

Agile
Media
Network

事業計画及び 成長可能性に関する説明資料

2025年3月31日

アジャイルメディア・ネットワーク株式会社

会社概要

会社名

アジャイルメディア・ネットワーク株式会社

設立

2007年2月

代表者

代表取締役社長 藤原 宏樹

住所

東京都港区芝大門二丁目3番6号
大門アーバニスト3階 302号室

ウェブサイト

<https://agilemedia.jp/>

連結従業員数

30名（2024年12月末現在）



東京証券取引所グロース市場
証券コード：6573



Vision

世界中の"好き"を加速する

Ignite **Passion** all over the world.

Mission

個の力を最大化し、“小さな経済”を成長させる

1

グループ全体の内容

グループ全体の方針



アジャイルメディア・
ネットワークグループ

Vision

世界中の"好き"を加速する

Ignite **Passion** all over the world.

Mission

個の力を最大化し、“小さな経済”を成長させる

2025年12月期（第18期）

[好きを加速する その「かたち」を増やす]

国内におけるデジタルトランスフォーメーションの進行により、生活者の消費行動があらゆるレベルでデジタル・ネットにシフトし、また「推し活」に代表される「ファンの情熱に起因する消費活動」の進展には目覚ましいものがあります。

このような環境のもと「アンバサダーマーケティング」「インフルエンサー」「コミュニティ」「ソーシャルメディア」で培ってきた最先端の専門技術とノウハウ、および業務提携先とのリレーションを持つ当社にとって、大きな成長が見込まれます。

当社グループとしては、主力事業であるアンバサダー事業においてさらなる業績拡大を目指すとともに、M&Aや業務提携に取り組み、製造販売業・ECによる小売業・旅行・エンターテインメントなど、これまで当社が培ってきたファン組織化・活性化ソリューションを展開することが可能な新規分野を開拓し、事業の多角化を推進することで、一層の収益拡大を図り、企業価値の向上に努めてまいります

グループ全体の概要

既存の事業		2024年に拡大した事業	新たな展開
アンバサダー事業(P.5)	製造販売業(P.25)	小売業(P.30)	その他新規領域(P.44)
 Agile Media Network アジャイルメディア・ネットワーク(株)	 &health and health (株)	 Agile Media Network &health アジャイルメディア・ネットワーク(株) and health (株)	インプレストラベル(株)[旅行] (株)BEBOP[エンターテインメント] (株)ミライル[コンタクトレンズ製造] (有)辻元[酒類販売]等
ファン組織化・活性化ソリューション ブランドや商品のファンを組織化し、クチコミ促進・分析から事業貢献につなげるアンバサダープログラムのほか、インフルエンサーを活用したサービス等も提供しています。	経営者・富裕層向け美容/健康ソリューション クリニック、エステサロン、鍼灸整骨院、フィットネスジム、その他個人及び一般企業を対象にSNS等にて集客し美容・健康にかかわる商品やサービスを製造販売・提供いたします。	ECによる小売販売ソリューション カラーコンタクトレンズ、音楽・映像ソフト(CD・DVD)、家電・SIMカードなどのECによる小売販売を展開。これまで蓄積してきたネットマーケティングのノウハウを応用し、幅広い取扱商品により快適なショッピング体験を提供します。	ファン活性化ソリューションの応用展開 旅行・エンターテインメント・消費財の分野においてファン活性化ソリューションによる発展が見込まれる新規事業に進出していきます。

2

アンバサダー事業

【アンバサダー事業】 アンバサダーマーケティング 概要

アンバサダーマーケティング

アンバサダーマーケティング



Agile Media Network

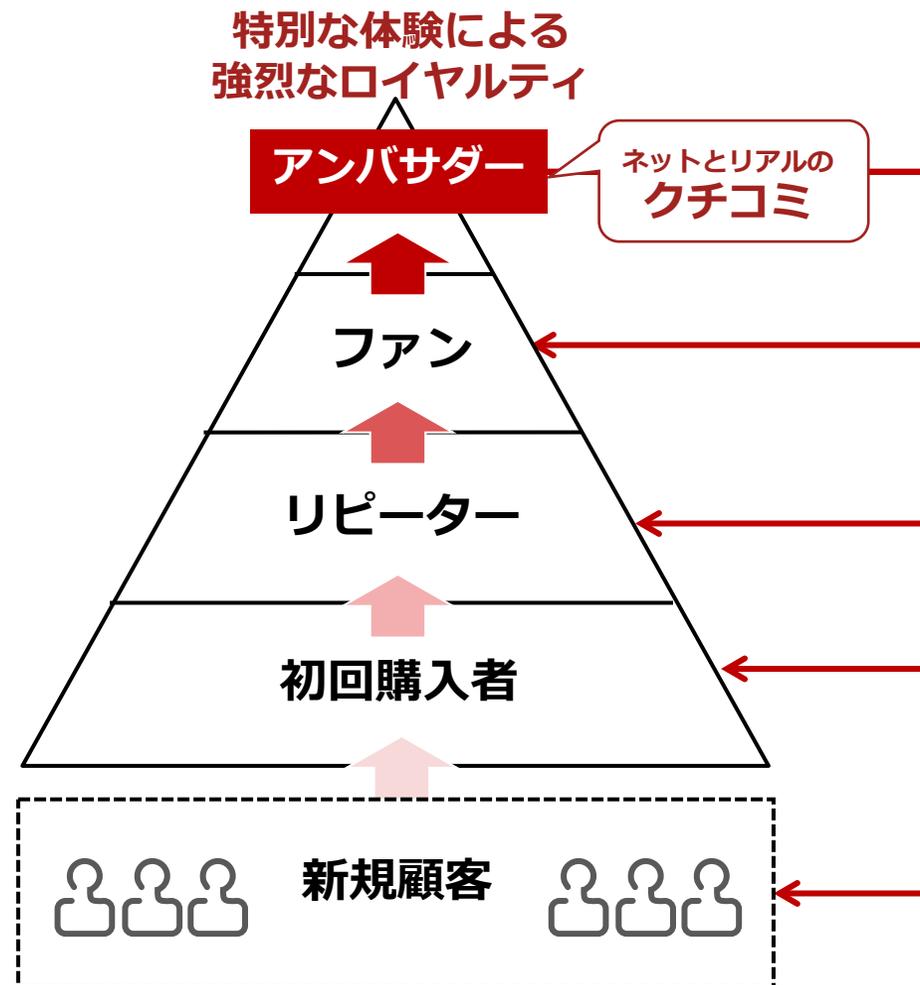
アジャイルメディア・ネットワーク株式会社

ファン組織化・活性化ソリューション

「ファンは、ターゲットではなくパートナー」をコンセプトに、企業や商品のファンを組織化し、クチコミ促進・分析から商品開発プロジェクトまで支援。新規顧客獲得・LTV向上・ロイヤリティ向上・SNS上の評判形成に貢献いたします。



