



決算説明資料

2018年3月期 第3四半期

目次

1. 2018年3月期第3四半期 決算概要
2. 事業概要と今後の戦略
3. 参考資料

**2018年3月期
第3四半期
決算概要**

→ 2018年3月期 第3四半期（累計） 業績概要

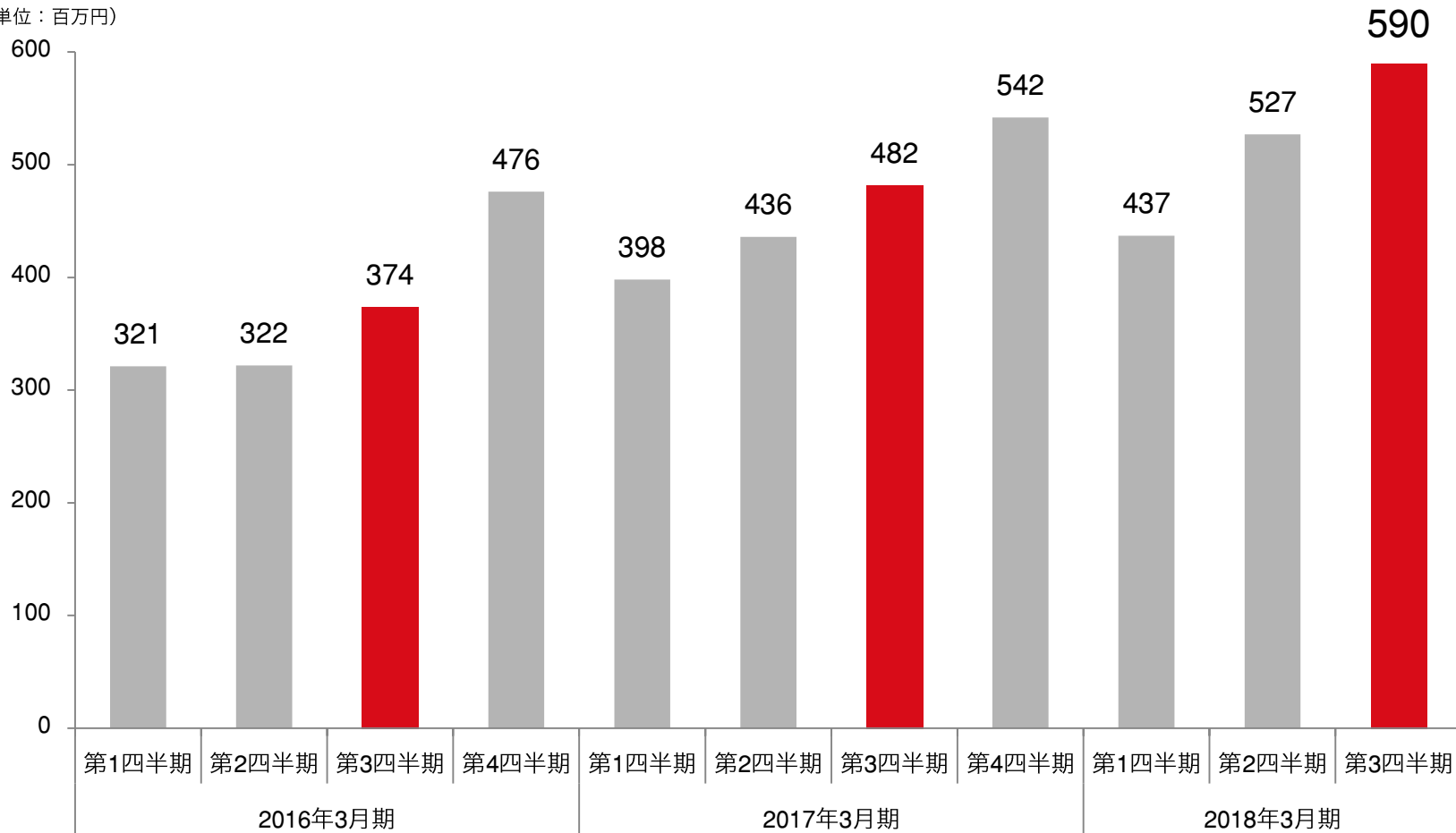
- 売上高は前年同期比**18.0%増**の1,555百万円、営業利益・経常利益・当期純利益の各段階利益はそれぞれ前年同期比**2倍以上の大幅成長**を実現
- 事業の選択と集中・生産性の向上による粗利率の上昇・売上高販管費比率の低下により、営業利益率が前年同期比**6.9pt上昇**

