



Financial Results

株式会社ヤプリ(グロース:4168)

2025.8



INDEX

1 事業概要

2 2025年12月期 第2四半期 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、企業のモバイルDXを簡単にし、多くの業界課題を解決する。
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



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

896 App

			 三菱UFJ信託銀行	 よろこびがつなぐ世界へ		
		 みずほ銀行				
	 白洋舎 CLEAN LIVING			 喜びのタネをまこう		
						
		 URBAN RESEARCH Co.,Ltd.				
		 YAKINIKU TORIKAJI TOKYO EBISU		 本物だけをまっすぐあなたへ やずやグループ		
	 Hotto Motto ほっともっと		 GINZA Cozy Corner 銀座コジコーナ	 京都北白川 ラーメン 魅力屋	 青山学院大学 AOYAMA GAKUIN UNIVERSITY	

注：2025年度第2四半期末時点

ノーコードのアプリ開発プラットフォーム「Yappli」と顧客管理システム「Yappli CRM」を提供



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



yappli CRM

アプリから始まる、ノーコードCRM

アプリを中心とした
顧客管理・ポイント管理などの
CRM施策を実現

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

ノーコード

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
目的に応じたソリューションを提供

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

800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

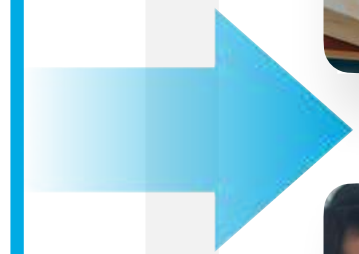
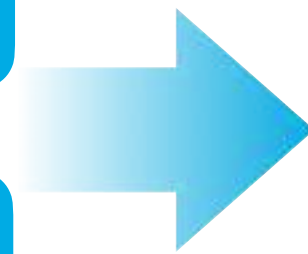
様々な領域へ自社アプリによるソリューションを提供し、 企業のモバイルDXを強力に支援

顧客体験を向上させるCXと、従業員体験を向上させるEXの2領域へフォーカスして成長投資

プロダクト

yappli

yappli CRM

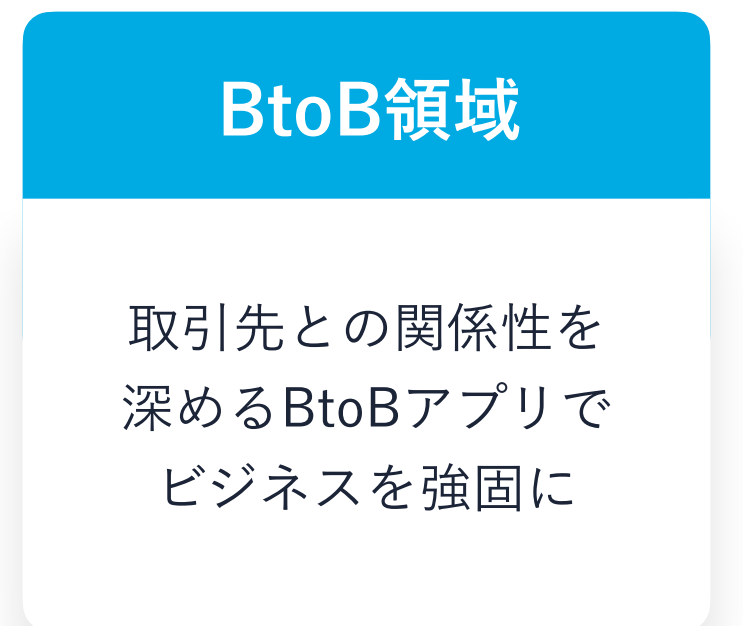


ソリューション



CX領域

店舗やECの顧客体験
を向上させ
集客・販促強化へ



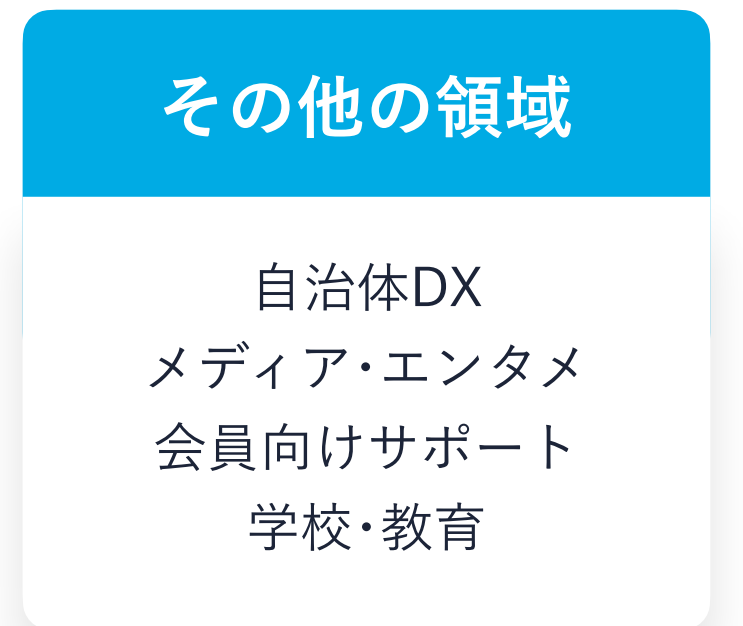
BtoB領域

取引先との関係性を
深めるBtoBアプリで
ビジネスを強固に



EX領域

理念浸透や福利厚生
など従業員体験を
向上させ強い組織へ



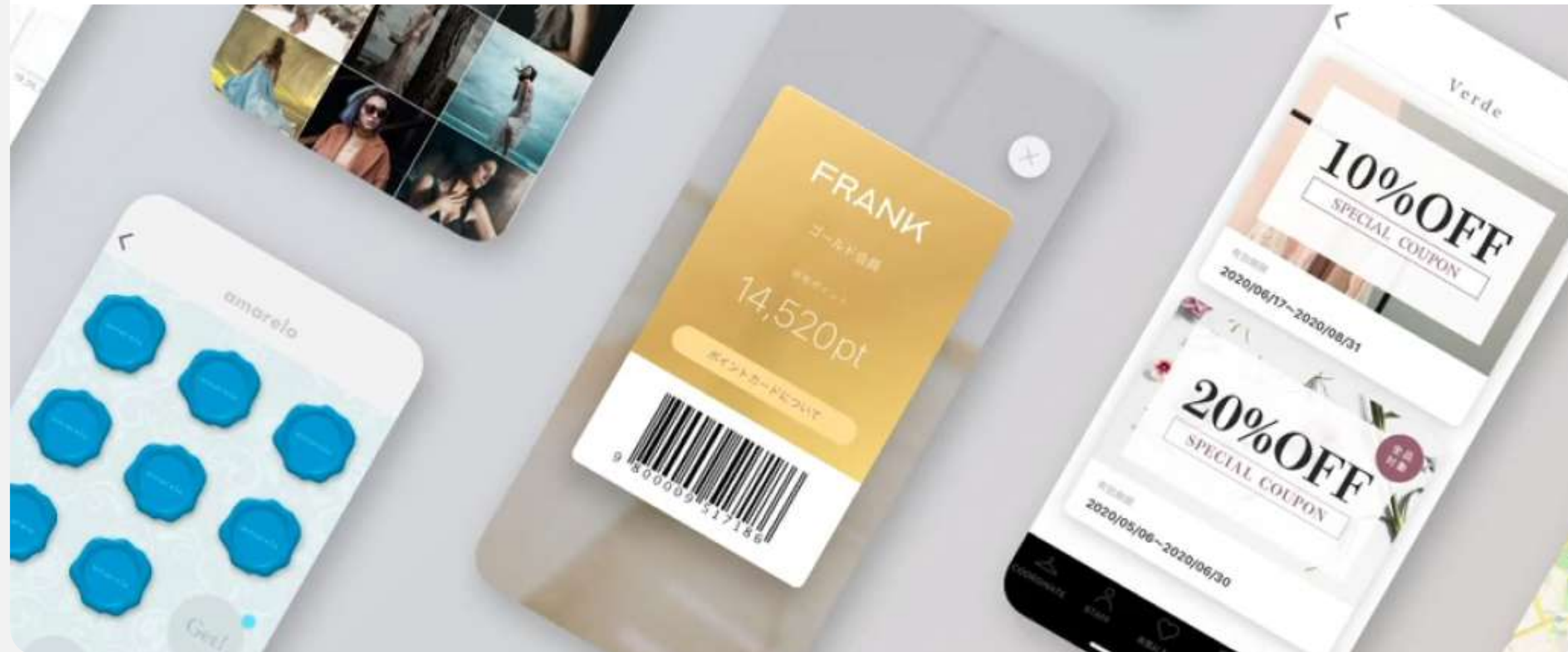
その他の領域

自治体DX
メディア・エンタメ
会員向けサポート
学校・教育

800アプリ以上のノウハウを活かし、制作支援から成長支援までのプロフェッショナルサービスをインハウスで提供

制作支援（アプリデザイン・構築）

アプリ制作やシステム連携などでクライアントと伴走する約70名のデザイナーやテクニカルディレクターが在籍。ノウハウを活かして優れた体験設計を行い、アプリ導入のオンボード支援を実施



成長支援（アプリマーケティング）

アプリストア内でのASO¹から専門分析ツールの導入・分析、新規ユーザーの獲得、既存ユーザーのアクティブ化などアプリマーケティング全域で成長支援のコンサルティングサービスを提供



注：(1) App Store Optimization: アプリストアにおけるアプリの認知度の向上を図り、自社アプリの流入数やダウンロード数などを増加させる施策

プロダクト利用によるプラットフォーム売上と、制作支援などのプロフェッショナルサービス売上から構成

アプリ数 ×

プラットフォーム売上 (ストック)¹

プロダクト利用による売上が
毎月リカーリングで発生

基本システム利用

オプション機能利用

+

プロフェッショナルサービス売上 (フロー)

アプリデザインなどの制作支援と導入後の成長支援に
よるショットの売上が発生

- ・制作支援（アプリデザイン・構築）
- ・成長支援（アプリマーケティング）

注：(1) MRR (Monthly Recurring Revenue) に該当する

2025年12月期 第2四半期 業績

主要業績がいずれも前年同期を上回り、過去最高を更新

売上高 (YoY増減率)

14.8 億円(14.0%)

ARR¹ (YoY増減率)

49.2 億円(10.2%)

営業利益 (営業利益率)

2.2 億円(15.2%)

契約アプリ数² (YoY増減率)

896 (3.2%)

平均月額利用料³ (YoY増減率)

45.7 万円(6.8%)

解約率⁴

0.80%

注： (1) 2025年度第2四半期末時点の月額利用料合計額に12を乗じた金額、少額・短期プランは含まない (2) 2025年度第2四半期末時点、少額プランは含まない

(3) 2025年度第2四半期末時点、少額・短期プランは含まない (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、2025年度第2四半期末時点の直近12カ月平均、少額・短期プランおよびWebXは含まない

売上高・売上総利益は2桁成長で過去最高を更新。
利益はいずれも前年比約2.5倍強と大きく成長

単位：百万円

	2023		2024				2025			
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	YoY	QoQ
売上高	1,246	1,273	1,341	1,301	1,442	1,426	1,433	1,483	+14.0%	+3.5%
月額利用料比率 ¹ (%)	81.2%	82.6%	80.6%	84.5%	78.9%	82.0%	83.6%	82.1%	-2.4pt	-1.5pt
売上総利益	878	862	917	847	972	906	967	978	+15.5%	+1.1%
売上総利益率 (%)	70.5%	67.8%	68.4%	65.1%	67.4%	63.6%	67.5%	66.0%	+0.9pt	-1.6pt
営業利益	72	92	182	87	210	70	223	226	+158.5%	+1.2%
営業利益率 (%)	5.9%	7.2%	13.6%	6.7%	14.6%	4.9%	15.6%	15.2%	+8.5pt	-0.4pt
経常利益	71	90	183	86	208	70	225	224	+159.0%	-0.4%
当期純利益	-548	421	360	84	206	96	223	222	+161.9%	-0.3%

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 少額・短期プランは含まない

売上は概ね計画通り、利益は好調に推移

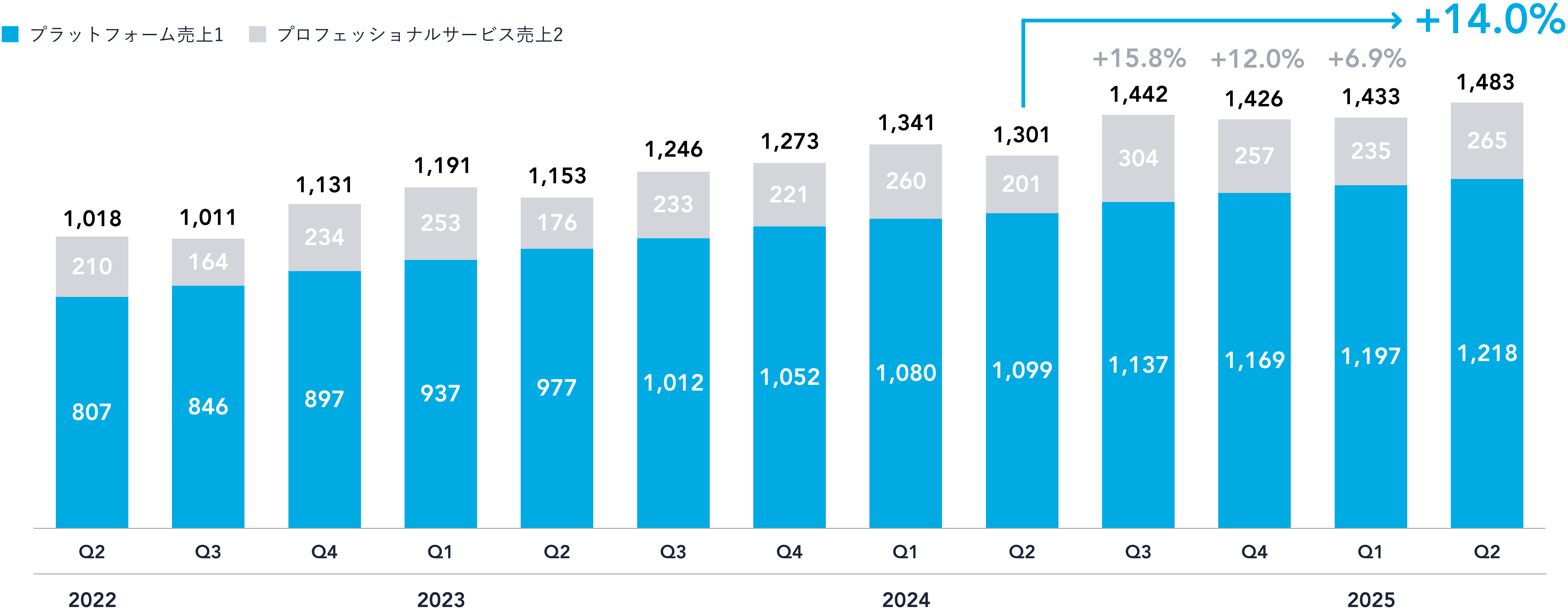
単位：百万円

	2024 Q1-2 累計	2025 Q1-2 累計	YoY増減率	業績予想	進捗率 ²
売上高	2,642	2,916	+10.4%	6,200	47.0% (48.0%)
営業利益	269	449	+66.6%	750	59.9% (54.0%)
当期純利益	445	445	+0.0%	730	61.1% (105.3%)
調整後EBITDA ¹	288	490	+70.1%	830	59.0% (50.2%)

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) EBITDA + 株式報酬費用 (2) カッコ内は2024年度第2四半期末時点の進捗率

