

2023年2月28日

各位

会社名 AnyMind Group 株式会社
代表者名 代表取締役 CEO 十河 宏輔
(コード番号：5027 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO 大川 敬三
(TEL 03-6384-5490)

2023年12月期の業績予想について

2023年12月期(2023年1月1日から2023年12月31日)における当社グループの業績予想は、次のとおりであります。

【連結】

(単位：百万円、%)

項目	決算期	2023年12月期 (予想)		2022年12月期 (実績見込み)		2021年12月期 (実績)	
		対売上 収益 比率	対前期 増減率	対売上 収益 比率	対売上 収益 比率		
売上収益	32,744	100.0	32.1	24,790	100.0	19,252	100.0
売上総利益	12,090	36.9	30.1	9,291	37.5	6,272	32.6
営業利益又は営業損失(△)	309	0.9	916.1	30	0.1	△213	-
税引前利益又は税引前損失(△)	278	0.9	△14.8	326	1.3	△538	-
親会社の所有者に帰属する当期利益又は当期損失(△)	84	0.3	△64.9	239	1.0	△809	-
基本的1株当たり当期利益又は当期損失(△)	1円48銭		4円46銭		△20円08銭		
1株当たり配当金	0円00銭		0円00銭		0円00銭		

- (注) 1. 当社グループは国際会計基準(以下「IFRS」という。)により連結財務諸表を作成しております。
2. 当社グループは世界13ヵ国・地域にて事業展開をしており、展開する国・地域にて安定した成長が見込まれております。当社グループは展開する各国法人において現地通貨又は米国ドルでの債権債務を有しており、為替相場の変動によって当社グループの金融収益・費用に影響が発生し、為替差損益の影響が大きくなる場合がございます。2023年12月期の業績予想における為替レートについては1米国ドル130円を想定しており、為替差損益の影響は予想数値に含んでおりません。
3. 当社は、2021年8月19日付で、普通株式1株につき600株の株式分割を行っておりますが、2021年12月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、基本的1株当たり当期損失を算出しております。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧ください。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社グループの判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

4. 2021年12月期（実績）及び2022年12月期（実績見込み）の基本的1株当たり当期利益又は当期損失は、期中平均発行済株式数により算出しております。2023年12月期（予想）の基本的1株当たり当期利益は、公募発行株式数（885,300株）を含めた予定加重平均株式数により算出し、オーバーアロットメントによる売出しに関する第三者割当増資分（最大403,400株）は考慮しておりません。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社グループの判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

【2023年12月期業績予想の前提条件】

1. 当社グループの見通し

当社グループは「Make Every Business Borderless」という企業理念のもと、ブランド構築、生産管理、メディア運営、EC サイト構築・運営、マーケティング、物流管理等のソリューションをワンストップで支援するプラットフォームを提供しております。アジア・中東を中心に世界 13 カ国・地域にて事業を展開しており、当社と連結子会社 27 社により構成されております。

昨今のインターネット・テクノロジーの進化を通じて個人も法人も誰もがブランドを築き、グローバルにビジネスを展開出来る世の中になってきていると考えております。一方で、まだ国や業界を跨ぐと情報の非対称性や、サプライチェーンの複雑さ、地理的・文化的な制約などが存在しております。当社グループはデータやテクノロジーを活用し、クライアントやパートナーにとってのビジネスインフラとなることで、より簡単にビジネスを行える世界の実現を目指しております。当社グループはインターネット関連事業の単一セグメントであります。ブランドコマース、パートナーグロースの2つの領域にてソリューションを展開しております。

当社グループは創業当初よりアジア市場に注力しており、2023年12月期における地域別売上収益比率は日本が46.7%、東南アジアが36.2%、その他地域（インド・中華圏等）が17.1%と想定しております。当社グループが事業運営を行うデジタルマーケティング市場及びインフルエンサーマーケティング市場、EC市場規模は日本及びアジア各国におけるスマートフォンやインターネットの普及、市場参加者の増加、SNSによる情報流通量の増加等を背景に安定成長が見込まれております。2022年12月にS&P Global Market Intelligence 発表の「Global Advertising Expenditure Forecast」によると、アジア地域のデジタルマーケティング市場規模は2022年の1,685億米ドルから2025年には2,143億米ドルに、グローバルでのデジタルマーケティング市場規模は2022年の5,135億ドルから2025年には6,524億ドルに成長すると推計されております。グローバルにおけるインフルエンサーマーケティング市場規模は、Influencer Marketing Hub 発表の「The State of Influencer Marketing 2023」によると、2022年の164億米ドルから2023年に211億米ドルに成長すると見込まれております。また、グローバルにおけるEC市場規模は2022年7月にeMarketerより発表された「Worldwide Ecommerce Forecast Update 2022」によると、2022年の5兆7,166億米ドルから2025年には7兆5,278億米ドルに成長すると推計されております。当社グループが事業運営を行うパートナーグロース領域はディスプレイ広告市場及びビデオ（動画）広告市場の動向に影響を受けると想定しており、対象市場はS&P Global Market Intelligence 発表の「Global Advertising Expenditure Forecast」によると、2022年にグローバル全体で934億ドルの市場規模（ディスプレイ広告市場と動画広告市場の合計）を有しており、2025年には1,165億ドルまで成長すると見込まれております。

