



2020年3月24日

各 位

会 社 名 A p p B a n k 株 式 会 社  
代 表 者 名 代表取締役社長 CEO 村 井 智 建  
(コード番号：6177 東証マザーズ)  
問 合 せ 先 常 務 執 行 役 員 酒 井 秀 樹  
(TEL. 03-6302-0561)

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

記

○ 開催状況

開催日時	2020年3月23日（月）15：00～16：00
開催方法	YouTube上でライブ配信（機関投資家・アナリスト向け） 視聴者からチャットにて質問を受け付け、回答を実施
開催場所	A p p B a n k 株 式 会 社 本 社 東京都新宿区新宿 2-13-10 武蔵野ビル 6F
説明会資料名	2019年12月期 決算説明資料

【添付資料】

上記説明会において使用した資料

以 上



2019年12月期  
**決算説明資料**

2020年3月2日

## 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。

## AppBank株式会社 代表取締役社長 CEO

むらい ともたけ  
村井 智建

生年月日 1981年12月11日 (38歳)

2000年 7月 株式会社ガイアックス入社  
2005年 12月 同社 執行役員就任  
2006年 2月 株式会社GT-Agency設立 代表取締役就任  
2012年 1月 当社 代表取締役就任  
2012年 2月 AppBank Games株式会社 取締役就任  
2015年 3月 当社 取締役メディア事業部長就任  
2017年 5月 当社 取締役CCO就任  
2020年 1月 当社 代表取締役社長 CEO就任



出身地 石川県

趣味 仕事

座右の銘 中庸

**I. 2019年12月期業績実績**

**II. 今期の取り組みについて**

**appendix**

# I. 2019年12月期業績実績

## II. 今期の取り組みについて

## appendix

## メディア事業

### ●コンテンツ制作原価や販売費及び一般管理費の圧縮等でセグメント損失は大幅に縮小

- ・純広告、動画広告は営業体制構築の遅れとコンテンツ制作における競争激化やトレンド追従ができず減収
- ・アドネットワーク広告は売上高が堅調に推移
- ・コンテンツ制作原価、販売費及び一般管理費の削減は計画を達成
- ・セグメント損失は前年同期比で大幅に縮小

## ストア事業

### ●商材拡大が売上高増に寄与、Eコマースが好調持続、原価管理の強化

- ・『AppBank Store Web店』顧客ニーズに合った取扱商品の拡充を継続  
消費税増税に伴う駆け込み需要及び震災対策用アイテムの需要を取り込む
- ・厳密な原価管理を行うことで粗利を確保
- ・ringolfオープン（取手国際ゴルフ倶楽部 他7会場）開催

