

決算説明資料

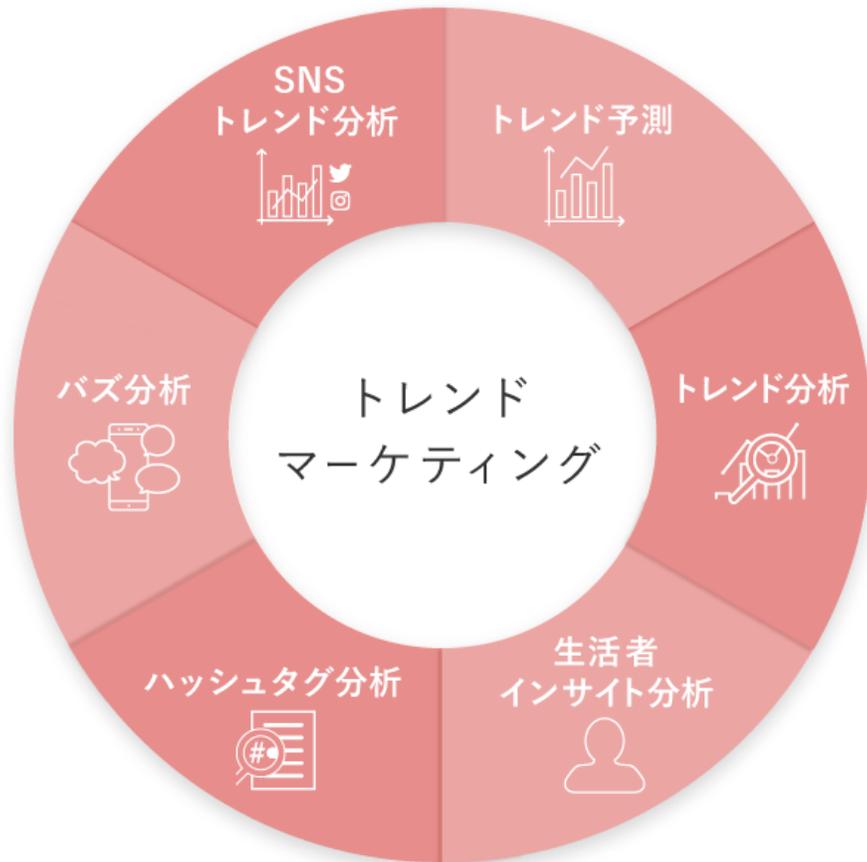
2022年3月期第3四半期



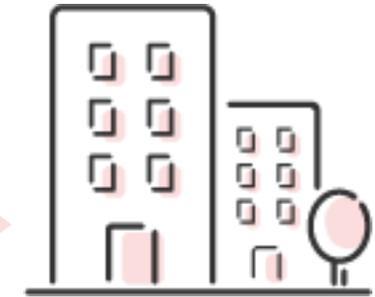
トレンドーズのミッション



トレンドを捉え、新しい時代を創る



トレンドを捉えた
マーケティングソリューションの提供



クライアント企業

トレンドを捉えた
情報コンテンツ提供・製品販売



生活者

トレンドーズの経営方針

1. 生活者及び市場のトレンドを捉えた事業展開により、社会に新しい価値を創出する。
2. 中長期にわたり継続的に成長し続ける事業・組織作りを目指す。
3. 株主価値の最大化を常に優先課題と捉え、積極的かつ安定的な株主還元を実施する。
4. フレキシブルな働き方の促進と多様性を重視した組織運営により、D&I (ダイバーシティ & インクルージョン)の先進企業を目指す。

トレンドーズグループの事業領域

「マーケティング事業」「インベストメント事業」の2つの事業を展開

The logo for Trenders, featuring the word "Trenders" in a bold, red, sans-serif font. A red curved arrow starts under the 'e' and points upwards and to the right.

トレンドーズ株式会社

The logo for MIMI, featuring a stylized pink flower-like icon to the left of the word "MIMI" in a pink, sans-serif font.

株式会社MimiTV

マーケティング
事業

マーケティングソリューション

美容・食カテゴリーを中心としたクライアント企業に向けた
SNS・デジタル領域のプロモーション支援

ブランド・メディア開発

韓国コスメ (XOUL) の輸入販売、
クリエイターマッチングプラットフォーム (たいあっぷ) の運営等

インベストメント
事業

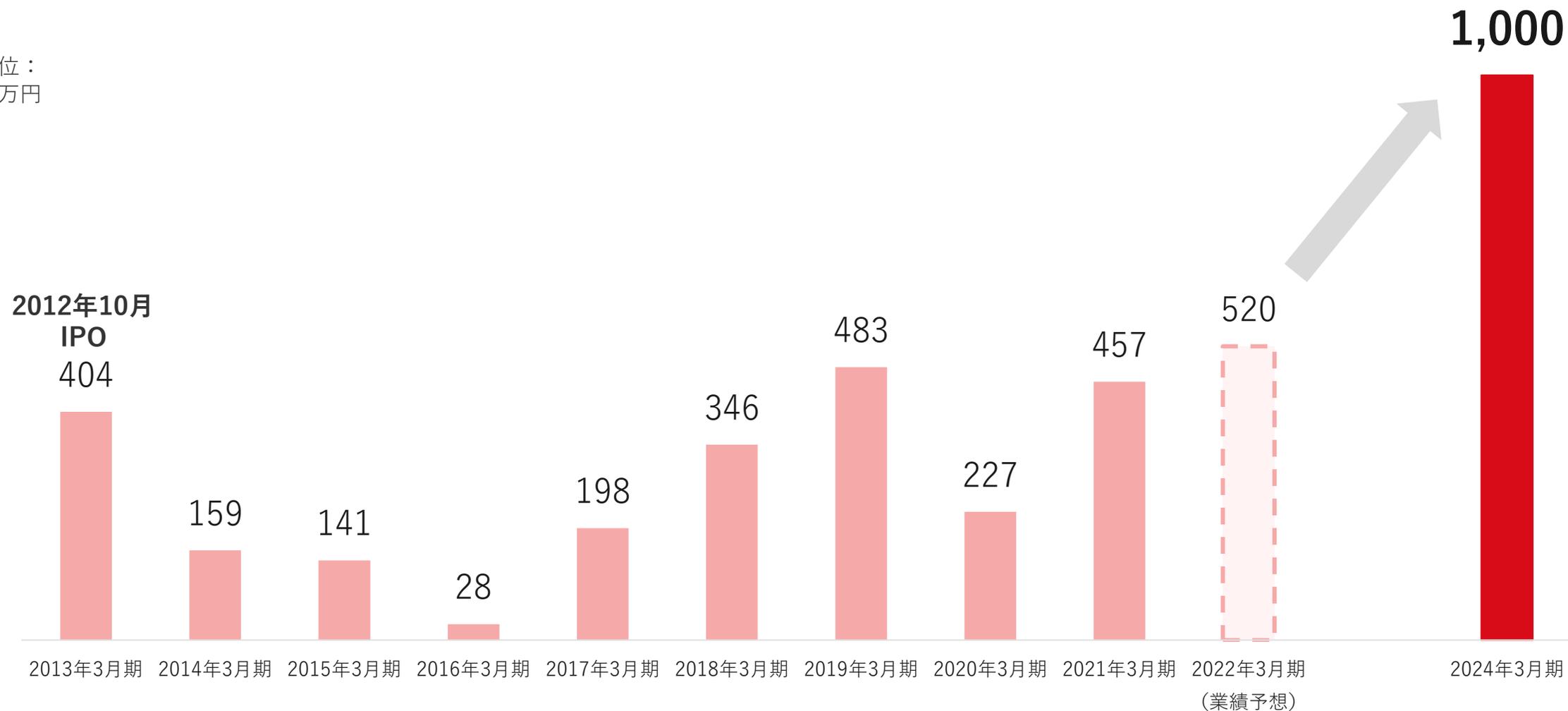
インベストメント事業

成長事業・企業に向けた投資事業

中期経営目標（営業利益目標）

中期経営目標：2024年3月期までに営業利益10億円

単位：
百万円



決算概要

決算ハイライト（第3四半期累計：4-12月）

業績（第3四半期累計：4-12月）

| | | |
|-------|------------------|---------------------|
| 売上高 | 4,889 百万円 | YoY + 106.6% |
| 売上総利益 | 1,425 百万円 | YoY + 30.8% |
| 営業利益 | 525 百万円 | YoY + 47.2% |

※YoY：前年同期比

決算のポイント・トピックス

- 中核事業であるマーケティングソリューション領域（インフルエンサー・MimiTV・運用型広告）が大幅に成長、引き続き好調なモメンタムが継続
- 売上高・各段階利益ともに業績予想を再度上方修正。中期経営目標の達成に向けた投資を積極的に実施しつつも、通期で創業以来最高益となる営業利益着地を見込む

セグメントサマリー（第3四半期累計：4-12月）

| | |
|------------------------|---|
| グループ 連結業績 | <p>マーケティング事業の成長が大幅な増収増益をけん引</p> <p>売上高 4,889百万円（+106.6%） 営業利益 525百万円（+47.2%）</p> |
| マーケティング 事業 | <p>インフルエンサーマーケティング・MimiTVの継続成長に加え、 運用型広告の取扱額の増加により増収増益</p> <p>売上高 4,842百万円（+152.9%） 営業利益 557百万円（+92.3%）</p> |
| インベストメント 事業 | <p>昨期第2四半期に営業投資有価証券の売却収益（売上高400百万円・営業利益100百万）があったため、減収減益</p> <p>売上高 47百万円（▲89.5%） 営業利益 45百万円（▲66.5%）</p> |

