2026年3月期第4四半期

決算説明資料

FY2026.03.4Q
Presentation Material

2026.11.13

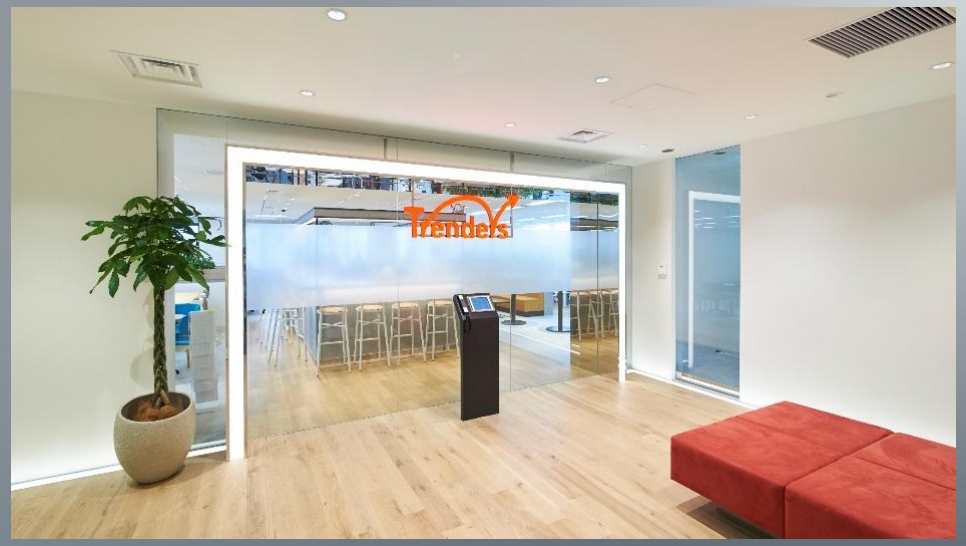
当社は2026年5月14日に公表いたしました「2026年３月期 決算短信〔日本基準〕（連結）」の記載に一部訂正すべき事項がありましたので、当資料を訂正いたしました。

訂正するページは以下のとおりです。

6ページ	訂正前		訂正後
・ECコンサルティング事業　営業利益	：142百万円	→	63百万円
・マーケティング事業　営業利益（YonY）	：559百万円 (▲41.9％)	→	638百万円 (▲33.7％)

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3月31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	277名 （2026年3月31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



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

通期 決算概要

決算サマリー

グループ連結

売上高は+33.7%、売上総利益は+24.5%となるも、新規連結に伴う販管費増加を吸収しきれず営業利益は減益
2025年12月より連結を開始したしるし社は、4カ月で142百万円の営業利益貢献

売上高	売上総利益	営業利益
8,278百万円	4,067百万円	727百万円
（YonY+33.7%）	（YonY+24.5%）	（YonY▲26.5%）

ECコンサルティング事業(※)

売上高	456百万円
売上総利益	331百万円
営業利益	63百万円

- のれん償却(104百万円)後の営業利益は63百万円に
- 2025年12月の当社グループイン後も引き続き好調を維持しており、来期以降も継続成長の見通し

マーケティング事業

売上高	7,690百万円 (+28.3%)
売上総利益	3,605百万円 (+15.2%)
営業利益	638百万円 (▲33.7%)

- インフルエンサーマーケティング、Mimi Beautyの売上高・売上総利益は前年同期から微減、足元は復調傾向
- zenplus社の新規連結によりイベント領域の売上高が19.6億円に増加

インベストメント事業

売上高	131百万円 (▲33.3%)
売上総利益	130百万円 (▲5.6%)
営業利益	128百万円 (▲5.6%)

- 前期は複数の営業投資有価証券の売却（売上高85百万円/営業利益26百万円）があった一方で、今期は売却が生じず減収減益

※ 2025年12月より連結を開始したため、4か月の業績

※ カッコ内はYonY

業績概要

（単位：百万円）	2025年3月期	2026年3月期	YonY（前年同期比）
売上高	6,191	8,278	+33.7%
ECコンサルティング事業	–	456	–
マーケティング事業	5,994	7,690	+28.3%
インベストメント事業	196	131	▲33.3%
売上総利益	3,268	4,067	+24.5%
ECコンサルティング事業	–	331	–
マーケティング事業	3,130	3,605	+15.2%
インベストメント事業	138	130	▲5.6%
販売費及び一般管理費	2,279	3,340	+46.5%
営業利益	988	727	▲26.5%
経常利益	991	724	▲26.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	600	216	▲63.9%

業績予想と着地との差異について

■ 営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益について、複数要因により下振れ

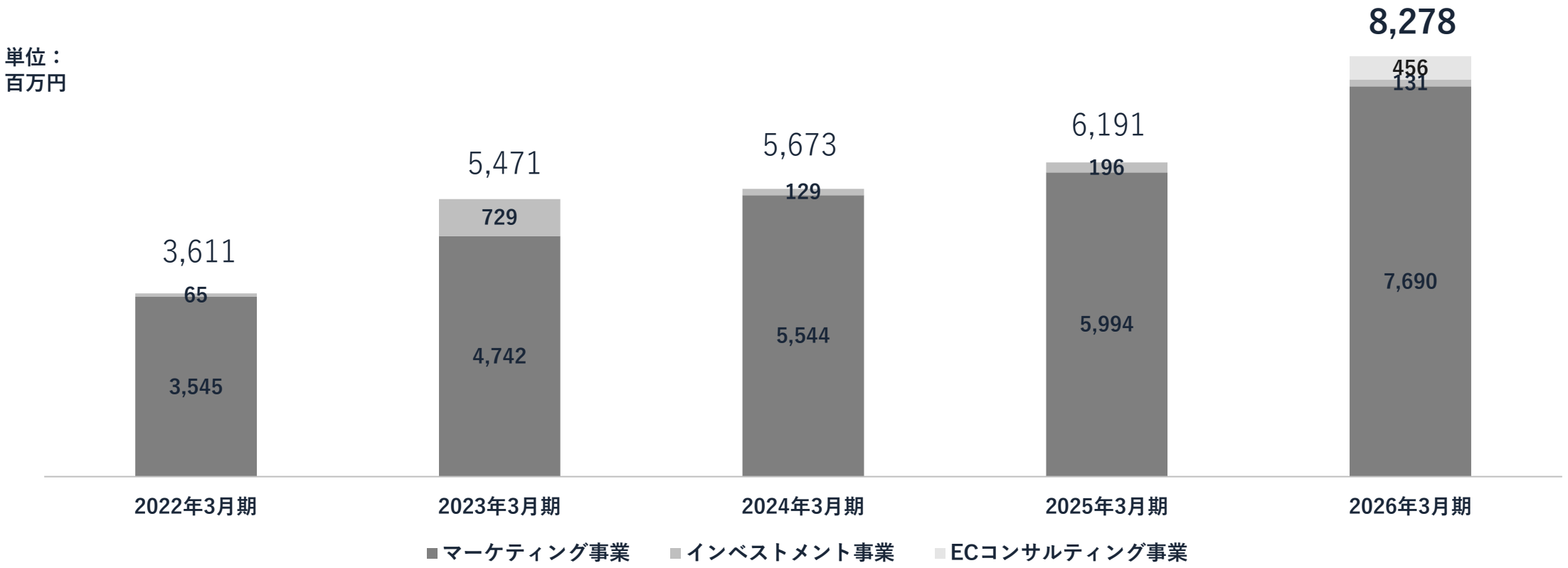
■ 下振れは主に期ズレ、保守的な会計処理の採用に起因しており、来期以降、粗利増加や費用・法人税等の減少により各段階利益の増加に繋がる見込み

