



トレンダーズ株式会社

2023 年 3 月期決算説明会

2023 年 5 月 17 日

イベント概要

[企業名]	トレンダーズ株式会社		
[企業 ID]	6069		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2023 年 3 月期決算説明会		
[決算期]	2023 年度 通期		
[日程]	2023 年 5 月 17 日		
[ページ数]	45		
[時間]	13:00 – 13:59 (合計：59 分、登壇：46 分、質疑応答：13 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[会場面積]			
[出席人数]			
[登壇者]	2 名		
	代表取締役社長	黒川 涼子（以下、黒川）	
	取締役 CFO	田中 隼人（以下、田中）	

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasia.com

登壇

田中：皆様、こんにちは。ただ今より、トレンダーズ株式会社、2023年3月期通期決算説明会を開始いたします。本日はお忙しい中、お集まりいただきまして、ありがとうございます。

本日ですが、当社からのご説明をした後、最後に質疑応答の時間を設けさせていただきます。皆様におかれましては、Zoomのチャット機能を使ってご質問があればお送りいただければと思います。

今運営からもお送りいたしました但、所属とお名前を記載した上で全員宛、ホストとかパネリストではなく全員宛にチャットにてテキストでお送りください。説明を終了した後に順次ご回答差し上げます。なお、時間の関係もございますので、時間の許す限りご回答する形でご了承いただければと思います。

会社概要

会社名	トレンダーズ株式会社
設立	2000年4月
資本金	5億6,836万円（2023年3月31日現在）
取締役	代表取締役会長 岡本 伊久男 代表取締役社長 黒川 涼子 取締役CFO 田中 隼人
社外取締役	石川 森生 本田 哲也 横山 隆治
従業員数	175名（2023年3月31日現在、正社員及び契約社員数）
所在地	本社：東京都渋谷区東3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル8F 島根オフィス：島根県大田市大田町大田イ259-5 仙台クリエイティブセンター：宮城県仙台市青葉区一番町1-9-1 仙台トラストタワー 10階 CROSSCOOP仙台内
子会社	株式会社クレマン斯拉ボラトリー CARAFUL株式会社



では、早速ではございますが2023年3月期通期決算説明会を開始いたします。

申し遅れました、トレンダーズの田中でございます。

まず、会社概要でございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



トレンドーズは2000年4月創業でございまして、上場したのが2012年の10月でございまして。現在24期目を迎えております。社員数は175名でオフィスは恵比寿、島根と仙台にございまして。

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



Trenders

3

トレンドーズのミッションは「トレンドを捉え、新しい時代を創る」ところで、クライアント企業、つまり to B はトレンドを捉えたマーケティングソリューションのご提供、そして生活者に対してはトレンドを捉えた情報コンテンツの提供・製品の販売を行ってまいります。

経営方針は従前からずっと開示しているものでございまして、本日は割愛をいたします。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

トレンダース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つの事業セグメントを展開
- CARAFUL株式会社を2023年4月1日付で完全子会社化し、
2024年3月期よりマーケティングソリューション領域においてTikTok特化サービスを展開



※ 2023年3月期の売上高構成割合

※ 2024年3月期の売上高構成割合はマーケティング事業96.9%、インベストメント事業3.1%の計画

5

2023年3月期時点の事業領域としては、中核がマーケティング事業でございまして、あとはインベストメント事業も運営しております。

マーケティング事業の中には to B のマーケティング支援を行うマーケティングソリューションと、新規事業であるブランド・メディア開発、さらに新事業であるメディカルビューティーでございします。

会社としてはトレンダース株式会社に加えまして、昨年買収した株式会社クレマンスラボラトリー、後は今年の4月1日付で買収し子会社となった CARAFUL 株式会社の3社でグループの経営を行っております。

マーケティング事業の概要は、今ご説明したとおりでございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

決算ハイライト（通期）

業績（通期）

売上高	9,088百万円	YonY + 38.6%
売上総利益	2,620百万円	YonY + 35.7%
営業利益	1,011百万円	YonY + 70.4%

※YonY：前年同期比

決算のポイント・トピックス

- SNSマーケティング需要の拡大を背景に、マーケティングソリューション領域（インフルエンサーマーケティング・MimiTV）が引き続き大幅に成長
売上高・各段階利益ともに通期の過去最高を更新
- 2024年3月期以降の事業成長を見据えた積極的な投資を実施しながらも、
中期経営目標（2024年3月期までに営業利益10億円）を1期前倒しで達成



8

では、終わりました 2023 年 3 月期通期の決算についてご説明を差し上げます。

まず、売上高は 90.8 億円で前年比 38.6%増、売上総利益は 26.2 億円で 35.7%増、そして営業利益は 10.1 億円で、前年比 70.4%増で着地しております。

ポイントとしては、引き続き SNS マーケティング需要が拡大しておりまして、そういったところを受けて、マーケティングソリューション領域、インフルエンサーマーケティングと MimiTV が、引き続き大幅に成長しております。その結果、売上高・各段階利益ともに通期の過去最高を更新しております。

また、2024 年 3 月期以降の事業成長を見据えた投資も今期も行っておりましたが、その中でも、中期経営目標、24 年 3 月期までに営業利益 10 億円を 1 期前倒しで達成することができております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



セグメントサマリー（通期）

グループ連結	大幅な増益を実現、通期累計で過去最高の売上高・営業利益に 売上高 9,088 百万円（+ 38.6% ） 営業利益 1,011 百万円（+ 70.4% ）
マーケティング事業	インフルエンサーマーケティング・MimiTVが引き続き成長 売上高 8,359 百万円（+ 28.8% ） 営業利益 938 百万円（+ 45.3% ）
インベストメント事業	第1四半期及び第4四半期に営業投資有価証券を売却し、 売上高642百万円・営業利益103百万円を計上 売上高 729 百万円（+ 1,008.5% ） 営業利益 188 百万円（+ 256.2% ）

※カッコ内は前年同期比

※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



9

セグメントのサマリーです。

グループ連結は今お話したとおりでございます。中核であるマーケティング事業は売上高 83.5 億円で昨対 28%増、営業利益は 9.3 億円、昨対 45.3%増でございます。

インベストメント事業は、1 クォーターと 4 クォーターに営業投資有価証券を売却いたしております。結果として年間で売上 7.2 億円、営業利益 1.8 億円で着地をしております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



業績概要（通期）

- 売上高・各段階利益ともに増加し、中期経営目標（2024年3月期までに営業利益10億円）を1期前倒して達成
- 売上高・営業利益・経常利益は概ね業績予想通りに着地、当期純利益は業績予想比+5.8%の着地

（単位：百万円）	2023年3月期 通期	2022年3月期 通期	YonY	2023年3月期 業績予想	業績予想比
売上高	9,088	6,557	+38.6%	9,200	-1.2%
売上総利益	2,620	1,931	+35.7%	—	—
販売費及び 一般管理費	1,609	1,337	+20.3%	—	—
営業利益	1,011	593	+70.4%	1,000	+1.1%
経常利益	1,022	591	+72.7%	1,000	+2.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	708	399	+77.3%	670	+5.8%



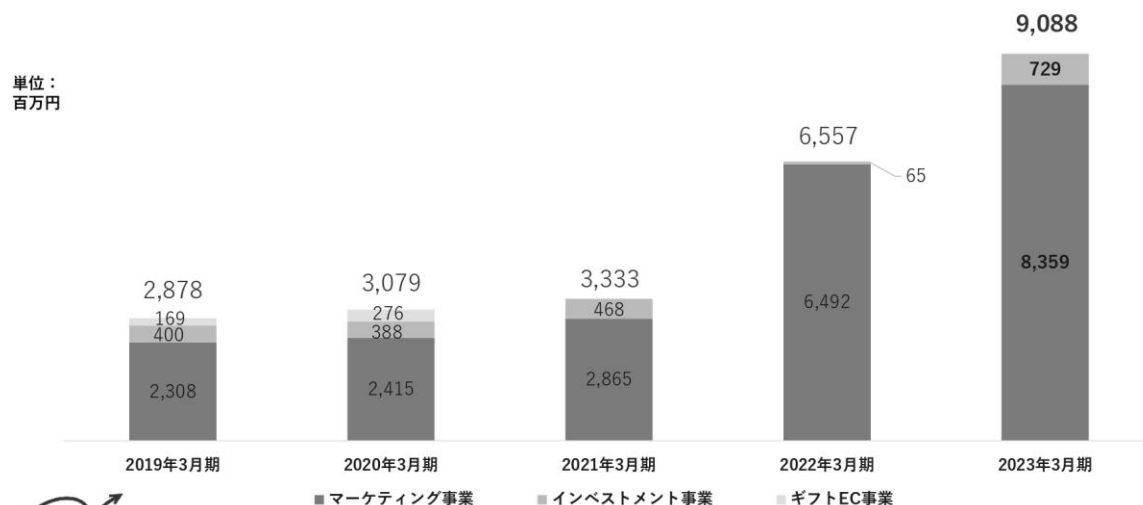
※2023年2月14日付で修正開示した業績予想対比

10

業績の概要で売上から営業利益は今お話したとおりでございますが、業績予想は今年の2月に修正をしております、そちらとほぼ同じで最終的に純利益だけ若干、上振れて着地したところでございます。

売上高推移（通期）

- 2023年3月期の売上高は9,088百万円（YonY+38.6%）
- インフルエンサーマーケティング・MimiTVの継続成長により、過去最高の売上高を更新



11

5期の売上高の推移でございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

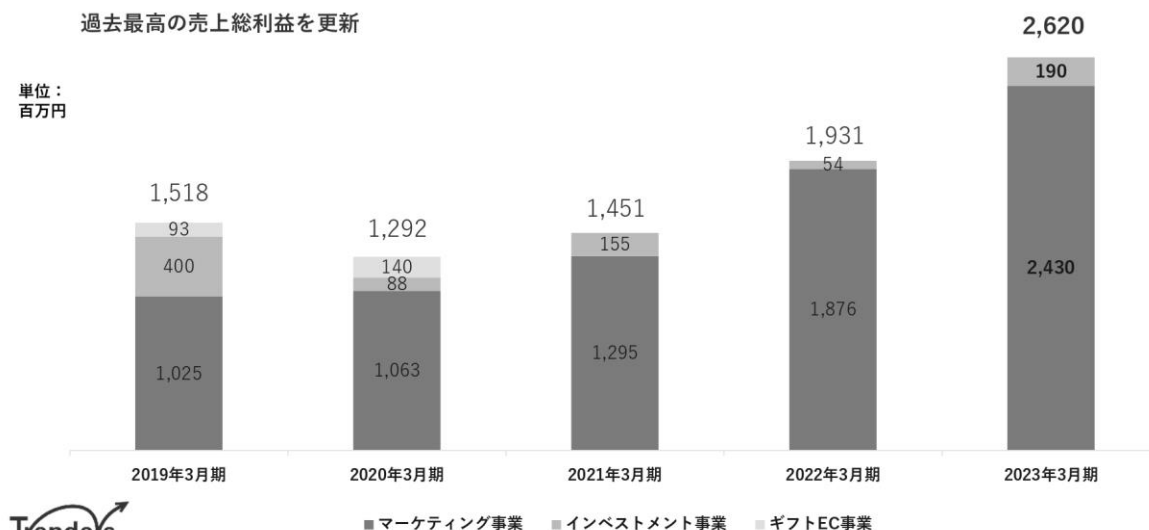


見ていただくとわかるとおり、22年3月期から一気に売上高の成長が起きまして、そして23年3月期も引き続き強い成長を実現しております。それを牽引した要因としては、先ほど申しましたインフルエンサーマーケティングとMimiTVという2領域が継続成長したところでございます。

売上総利益推移（通期）

- 2023年3月期の売上総利益は2,620百万円（YonY + 35.7%）
- インフルエンサーマーケティング・MimiTVを中心としたマーケティング事業の成長（YonY + 29.5%）により、過去最高の売上総利益を更新