※カッコ内はYonY

※セグメントに帰属しない全社費用があるため、セグメント営業利益の合計額と連結営業利益は不一致

損益計算書概要（第3四半期累計：4-12月）

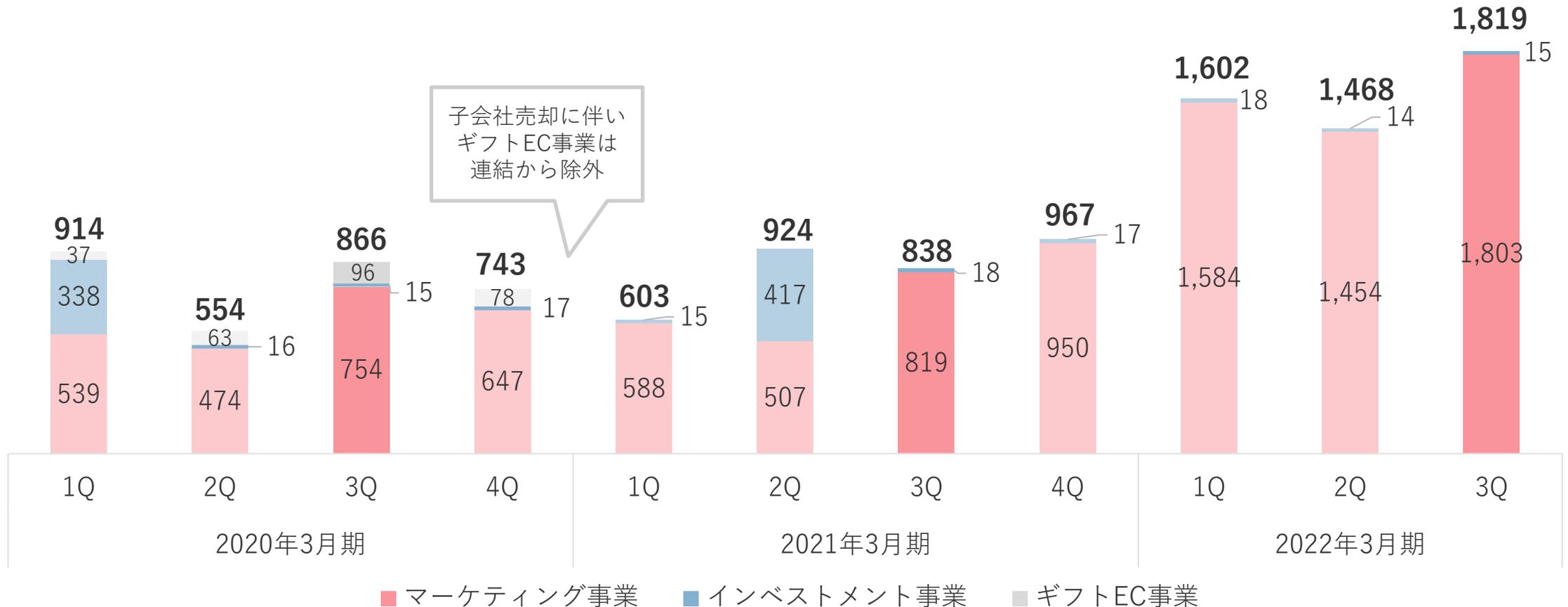
- 第3四半期終了時点で、昨期通期売上高（3,333百万円）を大幅に超える売上高を実現
- 中期経営目標（営業利益10億円）達成に向けた先行投資期ながら、各段階利益についても約1.5倍の増益

| (単位：百万円) | 2021年3月期 第3四半期（累計） | 2022年3月期 第3四半期（累計） | YoY |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|---------|
| 売上高 | 2,366 | 4,889 | +106.6% |
| 売上総利益 | 1,090 | 1,425 | +30.8% |
| 販売費及び一般管理費 | 733 | 900 | +22.8% |
| 営業利益 | 356 | 525 | +47.2% |
| 経常利益 | 360 | 523 | +45.2% |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 240 | 349 | +45.1% |

売上高推移（四半期）

- 第3四半期（10-12月）の売上高は**1,819百万円**（YonY+117.1%／QonQ+23.9%）
- インフルエンサーマーケティング・MimiTVの継続成長と運用型広告の取扱額の増加により、マーケティング事業の売上高はYonYで**約2.2倍**の大幅増収

単位：
百万円

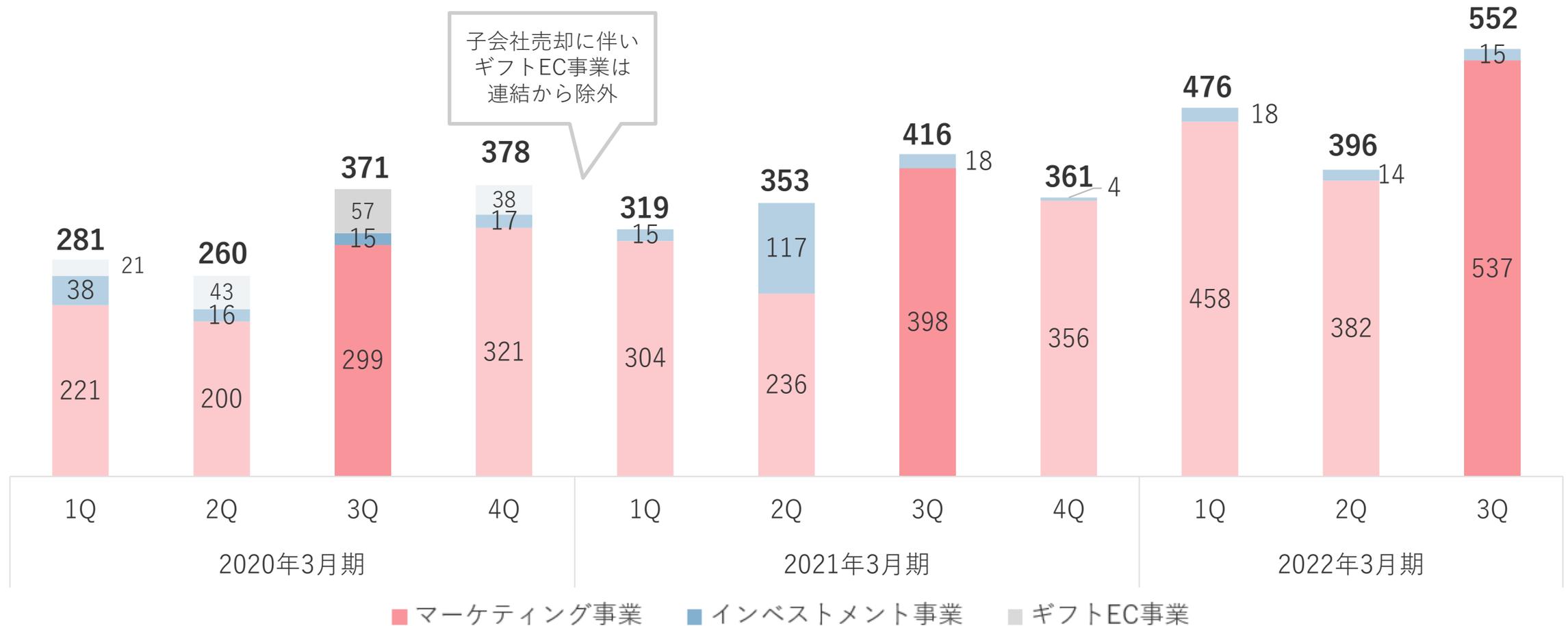


※QonQ：前四半期比

売上総利益推移（四半期）

- 第3四半期（10-12月）の売上総利益は**552百万円**（YonY+32.5%/QonQ+39.3%）
- インフルエンサーマーケティング・MimiTVの継続成長により、マーケティング事業の売上総利益はYonYで**約1.3倍**の増益

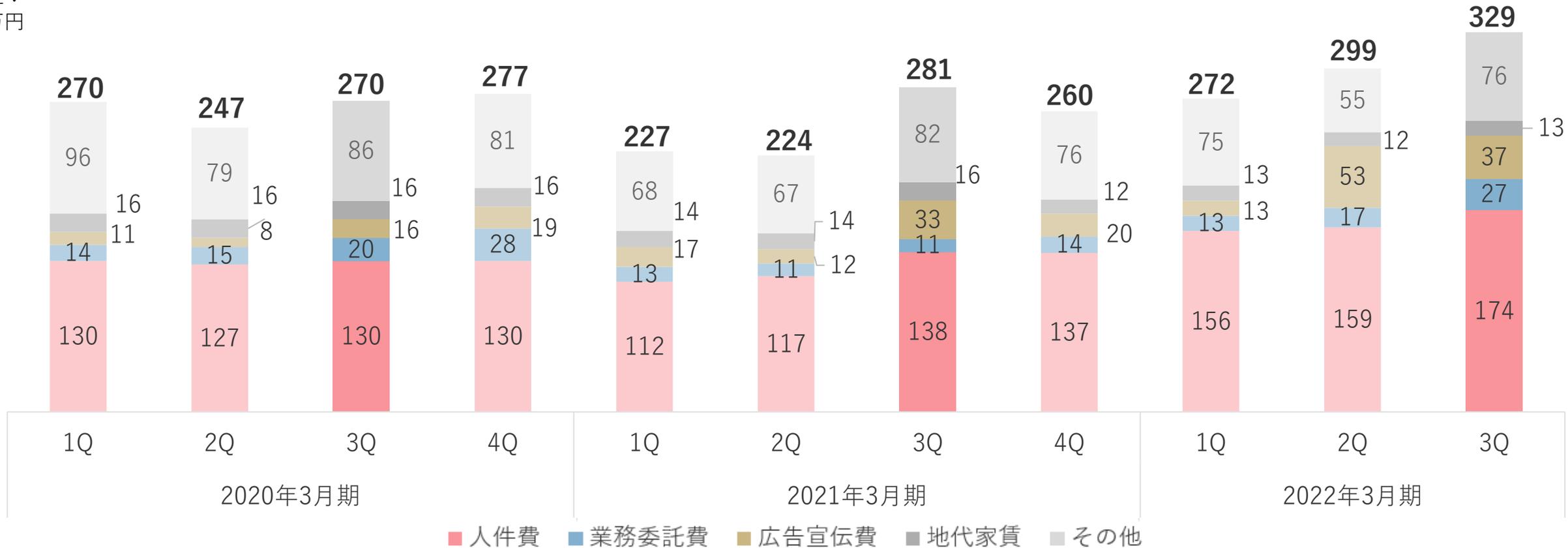
単位：
百万円



販売費及び一般管理費推移（四半期）

- 第3四半期（10-12月）の販売費及び一般管理費は**329百万円**（YonY+16.8%）
- 事業拡大に伴う人員増加によりYonY・QonQで人件費が増加、採用活動強化によりYonY・QonQで業務委託費が増加

