2027年3月期第2四半期

決算説明資料

FY2027.03.2Q
Presentation Material

2026.11.13

TRENDERS GROUP

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	6億4,804万円（2026年9月30日現在）
取締役	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　濱田 健作　横山 隆治
従業員数	283名 （2026年9月30日現在、連結の正社員及び契約社員数）
子会社	株式会社Mimi Beauty　株式会社zenplus しるし株式会社　CARAFUL株式会社 株式会社クレマンスラボラトリー　Cosme Hunt Inc. 一般社団法人涼香会

TRENDERS GROUP

経営方針

1 生活者及び市場のトレンドを捉えた事業展開により、
社会に新しい価値を創出する。

2 中長期にわたり継続的に成長し続ける事業・組織作りを目指す。

3 株主価値の最大化を常に優先課題と捉え、
積極的かつ安定的な株主還元を実施する。

4 フレキシブルな働き方の促進と多様性を重視した組織運営により、
D&I（ダイバーシティ＆インクルージョン）の先進企業を目指す。

事業セグメント

ECコンサルティング事業

EC モールに特化した
戦略コンサルティング・運用代行サービス

ShiRuShi
しるし株式会社

インベストメント事業

社債や成長企業株式の
取得による投資運用

TRENDERS
トレンダーズ株式会社

マーケティング事業

TRENDERS
トレンダーズ株式会社

Mimi Beauty
株式会社Mimi Beauty

CARAFUL
CARAFUL株式会社

ZENPLUS
株式会社zenplus

J-beauty Hunt
Cosme Hunt Inc.

一般社団法人涼香会

SNS ファーストな統合型プランニングによるマーケティング支援

マーケティング領域

新規領域

01

第2四半期 決算概要

決算サマリー（2027年3月期上半期）

グループ連結

売上高+33.3%、のれん償却前営業利益+46.8%と順調に成長
営業利益はのれん等償却費を吸収しきれず▲13.1%の減益

売上高	売上総利益	のれん償却前営業利益	営業利益
4,742百万円	2,188百万円	440百万円	225百万円
（YonY+33.3%）	（YonY+21.1%）	（YonY+46.8%）	（YonY▲13.1%）

ECコンサルティング事業

売上高	499百万円
売上総利益	285百万円
のれん償却前営業利益	▲28百万円
営業利益	▲204百万円

- 複数の新規顧客との取引開始時期の遅れ、一部顧客の在庫不足等により売上高・各段階利益は予算未達となるも、足元では営業活動が順調に進捗し、新規大型顧客との取引も開始したため、第4四半期以降は業績改善を見込む

※ 前期3Qより連結開始のためYonY比較なし

マーケティング事業

売上高	4,175百万円 (+19.4%)
売上総利益	1,839百万円 (+5.4%)
のれん償却前営業利益	453百万円 (+55.5%)
営業利益	414百万円 (+65.5%)

- インフルエンサーマーケティングの売上高がYonY+15.0%と復調したことに加え、イベント領域の売上高がYonY+131.1%と大幅に成長したことにより増収増益

インベストメント事業

売上高	68百万円 (+12.5%)
売上総利益	66百万円 (+9.2%)
営業利益	65百万円 (+9.3%)

- 社債の受取利息の増加により増収増益

※ カッコ内はYonY

※ のれん等償却費 ＝ のれん償却費 ＋ 企業結合に係る無形資産償却額
※ のれん償却前営業利益 ＝ 営業利益 ＋ のれん等償却費
※ セグメントごとの各段階利益はセグメント間取引消去や全社費用等の調整前のため、セグメント合計と連結数値は不一致

業績概要

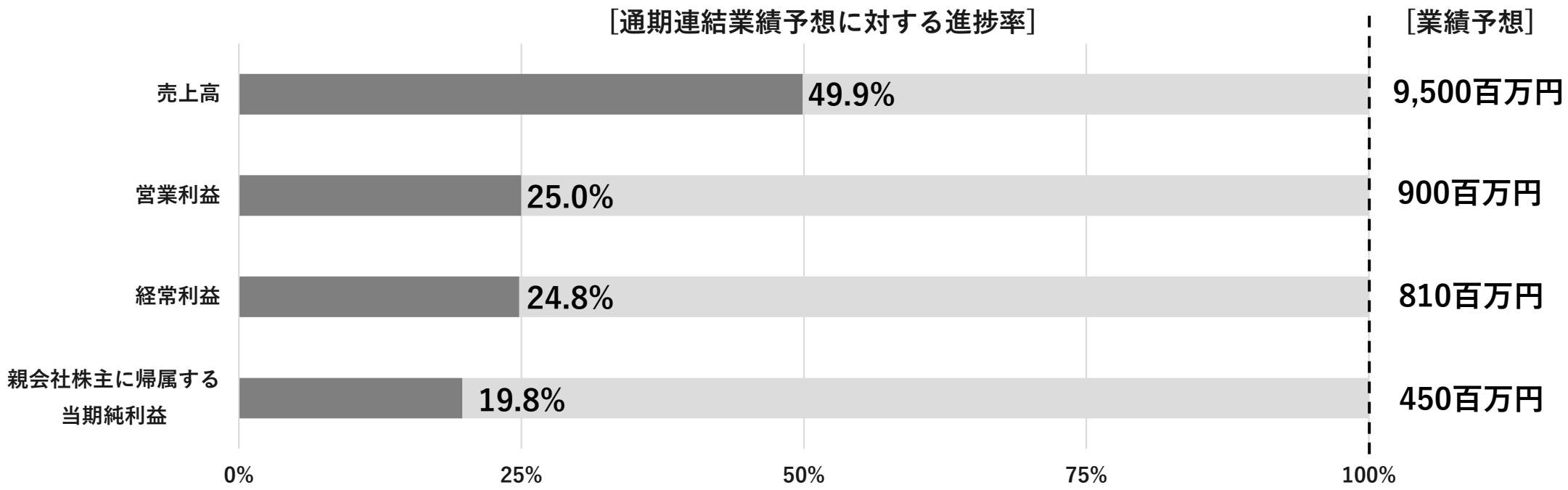
（単位：百万円）	2026年3月期 上半期	2027年3月期 上半期	YonY（前年同期比）
売上高	3,558	4,742	+33.3%
ECコンサルティング事業	－	499	－
マーケティング事業	3,497	4,175	+19.4%
インベストメント事業	60	68	+12.5%
売上総利益	1,806	2,188	+21.1%
ECコンサルティング事業	－	285	－
マーケティング事業	1,745	1,839	+5.4%
インベストメント事業	60	66	+9.2%
販売費及び一般管理費	1,547	1,963	+26.9%
営業利益	259	225	▲13.1%
（参考：のれん償却前営業利益）	299	440	+46.8%
経常利益	329	201	▲38.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	68	89	+30.7%

