



# Tri-Stage

株式会社トリステージ

**2010年2月期第2四半期  
決算説明資料**

**2009年10月1日**

**証券コード: 2178**

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

## 顧客企業のテレビ通販事業拡大を背景に 売上高、営業利益ともに大幅成長

### 1章 2010年2月期 第2四半期実績

#### 第2四半期も引き続き好調を維持し、上半期見通しを達成

第2四半期実績(対前年同期比)		上半期実績(対2009年6月30日公表 上半期見通し)	
売上高	8,258百万円 (増減率+39.6%)	売上高	16,259百万円 (達成率+107.7%)
営業利益	866百万円 (同+96.0%)	営業利益	1,830百万円 (同+124.9%)

### 2章 2010年2月期 進捗状況

#### 2010年2月期通期見通しを上方修正

通期見通し(対2009年6月30日公表 通期見通し)

売上高 34,279百万円 (増減率+10.0%)

営業利益 3,425百万円 (同+29.5%)

### 3章 中期経営計画進捗状況

2010年2月期は、得意分野である既存事業を中心に事業拡大を目指す  
来期以降の成長を見据え、  
「ソリューションサービスの強化」及び「クロスメディア展開の推進」の種まきを実施

## 1章 2010年2月期 第2四半期実績

## 2章 2010年2月期 進捗状況

## 3章 中期経営計画進捗状況

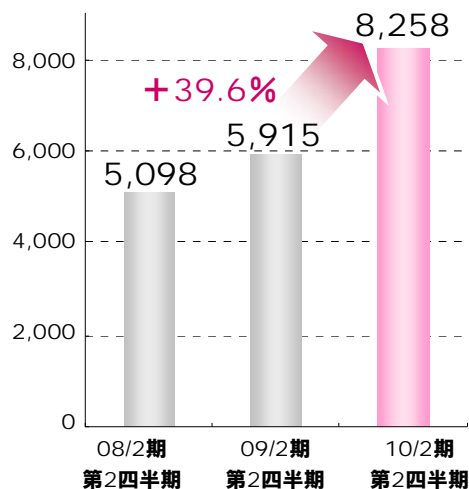
## 参考資料

## 第2四半期業績サマリー①

第2四半期は前年同期に対し大幅に成長  
売上高前年同期比39.6%増、売上総利益同65.7%増、営業利益同96.0%増

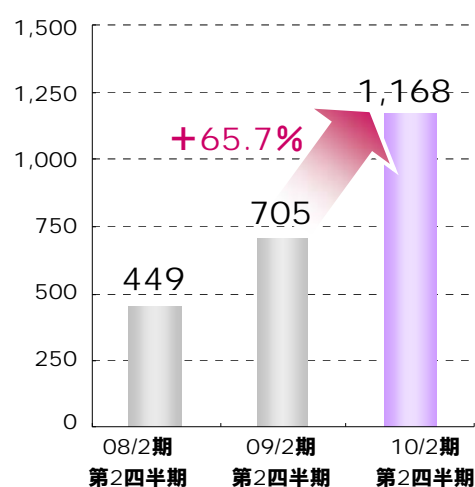
### 売上高

(単位:百万円)



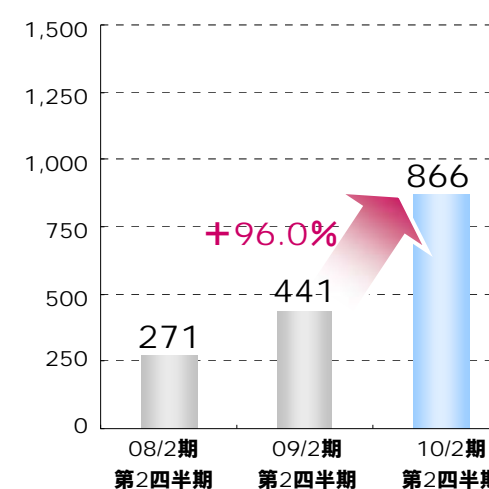
### 売上総利益

(単位:百万円)



### 営業利益

(単位:百万円)



## 第2四半期業績サマリー②

第2四半期は前年同期に対し大幅に成長  
 売上高前年同期比39.6%増、売上総利益同65.7%増、営業利益同96.0%増

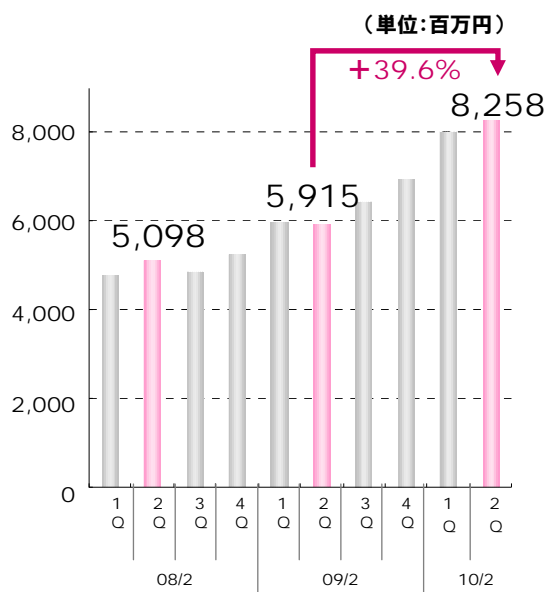
(単位:百万円)

	09/2期 第2四半期 (実績)	10/2期 第2四半期 (実績)	差額	増減率
<b>売上高</b>	5,915	8,258	+2,343	+39.6%
<b>売上原価</b> (売上比)	5,210 (88.1%)	7,090 (85.9%)	+1,880	+36.1%
<b>売上総利益</b> (売上比)	705 (11.9%)	1,168 (14.1%)	+463	+65.7%
<b>販管費</b> (売上比)	263 (4.5%)	302 (3.7%)	+39	+14.9%
<b>営業利益</b> (売上比)	441 (7.5%)	866 (10.5%)	+424	+96.0%
<b>経常利益</b> (売上比)	417 (7.1%)	866 (10.5%)	+449	+107.6%
<b>当期純利益</b> (売上比)	246 (4.2%)	510 (6.2%)	+264	+107.6%

