



APPBANK

決算説明資料

2022年12月期 第1四半期

2022年5月13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. 2022年12月期第1四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

目次

1. ミッション・ビジョン

2. 2022年12月期第1四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

You are my friend!

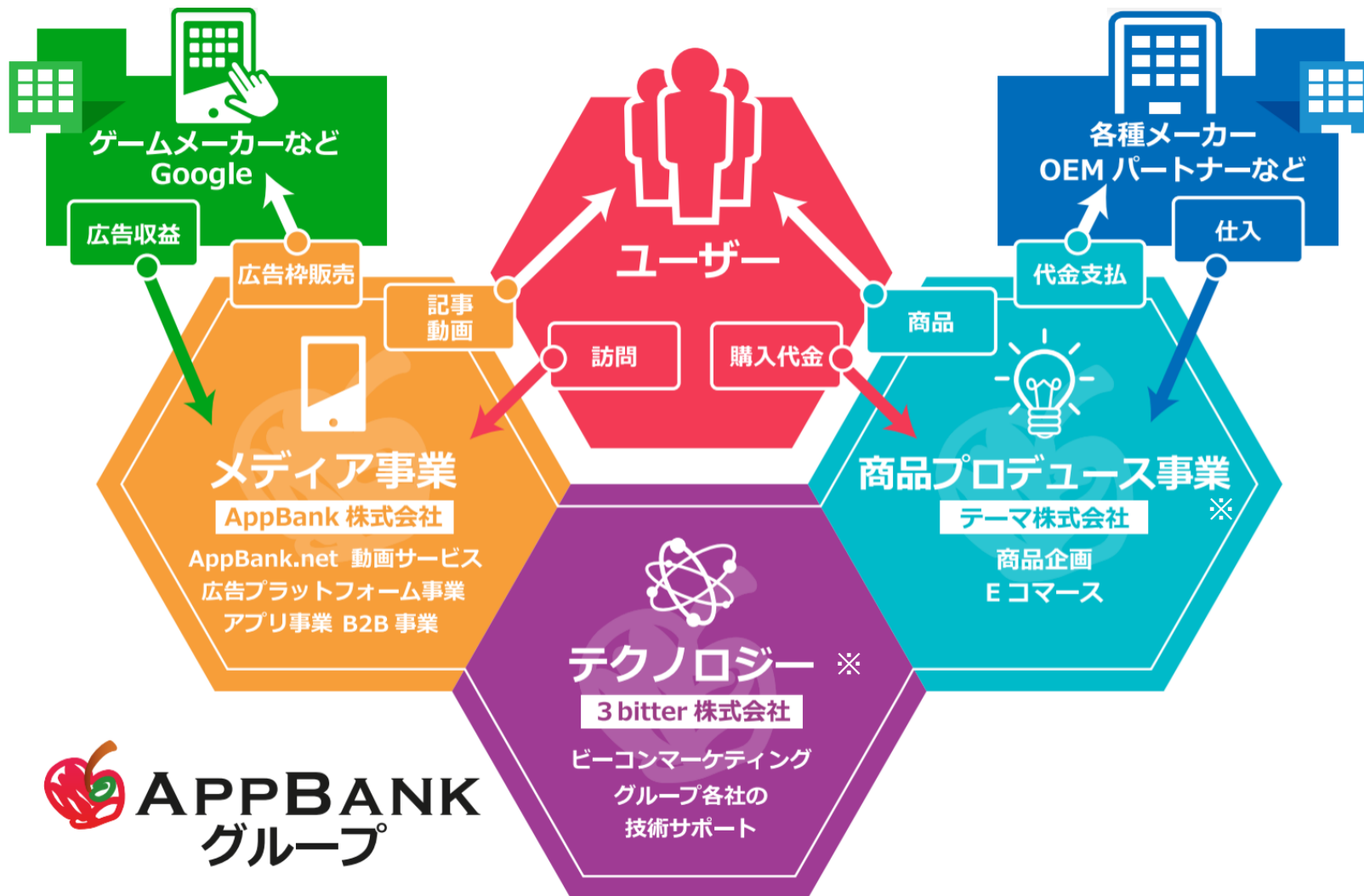
インターネット産業はスマートフォンの登場により、これまで以上に変化のスピードを早めています。そんな中、最先端の情報と技術が集まるこの場所でAppBankは『**You are my friend!**』を理念として活動しています。非連続的な変化や、はやりすたりが激しい世界だからこそ、ユーザーのみなさま/お客さまとの関係を最も大切にしたいと考えています。

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。

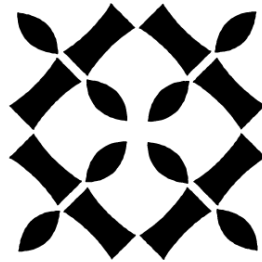
これからも私たちはこの理念を追求しながら、企業活動を通じて社会に貢献しステークホルダーをはじめ、関わるみなさまに認められ、成長する企業を目指してまいります。

事業概要



※有価証券報告書等の開示書類のセグメント区分において、「商品プロデュース事業」はストア事業に含んでおり、「テクノロジー」はその他に区分して開示しております。

サービス説明



YU-RIN AN

原宿竹下通り 友竹庵



・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、チャンネル登録者約144万人の「マックスむらいチャンネル」を中心に展開中。

