



Tri▶Stage

株式会社トリスステージ

# 2009年2月期中間決算説明会

2008年10月2日

証券コード: 2178

URL: [www.tri-stage.jp/](http://www.tri-stage.jp/)



# 目次

---

1. 会社概要、特長と強み
2. 09年2月期中間決算の概要
3. 09年2月期の見通しと今後の戦略
4. 参考資料



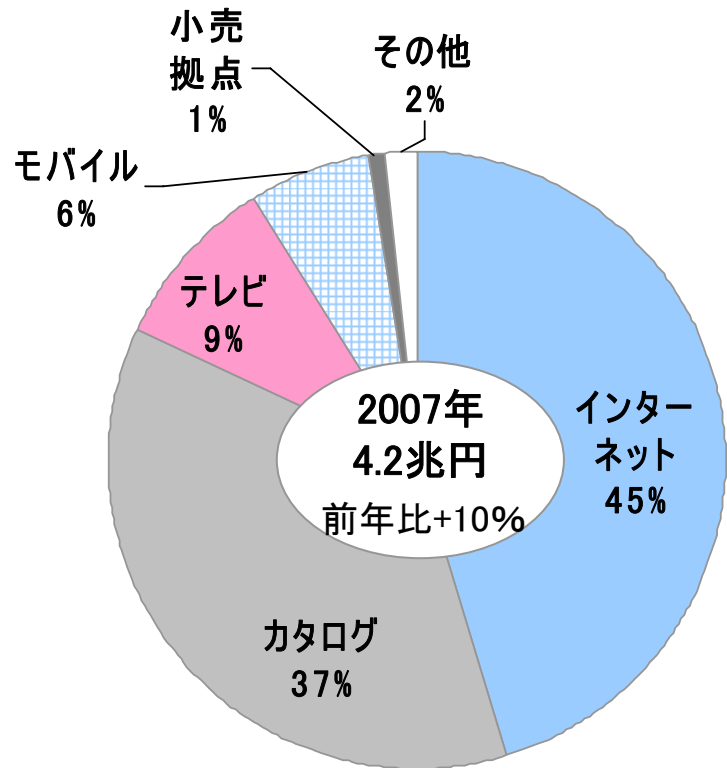
- 
- 1. 会社概要、特長と強み**
  2. 09年2月期中間決算の概要
  3. 09年2月期の見通しと今後の戦略
  4. 参考資料



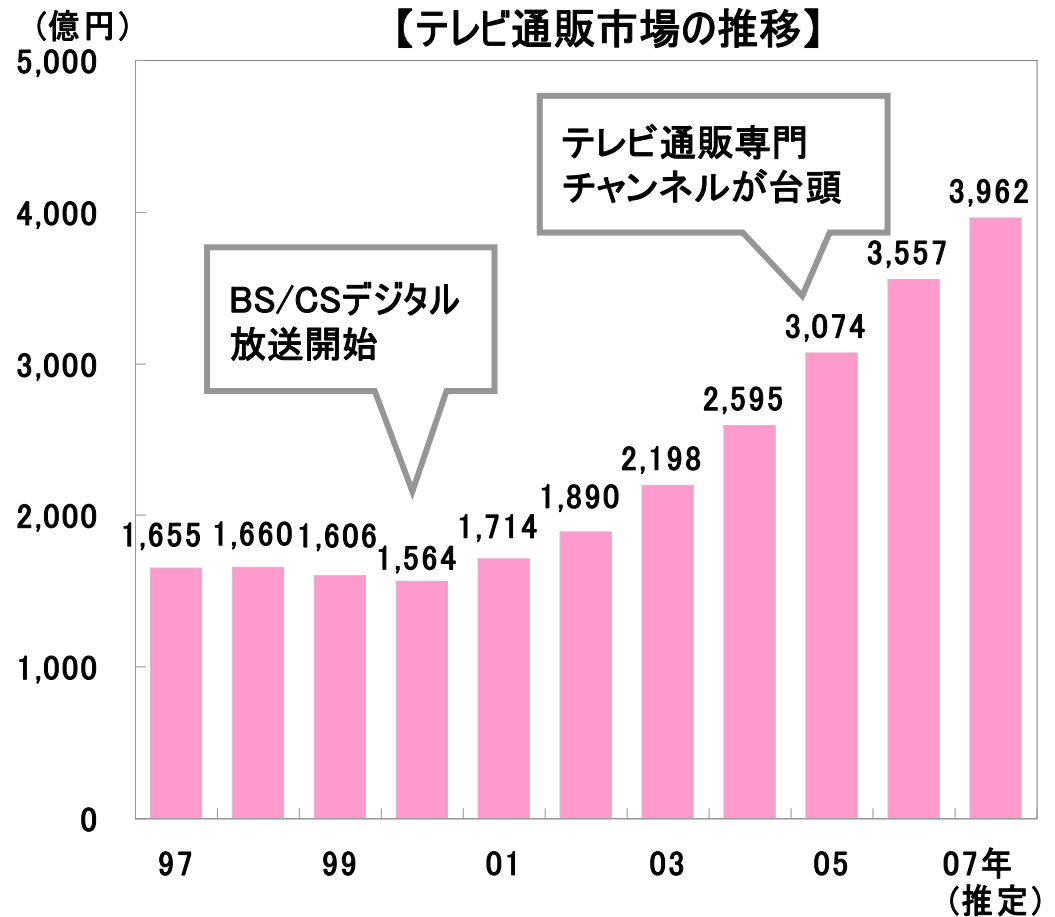
# ダイレクトマーケティング市場は4.2兆円

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

【メディア別シェア】



【テレビ通販市場の推移】



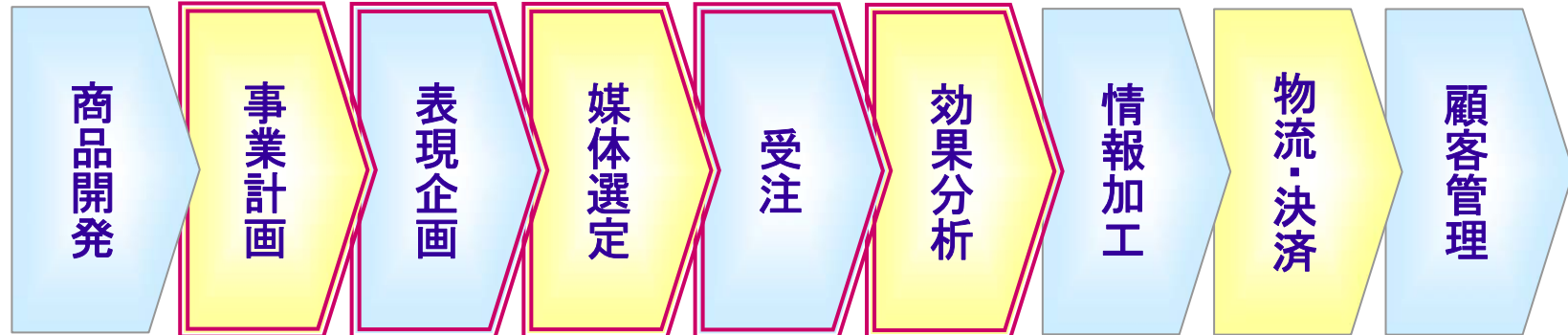
出所：「通販・e-コマースビジネスの実態と今後 2007-2008 市場編」2007年11月 株式会社富士経済