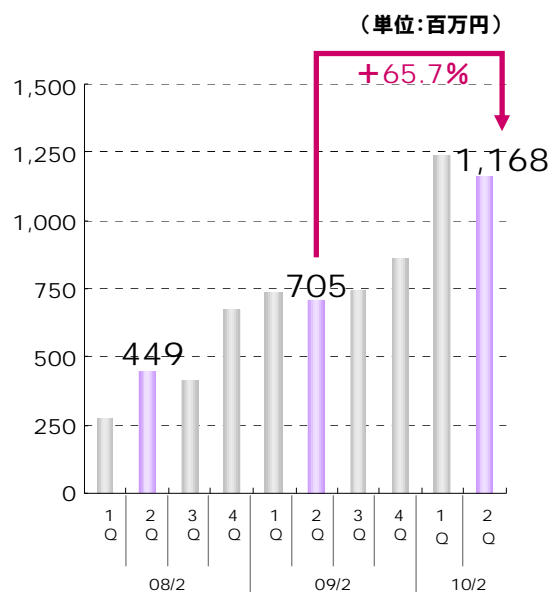
# 四半期毎の業績推移

前年同期比 売上高39.6%増、売上総利益65.7%増、営業利益96.0%増

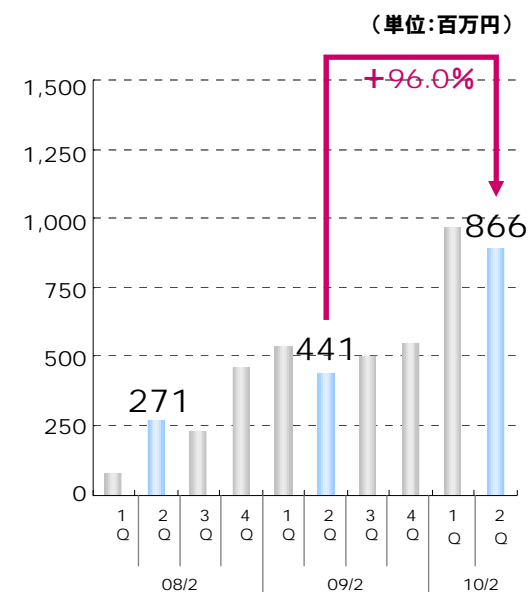
## 売上高



## 売上総利益



## 営業利益



(単位:百万円)

	08/2期				09/2期				10/2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
売上高	4,787	5,098	4,860	5,240	5,968	5,915	6,413	6,924	8,000	8,258
売上総利益	277	449	409	672	738	705	748	856	1,240	1,168
営業利益	80	271	228	464	540	441	504	551	964	866
売上総利益率	5.8%	8.8%	8.4%	12.8%	12.4%	11.9%	11.7%	12.4%	15.5%	14.1%
営業利益率	1.7%	5.3%	4.7%	8.9%	9.1%	7.5%	7.9%	8.0%	12.1%	10.5%

# 売上高

## 顧客企業のテレビ通販事業の拡大を背景にソリューション売上が増加

(単位:百万円)

	09/2期 第2四半期 (実績)	10/2期 第2四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	5,915	8,258	+2,343	+39.6%
ソリューション売上 (売上比)	5,774 (97.6%)	8,138 (98.5%)	+2,364	+41.0%
商品売上 (売上比)	141 (2.4%)	120 (1.5%)	△ 21	△ 14.9%

「メディア枠提供」の  
取扱増加

「表現物制作」の  
取扱増加

「受注管理」のコール  
センターオペレーション  
の取扱増加

# 売上原価、売上総利益

第1四半期に引き続き、メディア仕入環境は引き続き堅調  
取引額の増加及びメディア枠調達の多様化・効率的な配分により、売上総利益が伸張

(単位:百万円)

	09/2期 第2四半期 (実績)	原価 構成比	10/2期 第2四半期 (実績)	原価 構成比	差額	増減率
売上原価合計 (売上比)	5,210 (88.1%)	100.0%	7,090 (85.9%)	100.0%	+1,880	+36.1%
媒体費(メディア仕入) (売上比)	4,545 (76.8%)	87.2%	6,148 (74.4%)	86.7%	+1,603	+35.3%
テレビ番組 (売上比)	3,664 (61.9%)	70.3%	4,471 (54.1%)	63.1%	+807	+22.0%
テレビCM (売上比)	853 (14.4%)	16.4%	1,488 (18.0%)	21.0%	+634	+74.3%
その他 (売上比)	26 (0.5%)	0.5%	188 (2.3%)	2.7%	+161	+604.6%
外注費 (売上比)	539 (9.1%)	10.4%	834 (10.1%)	11.8%	+294	+54.6%
商品原価 (売上比)	125 (2.1%)	2.4%	107 (1.3%)	1.5%	△ 17	△14.3%
売上総利益 (売上比)	705 (11.9%)		1,168 (14.1%)		+463	+65.7%

特にテレビCMの  
取扱増加

ラジオ、オリコミの  
取扱増加

コールセンター  
オペレーション等の  
取扱増加



# 販管費、営業利益

売上高、売上総利益の増加が諸経費増加を吸収し、販管費比率は低下  
営業利益は前年同期比96.0%増

(単位:百万円)

	09/2期 第2四半期 (実績)	10/2期 第2四半期 (実績)	差額	増減率
<b>販管費</b>	263	302	+39	+14.9%
(売上比)	(4.5%)	(3.7%)		
<b>人件費</b>	126	146	+20	+16.1%
(売上比)	(2.1%)	(1.8%)		
<b>減価償却費</b>	3	7	+4	+121.2%
(売上比)	(0.1%)	(0.1%)		
<b>その他</b>	133	148	+14	+11.1%
(売上比)	(2.3%)	(1.8%)		
<b>営業利益</b>	441	866	+424	+96.0%
(売上比)	(7.5%)	(10.5%)		

