AnyMind™

2026年12月期

第3四半期 決算説明資料

AnyMind Group株式会社
証券コード：5027
2026年11月13日

第3四半期サマリー：法人ブランド支援の高成長と生産性改善により増収増益

2026年12月期 第3四半期総括

- **売上・売上総利益**
  - **売上収益はYoY+43%の214億円、売上総利益はYoY+38%の78億円といずれも過去最高**を更新。Q3単体計画に対して、概ね想定通りの着地
  - 売上・売上総利益全体の約8割を占める**法人ブランド支援事業が成長を牽引**
  - タレントマネジメント領域の好調により、クリエイター支援事業は引き続き期初予想を上回る
- **販売管理費**
  - 増員抑制により**従業員数は概ね横ばい**で推移し、販管費の約半分を占める人件費は前四半期比で微減
  - 法人EC支援の伸長に伴いIT関連費用は増加するも、販管費全体では売上総利益の成長率を下回る水準にコントロール
- **営業利益**
  - 特殊要因の一巡および生産性の向上により、**営業利益はYoY+71%と大幅増益**

2026年12月期 業績予想／今後の見込み

- Q1およびQ2が想定を上回ったことで、Q3累計実績は計画を上回って進捗。通期業績における利益の比重が大きいQ4の重要性を踏まえ、通期業績予想（売上収益791億円 +38%、売上総利益303億円 +38%、営業利益30.6億円 +70%）は据え置き
- 法人ブランド支援の事業拡大と、生成AIを活用した生産性向上および業務効率化の進展により、人員拡大を抑制しながら2027年度の中期目標達成に向けて前進

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

2026年12月期第3四半期ハイライト

	売上収益	売上総利益	営業利益	調整後EBITDA (2)
業績	214億円 前年同期比 +43%(1)	78億円 前年同期比 +38%(1)	886百万円 前年同期比 +71%	1,536百万円 前年同期比 +39%

事業別ハイライト

	法人ブランド支援	パブリッシャー支援	クリエイター支援
売上総利益構成比	81%	10%	8%
売上収益	前年同期比 +61%	前年同期比 ▲11%	前年同期比 +3%
売上総利益	前年同期比 +50%	前年同期比 ▲6%	前年同期比 +13%
	• 日本・東南アジアで法人向けEC支援が高成長を継続 • マーケティング事業は、日本・中華圏が全体を牽引し20%超の成長を継続	ウェブメディアの広告収益環境が軟調に推移	タレントマネジメント領域の進展により成長を実現

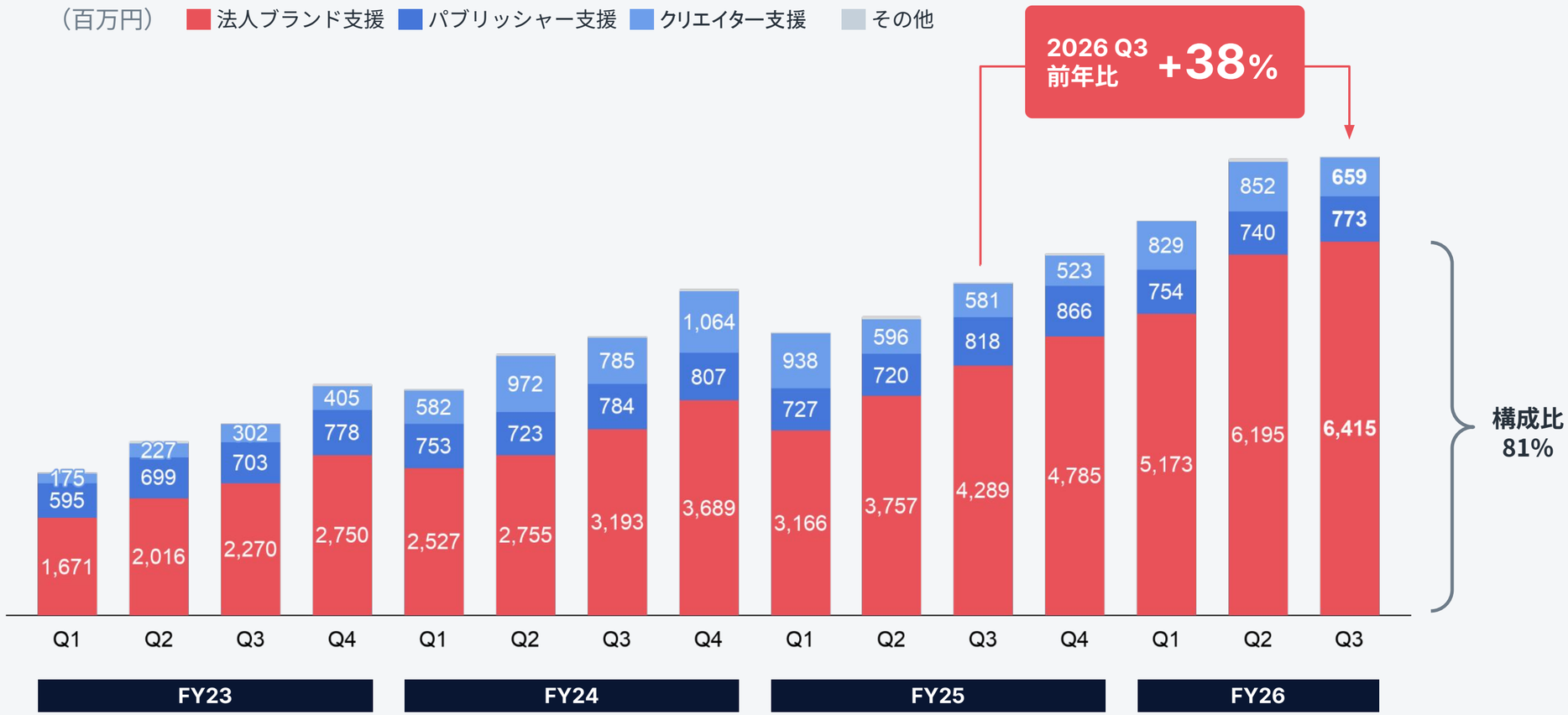
(1) 2026年第3四半期 前年比成長率（為替影響を除く）：売上収益+40%、売上総利益+35%
(2) 調整後EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋株式報酬費用

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

法人ブランド支援が成長を牽引

全社売上総利益の約8割を占める主力の法人ブランド支援事業（マーケティング事業およびD2C/EC事業）は、前年比+50%と全社の高成長を牽引し、グループ全体でも同+38%と大きく伸長しております。

事業別売上総利益推移



前年比成長率

クリエイター支援

YoY +13%

パブリッシャー支援

YoY ▲6%

法人ブランド支援

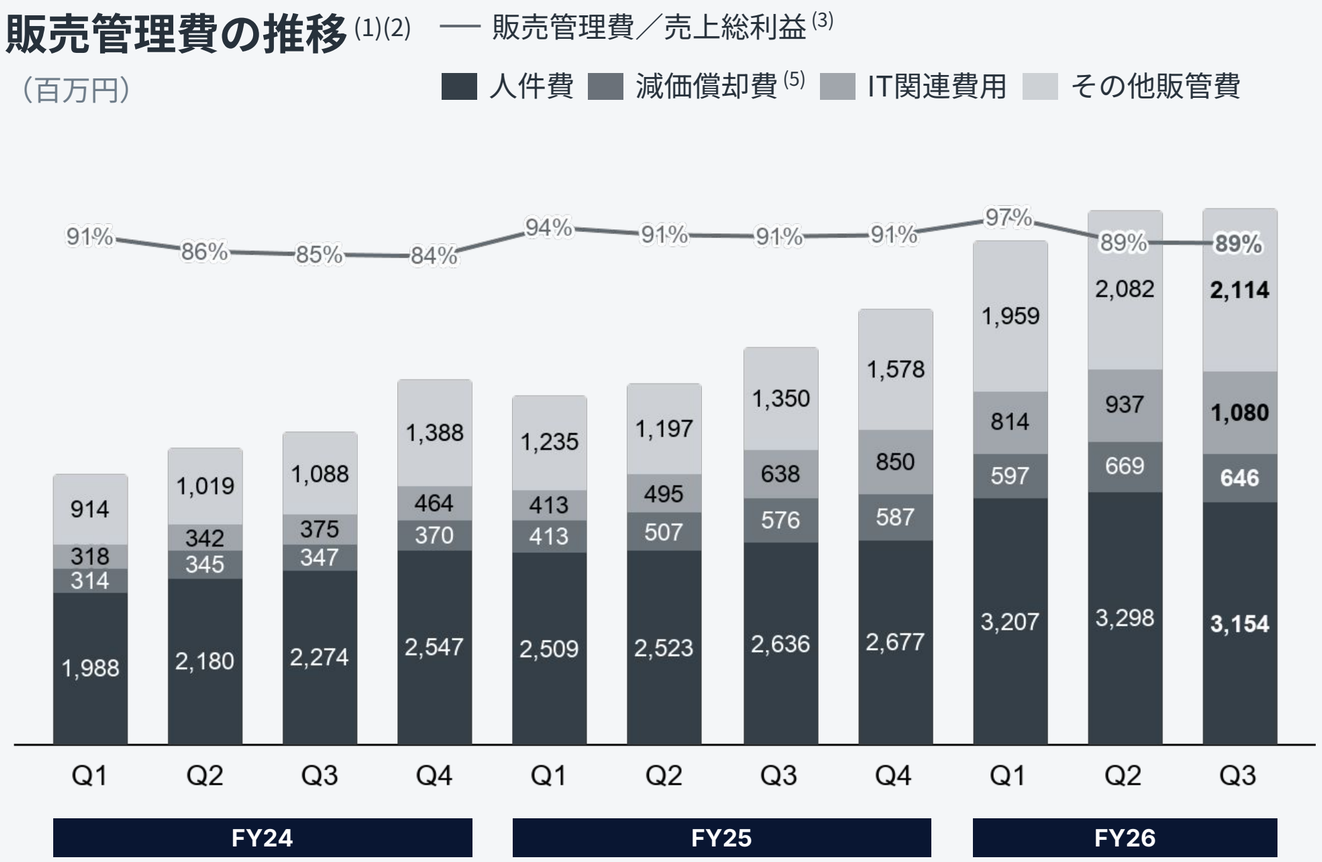
YoY +50%

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

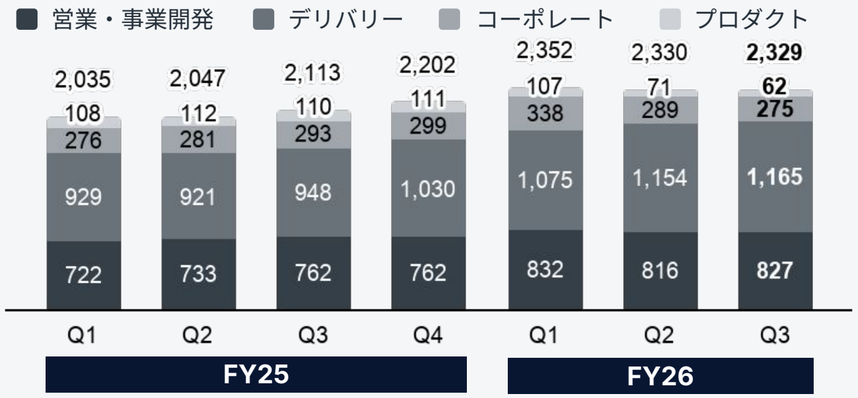
生産性改善の進展と販売管理費の最適化

2026年度Q3はトップラインの成長を継続しつつ、採用の適切なコントロールにより従業員数は概ね横ばいとなりました。継続的な生産性改善により、従業員1人当たり月間売上総利益は前年同期比+21%と伸長しており、販管費／売上総利益比率も前年同期を下回る水準で推移しています。

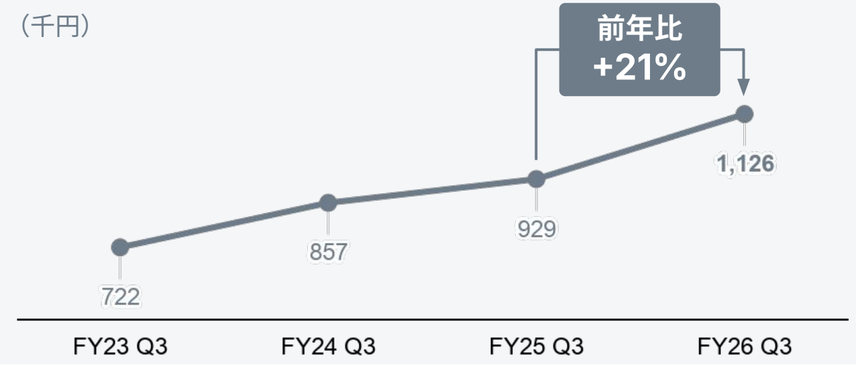
販売管理費の推移 (1)(2)



従業員数の推移 (4)(6)



Q3従業員当たり月間売上総利益

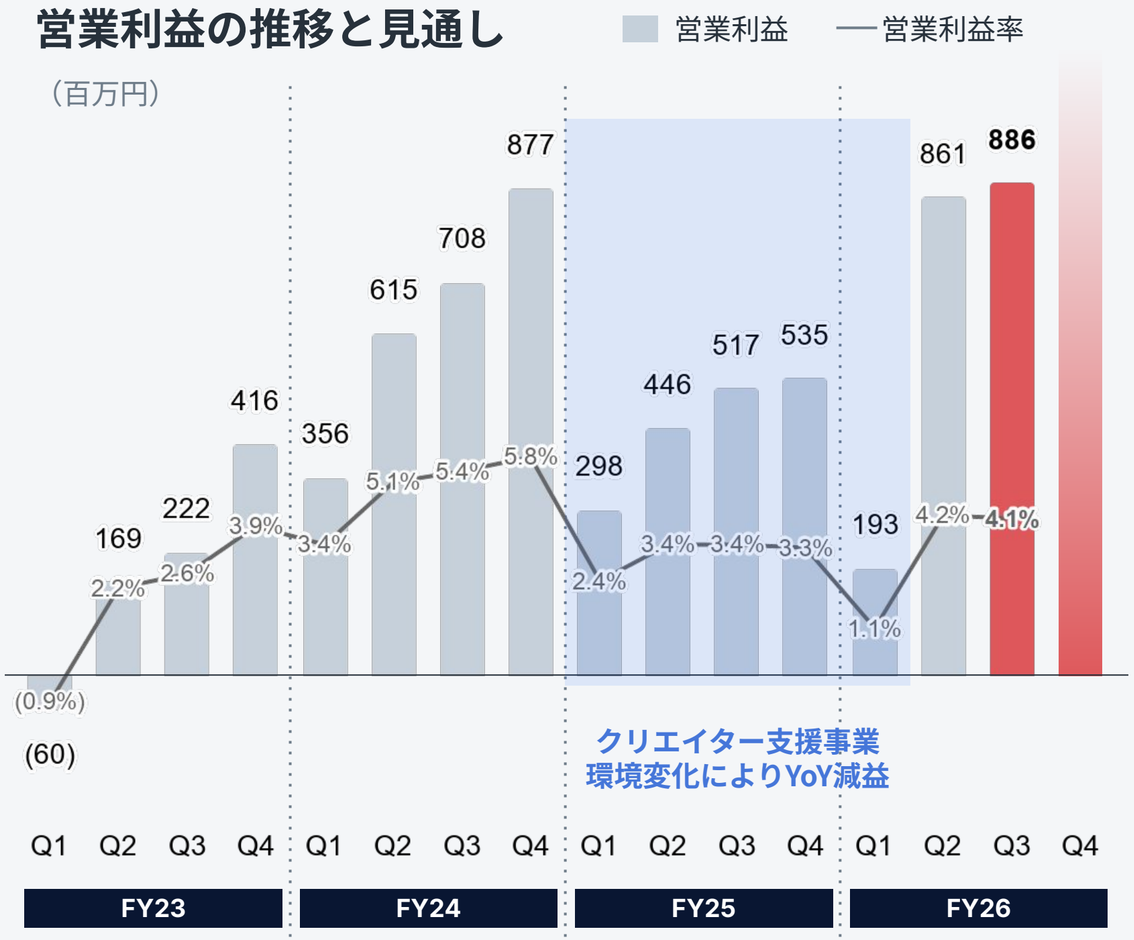


(1) 人件費に株式報酬費用を含む
(2) その他販管費に「営業債権及びその他の債権に対する貸倒引当金」を含む
(3) 分母：売上総利益 + (その他収益 - その他費用)
(4) 常勤役員を含む
(5) FY2026 Q2の減価償却費には、直近4件のM&Aに係るPPA完了に伴い、各買収完了時からFY2026 Q1末までの無形資産償却費36百万円を一括計上した影響を含む
(6) FY2026 Q2より従業員区分の定義を見直し、営業・事業開発およびコーポレートの一部をデリバリーに区分変更（FY2026 Q1以前は遡及修正せず）

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

継続的な収益性改善に向けた進捗

前四半期に引き続き事業成長と生産性の改善により、営業利益は前年同期比増益で推移しております。



営業利益の概要：

- クリエイター支援事業の環境変化や国内オフィス増床による固定費増といった特殊要因はQ1で概ね一巡し、Q2より前年同期比での増益基調へ回帰
- Q2のタレントマネジメント領域における一時収益が収束するも、事業成長と販管費コントロールにより、Q3の営業利益は微増で着地。Q4にて利益が拡大する季節性を背景に、通期計画に対し順調に進捗
- 社内AI活用とグローバルでの業務プロセス標準化はさらに進展しており、人件費は微減で推移