・ストア事業「YURINAN-原宿竹下通り友竹庵-」

村井智建がプロデューサーを務めるブランド事業を原宿旗艦店とECにて展開。

・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にて、豊富なキャラクターデータベースやダンジョン情報を提供。

・イベントやライブ運営/物販のDXサービス「SWAMP」

BLE Beaconによるエリア測定でリアルな場所とコンテンツを結びつける技術を用いてサービスを提供。

会社概要

会社名	:	AppBank株式会社	
所在地	:	東京都新宿区	
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	佐久間 諒
		取締役CFO	白石 充三
		社外取締役	上田 祐司
		社外取締役（監査等委員）	松岡 一臣
		社外取締役（監査等委員）	倉西 誠一
		社外取締役（監査等委員）	秋山 政徳
従業員数	:	32名（2022年3月31日時点）	

目次

1. ミッション・ビジョン

2. 2022年12月期第1四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

2022年12月期第1四半期決算 総括

1

売上高77百万円、営業損失が48百万円となり、前年同期における売上高76百万円、営業損失47百万円と比較してYonYで横ばい

2

メディア事業：ネットワーク広告売上高が増加、BtoB売上高等は減少
「AppBank.net」PV数及びPV当たり広告単価は引き続き高水準を維持
(参照：P17)

3

ストア事業+その他事業：まん延防止等重点措置による影響を受けた

- テーマ：「YURINAN」実店舗における集客の減少
- 3bitter：「SWAMP」提供予定のライブ・イベントが全て延期

4

第1四半期では、次の成長の柱である位置情報テクノロジーを用いた新規サービスの拡大に向け、営業・システム開発・人材採用に注力
営業状況は順調、第2四半期以降の業績貢献を見込む

2022年12月期第1四半期 損益状況

単位：百万円 下段：売上高比	2021年12月期 第1四半期	2022年12月期 第1四半期		
			前年同期比	増減額
売上高	79	77	△2.6%	△2
メディア事業	76 (97.0%)	75 (84.7%)	△1.0%	△1
ストア事業	1 (1.6%)	7 (9.0%)	519.9%	+6
その他	1 (1.4%)	0 (6.5%)	△83.8%	△1
セグメント間取引消去	△0 (△0.0%)	△7 (△0.3%)	-%	△7
売上総利益	17 (21.9%)	17 (23.3%)	3.5%	+0
販管費	64 (81.8%)	65 (85.6%)	△1.9%	+1
△：営業損失	△47 (-%)	△48 (-%)	-%	△1
△：経常損失	△47 (-%)	△47 (-%)	-%	△0
親会社株主に帰属する △：当期純損失	△47 (-%)	△47 (-%)	-%	△0

- ・売上高：メディア事業は微減、ストア事業はまん延防止措置の影響を受けるも事業の方向性が確立
- ・売上総利益：メディア事業の売上高が微減したものの、利益は変動なし
- ・販管費：コスト圧縮をした前年度同期比を維持
- ・営業損失：売上高の微減・販管費の微増の影響で営業損失が微増
- ・四半期純損失：経常損益・特別損益の変動はなく、営業損失と同様微増

2022年12月期第1四半期 事業別状況：メディア事業

単位：百万円 下段：売上高比	2021年12月期 第1四半期	2022年12月期 第1四半期		
			前年同期比	増減額
売上高	76	75	△1.0%	△0
売上総利益	16 (21.5%)	23 (31.0%)	+42.6%	+7
販管費	59 (77.1%)	53 (73.1%)	△9.0%	△5
△：営業損失	△42 (-%)	△30 (-%)	+29.0%	+12