PF売上¹は堅調に推移、PS売上²もアプリマーケティングが好調で、YoY+14.0%の14.8億円で着地

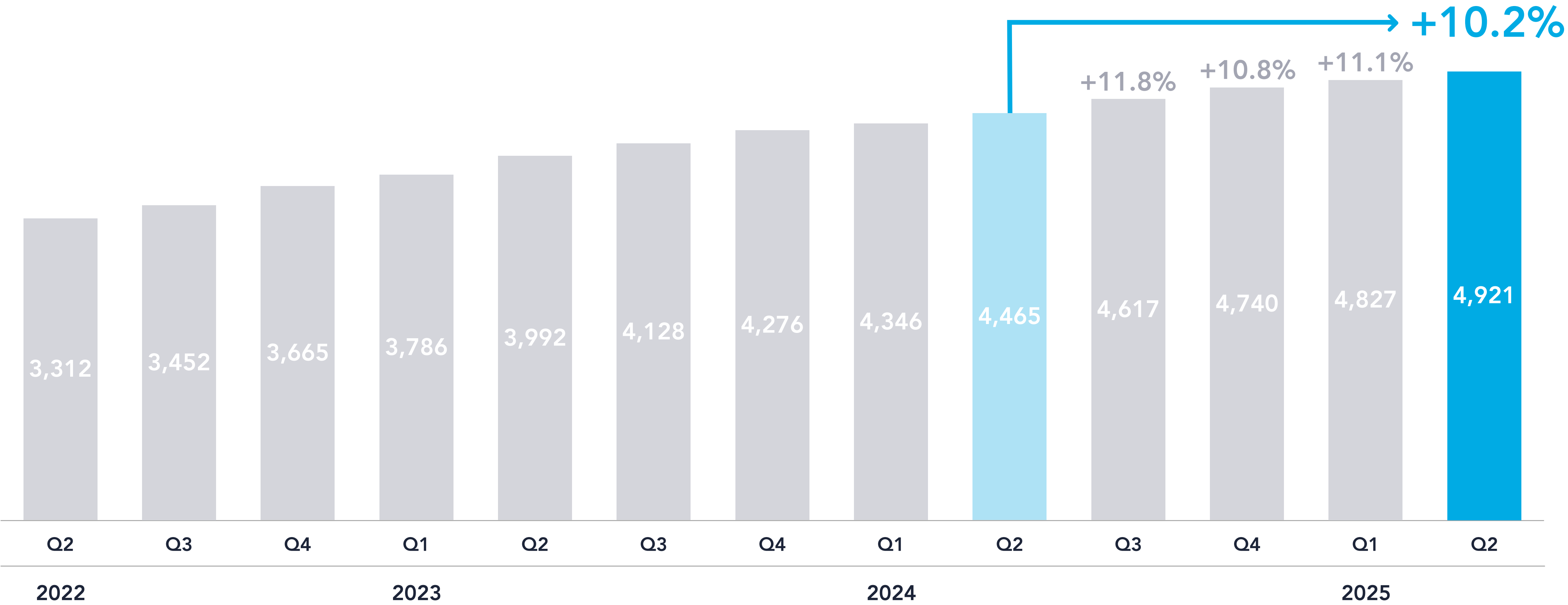
単位：百万円



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1)プラットフォーム売上 (PF売上)：MRR (Monthly Recurring Revenue) に該当する売上 (2)プロフェッショナルサービス売上 (PS売上)：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

アプリ数はQoQで横ばいながら、平均月額利用料の増加がARRを牽引。強固なビジネスモデルにより継続成長

単位：百万円



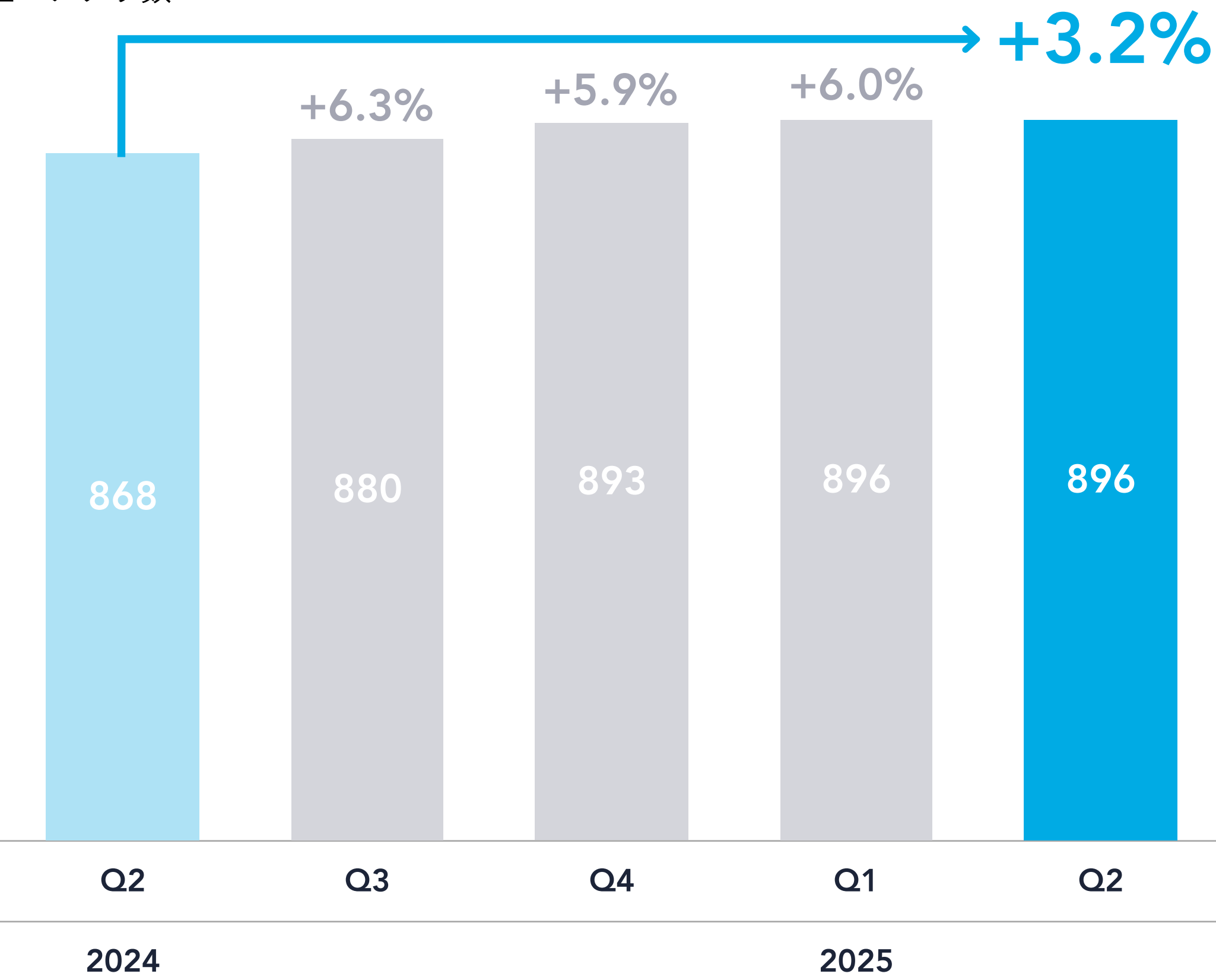
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 四半期末時点の月額利用料合計額に12を乗じた金額。少額・短期プランは含まない

契約アプリ数と
平均月額利用料

アプリ数の獲得は好調な四半期ながら、一部顧客のアプリ統廃合の影響でQoQは横ばい。月額はUNITE¹の単価拡大により伸長

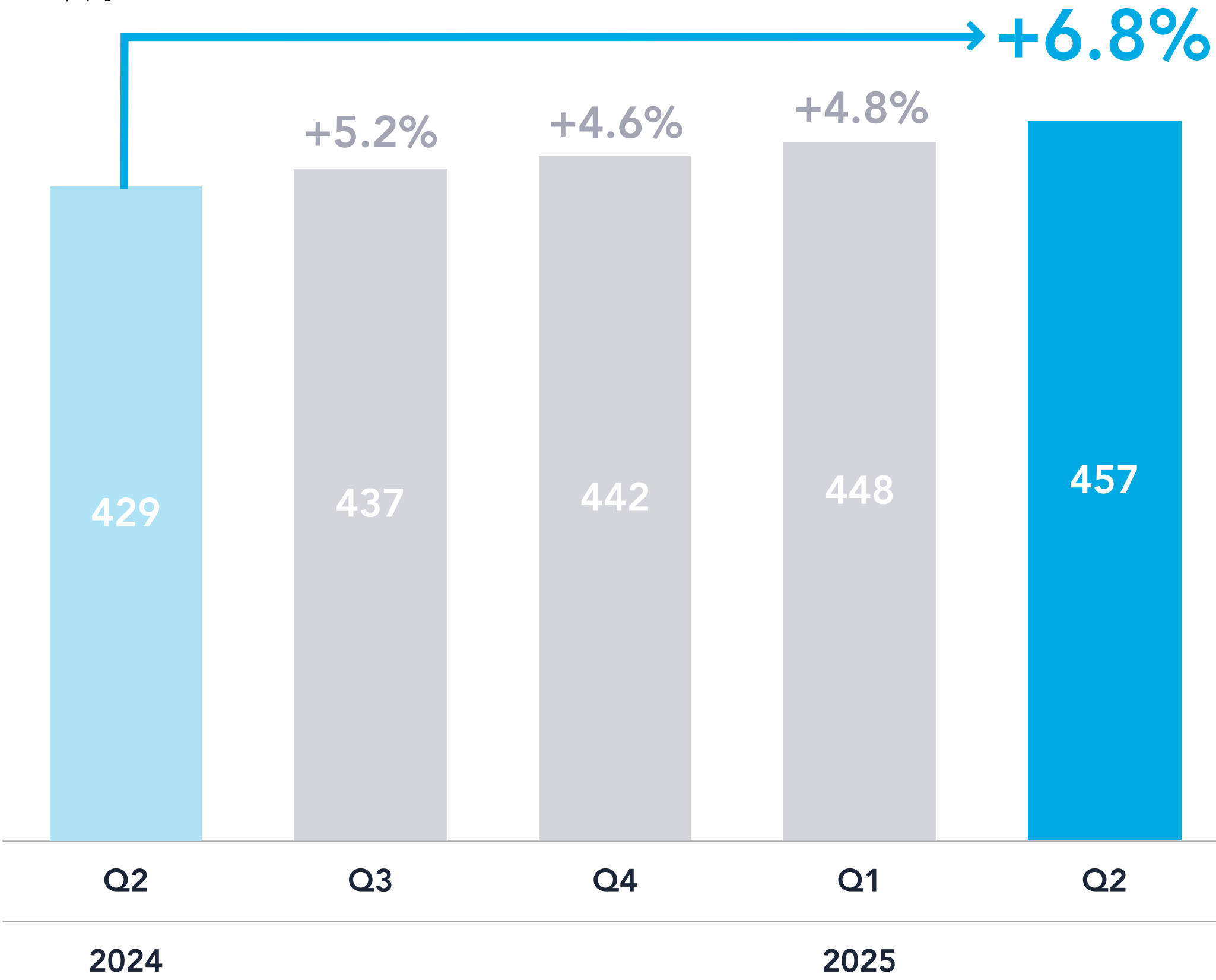
契約アプリ数¹

単位：アプリ数



平均月額利用料²

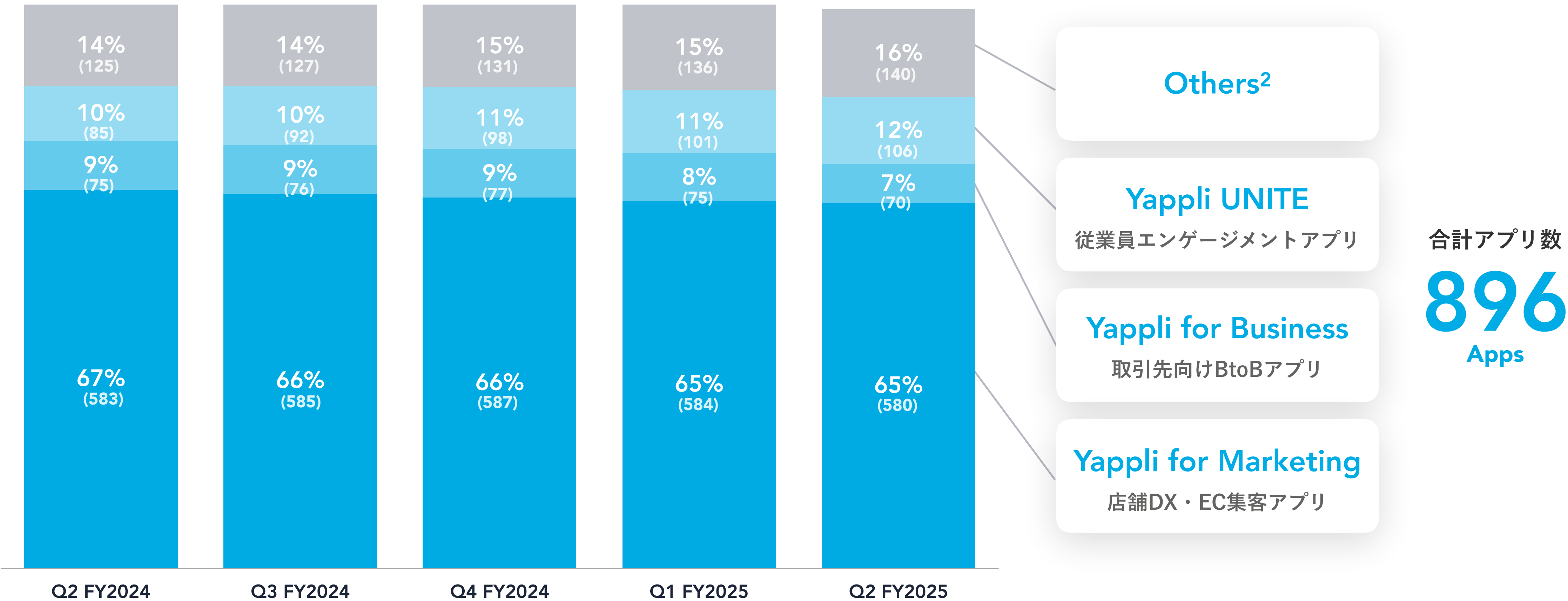
単位：千円



注：(1) 四半期末時点、少額プランおよびWebXは含まない (2) 四半期末時点、少額・短期プランおよびWebXは含まない

ソリューション別
アプリ数の構成比率

Yappli UNITEとOthers²は受注好調で増加。
Y4M¹は一部顧客のアプリ統廃合の影響などにより減少

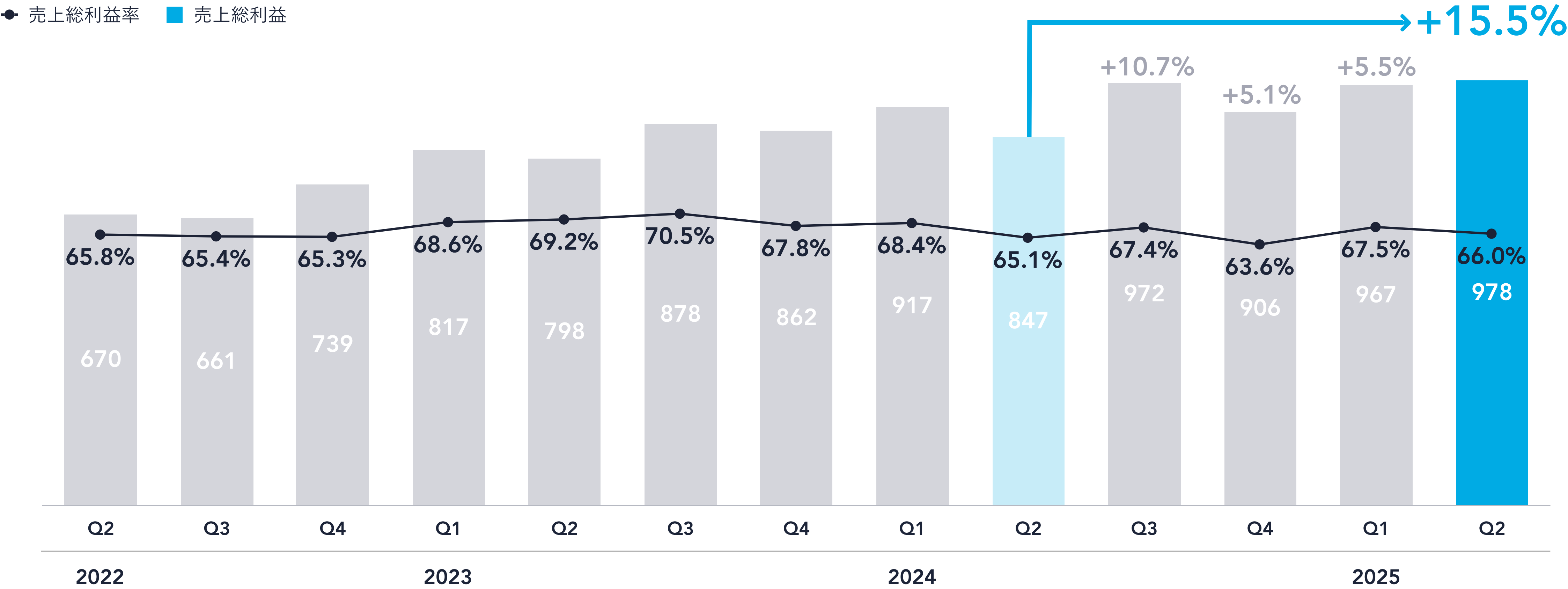


注：アプリ数での内訳を表示、2025年度第2四半期末時点、少額プランは含まない、カッコ内の数字はアプリ数 (1) Yappli for Marketing (2) Yappli for Media & Entertainment、Yappli for Schoolなど その他の開発支援サービスを含む

