



2023年12月期 第3四半期

決算説明資料

AnyMind Group株式会社 | 2023年11月14日

2023年12月期第3四半期 エグゼクティブ・サマリー

2023年12月期 第3四半期連結業績	<ul style="list-style-type: none">■ 売上総利益32.8億円（前年同期比+39%）、売上収益85.8億円（前年同期比+36%）で通期業績予想に対して順調に推移■ 営業利益は222百万円の黒字、前年同期比で303百万円増益。調整後EBITDAは503百万円の黒字（前年同期比+132%）
マーケティング	<ul style="list-style-type: none">■ 売上総利益 前年同期比+39%、売上収益 同+32%■ インフルエンサーマーケティング「AnyTag」が全展開地域で安定した成長
D2C / EC	<ul style="list-style-type: none">■ 売上総利益 前年同期比+40%、売上収益 同+26%■ 法人向けEC支援事業が国内外で拡大し売上総利益が前年同期比+69%。クリエイター向けD2Cブランド創出事業はブランド数拡大よりも収益率改善に注力し売上総利益は前年同期比+30%■ 5月に発表したインドネシアでのM&Aは9月末にクロージング完了、PMIが順調に進展（業績寄与はQ4開始）
パートナーグロース	<ul style="list-style-type: none">■ 売上総利益 前年同期比+41%、売上収益 同+46%■ 各地域で新規顧客獲得（パブリッシャー及びクリエイター）が進展し力強い事業成長が継続
連結業績予想	<ul style="list-style-type: none">■ 売上収益、売上総利益、営業利益の各指標で順調な推移であり通期業績予想に変更無し

目次

- 1.** カンパニーハイライト
- 2.** 2023年12月期第3四半期業績
- 3.** 事業別の状況
- 4.** APPENDIX

1. カンパニーハイライト

コーポレートミッション

Make Every Business Borderless

あらゆるビジネスをデジタル化する

横断的なデータの活用を軸に、商品開発、生産、EC、物流、マーケティングまで、ブランドビジネス全体を一気通貫でDXする次世代のプラットフォームをグローバルに展開しております。



事業開発とグローバル展開で高い成長性を継続

成長性

売上収益平均成長率
(17→22年)

+54%

売上収益YoY成長率
(23年Q3累計)

+33%

売上総利益YoY成長率
(23年Q3累計)

+36%

グローバル展開

展開市場⁽¹⁾

14カ国・地域

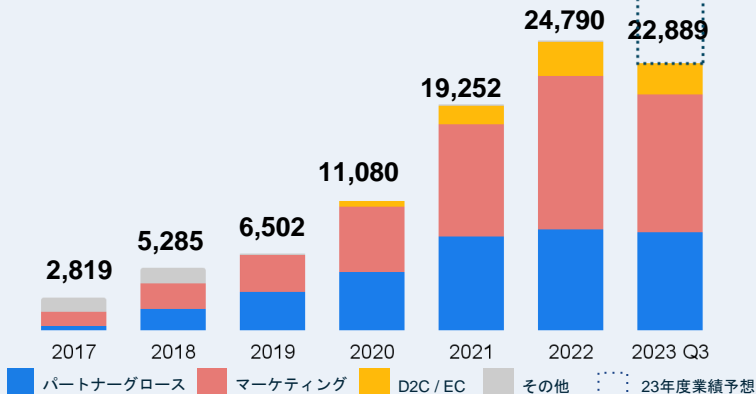
海外売上比率(2022年)

53%

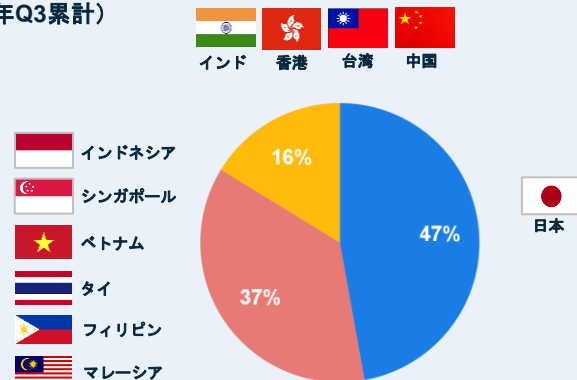
海外拠点人員比率⁽²⁾

75%

売上収益
(百万円)



地域別売上収益
(2023年Q3累計)



アジア中東全域でブランド、パブリッシャー、クリエイターへの成長を支援

当社はブランド向けに一気に通貫でブランド成長とEC支援を行う「ブランドコマース領域」、メディア・アプリやクリエイター等のパートナー向けに成長支援を行う「パートナーグロース領域」の事業を行っており、各事業の相乗効果で事業拡大を推進しています。

ブランドコマース (ブランド成長支援)

マーケティング

インフルエンサーマーケティングを軸に、認知拡大やブランディング、販売促進、ユーザー獲得まで、目的とニーズに応じたマーケティングソリューションを提供



EC / D2C

法人顧客向けEC支援及びクリエイター向けD2Cブランド構築支援。特に法人顧客向けEC支援は複数ECチャネルを一元管理しバリューチェーン一気通貫で支援



パートナーグロース

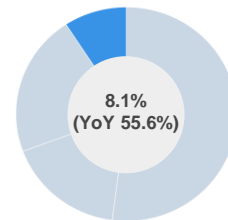
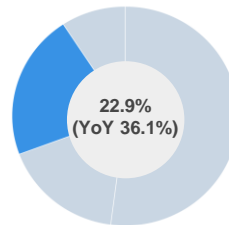
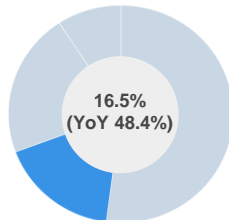
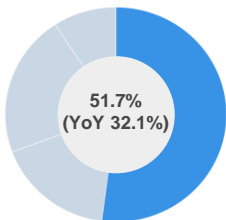
パブリッシャー向け

ウェブメディアやモバイルアプリ (パブリッシャー) のコンテンツにおけるUX向上や、ユーザー獲得、コンテンツ収益最大化などを包括支援

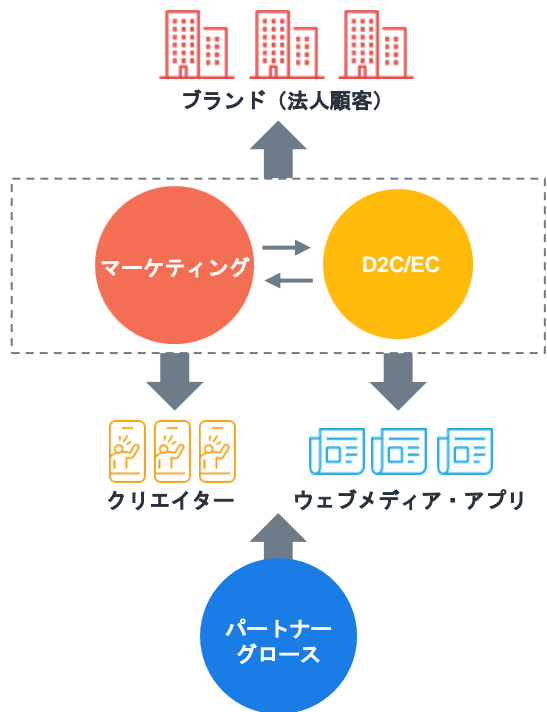


クリエイター向け

クリエイターに対しYouTubeやTikTokなどにおけるコンテンツの配信及び収益化、企業案件の獲得、ブランド・グッズ展開などクリエイター・エコノミーの拡大を支援



事業ポートフォリオ間のシナジー



事業間の相互シナジーによるクライアントへの付加価値

対ブランド (法人顧客)

- ・ マーケティングとECオペレーションを一気通貫で支援できることで成長の最大化を支援出来るパートナーに
- ・ クリエイター、ウェブメディア／モバイルアプリのネットワークを各国で有することでパフォーマンスの高い現地マーケティングが実施可能

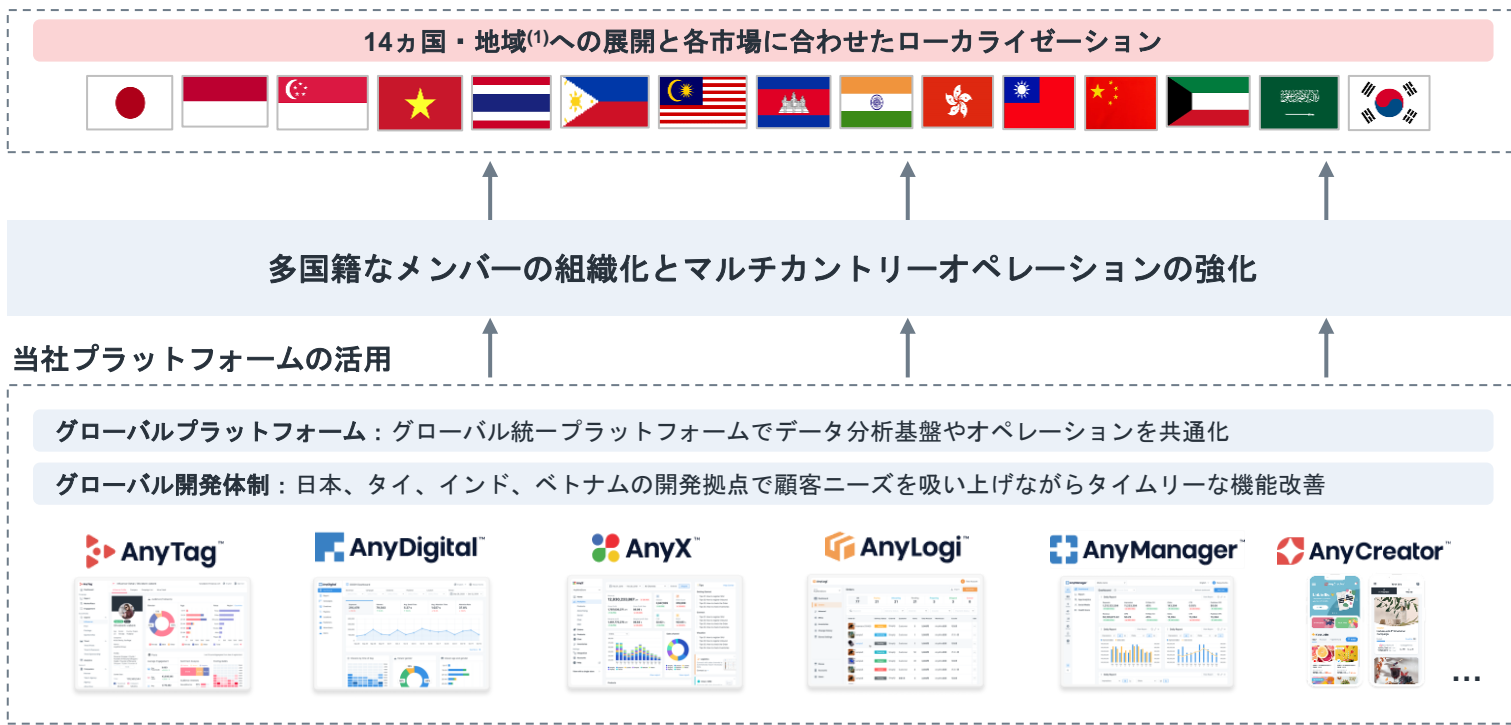
対クリエイター

- ・ マーケティング事業との連携によりスポンサーシップ案件の獲得が可能
- ・ D2CブランドのインキュベーションやEC支援機能を有することにより、多面的な事業展開が可能

対ウェブメディア・モバイルアプリ (パブリッシャー)

