



APPBANK

決算説明資料

2020年12月期 第3四半期

2020年11月12日

注意事項

資料取扱い上のご注意

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

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

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

目次

1. ミッションビジョン

2. 2020年12月期第3四半期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他

目次

1. ミッションビジョン

2. 2020年12月期第3四半期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他

ミッション・ビジョン

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

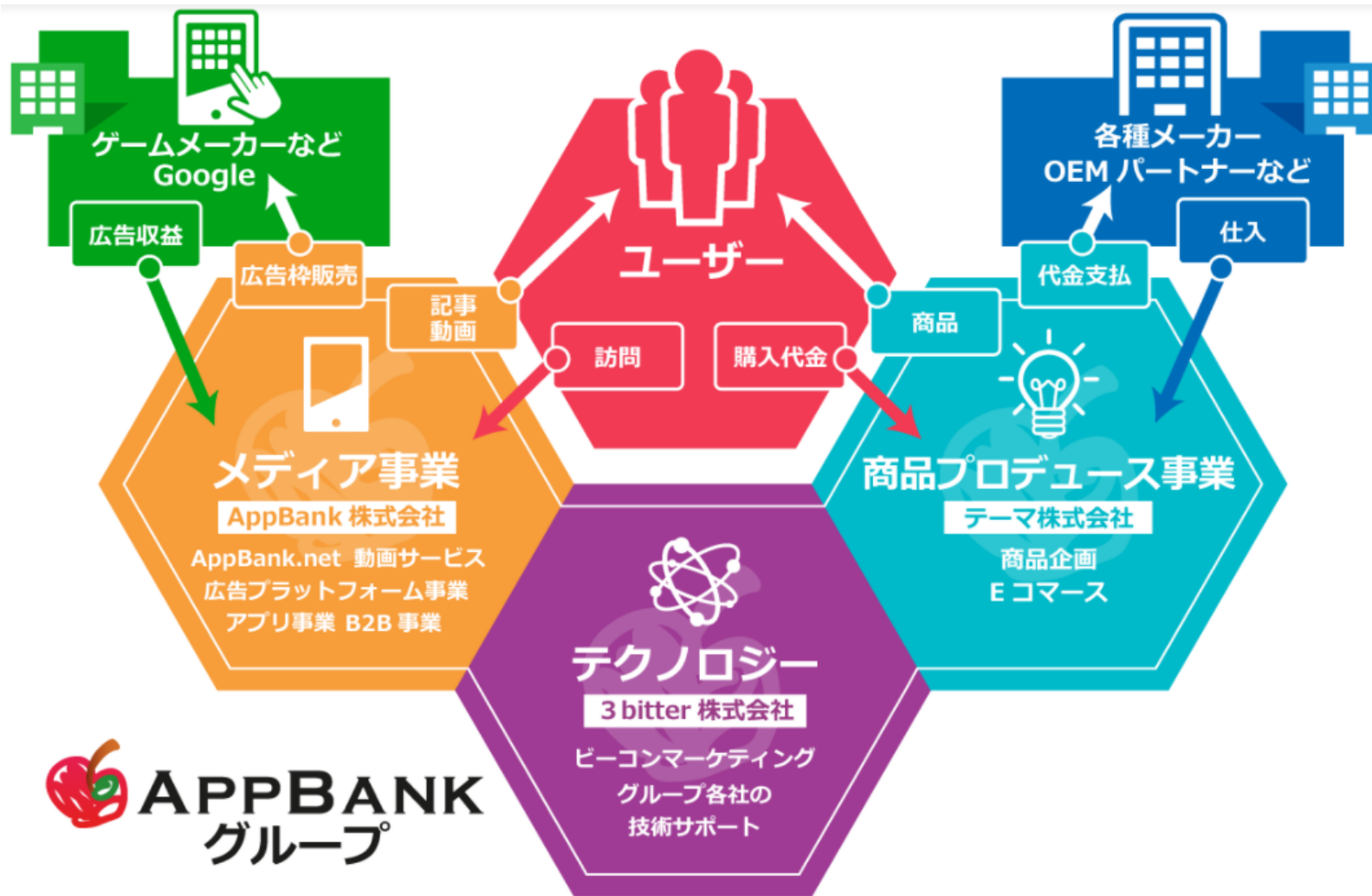
私たちは楽しみながら、遊びながら創造してきました。従業員一人ひとりがユーザーのみなさま/お客さまと共に価値を創り、成長していきたいと考えています。

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

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

You are my friend!

事業概要



マックスむらい! SEASON2

・動画配信の分野

「YouTube」及び「niconico」を通じて動画コンテンツの提供・公開。うちYouTubeでは、チャンネル登録者150万人強の「マックスむらいチャンネルSESON2」等を提供・公開

AppBank.net iPhoneアプリレビューサイト



・中核メディアサイト「AppBank.net」

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

・攻略サイト「パズドラ究極攻略」「モンスター攻略」

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

会社概要

会社名	:	AppBank株式会社
所在地	:	東京都千代田区
設立	:	2012年1月23日
経営陣	:	代表取締役社長CEO 村井 智建 取締役 染谷 光廣 取締役（社外） 倉西 誠一 取締役（社外） 秋山 政徳 取締役（社外） 上田 祐司 監査役（常勤） 鈴木 佐知子 監査役 松岡 一臣 監査役 高橋 裕次郎
従業員数	:	30名（2020年10月1日時点）

目次

1. ミッションビジョン

2. 2020年12月期第3四半期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他

2020年12月期第3四半期決算 総括

1

四半期営業損失が106百万円となり、前年同期営業損失14百万円と比較して大きく損失が拡大

2

メディア事業においては、売上高217百万円と前年同期における売上高335百万円と比較して大幅な減収

3

7月に休止した「マックスむらいチャンネル」を9月より「マックスむらいSEASON2」として再開し、D2Cブランドの立ち上げを発表

4

QonQでは、メディア事業の売上回復とSGAの削減に伴い、損失額は縮小傾向

2020年12月期第3四半期 損益状況

単位：百万円 下段：売上高比		2019年12月期 第3四半期	2020年12月期第3四半期		
				前年同期比	増減額
売上高		1,002	466	△53.5%	△536
	メディア事業	335 (33.5%)	217 (46.6%)	△35.2%	△118
	ストア事業	685 (68.4%)	254 (54.5%)	△62.9%	△431
	セグメント間取引消去	△18 (△1.8%)	△7 (△1.5%)	-%	+11
売上総利益		479 (47.9%)	184 (39.5%)	△61.6%	△295
販管費		494 (49.4%)	290 (62.2%)	△41.3%	△204
△：営業損失		△14 (-%)	△106 (-%)	-%	△92
△：経常損失		△15 (-%)	△108 (-%)	-%	△93
親会社株主に帰属する △：四半期純損失		△17 (-%)	△156 (-%)	-%	△139

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

2020年12月期第3四半期 事業別状況：メディア事業

単位：百万円 下段：売上高比	2019年12月期 第3四半期	2020年12月期第3四半期		
			前年同期比	増減額
売上高	335	217	△35.2%	△118
売上総利益	167 (50.1%)	83 (38.5%)	△48.7%	△84
販管費	202 (60.4%)	190 (87.5%)	△5.9%	△12
△：営業損失	△34 (-%)	△106 (-%)	-%	△72

