

# APPBANK

## 2024年12月期 第1四半期決算及び 中期経営方針説明資料

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

AppBank株式会社

東証グロース6177

2024年5月14日



# AGENDA

01		エグゼクティブサマリー	.....	P03
02		24/12期 1Qの決算概要	.....	P15
03		中期経営方針	.....	P23
04		参考資料	.....	P33

# 1 | エグゼクティブサマリー

AppBankのこれまでと、これから

# 新経営陣のご紹介 & 代表メッセージ



社外取締役  
岡崎 太輔

社外取締役  
三好 正洋

取締役  
中村 智広

代表取締役社長  
白石 充三

取締役  
萩原 一禎

社外取締役  
井尾 仁志

## 代表メッセージ

創業者である”マックスむらい”からバトンを引き継ぎ、代表取締役に就任した白石です。

村井さんとは、私が前職のJAFCOで投資担当を務めていた際に出会いました。ガイアックス社から独立する際も担当者として携わっており、創業来の歴史や事業に関して、熟知しております。変わらず根付いている「みんなの“好き”を応援する」企業として、日本一のIPコンテンツ・コラボレーション企業を目指します。

その理念に賛同してくれた、クオンタムリープ、PLANA、STPRの3社と戦略的業務提携を締結し、新たな経営体制で、AppBankの第二創業期を推し進める体制を整えました。株主の皆様を初めとした、全てのステイクホルダーの皆様に、魅力的な価値を提供できるよう、日々事業を推進してまいります。

**日本一のIPコンテンツ・  
コラボレーション企業を目指して**

# 上場後のAppBankの変遷

上場直後の15/12期をピークに不祥事・コロナ等の影響を受け収益は減少。抜本的な事業整理を進め、23/12期にポートフォリオの整備が完了。24/12月期を「第二創業期」とし、収益のV字回復を目指す。



## 直近の主なコーポレートアクション

新たな経営体制におけるAppBankの「第二創業期」として3つのアクションを実施。

A

代表取締役の変更  
経営陣の刷新

B

戦略パートナーと  
資本業務提携

C

グループ事業を再編  
赤字部門の整理

多くのステークホルダー様と、これまで培ってきた実績・ノウハウを糧に、  
24/12月期をAppBankの第二創業期とし、3つのコーポレートアクションを実施

# A 新代表のご紹介



代表取締役社長

## 白石 充三

関西学院大学大学院を修了後、株式会社ジャフコ（現ジャフコグループ株式会社）に入社。一貫して投資業務に従事し、多くの成長企業に対する投資、IPOに関わる。2016年からグループリーダーも経験。

2020年4月、AppBank株式会社に管理部長CFOとして入社。

2021年3月、取締役管理本部長CFOに就任。

2024年3月、代表取締役社長に就任。

2006年

株式会社ジャフコ  
(現ジャフコグループ株式会社)入社

2020年

AppBank株式会社  
管理部長CFO

2021年

AppBank株式会社  
取締役

2024年

AppBank株式会社  
代表取締役社長

「みんなの“好き”を応援する」企業として  
日本一のIPコンテンツ・コラボレーション企業を目指します



旧任：代表取締役社長

## 村井 智建

これまで：代表取締役社長

これから：事業推進部長 兼 動画事業部長

これまで

主な役割  
経営全般

これから

主な役割  
事業推進

## A 業務提携を前提とした経営陣の刷新

業務提携先から取締役の派遣を実施。

事業理解及び戦略策定において、密接なコミュニケーションを図り、事業の拡大を目指す。



### 株式会社STPR

会社名	株式会社STPR
設立日	2018年6月
資本金	3,000万円
代表者	代表 柏原真人

動画配信を中心に活動するクリエイターの支援など、エンタメコンテンツの360°全てのプロデュースを手かっている。



AppBank：取締役（監査等委員）

岡崎 太輔（STPR：取締役）



### 株式会社PLANA

会社名	株式会社PLANA
設立日	1981年5月
資本金	4,000万円(グループ)
代表者	代表取締役 三好 正洋

ダイレクトマーケティングを中心にしながらも、広告・販促の枠を飛び越え、自社通販事業や店舗運営などを手掛けている



AppBank：取締役（監査等委員）

三好 正洋（PLANA：代表取締役）



### クオンタムリープ株式会社

会社名	クオンタムリープ株式会社
設立日	2006年10月
資本金	100,000千円（2023年7月1日時点）
代表者	代表取締役社長 中村 智広

「人」「技術」「資本」を組み合わせ、日本企業の「非連続の改革」を支援している。



AppBank：取締役

中村智広

（クオンタムリープ：代表取締役）

萩原一禎

（クオンタムリープ：パートナー）

## B 資本業務提携の概要（2024/02/16開示分）

AppBankの企業価値の向上を目的とした、戦略的な資本業務提携を実施。  
資金の調達だけにとどまらず、中長期的な目線での事業の成長のための基盤の再構築を図る。

### 第三者割当による資金調達

累計8.6億円の資金調達を実施

#### • 新株の発行

約1億円

行使価格 85円（前日終値の90%）

割当日 2024/04/01

#### • 新株予約権の発行

約7.6億円

行使可能期間 2024/04/01～2026/03/31

行使価格 85円（前日終値の90%）

### 割当先

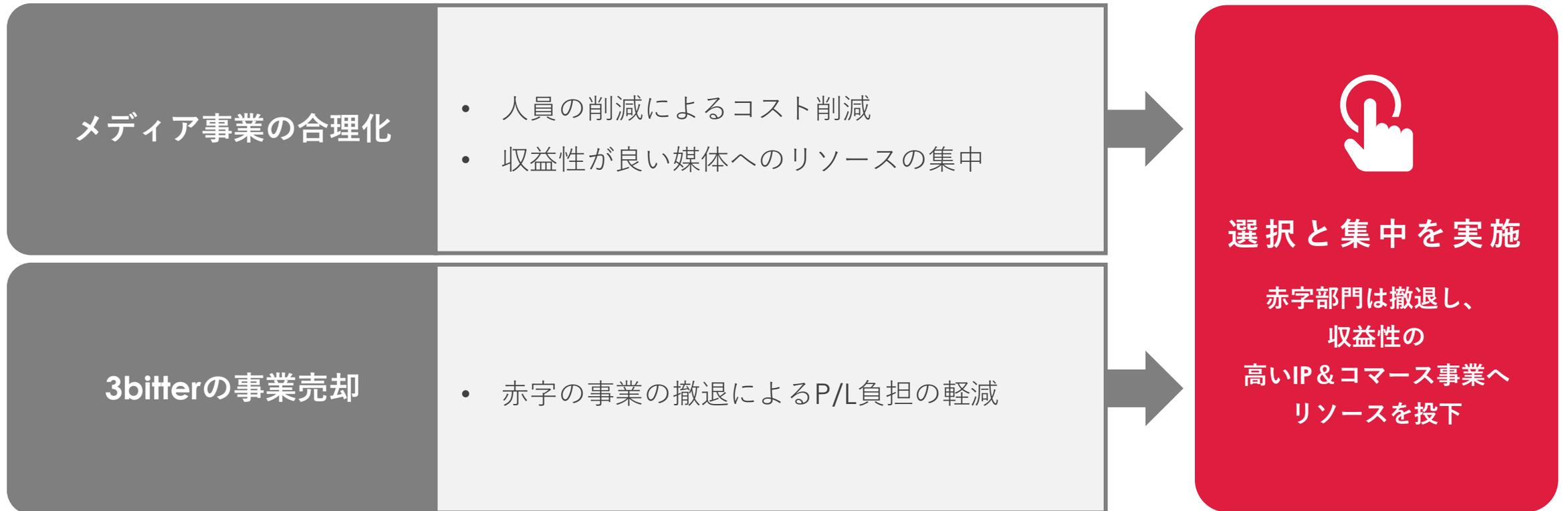


### 主な資金使途

- ① IP&コマース事業における新規出IP&コマース事業 : 約230百万円
- ② 「IP×地方」等をコンセプトとした商品製造費用 : 約251百万円
- ③ メディア事業における広告代理事業の事業運転資金 : 約279百万円

## ③ グループ事業の再編（赤字部門の整理）

「メディア事業の合理化」により、低採算分野に係るコストの削減を実施。  
また、赤字事業であった「3bitterの売却」を実施し、収益構造の強靱化を図った。



## © 直近の主力事業となるIP & コマース事業の概要

APPBANK

創業から培ってきたIPに関する知見を最大限に活用するオフラインの場として和スイーツを販売する「YURINAN」を運営。IPの持つポテンシャルを活用すべくコラボ、イベントなどを定期的を実施。



