

# MAKING AI EASY

BY MAKING  
SOFTWARE INTELLIGENT

---

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

**Appier**

Appier Group株式会社 | 2021年3月

## — 私たちのミッション —

将来の事象を予測する人工知能(AI)を用いて、データに基づく意思決定に従い、顧客企業の事業が成長・成功することを支援する



# 会社概要

社名	Appier Group株式会社
設立	2018年4月（実質上2012年6月）
本社所在地	東京都港区愛宕二丁目5番1号
展開地域	アジア、欧州、米国に17のオフィス、15の国・地域に展開
代表者	代表取締役CEO 游 直翰（Chih-Han Yu）
従業員数	492名（2021年1月末時点）
事業内容	最先端の機械学習を活用したAI技術によって、マーケティングとセールスの領域において、企業の持つデータが真の価値を発揮することを可能にするAIプラットフォームの提供

沿革	2012年6月	台湾法人のAppier, Inc.にてAIを活用した企業向けマーケティングソリューションの研究開発を開始
	2014年6月	最も生涯価値の高いユーザーを予測し、高い投資対効果を実現することができるユーザー獲得のプラットフォーム「CrossX」の提供を開始
	2017年7月	AI予測モデルを自動的かつ簡単に構築し、容易にオーディエンスの行動予測を行うことを可能にするデータサイエンスプラットフォーム「AIXON」の提供を開始
	2018年10月	AIを活用して、ユーザーにパーソナライズされたメッセージを作成し、最も効率的にあらゆるチャネルを通じて、ユーザーとのエンゲージメントを実行するプラットフォーム「AIQUA」の提供を開始
	2019年10月	購入をためらっているユーザーを特定し、売上の最大化と購入の動機付けをもたらすプラットフォーム「AiDeal」の提供を開始

## KPIハイライト(グループ全体)

ARR(年間経常収益)\*1  
(2020年12月)

94億円

売上収益ランレート\*2

111億円

ARR成長率\*3

36.6%

売上総利益成長率\*4  
(2020年 前年度比)

41.5%

リカーリング売上収益比率\*5  
(2020年下半期)

95.8%

NRR\*6  
(2020年度)

118%

\*1 Annual Recurring Revenueの略。利用量ベースの価格体系で提供するソリューションについては、関連する期間における1か月平均のリカーリング売上収益\*5を12倍し、サブスクリプション方式で提供するソリューションについては、関連する期間の最終月のリカーリング売上収益を12倍することで年換算して得られた金額。2020年12月のARRは、利用量ベースの価格体系で提供するソリューションについては2020年7月から12月のリカーリング売上収益の1か月平均を12倍し、サブスクリプション方式で提供するソリューションについては2020年12月のリカーリング売上収益を12倍して算出。

\*2 2020年第4四半期の売上収益を4倍して年換算

\*3 2020年12月におけるARRを2019年12月のARRと比較した成長率

\*4 2020年の売上総利益の2019年と比較した成長率

\*5 売上収益に占めるリカーリング売上収益（リカーリング顧客(利用量ベースの価格体系で提供するソリューションについては、①当社グループのソリューションを4四半期以上連続で使用している顧客企業及び②直近1年以内の新規顧客企業で当社グループのソリューションを3か月以上連続で使用している顧客企業を、サブスクリプション方式で提供するソリューションについては、当社グループと1年以上の契約を締結している顧客企業)からの売上収益)の割合

\*6 Net revenue retention rateの略。該当年度におけるその前年度以前に獲得した顧客企業から生じた売上収益÷前年度における当該顧客企業から生じた売上収益

# Appierの特徴



## AIマーケティングSaaSソリューション<sup>(1)</sup> 業界のリーダー

- 世界トップクラスのAIの専門家と経験豊富なビジネスリーダー



## 差別化されたAI SaaSソリューション

- マーケティング及びセールスの領域における深い専門性



## 2022年に680億米国ドルの規模に**拡大** すると見込まれる**潜在市場**<sup>(2)</sup>



## 広い**業種・地域**にわたる顧客基盤



## 高い**成長性**と**収益性**の加速的改善



## 優れた顧客メトリクス<sup>(3)</sup>と 強力な営業レバレッジ<sup>(4)</sup>

(1) インターネット経由でソフトウェアを提供し、AIを活用したマーケティング分野の各種課題を解決するサービスのこと

(2) 出典 IDC Artificial Intelligence Tracker, IDC Software Tracker, 2020H1 Edition

(3) 顧客から得られる収益に関わる各種経営指標の総称

(4) 営業の生産性を示す各種経営指標の総称

# 当社への追い風となっているAI導入のトレンド



AIは企業にとって不可欠なものに

**73%** の企業が今後12-36か月でAIの活用を考えている<sup>(1)</sup>



AIの普及率は低く、広大で未開拓の市場が存在

わずか **19%** とAIの普及率は低い<sup>(2)</sup>



AI人材が不足している状況はSaaSのビジネス機会に

**56%** の企業がAIの導入にあたって人材不足が最大の障害と考えている(挙げられた中で最多)<sup>(3)</sup>



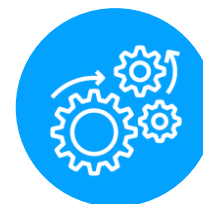
デジタルデータの増加がAIのスケールを加速

デジタルデータ増加の年換算複利成長率(2020年から2024年)は **26%**<sup>(4)</sup>



将来を予測する力はマーケティング及びセールス領域の投資において重要

AIによって、投資の結果とリターンを予測することが可能に



自動化によってマーケティングの効率性や正確性が向上

AIは最適な意思決定、資源配分に貢献する優れたソリューションを提供

(1) 出典: Gartner - Machine Learning Engineer - A Role That Bridges the Gap Between Data Science and IT (2020年7月)

(2) 出典: Gartner CIO Survey 2020 (2020年5月)。64カ国の主要産業におけるCIOからの1,000超の回答によるもの。

(3) 出典: Gartner - Three Barriers to AI Adoption (2019年9月)

(4) 出典: IDC Global Data Sphere, 20201H edition (2020年5月)。全世界を対象にした調査。

# カンパニー・ハイライト

AIマーケティングSaaSソリューション業界のリーダー

差別化された  
AI SaaSソリューション

広い業種・地域にわたる顧客基盤  
2022年に680億ドルの規模に拡大する潜在市場

高い成長性と収益性の加速的改善

# AIとビジネスに精通したメンバーから構成される経営陣

## 創業メンバー



**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



**Joe Su**

最高技術責任者(CTO)

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  
Natureへの論文掲載

## ビジネスリーダー



**Koji Tachibana**

ファイナンス担当SVP

ディー・エヌ・エー／野村証券／経済産業省



**Magic Tu**

APAC市場営業担当SVP

htc／シノプシス



**Michelle Wong**

エンタープライズビジネス担当SVP

IBM／シスコシステムズ／AT&T

受賞実績



**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)



**Cool Vendor**

Gartner AIクールベンダー  
に選定 (2017)

# 高い評価と技術力を有するリーダーシップと開発体制



**Dr. Chih-Han Yu** 最高経営責任者(CEO)

- ・ ハーバード大学で人工知能の博士号を取得、スタンフォード大学で人工知能の修士号を取得
- ・ AI領域における15年の経験:AI関連のトップカンファレンスで多数の論文を発表
- ・ マルチエージェントAIでの最優秀論文賞にノミネート
- ・ スタンフォード大学主催の自動運転のDARPA ChallengeやLittle Dogのような象徴的なAIプロジェクトに従事
- ・ 世界経済フォーラム「ヤング・グローバル・リーダー」受賞



**Dr. Min Sun** チーフAIサイエンティスト

- ・ 国立清華大学准教授
- ・ ミシガン大学で電気工学の博士号を取得、スタンフォード大学で人工知能の修士号を取得
- ・ AIのトップカンファレンスで50の論文を発表
- ・ ImageNetの設立メンバー:Robot Operating System (ROS) 及びMicrosoft Kinectの人間の姿勢推定システムへ貢献



**Dr. Shou-De Lin** チーフMLサイエンティスト

- ・ 国立台湾大学教授
- ・ KDDカップで7回優勝経験のある強豪チームをリード
- ・ Netflixレコメンデーションコンペティションで2位を受賞
- ・ その他様々な論文賞を受賞
- ・ 著名なジャーナルや会議に掲載される100以上の論文/出版物を発表



**Dr. Hsuan-Tien Lin** チーフデータコンサルタント

- ・ 国立台湾大学教授
- ・ カリフォルニア工科大学でコンピュータサイエンスの修士号、博士号を取得
- ・ 機械学習 (ML) の教科書である「Learning from Data」の著者
- ・ ML・AI分野で約100件の論文を執筆

