

2024年5月21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)

### 2024年12月期通第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、2024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。

2024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://www.youtube.com/watch?v=r2\\_xJjsey88](https://www.youtube.com/watch?v=r2_xJjsey88)

2024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。



## 2024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、中山です。  
本日はお忙しい中、お時間を頂きありがとうございます。  
株式会社トリドリの、2024年度第1四半期、決算説明会を始めさせていただきます。

**2024 年12 月期 第1 四半期業績**

**Appendix1. 会社概要**

**Appendix2. 事業環境**

冒頭で、第1 四半期の決算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。

<p>2024年12月期 第1四半期業績</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● QoQでは一時的な要因による減収があったものの、前四半期を上回る黒字</li> <li>● 売上総利益：869百万円（YoY + 48.9%）</li> <li>● 営業利益：43百万円（YoY + 48百万円）</li> </ul>
<p>TOPICS /定性情報</p>	<p>プロダクト領域</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 引き続き販売代理店の活用により堅調に推移</li> <li>● さらなる規模拡大に向け、新潟支社を開設</li> </ul> <p>マーケティングパートナー領域</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● OverFlow社のグループインにより 着実に強化</li> <li>● OverFlow社が TikTok for Business Japan Awards 2024 にて、「Rising Star Category」 Bronze Award を受賞</li> </ul>

最初に、四半期のハイライトをお伝えします。  
第1四半期は、好調な滑り出しであったと考えております。  
QoQでは、一時的な要因による減収があったものの、  
プロダクト領域における、代理店を活用した顧客獲得は順調に進み、  
前四半期を上回る黒字で、着地いたしました。

そして、スライドに記載しているとおり、YoYでは、引き続き、力強く成長しております。  
売上総利益は、8億6,900万円。YoYで48.9%増となりました。  
営業利益は、4,300万円。YoYで4,800万円改善し、  
四半期での黒字が継続しております。

定性的なトピックスとしては、先ほども申し上げたとおり、プロダクト領域において、  
販売代理店の活用による顧客獲得を引き続き進めております。  
また、さらなる規模拡大に向け、新潟支社を設立いたしました。  
現地での採用、オペレーションの最適化を進め、さらなる規模の拡大を目指してまいります。

さらに、今回、子会社である OverFlow が、  
TikTok を活用する広告代理店として、Award を受賞いたしました。  
今回の受賞は、当社が成長戦略として掲げている、  
マーケティングパートナー領域の強化、中でも TikTok 領域の強化に向けた、  
大きな前進だと考えております。

## 2024 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 四半期業績の説明に入ります。

2024年12月期第1四半期 全社業績

### 四半期黒字を継続、想定通りの滑り出し



2024年12月期第1四半期 toridori base事業進捗

### 販売代理店活用により 顧客数が順調に推移



まずは、全社の業績サマリーからお伝えします。

先ほどお伝えしたとおり、第1四半期での売上総利益は、8億6,900万円。YoYで48.9%増となりました。

営業利益は、4,300万円。YoYで4,800万円改善し、四半期での黒字が継続しております。

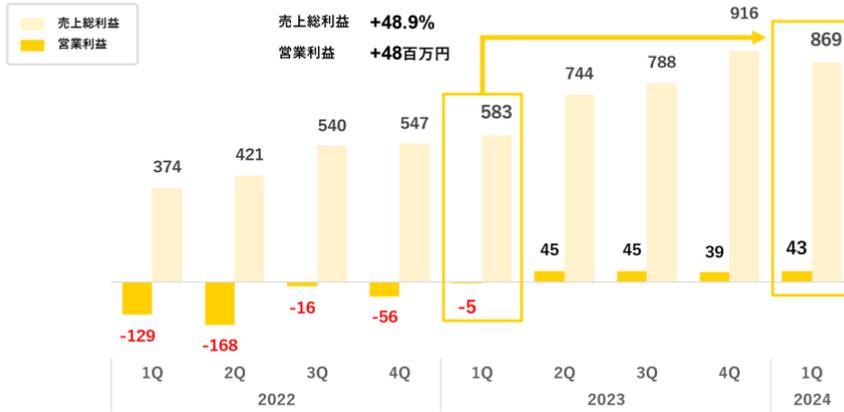
注力している、toridori baseの第1四半期の結果は、売上総利益は、6億2,200万円。

