会社説明資料

IRセミナー用のみ

AnyMind Group株式会社 | 2024年6月11日

Copyright © AnyMind Group. All right reserved.

登壇者の紹介

十河 宏輔

代表取締役CEO

- 1987年 香川県生まれ
- 2010年4月、マイクロアド社に入社。

  2012年より単身ベトナムに渡り、東南アジアにおける事業立ち上げを牽引。東南アジア6ヵ国（ベトナム、フィリピン、タイ、インドネシア、シンガポール、マレーシア）におけるCEO、取締役を歴任
- 2016年4月、当社を創業。 世界15カ国・地域で事業展開
- Forbes Japan誌「日本の起業家ランキング2022 Top 10」選出

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

会社概要

会社名	AnyMind Group株式会社
創業	2016年4月
上場	2023年3月（東証グロース 5027）
代表者	代表取締役CEO　十河 宏輔
従業員数	1,672名（2024年3月末時点）
事業内容	・ブランドコマース 法人向けに生産、EC、物流、マーケティングまで一気通貫で成長支援 ・パートナーグロース クリエイターやパブリッシャー向けに収益化及びブランド成長に向けた支援
本社所在地	東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー31F

Mission

“Make Every Business Borderless”
急成長するアジア市場のビジネスインフラに

横断的なデータ活用を軸に、商品開発、生産、EC、物流、マーケティングまで、ブランドビジネスを一気通貫でのDX化をグローバルに支援

急成長するアジア市場において未成熟なビジネスインフラのギャップを埋める存在を目指す

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

当社について本日お伝えしたいこと

東南アジア創業のグローバル企業

アジアで勝ち切る経営体制

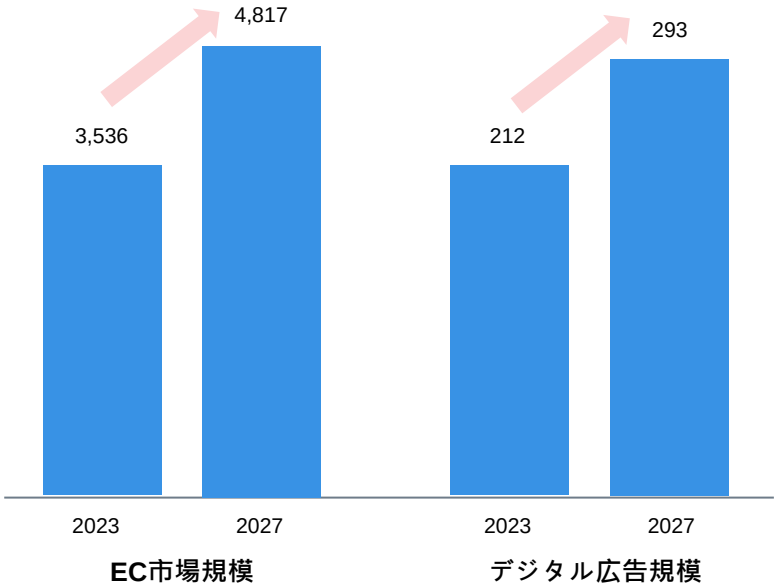
継続的な高成長と収益改善

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

アジアにおける巨大な潜在市場　高成長業界 x 巨大なアジア市場

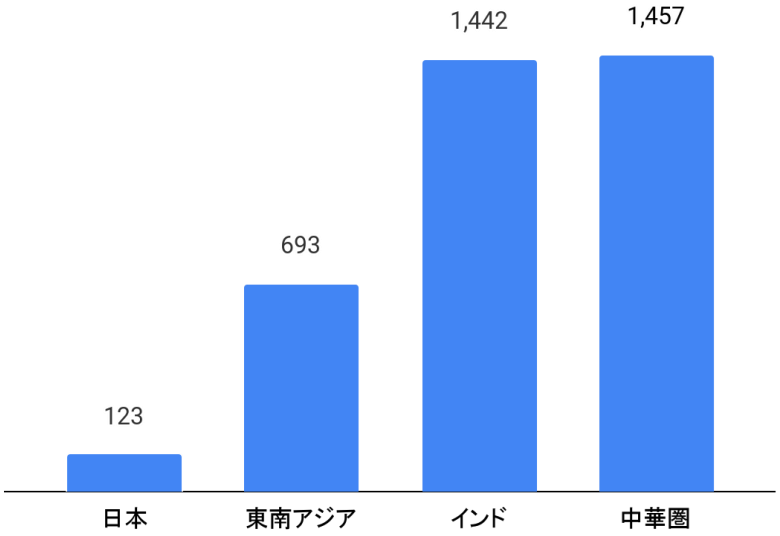
アジアにおける関連市場規模

（十億ドル）



各地域における人口規模見込

（百万人）



(1) EC市場規模：Worldwide Ecommerce Forecast Update, eMarketer（2023年12月）
(2) デジタル広告市場規模：Global Advertising Expenditure Forecast, S&P Capital IQ Pro dataset（2023年12月）
(3) 人口規模見込: World Population Prospects 2022, United Nations（2022年7月：2024年7月時点総人口予測）

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

アジアにおける未成熟な市場環境とクライアントの抱える課題

アジア地域CEOの抱える課題

Q. 貴社が事業上の価値創造の方法を変えていくことを妨げる要因のうち影響の大きいものはどれですか？

(1) PwC「27th Annual Global CEO Survey - Asia Pacific」。質問原文は「Q. To what extent, if at all, are the following factors inhibiting your company from changing the way it creates, delivers and captures value?」に対して「To a large or very large extent and to a moderate extent」という選択肢を選んだ回答者（CEO）の割合

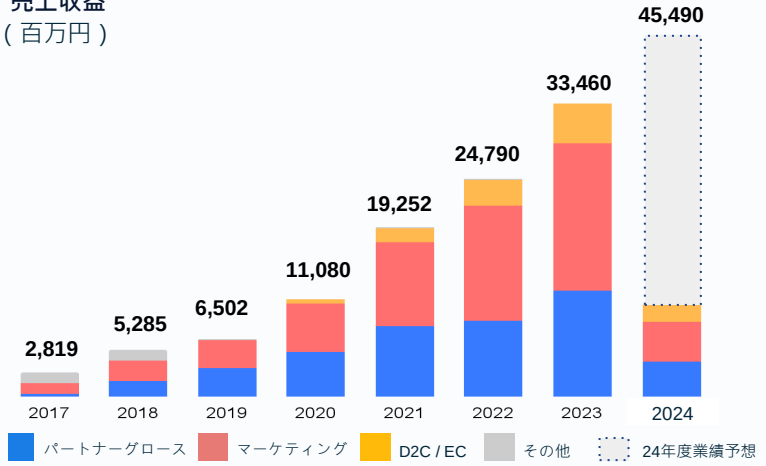
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

事業開発と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→23年）	売上収益YoY成長率（24年Q1）	売上総利益YoY成長率（24年Q1）
+51%	+60%	+57%

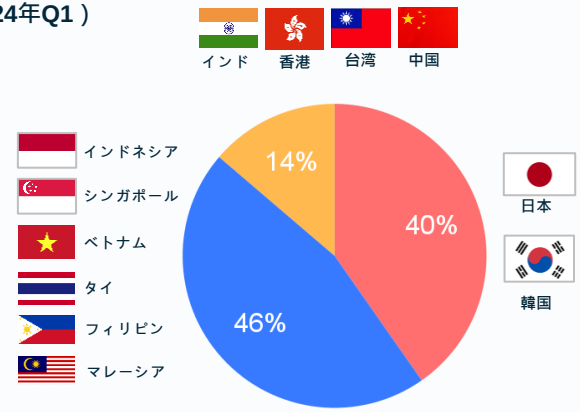
売上収益（百万円）



グローバル展開

展開市場 (1)	海外売上比率 (2023年)	海外拠点人員比率 (1)
15カ国・地域	54%	76%

地域別売上収益（2024年Q1）



(1) 2024年3月31日時点

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

アジアにおけるビジネスインフラに：クライアントの事業成長とグローバル展開を支援

ブランド（法人）
1,000+

グローバル15ヵ国・地域にて
広範なネットワークを保有

クリエイター
1,700+

パブリッシャー
（ウェブメディア・アプリ）
1,600+

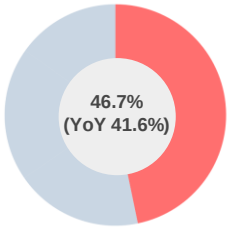
ブランド（法人）	AnyMind	マーケティング ソーシャルコマース EC支援
パブリッシャー	AnyMind	コンテンツ収益化 UX/UI改善 データ活用
クリエイター	AnyMind	コンテンツ収益化 D2Cブランド構築 タイアップ獲得 音楽制作・収益化

