



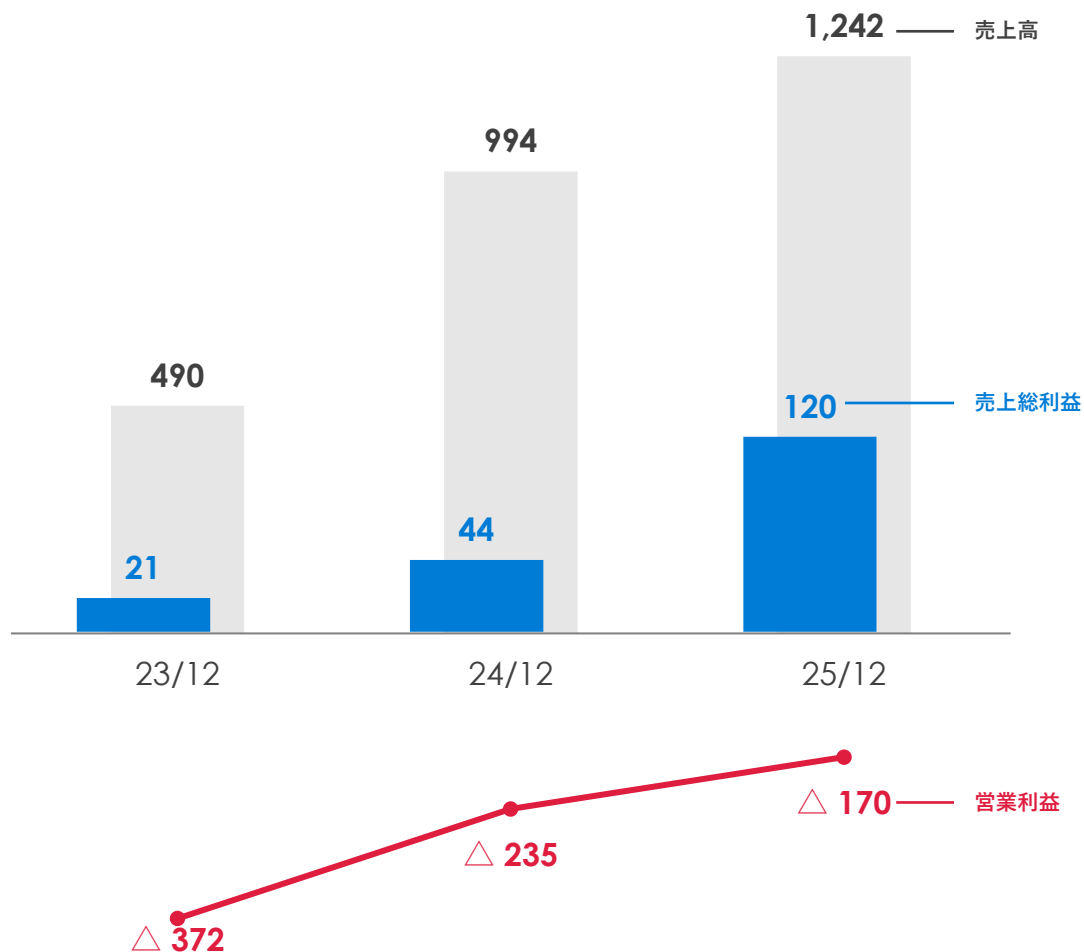
# APPBANK

## 2025年12月期 通期 決算説明資料 および 事業計画及び成長可能性に関する事項

AppBank株式会社 | 2026.2.13

各段階収益の年次推移

(百万円)



25/12期 通期業績動向

- 25/12期は、売上高が前期比**24.9%増**の1,242百万円、営業利益が同**64百万円改善**の△170百万円だった。メディア共創企画の拡大や不採算事業の撤退で収益改善しつつ、**AIやM&Aといった次の成長の種**を仕込んだ。
- 25/12期4QからPWANおよびmusica labのPLを新規連結開始、四半期売上高は前四半期比で**68.9%増**の367百万円だった。一方、子会社2社単体では利益貢献したものの、のれん償却費14百万円もあり、連結営業利益は**同横ばい**で推移した。
- メディア共創企画は一部顧客のインシデント影響から25/12期は減収傾向だったが**4Qは月次単位で底打ち・反転**し始めた。ただし、回復の程度は**慎重に見定める必要**がある。

26/12期 アクションプラン

- 26/12期は、新たな戦略的パートナーとの協業案件を相次ぎ開発・上市し、収益の積み上げを推し進める、**攻めの期**となる。
- AXソリューション**については、代理店系／農業系／事務系／文教系の各種パイプラインについて、潜在需要に鑑みながらPoC、拡販を進める。
- また、PLANAやmusica lab等と連携し、地方放送局向け、または**地方放送局と連携した新たなビジネスモデル**の開発・展開を加速する。
- ZAICOやダブルアールとは、**IPを軸としたプラットフォーム/インフラ事業**の開発や事例作りに注力する。
- (株)SM ENTERTAINMENT JAPANからの韓流専門チャンネル「KNTV」の事業譲受は最終段階で折り合いがつかず白紙となったが、引き続き、M&Aを含む収益拡大を積極的に模索する。

# AGENDA

1. 25/12期 決算概要
2. 中長期経営方針
3. 戦略的パートナー
4. Appendix



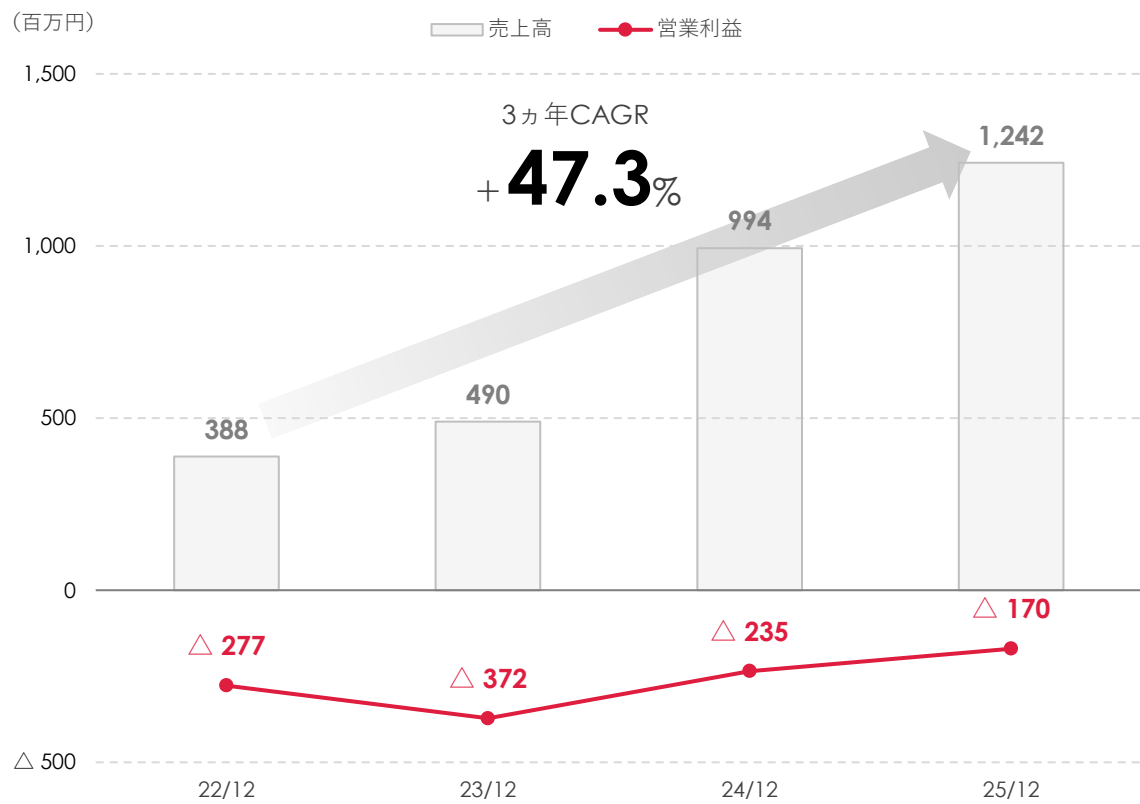


25/12期 決算概要

1

25/12期は、売上高が前期比**24.9%増**の1,242百万円、営業利益が同**64百万円改善**の△170百万円だった。  
メディア共創企画の拡大や不採算事業の撤退で収益改善しつつ、AIやM&Aといった次の成長の種を仕込んだ。

売上高と営業利益の年次推移



25/12期 通期業績と前期比増減率

	売上高	売上総利益	EBITDA	営業利益	経常利益	当期利益*
24/12	994	44	△233	△235	△241	△239
25/12	1,242	120	△155	△170	△185	△519
YoY,%	+ 24.9	+ 173.0	赤字縮小	赤字縮小	赤字縮小	赤字拡大

25/12期 通期業績の主な増減要因

	増収	減収	増益	減益
1. メディア共創企画の通期フル寄与（25年1月～）	●		●	
2. YURINANの事業譲渡（25年4月～）		●	●	
3. 原宿friendの閉店（25年7月～）		●	●	
4. AIソリューション開発に係る先行費用（25年8月～）				●
5. ㈱PWANの事業譲受（25/10～）	●		●	
6. musica lab㈱の事業譲受（25/10～）	●		●	
7. 事業撤退/M&A/資金調達に係る一時費用*				●

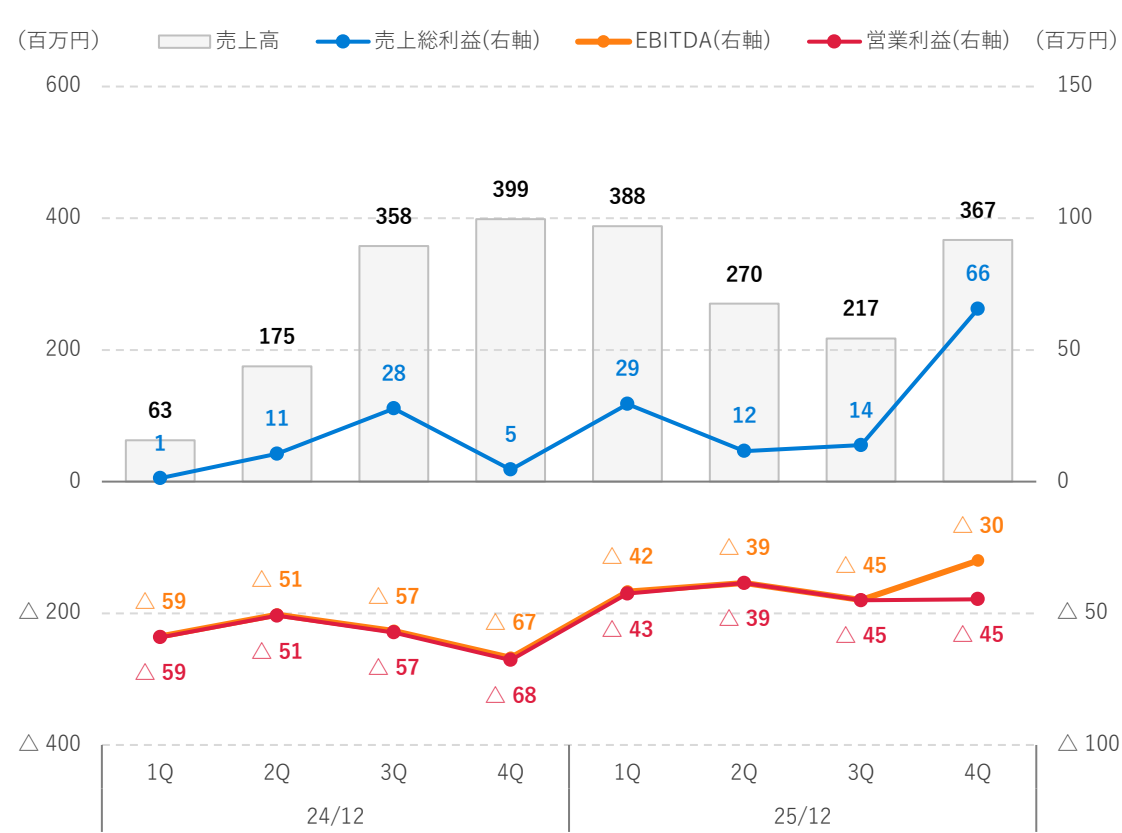
※ 営業利益段階で**23百万円**、経常利益段階で計**36百万円**

注：25年7-9月期に減損損失326百万円を認識した。6/30に基本合意書締結、9/1に効力発生したmusica lab(株)および(株)PWANの株式交換の手法による100%子会社化（PL新規連結は10/1開始）のディールに際し、当社普通株式の1株あたり株式価値につき、第三者算定機関である(株)ブルータス・コンサルティングが市場株価法に基づき算出した算定書および基準日終値を参考に105円と定め取引実行していた。一方、BSの新規連結を開始した9/30終値時点の株価は219円となり、のれんの算定に用いる基準株価が当初想定を大きく上回った。これを受け、当該2社の将来業績見通しを精査し回収可能性が見込まれないのれんの減損処理を行った。会計的にテクニカル且つノンキャッシュ処理であり、実質的な経営上の悪影響は極めて限定的である。

