

# MAKING AI EASY

BY MAKING  
SOFTWARE INTELLIGENT

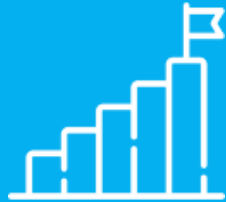
---

**2024年12月期 決算説明資料**  
**2025年2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





**FY24**  
総括と実績



**AdCreative.ai**



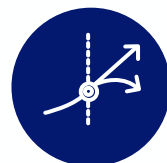
**FY25 業績予想 &  
FY27 財務目標**

# 2024年の総括と2025年の見通し



## 主要重点地域において成長モメンタムが継続

主要地域における力強い成長により、売上収益は前期比**29%**成長し、**341億円**と過去最高を達成。北東アジアは既存のEコマース顧客の力強い拡大により、売上収益が前期比**34%**成長。米国及びEMEAはデジタルコンテンツ及びその他インターネットサービスの拡大が牽引し、売上収益が前期の力強い業績からさらに**45%**成長。



## FY25の売上収益成長率30%超に向けてQ4が転換点

FY24期末に向けて主要地域におけるモメンタムが高まり、Q4を転換点としてFY25の成長加速を牽引。FY25の売上収益は**455億円**、前期比**34%**成長（うち既存事業成長率**27%**）を見込む。主要地域において主要な顧客へのさらなる浸透と取引の拡大により、力強い成長が続くと見込む。



## 強力なオペレーティング・レバレッジにより、収益性は過去最高を記録

営業利益は前期比**2.5倍**の**20億円**、営業利益率は**5.8%**。EBITDAも前期比で**73%**増加し、EBITDAマージンは**14.4%**。為替ニュートラルベースでは、営業利益は前期比**3倍**の**24億円**、EBITDAは前期比**90%**増の**54億円**。純利益は前期比**2.9倍**の**29億円**、純利益率は**8.6%**。主に売上総利益率の改善、販売・マーケティング活動の生産性向上と規律ある研究開発投資により、力強い利益拡大を実現。



## テクノロジー主導の利益率改善と研究開発の生産性向上

買収後のプロダクトシナジーの強化により、利益率の高いプロダクトの成長が加速すると見込む。ROIを重視した広告生成に強みを持つAdCreative.aiとの統合により、顧客のROI向上だけでなく、当社の利益率向上にも貢献。営業利益は**41億円**、既存事業では**2倍以上**の**48億円**への拡大を見込む。FY25はコア・フリー・キャッシュフローの改善を反映し、配当予想はFY24を上回る**1株当たり2.25円**。

(1) 7億円の非オーガニック営業損失には、買収会社の営業損失3億円と一過性の費用4億円が含まれる。

# 力強い成長軌道：FY27に向けた堅調な売上収益と利益の拡大



## プロダクト価値の向上とグローバルな地域拡大によるFY27に向けた高成長

FY25の好調な業績をベースに、FY27までの売上収益の年平均成長率(CAGR)は**27-31%**、売上収益は700億円超が目標。より多様な主要顧客へのさらなる浸透、グローバル展開の拡大、継続的なAIの進化が成長を牽引。AdCreative.aiとのシナジーを活かし、買収後のプロダクトソリューションの統合を含めた新たなプロダクト提供がさらなる成長を推進。



## FY27までに営業利益を約5倍の90-110億円に拡大することを目指す

FY27までに営業利益を**90-110億円**以上、純利益を**70-90億円**以上に成長することを目指す。売上総利益率の改善、ROIを重視した販売・マーケティング投資、AI活用による生産性向上を伴う費用対効果の高い研究開発投資が成長を牽引。



# 2024年 ハイライト

## 売上収益

JPY **341億**

## 売上収益成長率<sup>(1)</sup>

**+29%**

## 収益性

営業利益 JPY **20億**

純利益 JPY **29億**

## 売上総利益成長率<sup>(2)</sup>

**+30%**

## ARR<sup>(3)</sup>

JPY **363億**

## LTM NRR

為替  
ニュートラル<sup>(4)</sup> **131.9%**

米国ドル  
ベース<sup>(5)</sup> **118.7%**

(1) FY23とFY24を比較した売上収益の成長率

(2) FY23とFY24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あり、(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)利用量ベースの価格体系のCrossX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) 以下の(i)を(ii)で除して算出。

(i) 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か月間の売上収益を米国ドルで計算し、FY24 Q1からFY24 Q4の為替中立レートで日本円に換算

(ii) 前年同期の当該顧客からの売上収益を米国ドルで計算し、FY23 Q1からFY23 Q4の為替レートで日本円に換算

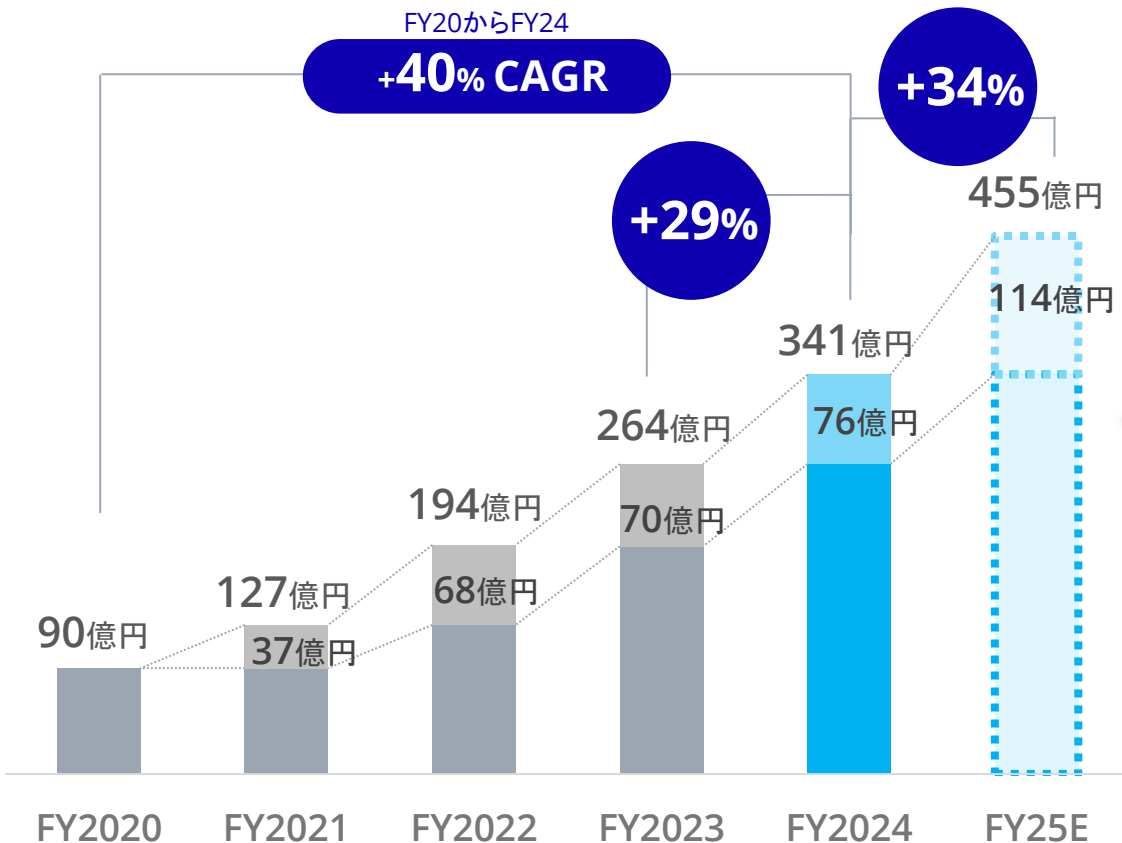
(5) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益(米国ドル建て)を、前年同期の当該顧客からの売上収益(米国ドル建て)で除して算出



# FY25に売上収益成長率は30%超へと再加速

- 業種及び地域の持続的な拡大により、当社の成長は持続的に推移。これらの取り組みを継続することに加えて、AdCreative.aiとの統合のシナジーにより成長は再加速し、FY25の売上収益成長率は前年度比34%に達すると見込む。

## 売上収益(日本円)



## FY24の増収要因

### 54% 既存顧客から (1)

- ▶ ROI重視のソリューションによる強力なアップセル
- ▶ Eコマースとデジタルコンテンツにおける継続的な拡大

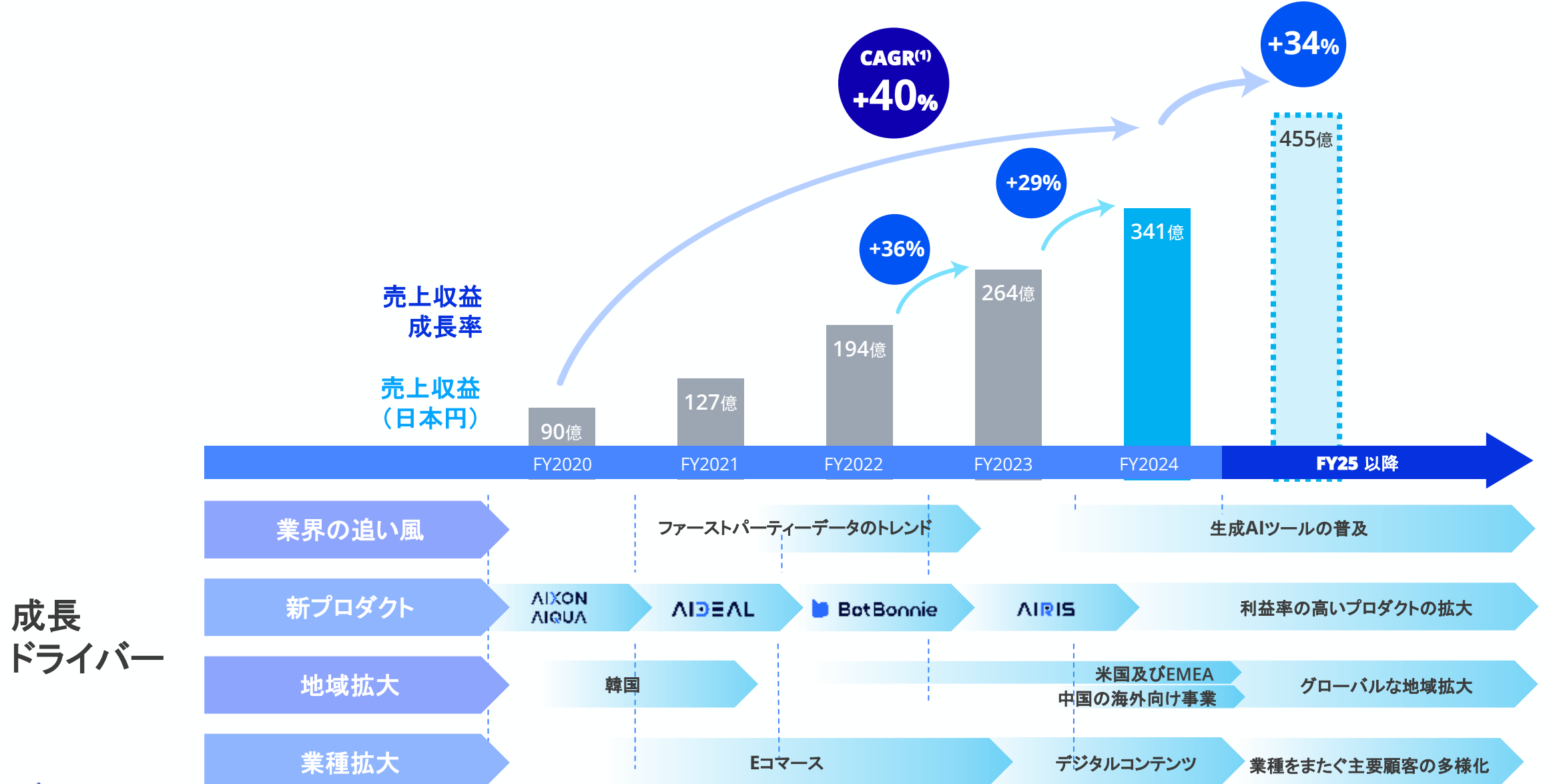
### 46% 新規顧客から (2)

- ▶ 米国及びEMEAにおける力強い拡大
- ▶ デジタルコンテンツにおける拡大
- ▶ 大規模なエンタープライズ顧客への戦略的な注力

(1)「既存顧客」はFY24より前に獲得した顧客を指す

(2)「新規顧客」はFY24に獲得した顧客を指す

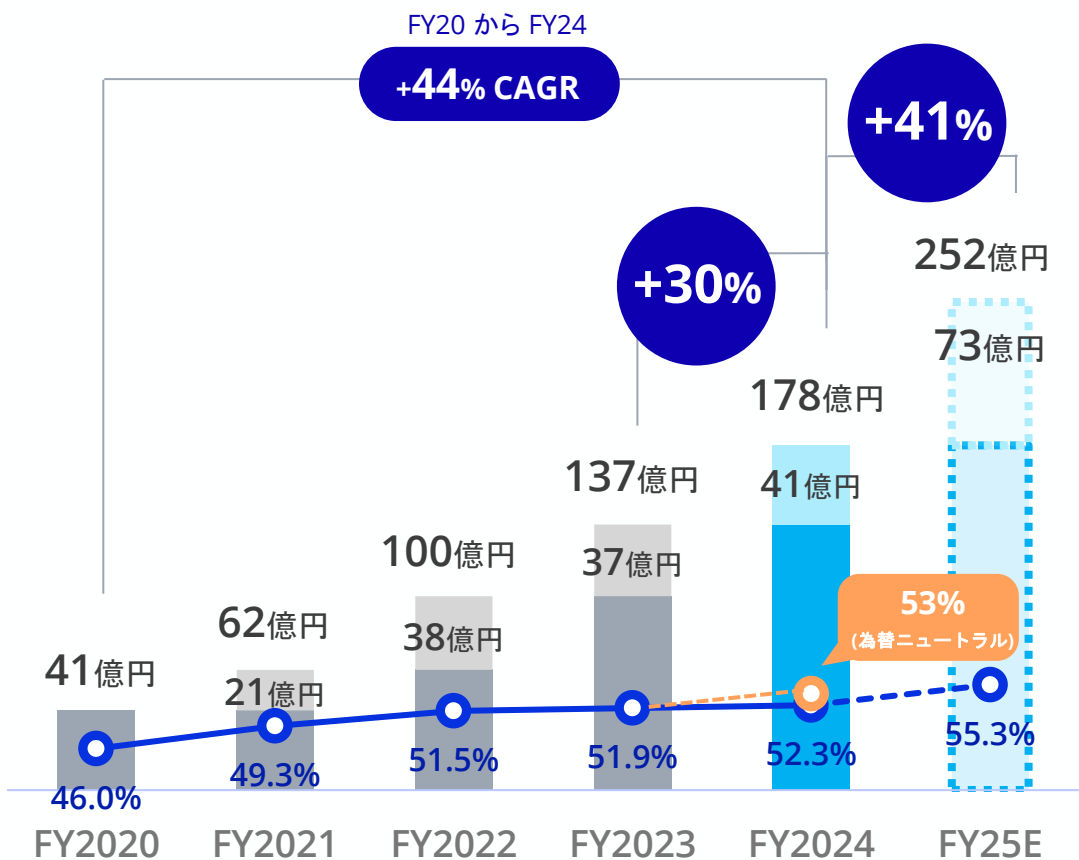
# 成長ドライバーを毎年追加することで、利益を伴う成長を実現





# 利益率の改善と売上収益成長の再加速により、 売上総利益の成長を促進

## 売上総利益 & マージン(日本円)



### FY2024

- ▶ 為替の逆風にもかかわらず、売上総利益は売上収益を上回るペースで増加
- ▶ 継続的な技術革新による一貫した利益率の改善

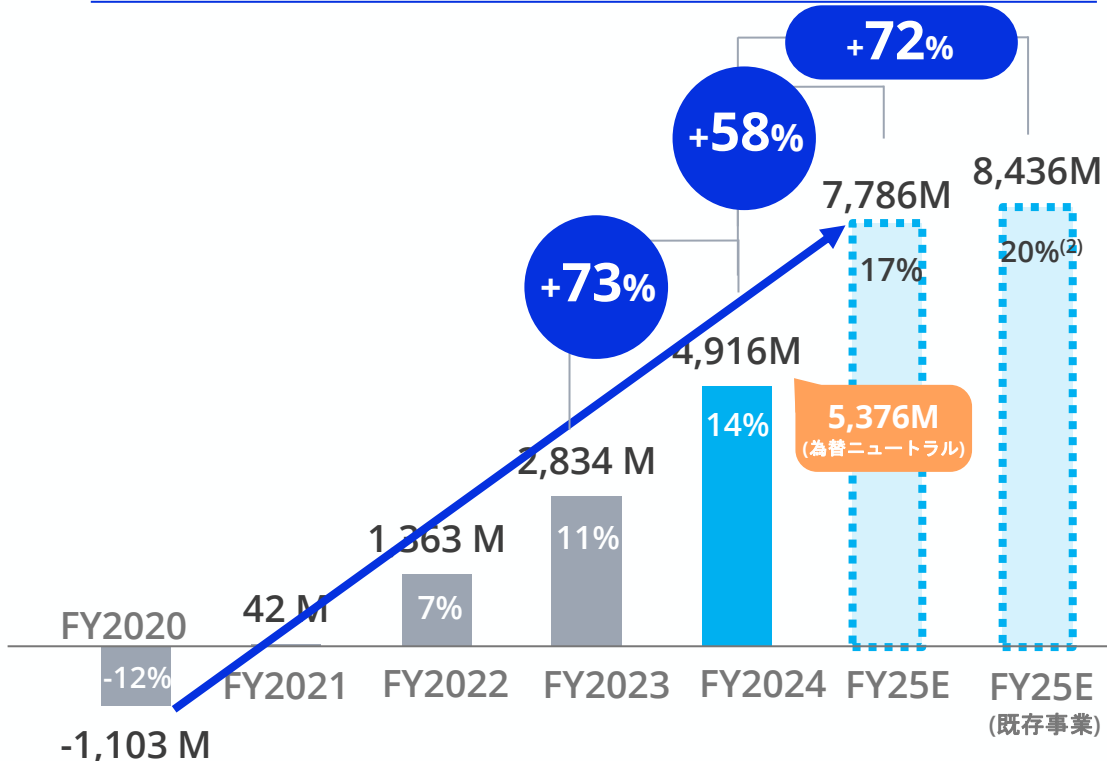
### FY2025に売上総利益の成長が再加速

- ▶ AIの予測精度を高めるための継続的な試験運用により、利益率をさらに向上
- ▶ 利益率の高いプロダクトの成長加速によるプロダクトミックスの改善

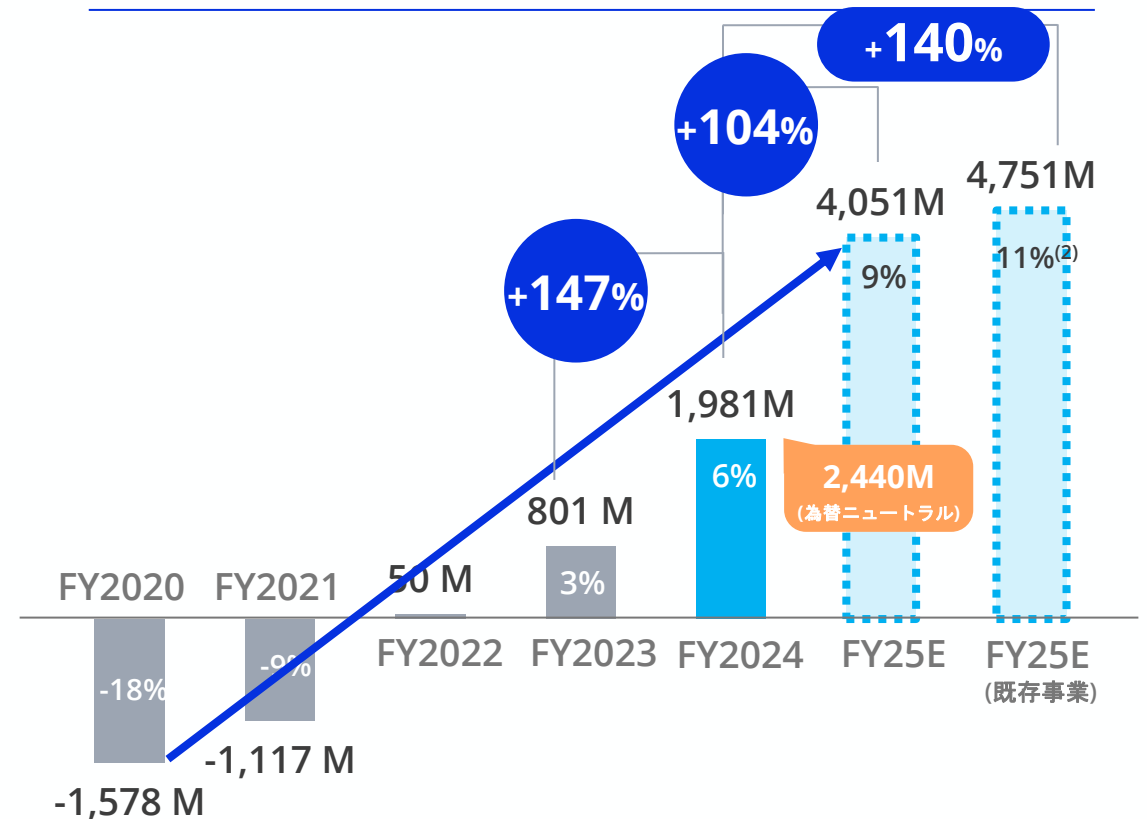
# 一貫した事業運営による、継続的な利益改善

- 為替の逆風にもかかわらず、収益性の大幅な改善を達成し、FY24の営業利益は前期比約2.5倍、為替ニュートラルベースでは3.0倍に拡大。売上総利益率の改善と強力なオペレーティング・レバレッジを伴う売上収益拡大が収益性の改善を牽引。
- 売上総利益率の改善とオペレーティング・レバレッジの強化により、営業利益は2倍以上の41億円に拡大すると見込む。既存事業の営業利益は48億円であり、非オーガニック事業の営業損失7億円<sup>(3)</sup>により一部相殺される。買収会社の収益性は徐々に改善すると見込む。

## EBITDA<sup>(1)</sup> & マージン(日本円)



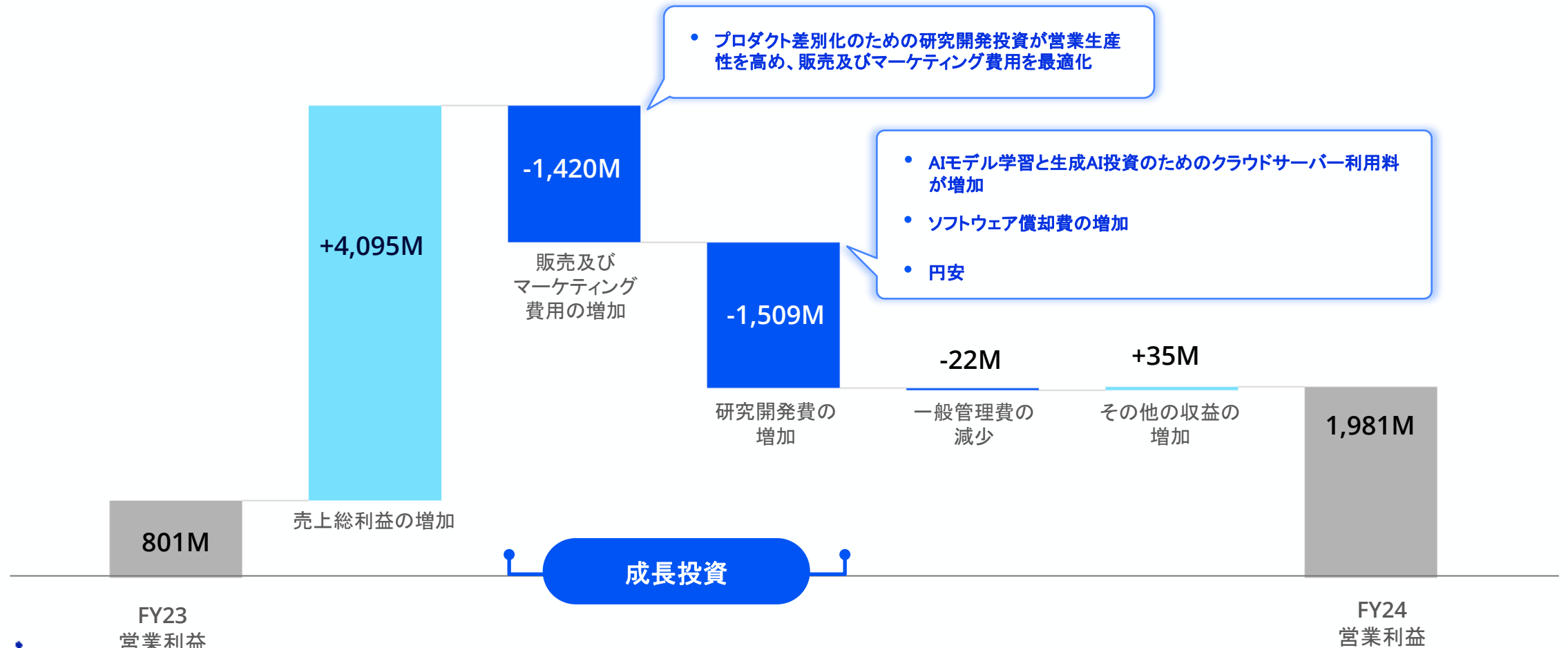
## 営業利益 & 利益率(日本円)