売上総利益
四半期

売上高の増加に伴い過去最高を更新。人件費が増加するも、サーバー費や外注費の効率化により総利益率は66%で着地

単位：百万円



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

堅調な売上高の伸びに伴い、営業利益は前年比2.6倍で過去最高を更新。利益率も前四半期に続き高水準を維持

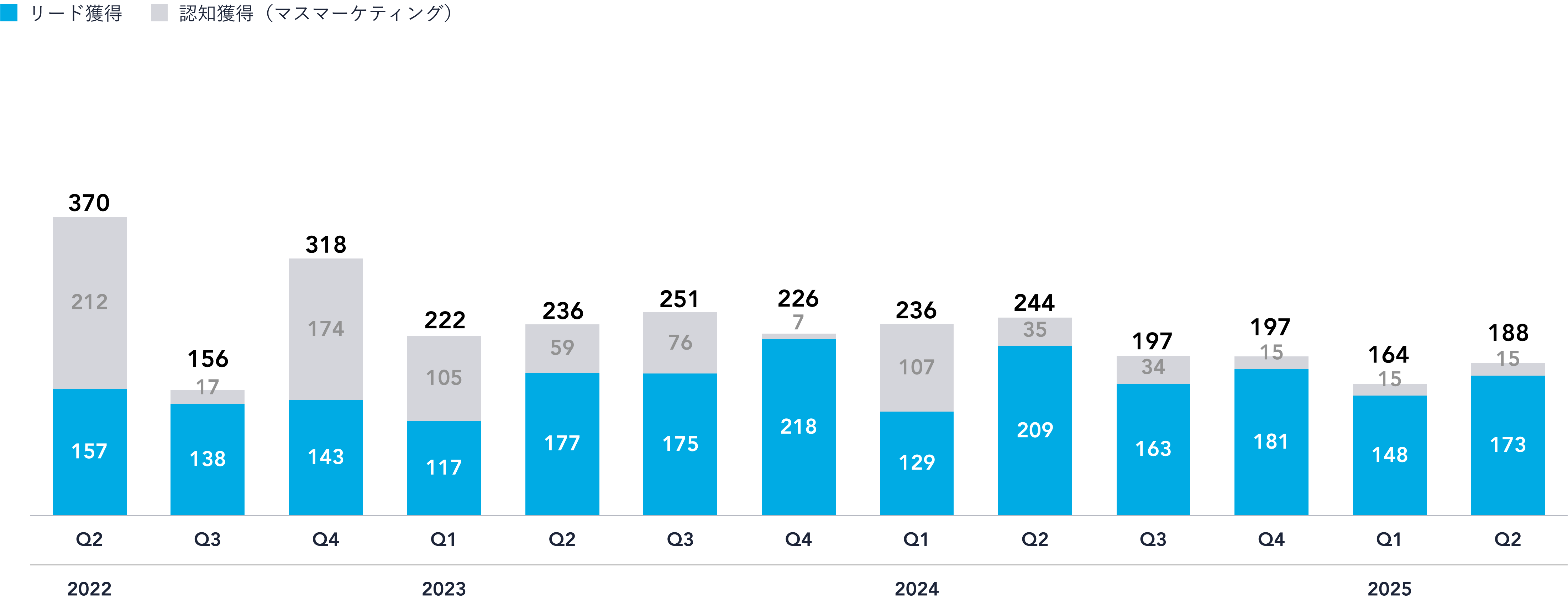
単位：百万円



注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

展示会への出展やオンライン広告への出稿を強化し、
 1.9億円で着地

単位：百万円

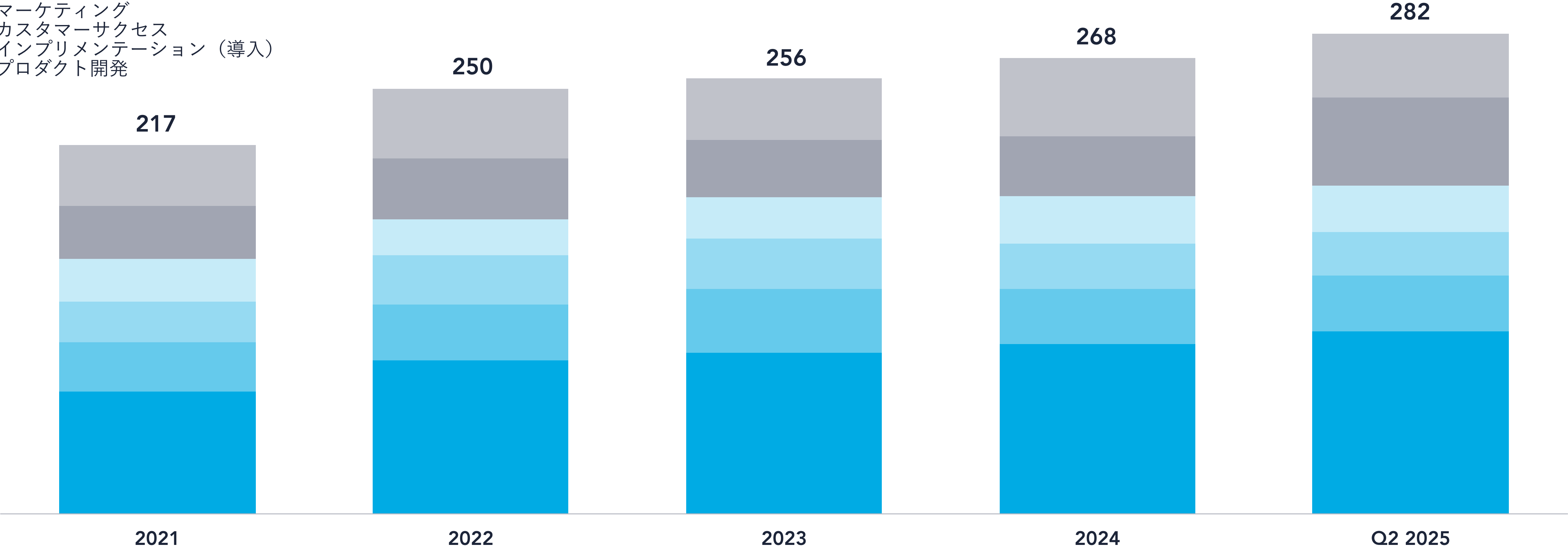


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て （1）PRなどの顧客獲得目的以外の広告宣伝費は除く

好調な採用により、今期計画の約280名に対し計画を上回るペースで推移

単位：人

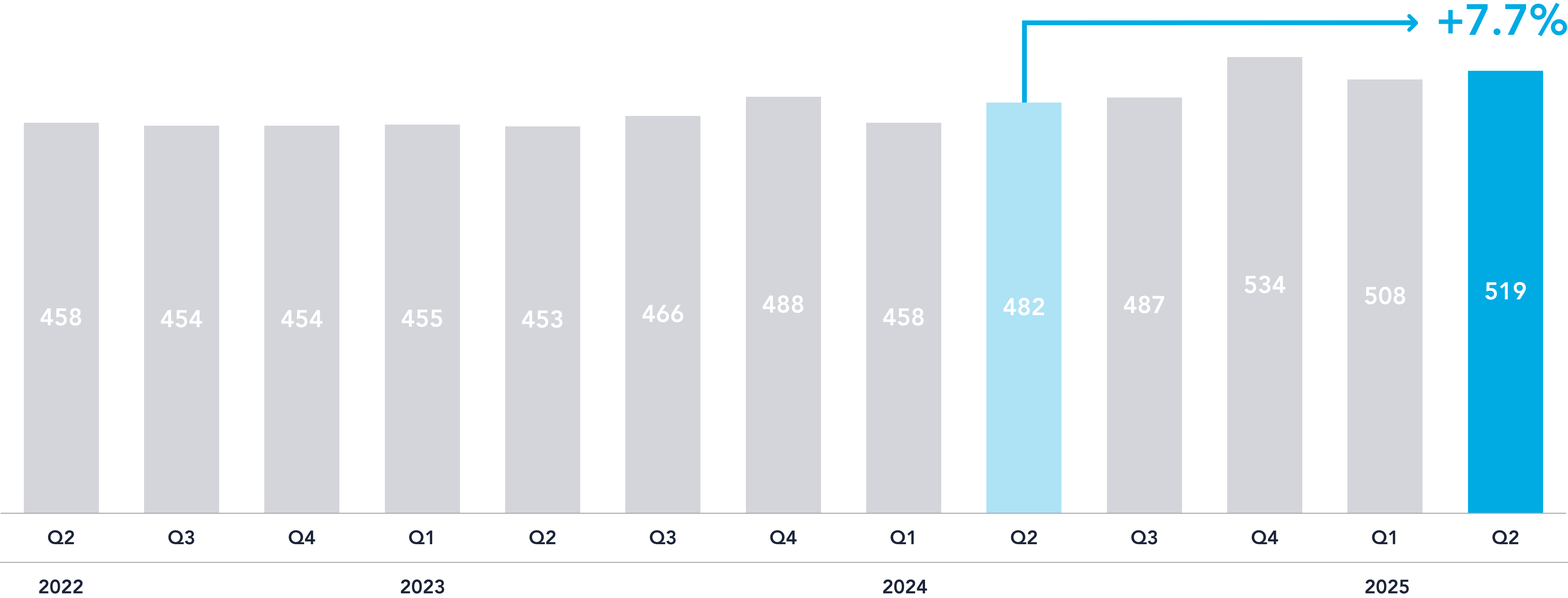
- コーポレート・その他
- セールス
- マーケティング
- カスタマーサクセス
- インプリメンテーション（導入）
- プロダクト開発



注：年度末・四半期末時点の正社員数を表示

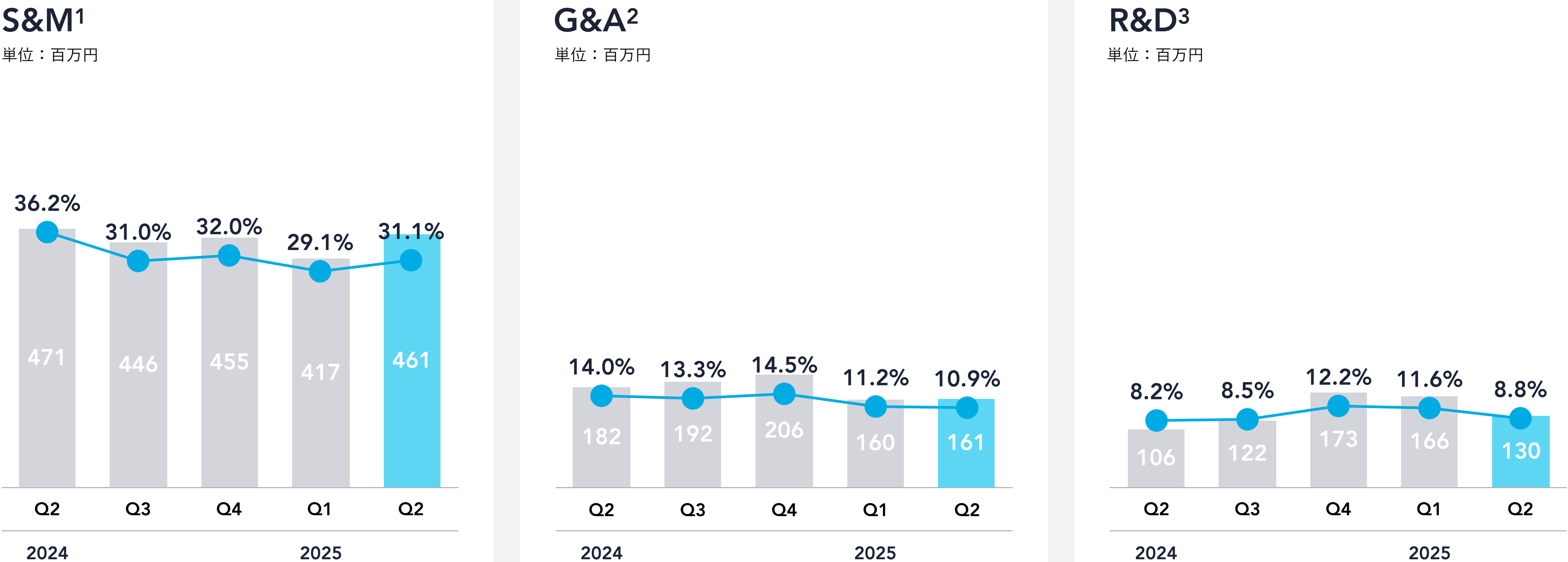
YoY19名の純増に伴い人件費も増加

単位：百万円



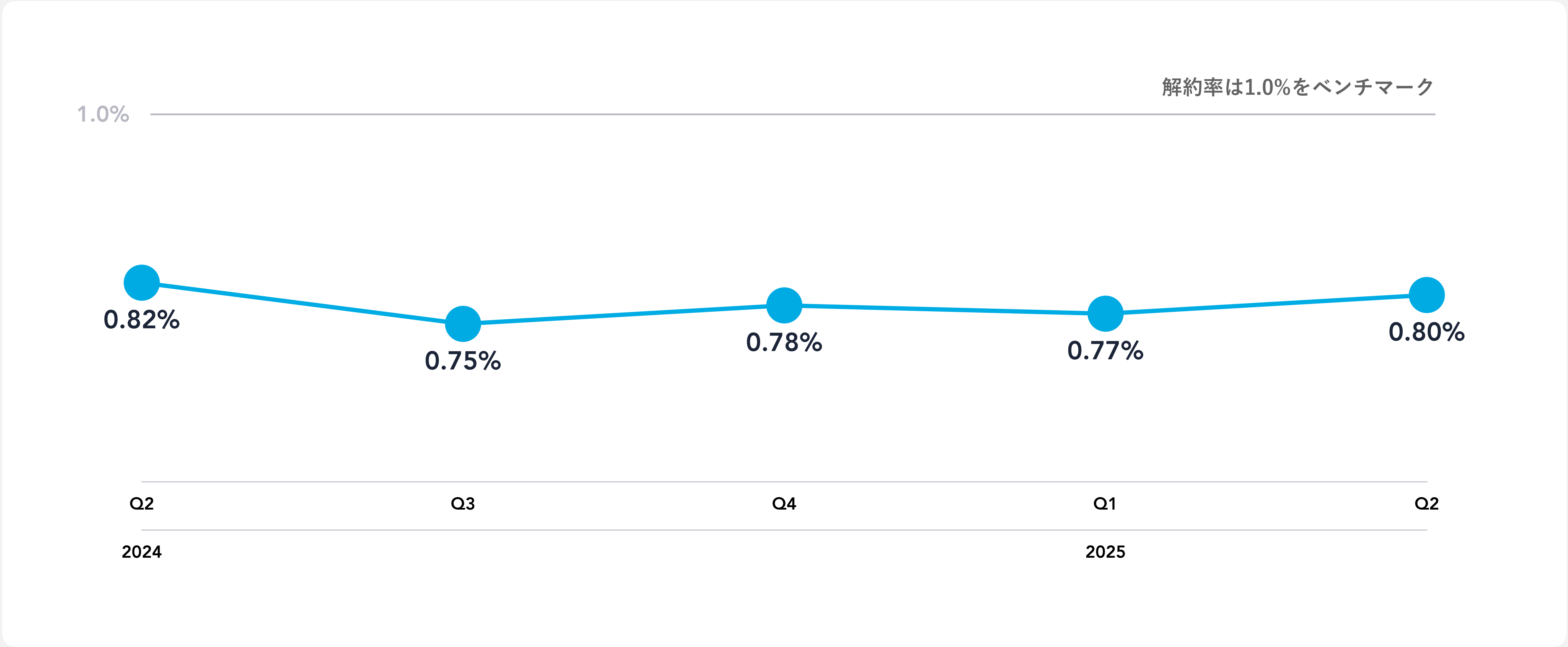
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む。売上原価に計上される人件費も含む

