



2017年3月期 第2四半期

決算説明資料

トレンダース株式会社 東証マザーズ：6069

■ 決算概要

■ 事業の状況と今後の戦略

決算概要

2017年3月期 第2四半期 決算ハイライト

■ 前年同期と比べ、増収増益

- 売上高 835 百万円（前年同期比 **30%増**）
- 営業利益 50 百万円（前年同期比 **89百万円増**）
- 当期純利益 38 百万円（前年同期比 **75百万円増**）

■ マーケティングサービスは順調に推移、ソーシャルギフト(Anny)は引き続き投資フェーズ

- マーケティングサービスについては、タイアップ広告やInstagram関連サービスの売上が順調に推移し、さらに新規開発したアドテクノロジー連携サービスの売上も業績を牽引。
- Annyについては引き続き先行投資期間と位置づけ、ECサービスとして今後の大幅拡大・収益化を目指します。

2017年3月期 第2四半期 業績概要

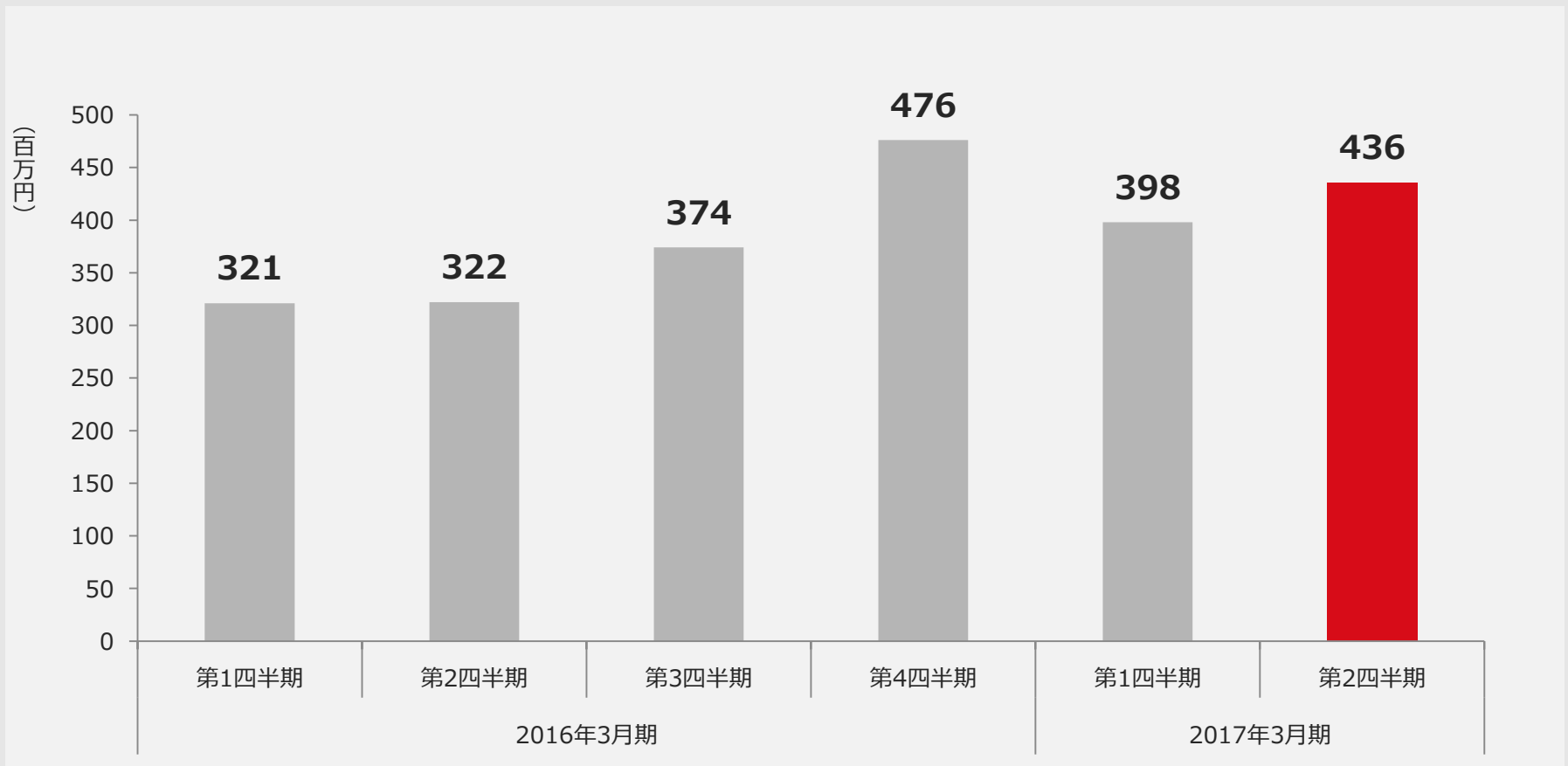
- 売上高は**835百万円（前年同期比+30%）**となりました。
- 営業利益については、増収効果に加え販売管理費を圧縮（前年同期比▲63百万円）したことにより、**50百万円（前年同期比+89百万円）**となりました。

