

The logo for yappli, featuring the word "yappli" in a lowercase, rounded, blue sans-serif font.

Financial Results

Large, 3D-style blue numbers "2023" set against a background of a stylized landscape with green hills, a blue lake, and a blue sky with white clouds.

株式会社ヤプリ(グロース：4168)

2023.05

INDEX

1 事業概要

2 2023年12月期 第1四半期 業績

3 事業ハイライト

4 成長戦略

5 補足資料

事業概要



デジタルを簡単に、社会を便利に

専門知識不要のノーコードで、企業のデジタル化を簡単にし、多くの産業の課題を解決する。
企業の生産性を高め、人々の生活や仕事が便利になる製品を提供します



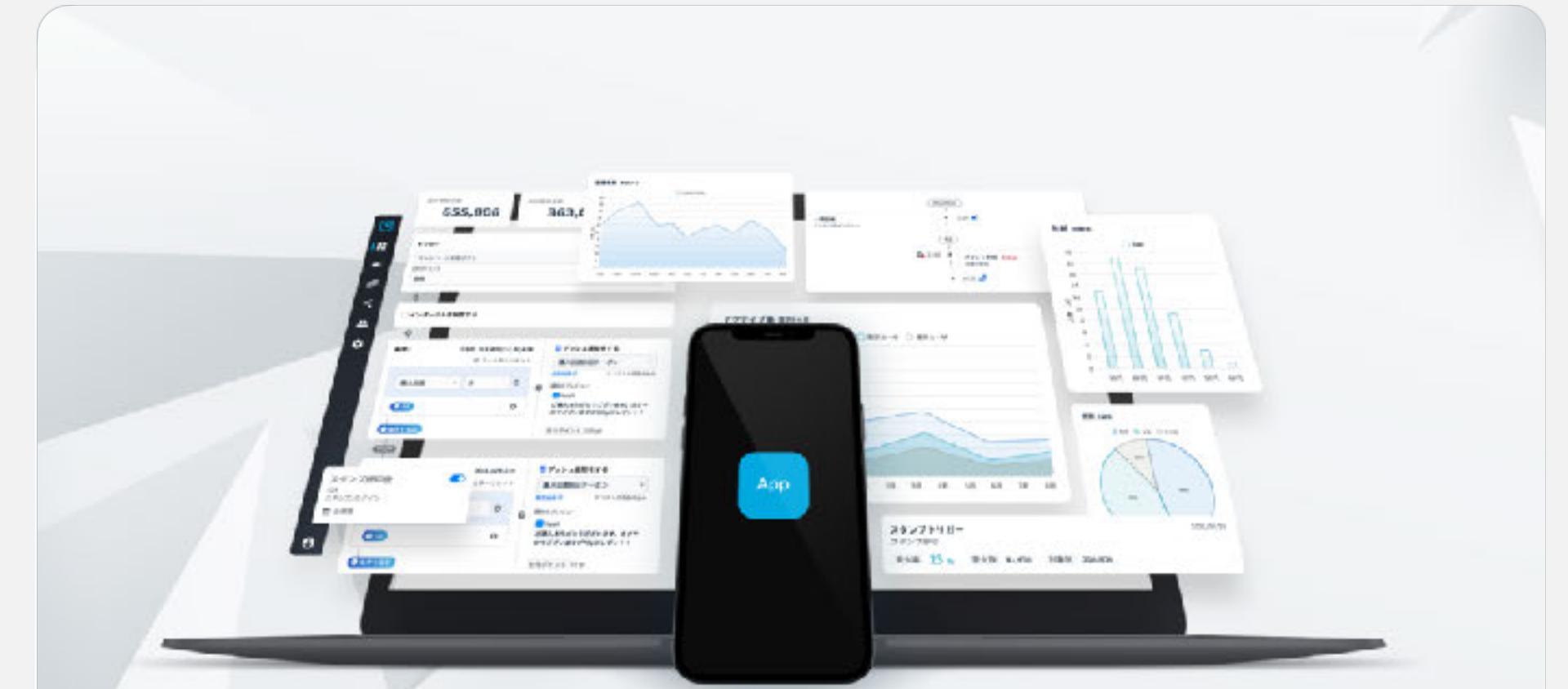
アプリの製品

ノーコードのアプリ開発プラットフォーム「Yappli」と 第2製品となる顧客管理システム「Yappli CRM」を提供開始



中核製品

自社アプリで企業のさまざまな
ビジネス課題を解決し、**モバイルDXを加速**



新製品 (2022年から本格展開)

アプリを中心とした
顧客管理・ポイント管理などの
アプリCRM施策を実現

様々な業界のリーディングカンパニーがYappliを活用し、 モバイルDXを推進

795 App

TOYOTA

DUNLOP

三協アルミ

DUSKIN
喜びのタネをまこう

OMRON

YKK
ap

SEKISUI HEIM

Rinnai

KYOCERA

FUJITSU

YAMAHA

MIZUHO みずほ銀行

SAISON
CARD

ORIX

JPX

西部ガス

ヘルスケアフードの明日を考える
日清医療食品株式会社

ピエトロ

Châteraisé

Miuraya
KICHIJŌJI

HOTTO MOTTO
ほっともっと

Mitsubishi

白洋舎
CLEAN LIVING

POLA

再春館製薬所

ORBIS

アンファー

Right-on

Levi's

LACOSTE

UR
URBAN RESEARCH Co.,Ltd.

ESTNATION

agnès b.

AlpenGroup

UNDER ARMOUR

Sanrio Pureland
©'76,'22 SANRIO

new balance

WORKMAN

HANEDA
Tokyo International Airport

Narita Airport

青山学院大学
AOYAMA GAKUIN UNIVERSITY

Coleman

野村総合研究所
従業員組合

S-PULSE

本物だけをまっすぐあなたへ
やずや
やイヤグループ

大塚
ごほん処
OOTOA

OPEN YOKOHAMA

FNN
プライム
オンライン

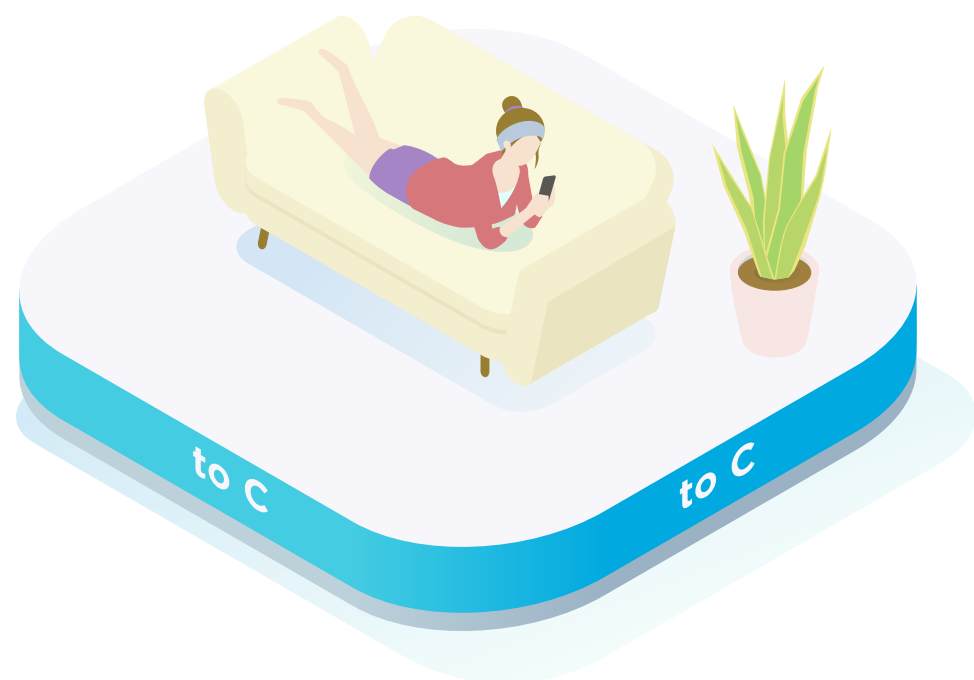
劇団四季

注：2023年3月末時点

一番身近な接点となるアプリでの関係構築 「モバイルエンゲージメント」がスマホ時代のビジネスを強くする

顧客

カスタマーエンゲージメント



EC売上

36%UP¹

従業員

エンプロイーエンゲージメント



社員利用率

95%以上²

取引先

クライアントエンゲージメント



業務効率

20%向上³

注：(1) スポーツメーカーA社 (Yappli導入企業) のデータ (2) 化粧品メーカーB社 (Yappli導入企業) のデータ (3) Yappli導入企業の複数企業の実績による弊社試算による数字