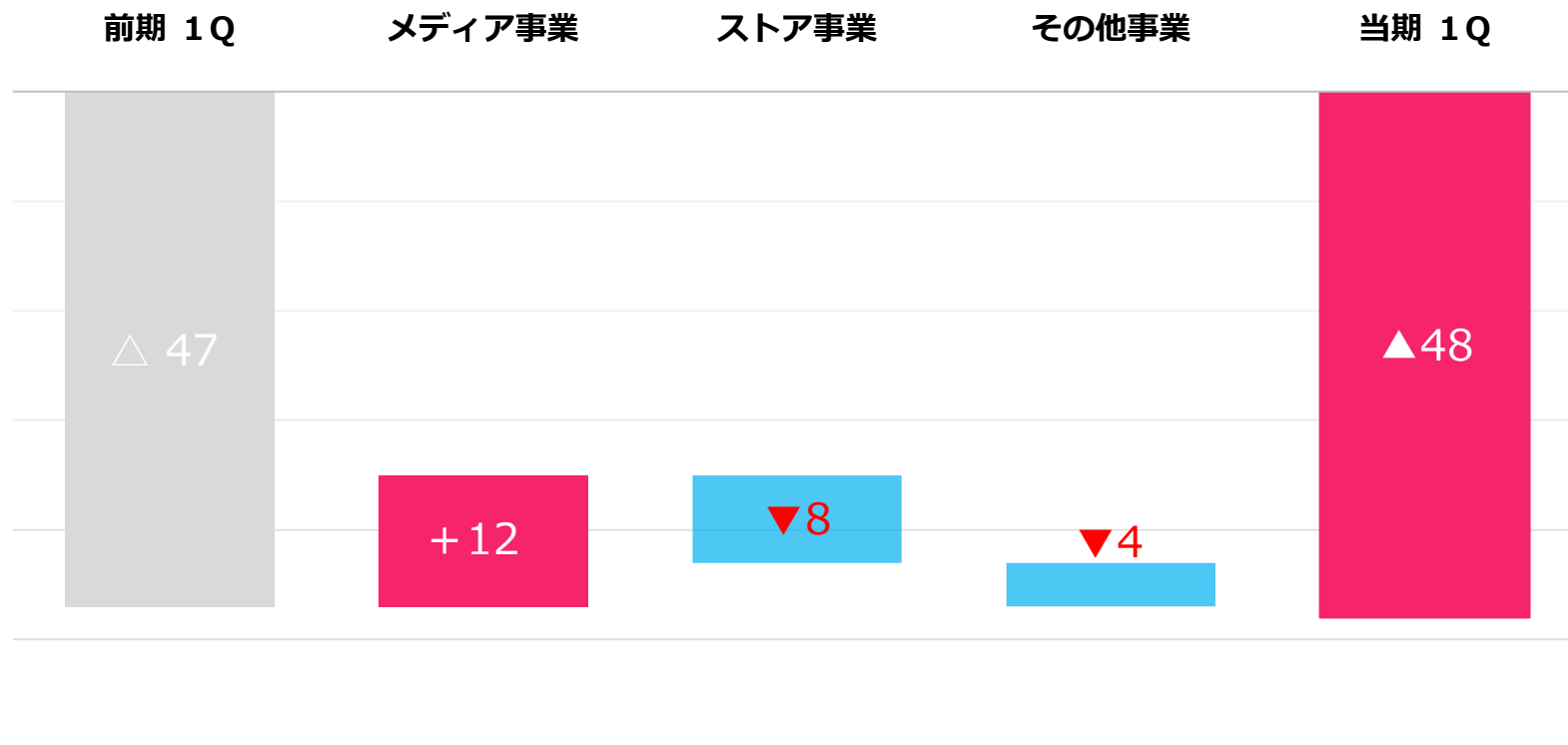
- ・売上高：主にBtoB等は減少したが、「AppBank.net」のネットワーク広告収益が大きく増加
- ・売上総利益：人件費、外注費等を見直し利益率が増加
- ・販管費：固定費を中心に販管費を削減
- ・営業損失：前年同期と比較し原価及び費用を削減したため、損失額が減少

単位：百万円 下段：売上高比	2021年12月期 第1四半期	2022年12月期 第1四半期		
			前年同期比	増減額
売上高	1	7	△87.9%	△224
売上総利益	0 (31.7%)	3 (49.7%)	△88.2%	△94
販管費	2 (122.6%)	14 (184.6%)	△68.2%	△72
△：営業損失	△2 (-%)	△10 (-%)	△0%	△21

- ・2020年12月期に設立した連結子会社のテーマ株式会社が、ストア事業セグメントを構成
- ・売上高：原宿実店舗の運営等に伴い、売上高が増加
- ・売上総利益：売上高の増加に伴う仕入費用等の原価が増加
- ・販管費：家賃等の店舗運営費用の増加に伴い、販管費が増加
- ・営業損失：事業の立ち上げ期に伴う費用が増加したことにより損失額が拡大

