



F Y 2 0 1 6

Financial Results

決 算 説 明 資 料

トレンダーズ株式会社 東証マザーズ：6069

- 2016年3月期 決算概要

- 第4四半期の取り組みと今後の展開

- 2017年3月期 業績予想

2016年3月期 決算概要

2016年3月期 決算ハイライト・トピックス

■ 通期決算ハイライト ※当期より単体開示となっております

- 売上高 1,494 百万円（前年同期比17.0%減）
- 営業利益 28 百万円（前年同期比84.1%減）
- 当期純利益 48 百万円（前年同期比52.5%減） ※関係会社株式売却益60百万円含む

■ トピックス

● 第4四半期の業績が大幅に回復

第4四半期（2016年1-3月）は売上高が**476百万円**（前年同期比18.8%増）、営業利益が**58百万円**（同21.8%増）、当期純利益が**80百万円**（同167.5%増）と大幅に業績が回復しました。

2016年3月期 業績概要

- 利益率を重視した事業運営の結果、売上高は減少したものの、粗利率は向上しました。
- 既存サービスのコストは抑えつつも、先行投資を積極的に行った結果、販売管理費が増加しました。
- 関係会社株式売却益60百万円を計上しました（特別利益）。

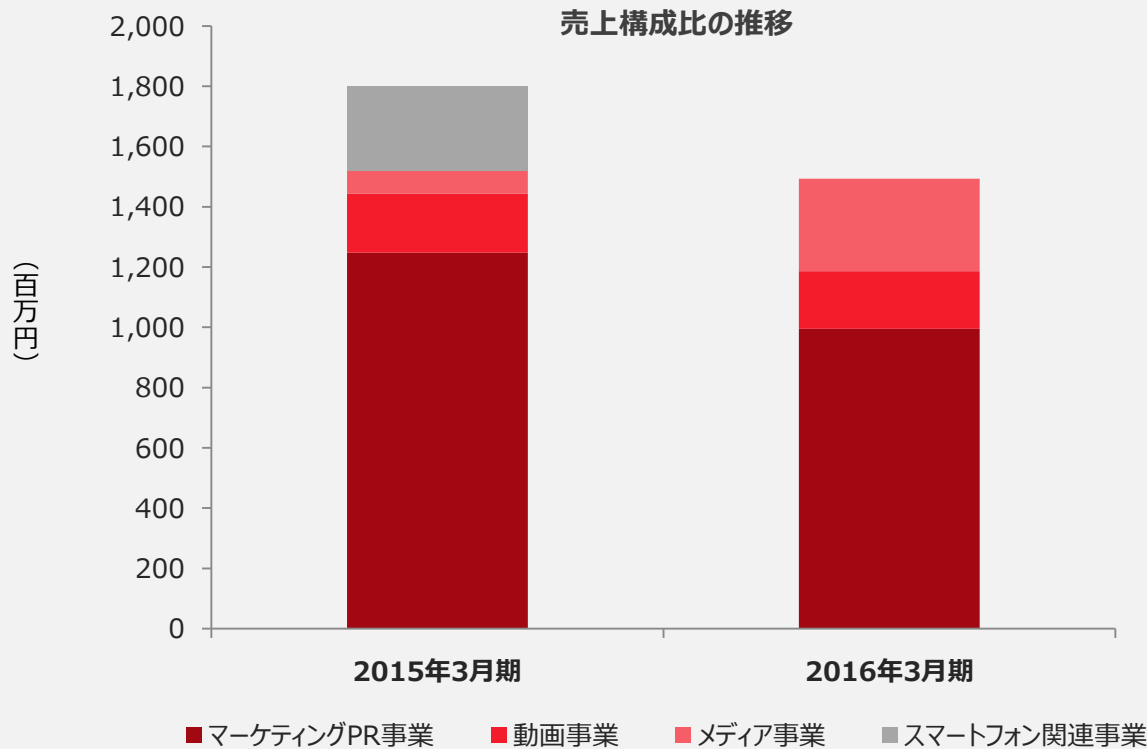
(単位：百万円)	2016年3月期 実績	2015年3月期 実績	前年同期比
売上高	1,494	1,801	▲17.0%
売上総利益	796	883	▲9.9%
営業利益	28	178	▲84.1%
経常利益	18	180	▲89.7%
当期純利益	48	102	▲52.5%

※当期より単体開示となっており、比較対象の数値も単体のものがございます。

売上高・売上構成の推移

売上高の増減について、主な内訳は以下の通りです（前年同期比）。

- メディア事業 : 約2.3億円 **増加**
- マーケティングPR事業 : 約2.5億円 **減少**
- スマートフォン関連事業 : 約2.8億円 **減少**（連結除外によるもの）