# 四半期業績 | サマリー

25/12期4QからPWANおよびmusica labのPLを新規連結開始、売上高は前四半期比で**68.9%増**の367百万円だった。一方、子会社2社単体では利益貢献したものの、**のれん償却費14百万円**もあり、連結営業利益は同横ばいで推移した。

各段階収益の四半期推移



損益計算書の四半期推移数表

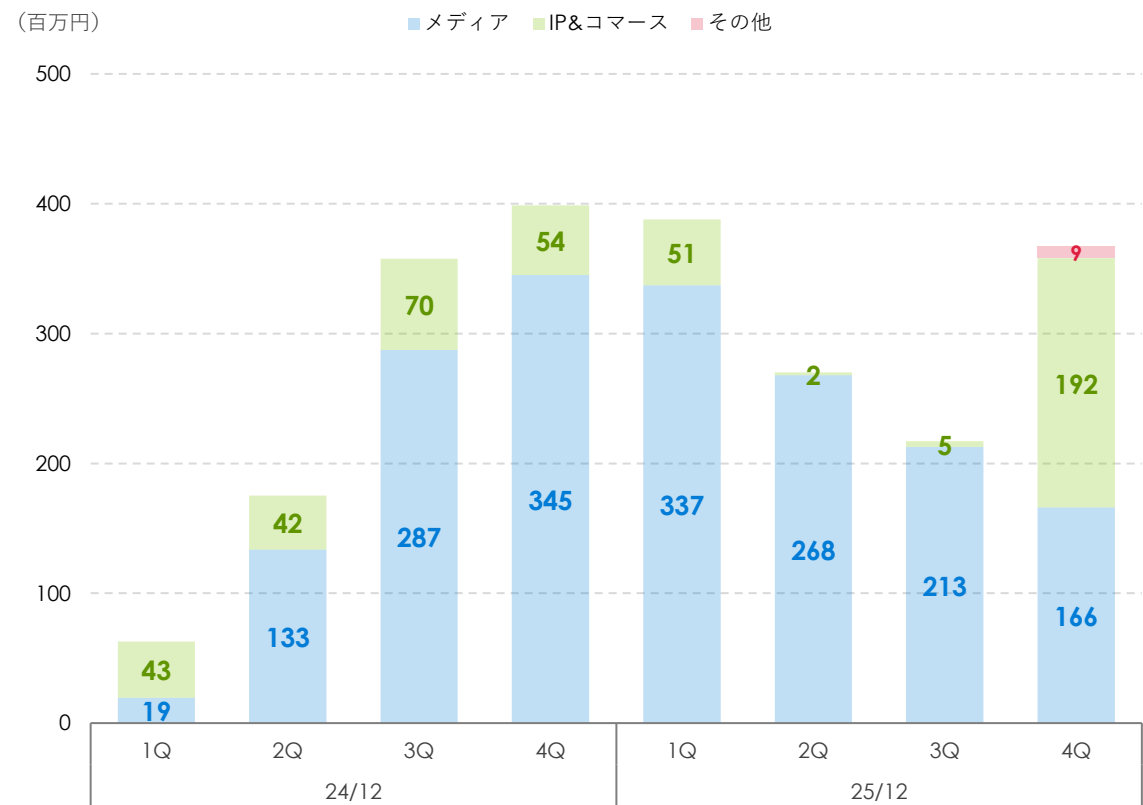
	24/12期				25/12期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	63	175	358	399	388	270	217	367
売上原価	62	165	330	394	358	259	203	301
売上総利益	1	11	28	5	29	12	14	65
販管費	60	61	85	72	72	50	59	110
人件費	20	19	19	20	21	17	17	42
支払手数料	17	15	23	21	18	14	24	14
地代家賃	8	8	11	10	10	3	1	4
その他販管費	15	20	31	21	23	16	17	50
営業利益	△59	△51	△57	△68	△43	△39	△45	△45
経常利益	△64	△52	△58	△68	△42	△41	△45	△58
当期利益*	△61	△52	△58	△68	△42	△41	△370	△66
EBITDA	△59	△51	△57	△67	△42	△39	△45	△30
各種償却費*	0	0	1	1	1	0	0	15

注：当期利益は、単体決算時は当期純利益、連結決算時は親会社株主利益（連結優先）を参照している。また、各種償却費には①減価償却費（売上原価）、②減価償却費（販管費）、③のれん償却費の3項目を集計している。  
EBITDAは、営業利益＋各種償却費にて算出している。

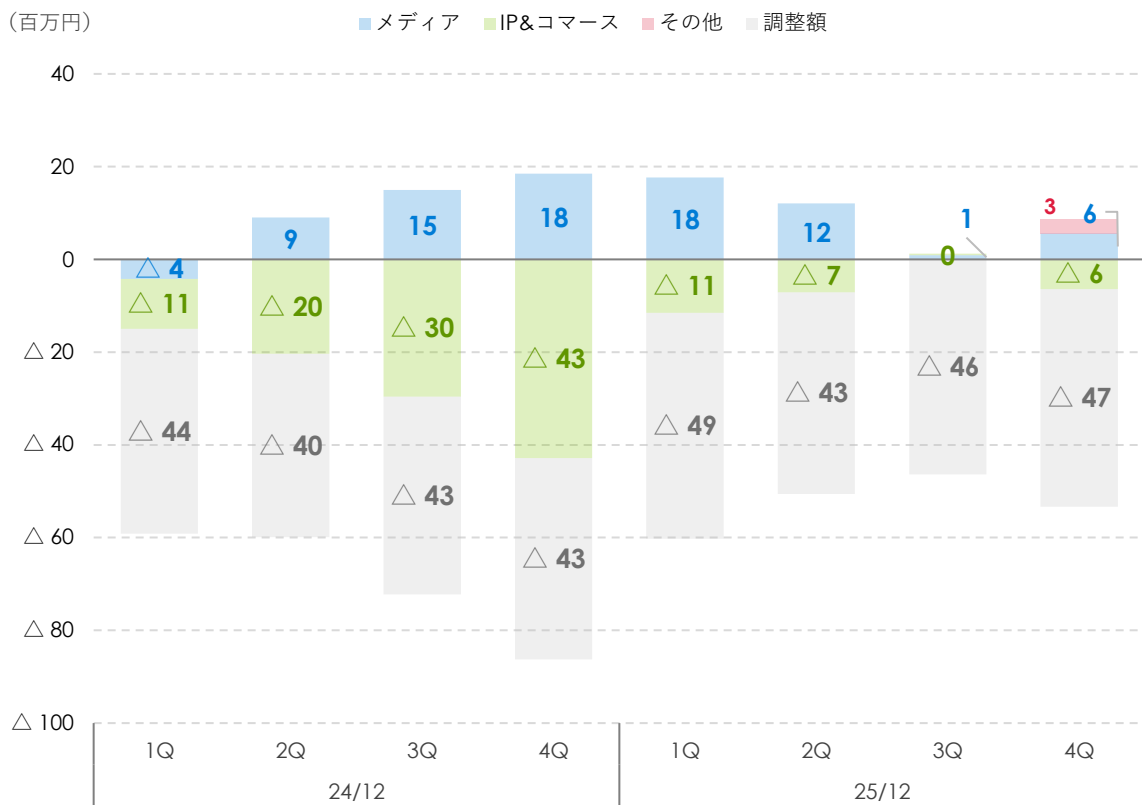
# 四半期業績 | セグメント概況

メディア共創企画は一部顧客のインシデント影響から25/12期は減収傾向だったが**4Qは月次単位で底打ち・反転**し始めた。  
IP&コマース収益の多くは子会社2社のもので、のれん償却費も同事業で計上しているため、セグメント赤字となっている。

セグメント売上高の四半期推移



セグメント営業利益の四半期推移



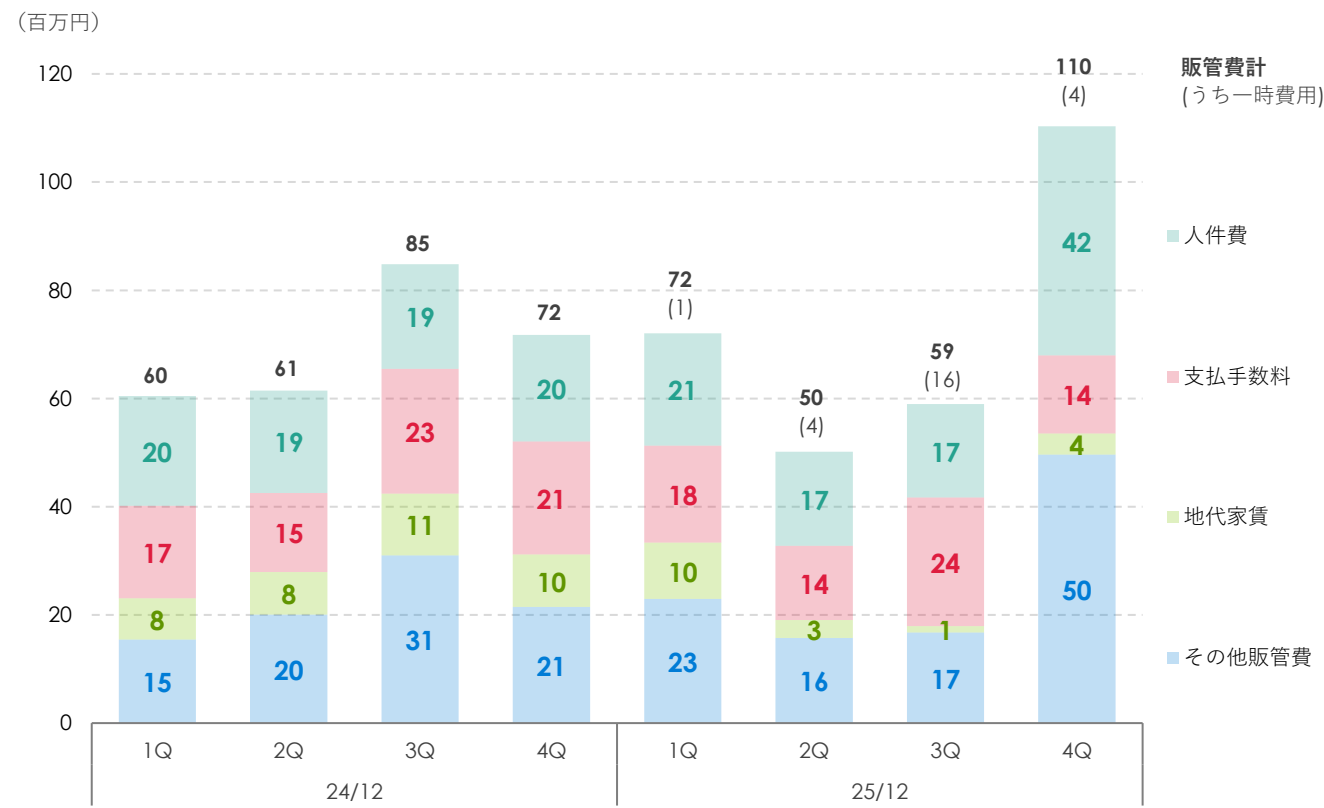
注：musica lab単体およびPWANの収益の多くは「IP&コマース」セグメントで収益認識している。また、PWANの一部事業は「その他」セグメントで収益認識している。



# 四半期業績 | 販管費明細

4Qの販管費は、PWANおよびmusica labの新規連結に伴い110百万円（前四半期比51百万円増）となった。  
AppBank単体の販管費は3Q同水準だったが、子会社2社の販管費とのれん償却費14百万円が積み上がった。

販管費明細の四半期推移



- 販管費は前四半期比**51百万円増**の110百万円となった。
- 一時費用は、PWANおよびmusica labの事業譲受に係る諸経費（=**16百万円**）を計上した3Qと比較して減少した一方、子会社2社のPL取込開始に伴い、販管費全体は大きく拡大した。
- AppBank単体の役職員数は前四半期から変わらないが、子会社2社を含め連結役職員数が**計39名**となったため、連れて人件費およびその他販管費が拡大している。
- AppBank単体の販管費は、3Q実績（一時費用を除く）と概ね同水準で着地した。
- 子会社2社に係るのれん償却費として、1四半期で**14百万円**を計上している。

注：musica labおよびPWANのPLは2025年10月1日から連結開始している。



No.	公表日	IRニュース
1.	2025/2/13	IP&コマース事業の収益改善を目的とする「原宿friend」閉店のお知らせ
2.	2025/2/27	IP&コマース事業部門の一部（YURINAN事業）事業譲渡に関する基本合意書締結のお知らせ
3.	2025/6/30	株式会社PWAN及びmusica lab株式会社との株式交換（子会社化）に関する 基本合意書締結に関するお知らせ
4.	2025/7/7	農林水産省「鳥獣被害防止総合対策交付金（全国ジビエプロモーション事業）」のうち「ジビエ需要拡大・普及推進事業」実施事業者に選定のお知らせ
5.	2025/8/18	株式会社2WINS及び株式会社PLANAとのAIソリューション開発契約締結及び 企業・教育機関向けAIサービスパッケージプロジェクト開始に関するお知らせ
6.	2025/9/1	株式交換に係る事後開示書類（musica lab(株)および(株)PWAN）
7.	2025/10/30	第三者割当による募集株式及び第13回新株予約権の資金使途変更に関するお知らせ
8.	2025/10/30	資本業務提携契約の締結、第三者割当により発行される新株式及び第15回新株予約権の 発行、引受契約・割当契約の締結に関するお知らせ
9.	2025/11/10	株式会社2WINS及び株式会社PLANAとのAIソリューション事業第1弾「メディア・広告代理店向け業務効率化ソリューション」ローンチに関するお知らせ
10.	2025/12/12	株式会社SM ENTERTAINMENT JAPANからの 韓流専門チャンネル「KNTV」の事業譲受に向けた基本合意書締結に関するお知らせ
11.	2025/12/17	韓国Beyond Music とのMOU締結 及び日本国内における音楽IP投資および音楽コンテンツ関連事業支援のお知らせ
12.	2025/12/18	株式会社2WINSとのAIソリューション開発基本契約締結のお知らせ
13.	2026/1/16	代表取締役の異動（追加選定）及び取締役候補者の決定に関するお知らせ
14.	2026/2/10	韓流専門チャンネル「KNTV」の事業譲受に向けた基本合意書の解約に関するお知らせ

