



2023年8月18日

各位

会社名 株式会社トリドリ  
代表者名 代表取締役社長 CEO 中山 貴之  
(コード：9337 グロース市場)  
問合せ先 取締役 CFO 森田 一樹  
(TEL. 03-6892-3591)

### 2023年12月期第2四半期決算説明動画と書き起こし公開のお知らせ

当社は、2023年12月期第2四半期決算説明動画と書き起こしを公開したことをお知らせいたします。詳細につきましては、下記及び添付の資料をご参照ください。

2023年12月期 第2四半期決算説明動画については下記をご確認ください。

[2023年12月期 第2四半期決算説明動画](#)

2023年12月期 第2四半期決算説明の書き起こしについては次頁以降をご確認ください。

<p>TOP ハイライト</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>四半期営業黒字</b> を実現！</li> <li>● サービス別売上総利益シェアで「<b>toridori base</b>」が<b>過半</b>に</li> </ul>
<p>業績 &amp; KPI</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全社売上総利益744百万円(前年同期比76.4%増)</li> <li>● 「toridori base」売上総利益437百万円(同223%増)</li> </ul>
<p>TOPICS /定性情報</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「toridori base」は<b>販売代理店活用</b>により大きく伸長 販売代理店報酬と規模拡大を適正なバランスで実現</li> <li>● SNSの運用代行サービス「toridori likes」開始 クライアントのSNS活用の入口を全面カバー</li> </ul>

最初に四半期ハイライトをお伝えします。

第2四半期の業績は非常に好調であったと考えております。

まず、お伝えしたいのが、四半期営業黒字を実現したという点です。

また、サービス別売上総利益シェアでtoridori baseが半分以上になりました。

トップラインも高成長を維持しており、全社売上総利益は7億4,400万円、前年同四半期比で、76.4%増となりました。特にtoridori baseの売上総利益が4億3,700万円と、前年同四半期比223%増で推移しております。

定性的なトピックスとしてはtoridori baseは販売代理店の活用により大きく成長し、代理店コストをかけながらも、規模拡大を適正なバランスで進めることができたと考えております。クライアントのSNS活用の入口を全面カバーすべく、SNS運用代行サービスのtoridori likesもスタートしました。

2023年12月 期第2四半期 全社業績

### 四半期ベースで 初の黒字化

売上総利益		営業利益			
第2四半期	<b>744</b> 百万円	前年同期比: <b>+76.4%</b>	第2四半期	<b>45</b> 百万円	前年同期より <b>+213</b> 百万円
第2四半期累計	<b>1,328</b> 百万円	前年同期比: <b>+66.8%</b> 計画進捗 <b>50.3%</b>	第2四半期累計	<b>39</b> 百万円	前年同期より <b>+337</b> 百万円 計画進捗 <b>39.4%</b>

2023年12月 期第2四半期 toridori base事業進捗

### 販売代理店活用により 顧客数が順調に推移

toridori base売上総利益		toridori base 顧客数			
	<b>437</b> 百万円	前年同期比: <b>+223.3%</b>		<b>4,626</b> 社	前年同期比: <b>+146.9%</b>