アプリの開発・運用・分析がノーコードでオールインワン

ノーコードだから開発が速く、運用も簡単。クラウドでの製品アップデートで常に最新機能を利用でき、サポート体制も充実。アプリ運営に必要な全てをオールインワンで提供

スピード開発

ノーコードの常識を覆す
自由度の高いデザインで個社ごとの
目的に応じたアプリを提供

クラウドで進化

年間200回を超える機能改善や
新機能を続々とリリース。
常に進化するプラットフォーム

カンタン運用・分析

直感的な操作で更新作業ができる
管理画面。専用アプリでのプレビューや
データ分析機能も充実

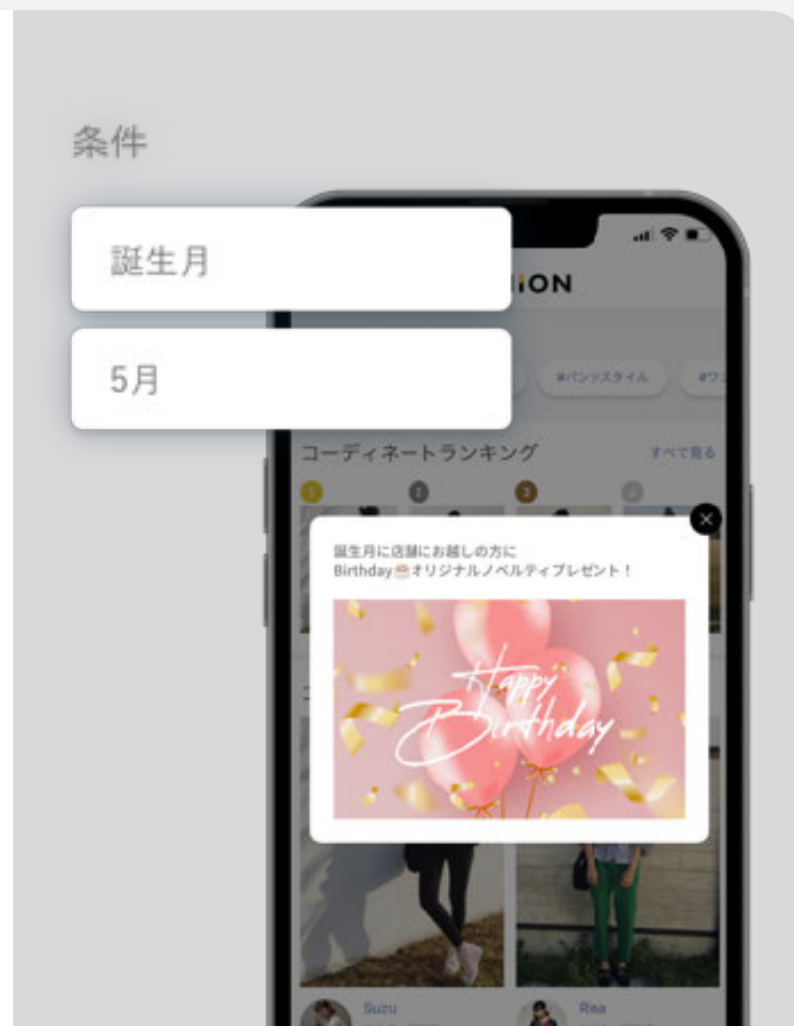
カスタマーサクセスの 支援

750アプリ以上からのノウハウを持つ
専門チームが集客や活用方法などを
支援し成功へコミット



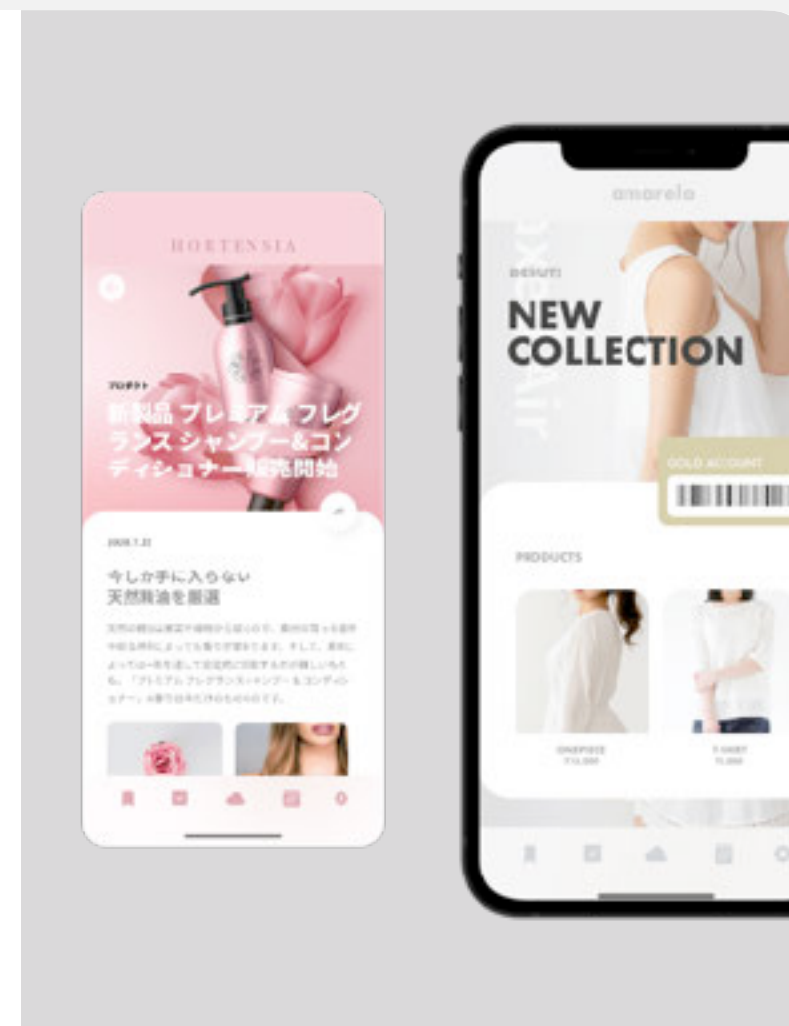
プッシュ通知

全体配信から
ユーザーを絞った
セグメント
プッシュまで



汎用機能

フリーレイアウト
機能など汎用機能で
デザインや
レイアウトの
自由度をアップ



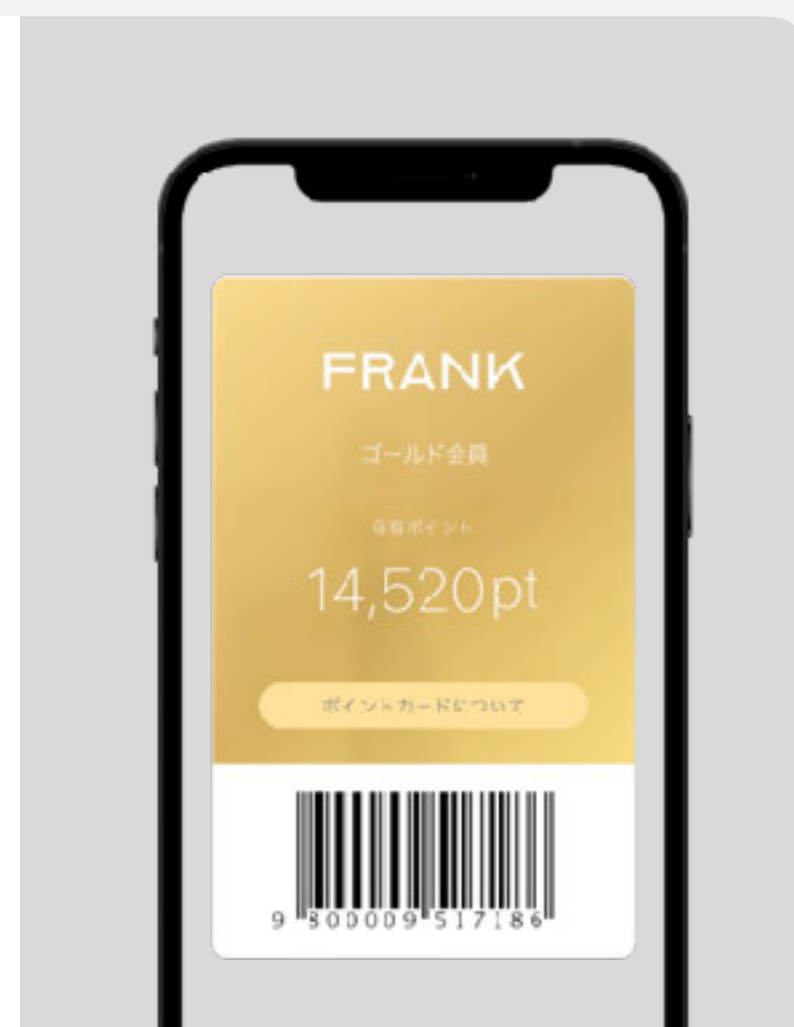
メディア機能

電子書籍、動画、
ニュース、音声など
主要なメディア機能を
網羅



マーケティング 機能

ポイントカード、
スタンプカード、
クーポン等
販促に活用できる



分析・ ダッシュボード

アプリ内の行動や
アクション、
流入などのデータを
可視化



マネジメント 機能

セキュリティ制限、
プレビュー用
アプリなど
アプリの活用法に
応じて運用、管理



アプリを中心とした顧客管理・ポイント管理など、 アプリCRM施策を実現

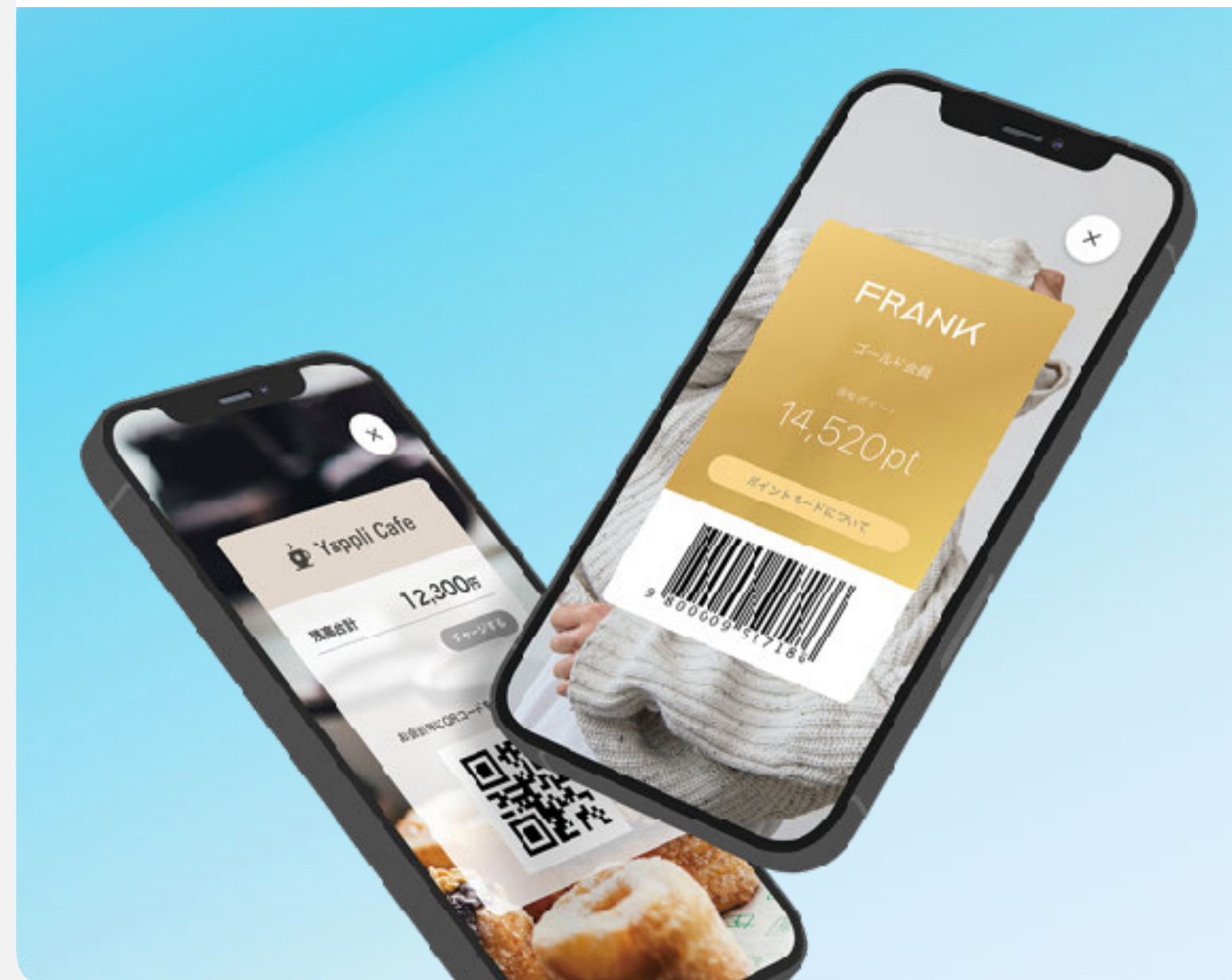
ノーコードの顧客管理

従来のシステム不要で顧客管理システムを開始。
誰でも簡単に使える管理画面で、
さまざまな施策を素早く実行、分析



ポイント・電子マネーの発行と管理

ポイントカードと電子マネーを
外部サービス連携なしで発行・管理。
会員ランク別のポイント発行も



セグメント・トリガー配信

顧客属性や行動に合わせた
セグメント・トリガー配信を
プッシュ通知で



ソリューション 製品の用途

ビジネス課題に応じたソリューションを企業向けに展開

- Yappli for Marketingは店舗DXとEC集客を軸とした小売業態向けの販促支援
- Yappli for Businessは社内や取引先などビジネスユーザー向けの情報配信ポータル



店舗/施設DX

デジタルとリアルの垣根をなくす

EC

ECの集客を強化



営業DX

自社の営業効率を向上させるBtoBポータルアプリ

組織コミュニケーション

社内の様々な情報を集約し、組織の生産性を
高める社内ポータルアプリ

OTHERS

メディア・エンタメ

もっと身近なメディアに

会員向けサポート

金融、不動産、福利厚生などの
契約者をサポート

自治体DX

自治体・行政の情報発信をアプリで

学校・教育

学生との窓口をアプリで

毎月の月額料金と導入支援のサービス売上により構成

アプリ数

795アプリ

×

サービス売上

導入支援
(初期制作やアプリ
マーケティング等)

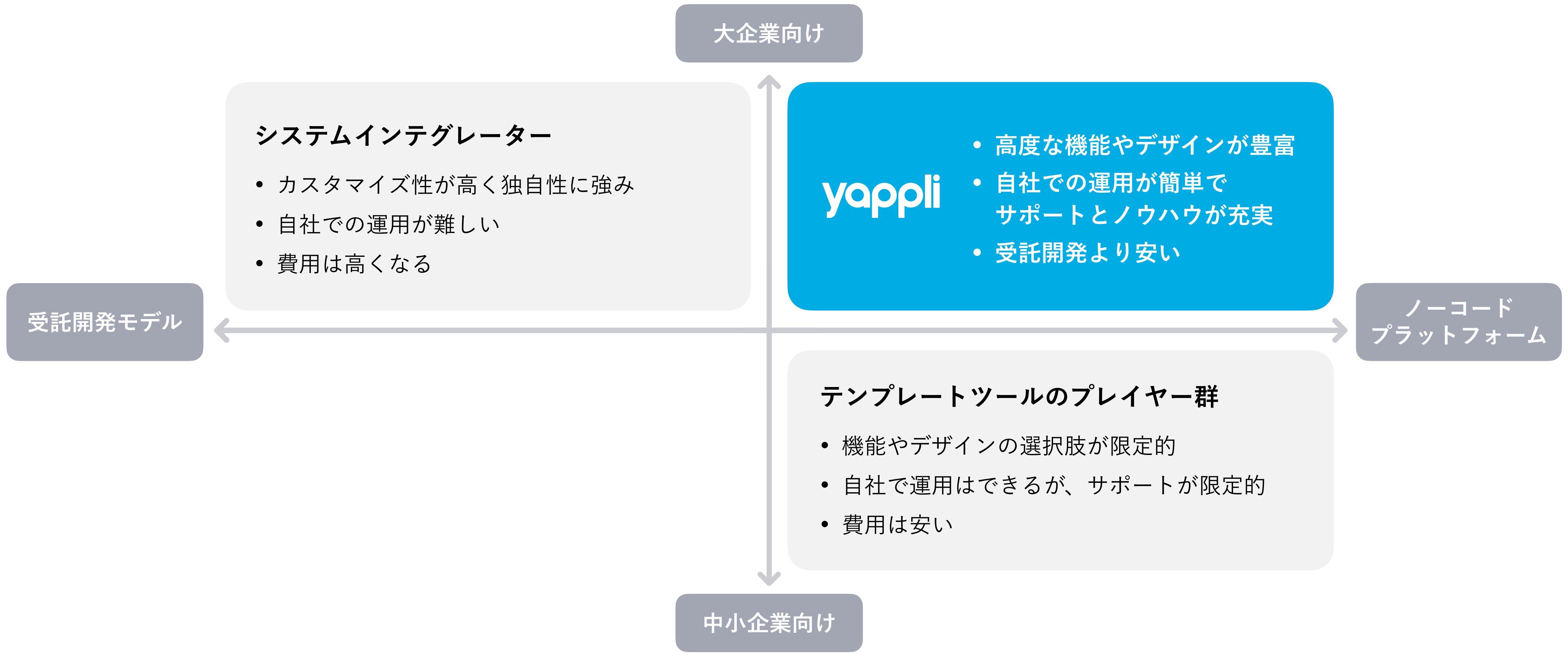
+

月額利用料

基本システム利用

オプション機能

大企業のハイレベルな課題にも対応できる ノーコード開発プラットフォームとして稀有な存在



プロダクトの継続的な強化により、高い優位性を構築

既存プレイヤー
新規参入

- 豊富な機能数
多彩なデザイン
- 直感的に操作できる
CMS
- 機能・OSの
アップデート
- 特許の取得
- 大手企業の
導入実績
- 解約率は
1%未満を維持

yappli

成長資金を投下し常に進化し続けている
プロダクトとビジネスモデル

2023年12月期 第1四半期 業績



売上高はYoY21.4%と順調、急速な経営効率化による初の四半期黒字化を達成

売上高 (YoY成長率)

11.9 億円 (21.4%)

ARR¹ (YoY成長率)

37.9 億円 (20.9%)

営業利益 (営業利益率)

0.7 億円 (6.0%)

契約アプリ数² (YoY成長率)

795 (8.6%)

平均月額利用料³ (YoY成長率)

39.7 万円 (12.1%)

解約率⁴

0.75%

注：本資料で開示している月額利用料はYappli Lite及び短期プランを含まない (1) 2023年度第1四半期末時点の月額利用料合計額に12を乗じた金額、Yappli Lite及び短期プランは含まない (2) 2023年度第1四半期末時点、Yappli Liteは含まない (3) 2023年度第1四半期末時点、Yappli Lite及び短期プランを含まない (4) グロスレベニューチャーンレート：部分解約を含む月間売上総解約率、2023年度第1四半期末時点の直近12カ月平均、Yappli Lite及び短期プランは含まない

P&Lサマリー 四半期

サービス売上¹が好調で、売上高がYoY、QoQ共に伸長。
経営体質改善が寄与し上場後初の黒字転換へ

単位：百万円

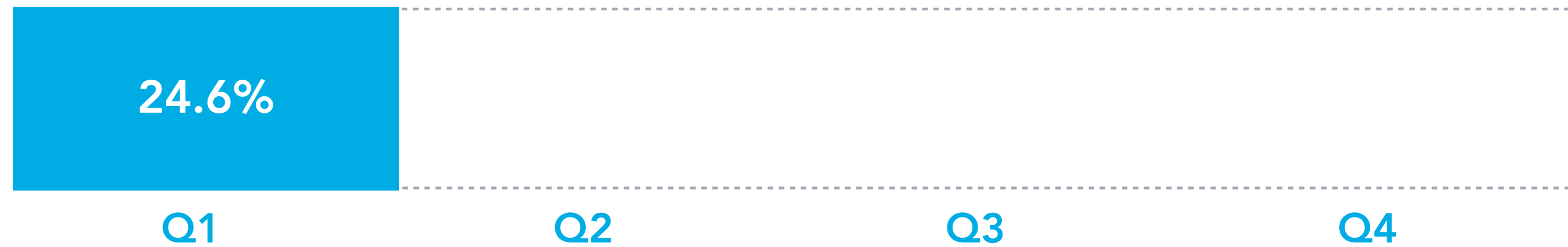
	2021			2022				2023		
	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	YoY	QoQ
売上高	768	835	949	981	1,018	1,011	1,131	1,191	21.4%	5.3%
月額利用料比率 ² (%)	79.3%	77.2%	74.0%	78.4%	79.3%	83.7%	79.3%	78.7%	0.3pt	-0.6pt
売上総利益	538	565	601	680	670	661	739	817	20.1%	10.6%
売上総利益率 (%)	70.2%	67.7%	63.4%	69.4%	65.8%	65.4%	65.3%	68.6%	-0.8pt	3.3pt
営業利益	-337	-196	-291	-393	-278	-27	-118	71	-	-
営業利益率 (%)	-43.9%	-23.5%	-30.7%	-40.1%	-27.4%	-2.7%	-10.5%	6.0%	46.1pt	16.5pt
EBITDA	-322	-180	-274	-378	-262	-11	-102	86	-	-
経常利益	-338	-196	-291	-393	-279	-29	-122	67	-	-
当期純利益	-340	-199	-294	-396	-281	-31	-231	42	-	-