注：詳細は、当社[IRニュースページ](#)を参照されたい。

# トピックス | 代表取締役の追加選定

2024年3月から代表取締役社長を務める白石に加え、新たに町田を代表取締役会長（候補者）とする。  
これまでの職歴で蓄積した経験や人脈をもとに、**AXソリューションの開発/拡販を中心に白石と共に経営の陣頭指揮**を執る。

代表取締役（候補）2名の略歴と新任コメント



代表取締役社長  
**白石 充三**

2006年4月	(株)ジャフコ入社
2020年4月	当社入社 管理部長CFO 就任
2020年7月	当社 管理本部長CFO 就任
2021年3月	当社 取締役就任
2024年3月	当社 代表取締役就任



代表取締役会長  
**町田 央衡**

みなさま、はじめまして。この度、代表取締役会長（候補者）となりました、町田と申します。

私は長年、富士フイルムビジネスイノベーション（旧 富士ゼロックス）および同社関連会社で九州地域の営業部門を統括しておりました。AppBankの資本業務提携先であるPLANAとは当時からお付き合いがあり、そのご縁や私が持つ経験・人脈への期待から、この度、代表取締役会長への就任を打診されたものと認識しております。

Team AppBankは、多彩な「つながり」のある非常に潜在力が高い企業グループであると考えております。新たに子会社として迎えたPWANやmusica labのメンバーはもちろんのこと、PLANA、ZAIKO、SEMエージェンシー、ダブルアール、musicaと、特徴的な強み・経験を有する戦略的パートナーが多数ございます。

私自身も、これまでの職務で培ってきた「つながり」や「経験」がございます。AIを核にそれらを「つなげ」、AXで地域のお客様の悩みや課題を解決していきたいと考えております。

1987年4月	富士ゼロックス(株)入社
2000年4月	同社 システム営業グループ長（福岡・北九州地区担当）就任
2001年4月	同社 アカウント営業グループ長（北九州地区担当）就任
2005年10月	同社 大手営業グループ長（福岡地区）就任
2007年4月	富士ゼロックス福岡株式会社（現 富士フイルムビジネスイノベーション株式会社福岡支社）転籍 同社 民間大手営業部長（福岡地区）就任
2014年4月	同社 ソリューション営業部長就任
2020年4月	同社 福岡官民大手営業統括部長就任
2025年2月	同社を定年退職後、同社嘱託社員

注：代表取締役の異動（追加選定）及び取締役候補者の決定に関するお知らせ

2025年は、M&Aによる**AppBankグループの強化**、第三者割当を通じた**Team AppBankの和の広がり**が大きく進展した。  
戦略的パートナーの強み/特徴や、Team AppBankとして共に価値向上するプロセスを、note記事として書き起こしている。

### 戦略的パートナーとの対談記事



当社の公式  
noteに遷移

戦略的パートナーの特徴や競争優位性、Team AppBankとしての連携を通じた価値協創プロセスやビジョンを公開！

注：当社公式note = [https://note.com/appbank\\_2012](https://note.com/appbank_2012)





## 中長期經營方針

2



## IPとAXで、まちの魅力を世界へ

---

日本各地には、まだ日の目を見ていないマイクロ・エコノミーが数多く存在します。  
一つひとつは小規模でも、そこに住む人、訪れる人、旅立つ人に、楽しみと誇りを生み出す力を秘めています。

私たちは、それらを「まち」という文脈で、IPとAXの力で、磨き上げていきます。  
やがて「あのまちの取り組みを、自分たちもやってみたい！」という動きへと連鎖し、全国に広がるうねりへと広がっていきます。

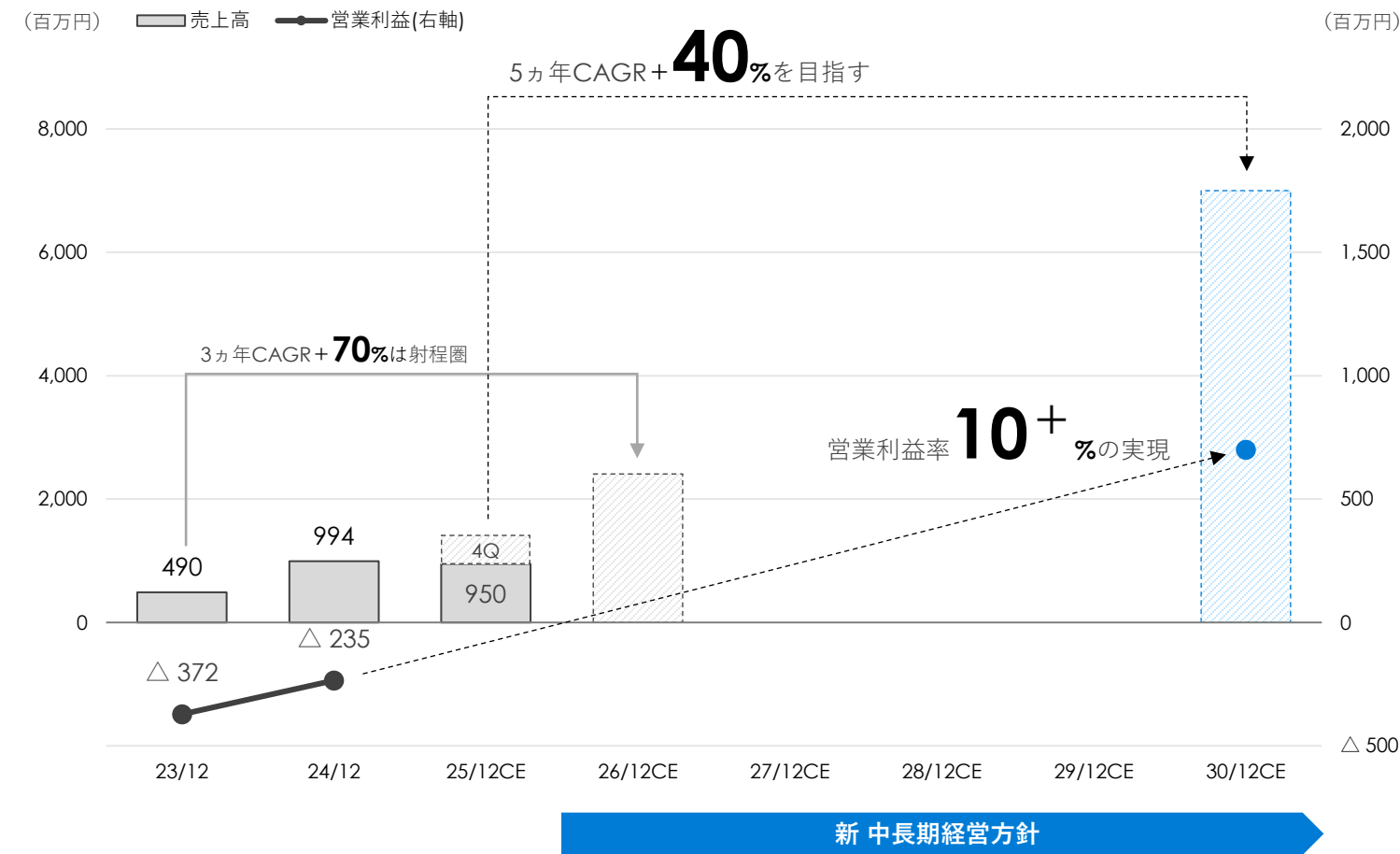
地域イベントやIPグッズ、業界特化型AXソリューションといった小さな取り組みも、束ねれば確かな収益源となります。  
また、まちを活性化させることで、地域全体として大きな稼ぎをもたらすムーブメントにもなり得ます。

AppBank自身もまた、まだ小さな存在にすぎません。  
しかし、このうねりの中心に立ち、共創の過程で自らも成長し続けることで、価値創造と収益拡大を両立させ、  
日本の経済に新しい可能性を拓く企業へと進化してまいります。

注：AX = AIトランスフォーメーション(=AI×DX)の略称である。

# 新中長期経営方針

時価総額100億円超の定着を大目標に、30/12期までの5ヵ年で売上高「**CAGR+40%**」、営業利益率「**10+%**」を実現する。  
地域の魅力を、時に**IPコラボ**で、時に**AX**でドライブするビジネスを共創しつつ、**マイクロ・エコノミーの活性化に貢献**する。



2030年までに  
時価総額**100億円超**の定着を実現

## 財務目標

売上高 5ヵ年CAGR

+ **40%**

30/12期 営業利益率

**10+%**

## 事業目標

マイクロ・エコノミー支援実績数

期間累計 **100** 件

事業コンセプトは、[日本国内の眠れるアセットを再活用し、ひと・まち・文化がめぐる新たな経済循環を創出する](#)とした。

2024年2月の新経営体制の発足以降、地域・IP・インバウンドをキーワードに事業展開してきた。トライ&エラーを繰り返す中で見えてきたのは「地域課題の解決は事業になる」との実感だった。

地域の産品や文化、ご当地を含む多彩なエンタメ・IPなど価値あるアセットは全国各地に豊富に点在している。イベント・ツーリズムやインバウンドをはじめ、国内外の潜在需要も強い。

ただし、一つ一つの経済圏は小さくなく、大手企業の参入は限定的である。地域企業や学校/自治体が活性化を図ろうとしても、基盤構築や生産性改善に向けたDX化が限定的でハードルは高い。

このような、価値あるけれども魅力をマネタイズできていない**マイクロ・エコノミー**（＝ホワイトスペース）を、時にIPコラボレーションやマーケティング力で、時にAXソリューションの開発・提供で支援し、経済活性化を図るビジネスを構築していく。

注：25/12期は3Q累計業績+4Q単体のイメージを表記している。水面下で収益拡大に向けた具体的な経営施策を進めているものの、25/12期以降の各年度においては、各施策の立上期にあたり開始時期次第で大きく業績が変動し正確な計画が策定しにくいことから、30/12期までの中期目標をコミットする経営方針を採用した。

※ 前 中期財務目標は取り下げず、その延長線上として、新中長期経営方針をアドオンする

前 中期経営方針

# 収益をドライブするコア・バリュー

Team AppBankが持つ①ビジネス基盤構築力、②豊富な地域企業接点、③IPコラボレーション力、④行動力・やりきり力が、日本国内の眠れるアセットを再活用し、ひと・まち・文化がめぐる新たな経済循環を共創するためのコア・バリューである。

## ビジネス基盤構築力

 カスタマーサポート システム基盤構築	 グッズの企画・製造 EC支援・アプリ開発
 電子チケット販売PF	 製造/販売パートナー
 運用型広告コンサル	 IPコンサルティング エージェント
 戦略策定/執行支援	 テレビ通販/マーケティング




地域団体とマイクロ・エコノミーをマネタイズするための基盤構築手段を持つ

## 豊富な地域企業接点

 PLANA Group 47都道府県の 地方放送局ネットワーク	 サッカー/バスケットボール/ 野球などのスポーツクラブ、 そのスポンサー企業との接点
 これまでの地域との コラボレーションで 培った接点	 コールセンターのある 青森や地盤の北九州 における企業接点



