



# マレーシア Arche Digital社のグループ参画について

AnyMind Group株式会社 | 2024年3月21日

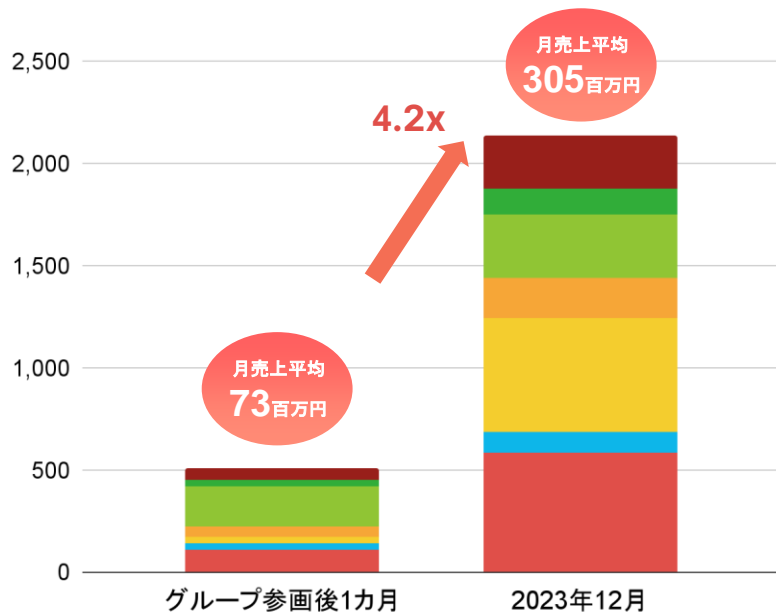
## 過去M&AとPMIの実績

グループ事業戦略を加速させるために、体制強化を目的としたM&Aを創業以来8件実施しております。M&A後は組織やプロダクトを含め完全事業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。

### 当社の過去のM&A実績：創業以来8件のM&Aを実施

		日本	東南アジア	中華圏	インド
マーケティング					
D2C / EC					
パートナー グロース	パブリッシャー 向け				
	クリエイター 向け				

### M&A対象企業（事業）のグループ参画後の売上成長<sup>(1)</sup>



(1) 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しておりグループ参画後に対象法人又は事業が新たに始めた事業からの収益も含む。「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

## M&Aにおいて追求するシナジー効果について

当社がM&Aを実施するにあたってはシナジー効果の見込める企業を対象とすることが前提となりますが、その際に創出を期待するシナジーは下記の3点となっております。

### 経営人材の獲得

経験豊富なマネジメント陣の参画による当社グループ経営や特定事業の進化

### 当社テクノロジー 活用によるシナジー創出

当社プロダクトやテクノロジーをM&A対象会社にて活用することによる成長性や収益性の改善

### グローバル体制強化 によるシナジー創出

既存クライアントネットワークを活かしたクロスセル機会追求と、当社グループのサービス体制強化によるグローバル・リージョナルクライアントへの訴求力向上

## 当社におけるM&Aの活用事例

事業をグローバルで同時展開するにあたり、オーガニックでの展開に加えM&Aも活用することでオペレーションエクセレンスと経営人材の獲得を行い、グループ全体の事業推進を加速させております。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プロセスも含め再現性を持って高い効果を創出出来ております。

### 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



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

<p>パブリッシャー向け 成長支援</p>	<p>日本 (2017年10月)</p>	<p>香港、台湾 (2018年10月)</p>
<p>クリエイター向け 成長支援</p>	<p>タイ (2019年3月)</p>	<p>日本 (2019年12月)</p>
<p>法人向けEC支援</p>	<p>インドネシア (2023年9月)</p>	<p>マレーシア (2024年6月予定)</p>

**継続M&Aフォーカス領域**

# マレーシアArche Digital社の発行済株式100%を取得し完全子会社化

## 取引概要

株式取得日	2024年6月予定
株式取得総額	150万米ドル
株式取得比率	100%
取得方法	手元現預金による株式譲渡
連結業績影響	2024年12月期第3四半期より連結業績収益貢献する予定