当期利益の概要：

- Q3の親会社の所有者に帰属する当期利益は6.0億円となり、営業利益の成長を背景に、前年同期の2.6億円から大幅に改善

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

AIによる収益貢献：AIプロダクトを起点とした新規獲得と継続的な取引拡大

AIを活用した新しいプロダクト



AnyLive™

AIライバーによる
多言語・24時間配信

【AI活用の独自広告配信基盤】



【AI活用の動画自動生成】



AIプロダクトの
初期導入

- TikTok Shop等の
  EC支援の新規獲得
- 複数ECマーケット
  プレイスへの展開
- 複数国への展開
- 他ブランドへの展開

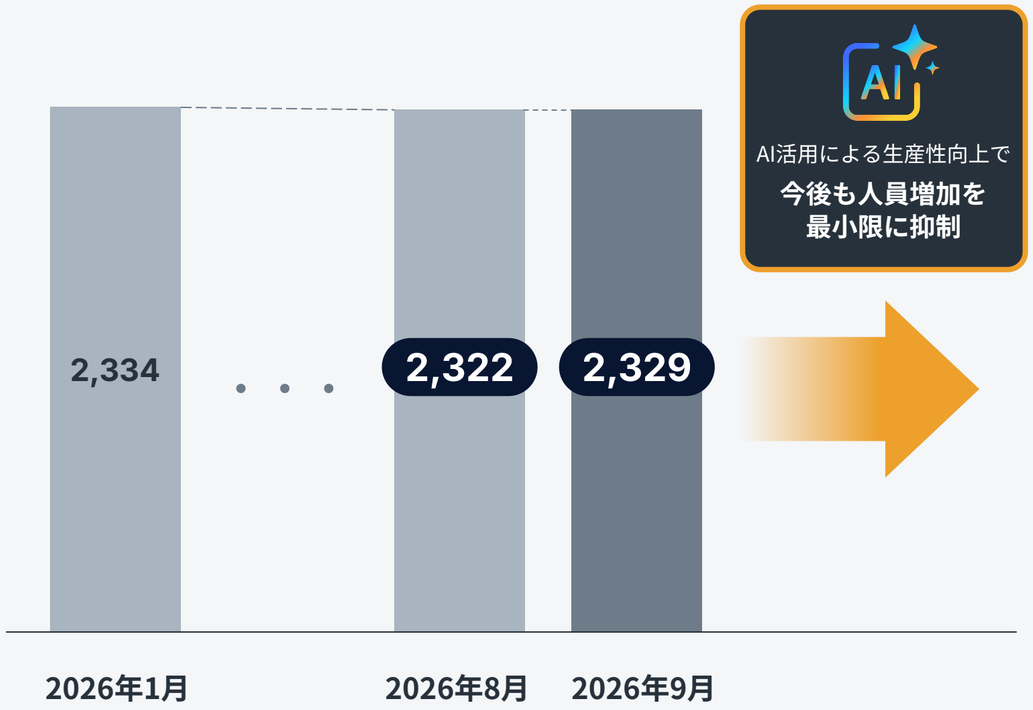
GMV連動モデル（レベニューシェア）
で顧客の成長と共に収益拡大

- AnyLive等のAIを組み込んだ新しいプロダクトにより新規顧客接点を獲得（中国杭州等のAI開発拠点での継続的なソリューション開発）
- プラットフォーム・国・ブランドを跨ぐ展開へと波及させ、顧客内GMVを拡大

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

AIによる生産性改善：生産性改善による人員・販管費の増加抑制

従業員数の推移と今後の見込み



2026年度における人員数は概ね横ばい程度で推移する見込み

販売管理費の構造

（百万円）



- 人件費や業務委託費など、人員数に連動するコストが販管費全体の半数以上を占める

➡ **人員数の抑制が、販管費の抑制に大きく寄与**

- IT関連費用はEC手数料を含み、D2C/EC事業の法人向け領域の成長に連動して今後も増加見込み

これまで

トップラインの成長に伴い人員数も増加するため、利益率が大きく改善しない

これから

AIエージェント等による業務の自動化・効率化により人員増加が抑制されるため、利益率が改善可能

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

AIによる生産性改善：各事業領域におけるAI活用の実践

コスト削減 × **時間短縮** × **業務代替**

【クリエイターD2C】

クリエイティブ制作費用の削減



- AIによる画像生成やレタッチを組織全体に導入し、新作ごとの撮影費用を約98%削減
- 従来は数ヶ月・数百万円規模を要していたブランド映像を内製化し、約72時間で制作

【パブリッシャー支援】

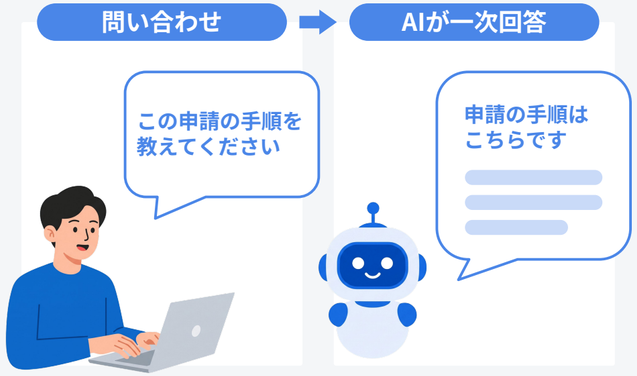
広告クリエイティブ制作の効率化



- 対象サービスのURLを入力するだけで広告バナーを生成し、制作時間を最大91%短縮
- 制作に時間を要していた体験型広告を数分で自動生成し、制作工程とリードタイムを削減

【プロダクト開発】

社内問い合わせ対応の自動化



- AIチャットボットが社内問い合わせの76%を自動解決し、専門部署の対応工数を削減
- 事業担当者がAIでデータ抽出や技術調査を実施し、エンジニアの開発リソースを確保

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

CONTENTS

01 2026年12月期第3四半期業績

02 事業別の状況

03 カンパニーハイライト

04 Appendix

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

01

2026年12月期第3四半期業績

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

2026年12月期第3四半期 連結業績サマリー

法人ブランド支援事業の好調と1月取得の3社の連結貢献により、前年同期比で売上収益43%増（オーガニック28%増）、売上総利益38%増（同22%増）、営業利益71%増（同33%増）、当期利益129%増の増収増益を達成しました。当社事業はQ4に利益が拡大する季節性を有しており、第3四半期累計の業績は通期計画に対して順調に進捗しております。

（百万円）	実績 (1)		
	2025年Q3	2026年Q3	前年同期比
売上収益	15,008	**21,487**	**+43.2%**
売上総利益	5,713	**7,873**	**+37.8%**
営業利益	517	**886**	**+71.3%**
親会社の所有者に帰属する当期利益	264	**605**	**+129.4%**
調整後EBITDA (2)	1,101	**1,536**	**+39.5%**
調整後当期利益 (3)	240	**572**	**+138.1%**

(1) 2026年第3四半期 前年比成長率（為替影響を除く）：売上収益+40%、売上総利益+35%
(2) 調整後EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋株式報酬費用
(3) 調整後当期利益＝親会社の所有者に帰属する当期利益＋株式報酬費用±未実現の為替差損益

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

通期業績予想に対する進捗率

第3四半期累計の売上収益、売上総利益、および各段階利益は、期初の業績予想を上回るペースで進捗しております。営業利益の進捗率について、前年度は第1四半期にクリエイター支援事業における一時収益の寄与があり高水準でしたが、今期は例年の季節性に沿った進捗ペースとなっております。

（百万円）	2026年Q3 累計実績	2026年通期 業績予想	今期進捗率	前期進捗率 （前年Q3累計実績）	2026年Q3 業績予想に対する 進捗状況
売上収益	59,696	79,110	**75%**	71%	予想を上回るペースで進捗
売上総利益	22,468	30,350	**74%**	72%	
営業利益	1,941	3,060	**63%**	70%	予想を上回るペースで進捗 （前期は特殊要因により高い進捗）
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,101	1,630	**68%**	46%	予想を上回るペースで進捗

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

（参考）2026年12月期 通期業績予想：成長加速と収益性改善による利益成長の継続

（百万円）	2025年実績	2026年予想	前期比
売上収益	**57,300**	**79,110**	**+38.1%**
売上総利益	**21,932**	**30,350**	**+38.4%**
売上総利益率	38.3%	38.4%	
営業利益	**1,798**	**3,060**	**+70.1%**
営業利益率	3.1%	3.9%	
純利益	**927**	**1,630**	**+75.8%**
純利益率	1.6%	2.1%	

- 当社の重要指標である売上総利益は前年比38%成長を想定
  - 2026年1月に行った3件のM&Aを含む
  - M&A影響を除くオーガニック成長率：売上収益 +23%、売上総利益 +22%、営業利益 +26%
- 営業利益は前年比70%増加を想定
- 1株当たり配当予想は前期同様、期末2.0円

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

（参考）2026年12月期 通期業績予想：予想の前提

	想定業績	前提
売上収益及び売上総利益	● 売上収益成長率 ○ **法人ブランド支援：+57%** ■ マーケティング：+33% ■ D2C / EC：+93% ○ パブリッシャー支援：+2% ○ クリエイター支援：▲34% ● 売上総利益成長率 ○ **法人ブランド支援：+59%** ■ マーケティング：+27% ■ D2C / EC：+116% ○ パブリッシャー支援：0% ○ クリエイター支援：▲38%	● マーケティング事業：インフルエンサーマーケティングを中心にグローバル全地域で成長率の改善が見込めると想定 ● D2C/EC事業：新規顧客獲得の継続およびサン・スマイル連結効果により高成長を想定。M&A除きでも高成長を見込む。M&A影響を除くオーガニック成長率：売上収益成長率+45%、売上総利益成長率+65% ● パブリッシャー支援：利益率向上を優先し、収益性重視の成長を想定 ● クリエイター支援：支援領域再編の影響を織り込み設定
営業利益率	● 営業利益率は2025年度の3.1%から**3.9%**に改善	● 販管費の50%超を占める人件費について、対売上人件費率は減少を想定
その他		● 将来のM&Aについては業績予想に織り込んでいない ● 為替変動に対するバッファとして、営業外為替差損として2億円を織り込み

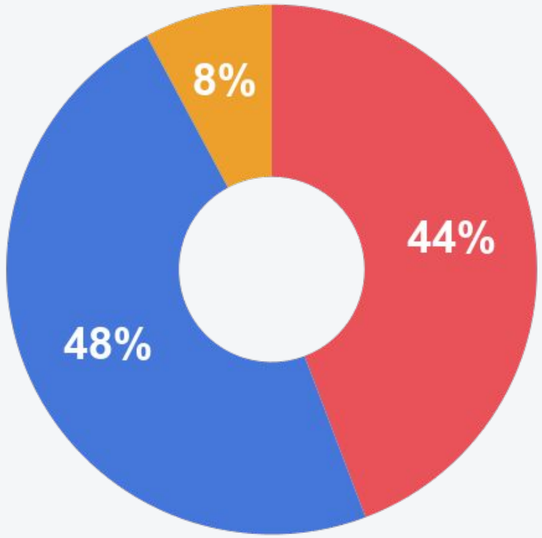
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

地域別比率：アジアを軸に分散した収益基盤

2026年度Q3は、全ての地域で法人ブランド支援事業を中心に業績が拡大しました。日本・韓国では同事業に加えクリエイター支援も高成長を記録し、東南アジアでは法人向けEC支援、中華圏・インドではマーケティング事業がそれぞれ成長を牽引しております。

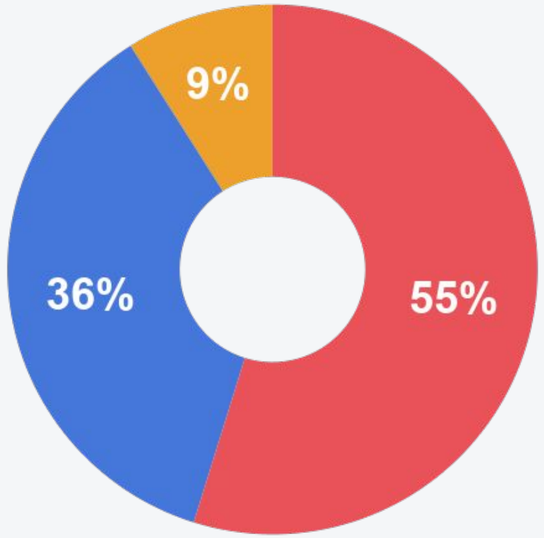
地域別比率：売上収益 (1)

（2026年度Q3）



地域別比率：売上総利益 (1)

（2026年度Q3）

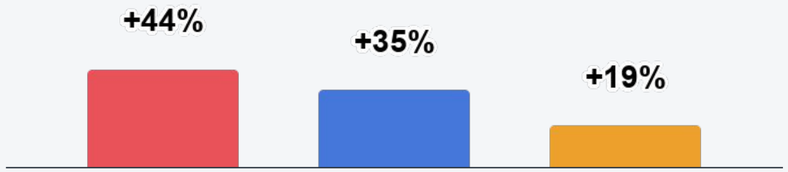


● 日本・韓国　● 東南アジア　● 中華圏・インド

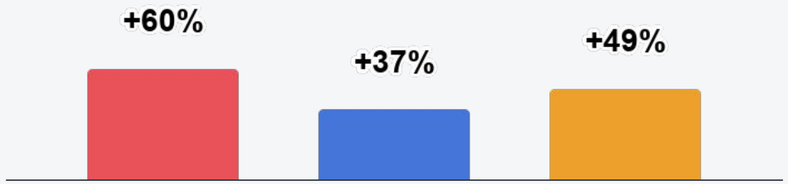
地域別売上総利益前年同期比成長率 (2)

（2026年度Q3）

全事業



法人ブランド支援事業
（マーケティング及びD2C/EC事業）



日本・韓国　東南アジア　中華圏・インド

(1) パートナーグロース事業のクリエイター向けソリューションでは、管理会計ベースの数字を組み込み、実態により近い内容で計算しております。それ以外の事業については、全て地域別収益を財務会計上の数字をベースとし、子会社の所在地における内部取引消去前の数字を開示しております
(2) 実態に近い成長率を示すために、上記グラフについてのみ連結内部消去勘定についても売上総利益基準で各地域に分配した上で計算しております

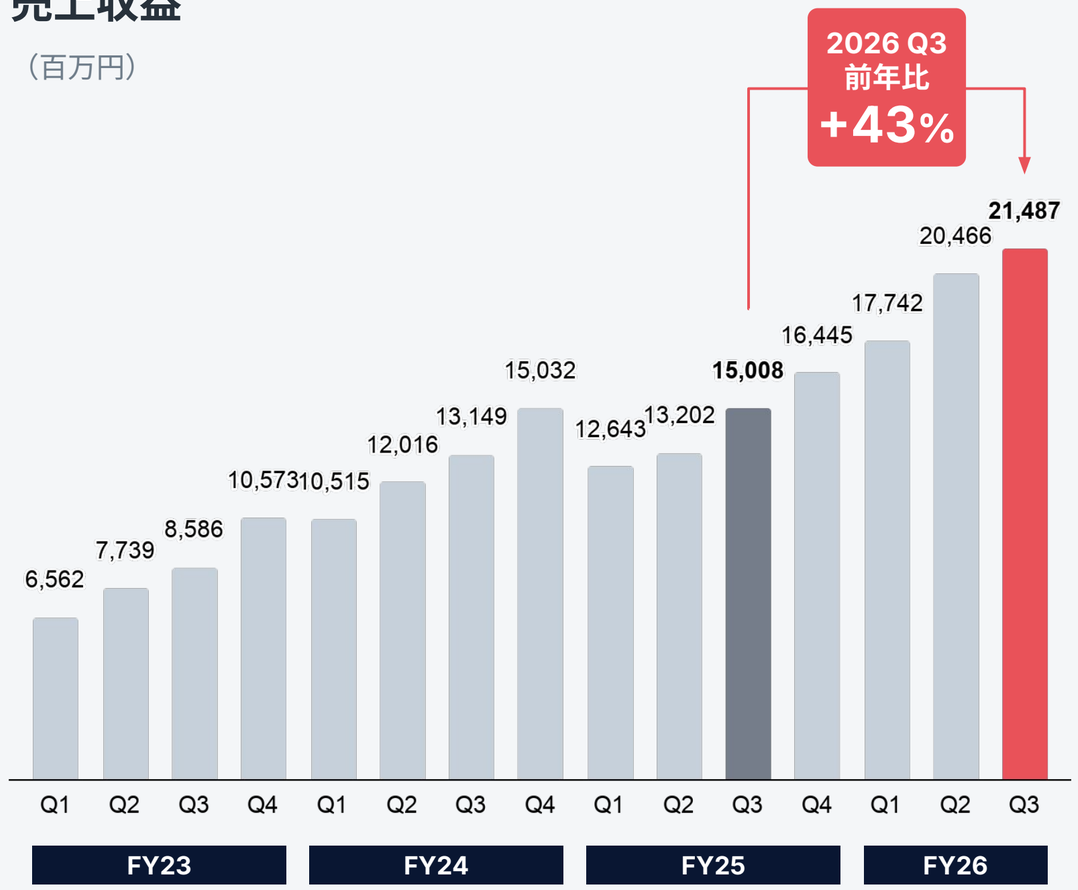
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

四半期売上収益と売上総利益の推移

2026年度Q3は、前年比で売上収益が43%増、売上総利益が38%増となりました。サン・スマイルをはじめとしたM&Aの連結貢献に加え、オーガニックにおいても法人ブランド支援事業を中心とした成長トレンドが継続し、通期計画に向けて着実に進展しております。

