



# 2018年3月期 第2四半期

決算説明資料

トレンドーズ株式会社 東証マザーズ：6069

- 決算概要

- 事業の状況と今後の戦略

# 決算概要

# 2018年3月期 第2四半期 業績概要

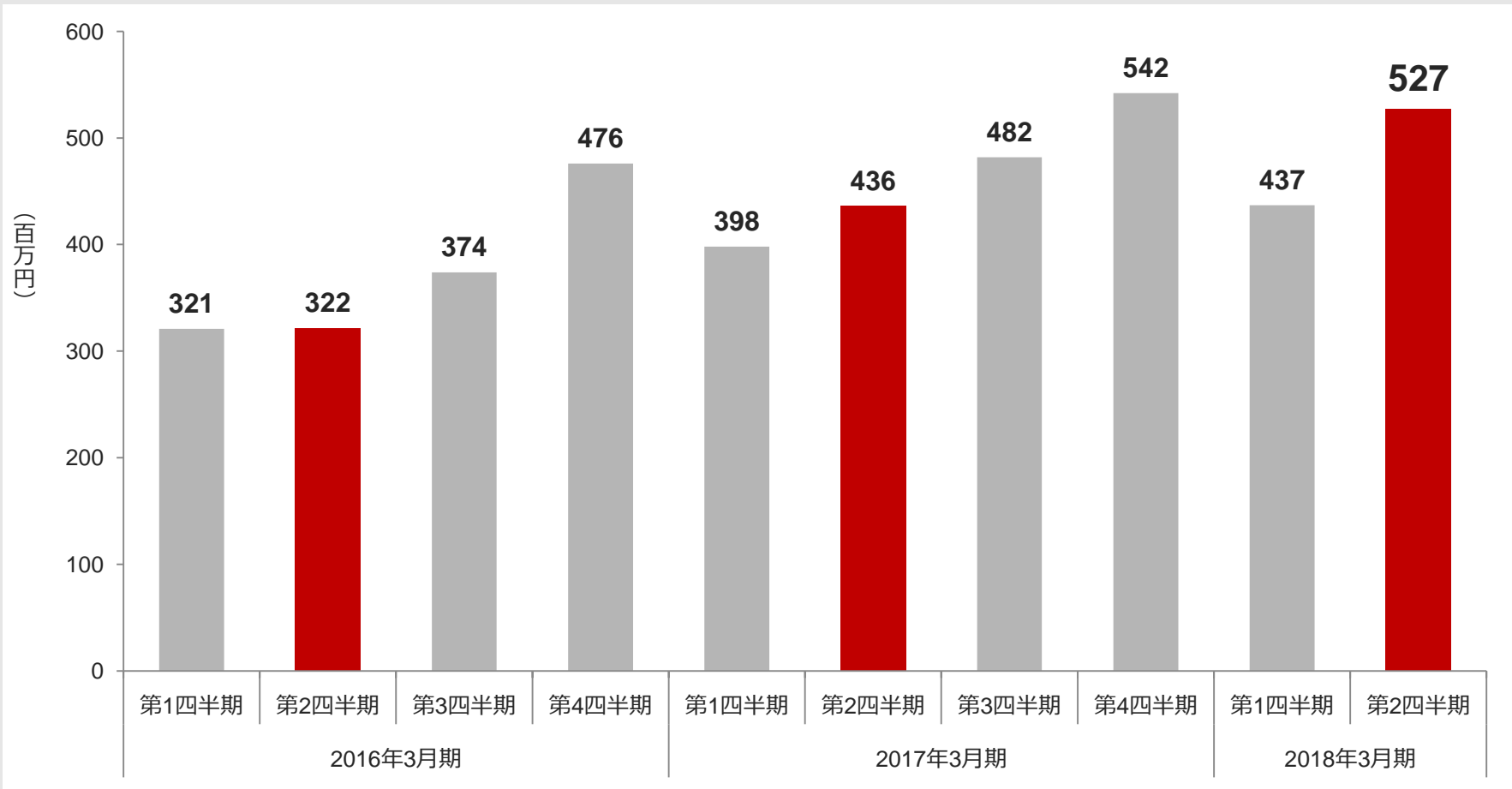
- 売上高は前年同期と比べて**15.5%増**となりました。
- 増収に加えて、事業の選択と集中・生産性の向上により粗利率が上昇し、売上高販管費率が低下したことにより、各利益は**大幅な増益**となりました。