（単位：百万円）	2026年3月期			要因	影響額	補足
	業績予想	着地	差異			
営業利益	800	727	▲72	① 案件実施タイミングの変更	▲35	2027年3月期1Qに実施予定
				② Xによる一時的な広告配信停止推奨による粗利減少	▲20	–
				③ 貸倒引当金の追加計上による販管費の増加	▲17	保守的に計上、回収に向けて進行中
親会社株主に帰属する当期純利益	390	216	▲173	① 営業利益の下振れ	▲72	–
				② 雑損失の計上	▲19	5～10百万円は回収見込み
				③ zenplus社が運営していた店舗のクローズに伴う損失	▲43	20～30百万円は回収見込み
				④ 税効果会計における影響	▲37	将来の法人税等の減少効果あり

売上高推移（通期）

■ 2026年3月期の売上高は8,278百万円（YonY+33.7%）

■ マーケティング事業がYonY+28.3%の増収になったことに加え、しるし社の新規連結に伴うECコンサルティング事業の開始によりYonY+30%を超える大幅増収

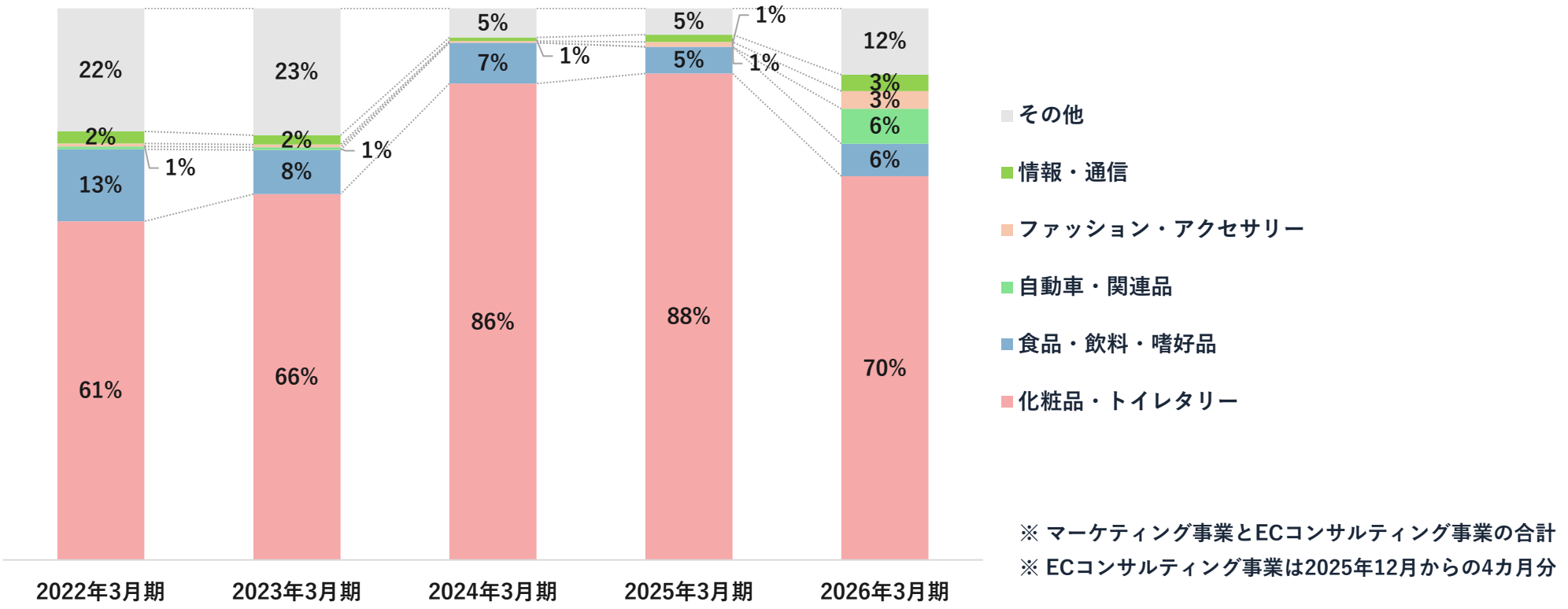


※ 2024年3月期より契約内容の変更に伴いネット計上に変更したマーケティング事業の一部取引について、2021年3月期より計上方法を変更したと仮定した場合の売上高推移

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・しるし社の新規連結により、美容カテゴリ以外の売上高構成比が約3割にまで拡大