このような市場環境の下、2021年12月期においては、新型コロナウイルスの影響により世界経済に不透明感が続きましたが、営業体制とプロダクトの強化を行うと共に、新規事業領域であるD2Cプラットフォームの事業推進を積極的に行ったことにより全地域において新規顧客獲得が進みました。その結果2021年12月期の売上収益は19,252百万円（前期比73.8%増）、売上総利益は6,272百万円（前期比62.5%増）となりました。背景として当社のブランドコマース領域におけるAnyTag、AnyShop、AnyLogi等で新規顧客獲得が続いたこと、グローバルにてパートナーグロース領域における新規パブリッシャー（注1）開拓が進んだことによるものです。新規事業領域の強化、エンジニアの人件費等に対する先行投資を行ったため営業損失は213百万円となりました。また税引前損失は538百万円、親会社の所有者に帰属する当期損失は809百万円となっております。金融収益・費用としては、IFRSにおいて負債に分類される発行済みの優先株式について時価評価による損失を計上した影響（優先株式が負債と定義されるため、株式価値の増価が起こった場合に負債金額の増加となり金融費用の計上が必要となる）がございました。なお、当社の発

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社グループの判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

行した優先株式はすべて 2021 年 7 月 26 日付で自己株式として取得し対価として普通株式の交付を行っており、現時点で優先株式は存在しないため 2022 年 12 月期以降にて優先株式の時価評価等に関わる損益の計上は発生致しません。

2022 年 12 月期は全拠点にてブランドコマース領域及びパートナーグロース領域の顧客開拓が続いた他、AnyX (EC マネジメントプラットフォーム) 及び AnyChat (会話型コマースプラットフォーム) 等、D2C 関連の新規ソリューションの継続的な投下を行いました。また、各プロダクト間でのクロスセルを行うことにより各顧客との関係を深化させ、顧客の事業成長と共に当社グループも成長を続けております。これにより 2022 年 12 月期の売上収益は 24,790 百万円 (前期比 28.8%増)、売上総利益は 9,291 百万円 (前期比 48.1%増) と想定しております。2022 年 12 月期はクリエイターグロースにおいて売上収益の計上が一部総額計上から純額計上に変更となる影響があり、売上収益の前期比成長率が売上総利益と比較して小さくなっております。営業損益については通期で 30 百万円の営業利益を見込んでおります。

2023 年 12 月期においても同様に市場成長を背景に新規顧客開拓が続くと見込まれており、グローバル各拠点での法人向けの D2C/EC 領域でのサービス展開の強化、インフルエンサーマーケティング収益の拡大、新規パブリッシャー開拓が続いていくと想定しております。これにより 2023 年 12 月期の売上収益は 32,744 百万円 (前期比 32.1%増)、売上総利益は 12,090 百万円 (前期比 30.1%増)、営業利益は 309 百万円 (前期比 916.1%増) に増加すると見込んでおります。

注 1. パブリッシャーとはウェブメディア、モバイルアプリ等の運営事業者

2. 業績予想の前提条件

(1) 売上収益

当社グループはインターネット関連事業の単一セグメントであります。ブランドコマース、パートナーグロースの 2 つの領域にてソリューションを展開しております。ブランドコマース領域はマーケティングプラットフォームと D2C プラットフォームに分類しております。

(ブランドコマース領域)