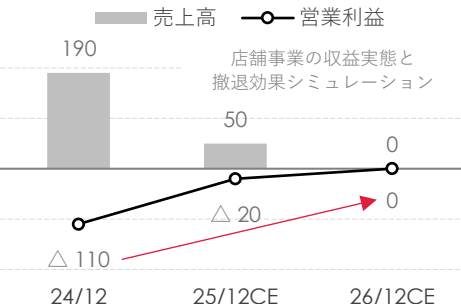
ビジネスを共創し、相互送客から経済循環を実現する豊富な取引関係先がある

## IPコラボレーション力

 エンタメ・ツーリズム K-POPアーティストの 地方放送局でのテレビ出演をアレンジ	 APPBANK
 地域×IPイベント	 APPBANK

IPを軸に地域の魅力を最大限引き出すための、掛け算の企画力がある

## 行動力・やりきり力

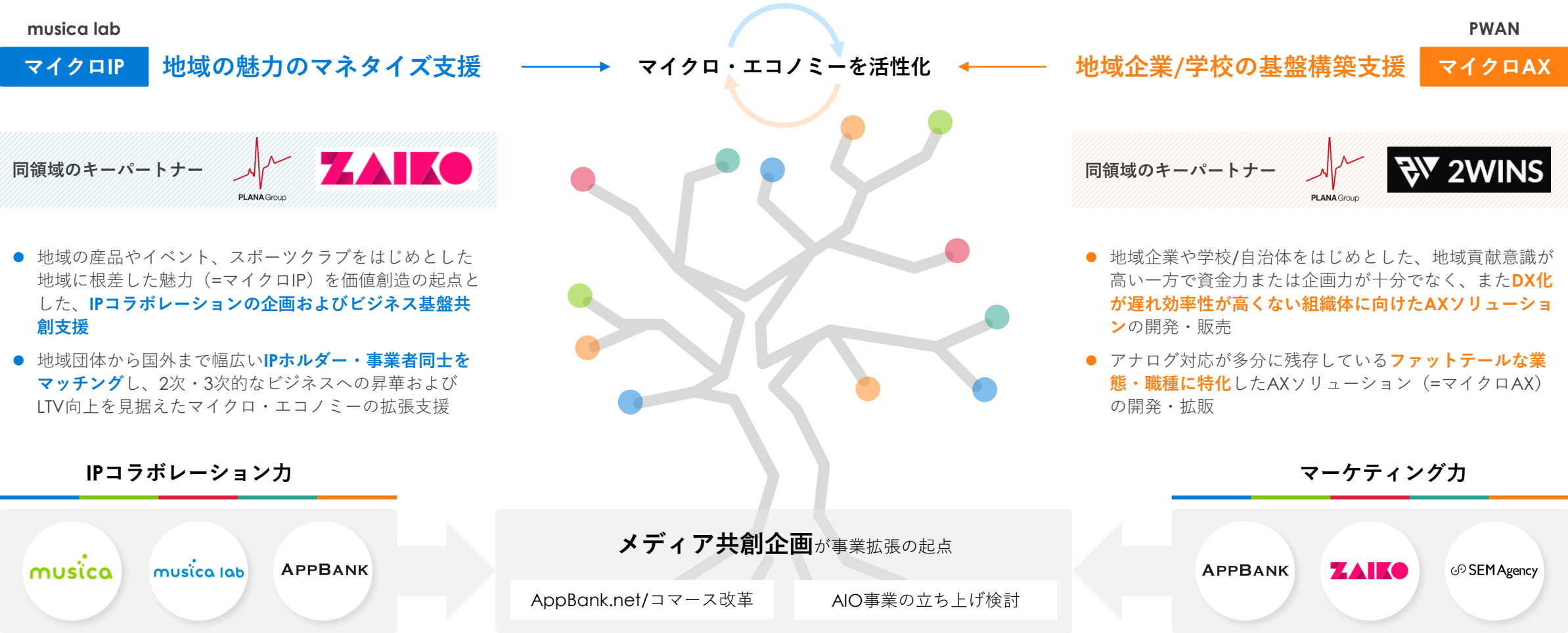
 musica lab 年間営業移動距離 =10,000km/人	 APPBANK 24/12期に全社売上高の2割を占めた店舗事業、 短期的な利益改善が望めず、 <b>事業撤退を選択</b>
 <p>売上高    営業利益</p> <p>店舗事業の収益実態と 撤退効果シミュレーション</p> <p>24/12    25/12CE    26/12CE</p>	

とにかく行動・挑戦し、引くべき時は合理的に判断するカルチャーがある

注：新たに子会社化したmusica labおよびPWAN、および資本提携先の協業範囲におけるコア・バリューを一部含む点に留意されたい。

# 事業領域と戦略方向性

IPコラボレーション力とマーケティング力を土台に、地域の魅力を共創して価値に変える「マイクロIP」はmusica labが、地域企業や学校/自治体の生産性改善を支援する「マイクロAX」はPWANが核となり、収益拡大・事業拡張を進める。

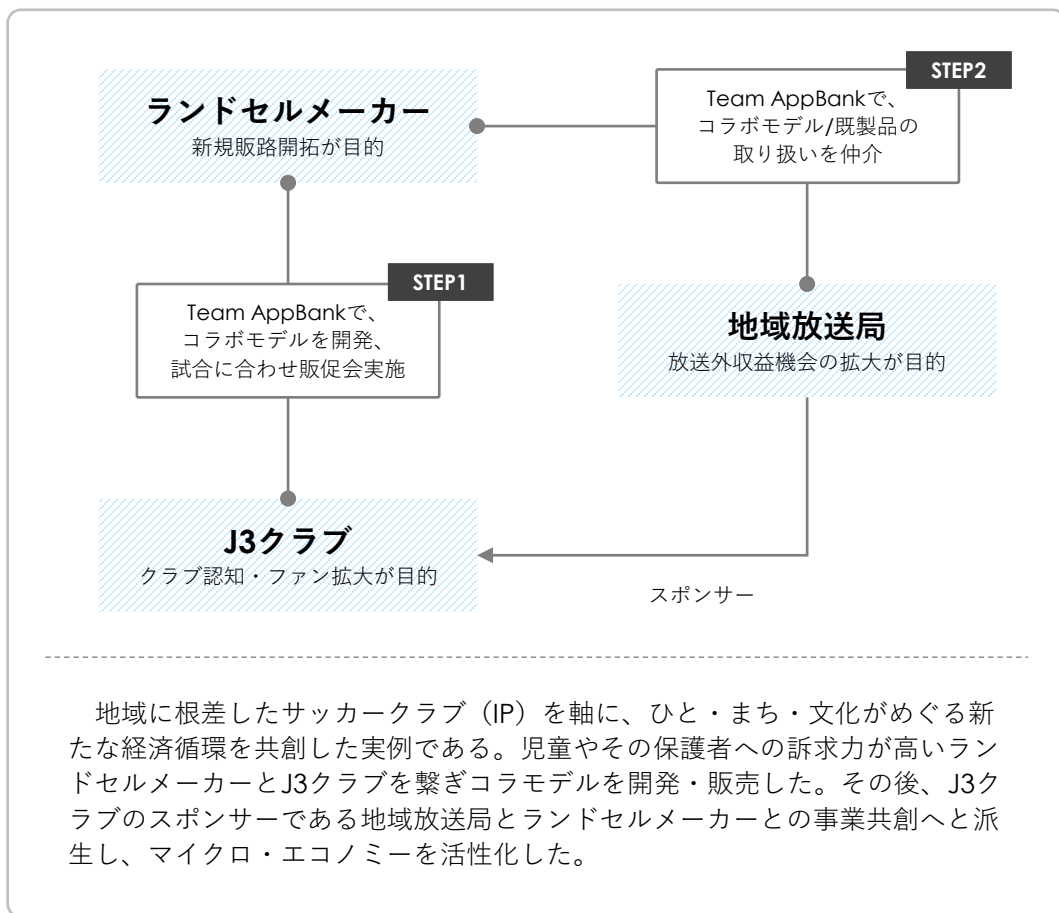


注：本ページ以降で今回アップデートした「新中期経営方針」を実現するための成長戦略を記載している。



# ビジネスケース（1/2）

核となるIPを起点に、地域企業/自治体を巻き込み、ビジネスを共創企画＋開発/製造＋販売支援し、2次的なビジネスに繋げた事例は既に複数ある。多彩なステークホルダー接点を活かし、共創パターンを拡張していく。



注：表記はmusica labの事例である。



同クラブのスポンサーである地域放送局との取引を開始  
**マイクロ・エコノミーを活性化**

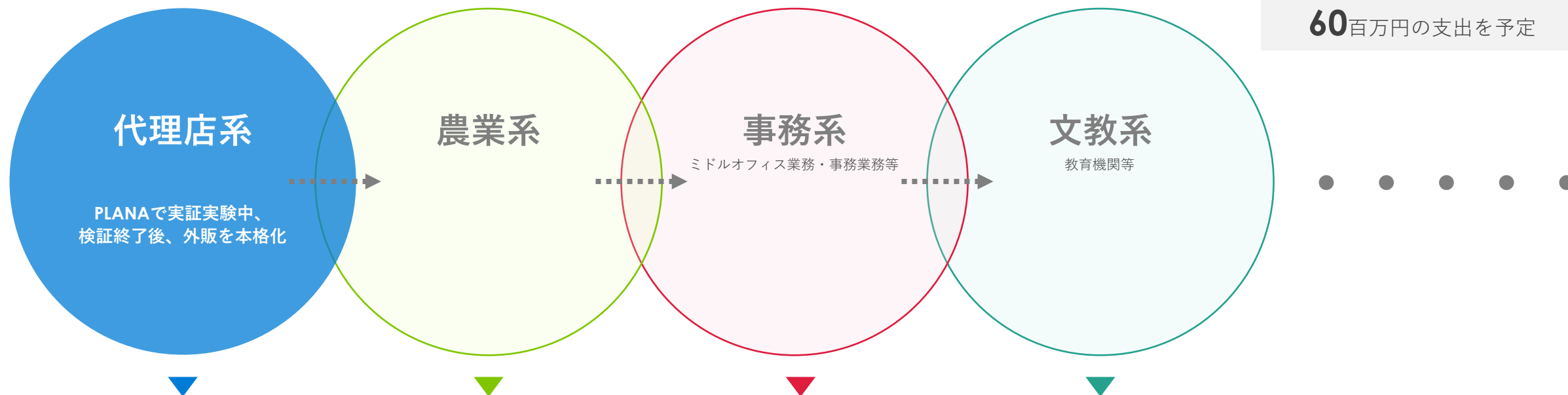
## ビジネスケース（2/2）

APPBANK

4つのAXソリューション開発パイプラインを立ち上げ、順次検証→拡販のステップを進めていく。

1つ目の代理店系は、資本業務提携先のPLANAで実証実験中であり、検証終了後、外販を本格化する予定である。

### AXソリューションの開発パイプライン



広範な地域企業接点を持つ、Team AppBank各社で拡販を推進する

APPBANK

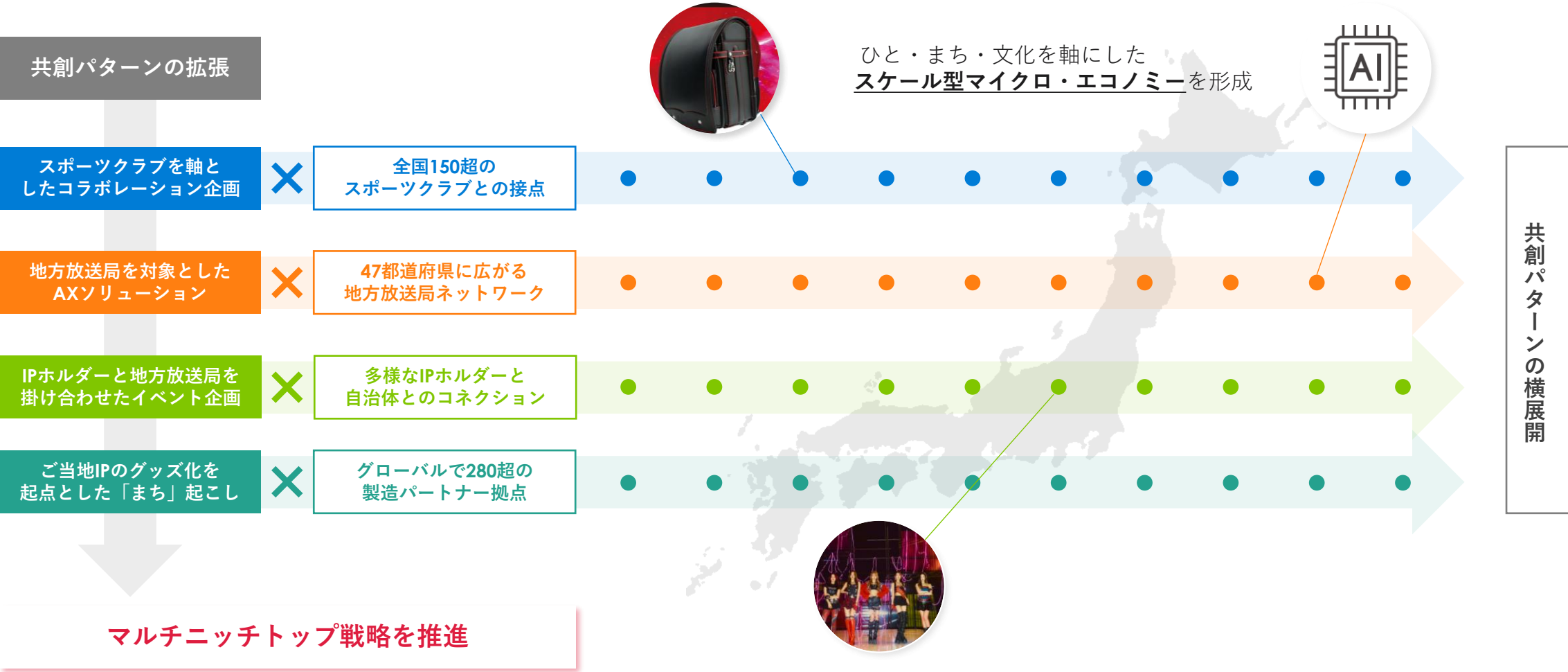
musica lab



注：今後のAXソリューションの開発進捗やニーズヒアリング・PoCの状況次第で、スケジュールは前後する可能性がある点に留意されたい。

# 共創パターンの横展開

一つ一つの事業は小規模であっても、ひと・まち・文化の繋ぎ込み方を工夫し、同パターンを別地域へ展開することで、スケールメリットを活かした事業拡大は可能と見ている。日本全国におけるマルチニッチトップ戦略を推し進める。