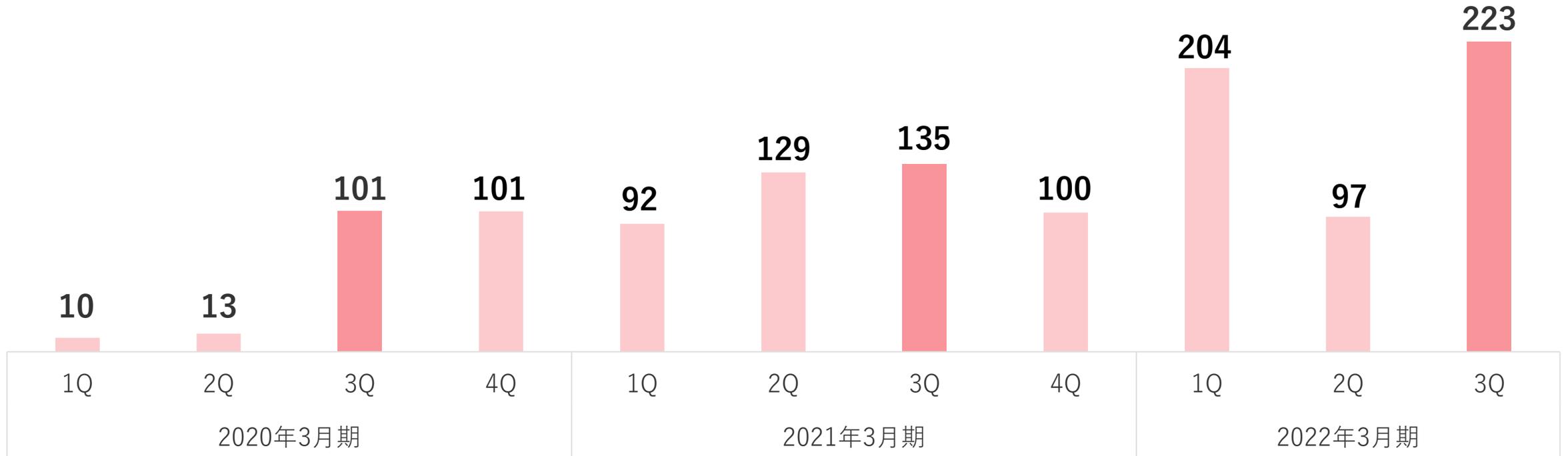
単位：
百万円



営業利益推移（四半期）

- 第3四半期（10-12月）の営業利益は**223百万円**（YoY+65.4%／QoQ+129.9%）
- 人員増加や新規事業の先行投資により販管費が増加したものの、マーケティング領域の大幅な成長による売上総利益の増加により増益

単位：
百万円



通期連結業績予想の修正

- 第4四半期に積極的な事業投資を予定しているものの、マーケティングソリューション領域が想定を上回るペースで進捗していることを踏まえ、2021年11月に続いて再度上方修正
- 売上高、各段階利益ともに創業以来過去最高を更新する見込み

| (単位：百万円) | 修正前 (2021/11/12 修正予想) | 修正後 (2022/2/14 開示) | 増減額 | 増減率 |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|------|--------|
| 売上高 | 6,000 | 6,400 | +400 | +6.7% |
| 営業利益 | 400 | 520 | +120 | +30.0% |
| 経常利益 | 400 | 520 | +120 | +30.0% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 270 | 340 | +70 | +25.9% |

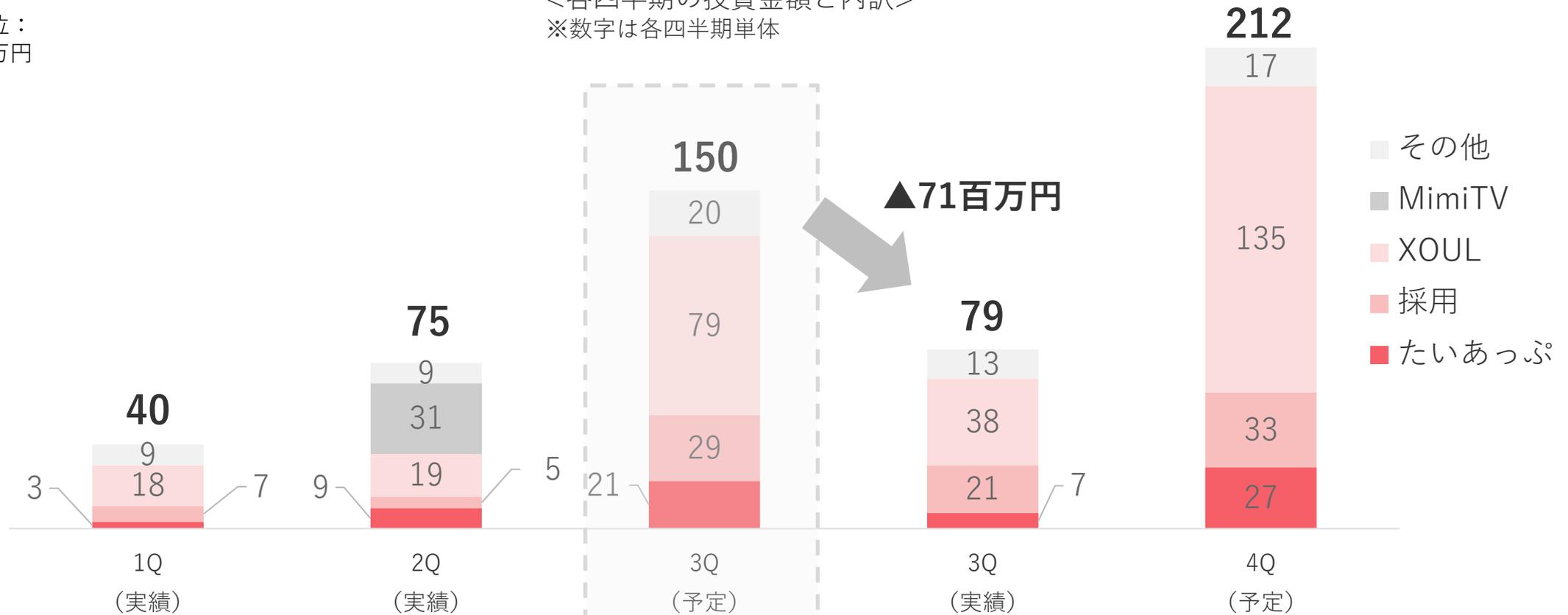
※2021年8月に開示した「事業計画及び成長可能性に関する事項」に記載の中期経営目標の内容は変更なし

今期の投資計画

- 中期経営目標（営業利益10億円）達成に向けた先行投資期と捉え、今期は積極的な投資を実施
- 第3四半期の投資実績は、XOULの広告施策見直しやプロモーション時期のずれ込み、たいあっぷの新機能実装の延期等により当初予定を71百万円下回る結果に

単位：
百万円

<各四半期の投資金額と内訳>
※数字は各四半期単体



※「投資」に含む金額の定義：
新規領域における主要な販売費及び一般管理費（人件費・広告宣伝費・業務委託費・減価償却費など）
ならびに既存領域における一過性の大型広告宣伝費や採用費

第3四半期の投資結果 (XOUL)

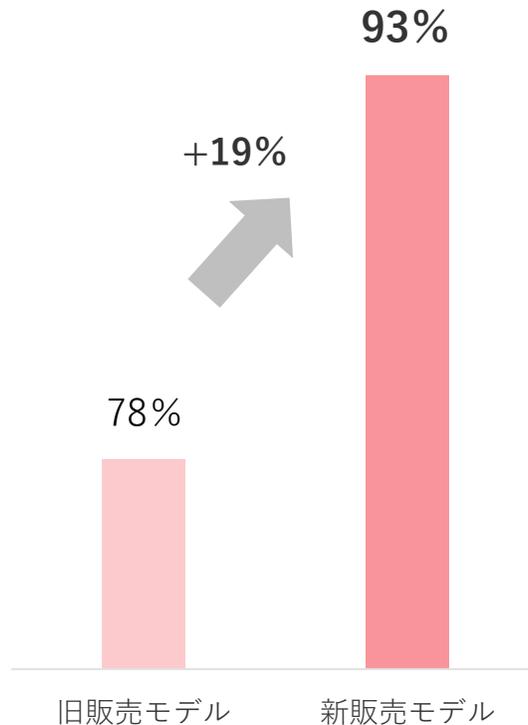
- 新たな販売モデルを導入した結果、新規購入者に占める定期購入の割合が約9割に向上
- LINEスタンプ施策を実施し、LINE公式アカウントのLINE友だち数が約100万人増加

<新たな販売モデル「XOULFUL BOX」と定期購入率の推移>



— Benefits of XOULFUL BOX —
5つのメリット

- 01 毎回、全商品が15%OFF & 送料無料
- 02 BOXでの初回購入商品は30日間返品が可能
- 03 商品の追加・スキップ^{※1}・停止は、マイページで完了
- 04 次回お届け内容確定前に事前連絡で安心
- 05 毎月一回、まとめてのお届けで受け取り簡単



<XOUL LINE公式アカウント>

医師と共同開発
韓国で10万個[※]出荷した美容液
※累計出荷実績 2021年9月10日~2022年1月13日
2/10 発売

ご注文履歴 | XOULFULBOX変更・休止
マイページ

XOUL JAPAN
公式サイト

肌実感できる
韓国美容
コンシェルジュ

よくあるご質問
FAQ

“重ねる”
新発想クリーム

メニューはこちら

第4四半期の投資内容 (XOUL)

- インフルエンサーとのコラボ企画、美容家・女性誌等に向けたPR施策を第4四半期より開始
- SNS広告の積極投下に加え、LINEスタンプ施策で増加したフォロワーに向けての引き上げ施策を実施
- 韓国で発売以来、約4か月で出荷個数が10万個を突破 (※) した人気の美容液を日本国内で2月に新発売

< SNS広告施策 >



< コラーゲン美容液を新発売 >



- ・商品名「CLセラム」、2月10日より日本国内で発売開始
- ・韓国国内で医師と共同開発
- ・進化系のコラーゲンとされる最先端成分「リアラーゲン™」を50,000ppm配合
- ・韓国国内では発売約4か月で出荷個数が10万個を突破 (※)

※累計出荷実績 2021年9月10日～2022年1月13日

第3四半期の投資結果（たいあっぷ）

- 「たいあっぷ オープニングコンテスト」で入賞した7作品を、2021年12月より電子書籍として販売開始
- 10月より開始したキャラクターコンテストにおいてアミューズ所属の人気女性声優とのコラボが決定、入賞作品の一部を音声作品としてYouTubeにて公開予定