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

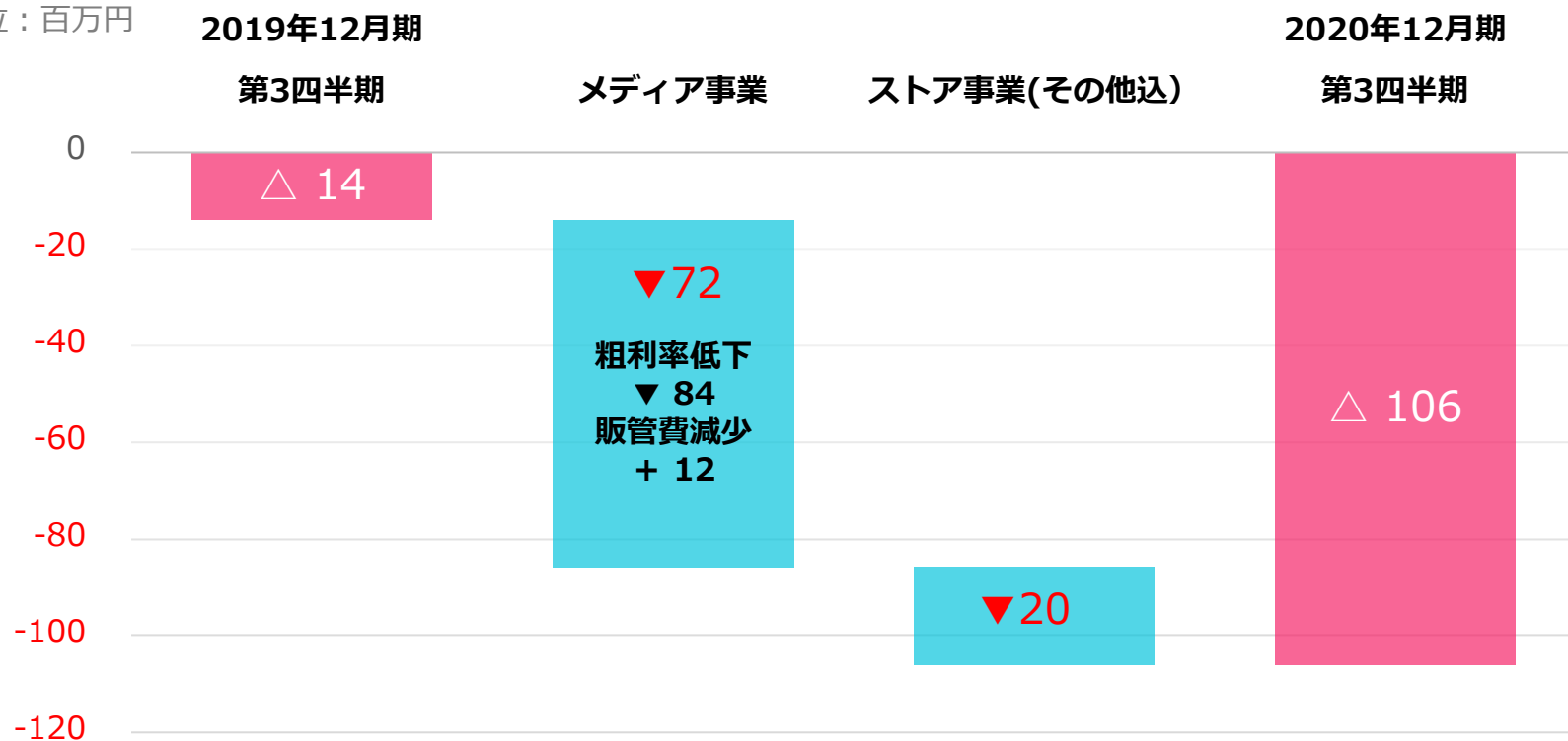
2020年12月期第3四半期 事業別状況：ストア事業

単位：百万円 下段：売上高比	2019年12月期 第3四半期	2020年12月期第3四半期			
				前年同期比	増減額
売上高	685	254	△62.9%	△431	
売上総利益	329 (48.1%)	107 (42.3%)	△67.5%	△222	
販管費	311 (45.4%)	105 (41.5%)	△66.2%	△206	
営業利益	18 (2.7%)	2 (-%)	88.8%	△16	

・2020年第1四半期に、ストア事業セグメントを構成していた株式会社AppBank Storeの株式を譲渡し、連結の範囲から除外

2020年12月期第3四半期 営業利益増減（前年同期比較）

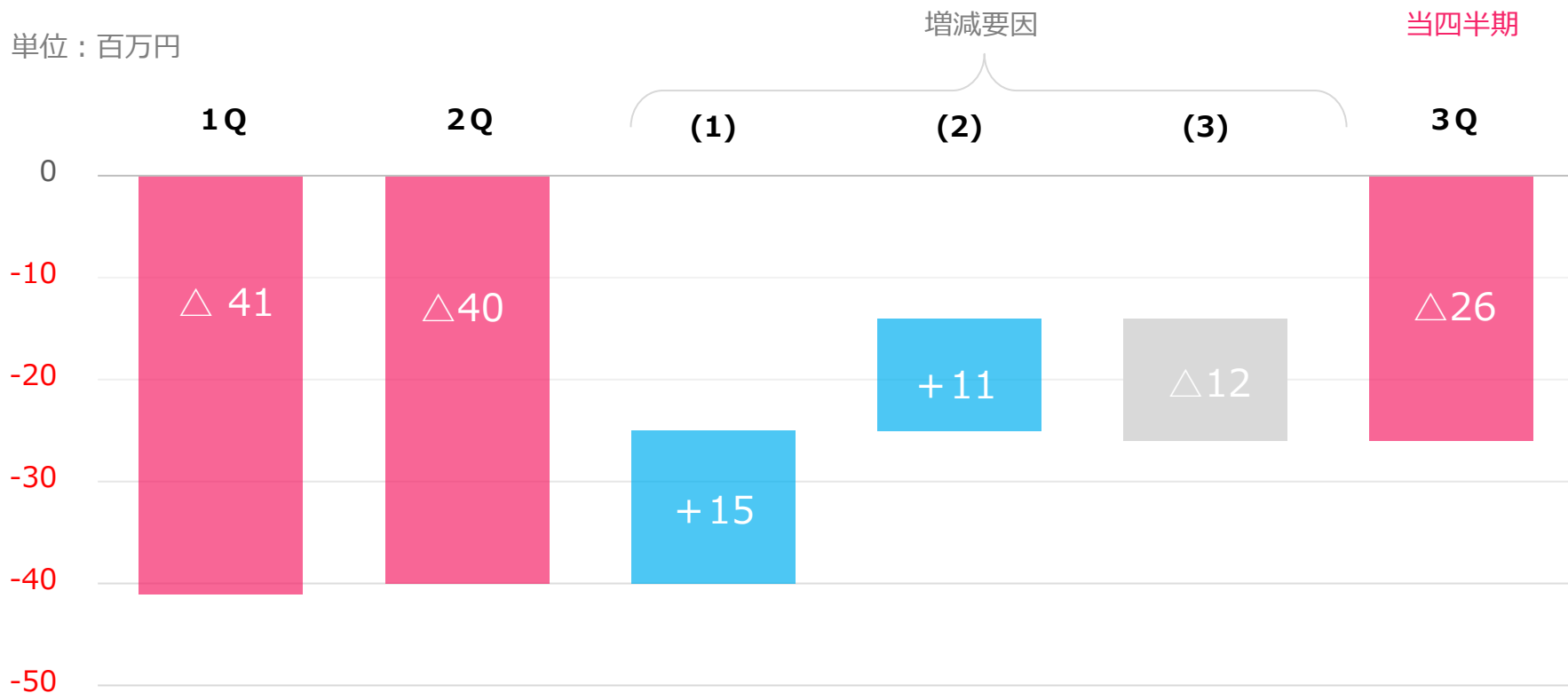
単位：百万円



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

2020年12月期第3四半期 営業損失増減（四半期比較）

単位：百万円



増減要因

- (1) メディア事業（純広告、動画広告、アドネットワーク広告等）の回復
- (2) コストコントロール（管理本部及び外注費等の販管費の削減）の効果発現
- (3) コンテンツ投資（「マックスむらいSEASON2」等）の積極化

2020年12月期第3四半期 財務状況

単位：百万円 下段：構成比		2019年12月期末	2020年12月期第3四半期末	
				前期末増減額
資産	流動資産	1,036 (95.9%)	562 (87.4%)	△474
	固定資産	44 (4.1%)	81 (12.5%)	+37
資産合計		1,081 (100%)	643 (100%)	△438
負債	流動負債	350 (32.5%)	77 (12.0%)	△273
	固定負債	29 (2.7%)	25 (3.9%)	△4
負債合計		380 (35.2%)	103 (16.0%)	△277
純資産合計		700 (64.8%)	540 (83.9%)	△160
負債純資産合計		1,081 (100%)	643 (100%)	△438

