



2025年12月期決算説明及び 事業計画並びに成長可能性に関する事項

株式会社ヤプリ(グロース：4168)

2026.2



株主の皆様へ

平素より株式会社ヤプリをご支援いただき、誠にありがとうございます。本レターでは、2025年の振り返りと2026年の展望についてお伝えします。

——2025年の振り返り

人口減少や人手不足が進む日本において、テクノロジーやAIを活用した生産性向上と付加価値創出は、企業経営の重要なテーマとなっています。当社はこの構造変化を成長機会と捉え、アプリを軸とした顧客体験（マーケティング領域）および従業員体験（HR領域）の価値提供を磨き込み、事業基盤の強化に取り組んできました。2025年は、売上成長に伴い利益が大きく伸長し、安定的な利益創出フェーズに入った一年となりました。人員強化やM&Aといった成長投資を進めながら、初の自社株買いおよび配当による株主還元を実施できたことは、当社のファンダメンタルズが次の段階に入ったことを示すものと捉えています。

事業面では、主力製品「Yappli」によるアプリ事業が堅調に推移しました。特にHR領域の「UNITE by Yappli」は2025年下半期から成長が加速し、導入企業は100社を超え、日本を代表する企業での全社導入が進みました。一方、マーケティング領域は市場の成熟により競争が激化していますが、飲食・食品業界を中心に受注は堅調で、足元では改善の兆しが見えています。また、ウェブ構築の新製品である「Yappli WebX」の投入や、飲食店向けモバイルオーダーを提供するチューズモンスター社のM&Aを通じて、アプリ以外の領域への足掛かりを得た一年となりました。

——2026年の展望

2026年は、当社にとっての「マルチプロダクト元年」と位置づけ、アプリ以外の領域への投資を本格的に加速させます。アプリを起点に、ウェブ、LINEミニアプリ、モバイルオーダーなどをカスタマージャーニーに沿って展開し、顧客への提供価値を大きく拡張していきます。具体的には、「Yappli WebX」を本格的なマネタイズフェーズへ移行させるとともに、株式会社チューズモンスター（現 株式会社ヤプリフードコネクト）の子会社化に伴い、飲食業界向けモバイルオーダーの提供を開始します。さらに、LINEミニアプリ領域への新製品開発も進め、複数の顧客接点を横断して支援できる体制を整えていきます。アプリ事業で培った収益基盤を活かし、周辺領域への成長投資を積極的なM&Aも含めて推進してまいります。

もちろん、アプリ事業自体の進化も継続します。「UNITE by Yappli」はさらなる投資により大企業を中心に拡大させ、「Yappli for Marketing」ではプロフェッショナルサービスによる付加価値を強化し、マルチプロダクトによる総合提案で市場シェアの拡大を目指します。加えて、利益創出フェーズに入った企業として、成長投資と資本効率の両立を図りながら、株主の皆様への還元についても段階的に拡充していく方針です。

——最後に

2025年は基盤を整えた年であり、2026年はその基盤を活かして成長を加速させる年です。マルチプロダクト化とM&Aによる非連続の成長を実行フェーズへと移し、持続的な企業価値向上を目指してまいります。今後とも、中長期的な視点でのご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

株式会社ヤプリ
代表取締役CEO
庵原 保文

INDEX

1 事業概要

2 成長戦略

3 2025年12月期 通期・第4四半期 業績

4 2026年12月期 通期 連結業績予想

5 2025年12月期 通期 事業ハイライト

6 補足資料

事業概要



デジタルを簡単に、社会を豊かに

テクノロジーの敷居を下げ、誰もが手軽にデジタルを扱える社会へ。

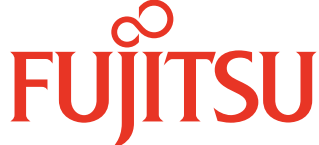
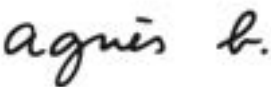
ヤプリの製品とサービスを通して、人々の生活や仕事が豊かになることを目指します



導入契約数

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

939

			 三菱UFJ信託銀行	 よろこびがつなぐ世界へ		
		 みずほ銀行				
 東京メトロ	 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		
 大塚 ごはん処 OOTOYA	 Hotto Motto ほっともっと		 GINZA Cozy Corner 銀座コジコーナ	 京華北白川 ラーメン 魅力屋	 青山学院大学 AOYAMA GAKUIN UNIVERSITY	

注：2025年度当期末時点

アプリのプラットフォーム

アプリからウェブまで、チャネル横断で企業のデジタル体験向上を支援する製品群を提供

アプリ開発プラットフォーム

yappli

速く、自由に、進化する。



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**

ウェブ構築プラットフォーム



yappli WebX

新時代のウェブ構築
すべてを一つのプラットフォームで

NEW 飲食店向けモバイルオーダー

yappli
MobileOrder

注文・会員証・順番待ちまで。
店舗運営をスマートに変える。



注：Yappli MobileOrderは2025年11月に子会社化した株式会社ヤプリフードコネクト（旧 株式会社チューズモンスター）の製品。2026年2月にブランドリニューアル。

ノーコード×AIで開発から運用、分析までオールインワンで提供

ノーコードによる高速な開発に加え、AIによるアシストで運用効率と改善速度を両立
クラウドによる継続的な機能アップデートとサクセス支援が、顧客の継続的な成果を創出

ノーコード x AI

ノーコードの常識を覆す自由度の高い
デザインと機能を提供。AIでデータ
分析や運用業務を効率化

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

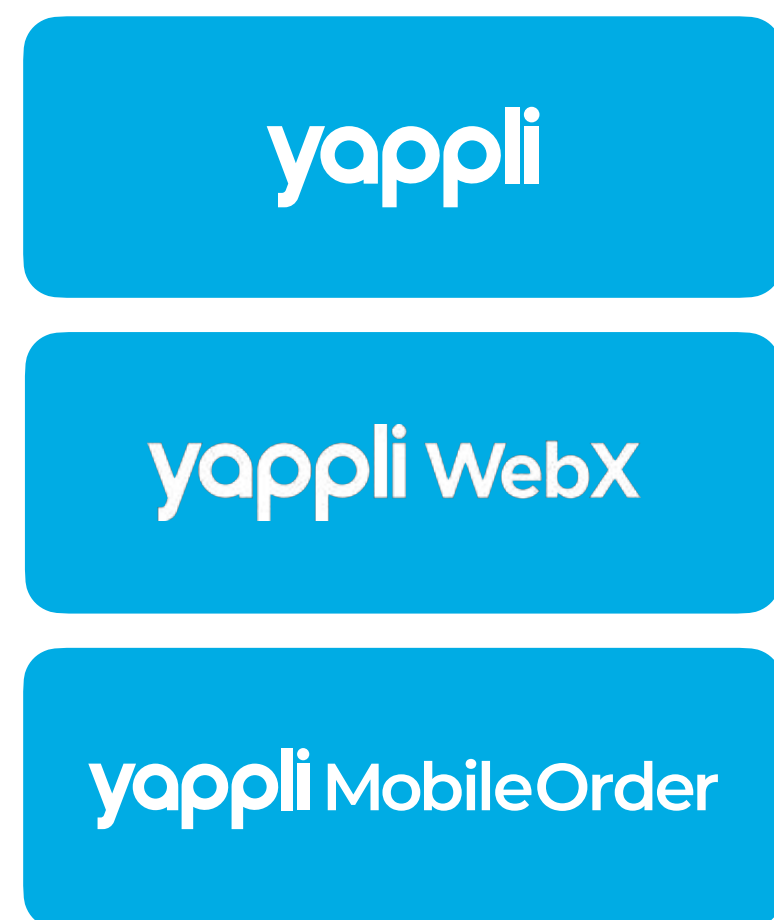
900アプリ以上からのノウハウを持つ
専門チームが集客や活用方法などを
支援し成功へコミット



様々な領域へアプリとウェブによるソリューションを提供し、 企業のデジタル体験向上を強力に支援

マーケティング領域と、従業員体験を向上させるHR領域の2領域へフォーカスして成長投資

プロダクト



ソリューション

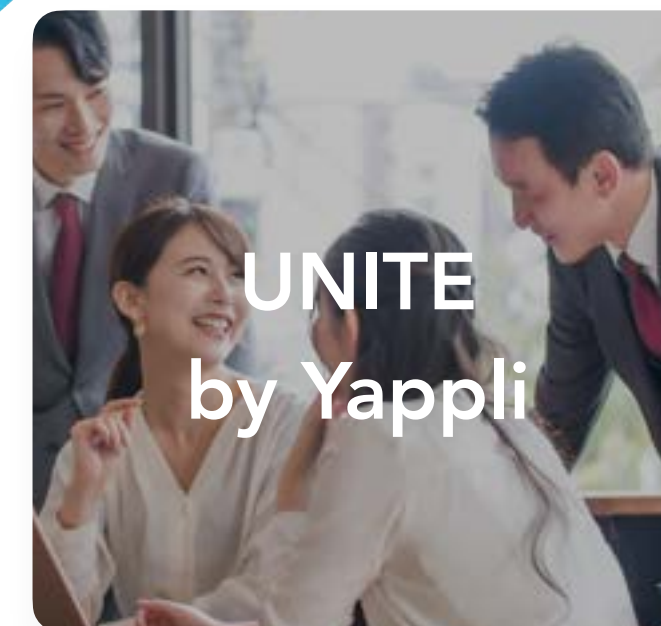


マーケティング領域

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
「Yappli for Bussines」
を提供



HR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、学校・教育
メディア・エンタメ

ウェブサイト
モバイルオーダー

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・
ウェブサイト数 ×

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)

アプリやウェブ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/ウェブデザイン)
- ・成長支援
(アプリマーケティング/広告代行)

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

900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/ウェブデザイン)

役割

- ・ ノーコード基盤を活用し、初期のアプリ/ウェブ制作を専門チームが支援
- ・ 自社ディレクター、デザイナーがUI/UX設計、初期構築を担当

提供価値

- ・ 導入初期の負担を軽減し、短期間で高品質なアプリ立ち上げ
- ・ 制作後は顧客が自走・内製運用できる状態まで引き継ぎ



成長支援

(アプリマーケティング/広告代行)

役割

- ・ 制作したアプリの活用を最大化するためのマーケティング支援
- ・ アプリダウンロード促進、利用活性化を目的とした広告の企画/配信代行

提供価値

- ・ アプリの価値をユーザーに届け、利用者数・アクティブ率向上を支援
- ・ データを活用した改善提案により、継続的な成長を後押し



成長戦略



はじめに
ヤプリの強み

ノーコードの開発力と提案・伴走力で、チャネル横断のデジタル体験と運用のDXを推進



Yappliを主軸にマルチプロダクト化を推進し、 マーケティングとHR領域における課題解決力を大幅に強化

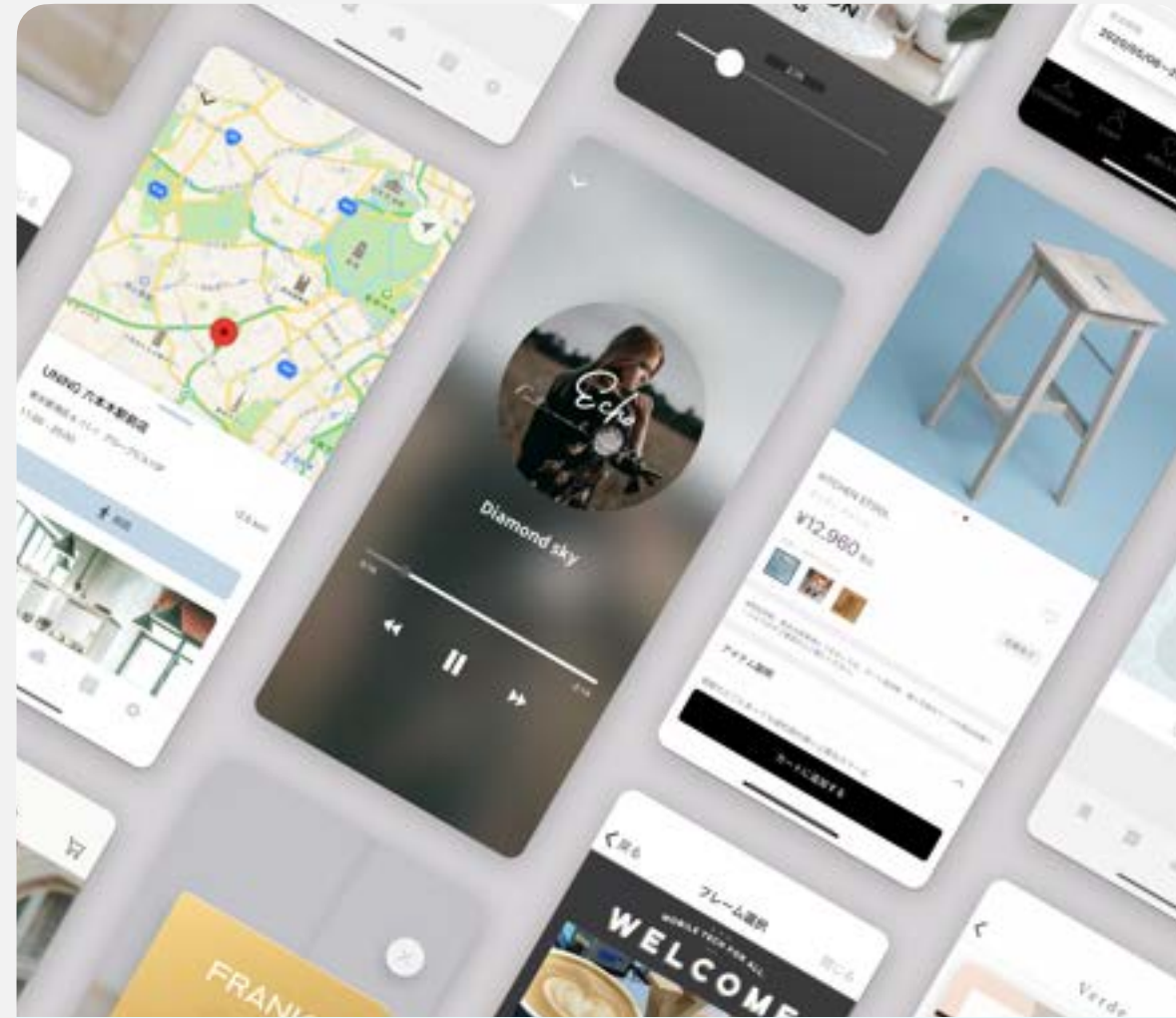


注：(1) 富士キメラ総研「ソフトウェア ビジネス新市場2025年版」（2025年7月）掲載のソフトウェア「CX/デジタルマーケティング」カテゴリー 市場規模の2029年度の予測値