YURINAN@原宿店

原宿を中心に現在3店舗を運営中

事業内容

### IPのオフラインの場として和スイーツを販売

原宿の竹下通りにてオフラインを活用したIPとのコラボの場の提供として「YURINAN」を運営し、どら焼きをはじめとしたスイーツを販売

特徴

### IPとのコラボによる付加価値の創出

創業時より培ってきたIPとのコラボによる付加価値を提供することにより、高い収益性の担保を実現

成長性

### 他店舗の出店・イベントによる集客増加

「オペレーションの改善・コラボイベント施策、本社機能の最適化」による、店舗×IPモデルの横展開による成長を狙う

# © 付加価値の最大化を図るための、オフラインを基軸としたプロセス APPBANK

コラボ商品の開発・販売、コラボイベントの実施により、IP単体では実現できない付加価値を提供する。



オフライン店舗の運営

和スイーツを堪能できる  
店舗の運営



IPとのコラボ

IPが刻印された  
和スイーツの販売



イベントの実施

オフラインで人々を動かす  
イベントの企画



# © IPコラボ、イベントの実績（例）



実施期間：2023年8月2日～8月29日



APPBANK

原宿ジャック(弊社運営の店舗)にてSNSで人気を博す大人気歌手グループ「すとぷり」の謎解きイベントなどを実施、多くのファンのオフライン集客を実現



オンライン

MIX



オフライン

# 成長戦略の全体像

当社が持つ強みと資本業務提携によって注入される経営資源を活用し、成長性・収益性の高い事業モデルの確立とより広いマーケットへの進出を目指す。

目指す市場

全国展開～海外展開（アジア）

スケールする事業モデル開発

**地方×IP/クリエイティブ**  
IPコンテンツを活用した地域活性化事業モデルの開発



**インバウンド需要の取り込み**  
海外人気の高いIPを活用したインバウンド市場における事業モデルの開発



資本業務提携によって注入する経営資源

**STPR社**



IP    クリエイティブ

**PLANA社**



商品調達/開発    販売力（EC）  
地方 / 放送ネットワーク

**クオンタムリープ社**



経営力    海外展開

AppBankが持つ強み

事業運営の中で培ってきた  
**IPコラボレーションの収益化ノウハウ。営業力・企画力・オペレーション力・発信力**

# 2 | 24/12期 1Qの決算概要

Quarterly results

## 財務ハイライト

23/12期より本格化した不採算事業の整理により、  
24/12期1Qは、売上高が減収となる一方で、  
収益構造の強靱化に伴い、各段階利益は、  
前年同期比・前四半期比ともに改善を果たす。

## ● 24/12期 1Q

売上高	62	百万円	YoY △34.1%	QoQ △19.4%
営業利益	△59	百万円	YoY 赤字幅縮小	QoQ 赤字幅縮小

## メディア事業

## サービスの縮小・合理化を実施

メディア事業はサービス縮小・合理化により、  
売上規模は縮小したが、社内計画（非開示）に対しては  
概ねインラインで推移

## IP&amp;コマース事業

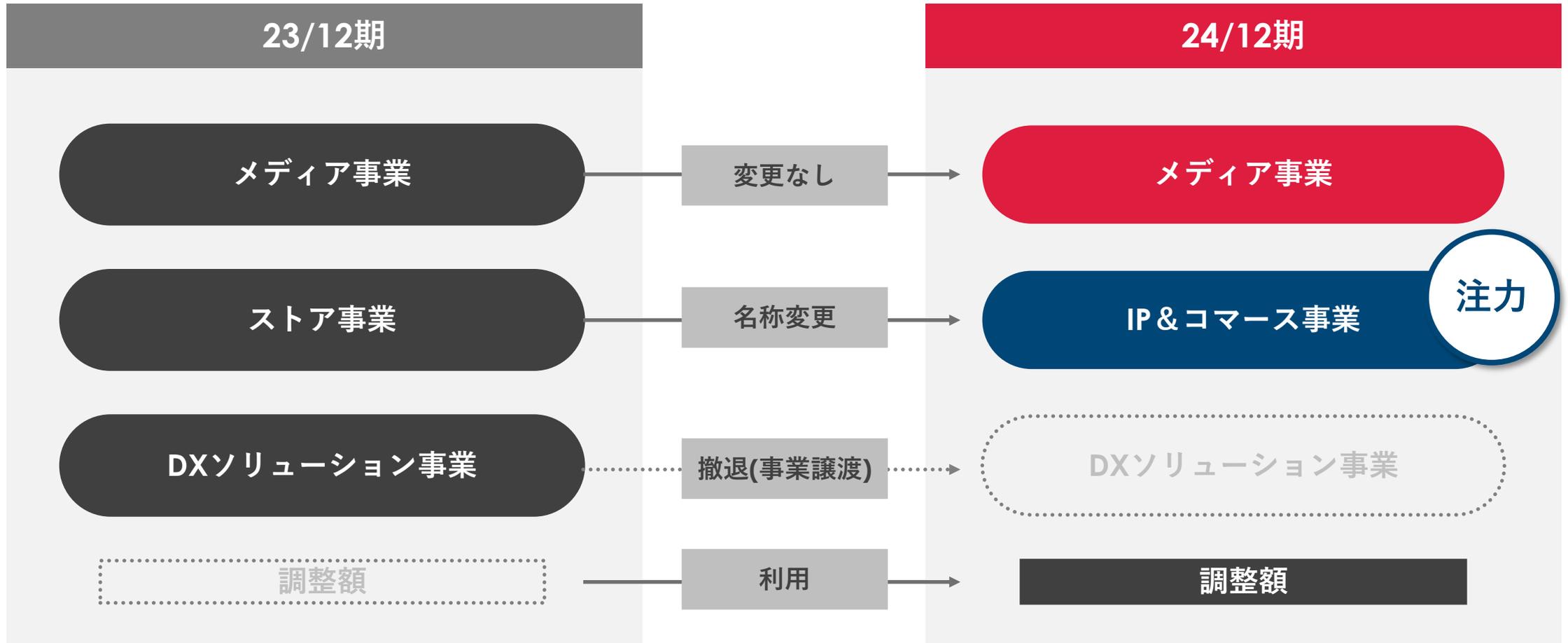
※ 旧ストア事業

## 新店舗の拡大に向けた動きを開始

原宿店を基軸とした  
「オペレーションの改善・コラボイベント施策、本社機能の最適化」などの検証が概ね完了し、新店舗の出店に向けた動きを加速

# セグメント名称と区分の変更

旧DXソリューション事業の撤退に伴い、24/12期より「メディア事業」と「IP&コマース事業」の2つにセグメントを変更する。合わせて、これまでメディア事業に計上してきた本社管理費を、セグメント区分外の調整額に再整理した開示手法に改める。



\*23/12期以前は、本社管理費をメディア事業（セグメント）で計上してきたが、24/12期以降はセグメント区分外の調整額として外数開示する手法に改めた。各セグメント利益は、本社費配賦前基準となる。また、本資料に掲載しているセグメント利益は、本基準を過去に訴求して反映した際の修正値を掲載している。本修正値は、未監査の参考数値である点に留意されたい。

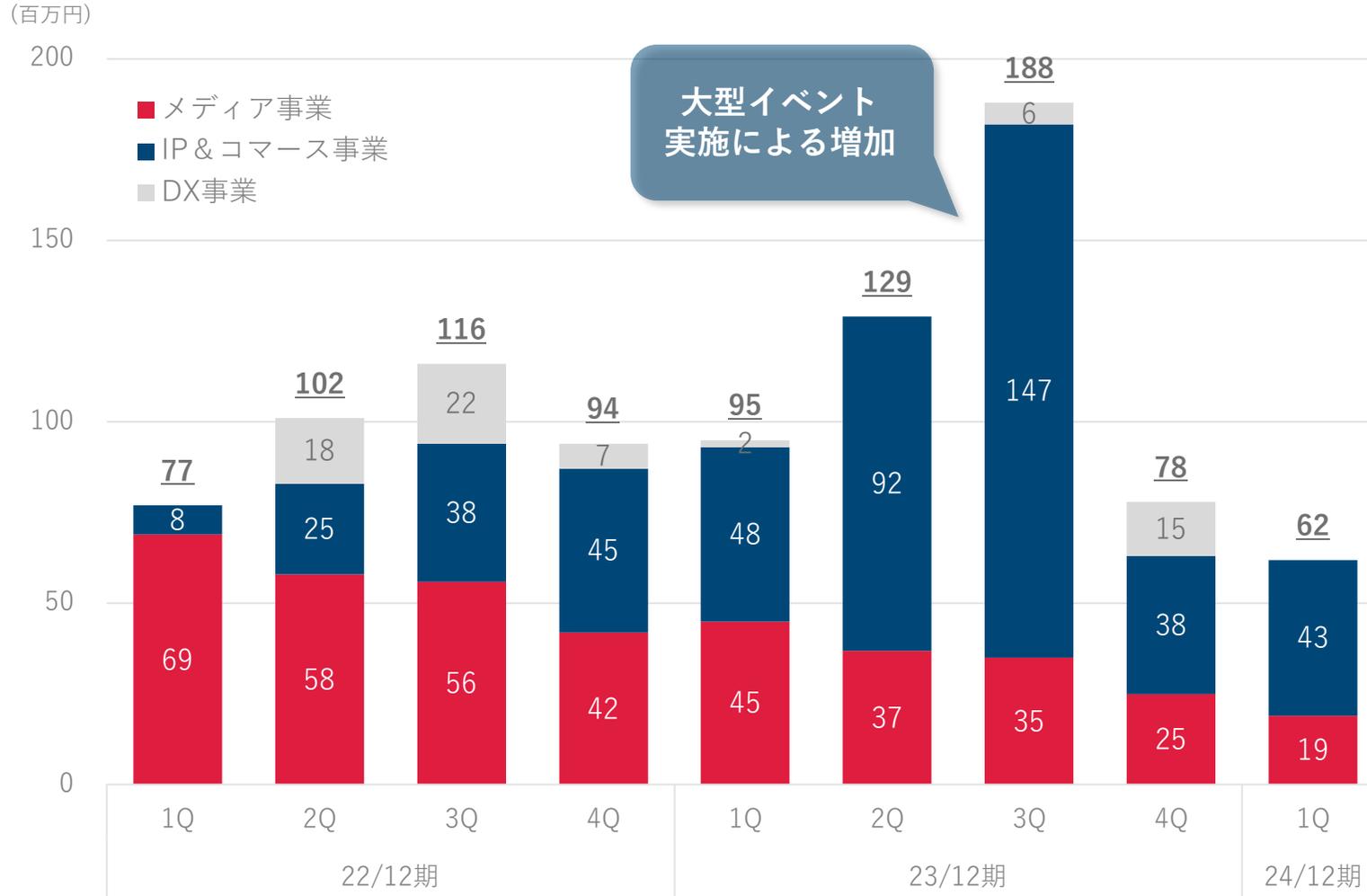
## 24/12期 1Qの決算概要

グループ事業の再編や赤字部門の整理を実施した結果、売上高は前年同期比・前四半期比共に減収となるが、収益構造の強靱化に伴い、各段階利益は前年同期比・前四半期比ともに改善を果たす。