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

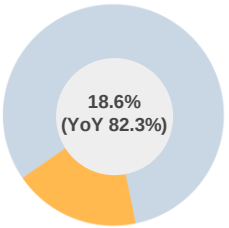
アジア全域で法人顧客、パブリッシャー、クリエイター向け事業を展開

法人ブランド支援（ブランドコマース）		パートナーグロース	
マーケティング	EC / D2C	パブリッシャー向け	クリエイター向け
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	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	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	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

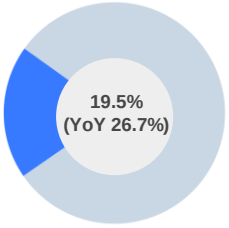
2024年12月期第1四半期売上総利益構成比及び前年比成長率



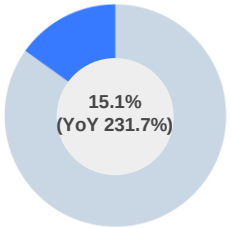
インフルエンサー AnyTag™
デジタル・モバイル AnyDigital™



ECデータ AnyX™
生産 AnyFactory™
在庫物流 AnyLogi™
チャット AnyChat™
EC支援 AnyShop™



AnyManager™



AnyCreator™

© AnyMind Group. All Rights Reserved.
(1) グラフ及び前年比成長率は2024年12月期Q1の売上総利益実績

事例紹介：法人ブランド支援領域

ブランドコマース領域ではブランド企業に対してECプロセス支援とマーケティング支援を実施し、顧客ブランドの成長に貢献しています。

米国 Church & Dwight社

	マーケティング	EC戦略	ストア	カスタマーサポート	倉庫物流
日本	ブランド認知向上・販売促進 AnyTag AnyDigital	EC運用～物流まで包括支援 AnyX AnyShop AnyChat AnyLogi	自社ECサイト Amazon 楽天		消費者
インドネシア	Church & Dwight社の他ブランドの現地EC運用をインドネシアにて支援中				
その他アジア	他国でも同様の支援が可能（潜在アップセル領域）				

支援開始 4ヵ月目で月売上2,000万円達成

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

事例紹介：法人ブランド支援領域（ストアマネジメント）

AnyX™

amazon.co.jp

Waterpik (ウォーターピック) コードレスセレクト WF-10 200ml 防水仕様 口腔洗浄器 ジェットウォッシャー ウォーターフロス

ブランド: Waterpik
4.0 ★★★★☆ 108個の評価 | このページを検索
過去1か月で300点以上購入されました

¥18,400 (¥18,400 / 個)

ポイント: 184pt (1%) 詳細はこちら
クーポン: ¥4600 OFFクーポンの適用 規約 | 買い物をする
新規ご入会で5,000ポイントプレゼント
入会費・年会費永年無料のAmazon Mastercard

Amazonによる発送 | 安心・安全へのお客様情報の保護取り組み

サイズ: ウォーターフロスセット

ウォーターフロスセット	ウォーターフロス +歯ブラシチップセット
¥18,400 (¥18,400 / 個)	¥20,050 (¥20,050 / 個)

購入オプションとあわせ買い

お支払いプラン
¥9,200月 (2か月) 実質年率 0%から

ブランド	Waterpik
電源	バッテリー式
特徴	ウルトラジェット水流, 回転可能なチップ, プラーク除去率最大99.9%, 複数のモード, 世界シェアNo.1
商品特長	プラーク除去
ユニット数	1.00 個

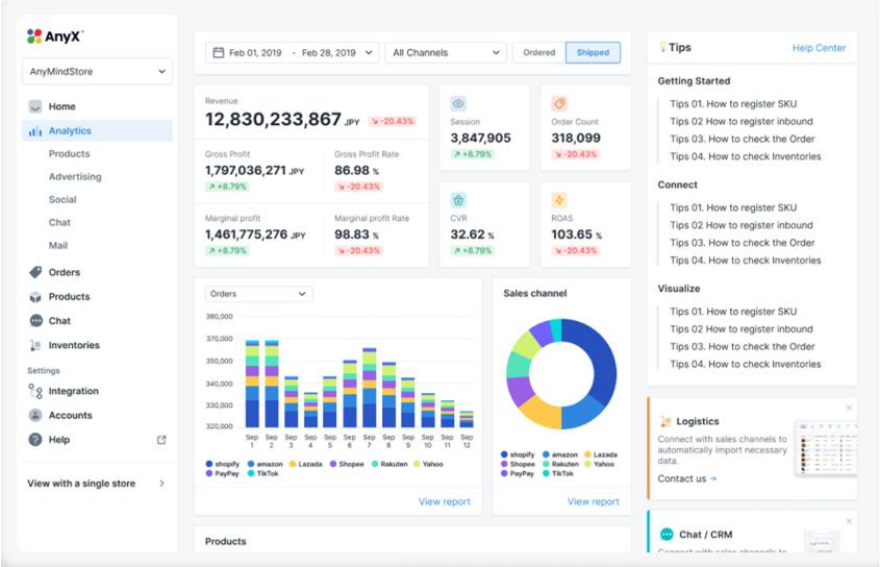
Rakuten

ウォーターピック ジェットウォッシャー ロ…
★★★★½ (77件)
18,400円
送料無料
4/30 13:00までの注文で最短5/1にお届け
商品をかごに追加
ご購入手続きへ
お気に入りに追加

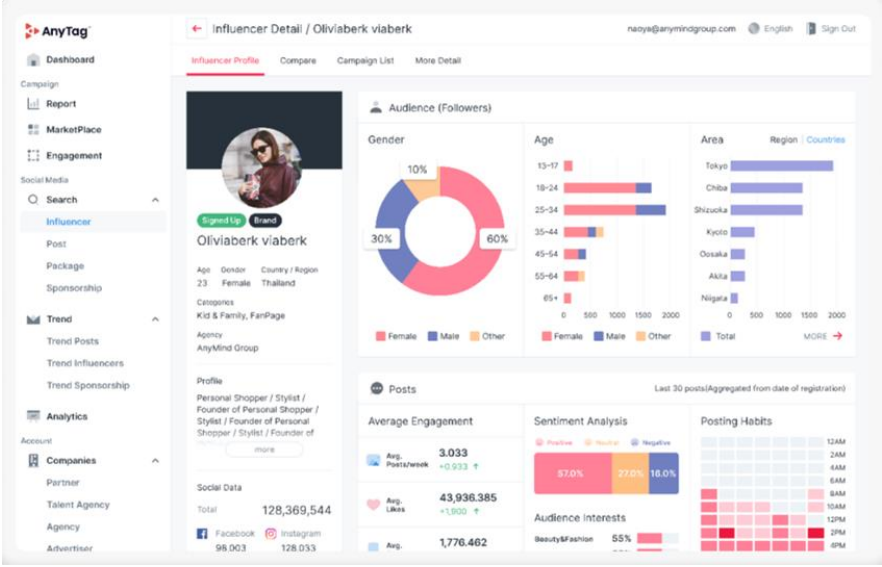
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

事例紹介：法人ブランド支援領域（データマネジメント）

AnyX™



AnyTag™



© AnyMind Group. All Rights Reserved.

事例紹介：クリエイター及びパブリッシャー支援領域

パートナーグロース領域ではクリエイターやパブリッシャー等に対して、成長支援やコンテンツの収益化のための多様なソリューションを提供しております。

タイ Paul Pattarapon

- タイのTVタレントで、タイの個人向けにファイナンスや投資の知識を届けるためのYouTubeチャンネルを運営

主要対象プラットフォーム

- **YouTube** チャンネル登録者数 180万人

その他

- 2024年Thailand Social Awards「最優秀クリエイターパフォーマンス賞」

AnyCreator™

- コンテンツ制作
- チャンネル分析/運用

AnyTag™

- タイアップ案件獲得

日本 むくえな

- Z世代に人気YouTuber。「あるある動画」、「食べながら雑談動画」などのエンタメコンテンツ配信や、音楽配信など幅広く活動

主要プラットフォーム

- **YouTube** チャンネル登録者数 119万人
- **TikTok** チャンネル登録者数 38万人

AnyCreator™

- チャンネル分析/運用
- 音楽制作配信
- ファンクラブ運営

AnyTag™

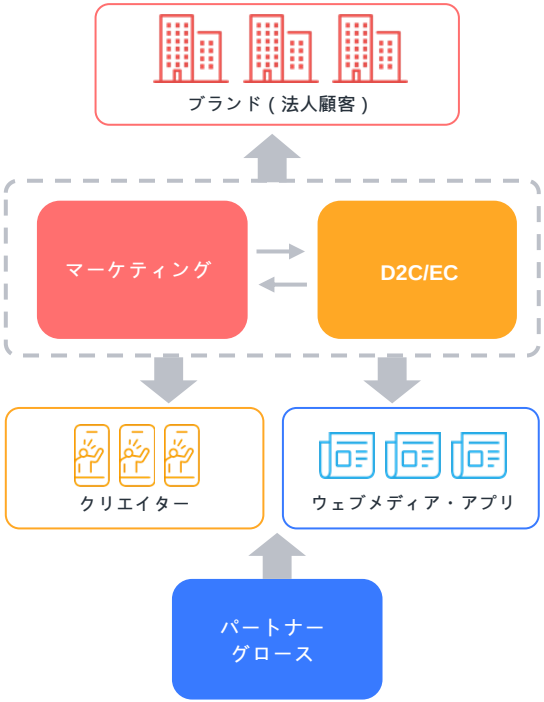
- タイアップ案件獲得

AnyFactory™ AnyShop™

- グッズ制作・販売

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

事業間の相互シナジーによるクライアントへの付加価値向上



対ブランド（法人顧客）

- マーケティングとECオペレーションを一気通貫で支援
- クリエイター、ウェブメディア / モバイルアプリの各国ネットワークを活用したマーケティングを実施

対クリエイター

- 法人ネットワークを活かしスポンサーシップ案件獲得
- D2Cブランド創出やEC支援機能を活用し多面的な成長支援

対ウェブメディア・モバイルアプリ

- 法人ネットワークからの追加広告収益を獲得
- アプリインストール獲得等の成長施策も提供
- メディアコンテンツのYouTube等での展開などチャネル拡大を支援