単位：
百万円



売上総利益は26.2億円で、こちらも昨対35.7%増で大幅に成長しております。これも売上と全く同じ要因でインフルエンサー領域とMimiTVの領域が成長したことによって、過去最高を大幅に更新しております。

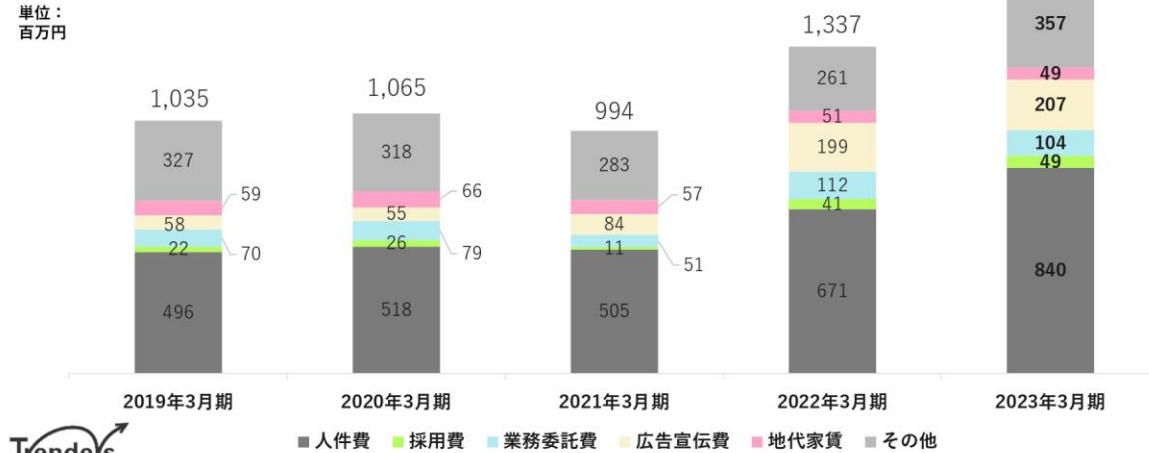
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

販売費及び一般管理費推移（通期）

- 2023年3月期の販売費及び一般管理費は1,609百万円（YonY+20.3%）
- マーケティング事業の事業成長を見据えた人員増強により人件費が増加、マーケティングソリューション領域への投資に伴う費用（業務委託費・広告宣伝費）が増加

単位：
百万円



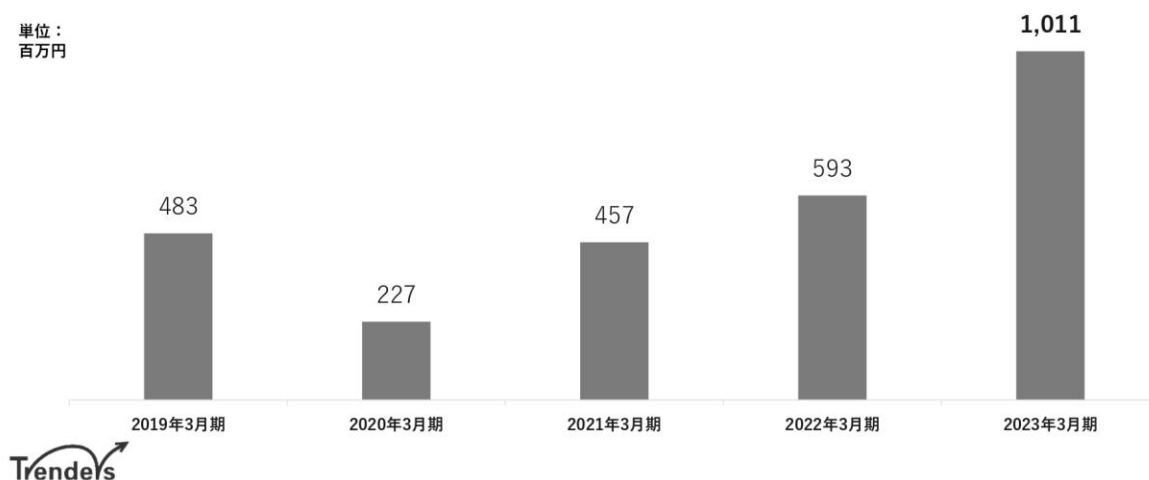
13

販管費は16億円で昨対2割増でございます。マーケティング事業が事業成長を見据えた人員を強化した結果、この一番下の人件費部分が増加しておりますところと、あとは、今期、昨期もそうでしたが新規事業を行っておりますので、そのコストも一定発生している状況でございます。

営業利益推移（通期）

- 2023年3月期の営業利益は1,011百万円（YonY+70.4%）
- 販管費の増加（営業利益インパクト▲271百万円）がありながらも、事業成長に伴う売上総利益増加（営業利益インパクト+689百万円）により、過去最高の営業利益を更新

単位：
百万円



14

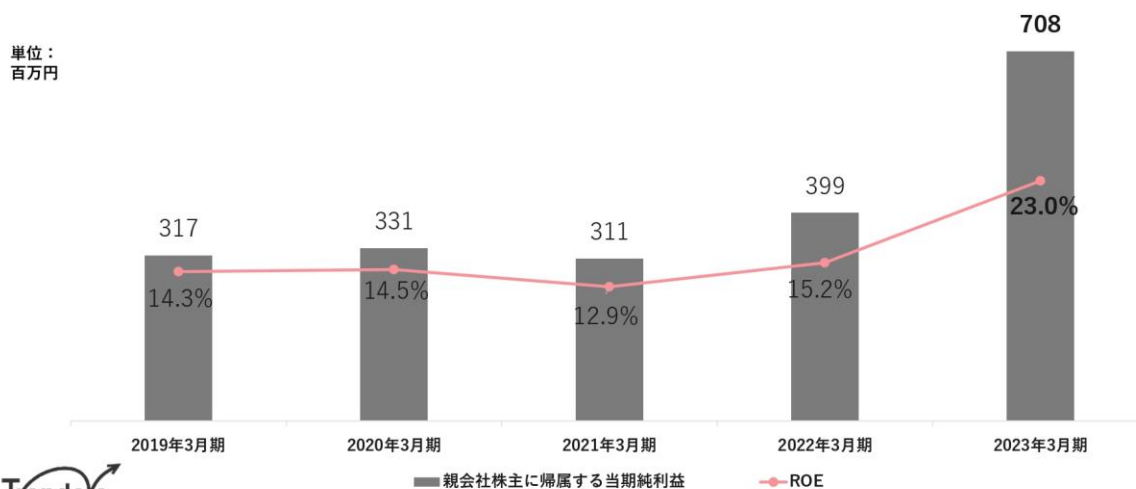
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

その結果としての営業利益は、何度もお話をしておりますが10.1億円で着地をしております、これは昨対7割増でございます。今お話した販管費は増えながらも、事業成長によって売上総利益が大幅に増えまして、結果としてこちらも過去最高を大幅に更新しております。

親会社株主に帰属する当期純利益・ROE推移（通期）

- 2023年3月期の親会社株主に帰属する当期純利益は708百万円（YonY+77.3%）、ROEは23.0%（YonY+7.8pt）
- 資本コスト・資本効率を意識し、今後も継続的なROEの上昇を目指す



最後、純利益と ROE です。

純利益も営業利益の増加に伴いまして、最終的に7億円で77%増と。ROEに関しましても23%までできております。今後も資本コスト・資本効率を意識して、継続的なROEの上昇を目指すところでございます。

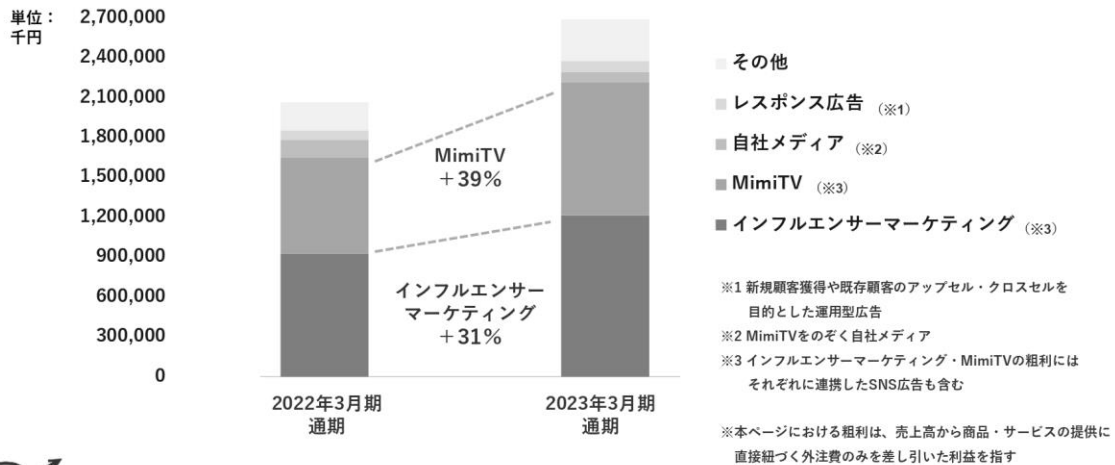
23年3月期の業績はここまでとなりますが、お話をしましたとおり、掲げていた中計を1期前倒しで売上、粗利そして営業利益、純利益も全て大幅に増加できたところでとても良い1年間だったと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

サービス別粗利（マーケティングソリューション領域）

■ 2023年3月期のマーケティングソリューション領域のサービス別粗利は、
インフルエンサーマーケティングがYonY+31%、MimiTVが+39%と大幅に成長



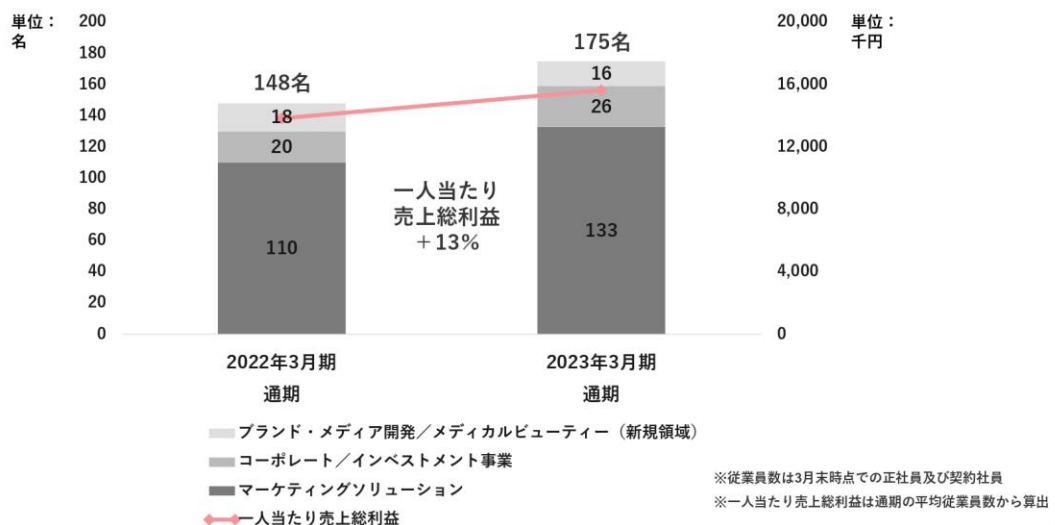
16

ここからは詳細でございます。

ここまでお話しているとおり、中核がインフルエンサーと MimiTV でございまして、それぞれ 31%、39%増でございます。

従業員数推移／一人当たり売上総利益推移

■ 2023年3月期は、従業員数はYonYで+18%増加し、一人当たり売上総利益は+13%増加



17

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



また先ほど販管費で触れましたが、人員が増えております。もちろん必要な人員ではございますが、人が増えながらもその中で1人当たりの売上総利益も増えているところで、人が増えて1人当たりの生産性も上がっている、とても良い組織の状態でございます。

