

# Tri-Stage

株式会社トリステージ

**2012年2月期第3四半期  
決算説明資料**

**2012年1月6日  
証券コード: 2178**

**URL <http://www.tri-stage.jp/>**

## 第3四半期実績は、業績予想に対し、 遅れが見られるため業績予想を下方修正し、立て直しを図る

### 1章 2012年2月期第3四半期実績

売上高は、メディア仕入額の減少や  
商品開発分野等において的確な支援が果たせなかったことにより減少  
営業利益は、売上高及び原価率低下により、前年同期比減益  
売上高8,166百万円(前年同期比11.5%減) 営業利益468百万円(同26.7%減)

### 2章 2012年2月期進捗状況及び通期見通し

売上高、営業利益ともに大幅な遅れが見られるため業績予想の下方修正  
通期見通し(対2011年4月14日公表 通期見通し)  
売上高 34,703百万円(増減率  $\Delta 13.5\%$ )  
営業利益 2,072百万円(増減率  $\Delta 31.3\%$ )

### 3章 中期事業戦略及び新規事業への取組

中期事業戦略に変更はなし。  
既存事業の拡大に加え、新規事業への取組も始め、さらなる事業拡大を目指す。

## 1章 2012年2月期第3四半期実績

## 2章 2012年2月期進捗状況及び通期見通し

## 3章 中期事業戦略及び新規事業への取組

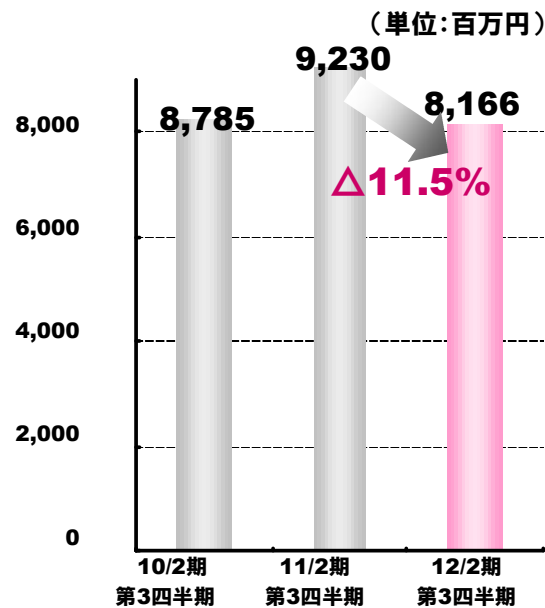
## 参考資料

# 業績サマリー①

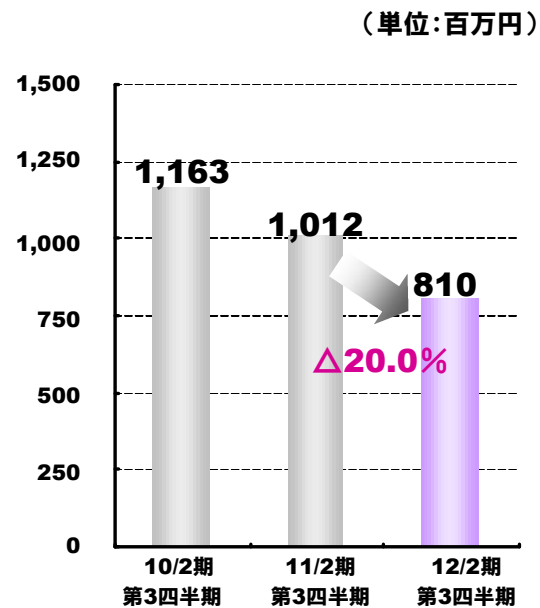


## 売上高前年同期比11.5%減、売上総利益同20.0%減、営業利益同26.7%減

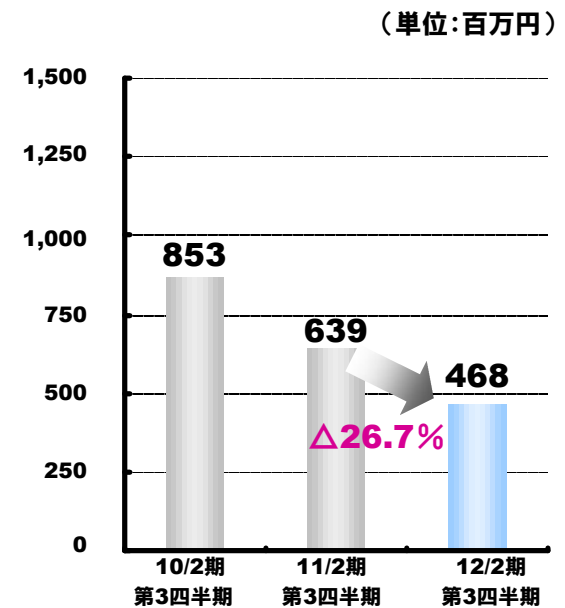
### 売上高



### 売上総利益



### 営業利益



## 業績サマリー②

売上高前年同期比11.5%減、売上総利益同20.0%減、営業利益同26.7%減

(単位:百万円)

	11/2期 第3四半期 (実績)	12/2期 第3四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	9,230	8,166	△1,063	△11.5%
売上原価 (売上比)	8,217 (89.0%)	7,356 (90.1%)	△861	△10.5%
売上総利益 (売上比)	1,012 (11.0%)	810 (9.9%)	△202	△20.0%
販管費 (売上比)	373 (4.0%)	341 (4.2%)	△32	△8.7%
営業利益 (売上比)	639 (6.9%)	468 (5.7%)	△170	△26.7%
経常利益 (売上比)	640 (6.9%)	471 (5.8%)	△169	△26.4%
当期純利益 (売上比)	377 (4.1%)	277 (3.4%)	△100	△26.6%

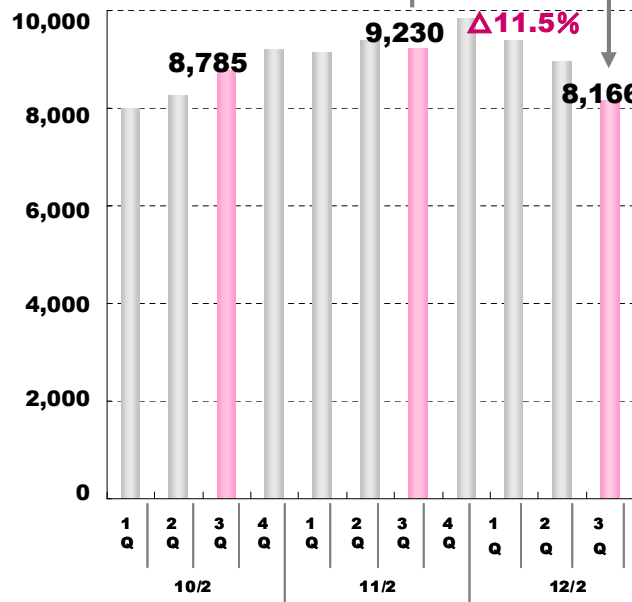
# 四半期毎の業績推移



売上高前年同期比11.5%減、売上総利益同20.0%減、営業利益同26.7%減

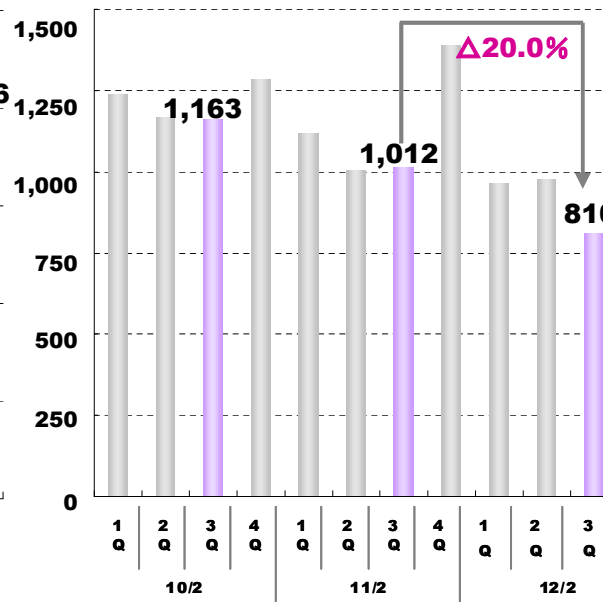
## 売上高

(単位:百万円)