# 2019年12月期 損益状況

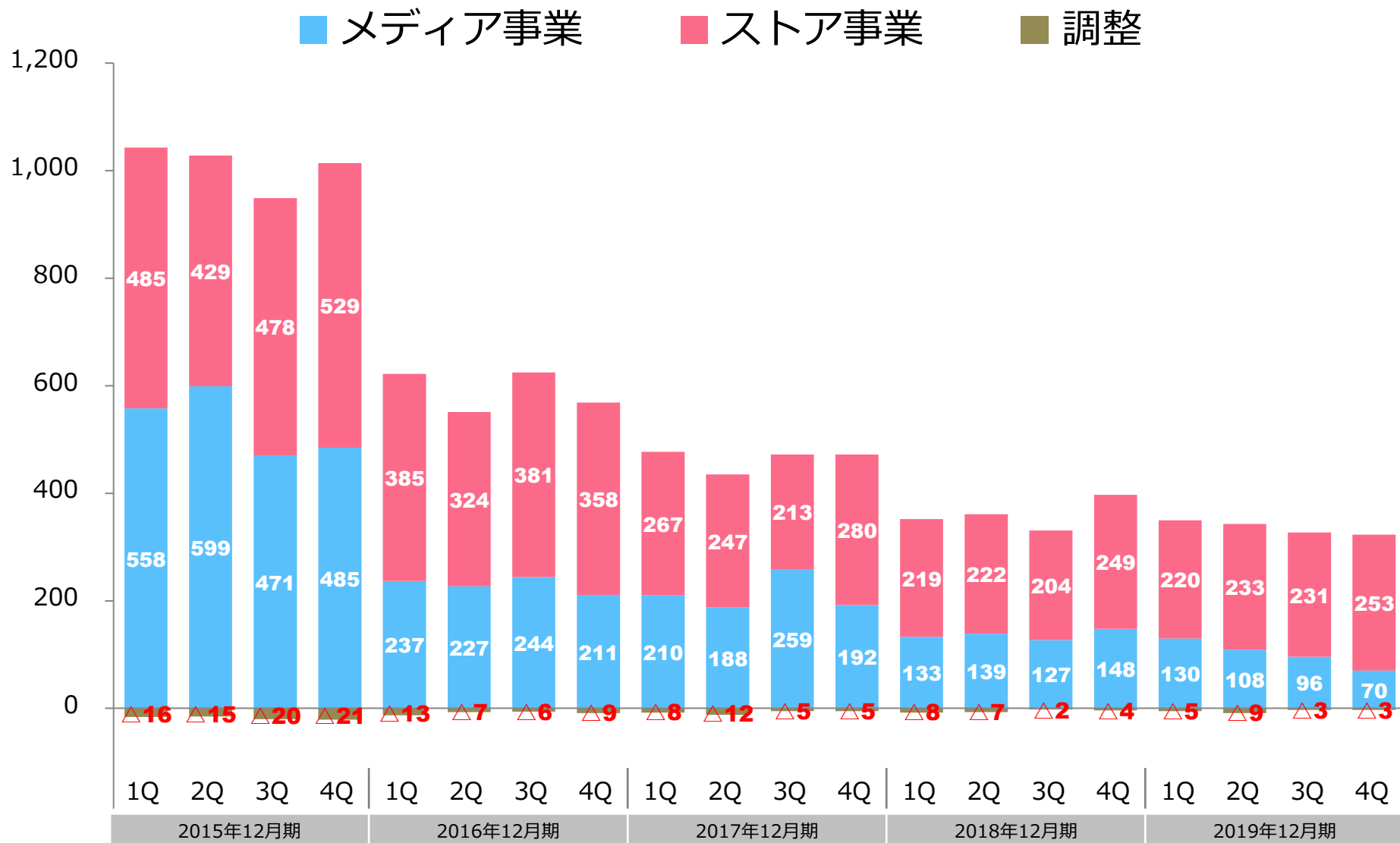
単位：百万円 下段：売上高比	2018年12月期	2019年12月期		
			増減額	前期比
売上高	<b>1,423</b>	<b>1,323</b>	<b>△99</b>	<b>△7.0%</b>
メディア事業	<b>549</b> ( <b>38.6%</b> )	<b>405</b> ( <b>30.7%</b> )	<b>△143</b>	<b>△26.2%</b>
ストア事業	<b>896</b> ( <b>63.0%</b> )	<b>939</b> ( <b>71.0%</b> )	<b>+43</b>	<b>+4.8%</b>
セグメント間取引消去	<b>△22</b> ( <b>△1.6%</b> )	<b>△21</b> ( <b>△1.7%</b> )	—	—
売上総利益	<b>546</b> ( <b>38.4%</b> )	<b>585</b> ( <b>44.2%</b> )	<b>+38</b>	<b>+7.1%</b>
販管費	<b>760</b> ( <b>53.4%</b> )	<b>640</b> ( <b>48.4%</b> )	<b>△119</b>	<b>△15.7%</b>
営業利益	<b>△213</b> ( <b>—%</b> )	<b>△55</b> ( <b>—%</b> )	<b>+158</b>	—
経常利益	<b>△216</b> ( <b>—%</b> )	<b>△56</b> ( <b>—%</b> )	<b>+159</b>	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	<b>△250</b> ( <b>—%</b> )	<b>△70</b> ( <b>—%</b> )	<b>+179</b>	—