［顧客業界別の売上高構成比］

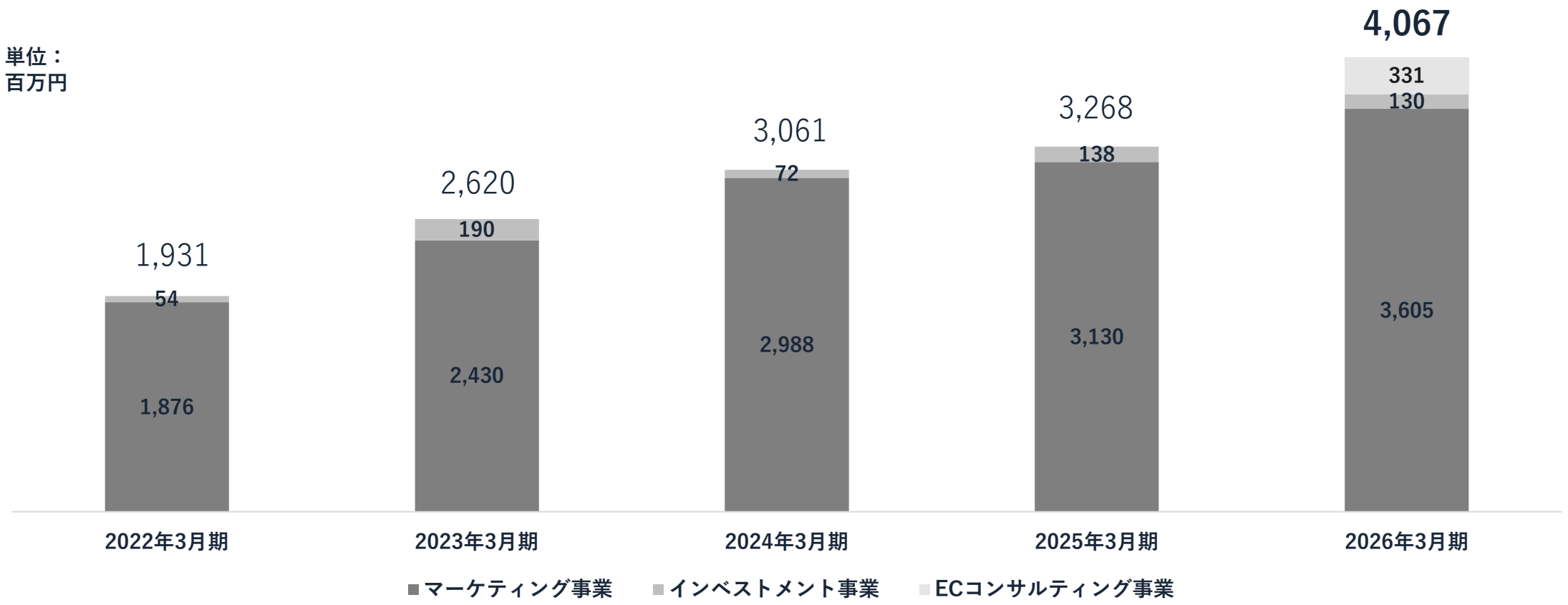


※ マーケティング事業とECコンサルティング事業の合計
※ ECコンサルティング事業は2025年12月からの4カ月分

売上総利益推移（通期）

■ 2026年3月期の売上総利益は4,067百万円（YonY+24.5%）

■ マーケティング事業がYonY+15.2%の増益となったことに加え、ECコンサルティング事業の開始により大幅増益

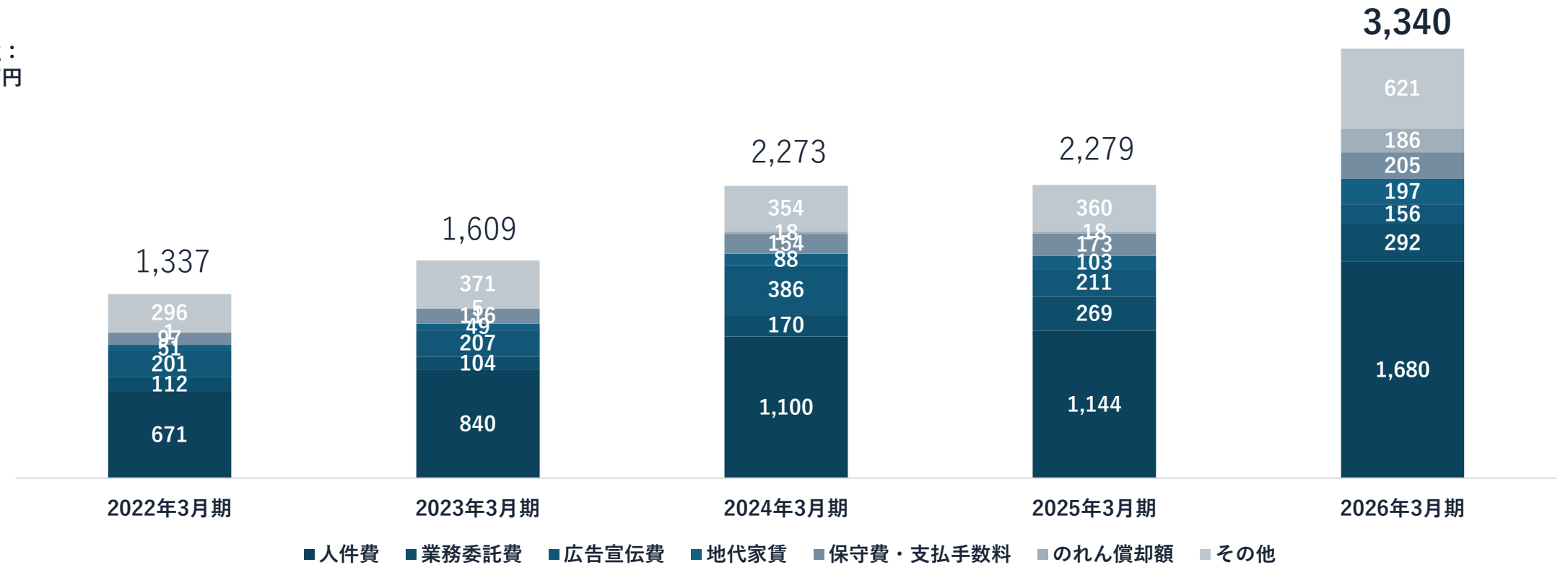


販売費及び一般管理費推移（通期）

■ 2026年3月期の販売費及び一般管理費は3,340百万円（YonY+46.5%）

■ zenplus社及びしるし社の連結開始に伴い販管費が大幅に増加、当該影響を除く販管費の増加は2.8%

単位：
百万円

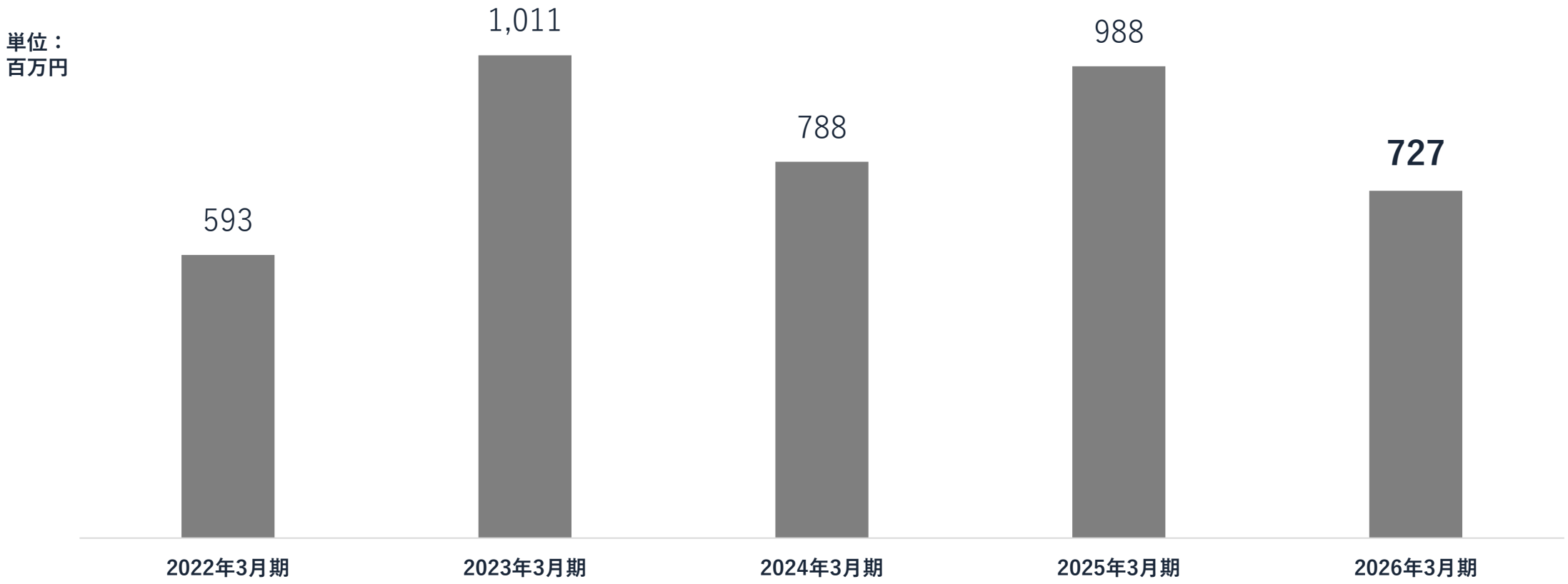


※その他：採用費、減価償却費、支払報酬、旅費交通費、貸倒引当金繰入額等

営業利益推移（通期）

■ 2026年3月期の営業利益は727百万円（YonY▲26.5%）

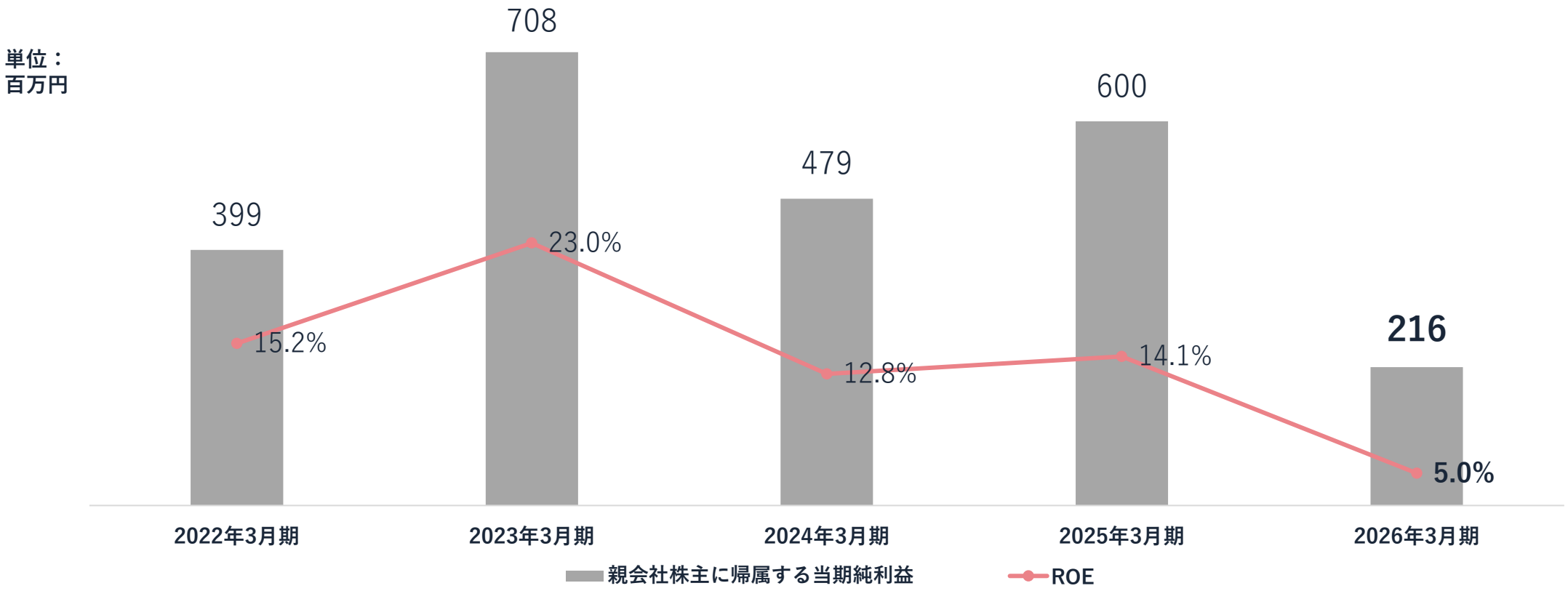
■ 事業成長に伴う売上総利益がYonY+24.5%と増益となったものの、新規連結に伴う費用増加を賄いきれず減益



親会社株主に帰属する当期純利益・ROE推移（通期）

■ 2026年3月期の親会社株主に帰属する当期純利益は216百万円（YonY▲63.9%）、ROEは5.0%（YonY▲9.1pt）

■ 今期は営業利益の下振れと営業外費用、特別損失の計上、法人税等の影響により一時的にROEが低下したものの、
今後は業績成長・資本効率の最適化により、継続的なROEの上昇を目指す



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169.5%、自己資本比率34.3%、
のれん純資産倍率0.84倍と引き続き健全な財務状態を維持

（単位：百万円）	2025年3月期 期末	2026年3月期 期末	前期末比
流動資産	7,390	8,480	+14.7%
（内、現金及び預金）	2,376	4,777	+101.0%
（内、営業投資有価証券）	2,556	712	▲72.1%
固定資産	1,118	4,031	+260.4%
（内、のれん）	681	3,617	+431.1%
総資産	8,509	12,512	+47.0%
流動負債	3,402	5,001	+47.0%
固定負債	743	3,223	+333.8%
純資産	4,363	4,286	▲1.8%

