

2023年11月16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)

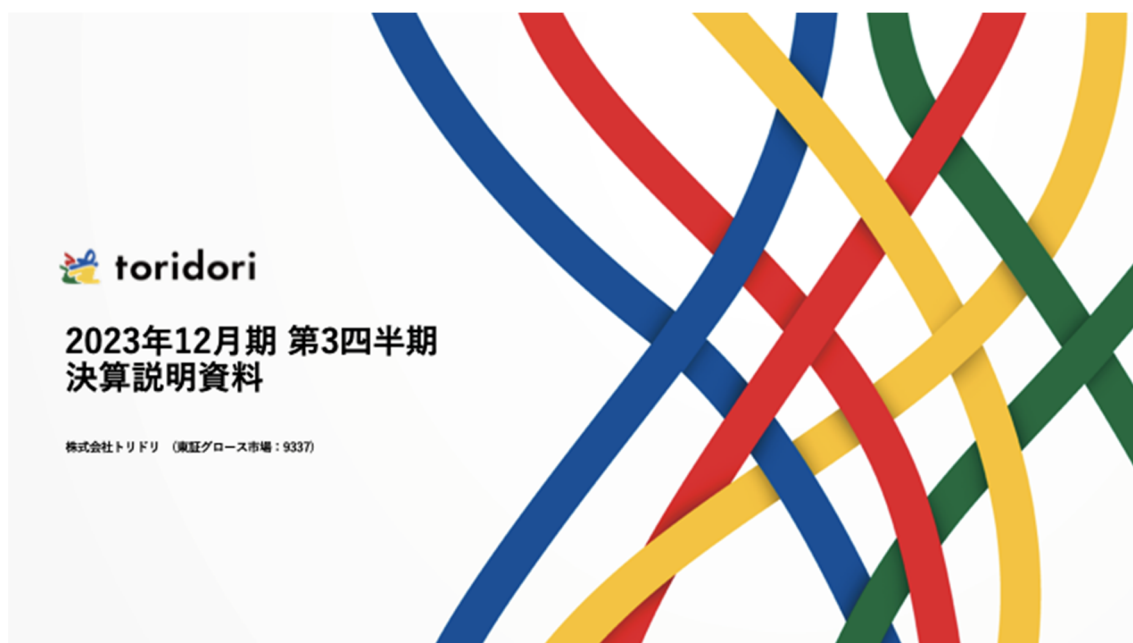
### 2023年12月期第3四半期決算説明動画と書き起こし公開のお知らせ

当社は、2023年12月期第3四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3四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3四半期決算説明動画](#)

2023年12月期 第3四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。



株式会社 toridori の代表取締役中山です。

本日はお忙しい中、お時間頂きありがとうございます。

株式会社トリドリの 2023 年度第 3 四半期の決算説明会を始めさせていただきます。

1. 2023年12月期第3四半期業績
2. 2023年12月期業績予想の修正
3. 会社概要
4. 事業環境

冒頭で第3四半期決算についてご説明いたします。

その後質疑応答をチャットで行いますので、ZoomのQ&A機能よりお送りいただけますと幸いです。質問は随時確認しておりますので、お送りいただけますと幸いです。

またアンケートについてもリンクをチャット欄に貼っておりますのでお手数ではございますがご回答いただけますと幸いです。


TOP ハイライト	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>四半期営業黒字</b> を継続</li> <li>● 進捗を鑑み<b>上方修正</b> を実施</li> </ul>
業績 & KPI	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全社売上総利益788百万円（前年同期比45.9%増）</li> <li>● 「toridori base」売上総利益510百万円（同157.2%増）</li> </ul>
TOPICS /定性情報	<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>● 2023/12期4QよりOverFlow社がグループジョイン マイクロインフルエンサー×大手企業向けプランニングのシナジーを期待</li> </ul>

最初に四半期ハイライトをお伝えします。

第3四半期の業績は非常に好調であったと考えております。四半期営業黒字を継続しており、トップラインも高成長を維持することができました。この好調な進捗を鑑みて上方修正を実施いたしました。