## テクノロジーの強み



70%<sup>\*1</sup>

博士 / 修士

AI&ビッグデータ、コンピュータサイエンス領域



300+

論文

トップジャーナル、カンファレンス、ワークショップにおける発表数<sup>\*2</sup>



7回優勝

国際的なデータ・マイニング・コンテスト(KDDカップ)<sup>\*3</sup>



# 17のオフィスでグローバル展開

事業展開地域

17

オフィス

アジア太平洋地域  
、欧州、米国

\* 2021年1月末時点

827

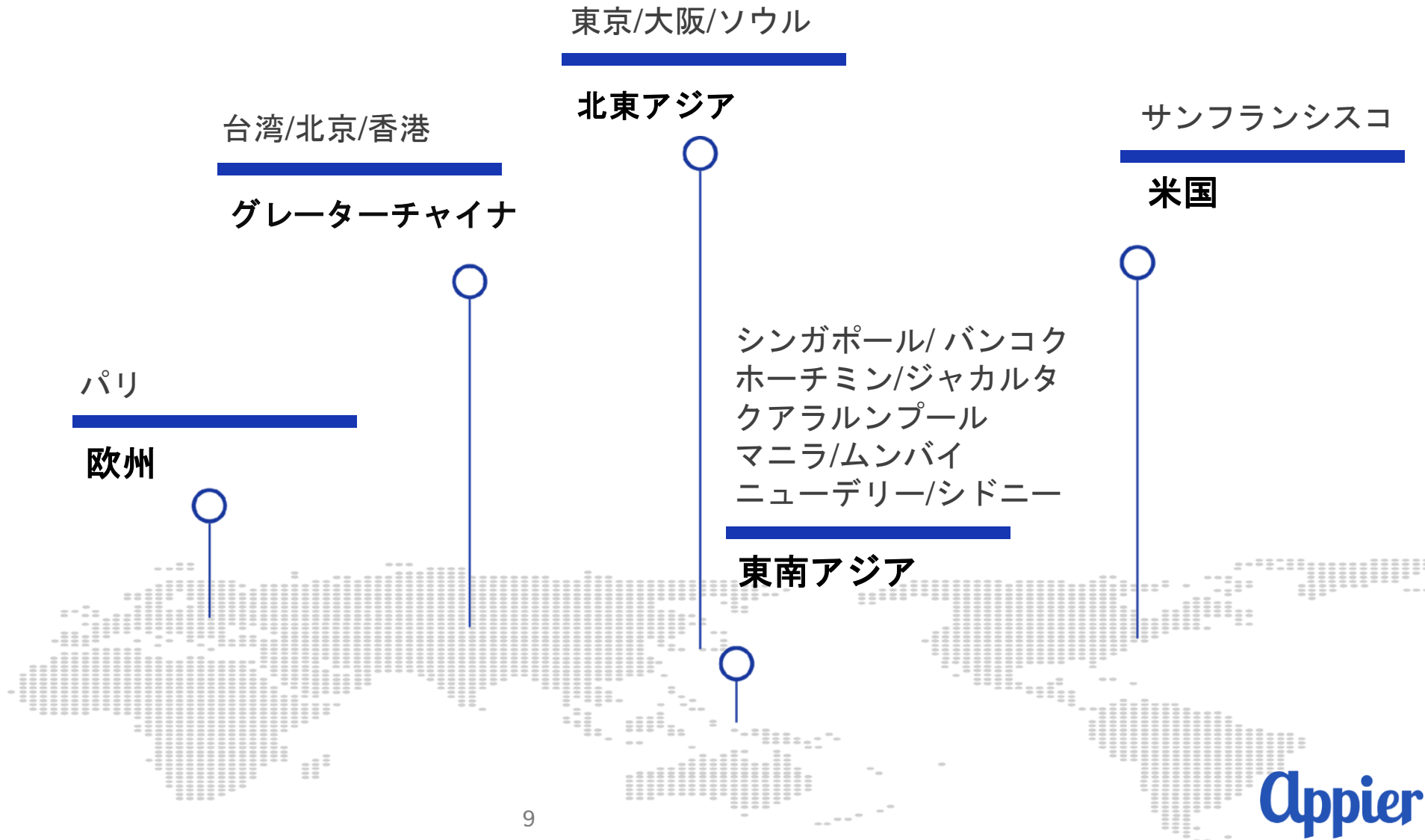
顧客企業  
(グローバル)

\* 2020年12月末時点

492

従業員数  
(グローバル)

\* 2021年1月末時点



# データを活用したビジネスに対して高まる需要

## 1 データの利用可能性の拡大

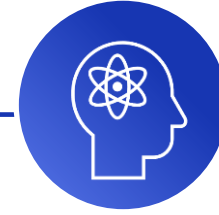
検索エンジンや電子商取引を通じたトランザクション・データ及びソーシャルメディア等を通じて生成された画像・動画等の非構造化データの増加

## 2 デジタルデバイスの普及・浸透

スマートフォン、タブレット等を中心とした個人が所有するデジタルデバイスの普及

## 3 技術革新

クラウドコンピューティング、ビッグデータ解析技術、深層学習技術（ディープラーニング）等におけるイノベーション



ビッグデータを  
収集・解析・活用し  
経営判断に役立てる  
ことが更に重要に

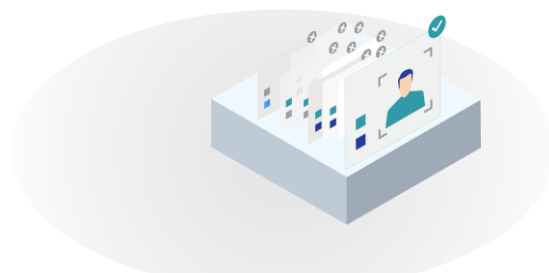
# 企業の課題を解決するソリューション

## データの活用に当たって多くの組織が抱える課題



### バラバラに分断されたデータ

複数のソースから提供される大量の異なるデータを管理し、統合することの難しさ



### AI人材の不足

AI人材の不足のためAI組織を内製するのは困難  
社外のソリューションに頼らざるを得ない状況



### 事業に良い影響を与えるAIアプリケーションを開発することの難しさ

AI・データサイエンティストを企業の組織に融合させることの難しさ



## これらの課題を解決するAppierのソリューション



### データ統合の自動化

ディープラーニングにより、様々なソースから提供されたフォーマットが異なるデータを自動的に統合



### AIモデルの自動構築

最先端の機械学習を活用したAI予測モデルを自動で構築するソフトウェアを提供



### 簡単に利用可能なSaaSプラットフォーム

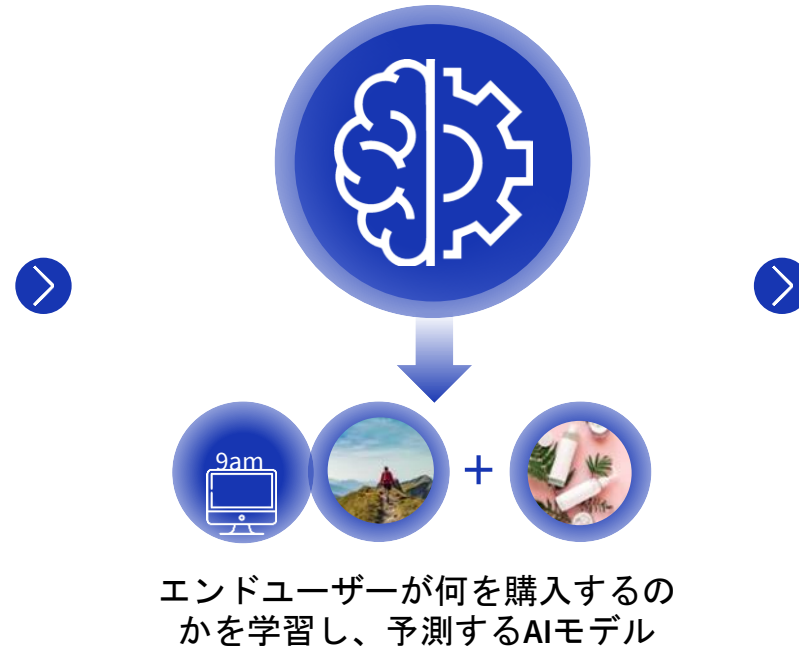
AI・データサイエンティストのサポートを得ることなく、利用者だけでAIを活用することが可能

# テクノロジーによって現実世界の課題を解決

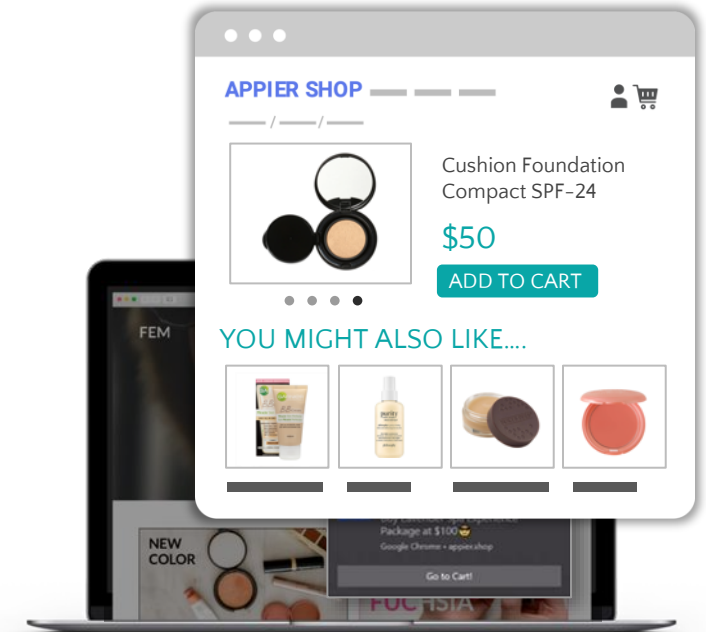
1 すべてのチャネルのデータを統合



2 自動でAIモデルの構築と予測を実施



3 AIによる予測結果を顧客企業のサービスにリアルタイムに反映



当社のAIのスケール（1日あたり、2021年2月時点）

約**290億**件のAIによる将来予測

約**18億**件のトレーニングデータ学習

**3,000**種類超のAI予測モデルが稼働

# カンパニー・ハイライト

AIマーケティングSaaSソリューション業界のリーダー

差別化された

AI SaaSソリューション

広い業種・地域にわたる顧客基盤

2022年に680億ドルの規模に拡大する潜在市場

高い成長性と収益性の加速的改善

# 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

## Cross

- 最も生涯価値の高いユーザーを予測し、高い投資対効果を実現することができるユーザー獲得のプラットフォーム
- 当社の最初のソリューションであり、現在、当社の売上収益への貢献度が最も大きいソリューション