貸借対照表

■ 現預金は毎月の固定費の約9.5ヶ月分を確保しており、自己資本比率も62.2%と健全な財務状態

(単位：百万円)	2022年3月期 期末	2023年3月期 期末	前期末比
流動資産	4,461	5,165	+15.8%
（内、現金及び預金）	1,607	1,513	▲5.9%
（内、営業投資有価証券）	1,762	2,157	+22.4%
固定資産	250	262	+5.0%
総資産	4,711	5,428	+15.2%
流動負債	1,899	2,031	+6.9%
固定負債	19	19	+0.3%
純資産	2,792	3,377	+21.0%



18

最後、BS の状況でございます。

引き続きキャッシュは潤沢に保有しておりまして、自己資本比率も 62%で健全な財務状態と言える状態でございます。

ここまでは過去の振り返りでございましたが、ここからはこれからのお話ができると思います。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



今後の事業展開

- 事業の選択と集中を図り、マーケティング事業においては「美容マーケティング」「メディカルマーケティング」の2つの領域により成長を目指す



48

業績予想と新しく発表いたしました中期経営計画、そして株主還元をお話してまいります。

まず大きな変更点として事業展開に関しまして、今お話したとおり23年3月期はマーケティング事業をマーケティングソリューション、あとブランド・メディア開発、メディカルビューティーと3領域に分けておりましたが、この24年3月期以降は、マーケティング事業を美容マーケティングとメディカルマーケティングという2領域に分けて運営をしていきます。

美容マーケティング領域は、従前から行っていたマーケティングソリューション領域と基本的には同じではございますが、より美容領域を強めていく目的も踏まえて美容マーケティングという名前に変えております。

こちらは化粧品メーカー様を中心としたメーカー様のマーケティングのご支援の事業となっております。昨期までかなり投資も行っておりましたブランド・メディア開発は、世の中的な環境も踏まえまして一部縮小、撤退した上で、ここで培ってきたECとメディア運営のノウハウがございますので、メディカルビューティーの領域と併せてメディカルマーケティングという領域としてこれから育てていきたいと考えています。

こちらは後ほど事業の詳細はございますが、美容クリニックを中心とした美容医療領域のマーケティング・運営DXの支援と、あとはクリニックで専売品として売られる化粧品等の開発、販売を行っていく事業となっております。

あとは従前から行っているインベストメント事業は、引き続き行っていく形になっております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



ですので、このページ以降に関して基本的にマーケティングソリューション、ブランド・メディア開発といった表現ではなく、美容マーケティング、メディカルマーケティングという表現に統一をしております。

2024年3月期 通期連結業績予想

- 美容マーケティング領域の継続成長により、マーケティング事業のネット売上高は27.0%の増加を見込む
- 新中期経営目標（2026年3月期までに営業利益20億円）の達成に向け、美容マーケティング領域・メディカルマーケティング領域へ積極的に投資をしつつ、事業成長により各段階利益は過去最高益更新を目指す

(単位：百万円)	2024年3月期 業績予想	2023年3月期 実績	増減率
売上高（※）	6,215	9,088	—
マーケティング事業（グロス）	9,773	8,359	+16.9%
マーケティング事業（ネット）	6,021	4,742	+27.0%
インベストメント事業	194	729	-73.4%
営業利益	1,150	1,011	+13.7%
経常利益	1,150	1,022	+12.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	780	708	+10.0%

※ 2024年3月期よりマーケティング事業の一部取引について
グロス（総額）計上からネット（純額）計上へと変更したため、
比較可能性の観点からグロス売上高とネット売上高を併記



49

まず足元の既に始まっている進行情、24年3月期の業績予想に触れたいと思います。

こちらは美容マーケティング領域の継続成長を見込んでおりますので、マーケティング事業の実質的な売上高であるネット部分は、27%増でございます。今お話したところの補足をいたしますと、売上高は今期から一部取引についてグロス計上していた部分をネット計上に変更いたしております。当然グロスとネットという部分は売上高には影響あるものの、売上総利益以外の影響はございません。

23年3月期と24年3月期のPL上の売上だけだと、比較可能性の観点なかなか難しいところがございますので、マーケティング事業はグロスとネット両方を記載しております。実質的な成長でいくとマーケティング事業のネット部分を見ていただければと思います。

ネットに関して、今お話ししたとおり27%増と。一方、インベストメント事業は期によってなかなかバラバラとしてしまう事業でございまして、こちらは売上高が昨期7.3億円から1.9億円まで減るところで見込んでおります。

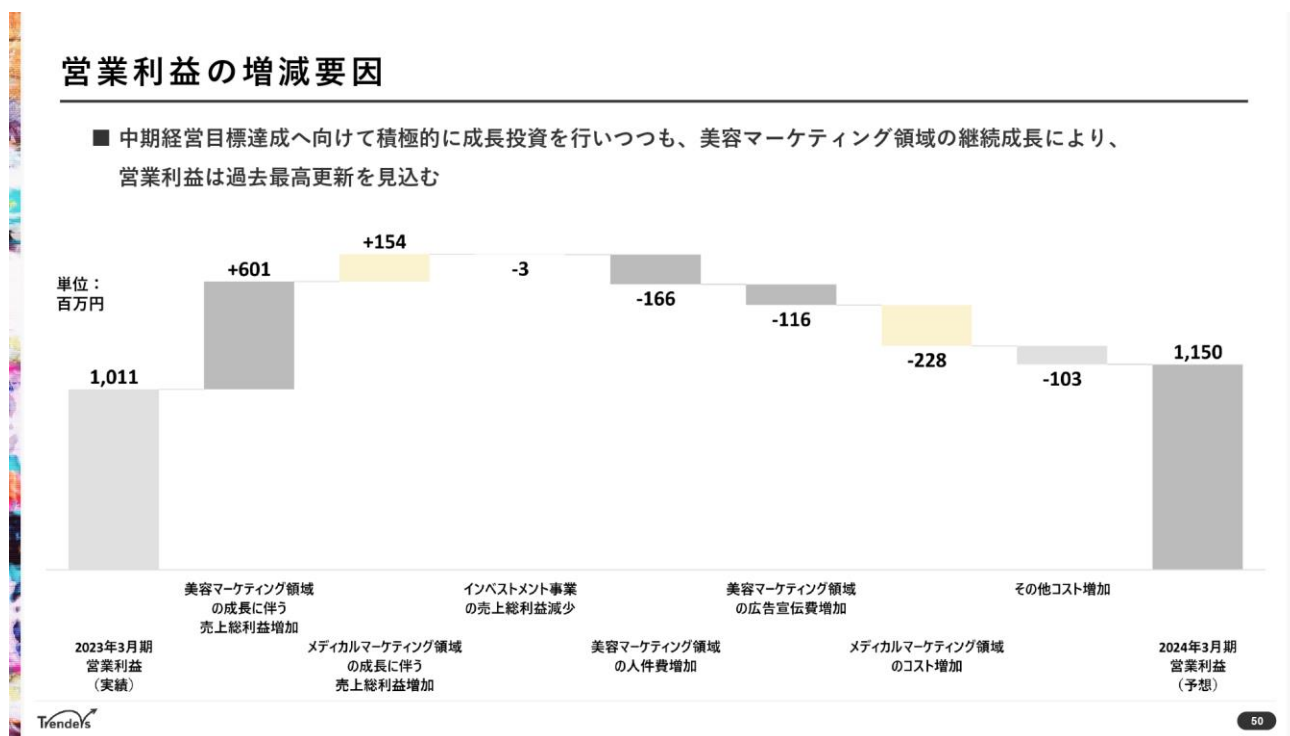
そういった環境もございまして、新しくこの後ご説明いたします新中計、26年3月期までに営業利益20億円の達成に向けて、今期そして再来期は投資と捉えておりまして、美容マーケティング

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



領域とメディカルマーケティング領域は積極的に投資をしながらも、事業成長によって売上総利益が増えますので、結果として各段階利益は過去最高更新を目指していくと。具体的に営業利益は11.5億円を目標に今期は進行しております。



営業利益、昨期 10.1 億円からこの進捗期が 11.5 億円の増減を記載しております。内容を簡単にお伝えしますと、美容マーケティング領域、中核領域の売上総利益が大体 6 億円ほど増えるの見込んでおります。

新規領域のメディカルマーケティング領域は 1.5 億円の粗利増加を見込んでおります。インベストメント事業は、売上は大きく変動するものの、売上総利益自体はほぼ影響がないところで見込んでおります。美容マーケティング領域は、事業成長に伴って人員数も増えるところで人件費増加を見込んでおります。また 3～4 月で、大型の MimiTV のプロモーションを行っておりまして、その広告宣伝費が増え 1.1 億円ほど影響がございます。

ですので、美容マーケティング領域は 6 億円ほど粗利が増え、人件費が 1.6 億円そして広告宣伝費が 1.1 億円で、こちらは大幅にこの領域に限って言うと営業利益が増える形でございます。

一方でメディカルマーケティング領域は、大体 3 年ほどかけてしっかりと育てたいところで、このコスト増加は 2.2 億円ほどで、最終的なところは営業利益 11.5 億円で見込んでおります。

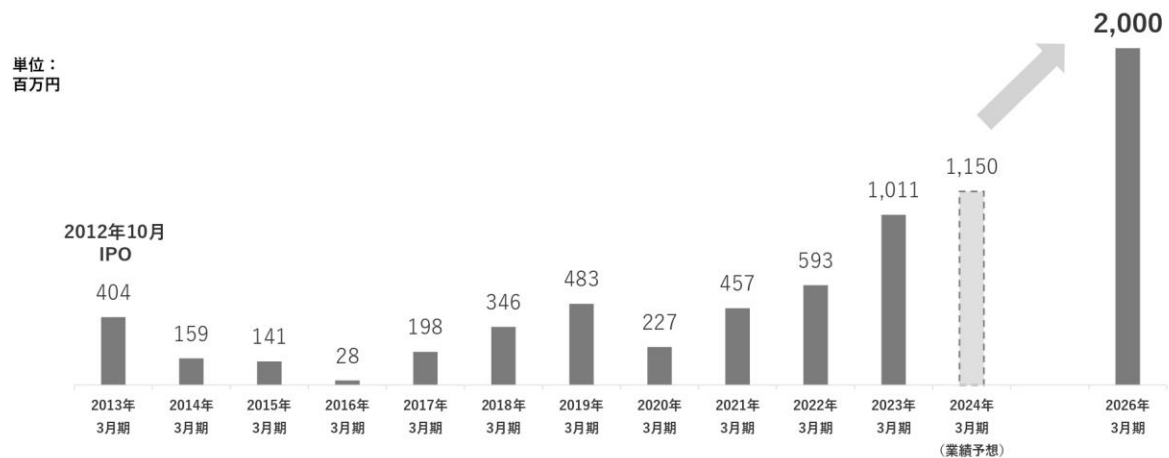
あらためてではございますが、こちらは今期、来期と投資を行いつつも、しっかりと増益を実現できればと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

中期経営目標

- 2021年5月公表の中期経営目標（2024年3月期までに営業利益10億円）を1期前倒して達成
- 新たな中期経営目標を策定、「2026年3月期までに営業利益20億円」を目指す



Trendels

※新たな中期経営計画の詳細については、2023年5月12日開示の「中期経営計画及び成長可能性資料」参照

53

中計です。中計経営目標はここまではもう既に触れましたが、2026年3月期までに営業利益20億円を目標に掲げております。この後、売上等のブレイクダウンもございますが、売上は目標というよりも、20億円達成時の想定でございます、われわれとしては営業利益20億円を目指してまいります。

先ほどここまでに話したとおり、営業利益10億円に向けて動いてきて1期前倒しができたところで、ここから3年間で一気にまた倍にしていくところで意欲的な目標ではございますが、投資等も行うことで実現できればというところでございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