(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

① プロダクト戦略 既存製品の強化

4つの重点領域における機能拡充と利便性の継続的な向上



デザイン & UX

運用しながら改善できるUI/UX資産を拡張し、デザインの自由度と施策の打ち手を増やすことで、より豊かな顧客体験を実現



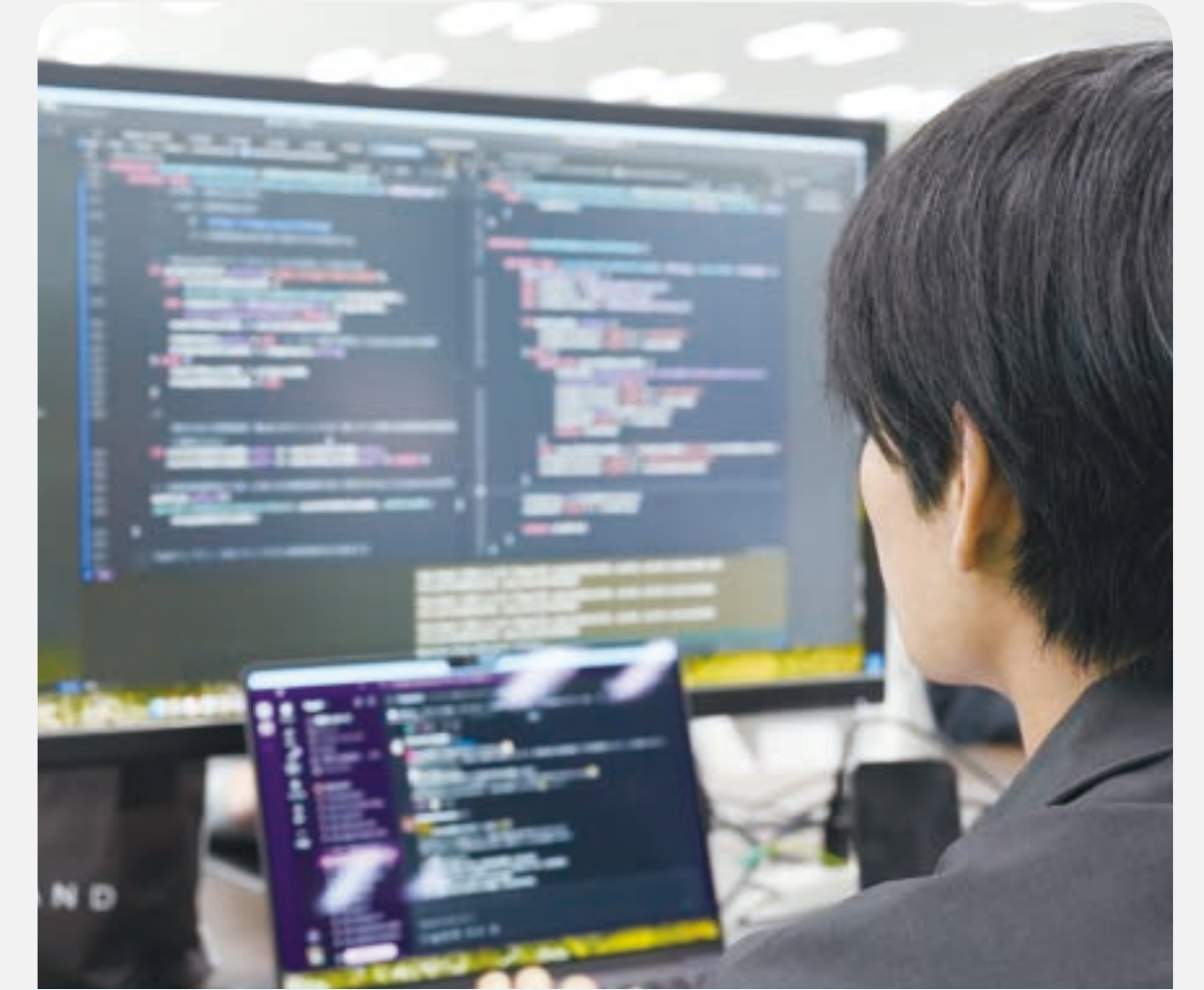
データ活用

施策と行動データを接続し、改善サイクルを高速化。データに基づいた意思決定を可能にし、セグメントや示唆の精度を高め、成果を伸ばす運用を支援



インテグレーション強化

外部サービス連携を拡充し、標準コネクタや連携の型化を整備し、企業の既存システムや要望するシステムとの連携の適応幅を拡張



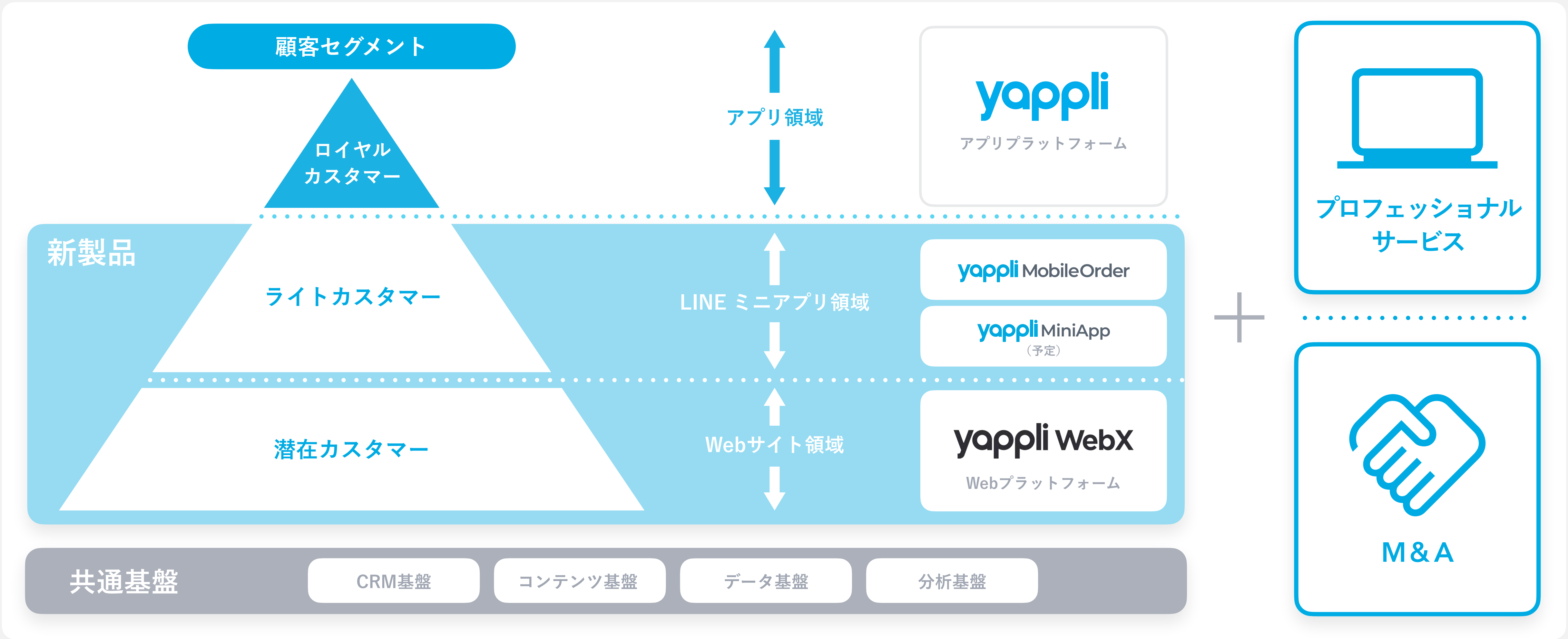
AI活用

施策立案・制作・運用の負荷を下げ、成果創出を加速。AIによるアシストで、より高度なマーケティング活動や伴走支援の適用範囲を広げ、価値を最大化

①プロダクト戦略
新製品の投入

マルチプロダクト化で、顧客接点全体をカバーする製品群を
ワンプラットフォームで提供

M&Aによる新製品と既存製品をシームレスに繋げ、非連続な成長を目指す



①プロダクト戦略 AIの活用

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のプロダクト群に続々と実装。

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

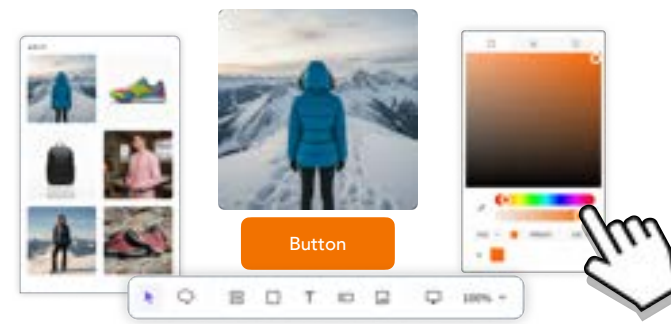
プロダクトへのAI活用

yappli × yappli WebX

運用支援・顧客体験の向上の双方にAIを活用



プッシュ通知のAIアシスト



AIによるデザイン編集

バリエーション作成

AI多言語化

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

成長支援

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

制作支援

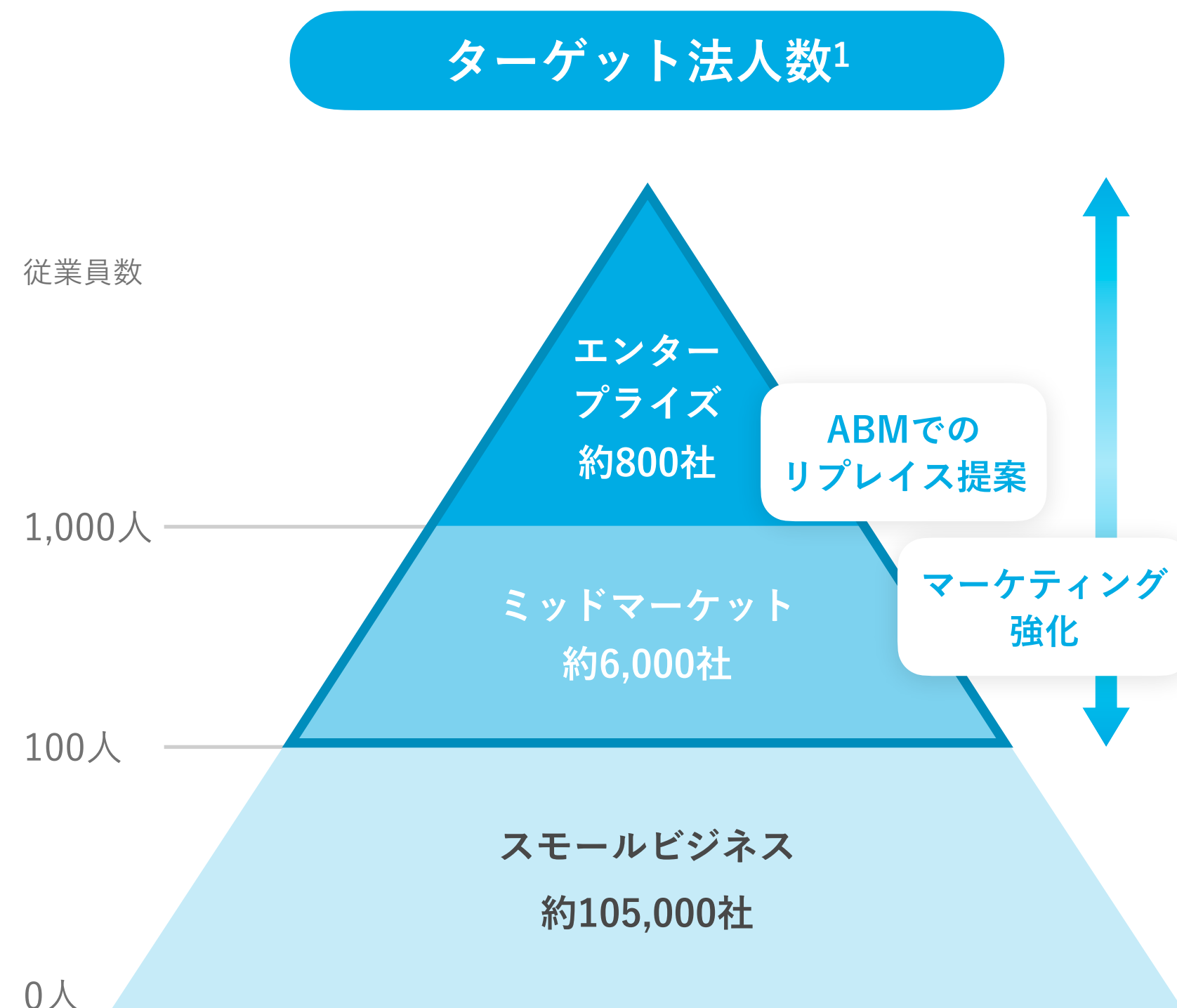
AI活用により、デザインプロセスを効率化

テンプレートの生成

クリエイティブの最適化

②ソリューション戦略 マーケティング領域

プロフェッショナルサービスやマルチプロダクトの強化で、 成熟化の進む領域でさらなる拡大を目指す



市場の変化

市場の成熟化

- 特にエンタープライズではアプリ保有率が高まり、競争が激しい市場に

要望の高度化

- アプリの重要度が高まり、より高度な施策設計/サポートが求められる時代に

評価軸の変化

- アプリを含めたチャネル横断での顧客体験と成果が問われている

ソリューション戦略

規模別の戦略アプローチ

- エンタープライズは、戦略的にABM²でのリプレイス提案を強化
- 重点業界（アパレル・飲食・食品）に特化した開発体制を強化
- ミッドマーケット以上は、マーケティングの人員増強により、リード型施策の量と質を最大化

プロフェッショナルサービス強化

- プロフェッショナルサービス本部の新設と人材高度化の推進
- アプリマーケティングの人員拡大で顧客アプリ成長支援を強化
- 解約率改善に向け、カスタマーサクセスの人員増強を進め、顧客接点の強化と活用促進

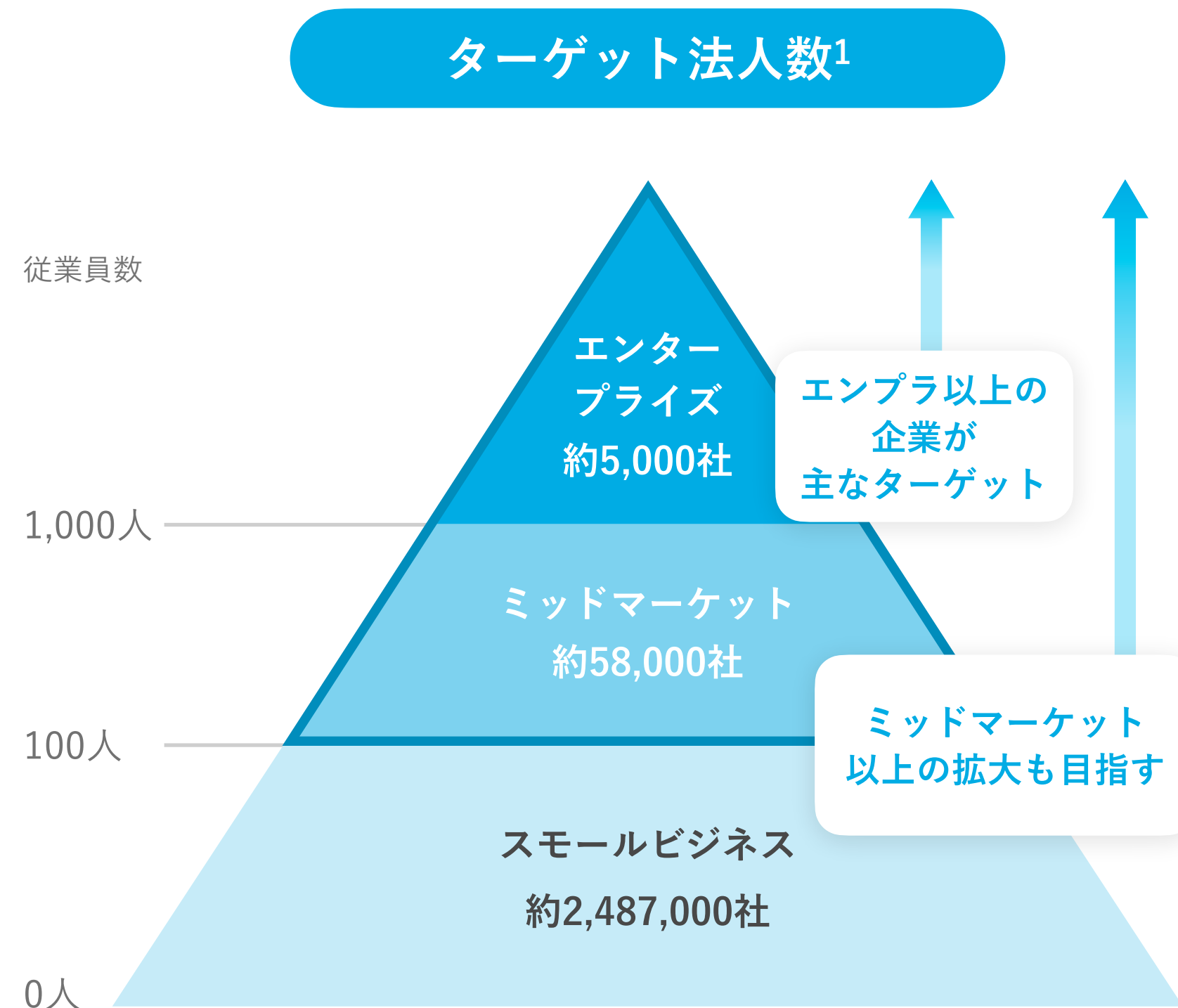
マルチプロダクト強化

- マルチプロダクト³提供にて、複数チャネルを跨ぐ顧客体験を実現
- M&Aや出資でチャネル横断の課題解決を提案可能に

注：(1) 当社がマーケティング領域でターゲットとする業界（アパレル/飲食/小売など）の企業数をFORCASデータから抽出 (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

(3) Yapli WebX、Yapli Mobile Order、Yapli Mini App（予定）

従業員エンゲージメントは、“計測する”から“引き上げる”へ。 伝わる、つながる、学べるの新しい価値提供で市場を創造



市場の変化

計測の普及

- 人的資本開示の流れから、エンゲージメント計測が標準化

改善の要請

- スコアを「測る」だけでなく、「上げる」ための施策が求められている

経営成果への接続重視

- 従業員満足ではなく、定着や生産性など経営成果との接続が重要に

ソリューション戦略

マーケティング継続強化

- 展示会・セミナーを昨対比1.5倍へ大幅増加
- エンタープライズは、コミュニティ施策を強化しCHROとの接点を拡大
- ミッドマーケットの認知拡大とリード創出を加速²

UNITE専門組織の設立

- 自動翻訳機能や、コミュニケーション機能など、ニーズをスピーディーに製品へ取り込む専門部隊を設置
- スコア改善に繋がる施策設計を支援し、成果が出る運用モデルを確立

基盤拡張・データ活用

- アプリだけでなく、ウェブでのコミュニケーションも求められるためマルチプロダクトを加速
- 分析機能を強化し、経営指標と連動する価値を創出

注：(1) 総務省・経済産業省「令和6年経済センサス・活動調査」全産業 法人企業数 (2) HR領域アプリの約半数がミッドマーケット・スモールビジネス企業

3つの目的を軸とした戦略投資で、非連続の事業成長を推進

yappli

01

同一領域での 規模拡大

モバイルアプリ開発領域における
類似企業を連続的にグループ化／
資本参加。技術知見や営業体制を
集約し、市場シェアを拡大

GMO AppCapsule
FULLER

02

隣接領域への 事業拡張

自社が新規領域に進出していく上で
必要なプロダクト、知見をもつ企業の
M&Aや出資を通じ製品を拡張。既存
顧客へのクロスセルで売上拡大へ

smartLP¹ → yappli WebX
Choose X Monster² → yappli MobileOrder

03

プロフェッショナル サービスの拡充

自社製品を用いて、顧客の課題を包
括的に解決することができる人材や
サービスの強化を狙う

Sler | 制作
会社 | DX
コンサル

注：(1) smartLPは2024年10月に他社よりソフトウェア著作権を譲受 (2) 2025年11月に子会社化した株式会社ヤプリフードコネクト (旧 株式会社チューズモンスター)



個の成長への投資

- ハイブリッド勤務により、対面コミュニケーションを通じた人材育成とチーム協調を強化
- 業界第一人者による社内セミナー・勉強会を通じ、最新知見の習得と専門性向上を促進
- スtockオプション等のインセンティブ制度により、個人の成長意欲と企業価値向上へのコミットメントを醸成



組織力への投資

- 新規事業コンテストやAIハッカソンで部門横断の挑戦文化を醸成
- 半期ごとの戦略発表会により全社方針を共有し、部門間連携を強化
- 役職者向けリーダーシップ研修により、現役マネジメント層と次世代リーダーの育成を推進



企業文化/環境への投資

- UNITE by Yappli製アプリ「Yappli Hang Out」でタイムリーに経営メッセージを共有し、理念浸透とサービス開発に活用
- 出社時の働きやすさ向上に向けたオフィス拡張を2026年内に予定
- 結婚・妊活・出産・育児など各ライフステージに応じた休暇・手当制度を整備し、キャリア形成を支援