(単位：百万円)	2018年3月期 第2四半期 実績	2017年3月期 第2四半期 実績	前年同期比
売上高	964	835	+15.5%
売上総利益	449	361	+24.3%
－粗利率	46.6%	43.3%	+3.3pt
販売管理費	325	310	+4.7%
－売上高販管費率	33.7%	37.2%	▲3.5pt
営業利益	124	50	+143.9%
－営業利益率	12.9%	6.1%	+6.8pt
経常利益	132	50	+162.8%
当期純利益	89	38	+134.5%

※前年同期比については、小数点第2位を四捨五入して表示しています。

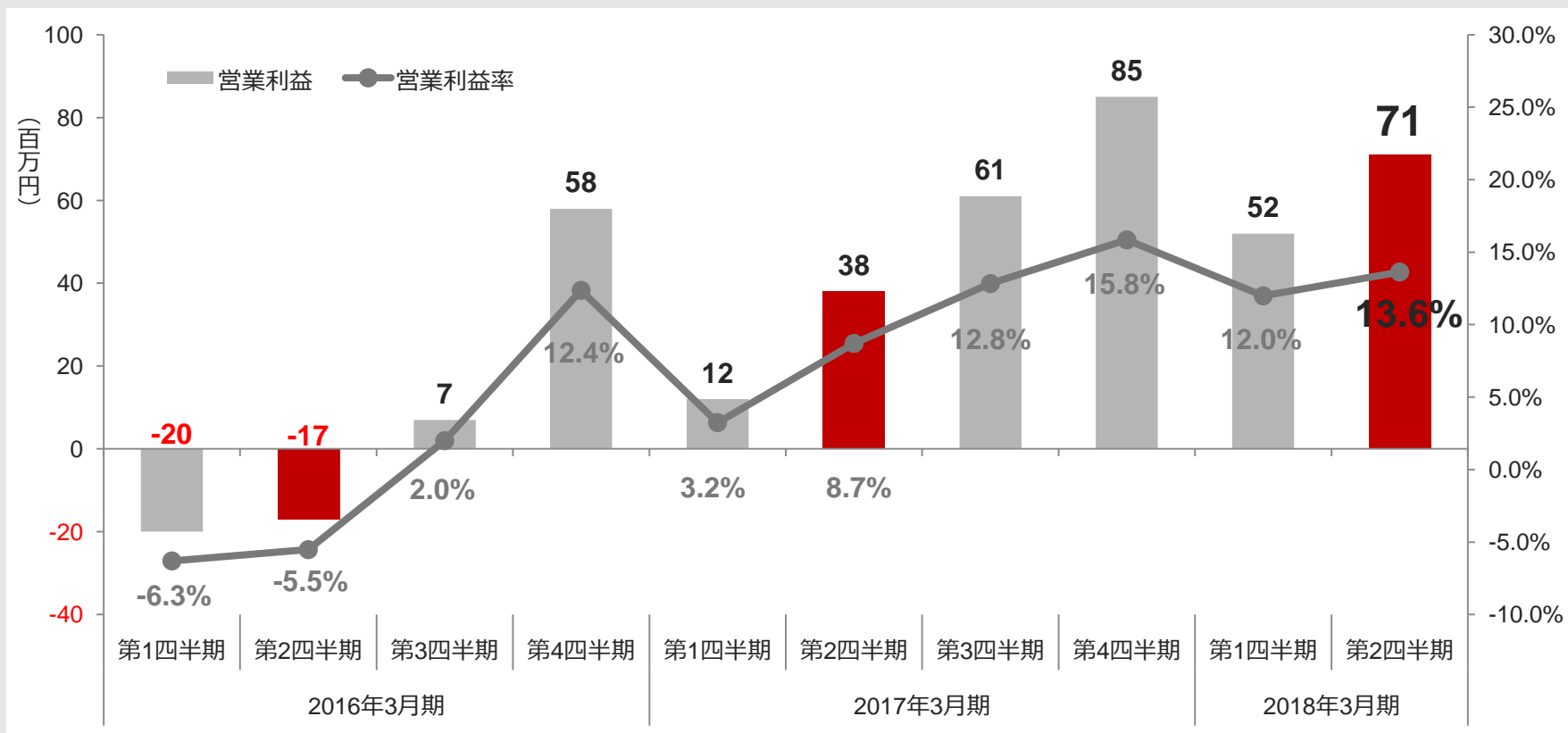
# 売上高（四半期推移）

- 第2四半期の売上高は**527百万円（前年同期比+20.6%）**となりました。
- 前年同期と比較すると「ZEKKEI Japan」の譲渡による売上の減少があったものの、マーケティング事業、特にSNSマーケティング・エディトリアル広告が継続的に成長したことで、大幅増収となりました。



# 営業利益（四半期推移）

- 第2四半期の営業利益は**71百万円（前年同期比+88.9%）**、  
営業利益率は**13.6%（前年同期比+4.9pt）**と大幅な増益・営業利益率の上昇となりました。
- 今後も、マーケティング事業については、継続的なサービス成長による売上高増加により営業利益の成長を図り、事業拡大期であるギフトEC事業（Anny magazine）については、更なる成長に向けて投資を続けてまいります。