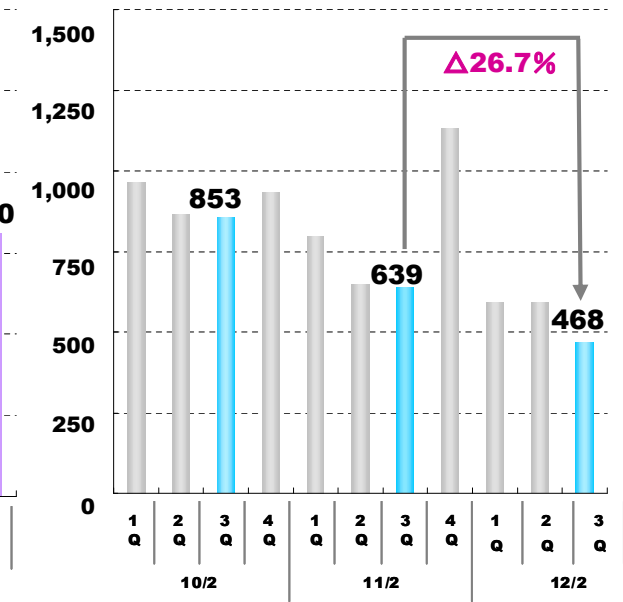
## 売上総利益

(単位:百万円)



## 営業利益

(単位:百万円)



(単位:百万円)

	10/2期				11/2期				12/2期		
	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期	第4 四半期	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期	第4 四半期	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期
売上高	8,000	8,258	8,785	9,208	9,137	9,375	9,230	9,829	9,381	8,966	8,166
売上総利益	1,240	1,168	1,163	1,284	1,119	1,006	1,012	1,387	963	977	810
営業利益	964	866	853	934	798	650	639	1,131	591	593	468
売上総利益率	15.5%	14.1%	13.2%	13.9%	12.3%	10.7%	11.0%	14.1%	10.3%	10.9%	9.9%
営業利益率	12.1%	10.5%	9.7%	10.1%	8.7%	6.9%	6.9%	11.5%	6.3%	6.6%	5.7%

## 売上高



売上高は、メディア仕入額の減少や  
商品開発分野等における的確な支援が果たせなかったことにより減少

(単位:百万円)

	11/2期 第3四半期 (実績)	12/2期 第3四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	9,230	8,166	△1,063	△11.5%
ソリューション売上 (売上比)	9,150 (99.1%)	8,099 (99.2%)	△1,050	△11.5%
商品売上 (売上比)	79 (0.9%)	66 (0.8%)	△13	△16.7%

# 売上原価 売上総利益



売上原価は、テレビCM市場の活況に伴い、テレビCM枠や一部テレビ番組枠価格が  
当社の想定を上回ったことにより、見込み通りの仕入が果たせなかったこと  
及び一部効率の悪いテレビ番組枠(29分等)を返還したことにより減少  
売上総利益は、前年同期比20.0%減

(単位:百万円)

	11/2期 第3四半期 (実績)	原価 構成比	12/2期 第3四半期 (実績)	原価 構成比	増減率
売上原価合計 (売上比)	8,217 (89.0%)	100.0%	7,356 (90.1%)	100.0%	△10.5%
媒体費(メディア仕入) (売上比)	6,952 (75.3%)	84.6%	6,168 (75.5%)	83.9%	△11.3%
テレビ番組 (売上比)	4,879 (52.9%)	59.4%	4,627 (56.7%)	62.9%	△5.2%
テレビCM (売上比)	1,828 (19.8%)	22.3%	1,382 (16.9%)	18.8%	△24.4%
その他 (売上比)	244 (2.6%)	3.0%	159 (2.0%)	2.2%	△34.6%
外注費 (売上比)	1,195 (12.9%)	14.5%	1,126 (13.8%)	15.3%	△5.8%
商品原価 (売上比)	70 (0.8%)	0.9%	61 (0.8%)	0.8%	△12.2%
売上総利益 (売上比)	1,012 (11.0%)		810 (9.9%)		△20.0%

テレビCM枠や一部テレビ番組枠価格が当社の想定を上回ったことにより、見込み通りの仕入が果たせなかったこと及び一部効率の悪いテレビ番組枠(29分等)を返還したことにより減少

折込広告減少

# 販管費 営業利益

**販管費は、前年同期比8.7%減**  
**コスト削減努力により販管費抑制に努めつつも**  
**人員採用は引続き積極的に実施し、正社員数は同21.6%増**

(単位:百万円)

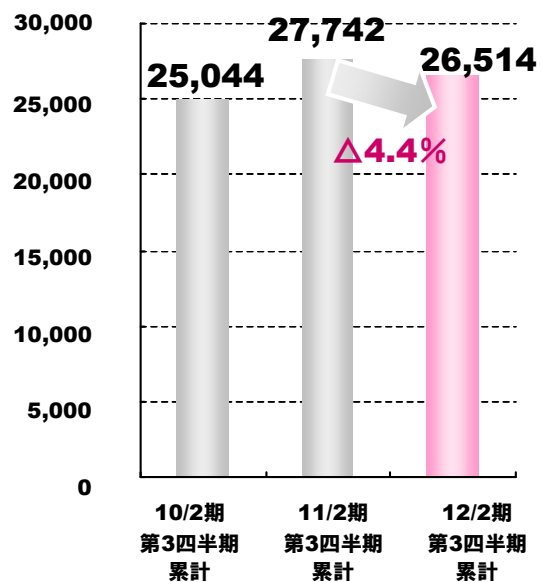
	11/2期 第3四半期 (実績)	12/2期 第3四半期 (実績)	差額	増減率
<b>販管費</b>	<b>373</b>	<b>341</b>	<b>△32</b>	<b>△8.7%</b>
(売上比)	(4.0%)	(4.2%)		
<b>人件費</b>	<b>190</b>	<b>171</b>	<b>△19</b>	<b>△10.1%</b>
(売上比)	(2.1%)	(2.1%)		
<b>減価償却費</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>+3</b>	<b>+33.1%</b>
(売上比)	(0.1%)	(0.2%)		
<b>その他</b>	<b>172</b>	<b>155</b>	<b>△16</b>	<b>△9.7%</b>
(売上比)	(1.9%)	(1.9%)		
<b>営業利益</b>	<b>639</b>	<b>468</b>	<b>△170</b>	<b>△26.7%</b>
(売上比)	(6.9%)	(5.7%)		
<b>第3四半期末 従業員数</b>	<b>88名</b>	<b>107名</b>	<b>+19名</b>	<b>+21.6%</b>