顧客数は、6,014社。

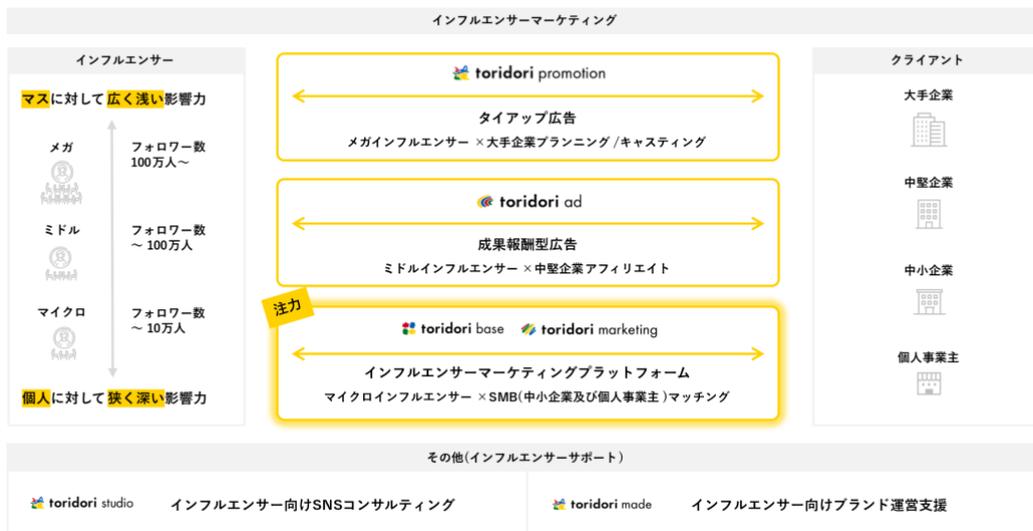
引き続き、販売代理店経由を中心に、顧客獲得を進めております。

## 売上総利益の高成長とともに黒字を継続

単位：百万円



四半期ごとの業績の推移を見ていただきますと、QoQでは一時的な要因による減収があり、売上総利益は、8億6,900万円となりました。一時的な要因の内容については、後ほど詳細を説明いたします。一方で、営業利益は前四半期を上回っており、4,300万円となりました。YoYでは、高い成長率が、継続しております。



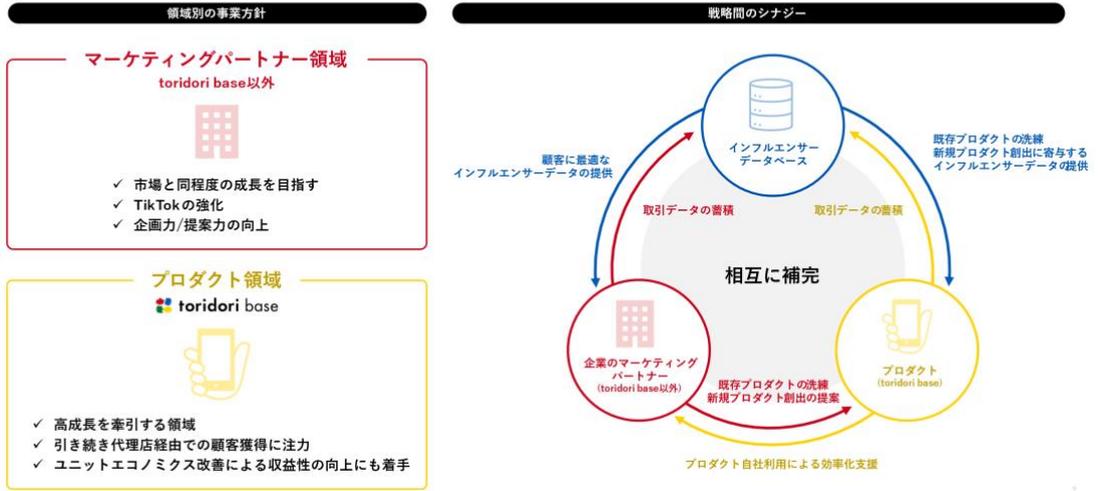
改めて、当社のサービスを簡単に説明をさせていただきますと、インフルエンサーマーケティング事業で、3つのサービスを展開しております。