Ambassador
Platform



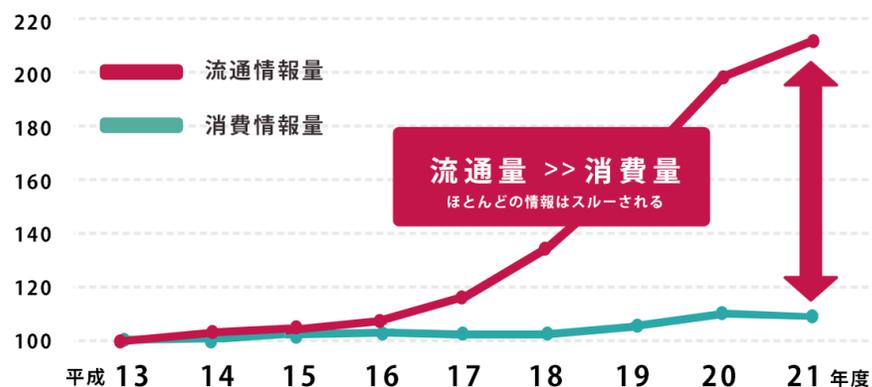
アンバサダーマーケティングが注目される理由

企業の声や物が届きにくくなっている世の中では、

- ・世の中にクチコミを蓄積していくこと
- ・情報発信を自らしてくれるような熱量の高いファン（=アンバサダー）を増やしていくことが重要

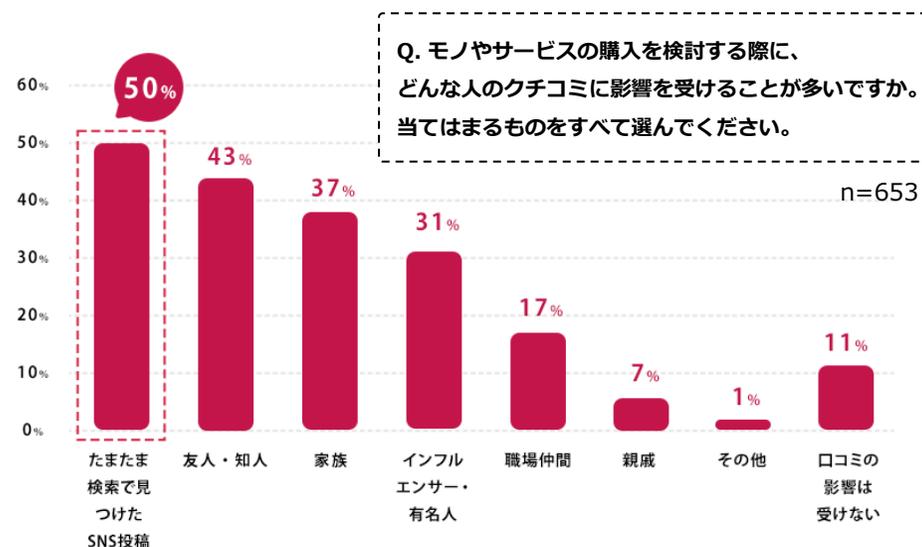
情報過多により、
企業の声が顧客に届きにくくなっている

各情報量の推移（平成13年度 = 100）



出典：総務省「我が国の情報通信市場の実態と情報流通量の計量に関する調査研究結果(平成21年度)」

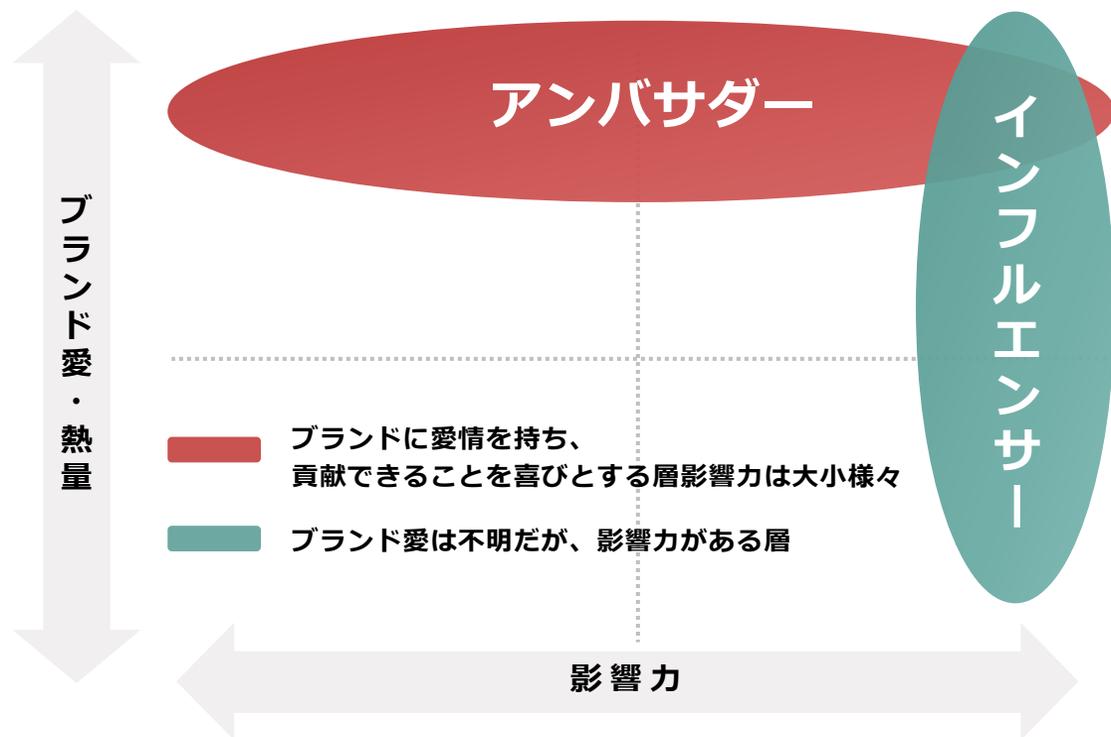
購買・来店に影響を最も与えるクチコミ



出典：AMN「SNSのクチコミが購買・来店に与える影響調査（2022年）」

私たちが推進する「アンバサダー®」というコンセプト

近年、自分の好きな企業やブランドについて自身がリピート購入するだけでなく、積極的な推奨や、他のユーザーへのサポート、ブランドの擁護までを自発的に行うファンの存在が注目されています。
AMNではこの熱量の高いファンを「アンバサダー」と定義し、マーケティングパートナーとする「アンバサダープログラム®」を提案・推進しています。



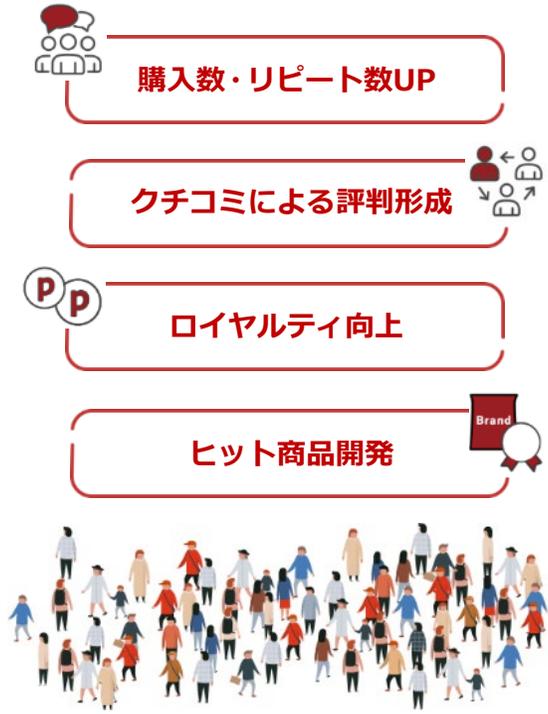
	アンバサダー	インフルエンサー
報酬	無報酬 / 体験	金銭等
情報発信	継続的に発信	単発
拡散対象	フォロワー / 身近な人	ターゲットされたフォロワー
ブランドとのつながり	好意	契約
活用方法	中長期的なクチコミ基盤	マスメディア / プロモーション

「アンバサダープログラム®」について

独自のツール「アンバサダープラットフォーム」を用いて、ファン・アンバサダーを発見・組織化し、育成・活性化に取り組みながらその成果を可視化し、一貫通貫して事業貢献につなげていく取り組みです。



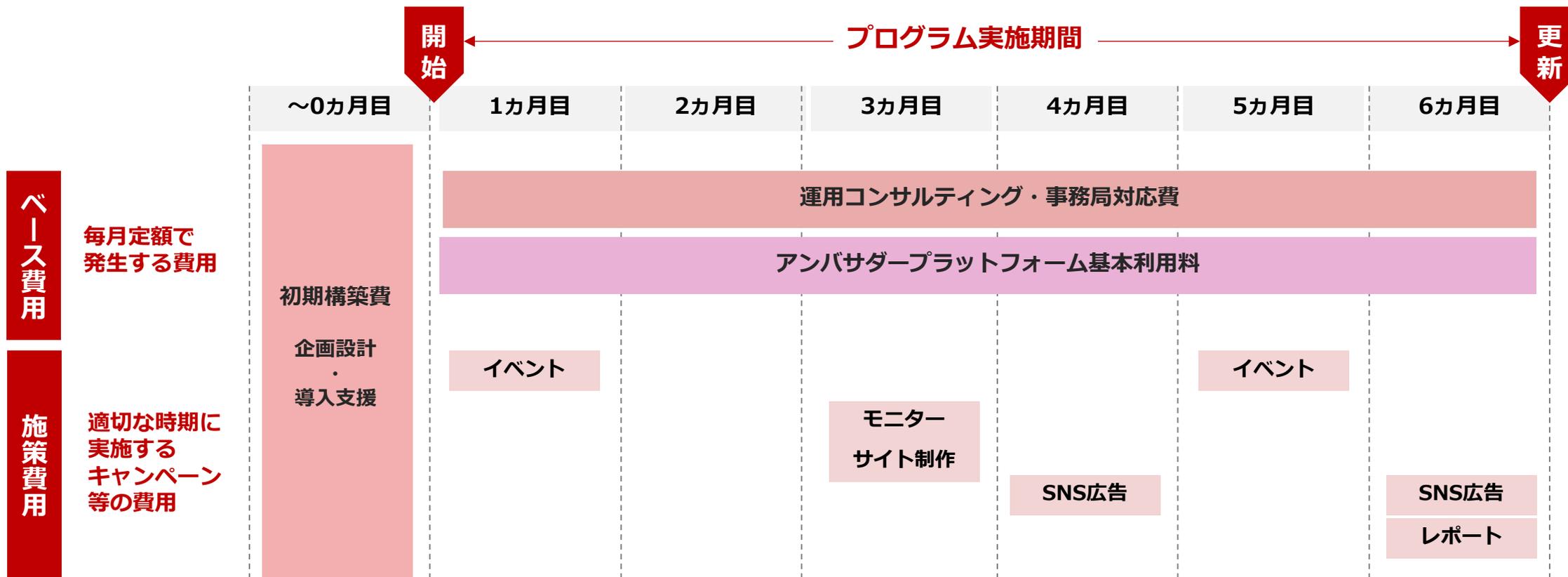
様々な接点にて告知・集客



結果を施策に反映

「アンバサダープログラム®」の商品構成

売上は「月額の基本費用」と「施策費用」で構成され、定期更新による蓄積型モデルとなっています。



「アンバサダープログラム®」からの新しい試み

アンバサダープログラムの新たな可能性を示す事例をご紹介します。



『にんべん「だしアンバサダー」プログラム』をきっかけに書籍が刊行されました(発行:双葉社)。

鰹節・だし・つゆなどの商品で日本の食文化を支える 株式会社 にんべん様が展開しているアンバサダープログラム「だしアンバサダー」。

日々の暮らしにかつお節やだしを取り入れ、だしのある生活の魅力を発信していただける「だしアンバサダー」を募集し、商品に関する限定キャンペーン・イベントやモニターなどの活動を行い、当社はその運営を支援しています。

『あとはおいしいご飯があれば』は、アンバサダー・プログラムと連動するラジオ番組コーナー「おだしdeごはん」担当パーソナリティーであり、にんべんだしアンバサダーの杉本史織氏が発案者となり、レシピ監修も担当。作家・柘サナカ氏が執筆された「レシピ付き小説」です。13のショートストーリーの中には「だしアンバサダー」によるレシピが登場しています。

【アンバサダー事業】
アンバサダーマーケティング
市場環境



全部

ソーシャルメディアマーケティング市場の規模と成長ポテンシャル

2024年のソーシャルメディアマーケティング市場は1兆2,038億円、前年比113%の見通し
2029年には2024年比約1.8倍、2兆1,313億円になると見込まれています。

【国内 ソーシャルメディアマーケティング市場規模推計・予測（2022年-2029年）】

(単位：億円)



出典：サイバー・バス/デジタルインファクト調べ 2024年11月

【アンバサダー事業】
アンバサダーマーケティング
競争優位性・成長戦略

アンバサダーマーケティングの強み

1.

ファンマーケティング運営の 独自ツール提供



- ・ファンの**組織化・把握/活性化**が可能
- ・ファン1人ひとりの「**影響力の測定**」、**「クチコミによる貢献度」**を把握・分析が可能
- ・ファンの分析から適切なコミュニケーションが可能

2.

