



## 2025年12月期 決算短信〔 I F R S 〕 (連結)

2026年2月13日

東

上場会社名 AnyMind Group株式会社

上場取引所

コード番号 5027

URL <https://anymindgroup.com/ja/>

代表者 (役職名) 代表取締役CEO

(氏名) 十河 宏輔

問合せ先責任者 (役職名) 取締役CFO

(氏名) 大川 敬三

(TEL) 03 (6384) 5540

定時株主総会開催予定日 2026年3月26日

配当支払開始予定日

2026年3月12日

有価証券報告書提出予定日 2026年3月26日

決算補足説明資料作成の有無 : 有

決算説明会開催の有無 : 有

(百万円未満切捨て)

## 1. 2025年12月期の連結業績 (2025年1月1日～2025年12月31日)

## (1) 連結経営成績

(%表示は対前期増減率)

	売上収益		売上総利益		営業利益		税引前利益		当期利益		親会社の所有者に 帰属する当期利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2025年12月期	57,300	13.0	21,932	16.9	1,798	△29.7	1,409	△44.5	1,002	△57.6	927	△60.3
2024年12月期	50,713	51.6	18,756	47.7	2,558	242.2	2,538	303.9	2,367	320.8	2,335	317.5

(参考) 包括利益 2025年12月期 996百万円 2024年12月期 2,964百万円

	基本的1株当たり 当期利益		希薄化後1株当たり 当期利益		調整後EBITDA		調整後当期利益		調整後EPS	
	円	銭	円	銭	百万円	%	百万円	%	円	銭
2025年12月期	15	45	14	86	3,931	△1.1	1,190	△47.6	19	84
2024年12月期	39	52	37	37	3,974	113.9	2,272	470.8	38	45

(注) 調整後EBITDA=営業利益又は営業損失+減価償却費及び償却費+株式報酬費用

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

調整後EPS: 調整後当期利益/普通株式の期中平均株式数

## (2) 連結財政状態

	資産合計	資本合計	親会社の所有者に 帰属する持分	親会社所有者 帰属持分比率	1株当たり親会社 所有者帰属持分
	百万円	百万円	百万円	%	円 銭
2025年12月期	45,143	17,086	16,886	37.4	282.58
2024年12月期	34,162	16,715	16,590	48.6	277.18

## (3) 連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
2025年12月期	268	△5,866	4,406	8,607
2024年12月期	2,399	△1,341	2,131	9,664

## 2. 配当の状況

	年間配当金					配当金総額 (合計)	配当性向 (連結)	親会社所有者 帰属持分配当率 (連結)
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計			
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	百万円	%	%
2024年12月期	—	0.00	—	0.00	0.00	—	—	—
2025年12月期	—	0.00	—	2.00	2.00	119	12.9	0.7
2026年12月期(予想)	—	0.00	—	2.00	2.00	—	7.3	—

(注) 2025年12月期の期末配当につきましては現時点では配当予想であり、2026年3月上旬開催予定の取締役会において決議する予定です。

3. 2026年12月期の連結業績予想（2026年1月1日～2026年12月31日）

（％表示は、通期は対前期増減率）

	売上収益		売上総利益		営業利益		税引前利益		親会社の所有者に 帰属する当期利益	
通 期	百万円	％	百万円	％	百万円	％	百万円	％	百万円	％
	79,110	38.1	30,350	38.4	3,060	70.1	2,510	78.1	1,630	75.8

※ 注記事項

（１）期中における連結範囲の重要な変更： 無  
新規 一社（社名）、除外 一社（社名）

（２）会計方針の変更・会計上の見積りの変更

- ① I F R Sにより要求される会計方針の変更： 無  
② ①以外の会計方針の変更： 無  
③ 会計上の見積りの変更： 無

（３）発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）	2025年12月期	61,009,950株	2024年12月期	59,855,350株
② 期末自己株式数	2025年12月期	1,250,000株	2024年12月期	—株
③ 期中平均株式数	2025年12月期	59,988,678株	2024年12月期	59,098,166株

※ 決算短信は公認会計士又は監査法人の監査の対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

（１）連結業績予想に関して

本資料に記載されている業績見通し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、業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