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 初期制作やアプリマーケティング等、単発的に発生する各種導入支援による売上 (2) Yappli Lite及び短期プランを含まない

売上高進捗率

Q1の売上高は業績予想に対して24.6%で着地、
昨年度の進捗を上回るペースで推移

2023年度 通期業績予想下限 4,849百万円



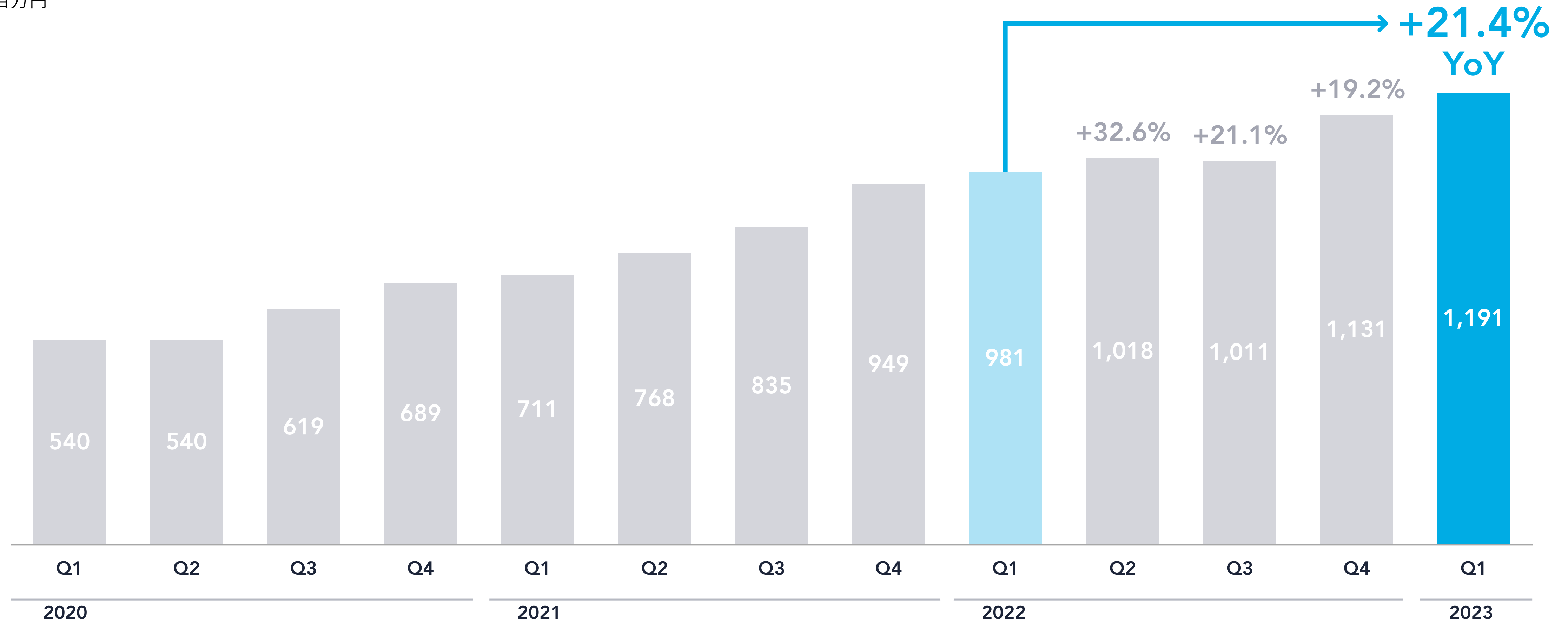
2022年度 通期実績 4,142百万円



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て。2023年度の進捗率は業績予想の下限に対する進捗率、2022年度の進捗率は実績値に対する進捗率。2023年度 第1四半期の業績予想上限に対する進捗率は23.3%

コスト効率を重視したバランス型の成長投資に舵を切りつつ、 売上高は21%超と順調に推移

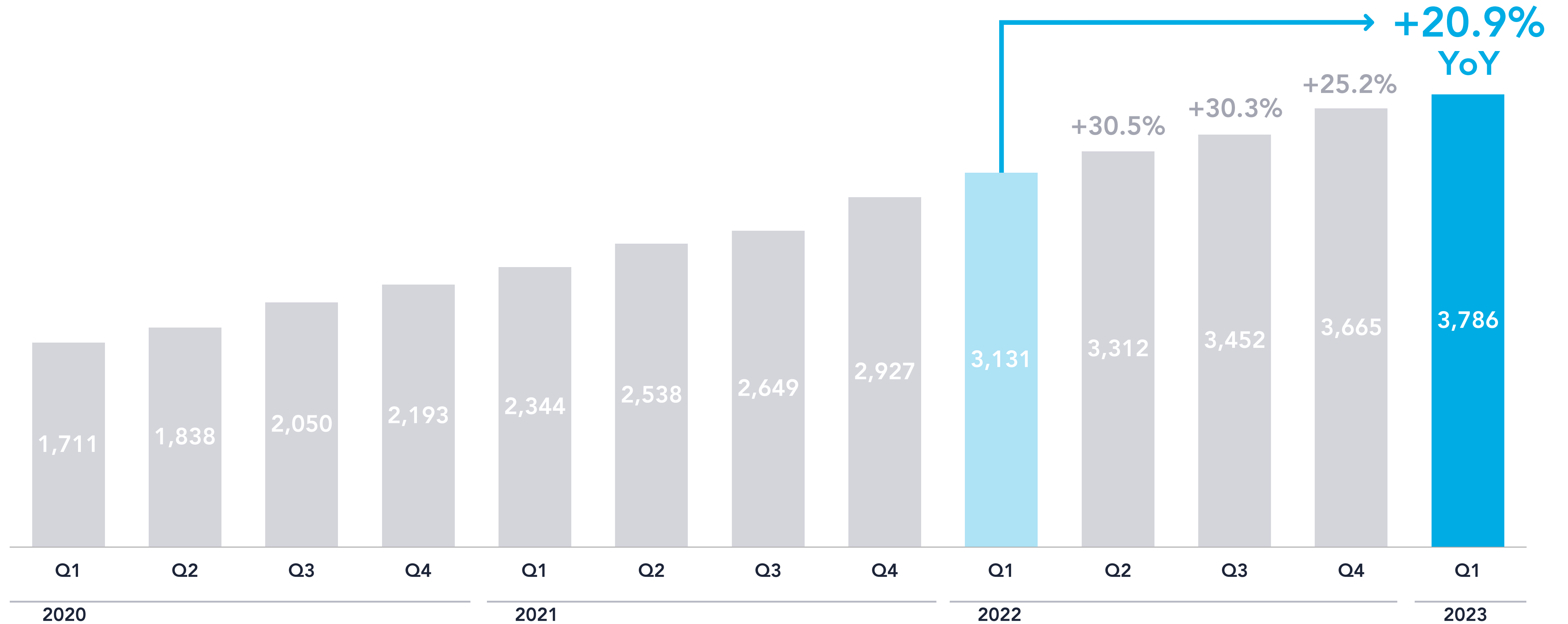
単位：百万円



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

ARR¹は37.9億円で成長率はYoY20.9%で着実に伸長

単位：百万円



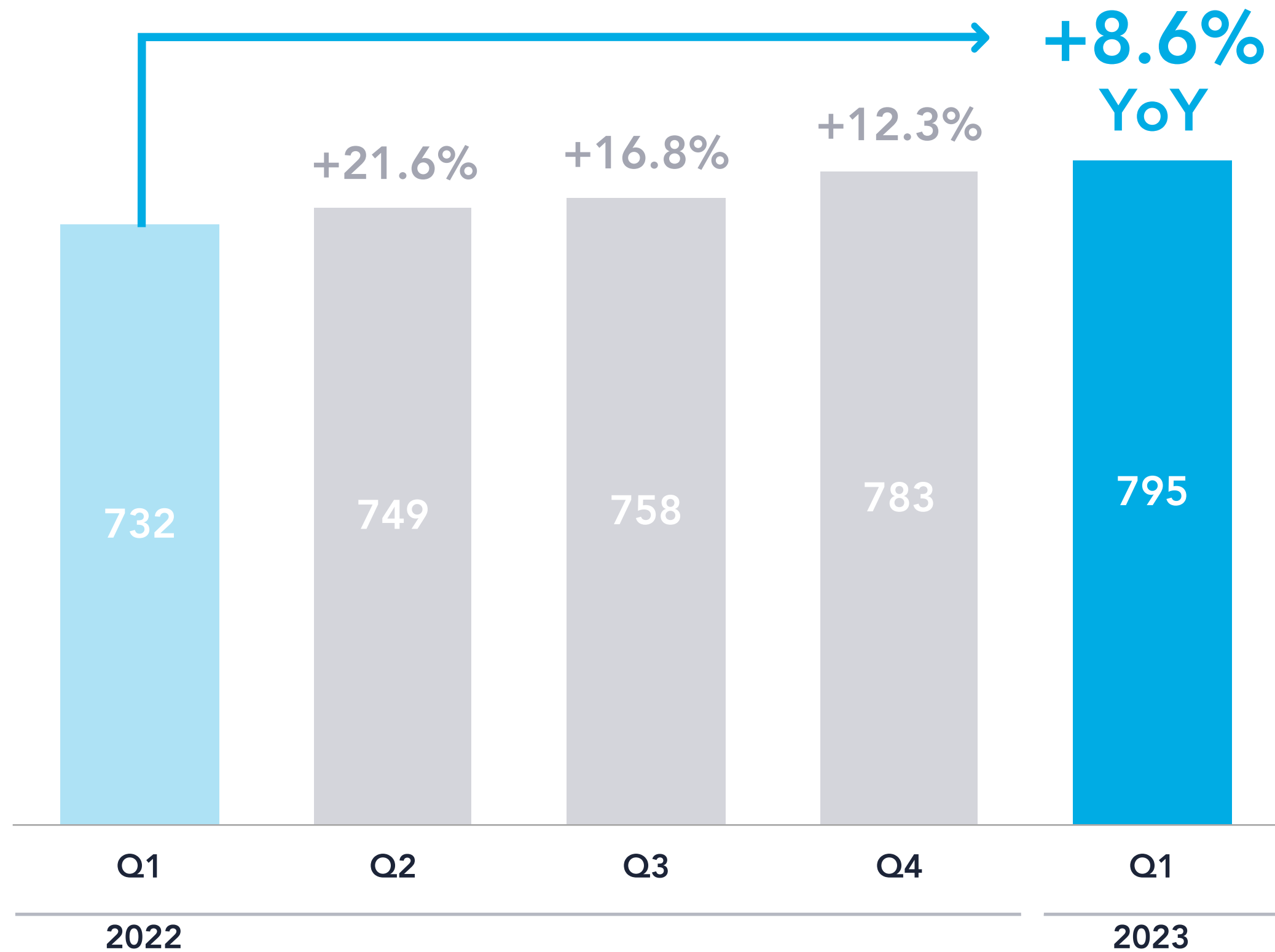
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 四半期末時点の月額利用料合計額に12を乗じた金額、Yappli Lite及び短期プランは含まない