人員増 +20名  
新卒5名、中途15名

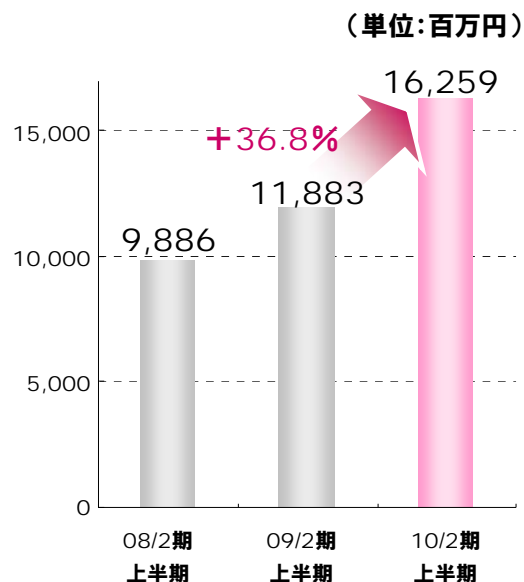
メディア管理システム  
導入による  
減価償却費の増加

第2四半期末 従業員数	43	63	20	+46.5%
-------------	----	----	----	--------

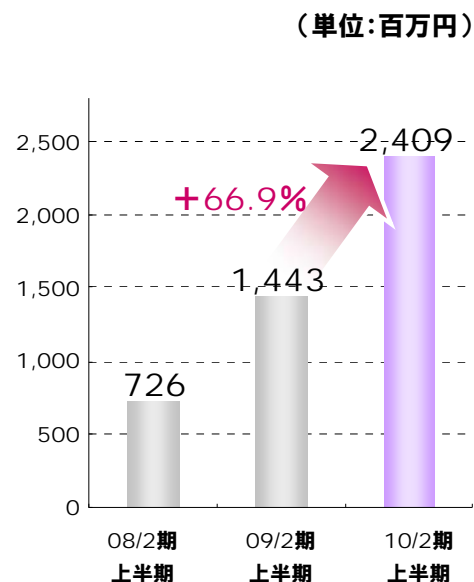
# 上半期業績サマリー①

上半期は前年同期に対し、大幅に成長  
売上高前年同期比36.8%増、売上総利益同66.9%増、営業利益同86.4%増

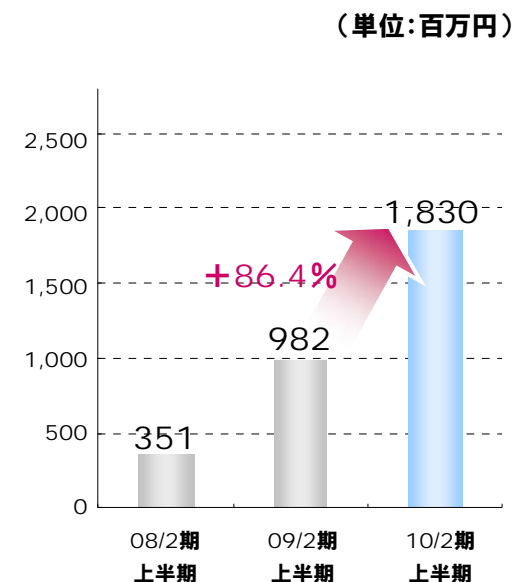
## 売上高



## 売上総利益



## 営業利益



## 上半期業績サマリー②

上半期は前年同期に対し、大幅に成長  
 売上高前年同期比36.8%増、売上総利益同66.9%増、営業利益同86.4%増

(単位:百万円)

	09/2期 上半期 (実績)	10/2期 上半期 (実績)	差額	増減率
<b>売上高</b>	11,883	16,259	+4,375	+36.8%
<b>売上原価</b> (売上比)	10,440 (87.9%)	13,850 (85.2%)	+3,409	+32.7%
<b>売上総利益</b> (売上比)	1,443 (12.1%)	2,409 (14.8%)	+965	+66.9%
<b>販管費</b> (売上比)	461 (3.9%)	578 (3.6%)	+117	+25.4%
<b>営業利益</b> (売上比)	982 (8.3%)	1,830 (11.3%)	+848	+86.4%
<b>経常利益</b> (売上比)	953 (8.0%)	1,832 (11.3%)	+878	+92.2%
<b>当期純利益</b> (売上比)	554 (4.7%)	1,081 (6.7%)	+527	+95.1%

# 上半期見通しに対する達成率

第1四半期の好調を第2四半期も維持し、売上、各利益ともに達成  
2009年6月30日公表の上半期見通しに対し、  
売上高達成率107.7%、営業利益同124.9%

(単位:百万円)

	10/2期 上半期(予) 09/6/30公表	10/2期 上半期 (実績)	差額	達成率
<b>売上高</b>	15,094	16,259	+1,164	107.7%
<b>営業利益</b> (売上比)	1,465 (9.7%)	1,830 (11.3%)	+365	124.9%
<b>経常利益</b> (売上比)	1,464 (9.7%)	1,832 (11.3%)	+367	125.1%
<b>当期純利益</b> (売上比)	857 (5.7%)	1,081 (6.7%)	+224	126.1%

# 財務状況

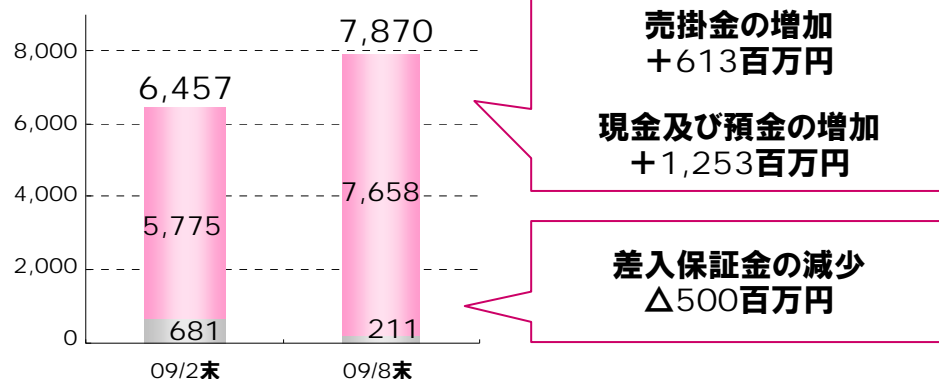
## 盤石な財務基盤を維持

### 貸借対照表

#### 資産

■ 流動資産 ■ 固定資産

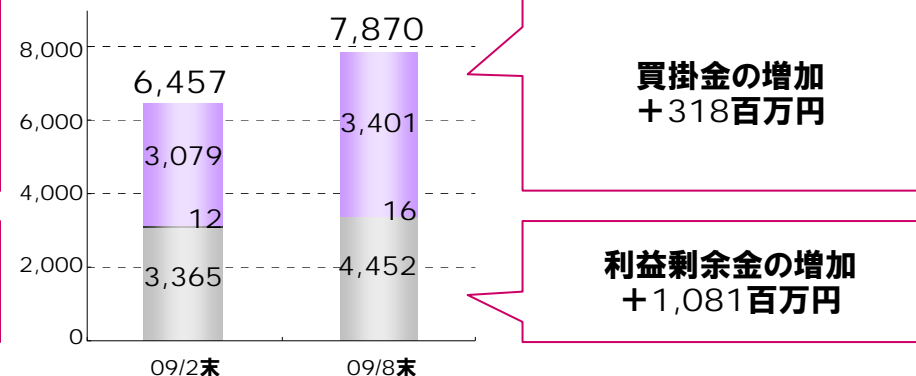
(単位:百万円)



#### 負債・純資産

■ 流動負債 ■ 固定負債 ■ 純資産

(単位:百万円)



### キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

	09/2期 上半期 (実績)	10/2期 上半期 (実績)
営業キャッシュ・フロー	504	1,298
投資キャッシュ・フロー	Δ 5	Δ 50
財務キャッシュ・フロー	604	5
現金及び現金同等物四半期末残高	2,055	4,144

**税引前四半期純利益計上 1,832百万円**  
**営業保証金の減少 500百万円**  
**仕入債務の増加 318百万円**

**売上債権の増加 Δ613百万円**  
**法人税等の支払 Δ656百万円**

1章 2010年2月期 第2四半期実績

2章 2010年2月期 進捗状況

3章 中期経営計画進捗状況

参考資料

## 2010年2月期通期見通しの上方修正

下半期においても、引き続き各取引の拡大が見込まれることから  
2010年2月期通期見通しを上方修正

(単位:百万円)

	10/2期 通期(予) 09/6/30公表	10/2期 通期 新(予)	差額	増減率
<b>売上高</b>	31,150	34,279	+3,129	+10.0%
<b>営業利益</b> (売上比)	2,644 (8.5%)	3,425 (10.0%)	+781	+29.5%
<b>経常利益</b> (売上比)	2,640 (8.5%)	3,428 (10.0%)	+787	+29.8%
<b>当期純利益</b> (売上比)	1,533 (4.9%)	1,988 (5.8%)	+454	+29.6%

# 2010年2月期進捗状況

新見通しに対する進捗率 売上高47.4%、営業利益53.4%

(単位:百万円)

