



2025 年 5 月 23 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)

2025 年 12 月期第 1 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、2025 年 12 月期第 1 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。

2025 年 12 月期 第 1 四半期決算説明動画については下記をご確認ください。
<https://youtu.be/1CmQAvsSxjk>

2025 年 12 月期 第 1 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。



2025年12月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社トリドリ (東証グロース市場：9337)

株式会社トリドリの代表取締役役中山です。

本日はお忙しい中、お時間をいただきありがとうございます。

それでは、株式会社トリドリの 2025 年度第 1 四半期、決算説明会を始めさせていただきます。

1. 2025年12月期 第1四半期業績

Appendix1. 会社概要

Appendix2. 事業環境

はじめに、2025 年度第 1 四半期の業績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。

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、お手数ですが、ご回答いただけますと幸いです。

1. 2025年12月期 第1四半期業績

Appendix1. 会社概要

Appendix2. 事業環境

それでは、第1四半期の業績の説明に入ります。

営業利益、営業利益率ともにYoYで大幅改善
各種KPIも安定して成長



3

まずは、第1四半期業績のサマリーをお伝えいたします。

第1四半期業績は、前年同期に引き続き安定的な成長を遂げることができたと考えております。

営業利益は前期比5000万円の成長を達成し、営業利益率は8.9%と改善しております。

売上総利益は10.3億円で、前年同期比で1.6億円増の成長を達成しています。

またKPIである、toridori baseの利用顧客数、及び登録インフルエンサー数も順調に伸長（しんちょう）しており、それぞれ利用顧客数は7305社と前期比で+1291社、登録インフルエンサー数は7万4000人と前期比で+9679人となりました。

2025年12月期
第1四半期業績

- 売上・利益ともに計画通りに進捗。下期偏重の成長見通しに変更なし
- 売上総利益：1,026百万円（前期比+18.1%）
- 営業利益：94百万円（前期比+119.5%）

プロダクト領域

- 12カ月の販売比率が好調に推移
- 代理店専用の販売プランの値上げを実施

マーケティング
パートナー領域

- toridori adの売上が好調。M&A後のniks社のPMIを着実に実行し増収
- 当初想定通り、toridori madeは季節性の影響によりQoQで減収