第3四半期の全社売上総利益は7億8,800万円、前年同四半期比で、45.9%増となりました。特にtoridori baseの売上総利益が5億1,000万円と、前年同四半期比157.2%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。また、第4四半期よりOverFlow社がグループジョインしております。マイクロインフルエンサーと大手企業向けプランニングのシナジーを期待しております。



**1. 2023年12月期第3四半期業績**

2. 2023年12月期業績予想の修正

3. 会社概要

4. 事業環境

第3四半期の業績をご説明いたします。

2023年12月期第3四半期 全社業績

### 四半期黒字を継続



2023年12月期第3四半期 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



全社の業績サマリーからお伝えします。

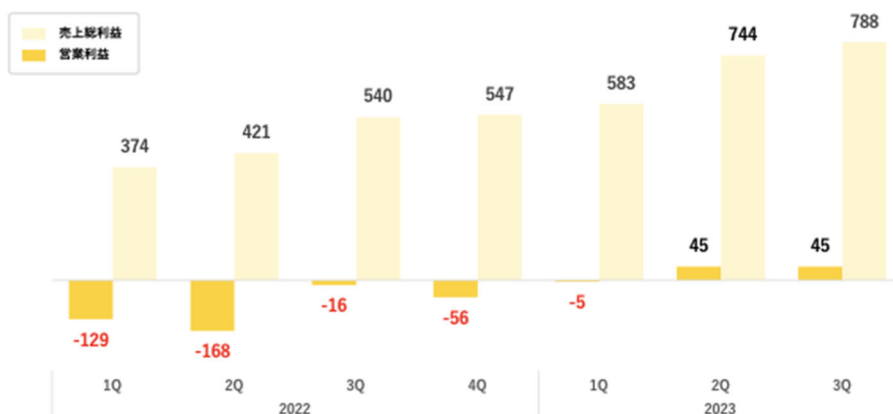
先ほどお伝えいたしました通り、第3四半期での売上総利益は7億8,800万円、前年同四半期比で、45.9%増となりました。累計の売上総利益については21億1600万円となり前年同期比58.4%増でした。

営業利益について、第3四半期は4,500万円の黒字となり、前四半期に引き続き黒字を継続しております。結果、累計では8,400万円の黒字となり、堅調に推移しました。

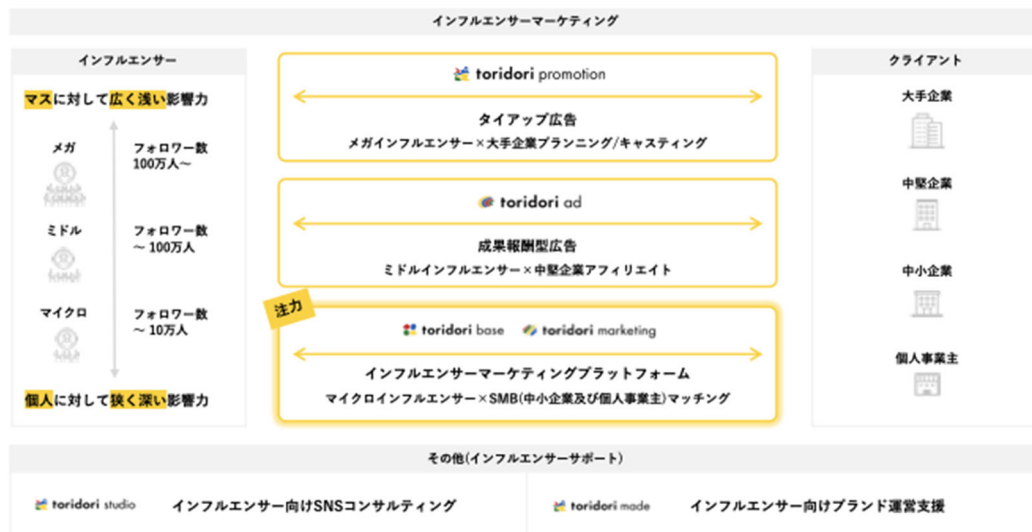
注力しているtoridori baseの第3四半期の結果は、売上総利益5億1,000万円、顧客数は5,018社でした。引き続き販売代理店経由での顧客獲得が好調であり、大幅な成長をしております。