(単位：百万円)	2018年3月期 第3四半期 累計 (4月－12月)	2017年3月期 第3四半期 累計 (4月－12月)	前年同期比
売上高	1,555	1,317	+18.0%
売上総利益	744	584	+27.3%
－粗利率	47.9%	44.4%	+3.5pt
販売管理費	502	472	+6.5%
－売上高販管費比率	32.3%	35.8%	▲3.5pt
営業利益	241	112	+114.2%
－営業利益率	15.5%	8.6%	+6.9pt
経常利益	256	112	+128.3%
当期純利益	194	71	+173.6%

→ 売上高（四半期推移）

- 第3四半期（10-12月）売上高は**590百万円**（前年同期比**+22.4%**）、第3四半期における過去最高の売上高を更新
- 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は好調なトレンドが継続

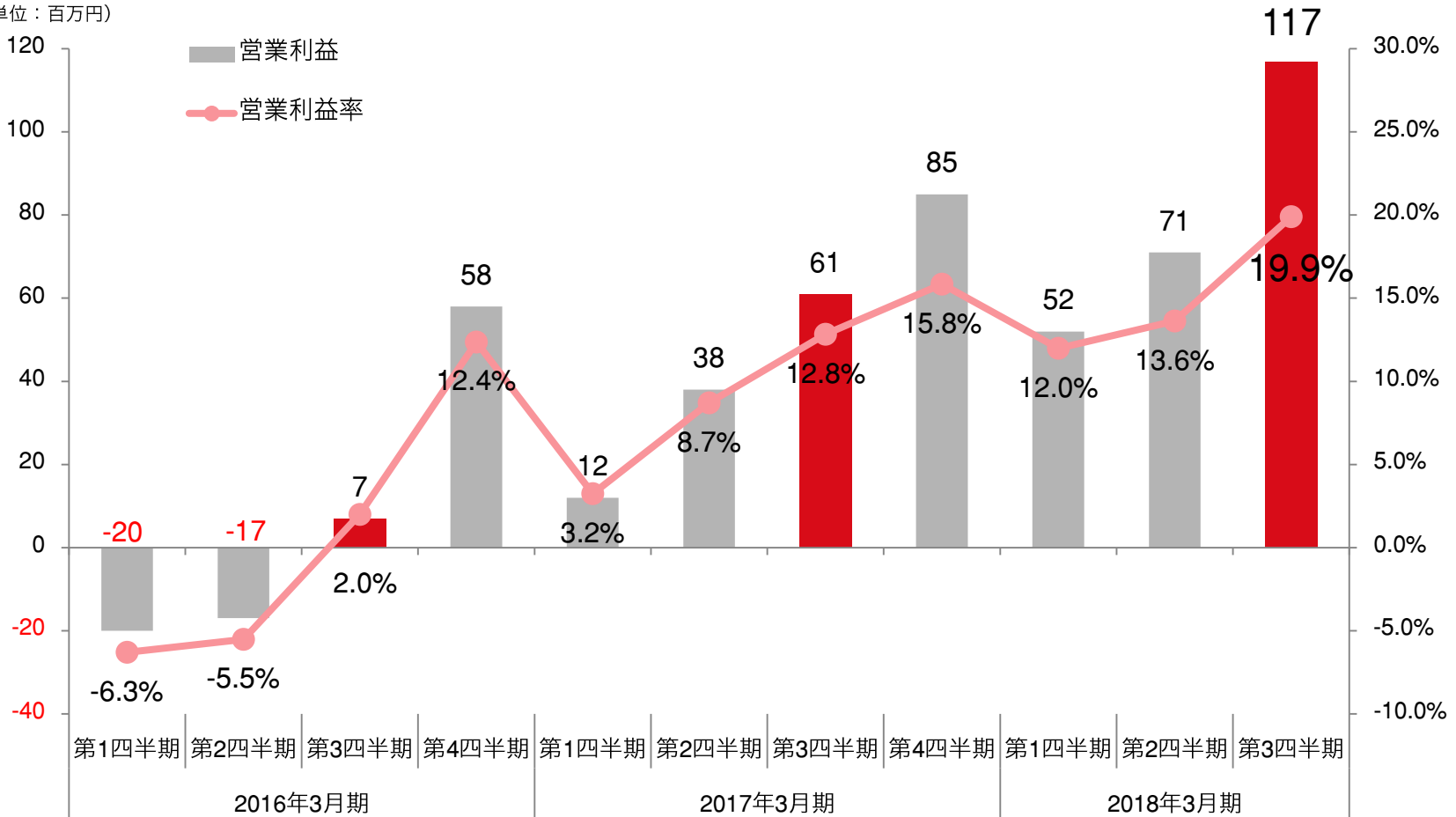
（単位：百万円）



→ 営業利益（四半期推移）

- 第3四半期（10-12月）営業利益は**117百万円**（前年同期比**+89.8%**）となり過去最高の四半期営業利益を記録、営業利益率も**19.9%**（前年同期比**+7.1pt**）と大幅上昇
- ギフトEC事業（Anny magazine）への投資は継続、事業の大幅拡大を目指す

（単位：百万円）



事業概要と 今後の戦略

マーケティング事業

SNSマーケティング

(Instagram、Twitter、Blog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

PRサービス

