



決算説明資料

2019年3月期 第1四半期

目次

1. 2019年3月期 第1四半期決算概要
2. マーケティング事業の概要と戦略
3. ギフトEC事業の概要と戦略
4. 株式分割について

**2019年3月期
第1四半期
決算概要**

- 既存事業の継続成長に加え、保有株式の売却による収益が発生したこともあり、売上高は前年同期比で**2倍**となる875百万円、営業利益以下の各段階利益もそれぞれ前年同期比で**5倍以上**の大幅増益
- オフィス移転（4月）に伴う一時費用の発生、積極的な先行投資の実施によりコストは増加

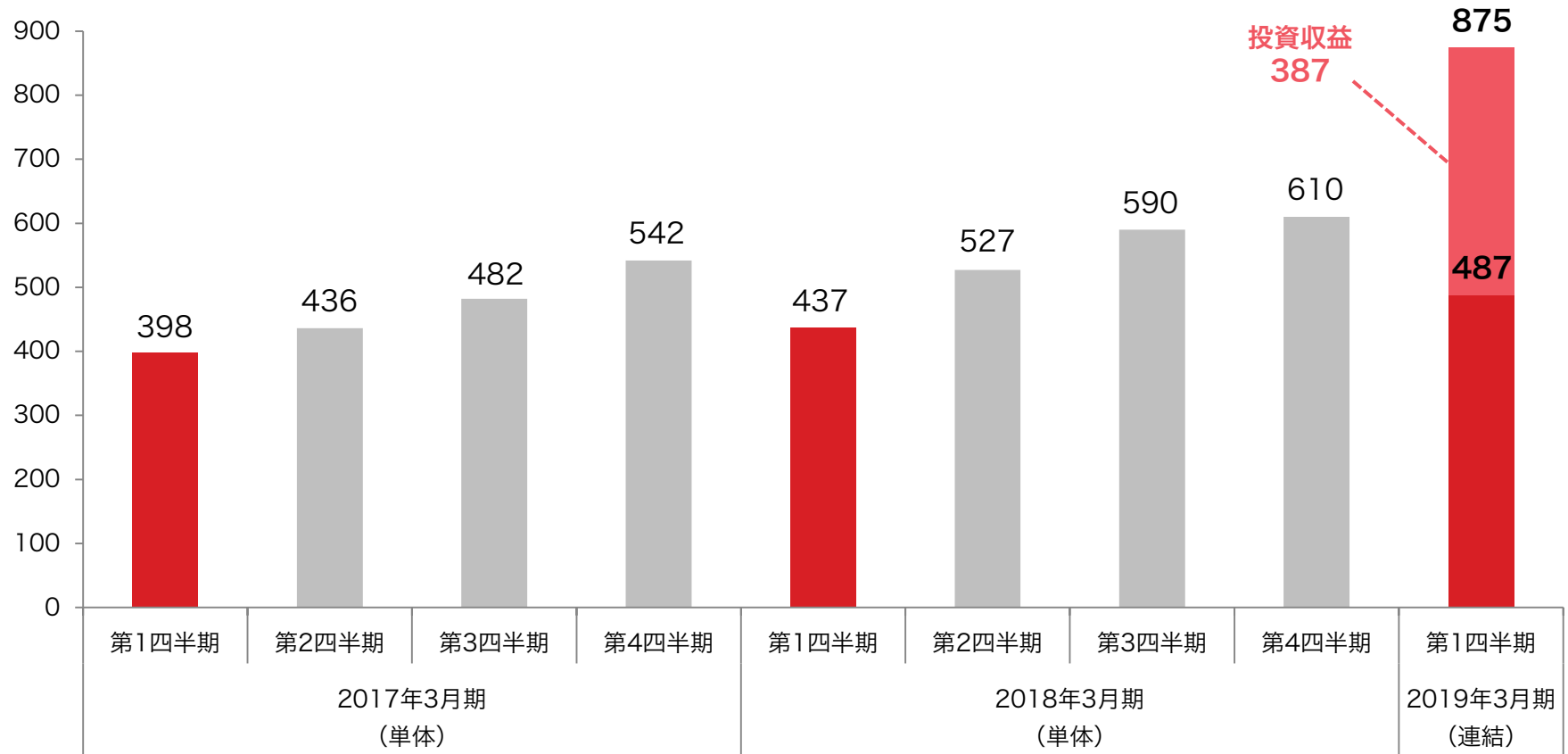
(単位：百万円)	2019年3月期 第1四半期 (連結)	2018年3月期 第1四半期 (単体)	前年同期比
売上高	875	437	+100.1%
営業利益	321	52	+512.2%
経常利益	325	55	+485.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	210	37	+461.3%