契約アプリ数と 平均月額利用料

Yappli CRMやオプション機能等が寄与して高単価案件が増加し、平均月額利用料は12.1%の高水準の成長を継続

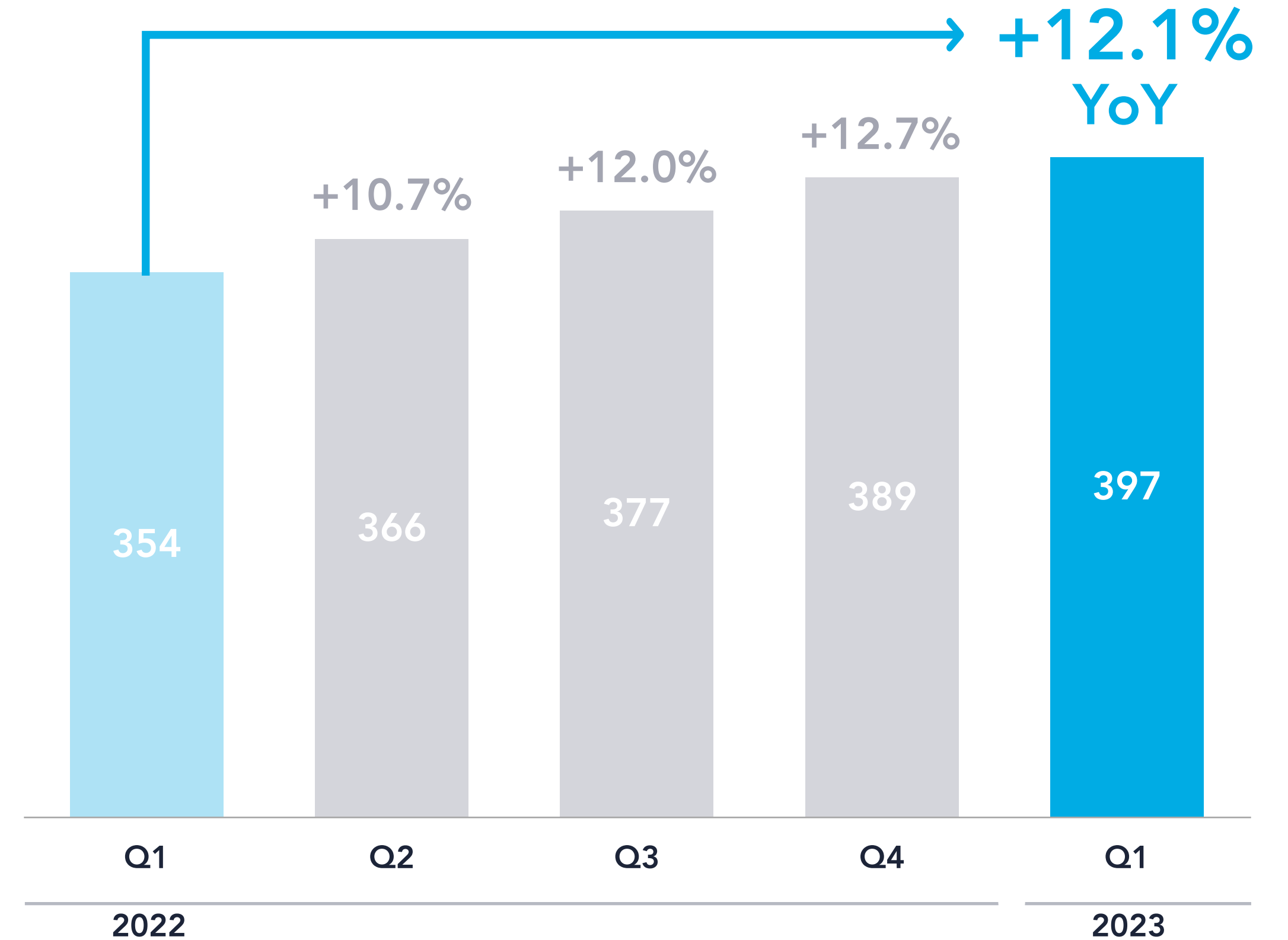
契約アプリ数¹

単位：アプリ数



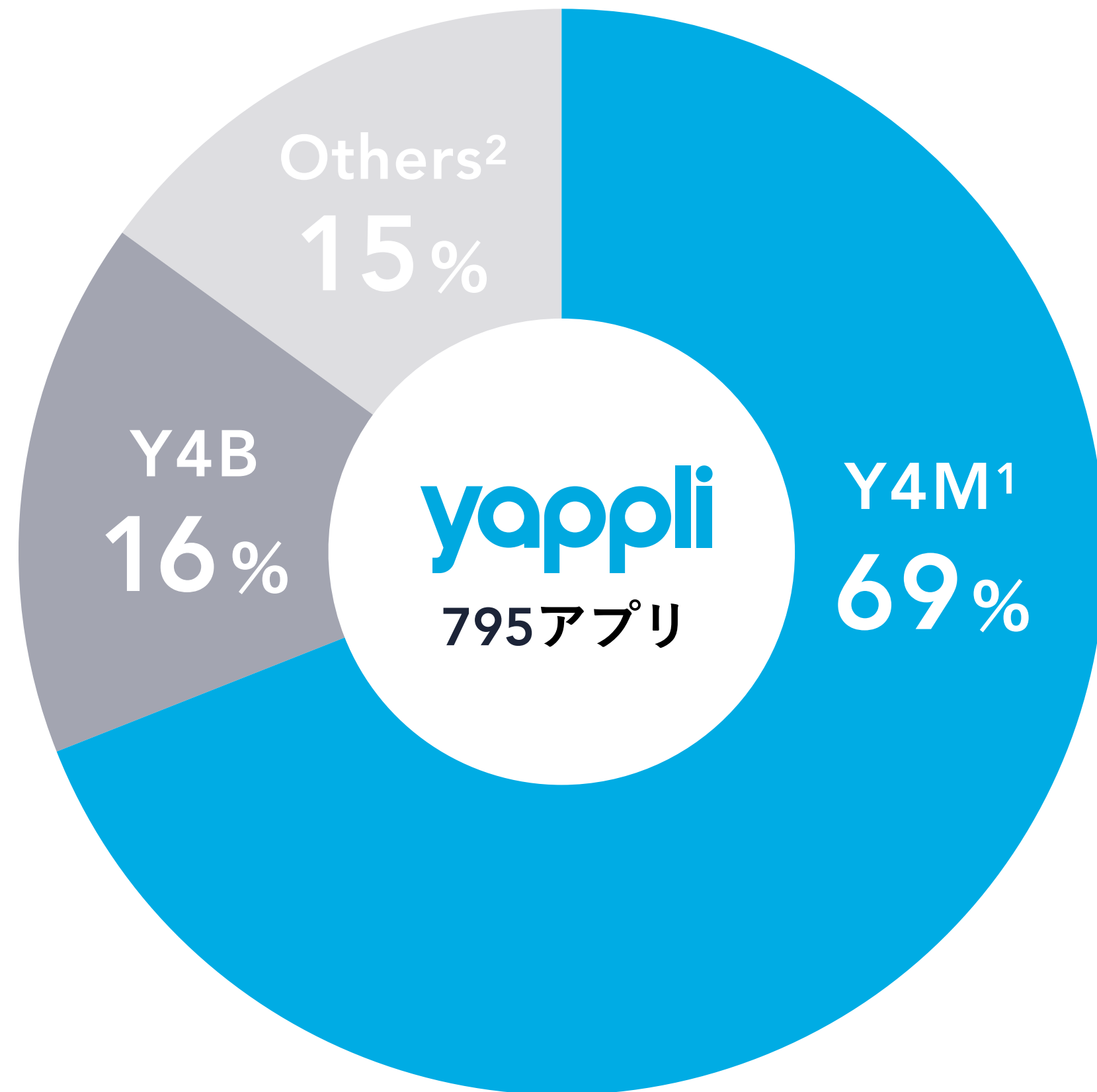
平均月額利用料²

単位：千円



注：(1) 四半期末時点、Yappli Liteは含まない (2) 四半期末時点、Yappli Lite及び短期プランを含まない

様々な業界がYappliを利用、内訳比率は大きな変更なし



Yappli for Marketing¹

548アプリ

Yappli for Business

131アプリ

Others

116アプリ

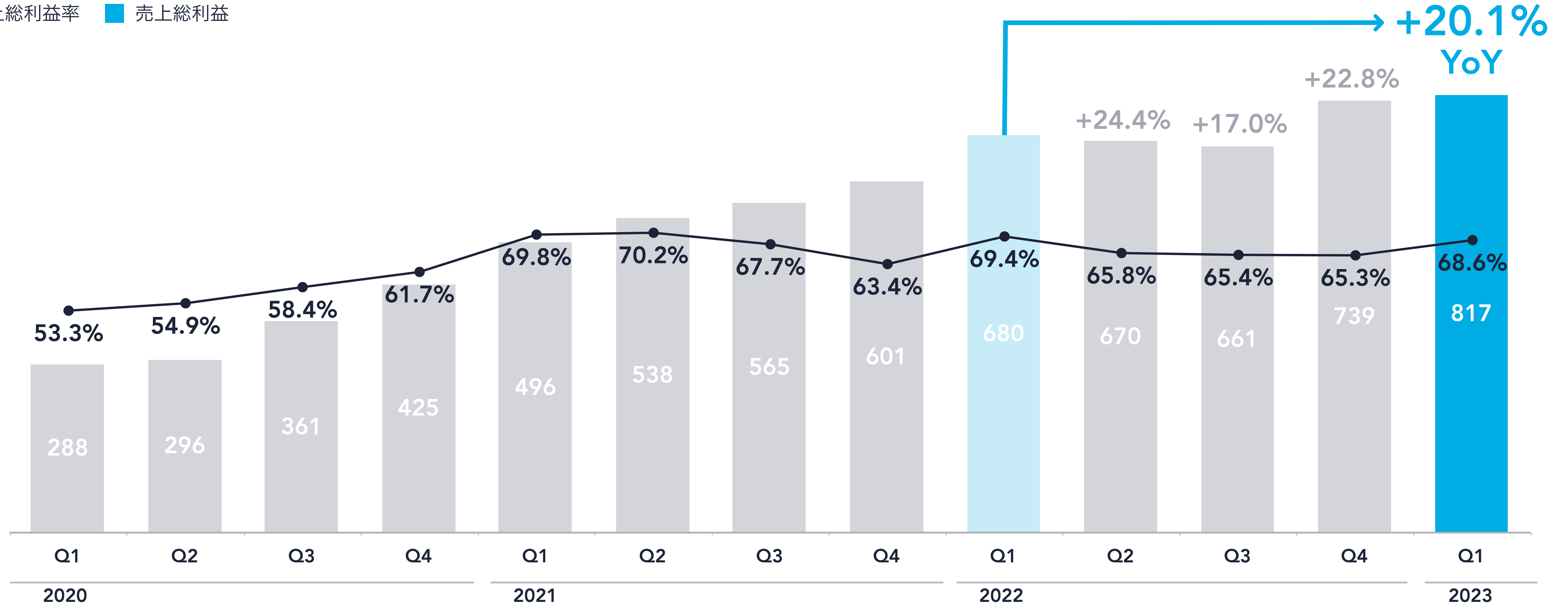
注：2023年度第1四半期末時点、Yappli Liteは含まない (1) 2022年度末までOthersの一部だったオウンドメディア系のアプリが今期からYappli for Marketingに移動 (2) Yappli for Media & Entertainment、Yappli for Schoolなどその他のソリューションを含む

売上総利益 四半期

売上高の拡大と適切なコストコントロールで粗利は 8.2億円へ伸長、粗利率も健全な水準を維持

単位：百万円

● 売上総利益率 ■ 売上総利益



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

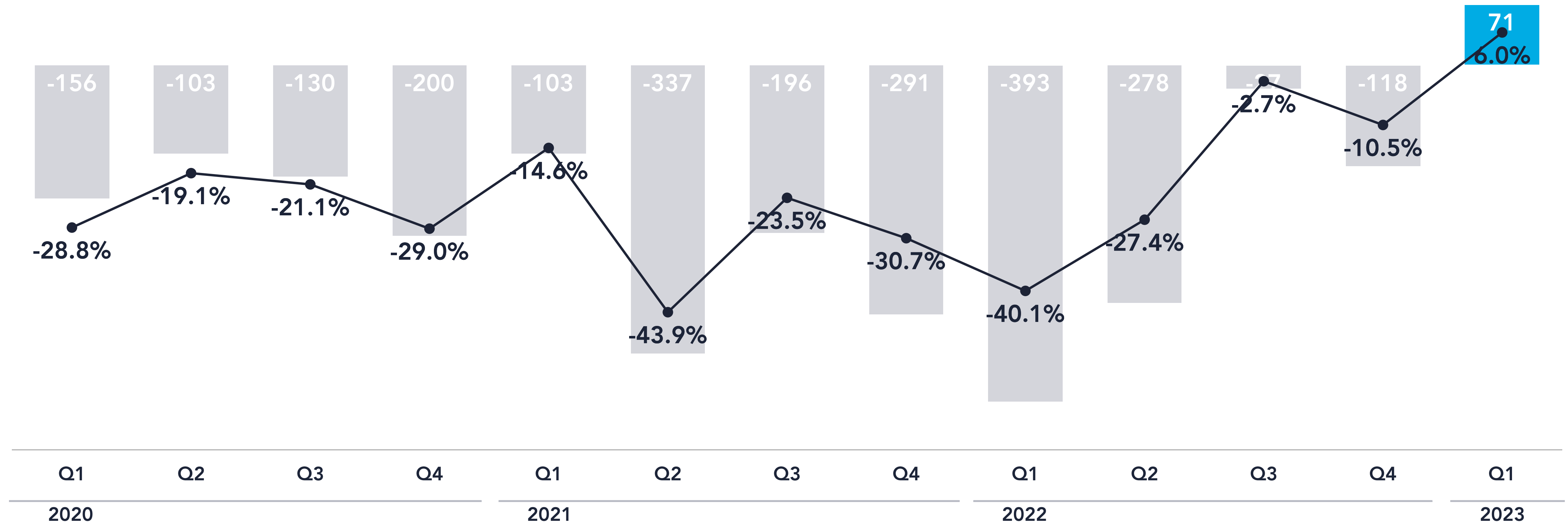
営業利益 四半期

営業利益は71百万円で上場来初の黒字化を達成

マス広告の効率化と広宣費の一部調整や人件費の抑制、為替影響等の要因により前倒しで黒字化を実現

単位：百万円

● 営業利益率 ■ 営業利益



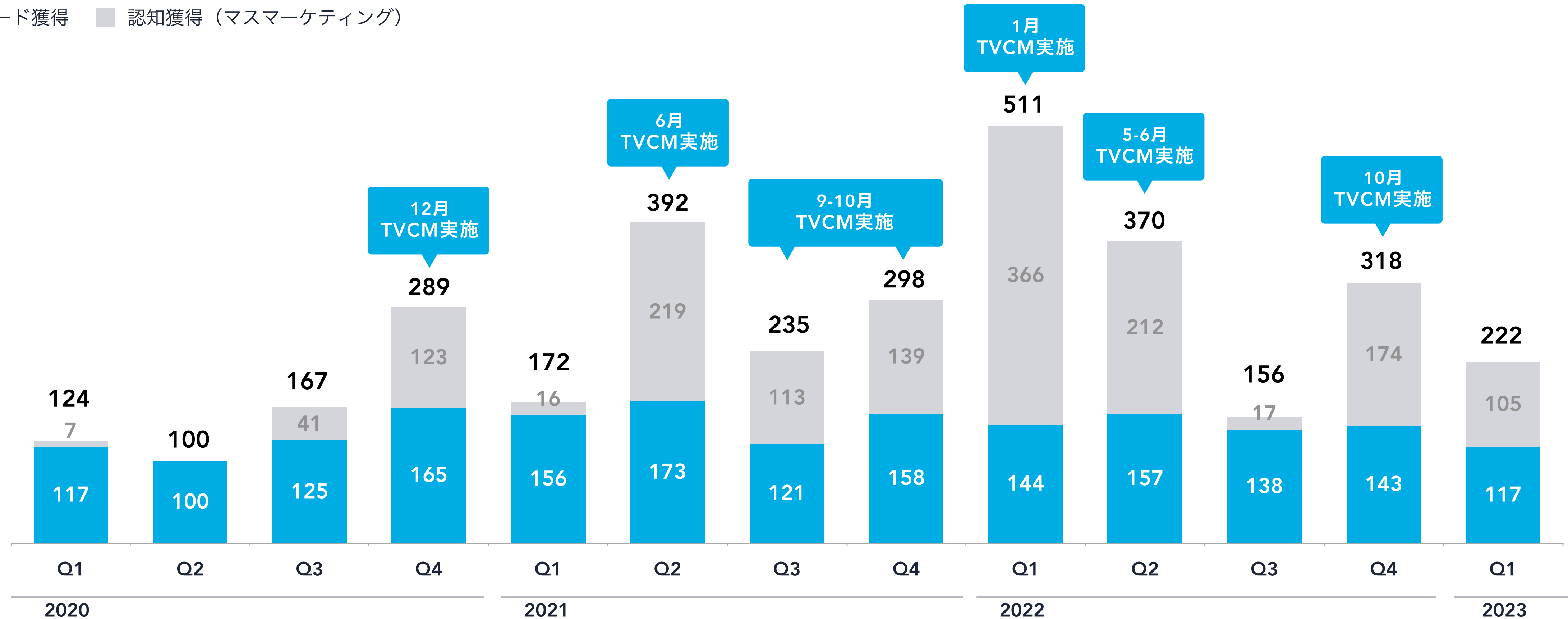
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