広告宣伝費の増加に伴い、S&M¹が増加。R&D³はYappli WebXのローンチに伴い、一部人件費が原価となり減少



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

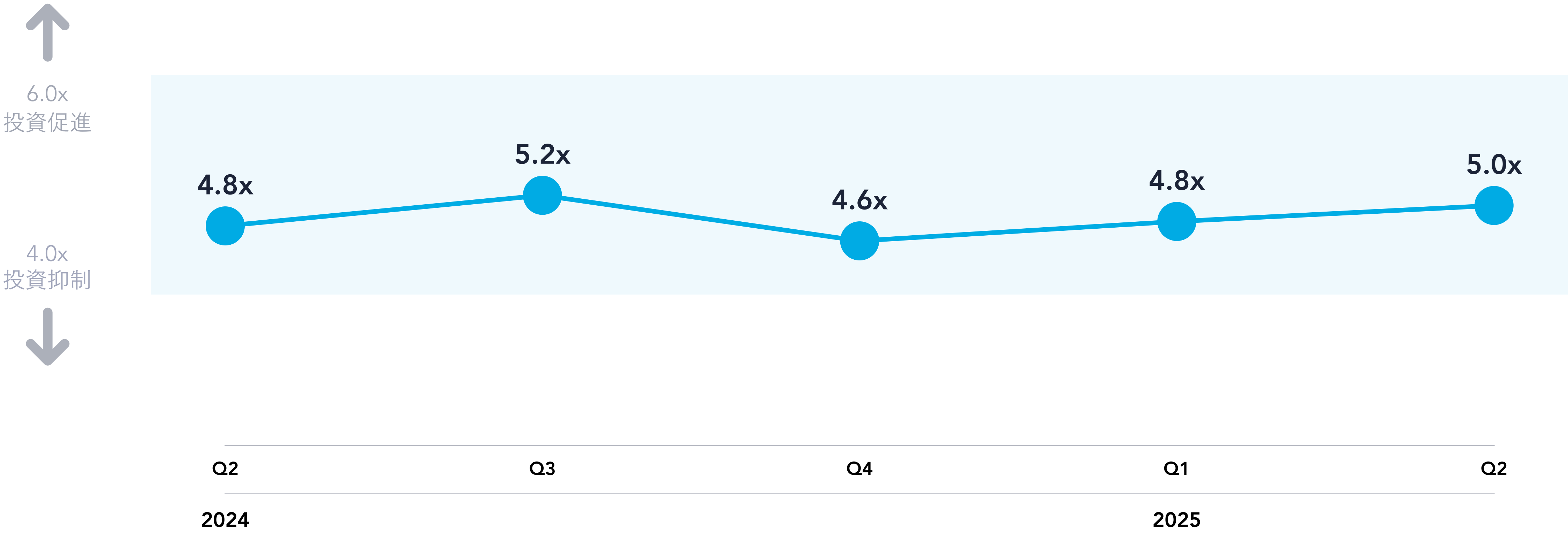
解約数の増加に伴い、解約率は微増



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。 少額・短期プランおよびWebXは含まない

LTV/CAC (LTM)¹

平均月額利用料の増加によりLTVが大きく伸び、
LTV/CACは5.0倍に改善



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。少額プランおよびWebXは含まない

事業ハイライト

3

「Yappli WebX」次世代型Web構築プラットフォーム提供開始。 AI×ノーコードで企業のモバイルDXを支援



2025年5月リリース 企業のモバイルDXを加速

AI×ノーコードで企業のモバイルDXを支援する次世代Web構築プラットフォーム。
プログラミング不要で、あらゆるWebページを効率的に構築・運用可能。アプリとWebをシームレスに統合し、一貫した顧客体験を提供

プロダクト ハイライト

アプリ体験の向上と連携強化により、多様なニーズに対応

運用効率とユーザー体験を高める基盤機能の進化に加え、Shopifyをはじめとする連携を拡大し、エコシステムを更に強化。顧客の事業成長に貢献する、戦略的なアップデートを推進

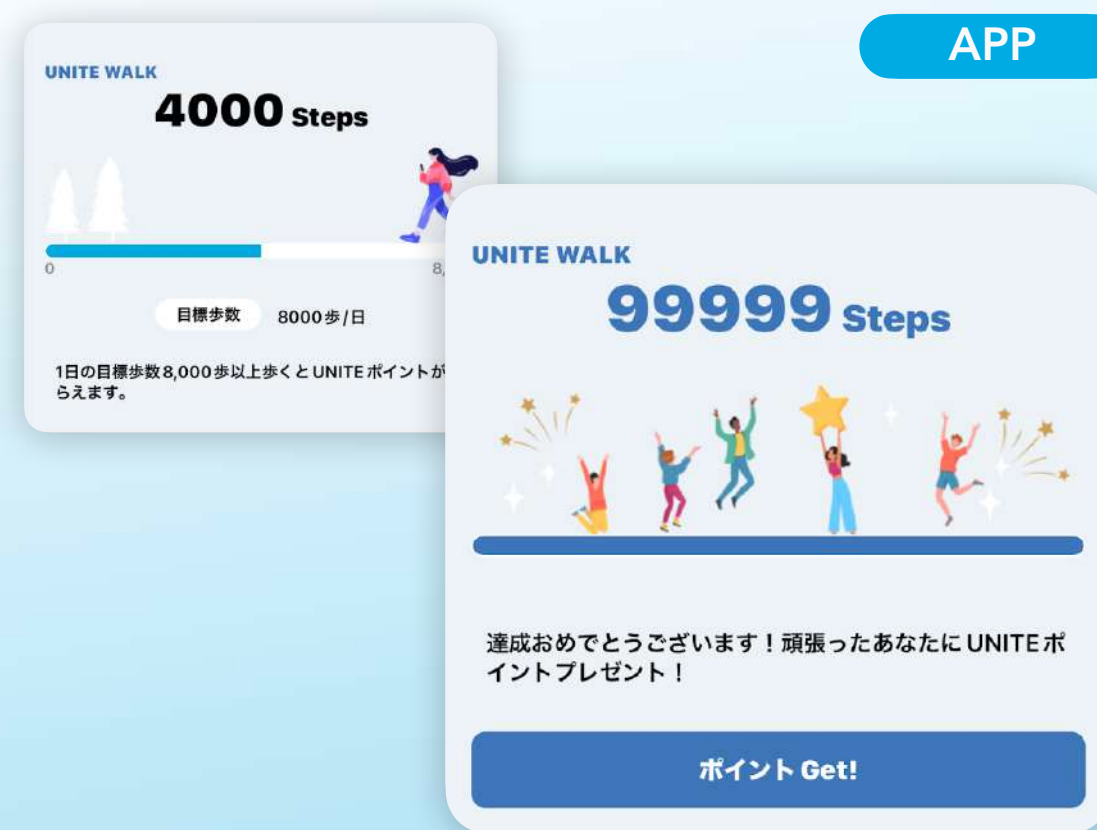
外部ソリューション連携強化



Shopify・AppsFlyer連携で EC・広告戦略を支援

Shopify App Storeで公式アプリを公開し、会員情報連携を複雑な開発不要で実現。更にAppsFlyerのOneLinkにも対応し、多様なマーケティングニーズの実現を加速

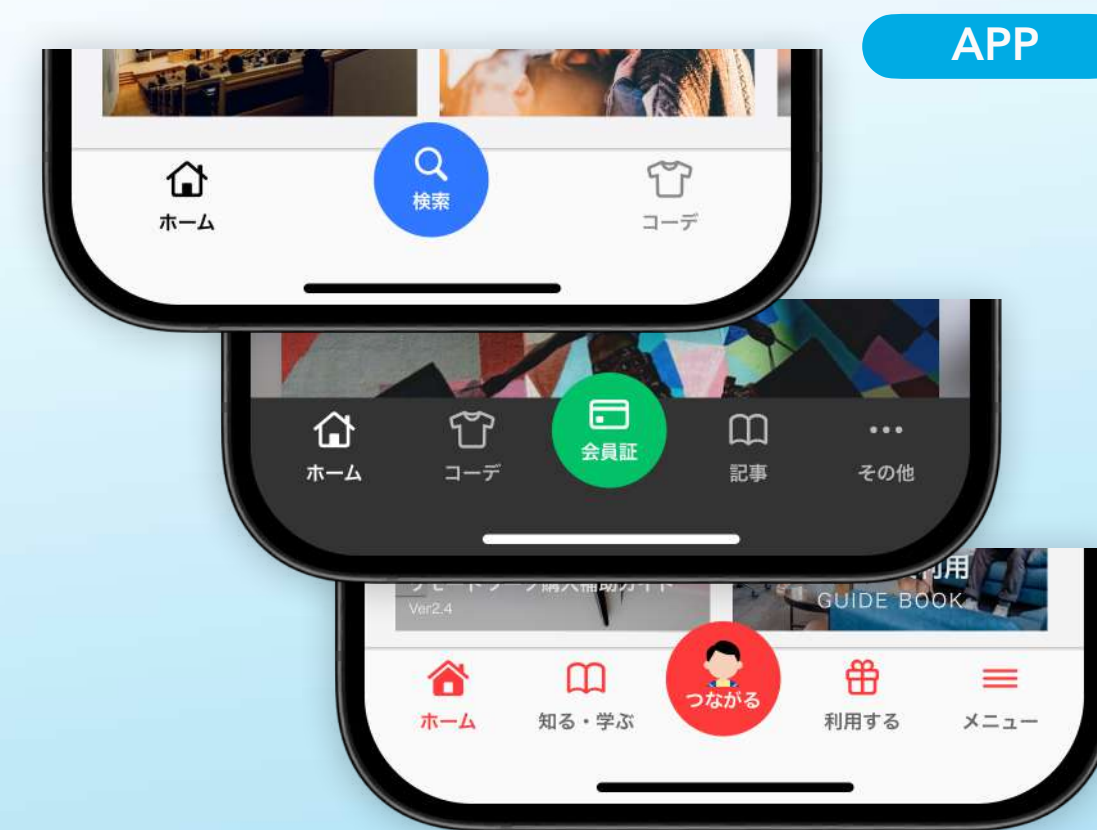
ヘルスケアブロック



ヘルスケア機能 Block UIのブロックに対応

人気のヘルスケア機能を「Block UI」に対応。複数の歩数ゴール設定など機能を大幅に強化し、デザインの自由度も向上。健康を切り口に顧客・従業員との関係性を強化

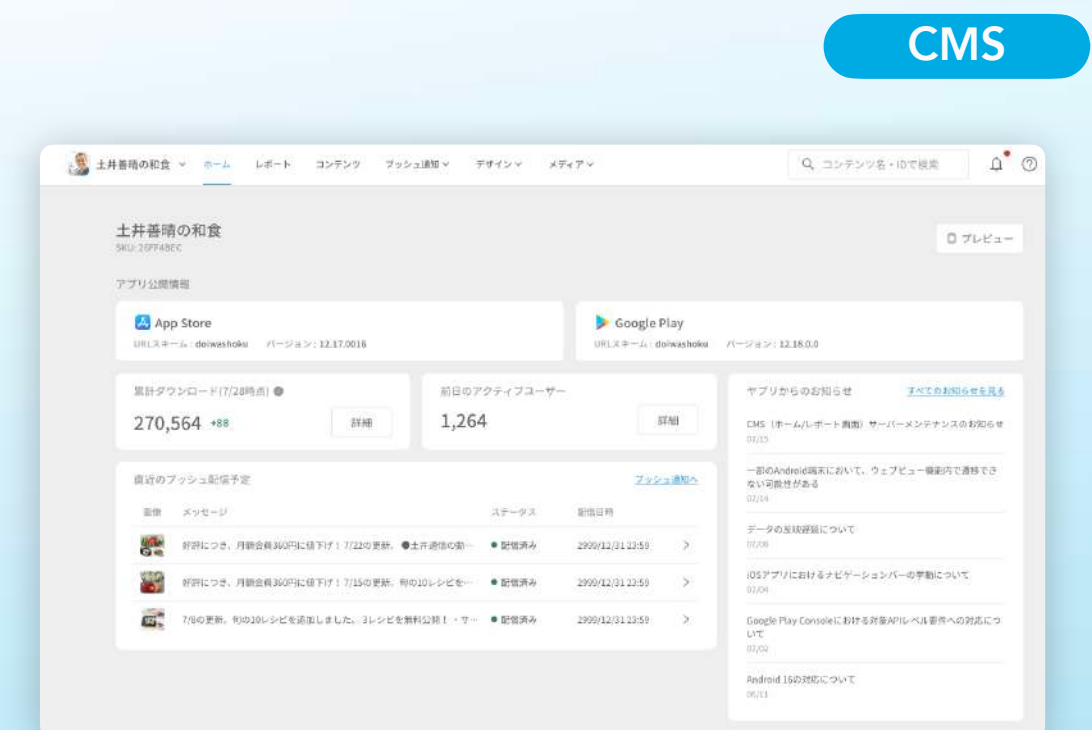
アプリタブバー刷新



タブバー刷新で アプリUIがより直感的に

会員証や商品検索など、利用頻度の高い機能をより使いやすく配置可能に。ブランドの世界観を豊かに表現しつつ、ユーザーを迷わせない直感的なUIで購買機会の創出に貢献

新ホーム画面



ホーム画面をリニューアル 利便性さらに向上

管理画面のトップページとなるホーム画面がリニューアル。アプリの状況やプッシュ配信予定など、日々の運用を支える必要情報が一目で把握でき、アプリ担当者の業務効率を大幅改善

活用事例 ハイライト

様々な業界・用途でモバイルDXによる課題解決を推進

店舗DX向けアプリ「Yappli for Marketing」と従業員向けアプリ「Yappli UNITE」を中心に
様々な用途で活用されるアプリを開発支援



Yappli for Marketing - 飲食



株式会社魅力屋

ラーメン魅力屋公式アプリ

デジタルクーポンを自動配信する仕組みを導入することで、店舗スタッフの作業負担を大幅に軽減。同時に顧客の利便性向上と若年層へのアプローチ強化を実現



Yappli for Marketing - メディア



株式会社TBSテレビ

「東京2025世界陸上」番組公式アプリ

TBSで放送される「東京2025世界陸上」をもっと楽しむために、「1秒後、世界が変わる。」という番組コンセプトと連動し、大会の全てを楽しむための包括的な情報とコンテンツを提供



Yappli for Marketing - 総合スポーツ用品メーカー



ミズノ株式会社

ミズノ - MIZUNO公式アプリ

アプリを全面リニューアル。パーソナライズ化とシームレスな購買体験の提供により、顧客ロイヤルティ向上とEC売上拡大を同時実現



Yappli UNITE - 飲食



タリーズコーヒージャパン株式会社

TULLY'S CONNECT

全国800以上の店舗で働く従業員のエンゲージメント向上および情報伝達の効率化を目的としたデジタル施策を推進。紙のタリーズ手帳をデジタル化し、経営メッセージや業務ツール、福利厚生情報等の一元管理を実現

成長戦略



ノーコードのプロダクト開発力からソリューション提案力まで、 企業のモバイルDXを変革する実行力とノウハウを保有



Yappliを主軸にマルチプロダクト化を推進。プロダクト強化によりCX/EX領域での課題解決力を向上させシェア拡大へ

① プロダクト戦略

既存製品のさらなる強化と新製品によるマルチプロダクト化を推進

既存製品の強化

yappliCRM

yappli

新製品の開発

Yappli WebX

CX領域

顧客体験向上のアプリを提供

主な業界：アパレル、生活雑貨・小売、飲食・食品など

TAM 3,300 億円¹

② ソリューション戦略

EX領域

従業員体験向上のアプリを提供

主な業界：人材・サービス、製造業、労働組合など

TAM 3,300 億円²

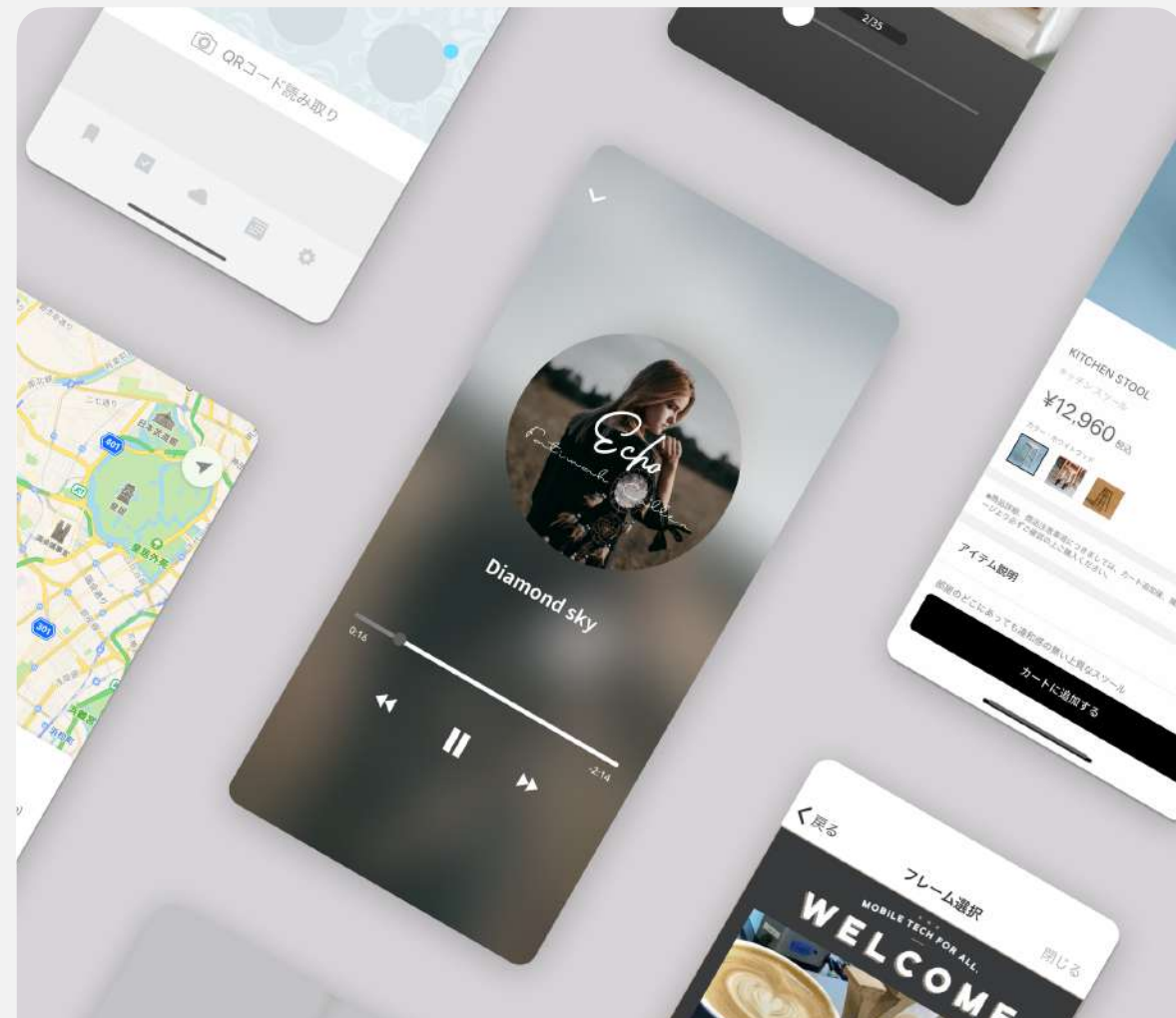
③ GTM(Go to Market)戦略

④ 人的資本への投資

注：(1) 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

(2) シード・プランニングによるHRテクノロジーに関する最新動向についての調査（2021年6月）2025年度 HRテクノロジー市場規模の推計

4つの柱を軸に、より高度で柔軟性のある体験を提供する プラットフォームへ進化



デザイン&UX

特許技術「Block UI」を核とし、優れたデザイン性と高い柔軟性を備えたアプリを提供し、ユーザーが日常的に利用する魅力的なモバイル体験を実現。デザインの可能性を広げ、さらなるビジネスの課題解決を加速



