



成長可能性に関する説明資料

株式会社ヤプリ

2020年12月

会社概要

社名	株式会社ヤプリ
設立	2013年4月
東京本社	東京都港区六本木3-2-1 住友不動産六本木グランドタワー41階
大阪支社	大阪府中央区難波5-1-60 なんばスカイオ 27階
福岡支社	福岡県福岡市中央区大名1-1-29 Wework 大名
資本金等	29億 4,480 万円（資本準備金を含む）
事業内容	アプリ運営プラットフォーム「Yappli」の企画・開発・販売

役員陣

庵原 保文	代表取締役CEO
佐野 将史	取締役CTO
黒田 真澄	取締役チーフデザイナー
角田 耕一	取締役CFO
岡島 悦子	社外取締役



ソフトウェア開発の経験豊富な経営陣



庵原 保文

代表取締役CEO
共同創業者

- 出版社を経てヤフー株式会社にてメディア系サービスの企画職として従事
- その後、シティバンクのマーケティングマネージャーを経てファストメディア株式会社（現株式会社ヤプリ）を3名で創業



佐野 将史

取締役CTO
共同創業者

- ヤフー株式会社に新卒入社
- Yahoo!ファイナンスの先進的なiOSアプリやスマートフォンサイトを開発
- 未踏ユース2007年度下期クリエイター



黒田 真澄

取締役チーフデザイナー
共同創業者

- ライブドア株式会社を経てヤフー株式会社の制作職リーダー
- 「続・ハイパフォーマンスWEBサイト（出版:オライリージャパン）」にてヤフー社の取り組みを執筆



角田 耕一

取締役CFO

- UC Berkeley卒業後、外資系投資銀行の投資銀行本部にてM&A等のエグゼキューションに従事
- その後、株式会社マナボにてCFOとしてコーポレートおよびビジネス業務全般を担当
- 2017年よりYappliにてCFOに就任、2018年より同社取締役



岡島 悦子

社外取締役

- 三菱商事、ハーバードMBA、マッキンゼー・アンド・カンパニーを経て、グロービス・マネジメント・バンクの代表取締役（退任）
- その後、株式会社プロノバ設立、代表取締役就任。株式会社ユーグレナ取締役CHRO（非常勤）就任
- 株式会社丸井グループ、ランサーズ株式会社、株式会社セプテーニ・ホールディングス、株式会社マネーフォワード社外取締役就任

mobile tech for all

私たちアプリは「Mobile Tech for All」をミッションに掲げ、ノーコード（プログラミング不要）のアプリ開発プラットフォーム「Yappli」を提供しています。

「Yappli」は従来ハードルの高かったアプリ開発を、ノーコードで簡単にします。そのため、アパレルブランドから銀行、大学まで、様々な企業の課題解決に活用されています。

私たちは、これからもテクノロジーの敷居を下げることにコミットし、社会のモバイルシフトを支援するプラットフォームとして、もっと便利で豊かな世界の実現に貢献していきます。

Web、ECに続いてアプリ開発もノーコード（プログラミング不要）の時代へ

Web

- ウェブサイトの制作
- 企業のホームページから個人サイトまで広範囲に普及

EC

- Eコマースサイトの制作
- 決済や在庫管理などECで必要な機能を多数提供
- コロナ禍で注目が集まる

Mobile App

- スマートフォンアプリの制作
- iOSとAndroidの2つのプラットフォームへの対応やアプリ独自のUI/UX¹の提供

yappli

1. User Interface (UI) / User Experience (UX)

Yappliの実績数字¹

売上高CAGR²

69%

Net revenue retention³

>100%

合計MRR (月額利用料) 比率⁴

79%

月次解約率⁵

<1%

従業員数⁶

173

累計ダウンロード数

65M

契約アプリ数

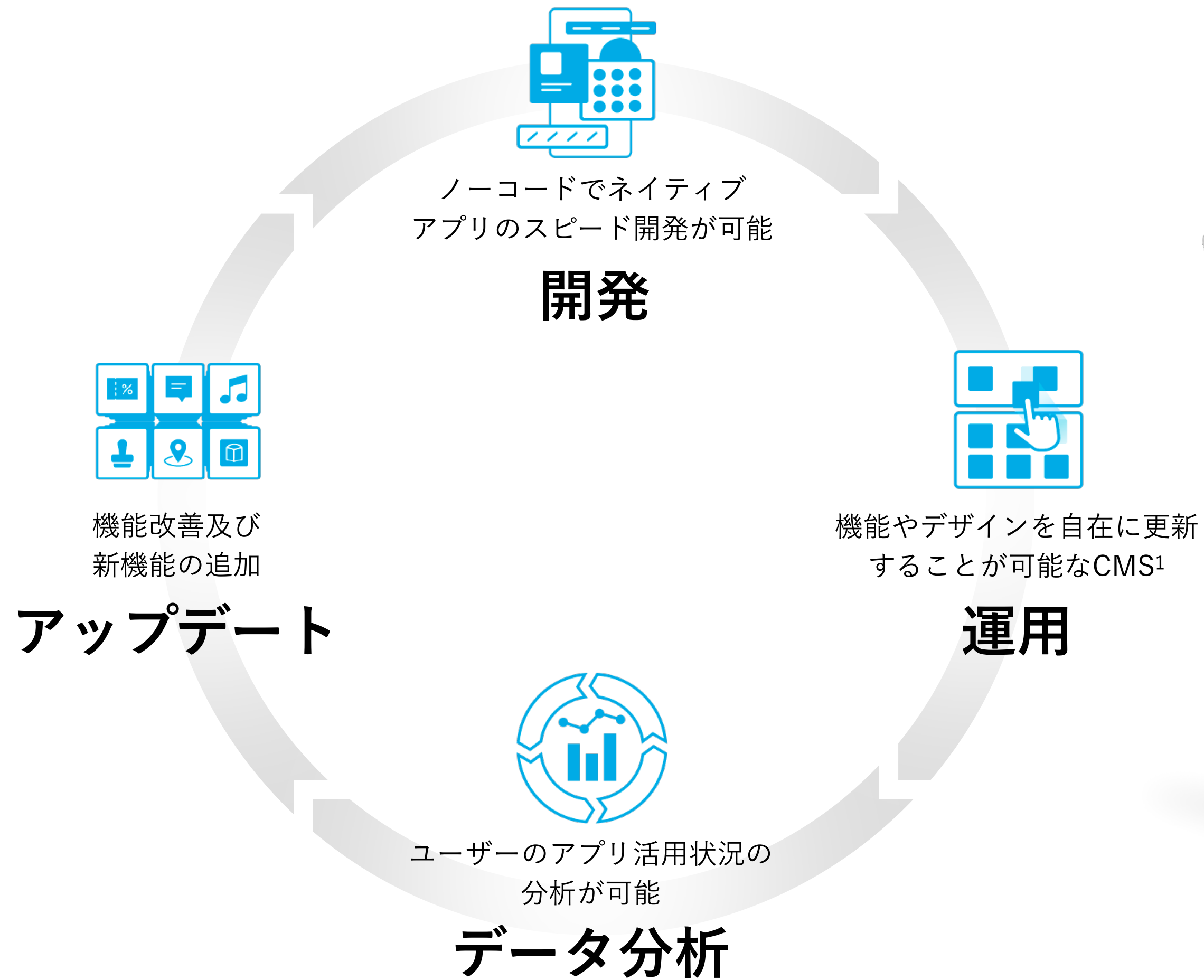
527

エンジニア比率⁷

35%

1. 2020年9月時点（その他記載がない場合）
2. FY2017～FY2019の売上高の年平均成長率
3. FY2017～FY2019における既存顧客の月額利用料合計の対前年度比率
4. FY2020 Q1～Q3の売上高全体に占める月額利用料合計の割合
5. FY2017～FY2020 Q3における月額利用料合計に占める、解約に伴い減少した月額利用料合計の割合
6. アルバイト含む
7. 全従業員数に対するエンジニアの比率

ノーコードのアプリ開発・運用・分析プラットフォーム



1. コンテンツマネジメントシステム

Yappliはワンストップでアプリ開発の課題を解決

従来のアプリ開発プロセスの非効率、高コストを解消

従来の非効率で高コストな アプリ開発プロセス

デジタルエージェンシー

- ・ 企画・設計
- ・ デザイン

システムインテグレーター

- ・ 開発
- ・ アプリ申請

デジタルエージェンシー

- ・ 更新作業
- ・ 分析

システムインテグレーター

- ・ システムアップデート
- ・ 保守運用

Yappliのプラットフォーム

yappli

All-in-one solution

Yappliは従来のアプリ開発のプロセスと比較するとコスト効率よく開発・運用・分析をワンストップで行えるプラットフォーム

Yappliプラットフォームが提供する主なソリューション

Yappli for Marketing



- 実店舗のOMO¹施策、EC店舗の集客・販売支援、消費者のロイヤリティ向上、ECにおける効果的なモバイルインターフェースの提供、実店舗とECのハブ
- プッシュ通知、クーポン、ポイントカード、GPSによる店舗へのナビ、EC API

1. Online Merges with Offline (OMO)

2. デジタル・トランスフォーメーション (DX)

Yappli for Company



- 社内や取引先との情報共有やコミュニケーションの課題を解決するDX²ツール（商品カタログ、営業資料、従業員教育ツール、採用、総務、IR情報などの電子化）
- 電子書籍、エンベッド動画、認証機能

日本を代表する企業への導入実績



TOYOTA



NEC



hoyu
Professional

Taiheiyo Club



E S T N A T I O N

JOYSOUND



Hotto Motto
ほっともっど



Right-on.