<「たいあっぷノベル」を販売開始>



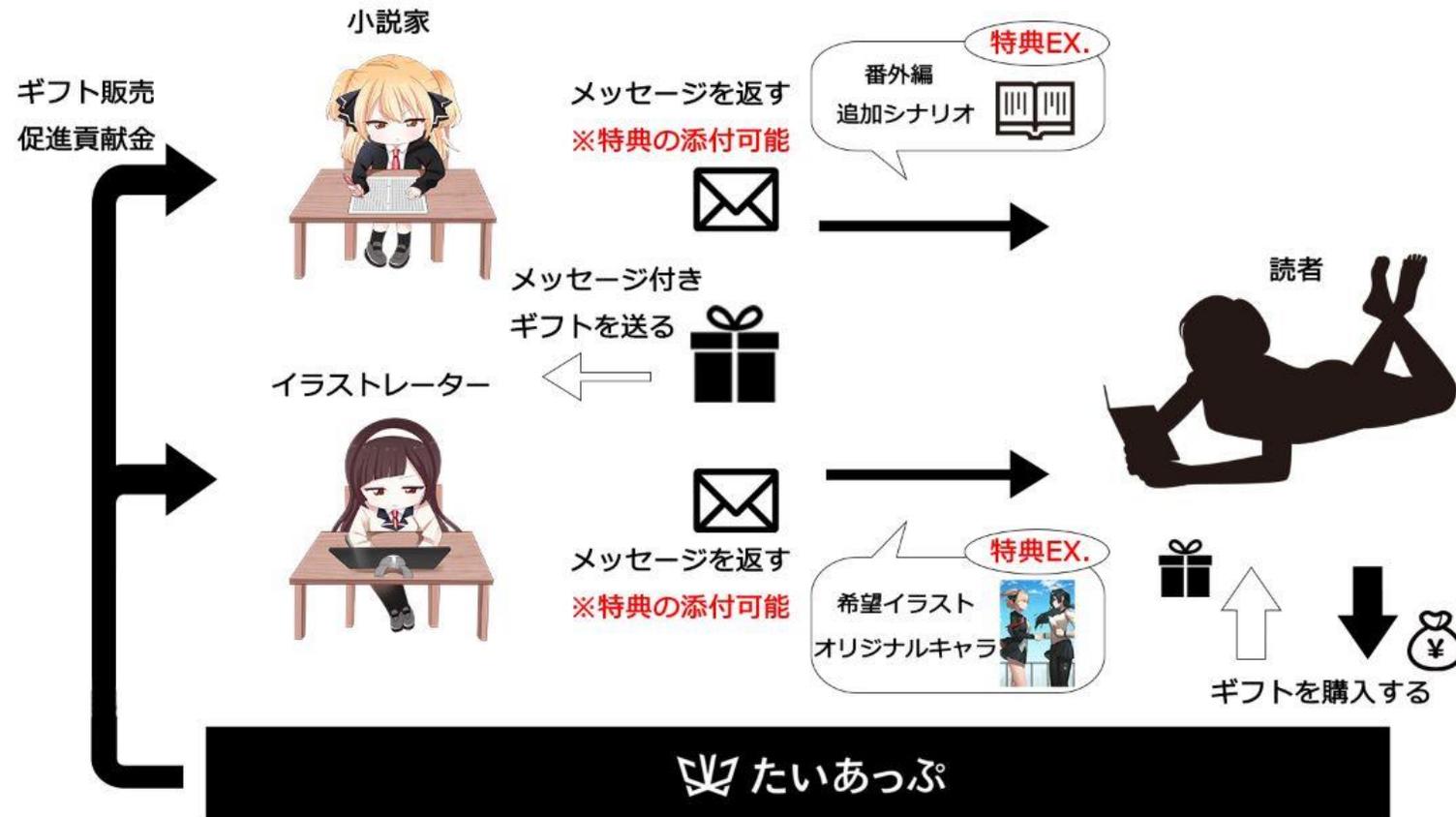
<キャラクターコンテストの実施>



第4四半期の投資内容（たいあっぷ）

- たいあっぷの読者がクリエイター（小説家・イラストレーター）を応援することができるギフトング機能を2月に実装予定、新たなクリエイター経済圏の確立を目指す

<たいあっぷのギフトング機能>

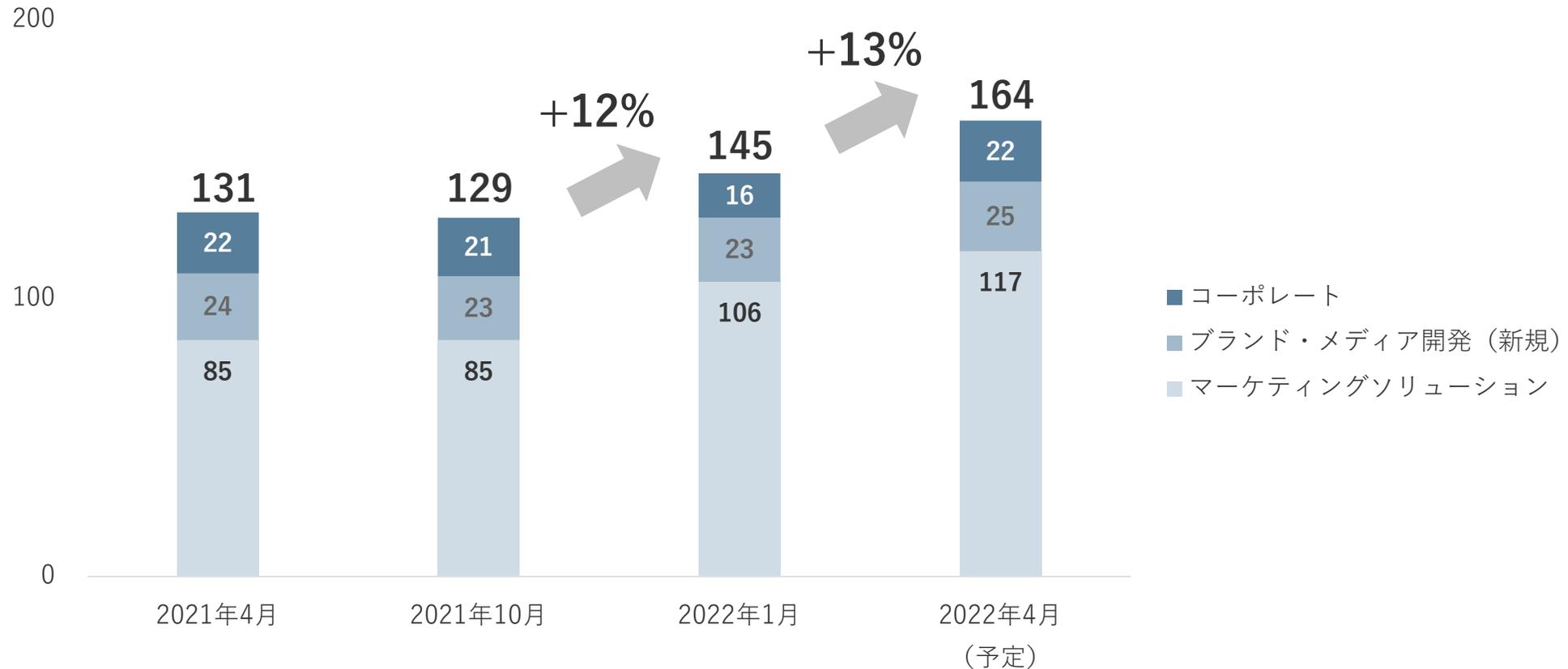


第3四半期の投資結果／第4四半期の投資内容（人材採用）

- 主にマーケティングソリューション領域の人材採用を強化、第3四半期で12%増員し計画通りに推移
- 第4四半期はさらに13%の増員を予定しており、2022年4月時点で従業員数が160名を超える計画

単位：名

<従業員数推移(※)>

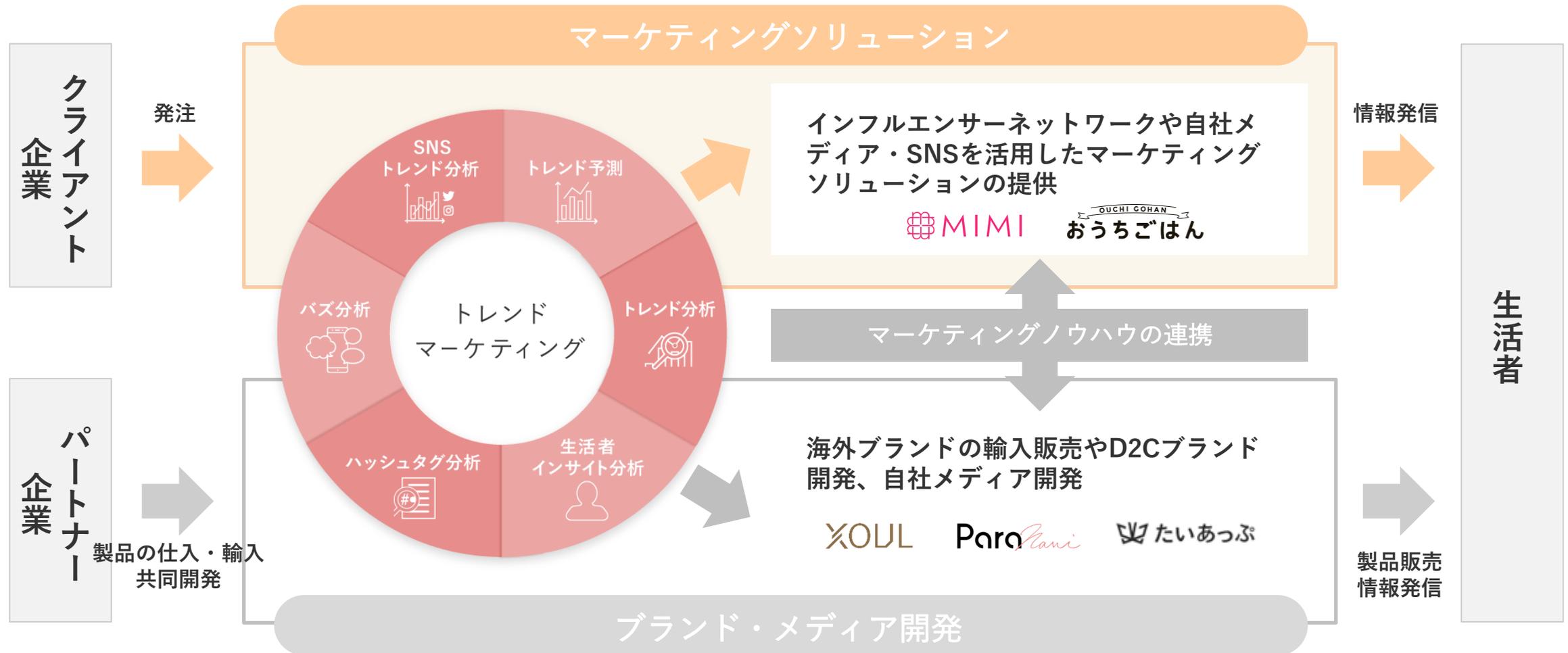


※正社員および契約社員

マーケティング事業の概要と取り組み (マーケティングソリューション)