※ 当期より連結決算を開始したため、2018年3月期第1四半期は単体決算、2019年3月期第1四半期は連結決算による業績となっております
 ※ 2018年3月期第1四半期の「親会社株主に帰属する四半期純利益」は単体決算における「四半期純利益」の数値を用いております

→ 売上高（四半期推移）

- 第1四半期の売上高は**875百万円**（前年同期比**+100.1%**）
- 有価証券の売却による収益387百万円を除いても、**487百万円**（前年同期比**+11.5%**）と売上高は順調に増加
- SNS関連サービス、エディトリアル広告（自社メディア）などが継続的に伸長

（単位：百万円）

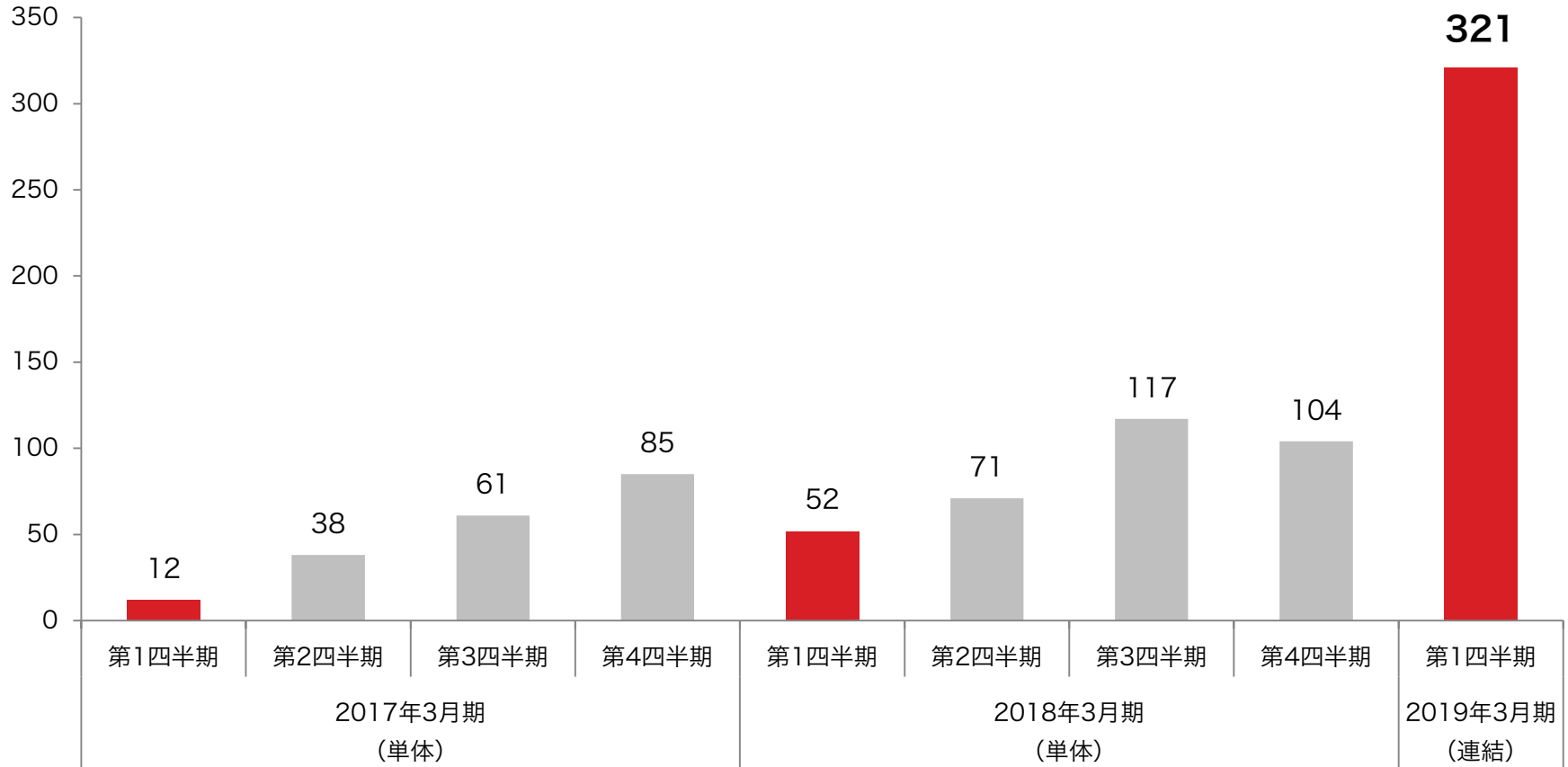


※ 2018年3月期第4四半期までは単体決算、2019年3月期第1四半期は連結決算の数値となっております

→ 営業利益（四半期推移）

- 第1四半期の営業利益は**321百万円**（前年同期比**+512.2%**）
- オフィス移転（4月）やM&A等に伴う一時費用に加え、ギフトEC事業（Anny magazine）やMimiTV等への先行投資を実施した結果、コストは増加
- 今期は有価証券売却による収益を有効活用し、事業への先行投資を積極的に行う

（単位：百万円）