# 第3四半期累計業績サマリー①

**第3四半期累計は前年同期に対し売上高、利益ともに減少  
売上高前年同期比4.4%減、売上総利益同12.3%減、営業利益同20.9%減**

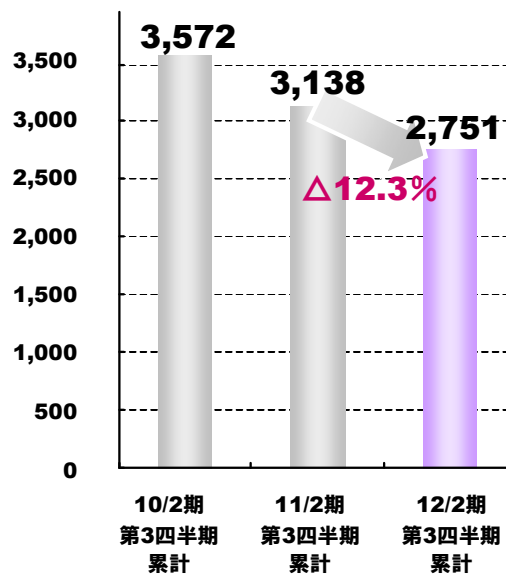
## 売上高

(単位:百万円)



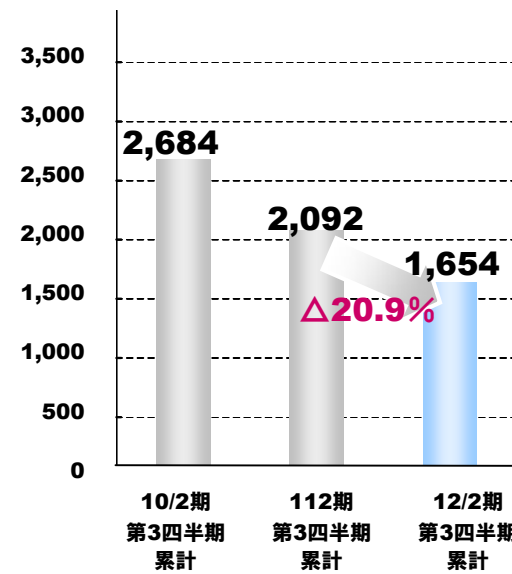
## 売上総利益

(単位:百万円)



## 営業利益

(単位:百万円)



## 第3四半期累計業績サマリー②

第3四半期累計は前年同期に対し売上高、利益ともに減少  
 売上高前年同期比4.4%減、売上総利益同12.3%減、営業利益同20.9%減

(単位:百万円)

	11/2期 第3四半期累計 (実績)	12/2期 第3四半期累計 (実績)	差額	増減率
売上高	<b>27,742</b>	<b>26,514</b>	<b>△1228</b>	<b>△4.4%</b>
売上原価 (売上比)	<b>24,604</b> (88.7%)	<b>23,763</b> (89.6%)	<b>△841</b>	<b>△3.4%</b>
売上総利益 (売上比)	<b>3,138</b> (11.3%)	<b>2,751</b> (10.4%)	<b>△387</b>	<b>△12.3%</b>
販管費 (売上比)	<b>1,046</b> (3.8%)	<b>1,096</b> (4.1%)	<b>+50</b>	<b>+4.9%</b>
営業利益 (売上比)	<b>2,092</b> (7.5%)	<b>1,654</b> (6.2%)	<b>△438</b>	<b>△20.9%</b>
経常利益 (売上比)	<b>2,099</b> (7.6%)	<b>1,661</b> (6.3%)	<b>△438</b>	<b>△20.9%</b>
当期純利益 (売上比)	<b>1,237</b> (4.5%)	<b>957</b> (3.6%)	<b>△279</b>	<b>△22.6%</b>

# 財務状況



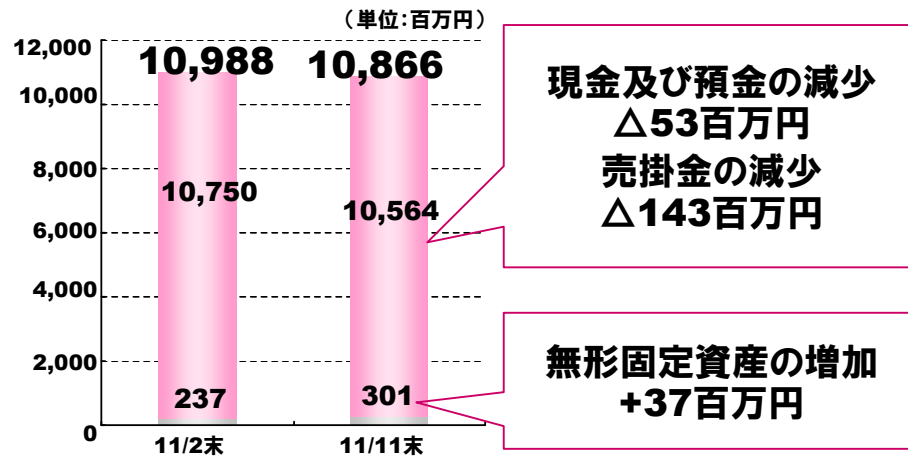
## 引き続き、盤石な財務基盤を維持

※東洋経済2011年12月17日号「新・企業力ランキング」で全上場企業3594社中24位にランクイン

### 貸借対照表

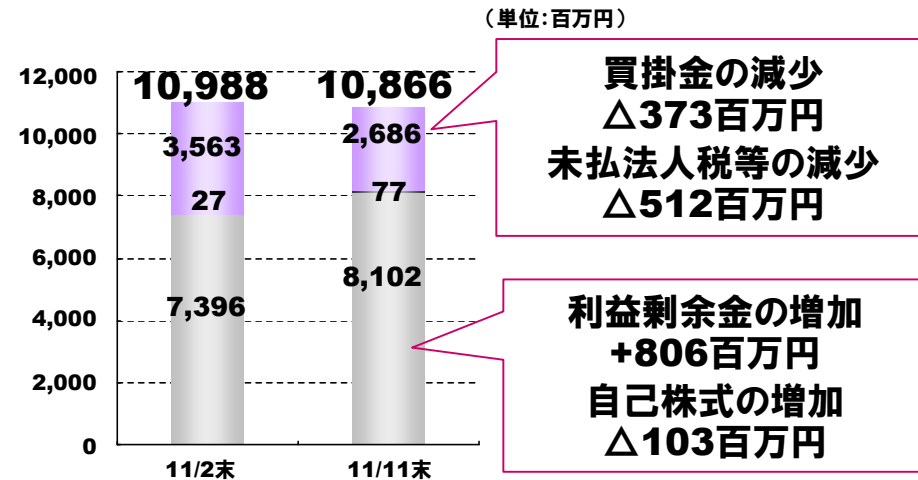
#### 資産

■ 流動資産 ■ 固定資産



#### 負債・純資産

■ 流動負債 ■ 固定負債 ■ 純資産



### キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

	11/2期 第3四半期累計 (実績)	12/2期 第3四半期累計 (実績)
営業キャッシュフロー	207	260
投資キャッシュフロー	$\Delta 2,473$	137
財務キャッシュフロー	5	$\Delta 251$
現金及び現金同等物四半期末残高	1,030	1,257

税引前四半期純利益計上 1,627百万円  
 仕入債務の減少  $\Delta 373$ 百万円  
 売上債権の減少 143百万円  
 法人税等の支払  $\Delta 1,190$ 百万円

配当金の支払  $\Delta 149$ 百万円  
 自己株式の取得による支出  $\Delta 103$ 百万円

## 1章 2012年2月期第3四半期実績

## 2章 2012年2月期進捗状況及び通期見通し

## 3章 中期事業戦略及び新規事業への取組

## 参考資料

## 2012年2月期 通期進捗率

## 業績予想に対し、大幅な遅れが見られる

(単位:百万円)

	12/2期 第3四半期累計 (実績)	12/2期 通期(予) 11/4/14公表	進捗率
売上高	26,514	40,102	66.1%
営業利益 (売上比)	1,654 (6.2%)	3,018 (7.5%)	54.8%
経常利益 (売上比)	1,661 (6.3%)	3,018 (7.5%)	55.0%
当期純利益 (売上比)	957 (3.6%)	1,726 (4.3%)	55.5%