2022年12月期第1四半期 営業損失増減（前期同期比）

単位：百万円



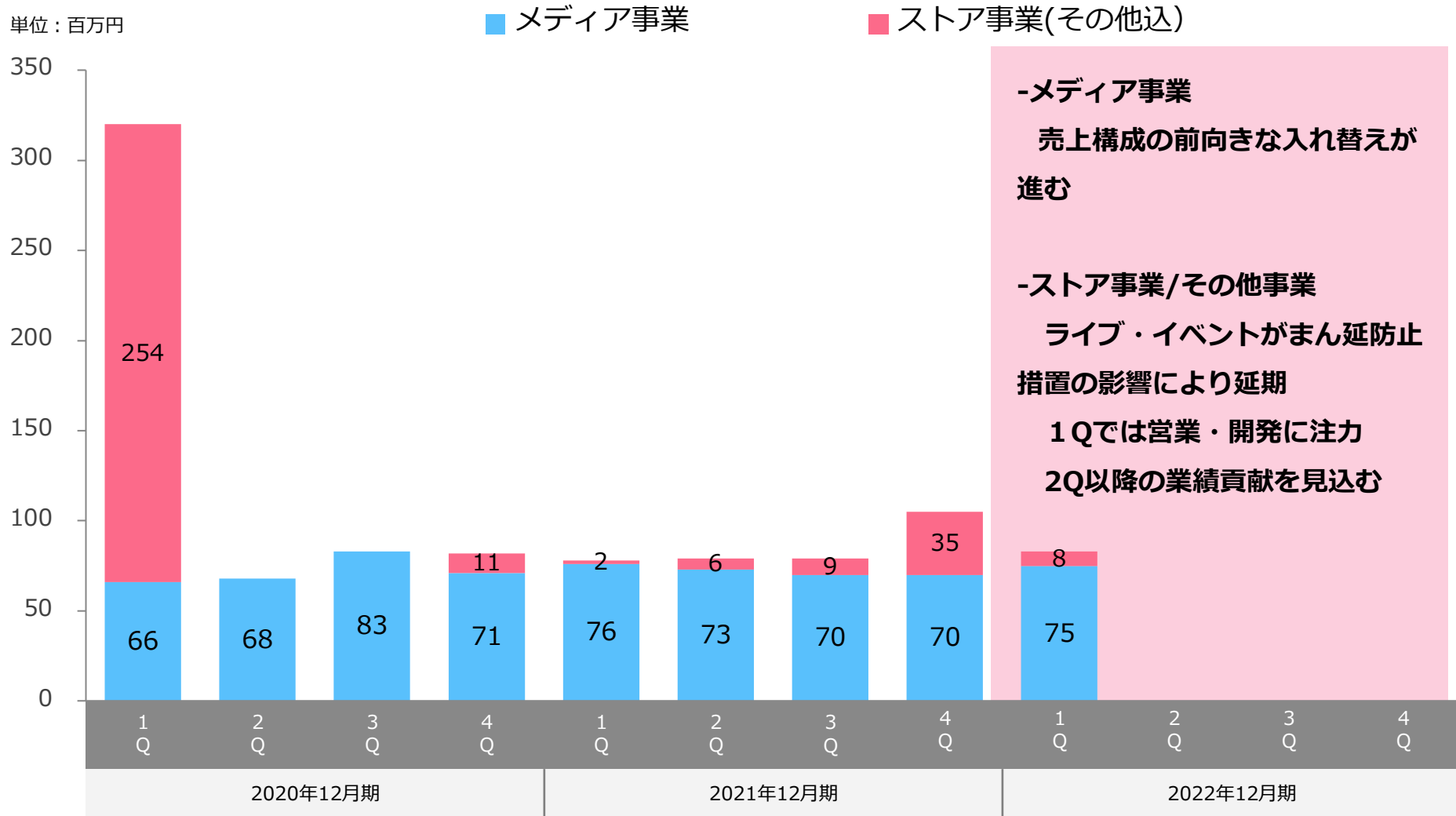
- ・ 前年同期比で、営業損失が拡大した要因は、主にストア事業及びその他事業の売上総利益の減少による
- ・ メディア事業は売上高は微減したが、原価及び販管費を圧縮し営業利益率が増加
- ・ ストア事業/その他事業にて牽引される新規サービスが立ち上げ期にあり、投資先行フェーズにある

2022年12月期第1四半期 財務状況

単位：百万円 下段：構成比		2021年12月期末	2022年12月期 第1四半期	
				前期末比
資産	流動資産	327 (79.0%)	280 (77.0%)	△47