2024年3月期の投資内容

- 2024年3月期は中期経営目標達成に向けた投資期と位置づけ、
美容マーケティング領域・メディカルマーケティング領域に積極投資を行う

領域	投資目的・内容	投資額	期待する投資効果
美容 マーケティング	MimiTVの認知拡大施策 ーTVCM出稿 ーSNS広告出稿 ーリアルイベント・オンラインイベント開催 ー書籍出版 ー著名人とのコラボレーション企画 等	2.5億円	MimiTVの認知率（17%） 向上に伴うMimiTVの売上拡大 ※ 2022年10月時点
	人材採用（美容マーケター）	0.5億円	美容マーケティング領域の売上拡大
メディカル マーケティング	マーケティング・運営DX支援体制の構築 ー人材採用 ー先行的マーケティング費用	1.5億円	提携クリニックへの送客強化・ 売上拡大に伴う レベニューシェア収益の拡大
	メディア開発 ーメディア構築・運営 ー集客施策	0.5億円	



52

何度もお話していますが今期と来期は投資期でございます。投資期の投資内容をご説明いたします。

領域としては、ここまでお話しているとおり美容マーケティングとメディカルマーケティング領域でございます。美容マーケティング領域は主に自社メディアである MimiTV の認知拡大に積極的に投資をしていきたいところでございます。

わかりやすく大きなところとしては、この4月からテレビCMを行っているところで、かなりのコストを投下しておりますし、それ以外のSNSの広告出稿、もしくはリアルのイベント等を開催、書籍の出版等も積極的に行っていて、メディアの認知をどんどん上げていきたいところでございます。

あとはこの領域をこれから強化していくにあたっての人材も必要となりますので、人材採用も行っておりまして。

メディカルマーケティング領域は、この後事業内容のご説明は差し上げますが、われわれがレベニューシェア型のビジネスを行っていく関係で、先行的にマーケティング費用をわれわれが負担していくところもございまして、そこのマーケティング費用、人材採用費用を先に出していく投資内容となっています。

あとはこのメディカルマーケティング領域に特化したメディアもこれから作っていく考えがございまして、こちらも構築・運営、集客の費用がかかるところでございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



そういった投資をした結果、26 年 3 月期は営業利益 20 億円、そのうちの 19 億円は美容マーケティング、1 億円はメディカルマーケティングで作っていく想定でございます。

こちらブレイクダウンでございます。

あらためてではございますが、売上と粗利はある程度想定の部分でございまして、その中で営業利益 20 億円をとにかく追求するというところでございます。

美容マーケティングはこちらの数字を見ていただいたらわかるとおり、しっかりと安定成長を遂げていくと。一方で新規事業であるメディカルマーケティングは、特にここから 2-3 年ほどで急成長を遂げていくことを考えております。

一方でメディカルマーケティングは、3 年スパンよりはもう少し長いスパンで大きな事業にしたいという思いもありますので、26 年 3 月期の営業利益最大化よりも、そこは美容マーケティングでしっかりと利益を作って、その期においてメディカルマーケティングは収益化を基本方針としております。

インベストメント事業はやめるわけでもありませんし、今後も収益が立っていく見込みはあるものの、事業計画上はその部分はある意味アップサイドといいますか、保守的に読んで、この営業利益計画からは外しております。

今後のわれわれの成長イメージで、今までお話してきたとおり基本的には美容マーケティング領域に注力することで売上高を伸ばしつつ、これから投資していくメディカルマーケティング領域は、3 年スパンよりもその先、もう少し長い視点で第 2 の収益の柱に育てていきたいと考えております。

そういったことによって、美容マーケティング領域のみでは実現できない売上高の加速度的な成長を目指していきたいと考えております。

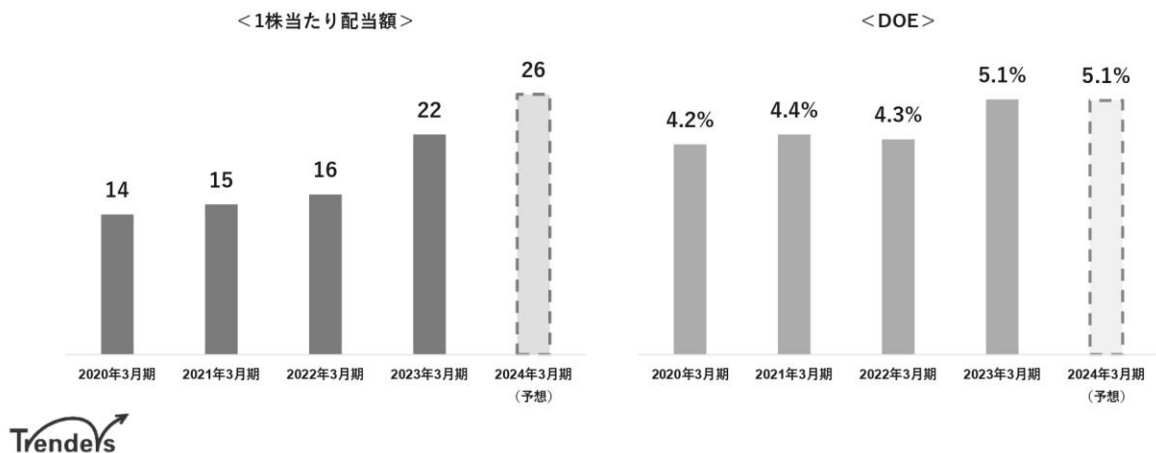
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



株主還元

- 2023年3月期の1株当たり配当額は22円（前期比+6円）、7年連続の増配を達成
- 配当の基本方針は「1株当たり配当額の継続的な増加」及び「DOE4%以上」、
2024年3月期の配当予想は1株当たり配当額26円（+4円）



私からの最後の領域として、株主還元でございます。

株主還元は非常に重要だと考えておりまして、2023年3月期は、22円で前期比6円でございます。7年連続の増配となっております。配当の基本方針はこれまでと変わっておらず、1株当たり配当額の継続的な増加と、目安としてDOE4%以上でございまして、24年3月期の配当増は1株当たり26円で、昨対4円増で見込んでおります。

配当は今後も継続的に1株当たりで増やしていけるように、事業を成長させていきたいと考えております。

以上が、業績、中計そして株主還元、あと業績予想の部分です。私からご説明を差し上げましたので、ここから事業の成長戦略は社長の黒川からご説明を差し上げますので、少々お待ちくださいませ。

黒川：皆様こんにちは。社長の黒川でございます。本日はご参加いただきまして誠にありがとうございます。

私の方から、先ほどご説明させていただきました中期経営目標の達成に向けた各事業の成長戦略について、ご説明をさせていただきます。

まず初めにマーケティング事業でございますが、先ほどご説明のとおり、今期からマーケティング事業に関しまして選択と集中を図るという経営方針のもとで、美容マーケティング領域並びにメデ

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

ィカルビューティー領域の二つの領域に集中をして、しっかり成長を図ってまいりたいと思っております。

マーケティングソリューション領域の事業概要

- マーケティングソリューション領域では、主に美容・食品飲料メーカーに向けて自社メディア・インフルエンサーネットワークを活用したSNSマーケティング支援を展開



Trenders

マーケティング事業の3つの事業領域

マーケティングソリューション

主に美容・食品飲料カテゴリのクライアントに向けたSNSマーケティング支援



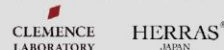
ブランド・メディア開発

自社メディアの運営と化粧品品の輸入販売



メディカルビューティー

美容クリニック専売品の開発・販売とクリニックのプロデュース



25

まず初めに、美容マーケティング領域についてご説明をさせていただきます。

初めにビジネスモデルでございます。

これまでと変更があるわけではございませんが、美容マーケティング領域は自社のインフルエンサーネットワーク、自社メディアを活用しながら主に化粧品メーカー様のデジタルマーケティング、SNSマーケティングのご支援を行ってまいります。

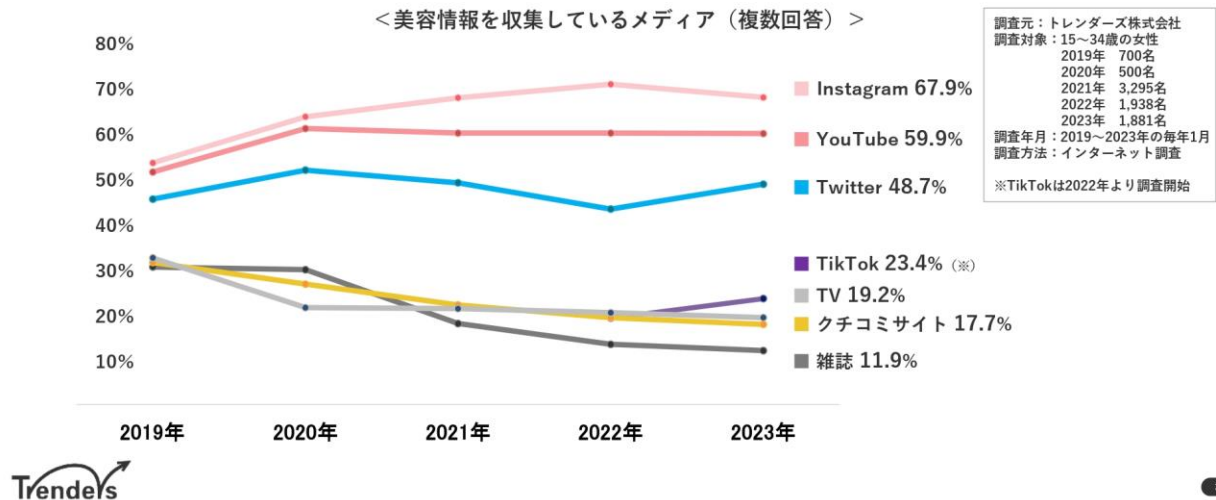
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



美容情報の収集メディア

- 美容情報の収集メディアはSNSプラットフォームが上位を占め、雑誌・クチコミサイト・TVは減少傾向に
- 2023年1月の調査ではTwitter・TikTokの2媒体が上昇傾向に



続きまして、市場環境についていくつかご紹介をさせていただきます。

こちらは、弊社で定点的に行っております美容情報の収集メディアに関する調査データでございます。10代から30代の女性の方に美容に関する情報をどこで収集していますかを複数回答で回答いただいている調査データでございます。

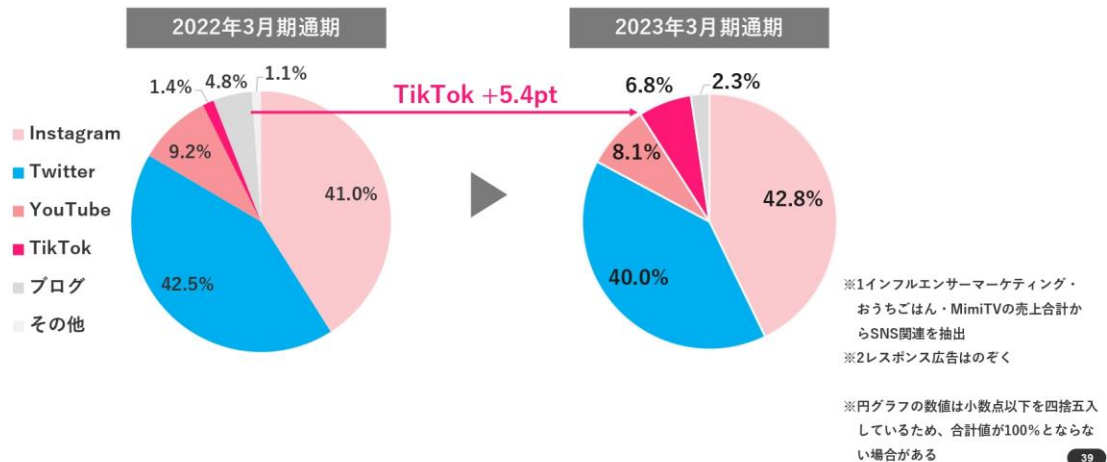
ご覧いただいたとおり、上位を占めているのがInstagram、YouTube、TwitterでSNSが上位を占めているというところ。それから注目すべきポイントはTikTokが、調査を始めたのが2022年からはなりますが、2023年時点で23%まで増加をしております。足元の傾向から申し上げても、今後もますますこのTikTokの影響力が増していくのではないかと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