全社の業績サマリーからお伝えします。  
繰り返しになりますが、第2四半期において四半期ベースでの初の黒字化を達成しました。

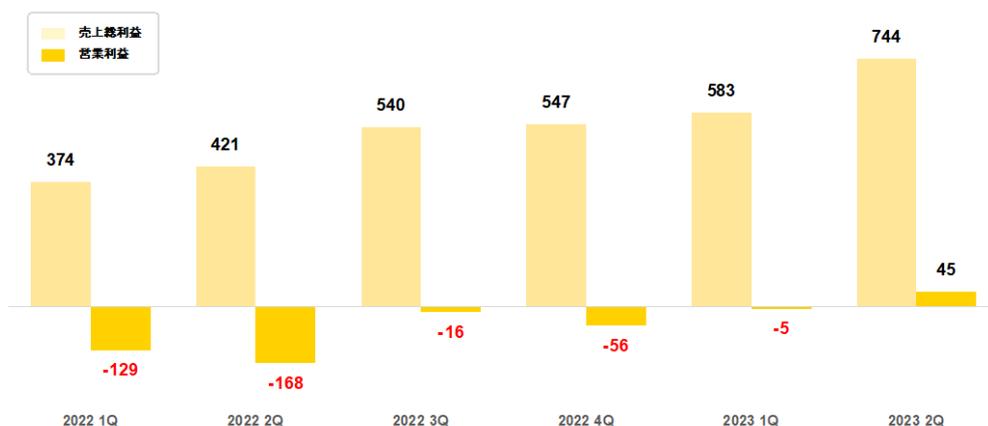
最も注視している売上総利益は7億4,400万円でした。  
前年同四半期比76.4%の増加となり、引き続き力強い成長を実現しております。

営業利益については4,500万円の黒字となりました。前年同期より2億1,300万円改善しており、上場後初のクォーターでの黒字化を達成することができました。結果、第2四半期累計でも3,900万円の黒字となり、今期業績予想の達成に向けて大きく前進させることができました。

注力しているtoridori baseの第2四半期の結果は、売上総利益4億3,700万円、顧客数は4,626社でした。引き続き販売代理店経由での顧客獲得が好調であり、大幅な成長をしております。

## 売上総利益の高成長とともに黒字化を実現

単位：百万円



四半期ごとの業績の推移で見ると、当四半期において、売上総利益は全社で7億4,400万円と過去最高となりました。営業利益はグラフにありますように、4,500万円の黒字となりました。

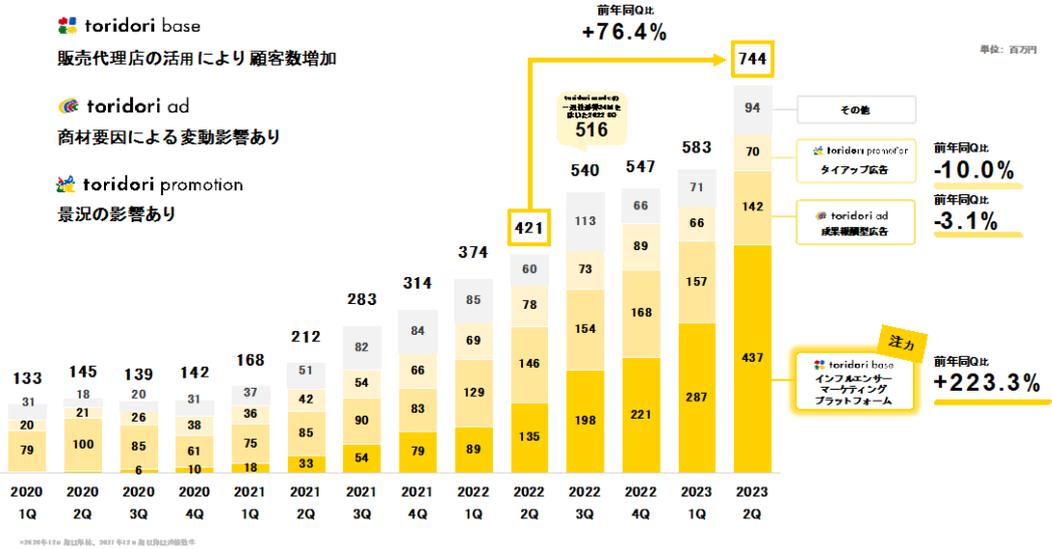
前回の決算説明会では、クォーターが進んでいくにつれて、売上総利益の継続的な成長とともに赤字幅が徐々に縮小してきており、黒字化目前であるというご説明をさせて頂きましたが、当四半期においては、その宣言どおり黒字化を達成いたしました。