	固定資産	87 (21.0%)	83 (23.0%)	△3
資産合計		414 (100%)	364 (100%)	△50
負債	流動負債	64 (15.6%)	63 (17.5%)	△1
	固定負債	14 (3.6%)	13 (3.7%)	△1
負債合計		79 (19.2%)	76 (21.1%)	△2
純資産合計		334 (80.8%)	287 (78.9%)	△47
負債純資産合計		414 (100%)	364 (100%)	△50

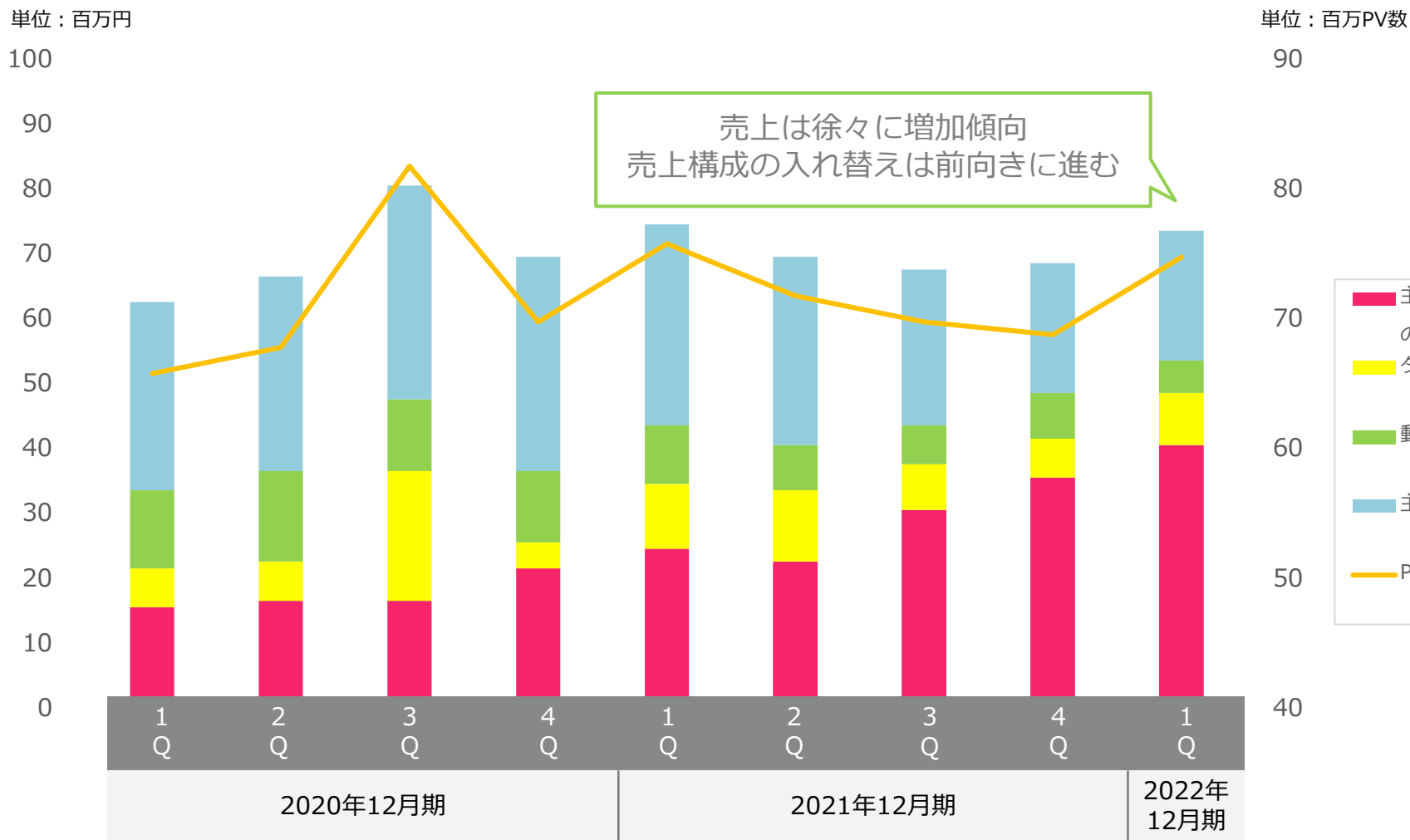
- ・資産： 現預金△33／売掛金△14／商品+1
- ・負債： 買掛金△1／1年内返済予定長期借入金△1
- ・純資産： 親会社株主に帰属する四半期純損失計上△47