	10/2期 上半期 (実績)	10/2期 通期 新(予)	進捗率	
<b>売上高</b>	16,259	34,279	47.4%	下半期にソリューション 売上の拡大を見込む
<b>営業利益</b> (売上比)	1,830 (11.3%)	3,425 (10.0%)	53.4%	
<b>経常利益</b> (売上比)	1,832 (11.3%)	3,428 (10.0%)	53.4%	新たなメディアへの投資 及び販管費の増加を 見込む
<b>当期純利益</b> (売上比)	1,081 (6.7%)	1,988 (5.8%)	54.4%	



# 2010年2月期通期見通し(対前期比)

売上高前期比35.9%増、営業利益同68.1%増

(単位:百万円)

	09/2期 通期 (実績)	10/2期 通期 新(予)	差額	増減率
<b>売上高</b>	25,221	34,279	+9,058	+35.9%
<b>営業利益</b> (売上比)	2,037 (8.1%)	3,425 (10.0%)	+1,388	+68.1%
<b>経常利益</b> (売上比)	2,011 (8.0%)	3,428 (10.0%)	+1,416	+70.4%
<b>当期純利益</b> (売上比)	1,150 (4.6%)	1,988 (5.8%)	+837	+72.8%

1章 2010年2月期 第2四半期実績

2章 2010年2月期 進捗状況

**3章 中期経営計画進捗状況**

参考資料

## 中期経営計画 第2フェーズの戦略概要

2010年2月期は、得意分野である既存事業を中心に事業拡大を目指す  
来期以降の成長を見据え、  
「ソリューションサービスの強化」及び「クロスメディア展開の推進」の種まきを実施