## 売上総利益の高成長とともに黒字を継続

単位：百万円



四半期ごとの業績の推移で見て頂きますと、当第3四半期において、売上総利益は全社で7億8,800万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。第2四半期で達成した黒字での運営体制を維持しつつ、売上総利益を増加させることができいております。



当社のサービスを簡単に説明させていただきますと、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。

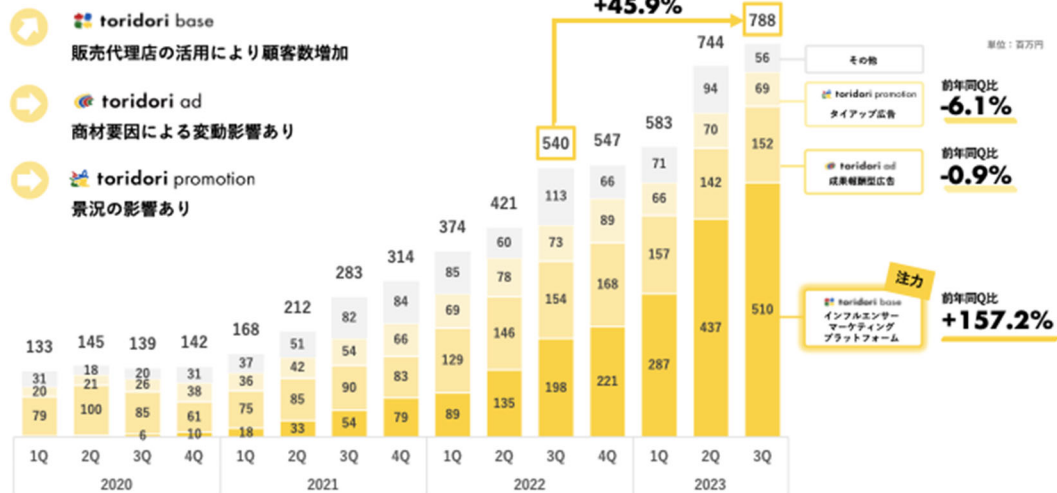
上から下に行くにつれて、インフルエンサーはメガから、よりマイクロへ、広告主の規模も大手企業から、より SMB へと ロングテールを支援するサービスとなっています。

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

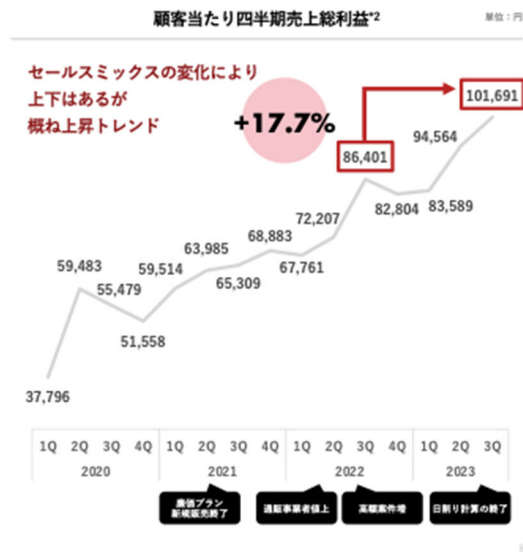


\*2023年12月期決算発表、2022年12月期決算発表の修正値

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 5 億 1000 万円で前年同四半期比 157.2%増と力強く成長し、第 2 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 割を超える状況へとセールスマックスが変化しております。