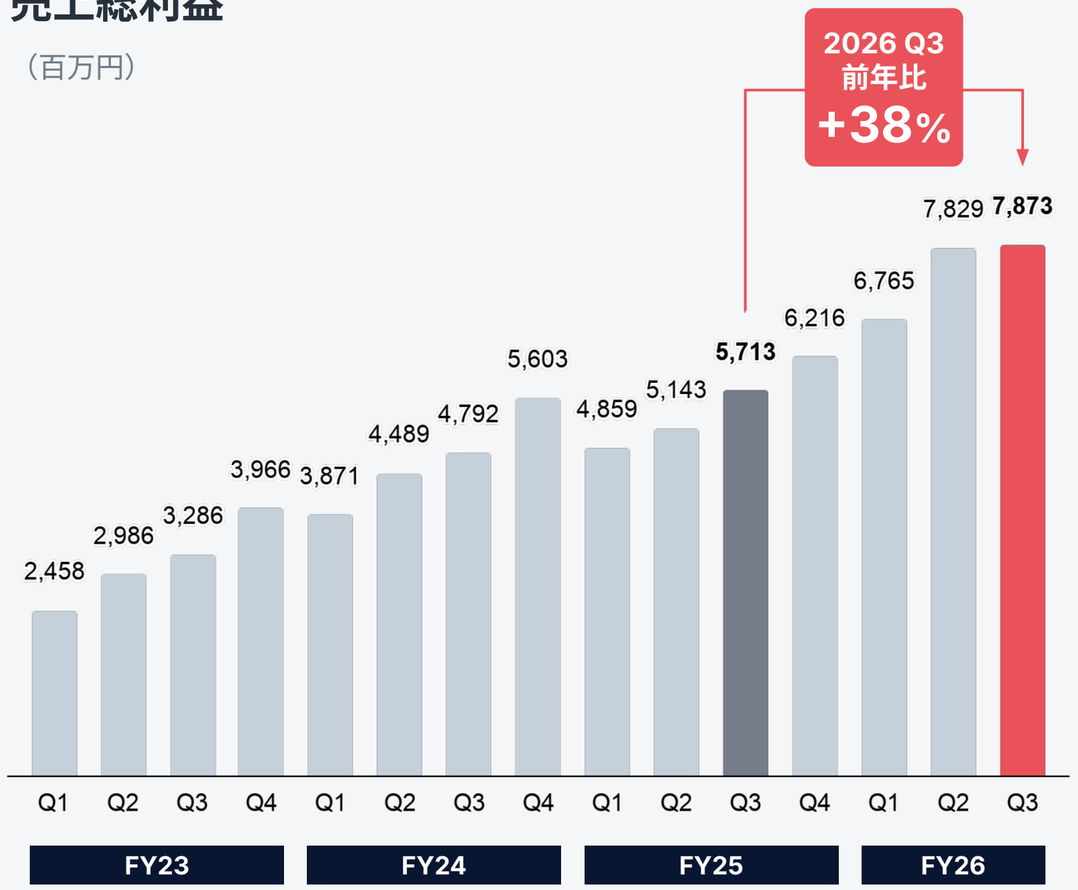
売上収益

（百万円）



売上総利益

（百万円）



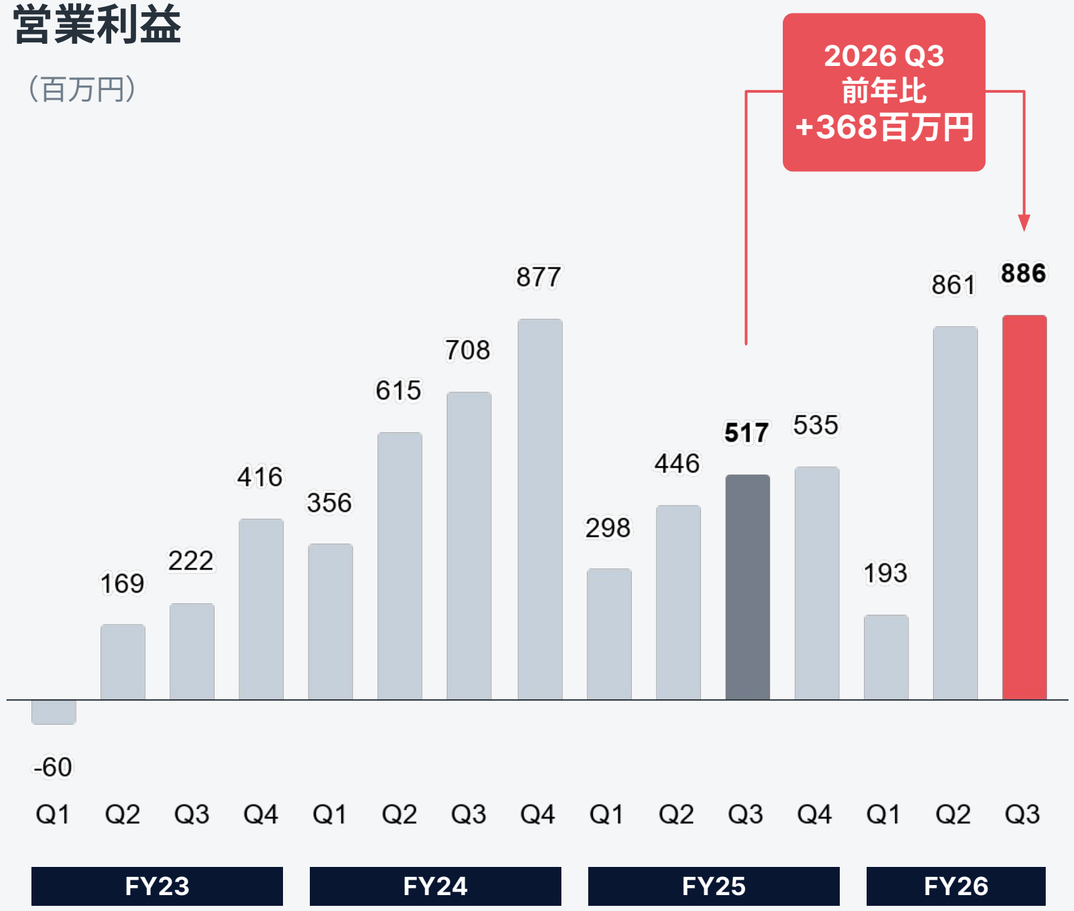
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

四半期営業利益と調整後EBITDAの推移

クリエイター支援事業における事業環境変化の影響はQ1で一巡し、2026年度Q3の営業利益は886百万円で前年比368百万円増、調整後EBITDAは1,536百万円で前年比435百万円増となりました。生産性改善の進展により、営業利益は売上総利益の成長率を上回るペースで拡大しております。

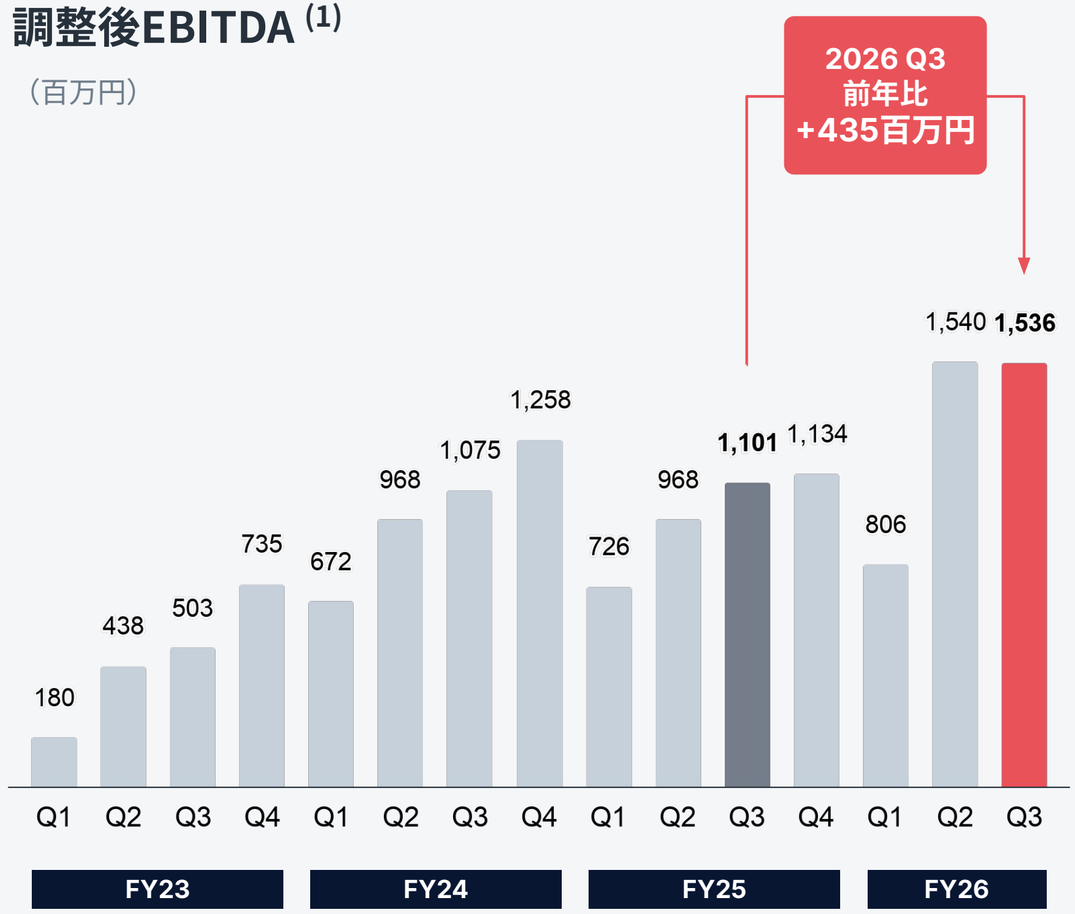
営業利益

（百万円）



調整後EBITDA (1)

（百万円）



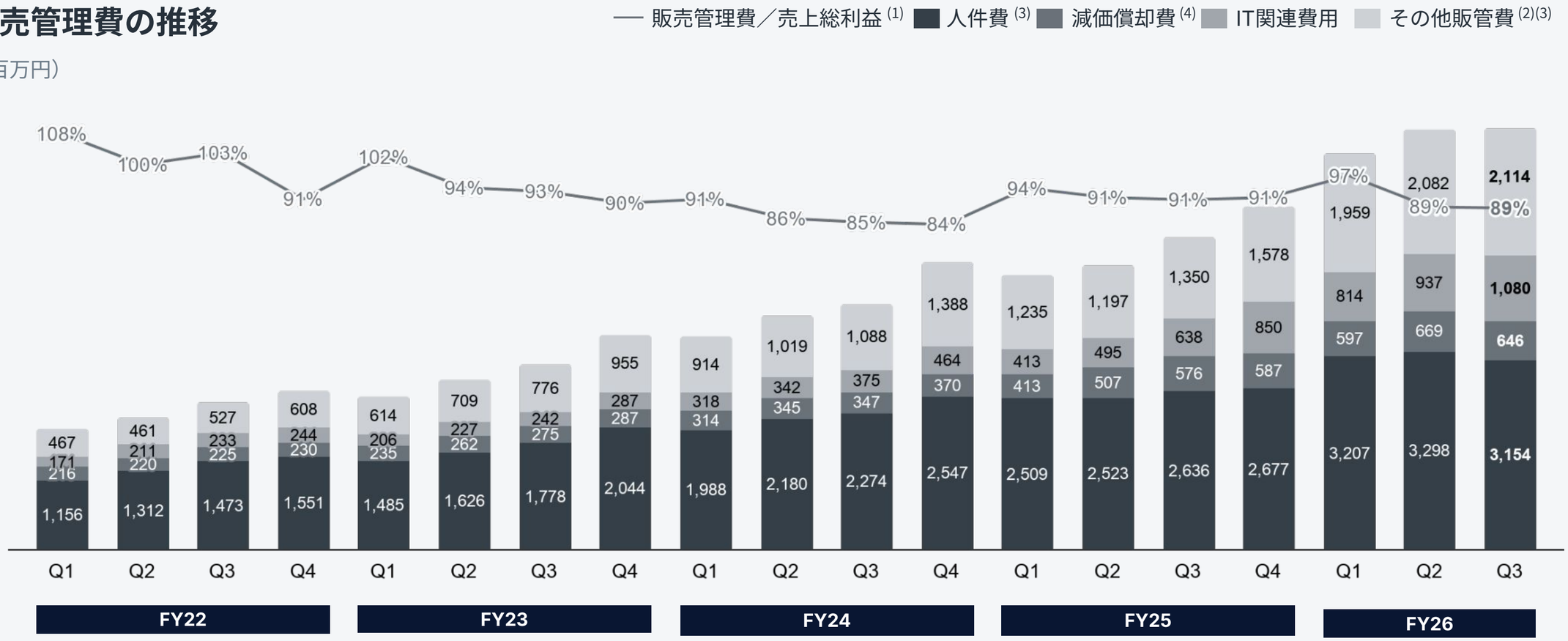
(1) 調整後EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋株式報酬費用

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

コストの内訳と販売管理費の推移

Q3の売上総利益に対する販売管理費率は、前年同期を下回る水準で推移しており、季節性で業績が拡大するQ4にかけて改善を見込みます。今後も、業務効率化を推進し、生産性の向上により販管費の主要項目である人件費の増加を抑制することで、販売管理費のコントロールを継続してまいります。

販売管理費の推移



(1) 分母：売上総利益 + (その他収益 - その他費用)
(2) その他販管費に「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、人件費に株式報酬費用を含む
(4) FY2026 Q2の減価償却費には、直近4件のM&Aに係るPPA完了に伴い、各買収完了時からFY2026 Q1末までの無形資産償却費36百万円を一括計上した影響を含む

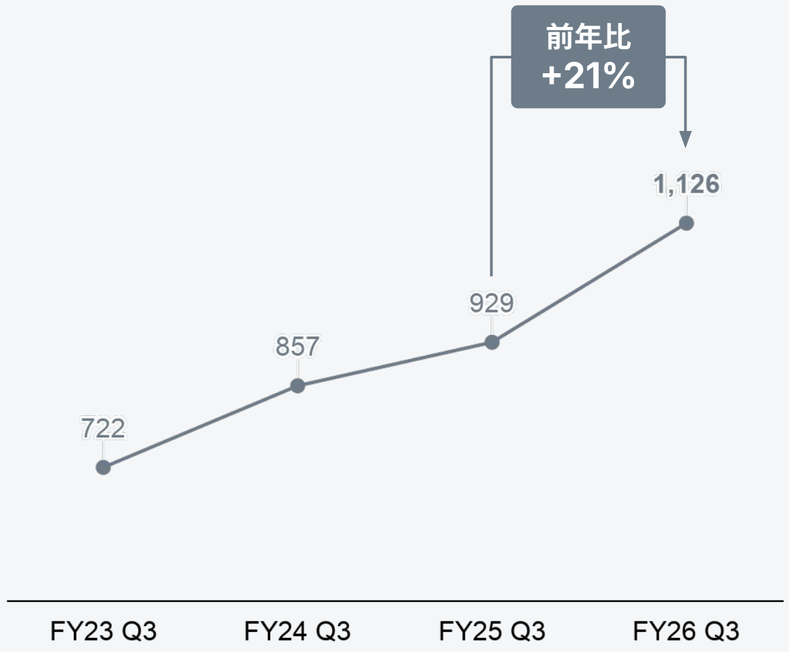
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

継続的な生産性向上と安定的な人材投資

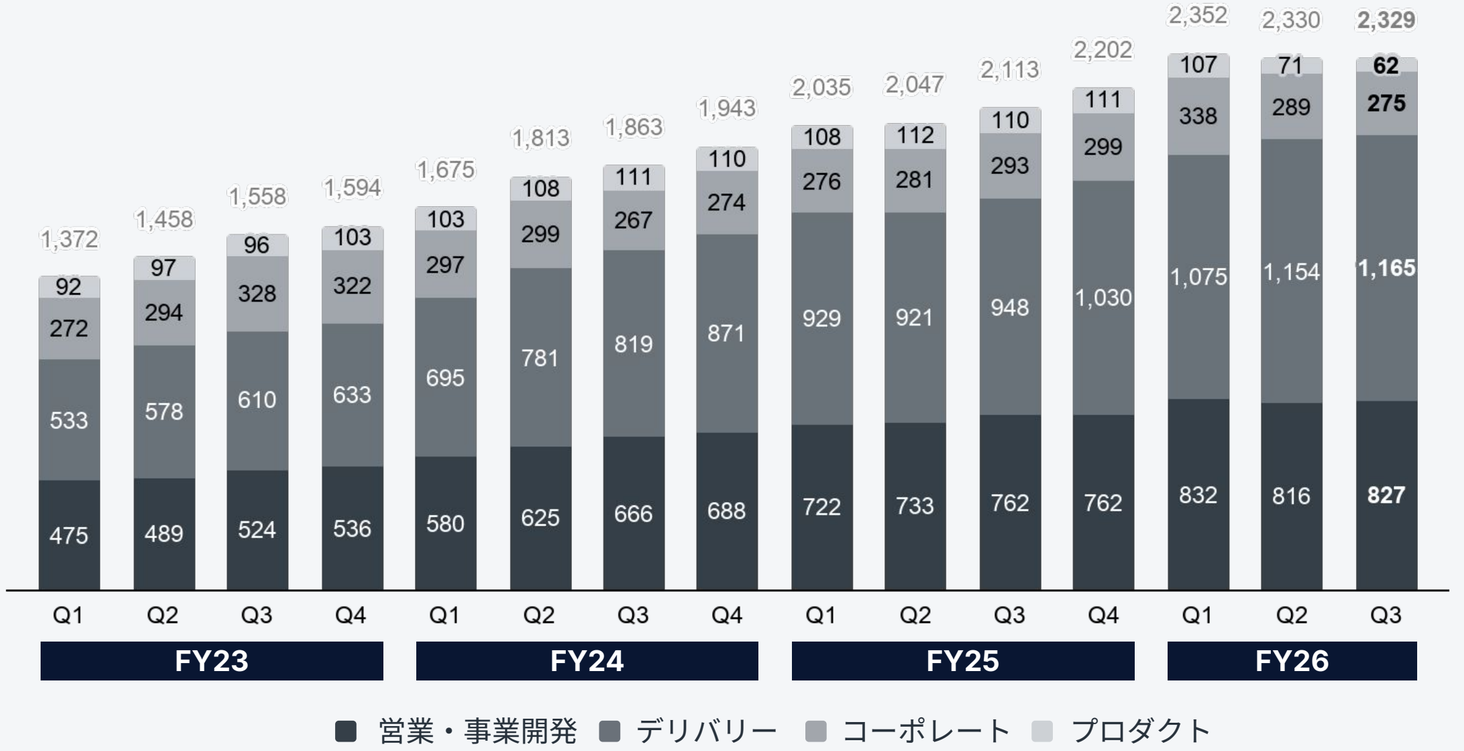
2026年度Q3はトップラインの成長を継続しつつ、採用を適切にコントロールした結果、従業員数は概ね横ばいで推移しています。組織の生産性は着実に改善しており、従業員1人当たりの月間売上総利益は前年同期比+21%と伸長しました。

Q3従業員当たり月間売上総利益

（千円）



フルタイム従業員人数（常勤役員含む）(1)



(1) FY2026 Q2より従業員区分の定義を見直し、営業・事業開発およびコーポレートの一部をデリバリーに区分変更（FY2026 Q1以前は遡及修正せず）

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

成長と安定性を両立させる規律ある財務マネジメント

M&Aの実施に伴う銀行借入により、前年比で有利子負債とのれんが増加しておりますが、引き続き健全な財務基盤を維持しております。

2026年6月末時点 バランスシート

（百万円）

資産	負債／純資産
現預金 8,317	有利子負債 12,792
その他流動資産 25,330	その他負債 20,995
非流動資産 17,981（内、のれん 8,306）	純資産 17,841

自己資本比率 (1)	D/Eレシオ (1)	のれん対純資産倍率 (1)
34.2%	0.72x	0.47x

2026年9月末時点バランスシート

（百万円）

資産	負債／純資産
現預金 7,867	有利子負債 13,189
その他流動資産 26,662	その他負債 20,875
非流動資産 17,348（内、のれん 8,244）	純資産 17,813

自己資本比率 (1)	D/Eレシオ (1)	のれん対純資産倍率 (1)
33.9%	0.75x	0.47x

- 2026年度第1四半期に銀行から有利子負債を追加調達し、M&A資金に充当したほかは、財務指標は概ね安定的に推移
- 過去15件のM&Aによるのれん合計額は約82億円であり、のれん対純資産倍率は0.47倍と安全水準を維持

