



2025 年 5 月 14 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)

2025 年 12 月期 第 1 四半期決算において想定されるご質問への回答

日頃より、当社にご関心をお寄せ頂き誠にありがとうございます。2025 年 12 月期第 1 四半期決算において想定されるご質問とその回答について、下記の通り開示させていただきます。

Q1. 2025 年 12 月期業績予想を修正した背景を説明してほしい。

本日発表いたしました 2025 年 12 月期業績予想の修正により、売上収益は 55,253 百万円（前期比 9.0% 増）、売上総利益は 21,260 百万円（前期比 13.3% 増）へ期初業績予想から下方修正を行いました。当社が最重要指標として掲げる売上総利益の前年比成長率を事業別でみると、マーケティング事業が 20% 増、D2C/EC 事業が 48% 増を見込んでおり、これら 2 事業の予想については為替前提の変更を除き期初から変更はありません。一方、パートナーグロース事業については 15% の減少を見込んでいます。

今回業績予想を修正した背景は、パートナーグロース事業に含まれるクリエイター向け成長支援事業における外部環境の変化となります。同事業の収益モデルは、クリエイターの動画コンテンツの収益化を支援し、その収益を一定の比率でクリエイターと当社で配分する仕組みとなっています。特に 2023 年度第 3 四半期以降、新たな市場である短尺動画向けの収益が急成長を遂げました。当社のクリエイター支援はアジア各国のクリエイター支援を中心に行っていましたが、短尺動画については国を問わずグローバルにクリエイター支援を行う形で対象市場を拡大し、クリエイター獲得を強化いたしました。結果として 2021 年 18% 増、2022 年 19% 増であった前年比売上総利益成長率が、2023 年 69% 増、2024 年 206% 増と著しい成長を実現し、クリエイター向け成長支援事業は売上総利益で 2022 年 12 月期の 6.5 億円から 2024 年 12 月期に 34 億円に拡大しました。2025 年についても安定した事業成長と利益貢献を見込んでおりました。

しかし 2025 年 3 月以降、短尺動画の収益単価が急激に下落し、従来の水準の約 1/4 程度で推移する状況となりました。これは新しい市場である短尺動画について動画プラットフォームでの単価見直しなどの影響があったと想定しており、この単価変動は当社に限らずグローバルに市場全体で同様の変化があったと認識しております。当社としては、この単価下落が一時的か恒常的な変化であるかを慎重に見極めておりましたが、4 月を通じても収益単価に回復の兆候が見られなかったことから業績予想を修正いたしました。

なお、収益単価の下落はございましたが、2025 年 12 月期第 1 四半期の決算説明会資料（8 ページ）でも開示しましたとおり、収益単価下落などの事業環境の悪化は一巡していると見込んでおります。収益単価調整後の 2025 年 12 月期のクリエイター向け成長支援事業の売上総利益見込みは 22 億円であり、2023 年 12 月期と比較して高い水準を維持すると見込んでいます。また、クリエイター関連市場の成長トレンドは引き続き継続するものと考えており、現状の収益単価を前提に安定成長フェーズへの移行を想定しています。

今回の業績予想修正にあたり、同じくパートナーグロース事業に含まれるパブリッシャー向け成長支援についても、売上総利益率が低いウェブメディア向け事業が低調である一方、売上総利益率が高いモバイルアプリ関連事業が好調であることを踏まえ、収益ミックスの変化を踏まえて、売上収益を引き下げる修正を行っております。またグループ全体のドル円の為替想定レートについて、2025 年通期平均を期初予想の 149.25 円から 145.3 円（2025 年 4 月以降は 143.0 円）に見直したことにより、円建ての売上収益及び売上総利益を減少方向に調整しております。

営業利益についても、売上総利益の下方修正に伴い引き下げておりますが、業務効率化を背景に採用計画や外注費の見直しといったコスト構造の改善により販売管理費の増加を抑制しています。急激な売上総利益見込みの減少により足許の営業利益額への修正影響は大きくなっておりますが、現在グループ全体で生成 AI 活用と業務改善を推進しており、これら生産性改善プロジェクトにより営業利益率については今後改善出来るものと期待しております。

