

2014年 3月期 第2四半期 決算補足説明資料



トレンドーズ株式会社
東証マザーズ:6069

| サマリー

| 第2四半期 決算概要

- 過去1年の売上推移

- 営業利益減少要因

| 下半期の業績予想

| 今後の取り組みについて

- 事業の多角化

- 女性限定のMCN「womedia ch.」

- 女性ソーシャル研究所「SOCIAL GIRLS LAB.」

- H&BC社買収(完全子会社化)

ポジティブ

- 1Qから2Qにかけて業績が復調傾向。
直近受注も好調に推移！
- アクティブ会員の増加で「キニナルモン」が
前Qより2.5倍の売上に！
- 女性限定のMCN「womedia ch.」の開始、
「SOCIAL GIRLS LAB.」の開設、
H&BC社の買収など、多角的な取り組みを開始！

ネガティブ

- 経常利益率は、前年から大きく割れている。
利益率の改善が必要。

- 今期上半期は、粗利率の低下、売上高人件費率の上昇によって、売上・利益共に前年同期を下回る結果となりました。

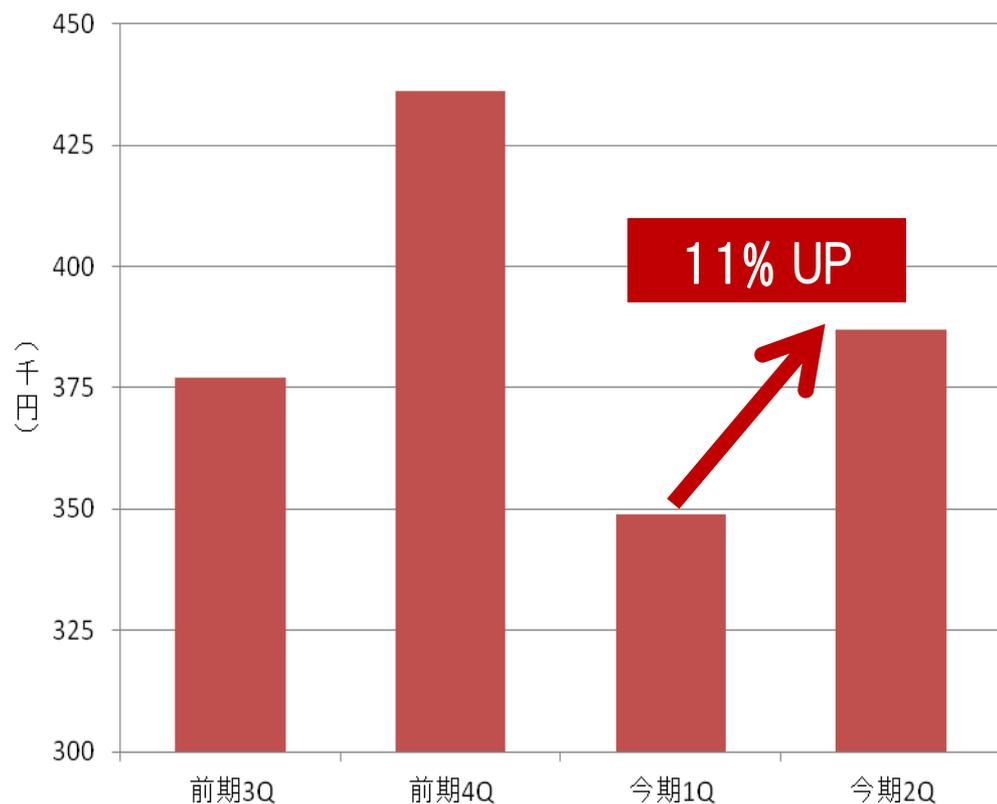
		2014年3月期 2Q 累計期間実績	2013年3月期 2Q 累計期間実績	前年同期比	計画 進捗率
売上	(百万円)	736	803	91.7%	100%
営業利益	(百万円)	6	197	3.7%	100%
経常利益	(百万円)	7	192	3.7%	100%
純利益	(百万円)	1	117	1.4%	100%
1株当たり 純利益	(円)	0.48	42.31	—	—