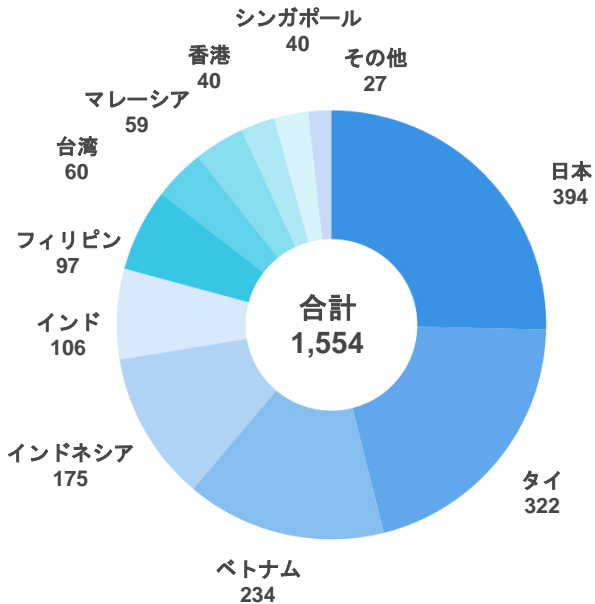
- ・ マーケティング事業との連携により広告主からの追加広告収益を獲得可能。また、アプリインストール獲得等の成長施策も併せて提供可能
- ・ メディアコンテンツのYouTube等での展開などユーザー層の拡大と追加収益獲得を支援可能

グローバル統一プロダクトとローカライゼーションの両立による他国展開



多国籍なメンバーの組織化とマルチカントリーオペレーションの強化

国別従業員数(2023年9月30日時点)



事業及び国単位のマトリクス組織

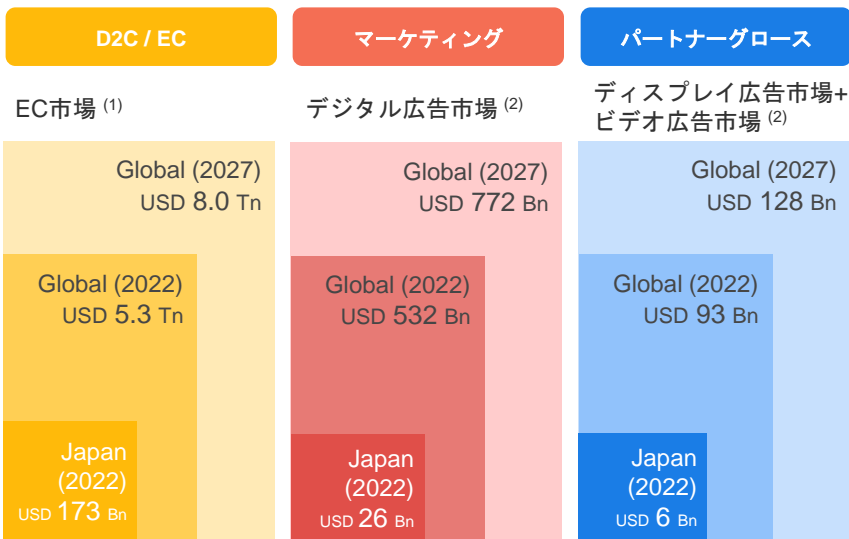
- 現地業務、顧客管理及び従業員管理はカントリーマネージャーがリード
- ビジネス標準化、プロダクト開発、クロスボーダーの取組み、新規ビジネスインキュベーションは事業責任者がリード
- ローカライゼーションとベストプラクティス・ノウハウの蓄積を同時に追求

	日本	タイ	シンガポール	ベトナム	インドネシア	...
インフルエンサーマーケティング	●	●	●	●	●	▶
デジタルマーケティング	●	●	●	●	●	▶
D2C	●	●	●	●	●	▶
パブリッシャーグロース	●	●	●	●	●	▶
クリエイターグロース	●	●	●	●	●	▶
⋮	▼	▼	▼	▼	▼	

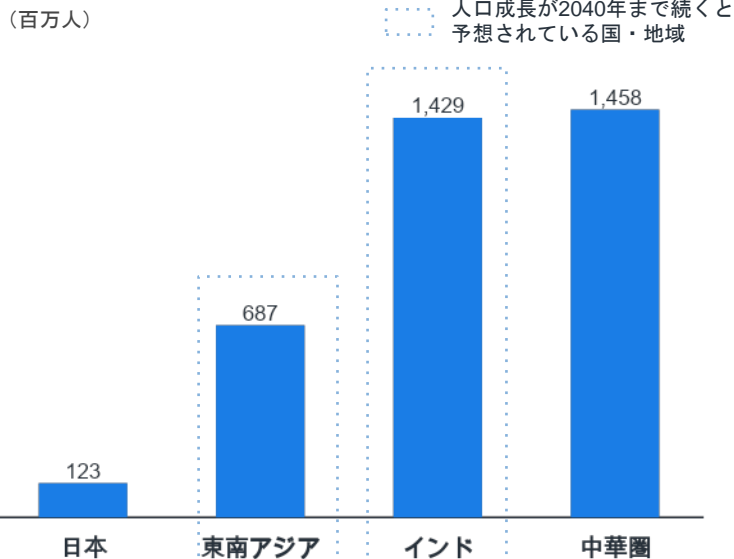
高成長業界 x 巨大なアジア市場

ECやデジタルマーケティング等、高成長業界において事業展開を行うだけでなく、創業以来アジアに軸足を置き40億人の巨大市場と向き合える体制を構築しております。中長期での成長が期待出来るアジア市場に注力することで継続的な成長を目指します。

関連市場における市場規模



各地域における人口規模見込⁽³⁾



(1) 出所: Worldwide Ecommerce Forecast Update, eMarketer (2023年8月)

(2) 出所: Global Advertising Expenditure Forecast, S&P Capital IQ Pro dataset, (2023年6月), S&P Global Market Intelligence。パートナーグロースの市場規模についてはメディアの主な収益モデルであるディスプレイ広告及びビデオ広告の市場規模を足すことで想定

(3) 出所: World Population Prospects 2022, United Nations (2022年7月: 2023年7月時点総人口予測)

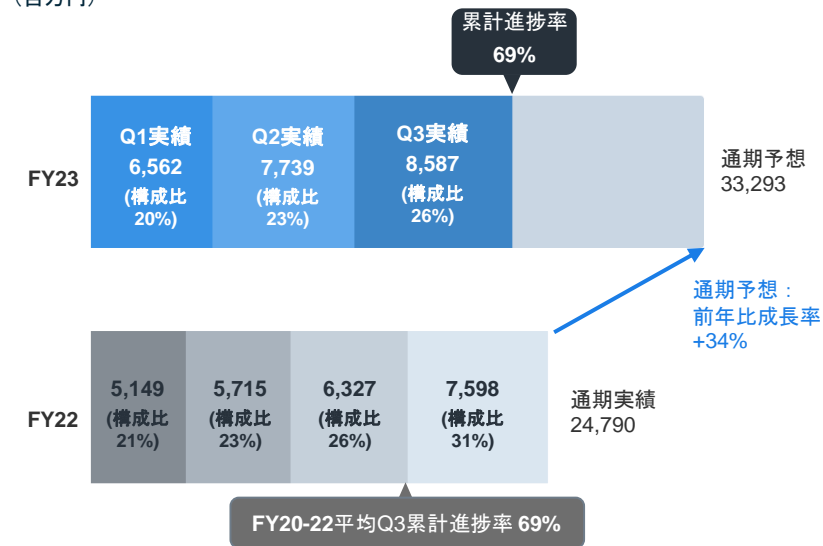
2. 2023年12月期第3四半期業績

業績予想の進捗状況：売上収益及び売上総利益

2023年度の売上収益及び売上総利益は計画通り推移しており、第3四半期累積時点で売上収益は年度計画値の69%、売上総利益は72%に到達しております。売上収益は過去第3四半期と同水準、売上総利益は過去第3四半期を上回る進捗率となっております。

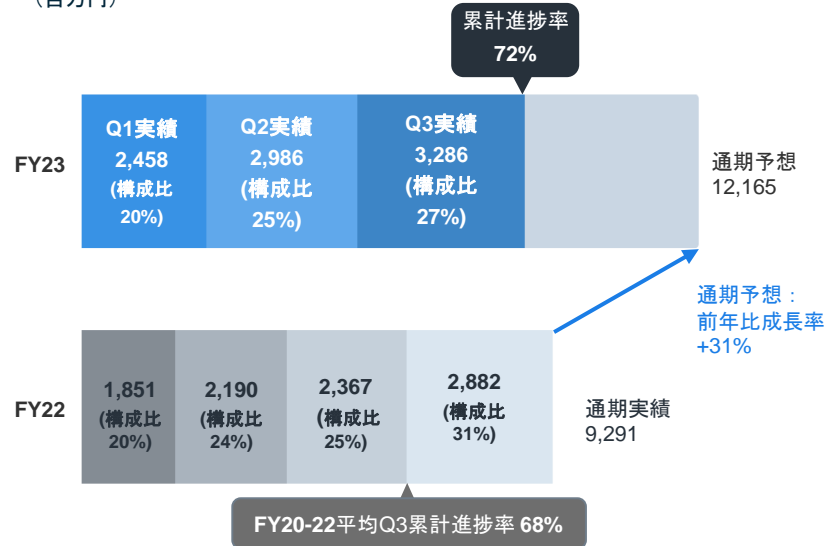
売上収益

(百万円)



売上総利益

(百万円)



売上収益と売上総利益の推移

2023年度第3四半期の売上収益は前年同期比+36%及び売上総利益は前年同期比+39%と堅調な成長を継続しております。

売上収益⁽¹⁾

(百万円)



売上総利益

(百万円)



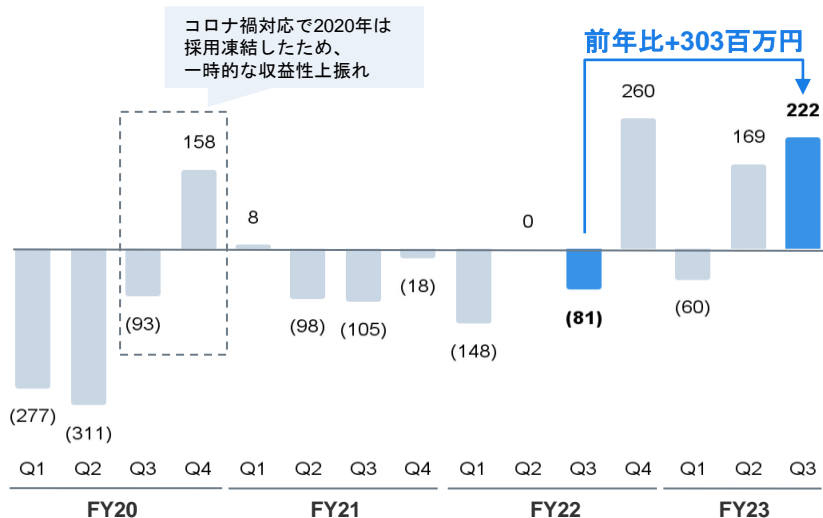
(1) 売上収益について、2022年度はパートナーグロス事業の一部（クリエイター向け事業）において売上収益を総額計上から純額計上に切り替える変更を行った影響で、前年比成長率が低くなっていた。

営業利益と調整後EBITDAの推移

2023年度第3四半期の営業利益は222百万円（2022年度第3四半期-81百万円）で、売上総利益堅調な成長及び販管費率の低下により前年同期比303百万円増益し、調整後EBITDAも前年同期比+132%の286百万円増益と着実に収益改善を実現しております。

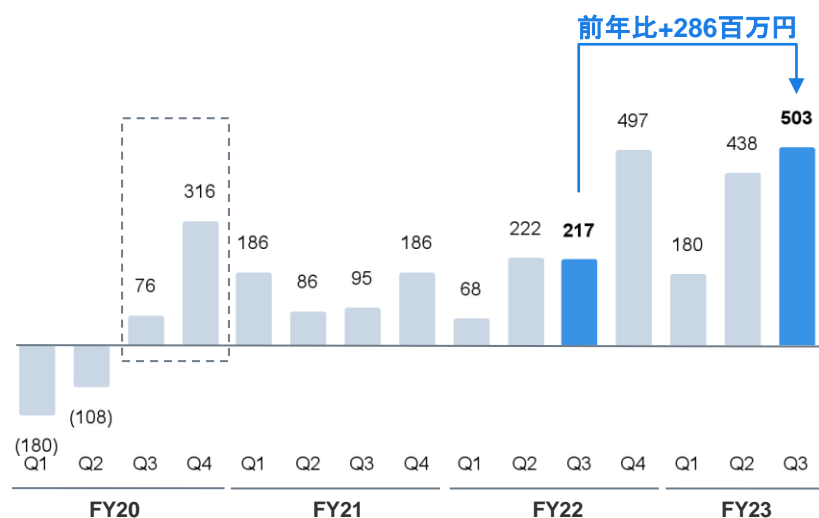
営業利益

(百万円)