# 通期業績予想の修正

## 現状を鑑み、通期見通しを下方修正 第4四半期はテレビCM枠仕入の積極化を推進

(単位:百万円)

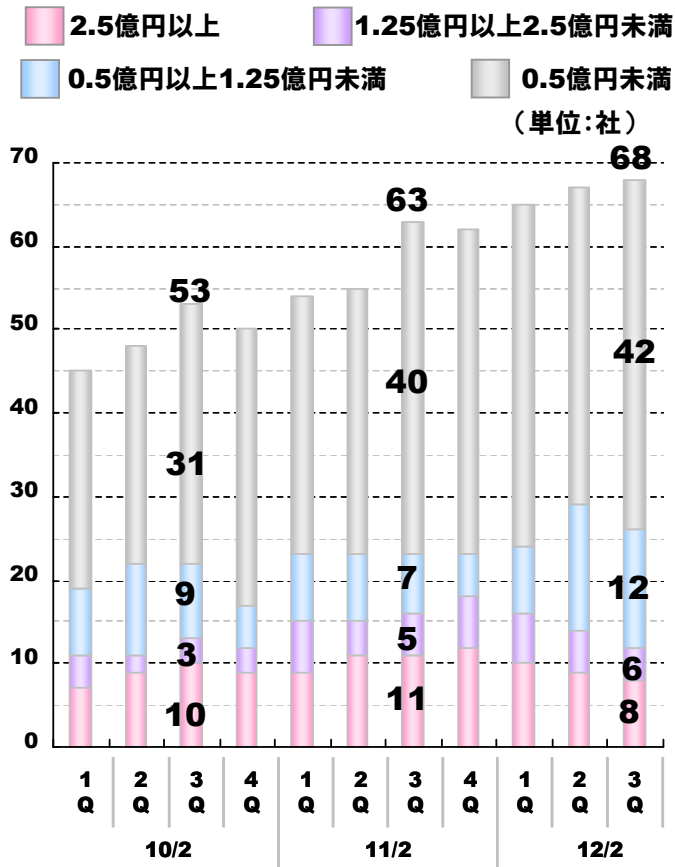
	12/2期 第3四半期累計 (実績)	12/2期 通期(予) 11/4/14公表	12/2期 新(予)	増減額	増減率
売上高	<b>26,514</b>	<b>40,102</b>	<b>34,703</b>	<b>△5,398</b>	<b>△13.5%</b>
営業利益 (売上比)	<b>1,654</b> (6.2%)	<b>3,018</b> (7.5%)	<b>2,072</b> (6.0%)	<b>△945</b>	<b>△31.1%</b>
経常利益 (売上比)	<b>1,661</b> (6.3%)	<b>3,018</b> (7.5%)	<b>2,080</b> (6.0%)	<b>△938</b>	<b>△31.1%</b>
当期純利益 (売上比)	<b>957</b> (3.6%)	<b>1,726</b> (4.3%)	<b>1,183</b> (3.4%)	<b>△543</b>	<b>△31.5%</b>