520以上のアプリ¹



FUJITSU



amino
VITAL

DUSKIN
喜びのタネをまこう



DAIWA ROYAL HOTEL

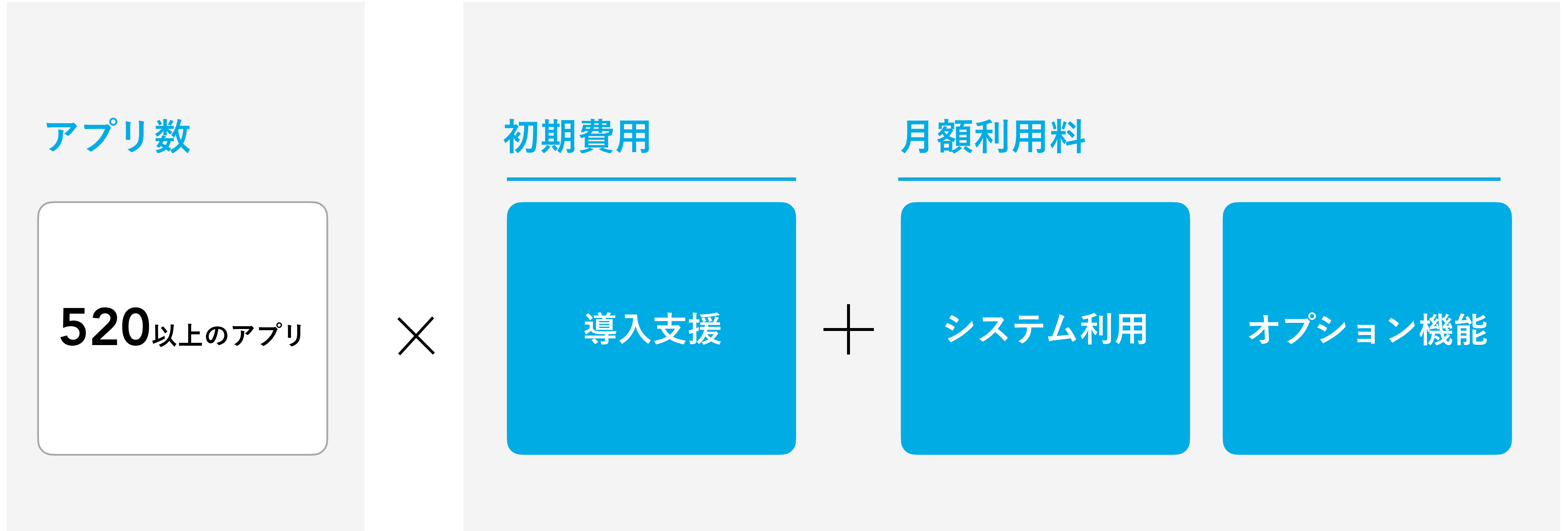
AZUL
BY MOUSSY

Alpen Group

Joshin

1. 2020年9月時点

月額利用料を主とするサブスクリプションモデル



注：2020年9月時点

カンパニーハイライト

1 広い市場機会とユニークなマーケットポジション

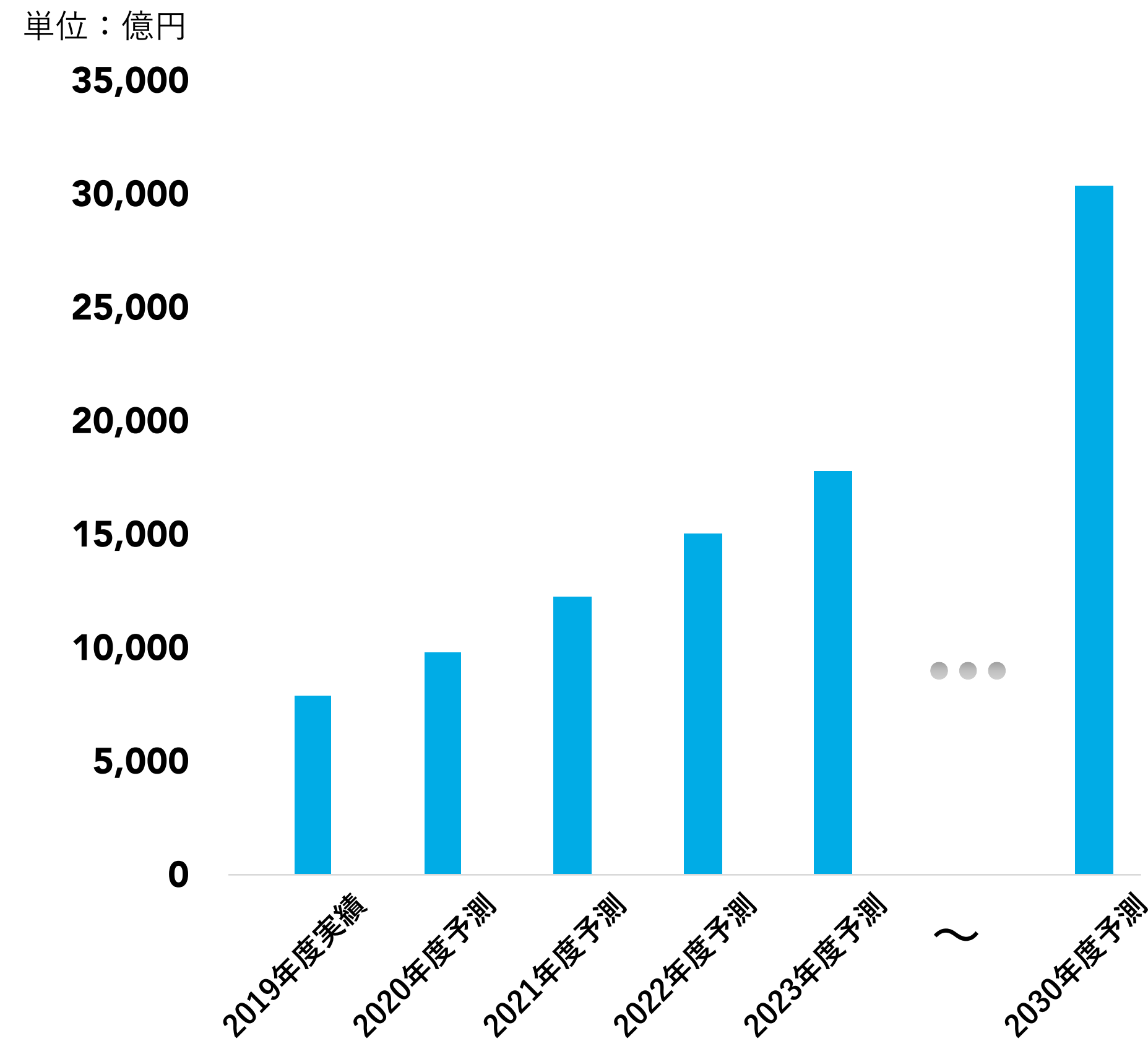
2 顧客数の拡大と高い売上・MRR成長の実現

3 アプリユーザーの拡大に伴い高まる継続率

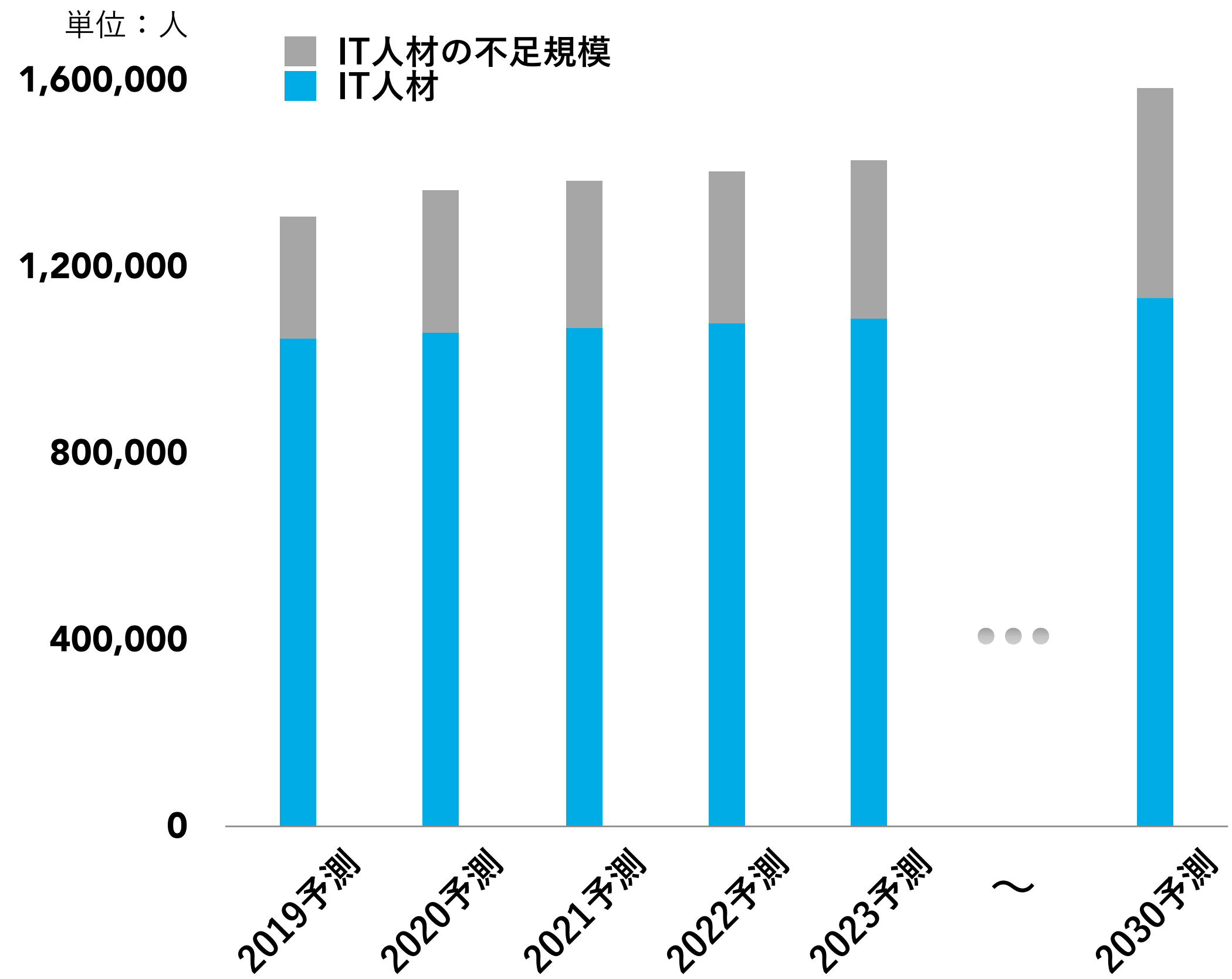
4 成長戦略

企業のDXは加速するも、支えるIT人材は不足

日本のDX市場は拡大¹