(百万円)	24/12期 1Q (24年1月-24年3月)	QoQ 前四半期比	YoY 前年同期比	過去実績	
		増減比	増減比	23/12期 4Q (前四半期)	23/12期 1Q (前年同期)
売上高	62	△19.4%	△34.1%	78	95
売上総利益	1	黒字転換	黒字転換	△44	△1
営業利益	△59	赤字幅縮小	赤字幅縮小	△128	△91
経常利益	△63	赤字幅縮小	赤字幅縮小	△129	△93
当期純利益*	△60	赤字幅縮小	赤字幅縮小	△141	△93

\*23/12期までは連結決算を開示してきたが、3bitter（旧連結子会社）の事業譲渡に伴い、24/12期より単体決算に移行している。本資料では、過去の連結決算と今四半期の単体決算を比較している点に留意されたい。

# 売上高の四半期推移：セグメント別



## ● メディア事業

### 徹底したサービス合理化を実施

- 収益性を確保できる領域のみ事業継続
- 売上高は低下したが、社内計画（非開示）に対しては概ねインラインで進捗している
- 2Q以降も同水準の売上高を見込む

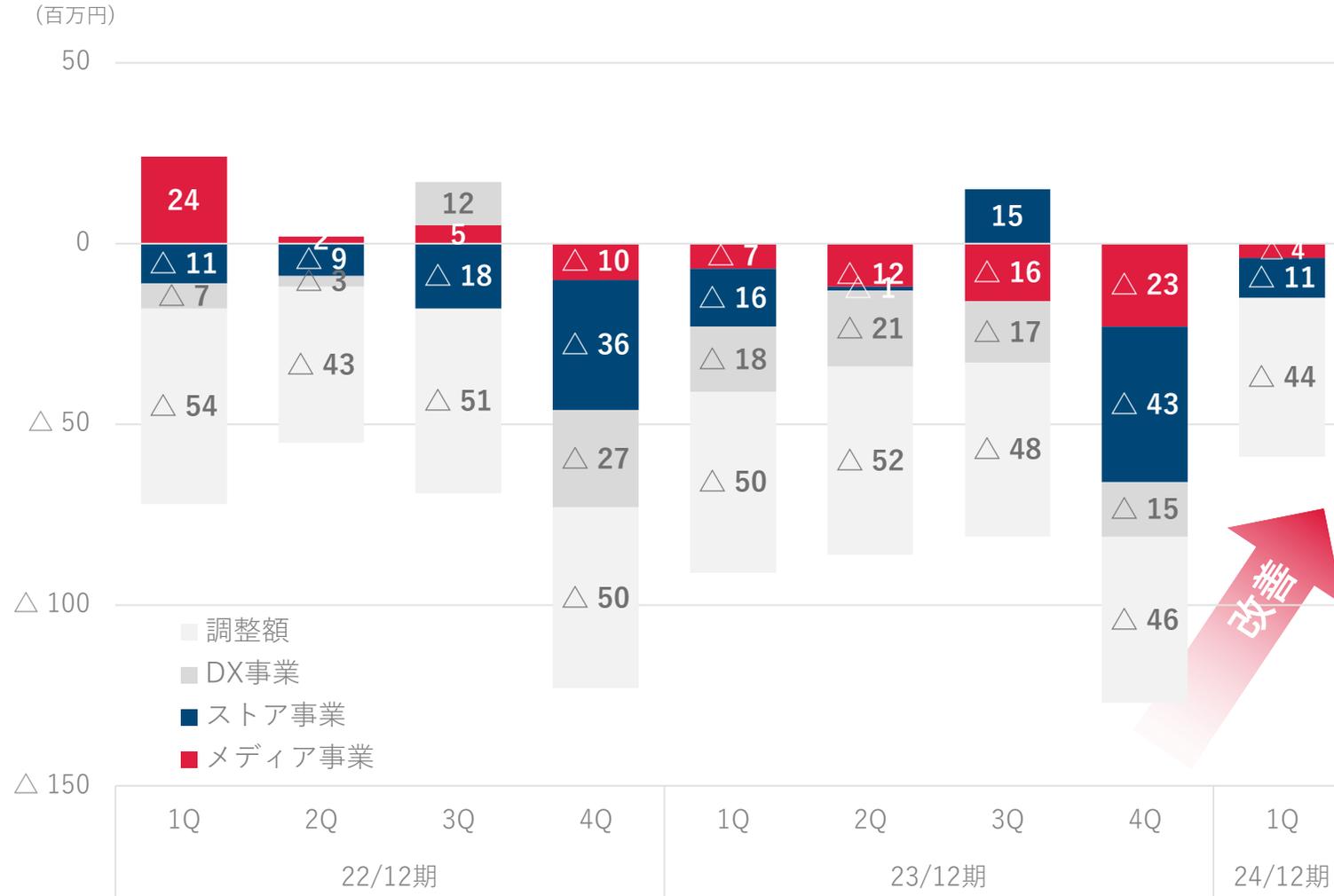
## ● IP&コマース事業

### 大型イベントは無かったが、店舗収益の改善に邁進

- 1Qはイベントによる収益積み増しはなし
- 平時における店舗収益の向上が進み、収益創出力が着実に高まった

\*各セグメント売上高は、セグメント間の内部売上高又は振替高を除く外部顧客への売上高を表記している。また、23/12期以前のストア事業の収益は、IP&コマース事業に読み替えて表記している。

# 営業利益の四半期推移：セグメント別



● **メディア事業**

## QoQで19百万円の赤字幅縮小を実現

- 収益性を確保できる領域のみ事業継続
- 人件費の削減により、コストを削減
- 収益性が良い媒体へリソースを集中

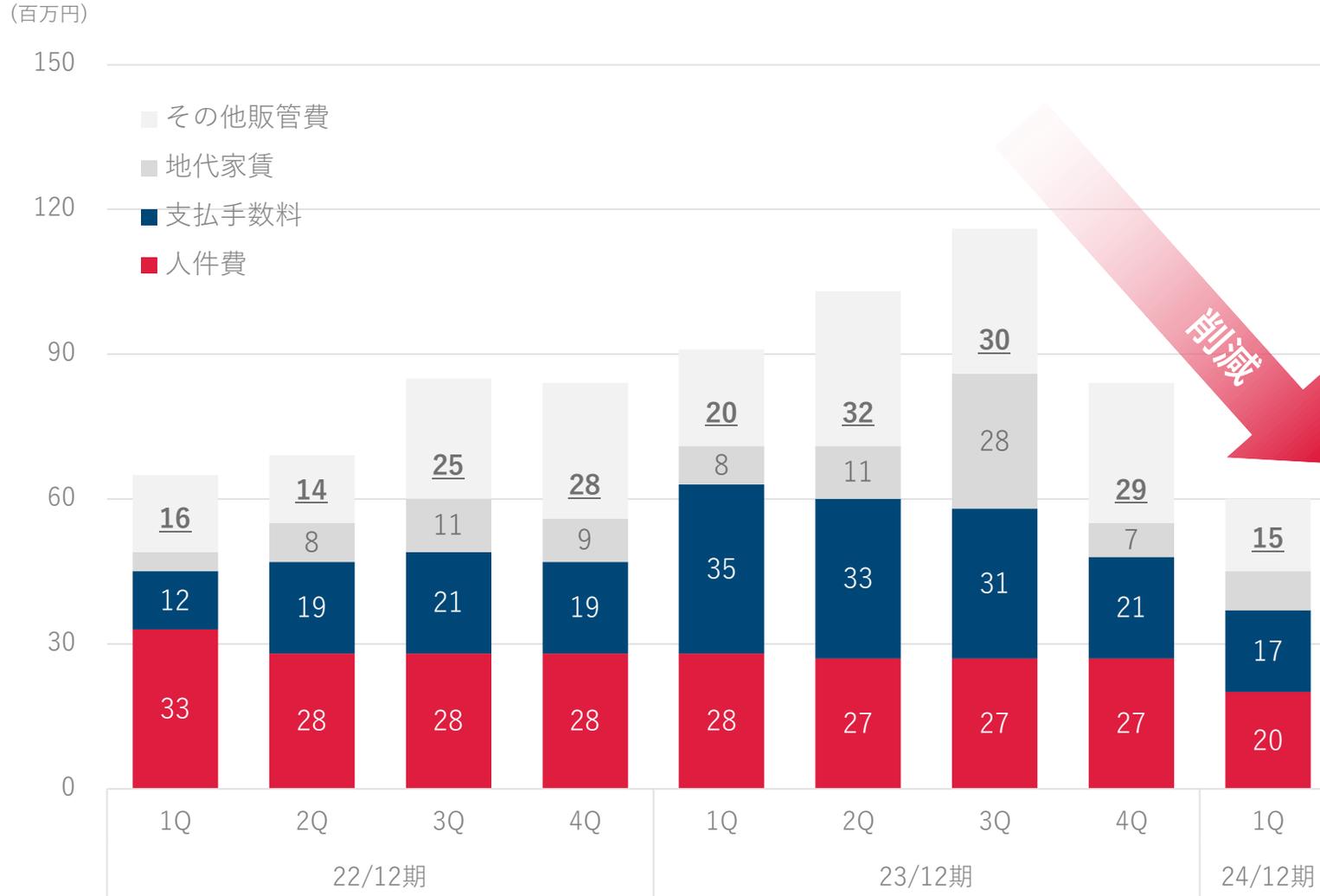
● **IP&コマース事業**

## QoQで32百万円の赤字幅縮小を実現

- 平時における店舗収益の向上に注力
- 売上高拡大に連れた限界利益拡大と効率経営の推進で、収益の強靱化が進んだ

\*23/12期以前は、本社管理費をメディア事業（セグメント）で計上してきたが、24/12期以降はセグメント区分外の調整額として外数開示する手法に改めた。各セグメント利益は、本社費配賦前基準となる。  
 また、本資料に掲載しているセグメント利益は、本基準を過去に訴求して反映した際の修正値を掲載している。本修正値は、未監査の参考数値である点に留意されたい。また、23/12期以前のストア事業の収益は、IP&コマース事業に読み替えている。