4

続いて、第1四半期のトピックスについてです。

繰り返しではございますが、売上総利益・営業利益については順調に成長しております。

また、売上・利益ともに計画通りに進捗しており、下期偏重の業績成長見通しにも変更はございません。

領域別では、プロダクト領域において12ヶ月プランの販売比率が好調に推移し、将来の売上のさらなる積み上げにも成功しております。

マーケティングパートナー領域ではM&A後のniks社のPMIを着実に実行し、toridori adの売上も増収で着地いたしました。

一方で、toridori madeについては、季節性の影響によりQoQで減収しておりますが、事前に想定していた範囲での減収でございます。

全社：第1四半期連結業績



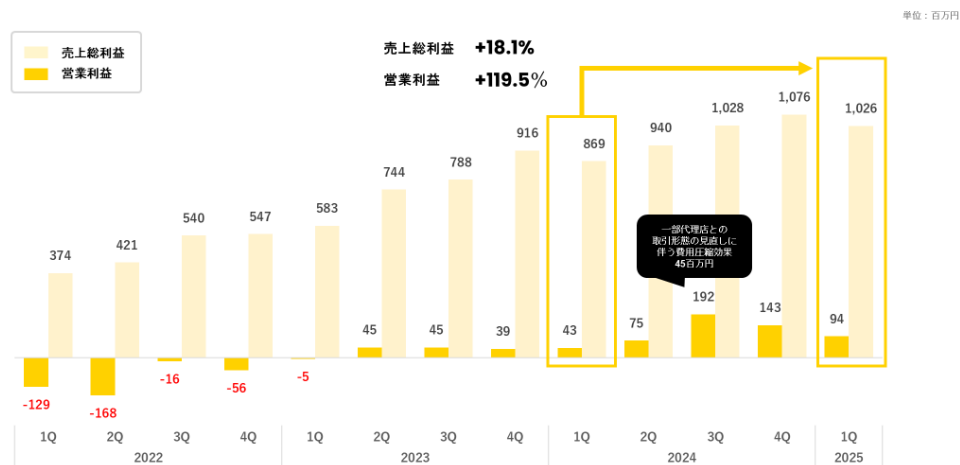
単位：百万円

	2024年1Q 実績	2025年1Q 実績	前年 増減額	前年 増減率
売上高	▶ 955	1,067	+111	+11.7%
売上総利益	▶ 869	1,026	+157	+18.1%
営業利益	▶ 43	94	+51	+119.5%
経常利益	▶ 40	109	+68	+170.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	▶ 36	63	+27	+73.6%

5

続いて、第1四半期連結業績についてはスライドに記載の通りでございます。
 こちらはお手すきの際にご確認頂けますと幸いです。

売上総利益の成長に伴い、営業利益が前年同期比で大きく成長



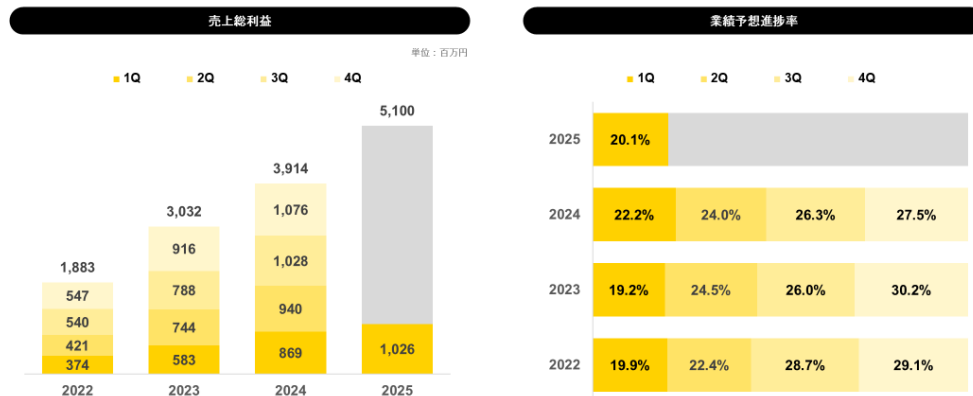
続いて、四半期ごとの業績の推移についてです。

季節性要因によって QoQ では減収となりましたが、昨年の 1Q と比較すると売上総利益・営業利益ともに伸長しており、増収増益を達成しております。特に営業利益は昨年から大きく伸長しており、ベースの利益水準が一段上がったのを見て頂ければと思います。

全社：業績予想に対する進捗率



- ・ 当社グループの業績は成長トレンドにあるため、売上総利益の積み上がりは下期偏重の傾向にある
- ・ 進行期の業績予想も同様に下期偏重を想定しており、第 1 四半期を終えた時点での進捗率は想定通りである
- ・ toridori baseの12カ月プランの販売成果が業績に反映され始める第 2 四半期以降にさらなる成長の加速を見込んでいる