日本におけるIT人材の不足²

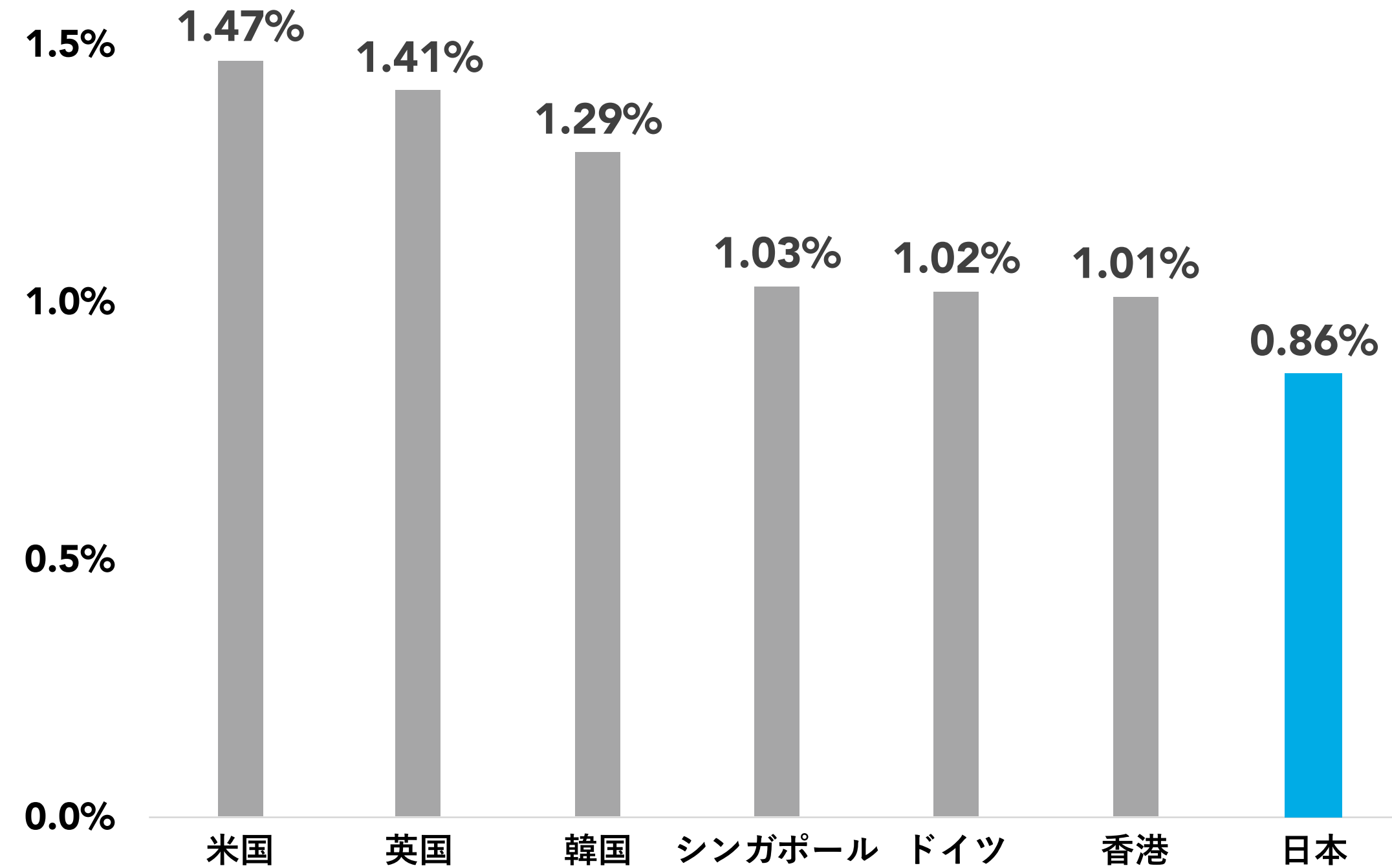


1. 株式会社富士キメラ総研 「2020デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

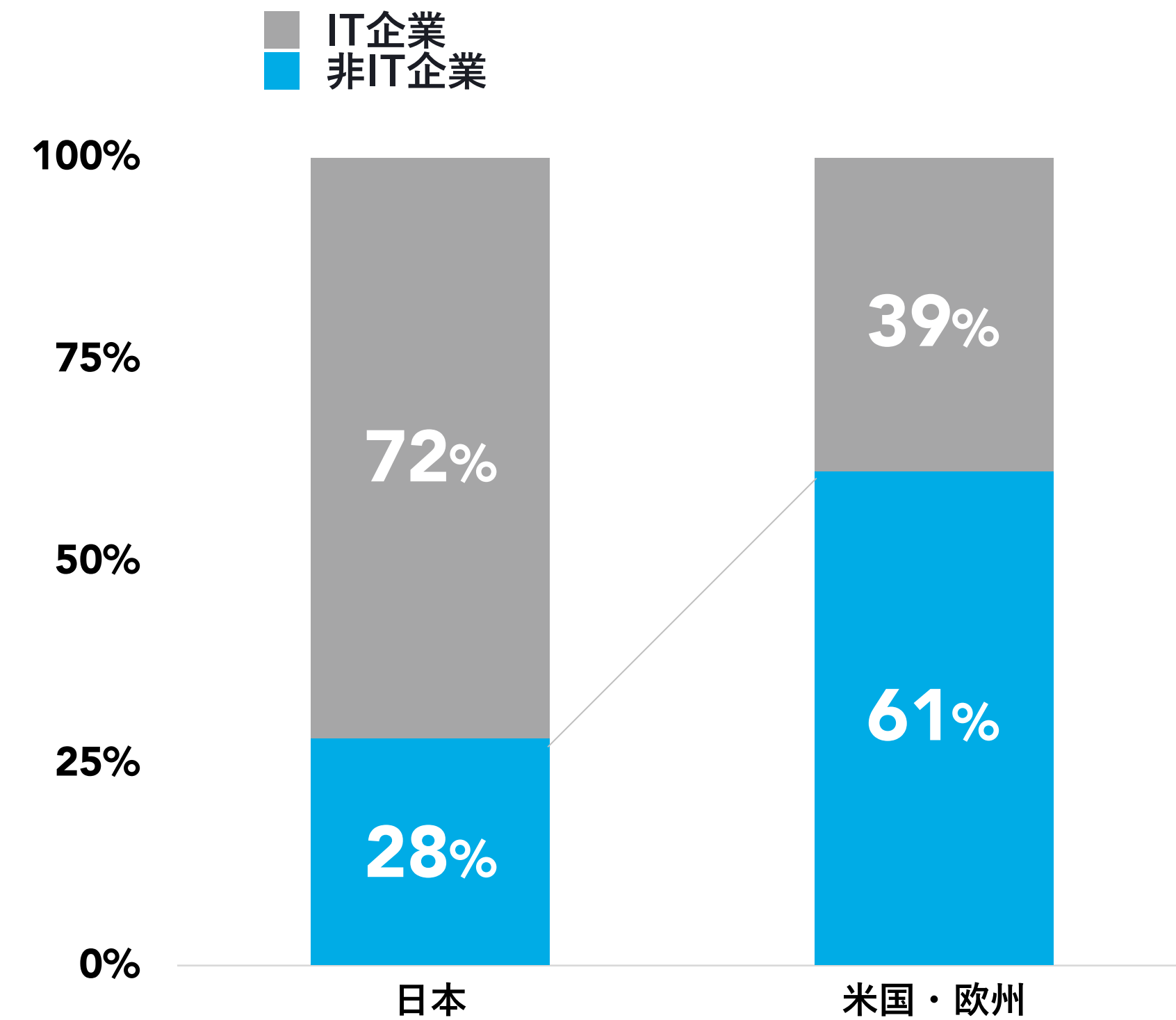
2. 経済産業省 「2019年IT人材需給に関する調査」

際立つ日本のIT人材の不足

国別の総人口に対するIT技術者の割合 (2018年)¹



IT企業・非IT企業に存在する IT人材の割合 (2015年)²



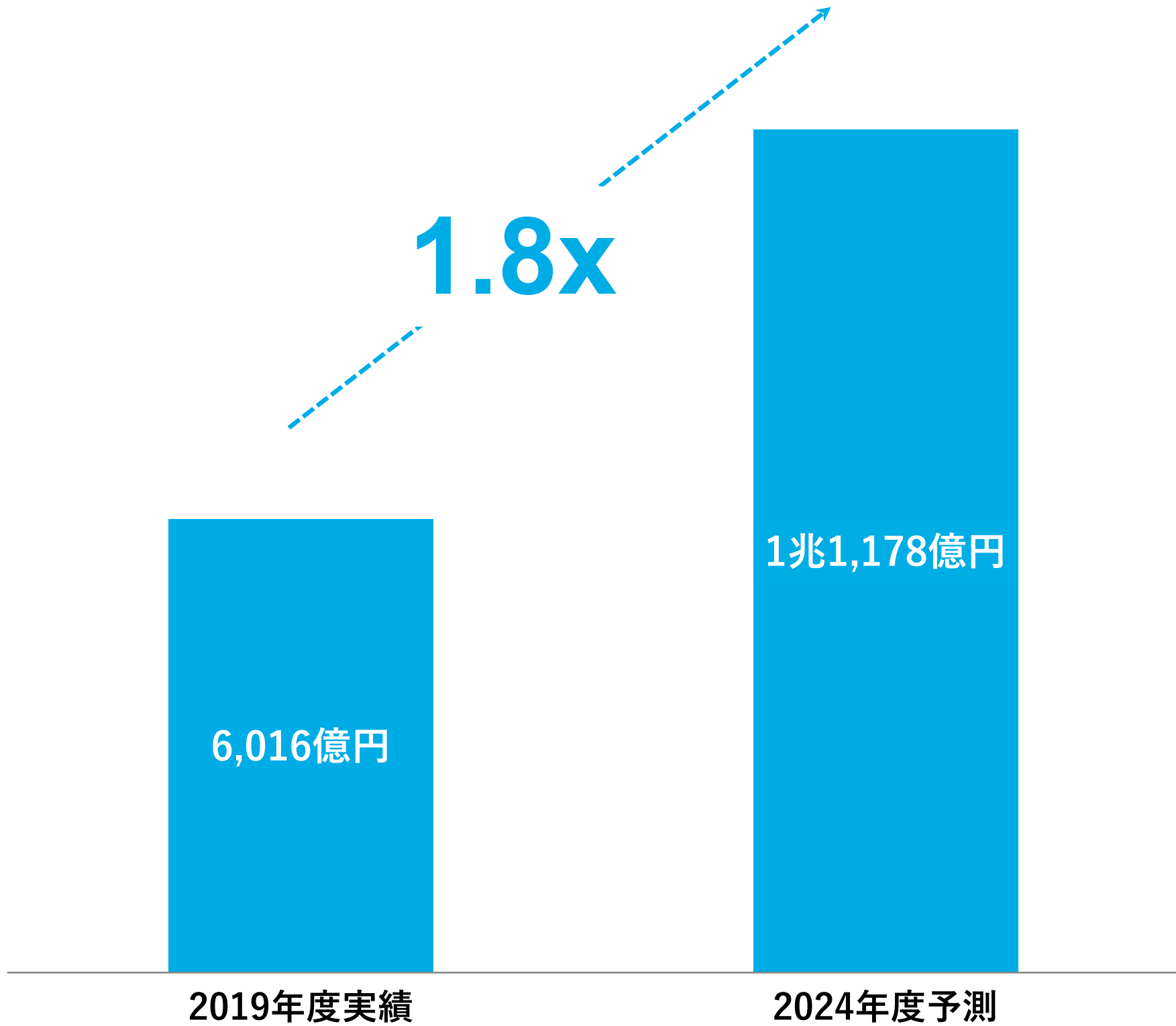
1. ヒューマンリソシア株式会社「世界各国のIT技術者数」(2020年)

2. 経済産業省「ITシステム「2025年の崖」克服とDXの本格的な展開」(2018年)