調整後EBITDA(1)

(百万円)

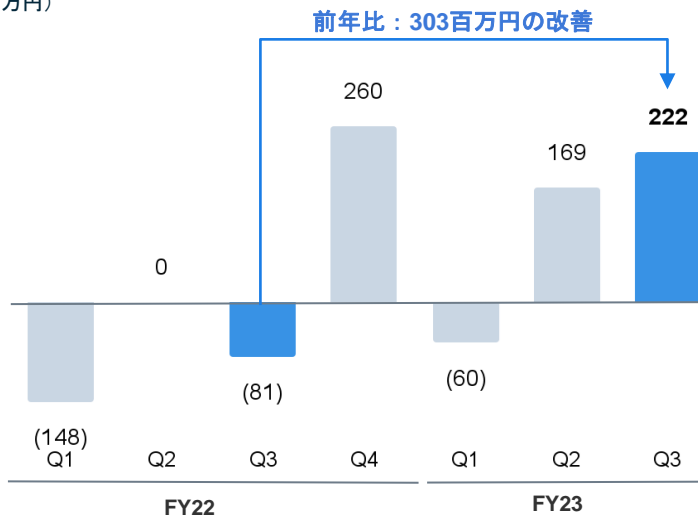


業績予想の進捗状況：営業利益

当社の業績には季節性があり、Q4（10-12月）のハイシーズンに向けて業績が改善していく傾向にあります。2023年度第3四半期営業利益は前年同期比で303百万円増益しており、上半期に続き順調に推移しております。

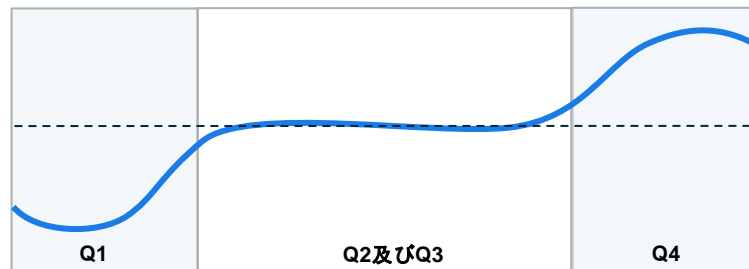
営業利益推移

(百万円)



- Q1の年始や旧正月の休暇の影響で営業日・稼働日が少ない。それに対して、クリスマス商戦及び海外は12月決算の企業が多く、マーケティング支出をQ4に集中するクライアントが多いこと等が季節性の要因として挙げられる

年間の季節性サイクルのイメージ

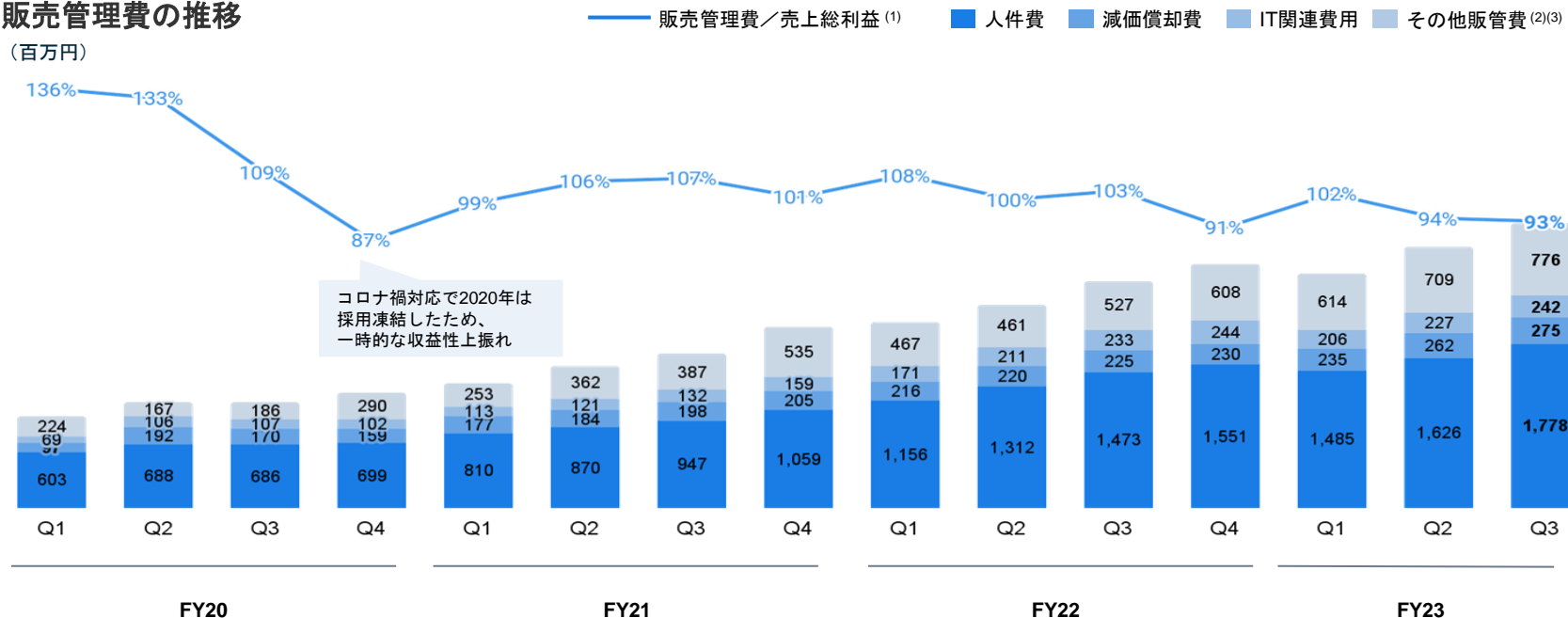


安定的なコストコントロールと販管費率の低下

全地域で成長領域における採用投資を継続しつつも、収益性は安定して改善しております。

販売管理費の推移

(百万円)



(1) 分母：売上総利益＋その他収益

(2) 「営業債権及びその他の債権に対する貸倒引当金」を含む

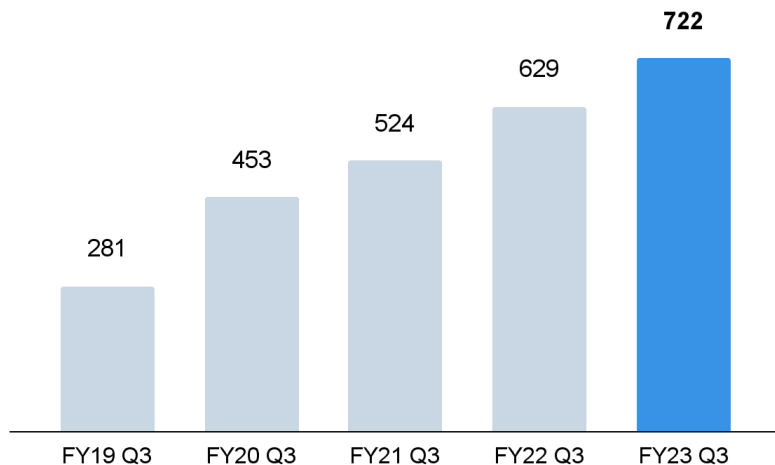
(3) その他販管費に IPO 関連費用、人件費に（IPO 関連の一時）株式報酬費用を含む

継続的な生産性向上と安定的な人員投資

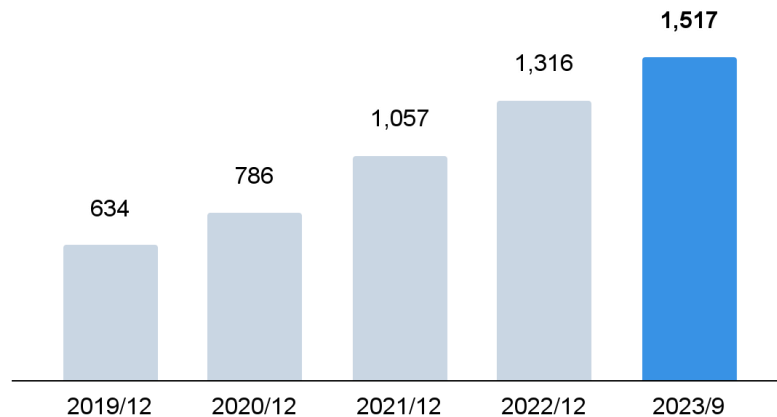
2023年度第3四半期も前年比で安定して従業員一人当たりの売上総利益の上昇が見られます。また、事業規模の拡大に伴い人員投資は継続的に行っており、想定通りの採用が実現出来ております。

Q3従業員当たり月間売上総利益⁽¹⁾

(千円)



フルタイム従業員人数 (常勤役員含む)⁽¹⁾



2023年12月期第3四半期業績サマリー

連結/IFRS (百万円)	2023年12月期Q3						2023年12月期通期	
	前期3Q実績 (2022年7月~9月)	Q3実績 (2023年7月~9月)	前年同期比 増減率	前期Q3累計実績 (2022年1月~9月)	Q3累計実績 (2023年1月~9月)	前年同期比 増減率	業績予想	対前期 増減率
売上収益	6,327	8,587	+35.7%	17,191	22,889	+33.1%	33,293	+34.3%
マーケティング	3,332	4,401	+32.1%	8,950	11,742	+31.2%	-	-
D2C / EC	788	991	+25.8%	1,968	2,652	+34.8%	-	-
パートナーグロース	2,183	3,180	+45.7%	6,163	8,408	+36.4%	-	-
Others	23	14	-40.7%	109	85	-21.8%	-	-
売上総利益	2,367	3,286	+38.8%	6,409	8,732	+36.2%	12,165	+30.9%
マーケティング	1,228	1,705	+38.8%	3,419	4,517	+32.1%	-	-
D2C / EC	404	565	+39.9%	970	1,440	+48.4%	-	-
パートナーグロース	713	1,006	+41.1%	1,921	2,703	+40.7%	-	-
Others	21	8	-58.7%	97	69	-28.4%	-	-
売上総利益率	37.4%	38.3%	+0.8 pt	37.3%	38.2%	+0.9 pt	36.5%	-0.9pt
販売費及び一般管理費	2,449	3,069	+25.3%	6,664	8,385	+25.8%	-	-
株式報酬費用	72	6	-91.7%	75	17	-76.0%	-	-
IPO関連費用	50	0	-	70	17	-75.0%	-	-
営業利益	-81	222	-	-229	331	-	481	1481.3%
調整後EBITDA (1)	217	503	+131.6%	508	1,122	+120.9%	-	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	-176	84	-	-123	171	-	227	-5.0%

2023年通期業績予想に対する進捗

2023年9月25日上方修正した通期業績予想に対しても順調に推移しております。

(百万円)	2023年Q3 累計実績	2023年通期 業績予想	今期進捗率	前期進捗率 (前年Q3累計実績)	通期業績予想に対する進捗状況
売上収益	22,889	33,293	69%	69%	予想通りに進捗
売上総利益	8,732	12,165	72%	69%	業績予想をやや上回るペースで 順調に進捗
営業利益	331	481	69%	N/A (前年：▲229)	業績予想をやや上回るペースで 順調に進捗
親会社の所有者に 帰属する当期利益	171	227	76%	N/A (前年：▲123)	業績予想をやや上回るペースで 順調に進捗

