



2024年2月14日

各 位

会社名 トレンダーズ株式会社  
代表者名 代表取締役社長 黒川 涼子  
(コード番号 6069 東証グロース)  
問合せ先 取締役 CFO 田中 隼人  
T E L 0 3 ( 5 7 7 4 ) 8 8 7 6

## 2024年3月期 第3四半期決算における想定質問と回答

当社は、2024年3月期第3四半期決算において想定されるご質問とその回答を、下記のとおり開示いたします。

### ※本資料の前提※

当社は当期より、マーケティング事業の一部取引について、契約内容の変更に伴いグロス（総額）計上からネット（純額）計上に変更しており、売上高のYonY（前年同期比）については、前期首より計上方法を変更したと仮定して算出・比較するのが、投資家の皆さまが当社の実態を把握する上で望ましいと考えております。そのため本資料では、その仮定のもとネット計上で売上高YonYを記載いたします。

### Q1. 第3四半期（10-12月）の業績の総括は？

2024年3月期第3四半期の売上高は1,525百万円（YonY+16.0%）、売上総利益は823百万円（YonY+27.6%）、営業利益は275百万円（YonY+11.4%）となりました。

マーケティング事業において、注力領域である美容カテゴリが引き続き順調に成長したものの、美容カテゴリ以外の売上高・粗利（※）が想定を下回ったため、売上高・各段階利益は若干想定を下回りました。

事業別の詳細は以下のとおりです。

### 【マーケティング事業】

マーケティング事業の売上高は1,476百万円（YonY+14.2%）、売上総利益は779百万円（YonY+25.1%）、営業利益は265百万円（YonY+4.3%）となりました。

美容カテゴリ以外の売上高が減少し、粗利はほぼステイとなった一方で、注力領域である美容カテゴリの売上高はYonY+20.7%、粗利はYonY+28.2%と順調に成長を続けております。

なお、YonYで売上総利益率が向上した要因は、売上総利益率が高いMimiTVの売上高に占める構成比率が上がったことによるものです。

### 【インベストメント事業】

インベストメント事業の売上高は48百万円（YonY+119.8%）、売上総利益は43百万円（YonY+98.0%）、営業利益は43百万円（YonY+100.1%）となりました。

社債の受取利息に加え、営業投資有価証券の売却収益（売上高20百万円、売上総利益15百万円）を計上したことにより、増収増益となりました。

※粗利：売上高から売上高に紐づく変動費を差し引いた限界利益

Q2. 第1四半期から第3四半期までYonYで販管費が増加し続けているが、どのような理由か？  
また、今後も増え続けるのか？

販管費の増加については、事業成長に伴う人件費・新規事業における業務委託費・その他の販管費が増加したことが主な要因です。その他の販管費については、事業成長・人員増加に伴い増加する保守費、支払手数料、研修費、租税公課等から構成されております。

また、2024年3月期は年間を通じてMimiTVの大型プロモーションを実施しており、特に第1四半期はTVCMの制作やODM・デジタル広告の出稿を行ったことから、164百万円の広告宣伝費を計上しております。

今後については、第4四半期においてMimiTVのリアルビューティーイベント「Beauty Meets 2024」の開催を予定しており、第3四半期比で60百万円程度の広告宣伝費の増加を見込んでおりますが、広告宣伝費以外の販管費については大幅な増加は予定しておりません。

Q3. 第3四半期累計（4-12月）の営業利益がYonYで減少した要因は何か？

2024年3月期第3四半期累計（4-12月）の営業利益の減少（YonY▲31.6%）は、販管費の増加（YonY+47.6%）が、売上総利益の増加（YonY+12.5%）を上回ったことによります。

まず、売上総利益の増加については、マーケティング事業において、食品・飲料や情報・通信ブランドをはじめとする美容以外のカテゴリにおける粗利が減少（YonY▲21.4%）し、インベストメント事業の粗利も減少（YonY▲28.6%）したものの、注力領域である美容カテゴリの粗利が増加（YonY+29.1%）したことによるものです。

次に、販管費の増加については、事業成長に伴う人件費・業務委託費の増加に加えて、MimiTVの大型プロモーションの実施による広告宣伝費の増加（YonY+140.9%）があります。TVCMの制作費やODM・デジタル広告の出稿費を中心に、第1四半期に164百万円の広告宣伝費を計上しました。

このように、事業の選択と集中をしながらも積極的な事業投資を実施した結果、営業利益がYonYで▲31.6%となりました。

Q4. 連結業績予想に対する進捗はどのように見れば良いか？

通期連結業績予想については、売上高は67.9%、営業利益は53.8%、経常利益は53.5%、親会社株主に帰属する当期純利益は48.5%の進捗率となりました。

マーケティング事業において、美容マーケティング領域は順調に成長したものの、美容カテゴリ以外の売上高・粗利が想定以上に減少したため、売上高・営業利益・経常利益は想定を若干下回る進捗となっております。親会社株主に帰属する当期純利益については、子会社の当期純損益の連結決算への取り込み処理に関して、監査法人と協議をした結果、期初想定と異なる会計処理を行うこととなったため、営業利益、経常利益と比較して進捗率が低くなっております。

今期の連結業績予想については、第4四半期において、顧客企業が期末に利用する広告予算の取り込みや大型案件の獲得を見込んでいることから、達成を目指してまいります。

Q5. 第3四半期累計（4-12月）の美容マーケティング領域の成長には、「1ブランド当たりの受注額の向上」と「取引ブランド数の拡大」のどちらが貢献しているのか？

1ブランド当たりの受注額（粗利額）はYonY+12%、取引ブランド数はYonY+16%とそれぞれが順調に成長した結果、第3四半期累計（4-12月）の美容カテゴリの粗利はYonY+29%となりました。