# 顧客企業の動向

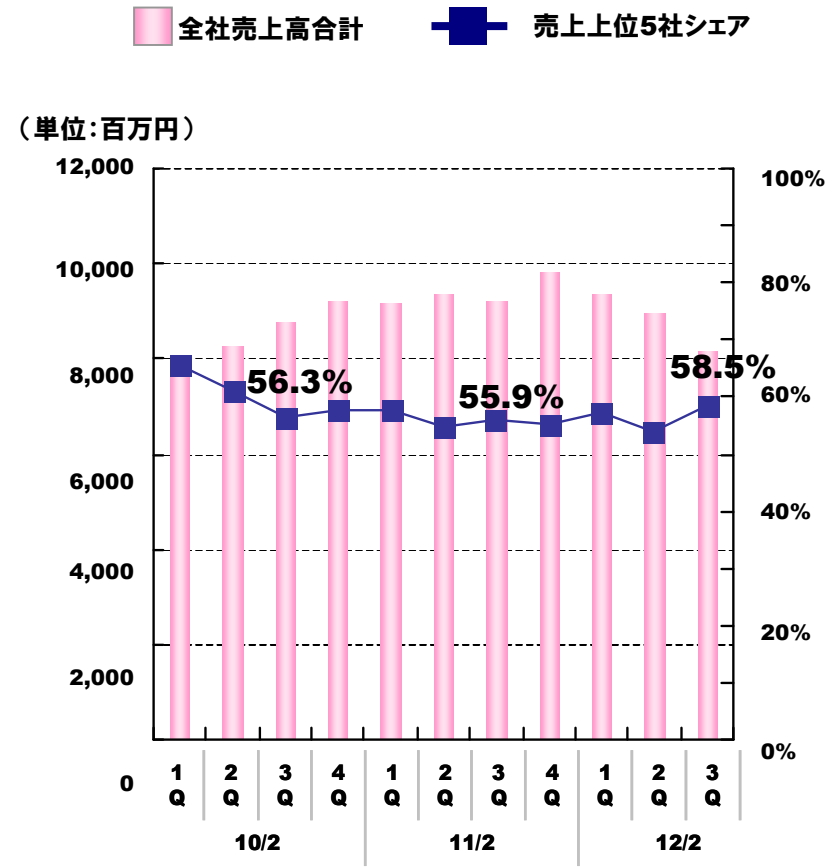


## 顧客企業の媒体出稿意欲は引き続き堅調 新しい業種への積極的な取組みにより、新規顧客企業数も着実に増加

### 売上規模別顧客企業数



### 売上上位5社シェア

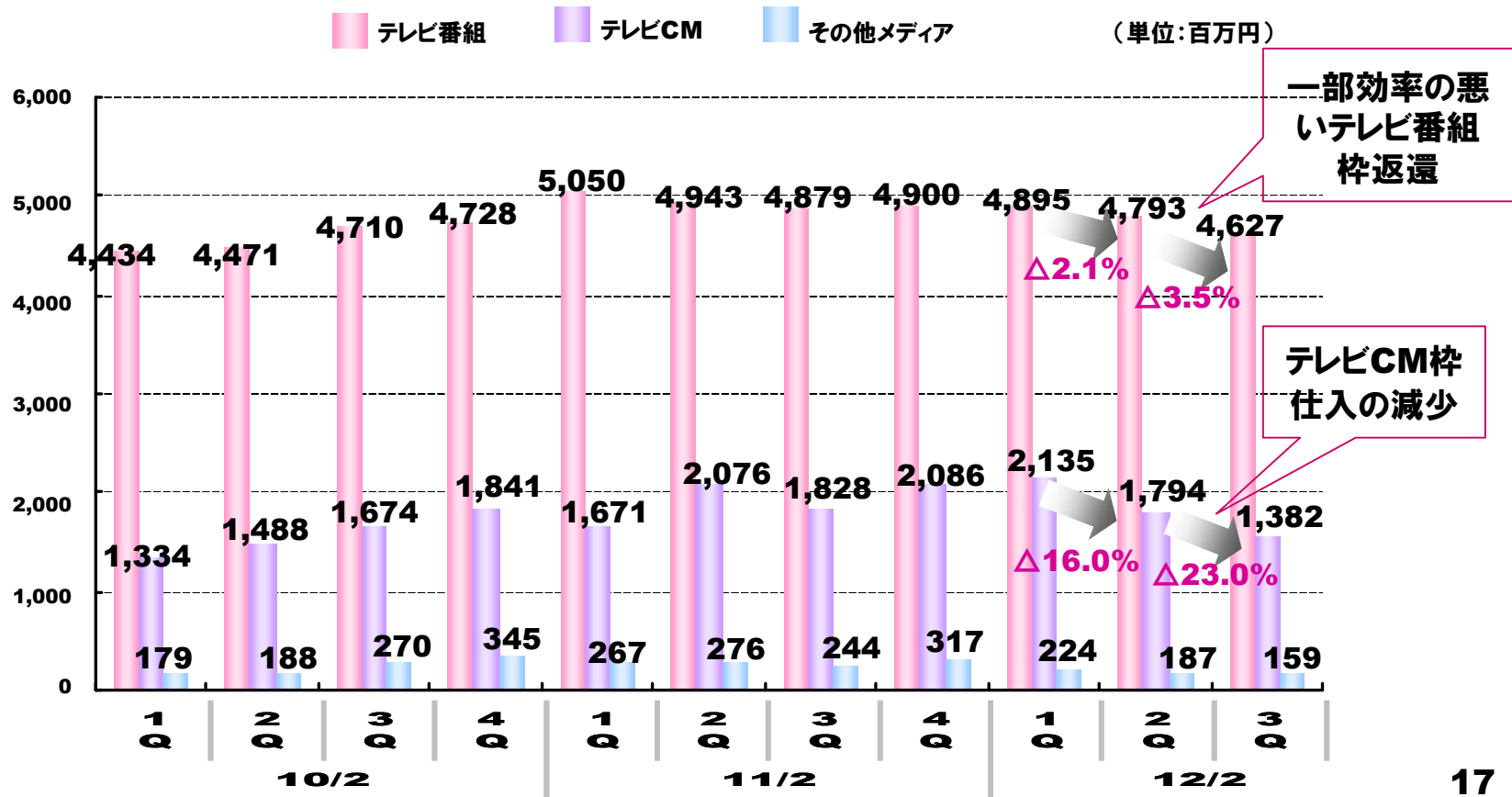


# メディア仕入の動向



メディア仕入は、テレビCM市場の活況に伴い、テレビCM枠や一部テレビ番組枠価格が  
 当社の想定を上回ったことにより、見込み通りの仕入が果たせなかったこと  
 及び一部効率の悪いテレビ番組枠(29分等)を返還したことにより減少  
 しかし、顧客のテレビを中心としたメディアへのニーズは引き続き強いいため、  
 テレビCM枠の仕入をより積極的に推進中

## メディア仕入推移



## 1章 2012年2月期第3四半期実績

## 2章 2012年2月期進捗状況及び通期見通し

## 3章 中期事業戦略及び新規事業への取組

## 参考資料

# 経営方針と中期事業戦略

## 経営方針の下 2010年2月期からを第2フェーズと位置づけ事業展開 戦略に変更なし

### <経営方針>

ダイレクトマーケティング支援事業における圧倒的No.1地位の確保  
ダイレクトマーケティング市場全体への事業進出

### <中期事業戦略>

#### 第1フェーズ

- 事業概要の確立
- 信用力、知名度の拡充

#### 第2フェーズ

- 既存事業の拡大への取組
- ソリューションサービスの強化
- クロスメディア展開の推進

#### 第3フェーズ

- 消費者向け事業への取り組みに着手
- 海外でのダイレクトマーケティング支援サービス展開を検討

## 既存事業の拡大及び新規事業への取組

### 既存事業拡大への取組

新しい業種(会員獲得型サービス等)  
への積極的な取組を開始

### クロスメディアサービスの強化

- ①インターネット(ランディングページ)、ナマコマへの取組
- ②ラジオ、新聞、折込の強化

### ソリューションサービスの強化

- ①受注、効果分析ツールの運用開始
- ②CRMサービスのテストラン開始

### 海外での ダイレクトマーケティング 支援サービス展開開始

案件ベースで海外での  
ダイレクトマーケティング支援サービス  
を開始

# 自己株式取得の結果

## 上限株数の買付完了 株主還元策は、今後も継続して検討

	取得に係る事項の内容
取得対象株式の種類	当社普通株式
取得した株式の総数	150,000株(上限) (発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合 1.99%)
株式の取得価額の総額	1億4,785万4,100円
取得期間	平成23年10月4日～平成23年12月14日
取得方法	市場買付

## 1章 2012年2月期第2四半期実績

## 2章 2012年2月期進捗状況及び通期見通し

## 3章 中期事業戦略及び新規事業への取組

## 参考資料

## 売上規模別顧客企業数

(単位:社)

	10/2				11/2				12/2		
	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期	第4 四半期	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期	第4 四半期	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期
2.5億円以上	7	9	10	9	9	11	11	12	10	9	8
1.25億円以上～2.5億円未満	4	2	3	3	6	4	5	6	6	5	6
0.5億円以上～1.25億円未満	8	11	9	5	8	8	7	5	8	15	12
その他	26	26	31	33	31	32	40	39	41	38	42
合計	45	48	53	50	54	55	63	62	65	67	68

- 設立 2006年3月
- 本社 東京都港区芝公園二丁目4番1号
- 代表者 CEO 妹尾 勲、COO 丸田 昭雄
- 事業内容 テレビ通信販売を中心としたダイレクトマーケティング支援事業
- 資本金 634百万円(2011年11月末時点)
- 発行済株式数 7,534,500株(2011年11月末時点)
- 従業員数 107名(2011年11月末時点)

#### ダイレクトマーケティングの定義

テレビやインターネット等のメディアに電話番号やURL等のコンタクト先を明示し、電話やEメール等で消費者と直接型・対話型のコミュニケーションをとり商品やサービスを販売する活動