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

当社の競争優位性

Key Company Highlights

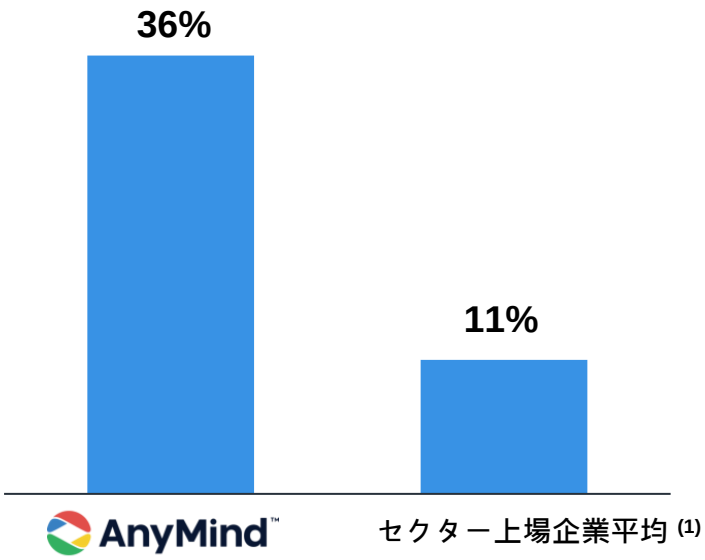
1. アジア市場における巨大な市場機会
2. 強力なローカルチームによって支えられたローカルネットワーク
3. 多国籍なマネジメントチームと卓越した多国間オペレーション
4. 継続的な新プロダクト・機能創出を支える開発能力とグローバル展開体制
5. アジア全域におけるM&A及び成長を実現するPMIのトラックレコード

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

1 アジア市場成長を背景に同業セクター企業を上回る成長を維持

関連セクターでの過去3年平均売上成長率

情報通信セクター企業、売上200～3,000億円を対象



関連セクターでの平均売上成長率上位企業 (2)

情報通信セクター企業、売上200～3,000億円を対象

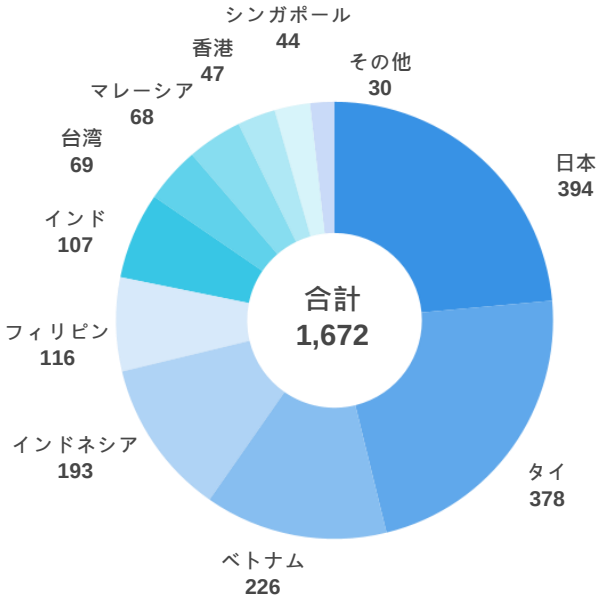
#	会社名	前期売上高（億円）	3年平均売上成長率	直近四半期売上成長率
1	チェンジHD	200	50%	83%
2	AnyColor	253	53%	5%
3	カバー	205	44%	43%
4	サーバーワークス	275	39%	45%
5	メドレー	205	38%	34%
6	マネーフォワード	304	38%	41%
7	ラクス	274	36%	48%
8	**AnyMind Group**	**335**	**36%**	**60%**
9	SHIFT	880	35%	30%
10	Appier Group	264	33%	31%
11	Sansan	255	27%	34%
12	メルカリ	1,721	27%	11%
13	JMDC	278	23%	33%
14	ビジョナル	563	23%	17%

(1) プライム市場及びグロース市場に上場し、直近期売上が200-3,000億円。前期成長率がマイナスの企業は除く
(2) 大型M&A、特定ゲームタイトルのヒットによりイレギュラー数字となっているプロトコーポレーション、バンク・オブ・イノベーションを除く。5月17日時点データ

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

2 多国籍なメンバーの組織化とアジア15か国・地域で拡大するローカルネットワーク

国別従業員数 (2024年3月31日時点)



法人クライアント

- **1,000+** マーケティング支援クライアント数 (1)
- **160** EC支援法人ブランド数

パブリッシャー

- **1,741** 支援パブリッシャー数 (海外比率 63%)
- **1.0%** 月間解約率 (2)

クリエイター

- **750,000+** インフルエンサー数
- **2,100+** YouTuber数 (海外比率 68%)
- **130+** 登録者100万人以上のYouTuber

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

3 高い専門性を持ったグローバルなマネジメント陣

Kosuke Sogo
CEO and co-founder

Otohiko Kozutsumi
CCO and co-founder

Keizo Okawa
CFO

Siwat Vilassakdanont
Managing Director,Thailand and Philippines

Tatum Kembara
Managing Director, D2C and E-Commerce Enablement

Hitoshi Maruyama
Managing Director, Publisher Growth

Ben Chien
Managing Director, Greater China

Ryuji Takemoto
Managing Director, Product Development

Koki Shibata
Managing Director, Engineering

Punsak Limvatanayingyong
Managing Director, Creator Growth

Aditya Aima
Managing Director, Agency Business

Siddharth Kelkar
Managing Director, Performance Business

Takehiko Mizutani
Managing Director, Human Resources

Steven Tan
Managing Director of E-Commerce Enablement, Malaysia

Koichiro Izawa
Managing Director of Accounting & Financial Control

Rubeena Singh
Country Manager, India and MENA

Tae Woo Kim
Country Manager, Korea

Lidyawati Aurelia
Country Manager, Indonesia

Nguyen Thi Ha My
Country Manager, Vietnam

Wing Lee
Country Manager, Taiwan

Lee Chin Chuan
Country Manager, Malaysia

Toh Yi Hui
Country Manager, Singapore

Mayi Baviera
Country Manager, Philippines

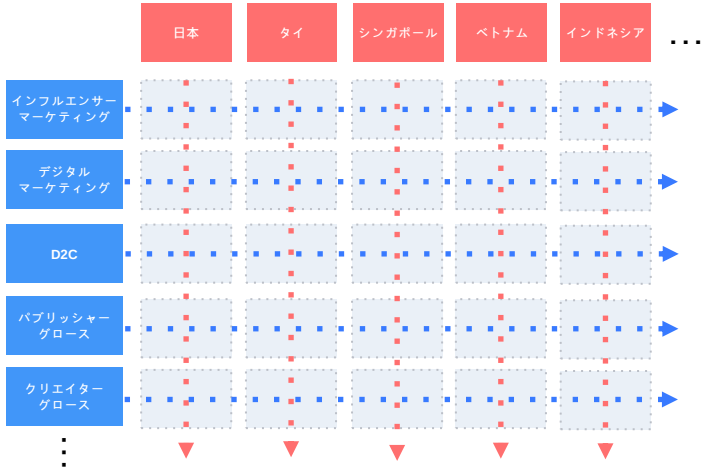
Rohit Sharma
Senior Advisor

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

3 確立された多国間オペレーション

事業及び国単位のマトリクス組織

- 現地業務、顧客管理及び従業員管理はカントリーマネージャーがリード
- ビジネス標準化、プロダクト開発、クロスボーダーの取組みは事業責任者がリード



タイムリーなモニタリングとPDCAサイクル

マネジメントミーティング

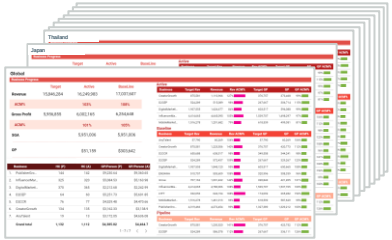
- 事業戦略
- プロダクト開発
- 各地域の課題共有

週次

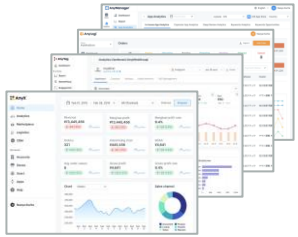
カントリーマネージャーミーティング

- 事業進捗管理
- 予実管理
- ローカルの課題共有

国別のリアルタイムパフォーマンス管理



独自プラットフォームによる事業KPIトラッキング



© AnyMind Group. All Rights Reserved.