(1) 親会社の所有者に帰属する持分を基に算出

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

2026年12月期第3四半期業績サマリー

連結/IFRS (百万円)	2026年12月期Q3						2026年12月期通期	
	前期Q3実績 (2025年7月～9月)	Q3実績 (2026年7月～9月)	前年同期比増減率	前期Q3累計実績 (2025年1月～9月)	Q3累計実績 (2026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	**15,008**	**21,487**	**+43.2%**	**40,855**	**59,696**	**+46.1%**	**79,110**	**+38.1%**
マーケティング (法人ブランド支援)	6,249	8,206	+31.3%	18,087	22,344	+23.5%	-	-
D2C/EC (法人ブランド支援)	4,865	9,665	+98.6%	10,653	25,667	+140.9%	-	-
パブリッシャー支援 (パートナーグロース)	2,682	2,379	▲11.3%	7,274	7,366	+1.3%	-	-
クリエイター支援 (パートナーグロース)	1,174	1,213	+3.4%	4,693	4,231	▲9.9%	-	-
その他	36	22	▲38.0%	146	86	▲40.6%	-	-
売上総利益	**5,713**	**7,873**	**+37.8%**	**15,715**	**22,468**	**+43.0%**	**30,350**	**+38.4%**
マーケティング (法人ブランド支援)	2,573	3,116	+21.1%	7,266	8,844	+21.7%	-	-
D2C/EC (法人ブランド支援)	1,715	3,299	+92.3%	3,945	8,939	+126.6%	-	-
パブリッシャー支援 (パートナーグロース)	818	773	▲5.5%	2,266	2,268	+0.1%	-	-
クリエイター支援 (パートナーグロース)	581	659	+13.3%	2,116	2,341	+10.6%	-	-
その他	23	25	+10.6%	120	74	▲38.3%	-	-
売上総利益率	**38.1%**	**36.6%**	**▲1.4pt**	**38.5%**	**37.6%**	**▲0.8pt**	**38.4%**	**+0.1pt**
販売費及び一般管理費	**5,180**	**6,992**	**+35.0%**	**14,462**	**20,481**	**+41.6%**	-	-
株式報酬費用	7	3	▲55.9%	37	28	▲23.3%	-	-
営業利益	**517**	**886**	**+71.3%**	**1,262**	**1,941**	**+53.8%**	**3,060**	**+70.1%**
調整後EBITDA (1)	**1,101**	**1,536**	**+39.5%**	**2,797**	**3,884**	**+38.9%**	-	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	**264**	**605**	**+129.4%**	**423**	**1,101**	**+160.2%**	**1,630**	**+75.8%**
調整後当期利益 (2)	**240**	**572**	**+138.1%**	**801**	**1,330**	**+65.9%**	-	-

(1) 調整後EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋株式報酬費用
(2) 調整後当期利益＝親会社の所有者に帰属する当期利益＋株式報酬費用±未実現の為替差損益

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

02

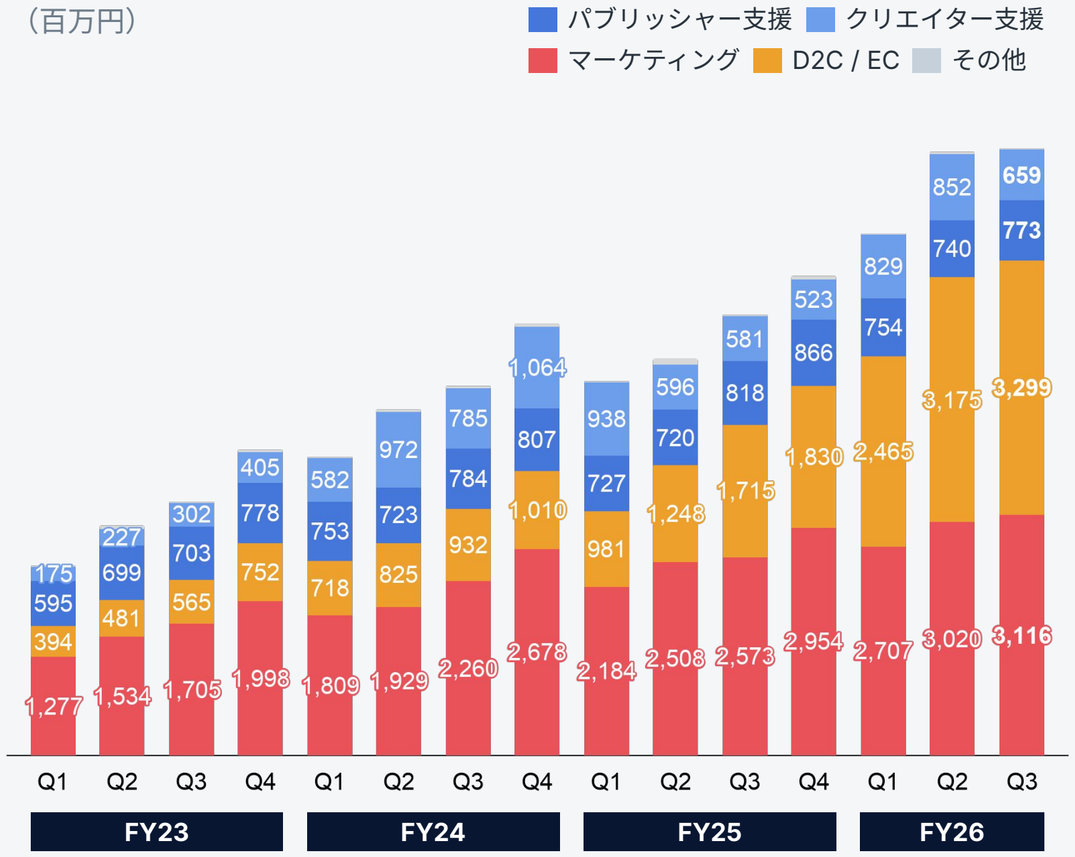
事業別の状況

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

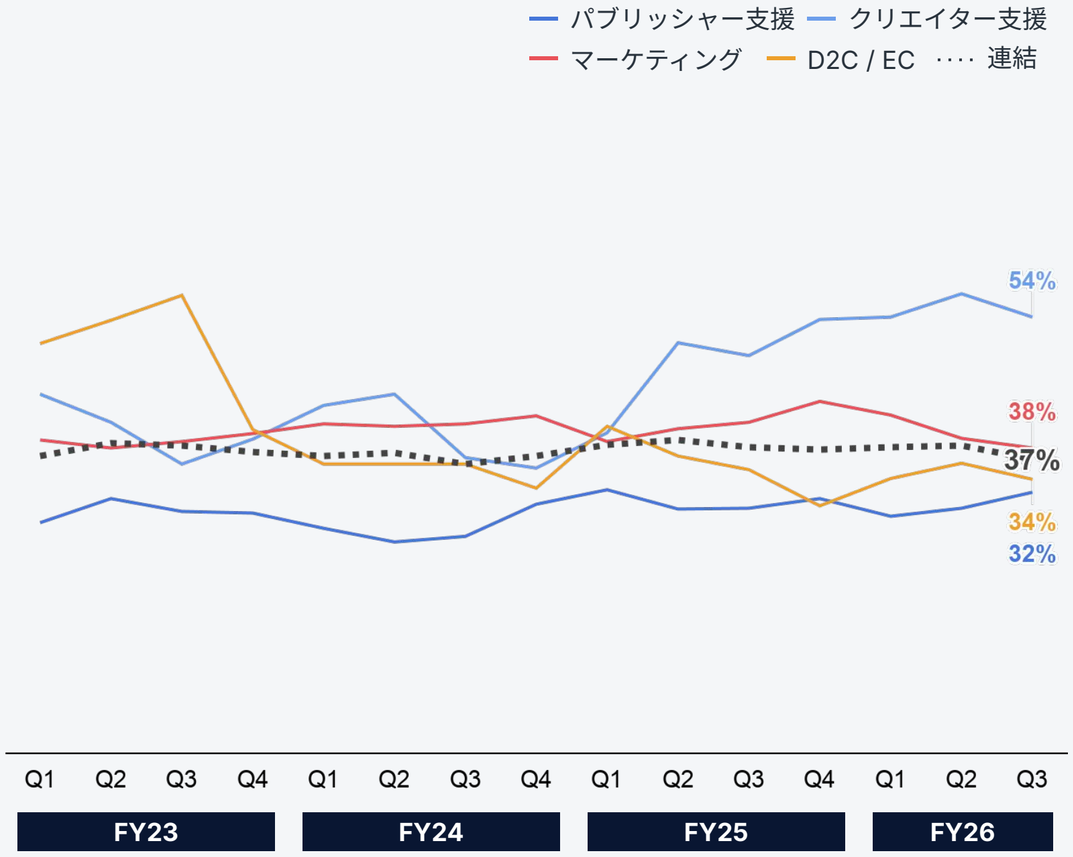
事業別の業績サマリー：法人ブランド支援事業で成長トレンドを継続

2026年度Q3の売上総利益は、前年同期比でマーケティング事業+21%、D2C/EC事業+92%、パブリッシャー支援事業▲6%、クリエイター支援事業+13%となりました。全社の売上総利益率は、事業ミックスの変化による影響を除き、概ね安定して推移しております。

事業別売上総利益推移



事業別売上総利益率推移



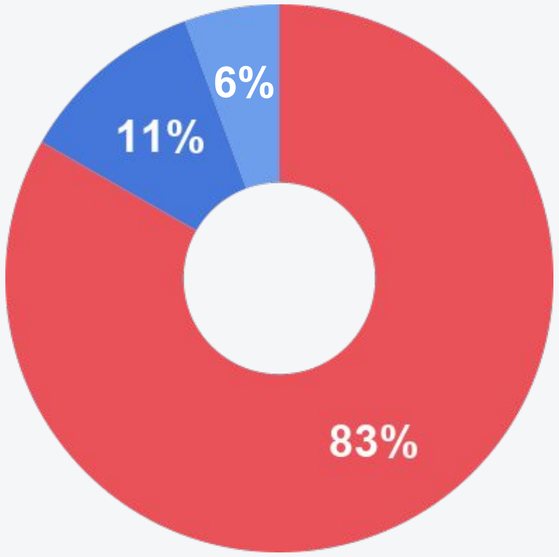
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

事業別比率：法人ブランド支援事業の構成比が伸長

2026年度Q3は、1月にM&Aを実行した3社の連結貢献に加え、法人ブランド支援事業がグループ全体の成長を牽引しました。同事業の売上総利益構成比は、前年同期の75%から81%へと拡大しております。パブリッシャー支援事業は概ね横ばいで推移した一方、クリエイター支援事業はタレントマネジメント領域を中心に期初想定を上回る進捗となっております。

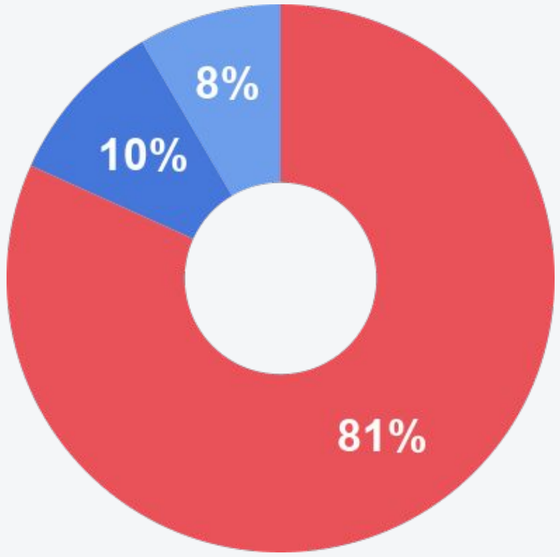
事業別比率：売上収益

（2026年度Q3）



事業別比率：売上総利益

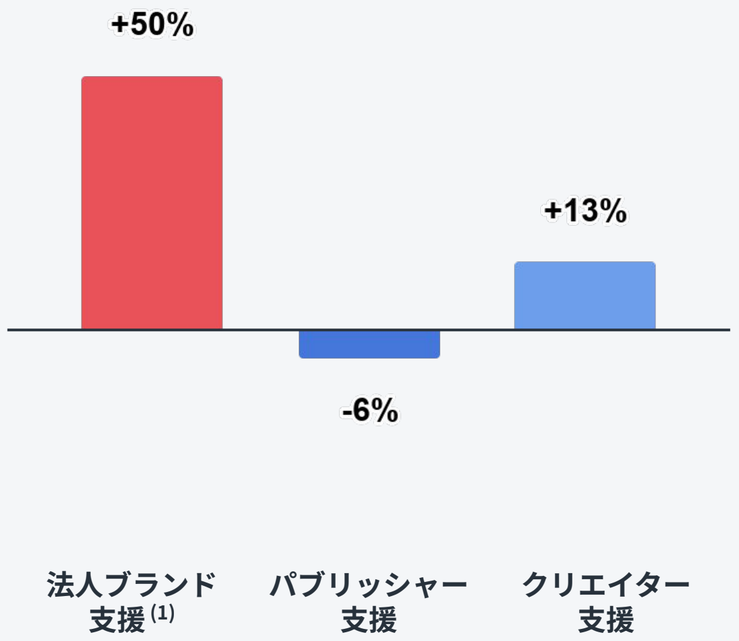
（2026年度Q3）



● 法人ブランド支援 (1)　● パブリッシャー支援　● クリエイター支援

事業別売上総利益前年比成長率

（2026年度Q3）



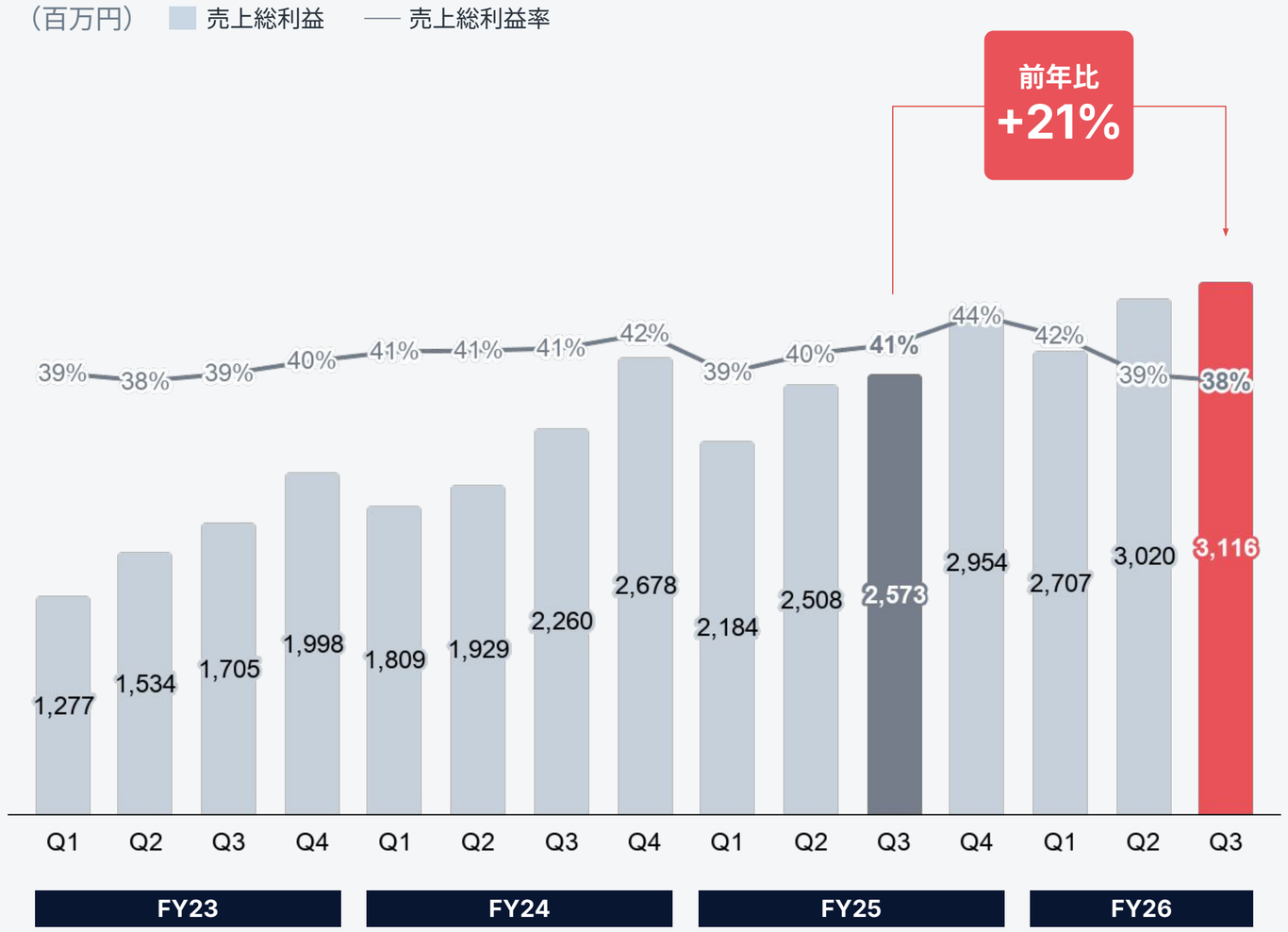
(1) 法人ブランド支援事業はマーケティング事業とD2C/EC事業の合算

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

グローバルネットワークを活用したクロスボーダー需要の取り込み

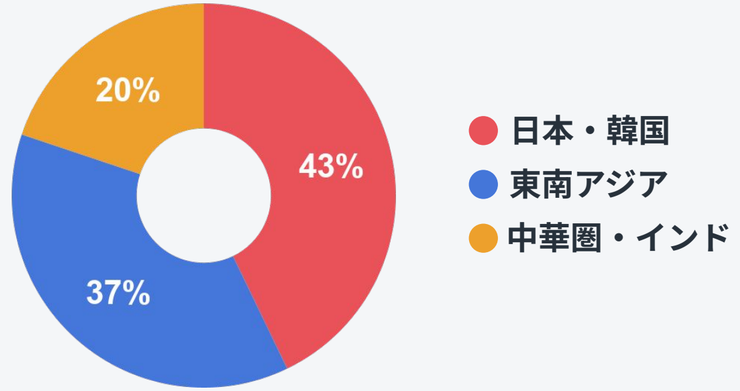
マーケティング事業

マーケティング事業 業績推移



地域別売上総利益割合 (1)

（2026年度Q3）



- 日本・韓国および中華圏・インドが成長を牽引し、事業全体では20%を超える成長を継続
- クロスボーダー需要の拡大に対し、アジア全域の事業基盤を活かしてアプローチを強化。米国子会社の設立により案件獲得を加速

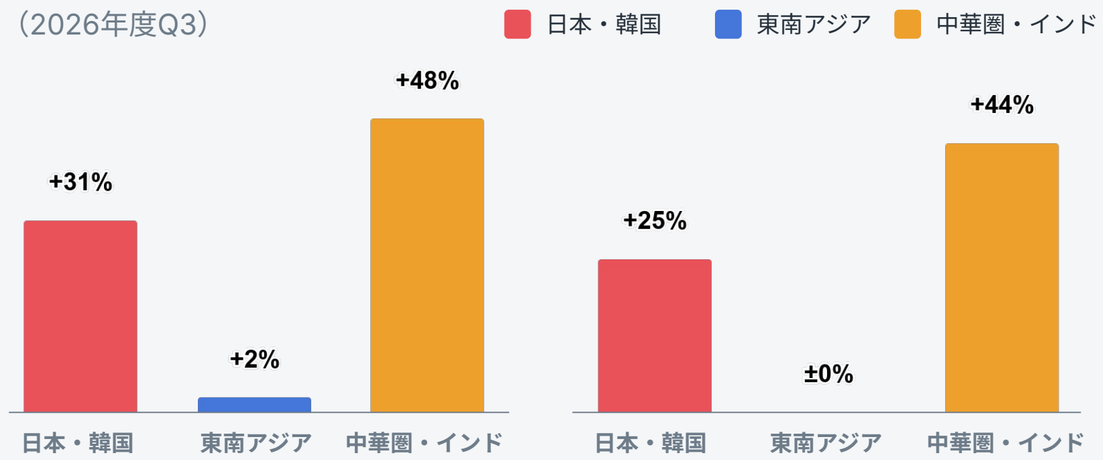
(1) 連結内部消去考慮前の各国法人の売上総利益の合計により算出

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

日本・韓国と中華圏・インドが事業全体を牽引し成長軌道を維持

マーケティング事業

地域別売上総利益前年比成長率 (1)