続いて、業績予想に対する進捗状況についてご説明いたします。

グループの業績については成長トレンドのため、下期にかけて売上総利益が積み上がってまいります。

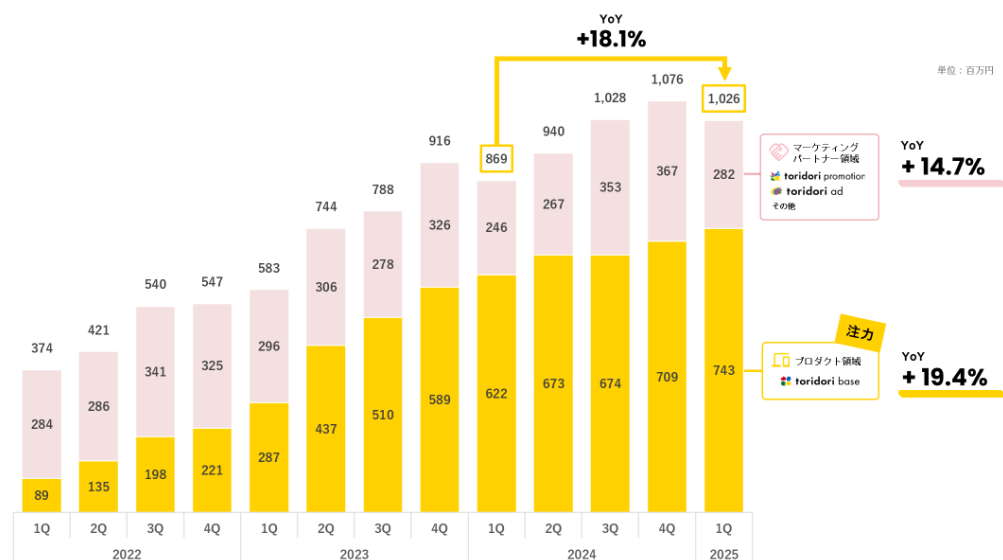
今年度もその傾向に変更はなく、下期偏重の進捗を想定しており、第 1 四半期を終えた段階での進捗率は、想定範囲内で着地いたしました。

特に、主力サービスである「toridori base」の 12 カ月プランについては、第 2 四半期以降から本格的に成果が業績に反映される見込みです。

その結果、今後はさらに売上総利益の成長が加速すると考えております。

また、構造上、営業利益は売上総利益以上に下期偏重になる点も補足させていただきます。当社のビジネスモデルの特性上、販管費は広告宣伝費/販売促進費を除き概ね固定費となります。加えて、前期末にお伝えしている中計に向けた計画投資以外の大きな追加投資は予定しておらず、コストコントロールも機能していることから、この先の販管費の伸び率は売上総利益の伸び率以下に留まってくる想定です。後半のクォーターにかけて営業利益が大きく出てくる構造となっていますので、1Q の利益進捗が低いことは業績予想の達成の観点で問題はないことをご理解頂ければと思います。