## 取引の目的

- 1. 東南アジアにおけるBPaaSモデル強化：**  
当社がアジアにおいて強化するEC/マーケティング領域におけるBPaaSソリューションの強化
- 2. ローカルチームとネットワーク：**  
優秀な経営チームを中心とするローカルチームと、優良ブランド主との強固なネットワーク
- 3. 事業の成長性と安定性：**  
毎年10%超で成長するマレーシアEC市場において安定成長と利益創出の見込める事業ポテンシャル
- 4. 両社間の明確な補完関係：**  
Arche Digital社のローカルオペレーションと実績、当社のテクノロジーとグローバルネットワークの相互補完関係

## Arche Digital社概要

## 会社概要



会社名 Arche Digital Sdn. Bhd. (Arche Digital社)

所在地 マレーシア セランゴール州

設立 2015年9月

事業内容 EC領域における販売戦略立案からEC構築・運用、在庫物流管理、カスタマーサポートまで統合的に支援するECイネーブラー

直近期業績  
(2024年1月期)  
売上高：4,817 千MYR (152百万円)  
売上総利益：2,552 千MYR (80百万円)  
営業利益：322千MYR (10百万円)

## 代表者紹介



Steven Tan JinHui  
Managing Director

- State University of New York (米国) にて電気工学の博士号取得
- Kainos TechおよびArche Group社の創業者
- マレーシアEC領域において10年近い経験を有する

\* Stevenは案件後、当社マネジメントに就任予定

Arche Digital社業績<sup>(1)</sup>

売上高  
(MYR '000)

2,969

FY2023/1

4,817

FY2024/1

売上総利益  
(MYR '000)

1,500

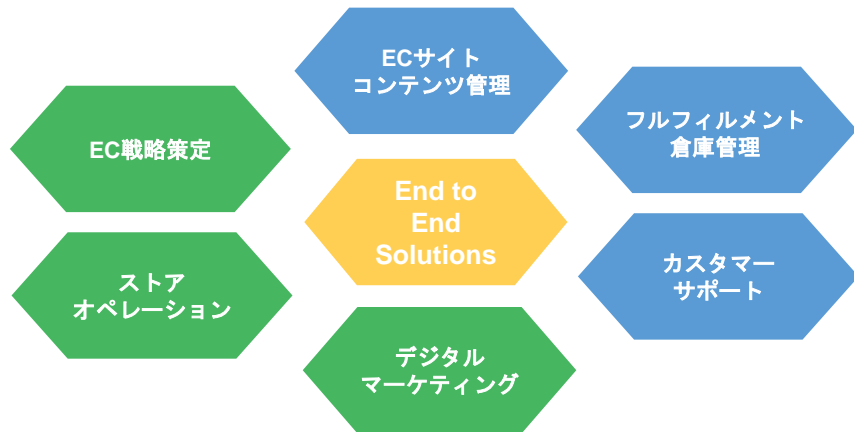
FY2023/1

2,552

FY2024/1

## Arche Digital社の提供するサービス

商品在庫の最適化やデジタルマーケティング、フルフィルメント、倉庫・物流管理、ストアオペレーションを軸に、ECバリューチェーンを統合的に支援するサービスを展開しております。



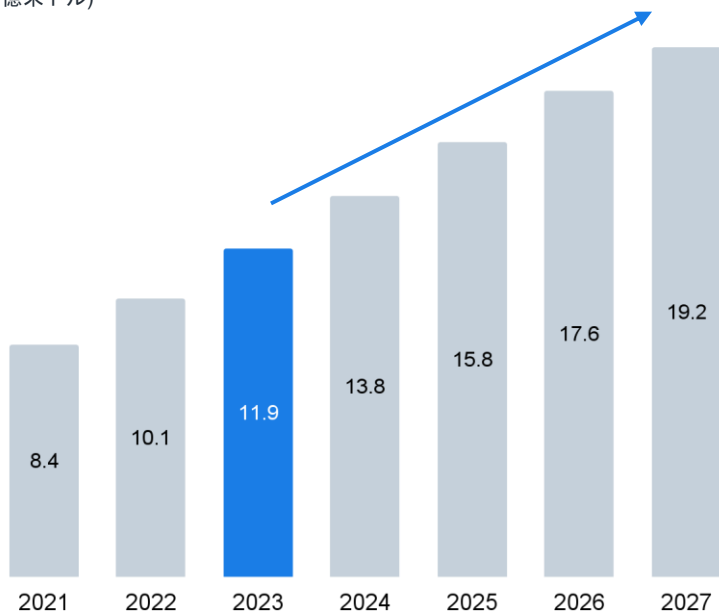
- EC展開における戦略策定、運営支援、倉庫・物流管理、ストア運営、マーケティング、カスタマーサービスなど、EC関連サービスをワンストップで支援
- プレミアムブランド支援に強みを持ち、グローバルスキンケアブランド等、多くのブランドを支援