### 1 既存事業の拡大への取組

- i 既存顧客企業との取引規模の拡大及び新規顧客企業の開拓
- ii 新しい業種に対してのダイレクトマーケティング支援活動
- iii テレビCMの拡大

### 2 ソリューションサービスの強化

受注、物流・決済サービス等のソリューションサービスを充実

### 3 クロスメディア展開の推進

テレビ番組、テレビCMを他メディアに展開し、クロスメディアの推進を図る

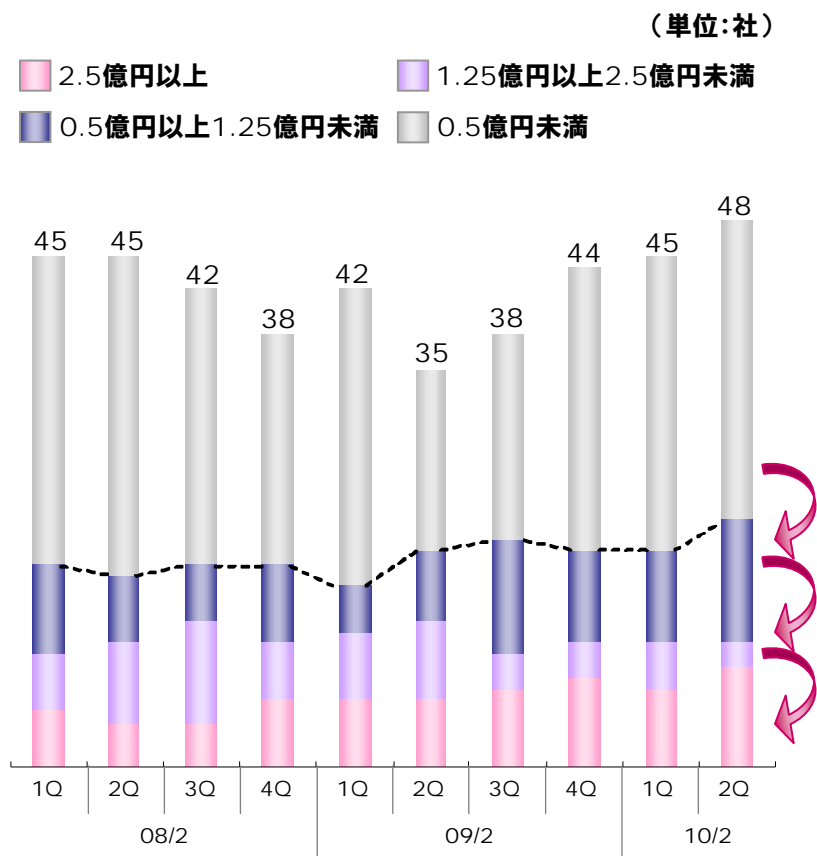
企業規模拡大

# 1- i 既存顧客企業との取引規模の拡大及び新規顧客企業の開拓

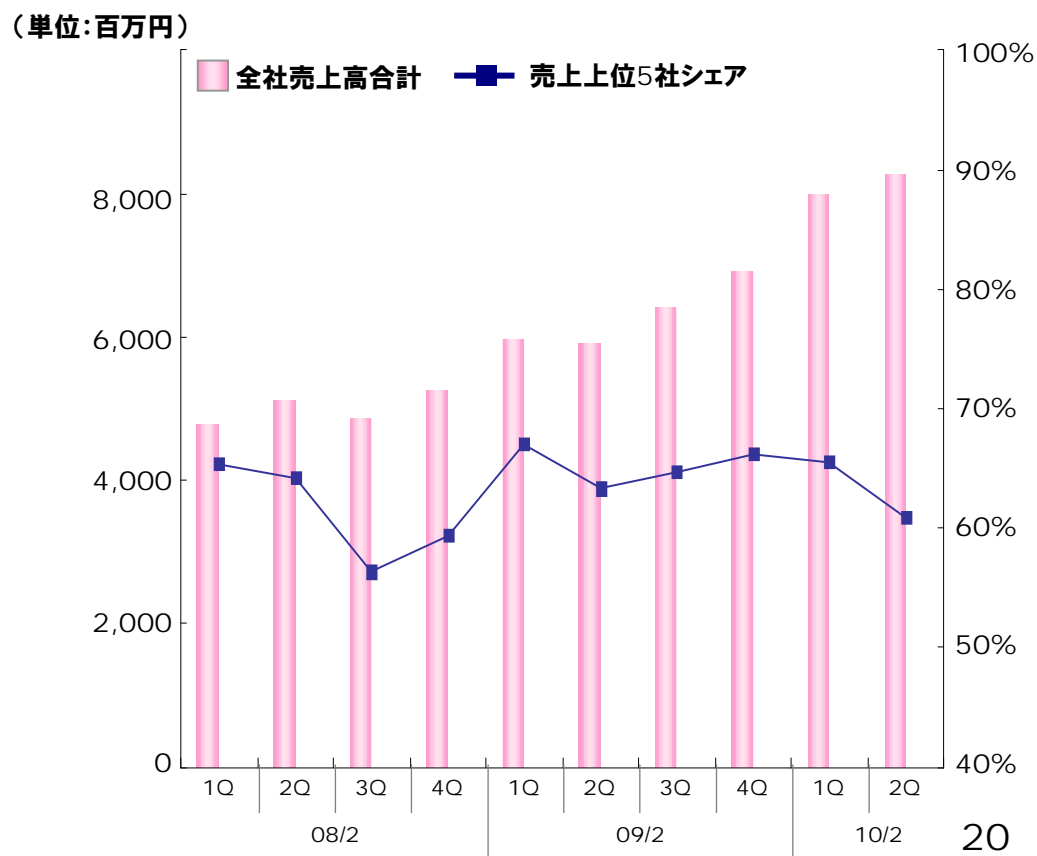


## 顧客企業の媒体出稿意欲は引き続き堅調 顧客企業全体の底上げを行い、取引規模拡大を目指す

売上規模別取引社数

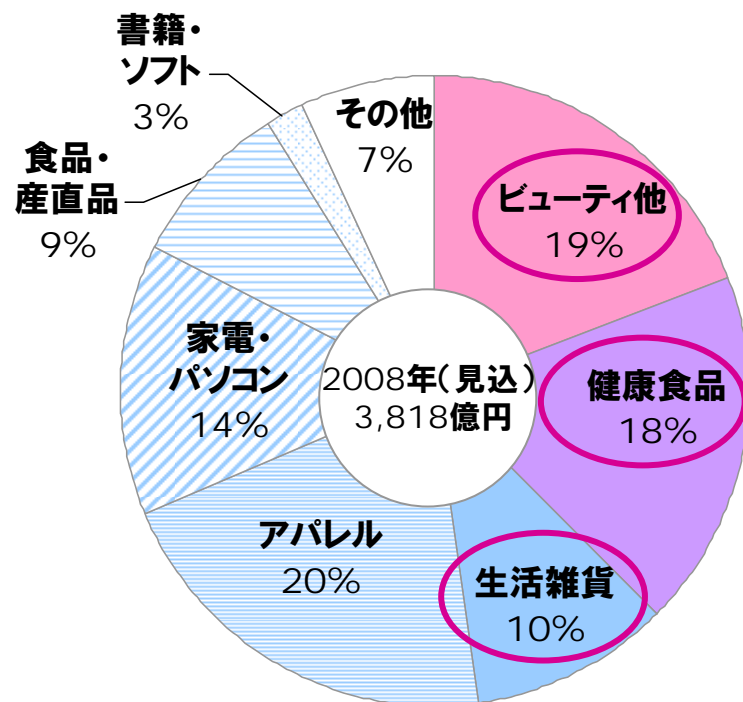


売上高及び上位シェア



## 新たな業種に対してのダイレクトマーケティング支援活動を行う

### テレビ通販市場 業種別取引



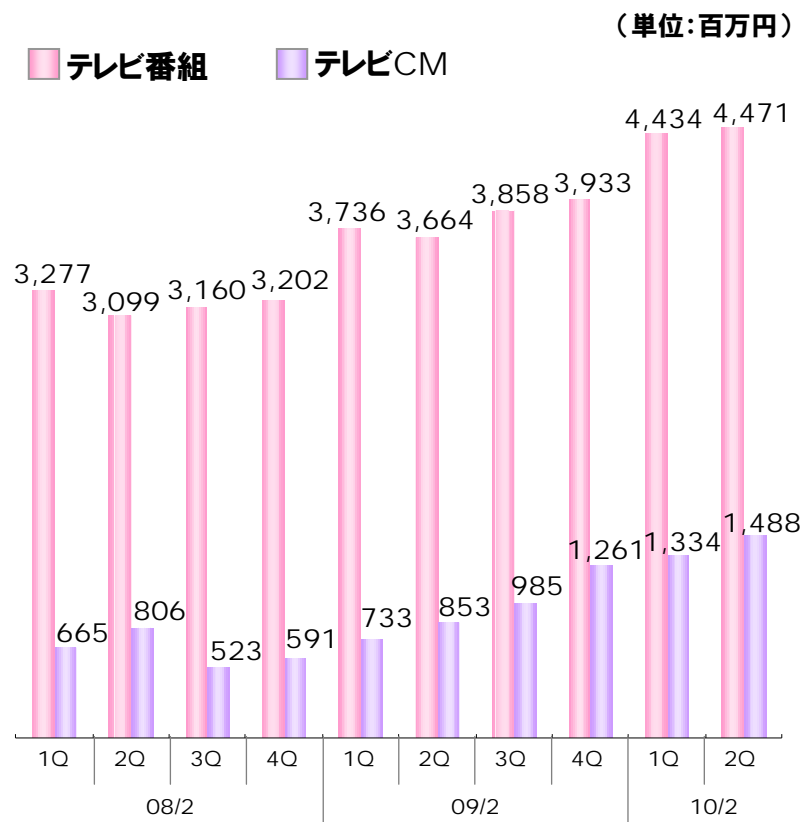
取組業種として、映像ソフト、金融、不動産等を実施

当社の強いビューティ・健康食品・生活雑貨は成長市場得意領域においても引き続き取引を拡大する

# 1-iii テレビCMの拡大

**テレビCMの取扱量は着実に増加  
テレビ番組・テレビCMを中心とした既存事業の更なる成長を目指す**

## テレビ番組・テレビCM仕入推移



**仕入環境は引き続き堅調に推移する見通し  
テレビ番組・・・安定的な大量一括仕入の継続  
テレビCM・・・広告不況の追い風を受け仕入量が増加**

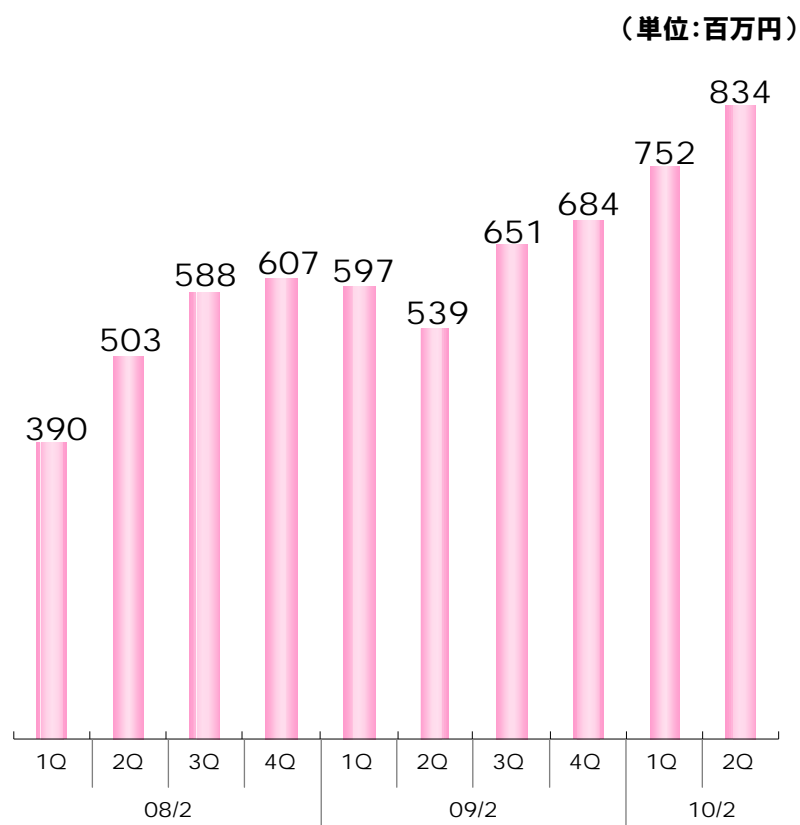
**仕入先多様化させ、仕入量を増加させる**

**テレビCMの制作能力向上による  
顧客企業の費用対効果向上を目指す**

## 2 ソリューションサービスの強化

トータルソリューション化により、外注費が増加  
顧客企業の満足度が高いコールセンターサービスの提供、  
物流・決済システムの提供を実施する