Q6. アイスタイル社との資本業務提携の背景や目的は何か？また、業績貢献はいつからか？

株式会社アイスタイル（以下、「アイスタイル」）は、「生活者中心の市場の創造」をビジョンに掲げ、コスメ・美容の総合サイト「@cosme」を運営するとともに、「@cosme」に寄せられた生活者のクチコミや評価等を反映した品揃えや店舗作りをEC・店舗において展開し、オンラインとオフラインを融合した美容関連総合サービスを提供しています。

SNSが美容商材の購買行動に与える影響が高まる一方で、ユーザーのSNSの利用方法はより多様化しており、当社が今後も顧客に価値あるマーケティングサービスを開発・提供し、中長期的に成長していくためには、SNS以外の情報接点や顧客接点との連携が重要であると考えております。そのために他社とのアライアンスを模索してきた中で、美容業界においてメディア・EC・店舗という強固な顧客接点を有しており、当社とは異なる強みをもつアイスタイルと情報交換を開始し、かかる情報交換の一環として、両社の協業により見込まれるシナジー効果についても検討を行ってまいりましたが、この度、当社とアイスタイルが業務提携を行い、当社が保有するSNSマーケティング・インフルエンサーマーケ

ティングのノウハウと、アイスタイルが保有する強固なコスメ・美容情報サイトの運営ノウハウ及び化粧品に関する消費者情報に係る独自のデータベースを掛け合わせたサービスを開発・提供することで、美容業界におけるユーザー・メーカー双方の新たな顧客体験を創出することが可能であり、両社の収益拡大については当社の中長期的な企業価値の向上に資すると判断いたしました。

また、かかる業務提携の目的を達成するためには、当社とアイスタイルのより安定的な関係を構築すべく、アイスタイルが当社普通株式を保有する資本関係を築く必要があると判断したため、かかる業務提携の一環として、アイスタイルを割当予定先とした自己株式の処分、並びに当社の代表取締役会長である岡本伊久男において、保有する株式の売出しを実施することといたしました。

当社とアイスタイルは本資本業務提携を通して、美容を日本が世界に誇れる産業・文化へと発展させていくことを目指してまいります。

なお、本件の当社 2024 年 3 月期業績への影響は軽微であり、提携の効果は 2025 年 3 月期より発現するものと見込んでおります。

Q8. 2023 年 10 月に開院した提携アートメイククリニック「ars clinic」の進捗はどうか？

当社がマーケティング支援、運営に伴う DX 支援を行うアートメイククリニック「ars clinic」について、2023 年 10 月 3 日の開院以降、SNS 広告やインフルエンサー施策等の各種プロモーション施策を実施した結果、4 ヶ月間（2023 年 10 月 3 日～2024 年 1 月 31 日）の累計症例数は 858 件と 800 件を突破し、当初計画を上回る集客・売上高となっております。

Q9. 再生医療の取り組みの進捗はどうか？

当社は 2023 年 8 月に株式会社レプリテックと業務提携し、再生医療領域に本格参入しました。同社が独自に開発した幹細胞培養上清液である「StemEffect（ステムエフェクト）」を用いた毛髪再生について、2023 年 12 月より当社の提携先である「MAISONtheBEAUTY CLINIC（メゾンザビューティークリニック）」において評価を重ねてまいりましたが、この度、2024 年 3 月より一般患者に向けた毛髪再生メニューとして、同院での提供を開始する運びとなりました。

Q10. メディカルマーケティング領域について、トレンダーズグループへの業績貢献はいつ頃を見込んでいるか？

Q8、Q9 に記載の通り、アートメイククリニックの支援、再生医療領域ともに順調に進捗していますが、メディカルマーケティング事業については、2024 年 3 月期・2025 年 3 月期は投資期として事業への投資を実施するため、2026 年 3 月期の収益化（黒字化）を予定しております。

以上

## 【免責事項】

本資料は、トレンダーズ株式会社（以下「当社」といいます）の企業情報等の提供のために作成されたものであり、国内外を問わず、当社の発行する株式その他有価証券の勧誘を構成するものではありません。本資料には、当社の計画や戦略、業績の見通し等、将来の見通しに関する記述が含まれています。将来の見通しに関する記述には、別段の記載がない限り本資料の発表日現在における当社が入手可能な情報並びに当社の計画及び見込みに基づいた当社の想定、将来の見通し及び推測が含まれますが、これらが達成される保証はありません。経済状況の変化、顧客企業の嗜好及びニーズの変化、他社との競合、法規制の変化環境、その他の様々な要因により、将来の予測・見通しに関する記述は実際の業績と大幅に異なる場合があります。したがって、これらの将来に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。また、独立した公認会計士または監査法人による監査またはレビューを受けていない、過去の財務諸表または計算書類に基づく財務情報及び財務諸表または計算書類に基づかない管理数値が含まれていることをご了承ください。当社は、適用ある法令又は証券取引所の規則により要求される場合を除き、本資料に含まれるいかなる情報についても、今後生じる事象に基づき更新又は改訂する義務を負うものではありません。本資料には、当社が事業を行っている市場に関する情報を含む、外部の情報源に由来し又はそれに基づく情報が記述されています。これらの記述は、本資料に引用されている外部の情報源から得られた統計その他の情報に基づいており、それらの情報については当社は独自に検証を行っておらず、その正確性又は完全性を保証することはできません。