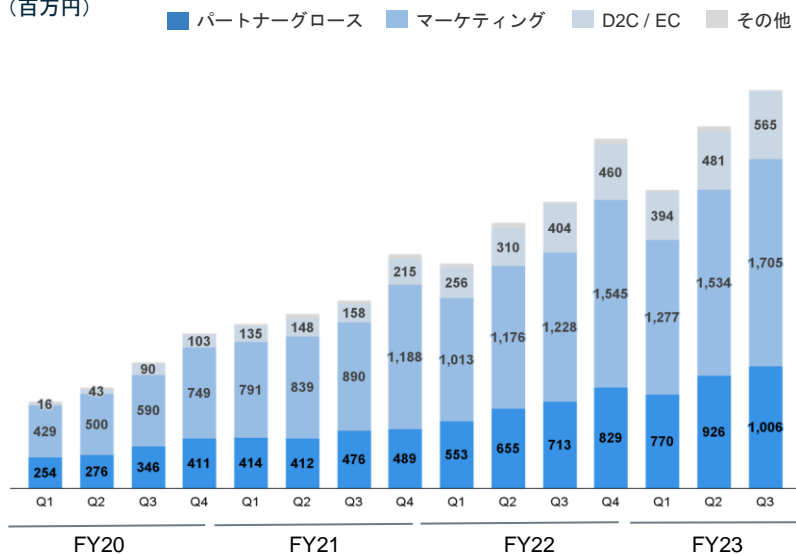
3. 事業別の状況

事業別の業績サマリー

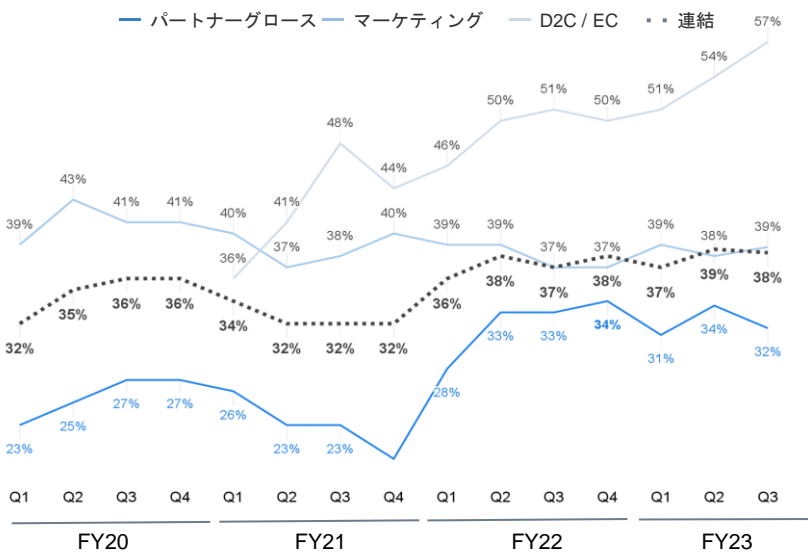
第3四半期は全事業で成長出来ており、売上総利益ベースでマーケティング事業にて前年比+39%、D2C/EC事業にて前年比+40%、パートナーグロース事業にて前年比+41%の成長となっております。

事業別売上総利益推移

(百万円)



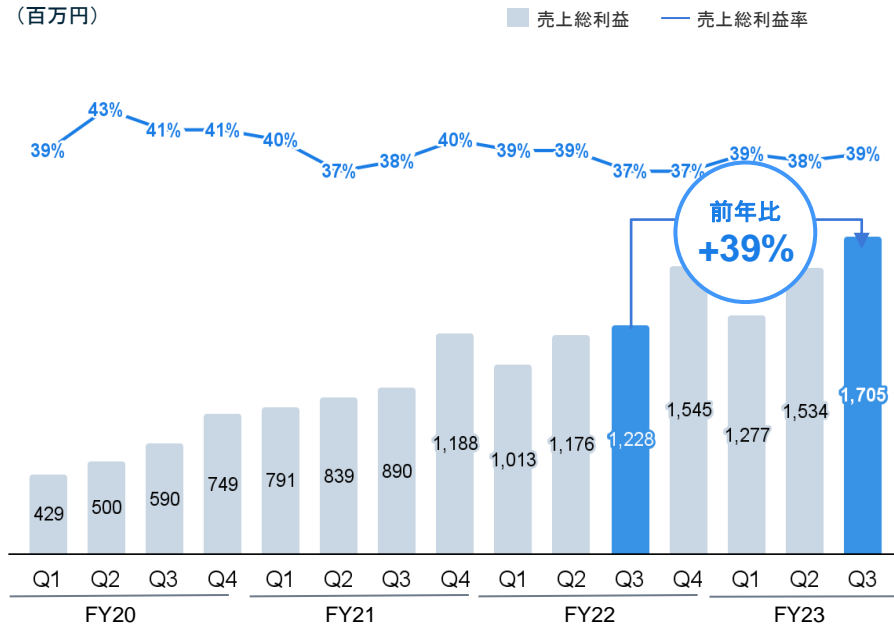
事業別売上総利益率推移



展開地域全域で安定した成長を実現

マーケティング事業 業績推移

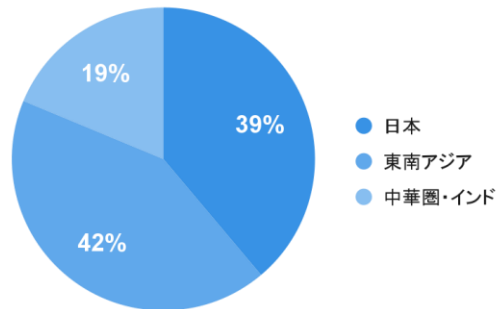
(百万円)



- インフルエンサーマーケティング「AnyTag」を中心に安定した成長を実現
- 地域別では日本がインフルエンサーマーケティングを中心に成長を牽引した他、東南アジアを含めその他地域も堅調な成長を継続

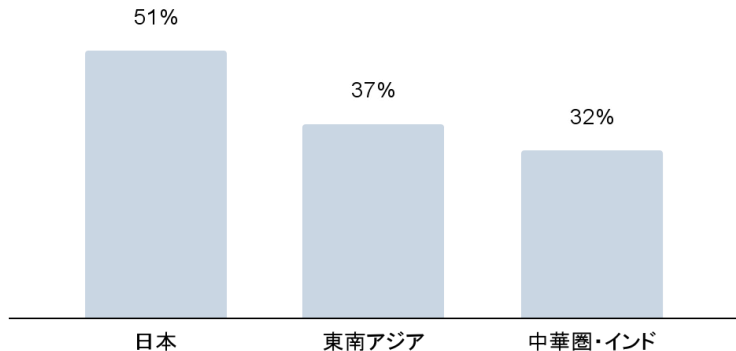
地域別売上総利益割合⁽¹⁾

FY2023 Q3



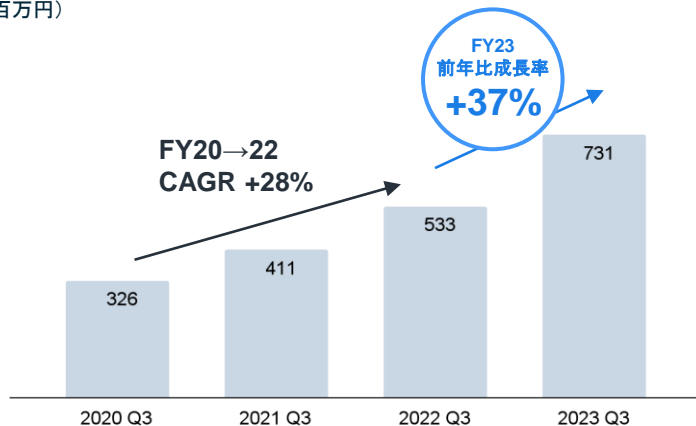
東南アジア市場が堅調成長に回復

マーケティング事業：FY23 Q3地域別売上総利益前年比成長率
(日本円ベース)



- マーケティング事業は展開地域全域で売上総利益は前年同期比30%以上で安定した成長を実現
- インフルエンサーマーケティングで高い市場性成長率が続いていることに加えて、全地域に当社AnyTagのプロダクト強化や市場浸透が継続

東南アジアマーケティング事業：Q3 売上総利益推移
(百万円)



- 2020年から2021年にかけて、コロナ禍の影響により旅行業界を含めて一部の主要業界が伸び悩んだことから、東南アジアのマーケティング事業の成長はやや鈍化したが、2022年からは徐々に回復の兆候が見られ、2023年第3四半期の売上総利益は前年同期比で+37%と堅調に成長

グローバル展開：韓国への進出

韓国における子会社設立

- アジアのEC及びマーケティング業界における主要市場の一つである韓国にて2023年11月に子会社設立
- クロスボーダー案件を軸に需要が確認出来ているインフルエンサーマーケティングと法人向けEC支援を軸に展開
- その他、現地クリエイターやパブリッシャー向けの支援なども展開予定

市場規模

	日本	韓国
人口 ⁽¹⁾	1億2,513万人	5,163万人
EC市場規模 ⁽²⁾	1,908億米ドル	1,253億米ドル
デジタルマーケティング市場規模 ⁽³⁾	281億米ドル	120億米ドル

(1) 出所：WorldData.info

(2) 出所：Worldwide Ecommerce Forecast Update, eMarketer（2023年8月）

(3) 出所：S&P Global「Magna Global Advertising Expenditure Forecast」2023年データ

新規展開の考え方

- 既存拠点や顧客ネットワークを活かし、顕在化したニーズへのソリューション提供を優先。また、管理コストを抑え最少現地人数での事業開始（例：サウジアラビア、韓国）
- 顕在ニーズの収益化を行う中で他事業の成長機会を見極め、段階的な展開を実施

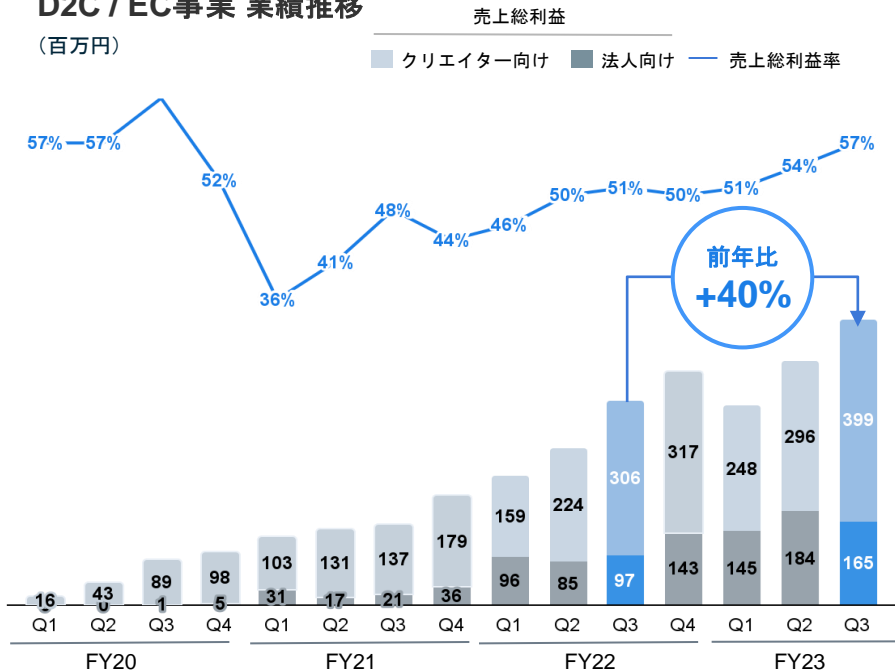
韓国市場での事業機会

- 韓国ブランドは海外商品展開を前提としており、韓国からクロスボーダーでのマーケティング需要が豊富。また韓国インフルエンサーマーケティング市場も、日本と同水準又は日本より大きい規模
- 越境ECにおける当社AnyX活用、アジア進出支援等の事業機会が豊富
- クリエイターやパブリッシャーの活動も活発であり、当社ソリューションに対する需要あり

堅調な日本での成長とアジア各国における法人向け事業立ち上げ

D2C / EC事業 業績推移

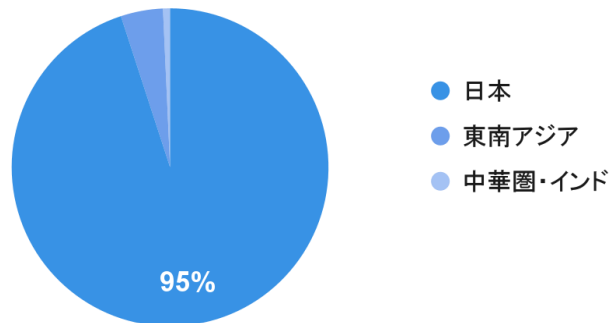
(百万円)



- 法人向けEC事業の立ち上げが堅調に推移していることから成長率を維持
- クリエイター向けD2C事業について収益性改善に注力しておりブランド数及び収益規模の成長を重要視していないため同カテゴリーの前年比成長率は売上収益が+19%、売上総利益が+30%の水準