02

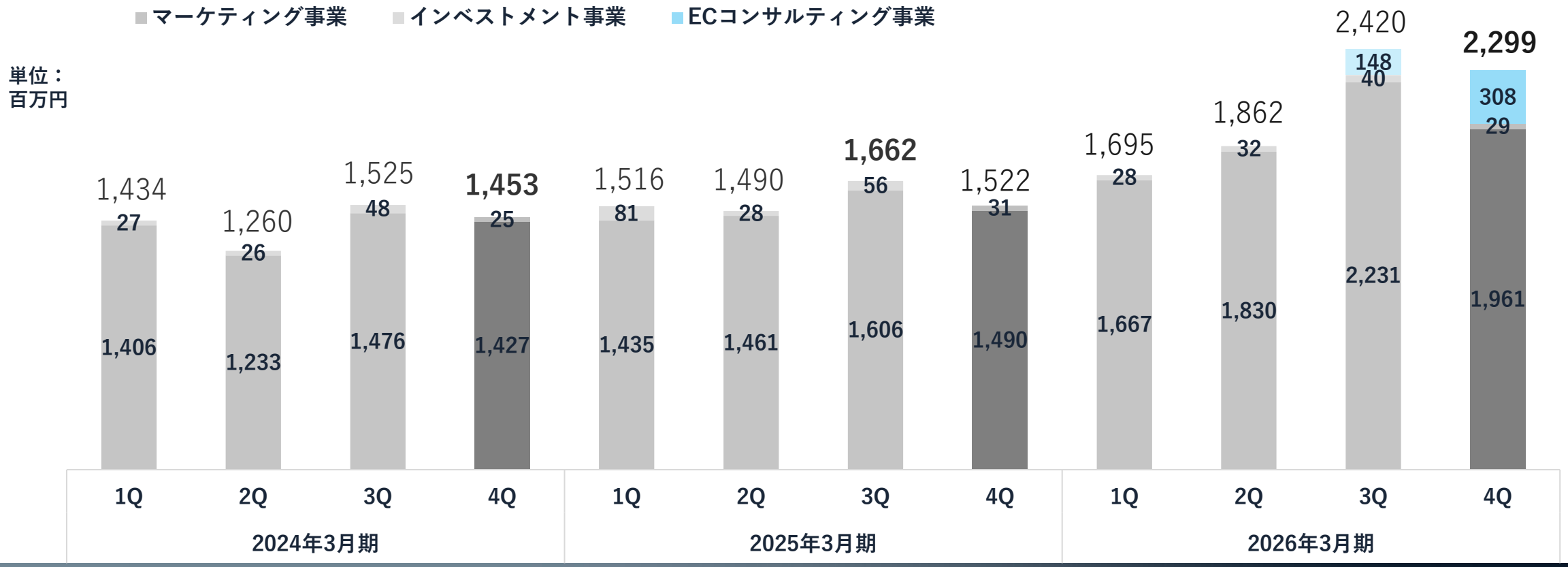
第4四半期 決算概要

売上高推移（四半期）

■ 第4四半期（1-3月）の売上高は2,299百万円（YonY+51.1%）

■ 当期より連結を開始したzenplus社の貢献により、マーケティング事業の売上高はYonY+31.6%

■ 12月よりしるし社の連結を開始し、ECコンサルティング事業として売上308百万円を計上

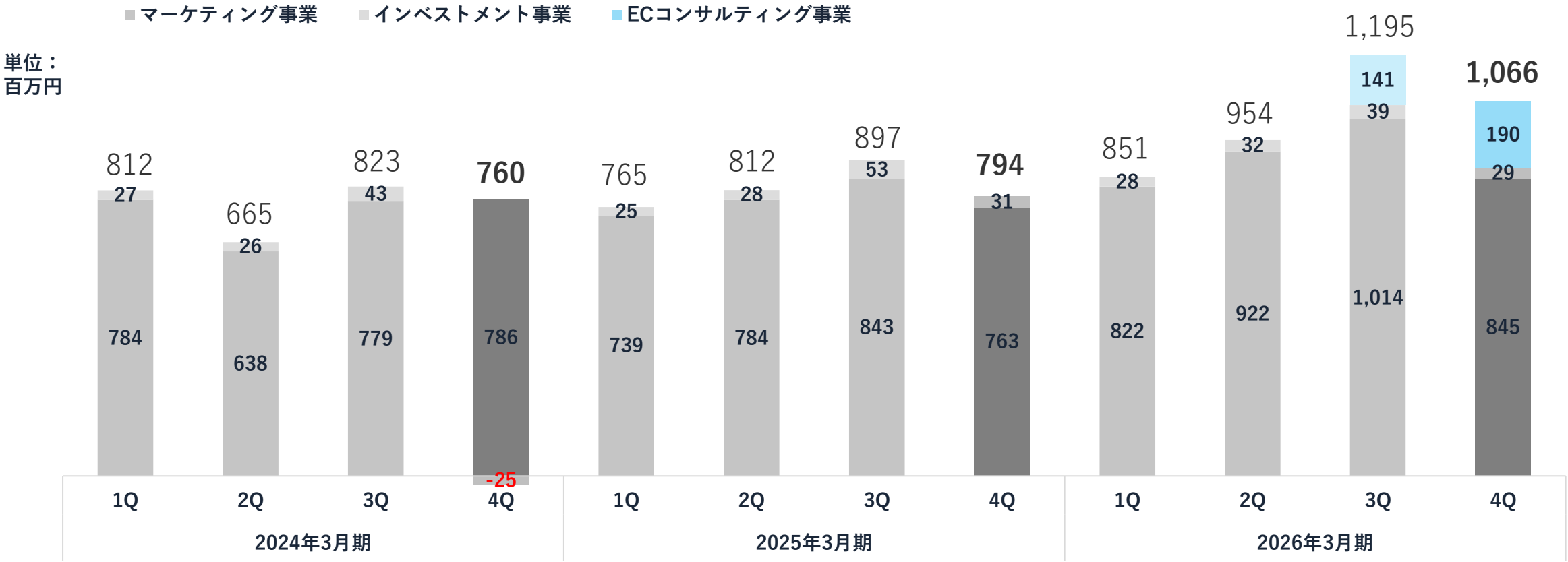


売上総利益推移（四半期）

■ 第4四半期（1-3月）の売上総利益は1,066百万円（YonY＋34.2%）

■ マーケティング事業の粗利がYonY+10.8%と順調に増加

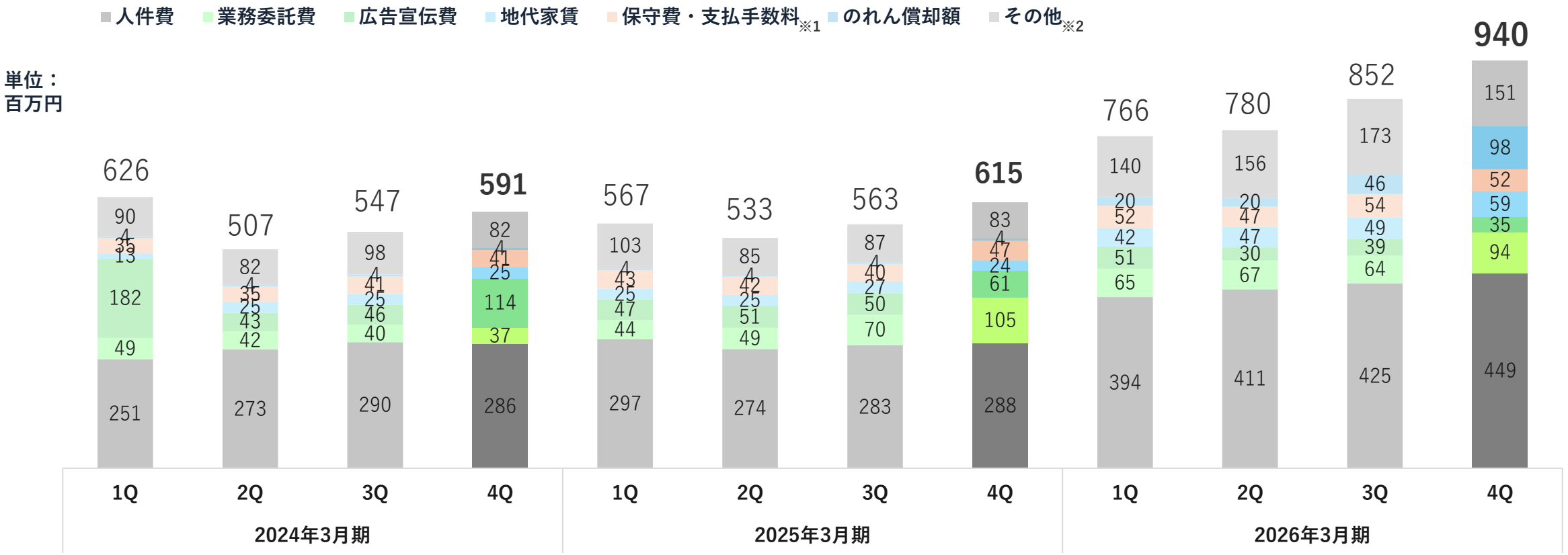
■ ECコンサルティング事業として売上総利益190百万円を計上



販売費及び一般管理費推移（四半期）

■ 第4四半期（1-3月）の販売費及び一般管理費は940百万円（YonY＋52.8%）

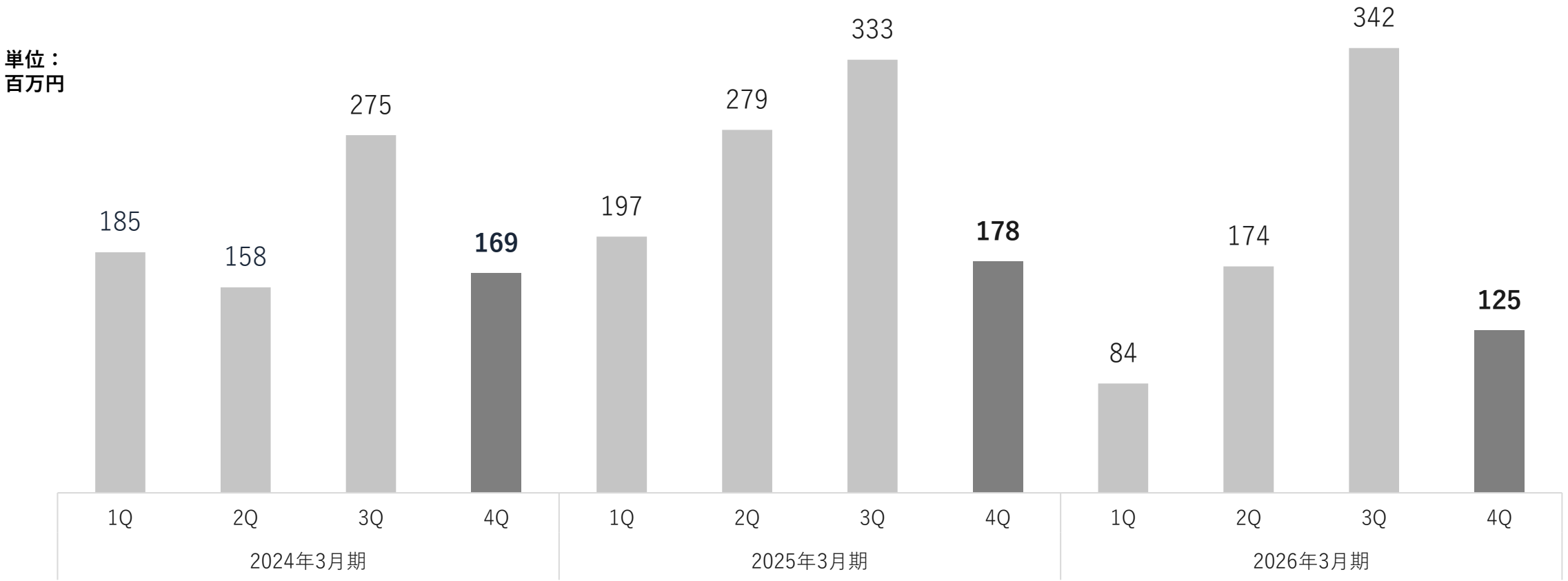
■ zenplus社連結により170百万円、しるし社連結により203百万円販管費が増加、当該影響を除くと販管費はYonY▲7.9%



※1 保守費・支払手数料：主にシステム関連の費用
※2 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

営業利益推移（四半期）

■ 第4四半期（1-3月）の営業利益は125百万円（YonY▲29.9%）



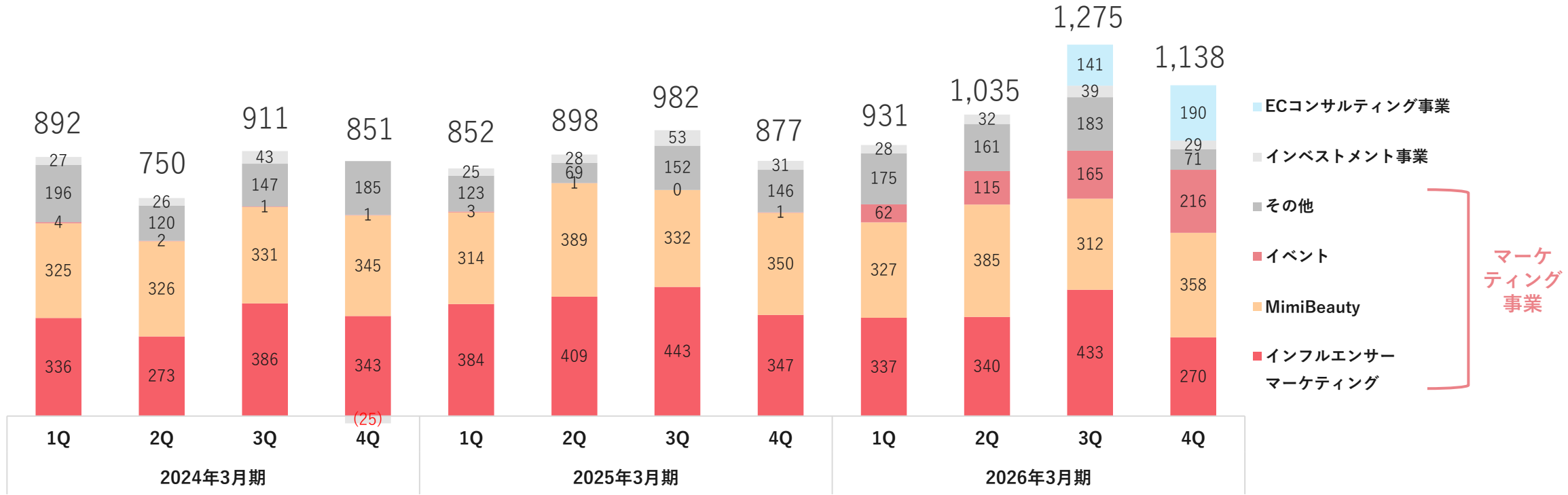
事業・サービス別の粗利推移（四半期）

■ インフルエンサーマーケティングは案件実施時期の関係でYonY▲22%と大幅に減少したものの、第4四半期の受注額は過去最高を更新、今後は再度成長軌道に戻る見込み

■ イベントは第1四半期からzenplus社の連結を開始したことにより増加、QonQでも+31.2%と大幅に増加