(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

エディトリアル広告

(記事タイアップ)

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

アフィリエイト広告

(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

トレーディングデスク

(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

アドテクノロジー

(mitayo、BumVi、TATECO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

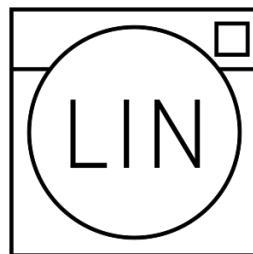
ギフトEC事業

Anny magazine

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

Instagram、Twitter、Blogで多くのフォロワー数を有するSNSインフルエンサーを独自にネットワーク。
今後はキャスティングツールの導入によりマッチング精度を高めるとともに、インフルエンサー育成に注力することでさらなるネットワーク強化を図ります。

【トレンドーズのSNSインフルエンサーネットワーク】



Instagramインフルエンサーの自社ネットワーク
2015年にサービス提供開始



Blogインフルエンサーの自社ネットワーク
2006年にサービス提供開始



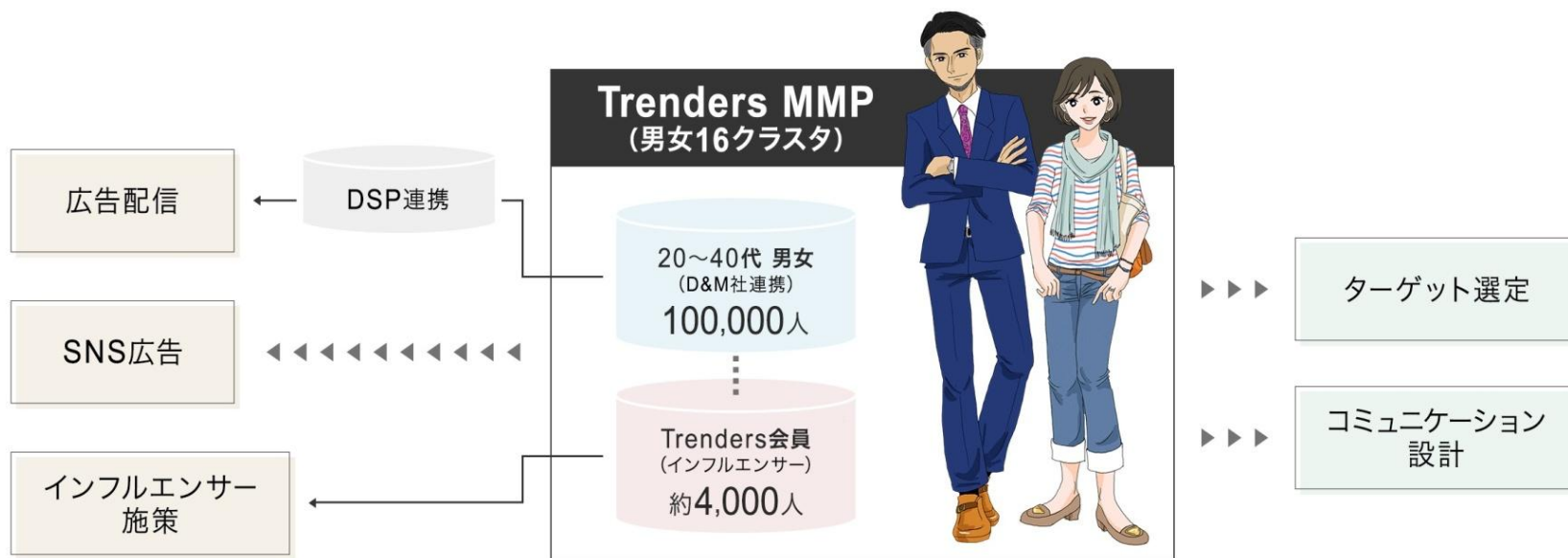
Twitterインフルエンサーの自社ネットワーク
2017年10月にサービス提供開始