## 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いております。

特に顧客数は販売代理店の活用により大幅に増加させることができしており、当四半期において 5,018 社、前年同期比 118.5% 増という結果でした。

顧客当たり四半期売上総利益については、約 10 万 1,000 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。

前四半期に続いて第3四半期（3ヶ月）、第3四半期累計（9ヶ月）ともに **黒字** を達成

単位：百万円

	2022年12月期3Q (3ヶ月)		2023年12月期3Q (3ヶ月)		前年増減	前年比	2022年12月期3Q累計 (9ヶ月)		2023年12月期3Q累計 (9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 (総売上)	1,504	-	1,722	-	+217	+14.5%	4,053	-	4,847	-	+794	+19.6%
売上高	580	-	807	-	+227	+39.2%	1,444	-	2,221	-	+777	+53.8%
売上総利益	540	100.0%	788	100.0%	+248	+45.9%	1,336	100.0%	2,116	100.0%	+780	+58.4%
販管費	556	103.0%	743	94.3%	+186	+33.4%	1,650	123.5%	2,031	96.0%	+380	+23.1%
人件費 /業務委託費	246	45.5%	249	31.6%	+3	+1.4%	706	52.8%	748	35.4%	+41	+5.9%
広告宣伝費 /販売促進費	128	23.7%	331	42.1%	+203	+158.8%	378	28.3%	783	37.0%	+405	+107.0%
その他費用	182	33.7%	161	20.5%	-20	-11.4%	565	42.3%	499	23.6%	-66	-11.7%
営業利益	-16	-3.0%	45	5.7%	+61	-	-314	-23.5%	84	4.0%	+399	-
経常利益	-22	-4.2%	42	5.4%	+65	-	-316	-23.6%	81	3.8%	+397	-
当期純利益	-198	-36.8%	42	5.4%	+241	-	-485	-36.3%	80	3.8%	+566	-

第3四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45.9%成長で2億4,800万円増の7億8,800万円としながら、販管費についてはプラス33.4%で1億8600万円増の7億4,300万円となりました。その結果、営業利益は6,100万円改善し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 **黒字化を達成&継続**

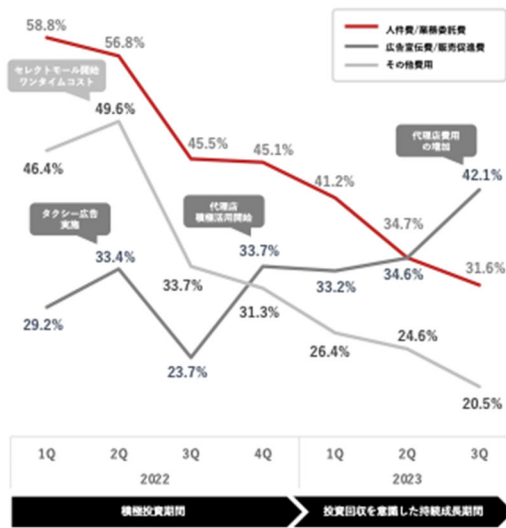
単位：百万円

	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)		2023年12月期3Q (3ヶ月)	
	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	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 (総売上)	1,209	-	1,340	-	1,504	-	1,687	-	1,541	-	1,583	-	1,722	-
売上高	408	-	455	-	580	-	610	-	622	-	791	-	807	-
売上総利益	374	100.0%	421	100.0%	540	100.0%	547	100.0%	583	100.0%	744	100.0%	788	100.0%
販管費	503	134.5%	590	139.9%	556	103.0%	603	110.2%	589	100.9%	699	93.9%	743	94.3%
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%	249	31.6%
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%	331	42.1%
その他費用	173	46.4%	209	49.6%	182	33.7%	171	31.3%	154	26.4%	183	24.6%	161	20.5%
営業利益	-129	-34.5%	-168	-39.9%	-16	-3.0%	-56	-10.2%	-5	-0.9%	45	6.1%	45	5.7%
経常利益	-129	-34.5%	-164	-38.8%	-22	-4.2%	-77	-14.1%	-6	-1.0%	44	6.0%	42	5.4%
当期純利益	-123	-33.1%	-162	-38.6%	-198	-36.8%	-79	-14.5%	-6	-1.0%	44	5.9%	42	5.4%