ファンの貢献を明らかに する独自分析モデル



本モデルは下記によって構成されます。

- ▼**アンバサダーマインド**
ファンの表現・行動の分析指標
- ▼**貢献相関フロー**
ファンによる行動とビジネス貢献の因果関係を明らかにする

3.

豊富な実績と 運営ノウハウ

- ・17年間で**累計250社**のアンバサダープログラムを運用
- ・累計アンバサダー数は**240万人超** (最大規模**約18万人/コミュニティ**)
- ・アンバサダーの活性化施策である**イベントの実施実績 最多で年間100件**

※上記のような独自性の高い事業体制により、当社は特定の競合他社を認識しておりません

1. ファンマーケティング運営の独自ツール「アンバサダープラットフォーム」

アンバサダープラットフォームは、累計250ブランドに導入実績があり、ファンの組織化・把握/活性化/クチコミ効果測定までをワンストップで実現する唯一のツールです。



1. アンバサダーの組織化・把握機能

各SNSやアンケートデータNPS®
(※)等を活用し組織化したファンの
インサイト・熱量を把握



定量面・定性面で熱
量を計測し、その後
のコミュニケーションに活用

2. アンバサダー活性化支援機能

オン・オフラインでアンバサダーが効果
的に活性化する体験を実施可能



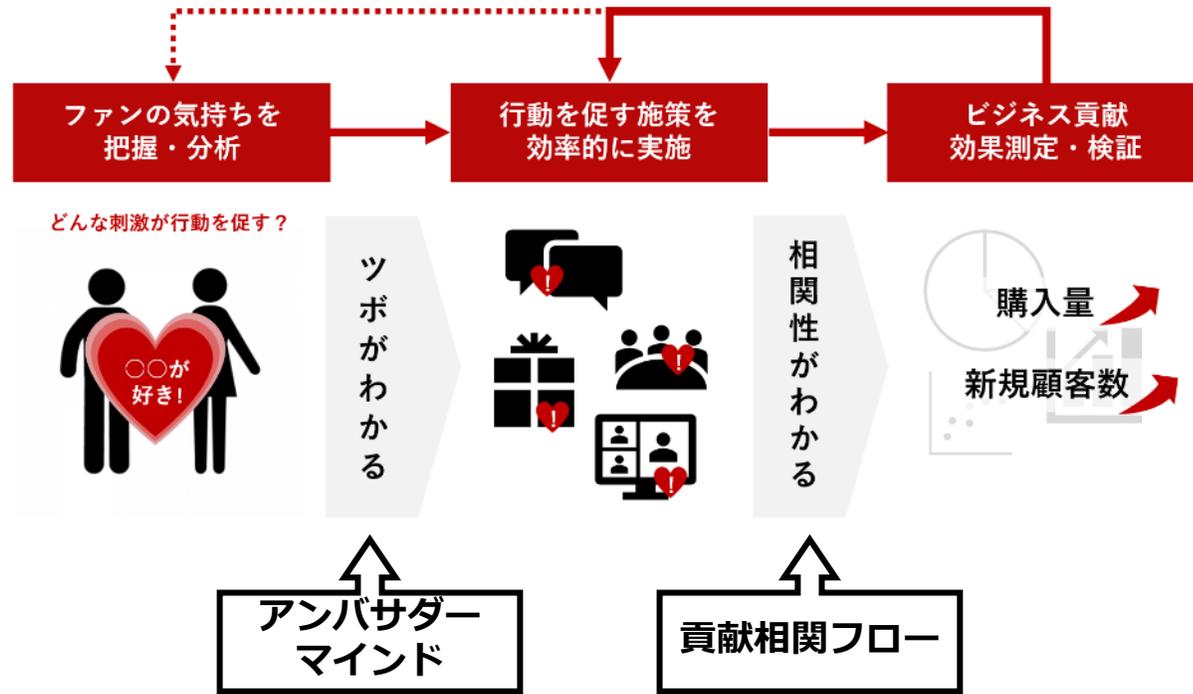
3. マーケティング効果を可視化

各効果をマーケティング指標へ変換し
どのような効果を得られたか自動的に
計測

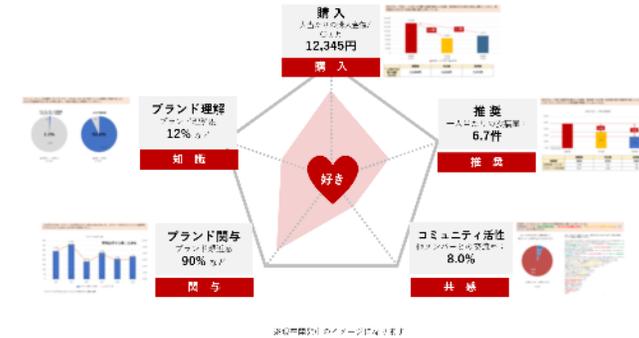


2.ファンの貢献を明らかにする独自分析モデル「アンバサダーアナリティクス」

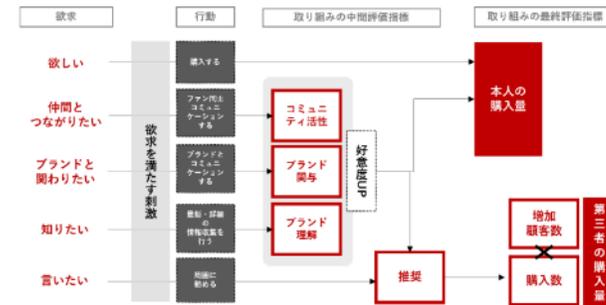
ファンの応援行動とビジネス貢献を可視化する分析モデル『アンバサダーアナリティクス』を提供し、成果に繋がる有効な打ち手の発見を支援しています。



