



Tri-Stage

株式会社トリステージ

**2011年2月期第2四半期
決算説明資料**

2010年10月1日

証券コード: 2178

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

現状を鑑み 通期見通しを下方修正

1章 2011年2月期第2四半期及び上半期実績

売上高は計画通り進捗 営業利益は第2四半期の一時的な要因により未達

第2四半期実績(対前年同期比)		上半期実績(対2010年3月29日公表 上半期見通し)	
売上高	9,375百万円 (増減率+13.5%)	売上高	18,512百万円 (達成率 101.3%)
営業利益	650百万円 (同△24.9%)	営業利益	1,451百万円 (同 85.8%)

2章 2011年2月期進捗状況及び通期見通し

現状を鑑み 通期見通しを下方修正

通期見通し(対2010年3月29日公表 通期見通し)

売上高	39,057百万円 (増減率△2.5%)
営業利益	3,317百万円 (同△12.8%)

3章 今後のテレビ通販市場及び中期事業戦略

今後もテレビ通販市場は中長期的に拡大
中期事業戦略に変更なし

1章 2011年2月期第2四半期及び上半期の実績

2章 2011年2月期進捗状況及び通期見通し

3章 今後のテレビ通販市場及び中期事業戦略

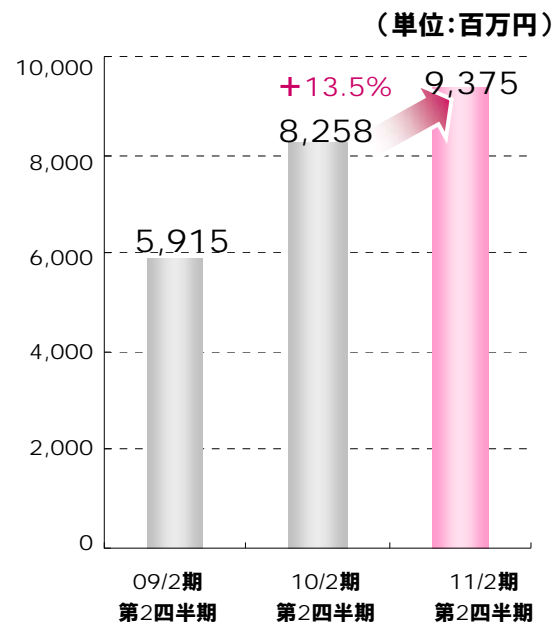
参考資料