4 グローバル統一プロダクトとローカライゼーションの両立による他国展開

15ヵ国・地域の展開と各市場に合わせたローカライゼーション

多国籍なメンバーの組織化とマルチカントリーオペレーションの強化

当社プラットフォームの活用

グローバルプラットフォーム：グローバル統一プラットフォームでデータ分析基盤やオペレーションを共通化

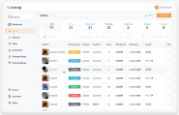
グローバル開発体制：日本、タイ、インド、ベトナムの開発拠点で顧客ニーズを吸い上げながらタイムリーな機能改善

AnyTag™

AnyDigital™

AnyX™

AnyLogi™



AnyManager™

AnyCreator™

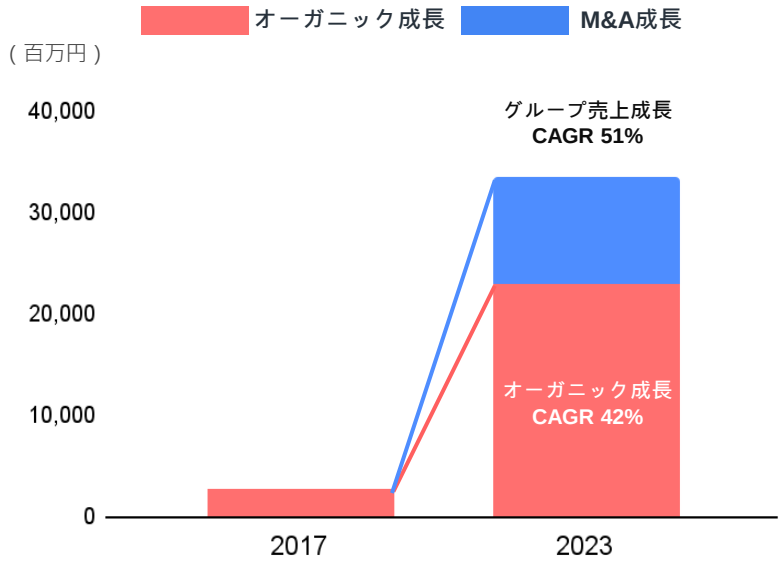
…

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

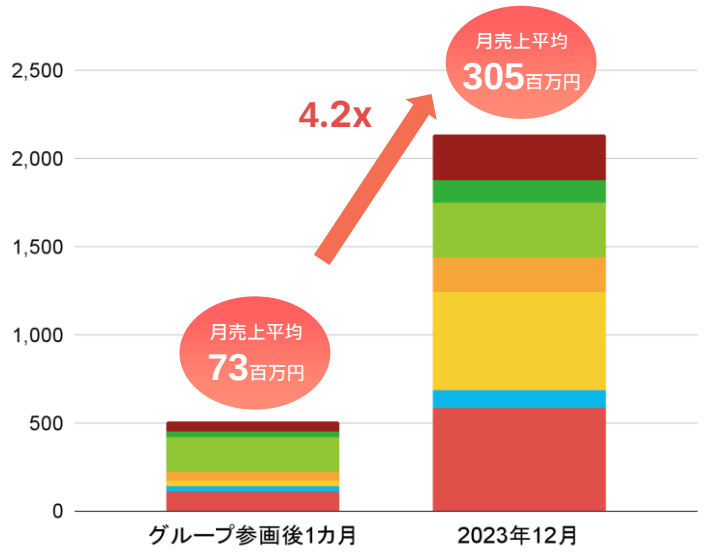
5 M&Aを通じた成長加速と確立されたPMI戦略

グループ事業戦略を加速させるために、M&Aを創業以来8件実施しております。組織やプロダクトの完全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。

2018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2018年以降に行ったM&Aを除いた売上収益。「M&A成長」はAcqua Media、Grove、LYFT、Engawa、DDI、POKKT及びMoindyの会計上の資金生成単位ベースの数字。
(2) 2023年9月にM&Aを行ったPT Digital Distribusi Indonesia社はM&A直後であるため含まない。 2023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FourM 2017年10月, Acqua 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月を指す。

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

5 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）

グローバル事業ロールアップ事例

パブリッシャー向け成長支援	FourM（日本）（2017年10月）	ACQUA（香港、台湾）（2018年10月）
クリエイター向け成長支援	MCINDY（タイ）（2019年3月）	#GROVE（日本）（2019年12月）
法人向けEC支援	DDI（インドネシア）（2023年9月）	ARCHE DIGITAL（マレーシア）（2024年Q2予定）

継続M&Aフォーカス領域

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

5 当社の海外展開における成功要因

グローバル人材を惹きつける組織文化	■ 東南アジアで創業し、社内言語や制度も含めグローバル企業として成長 ■ 多国籍なマネジメントと組織を有し、国籍問わず活躍が可能なオープンな組織文化
グローバル統一のプロダクト開発	■ グローバル統一でのプロダクト開発とビジネスモデルによりスケールメリットを追求 ■ セールスマーケティング及びネットワークは各国ローカライズ
収益モニタリング	■ 各国事業別での売上・売上総利益や収益性のモニタリング体制を構築 ■ 横串でノウハウ共有し管理体制やオペレーションを横展開

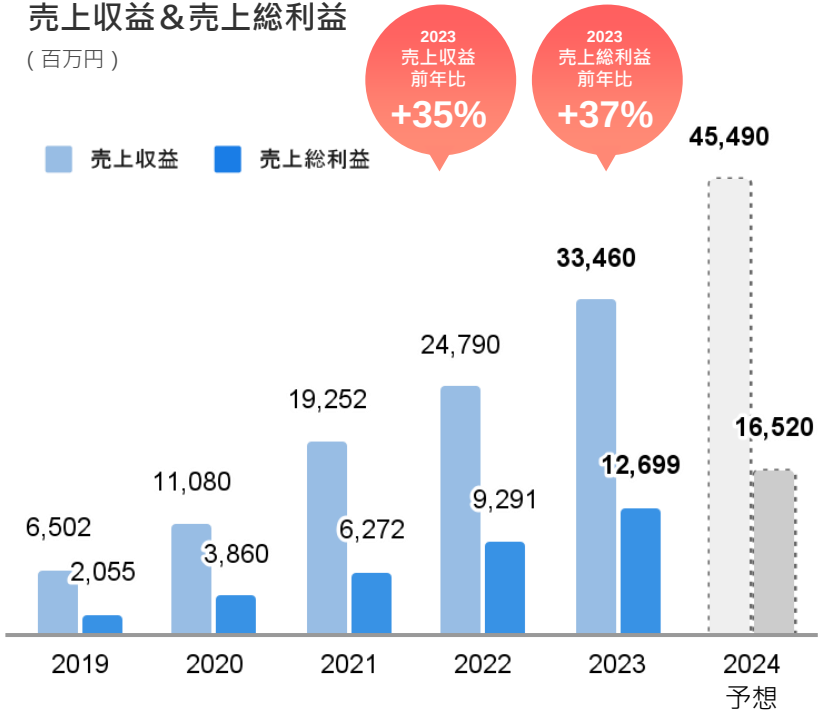
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

当社業績と2024年度業績予想

通期業績推移：創業からの7期連続増収と安定した収益改善

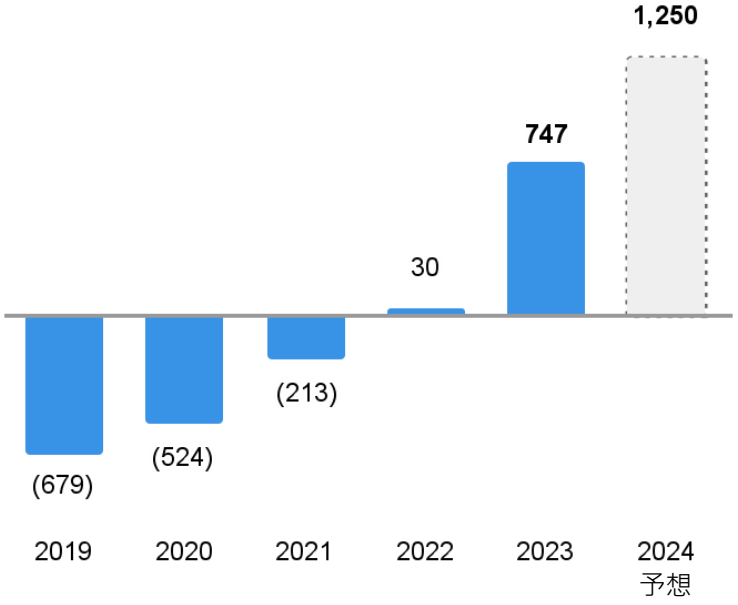
売上収益＆売上総利益

（百万円）



営業利益

（百万円）

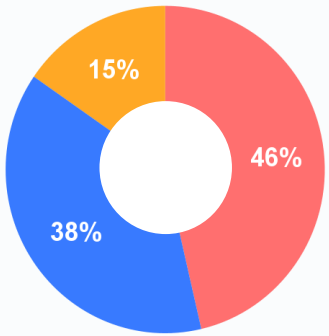


© AnyMind Group. All Rights Reserved.

