



2026年2月20日

各 位

会 社 名 株式会社トリドリ
代表者名 代表取締役社長 CEO 中山 貴之
(コード：9337、グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO 森田 一樹
(TEL. 03-6892-3591)

2025年12月期 通期決算説明動画と書き起こし公開のお知らせ

当社は、2025年12月期通期決算説明動画と書き起こしを公開したことをお知らせいたします。
詳細につきましては、下記及び添付の資料をご参照ください。

2025年12月期 通期決算説明動画については下記をご確認ください。

https://youtu.be/4M_w018vR9U

2025年12月期 通期決算説明の書き起こしについては次頁以降をご確認ください。



**2025年12月期 通期
決算説明資料**
(事業計画及び成長可能性に関する資料)
株式会社トリドリ (東証グロース市場：9337)

株式会社トリドリの代表取締役、中山です。

本日はお忙しい中、お時間をいただきありがとうございます。

それでは、株式会社トリドリの2025年度通期決算説明会を始めさせていただきます。

1. 2025年12月期 通期業績
 2. 中期経営計画 1年目振り返り
 3. 2026年12月期 業績予想
- Appendix1. 会社概要
- Appendix2. 事業環境

本日公表いたしました資料に基づき、2025年度の通期業績、中期経営計画1年目の振り返り、そして2026年度の業績予想についてお話しさせていただきます。

その後、質疑応答をチャットにて行いますので、ZoomのQ&A機能よりお送りいただけますと幸いです。

また、アンケートにつきましてもリンクをチャット欄に貼っておりますので、お手数ではございますが、ご回答いただけますと幸いです。

1. 2025年12月期 通期業績

2. 中期経営計画 1年目振り返り

3. 2026年12月期 業績予想

Appendix1. 会社概要

Appendix2. 事業環境

それでは、2025年度の通期業績の説明に入ります。

2025年12月期 通期業績	<ul style="list-style-type: none">Voosterへの先行投資を実施しつつ、大幅な増収増益を達成売上高：5,372百万円（前期比+25.7%）営業利益：707百万円（前期比+55.7%）
プロダクト領域	<ul style="list-style-type: none">toridori baseの12か月プラン販売比率が84%に、業績の安定性に大きく寄与。AI運用型の新規プロダクト「Vooster」がいよいよ本日提供開始！
マーケティング パートナー領域	<ul style="list-style-type: none">OverFlowの営業効率化が進み、過去最高益を達成マーケティングパートナー領域のグループ間で連携を強化。横断案件を創出
2026年12月期 業績予想	<ul style="list-style-type: none">2026年も売上成長率と営業利益率のバランスを意識した成長投資を 実行しながらも売上・利益の高成長を計画

まずは、今期のトピックスをお伝えいたします。

2025年度は、新規プロダクトである『Vooster』への先行投資を実行しながらも、大幅な増収増益を達成することができました。

通期での売上高は53億7200万円と、前期比で25.7%の成長をすることができました。
また、営業利益は7億700万円となり、前期比で55.7%の大幅な成長を達成しました。

領域別のトピックスとしては、プロダクト領域ではtoridori baseの12か月プランの販売比率が84%まで達し、業績の安定性に大きく寄与してまいりました。

また、2025年度に投資を実施しておりました、AIを活用した運用型インフルエンサー広告のVoosterを本日提供開始いたしました。

Voosterについては中期経営計画の振り返りにて、詳細をお伝えさせていただきます。

マーケティングパートナー領域ではOverFlowの営業の効率化が進み、過去最高益を達成することができました。また、グループ間での連携を強化し、複数のグループ横断案件を創出することにも成功いたしました。

2026年度につきましても、売上成長率と営業利益率のバランスを重視した成長投資を継続し、増収増益による大幅な成長を目指してまいります。

全社：通期連結業績



単位：百万円

	2024 実績	2025 ネット処理前 実績	ネット処理 影響額	2025 実績	前年 増減額	前年 増減率	2025 業績予想	達成率
売上高	4,273	▶ 5,469	△97 ▶	5,372	+1,196	+28.0%	5,600	97.6%
売上総利益	3,914	▶ 4,992	△97 ▶	4,895	+1,077	+27.5%	5,100	97.8%
販売管理費及び 一般管理費	3,460	▶ 4,284	△97 ▶	4,187	+824	+23.8%	4350	98.5%
営業利益	454	▶ 707	0 ▶	707	+253	+55.7%	750	94.3%
経常利益	437	▶ 701	0 ▶	701	+264	+60.3%	700	100.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	258	▶ 437	0 ▶	437	+178	+68.9%	400	109.2%

toridori baseの一部取引について売上高と販管費のネット表示へと変更
連続性の観点から次頁以降のグラフでは一部ネット前の数値を使用

続いて、通期連結業績についてお伝えいたします。

各指標について、前年度を大きく上回る成長を実現いたしました。

また、toridori baseの一部取引について売上高と販管費のネット表示へ変更すべきものがございました。
次項以降においては連続性の観点から一部ネット前の数値を使用して説明させていただきます。

全社：中期経営計画における投資と利益の考え方



- Voosterへの先行投資を実施しつつも、大幅な増収増益を達成。
- 2026年はVoosterの事業利益がマイナスであるため、営業利益の増加を一時的に抑制する構造となっている。
- 一方で、2027年以降はVoosterの売上成長に伴う事業利益の増加が本格的に拡大することで、営業利益の大幅な増加を計画。



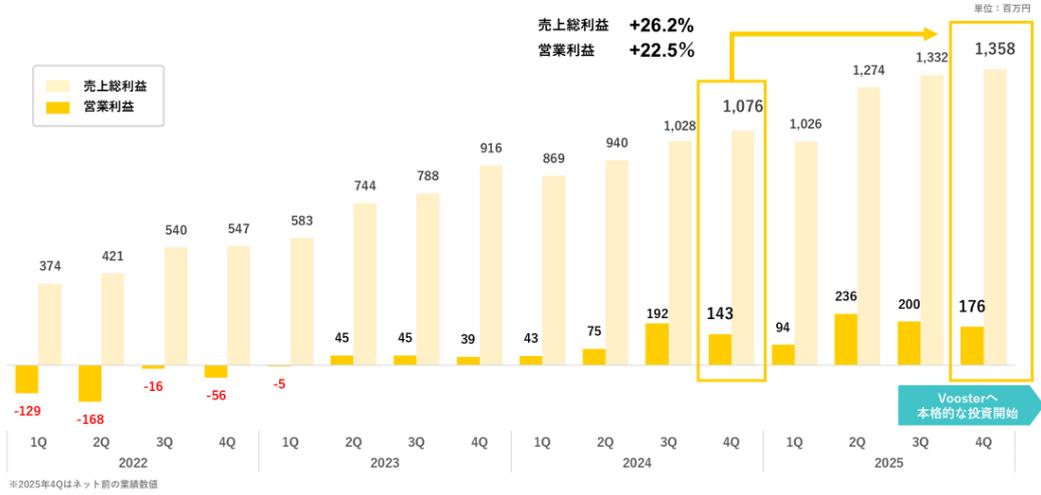
次に、中期経営計画における投資と利益の考え方についてお伝えいたします。

繰り返しではございますが、2025年度はVoosterへの先行投資を実施しつつも、大幅な増収増益を達成することができました。

2026年度についても、将来の成長に向けたVoosterへの投資を優先いたします。これに伴う先行費用が発生するため、Vooster事業で約3億円の赤字を計上する予定です。それにより2026年の営業利益の増加は一時的に抑制される見通しです。