※ のれん償却前営業利益 ＝ 営業利益 ＋ のれん等償却費
※ セグメントごとの各段階利益はセグメント間取引消去や全社費用等の調整前のため、セグメント合計と連結数値は不一致

通期連結業績予想に対する進捗について

■ 売上高はイベント領域の好調により順調に推移

■ 各段階利益は、ECコンサルティング事業の業績未達により進捗率は低いものの、下半期のマーケティング事業、ECコンサルティング事業の成長による粗利増加と、コスト削減により通期での達成を目指す

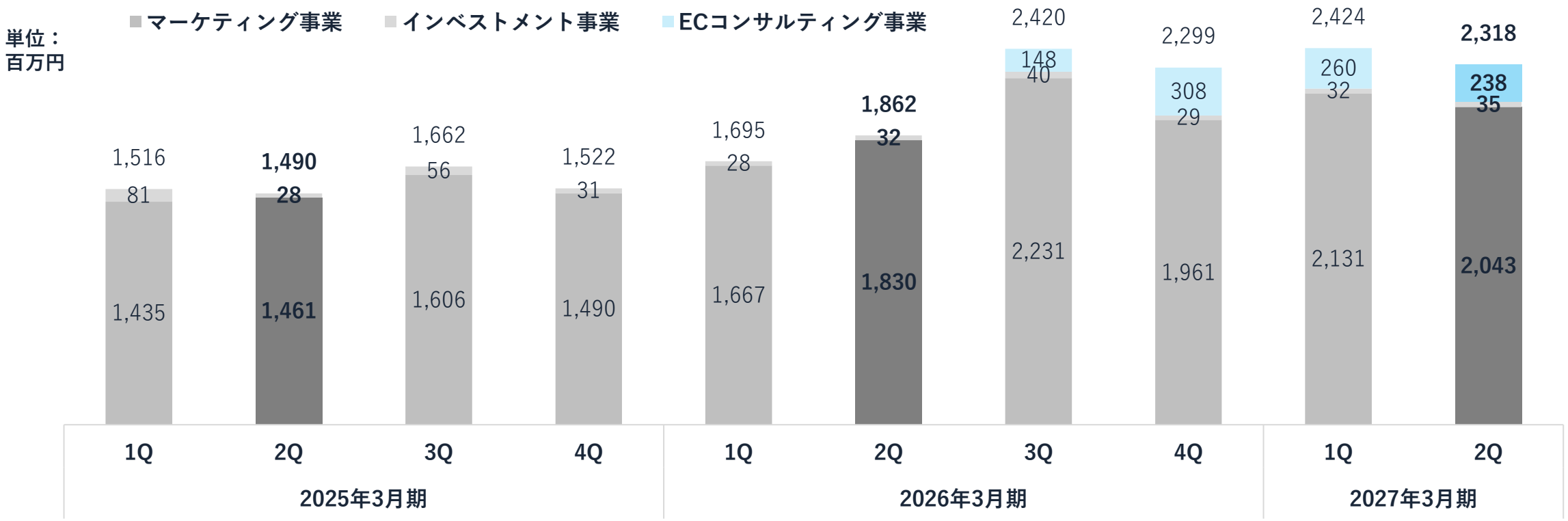


売上高推移（四半期）

■ 第2四半期（7-9月）の売上高は2,318百万円（YonY+24.5%）

■ イベント領域の成長により、マーケティング事業の売上高はYonY+11.7%

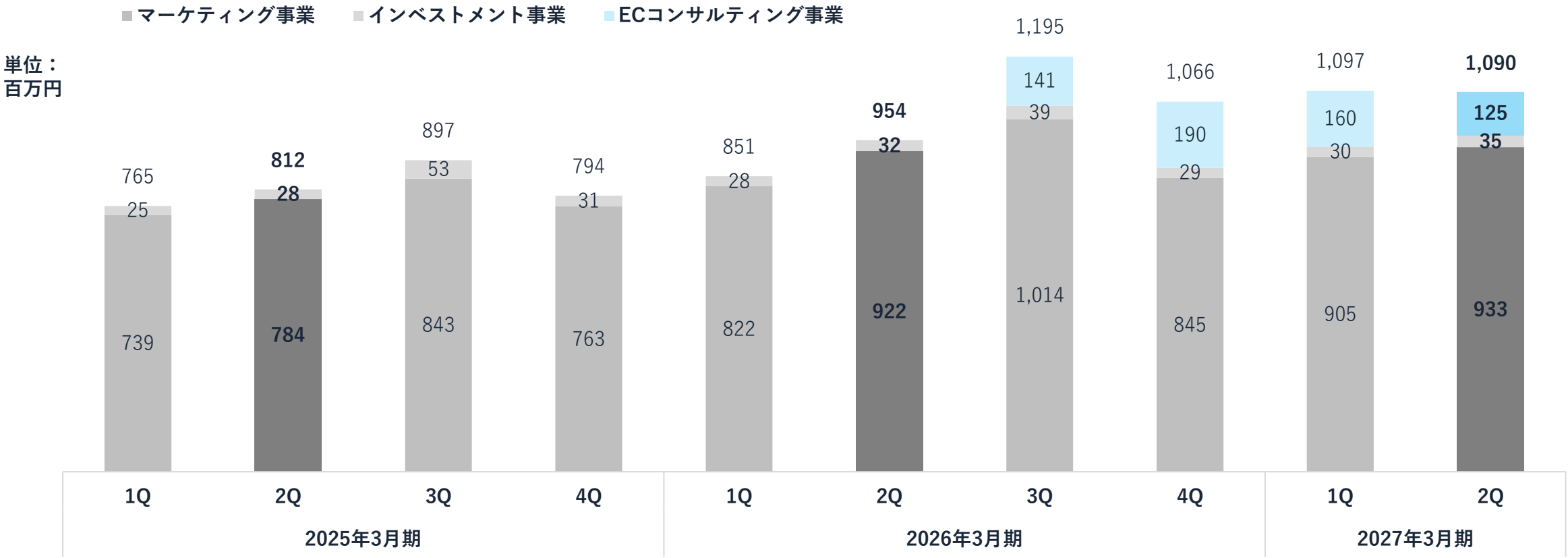
■ ECコンサルティング事業は、複数の新規顧客との取引開始時期の遅れや一部顧客の在庫不足、大型顧客との契約終了等により伸び悩むも、足元では営業活動が順調に進捗し、大型顧客との取引も開始したため今後は回復、再成長を見込む