（２）決算補足説明資料の入手方法

当社は、2026年2月13日（金）17:00より機関投資家向けに、2026年2月13日（金）19:30より個人投資家向けにオンライン決算説明会を開催する予定です。当日使用する決算説明資料については2026年2月13日（金）にT D n e t及び当社ウェブサイトに掲載するほか、決算説明の動画及び説明内容（書き起こし）については、開催後速やかに当社ウェブサイトに掲載する予定です。

## ○添付資料の目次

1. 経営成績等の概況 .....	2
(1) 当期の経営成績の概況 .....	2
(2) 当期の財政状態の概況 .....	3
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況 .....	4
(4) 今後の見通し .....	4
2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方 .....	4
3. 連結財務諸表及び主な注記 .....	6
(1) 連結財政状態計算書 .....	6
(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書 .....	7
連結損益計算書 .....	7
連結包括利益計算書 .....	8
(3) 連結持分変動計算書 .....	9
(4) 連結キャッシュ・フロー計算書 .....	11
(5) 連結財務諸表に関する注記事項 .....	12
1. 継続企業の前提に関する注記 .....	12
2. 会計方針の変更 .....	12
3. 会計上の見積りの変更 .....	12
4. セグメント情報 .....	12
5. 1株当たり情報 .....	14
6. 重要な後発事象 .....	14

## 1. 経営成績等の概況

### (1) 当期の経営成績の概況

当社グループは「Make Every Business Borderless」というミッションのもと、ブランド企業へのソーシャルコマース及びソーシャルメディアマーケティング支援を中核として、EC及びD2C支援、物流・生産管理等を含むバリューチェーン全体を支援するプラットフォームを提供しており、アジア・中東を中心に世界15ヵ国・地域にて事業を展開しております。

当連結会計年度のアジア経済は、観光需要の回復、インフレ緩和に伴う金融環境の改善、デジタル経済の拡大に支えられ、総じて底堅く推移いたしました。日本経済においても緩やかな回復基調が続きました。一方で、地政学的リスクや為替変動、通商政策の変化など、世界経済の不確実性は依然として高い状況にあります。

このような環境下において、当社グループはプロダクト及びソリューションの拡充、新規顧客の獲得とM&Aを活用した事業拡大を継続しております。パートナーグロス事業は市場環境の変化による影響を受けましたが、マーケティング事業及びD2C/EC事業の法人向け支援領域が高い成長率を維持したことで、当連結会計年度の全社売上収益及び売上総利益は前年同期比で成長を実現いたしました。

生成AIの活用も加速させており、アプリ運営事業者向けに「AnyManager」へのAI Optimization（最適化）機能の追加やSNS分析機能「AnyTag Insight」の実装など、プラットフォームの付加価値を向上させました。これにより、顧客の収益向上とデータドリブンな意思決定の支援体制を確立しております。

法人向けEC支援事業においては、大型顧客の獲得により東南アジアが著しい成長を遂げるとともに、日本市場も順調に拡大いたしました。東南アジア主要ECモールでの公式パートナー認定に加え、TikTok Shop Japanの運用支援体制を構築し、日本国内で数少ない「トリプル認定パートナー」としての地位を確立いたしました。さらに、当社ライブコマースプロダクト「AnyLive」の日本語対応やAI分析機能の実装、物流・管理システムとの連携により、当社のEC支援エコシステムは一層拡張・進化しております。

パートナーグロス事業においては、収益構造の多角化を加速させております。東南アジアを中心とした「YouTube ショッピング」の活用や、日本における美容・ライフスタイル特化型タレントレーベル「MUNI」のローンチ、AIによるメディア運営効率化など、新たな収益機会の創出に注力しております。

さらに、非連続な成長に向けM&Aを推進いたしました。2025年3月のAnyReach社（eギフト事業）を皮切りに、Vibula社（ライブコマース事業）、NADESHIKO Beauty社（縦型ショート動画マーケティング事業）の統合を完了しました。これにより、法人ブランド支援領域の提供価値拡充と、日本・東南アジアでの競争優位性を一層強固なものいたしました。