※ 2018年3月期第4四半期までは単体決算、2019年3月期第1四半期は連結決算の数値となっております

マーケティング事業の 概要と戦略

→ マーケティング事業の概要

■ 生活者インサイト・トレンド分析に基づくマーケティングノウハウに独自のマーケティングソリューションを掛け合わせることで、企業のプロモーション・PR活動の支援を行っています。

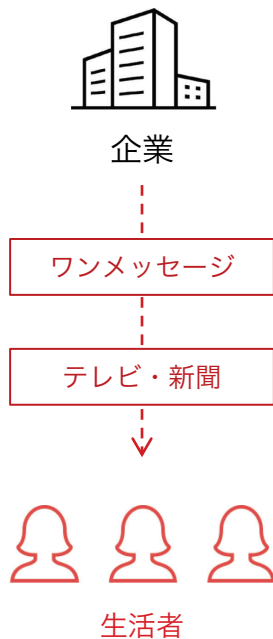


→ 次世代型マイクロマーケティング

- トレンダーズは生活者の多様化に対応し、効果的かつ効率的なマーケティング施策を実現する「次世代型マイクロマーケティング」を提唱しています。

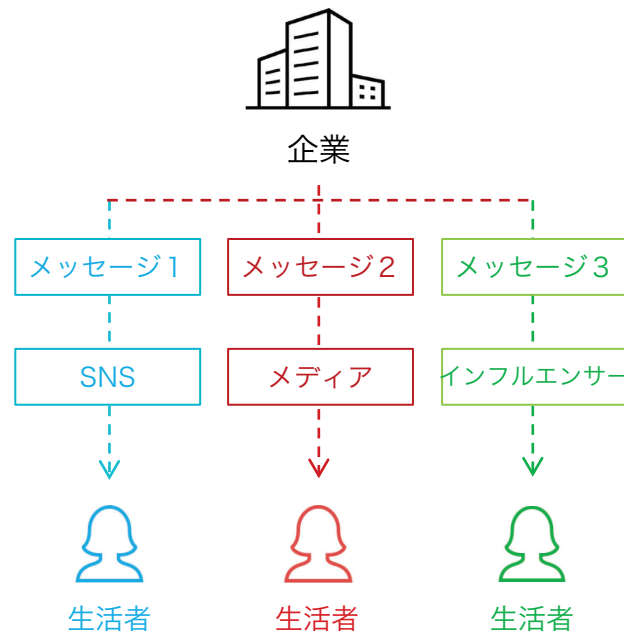
マスマーケティング

企業から生活者に対して、
マスメディアを通して
ひとつの訴求メッセージを発信。



マイクロマーケティング

多様化する生活者を趣味嗜好やライフスタイルなど、
あらゆる軸で細分化。
ターゲットごとにメッセージや手法を変えることで、
特定ターゲットに確実にリーチします。



- 生活者の価値観・デジタルネイティブ比率・SNSユーザーなどの変化により、デジタル・SNSを活用したマイクロマーケティングのニーズは今後ますます高まっていくことが予想されます。