# 2024年 - 営業利益の前期からの変動

- 営業利益の大幅な増加は、事業の成長、売上総利益率の改善、強力なオペレーティング・レバレッジによるもの。製品の競争力を高め、持続的な成長を加速するための研究開発投資を実行。

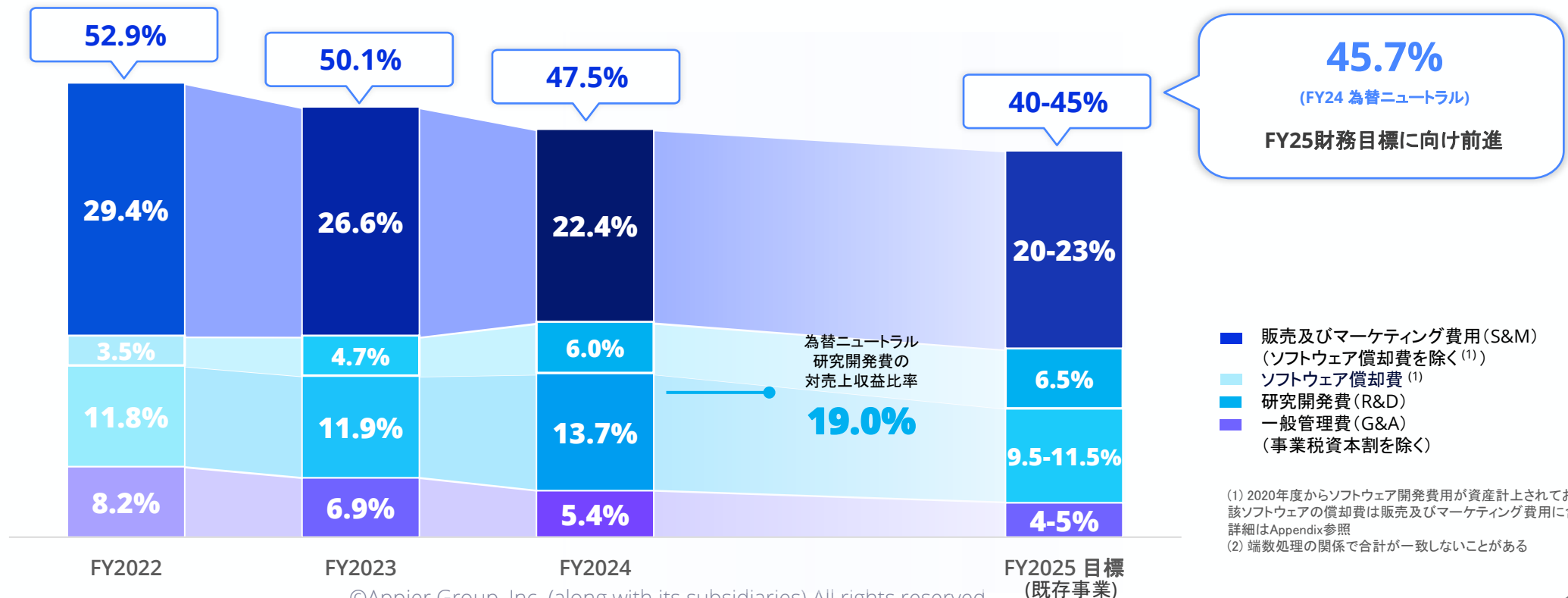
## 営業利益の変動(日本円)



# 営業費用の継続的改善

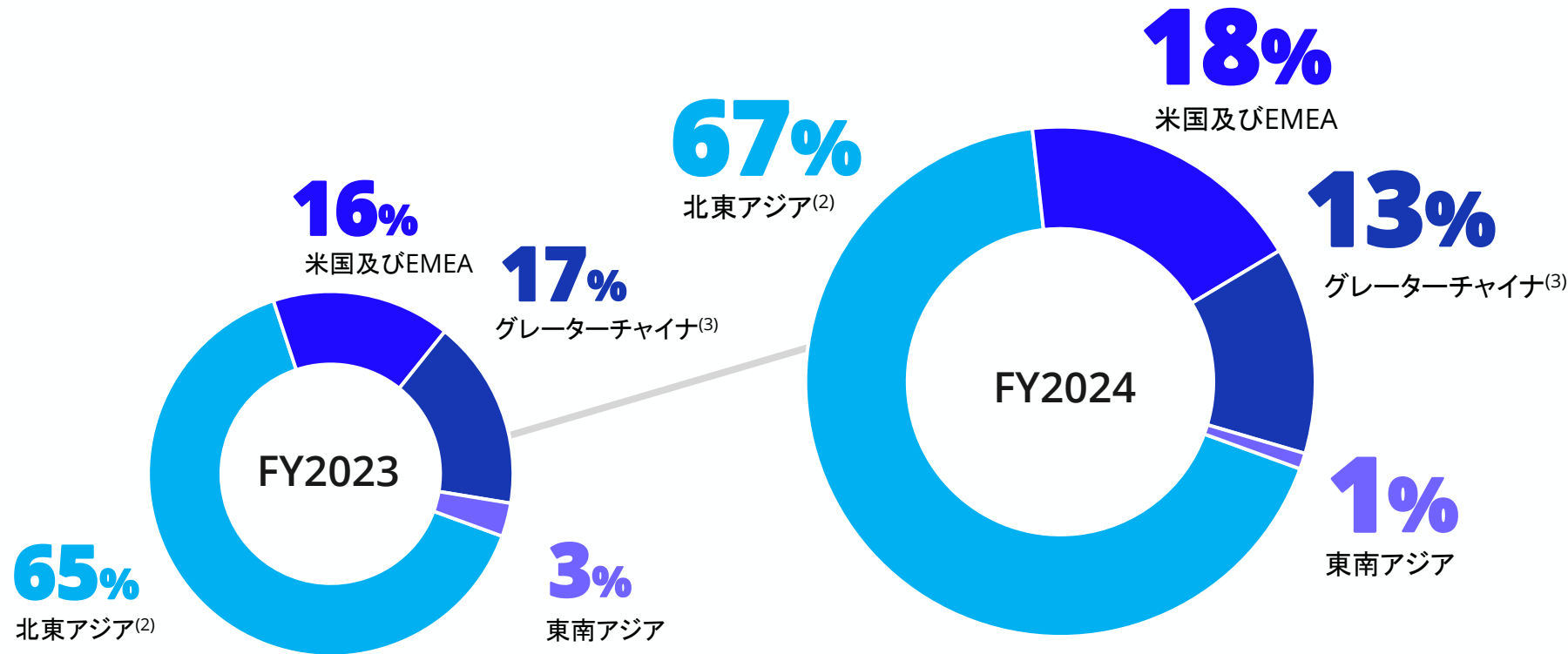
- 為替の逆風にもかかわらず、強力なオペレーティング・レバレッジを達成。営業費用の対売上収益比率は前期比で2.6%ポイント、為替ニュートラルベースでは4.4%ポイント改善。営業費用の対売上収益比率は年間を通じて改善し続けると見込む。
- 販売及びマーケティング費用と一般管理費の対売上収益比率は、生産性の向上と業務効率化により改善。一方、ROI重視の製品強化のためのAI投資の拡大に伴い、研究開発費の対売上収益比率は上昇。これにより長期的な利益を伴う成長と営業生産性の向上を加速。
- 継続的な効率化と生産性向上により、営業費用の対売上収益比率は40~45%まで低下すると見込む。

## コスト構造(対売上収益比率)



# 複数の地域における多様な成長ドライバーから構成される 多様な収益基盤

FY23 & FY24 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

業種の拡大と既存顧客の堅調な拡大により、売上収益成長率は前期比**34%**

## 米国及びEMEA

多様な業種における新たな事業機会により、売上収益成長率は前期比**45%**

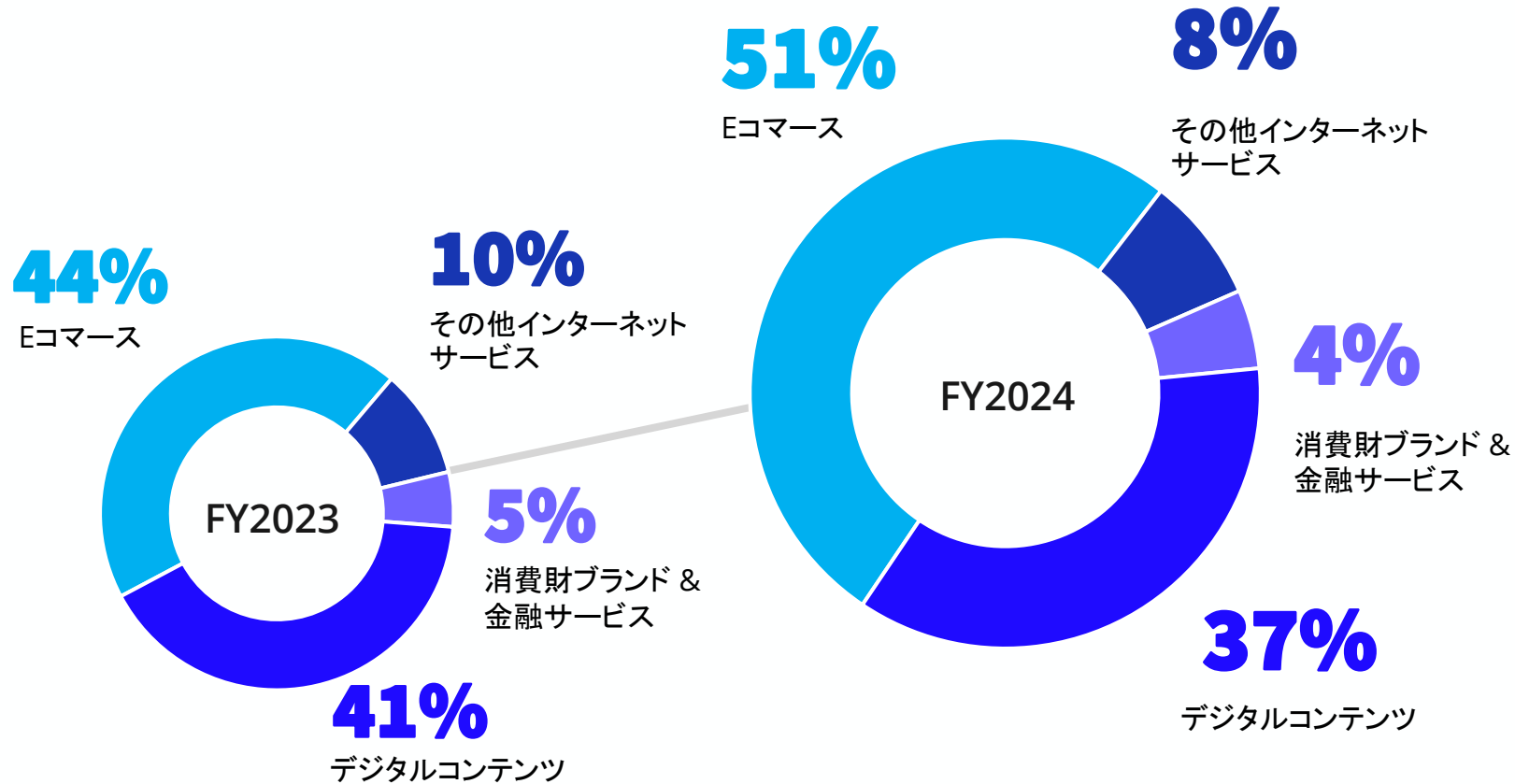
## グレーターチャイナ

事業基盤の更なる強化と中国企業の海外向け事業の新たな拡大

## 東南アジア

市場がより成熟するまで主要な顧客に注力

# 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

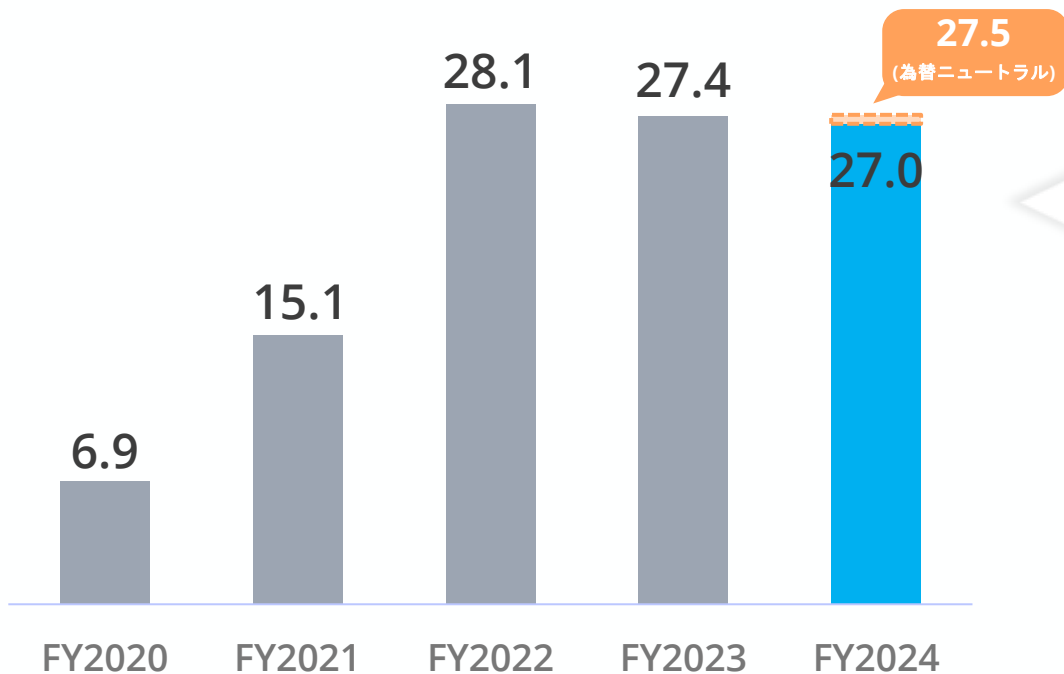
- 新たな生成AI機能の提供により、Eコマース顧客が力強く拡大

## 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

# LTV/CAC: 一貫して高い事業効率を維持

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



### LTV +10%

顧客満足度向上によるARPC(顧客当たり平均売上収益)の増加

顧客収益解約率 -5% (前期比)

顧客当たり売上総利益 +5% (前期比)

### CAC +11%

より生産性の高い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 +1% (前期比)

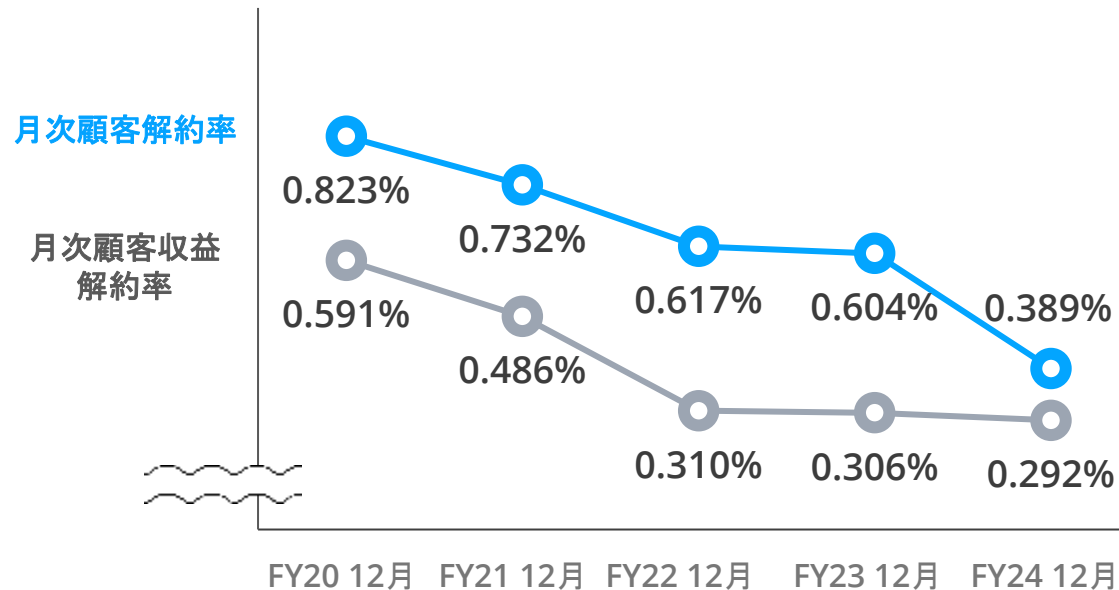
新規顧客獲得数 -9% (前期比)

(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。

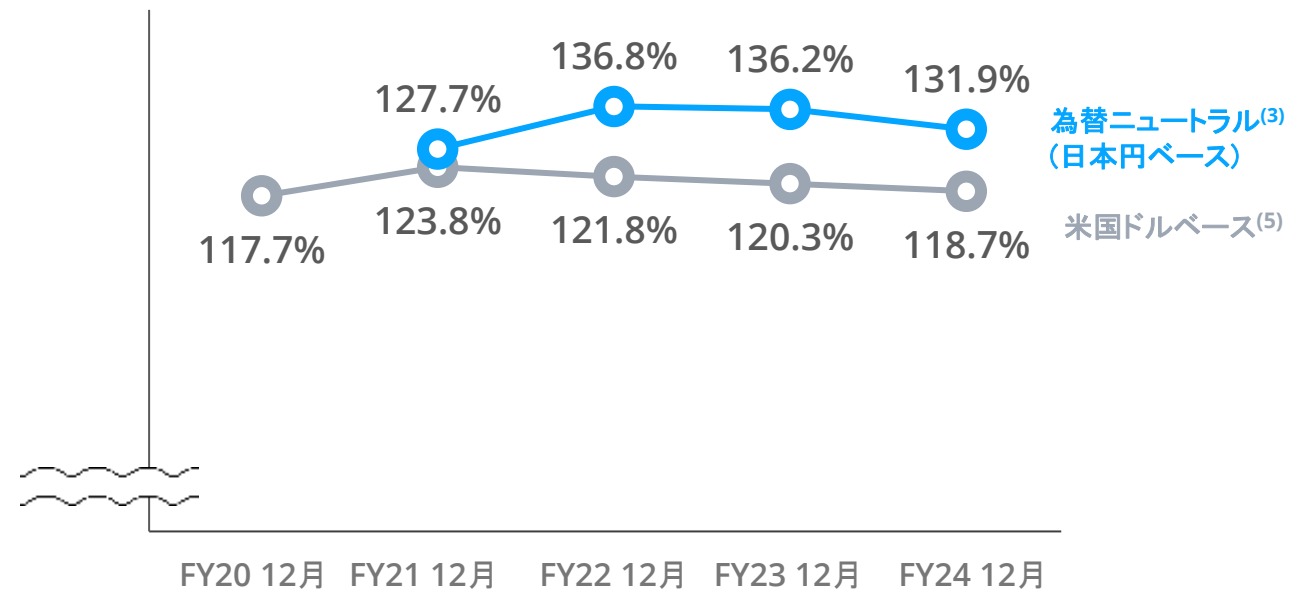


# 解約率 & LTM NRR: 大規模なエンタープライズ顧客に注力

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



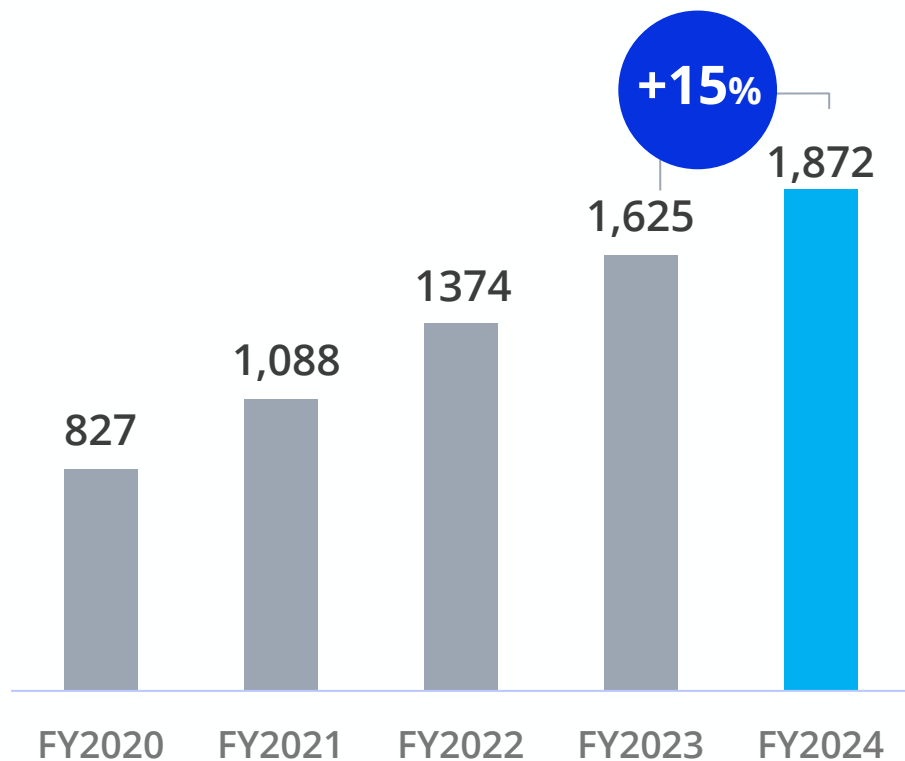
(1) 月次顧客解約率 = 当月中に当社との取引関係を終了した顧客数を月末時点の全顧客数で割って算出  
 (2) 月次顧客収益解約率=当月中に解約した顧客の契約収益(米国ドル)を全顧客の契約収益(米国ドル)で割って算出  
 (3) 以下の(i)を(ii)で除して算出。  
 (i) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益を米国ドルで計算し、FY24Q1からFY24Q4の為替中立レートで日本円に換算  
 (ii) 前年同期の当該顧客からの売上収益を米国ドルで計算し、FY23Q1からFY23Q4の為替レートで日本円に換算

(4) 「為替ニュートラル」とは、当期の為替変動の影響を除き、比較期間と同じ換算レートを用いて計算することを指す  
 (5) 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  
 (6) 上記計算にはBotBonnieとWoopraの顧客は含まれていない

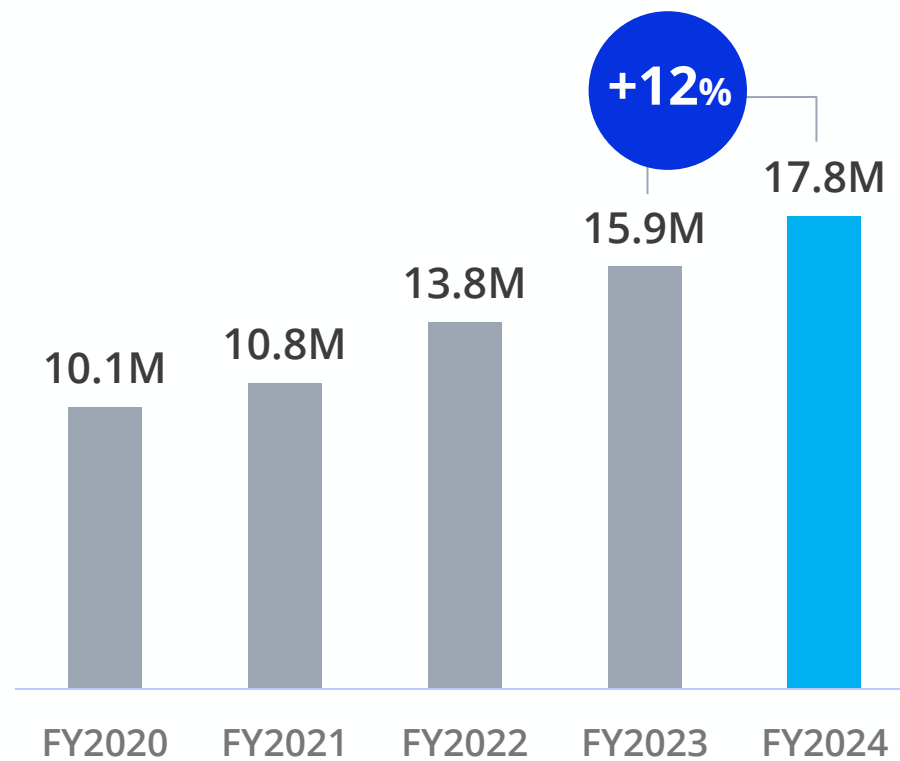
# ARPC(顧客当たり平均売上収益)の拡大を牽引する大規模なエンタープライズ顧客への戦略的注力