売上高：メディア事業は前年同期比で減少したもののストア事業は前年比で増加  
 営業利益：メディア事業は営業損失を縮小（改善）、ストア事業は黒字転換



# 事業別状況：売上高 四半期推移

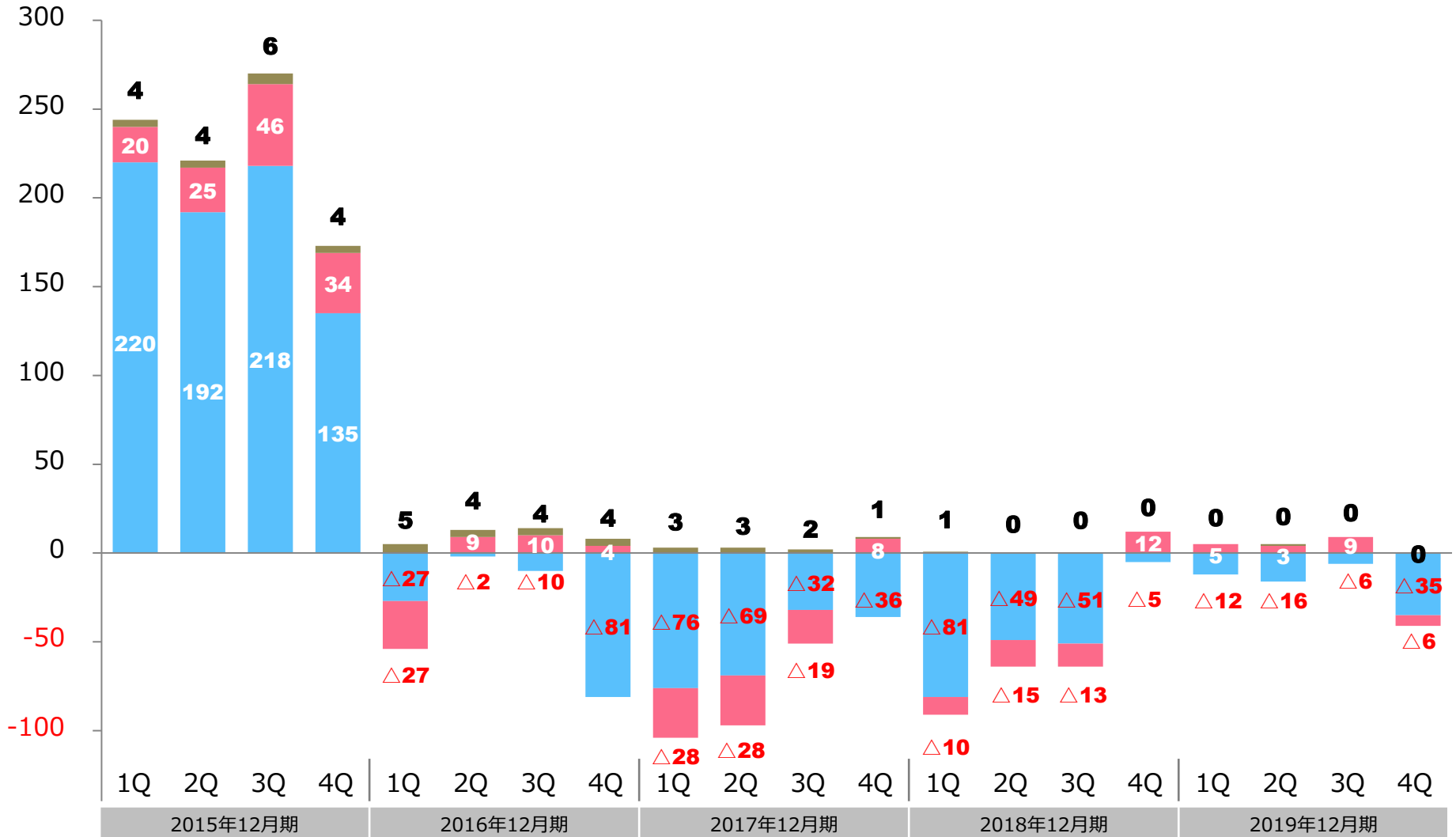
単位：百万円



# 事業別状況：営業利益 四半期推移

単位：百万円

■ メディア事業      ■ ストア事業      ■ 調整



# 2019年12月期 事業別状況：メディア事業

単位：百万円 下段：構成比	2018年12月期	2019年12月期		
			増減額	前期比
売上高	<b>549</b>	<b>405</b>	<b>△143</b>	<b>△26.2%</b>
売上総利益	<b>182</b> ( <b>33.2%</b> )	<b>197</b> ( <b>48.7%</b> )	<b>+15</b>	<b>+8.3%</b>
販管費	<b>370</b> ( <b>67.4%</b> )	<b>267</b> ( <b>65.9%</b> )	<b>△103</b>	<b>△27.9%</b>
営業利益	<b>△188</b> ( <b>-%</b> )	<b>△69</b> ( <b>-%</b> )	<b>+118</b>	<b>-</b>

売上高：純広告及び動画広告の売上減により減収

売上総利益：製造原価削減により粗利率アップし増益

販管費：新規事業ならびに不採算事業の見直しに伴う人員体制の変更による減少

営業利益：粗利益増、販管費削減で営業損失額は大幅に縮小

# 2019年12月期 事業別状況：ストア事業

単位：百万円 下段：構成比	2018年12月期	2019年12月期		
			増減額	前期比
売上高	<b>896</b>	<b>939</b>	<b>+43</b>	<b>+4.8%</b>
売上総利益	<b>383</b> ( <b>42.8%</b> )	<b>408</b> ( <b>43.5%</b> )	<b>+25</b>	<b>+6.6%</b>