FY2026以降の成長イメージ

市場での盤石なポジションを確保し、売上、利益ともに伸長

先行投資のトップライン創出

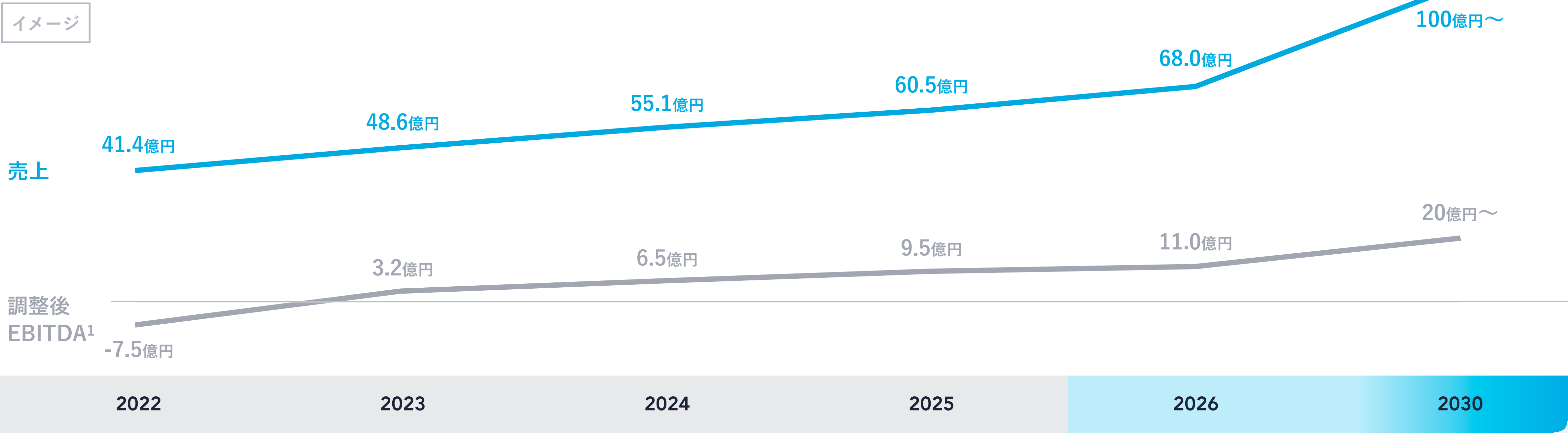
広告や採用などへ先行投資を実施。
いち早く盤石な市場ポジションを構築

利益創出の転換期

マーケティング投資と人材採用の効率化・抑制により生産性を向上。継続的に利益を創出

売上、利益のバランス成長

売上・利益共に2桁成長率を継続させ、
FY2030に向けて売上高100億円、
調整後EBITDA¹20億円を目指す



注：(1) EBITDA + 株式報酬費用

2025年12月期 通期・第4四半期 業績



2025年12月期より連結決算へ移行。 一過性の取得関連費用を除き、業績への影響は軽微

2025年12月期第4四半期より連結決算へ移行しました。これに伴う当期末への影響は以下の通りです。

単位：百万円

	2025		
	単体	連結	影響額
売上高	6,056	6,056	—
売上総利益	4,026	4,026	—
営業利益	889	882	-7
営業利益率(%)	14.7%	14.6%	-0.1pt
経常利益	882	877	-5
当期純利益	932	920	-12

株式会社ヤプリフードコネクト（旧 株式会社チューズモンスター）の新規連結

当期末をみなし取得日とし、当期末は連結貸借対照表のみを作成しているため、連結損益計算書への取込はしていません。
株式会社ヤプリフードコネクトの連結は翌連結会計年度より開始いたします。

株式取得関連費用の計上

株式会社ヤプリフードコネクトの株式取得に要した付随費用 約7.2百万円について連結会計基準に基づき、全額を営業費用として計上しております。

フラ－株式会社の持分法適用

当期より持分法適用関連会社として、以下を計上しております。

- 持分法に係る投資利益：約2.5百万円
- 持分比率の変動による損失：約0.7百万円
- 連結税効果による法人税等調整額：約6.2百万円

通期の売上高は60.5億円、営業利益は8.8億円で継続的な 売上成長と大幅な利益成長を達成し、過去最高を更新

- 通期売上高は**60.5億円**（YoY**9.9%**）と堅調に推移
- 第4四半期はPS売上²がYoY**22.8%**と成長を牽引し、全体の売上高は**16.0億円**でYoY**12.2%**成長
- 通期の営業利益は**8.8億円**、当期純利益は**9.2億円**となり、FY2024に当期純利益で黒字化を達成後、着実に利益を伸ばせる事業へ転換
- 第4四半期はFY2026に向けて人材や広告宣伝、R&Dへの投資を増やし、営業利益は**1.5億円**で着地
- 契約数は、UNITEが成長を牽引し、合計**939**（YoY**5.2%**）、平均月額利用料は**46.0万円**（YoY**4.1%**）で着地
- アプリの解約率は**0.92%**に上昇するも、ビジネス/開発体制の強化により下半期より改善の見込み

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て（1）2025年11月に子会社化した株式会社ヤプリフードコネクト（旧 株式会社チューズモンスター。同年12月に商号変更）の略称（2）プロフェッショナルサービス売上（PS売上）：制作支援や成長支援（アプリマーケティングや広告代行）等、単発的に発生する各種導入支援による売上

通期の営業利益率は約15%と高い収益性を実現し、
ARRや契約数などの主要KPIも順調に推移

連結

売上高 (YoY増減率)

通期 60.5 億円(9.9%)
四半期 16.0 億円(12.2%)

営業利益 (営業利益率)

通期 8.8 億円(14.6%)
四半期 1.5 億円(9.9%)

アプリ単体

ARR¹ (YoY増減率)

51.8 億円(9.4%)

契約数² (YoY増減率)

939 (5.2%)
うちアプリ929 (4.0%)

平均月額利用料³ (YoY増減率)

46.0 万円(4.1%)

解約率⁴

0.92%

注：2025年度より連結決算に移行。YoYは前年度（単体実績）との比較（増減率）を記載（1）当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）当四半期末時点、少額プランは含まない。Yappli WebXを含む
（3）当四半期末時点、少額・短期プランは含まない。Yappli WebXを含む（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、当四半期末時点の直近12カ月平均、少額・短期プランは含まない。Yappli WebXを含む

P&Lサマリー
通期

売上総利益はYoY10.5%で2桁成長を維持。営業利益と経常利益はYoY60%と伸長。純利益は税効果¹の影響もあり9.2億円で着地

単位：百万円

	2023 (単体)		2024 (単体)		2025 (連結)			
	実績	YoY	実績	YoY	実績	YoY増減額	YoY増減率	業績予想
売上高	4,864	17.4%	5,511	13.3%	6,056	544	9.9%	6,200
月額利用料比率 ^{2,3} (%)	81.8%	-	81.4%	-0.4pt	81.6%	-	+0.2pt	-
売上総利益	3,356	22.0%	3,643	8.6%	4,026	382	10.5%	-
売上総利益率 (%)	69.0%	-	66.1%	-2.9pt	66.5%	-	+0.4pt	-
営業利益	264	-	550	108.0%	882	331	60.2%	830
営業利益率 (%)	5.4%	-	10.0%	+4.6pt	14.6%	-	+4.6pt	13.4%
経常利益	254	-	548	115.5%	877	329	60.1%	820
当期純利益	-74	-	748	-	920	172	23.0%	920

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 当期純利益は、繰延税金資産の計上に伴う税効果により営業利益を上回る水準で着地。詳細はP.50「税効果による業績への影響」を参照 (2) 少額・短期プランは含まない。2025年12月期より「Yappli WebX」を含む (3) ヤプリー単体

P&Lサマリー
四半期

4四半期連続で売上が伸長し、Q4は過去最高を更新。
FY2026に向けた投資をする中、営業利益は約1.6億円を確保

単位：百万円

	2024				2025					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	YoY	QoQ
売上高	1,341	1,301	1,442	1,426	1,433	1,483	1,538	1,600	+12.2%	+4.0%
月額利用料比率 ^{1,2} (%)	80.6%	84.5%	78.9%	82.0%	83.6%	82.1%	80.8%	80.3%	-1.7pt	-0.5pt
売上総利益	917	847	972	906	967	978	1,022	1,057	+16.6%	+3.4%
売上総利益率 (%)	68.4%	65.1%	67.4%	63.6%	67.5%	66.0%	66.4%	66.1%	+2.5pt	-0.4pt
営業利益	182	87	210	70	223	226	274	158	+125.2%	-42.1%
営業利益率 (%)	13.6%	6.7%	14.6%	4.9%	15.6%	15.2%	17.8%	9.9%	+5.0pt	-7.9pt
経常利益	183	86	208	70	225	224	271	157	+124.0%	-42.0%
当期純利益	360	84	206	96	223	222	269	205	+113.7%	-23.7%

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。2025年12月期第4四半期より「Yappli WebX」を含む (2) ヤプリー単体

業績予想の進捗

利益は上方修正後の業績予想を上回る一方で、
売上は下回って着地

単位：百万円

	2024 Q1-4 累計	2025 Q1-4 累計	YoY増減率	業績予想 (2025/11修正)	進捗率
売上高	5,511	6,056	+9.9%	6,200	97.7%
営業利益	550	882	+60.2%	830	106.4%
当期純利益	748	920	+23.0%	920	100.1%
調整後EBITDA ¹	659	958	+45.4%	890	107.7%

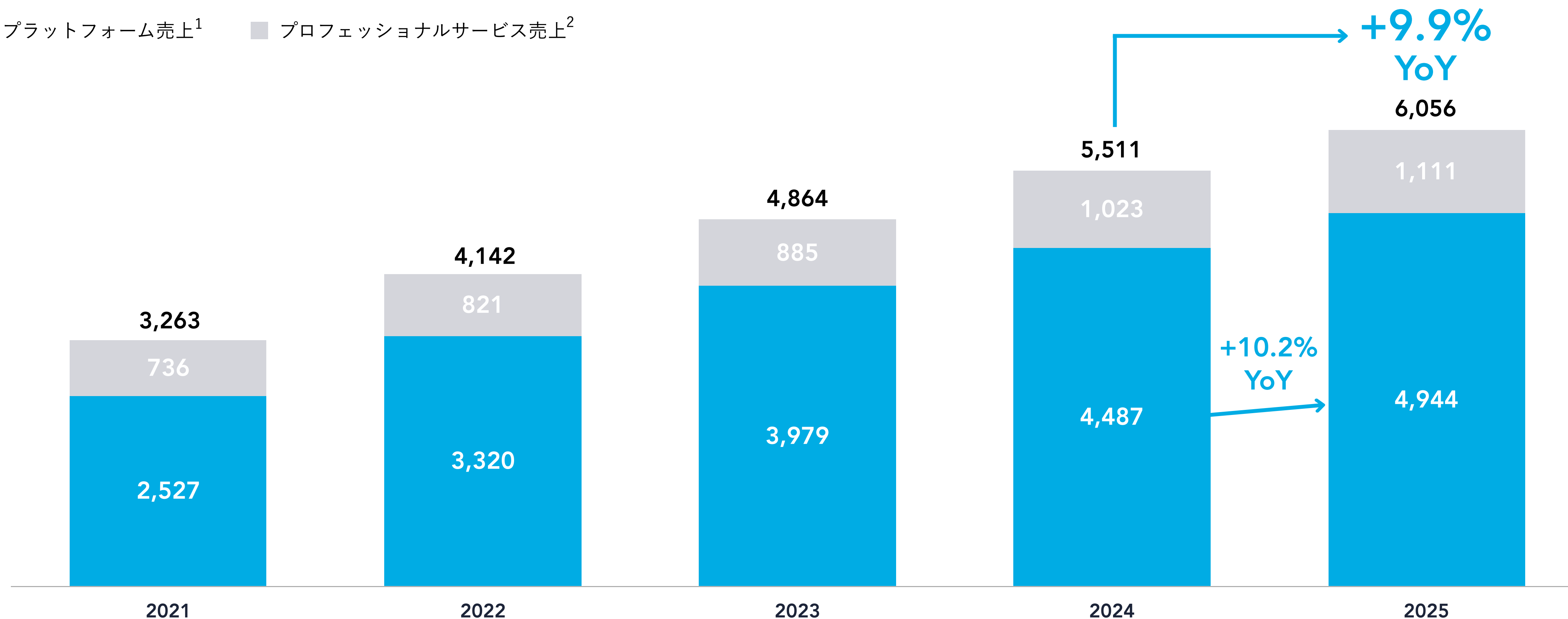
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) EBITDA + 株式報酬費用

売上高
通期

売上高は60億円を超え、過去最高を更新。
PF売上¹はYoY10.2%で2桁成長を維持

単位：百万円

■ プラットフォーム売上¹ ■ プロフェッショナルサービス売上²

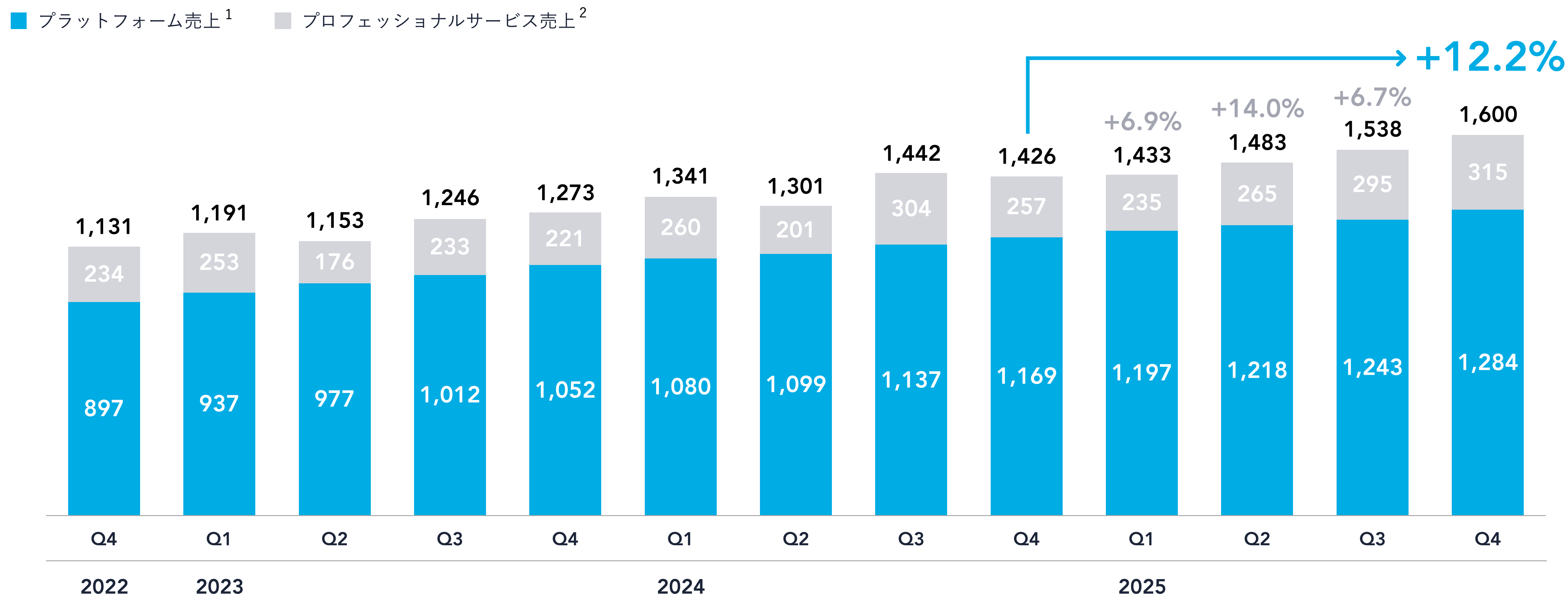


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) プラットフォーム売上 (PF売上)：MRR (Monthly Recurring Revenue) に該当する売上 (2) プロフェッショナルサービス売上 (PS売上)：制作支援や成長支援 (アプリマーケティングや広告代行) 等、単発的に発生する各種導入支援による売上

売上高
四半期

下半期の受注数が好調で、Q4はPS売上²がYoY22.8%で売上成長を牽引。PF売上¹も堅調に推移し、売上16億円に到達

単位：百万円

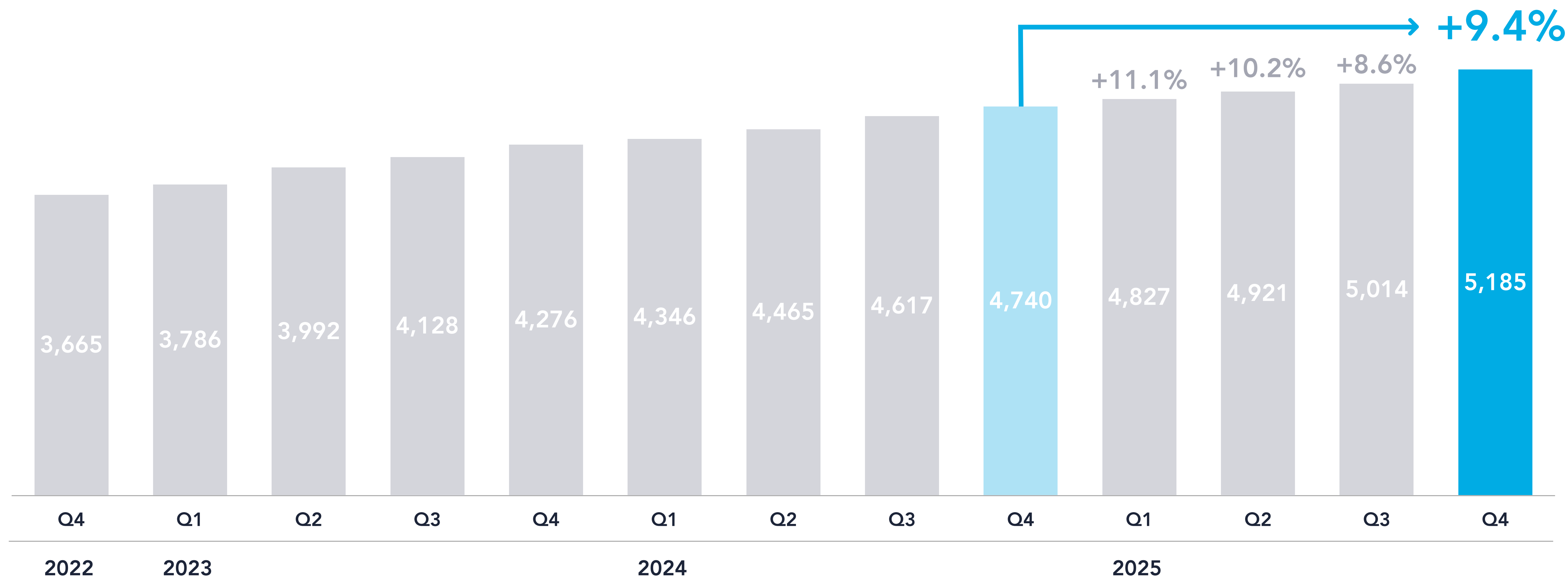


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) プラットフォーム売上 (PF売上)：MRR (Monthly Recurring Revenue) に該当する売上 (2) プロフェッショナルサービス売上 (PS売上)：制作支援やアプリマーケティング等、単発的に発生する各種導入支援による売上