※LIN (Life-Influencers Network) はInstagram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。

※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。

男女10万人をクラスタ分類したMMP（マイクロマーケティングパネル）に食・美容・ヘルスケアのカテゴリ特化型パネルを追加。多様化する生活者の価値観に対応したコミュニケーションプランニング・広告ターゲティング配信を実現してまいります。

【施策連動イメージ】



→ エディトリアル広告

食に特化した自社メディア「おうちごはん」はInstagramアカウントのフォロワー数が22万人を突破。今後も引き続きSNS拡散力の強化に努めます。

OUCHI GOHAN
おうちごはん

「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

おうちごはんの
公式Instagramアカウント

何をお探しですか？

OUCHI GOHAN
おうちごはん

いつもの「いただきます」を楽しく。

#朝ごはん #昼ごはん #晩ごはん #おやつ #おつまみ #休日ごはん #ものと道具 #デリスタよみもの

フルーツを切っただけ！簡単デコレーション「水玉ケーキ」がポップでかわいい

お弁当で春を先取り！パッと華やか「生ハム花むすび」でわくわくランチ

盛り付けアイデアはインスタから！フォトジェニックなカレーライス

デリスタよみものおすすめ記事 [すべて見る >](#)

- 1 インスタジェニック！おしゃれなホームメイドケーキで旬のいちごを楽しもう！
- 2 初めてでも簡単！話題のわんぱくサンドで「#萌え断」を作ろう
- 3 食パン、バケット、丸型パン…。形別、おしゃれに見える簡単アレンジテクニック