売上総利益推移（四半期）

■ 第2四半期（7-9月）の売上総利益は1,090百万円（YonY+14.2%）

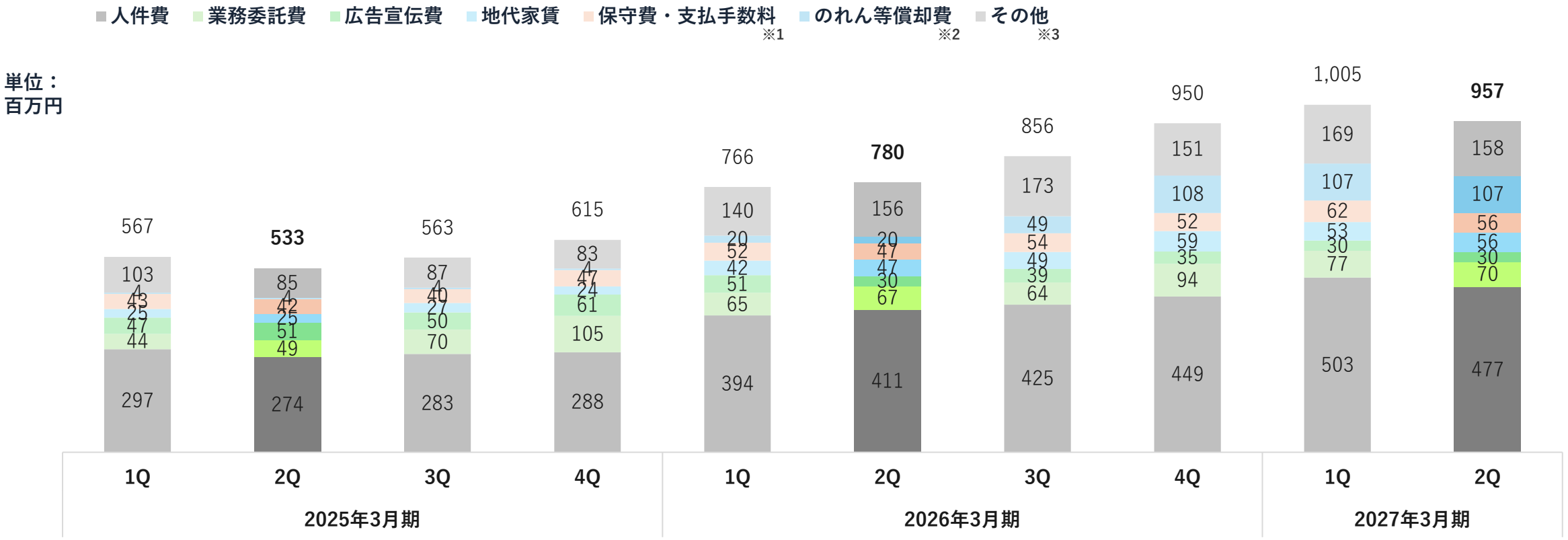
■ マーケティング事業の売上総利益はYonY+1.2%と安定した収益基盤を維持



販売費及び一般管理費推移（四半期）

■ 第2四半期（7-9月）の販売費及び一般管理費は957百万円（YonY+22.7%）

■ しるし社の連結開始により247百万円販管費が増加、当該影響を除くと販管費はYonY▲7.8%

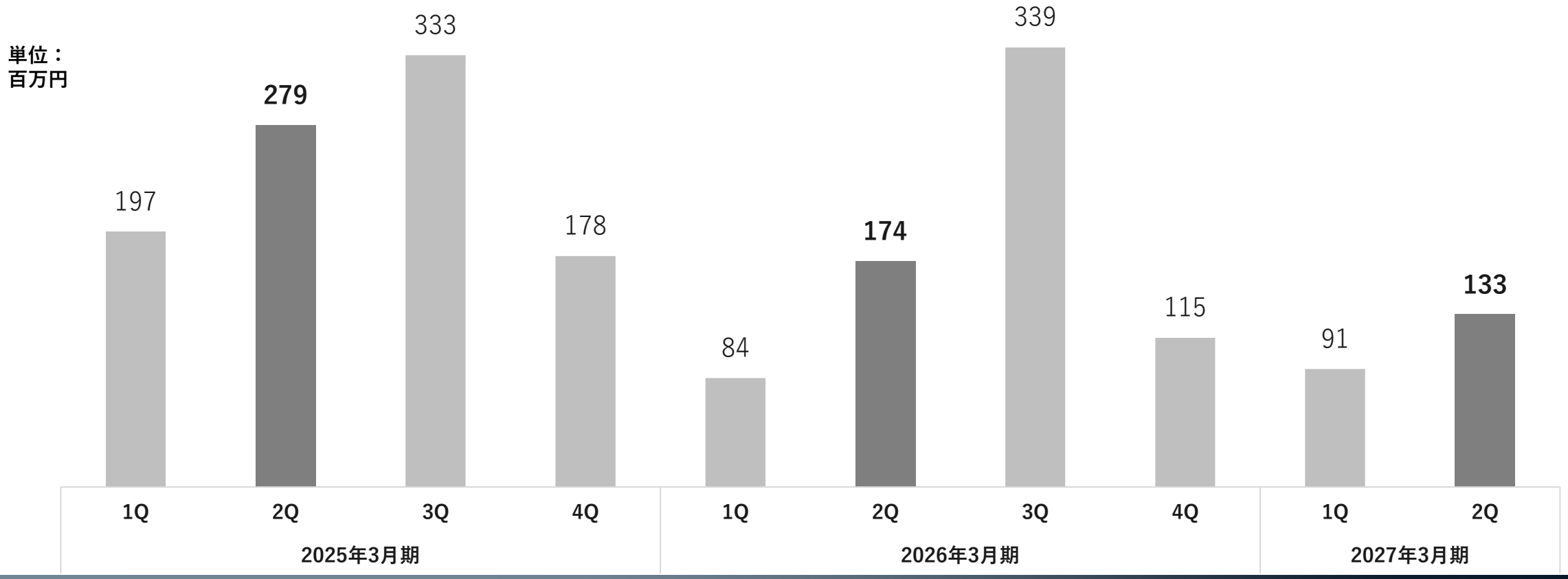


※1 保守費・支払手数料：主にシステム関連の費用
※2 のれん等償却費 ＝ のれん償却費 ＋ 企業結合に係る無形資産償却額
※3 その他：採用費、減価償却費、支払報酬、旅費交通費、貸倒引当金繰入額等

※ 2027年3月期2Qにおいて、しるし社との企業結合に係る暫定的な会計処理が確定したことに伴い、2026年3月期3Q・4Qおよび2027年3月期1Qの業績は暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。