広告宣伝費¹ 四半期

広告宣伝費はマスマーケの効率的な運用と一部調整で約2.2億円に着地。マスマーケは認知率「維持」の範囲で投資

単位：百万円

■ リード獲得 ■ 認知獲得（マスマーケティング）

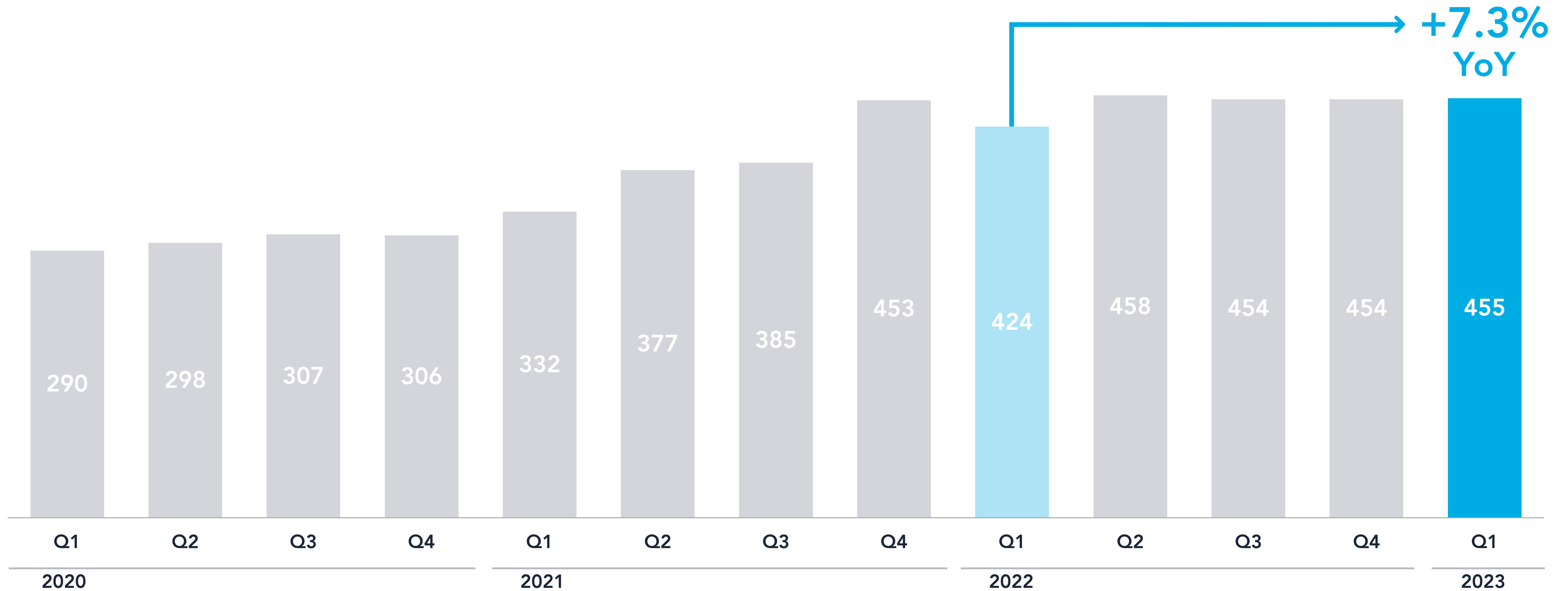


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) PRなどの顧客獲得目的以外の広告宣伝費は除く

人件費¹ 四半期

人件費¹は昨年来の生産性重視のコストコントロールで、
QoQはフラット、YoYも7.3%に抑制

単位：百万円



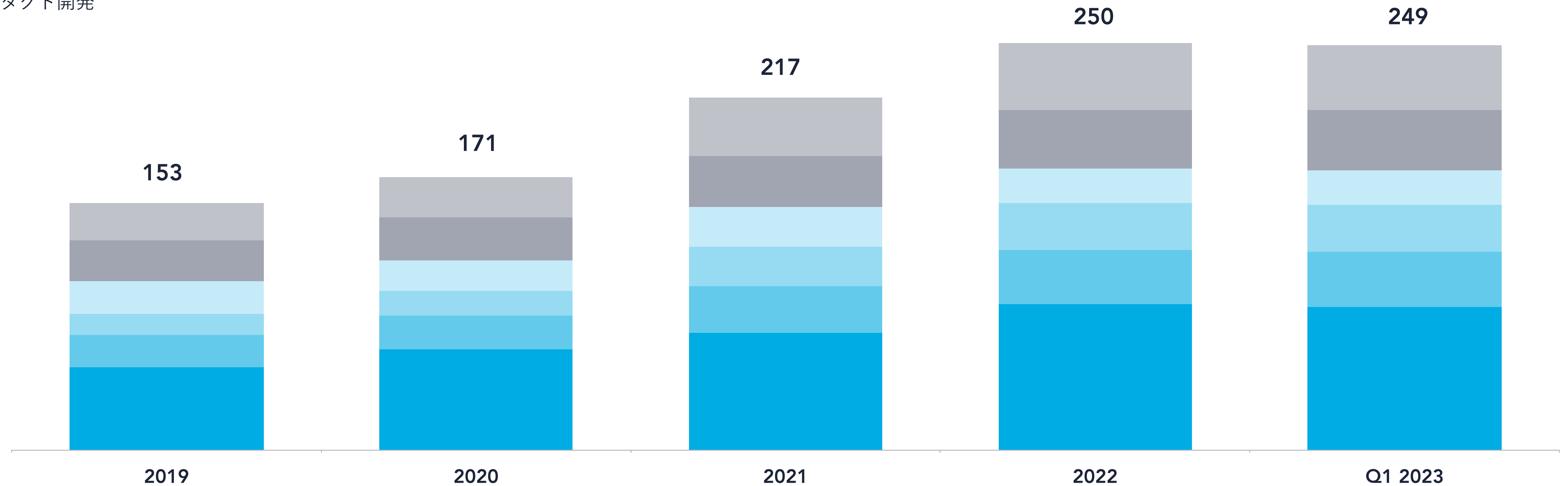
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む