営業利益の増減要因① 〈売上原価〉

- 高収益体質を目指し、2016年3月期において低利益率商品の販売見直しを行いました。
その結果、前年同期と比べて売上高は減少したものの、粗利率は**4.2pt**改善しました。

(単位：百万円)	2016年3月期	2015年3月期	前年同期比
売上高	1,494	1,801	▲ 306
売上原価	698	917	▲ 218
売上総利益	796	883	▲ 87
粗利率	53.3%	49.1%	+ 4.2pt

営業利益の増減要因② 〈販売管理費〉

- 粗利率の改善とともに、既存サービスのコストについては大幅に圧縮した結果、前年同期比で**98百万円の削減**となりました。
- その一方、新規ビジネス（Anny、ZEKKEI Japan等）へは積極的に投資を行い、先行投資費用は前年同期比で**160百万円の増加**となりました。

(単位：百万円)	2016年3月期	2015年3月期	前年同期比
売上総利益	796	883	▲ 87
販売管理費	767	705	+ 62
－先行投資費用	184	23	+ 160
－その他	583	682	▲ 98
営業利益	28	178	▲ 149

■ 関係会社株式売却益を計上

- 2016年2月4日付で、(株)Smarpriseの株式の一部をユナイテッド(株)に譲渡し、関係会社株式売却益60百万円を計上いたしました。
- (株)Smarpriseはスマートフォンウェブメディアの運営を主力事業としており、ユナイテッド(株)が有するスマートフォンマーケティングのノウハウ活用により、同事業の成長加速が見込まれます。
- 今後も引き続き(株)Smarpriseの経営に参画し、資産価値の向上に努めてまいります。

※(株)Smarpriseは当社の連結子会社から外れ、関連会社となりました。

第4四半期の取り組みと今後の展開

自社メディアを軸に効果的な情報拡散を図る「メディアマーケティング」、SNSのインフルエンサーを活用する「SNSマーケティング」、SNSを使ってギフトを贈るECサービス「ソーシャルギフト」の3つのサービスを主として事業を展開してまいります。

メディアマーケティング

- 2016年3月期は自社メディア（ソーシャルトレンドニュース、ZEKKEI Japan）のタイアップ広告売上が大幅に増加。
- 今後も自社メディアの成長及び、他社メディアとの連携強化によりメディアマーケティングサービスを積極展開いたします。

SNSマーケティング

- 2016年3月期はInstagramを活用したマーケティングサービスを展開開始、順調に拡大いたしました。
- 今後も常に最先端のSNSマーケティングサービスを開発し、事業を成長させてまいります。

ソーシャルギフト (EC)

- 2015年5月のサービス開始以降、先行投資を積極的に実施した結果、順調にメディア成長を遂げています。
- 今後の大幅な成長に向けて、2017年3月期も引き続き先行投資期間と位置付けています。

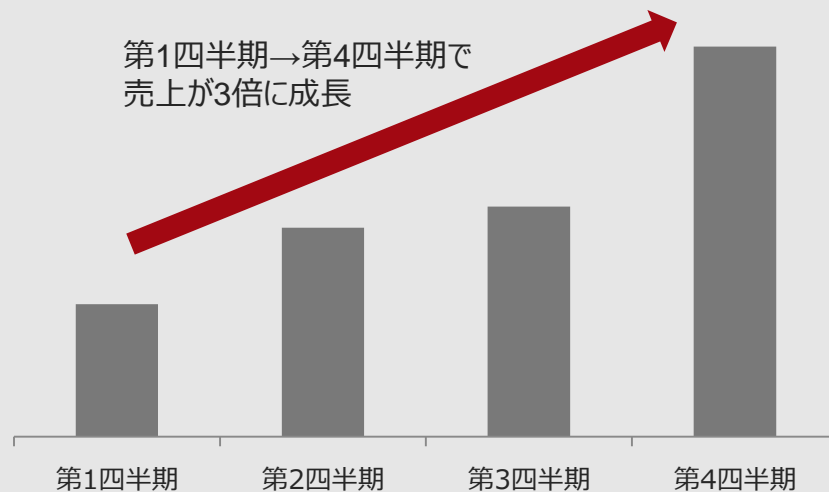
メディアマーケティング（実績と今後の取り組み）

自社メディア（ソーシャルトレンドニュース、ZEKKEI Japan他）のタイアップ広告売上が大幅に増加。今後は他社メディアとの連携による独自のメディアネットワークを強化するとともに、新たに効果検証ツールを開発・導入し、データドリブンなメディアマーケティングの実現を目指します。