## 企業理念

私たちは・・・顧客の商品・サービスが消費者と正しく絆を結ぶために、  
全身全霊で課題を解決する企業として社会に貢献いたします。

## 社是

『消費者の喜びは、クライアントの喜びであり、私たちの喜び』

## 経営理念

Speedy

Going Concern

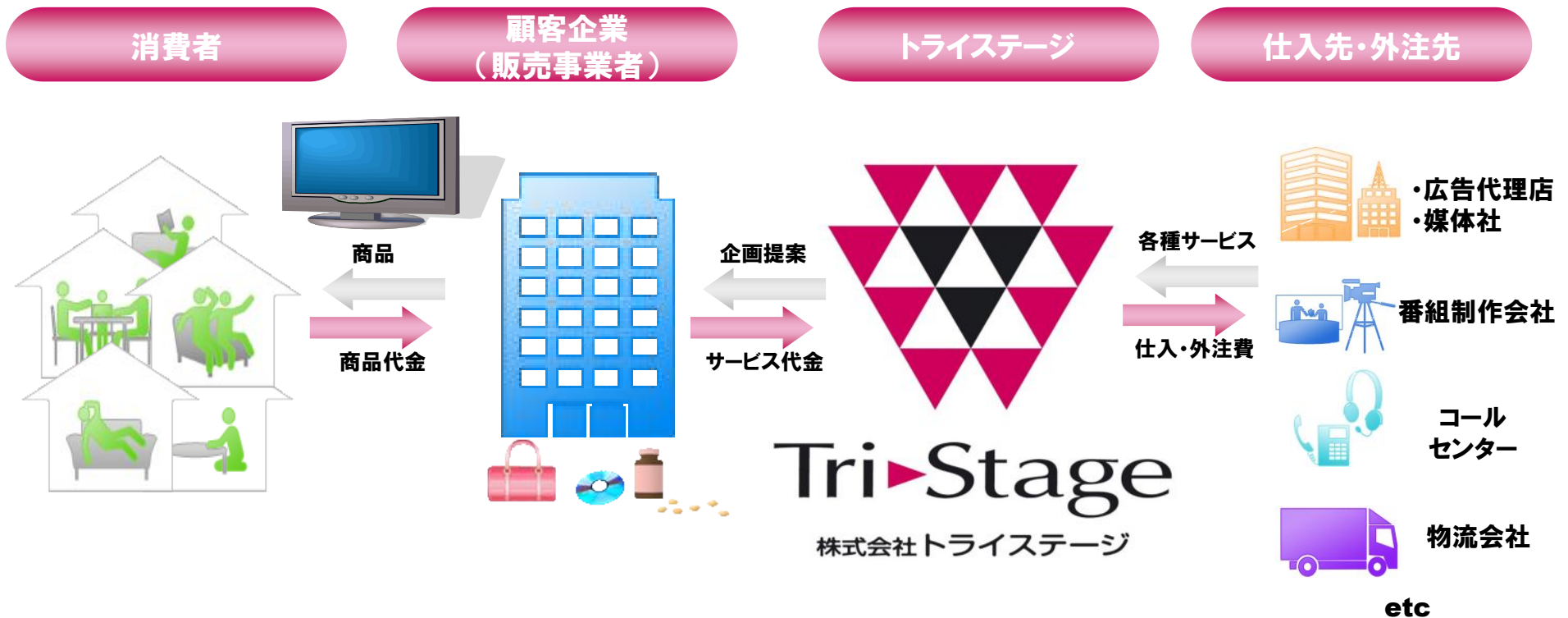
Innovation

## ダイレクトマーケティング事業に必要な多機能をトータルで提供

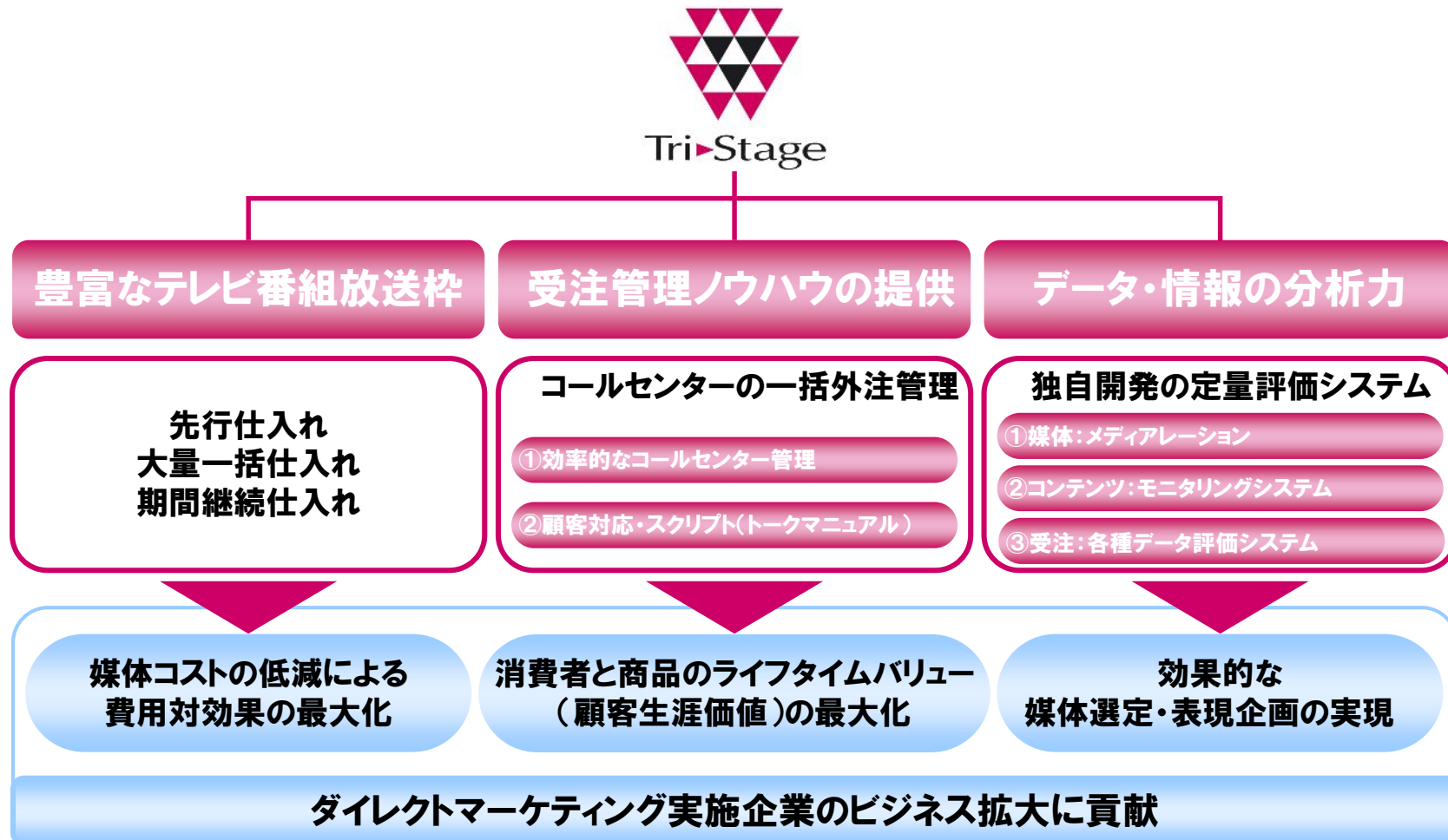


# 当社のビジネスモデル

テレビ通販に必要なサービスを仕入先・外注先から仕入・外注し  
当社独自ノウハウを加え 顧客企業のダイレクトマーケティング事業を総合的に支援



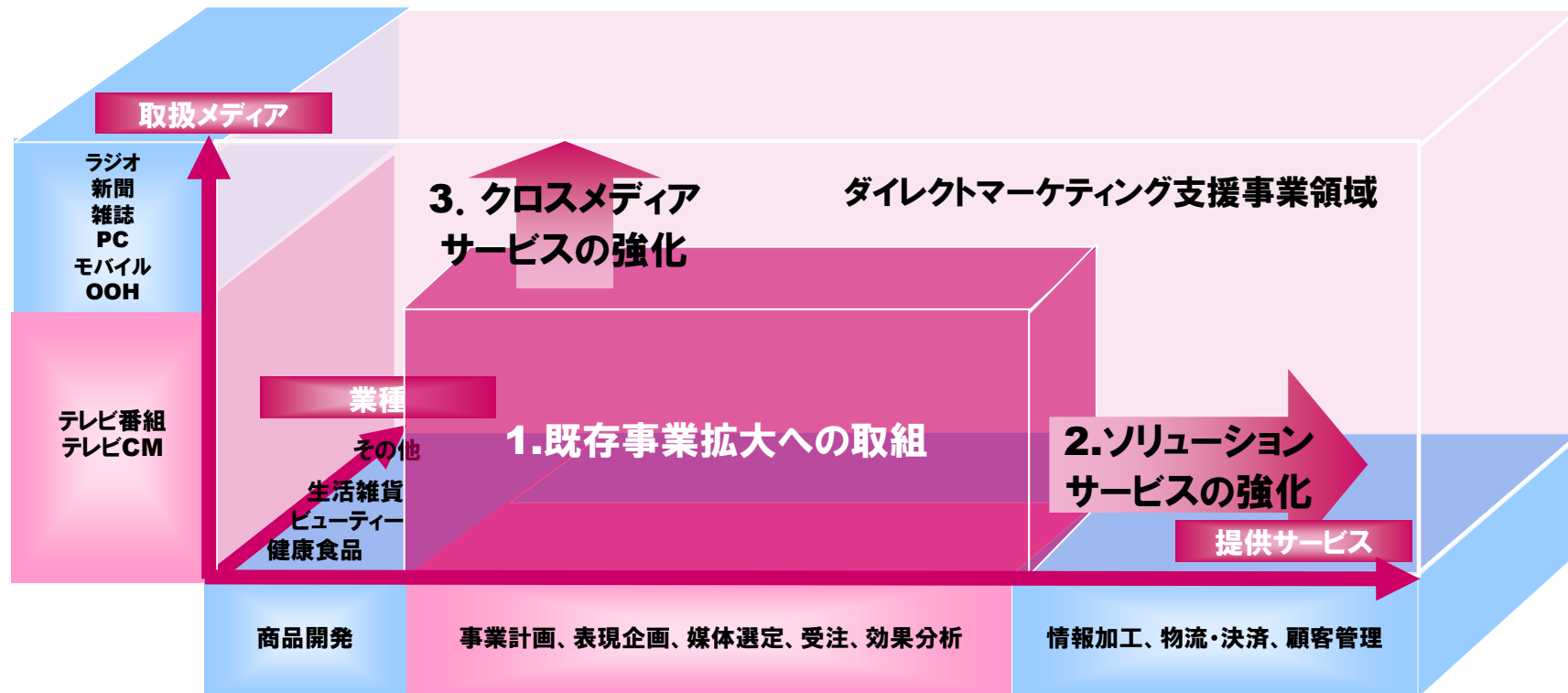
## データ分析に基づくトータルソリューションの提供



# 第2フェーズの戦略

今期も引き続き中期事業戦略第2フェーズを中心と位置づけ事業展開する  
