



2026年3月31日

各位

会社名 株式会社 A V i C
代表者名 代表取締役社長 市原 創吾
(コード番号：9554 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 C F O 笹野 誠
(TEL. 03-6272-6174)

直近のよくある問い合わせと回答

日頃より、当社に関心をお寄せいただき有難うございます。2026年2月13日に開示した2026年9月期第1四半期決算に関連して投資家様から特に多く寄せられた問い合わせと回答について、フェアディスクロージャーの観点から下記の通りお知らせいたします。

Q1. 2026年9月期1Q決算をどう評価するか？

2026年9月期1Q決算は、引き続きエンタープライズ顧客を中心に新規顧客の獲得が進展したことに加え、前期3Q(5月)からリアレーションが連結開始となったことを受け、YoYで売上高は+58.3%、営業利益は+29.8%と増収増益での着地となりました。社内計画対比で、順調な進捗であるものと評価しております。

また、人材の育成と生成AIを含むテクノロジーの活用、エンタープライズ顧客の開拓による顧客単価の向上やプロダクトのクロスセルの拡大が寄与し、社員1人当たり売上高の成長率(※)はYoYで+27.9%と、高生産性も維持できております。

※2026年9月期1Qの売上高を1Q末の人員数で除した数値と、同様の計算式で算出した2025年9月期1Qの数値とを比較した成長率を指します。

Q2. 第2四半期の業績のイメージは？

2026年9月期2Qもエンタープライズ顧客からの受注が好調で、良好な事業環境が継続しております。Spica社の連結による影響は現在精査中ながら、本件M&Aに関するアドバイザー費用等の一過性費用約80百万円を吸収してもなお、進行中の2Qは過去最高の四半期業績を更新する見込みです。

Q3. Spica 社の M&A について教えてください

(1) 概要、市場環境

Spica 社は 2022 年に設立され、「like me」の名称で TikTok LIVE におけるライバーマネジメント事業を営んでおります。TikTok LIVE における数少ない一次代理店の 1 社であり、「TikTok LIVE 優良エージェンシー」に認定される等、業界におけるトップティアの一角の地位を確立しております。

昨今、個人の発信力が購買行動に与える影響力は増大しており、クリエイター・エコノミー市場は高い成長が見込まれております。TikTok LIVE を中心とした日本のライブ配信プラットフォームの市場規模は、2020 年が 5.67 億ドル、2027 年には 30.28 億ドルに達すると予測されるなど、非常に有望な市場であります。

(2) 買収ストラクチャー、バリュエーション

株式取得割合が 100%、株式取得価額が 15 億円で、現金対価により当社の子会社となりました。買収資金は全額銀行借入で調達をしております。クロージング対価基準の EV/EBITDA は約 3.1x~3.6x と、規律あるバリュエーション水準となっております。なお、対象会社の売上高に応じたアーンアウト及び返金条項を設定しております。

(3) 財務インパクト

P/L は 2026 年 2 月から連結(今期 2Q においては、2 月と 3 月の 2 か月分が業績に寄与)、B/S は 2026 年 1 月 31 日をみなし取得日とし、3 月末より連結 B/S に反映という会計処理を実施します。

対象会社の 2026 年 4 月期業績見込みは、売上高が 5.0~5.5 億円、営業利益が 2.5~3.0 億円です。のれんの金額及び償却年数は現時点で未確定です。本件に関するアドバイザー費用等約 80 百万円を一過性費用として今期 2Q に計上します。

また、本件実行後の財務の健全性指標(概算)ですが、Net Debt/EBITDA が $\Delta 0.2x$ (実質無借金状態)、のれん純資産倍率が $0.7x$ 、Net D/E レシオが $\Delta 0.1x$ 、自己資本比率が 46%と、適正水準が維持されます。よって、本件に伴うエクイティ・ファイナンスは不要で、今後の M&A 等の成長投資に対しても銀行借入による調達が可能であるものと考えております。

(4) 本件の狙い、想定シナジー

Spica 社の有する所属ライバー基盤は、当社グループが展開する動画マーケティング事業との高い親和性を有しております。具体的には、動画コンテンツの企画・制作におけるライバーの起用や、今後成長が見込まれるライブコマース領域への展開など、当社グループの既存アセットを活用した事業機会の拡大を見込んでおります。

一方で、Spica 社は、有望なライバーの発掘・プロデュースにおいて独自の実績を有しておりますが、個人の感性や経験則に依存しやすいこれらのプロセスにおいては、データドリブンな経営管理手法の導入による成長余地が大きく残されています。当社が創業以来培っ

てきたデータ分析力と KPI 管理に基づく PDCA サイクルのノウハウを Spica 社のライバーマネジメント事業に注入することで、ライバーの獲得効率の向上やプロデュース体制の最適化を図ります。

また、本件買収により、当社グループは既存事業とは異なるエンターテインメント及び BtoC 領域における新たな収益基盤を獲得することとなります。これにより、グループ全体の事業ポートフォリオの多角化を進め、より安定した収益構造の構築を目指してまいります。

Q4. 生成 AI 等が業績に与える影響について教えてほしい。

昨今、生成 AI・AI Overviews の台頭といった、デジタルマーケティング領域における変化が注目されています。これらは当社の事業環境に対するリスク要因として捉えられがちですが、むしろ、当社の競争優位性を際立たせる「追い風」であると分析しています。2025 年 11 月と 2026 年 2 月に開示をした決算説明資料にて本見解をお示ししましたが、改めて説明を申し上げます。

まず、これらの変化が広告主のマーケティング予算そのものを縮小させている事実は観測されておらず、広告主のデジタルマーケティング投資は、むしろ拡大を続けています。実態としては、インハウス化が困難な広告主や、AI により複雑化・高度化した環境下で最終的な事業成果を求める広告主から、プロフェッショナルな戦略パートナーとして当社が選ばれる機会が増加しております。

詳細につきましては、2025 年 11 月と 2026 年 2 月に開示をした決算説明資料冒頭の「マネジメント・ビューポイント」をご参照ください。

[「2025 年 11 月決算説明資料」](#)

[「2026 年 2 月決算説明資料」](#)

以上