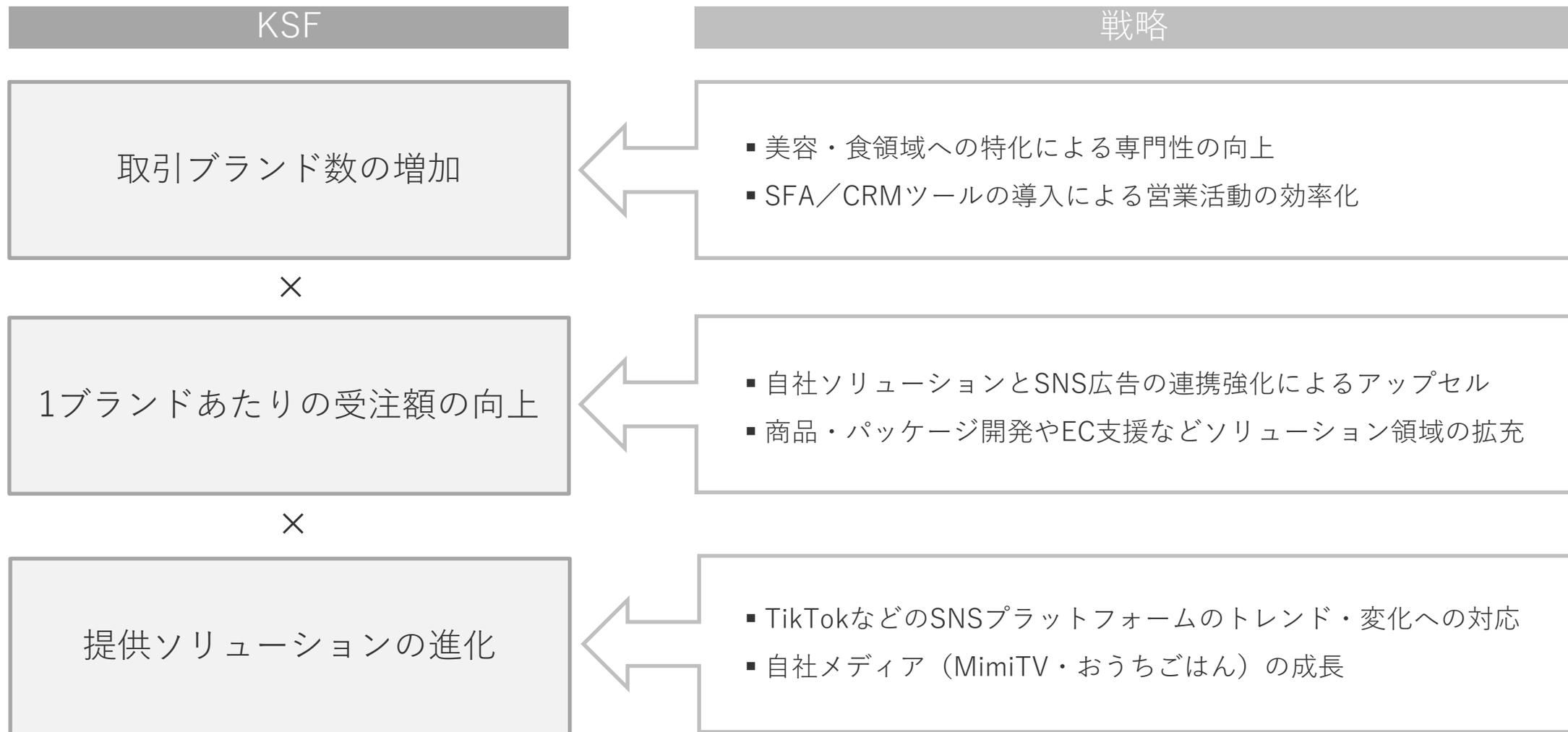
マーケティングソリューション領域の事業概要

- 独自のインフルエンサーネットワークや自社メディア（MimiTV・おうちごはん）・SNSを活用したマーケティングソリューションを美容・食カテゴリーを中心としたクライアント企業に提供



マーケティングソリューション領域の成長戦略

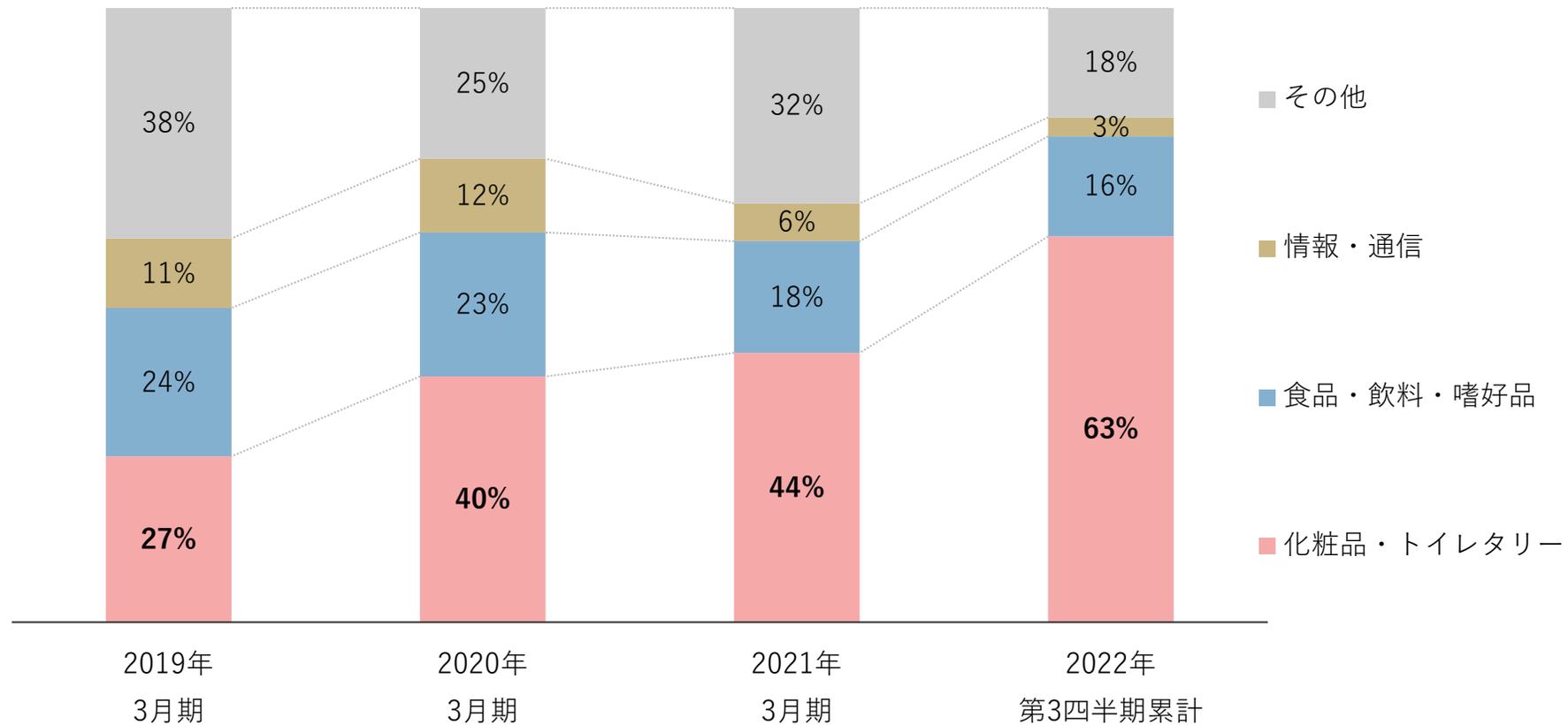
- 取引ブランド数の増加・1ブランドあたりの受注額の向上・提供ソリューションの進化をKSFとし、各戦略の実行により継続的な成長を図る



顧客業界別の粗利構成比

■ 注力する美容カテゴリ（化粧品・トイレタリー）の粗利構成比が第3四半期累計で6割を超える

<顧客業界別・粗利構成比>

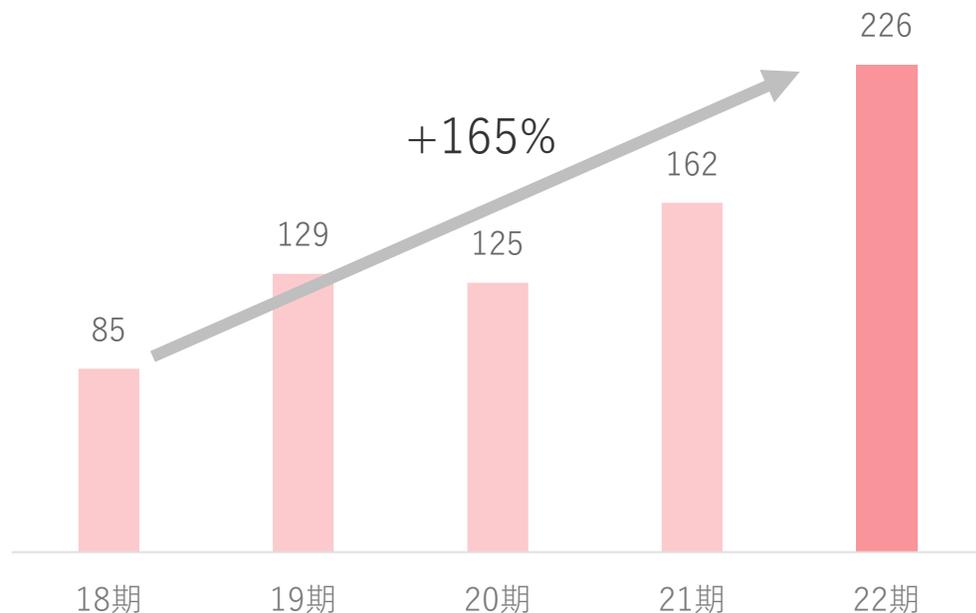


※本ページにおける粗利は、売上高から商品・サービスの提供に直接紐づく外注費のみを差し引いた利益を指す

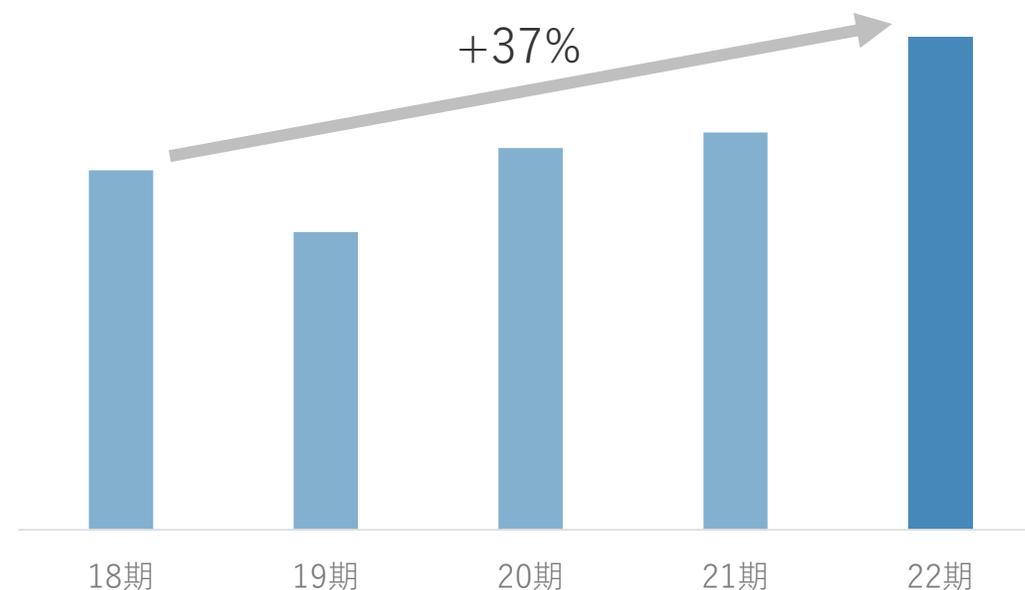
美容カテゴリの取引ブランド数・受注額推移

- 第3四半期累計の美容カテゴリの取引ブランド数は200ブランドを超え、18期と比較して約3倍に増加
- 1ブランドあたりの平均受注額は、SNS広告の受注増により18期に比べて約4割増加