・資産：(流動資産) 現預金△ 350 / 売掛金△ 80 / 商品△ 46
(固定資産) のれん+34

・負債：(流動負債) 買掛金△ 71 / 1年内返済予定長期借入金△ 126

・純資産：親会社株主に帰属する四半期純損失計上△ 156 / 純資産比率は、83.9%と前年同期と比較して改善

目次

1. ミッションビジョン

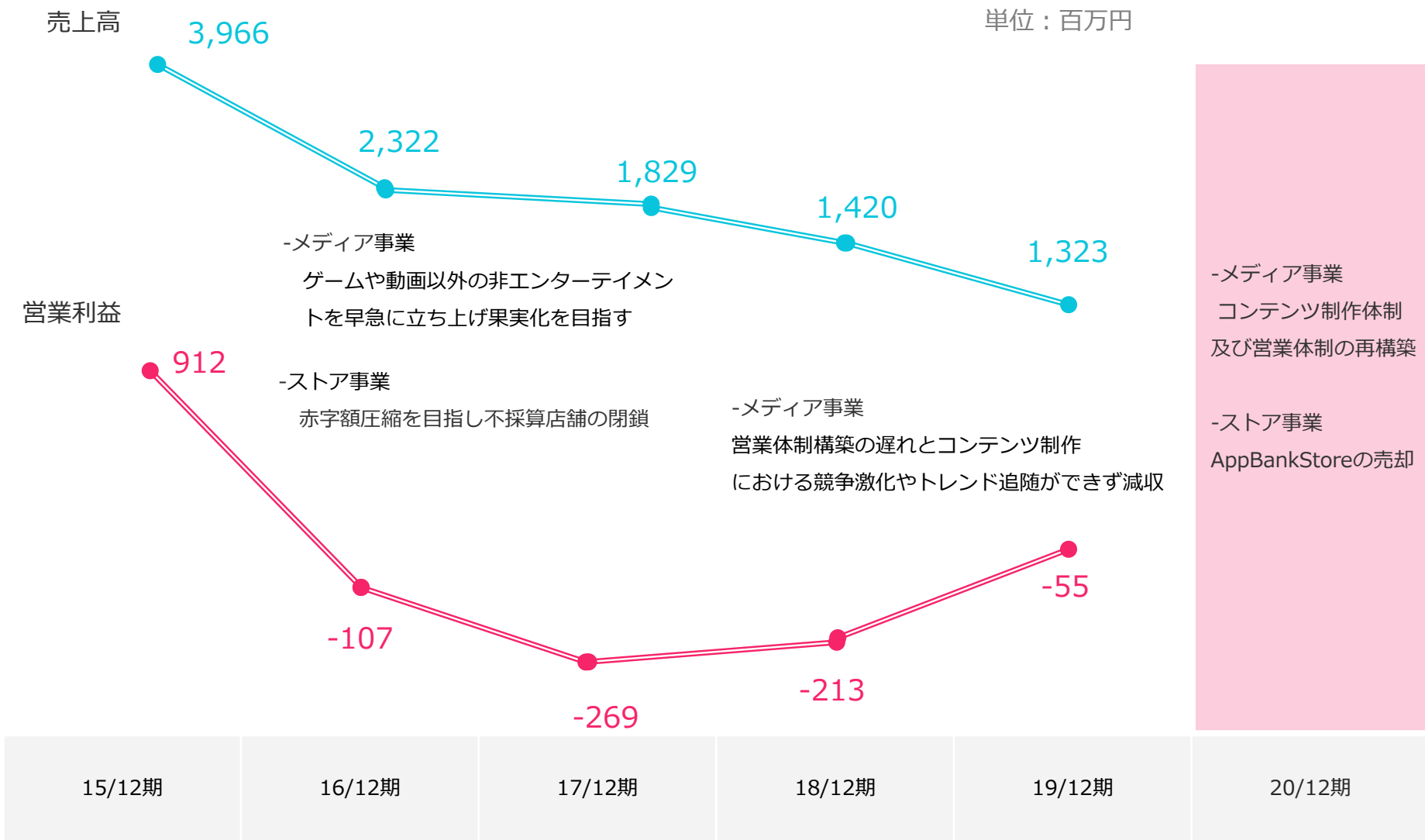
2. 2020年12月期第3四半期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