### 外注費推移



現在の主要なサービス領域



強化するサービス領域

顧客企業の満足度が高い  
(追加受注獲得、費用対効果の管理)  
コールセンターサービスの提供

顧客企業への物流・決済システムの提供

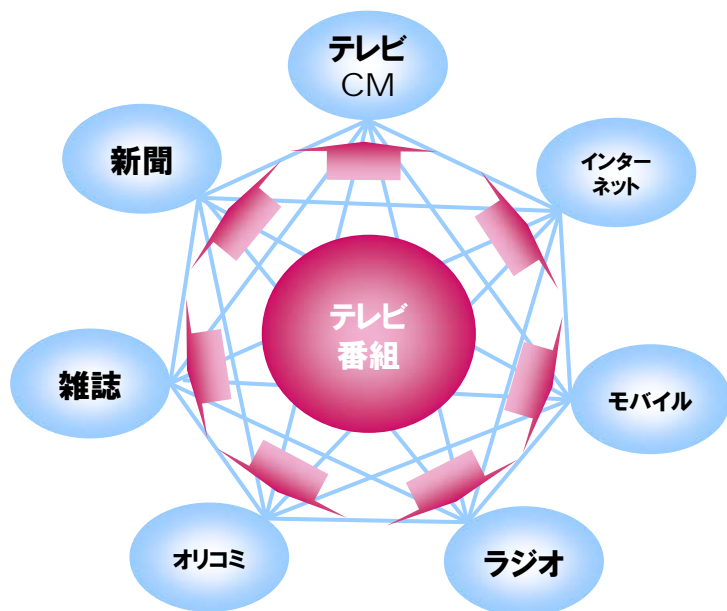
# 3 クロスメディア展開の推進

当期のクロスメディア展開は、テスト段階  
来期以降の成長を見据え、種まきを実施

## 当社の目指すクロスメディア

テレビ番組コンテンツを他メディアへ展開し、  
露出頻度を増加させ、購買につなげる

複数媒体が情報補完し合う導線を作り、  
購買につなげる



## 取組フェーズ

### 10/2期 上半期取組

専任部署の立ち上げ

仕入媒体、仕入先増加

既存顧客企業への  
販売実施

ラジオ・オリコミの  
テスト実施

### 10/2期 下半期取組

既存顧客を中心とした  
クロスメディア出稿の増加

他メディアでの  
テスト実施

来期以降の取扱拡大



1章 2010年2月期 第2四半期実績

2章 2010年2月期 進捗状況

3章 中期経営計画進捗状況

参考資料

# 売上規模別取引社数

(単位:社)

	08/2				09/2				10/2	
	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
2.5億円以上	5	4	4	6	6	6	7	8	7	9
1.25億円以上～2.5億円未満	5	7	9	5	6	7	3	3	4	2
0.5億円以上～1.25億円未満	8	6	5	7	4	6	10	8	8	11
その他	27	28	24	20	26	16	18	25	26	26
合計	45	45	42	38	42	35	38	44	45	48

- **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** 629百万円(2009年8月末時点)
- **発行済株式数** 2,495,800株(2009年8月末時点)
- **従業員数** 63名(2009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

