

2022年2月22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)
 問合せ先 取締役 CFO 大川 敬三
 (TEL 03-6384-5490)

2022年12月期の業績予想について

2022年12月期(2022年1月1日から2022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	2022年12月期 (予想)		2021年12月期 (実績見込み)		2020年12月期 (実績)		
		対売上 高比率	対前期 増減率	対売上 高比率	対売上 高比率	対売上 高比率		
売上高		23,783	100.0	23.5	19,262	100.0	11,080	100.0
売上総利益		8,749	36.8	39.2	6,284	32.6	3,860	34.8
営業損失(△)		△253	-	-	△210	-	△524	-
税引前損失(△)					△534	-	△1,045	-
親会社株主に帰属する 当期純損失(△)			-		△855	-	△1,151	-
1株当たり当期 純損失(△)					21円21銭		36円87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、当社の収益基盤に対して発生し得る為替差損益の影響が極めて大きいことから、連結業績予想について営業損益までの発表とさせていただきます。2022年12月期の税引前損益、当期純損益、1株当たり当期純損益に関する前提は次頁以降をご参照下さい。
2. 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、2020年12月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益を算出しております。
3. 2020年12月期(実績)及び2021年12月期(実績見込み)の1株当たり当期純利益は、期中平均発行済株式数により算出しております。なお、当社は、基準日(2021年12月31日)を超えての新株式発行となることから、2021年12月期(実績見込み)において、発行済株式総数の増加は見込んでおりません。

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。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の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、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。

【2022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するテクノロジーカンパニーです。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、2021年12月期における地域別売上収益比率は日本が43%、東南アジアが41%、その他地域（インド・中華圏等）が16%となっております。当社グループが事業運営を行う市場は安定成長が見込まれており、アジア地域のデジタルマーケティング市場規模は、S&P Global Market Intelligenceによると、2020年の1,080億米ドルから2025年には2,007億米ドルに成長すると推計されており、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によると、2020年の97億米ドルから2021年に138億米ドルに急成長した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eMarketerの「Global Ecommerce Forecast 2021」によると、2020年の4兆2,127億米ドルから2025年には7兆3,851億米ドルに成長すると推計されております。

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19,262百万円（前期比73.8%増）、売上総利益は6,284百万円（前期比62.8%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、AnyFactory、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210百万円となりました。また税引前損失は534百万円、親会社の所有者に帰属する当期損失は855百万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がございました。なお、当社の発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月期においては引き続き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くことが見込まれる他、AnyChat（チャットコマースの支援プロダクト）等のブランドコマース領域での新規ソリューションの継続的な投下を行う予定です。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ることを目指しております。これにより2022年12月期の売上高は23,783百万円（前期比23.5%増）、売上総利益は8,749百万円（前期比39.2%増）と増加すると見込んでおります。引き続きエンジニア及び営業人員への先

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。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の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、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。

行投資を行うため営業損失は253百万円を見込んでおります。また当社グループは継続的な売上収益の成長を見込むこと、また第4四半期に収益が偏る事業上の季節性があることから、2022年12月期売上収益において各四半期の計画は、第1四半期(1-3月)4,655百万円、第2四半期(4-6月)5,553百万円、第3四半期(7-9月)6,208百万円、第4四半期(10-12月)7,365百万円と下期偏重の計画となっております。2022年12月期第1四半期については上記売上収益に加え、売上総利益1,689百万円、営業損失298百万円を見込んでおります。

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) 売上高

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、2022年12月期に新規獲得を見込む潜在顧客を各国にて集計し、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、海外において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(10~12月)がハイシーズンであ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一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・人員計画と一人当たり売上総利益を2021年12月期の実績を勘案して計画を策定しております。

2021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71.6%増の9,523百万円となり、2022年12月期は前期比30.2%増の12,397百万円を見込んでおります。2022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7,471百万円(マーケティングプラットフォーム全体売上収益の60.3%)、AnyDigitalにて4,926百万円(同全体売上収益の39.7%)を見込んでおります。

AnyTagは2022年12月期において前期比42.6%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も2021年12月から2022年12月で、238名から342名(前年同月比43.7%増加)に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、2022年12月期のAnyTag売上収益において、地域別では日本48.0%、東南アジア40.0%、その他(中華圏及びインド中東)12.0%の収益貢献を見込んでおります。

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、2022年12月期も引き続き同感染症の影響が強く残ることを想定し、前期比15.0%の売上収益成長を見込んでおります。一方、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り安定した成長が可能であると想定しております。AnyDigitalの2022年12月期の全体売上収益において、地域別で