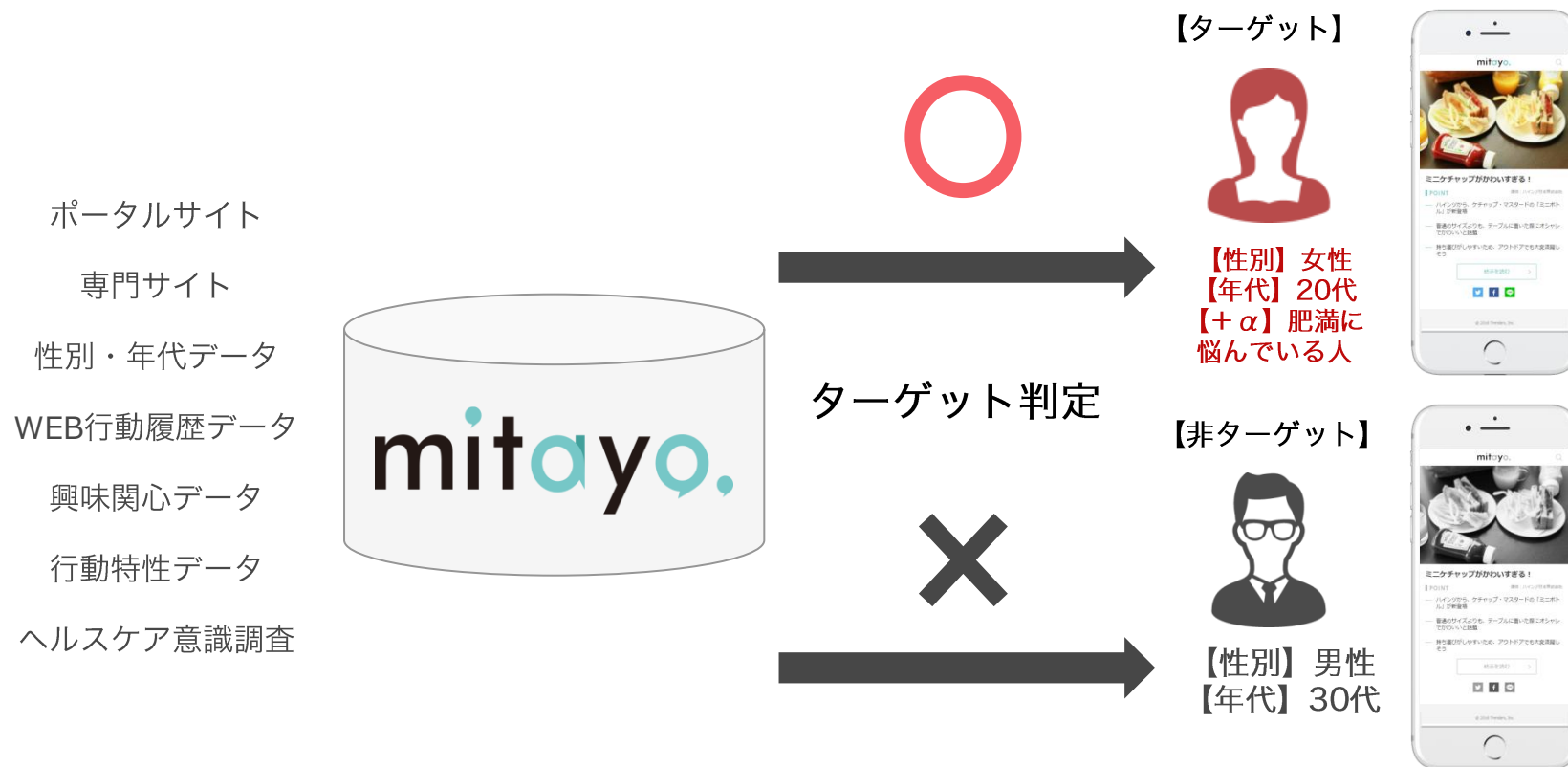


※「おうちごはん」はInstagram社との資本関係や取引関係はなく、トレンドーズ株式会社が運営するWebメディアです。

株式会社ジーニーとの連携によりニュース配信サービス「mitayo.」、6秒動画に特化した動画広告「BumVi」を展開。ターゲティング機能の強化により、「肥満に悩んでいる人」といったヘルスケア関連の独自のターゲティング配信も可能となりました。