一方で、2027年以降はVoosterの売上成長に伴う、事業利益の増加が本格的に拡大することで、営業利益の大幅な増加を計画しております。そのため、2026年から2027年の営業利益が10億から20億に増加します。

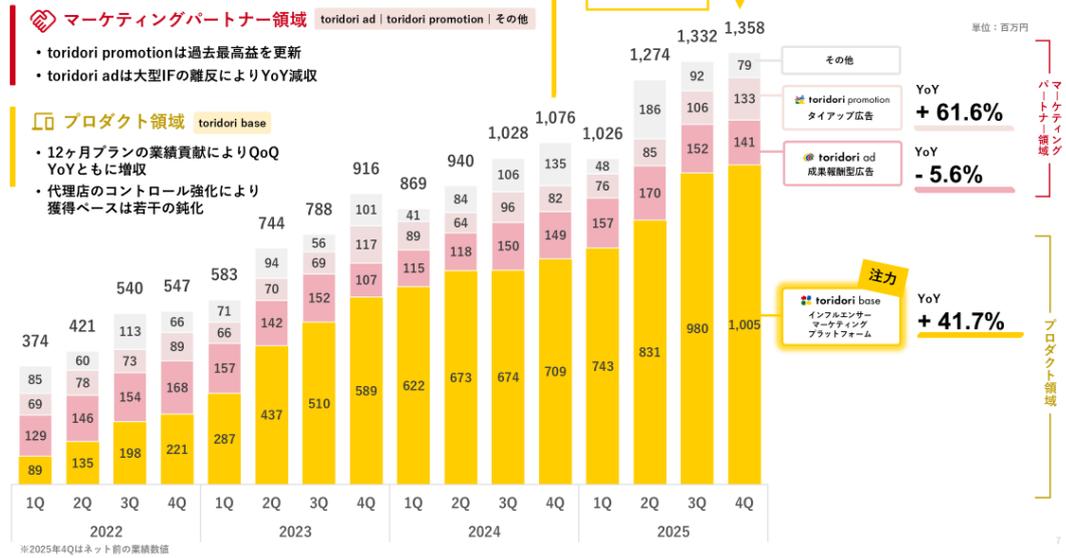
営業利益は、Voosterへの投資を下期以降本格的に開始したことによりQoQで減益となったが、YoYでは着実に増益を堅持



続いて、四半期の業績推移についてです。

Voosterへの本格的な投資を実行しながらも、第4四半期の営業利益はYoYで22.5%の増益を達成することができました。

全社：売上総利益四半期推移



次に、売上総利益の推移をご紹介します。

プロダクト領域では、『toridori base』が10億500万円となり、前年同期比で41.7%と大幅な成長を達成することができました。

一方で、代理店がバナンスの強化に伴い、顧客増加ペースは鈍化いたしました。代理店販売についての振り返りと評価については後述させていただきます。

マーケティングパートナー領域では、成果報酬型広告の『toridori ad』は大型インフルエンサーの離反によりYoYで減収いたしました。

また、タイアップ広告の『toridori promotion』は組織内の営業効率の向上やグループ間の横断案件の創出により、1億3300万円で、前年同期比61.6%増の着地となりました。

顧客数*1

単位：社

代理店のコントロール強化を実施し、第4四半期の顧客獲得ペースの鈍化が発生。
 一方で、新たな販売代理店との契約を締結、獲得体制の「再構築」が進行中。
 詳細に関しては次頁以降で説明。



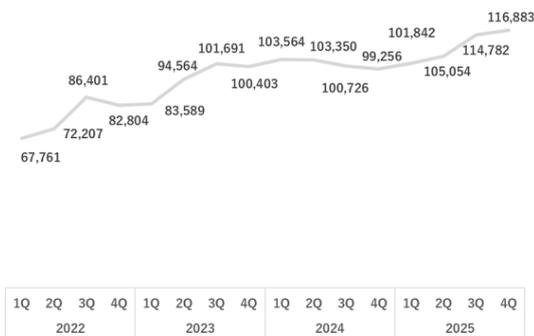
*1各四半期において、有料会員として当社からの請求対象となった顧客の数を示す。

*2四半期ごとの売上総利益を顧客数で除することによる。

顧客当たり四半期売上総利益*2

単位：円

12か月プランの導入により四半期内の3か月連続利用顧客の増加及び、代理店メニューの販売価格を公式販売価格と同水準に引き上げ。
 顧客当たり四半期売上総利益は11万円台後半の水準へと伸長。



続いて、『toridori base』のKPIについてご説明いたします。

まず、顧客数についてですが、次項にて詳細を説明させていただきます。

次に顧客単価についてです。

12か月プランの導入により、四半期内の3か月連続利用顧客の増加したこと、代理店メニューを公式販売価格と同水準に引き上げたことが影響し、顧客当たり四半期売上総利益は11万円台後半の水準まで伸長いたしました。

toridori base：代理店販売の2025年の振り返りと評価



- ・ トリドリIS社を中心とする販売代理店を活用した営業活動が奏功し、グループの売上成長に大きく貢献。
- ・ 一方で、中長期的な目線での改善ポイントも認識、今期から改善の取り組みを開始。

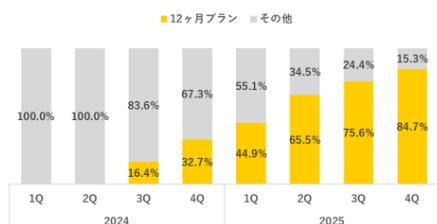
成果

- 獲得件数を維持しながら、12か月プランの販売を浸透に成功。足元では販売比率84.7%まで上昇
- これにより、解約顧客が減少し、顧客数及び売上の積上げに成功。

改善ポイント

- 代理店関連の諸問題が業界内外で散見されたこともあり、昨夏以降、当社においても代理店管理の強化を進めた
- 上記強化策の一環で代理店の一部切り離しを行った。4Qの顧客数がQoQで微増にとどまったのはそれが主因

新規顧客獲得における12か月プランの販売比率



代理店管理強化の背景

- | | |
|-----|---|
| 目的 | 顧客満足度の向上による健全かつ持続的な事業成長 |
| リスク | 顧客との期待ギャップによるクレーム増加、ブランド棄損、早期解約リスク |
| 影響 | 短期的には獲得数が減少する可能性があるが、中長期的LTV目線ではむしろプラス |
| 施策 | ① 代理店の営業手法、経営状況のモニタリングと指導
② 代理店報酬の取引条件/支払条件の更新
③ 新規代理店の獲得
→ 上記施策を順次実施中 |