上からタイアップ広告の toridori promotion、成果報酬型広告の toridori ad、マイクロインフルエンサーと SMB のお客様を繋ぐインフルエンサーマーケティングプラットフォームである toridori base と展開しております。

上から下に行くにつれて、インフルエンサーはメガから、よりマイクロへ、広告主の規模も、大手企業から、より SMB へと、ロングテールを支援するサービスとなっています。

中でも当社が注力しているサービスは toridori base です。その他の詳細は割愛しますが、toridori studio、toridori made というインフルエンサーを直接支援するサービスも展開しております。

- ・ 成長戦略に基づき、全社のサービスをマーケティングパートナー領域、プロダクト領域として定義



また、前回の期末決算発表時にもお話させていただきましたが、当社においては、成長戦略の基本方針として、3点をかかげております。

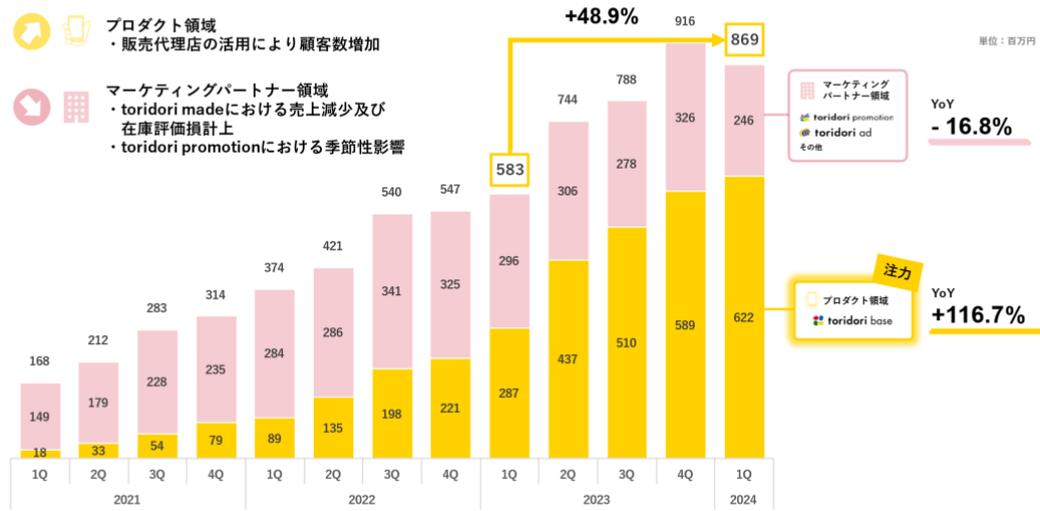
- ①、toridori base を中心とした、プロダクト領域の拡大
- ②、中堅・大手企業をターゲットにしたマーケティングパートナーの強化
- ③、インフルエンサーデータベースの価値最大化