加えて、想定為替の修正を踏まえた円建てでの販売管理費の金額の低下も反映させています。また、親会社の所有者に帰属する当期利益については、上述の業績見通し下振れのほか、ドル円為替レートが 2024 年末の 158.2 円から 2025 年 4 月末の 142.6 円に円高・米ドル安で推移したことにより米ドル建資産（米ドル預金など）について円建てへの為替換算損失が発生しており、2025 年 12 月期第 2 四半期までの累計期間において、1 ドル 143.0 円をベースに想定する為替差損（営業外の金融費用）として 281 百万円を業績予想に含んでおります。

以上の状況を踏まえ、2025 年 12 月期の業績予想を修正させていただきました。なお、2025 年 2 月 14 日に発表した 2027 年 12 月期中期目標（売上収益 1,050 億円、売上総利益 385 億円）は変更しておりません。

Q2. 2025 年 12 月期修正業績予想の前提を説明してほしい。

前述の通り、2025 年 12 月期修正業績予想の前提として、事業別の売上総利益の前年比成長率はマーケティング事業で 20%増、D2C/EC 事業で 48%増を見込む一方、パートナーグロース事業は 15%の減少を想定しています。

マーケティング事業及び D2C/EC 事業については為替前提の変更を除き期初の見通し通りの業績推移を想定しています。インフルエンサーマーケティング「AnyTag」は、引き続きグローバル各地域で堅調な成長を維持すると予想しており、D2C/EC 事業では法人向け EC 支援事業においてクロスボーダー EC 支援の需要増を背景に、新規ブランドの獲得やローンチが進展することから、高い成長を見込んでいます。全世界的に貿易摩擦が懸念される市場環境において、アジア市場の存在感やアジア域内貿易の重要性が見直されていると考えており、マーケティングや EC 支援といった法人顧客支援の領域においては旺盛な需要が見込まれると考えております。

一方、パートナーグロース事業については、クリエイター向け成長支援事業における短尺動画の収益単価

下落を受け、業績予想を引き下げています。パブリッシャー向け成長支援事業においても、ウェブメディア向けの事業環境の低調な推移と売上総利益率の高いモバイルアプリ関連事業の好調を踏まえ、収益ミックスを調整しています。2024年12月期のクリエイター向け成長支援事業の急成長からの反動により、パートナーグロース事業全体としては2025年12月期は前年比マイナス成長となりますが、2023年12月期から2025年12月期にかけての平均成長率は年19%となっており、今後も安定成長のトレンドを目指していけると見込んでいます。

地域別では、パートナーグロース事業の変動影響を除くと、東南アジア地域が引き続き高成長を維持するほか、日本及びその他地域も安定的な成長を予想しています。足許のM&Aについては、2025年4月に発表したベトナムVibula社については業績予想に含めておらず、2025年3月末に株式取得を完了した日本AnyReach社については販売管理費の増加を中心に保守的に業績予想へ反映しております。

Q3. 今回発表した配当方針の修正と自己株取得についての計画を説明してほしい。

自己株式取得計画については、2025年2月14日に公表した内容を見直し、取得可能な株式数の上限を従来の95万株から125万株（発行済株式総数の約2.07%）に引き上げました。当社では現在の株価水準や資本効率等を総合的に勘案し、将来的なM&A等の成長投資を含めた資本政策の柔軟性を高める観点から、自己株式取得枠の拡大を決定いたしました。

また、当社の事業は中長期的な成長を継続しつつも、安定した利益創出が可能な段階に移行していると認識しております。こうした状況および経営成績、財政状態、キャッシュ・フローなどを総合的に考慮し、今回初めて配当を実施することといたしました。2025年12月期の期末配当予想は1株あたり2円00銭とし、今後も積極的な成長投資を継続しつつ、安定的かつ継続的な配当を目指してまいります。現時点では具体的な配当性向等を定めておりませんが、利益の成長に応じた増配を目標としています。