# Teamの和を広げるM&A戦略の推進

APPBANK

musica labやPWANのような買収・子会社化の他、資本の受け入れをはじめとした資本・業務提携でもTeamの和を広げ、株価上昇でリターンを得られる一つの船に皆が乗ることができる枠組みで、モチベーション高く、事業推進していく。

## Team AppBank



戦略策定/執行支援



テレビ通販/EC/海外マーケ



電子チケット販売PF



グッズ製造・販売



広告・インフルエンサー活用



IPコンサルティング・エージェント

## AppBankグループ



メディア・IPコンテンツ  
コラボレーション企画



グッズの企画・製造  
EC支援・アプリ開発



カスタマーサポート  
システム基盤構築

## 資本の受け入れ

- 2025/10/30、合同会社光造パートナーズ、合同会社ダブルアール、musica株式会社の3社との、新たな資本業務提携を締結した。
- 株式（予約権を含む）の割り当てを内包する資本提携に関しては、単なる成長投資資金の出し手としてではなく、共に事業を共創し、成長していくパートナーとしてTeamにジョイン頂いている。

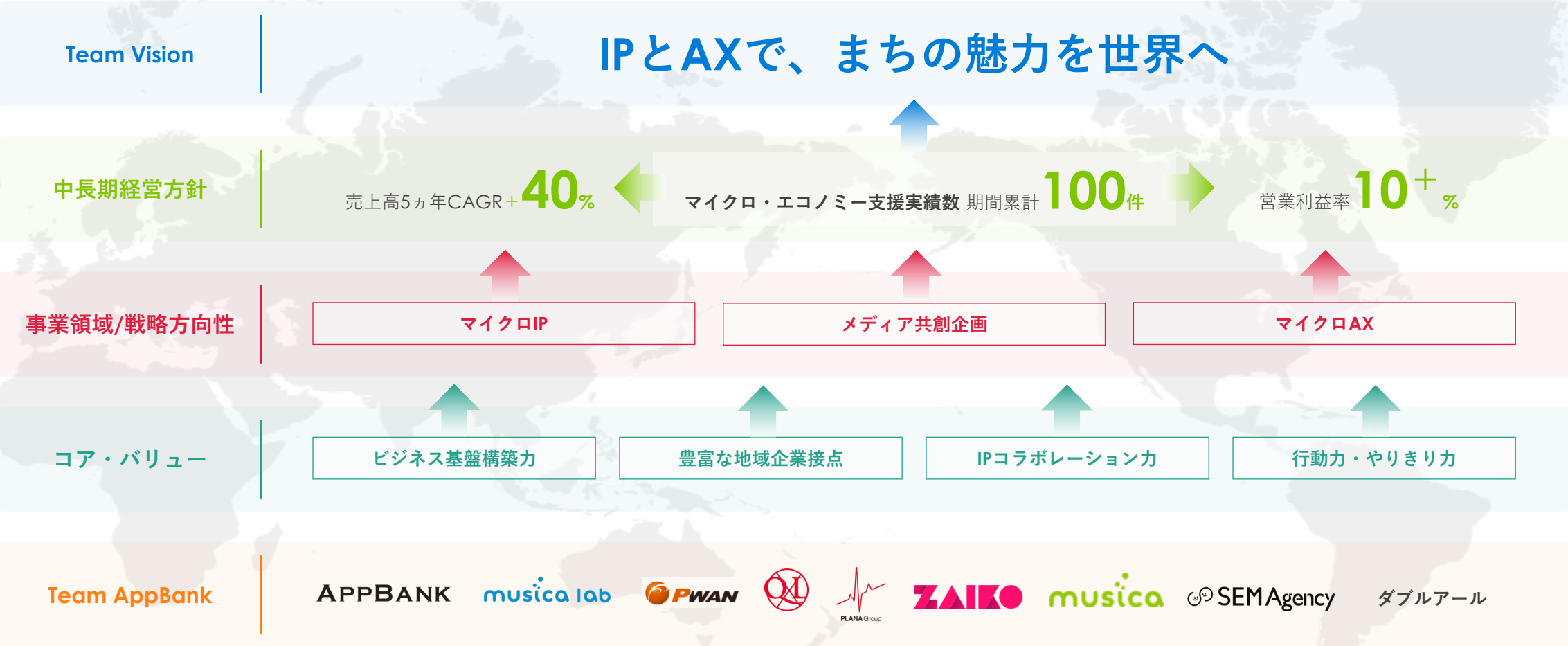
## 買収・子会社化

- Musica lab及びPWANの子会社化を、2025/8/4に発表、9/1に実行した。  
※PL貢献開始は2025/10/1から
- 今後も、当社事業規模を拡大するための有力な手段として、マイクロ・エコノミーの活性化に資するサービスや技術、ネットワーク等を有する企業の子会社化（M&A）を積極的に模索する。

注：これまでの資本業務提携等に関する情報は、当社[IRニュース一覧](#)を参照されたい。



価値はあるけれども魅力をマネタイズし切れないマイクロ・エコノミー（=ホワイトスペース）に対し、Team AppBankが持つコア・バリューを起点に、地域団体と共に価値協創を進め、Team Visionの実現に邁進する。





戦略的パートナー


3

# musica lab(株)の概要 (100%子会社)

株式交換の手段により、IPグッズの企画/開発/販売等を手掛けるmusica lab(株)を、2025/10/1よりPL連結開始した。同社はこれまでプロスポーツクラブ等のグッズ開発が主力だったが、今後はスポーツ以外のIP活用にも幅を広げる。

会社名	musica lab株式会社
設立年月	2007年10月11日
本社所在地	大阪府大阪市北区梅田3丁目3番45号 マルイト西梅田ビル3F
代表取締役	萩原一禎
事業概要	① プロスポーツチームのオフィシャルグッズの企画/製造/販売、及びスポーツに関連したブランディング/クリエイティブ作成 ② IPを利用したコンテンツ企画/開発/運用の立案
売上高	400百万円 (24/12期)
資本金	30百万円
従業員数	15名 (単体)

これまで



プロスポーツチームのオフィシャルグッズの企画/製造/販売が主体

これから

ご当地キャラ

アニメキャラ

アーティスト  
韓流アイドル

伝統文化・地元企業コラボ

販売先数

160<sup>+</sup>社

プロサッカーWEリーグ/なでしこリーグBリーグ/NPBなど野球チーム/その他のジャンルのスポーツクラブ/協会等

協力製造工場

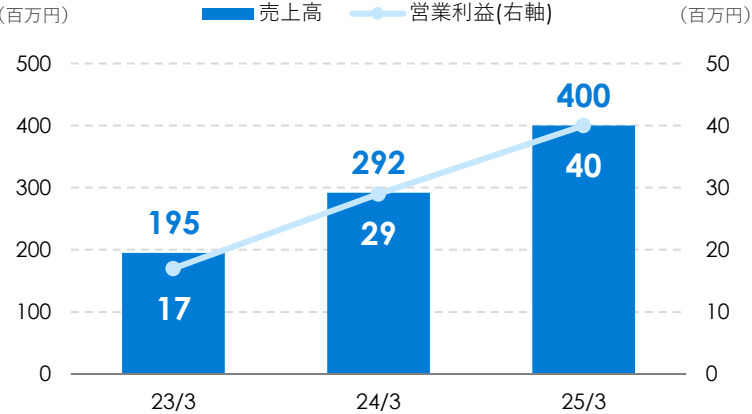
国内外

280社

営業の年間移動距離

平均

10,000km/人



## <株式交換による子会社化のスケジュール>

- 基本合意書締結日 | 2025/6/30
- 臨時株主総会基準日 | 2025/6/30
- 株式交換契約締結日 | 2025/8/4
- 株主総会決議日 | 2025/8/29
- 株式交換の効力発生日 | 2025/9/1

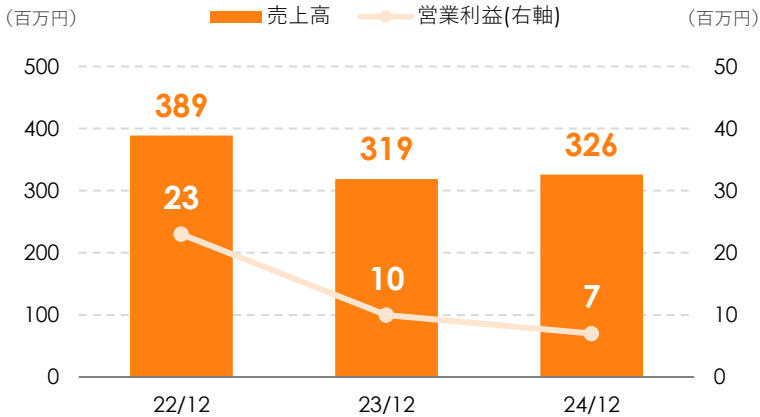
注：musica lab(株)に係る事業概況や株式交換による子会社化の詳細は、「株式会社PWAN及びmusica lab株式会社との株式交換（子会社化）に関する基本合意書締結に関するお知らせ（2025/6/30）」および開示事項の経過情報を参照されたい。



(株)PWANの概要 (100%子会社)

株式交換の手段により、システム開発/支援等を手掛ける(株)PWANを、2025/10/1よりPL連結開始した。  
同社のシステム開発力やカスタマーサポート機能をIP活用のインフラ基盤とし、ソリューション拡張を本格化する。

会社名	株式会社PWAN
設立年月	2007年3月15日
本社所在地	福岡市博多区博多駅前 四丁目17番15号
代表取締役	杉本敬治
事業概要	① システム開発/支援 └ 自社オリジナルDB開発 └ 業務管理系DB開発/支援 ② 通信支援 ③ コールセンター ④ その他販促支援
売上高	326百万円 (24/12期)
資本金	10百万円
従業員数	12名 (単体)



<株式交換による子会社化のスケジュール>

- 基本合意書締結日 | 2025/6/30
- 臨時株主総会基準日 | 2025/6/30
- 株式交換契約締結日 | 2025/8/4
- 株主総会決議日 | 2025/8/29
- 株式交換の効力発生日 | 2025/9/1

注：(株)PWANに係る事業概況や株式交換による子会社化の詳細は、「株式会社PWAN及びmusica lab株式会社との株式交換（子会社化）に関する基本合意書締結に関するお知らせ（2025/6/30）」および開示事項の経過情報を参照されたい。



全国**47都道府県**の**地方放送局**と連携し、地方産品のEC・地方都市でのイベントを企画推進する戦略的パートナーである。IPを梃としたクライアント企業の地方深耕や需要創出支援、地方放送局との事業開発等の領域で、協業を進めている。

会社名	株式会社PLANA
設立年月	1981年5月1日
本社所在地	福岡市博多区博多駅前 四丁目17番15号
代表取締役	三好正洋
事業概要	① 通信販売に特化した番組企画・制作及び媒体計画・販売促進企画及びレスポンス検証、顧客フォロー計画、クリエイティブ業務その他関連業務

Feature

全国47都道府県の地方放送局とネットワークを持つ、  
**ダイレクトマーケティングエキスパート**



出所：[会社ホームページ](#)

# クオンタムリープ<sup>°</sup>(株)の概要 (資本業務提携先)

APPBANK

非連続な成長加速のための座組構築力と実行支援力を強みとするビジネスエグゼキューション企業である。  
アライアンス構築力／アジアを中心とした海外リレーション／戦略立案・伴走支援を強みとする。

## Feature

アライアンス構築力／海外リレーション／戦略立案・伴走支援を強みとする、

## ビジネスエグゼキューションカンパニー

### ビジネスエグゼキューションのステップ

01

コミュニティを通じて、  
個々の企業のビジョン  
を理解し、**成長するた  
めの潜在的ニーズをく  
み取り**、必要な要素を  
顕在化させる。

02

成長を加速するための  
**提携の枠組（Business  
Executionの座組）**を  
構想し、事業に関わる  
メンバーが取り組みやす  
い環境を整備する。

03

ビジネスを効果的に実  
行するための**ネット  
ワークのかけ合わせ**を  
行う。

04

**仲間とともにBusiness  
Execution**を実行し、  
成長する。

会社名

クオンタムリープ株式会社

設立年月

2006年10月

本社所在地

東京都港区赤坂

代表取締役

中村智広

事業概要

- ① ビジネスエグゼキューション事業
- ② コミュニティ事業

出所：[会社ホームページ](#)

# ZAICO(株)の概要 (資本業務提携先の関係会社)

光造パートナーズグループ稲田光造氏が取締役CSO、元ワーナーミュージック代表取締役COO島田和大氏が代表を務める、アーティストやIPとファンをつなぐ 電子チケット販売・配信プラットフォームである。

会社名	ZAICO株式会社 
設立年月	2019年1月
本社所在地	東京都港区西麻布二丁目
代表取締役	島田和大
事業概要	アーティストやイベント主催者向けの電子チケット販売プラットフォーム「ZAICO」の運営 デジタルイベント、動画配信、データアナリティクス領域におけるプロダクト・サービスの展開