当社のサービスを簡単に説明をさせて頂きますと、インフルエンサーマーケティング事業で、3つのサービスを展開しております。上からタイアップ広告のtoridori promotion、成果報酬型広告のtoridori ad、マイクロインフルエンサーとSMBのお客様を繋ぐインフルエンサーマーケティングプラットフォームであるtoridori baseと展開しております。上から下に行くにつれて、インフルエンサーはメガから、よりマイクロへ、広告主の規模も大手企業から、よりSMBへとロングテールを支援するサービスとなっています。

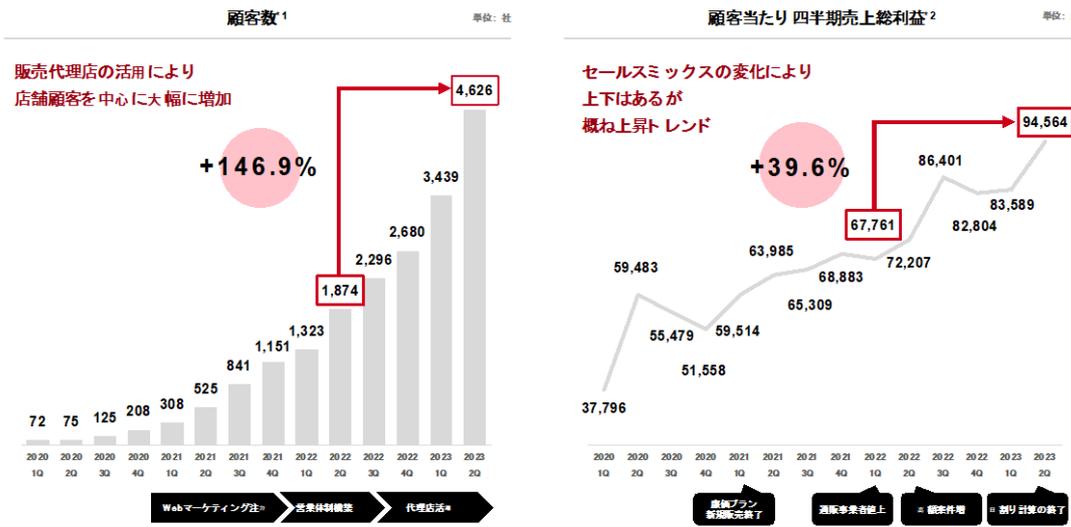
中でも当社が注力しているサービスは toridori base です。  
 その他は詳細は割愛しますが、toridori studio、toridori made というインフルエンサー  
 を直接支援するサービスも展開しております。

全社：売上総利益四半期推移



これらのサービスごとに、売上総利益の推移をお話いたします。最も注力している  
 toridori base が 4 億 3700 万円で前年同四半期比 223.3% 増と力強く成長し、第 1 四半  
 期に引き続き全社の高成長を牽引しております。  
 成果報酬型広告の toridori ad、タイアップ広告の toridori promotion については前年同  
 四半期を割る形となりましたが、toridori base の成長が大きくこれを補っており、  
 toridori base が全社売上総利益の 6 割弱を締める状況へと変化してきております。

toridori base : KPI



続いて注力する toridori base の KPI について説明いたします。  
 顧客数、顧客あたり売上総利益ともに成長させることができしております。  
 特に顧客数は大幅に増加させることができおり、当四半期において 4,626 社、前年同期

比 146.9%増という結果でした。広大な Tam に対して適切にアプローチができていると考えております。

顧客当たり四半期売上総利益については、約 9 万 4,000 円まで伸ばすことができいております。新規顧客の獲得数の変動等の要因により四半期ごとに単価は上下しますが、おおむね上昇トレンドにございます。

#### toridori base: プロダクトアップデート 事例



#### キャンペーン公開期間を最大 14日 間に短縮

キャンペーン公開期間に制限がなかったため、種別応募期間(公開から日 が浅い)の過ぎた案件が並び、インフルエンサーの応募体験に影響を与えていた。キャンペーン公開期間を最大 14日 間に短縮したことにより、インフルエンサーの応募体験が改善、活性化したことにより広告主の採用体験も向上した。