■ ECコンサルティング事業は2025年12月から連結を開始、第4四半期は190百万円を計上

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70-80百万円（人件費等）を差し引くと粗利と一致する

03

2027年3月期業績予想と株主還元

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+23.8%、親会社株主に帰属する当期純利益は+107.6%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	727	**900**	**+23.8%**
経常利益	724	**810**	**+11.8%**
親会社株主に帰属する 当期純利益	216	**450**	**+107.6%**

業績予想の補足説明

■ マーケティング事業は売上高、粗利ともにYonY+約10%成長の計画も、世界情勢に伴う顧客企業の在庫不足によるマーケティング実施控えの可能性等を踏まえ、業績予想は保守的に売上高、粗利を減額

■ ECコンサルティング事業は好調継続も、マーケティング事業と同様の理由で減額調整

主要サービスの計画と業績予想（単位：百万円）		2027年3月期		YonY	
		売上高	粗利	売上高	粗利
ECコンサルティング事業	計画	1,560	1,130	+241.4%	+240.6%
	ダウンサイドリスク調整	-90	-45	–	–
	業績予想	1,470	1,085	+221.7%	+227.1%
マーケティング事業	インフルエンサーマーケティング	3,080	1,480	+6.6%	+7.1%
	Mimi Beauty	2,400	1,440	+7.5%	+4.1%
	イベント	2,203	672	+13.6%	+19.9%
	新規事業・その他	753	588	+19.9%	+15.1%
	計画合計	8,437	4,207	+9.7%	+9.7%
	ダウンサイドリスク調整	-520	-207	–	–
	業績予想	7,917	4,000	+3.0%	+4.3%