マーケティング事業全体

インフルエンサーマーケティング

- 日本・韓国：韓国コスメなどのクロスボーダー案件や、自社クリエイターIPを活用した案件が好調
- 東南アジア：一部地域で案件進捗がやや低調だったことに加え、リージョナル案件の一部が日本で計上される影響もあり、横ばい推移
- 中華圏・インド：インバウンド／アウトバウンドマーケティングが引き続き拡大し、高成長を継続

中華系SNS「RED」を活用した施策を強化

Knorr SINCE 1838

顧客：クノール（Unilever）
市場：マレーシア





01. 背景と戦略

現地中華系ユーザーがREDを検索用途に使う点に着目。
旧正月の消費動向に合わせて施策をローカライズ

02. 支援内容

「AnyTag」により現地クリエイターをデータに基づき選定。
レシピ発信とネイティブ広告を掛け合わせる

03. 施策結果

331,900回以上のインプレッションを獲得。広告クリック率10.9%の高水準を達成

(1) 実態に近い成長率を示すために、上記グラフについてのみ連結内部消去勘定についても売上総利益基準で各地域に分配した上で計算しております

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

米国法人「AnyMind USA, Inc.」を設立し、米国市場での事業を本格化

マーケティング事業



米国市場マーケティングを先行開始

現地KOL キャスティング	インバウンド向け コンテンツ発信	AI生成 クリエイティブ
シーディング 施策	KOL訪日 体験プログラム	ブランド エデュケーション

当年度より米国市場マーケティング支援を立ち上げ

- 日本・韓国ブランド向けに営業活動
- 直近7ヶ月間で15ブランドを支援
- 立ち上げから数ヶ月で一定の規模へと急拡大

➡ **需要の大きさや市場規模を踏まえ法人設立**

グローバル企業向けの提案や
AnyLiveやEC支援などへ領域拡張

現地のニーズに応じて支援領域を機動的に広げ

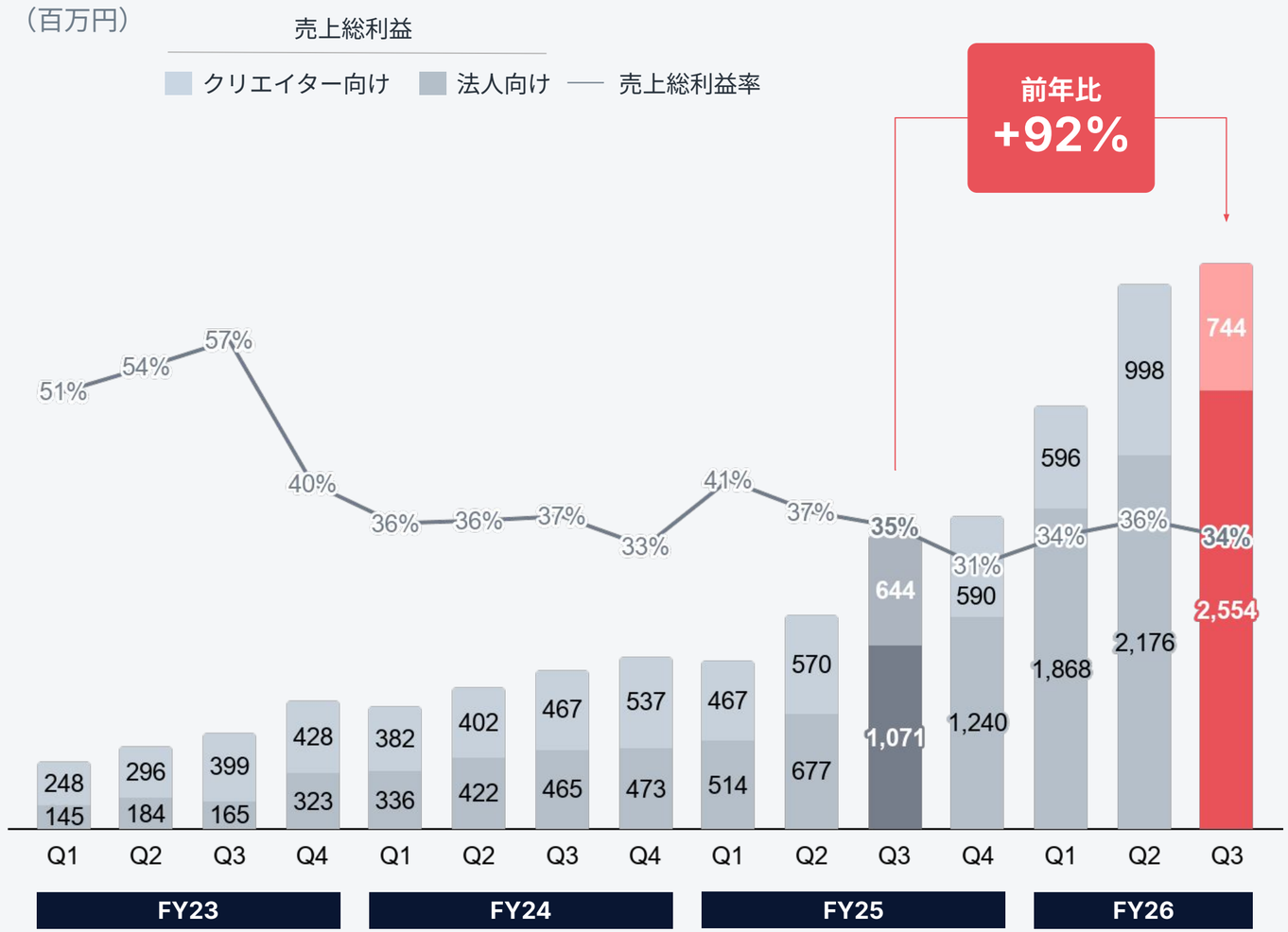
中長期での成長の柱へ

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

サン・スマイル連結と既存事業の成長により高成長を継続

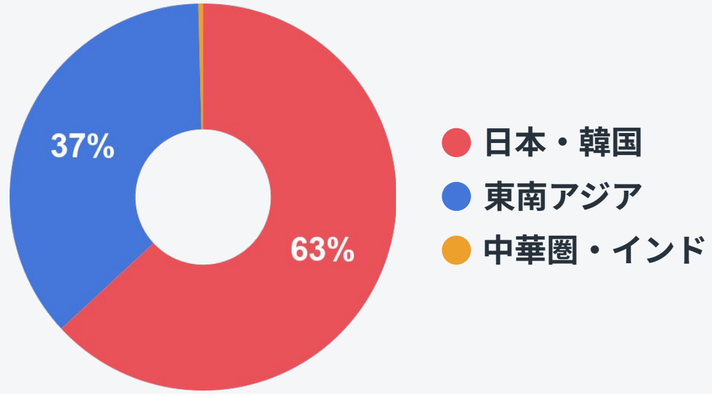
D2C/EC事業

D2C / EC事業 業績推移



地域別売上総利益割合 (1)

（2026年度Q3）



- クリエイター向けは、Q2の大型グッズ施策による一時的な上振れが一巡し、概ね計画通りに推移
- サン・スマイルを除く既存事業も、売上収益は前年同期比+57%、売上総利益は+50%
- 法人向け領域において、東南アジア各国が引き続き高成長を実現し、事業全体の成長を牽引

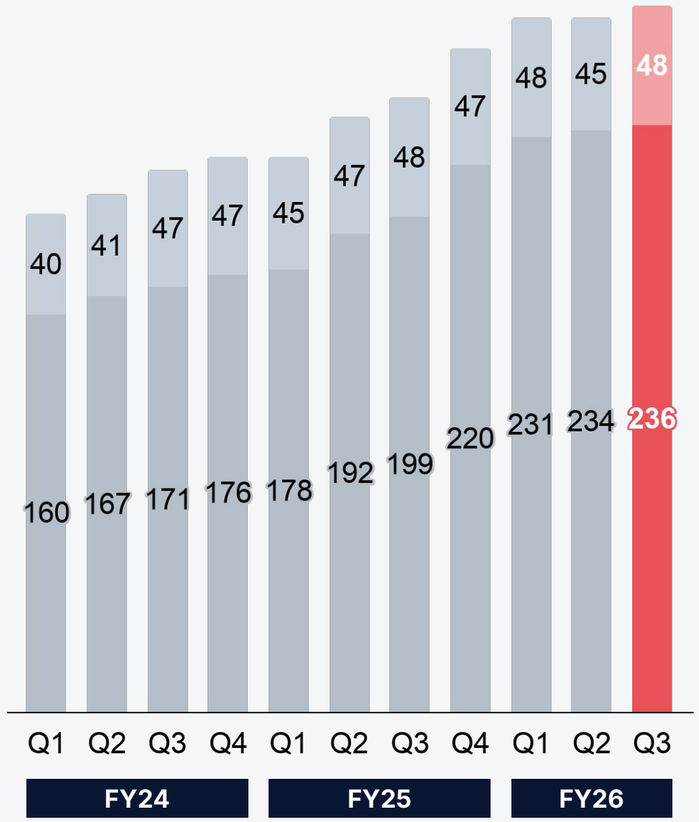
(1) 連結内部消去考慮前の各国法人の売上総利益の合計により算出

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

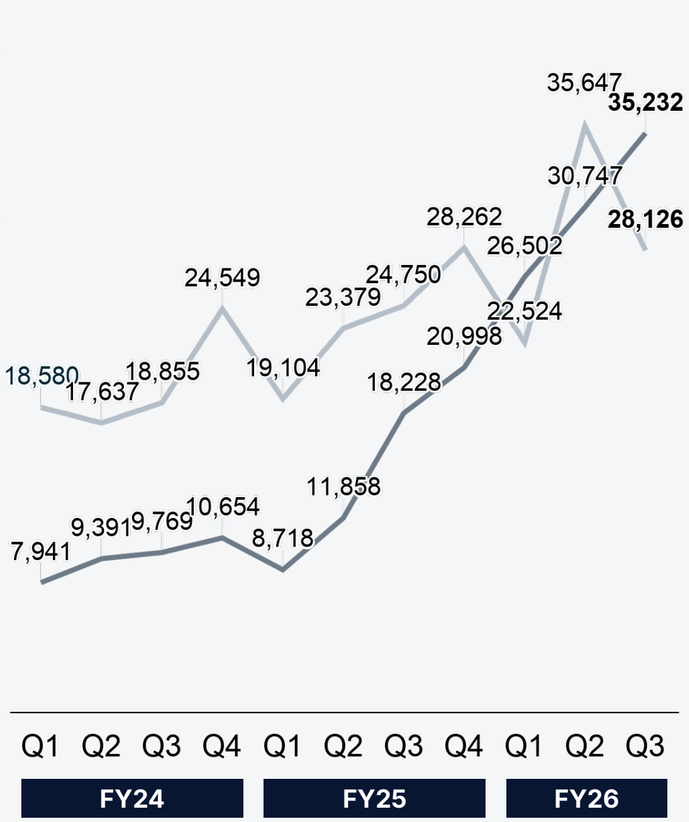
D2C / EC事業：KPI推移

D2C/EC事業

D2C / EC取り扱いブランド数 (1) (2)



ブランド当たり売上収益 (1) (2)



クリエイター向け：

- 子会社GROVEにて展開するタレントマネジメント領域に関連するブランド数が増加
- Q2に計上した大型グッズ施策等の一時的な収益寄与が一巡したことに加え、立ち上げフェーズの新規ブランド追加により、ブランド当たり売上収益は前四半期比で減少する一方、前年同期比では増加

法人向け：

- 日本において、国内および韓国コスメを中心に取り扱いブランド数が増加
- 既存クライアントの海外展開・複数国展開へのアップセルや、各ブランドが順調に成長することで、ブランド当たり売上収益が拡大

(1) 2024年Q2よりArche、2025年Q4よりVibula、2026年Q1よりサン・スマイルの取り扱いブランド数及び売上収益を含む
(2) Vibulaの業績は2025年9月より連結されており、四半期での影響を正しく測るため、2025年度第3四半期の計算には含まない

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

ソーシャルコマース支援体制とアジア全域の事業基盤を活かした案件獲得

D2C/EC事業

韓国コスメブランドとの取引が加速

COSRX



Dr.Reju-All



サン・スマイルの基盤活用

1月に取得したサン・スマイルのネットワークを活用。
全国のバラエティショップやドラッグストアなど
小売店への流通網を活かした販路拡大を推進

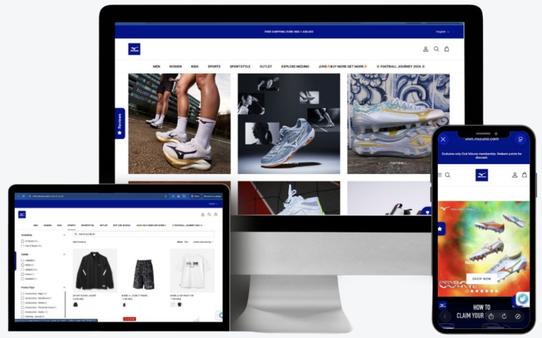
OMO戦略の一気通貫支援

AnyMindのEC運用やマーケティングの知見と実店舗販売網を
統合。オンラインでの認知獲得からオフラインでの
購買体験までを包括的にサポート

クロスボーダーでのコマース一気通貫支援

MIZUNO

顧客：ミズノ
市場：ベトナム



01. 背景と戦略

ECモールやライブ配信など購買経路が多様化するなか、
分断されていた各販売チャネルを統合

02. 支援内容

「AnyX」でShopifyやTikTok Shop等の販売データを一元化。
EC販売とマーケティングを連動させた展開を支援

03. 施策結果

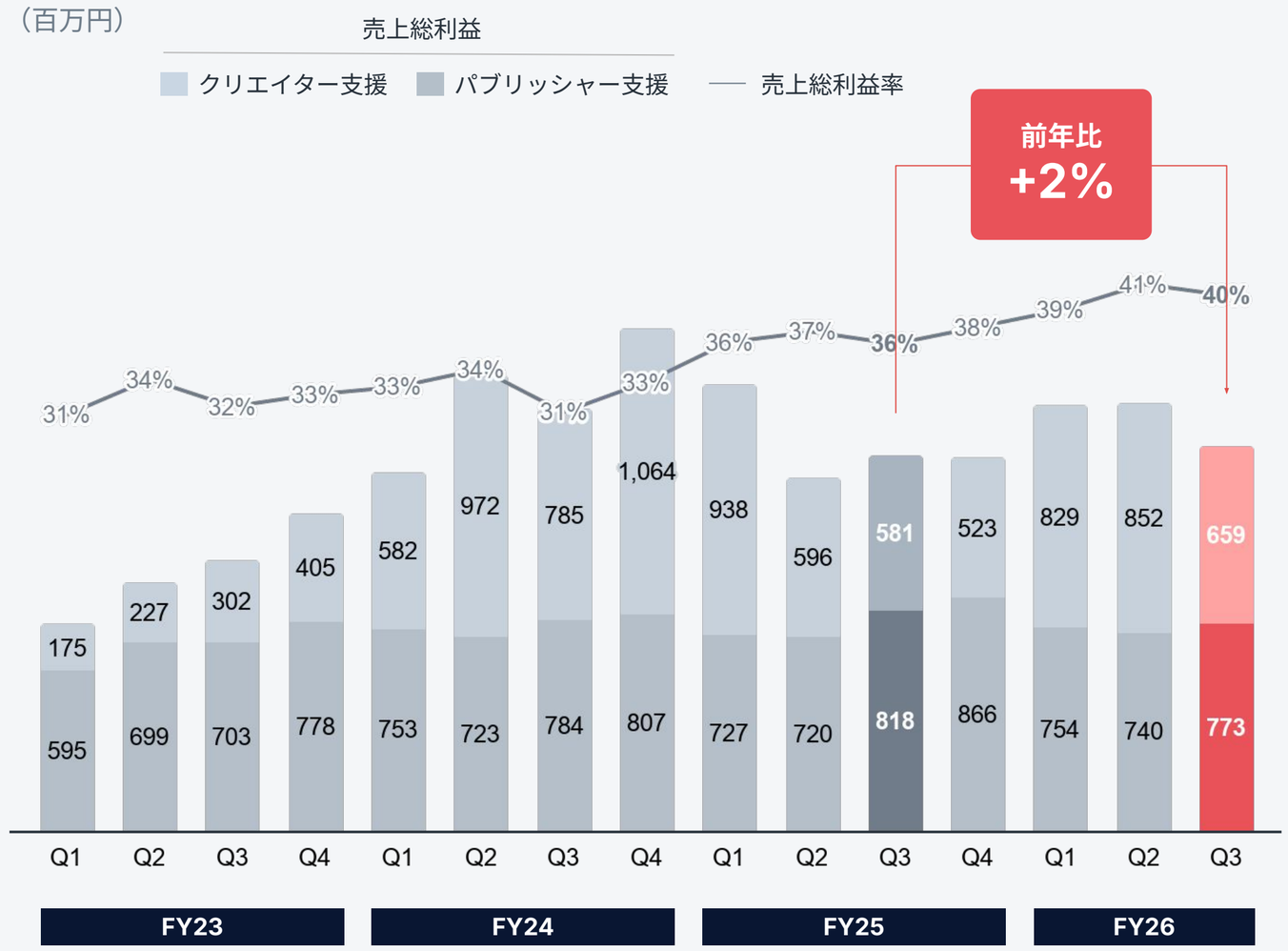
半年間でチャネル全体の流通取引総額が544%増加。
Shopeeの大型販促イベントで部門トップ5入りを達成

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

タレントマネジメント領域の進展により事業全体の成長を実現

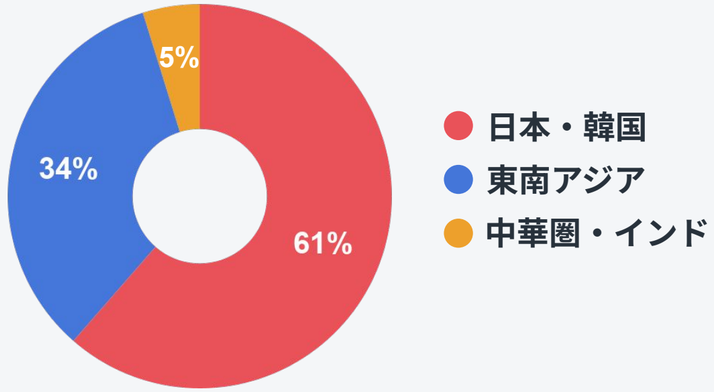
パートナーグロース事業

パートナーグロース事業 業績推移



地域別売上総利益割合 (1)(2)