アンバサダーマインド



貢献関連フロー



3.豊富な実績と運営ノウハウ

累計250社のアンバサダープログラム運用数、
累計アンバサダー登録数は240万人超(最大規模約18万人/コミュニティ)の実績を誇ります。

Robot

BIOHAZARD
AMBASSADOR

掘りだそう、自然の力。
Calbee

Sanrio Puraland

おやつ
カンパニー



meiji



kikkoman

スマイル
Sumifru

ユーテック



創業明治元年
濱田酒造



この夏も、ここから。
にんべん

—心、豊く品。
小笠原村観光局

Makuake

1本1本でつなぐ明日の笑顔
dairy
日本乳業株式会社

FUJIFILM

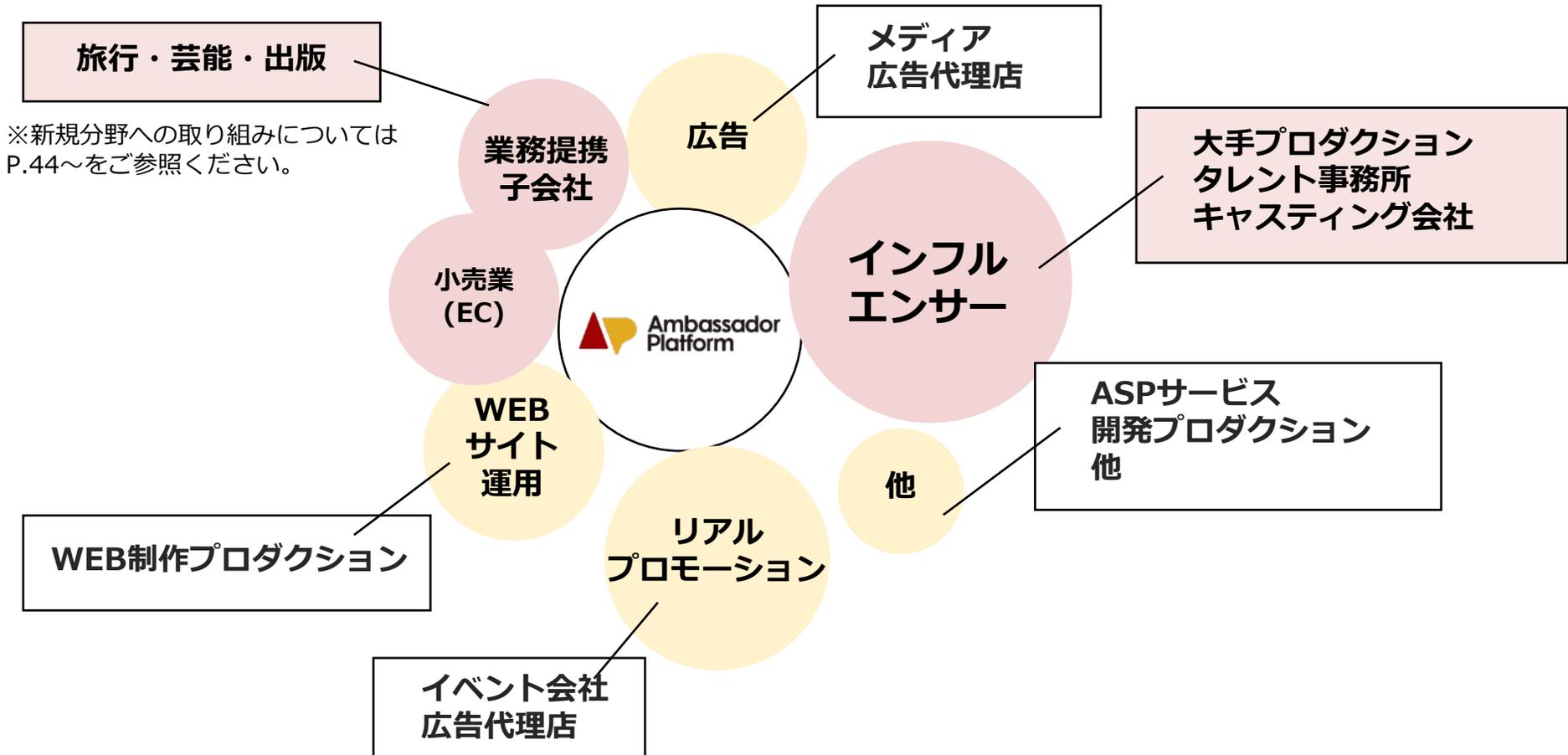
pal*system





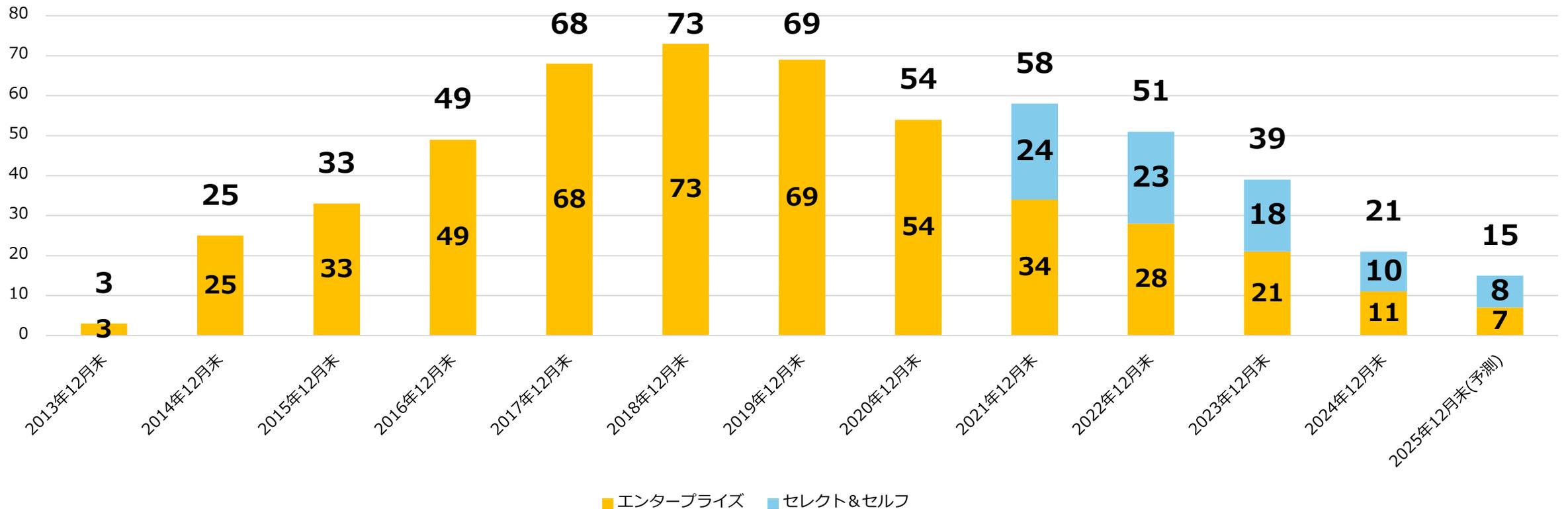
事業多角化・他社との業務提携などを通じた活動範囲・提供範囲の拡大

関心の高まるファンマーケティング市場に向けて、関連する領域にも提供範囲を広げるべく
子会社設立・パートナー企業との提携・協業を推進し、様々なニーズに対応できるソリューションを揃え、
販売拡大につなげてまいります。



(参考)アンバサダープログラム導入数推移・目標

2024年末のアンバサダープログラム導入数は52件を見込んでおりましたが、21件に留まりました。2025年末には15件を見込んでいます。



※当社は、業績に与える影響が大きいアンバサダープログラム導入ブランド数を重要なKPIとして設定しています。

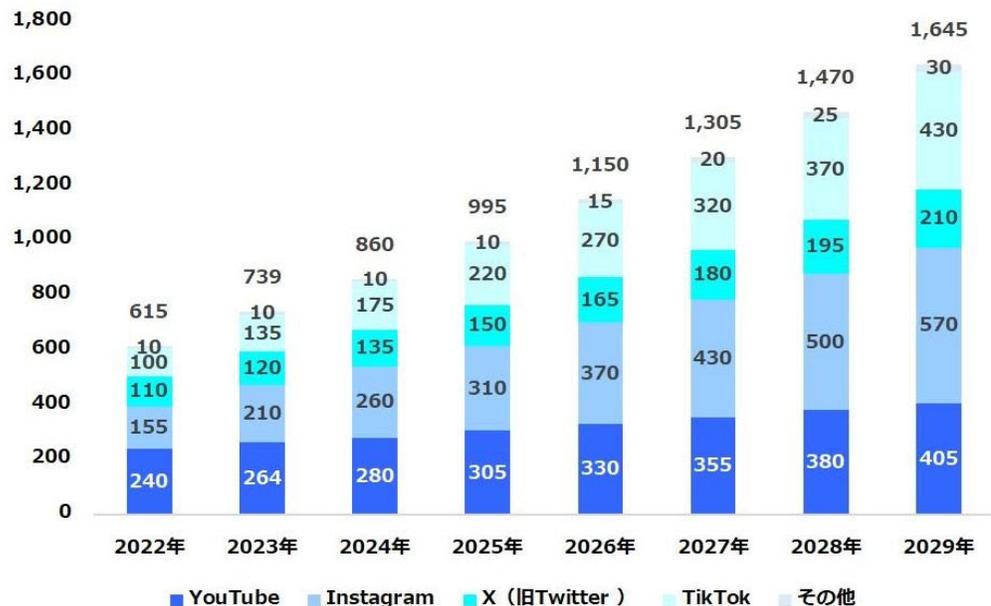
【アンバサダー事業】 インフルエンサー施策

インフルエンサーマーケティング市場の規模と成長ポテンシャル

インフルエンサーマーケティング需要は、2024年に860億円、前年比116%と引き続き高い成長が見込まれます。

【国内 インフルエンサーマーケティングの市場規模推計・予測 2022年-2029年】

(単位：億円)



出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ 2024年11月

- ・ インフルエンサーが作るコンテンツの役割や価値が広告主のマーケティング活動において高まっている。
- ・ インフルエンサーの活躍が世代や地域を超えて幅広く認知され、社会全体や人々の消費行動に与える影響力が高まっている。
- ・ ユーザーがソーシャルメディアで動画を視聴する機会が増えている。

これらを背景に、2029年には、インフルエンサーマーケティングの需要は2024年比で約1.9倍、1,645億円に達すると予測されます。

サイバー・バズ/デジタルインファクトによる【市場動向調査】2024年のソーシャルメディアマーケティング市場は1兆2,038億円、前年比113%の見通し。2029年には2024年比約1.8倍、2兆1,313億円に（2024年11月）より抜粋

インフルエンサー施策の概要・強み

インフルエンサー施策においてほとんどが【固定報酬型】で提供される中、その課題をクリアした【成果報酬型】も併用できることが、当社の強みとなっています

- 【従来のインフルエンサー施策に期待されること】
- ・情報の拡散力
 - ・企業広告よりも消費者に受け入れられやすい
 - ・商品のイメージが分かりやすい

- 【現状のインフルエンサー施策の課題】
- ・SNSプラットフォームへの依存
 - ・インフルエンサーの選抜・選定にかかる負担
 - ・効果測定・事業貢献の見えにくさ



対応

解消

2つの選択肢を持ち、併用も可能

固定報酬型：実施費用は稼働(投稿)に対して発生

成果報酬型：実施費用は獲得顧客数に応じて発生



3

製造販売業

【製造販売業】
美容・健康機器販売事業

美容・健康機器販売事業



and health株式会社

美容・健康機器販売事業

経営者・富裕層向け
美容/健康ソリューション

酸素カプセルの製造・販売を行います。クリニック、エステサロン、鍼灸整骨院、フィットネスジム、その他個人及び一般企業を対象にSNS等にて集客し美容・健康にかかわる商品やサービスを製造販売・提供いたします。

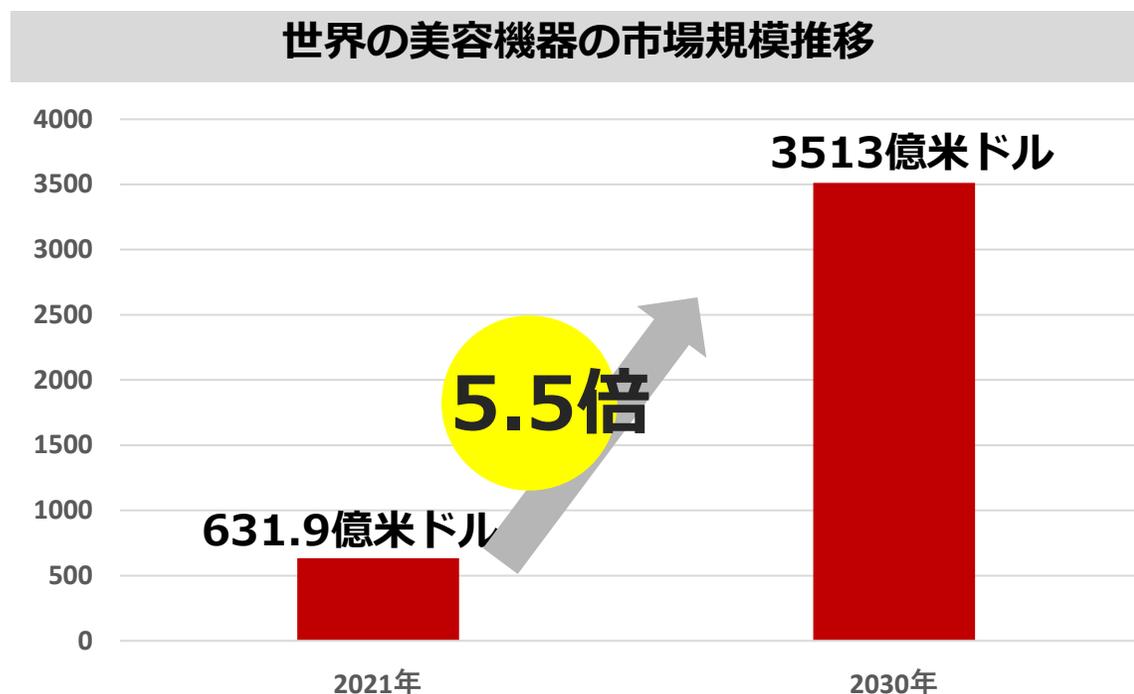


美容・健康機器販売事業 市場環境

美容・健康への関心の高まりとともに、市場規模も伸びています。

2021年の美容機器の世界市場規模は631.9億米ドルでした。美容機器の世界市場規模は、2022年から2030年までの予測期間中に**年平均成長率（CAGR）21%で成長し、2030年には3513億米ドルに達すると予測**されます。