一般的に、配当開始は投資対象銘柄としての安定性向上につながり、株価のボラティリティを低下させる可能性があるほか、有配企業を投資対象とする投資家層の拡大にも寄与すると考えられております。当社といたしましても、中長期的な収益成長の見通しを踏まえ、株主の皆様との長期的な信頼関係の構築、株価安定性の向上、企業価値の持続的な成長を目的として、今回の配当開始を決定いたしました。

Q4. 2025年12月期第1四半期の実績についてどう評価しているか。

2025年第1四半期は売上収益が前年同期比で20.2%増、売上総利益が同25.5%増となり、売上総利益については期初計画を達成した水準で順調に推移しています。今回業績予想を修正したパートナーグロース事業については、第1四半期から一部業績への影響が生じていますが、それ以外のマーケティング事業および法人向けEC支援事業は堅調な顧客需要を背景に引き続き順調な成長を維持しています。

また当社事業には、第1四半期がローシーズン、第4四半期がハイシーズンとなる季節性があり、2025年も例年通りの推移となっています。2024年度第1四半期はパートナーグロース事業が特に高い成長を示したため、季節性を大きく上回る業績でしたが、本年度は通常の季節的要因に基づいた推移となっております。

営業利益については、第1四半期において成長領域への採用投資の継続しており、3月以降のクリエイター向け事業の収益減少などが影響し、前年同期比16.2%減の298百万円となりました。ただし、現在グループ全体で生成AIを活用した業務効率化プロジェクトが進行中であり、採用や外注費などの増加を抑制できる見込みがあるため、今後の収益性改善を期待しています。

さらに為替の円高・ドル安傾向を受け、保有する米ドル建資産(主に米ドル現金)の評価損として146百万円を営業外の金融費用に計上したため親会社所有者帰属四半期利益は前年同期比85.3%減の33百万円となりました。ただし、この評価損は為替相場変動に伴う一過性のものであり、当社の本質的な事業活動に対する影響は限定的であると判断しています。

事業面では、生成AI活用によるDX推進、業務改善プロジェクトの進展や法人顧客支援体制の強化など、今後の業績に反映される重要な施策が着実に進んでおり、中長期的な収益基盤の強化につながる前向きな四半期だったと評価しています。

Q5. 2025年12月期第1四半期について事業別、地域別の状況について説明してほしい。

2025年第1四半期の売上総利益の前年同期比成長率は、マーケティング事業で21%増、D2C/EC事業で37%増、パートナーグロース事業で25%増となりました。

マーケティング事業においては、売上総利益の約7割を占めるインフルエンサーマーケティングが前年同期比約27%の成長を達成し、全地域で堅調に推移いたしました。D2C/EC事業については、法人向けEC支援事業が東南アジア地域における旺盛な需要を背景に、前年同期比53%増と高い成長を達成しました。一方、パートナーグロース事業は、クリエイター向け成長支援事業が成長を維持したものの、市場環境の変化に伴い成長ペースは緩やかになっています。パブリッシャー向け支援事業についてはウェブメディア市場の軟調な市況の影響を受け、成長が鈍化していますが、今後は成長性の高いモバイルアプリ関連事業への注力を加速してまいります。

地域別では、日本および韓国の売上総利益が前年同期比15%増、東南アジアが同42%増、その他地域(インドおよび中華圏)が同20%増と、全地域で成長を達成しております。日本および韓国では、パートナーグロース事業の比率が相対的に高く、成長率はやや低めに推移しましたが、マーケティング事業およびD2C/EC事業は引き続き安定した成長を示しています。また、クリエイター活動支援の強化や自社アプリ開発を通じた新規収益基盤の構築を積極的に進めており、安定成長を見込んでおります。