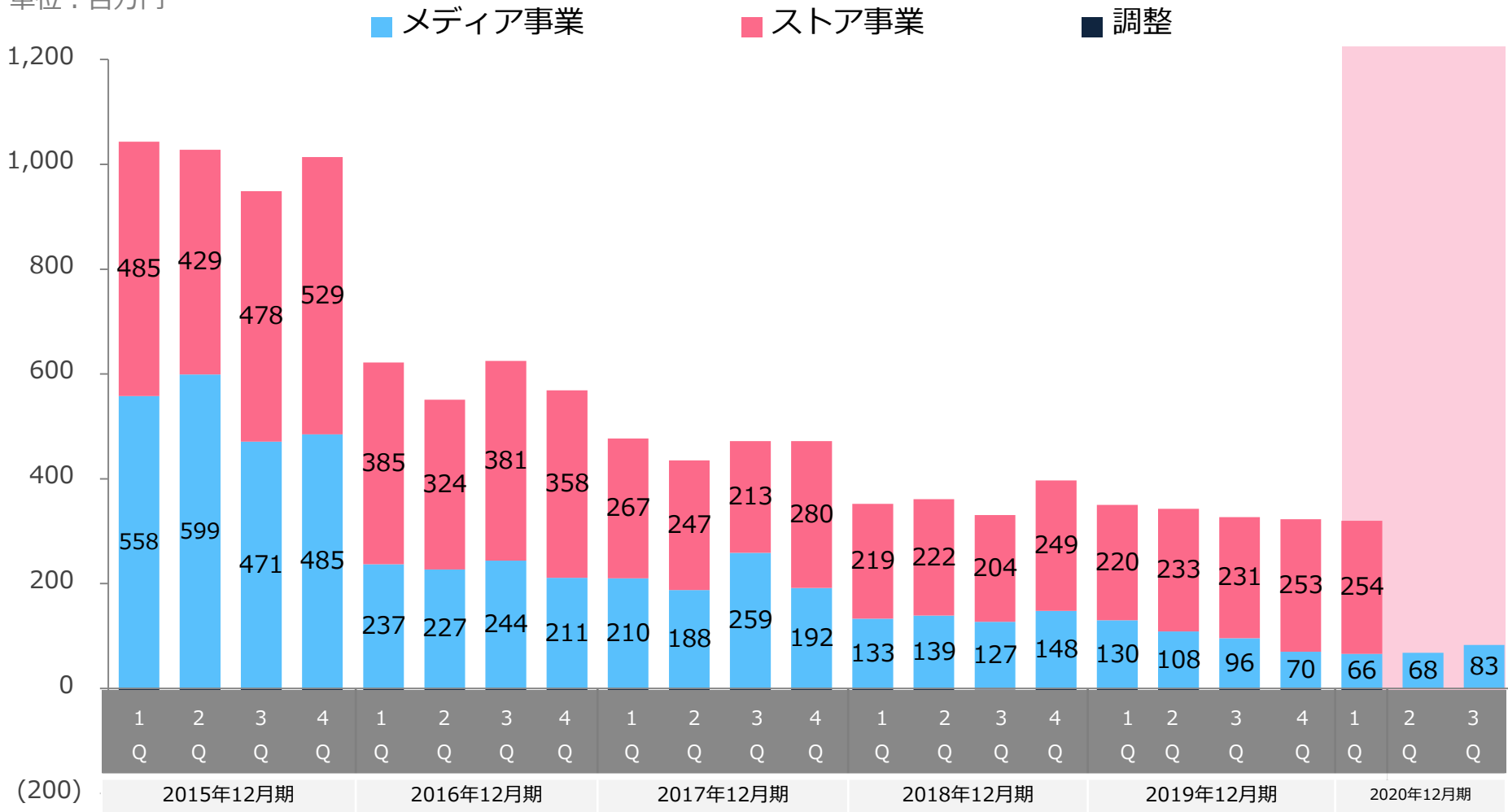
5. その他

売上高/営業利益



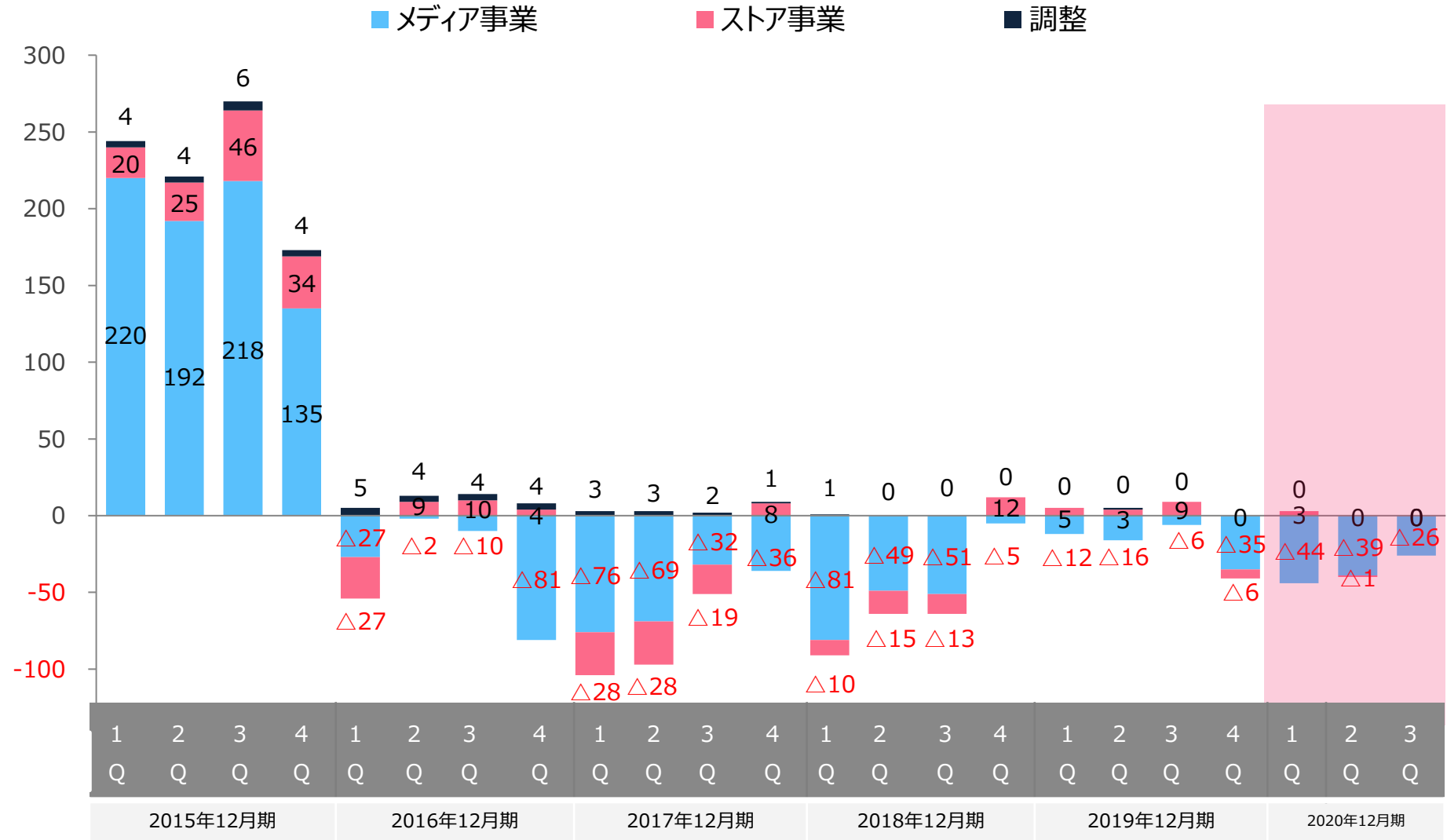
事業別状況：売上高 四半期推移

単位：百万円



事業別状況：営業利益 四半期推移

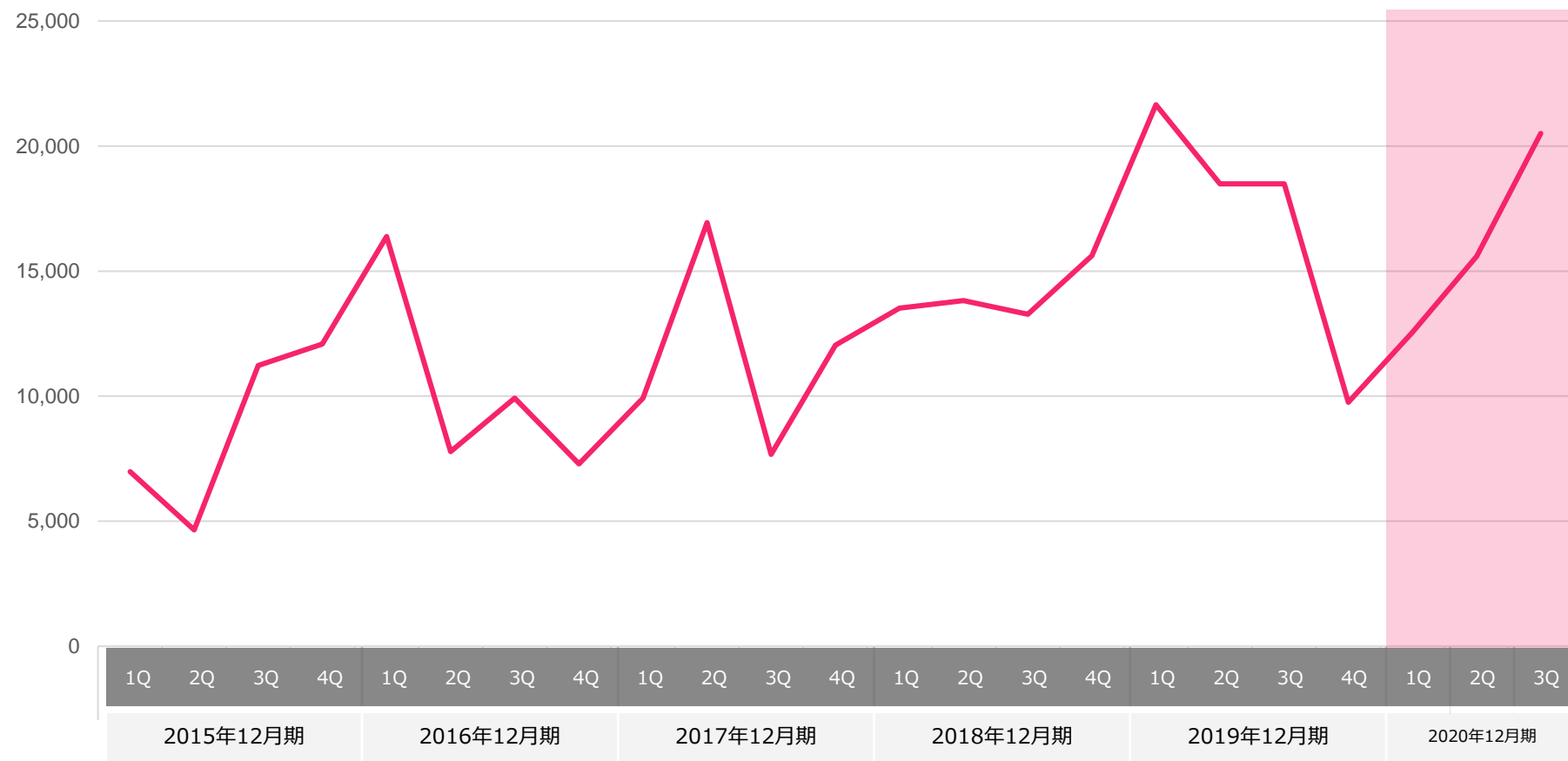
単位：百万円



これまでの振り返り メディア事業

AppBank.netの売上推移（四半期）

単位：千円

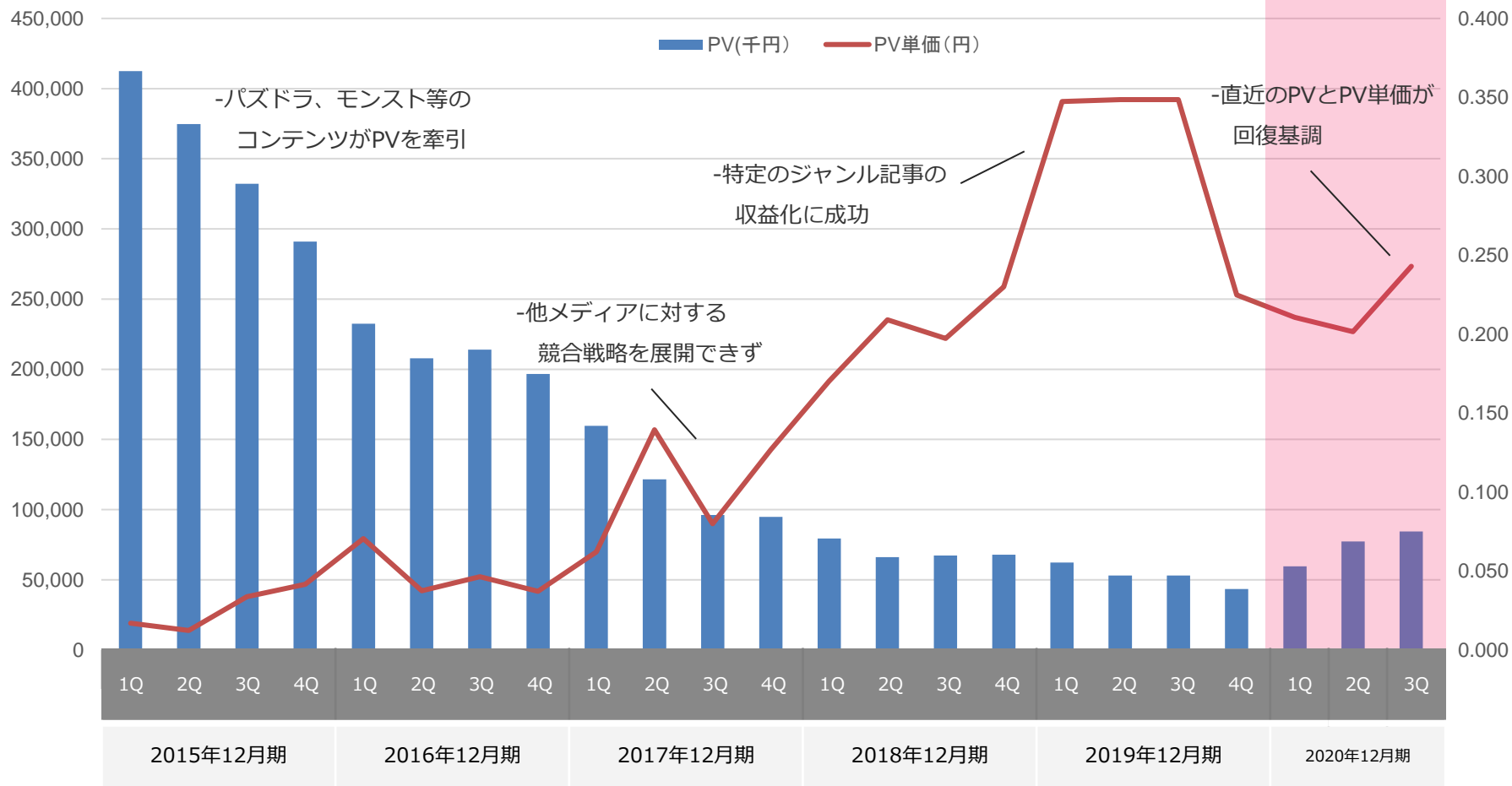


これまでの振り返り メディア事業

AppBank.netのPV数及びPV単価推移（四半期）