以上のことから、売上収益においてマーケティングプラットフォームは3,761百万円増加し（前連結会計年度比+17.9%）、パートナーグロスプラットフォームは3,933百万円減少し（前連結会計年度比△20.1%）、D2C/ECプラットフォームは6,710百万円増加いたしました（前連結会計年度比+67.8%）。また、当連結会計年度における地域別売上収益比率（注）は東南アジアが49%（前年同期：51%）、日本及び韓国が41%（前年同期：36%）、インド・中華圏等のその他地域が10%（前年同期：13%）となっております。

（注）地域別売上高比率は、子会社の所在地における内部取引消去前の売上収益に基づいて算定しております。

	前連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)	当連結会計年度 (自 2025年1月1日 至 2025年12月31日)		
	金額 (百万円)	金額 (百万円)	前年同期比 (百万円)	前年同期比 (%)
マーケティングプラットフォーム	21,069	24,831	3,761	17.9
パートナーグロスプラットフォーム	19,608	15,674	△3,933	△20.1
D2C/ECプラットフォーム	9,891	16,601	6,710	67.8
その他	144	193	49	34.2
合計	50,713	57,300	6,587	13.0

また、当連結会計年度はパートナーグロス事業における市場環境の変化が全社の収益性に影響を及ぼしたものの、成長市場への継続的な人材投資と業務効率化を並行して進めた結果、売上収益及び売上総利益に対する人件費率は段階的に低下傾向にあり、従業員一人当たりの売上総利益は改善しております。

これらの結果、当連結会計年度の売上収益は57,300百万円（前連結会計年度比+13.0%）、売上総利益は21,932百万円（前連結会計年度比+16.9%）、営業利益は1,798百万円（前連結会計年度比△29.7%）、税引前利益は1,409百万円（前連結会計年度比△44.5%）、当期利益は1,002百万円（前連結会計年度比△57.6%）、親会社の所有者に帰属する当期利益は927百万円（前連結会計年度比△60.3%）となりました。

なお、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るため、セグメントごとの記載を省略しております。

## （２）当期の財政状態の概況

### （資産）

当連結会計年度末の資産は、前連結会計年度末に比べて、10,981百万円増加し45,143百万円となりました。これは主に、子会社株式取得による前払金の増加によりその他の流動資産が4,087百万円増加したこと、日本オフィスの契約更新及び増床に伴う使用権資産が2,281百万円増加したこと、売上収益の強い成長に伴い営業債権及びその他の債権が1,425百万円増加したことによるものであります。

### （負債）

当連結会計年度末の負債は、前連結会計年度末に比べて、10,610百万円増加し、28,057百万円となりました。これは主に、借入金が6,316百万円増加したこと、日本オフィスの契約更新及び増床によりリース負債が2,387百万円増加したこと、増収により営業債務及びその他の債務が921百万円増加したことによるものであります。

### （資本）

当連結会計年度末の資本は、前連結会計年度末に比べて、370百万円増加し、17,086百万円となりました。これは主に、親会社の所有者に帰属する当期利益の計上により利益剰余金が927百万円増加したこと及び株式報酬型ストック・オプションの行使により資本金が65百万円増加した一方で、自己株式の取得にともない自己株式が747百万円増加したことによるものです。

### (3) 当期のキャッシュ・フローの概況

当連結会計年度末における「現金及び現金同等物」の残高は、前連結会計年度末比1,057百万円減少し、8,607百万円となりました。

#### (営業活動によるキャッシュ・フロー)

当連結会計年度末において、営業活動によるキャッシュ・フローは268百万円の収入となりました（前年同期比では2,131百万円の収入の減少）。これは、税引前利益1,409百万円を計上、減価償却費及び償却費の計上2,084百万円があった一方、運転資本の増加に伴う1,427百万円及び前渡金の増加を主要因としたその他1,338百万円の支出、法人所得税の支払額568百万円等があったことによるものです。

#### (投資活動によるキャッシュ・フロー)

当連結会計年度末において、投資活動によるキャッシュ・フローは5,866百万円の支出となりました（前年同期比では4,525百万円の支出の増加）。これは主に、有形固定資産の取得による支出849百万円及び子会社株式取得に関連した支出5,040百万円があったことによるものです。