<美容カテゴリの取引ブランド数（第3四半期累計）>



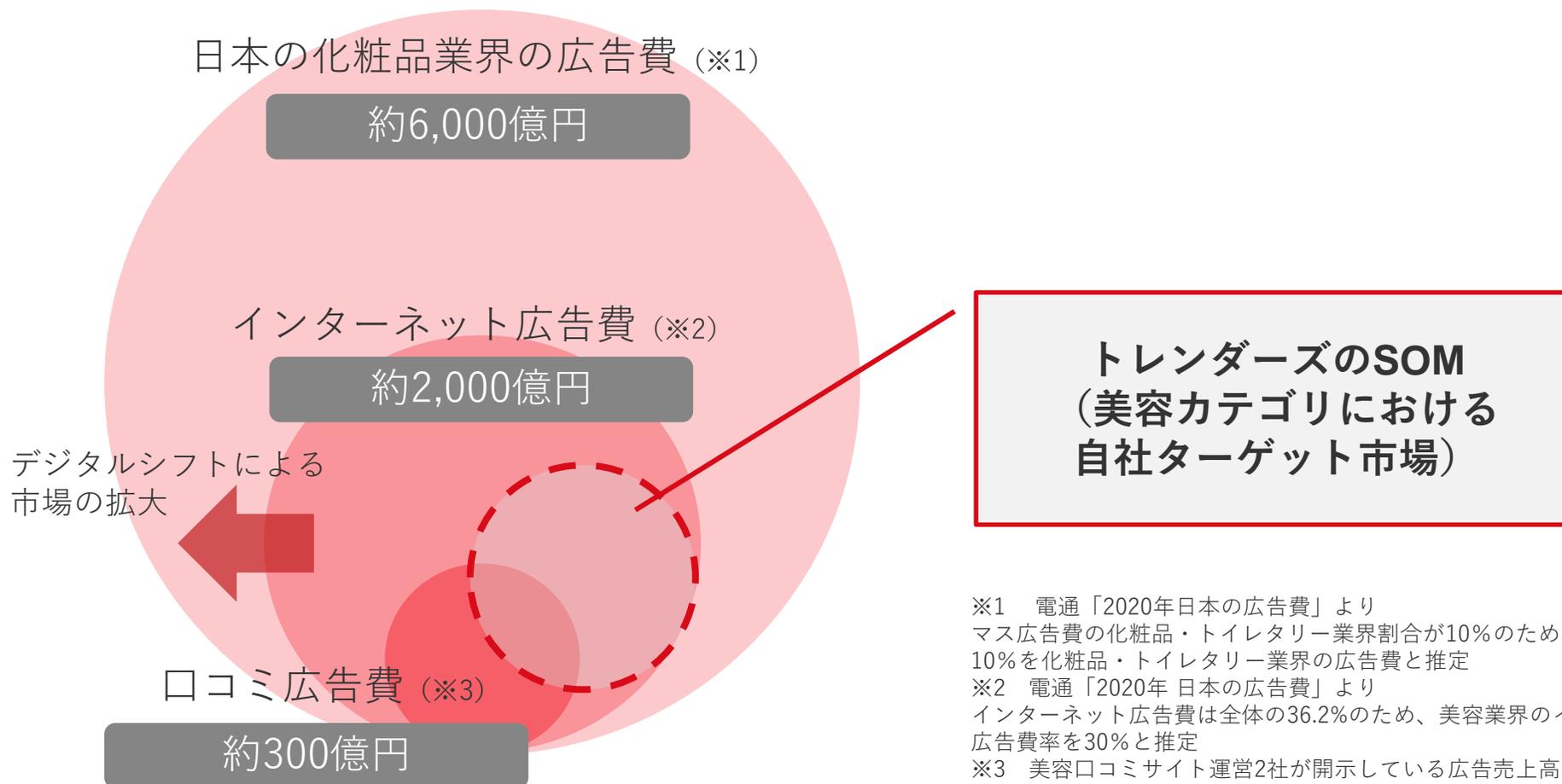
<1ブランドあたりの平均受注額（第3四半期累計）>



※集計期間は各期第3四半期までの累計
※取引ブランド数、受注額に運用型広告は除く

美容カテゴリのターゲット市場

- 当社が注力している美容カテゴリ（化粧品業界）の広告市場は市場全体で約6,000億円の規模
- SNSの影響力の増大、マス媒体からインターネット広告へのシフト等に伴い、当社領域は今後さらに拡大の見込み



※1 電通「2020年日本の広告費」より
マス広告費の化粧品・トイレタリー業界割合が10%のため、広告費全体の10%を化粧品・トイレタリー業界の広告費と推定

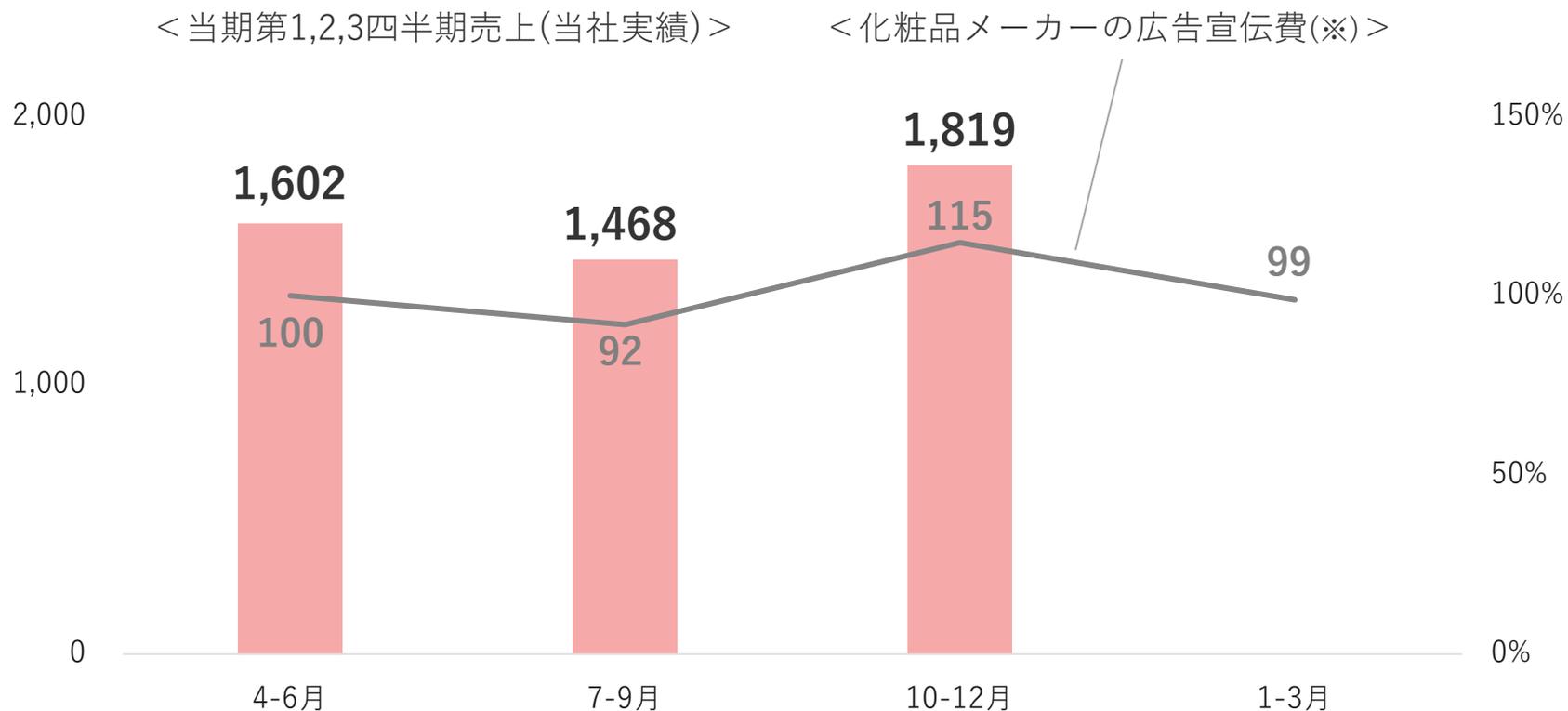
※2 電通「2020年日本の広告費」より
インターネット広告費は全体の36.2%のため、美容業界のインターネット広告費率を30%と推定

※3 美容口コミサイト運営2社が開示している広告売上高の合計

化粧品業界の季節要因

- 化粧品業界においては商品のプロモーションが4-6月・10-12月により多く実施されるため、広告宣伝費が同様に変動する傾向にある
- 美容カテゴリの売上構成比の増加に伴い、化粧品業界の広告宣伝費の季節性変動が当社の業績に影響

単位：
百万円

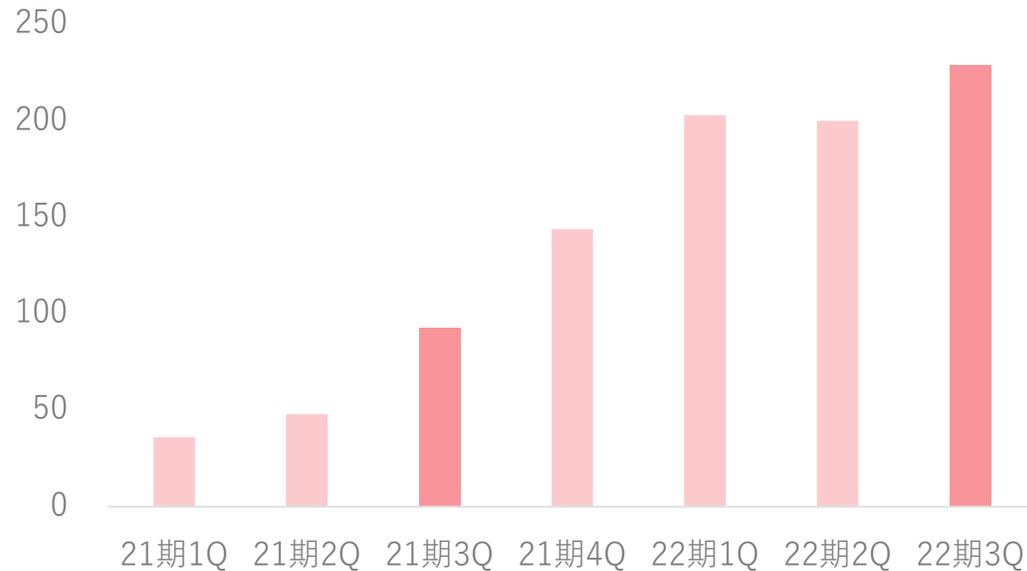


※上場している化粧品メーカー売上上位5社のうち、広告宣伝費を開示している4社の広告費を合計し、4-6月を100%とした時の推移
集計対象期間；2020年4月-2021年3月