# 事業領域

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

## ダイレクトマーケティングのバリューチェーン



ソリューションメニュー例  
当社が提供する

- 商品選定
- 価格設定

- 事業戦略立案
- 事業計画立案

- コンセプト設定
- 表現物制作

- 出稿計画立案
- メディア枠提供

- 受注管理
- 受注方法設定

- 媒体効率分析
- 事業将来予測

- 受注データ加工
- 配送データ加工

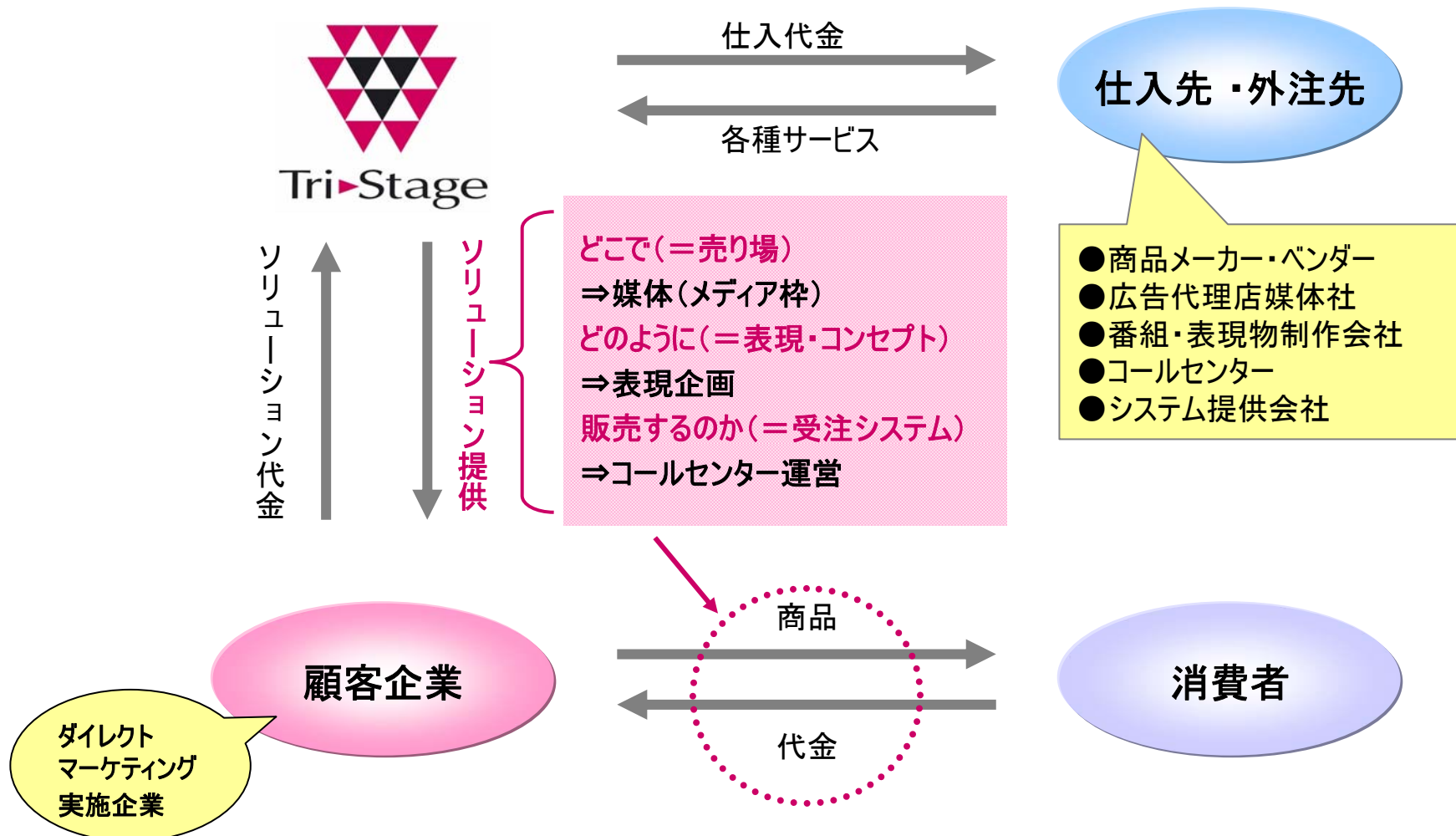
- 配送方法設定
- 代金回収方法設定

- 顧客満足度向上策立案
- 継続販売計画立案



# 当社のビジネスモデル

独立系の強みを活かし、カスタマイズ・サービスを提供





# 競争優位性の源泉(強み)

データ分析に基づくトータルソリューションの提供



Tri-Stage

豊富なテレビ番組放送枠

先行仕入れ  
大量一括仕入れ  
期間継続仕入れ

媒体コストの低減による  
費用対効果の最大化

受注管理ノウハウの提供

コールセンターの一括外注管理

- ①効率的なコールセンター管理
- ②顧客対応・スクリプト(トークマニュアル)

消費者と商品のライフタイムバリュー  
(顧客生涯価値)の最大化

データ・情報の分析力

独自開発の定量評価システム

- ①媒体:メディアレーション
- ②コンテンツ:モニタリングシステム

効果的な  
媒体選定・表現企画の実現

ダイレクトマーケティング実施企業のビジネス拡大に貢献



- 
1. 会社概要、特長と強み
  - 2. 09年2月期中間決算の概要**
  3. 09年2月期の見通しと今後の戦略
  4. 参考資料



# 2009年2月期中間決算の総括

## 収益性が向上し、業績上方修正を発表

(百万円、%、%ポイント)

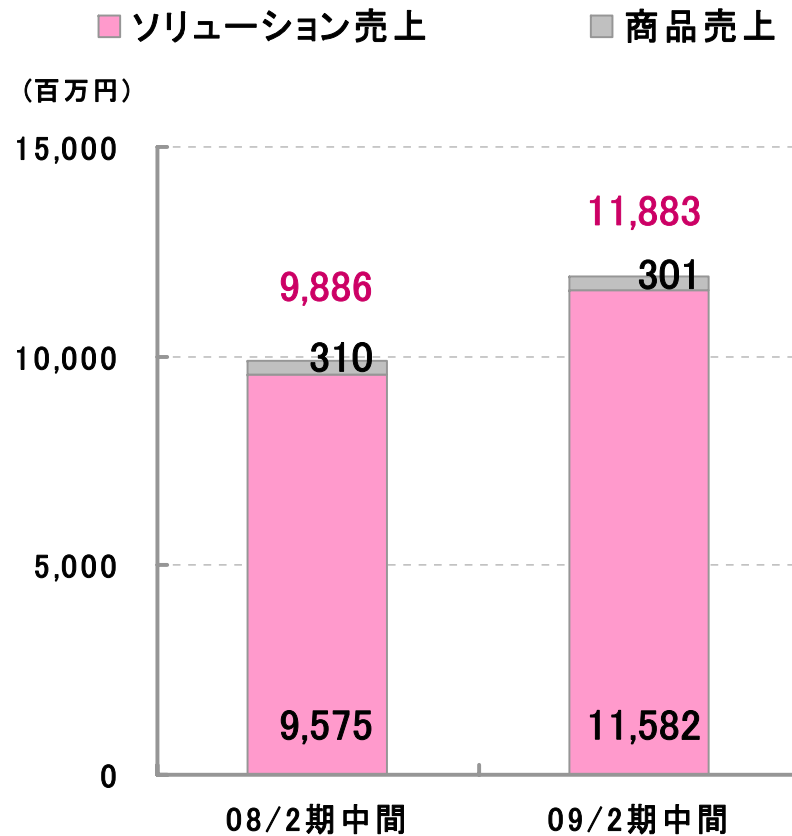
	08/2期中間 (実績)	09/2期中間 (実績)	増減	伸び率	09/2期中間 (計画)	対計画比
売上高	9,886	11,883	+1,997	+20.2	11,852	+0.3
売上総利益	726	1,443	+717	+98.8	1,282	+12.5
売上総利益率	7.3	12.1	+4.8%P	-	10.8	+1.3%P
営業利益	351	982	+630	+179.3	771	+27.3
営業利益率	3.6	8.3	+4.7%P	-	6.5	+1.8%P
経常利益	348	953	+605	+173.9	738	+29.0
経常利益率	3.5	8.0	+4.5%P	-	6.2	+1.8%P
中間純利益	198	554	+355	+178.6	428	+29.3
中間純利益率	2.0	4.7	+2.7%P	-	3.6	+1.0%P