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

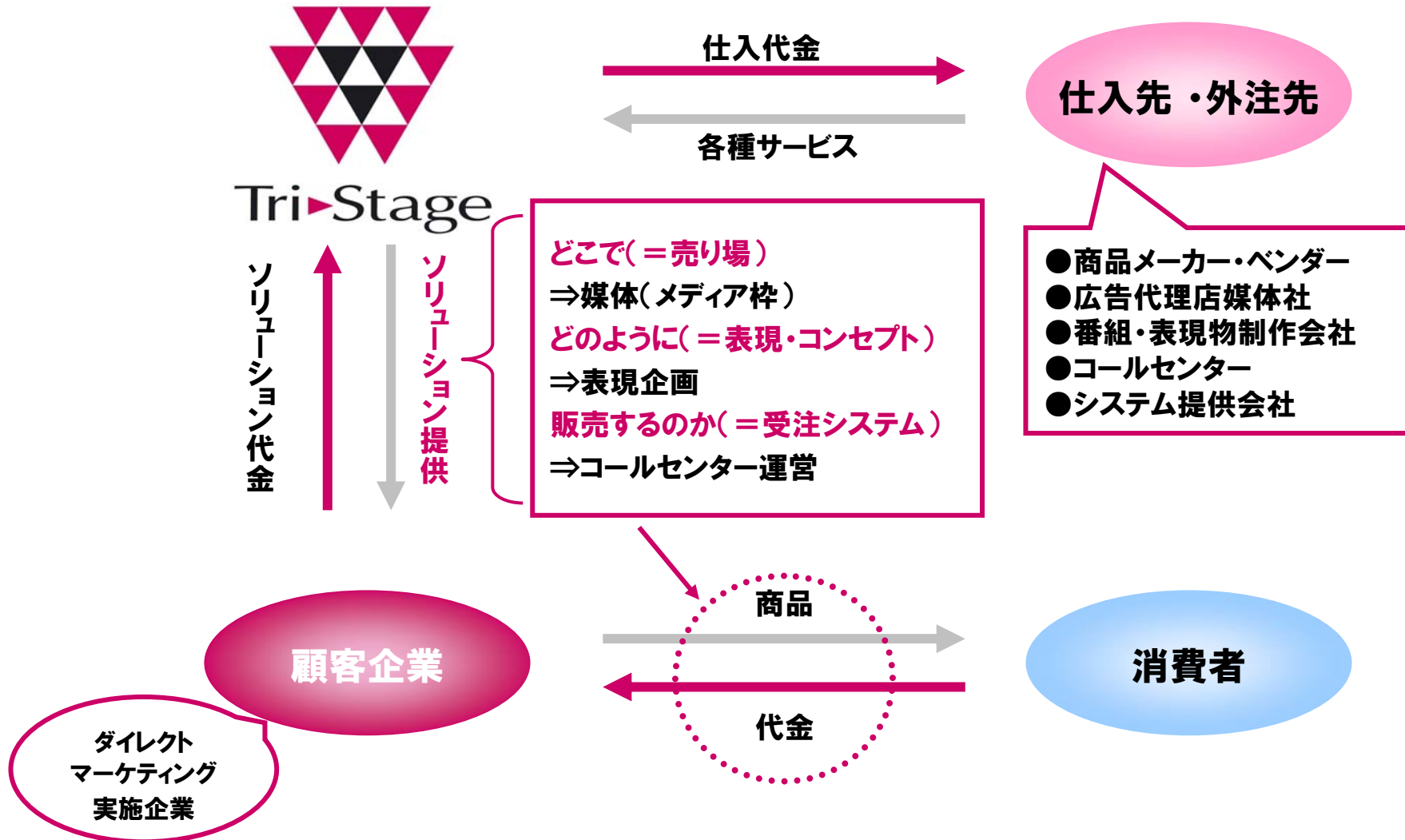
Innovation

## 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

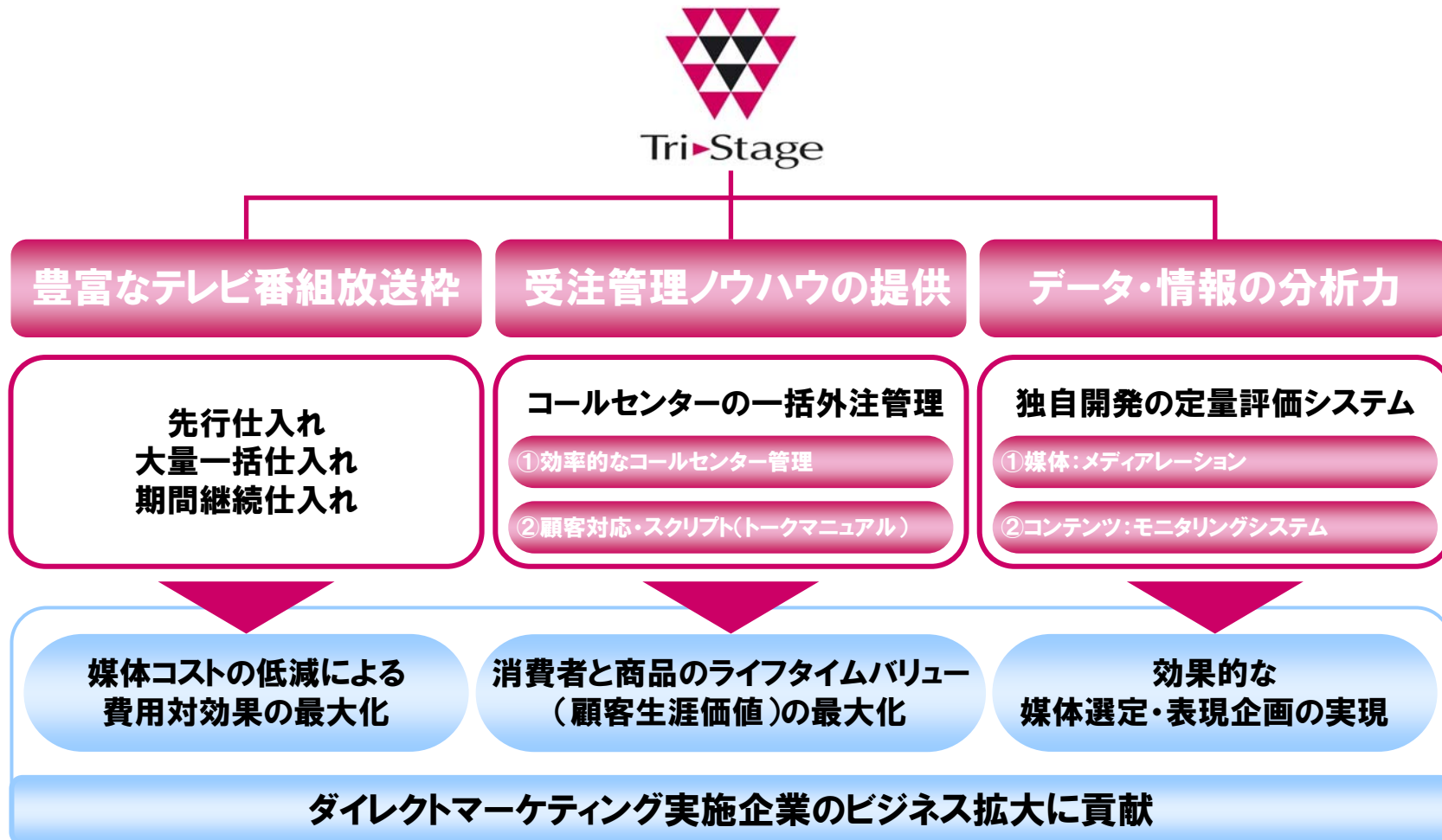


当社が提供する  
ソリューションメニュー例

## 独立系の強みを活かし、カスタマイズ・サービスを提供

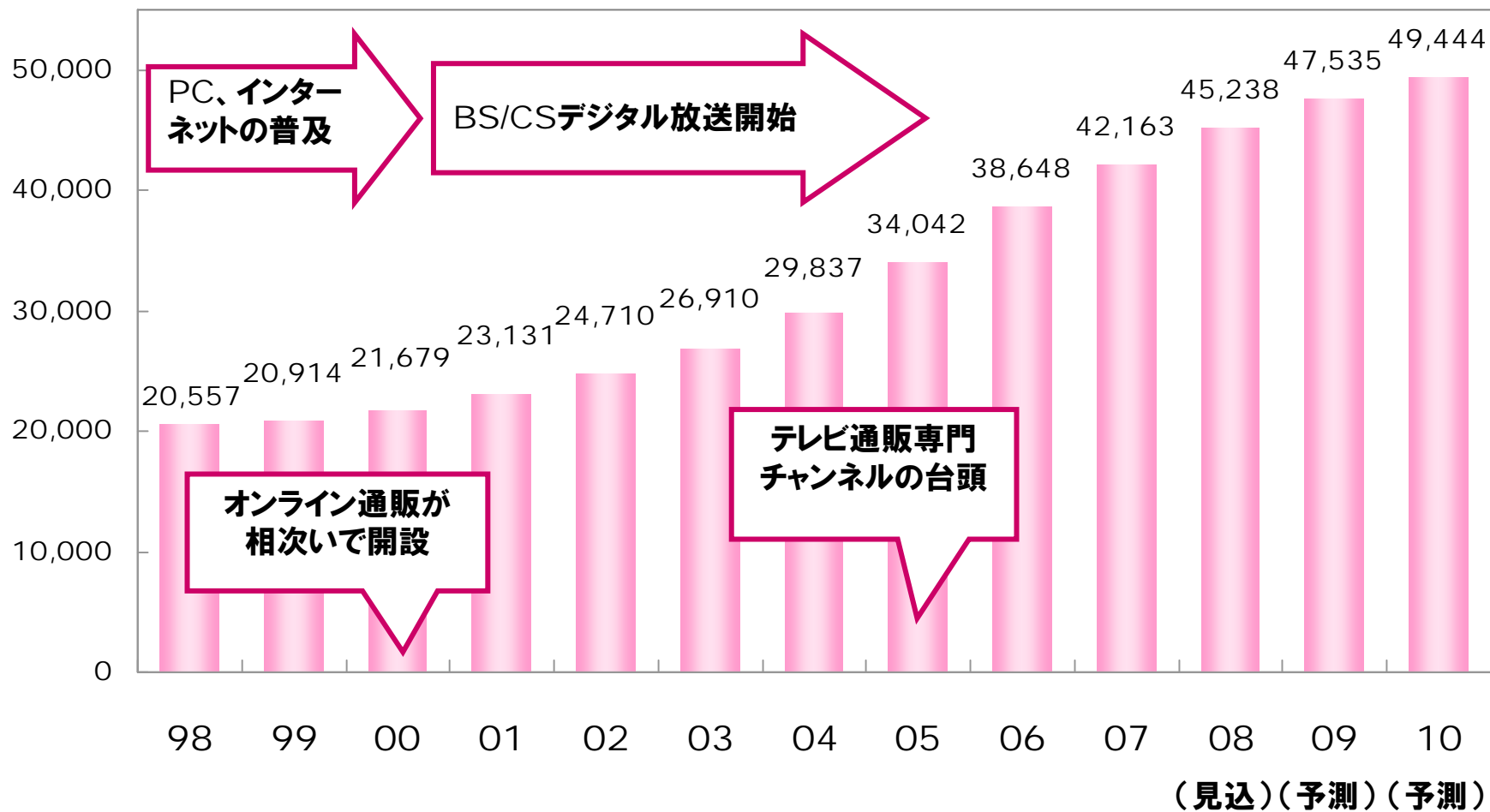


## データ分析に基づくトータルソリューションの提供



## 2009年度の通販市場(物販)は4.7兆円を予測

(億円)