次に、『toridori base』における代理店販売の2025年の振り返りと評価についてお伝えします。

2024年3QにグループインしたトリドリIS社を中心に代理店営業が奏功し、売上成長を牽引することができました。

さらに、12ヶ月プランの販売比率が84.7%まで上昇したことで解約顧客数が減少し、顧客数および売上の着実な積み上げを実現いたしました。

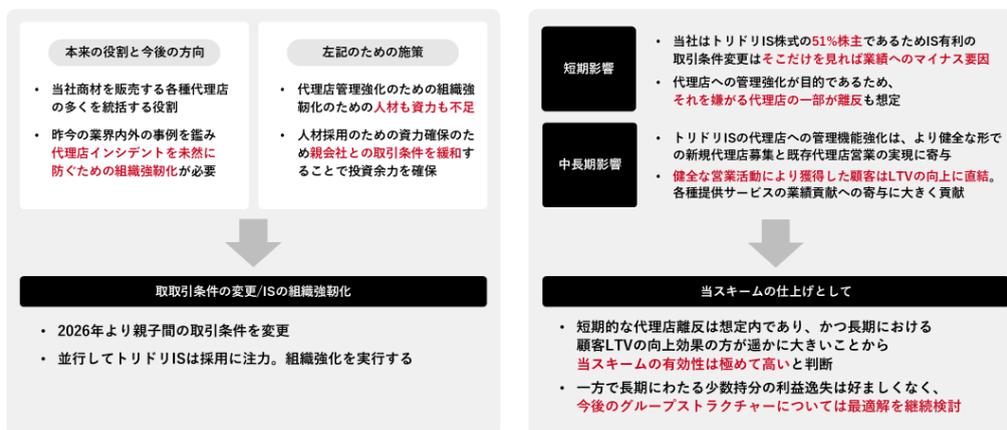
また、昨今の代理店関連の諸問題が業界内外で散見されたことを背景に、2025年夏より代理店管理体制の強化に着手いたしました。

このプロセスにおいて一部代理店の切り離しを行った影響で、第4四半期の新規獲得数は一時的に減少し、QoQでの顧客数の増加が微増となってしまったものの、中長期的な成長に向けた改善は着実に進展しております。

toridorori base：トリドリIS（代理店統括子会社）との取引条件の変更について



- ・ 販売代理店を統括するトリドリIS(当社51%保有連結子会社)の組織体制強化を進めることで代理店インシデントを未然防止
- ・ 組織強化に必要な投資余力捻出のため親会社たる当社との取引条件を一部変更(=グループ利益の抑制要因の可能性)



続いて、トリドリISとの取引条件の変更についてお伝えいたします。

トリドリISはトリドリの代理店網を統括する重要な役割を担っておりますが、昨今の業界環境を鑑み、代理店インシデントの未然防止と組織の強靱化を最優先課題として認識いたしました。

組織強化に向けた人材採用と基盤整備を加速させるため、親会社との取引条件を緩和し、トリドリISに適切な投資余力を確保させる方針を決定いたしました。これに伴い、2026年度より取引条件の改定を行い、並行して採用活動に注力いたします。

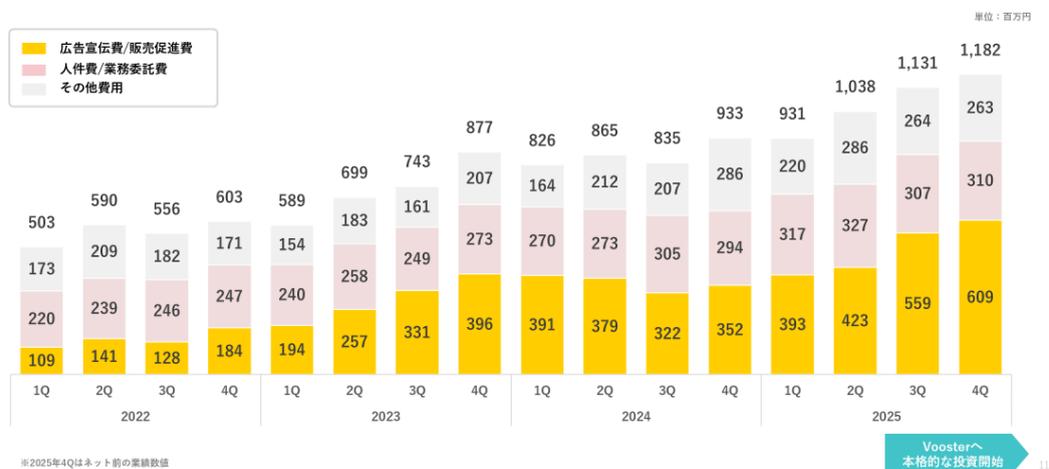
この変更により、短期的には業績への一部マイナス影響や、管理強化に伴う一部代理店の離反も想定しております。しかし、これは不適切な営業活動を排除し、中長期的な信頼性を担保するために避けては通れないプロセスであると考えております。

健全な代理店網の再構築は、結果として新規代理店の獲得、既存店の質の向上、そして最終的な顧客LTVの向上に大きく寄与いたします。この長期的メリットは短期的な変動を十分に上回るものです。なお、中長期的な資本効率の観点から、少数株主持分に関する影響等も踏まえ、引き続きグループとして最適なストラクチャーを検討してまいります。

全社：販管費四半期推移



- ・ 中期経営計画の達成に向けた売上成長率と営業利益率のバランスを意識しつつ成長投資を実行
- ・ Voosterの顧客の事前獲得のためのマーケティング投資により広告宣伝費/販売促進費が増加



つづいて、販管費の四半期推移についてご説明いたします。

2025年度第3四半期より、中期経営計画の達成に向けた「Vooster」への本格投資を開始いたしました。

売上成長と利益率のバランスを最適化しつつ、将来の収益基盤となる顧客の事前獲得に向けたマーケティング投資を強化いたしました。

これに伴い広告宣伝・販促費は増加傾向にありますが、計画通りの戦略的投資として実行いたしました。

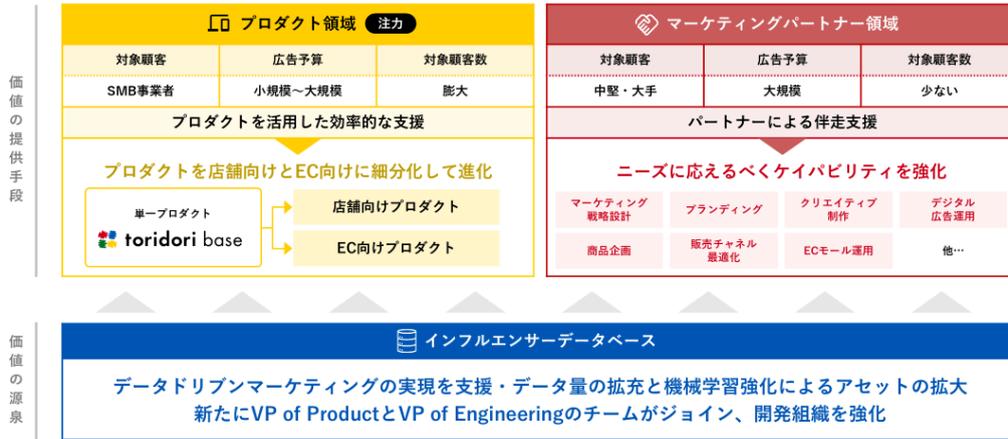
1. 2025年12月期 通期業績
 - 2. 中期経営計画 1年目振り返り**
 3. 2026年12月期 業績予想
- Appendix1. 会社概要
- Appendix2. 事業環境

