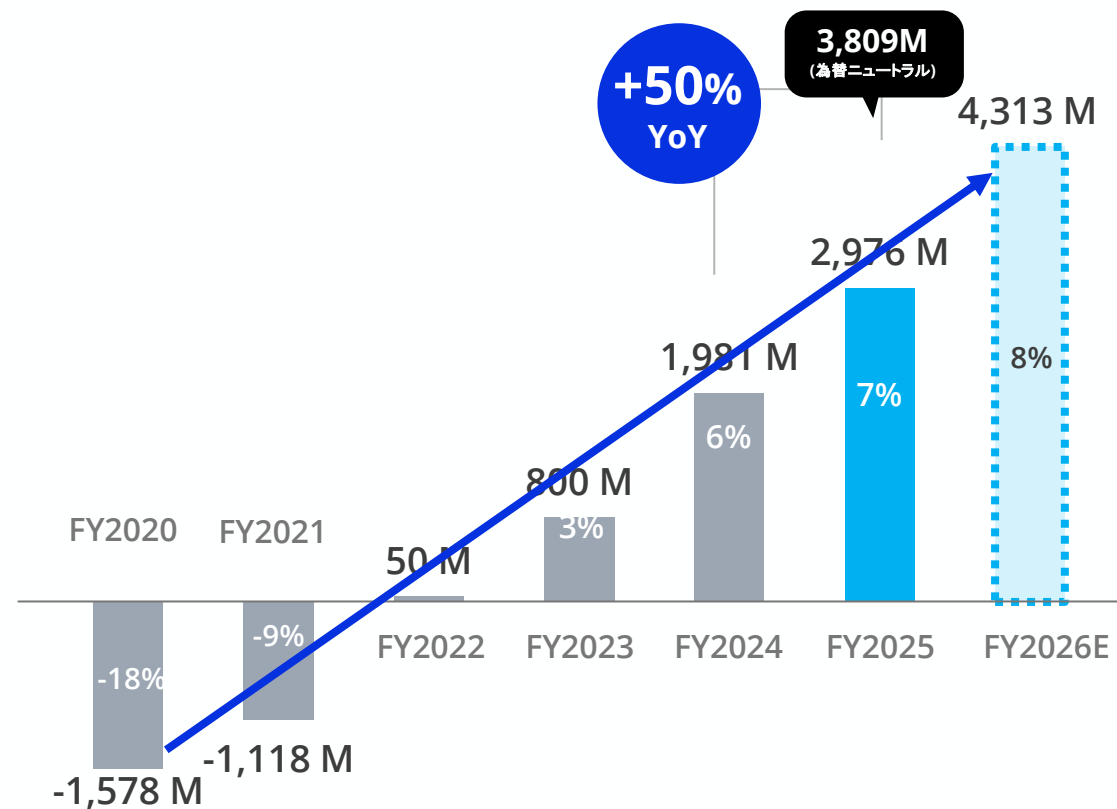
- 継続的な利益成長と大幅な利益率の拡大を達成。2025年の営業利益は前期比**50%増の30億円**、EBITDAは同**39%増の69億円**に到達。  
為替ニュートラルベースでは、それぞれ**38億円**、**77億円**を記録。
- この堅調な利益拡大は、強力な売上収益成長、継続的な売上総利益率の向上、およびオペレーティング・レバレッジによるものであり、AdCreative.aiの買収に伴う営業費用の増加を効果的に吸収。

## EBITDA<sup>(1)</sup> & マージン(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

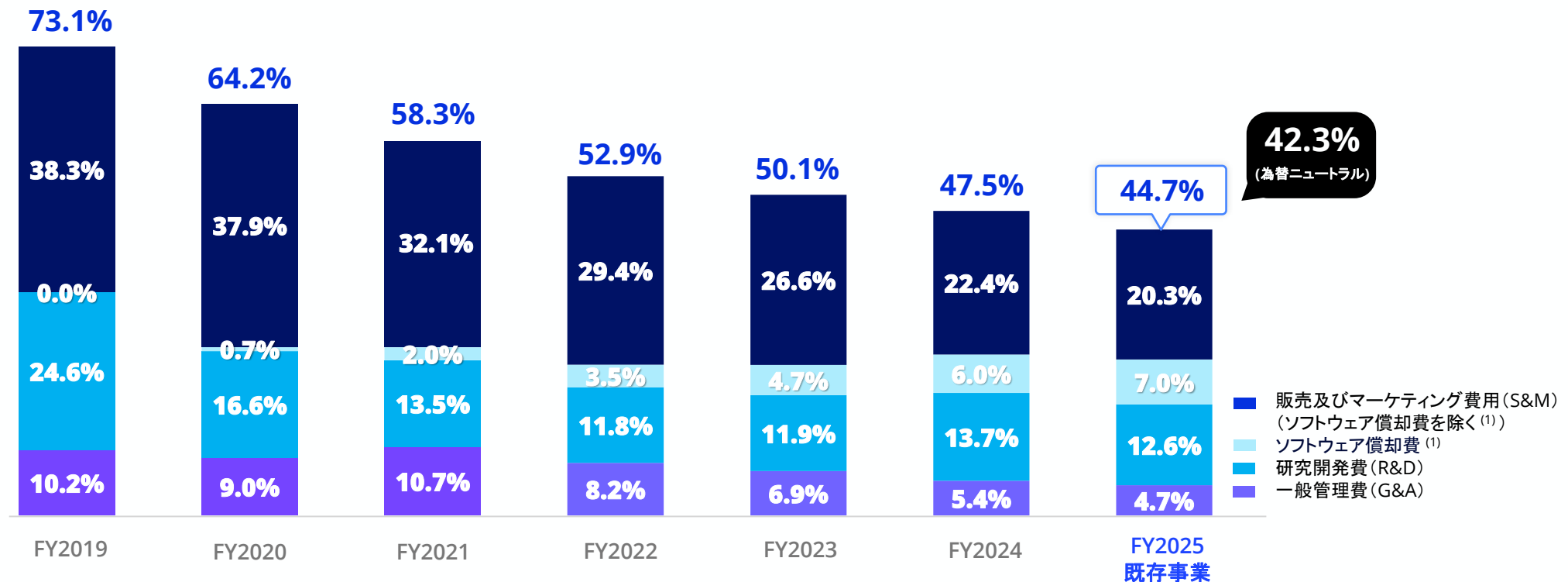
## 営業利益 & 利益率(日本円)



# 継続的なオペレーティング・レバレッジが持続可能な効率化を牽引

- 既存事業の営業費用の対売上収益比率は**44.7%**に改善（為替ニュートラルベースでは42.3%）。  
この効率化は、厳格なコスト管理に加え、プロダクト開発およびオペレーション全般における自律型AIを活用した自動化により実現。
- 営業費用の対売上収益比率の低下は、2つの構造的な強みによるもの。一つはマーケティング向け自律型AIに特化した、**アプリケーション層における効率的な研究開発モデル**。もう一つは主要なエンタープライズ顧客を優先することによる、**営業・マーケティング効率**のさらなる向上。

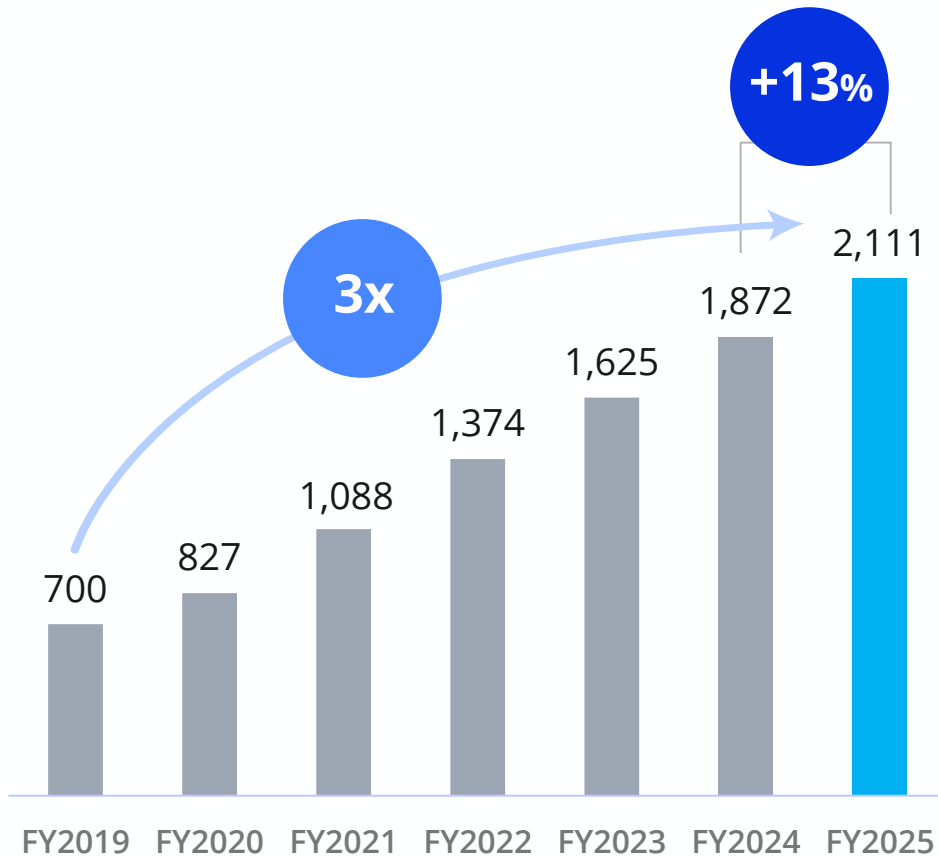
## 通期 コスト構造（対売上収益比率）



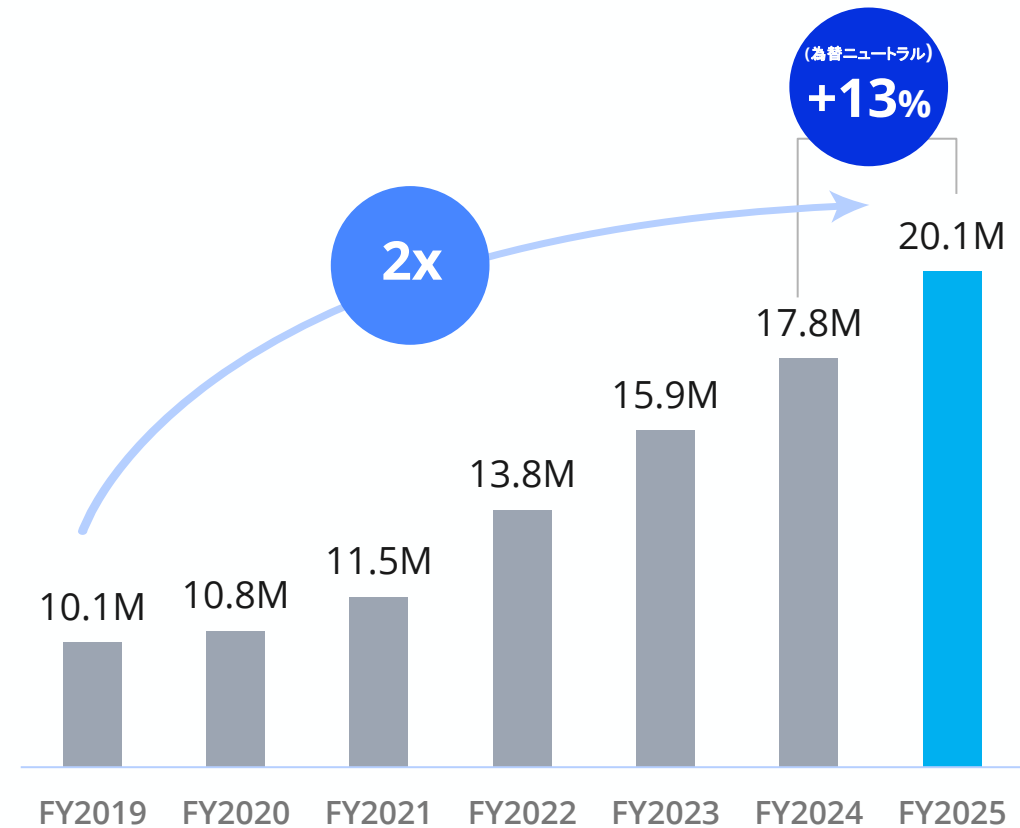
# エンタープライズへの注力により、6年間で顧客基盤が3倍、ARPCが2倍に拡大

- 拡張性の高い自律型AIソリューションを活用し、主要な成長の原動力として大規模なエンタープライズ顧客の開拓を優先。

## 顧客企業数<sup>(1)</sup>



## 顧客当たり平均売上収益(ARPC)(日本円)

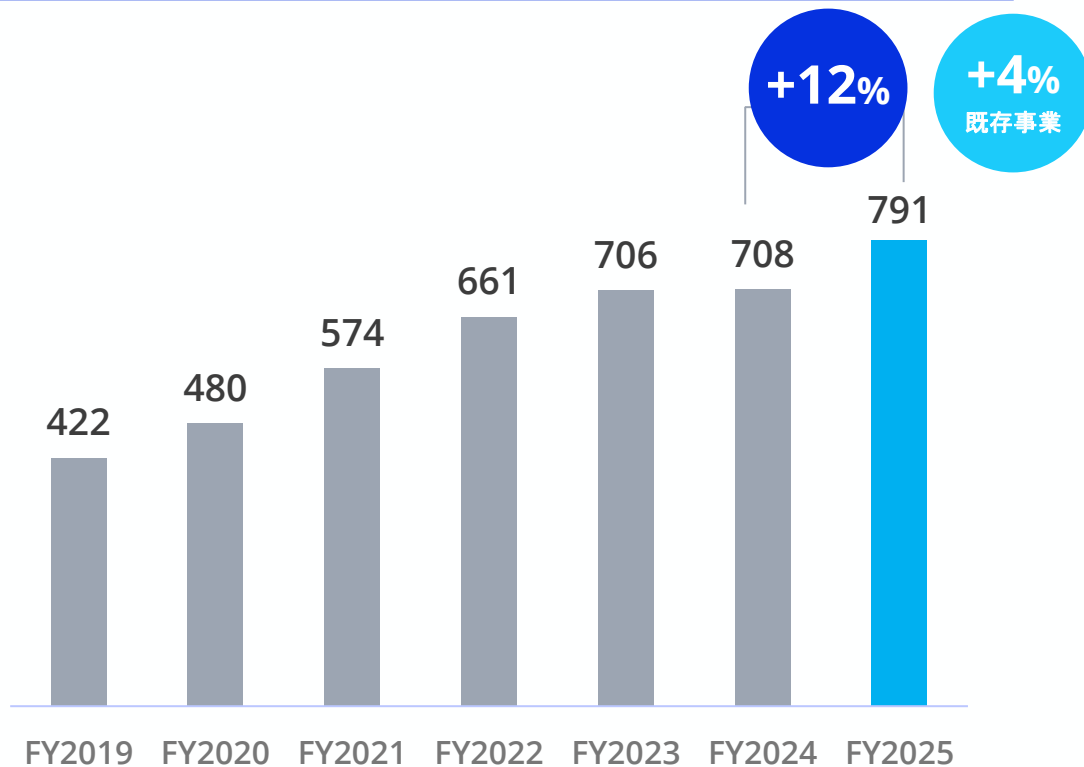


(1) 「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、単発利用、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。  
企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。AdCreative.aiのみを利用している顧客は含まない。

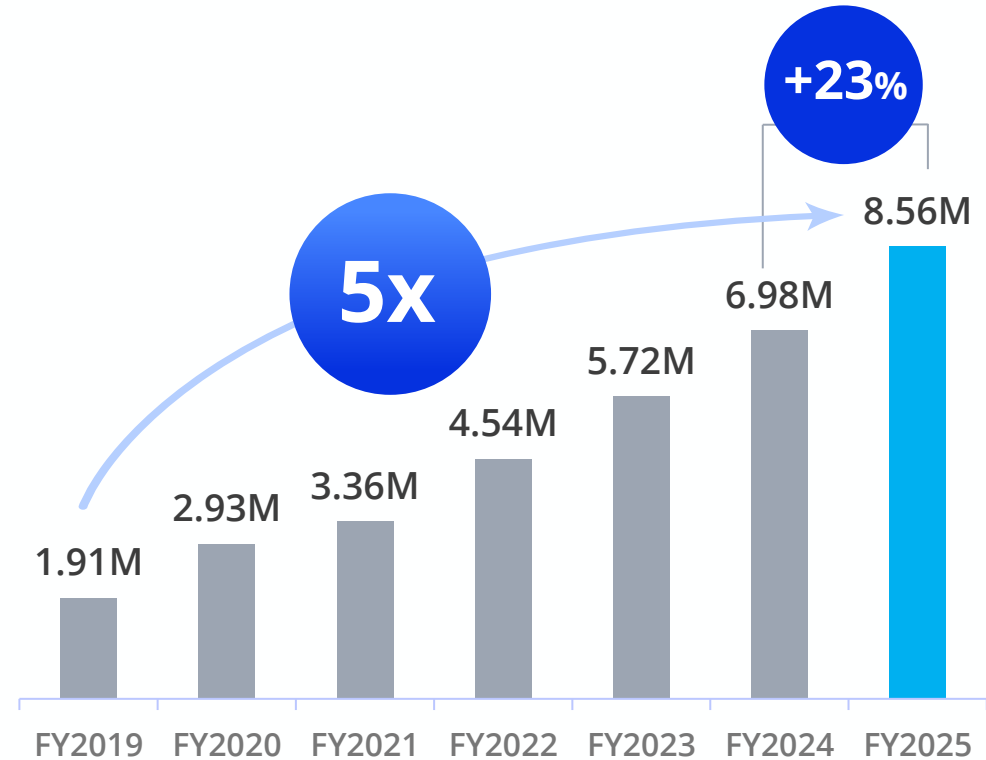
# AIを活用した自動化により、6年間で生産性が5倍に向上

- 自律型AIと自動化の並行活用により、オーガニックな人員増加を4%に抑制。  
強力な事業成長を支えると同時に、生産性とオペレーション効率を向上。
- 2025年の従業員1人当たり売上総利益は、前期比23%増と急増し、2019年比では5倍に拡大。  
この成長軌道は、当社のオペレーション効率の向上を通じて、持続的な利益成長を実現するという当社の戦略の正しさを裏付けるもの。

## 従業員数



## 四半期売上総利益 / 従業員数 (日本円)





**FY25**  
総括と実績



**自律型AI**  
の強み



**FY26**  
業績予想



**Q4 FY25**  
総括と実績

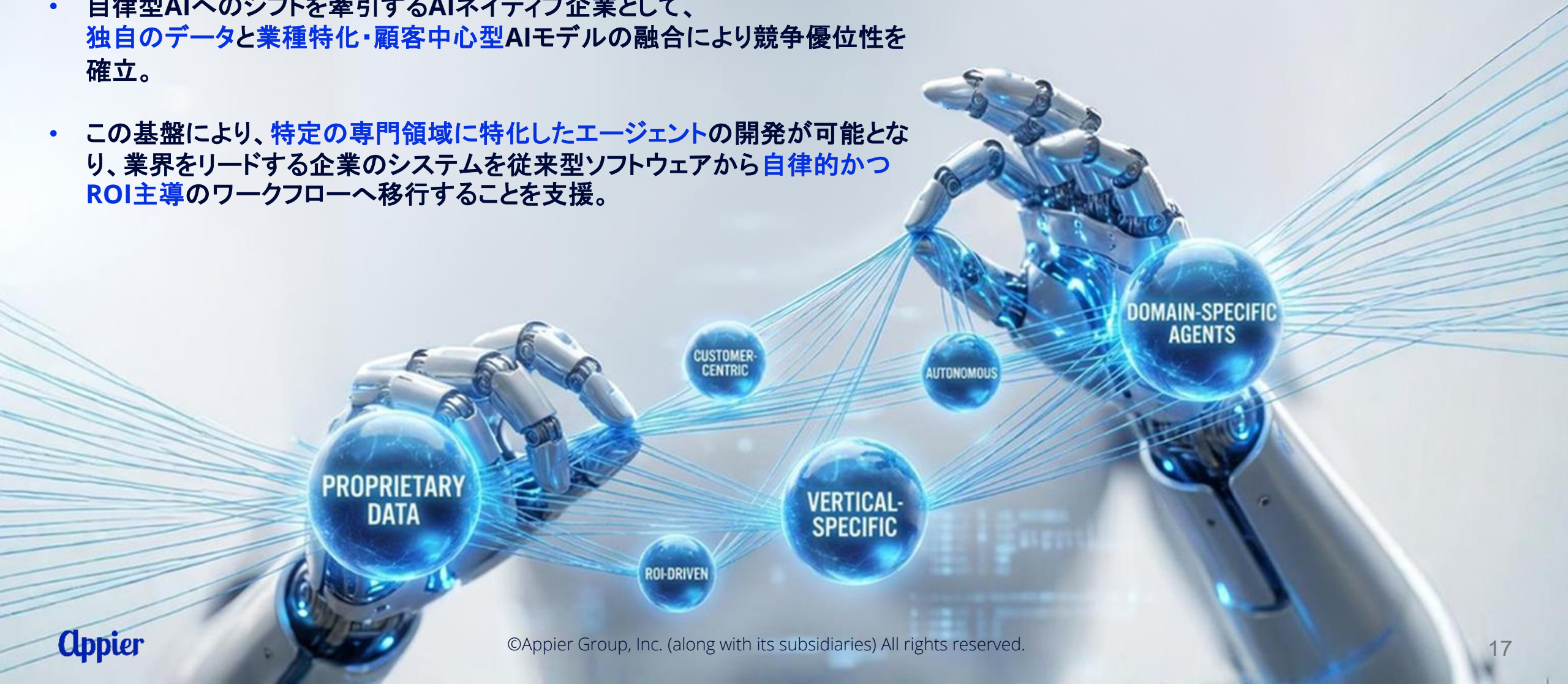


# SaaS・コパイロットから自律型AIへの進化



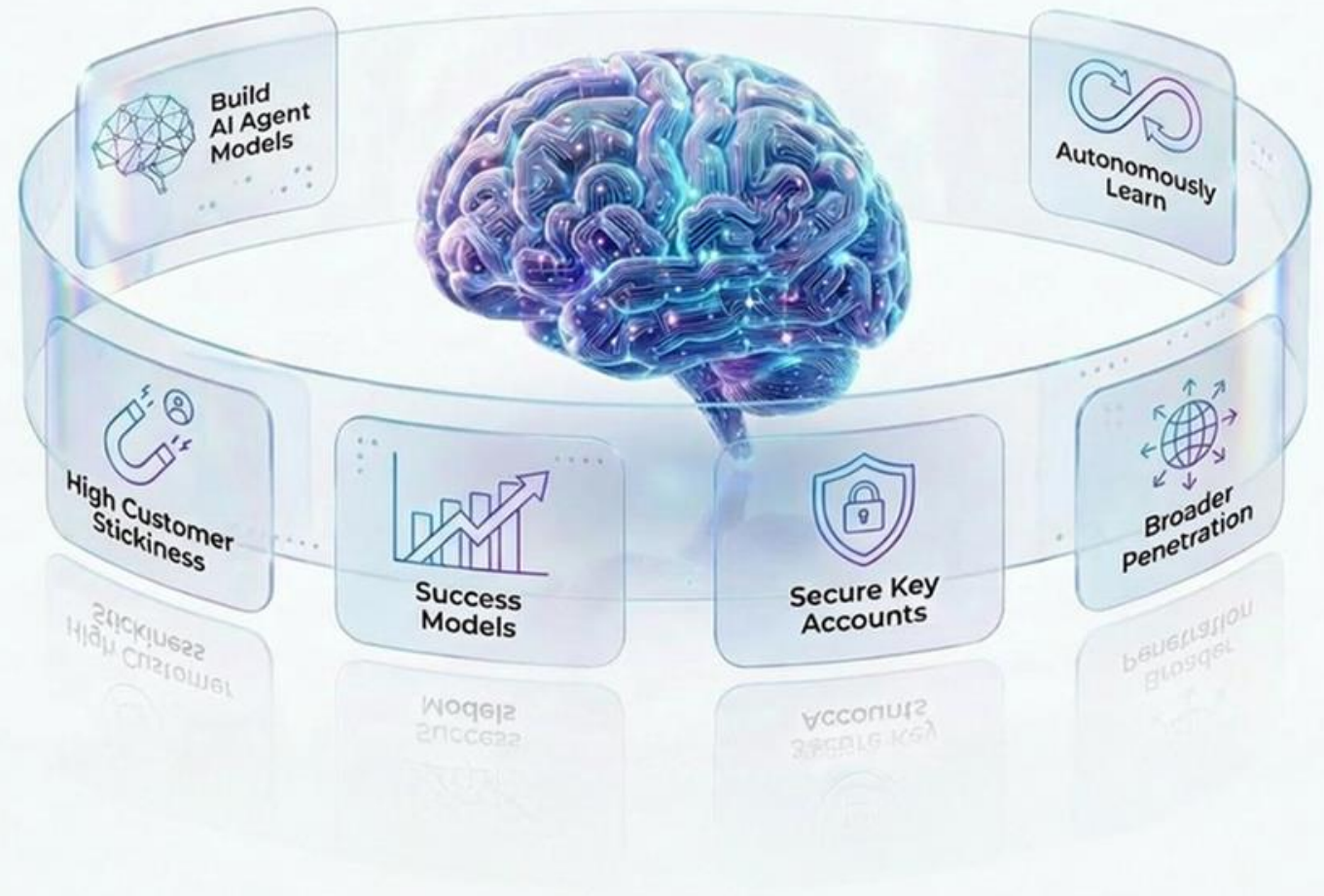
# 自律型AIとワークフロー変革における確かな実績

- 自律型AIへのシフトを牽引するAIネイティブ企業として、**独自のデータと業種特化・顧客中心型AIモデルの融合により競争優位性を確立。**
- この基盤により、**特定の専門領域に特化したエージェントの開発が可能となり、業界をリードする企業のシステムを従来型ソフトウェアから自律的かつROI主導のワークフローへ移行することを支援。**