（2026年度Q3）



- パブリッシャー支援事業は、広告単価の低下やPVの伸び悩みなど、ウェブメディアにおける広告収益環境の軟調さを受け、微減で推移。モバイルアプリなど影響を受けづらい領域への転換を継続
- クリエイター支援事業は、昨年から続いた事業環境変化の影響が概ね一巡。Q2における一時的な収益寄与も一巡したが、タレントマネジメント領域の進展により、+13%の成長

(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
(2) 地域別売上総利益について、パートナーグロース事業のクリエイター向けソリューションでは、管理会計ベースの数字を組み込んで計算しております

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

パブリッシャー支援：KPI推移

パートナーグロース事業
パブリッシャー支援

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及び売上総利益

（四半期平均）



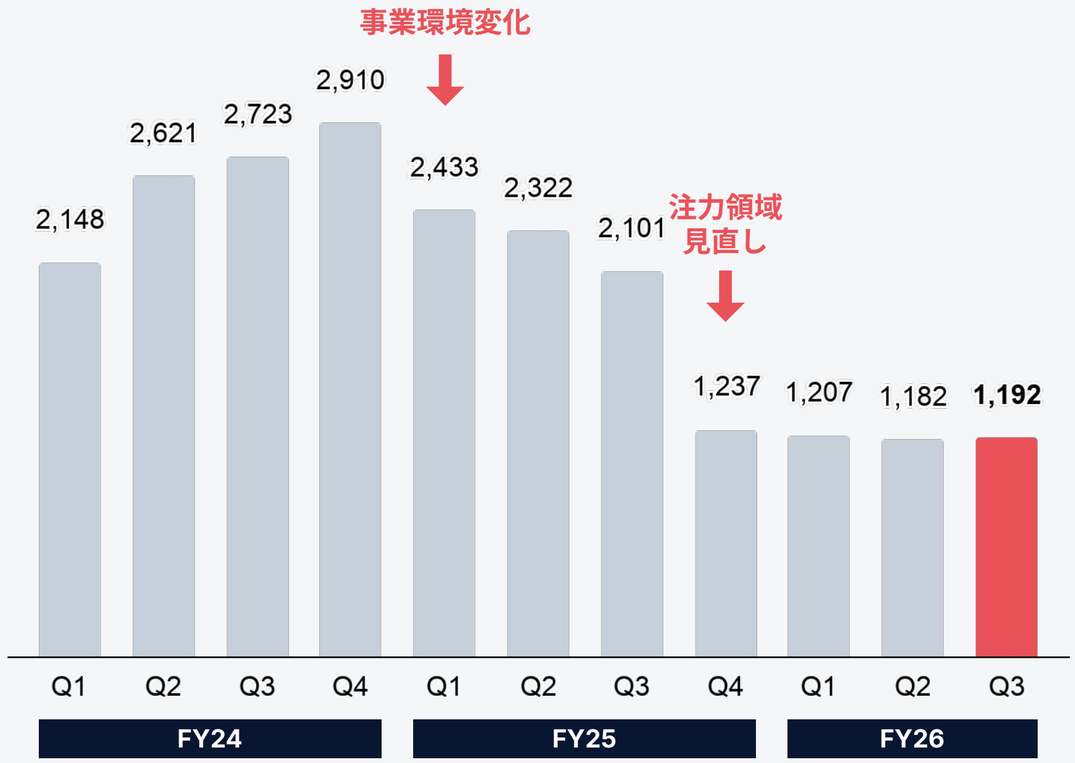
- 取引審査基準の厳格化を継続し、収益性・単価水準を重視したパブリッシャーポートフォリオへの質的転換が進展
- ウェブメディアにおける広告収益環境が軟調に推移するなか、モバイルアプリ支援や動画広告などでカバーし、パブリッシャー当たり売上収益及び売上総利益は前年同期比で横ばい

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

クリエイター支援：KPI推移

パートナーグロース事業
クリエイター支援

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及び売上総利益

（四半期平均・総額基準 (1)）



- 日本で展開するタレントマネジメント領域を中心に契約クリエイター数は微増で推移
- 専属クリエイターの収益が拡大し、クリエイター当たり売上収益および売上総利益は前年同期比で増加

(1) 売上収益について2022年度にクリエイター支援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を実施。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

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

多様な支援アセットを活かした注力領域での案件獲得

パートナーグロース事業

アプリ・動画領域のパブリッシャー支援

顧客：emole株式会社
ショートドラマアプリ「BUMP」

01. 背景と戦略

アプリの急成長で広告表示が約30倍に拡大するなか、
収益最大化と安定した視聴環境の両立を推進。

02. 支援内容

「AnyManager」で広告需要や単価等を可視化。
同時に動画視聴で特典を得るリワード広告の配信を最適化。

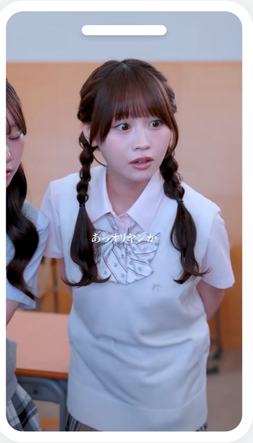
03. 施策結果

急激なトラフィック変動下でも広告単価が2.5倍に上昇。
95%以上の安定した広告配信を維持し、機会損失を防止。

タレントIPを活用したブランド支援

顧客：オリーブヤング
市場：日本





- 子会社GROVEが運営するショートフィルムチャンネル「瞬間seju」を活用した支援
- 韓国コスメ通販「OLIVE YOUNG Global」をテーマに、日本から手軽に正規品を買える利便性をドラマ形式で発信
- 自社タレントIPとエンタメ性の高いコンテンツを活かし、ターゲット層のブランド認知を獲得

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

03

カンパニーハイライト

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

複数事業展開とアジアを中心としたグローバル展開で高い成長性を継続

成長性

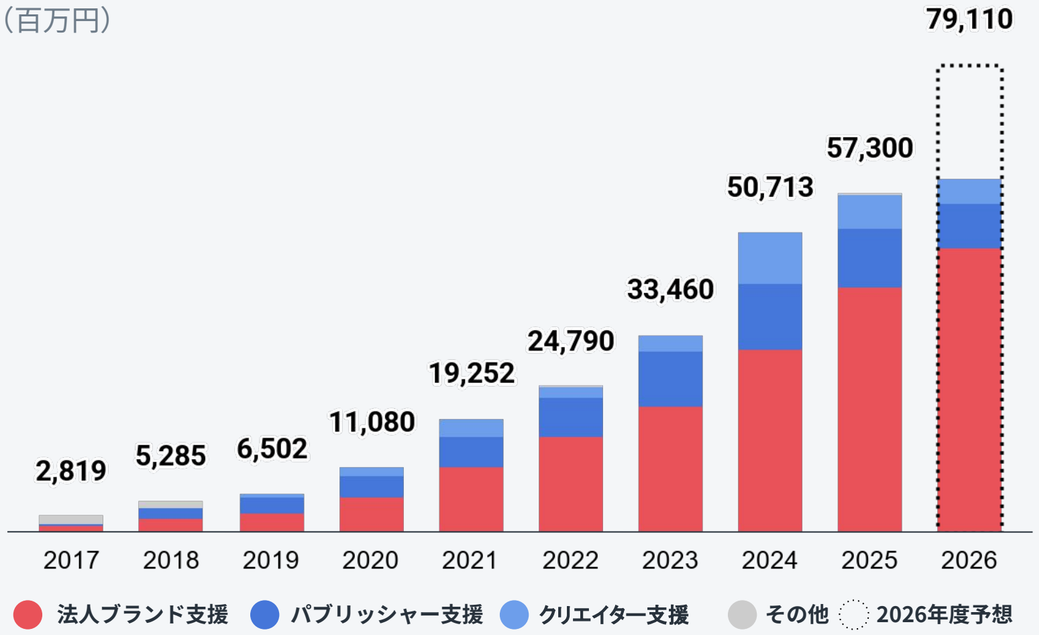
売上収益平均成長率（17→25年）	売上収益YoY成長率（26年度Q3）	売上総利益YoY成長率（26年度Q3）
+46%↑	+43%↑	+38%↑

グローバル展開

海外売上比率（26年度Q3）	展開市場 (1)	海外拠点人員比率 (1)
56%	16カ国・地域	73%

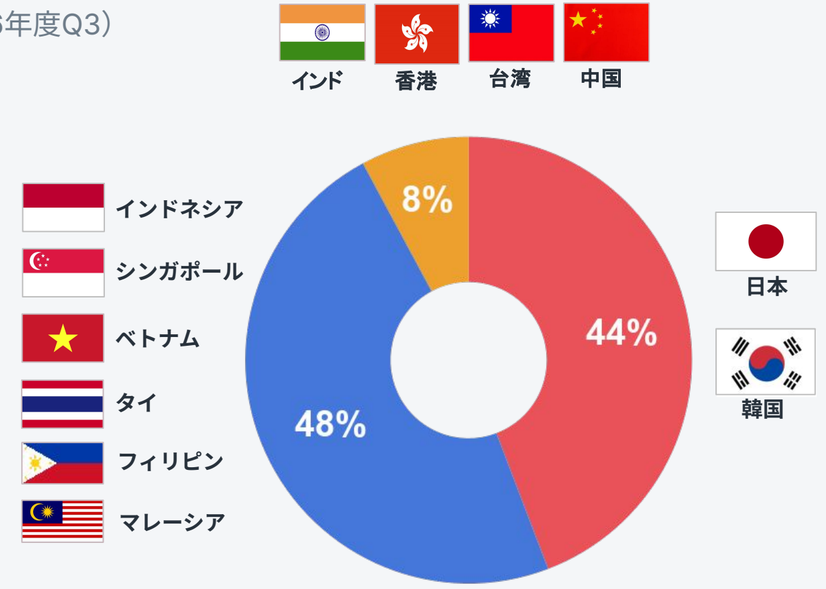
売上収益

（百万円）



地域別売上収益 (2)

（2026年度Q3）



(1) 2026年9月30日時点（米国市場を含む）
(2) パートナーグロース事業のクリエイター向けソリューションは管理会計ベースの数字で実態に即した計算をしています。その他の事業は全て地域別収益を財務会計上の数字をベースとし、子会社所在地の内部取引消去前の数字で開示しています

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

中期目標達成に向けた数値計画

	2025年12月期 実績	2026年12月期 業績予想		2027年12月期 中期目標（2025年2月発表）
売上収益	573億円	791億円	+33%	1,050億円
売上総利益	219億円	303億円	+27%	385億円
営業利益	18億円	30.6億円	+106%	63億円＋

中期業績目標達成に向けた成長戦略：

- 法人ブランド向けマーケティングおよびD2C/EC支援を中核とした**既存事業の成長加速**
- パブリッシャー／クリエイターネットワーク再編および**戦略的M&Aによるソーシャルコマース領域の拡張**
- **生成AI活用による営業・オペレーション効率化**を通じた収益性の構造的改善

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

法人向けにアジア全域でのソーシャルメディアマーケティング・コマース支援に注力



© AnyMind Group. All Rights Reserved.

EC基盤とソーシャルデータを活用したブランド成長支援モデル

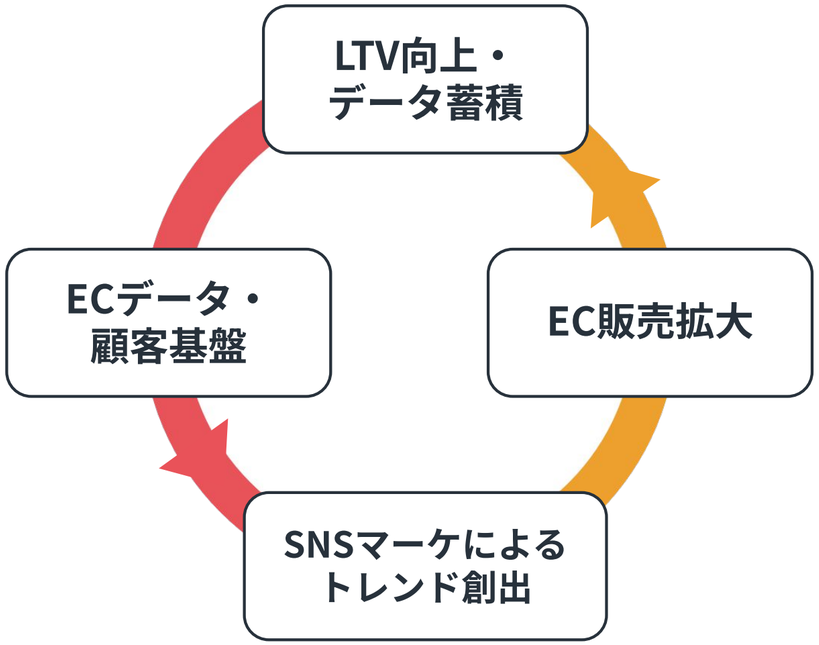
ソーシャルコマース

支援法人ブランド数

236ブランド

- ブランドおよび販路拡大によるリカーリング収益の積み上げ
- 在庫・物流オペレーション高度化による収益性改善
- EC顧客データの蓄積とLTV向上
- アジア全域における支援体制

ECとソーシャルデータを起点にSNSで需要を創出



ソーシャルメディアマーケティング

マーケティング
支援クライアント数

1,500社超

- ソーシャルデータを活用したコマース支援
- 1,500社超の顧客基盤による安定収益
- インフルエンサー・ライバー・自社タレントネットワーク活用
- AIライブコマース・AIクリエイティブによる販売加速

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

パブリッシャー・クリエイターネットワーク強化によるコマース支援拡張

パブリッシャー支援

1,655支援パブリッシャー

- メディア・アプリ向けUX改善
- メディア・アプリ広告枠の開発・販売
- メディア・アプリユーザー獲得
- 自社メディアの運営
- 自社アプリの開発・運営

パブリッシャー
ネットワーク

成長事業領域

ソーシャルメディアマーケティング

×

ソーシャルコマース

SNSを起点に購買へとつながる新たな消費行動

クリエイター
ネットワーク

クリエイター支援

1,192支援クリエイター

- 動画クリエイターマネジメント
- タレントマネジメント
- ライバーマネジメント
- クリエイター育成
- イベント運営・IP管理等

アジア15カ国・地域でのネットワーク強化により法人ブランド向けのソーシャルコマース支援事業を強化

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

当社の競争優位性

01. アジア市場における巨大な市場機会

02. 高い専門性を持ったグローバルな経営体制とチーム

03. アジア市場においてテクノロジーとオペレーションを両立する独自ポジショニング

04. データ・オペレーション・営業の三位一体×AIによる競争優位性

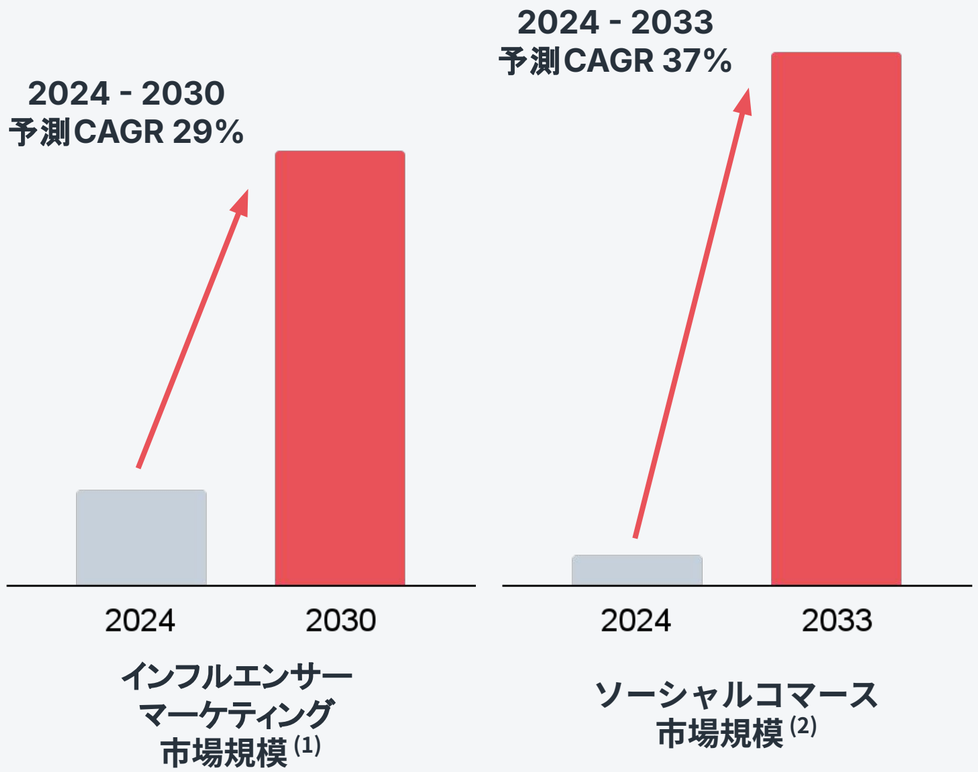
05. オーガニック成長とM&A成長のトラックレコード

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

01. アジア市場における巨大な市場機会

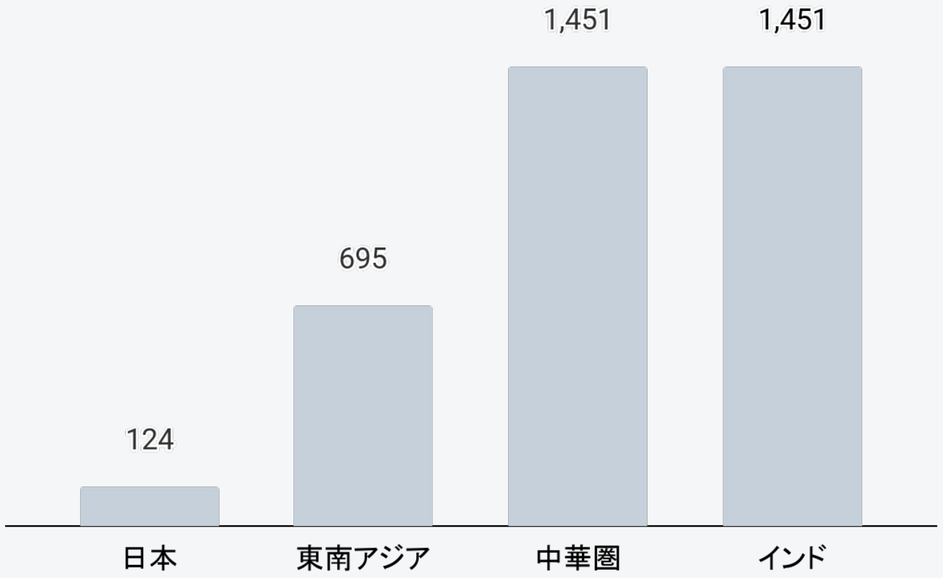
ECやデジタルマーケティング等、高成長業界において事業展開を行うだけでなく、創業以来アジアに軸足を置き、
37億人の巨大市場の中で継続的な成長を目指しております。