■ トレンダーズのメディアマーケティングサービス



■ 自社メディアのタイアップ広告売上推移 (2016年3月期)



メディアマーケティング（実施事例）

「ZEKKEI Japan」とサントリービール(株)との連携により実施した、桜の名所の「360度動画」は新しいVR体験企画として話題となりました。また訪日外国人観光客に向けたインバウンドマーケティングの実績も急増しております。

〈 タイアップ広告事例 〉

- ・サントリービール(株)が運営する期間限定特設サイト「桜咲く春の金麦」内に「360度動画」で桜の名所が楽しめる特設ページを制作
- ・日本各地の桜の名所を撮影した「360度動画」を制作し、YouTubeでも公開



〈 インバウンドマーケティング事例 〉

- ・東京を訪れた外国人個人旅行者に東北を訪れてもらうための、「TOHOKU & TOKYO」（受託者 株式会社アサツディ・ケイ）のサイト制作にあたりコンテンツを提供
- ・「ZEKKEI Japan」公式SNSでサイト告知を実施



メディアマーケティング（越境EC）

越境ECアプリ「波罗蜜(ボロミー)」との提携により、アウトバウンドマーケティングへの対応を開始。メーカー各社の外国人向け販促ニーズに一気に通貫で対応できる仕組みを構築いたします。

■「波罗蜜(ボロミー)」の概要

2015年7月にリリースされた中国越境ECアプリ。「動画実況中継・日本の店頭と同一価格」という独自サービスが中国ユーザーに受け入れられ半年で300万DL、月商6億円を突破しました。

また、合計4,300万ドル（約50億円）の資金調達を行い、中国最大手検索ポータル「百度」と戦略的資本・業務提携を実施しています。



■「波罗蜜(ボロミー)」との取り組み

ボロミーは独自に構築したクローズドなプラットフォームで通信販売を行っているため、出店する企業は最小限の初期費用で越境ECでの販売が可能となり、アウトバウンドのテストマーケティングが可能となります。

当社はアウトバウンドマーケティングツールとしてボロミーを活用することで、より効果的かつ効率的な施策を提供してまいります。

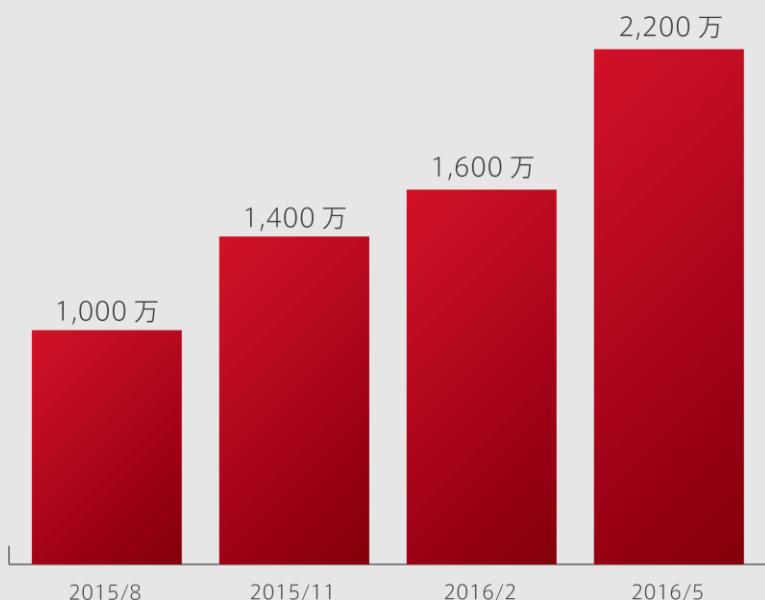


SNSマーケティング（実績と今後の取り組み）

独自のインスタグラマーネットワークの拡充により、カスティング可能なインスタグラマー数及びその総フォロワー数が増加いたしました。今後も食・美容・ファッションなどの領域において、マイクロインフルエンサー^(※)を発掘しさらなるネットワークの強化を図ります。