→ トレンダーズの強み

- 生活者インサイト・トレンド分析に基づくプランニング力に加え、独自の自社ソリューション・ネットワークを有していることがトレンダーズの強みです。

生活者インサイト・
トレンド分析

×

自社
ソリューション

×

外部メディア

1. トレンダーズMMP

20~40代の男女10万人を対象にした
マイクロマーケティングパネル



2. 自社メディア

領域特化型の自社メディアを
開発・運営



3. インフルエンサー

Instagram、Twitter、ブログの
インフルエンサーネットワーク



4. プレミアムアドネットワーク

株式会社ジーニーと協同開発の
独自アドネットワーク



5. MimiTV

10代~20代女性向け
美容特化型動画メディア



→ サービス進捗と取り組み：SNS関連サービス

- Instagram、Twitter、ブログといったSNSで影響力を持つインフルエンサー約13,000人を独自にネットワーク。商品特性に応じて最適なプラットフォームとインフルエンサーをご提案しています。また、Twitterキャンペーンに特化した統合型ソリューション「CRECT」の提供を開始しました。

Life-Influencers Network

(Instagram)

 **Beemine**

(Twitter)

 **womedia**

(ブログ)

インフルエンサーサービスの状況と実績

登録インフルエンサー数、案件数ともに堅調に伸長。
商品特性に応じて最適なプラットフォームと
インフルエンサーをご提案。

登録
インフルエンサー数 | 約**13,000**名

インフルエンサー
総リーチ数 | 約**7,000**万リーチ

インフルエンサー
マーケティング
事業実績 | 実施案件数
2,100件以上

新たなソリューションの提供開始

Twitterキャンペーンに特化した
統合型ソリューション「CRECT」の提供を開始。
Twitterインフルエンサーネットワーク
「Beemine」との連携が特徴。

CRECT

※数値は2018年8月現在

→ サービス進捗と取り組み： MimiTV

- 2018年5月1日に子会社化した美容特化型動画メディア「MimiTV」については、今後の大幅な事業成長に向けて、メディア価値向上を目的としたプロモーション等の先行投資を積極的に実施してまいります。



美容特化型動画メディア「MimiTV」

SNSフォロワーの獲得



公式Twitterアカウントではコンテンツ配信やキャンペーン施策を強化。公式Instagramアカウントではコンテンツ配信強化と広告運用により、フォロワーの大幅増加を図る。