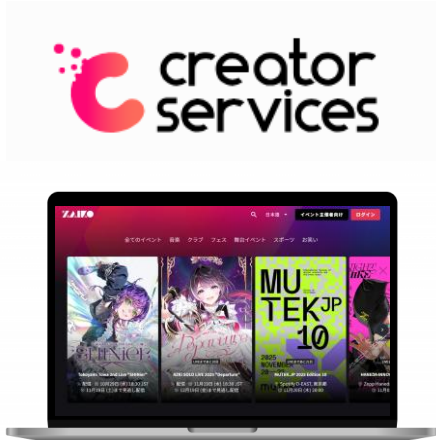
出所：[会社ホームページ](#)

## Collaboration

- ・ ZAICOが持つIPや地域イベントとのネットワークを活用したIPコラボレーション事業の拡大
- ・ 地域フェスやお祭り等のイベントに関する運営DX支援
- ・ IP開発やイベント運営、ライブや地域イベントへのインバウンド集客サービス、IP流通サービス等、IPコラボレーション事業における新規事業開発

## Service

アーティストやイベント主催者向けの電子チケット販売プラットフォーム **「ZAICO」**



- ・ クリエイターとファンが直接つながれるプラットフォーム（Direct to Fan= D2Fモデル）がコンセプト。
- ・ 日本から全世界に向けて、常に進化し続ける100%内製システムを開発



ライブ配信



チケット販売

# (株)SEMエージェンシーの概要 (資本業務提携先の関係会社)

光造パートナーズ稲田氏が代表を務めるデジタルマーケティング・インフルエンサーマーケティング・広告代理業である。  
営業力とデジタルマーケティング運用ノウハウに強みを持つ。

会社名	 株式会社SEMエージェンシー
設立年月	2005年9月
本社所在地	東京都渋谷区渋谷二丁目
代表社員	稲田光造
事業概要	デジタルマーケティング事業 インフルエンサー事業 メディア事業

出所：[会社ホームページ](#)

## Feature

リスティング広告・運用型広告を軸に、デジタルマーケティングをトータルサポート

### 業種特化運用

#### 流通・小売

総合流通、衣服・服飾、  
食品・生鮮、住生活、自  
動車関連等

#### サービス業(BtoC)

飲食・外食、レジャー・  
サービス関連、日用サー  
ビス、教育知育・スクー  
ル、美容・施設・サロン、  
医療・介護等

#### サービス業(BtoB)

広告・印刷・ソフトウェ  
ア、運輸・物流・交通士  
業・専門サービス、住  
宅・不動産、建設・工事、  
エネルギー関連等

豊富なノウハウと経験・専門知識を用いて幅広い業界・業種に対応

## Service

#### デジタルマーケティング事業

#### インフルエンサー事業

#### メディア事業

#### IRプロモーション事業



# 合同会社ダブルアールの概要 (資本業務提携先)

複数社の創業・経営を通じて、事業開発やエージェント業務で長年の経験と実績を持つメンバーを中心に設立された IPコンサルティング を目的とした持株会社である。

会社名	合同会社ダブルアール
設立年月	2020年4月
本社所在地	神奈川県川崎市中原区
代表社員	山本貴也
事業概要	事業開発、コンサルティング事業

## Feature

エンターテインメント領域、デジタルマーケティング領域、  
フード・カフェ事業の領域まで幅広く関与。

## 関与先

複数企業の創業・運営に関与。



ベースメントファクトリープロダクショングループのマーケティングを担うベースメントファクトリーアソシエイツの創業及び運営に関与。  
Web制作会社でトヨタのディーラー全店のCMS提供及び資生堂、ソニー等の大手クライアントを多数持つ



フード＆カフェ事業を展開。当事業をベースにIPコラボレーションイベント等を構想。



NFCを利用した次世代コミュニケーションツール[MEET]の創業及び運営に関与。  
大手生命保険会社の営業支援ツールや、アーティストの会員証活用など、toB、toCに幅広く提供。

2008年スポーツマーケティング事業への出資から始まり、多領域への販売チャネル、商品企画・開発力を持つ。

会社名	musica株式会社
設立年月	1998年3月
本社所在地	大阪府大阪市北区梅田三丁目
代表取締役	萩原 一禎
事業概要	グループ企業の持株会社、資産管理会社、経営コンサルティング

出所：[会社ホームページ](#)

Feature

コスメ・スポーツマーケティング・システム開発・事業再生など多角的に事業を展開

投資/運営先



メリーゴーラウンド株式会社

オーガニックコスメ等エシカル商材の輸入卸・販売



nulo株式会社

【カンボジア】オフショアにてアプリ開発・EC支援事業を運営



CHIKYU株式会社

1922年創業、老舗ランドセル製造・販売



華日国際マーケティング有限公司

【台湾】通販事業を軸にコスメ卸・直営事業

東京大学大学院やインド工科大学など、世界トップレベルのAI研究者が集う東大発のAIスタートアップである。  
国内最先端の言語系・画像系AIを強みに、課題発見から解決までを一気通貫で支援するソリューションを提供している。

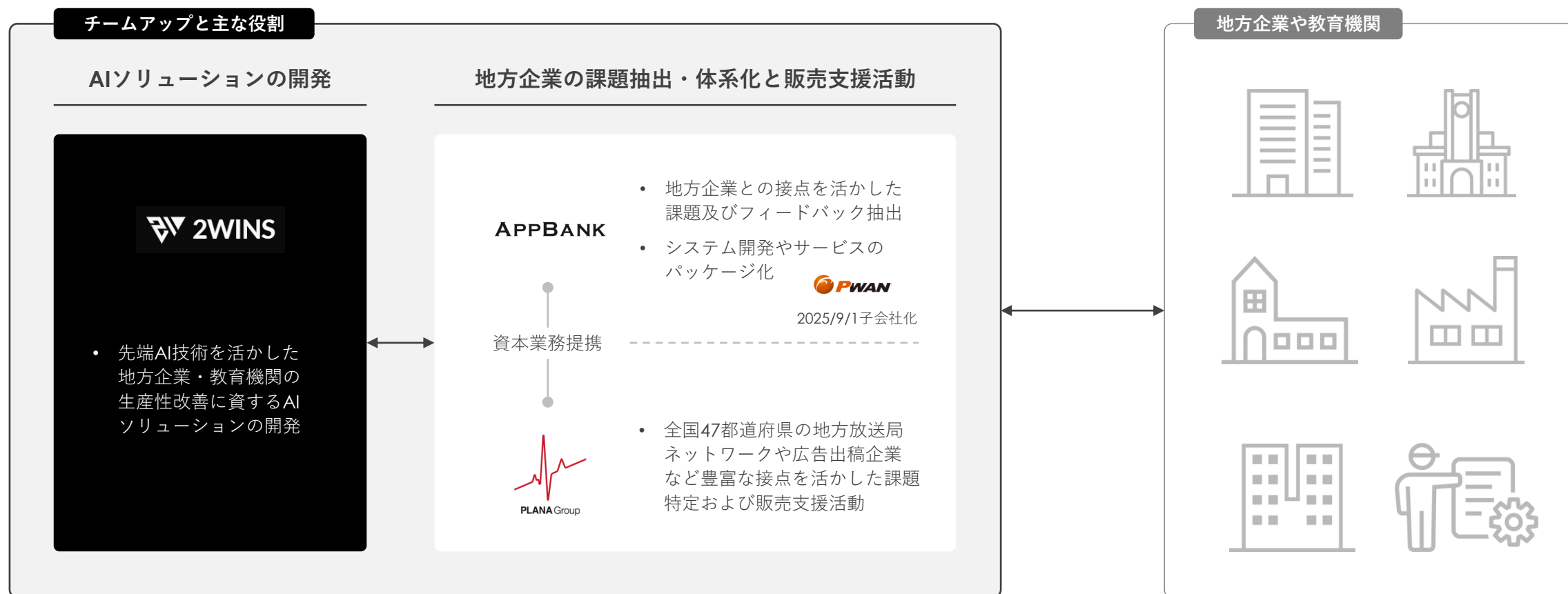
会社名	株式会社2WINS
設立年月	2022年2月
本社所在地	東京都文京区本郷二丁目
代表取締役	小川 椋徹
事業概要	① AIソリューション事業
従業員数	30名（業務委託含む）

出所：[会社ホームページ](#)

Mission	VISION
勝たせるAIで 全ての企業を新たな姿へ	次代の覇者たちを 生み出すエンジンとなる
-----	
アカデミアとビジネスをつなぐ	
導入事例	
東京瓦斯株式会社	プライバシーを最重視したLLM技術を活用し、社内業務の大幅な効率化と、9割以上の工数削減を実現する。
Astemo株式会社	開発の高度化のために、既存資産である図面の再活用を目指し、図面の特徴量抽出と構造化研究開発を行う。
三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	人口減少に伴う自治体職員の負担増加という課題に対し、2WINSのLLM技術とMURCのノウハウを組み合わせ、自治体業務の効率化の向上を目指す。
株式会社アクセル	ローカルLLMを活用したDXツールの開発において、最先端の音声解析技術を取り入れ、リアルタイムでの文字起こしと話者の識別を実現する。
株式会社アペルザ	製造業向けDXプラットフォームを、LLMとAI OCR技術によって強化し、ユーザー体験の大幅な向上と性能の改善を実現する。

# 2WINS & PLANAとの協業PJ関係図

地方企業の課題抽出や接点を活かした販売支援活動を当社グループおよび(株)PLANAで担い、課題解決のためのAIソリューション開発は2WINSが、体系化後のパッケージ化は9/1に子会社化したPWANが手掛ける。



出所：株式会社2WINS及び株式会社PLANAとのAIソリューション開発契約締結及び企業・教育機関向けAIサービスパッケージプロジェクト開始に関するお知らせ





# 4

## Appendix



会社情報

会社名	AppBank株式会社
本社所在地	〒160-0022 東京都新宿区新宿1-19-10
設立日	2012年1月
資本金	772,274千円（2025年12月31日時点）
事業内容	IP&コマース事業、メディア事業
代表者	代表取締役社長 白石 充三
加盟団体	一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）

主要株主

株主	株式保有率
株式会社PLANA	10.44%
musica株式会社	7.81%
マイルストーン・キャピタル・マネジメント株式会社	5.58%
モルガン・スタンレーMUFG証券株式会社	3.36%
楽天証券株式会社共有口	2.62%

\* 2025年12月31日時点



当社の強みである「IP」×「クリエイティブの収益化ノウハウ」を活用し、オンライン・オフライン両輪にて事業を推進する。  
戦略的パートナーとのシナジー効果により、既存事業の強化と新規事業の創出を行う。

## 主な展開事業

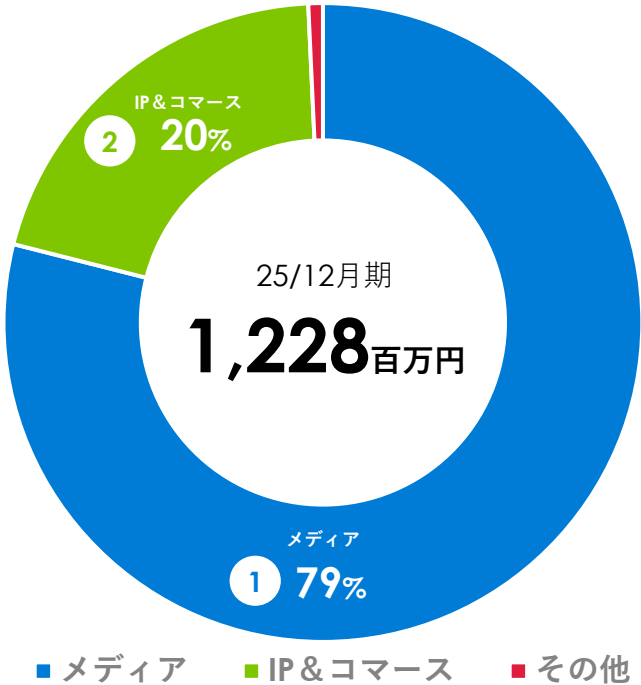
## 売上高構成比

1   メディア事業

- メディア共創企画
- メディアサイト「AppBank.net」運営
- YouTube、ニコニコ等での動画チャンネルの運営

2   IP&コマース事業

- IPコラボレーションイベントの企画/開催
- IPコラボレーショングッズの企画/開発/販売
- 地方製品の販売に係るコールセンター業務等



注：2025年10月1日からPL連結開始したmusica labおよびPWANの収益は、IP&コマースおよびその他事業に内包している。



PLANAと協業し放送局等の他社メディアと事業開発するメディア共創企画事業の他、自社メディアサイト「AppBank.net」や動画プラットフォームにおけるコンテンツ提供を通じて、広告収益や会費収益を獲得する。