- ARPCの主要な成長ドライバーとして、大規模なエンタープライズ顧客の獲得に注力。  
取引規模の拡大が可能な製品の提供や戦略的パートナーシップの活用により、ARPCの一貫した長期的成長を加速。

## 顧客企業数<sup>(1)</sup>



## ARPC<sup>(1)</sup>(日本円)



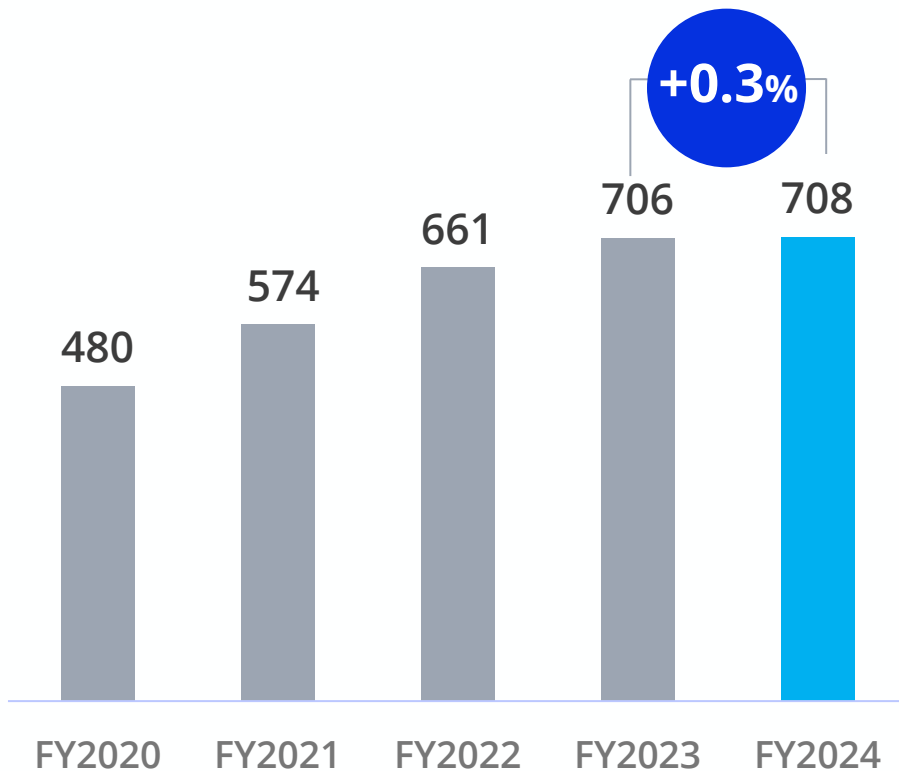
(1)「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。  
企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

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

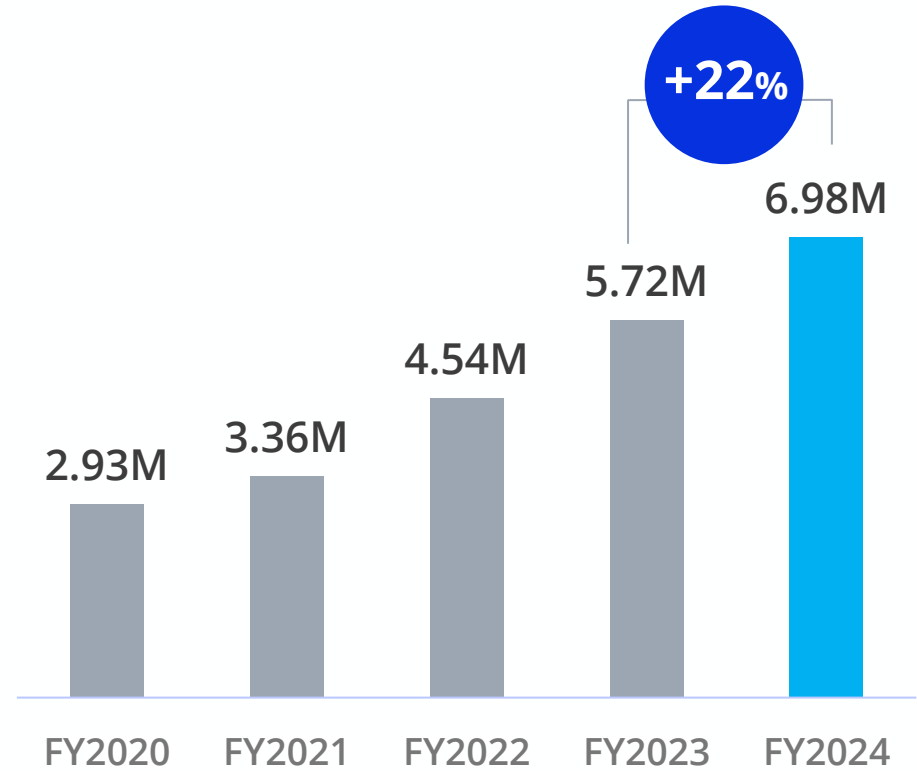
# 規模の拡大と生産性の向上

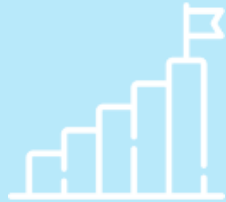
- AIツールの活用による生産性向上と業務の効率化により、必要な人員数が減少し、従業員数は小幅に増加。主要な営業職の採用は計画通りに進捗。
- FY25には、生成AIアプリケーションにおける新たな事業機会を獲得するため、営業職の採用を戦略的に強化し、従業員数が再び増加すると見込む。

## 従業員数



## 四半期売上総利益 / 従業員数 (日本円)





FY24  
総括と実績

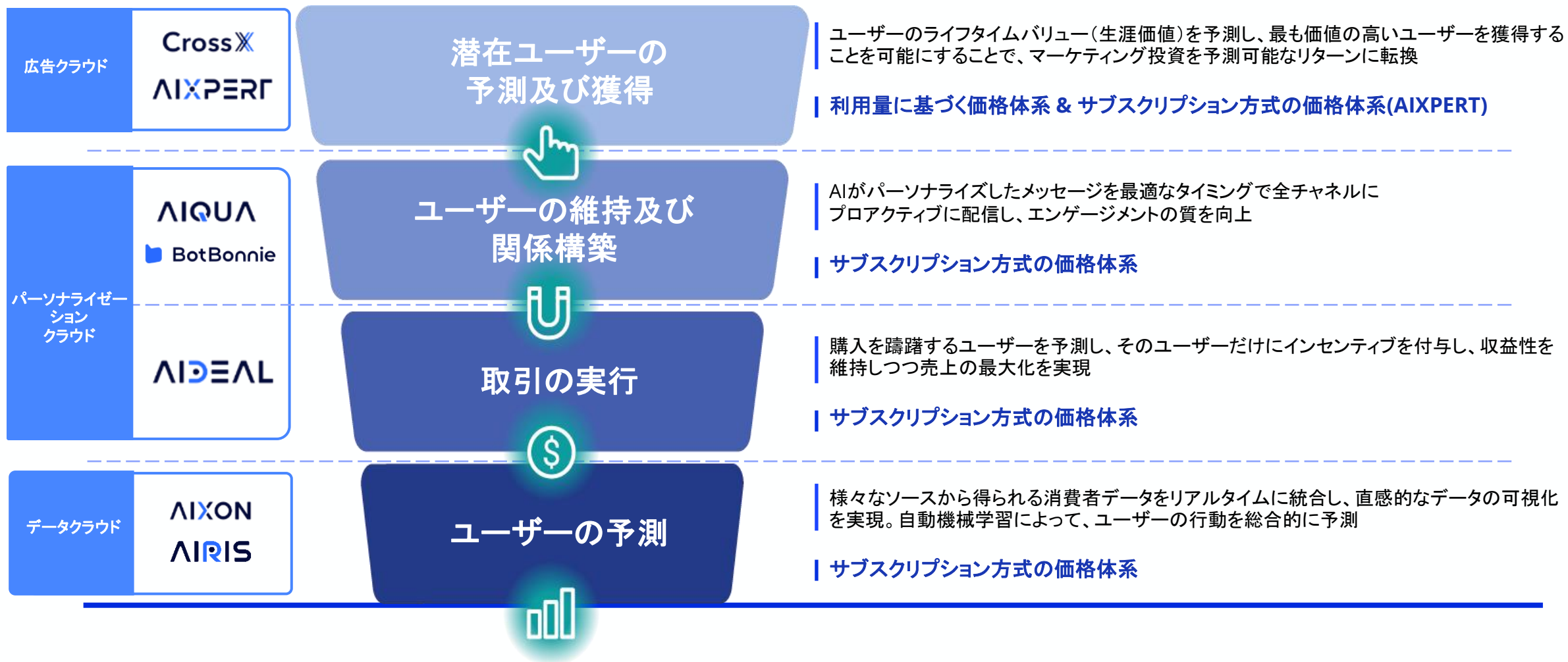


AdCreative.ai



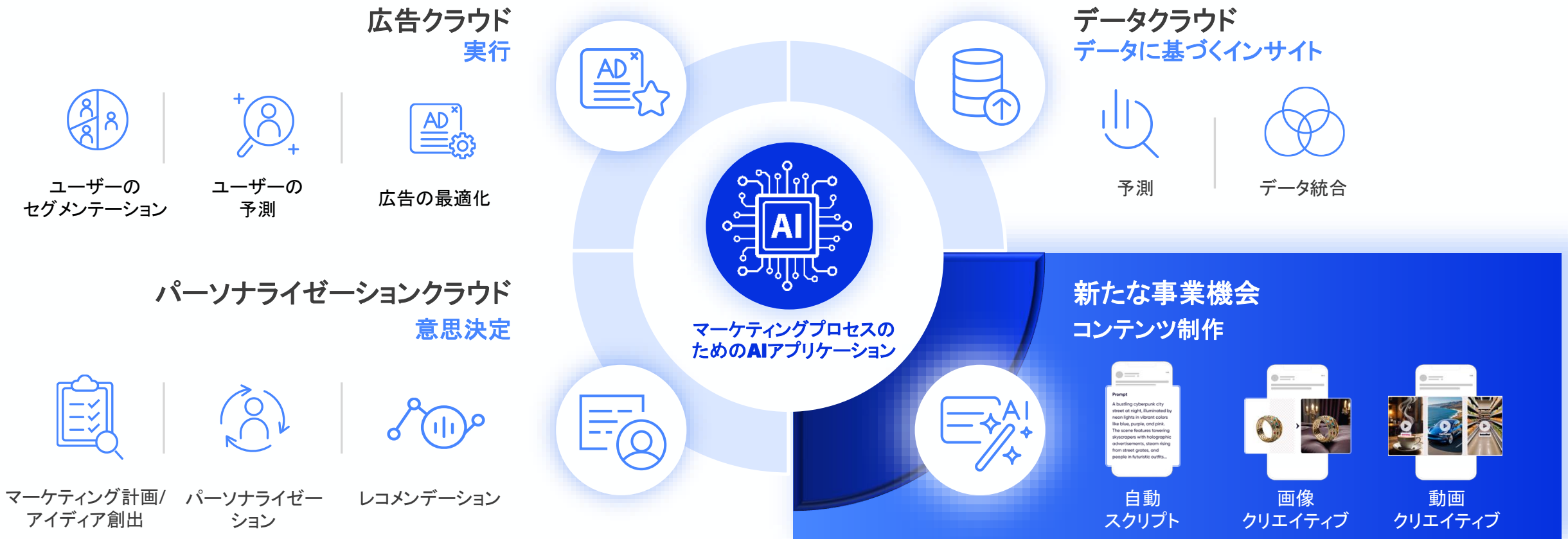
FY25 業績予想 &  
FY27 財務目標

# ファン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搭載マーケティングプラットフォームの完成に向けた前進

- 複数のメディア向けのコンテンツ制作における生成AIの開発を加速させ、顧客のROIを最大化する包括的なソリューションであるAI搭載マーケティングプラットフォームの完成に向け、最終段階へと一歩前進。
- 今回の買収により、「AIでROIを向上させる」という当社のミッションがさらに進化し、スマートなソフトウェアがコンテンツ制作能力を強化することで、データ主導型のマーケティングソリューションを提供。



# AdCreative.aiの概要

- 2018年設立、本社フランス・パリ
- 2021年にAdCreative.aiを提供開始
- AI搭載のクリエイティブコンテンツ制作を推進する強力なR&Dチーム、市場にフォーカスしたセールス・マーケティングチーム

## 主な強み



数秒で複数の形式の  
マーケティングコンテンツを  
生成



独自のデータを活用した  
ROI重視のソリューション



欧州と米国で顧客から強い  
支持を得る広告クリエイティ  
ブ生成のリーダー



高い売上総利益率

## 受賞歴と実績



Adcreative.aiはG2<sup>(1)</sup>に掲載された10万以上の  
ソフトウェアプロダクトの中から、2023年に  
”Fastest Growing Product Award”の3位を受賞



**+3億件**  
広告を分析(年間)

(1) G2は、ビジネス向けソフトウェアのユーザーレビューの収集に特化したソフトウェアマーケットプレイス



# AI主導の自動化によりROIを最大化

- 画像と動画の制作にAIによる自動化を活用することで、コストを大幅に削減し、データ主導型の最適化によりキャンペーンのROIをさらに向上



# 数クリックで複数のフォーマットを生成

- 操作性の優れた広告クリエイティブプラットフォームを提供。ユーザーはわずか数クリックで複数の広告フォーマットを生成可能。

## 画像を生成

### 背景の自動生成



### ポートレートの自動生成



## 動画を生成



Prompt: "Fresh cheeseburger on a rustic wooden table, surrounded by natural sunlight and fresh vegetables."

## イノベーションの創出

### プレイアブル広告

インタラクティブで魅力的な  
広告の制作



### インスピレーションバンク

広告アイデアの豊富な  
ライブラリにアクセス

# 独自のデータを活用したROI重視のソリューション

- 広告クリエイティブプラットフォームは優れた操作性で高度にカスタマイズ可能な機能を提供し、マーケティング担当者はカスタマイズされた広告コンテンツを数秒で生成可能。AIと独自のデータを活用して生成されたクリエイティブにより、高いクリック率とキャンペーンパフォーマンスの最大化を実現。



# 広告クリエイティブ生成のリーダー

- AdCreative.aiは広告クリエイティブ生成のリーダーであり、最先端のAIイノベーションとエンタープライズレベルの安全性により、欧州及び米国において、多くの顧客導入事例と優れたパフォーマンスの実績を残しています。

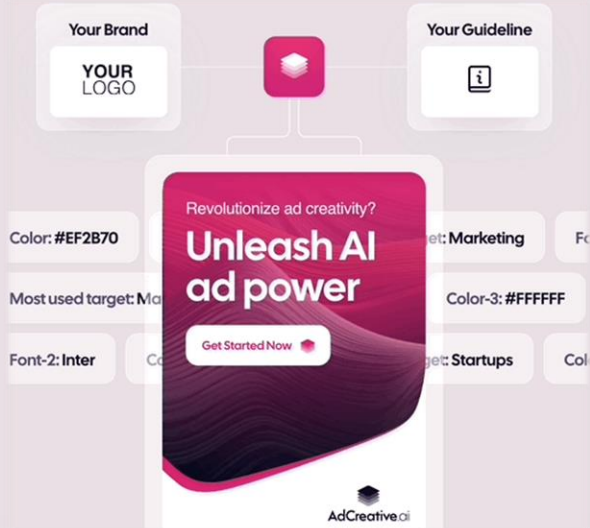
## 優れた実績

顧客のコスト削減

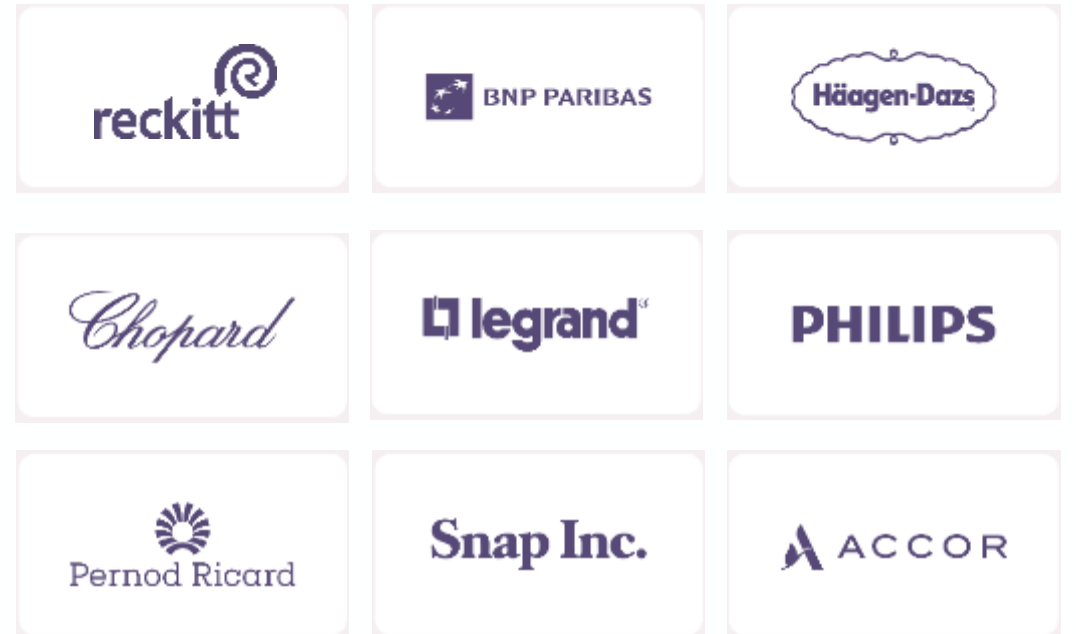
最大**30%**

+

エンタープライズレベルの  
安全性



## 強固なエンタープライズ顧客基盤



...

# ROI向上の成功事例

## Häagen-Dazs

### 課題

- ハーゲンダッツは、複数の市場でブランドの一貫性を維持しながら、ROI最大化のためにクリエイティブ素材のテストと改善を徹底しつつ、効率的にクリエイティブ制作の規模を拡大することに課題を抱えていた。

### ソリューション

- AdCreative.aiを活用することで、ハーゲンダッツは広告アセットの制作を迅速かつ低コストで拡大し、高品質なクリエイティブを安定的に制作することに成功。さらに、自社の広告データをAdCreative.aiの広範なデータベースと統合することで、キャンペーンのパフォーマンスを最適化し、顧客エンゲージメントとROIを最大化。



**+21%**  
クリック率上昇



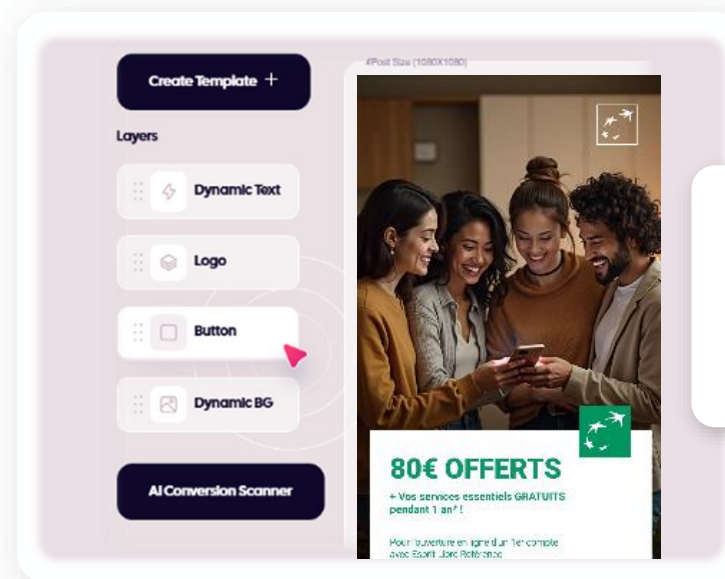
## BNP PARIBAS

### 課題

- BNPパリバは、複雑かつ厳格なデータ規制に従い、コンプライアンスを順守しながら、多様な市場で広告パフォーマンスを向上させることに課題を感じていた。

### ソリューション

- BNPパリバは AdCreative.aiを活用し、ブランドガイドラインを厳格に守りながら大規模なクリエイティブ制作の自動化に成功。AdCreativeの予測AIが広告クリエイティブをリアルタイムで最適化し、パフォーマンス向上に貢献。



**+17%**  
クリック率上昇

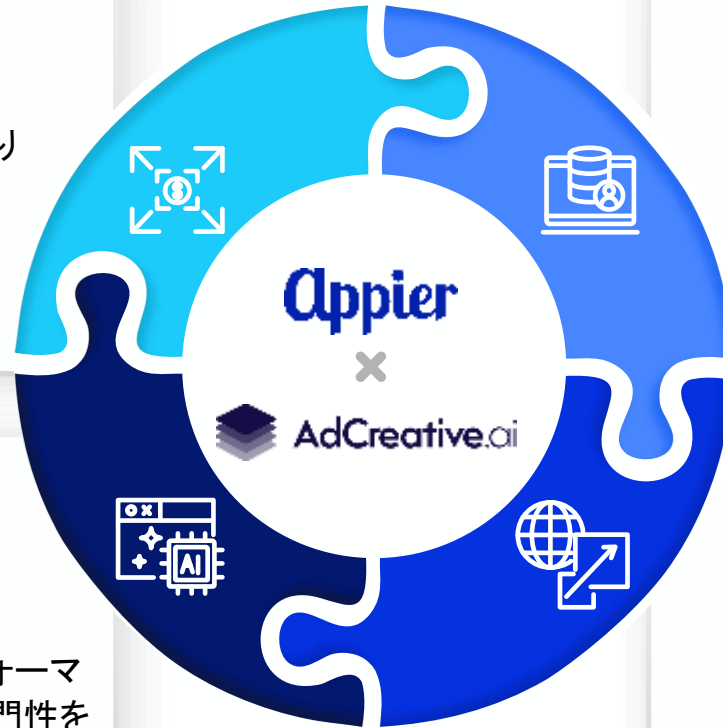


## 利益率の改善

AdCreative.aiのSaaS事業の統合により  
プロダクトミックスが改善し、  
グループ全体の売上総利益率が向上

## 生成AIプロダクト開発の 加速

AdCreative.aiの生成AIを活用したパフォーマンス重視のクリエイティブ自動生成の専門性を取り入れることで、当社のプロダクト開発を加速させ、マーケティングAIの先進性を強化

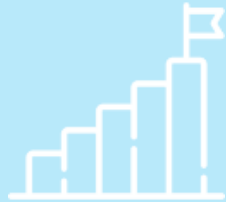


## データの優位性の強化

当社のAIが膨大なクリエイティブデータベースを学習することにより、データの優位性をさらに強化

## TAMの拡大

AppierのAPAC市場及び米国のデジタルコンテンツ業界における強みと、AdCreative.aiの多様な業種と地域の顧客基盤を統合することで、顧客へのリーチを拡大し、生成AI関連事業の成長ポテンシャルを活用



FY24  
総括と実績



AdCreative.ai



FY25 業績予想 &  
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



売上収益 2倍

営業利益 5倍



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100万ドル以上の収益貢献がある顧客を指す。

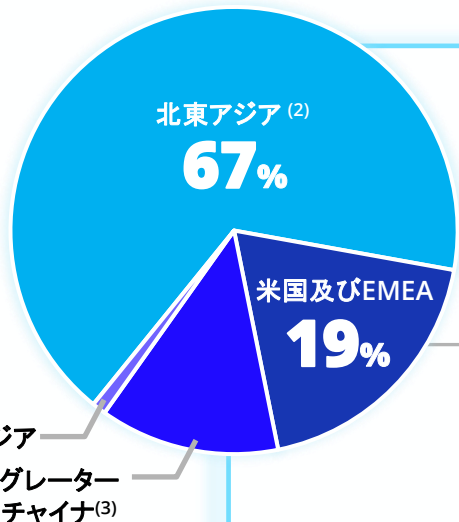
# AI業界における価値転換

- 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)