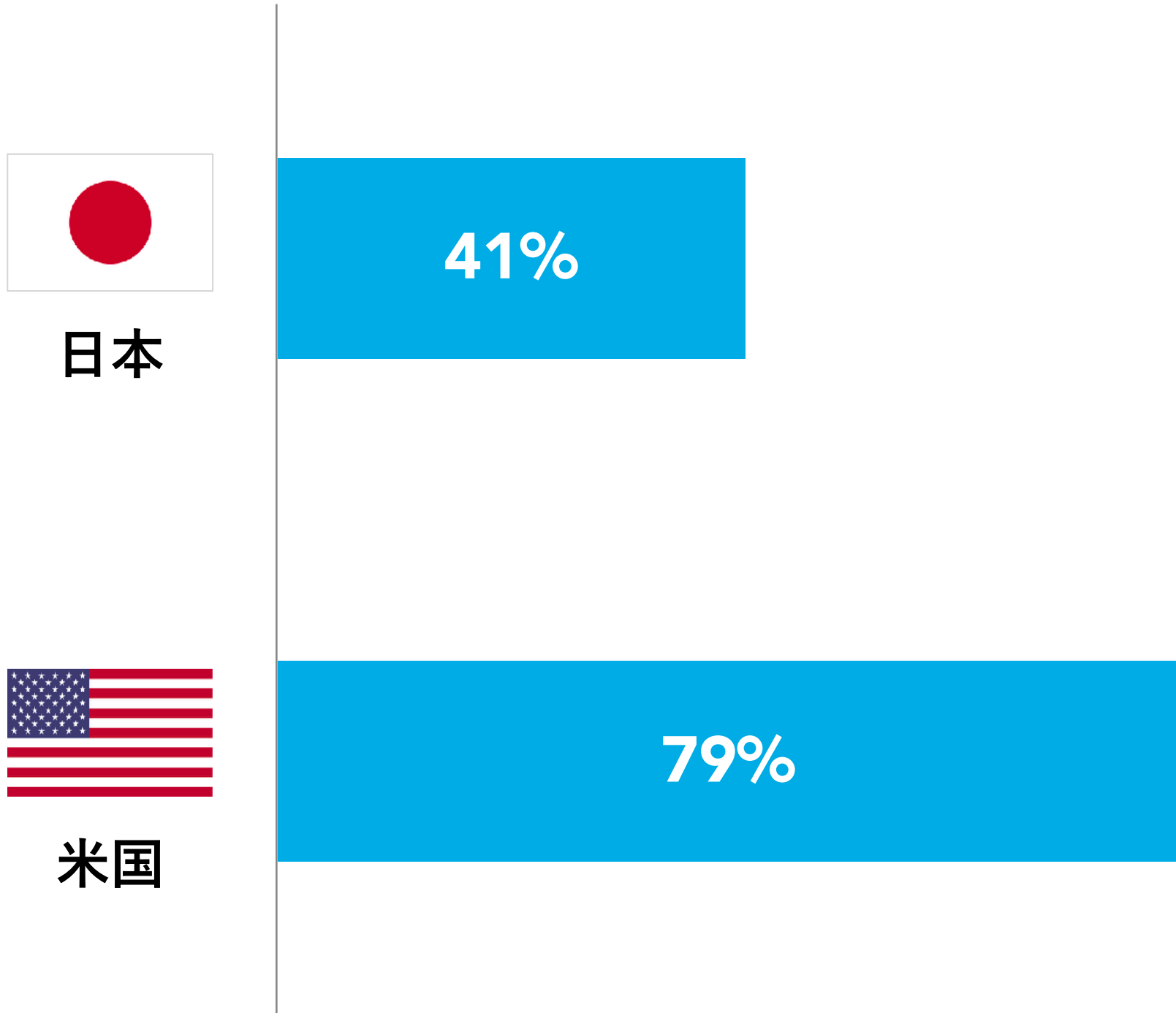
国内のSaaS市場はIT人材の不足を補う形で成長中

米国と比べて低い導入率は、国内のSaaSの成長ポテンシャルを示唆

日本のSaaS市場¹



SaaS導入率 (2018年)²

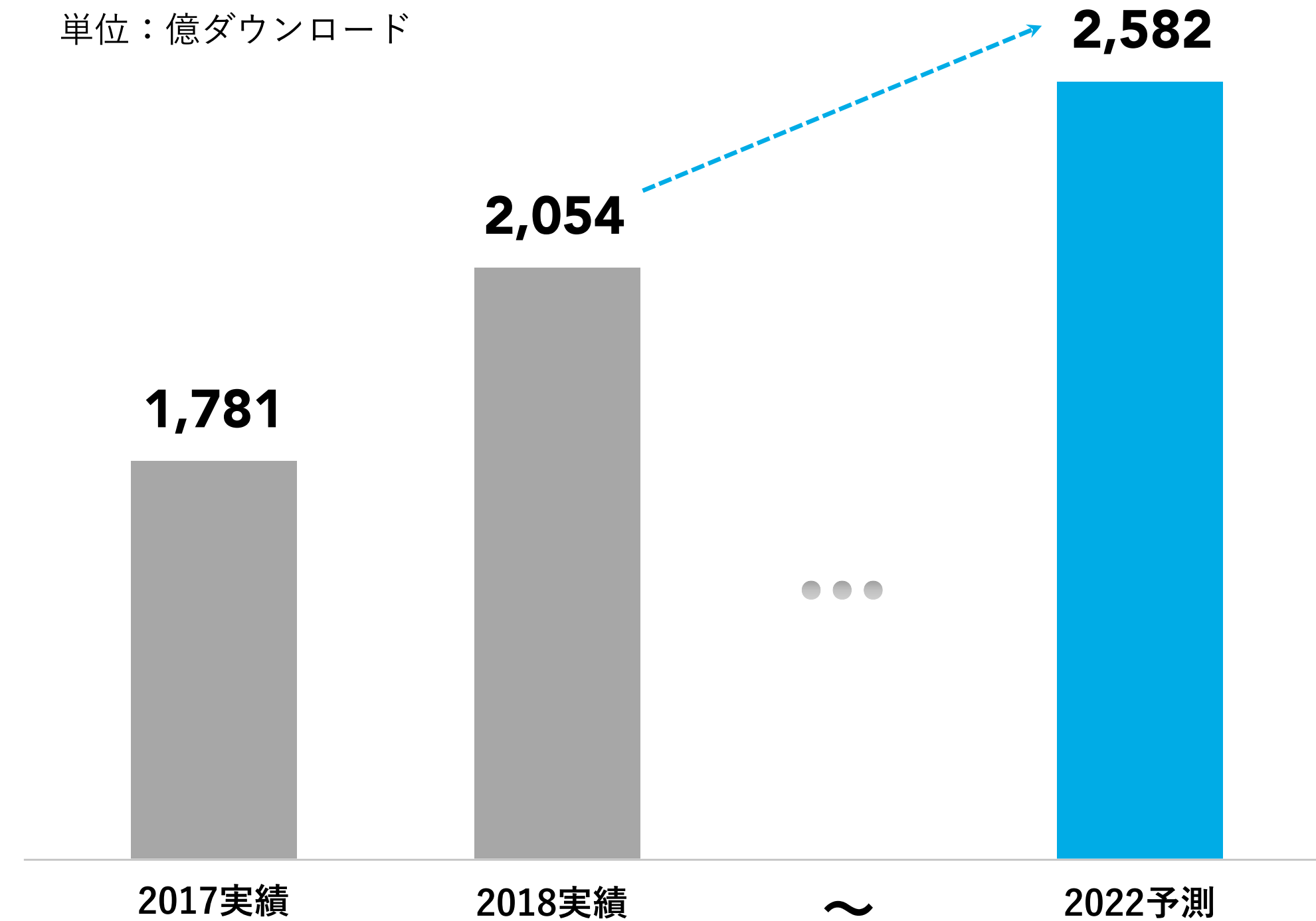


1. 株式会社富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場 2020年版」

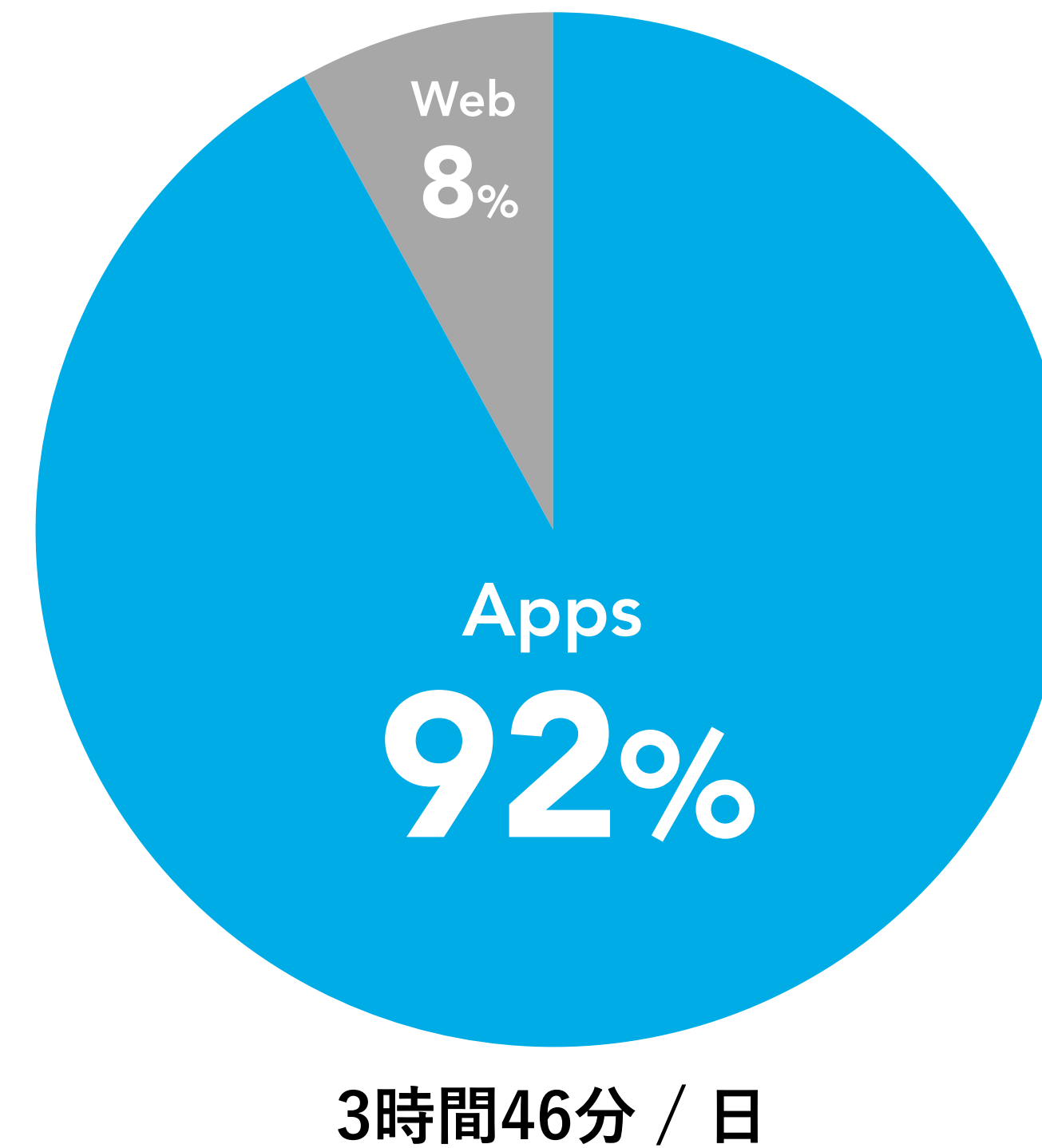
2. 総務省「我が国のICT現状に関する調査研究」(2018年)

アプリ利用者の拡大と、高いエンゲージメント

アプリダウンロード数（全世界）¹



スマホ経由でのオンライン滞在時間の内訳（日本、2019年）²



1. App Annie Japan株式会社「アプリ市場予測2017-2022年版」

2. ニールセン デジタル株式会社「ニールセン モバイル ネットビュー2020年」

日本の高いマーケットポテンシャル

Yappliが捕捉する可能性のある市場規模の最大値



クラウドシステム開発市場¹

+

従来の
マーケティングメディア^{2,3,4}

注：Total Addressable Market (TAM) とは、「さまざまな条件が満たされたときに実現される、あるプロダクトの最大の市場規模」を言い、当社が本資料作成日現在で営む事業に係る客観的な市場規模を示す目的で算出されたものではありません。また、こちらのTAMは、一定の前提の下、外部の統計資料や公表資料を基に、下記に記載の計算方法により、当社が推計したものであり、これらの資料やそれに基づく当社の推計は、高い不確実性を伴うものであり、大きく変動する可能性があります。また、出典元の予測機関は、予測値の達成を保証するものではありません。

なお、TAMの計算にあたり、Yappliがプラットフォームの提供を通じて代替する可能性のある既存のサービスやツールの市場として、下記の市場規模を合算しております。