## AI IDEAL

- 購入をためらっているユーザーを予測し、売上の最大化と購入の動機付けをもたらすプラットフォーム



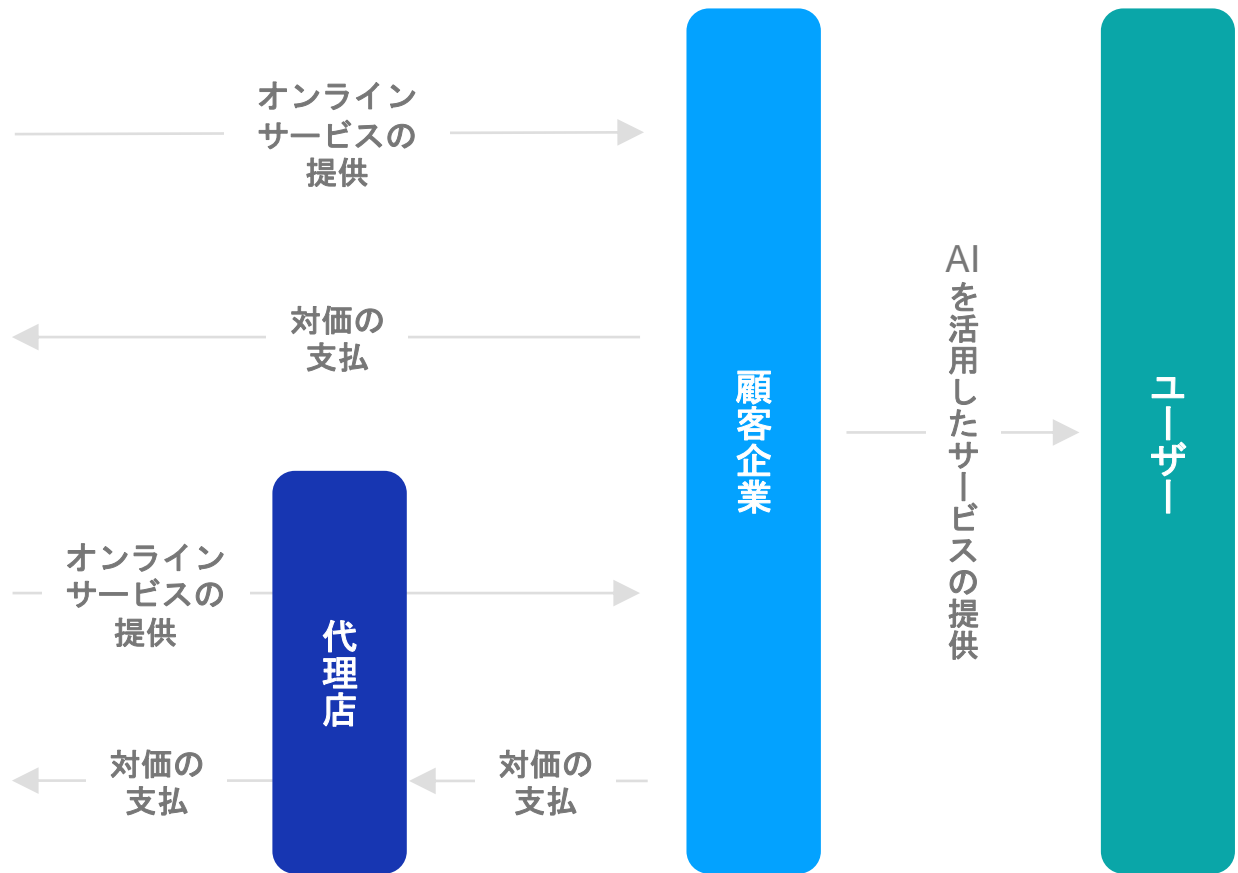
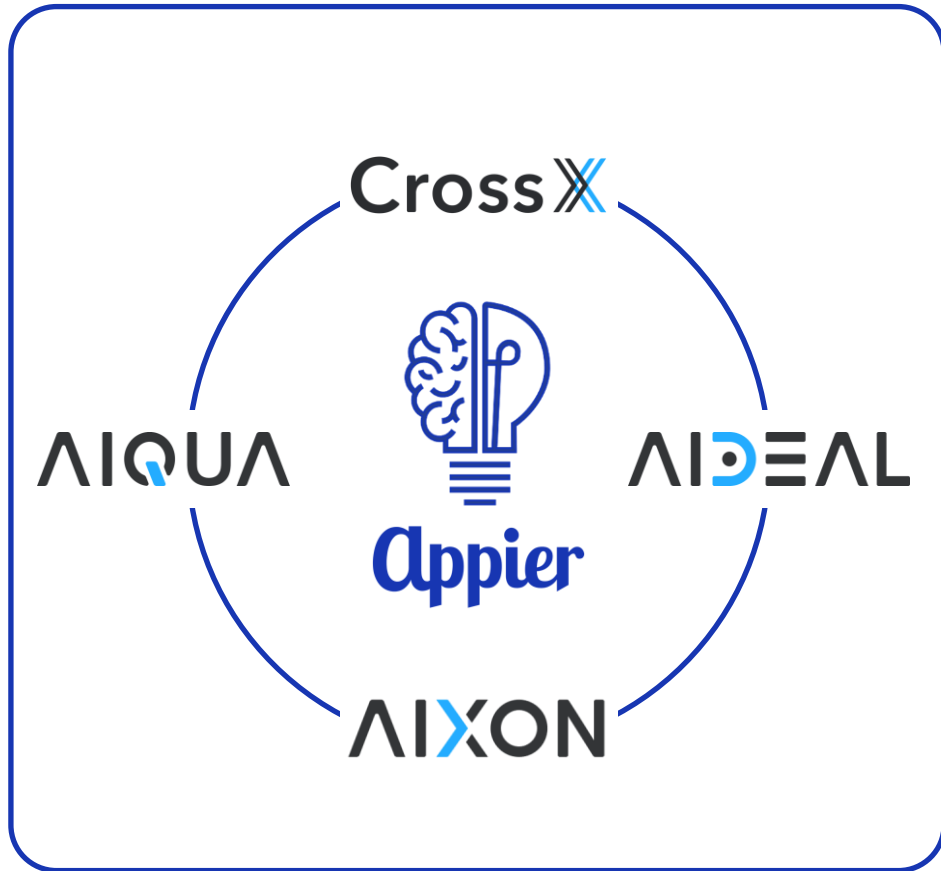
## AIQUA

- AIを活用して、ユーザーにパーソナライズされたメッセージを作成し、最も効率的にあらゆるチャンネルを通じて、ユーザーとのエンゲージメントを実行するプラットフォーム

## AI XON

- AI予測モデルを自動的かつ簡単に構築し、容易にオーディエンスの行動予測を行うことを可能にするデータサイエンスプラットフォーム

# 事業系統図



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



# Cross

## ソリューションの概要

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）等を予測。Google, Facebook, Twitter等、数多くのマーケティングプラットフォームと接続して、AIがマーケティングキャンペーンを実行し、最も価値の高いユーザーを獲得。顧客企業にとってはマーケティング費用が回収予測可能な投資に。

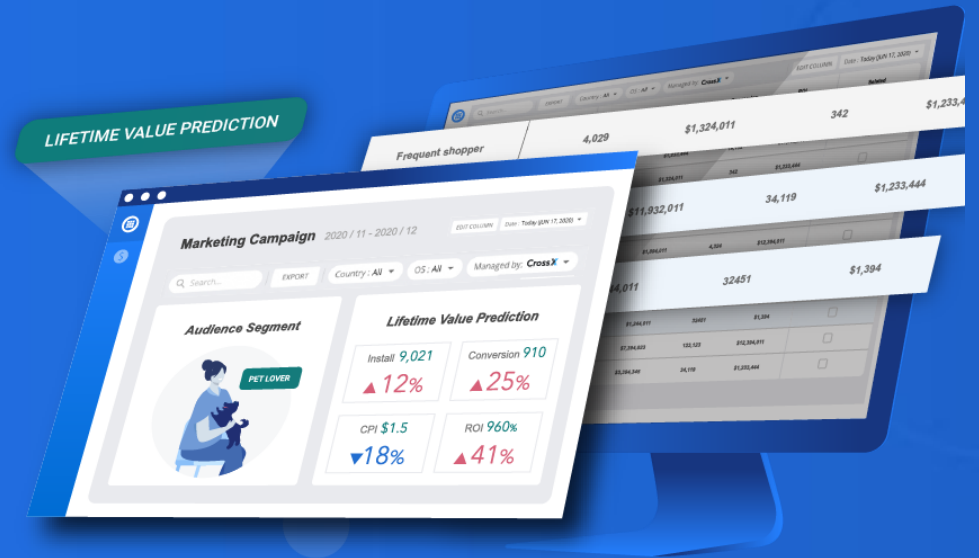
## 価格体系

顧客企業によるユーザー獲得キャンペーン等の利用量に基づく価格体系

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





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



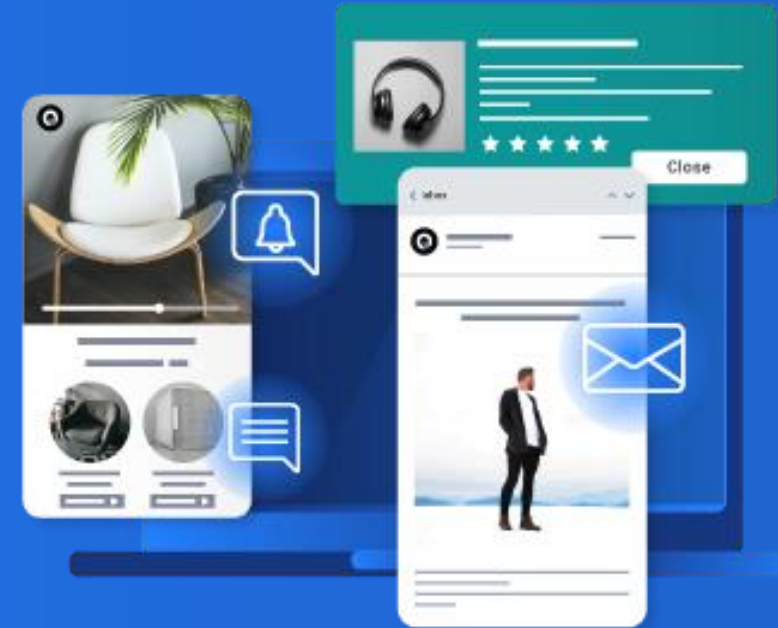
取引の実行



ユーザーの予測



# AQUA



## ソリューションの概要

AI予測機能を用いることで、エンドユーザーとの高品質なエンゲージメントを実行

- ・ 顧客企業のあらゆるコミュニケーションチャンネルを最適なタイミングで活用
- ・ パーソナライズされたプロアクティブで効果的なメッセージ

## 価格体系

顧客企業のアクティブユーザー数に応じたサブスクリプション方式の価格体系

マルチチャネルでの  
メッセージ送信

メッセージの  
自動生成

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



# AIDREAL

## ソリューションの概要

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。それらのユーザーに限定してインセンティブ（クーポン等）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

## 価格体系

顧客企業の取引量に応じたサブスクリプション方式の価格体系

機械学習とディープラーニングを  
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



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

## ソリューションの概要

自動構築される機械学習モデルを活用し、ユーザーの行動をあらゆる切り口から予測。自社で内製AIシステム・組織を構築することなく、顧客企業が保有する消費者データの有効活用を実現