営業利益推移（四半期）

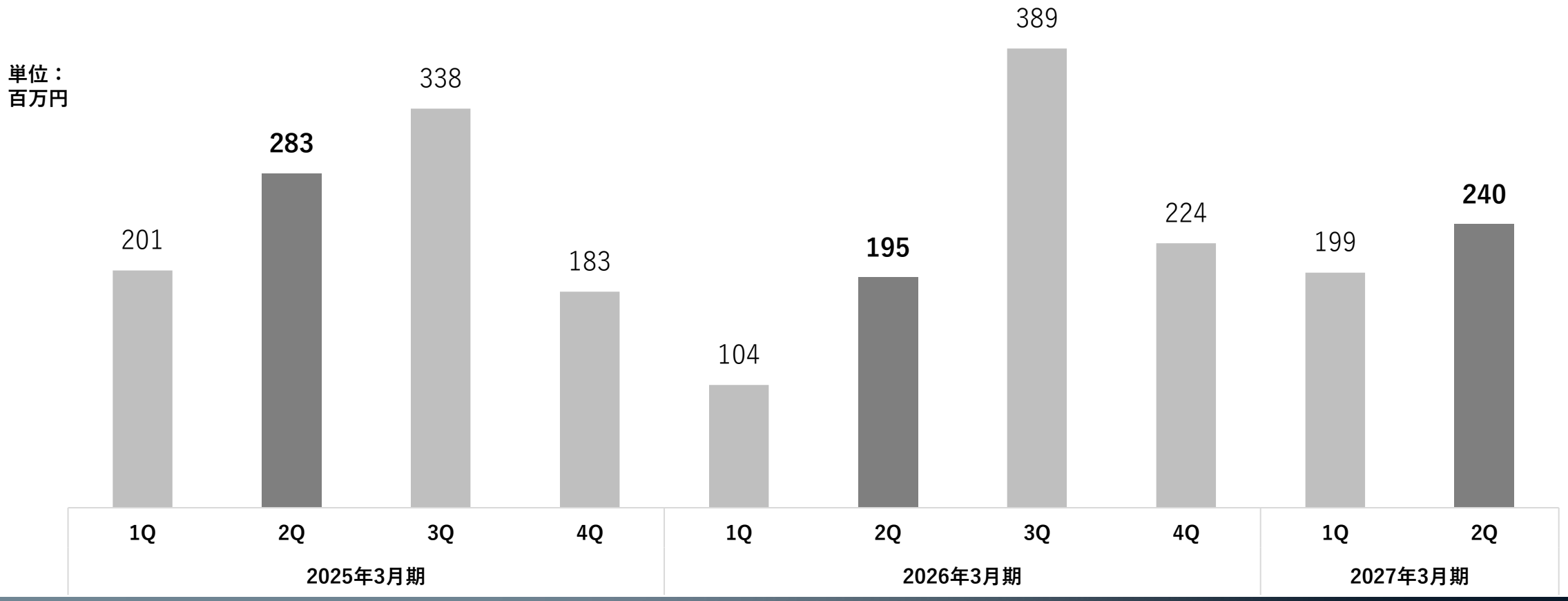
■ 第2四半期（7-9月）の営業利益は133百万円（YonY▲23.6%）



※ 2027年3月期2Qにおいて、しるし社との企業結合に係る暫定的な会計処理が確定したことに伴い、2026年3月期3Q・4Qおよび2027年3月期1Qの業績は暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。

参考：のれん償却前営業利益推移（四半期）

■ 第2四半期（7-9月）ののれん償却前営業利益は240百万円（YonY+23.5%）



※ のれん償却前営業利益 ＝ 営業利益 ＋ のれん等償却費
※ のれん等償却費 ＝ のれん償却費 ＋ 企業結合に係る無形資産償却額

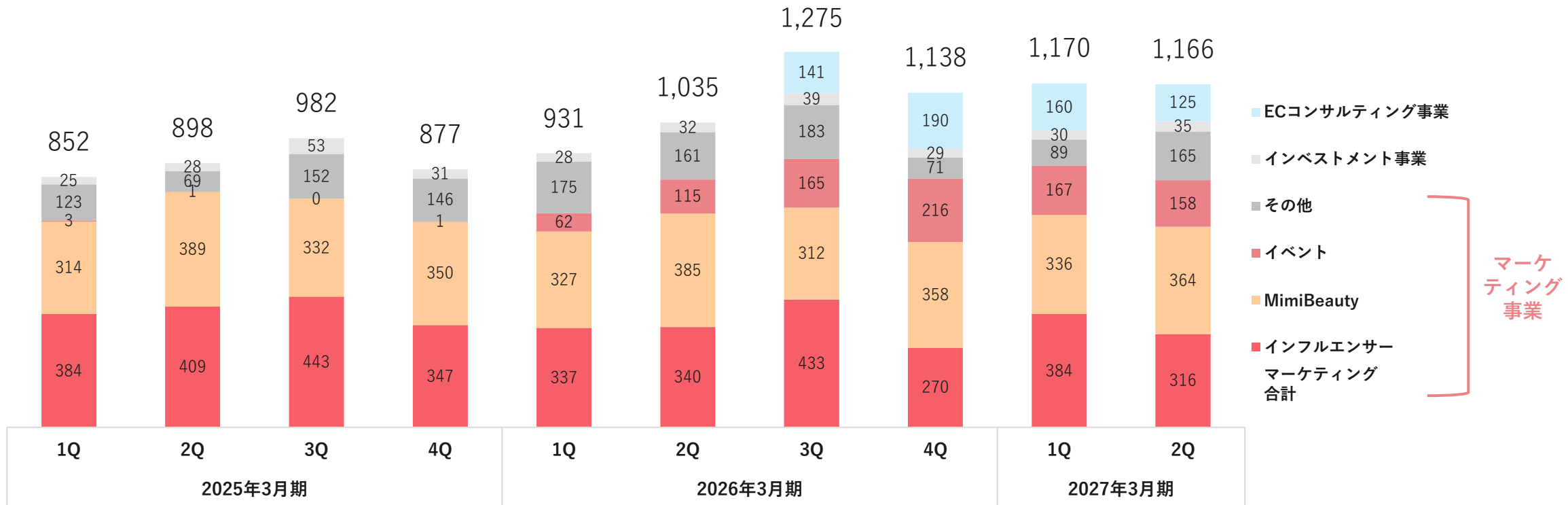
事業・サービス別の粗利推移（四半期）

■ インフルエンサーマーケティング領域はYonY▲6.9%、Mimi Beautyは▲5.5%と前年同期を下回る推移

■ イベント領域はYonY+36.9%と大幅に増加

■ ECコンサルティング事業は複数の新規顧客との取引開始時期の遅れ、一部顧客の在庫不足、大型顧客との契約終了等により、QonQ▲21.8%と減少も、今後は回復、再成長を見込む