#### (財務活動によるキャッシュ・フロー)

当連結会計年度末において、財務活動によるキャッシュ・フローは4,406百万円の収入となりました（前年同期比では2,275百万円の収入の増加）。これは主に、長期借入れによる収入7,788百万円があった一方で、長期借入金の返済による支出1,833百万円及びリース負債の返済による支出1,187百万円があったことによるものです。

### (4) 今後の見通し

当社のコマース・マーケティング支援からなる法人ブランド支援事業は、国内外での堅調な需要を背景に、引き続き高い成長が見込まれます。当社の強みは、「データ・プロダクト」「オペレーション」「営業」の三位一体による価値創出にあり、自社開発ツール及び蓄積したデータベースによる一気通貫の支援体制、年間1万件超の案件実績、ならびに15カ国に展開する500名超のグローバル営業組織にあります。2026年12月期は、「コマース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」の強化を推進し、マーケティング支援における1,500社超の顧客基盤と220ブランドのEC支援実績を活かし、「SNSでの需要創出」と「EC販売拡大」好循環を通じて顧客の継続的な収益拡大を図ってまいります。また、AIによる効率化、EC・コマース支援拡大、リージョナル顧客との関係深化の3つの重点施策に加え、クリエイター支援事業の戦略的再編を実施し、ソーシャルコマース領域への注力を強化してまいります。

これらの取組みに加え、今期公表済みのM&Aの寄与も含め、2026年12月期の売上収益は79,110百万円(前期比38.1%増)、売上総利益は30,350百万円(前期比38.4%増)と見込んでおります。事業規模の拡大に伴い人員投資は継続してまいります。生産性の向上等により人員増加を抑制し、販管費の50%超を占める人件費について対売上人件費率を減少させることで、2026年12月期の営業利益は3,060百万円(前期比70.1%増)を見込んでおります。親会社の所有者に帰属する当期利益は1,630百万円(前期比75.8%増)となる見込みです。

また、事業の拡大により継続的なキャッシュフローが創出できるフェーズになったことから、2025年12月期末を配当基準日とする剰余金の配当の実施（初配）を予定しております。今後も継続的かつ安定的に配当を実施し、適切な株主還元を進める方針であります。

## 2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方

当社グループは、グローバルでの事業展開を積極的に行っており、グループ内の会計処理の統一による経営管理の品

質向上を図るほか、資本市場における財務情報の国際的な比較可能性を高め、国内外の株主・投資家など様々なステークホルダーの皆様にとっての利便性を目指し、IFRSを適用しております。

## 3. 連結財務諸表及び主な注記

## (1) 連結財政状態計算書

(単位：百万円)

	注記	前連結会計年度 (2024年12月31日)	当連結会計年度 (2025年12月31日)
資産			
流動資産			
現金及び現金同等物		9,664	8,607
営業債権及びその他の債権		10,090	11,516
契約資産		3,018	3,675
棚卸資産		1,655	2,297
その他の金融資産		104	300
その他の流動資産		1,090	6,361
流動資産合計		25,624	32,758
非流動資産			
有形固定資産		728	1,025
使用権資産		2,326	4,607
のれん		2,863	3,834
無形資産		704	1,093
その他の金融資産		1,389	1,272
繰延税金資産		483	516
その他の非流動資産		43	35
非流動資産合計		8,538	12,385
資産合計		34,162	45,143
負債及び資本			
負債			
流動負債			
営業債務及びその他の債務		9,759	10,680
契約負債		741	1,300
借入金		1,509	3,507
リース負債		1,018	1,482
未払法人所得税		480	404
その他の金融負債		92	519
引当金		24	22
その他の流動負債		272	185
流動負債合計		13,899	18,103
非流動負債			
借入金		1,791	6,110
リース負債		1,296	3,220
その他の金融負債		138	-
引当金		172	371
繰延税金負債		148	250
非流動負債合計		3,547	9,954
負債合計		17,447	28,057
資本			
資本金		678	744
資本剰余金		11,696	6,679
利益剰余金		2,983	8,946
自己株式		-	△747
その他の資本の構成要素		1,231	1,263
親会社の所有者に帰属する持分合計		16,590	16,886
非支配持分		124	199
資本合計		16,715	17,086
負債及び資本合計		34,162	45,143



## (2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書

## 連結損益計算書

(単位：百万円)