東南アジアでは、マーケティング事業が前年同期比23%増と引き続き順調に推移しており、法人向けEC支援を行うインドネシアのDDI社やマレーシアのArche社などの子会社が業績を牽引しています。タイ、シンガポール、フィリピンでも法人顧客向けEC支援事業が着実に成長し、地域全体の好調な業績に寄与しています。

その他地域においては、第1四半期はクリエイター向け成長支援事業が好調に推移しました。マーケティング事業は同四半期中に一時的に成長が鈍化したものの、第2四半期に入り中国市場からのインバウンド・アウトバウンドマーケティング需要が回復しており、地域全体での安定した成長が期待されています。

Q6. 2025 年 12 月期第 1 四半期の成長率について為替の影響はどの程度あるか。また、今後円高基調が続いた場合、どのような影響を想定しているか。

当社は各国における事業収益の大半を現地通貨で受領しているため、日本円ベースでの業績は各国通貨と円の為替レート変動の影響を受けます。海外拠点が占める売上総利益は全体の約 53%であることから、為替変動の影響はこの範囲で発生します。2025 年第 1 四半期は、特にシンガポールドル、タイバーツ、インドネシアルピアが主に影響し、香港ドル、ベトナムドン、台湾ドル、マレーシアリングgitなども一定の影響を及ぼしました。売上総利益ベースで各通貨を加重平均した結果、同四半期の売上総利益成長率に対する為替のプラス影響は約 1.1%と試算しております。

また、販売管理費を含めた費用についても各国にて現地通貨建てで発生するため、売上総利益と同じ方向に動くことで、営業利益など収益性指標への為替影響は相殺される効果があります。仮に今後日本円がアジア各国通貨に対して円高方向に推移した場合、売上収益や売上総利益は日本円ベースで下振れしますが、販売管理費も同様に減少するため、営業利益への影響は限定的であると見込んでおります。

したがって、円高基調が今後継続した場合でも、営業利益やキャッシュ・フローに対する重大な影響は想定しておらず、主に売上収益および売上総利益の日本円換算数値が影響を受ける程度と考えております。

なお、営業外の金融費用への影響として、円高・ドル安が進行した場合には、米ドル建資産（主に米ドル預金など）に為替評価損が発生します。2025 年第 1 四半期においては、この要因により 146 百万円の為替評価損を営業外の金融費用として計上しております。

Q7. 今後の業績見通しと成長を実現するため具体的な戦略について教えてほしい。

本日公表したとおり、2025 年 12 月期の通期業績予想は修正いたしましたでしたが、2027 年 12 月期中期目標（売上収益 1,050 億円、売上総利益 385 億円）は変更しておりません。M&A などの成長投資による増収効果も含め、中期目標の達成を目指してまいります。また、今回下方修正した 2025 年 12 月期の営業利益率についても、生成 AI 活用を軸とした業務効率化施策を通じ、中期目標期間内に大幅な改善を目指しています。

当社は法人顧客向けの EC 支援およびマーケティング支援を軸に成長を継続しており、国内外市場における旺盛な需要が引き続き期待できます。特に世界的な貿易摩擦などを背景としたアジア域内での貿易活性化は、当社にとってアジア市場でのプレゼンスをさらに拡大する大きな機会と捉えております。当社の複数国にわたる事業基盤を活かし、国境を越えた柔軟な対応力を強みに市場環境の変化に対応してまいります。

具体的な成長戦略として、マーケティング分野では、生成 AI を活用した SNS 分析やインフルエンサーリコメンド機能を強化し、ソリューションの競争力を向上させます。EC 支援分野では、AI ライブコマースと従来型ライブコマースを組み合わせたハイブリッドモデルの提供を拡大するとともに、クロスボーダー EC 支援のための新規ブランド獲得と支援体制の強化を継続します。リージョナルクライアントとの連携強化を進め、生成 AI を活用した法人顧客向け DX 支援も積極的に推進し、事業間のクロスセルを拡大していく方針です。