# 販管費の四半期推移（全社）



● 人件費

人員削減等の合理化策から  
24/12期より人件費が減少

● 支払手数料

メディア事業の運営体制縮小や  
その他経費削減で水準が減少

● その他販管費

業務委託費や広告宣伝費、  
保守料など幅広い科目で削減を実施

## 直近のトピックス

新経営体制にて、新たな施策を計画的、且つ定期的に実施する。



3

# 中期經營方針

Business Strategy

# Overview

当社と資本業務提携先との強みを相互に活かし、  
成長性・収益性の高い事業モデルの確立とより広いマーケットへの進出を目指す。

目指す市場

**全国展開～海外展開（アジア）**

スケールする  
事業モデル開発

**地方×IP/クリエイティブ**  
IPコンテンツを活用した地域活性化事業モデルの開発

**インバウンド需要の取り込み**  
海外人気の高いIPを活用したインバウンド市場における事業モデルの開発

資本業務提携に  
よって注入する  
経営資源

 **STPR社**

IP    クリエイティブ

 **PLANA社**

商品調達/開発    販売力（EC）  
地方 / 放送ネットワーク

 **クオンタムリープ社**

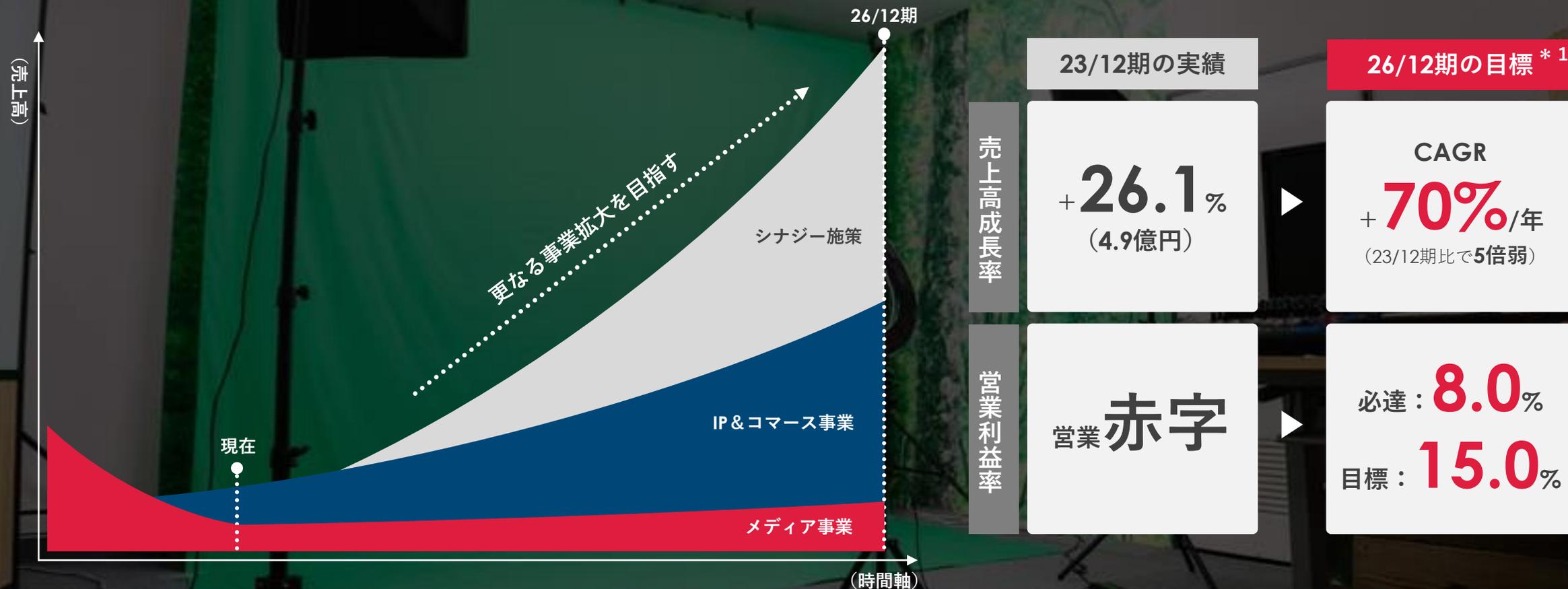
経営力    海外展開

AppBankが  
持つ強み

事業運営の中で培ってきた  
**IPコラボレーションの収益化ノウハウ、営業力・企画力・オペレーション力・発信力**

# 中期財務目標

26/12期までの3ヵ年で、CAGR +70%/年のトップライン成長を実現すると共に、生産性の改善、規模拡大に伴う固定費負担の軽減で、最終年度に営業利益率8%の必達を目指す。



\*1 26/12期の目標値の項目に関しては、水面下で収益拡大に向けた具体的な経営施策を進めているものの、立上期にあたる24/12期は開始時期次第で大きく業績が変動し正確な計画が策定しにくいことから、3ヵ年の中期目標をコミットする経営方針を採用しております。

# 中期事業目標

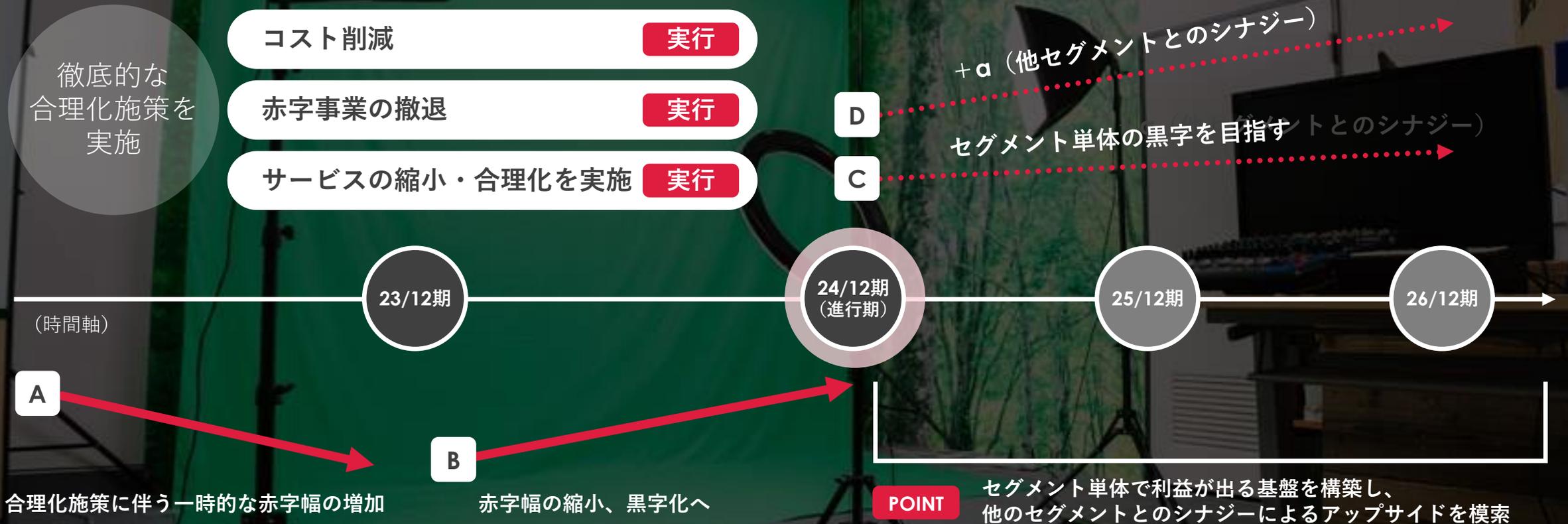
メディア事業は合理化策による継続黒字、IP&コマース事業は原宿モデルの横展開で収益拡大しつつ、地方×IP/クリエイティブを軸に、資本業務提携先とのシナジー創出を図る。

第二創業にあたり、  
経営推進上のKPIを刷新

	メディア事業	IP&コマース事業			シナジー施策
目標	営業利益率	店舗数	イベント数	提携IP数	施策の創出数
23/12期	赤字 <small>23/12期は本社費配賦前基準で 営業利益率は△29.7%と低収益</small>	1店	3回/年	10件	0施策
26/12期	継続黒字 <small>収益性改善</small>	8+店 <small>店舗数 8倍超</small>	10回/年 <small>超過収益機会 3倍超</small>	20+件 <small>事業機会の拡大</small>	5施策 <small>新たな収益機会の創出</small>