(単位：百万円)	2017年3月期 第2四半期 実績	2016年3月期 第2四半期 実績	前年同期比 (※)
売上高	835	644	30%
売上総利益	361	335	8%
販売管理費	310	373	▲17%
営業利益	50	-38	(+89)
経常利益	50	-52	(+102)
当期純利益	38	-37	(+75)

※営業利益・経常利益・当期純利益について、前年同期はマイナスであったため、増加額を表示しております。

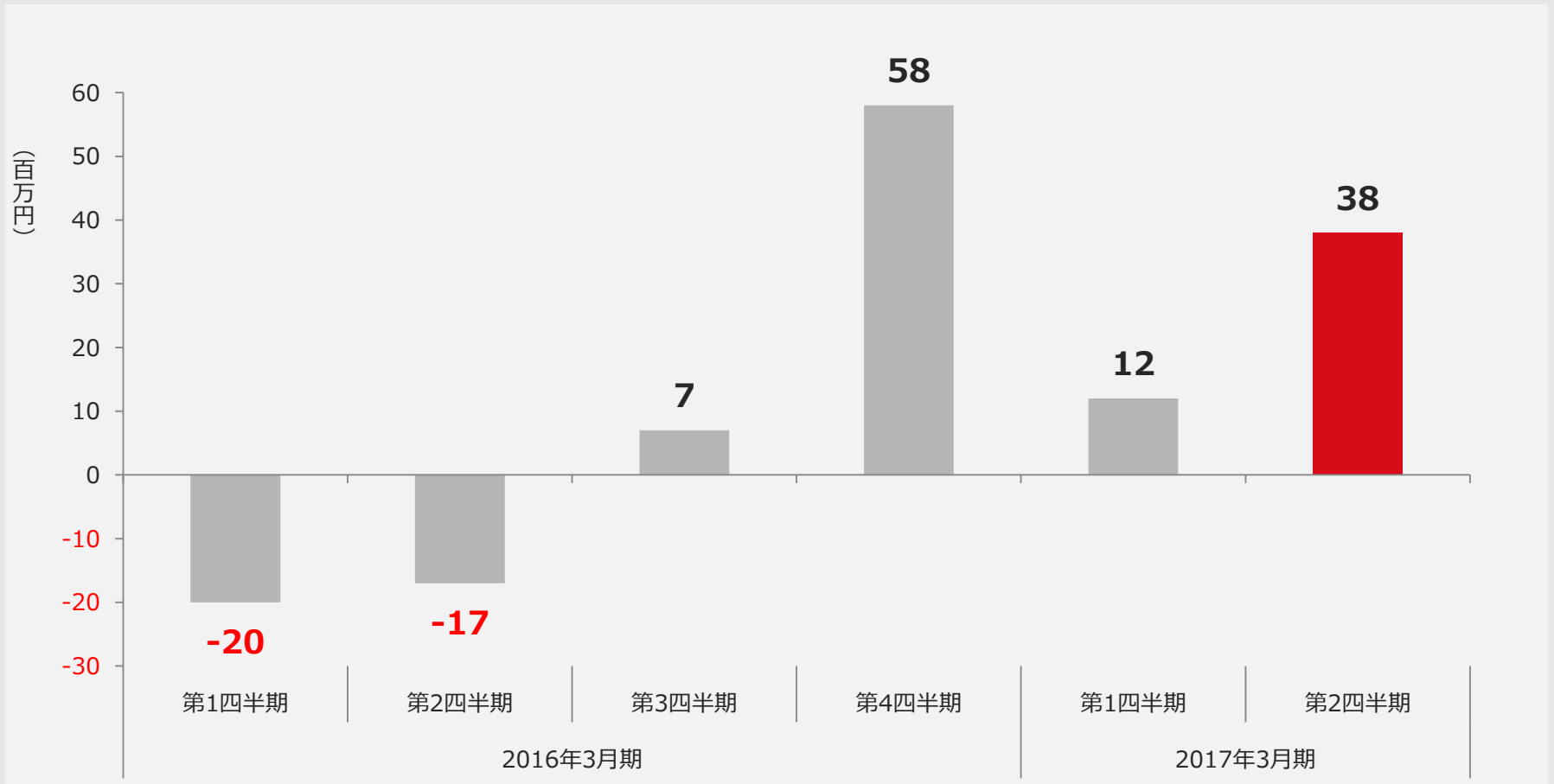
売上高（四半期推移）

- 第2四半期の売上高は**436百万円**（前年同期比**+36%**）となりました。
- メディアマーケティングにおいてはタイアップ広告の売上が引き続き増加し、またアドテクノロジーを活用したニュース配信サービス「mitayo.」も順調に立ち上がりました。SNSマーケティングにおいてはInstagram関連サービスの売上が大幅に増加しました。



営業利益（四半期推移）

- 第2四半期の営業利益は**38百万円**（前年同期比**+55百万円**）となりました。
- 増収効果に加え、コストコントロールにより販売管理費を大幅に圧縮した結果、増益となりました。一方で、将来の収益拡大が見込めるサービスには引き続き投資を継続してまいります。



業績予想の達成状況（上半期）

- 利益率が改善したため、営業利益は計画を大幅に上回り**50百万円**となりました。
- 通期予想については、計画に占める下半期の割合が大きいため、据え置きとします。

(単位：百万円)	実績 2017年3月期 第2四半期	業績予想（※） 2017年3月期 第2四半期	達成率	業績予想 2017年3月期 通期
売上高	835	883	95%	2,150
営業利益	50	11	455%	160
経常利益	50	10	500%	160
当期純利益	38	12	317%	100

※5月13日発表の業績予想を記載しています。なお、11月1日に業績予想の修正を発表しております。

事業の状況と今後の戦略