① マーケティングプラットフォーム

マーケティングプラットフォームについてはインフルエンサーマーケティング「AnyTag」及びデジタルマーケティング「AnyDigital」を提供しており、顧客のマーケティング活動を支援しております。AnyTag 及び AnyDigital の売上収益の計画数値については、2023 年 12 月期に新規獲得を見込む潜在顧客を各国にて想定し、前期売上収益に対する成長率を設定して作成しております。各月の売上収益の設定に当たってはマーケティング市場に関する季節性を考慮しており、日本国外において 12 月の年度末に広告宣伝費が使用される傾向があること、第 4 四半期 (10~12 月) にクリスマス等のイベントが多いことから、当社グループの売上収益も第 4 四半期がハイシーズンにあたり高い成長を見込んでおります。また、顧客からの需要が強く人員数と 1 人当たり収益が重要な構成要素となるため、当事業における採用・人員計画と 1 人当たり売上総利益を 2022 年 12 月期の実績を勘案して計画を策定しております。

2023 年 12 月期のマーケティングプラットフォーム売上収益はインフルエンサーマーケティング「AnyTag」を中心に成長し、前期比 30.3%増の 17,088 百万円を見込んでおります。2023 年 12 月期のマーケティングプラットフォーム売上収益のプロダクト内訳は AnyTag にて 11,321 百万円 (マーケティングプラットフォーム全体売上収益の 66.3%)、AnyDigital にて 5,767 百万円 (同全体売上収益の 33.7%) を見込んでおります。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧ください。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933 年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社グループの判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

AnyTag は 2023 年 12 月期において前期比 33.3%の売上収益成長を見込んでおり、顧客からの強い需要に応えるため従業員数の増員を計画しております。AnyTag プラットフォームとしての優位性とインフルエンサーとの強固なネットワークを活用し、日本、東南アジア、中華圏、インド・中東と全地域で成長を見込んでおります。また、AnyTag の地域別での売上収益内訳は、2022 年 12 月期で日本 45.3%、東南アジア 41.6%、その他（中華圏及びインド中東）13.1%となっております。

デジタルマーケティングは新型コロナウイルス感染症の影響を受けやすいソリューションであり、2023 年 12 月期は市場環境の回復も見込み前期比 24.7%の売上収益成長を見込んでおります。当社グループの有するパブリッシャーネットワークの活用、複数国を対象とするリージョナルマーケティング、モバイルマーケティングを支援する POKKT ソリューションの拡大等による安定した成長が可能であると想定しております。AnyDigital の地域別の売上収益内訳は、2022 年 12 月期において日本 4.1%、東南アジア 60.7%、その他 35.2%となっております。

② D2C プラットフォーム

D2C プラットフォームにおいては生産管理支援「AnyFactory」、EC サイト構築・運営支援「AnyShop」、複数販売チャンネルを一元管理・運営するための EC マネジメント支援「AnyX」、会話型コマース支援「AnyChat」、物流在庫管理支援「AnyLogi」等のソリューションを提供しております。これらは単体ソリューションとしても提供しておりますが、クリエイターの D2C ブランド構築支援、法人向けに EC 及び D2C 総合支援等、一気通貫での支援を行っております。クリエイター向け D2C ブランドについてはブランド毎の積み上げで予算を策定しており、当社グループが運用する既存ブランドと新規取扱ブランドに区分し設定しております。既存取扱ブランドについては前期の売上収益実績を基に、各ブランドの新製品発売予定時期及び売上向上施策などを踏まえて、ブランド毎の月別売上収益を設定しております。2022 年 12 月末時点で当社グループが運用する既存ブランドは 33 ブランドであり、2023 年 12 月期も既存ブランドとの取引が継続するという前提で売上収益予算を策定しております。また、法人向け D2C 支援における 2023 年 12 月期売上収益は 2022 年 12 月末で既に取引を開始している既存 90 ブランド及び新規獲得を見込む案件を売上収益予算に含めております。以上により 2023 年 12 月期 D2C プラットフォームの売上は、4,111 百万円（前期比 41.8%増）を見込んでおります。

(パートナーグロース領域)

パートナーグロース領域においてはウェブメディア運営事業者やモバイルアプリ運営事業者向けにソリューションを提供するパブリッシャーグロース「AnyManager」、YouTuber や TikToker 等のクリエイターを支援するクリエイターグロース「AnyCreator」がございます。AnyManager についてはパブリッシャーの運営するメディアの UX 改善の支援機能も提供しておりますが、当社グループにとっての収益化の中心はパブリッシャーの広告収益の売上シェア（事前に定めた比率に応じて売上収益をパブリッシャーと当社で分配する契約のこと）によるものとなります。2022 年 12 月末時点で契約関係にある既存パブリッシャー1,383 社（AnyManger に接続する事業者）に加え、2023 年 12 月期に各国において想定する新規獲得収益を集計し全体の売上収益予想を作成しております。また、各市場における季節性（マーケティング市場における季節性）に合わせて月次売上収益予算を設定しております。AnyCreator については、YouTube 等の動画プラットフォーム上での広告収益と、クリエイターとブランド主をタイアップすることによる収益が中心となっております。2022 年 12 月期の予算については、1,300 チャンネルを超える既存の契約クリエイターに加えて各国におけるクリエイターの新規獲得数を前提に YouTube 上での広告収益を計画しております。タイアップ売上収益については 2022 年 12 月期における広告収益予算に対するタイアップ収益比率の実績に基づいて、2023 年 12 月期のタイアップ収益を計算しております。2023 年 12 月期のパートナーグロース領域