1. 株式会社ミック経済研究所「クラウドSI市場の実態と展望2018年版」（2018年3月）掲載のクラウドSI市場の市場規模の2020年の予測値
2. 従来のマーケティングメディアは商業印刷市場およびダイレクトメール市場を含む
3. 日本印刷産業連合会「SMATRIX2020」（2013年9月）より商業印刷市場規模の2020年の予測値
4. 株式会社電通「日本の広告費2019年（2019年3月）」掲載のダイレクトメールの市場規模の2019年の実績値

市場開拓のロードマップ

コアターゲット
業界の企業数
×
YappliのACV

Serviceable
Available
Market¹

約**1**千億円

- 新ソリューション開発による、コアターゲット業界の拡大
- 当社の価格改定、有料オプション機能の拡販

**Total
Addressable Market**

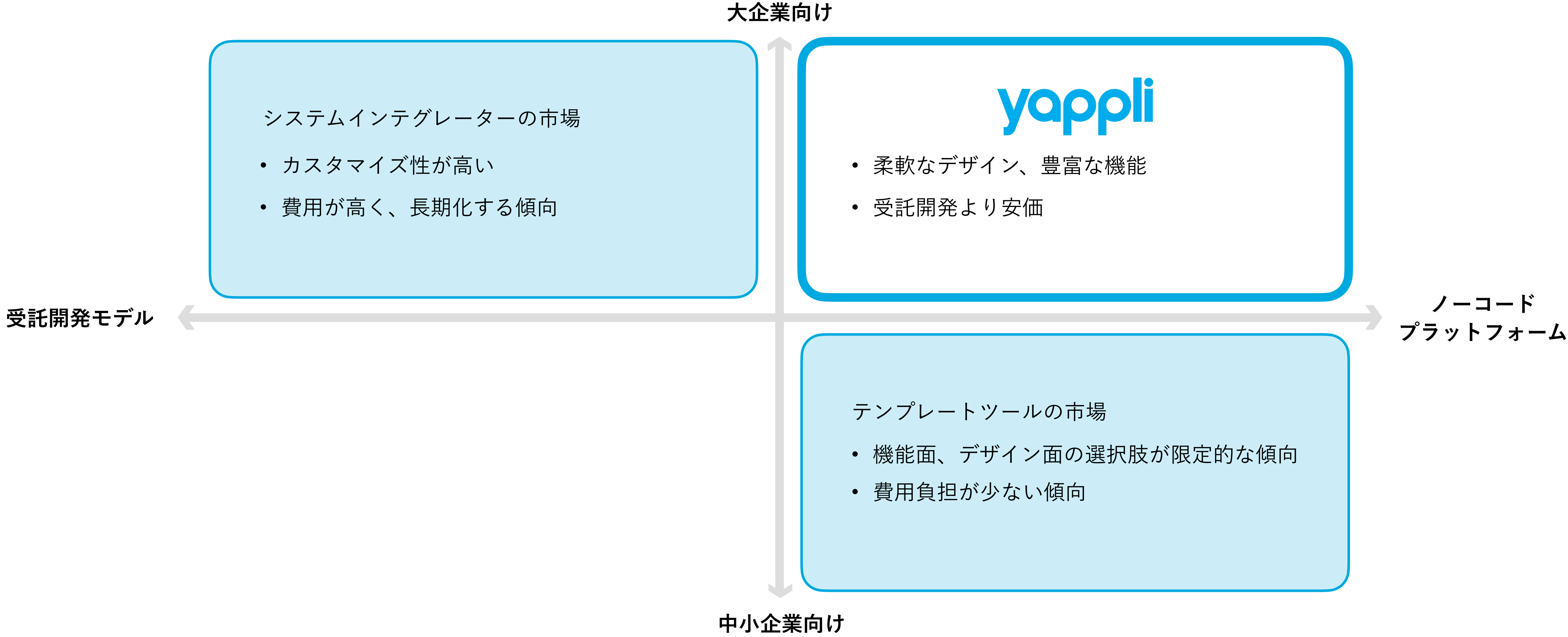
約**3.8兆円**

DXの進展によってはTAMの規模はさらに拡大する可能性も

1. Serviceable Available Market (SAM) とは、TAMの中でターゲティングした部分の需要のことを言い、一定の前提の下、外部の統計資料や公表資料を基礎として、下記に記載の計算方法により、当社が推計したものであり、これらの資料やそれに基づく当社の推計は、高い不確実性を伴うものであり、大きく変動する可能性があります。また、出典元の調査機関は、数値の正確性を保証するものではありません。株式会社FORCASのデータベース“FORCAS”より、売上高10億円以上、社員数20人以上のアパレル・小売・EC・飲食店・製造・ホテル業界の企業数（2019年12月時点）を合計した数値に、新規獲得の月額利用料と初期制作収入の2020年1月～9月の累計平均単価を基に算出した当社サービスにおける1社あたりの平均年間契約金額（ACV：Annual Contract Value）を積算して推計しております。