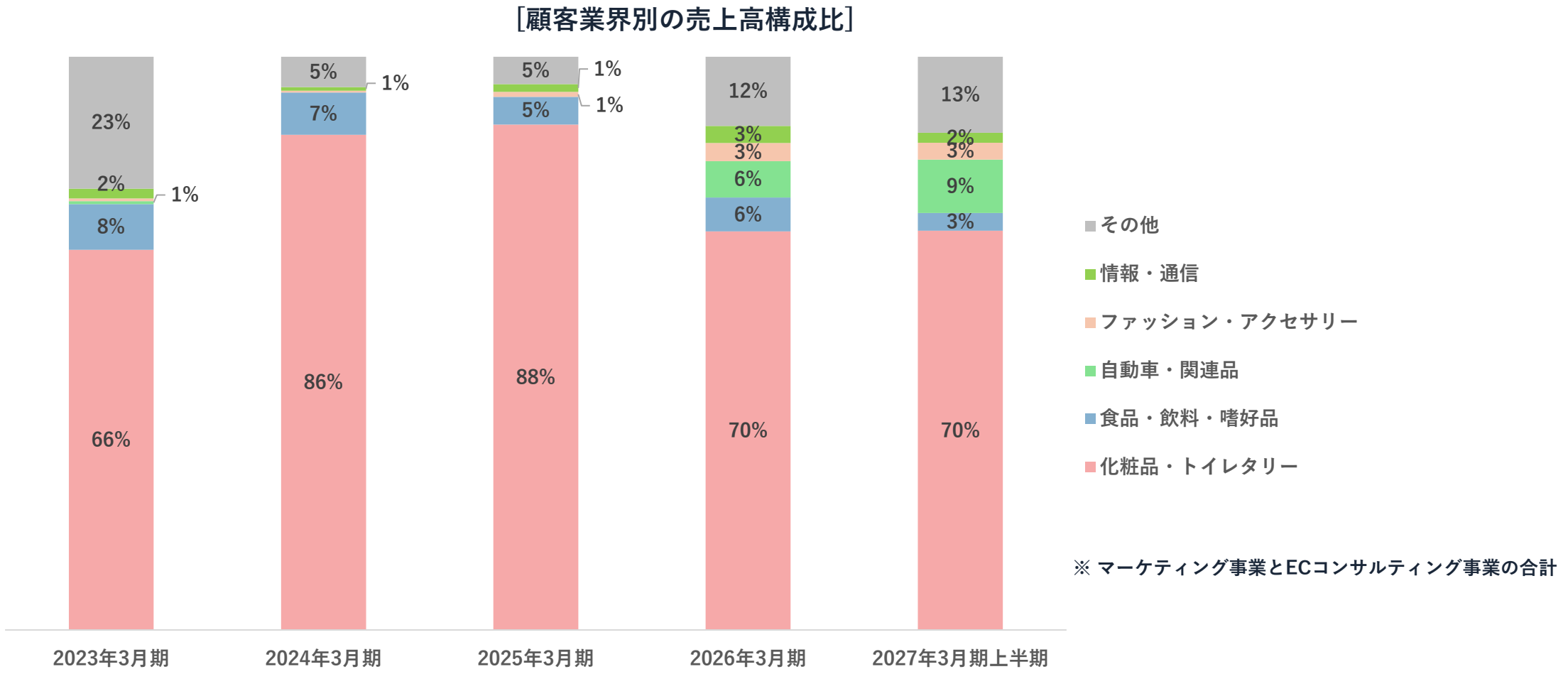
単位：
百万円



※粗利は売上高からサービスの提供に直接紐づく外注費等のみを差し引いた利益であり、売上総利益から四半期あたり約80百万円（人件費等）を足しあげると粗利と一致する

業種別の売上高構成比（マーケティング事業・ECコンサルティング事業）

■ 美容カテゴリ以外のブランドの開拓が進んだことに加え、zenplus社・しるし社の連結により、美容カテゴリ以外の売上高構成比が約3割にまで拡大



※ マーケティング事業とECコンサルティング事業の合計

貸借対照表

■ 2025年12月1日付でしるし社の全株式を35億円で取得したものの、流動比率159.6%、自己資本比率34.6%、
のれん純資産倍率0.67倍と引き続き健全な財務状態を維持

（単位：百万円）	2026年3月期 期末	2027年3月期 第2四半期末	前期末比
流動資産	8,480	7,515	▲11.4%
（内、現金及び預金）	4,777	1,278	▲73.2%
（内、営業投資有価証券）	712	2,901	+307.1%
固定資産	4,412	4,328	▲1.9%
（内、のれん）	2,923	2,764	▲5.5%
総資産	12,892	11,843	▲8.1%
流動負債	5,001	4,708	▲5.9%
固定負債	3,604	3,036	▲15.8%
純資産	4,286	4,098	▲4.4%

※ 2027年3月期第2四半期において、しるし社との企業結合に係る暫定的な会計処理が確定したことに伴い、「のれん」の一部を「顧客関連資産」へ振り替えるとともに、関連する「繰延税金負債」を計上しております。
前連結会計年度との比較にあたっては暫定的な会計処理の確定による見直し後の金額を用いております。