第2フェーズにおいては テレビ通販支援を中心とした既存事業の拡大  
及びダイレクトマーケティング支援の事業領域を拡大し  
ダイレクトマーケティング支援において圧倒的No.1の確保を目指す

## 第2フェーズの戦略概念図



# 【資料更新】地上波テレビ通販の番組放送枠に対する当社シェア Tri-Stage

当社の地上波のテレビ通販の番組放送枠の市場シェアは、30%強であり  
他BS/CS/CMも含めテレビ通販の番組枠はまだまだあり、さらなる**シェアの拡大**は見込める

## 地上波のテレビ通販の番組放送枠

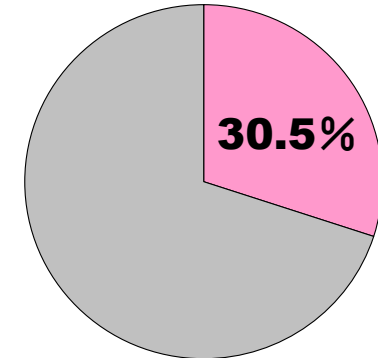
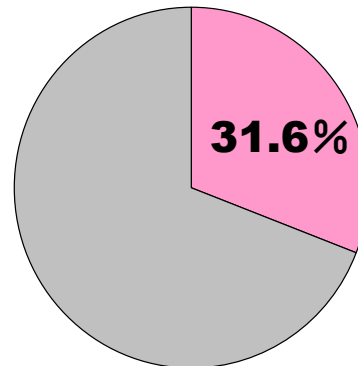
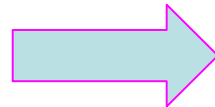
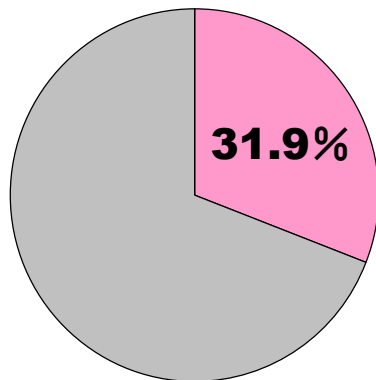
3分 4分 14分  
29分 54分 等