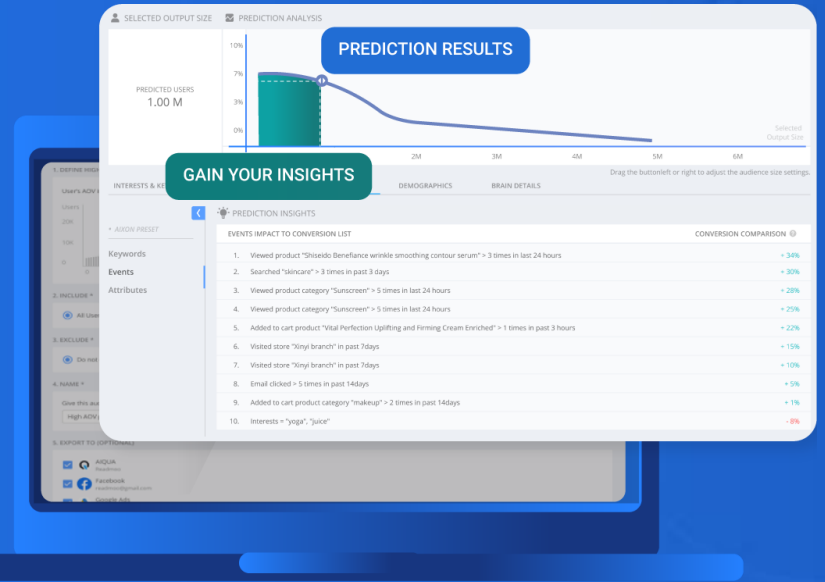
## 価格体系

予測件数に応じたサブスクリプション方式の価格体系

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



# 当社の競争優位性：Appierが選ばれる理由

## 課題と既存のソリューション

## 顧客がAppierを選ぶ理由

(課題) マーケティングのコストに見合う高いリターンが期待できるユーザーを獲得できない

### マニュアルによるA/Bテスト

- 予算の浪費につながる可能性
- 自動化した方法よりも低い成果

潜在ユーザーの  
予測及び獲得



Cross X

- 機械学習モジュールが最も価値の高い潜在ユーザーを予測
- ROIを予測することのできる最も価値の高いユーザーを獲得

(課題) 既存ユーザーとのエンゲージメント（関係性）を効果的・効率的に維持・構築できない

### 一般のマーケティングクラウドソリューション

- 人が定めたルールに基づき対応

ユーザーの維持及び  
関係構築



AIQUA

- 顧客の潜在的な行動を予測し、最も効果的な方法で積極的に顧客をエンゲージメント
- すべてのメッセージングチャネルでAIを緊密に統合した、完全自動化されたソリューション

(課題) カートに入れられた商品の多くが最終的に購入されずに終わってしまう

### ユーザーのセグメンテーションに基づく インセンティブ付与

- 売上の増加につながらないインセンティブを付与してしまう可能性

取引の実行



AIIDEAL

- AIがユーザーパターンを特定して躊躇しているユーザーを検知し、その躊躇しているユーザーだけにインセンティブを付与する
- 売上を最大限引き上げながら、同時にインセンティブやクーポンの浪費を抑えることが可能

(課題) データ分析により得られる知見をビジネスに有効利用するのに時間を要するうえ難しい

### AIベンダー、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

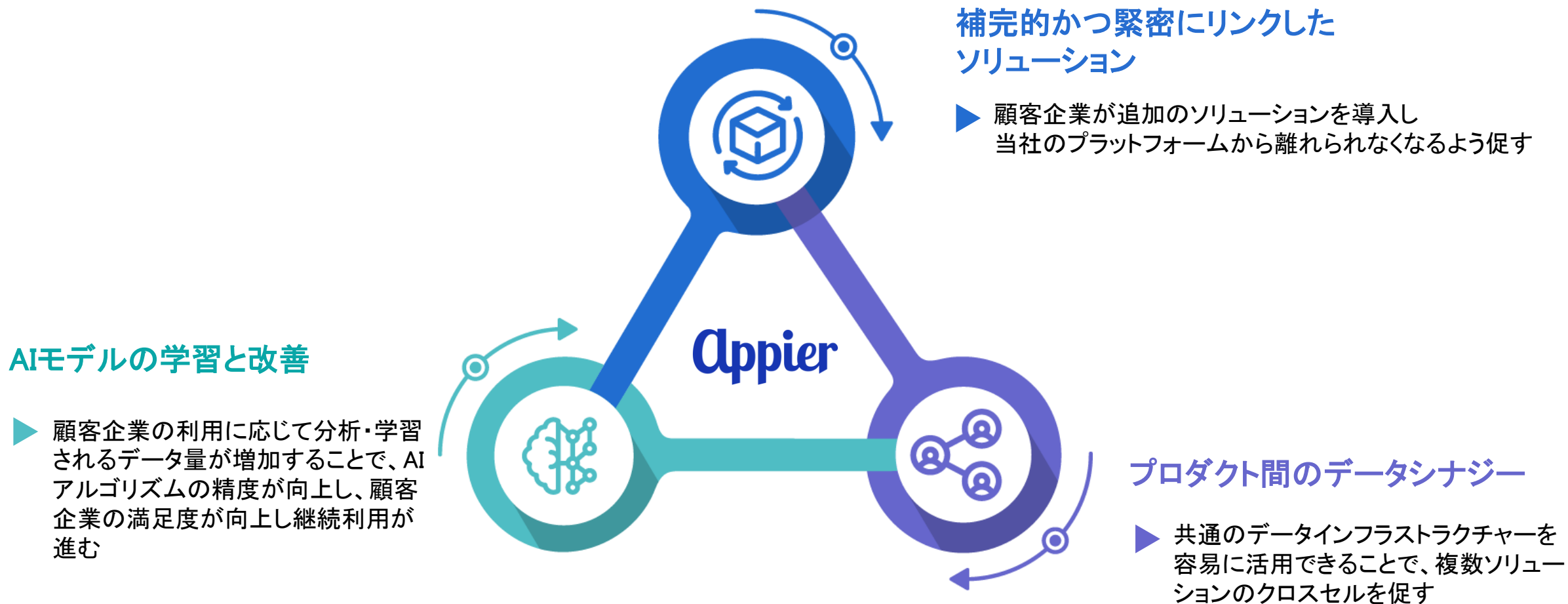
ユーザーの予測



AIIXON

- 差別化された最高クラスのAI予測モデルを自動で構築するサービスをSaaSとして提供
- 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

# 当社の競争優位性：ソリューションのネットワーク効果



# 当社の競争優位性： 戦略的買収による事業ポートフォリオ拡大

買収したソリューションを当社のAI技術で強化・改良し、当社のセールス網を使って販売することで成長を加速

2018年

AIQUA

Quantumgraph Solutions Private Limited を買収し、同社のソリューションをシステムから全て再設計し、AI機能を追加することで、AIQUAを立ち上げ