2025

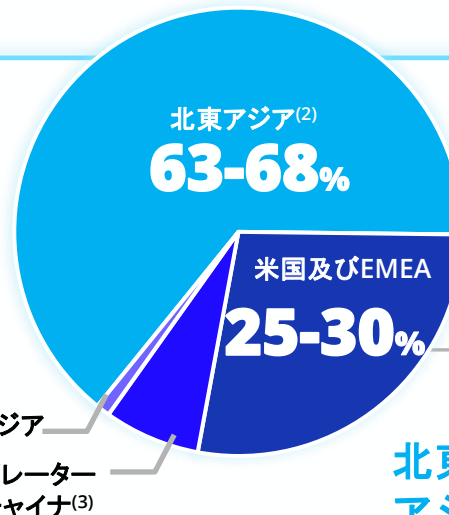
北東  
アジア

- 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



2027

北東  
アジア

- +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








# 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。

	2024	2025	YoY	ハイライト
売上収益	341億円	455億円	+34%	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
売上総利益	178億円 52.3%	252億円 55.3%	+41% +3.0 p.p.	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
営業利益	20億円 5.8%	41億円 8.9%	+104% +3.1 p.p.	<ul style="list-style-type: none"> <li>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85億円（EBITDAマージンは19.6%）</li> <li>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</li> </ul>
EBITDA	49億円 14.4%	78億円 17.1%	+58% +2.7 p.p.	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
配当	1株当たり2円 期末配当	1株当たり2.25円 期末配当予想		<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>

# 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 <sup>(1)</sup> (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%		<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>円安による為替の追い風</li> </ul>
売上総利益率	55-60%	56%	54%		<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
営業費用	40-45%	43%	43%		<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
営業利益率 <sup>(3)</sup>	15-20%	14%	11%		<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
営業利益		52億円	48億円		<ul style="list-style-type: none"> <li>円安による為替の逆風</li> </ul>

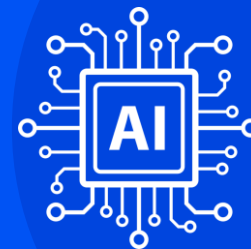
(1) 為替レートがFY22Q1から変化していないという前提で計算

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



## 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!

Innovation  
Branding  
Solution  
Marketing  
Analysis  
Ideas  
Success  
Management

Technology  
Innovation  
SYSTEM



# Appendix



FY24  
総括と実績



AdCreative.ai



FY25 業績予想 &  
FY27 財務目標



FY24 Q4  
実績

# 2024 Q4 ハイライト

## 売上収益

JPY **95億**

## 売上収益成長率<sup>(1)</sup>

**+25%**

## 収益性

営業利益 JPY **8億**  
純利益 JPY **17億**

## 売上総利益成長率<sup>(2)</sup>

**+22%**

## ARR<sup>(3)</sup>

JPY **363億**

## LTM NRR

為替  
ニュートラル<sup>(4)</sup> **131.9%**

米国ドル  
ベース<sup>(5)</sup> **118.7%**

(1) FY23 Q4とFY24 Q4を比較した売上収益の成長率

(2) FY23 Q4とFY24 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、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)利用量ベースの価格体系のCrossX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) 以下の(i)を(ii)で除して算出。

(i) 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か月間の売上収益を米国ドルで計算し、FY24 Q1からFY24 Q4の為替中立レートで日本円に換算

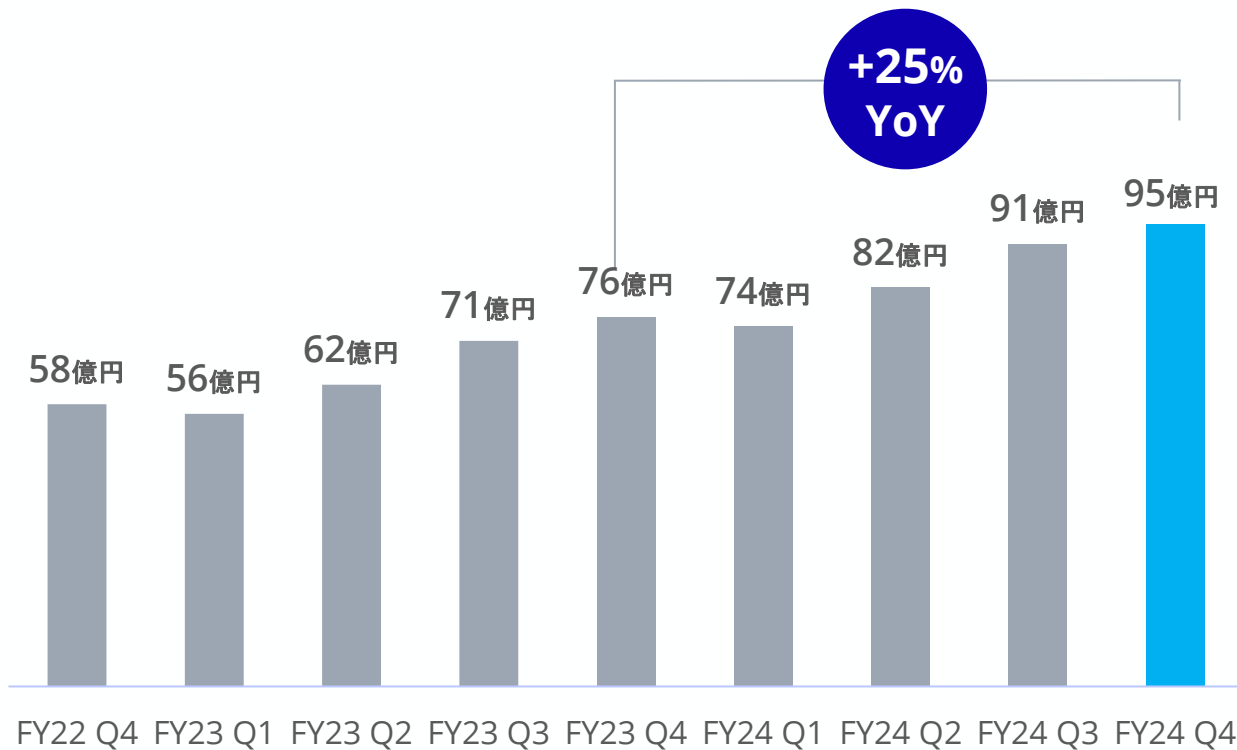
(ii) 前年同期の当該顧客からの売上収益を米国ドルで計算し、FY23 Q1からFY23 Q4の為替レートで日本円に換算

(5) 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

- FY24 Q4の売上収益の成長は、特にEコマースがハイシーズンであることによる北東アジアでの継続的な拡大に加え、ローシーズンでありながら米国及びEMEAIにおけるデジタルコンテンツの堅調な拡大が要因。

## 売上収益(日本円)



## 増収要因

### 58% 既存顧客から (1)

- ▶ 北東アジアのEコマース顧客によるプロダクト利用の増加
- ▶ 米国及びEMEAIにおけるデジタルコンテンツの継続的なモメンタム

### 42% 新規顧客から (2)

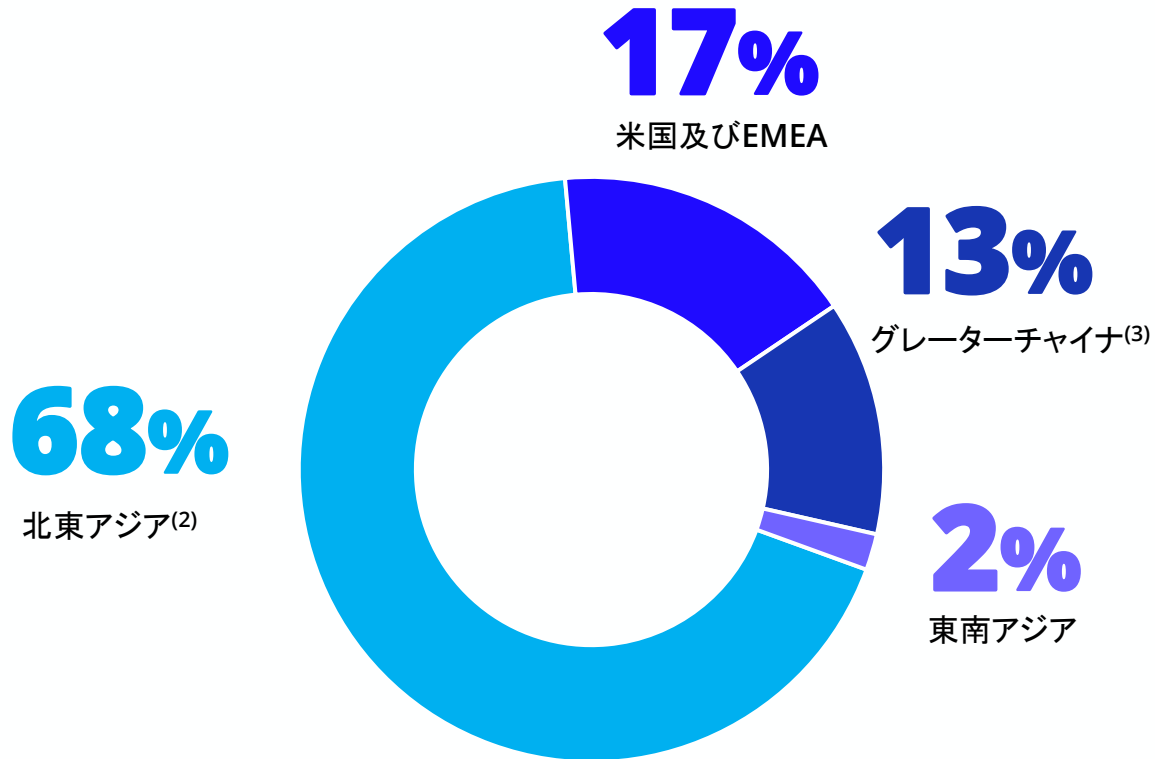
- ▶ 北東アジアのデジタルコンテンツにおける新規顧客獲得の拡大
- ▶ グレーターチャイナの特にデジタルコンテンツにおける顧客からの強い支持

(1)「既存顧客」はFY24 Q1より前に獲得した顧客を指す

(2)「新規顧客」はFY24 Q1からFY24 Q4に獲得した顧客を指す

# 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

## FY24 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

韓国ウォン安による為替の逆風にもかかわらず、既存顧客の堅調な拡大と顧客獲得の加速により、売上収益成長率は前年同期比**33%**

### 米国及びEMEA

デジタルコンテンツがローシーズンにもかかわらず、ROI重視の既存顧客の拡大により、売上収益成長率は前年同期比**38%**

### グレーターチャイナ

中国の海外向け事業は継続的に力強く拡大  
香港と台湾での営業上のシナジーを効率化することにより、さらなる成長機会を見込む

### 東南アジア

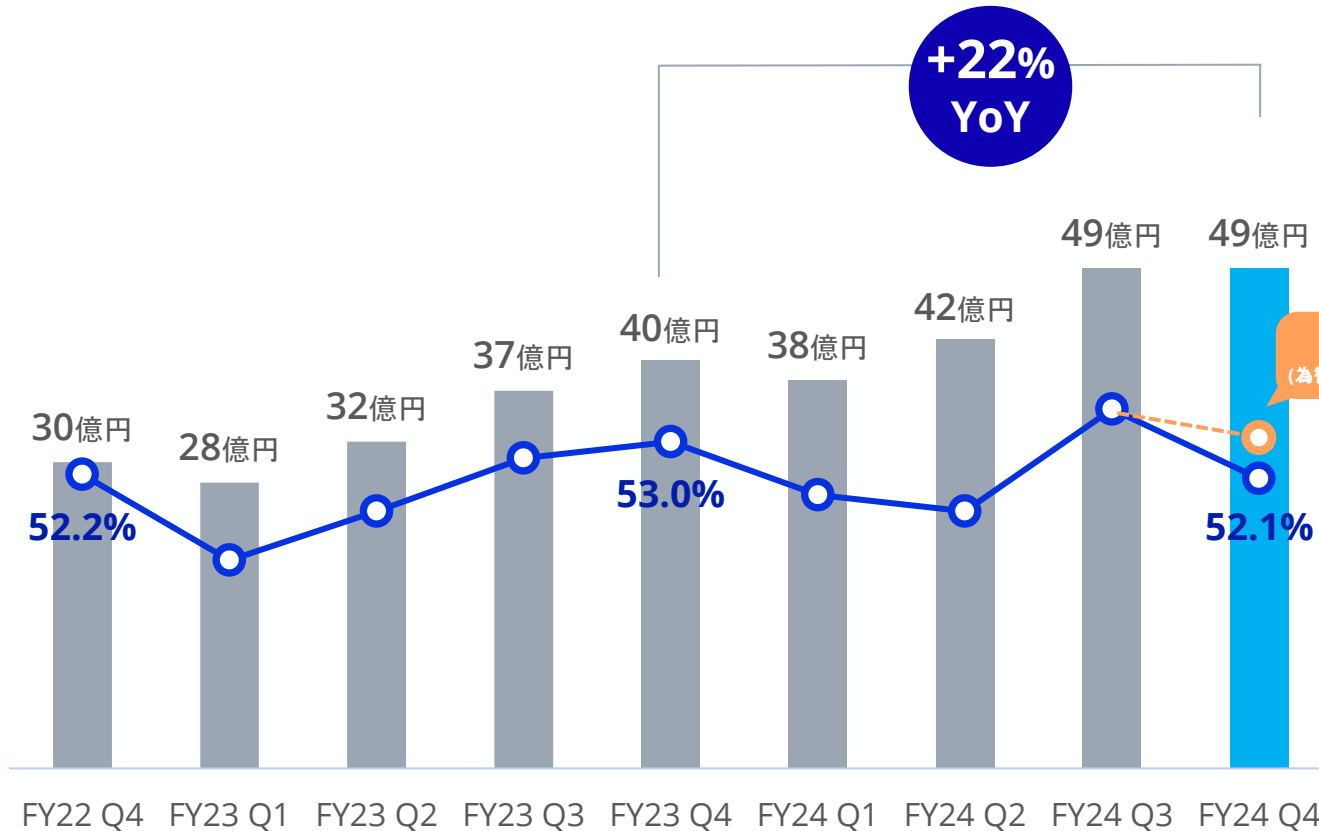
引き続き市場がより成熟するまで主要な顧客に注力



# 売上総利益

- 売上総利益は前年同期比22%増の49億円となり、四半期ベースで過去最高を達成。  
売上総利益率は為替の逆風と季節性によるプロダクトミックスの影響で52.1%（為替ニュートラルベースでは52.7%）

## 売上総利益（日本円） & マージン



## 売上総利益率の主な変動要因

### ポジティブ要因

- ▶ アルゴリズム改善を含む、技術革新のポジティブな影響

### ネガティブ要因

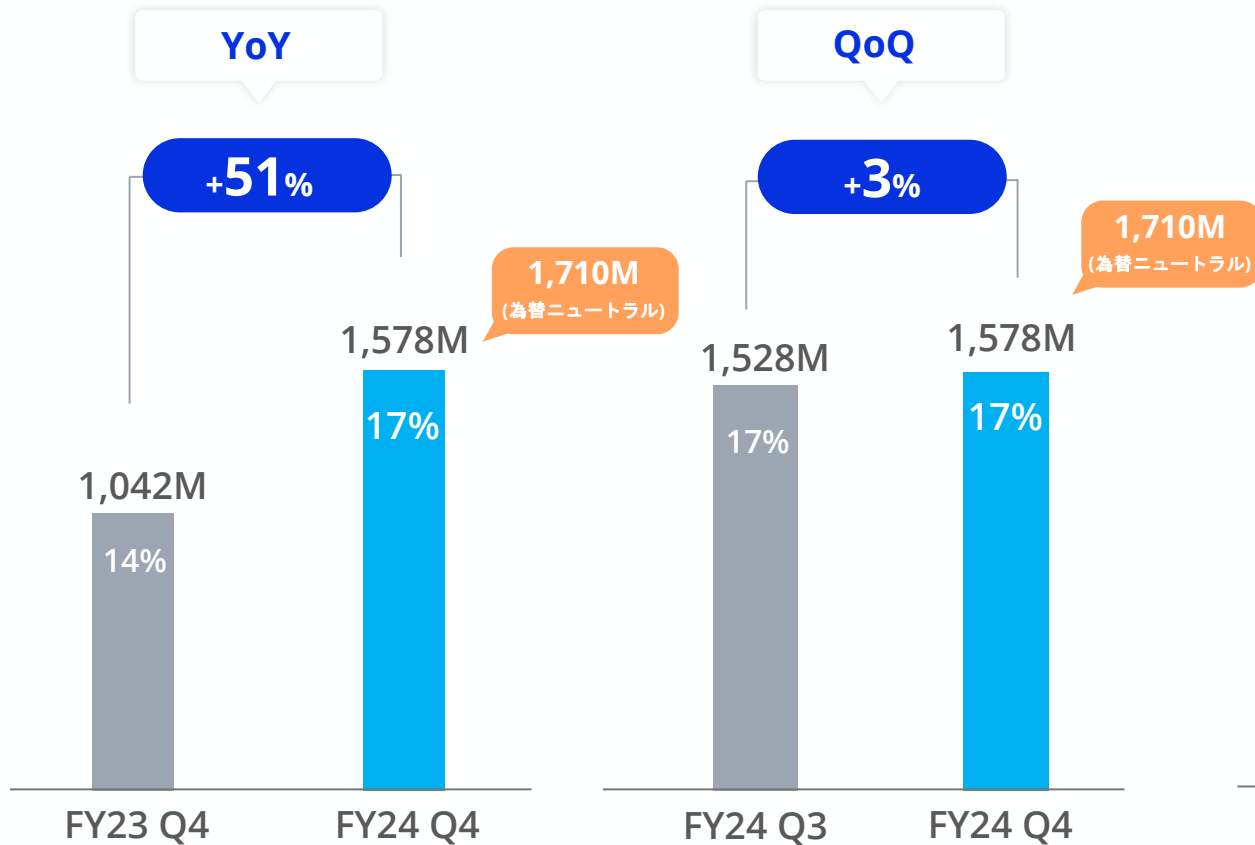
- ▶ 円安による為替の逆風
- ▶ 季節性によるプロダクトミックスの変化と主要顧客への浸透
- ▶ FY25の利益率拡大を加速させるための戦略的な新規プロダクトの試験運用



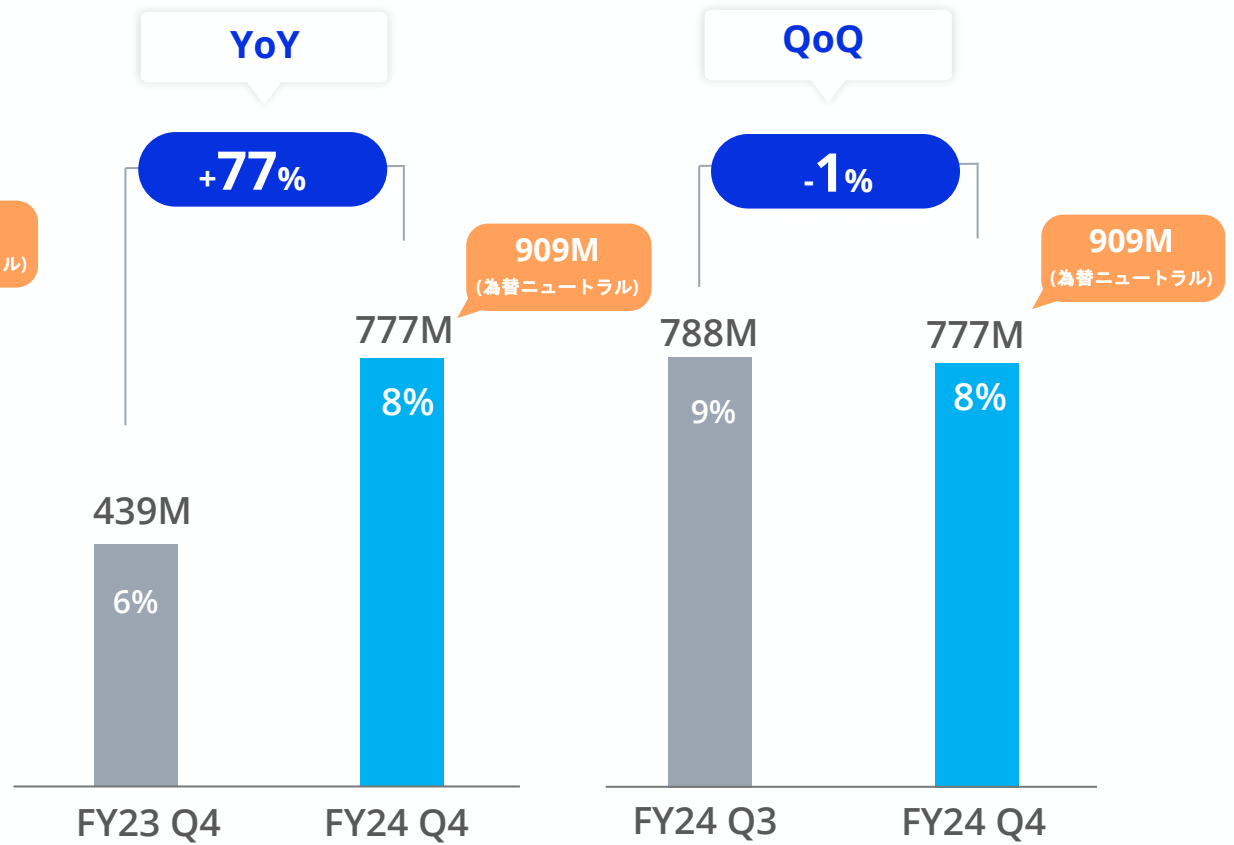
# EBITDA & 営業利益

- 為替の逆風にもかかわらず収益性は改善し、営業利益は前年同期比77%増。  
強力なオペレーティング・レバレッジが要因であり、今後もさらなる収益性の改善を見込む。

## EBITDA<sup>(1)</sup> & マージン(日本円)



## 営業利益 & 利益率(日本円)

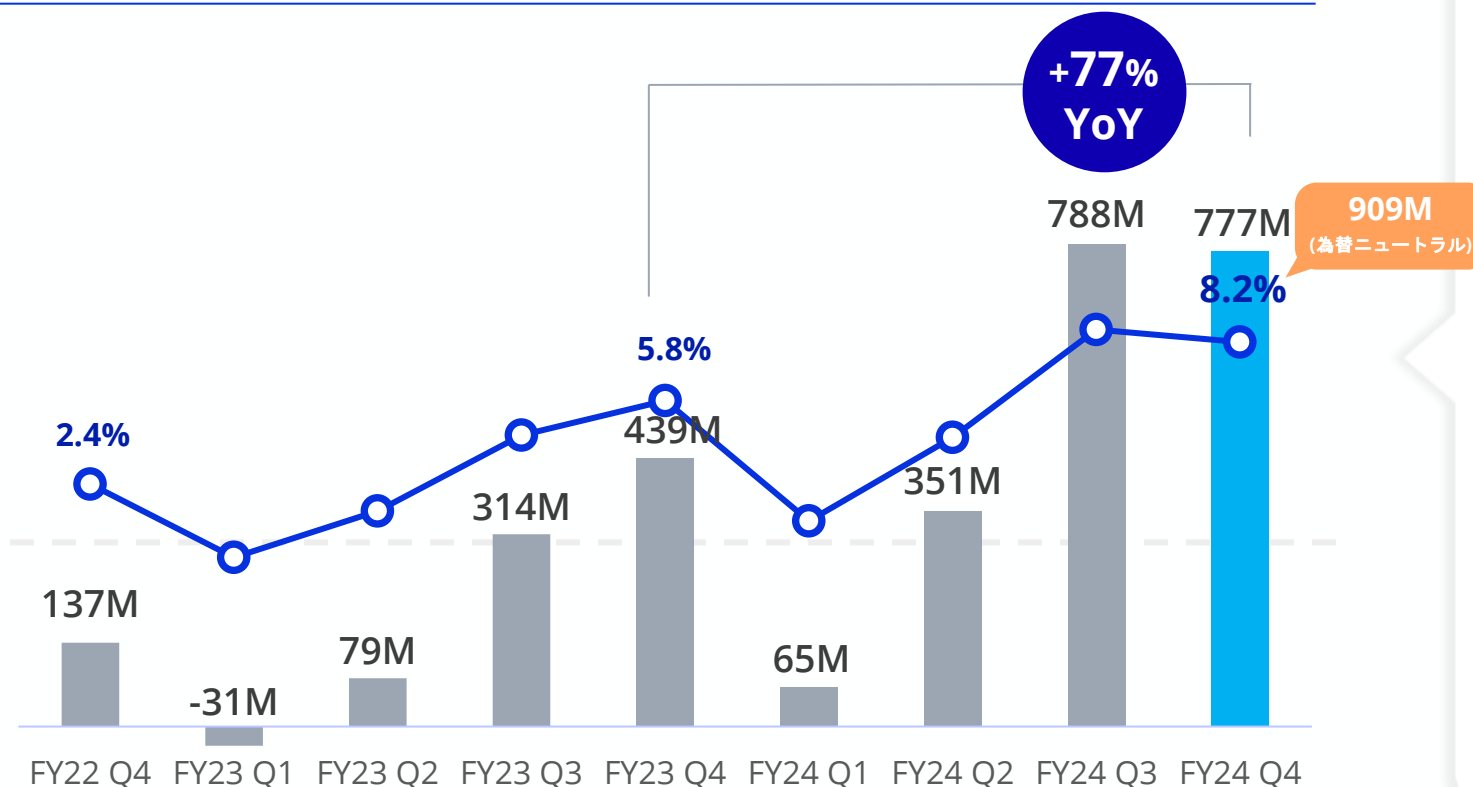


# 営業利益

- 2024年第4四半期の営業利益は前年同期比77%増の777百万円、営業利益率は前年同期比2.4%ポイント改善し8.2%（為替ニュートラルベースでは9.5%）。為替による逆風にもかかわらず、強力なオペレーティング・レバレッジと規律あるコスト管理の成果によるもの。
- FY24の収益性向上に引き続き、FY25以降も利益率の改善は継続すると見込む。