#### 日 割 り 計 算 の 終 了

プラン購入後キャンペーン公開の有無に限らず費用が発生、契約日によって日 割 り 計算にて料金を請求していたため料金形態が分かりにくかった。チケット購入ごとの請求に変更し日 割 り 計算をなくなり料金がわかりやすくなっただけでなく、顧客単価の増加、利用開始時期が平準化した。



#### 即時解約可能

月末日でない と 解約出来ない制度になっていたため、問い合わせが発生していた。いつでも解約の申請ができるようになったため、顧客のタイミングに合わせた柔軟な利用が可能になり、顧客満足度向上、社内のオペレーション工数削減に寄与した。

次に toridori base のプロダクトアップデート事例についてお話いたします。

toridori base ではエンジニア組織が日々プロダクトの改善に取り組んでおります。当四半期ではインフルエンサー側のユーザー体験向上のためにキャンペーンの掲載期間を最大 14 日間と適正な長さに短縮いたしました。これにより、toridori base のアプリ上にはアクティブなキャンペーンのみが表示されることになり、インフルエンサーの採用率が高まります。結果として広告主の採用体験も向上し、プラットフォーム全体の活性化を促すこととなります。

また、顧客側に関しましては、解約のフローを簡略化することでより柔軟な利用が可能になりました。

toridori base のプラットフォームとしての基本的な機能は完成していますが、今後も広告主の顧客体験の向上、インフルエンサーのユーザー体験の向上、当社の社内オペレーションの改善という 3つの観点で、追加機能開発やメニュー開発を継続し、プロダクトとしての価値を高めていきたいと考えております。

toridori base: 新メニュー SNS運用代行サービス「toridori likes」を開始



- ・ 23/12期の第1四半期より 初期費用7万円/月 額6万円〜で自社SNSアカウントを運用するサービスを開始
- ・ 既存サービスとのクロスセル&インフルエンサー投稿の価値向上を目指す



toridori base の新メニューである toridori likes についてご説明いたします。  
これは第1四半期の時にもご説明しましたが、今期より、SMBの方の自社SNSアカウントの運用を代行するサービスを開始しております。

いままで当社では、顧客に対しプラットフォームを介してインフルエンサーを起用し、SNS上での露出認知拡大の手段を提供しておりました。

ただ、消費者はSNSでものを知ってからSNSでより深堀をしたうえで商品購入をしますので、SNSではインフルエンサーによる露出だけでなく、ユーザーが自社のSNSで詳細に調査してきた時の対策も重要です。

当社がSNSアカウントの運用を支援することで、インフルエンサーの投稿をみて自社アカウントにきたユーザーの購買意欲の向上に繋げていければ、SMBのお客様に対して更なる付加価値を提供していけると考えております。

また、運用代行サービスと既存のキャスティングを組み合わせることでお客様のSNS対策の効果は高まると考えております。クロスセル商材として拡販することで、インフルエンサーマーケティング自体の価値向上にも繋がると考えております。

## その他サービス：定性的進捗状況



成果報酬型広告



商材要因により  
変動はあるが概ね順調

タイアップ広告



大手企業の広告費縮小など  
景況の影響を受け不調

その他

スリム化は順調に進行  
ミドルインフルエンサー  
での成功事例増

方針  
市場以上に成長  
PRの安全性を強化

- ✓ 独占案件の拡大
- ✓ TikTokインフルエンサーとの繋がり強化

方針  
市場以上に成長  
サービス領域・販売網拡大

- ✓ TikTok等ショート動画拡販
- ✓ 提案の幅を広げる
- ✓ 広告代理店への営業注カ

方針  
メガインフルエンサー  
支援事業スリム化

- ✓ マイクロインフルエンサー、ミドルインフルエンサーのアパレル領域に注カ

その他のサービスの進捗です。

toridori adは前提として商材要因により売上には多少の増減が起こりえます。当四半期は前年同期と同程度の着地となりました。引き続き市場以上の成長を目指しており、独占案件の増加やTikTokで活躍しているインフルエンサーとのつながりの強化を行っております。

toridori promotionについては不調でした

toridori adと同様市場以上の成長を目指しておりますが、大手企業の広告予算全体の縮小による影響を受ける形となりました。足もとではTikTokはじめショート動画の拡販に注力しております。