# データの優位性を備えたマーケティング・エージェントが、高い顧客ロイヤリティを牽引

- 当社のAI技術がエンタープライズ水準の顧客ワークフローに適応する自律型AIモデルを迅速に構築
- 当社のエージェントは顧客から学習し、各クライアントのニーズに合わせて実行プロセスを自律的に最適化。
- 主要な業種や主要顧客においてプレゼンスを高める中で、確立された成功モデルがさらなる市場浸透を促し、顧客ロイヤリティを強化。





# 信頼性の高いAIとLLM最適化による エンタープライズ導入の加速



- 世界トップクラスの生成AI研究チームに支えられたプラットフォーム。独自のLLM最適化技術により、エンタープライズ水準の信頼性を実現。
- 自己認識機能を備えた信頼性の高い基盤上に構築されたフレームワーク。より迅速、効率的、かつ精度の高いソリューション提供を可能にし、アプリケーションレベルのコスト効率化と大規模なエンタープライズ展開を強力に推進。

# アプリケーション層における自律型AIの追い風

- Appierは、アプリケーション層における「マーケティング特化型自律型AI」のリーディングカンパニー。  
この領域での重点投資、迅速な導入、そして高度な専門領域の知見により、ROIの可視性と拡張性あるオペレーティング・レバレッジに支えられた持続的な利益を伴う成長に直結。低リスクかつ一貫性・持続性のある企業価値を創出する、独自のポジションを確立。



# 広告エージェントが従来型の広告ソフトウェアのワークフローを刷新



ステップ毎のマニュアル操作



広告エージェントがユーザーと対話する時代へ



AIエージェント  
による自律型  
ワークフロー

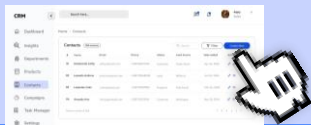


# パーソナライゼーション・エージェントが従来型CRMソフトウェアフローを刷新



従来型ソフトウェアによる多段階のCRMワークフロー

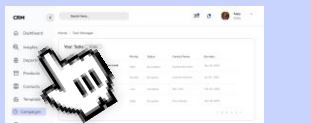
## 1. ターゲット層の特定



## 2. テンプレート選択とコンテンツ作成



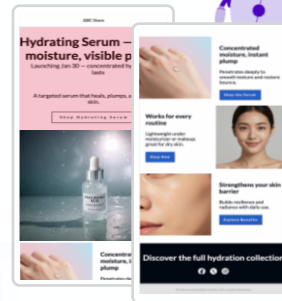
## 3. レイアウトのテストと最適化



## 4. マニュアルでの実行とトラッキング



コンテンツの自動統合



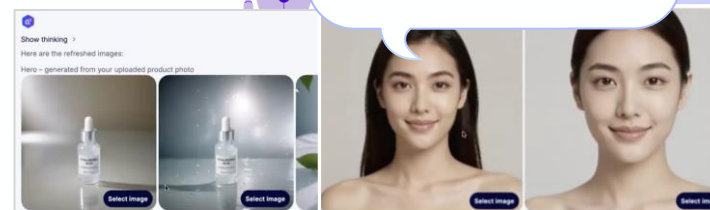
パーソナライゼーション・エージェントにより、数分でeDMをカスタマイズ生成

プロンプト

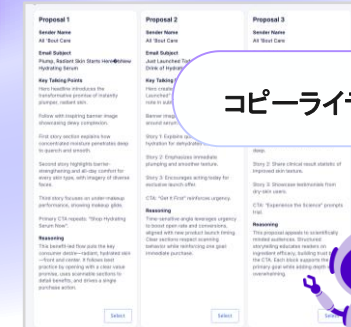
マーケターの皆様  
自律型AIの真価を発揮しましょう！

VIP顧客を特定。新発売の保湿セラムの先行予約を促すため、パーソナライズされたeDMを自動生成。

ビジュアル生成



コピーライティング



自律型AIによるワークフロー



# データ・エージェントが従来型データベースソフトウェアワークフローを刷新



非効率な  
データマッピングと分析

データ・エージェントを活用



AIエージェント  
による自律型  
ワークフロー

## 1. ビジネス課題の分解



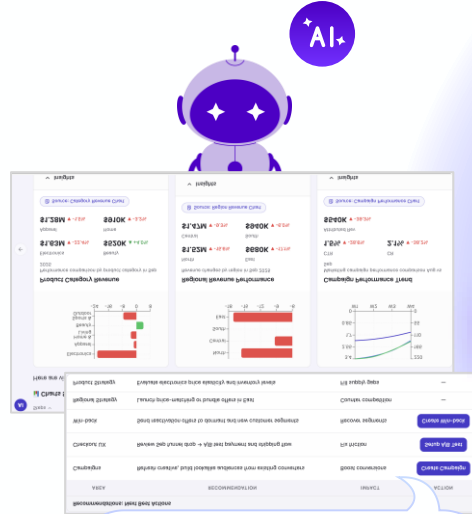
## 2. データマッピングによるインサイト抽出



## 3. データの集計および比較



## 4. 分析結果の出力



次のベストアクション  
インサイトサマリー

プロンプト

マーケターの皆様  
自律型AIの真価を発揮しましょう！

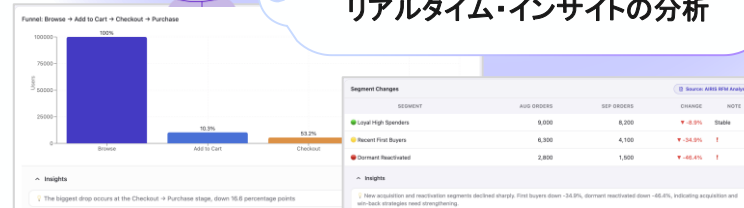
売上への貢献度とリピート購入率に基づき、  
保湿セラムの購入者トップ10を特定。インサイトレ  
ポートの作成および次なる施策を立案。

データソースの探索と  
マッピング

データの質の確認

Executive Metrics Comparison			
Metric	Aug 2023	SEP 2023	Change
Total Revenue	\$5,340,000	\$4,910,000	▼ -8.0%
Order Count	70,000	68,000	▼ -2.9%
Avg Order Value	\$76.3	\$72.2	▼ -5.3%
<b>Insights:</b> Electronics has the largest absolute decline - accounting for ~70% of total revenue drop.			
Product Category Breakdown			
Category	Aug Revenue	SEP Revenue	% Change
Electronics	\$2,100,000	\$1,850,000	▼ -11.9%
Apparel	\$1,200,000	\$1,180,000	▼ -1.7%
Home Goods	\$1,000,000	\$980,000	▼ -2.0%
Beauty	\$1,040,000	\$900,000	▼ -13.5%
<b>Insights:</b> Home and Beauty segments each fell to the decline, with Beauty showing the steepest drop at -13.5%.			

リアルタイム・インサイトの分析





**FY25**  
総括と実績



**自律型AI**  
の強み



**FY26**  
業績予想



**Q4 FY25**  
総括と実績

# 2025年 業績予想と実績

- 売上収益の差異は、主に為替の逆風およびEコマースやその他インターネットサービスへの業種別構成のシフトに起因。  
これらの業種では、2025年に営業サイクルの長期化が見られたものの、将来に向けた成長モメンタムを確保。
- オペレーション効率の向上により、オペレーティング・レバレッジは予想を上回り、長期的な拡大を目的とした戦略的プロダクト投資を吸収。

	FY25 業績予想	FY25 実績 為替ニュートラル	FY25 実績	差異
売上収益	455億円	450億円	437億円	✓ デジタルコンテンツの緩やかなモメンタムを相殺するための戦略的なり ソース再配分を背景に、Eコマースおよびその他インターネットサービス におけるモメンタムが向上。  ✓ 為替の逆風：主に日本円に対する韓国ウォン安
売上総利益	252億円 55.3%	243億円 53.9%	235億円 53.8%	✓ 長期的かつ持続可能な利益率改善に向けた、プロダクトの試験運用 への戦略的投資。
営業費用 <sup>(1)</sup>	211億円 46.4%	205億円 45.4%	205億円 47.0%	✓ 規律あるコスト管理とAI活用による自動化により、 オペレーティング・レバレッジが予想を上回るペースで改善。
営業利益	41億円 8.9%	38億円 8.5%	30億円 6.8%	

(1) 主に資金運用から生じるその他の収益を含む

# 2026年の業績予想

- 2つの業種の成長ドライバーを原動力に、既存事業の売上収益成長が全体の成長を牽引する見通し。

	2025	2026	YoY	ハイライト
売上収益	437億円	540億円	+24%	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>戦略的起爆剤としての自律型AI</b>: 自律型AIを活用して既存事業の拡大を加速させ、AaaS (Agentic AI as a Service)のパイオニアとしてのリーダーシップを確立。</li> <li>▶ <b>2つの成長ドライバーによる成長加速</b>: コア業種であるEコマースおよびオンライン旅行セクターにおいて、戦略的な主要顧客の深耕と新規顧客獲得の加速により、主要市場を拡大。</li> <li>▶ <b>既存事業の売上収益成長</b>: 2025年から2026年にかけて、2つの主要業種の営業モメンタムがさらに加速し、全体の成長率を上回る見通し。</li> <li>▶ <b>想定為替レート</b>: 1米国ドル149.04円、1韓国ウォン 0.1052円、1台湾ドル 4.7837円</li> </ul>
売上総利益	235億円 53.8%	294億円 54.5%	+25% +0.7 p.p.	
営業利益	30億円 6.8%	43億円 8.0%	+45% 1.2p.p.	
EBITDA	69億円 15.7%	94億円 17.4%	+37% +1.7 p.p.	
配当		1株当たり2.30円 期末配当予想		

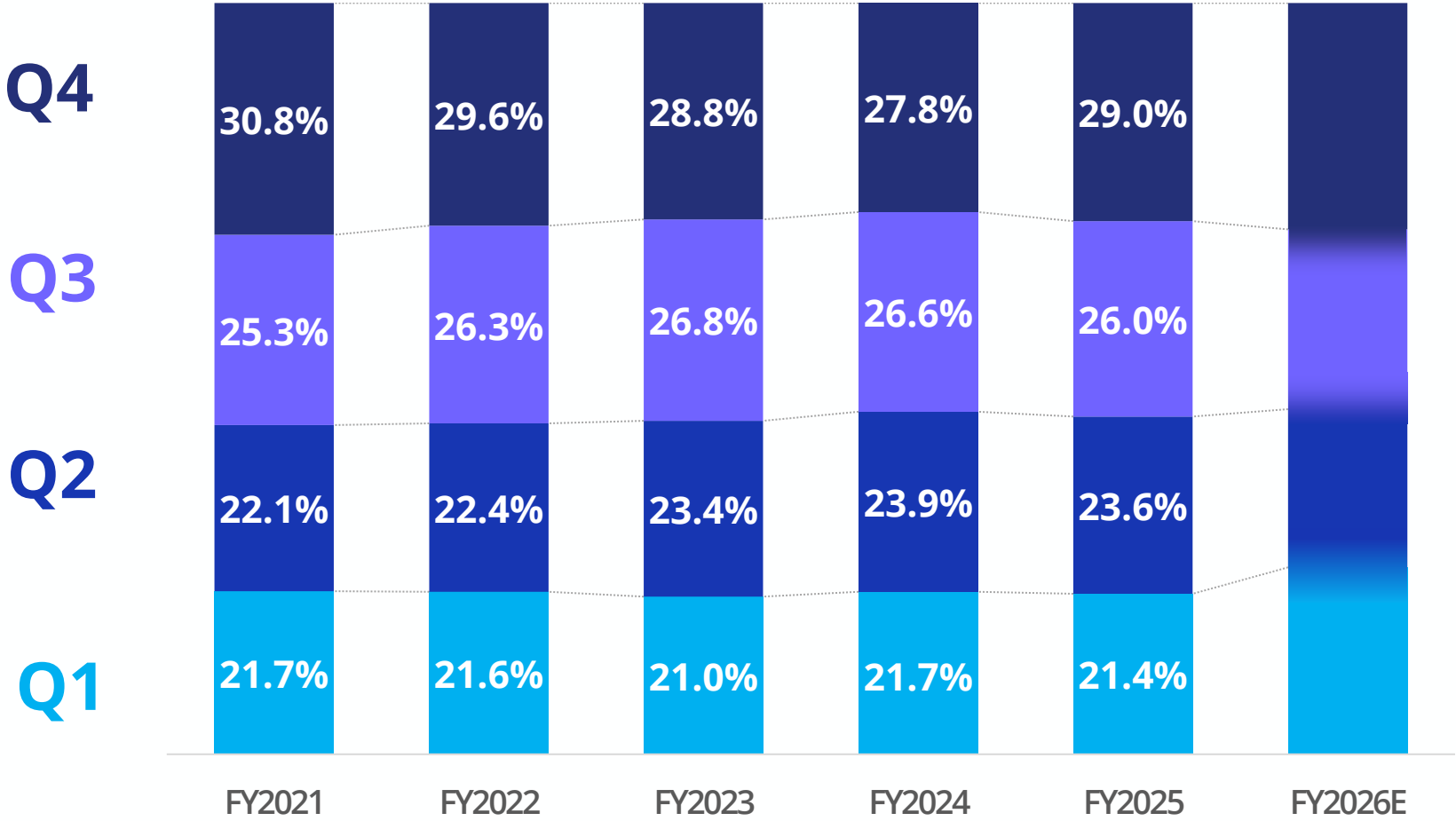
# 2026年の業績予想

- 自律型AIを起爆剤として成長をさらに加速させ、拡張性と収益性を兼ね備えたオペレーティング・レバレッジを実現。

	2025	2026	YoY	ハイライト
売上収益	437億円	540億円	+24%	
売上総利益	235億円 53.8%	294億円 54.5%	+25% +0.7 p.p.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 営業人員の採用および自律型AIモデル開発への<b>戦略的投資</b>：コア業種や主要顧客への浸透を深めるとともに、技術的リーダーシップを確固たるものにし、<b>長期的な成長基盤</b>を構築。</li> <li>▶ <b>既存事業の営業利益率</b>：オペレーティング・レバレッジが投資増を効果的に吸収することで、持続的な改善を実現する見通し。</li> <li>▶ 株主価値の最大化：2026年の<b>コア・フリー・キャッシュ・フローの改善</b>予測および規律ある財務管理を反映し、<b>1株当たり2.30円</b>への増配を予想。</li> </ul>
営業利益	30億円 6.8%	43億円 8.0%	+45% 1.2p.p.	
EBITDA	69億円 15.7%	94億円 17.4%	+37% +1.7 p.p.	
配当		1株当たり2.30円 期末配当予想		

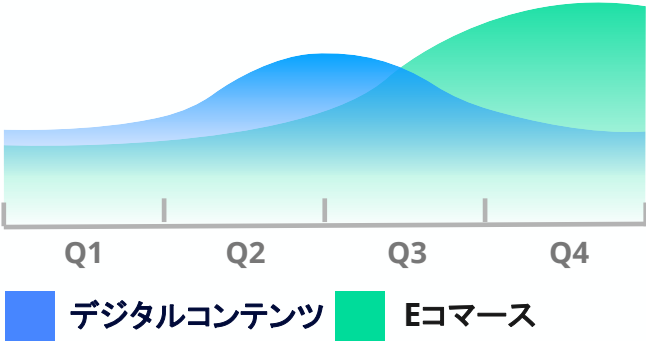
# 四半期毎の季節性

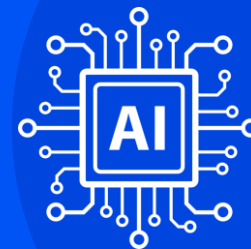
売上収益の四半期別内訳



AdCreative.aiの連結に伴い  
第1四半期の売上構成比がわずかに  
上昇する影響を除き、  
例年通りの季節性を見込む。

Q1 売上収益予想  
119 – 121億円





## 自律型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。当社の先進的な自律型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**  
総括と実績



**自律型AI**  
の強み



**FY26**  
業績予想



**Q4 FY25**  
総括と実績

# 2025年第4四半期 ハイライト

売上収益

JPY **127億**

売上収益成長率<sup>(1)</sup>

**+33.9%**

収益性

営業利益

JPY **10.7億**

純利益

JPY **897M**

売上総利益成長率<sup>(2)</sup>

**+37.1%**

ARR<sup>(3)</sup>

JPY **483億**

LTM NRR<sup>(4)</sup>

**120.4%**

(1) FY24 Q4とFY25 Q4を比較した売上収益の成長率

(2) FY24 Q4とFY25 Q4を比較した売上総利益の成長率

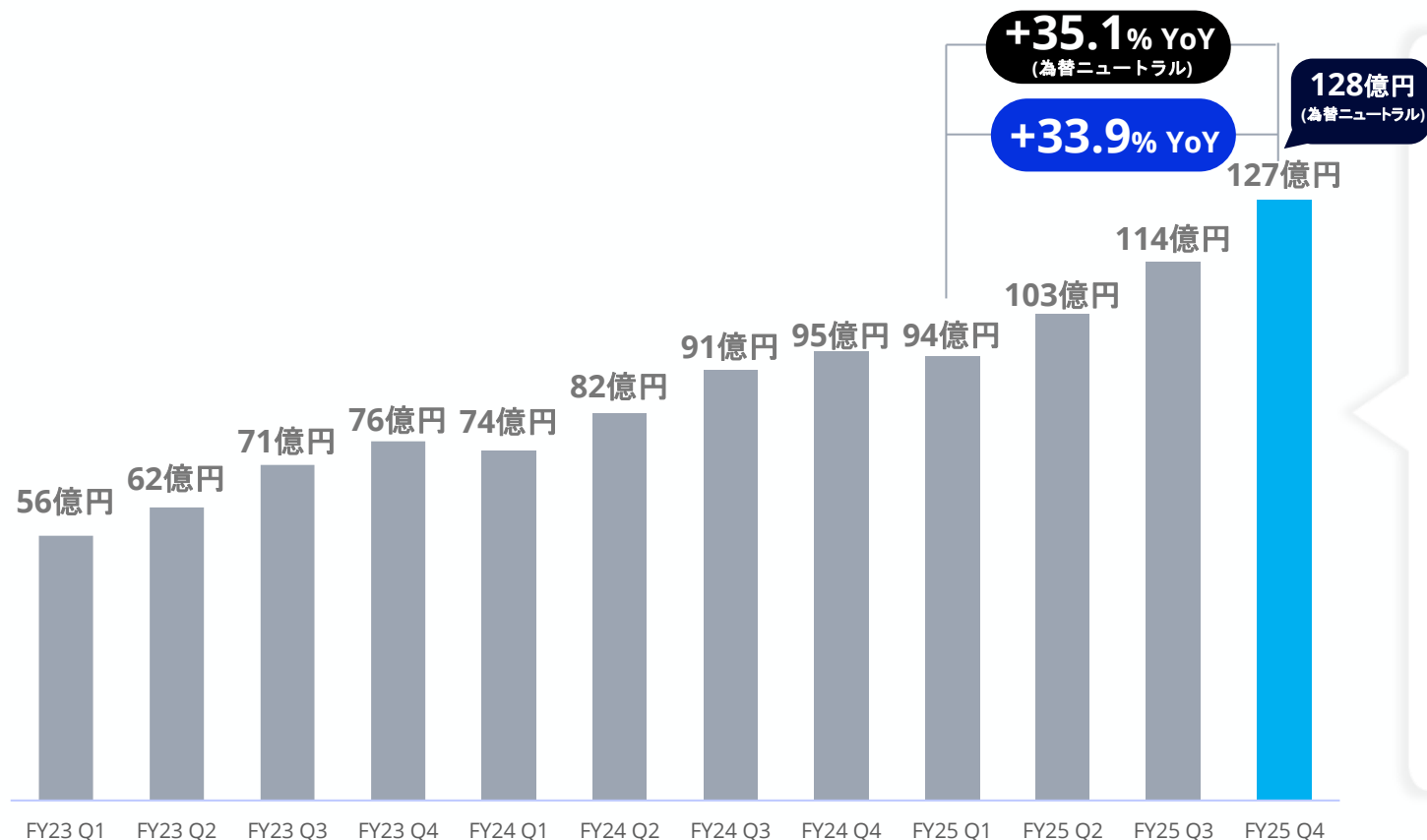
(3) 各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション(AIQUA、AiDeal、AlXON、BotBonnie、AIRIS)についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益(MRR)に12を掛けて算出 (ii)広告クラウドとAdCreative.aiの特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益(MRR)の平均に12を掛けて算出

(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

- 2025年第4四半期の売上収益は、前年同期比33.9%増（為替ニュートラルベースでは35.1%増）の127億円となり、過去最高を更新。
- 既存顧客の拡大と新規顧客獲得のバランスの取れた成長により、既存事業は力強いモメンタムを維持。

