



2026年4月10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
一ド番号：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)

第7期株主総会質疑応答の要約

日頃より、当社にご関心をお寄せいただき誠にありがとうございます。2026年3月26日（木）に開催した「第7期定時株主総会」にて、株主の皆様から頂いたご質問を要約して下記の通り開示させていただきます。

Q1. 2027年度の中期経営目標はM&Aによる貢献を加味したものか。

当中期目標について、トップラインはM&Aによる貢献も踏まえて達成を見込んだ計画です。一方で、利益面につきましては、M&Aだけではなく、AIを活用した業務効率改善による営業利益率の向上を着実に実行することで、十分に達成可能であると考えております。

この点について、例えばマーケティング事業においてはAI活用が既に進展しており、従来と比較して大幅に効率化された体制で業務を執行できる領域も出てきております。AIの活用による生産性向上の成果については、今年度中に実績としてお見せできるよう進めてまいります。

Q2. 今後注力したい業界やその背景について教えてほしい。

競合他社と比べ、当社支援クライアントの業種が幅広く分散している点が特徴です。特定の領域にフォーカスはしておりません。ただし、相対的にコスメ・美容領域での支援が強く、業界としての需要も拡大していくと考えているため、注力領域の一つと言えます。同領域では、直近で消費行動の変遷が見られ、レビューサイト経由での購買からSNS上のUGC（ユーザー生成コンテンツ）起点での購買ヘトレンドが移りつつあります。また、韓国コスメに代表されるようにアジア発のコスメブランドはグローバルでの成長が著しく、こうした需要を満たす提案が可能な体制の構築を進めております。

特に、SNS上で話題になった商品を、各ECプラットフォームと実店舗での販売に波及させるソーシャルコマース領域に注力しており、1月にM&Aしたサン・スマイル社はコスメ・美容領域に特化したオフライン流通網を有しております。このような、マーケティングからソーシャルコマースまでをカバーする一気通貫の支援体

制は、一般的なマーケティング支援会社では再現が困難な事業モデルです。これらの強みやノウハウを活かして、コスメ・美容に限定せず、支援ブランドのポートフォリオを拡充したいと考えております。

Q3. 今年度および来年度、EPS をどのように伸ばしていくのかを明確にしてほしい。また、今年度の EPS の計画を開示してほしい。

経営陣としても、現在の株価は満足の行く水準ではなく、まずは業績・利益という形でお示しする必要があると考えております。また、アジアという成長市場のなかで成長事業を展開しているというポテンシャルをご理解いただくために、IR 活動を更に強化する必要があると感じております。

昨今、生成 AI が著しく進化しておりますが、人件費が販売管理費の半分以上を占める当社にとって、オペレーションの効率性を改善する大きな機会と捉えております。これまで、事業の売上成長に応じて人員数も相応に増加するため、営業利益率が改善しにくい構造でしたが、今後は AI を活用して生産性を改善することで、この課題を克服できると考えております。

EPS の今期計画については、現時点で大きな営業外損益が発生することは想定していないため、概ね営業利益の成長と連動する見込みです。頂いたご意見は、より分かりやすい開示のための参考とさせていただきます。

Q4. SaaS 関連企業の株価が軟調な局面で、BPaaS モデルを展開する当社の株価も軟調に推移している。これに関連して、生成 AI の進化が当社事業にもたらす影響はメリットとデメリットのどちらが大きいのか。

ご指摘の通り、当社は BPaaS モデルを採用しており、純粋にソフトウェアのみを提供するのではなく、オペレーションも組み合わせてソリューションを提供しております。これは、アジア市場においてソフトウェアのみを提供するモデルが浸透していない状況に由来しますが、オペレーション領域において生成 AI を活用することにより、サービス提供のスピードと品質の両方を向上させることが可能です。また、ソフトウェアの開発についても生産性向上の機会は大いことから、当社の事業モデルにとって、生成 AI の進化はメリットの方が非常に大きいと考えております。

あえてリスクを挙げるとすれば、AI 活用が遅れた場合に、他社との競争力に差が生じることが想定されますが、当社は 2025 年より全社的に AI 活用を推進しており、他社と比較しても先行した対応が可能な状況にあると考えております。

Q5. クライアント側の AI 活用により、マーケティングなどの内製化が進展することで、当社の事業成長に影響が及ぶことはありえるか。

一部の大手企業において、メディア運用などのシンプルな広告運用について内製化が進む可能性はあると想定しております。しかし、現在当社がメインで事業展開するソーシャルメディアマーケティング領域は、アジアの中でも成長著しい市場というだけでなく、AI 活用による内製化のハードルが高い事業領域だと考えております。