全社：四半期売上総利益推移（領域別）



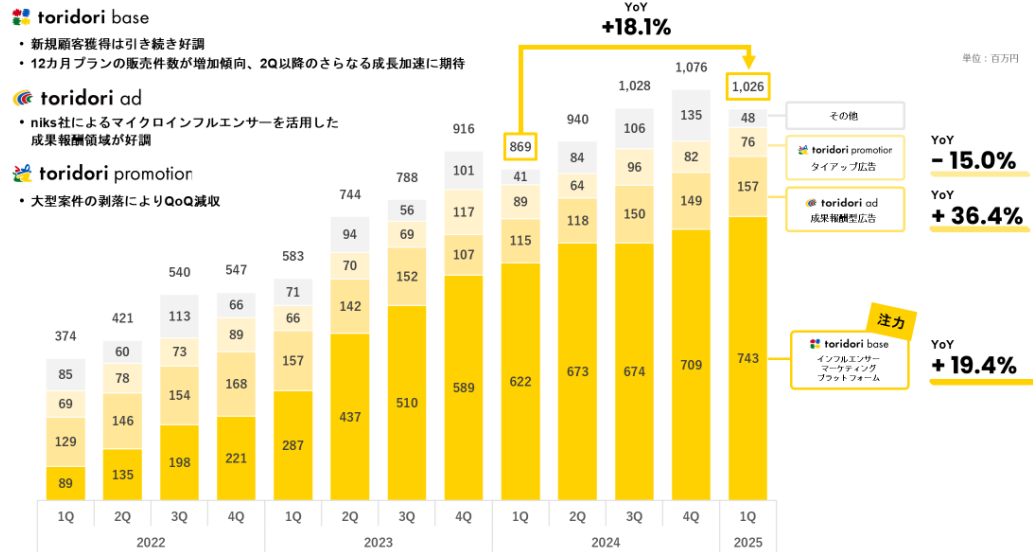
次に、当社のサービス領域別の売上総利益の推移をご紹介します。

特に注力しているプロダクト領域では、7 億 4300 万円と、YoY で 19.4%増となりました。
引き続き、全社の成長を力強くリードする形となっています。

マーケティングパートナー領域では、2 億 8,200 万円と、YoY で 14.7%増となっております。

全社：売上総利益四半期推移（サービス別）

toridori



続いてサービス別売上総利益の推移です。

繰り返しになりますが、toridori base が 7 億 4300 万円で、YoY で 19.4%増で成長し、引き続き全社の成長をリードしております。

また、2024 年度下期から注力している長期プランの販売は好調に推移しており、第 2 四半期以降から本格的に成果が業績に反映される見込みです。

成果報酬型広告の toridori ad については 1 億 5700 万円で、YoY36.4%で着地いたしました。niks 社におけるマイクロインフルエンサーを活用した成果報酬広告が好調でございました。

タイアップ広告の toridori promotion については 7600 万円で、YoY-15.0%で着地となりました。大型の案件の剥落（はくらく）が主な減収要因となっています。

toridori base : KPI



顧客数^{*1}

単位：社

2024年2Qに獲得した顧客の解約が発生し、契約純増数は一時的に鈍化。
2025年2Qより12カ月プランの効果が顧客数の増加として顕在化する見通し。
中期経営計画に掲げた利用事業者数の目標に向けた進捗も、
今後加速する見込み。

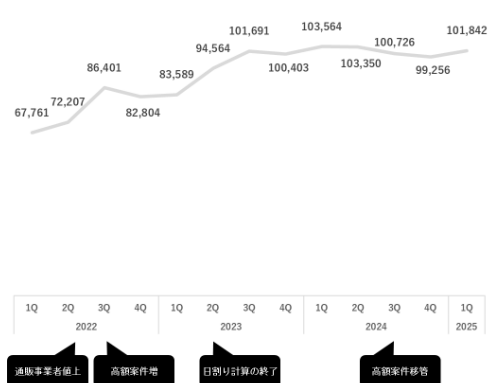


^{*1}当期中間において、当社社員として当社からの顧客対象となった顧客の数。
^{*2}当期中間における売上総利益を顧客数で割ることによる算出。

顧客当たり四半期売上総利益^{*2}

単位：円

10万円前後のトレンドを維持しつつ上昇基調に。
代理店メニューの値上げにより顧客単価が向上。



10

続いて、toridori base の KPI についてご説明いたします。

まず顧客数についてですが、2024 年の第 2 四半期に顧客獲得が非常に好調だった反動で、今期にその一部に解約が発生しております。

特に当時は 6 カ月契約が中心だったため、契約満了に伴う一定の解約が想定されていたもので、純増ペースが一時的に鈍化した形です。

ただし、2025 年の第 2 四半期以降は、12 カ月プランの導入効果が顧客数の増加として本格的に顕在化してくる見通しです。

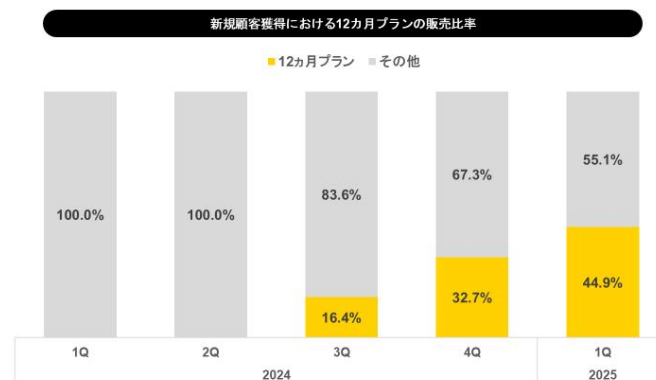
次に顧客単価については、10 万円前後の水準を維持しながらも、全体として上昇傾向にあります。