単位：千PV

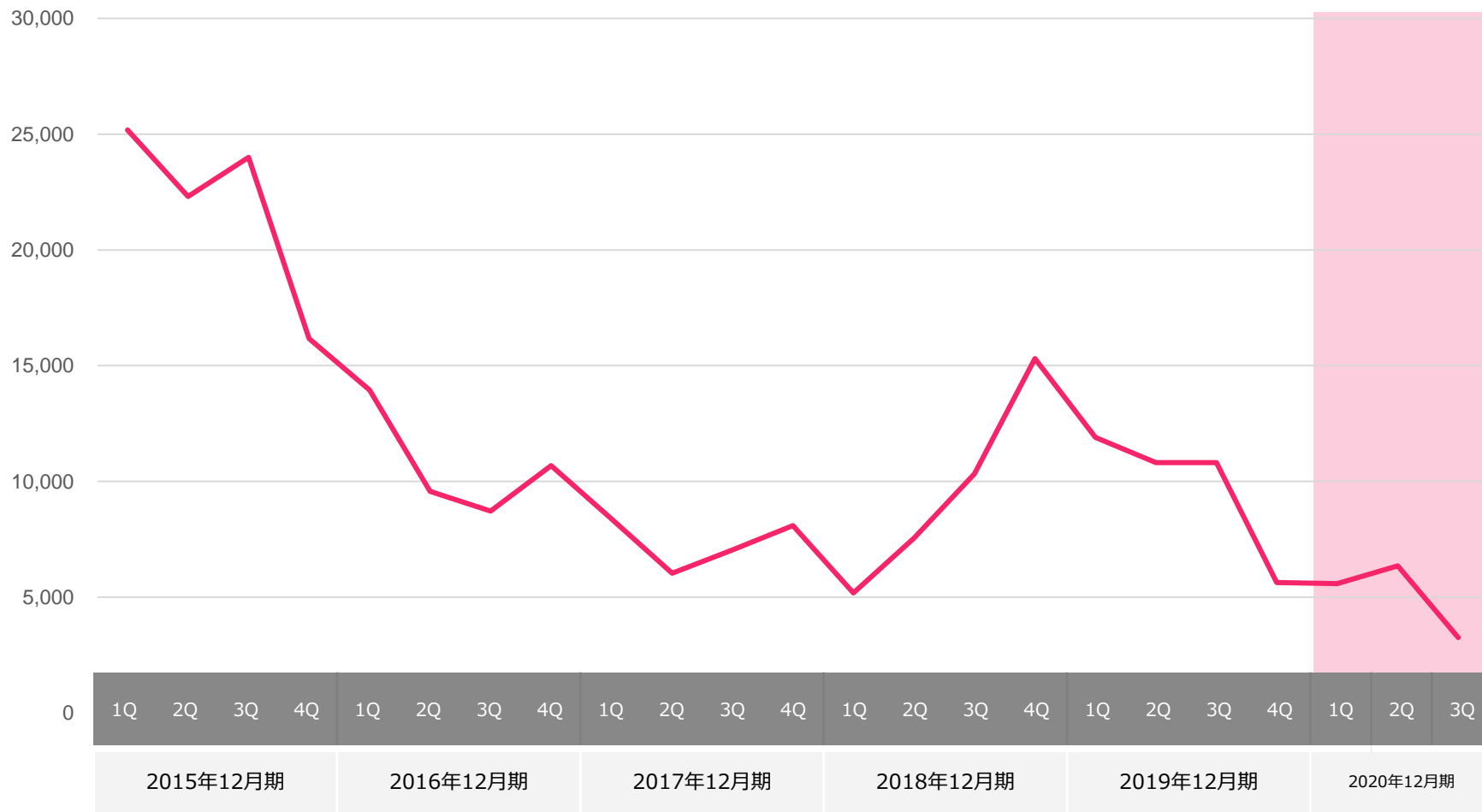
単位：円



これまでの振り返り メディア事業

マックスむらいチャンネルの売上推移（四半期）

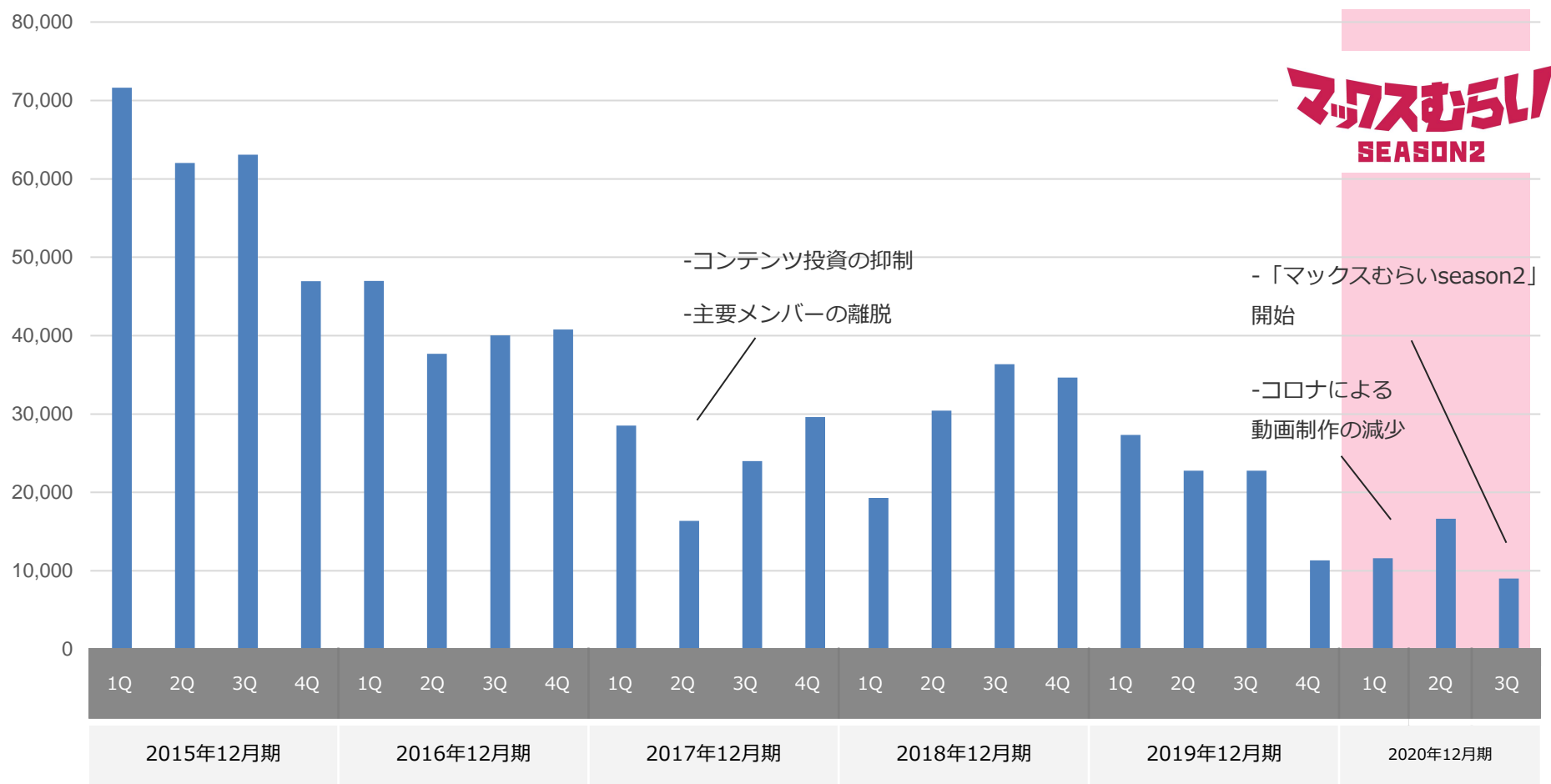
単位：千円



これまでの振り返り メディア事業

マックスむらいチャンネルの再生回数の推移（四半期）

単位：千回数



振り返りのまとめ

- **メディア事業**は、コンテンツ・システム投資を重ねながら、**基盤事業**となるように鋭意努力中。
- **AppBank.net**は、PV数及びPV単価が増加基調にあり、成長の基盤を確立しつつあるが、PVの増加ペースは鈍化。現在はシステム面からの**改善と収益化により重きを置く**。