## 営業利益率の主な変動要因

### 営業利益 & 利益率（日本円）



#### 前年同期比 (YoY)

- ▶ 営業生産性の向上により、販売及びマーケティング費用(S&M)のオペレーティング・レバレッジが改善
- ▶ 業務効率の改善と規律あるコスト管理
- ▶ ROIを重視した研究開発投資の増加により、販売及びマーケティング費用(S&M)と一般管理費(G&A)のオペレーティング・レバレッジが改善
- ▶ 円安による為替の逆風

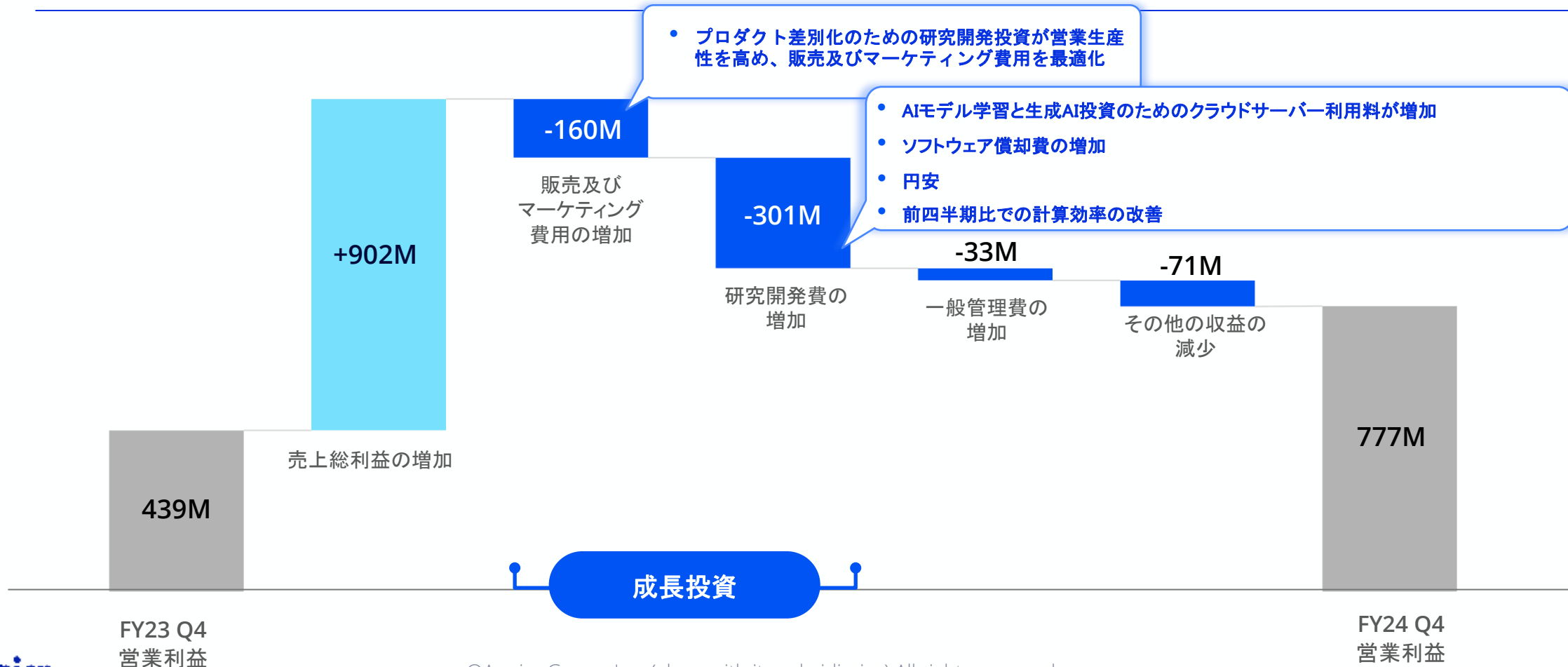
#### 前四半期比 (QoQ)

- ▶ オペレーティング・レバレッジの強化
- ▶ 季節性によるプロダクトミックスの変化に伴う売上総利益率の低下
- ▶ 円安による為替の逆風

# 2024 Q4 - 営業利益の前年同期からの変動

- 営業利益の大幅な増加は、特に販売及びマーケティング費用(S&M)と一般管理費(G&A)における強力なオペレーティング・レバレッジを伴う事業規模の拡大によるもの。プロダクトの競争力を高め、将来の成長を加速させるための研究開発投資を実行。

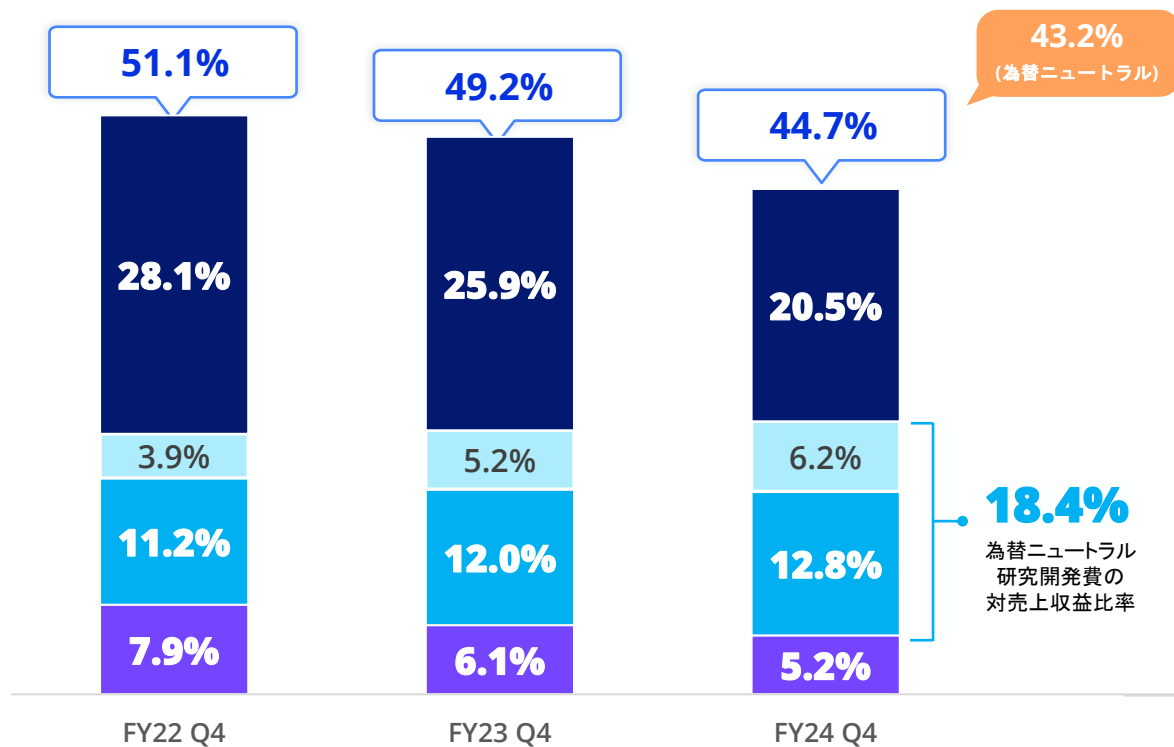
## 営業利益の変動(日本円)



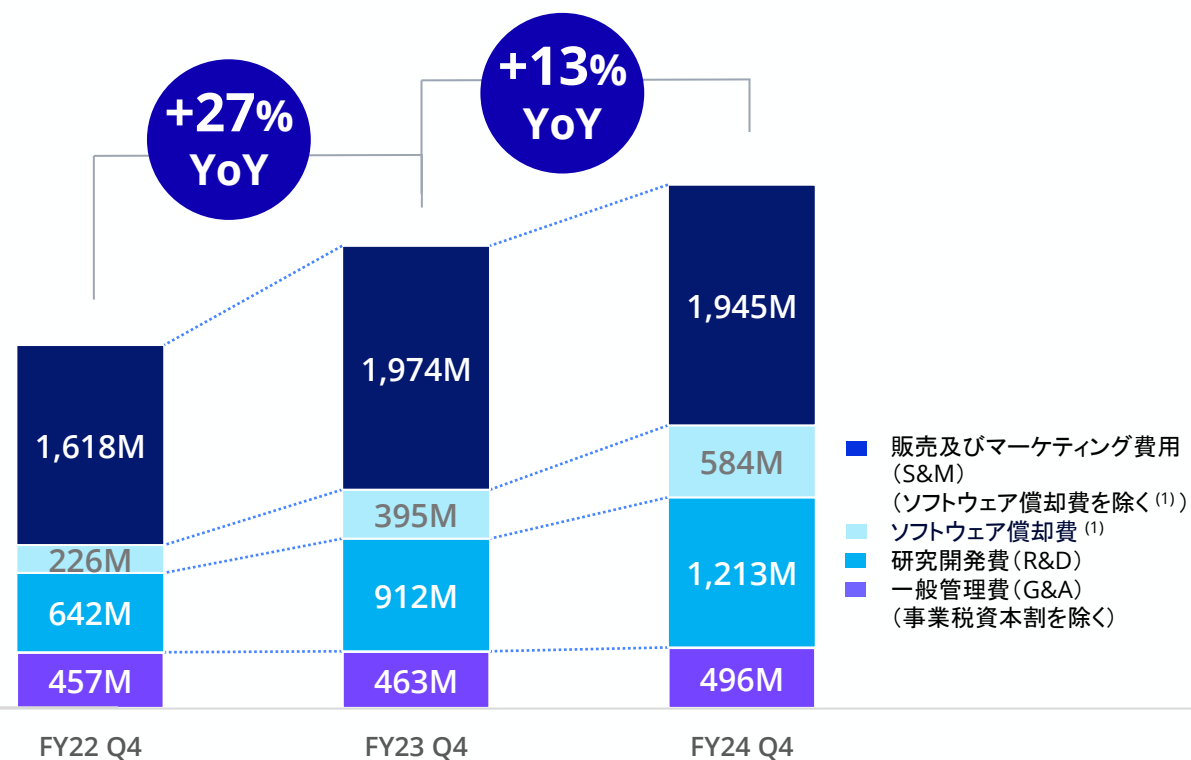
# 規律ある営業費用

- 研究開発投資の増加によるプロダクト差別化の強化に加え、生産性と効率性の改善により、オペレーティング・レバレッジがさらに高まり、販売及びマーケティング費用(S&M)と一般管理費(G&A)の対売上収益比率は前年同期比及び前四半期で大幅に低下。
- FY24 Q4における研究開発費(R&D)の増加は、円安に加え、プロダクト強化のためのクラウドサーバー利用料、新アルゴリズム開発のための諸費用、ソフトウェア償却費の増加が主要因。

## Q4 コスト構造(対売上収益比率)

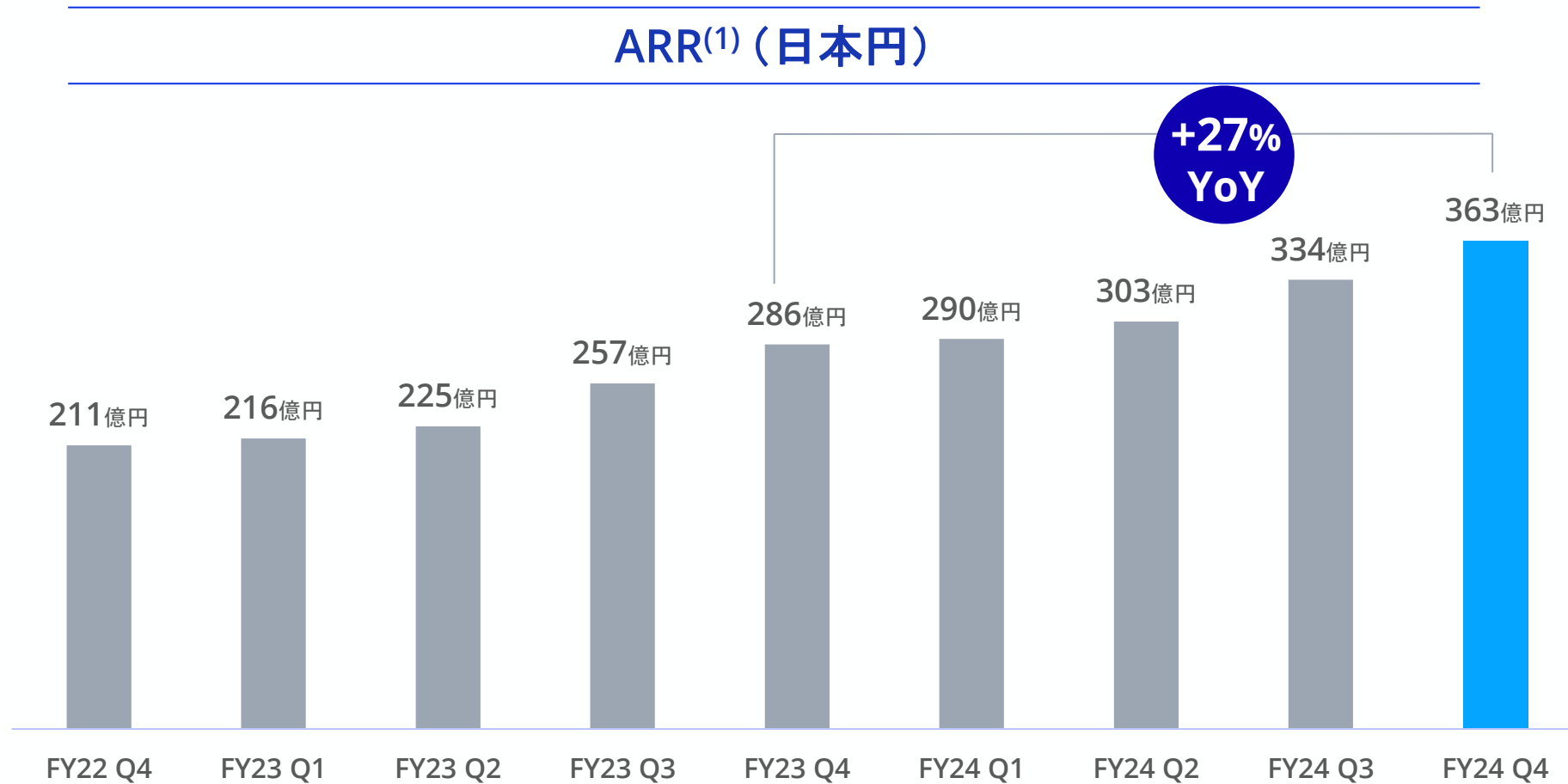


## Q4 営業費用(日本円)



# 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

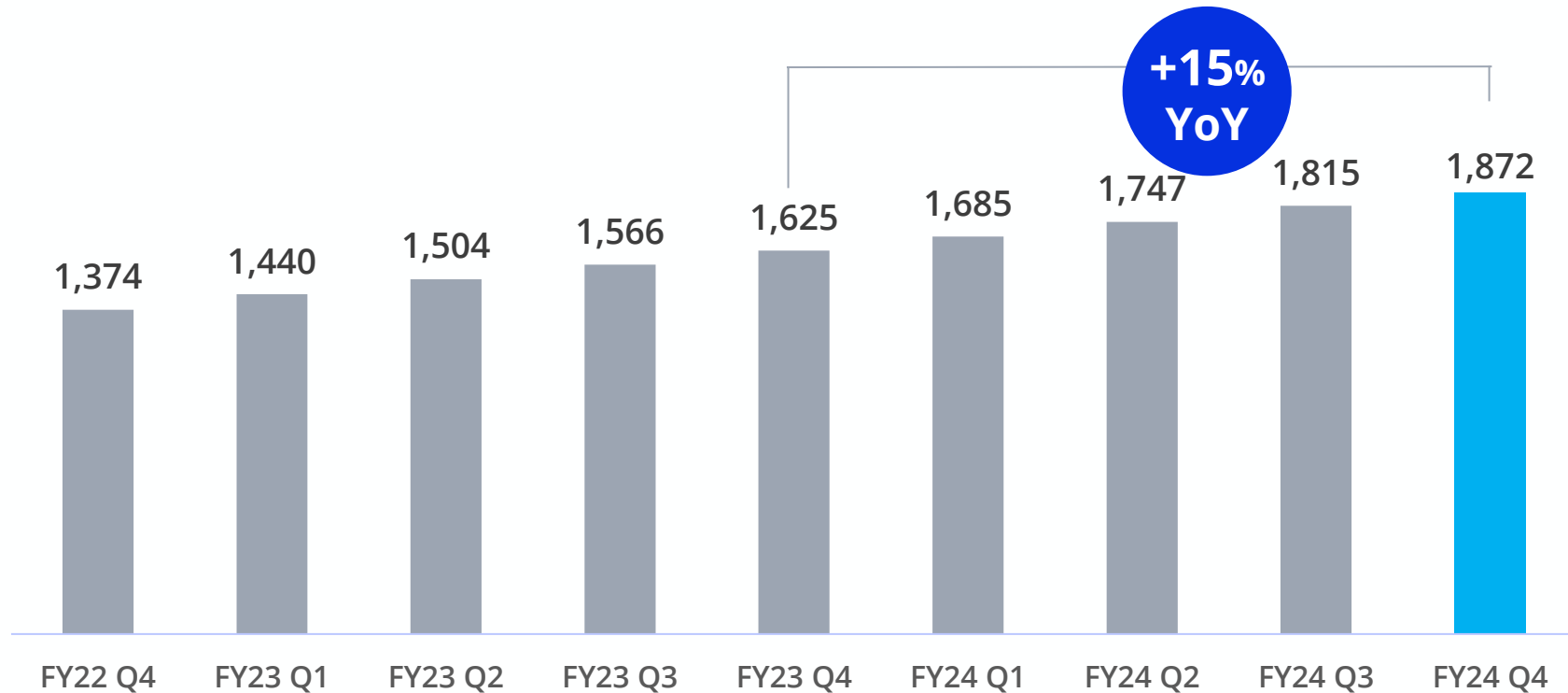


(1) 各ソリューションのARRを合計して算出しており、(i)サブスクリプション形式のソリューション(AIQUA、AiDeal、AIXON、BotBonnie、AIRIS)についての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する1か月間の円建ての関連する期間の最終月のリカーリング売上収益(MRR)に12を掛けて算出 (ii)利用量ベースの価格体系のCrossXIについての特定の時点におけるARRは、その日付で終了する6か月間の円建ての関連する期間の各月のリカーリング売上収益(MRR)の平均に12を掛けて算出

# 顧客企業数の四半期推移

- FY24 Q4に獲得した新規顧客の業種は、主にデジタルコンテンツとEコマース(新規顧客のうち49%がデジタルコンテンツ、24%がEコマース)
- 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<sup>(1)</sup>

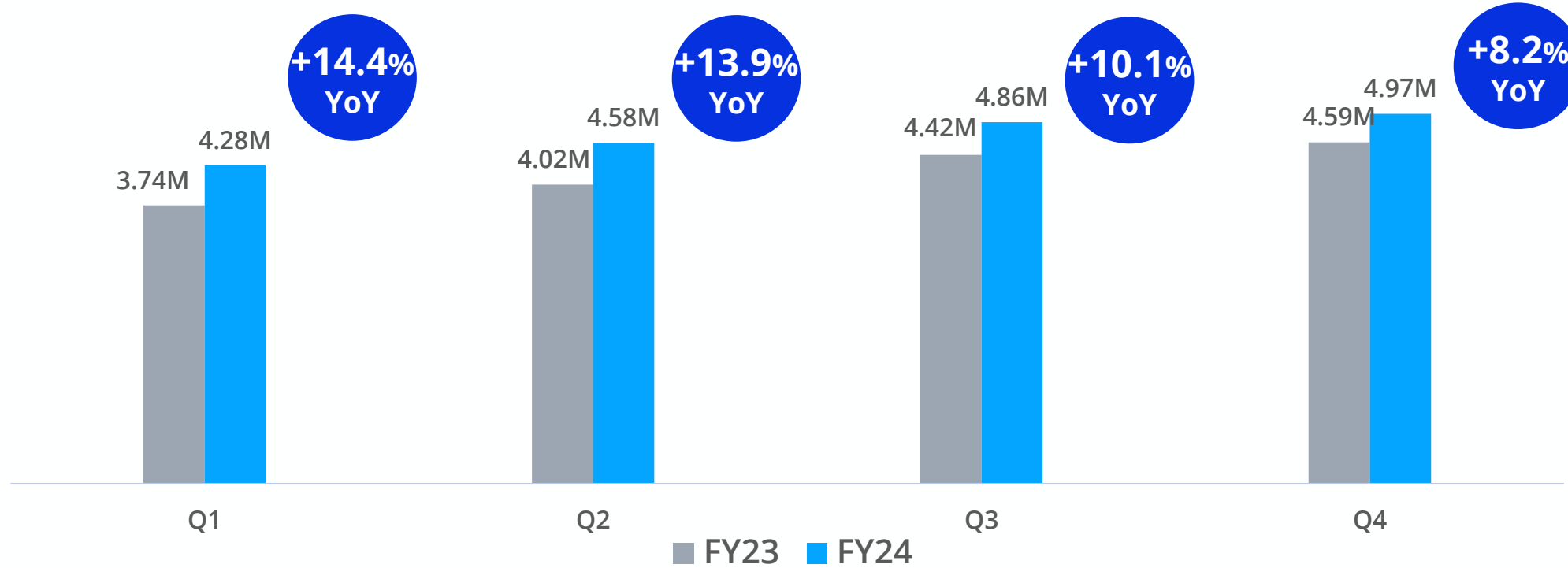


(1)「顧客企業」とは当社のソリューションに対して1つ以上の有効な契約を結んでいる企業グループを指し、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&Aにより獲得した顧客は含まない。企業グループは利用する各ソリューションに関して、個別の「顧客企業」として数えられる。

# 顧客当たり平均売上収益(ARPC)の四半期推移

- FY24 Q4におけるARPCの前年同期比成長率は8.2%(為替ニュートラルベースでは9%)となり、特に韓国ウォン安の影響で為替のポジティブな影響が限定的だった。
- これは主に、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ある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によるもの。

## 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、有償・無償のトライアル、デモ使用、M&AI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。



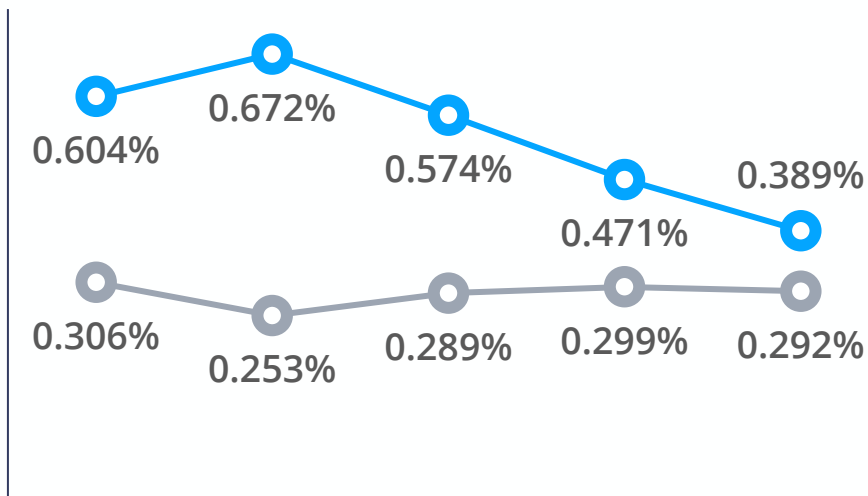
# 過去最低の解約率と強固なLTM NRRは 当社ソリューションへの顧客ロイヤリティの高さを示す