パートナーグロース事業においては、クリエイター経済圏の継続的な成長を踏まえ、動画コンテンツの収益化支援および自社クリエイターを活用したショートドラマなどのコンテンツ制作を強化してまいります。

パブリッシャー支援分野では、市況が軟調なウェブメディアから成長著しいモバイルアプリ市場へのシフトを進め、AnyManager を活用した収益化支援、生成 AI による業務効率化支援、さらにカジュアルゲームなど自社アプリの開発・運営にも積極的に取り組みます。

各事業分野間で生成 AI やデータ活用によるシナジー効果を高めつつ、当社が有する「アジアをつなぐ強み」と高度なデジタルソリューション提供力を活かし、変化の激しい市場環境に迅速かつ柔軟に対応しながら持続的な成長を実現してまいります。

さらに社内でも生成 AI を中心とした業務効率化施策による構造改革を進め、アジア市場における当社の競争優位性を確立し、中期的には営業利益率 6.0%以上、さらに上振れする水準を目指してまいります。詳細につきましては、本日公表の 2025 年 12 月期第 1 四半期決算説明資料「今後の成長戦略と業績見通し」セクションをご参照ください。

Q8. 今回の下方修正予想を前提とした場合、中期目標達成の可能性についてどのように考えているか。

本日公表の 2025 年 12 月期第 1 四半期決算説明資料（19 ページ）にも記載しております通り、今回の業績予想修正によって一時的に中期目標達成への不透明性が上がったように見えるかもしれませんが、今後想定する M&A の実施および生成 AI を活用した業務効率化プロジェクトを踏まえると、中期目標の達成は十分に可能であると考えております。

まず、今回のパートナーグロス事業の業績下方修正による財務インパクトですが、（業績下方修正に含めている為替前提の変更も含めて）2025 年 12 月期において売上収益で 9,497 百万円の減少、売上総利益で 2,481 百万円の減少となります。パートナーグロス事業は年間約 20%程度の成長を見込んでおりましたので、その年間成長率を考慮すると、2027 年 12 月期では売上収益で 13,675 百万円の減少、売上総利益で 3,572 百万円の減少という中期目標との乖離になると想定しています。営業利益への影響は、売上総利益の減少額から為替前提変更による販売管理費の減少（443 百万円）を差し引いた金額となり、2027 年 12 月期で 3,129 百万円の減少を想定しています。まとめますと、2027 年 12 月期における中期目標との乖離は売上収益で 13,675 百万円減少、売上総利益で 3,572 百万円減少、営業利益で 3,129 百万円減少になるものと理解しております。

一方、今回の中期目標を策定した時に織り込んでいなかった要素として、①継続的な M&A の実施、②AI 活用による業務効率化プロジェクト、の 2 つの影響についてご説明いたします。

① 継続的な M&A の実施

当社は上場前より M&A を成長戦略の軸として推進しており、2024 年 12 月期以前に実施した 9 件の M&A 案件においては、平均して M&A 対象企業の売上規模を取得時から約 4.4 倍に成長させております。この実績を踏まえ、今後も継続的に M&A を行う計画です。

2025 年に既に発表済みの AnyReach 社、Vibula 社に加え、2026 年 12 月期および 2027 年 12 月期の 2 年間で各年 3 件（四半期あたり最大 1 社）の新規 M&A を実施する前提と想定します。各対象企業の規模感については過去の M&A 実績を参考に、グループ入り後 1 年目で売上収益 10 億円、売上総利益 3 億円、営業利益 70 百万円という前提とし、AnyReach 社、Vibula 社を含めた業績貢献を試算すると、2027 年 12 月期には売上収益 7,757 百万円、売上総利益 2,928 百万円、営業利益 592 百万円の貢献が見込まれます。

② AI 活用による業務効率化プロジェクト

現在、当社は AI ネイティブカンパニーへの変革を目指し、CEO 直下で専属チームを設置し、全地域・全事業部を対象に業務プロセスの標準化および自社開発の AI ツール導入による業務自動化・効率化を推進しております。