SNSプラットフォーム別売上比率

- 2023年3月期通期SNS関連売上（※1,2）の比率は、Instagram・Twitterがそれぞれ約4割
- 売上高前年同期比では、第3四半期累計に引き続きTikTokが+5.4ptと継続成長

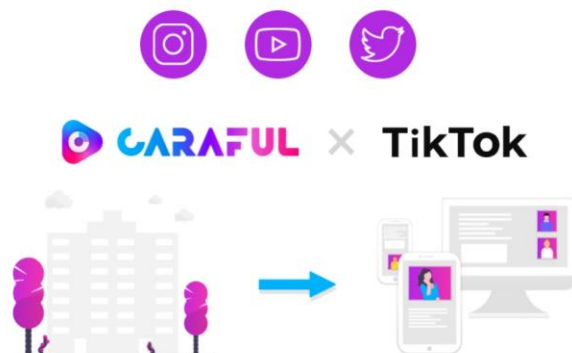


ご参考までに、こちらが弊社の実績としてのSNSのプラットフォーム別の売上の比率でございます。

2022年3月期、同様に2023年3月期もTwitterとInstagramがそれぞれ40%程度ずつで大半を占めておりますが、TikTok、先ほども影響力が増しているとお説明申し上げましたが、TikTokに関して弊社の実績としてもプラス5%でお引き合いが増えている状況でございます。

CARAFUL株式会社の完全子会社化

- CARAFUL株式会社を2023年4月1日付で完全子会社化し、マーケティングソリューション領域においてTikTokマーケティングを強化



<CARAFUL株式会社>

- 顧客企業向けにTikTokインフルエンサーを活用したマーケティング施策を提供
- インフルエンサープロダクション事業を展開し、クリエイターの活動を多角的にサポート

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

TikTok は、先ほどの弊社のグループ概要でご説明のとおり、この4月から CARAFUL 株式会社という TikTok マーケティングに強みを持つ企業をグループ化いたしましたので、今後に関してもますます弊社も TikTok の領域は注力をしていきたいと考えております。

続きまして、インフルエンサーマーケティングの市場規模予測でございます。

インフルエンサーマーケティングの市場規模予測は、今後も拡大の見込みでございますが、こちら SNS 別では TikTok の方の成長が見込まれるというデータが出ております。

続きまして、市場環境のサマリーでございます。

われわれは、まずわれわれの主戦場である SNS はコロナウイルス感染拡大の影響もあり SNS 利用者は非常に急増しましたが、今後もこのトレンドは変わらず続いていくところで、利用者数が増加するだけではなく、特に美容は情報収集における SNS の影響力並びに購買に与える影響力がますます増加をしていくと考えております。

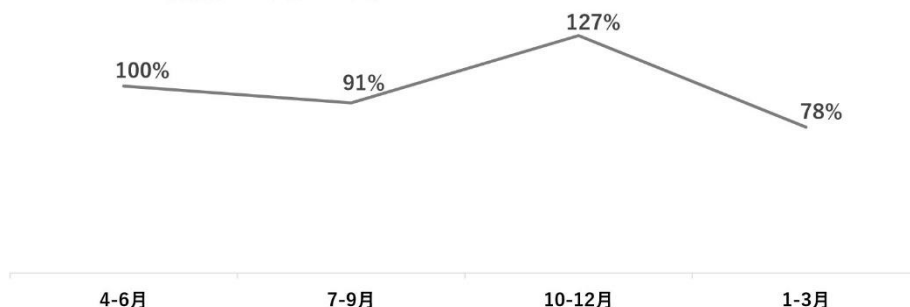
一方で、インターネットの広告市場、それから先ほどご覧いただいたとおりインフルエンサーマーケティング市場も、この後も順調に拡大をしていくところで、美容マーケティング領域の市場環境は、化粧品メーカー様の広告費のデジタルシフト・SNS シフトがより一層加速していくとわれわれは予想をしております。

(参考) 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も同様に変動する傾向にあり、当社実績も美容カテゴリのシェア向上により同様の変動傾向に

<22期各四半期・化粧品メーカーの広告宣伝費推移(※)>

※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
集計期間：2021年4月～2022年3月



36

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



もう少し具体的に申し上げますと、化粧品メーカー様自体はコロナウイルスの影響などもあり、特にインバウンド部分で一部業績の影響を受けられたのはございましたが、そういったトレンドから堅調に復調されているとは感じております。

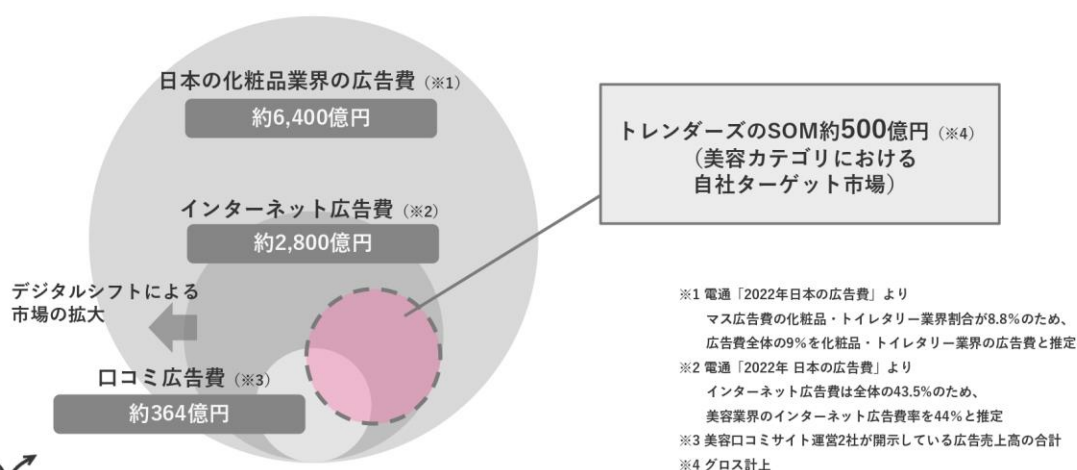
ただ今後の国内市場は、化粧品メーカー様の売上および広告費が格段に増加していくところはあまり見込んでおりませんが、広告費の中のデジタル配分は今後増加していくとわれわれは考えております。

具体的に申し上げますと、こちらの図のとおり、上のイメージがデジタルシフト以前の広告費とすると、例えば一つのブランドで5億円の広告予算があった場合に、以前であれば3億円、場合によっては4億円ぐらいをテレビCMもしくは雑誌広告といった、いわゆるマス広告に出稿されていたところを、同じ5億円のご予算だとしてもデジタルシフトが進むことによって、WEBメディア、インフルエンサー・SNSといったデジタルの施策に多くご予算を割くということです。

これは今後の予測というだけではなく、実際に一部のメーカー様ではかなりデジタルシフトが進んでいらっしゃいますし、ただ一方でまだ進んでいないブランド様もいらっしゃいますので、今後ますますわれわれとしては、化粧品メーカー様のデジタルシフトが追い風になってくると考えております。

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6,400億円の規模
- 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
昨年と比較しても市場は全体で拡大傾向に



こちらは、そういった背景も踏まえてわれわれが見据えている美容マーケティング領域のターゲット市場でございます。

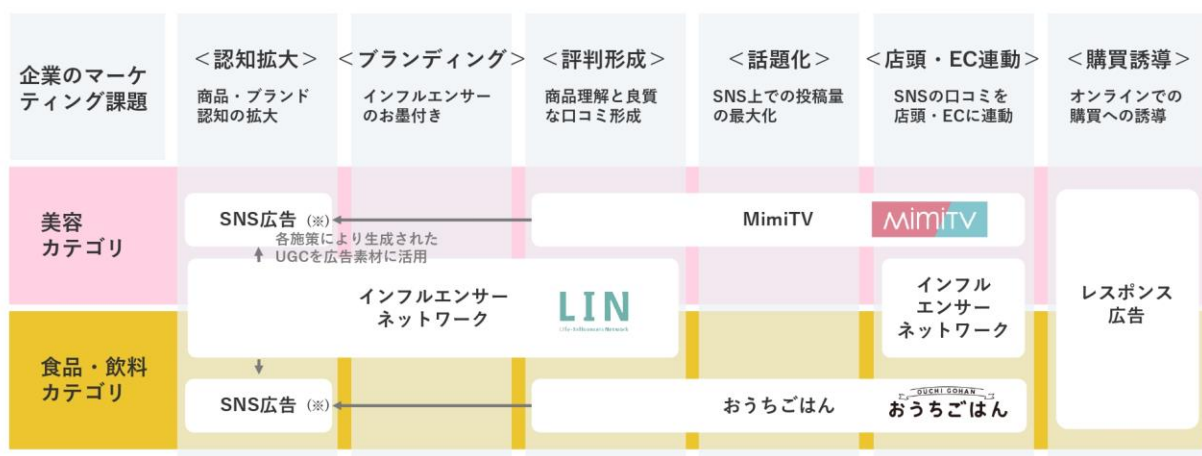
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

日本の化粧品業界の広告費とその中のインターネット広告費でございますが、市場自体がデジタルシフトによって、ますます拡大していくというところ。その中でわれわれがますます領域を取っていくところで、グロスで約 500 億円が、われわれがターゲットとして見据えている美容マーケティング領域における市場でございます。

③美容・食品飲料カテゴリへの特化（マーケティング課題の解決）

■ 自社メディア（MimiTV／おうちごはん）・インフルエンサーネットワークを主としたソリューションにより、美容・食品飲料メーカーのマーケティング課題を解決



※ 認知拡大を目的としたブランド広告

こちらはわれわれの美容マーケティング領域における提供ソリューションでございます。

ご覧のとおり企業のマーケティングの認知拡大から最後の購買まで様々な課題に対して、自社のインフルエンサー施策、それから自社メディアの MimiTV、それから各プラットフォーム様への広告で SNS 広告を掛け合わせることで、メーカー様の多様なフェーズの課題に対応をしております。

こちらが、美容マーケティング領域の年平均成長率でございます。

こちらのグラフにございますとおり 2018 年の 3 月期からの 5 年間の美容マーケティング領域のネットの売上高の CAGR は 50%で急成長を実現しております。影響として大きかったのが MimiTV をグループ化いたしまして、MimiTV が、非常にあまり売上が大きくなかったところから、かなり急成長を果たせたところで、年成長率が 50%を果たすことができました。

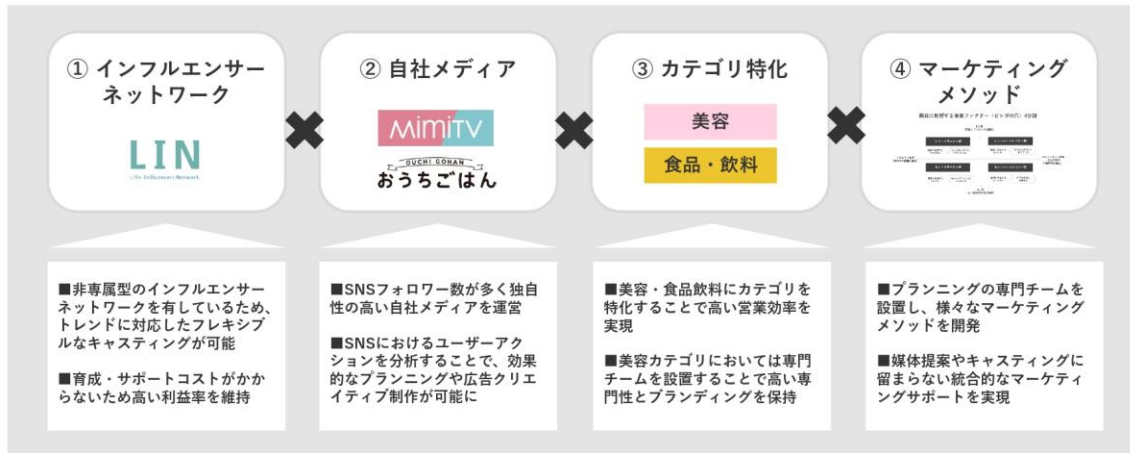
今後、中計目標に掲げております 2026 年の 3 月に向けては、CAGR が 20%で美容マーケティング領域は、引き続き安定的な成長を目指してまいりたいと思っています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