2019年

AIDEAL

Emotion Intelligence株式会社を買収し、同社のソリューションを最先端の機械学習技術で強化することで、AiDealを立ち上げ

# カンパニー・ハイライト

AIマーケティングSaaSソリューション業界のリーダー

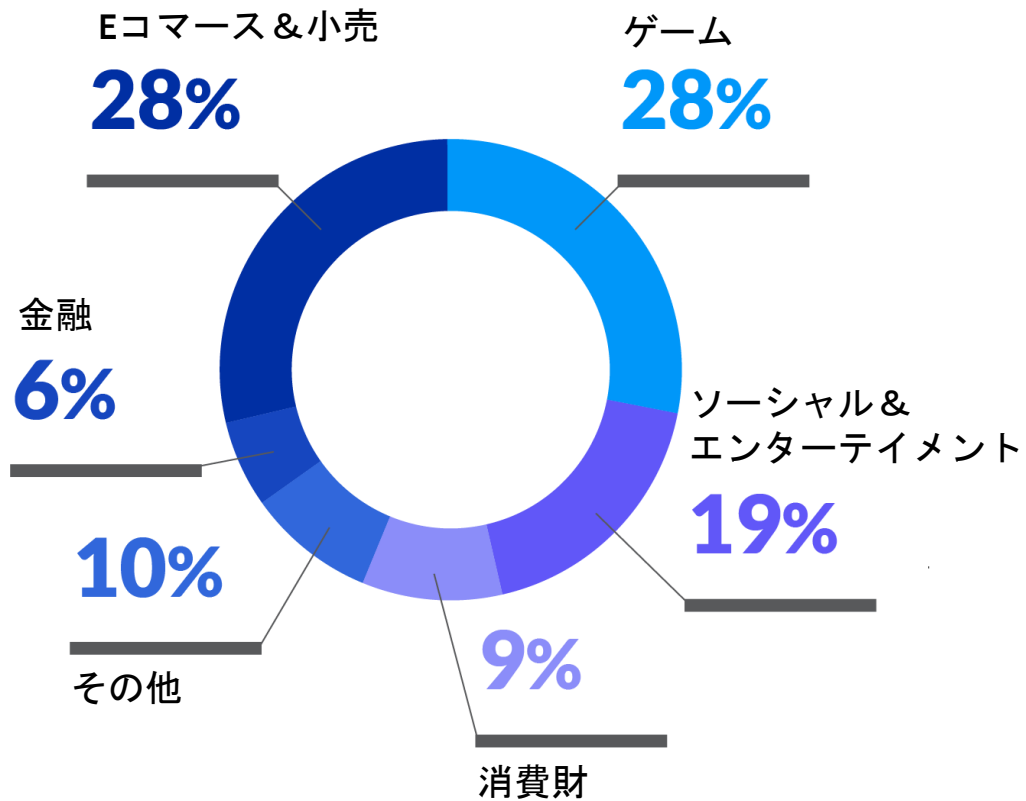
差別化された  
AI SaaSソリューション

広い業種・地域にわたる顧客基盤  
2022年に680億ドルの規模に拡大する潜在市場

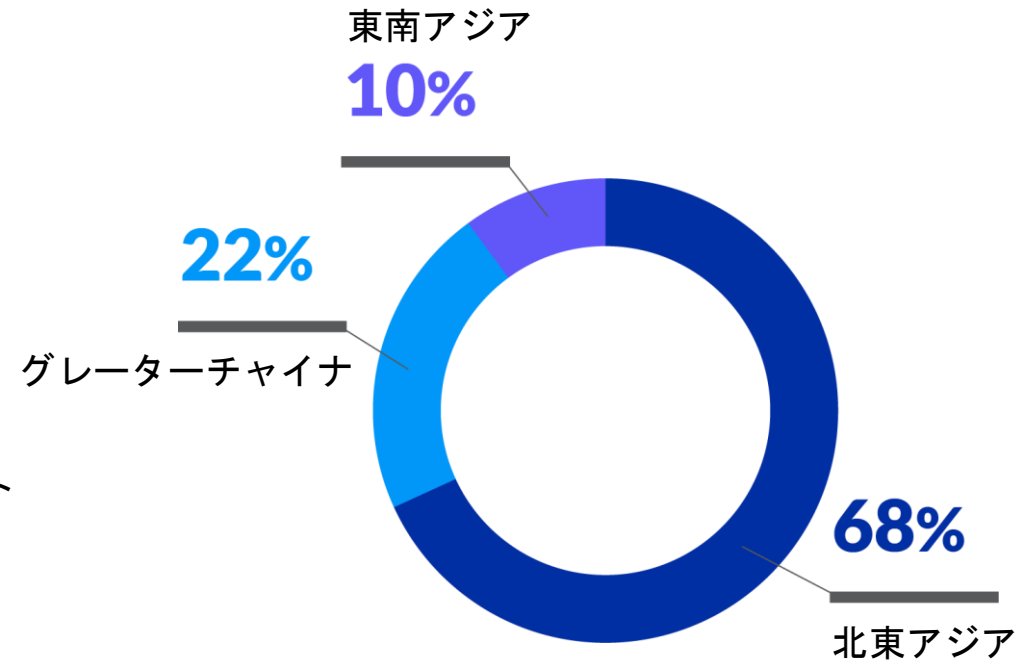
高い成長性と収益性の加速的改善

# 多様な業種及び地域にわたる顧客基盤

2020年度売上収益の業種別割合<sup>(1)</sup>



2020年度売上収益の地域別割合



(1)顧客からの契約金額(米国ドルベース)



# 様々な業界におけるベストプラクティス

EC

韓国最大手の  
ファッションブランドEC

**目標:** カートからの購入量を増やすこと  
で売上を増やす

**成果:** AIでパーソナライズ化されたメッセ  
ージにより売上高とROIが向上

小売

グローバルに展開する  
小売グループのデジタル  
プラットフォーム

**目標:** オフラインユーザーのオンラインへの移行  
を通じた、全社的なDXの推進

**成果:** オフラインユーザーのオンラインでのユー  
ザー登録を成功裏に実現

金融

タイの大手商業銀行

**目標:** 潜在的なニーズを持つユーザーを特定  
し様々な金融商品のニーズを発掘

**成果:** 金融商品に対するエンドユーザーエン  
ゲージメントを向上

オン  
デマンド

国際的な  
フランチャイズレストラン

**目標:** 他のサービスとの顧客獲得競争に勝ち  
Webサイトでの売上高を拡大

**成果:** 購入を躊躇するユーザーに対して働き  
かけることで、売上拡大を実現

自動車

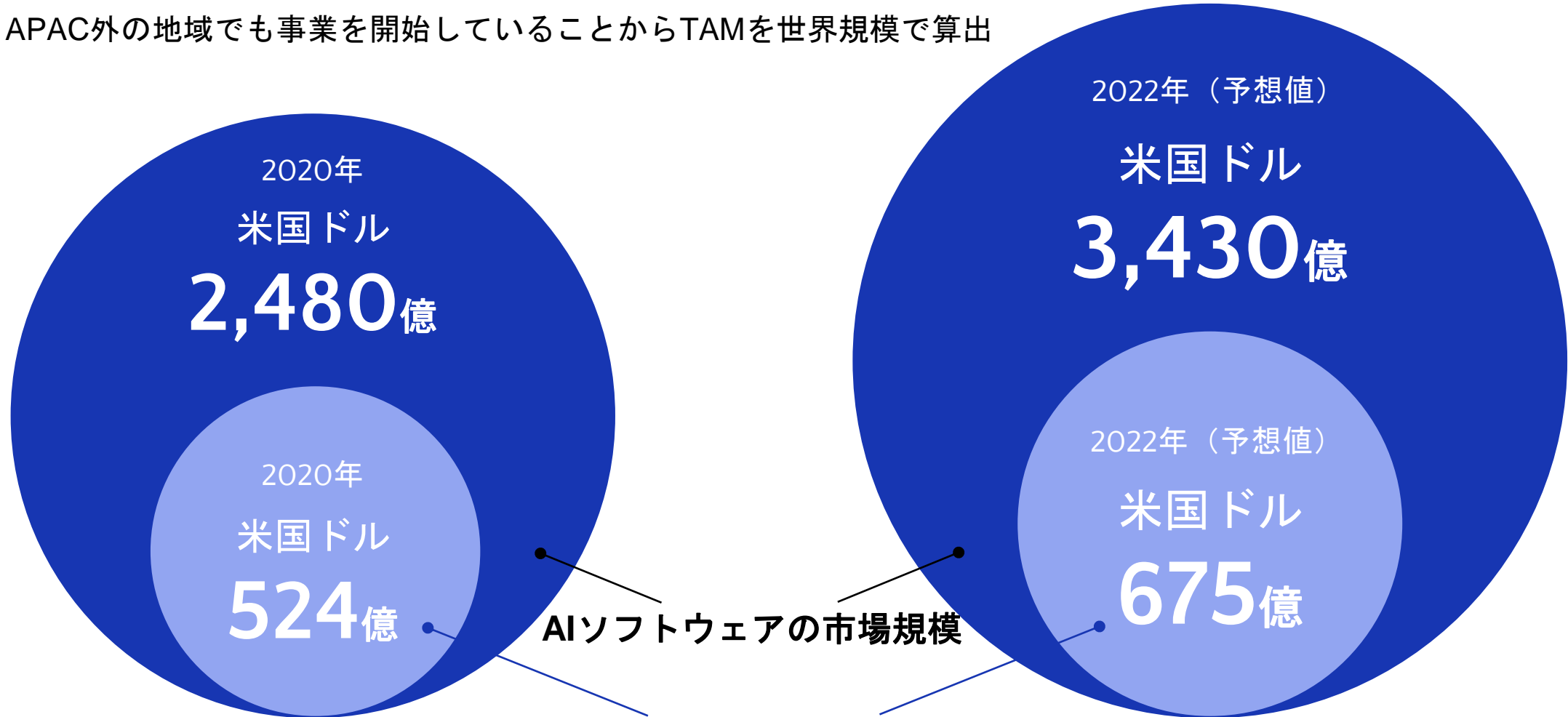
国際的な自動車ブランド

**目標:** 最も関連あるユーザー数の拡大、市場  
シェアの拡大

**成果:** AppierのAIを活用することで、車の購  
入可能性のあるユーザーによるサイト  
閲覧数が大幅に増加

# 大規模かつ急成長するAIソリューション市場

APAC外の地域でも事業を開始していることからTAMを世界規模で算出



AIソフトウェアの市場規模

**TAM: 想定する最大の市場規模**  
(カスタマーリレーションシップマネジメント、  
データ分析及びプレゼンテーションソフトウェア)

# 当社の成長戦略

基本的な考え方：

中長期にわたる成長を維持するため3つの方向で事業を強化

## 1 テクノロジーの強化

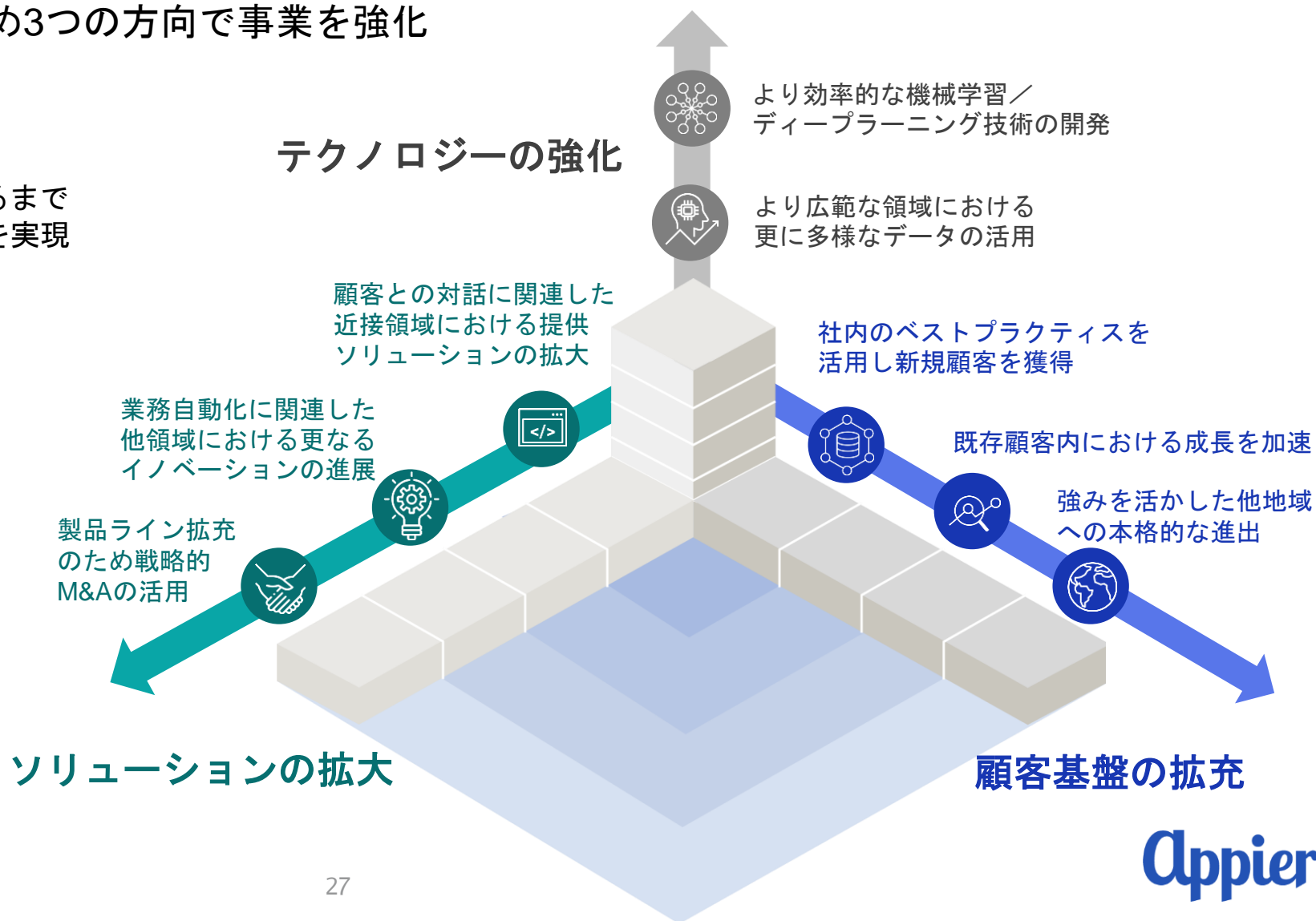
顧客企業がAIの恩恵を享受できるようになるまでの期間の短縮や、提供ソリューション拡大を実現するための技術開発を目的とし投資を継続