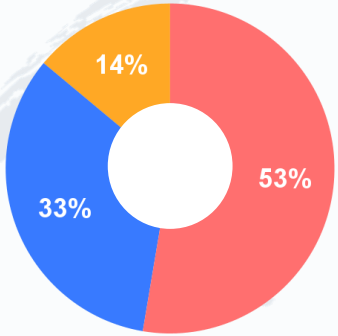
アジアを軸に分散した収益基盤と全地域成長

アジア全域で安定した成長モメンタムを継続しており、収益基盤の多様化とグローバル事業基盤の強化が進展しております。

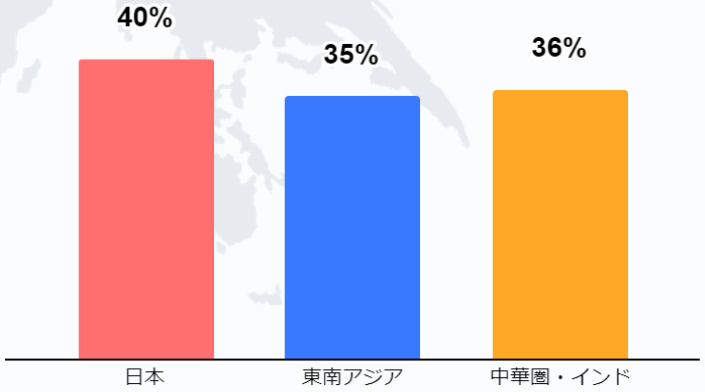
地域別比率：売上収益
（2023年）



地域別比率：売上総利益
（2023年）



地域別売上総利益前年比成長率
（2023年）



日本　東南アジア　中華圏・インド

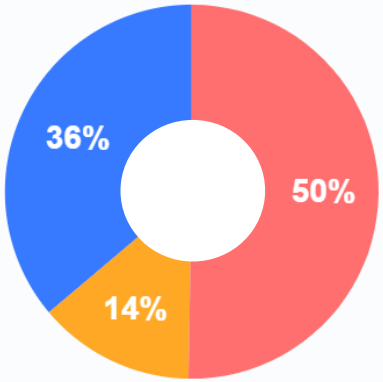
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

多様化な収益基盤と全事業で成長トレンドを継続

各事業が安定した成長を実現しており、事業間のシナジーが活かし相互補完がより強化されております。

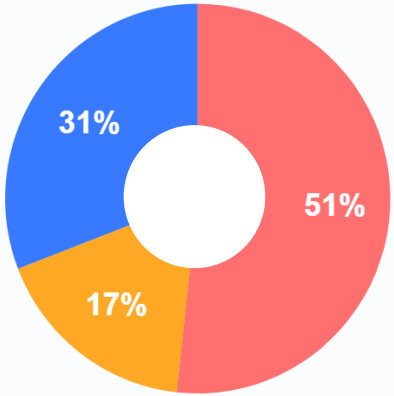
事業別比率：売上収益

（2023年）



事業別比率： 売上総利益

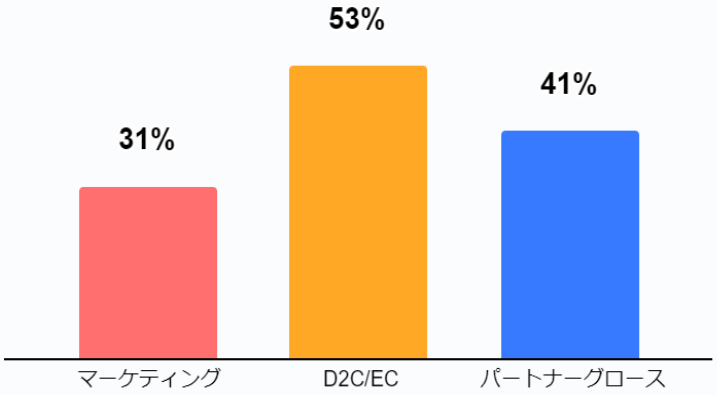
（2023年）



マーケティング　D2C/EC　パートナーグロース

事業別売上総利益前年比成長率

（2023年）

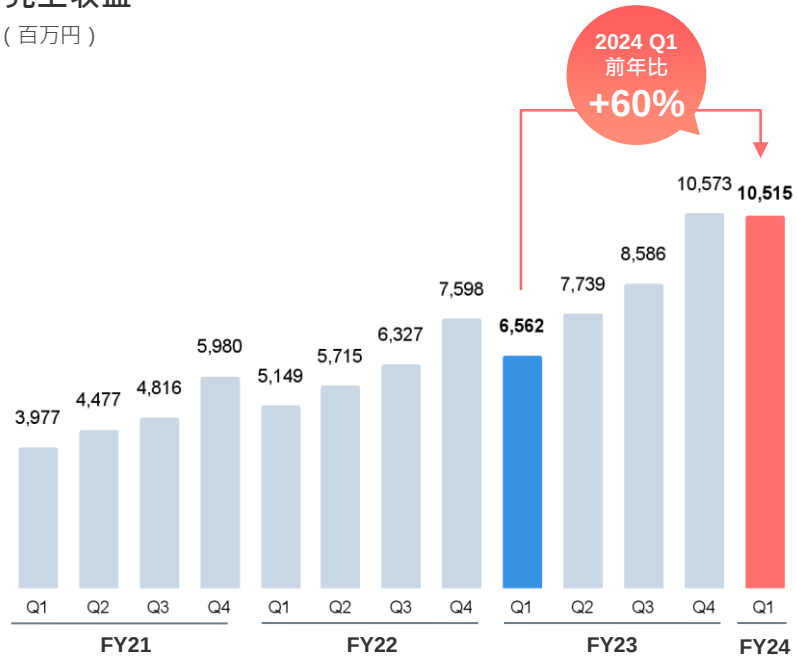


© AnyMind Group. All Rights Reserved.