当期の事業戦略

当社は「メディアマーケティング」「SNSマーケティング」「インバウンド&アウトバウンドマーケティング」「ソーシャルギフト（Anny）」の4つのサービスを主として事業を展開しております。

メディアマーケティング

自社メディア活用とアドテク連携により
効果的な情報拡散を図る

SOCIAL**T**REND**N**EW**S**  **FEELY**
mitayo.

SNSマーケティング

インスタグラムをはじめとした
SNSのインフルエンサーを活用

Life-Influencers Network

インバウンド&アウトバウンド マーケティング

企業の外国人向けプロモーション・
販促を支援、越境ECへの参入

 ZEKKEI Japan

ソーシャルギフト（Anny）

SNSを使って厳選されたギフトを贈る
ECサービス・Webメディアを展開

Anny magazine

メディアマーケティング

インタビュー動画プラットフォーム「PReview」、ならびにSSP連携による記事コンテンツLPに特化したインフィード型ネイティブ広告ネットワークのサービス提供を開始いたしました。
今後もアドテク連携を強化することで効果的なメディアマーケティングを実現してまいります。

■ インタビュー動画プラットフォーム「PReview」のサービス提供を開始

- 企業担当者が、そのブランド・商品の魅力や開発秘話などをインタビュー形式で語り、その様子を約1分から2分間の短尺動画に編集
- 編集動画はFacebookやYouTubeなどのSNS広告を運用することで、ターゲットに向けて確実に最適なリーチを図り、さらに動画PRや独自のメディアネットワークとも連携可能

■ 記事コンテンツLPに特化したインフィード型ネイティブ広告ネットワークのサービス提供を開始

- ユナイテッド株式会社が提供するスマートフォン特化型SSP（Supply Side Platform）「AdStir」と連携し、出稿先メディアやターゲット層に合わせフレキシブルに制作した広告クリエイティブをインフィード型ネイティブ広告として配信