 当社シェア       他社シェア

2011年3月末

2011年6月末

2011年9月末



出所:当社調べ 2010年8月、12月  
2011年3月の無作為3週間平均

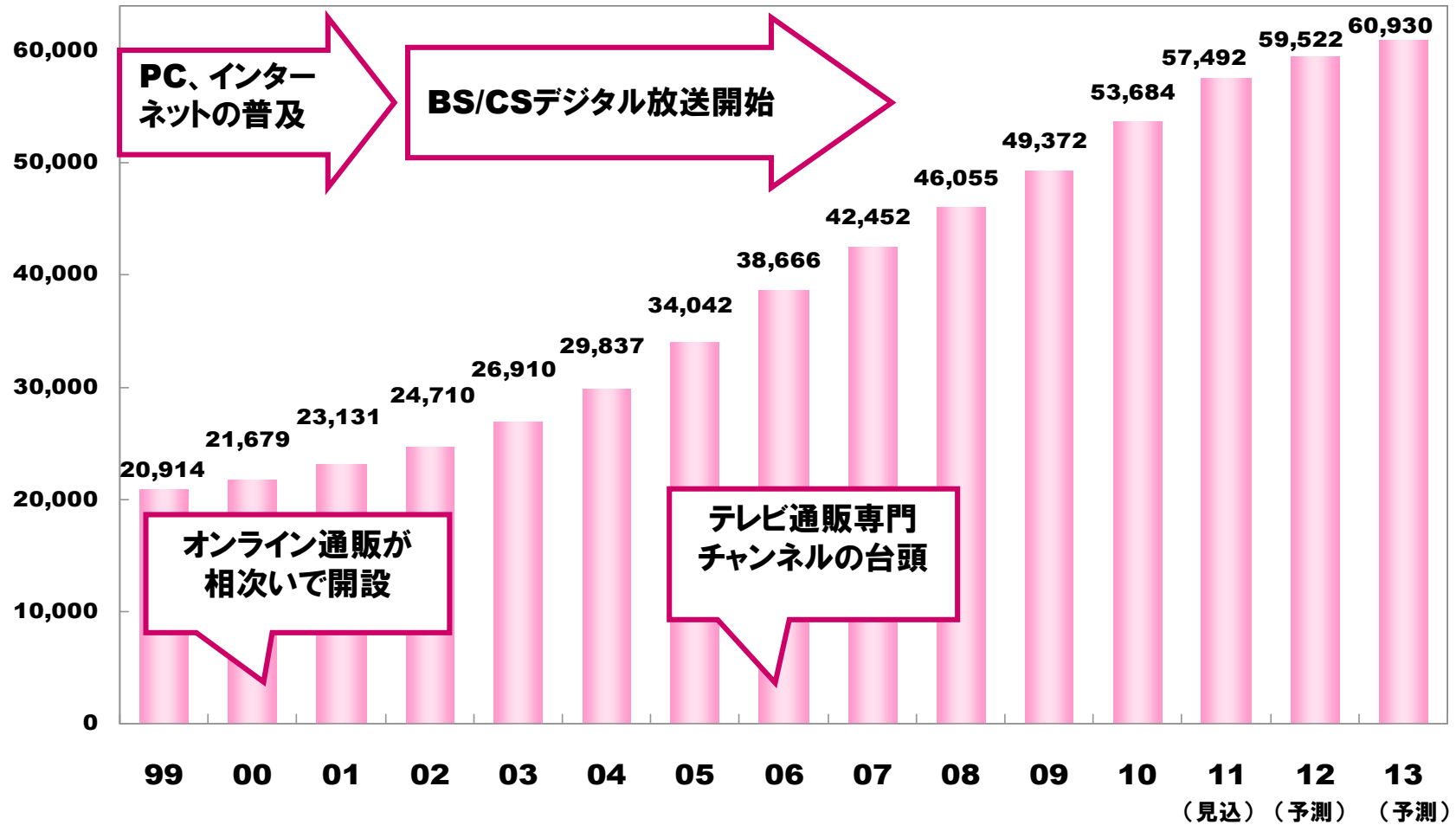
出所:当社調べ 2010年12月、2011年  
3月、6月の無作為3週間平均

出所:当社調べ 2011年3月、6月、  
9月の無作為3週間平均

# 【資料更新】ダイレクトマーケティング市場(物販)の動向

**2012年度の通販市場(物販)は 約6兆円を予測  
右肩上がりの拡大基調が続くと予想される。**

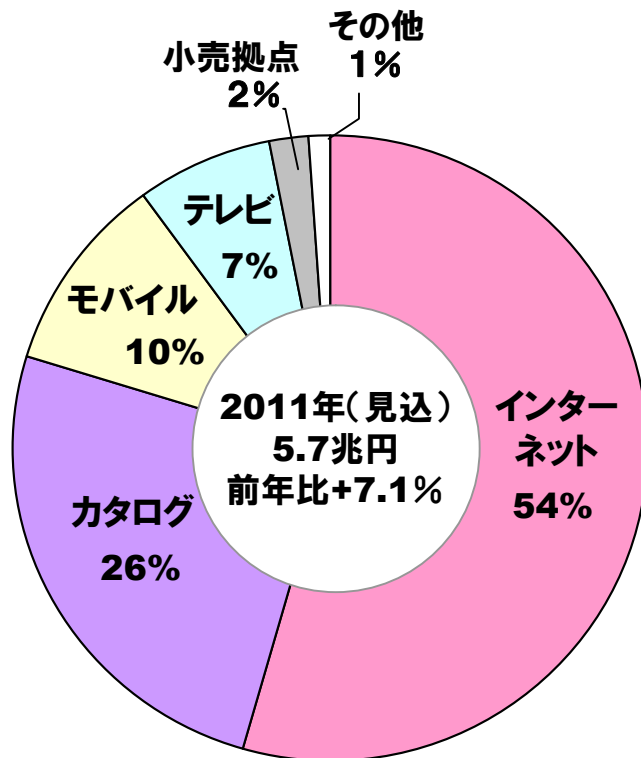
(億円)



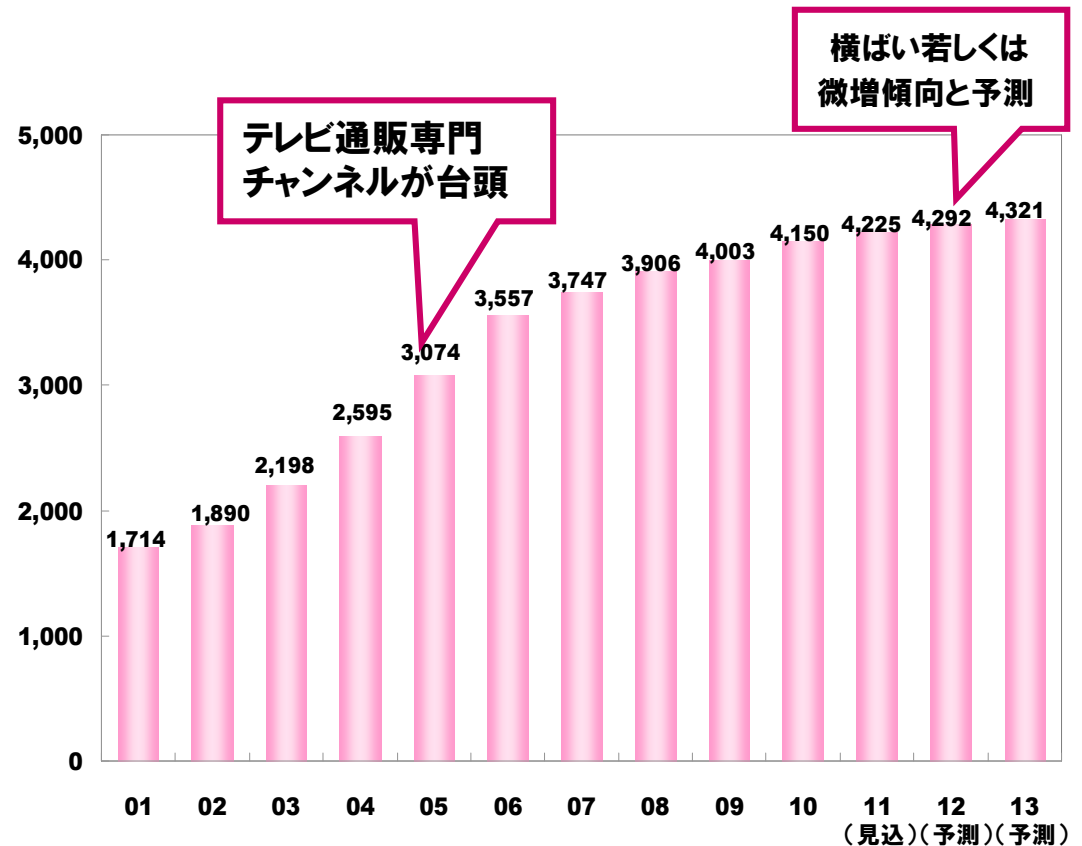
# 【資料更新】テレビ通販市場の動向

インターネット通販、テレビ通販、モバイル通販が売上を拡大  
 テレビ通販市場は堅調に推移

【メディア別シェア】



【テレビ通販市場の推移】



通販市場の成長は続くのか？

・消費者の消費行動は、屋外消費から屋内消費へとシフトしつつあり、ダイレクトマーケティング市場の成長率は鈍化傾向にあるものの、堅調に推移していくと見込まれます。

新たな競合企業が出てくる可能性は？

・現在、完全競合企業と認識し得る企業は見当りません。  
・今後については可能性は否定できないものの、当社は長年の経験に基づくノウハウを保持しており、また今後もスキルNo.1を堅持するべく切磋琢磨していくため、当社の優位性(シェア、スキル、ノウハウ、人材等)は揺るがないと考えております。

顧客企業の売上の立て方は？

・①提供サービスにより発生した費用に、顧客企業の売上等の成果に応じ販売価格を変動させ決定するもの、②提供サービスにより発生した費用に一定の手数料を上乗せて販売するもの、③顧客企業の売上に一定の料率を乗じて販売するもの、の3種類の方法があります。

クロスメディア化の推進で、業績はどのように変化するか？

・クロスメディア化のメリットは、①新たな市場、顧客の獲得による業績の拡大、②クロスセルによる売上の相乗的増加、③業績の変動リスクの低減であります。クロスメディア化により、業績の拡大とリスクの低減の両方が達成できると考えます。

今後の増員(コンサルタント)計画、投資計画(資金ニーズ)は？

・毎年積極的に新卒採用及び中途採用を行い、年齢層の平準化を図ってまいります。  
・社内システムへの投資、クロスメディア展開の推進等、事業拡大のための投資を行ってまいります。



The screenshot shows the IR information page of the Tri-Stage website. At the top, there is a navigation bar with links for Home, News, Services, Company Information, IR Information, and Employment Information. The main content area is titled 'IR情報' and includes a search bar, a list of IR-related links (e.g., Management Policy, Financials, IR Resource Room), and a section for the latest financial results. A sidebar on the right contains a 'お問い合わせ' (Contact Us) button and a '株価情報' (Stock Price Information) section showing the current stock price of 899.

**担当** 株式会社トリステージ  
経営管理部

**所在地** 〒105-0011  
東京都港区芝公園2-4-1 B館4階

**TEL** 03-5402-4111

**URL** <http://www.tri-stage.jp/>

トリステージ

検索

検索

**本資料に記載されております当社の将来の業績に関わる見通しにつきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社が独自に予測したものであり、リスクや不確定な要素を含んでおります。従いまして、見通しの達成を保証するものではありません。**

**当社の内部要因や、当社を取り巻く事業環境の変化等の外部要因が直接的又は間接的に当社の業績に影響を与え、本資料に記載した見通しが変わる可能性があることをご承知おき願います。**