## EC市場の高い拡大余地 x マレーシア経済の安定成長

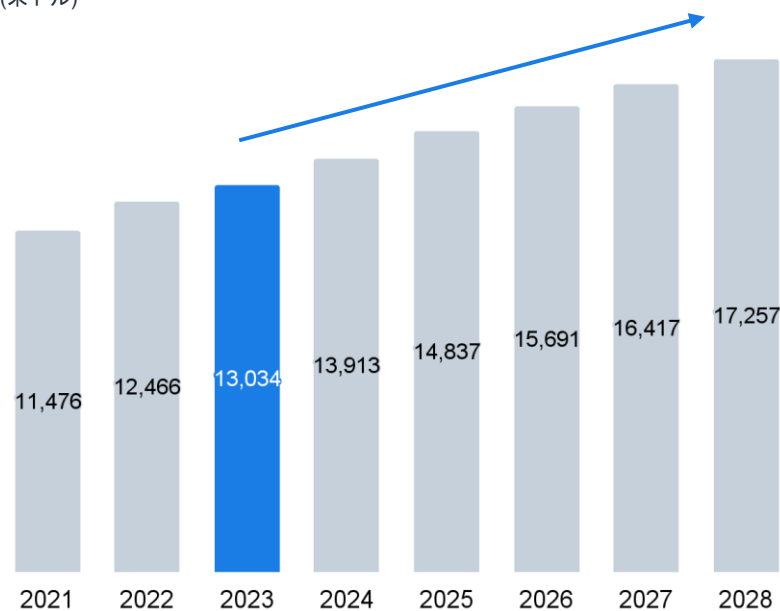
### マレーシアにおけるECの市場規模<sup>(1)</sup>

(十億米ドル)



### マレーシアにおける一人あたりGDPの伸長<sup>(2)</sup>

(米ドル)



(1) 出所: Worldwide Ecommerce Forecast Update, eMarketer (2023年12月)

(2) 出所: World Economic Outlook (to 2028), IMF (2023年10月)



# APPENDIX

## 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

BPaaS（Business Process as a Service）とは、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事業モデルを指しております。アジアにおいては市場環境等によりソフトウェアに加えオペレーションも支援するBPaaSモデルに優位性があると考えております。

### アジアにおける市場環境理解

#### SaaS (ソフトウェア中心)

- アジアにおいてはソフトウェアのみを提供するSaaSモデルでの成功例が限定的
- 複雑な機能やプロダクトを使いこなせずソフトウェアの価値を引き出せないケース

欧米のテクノロジープレイヤーにとっては、アジアは組織やオペレーション構築の観点でハードルのあるマーケット

#### 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することにより、クライアントの社内体制に関わらずプロダクト機能を最大限活用可能
- 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

#### BPO (オペレーション中心)

- 業務プロセスの外注が焦点となり、テクノロジーを活かした業務効率化、データ活用については限定的
- 外部委託をしたプロセスについてクライアント社内での解像度が限定的となり品質管理能力が低下する可能性

現地ローカルプレイヤーはテクノロジーやその領域に投資をするリソースが限定的

## 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

- EC領域についてはBPaaSとしてテクノロジーの活用を前提としつつ業務プロセスそのものを提供する（プロセス全体をコントロール出来る）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と想定
- 通常のアウトソーシングと比較して、システムによる自動化、データ活用によるブランドグロースの最大化の追求が可能