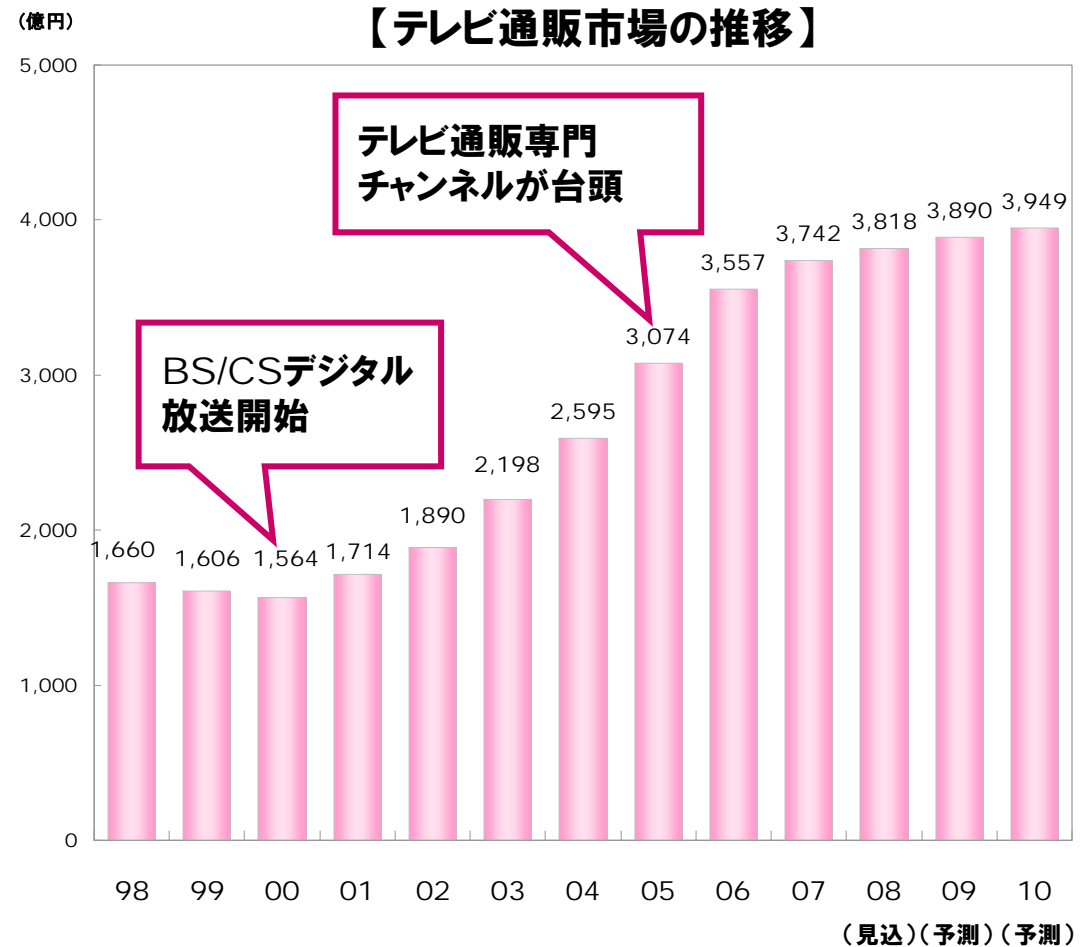
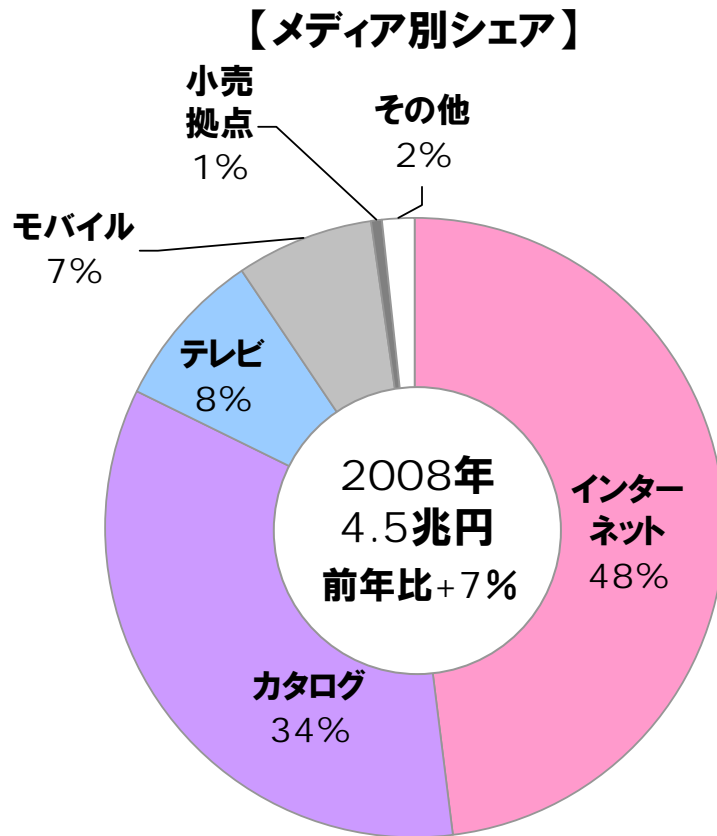


出所: 「通販・e-コマースビジネスの実態と今後 2008-2009 市場編」 2008年11月 株式会社富士経済



# 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



出所: 「通販・e-コマースビジネスの実態と今後 2008-2009 市場編」 2008年11月 株式会社富士経済

## 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、堅調に成長していくと見込まれます。
- ・2011年のデジタ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？

- ・顧客企業への請求には、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るもの、②顧客企業の売上に一定の料率を乗じるもの、の2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情報' (IR Information) page of the Tri-Stage website. The page includes a navigation menu with 'IR情報' selected, a search bar, and a list of news items. The news items are dated from 2009/09/30 to 2010/08/14. There are also links for 'IR情報検索', 'IR情報', 'IR資料室', and '株式・株主情報'. A '個人投資家のみなさまへ' (For individual investors) section is also visible.

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2-4-1B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。**