- ストア事業は、**事業ポートフォリオの再構築**のために AppBankStore株式を譲渡することでストア事業からの撤退を決めた

目次

1. ミッションビジョン

2. 2020年12月期第3四半期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他

脱マックスむらいにおける

収益構造を確立

重点成長施策

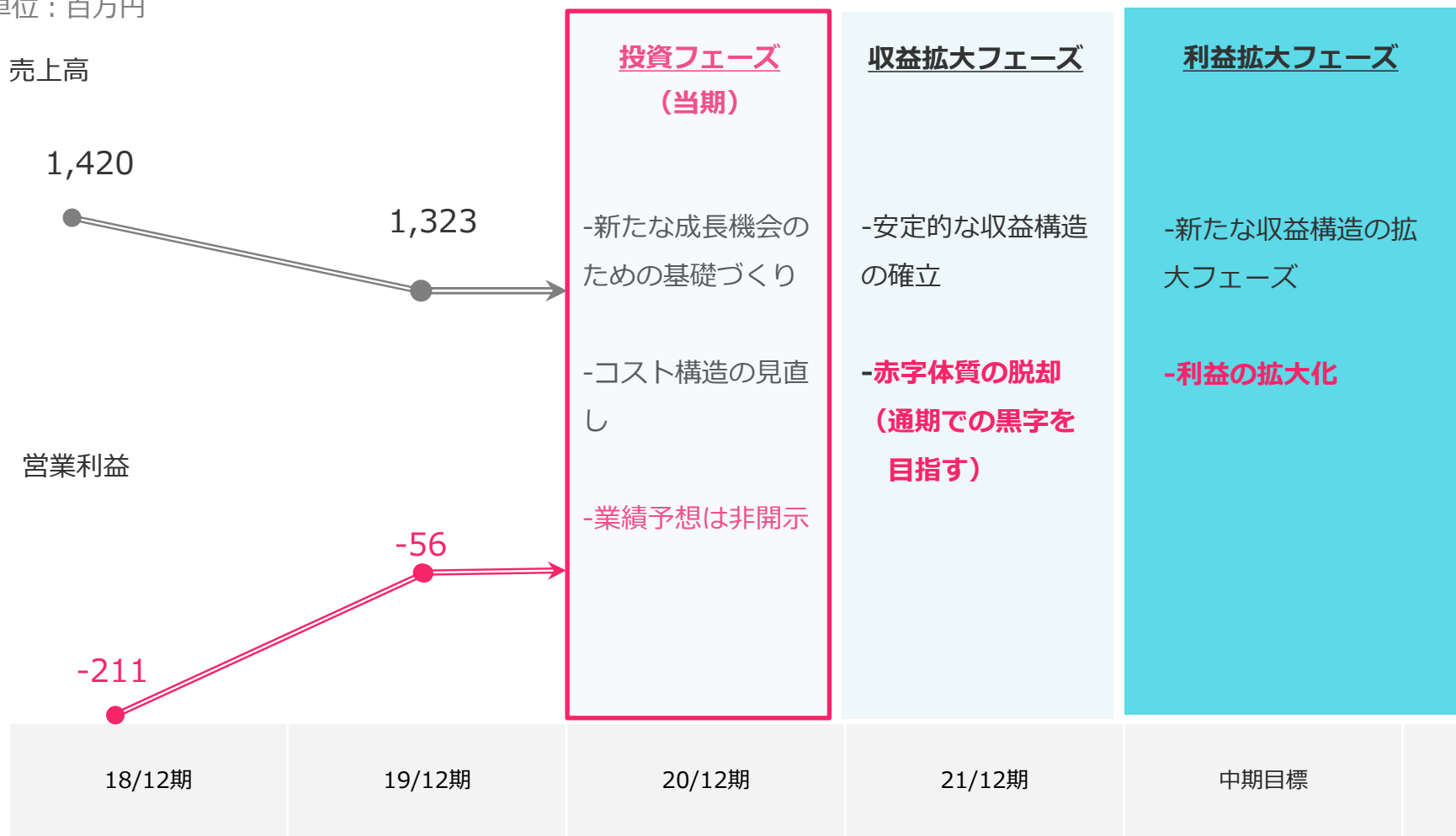
今期を**投資フェーズ**と位置付けて、収益構造を見直し、**利益体質**とするために下記の施策を実施中。