ARR¹ 四半期

契約数と平均月額利用料の順調な伸びにより、QoQではFY2023 Q2以来の大幅増加となり、ARRは51億円超へ

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、アプリの少額・短期プランは含まない。2025年12月期第4四半期より「Yappli WebX」を含む

契約数と 平均月額利用料

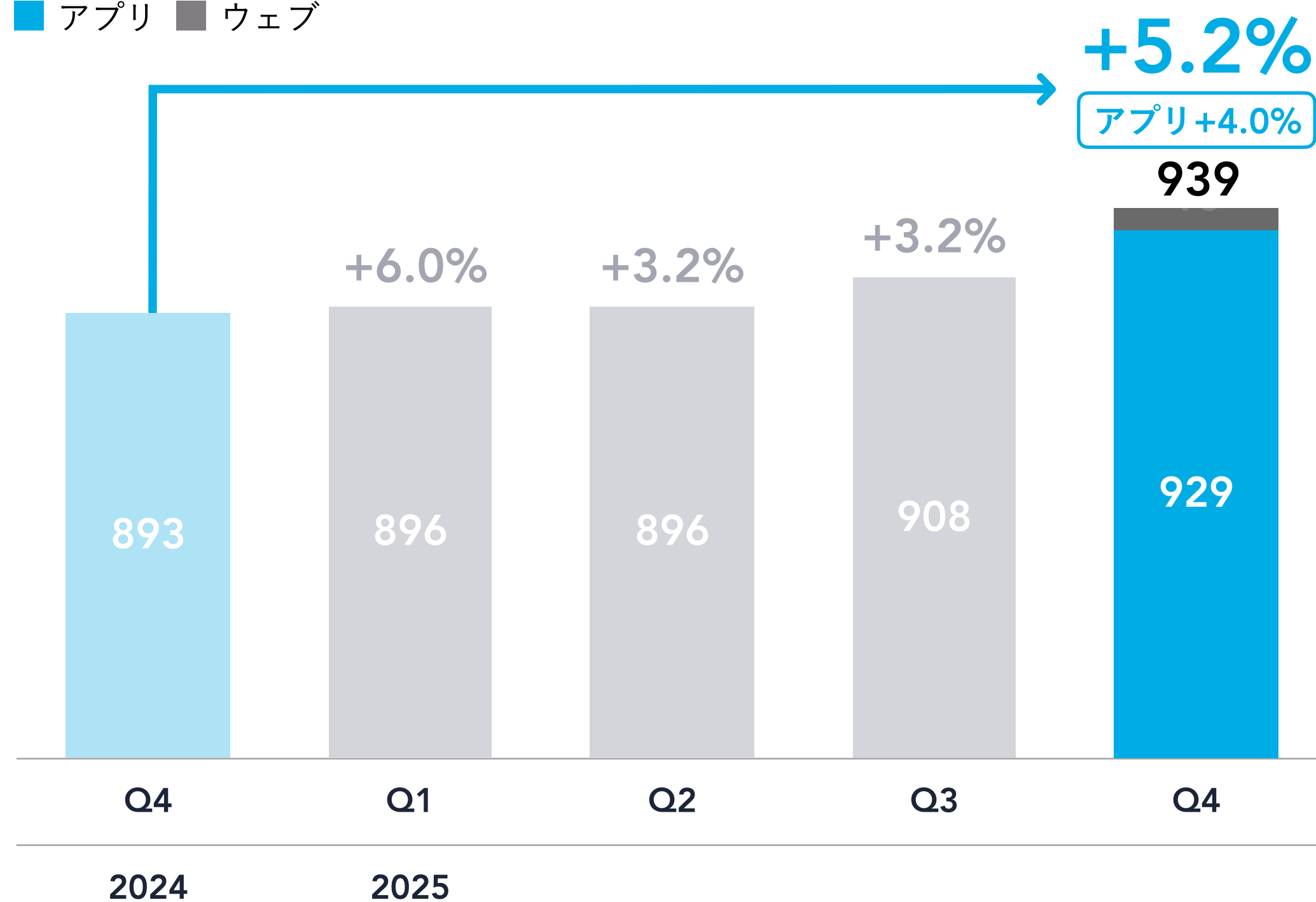
UNITE¹が好調に推移し、アプリ契約数はQoQで21の大幅純増。
Q4からYappli WebXによるウェブ契約数を含め、939まで拡大

今回より平均月額利用料にもYappli WebXを含めた影響で、月額利用料はQoQで横ばいに推移

契約数²

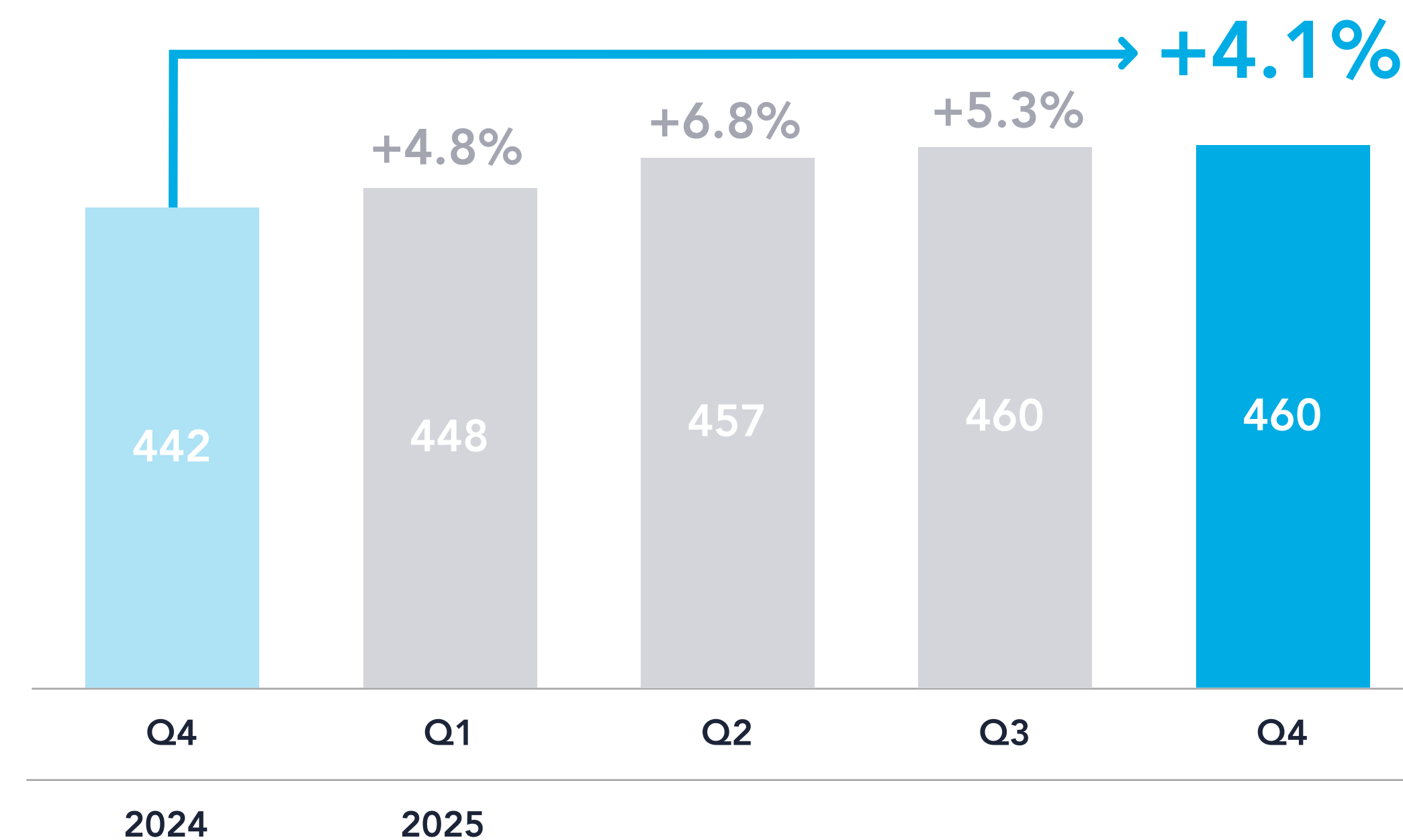
単位：件

■ アプリ ■ ウェブ



平均月額利用料³

単位：千円

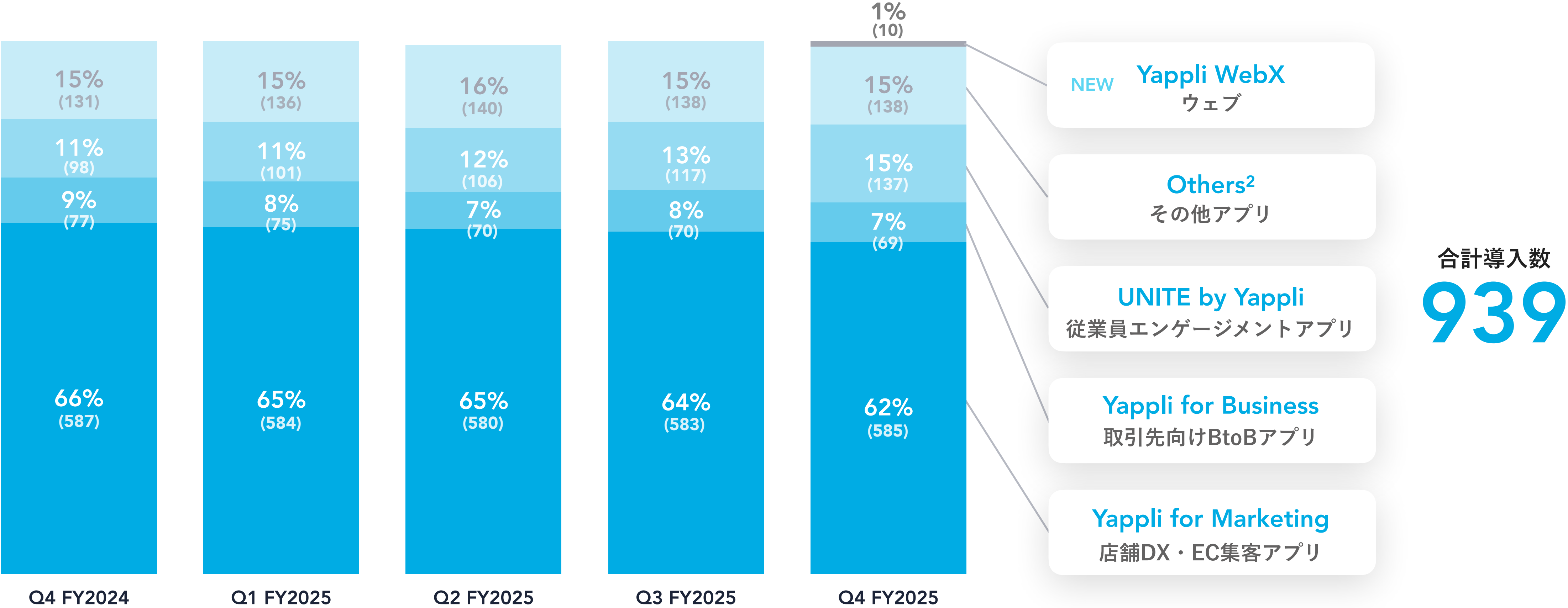


注：(1) 従業員エンゲージメントアプリのソリューション「UNITE by Yappli」 (2) 四半期末時点、少額プランは含まない。2025年12月期第4四半期より新規事業（Yappli WebX）を含めた契約件数

(3) 四半期末時点、少額・短期プランは含まない。2025年12月期第4四半期よりアプリとウェブを含めた月額利用料

ソリューション別
契約数の構成比率

UNITE¹が過去最高の純増20となり、構成比率が拡大中。
Yappli WebXによるウェブサイト受注も順調に推移



注：アプリ数での内訳を表示、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) 従業員エンゲージメントアプリのソリューション「UNITE by Yappli」 (2) Yappli for Media & Entertainment、Yappli for Schoolなど複数のソリューション

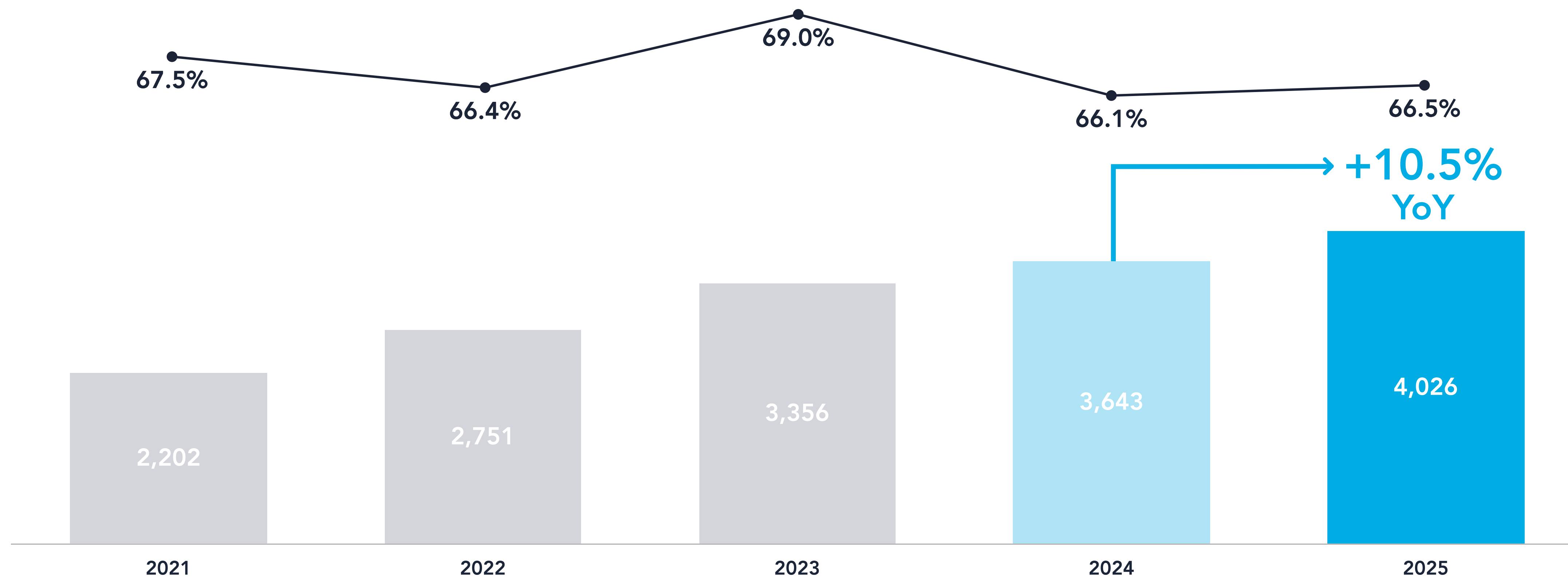
売上総利益 通期

人件費やアプリマーケティングの原価が増加するも、サーバー費効率化などが奏功し、40億円超へ伸長

単位：百万円

● 売上総利益率

■ 売上総利益



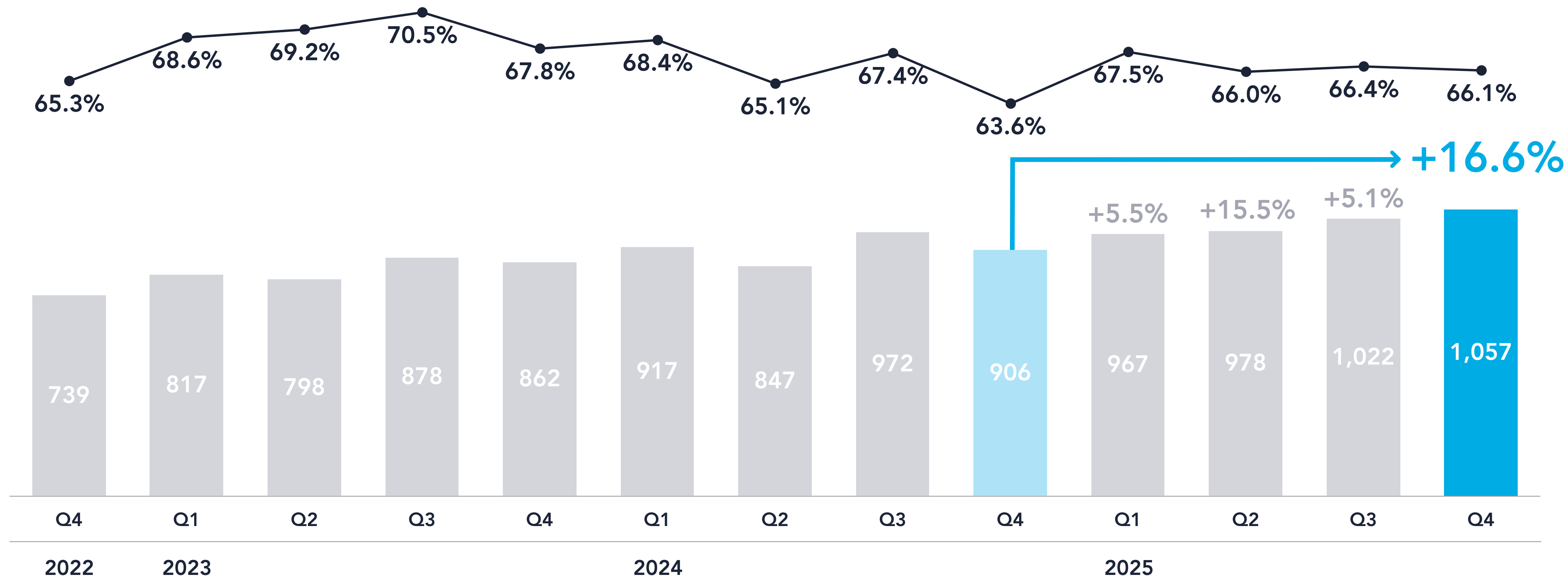
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