※ 計画値は08年8月7日公表数字、9月18日に業績修正を発表



# セグメント別売上高の推移

売上高が続伸し、前年同期比20.2%増



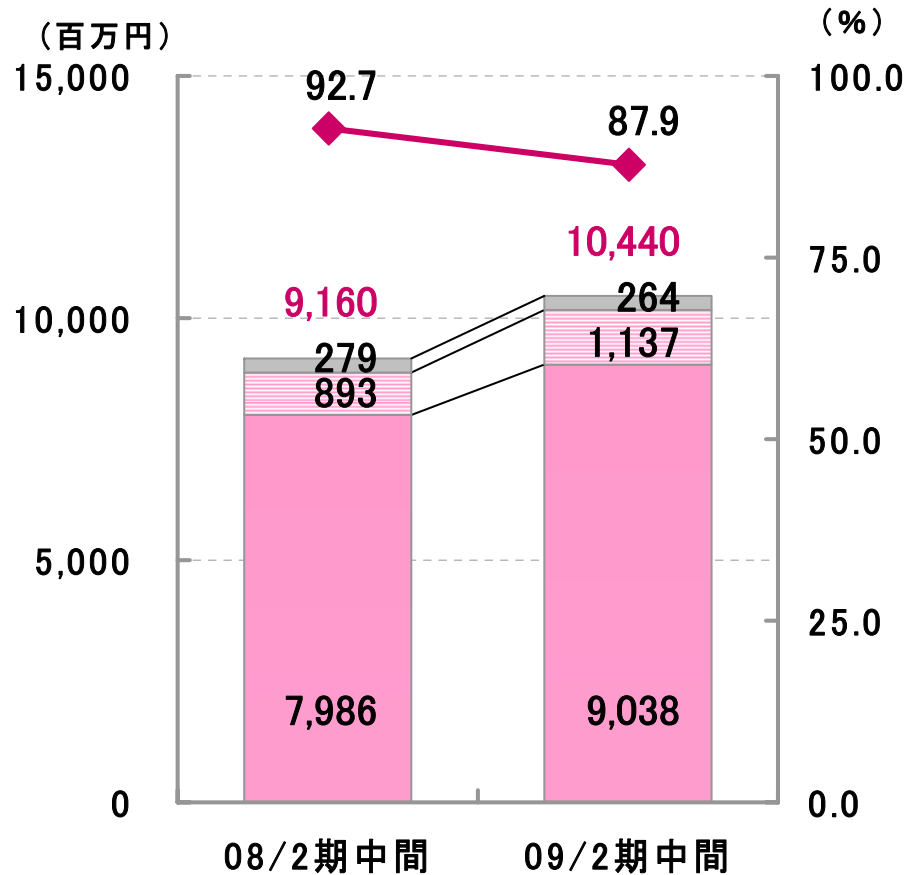
- ソリューション売上
  - ・前年同期比 +21.0%
  - ・メディア枠の提供、コールセンターオペレーションの取扱が続伸
- 商品売上
  - ・同  $\Delta$ 3.2%
  - ・ソリューション提供の一環業務であり、ほぼ計画ラインで推移