※近い嗜好性を持つ特定の集団に対して大きな影響力を持つインフルエンサー

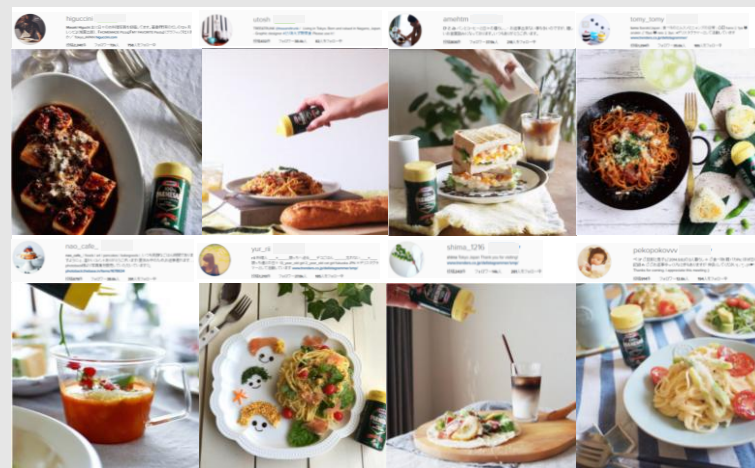
■ 自社ネットワークのフォロワー数^(※)推移



※ LIN（Life-Instagrammer Network）にてカスティング可能なインスタグラマーの総フォロワー数

〈 Instagramマーケティング事例 〉

- ・森永乳業(株)の「パルメザンチーズ」の商品利用シーンをInstagramに投稿するキャンペーンを実施、LINのインスタグラマーも参加
- ・食に特化したキュレーションメディアに投稿のまとめ記事を掲載



ソーシャルギフト（実績と今後の取り組み）

ギフト特化型メディア「Anny magazine」内にギフトショップを設置するなど、EC導線を強化。今後MDに注力することで、EC取扱高の増加を図ります。

■ アプリ内にギフトショップを設置

ギフト特化型メディア「Anny magazine」は、ソーシャルギフト（SNSやメールを使って贈るギフト）機能を備えた商品を集めたギフトショップを、メディア内に開設いたしました。「Anny magazine」では、ギフトシーンに応じて使い分けできる約30種類のオンラインギフトレターを添えて贈ることができます。



■ 「Anny magazine」取り扱いブランド

ギフトショップでは、贈って喜ばれるブランドアイテムを編集部が厳選し、約200種類の商品を取り揃えました。今後も順次、商品ラインナップを拡大していく予定です。

<取り扱いブランド（一部抜粋）>

- ・三越伊勢丹
- ・BIRTHDAY BAR
- ・サンクゼール
- ・BRUNO
- ・Terracuore
- ・Sow Experience
- ・MTG



その他のトピックス

経済産業省と東京証券取引所が共同で選出する、女性活躍推進に優れた上場企業「なでしこ銘柄（平成27年度）」に、マザーズ上場企業から初めて選定されました。

〈 選定理由 〉

創業以来、働く女性が輝ける社会を目指し、女性の起業支援セミナーや働く女性に向けたイベントを開催するなど、様々な取り組みを実施してまいりました。

一方自社においては、女性管理職及び役員への積極登用を行い、平成27年度の女性の管理職比率は70.8%となっております。

また、結婚・育児・介護などの女性のライフステージに合わせた時短勤務・在宅勤務の制度の積極活用が進んでおり、仕事と家庭の両立を支援するため、時間や勤務場所に縛られない多様な働き方を促進しています。

〈 今後の取り組み 〉

平成28年度から、実績だけでなく今後担うミッションに応じた期待成果により査定を行う、新たな人事制度を導入いたします。これに伴い契約社員制度を廃止し、雇用形態やライフステージの変化に捉われない多様な働き方をさらに推進してまいります。

今後も、新たな社内制度の構築と女性の管理職登用に積極的に取り組み、女性が活躍し続ける企業として発展することを目指してまいります。



■ なでしこ銘柄

「なでしこ銘柄」は経済産業省と東京証券取引所が共同で、平成24年度から東証一部上場企業の中から「女性活躍推進」に優れた企業を選定・発表する事業としてはじまりました。