(Panorama Data Insights)



美容機器市場：製品別（ニキビ用機器、脱毛機器、育毛機器、洗浄機器、酸素・スチーマー機器、若返り機器）、用途別（サロン、スパ、家庭、その他）-2030年までの世界機会分析・産業動向予測
Panorama Data Insights 2022年2月16日レポートより

and healthの強み



後発だからこそ可能な商品開発・営業戦略

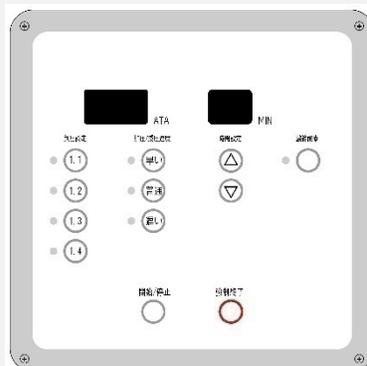
快適な酸素カプセル

業界No1のシェアを誇る競合他社が急成長したきっかけが、カプセル型から複数人で入れる部屋型にしたことであり、市場がほぼ独占状態になっています。この競合他社に近しいデザインでありつつ、より快適な酸素カプセルを提供することでNo1シェアをねらいます。



簡単な操作性

No1競合よりも高い気圧（最大1.4気圧）設定まで可能にしつつ、その気圧調整も手動でなくワンタッチできるようにすることで、より快適に利用することができます。



安心の保証プラン

No1競合同様、最長10年間の「安心保証」も選べ、安心してご利用いただけるとともに、競合他社が苦手な、導入後のアフターフォローを徹底することで、イメージUPや紹介につながる営業活動を行います。



※サイズ感記載

4

小売業

【小売業】 ECによる小売業

ECによる小売業 概要

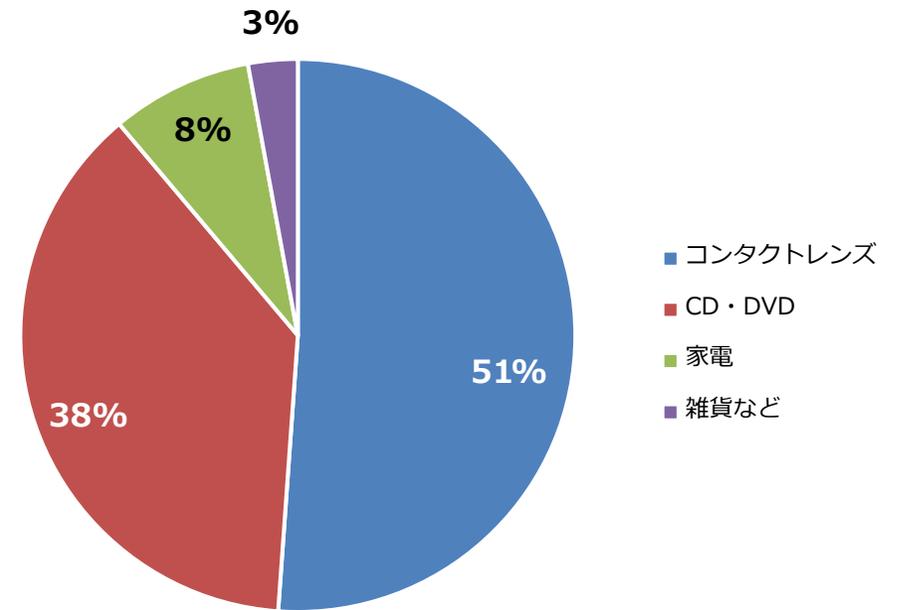
当社グループのECによる小売業は2024年7月より開始し、6ヶ月間で116百万円の売上を計上しています。

主な取扱商品としては、カラーコンタクトレンズ、音楽・映像ソフト(CD・DVD)、家電・SIMカードなどがあり、内カラーコンタクトレンズは全体の約半数を占めます。

楽天、au Payマーケット、Q10、amazon、yahooなどの大手ECモール内にオンラインショップを出店しています。

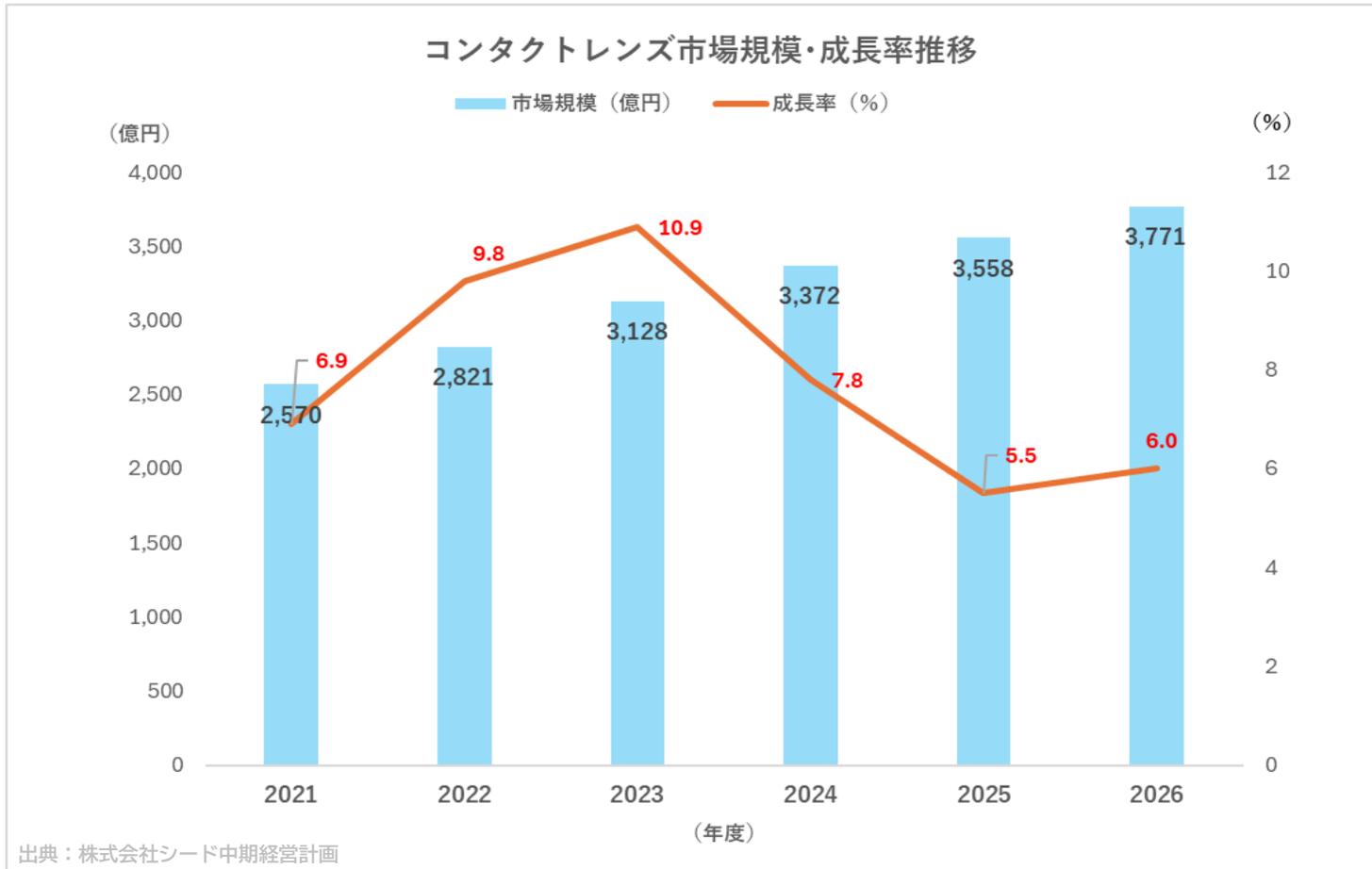
取扱商品の幅広さが好評を集めており、なかでもカラーコンタクトレンズと音楽・映像ソフト(CD・DVD)については、価格政策と広告出稿への取り組みが功を奏し、売上は増加傾向にあります。

売上構成(2024年7月~12月)



ECによる小売業 市場環境 I

日本のコンタクトレンズ市場規模は、2021年から2026年までのCAGR（年平均成長率）が7.9%となっており、今後も継続して高い成長率が望める見込み。



【成長要因】

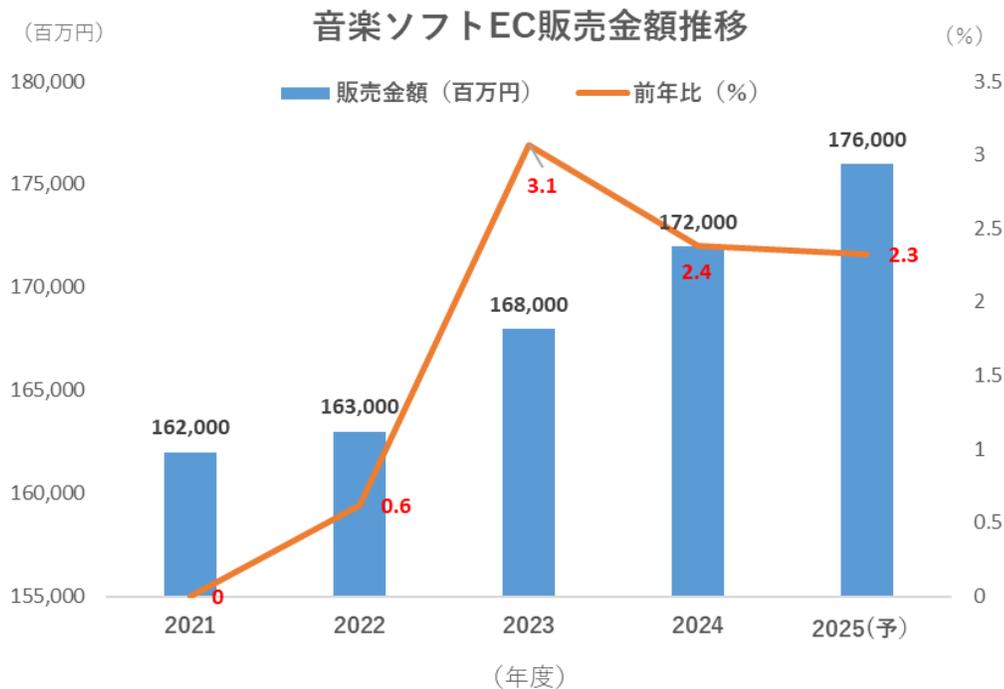
- ・ 高齢化社会に伴う老眼矯正ニーズの高まり
- ・ 若年層による視力矯正の需要の増加
- ・ 美容用途の拡大
- ・ スマートコンタクトレンズなどの革新的な技術導入に伴う市場の拡大