これらを強化し、相互に補完することで、成長を目指してまいります。

本日は成長戦略の詳細は割愛させていただきますが、改めて前回期末決算説明資料をご一読頂けると幸いです。

当社が、お客様向けに提供するサービスは、赤色のマーケティングパートナー領域と、黄色のプロダクト領域の2つとして、区分・定義いたします。

全社：売上総利益四半期推移

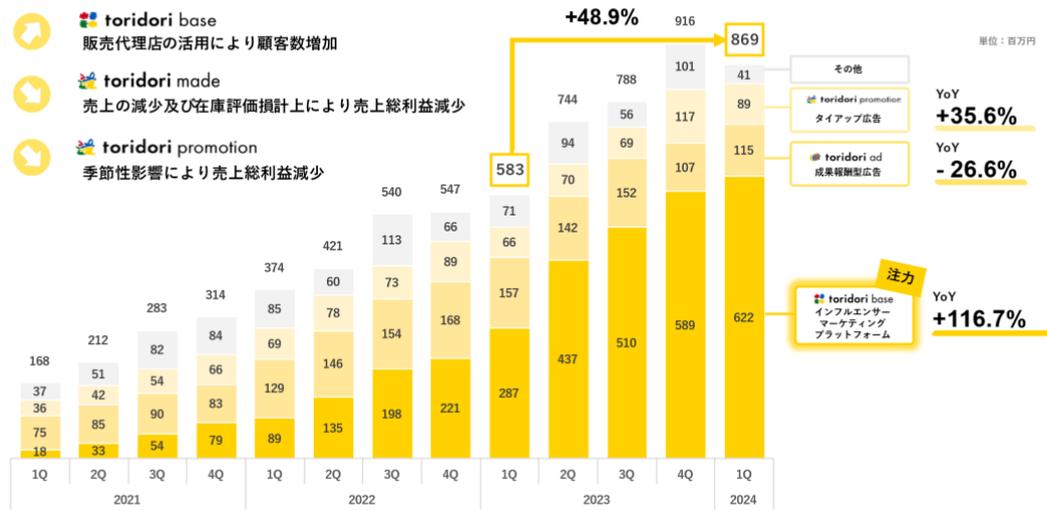


当社のサービス領域ごとの売上総利益の推移は、  
こちらのとおりとなっております。

最も注力しているプロダクト領域では、6億2,200万円と、  
YoYで116.7%増と力強く成長し、引き続き全社の高成長をしております。

マーケティングパートナー領域では、2億4,600万円と、  
YoYで16.8%減少となりました。  
詳細については、次のスライドで説明いたします。

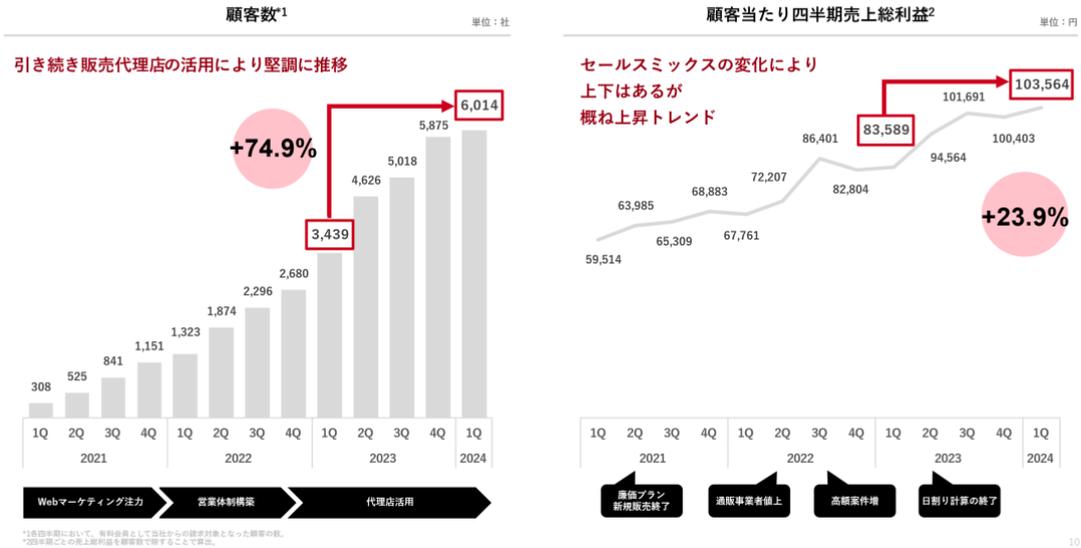
全社：売上総利益四半期推移



マーケティングパートナー領域の減収要因としては、まず、toridori made における在庫評価損の計上がありました。toridori made では、基本的に在庫を多く持たない方針を取っておりますが、今回、年始の生産工場休暇に備えて、あらかじめ仕入れを行った結果、今回の1Qのトピックスとして在庫の評価損が発生いたしました。現在は、在庫を適正水準まで見直しており、今後の大きな評価損発生は見込んでおりません。また、商品発送タイミングの影響で、昨年4Qに売上が集中していたため、QoQでは売上減となり、この1Qは特に売上が小さいQとなっています。

toridori promotionでは、当社の顧客の特性上、予算消化が年末に集中する傾向にあり、その反動によるQoQ減収がありました。YoYではOverflow買収の影響も伴い+35%の増収を達成しております。

また、toridori adは、主力商材の不調により減収となっておりますが、QoQでは売上総利益が増加しており、現在は回復フェーズにあると考えております。



続いて、注力する toridori base の KPI について、説明いたします。  