## 2 ソリューションの拡大

顧客にとってより大きな価値を提供できるよう隣接する領域から順次拡大し包括的なイノベーションの提供を目指す

## 3 顧客基盤の拡充

関連度の高い業界からAI活用の成功事例を適用していき、欧州・米国などの他大陸へも今後本格的に進出  
CrossX以外のソリューションの売上比率増



# カンパニー・ハイライト

AIマーケティングSaaSソリューション業界のリーダー

差別化された  
AI SaaSソリューション

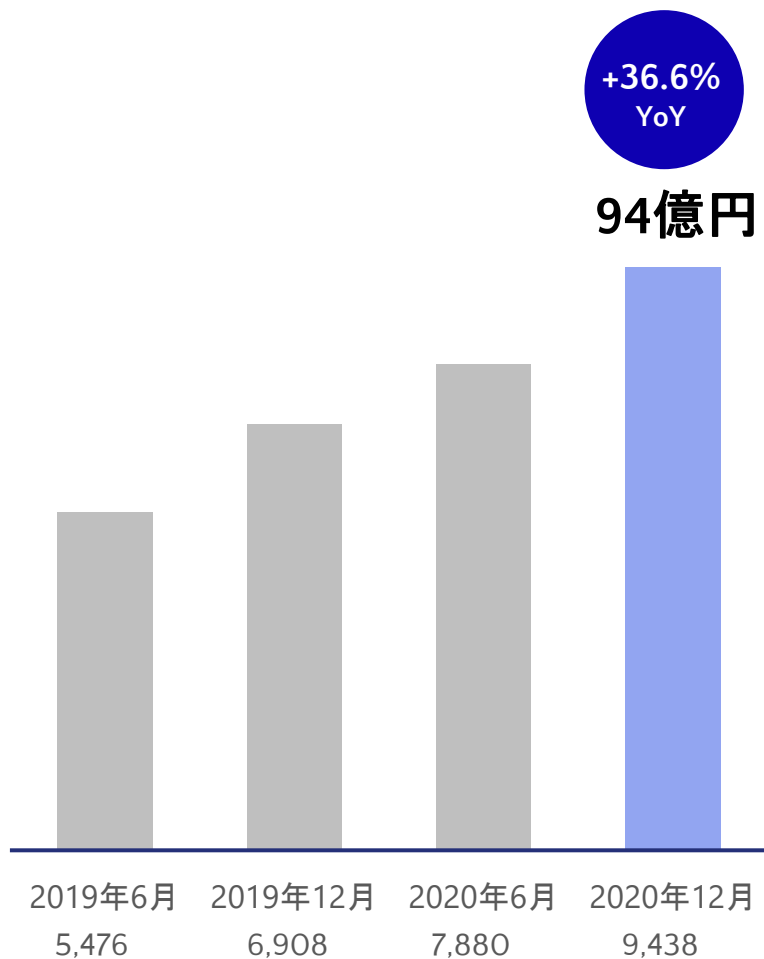
広い業種・地域にわたる顧客基盤  
2022年に680億ドルの規模に拡大する潜在市場

高い成長性と収益性の加速的改善

# KPIの推移: ARR(年間経常収益)

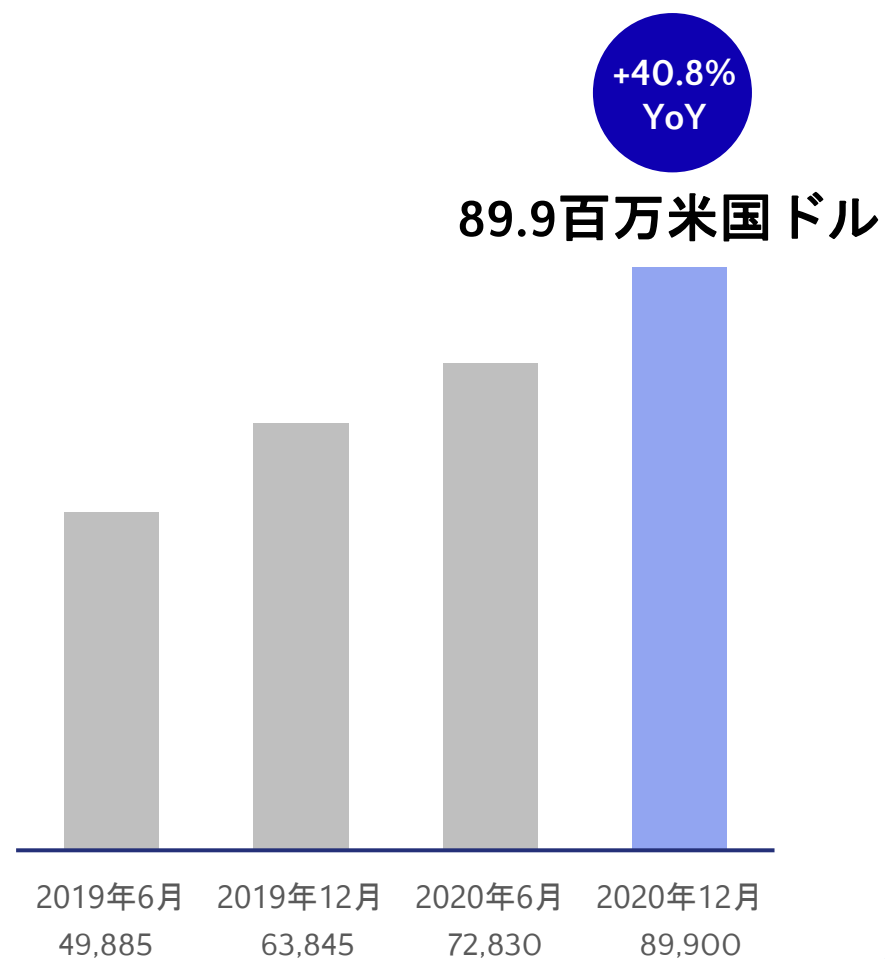
## ARR(年間経常収益)

(百万円)



## ARR(年間経常収益)

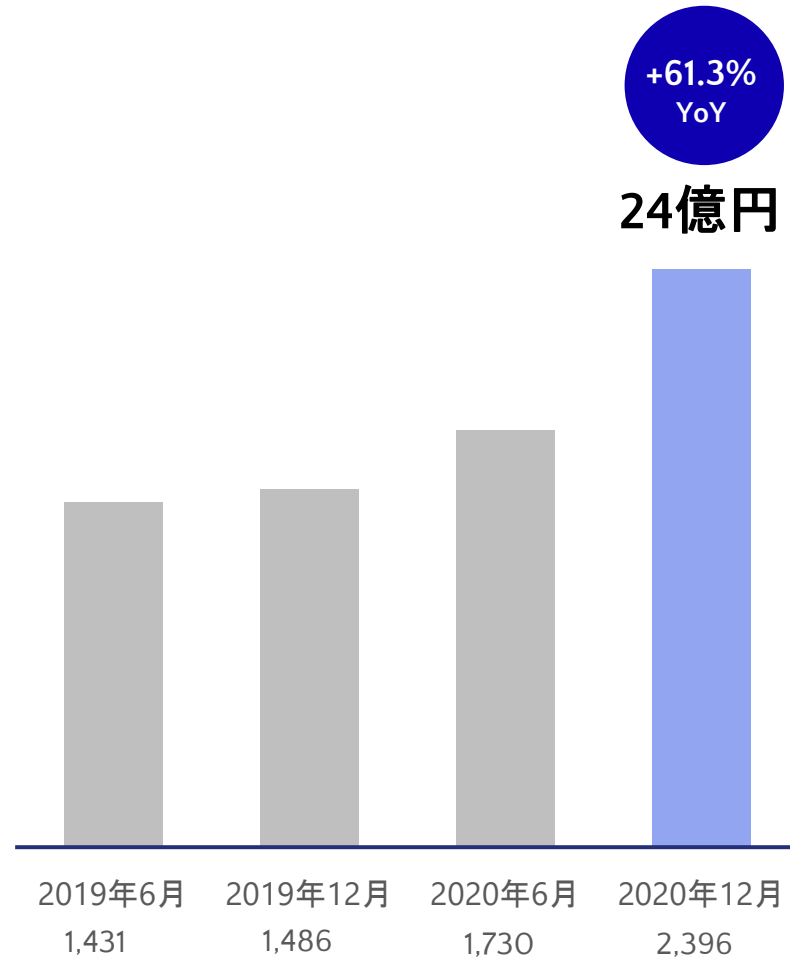
(千米国ドル)