四半期売上収益と売上総利益の推移

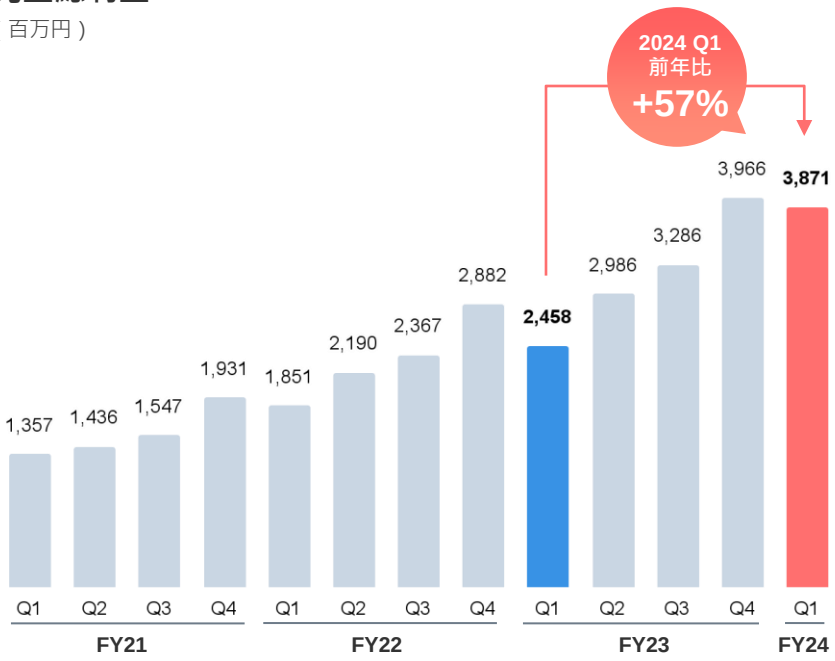
売上収益

（百万円）



売上総利益

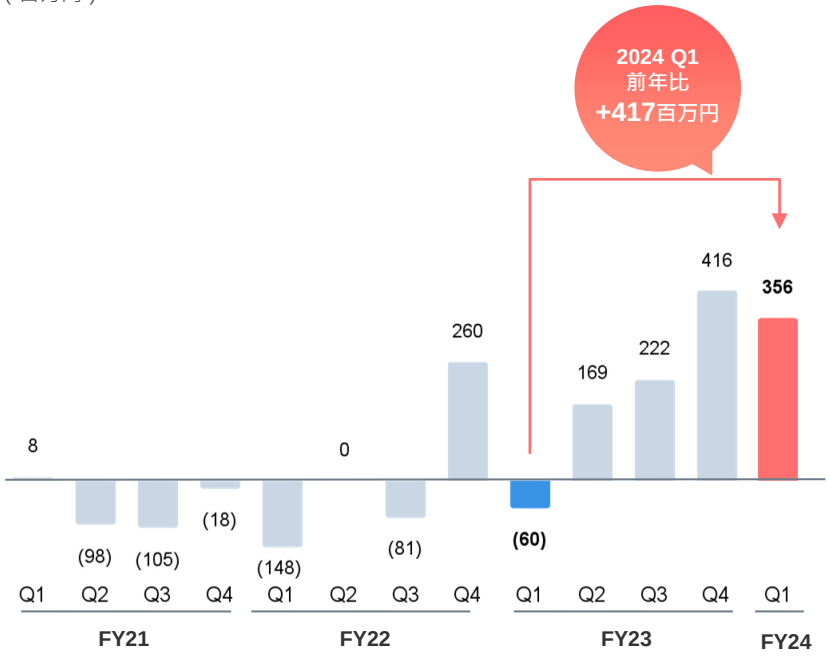
（百万円）



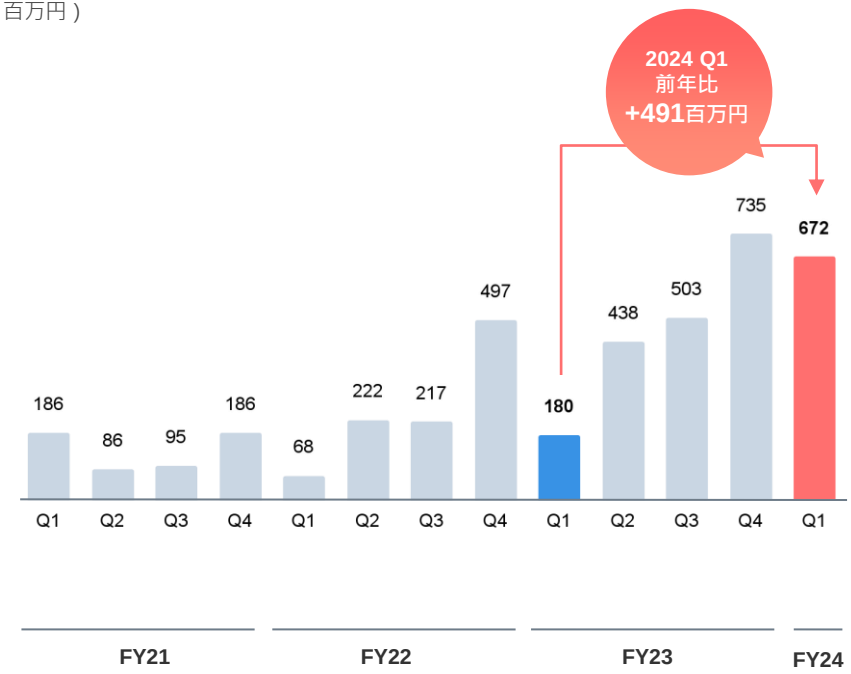
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

四半期営業利益と調整後EBITDAの推移

営業利益
（百万円）



調整後EBITDA(1)
（百万円）



© AnyMind Group. All Rights Reserved.

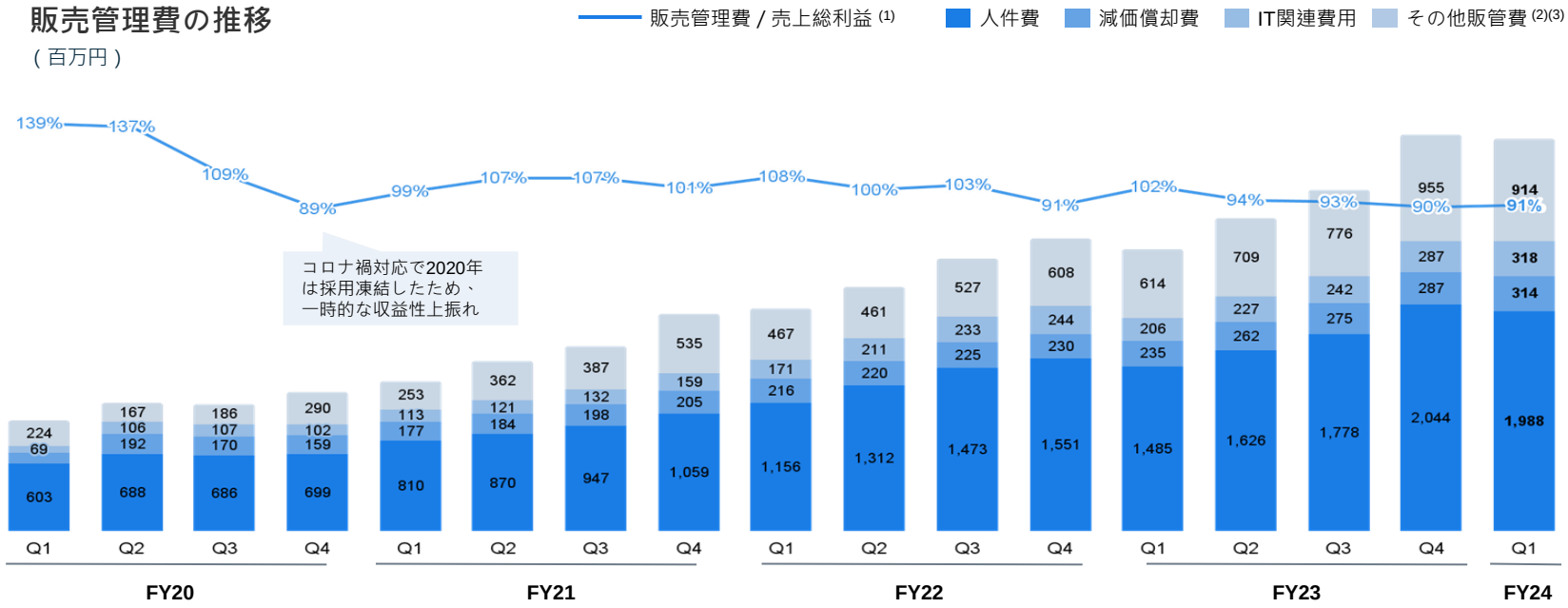
(1) 調整後EBITDAは営業利益＋減価償却費＋株式報酬費用

安定的なコストコントロールと販管費率の低下

人件費が販管費の約6割占めており、全地域で成長領域における採用投資を継続しつつも、収益性は安定して改善しております。

販売管理費の推移

（百万円）



(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（ IPO 関連の一時）株式報酬費用を含む

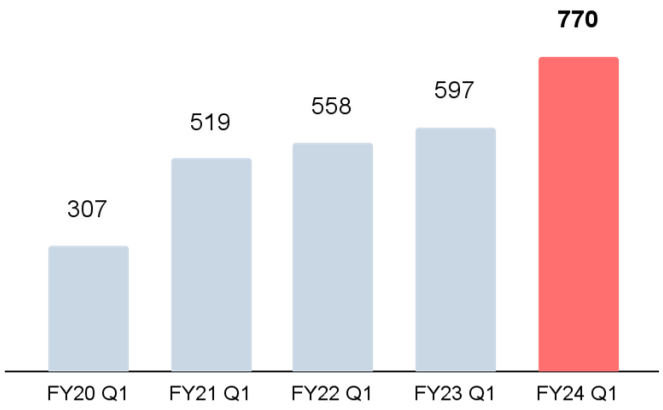
© AnyMind Group. All Rights Reserved.

継続的な生産性向上と安定的な人材投資

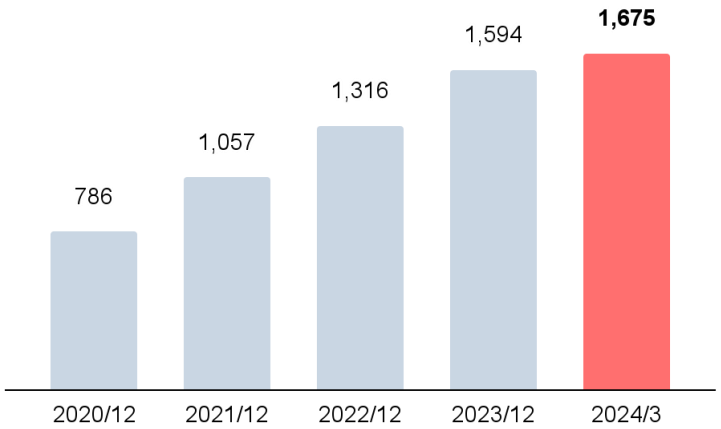
2024年度第1四半期も従業員一人当たりの売上総利益の前期同期比での改善が継続しております。

Q1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）



© AnyMind Group. All Rights Reserved.