マーケティングソリューション領域の競合優位性

- インフルエンサーネットワーク・自社メディアを活用することでフレキシブルで独自性の高いソリューションを提供し、カテゴリ特化による専門性とマーケティングメソッドにより統合的なマーケティングサポートを実現



Trenders

26

ここからは、われわれの美容マーケティング領域における競合優位性についてでございます。

われわれの強みは大きく四つ、自社メディアの美容メディア MimiTV を保有しているところ、多数のプラットフォームにまたがる自社のインフルエンサーネットワークを有しているという点。3 点目が美容の自社独自の美容のマーケティングメソッド・SNS 分析を持っている、かつ生み出す力があるという点。最後が美容に特化した組織とそれに伴い多様な働き方を実現しているという点でございます。

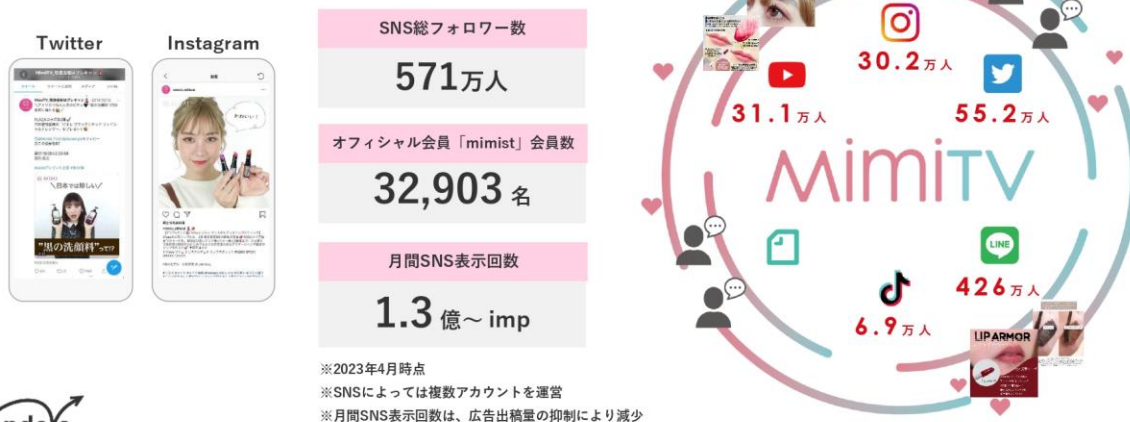
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

② 自社メディア「MimiTV」

- 各SNS特性にあわせて美容情報を発信、公式アカウントの総フォロワー数は約571万（2023年4月時点）
- 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フォロワーを活用した様々なソリューションを化粧品メーカーに提供



28

MimiTV は、SNS で情報を発信していく SNS を強みとしているプラットフォームでございます。現時点では、公式アカウントの総フォロワー数が約 600 万弱、571 万人となっております。

① 独自のインフルエンサーネットワーク「LIN」

- ミドル～マイクロインフルエンサーを中心に約13,000名の独自インフルエンサーネットワークを保有
- Instagram・Twitter・YouTube・TikTokなどあらゆるSNSプラットフォームを網羅、商材やターゲット特性に応じた最適なプランニングを実施



27

続きまして、インフルエンサーネットワークでございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

先ほど申し上げたとおり弊社の強みは、どこかのプラットフォームに偏ることではなく、他の会社様と提携も含めまして Instagram・Twitter・YouTube それから TikTok で、あらゆる SNS のプラットフォームを網羅しておりますので、商材、ターゲットユーザー様に応じたプランニングが可能といったところが強みとなっております。

④ マーケティングメソッド

- プランニング専門チームによる、独自データ・トレンド分析に基づいたマーケティングメソッドを継続的に開発
- 無料ウェビナーを定期開催し、独自のマーケティングメソッドを積極発信

< 「Beauty Meets for business Vol.2」 >



SNSプラットフォームや流通、化粧品メーカーとの共催により、法人向けオンラインイベント「Beauty Meets for business Vol.2」を開催、延べ896名参加

< ampule主催 無料ウェビナー >



美容特化型イノベーションファーム「ampule」が、無料ウェビナーを開催、延べ218名参加
業界著名人が参加し、業界誌にも取り上げられる



32

3点目が、われわれの中でプランニングの専門チームを保有しておりますので、かつその美容とSNSに特化をしながら独自のマーケティングメソッドを常に編み出しているところが弊社の3点目の強みでございます。こちらの内容は、オンラインを主にウェビナーの方で定期的に情報発信をさせていただいております。

われわれはこういったメソッドを生み出せることも強みではございますが、先ほどの MimiTV というメディアを持ち、かつインフルエンサーネットワークを持ちながらこういったプランニング、マーケティングメソッドを、上流から企業様と一緒に取り組みができるところが、われわれのそれぞれが点ではなく、全て保有しているところがわれわれの最大の強みではないかと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



③美容カテゴリへの特化（専門チーム）

- 美容カテゴリにおいて「MimiTV」「ampule」の2つの専門チームを設置しており、美容×SNSのマーケティングメソッド開発や情報発信を行う

<MimiTV>



美容メディア「MimiTV」の運営に加え、SNSマーケティングメソッドの開発やウェビナー開催、ベストコスメの選出など幅広い情報発信を行う

<ampule>



美容商材のプロモーションプランニング・ブランドコンサルティングに加え、「ampule magazine」の発行をはじめとした業界情報の発信を行う



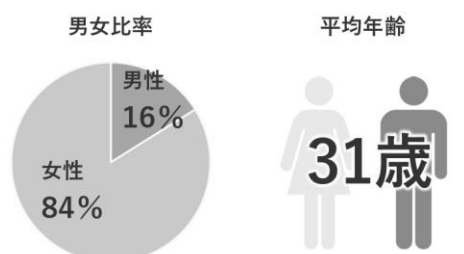
31

最後に、美容特化組織と多様な働き方で、美容メディアを運営している MimiTV と美容マーケティングチームの ampule という二つの社内に美容の専門の部署を設置しております。こちらの組織はそれぞれほぼ全員、9 割以上が女性の組織になっています。

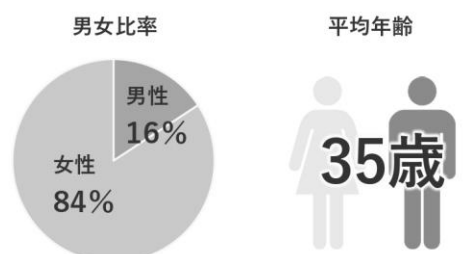
当社の全社員・管理職構成

- 全社員の女性比率、管理職の女性比率ともに84%
- 今後もダイバーシティの先進企業を目指し、多様性を尊重した組織運営とフレキシブルな働き方を促進

全社員



管理職



※2023年4月1日時点



57

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



弊社全社も社員の女性比率が84%、管理職も同じく84%の比率となっておりまして、やはり女性社員比率が高い、女性社員が多いことは弊社の特に美容マーケティング領域に特化することにおきましては、ユニークさであるとともに大きな強みになっていると思っております。

当社のDX推進

New Work Style への移行

- ・ 出社とリモートワークを併用する新しい働き方に移行
- ・ 2023年3月期の平均出社率は**27.9%**

事業運営の DX推進

- ・ 顧客管理やファネル管理、与件・受注分析など営業活動の全てのプロセスにおいてさらなるデジタル化を促進
- ・ 2023年3月期の商談のオンライン比率は**95.6%**



56

一方で、女性特有のライフスタイルに応じたキャリアプランも、例えばリモートの出社の比率が高く、いろいろなサポート制度の充実によって育休産休を取得した社員の復職率が100%、女性がライフステージにも関わらず、長く働き続けられる環境がわれわれの美容マーケティング領域のここ数年の急成長も支えておりますし、これからも弊社にとって大きな強みになっていくものと考えております。

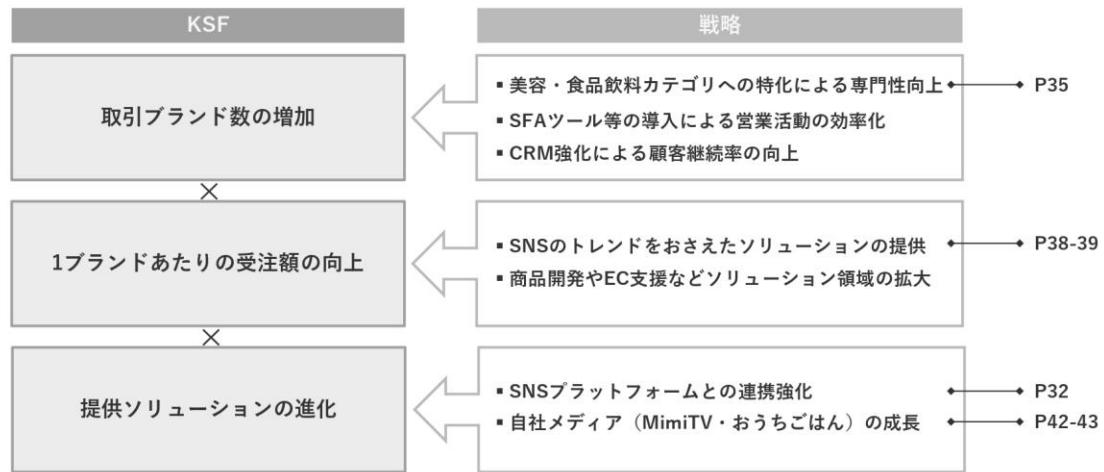
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



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



Trendels

33

続きまして、美容マーケティング領域の成長戦略についてでございます。

先ほど年平均成長率 120%と申し上げましたが、ここをどのように成長させていくのかはお取引先の 1 ブランドあたりの受注額を上げていくところ。そちらに掛け合わせて、お取引先のブランド数の拡大を成長戦略と掲げております。

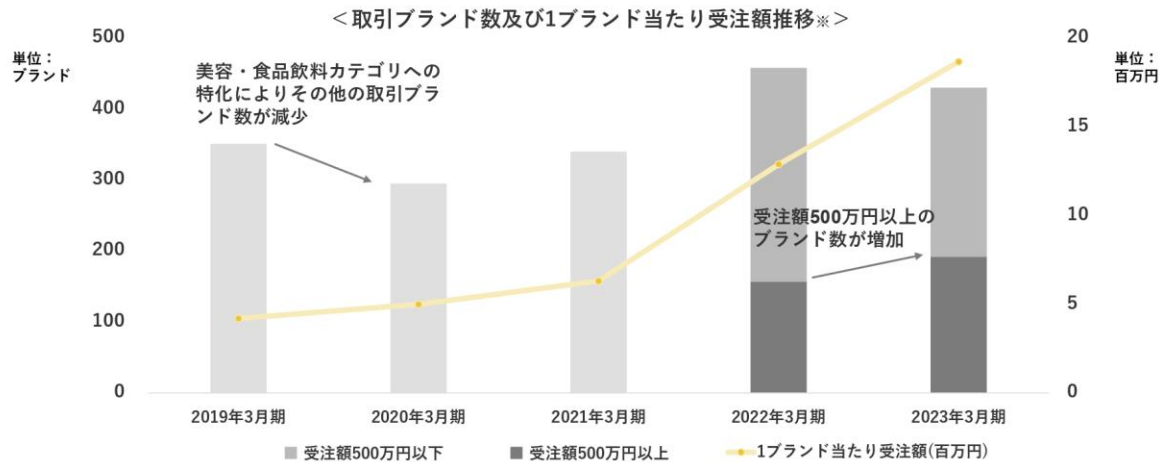
この中でも、特に赤の線で囲ってあるところをわれわれとしては優先として捉えておりまして、こちらにございますとおり、受注額の向上とブランド数の拡大はもちろん両方とも重要な指標ではございますが、特に優先としてはブランドあたりの受注額を増やしていくところを考えていきたいと思っております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