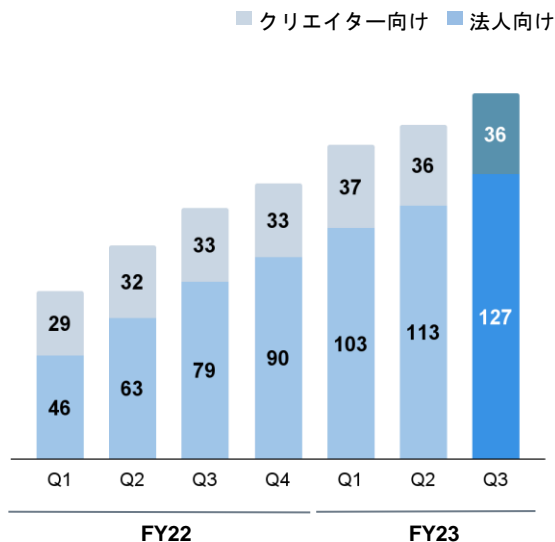
地域別売上総利益割合 (1)

FY2023 Q3

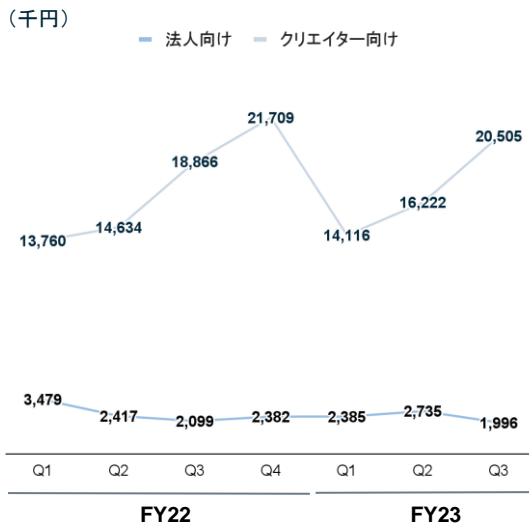


KPI推移：EC取り扱いブランド数及びブランド当たり売上高推移

D2C / EC取り扱いブランド数



ブランド当たり売上収益 (四半期平均)



法人向け：

- 取り扱いブランド数は順調に拡大
- 新規契約ブランドは小規模取引からスタートする傾向にあるため、1ブランド当たり売上高は低下

クリエイター向け：

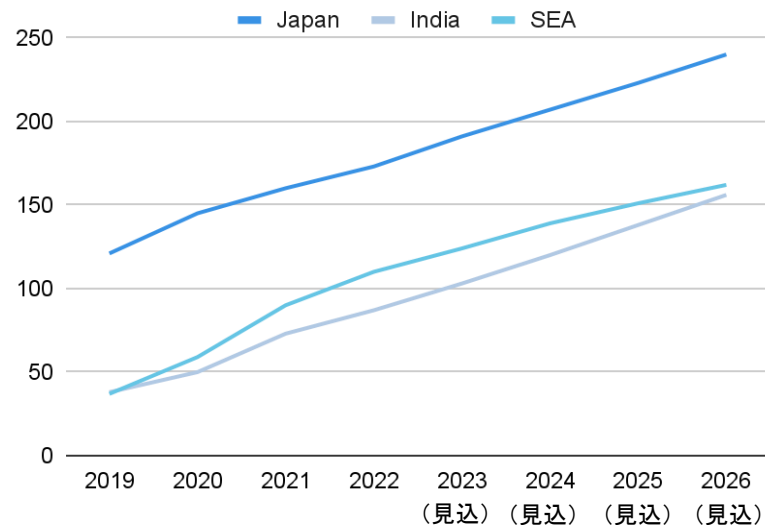
- 規模拡大よりも収益性改善を重視しており、取り扱いブランド数は前四半期維持
- 1ブランド当たり売上高は新商品数及び単価等の季節性はあるものの前年比で堅調に推移（売上総利益ベースでは前年比単価20%増）

成長するEC市場と越境EC市場による事業機会

D2C/EC事業について特に当社の強化領域である法人向けEC事業は、関連市場であるグローバルEC市場、越境EC市場が今後も中期で高い成長が続くと見込まれており、当社にとっての事業機会の拡大を想定しています。

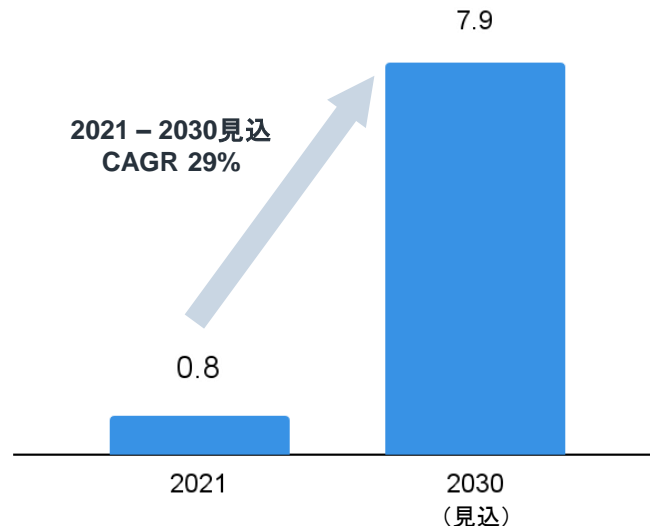
EC市場規模見込 (1)

(10億ドル)



グローバル越境EC市場規模見込 (2)

(兆ドル)



(1) 出所 : Worldwide Ecommerce Forecast Update, eMarketer (2023年8月)

(2) 出所 : Facts and Factors 「Cross-Border B2C E-Commerce Market Size & Share Analysis Report 2022-2030」

法人向けEC支援における当社の強み

マーケティング事業との連携したEC支援体制

- インフルエンサーマーケティングを含めマーケティング支援に強みを持ち、EC収益成長支援を一気通貫で行える体制
- マーケティング事業における顧客に対してアップセルを行うことにより効率的に新規顧客を獲得

アジア各国での越境EC支援体制

- 日本⇄アジア各国、アジア各国⇄アジア各国など、ニーズが高まる越境ECや海外EC展開の支援を可能とするグローバルな支援体制
- UPS等の外部パートナーとの連携やプロダクト開発を通して越境EC支援体制を継続的に強化
- アジア各国にEC及びマーケティング専門チームを抱え、豊富な現地市場環境や制約への知見を有する

テクノロジー開発導入支援体制

- 販売、在庫物流、マーケティングなど、ECバリューチェーンに係るデータの統合管理支援
- クライアント社内システムとのデータ連携やデータ活用等、クロスボーダーECにおけるDX推進を支援

DDI社とのシナジー創出と想定するアップサイド

DDI社の提供するサービス

独自アルゴリズムによる商品在庫の最適化やマーケティング、ストアオペレーションの自動化といったテクノロジーと物流オペレーションを軸に、ECバリューチェーンを統合的に支援



EC戦略策定



パフォーマンスレポート



アルゴリズムによる
在庫最適化



コンテンツ構築



デジタルマーケティング



倉庫物流管理



ストアオペレーションの
自動化



カスタマーサポート

想定するシナジー

ECと
マーケティング
機能の統合

- インドネシア国内において当社が有するマーケティング機能とDDI社が有するECオペレーション機能を統合させ双方の既存顧客にアップセル

越境EC

- 日本及びアジア各国からインドネシアに向けてEC事業展開を行う企業の支援
- インドネシアにおける顧客EC事業の立ち上げ支援

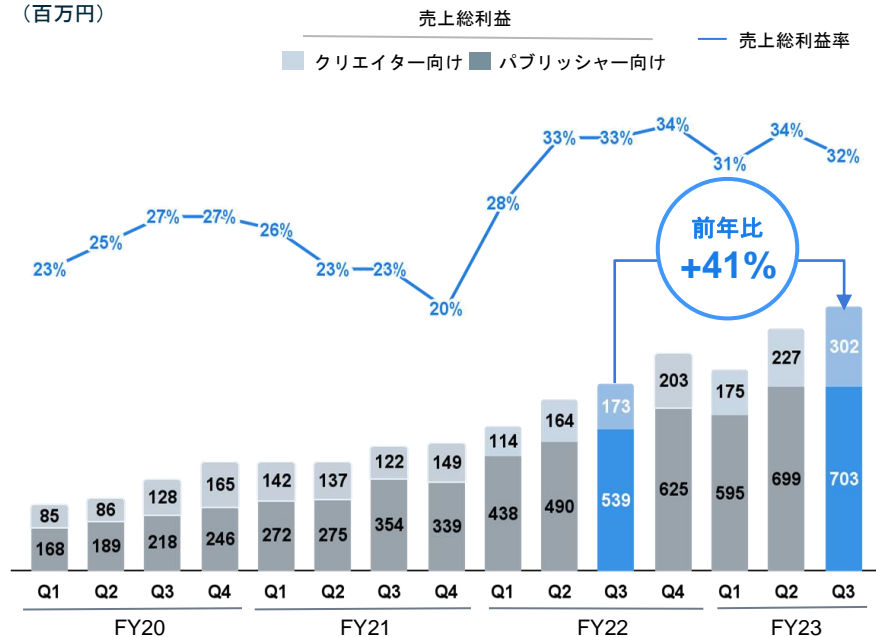
ノウハウ共有と
テクノロジー活用

- DDI社の有するECオペレーション支援機能やノウハウの海外拠点への展開
- 当社プロダクトにDDIオペレーションを組み込むことで、DDI事業の効率化及びプロダクトの進化

パブリッシャー向け及びクリエイター向けのプラットフォームともに堅調な成長

パートナーグロス事業 業績推移

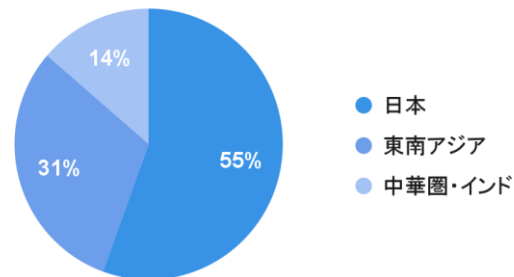
(百万円)



- パブリッシャー向けプラットフォーム「AnyManager」は全地域で新規クライアント獲得が継続し安定した成長が継続
- クリエイター向けプラットフォーム「AnyCreator」はYouTube Shortの収益化支援も強化し、契約クリエイター数が増加し成長

地域別売上総利益割合⁽¹⁾

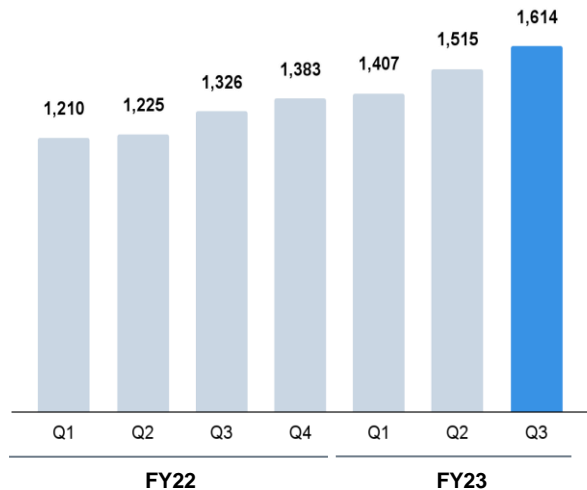
FY2023 Q3



(1) 連結内部消去考慮前の各国法人の売上総利益の合計により算出

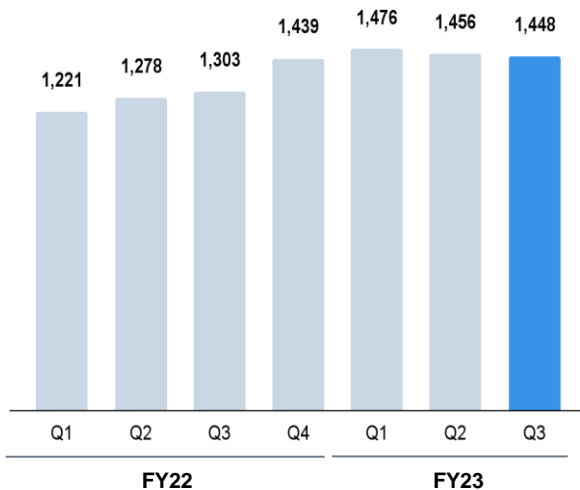
パブリッシャー向けプラットフォーム AnyManager : KPIの推移

当社契約パブリッシャー数推移



パブリッシャー当たり売上収益（四半期平均）

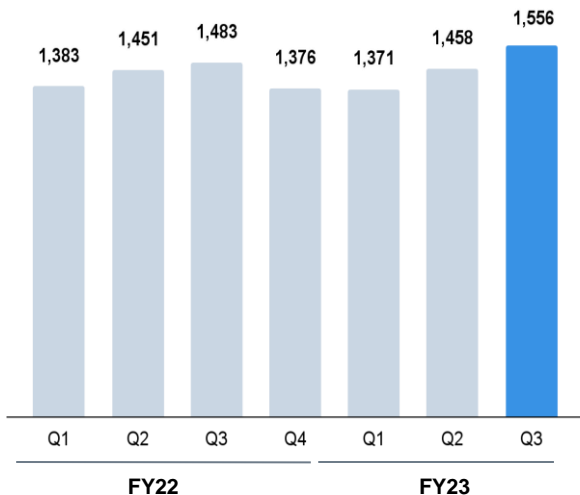
(千円)