当事業は、多数のインフルエンサーから適切な人材を選定するといった業務や、各インフルエンサーとのコミュニケーションなど多くのオペレーションが発生するため、内製化には相応のコストが伴います。加えて、インフルエンサーの選定といった業務には、適切なデータが必要となりますが、当社は複数の観点でのデータを収集・蓄積している一方で、個社で内製化するケースでは限られたデータしか取得することができません。さらに、マーケティングとコマースは連動して運用することで真価を発揮しますが、ブランド側でこれらの体制を構築することも容易ではないうえ、アジア各国に展開するという前提では各国へのローカライズも必要となります。

したがって、クライアント側の AI 活用が進化したとしても完全な内製化は難しく、競争優位性は引き続き維持されると考えております。

Q6. M&A や AI 活用によるオペレーションの改善を実行する中で、部署や法人の垣根を超えて体制変更を行うことはあるか。

経営の効率性を高めるために、グループ内での体制変更も機動的に実施しております。グループ内の法人間での人材移動のほか、M&A を実行した際には、人事などの管理機能をグループで統一し、中央集権型の体制を構築するケースもあります。各社の状況に応じて柔軟に対応しつつも、グループ全体として最適化された体制を検討しております。

当社はまだ社歴が短いこともあり、改善の余地は大きいと考えており、より良い運用や組織体制を目指してまいります。

Q7. 株価向上のための方向性とそのスケジュールについて知りたい。

現在、多くの投資家の皆さまが各社における AI の影響を注視しておられますが、当社としては、いかに AI が自社にポジティブな影響をもたらすかを、事例と業績によってお示しすることが重要だと考えております。

また、企業への株式市場からの評価において利益水準が重要な指標になりますが、2027 年度の中期経営目標である営業利益 63 億円を着実に達成することで、株式市場からの評価の獲得を目指しております。2027 年以降についても、新興国市場における市場成長を前提に当社事業も成長が可能であると考えており、こうした中長期的な成長の展望についてもしっかりとお示しできればと存じます。

足元の株価の低迷は、AI の進展を念頭に置いた、SaaS 企業をはじめとしたテック関連企業全体に対する評価に連動している部分も大きいと想定しております。2025 年度は一部の事業環境が変化したことで、営業利益は減益となりましたが、AI の発展によるオペレーション改善が可能になったことにより、中期経営目標策定時点より中長期のポテンシャルはさらに高くなっていると認識しております。こちらのオペレーション改善の効果を今年度から実績としてお示しできればと考えております。

Q8. 今年度からグロス上場銘柄の TOPIX 組入れが開始するものの、直近はグロス市場よりプライム市場に上場している銘柄が評価される展開が継続している。プライム市場移行の検討状況を教えてほしい。

グロス市場上場企業の TOPIX への組入れが開始する中で、プライム市場とグロス市場の境界は以前より薄れていくと感じております。また、市場ごとの株価水準として、プライム市場のほうが相対的に好調であるという点につきまして、ご指摘の通りかと存じます。一方で、市場ごとに一律に評価が変わるというよりは個社の業績や事業内容に応じた評価がなされているとも考えております。

プライム市場への移行も選択肢として視野に入れておりますが、市場変更には相応の時間とリソースが必要となるため、足元は、成長機会が大きい AI 活用によるオペレーション改善へと、優先的にリソースを配分する方針です。

市場区分を問わず業績を積み上げることで個社ベースでの評価は上昇すると考えており、早期に業績面での結果をお出しすることを重視しております。社内のリソースや適切な時期などを勘案したうえで、将来的なプライム市場への移行を含めた様々な展開を検討してまいります。

Q9. 1月に実行した Bcode や MISM の M&A について、事業領域として自社で展開することも選択肢だったのではないか。

時間をかければ自社で展開することも選択肢であったと考えますが、両社は、既に該当領域で強い事業基盤を持っており、事業展開に必要な時間に投資した側面もございます。

現在、ソーシャルコマース市場は大きく成長しておりますが、Bcode と MISM が展開する事業は、この領域で重要な役割を果たします。まず Bcode はライバーのマネジメントを行っており、TikTok の優良エージェンシーにも選出されております。同社が持つライバーアセットを活用することで、ライブコマース支援を強化する狙いがあります。また、ソーシャルコマースの認知獲得フェーズでは、プラットフォームのアルゴリズムに適合したクリエイティブを創出するために数多くの動画が必要になりますが、MISM は短尺動画の量産体制を構築しております。加えて、動画制作のための広範なモデルネットワークを保有しており、これらを活用してグループ全体でソーシャルコマース市場のシェアを獲得してまいります。

両社は、組織風土の面で当社とカルチャーフィットしていることもあり、PMI は順調に進捗しております。

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の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、こ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。