正社員数

計画通り人員数はQoQで維持。一人当たりの生産性を向上させ、継続的な売上成長と利益創出を目指す

単位：人

- コーポレート・その他
- セールス
- マーケティング
- カスタマーサクセス
- インプリメンテーション（導入）
- プロダクト開発



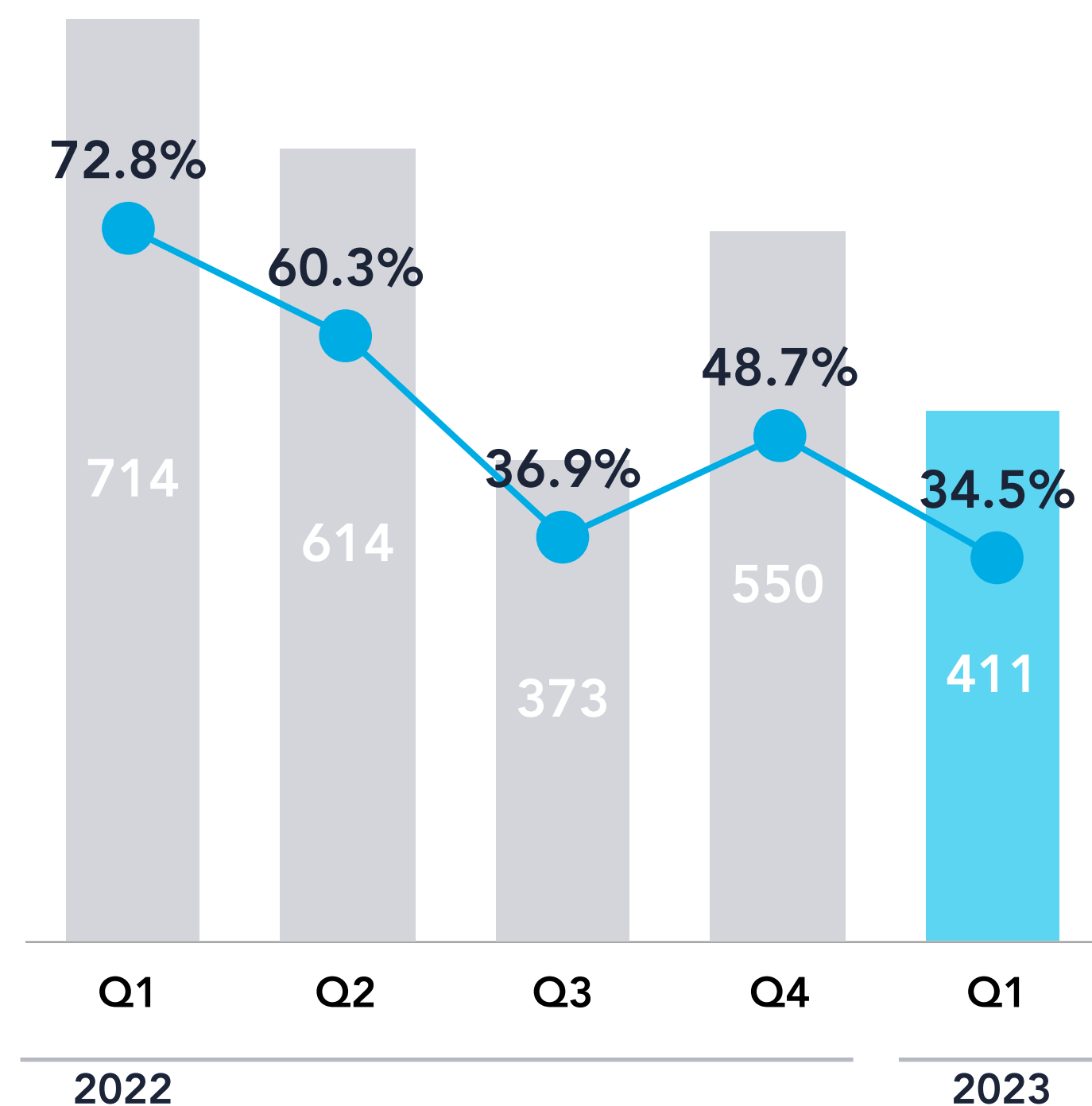
注：年度末・四半期末時点の正社員数を表示

販管費の内訳

販管費は全体的に抑制。S&M¹の比率は効率化で減少傾向、R&D³は継続的な成長に向けて引き続き注力

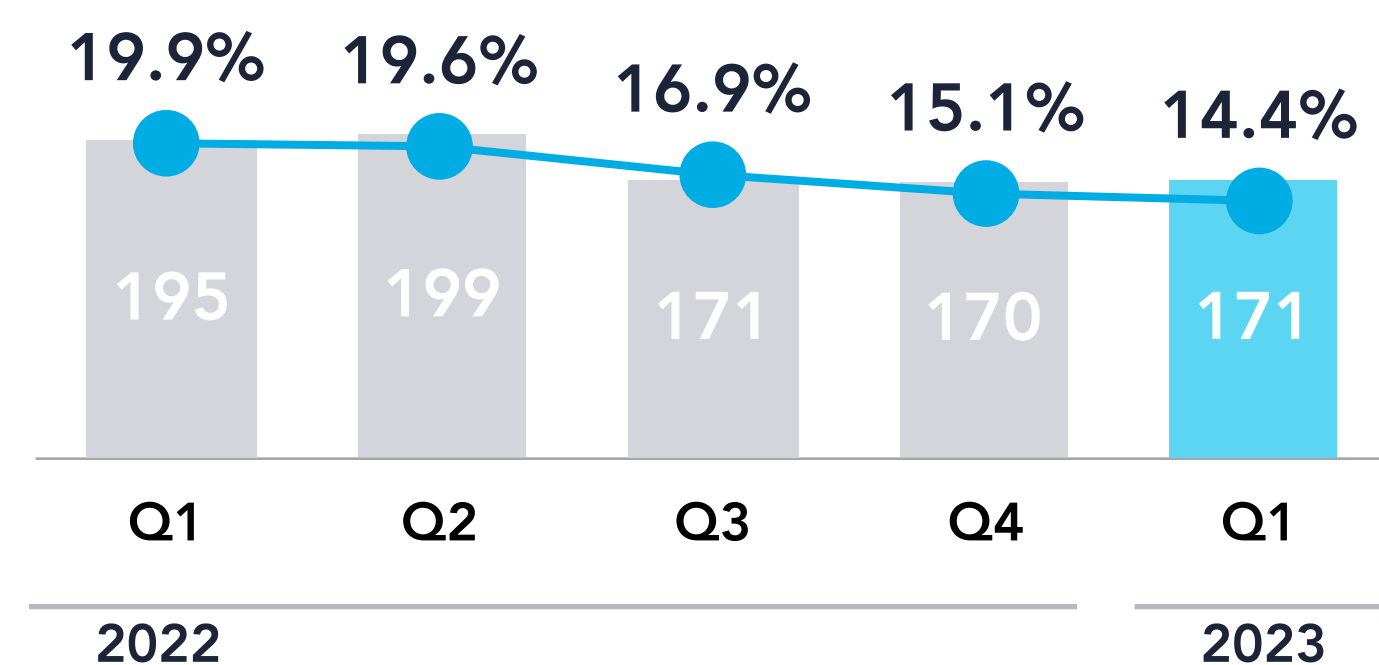
S&M¹

単位：百万円



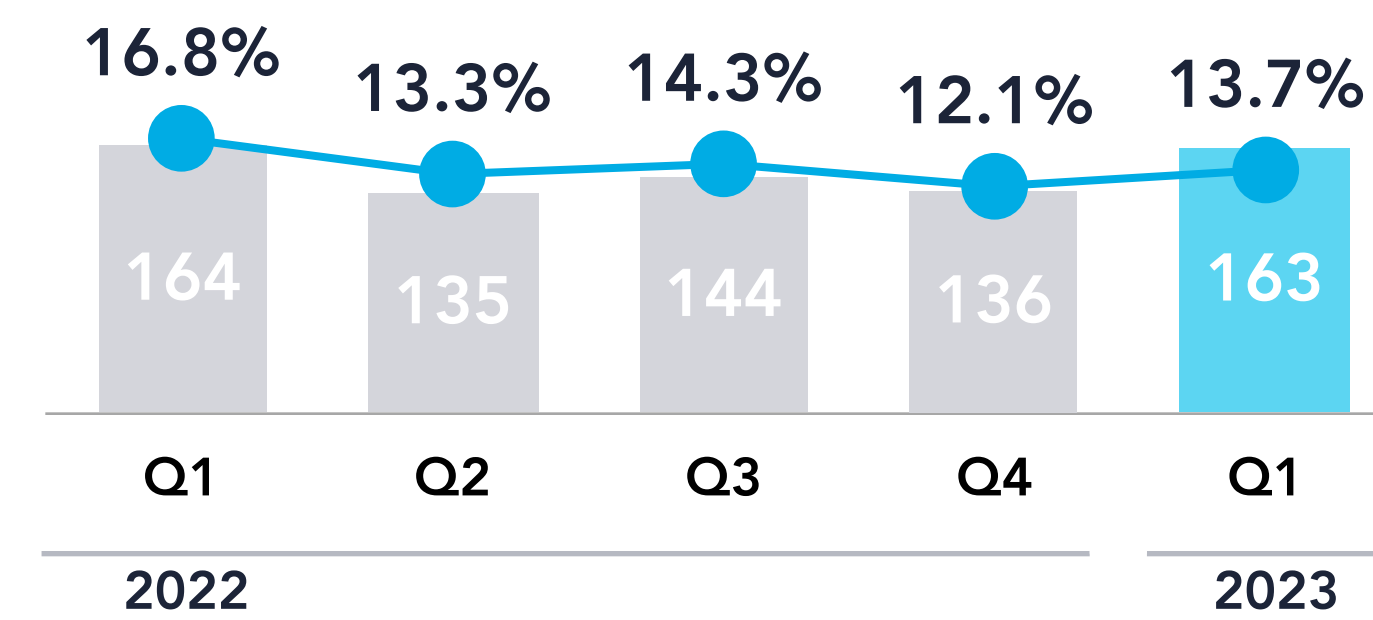
G&A²

単位：百万円



R&D³

単位：百万円

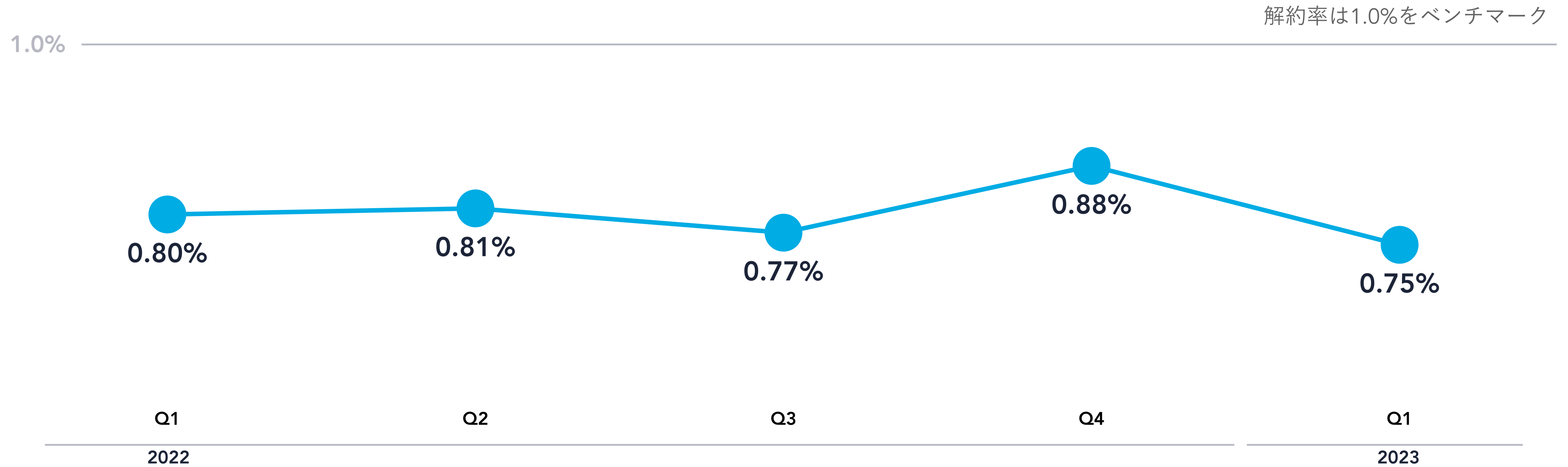


注：売上高比率の%を表示。S&M、G&A、R&Dの各数値については、有限責任あずさ監査法人による監査及びレビューを受けておりません。また、S&M、G&A、R&Dは財務会計上の数値ではなく、管理会計上の数値を記載しております

(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件費や関連する経費及び共通費等を合計

解約率 (LTM)¹

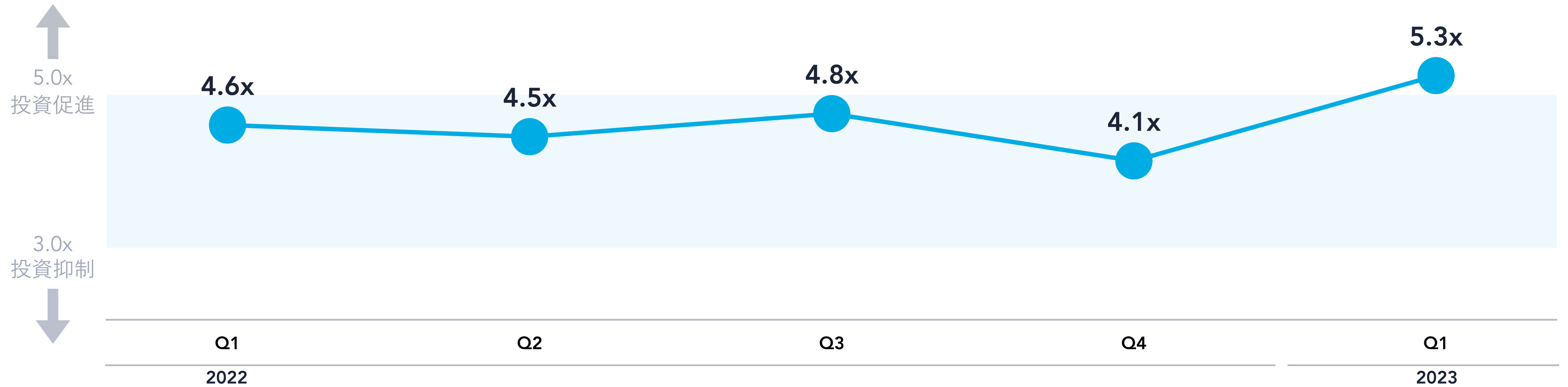
Q1のチャーンレート¹は0.75%で着地、1.0%以下を維持



注：(1) グロスレベニューチャーンレート：部分解約を含む月間売上総解約率、四半期末時点の直近12カ月平均、Yappli Lite及び短期プランは含まない

LTV/CAC (LTM)¹

広告宣伝費の効率化と売上順調によりLTV/CAC¹は5.3xと急伸



注：(1) Lifetime Value（顧客生涯価値）とCustomer Acquisition Cost（顧客獲得単価）の比率。四半期末時点の直近12カ月平均。Yappli Liteは含まない

事業ハイライト

3

Yappli for Business 営業支援

ストア
非公開
アプリ

オムロン ヘルスケア株式会社
営業活動支援アプリ

商品・販促資材の在庫確認および発注業務をいつでも手元からできるように。代理店担当者の業務効率を向上



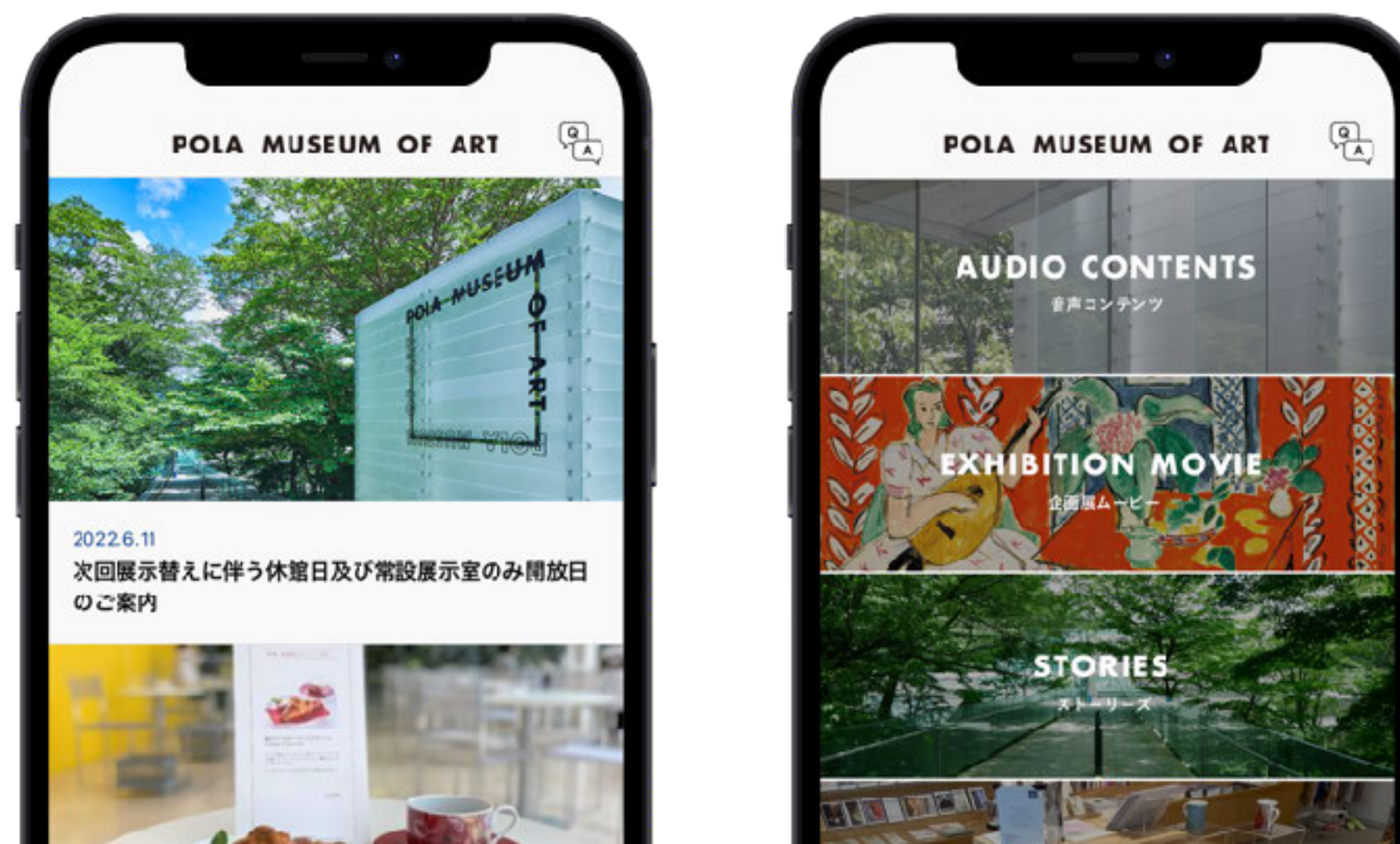
Yappli for Marketing 施設DX

POLA MUSEUM
OF ART

公益財団法人ポーラ美術振興財団
ポーラ美術館

ポーラ美術館公式アプリ

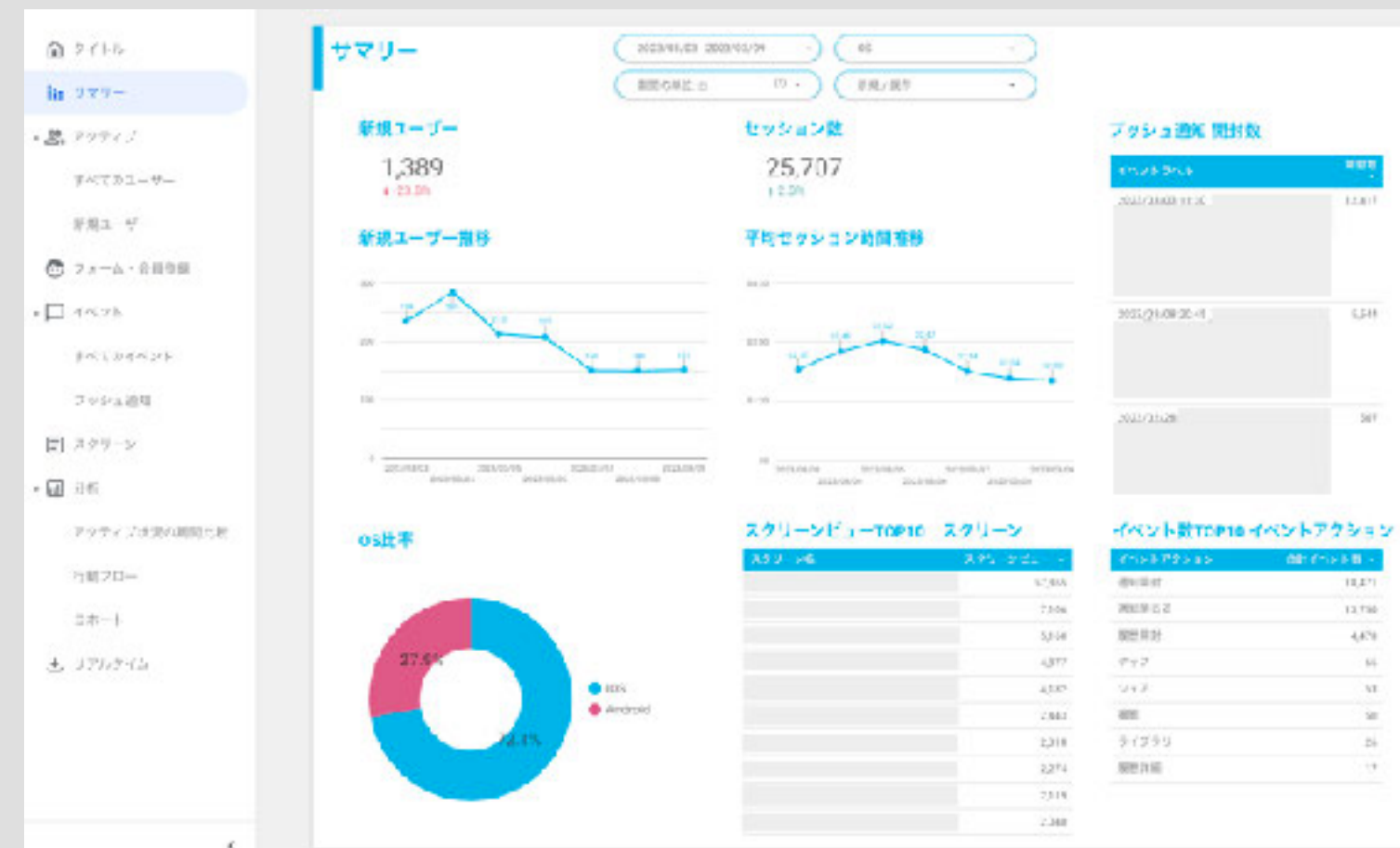
館内マップ、展覧会のお知らせ、特典スタンプ、オンラインチケットの購入等、アプリで来館者との関係を構築