- 全地域で安定して新規契約パブリッシャーが増加。特にモバイルアプリが継続して重要な成長ドライバーに
- 1社当たり売上高は国や顧客属性のミックスによって変動し得るが全体として安定推移

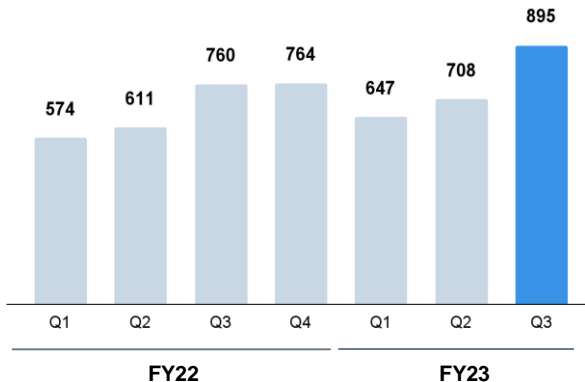
クリエイター向けプラットフォーム AnyCreator : KPIの推移

当社契約クリエイター数推移



クリエイター当たり売上収益 (四半期平均・総額基準⁽¹⁾)

(千円)

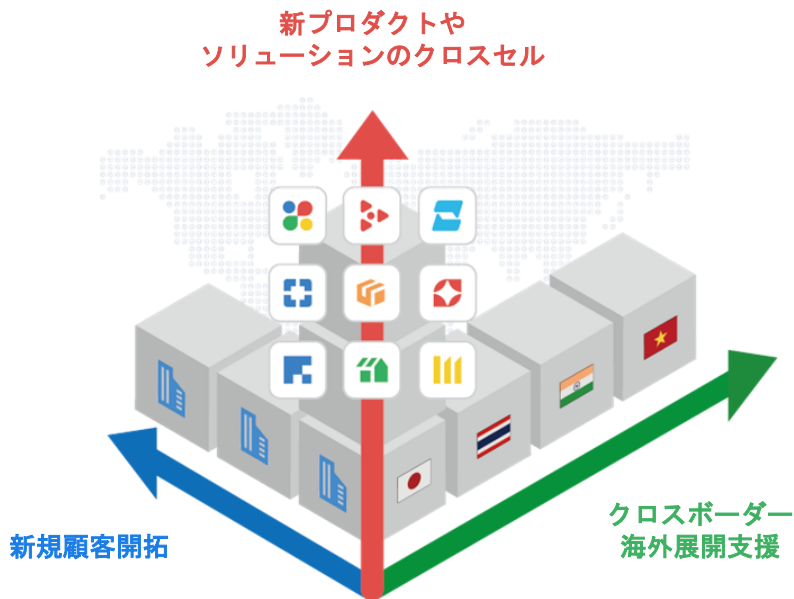


- 契約クリエイター数はYouTubeショート向けの取り組みが伸長し安定して増加
- 2022年度Q4での変動は非アクティブ又は小規模な取引クリエイターを中心に契約未更新による減少が中心で一時的なもの
- クリエイター当たり売上高は四半期毎の季節性による変動傾向はあるものの、前年同期比で堅調な推移

(1) 売上収益について2022年度にクリエイター向け事業の一部取引を総額計上から純額計上に切り替える変更。そのため、クリエイター当たり売上収益の推移を同じ基準で比較できるように全四半期の売上収益を総額計上基準に調整して計算

当社の安定成長に向けた方向性

当社グループの事業はグローバル各国における営業活動を通して、「顧客数の増加」、「クロスボーダー・海外展開支援」、「新しいプロダクトやソリューションのクロスセル」の掛け算によって高い成長を実現していく方針です。



- 各国ローカル営業体制とリージョナルでの顧客支援体制を有しておりローカルクライアント・グローバルクライアントの双方に対して効果的にアプローチ出来る体制
- マーケティング及びEC関連ソリューションのクロスセルを中心に各顧客に対してクロスセル・アップセルを行うことを強化
- 当社グループのソリューションはアジア中東全域で利用が可能であり複数国又はクロスボーダーでソリューション提供を行うケースも増加
- アジア中東地域を軸に展開国を広げていくことでクライアントのグローバル展開ニーズを支援しながら拡大

5. APPENDIX

会社概要

会社名 AnyMind Group株式会社（英語表記 AnyMind Group Inc.）

所在地 東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー31F

設立 2019年12月（当社グループ創業 2016年4月）

経営陣

十河 宏輔	代表取締役 Chief Executive Officer
Rohit Sharma	取締役 Chief Operating Officer
小堤 音彦	取締役 Chief Commercial Officer
大川 敬三	取締役 Chief Financial Officer
池内 省五	社外取締役
村田 昌平	常勤監査役
北澤 直	社外監査役
岡 知敬	社外監査役

従業員数 1,554名（2023年9月末時点）

資本金 5.7億円（2023年9月末時点）

当社が展開するプラットフォーム及びソリューション

マーケティング

デジタルマーケティング

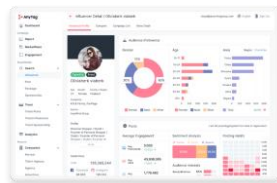
AnyDigital™



キャンペーン管理／レポート

インフルエンサーマーケティング

AnyTag™



ソーシャルメディア分析／キャンペーン管理

D2C / EC

生産管理

AnyFactory™



工場選定／仕様／生産管理

ECマネジメント

AnyX™

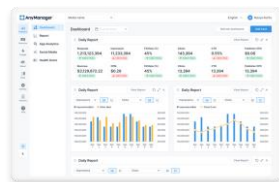


ECチャネル管理／データ分析

パートナーグロス

パブリッシャー支援

AnyManager™



収益化／サイト分析
／ユーザーエンゲージメント

クリエイター支援

AnyCreator™



収益化／ソーシャルメディア分析
／タイアップ支援

EC支援

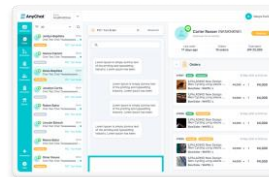
AnyShop™



ECサイト構築・運用

会話型コマース

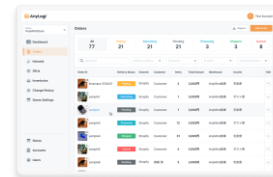
AnyChat™



チャットマネジメント／CRM

在庫物流管理

AnyLogi™

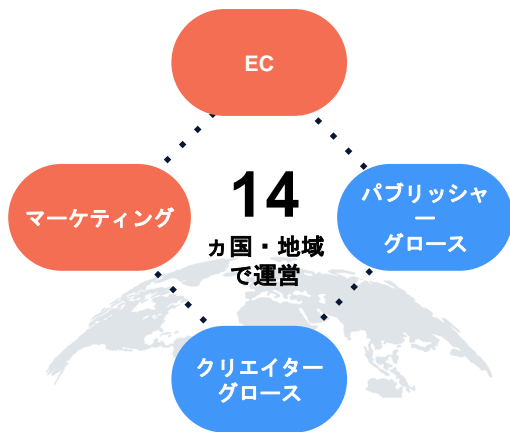


受領・出荷／在庫管理

AnyMind Groupの独自性

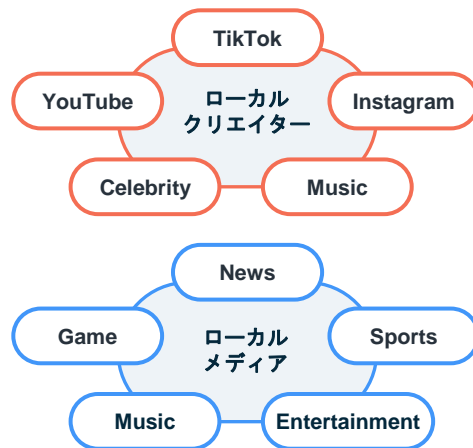
多国展開・オペレーション

- グローバルで統一されたビジネスモデル
- 確立された多国間オペレーション
- 地域・国境を越えたソリューション提供



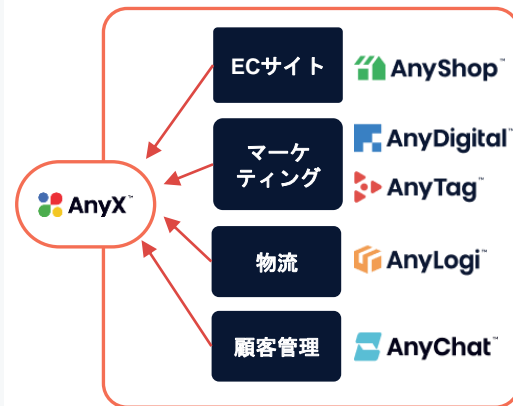
ローカルネットワーク

- アジアにおける先行者の1社として構築した、強力なメディア・クリエイターのローカルネットワーク
- 多様な文化・言語で分断されたアジア各国における重要な価値提供



テクノロジー開発・提供

- 日本・インド・タイ・ベトナムにおけるグローバルで強力なプロダクト・エンジニアチーム
- テクノロジーソリューションの継続的な進化
- ECにおいて活用される統合データ



多様化された収益モデル

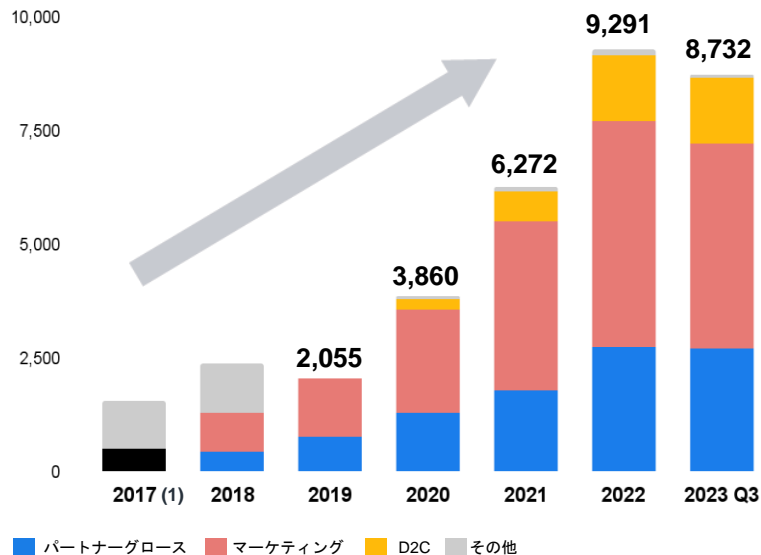
事業領域	ブランドコマース		パートナーグロース
プロダクト	マーケティング	D2C / EC	
主要な収益モデル	AnyTag™ AnyDigital™	AnyX™ AnyLogi™ AnyShop™ AnyChat™ AnyFactory™ <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px auto;">商品販売⁽¹⁾</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px auto;">売上シェア⁽¹⁾</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px auto;">サブスクリプション⁽¹⁾</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px auto;">従量課金⁽¹⁾</div>	AnyManager™ AnyCreator™ <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px auto;">売上シェア⁽²⁾</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px auto;">サブスクリプション</div>
売上に占める割合 (2022年)	53%	12%	35%