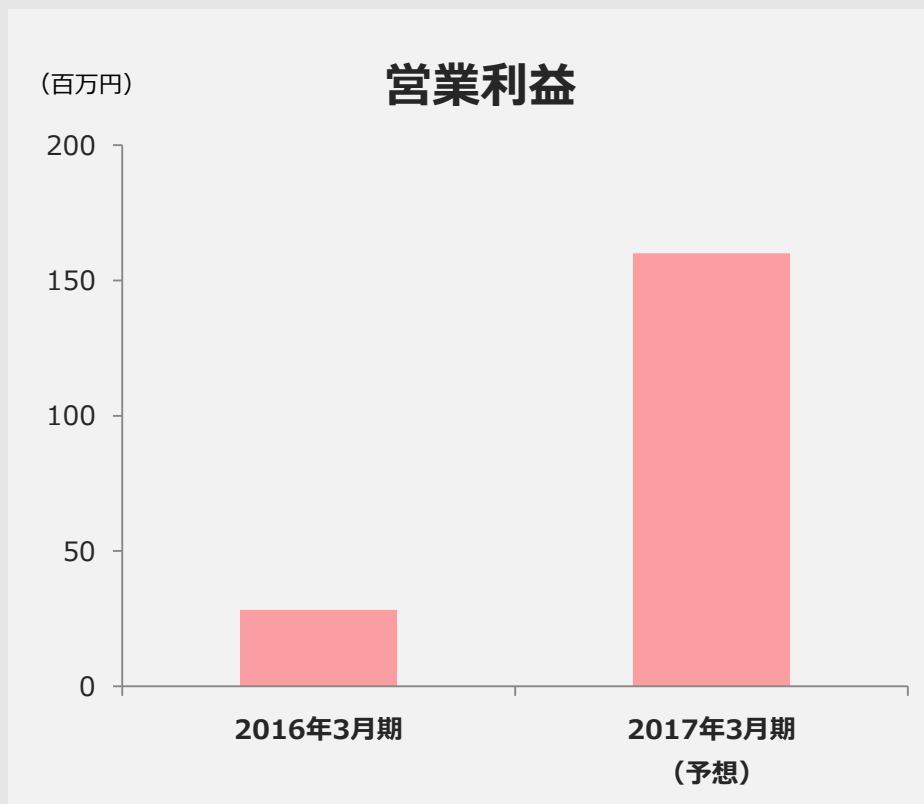
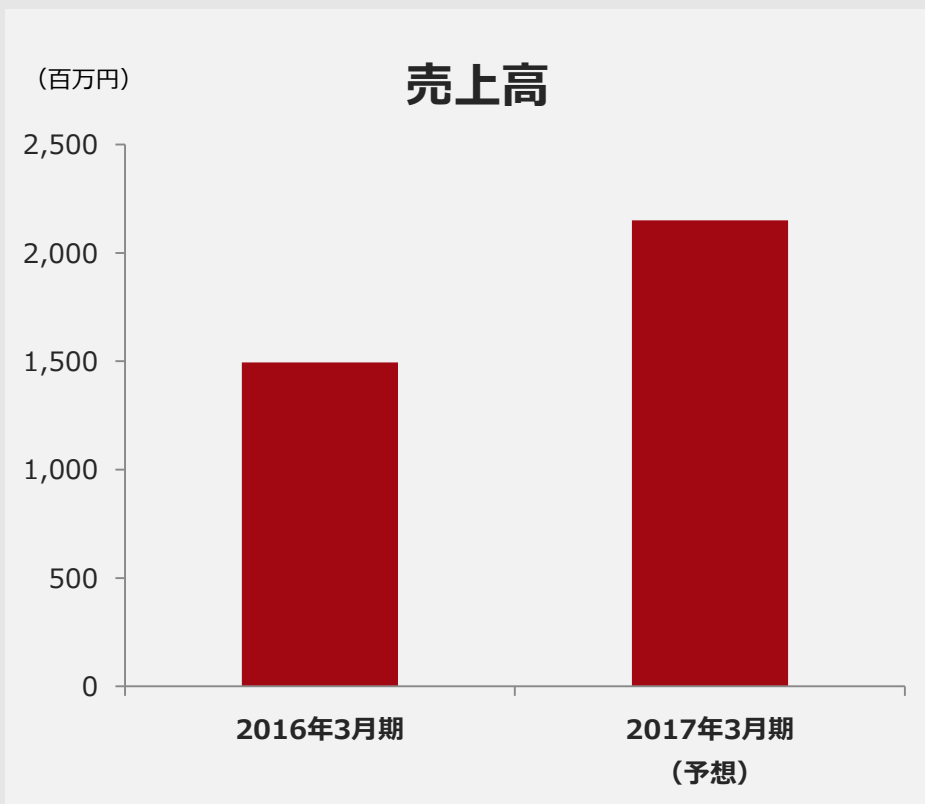
女性活躍に取り組む企業の裾野が広がってきたことを受け、今年度から東証二部・マザーズ・JASDAQの上場企業も対象になり、東証一部から44社、マザーズから1社、計45社が選定されました。


2017年3月期 業績予想

2017年3月期 業績予想

■ 売上高 : 21億5,000万円 (2016年3月期比 **43.8%** 増加)

■ 営業利益 : 1億6,000万円 (2016年3月期比 **465.6%** 増加)





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。