データのさらなる活用

年間180億件以上の膨大なデータを活用し、Yappliプラットフォームの価値向上へ。Yappli独自の分析基盤の提供や高度な施策の実行、新しいインサイトの提供など、顧客の事業成長をデータで支援



インテグレーション強化

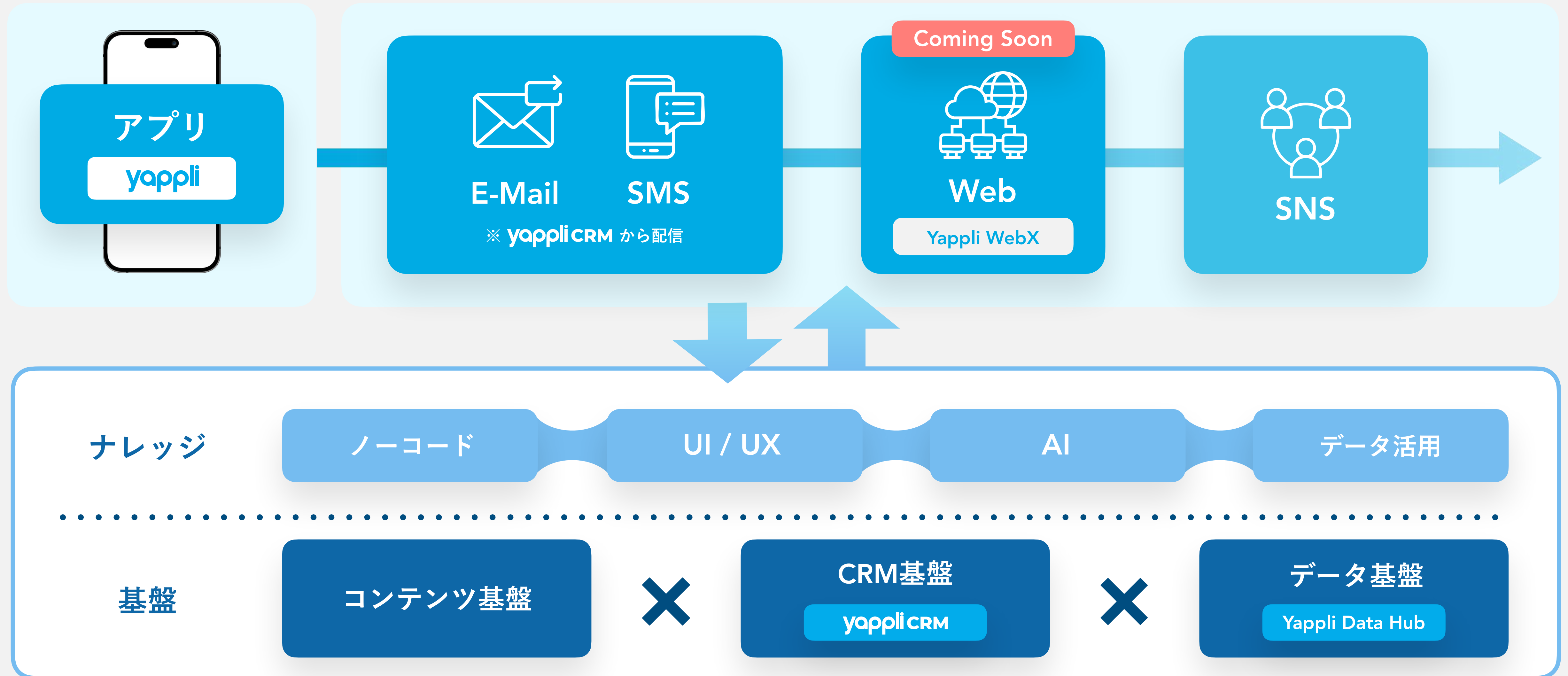
外部サービスとの連携を強化し、さらにオープンなプラットフォームへ進化し、多様な業界ニーズに対応できるシステム環境を提供。顧客体験の向上とデジタル変革を支援するパートナーとして、Yappliのさらなる価値向上へ



AI活用

プロダクトとプロフェッショナルサービスの双方のパフォーマンス向上のためAIを活用。プッシュ通知機能や分析ダッシュボードでのAI実装による利便性の向上や、社内業務効率のためにもAIを積極活用

新規事業への投資を強化し、マルチプロダクトを加速



AI活用によるプロダクトとサービス価値の最大化

AI活用を引き続き推進し、YappliやYappliCRMなどのプロダクトへ続々と実装。
今後はプロフェッショナルサービスの業務支援にも活用しサービス価値の最大化を実現

プロダクトへのAI活用

yappli yappliCRM

顧客アプリの運用支援を中心としたAI活用

プッシュ通知のAIアシスト

AIスコアリング

アプリデザインのAI編集

バリエーション作成

AIによる顧客セグメント

AIによる施策提案

AI

プロフェッショナルサービスへのAI活用

アプリマーケティング

AI活用によりデータ主導のマーケティングを強化

データ分析・行動予測

運用の最適化

アプリデザイン

AI活用により、デザインプロセスを効率化

テンプレートの生成

クリエイティブの最適化

高度化するクライアントニーズに応える提案力強化と、 企業規模に合わせたセールス・マーケ施策を遂行

市場の現状認識

確立市場

市場の成熟化

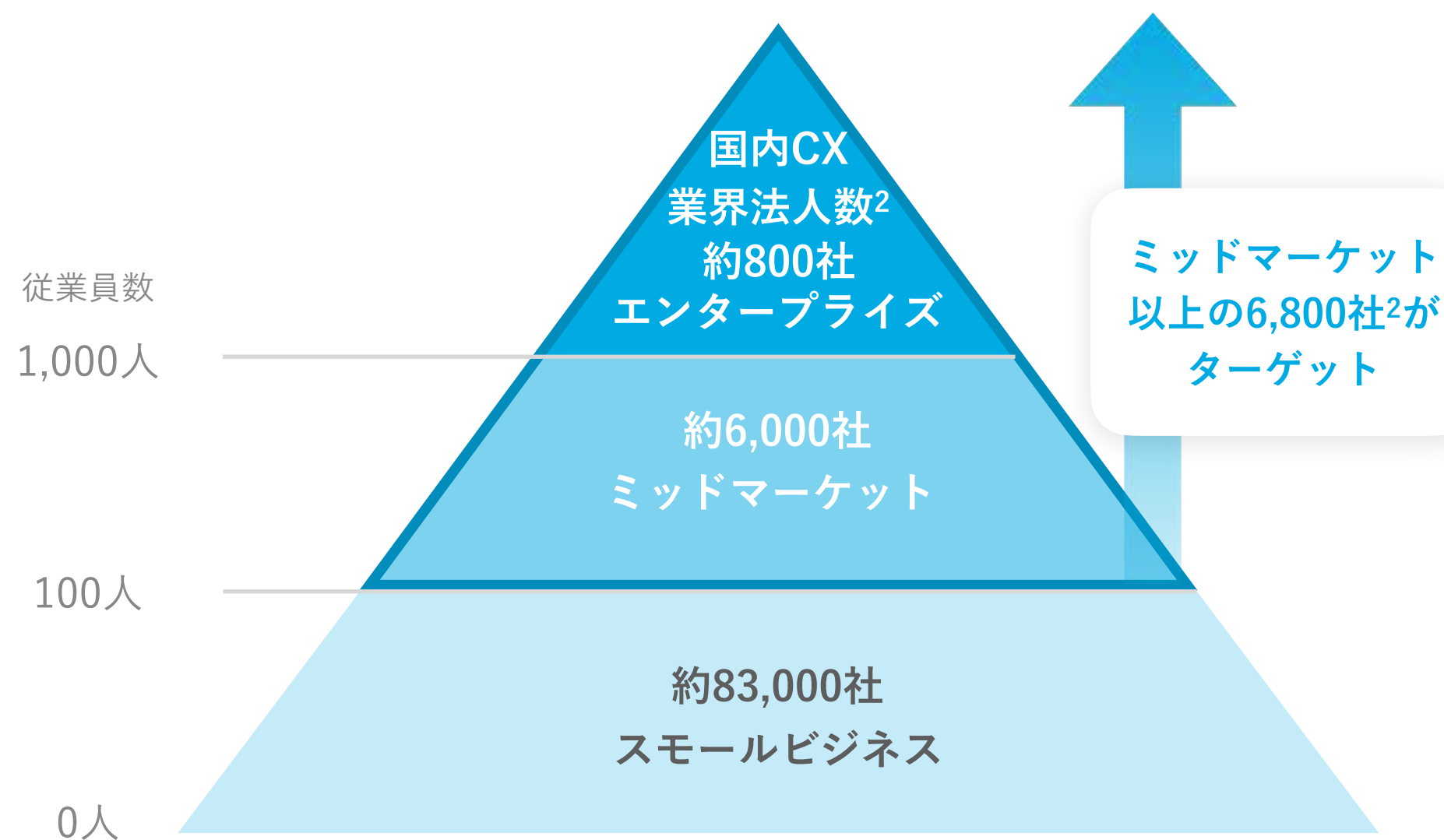
エンタープライズではアプリ保有率は約5割¹に。
リプレイスやミッドマーケット攻略が重要に

クライアント要望の高度化

企業のマーケティング戦略において
アプリの重要度が高まり、施策が高度化

提案力の向上

単にアプリを提供するだけでなく、
データ分析やCRM施策など深い提案が必要に



戦略

- エンタープライズ企業にはABM³による戦略的アプローチでリプレイス提案や新規受注を推進
- ミッドマーケットはリード型広告による効率的なマーケティング活動で案件創出
- 企業におけるアプリの重要性が上昇しているため、アプリマーケティングなどのプロフェッショナルサービスを強化し、顧客アプリのLTV向上を実現させ、クロスセルを創出
- CX領域特化の機能開発や人材投資で、深い業界ニーズを掘り起こす

注：(1) FORCASデータ及び社内調査に基づき算出 (2) FORCASデータを元に当社作成。当社が主にターゲットとするCXの業界（ライフスタイルとフード）に属する企業数を摘出 (3) Account Based Marketing：優良顧客となる対象企業を選定し、その企業へカスタマイズした戦略的アプローチを行う営業手法

マーケティング投資による市場啓蒙やパートナーとの連携で エンプラのシェア拡大へ。Yappli導入企業へのクロスセルも狙う

市場の現状認識

開拓市場

人的資本の関心アップ

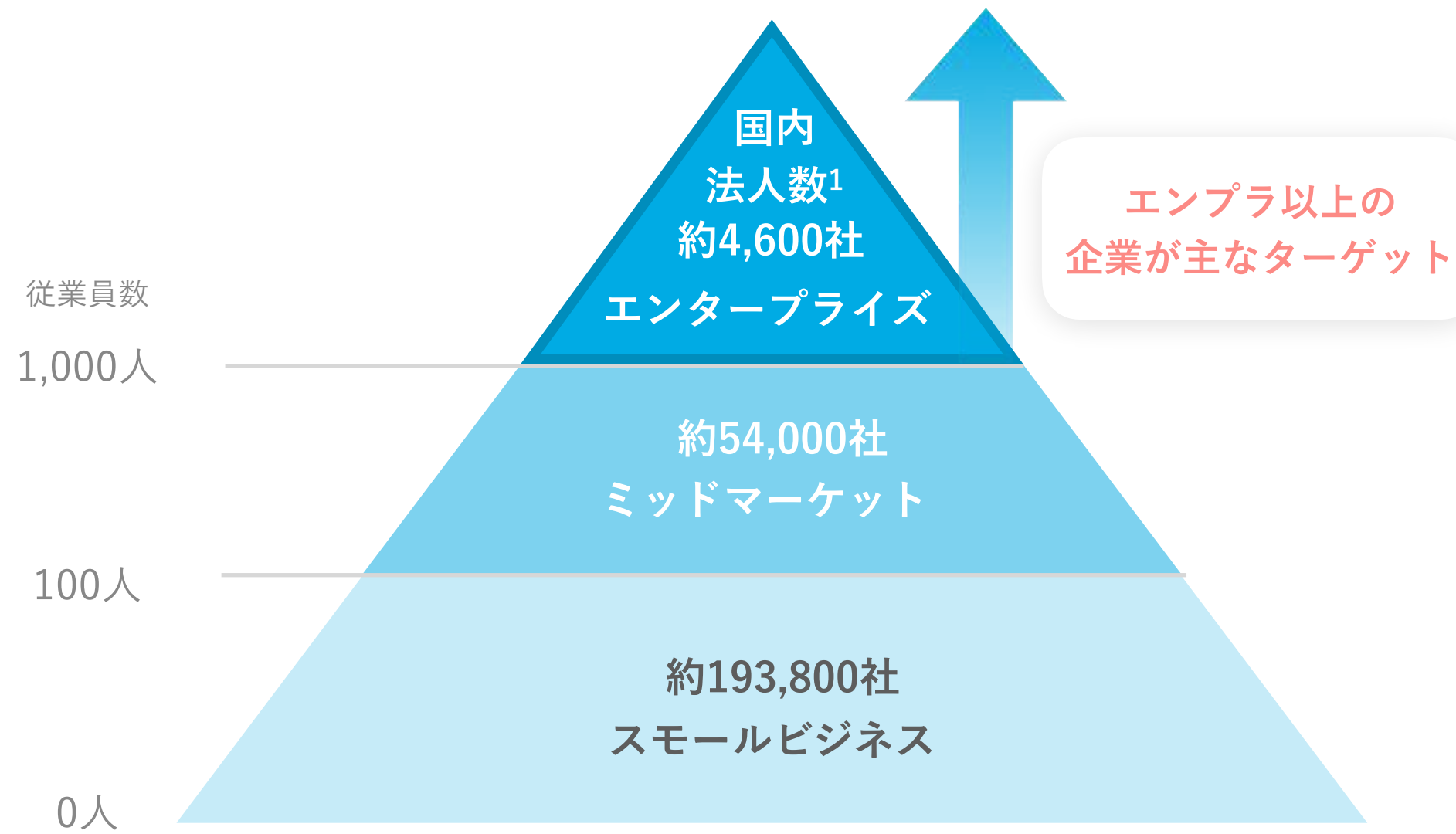
人的資本のトレンドを背景に、
EX領域への関心が大手企業で拡大中

アプリ導入の黎明期

紙媒体やウェブなど従来型メディアから
アプリによるEX強化が徐々に浸透

独自性の提供

CX領域で培った自社アプリならではの
デザインや機能などの体験向上を訴求



戦略

- マーケティング投資を前年比30%アップさせ、市場啓蒙とブランド認知を強化
- パートナーやトップアプローチを用いて、大企業でのシェアを拡大
- 自動翻訳機能やコミュニケーション機能などのプロダクト強化と、福利厚生サービスのラインアップ拡充による販売拡大を狙う
- CX領域でのYappli導入企業へクロスセルを狙う