※1株当たり純利益は、2013年1月1日付の株式分割(1:2)に伴う影響を加味し、遡及修正を行った金額となります。

過去1年の売上の推移

- 前期4Qから今期1Qは下落しましたが、1Qから2Qにかけては売上11%伸張を果たしました。1Qを底として、業績は復調傾向にあります。

Q毎の売上推移



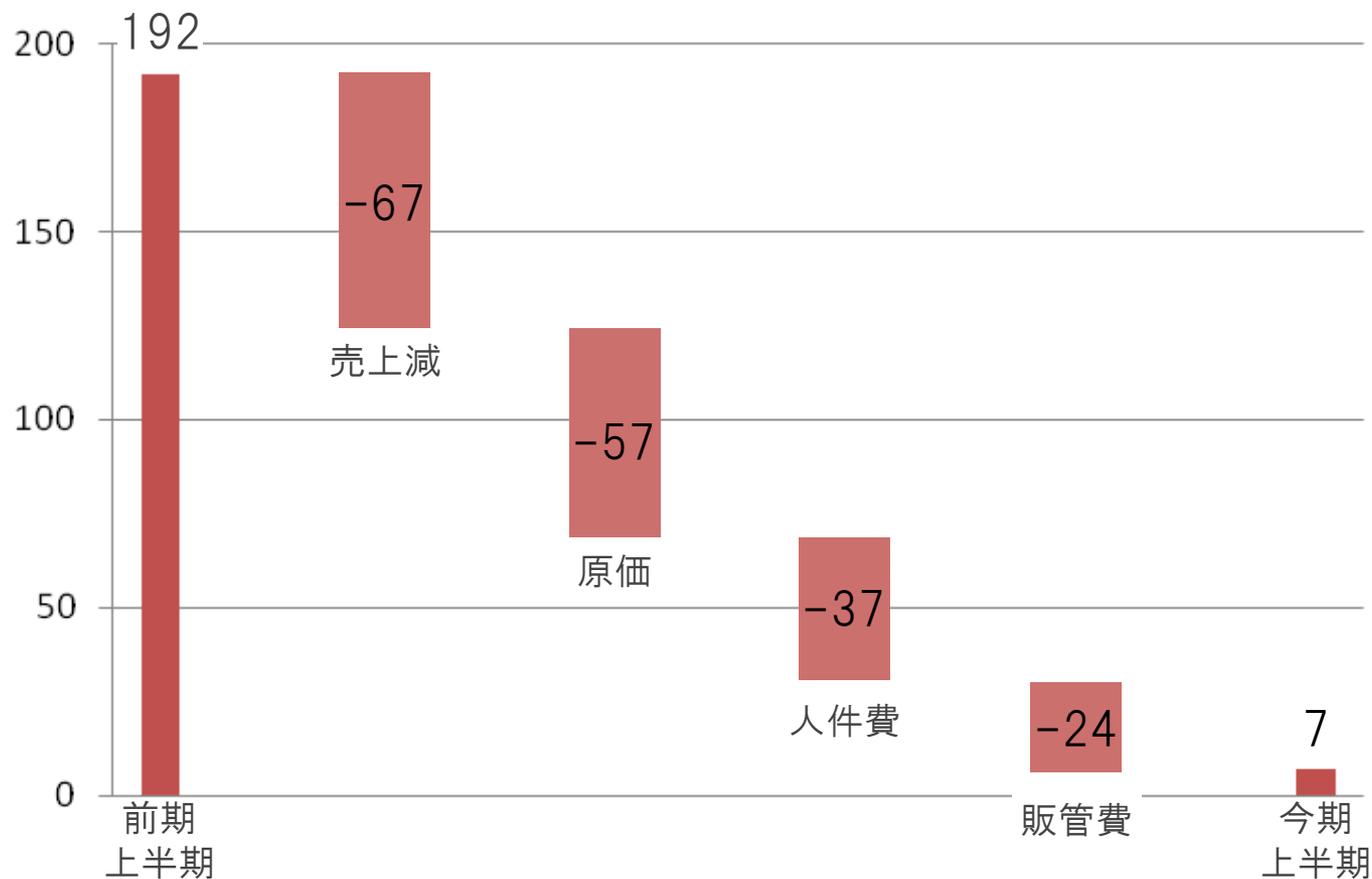
売上は1Qより11%伸張！

売上を落としていた「ブログサービス (womedia)」も1Qから2Qで売上が復調し、その他の主軸サービスでも堅調に一定の売上を立て、新規のサービス群で売上を積み上げております。