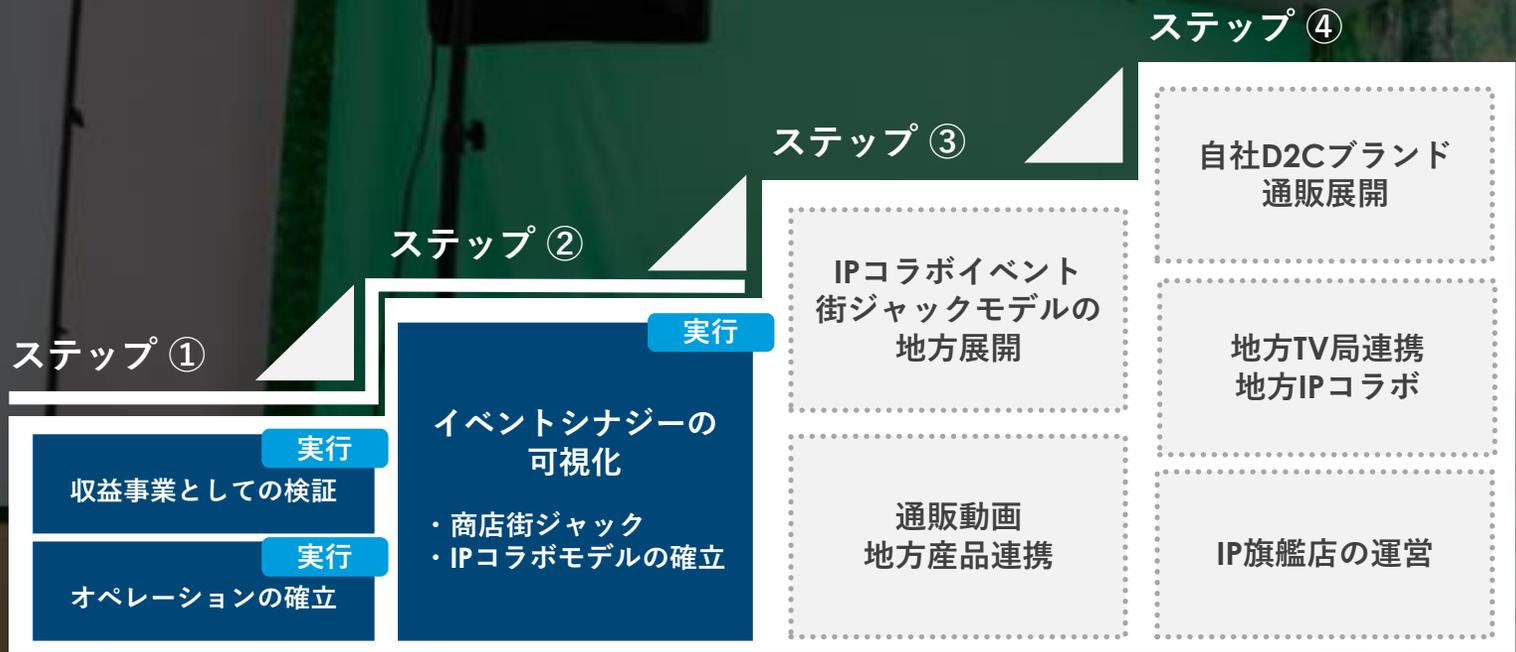
# メディア事業

23/12期に実施した徹底的な合理化施策を実施。その結果24/12期はセグメント単体での事業黒字化を目指しつつ、他のセグメントとのシナジーによるアップサイドを模索する。



# IP & コマース事業 (1/3)

注力事業であるIP & コマース事業はステップ②までの検証が完了した。  
今後は他の地域への横展開や、地方TV局との連携を強化し、収益の最大化を目指す。

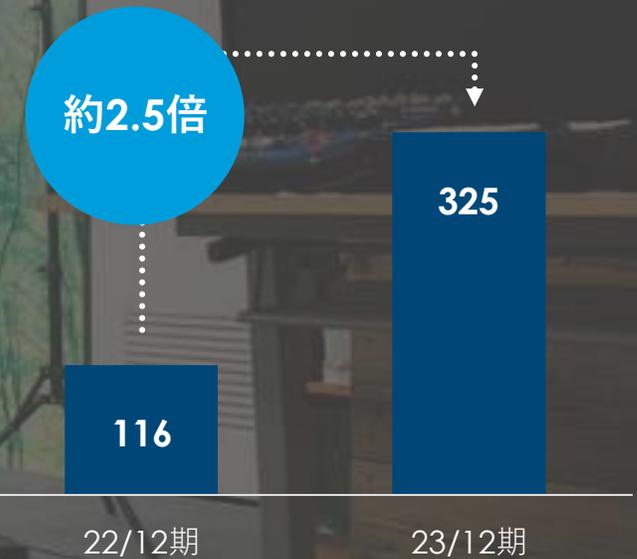


事業の拡大

事業基盤の構築

## イベントの実施による売上高の増加

IP&コマース事業の売上高 (百万円)



# IP & コマース事業 (2/3)

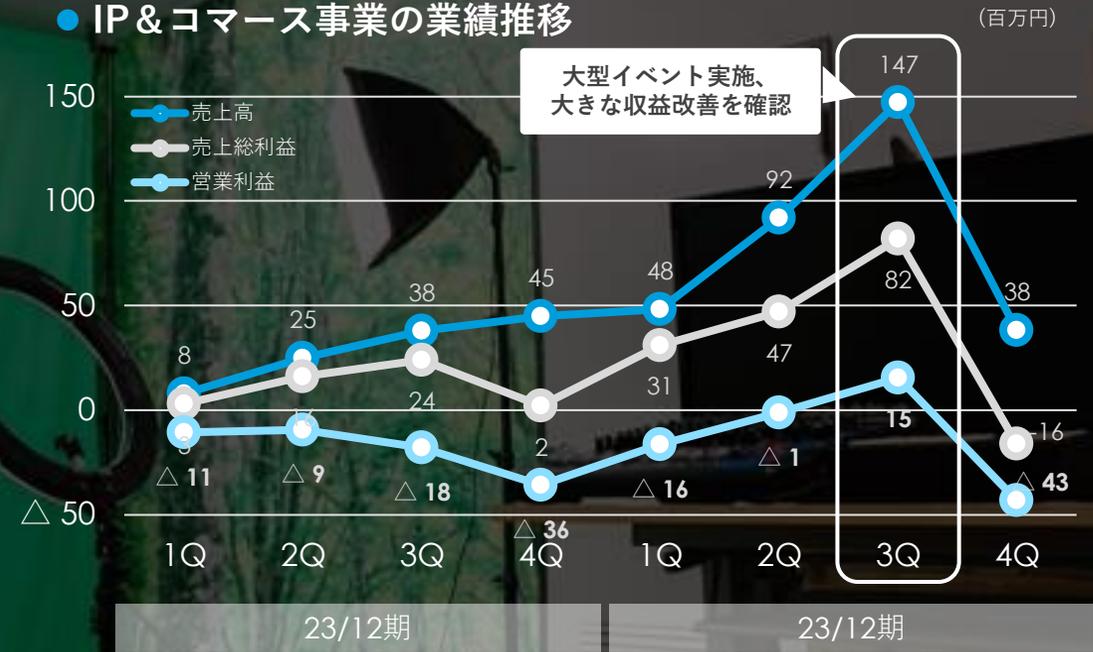
## 店舗収益（イベント関連除く）の改善状況

### ● 友竹庵の店舗売上高の月次推移



## イベント実施時のセグメント収益

### ● IP & コマース事業の業績推移

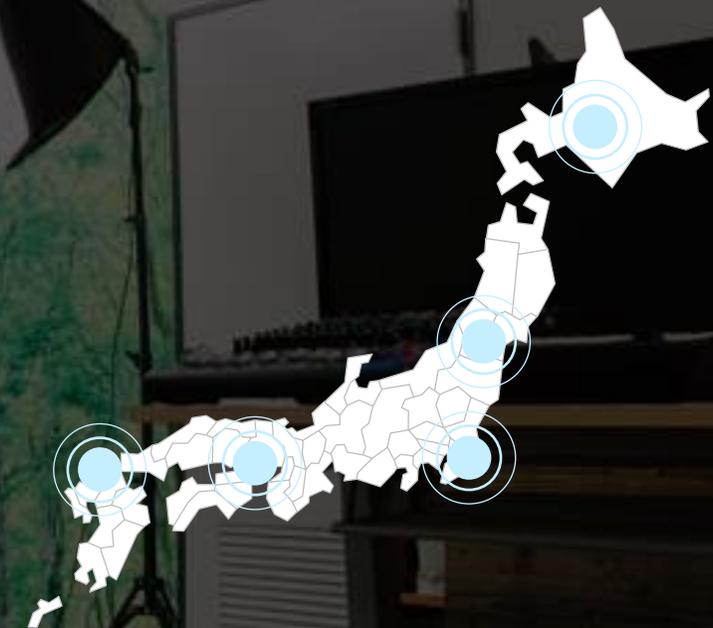
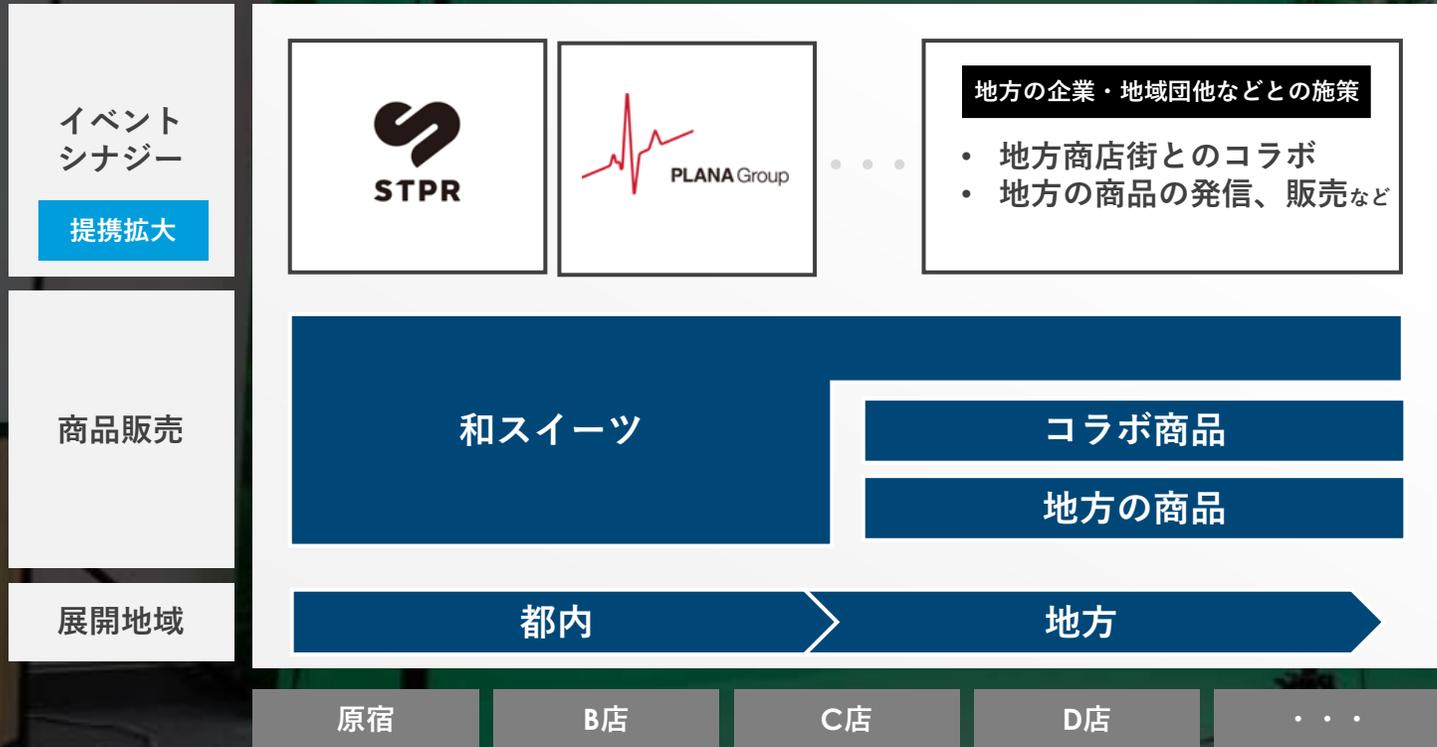