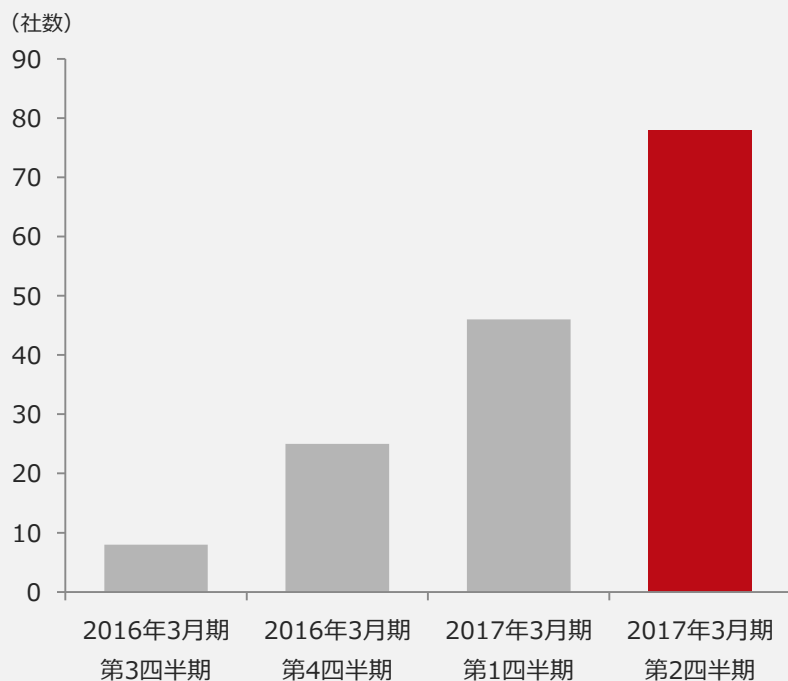
 PReview



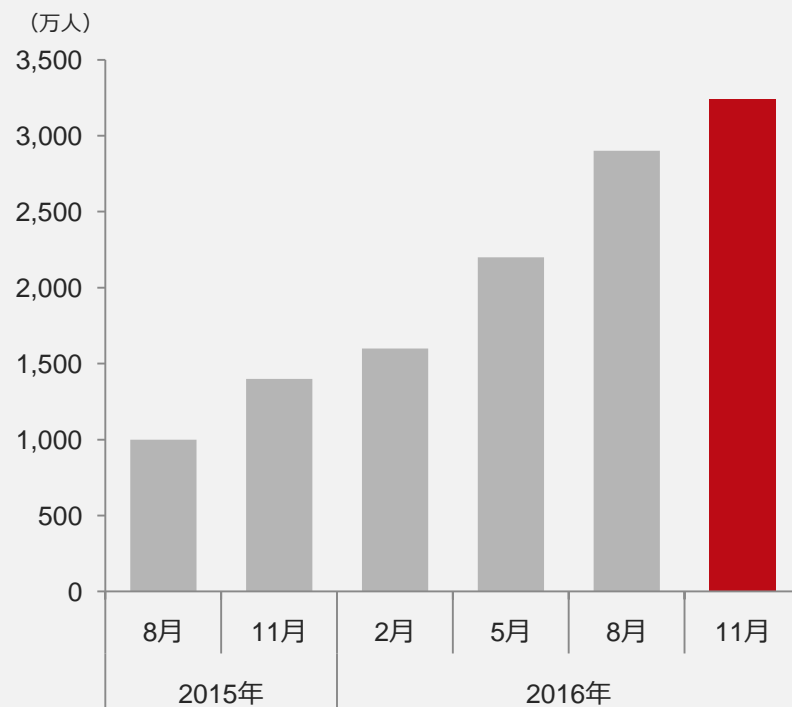
SNSマーケティング

大手飲料・食品・化粧品メーカーを中心にInstagram活用への引き合いが強く、また独自のInstagramマーネットワークが順調に拡大したことにより、取引社数及び受注数が大幅に増加いたしました。今後も新たなSNSマーケティングサービスの開発を積極的に行ってまいります。