続いて、中期経営契約 1年目の振り返りについてお伝えいたします。

2025年2月発表の中期経営計画の基本方針

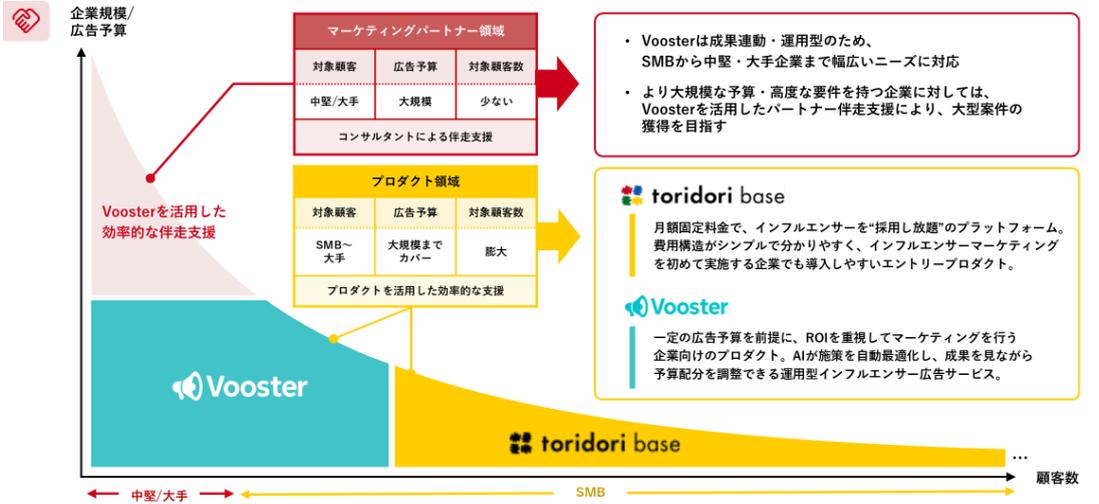


- ・ インフルエンサーデータベースが当社の競争優位性であり、顧客に対する価値の源泉となっているこのデータベースの価値を強化しながら、さまざまな顧客の認知・集客の課題を解決していく
- ・ 価値の提供手段としては、顧客規模に応じて「プロダクト領域」と「マーケティングパートナー領域」に分けており、それぞれの領域ごとに強化していく



2025年2月発表の中期経営計画では、競争優位性の源泉である「インフルエンサーデータベース」を基盤に、その強化・高度化と、「プロダクト領域」、「マーケティングパートナー領域」の2つの領域で成長を推進してまいります

- Voosterの登場により、広告予算規模や目的に応じた最適な提供手段を整理。
SMBから中堅・大手企業まで、インフルエンサーマーケティングを“無理なく、無駄なく”活用できる体制を構築。



Voosterの登場による、トリドリグループの顧客への価値提供の手段を整理させていただきます。

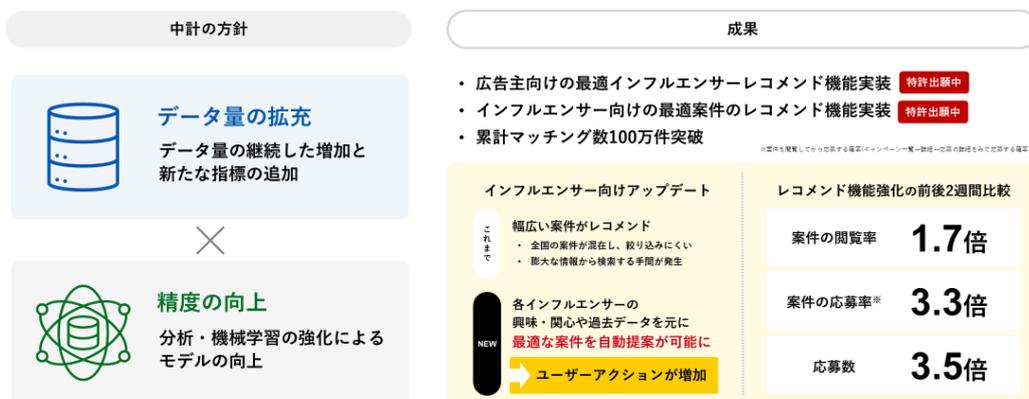
まず、toridori baseは、月額固定制を採用しており、インフルエンサーを採用し放題のプラットフォームです。費用構造もシンプルでわかりやすいため、インフルエンサーマーケティングを初めて実施される企業でも導入しやすいエントリープロダクトとして提供してまいります。

一方で、Voosterは、AIによる最適化機能を搭載した成果連動・従量課金型のモデルです。セルフサーブ型の「toridori base」と比較して高単価な価格設定となりますが、運用の工数を最小化しつつ、確実に成果を創出いたします。一定の予算を確保し、投資対効果をシビアに追求される企業様に最適なモデルとして展開してまいります。

また、Voosterは成果連動かつ、運用型であるため、従来のSMBに留まらず、中堅・大手企業のニーズにもフィットするプロダクトです。セルフサーブ型の単独利用はもちろん、潤沢な予算を持つ企業様に対しては、Voosterを活用した効率的なパートナー伴走支援を提供いたします。

SMBから中堅・大手企業に至るまで、あらゆる顧客層がインフルエンサーマーケティングを『無理なく、無駄なく』、そして最大効率で活用いただける体制を構築いたしました。

累計マッチング実績が100万件を突破し、さらなるデータ精度向上に寄与
中計の方針に従い、インフルエンサー・広告主双方への
最適なマッチングをRecommendする機能を実装（特許出願中）



続いて、データベース開発の中期経営計画方針と2025年の成果についてご報告いたします。

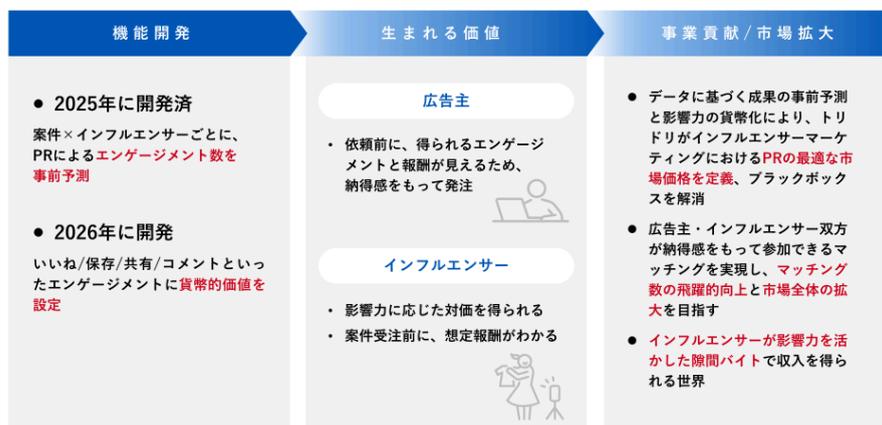
中計の方針では、データの継続的な蓄積に加え、新たな評価指標の導入を掲げております。これら膨大なデータを活用した機械学習の強化により、マッチングアルゴリズムのさらなる高度化を推進しております。

2025年度の成果としましては、累計マッチング実績が100万件を突破いたしました。この膨大な実績データが、予測精度のさらなる向上に寄与する好循環を生み出しております。

また、新たに広告主・インフルエンサー双方への「最適Recommend機能」を実装いたしました。各インフルエンサーの過去の活動実績や興味関心に基づいた自動提案が可能となったことで、案件の閲覧数および応募率が大幅に向上し、プラットフォーム内のアクティビティが劇的に改善しております。