YappliとYappli CRMで新機能・連携を次々にリリース

独自のアプリデータ分析ツール Yappli Analyticsの提供を開始

アプリ運用で成果を出すために
必要不可欠なデータ分析を
誰でも簡単に行うことが可能に



Yappli CRM メール配信

顧客属性や行動データによるメール配信を可能に。
アプリのプッシュとメール配信の両方で、
より効果的な施策を実施



サイズレコメンドエンジン 「unysize」と連携開始

アプリ上のECサイトにサイズレコメンドを提供。
株式会社アーバンリサーチの
公式アプリ内でもunysizeの運用が開始



経営体制強化に向けた、新任取締役の就任

新たな製品・事業開発が重要になるフェーズにおいて、高い専門性とリーダーシップを兼ね備えたプロダクトとビジネスの部門トップが取締役に就任し、さらなる経営強化へ

山本崇博

2019年より執行役員CMOとしてマーケティング本部を統括し、2023年にCOOに就任した山本が、事業成長をさらに強固に



佐藤源紀

2018年より「Yappli」の技術および開発組織の強化に携わり、2022年に執行役員CTOに就任した佐藤が経営視点で製品開発を統括



成長戦略

4

既存事業Yappliを中核に、新製品Yappli CRMを第2の柱へ

3つの山を登り、企業のあらゆる課題を解決するモバイルDXカンパニーを目指す



今後の成長 ポテンシャル

Yappliの広大な市場ポテンシャル

Yappliを軸にCRMに進出し、CX/デジタルマーケティング領域をより深く開拓。
さらなるプロダクトの拡充により、国内ソフトウェア市場全体も視野に



注：(1) デロイトトーマツミック経済研究所株式会社「S I・開発サービス市場の実態と展望2017年度版」 (2) Serviceable Available Market：当社サービスが現在獲得できる可能性がある市場規模 (3) 富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2022年版」(2022年7月)掲載のソフトウェア「CX/デジタルマーケティング」カテゴリー 市場規模の2026年度の予測値 (4) Total Addressable Market：当社が将来的に獲得できる可能性がある最大の市場規模 (5) 富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2022年版」(2022年7月)掲載のソフトウェア市場規模の2026年度の予測値

1 - コア事業 Yappliの成長戦略

既存ソリューションの深耕と新ソリューションの拡大

for Marketingなどの主力ソリューションの機能開発を行い、それら機能を横展開・応用させて新しいソリューションへとビジネスを拡大させる

yappli

→ アプリの新しい用途を開発し、新市場を開拓

For Marketing



For Business



For Media&Entertainment

For School

For Government

機能追加・改善で主力ソリューションのシェア拡大

企業規模別アプローチで売上最大化を目指す

企業規模に応じた組織構成と営業戦略で、単価と件数による売上最大化を目指す

	企業規模 (従業員数)	ターゲット社数 ¹	アプローチ指針	提供製品や機能
エンタープライズ	4,000人以上～	600社	コアマーケット CRMのクロスセルや 付加価値の高い機能提案で 単価と件数の最大化を目指す	<ul style="list-style-type: none">・ Yappli for MarketingとYappli CRMのクロスセル・ データ分析やセキュリティ等のハイエンドな機能提供 <p>Yappli for BusinessやYappli for Companyなどの ソリューション領域を拡大</p> <p>プッシュ通知などのターゲティング機能活用</p>
ミッドマーケット	100～3,999人	5.2万社		
スモールビジネス	～99人	116万社	チャレンジマーケット 価格を抑えたLite版の提供 などで件数増加を目指す	<p>Yappli 中小企業向けプラン (Yappli Lite含む)</p>