大企業向けノーコードプラットフォームとしてユニークな存在

アプリ開発市場における競合プレイヤー



プロダクトの継続的な強化により参入障壁を構築

Yappliの競争優位性



1. エクイティファイナンス及びデットファイナンスによる調達資金及び事業で生み出した資金の投資累計額

カンパニーハイライト

1 広い市場機会とユニークなマーケットポジション

2 顧客数の拡大と高い売上・MRR成長の実現

3 アプリユーザーの拡大に伴い高まる継続率

4 成長戦略

顧客獲得及び導入、運用の流れ

顧客獲得

1. マーケティング

オフライン（展示会・セミナー）及びオンライン（ウェビナー、SNS等）マーケティングでリード獲得

2. インサイドセールス

データに基づいたリード育成と商談獲得の実施

3. フィールドセールス

対面及びオンラインミーティングで受注獲得



導入

4. プラットフォームの実装

ディレクター及びデザイナーがプラットフォームの実装及びアプリの初期設定を支援

5. カスタマー・サクセス

ユーザーサポート及びユーザーレクチャー会、ミートアップなどの開催で、アップセル、解約防止などに取り組む



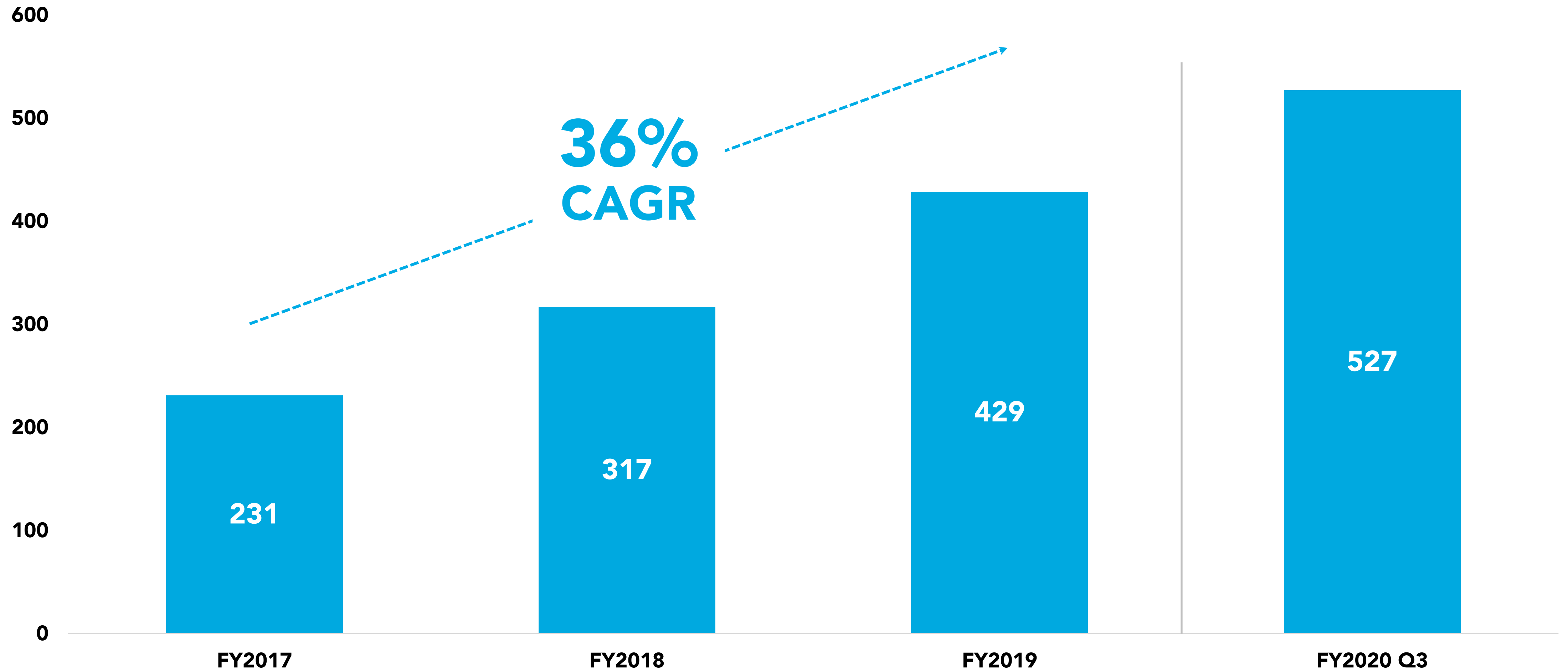
運用・管理

6. プラグ&プレイ

プラットフォームの実装後はクライアントの担当者によって運用・管理が可能



契約アプリ数は継続的に拡大



注：FY2017、FY2018、FY2019は12月時点の総アプリ数を表示。FY2020 Q3は9月時点の総アプリ数を表示

年間合計MRRはFY17-19にて88%のCAGRを達成

単位：百万円

1,400

1,200

1,000

800

600

400

200

0

FY2017

FY2018

FY2019

FY2020 Q1-Q3

369

711

1,298

1,352

88%
CAGR¹

1. FY2017～FY2019の年間合計MRRの年平均成長率

売上高はFY17-19にて69%のCAGRを達成

単位：百万円

1,800

1,500

1,200

900

600

300

0

FY2017

FY2018

FY2019

FY2020 Q1-Q3

599

1,022

1,721

1,701

69%
CAGR¹

1. FY2017～FY2019の売上高の年平均成長率

カンパニーハイライト

1 広い市場機会とユニークなマーケットポジション

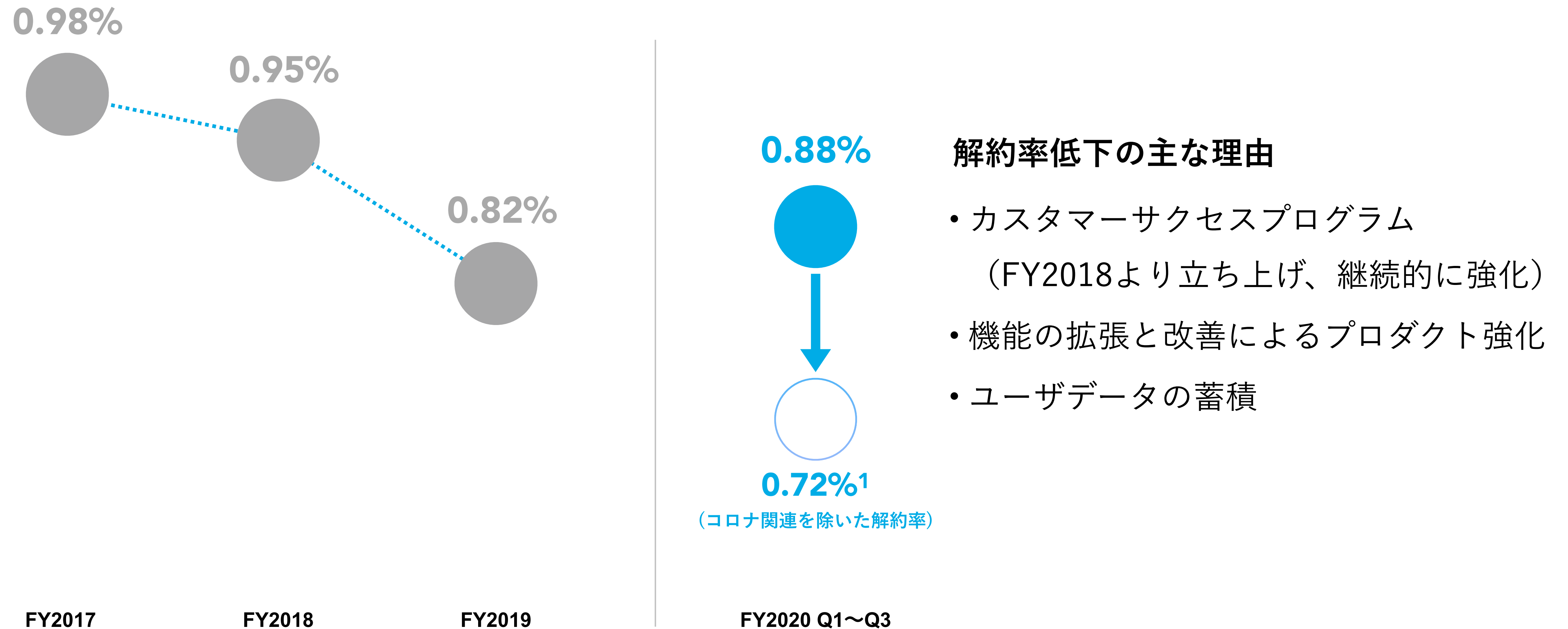
2 顧客数の拡大と高い売上・MRR成長の実現

3 アプリユーザーの拡大に伴い高まる継続率

4 成長戦略

顧客数、単価が拡大している中でも、1%未満の解約率を維持

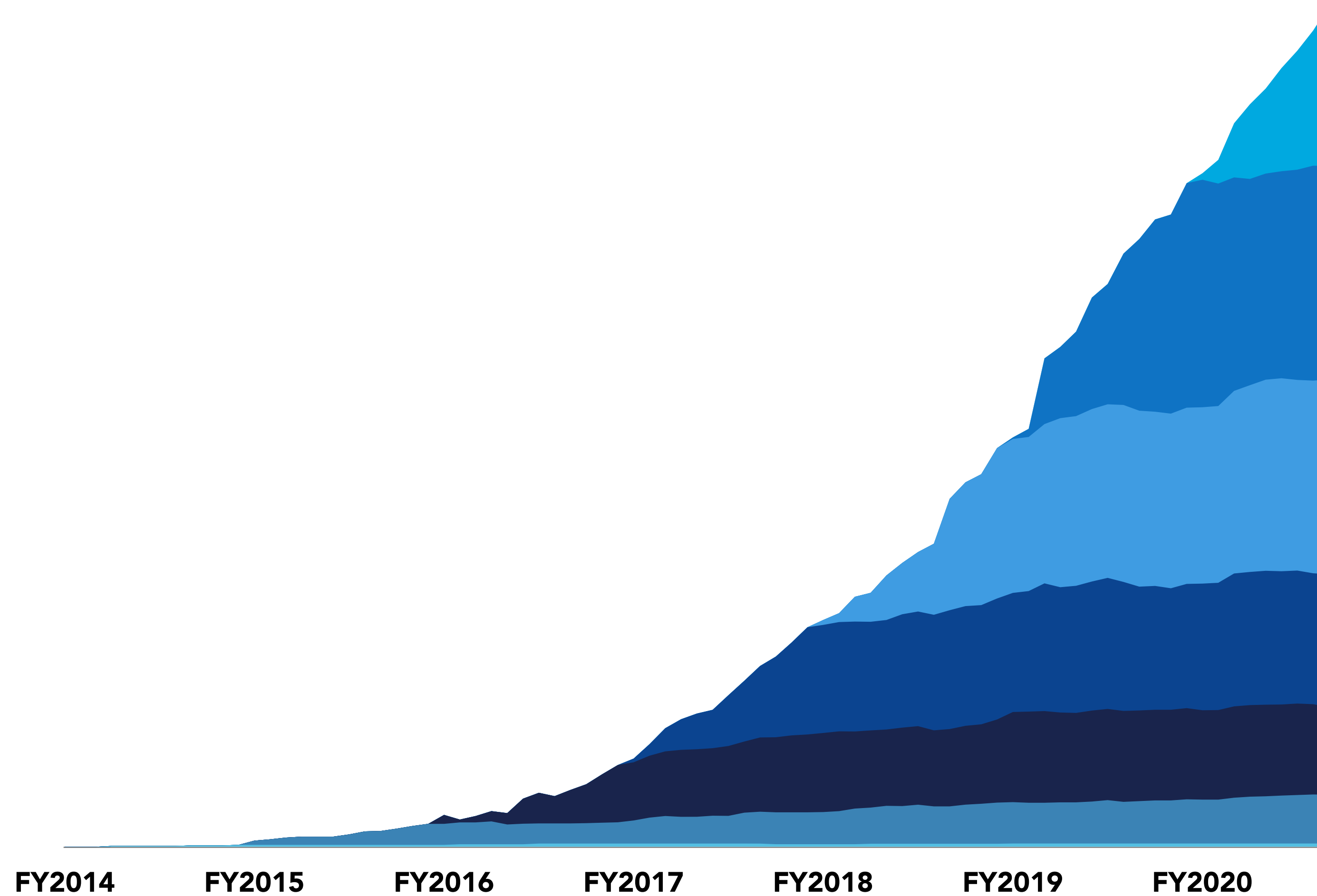
新型コロナウイルス感染症の渦中でも低解約率を維持



注：部分解約を含む月間売上総解約率を表示

1. 顧客アンケート上の解約理由（複数回答）としてコロナ関連事由があげられたケースを除いた場合の2020年1月～9月の月間売上総解約率

アップセル、クロスセル、低い解約率によりネガティブチャーンを実現



2種類のアップセル

1. アプリのDL数に基づく従量課金によるアップセル¹
2. 有料アプシヨン機能の拡販によるアップセル

注：2014年1月～2020年9月のデータを表示、各色は対応する年度に発生したMRRを示す

1. プッシュ通知が受領可能な端末へのアプリのDL数

カンパニーハイライト