10

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



### 人件費/業務委託費

比率  
 ✓ 人員増以上に売上総利益が伸長したため比率は改善

### 広告宣伝費/販売促進費

比率  
 ✓ セールスマックスの変化及びtoridori base代理店コストの一時的な増加により比率は上昇

### その他費用

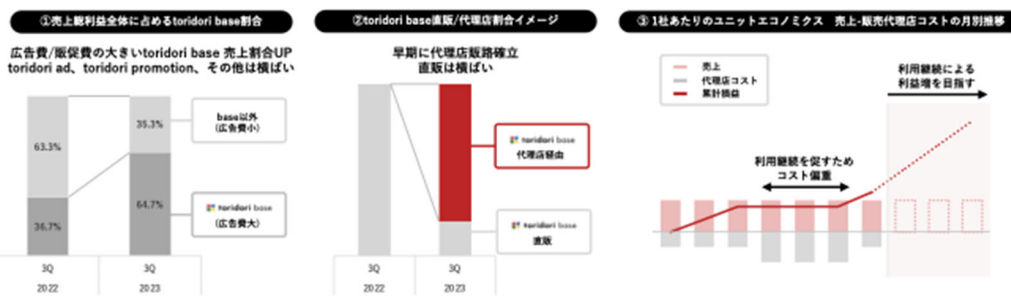
比率  
 ✓ 概ね固定費  
 ✓ 売上総利益増&その他領域スリム化とともに比率は改善

続いてコスト構造についてお話しします。

グラフのように売上総利益に対する各コストの比率で見ると、人件費/業務委託費とその他費用については概ね固定費であり、売上総利益の増加とともに改善傾向にあります。広告宣伝費/販売促進費については増加傾向にあります。詳細は次のページでお伝えします。

売上/利益額が想定以上に好調 ➡ 売上/利益の上方修正を実施

<b>Good</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>想定以上に早期でのtoridori baseの代理店販路を確立</li> <li>toridori baseの顧客数の増加&amp;顧客当たり売上総利益の増加</li> </ul>
<b>Bad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>広告費/販売促進費比率の上昇</li> </ul> <div style="border-left: 1px solid black; padding-left: 5px; margin-left: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>要因① toridori ad, toridori promotion, その他売上がおおむね横ばい推移</li> <li>要因② toridori baseの直販が横ばいにつき、代理店経由割合が増加</li> <li>要因③ 利用継続を促すためコスト偏重期間があるため代理店コストが一時的に増加</li> </ul> </div>



第3四半期までの進捗の振り返りについてお話しします。

第3四半期までの評価としては売上と営業利益が想定以上に好調であったと考えております。好調な進捗をうけて今回、通期業績予想の上方修正をいたしました。

特に良かった点としては想定以上に早く toridori base の代理店販路を確立できたことです。それにより顧客数が増加しております。また、顧客当たり四半期売上総利益も増加傾向にあります。

一方で改善点としては広告宣伝費/販売促進費の売上総利益に占める比率が上がっている点です。こちらの要因は、3点ありますので、少し複雑ですが、ひとつずつ説明していきます。

1点目は、売上総利益全体に占める toridori base の割合が上がったことが要因です。

左下のグラフにあるとおり toridori base が好調である一方で、toridori base 以外の toridori ad、toridori promotion、その他の売上の成長が横ばいのため、売上総利益に占める toridori base の割合が増加しております。toridori base 以外の売上は広告費/販売促進費がほとんどかかりませんが、toridori base は広告費をある程度必要とするため、全体に占める広告費/販売促進費の割合が上がっています。