事業別状況：売上高 四半期推移



事業別状況：売上高 メディア事業 四半期推移

売上高がYoYで99%、売上構成の入れ替えが進む



事業別状況：その他事業 グロス決済金額推移

1Qの開催予定のイベントが、まん延防止等重点措置により2Q以降に延期
2Q以降の受注案件に備え、システム開発及び人材採用を進める

単位：万円

16,000

14,000

12,000

10,000

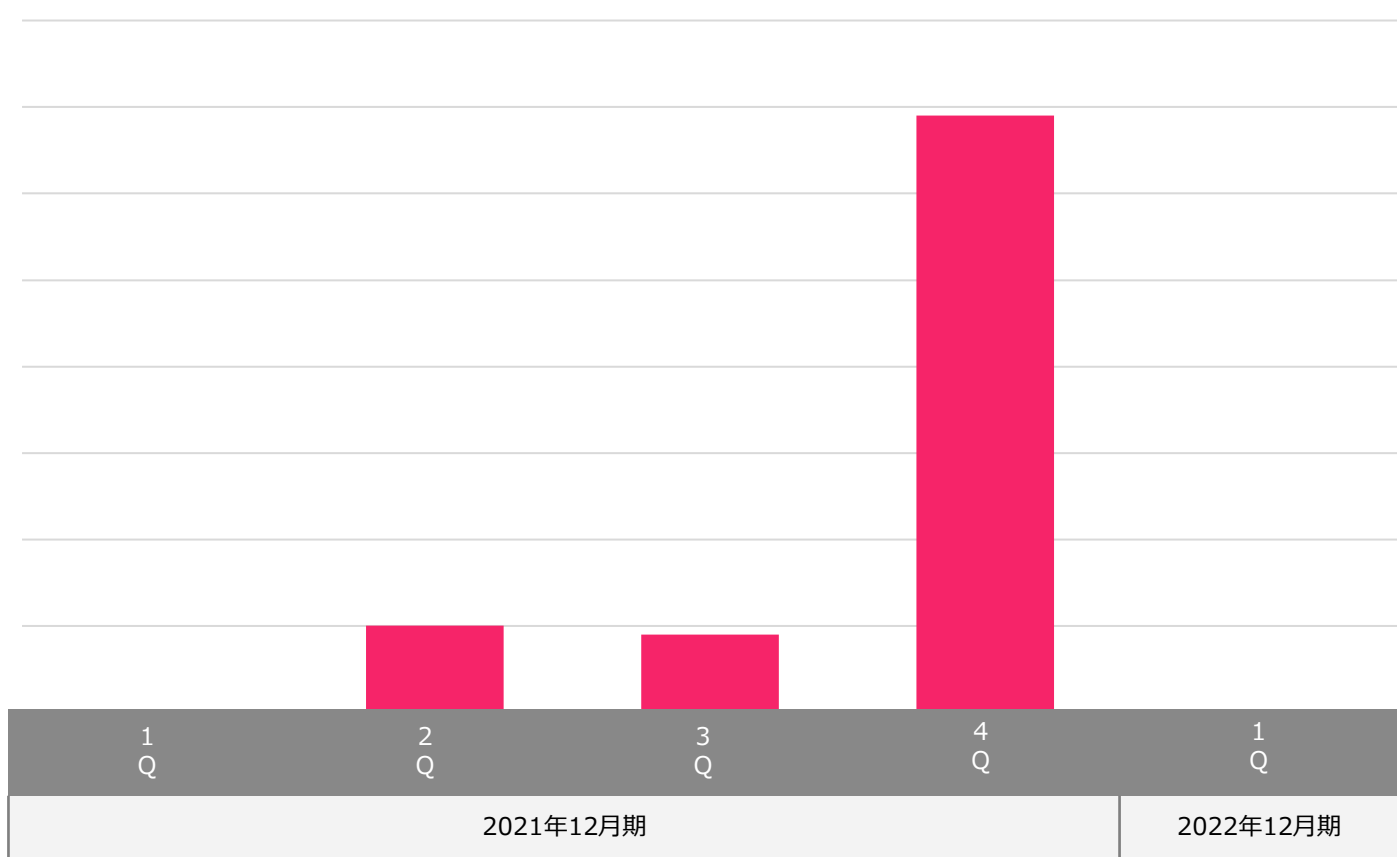
8,000

6,000

4,000

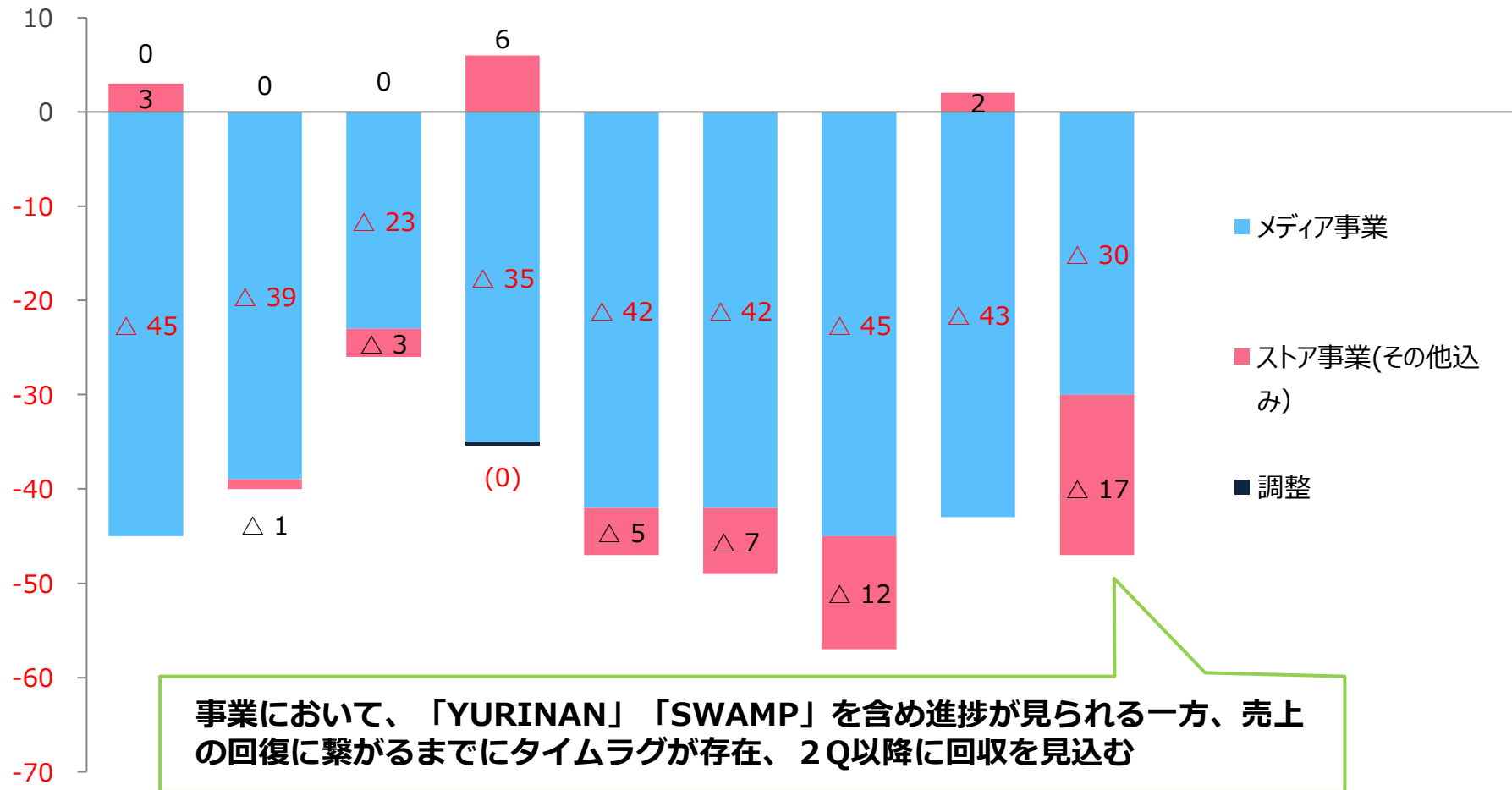
2,000

0



事業別状況：営業利益 四半期推移

単位：百万円

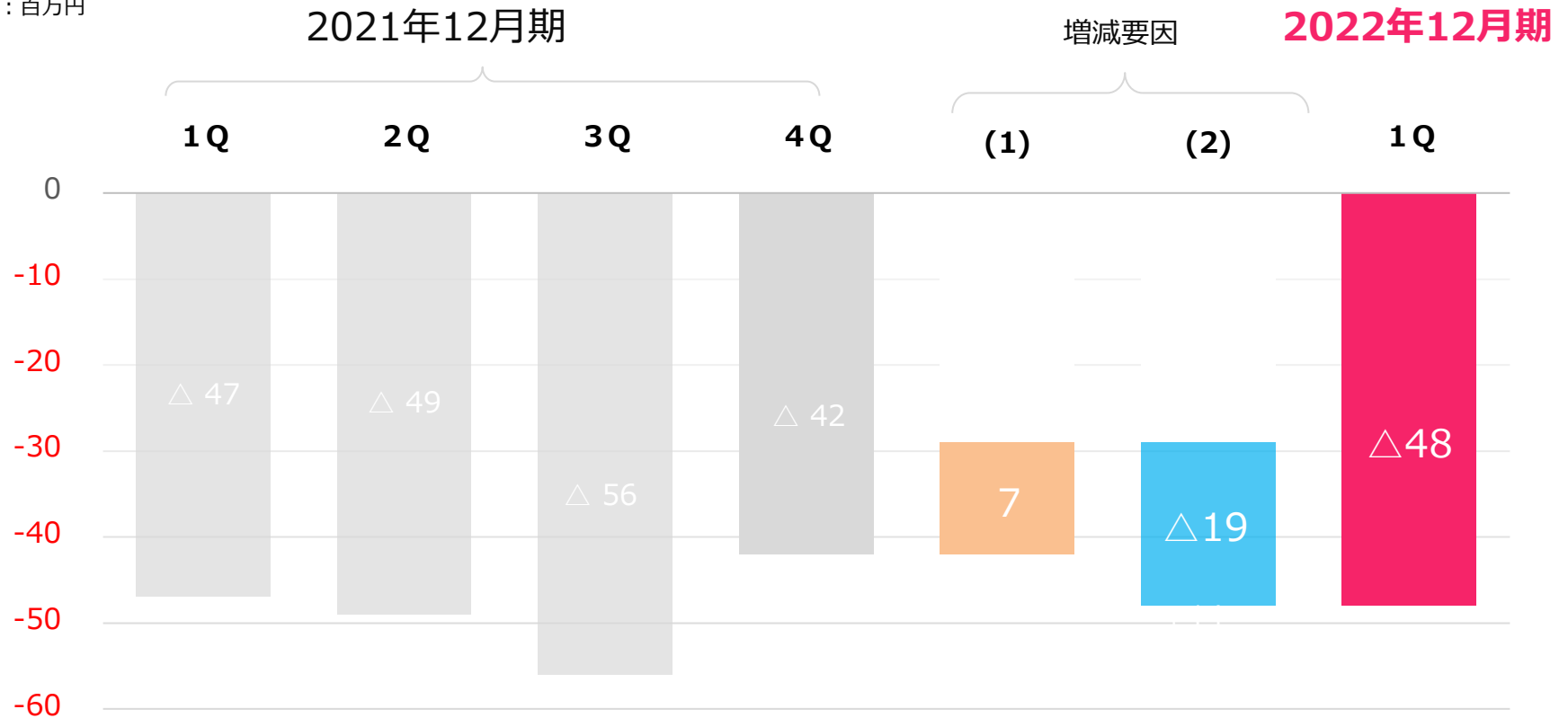


事業において、「YURINAN」「SWAMP」を含め進捗が見られる一方、売上の回復に繋がるまでにタイムラグが存在、2Q以降に回収を見込む

1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q
2020年12月期				2021年12月期				2022年 12月期

2022年12月期第1四半期 営業損失増減（四半期比較）

単位：百万円



増減要因

- (1) メディア事業は費用コントロールにより営業損失が改善
- (2) ストア事業とその他セグメントにて損失が拡大

目次

1. ミッション・ビジョン