# 事業の状況と今後の戦略

# トレンドーズの事業内容

企業のプロモーション・PR支援を行う「マーケティング事業」、ギフトECサービス「Anny magazine」を展開する「ギフトEC事業」の2つを軸とした事業展開を行っております。

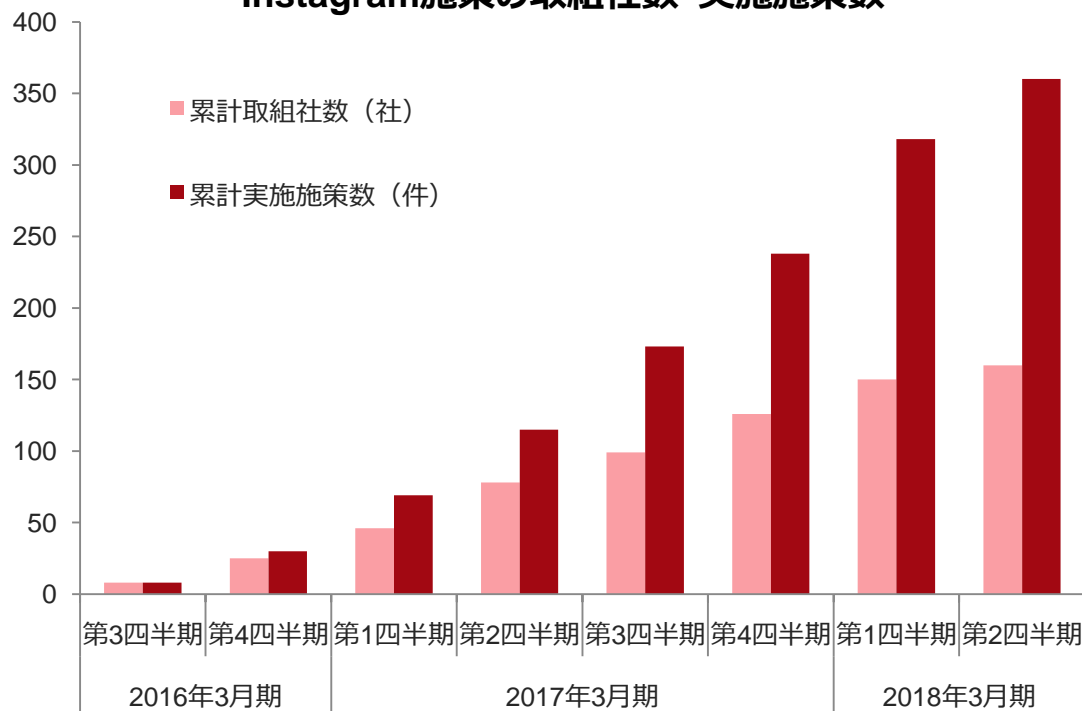
マーケティング事業	<b>SNSマーケティング</b> (Instagram、Twitterなど) Instagramを中心としたSNSのインフルエンサーを活用したマーケティング支援	<b>アフィリエイト広告</b> (成果報酬型広告) 自社のコンテンツクリエイティブノウハウを活用した獲得系サービス
	<b>PRサービス</b> (ニュースリリース、イベントなど) デジタルメディアを中心に効果的な露出と情報拡散を図るPRプランニングサービス	<b>トレーディングデスク</b> (広告運用) Facebook広告をはじめとした広告運用・コンサルティングサービス
	<b>エディトリアル広告</b> (記事タイアップ、mitayo.など) デジタルユーザーのインサイトをふまえた記事コンテンツを制作・配信する編集型広告	<b>アドテクノロジー</b> (TATECO、BumViなど) アドテック企業との連携による自社サービスの構築・運用
ギフトEC事業	<b>Anny magazine</b> 誕生日や記念日にオシャレなギフトが贈れるギフトECサービス	<今期から取り組んでいるサービス>