なお、これらの独自アルゴリズムについては既に特許を出願済みです。テクノロジーによる参入障壁を築き、当社の競争優位性として確立してまいります。

マッチング実績と学習データを活かし、 影響力をそのまま報酬に変える仕組みへ



18

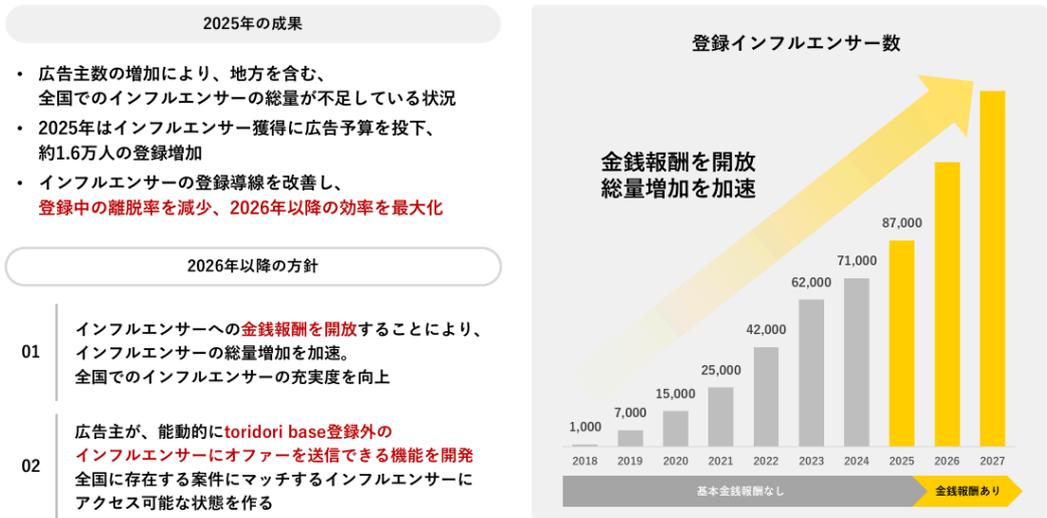
続いて、データベース開発に関する2026年以降の計画についてお伝えします。

まず、2025年度は「案件×インフルエンサー」単位での、PR投稿後のエンゲージメント数を事前に予測する機能を開発いたしました。

2026年度はこれをさらに進化させ、「いいね・保存・共有・コメント」といった各エンゲージメントに対し、貨幣的価値を設定してまいります。

これまで定量化が難しかったインフルエンサーの影響力を可視化・標準化することで、広告主とインフルエンサー双方が高い納得感を持って取引できる環境を構築いたします。この「価値の透明化」により、マッチング数の飛躍的な向上だけでなく、インフルエンサーマーケティング市場そのものの拡大を牽引してまいります。

私たちは、インフルエンサー自身が持つ影響力を活用し、いわば「影響力の隙間バイト」のような感覚で、日常的に、かつ正当な対価を得られる新しい経済圏の創出を目指します。



ここからはプロダクト領域における成果と計画についてご説明いたします。

まずは、地方で活躍するインフルエンサーの充実についてです。

堅調な広告主数の増加に伴い、地方を含めた全国各地でインフルエンサーの総量が不足するという課題に直面しておりました。

これを受け、2025年度はインフルエンサーの獲得に広告予算を投下し、約1.6万人の新規登録の増加を実現いたしました。また、並行して登録導線の改善を実施し、登録プロセスにおける離脱率の低減に成功しております。これにより、2026年度以降の獲得効率を最大化する準備が整いました。

2026年度からは、インフルエンサーへの「金銭報酬機能」を開放いたします。これにより、ギフトングのみでは獲得が難しかった層を含む、インフルエンサー総量の増加を大幅に加速させ、全国あらゆるエリアでのマッチング精度を向上させてまいります。

さらに、新たな機能開発としまして、広告主が「toridori base」の登録枠を超え、外部のインフルエンサーに対しても能動的にオファーを送信できる機能を開発いたします。これにより、全国各地に存在する多種多様な案件に対し、最適なインフルエンサーがアクセスできる環境を構築し、プラットフォームの提供価値をさらに高めてまいります。

プロダクト領域の成果と計画：カスタマーサポートの強化



- ・ 小規模なカスタマーサクセス組織を組成し、コンサルティングによるサービスの効果の改善と顧客満足度の向上の再現性を確認
- ・ 2026年以降は組織の拡大による業績貢献の顕在化を目指す



18

つづいて、レポート機能の拡充とカスタマーサクセス体制の強化についてです。

小規模なカスタマーサクセス組織を試験的に組成し、コンサルティングを通じた「施策効果の改善」および「顧客満足度の向上」に取り組んでまいりました。その結果、支援による業績向上の高い「再現性」が確認できたため、今後はこの体制を本格的に拡大・強化してまいります。

具体的な戦略としましては、従来の受動的な顧客対応については、AIを全面的に活用することで徹底した効率化を図ります。そこで創出したリソースを、より能動的な提案を行うコンサルティング組織へ集中いたします。

これにより、顧客満足度の最大化とLTVの向上を同時に実現し、2026年度以降は、この組織拡大に伴うトップラインへの貢献を数値として顕在化させていく計画です。

📁 プロダクト領域の成果と計画：新規プロダクトの開発

toridori

- ・ これまで投資を行ってきた成果として、本日『Vooster』をローンチ。今後も順次機能追加を予定。
- ・ デジタル広告のような**予算運用型のUI**を持ち、**成果予測連動の従量課金・AI自動マッチング型**の新たなインフルエンサーマーケティングプロダクト。



The graphic features the Vooster logo at the top left. Below it, the headline reads '予算と目的を入力したら、AIにおまかせ!' (After inputting budget and goals, let AI take care of it!). Underneath the headline is the sub-headline '誰でも有効なインフルエンサー施策を 手間なく続けられる 運用型インフルエンサー広告' (Anyone can effectively implement influencer strategies without hassle through our operational influencer advertising). At the bottom, three teal buttons highlight key features: '予算を自由に設定できる!' (You can set the budget freely!), 'AIが目的に合わせて選定' (AI selects based on your goals), and '手間なく運用効率化' (Operational efficiency without hassle). To the right, a laptop displays the Vooster interface, surrounded by various social media posts and images of influencers, illustrating the platform's use.

19

3つ目は、購入トラッキング機能の実装についてです。

本日、新規プロダクト『Vooster』を正式にリリースいたしました。これは将来の「購入トラッキング機能」実装も見据えた、当社の新たな成長エンジンとなるプロダクトです。今後はさらなる機能拡充を段階的に進めていく計画でございます。