- 米国ドルベースのLTM NRRは、主要顧客からの健全な成長により高水準を維持。  
米国ドルベースと日本円ベースのLTM NRRの差が縮小しているのは、1年前と比較して前年同期比の米国ドル/日本円の為替変動幅が小さかったため。

## 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>

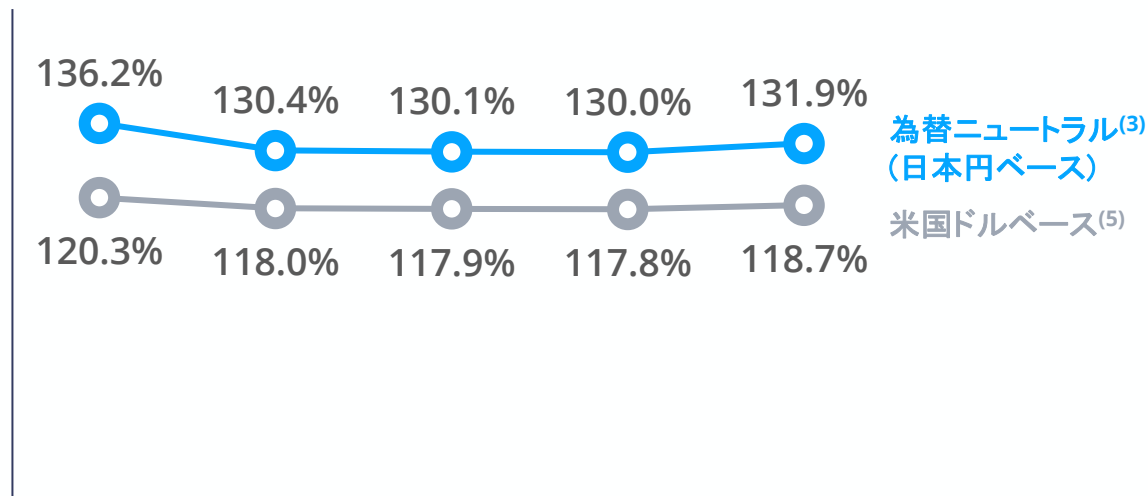
月次顧客解約率

月次顧客収益  
解約率



FY23 12月 FY24 3月 FY24 6月 FY24 9月 FY24 12月

## 直近12ヶ月の Net Revenue Retention



FY23 12月 FY24 3月 FY24 6月 FY24 9月 FY24 12月

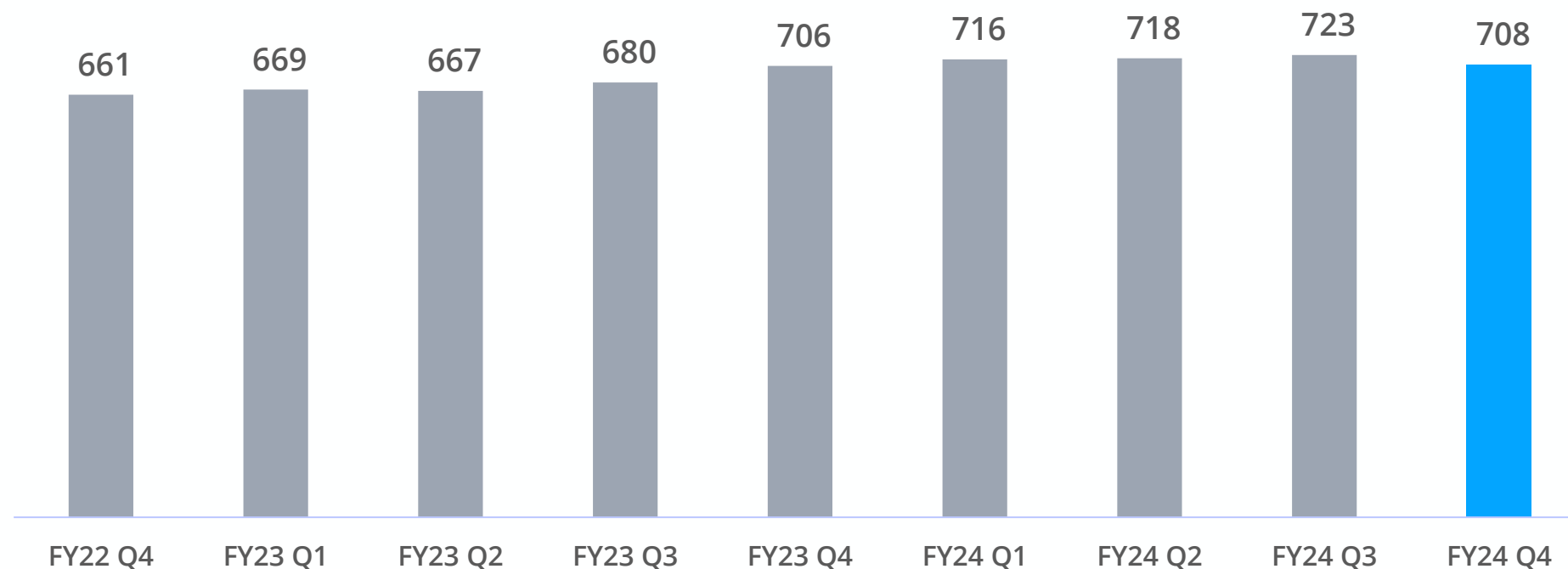
(1) 月次顧客解約率 = 当月中に当社との取引関係を終了した顧客数を月末時点の全顧客数で割って算出  
 (2) 月次顧客収益解約率=当月中に解約した顧客の契約収益(米国ドル)を全顧客の契約収益(米国ドル)で割って算出  
 (3) 以下の(i)を(ii)で除して算出。  
 (i) 前年同期に当社ソリューションを利用した顧客からの直近12か月間の売上収益を米国ドルで計算し、FY24Q1からFY24Q4の為替中立レートで日本円に換算  
 (ii) 前年同期の当該顧客からの売上収益を米国ドルで計算し、FY23Q1からFY23Q4の為替レートで日本円に換算

(4) 「為替ニュートラル」とは、当期の為替変動の影響を除き、比較期間と同じ換算レートを用いて計算することを指す  
 (5) 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  
 (6) 上記計算にはBotBonnieとWoopra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

- FY24 Q4の新規採用人数は緩やかだったが、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進捗。
- 当社は採用戦略として量より質を重視し、利益を伴う成長と生産性の向上を実現。

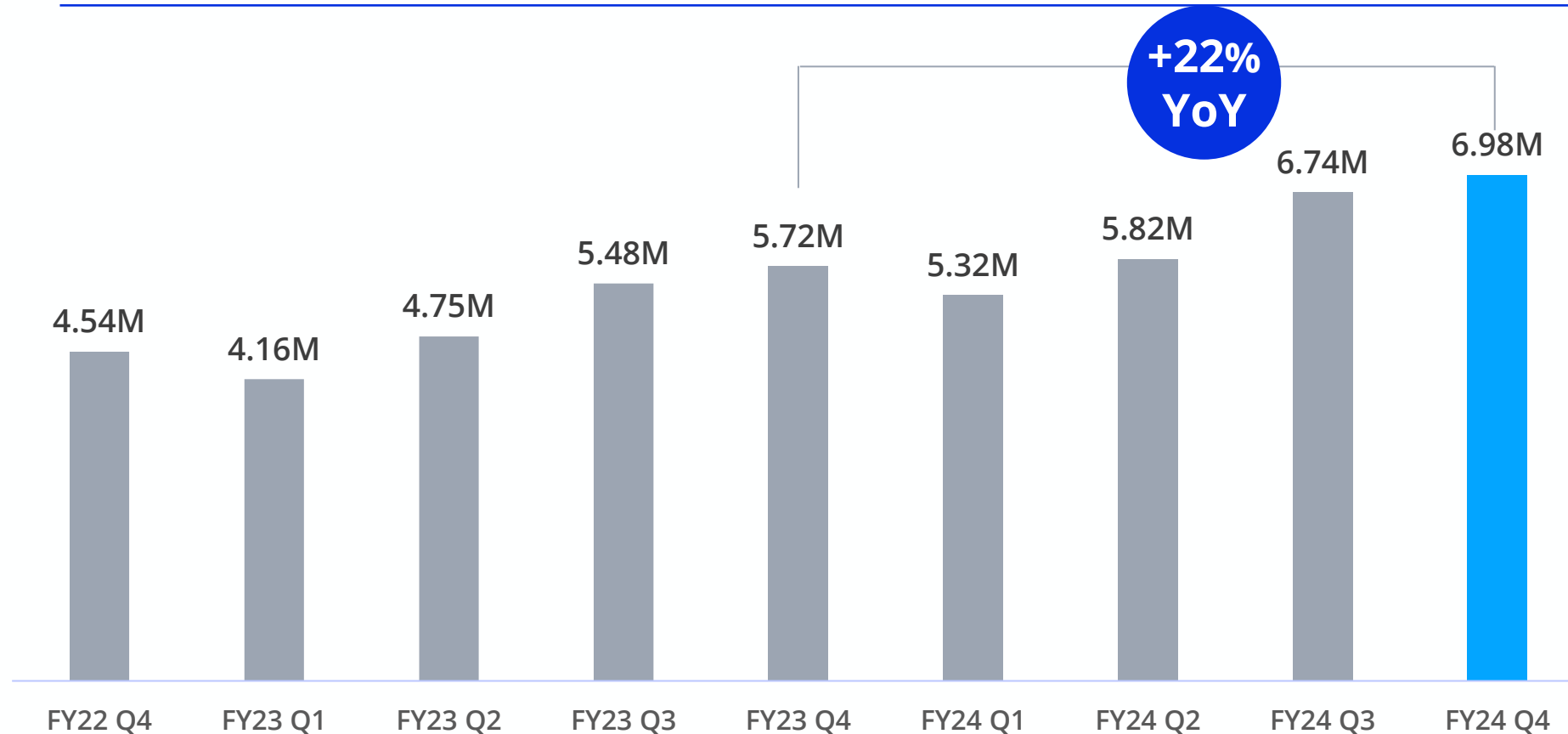
## 従業員数



# 生産性の改善

- 生産性の向上をさらに強化し、FY24 Q4の従業員1人当たりの四半期売上総利益は、前年同期比22%増の698万円となり、過去最高を達成。

## 四半期売上総利益 / 従業員数(日本円)



# 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, 野村証券, 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  
コンテストにおける優勝回数<sup>(1)</sup>  
(2008 - 2020)



**Top 50**

AI革命を牽引する50社に選定  
(2017)



**AI100**

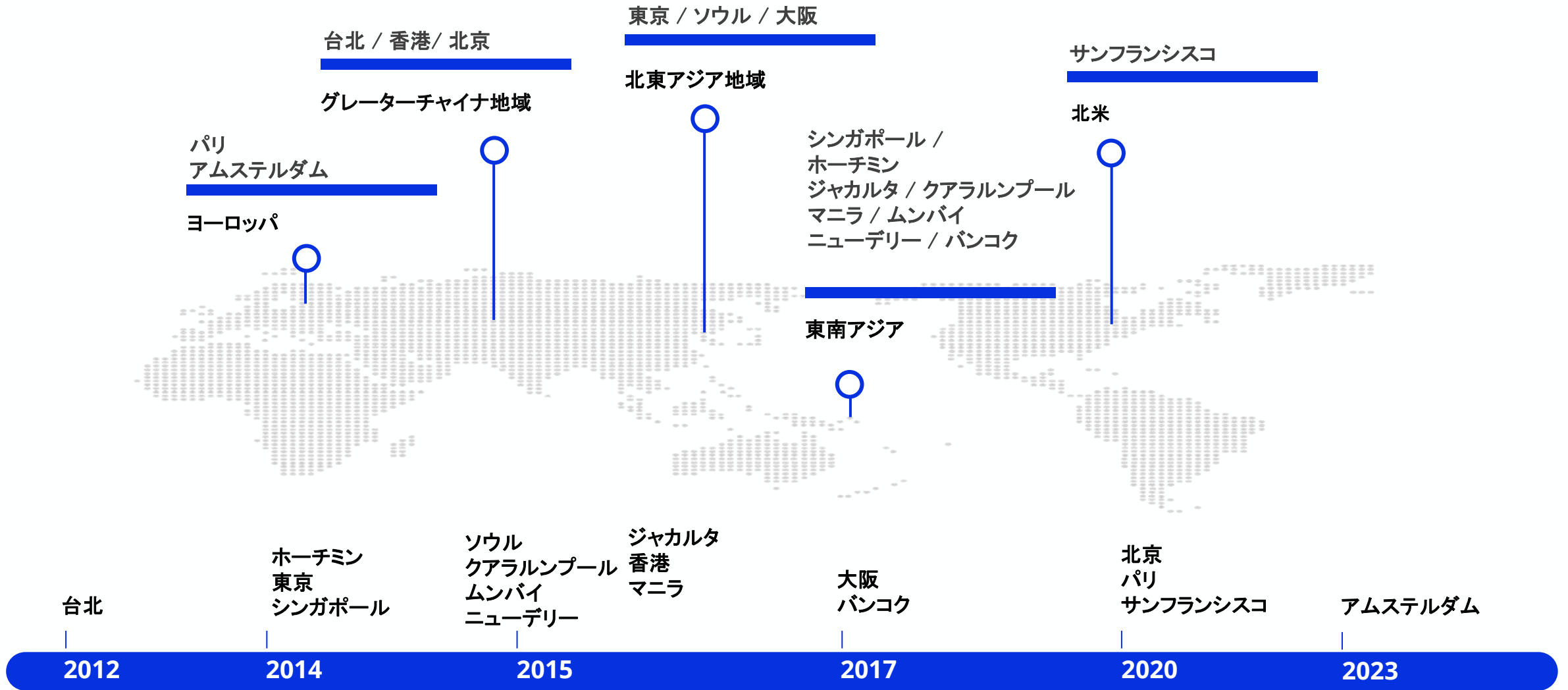
CB Insights AI100に選定  
(2017, 2018)



**Gartner**  
AI Cool Vendorに選定  
(2017)

(1) Appierの従業員が参加するチームの優勝回数

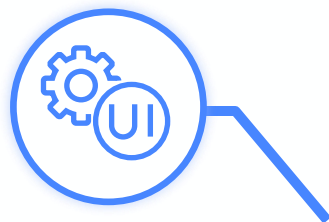
# Appierのグローバル展開: 全世界17拠点



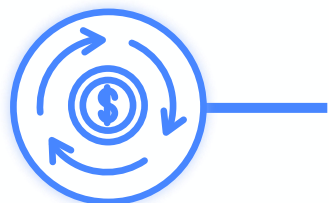
# AIによる事業運営の変革

## 生成AIによる 製品の差別化

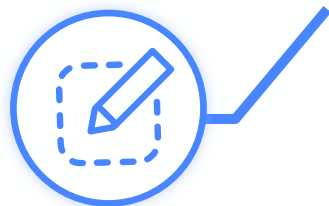
**ROIドライバー**  
大規模なパーソナライズされた  
コンテンツと予測可能なROI  
(広告クラウド)



**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)

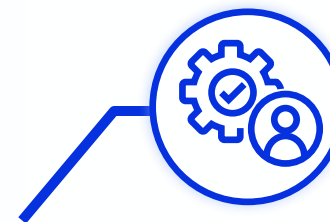


**生産性の向上**  
ノーコードかつAIを活用した  
プログラミングで効率性を向上  
(パーソナライゼーションクラウド)

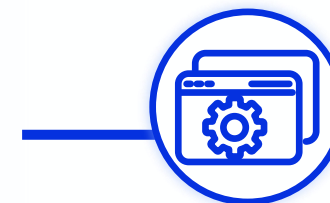


## 真のAI組織

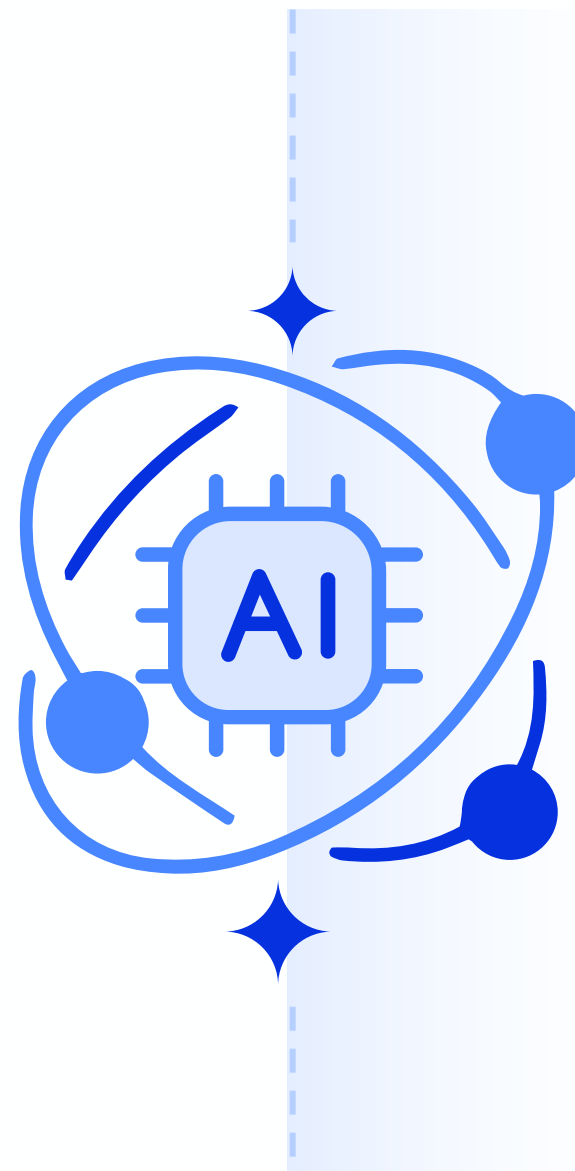
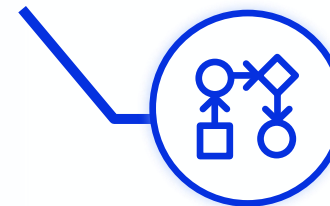
**製品開発AI**  
イノベーションの強化と  
市場投入期間の短縮を実現



**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

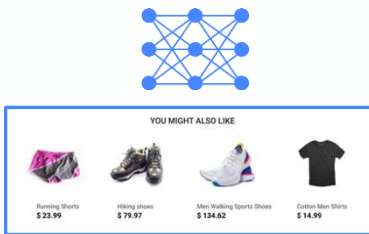
- リアルタイム予測
- 少量のデータからの正確な予測

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

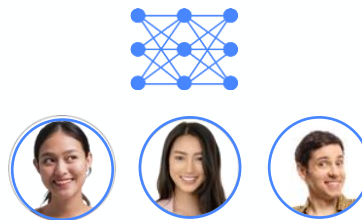


リアルタイムでユーザーの好みを予測

リアルタイムで行動パターンを学習



リアルタイムのAI レコメンデーション



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

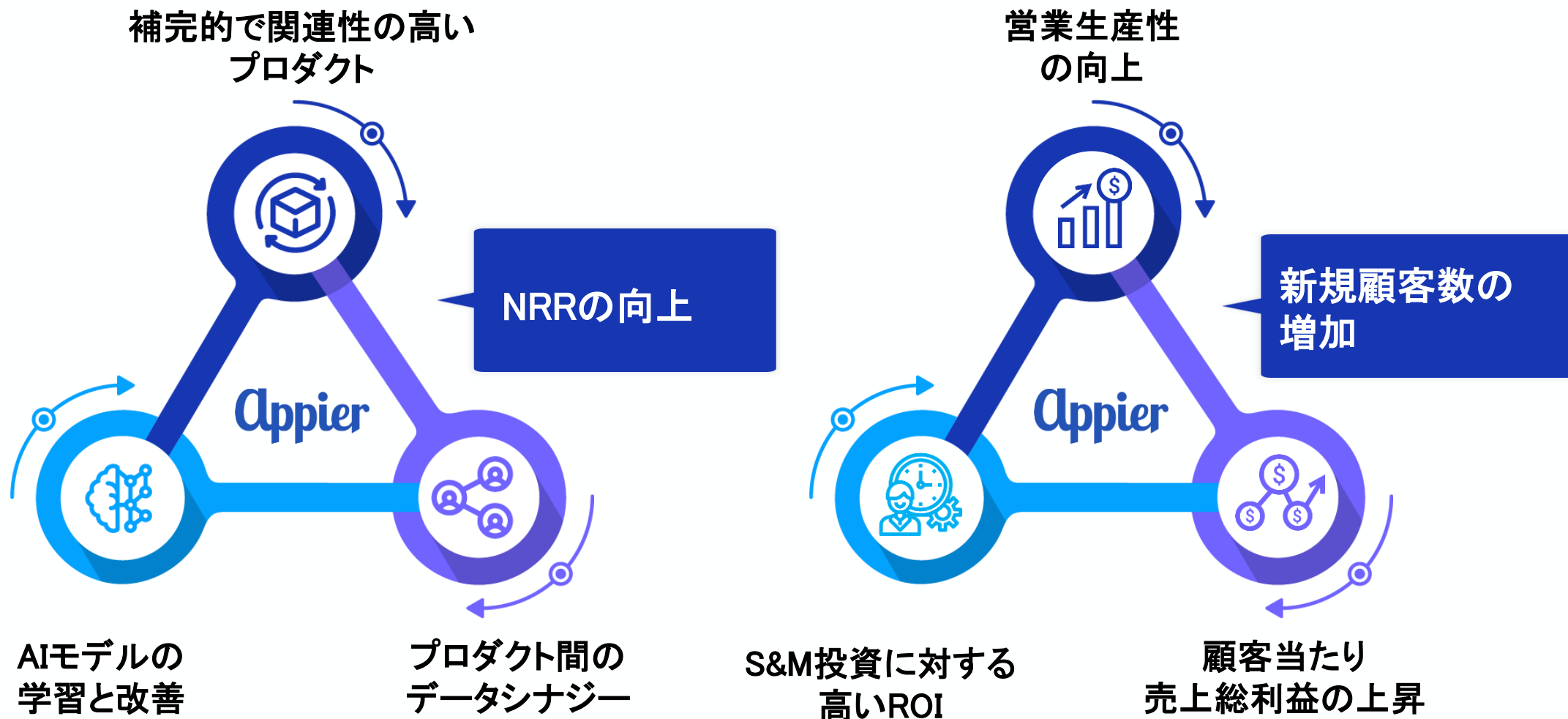


サードパーティー  
データベース

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

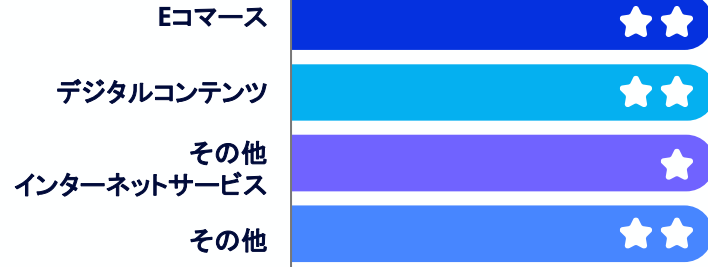
### より高い事業の安定性

- 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

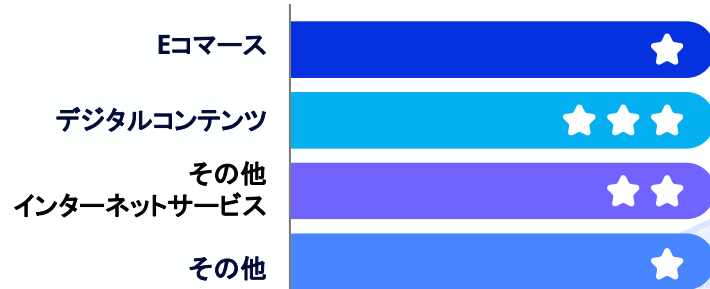
# 事業成長の見通し:注力する地域・業種

## グレーターチャイナ

- ▶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

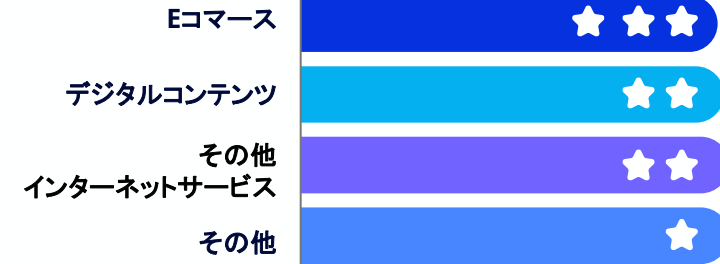


## 米国及びEMEA



- ▶ 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

## 北東アジア



- ▶ 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

現在の収益貢献による分類:

