



2026年4月3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)

よくお問い合わせ頂くご質問への回答（2026年第1四半期に頂いた質問）

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年第4四半期決算発表から本日まで投資家様より頂きました主な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。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェアディスクロージャーを目的に行い、四半期末を目途に同様の開示をさせて頂く予定です。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

Q1. 今期（2026年度）の通期営業利益計画について、各四半期での積み上げのイメージを知りたい。

2026年12月期の営業利益として30.6億円を計画しており、法人ブランド支援事業の成長を中心に前期比70%増を見込んでおります。

当社グループの業績は例年、下半期偏重の季節性があり、利益水準は第1四半期が最も低く、第4四半期に向けて段階的に積み上がる傾向があります。営業利益の四半期配分は、概ねQ1<Q2<Q3<Q4の順で推移する想定です。2026年1月に連結開始したM&A3社についても同様の傾向を有しております。

グループ全体で進めている業務標準化やAI活用による生産性改善の効果は、期初よりも下半期にかけて段階的に寄与すると想定しており、これらも踏まえて下半期偏重の計画としております。

Q2. AIの進化は御社のビジネスに具体的にどのような影響を与えるか。

生成AIの進展は当社事業にとって、成長と収益性向上の大きな機会と捉えております。理由は大きく3点です。

1. 生成AIでは代替困難な「価値の源泉」と底堅い需要

当社の競争力の源泉は、長年蓄積した「独自データ」と強力な「営業力・グローバルネットワーク」です。

特に主力のインフルエンサー事業においては、個人の個性や信頼関係といった人の発信力が価値の源泉であり、AI による代替は困難だと想定しております。AI が進化する環境下だからこそ、人間ならではの介入価値や実装力の優位性はさらに拡大しており、需要は堅調に推移しております。

2. オペレーション効率の改善機会

法人ブランド支援事業を中心に、従来はオペレーション負荷が高く、事業成長に伴う人員数増加が必要であったため、採用負荷とコストの増加が課題でした。しかし、データ運用といったオペレーションは AI による自動化・省力化の機会が大きい領域でもあります。当社の業務ノウハウを AI に適用し、省力化を推進することで、生産性の向上を見込めます。

3. 各事業領域における AI の機会創出とプロダクト進化

事業部ごとに環境変化へ積極的に対応しております。自社開発の生成 AI ライブコマースプラットフォーム「AnyLive」と「人」を掛け合わせたハイブリッド型のライブコマースソリューションを展開するなど、AI を組み込んだサービスの進化を通じて、持続的な競争優位を確立してまいります。また、パブリッシャー支援領域において直近で市場成長が見込まれるモバイルアプリ支援を強化していくなど、市場における需要や環境変化に合わせた対応も進めております。

Q3. AI 活用による業務効率化・生産性向上の効果は、いつ・どの程度の規模で業績に表れるのか。

生成 AI の活用による業務効率化は、2025 年度よりグローバルでのプロセス標準化に着手しており、2026 年度から具体的な成果創出フェーズに入ります。

複数のオペレーションが必要なマーケティング支援領域において、提案プロセスやレポート分析などの業務の AI 自動化や省力化を進めています。従来は商談から提案までに複数名が関与する体制であったため、リードタイムの長期化や品質のばらつきが課題でした。しかし AI 活用により、当社の独自データの活用は継続しつつも主要な業務の自動化を進め、マニュアル対応が必要な部分を限定的なものにとどめることが可能になります。これにより、属人化を排除したスピーディーかつ高品質な提案が実現し、リードタイムの大幅短縮と受注率向上が可能になると考えています。営業担当がより高付加価値な提案活動に注力できるこのモデルは、グローバル各拠点へ展開中です。さらに管理部門においても、請求書処理や管理会計など自動化をすすめており、全社的な業務効率化を推進しております。

業績への影響についてですが、期初計画上は M&A を除き一定数の増員を前提としております。しかし、AI 活用により実際の増員数を計画より大幅に下回る水準に抑える運用を目指しており、予算に対するアップサイド要因となっています。本格的な業績への寄与は 2026 年度後半以降を見込んでおり、2027 年までの中期目標期間の後半にかけて、生産性改善効果がより大きく現れる想定です。

Q4. 法人ブランド支援事業について、2026 年度計画の蓋然性はどの程度か。

法人ブランド支援事業は、マーケティング事業と D2C/EC 事業から構成されており、今期の売上収益は前期比 57%増、売上総利益は同 59%増を見込んでおります。

マーケティング事業の今期計画（売上収益：前期比 33%増、売上総利益：前期比 27%増）は、前期後半の実績と比較すると高い成長水準を前提としております。前期後半における成長率の鈍化は、市場環境の悪化というよりも、急成長する D2C/EC 事業への対応に伴う戦略的なりソース配分の変更が主因であったと認識しております。