(1) D2Cの収益モデルは、当社が在庫を持ちD2C製品を販売し収益を持つ商品販売、発生収益（売上又は粗利）に対して固定比率で収益分配を受ける売上シェア、特定ソリューションを提供し月額固定報酬を受け取るサブスクリプション、取引量に応じた従量課金型の報酬となる従量課金等がある
 (2) 発生広告収益に対して固定比率でパブリッシャー及びクリエイターと収益分配

AnyMind Groupの成長の軌跡

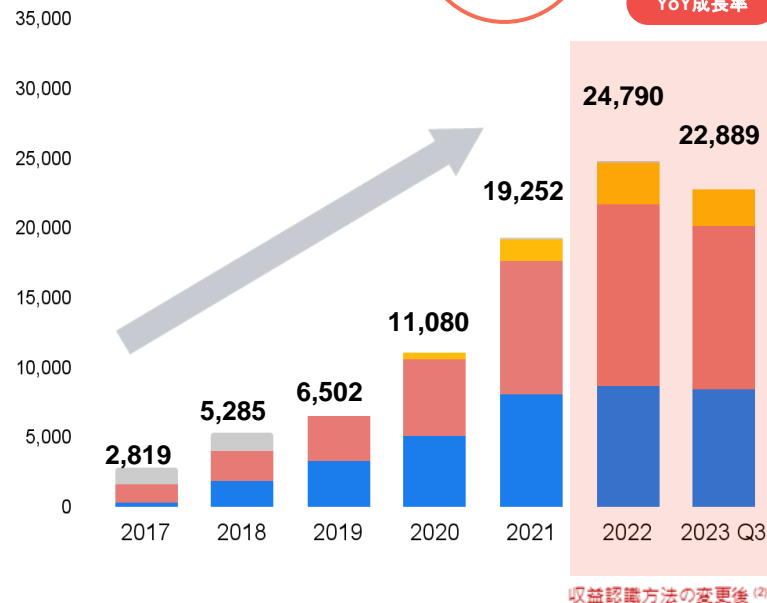
売上総利益⁽¹⁾

(百万円)



売上収益⁽¹⁾

(百万円)



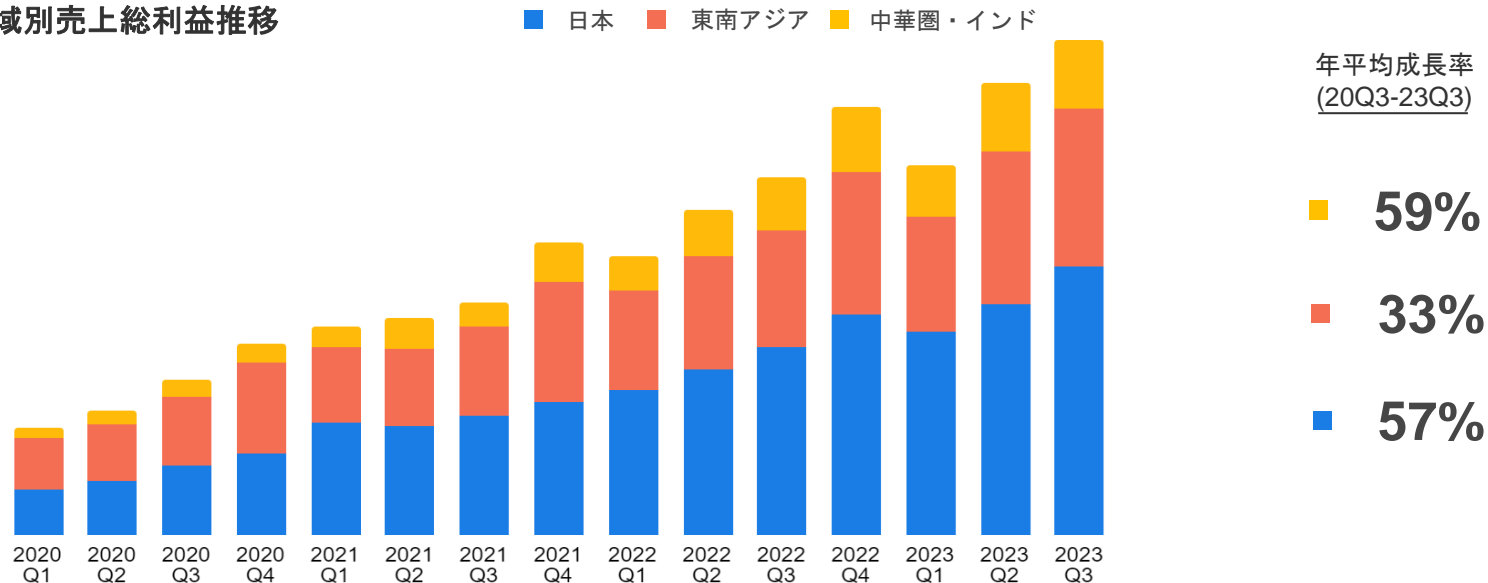
(1) 2017年の売上総利益はパートナーグロスとマーケティングを含む

(2) 収益認識方法の変更の影響を含む (パートナーグロスの一部事業において、売上収益をグロス計上からネット計上に変更したため売上成長率が低下)

グローバルに拡大する事業基盤

当社の展開国はアジア14カ国・地域に分散しており、各地域にて安定した成長を実現しています。グローバルに統一されたビジネスモデルとプロダクトを展開し、複数国展開とクロスボーダーでの取り組みを強化することで地域・国境を超えたソリューションを提供出来ております。

地域別売上総利益推移



ローカルネットワークを支える強力なローカルチーム

創業以来、各国でのローカルチームを強化することに注力しています。言語や文化の異なる多様なアジア経済圏においては、ローカルチームの強さと各国におけるローカルパートナーとのネットワークが事業構築において重要になると考えております。

クリエイター

- **610,000+** インフルエンサー数
- **1,500+** YouTuber数（海外比率 74%）
- **120+** 登録者100万人以上のYouTuber

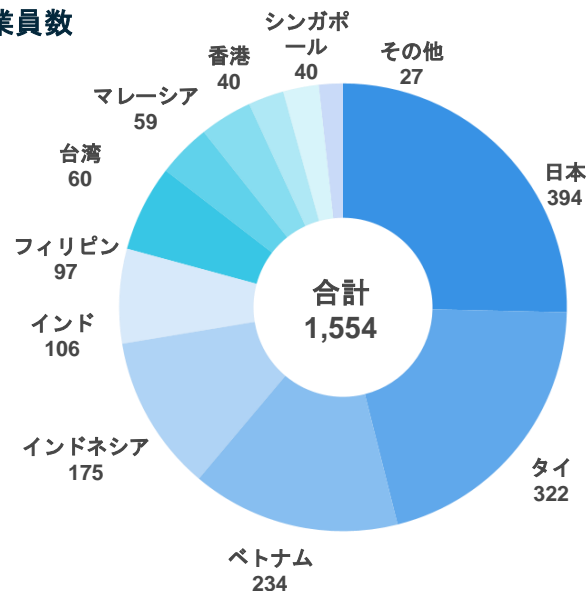
パブリッシャー

- **1,614** 支援パブリッシャー数（海外比率 64%）
- **1.0%** 月間解約率⁽²⁾

D2C/EC

- **36** クリエイター向けブランド数
- **127** 法人向けブランド数

国別従業員数



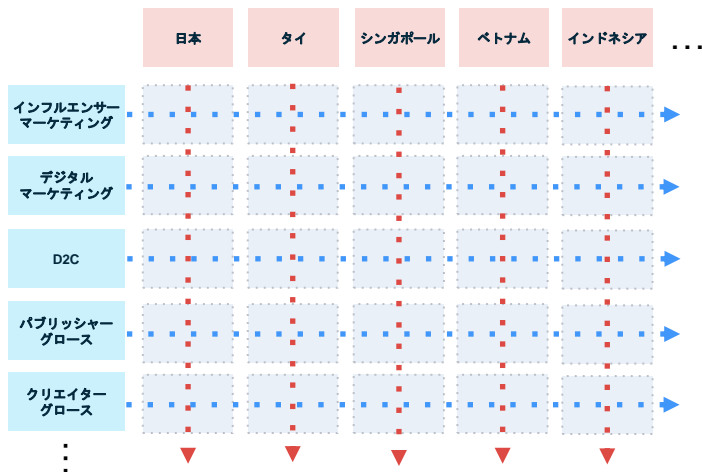
(1) 本頁の数値は全て2023年9月30日時点

(2) 月間解約率は、前四半期末時点の顧客（全体の使用比率に対して0.1%未満の顧客を除く）の数に対する当四半期に離脱した顧客企業数の割合を月平均したもの

確立された多国間オペレーション

事業及び国単位のマトリクス組織

- 現地業務、顧客管理及び従業員管理はカントリーマネージャーがリード
- ビジネス標準化、プロダクト開発、クロスボーダーの取組み、新規ビジネスインキュベーションは事業責任者がリード
- ローカライゼーションとベストプラクティス・ノウハウの蓄積を同時に追求



タイムリーなモニタリングとPDCAサイクル

マネジメントミーティング

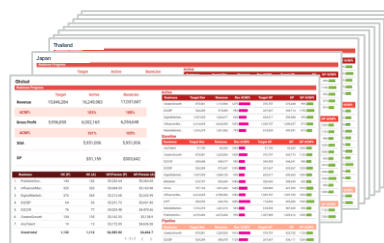
- 事業戦略
- プロダクト開発
- 各地域の課題共有



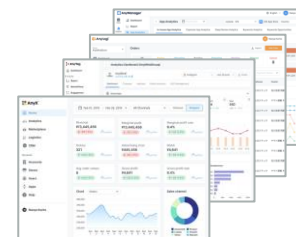
カントリーマネージャーミーティング

- 事業進捗管理
- 予実管理
- ローカルの課題共有

国別のリアルタイムパフォーマンス管理

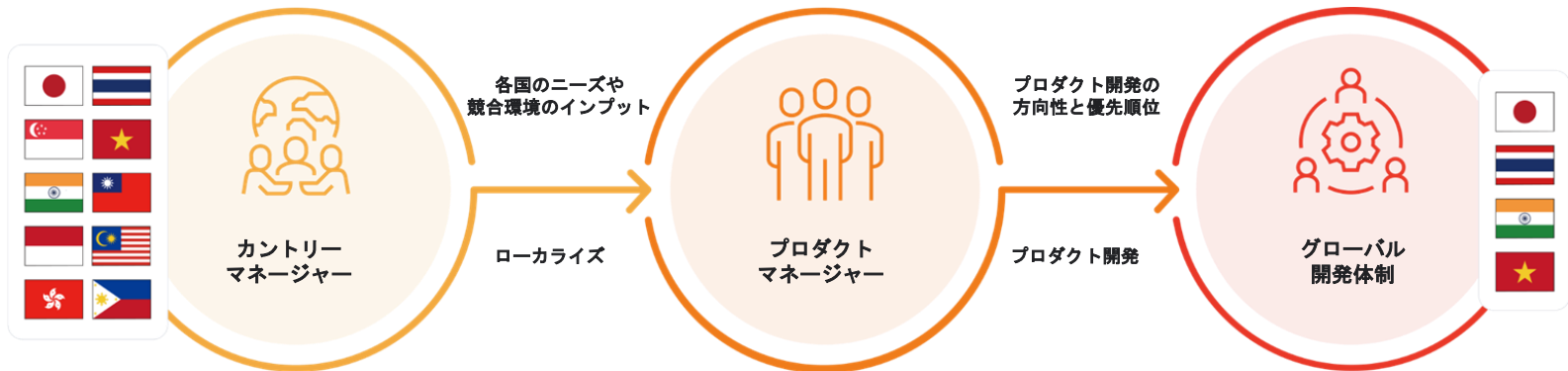


独自プラットフォームによる事業KPIトラッキング



継続的な新事業創出を支えるグローバル開発体制

当社は日本、タイ、インド、ベトナムの4カ国に開発拠点を有しており、社内ヘッドハントチームが全世界からエンジニアを直接採用出来る体制を構築しております。オペレーションとテクノロジーの双方を最大限レバレッジすることで当社の競争優位性が生まれていると考えています。



マーケティングプラットフォーム



データドリブなインフルエンサーキャンペーン

エンゲージメント率やオーディエンス属性に加え、ターゲットの分析データも加味して最適なインフルエンサーを選定。各カテゴリに精通したプロフェッショナルが戦略設計・最適なキャスティング候補の提案、レポートニングまでを一貫支援