売上総利益 四半期

Q4は賞与支給で原価が増える中、サーバー費用効率化などで総利益率を維持し、売上総利益はYoYで好調に推移

単位：百万円

● 売上総利益率 ■ 売上総利益



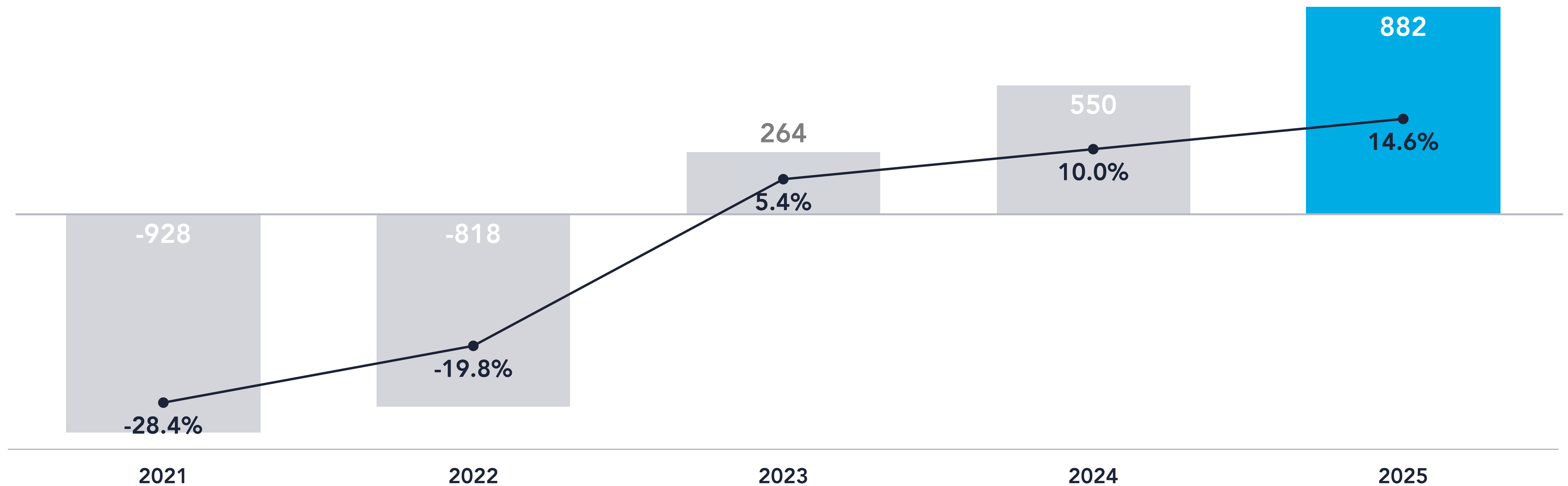
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

営業利益 通期

売上と利益のバランス成長により営業利益はYoY60%超の伸長。
利益率も約15%となり高収益な事業へと着実に進化

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

営業利益 四半期

Q4はFY2026以降の継続成長を見据え、人材や広告宣伝、R&Dへの投資を強化し、営業利益は約1.6億円で着地

単位：百万円

● 営業利益率 ■ 営業利益



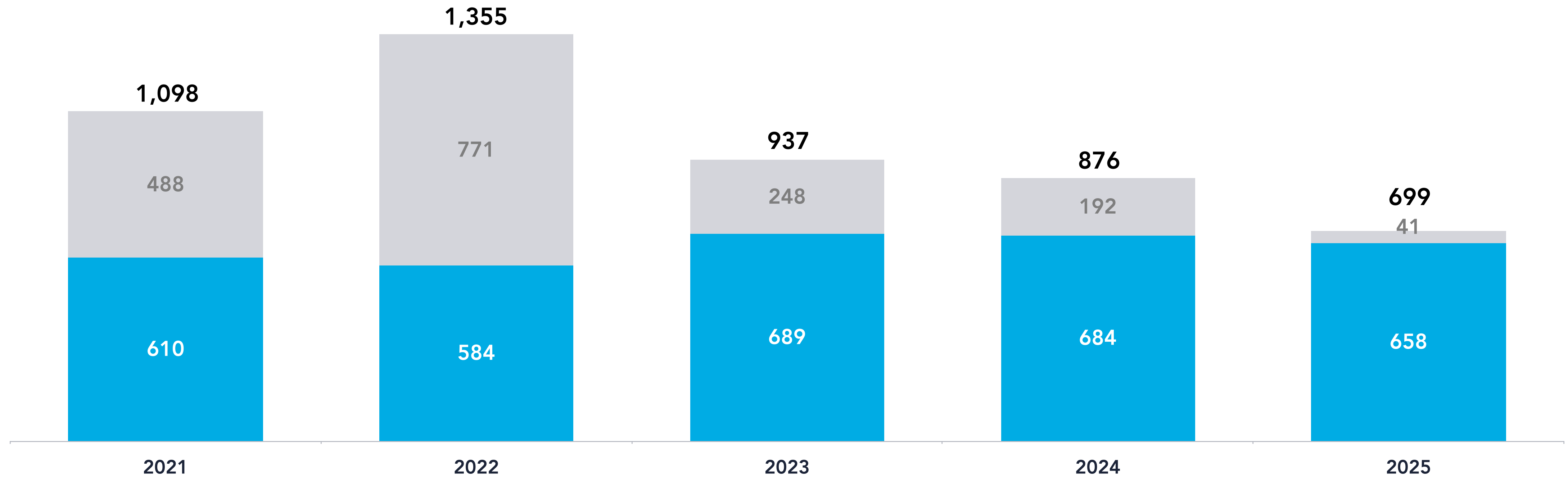
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て

広告宣伝費¹
通期

イベントやコンテンツ施策に重点を置き、リード獲得を効率化。
FY2024と同水準のアプリ受注数を維持しつつ、広告費を削減

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

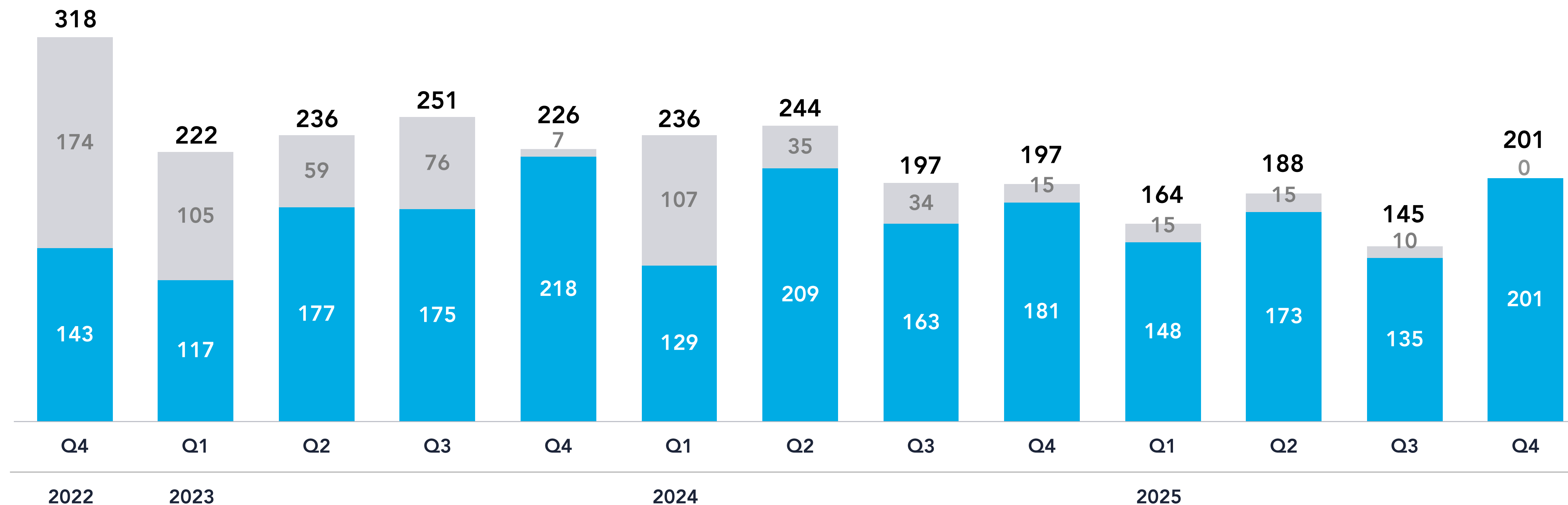
広告宣伝費¹ 四半期

Q4は認知獲得の広告を停止し、イベント・展示会を中心に
リード獲得を強化。FY2026も同じ方針で効率化を図る

単位：百万円

■ リード獲得

■ 認知獲得（マスマーケティング）



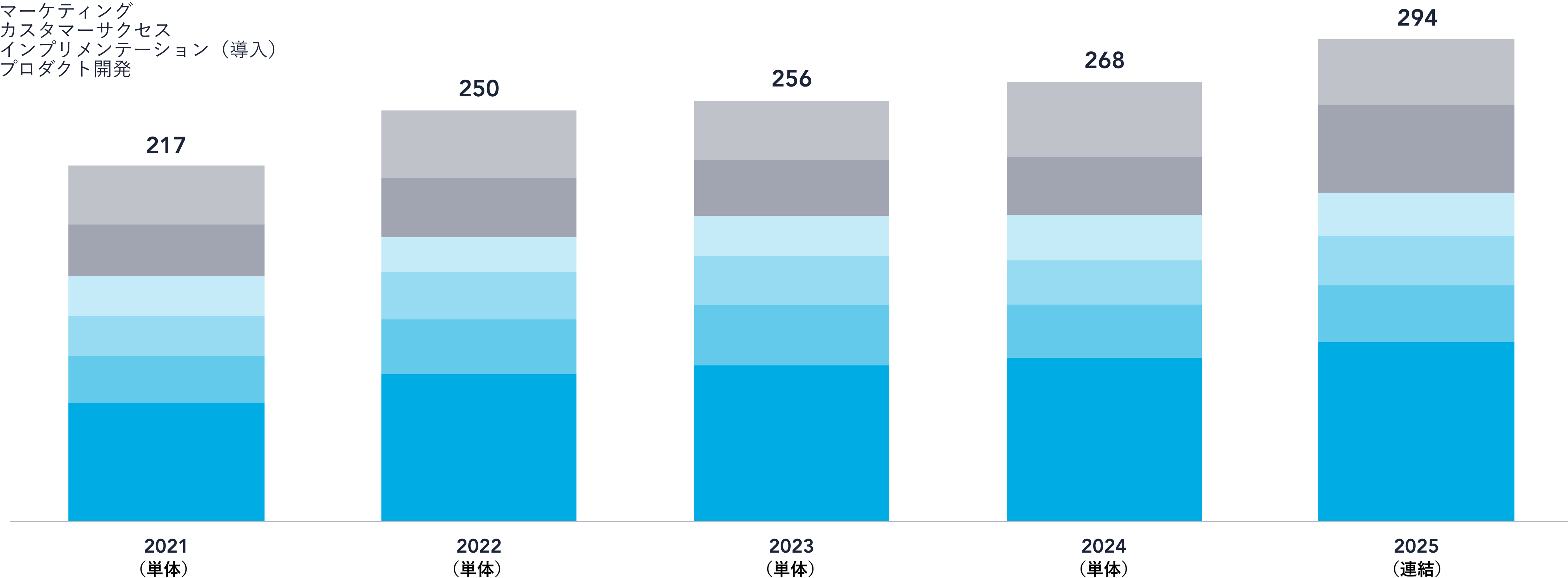
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) PRなどの顧客獲得目的以外の広告宣伝費は除く

正社員数

好調な採用と定着により、前年比26名純増の294名へ。
各部門でバランスよく増員し、事業基盤を強化

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

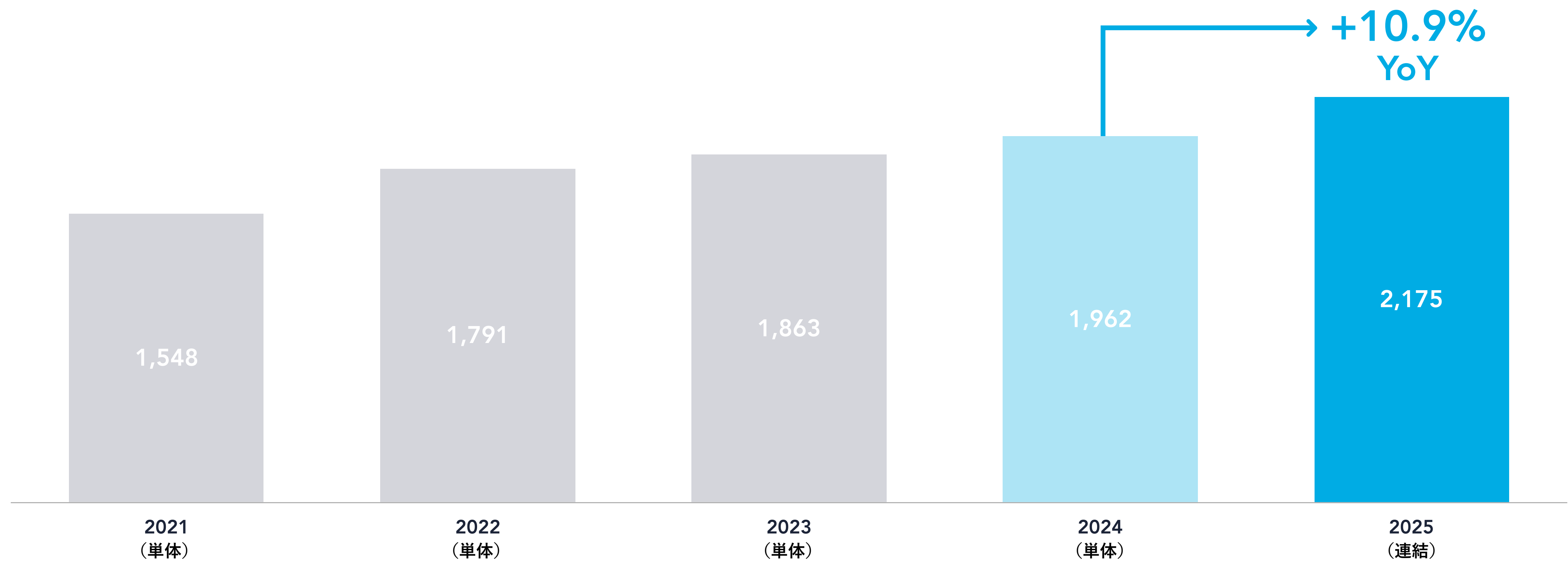


注：年度末・四半期末時点の正社員数を表示 (1) 2025年12月期より株式会社ヤプリフードコネクト（旧 株式会社チューズモンスター）の社員4名を含む (2) 2025年12月期のセールス増加は、組織変更に伴う集計方法の変更による影響

人件費¹
通期

社員数増加や昇給などにより、人件費はYoY10.9%の増加

単位：百万円

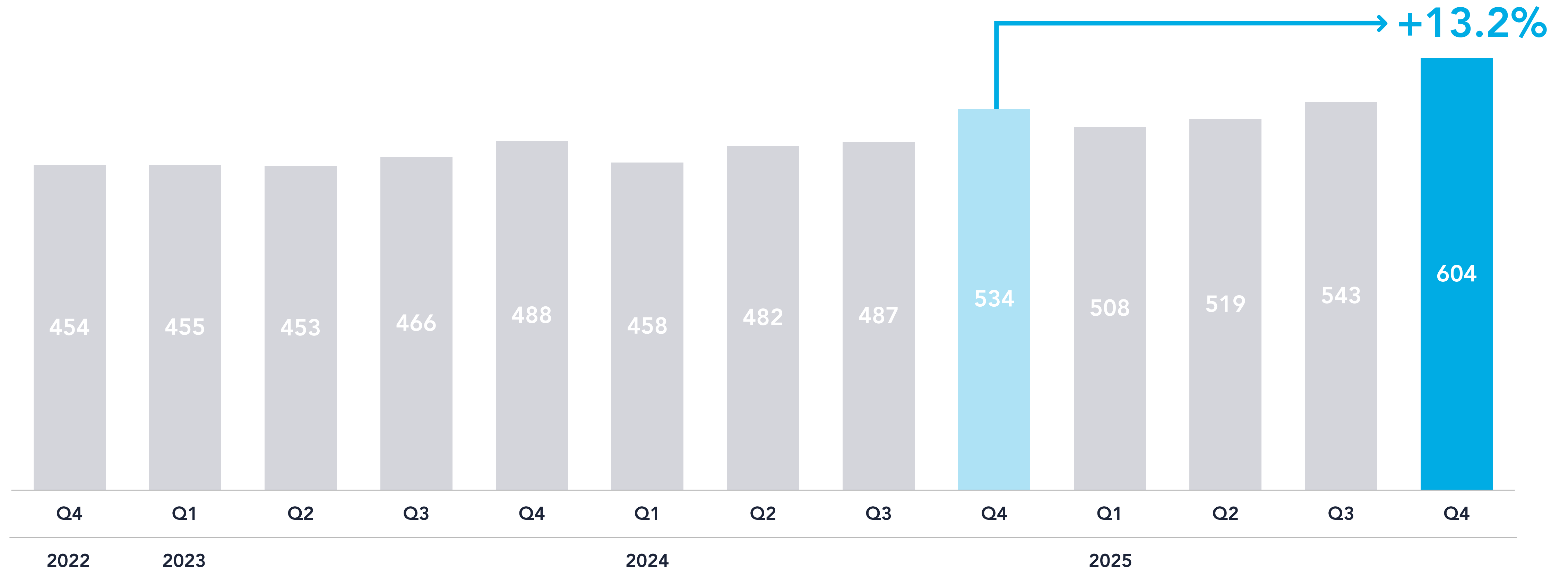


注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む。売上原価に計上される人件費も含む

人件費¹
四半期

Q4は積極採用と賞与支給を行い、人材への投資を継続。
FY2026を見据えて組織力を強化

単位：百万円



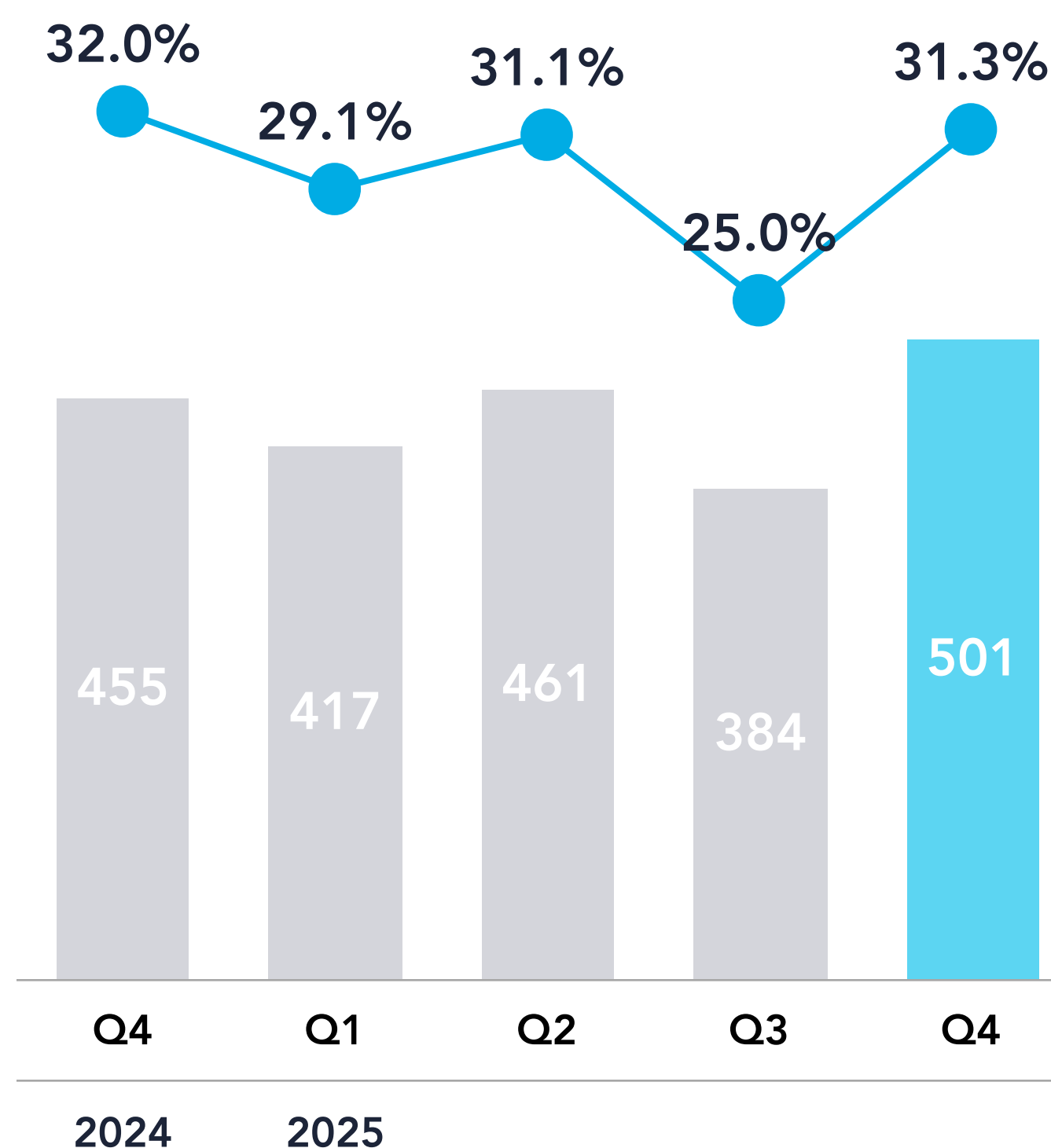
注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 給料手当、賃金、賞与引当金繰入額、賞与、法定福利費、雑給、通勤手当を含む。売上原価に計上される人件費も含む