2024年12月期通期業績予想と現在進捗

(百万円)`	2023年実績	2024年通期予想	前期比	2024年Q1実績	Q1進捗率	前期Q1進捗率
売上収益	33,460	45,490	+36.0%	10,515	23%	20%
売上総利益	12,699	16,520	+30.1%	3,871	23%	19%
営業利益	747	1,250	+67.2%	356	29%	N/A ※前期Q1は赤字
営業利益率	2.2%	2.7%		3.4%		
営業利益	562	738	+31.9%	230	31%	N/A ※前期Q1は赤字

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

今後の成長戦略

今後の事業成長を牽引する取り組み

更なるグローバル展開と拠点間連携

ローカルネットワーク拡大

アジア全域におけるECソリューションの強化

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

グローバル展開：アジア全域でテクノロジーとソリューション提供を加速

- **リージョナルクライアントの獲得**

  15ヵ国・地域での事業基盤とプレゼンスを活かし、アジア全域での関係を強化

  アジアにおけるベストパートナーとしての立ち位置の確立

- **クロスボーダー取引の加速**

  アジアと日欧米、アジア内でクロスボーダーECやマーケティング需要が急速に拡大

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

ローカルネットワーク拡大：各国での継続的な事業成長とネットワークの拡大

- 言語や文化の異なるアジア経済圏においては、ローカルチームが作り上げる各国パートナーとクライアントとのネットワークが重要
- ブランド、クリエイター、パブリッシャーの各ネットワークの拡大により、他ビジネスにおいてもアップセルやサービス訴求力が拡大

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

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出来る独自のポジショニング

ソフトウェアだけでなくオペレーション支援も提供するBPaaS（Business Process as a Service）モデルがアジアにおける競争優位性となると考えております。

アジアにおける市場環境理解

SaaS
（ソフトウェア）

＋

BPO
（オペレーション）

AnyMindはテクノロジー、現地組織とオペレーション、ローカルネットワークを有し独自のポジションを確立

BPaaS
（ソフトウェア＋オペレーション）

- オペレーションをカバーし、クライアントの社内体制に関わらずテクノロジーを最大限活用可能
- オペレーションのDX化やAI活用についても柔軟なアップデートが可能
- クライアントは当社プロダクトを通して、解像度高くモニタリングを行うことが可能

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

ECソリューションの拡大：アジア市場においてBPaaS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
- 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最大化

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

配当方針

当社はアジアの成長市場において大きな成長機会を有しており、事業規模の拡大や収益力の強化に向けた投資を優先することが、将来における企業価値の最大化と継続的な利益還元につながると考えております。

今後の剰余金の配当金につきましては、成長機会への戦略的な対応とのバランスを考慮した上で実施していく方針であり、現時点では配当実施の時期については未定でございます。

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

当社について本日お伝えしたこと（再掲）

東南アジア創業のグローバル企業

アジアで勝ち切る経営体制

継続的な高成長と収益改善

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

5. APPENDIX

当社が展開するプラットフォーム及びソリューション

マーケティング

デジタルマーケティング

AnyDigital™

キャンペーン管理 / レポーティング

インフルエンサーマーケティング

AnyTag™

ソーシャルメディア分析 / キャンペーン管理

D2C / EC

生産管理

AnyFactory™

工場選定 / 仕様 / 生産管理

ECマネジメント

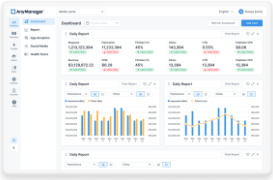
AnyX™

ECチャネル管理 / データ分析

パートナーグロース

パブリッシャー支援

AnyManager™



収益化 / サイト分析
/ ユーザーエンゲージメント

クリエイター支援

AnyCreator™

収益化 / ソーシャルメディア分析
/ タイアップ支援

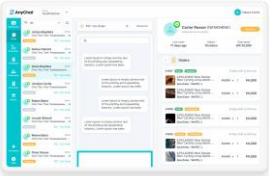
EC支援

AnyShop™

ECサイト構築・運用

会話型コマース

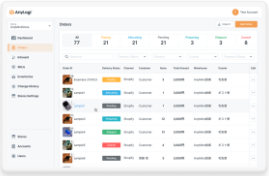
AnyChat™



チャットマネジメント / CRM

在庫物流管理

AnyLogi™



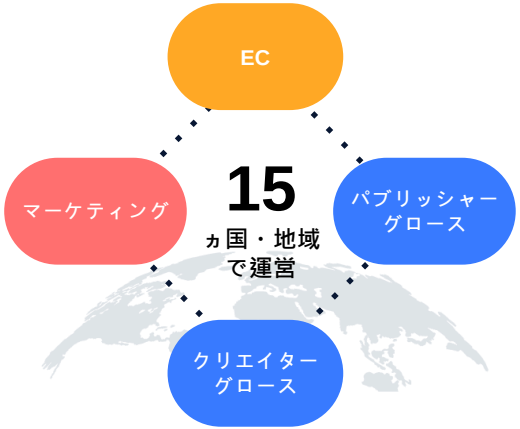
受領・出荷 / 在庫管理

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

AnyMind Groupの独自性

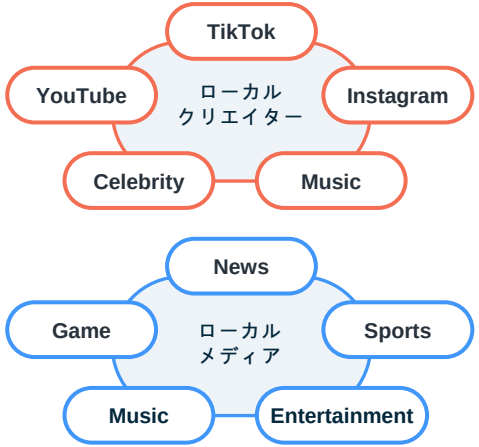
多国展開・オペレーション

- グローバルで統一されたビジネスモデル
- 確立された多国間オペレーション
- 地域・国境を越えたソリューション提供



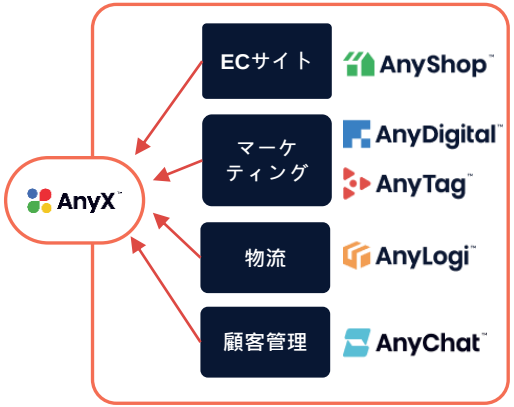
ローカルネットワーク

- アジアにおける先行者の1社として構築した、強力なメディア・クリエイターのローカルネットワーク
- 多様な文化・言語で分断されたアジア各国における重要な価値提供



テクノロジー開発・提供

- 日本・インド・タイ・ベトナムにおけるグローバルで強力なプロダクト・エンジニアチーム
- テクノロジーソリューションの継続的な進化
- ECにおいて活用される統合データ



© AnyMind Group. All Rights Reserved.

多様化された収益モデル

事業領域	ブランドコマース		パートナーグロース
	マーケティング	D2C / EC	
プロダクト	AnyTag AnyDigital	AnyX AnyLogi AnyShop AnyChat AnyFactory	AnyManager AnyCreator
主要な収益モデル	マーケティング報酬	商品販売 (1) 売上シェア (1) サブスクリプション (1) 従量課金 (1)	売上シェア (2) サブスクリプション
売上に占める割合 (2023年)	50%	14%	36%

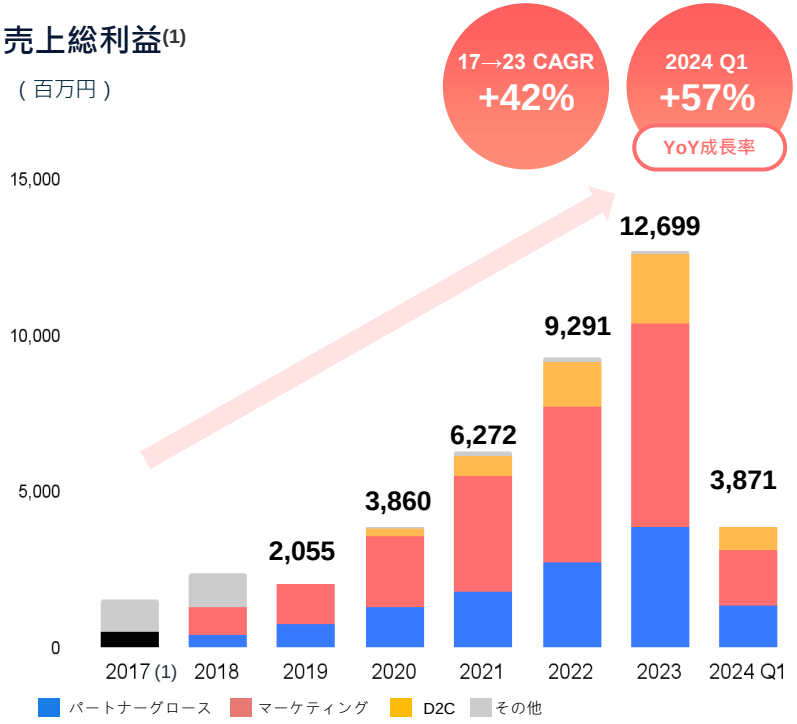
(1) D2Cの収益モデルは、当社が在庫を持ちD2C製品を販売し収益を持つ商品販売、発生収益 (売上又は粗利) に対して固定比率で収益分配を受ける売上シェア、特定ソリューションを提供し月額固定報酬を受け取るサブスクリプション、取引量に応じた従量課金型の報酬となる従量課金等がある
(2) 発生広告収益に対して固定比率でパブリッシャー及びクリエイターと収益分配