02

事業概要と今後の成長戦略

事業ドメインの変革

Before　SNSマーケティング

▼

After

SNS
×
リテールマーケティング

AmazonをはじめとしたECプラットフォームを活用し、
SNSとの連携で新しい形のリテールマーケティングを提供する

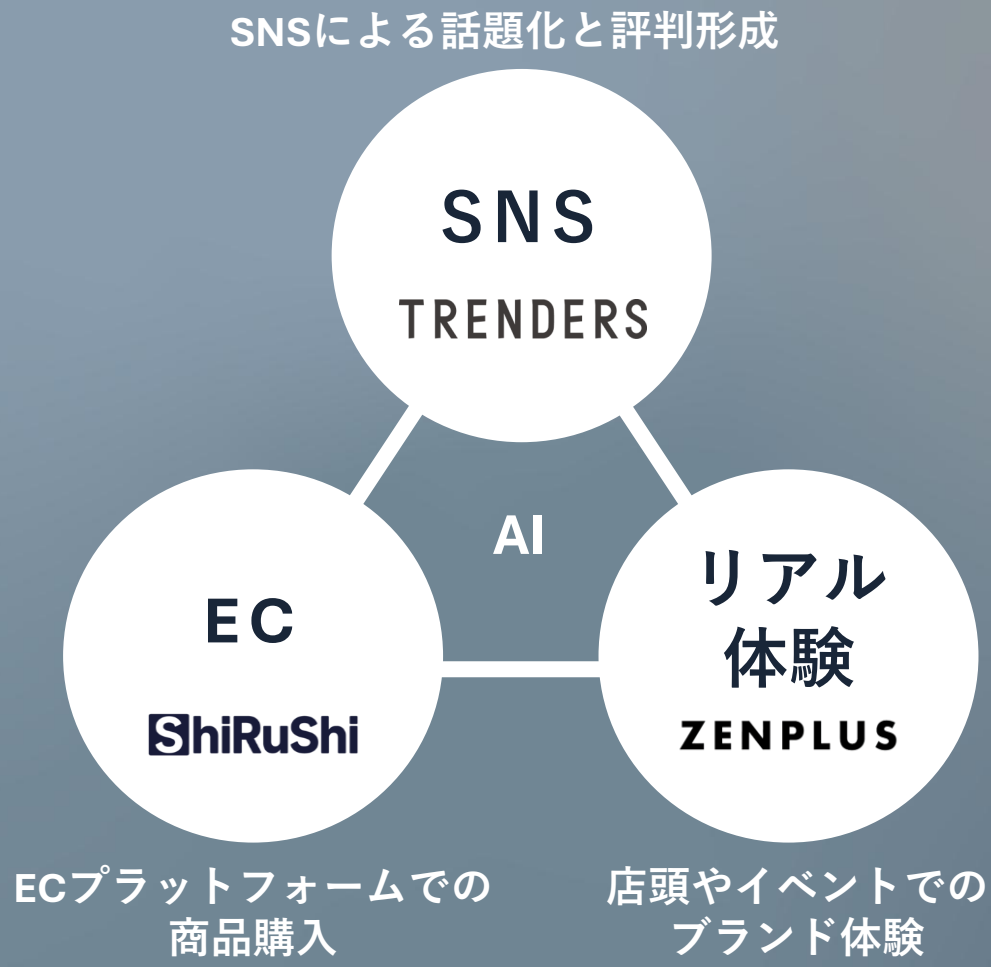
リテールマーケティングとは

・オフライン・オンラインにおける生活者の購買意欲を最大化するためのマーケティング活動

・リテールメディアや購買データを活用して集客の効率化を図る

・先進国であるアメリカではリアルとデジタルの融合が進み、店舗とECが相互に補完する関係に

トレンダーズのリテールマーケティング



商品を「知る」「体験する」「購入する」を
AIを活用してシームレスに繋ぐことで
商品価値を正しく伝え、顧客体験を最適化

成長市場であるECプラットフォームを軸とした
リテールマーケティングを展開

AI活用の取り組み

■ 生成AI／AIエージェントの活用を経営戦略の中核に位置づけ、グループ全体への実装・展開を加速

■ 既存事業へのAI統合を本格化し、MCP連携等でAIエージェントの活用がシステム実装・データ分析へ拡大

＜導入済及び開発中のシステム＞　※一部抜粋

- **社内AI総合アシスタント**：主要LLMを統合的に利用できる社内生成AIプラットフォーム
- **インフルエンサーMAP自動生成システム**：インフルエンサーを5大カテゴリや象限でマッピング
- **SNSモニタリングシステム**：SNS上のブランド関連投稿をリアルタイム監視・分析
- **SNS広告効果予測システム**：広告出稿前にクリエイティブ単位でパフォーマンスを予測する分析基盤
- **SNS熱量分析システム**：投稿のテキスト・画像・動画から5段階の熱量をスコア化
- **SNS投稿分析レポート自動生成ツール**：投稿データを取得・分析しレポートを自動生成
- **キャスティング支援ツール**：社内データとAI対話で最適なインフルエンサーを提案
- **クリエイティブトレンド解析**：動画コンテンツを多角的に分析しトレンド要素を可視化
- **クリエイティブ制作ツール**：画像・動画生成／編集をAIが支援しクリエイティブ制作を効率化
- **ECモールクリエイティブ改善提案ツール**：ペルソナと成果指標から商品画像の改善案をAIが提案
- **取引先確認ツール**：取引先の反社会的勢力の該当性をAIがスクリーニング判定
- **仮名化システム**：個人情報・機密情報を自動仮名化し安全なデータ活用を実現するセキュリティ基盤
- **AIインフルエンサー**：完全自律型SNSアカウントペルソナの自動生成・投稿システム

※参考：当社のAIポリシー(https://www.trenders.co.jp/privacy/aipolicy/)

▼ 社内AI総合アシスタント



▼ キャスティング支援ツール



事業セグメント

ECコンサルティング事業

EC モールに特化した
戦略コンサルティング・運用代行サービス

ShiRuShi
しるし株式会社

インベストメント事業

社債や成長企業株式の
取得による投資運用

TRENDERS
トレンダーズ株式会社

マーケティング事業

TRENDERS
トレンダーズ株式会社

Mimi Beauty
株式会社Mimi Beauty

CARAFUL
CARAFUL株式会社

ZENPLUS
株式会社zenplus

J-beauty Hunt
Cosme Hunt Inc.

一般社団法人涼香会

SNS ファーストな統合型プランニングによるマーケティング支援

マーケティング領域

新規領域

ECコンサルティング事業概要

■ ECモールの売上に連動したレベニューシェア型でのビジネスモデル

■ 戦略立案から具体施策の実行までを一気通貫で支援することで高いパフォーマンスを実現し
Amazon運用においては3年連続Platinumパートナーに選出される



マーケティング事業概要（インフルエンサーマーケティング）

■ 2007年よりサービス提供を開始しており、累計のインフルエンサー起用者数は延べ10万名を超える

■ 実績データに基づくインフルエンサーのマッピングや広告効果の予測など、AI活用により効果的かつ戦略的なインフルエンサーマーケティングを実現

過去10年間　の累計案件数



6,500件超

過去10年間　の累計起用者数



10万名超

※2014年4月から2024年4月末の10年間における、プロジェクト（企業のマーケティング施策）の実施数・起用したインフルエンサーの人数の累計

マーケティング事業概要（Mimi Beauty）

■ 各SNS特性にあわせて最新の美容情報を発信、公式アカウントの総フォロワー数は約593万（2026年11月時点）

■ SNS上でのUGC創出やオフラインイベント、UGCを活用したSNS広告施策等の様々なソリューションを提供

Mimi Beauty



※Instagram、X、LINE、YouTube、TikTok、Facebook、Threadsのフォロワー合計



＜屋外でのオープンイベント＞



＜ブランドブース出展によるタッチアップイベント＞

マーケティング事業概要（イベント）

■ 外資系コスメブランドや自動車メーカーなど、ラグジュアリーブランドのイベント運営実績多数

■ イベント企画から制作・運営までワンストップでのイベントプロデュースが可能



＜屋外での自動車体験イベント＞



＜外資系コスメのPOPUPイベント＞



＜飲料ブランドのPOPUPイベント＞

マーケティング事業概要（海外拡販支援）

■ 米国及び韓国に向けた拡販支援サービスを展開、現地でのイベント開催やインフルエンサー施策を実施

■ J-Beautyを世界に向けて発信する新雑誌『AKANE MAGAZINE』を創刊、現在3号まで発刊



＜LAで開催したPOPUPイベント＞



＜韓国で開催したJ-Beauty FES＞



＜『AKANE MAGAZINE』創刊3号＞

マーケティング事業概要（メディカルマーケティング）

■ 2022年9月に開院し、2024年9月にリニューアルした再生医療クリニック「銀座ステムファインクリニック」にて、
SNS広告運用やサイト制作・オンライン予約システムの導入等のマーケティング・運営DX支援を実施