2. 2022年12月期第1四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

脱マックスむらいにおける

収益構造を確立

成長戦略：中期目標

2022年12月期は前期に引き続き「収益拡大フェーズ」と位置付ける

単位：百万円

売上高

1,420

1,323

547

342

営業利益

-211

-56

-136

-194

18/12期

19/12期

20/12期

21/12期

22/12期 1Q (現在時点)

中期目標

投資フェーズ
(2020年/前々期)

テーマ

- 新たな成長機会のための基礎づくり
- コスト構造の見直し

収益拡大フェーズ
(2021年/前期)

テーマ

- 収益構造の「確立」
- 赤字体質の脱却(未実現)

目標

- AppBank.netのPV数を四半期で**6千万PVに成長(実現)**

収益拡大フェーズ
(2022年/当期)

テーマ

- 収益構造の「拡大」
- 赤字体質の脱却(目標の継続)

目標

- AppBank.netのPV数を増加及び原価・費用の削減
- 位置情報テクノロジーを用いた新規サービスの本格立ち上げ
- 四半期黒字化の実現(目標の継続)

利益拡大フェーズ
(来期以降)

テーマ

- 収益構造の「拡大」
- 利益の拡大

目標

- AppBank.netのPV数を四半期で**8千万PVに成長(21年4Q対比18%増)**
- 位置情報テクノロジーを用いた事業の収益拡大
- 通期での黒字化の実現