## 売上収益（日本円）



## FY25 Q4の増収要因

### 59% 既存顧客から<sup>(1)</sup>

- ▶ 北東アジアのEコマース領域において拡大と浸透を推進
- ▶ 米国及びEMEAにおける良好なモメンタムを維持し、さらなる成長加速に向けた機会を創出

### 41% 新規顧客から<sup>(2)</sup>

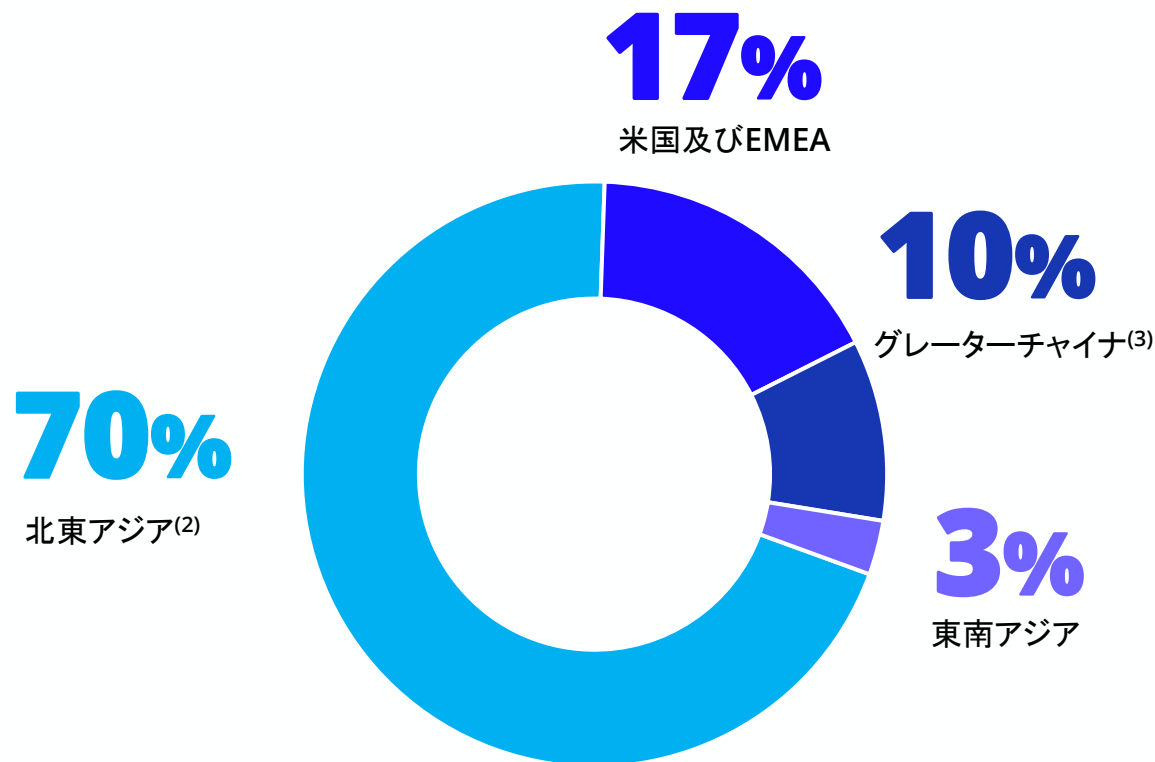
- ▶ 戦略的に業種を多様化させることで、北東アジアにおける新規顧客獲得を加速
- ▶ 業種とプロダクトの多様化により、米国及びEMEAにおいて顧客から強い支持を獲得

(1)「既存顧客」はFY24 Q4以前に獲得した顧客を指す

(2)「新規顧客」はFY25 Q1からFY25 Q4に獲得した顧客を指す

# 複数の地域における成長ドライバーが収益基盤を多様化

## FY25 Q4 地域別売上収益比率<sup>(1)</sup>



- (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) グレーターチャイナは台湾、香港、及び中国を含む

### 北東アジア

前年同期比**37%**の売上収益成長  
日本と韓国双方のバランスの取れた成長を背景に、  
既存顧客の力強い拡大と新規顧客獲得の加速が牽引

### 米国及びEMEA

前年同期比**30%**の売上収益成長  
業種拡大に加え、Eコマースやその他インターネットサービスに  
おける新規需要の獲得が寄与

### グレーターチャイナ

前年同期比**8%**の売上収益成長  
中国の海外向け事業における力強いモメンタムが牽引

### 東南アジア

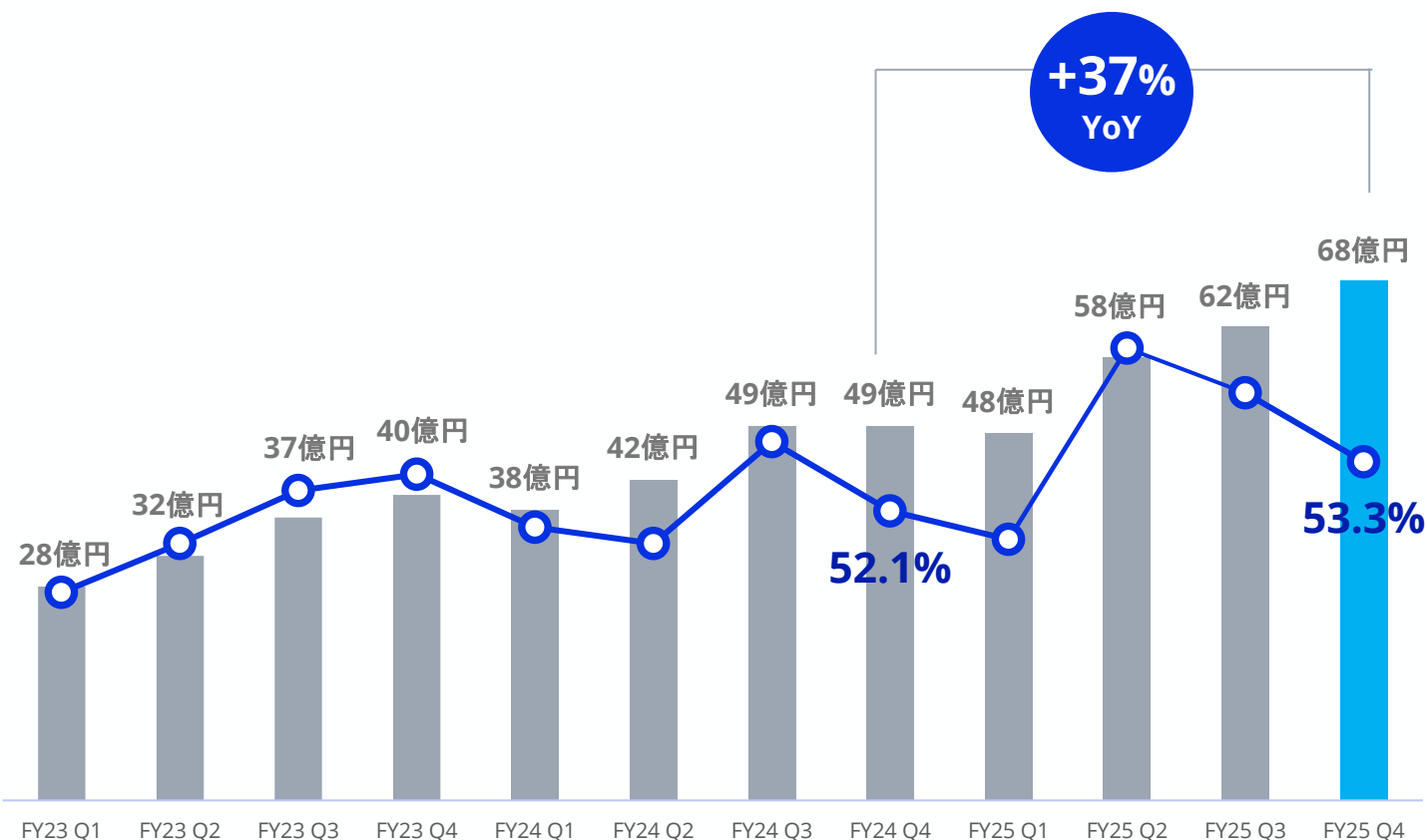
前年同期比**178%**の売上収益成長  
長期的な成長基盤の構築に向け、引き続き主要顧客に注力



# 売上総利益

- 売上総利益は、高利益率製品の構成比拡大と継続的な技術革新による利益率の改善により、前期比37%増の68億円と過去最高を更新。
- 戦略的な製品の試験運用により、持続的かつ長期的な利益率の拡大を見込む。

## 売上総利益(日本円) & マージン



### FY25 Q4 売上総利益率の主な変動要因

#### ポジティブ要因

- ▶ 高利益率製品の構成比拡大
- ▶ アルゴリズム改善を含む、技術革新によるポジティブな影響

#### ネガティブ要因

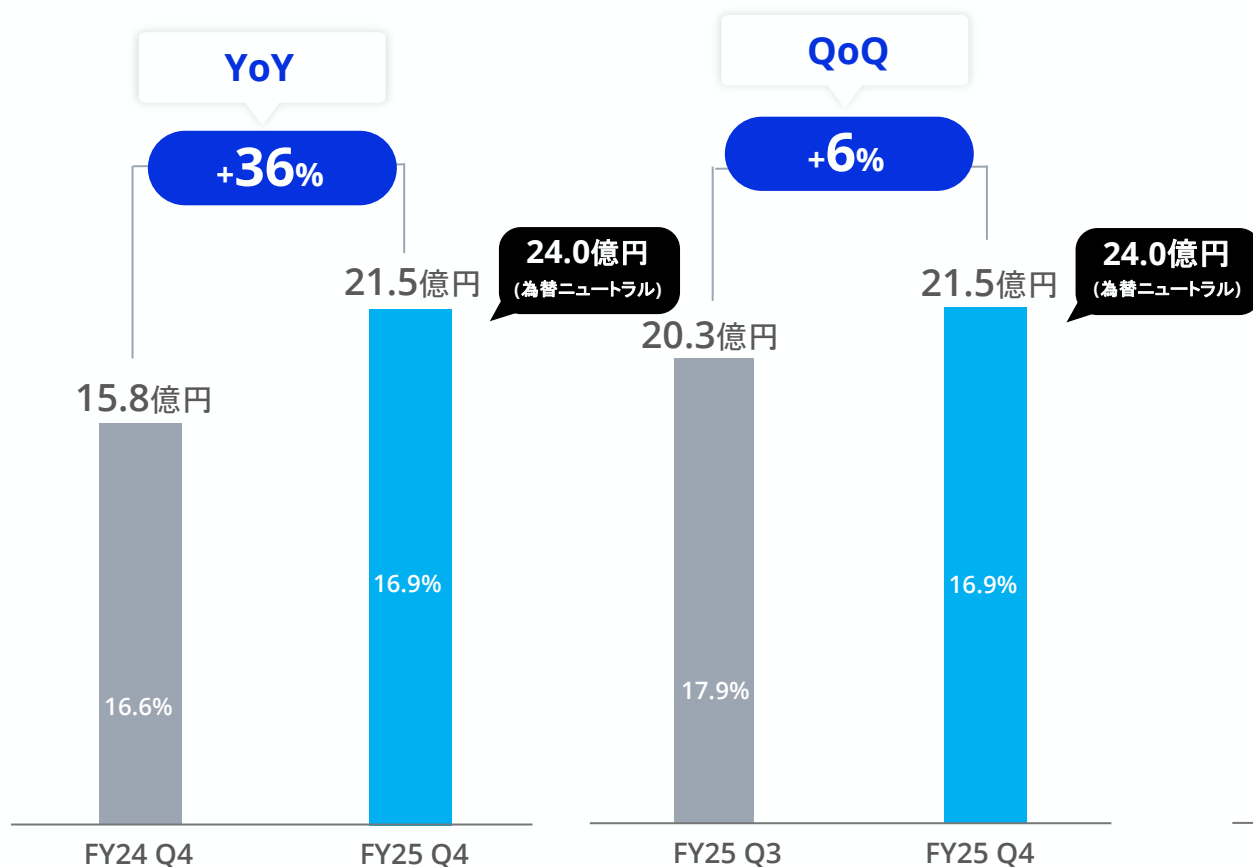
- ▶ 長期的な視点での持続的な利益率拡大を目的とした、戦略的な製品の試験運用コスト



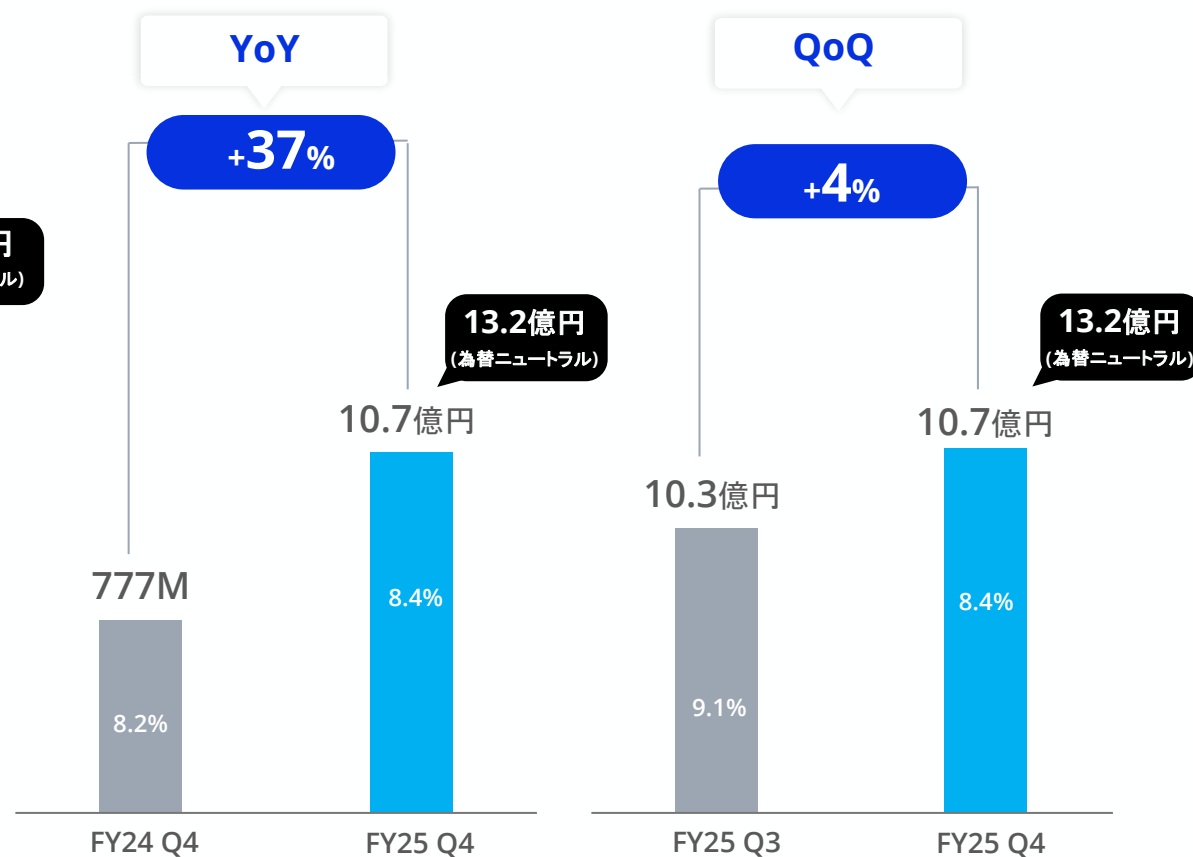
# EBITDA & 営業利益

- 力強い売上収益成長と売上総利益率の改善が、M&Aに伴う営業費用の増加や為替の逆風を効果的に吸収し、EBITDAおよび営業利益は前期比拡大。
- 既存事業における継続的なオペレーティング・レバレッジの改善により、今後も持続的な利益拡大を見込む。

## EBITDA<sup>(1)</sup> & マージン(日本円)



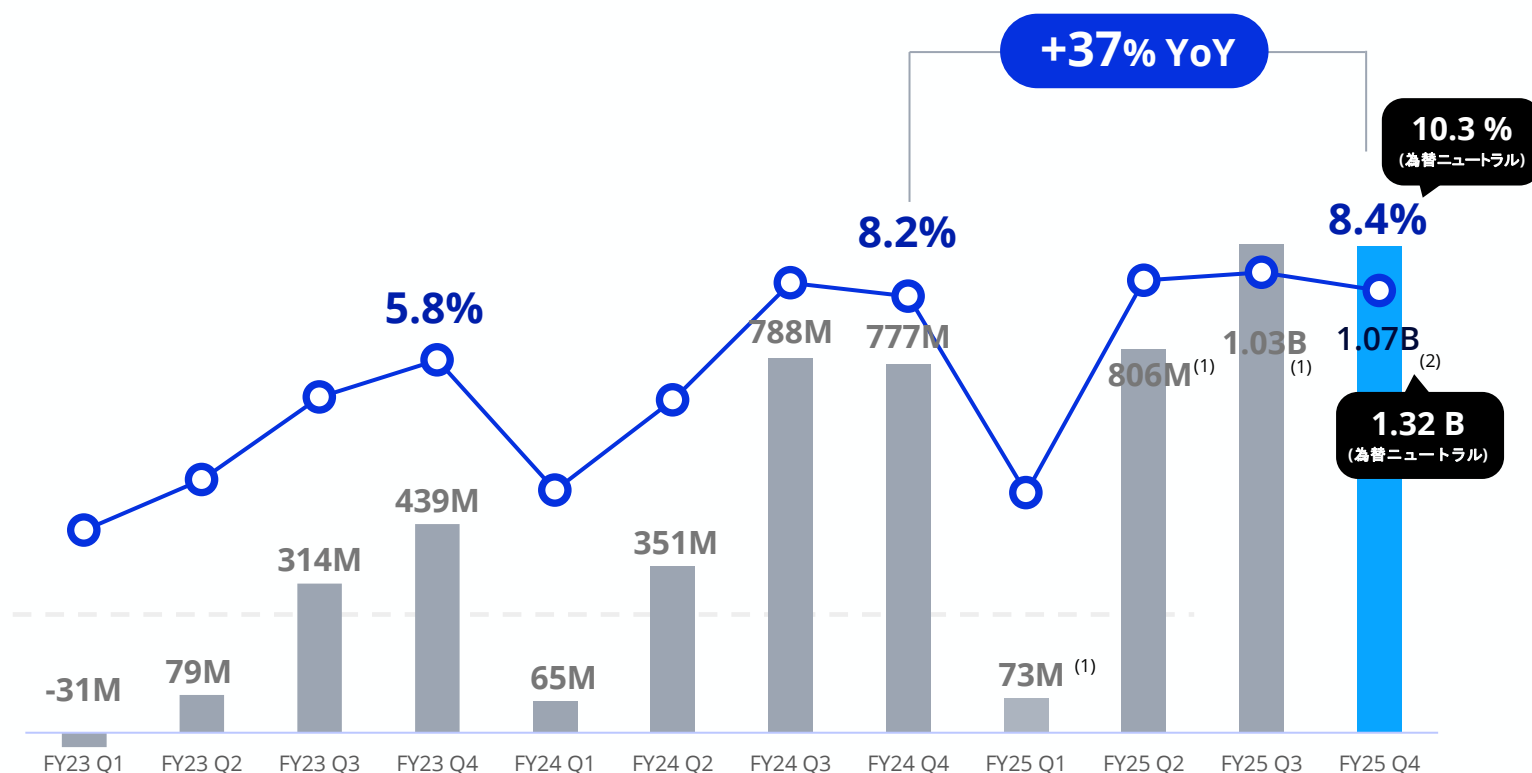
## 営業利益 & 利益率(日本円)



# 営業利益

- 営業利益は、過去最高の10.7億円（為替ニュートラルベースで12.4億円）を記録し、営業利益率は8.4%（為替ニュートラルベースで10.3%）に改善。
- 既存事業における生産性の向上を背景としたオペレーティング・レバレッジの強化により、為替の逆風やAdCreative.aiの連結に伴う営業費用の増加を効果的に吸収。

## 営業利益 & 利益率（日本円）



## FY25 Q4 営業利益率の主な変動要因

### 前年同期比 (YoY)

- ▶ 売上総利益率の改善
- ▶ 生産性向上による既存事業のオペレーティング・レバレッジの改善
- ▶ AdCreative.aiの連結に伴う営業費用の増加
- ▶ 為替の逆風

### 前四半期比 (QoQ)

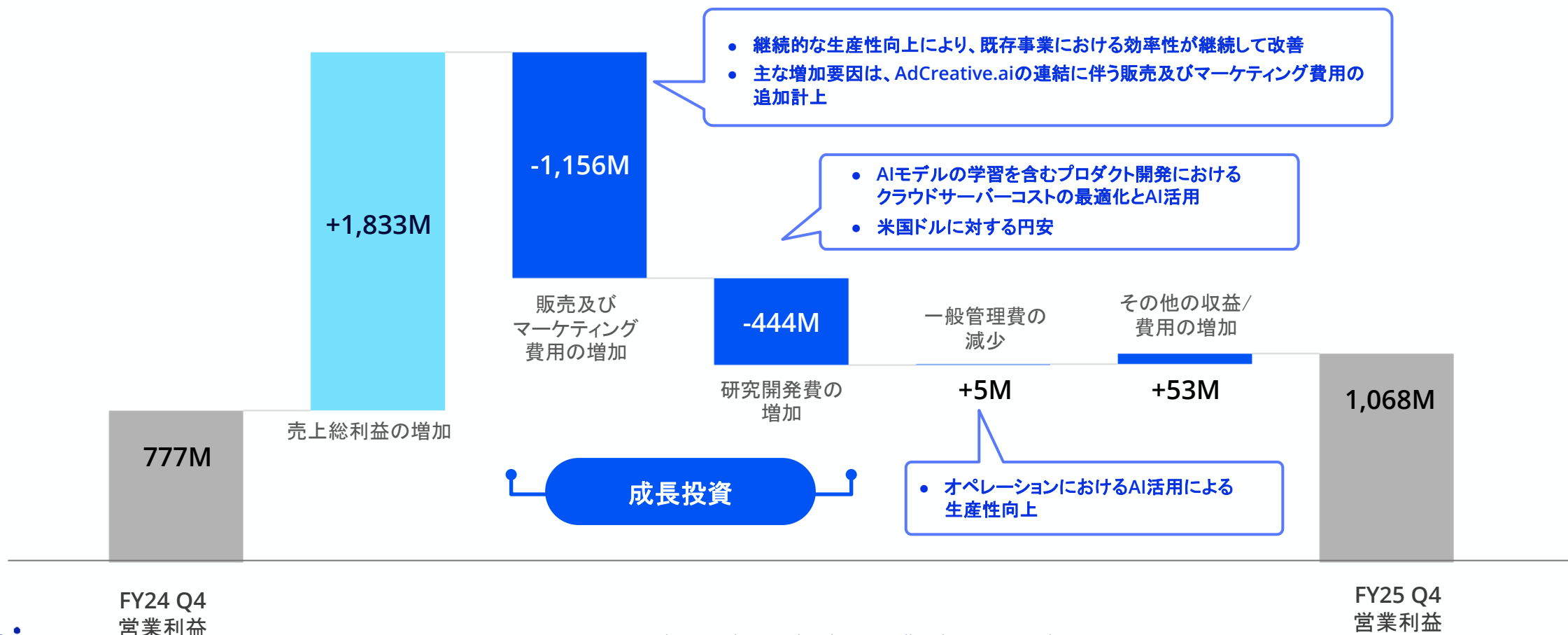
- ▶ オペレーション効率の改善
- ▶ 売上総利益率の低下

(1) FY25 Q1、Q2、及びQ3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、868百万円、及び1,069百万円  
(2) FY25 Q4の営業利益は、AdCreative.ai買収に伴う一時的な取引費用22百万円を含む。これを除くと、FY25 Q4の営業利益は1,090百万円

# 2025 Q4 営業利益の拡大

- 営業利益の成長は、事業拡大と生産性の向上によって牽引され、AdCreative.aiの統合に伴う販売及びマーケティング費用への投資を効果的に吸収。
- 持続的な売上収益モメンタムに加え、費用対効果の高い戦略的投資を通じて、力強い利益成長を達成。