【mitayo.のターゲティング機能について】

合計約4億UBデータを参照し、ターゲットのみに広告を配信。

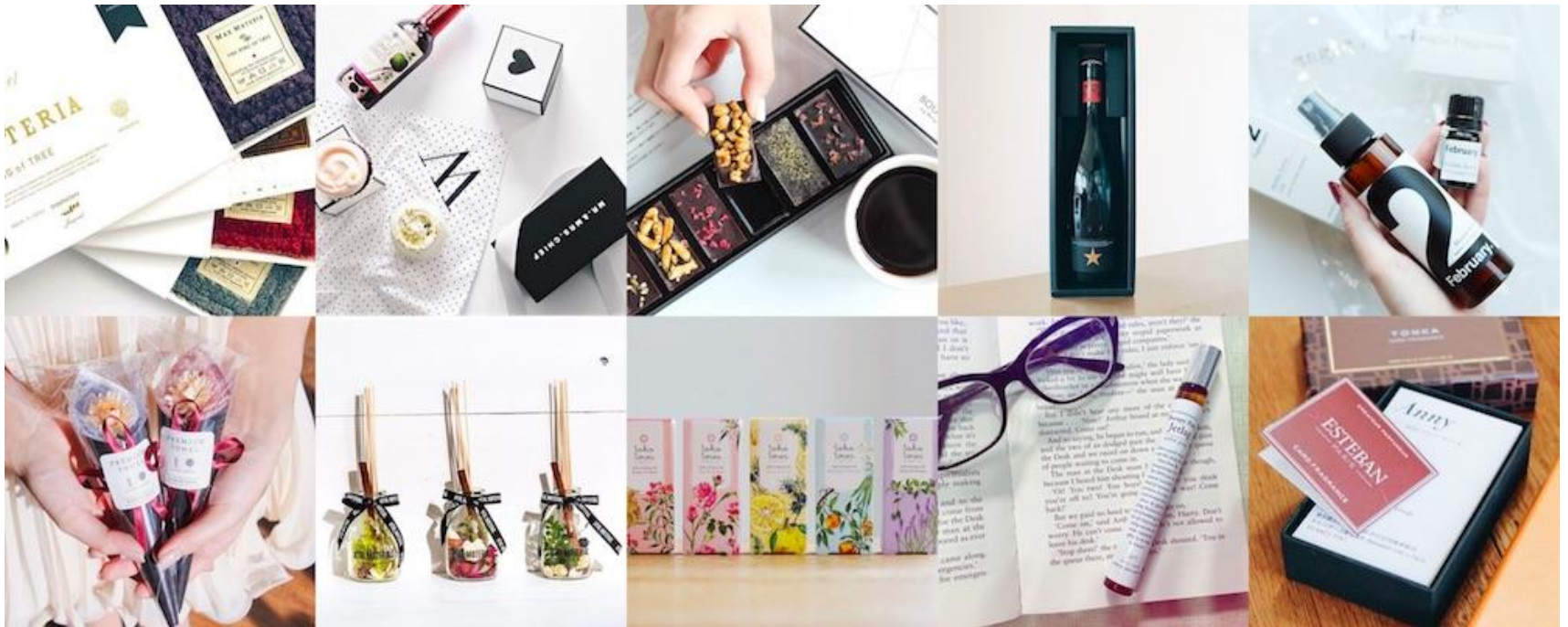


※UB=ユニークブラウザ

→ ギフトEC事業

ギフトに特化したECサービス「Anny magazine」はユーザー数が堅調に推移。今後もUI・UXの改善及び機能追加並びにロジスティクスの強化等により、さらなるユーザビリティの向上を図ります。

Anny magazine



參考資料

→ ロゴ変更・CI策定について

創立20周年となる2020年に向けた企業リブランディングプロジェクト「PROJECT 2020」の一環として、新たにCI（コーポレートアイデンティティ）を策定し、併せて、コーポレートロゴを一新しました。

<CI（コーポレートアイデンティティ）>

ココロが動く。

未来はそこからだと思う。

そのはじまりを情熱を持って生み出していきたい。

そのためにわたしたちも動いていこう。

動くことは、前へ進むこと。動くからこそ、未来が生まれる。

さあ、未来がはじまるきっかけを。

MOVE is LOVE

新たに策定したCIは「MOVE is LOVE」。
私たちが企画・制作するプロモーション施策や
プロダクトを通じて人の心を動かし、
世の中に未来のはじまりとなる「きっかけ」を生み出すことが
トレンドーズの使命です。
常に情熱と愛情を絶やさずに前に進み続けることで、
これからも企業価値の向上に努めてまいります。

<コーポレートロゴ>



新しいロゴは曲線の矢印が
“Move forward into the future”（未来に向かって前に進む）
を表現しています。

また、

「一度しゃがんでもすぐに起き上がり、さらに高く跳ぶ」

「失敗を恐れず挑戦し続ける」

という私たちの決意も込めています。

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。