注：(1) 総務省・経済産業省「令和3年経済センサス・活動調査」全産業 法人企業数

CX・EX領域で多彩なマーケティング活動を実施し商談を創出。 導入後もカスタマーサクセスがサポート

新規受注

- ・マーケティング効率重視で受注率が1.5倍改善¹
- ・パートナー経由受注が2倍アップ¹

クライアント支援

過去3年の平均解約率0.82%¹

収益拡大

- ・過去3年のNRR平均104%¹
- ・アプリマーケティング売上が2.6倍アップ¹

セールス・マーケティング

直販・ABM²・パートナーなどの陣形で網羅的に販売チャネルを強化

- ・マスマーケティングを抑えリード獲得に注力し効率化アップ。オンラインとオフライン両方でマーケティング活動を展開し、有効な商談を創出
- ・販売パートナーとのネットワークを強化し、直販のみでは獲得しづらい顧客層との接点を増やす
- ・エンブラ企業へのアプローチのためABM²や経験者採用を強化

カスタマーサクセス

クライアントへの支援体制を強化。アプリマーケの提供サービスも拡充

- ・アプリ専門デザイナーとディレクターがアプリの立ち上げを手厚く支援
- ・アプリ運用と施策について豊富なノウハウを持つカスタマーサクセスが伴走支援。活用ポータルアプリやユーザー会、大型イベントなどを通じた情報提供で接点強化
- ・アプリの成長支援コンサル等のプロフェッショナルサービスを拡充。CX領域に精通した専門性の高いエキスパートチームがクライアントのLTV向上を図り収益拡大へ

注：(1) 営業利益の黒字化前のFY2022との比較。解約率は、グロスレベニューチャーンレート(LTM)を採用

(2) Account Based Marketing：優良顧客となる対象企業を選定し、その企業へカスタマイズした戦略的アプローチを行う営業手法



個の成長への投資

- リモートワークとオフィスワークによるハイブリッド勤務により、育成や協調性の強化と柔軟性ある働き方を両立
- 社内セミナーや勉強会開催による専門的な学習機会を提供
- 結婚・妊活・出産など各ライフイベントに応じた休暇・手当制度の整備と充実



組織力への投資

- 外部有識者を招いた幹部・マネージャー向け組織マネジメント研修を実施
- マネージャー以上に対する1on1コーチング、フィードバック研修プログラムを提供
- 部門を超えた課題共有・解決のためのクロスファンクショナルな対話を促進

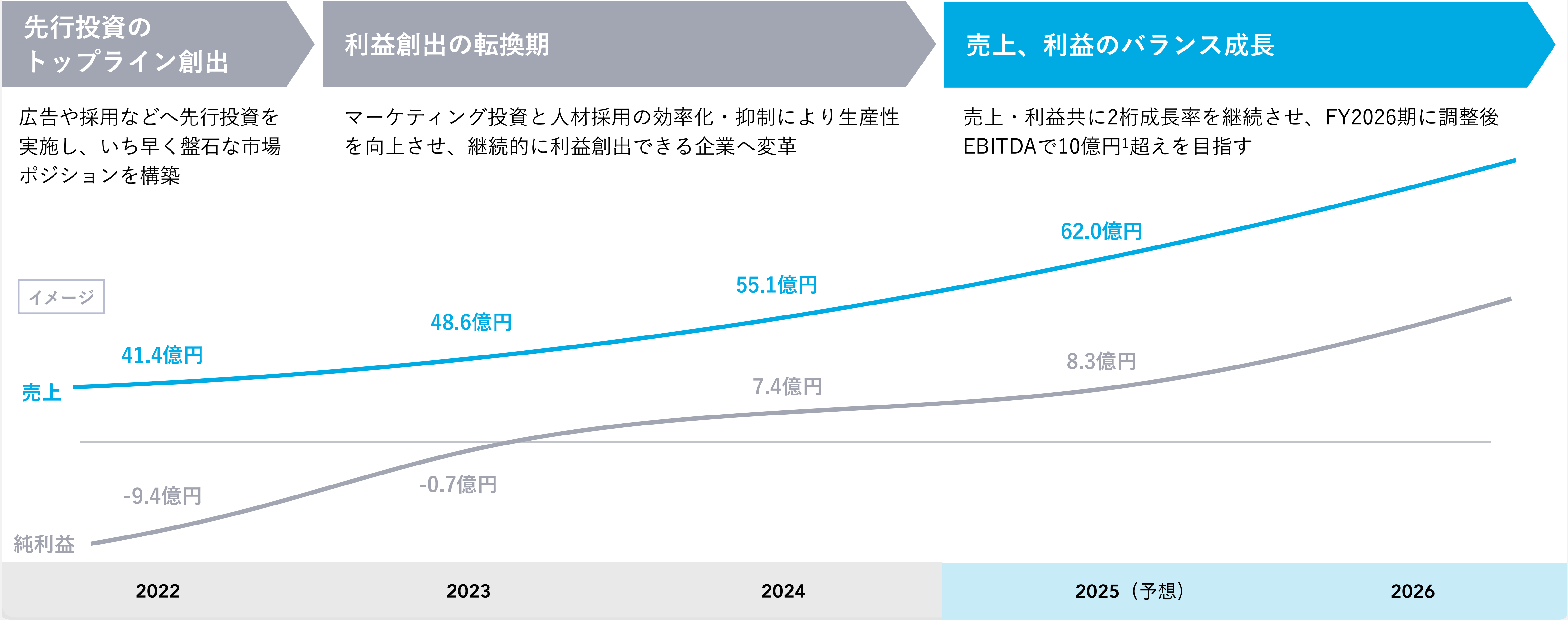


企業文化への投資

- 従業員向けアプリ「Yappli Hang Out」を活用し、経営陣の日々の考えや理念・戦略を共有
- 毎月月末に開催される達成会や懇親会、年1回の全社参加型カルチャーデー、ファミリーデーなど様々なオフラインイベントを企画し、ミッション・バリューの浸透を促進

アプリの進化とFY2025以降の成長イメージ

市場での盤石なポジションを確保。売上、利益ともに伸長



注：(1) 2023年4月26日に発行決議された新株予約権の行使の業績条件に基づく（2024年7月から2026年6月までの期間で四半期の調整後EBITDA2.5億円を2回達成で行使可）

補足資料



P&Lのサマリー

単位：百万円

	2022	2023	2024	Q2 2025
売上	4,142	4,864	5,511	1,483
売上原価	1,390	1,507	1,867	505
売上総利益	2,751	3,356	3,643	978
margin %	66.4%	69.0%	66.1%	66.0%
販管費	3,570	3,091	3,093	752
S&M ¹	2,253	1,789	1,818	461
G&A ²	736	630	740	161
R&D ³	580	671	533	130
営業利益	-818	264	550	226
margin %	-19.8%	5.4%	10.0%	15.2%
調整後EBITDA ⁴	-755	323	659	245
margin %	-18.2%	6.7%	12.0%	16.6%

売上原価の内訳

単位：売上高比率 %

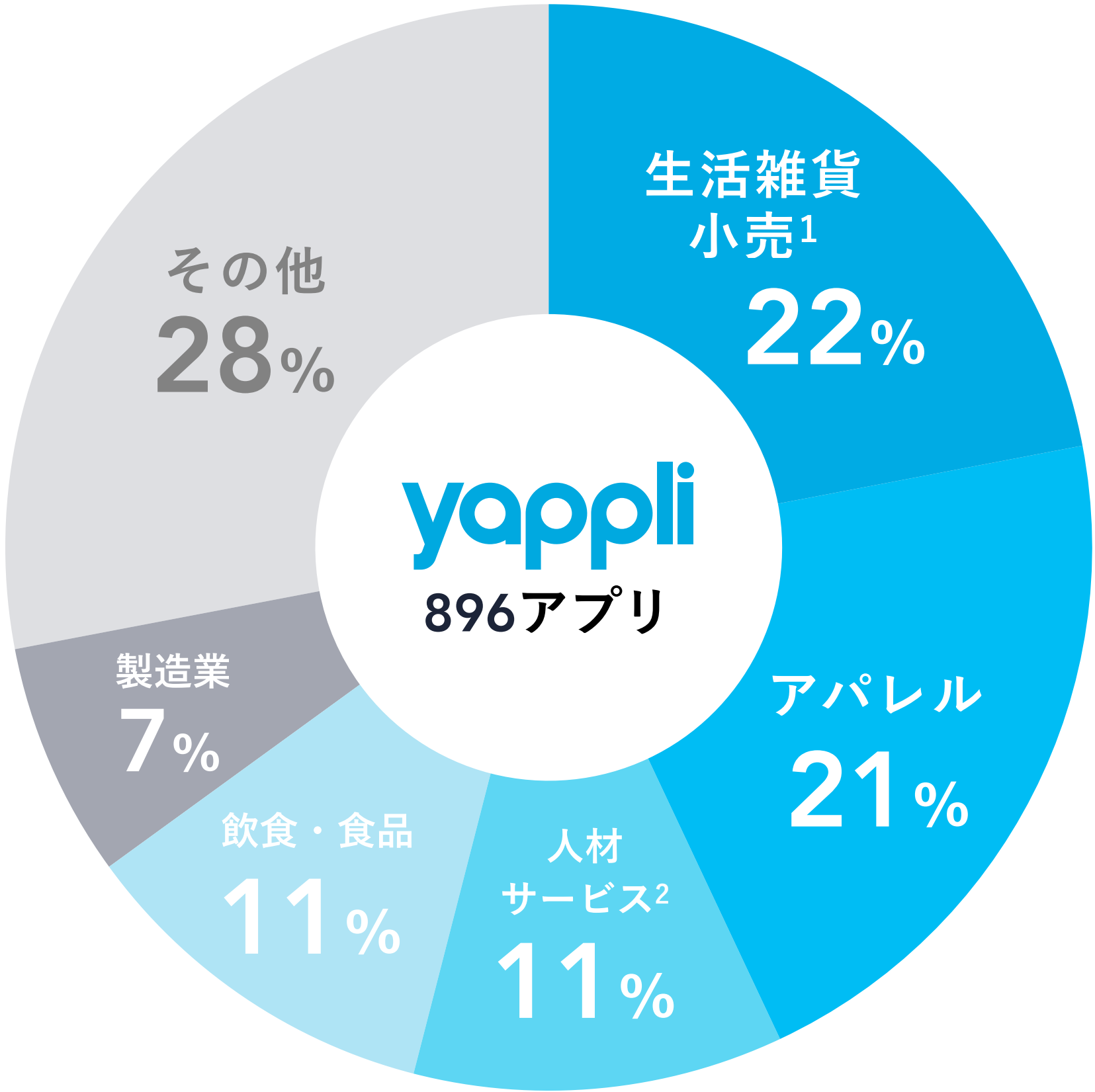
	2022	2023	2024	Q2 2025
変動費	19.7%	19.2%	20.5%	20.7%
労務費 ⁵	5.9%	5.5%	4.7%	4.8%
その他	13.8%	13.7%	15.7%	15.9%
固定費	13.9%	11.8%	13.4%	13.3%
労務費 ⁶	9.7%	7.7%	9.7%	9.7%
その他	4.2%	4.1%	3.7%	3.6%

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) EBITDA + 株式報酬費用 (5) ディレクターとデザイナーの労務費 (6) エンジニアの労務費

単位：百万円

	2022	2023	2024	Q2 2025
流動資産合計	2,443	2,229	2,811	3,034
現金及び預金	1,650	1,507	1,959	1,833
固定資産合計	399	584	1,255	1,247
流動負債合計	705	779	744	747
固定負債合計	793	675	1,134	1,020
純資産合計	1,344	1,360	2,188	2,513

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て



業界TOP5

- 1. 生活雑貨・小売¹ 22% (194アプリ)
- 2. アパレル 21% (186アプリ)
- 3. 人材・サービス² 11% (101アプリ)
- 4. 飲食・食品 11% (95アプリ)
- 5. 製造業 7% (65アプリ)

注：2025年度第2四半期末時点、アプリ数での内訳、少額プランは含まない。随時、業界定義の見直しを行なっているため、各アプリの業界分類は必要に応じて更新 (1) 生活雑貨、スーパー、商業施設、化粧品、スポーツ用品、通販などを含む (2) 人材紹介、代理店・Sler・コンサルティングサービス、生活サービス、運輸サービスなどを含む

売上高・営業利益ともに2桁成長を継続させ、
バランス型成長により収益性をさらに高める

単位：百万円

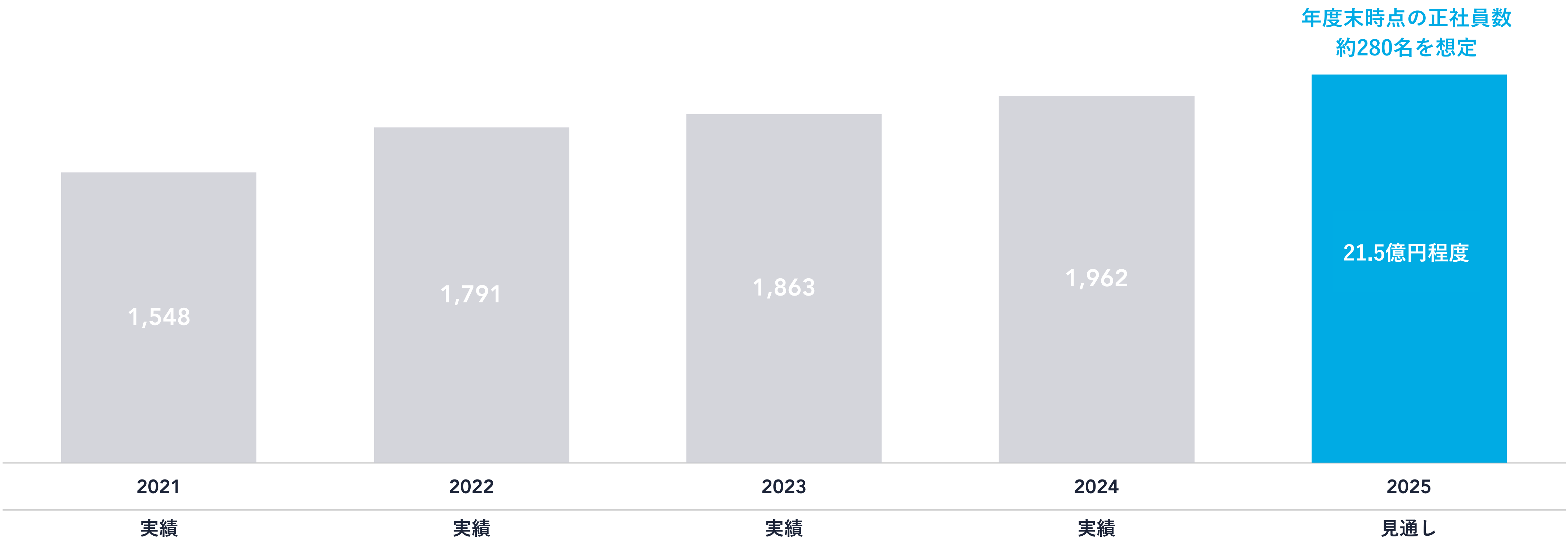
	2023	2024	2025		
	実績	実績	業績予想	YoY増減額	YoY増減率(%)
売上高	4,864	5,511	6,200	+689	12.5%
営業利益	264	550	750	+199	36.1%
利益率 (%)	5.4%	10.0%	12.1%	+2.1pt	-
経常利益	254	548	730	+182	33.2%
当期純利益	-74	748	830	+81	10.9%
EBITDA ¹	323	582	770	+187	32.1%
調整後EBITDA ²	323	659	810	+150	22.9%
利益率 (%)	6.7%	12.0%	13.1%	+1.1pt	-

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 営業利益+ 償却費 (2) EBITDA + 株式報酬費用