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。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の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、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。

は日本 6.0%、東南アジア 64.5%、その他 29.6%の収益貢献を想定しております。

②D2C 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」、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 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。新規取扱予定のブランドについて、2021 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 24 ブランドですが、2022 年 12 月期も 2021 年 12 月期と同程度新規ブランド開拓が進むとする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 2022 年 12 月期売上収益は 2021 年 12 月末で既に取引を開始している既存 41 ブランド及び既に口頭合意を得ており受注確度が高いと見込まれる案件を売上高予算に含めております。以上により 2022 年 12 月期 D2C プラットフォームの売上は、3,245 百万円（前期比 109.1%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。2021 年 12 月末時点で契約関係にある既存パブリッシャー 1,244 社（AnyManger に接続する事業者）に加え、2022 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、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、1,400 チャンネルを超える既存の契約クリエイターに加え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 2021 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、2022 年 12 月期のタイアップ収益を計算しております。

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契約において総額計上から純額計上に変更となる影響があり、パートナーグロース領域の売上収益は 8,064 百万円（前期比 0.1%増加）と前期比同水準の計画となっておりますが、計上基準変更の影響が出ない売上総利益は 2,426 百万円と前期比で 35.4%増の成長となる計画です。

(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。売上総利益の予想数値は 2021 年 12 月期の実績と同等にマーケティングプラットフォームでは 36.5%の売上総利益率、D2C プラットフォームでは 50%超の売上総利益率を設定しております。パートナーグロース領域においては 30.1%の売上総利益率を設定しており、その結果、2022 年 12 月期の売上総利益は 8,749 百万円（前期比 39.2%増）を見込んでおります。売上総利益率については 2021 年 12 月期が 32.6%でしたが、クリエイターグロースにおいてクリエイターとの契約体系（売上収益が総額計上から純額計上に変更となる）を変更したこと、D2C プラットフ

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。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の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、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。

ホームなど売上総利益率が高い収益の比率が高まることから2022年12月期においては36.8%に上昇する見込みです。

(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2022年12月期予算では人件費59.8%、減価償却費9.5%、支払手数料7.6%、業務委託費用5.8%となっております。

人件費は役員報酬に従業員給与、賞与及び法定福利費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2022年12月期中の計画人員数に2021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、2022年12月期で5,382百万円（前期比45.5%増）を見込んでおります。減価償却費の計画数値は2021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、2022年12月期に852百万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687百万円、523百万円と見込んでおります。

上記の結果、2022年12月期の営業損失は253百万円（前期210百万円）を見込んでおります。前期より営業損失が拡大しているのは中長期の事業成長を実現するために、エンジニア採用と営業組織強化のための人材投資を積極的に行うことを予定しているためであり、2022年12月末時点でのフルタイム従業員の人員は最大1,475名（前期末比43.6%増）を見込んでおります。

(4) 金融収益、金融費用、当期純利益

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から生じる支払利息と、為替差損が主要な項目となります。2022年12月期の計画として為替差損は組み込んでおりませんが、支払利息については29百万円（前期33百万円）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感応度について2019年12月期及び2020年12月期にて、機能通貨が米ドルに対して10%増価した場合に、連結損益計算書の税引前利益に与える影響は以下のとおりであります。ただし、計算に使用した通貨以外の通貨は変動しない及びその他の変動要因は一定であることを前提としております。

機能通貨	(単位：千円)	
	前連結会計年度 (自 2019年1月1日 至 2019年12月31日)	当連結会計年度 (自 2020年1月1日 至 2020年12月31日)
シンガポールドル	△244,338	△427,901
日本円	△39,598	△726,960
タイバーツ	△87,722	△90,873
香港ドル	△43,223	△59,456

注1. 各機能通貨が10%減価した場合は、上記の表と同額で反対の影響があります。

法人税については当社及びENGAWA株式会社における外形標準課税と、利益が発生する見込みの一部法人（株式会社フォーエム、GROVE株式会社、AdAsia Media Vietnam Company Limited等）での法人税により構成されており、為替差益による影響がない前提で2022年12月期は234百万円（前期301万円）の法人

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。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の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、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。

税を見込んでおります。

当社グループは世界 13 ヶ国・地域で法人を有しているため、まずは米国ドル建てで業績予想を作成し、それに日本円に換算しております。なお、為替レートについては 1 米国ドル 111.27 円を想定しています。

【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）をご覧ください。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の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、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。