Voosterは、使った分だけ支払う従量課金型
広告主はリスクを抑えつつ、成果を見ながら予算を運用可能



特徴①

予算で動かす、**運用型**
インフルエンサー広告



特徴②

エンゲージメント予測に
応じた**従量課金型**



特徴③

AIによる工数の大幅削減
インフルエンサーが自ら来店・購入・
体験し、**PR投稿まで自動で完結**



特徴④

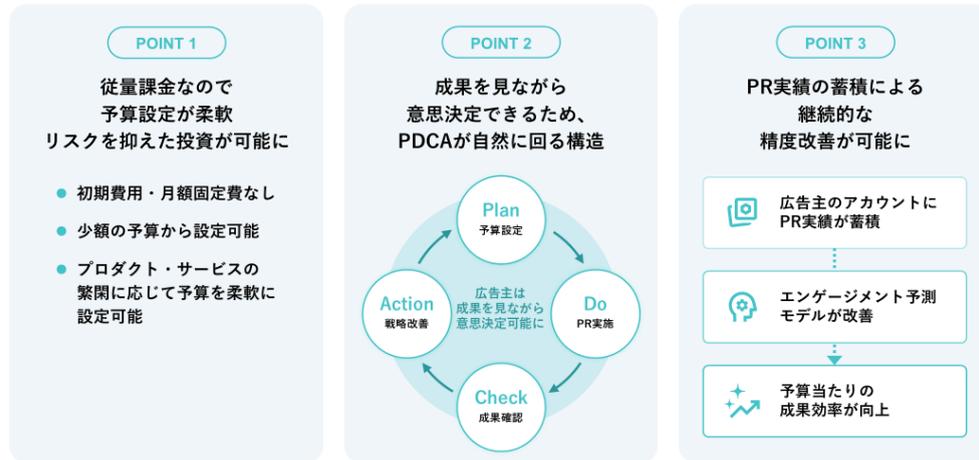
すべての案件で
インフルエンサーに
現金報酬が発生

ここからはVoosterの4つの大きなポイントについてご紹介させていただきます。

Voosterの特徴①：予算で動かす、運用型インフルエンサー広告

toridori

- ・ 少額から始め、成果を見て止める・続ける・増やすことが可能な、
運用するほどPRの精度と費用対効果が高まるプロダクト



21

まず、1点目の特徴は「予算で動かす、運用型インフルエンサー広告」という点です。

「Vooster」では従量課金モデルを採用しており、広告主の状況に応じた柔軟な予算設定が可能です。これにより、初期リスクを最小限に抑えた戦略的な投資環境を提供しております。

また、成果に基づいた意思決定が可能のため、マーケティングのPDCAサイクルが自然と回るプロダクト設計となっております。

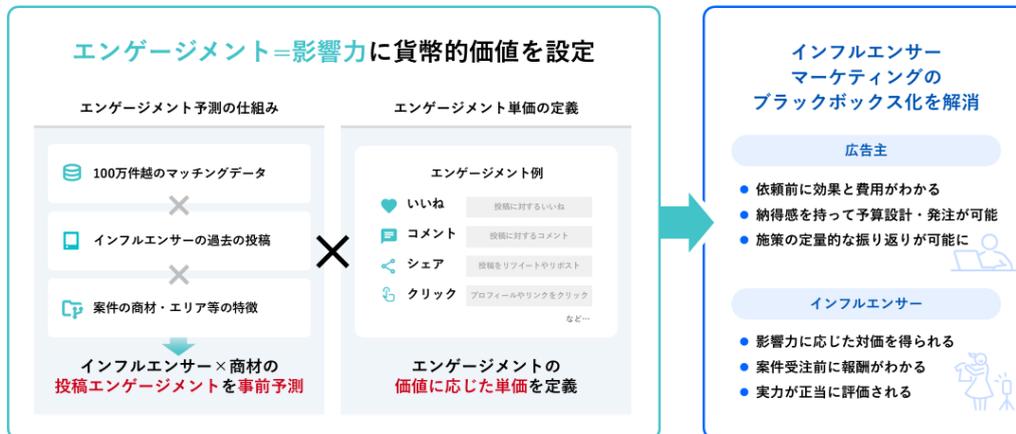
さらに、PR実績が蓄積されるほどエンゲージメント予測モデルが高度化され、予算あたりの成果効率が向上してまいります。

運用期間が長くなるほど、精度と費用対効果が自動的に高まるという、データドリブンなプロダクトとして、広告主の皆様を持続的な価値を提供いたします。

Voosterの特徴②：エンゲージメント予測に応じた従量課金型

toridori

- これまで不透明だったインフルエンサーマーケティングの価格を、エンゲージメント予測により定量化



期待成果・価格・報酬が一致する、フェアなPR市場へ

22

2点目の特徴は「エンゲージメント予測に応じた従量課金型」である点です。

これまで不透明であったインフルエンサーマーケティングの価格体系をエンゲージメントの事前予測によって定量化してまいります。

蓄積された膨大なマッチングデータに基づき、投稿後のエンゲージメントを精度高く予測することで、その価値に応じた適正単価を定義いたします。

さらに、エンゲージメントそのものに貨幣的価値を設定するという新たな市場ルールを導入いたします。

これにより、広告主は投資対効果を事前に把握した上で、納得感のある予算設定が可能となります。一方で、インフルエンサーにとっても、自らの影響力が正当に評価され、それに応じた対価を得られるフェアな報酬体系が確立されます。

成果・価格・報酬が一致する、これまでのブラックボックス化が解消された、次世代のインフルエンサーマーケティング市場をVoosterで実現いたします。

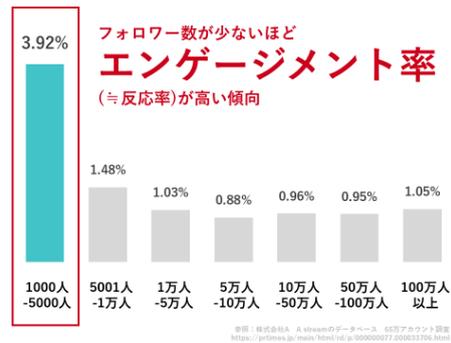
補足：エンゲージメントとは

- ・ エンゲージメントとは、投稿への興味や信頼度を示す重要な指標
- ・ 実はフォロワー数が少ないほど、エンゲージメント率は高い傾向にある
フォロワー数と影響力は決して比例していないため、真の価値を見出すのが困難な状況

エンゲージメントの具体例



インスタグラマーの平均エンゲージメント率の調査結果



ここで、「エンゲージメント」の定義と重要性について補足させていただきます。

エンゲージメントとは、SNS投稿に対する「いいね」「コメント」「保存」「シェア」といったユーザーのアクションを指し、その投稿への興味関心や信頼度を示す極めて重要な指標です。

また、このエンゲージメント率は「フォロワー数が少ないほど高くなる」という傾向がございます。つまり、フォロワーの数と実際の影響力は必ずしも比例しておらず、インフルエンサーが持つ影響力の価値を正しく評価することが難しい状況でございました。

だからこそ、このエンゲージメントの定量化に注力し、市場に新たな価値基準を提示してまいります。

Voosterの特徴③：AIによる工数の大幅削減

toridori

- 従来は広告主にとっての負担であった、連絡・調整・手配に関する業務は一切不要。PR投稿まで自動で完結。
インフルエンサーマーケティングにかかる工数を大幅削減



3つ目の特徴は「インフルエンサーとのやりとりが不要でPR投稿まで自動完結」する点です。

従来、広告主にとって大きな負担となっていたインフルエンサーへの連絡、スケジュール調整、各種手配といった多くのプロセスを、システムが代替いたします。これにより、広告主へ手間を取らせることなく、投稿までをシームレスかつ自動で完結させることが可能となりました。

運用工数を劇的に削減することで、これまでリソース不足を理由にインフルエンサーマーケティング施策を見送っていた企業様でも、効率的に実施いただけるようになっております。

特徴④：すべての案件でインフルエンサーに現金報酬が発生

- すべてのPR案件に、インフルエンサーの影響に応じた現金報酬を設定
- これまでアプローチできていなかった良質なインフルエンサーの獲得を実現



4点目の特徴は、「すべての案件においてインフルエンサーへの「現金報酬」を標準化」した点です。

Voosterでは、インフルエンサーに提供するすべての案件に影響に応じた現金報酬を設定しております。これにより、インフルエンサーのモチベーションを高めるとともに、自らの影響力が直接的な収益に繋がるプラットフォームとしての地位を確立いたします。このインセンティブ設計により、従来のギフトモデルではアプローチができていなかった、発信力の高い良質なインフルエンサー層の獲得を加速させてまいります。