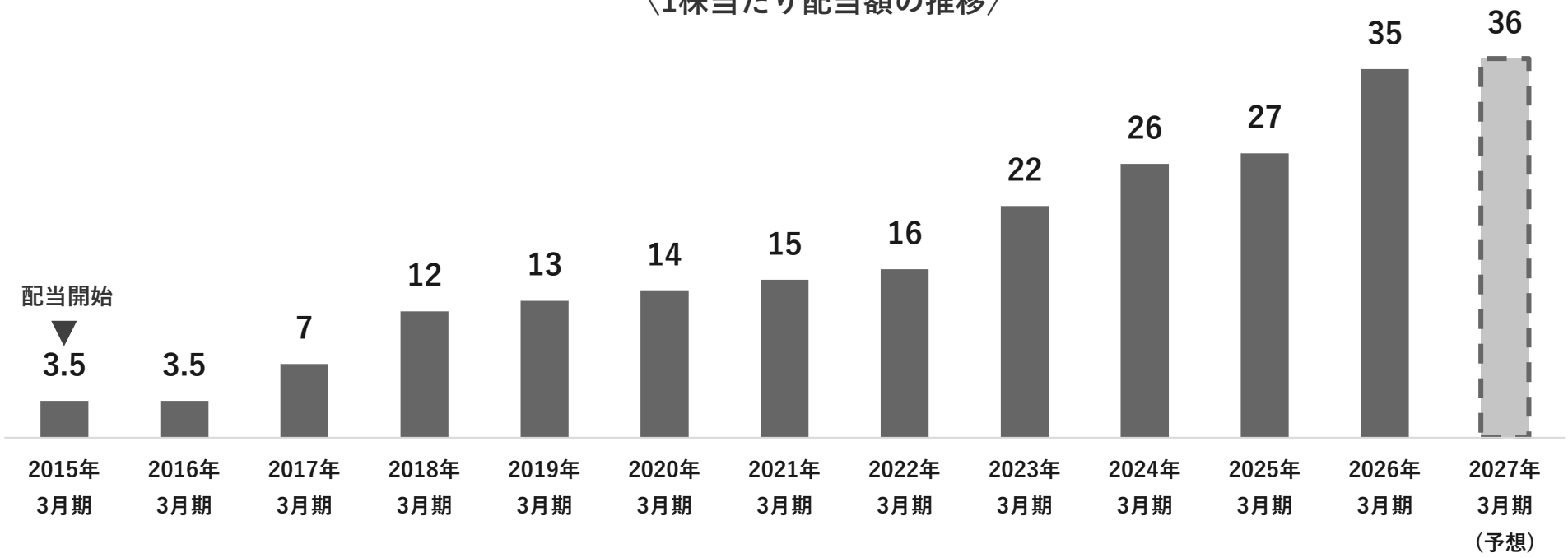
株主還元

■ 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株当たり配当額の推移〉



※1 EPS＝ 1株当たり当期純利益
※2 2018年9月30日実施の株式分割（1株→2株）を考慮した1株当たり配当額

04

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

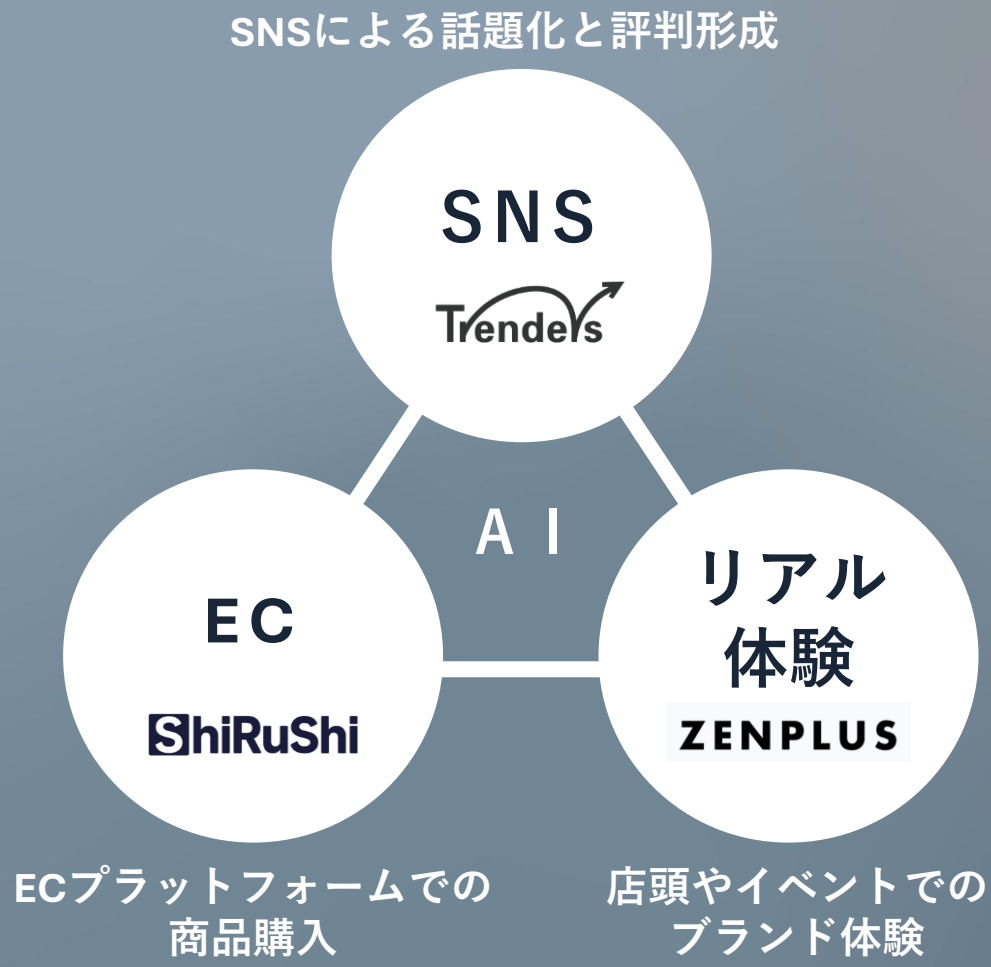
リテールマーケティングとは

・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

■ 業務効率化にとどまらず既存事業へのAI統合を本格化し、新規システム開発による事業価値創造を推進

＜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
- **社内知識ベースAI検索システム**：社内ナレッジ・マニュアル・規程類をAIが横断検索
- **AI会議自動議事録作成システム**：オンライン会議の文字起こし・要約・タスク抽出
- **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
- **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
- **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

Trendels
トレンダーズ株式会社

マーケティング事業

Trendels
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4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」を発刊



＜LAで開催したPOPUPイベント＞



＜韓国で開催したJ-Beautyセミナー＞



＜新雑誌「AKANE MAGAZINE」＞

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 期末残高	712	
（内訳）		（詳細）
社債	500	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	44	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	168	スタートアップ4社への投資

各事業の成長戦略

事業	領域	成長トレンド	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27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