当社の販売管理費の中で人件費が最も大きく、採用関連費等を含めると販売管理費全体の約 63%が人員数に連動する費用項目です。当社のビジネスモデルは成長に伴って採用を継続する前提があり、2025 年 3 月末時点でのフルタイム従業員数は 2,035 名から、2027 年 12 月期末に 3,313 名の従業員数への増加を見込んでおりました。また、人員数に連動する販売管理費について、2027 年 12 月期は 20,328 百万円を想定しています。

本 AI 導入プロジェクトでは、例えばインフルエンサーマーケティング事業において 1 案件遂行に必要なプロセスを 200 以上の業務ステップに分解し、それぞれのステップについて AI 活用も含めてどの程度の自動化が可能かの整理と分析を行っています。各ステップに必要な時間と自動化による削減時間を積み上げていくことで業務削減余地を計算すると、同プロセスにおいては約 40%の効率化余地を認識しており、この効率化は売上収益などトップラインの成長性に影響を与えない形で改善可能な領域と考えています。現在、日本と主要対象国からプロセス改善を既に開始していますが、この改善プロジェクトを順次他事業部及び他国に展開していく予定であり、その中で、全社的に大きな効率化余地があると考えております。ここでは全社で 15%の業務効率化を試算の前提としており、この 15%の業務効率化を反映した場合、2027 年 12 月期の人員を 3,313 名から 2,816 名に抑制できることとなり、これに伴って人員連動型の販売管理費も同様に約 15%削減可能となります。その結果、販売管理費で約 3,049 百万円（20,328 百万円×15%）の削減を見込んでいます。

上記の試算を踏まえたまとめと今後の方針

上記の M&A および AI 活用による業務効率化プロジェクトの影響を合算すると、2027 年 12 月期には売上収益で 7,757 百万円、売上総利益で 2,928 百万円、営業利益で 3,641 百万円の増益効果が期待されます。したがって、今回の業績下方修正に伴う中期目標からの乖離（売上収益 13,675 百万円減少、売上総利益 3,572 百万円減少、営業利益 3,129 百万円減少）に対して、営業利益ベースでは十分に上回る効果が見込まれています。

上記の増益効果を踏まえると、最終的に 2027 年 12 月期の中期目標との乖離は売上収益で 5,918 百万円（中期目標比差異率 5.6%）、売上総利益で 644 百万円（同差異率 1.7%）に限定され、業績予想を各年で約 2.0%程度上回ることによって達成可能な範囲であると考えております。

試算に用いた M&A、AI 活用プロジェクト、既存事業の成長前提はいずれも現実的なものであり、更に業績が上振れする可能性もあると想定しています。今回の業績予想の下方修正により株主の皆様にはご心配をお掛けして誠に申し訳なく存じますが、今後は既存事業の着実な成長を推進すると共に、M&A と AI 導入を積極的に進め、株主価値および利益還元の最大化に努めてまいります。

Q9. 米国の関税政策や国際情勢の変化に対する事業への影響について教えてください。

当社は米国市場での事業展開および売上収益が限定的であるため、米国の関税政策による直接的な影響は極めて限定的であると見込んでおります。世界経済全体における景気悪化のリスクについては間接的な影響があり得ますが、現時点においてアジア市場では顧客のマーケティング予算縮小など具体的な兆候は見られておらず、景況感の悪化も特に顕在化していません。

当社はマーケティング事業において、年間で 1,000 社を超える多様な顧客基盤を持ち、最大顧客の売上寄

与率も 5%未満とリスク分散が進んでいるため、景気変動が業績全体に与える影響は限定的と見ております。

一方で、世界的な貿易摩擦の影響によりアジア域内の貿易が一層活性化し、アジア市場の重要性が再評価される可能性があります。当社はこの環境を新たな事業機会と捉えており、複数国にまたがる柔軟な事業基盤を強みとして、国境を越えた対応力を発揮し、市場変化の中でも競争優位性を高めてまいります。