このようなフェアな報酬体系を整備することにより、プラットフォーム内での取引量が持続的に増加する仕組みを構築いたしました。

以上、Voosterの4つの特徴をご説明いたしました。

改めて要約いたしますと、Voosterは「運用型広告」のロジックをインフルエンサーマーケティングに初めて本格導入したプロダクトです。

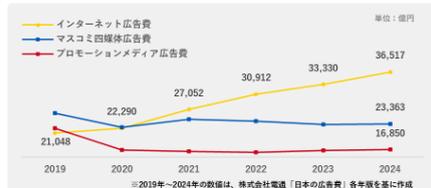
エンゲージメント予測に基づいた「合理的な従量課金モデル」、AIによる「完全自動マッチング」、そしてインフルエンサーへの「現金報酬」を標準化することで、高い透明性と投資対効果を提供するプロダクトとなっております。

補足：運用型広告市場の成長性と背景

- ・ 広告市場は成果を可視化し、予算を運用できる広告へとシフト。
Voosterは、その成功モデルをインフルエンサーマーケティングに拡張するプロダクト。

インターネット広告市場の伸長の背景

インターネット広告は媒体費を中心に継続成長 4マス広告を追い抜き一人勝ちの時代に



インターネット広告は、制作費よりも媒体費が中心の構造を持ち、広告主は成果を可視化しながら媒体費を増減できる。そのため**投資判断が容易で、継続的な出稿が行われやすい**。

一方、4マス広告は事前に大きな制作・出稿コストが発生するうえ、成果の測定が限定的で、実施後の調整も難しかった。結果として、広告主にとっては「効果が見えづらく、止めにくい」**投資リスクの高い構造**となっていた。

この「**成果可視化と運用性**」の構造差により、広告費は運用可能なインターネット広告へ集中し、市場全体の成長を牽引する結果となった。

インフルエンサーマーケティングで再現

デジタル運用広告で確立された 「成果を見て回す」という成功モデルを、 インフルエンサーマーケティングに拡張するプロダクト

- ✓ 案件に応じた最適インフルエンサーをAIが自動マッチング
- ✓ エンゲージメント予測に応じた成果運動課金
- ✓ やり取り不要
- ✓ 予算で動かす、運用型インフルエンサー広告

toridori baseに続く、
新たな収益の柱として事業を成長させていく

ここで、本プロダクトの背景にある「運用型広告市場」の成長性と、その構造について改めて触れさせていただきます。

従来のマス広告は、多額の制作・出稿コストを要する一方で、成果測定が限定的であり、広告主にとっては投資リスクの高い構造にありました。これに対し、インターネット広告は「成果の可視化」と「運用の柔軟性」に優れており、投資判断の容易さから継続的な出稿が行われやすいという性質を持っています。

現在、広告予算が運用型広告へ集中し、市場全体の成長を牽引しているのは、まさにこの「投資対効果の最適化」が可能であるという点に集約されます。

『Vooster』は、これまで投資対効果がブラックボックス化されていたインフルエンサーマーケティングにおいて、このデジタル運用広告の成功モデルを再構築したプロダクトです。「成果を見て回す」という標準的な手法をインフルエンサーマーケティング領域へと拡張し、新たなスタンダードを確立いたします。

『toridori base』に続く、当社の強力な収益の柱として成長させてまいります。

事前申し込みの進捗



- ベータ版の反響を踏まえた機能開発の増加により、当初想定していた2025年内のローンチが後ろ倒しに、本日ローンチとなった
- 事前申し込みの本受注への移行活動及び、本格的な営業活動を開始。



引き続き対象市場における**旺盛なニーズを確認**
早期の業績への反映をめざす

27

つづいて、Voosterのローンチ前に実施を行いました、事前の申し込みの状況についてご報告いたします。

まず、ローンチ時期に関しまして、一部顧客へのベータ版提供時にいただいた反響を踏まえ、より現場のニーズに即した「機能拡充」を優先的に実施いたしました。その結果、当初の予定よりローンチ時期を修正することとなりましたが、本日、満を持しての正式ローンチを迎えました。

すでに事前受注として700件を超えるお申し込みをいただいております、本日よりこれらのお客様に対して順次、本格的なサービス提供を開始してまいります。

また、営業およびサポート体制については、ベータ版運用の過程で既に構築を完了しております。

2025年度から確認できている旺盛な市場ニーズに対し、迅速なアプローチを実施し、早期の業績貢献を目指してまいります。

グループシナジーを活かした広告代理店事業での安定成長を継続しつつ、
データを活かしたプライベートブランド創出による新たな収益モデル構築

2025年の評価ポイント

成長率
15%

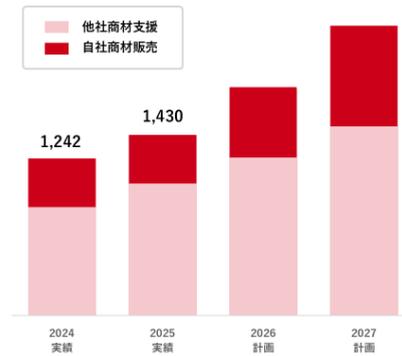
- グループ横断の案件増加により、営業活動の効率が改善
- OverFlow社の注カクライアント経由での売上増加、安定性が向上
- GIVIN社のインフルエンサーD2C事業で再現性の高い収益モデルを構築

2026年以降の方針

	サービス名	方針
他社商材支援	toridori ad	引き続きグループ間シナジーを活かした安定成長を目指す
	toridori promotion	
自社商材販売	toridori made	インフルエンサーD2Cに加え、 プライベートブランド創出によるストック型の収益モデルを構築 ※詳細は次頁にて説明

マーケティングパートナー領域
収益計画のイメージ

単位：百万円



ここからはマーケティングパートナー領域の振り返りと方針について説明いたします。

2025年度は、グループ間連携によるクロスセル案件が着実に増加し、営業効率の大幅な改善を実現いたしました。 個別の進捗としましては、OverFlow社において注カクライアント経由の売上が伸長し、収益の安定性が向上しております。また、GIVIN社のインフルエンサーD2C事業では、再現性の高い収益モデルが確立され、強固な事業基盤を構築することができました。

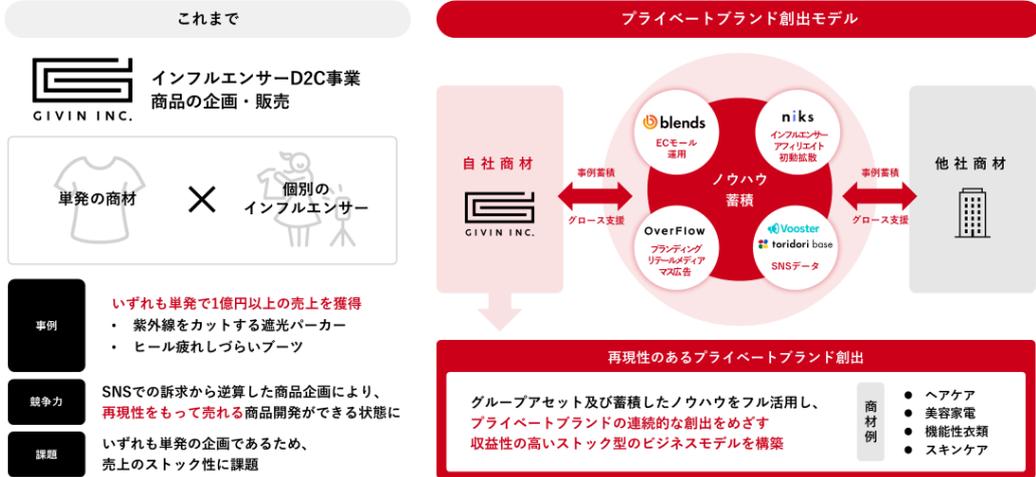
2026年度以降も、これらグループ間のシナジーを最大化させ、安定的な成長を継続してまいります。 さらに新たな挑戦として、グループ内に蓄積された膨大なデータとインフルエンサー活用のノウハウを転用し、自社プライベートブランドを創出いたします。