ECによる小売業 市場環境Ⅱ

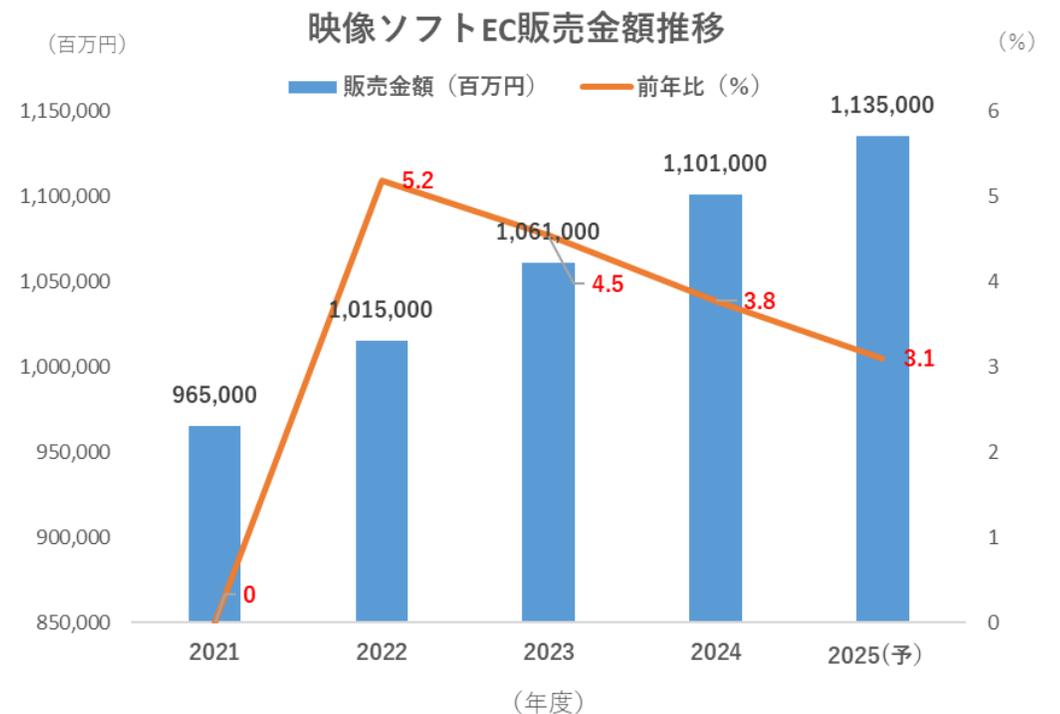
ECによる音楽ソフト・映像ソフトの市場規模は、ストリーミング配信サービスが拡大してきている影響はあるものの金額的には右肩上がりで推移している。コロナ禍を経て舞台や音楽ライブの客足が戻ってきたことで、関連グッズの販売が好調、また初回生産限定盤や4K版などの展開もあり、CD・ブルーレイ販売の校長が続いている。

【成長要因】

- ・ストリーミングではなく、CD・DVD等を保有したい層が「推し」を含め一定数存在すること。
- ・ECサイトでの購入によるポイントサービスや限定特典の付与など差別化が図られていること。



出典：富士経済「通販*Eコマースビジネスの実態と今後2024」



出典：富士経済「通販*Eコマースビジネスの実態と今後2024」

ECによる小売業 概要

Rakuten Mobile Rakuten Card 4/14 (月) 10:00まで 楽天カード会員様対象 楽天モバイル初めてのお申し込みで 20,000ポイント ※期間限定ポイント など条件あり

Rakuten キーワード検索

AMNショップ

★☆☆☆ 3.96 (45件) 39ショップ

☆ お気に入り追加

ショップ内の商品を探す

ショップカテゴリ

- 衛生・健康・美容
- アパレル
- スキンケア
- 家電
- DVD
- CD
- 保育
- おもちゃ
- 書籍

更新日: 03/21 (03/14~03/20集計)

au PAY マーケット 何をお探ですか? 検索

au PAY マーケット > AMN公式ショップ > 商品一覧 > 家電

カテゴリから探す

AMN公式ショップ

3980円以上購入で送料無料

選択中の条件: 送料無料 すべてリセット

41件中 1-140件

【送料無料】 VT-PI01WH 車載用 USB プラスマイオナイザー / VERTEX 3,380円

【送料無料】 IOG31A601B-CMFL フロスビックセット Oral-B (オーラルB) IOシリーズ IO3 / ブラウン (BRAUN) 9,680円

【送料無料】 MEBL-127 5WAYレディースシェーバー リリール / マクロス 2,378円

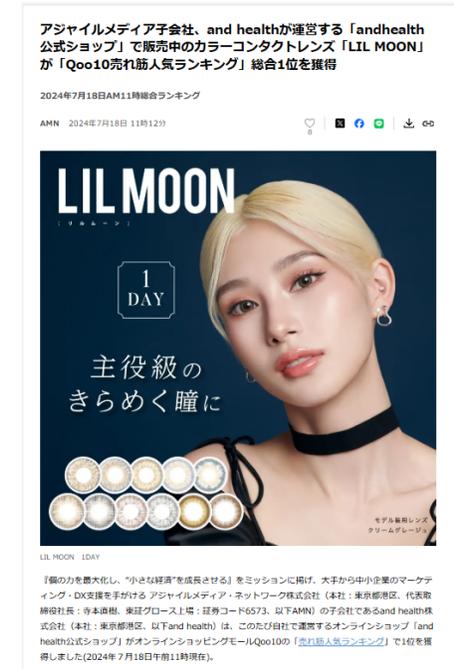
【送料無料】 AIM-BT121 WT オルトビューティー IPL光美容器 / ツカモト 12,800円

【送料無料】 K3 サイレントプラススポンジ 60Hz 1.603-203.0 高压洗浄機【西日本/60Hz地域用】 / ケルヒャー 36,800円

【送料無料】 コードレス伸縮式ポリッシャー DL-230817 コードレス伸縮式ポリッシャー / デジタルランド 6,980円

大手ECモールを中心に*店舗数*のショップを展開。新たな出店についても検討中です。

ECによる小売業 コンタクトレンズ



子会社and health株式会社は高度管理医療機器等販売業・貸与業許可証を取得し、カラーコンタクトレンズのネット販売を手掛けています。低価格と商品のバリエーション、さらに納品の早さが評判となっており、2024年度において、大手ECモールQoo10の「Qoo10売れ筋人気ランキング」総合1位を2回獲得しています。

また2024年10月コンタクトレンズ製造を行う株式会社ミライルを設立し、2025年2月に医療機器製造業登録証を取得しました。同年第7月より生産を開始する計画となっており、新たな仕入先の確保により、さらに柔軟で多様な商品展開が可能となる予定です。

5

業績予想

2024年12月期の決算概況と2025年12月期の業績予想

(単位:百万円)

科目	2023年12月期	2024年12月期 業績予想 (2024年5月13日付)	2024年12月期 業績予想修正 (2024年8月29日付)	2024年12月期	2025年12月期 業績予想
売上高	289	398	443	455※1	683
営業損失 (△)	△427	△215	△273	△301※1	△ 165
経常損失 (△)	△439	△218	△276	△320	△ 188
親会社株主に帰属する 当期純損失 (△)	△491	△224	△282	△337	△ 174

2024年12月期の売上高は445百万円で、2024年8月29日付『業績予想の修正に関するお知らせ』で公表した直近の業績予想を12百万円上回りました。これは新規事業である「ECによる小売業」及び子会社化した株式会社グローリーの貢献が上記業績予想を上回ったことが主な原因です。一方で、2024年12月期の営業損失は301百万円で上記業績予想を28百万円上回っています。これはアンバサダー事業におけるプログラム獲得件数が予想の30件を下回る21件に留まったことが原因となっています。

2025年12月期については、2024年12月期より推進している事業多角化の推進により、売上・営業利益ともに増加することが見込まれています。

※1 2024年12月期の子会社ごとの売上高と営業利益はそれぞれ次の通りです。
 株式会社コンフィ 10百万円、△13百万円
 papaya japan株式会社 0百万円、△19百万円
 and health株式会社 116百万円、△52百万円
 AGILE ENJIN ENTERTAINMENT株式会社 0百万円、△37百万円
 株式会社グローリー 50百万円、△0百万円
 株式会社ミライル -1百万円、△0百万円
 株式会社BEBOP -1百万円、△0百万円
 株式会社インプレストラベル -1百万円、△0百万円

2024年12月期の決算概況 営業赤字の要因と対策

(単位:百万円)

科目	2023年12月期	2024年12月期
売上高	289	455
売上原価	165	416
売上総利益	123	38
販売費及び一般管理費	550	<u>340</u>
営業損失 (△)	△427	△301