TRENDERS

マーケティング支援

- 公式SNSアカウント運用
- インフルエンサー施策の実施
- LP制作・SNS広告運用







銀座ステムファインクリニック
GINZA STEMFINE CLINIC

運営DX支援

- サイト制作
- オンライン予約システムの導入
- LINE公式アカウントの導入

売上収益を分配

インベストメント事業概要

■ インベストメント事業で得た利益をマーケティング事業、ECコンサルティング事業へ投資し、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等の資金需要に応じて柔軟に運用を行えるよう、半年程度で償還期日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 2027年3月期 第2四半期末残高	2,901	
（内訳）		（詳細）
社債	2,700	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	37	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	163	スタートアップ3社への投資

TOPICS（海外拡販支援）

■ 9月にLA発カルチャーフェス「A Spell In The Sky」にて、J-Beautyキュレーションブース「J-Beauty REST」を出展
音楽・食と連動した体験導線により、海外におけるJ-Beautyの認知拡大と商品接点の創出を推進

■ タイ・バンコクにて、食や伝統工芸等を発信する日本文化体験ショップで『AKANE MAGAZINE』の販売を開始
現地インフルエンサーや日本文化ファンが集う場と連動し、J-Beautyの魅力浸透と関心層の開拓を促進





＜LAで開催したJ-Beautyキュレーションブース「J-Beauty REST」＞



＜タイ・バンコクでの『AKANE MAGAZINE』の販売＞

TOPICS（アイスタイル社との連携）

■ 11月に「Tokyo Beauty Week 2026」に共催企業として参画し、オフ会イベント「Beauty Meet-Up」を共同で企画・運営

■ 「@cosme OSAKA」にて『AKANE MAGAZINE』の世界観を再現した特設棚を期間限定で展開





各事業の中期成長戦略

事業	領域	中期成長トレンド	中期成長戦略
ECコンサルティング事業			・AI活用による運用体制の強化 ・営業組織の構築による営業強化
マーケティング事業	インフルエンサーマーケティング		・美容以外の顧客カテゴリの拡大 ・EC連携サービスの開発
	Mimi Beauty		・リアル体験とコミュニティの強化によるユーザー増加と顧客の拡大
	イベント		・営業体制の強化とVIP戦略による継続成長
	新規領域		・海外拡販支援（アメリカ・韓国）への積極投資 ・メディカルマーケティングは再生医療に特化し2027年3月期中の収益化を目指す
インベストメント事業			・社債の利息による安定的な収益に加え、株式等の売却によりアップサイドを狙う

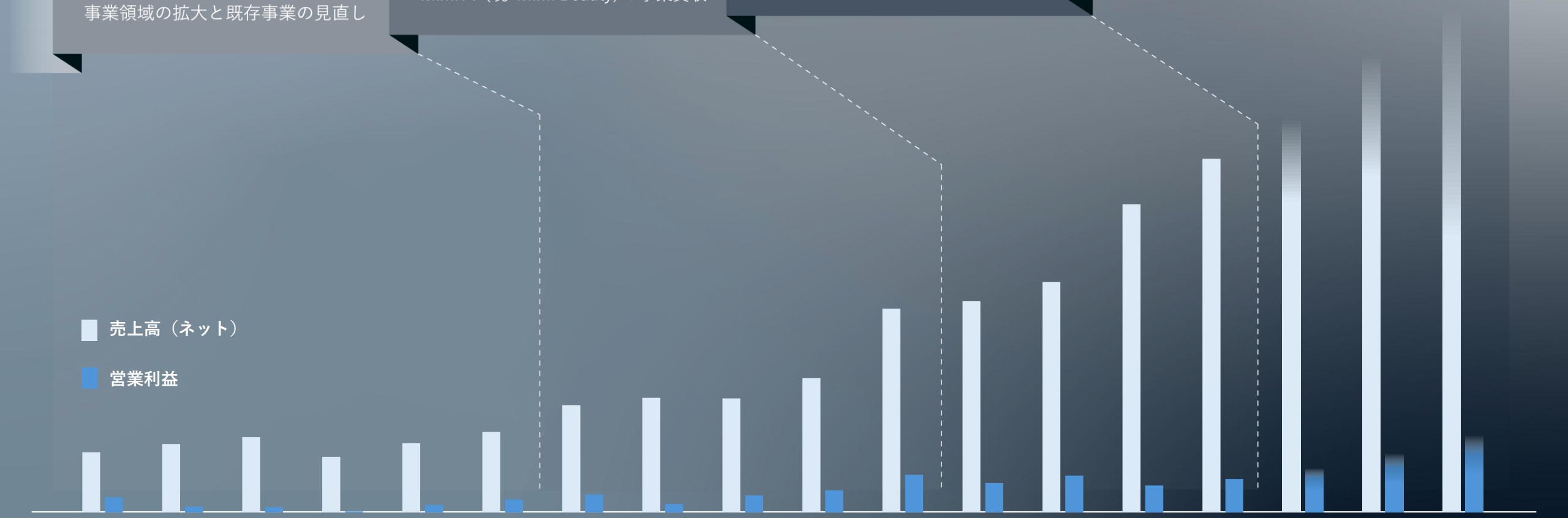
リテールマーケティング企業として再成長期へ

2013 年 3 月期 -
構造改革期
2012 年 10 月に東証マザーズに上場
事業領域の拡大と既存事業の見直し

2019 年 3 月期 -
成長期
美容 ×SNS 領域への集中
MimiTV（現：Mimi Beauty）の事業買収

2024 年 3 月期 -
事業変革期
アイスタイル社との資本業務提携
zenplus・しるしの M&A と PMI

2028 年 3 月期 -
再成長期
リテールマーケティング企業としての成長
海外事業の拡大と継続的な M&A の実施



03

Appendix

2027年3月期　通期連結業績予想

■ マーケティング事業の成長に加え、ECコンサルティング事業の通期寄与により売上高はYonY+14.8%、
営業利益は+26.0%、親会社株主に帰属する当期純利益は+107.8%と増収増益を見込む

■ インベストメント事業は営業投資有価証券保有額の減少により、減収減益想定

（単位：百万円）	2026年3月期 実績	**2027年3月期 業績予想**	**増減率**
売上高	8,278	**9,500**	**+14.8%**
ECコンサルティング事業	456	**1,470**	**+221.7%**
マーケティング事業	7,690	**7,917**	**+3.0%**
インベストメント事業	131	**113**	**▲13.9%**
営業利益	714	**900**	**+26.0%**
経常利益	711	**810**	**+13.9%**
親会社株主に帰属する 当期純利益	216	**450**	**+107.8%**

※ 2027年3月期第2四半期において、しるし社との企業結合に係る暫定的な会計処理が確定したことに伴い、2026年3月期の業績は暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。