オフライン連携



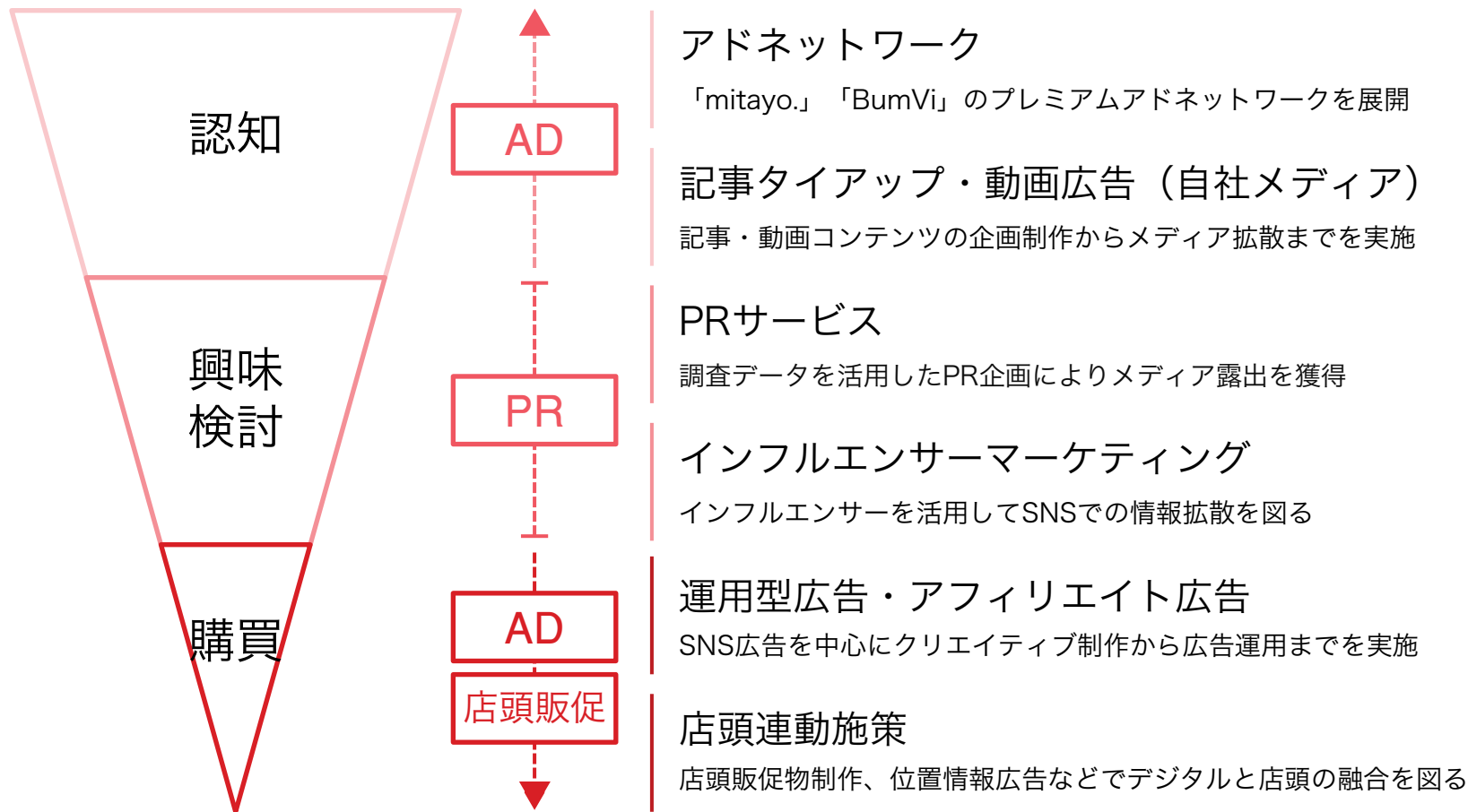
2018年7月より、全国430店舗の美容室に設置されているデジタルサイネージ放送局「BEAUTINISTA TV™（ビューティニスタティービー）」への動画配信を開始。

連動型施策



SNS広告運用やインフルエンサー施策との連動により、マイクロターゲティングを実現。ドラッグストアなどの店舗への来店計測施策とも連携予定。

- PR領域とAD領域を融合させることで認知から購入までのフルファネルマーケティングを提供し、効果検証データとの掛け合わせによりスピーディーなPDCAを実現します。また、店頭連動型のサービス開発にも注力してまいります。