# SNSマーケティング

企業におけるInstagramマーケティングのニーズは強く、取引社数・実施施策数ともに順調に伸長しております。今後もInstagramを含め、インフルエンサーをマーケティングに活用するトレンドは継続していくと予想されるため、ニーズに沿ったインフルエンサー関連サービスの開発・改善を継続し、売上の成長を図ってまいります。

## Instagram施策の取組社数・実施施策数



### Life-Influencers Network

LIN (Life-Influencers-Network) は、衣・食・住をはじめとした、あらゆる分野で活躍するインフルエンサーのネットワーク。カスティング可能なインスタグラマーの総フォロワー数は約3,200万。



### おうちごはん

おうちごはんは、「いつもの『いただきます』を楽しく」がコンセプトの、Instagramの「食」トレンドを発信する、食卓アレンジメディア。公式Instagramアカウントのフォロワー数は20万。

Twitter Japan株式会社と国内Twitter広告の認定代理店契約を締結し、Twitter広告の販売および、Twitterに特化したインフルエンサー事業「Beemine（ビーメイン）」の提供を開始いたしました。

## Beemine

■ Beemine（ビーメイン）とは  
マイクロインフルエンサーと呼ばれるフォロワー数10,000前後のTwitterユーザーを中心とした、インフルエンサーネットワーク。

現在、キャスティング可能なインフルエンサーは  
女性・若年層を中心とした約3000名。  
ネットワークしているインフルエンサーの総フォロワー数は約300万。

インフルエンサーとTwitter独自の多様な広告との組み合わせで、  
幅広いサービス・商材のプロモーションの実行を支援する。

※BeemineはTwitter社との資本関係や取引関係はなく、  
トレンドーズ株式会社が運営する独立したネットワークです。



スマートフォンに特化したタテ型動画広告配信サービス「TATECO（タテコ）」、6秒動画に特化した動画広告配信サービス「BumVi（バンビ）」の開発、提供を開始しました。  
今後も、市場の拡大が予測される動画領域に注力することで、更なる売上成長を図ります。

TATECO



## ■ TATECO（タテコ）

スマートフォンに特化したタテ型動画広告配信サービス。  
スマートフォンにおいてタテ型動画はヨコ型動画の約3倍の表示面積を確保することが可能となるため、その視認性の高さが特徴である。