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

2020年12月期以降の中期目標

当期は市場拡大に向けて足腰を固める**投資フェーズ**

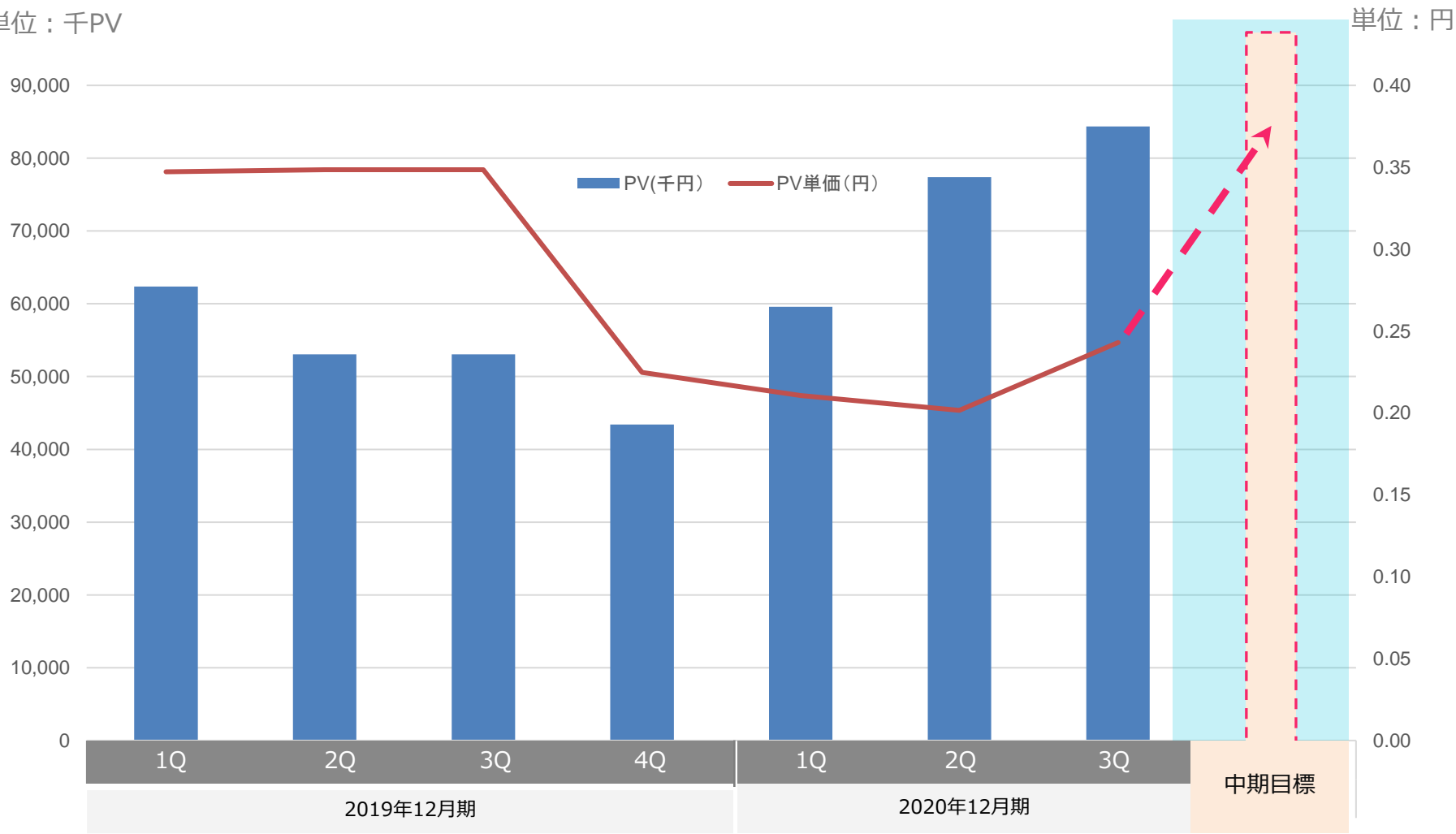
単位：百万円



メディア事業 AppBank.netの状況

PVは20年1Q及び2Qから**上昇トレンド**にあり、PV単価も**回復傾向**

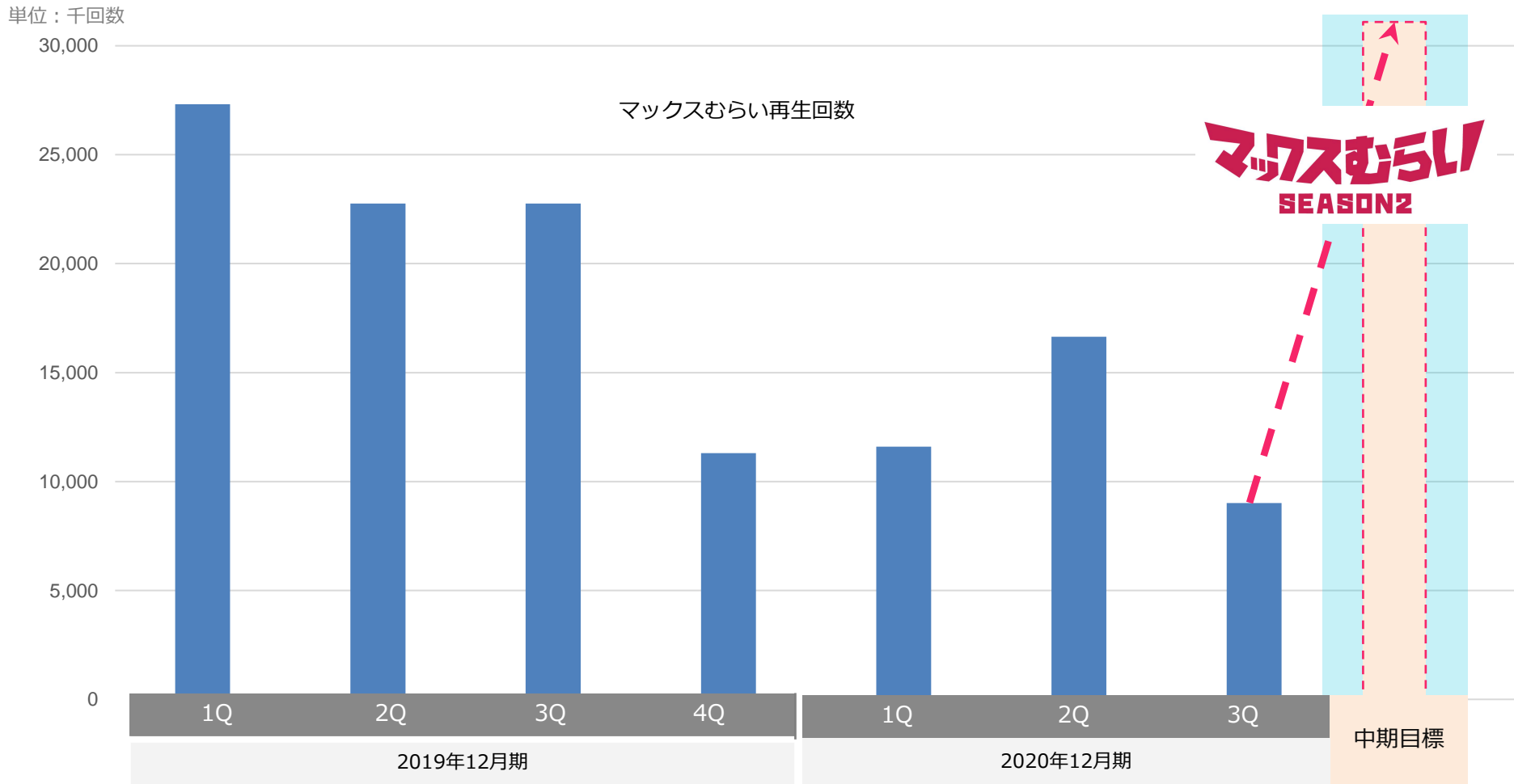
単位：千PV



メディア事業 動画再生回数推移

マックスむらいチャンネルの休止とリニューアルの影響から

動画再生回数は減少



メディア成長施策サマリー

1

AppBank.net

継続して、コンテンツ内容の充実をし、サイト内回遊率を高めることで増加傾向にあるPV数の更なる増加を図る

2

マックスむらいチャンネル

同チャンネルの既存ブランドについてピリオドをうち、新たなコンテンツ展開に基づくリブランディングを実施し、リスタートを実施する

3

メディア全体

今後、増加を期待されるPV数と営業体制の拡充に基づいて、新規の広告主の獲得を狙う

4

動画全体

一旦、止めていたコンテンツ投資を再開し、新たなコンテンツ制作スタッフ及び環境を刷新し、新コンテンツの投入を実施する

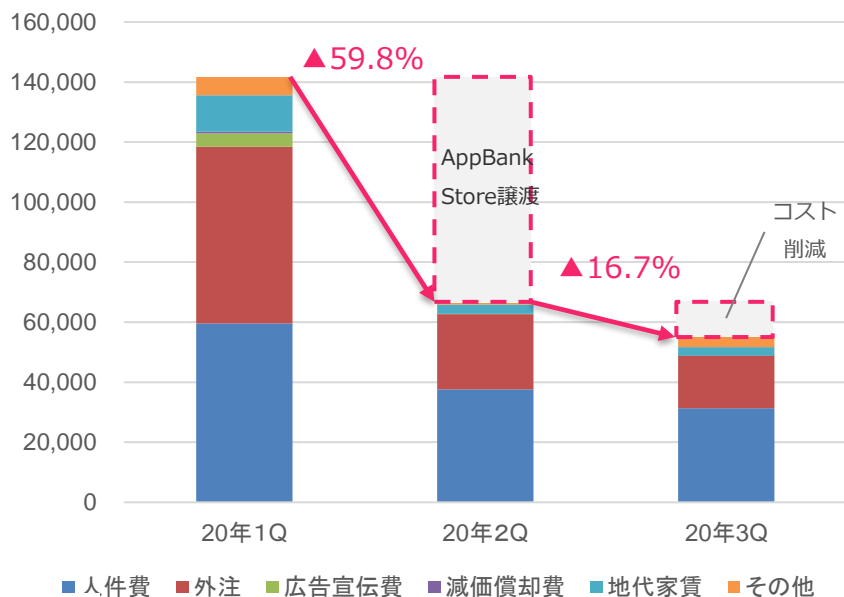
コストコントロール

連結販管費は、QonQで**16.7%**、YonYで**30.9%**の削減

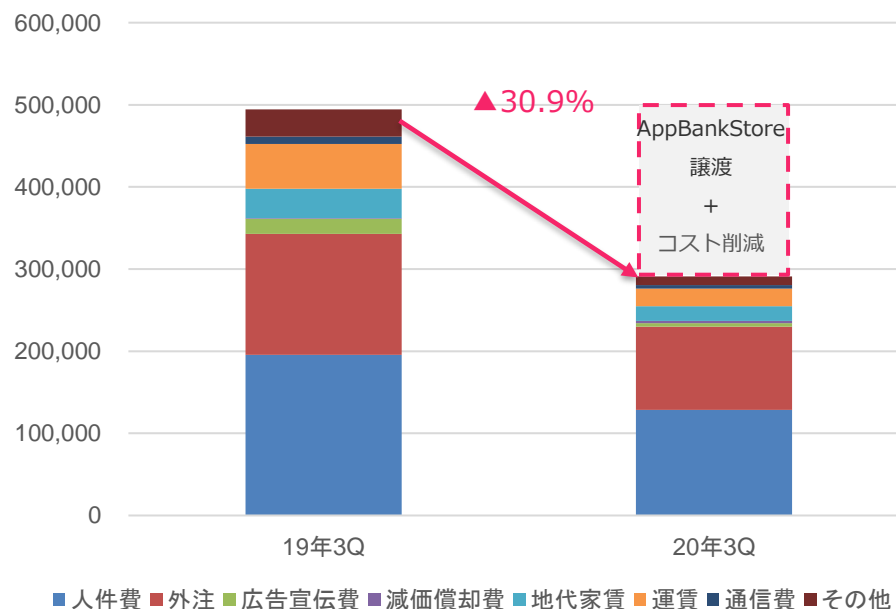
3QにおいてAppBank単体の管理本部業務及び外注費等の見直し、本社オフィスの移転等により固定費を**大幅に削減**。継続的にコスト削減を実施予定。

単位：千円

QonQ

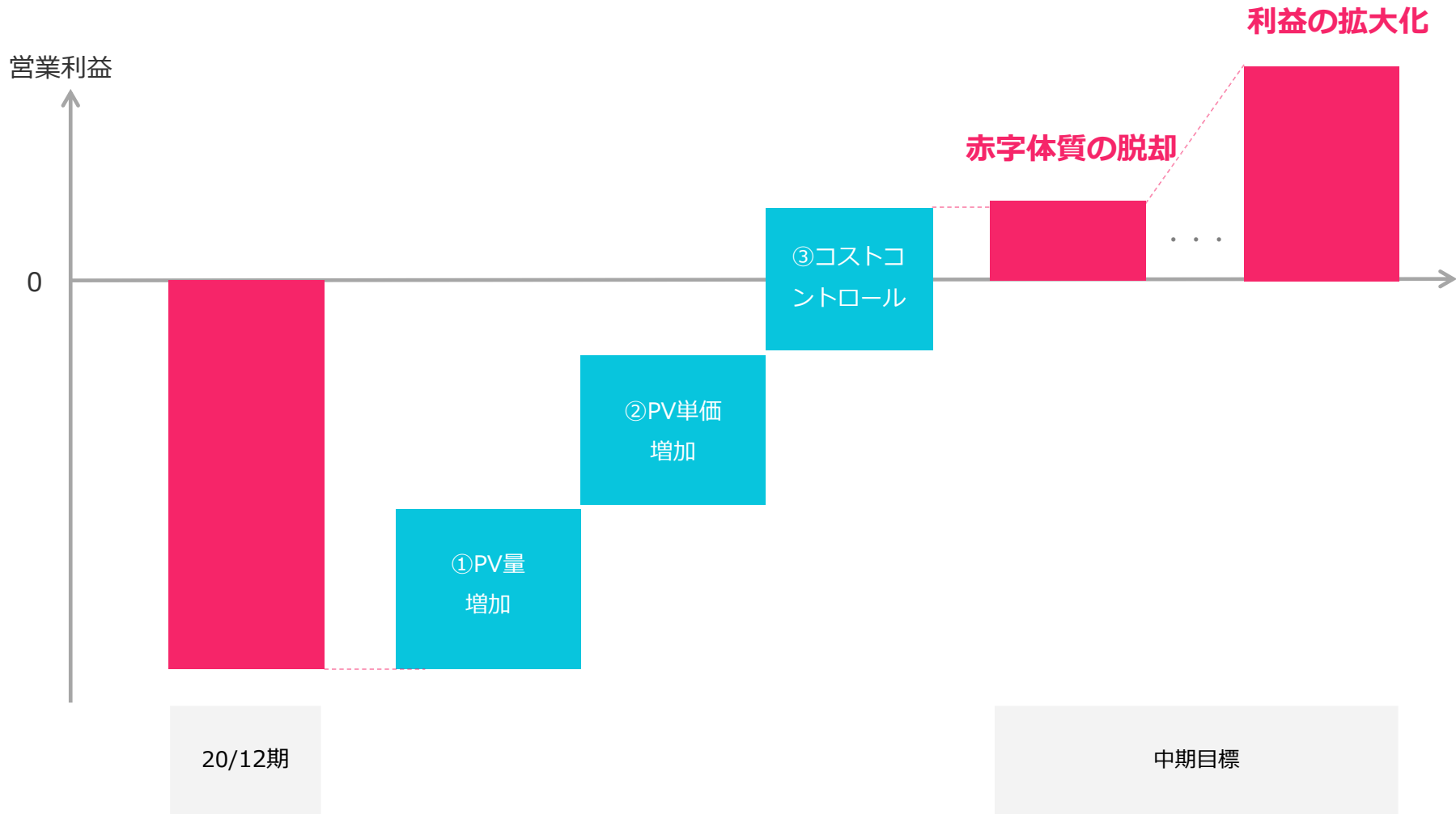


YonY



営業利益の成長イメージ

来期を目処にメディア事業を軸に**営業利益の黒字化**へ



「マックスむらい SEASON2」がスタート！

マックスむらい SEASON2

7月20日に休止を発表したYouTubeチャンネル「マックスむらいチャンネル」を9月3日より「マックスむらい SEASON2」として再開することを発表いたしました。（2020年9月4日）

「マックスむらい SEASON2」では新たに、静岡県の山を舞台に一から山を整備する様子や、山で育てた作物をもとにした特産品の開発など様々な企画を予定しております。