# KPIの推移:売上総利益

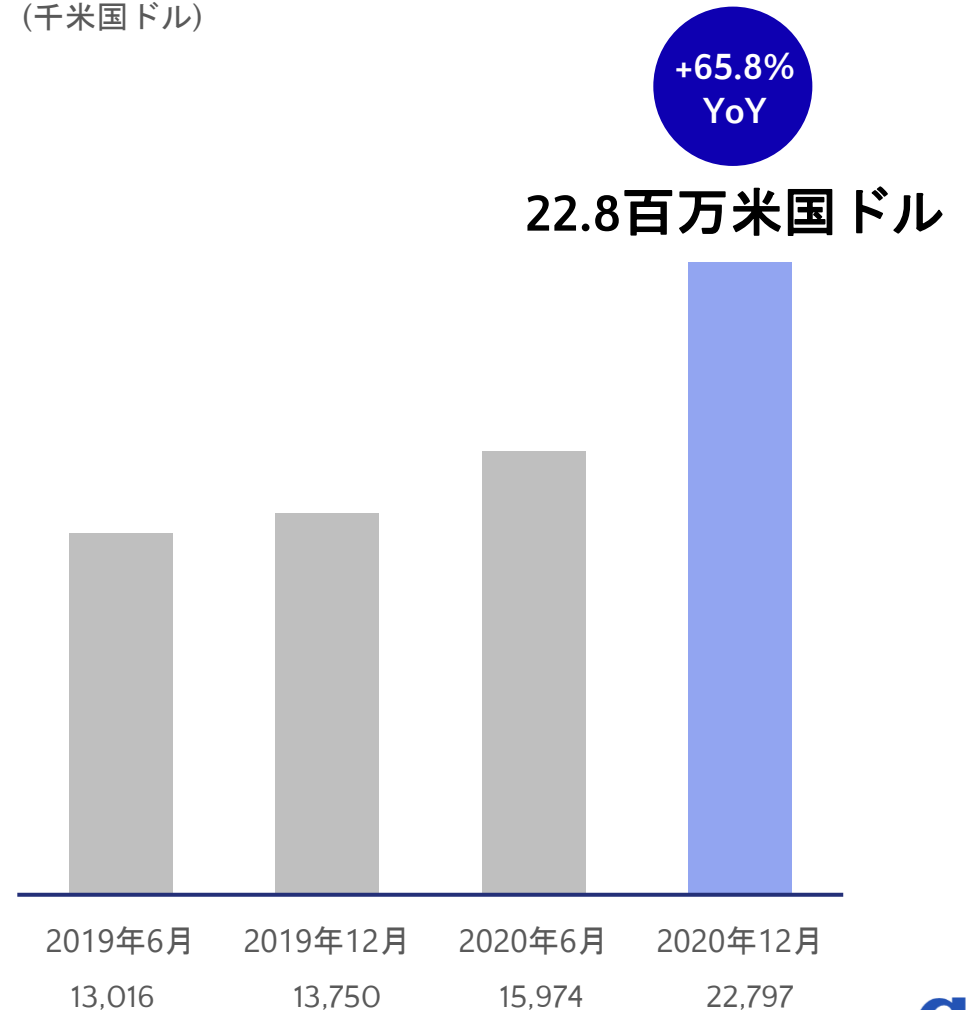
## 売上総利益

(百万円)



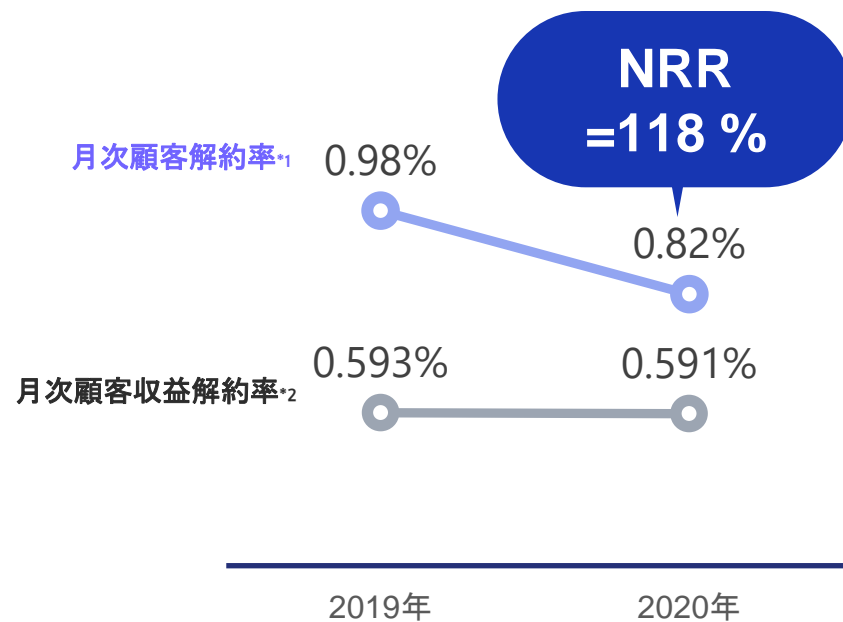
## 売上総利益

(千米国ドル)

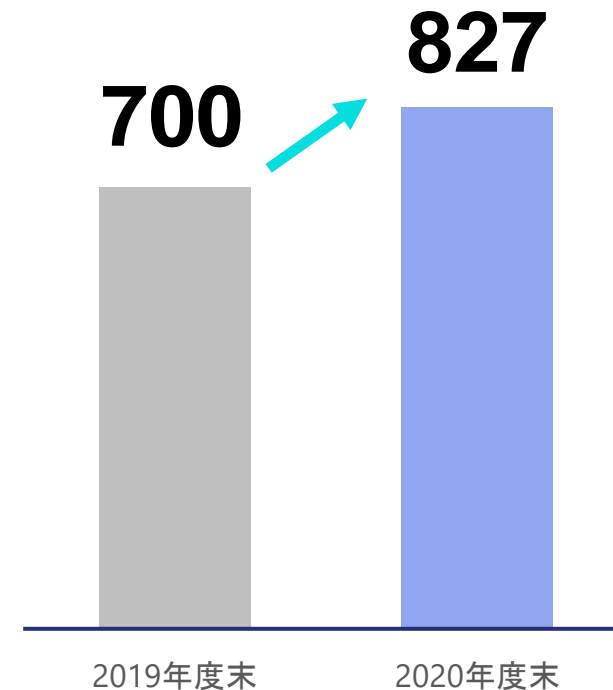


# 良好な推移を示す全てのKPI

## 顧客解約率と収益への影響



## 顧客企業数



\*1 前四半期末時点の顧客企業(当月のみの利用又は有償での試験的利用等により一時的に当社グループのソリューションを利用した顧客企業を除く)の数に対する当四半期に離脱した顧客企業数の割合を月平均したもの

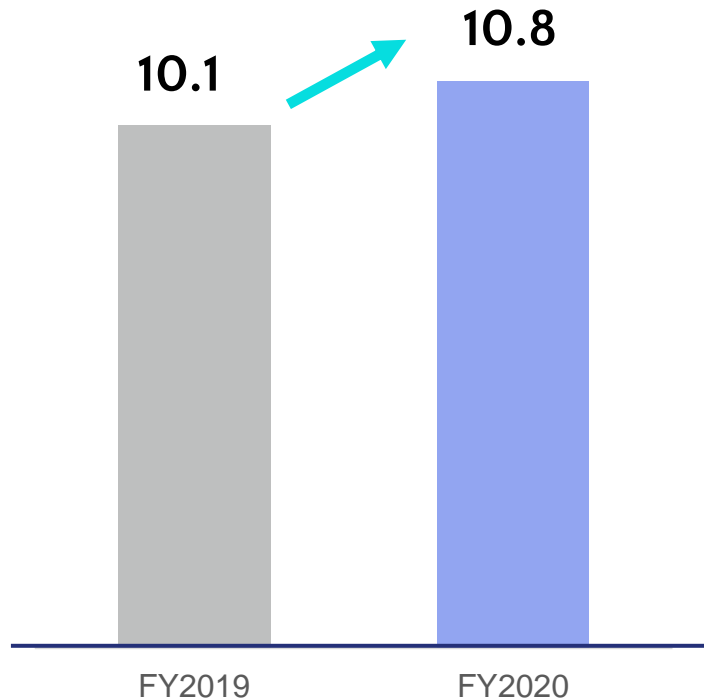
\*2 前四半期末時点の顧客企業(当月のみの利用又は有償での試験的利用等により一時的に当社グループのソリューションを利用した顧客企業を除く)からの売上収益に対する当四半期に離脱した顧客企業からの前四半期における売上収益の割合を月平均したもの

\*3 当社グループと契約しており、当社グループのソリューションを1種類以上利用している企業グループの総数。複数のブランドで当社グループの同一のソリューションを利用している企業は、1社としてカウント。複数のブランドで当社グループの複数のソリューションを利用している企業は、利用している当社グループのソリューションの数ごとに個別の顧客企業としてカウント。

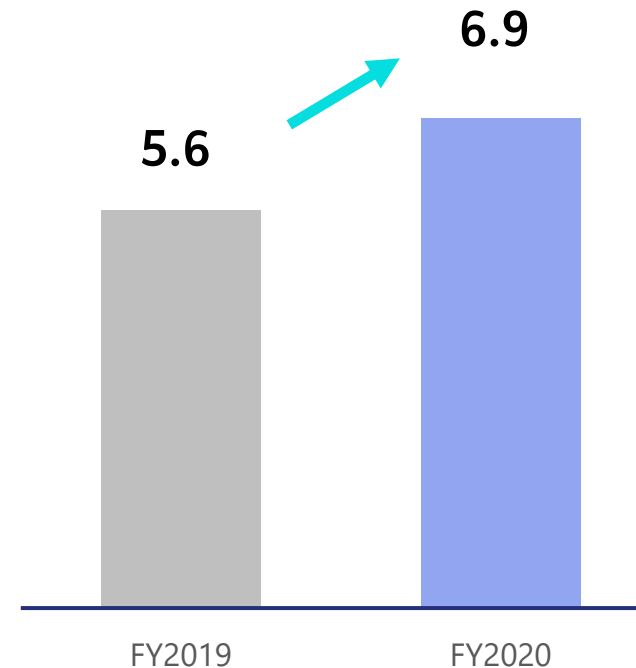
# 良好な推移を示す全てのKPI

## ARPC(年額)

(百万円)



## LTV/CAC\*2



\*1 Average Revenue Per Customerの略。1顧客企業当たりの平均売上収益を意味する。ある年度の売上収益を当該年度末の顧客企業数で除した、顧客企業1社当たりの平均年間売上収益(当月のみの利用又は有償での試験的利用等により一時的に当社グループのソリューションを利用した顧客企業及び対応する売上収益を除く)