その他ジャンルでは、toridori madeというブランド運営サービス、toridori studioというプロダクション/YouTubeチャンネルのコンサルティングを行っておりますが、メガインフルエンサーに関連する支援事業についてはスリム化をする方針でした。当四半期までにスリム化は順調に進行しております。ミドルインフルエンサーのアパレルブランドで好事例も確認できており、上手く組織を合理化できております。

第2四半期(3ヶ月)、第2四半期累計(6ヶ月)ともに **営業利益の黒字化** を達成

単位：百万円

	2022年12月 期2Q (3ヶ月)		2023年12月 期2Q (3ヶ月)		前年増減	前年比	2022年12月 期2Q 累計 (6ヶ月)		2023年12月 期2Q 累計 (6ヶ月)		前年増減	前年比
	実績	売上総利益 比率	実績	売上総利益 比率			実績	売上総利益 比率	実績	売上総利益 比率		
取扱高 (総額売上)	1,340	-	1,583	-	+243	+18.2%	2,549	-	3,125	-	+576	+22.6%
売上高	455	-	791	-	+336	+73.8%	863	-	1,413	-	+550	+63.7%
売上総利益	421	100.0%	744	100.0%	+322	+76.4%	796	100.0%	1,328	100.0%	+531	+66.8%
販管費	590	139.9%	699	93.9%	+108	+18.4%	1,093	137.4%	1,288	97.0%	+194	+17.8%
人件費 /業務委託費	239	56.8%	258	34.7%	+18	+7.5%	460	57.8%	498	37.6%	+38	+8.4%
広告宣伝費 /販売促進費	141	33.4%	257	34.6%	+116	+82.8%	250	31.4%	451	34.0%	+201	+80.5%
その他費用	209	49.6%	183	24.6%	-26	-12.4%	383	48.1%	338	25.5%	-45	-11.8%
営業利益	-168	-39.9%	45	6.1%	+213	-	-297	-37.4%	39	2.9%	337	-
経常利益	-164	-38.8%	44	6.0%	+208	-	-293	-36.8%	38	2.9%	331	-
当期純利益	-162	-38.6%	44	5.9%	+206	-	-286	-36.0%	37	2.9%	324	-

以上の結果、第2四半期はこのような損益計算書となっております。  
当四半期については前年同期と比較して売上総利益は76.4%成長で3億2,300万円増の7億4,400万円としながら、販管費についてはプラス18.4%で1億900万円増の6億9,900万円にとどめることができました。その結果、営業利益は2億1,300万円改善し4,500万円の黒字という着地でした。