	注記	前連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)	当連結会計年度 (自 2025年1月1日 至 2025年12月31日)
売上収益	4	50,713	57,300
売上原価		31,957	35,368
売上総利益		18,756	21,932
販売費及び一般管理費		16,274	20,112
営業債権及びその他の債権の減損損失（純額）		8	79
その他の収益		90	57
その他の費用		5	0
営業利益		2,558	1,798
金融収益		95	65
金融費用		114	454
税引前利益		2,538	1,409
法人所得税費用		171	406
当期利益		2,367	1,002
当期利益の帰属			
親会社の所有者		2,335	927
非支配持分		32	75
当期利益		2,367	1,002
親会社の所有者に帰属する1株当たり当期利益	5		
基本的1株当たり当期利益（円）		39.52	15.45
希薄化後1株当たり当期利益（円）		37.37	14.86

## 連結包括利益計算書

(単位:百万円)

	注記	前連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)	当連結会計年度 (自 2025年1月1日 至 2025年12月31日)
当期利益		2,367	1,002
その他の包括利益(税引後)			
純損益に振り替えられることのない項目			
確定給付制度の再測定		5	△18
項目合計		5	△18
純損益にその後に振り替えられる可能性のある項目			
在外営業活動体の換算差額		591	12
項目合計		591	12
その他の包括利益合計		596	△5
当期包括利益		2,964	996
当期包括利益の帰属			
親会社の所有者		2,931	921
非支配持分		32	75
当期包括利益		2,964	996

## (3) 連結持分変動計算書

前連結会計年度(自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)

(単位:百万円)

	親会社の所有者に帰属する持分					
						その他の資本の構成要素
注記	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	新株予約権	在外営業活動体の換算差額
2024年1月1日残高	586	11,661	648	-	65	495
当期利益	-	-	2,335	-	-	-
その他の包括利益	-	-	-	-	-	591
当期包括利益	-	-	2,335	-	-	591
自己株式の取得	-	-	-	-	-	-
新株予約権の行使	92	34	-	-	△18	-
資本剰余金から利益剰余金への振替	-	-	-	-	-	-
株式報酬費用	-	-	-	-	38	-
その他	-	-	-	-	-	-
所有者との取引額等合計	92	34	-	-	19	-
2024年12月31日残高	678	11,696	2,983	-	85	1,087

  

	親会社の所有者に帰属する持分			非支配持分	資本合計
	その他の資本の構成要素		親会社の所有者に帰属する持分合計		
注記	その他	合計			
2024年1月1日残高	54	615	13,511	93	13,604
当期利益	-	-	2,335	32	2,367
その他の包括利益	5	596	596	-	596
当期包括利益	5	596	2,931	32	2,964
自己株式の取得	-	-	-	-	-
新株予約権の行使	-	△18	108	-	108
資本剰余金から利益剰余金への振替	-	-	-	-	-
株式報酬費用	-	38	38	-	38
その他	-	-	-	△0	△0
所有者との取引額等合計	-	19	146	△0	146
2024年12月31日残高	59	1,231	16,590	124	16,715

当連結会計年度（自 2025年1月1日 至 2025年12月31日）

（単位：百万円）

	親会社の所有者に帰属する持分					その他の資本の構成要素	
	注記	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	新株予約権	在外営業活動体の換算差額
2025年1月1日残高		678	11,696	2,983	-	85	1,087
当期利益		-	-	927	-	-	-
その他の包括利益		-	-	-	-	-	12
当期包括利益		-	-	927	-	-	12
自己株式の取得		-	-	-	△747	-	-
新株予約権の行使		65	19	-	-	△11	-
資本剰余金から利益剰余金への振替		-	△5,035	5,035	-	-	-
株式報酬費用		-	-	-	-	49	-
その他		-	-	-	-	-	-
所有者との取引額等合計		65	△5,016	5,035	△747	37	-
2025年12月31日残高		744	6,679	8,946	△747	122	1,099