今後も地政学的リスクや国際情勢の変化を注視しながら柔軟な戦略を展開し、アジア市場を中心に中長期的な成長を目指してまいります。

Q10. 東南アジアや海外の様に、日本においてもソーシャルコマースプラットフォームが展開・拡大した場合に、同領域での支援を行う予定はあるか。

東南アジアをはじめとした海外市場では、TikTok Shop などの SNS と EC を組み合わせたソーシャルコマース市場が急速に拡大しており、この流れは日本市場にも波及する可能性が高いと見ています。当社としても、日本市場での同領域における事業展開を見据え、すでに準備を進めております。

当社は 2022 年以降、東南アジア市場を中心に、TikTok などの SNS を活用した法人クライアント向けソーシャルコマース支援事業を展開しております。具体的には、直近インドネシアの大手食品・飲料グループである Indofood CBP 社の公式 TikTok Shop アカウント「Rumah Indofood」へのライブコマース支援を通じて、TikTok Shop での売上拡大に成功した事例があり、さらに 2025 年 2 月には、タイの TikTok Shop における販売実績やライブコマース運営能力が評価され、最高ランクの「Prime Partner」に認定されるなど、アジアにおいて有数の支援実績を積み重ねてまいりました。

また、2024 年 9 月には生成 AI 技術を駆使したライブコマースプラットフォーム「AnyLive」を開発・提供開始しており、AI アバターや生成 AI による効率的かつ魅力的なライブ配信と、人によるライブ配信を組み合わせたハイブリッドモデルによって、高い相乗効果を生み出しています。2022 年に、当社の EC マネジメントプラットフォーム「AnyX」への TikTok Shop との連携開始を発表しました。加えて、2025 年 4 月にはベトナムでライブコマース支援を行う Vibula 社の M&A を発表し、ソーシャルコマース分野の運営ノウハウを一層強化、グローバル展開を加速しています。また、マーケティングや EC 事業においてもアジア各国で SNS・ソーシャルコマースプラットフォーム各社との緊密なパートナーシップを構築しております。

日本においても、今後ソーシャルコマース市場が拡大することを見据え、当社が東南アジア市場で培った実績やノウハウ、関連テクノロジーを積極的に活用し、法人顧客向けソーシャルコマース支援の展開を進めてまいります。当社が有するグローバルな事業運営体制と豊富な経験を最大限に活かし、日本国内においても同領域のリーディングポジションを目指し、事業を推進していく方針です。

以 上

【免責事項】

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。本資料には、当社の計画や戦略、業績の見通し等、将来の見通しに関する記述が含まれています。将来の見通しに関する記述には、別段の記載がない限り本資料の発表日現在における当社が入手可能な情報並びに当社の計画及び見込みに基づいた当社の想定、将来の見通し及び推測が含まれますが、これらが達成される保証はありません。経済状況の変化、当社サービスのユーザー様の嗜好及びニーズの変化、他社との競合、法規制の変化環境、その他の様々な要因により、将来の予測・見通しに関する記述は実際の業績と大幅に異なる場合があります。したがって、これらの将来に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。また、独立した公認会計士または監査法人による監査またはレビューを受けていない、過去の財務諸表または計算書類に基づく財務情報及び財務諸表または計算書類に基づかない管理数値が含まれていることをご了承ください。当社は、適用ある法令又は証券取引所の規則により要求される場合を除き、本資料に含まれるいかなる情報についても、今後生じる事象に基づき更新又は改訂する義務を負うものではありません。本資料には、当社が事業を行っている市場に関する情報を含む、外部の情報源に由来し又はそれに基づく情報が記述されています。これらの記述は、本資料に引用されている外部の情報源から得られた統計その他の情報に基づいており、それらの情報については当社は独自に検証を行っておらず、その正確性又は完全性を保証することはできません。