アジアにおける関連市場規模



各地域における人口規模 (3)

（百万人）



(1) 出所: Asia Pacific Influencer Marketing Platform Market Size & Outlook, Grand View Research（2024年11月時点）
(2) 出所: Asia Pacific Social Commerce Market Outlook (2025-2033), Grand View Research（2025年7月時点）
(3) 出所: World Population Prospects 2024, United Nations（2024年7月時点総人口予測）

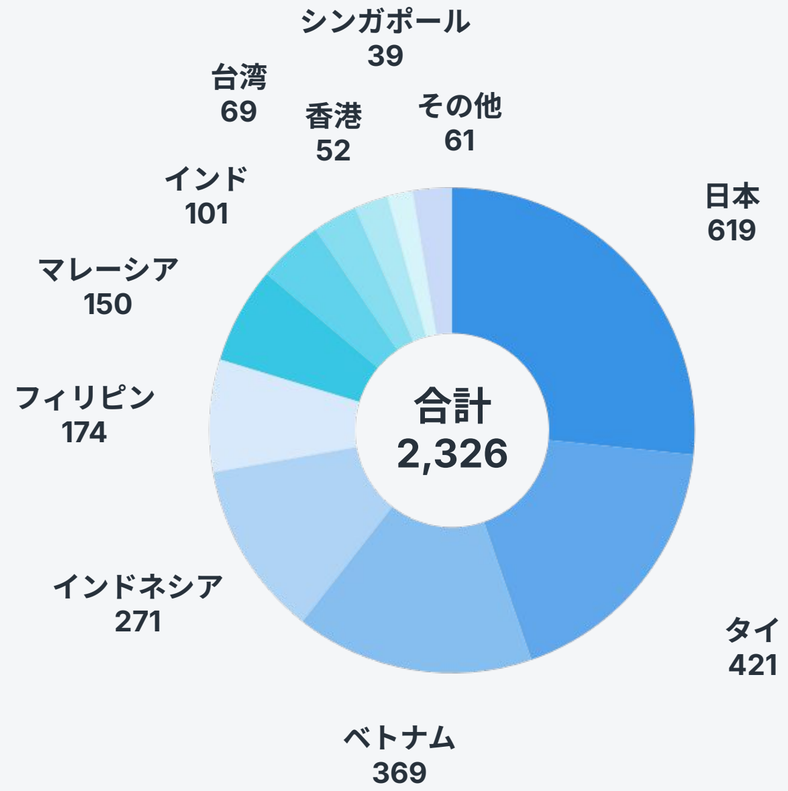
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

02. 高い専門性を持ったグローバルな経営体制とチーム



国別従業員数

（2026年9月30日時点）



© AnyMind Group. All Rights Reserved.

03. アジア市場においてテクノロジーとオペレーションを両立する独自ポジショニング

アジアにおいてはテクノロジー導入に加え、運用面まで含めた支援ニーズが存在するため、ソフトウェアとオペレーションの両方を支援するBPaaS（Business Process as a Service）モデルがアジアにおける当社の競争優位性となると考えております。

BPaaSモデルによるアジアでの優位性

ソフトウェア

テクノロジーの活用により
データ活用や生産性の向上を継続的に推進

＋

オペレーション

オペレーション支援により
クライアントに伴走した課題解決

AI活用による継続的な進化

- AIを活用した顧客ブランドレビュー分析
- 多言語に対応可能な生成AIライブコマース
- AnyManagerにおけるAIを活用したショート動画生成
- AnyChatにおけるAIカスタマーサービスエージェント機能

- マーケティングにおけるコンテンツ案自動生成
- 投稿事前チェック / 薬事チェック支援
- 顧客・競合・市場の初期調査自動化
- 報告レポートの複数言語翻訳
- 社内ナレッジの専門ボットによるシェア、など

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

03. 法人クライアントへBPaaSモデルによるアジア全域でのEC・マーケティング支援

- BPaaSとしてテクノロジーの活用を前提としつつ業務プロセス支援を提供するモデルを推進
- SaaSソリューションの浸透のハードルが高い東南アジア市場においても、テクノロジー活用やDX改革、AI活用を推進していくために適したビジネスモデル
- 通常のアウトソーシングと比較して、システムによる自動化、データ活用によりブランド成長を支援



© AnyMind Group. All Rights Reserved.

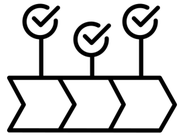
04. データ・オペレーション・営業の三位一体×AIによる競争優位性



データ & プロダクト

- SNSデータ、購買データ、クリエイターデータを活用した顧客支援
- 310万以上のインフルエンサー、1,192クリエイター (1)
- EC運営及びソーシャル分析を一気通貫で支援できる体制

×



オペレーション

- マーケティング：マーケティング案件年間10,000件超 (2)、クリエイティブ制作、ライブコマース
- EC運営：輸入・在庫管理・物流・カスタマーサポートまで統合
- クロスボーダー：複数国のECプラットフォームを統合運用

×



営業

- グローバルに広がる顧客網
  - マーケティング顧客年間1,500社超 (2)
  - EC法人支援ブランド 236 (1)
- ソーシャル×ECに精通したグローバル営業組織
  - 全地域538人・全社の25% (2)



AIによる業務効率化を推進中

積極的なAI活用による業務効率化・サービス高度化の迅速な実装力

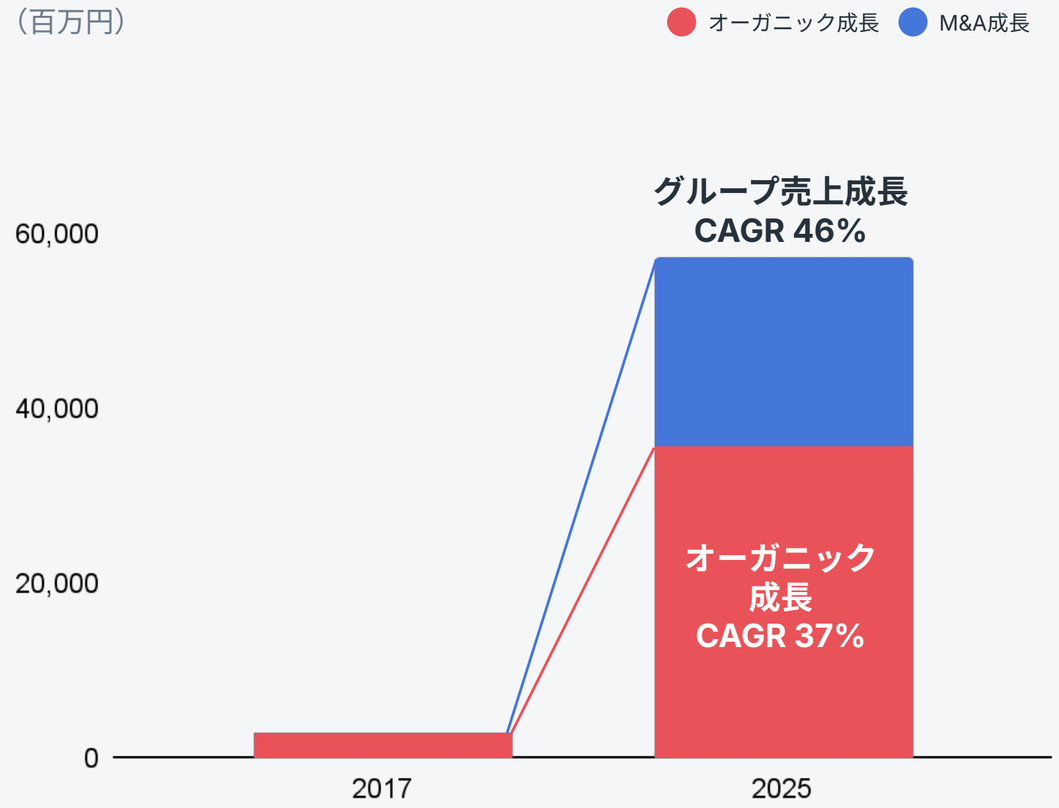
(1) 2026年9月30日時点
(2) 2025年12月31日時点

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

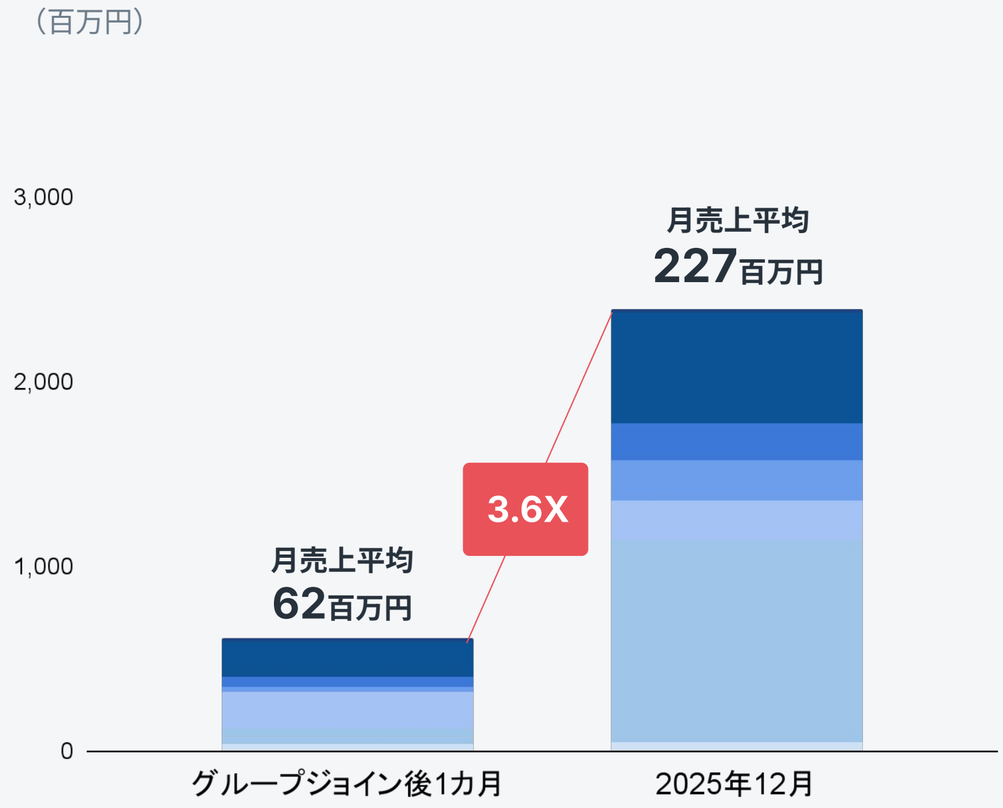
05. オーガニック成長とM&A成長のトラックレコード

グループ事業戦略を加速させるためにM&Aを創業以来15件実施しており、
組織やプロダクトを含め事業統合を進めシナジー創出を行うことで、M&A対象事業の大幅な成長を実現しております。

2017年度以降のオーガニック成長とM&Aによる業績貢献 (1)



M&A対象企業のグループ参画後の売上成長 (2)



(1) 「オーガニック成長」は2017年以降に行ったM&Aを除いた売上収益。「M&A成長」はAcqua Media、Moindy、GROVE、LYFT、Engawa、POKKT、DDI、Arche、AnyReach、Vibula、NADESHIKO Beautyの会計上の資金生成単位ベースの数字
(2) 2025年12月の売上は会計上の資金生成単位ベースで表示。「グループ参画後1ヶ月」はAcqua Media 2018年10月、Moindy 2019年4月、GROVE 2020年1月、POKKT及びLYFT 2020年3月、Engawa 2021年2月、DDI 2023年10月、Arche 2024年6月、AnyReach 2025年4月、Vibula 2025年9月、NADESHIKO Beauty 2025年10月を指す

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

05. グローバル事業ロールアップによる再現性のあるシナジー創出

事業のグローバル展開にあたり、オーガニック展開に加えM&Aによるオペレーションエクセレンスと経営人材の獲得を行っています。
特に同一事業を複数国でM&Aを行うロールアップモデルはPMIプロセスを含め再現性を持って高い成果を実現しています。

当社におけるM&A活用パターン：グローバル事業ロールアップ

ビジネスモデル	グローバル共通のビジネスモデル
テクノロジー	グローバル統一プロダクト開発
ネットワーク	リージョナルネットワーク
オペレーション	日本 / タイ / インドネシア / ベトナム / マレーシア / …

オーガニックとM&Aの併用で事業基盤強化
（M&A後は事業統合によりシナジー追求）

上場後に実施したM&A

継続M&A フォーカス領域

法人ブランド支援

- インドネシア（2023年9月）
- マレーシア（2024年6月）
- 日本（2025年3月）
- ベトナム（2025年9月）
- 日本（2025年10月）
- 日本（2026年1月）
- 日本（2026年1月）

法人支援 ネットワーク

クリエイター支援

- 日本（2026年1月）

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

04

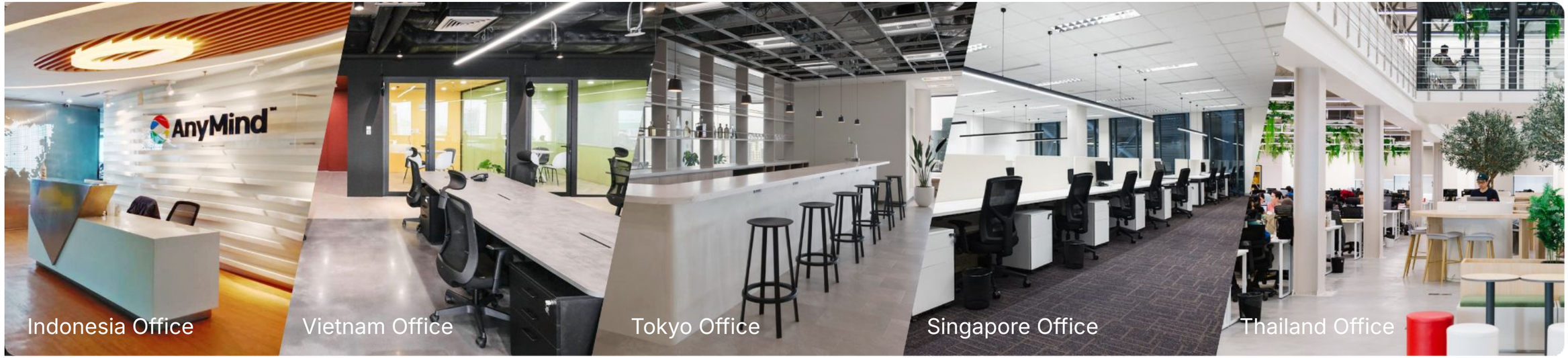
Appendix

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

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）
従業員数	2,326名（2026年9月末時点）
資本金	7.7億円（2026年9月末時点）

取締役	十河 宏輔	代表取締役 Chief Executive Officer
	大川 敬三	取締役 Chief Financial Officer
	池内 省五	社外取締役
	村田 昌平	取締役（監査等委員）
	北澤 直	社外取締役（監査等委員）
	岡 知敬	社外取締役（監査等委員）



© AnyMind Group. All Rights Reserved.

Our Vision | 私たちが目指す姿



アジアをリードし、
世界へ広がるインパクトを
生み出す。

変化する時代の中で、常識にとらわれず、
ビジネスと成長のあり方を進化させ、
新しいスタンダードを創り続ける。

ブランド・パートナー・テクノロジーをつなぐ基盤として、
あらゆるビジネスの持続的成長を支える
次世代のインフラになる。

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

アジア全域で法人顧客、パブリッシャー、クリエイター支援事業を展開

法人ブランド支援

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目的に応じたマーケティングソリューションを提供

D2C / EC

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

パートナーグロース

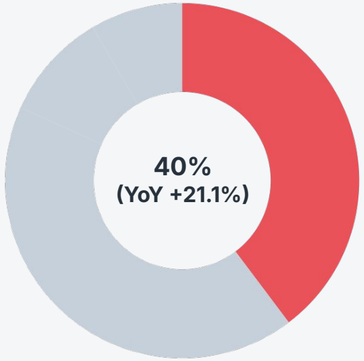
パブリッシャー支援

ウェブメディアやモバイルアプリのUX向上や収益最大化などを包括支援

クリエイター支援

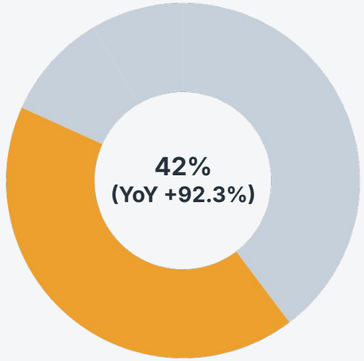
YouTubeやTikTokにおけるコンテンツ収益化、スポンサー獲得などクリエイター・エコノミーの拡大を支援

2026年12月期第3四半期売上総利益構成比及び前年比成長率



インフルエンサー
AnyTag™

デジタル・モバイル
AnyDigital™



ECデータ
AnyX™

生産
AnyFactory™

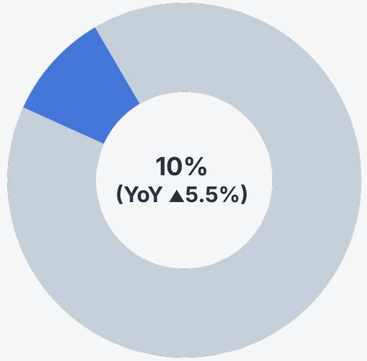
在庫物流
AnyLogi™

チャット
AnyChat™

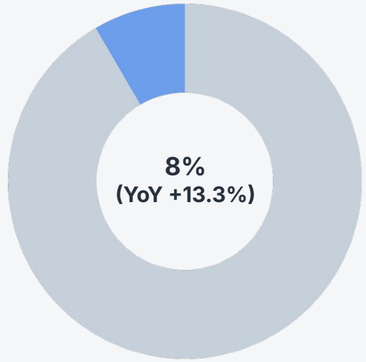
EC支援
AnyShop™

AI
AnyAI™

生成AIライブコマース
AnyLive™



AnyManager™



AnyCreator™

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

事業セグメント別ハイライト：法人ブランド支援の高成長と事業間シナジーの創出

売上総利益の約8割を占める法人ブランド支援（マーケティング・D2C/EC）が高成長を牽引しており、パブリッシャー・クリエイター支援領域では収益性の向上と最適化が進行しております。全社的なシナジー創出及び収益多角化により、中長期の成長路線を確固たるものにします。