	親会社の所有者に帰属する持分			非支配持分	資本合計	
	その他の資本の構成要素		親会社の所有者に帰属する持分合計			
	注記	その他				合計
2025年1月1日残高		59	1,231	16,590	124	16,715
当期利益		-	-	927	75	1,002
その他の包括利益		△18	△5	△5	-	△5
当期包括利益		△18	△5	921	75	996
自己株式の取得		-	-	△747	-	△747
新株予約権の行使		-	△11	72	-	72
資本剰余金から利益剰余金への振替		-	-	-	-	-
株式報酬費用		-	49	49	-	49
その他		-	-	-	△0	△0
所有者との取引額等合計		-	37	△625	△0	△626
2025年12月31日残高		40	1,263	16,886	199	17,086

## (4) 連結キャッシュ・フロー計算書

		(単位：百万円)	
注記	前連結会計年度	当連結会計年度	
	(自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)	(自 2025年1月1日 至 2025年12月31日)	
営業活動によるキャッシュ・フロー			
税引前利益	2,538	1,409	
減価償却費及び償却費	1,377	2,084	
固定資産売却損益（△は益）	5	△28	
金融収益	△42	△65	
金融費用	114	365	
営業債権及びその他の債権の増減額（△は増加）	△2,087	△1,186	
契約資産の増減額（△は増加）	△620	△656	
営業債務及びその他の債務の増減額（△は減少）	2,102	526	
契約負債の増減額（△は減少）	228	531	
棚卸資産の増減額（△は増加）	△773	△642	
その他の増減額	△72	△1,338	
小計	2,771	999	
利息の受取額	31	36	
利息の支払額	△97	△199	
法人所得税の支払額又は還付額（△は支払）	△304	△568	
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,399	268	
投資活動によるキャッシュ・フロー			
定期預金の払戻による収入	5	-	
有形固定資産の取得による支出	△417	△849	
有形固定資産の売却による収入	9	156	
無形資産の取得による支出	△38	△118	
無形資産の売却による収入	-	21	
資産除去債務の履行による支出	△2	-	
貸付けによる支出	-	△220	
投資有価証券の売却による収入	135	-	
敷金及び保証金の差入による支出	△717	△91	
敷金及び保証金の回収による収入	11	276	
子会社株式の条件付取得対価の支払額	△113	-	
子会社株式取得のための前払金の支出	-	△4,087	
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△214	△952	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,341	△5,866	
財務活動によるキャッシュ・フロー			
短期借入金の純増減額（△は減少）	121	314	
長期借入れによる収入	3,550	7,788	
長期借入金の返済による支出	△708	△1,833	
リース負債の返済による支出	△940	△1,187	
自己株式の取得による支出	-	△747	
新株予約権の行使による収入	108	72	
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,131	4,406	
現金及び現金同等物に係る換算差額	208	133	
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	3,397	△1,057	
現金及び現金同等物の期首残高	6,266	9,664	
現金及び現金同等物の期末残高	9,664	8,607	

## (5) 連結財務諸表に関する注記事項

## 1. 継続企業の前提に関する注記

該当事項はありません。

## 2. 会計方針の変更

該当事項はありません。

## 3. 会計上の見積りの変更

該当事項はありません。

## 4. セグメント情報

## (1) 報告セグメントの概要

報告セグメントは、当社グループの構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、最高意思決定機関である取締役会が、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために、その経営成績を定期的に検討を行う対象となっているものであります。当社グループは、法人顧客及び個人顧客に対して、ブランド構築、生産管理、メディア運営、EC構築・運営、マーケティング、物流管理等をワンストップで支援するプラットフォームを有機的に組み合わせて提供する、「インターネット関連事業」を行っており、同事業を単一の報告セグメントとしております。当社グループの単一の報告セグメントである「インターネット関連事業」において、主としてマーケティングプラットフォーム、パートナーグロスプラットフォーム及びD2Cプラットフォームの提供を行っており、各プラットフォームの内容は、以下に記載のとおりであります。

## (a) マーケティングプラットフォーム

当社グループのマーケティングプラットフォームでは、インフルエンサーマーケティングの推進・管理を行うプラットフォームである「AnyTag」、デジタルマーケティング支援プラットフォームである「AnyDigital」を中心に顧客である広告主に対してサービス提供を行っております。

## (b) パートナーグロスプラットフォーム

パートナーグロスは、パブリッシャー・グロスとクリエイター・グロスで構成されております。

具体的にはパブリッシャー向けにはパブリッシャーグロスプラットフォーム「AnyManager」、クリエイター向けにはクリエイターグロスプラットフォーム「AnyCreator」を提供しております。