# 売上原価の動向

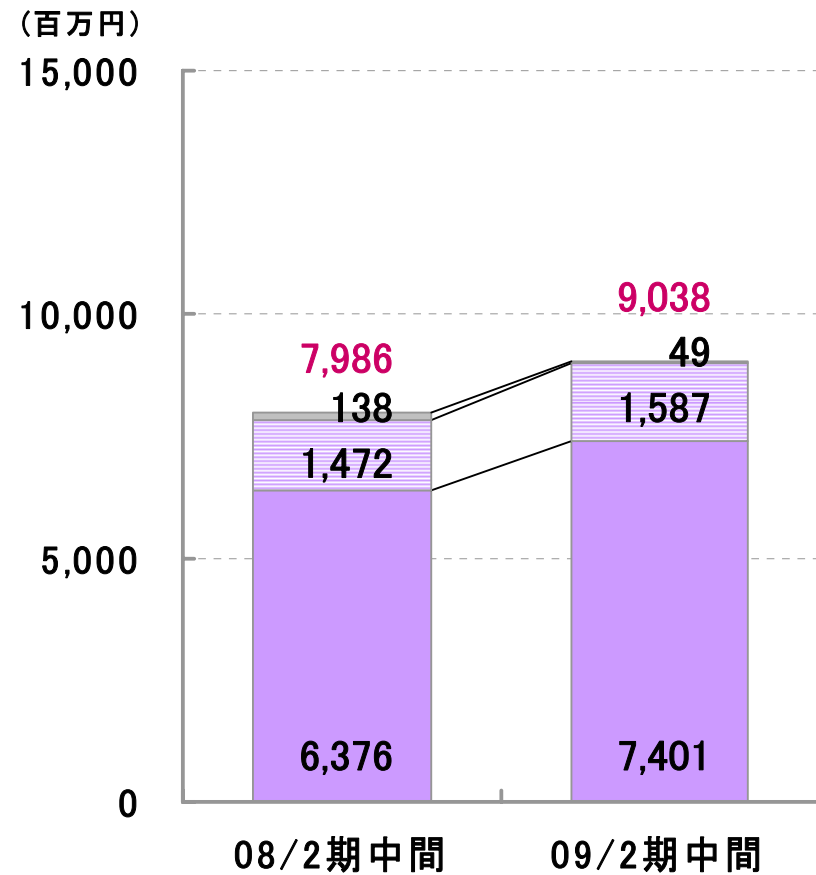
## 売上原価

- 媒体費
- 外注費
- 商品売上原価
- 売上原価率



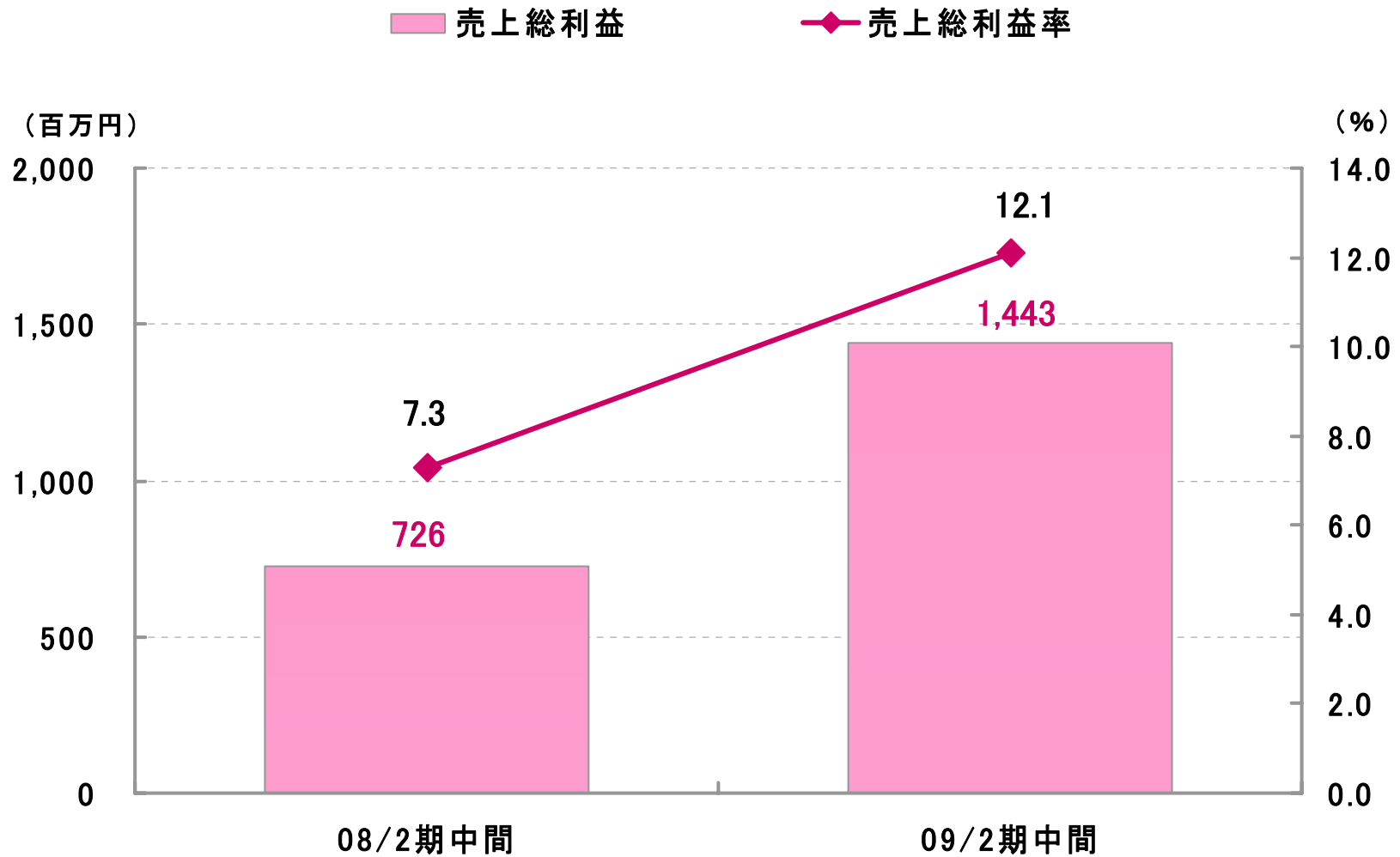
## 媒体別仕入れ状況

- テレビ(番組)
- テレビ(CM)
- その他



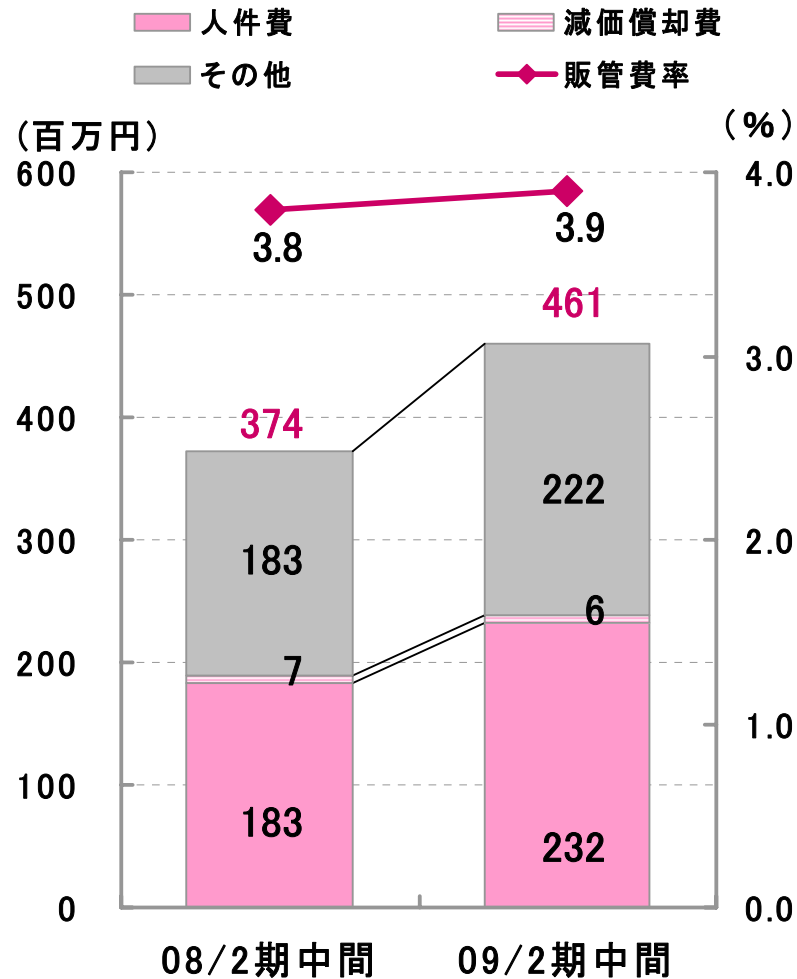


# 売上総利益の動向





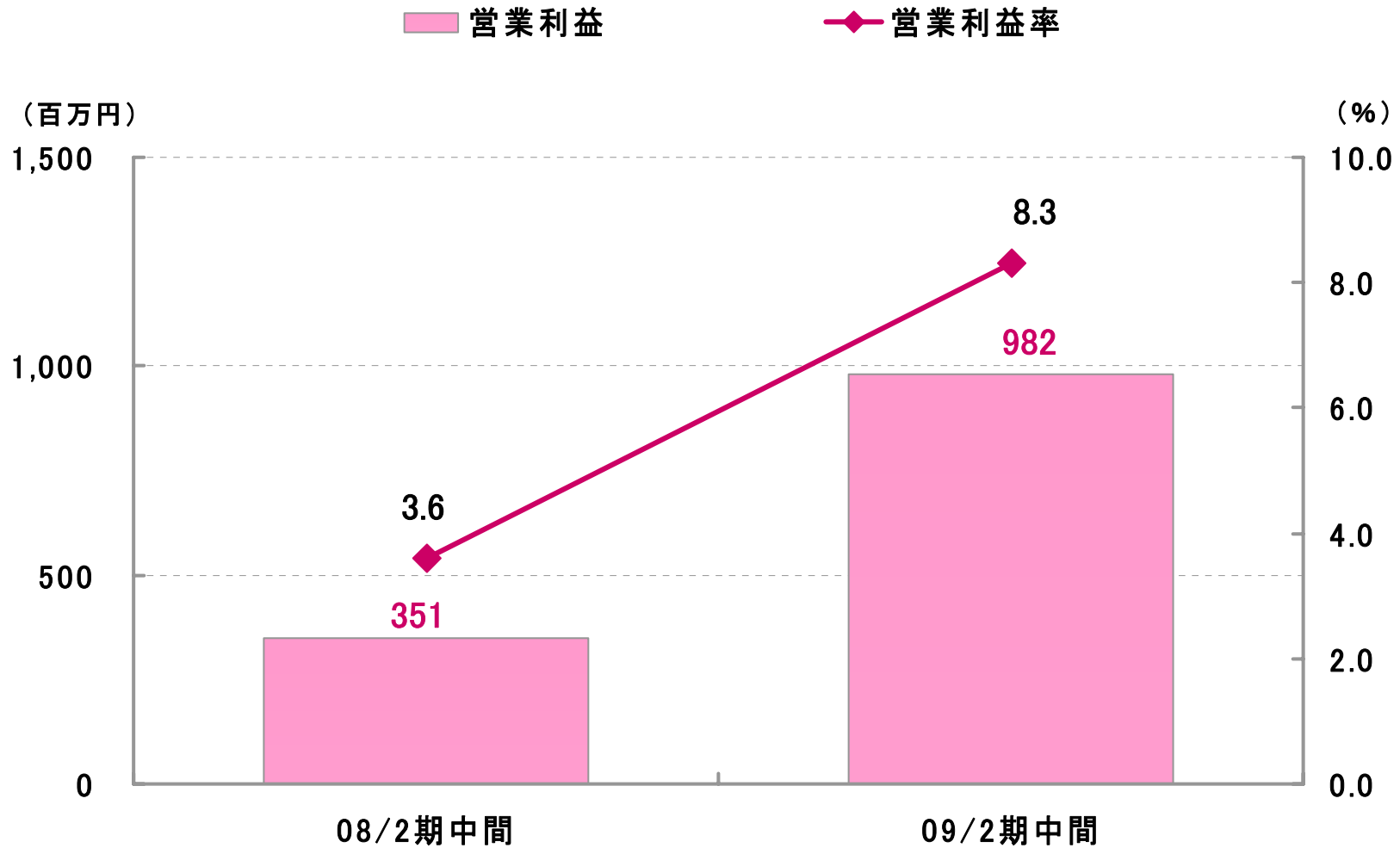
# 販売管理費の動向



- 人件費等
  - ・前年同期比 +26.5%
  - ・新卒、中途採用の活発化による人員増
- その他
  - ・同 +21.2%
  - ・人員増による諸経費の増加
  - ・広告宣伝費、租税公課