マーケティング

Q3売上総利益YoY +21%

- 年間1,500社超の顧客基盤による安定収益
- アジアのインフルエンサー市場の拡大(CAGR 29%)(1)を取り込む成長持続

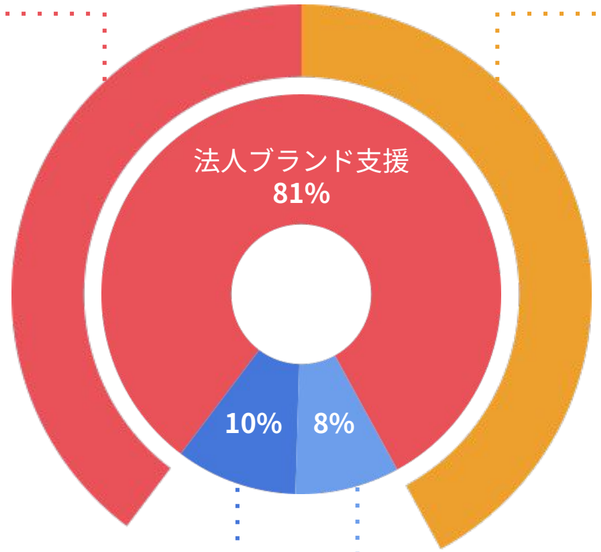
データ・EC基盤の連携で法人顧客クロスセル拡大

D2C/EC

Q3売上総利益YoY +92%

- 法人支援ブランドは前年比37増、チャーンレートも低水準を維持
- アジア・ソーシャルコマース市場拡大(CAGR 37%)(2)を取り込む高成長

売上総利益構成比
（2026年度Q3）



広告主需要の直接把握でパブリッシャーから最適提案

ライブコマース領域でシナジーを創出

パブリッシャー支援

Q3売上総利益YoY ▲6%

- 軟調な市場環境において、アプリ支援など収益性の高い領域を強化
- AI活用による収益性向上を推進し、トップラインの成長を上回る収益貢献を目指す

クリエイター支援

Q3売上総利益YoY +13%

- 事業環境変化のマイナス影響はQ1で一巡、事業間シナジーが見込まれる領域へ集中
- タレントマネジメント領域など収益多角化が進展し成長軌道へと回帰

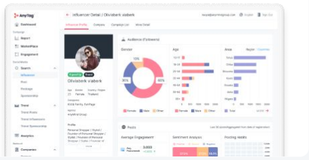
(1) 出所: Asia Pacific Influencer Marketing Platform Market Size & Outlook, Grand View Research（2024年11月時点）
(2) 出所: Asia Pacific Social Commerce Market Outlook (2025-2033), Grand View Research（2025年7月時点）

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

当社が展開するプラットフォームおよびソリューション

マーケティング

AnyTag™



インフルエンサーマーケティング

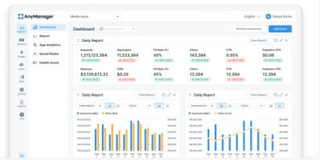
AnyDigital™



デジタルマーケティング

パブリッシャー支援

AnyManager™



パブリッシャー支援

クリエイター支援

AnyCreator™



クリエイター支援

AI

AnyAI™



データ / AIプラットフォーム

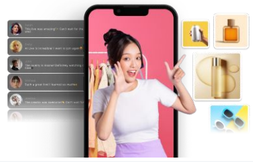
D2C / EC

AnyX™



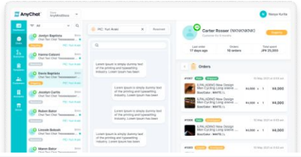
ECマネジメント

AnyLive™



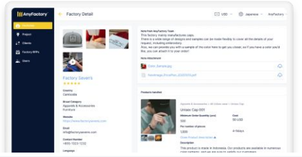
AIライブコマース

AnyChat™



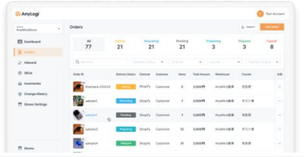
会話型コマース

AnyFactory™



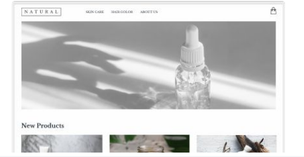
生産管理

AnyLogi™



在庫物流管理

AnyShop™



EC支援

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

成長加速と収益性改善を支えるAI活用

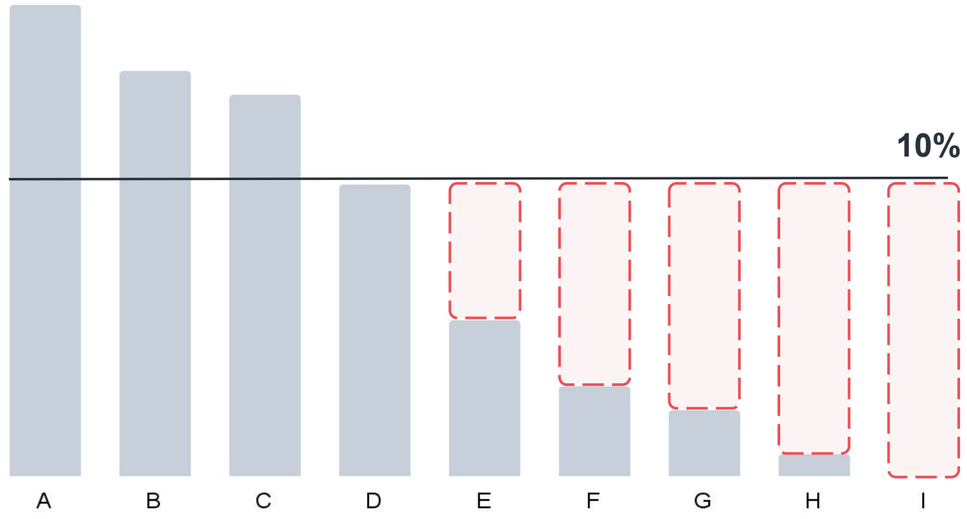
当社のようにテクノロジーとリアルオペレーションを統合する事業モデルにおいて、AIの進化は短期的・長期的の双方で成長および収益性改善を加速させる重要な追い風になると考えております。

AI進化に対する前提理解	■ AI進化により単体ソフトウェアの差別化は難化 ■ 営業力、業務実装力、マルチローカル運営能力を持つ企業の優位性が拡大
当社の持つリソース	■ インフルエンサー、マーケティング、EC領域における独自データと運用基盤 ■ オンラインとリアルを融合した一気通貫オペレーション体制 ■ アジア15カ国・地域におけるローカル最適化された営業・サービス提供体制 ■ 内製開発およびAI活用による業務効率化・サービス高度化の迅速な実装力
短期影響	■ 生成AI活用による営業・制作・運用業務の効率化とコスト構造の改善進展 ■ 各国オペレーション体制との連携強化による提供品質向上および収益性改善
長期影響	■ 統合データと業務実行力を軸としたアジア全域での競争ポジション強化 ■ AIを組み込んだプロダクト・サービス進化を通じた持続的競争優位の確立

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

（事例）主要事業の営業・業務効率化の継続推進

マーケティング事業：国別営業利益率

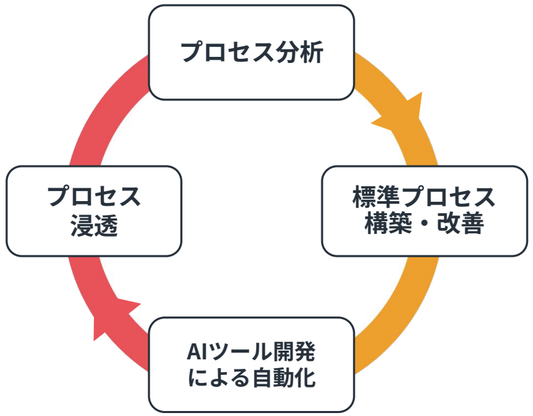


国ごとに存在する利益率のバラつき
＝ 大きな改善機会

国ごとに差異が発生している領域

- 組織体制やチーム間連携
- 営業とオペレーションの業務フローの生産性
- 営業管理の粒度や方法
- 分析や提案能力の差分

高い収益性を実現する国をベンチマークに、グローバルで標準プロセスの構築を進めるとともに、提案生成やレポート自動生成等のAI活用による省力化を推進しており、現在は各国へのプロセス実装フェーズ



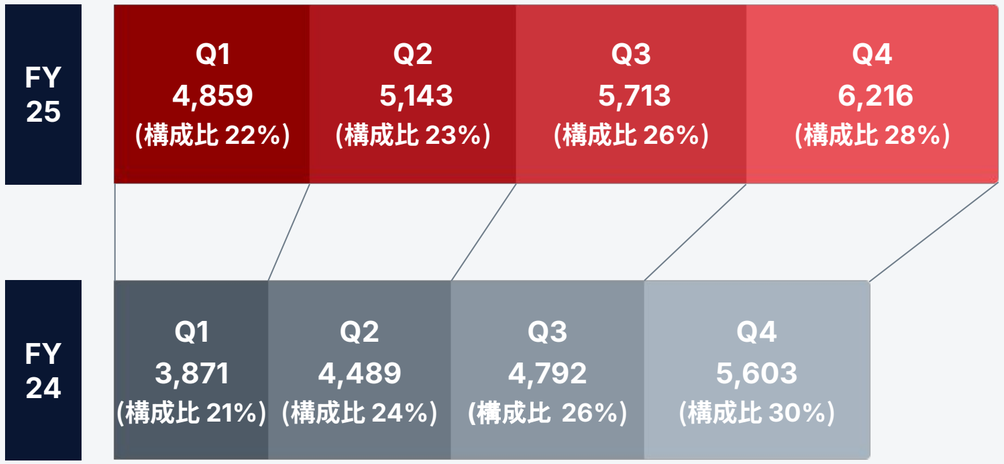
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

当社事業の季節性

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。Q1（1-3月）は年始や旧正月の休暇の影響で営業日・稼働日が少なく、Q4は年末商戦期等の影響がありマーケティング支出をQ4に集中する等が季節性の要因として挙げられます。

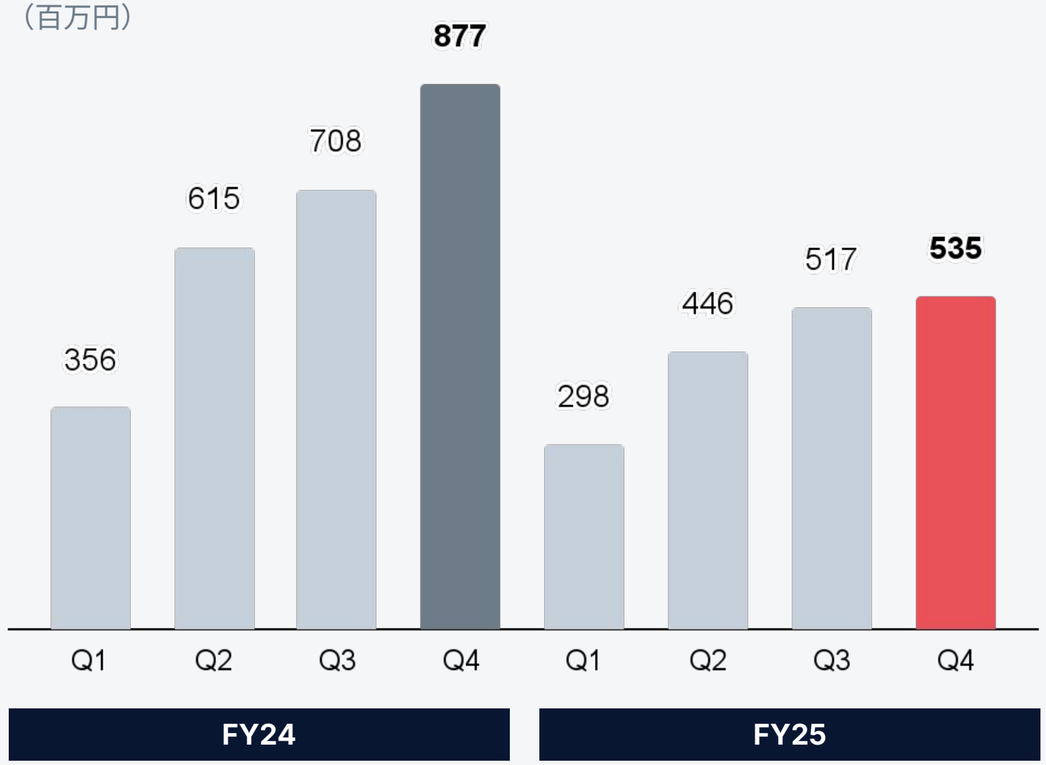
売上総利益 四半期別構成比

（百万円）



営業利益 四半期推移

（百万円）



© AnyMind Group. All Rights Reserved.

ご参考：直近3件のM&Aの概要

1月に株式取得した3社は全て、2026年12月期第1四半期より連結業績に寄与しております。

ソーシャルコマース支援体制		事業概要	取引の目的及び見込めるシナジー	直近期業績（百万円）
①需要創出	MISM 株式会社MISM	縦型動画を主としたクリエイティブ制作・プラットフォーム	• 購買転換につながる高品質クリエイティブの安定供給体制の構築 • 多様なモデルネットワークの獲得 • ブランド利用に耐えうる安全性・権利管理体制の確立	2025年10月期 ・売上高：366 ・売上総利益：250 ・営業利益：117
②購買転換	Bcode inc. 株式会社Bcode	ライブ配信サービスを中心としたクリエイター支援	• ライブ配信を起点とした購買創出機能の強化 • クリエイター活動領域の拡張と収益機会の拡大 • AnyMindのネットワークとの統合によるスケール拡大	2025年5月期 ・売上高：209 ・売上総利益：209 ・営業利益：78
③流通拡張	SUNSMILE 株式会社 サン・スマイル	オフラインを軸とした化粧品・美容雑貨領域の流通、および自社ブランドの企画・販売	• ソーシャルコマースで創出した需要を、ECおよび実店舗販売へ接続する体制の構築 • 両社のブランド顧客基盤を活用したEC・流通支援の拡大 • オンライン起点の需要をオフライン流通へ展開する能力強化	2025年3月期 ・売上高：6,812 ・売上総利益：2,566 ・営業利益：450

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

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）	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026 Q3
流動資産	**17,890**	**25,624**	**32,758**	**34,529**
現金及び現金同等物	6,266	9,664	8,607	7,867
営業債権及びその他の債権	7,499	10,090	11,516	13,390
その他流動資産	4,124	5,868	12,634	13,272
非流動資産	**5,365**	**8,538**	**12,385**	**17,348**
有形固定資産	516	728	1,025	1,039
のれん	2,495	2,863	3,834	8,244
その他非流動資産	2,352	4,946	7,526	8,064
資産合計	**23,255**	**34,162**	**45,143**	**51,878**
流動負債	**8,836**	**13,899**	**18,103**	**25,231**
営業債務及びその他債務	7,137	9,759	10,680	13,273
その他流動負債	1,699	4,140	7,423	11,957
非流動負債	**814**	**3,547**	**9,954**	**8,833**
資本合計	**13,604**	**16,715**	**17,086**	**17,813**
親会社の所有者に帰属する持分	13,511	16,590	16,886	17,605
負債及び資本合計	**23,255**	**34,162**	**45,143**	**51,878**

連結/IFRS（百万円）	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026 Q3
営業活動によるキャッシュフロー	1,028	2,399	268	732
投資活動によるキャッシュフロー	-1,261	-1,341	-5,866	-1,436
財務活動によるキャッシュフロー	204	2,131	4,406	122
現金及び現金同等物の換算差額	154	208	133	-158
現金及び現金同等物期末残高	6,266	9,664	8,607	7,867

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

連結損益計算書

連結/IFRS	FY2023				FY2024				FY2025				FY2026		
（百万円）	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
売上収益	**6,562**	**7,739**	**8,586**	**10,573**	**10,515**	**12,016**	**13,149**	**15,032**	**12,643**	**13,202**	**15,008**	**16,445**	**17,742**	**20,466**	**21,487**
売上原価	4,103	4,752	5,300	6,606	6,643	7,526	8,357	9,429	7,784	8,058	9,295	10,229	10,976	12,637	13,613
売上総利益	**2,458**	**2,986**	**3,286**	**3,966**	**3,871**	**4,489**	**4,792**	**5,603**	**4,859**	**5,143**	**5,713**	**6,216**	**6,765**	**7,829**	**7,873**
売上総利益率%	37.5%	38.6%	38.3%	37.5%	36.8%	37.4%	36.4%	37.3%	38.4%	39.0%	38.1%	37.8%	38.1%	38.3%	36.6%
販売費及び一般管理費	2,514	2,802	3,069	3,495	3,552	3,902	4,064	4,755	4,562	4,719	5,180	5,650	6,572	6,916	6,992
対売上収益比率%	38.3%	36.2%	35.7%	33.1%	33.8%	32.5%	30.9%	31.6%	36.1%	35.7%	34.5%	34.4%	37.0%	33.8%	32.5%
人件費	1,485	1,626	1,778	2,044	1,988	2,180	2,274	2,547	2,509	2,523	2,636	2,677	3,207	3,298	3,154
減価償却費	235	262	275	287	314	345	347	370	413	507	576	587	597	669	646
IT関連費用	206	227	242	287	318	342	375	464	413	495	638	850	814	937	1,080
その他販管費	587	685	773	875	930	1,034	1,065	1,372	1,226	1,193	1,327	1,534	1,952	2,012	2,110
営業債権及びその他の債権の減損損失	27	23	3	79	-15	-14	22	16	9	3	22	43	6	69	3
その他の収益	23	9	9	23	21	13	6	47	12	25	6	13	6	21	9
その他の費用	1	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	2	0
営業利益	**-60**	**169**	**222**	**416**	**356**	**615**	**708**	**877**	**298**	**446**	**517**	**535**	**193**	**861**	**886**
営業利益率%	-0.9%	2.2%	2.6%	3.9%	3.4%	5.1%	5.4%	5.8%	2.4%	3.4%	3.4%	3.3%	1.1%	4.2%	4.1%
税引前利益	-75	224	171	307	321	583	545	1,088	116	189	490	613	174	561	850
親会社の所有者に帰属する当期利益	**-101**	**189**	**84**	**387**	**230**	**485**	**378**	**1,240**	**33**	**125**	**264**	**503**	**169**	**326**	**605**
調整後EBITDA (1)	180	438	503	735	672	968	1,075	1,258	726	968	1,101	1,134	806	1,540	1,536
調整後当期利益 (2)	-223	-4	143	479	265	514	532	968	189	372	240	388	199	558	572

(1) 調整後EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋株式報酬費用
(2) 調整後当期利益＝親会社の所有者に帰属する当期利益＋株式報酬費用±未実現の為替差損益

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

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。

© AnyMind Group. All Rights Reserved.