## (c) D2C/ECプラットフォーム

当社グループは、EC及びD2C領域を中心にブランドの設計・企画から、製造支援、ECサイトの構築・運用、マーケティング、在庫管理物流支援に至るまでバリューチェーンの各段階でサービスを提供しております。「AnyX (ECマネジメントプラットフォーム)」、「AnyLogi (物流在庫管理支援)」、「AnyChat (会話型コマースプラットフォーム)」及び「AnyAI (AI活用のためのデータ分析基盤 & ビジネスプロセス構築プラットフォーム)」等のサービスを提供しており、これらを総称してD2C/ECプラットフォームとしております。

## (d) その他

主に、日本の優れた“おもてなし心”あふれる商品・サービスを発掘・表彰する子会社のENGAWA株式会社が主催する「おもてなしセレクション」であります。

## (2) 報告セグメントの情報

開示すべき報告セグメントが「インターネット関連事業」のみとなるため、記載を省略しております。

## (3) 主要なサービスに関する情報

主要なプラットフォームごとの外部顧客への売上収益は、以下のとおりです。

一時点で認識される売上収益は、主としてD2C/ECプラットフォームにおける商品販売から構成されます。

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)	当連結会計年度 (自 2025年1月1日 至 2025年12月31日)
マーケティングプラットフォーム	21,069	24,831
パートナーグロスプラットフォーム	19,608	15,674
D2C/ECプラットフォーム	9,891	16,601
その他	144	193
合計	50,713	57,300

## (4) 地域に関する情報

外部顧客からの売上収益及び非流動資産の地域別内訳は、以下のとおりです。売上収益は外部顧客に対してサービスを提供している連結子会社の所在地を基礎として分類しております。

## ① 外部顧客からの売上収益

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)	当連結会計年度 (自 2025年1月1日 至 2025年12月31日)
日本	17,457	22,334
タイ	9,294	9,615
インドネシア	6,192	7,383
シンガポール	7,954	6,852
その他	9,813	11,114
合計	50,713	57,300

## ② 非流動資産

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2024年12月31日)	当連結会計年度 (2025年12月31日)
日本	3,102	6,069
シンガポール	2,200	1,716
タイ	438	927
その他	881	1,845
合計	6,622	10,559

(注) 上記非流動資産には、その他の金融資産、繰延税金資産及びその他の非流動資産は含んでおりません。

## (5) 主要な顧客に関する情報

連結売上収益の主な顧客の売上収益は、以下のとおりです。

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)	当連結会計年度 (自 2025年1月1日 至 2025年12月31日)
Google Ireland Limited	9,237	6,485
Shopee	1,475	3,924

## 5. 1株当たり情報

## (1) 基本的1株当たり当期利益の算定上の基礎

基本的1株当たり当期利益及び算定上の基礎は、以下のとおりです。

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)	当連結会計年度 (自 2025年1月1日 至 2025年12月31日)
親会社の普通株主に帰属する当期利益		
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,335	927
親会社の普通株主に帰属しない当期利益	-	-
基本的1株当たり当期利益の計算に使用する 当期利益	2,335	927
普通株式の期中平均株式数(株)	59,098,166	59,988,678
基本的1株当たり当期利益(円)	39.52	15.45

## (2) 希薄化後1株当たり当期利益の算定上の基礎

希薄化後1株当たり当期利益及び算定上の基礎は、以下のとおりです。

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)	当連結会計年度 (自 2025年1月1日 至 2025年12月31日)
希薄化後の普通株主に帰属する当期利益		
基本的1株当たり当期利益の計算に使用する 当期利益	2,335	927
当期利益調整額	-	-
希薄化後1株当たり当期利益の計算に使用する 当期利益	2,335	927
普通株式の期中平均株式数(株)	59,098,166	59,988,678
希薄化効果:ストック・オプション(株)	3,389,080	2,396,985
希薄化効果の調整後(株)	62,487,246	62,385,663
希薄化後1株当たり当期利益(円)	37.37	14.86