★★★ 高い収益貢献

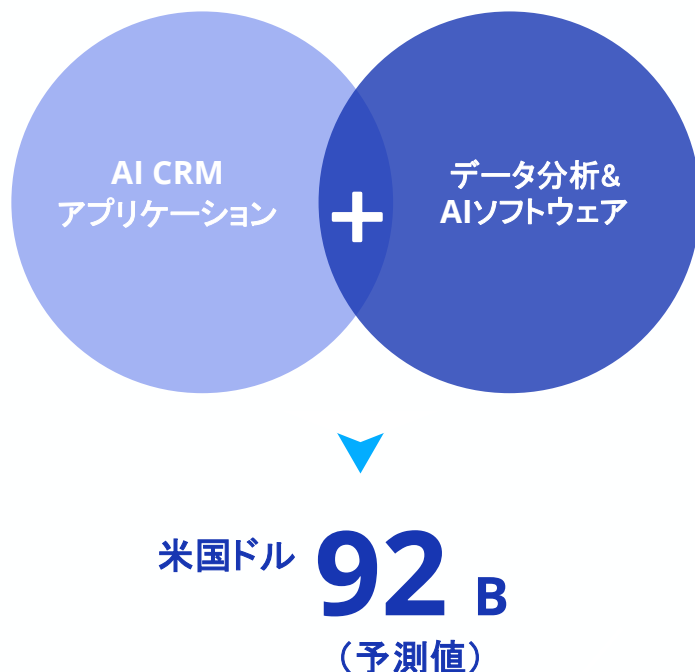
★★ 中程度の収益貢献

★ 低い収益貢献

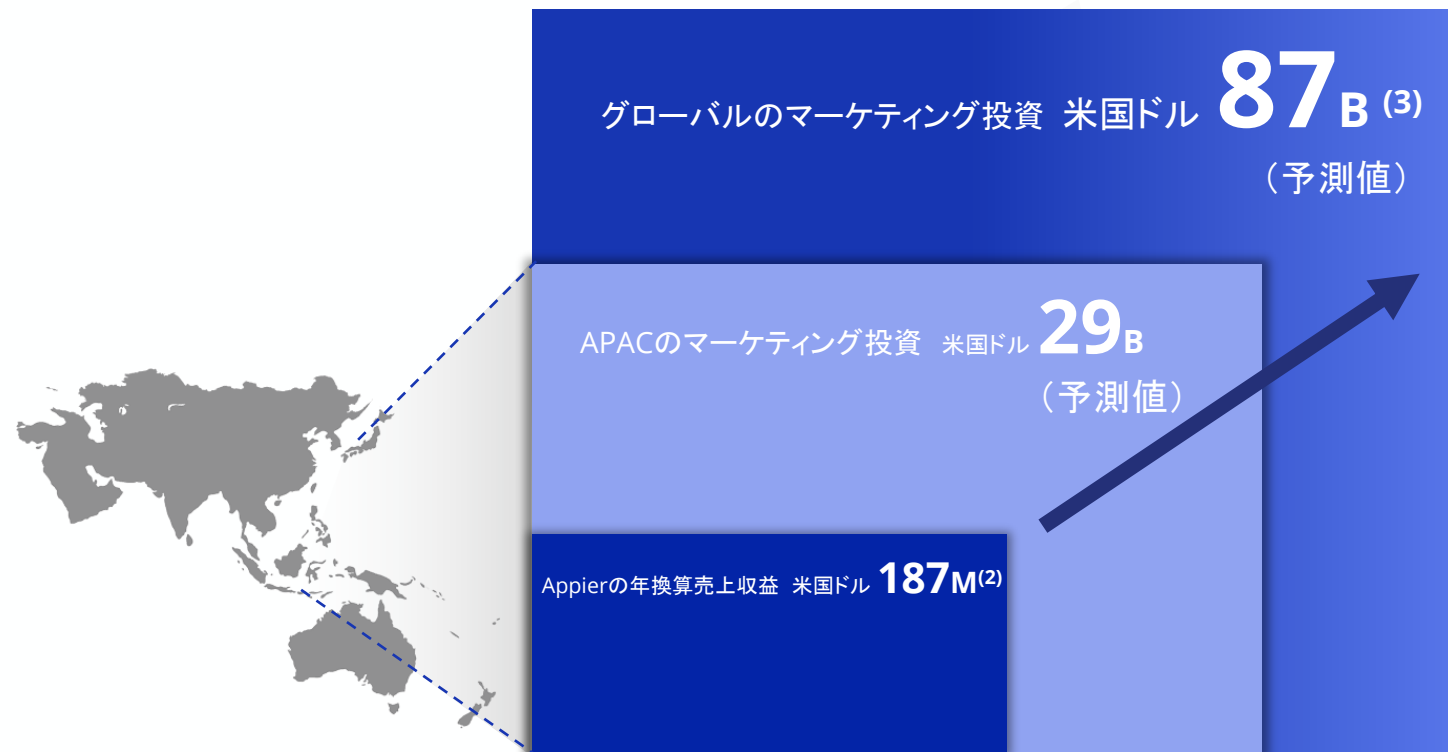
# 巨大な市場機会

## トップダウン予測 2024年

IDC (1)



## ボトムアップ予測 2024年



(1) 出所: IDC Semiannual Artificial Intelligence Tracker, 2H 2020 (July 2021)

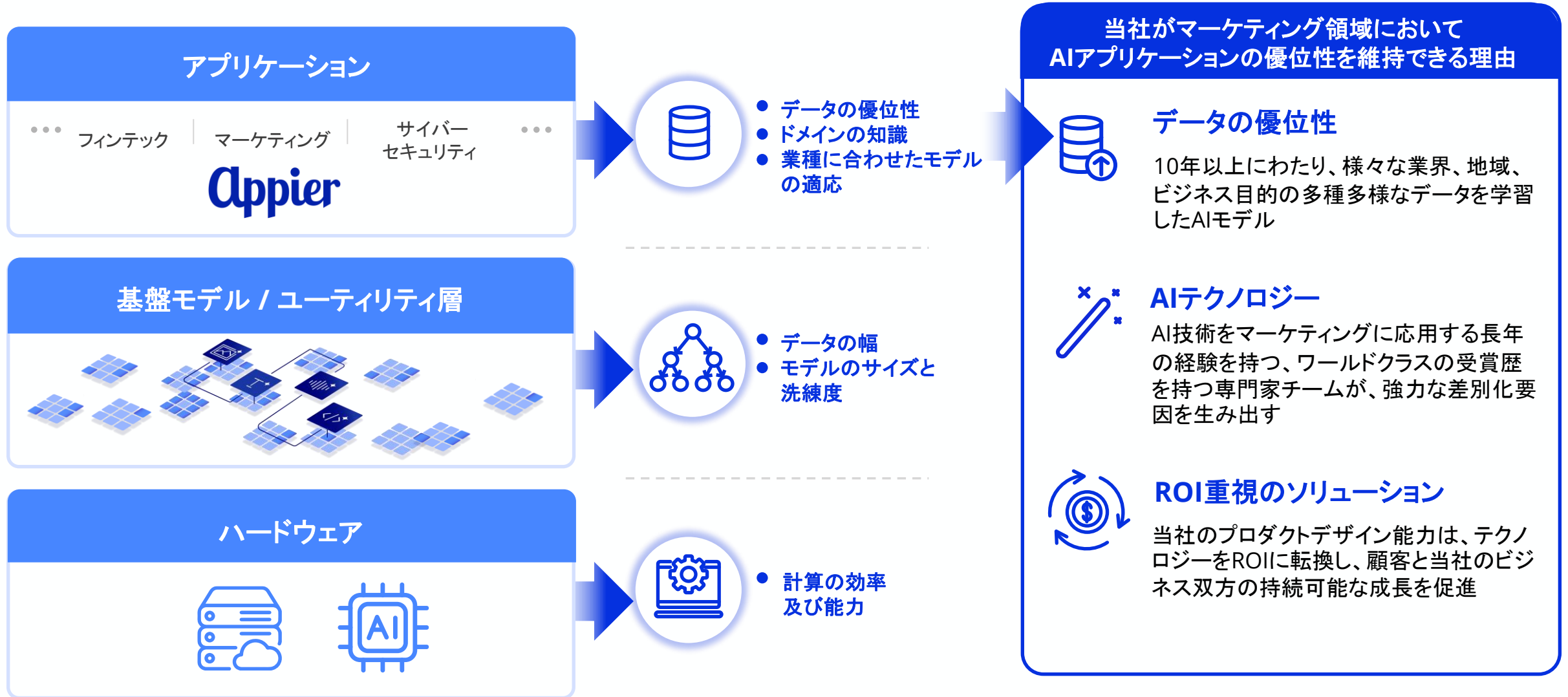
(2) 年換算売上収益 = FY23の円建ての売上収益 / 為替レート 140.95

(3) 社内の見積りにより算出。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%、デジタルコンテンツで約2.7%、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1.9%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

# 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



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

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



# 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  
AIXPERG

- 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

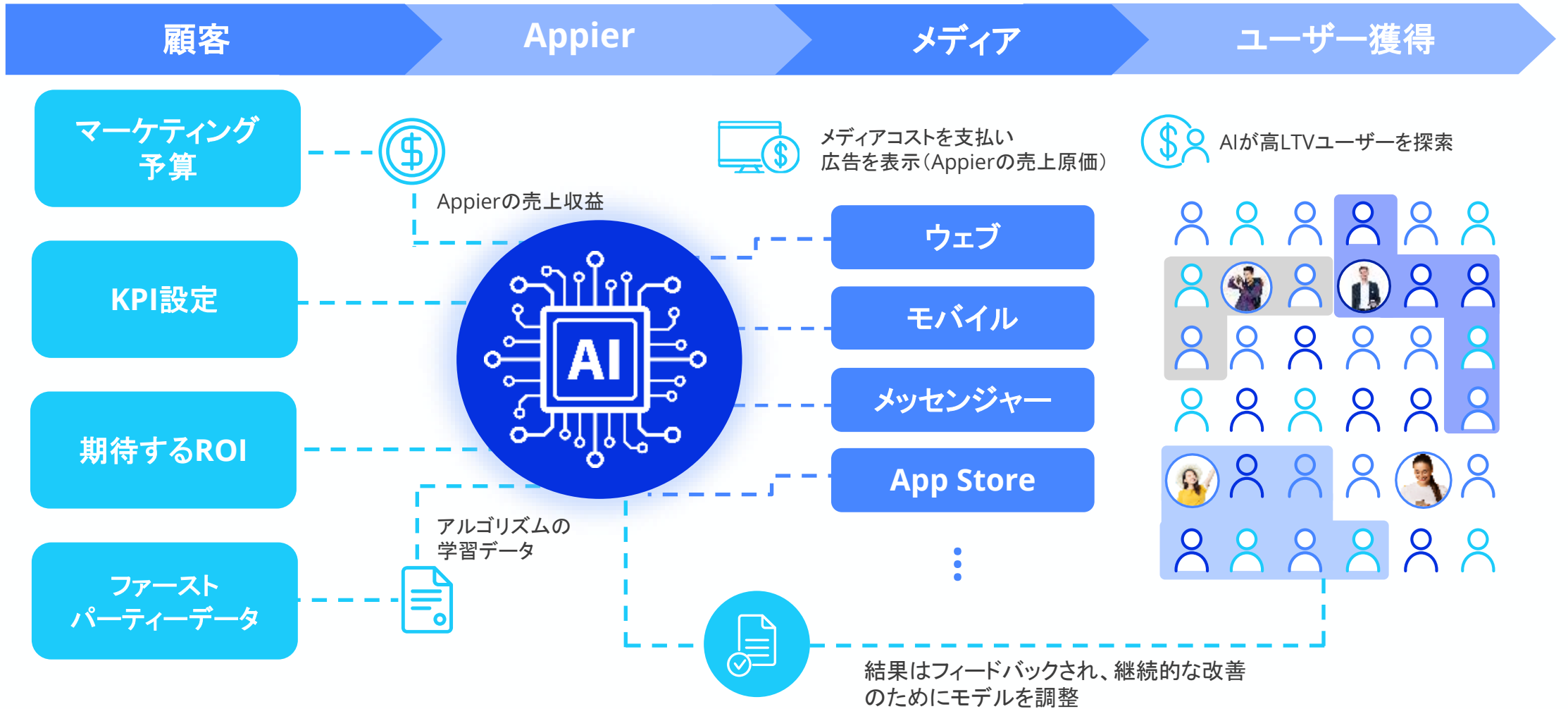


機械学習とディープラーニングによる  
高いライフタイムバリューを有する  
エンドユーザーの予測

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



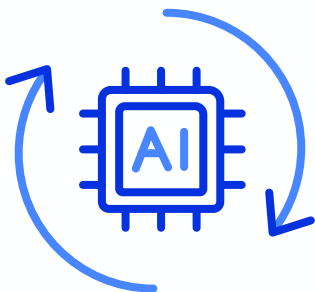
## 高い可視性とリターン

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



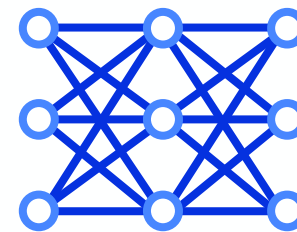
## 技術的優位性

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

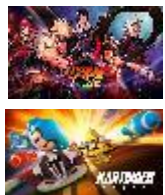
将来的にCVRとROASが高くなるユーザーをリターゲティング

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

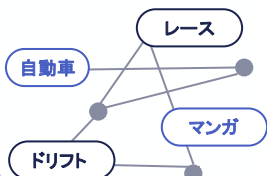
ユーザーのLTV<sup>(1)</sup>を向上

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

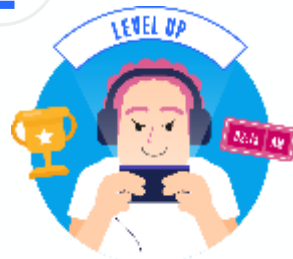


Day 1



初日のリテンション確保

Day 2



レベル20の達成

**+6.9%**

Day 7



アプリ内購入

**+1.4x**

Day 30

Day 45



CVR<sup>(2)</sup>

**+55%**

購買イベント

**+16%**

Day X

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

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

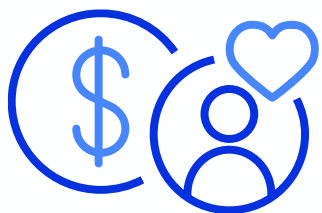
ゲームを応用したマーケティングモジュールを  
構築し、魅力的な顧客体験によりコンバージョンを促進



# 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

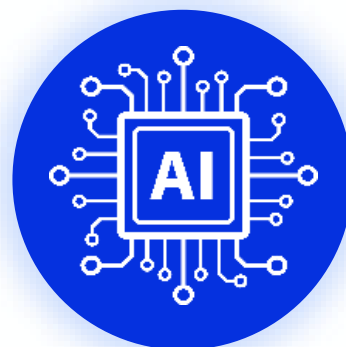
ユーザーの意図  
を特定

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



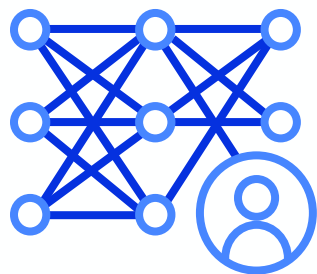
10% OFF

高価格商品の購入  
を躊躇



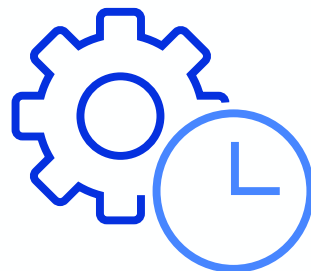
\$5 割引

バーゲンハンター



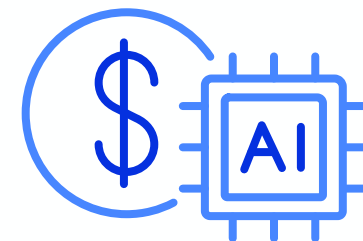
### 先進的なアルゴリズム によるユーザー行動分析

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

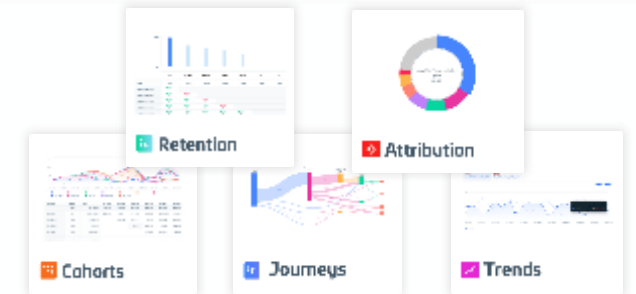
## リアルタイムのデータ取り込み

- 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



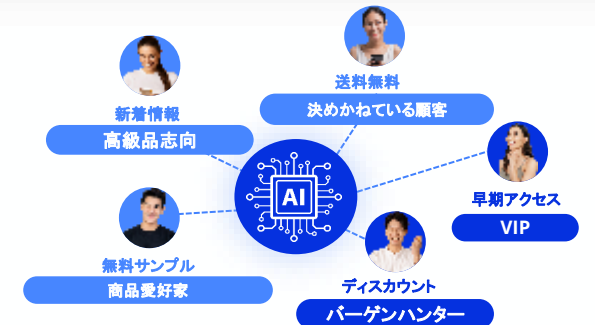
## ノーコードで最速のビジュアル化分析

- 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

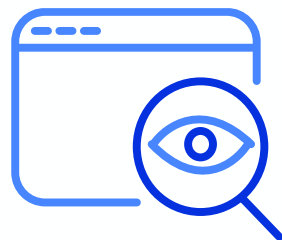
- マーケティング担当者は、顧客の行動予測に基づき、ユーザーの優先順位付けやターゲティングを行うことが可能
- 正確なセグメンテーションにより、高度にパーソナライズされたエンゲージメントを実現





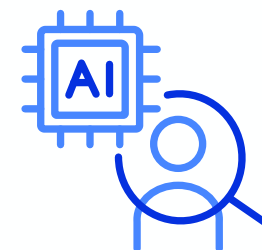
### シームレスなデータ取込み 瞬時にインサイトを取得

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)

	2022	2023	2024	YoY	2023 Q4 3カ月	2024 Q4 3カ月	YoY
<b>売上収益</b>	<b>19,427</b>	<b>26,418</b>	<b>34,057</b>	<b>29%</b>	<b>7,616</b>	<b>9,483</b>	<b>25%</b>
売上原価	(9,428)	(12,710)	(16,255)		(3,579)	(4,545)	
<b>売上総利益</b>	<b>9,998</b>	<b>13,708</b>	<b>17,802</b>	<b>30%</b>	<b>4,037</b>	<b>4,938</b>	<b>22%</b>
<b>売上総利益率</b>	<b>51.5%</b>	<b>51.9%</b>	<b>52.3%</b>		<b>53.0%</b>	<b>52.1%</b>	
販売及びマーケティング費用	(6,394)	(8,263)	(9,682)		(2,369)	(2,529)	
対売上収益比率	33%	31%	28%		31%	27%	
研究開発費	(2,284)	(3,141)	(4,650)		(912)	(1,213)	
対売上収益比率	12%	12%	14%		12%	13%	
一般管理費	(1,602)	(1,829)	(1,850)		(464)	(497)	
対売上収益比率	8%	7%	5%		6%	5%	
その他の収益	334	334	390		151	86	
その他の費用	(2)	(9)	(29)		(2)	(8)	
<b>営業利益</b>	<b>50</b>	<b>801</b>	<b>1,981</b>		<b>439</b>	<b>777</b>	
<b>営業利益率</b>	<b>0.3%</b>	<b>3.0%</b>	<b>5.8%</b>		<b>5.8%</b>	<b>8.2%</b>	
金融収益	213	547	448		141	92	
金融費用	(153)	(285)	(367)		54	(107)	
<b>税引前利益</b>	<b>111</b>	<b>1,063</b>	<b>2,062</b>		<b>634</b>	<b>762</b>	
法人所得税費用	(90)	(61)	865		(15)	925	
<b>当期利益</b>	<b>21</b>	<b>1,002</b>	<b>2,927</b>		<b>619</b>	<b>1,687</b>	
<b>基本的1株当たり当期利益(円)</b>	<b>0.21</b>	<b>9.85</b>	<b>28.70</b>		<b>6.08</b>	<b>16.53</b>	
<b>希薄化後1株当たり当期利益(円)</b>	<b>0.21</b>	<b>9.75</b>	<b>28.47</b>		<b>6.02</b>	<b>16.45</b>	

# 財務データサマリー

## 連結財政状態計算書

(単位:百万円)	2022	2023	2024
現金及び現金同等物	3,804	6,134	5,496
定期預金	13,933	8,004	6,727
その他の金融資産(流動資産) <sup>(1)</sup>	3,577	4,940	5,794
<b>手元流動性</b>	<b>21,313</b>	<b>19,078</b>	<b>18,017</b>
売上債権 <sup>(2)</sup>	3,764	5,355	9,361
その他の流動資産	286	496	621
流動資産合計	25,363	24,929	27,999
使用权資産(リース資産) <sup>(3)</sup>	2,882	2,686	2,197
のれん及び無形資産 <sup>(8)</sup>	6,937	9,347	12,528
繰延税金資産 <sup>(9)</sup>	175	190	1,117
その他の非流動資産	582	700	796
非流動資産合計	10,576	12,923	16,638
<b>資産合計</b>	<b>35,939</b>	<b>37,852</b>	<b>44,637</b>

(単位:百万円)	2022	2023	2024
仕入債務及びその他の債務 <sup>(4)</sup>	4,375	5,156	6,260
リース負債 <sup>(3)(5)</sup>	2,912	2,747	2,279
借入金	2,149	600	1,500
その他	301	258	283
<b>負債合計</b>	<b>9,737</b>	<b>8,761</b>	<b>10,322</b>
株主資本 <sup>(6)</sup>	21,774	22,963	25,153
その他の資本の構成要素 <sup>(7)</sup>	4,427	6,128	9,162
<b>資本合計</b>	<b>26,201</b>	<b>29,091</b>	<b>34,315</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) 仕入債務及びその他の債務 = 営業債務 + 契約負債 + その他の債務

(5) 流動負債と非流動負債のリース負債合計

(6) 株主資本 = 資本金 + 資本剰余金 + 自己株式 + 利益剰余金

(7) 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。円安になると金額が増加する

(8) 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

(9) 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

# 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)		2022	2023	2024
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>(A)</b>	<b>996</b>	<b>2,224</b>	<b>1,929</b>
運転資本の増減を除く営業CF		1,304	2,950	4,828
運転資本の増減 <sup>(4)</sup>		-308	-726	-2,899
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		<b>-3,772</b>	<b>1,971</b>	<b>-2,241</b>
無形資産の取得による支出	(B)	-2,330	-3,229	-4,191
子会社の取得による支出		-1,237	-381	-
定期預金の払戻、預入		3,317	6,585	2,087
その他の金融資産(流動資産) <sup>(2)</sup> の取得、売却		-3,411	-817	-78
その他		-111	-186	-59
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		<b>-520</b>	<b>-2,250</b>	<b>-792</b>
現金及び現金同等物の為替変動による影響		539	385	466
<b>現金及び現金同等物の増減額</b>		<b>-2,757</b>	<b>2,330</b>	<b>-638</b>
現金及び現金同等物の期末残高		3,804	6,134	5,496
<b>コア・フリー・キャッシュ・フロー<sup>(1)</sup></b>	<b>(A)+(B)</b>	<b>-1,334</b>	<b>-1,005</b>	<b>-2,262</b>