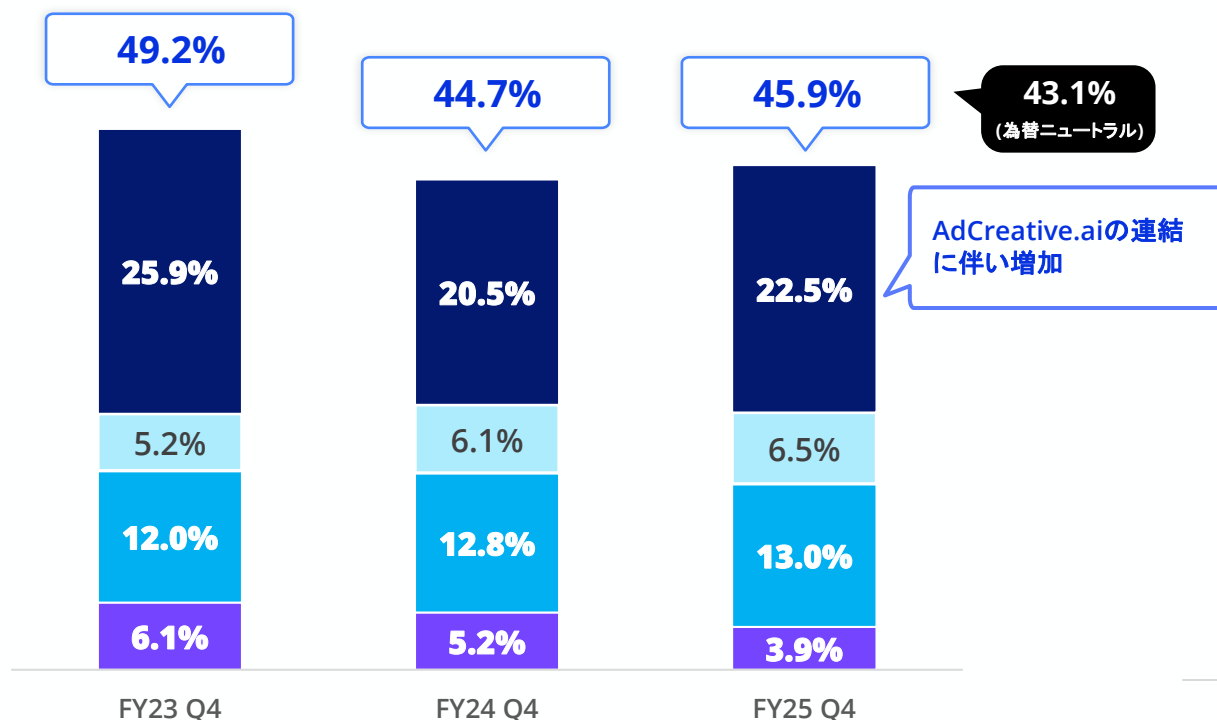
## 営業利益の変動(日本円)



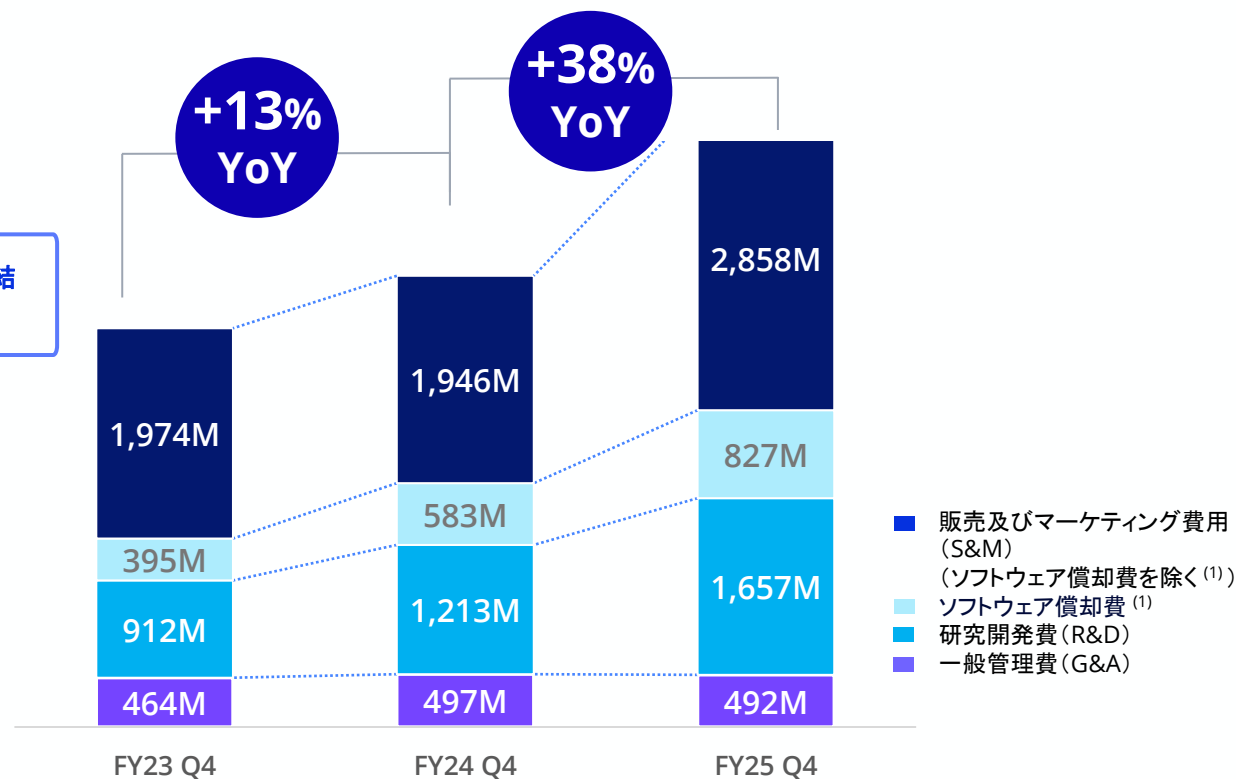
# 規律ある営業費用

- 営業費用の対売上収益比率および前期比増加率は、主にAdCreative.aiの連結に伴う販売及びマーケティング費用の増加や為替の逆風により、わずかに上昇。
- 規律あるコスト管理とAI活用による生産性の向上を背景に、既存事業におけるオペレーティング・レバレッジは継続的に改善。

## Q4 コスト構造(対売上収益比率)



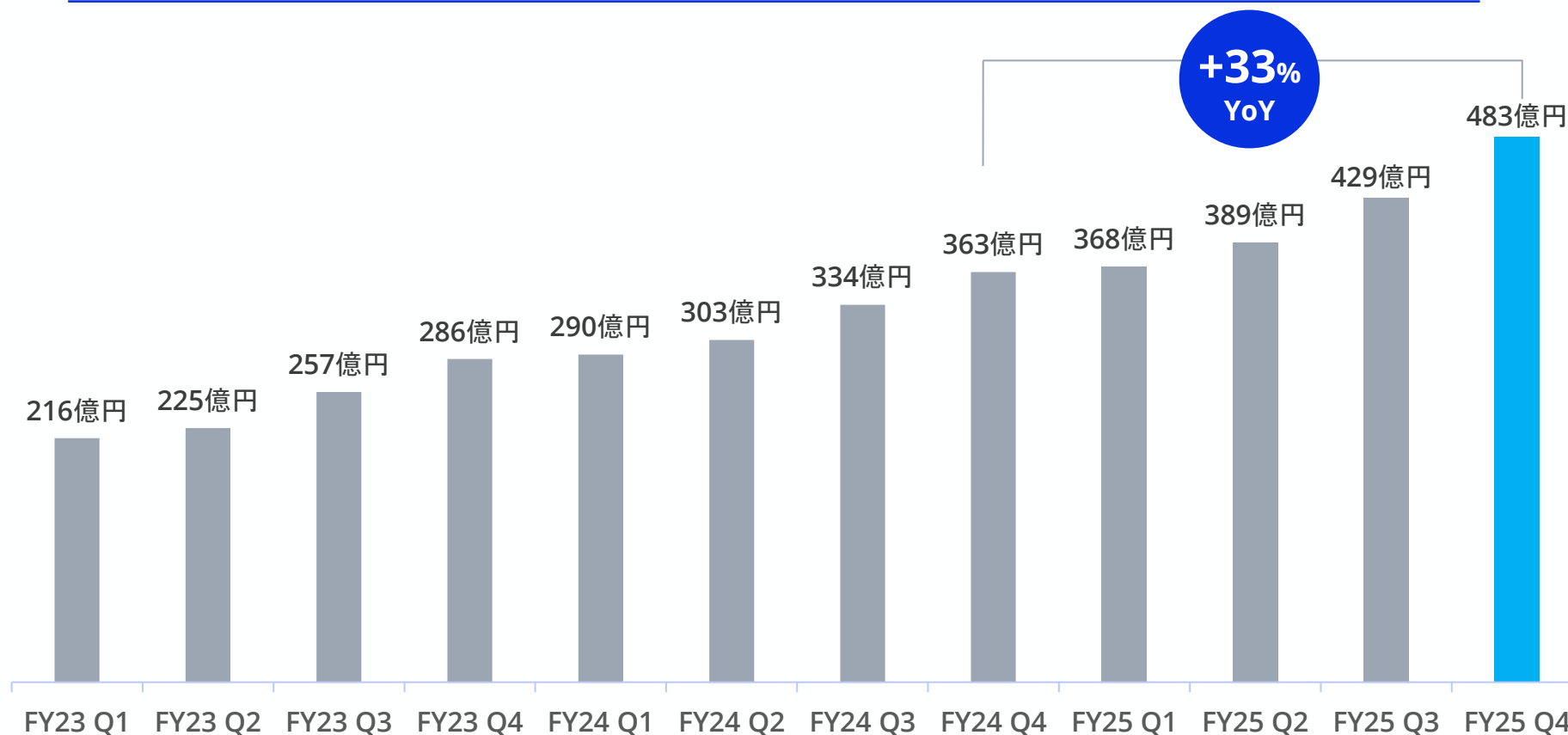
## Q4 営業費用(日本円)



# 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

## ARR<sup>(1)</sup> (日本円)

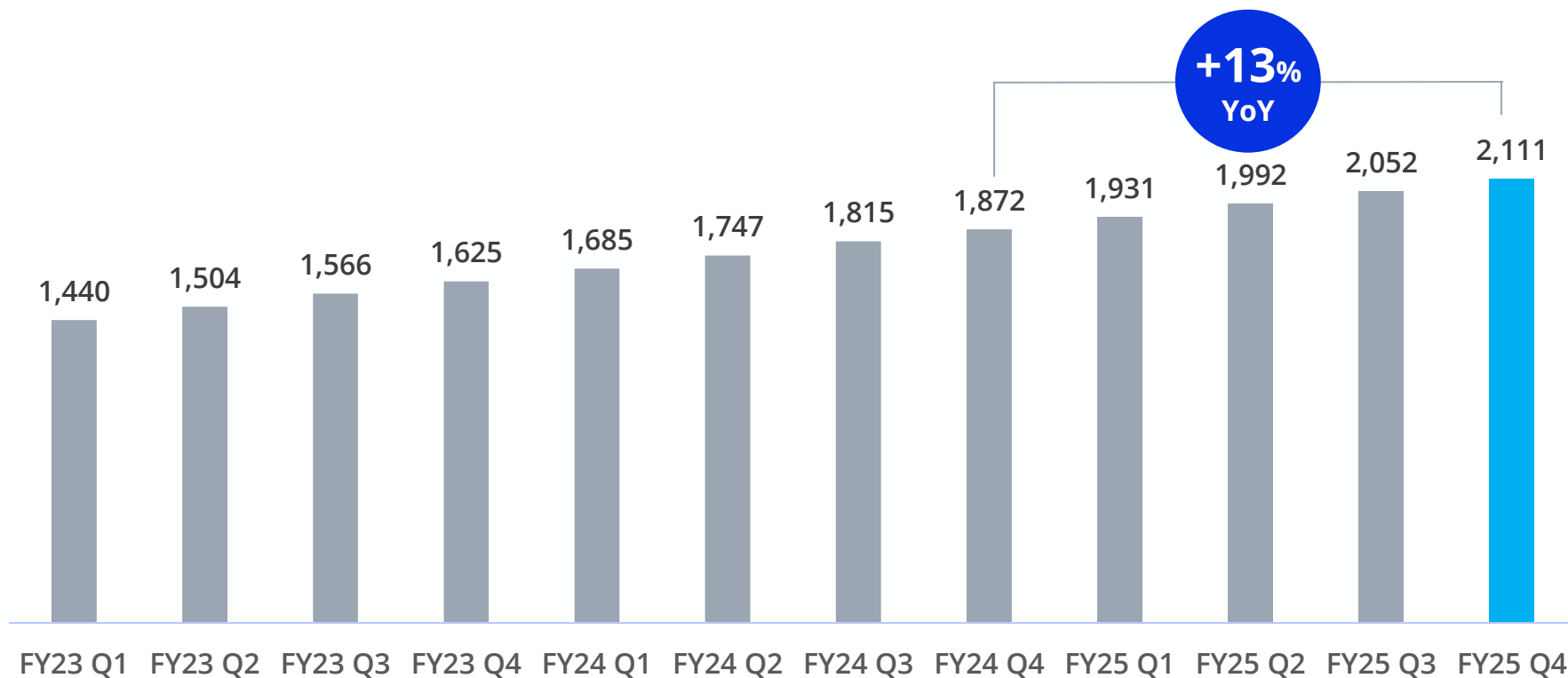


(1)各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション（AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie、AIRIS）についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益（MRR）に12を掛けて算出 (ii)広告クラウドとAdCreative.aiの特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益（MRR）の平均に12を掛けて算出

# 顧客企業数の四半期推移

- 売上収益規模の最大化を目指し、戦略的に大規模なエンタープライズ顧客を優先しつつ、四半期ごとの着実な顧客数の増加を実現。

## 顧客企業数<sup>(1)</sup>

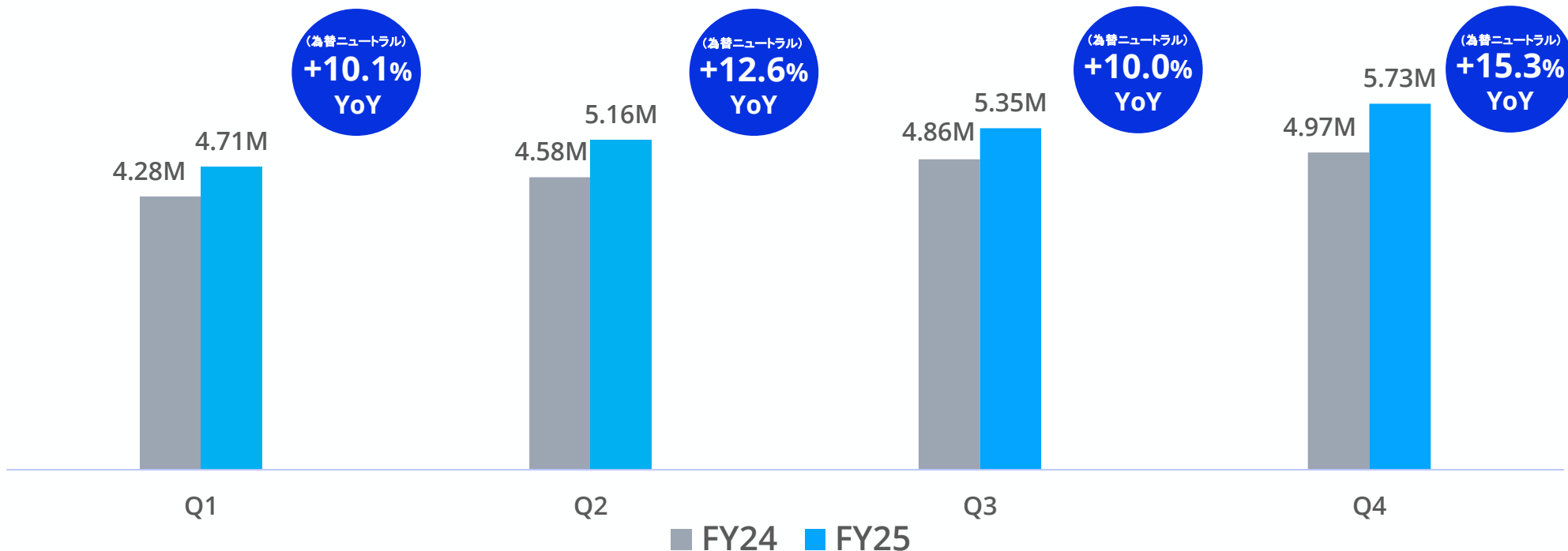


(1)「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、単発利用、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。AdCreative.aiのみを利用している顧客は含まない。

# 顧客当たり平均売上収益(ARPC)の四半期推移

- 2025年第4四半期のARPCの前年同期比成長率は、為替ニュートラルベースで15.3%に到達。
- 主に既存顧客の健全な拡大と、ARPCを長期的に成長させる可能性の高い大規模なエンタープライズ顧客の獲得に戦略的に注力し続けていることが要因。

## 顧客当たり平均売上収益(ARPC)の四半期推移<sup>(1)</sup> (日本円)

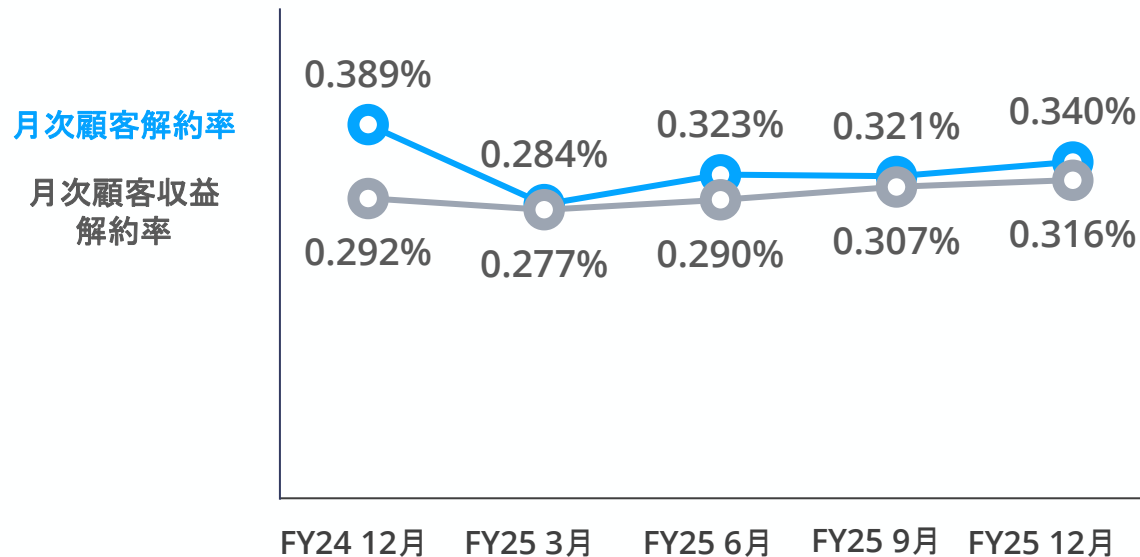


(1) 「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、単発利用、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。AdCreative.aiのみを利用している顧客は含まない。

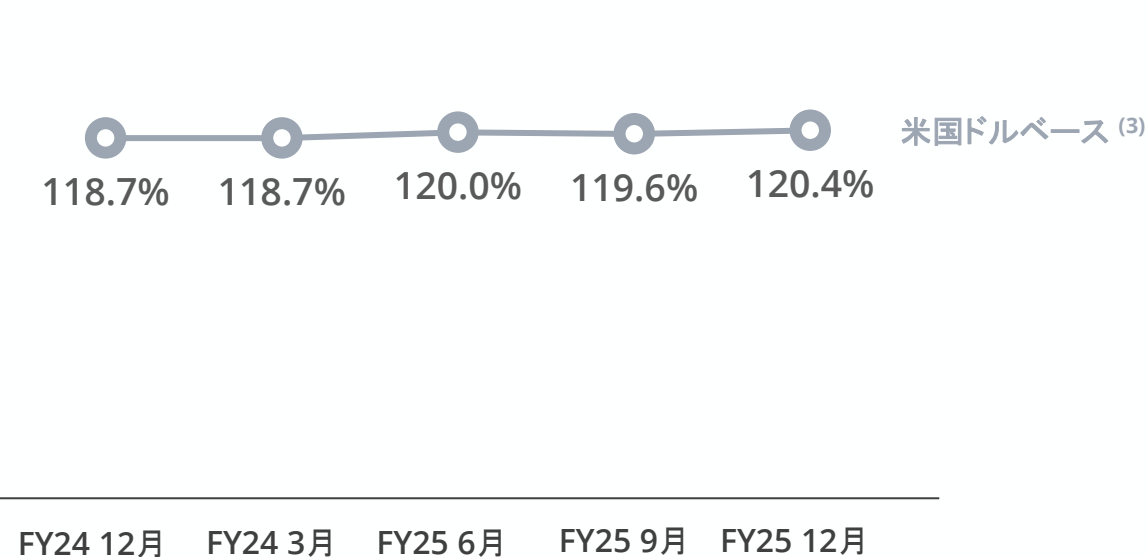
# 強固な顧客ロイヤリティ: 低い解約率と高いNRR

- 当社のソリューションが高い活用水準にあり確かなROIを提供していることを反映し、顧客解約率は低水準を維持。
- 主要顧客の健全な成長を背景に、米国ドルベースの直近12か月のNRRは120.4%と高い水準を維持。

直近12か月の月次顧客解約率<sup>(1)</sup>及び  
月次顧客収益解約率<sup>(2)</sup>



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

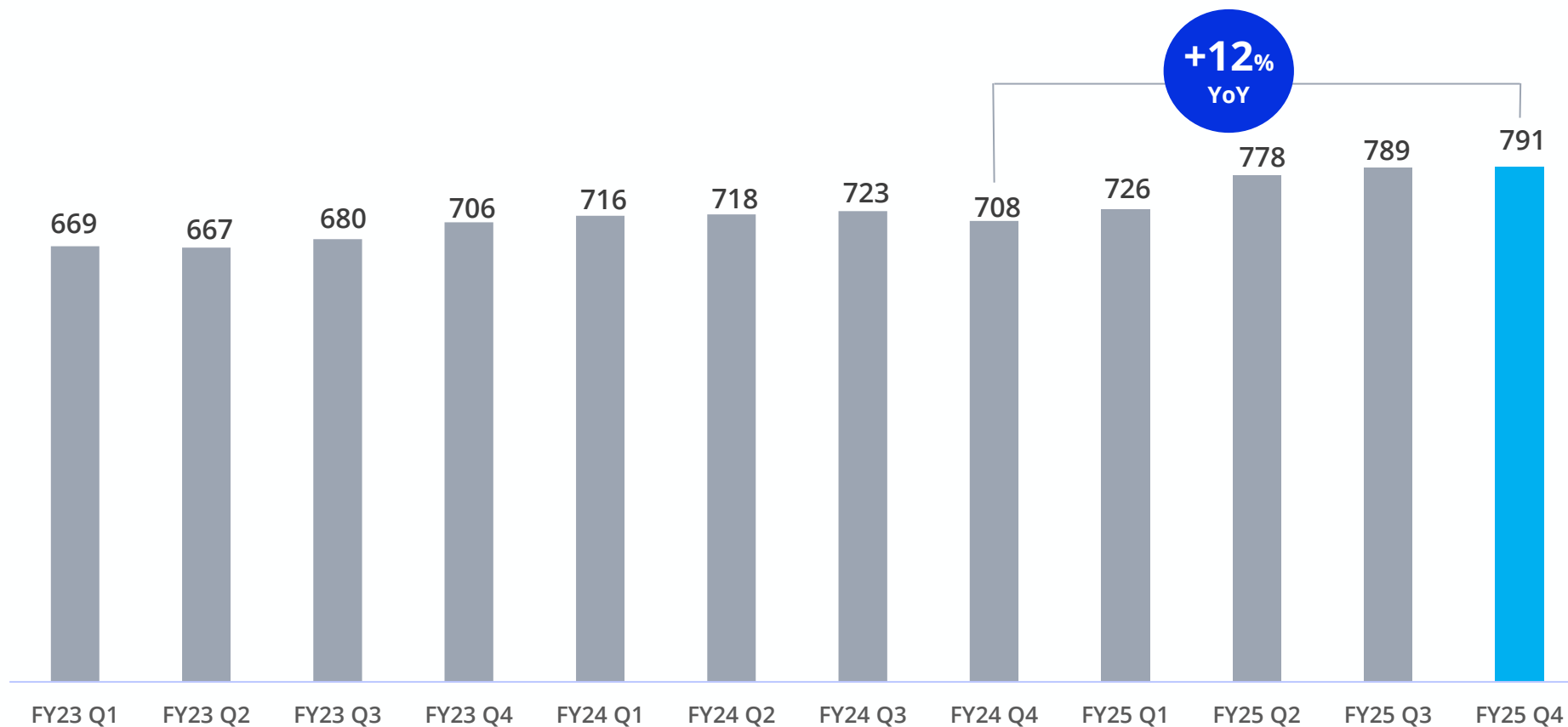
(4) 上記計算にはBotBonnie、Woopra、AdCreative.aiの顧客は含まれていない