顧客数は、販売代理店の活用により順調に増加させることができていると、  
当四半期において 6,014 社。YoY で 74.9% 増という結果でした。

2023 年に比べると顧客数の増加ペースがやや鈍化いたしました、  
特に、2023 年の第 2 四半期に獲得した顧客の解約が、  
当四半期に一時的に影響を与えたためです。

今後は、より一層の顧客獲得ペースの増加を目指し、  
継続した顧客数の増加を実現してまいります。

顧客当たりの四半期売上総利益については、10 万円台を継続できております。  
新規顧客の獲得数の変動等の要因により、四半期ごとに単価は上下しますが、  
おおむね上昇トレンドにあります。

## 高成長と黒字の継続

単位：百万円

	2023年12月期1Q		2024年12月期1Q		増減金額	増減率
	実績	売上総利益比率	実績	売上総利益比率		
取扱高 (総額売上)	1,541	-	1,968	-	+426	+27.6%
売上高	622	-	955	-	+333	+53.5%
売上総利益	583	100.0%	869	100.0%	+285	+48.9%
販管費	589	100.9%	826	95.0%	+236	+40.1%
営業利益	-5	-0.9%	43	5.0%	+48	-
経常利益	-6	-1.0%	40	4.7%	+46	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	-6	-1.0%	36	4.2%	+42	-

\*当社は売上総利益を重要な指標としているため、「営業利益」、「経常利益」、「親会社株主に帰属する当期純利益」の比率については、売上総利益に対する比率としております

11

損益計算書は、こちらのおりとなっております。  
繰り返しになりますが、高成長と黒字を継続できております。

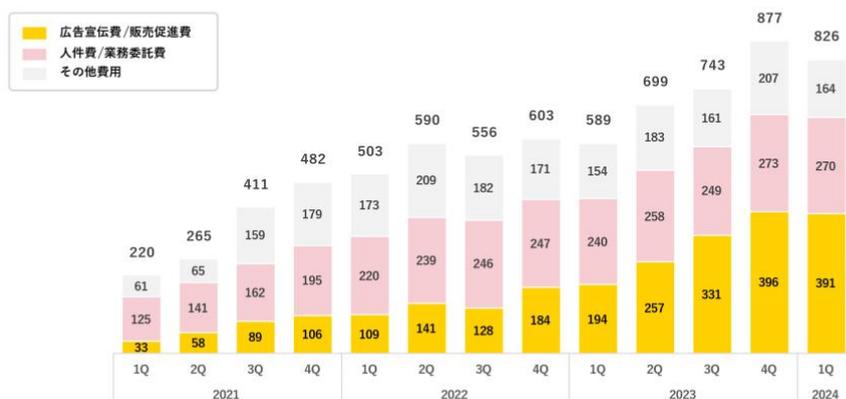
売上総利益は、YoYで2億8,500万円増加の、8億6,900万円としながら、  
販管費については、YoYで2億3,600万円増加の、8億2,600万円となりました。  
その結果、営業利益は、4,800万円改善し、4,300万円の黒字という着地でした。