## 6. 重要な後発事象

## (取得による企業結合)

当社は、2025年12月18日開催の取締役会において、以下のとおり当社の完全子会社であるAnyMind Japan株式会社を通じて、株式会社サン・スマイル（以下「サン・スマイル社」という。）の発行するすべての株式を取得、子会社化することについて決議し、当該契約に基づき、2026年1月1日にすべての株式を取得しております。

## 1. 企業結合の概要

## ①被取得企業の概要（取得日現在の状況）

(1) 名称	株式会社サン・スマイル
(2) 事業の概要	化粧品及び美容雑貨領域におけるブランド流通、自社ブランドの企画・販売
(3) 資本金	183百万円

## ②企業結合を行う主な理由

当社は2016年にシンガポールで創業し、アジア15カ国・地域でブランド企業に対し、EC・マーケティング・流通を一体で支援するBPaaS（Business Process as a Service）モデルを展開してきました。日本市場を含むアジア各国において、ソーシャルメディア\*1を通じた情報接触や購買行動の変化を背景に、当社はソーシャルメディアマーケティング\*2及びソーシャルコマース\*3を軸とした事業展開を進めています。



特に美容・パーソナルケア領域においては、SNS を起点とした情報接触やコンテンツ視聴を通じて購買意欲が高まり、ECでの購買を経て、実店舗での販売へと波及していく消費者行動が定着してきています。2025年夏以降、日本市場で本格展開が進む TikTok Shopなどを中心に、視聴から購入までをオンライン上で完結できるソーシャルコマースの拡大により、ブランドの認知形成から購買に至るプロセスにおいて、デジタルチャネルの果たす役割は一層高まっています。

今回のサン・スマイル社のグループ加入により、当社はソーシャルメディアマーケティング及び EC支援に加え、オフライン流通までを含めたブランド支援体制を構築します。これにより、両社がそれぞれ有する顧客基盤を相互に活用し、サン・スマイル社の支援ブランドに対してはマーケティング及びEC支援を、当社の既存顧客に対してはオフライン流通を含めた展開支援を提供するなど、相互のクロスセル機会を拡大します。さらに、SNS・ECで創出された需要を実店舗での販売につなぐまでを、一貫して支援できる体制を整えます。

また、オンラインとオフラインを分断せず一体として設計・活用する「OMO (Online Merges withOffline) モデル」\*4の観点でも、オンライン (SNS・EC) で蓄積されるデータと、サン・スマイル社が有するオフライン流通に関するデータや知見の統合により、販売チャネルを横断した需要創出とブランド成長の最適化に取り組みます。

当社は、AIネイティブなオペレーション基盤とデータ分析・活用の仕組みを中核に、商品企画からマーケティング、販売、流通までを横断的に進化させ、ソーシャル、EC、オフライン流通が有機的に連動する次世代のブランド支援インフラの構築を進めていきます。

- \*1：ブログ、ソーシャルネットワーキングサービス (SNS)、動画共有サイトなど、利用者自身が情報を発信・共有し、双方向のコミュニケーションを通じて形成されるメディア
- \*2：ソーシャルメディアを活用し、認知拡大、ブランド構築、顧客との関係強化などを目的として行われるマーケティング活動の総称
- \*3：ソーシャルメディア上での投稿、レビュー、ライブ配信などの交流を通じて、商品の発見から購買までを一体的・シームレスにつなげる販売手法
- \*4：実店舗と EC サイト、アプリ、SNSなど、あらゆるチャネルで取得される顧客データを統合し、オンラインとオフラインを横断した一貫性ある顧客体験を提供する手法

③企業結合日

2026年1月1日

④企業結合の法的形式

現金を対価とする株式取得

⑤取得する議決権比率

100%

⑥取得企業を決定するに至った主な根拠

当社が現金を対価として株式を取得することによるものです。

2. 被取得企業の取得原価及び対価の種類ごとの内訳

取得の対価	現金	4,087百万円
-------	----	----------

取得原価	4,087百万円
------	----------

3. 主要な取得関連費用の内訳及び金額

アドバイザー費用等（概算額）は12百万円です。

4. 発生するのれんの金額、発生原因、償却方法及び償却期間

現時点では確定しておりません。

5. 企業結合日に受け入れられる資産及び引き受ける負債の額並びにその主な内訳

現時点では確定しておりません。