# 人材獲得への戦略的投資

- FY25 Q4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めて、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。

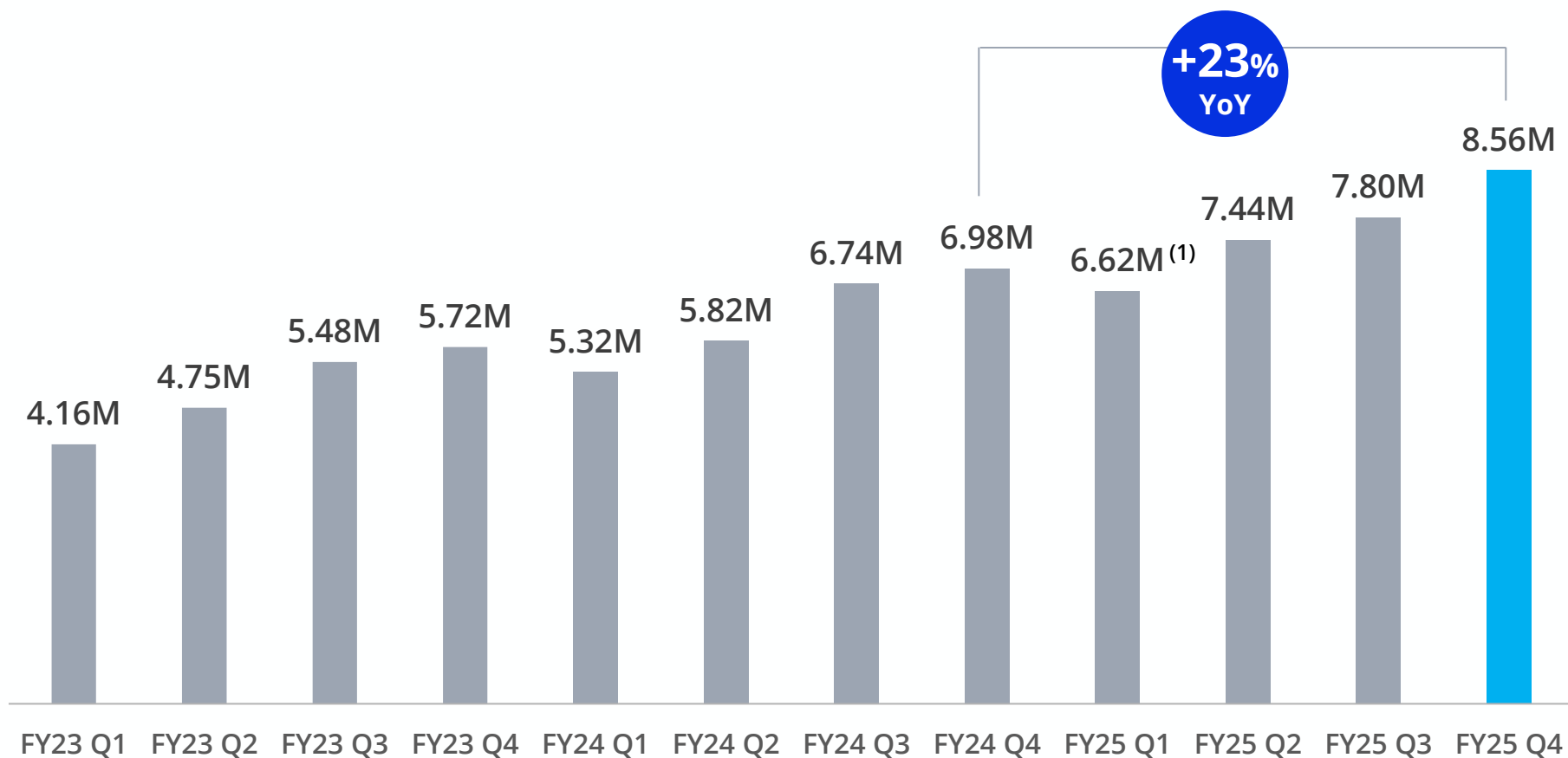
## 従業員数



# 生産性の改善

- 生産性が一段と改善した結果、2025年第4四半期の1人当たり売上総利益は前年同期比23%増の856万円と過去最高を更新し、継続的な利益率の改善を牽引。

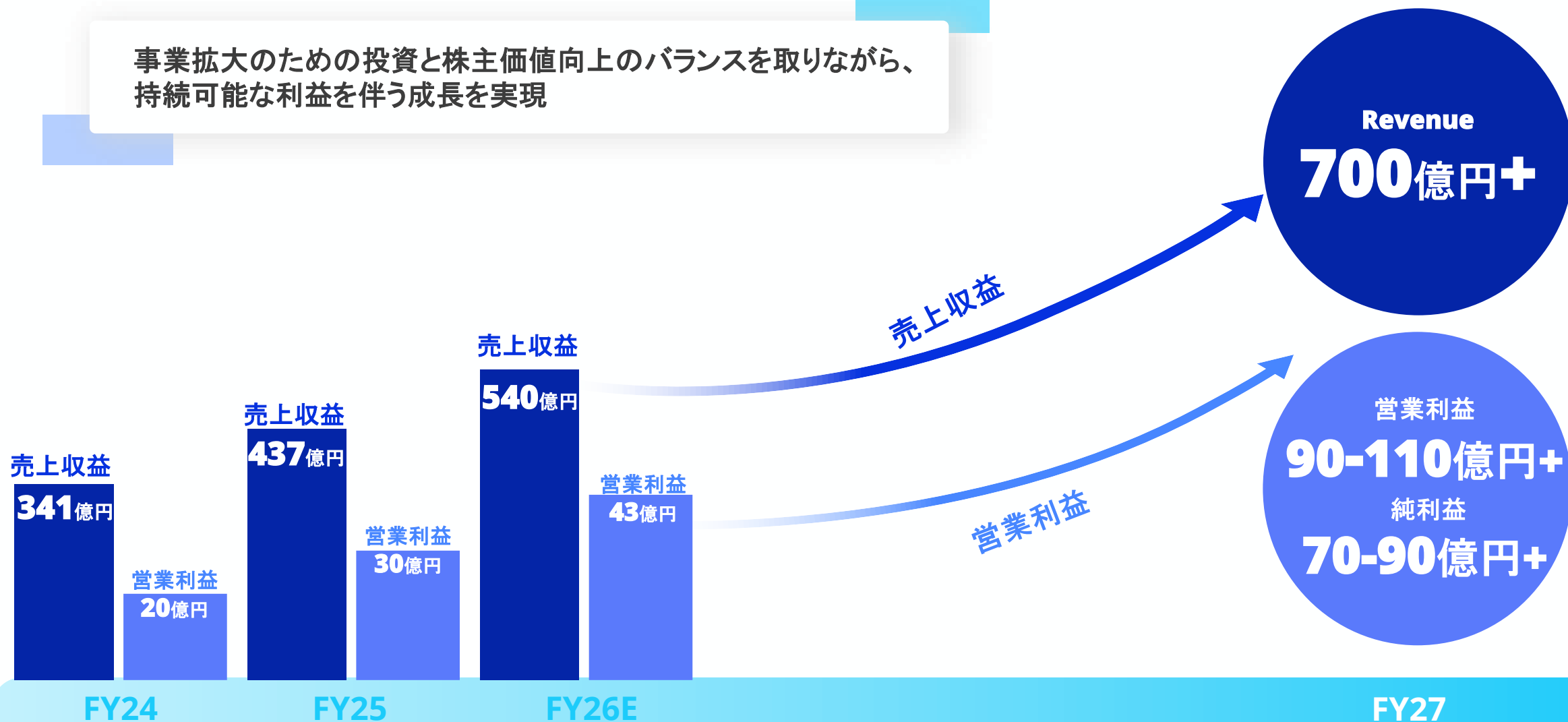
## 四半期売上総利益 / 従業員数(日本円)



# FY27 財務目標

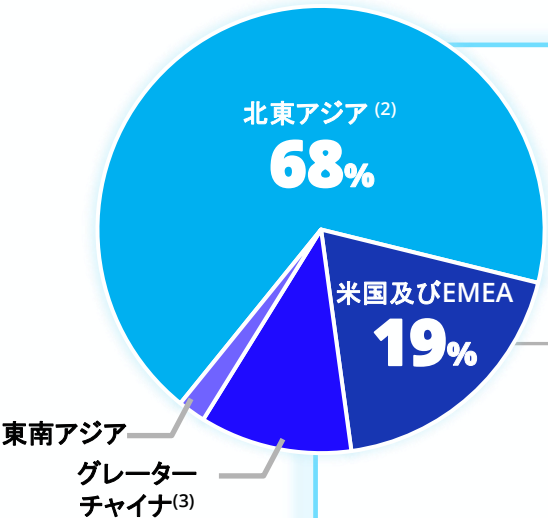
# FY27 中期見通し

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



# 主要重点地域における堅調な拡大

FY25 地域別  
売上収益比率 (1)



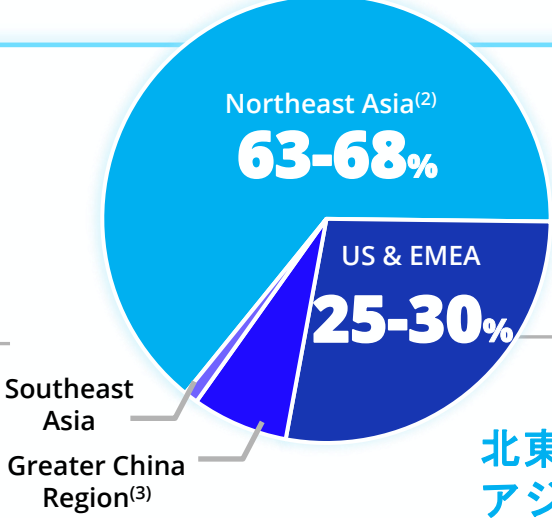
北東  
アジア

米国  
及び  
EMEA

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
- 
- 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

FY28E 地域別  
売上収益比率



北東  
アジア

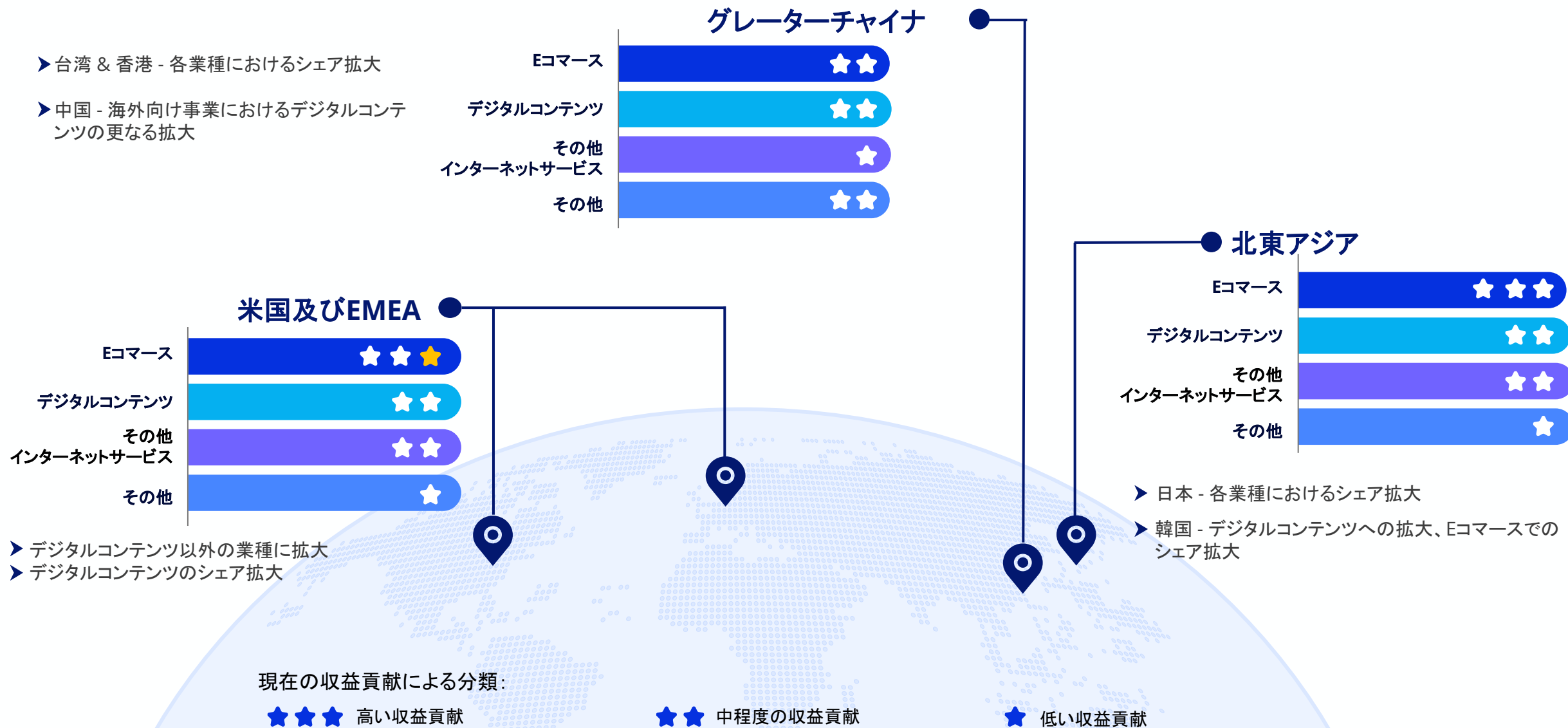
米国  
及び  
EMEA

2027

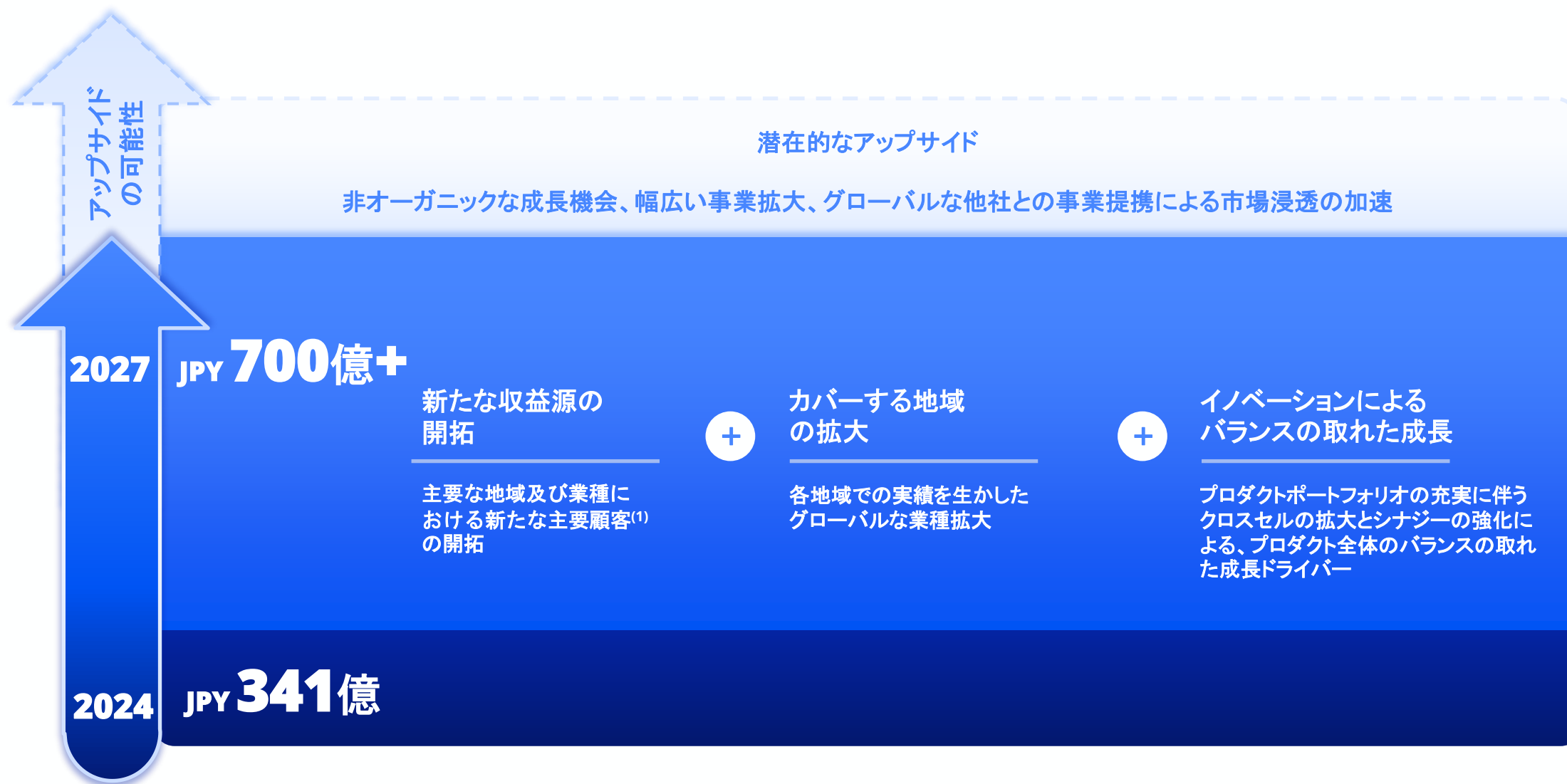
- +25-35% CAGR (4)
  - Eコマースとその他の業種によるバランスの取れた成長ドライバー
  - 多様な業種で新たな主要顧客を開拓
- 
- +35-45% CAGR (4)
  - Eコマースをもう一つの売上収益成長ドライバーに
  - 新たな主要顧客からの収益源を拡大

(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) グレーターチャイナは台湾、香港、及び中国を含む  
(4) FY24 からFY27への年平均成長率 (CAGR)

# 事業成長の見通し: 注力する地域・業種



# 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





# 財務データ

# 2025年 ハイライト

売上収益

JPY **437**億

売上収益成長率<sup>(1)</sup>

**+28%**

収益性

営業利益 JPY **30**億

EBITDA JPY **69**億

売上総利益成長率<sup>(2)</sup>

**+32%**

ARR<sup>(3)</sup>

JPY **483**億

LTM NRR<sup>(4)</sup>

**120.4%**

(1) FY24とFY25を比較した売上収益の成長率

(2) FY24とFY25を比較した売上総利益の成長率

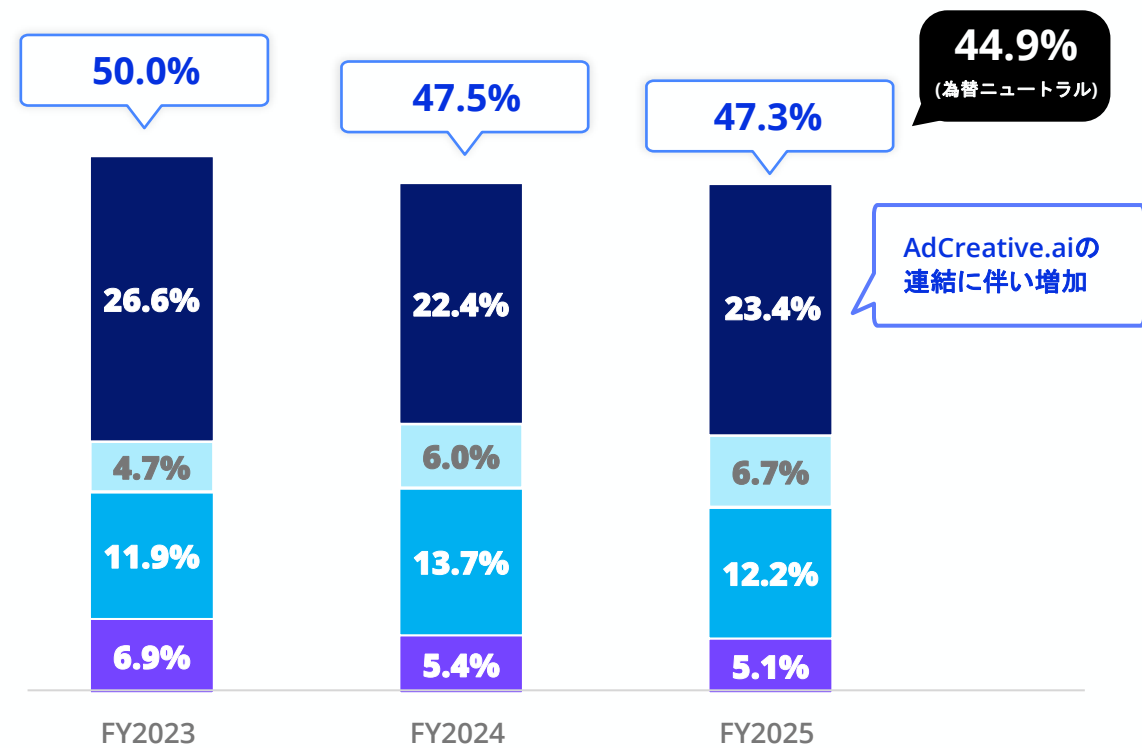
(3) 各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション(AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie、AIRIS)についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益(MRR)に12を掛けて算出 (ii)広告クラウドとAdCreative.aiの特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益(MRR)の平均に12を掛けて算出

(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

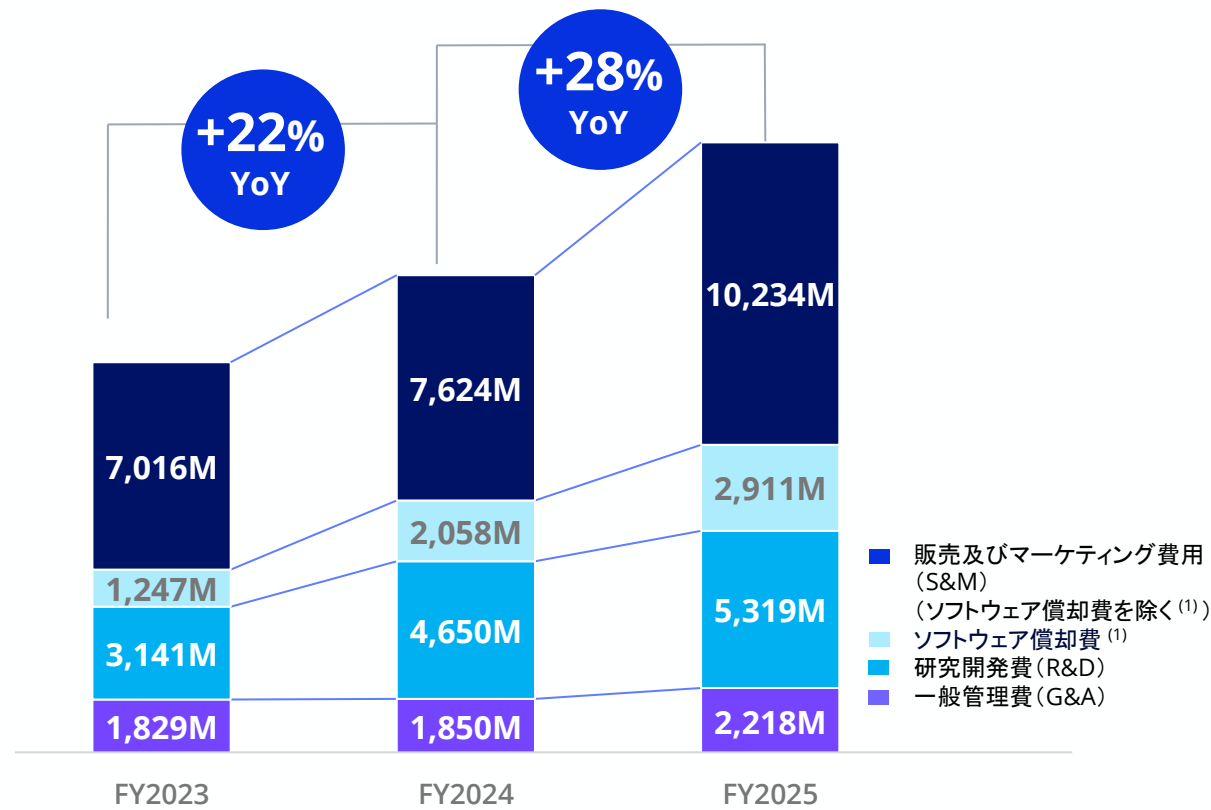
# 規律ある営業費用

- 営業費用の対売上収益比率は47.3%（一時的な買収関連費用を除く）に改善。為替ニュートラルベースでは、業務効率化を背景に、前期比2.6%ポイント改善し44.9%に到達。
- AdCreative.aiの連結に伴い営業費用は前期比28%増加したが、研究開発活動におけるAIを活用した効率化に伴う研究開発費の対売上収益比率の低下により相殺。