販売費及び一般管理費の主な内訳

人件費 (役員報酬)	31
人件費 (給料手当)	73
支払手数料	63
その他	173
合計	340

赤字の要因
売上総利益の低調

対策
売上を増加し、人件費及びデータ費用等の固定売上原価を回収し売上総利益を増加させる方針

※コスト削減については前期推進したので、引き続きこれを維持していく方針

2022年第三者割当増資 調達資金の使用状況（2025年2月末現在）

調達時の資金使途

具体的な使途	調達時充当予定額 (百万円)
運転資金	360
ガバナンス強化投資	80
有価証券報告書訂正関連費用	120
社債償還費用	291
借入金返済費用	200
M&A資金・新規事業投資	624
システム開発費用/開発体制の強化	120
マーケティング投資	100
人材採用、教育投資	20
合計	1,915

調達額
1,910百万円
(うち517百万円新株予約権未行使)

実際の使用状況

具体的な使途	充当額(※1) (百万円)	今後の調達予定額 (百万円)	支出予定時期(※2)
運転資金	225	0	支出完了
ガバナンス強化投資	80	0	支出完了
有価証券報告書訂正関連費用	120	0	支出完了
社債償還費用	291	0	支出完了
借入金返済費用	153	47	2023年7月～2025年12月
M&A資金・新規事業投資	477※3	287	2022年12月～2025年12月
システム開発費用/開発体制の強化	10	109	2023年4月～2025年6月
マーケティング投資	26	73	2023年4月～2025年6月
人材採用、教育投資	14	0	支出完了
合計	1,403	517	

※ 新株予約権発行時に50百万円の失権がありました。

※1 2024年12月20日付『資金使途変更のお知らせ』より第10回新株予約権【現時点での充当状況】と、調達時における株式発行による資金調達における充当額の合算値です。

※2 上記の開示で支出予定時期の変更がありましたので、こちらを反映しております

※3 適時開示した項目について次頁に記載しています。

2024年第三者割当増資 開示済使用資金一覧 (M&A資金・新規事業投資) (2025年2月末現在)

開示文書表題	開示日	金額(千円)
「株式会社コンフィの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」	2023年1月20日	55,000
「合併契約締結による業務提携に関するお知らせ」 [papaya japan株式会社]	2023年4月28日 同6月1日付経過開示	10,000
「（開示事項の経過）当社子会社による新たな事業の開始に関するお知らせ」 [and health株式会社]	2023年11月1日	100,000
「ANA NEO 株式会社の株式取得に向けた基本合意書の締結に関するお知らせ」	2023年11月20日	50,000
「業務提携の解消及び子会社の異動を伴う株式の取得に関するお知らせ」 [papaya japan株式会社]	2023年11月30日	10,000
「幼児用教材販売の株式会社グローリーの株式取得（子会社化）及び新たな事業の開始に関するお知らせ」	2024年7月29日	20,000

2024年第三者割当増資 調達資金の使用状況（2025年2月末現在）

調達額
2,304
百万円
(うち1,919
百万円新株予
約権未行使)

具体的な用途	調達時の 資金使途	実際の 使用状況	支出予定時期
	充当予定額 (百万円)	現時点の充当額 (百万円)	
① 運転資金（営業赤字の補填）	180	45	2025年1月～2025年12月
② 運転資金（人員増強及びAM事業施策費用）	150	0	2025年1月～2026年12月
③ 既存事業への投資資金（研究開発費、広告宣伝費及びグループ会社貸付金）	101	0	2024年11月～2026年12月
④ M&A及び新規事業投資(※)	1,873	39	2024年11月～2029年10月
合計	2,304	84	

(※)④M&A及び新規事業投資の内訳

「株式会社インプレストラベルの株式取得(子会社化) 及び新たな事業の開始に関するお知らせ」(2024年11月22日付) 1,360 千円

「株式会社Orb Promotion との業務提携(合併会社設立) 及び新たな事業の開始に関するお知らせ」(2024年11月25日付) 2,700 千円

「株式会社みっとめるへん社との資本業務提携に関するお知らせ」(2024年12月13日付) 17,629 千円

「東京書店株式会社との資本業務提携に関するお知らせ」(2024年12月13日付) 2,561千円

「有限会社 辻元の株式取得(子会社化) に関するお知らせ」(2025年1月20日付)15,000千円

6

収益力の向上への取り組み

収益力の向上への取り組み

売上向上

アンバサダー事業

- ・システムの統一による効率化
- ・相互送客や共催セミナーの開催

主カサービス「アンバサダープログラム」を支える独自開発のシステム「アンバサダープラットフォーム」はこれまで案件に応じて2つのシステムを稼働させていましたが、これを一つに統一しシステム関連費用を削減すると同時に、ソーシャルメディアの最新仕様に対応し、顧客の利便性向上を図ります。

共同セミナーの開催や業務提携先商材の販売など、外部企業との連携による収益拡大を目指します。

製造販売業

- ・業務連携による営業力と製造力強化

新たな営業先開拓のために株式会社精美堂と業務提携、福利厚生を担当している企業総務部門を対象とした営業を展開しています。

また製造・納品に関してもメモリーテックつくば株式会社と業務提携し、倉庫から製造、取り付け納品に至る各工程におけるコストダウンを推進しています。

小売業

- ・商品ラインの拡充

カラーコンタクトレンズを製造する子会社(株)ミライルからの商品供給により、商品のバリエーションを広げ、売上拡大を目指します。

(有)辻元の子会社化により酒類販売に進出します。

【収益力の向上への取り組み】 適時開示の進捗

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■2023年10月25日付「株式会社PINESの一部事業の譲受に向けた基本合意書の締結に関するお知らせ」

株式会社PINESの「VTuber」と企業を結び付けるインフルエンスマーケティング事業（「Attend me 事業」）の譲受を検討する旨を公表。先方協力の上、デューデリジェンス及び事業価値算定の手続を実施していたが、基本合意書の有効期限までに資金調達の目処が立たず、2024年4月7日付「基本合意書解約の確認書」にて解約通知を受ける。2024年4月10日付『（開示事項の中止）株式会社PINESの一部事業の譲受の中止に関するお知らせ』を公開。

■2023年11月13日付「プリムスの株式取得（子会社化）に向けた基本合意書の締結及び新たな事業の開始に関するお知らせ」

新たな収益セグメントを獲得するため、寿司店を経営するプリムスの買収、当社グループのSNSマーケティングによる集客支援、インバウンド対応施策の強化を検討している旨を公表。株式取得に向けて先方との交渉を続けたが、最終的には、理由については特に明言されることなく、2024年5月7日付で数藤氏より本基本合意の解約通知を受領し、同日付で『（開示事項の中止）株式会社プリムスの株式取得（子会社化）基本合意解約及び新たな事業開始の中止に関するお知らせ』

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年1月22日付「一般財団法人小松診療所との業務提携及び大口受注に関するお知らせ」

SNSマーケティング（Instagram、TikTok、Facebookを用いた広告運用）・動画プラットフォームの提供（広告動画の視聴、予約システム）・集客のための広告PR（弊社既存クライアント向けの広告PR）について業務提携し、60百万円(月額5百万円の年間契約)を受注。しかし相手方の経営陣との交渉を行っていた当時の当社代表取締役の体調不良からの辞任を受け、相手方と緊密な連携を取ることが困難となり、2024年4月5日付で本業務提携及び本件受注を解消する旨を通知(同日付開示「（開示事項の中止）一般財団法人小松診療所との業務提携及び大口受注の解消に関するお知らせ」をご参照ください)。

■ 2024年1月24日付「大口受注に関するお知らせ」(NeoPen株式会社)

SNSマーケティング（Instagram、TikTok、Facebookを用いた広告運用）について48百万円(月額4百万円の年間契約)を受注。しかし相手方の経営陣との交渉を行っていた当時の当社代表取締役の体調不良からの辞任を受け、相手方と緊密な連携を取ることが困難となり、2024年4月5日付で本業務提携及び本件受注を解消する旨を通知(同日付開示「（開示事項の中止）大口受注の解消に関するお知らせ」をご参照ください)。

※これら大口受注開示の中止を公表後、適時開示に対する信頼回復・正確な開示を行うためにコーポレート・ガバナンス体制を刷新し、決定事実の適時開示については全て取締役会の決議を経る体制といたしました(2024年5月10日付更新「コーポレート・ガバナンス報告書」をご参照ください)。

今後このようなことがないように、上記のコーポレート・ガバナンス体制を遵守した上で事業を推進してまいります。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年3月14日付「株式会社ウィズコーポレーションとの業務提携に関するお知らせ」

ノベルティグッズの企画制作を行うウィズコーポレーションとの業務提携により、企業とファンが共同でノベルティグッズをファンの希望を取り入れて企画制作する施策を提案していくことを公表。現在も営業活動を展開中。

■ 2024年3月14日付「株式会社斎藤企画との業務提携に関するお知らせ」

カプセルトイの企画制作を行う斎藤企画との業務提携により、ファンコミュニティ育成におけるインセンティブとしてカプセルトイ企画制作する施策を提案していくことを公表。

当初予定していたファンコミュニティ向けに施策に先行する形で、まず共同でカプセルトイ自販機の設置を開始。現在RED^o TOKYO TOWER、TSUTAYA柏駅前店などで稼働中。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年6月3日付「当社及び当社子会社による新たな事業（ECによる小売業）の開始に関するお知らせ」

当社の持つファンマーケティング・Webマーケティングのノウハウを活用し、当社グループ自らが消費者に対して商品・サービスを提供する新たな収益セグメントを構築することを目指し、ECによる小売業を開始。音楽・映像ソフト(CD・DVD)・カラーコンタクトレンズ・家電・SIMカードなど幅広い商品ジャンルを取り扱っている。

音楽・映像ソフト(CD・DVD)・カラーコンタクトレンズを中心に、事業開始以来着実な成果を上げており、2024年度において、カラーコンタクトレンズ商品が大手ECモールQoo10の「Qoo10売れ筋人気ランキング」総合1位を2回獲得するなど好評を得ている(詳細についてはP.33～P.37をご参照ください)。

また2025年1月、2つ以上の都道府県内において全ての酒類の取扱が可能な「旧酒販免許」を所有する酒類販売業の有限会社辻元を子会社化。アルコール飲料の全国向け販売を現在準備中。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年7月29日付「幼児用教材販売の株式会社グローリーの株式取得（子会社化）及び新たな事業の開始に関するお知らせ」