取引ブランド数・1ブランド当たり受注額推移

- 取引ブランドの精査により2023年3月期において全体のブランド数はYonYで減少
- 1ブランド当たり受注額は2023年3月期でYonY+44.8%の増加



そちらについて、この後ご説明をさせていただきます。

ブランドあたりの受注額の向上で、こちらがイメージで当社の受注額が 500 万円未満のお取引と 500 万円から 2,000 万円、2,000 万円以上と分けさせていただいております。

500 万円未満のケースですと、化粧品メーカー様の一つのブランドのデジタルおよび SNS 施策のご予算のあくまで一部で、MimiTV もしくはインフルエンサーの施策をご提供しているお取引が 500 万円未満のお取引になります。

500 万円を超えてまいりますと、一つのブランドの SNS 予算の大半を担わせていただいて、MimiTV やインフルエンサーどちらかだけではなくて、そういったところを複合させながら、かつ SNS の広告出稿も担わせていただくところが 1,000 万円を超えてくるお取引となってまいります。特に昨期からの傾向は 500 万円を超えるブランド様とのお取引が非常に増えております。

2,000 万以上となりますと、そのブランドのデジタルのご予算の大半を担わせていただきまして、われわれのソリューションももちろんなのですが、それだけではなくて他媒体への出稿も掛け合わせながら、かなり統合的にデジタル全般のご施策を提供するお取引で、こういったところもブランド様によっては年間 1 億円を超えるご予算を預けていただけるブランド様が増えてきている状況でございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

先ほどお話をさせていただいたとおり、われわれとしては今後の戦略としては 500 万円以上ないしは 2,000 万円以上のご予算を預けていただけるブランド様のお取引を増やしていくところを最優先の戦略と掲げていきたいと思っております。

その理由は、一つのブランド様からのご予算が大きい方が当然営業効率、弊社の生産性が高いといった点もございますが、何よりもデジタル予算の大半を担わせていただいた方が、きちんと効果検証ができたり、売上に対する、実際に売れたご実感を持っていただきやすかったり、もちろん弊社のオペレーション、ディレクションの満足度等々も踏まえて、結果的にリピート率が非常に高い傾向にあります。

そういった観点からも、われわれはブランド数の拡大もしっかり見据えつつも、500 万円以上ないしは 2,000 万以上のブランド数を増やしていくところを主戦略に掲げていきたいと考えております。

MimiTVの大型プロモーションを実施

- MimiTV初のアンバサダーに後藤真希さんを起用、3月に屋外広告・交通広告を掲出しデジタル広告を出稿
- 4月には関東地域でTVCMを放映、屋外広告・交通広告・デジタル広告も継続して実施

<TVCM（2023年4月放映）>



<交通広告（2023年3月~4月掲出）>



41

続きまして、こちらはブランド数の拡大の大きな施策といたしまして、MimiTV の認知率向上についてでございます。

今年の4月、テレビCMを放映させていただきまして、交通広告は3-4月に掲出をしております。あと一方でSNSのデジタル広告もそれなりのボリュームで配信をしております。

こちらの目的は、KPIとしてはMimiTVの認知率を見ております。これはこういった大型プロモーションを実施する前の2022年10月時点のMimiTVの認知率になりますが、17%で大手のメディ

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



アの口コミサイトさん、美容の専門誌さんに比べるとまだまだ高いとはいえない認知率だと認識をしております。

これを中長期的にはまずは 50%まで認知率を上げることによって、お取引のブランド数を拡大していくところを考えております。

続きまして、同じくお取引ブランドのカテゴリの拡充についての計画のイメージでございます。

左のグラフがアイテム別、ブランドごとのスキンケア、メイクアップ、ヘアケアといったカテゴリと、右側はブランドの販路、百貨店で販売しているいわゆるデパコスなのか、ドラッグストアやバラエティショップで販売しているコスメなのかといった、販路のグラフとなっております。

まず左側の方から申し上げますと、われわれの足元の実績で申し上げますと一番多いお取引ブランド数はスキンケアになっておりまして、その次がメイクアップといった構成比になっております。今後はスキンケア、メイクアップをそれぞれ 30%程度拡大していきたいと考えております。

右側のブランド別の方は、現在ではドラッグ・バラエティのいわゆるデパコスと比べると比較的低単価なブランド様のお取引が大半を占めている状況でございますが、こちらの販路別は百貨店、ドラッグ・バラエティの販路も引き続き増やしながら、特に百貨店、デパコスの領域をプラス 50%ぐらい拡大していきたいと考えております。

今までにご説明をさせていただいた戦略に基づきまして、1 ブランドあたりの受注額並びにお取引ブランド数を、このようなイメージで拡大をしていきたいと考えております。

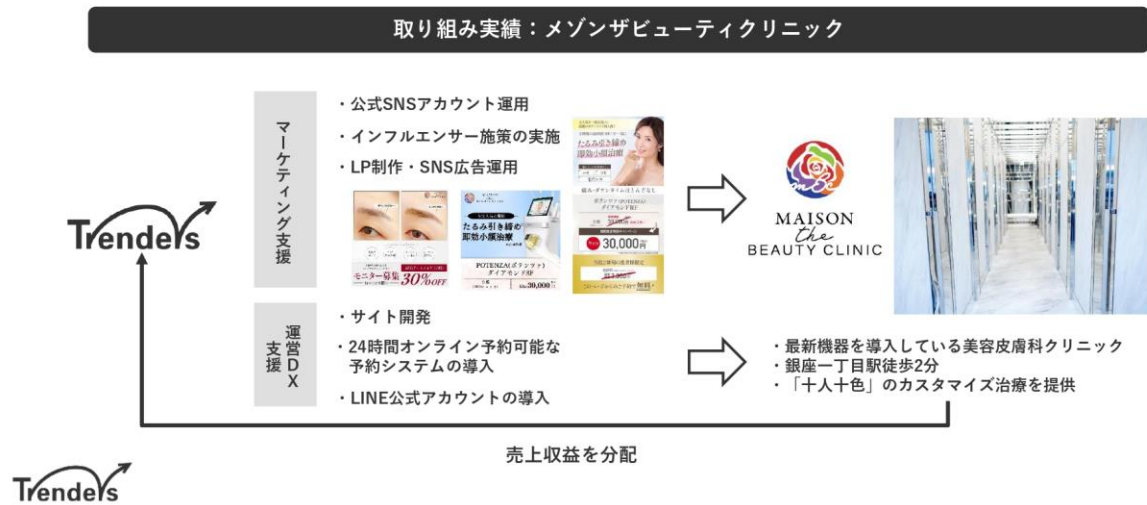
以上が、美容マーケティング領域におけます成長戦略のご説明でございました。

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasia.com

メディカルマーケティング領域のビジネスモデル

- 提携するクリニックへの送客・マーケティング支援や運営DX支援を行い、クリニックの売上収益を分配する
レベニューシェア形式の取り組みを行う



続きまして、メディカルマーケティング領域の成長戦略についてご説明をさせていただきます。

まず、メディカルマーケティング領域のビジネスモデルについてでございます。

われわれとしてはメディカルビューティー領域とこれまでは呼んでおりましたが、1年ほど前からこの領域に参入をしてまいりました。今後の事業展開は大きく二つ、一つはクリニック様のマーケティング・DX支援、二つ目はクリニック向けの専売品の開発・販売といった二つを主軸に、メディカルマーケティング領域におきまして事業を展開していきたいと考えております。

詳細は後ほどあらためてご説明差し上げます。

こちらは美容医療領域の市場環境でございます。

大手の美容クリニック様がテレビCMなどを大量投下するようになりまして、かなり美容医療に個人的に関心がない方からしても、美容医療は今盛り上がっているというか、ユーザーが増えていることについては、肌感でご認識いただけているのではないかと考えています。

美容医療が特に昨今非常に伸びている要因は、一つはコロナウイルスの感染拡大でマスクをする機会が増えたので、いわゆるダウンタイム、美容医療の施術の後に赤みが出たり腫れが出たりが気にせず施術ができるようになったところで、ユーザーのちょっとハードルが下がったところも一つあると言われております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

われわれといたしまして、やはり非常に大きな要因としては SNS の影響が大きいのではないかと
思っています。ここ数年、SNS で美容クリニックのドクター、ナースさんたちが自分のクリニッ
クの施術の宣伝、こんな施術をしてこんな効果が出ましたよといったものを発信するのが、以前で
は正直考えられないようなことだったのですが、非常に増えております。

それによって美容医療を身近に感じ、効果がわかりやすいという SNS での期待効果がわかりやす
いところで、ユーザーの裾野が広がったところで、SNS の影響力は非常に大きいのではないかと
思っています。

少し今の話と一部重複をいたしますが、美容医療業界の課題で生活者視点、クリニック視点でこの
ように整理をさせていただいております。

生活者で申し上げますと、何よりもどこに行ってもいいのかわからない、もしくは自分の悩みに対して
何の施術をしていいのかわからないところで、どこに行ってもいいかわからないという点。

あとは、今はかなり精査も進んできているかと思いますが、悪徳業者といいますか高いローン契約
を組まされ、強く営業される悪いイメージがまだつきまとっている部分もございますので、そうい
った意味も含めてどこに行ってもいいのかわからないという、美容クリニック選びは生活者にとって
の一番の大きな課題と思っています。

一方でクリニック側から申し上げますと、いろいろな様々な領域でデジタルシフトが進み、マーケテ
ィングにおける SNS 活用がかなり進んではきているものの、クリニック数もいろいろ増加をして
いますし、施術のバリエーションもいろいろ増えている中で、クリニックとしてもどうやって
SNS やデジタルを活用して集客をしていいのかといったところの難易度が上がっているところは
大きな課題として挙げられるかと考えております。

われわれは、このような美容医療業界の課題に対しまして、われわれの美容マーケティングで培っ
た強みを生かしながら、業界課題の解決を目指していきたいと考えております。

具体的には、マーケティング・運営 DX 支援の方はクリニック様とレベニューシェア型の契約で、
われわれがマーケティングの集客のご支援、インフルエンサーの活用、SNS の活用で集客のご支
援もしくは運営の DX 支援を行うことによって、生活者の方により選びやすい美容クリニック、ど
こに行ったらわからないといった課題に対して正しい情報の提供を行ってまいります。

一方で、クリニックの専売品の開発・販売は、こちらの方はわれわれが既に実績がございますが、
新たなクリニック専売品を企画・開発し、またさらにお取引のクリニック様数もさらに増やしてい

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



くところで、生活者の方の美容医療の施術後の効果実感の維持、満足度の向上に繋がっていただけるのではないかと考えております。

マーケティング・運営 DX 支援で、具体的な取り組み実績のご紹介でございます。

2022 年の 9 月に銀座の方に開業されましたメゾンザビューティークリニックという美容皮膚科のクリニック様に対しまして、われわれの方でマーケティングのご支援、運営 DX 支援を行っております。

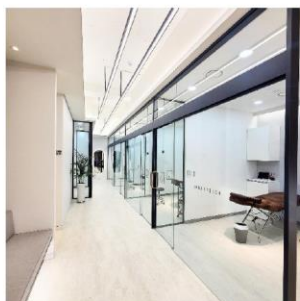
われわれが募集、集客の支援をさせていただいて、クリニックの売上収益を分配するといったモデルのお取り組みを既に開始をしております。

メディカルマーケティング領域の最後にはなりますが、成長戦略で先ほど田中の方からもご説明をさせていただいたとおり、2024 年 3 月期、2025 年 3 月期の 2 年間は投資期と捉えさせていただき、2026 年の 3 月期は収益化。ただ、ここが最大ということではなくて、その先にまで成長させていくところで、美容マーケティングに続く二つ目の収益の柱と成長させていくことを目的と考えております。