特に、代理店メニューの価格改定が寄与（きよ）し、顧客単価の底上げが進んでいる状況です。

toridori base : 12カ月プランの販売進捗



- ・ 2024年第3四半期より取り組みを開始した12カ月プランの販売実績が好調。
- ・ これまで販売の中心となっていた6カ月プランと比較して、LTVの大幅な向上を見込んでいる。
- ・ 新規顧客の獲得数を低下させることなく、12カ月プランの販売比率の増加を実現することができている。
- ・ 将来的な顧客数の積み上がり、それに伴う収益の安定的な拡大に寄与すると想定。
- ・ プロダクトの強化、およびCS組織の拡充によるサポート体制の強化も進行中。



11

次に、toridori base における 12 カ月プランの販売進捗についてご説明いたします。

この 12 カ月プランは、2024 年の第 3 四半期から本格的に販売を開始いたしましたが、現在までのところ想定を上回るペースで好調に推移しています。

これまでは 6 カ月プランが主力でしたが、12 カ月プランに切り替えることで、顧客 LTV の大幅な向上が見込まれています。

また、新規顧客の獲得数を落とすことなく、12 カ月プランの販売比率を着実に増やすことができおり、これが今後の顧客数の積み上がり、さらには収益の安定的な拡大につながっていくと考えております。

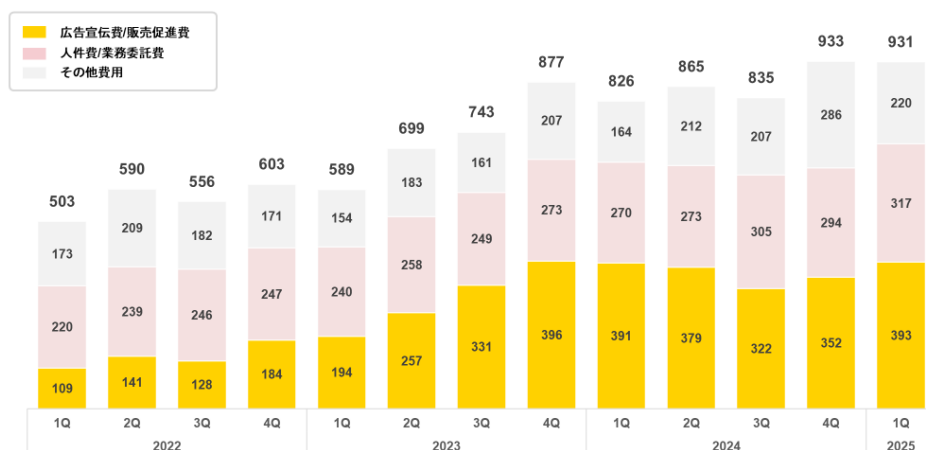
あわせて、プロダクトの継続的なアップデートと、カスタマーサクセス組織の拡充を進めており、中長期的な顧客満足度の向上と定着率の強化を目指しています。

全社：販管費四半期推移



- ・ トリドリIS社のグループイン以降、広告宣伝費及び販売促進費は改善した水準で推移。
- ・ 中計達成に向け、プロダクト領域/データベース領域の強化を目的とした開発組織への投資を実行、人件費及び業務委託費が増加。
- ・ toridori madeの季節性による売上減少に伴い変動費が減少、その他費用の減少に影響。

単位：百万円



12

最後に販管費の四半期推移についてご説明いたします。

まず、トリドリ IS 社のグループイン以降、広告宣伝費および販売促進費は、安定的かつ改善した水準で推移しております。

一方で、中期経営計画の達成に向けた戦略的な取り組みとして、プロダクト領域やデータベース領域の強化を目的とした開発組織への投資を進めており、それに伴って人件費や業務委託費は増加しています。

また、toridori made では、季節要因による売上減少により、連動する変動費が減少し、その他費用の減少に影響しました。

説明は以上となります。

引き続き、Q&A パートに移りたいと思います。

～QA 対応終了後～

今後も四半期決算を通じて進捗をご報告をさせて頂ければと思っておりますので、
引き続きご支援の程何卒よろしくお願いいたします。

本日はお時間いただきありがとうございました。