平時の店舗収益構造の強靱化と、イベント実施によるアップサイド確保の型が確立できた

\*IP&コマース事業には、友武庵の他にECや卸売上高、その他イベントに係る収入等があるため、友武庵の店舗売上高とIP&コマース事業全体の収益は必ずしも一致しない点に留意されたい。

# IP & コマース事業 (3/3)

地方への出店を実施する上で、協業先の企業のネットワークを活用し、地域に根付いた商品、団体などとのコラボを積極的に実施することで、「地方×IP戦略」を推進していく



地方×IP戦略を推進

## 今期予定の施策一覧（仮）

資本業務提携先との協業を軸に売上の拡大を目指す。既存事業は、IP&コマース事業におけるIP大型コラボレーションの実施に注力しつつ、「地方」との連携を強化する。

### 上期

- ネット×TV連携による通販動画シリーズ「ABショッピング」を開始
- 地方産品×AppBankの連携を開始
- 地方放送局向けの広告代理事業を開始

### 下期

- 大型IPコラボレーション実施、原宿以外の地方／地域での実施も目指す
- 「YURINAN -ゆうりんあん-」新規出店
- 自社D2Cブランドを軸とするEコマース/通販事業の強化

# 事業シナジーのイメージ

IPコラボレーションの収益化ノウハウ、営業力・企画力・オペレーション力・発信力を基軸に、STPR社をはじめとするIPとのコラボ、それに加えてPLANA社の持つ地方テレビ局等とのネットワークを活用し地方を開拓していく。

IP/クリエイティブ

×

地方リーチ

サンリオ Sawrio

アニメ・マンガ版權者

アーティスト・タレント



APPBANK



地方テレビ局

他の地方メディア

地方産品

# 4 | 參考資料

Appendix

# 基本情報

## ● 会社情報

会社名	AppBank株式会社
本社所在地	〒160-0022 東京都新宿区新宿2-8-5 東弥鋼業ビル 4階
設立日	2012年1月
資本金	302,874千円（2023年12月31日時点）
事業内容	IP&コマース事業、メディア事業
代表者	代表取締役社長 白石 充三
加盟団体	一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）

## ● 主要株主

株主	株式保有率
村井 智建	14.12%
株式会社STPR	9.98%
株式会社SBI証券	5.97%
マイルストーンキャピタルマネジメント株式会社	3.68%
JPモルガン証券株式会社	2.41%

\* 2023年12月31日時点



\*YURINAN - 原宿竹下通り

# 事業概要

当社の強みである「IP」×「クリエイティブの収益化ノウハウ」を活用し、オンライン・オフライン両輪にて事業を推進する。

## 展開している事業

### 1 メディア事業

スマートフォン向け総合情報サイト  
「AppBank.net」、動画チャンネルの運営

### 2 IP&コマース事業

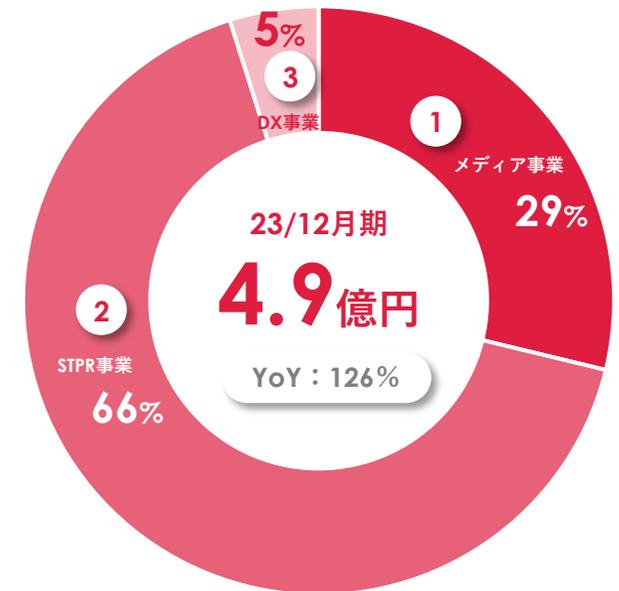
直営店舗および周辺地域における  
IPコンテンツとのコラボレーションの実施

### 3 DX事業

モバイルオーダー、デジタルくじシステム等の  
提供を通じた物販DXソリューションの提供

事業譲渡済み

## 売上高構成比



■ メディア事業 ■ ストア事業 ■ DX事業

# ① メディア事業

自社メディアサイト「AppBank.net」の運営及び動画プラットフォームにおけるコンテンツ提供を通じて、広告収益や会費収益を獲得する。

## A BtoB事業

### 「AppBank.net」の運営

スマートフォン関連の総合情報サイトである「AppBank.net」の運営  
当メディアにおける広告枠を販売し、広告収益を獲得



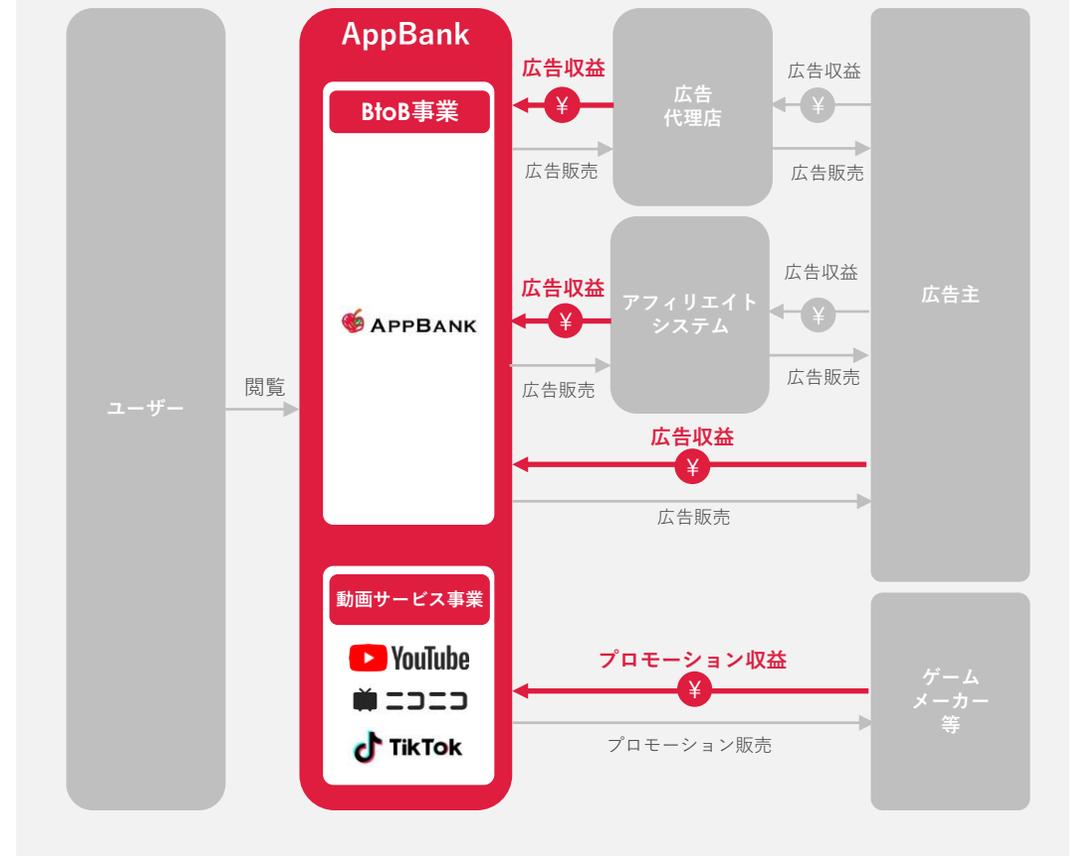
## B 動画サービス事業

### 自社制作の動画コンテンツの提供

「Youtube」「ニコニコ」「TikTok」などの  
動画プラットフォームにおける自社制作の動画コンテンツの提供  
視聴回数に応じた広告収益や有料会員数に応じた月額会費収益を獲得