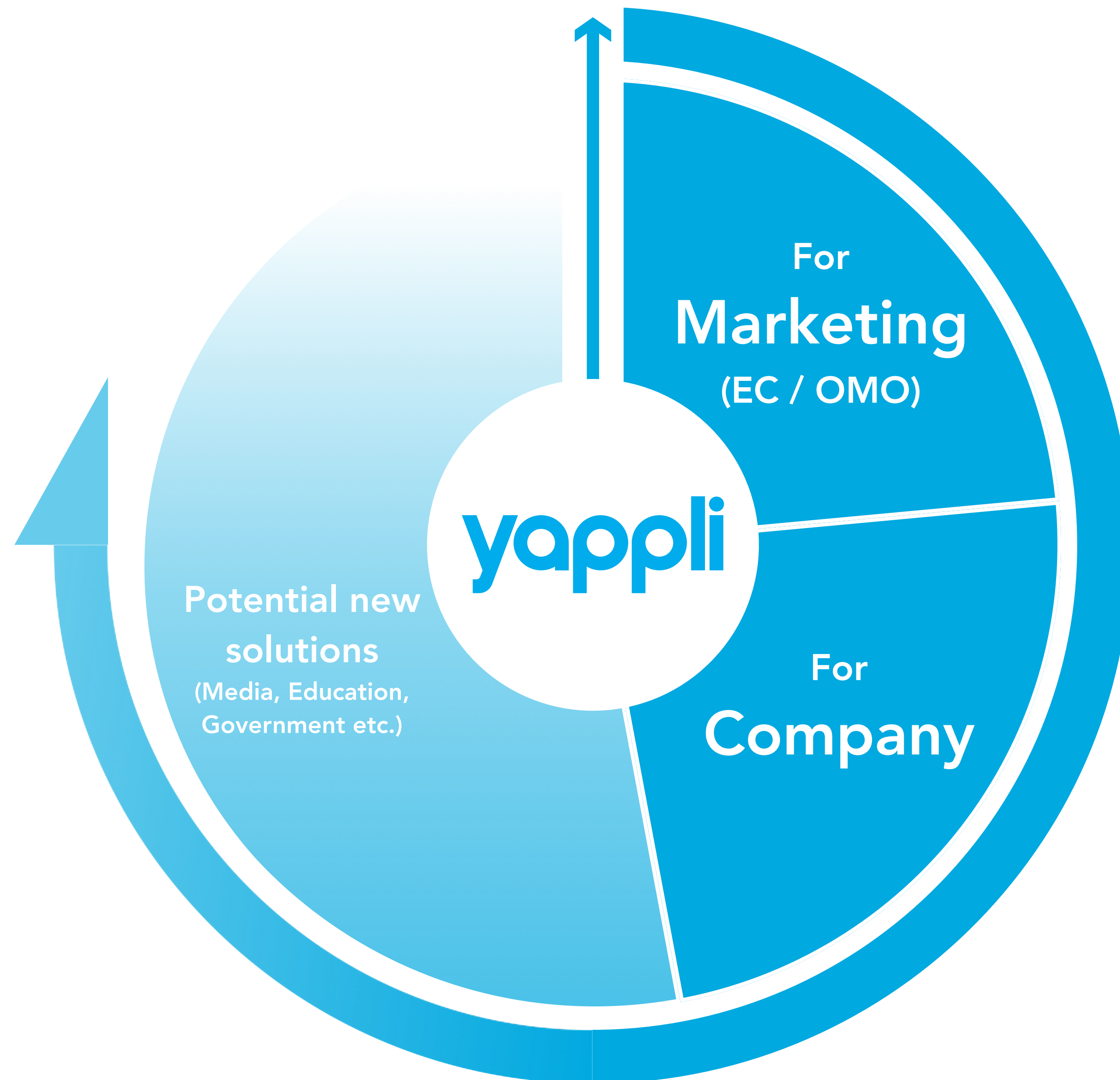
1 広い市場機会とユニークなマーケットポジション

2 顧客数の拡大と高い売上・MRR成長の実現

3 アプリユーザーの拡大に伴い高まる継続率

4 成長戦略

ターゲット業界の深耕・拡大



既存業界の深耕・シェア拡大

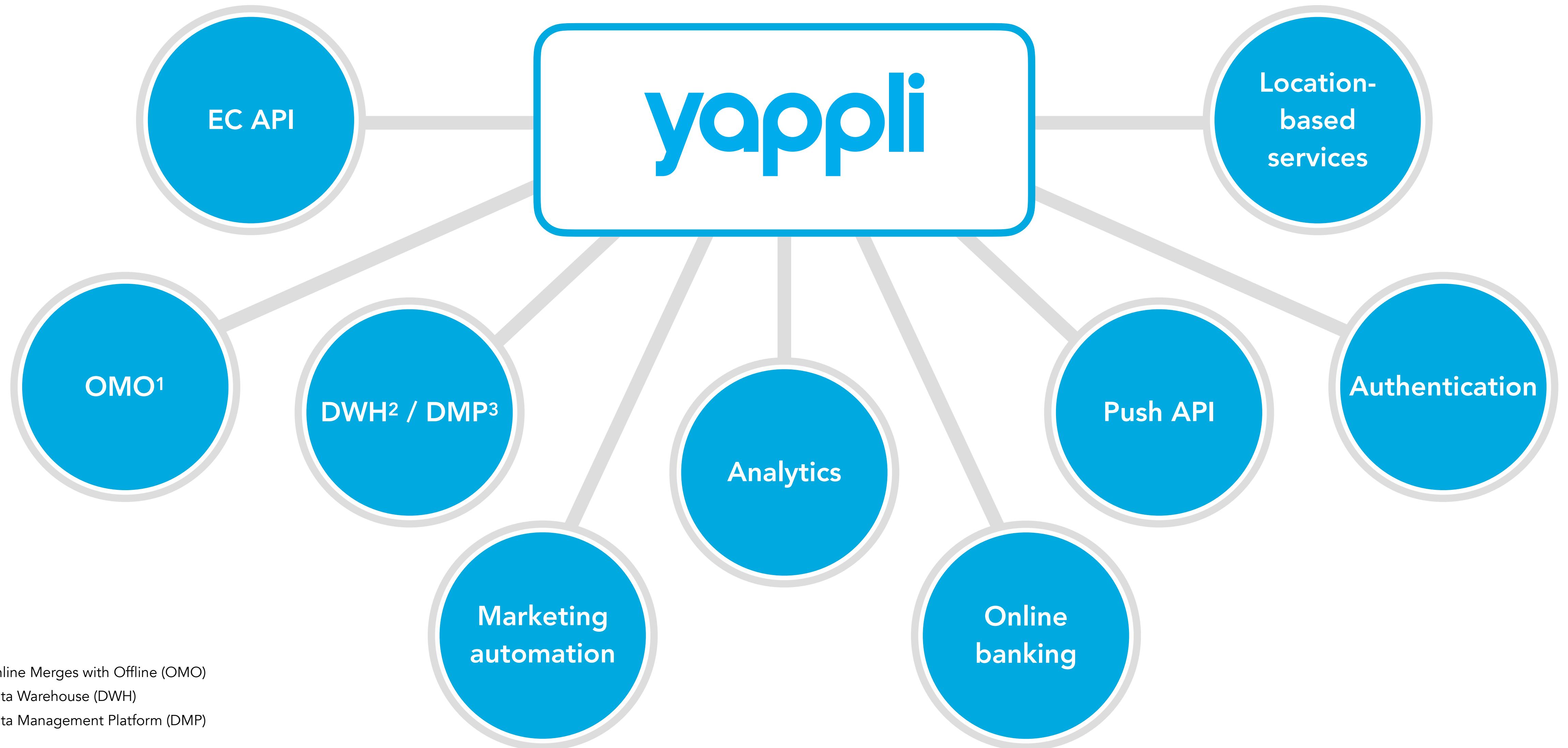
- 新機能の開発、実装

アプリの新しい用途とニーズ開拓

- 既存機能や活用シーンを他業界へ転用

連携サービスを増やし、プラットフォームの価値を拡充

API・SDKによる外部サービスとの接続



- 1. Online Merges with Offline (OMO)
- 2. Data Warehouse (DWH)
- 3. Data Management Platform (DMP)

各種データでYappliの機能及び顧客のデータアセットを強化

データプラットフォームの拡充

スマートフォンアプリのユーザー



Yappli Data Hub



アプリ利用者の活性化

(プッシュ通知やコンテンツにレコメンデーションや予測機能を搭載)

顧客のデータアセットの拡充



1. Data Warehouse (DWH)
2. Data Management Platform (DMP)

財務ハイライト

収益・費用の内訳

PLのサマリー：FY2017～FY2020Q3

(単位：百万円)	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020Q1-3
売上	599	1,022	1,721	1,701
売上原価	218	429	794	754
売上総利益	381	593	928	947
margin %	63.6%	58.0%	53.9%	55.7%
販管費	446	755	1,716	1,337
Sales & Marketing (S&M) ¹	338	462	1,237	964
General & Administrative (G&A) ²	103	288	472	364
Research & Development (R&D) ³	4	5	8	8
営業利益	-65	-162	-789	-390
margin %	-10.8%	-15.9%	-45.8%	-22.9%
EBITDA ⁴	-60	-150	-747	-345
margin %	-10.1%	-14.7%	-43.4%	-20.3%

売上原価の内訳：FY2017～FY2020Q3

(対売上高比率 %)	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020Q1-3
変動費	13.2%	16.0%	17.0%	16.1%
うち労務費 (ディレクター & デザイナー)	6.8%	5.4%	6.7%	6.7%
固定費	23.2%	26.0%	29.1%	28.3%
うち労務費 (開発)	14.7%	16.9%	17.3%	17.6%

注：S&M、G&A、R&D、売上原価の内訳の各数値については、有限責任 あずさ監査法人による監査及びレビューを受けておりません。また、S&M、G&A、R&Dは財務会計上の数値ではなく、管理会計上の数値を記載しております。

1. 販売促進に係る広告宣伝費やセールス、マーケティング人員の人件費や関連する経費及び共通費等を合計
2. コーポレート部門の人件費や関連する経費及び共通費等を合計
3. 研究開発に係るエンジニアの人件費や関連する経費及び共通費等を合計
4. 営業利益と減価償却費・資金償却費・のれん償却の合計

将来の収益構造の変化に関する見通しについて