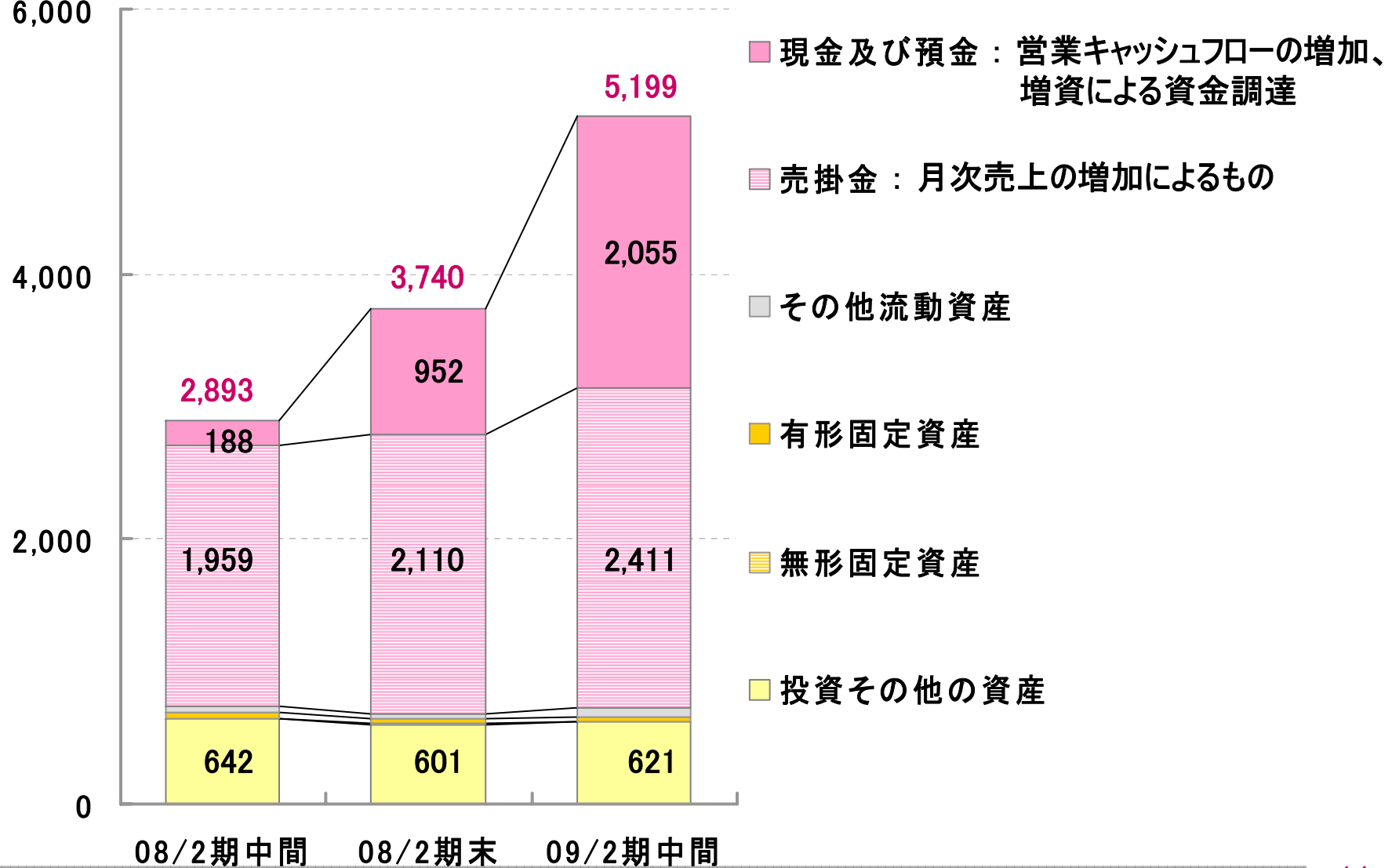
# 営業利益の動向





# 財政状況：資産の部

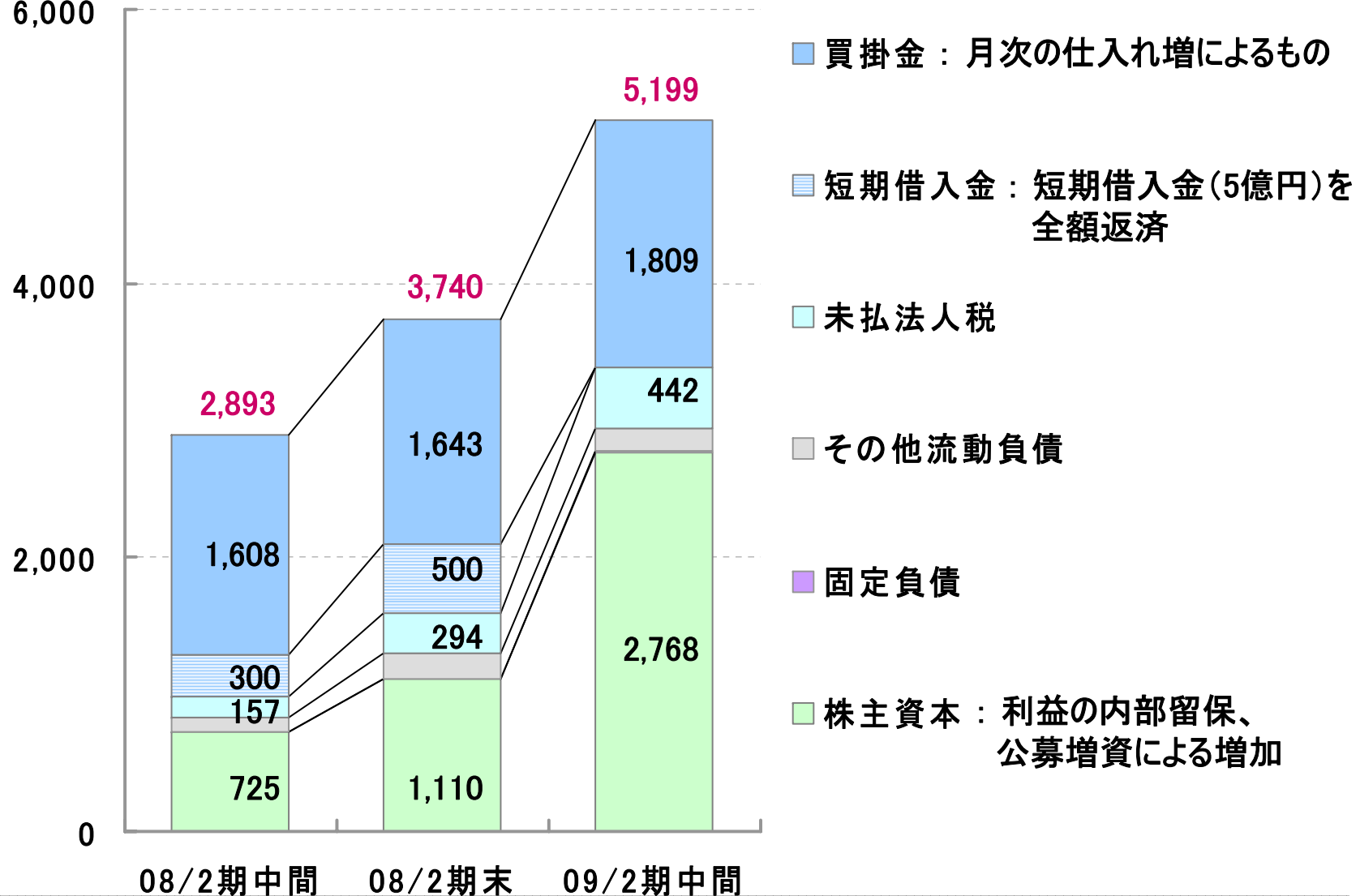
(百万円)  
6,000





# 財政状況：負債・純資産の部

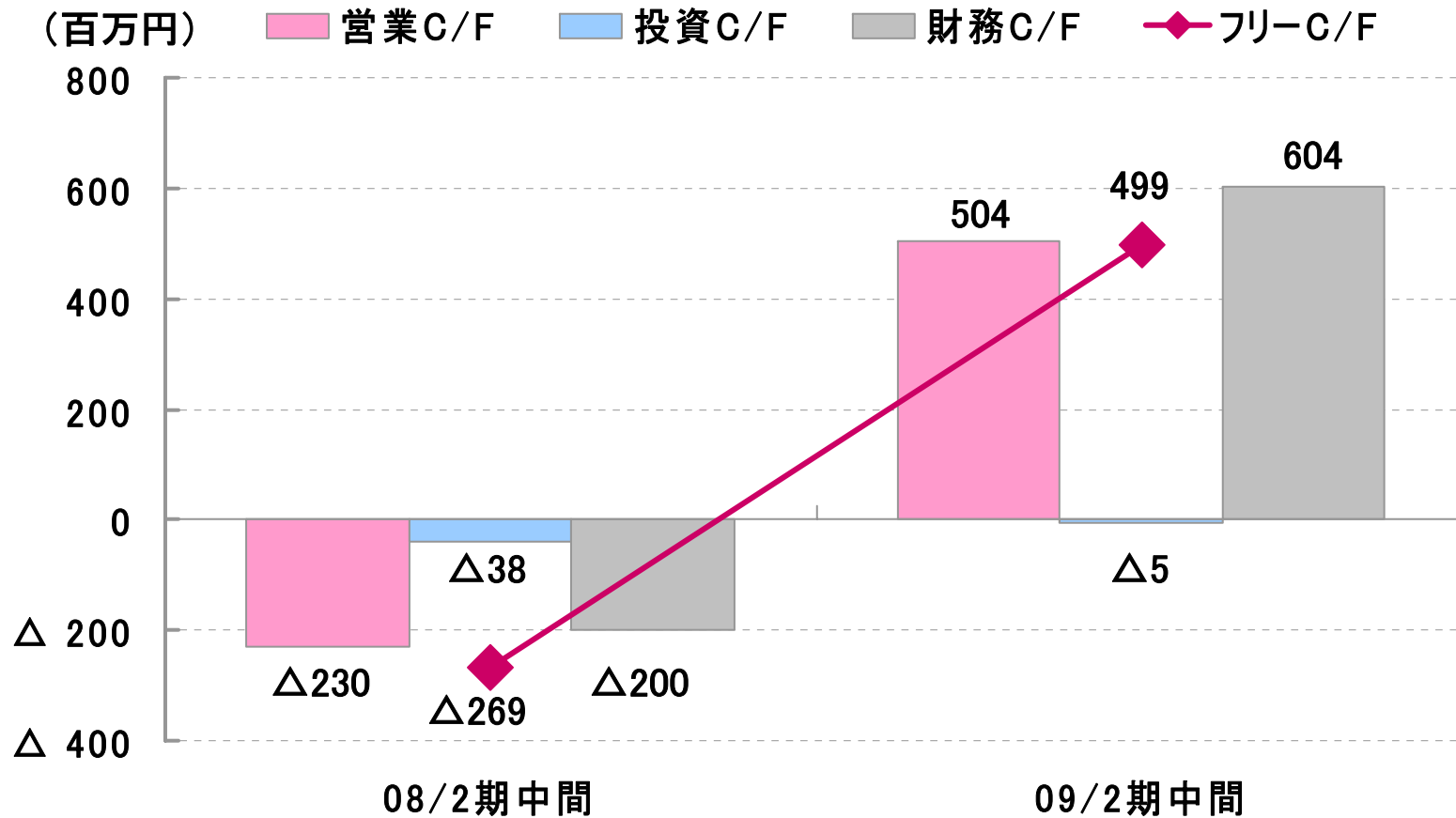
(百万円)  
6,000





# キャッシュ・フロー

## フリーキャッシュ・フローがプラスに好転



※ フリーキャッシュ・フロー = 営業キャッシュ・フロー - 投資キャッシュ・フロー



- 
1. 会社概要、特長と強み
  2. 09年2月期中間決算の概要
  - 3. 09年2月期の見通しと今後の戦略**
  4. 参考資料



# 2009年2月期の業績見通し

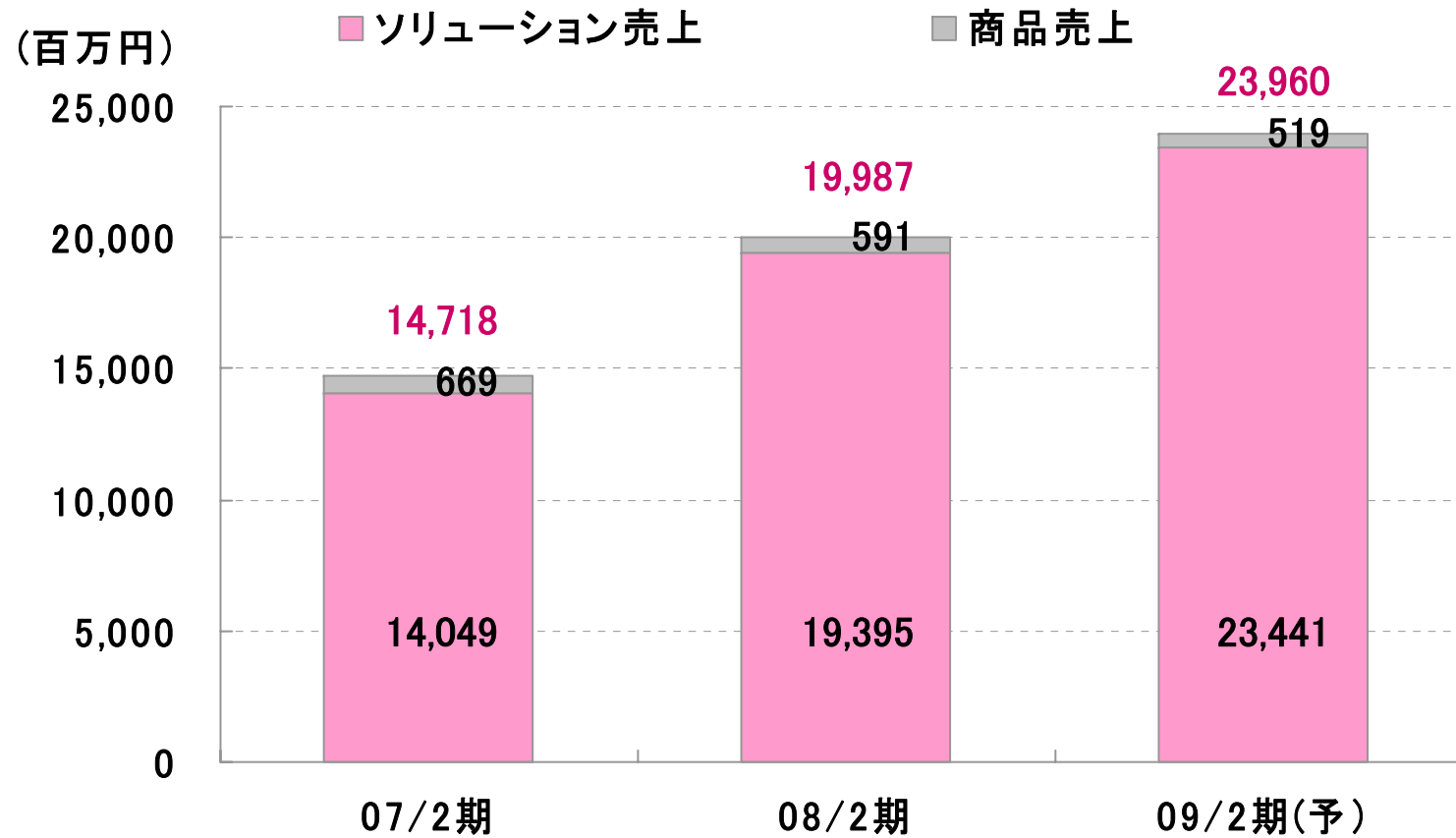
収益性の向上効果により、通期で営業利益は57%増の見通し

(百万円、%、%ポイント)

	08/2期実績	09/2期(予)			増減	伸び率
		上期	下期	通期		
売上高	19,987	11,883	12,077	23,960	3,973	+19.9
売上総利益	1,808	1,443	1,292	2,735	926	+51.2
売上総利益率	9.1	12.1	10.7	11.4	+2.4%P	-
営業利益	1,045	982	660	1,642	597	+57.2
営業利益率	5.2	8.3	5.5	6.9	+1.6%P	-
経常利益	1,039	953	660	1,613	574	+55.3
経常利益率	5.2	8.0	5.5	6.7	+1.5%P	-
当期純利益	584	554	383	937	352	+60.4
当期純利益率	2.9	4.7	3.2	3.9	+1.0%P	-
1株当り 当期純利益	266.96円	248.35円	153.93円	397.30円	-	-