注：(1) 株式会社ユーザベースのデータベース“FORCAS”より

2 - 挑戦事業

Yappli CRMの成長戦略

Yappli CRMを第2の柱へ。

エンジニアを中心に社内リソースを昨年度対比3倍に

アプリだけでないマルチチャンネルにリーチできるハブ製品として、単独販売可能なプロダクトへ

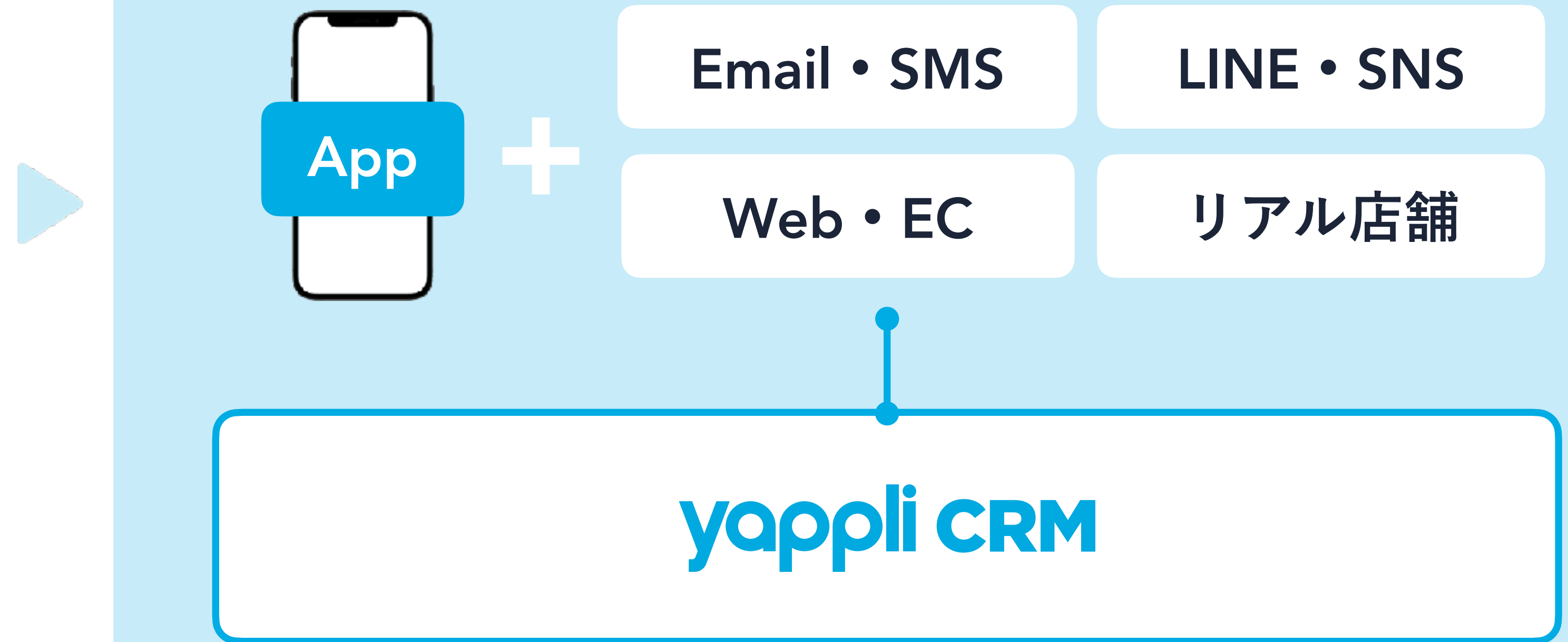
現状

連携先はYappli製アプリのみ



今後

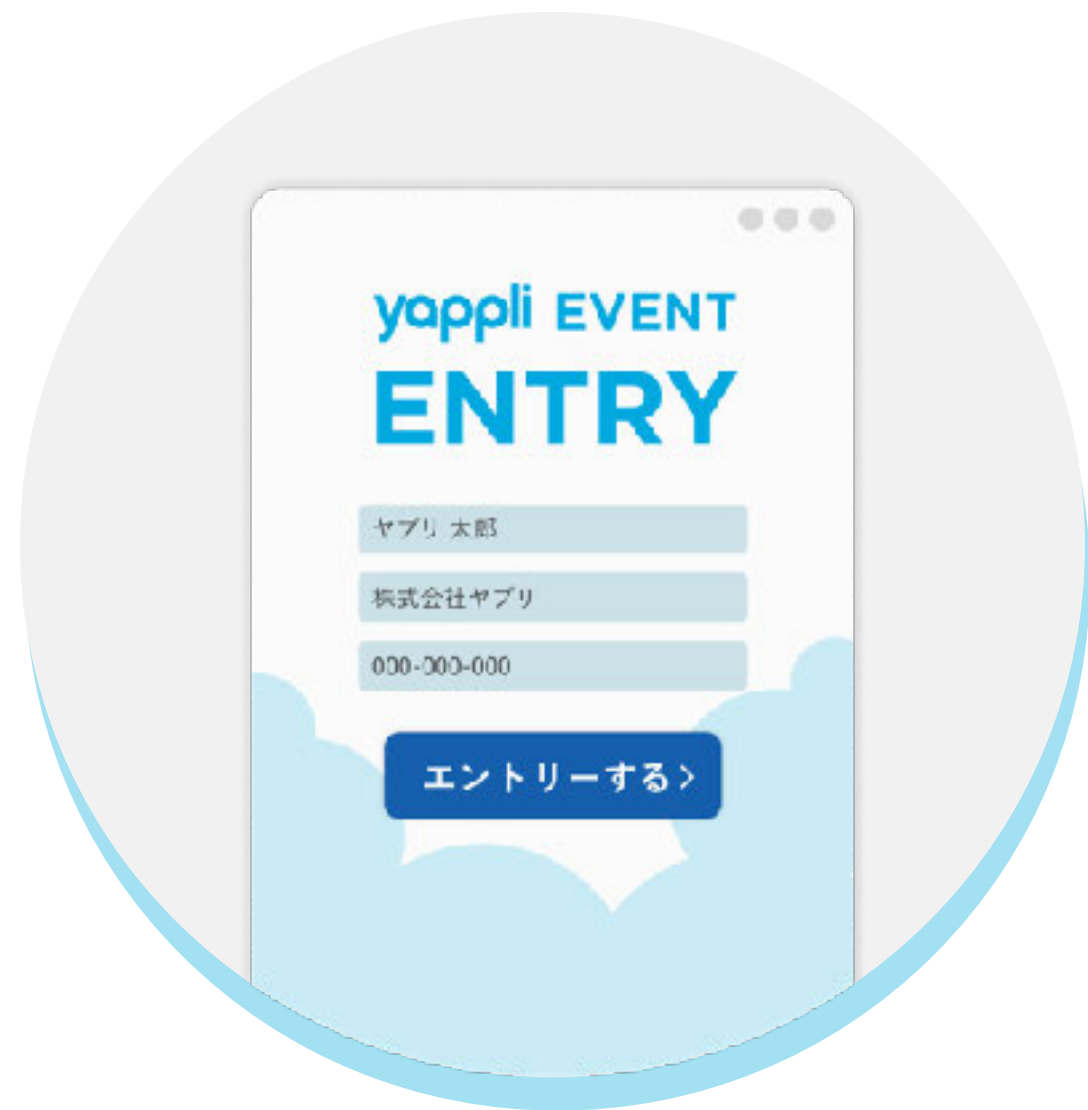
アプリ以外のチャンネルとも連携可能に



ウェブでの顧客化から、アプリでのエンゲージメントまで、 カスタマージャーニーをアプリ製品でワンストップ提供

1

Yappli CRMで生成された
申し込みフォームで顧客化



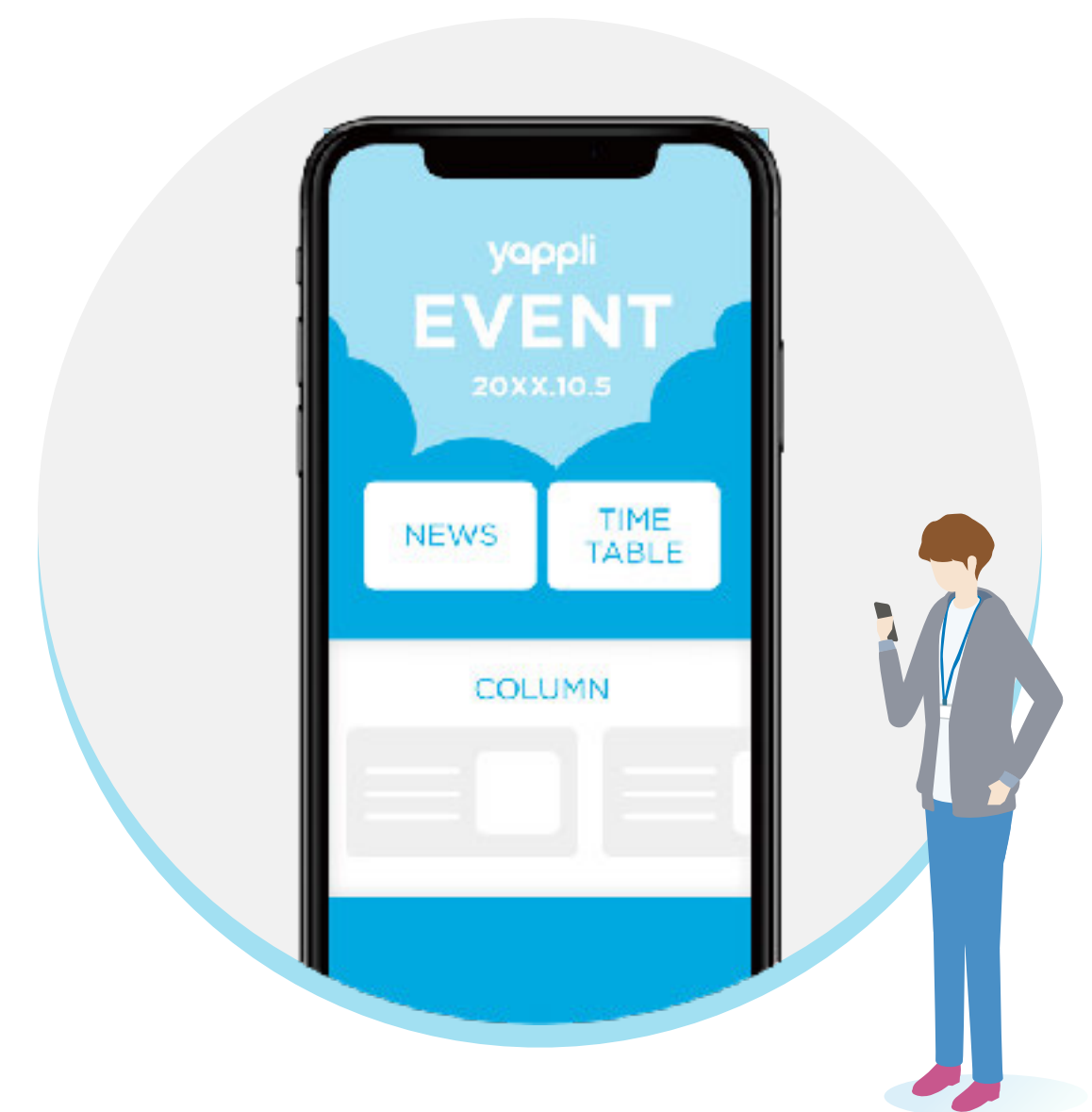
2

メール・SMSでアプリDLの
おすすめ配信



3

アプリでより良い体験提供
エンゲージメント強化へ



M&Aを通じてプロダクトロードマップの周辺領域を取り込み アプリ外のチャネル開拓を継続的に強化

M&Aの基本的な方針

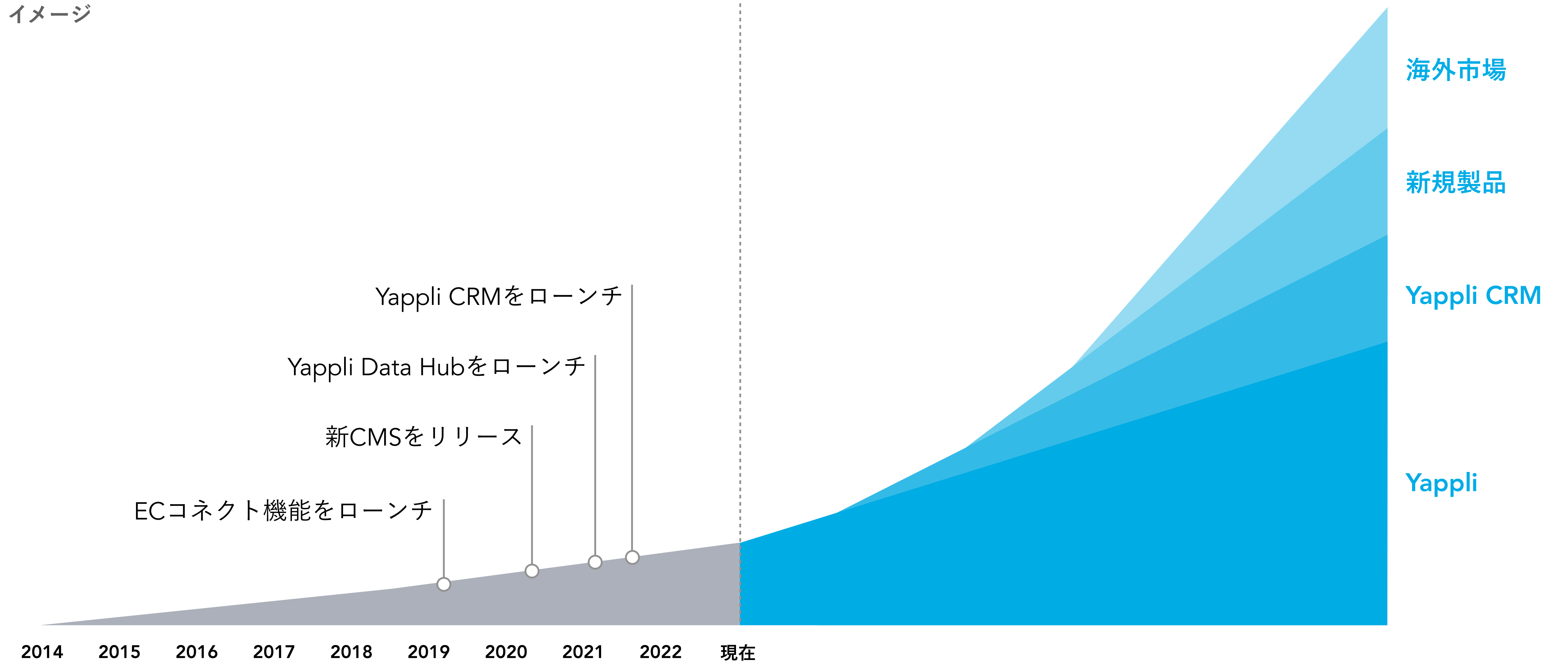
1 既存プロダクト拡張

- ・ 既存プロダクトのマルチチャネル化を加速する製品群の取得
タッチポイントの拡充：メール、SMS、SNS、ECなどの連携製品
既存製品のバックエンドを強化するサービス：CDP、Web CMS
- ・ モバイルDX実現のラストワンマイルを担う
DXコンサルなどのサービス

2 顧客基盤の拡充

- ・ 同類企業の取得による顧客基盤の強化と新規顧客の獲得を目指す
過去の事例：GMO Tech社のアップカプセル事業（2019年）
- ・ 新機能を通じたアップセルなどではなく、
直接的な売上高への貢献を期待

レベニューソースの多層化による成長の加速を志向



補足資料

5

収益・費用の内訳

P&Lのサマリー

単位：百万円

	2020	2021	2022	Q1 2023
売上	2,390	3,263	4,142	1,191
売上原価	1,018	1,061	1,390	373
売上総利益	1,372	2,202	2,751	817
<i>margin %</i>	57.4%	67.5%	66.4%	68.6%
販管費	1,962	3,130	3,570	745
S&M ¹	1,460	1,906	2,253	411
G&A ²	491	632	736	171
R&D ³	9	591	580	163
営業利益	-590	-928	-818	71
<i>margin %</i>	-24.7%	-28.4%	-19.8%	6.0%
EBITDA	-530	-866	-755	86
<i>margin %</i>	-22.2%	-26.5%	-18.2%	7.2%

売上原価の内訳

単位：売上高比率 %

	2020	2021	2022	Q1 2023
変動費	15.6%	19.1%	19.7%	19.4%
労務費 ⁴	6.0%	6.5%	5.9%	5.9%
その他	9.6%	12.6%	13.8%	13.5%
固定費	27.0%	13.4%	13.9%	12.0%
労務費 ⁵	16.0%	9.5%	9.7%	8.1%
その他	11.1%	4.0%	4.2%	3.8%

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て。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うけておりません。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労務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労務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労務費や関連する経費及び共通費等を合計 (4) ディレクターとデザイナーの労務費 (5) エンジニアの労務費

貸借対照表

単位：百万円

	2020	2021	2022	Q1 2023
流動資産合計	2,434	2,466	2,443	2,349
現金及び預金	2,024	1,867	1,650	1,594
固定資産合計	427	528	399	385
流動負債合計	569	624	705	585
固定負債合計	222	118	793	756
純資産合計	2,070	2,251	1,344	1,392

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

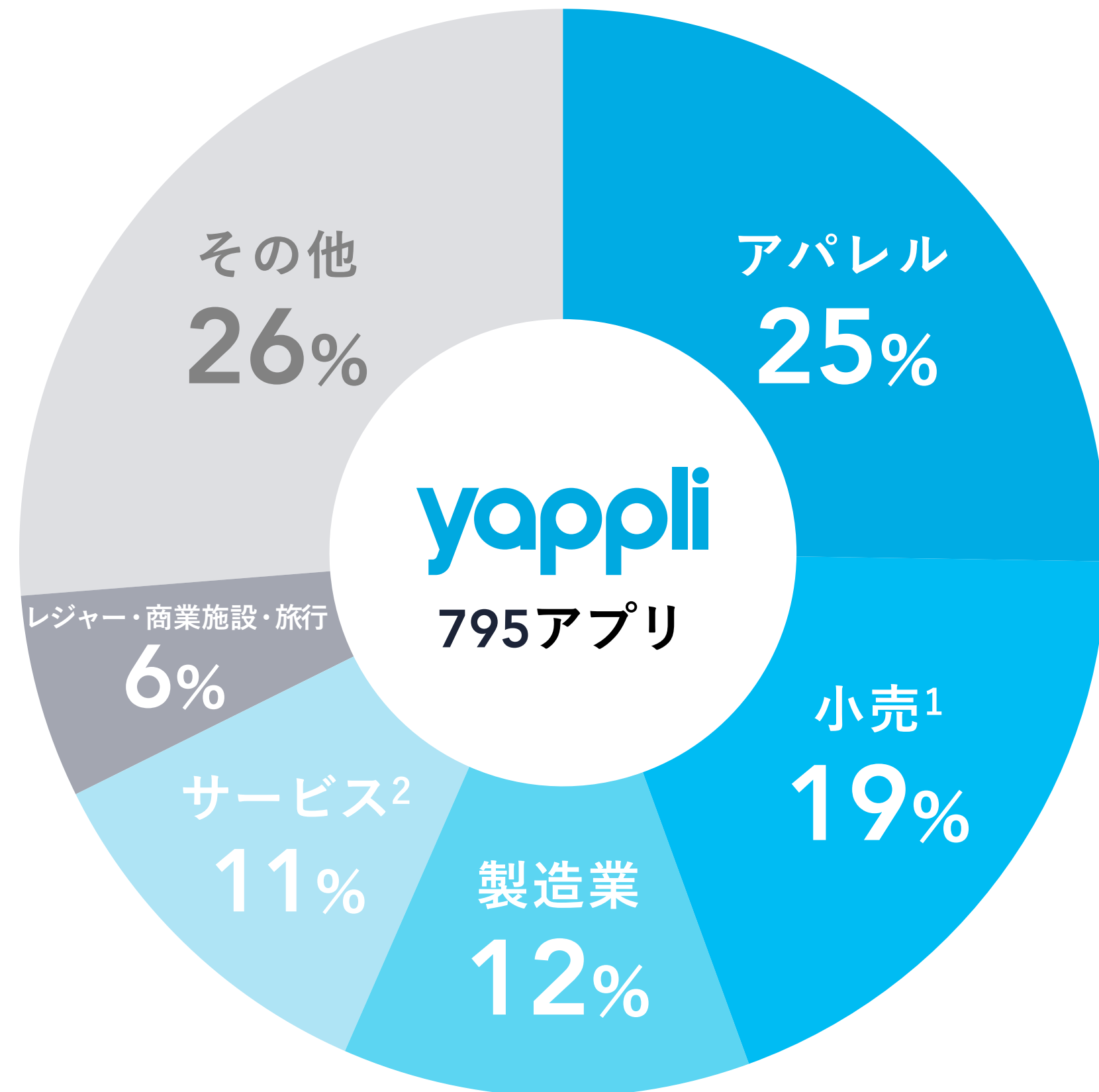
売上高はYoY20%を維持しつつ黒字化を目指す。先行投資型から売上高と利益の成長を両立するバランス型の成長戦略にシフト

単位：百万円

	2021	2022	2023		
	実績	実績	業績予想	前期比	成長率(%)
売上高	3,263	4,142	4,849 ~ 5,103	+707 ~ +961	17.1% ~ 23.2%
営業利益	-928	-818	24	+844	-
営業利益率 (%)	-28.4%	-19.8%	0.5%	-	-
当期純利益	-939	-941	15	+956	-
当期純利益率 (%)	-28.8%	-22.7%	0.3%	-	-

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

様々な業界に拡大



業界TOP5

795アプリ

1. アパレル **25%** (201アプリ)
2. 小売¹ **19%** (155アプリ)
3. 製造業 **12%** (97アプリ)
4. サービス² **11%** (85アプリ)
5. レジャー・商業施設・旅行 **6%** (49アプリ)

注：2023年度第1四半期末時点、アプリ数での内訳、Yappli Liteは含まない (1) 生活雑貨、化粧品、スポーツ用品、通販などを含む (2) 代理店・Sier・コンサルティングサービス、生活サービス、業務支援サービス、人材サービスなどを含む

顧客獲得

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

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

フィールドセールス

対面 / オンラインミーティングで受注獲得



導入

プラットフォームの実装

ディレクター / 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

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

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



幅広いバックグラウンドを持つ経験豊富な経営陣

代表取締役/共同創業者

庵原 保文



- 出版社を経てヤフー株式会社のメディア系サービスの企画職として従事
- 外資系金融機関のマーケティングマネージャーを経て株式会社ヤプリを3名で創業

取締役/共同創業者

佐野 将史



- 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

取締役執行役員COO

山本 崇博



- 外資広告代理店、ソーシャルゲーム会社にてマーケティング業務に従事
- 前職では、株式会社アイ・エム・ジェイ（現:アクセンチュア）の執行役員としてマーケティングコンサルティング部門を統括
- 2019年より株式会社ヤプリCMOに就任。2020年より同社執行役員

取締役執行役員CTO

佐藤 源紀



- 東京大学大学院卒業後、株式会社ディー・エヌ・エーにてサーバーサイドエンジニアとしてモバイルゲーム開発や開発部マネージャーに従事
- その後Fintech系企業を経て、2018年株式会社ヤプリに入社。2022年よりCTO並びに同社執行役員就任

社外取締役

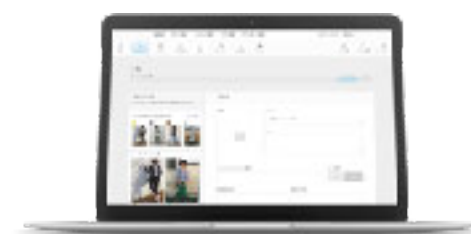
岡島 悦子



- 三菱商事、ハーバードMBA、マッキゼー・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に就任
- 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

yappli

2013.04
株式会社ヤプリ設立



yappli

2013.04
アプリプラットフォーム「Yappli」リリース



2015.04
「SLUSH ASIA」スタートアップピッチコンテストで準優勝



2020.08
Yappli for Business 開始



2018.01
大阪支社開設



2020.11
Forbes JAPAN「日本の起業家ランキング2021」にて6位選出

GMO AppCapsule

2019.03
GMO Tech社 App Capsule譲受



2020.12
東証マザーズへ上場



2019.06
福岡支社開設



2021.10
新製品「Yappli CRM」リリース



2022.04
新プラン「Yappli Lite」リリース



2023.04
創業10周年

会社概要



会社名	株式会社ヤプリ
設立	2013年4月
資本金	51億 2,890万円 (資本準備金を含む)
代表者	庵原 保文
社員数	249人
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
上場市場	東証グロース(4168)
事業内容	アプリ運営プラットフォーム「Yappli」及び ノーコードの顧客管理システム「Yappli CRM」の企画・開発・販売

IRからのご案内

シェアードリサーチ社によるレポート開示

中立性を重視し、第三者視点での調査、分析に基づいて作成されたシェアードリサーチ社のアナリストレポートを公開しています。事業構造や競争環境、優位性等の網羅的な内容となっており、投資家の皆様に当社へのご理解を深めていただき、投資判断のご参考としていただけますと幸いです

<https://sharedresearch.jp/ja/companies/4168#top>

個人投資家向けオンラインイベント 「Growth IRセミナーinメタバース」参加



- 日時：2023年5月31日（水）
18：00～21：00
- 概要：日本初のメタバース空間でのIRイベントに当社代表の庵原が登壇します。是非ご参加ください

<https://growth-ir.com/event.php?id=7&tkey=ma61d>

個人投資家向け Q1 FY23 決算説明会の動画配信

2023年度12月期第1四半期決算開示同日に開催された個人投資家向け決算説明会のアーカイブ動画を後日当社IRページにて配信予定

IRに関するお問い合わせ

下記のメールアドレスまでご連絡ください

investor@yappli.co.jp

免責事項

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。このような将来予想に関する記述には、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。

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。

mobile tech for all

デジタルを簡単に、社会を便利に

yappli