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

AnyMind Groupの成長の軌跡

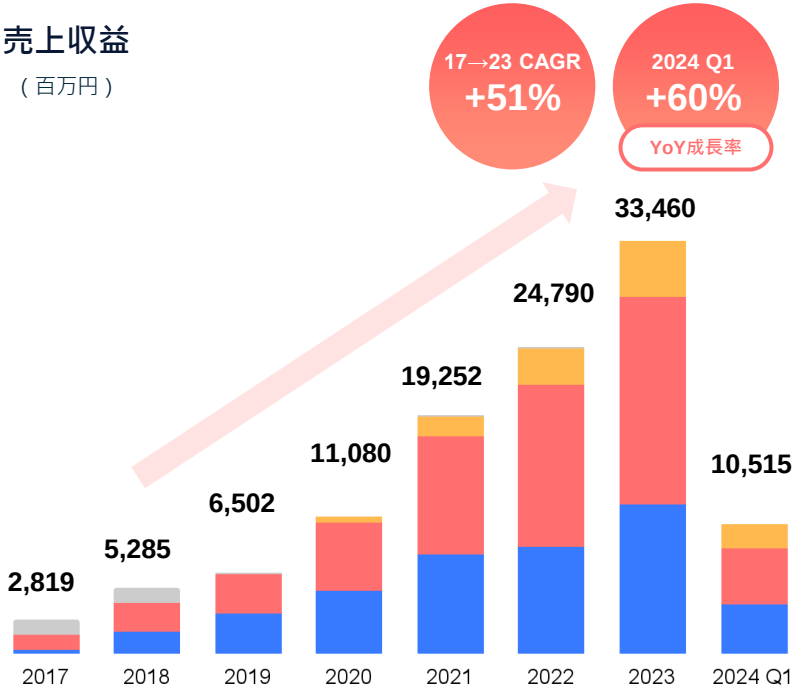
売上総利益(1)

（百万円）



売上収益

（百万円）



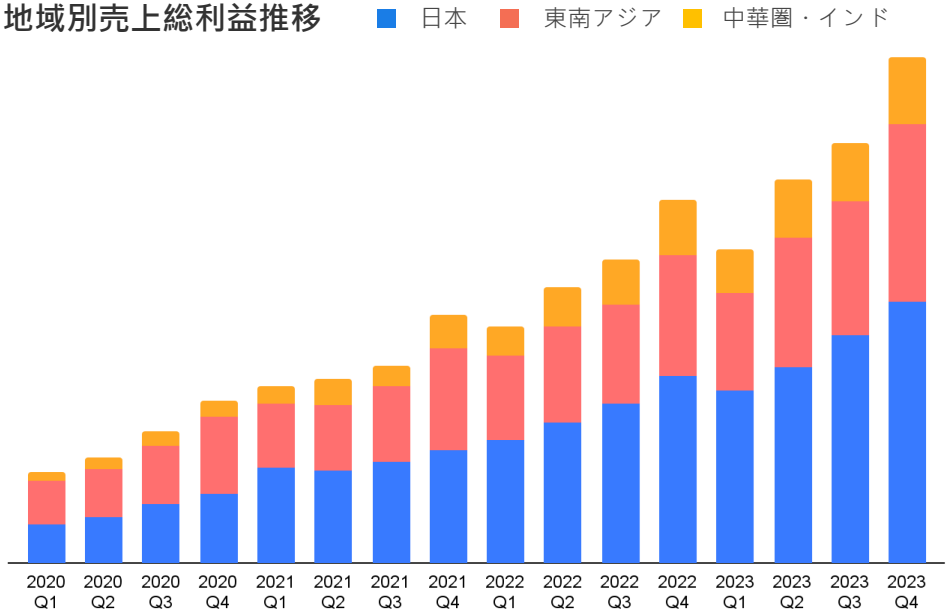
(1) 2017年の売上総利益はパートナーグロースとマーケティングを含む

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

グローバルに拡大する事業基盤

当社の展開国はアジア15ヵ国・地域に分散しており、各地域にて安定した成長を実現しています。グローバルに統一されたビジネスモデルとプロダクトを展開し、複数国展開とクロスボーダーでの取り組みを強化することで地域・国境を超えたソリューションを提供出来ております。

地域別売上総利益推移



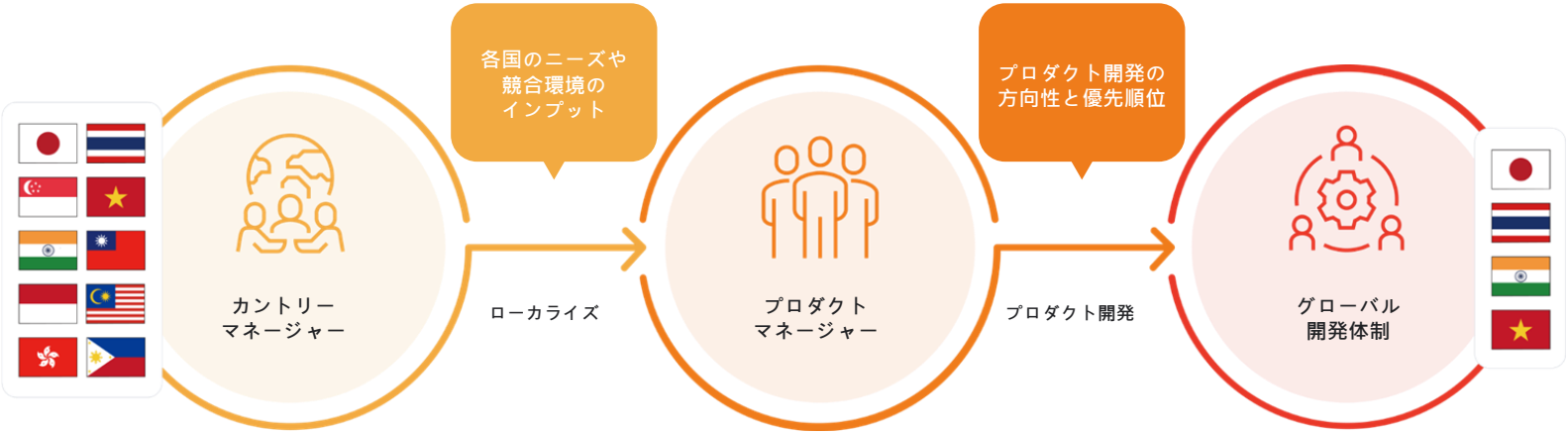
年平均成長率
(20Q4 - 23Q4)

- 64%
- 32%
- 55%

© AnyMind Group. All Rights Reserved.

継続的な新事業創出を支えるグローバル開発体制

当社は日本、タイ、インド、ベトナムの4ヵ国に開発拠点を有しており、社内ヘッドハントチームが全世界からエンジニアを直接採用出来る体制を構築しております。オペレーションとテクノロジーの双方を最大限レバレッジすることで当社の競争優位性が生まれていると考えています。



© AnyMind Group. All Rights Reserved.

法人向けEC支援における当社の強み

マーケティング事業との連携したEC支援体制	▪ インフルエンサーマーケティングを含めマーケティング支援に強みを持ち、EC収益成長支援を一気通貫で行える体制 ▪ マーケティング事業における顧客に対してアップセルを行うことにより効率的に新規顧客を獲得
アジア各国での越境EC支援体制	▪ 日本⇔アジア各国、アジア各国⇔アジア各国など、ニーズが高まる越境ECや海外EC展開の支援を可能とするグローバルな支援体制 ▪ UPS等の外部パートナーとの連携やプロダクト開発を通して越境EC支援体制を継続的に強化 ▪ アジア各国にEC及びマーケティング専門チームを抱え、豊富な現地市場環境や制約への知見を有する
テクノロジー開発導入支援体制	▪ 販売、在庫物流、マーケティングなど、ECバリューチェーンに係るデータの統合管理支援 ▪ クライアント社内システムとのデータ連携やデータ活用等、クロスボーダーECにおけるDX推進を支援

© AnyMind Group. All Rights Reserved.