新規サービスでは1年前にスタートしたスマホサービス「キニナルモン」が急成長。1Qから2Qで2.5倍の増加をしております。

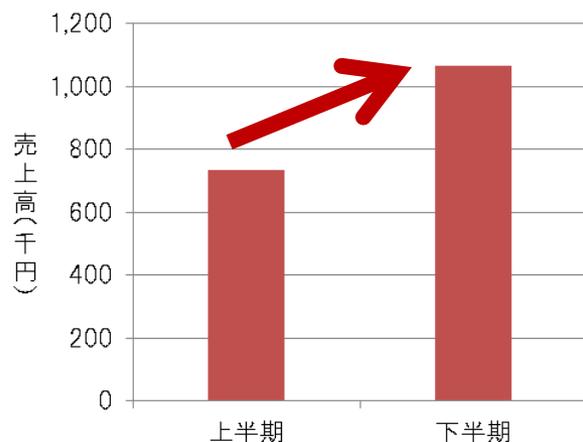
■ 前期上半期と比較し、経常利益の主な減少要因は以下の3つです。

- ① 売上の減少
- ② 原価の上昇
- ③ 人件費率の上昇



- 上半期の利益を圧迫した要因に対して、
以下のように改善し、今期下半期は利益率も改善する見通しです。

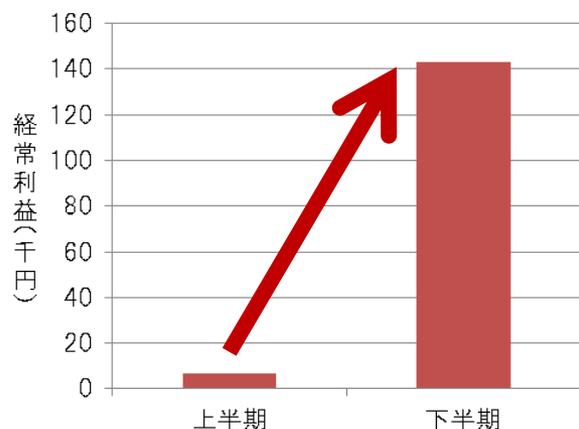
売上高



「ブログサービス(womedia)」の
売上が下げ止まり、復調傾向。

新サービスでは、1年運用してきた
スマホサービス「キニナルモン」が軌道に乗りだし、
今Q開始の「動画サービス」も立ち上がってきている。

経常利益



売上は復調傾向であり、主軸サービスの売上に、
新サービスの売上を積み上げできている。

大幅な人員増は計画していない為、
売上が増加することによって、
人件費率・販管費率も相対的に圧縮が可能になる。

- 1年前にサービスを開始したスマホサービス「キニナルモン」が、今Q業績に寄与するサービスに成長してきました。
トレンドズの今後の取り組みとして、事業の多角化によって成長を加速させていきます。

1年前



今後の取り組み



SOCIAL GIRLS LAB.

H&BC



- 多角的なサービス展開の一つとして、YouTubeの公式パートナーとなり、女性クリエイター限定のマルチチャンネル ネットワーク＝MCNを展開してまいります。



WHAT'S womedia ch.

womedia ch.(ウーマメディアチャンネル)とは、YouTube(ユーチューバー)女子のための女性限定ネットワークです。動画をつかって人生の可能性を広げる女子を応援します。



特徴

会員クリエイターの動画再生回数に応じて、Google社からの収益が上がるモデルのため、アクティブ会員数に応じて売上が増加するモデルです。

<マルチチャンネル ネットワーク>

マルチチャンネル ネットワーク(以下、MCN)とは、YouTube上の複数のチャンネルの集合体です。MCNに登録するクリエイター(動画の制作者)は、機材や編集などの動画制作面でのサポート、クリエイター同士の相互プロモーションによる視聴者の獲得、MCNの広告収益の分配など、様々な支援を受けることができます。アメリカでは既に多くのMCNが存在し、月間視聴数が20億ビューを超えるチャンネルも登場するなど、注目を集めています。

- ソーシャルメディアを利用する女性たちの“リアル”を発信する、女性ソーシャル研究所「SOCIAL GIRLS LAB.(ソーシャルガールズラボ)」を発足いたしました。



<SOCIAL GIRLS LAB.>

創業以来、女性マーケティングに特化した事業を展開し、ソーシャルメディアを活用した豊富なプロモーション実績を持つトレンドーズでは、このたび発足した「SOCIAL GIRLS LAB.」を通じて、「女性」×「ソーシャル」の“今”を発信してまいります。今後、リサーチや取材をもとに、20～30代を中心とした女性たちのソーシャルメディアの活用実態や、女性たちがソーシャル上で話題にしていることなどを紹介していくことで、企業のマーケティング・プロモーション課題を解決するための“ソリューション”として提供していきたいと考えています。

■2013年11月1日付で

化粧品製造及び化粧品卸売を行っている株式会社H&BCを100%子会社化「キニナルモン」「MCN(womedia ch.)」「SOCIAL GIRLS LAB.」と合わせて、成長ドライバーとして発展させていきます

- 「女性」をテーマとしているトレンドーズと「美」の分野である化粧品を扱うH&BC社は親和性が高い
- トレンドーズの女性向けマーケティングノウハウを活かした新商品開発や販売促進施策等をH&BC社にも活かし、グループ全体の業績向上を図る
- 今後、H&BC社の卸売販路を拡大し、トレンドーズと流通大手企業とのパイプ強化を図る
- H&BC社のノウハウで流通業界・製造業界に対する知見を深めトレンドーズのO2Oビジネスに活かす



H&BC社の完全子会社化による業績への影響は現在精査中であり、今期の連結業績予想につきましては、明らかになり次第速やかにお知らせいたします。

女性の生き方を**変**える。
時代にな**い**ものを**創**りだす。

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。当社の判断が含まれ、情報の正確性を保証するものではありません。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。