■ Instagram施策の累計取引社数



■ 自社ネットワークのフォロワー数(※)推移

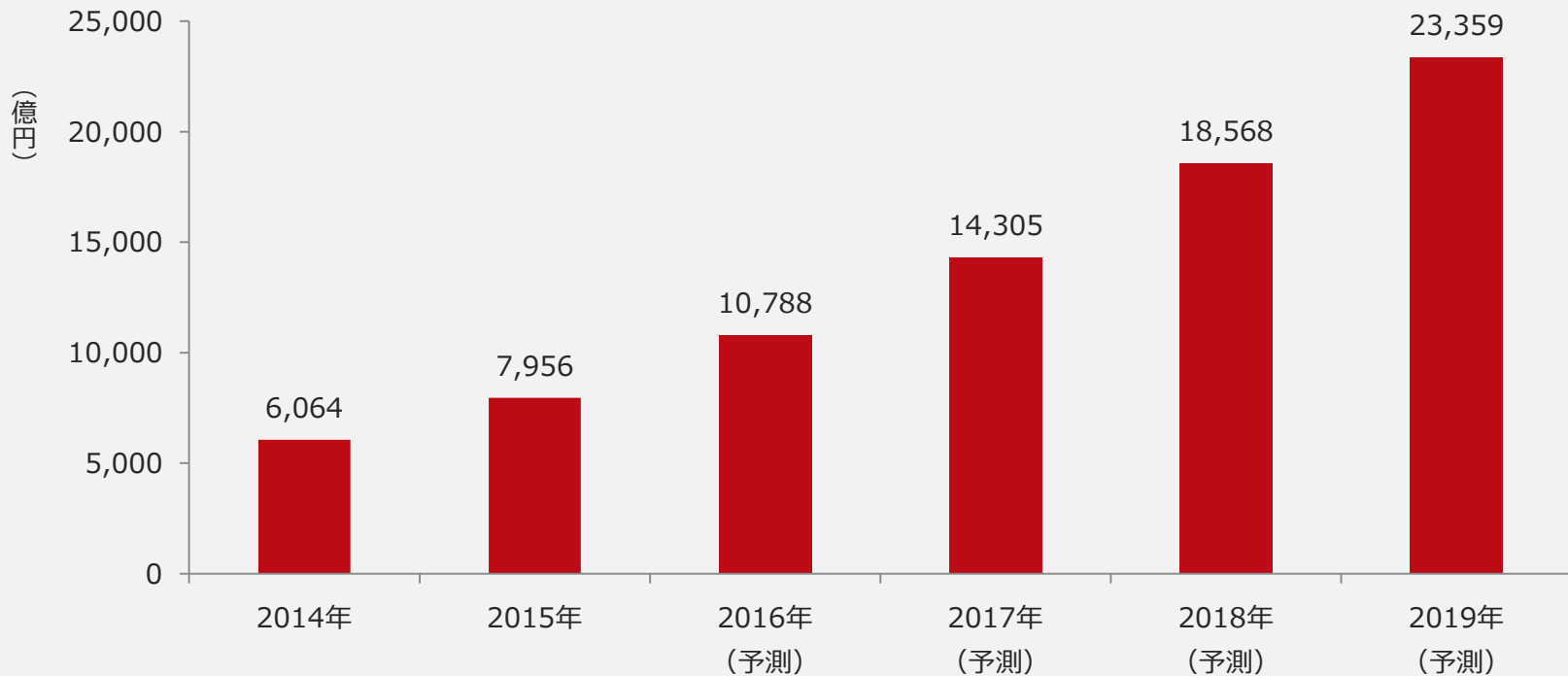


※ LIN (Life-Influencers Network) にてキャスティング可能なInstagramマーの総フォロワー数

インバウンド&アウトバウンドマーケティング

越境ECの事業拡大に向けて、現在パートナーとなる企業と連携を深めております。
なお、中国向け越境ECの市場規模について2016年には1兆円を突破し、2019年には2兆円を突破する予測であり、大幅な成長市場となっております。

■ 日本→中国の越境ECの市場規模



※ 経済産業省「平成27年度電子商取引に関する市場調査」参照

※ 越境EC：消費者と、当該消費者が居住している国以外に国籍を持つ事業者との電子商取引のこと

ソーシャルギフト (Anny)

商品ラインナップの強化及びUI・UXの改善に取り組み、ユーザー数・決済数が順調に成長しております。引き続き、ギフトECサービスとしての事業拡大・収益化へ向けて、成長を加速させてまいります。

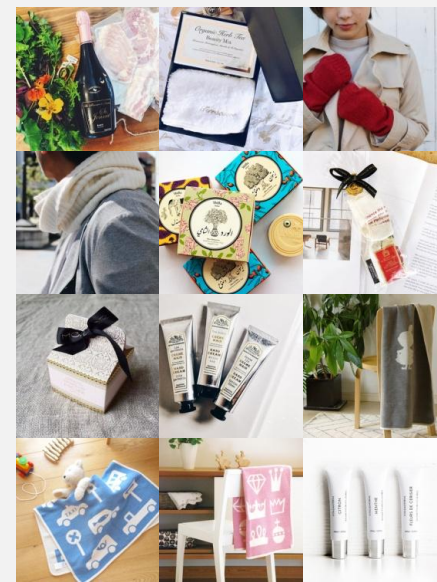
■ 取り扱いブランド数が大幅に増加

- ・有名インポート雑貨ブランド等を中心に商品ラインナップの強化に取り組んだことで、取り扱いブランド数は3ヶ月で28から67へと大幅に増加

■ ユーザー数・決済数が順調に成長

- ・記事コンテンツと紹介商品の最適化など、UI・UXの改善を行ったことによりユーザー数・決済数が順調に成長
- ・今後さらなる事業の拡大・収益化へ向けて、EC決済配送機能の拡充など、機能強化を加速

Anny magazine



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。