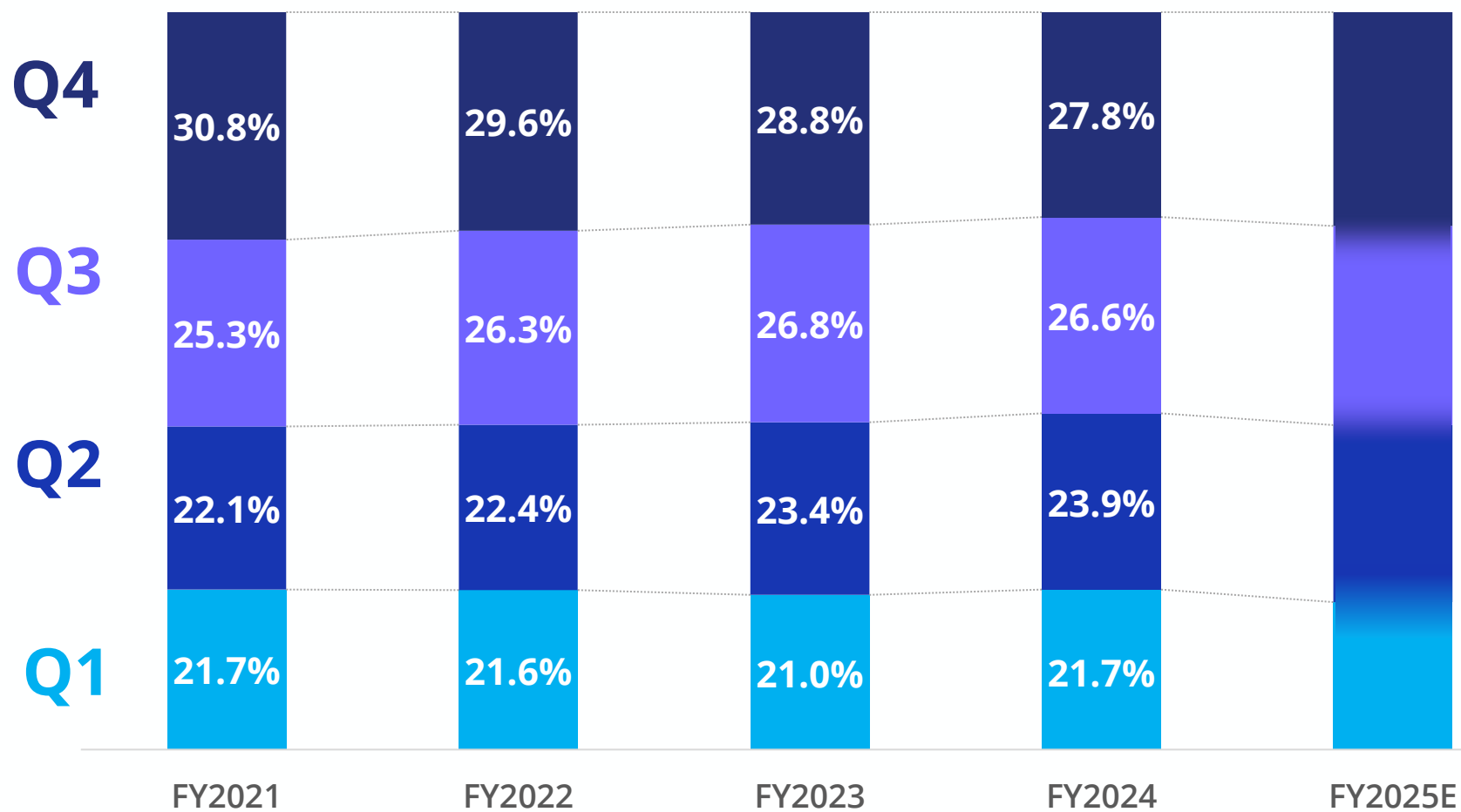
- (1) コア・フリー・キャッシュ・フロー = 営業活動によるキャッシュ・フロー + 無形資産の取得による支出  
(2) 資金運用目的で短期・低リスクの債券を保有  
(3) 有形固定資産の取得による支出、子会社の取得による支出、保証金の差入による支出  
(4) 売上収益の成長と大規模なエンタープライズ顧客への注力による支払期間の長期化により、運転資本が増加

## 手元流動性の変動

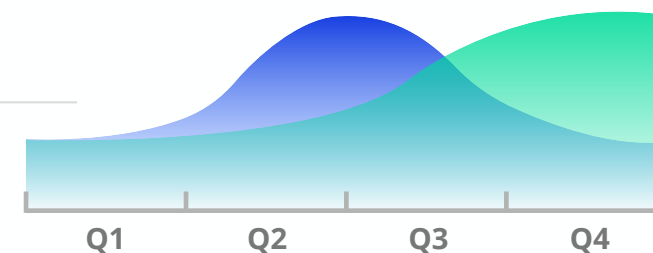
(単位:百万円)	2022	2023	2024
<b>手元流動性の残高</b>	<b>21,313</b>	<b>19,078</b>	<b>18,017</b>
現金及び現金同等物	3,804	6,134	5,496
定期預金	13,933	8,004	6,727
その他の金融資産(流動資産) <sup>(2)</sup>	3,577	4,940	5,794
<b>手元流動性の変動</b>	<b>-187</b>	<b>-2,235</b>	<b>-1,061</b>
コア・フリー・キャッシュ・フロー <sup>(1)</sup>	-1,334	-1,005	-2,262
その他の投資活動によるキャッシュ・フロー <sup>(3)</sup>	-1,348	-568	-59
財務活動によるキャッシュ・フロー <sup>(4)</sup>	-520	-2,250	-792
その他の金融資産(流動資産) <sup>(2)</sup> の公正価値評価	68	253	300
為替変動による影響	2,947	1,336	1,752
現金及び現金同等物の為替変動による影響	539	385	466
定期預金の為替変動による影響	2,310	656	810
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	98	294	476

# 四半期毎の季節性

## 売上収益の四半期別内訳

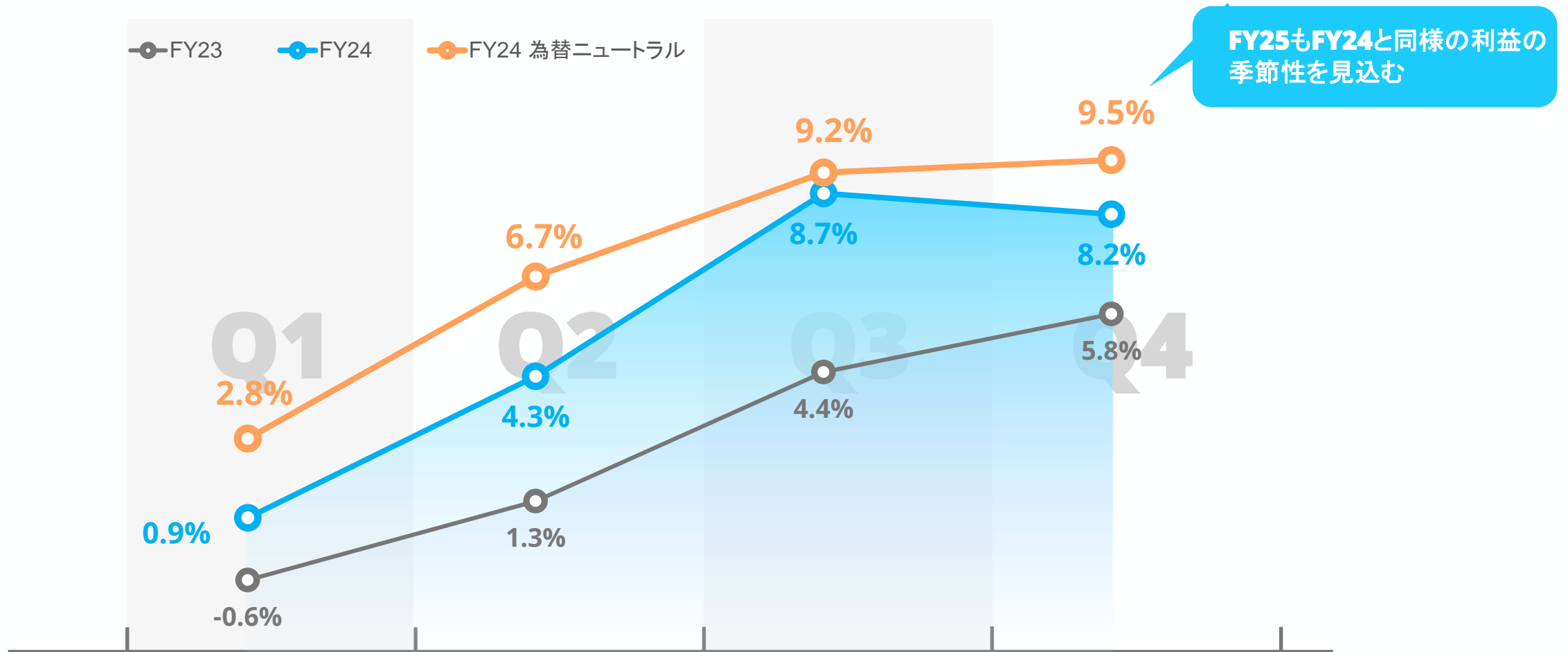


FY25も同様の季節性のパターンを見込む



# 四半期毎の利益の季節性

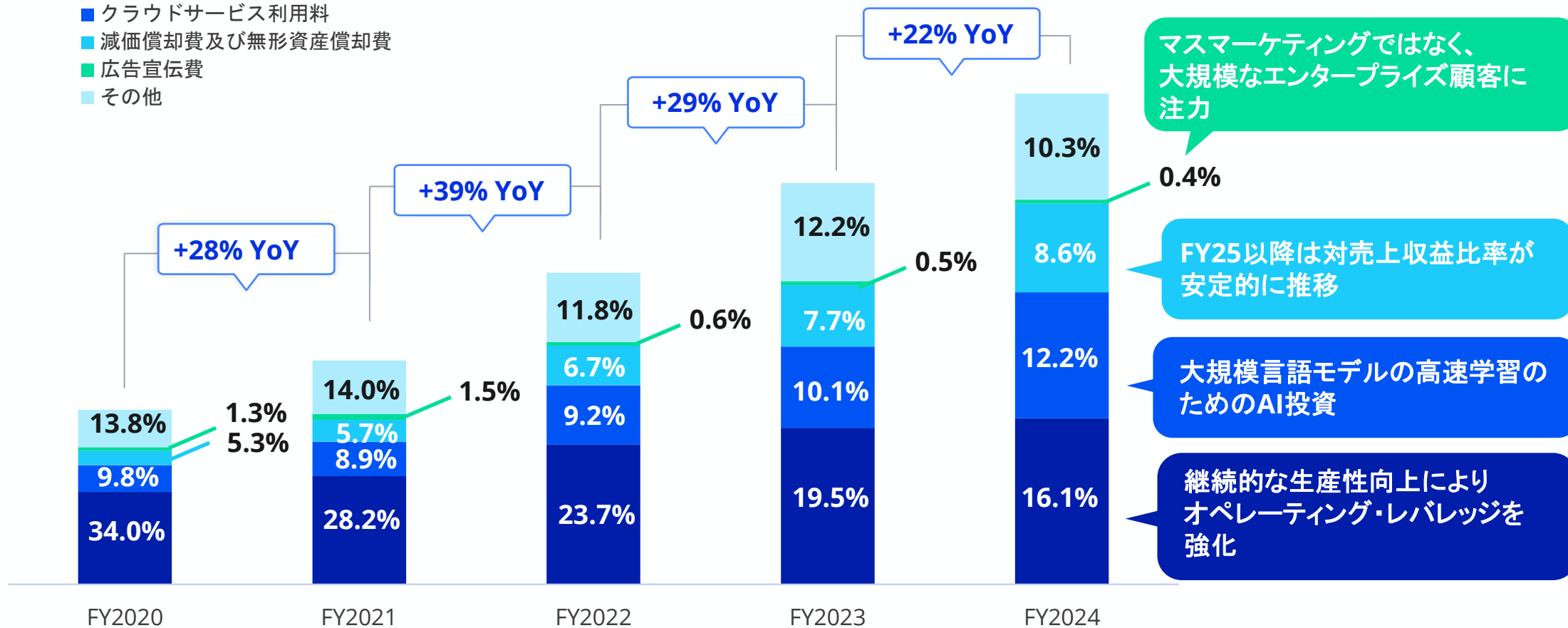
## 四半期営業利益率



# 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

- 人件費
- クラウドサービス利用料
- 減価償却費及び無形資産償却費
- 広告宣伝費
- その他



マスマーケティングではなく、大規模なエンタープライズ顧客に注力

FY25以降は対売上収益比率が安定的に推移

大規模言語モデルの高速学習のためのAI投資

継続的な生産性向上によりオペレーティング・レバレッジを強化

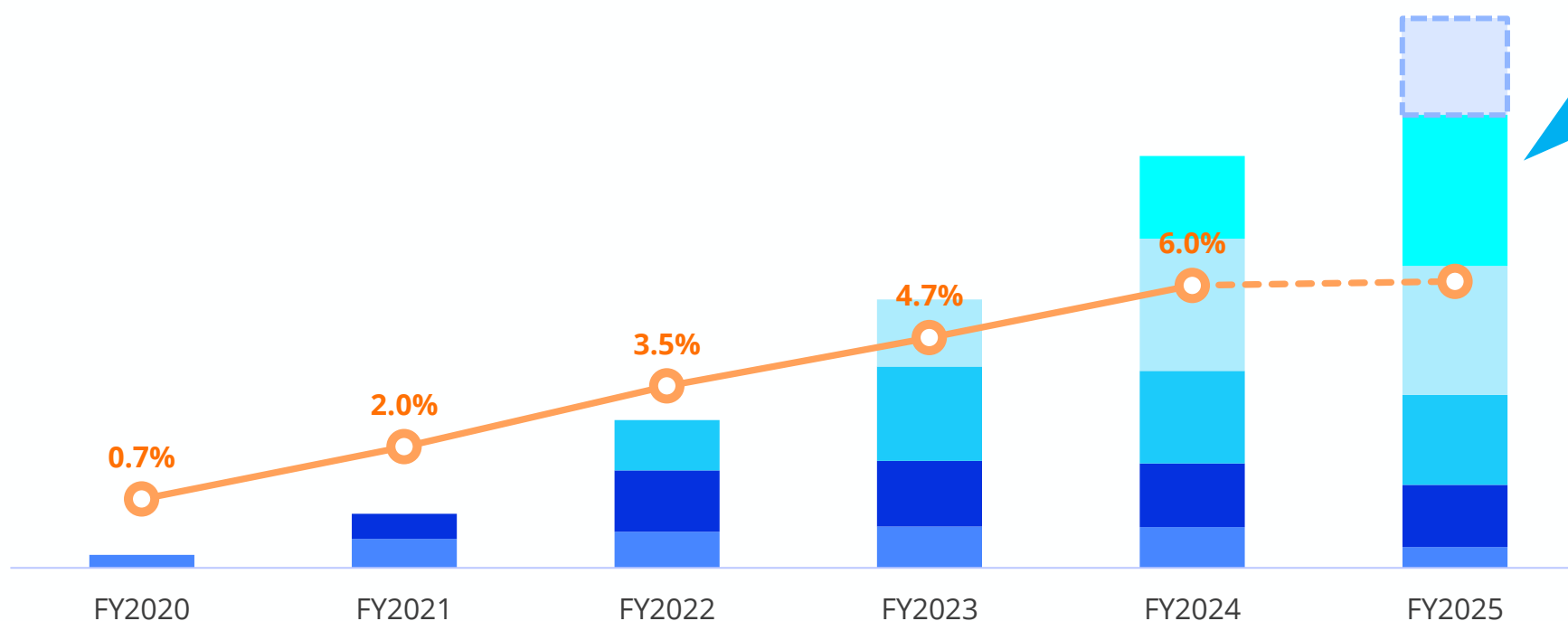
(1) "Others" includes commission fee, professional service fee, T&E and others.

# 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



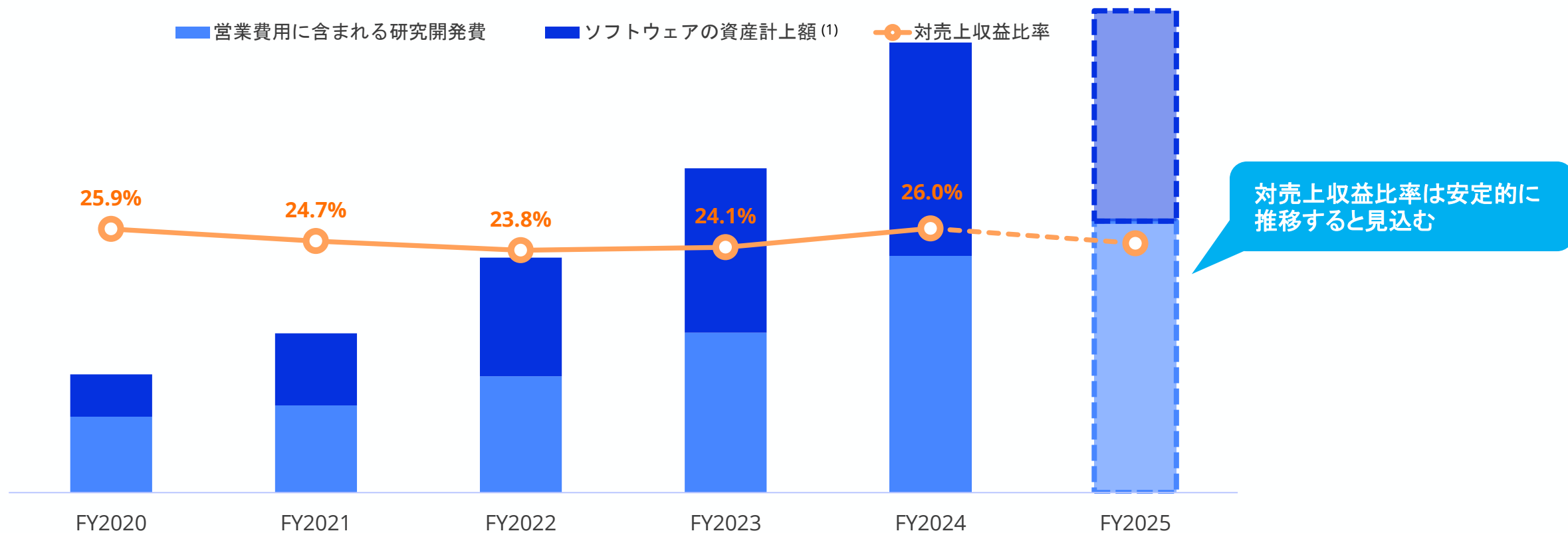
ソフトウェア償却費の対売上収益比率はFY25以降安定的に推移すると見込む

(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。



# ESGの取組み

# 当社のコミットメント

MSCI  
ESG RATINGS



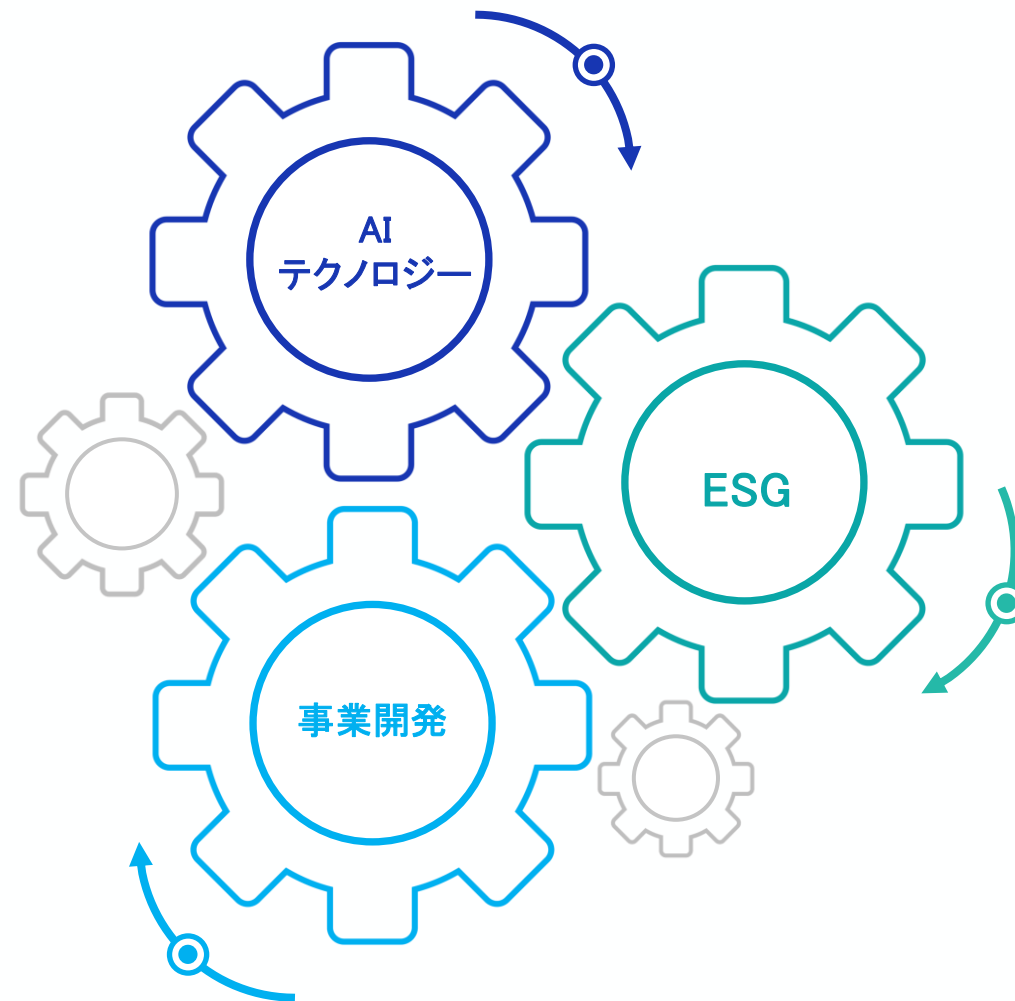
CCC B BB BBB A AA AAA

## 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。

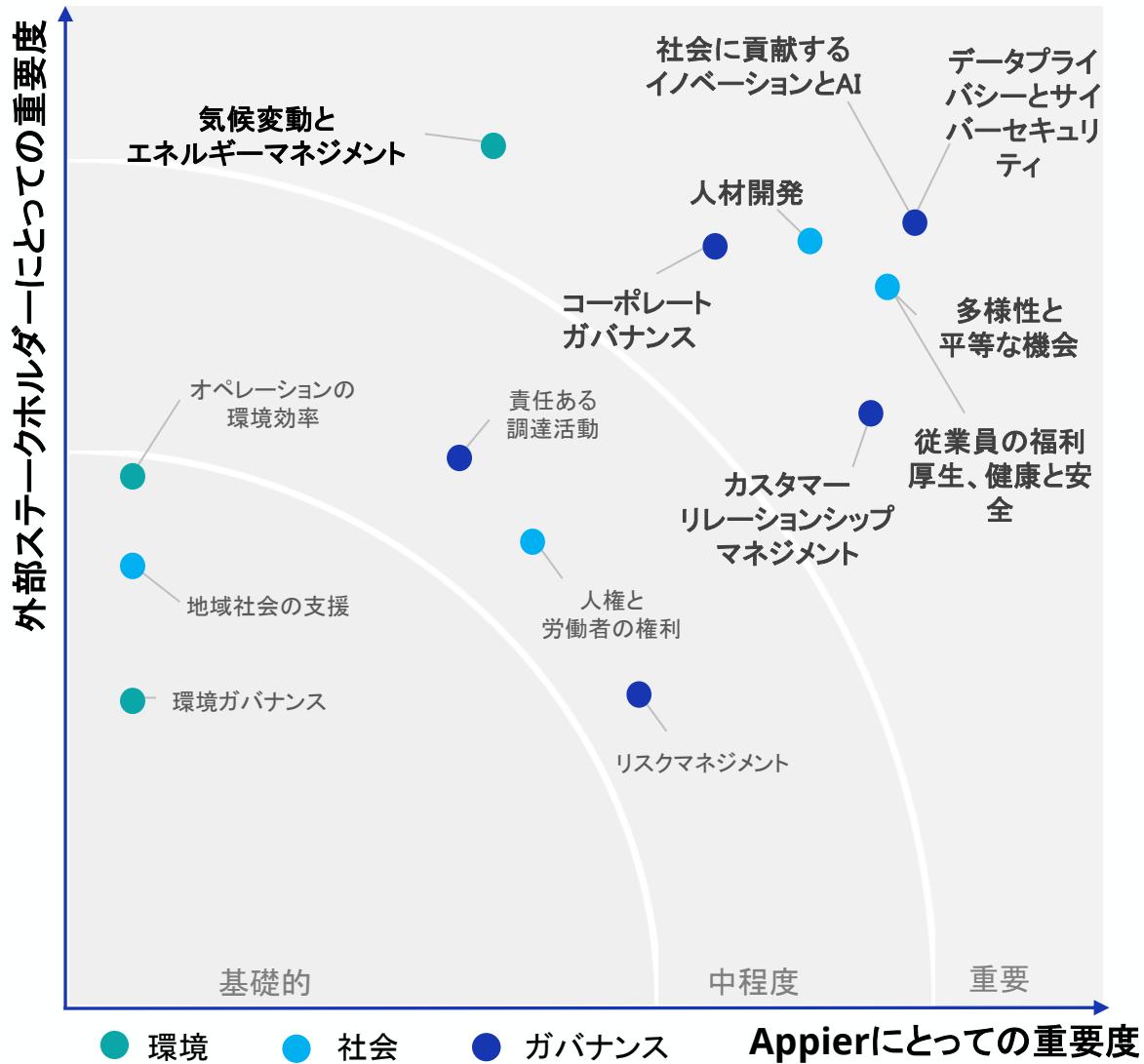
私たちは、ESGは持続可能なビジネスの構築に向けた課題の核心であると捉えています。高い水準のESGを実現するための活動は私たちのビジネスの将来像の一部であると考え、積極的にステークホルダーに関わっていくことを約束します。

MSCI ESG Research<sup>(1)</sup>から「A」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。

---