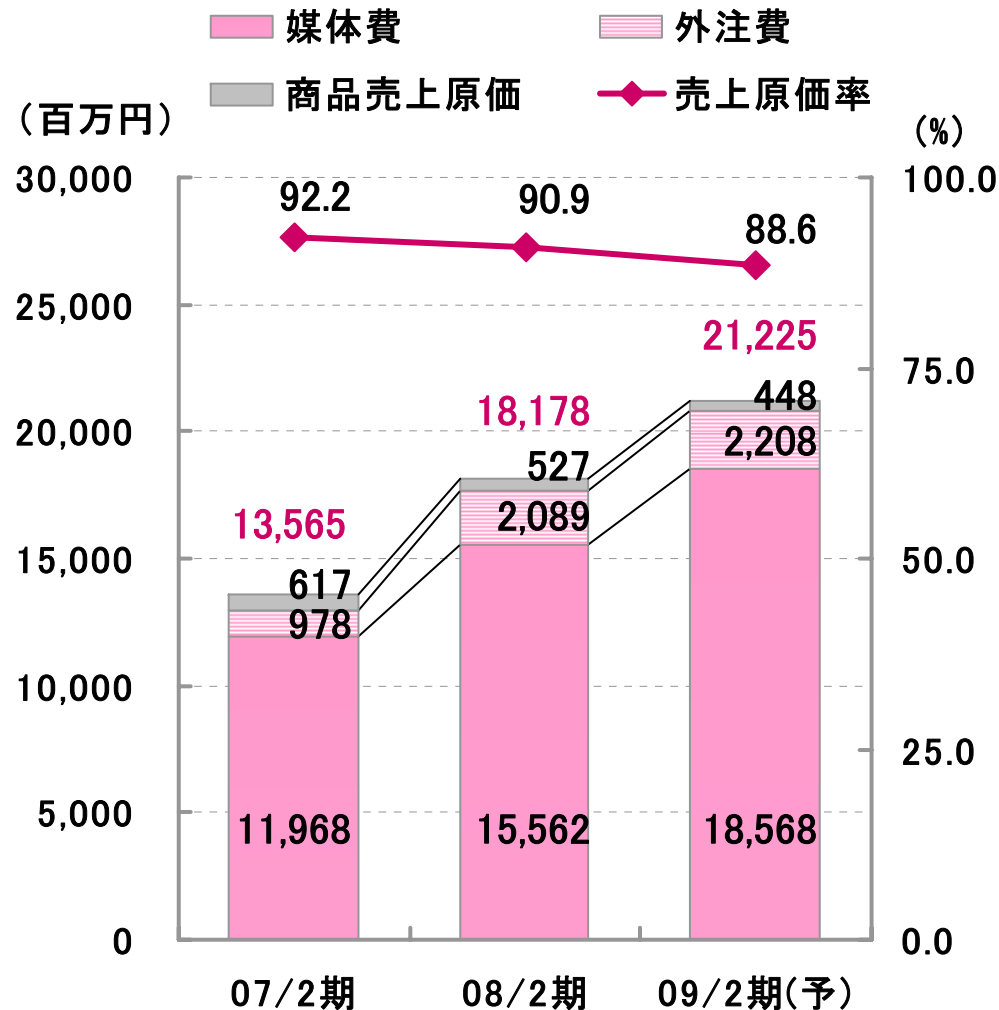
# セグメント別売上高の見通し





# 売上原価の見通し

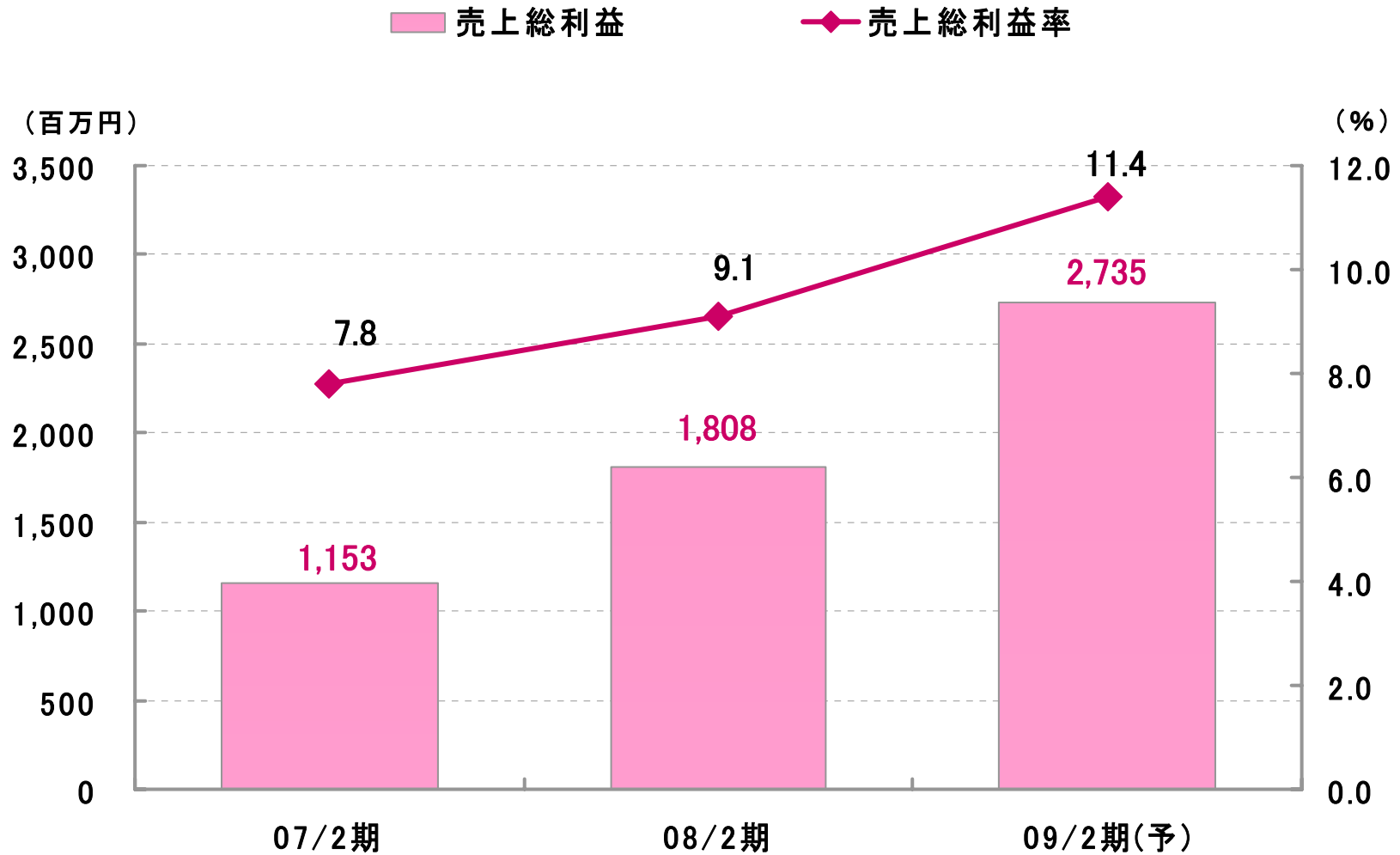
## 売上原価



- 媒体費
  - ・ 前期比 +19.3%
  - ・ 既存および新規顧客企業に対する仕入れ増
  - ・ 仕入れコストの改善により、伸び率は低下
- 外注費
  - ・ 同 +5.7%
  - ・ 顧客企業に対するコールセンターサービスの拡充
- 商品売上原価
  - ・ 同  $\Delta$ 14.9%
  - ・ 積極的な営業展開は行わない