SNS広告の取扱いブランド数

- SNS広告（ブランド広告・運用型広告）の取扱いブランド数はYonY・QonQともに増加
- Meta Business Partnerのバッジを新たに取得、今後も健全かつ効果的なSNS広告の運用を目指す

< SNS広告の取扱いブランド数推移 >



< Meta Business Partnerのバッジ取得 >



Twitter社との共同広告メニュー

- Twitter社との2種の共同広告メニューを新たに展開開始、インフルエンサー投稿×Twitter広告により効果的なSNSマーケティングを実現

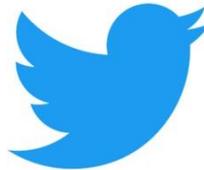
<2種の共同広告メニュー>



×



×



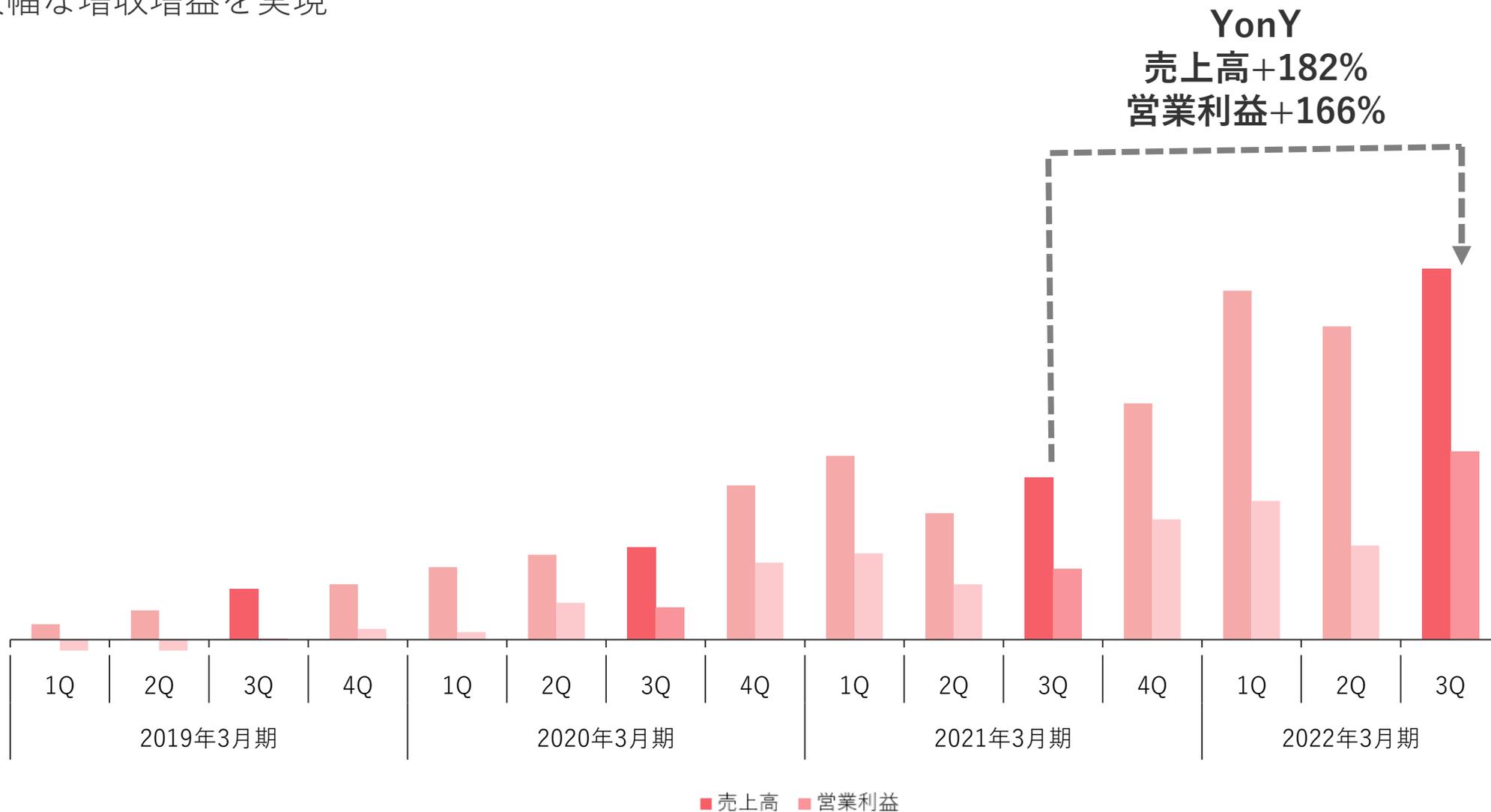
トレンドーズのインフルエンサー会員の投稿コンテンツ、および自社運営の食トレンドメディア「おうちごはん」のメディアコンテンツを活用したTwitter広告を配信

<広告運用事例>



MimiTV社の業績推移

取引ブランド数の増加やSNS広告の受注増の影響により、YoYで売上高約2.8倍・営業利益約2.7倍と大幅な増収増益を実現

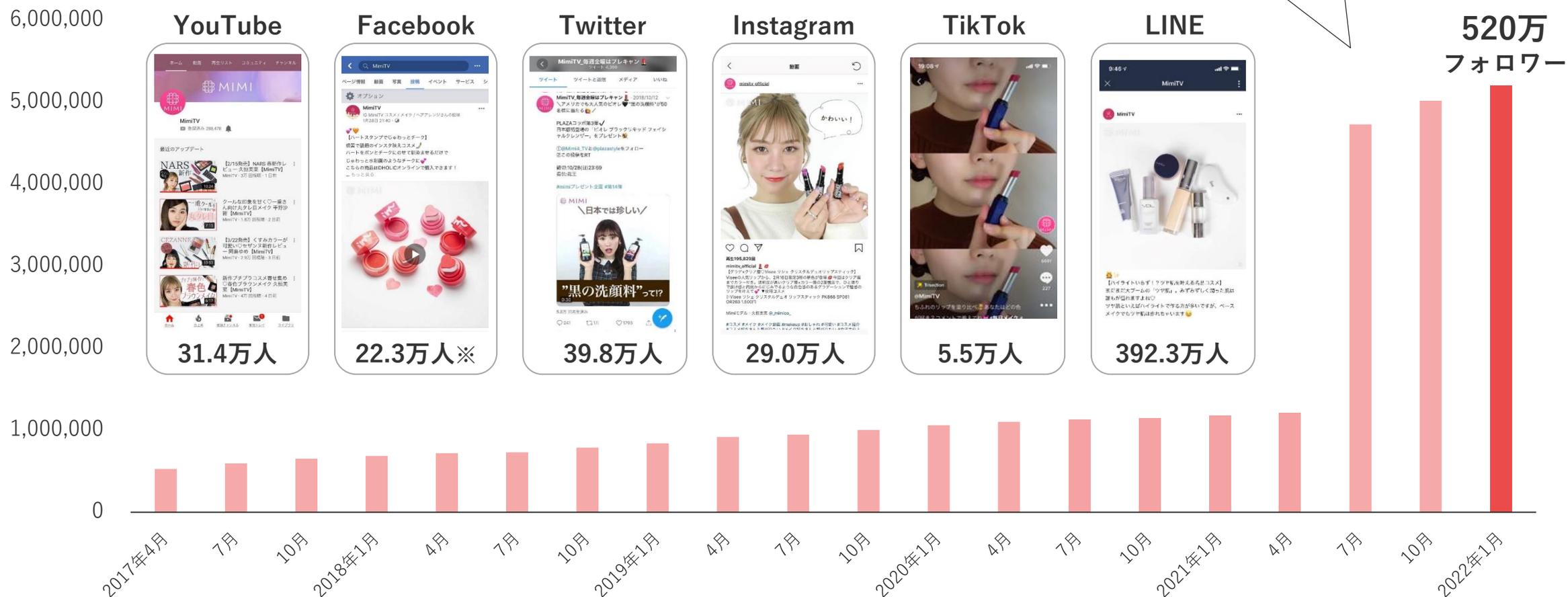


MimiTVのフォロワー数推移

LINEスタンプ施策以降も各SNSでフォロワー数が順調に増加、SNSの総フォロワー数は520万人に

< SNS総フォロワー数推移 >

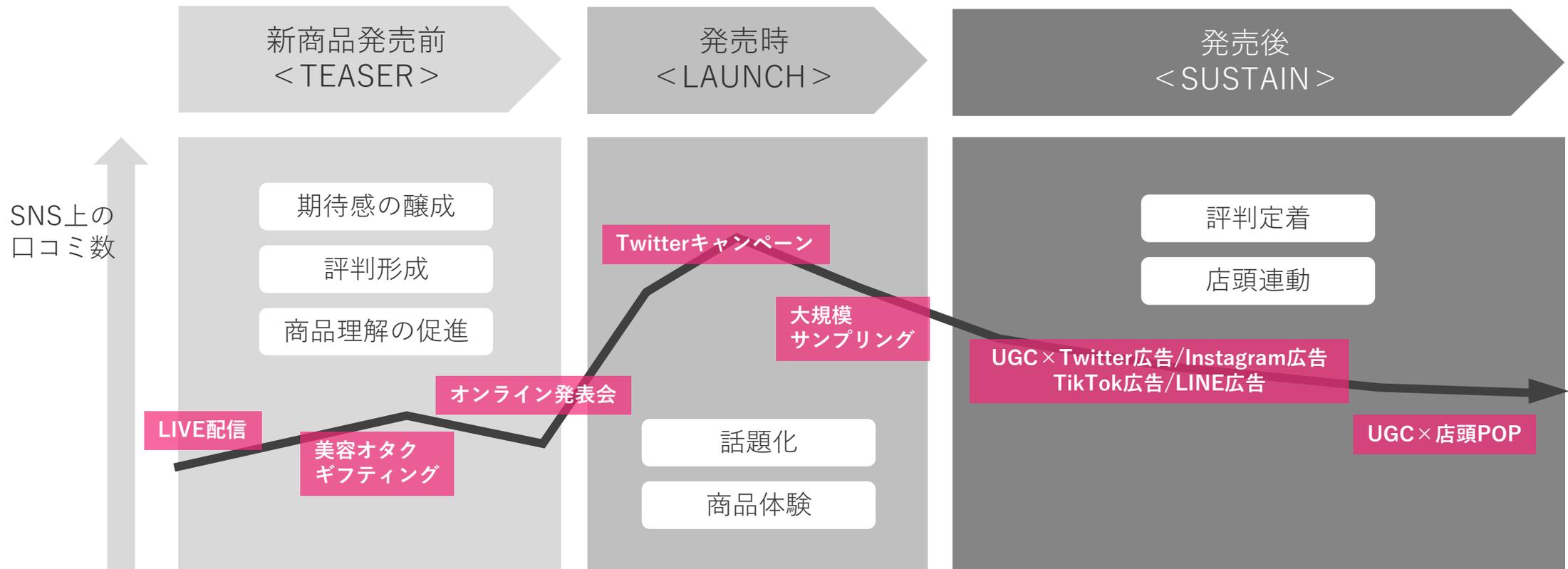
LINEスタンプ施策
の実施



※Facebookページへのいいね！数合計

MimiTVのソリューション

- 新商品発売前の口コミ創出から発売時の話題化、発売後の継続的な露出と店頭連動まで、SNSの520万フォロワーを活用した様々なソリューションを提供



TikTok活用事例 (MimiTV)