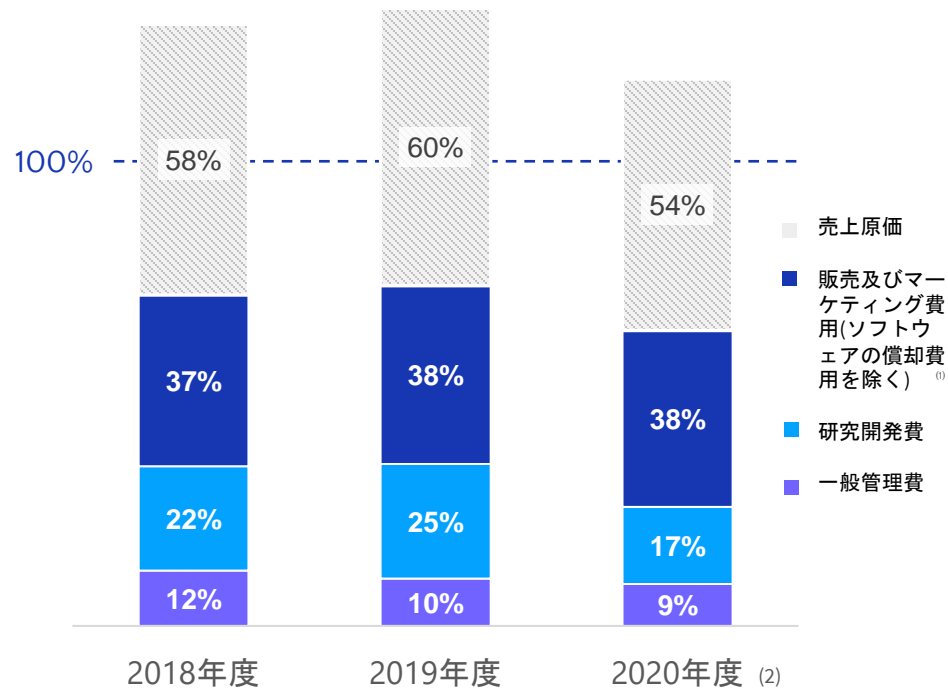
\*2 LTVとは顧客から期待される平均的な生涯価値のこと。(1)各事業年度のARPCに当該事業年度の売上総利益率を乗じ、(2)当該事業年度における顧客収益解約率で除して算出。CAC(顧客獲得コスト)は、(1)人件費や福利厚生含む顧客関連のあらゆる営業及びマーケティング費用の米国ドルベース合計値を、(2)当該事業年度の獲得新規顧客数(但し戦略的買収により増加した顧客を除く)で除して算出。顧客からの長期的な収益と当該顧客獲得のためのコストのバランスを見ることで、長期的な収益性を計測することが可能。



# コスト構造

- 売上原価：クラウドサーバー利用料、マーケティング・プラットフォームの利用に係る費用等。①CrossXのアルゴリズムの正確性が増したことに伴いより効率的なキャンペーンの実施が可能になったこと、②売上総利益率の高いAIQUA、AiDeal及びAIXONからの売上が増えたこと、により売上総利益率は改善傾向
- 販売及びマーケティング費用：営業部門の人件費等。営業効率の向上により比率は減少傾向
- 研究開発費：研究開発部門の人件費、クラウドサーバー利用料等。SaaSであることから、事業規模拡大と研究開発部門の人員増が連動しないため、比率はゆるやかな減少傾向
- 一般管理費：間接部門の人件費、専門家費用等。効率的なオペレーションを構築していることから、比率は減少傾向

## 費用項目の内訳 (対売上収益%)



指標	2019年度	2020年度	2020年度 下半期	2020年度 第4四半期
売上総利益率	41%	46%	49%	50%
販売及びマーケティング費用 (ソフトウェアの償却費用を除く)	38%	38%	36%	34%
研究開発費	25%	17%	16%	15%
一般管理費	10%	9%	9%	9%
EBITDAマージン	-27%	-12%	-7%	-2%

(1)当社の販売及びマーケティング費用はソフトウェアの償却費用を含む。ソフトウェアの資産化はFY2020から開始

# 経営において認識される主なリスク

以下には、当社が経営においてリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。有価証券届出書「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

項目	主要なリスク	可能性	時期	影響度	リスク対応策
当社ソリューション及び技術革新等に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社の保有するAI技術・特許・ノウハウを代替するようなテクノロジーの出現及び普及リスク</li> </ul>	中	長期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>新技術の動向について情報収集を継続的に実施</li> <li>技術革新に対応可能な開発人員の確保</li> </ul>
先行投資から得られる効果が期待通り実現しないリスク	<ul style="list-style-type: none"> <li>投資してから開発、提供までの間に時間差が生じるリスク、また開発・改良したサービスに対する顧客企業の需要が当初の見込みを大幅に下回るリスク</li> </ul>	中	中期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>投資対効果を見極めた適切な投資のコントロール</li> </ul>
顧客企業の維持・獲得に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社グループのソリューションの品質・価格・評判などが顧客の要求を満たせず、新規顧客企業の獲得や既存顧客企業の維持ができないリスク</li> </ul>	高	中期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロダクトの継続強化</li> <li>販売体制、カスタマーサポート体制の強化</li> </ul>
競合に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> <li>AIを活用したマーケティング及びセールス支援プラットフォームをエンタープライズ向けに提供する、既存又は新規の競合他社との競争の激化リスク</li> </ul>	高	中期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロダクトの継続強化、データの蓄積によるAIアルゴリズムの改善等による参入障壁の強化</li> <li>業界リーダーとしての当社の認知拡大、ブランディング強化の取り組みを実施</li> </ul>
新型コロナウイルス感染症の影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の拡大長期化と、それによる顧客企業の出費抑制及び倒産リスク</li> </ul>	中	短期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>DX化進展における新規需要の取り込み</li> <li>当社のAIプラットフォームが効率化や生産性の向上に資するツールたり得る点を訴求</li> </ul>
個人情報保護規制に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報の保護に関する規制の変更が行われた場合、対応に多額の費用を要し、当社のソリューションのクオリティが低下する等、事業成長力が損なわれるリスク</li> </ul>	中	中期	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界的に最も厳しい個人情報保護規制とされるGDPRに沿った社内運営システムを構築済</li> <li>世界の個人情報保護に関する新規規制の動向やトレンドについて情報収集を継続的に実施</li> </ul>

# 上場時資金の投資先

AIソリューションの開発等のため、AIサイエンティストやエンジニアの採用といった研究開発費等への先行投資を従来より行ってきたことから創業以来赤字であるものの、今後も収益性の向上に努めながら、研究開発費等に加えて事業領域の拡大やクロスセルの拡充等を目的とした販売及びマーケティング費用等への投資を継続。上場時の株式新規発行による手取金（約138億円）は、当社の成長を実現するため、以下の用途に充当。

想定充当先	関連する成長戦略	想定充当額 (2021年)	想定充当額 (2022年)	想定充当額 (2023年)	総手取金に対する割合 (累計)
製品開発を行うエンジニア、営業人員、その他バックオフィス人員等に係る人件費	AI技術の継続的な強化と新たなソリューションの開発 新規顧客企業の獲得 既存顧客企業からの売上収益の増加 アジア太平洋地域への一層の浸透と新たな地域への展開	38.6億円	53.5億円	19.3億円	80.8%
SaaSサービスを提供するためのクラウドサービス利用料	AI技術の継続的な強化と新たなソリューションの開発	5.3億円	7.3億円	-	9.1%
新規顧客獲得のための広告宣伝費	新規顧客企業の獲得	1.0億円	1.5億円	-	1.8%
借入金の返済資金	N/A（財務健全性の強化）	11.4億円	-	-	8.3%

# 財務データサマリー

各期12月31日を締め日とする会計年度の  
財務データ

2018                  2019                  2020  
(百万円)

## 損益計算書のサマリー:

売上収益	6,291	7,220	8,970
売上原価	(3,661)	(4,303)	(4,844)
売上総利益	2,629	2,916	4,125
販売及びマーケティング費用 (S&M)	(2,315)	(2,766)	(3,460)
研究開発費 (R&D)	(1,407)	(1,776)	(1,491)
一般管理費 (G&A)	(747)	(734)	(808)
その他収益	1	2	76
その他費用	(74)	(3)	(20)
営業利益 (損失)	(1,913)	(2,361)	(1,578)
金融収益	0	127	112
金融費用	(51)	(19)	(91)
税引前利益 (損失)	(1,964)	(2,253)	(1,557)
法人所得税費用	14	(96)	104
当期利益 (損失)	(1,950)	(2,350)	(1,454)

各期12月31日を締め日とする会計年度の  
財務データ

2018                  2019                  2020  
(百万円)

## 貸借対照表のサマリー:

現金及び現金同等物	627	4,118	1,635
流動資産合計	2,070	10,713	10,046
資産合計	3,311	12,137	12,394
流動負債合計	6,946	18,319	4,396
純資産合計	(4,246)	(6,514)	7,668

## キャッシュフロー計算書のサマリー:

営業活動によるキャッシュフロー	(1,545)	(1,808)	(840)
投資活動によるキャッシュフロー	(200)	(5,710)	(2,706)
財務活動によるキャッシュフロー	1,741	11,103	1,161
現金及び現金同等物期末残高	627	4,118	1,635

## 免責事項

---

本プレゼンテーションは、見通し、予想、目標及び計画を含む、1995年米国民事証券訴訟改革法の意味における将来に関する記述を含んでいます。そのような将来に関する記述は、経営陣が将来の業績について表明し保証するものではありません。多くの場合、将来に関する記述には、「目指す」、「予期する」、「信じる」、「続ける」、「努力する」、「予測する」、「期待する」、「イニシアティブ」、「意図する」、「かもしれない」、「計画する」、「潜在的な」、「可能性」、「プロジェクト」、「リスク」、「模索する」、「すべきである」、「奮闘する」、「目標」、「であろう」やこれらの類義語が用いられますが、これに限られません。また、将来に関する記述は、戦略、計画又は今後の方向性の議論においてもなされる可能性があります。これらの記述は、将来予想について議論し、戦略を示し、業績結果及び財務状況についての計画を含み、又は当社の事業及び産業、当社の将来に関する戦略並びに当社が将来的に事業を営む環境についての現時点での期待、推測、予測及び計画に基づくその他の将来に関する情報について述べるものです。業績又は成果は、既知又は未知のリスク、不確実性その他の要因により、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ります。当社は、これらの将来に関する記述において表明された期待が実現することについて保証することはできません。実際の結果、業績又は成果は、期待と大きく異なる可能性があります。

本プレゼンテーション及び本資料に含まれている情報は、いかなる法域においても当社のあらゆる有価証券について販売若しくは引受けの募集又は購入若しくは引受けの募集の勧誘又は案内を構成しません。当社の有価証券は1933年米国証券法（改正を含む。）に基づく登録は行われておらず、今後行われることは無く、また、当社の有価証券は、米国の証券法に基づく登録又は登録要件の免除の適用なしに、米国において又は米国人に対して、募集、販売又は引渡しは行われません。本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、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。

## 今後の開示

---

当資料のアップデートは今後、本決算の発表時期を目途として開示を行う予定です。