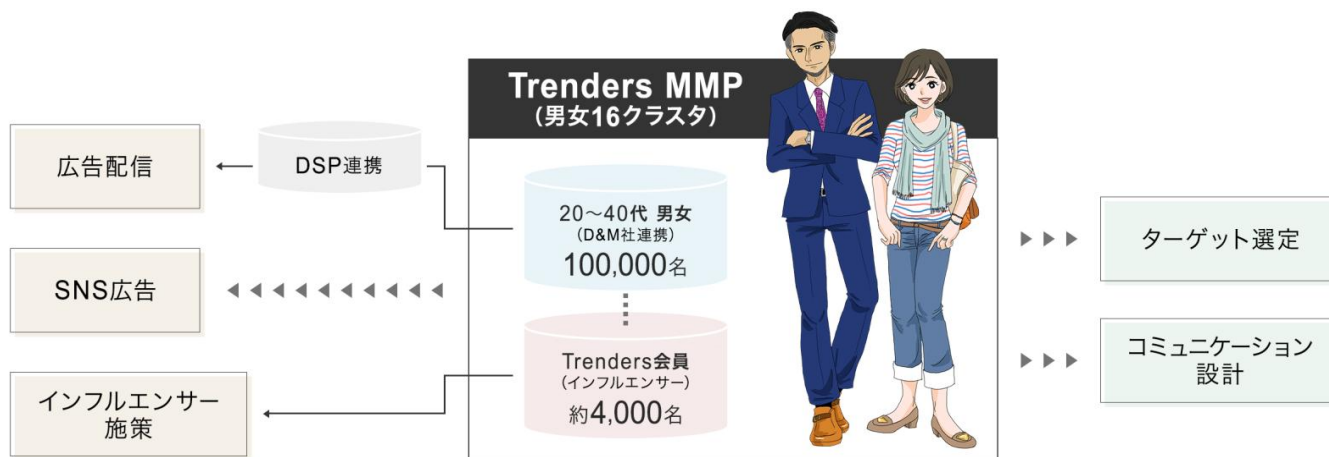
BUMVI



## ■ BumVi（バンビ）

6秒間の超短尺動画（6秒動画）をWEBメディアへネットワーク配信する動画広告。  
企業のマーケティング活動において、6秒動画の活用が注目を集めている。

株式会社ディーアンドエムとの提携により、20～40代の男女10万人に実施した消費行動調査データのクラスタ分析による男女16分類の「トレンドーズマイクロマーケティングパネル（トレンドーズMMP）」の運用を開始いたしました。



## ■ トレンダーズMMPについて

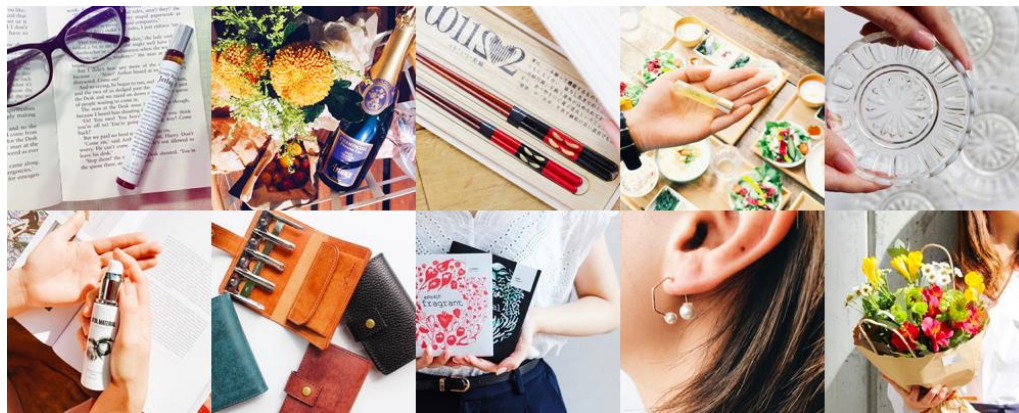
- ・17の商材カテゴリ別の消費行動をはじめ、基本属性、メディア接触状況、SNS利用状況、フォローしているインフルエンサー、趣味嗜好、価値観などの項目を複合的に分析し、より消費者インサイトを踏まえたクラスタリングを実現。
- ・ターゲットクラスタのインサイトを踏まえたコミュニケーション設計やSNS広告のプランニング、ターゲットクラスタに向けたダイレクトな広告配信など、マーケティング施策に幅広く活用できる。
- ・トレンドーズが保有する約4,000人のインフルエンサーネットワークと連携することで、ターゲットクラスタに属するインフルエンサーをキャストするなど、インフルエンサー施策との連動も可能となる。

ギフトECメディアである「Anny magazine」は、サービス開始以来、商品ラインナップの強化、UI・UXの改善などにより順調に利用者数・決済数が成長しております。  
事業の更なる成長・大幅な収益化へ向けて、積極的に投資を行ってまいります。

## 積極的な投資を継続し、事業としての大幅成長を目指す

- UI・UXの改善
- ロジスティクスの強化
- 開発力・スピードの向上 など

*Anny* magazine



本資料は、業績に関する情報提供を目的としたものであり、  
当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的に作成したものではありません。

また、本資料に掲載された情報や見通しは、  
資料作成時点において入手可能な情報を基にしております。

本資料の内容には当社の判断が含まれており、情報の正確性を保証するものではなく、  
今後様々な要因により実際の業績や結果と異なることがあります。