→ マーケティング事業の中長期戦略

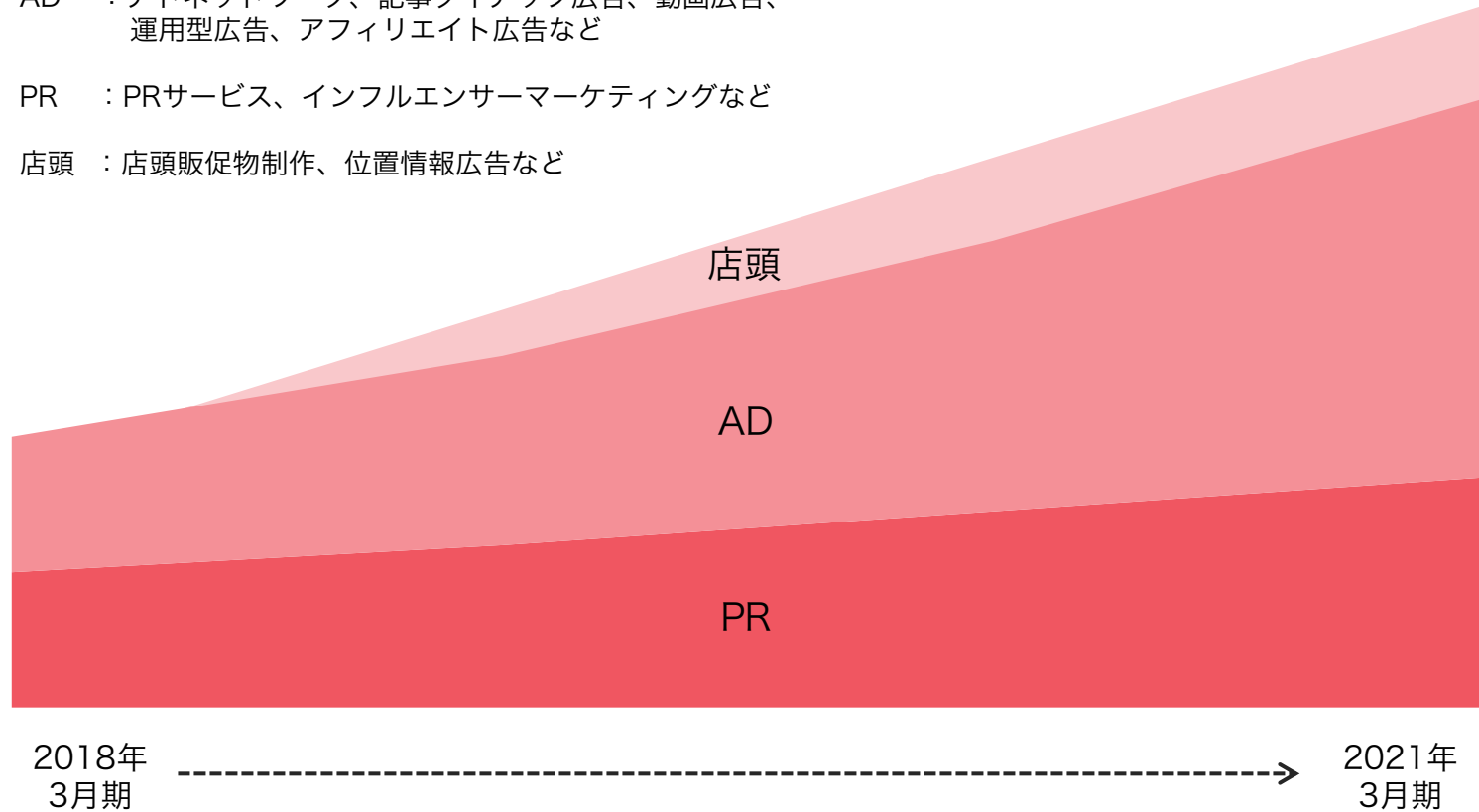
- AD領域・PR領域ともにプランニング力の強化と自社ソリューションの開発・強化を図り、効果検証をはじめとしたデータマーケティングに取り組むことで、継続的な事業成長を目指します。