### 収益モデル



## ② IP&コマース事業

IPコンテンツとコラボレーションした魅力的な商品をテイクアウト特化型モデルで展開、リアル空間とIPコンテンツを掛け合わせた地域一体型の経済活動の活性化を目指す。

### 店舗×IPコンテンツのコラボレーション

原宿竹下通りで運営する「YURINAN-ゆうりんあん-」を中心として、店舗・EC・WebサービスなどでIPコンテンツとコラボレーションした飲食・物販事業を行う



IPコンテンツを活用した  
地域経済活動の活性化

#### 店舗

「YURINAN-ゆうりんあん-」  
「原宿friend」で、IPコンテンツ  
とのコラボレーション商品を提供



#### EC

IPコンテンツとのコラボレー  
ション商品をECサイトやWeb  
サービスを通じて全国のファン  
に提供

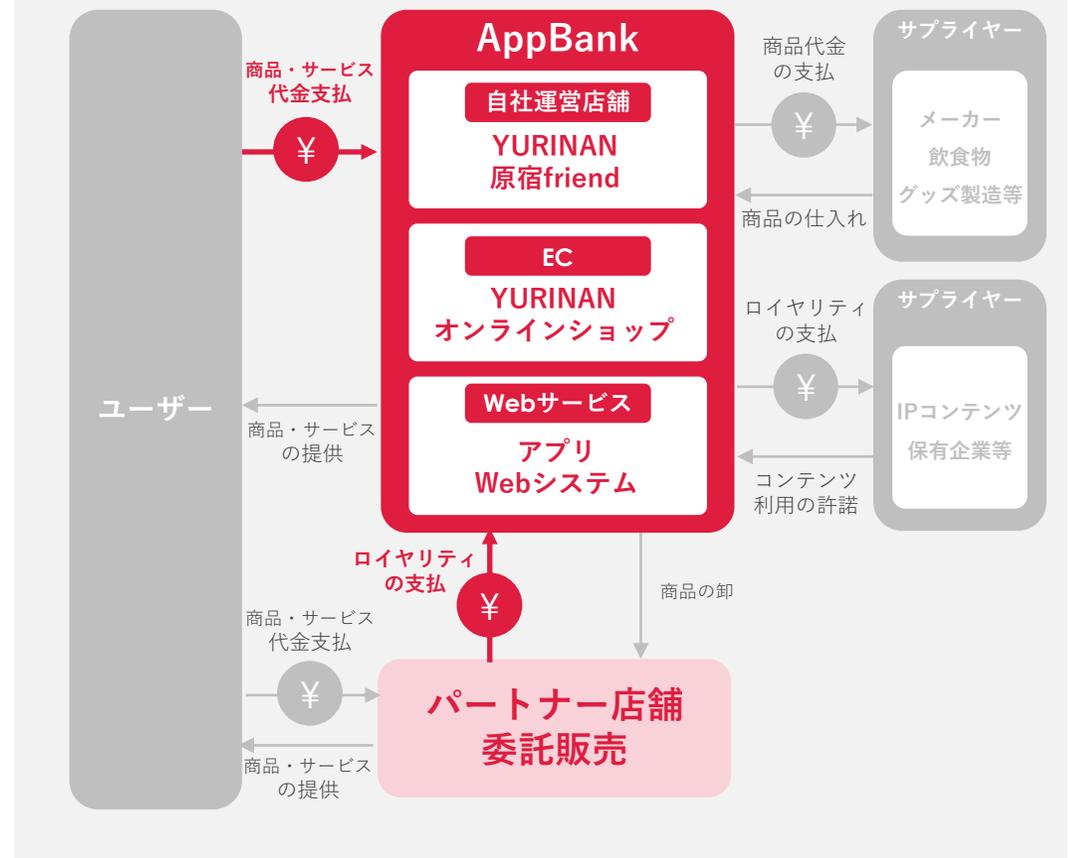


#### Webサービス

混雑緩和のための人流コントロール  
を目的とした予約販売システムや、  
チェックインすることでイベント参  
加可能なWebサービスを提供



### 収益モデル



# AppBankが培ってきた強み

これまでの事業運営を通じて、IPコンテンツの発掘・管理・マネタイズまで、一貫通貫したノウハウを蓄積。

01

## IPの発掘・ソーシング

元代表の村井智健のネットワークを中心とした、将来性のあるIPコンテンツの発掘

02

## IPの管理・運用

知的財産権制約の強い  
IPコンテンツ監視・管理等の  
内部統制の徹底

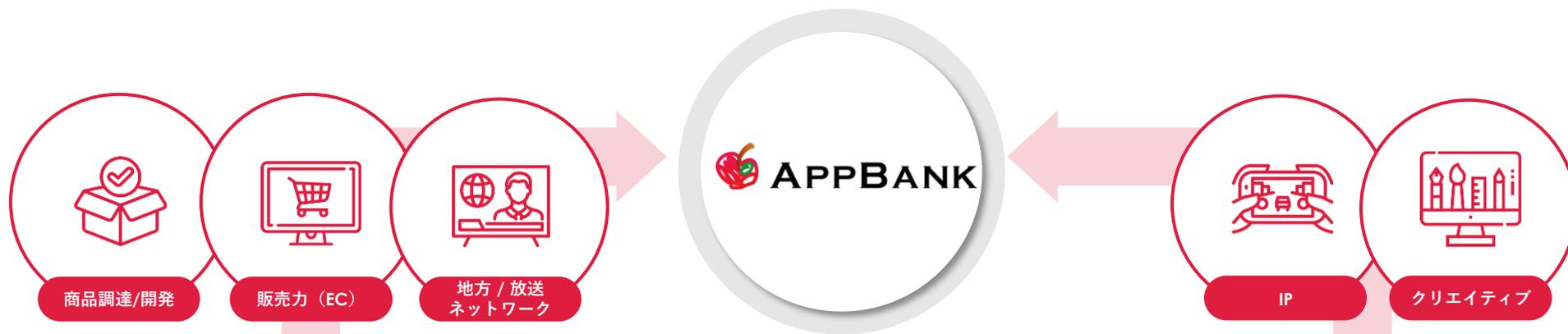
03

## IPを活用した マネタイズ

メディア、動画、店舗、  
イベント等多様なマネタイズ  
ソリューションを保有

# 業務提携先であるPLANA社・STPR社の強み

地方×商品開発・販売に強みを持つPLANA社とIP・クリエイティブに強みを持つSTPR社との資本業務提携を通じて、事業開発・推進を加速。



会社名	株式会社PLANA
設立日	1981年5月1日
資本金	4,000万円 (グループ)
事業内容	通信販売に特化した番組の企画～制作、および販促支援等 各種媒体企画、および各種印刷物の管理 Webによるプロモーション計画 イベント展示会企画など 上記に付帯する顧客フォロー計画、およびクリエイティブ業務など

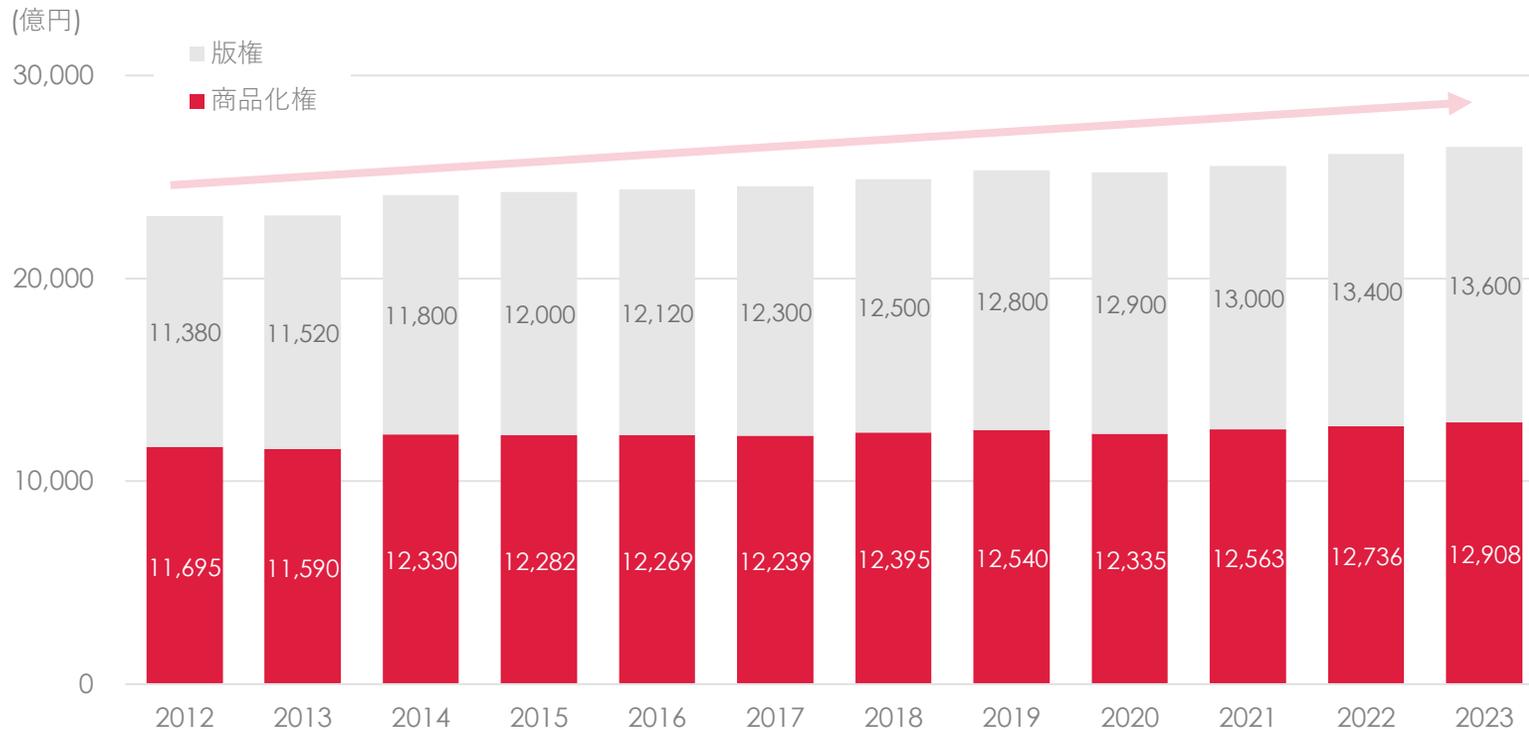


会社名	株式会社STPR
設立日	2018年6月15日
資本金	3,000万円
事業内容	クリエイタープロデュース事業 コンテンツプロデュース事業 クリエイティブプロデュース事業 プロダクトプロデュース事業