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933 年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社グループの判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

の売上収益は11,461百万円（前期比33.1%増加）の成長となる見込みです。

（2）売上原価、売上総利益

当社グループの売上原価は、主に顧客企業へのサービス提供に伴い発生するインフルエンサー及びメディアへの支払報酬、D2Cブランドに関わる製品原価等になります。売上総利益の2023年12月期の予想数値はマーケティングプラットフォームでは35.9%の売上総利益率、D2Cプラットフォームでは56.4%の売上総利益率を想定しております。パートナーグロース領域においては31.0%の売上総利益率を設定しており、その結果、2023年12月期の売上総利益は12,090百万円（前期比30.1%増）を見込んでおります。グループ全体での売上総利益率は2023年12月期は前年同水準の36.9%となる見込みです。

（3）販売費および一般管理費、営業利益

販売費及び一般管理費としては、主として人件費、減価償却費、支払手数料、業務委託費等で構成されており、販管費全体に占める比率は2023年12月期予想では人件費58.4%、減価償却費7.2%、支払手数料9.1%、業務委託費用6.6%となっております。

人件費は役員報酬に従業員給与、賞与、法定福利費及び株式報酬費用を加算したものであります。給与については、人員計画に基づく2023年12月期中の計画人員数に2022年12月期の平均人件費単価から昇給を見込んだ人件費単価を乗じて算定しており、2023年12月期で6,881百万円（前期比25.3%増）を見込んでおります。減価償却費の計画数値は2022年期中に保有する使用権資産、有形固定資産及び無形固定資産と新たに取得する資産の償却計画に基づいて償却費用を算出しており、2023年12月期に842百万円と推定しております。支払手数料についてはクラウドサービス等の利用料であり、業務委託費は監査報酬を含み弁護士や会計士・税理士等の専門家に対して支払う報酬を個別案件の見積額を積み上げて算定しており、それぞれ1,072百万円、779百万円と見込んでおります。

上記の結果、2023年12月期の営業利益は309百万円（前期30百万円）を見込んでおります。

（4）金融収益、金融費用、親会社の所有者に帰属する当期損失

金融収益の内容は預金等からの受取利息及び為替差益であり現時点で計画として見込んでいる項目はありません。金融費用はリース負債等から生じる支払利息と、グループ内債権債務に関する為替差損益が主要な項目となります。2023年12月期の計画として、利息費用については31百万円を想定しております。また、2021年12月期までは優先株式の評価損益が発生していましたが2021年12月期に全ての優先株式について普通株式に転換を行っているため2022年12月期以降に同様の評価損益が発生する予定はありません。

当社グループの為替差損益は、当社グループが各国関係会社において有する現地通貨又は米国ドルでのグループ内債権債務に関連して発生しております。2022年12月期においては323百万円の為替差益を計上しておりますが、主要な要因として当社がシンガポール子会社に対して有していた日本円建ての貸付金について、日本円が現地通貨に対して減価（シンガポール子会社にとっての債務額が減少）したことによる為替差益、また、その他関係会社が有する米ドル建の債権債務について各国の現地通貨が米ドルに対して減価（現地通貨ベースでの債務金額が増加）したことによる為替差損が要因となっております。2023年12月期においては関係会社間の債権債務に関連する為替差損益が発生しない前提で業績予想を作成しております。

法人所得税費用については、事業運営により利益が発生する見込みの一部法人（AnyMind Group Pte. Ltd. 等）において発生する見込みの法人税等により構成されており2023年12月期は147百万円（前期81百万円）の法人所得税費用を見込んでおります。以上の結果、2023年12月期の親会社の所有者に帰属する当期利益は84百万円（前期239百万円）と見込んでおります。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社グループの判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている業績予想等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、実際の業績は様々な要因によって異なる場合がございます。

以 上

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社グループの判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。