第2四半期業績サマリー①

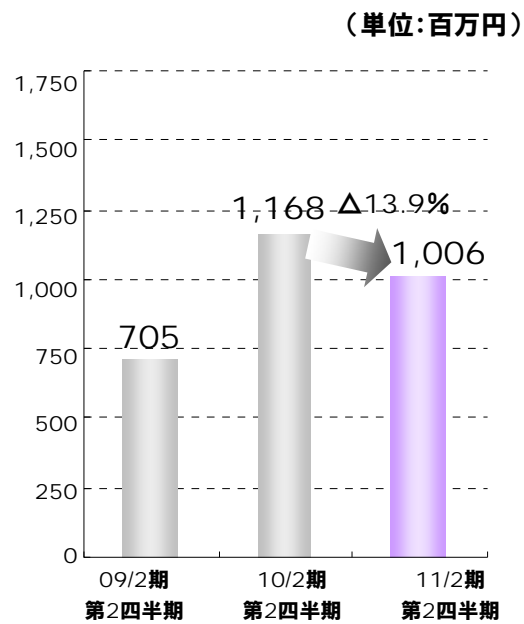


売上高前年同期比13.5%増 売上総利益同13.9%減 営業利益同24.9%減

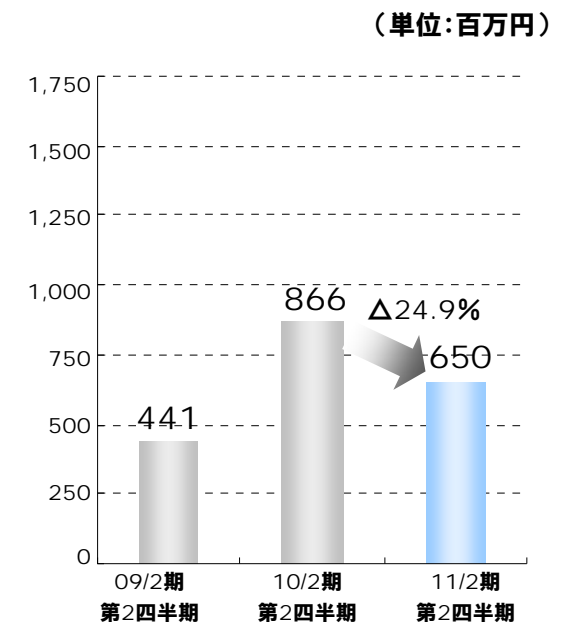
売上高



売上総利益



営業利益



第2四半期業績サマリー②

売上高前年同期比13.5%増 売上総利益同13.9%減 営業利益同24.9%減

(単位:百万円)

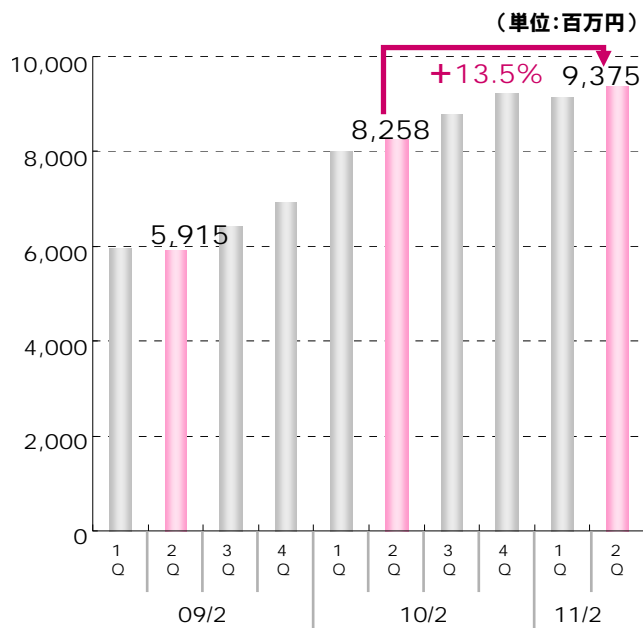
	10/2期 第2四半期 (実績)	11/2期 第2四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	8,258	9,375	+1,116	13.5%
売上原価 (売上比)	7,090 (85.9%)	8,369 (89.3%)	+1,278	18.0%
売上総利益 (売上比)	1,168 (14.1%)	1,006 (10.7%)	△ 162	△13.9%
販管費 (売上比)	302 (3.7%)	355 (3.8%)	+53	17.6%
営業利益 (売上比)	866 (10.5%)	650 (6.9%)	△ 215	△24.9%
経常利益 (売上比)	866 (10.5%)	652 (7.0%)	△ 214	△24.7%
当期純利益 (売上比)	510 (6.2%)	384 (4.1%)	△ 126	△24.8%