マーケティング事業の売上構成比

AD : アドネットワーク、記事タイアップ広告、動画広告、運用型広告、アフィリエイト広告など

PR : PRサービス、インフルエンサーマーケティングなど

店頭 : 店頭販促物制作、位置情報広告など



ギフトEC事業の 概要と戦略

→ ビジネスモデル

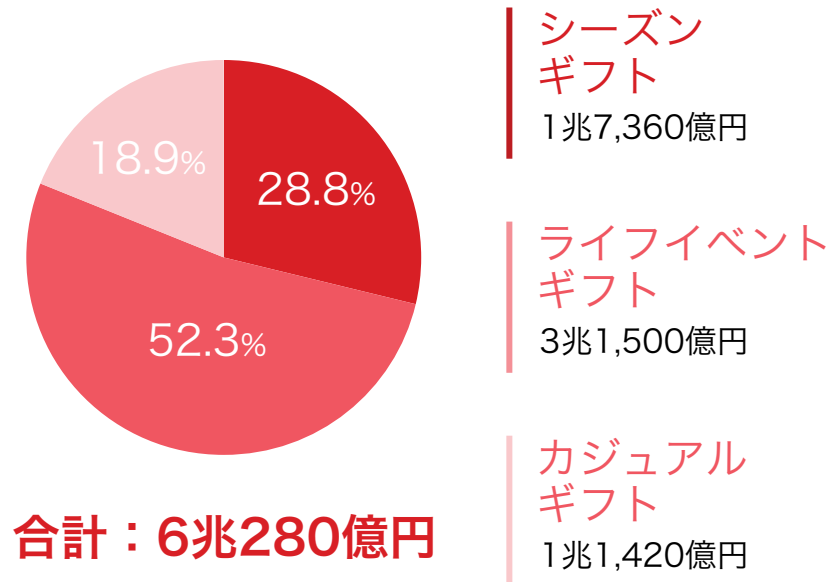
- 「Anny magazine」は約150ブランド・1,200アイテムを取り扱うギフト専門のECサイト・アプリです。相手の住所が分からなくても、SNSやメールでURL（ギフトレター）を送付することでギフトを届けることが可能です。



→ 市場環境

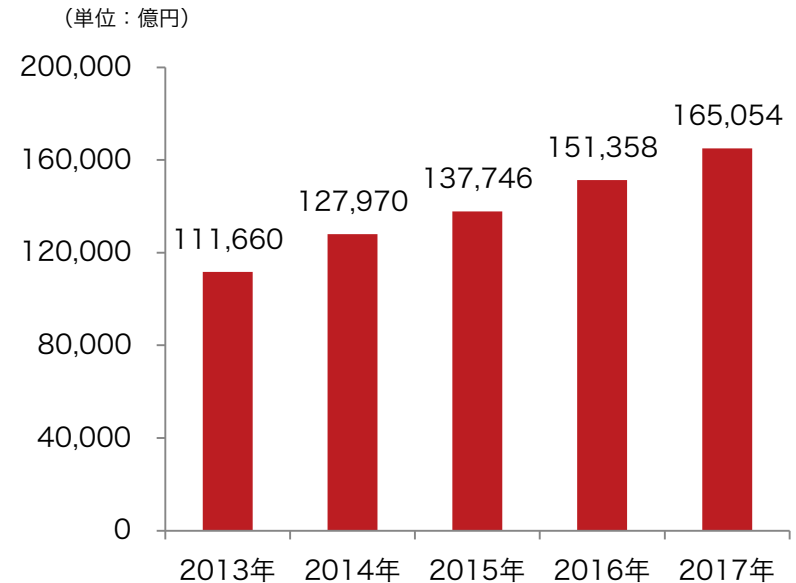
- ギフト市場規模は約6兆円。また、EC市場は年々成長を遂げており、ギフトEC市場は今後さらなる拡大が見込まれます。

ギフト市場規模



(出典) 大日本印刷(株)「日常生活とギフトの実施状況に関する調査」
調査期間：2016年6月2日～6日、2017年2月3日～6日

BtoC-EC市場規模推移



(出典) 経済産業省「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」

→ 今後の事業戦略

- 商品ラインナップの充実化、UI・UXの改善等により購入率ならびにリピート率の向上を図ります。
また、PR活動・マーケティング施策を本格開始し、認知率の向上と新規ユーザーの獲得を目指します。

取り扱いブランドの一例と取り扱いアイテム数推移



SIWA



FLOWERiUM



Anny foodies*ANA
フーズ



Pisceans



育てるタオル



Crème de la Crème



株式分割について

→ 株式分割について

- 2018年10月1日を効力発生日とする1:2の株式分割を発表
- 当社の株価水準が上がってきており、投資家が投資しやすい環境を整えることが重要であると判断
- 投資単位当たり金額の引き下げにより、流動性向上と投資家層の拡大を図る

過去2年間の株価推移

(単位：円)



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。