2点目は、toridori base の中でも相対的に広告宣伝費/販売促進費が多くかかる代理店経由での獲得が増えていることが上げられます。

下段真ん中のグラフにあるとおり、昨年までは、ほぼ直販で販売してまいりましたが、今期は代理店販路の確立に注力したため、代理店経由が大半を締める状況に変化いたしました。いずれも一定の広告費/販売促進費をかけながら顧客獲得をしていますが、代理店経由の方が獲得単価は高くなります。

最後3点目は、販売代理店への支払モデルが要因となっています。

顧客の長期利用を促すため、販売代理店に対するコストが一時的に大きい期間が存在しております。右下のグラフにあるとおり、1社あたりの月別のユニットエコノミクスを見て頂くと、顧客の利用が4か月目から6か月目に差し掛かると、1か月目から3ヶ月目よりも多くの代理店コストを支払うモデルとなっております。

当第3四半期では、第2四半期で獲得した多くの顧客が4ヶ月目~6ヶ月目に差し掛かったことにより、足元では一時的に代理店コストが高騰しています。

ただ、これは良い流れだと捉えておりまして、代理店経由の顧客の継続利用の兆候を示していると考えています。7か月からは代理店コストが急激に下がり、特に8か月目以降はエコノミクスが大きく改善します。

来年以降は一時的なコスト増の影響は落ち着き、自然と広告費/販売促進費率は下がっていくと考えております。さらに利用継続による利益増も目指していきます。

- ・ 規模拡大とともに収益性の改善を行い、来期以降も高成長&増益を実現する

今後のアクション		見込まれる効果
toridori base 代理店経由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 代理店との関係強化により代理店経由での獲得強化</li> <li>・ 現状の利用月数とコスト構造を勘案すると、今のペースの維持で収益性は上がる見込み</li> <li>・ 更なるユニットエコノミクス改善に取り組む</li> </ul>	<p><b>規模拡大とともに 収益性の改善</b></p> <p>売上総利益</p> <p>広告宣伝費/販売促進費比率</p>
toridori base 直販	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大手企業とのアライアンス強化</li> <li>・ 潜在層へのアプローチ</li> <li>・ SNS運用代行サービス「toridori likes」の販売強化</li> </ul>	
大手企業向け サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ OverFlow社のグループジョインを起点に大手企業向けプランニング強化</li> <li>・ toridori baseのパッケージ販売/ad/promotion領域の売上総利益増と利益率改善</li> <li>・ 黒字の範囲内で企画/プランニング人員に投資</li> </ul>	

13

今後の方針として規模拡大とともに収益性の更なる改善を目指してまいります。

まず、toridori base の代理店経由の販売ですが、引き続き規模拡大路線を継続します。現状の利用月数とコスト構造を勘案すると今のペースを維持できれば収益性は改善すると考えておりますが、更なるユニットエコノミクスの改善にも取り組んで参ります。

toridori base の直販については、大手企業とのアライアンス強化や、現状潜在顧客層への販路拡大、SNS 運用代行サービス「toridori likes」の販売強化など、販売経路を多岐化させながら、獲得単価の低い直販チャンネルも拡大を目指します。

また、大手企業向けのサービスである、toridori base のエンタープライズ向けプラン、toridori ad/promotion 領域についても OverFlow 社のジョインを起点に、インフルエンサー起用・SNS 戦略立案を強みとしたプランニング、コンサルティングの領域で規模拡大を目指してまいります。広告費のかからない売上領域も伸ばして行きたいと考えています。