## 通期 コスト構造（対売上収益比率）



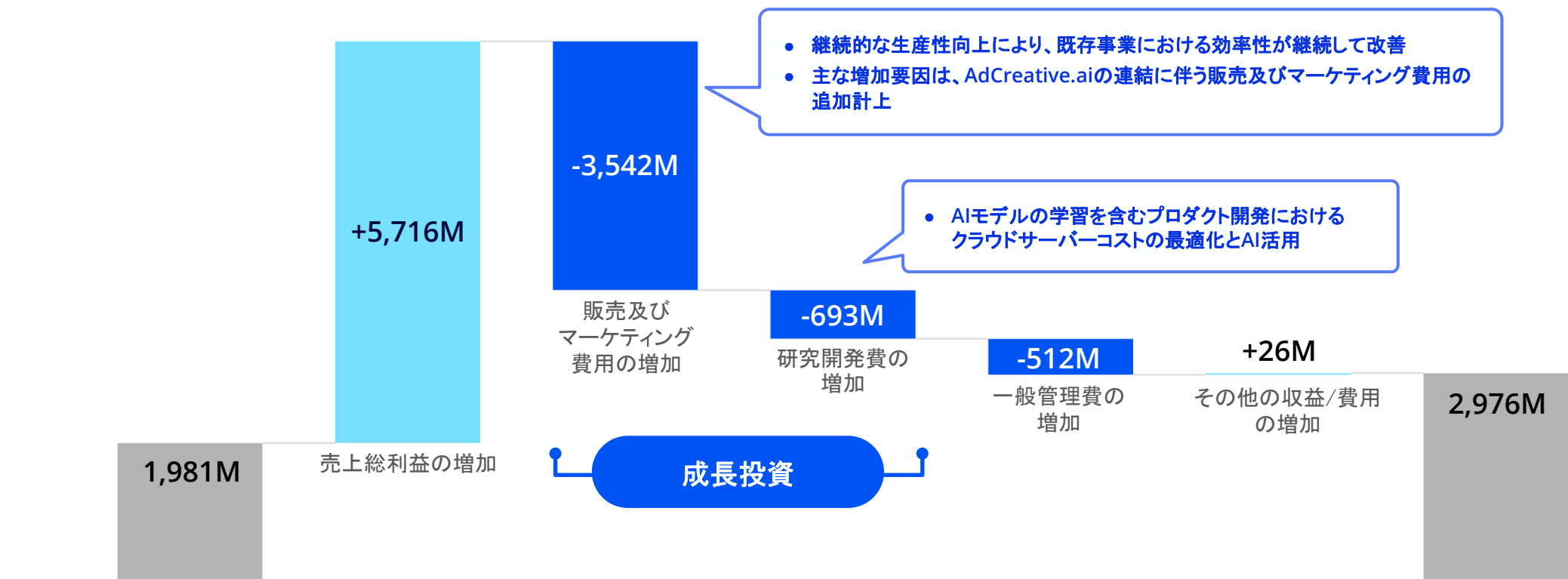
## 通期 営業費用（日本円）



# 2025年 営業利益の拡大

- 事業規模の拡大と生産性向上により、営業利益が拡大。  
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への投資を効果的に吸収。
- 持続的な売上収益モメンタムに加え、費用対効果の高い戦略的投資を通じて、力強い利益成長を達成。

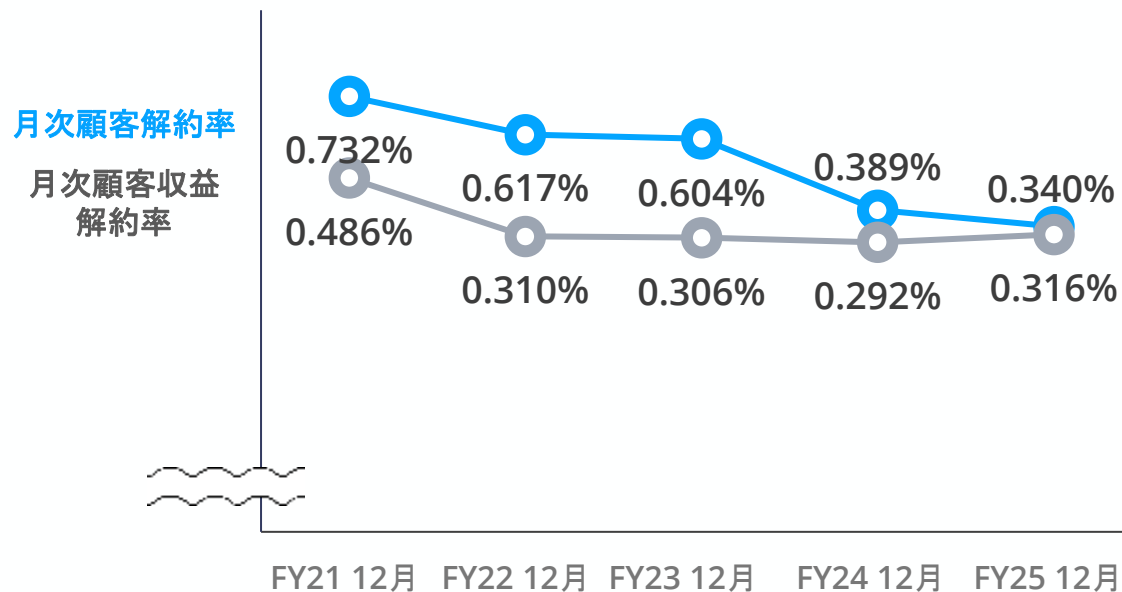
## 営業利益の変動(日本円)



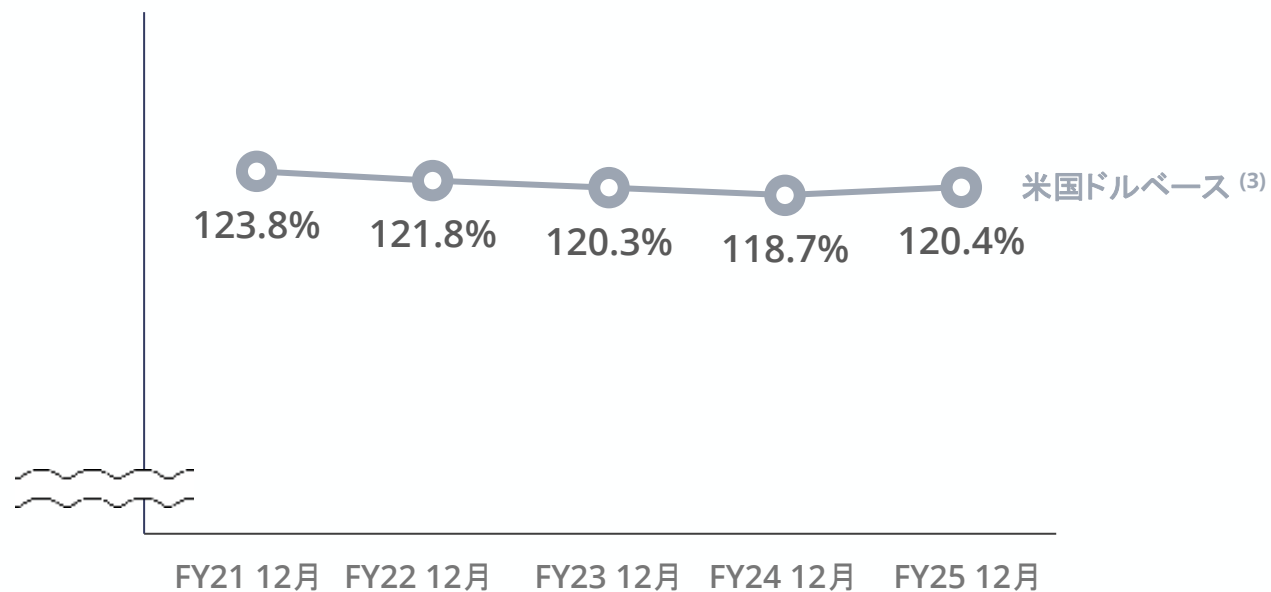
# 強固な顧客ロイヤリティ: 低い解約率と高いNRR

- 当社のソリューションが高い活用水準にあり確かなROIを提供していることを反映し、顧客解約率は低水準かつ低下傾向を維持。
- 主要顧客の健全な成長を背景に、米国ドルベースの直近12か月のNRRは120.4%と高い水準を維持。

直近12か月の月次顧客解約率<sup>(1)</sup>及び  
月次顧客収益解約率<sup>(2)</sup>



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

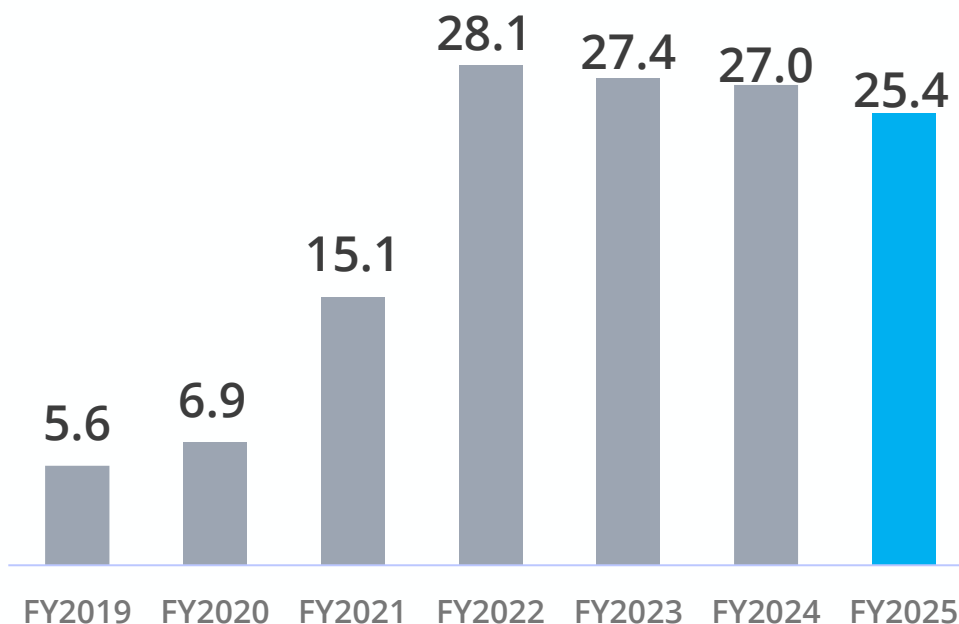
(3) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益(米国ドル建て)を、前年同期の当該顧客からの売上収益(米国ドル建て)で除して算出

(4) 上記計算にはBotBonnie、Woopra、AdCreative.aiの顧客は含まれていない

# LTV/CAC: 一貫して高い事業効率を維持

- 効率的な顧客の獲得と定着を背景に、LTV/CACは25.4と優れた投資回収効率を維持。
- 顧客満足度の向上に伴う主要顧客への浸透によりLTVが改善。  
この上昇傾向は、大規模なエンタープライズ顧客に対する戦略的な顧客獲得費用投資の有効性を示す。

LTV/CAC<sup>(1)</sup>



## LTV +6%

主要顧客への浸透によるARPCの拡大

顧客収益解約率 +8% YoY

顧客当たり売上総利益 +14% YoY

## CAC +12%

大規模なエンタープライズ顧客への注力

新規顧客獲得費用 +10% YoY

新規顧客獲得数 -2% YoY

(1) LTV(顧客生涯価値): (i)各事業年度に獲得した新規顧客の米国ドル建て顧客当たり平均売上収益に当該事業年度の売上総利益率を乗じ、(ii)当該事業年度における顧客収益解約率で除して算出。  
CAC(顧客獲得コスト): (i)人件費や福利厚生費を含む対顧客活動に関連するあらゆる営業及びマーケティング費用の米国ドル建ての合計値を(ii)当該事業年度の新規獲得顧客数(M&Aによる増加を除く)で除して算出。

# 財務データサマリー

## 連結損益計算書

(単位: 百万円)

	2023	2024	2025	YoY	2024 Q4 3ヵ月	2025 Q4 3ヵ月	YoY
売上収益	26,418	34,057	43,737	28.4%	9,483	12,701	33.9%
売上原価	(12,710)	(16,255)	(20,219)		(4,545)	(5,930)	
売上総利益	13,708	17,802	23,518	32.1%	4,938	6,771	37.1%
売上総利益率	51.9%	52.3%	53.8%		52.1%	53.3%	
販売及びマーケティング費用	(8,263)	(9,682)	(13,224)		(2,529)	(3,685)	
対売上収益比率	31.3%	28.4%	30.2%		26.7%	29.0%	
研究開発費	(3,141)	(4,650)	(5,343)		(1,213)	(1,657)	
対売上収益比率	11.9%	13.7%	12.2%		12.8%	13.0%	
一般管理費	(1,829)	(1,850)	(2,362)		(497)	(492)	
対売上収益比率	6.9%	5.4%	5.4%		5.2%	3.9%	
その他の収益	334	390	417		86	146	
その他の費用	(9)	(29)	(30)		(8)	(15)	
営業利益	801	1,981	2,976		777	1,068	
営業利益率	3.0%	5.8%	6.8%		8.2%	8.4%	
金融収益	547	448	162		92	39	
金融費用	(285)	(367)	(464)		(107)	(117)	
税引前利益	1,063	2,062	2,674		762	990	
法人所得税費用	(61)	865	(116)		925	(93)	
当期利益	1,002	2,927	2,558		1,687	897	
基本的1株当たり当期利益(円)	9.85	28.70	25.14		16.53	8.81	
希薄化後1株当たり当期利益(円)	9.75	28.47	24.99		16.45	8.79	

# 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
現金及び現金同等物	6,134	5,496	11,734
定期預金	8,004	6,727	2,569
その他の金融資産(流動資産) <sup>(1)</sup>	4,940	5,794	6,051
<b>手元流動性</b>	<b>19,078</b>	<b>18,017</b>	<b>20,354</b>
売上債権 <sup>(2)</sup>	5,355	9,361	15,369
その他の流動資産	496	621	839
流動資産合計	24,929	27,999	36,562
使用权資産(リース資産) <sup>(3)</sup>	2,686	2,197	1,492
のれん及び無形資産 <sup>(4)(5)</sup>	9,347	12,528	20,539
繰延税金資産 <sup>(6)</sup>	190	1,117	1,085
その他の非流動資産	700	796	819
非流動資産合計	12,923	16,638	23,935
<b>資産合計</b>	<b>37,852</b>	<b>44,637</b>	<b>60,497</b>

(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、繰延欠損金に係る繰延税金資産を計上したことにより増加

(単位: 百万円)	2023	2024	2025
契約負債、営業債務	2,610	3,524	5,853
その他の債務 <sup>(7)(8)</sup>	2,546	2,736	5,935
リース負債 <sup>(3)(9)</sup>	2,747	2,279	1,570
借入金	600	1,500	9,541
その他	258	283	449
<b>負債合計</b>	<b>8,761</b>	<b>10,322</b>	<b>23,348</b>
株主資本 <sup>(10)</sup>	22,963	25,153	27,656
その他の資本の構成要素 <sup>(11)</sup>	6,128	9,162	9,493
<b>資本合計</b>	<b>29,091</b>	<b>34,315</b>	<b>37,149</b>

(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
営業活動によるキャッシュ・フロー	(A)	2,224	1,929	3,273
運転資本の増減を除く営業CF		2,950	4,828	6,601
運転資本の増減		(726)	(2,899)	(3,328)
投資活動によるキャッシュ・フロー		1,971	(2,241)	(4,332)
無形資産の取得による支出	(B)	(3,229)	(4,191)	(5,034)
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	4,079
その他の金融資産(流動資産) <sup>(2)</sup> の取得、売却		(817)	(78)	(25)
その他 <sup>(4)</sup>		(186)	(59)	(53)
財務活動によるキャッシュ・フロー		(2,250)	(792)	7,041
現金及び現金同等物の為替変動による影響		385	466	256
現金及び現金同等物の増減額		2,330	(638)	6,238
現金及び現金同等物の期末残高		6,134	5,496	11,734
コア・フリー・キャッシュ・フロー <sup>(1)</sup>	(A)+(B)	(1,005)	(2,262)	(1,761)

(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

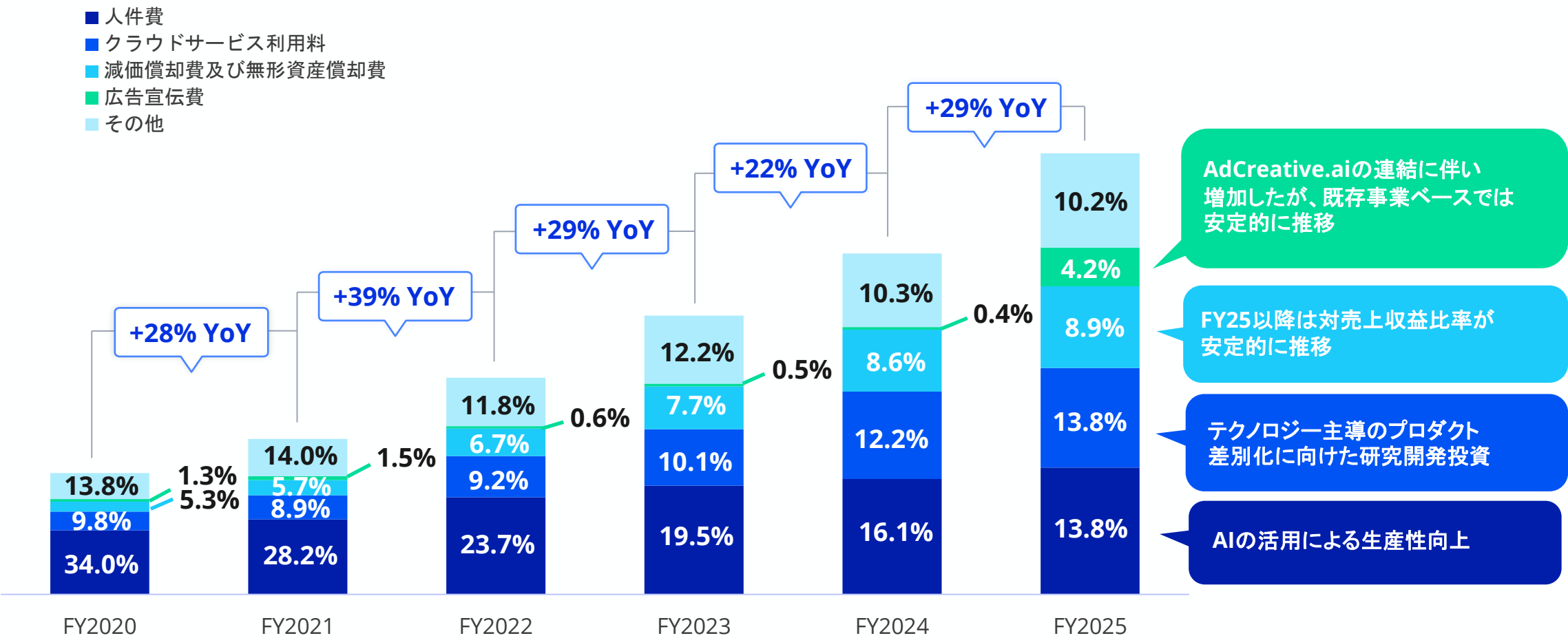
## 手元流動性の変動

(単位: 百万円)

	2023	2024	2025
手元流動性の残高	19,078	18,017	20,354
現金及び現金同等物	6,134	5,496	11,734
定期預金	8,004	6,727	2,569
その他の金融資産(流動資産) <sup>(2)</sup>	4,940	5,794	6,051
手元流動性の変動	(2,235)	(1,061)	2,337
コア・フリー・キャッシュ・フロー <sup>(1)</sup>	(1,005)	(2,262)	(1,761)
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 <sup>(3)</sup>	(186)	(59)	(53)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(2,250)	(792)	7,041
その他の金融資産(流動資産) <sup>(2)</sup> の公正価値評価	253	300	265
為替変動による影響	1,336	1,752	144
現金及び現金同等物の為替変動による影響	385	466	256
定期預金の為替変動による影響	656	810	(79)
その他の金融資産(流動資産) <sup>(2)</sup> の為替変動による影響	294	476	(33)

# 営業費用の主な構成要素

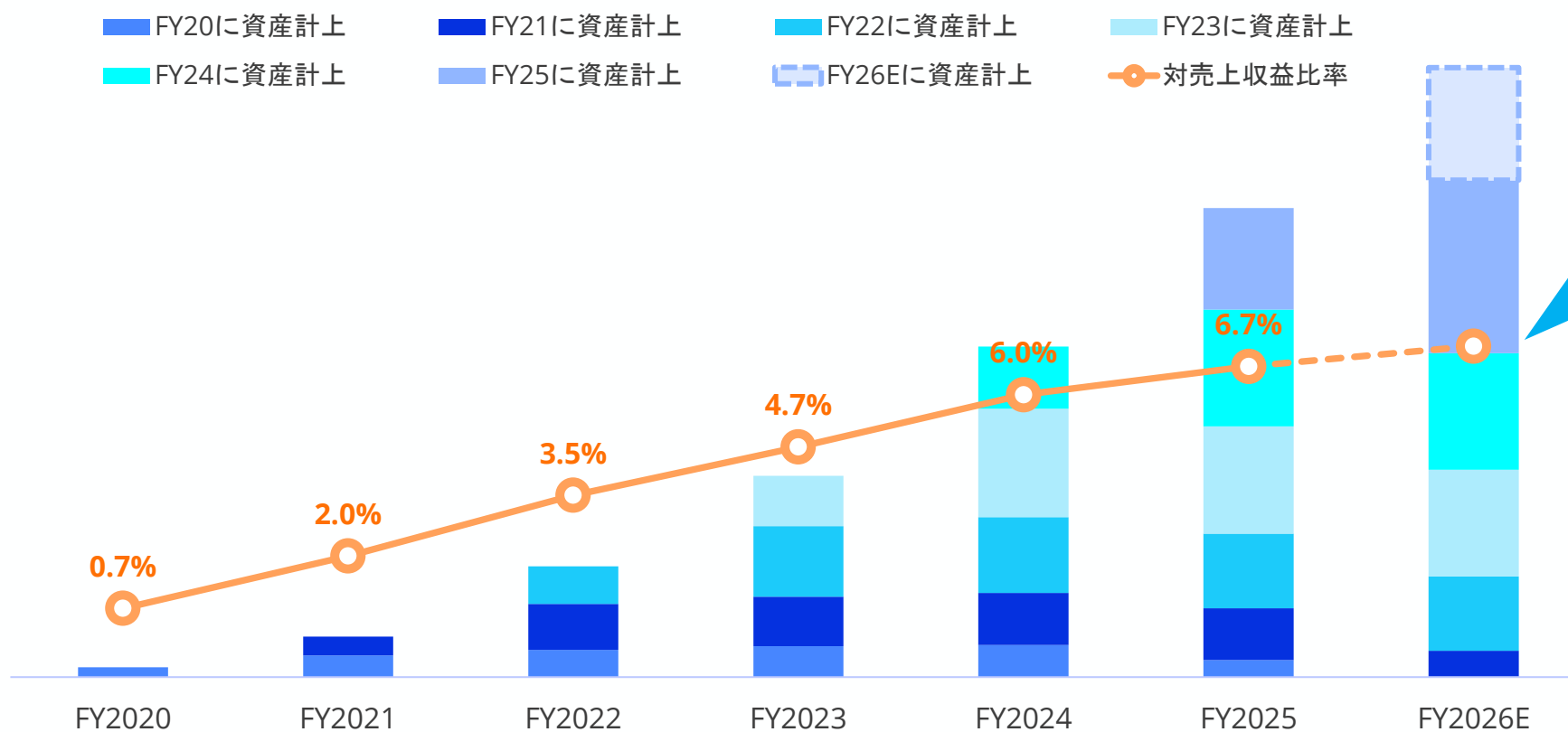
営業費用(百万円)& 対売上収益比率



# 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



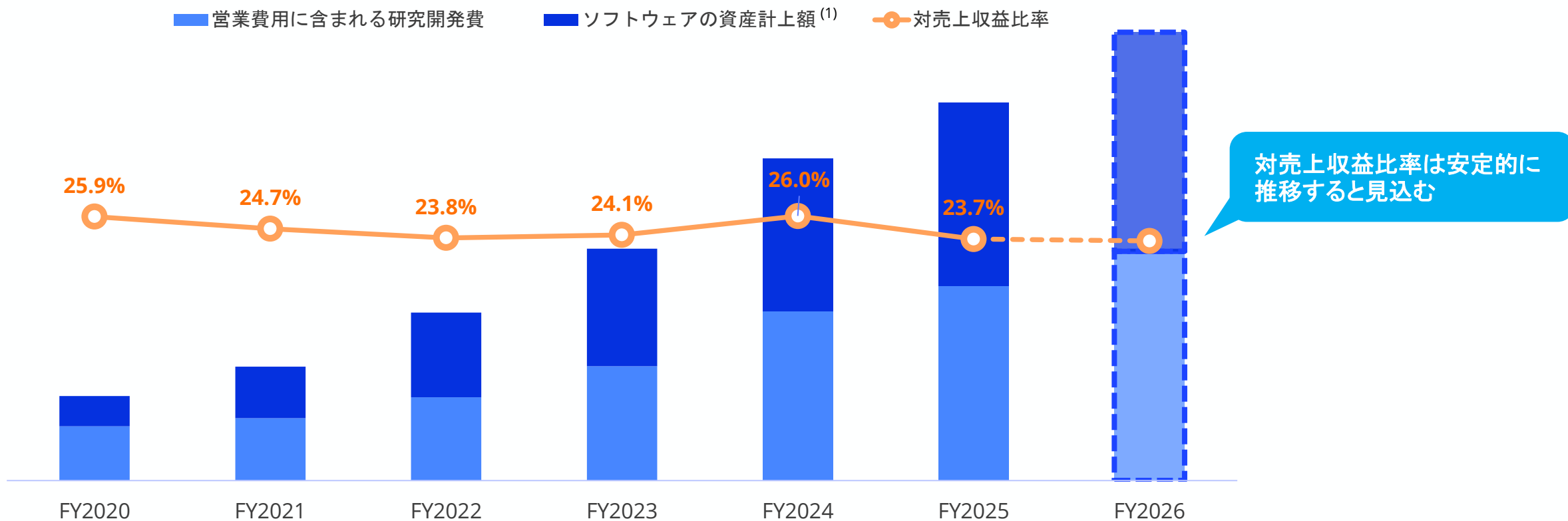
ソフトウェア償却費の  
対売上収益比率はFY25以降  
安定的に推移すると見込む

(1) The calculation of software-amortization-to-revenue ratio from FY24 to FY25 includes the software capitalization amount from FY24 to FY25.