参考「：マックスむらい SEASON2」公式YouTubeチャンネル

<https://www.youtube.com/user/TheMaxMurai/>

「マックスむらい SEASON2」がスタート！



マックスむらいチャンネルでは長らくソーシャルゲームや、ドッキリなどを中心とした動画の公開をしてまいりました。

しかし、この度リニューアルした「マックスむらい SEASON2」では、これまでの多くの企画から一線を画し、より自由度が高く、魅力的な企画を実視するための山を探し出し、その山での生活や、特産品の開発などを一から視聴者の方にお届けし、スケールアップした様々な企画を楽しんでいただけるようにいたします。

ブランド商品の開発に向けて

静岡県の山を舞台に山で育てた作物をもとにした特産品の開発を着々と進めています。

●ミント・ハーブ園プロジェクト



●竹プロジェクト



●みかんプロジェクト



マックスむらいがD2C事業へ参入！

農と食のプラットフォーム・興農学園とタッグを組み 農業分野
においてブランド商品の開発を開始！ （2020年10月30日）



本ブランド立ち上げでは、農と食のプラットフォームを運営する一般財団法人 興農学園と提携・共同運営し、YouTubeチャンネル「マックスむらいSEASON2」と「AppBankTV」において配信中の山企画のなかで、ブランド商品の企画、開発、販売を行なってまいります。

参考「マックスむらい SEASON2」公式YouTubeチャンネル
<https://www.youtube.com/user/TheMaxMurai/>

参考「AppBankTV」公式YouTubeチャンネル
<https://www.youtube.com/user/StudioMurai/>

2020年12月期業績予想について

引き続き20年12月期の業績予想は非開示

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

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

目次

1. ミッションビジョン

2. 2020年12月期第3四半期業績実績

3. これまでの振り返り

4. 成長戦略

5. その他

決算説明動画の開始について



**本第3四半期決算に係る説明動画は
「マックスむらいチャンネル」にて放送予定**

参考「: マックスむらい SEASON2」公式YouTubeチャンネル

<https://www.youtube.com/user/TheMaxMurai/>