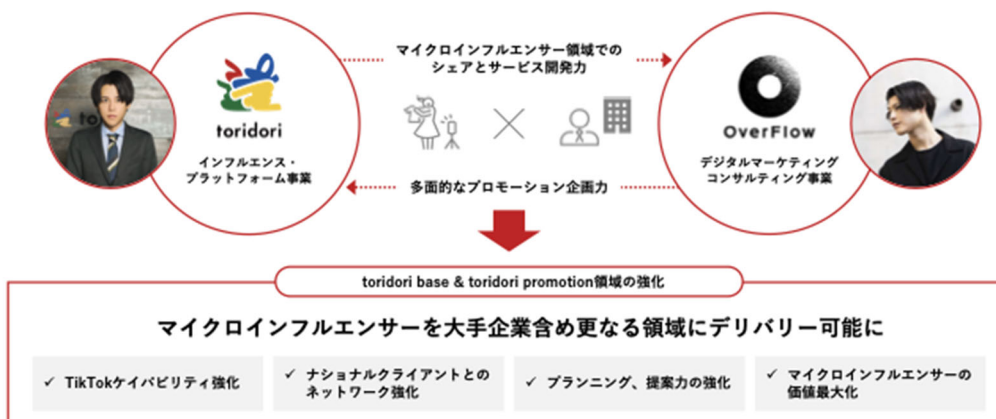
こうしたアクションを行うことで売上総利益の増加とともに広告宣伝費/販売促進費の売上総利益に対する比率の良化を実現してまいります。



## Topics : OverFlow社のグループジョイン



- 企画力に強みを持つ総合代理店OverFlow社がグループジョイン
- OverFlow社の株式51%を取得し子会社化、4Qより連結範囲に含める
- マイクロインフルエンサー×大手企業領域、大手企業へのプランニング領域でのシナジーを期待



14

直近の Topics として OverFlow 社のグループジョインについてお話いたします。

2023 年 10 月より総合代理店 OverFlow 社が連結子会社となりました。トリドリは OverFlow 社の株式 51%を取得し、第 4 四半期より連結範囲に含めることとなります。

OverFlow 社は企画力/提案力に強みを持ち、TikTok にも強い会社です。

すでに大手企業のアカウントも多数持っており、トリドリの強みとするマイクロインフルエンサーとのつながりやサービス開発力を生かし、大手企業へのプランニング・プロモーションの領域でのシナジーを期待しております。

## Topics：ステルスマーケティング規制への取り組み



- ・ 2023年10月よりステルスマーケティング規制が開始
- ・ 当社は規制の開始以前より自社独自のガイドラインを策定し体制を整備しているため現時点での業績への影響は軽微
- ・ インフルエンサー向けに勉強会を実施するなど啓発活動を引き続き行う

規制に対する勉強会 / メディア掲載	トリドリの対応方針
<p>▼メディア向け勉強会</p>  <p>▼インフルエンサー向け勉強会・WS</p> 	<p>✓ <b>有資格者による審査</b> インフルエンサー募集キャンペーン掲載にあたり、各種法令に違反しないか審査を行う</p>
<p>掲載メディア</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ NHK NEWS おはよう日本 / NHK ニュースウォッチ9 / NHK NEWS WEB</li><li>・ 日本経済新聞</li><li>・ テレビ東京 WBS(ワールドビジネスサテライト) その他多数メディア掲載</li></ul>	<p>✓ <b>インフルエンサーPR投稿管理</b> 専門部署が一定数・一定期間で、実施されたPR投稿の内容を確認</p>
	<p>✓ <b>システムによる制御</b> toridori baseについては、ガイドラインに沿った投稿以外できない仕組み</p>

15

続いてステルスマーケティング規制への取り組みについてお伝えいたします。

2023年10月より消費者庁によるステルスマーケティングへの規制が開始されました。トリドリでは規制の開始以前より自社独自の広告ガイドラインを策定し、誇大広告や優良誤認表示を防ぐための体制を整備しており、規制による現時点での業績への影響は軽微であると考えております。

また、インフルエンサーに対して勉強会を開催するなど啓発活動を行っており、当社の取り組みが各種メディアに掲載されるなど世の中の注目を集めております。

インフルエンサーは新しい発見、価値ある情報等を、信頼性を担保しながら高いコンテンツ制作力で発信する存在です。インフルエンサーの投稿は”PR”、すなわち企業から発信だとしても消費者にとって有用であり、消費者を動かす力があります。