販管費	<b>411</b> ( <b>45.9%</b> )	<b>396</b> ( <b>42.2%</b> )	<b>△14</b>	<b>△3.6%</b>
営業利益	<b>△27</b> ( <b>-%</b> )	<b>12</b> ( <b>1.3%</b> )	<b>+39</b>	<b>4期ぶり黒字</b>

売上高：商材拡充施策寄与し消費税増税に伴う駆け込み需要及び震災対策用アイテムの需要を取り込み売上高は増加、Eコマースサイトは好調持続

売上総利益：厳密な原価管理に努め売上総利益率は改善

販管費：人件費や運賃などが増加したが、その他の販管費抑制効果により販管費全体では前期比マイナス

営業利益：売上総利益の増加、販管費の削減により黒字転換

# 2019年12月期 財務状況

単位：百万円 下段：構成比		2019年12月期末	
		2018年12月期末	前期末増減額
資 産	流動資産	<b>1,158</b> (96.7%)	<b>1,036</b> (95.9%) △121
	固定資産	<b>38</b> (3.3%)	<b>44</b> (4.1%) +5
資産合計		<b>1,197</b> (100%)	<b>1,081</b> (100%) △116
負 債	流動負債	<b>312</b> (26.2%)	<b>350</b> (32.5%) +37
	固定負債	<b>197</b> (16.5%)	<b>29</b> (2.7%) △168
負債合計		<b>510</b> (42.7%)	<b>380</b> (35.2%) △130
純資産合計		<b>686</b> (57.3%)	<b>700</b> (64.8%) +14
負債純資産合計		<b>1,197</b> (100%)	<b>1,081</b> (100%) △116

資 産 : (流動資産) 現金及び預金△95 商品△11 売掛金△10 (固定資産) 有形固定資産 +4  
 負 債 : (流動負債) 買掛金+24 (固定負債) 長期借入金△159  
 純資産 : 資本金+43 資本剰余金+44 (ともに新株予約権の行使によるもの)  
 親会社株主帰属の当期純損失△70