グループシナジーによるマーケティング起点のプライベートブランド創出戦略

toridori

- グループ会社各社の強みを統合し、商品企画から初動拡散、スケールまでを一気通貫で実行。単発ヒットに依存しない、再現性あるプライベートブランドの創出を目指す。



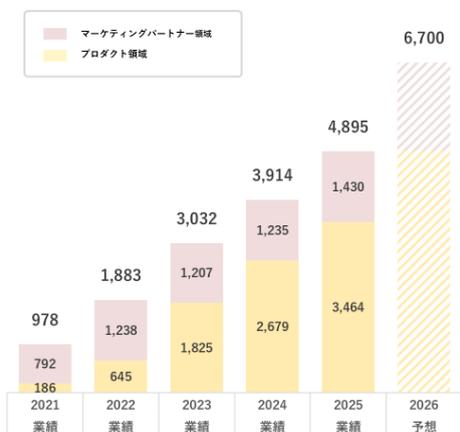
当社はこれまで、インフルエンサーD2C事業を通じて商品企画から販売までを自社で手掛け、特定案件において単発で1億円を超える売上を計上するなど、確かな実績を積み上げてまいりました。

2026年度以降は、この知見を「プライベートブランド創出モデル」として体系化し、グループが保有するデータやノウハウなどのアセットをフルに活用してまいります。これにより、単発の企画に留まることなく、再現性を持って複数のプライベートブランドを連続的に創出できる体制を構築し、収益性の高いストック型のビジネスモデルを構築を行ってまいります。

1. 2025年12月期 通期業績
 2. 中期経営計画 1年目振り返り
 - 3. 2026年12月期 業績予想**
- Appendix1. 会社概要
- Appendix2. 事業環境

最後に、2026年度12月期の業績予想についてお伝えいたします。

12か月プランによる強固な収益基盤の更なる拡大と、Voosterをもう一つの収益の柱へ
グループ間の連携を強化し、マーケティングとD2Cの強みを活かしたプライベートブランドを創出



※2025年はネット後の業績数値

領域別の事業方針

 **マーケティングパートナー領域** (toridori base以外)

- ✓ グループ横断の連携体制を引き続き強化
- ✓ マーケティングとD2Cの強みを活かしたプライベートブランドを創出、市場投入

 **プロダクト領域** 

- ✓ 12か月プランによる強固な収益基盤を拡大
- ✓ Voosterを市場へ投入し、新たな収益源を創出
- ✓ CS強化とLTV向上をプロダクト領域で実行

31

サービス別の売上総利益の成長についてはこのようにイメージしております。

toridori baseによる強固なストック収益基盤を土台に、本日ローンチのVoosterと収益性の高いプライベートブランドを軸に成長してまいります。

中期経営計画達成の成長エンジンとなるVoosterへの投資を実行予定
2026年はVoosterの赤字を3億円程度と織り込みつつも、大幅な増収増益を計画



業績予想の推移についてはこのようになります。

中期経営計画達成のための肝となるVoosterへの投資を実行予定です。

新機能搭載に向けた開発やマーケティング費用、カスタマーサクセスを含む販売組織の人的費用への投資を想定しております。これにより3億円の事業赤字を見込んでおります。

2026年はVoosterへの成長投資による3億円の赤字を計上しながらも、大幅な増収増益を目指してまいります。

成長投資を行いつつも大幅な増収増益を計画
 中長期的な持続成長を優先し、代理店管理体制強化を行う影響で
 親会社株主に帰属する当期純利益は小幅な成長を計画。

	2025年12月期 通期業績		2026年12月期 業績予想		増減額 (百万円)	増減率
	金額 (百万円)	売上高 比率	金額 (百万円)	売上総利益 比率		
売上高	5,372	100.0%	7,200	100.0%	+1,827	+34.0%
売上総利益	4,895	91.1%	6,700	93.1%	+1,804	+36.9%
営業利益	707	13.2%	1,000	13.9%	+292	+41.3%
経常利益	701	13.1%	950	13.2%	+248	+35.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	437	8.1%	450	6.3%	+12	+2.9%

33

2026年12月期は売上高72億円、売上総利益67億円、営業利益10億円、経常利益9億5千万円、親会社株主に帰属する当期純利益4億5千万円を目指します。

toridori baseを中心に、売上高・売上総利益ともに30%超の高成長を実現し、投資を実行しながらも着実な増益を目指します。

親会社株主に帰属する当期純利益につきましては、子会社トリドリISとの取引条件の変更により小幅な成長にとどまりますが、この点についてはグループストラクチャーの最適化を検討していきます。

売上総利益の四半期推移のイメージ



- ・ 過去実績と同様に、2026年度も下期偏重の四半期推移を想定
- ・ 1Qは季節影響により、toridori made (その他区分)の売上が小さくなる傾向



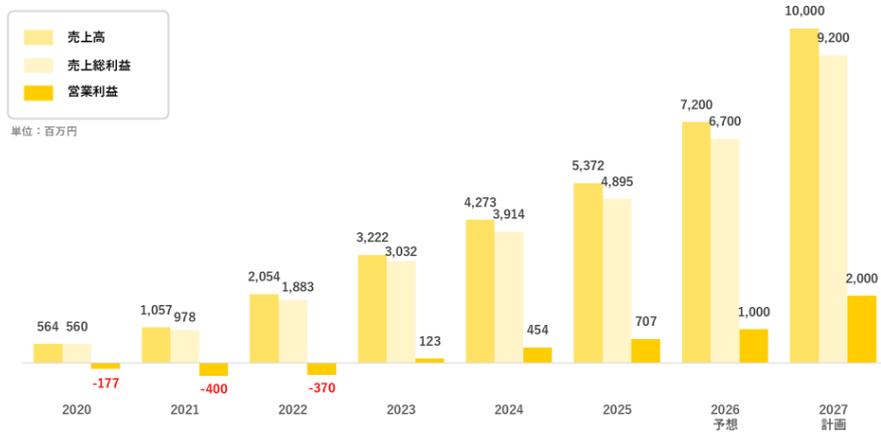
最後に、売上総利益の四半期推移はこのようにイメージしております。

2025年以前の実績からご確認いただけるように、トリドリは継続して成長しているため、業績の積み上がりが下期偏重となっております。

2026年も、引き続き、下期偏重の四半期推移を想定しております。

特に、第1四半期は季節要因により、「toridori made」の売上が小さくなる傾向があります。

2027年の売上高100億円、営業利益20億円を目指し
高成長を継続していく



35

引き続き高成長企業として、継続して成長してまいります。

引き続き応援いただけますと幸いです。

説明は以上となります。

引き続き、Q&Aパートに移りたいと思います。

～QA対応終了後～

今後も四半期決算を通じて進捗をご報告させて頂ければと思っております。

引き続きご支援の程何卒よろしくお願いいたします。

本日はお時間いただきありがとうございました。