SNSアカウント分析

独自ツールでSNS上のトレンドやユーザーを分析し、投稿に対するユーザーの反応や施策の効果測定などを行うことでPDCAサイクルを加速。ハッシュタグやトレンドキーワードのトラッキングにより、自社・競合のマーケティング施策を効果測定



キャンペーン管理

過去施策の結果を一元管理し、インパクトの可視化、過去施策の比較、効果測定を行い、PDCAサイクルを加速。WEB広告枠やデジタルサイネージ上の在庫状況を管理し、オンラインとオフラインを組み合わせた施策展開



マーケットプレイス

世界各国のプレミアムメディアとのネットワークを活用した多様な広告フォーマット展開により、効率的なターゲットにリーチ



アプリ内広告

グローバルにスマホ向けアプリ広告枠をネットワーク化しており、様々な体系でのプロモーション展開が可能

D2C/ECプラットフォーム



EC管理プラットフォーム

AnyXはECにおける業務効率化とデータ活用をドライブ



複数ECチャネル一元管理

ECモールや自社ECサイトなど、複数の販売チャネルのデータを一元管理することで、業務効率化・機会損失削減につながる細やかな運用を可能にし、新規販売チャネルへの展開を容易化



越境ECのローカライズ

各国・地域拠点の現地メンバーが、現地の文化や商習慣に合わせた言語翻訳・バナー作成・広告配信を実施。現地事情にあった越境EC展開を力強くサポート



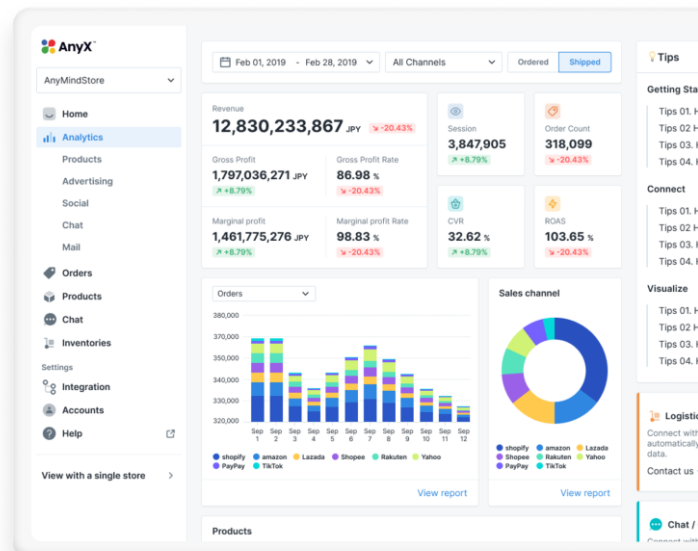
ECマーケットの管理

Amazon・楽天・Shopee・LazadaなどのECモールへの出店手続きからページ作成、データ×実績に基づいたページ・広告配信の最適化まで、ECモール運営をトータルサポート



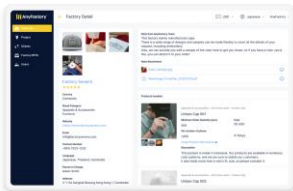
EC管理

サイト構築からマーケティング～ fulfillment 領域まで、お客様の自社EC運営・成長に向けた最適なソリューションを提供



D2C/ECプラットフォーム

AnyFactory™



最適な工場の検索

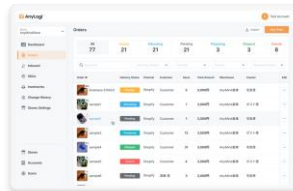
予算や生産数、商品の種類など、希望に応じた最適な工場の検索、他社のレビューに基づく発注先選定。また、仕様書やロットの調整、商品に応じた発注先の分散、物流支援なども可能



プロジェクト管理

ブランド立ち上げにおける新商品の企画・生産から、グッズの商品化まで、ものづくりにおけるあらゆる商品の生産が可能

AnyLogi™



商品・在庫管理

商品マスター登録により、商品管理工数を簡略化できるほか、取り扱い商品のステータスごとの在庫・残数を自動で管理



配送管理

購入者の手元に届くまでの配送手続きやステータス管理を自動で実施。日本だけでなく、東南アジア中華圏における現地の物流パートナーとの連携も行っており越境ECに支援も可能

AnyShop™



ECサイト・モール構築運用

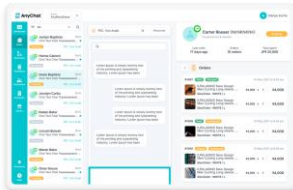
SNS分析プラットフォームと連携しSNS・WEBサイトとの連動を含めた一気通貫での自社ECの構築運用。また、ECモール展開による販売チャネル拡大と運用の最適化



海外・越境展開

中華圏、東南アジアを中心に、市場調査、戦略立案、テストマーケティング、現地ECサイト及び物流の構築運用まで、フェーズに合った海外展開を支援

AnyChat™



継続的なコミュニケーション

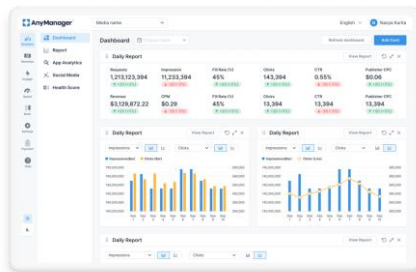
顧客の検討中に生じた疑問への返答、定期的に魅力的な情報を発信することでブランドと顧客の直接的かつ継続的つながりづくりに貢献。顧客の潜在ニーズを導き出し購買意欲向上をサポート



カスタマーサポートの省人化

よくある質問に対する回答を設定し、個別回答の工数を削減。ユーザーも簡単に課題を解決することができ、顧客体験の向上にも寄与

パートナーグロスプラットフォーム



収益一元管理

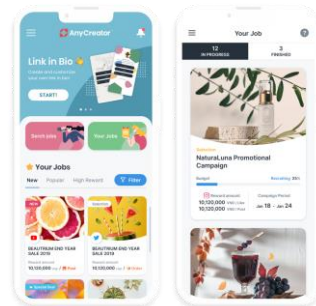
全てのネットワークの収益をダッシュボードで管理できるBIツールを提供。運用工数の削減、最適なネットワークの選定、社内での情報共有を簡易化

広告収益の最大化

広告収益の最適化を行う運用や、広告枠位置の最適化、広告メニューの企画・作成によって、メディアの広告収益最大化

UX改善

サイトスピード改善、テクニカルSEO改善、AMP/PWA化など様々な手法を用い、PDCAを回すことで、ユーザー体験の向上を支援



アカウント運用支援

クリエイターのアカウント運用全般支援。インサイト分析の提供や分析を元にしたサムネイルやタイトル制作、動画企画制作、各種手配によりアカウント成長に寄与

SNSインサイト分析

SNS上のユーザー分析ツールを提供し、WEBやSNS上のユーザーの反応を解析することで、刺さるコンテンツ開発に貢献

タイアップ案件獲得

クリエイターの意向や分析ツール内のインサイト情報を元に企業などからのタイアップ案件の獲得

連結損益計算書

連結/IFRS	FY2020				FY2021				FY2022				FY2023		
(百万円)	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
売上収益	2,251	2,359	2,910	3,558	3,977	4,477	4,816	5,980	5,149	5,715	6,327	7,598	6,562	7,739	8,587
売上原価	1,534	1,526	1,872	2,286	2,619	3,040	3,269	4,049	3,297	3,524	3,959	4,716	4,103	4,752	5,301
売上総利益	713	832	1,037	1,275	1,357	1,436	1,547	1,931	1,851	2,190	2,367	2,882	2,458	2,986	3,286
売上総利益率%	31.7%	35.3%	35.7%	35.9%	34.1%	32.1%	32.1%	32.3%	36.0%	38.3%	37.4%	37.9%	37.5%	38.6%	38.3%
販売費及び一般管理費	985	1,152	1,156	1,230	1,348	1,531	1,675	1,937	2,006	2,208	2,449	2,635	2,514	2,802	3,069
対売上収益比率%	43.8%	48.8%	39.7%	34.6%	33.9%	34.2%	34.8%	32.4%	39.0%	38.6%	38.7%	34.7%	38.3%	36.2%	35.7%
人件費	603	688	686	699	810	870	947	1,059	1,156	1,312	1,473	1,551	1,485	1,626	1,778
減価償却費	97	192	170	159	177	184	198	205	216	220	225	230	235	262	275
IT関連費用	69	106	107	102	113	121	132	159	171	211	233	244	206	227	242
その他販管費	215	163	192	267	246	354	396	512	462	463	517	608	587	685	773
営業債権及びその他の債権の減損損失	9	3	-5	22	7	7	-9	23	5	-2	10	0	27	23	3
その他の収益	19	33	19	158	6	12	14	11	11	16	12	14	23	9	9
その他費用	20	22	0	19	0	8	0	0	0	0	1	0	1	1	0
営業利益	(277)	(311)	(93)	158	8	(98)	(105)	(18)	(148)	0	(81)	260	(60)	169	222
営業利益率%	-12.3%	-13.2%	-3.2%	4.4%	0.2%	-2.2%	-2.2%	-0.3%	-2.9%	0.0%	-1.3%	3.4%	-0.9%	2.2%	2.6%
税引前利益	367	(339)	(108)	(964)	(568)	(130)	59	100	(17)	214	(77)	206	(75)	224	171
親会社の所有者に帰属する当期利益	376	(342)	(152)	(1,032)	(646)	(162)	(38)	37	(64)	116	(176)	362	(101)	189	84
調整後EBITDA	(180)	(108)	76	316	186	86	95	186	68	222	217	497	180	438	503

連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書

連結/IFRS (百万円)	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023 Q3
流動資産	7,705	9,179	14,642	16,819
現金及び現金同等物	4,303	3,471	6,141	6,536
営業債権及びその他債権	2,391	3,955	5,387	6,056
その他流動資産	1,011	1,752	3,114	4,225
非流動資産	3,773	4,223	4,179	5,464
有形固定資産	198	258	287	550
のれん	1,244	1,654	1,729	2,581
その他非流動資産	2,329	2,310	2,162	2,329
資産合計	11,478	13,402	18,822	22,283
流動負債	3,185	5,020	6,503	8,061
営業債務及びその他債務	2,396	3,771	5,112	6,403
その他流動負債	788	1,249	1,391	1,657
非流動負債	8,702	1,162	802	841
資本合計	(409)	7,219	11,515	13,381
親会社の所有者に帰属する持分	(492)	7,130	11,425	13,279
負債及び資本合計	11,478	13,402	18,822	22,283

連結/IFRS (百万円)	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023 Q3
営業活動によるキャッシュフロー	5	(252)	(702)	783
投資活動によるキャッシュフロー	(725)	(118)	(102)	(1,114)
財務活動によるキャッシュフロー	2,322	(741)	3,324	374
現金及び現金同等物の換算差額	(183)	279	150	352
現金及び現金同等物期末残高	4,303	3,471	6,141	6,536

2023年9月25日発表：2023年12月期通期業績予想

全事業セグメントが好調推移や人件費率の低下、DDI社の完全子会社化等を踏まえ、2023年9月25日に「2023年12月期通期業績予想」の売上収益から親会社の所有者に帰属する当期利益の全財務数値を上方修正しました。本修正にり、前期比で売上収益の成長率は+34%、売上総利益は+31%、営業利益は451百万円増益を見込んでおります。

(百万円)	期初時点での 公表予想 (2023年3月29日発表)	修正した 公表予想 (2023年9月25日発表)	増減額	(参考) 前期連結実績 (2022年12月 期)	前回公表予想からの修正理由
売上収益	32,744	33,293	549	24,790	PT Digital Distribusi Indonesia (DDI社)の完全子会社化により第4四半期より同社業績を反映
売上総利益	12,090	12,165	75	9,291	
営業利益	309	481	172	30	上記要素に加え、生産性改善による人件費率の低下及び一部コストの最適化
親会社の所有者に 帰属する当期利益	84	227	143	239	上記要素に加え、国内法人のグループ通算制度の導入により実行税率も低下

ディスクレイマー

本資料は、AnyMind Group株式会社（以下「当社」といいます）の企業情報等の提供のために作成されたものであり、国内外を問わず、当社の発行する株式その他有価証券の勧誘を構成するものではありません。本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報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。また、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、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、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。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。