この点を踏まえ、今期は以下の施策を推進しております。第一に、シニア営業層の採用および配置転換により営業体制の強化を進めており、これらは上半期中に概ね完了する見込みです。第二に、AI 活用による業務自動化を通じて営業人員一人当たりの生産性向上を図り、営業活動量の拡大につなげております。第三に、SNS 起点での認知から EC 購買、実店舗販売へとつながる消費行動の変化を背景に、既存の EC 支援クライアントに対するソーシャルメディアマーケティングのクロスセルを推進しております。

これらの施策の効果は段階的に発現すると想定しており、第 1 四半期から急速な回復を見込むものではありません。第 2 四半期以降に改善が進み、下半期にかけて成長率が上昇する前提としております。

一方、D2C/EC 事業の今期計画（売上収益前期比 93%増、売上総利益前期比 116%増）は、足元の成長トレンドを踏まえつつ一定のバッファを織り込んだ前提であり、法人ブランド支援事業全体としてバランスの取れた計画としております。

Q5. 日本での TikTok Shop の立ち上がりについて印象はどうか。業績貢献はいつ頃から見込めるか。

日本における TikTok Shop の GMV（流通取引総額）は、立ち上げ初期の段階であることを踏まえると、一定の規模および成長スピードで推移していると認識しております。東南アジアや米国においても、ローンチから本格的な成長加速までに約 1~2 年を要しており、日本においても同様の立ち上がりを見込んでおります。2025 年はトライアルフェーズでしたが、2026 年は大手ブランドの参入拡大が見込まれており、市場としての拡大余地は大きいと考えております。

当社業績への貢献については現時点では限定的ですが、2026 年下半期にかけて一定の規模へ拡大すると見込んでおります。一方で、東南アジアにおいては既に各国で主要な EC 販売チャネルになっており、業績への寄与も進んでおります。

また、当社がより重視している点は、TikTok Shop 単体での売上に加え、TikTok を起点として創出された需要を他の EC プラットフォームやオフライン販売へと波及させることにあります。Amazon や楽天等の EC モデル、ならびにサン・スマイル社が展開するオフライン流通網を含めた複数チャネルでの販売を一体的に支援しております。

特にクロスボーダー領域においては、各販売チャネルにおける運営を包括的に支援し、GMV に連動する形で当社の収益が増大する形態の取引が中心となっております。このため、特定のチャネルに依存することなく、複数チャネルでの売上拡大が当社の収益成長につながる構造となっております。

現在はサン・スマイル社との連携を含め、オンラインからオフラインまでを横断した販売体制の強化を進めております。

Q6. 2026年1月にM&Aした3社について、PMIの進捗とシナジー創出が見込まれる時期を教えてください。

3社のPMIは現在順調に進行しております。連結開始時期はサン・スマイル社およびBcode社が2026年1月、MISM社が2月であり、今期の営業利益計画30.6億円のうち、M&A3社の寄与として約8億円を織り込んでおります。なお、この数字は各社のオーガニックな業績水準をベースとしており、グループ間のクロスセルシナジー等は反映しておらず、シナジーが実現すればアップサイドとなります。

各社におけるシナジー創出の見通しについてご説明いたします。サン・スマイル社については、小売ネットワークとの契約変更のタイミングを考慮すると、韓国コスメのオフライン展開によるクロスセル効果の本格化は、第3四半期以降を見込んでおります。MISM社については、縦型動画クリエイティブの提供を既にマーケティング事業等の提案に組み込み始めており、より早期のシナジー創出が見込まれます。既にパブリッシャー支援事業と共同でメニューを開発し受注に至った事例も出てきております。Bcode社については、既存のタレントマネジメント支援事業との連携のほか、ライバーネットワークを活用したライブコマース支援に関して、法人EC支援事業との連携を段階的に構築しております。

なお、直近のPMIに注力するため、新規の大型M&Aは一旦落ち着く方針ですが、中長期的にはM&Aを継続していく方針に変更はございません。

Q7. 昨今の中東情勢による業績への影響はあるか。

当社は、中東の一部地域で事業を展開しており、同地域でのマーケティング事業については中東情勢による影響を一部受けるものの、全社業績に及ぼす影響は限定的です。

通常、第1四半期はイスラム圏におけるラマダンの時期にあたり、中東地域では消費需要の増加に伴い当社事業も伸長する傾向にあります。しかし今期に関しては、季節性による需要伸張は例年より軟調です。ただし、2025年度通期において中東地域からの売上総利益が、当社事業全体に占める割合は0.5%にも満たず、本情勢による影響は、その地域で展開する事業の一部に限定されます。

また、原油価格の高騰により物流コストが高騰することが懸念されておりますが、こちらも売上原価のうち物流コストが占める割合は1%未満と小さく、現時点において重大な影響が生じることは想定しておりません。

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。