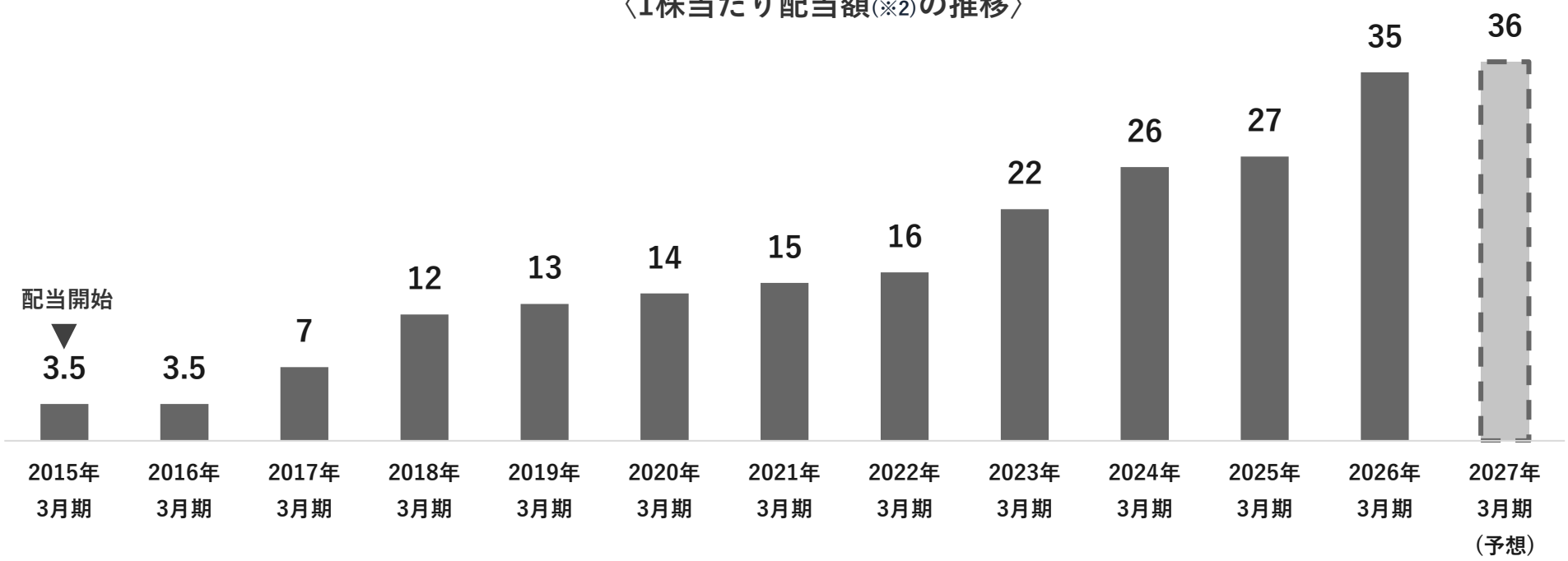
株主還元

■ 2026年3月期の1株当たり配当額は35円（前期比+8円）、10年連続の増配

■ 2027年3月期の配当予想は1株当たり配当額36円（+1円）、11年連続の増配予定

■ 配当の基本方針は「1株当たり配当額の継続的な増加」、短期的にEPS(※1)に下振れが生じても、中長期の業績成長・EPSの増加が見込める限りは増配を継続

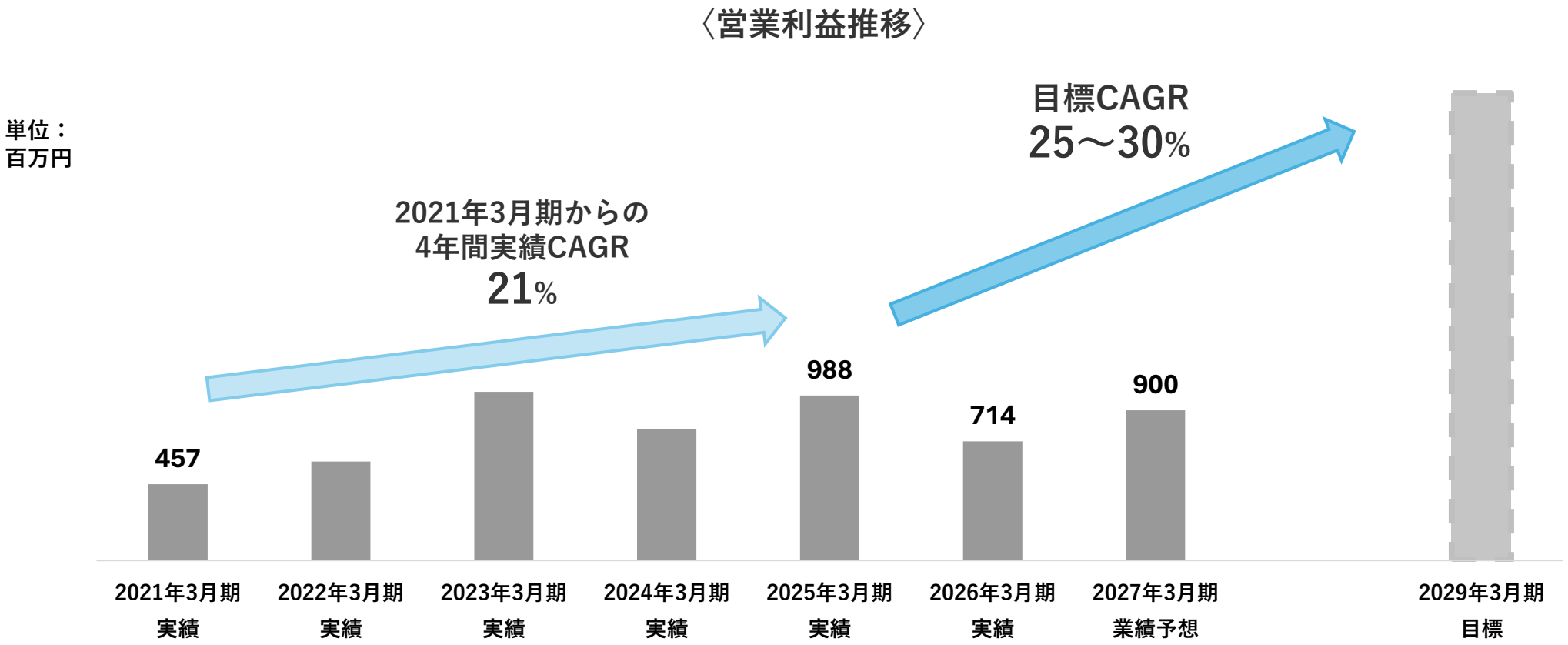
〈1株当たり配当額(※2)の推移〉



※1 EPS＝ 1株当たり当期純利益
※2 2018年10月1日付の株式分割（1株→2株）を考慮した1株当たり配当額

中期経営目標（2025年5月発表）

■ 2025年5月に中期経営目標「2026年3月期から2029年3月期までの4年間における営業利益のCAGR25～30%」を発表



※ 2027年3月期第2四半期において、しるし社との企業結合に係る暫定的な会計処理が確定したことに伴い、2026年3月期の業績は暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。

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。
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。

TRENDERS GROUP

©Trenders, Inc.