売上拡大期では赤字基調も、売上成長とともに顧客獲得費用の比率は低下し将来的に黒字化へ

売上拡大期

- プロダクト強化やマーケティングなどに先行投資を実施し、売上成長や市場シェア拡大を牽引
- 投資の費用対効果が見合う様に、LTV/CAC¹をモニタリング

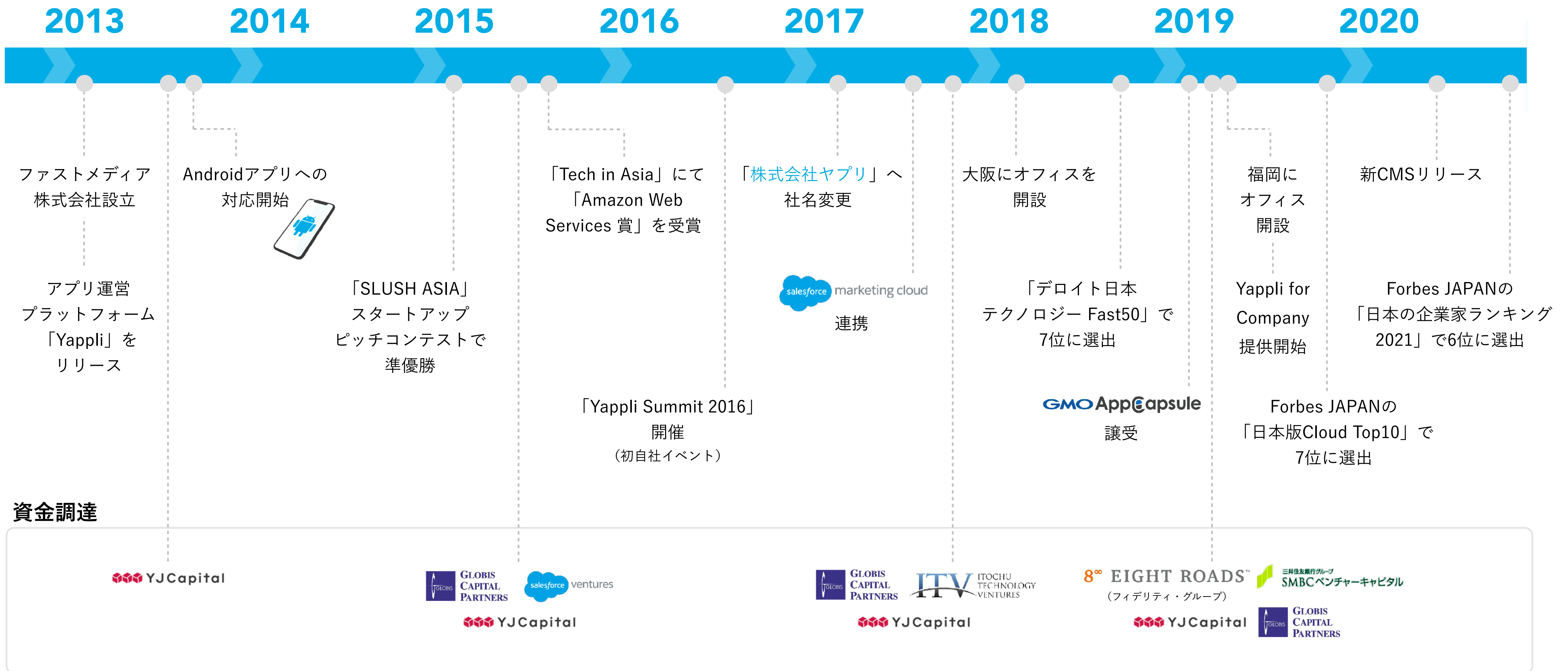
利益創出期

- MRRが積み上がるにつれ、顧客獲得費用の対売上高比率は低下し、損益分岐点に到達

1. LTV/CACとは、顧客獲得費用に対する顧客生涯価値の倍率

補足資料

沿革



経営において認識される主なリスク

	リスク	対応策
モバイルアプリに代わるツールの普及について	<ul style="list-style-type: none">モバイルアプリに代わるツールの出現と普及	<ul style="list-style-type: none">新ツールの動向について情報収集を継続的に実施技術革新に対応できる開発人員の確保
競合他社の出現について	<ul style="list-style-type: none">ノーコードでアプリを開発・運用できるプラットフォームを大企業向けに提供する競合他社の出現リスク	<ul style="list-style-type: none">プロダクトの継続強化、特許の取得による参入障壁の強化業界第一人者としてのYappliの認知拡大の取り組みを実施
新型コロナウイルスの影響について	<ul style="list-style-type: none">新型コロナウイルス等の感染症の再流行	<ul style="list-style-type: none">EC需要の取り込みYappli for Companyの認知拡大、営業強化

新型コロナウイルス感染症の拡大の影響と対応策

	影響	対応策
会社全体	<ul style="list-style-type: none">在宅勤務を推奨セールス及びマーケティングプロセスの遅延解約率上昇のリスクオフラインイベントの開催中止	<ul style="list-style-type: none">在宅勤務をサポートする支援策インサイド・セールスによる商談獲得への注力顧客の解約リスクを分析し早期にフォローアップオフラインイベントからオンラインイベントへの切替
Yapli for Marketing	<ul style="list-style-type: none">実店舗での売上低下販促用アプリとYapliのEC APIに対する需要の高まり	<ul style="list-style-type: none">EC API機能の機能拡充に注力
Yapli for Company	<ul style="list-style-type: none">リモートワークが推奨される中で、ビジネスアプリの必要性が拡大Yapli for Companyに対する需要の高まり	<ul style="list-style-type: none">Yapli for Companyに特化した機能の開発に注力

注意事項

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

当社は、将来の見通しに関する記述の日付以降に発生する可能性のある新たな情報や将来の事象の影響を反映するために、これらの将来の見通しに関する記述を公に更新または修正する義務を負うものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

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。