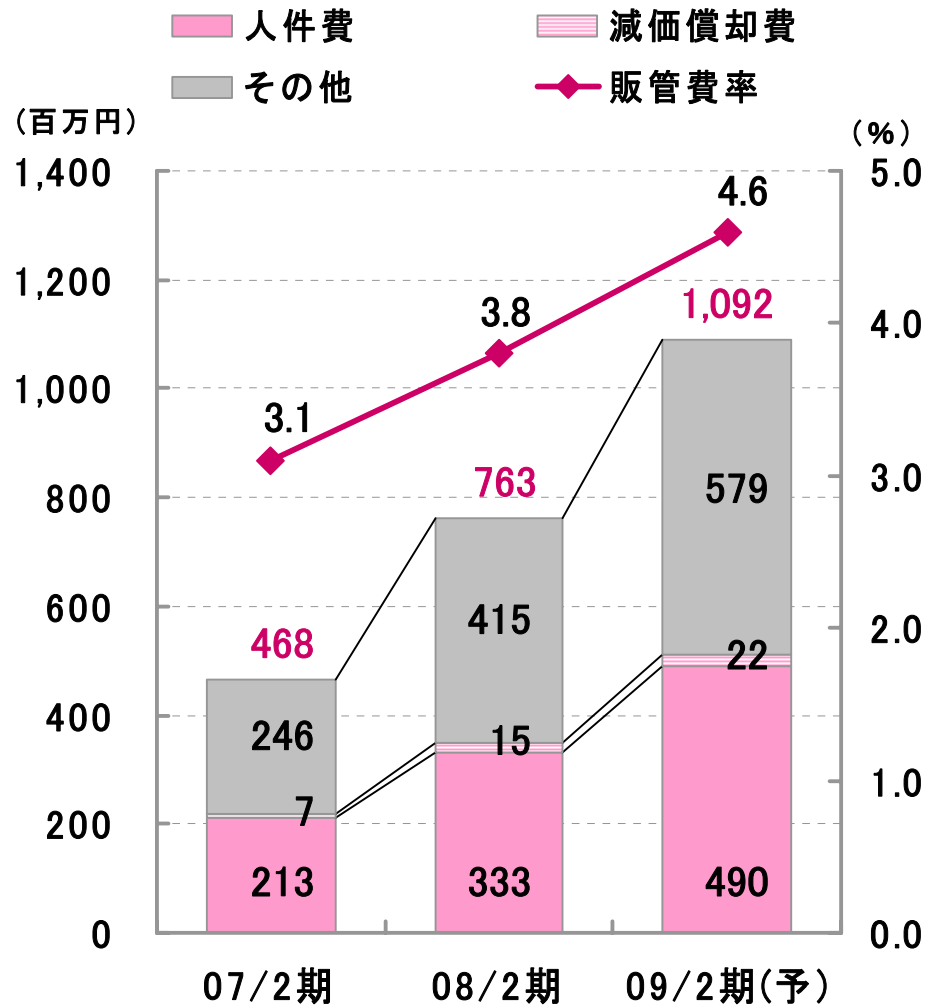
# 売上総利益の見通し





# 販売管理費の見通し

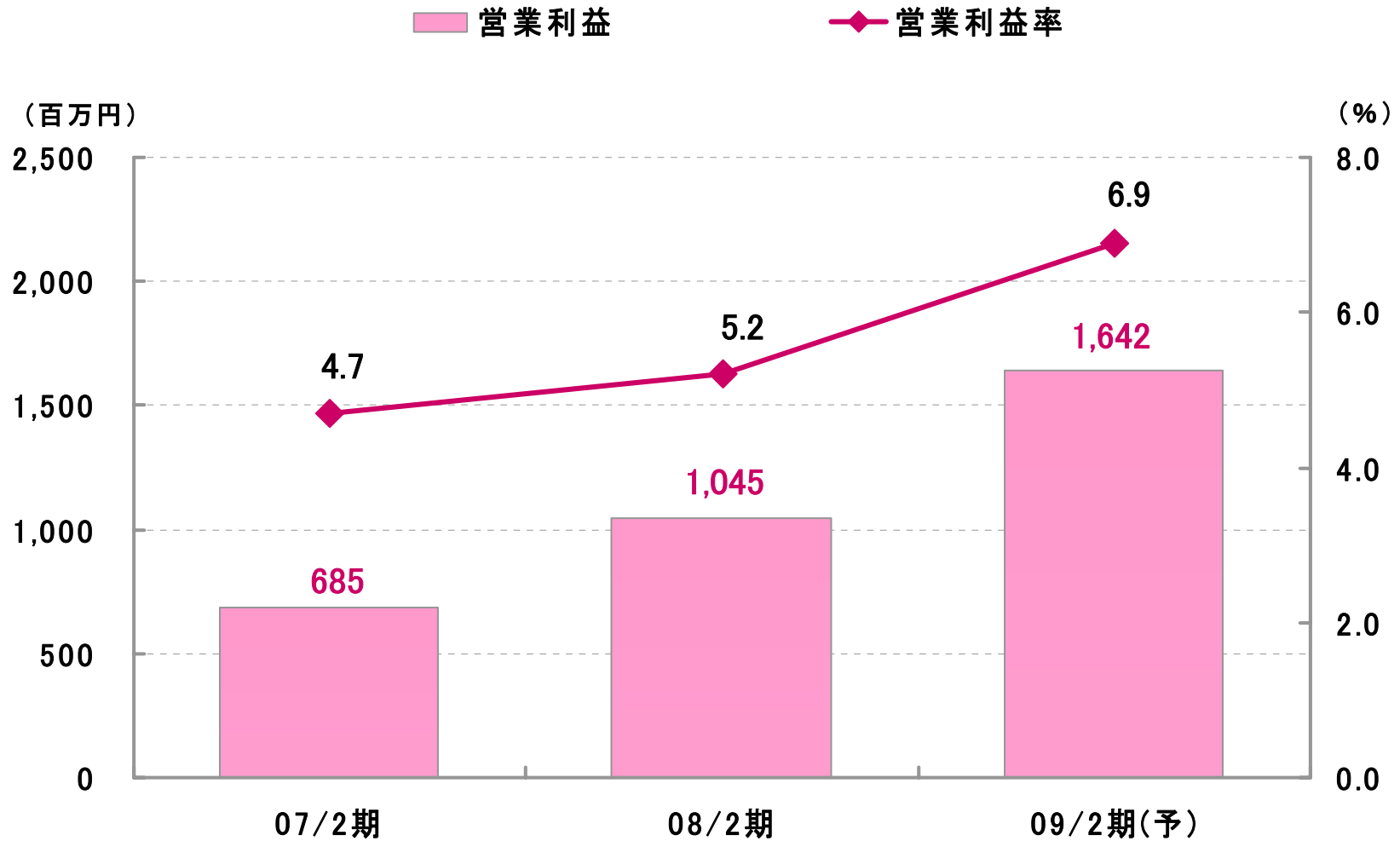
## 販管費



- 人件費
  - ・前年同期比 +47.2%
  - ・営業、メディア仕入れ、コールセンター等のソリューション人員を増加
- その他
  - ・同 +39.5%
  - ・上期から繰り延べになった開発費等の計上
  - ・人員増による諸経費の増加

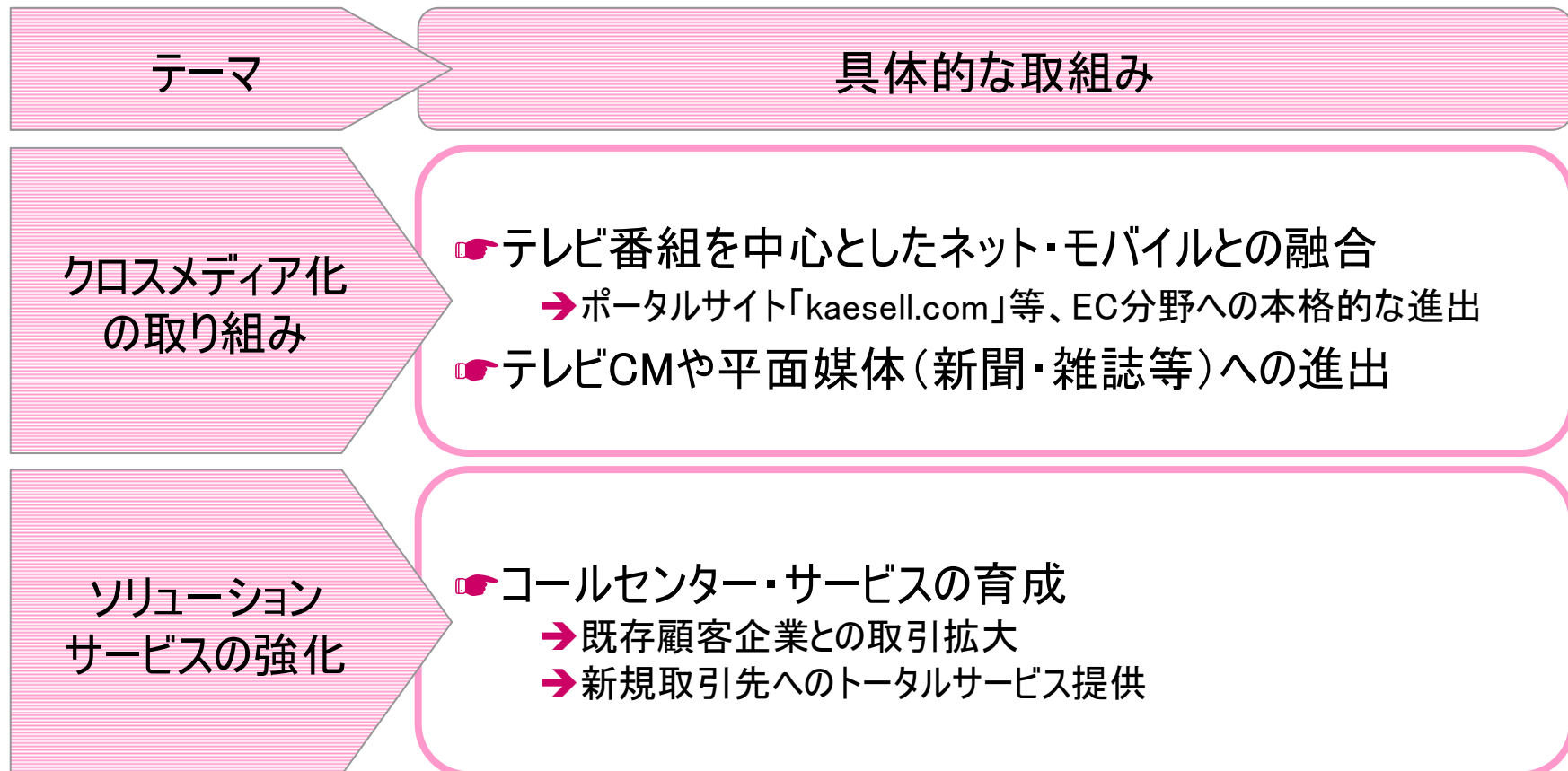


# 営業利益の見通し





# 下期以降の取り組み





# FAQ(よくいただくご質問)

通販市場の成長は続くのか？

- ・ダイレクトマーケティング市場は国内消費が低迷しているなかで増加。特に、テレビ通販においては、食品、美容関連商品など景気動向に左右されにくい商品が多い
- ・2011年の多チャンネル化によるメディア枠の大幅増加も追い風として期待される

新たな競合企業がでてくる可能性は？

- ・現在、完全競合企業と認識し得る企業は見当たらない。
- ・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いる

顧客企業の売上のたて方は？

- ・顧客企業への請求は、①ソリューションサービスにより発生したトータル費用に一定のフィーを上乗せ、②顧客企業の売上に一定の料率を乗じた金額、の2種類の方法がある

クロスメディア化の推進で、業績はどのように変化するのか？

- ・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、である。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る

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を行い、年齢層の平準化を図る
- ・社内システムへの投資、仕入先への営業保証金の差入れ、クロスメディア化の推進等、事業拡大のための投資を行う



1. 会社概要、特長と強み
2. 09年2月期中間決算の概要
3. 09年2月期の見通しと今後の戦略
4. **参考資料**



# 株式会社トライステージ会社概要

- 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、CMO 中村 恭平、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 627百万円(2008年8月末時点)
- 発行済株式数 2,489,300株(2008年8月末時点)
- 従業員数 43名(2008年8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・社是・経営理念

## 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



# 顧客企業との取引規模が拡大中

## 取引規模別 顧客企業数

	08/2期 上期	08/2期 下期	09/2期 上期
5億円以上	3 件	5 件	6 件
2.5億円以上 5億円未満	7 件	7 件	5 件
1億円以上 2.5億円未満	5 件	6 件	7 件
その他	40 件	27 件	27 件
合計	55 件	45 件	45 件



# 本資料の取扱いについて

---

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また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。