## A メディア共創企画事業

### 他社メディアとの事業開発

放送局等の他社メディアと事業開発を行うほか、他社メディアにおける広告枠を販売し、広告収益を獲得

## B BtoB事業

### 「AppBank.net」の運営

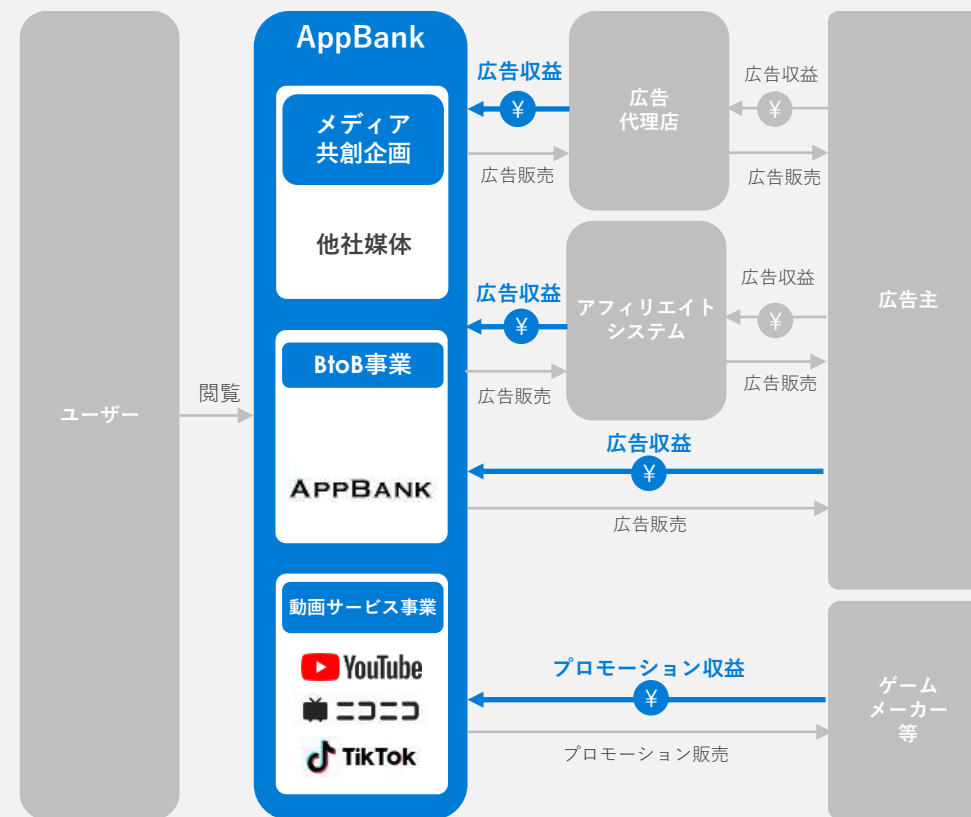
スマートフォン関連の総合情報サイト「AppBank.net」の運営  
当社メディアにおける広告枠を販売し、広告収益を獲得

## C 動画サービス事業

### 自社制作の動画コンテンツの提供

「Youtube」「ニコニコ」「TikTok」などの動画プラットフォームにおける自社制作の動画コンテンツの提供  
視聴回数に応じた広告収益や有料会員数に応じた月額会費収益を獲得

## 収益モデル



IPコンテンツとのコラボレーションイベントを実施し、高付加価値の商品提供と集客の拡大を図ることで、収益を最大化する。また、IPグッズの企画/開発/販売や、商品販売に係る業務等も手掛けている。

## A IPコラボレーションイベントの企画/開催

人気IP×エリアコラボレーションイベントの開催

人気IPと商店街等の特定エリアとのコラボレーションイベントを企画・運営し、コラボレーションフードやグッズ等の物販収益を獲得

## B IPコラボレーショングッズの企画/開発/販売

人気IPを起用したオリジナルグッズの提供

自社販売向け・他社向け卸売り向けに人気IPを起用したオリジナルグッズ等の企画製造やコンサルティングを行い、物販収益/ロイヤリティを獲得

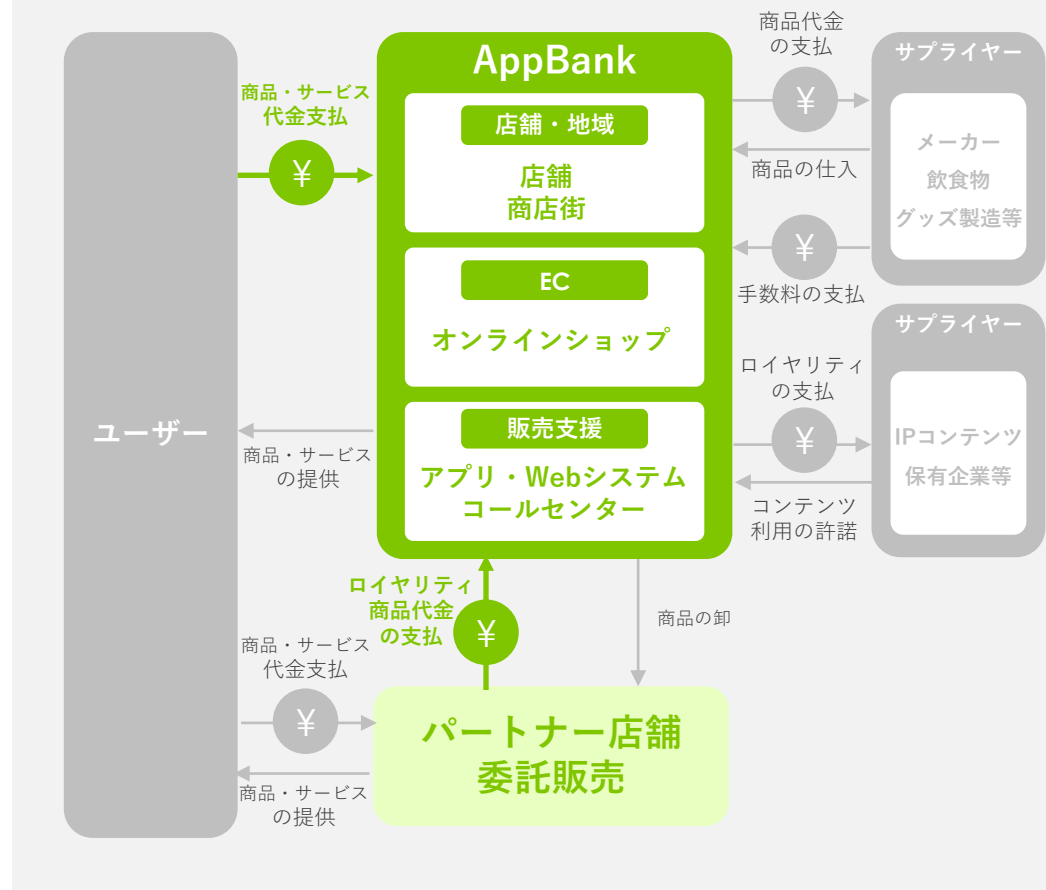
## C 商品の販売に係るコールセンター業務等

BtoBの事業運営・販売支援サービスの提供

メディア事業の取引先（広告主）や地方産品販売事業者向けにコールセンターサービスを提供

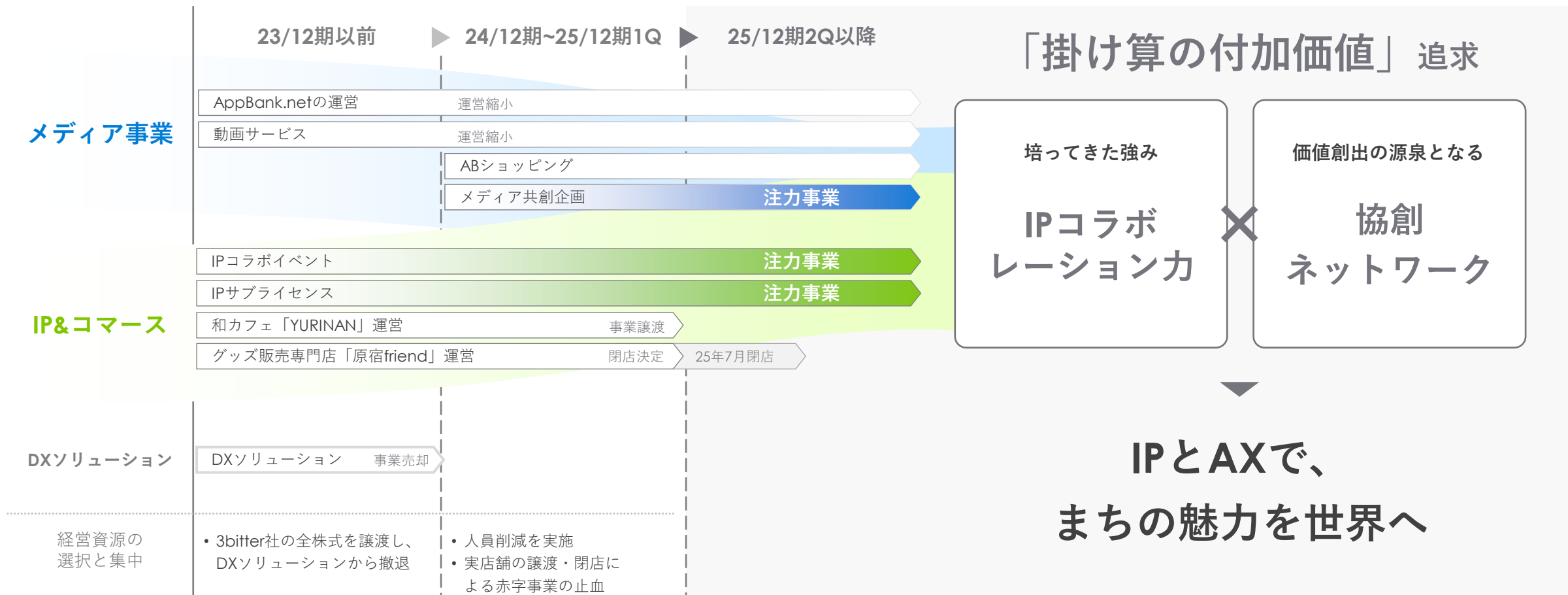
コールセンターでの受電回数に応じた手数料売上や物販収益を獲得

### 収益モデル



# 事業ポートフォリオ改革の変遷

「新たな取り組みへのチャレンジ」と「経営資源の選択と集中」を繰り返し、事業ポートフォリオ改革を進めてきた。  
今後は、強みの「**IPコラボレーション力**」が活きる領域に特化し「**掛け算の付加価値**」を追求することで収益拡大する。

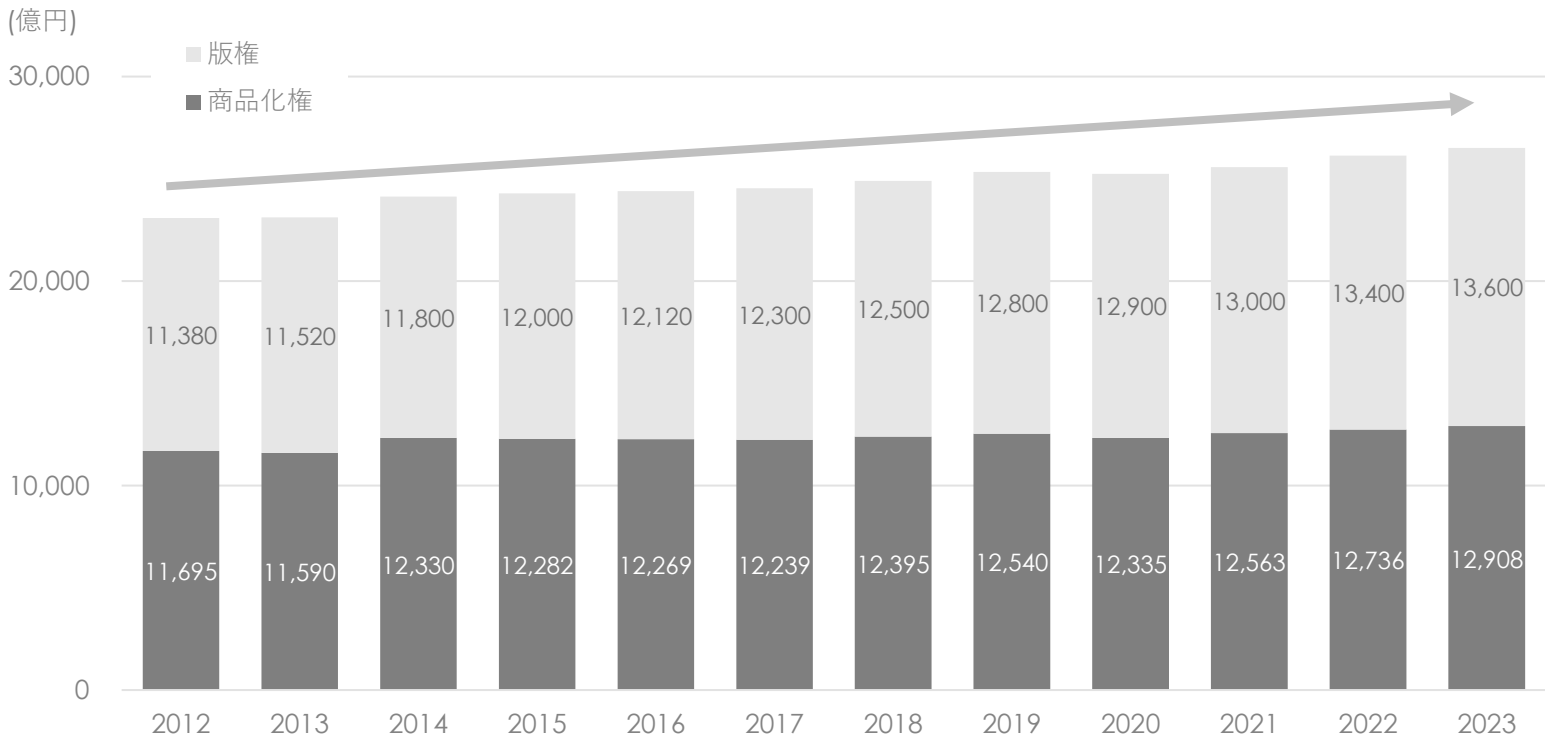


注：2023年12月期のIP & コマース事業はストア事業を読み替えて表示している。2025年12月期第1四半期時点において、全社収益に占めるエンタメツーリズム事業の寄与度が限定的なため、セグメント情報として切り出し開示していない。  
今後の事業展開次第で、開示区分を適切に見直す可能性がある。