幼児用教材販売の株式会社グローリーを子会社化し、幼児教材（絵本、玩具、屋内外遊具等）の企画・製作・販売を開始。子会社化後の業績は順調に推移している。

■ 2024年10月31日付「株式会社miraとの業務提携および合併会社（連結子会社）設立に関するお知らせ」

株式会社miraとの共同出資により、カラーコンタクトレンズの製造を行う株式会社ミライルを設立。2025年2月27日に医療機器製造業登録証が交付され、医療機器製造業者としてコンタクトレンズの製造販売に向けて稼働を開始。2025年7月からの製造開始を計画している。

■ 2024年11月8日付「当社子会社and health株式会社と株式会社精美堂との業務提携に関するお知らせ」

子会社and healthが印鑑・名刺・OA機器・オフィス家具の販売を手掛ける株式会社精美堂と、酸素ボックスを中心とした健康機器の企業総務部門を対象とした健康機器の販売について業務提携。精美堂社内での勉強会を実施し、共同での営業活動を展開中。導入実績を上げている。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年11月8日付「当社子会社and health株式会社とメモリーテックつくば株式会社との業務提携に関するお知らせ」

子会社and healthが、CD、DVD、ブルーレイなど光記録媒体の企画、制作、製造を中心に、商業印刷、出版印刷等様々な分野での事業を展開するメモリーテックつくば株式会社と、酸素ボックスの保管・製造・納品等について業務提携。すでに製品・部品の倉庫保管をメモリーテックつくばに依頼し、組立・出荷対応などについて協業している。

■ 2024年11月8日付「株式会社グラシアスとの業務提携に関するお知らせ」

「通信費削減事業」「GX(グリーントランスフォーメーション)事業」で企業におけるコスト削減を実現する株式会社グラシアスと業務提携。サービス導入推進のための新規顧客開拓を推進。現在も共同で営業活動を展開中。

■ 2024年11月18日付「株式会社エフェクチュアルとの業務提携に関するお知らせ」

Web リスクマネジメント事業を展開する株式会社エフェクチュアルと業務提携。同社が提供する「オンライン評判管理対策サービス」導入推進のための新規顧客開拓を推進。現在も共同で営業活動を展開中。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年11月18日付「TEG 株式会社との業務提携に関するお知らせ」

東京タワーを拠点に、映画や音楽、マンガやアニメのキャラクターなどの IP(知的財産)とファンをマッチングする事業を展開するTEG 株式会社と業務提携。同社の運営する東京タワー内施設におけるイベントの共同開催と上記に連動するオリジナルグッズの商品開発・販売を推進。

株式会社玉光堂との三社共同で「甲斐心愛」「可憐なアイボリー」などアイドルの出演するイベントを開催している。

■ 2024年11月20日付「韓国K O S D A Q上場企業VT Co., Ltd. (韓国)との業務提携に関するお知らせ」

韓国取引所（KRX）の新興企業向け市場コスダック（KOSDAQ）上場企業であり、化粧品ブランド「VT Cosmetics」を展開する韓国の化粧品メーカーVT Co., Ltd.と業務提携。「VT Cosmetics」の日本国内におけるマーケティング施策を含む輸入販売に関する施策の実施及び実施及び改善を推進。2025年2月10日に同社と物品供給契約を締結、「VT Cosmetics」の卸売販売を開始。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年11月22日付「株式会社インプレストラベルの株式取得(子会社化) 及び新たな事業の開始に関するお知らせ」

株式会社クロノス・インターナショナルと共同で、株式会社インプレストラベルの全株式を取得し、同社を子会社化し旅行業を開始。2025年3月6日第3種旅行業登録を完了し、旅行業の稼働を今後推進していく予定。
ブータンなど海外旅行ツアーを手掛ける旅行代理店(個人事業)トラベルサポート空の事業を譲受け。

■ 2024年11月25日付「株式会社Orb Promotion との業務提携（合併会社設立）及び新たな事業の開始に関するお知らせ」

タレントマネジメント事業を展開する株式会社Orb Promotionと合併で、中国・東南アジアなど海外進出を目指すアイドル・タレントのマネジメント事業を行う株式会社BEBOPを設立。

2025年12月25日所属第一号タレントとして岩永徹也とマネジメント契約を締結。2025年4月19日『岩永徹也プレミアムトークショー vol.1』を開催予定。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年12月13日付「東京書店株式会社との資本業務提携に関するお知らせ」

主に児童書や実用書を中心に事業展開している出版社・東京書店株式会社と資本業務提携を行い「ファンマーケティング施策における書籍などの出版」「絵本など幼児向け書籍などの商品開発におけるマーケティング活動」「所属タレントによる写真集・エッセイ集などの書籍の出版」などを推進中。

■ 2024年12月13日付「株式会社みつとめるへん社との資本業務提携に関するお知らせ」

株式会社みつとめるへん社と資本業務提携を行い「オリジナルキャラクター・ファンシーグッズを活用したマーケティング施策の開発・推進」「幼稚園・保育園向け教材商品の開発」において業務提携を推進中。

■ 2024年12月16日付「韓国KOSDAQ上場企業CUBE ENTERTAINMENT（韓国）との業務提携に関するお知らせ」

韓国取引所（KRX）の新興企業向け市場コスダック（KOSDAQ）上場企業であり、世界的に有名な先導的芸能プロダクションCUBE ENTERTAINMENTと業務提携。同社所属アーティスト・タレント等の日本市場におけるプロモーション施策及びイベント施策の実施に向けて現在活動中。

7

ガバナンス強化の取り組み
及びリスク情報

コーポレートガバナンス体制の強化

持続的な成長をするためには、経営の効率化を図るとともに健全で透明な経営体制を構築する必要があるため、コーポレートガバナンス体制※を強化してまいります

1 ガバナンス体制の強化

取締役会資料作成マニュアル作成による報告の充実 / 内部通報制度や社内アンケートによる情報収集体制の定着 / 取締役会とガバナンス強化委員会間の諮問、助言

2 内部監査体制の見直し

内部監査経験のある専任担当者の採用完了 / 外部の専門家を活用した体制強化 / 取締役会における内部監査結果の報告

3 監査等委員会における監査の実効性担保

日本監査役協会公表の監査チェックリストを利用した監査の充実 / 監査等委員・内部監査・会計監査人の連携強化 / 月次の内部監査報告会出席の運用定着

4 社内規程整備・業務フロー見直し

グループ各社の業態に応じた社内規程・業務フローの整備 / 財務・経理部員への継続的な教育実施 / Jsox（内部統制）の開示すべき重要な不備の解消

5 コンプライアンス意識の徹底・強化

経営トップからのコンプライアンスメッセージの発信 / コンプライアンス教育・リスク管理研修の実施 / 人事評価項目として職業倫理チェックの導入

6 決定事実適時開示体制の見直し

2024年5月10日付 体制変更

適時開示に係る決定事実はすべて取締役会決議による（「管掌取締役の決定」案件の廃止） / ガバナンス強化委員会・監査等委員会・取締役会による三重チェック体制の確立

※ コーポレートガバナンス体制の詳細は2024年5月10日付『コーポレートガバナンス』をご参照ください。

認識するリスク及び対応策

当社グループが認識する主要なリスクに対して、適切なリスク対応策を講じ、リスク軽減を図ってまいります。

項目	主要なリスク	リスクへの対応策	顕在化の可能性	顕在化の時期
債務超過によるリスク	2022年12月及び2024年11月に実施した第三者割当により資金面でのリスクは低下しましたが、2025年度において売上が伸び悩み単月赤字が継続する場合に再び債務超過に陥いる可能性があります。	既存事業での売上向上やコスト削減、また事業の多角化を推進することで、収益力向上を図って参ります。	低	中長期
ステルスマーケティング	クチコミサイトでのいわゆるやらせ問題及びステルスマーケティング問題が表面化し、広告主の不安が高まった場合はソーシャルメディアを利用した広告拡大に影響を及ぼします。	ステルスマーケティング対策ガイドラインを作成し、企業から何らかの便宜を受けた場合にはその内容が伝わるように、事業及び継続的な周知・確認・事後対応を行っております。	低	中長期
個人情報管理によるリスク	アンバサダー等の個人情報を取得しており、何らかの理由により個人情報が漏えいした場合には、損害賠償や信用力に影響を及ぼします。	外部からの不正アクセスや内部からの情報漏えいを防ぐため、「個人情報保護規程」の制定、セキュリティ環境の強化、従業員に対する個人情報取扱に対する教育等を行っております。	低	中長期
システム障害のリスク	サイトアクセスの急増等の一時的な過負荷や電力供給停止、当社グループのソフトウェアの不具合、不正な手段による当社コンピュータへの侵入等によりコンピュータシステムがダウンした場合に、当社グループの事業活動に支障を生じる可能性があります。	システムの安定的な稼働を図るために定期的なバックアップ・稼働状況の監視等により、システムトラブルの事前防止または回避に努めています。	低	中期

※現時点でリスクが顕在化する時期は未定です。実際にリスクが顕在化し、経営に多大な影響が出ると見込まれる場合は、速やかにその内容を更新いたします。

※アンバサダー以外の事業においても広告活動などで上記のステルスマーケティングに関するリスクがあると判断しております。当社グループは、このリスクが顕在化しないよう適切に対応いたします。

※and health(株)については、在庫を保有することに伴うリスク、製造物責任にかかるリスクが生じえますが、当社グループに与える影響は限定的であると判断しております。

※この他の当社リスクについては、有価証券報告書に記載された「事業等のリスク」をご参照ください。

注意事項

- ① 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、また具体的な達成時期は未定となっております。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- ② 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- ③ 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- ④ 本資料のアップデートは、本決算後の3月頃に開示を予定しております。また、当社の事業計画に重要な変更が生じた場合は、速やかに開示いたします。

【お問合せ先】

アジャイルメディア・ネットワーク株式会社 IR担当

電話 : 03-6435-7130

メール : ir@agilemedia.jp