# 2019年12月期 キャッシュ・フロー状況

単位：百万円	2018年12月期	2019年12月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△170	+0	+170
投資活動によるキャッシュ・フロー	+103	△23	△126
フリー・キャッシュ・フロー (営業CF－投資CF)	△66	△22	+43
財務活動によるキャッシュ・フロー	+156	△72	△229
現金及び現金同等物の増減額	+89	△95	△185
現金及び現金同等物の期首残高	864	954	－
現金及び現金同等物の期末残高	954	859	△95

営業活動によるCF：税金等調整前当期純損失△72／仕入債務の増加+24／減損損失+16  
 投資活動によるCF：有形固定資産の取得+6／無形固定資産の取得+13  
 財務活動によるCF：株式の発行+86／長期借入金の返済△159

I. 2019年12月期業績実績

**II. 今期の取り組みについて**

appendix

- メディア事業の収益が人気動画コンテンツのトレンド変化等の影響を大きく受ける状況や、メディア事業において規模拡大に向けたコンテンツ投資に着手するなど不確定な要素がある
- 2020年2月13日公表「連結子会社の異動（株式譲渡）に関する基本合意書締結のお知らせ」のとおり、当社連結子会社である株式会社AppBank Storeの株式譲渡を目的とした基本合意書を締結したことにより、本件による2020年12月期の業績に与える影響は現在精査中であり、適正かつ合理的な数値の算出困難



四半期ごとに実施する決算業績及び事業の概況の

タイムリーな開示に努め

通期の連結業績予想については開示しない



インターネット広告市場は、拡大を続けるとともに  
第5世代移動通信システムの商用サービス開始も予想され  
スマートフォンの利便性が向上することで  
我々の日常生活に一層浸透していくものと思われる



## メディア事業

既存メディアの再構築に着手することで  
ブログ・動画を軸としたメディア企業に再生

上期の取り組み

既存メディアの再構築  
AppBank.netの再生強化

- ① 人材投資
- ② メディアとしての再定義
- ③ コンテンツ投資
- ④ 収益向上策の実施
- ⑤ 事業の整理

下期の取り組み

収益性改善

- ① 管理部門のコスト最適化
- ② メディア投資の最適化
- ③ 収益向上策の継続実施

I. 2019年12月期業績実績

II. 今期の取り組みについて

**appendix**

1月

- ・パズドラ究極攻略TV 再スタート
- ・ラインスタンプ発売
- ・ringolfオープン（太平洋クラブ美野里会場）

2月

- ・新宿にてファン交流イベント（オリジナルグッズ販売）開催

3月

- ・池袋にてファン交流イベント 開催
- ・ringolf 屋外練習場イベント 開催
- ・ジャパンゴルフフェア2019 ringolf ブース出展

4月

- ・マックスむらいチャンネル オフ会 in 大阪 開催
- ・Abema TV連動 POKER×POKER 1st Anniversary Championship 開催
- ・ringolfオープン（太平洋クラブ御殿場会場、太平洋クラブ成田会場）

5月

- ・YouTubeにてゴールデンウィーク大型コラボ動画連続配信
- ・ringolfオープン（紫カントリークラブあやめ36会場）

6月

- ・AppBank Store 博多マルイ 移転リニューアルオープン
- ・AppBank Store WEB店 6周年記念キャンペーン開催
- ・ringolfオープン（ザ・クイーンズヒルゴルフクラブ会場、太平洋クラブ佐野ヒルクレスト会場）

7月

・ringolfオープン（ザ・カントリークラブ・ジャパン会場、太平洋クラブ宝塚コース会場、他3会場）開催

8月

・ringolfオープン（鳴沢ゴルフ倶楽部会場、仙台空港カントリークラブ会場）開催

9月

・ringolf オープン（川奈ゴルフコース富士コース会場、ウッドフレンズ名古屋港ゴルフ倶楽部会場）開催

10月

・ringolfオープン（取手国際ゴルフ倶楽部、溝辺カントリークラブ、他1会場）開催

11月

・ringolfオープン（ヤマハリゾート葛城ゴルフ倶楽部、A B Cゴルフ倶楽部、他1会場）開催

12月

・ringolfオープン（太平洋クラブ御殿場WEST、Jクラシックゴルフクラブ）開催