販管費の内訳

Q4はイベント等のマーケティング強化と賞与支給により、S&Mが大幅に増加。R&Dによる新規事業への成長投資も継続

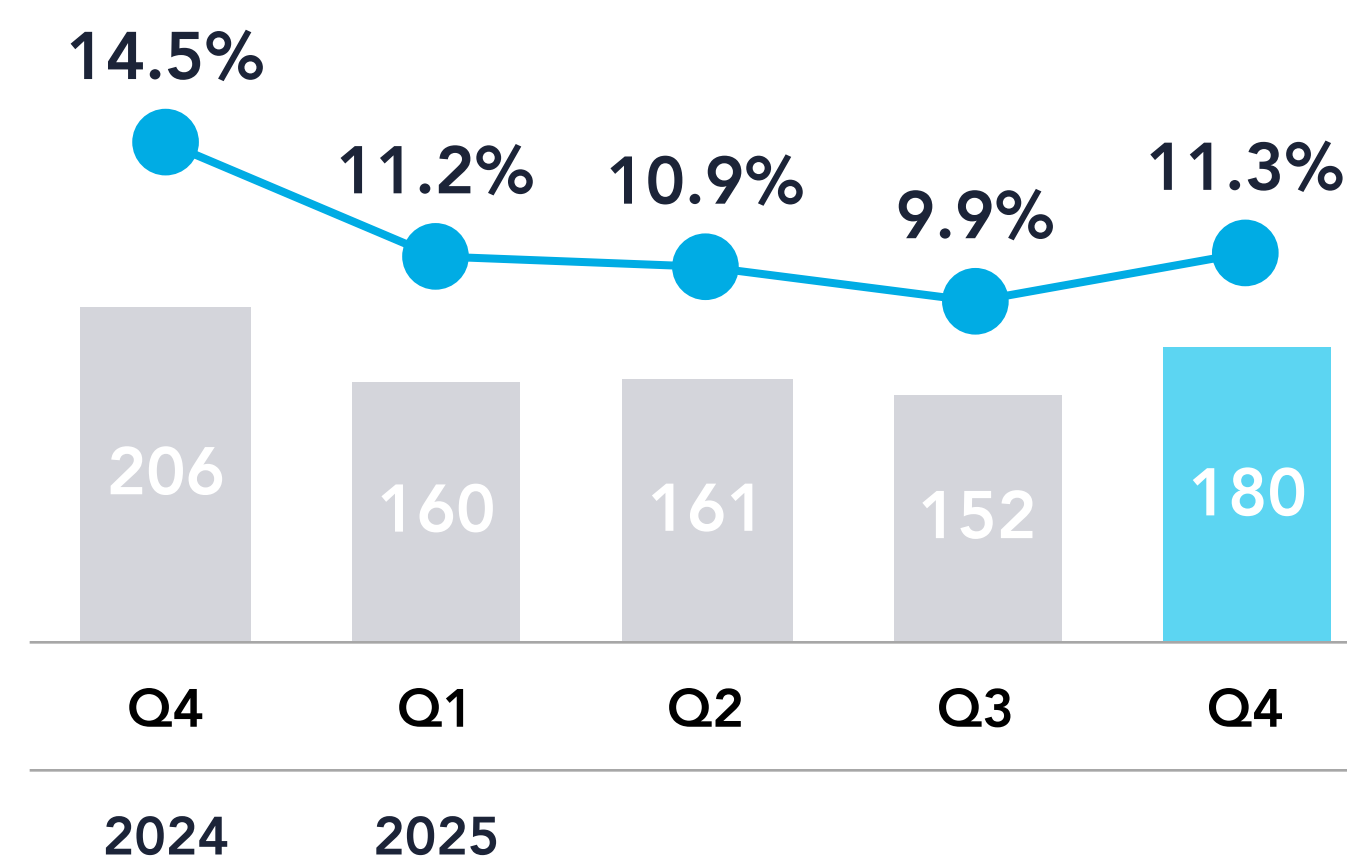
S&M¹

単位：百万円



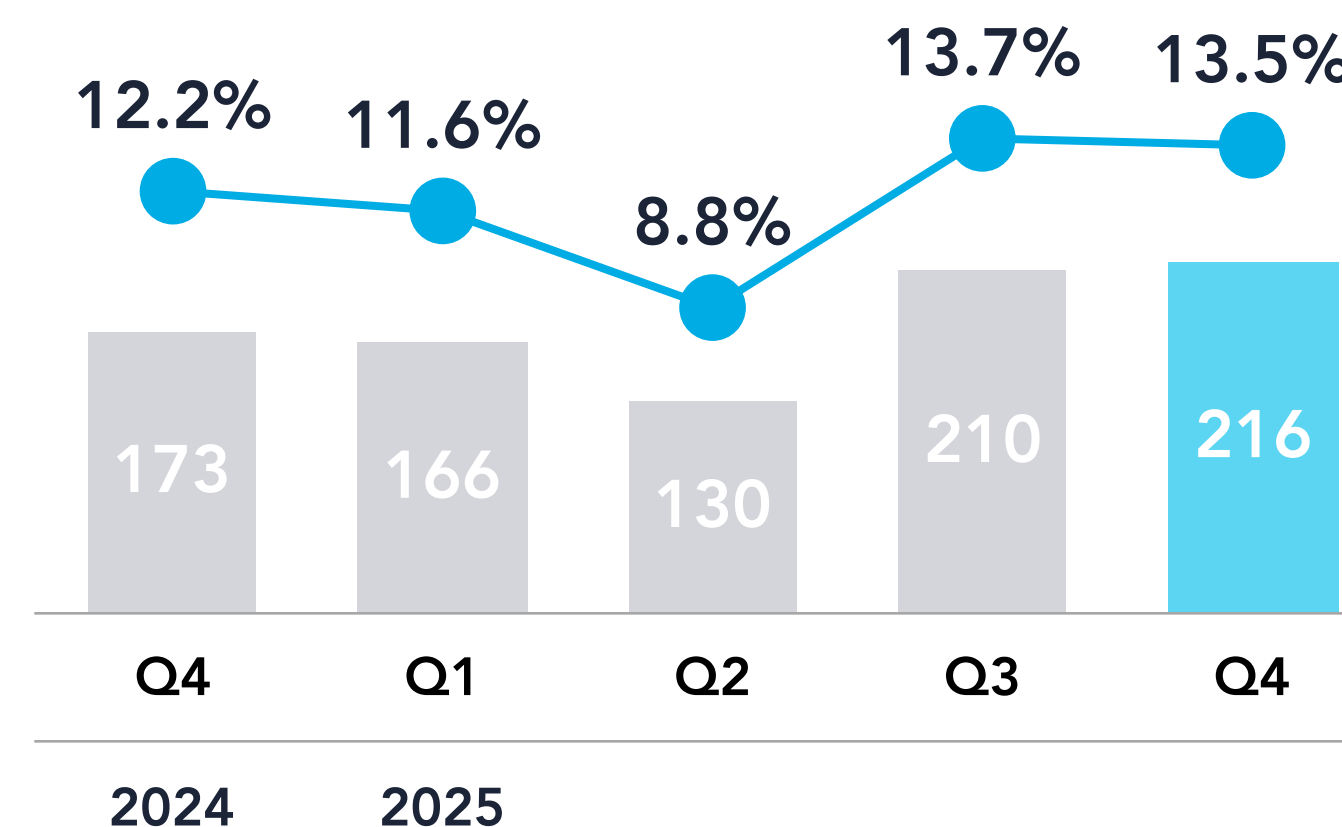
G&A²

単位：百万円



R&D³

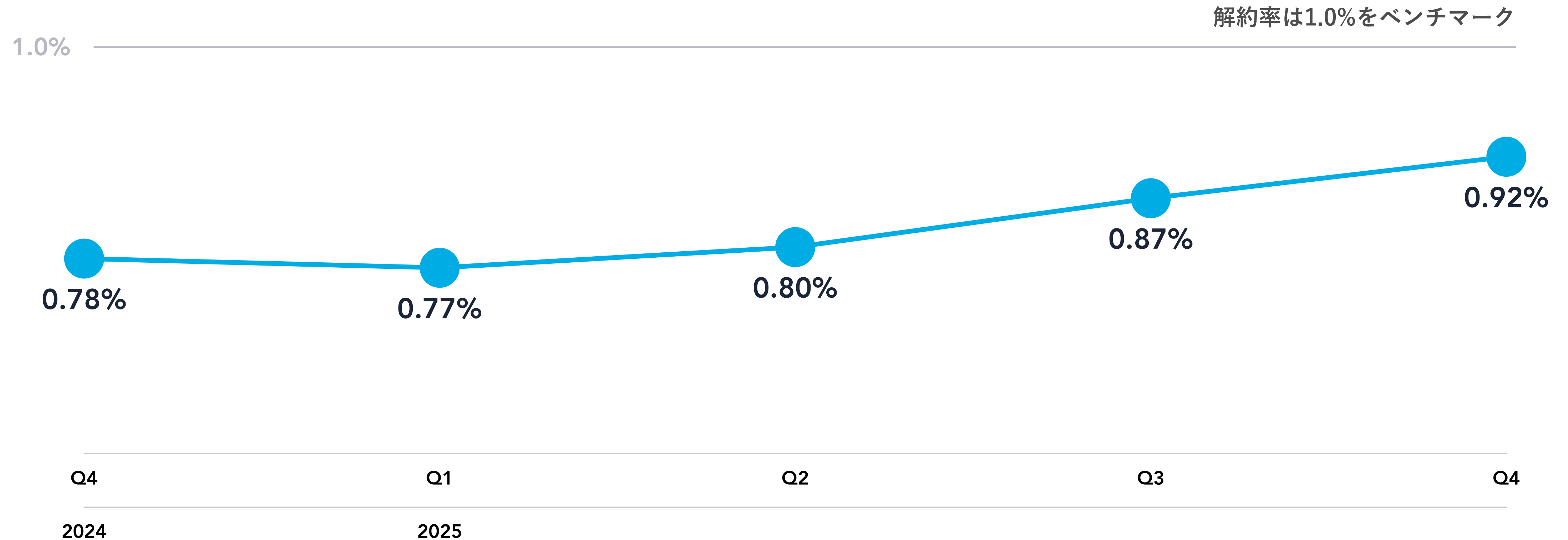
単位：百万円



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

解約率（LTM）¹

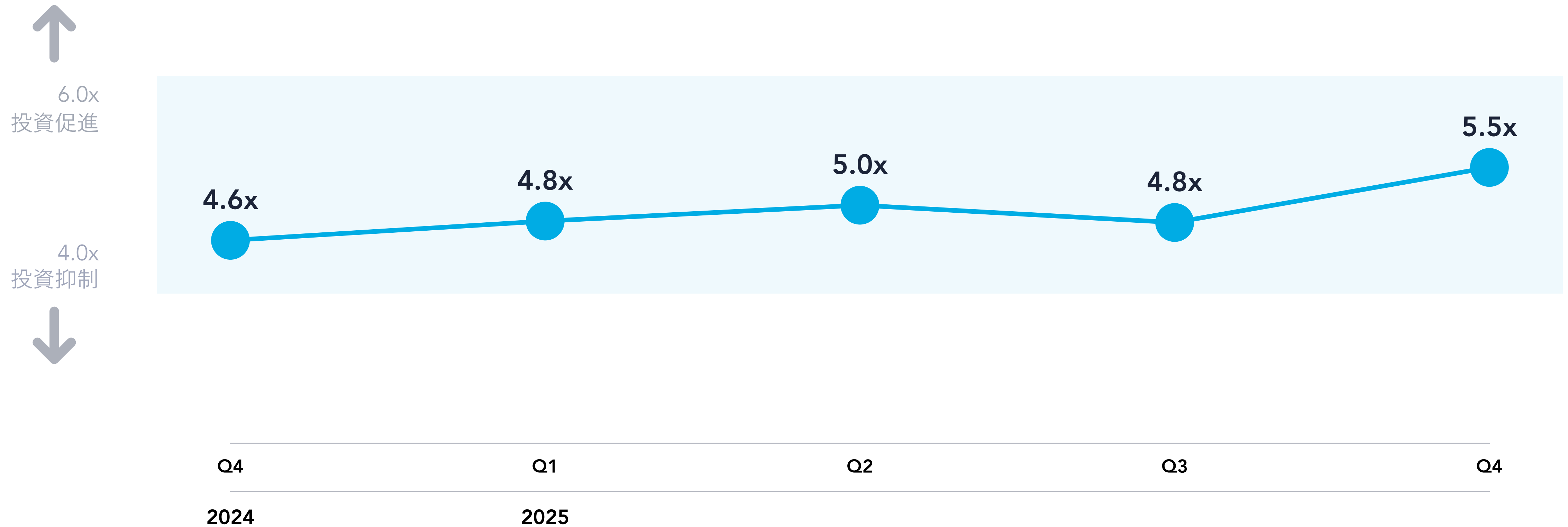
Yappli for Marketingの解約の影響で、解約率が上昇。
開発体制の強化などで改善を見込む



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・短期プランは含まない。2025年12月期第4四半期より「Yappli WebX」を含む

LTV/CAC (LTM)¹

解約率の悪化でLTVは低下するも、獲得数の大幅増加により、CACが改善し、LTV/CACは5.5倍に大きく上昇



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、少額プランは含まない。2025年12月期第4四半期より「Yappli WebX」を含む

2026年12月期 通期 連結業績予想



2026年12月期
連結業績予想²

売上高・営業利益ともに2桁成長で、営業利益は10億円へ。
連結決算への移行に伴い、YFC¹の業績を連結に反映

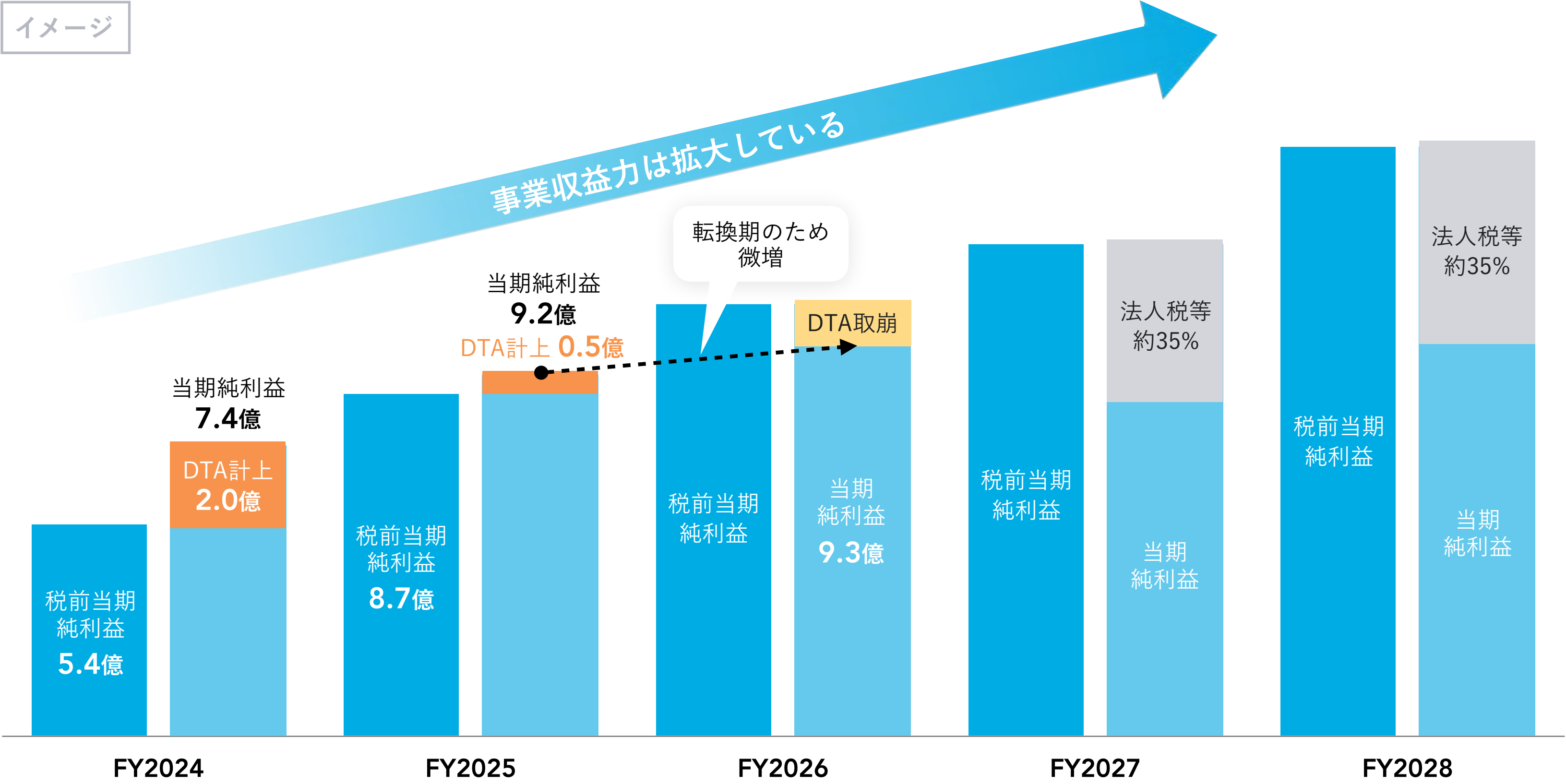
単位：百万円

	2024	2025	2026		
	単体実績	連結実績 ²	連結予想 ²	YoY増減額	YoY増減率(%)
売上高	5,511	6,056	6,800	+743	12.3%
営業利益	550	882	1,000	+117	13.3%
利益率 (%)	10.0%	14.6%	14.7%	+0.1pt	-
経常利益	548	877	980	+102	11.6%
当期純利益	748	920	930	+10	1.0%
EBITDA ²	582	905	1,030	+125	13.7%
調整後EBITDA ³	659	958	1,100	+142	14.8%
利益率 (%)	12.0%	15.8%	16.2%	+0.4pt	-