# 研究開発投資

- AaaSにおけるリーダーシップを強固にするため、業種特化型の自律型AIモデルへの投資を継続。  
一方、研究開発投資の対売上収益比率は、テクノロジー主導の効率化により安定的に推移すると見込む。

## 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。

# 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**

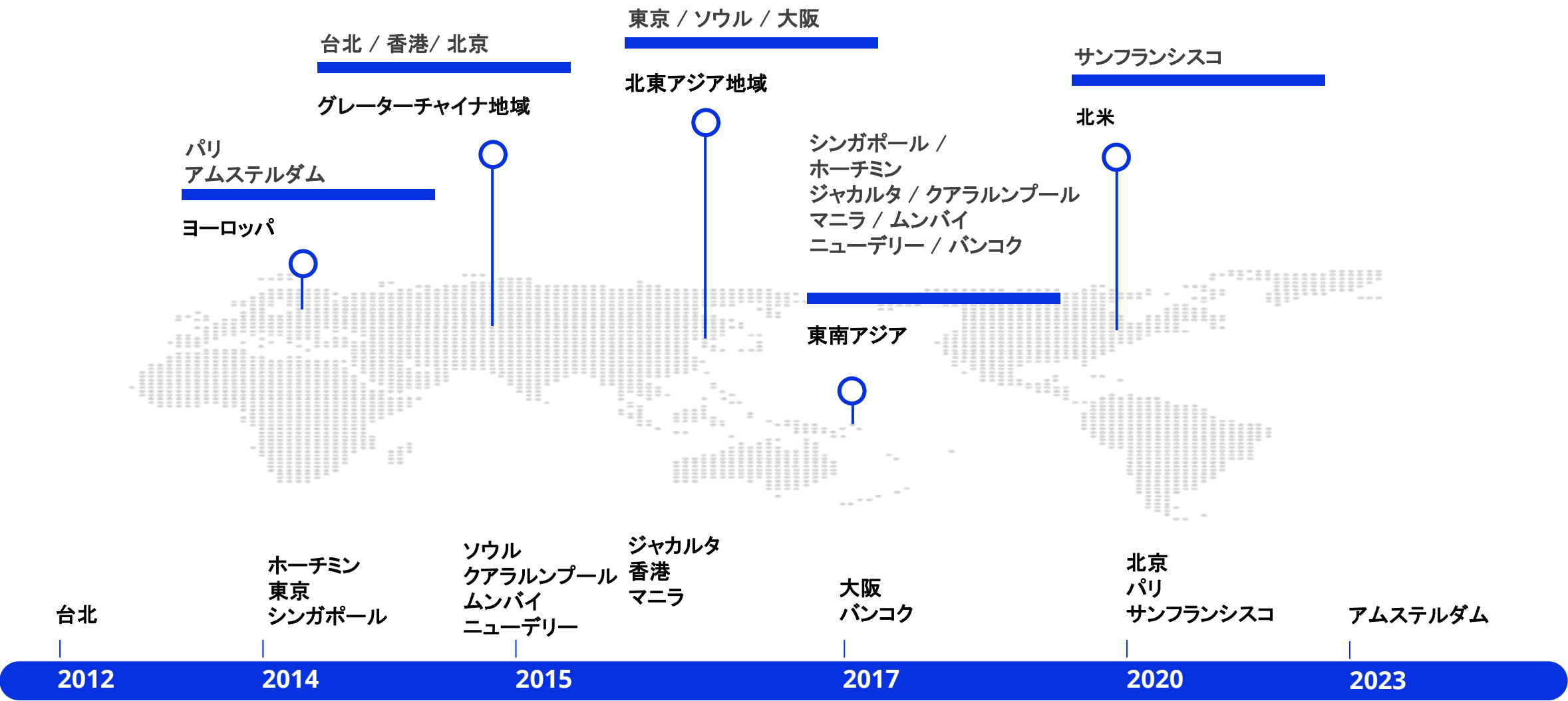
Gartner  
(2017)

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



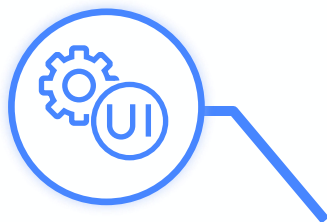


# AIによる事業運営の変革

## 生成AIによる 製品の差別化

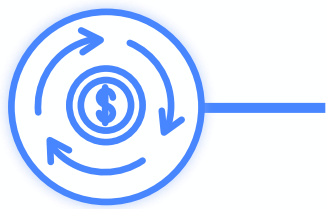
### ROIドライバー

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  
エージェントモード)



### 生産性の向上

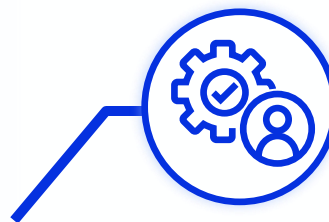
ノーコードかつAIを活用した  
プログラミングで効率性を向上  
(パーソナライゼーションクラウド)



## 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



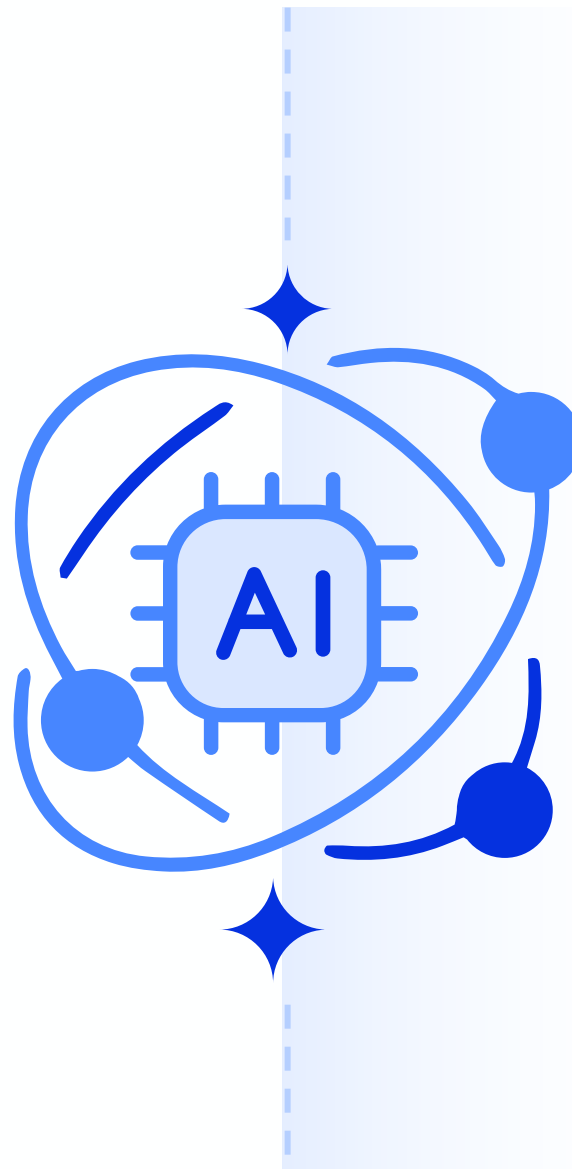
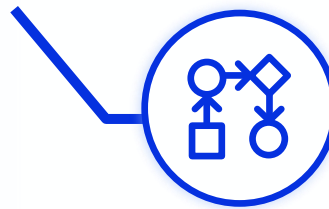
### 顧客マネジメント

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

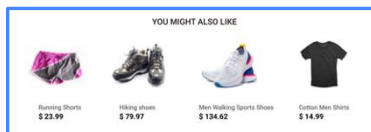
## ファーストパーティデータのみを活用

- 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



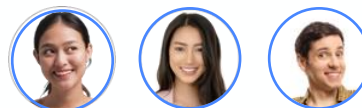
リアルタイムでユーザーの好みを予測



リアルタイムのAI レコメンデーション

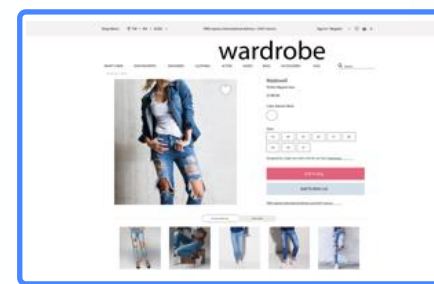


リアルタイムで行動パターンを学習



価値のあるユーザーを発見

## サードパーティデータを活用



サードパーティクッキーマッピングに  
基づく広告コンテンツの配信



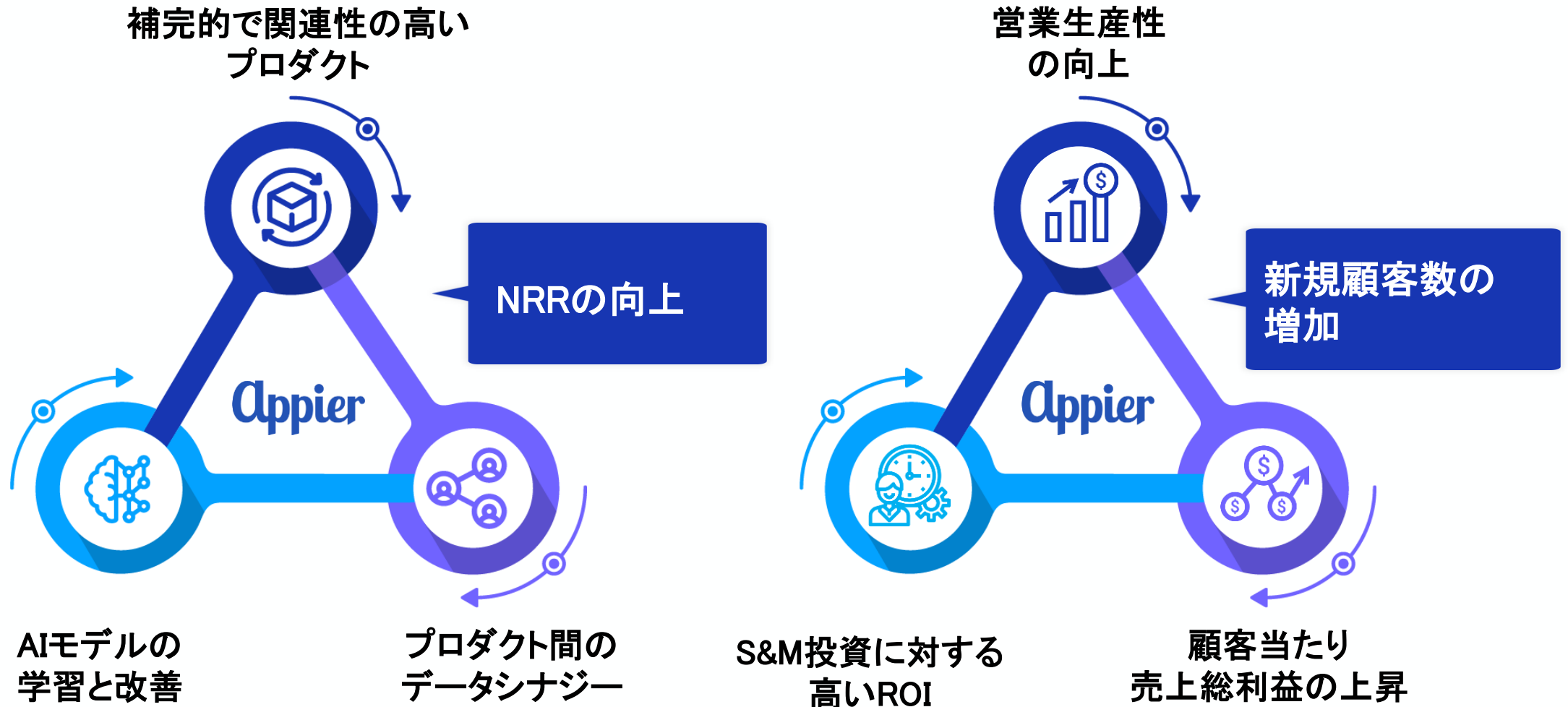
サードパーティ  
IDの同期



サードパーティ  
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

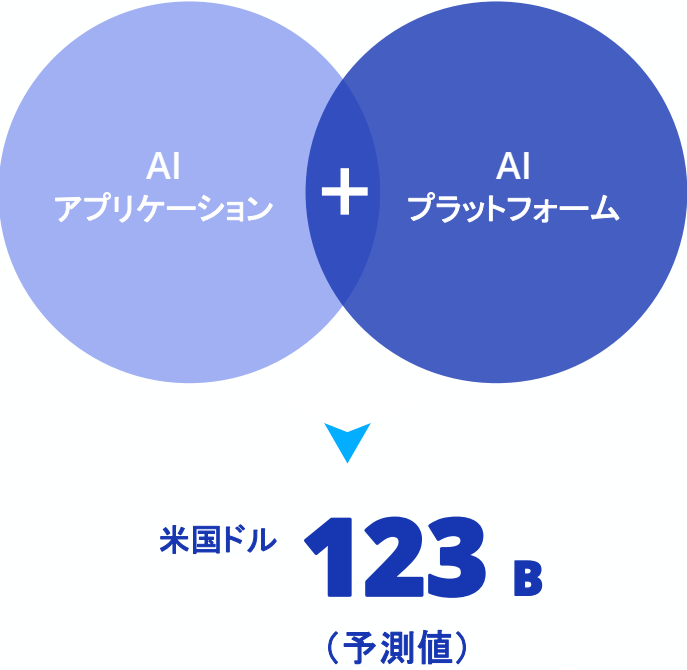
### より高い事業の安定性

- 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

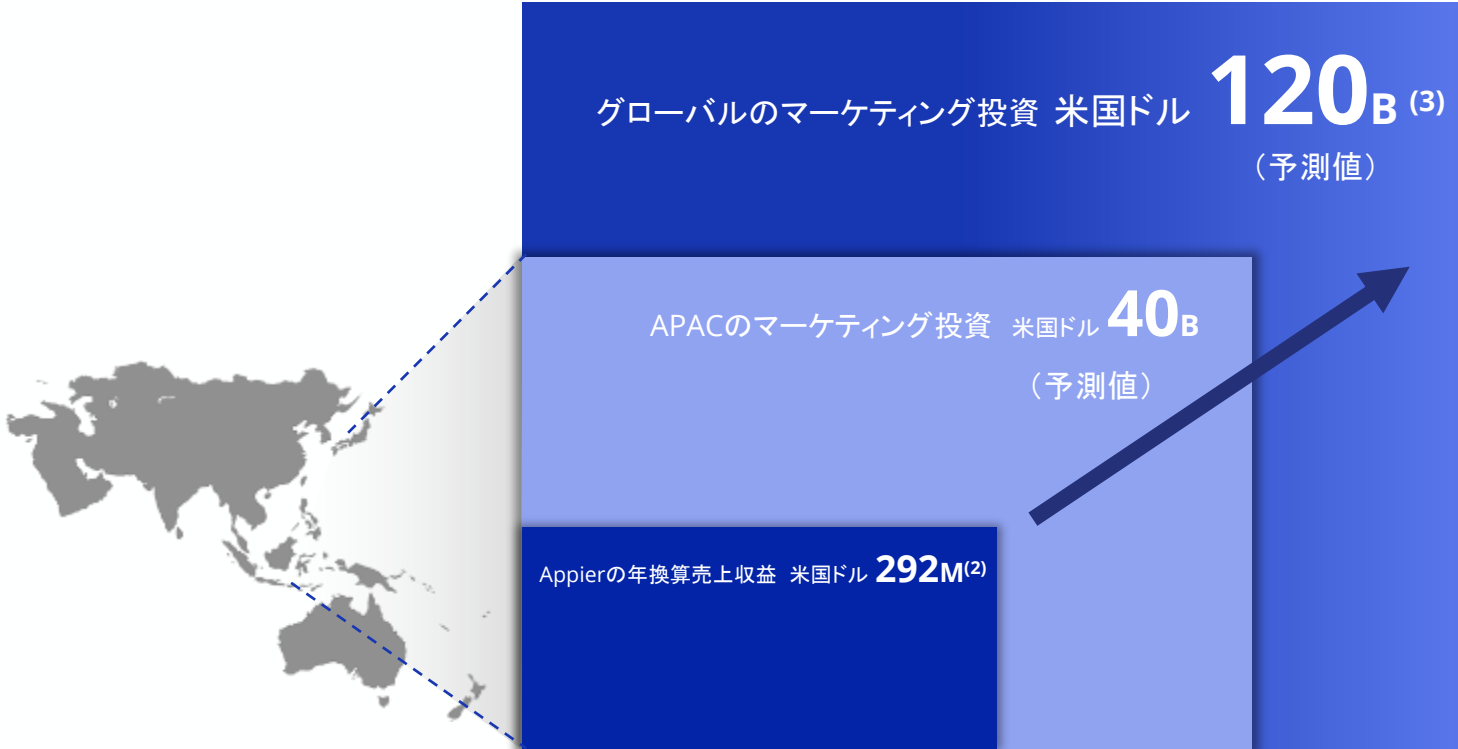
# 巨大な市場機会

## トップダウン予測 2026年

IDC (1)



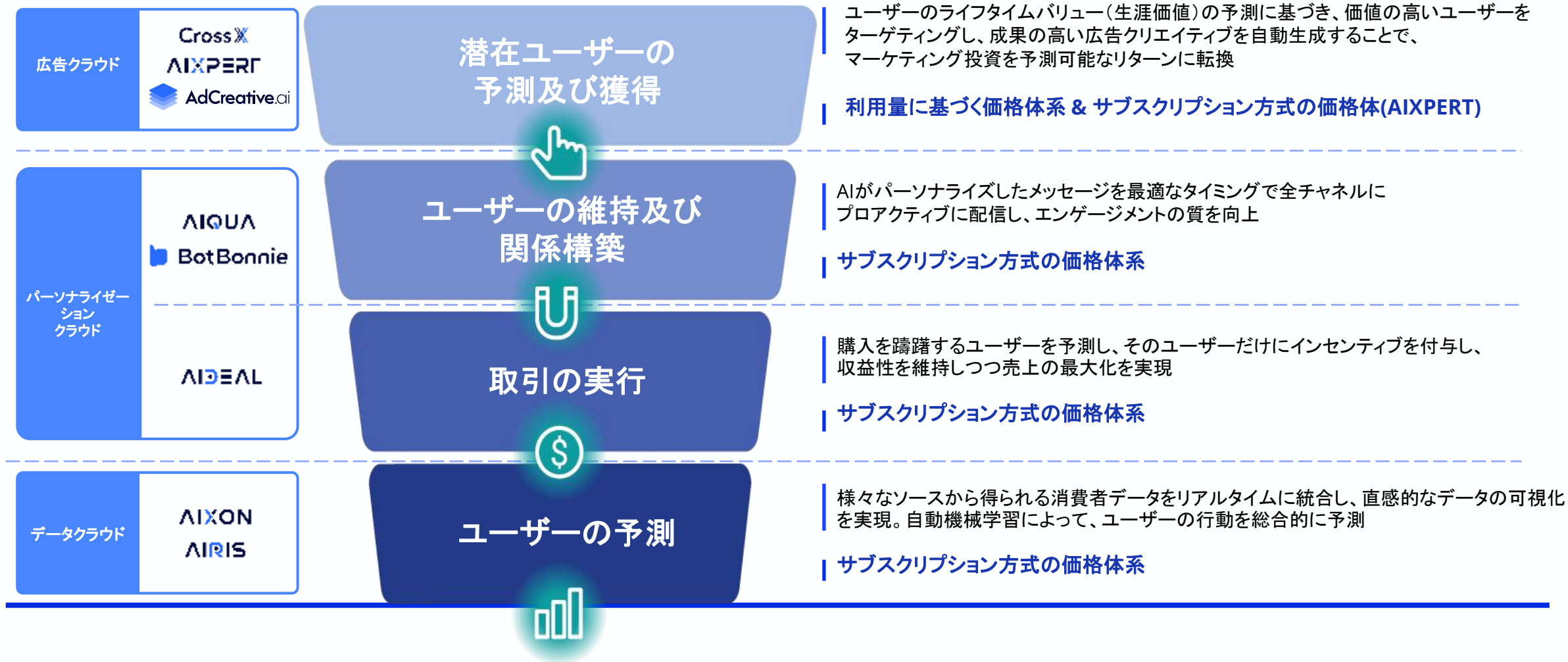
## ボトムアップ予測 2026年



(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 149.7  
(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3.5%、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35%、デジタルコンテンツが15%を占める。APACのマーケティング投資のうち当社は約2.2%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