## 全社：販管費四半期推移



- ・ プロダクト領域における、顧客獲得のための代理店活用による販売促進費は継続して発生
- ・ 上記以外の費用は適切な水準にコントロールし、黒字に貢献

単位：百万円



12

販管費については、このように推移しております。

広告宣伝費/販売促進費については、プロダクト領域における継続的な顧客獲得のため、引き続き、プロダクト領域の売上に対して一定の割合で、発生してまいります。

それ以外の費用については、おおむね固定費であり、適切な水準でコントロールしております。

## Topics：新潟支社の開設



- ・新潟県に支社を開設し、副知事と副市長を表敬訪問（営業開始は2024年11月を予定）
- ・本社業務移管に伴う現地での採用活動・雇用創出に取り組む
- ・オペレーションの最適化を図り、プロダクト領域でのさらなる規模拡大を目指す



### プロダクト領域の長期的な成長・規模拡大に耐えうる基盤を確立

続いて、トピックスとして、新潟支社の開設について説明いたします。

これまで当社は、東京に1拠点のみを構え、運営してまいりました。しかしながら、現在当社は成長フェーズにあり、特に、toridori base が高成長を続けております。

そのため、将来的なさらなる規模拡大に備える意味でも、toridori base を運用する上で発生する、投稿審査や、カスタマーサポートのような、オペレーショナルな業務を、新潟支社に移管する体制を構築いたしました。新潟県は、AI、ビッグデータなどのIT分野に注力しており、当社との親和性は高いと考えております。

そして、現地での採用活動、新潟県の雇用創出、toridori base の運営オペレーションの最適化などに取り組み、プロダクト領域の中・長期的な成長・規模拡大に耐えうる基盤を確立いたします。

## Topics：マーケティングパートナー領域の強化

 toridori

- OverFlow社が TikTok for Business Japan Award2024 にて、「Rising Star Category」 Bronze Awardを受賞
- これによって、TikTokを活用したマーケティングにおける競合優位性を獲得

**TikTokの動向**



- 若年層を中心に、TikTokの利用者は大幅に増加している
- Spark Adsにより、インフルエンサーのオーガニック投稿を広告として活用でき、高い広告効果

➡ **企業の注目度が非常に高い**

### OverFlow社 TikTokプロモーションの強み

TikTok広告の効果を最大化させるために、“媒体ロジック”と“クリエイティブ”の2軸で分析を実施  
分析から改善までのPDCAも高速で実施



ゲームクライアント様 実績  
最大で**ROAS 200%**の効果貢献を実現

### TikTok for Business Japan Award 2024

急成長を遂げた広告会社 / 広告代理店が対象となる  
「Rising Star Category」にて Bronze Awardを受賞



➡ **成長期待が高いTikTok領域において、OverFlow社が一定のブランドを確立**

続いて、成長戦略の進捗状況として、  
マーケティングパートナー領域の強化について、説明いたします。

当社は、マーケティングパートナー領域の強化のための方針として、  
TikTok の強化、を掲げておりました。

TikTok は現在、若年層を中心に利用率が大幅に増加しており、  
また、Spark Ads という、ユーザーのオーガニック投稿を広告として活用できる  
独自の仕組みもあり、企業の注目度は非常に高いと考えております。

そして、前期よりグループジョインした、OverFlow 社は、  
TikTok プロモーションの深い知見、経験を持っており、  
ROAS200%を達成した事例もありました。

そして今回、OverFlow 社の取り組みが認められ、TikTok からの受賞を受けました。

これによって、TikTok に強い会社としてのブランドイメージが確立し、  
マーケティングパートナー領域の強みになっていくと考えております。

引き続き、成長戦略を推進し、高成長を実現してまいります。

説明は以上です。  
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。  
本日はお時間をいただき、ありがとうございました。