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て (1) 株式会社ヤプリフードコネクト (旧 株式会社チューズモンスター) の略称 (2) 2024年12月期は単体決算。2025年12月期はフラ－社関連の持分法による投資利益を連結に取込。株式会社ヤプリフードコネクトは、2025年12月末をみなし取得日としたため、PLへの取込は2026年12月期より開始予定 (2) 営業利益+ 償却費 (3) EBITDA + 株式報酬費用

事業収益力の拡大により繰越欠損金の全額解消見込。 それに伴いFY2027以降は収益構造の適正化へ

FY2026の当期純利益は会計上の要因により微増。
過去の先行投資（繰越欠損金）による税務上のメリットを回収し収益構造を適正化



FY2025まで：資産計上による利益の押し上げ

- 将来の税金減額効果を会計基準に基づき「繰延税金資産（DTA）」として計上
- 財務の健全性確保の観点から、保守的に回収可能性を検討し、会計上の純利益が底上げされている期間

FY2026：経営健全化への転換点

- 創業から成長投資で積み上がった「繰越欠損金」を概ね解消
- FY2025まで保守的に回収可能性を見込んでいない繰延税金資産の実現により、会計上の純利益底上げも完了

FY2027：収益体質の正常化と成長

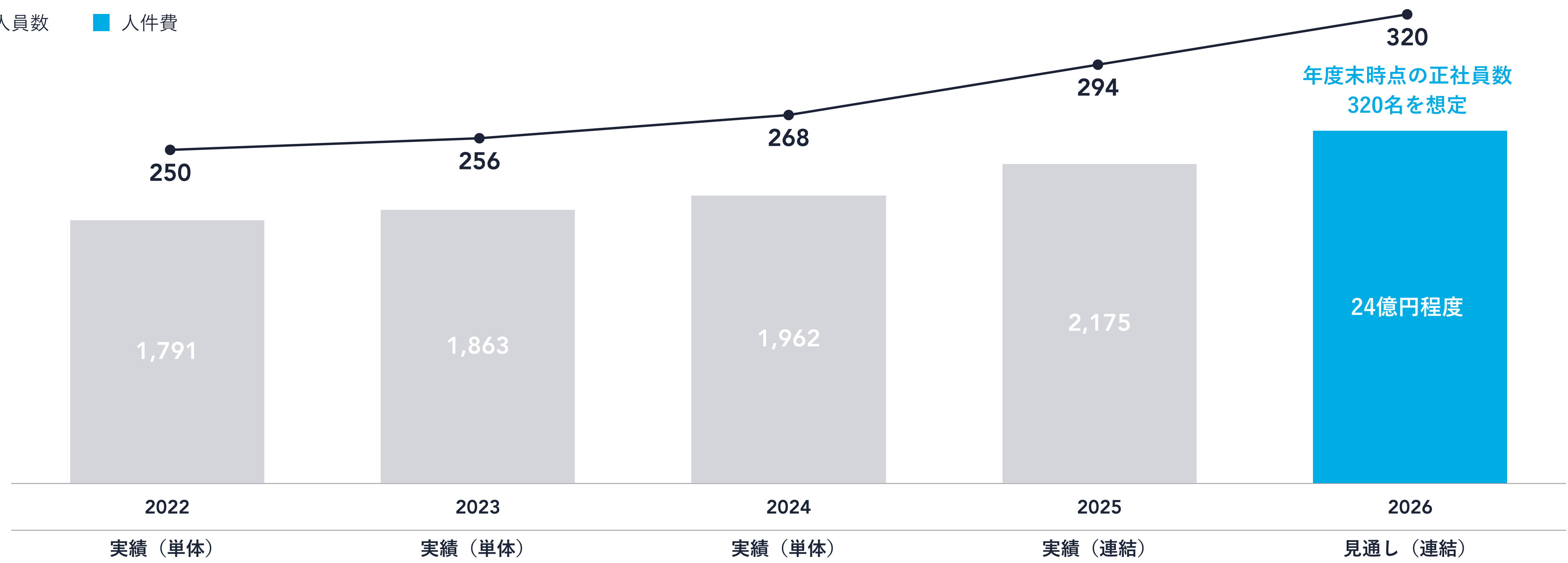
- 欠損金解消に伴う特殊な利益変動が終了
- 純利益が本業の成長（税引前利益）に連動する、平準化された収益フェーズへ移行

2026年12月期
連結業績予想 人件費¹

新規事業やマルチプロダクト戦略の強化のため、 YoY10%程度の人員投資を継続的に実施

単位：百万円

● 人員数 ■ 人件費



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 （2）2025年12月期より連結決算へ移行しており、人員数には株式会社ヤプリフードコネクト（旧 株式会社チューズモンスター）を含む。2025年12月期の人件費は、同社のみなし取得日を2025年12月末とし、同社の人件費は含まない。2026年12月期の見通しより、人件費・人員数ともに連結ベースでの取り込み

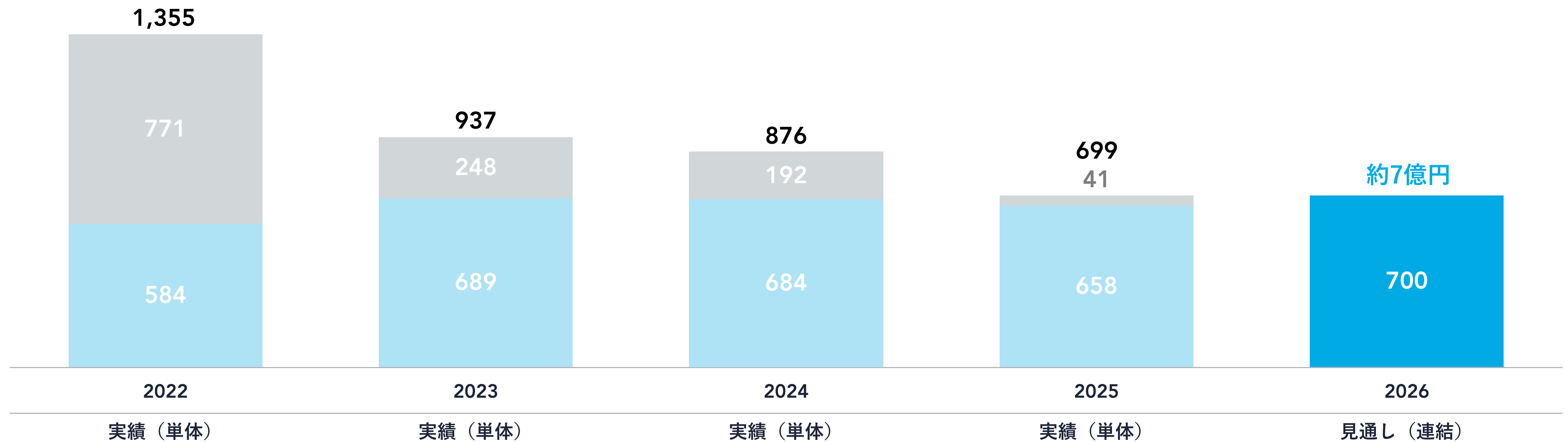
2026年12月期
業績予想 広告宣伝費¹

認知獲得の先行投資フェーズを終え、今後はマルチプロダクト 訴求によるリード獲得で投資効率の向上を図る

各四半期ほぼ均等に、約1.8億円のマーケティング投資を実行

単位：百万円

■ 認知獲得（マスマーケティング）
■ リード獲得



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

株主還元の方針

成長投資を最優先としつつ、継続的・安定的な株主還元を実施する方針。配当は年間14円とし、利益成長に伴う増配を予定

基本方針

(1)配当

- 成長投資を最優先としつつ、安定的な配当を目指す

(2)自己株式取得

- 財務健全性を維持しつつ、マーケット環境等を勘案し、機動的に実施

配当の内容

	2024 実績	2025実績			2026予想		
		中間 (基準日: 6/30)	期末 (基準日: 12/31)	年間	中間 (基準日: 6/30)	期末 (基準日: 12/31)	年間
1株あたり 配当金	—	6.00円	7.00円	13.00円	7.00円	7.00円	14.00円
1株あたり 当期純利益	57.7円	71.90円			72.79円		
配当性向	—	18.0%			19.2%		
配当金総額	—	166百万円			178百万円		
自己株式取得	—	149百万円			未定		
総還元性向	—	34.2%			—		

2025年12月期 通期 事業ハイライト



マルチプロダクト化を推進。 飲食業界向け「Yappli MobileOrder」を提供

子会社「ヤプリフードコネクト」と共に、 飲食業界のDXを加速

2025年11月に株式会社チューズモンスターを子会社化し、同年12月に株式会社ヤプリフードコネクトへ商号を変更。

ヤプリの「ノーコードアプリ開発」の強みと同社の「LINEミニアプリ・CRM構築」の知見を融合し、グループのシナジーを体現する新プロダクト「Yappli MobileOrder」を始動。

アプリ・ウェブに続いてLINEミニアプリによるモバイルオーダーを加え、注文・決済から顧客体験の創出まで、飲食・中食業界の課題を一気通貫で解決。店舗とお客様を繋ぐ「DX基盤」として、現場運用に即した最適なデジタル導線を創出し、マルチプロダクト戦略によるグループシナジーの最大化を目指す。

yappli MobileOrder

注文・会員証・順番待ちまで。
店舗運営をスマートに変える。

店内での
注文

店外からの
注文

CRM
顧客管理

順番待ち



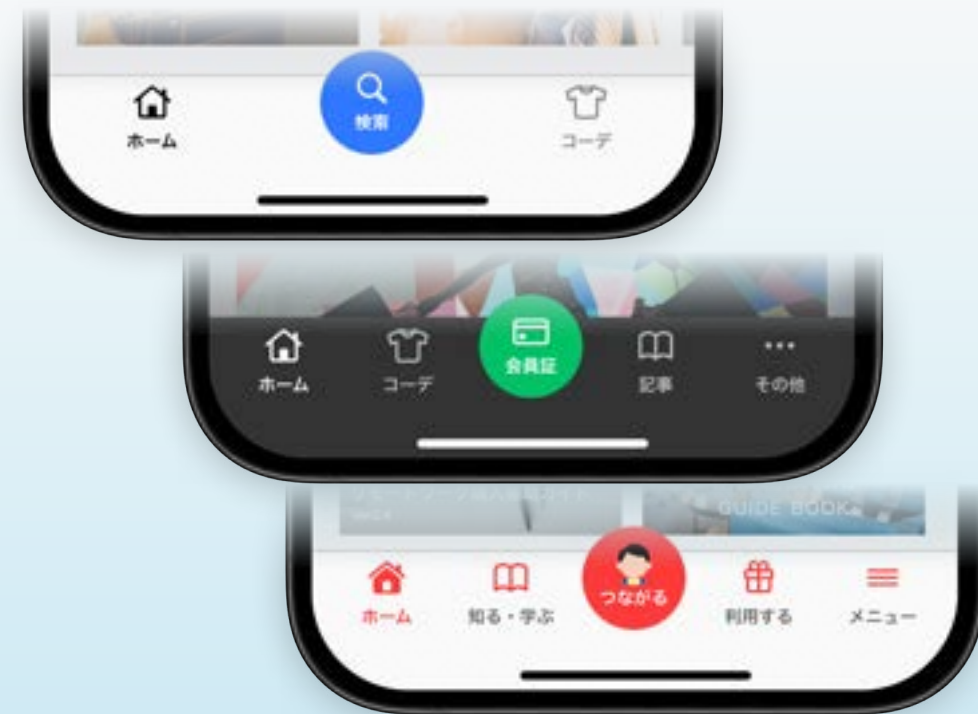
プロダクト ハイライト

顧客体験の深化を図るアップデートと、新たな市場を切り拓く 戦略的なプロダクトラインナップを拡充

通知バッジ



アプリナビ・タブバー刷新



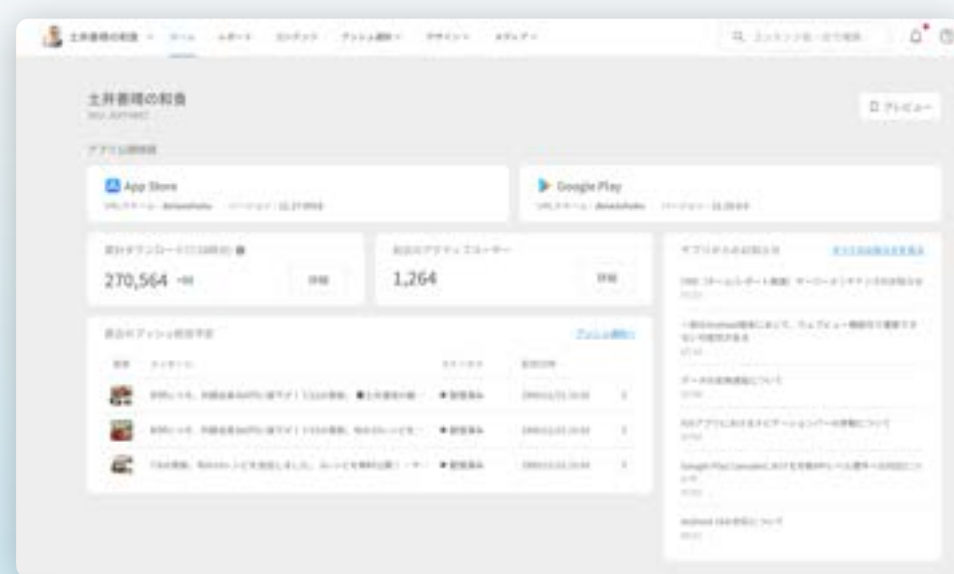
プロフィール機能



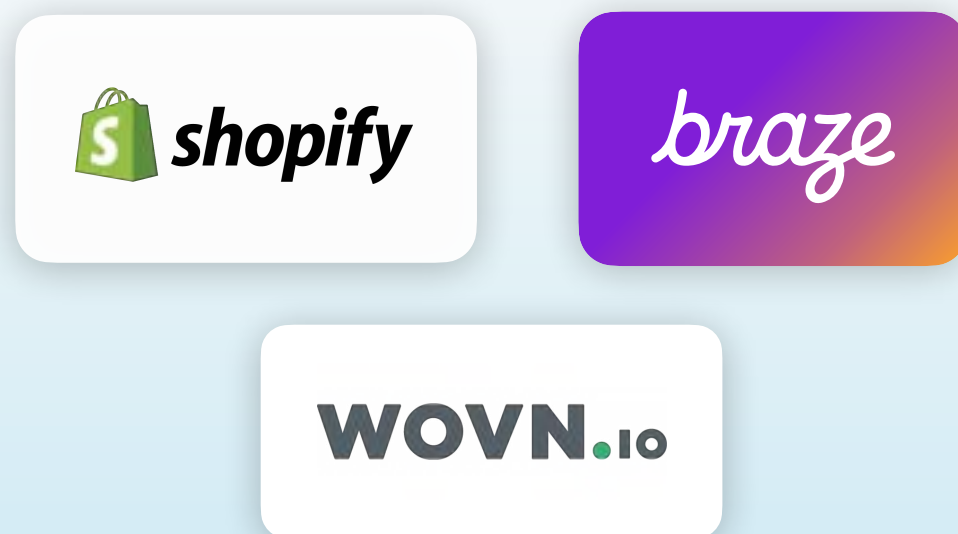
サンクスカードポイント機能



CMS画面刷新



外部サービスとの連携



yappli WebX



マルチプロダクト戦略により、多角的なDX支援事例が拡大

アプリとWebの連携によるデジタル体験の一元化を実現。戦略製品の導入を通じ、企業のデジタル接点を包括的に支えるDX支援を展開



飲食

Yapli for Marketing



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し、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



運輸サービス

UNITE by Yapli



ANAホールディングス株式会社
ANA Book

ANAグループ向け社内コミュニケーションアプリを提供。経営方針や社内情報をリアルタイム配信し、社員エンゲージメント向上と企業文化の強化を支援

飲食

Yapli for Marketing

Yapli WebX



猿田彦珈琲株式会社
猿田彦珈琲公式アプリ / ブランドサイト構築

猿田彦珈琲公式アプリに加えて、新たにブランドサイトをYapli WebXにて構築。アプリとWebの運用を一つに統合。あらゆる接点で鮮度の高い情報を届け、ブランドの世界観をマルチチャンネルに展開