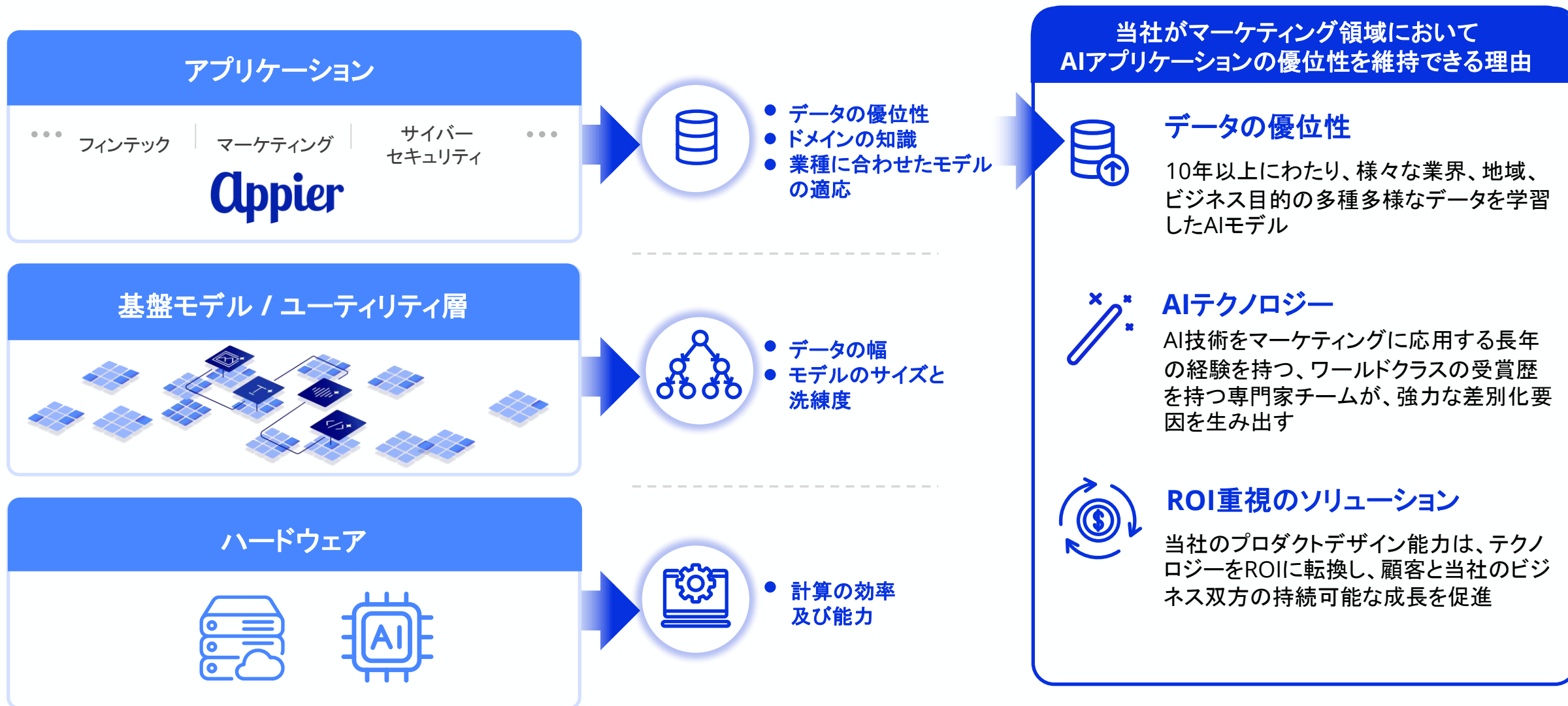
# ファネル全体をカバーする包括的なAI搭載ソリューション





# 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

CrossX

AI XPERT

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

AI DEAL

- 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

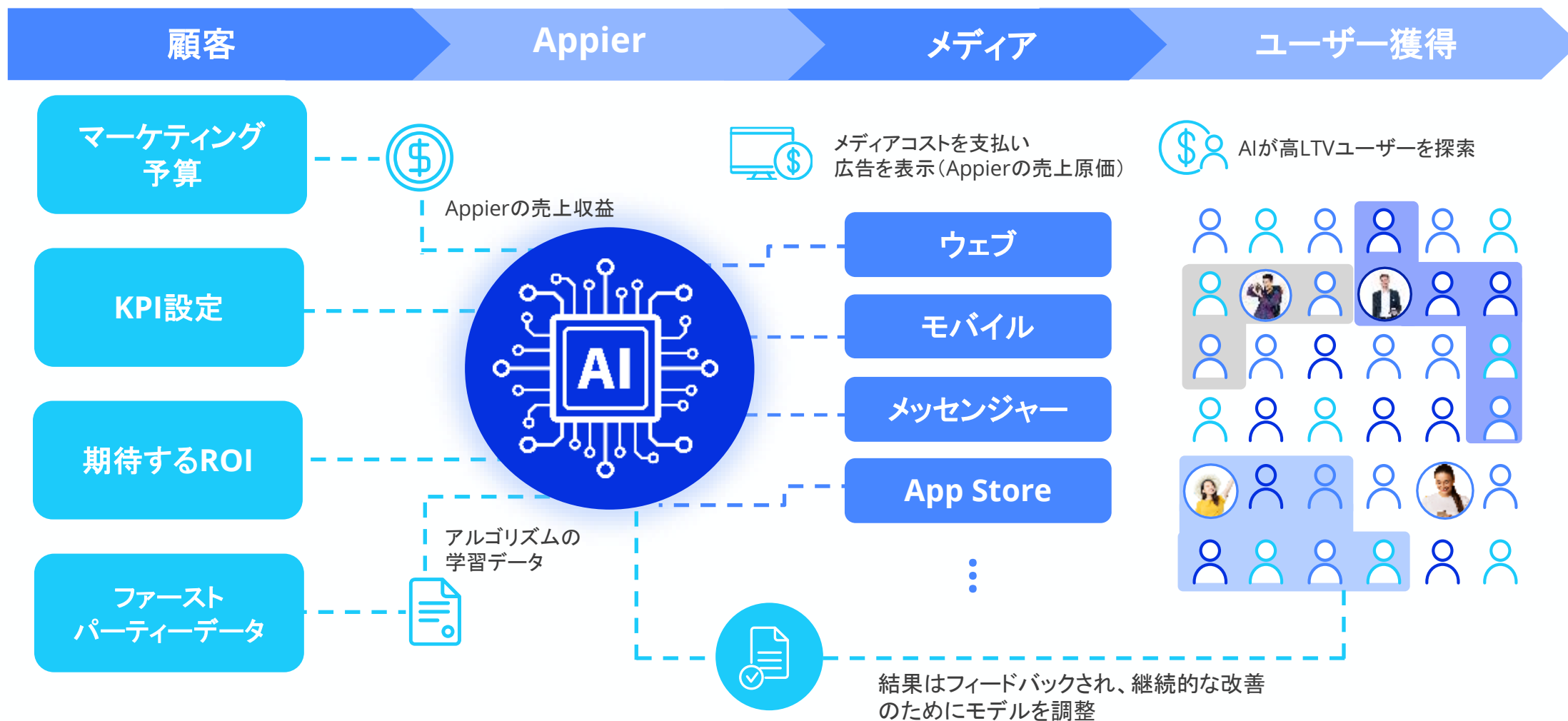
CrossXは、機械学習とディープラーニングを活用し、ユーザーのライフタイムバリュー（生涯価値）を予測し、最も価値の高いユーザーを獲得することを可能にすることで、マーケティング投資を予測可能なリターンに転換



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



# 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



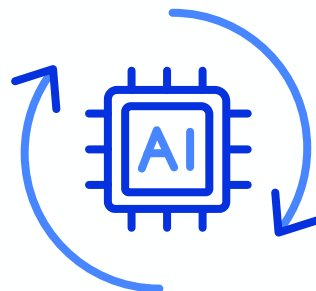
## 高い可視性とリターン

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



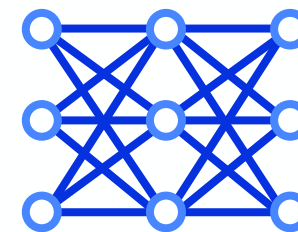
## 技術的優位性

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

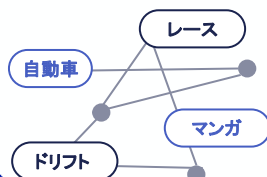
#### ユーザーのLTV<sup>(1)</sup>を向上

#### グラフィックススタイル



- 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<sup>(2)</sup>

購買イベント

**+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



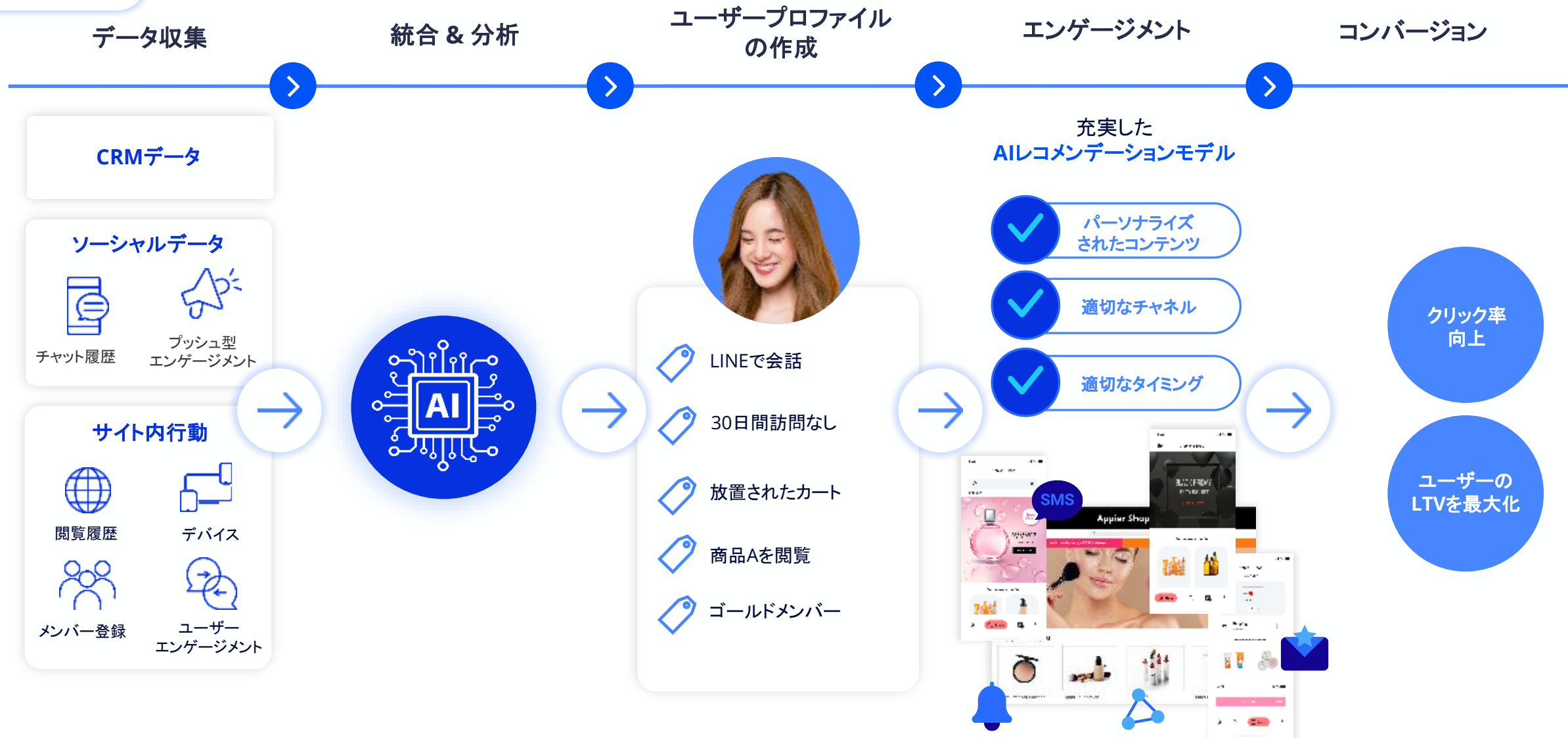
BotBonnieは最も人気のあるメッセージングプラットフォーム上に構築された  
会話型マーケティングソリューション  
LINE、Facebookメッセージ、Instagram、WhatsApp、ウェブサイト、Googleビジ  
ネスメッセージなど、フォロワーのポテンシャルを最大限に活用



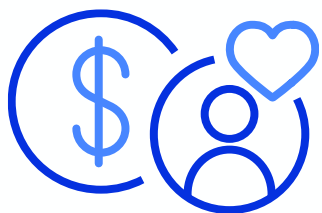
マーケティング担当者がノーコードで迅速な  
メッセージを配信できるソリューション

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



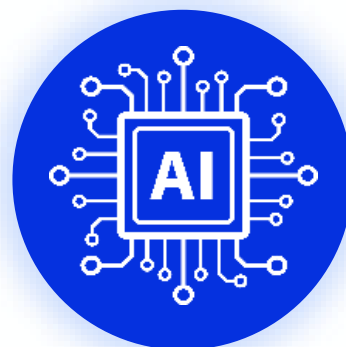
休止時間



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



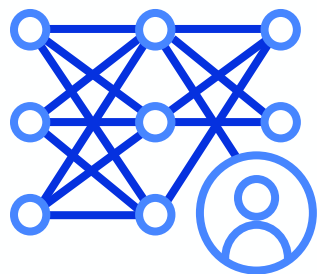
10% OFF

高価格商品の購入  
を躊躇



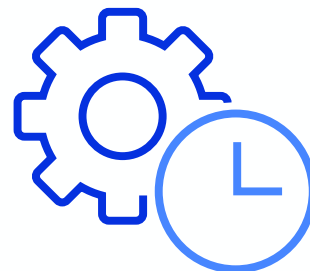
\$5 割引

バーゲンハンター



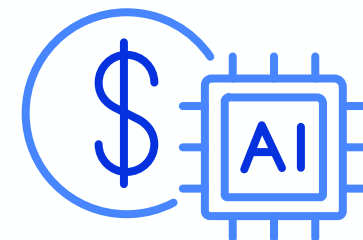
### 先進的なアルゴリズム によるユーザー行動分析

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

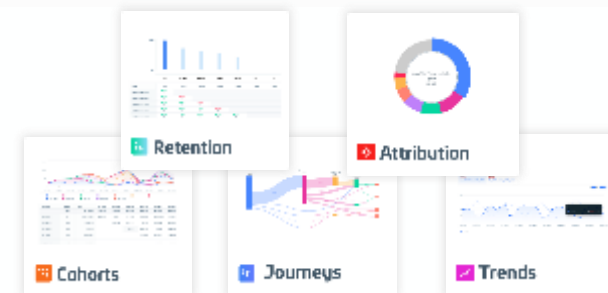
## リアルタイムのデータ取り込み

- 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



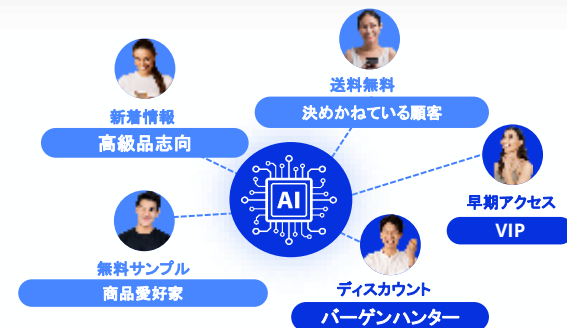
## ノーコードで最速のビジュアル化分析

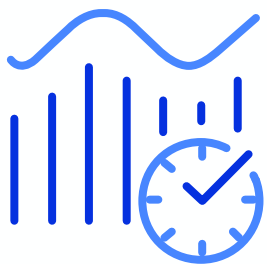
- カスタマイズ可能なビジュアル化機能を備えたテンプレートからインサイトダッシュボードをすばやく構築し、組織全体のデータを可視化



## AIを活用した顧客の予測

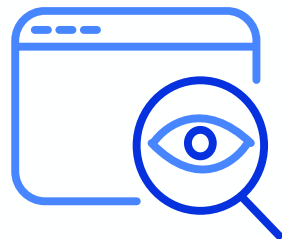
- マーケティング担当者は、顧客の行動予測に基づき、ユーザーの優先順位付けやターゲティングを行うことが可能
- 正確なセグメンテーションにより、高度にパーソナライズされたエンゲージメントを実現





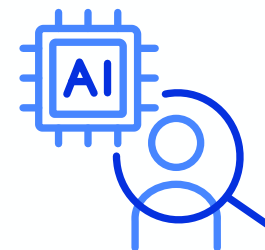
### シームレスなデータ取込み 瞬時にインサイトを取得

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

# ESGの取組み

# 当社のコミットメント

MSCI  
ESG RATINGS



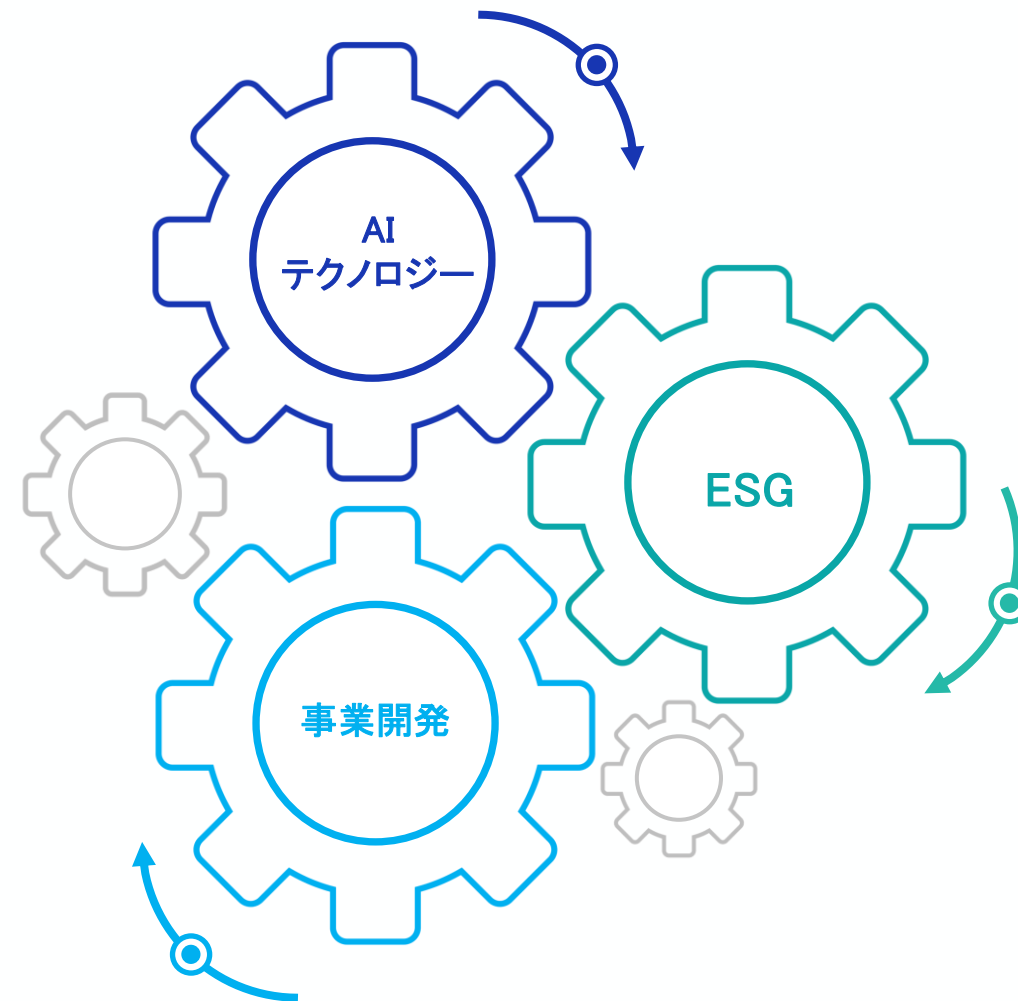
CCC B BB BBB A AA AAA

## 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。

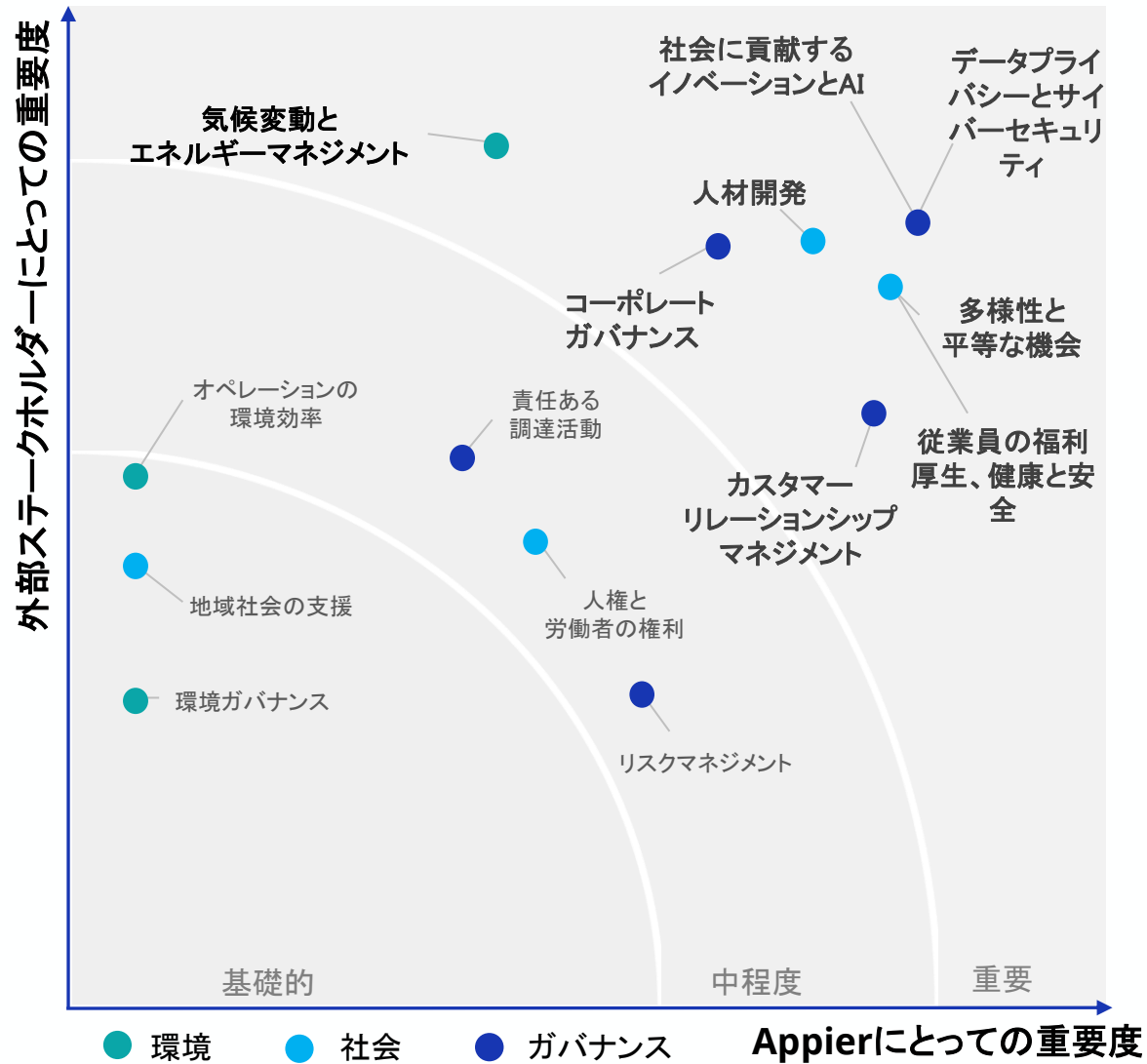
私たちは、ESGは持続可能なビジネスの構築に向けた課題の核心であると捉えています。高い水準のESGを実現するための活動は私たちのビジネスの将来像の一部であると考え、積極的にステークホルダーに関わっていくことを約束します。

MSCI ESG Research<sup>(1)</sup>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<sup>(1)</sup>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。

---