2024年度通期決算資料より
2025年12月期
業績予想 人件費¹

利益体質への業績改善に伴い人員投資を3年ぶりに強化し、 YoY約10%の増加

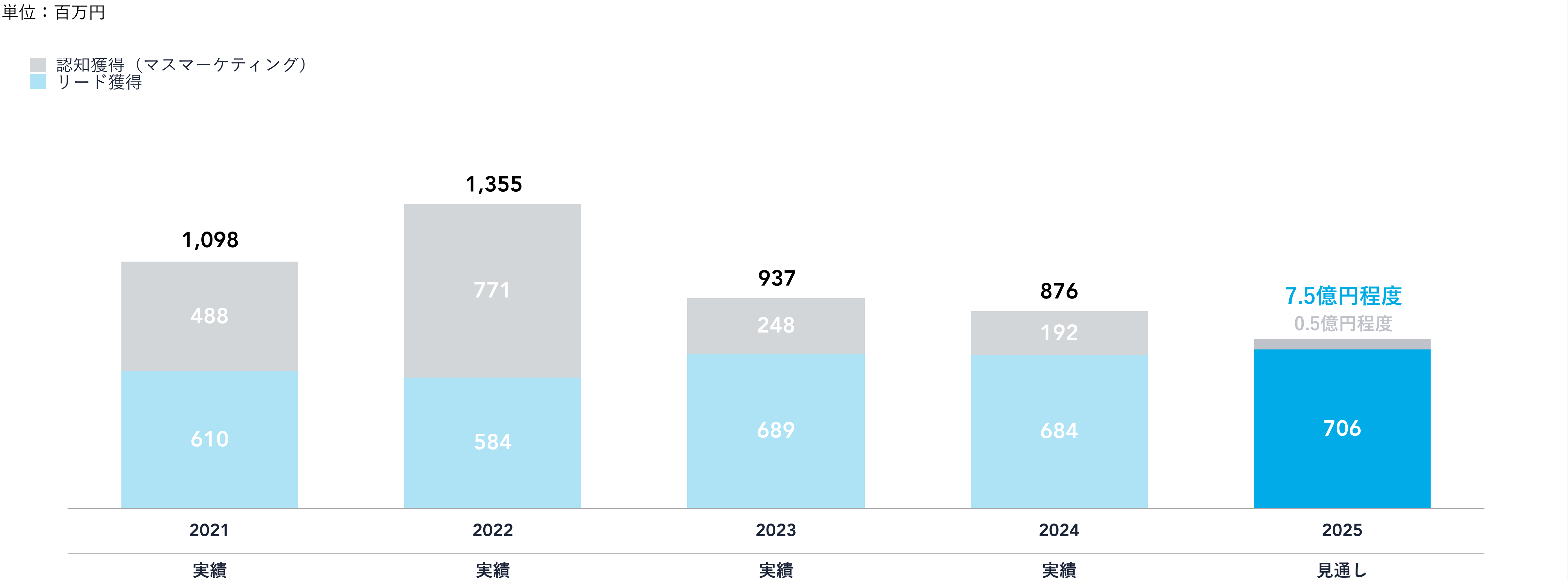
単位：百万円



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。売上原価に計上される人件費も含む

2024年度通期決算資料より
2025年12月期
業績予想 広告宣伝費¹

認知獲得の先行投資を一定完了させ、リード獲得に注力。
イベントやコンテンツマーケティングへの投資で獲得効率向上へ



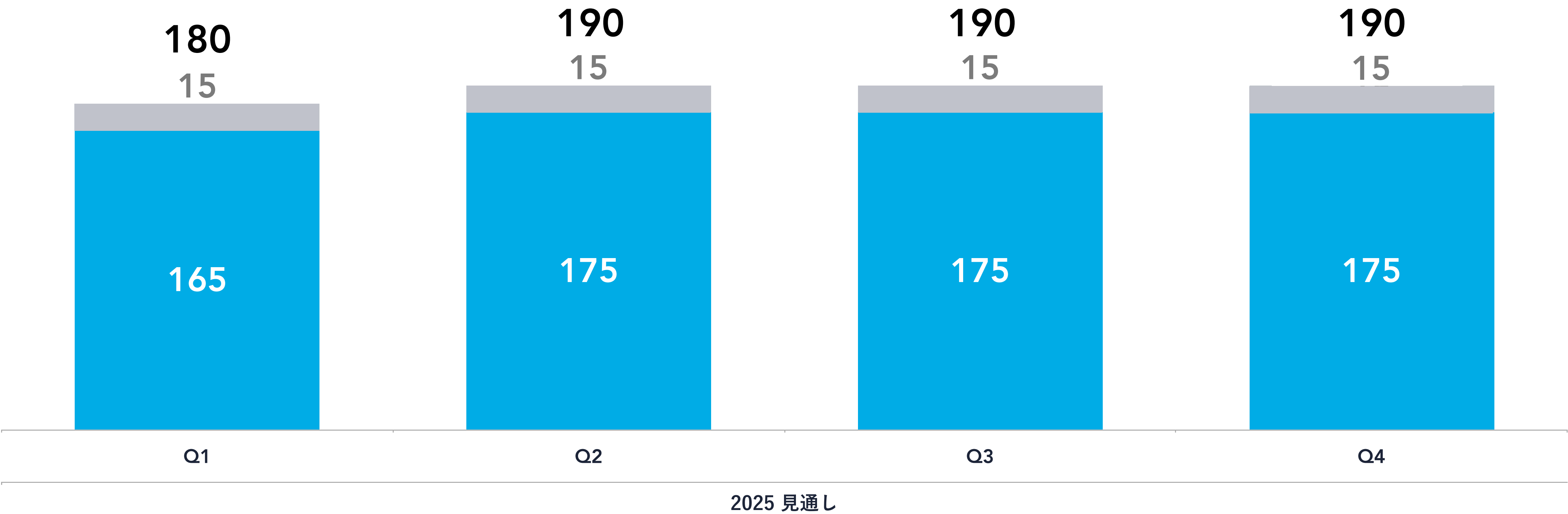
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) PRなどの顧客獲得目的以外の広告宣伝費は除く

2024年度通期決算資料より
広告宣伝費¹ 四半期
見通し

通年で均等に広告配分し、リード獲得の活動を バランスよく実施

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

バリューを強化するための組織投資と個人投資の2つを実施

ミッション達成に重要なバリュー浸透を強固にするために、組織と個人の2軸で研修を開催



アプリでミッション浸透やカルチャー醸成をサポート

ヤプリの社内アプリ「Yapli Hang Out」を用いて様々な施策を展開し、ミッションとバリューの浸透や、カルチャー醸成をサポート。福利厚生ポイントやリスキリングにも活用



Yapli
Summit



サンクスカード

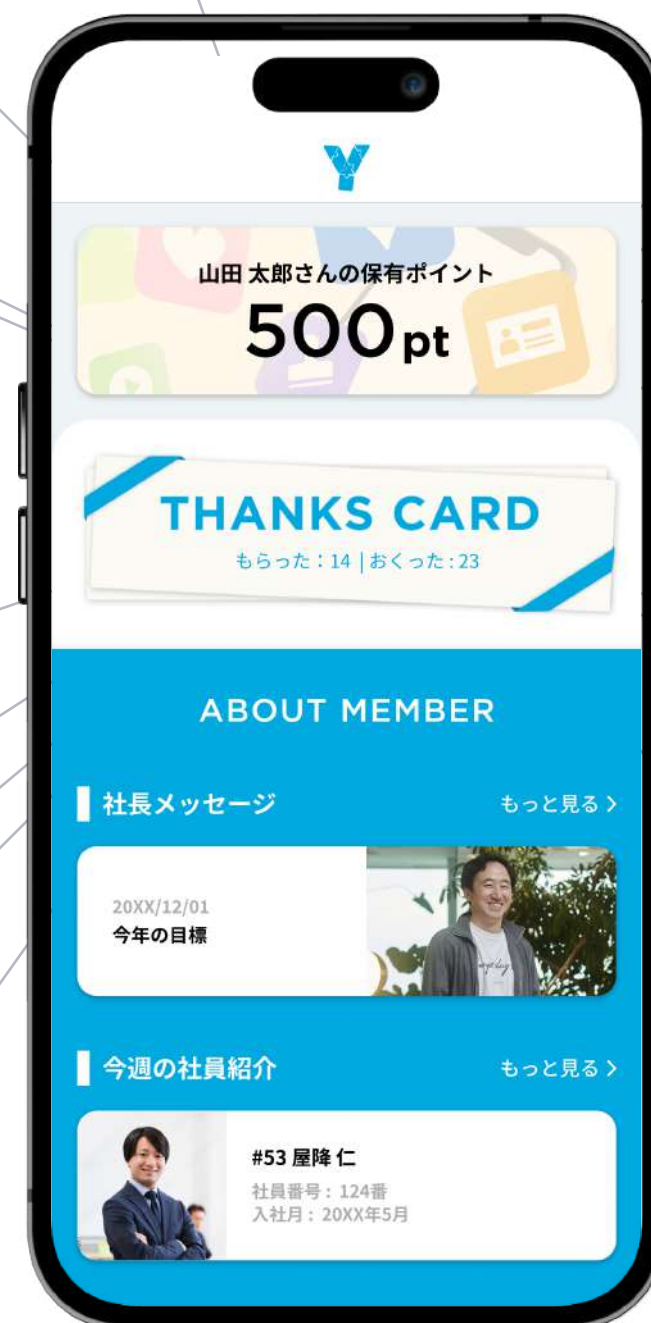


部活紹介



社長コラム

ヤプリの社内アプリ Yapli Hang Out



福利厚生
ポイント



セミナー
動画・資料



社員紹介



季節毎の
イベント

組織の中核となるマネジメントへの研修を強化

マネジメントへの研修を通して、視野・視点・視座を高め、より強い組織を構築

外部有識者による研修の強化

部長・マネージャーに対して、外部有識者による研修を実施。座学やディスカッションを通して、新たな視点や、他部署での悩みなどの視野を広げ、自部署だけでなく、会社全体の課題把握も向上



新任マネージャーへの各種研修の実施

新任マネージャーへ1on1、コーチング、フィードバックなどの基礎技術から、先輩マネージャーによる課題克服の勉強会などを実施。研修を通してマネージャー間のつながりも醸成



社員が仕事に集中できるように、働きやすさを整備

ヤプリーでは、年代、性別、各種状況に関わりなく、働きやすい環境を目指す

ライフステージの変化による不安や働きにくさの解消をサポート



Yappli + Family
ily
制度



結婚サポート

- ・結婚休暇
- ・結婚祝い金

妊活・不妊治療サポート

- ・妊活・不妊治療費の補助
- ・妊活・不妊治療時の特別有給
- ・オンライン外部相談窓口の設置
- ・妊孕性簡易検査キット割引
- ・リテラシーアップの取り組み