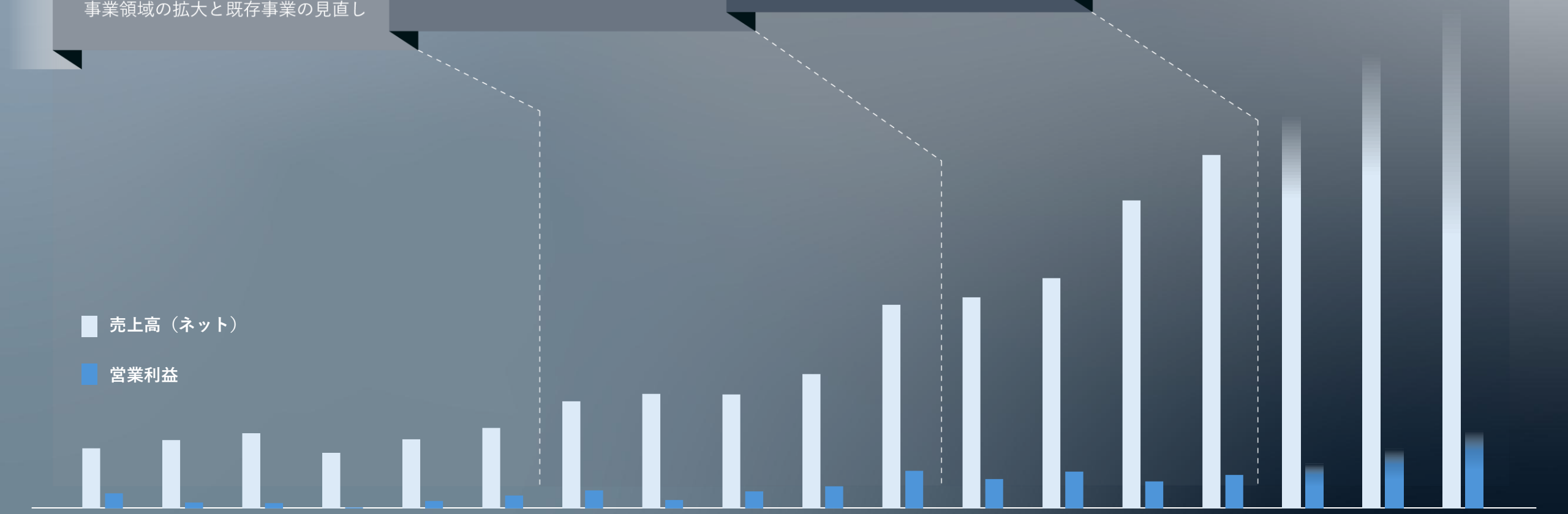
リテールマーケティング企業として再成長期へ

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
MimiBeauty 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
ゼンプラス・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



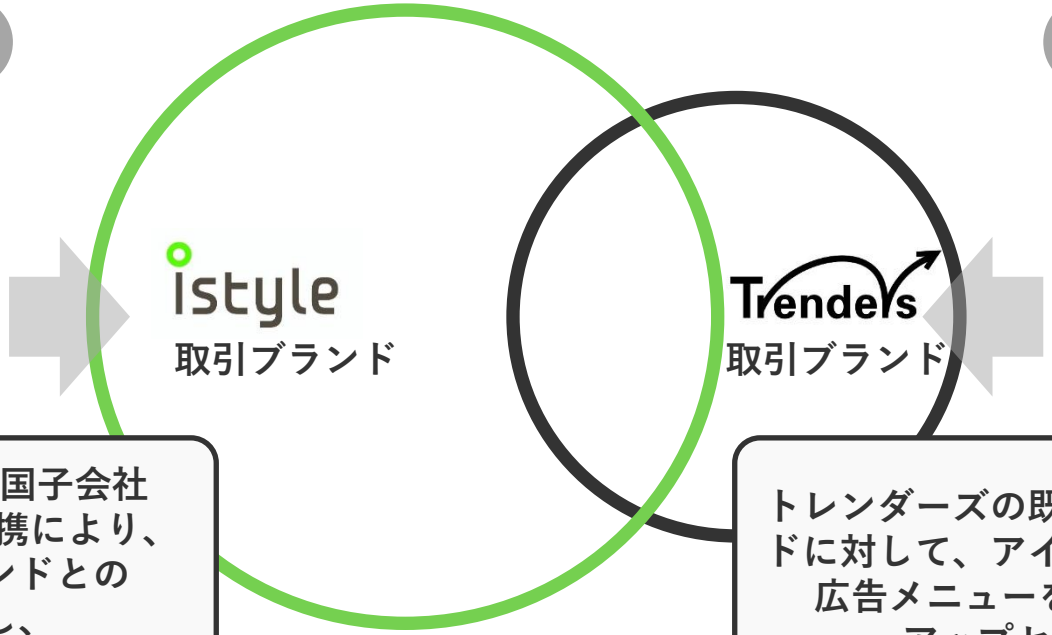
05 Appendix

アイスタイル社との連携進捗

■ アイスタイル社の取引ブランドに対して当社のSNSマーケティングを提供し、また当社の取引ブランドに対して
アイスタイル社のソリューションを提供することで相互連携を図る

トレンダーズのソリューション

- Mimi Beauty
- インフルエンサーマーケティング
- SNS広告



アイスタイル社のソリューション

- ＠cosme体験型コンテンツ
- 店頭販促メニュー
- ブランドオフィシャル
（月額制プラットフォームサービス）

アイスタイルの韓国子会社Glowdayz社との連携により、韓国コスメブランドとの取引を開始し、累計受注額は約1.6億円に(※1)

トレンダーズの既存取引ブランドに対して、アイスタイル社の広告メニューを約5.6億円アップセル(※2)

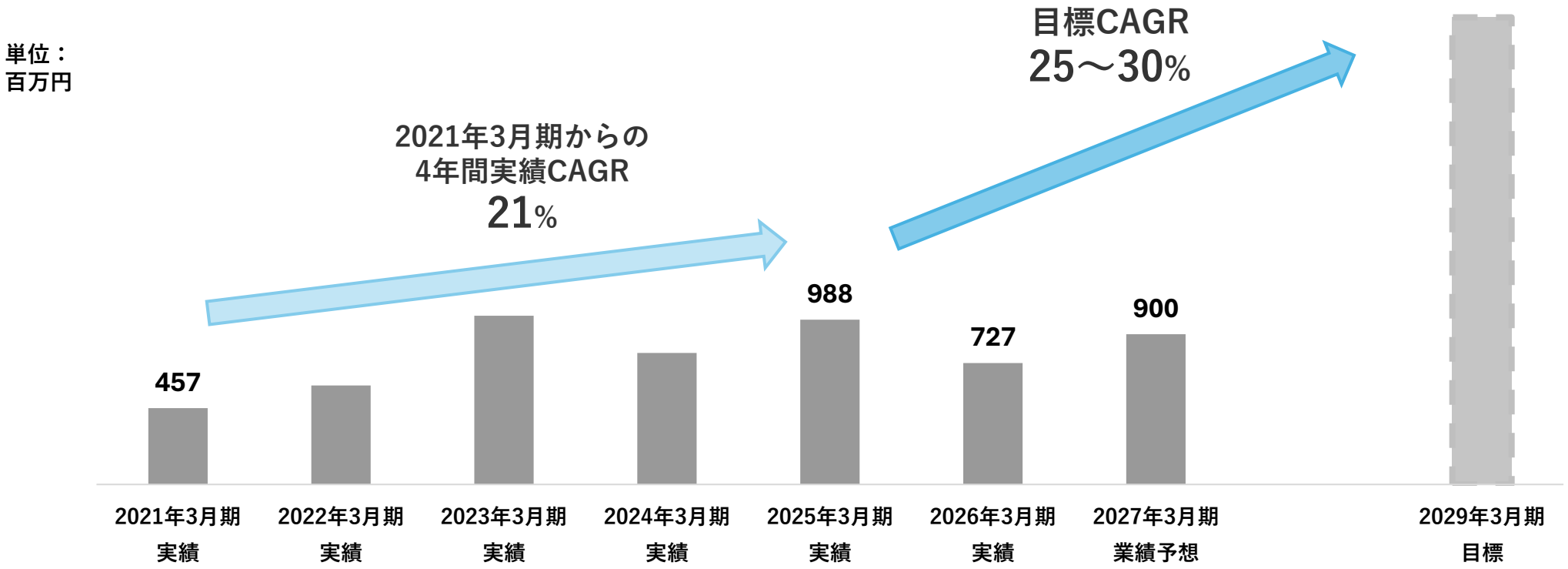
※1 集計対象期間は2024年8月～2026年3月

※2 集計対象期間は2024年3月～2026年3月、受注ベース

中期経営目標（2025年5月発表から変更無し）

■ 2025年5月発表の中期経営目標「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%」については変更無し

〈営業利益推移〉



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

©Trenders, Inc.