継続的な売上総利益の成長とともに **赤字幅を縮小**、当四半期で **黒字化** を達成

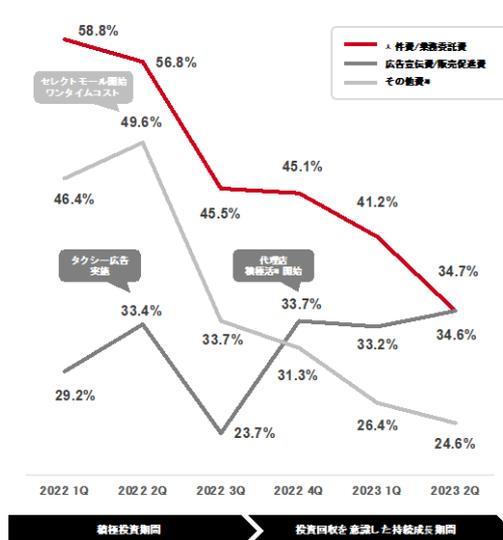
単位：百万円

	2022年12月 期1Q (3ヶ月)		2022年12月 期2Q (3ヶ月)		2022年12月 期3Q (3ヶ月)		2022年12月 期4Q (3ヶ月)		2023年12月 期1Q (3ヶ月)		2023年12月 期2Q (3ヶ月)	
	実績	売上総利益 比率										
取扱高 (総額売上)	1,209	-	1,340	-	1,504	-	1,687	-	1,541	-	1,583	-
売上高	408	-	455	-	580	-	610	-	622	-	791	-
売上総利益	374	100.0%	421	100.0%	516	100.0%	547	100.0%	583	100.0%	744	100.0%
販管費	503	134.5%	590	139.9%	556	103.0%	603	110.2%	589	100.9%	699	93.9%
人件費 /業務委託費	220	58.8%	239	56.8%	246	45.5%	247	45.1%	240	41.2%	258	34.7%
広告宣伝費 /販売促進費	109	29.2%	141	33.4%	128	23.7%	184	33.7%	194	33.2%	257	34.6%
その他費用	173	46.4%	209	49.6%	182	33.7%	171	31.3%	154	28.4%	183	24.6%
営業利益	-129	-34.5%	-168	-39.9%	-16	-3.0%	-56	-10.2%	-5	-0.9%	45	6.1%
経常利益	-129	-34.5%	-164	-38.8%	-40	-4.2%	-77	-14.1%	-6	-1.0%	44	6.0%
当期純利益	-123	-33.1%	-162	-38.6%	-198	-38.8%	-79	-14.5%	-6	-1.0%	44	5.9%

四半期ごとの損益計算書の推移に関しましては、こちらのスライドでご確認ください。

## 全社：販管費対売上総利益比率

toridori



### 人件費/業務委託費

- ✓ 人員増以上に売上総利益が伸長したため  
比率が改善

### 広告宣伝費/販売促進費

- ✓ 販売代理店経由での顧客獲得強化のため積極的に投下
- ✓ セールスマックス変化で比率高止まり

### その他費用

- ✓ 概ね固定費
- ✓ 売上総利益増&その他領域スリム化とともに比率が改善

これまでもお伝えしてきたとおり、プラットフォームとして初期的な機能開発や組織体制の構築に対する先行投資は上場前にある程度、整備することが出来たと考えています。

今期は投資回収を意識した持続成長期間へとシフトしており、toridori base の売上総利益拡大とともに収益性が改善して来ています。

費目別の特徴でいうと、広告宣伝費/販売促進費については toridori base の成長のために一定の比率コストを投下していきたいと考えております。toridori base の売上総利益が販売代理店の活用により想定以上に良いことからサービスのセールスマックスが変化しており、広告宣伝費/販売促進費の比率については高止まりしております。

人件費/業務委託費とその他費用についてはおおむね固定費ですので、固定費の増加以上に売上総利益が増加しているためコスト比率が良化しております。売上総利益に締めるトータル販管費の比率が下がった結果、当四半期において黒字となりました。

これらの点については、おおむね期初にお話した方針どおりであると考えています。

全社：2023年12月 期業績予想に対する進捗



- ・ 2023年12月 期より 高 成長と利益体質を維持し、通期黒字化を目指す



最後に、通期での業績予想に対する進捗をお伝えいたします。  
 当社は2023年12月期において、売上28億円、売上総利益26.4億円、営業利益1億円の黒字を見込んでおり、第2四半期ではグラフのような進捗となっております。  
 総じて、当第2四半期は業績予想の達成に向けて、順調にスタートをきることができました。

売上、売上総利益については、第2四半期時点で約半分までできております。  
 toridori baseの大幅な成長により、想定以上のペースで売上高・売上総利益が積み上がっております。営業利益に関しましては、サービスごとのセールスマックスが当初想定とは異なっていますが、第2四半期までの累計で39%までできており、概ね順調な進捗となっております。

引き続き通期での業績達成、及び継続的な高成長と利益体質の両立に向けて取り組んでまいります。  
 説明は以上です。