妊娠出産サポート

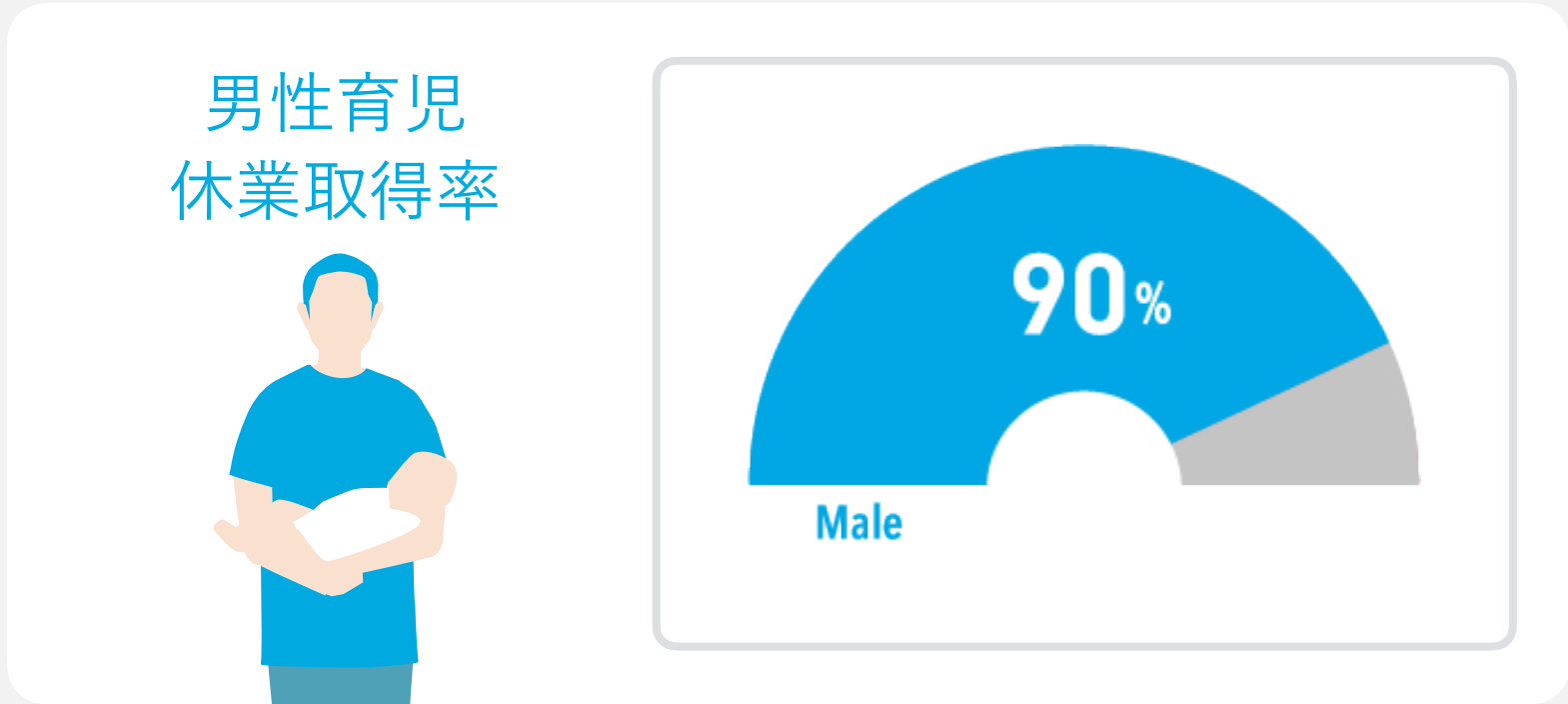
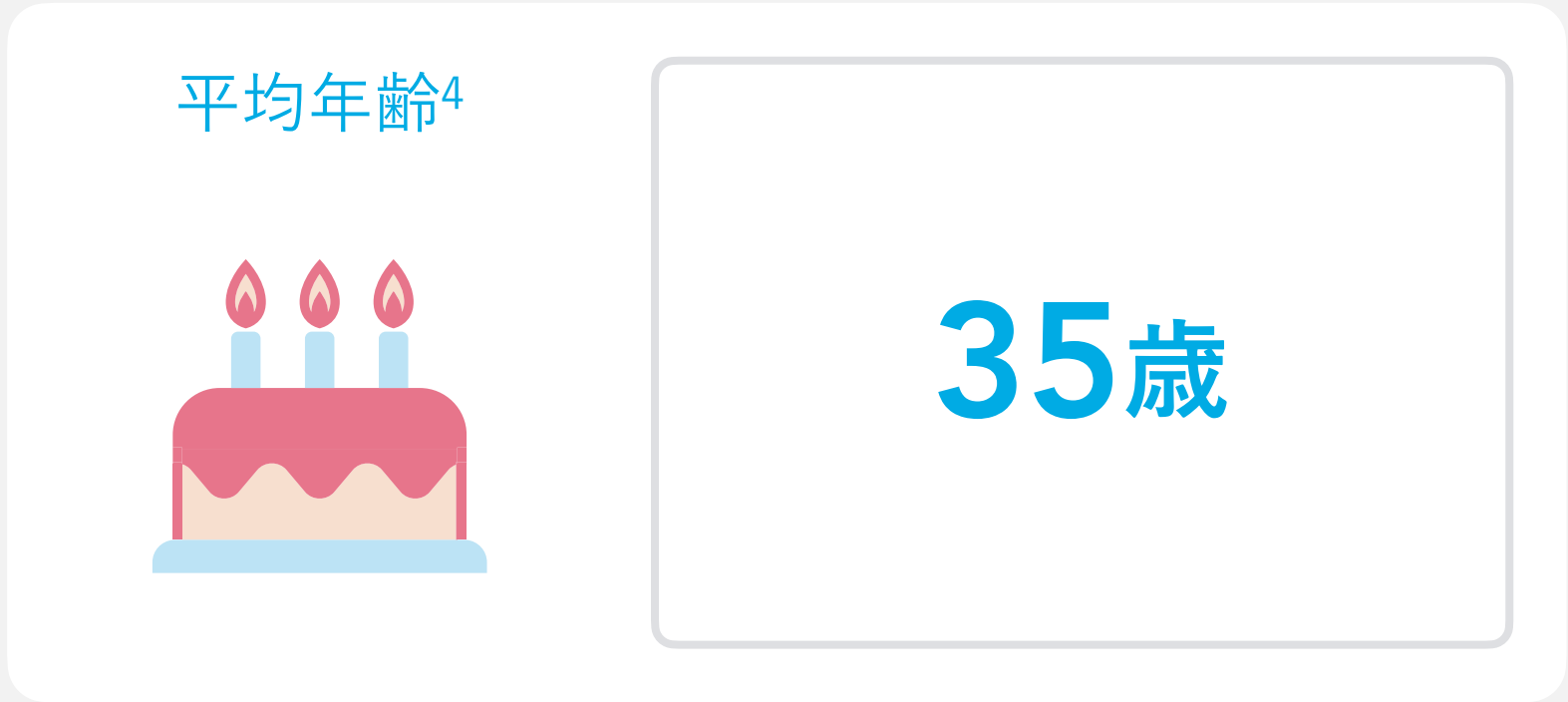
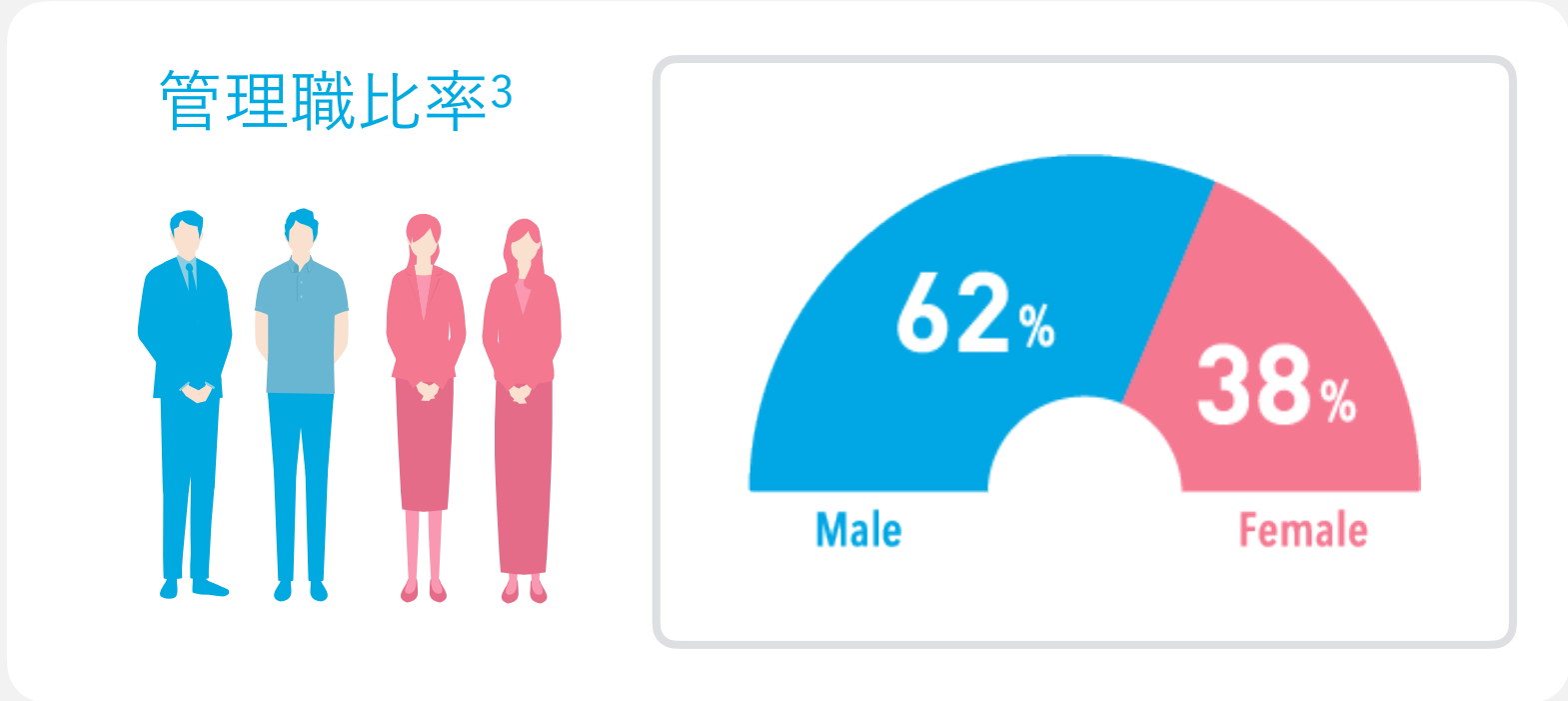
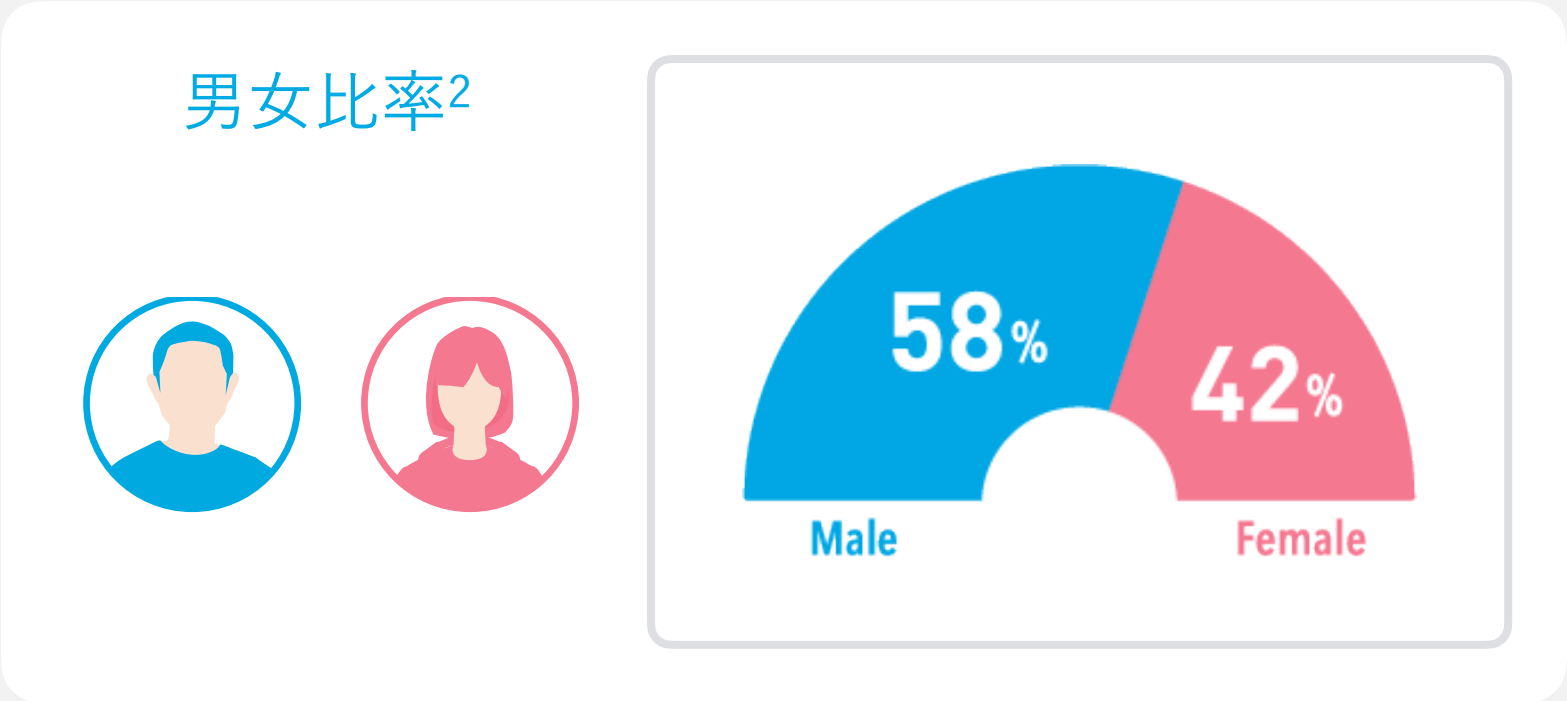
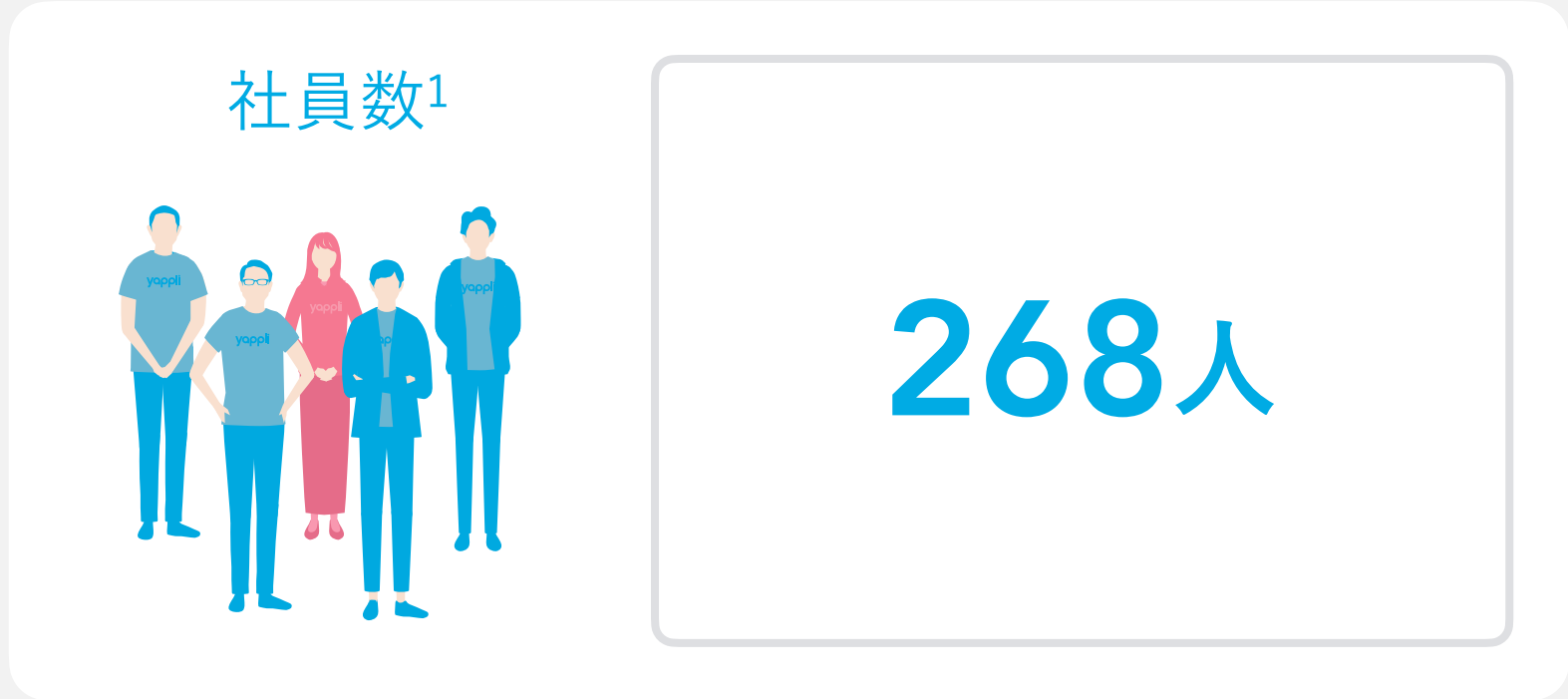
- ・産前特別休暇
- ・出産立ち会い休暇
- ・保活コンサル費用補助（全額）
- ・出産祝い金/復職祝い金

育児サポート

- ・リモート勤務
- ・シッター費用補助
- ・子の看護休暇（特別有給）

ヤプリでは多様なメンバーが活躍

ライフイベントに配慮し、誰もが働きやすい職場を目指す



eNPS（Employee Net Promoter Score）

※親しい知人・友人に職場をどれくらい薦めたいかを尋ねる職場推奨度を数値化した指標

-6.32

注：2024年度末時点(1) 正社員数 (2) 正社員における男女比率 (3) 正社員かつ役職が執行役員，本部長，部長/室長，またはマネージャーの管理職比率 (4) 正社員平均年齢 (5) 男性正社員の平均賃金に対して、女性正社員の平均賃金割合（賞与・ストックオプションは含まない）

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年度下期クリエーター

取締役執行役員COO

山本 崇博



- オグルヴィ・ワン・ジャパン株式会社、グリー株式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

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。

社外取締役

本間 浩輔



- 早稲田大学卒業後、野村総合研究所に入社
- ヤフー株式会社の社長室ピープル・デベロップメント本部長を経て、2014年より執行役員。同社においてさまざまな人事制度改革に取り組み、戦略人事プロフェッショナルの実践家として社内外において広く活動

社外取締役

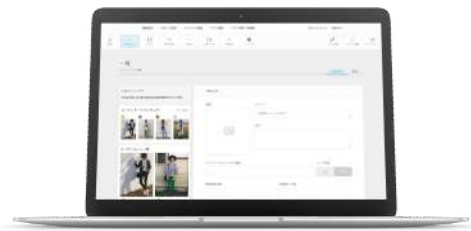
奥本 直子



- ボストン大学大学院修士課程修了後、米国マイクロソフト、米国ヤフー本社に勤務
- 2017年に日米間の事業開発のアドバイザー会社 アンバー・ブリッジ・パートナーズを創業
- 2021年、ウェルビーイング・テクノロジーに特化したVCファンド、Niremia Collectiveを創業。シリコンバレーを中心に活動中



2013.04
株式会社ヤプリ設立



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



2020.12
東証マザーズへ上場



2019.03
GMO Tech社
App Capsule譲受



2021.10
新製品「Yappli CRM」リリース



2020.08
Yappli for Business
開始



2023.04
創業10周年



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



2023.08
新サービス「Yappli
UNITE」をローンチ



2024.06
フラー株式会社との
資本業務提携



2025.05
新製品「Yappli WebX」
をリリース

会社概要



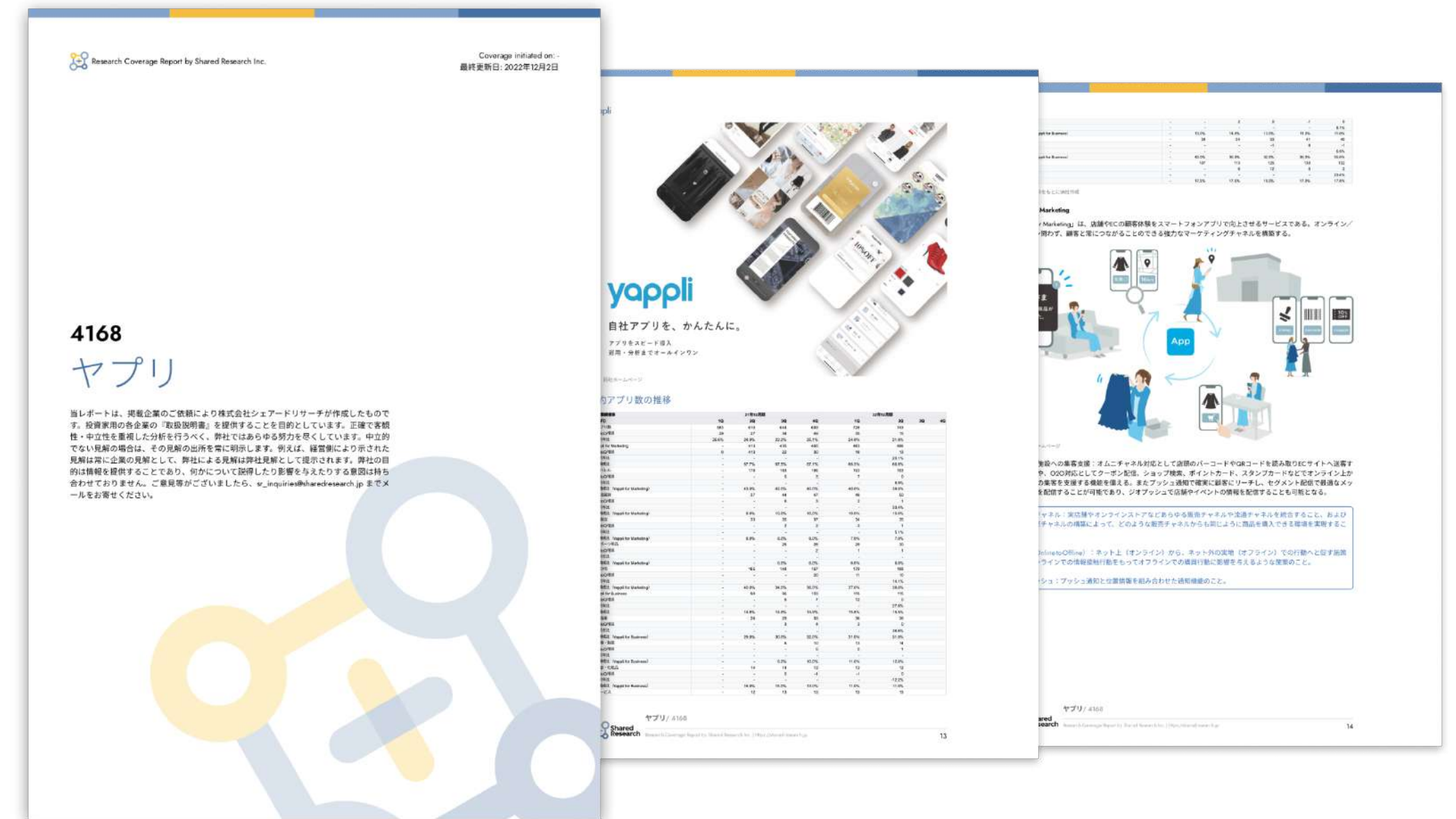
会社名	株式会社ヤプリ
設立	2013年4月
資本金	13億6,070万円（資本準備金を含む）
代表者	庵原 保文
社員数	282人
東京本社	東京都港区六本木3-2-1 住友不動産六本木グランドタワー41階
大阪支社	大阪市大阪市北区大深町3-1 グランフロント大阪北館8階
福岡支社	福岡県福岡市中央区大名2丁目6-50 福岡大名ガーデンシティ8階
上場市場	東証グロース(4168)
事業内容	アプリ運営プラットフォーム「Yappli」及び ノーコードの顧客管理システム「Yappli CRM」の企画・開発・販売

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/companies/4168>



投資家向け Q1 FY2025 決算説明会の動画配信

2025年度12月期第1四半期決算開示同日に開催された投資家向け決算
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@yapli.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