具体的なところで申し上げますと、マーケティング・運営 DX 支援の方はレベニューシェア型の美容クリニックの開業は、既に 1 院オープンをしておりますがこちらのクリニックを増やしていくところです。

(メディカルビューティー) 韓国のアートメイクサロンと業務提携

- メディカルビューティー領域において、韓国でアートメイクサロン「J.URBANTOUCH」を展開する Urbancompany 社とアートメイク事業に関する業務提携を実施
- 本業務提携を通して同社技術を日本に広めるとともに、日本国内のアートメイクの普及と発展を目指す



<J.URBANTOUCHとは>

- 独自の技法により施術の際の痛みが少なく、少ない施術回数で自然な仕上がりを目指した独自の技法を展開
- 韓国国内のみならず、日本からも年間1万人以上が訪れる (2020年実績)
- 施術者を育成するアカデミー事業も展開しており、累計で約1,000人もの施術者を輩出



44

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



美容クリニックといっても非常に施術の幅が広くございますが、われわれの今考えているところは韓国の J.URBANTOUCH さんというアートメイクサロンと事業提供をしておりますので、こちらのアートメイクの技術を日本に持ってくるところで、アートメイクを強みとする美容クリニックの開業であり、そういったところの他院展開を主戦略と考えております。

一方で、クリニック専売品の開発・販売も先ほどアイテムを増やしてと申し上げたのですが、アートメイクの領域に注力をしてまいりますので、商品ラインナップとしてもアートメイク関連のクリニック専売品の開発を進めていきたいと考えております。

以上が、マーケティング事業の成長戦略でございました。

インベストメント事業の状況と方針

- インベストメント事業で得た利益を新規事業等へ投資し、中長期的な企業価値の向上を目指す
- 社債については期間のリスクを考慮し、自社の事業・M&Aなどの資金需要に応じて柔軟に運用を行えるよう、半年程度で償還期を迎えるものを中心に引き受け

(単位：百万円)

営業投資有価証券	期末残高	2,157	
(内訳)		(詳細)	
社債	1,900	大半が半年程度で償還される社債、利息は年率6.0%	
投資事業有限責任組合持分	9	投資事業有限責任組合の持分、価値向上によるリターンを目指す	
株式	248	スタートアップ5社への投資	



46

最後に、インベストメント事業の成長戦略についてご説明をさせていただきます。

当社のインベストメント事業は、主に短期の社債の運用で、安定的なリターンの獲得を目指しつつ、一部スタートアップへの投資で一定規模の売却収益も狙っているところが運用方針となっております。

現在保有しております営業投資有価証券の内訳は、こちらのとおりとなっております。

インベストメント事業の過去実績でございます。

先ほど安定収益を目指すと申し上げたとおり、投資有価証券の売却の有無によって多少の期ごとの業績の変動はございますが、5期連続で事業としては営業黒字を計上しております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



インベストメント事業の最後になりますが、2024 年 3 月期、2025 年 3 月期、2026 年 3 月期で載せておりますが、まず 2024 年 3 月期は社債の受取利息に加えまして株式の売却を 1 件見込んでおります。2025 年 3 月期以降は、現時点では想定が難しいところで過去実績を踏まえた見込みとしております。

先ほどの中計の営業利益 20 億円のブレイクダウンでも申し上げましたが、インベストメント事業は一定の収益は見込んではおりますが、現時点では営業利益 20 億円の見込みの中には含まずという形としております。

以上で、私からの各事業の成長戦略についてご説明をさせていただきました。

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasia.com



質疑応答

黒川 [A] : ここからは、皆様からの質疑応答の時間に移りたいと思います。

ご質問いただきありがとうございます。マスク着用に関する政府方針で3月からマスクを外す人が増え、これが化粧品業界にポジティブな影響があると考えますが、こうした外部環境の変化は計画に織り込んでいるのでしょうかというご質問でございます。

ありがとうございます。そうですね。マスクを外す方が増えてきたところで、化粧品業界においては、まず当然ポジティブなトレンドでございます。

それを受けてわれわれの方でも、特にアイテムで申し上げますと日焼け止めです。メイクアップについては意外というか、コロナ禍はコロナ禍で、マスクで取れないファンデーションがすごくヒットしたり、マスクにつかない口紅がヒットしたり、今までなかった需要が生まれた部分もあるので、意外とメイクアップはそんなに変化がないのです。

一番大きい変化、ポジティブトレンドでは日焼け止め、われわれも日焼け止めのお取引は少なくはないので、そういったところではポジティブなトレンドと読んでおります。

こちらの外部環境の変化を織り込んでいるかで申し上げますと、固めに織り込んでいるご回答になります。全く折り込んでいないわけではございませんが、まだこれを作成している段階ですと、まだまだマスクを外している方が100%の状況ではございませんし、われわれとしてもこれが100%ノーマスクになったときに、どこまでポジティブ転換するのかという部分は織り込んでない部分もございます。以上、回答させていただきました。ありがとうございます。

ご質問いただきまして、ありがとうございます。読み上げさせていただきます。

想定どおり23年3月期は良好な着地でしたが、その中で見えた課題や、やり残しになったことがあれば教えていただきたい。今期業績見通しで、リスクとなる要因や上振れとなるオポチュニティについてインベストメント事業にもありましたらということで。

まず1点目の方から回答させていただきます。23期を通して見えた課題で申し上げますと、結果的に選択と集中にも繋がった部分ではございますが、これまでは食品飲料と美容の2領域を注力カテゴリと決めて事業を展開してまいりましたが、美容の方が順調に成長させられているのに対しまして、食品飲料はなかなかわれわれの計画どおりには順調に成長させられることができなかったところが、大きな課題と捉えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

業績見通しでリスクとなる要因、上振れとなるオポチュニティで、上振れとなる要因は先ほどマスクによる着用でご質問もいただきましたが、マスクといった要因もそうですし、マスクだけではなく女性の方の結婚式、パーティーのニーズが増えることによって、メイクをする機会、スキンケアへの意識もますます高まっていくところで、化粧品業界全体の活況がわれわれの最大のオポチュニティだと考えております。

また一方で、化粧品メーカー様のデジタルシフトの加速も、われわれとしてはこれまでの 50%成長から 20%成長でわれわれとしては固めに読んでいる部分ではございますので、デジタルシフトが想定以上に進むところも上振れ要因とは考えております。

リスクとなる要因で申し上げますと、今回のコロナウイルスのようなものがまたあることによって、われわれとしては化粧品メーカー、女性の美容意識に何か大きな影響を与えることはリスクとなり得ると考えています。

あとは美容マーケティング領域に限らず、われわれの事業ですとつきまとうリスクではございますが、やはり SNS のプラットフォームの、最近ですと何かと Twitter さんが話題にはなっていますが、プラットフォーム側の大きな変化は常にわれわれの事業としてはリスクであるとは捉えております。

こちらはまず一つのプラットフォームに依存をしないところと、プラットフォーム様との連携、様々な変化をいち早くキャッチできる連携体制をとるところでリスクをヘッジしていきたいと考えています。

2 点目のご質問で、26 年に営業利益が 20 億円という意欲的な計画ですが、営業利益の達成確度で、定量的、定性的にいただけるコメントというところで。

ありがとうございます。まずメディカルマーケティングは、現時点ではまだ事業が立ち上がったばかりで、まだ収益もあまりたっていない状況なので、現時点では特に定量的には達成確度はお伝えしにくいとは思っています。

定性的な部分で申しますと、先ほど申し上げたように美容医療というトレンドは、今の日本国内の人口が減少していく市場の中でも私としては数少ない確実に伸びる市場だと考えていますし、その中でもアートメイクは非常に伸びしろが大きい領域だと考えておりますので、伸びしろの大きさが定性的な達成確度であるかと考えております。

一方で美容マーケティングは、先ほどの上振れとなるオポチュニティでもお話をさせていただいたのですが、われわれはこれまでの成長確度から申し上げますと、安定成長で 20%の成長で達成で

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



きる数字と考えておりますので、そういった定量面でも十分に達成できる数字ではないかと考えております。ご質問ありがとうございます。

次のご質問いただいておりますので、読み上げさせていただきます。中期経営計画についての売上総利益の CAGR は 48%という数字に間違いはないでしょうか。これは間違えているのではないのでしょうかという意図かもしれないのですが。

確認させていただきますが、間違いはないという認識で当然記載はしておりますが、念のため確認させていただきます。

美容マーケティング領域の CAGR は、中計では MimiTV、インフルエンサーが 25%、30%に対して 20%と縮小している印象で、この理由はどういうものでしょうか。

ありがとうございます。こちらは前回発表した中期経営計画では営利 10 億円の達成に向けての CAGR をインフルエンサーマーケティング 25%、MimiTV を 30%と記載をしておりまして。ご質問いただいているとおり、今回は美容マーケティング領域には 20%でそこから比べると縮小、成長率が鈍化している。さらに言うところこれまでの 5 年間の実績は 50%でございますので、そこからすると鈍化と印象を受けますがというところのご質問いただいております。

こちらは先ほどの CAGR の中でもご説明を差し上げたのですが、これまでの 5 年間で MimiTV という、われわれも今まで持っていなかったソリューションを手に入れて、そこをかなり結果的に想定以上に大きく伸ばすところがあったところで、ほとんどゼロだったところから MimiTV が乗っかってきたところで大きく成長させることができました。

これからはずっと 50%成長を維持するのは正直難しいところで、これからは安定成長期で 20%を継続的に目指していく考え方でおります。ですので、理由になっているかあれなのですけれども、これまでが MimiTV が、ゼロからプラスになったことに対して急成長を遂げられたのですが、これからは安定成長期に変わりますといったところがお答えになっております。

ただこの 20%が、われわれも決してアグレッシブよりは比較的保守的な達成率とは捉えておりますので、これまでにご質問で回答申し上げた様々な外的環境によって、さらなる成長率は目指してまいりたいと思っています。ご質問ありがとうございます。

ご質問ありがとうございます。今回のテレビ CM の宣伝費は 4 クォーターに、これは昨期の 4 クォーターにというご質問かと思うのですが。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



今回のテレビ CM の宣伝費は、昨期の 4 クォーターと今期の 1 クォーターにそれぞれ計上をしております。出稿自体は 4 月に行ったのですが、製作は 3 月に行いましたので、そういった事情からまたがって計上をしております。ご質問ありがとうございます。

それでは、そろそろお時間になりましたので、以上でご質問の受付も終了とさせていただきます。何か追加でございましたら、1 点いただきましたので、こちらの方だけ最後に回答させていただきます。

読み上げさせていただきます。リオープニングで化粧品の広告配分がトラディショナルなものに回帰し、SNS、マーケティング費用は一旦踊り場になる可能性はないのでしょうか。大手化粧品会社のトーンなど、定性的に感じられる部分はありますでしょうか。

ご質問いただきありがとうございます。ご指摘のとおりと申しますか、まず広告配分がマスに回帰するということは今の流れとしては考えていないです。

ただ、リアルでイベント、店頭でのキャンペーンといったリアルのプロモーションは増えてきているなどは感じておりますが、デジタルシフトへの影響が与えるほどではないかと。やはりデジタルシフトの最も大きいものはテレビ CM になりますので、テレビ CM がデジタルシフトしたこと自体は、コロナの影響とはそんなにダイレクトには関係ないというか、生活者が SNS で情報を取るようになったことにあわせてのものでございますので。

われわれとしても、オンライン体験会とかオンラインイベントを多くやっておりますので、そこがリアルになることによってわれわれが一部影響を受ける可能性としてはございますが、影響があるとするイベントがオンラインからリアルに回帰するところで、デジタルからマスへの回帰は、化粧品は今のところはないのではないかと想定はしております。ご質問ありがとうございます。

それではお時間になりましたので、以上でトレンドーズ株式会社、決算説明会を終了させていただきます。皆様ご清聴いただきましてありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com