だからこそ、インフルエンサーによるPRは虚偽や誇大表現を排除し、広告であることを明記したうえで、彼らなりの視点・切り口で届けるものであるべきです。そういったインフルエンサーによるPRを広告主、ないし消費者に届ける立場であるトリドリの役割は非常に重要であると考えております。

今回の規制では、その規制対象者は広告主とされていますが、当社としては地道ながら啓発活動を継続し、インフルエンサーによるPR活動のあるべき姿をステークホルダーの皆様と共に作り上げていきたいと考えております。

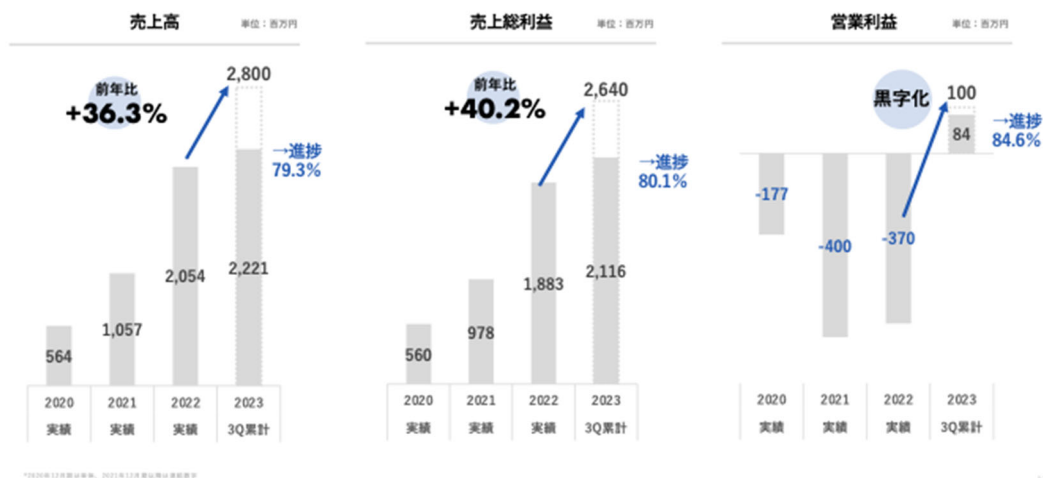
1. 2023年12月期第3四半期業績
- 2. 2023年12月期業績予想の修正**
3. 会社概要
4. 事業環境

続いて2023年12月期の業績予想の修正についてお話いたします。

全社：当初業績予想に対する3Q進捗



- ・ 2023年2月に発表した業績予想に対して順調に推移
- ・ 当初掲げた高成長&黒字化の両立については通期での達成確度が高い



2023年12月期において、当初、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ましたが、順調に推移した結果、第3四半期累計ではグラフのように売上、利益ともに80%近い進捗となりました。

- ・ toridori baseの好調に伴い、売上/利益ともに上方修正
- ・ 4Qについては進捗を鑑み、成長加速のための先行投資の可能性も検討

	2023年12月期 前回発表予想		2023年12月期 今回修正予想		増減額 (百万円)	増減率
	金額 (百万円)	売上総利益比率	金額 (百万円)	売上総利益比率		
売上高	2,800	-	3,150	-	+350	+12.5%
売上総利益	2,640	100.0%	3,000	100.0%	+360	+13.6%
営業利益	100	3.7%	115	3.8%	+15	+15.0%
経常利益	84	3.1%	105	3.5%	+21	+25.0%
当期純利益	80	3.0%	95	3.1%	+15	+18.8%

18

従前の計画に対し進捗が好調であることから第3四半期において業績の上方修正を実施いたしました。今回の計画では売上31億5,000万円、売上総利益30億円、営業利益1億1,500万円、経常利益1億500万円、当期利益9,500万円と各段階利益において上方修正をおこないました。主には toridori base の好調による売上利益の増加を反映しております。

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。

足元では来期、よりジャンプアップする計画を進めており、黒字の範囲内での投資も検討しております。経営チーム一丸となり、期待に応えられるように努力してまいります。

説明は以上です。