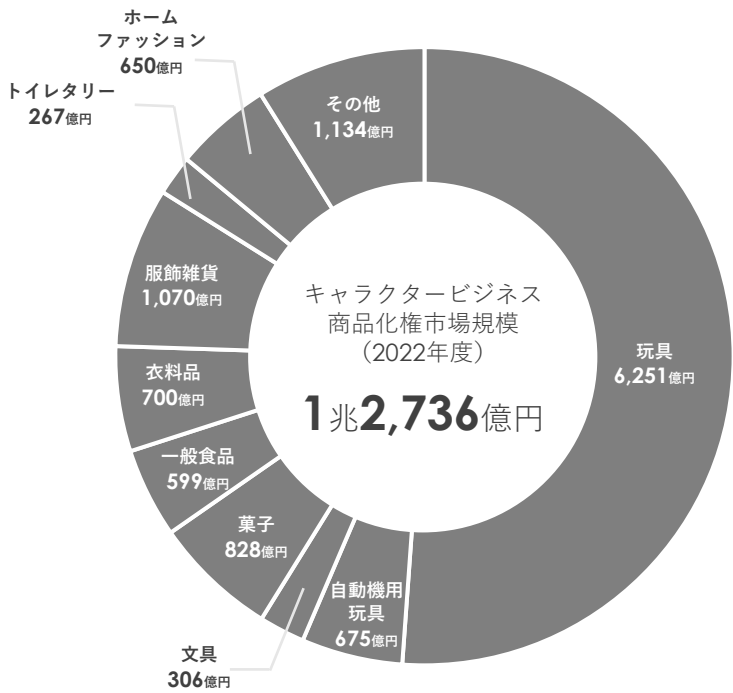


当社の事業領域であるキャラクタービジネス市場は、著作権市場・商品化権市場を合わせ、国内で2.5兆円市場を形成。

## キャラクタービジネス市場規模の推移



## 市場構成比



注：図表は株式会社矢野経済研究所『キャラクタービジネスに関する調査（2023年）』におけるデータをもとに、当社計算。尚、商品化権とは、商品に付帯してキャラクターを使用する権利であり、小売金額ベースにて算出。著作権とは、出版権、広告宣伝やイメージキャラクターとしての使用権などであり、契約金額ベースにて算定。尚、2023年度は予測値。

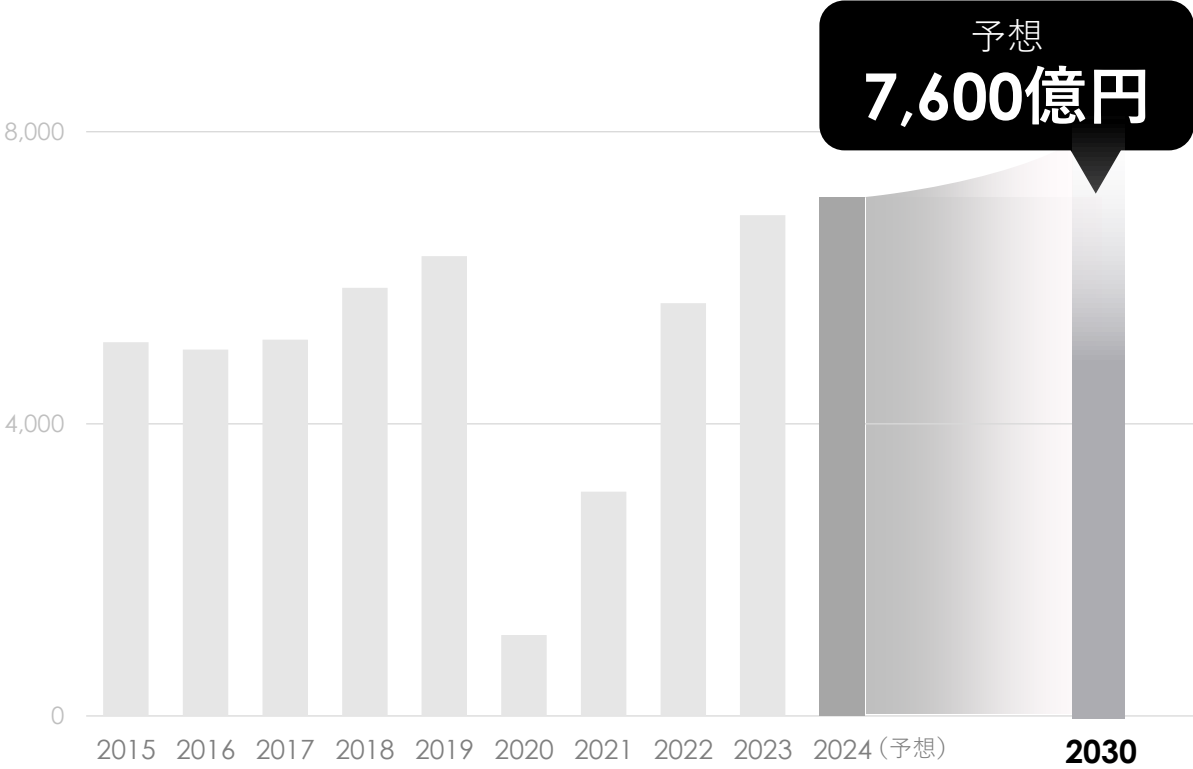
# 訪日観光市場、ライブエンターテインメント市場推移

訪日外客数は2025年に訪日外客数はコロナ前のピークを更新し、4,268万人・9兆円市場まで成長。2030年に6,000万人が目標。  
ライブエンターテインメント市場は2030年には7,600億円まで拡大すると予測されているが、地域格差が課題となっている。

訪日外客数の実績と予想



ライブエンターテインメント市場



注：訪日観光市場については、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」より作成。ライブエンターテインメント市場については、びあ総研『2024ライブ・エンタテインメント白書』

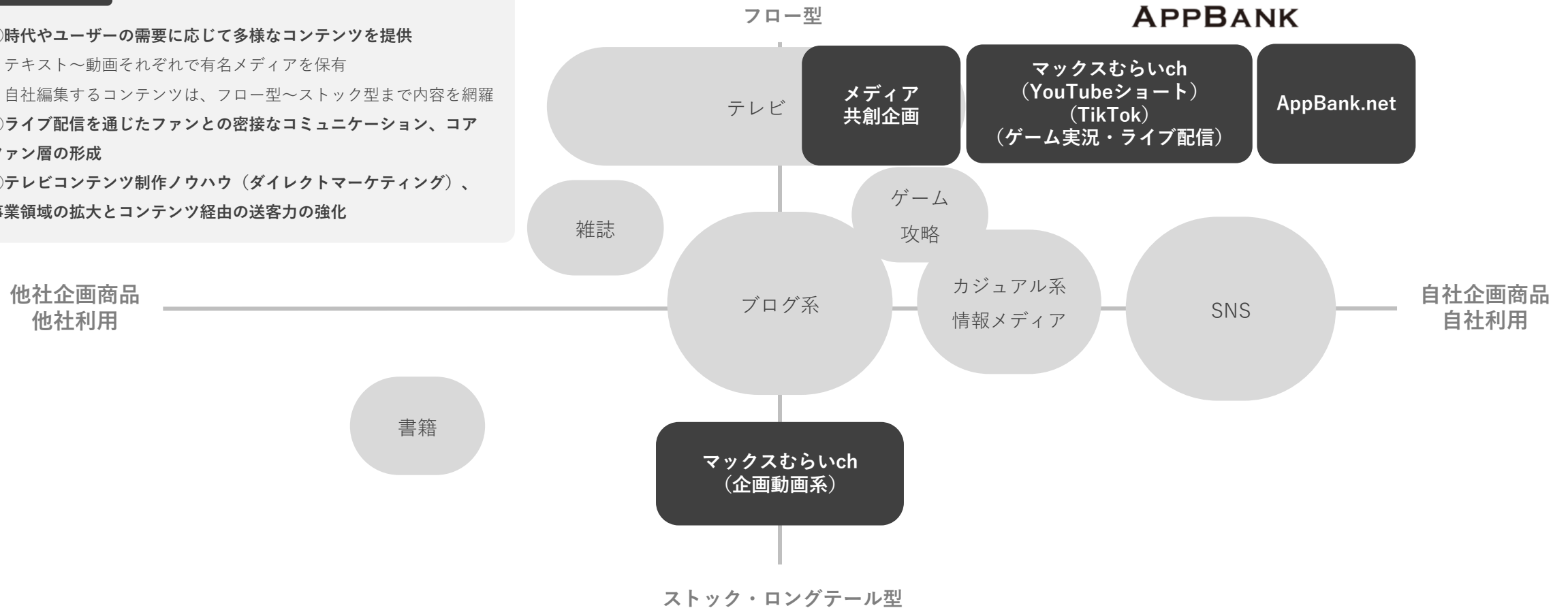
# メディア事業における当社のポジショニング

APPBANK

レガシーメディアからネットメディア（ブログ、YouTube、TikTok）まで幅広くコンテンツを展開。  
旬のネタから普遍性のある内容まで網羅し、様々な需要に応えるコンテンツを提供。

## 提供価値

- ①時代やユーザーの需要に応じて多様なコンテンツを提供
  - ・テキスト～動画それぞれで有名メディアを保有
  - ・自社編集するコンテンツは、フロー型～ストック型まで内容を網羅
- ②ライブ配信を通じたファンとの密接なコミュニケーション、コアファン層の形成
- ③テレビコンテンツ制作ノウハウ（ダイレクトマーケティング）、事業領域の拡大とコンテンツ経由の送客力の強化



# 主な事業リスクと対応策（1/2）

成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクは以下の通りです。

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
事業環境： 市場環境について	メディア事業 IP&コマース事業	・対象市場の劇的な環境変化や他社サービスとの競合が激化する中で、当社のサービスが競争力を失う又は形骸化する可能性	中/中長期	・革新的な技術が開発され、当社グループの対応が遅れた場合や、そのような革新的な技術に対応するために多額のシステム開発費用が追加的に発生する場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	・データ解析やユーザートレンドの動向調査等、最新技術や最新のマーケティング手法の導入  ・上記を可能とするための優秀な人材の確保
事業運営： 事業における特定の事業者への依存について	メディア事業	・インターネット検索エンジン、「YouTube」及び「ニコニコ」等の動画プラットフォームサービスに依存して運営しており、プラットフォームサービス運営者において、市場動向の急激な変化や法的規制・緩和等の影響による経営方針の変更、ビジネスモデルの変更が発生する可能性	中/不明	・当社グループの事業の継続的な運営状況と事業の収益性に変更が生じることにより、業績に影響を及ぼす可能性があります。	・メディア運営の収益機会を複数のプラットフォームサービス運営者に設定してリスクヘッジを図る
事業運営： 動画コンテンツ等の出演者への依存及びユーザーの嗜好の変化について	メディア事業	・「AppBank.net」及び動画サービス事業における動画コンテンツが特定出演者に依拠して事業を運営しており、特定出演者が諸般の事情により出演ができなくなる可能性や将来ユーザーの嗜好が大きく変化する可能性	中/中長期	・コンテンツ供給の減少とユーザー数の減少に伴う売上の減少、販売不振等が発生した場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	・特定出演者に依拠しない収益機会の構築  ・ユーザーとのオンラインオフラインでの接触機会を設けてユーザー嗜好の把握



# 主な事業リスクと対応策（2/2）

成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクは以下の通りです。

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
事業環境： 感染症等の影響について	IP & コマース事業	・新型コロナウイルス感染症の流行等を原因とする国内経済の景気悪化やそれに伴う広告市場の停滞、消費の落ち込みが長期化する場合。	中/中長期	・外出の規制が発生する場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	・生産販売管理体制の強化 ・販売チャンネルの多角化を図る
システムトラブルによるリスクについて	全社	急激なアクセスの増加や電力供給の停止等の予測不可能な様々な要因によって当該コンピューターシステム及び周辺システムがダウンする可能性。	中長期	・主要なシステムトラブルが発生する場合には、一時的にシステム・サービスを止めるため事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	安定的なサービス提供のため、サーバー設備の増強や適切なセキュリティ手段を講じることで外部からの不正アクセスの回避を図る
情報価値の低下について	メディア事業	当社グループの運営するメディアの情報価値が相対的に低下し、当社グループの提供するインターネット広告商品の価値が比例して低下する可能性。	中長期	・インターネット広告商品の価値が比例して低下した場合、当社グループの事業及び業績に大きな影響を与える可能性があります。	専門性の高い記事を生産できる人材の確保と育成、仕組み・ノウハウの共有化を通して、コンテンツ品質の維持・向上を図る。

- 本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な統計等第三者情報についての正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- 発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその達成を約束するものではありません。
- 当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズ及び嗜好の変化、他社との競争、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。
- 今後の当資料のアップデートは、年度決算の発表予定時期である2027年2月を目途に開示する予定です。