収益拡大フェーズ及び利益拡大フェーズ における重点成長施策について

成長戦略：重点成長施策

当期を収益拡大フェーズと位置付けて、前期に実施した投資活動を基礎として、**利益体質**とするため**売上の拡大**を目指す

①メディア事業の再成長

- 「AppBank.net」のPV当たり広告単価を維持した上でPV数の増加
- BtoB案件獲得に注力

②位置情報テクノロジーを用いた新規サービスの拡大

- 有名IPとのコラボレーションによる収益拡大
- 3bitter社が提供するBeaconサービス「SWAMP」の導入促進

成長戦略：重点成長施策詳細

① メディア事業の再成長

目標：「AppBank.net」のPV数の成長

i

AppBank.netの新たなユーザー層の開拓とユーザー満足度の向上

- PV当たり広告単価を維持しつつ、新しい記事カテゴリーの立ち上げ
- 編集部機能と記事制作の分業推進による、記事企画力とタイムリーな記事制作&発信力を強化

ii

ネットワーク広告以外の広告売上高獲得による収益性の向上

- 自社メディアにおけるBtoBタイアップ広告の獲得
- AppBank.netのSEO力を生かして、新たなマーケティングサービスを開始予定

成長戦略：重点成長施策詳細

②位置情報テクノロジーを用いた新規サービスの拡大

目標：次の成長の柱と定め、案件数の拡大に努める

有名IPとのコラボレーションによる収益拡大

iii

- 有名IPと「YURINAN」のコラボレーションに位置情報テクノロジーを組み合わせた新サービスの立ち上げ
- 「YURINAN」だけでなく原宿全体に拡大を図る

Beaconサービス「SWAMP」の導入促進

iv

- 自社開発のBeaconを用いて、場所を限定した物販やコンテンツ配布が可能となるサービス
- 独自のBLEビーコンソリューション武器に、「場所×ビーコン×コンテンツ」でロケーションテック分野での成長を目指す
- 大型ライブ等への導入促進を継続
- YURINAN店舗等、具体的な「場所」「地域」との連携を進めて事業領域の拡大を図る

目次

1. ミッション・ビジョン

2. 2022年12月期第1四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

進捗状況：収益拡大フェーズ（2022年度1Qまで）の振り返り

（全体）

- 位置情報テクノロジーを用いたサービスを成長の柱として定めた
- 1Qの間はシステム開発や人材採用を行い、営業は順調→2Q以降の業績貢献を見込む

（メディア事業）

- 「AppBank.net」のコンテンツ・システム投資を重ねながら、PV数・PV当たり広告単価の拡大を進める
- 「AppBank.net」のネットワーク広告売上が増加、BtoBタイアップ広告等の売上は減少
- 継続的に業務見直しを行い、原価等のコストを圧縮

（ストア事業）

- 店舗・ECでの販売による売上高の増加したが、まん延防止等重点措置が集客に影響
- 新たな取組みとして、2Q以降は有名IPとのコラボレーションに注力していく
- 子会社3bitterが提供する位置情報テクノロジーを活用したデジタルくじの販売も開始していく

（その他）

- 1Qに「SWAMP」提供予定のライブ案件は全て延期。2Q以降の受注状況は順調
- 音楽系のライブ会場以外の新たな用途でもサービス導入が進みつつあり、今後の収益拡大を見込む

2022年12月期業績予想について

引き続き2022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. 2022年12月期第1四半期 業績実績

3. 成長戦略

4. 振り返り

5. その他

その他事業：「ニコニコ超会議2022」にサービスを提供

自社開発のモバイルオーダーシステムを「ニコニコ超会議2022」の「超ダ・ダヴィンチストア by KADOKAWA」へ提供（2022年4月）



「ニコニコ超会議2022」の「超ダ・ダヴィンチストア by KADOKAWA」において、モバイルオーダーシステムである「超ダ・ダヴィンチストア決済アプリ」を提供いたしました。

“未来の書店”をコンセプトとした「超ダ・ダヴィンチストア」において未来の購買体験を可能にしました。

その他事業：アプリ「HARAJUKU」をサービス開始！

くじを引くことでお得なクーポンをゲットできるアプリ「HARAJUKU」がサービス開始！（2021年4月）

スマートフォン向けアプリ「HARAJUKU」を、iOS/Androidにて配信を開始いたしました。

メイン機能は2つ。

- 毎日くじ
- 現地でチェックインくじ

今後は参加店舗も積極的に増やし、今以上に原宿という街を楽しめるような様々な企画を準備中しております。



IOS



Android

記事 <https://onl.tw/jGs2gLF>「友竹庵」公式サイト <https://yurinan.net/>

ストア事業：「VOYZ BOY」とコラボ！

「YURINAN」と次世代ボーイズグループ「VOYZ BOY」がコラボ！
コラボメニューや限定商品を展開！（2021年4月～5月）



次世代ボーイズグループ「VOYZ BOY」とコラボレーションを実施いたしました。
期間中は、「VOYZ BOY」の「アクリルスタンド」や「ランダムチェキ」など
本コラボレーション限定商品が当たるデジタル限定ガチャを販売いたしました。

記事 <https://onl.tw/XMJmz1Q>「友竹庵」公式サイト <https://yurinan.net/>

ストア事業：「ちいたん」とコラボ！

「YURINAN」とゆるキャラ「ちいたん☆」がコラボ！
グッズ限定商品を多数展開！（2021年4月）



ゆるキャラ「ちいたん☆」とコラボレーションを実施いたしました。
期間中は、「ちいたん☆」の「アクリルスタンド」や「缶バッチ」など本コ
ラボレーション限定商品が当たるデジタル限定ガチャを販売いたしました。

動画 <https://onl.tw/AH7ybdp> 「友竹庵」公式サイト <https://yurinan.net/>