■ TikTokの活用事例が増加、ロート製薬様・伊勢半様の事例では動画再生回数がともに150万回を突破

<ロート製薬株式会社様>



<株式会社伊勢半様>



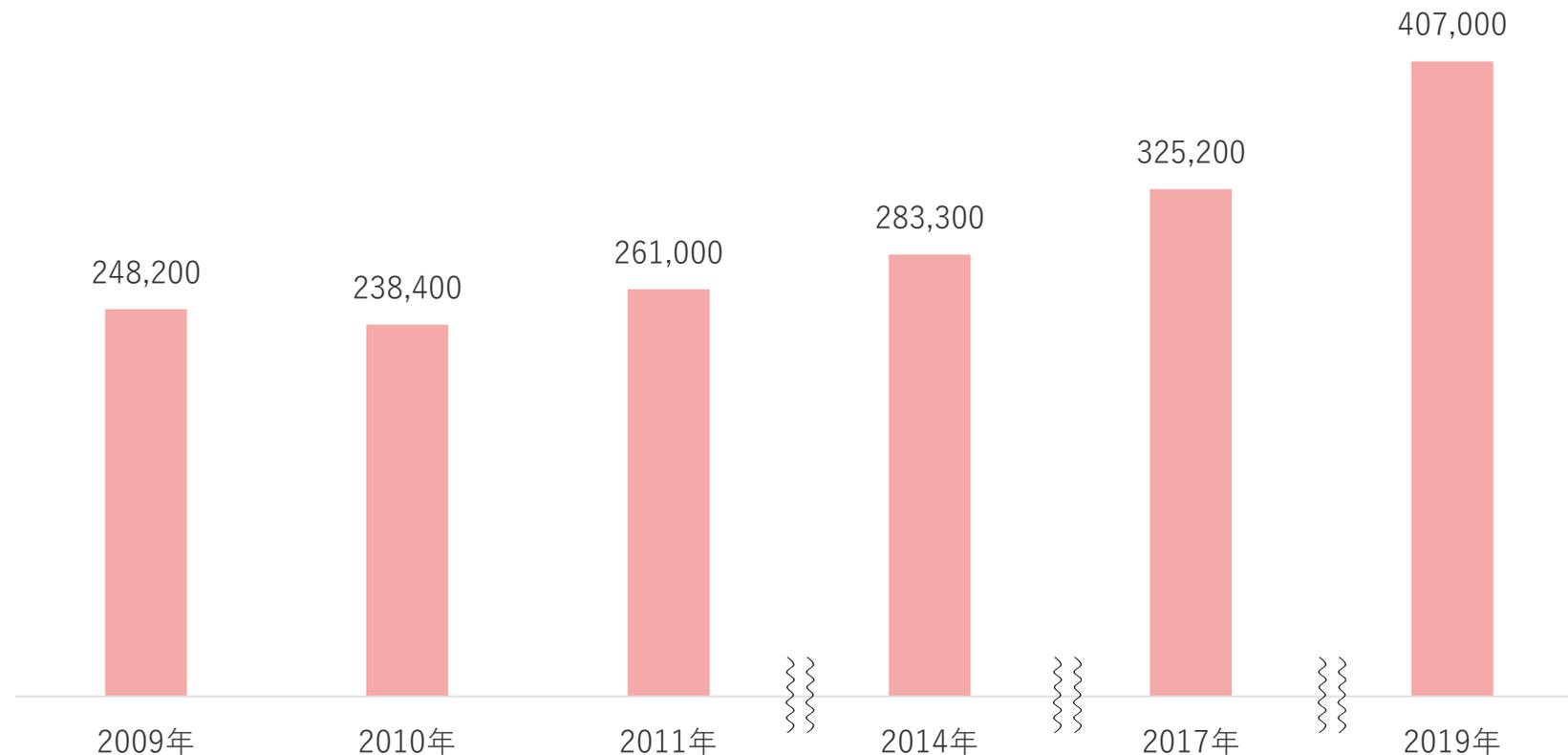
美容医療・再生医療領域の事業展開について

美容医療・再生医療業界の市場推移

- 2022年2月7日付で株式会社クレマン斯拉ボラトリーを完全子会社化し、美容医療・再生医療領域の事業を展開予定
- 美容医療・再生医療市場は近年拡大傾向にあり、特に脱毛・ボトックス・レーザー治療などのメスを使用しない非外科的施術（美容皮膚科）の市場が成長

美容医療市場規模推移

単位：
百万円

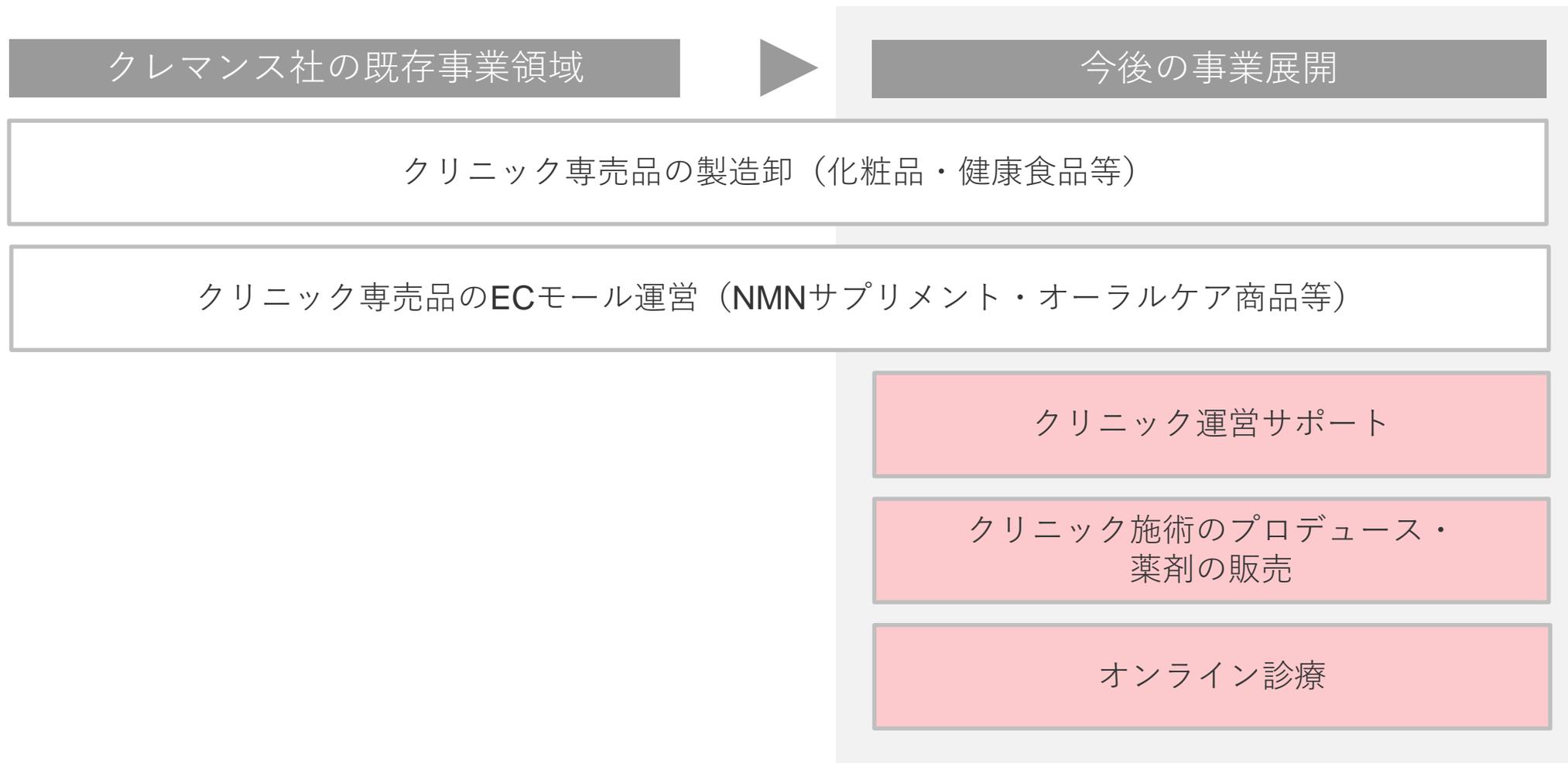


注1.医療施設収入高ベース

出典：株式会社矢野経済研究所「美容医療市場に関する調査（2021年）」（2021年6月28日発表）

クレマンス社の事業内容及び今後の事業展開

- 既存事業領域に加え、クリニックの運営サポート・施術プロデュース・オンライン診療など美容医療・再生医療領域における多角的な事業展開を計画



クリニック専売スキンケアブランド「HERRAS」

- 医療機関で使用されるピーリング成分を10%と高配合しながらも肌への刺激を極限まで軽減
- 聖心美容クリニック・シロノクリニック等全国60クリニック以上で販売中

<HERRAS ミルキーピール エムディーソープ 乳酸菌プラス>



- ・肌フローラ（皮膚常在菌）のバランスを整える目的でヒト由来の乳酸菌を7%と高配合
- ・熱も塩も加えずに低温で作りに上げる「コールドプロセス製法」を採用
- ・乳酸とグリコール酸を主成分に、計25種類の美容成分を生のまま配合

Appendix

D&I AWARD2021 ADVANCEDに認定

- 企業のダイバーシティ & インクルージョン (D&I) を評価する認定制度「D&I AWARD 2021」において ADVANCEDに認定、今後もD&Iの先進企業を目指す

The logo for D&I AWARD 2021 features three horizontal black bars of varying lengths on the left, followed by the text "D&I AWARD" in a large, bold, black sans-serif font, and "2021" in a smaller, bold, black sans-serif font below it.

・ D&I AWARD 2021はダイバーシティ&インクルージョン (D&I)に取り組む企業を認定するアワード

・ 認定を通じ、企業が目指すべきD&Iのあり方を提案し、D&Iに取り組む企業やこれから取り組む企業にもスポットライトを当てることで、D&I推進の裾野を広げ、社会全体でのD&Iムーブメントを加速させていく

<D&I AWARD 2021 ADVANCED>