補足資料



リスク	顕在化の可能性 / 時期	顕在化した場合の影響度	対応策
アプリに代わる タッチポイントの出現と普及	小 / 長期	中	- 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	中 / 中期	中	- 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 - 外部ソリューションとの連携強化やパートナーアライアンスの構築を推進
AIコード生成による アプリ開発の低ハードル化	中 / 短期	中	- AIの製品組み込みによる製品体験のアップデート - 非IT人材が直感的にレビュー可能であることを活かした販売戦略 - 独自データやUX知見に基づく、効果的かつ洗練されたユーザ体験の提供
人材獲得競争の激化	大 / 短期	小	- 積極的な採用活動、魅力的な雇用条件の提示 - 多様な人材が活躍できる職場環境と制度の提供
個人情報の管理について	中 / 短期	中	- アクセス権限の厳格な管理、定期的なセキュリティ監査を実施 - 情報の取り扱いに関する従業員教育を徹底し、万が一の漏洩や不正利用に備えた対応策を整備
円安によるコストの増加	中 / 短期	中	- 保守的な為替前提で事業計画を策定 - サーバー・ツールの料金及び利用量を可能な範囲で削減

収益・費用の内訳

P&Lのサマリー

単位：百万円

	2022	2023	2024	2025
売上	4,142	4,864	5,511	6,056
売上原価	1,390	1,507	1,867	2,029
売上総利益	2,751	3,356	3,643	4,026
margin %	66.4%	69.0%	66.1%	66.5%
販管費	3,570	3,091	3,093	3,143
S&M ¹	2,253	1,789	1,818	1,765
G&A ²	736	630	740	655
R&D ³	580	671	533	723
営業利益	-818	264	550	882
margin %	-19.8%	5.4%	10.0%	14.6%
調整後EBITDA ⁴	-755	323	659	958
margin %	-18.2%	6.7%	12.0%	15.8%

売上原価の内訳

単位：売上高比率 %

	2022	2023	2024	2025
変動費	19.7%	19.2%	20.5%	21.6%
労務費 ⁵	5.9%	5.5%	4.7%	4.9%
その他	13.8%	13.7%	15.7%	16.7%
固定費	13.9%	11.8%	13.4%	11.9%
労務費 ⁶	9.7%	7.7%	9.7%	8.2%
その他	4.2%	4.1%	3.7%	3.7%

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 (7) 2025年度より連結決算へ移行。2025年12月末をみなし取得日とし、当期の連結損益計算書には当該子会社の損益は含まれない

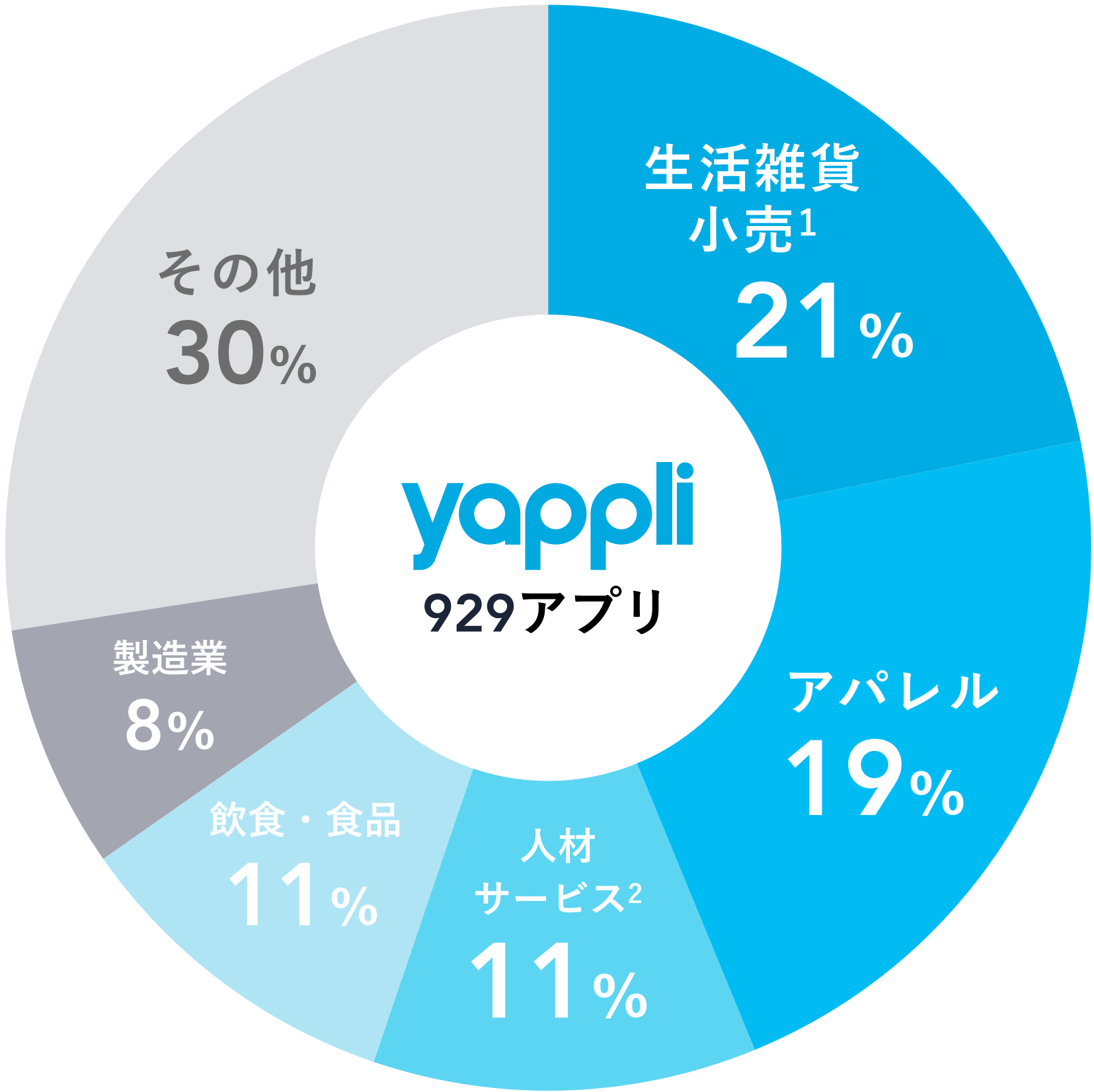
貸借対照表

単位：百万円

	2022	2023	2024	2025
流動資産合計	2,443	2,229	2,811	3,283
現金及び預金	1,650	1,507	1,959	2,204
固定資産合計	399	584	1,255	1,452
のれん	32	4	-	113
投資有価証券	-	-	471	499
流動負債合計	705	779	744	841
固定負債合計	793	675	1,134	933
純資産合計	1,344	1,360	2,188	2,961

注：金額の数字表記は小数点以下切り捨て。2025年度より連結決算へ移行。2025年12月末をみなし取得日とし、当期の連結貸借対照表には当該子会社の資産を含む

様々な業界に拡大



業界	2024 Q4	2025 Q4	
	アプリ数	アプリ数	増減数YoY
生活雑貨・小売 ¹	196	197	+1
アパレル	195	178	-17
飲食・食品	90	105	+15
人材・サービス ²	102	104	+2
製造業	65	71	+6
その他	245	274	+29
計	893	929	+36

注：当四半期末時点、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

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

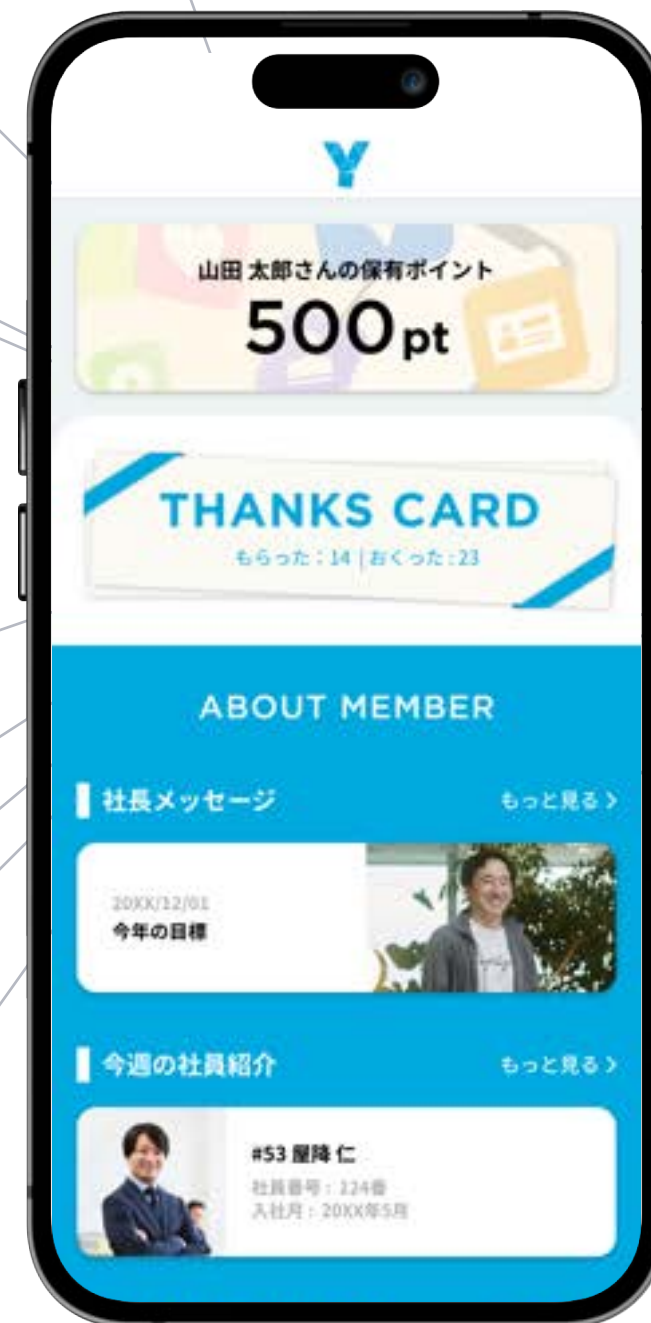


部活紹介



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 iily 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

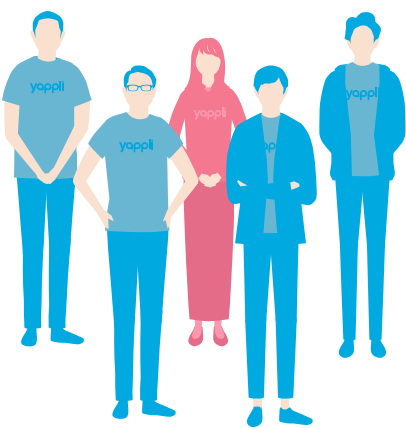
育児サポート

- ・リモート勤務
- ・シッター費用補助
- ・子の看護休暇（特別有給）

ヤプリーでは多様なメンバーが活躍

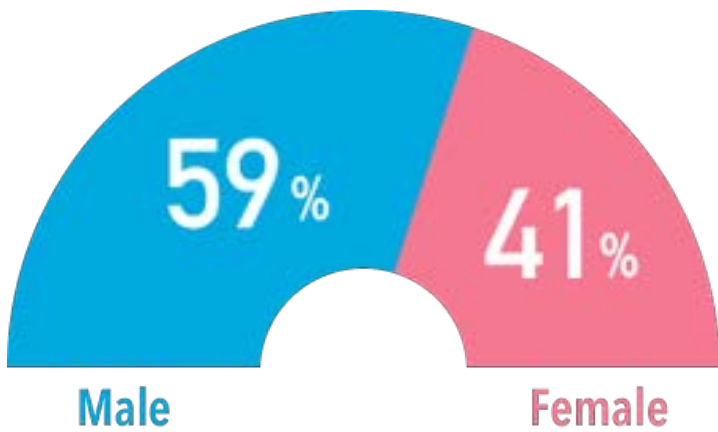
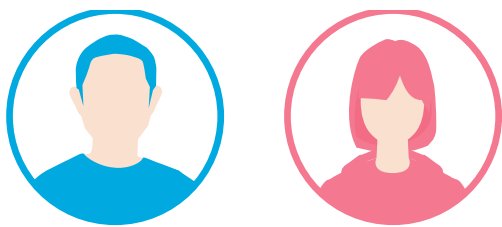
ライフイベントに配慮し、誰もが働きやすい職場を目指す

社員数¹

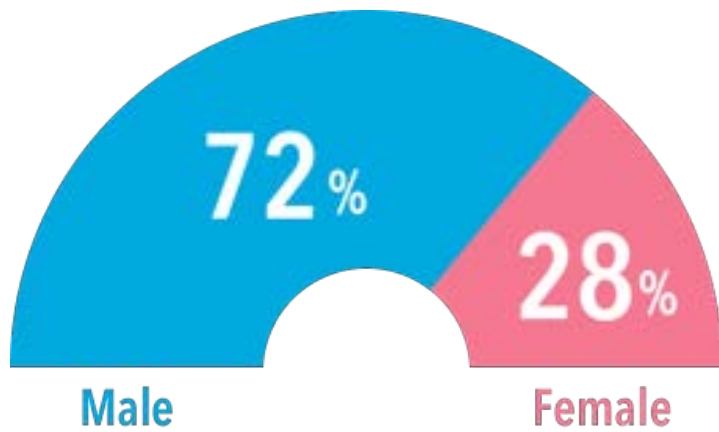
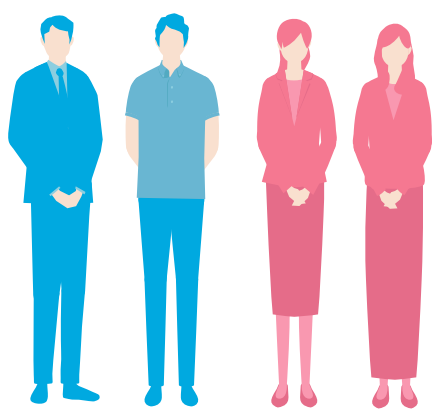


290人

男女比率²



管理職比率³



平均年齢⁴



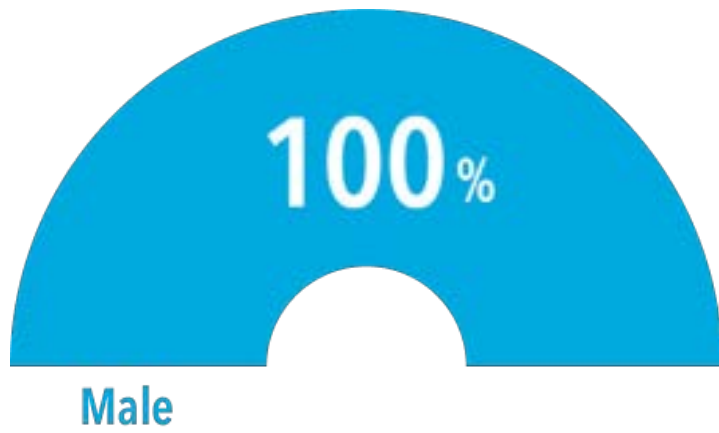
36歳

男女賃金格差⁵



76.2%

男性育児
休業取得率



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。11段階で回答し、推奨者（9-10）の割合から批判者（0-6）を引いて算出

-14.29

注：当期末時点、ヤプリー単体（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

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



2020.12
東証マザーズへ上場

GMO AppCapsule

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



2023.08
新サービス「UNITE by
Yappli¹」をローンチ



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



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

yappli FoodConnect

2025.11
株式会社ヤプリフード
コネク²を子会社化

注：(1) 2025年10月に「Yappli UNITE」から「UNITE by Yappli」へブランドリニューアル (2) 株式取得時の社名は株式会社チューズモンスター。2025年12月に商号変更

会社概要



会社名	株式会社ヤプリ
設立	2013年4月
資本金	13億7,592万円（資本準備金を含む）
代表者	庵原 保文
社員数	294人（連結）
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
上場市場	東証グロース(4168)
事業内容	「Yappli」「Yappli CRM」「Yappli WebX」の開発・提供
関係会社	株式会社ヤプリフードコネクト（連結子会社） フラール株式会社（持分法適用会社）

IRからのご案内

投資家向け 決算説明会の動画配信

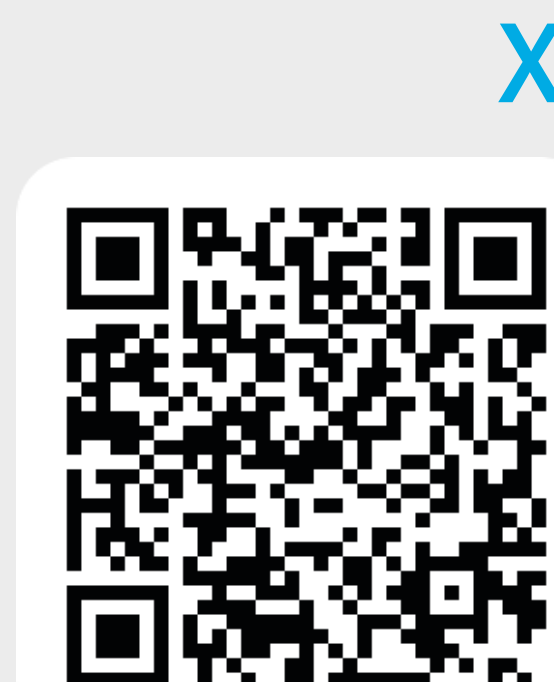
開示同日に開催された投資家向け決算説明会のアーカイブ動画を後日
当社IRページにて配信予定です。

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。

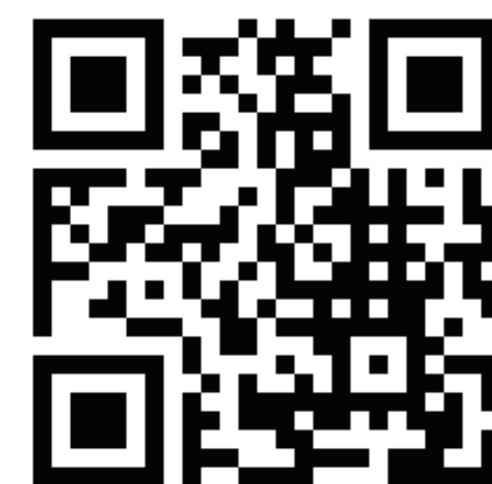
investor@yappli.co.jp

Yappli 公式X、Facebook にて、最新情報を配信しております



@yappli_jp

Facebook



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。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算と併せて毎年2月に開示を行う予定です。

mobile tech for all

デジタルを簡単に、社会を豊かに

yappli