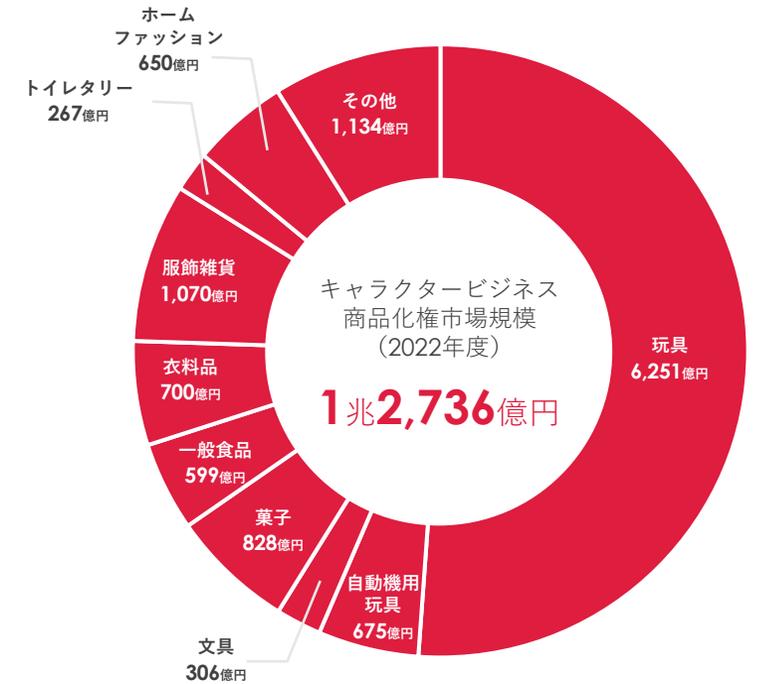
# IP市場推移

当社の事業領域であるキャラクタービジネス市場は、著作権市場・商品化権市場を合わせ、国内で2.5兆円市場を形成。

キャラクタービジネス市場規模の推移



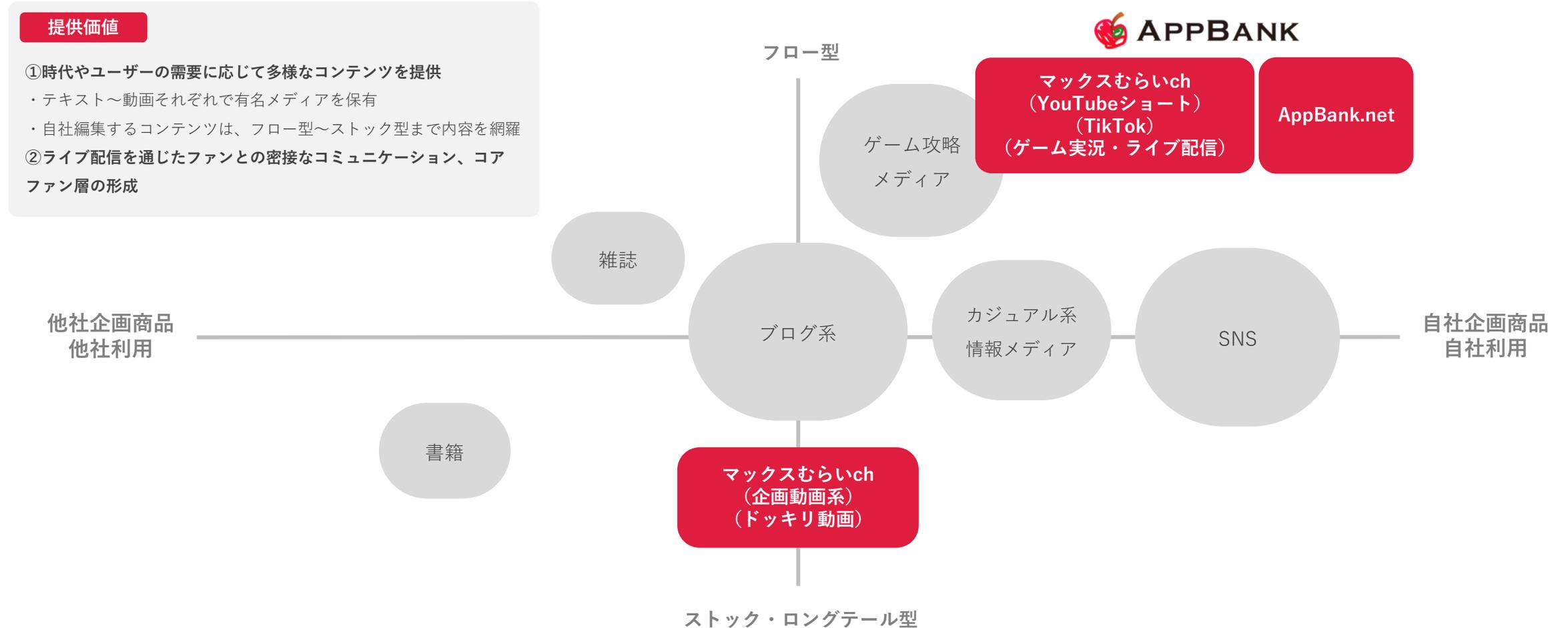
キャラクタービジネス商品化権市場構成比



注釈：図表は株式会社矢野経済研究所『キャラクタービジネスに関する調査（2023年）』におけるデータをもとに、当社計算。尚、商品化権とは、商品に付帯してキャラクターを使用する権利であり、小売金額ベースにて算出。著作権とは、出版権、広告宣伝やイメージキャラクターとしての使用権などであり、契約金額ベースにて算定。尚、2023年度は予測値。

# メディア事業における当社のポジショニング

ブログからYouTube、TikTokまで幅広くコンテンツを展開。  
旬のネタから普遍性のある内容まで網羅し、様々な需要に応えるコンテンツを提供。



# 主な事業リスクと対応策（1/2）

成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクは以下の通りです。

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
事業環境： 市場環境について	メディア事業 STPR事業	・対象市場の劇的な環境変化や他社サービスとの競争が激化する中で、当社のサービスが競争力を失う又は形骸化する可能性	中/中長期	・革新的な技術が開発され、当社グループの対応が遅れた場合や、そのような革新的な技術に対応するために多額のシステム開発費用が追加的に発生する場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	・データ解析やユーザートレンドの動向調査等、最新技術や最新のマーケティング手法の導入  ・上記を可能とするための優秀な人材の確保
事業運営： 事業における特定の事業者への依存について	メディア事業	・「YouTube」及び「ニコニコ」等の動画プラットフォームサービスに依存して運営しており、動画プラットフォームサービス運営者において、市場動向の急激な変化や法的規制・緩和等の影響による経営方針の変更、ビジネスモデルの変更が発生する可能性	中/不明	・当社グループの事業の継続的な運営状況と事業の収益性に変更が生じることにより、業績に影響を及ぼす可能性があります。	・メディア運営の収益機会を複数のプラットフォームサービス運営者に設定してリスクヘッジを図る
事業運営： 動画コンテンツ等の出演者への依存及びユーザーの嗜好の変化について	メディア事業	・「AppBank.net」及び動画サービス事業における動画コンテンツがマックスむらいに依拠して事業を運営しており、マックスむらいが諸般の事情により出演ができなくなる可能性や将来ユーザーの嗜好が大きく変化する可能性	中/中長期	・コンテンツ供給の減少とユーザー数の減少に伴う売上の減少、販売不振等が発生した場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	・マックスむらいに依拠しない収益機会の構築  ・ユーザーとのオンラインオフラインでの接触機会を設けてユーザー嗜好の把握

※その他のリスクについては2023年12月期有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照下さい。

# 主な事業リスクと対応策（2/2）

成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクは以下の通りです。

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
事業環境： 感染症等の影響について	STPR事業	・新型コロナウイルス感染症の流行等を原因とする国内経済の景気悪化やそれに伴う広告市場の停滞、消費の落ち込みが長期化する場合。	中/中長期	・外出の規制が発生する場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	・生産販売管理体制の強化 ・販売チャンネルの多角化を図る
システムトラブルによるリスクについて	全社	急激なアクセスの増加や電力供給の停止等の予測不可能な様々な要因によって当該コンピューターシステム及び周辺システムがダウンする可能性。	中長期	・主要なシステムトラブルが発生する場合には、一時的にシステム・サービスを止めるため事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	安定的なサービス提供のため、サーバー設備の増強や適切なセキュリティ手段を講じることで外部からの不正アクセスの回避を図る
情報価値の低下について	メディア事業	当社グループの運営するメディアの情報価値が相対的に低下し、当社グループの提供するインターネット広告商品の価値が比例して低下する可能性。	中長期	・インターネット広告商品の価値が比例して低下した場合、当社グループの事業及び業績に大きな影響を与える可能性があります。	専門性の高い記事を生産できる人材の確保と育成、仕組み・ノウハウの共有化を通して、コンテンツ品質の維持・向上を図る。

※その他のリスクについては2023年12月期有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照下さい。

# 本資料の取り扱いについて

- 本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な統計等第三者情報についての正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- 発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその達成を約束するものではありません。
- 当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズ及び嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。
- 今後の当資料のアップデートは、年度決算の発表予定時期である2025年2月を目途に開示する予定です。

**APPBANK**