第2四半期四半期毎の業績推移

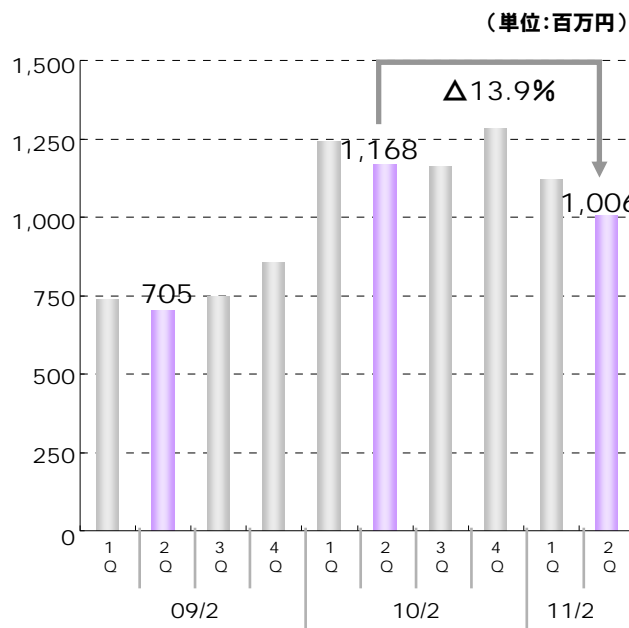


売上高前年同期比13.5%増 売上総利益同13.9%減 営業利益同24.9%減

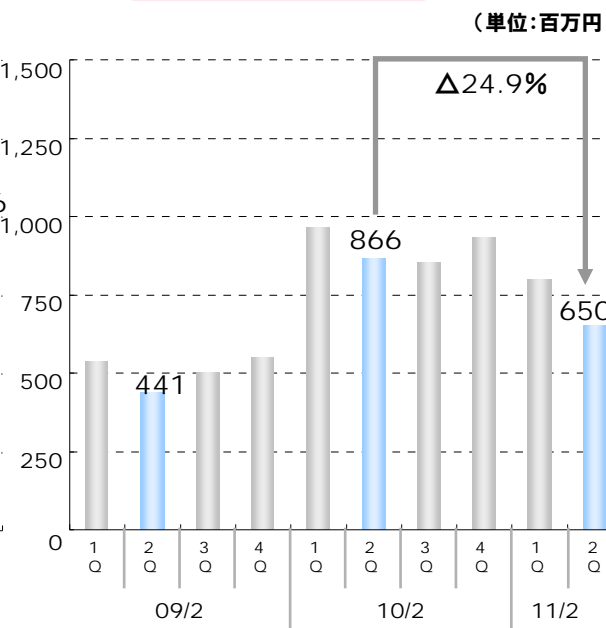
売上高



売上総利益



営業利益



(単位:百万円)

	09/2期				10/2期				11/2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	5,968	5,915	6,413	6,924	8,000	8,258	8,785	9,208	9,137	9,375
売上総利益	738	705	748	856	1,240	1,168	1,163	1,284	1,119	1,006
営業利益	540	441	504	551	964	866	853	934	798	650
売上総利益率	12.4%	11.9%	11.7%	12.4%	15.5%	14.1%	13.2%	13.9%	12.3%	10.7%
営業利益率	9.1%	7.5%	7.9%	8.0%	12.1%	10.5%	9.7%	10.1%	8.7%	6.9%

売上高は 顧客企業のテレビ通販事業拡大に伴い 引き続き拡大

(単位:百万円)

	10/2期 第2四半期 (実績)	11/2期 第2四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	8,258	9,375	+1,116	+13.5%
ソリューション売上 (売上比)	8,138 (98.5%)	9,294 (99.1%)	+1,155	+14.2%
商品売上 (売上比)	120 (1.5%)	80 (0.9%)	△ 39	△32.7%

「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

テレビCM その他媒体費 外注費の取扱が増加

(単位:百万円)

	10/2期 第2四半期 (実績)	原価 構成比	11/2期 第2四半期 (実績)	原価 構成比	差額	増減率
売上原価合計	7,090	100.0%	8,369	100.0%	+1,278	+18.0%
(売上比)	(85.9%)		(89.3%)			
媒体費(メディア仕入)	6,148	86.7%	7,295	87.2%	+1,147	+18.7%
(売上比)	(74.4%)		(77.8%)			
テレビ番組	4,471	63.1%	4,943	59.1%	+471	+10.5%
(売上比)	(54.1%)		(52.7%)			
テレビCM	1,488	21.0%	2,076	24.8%	+588	+39.5%
(売上比)	(18.0%)		(22.1%)			
その他	188	2.7%	276	3.3%	+87	+46.5%
(売上比)	(2.3%)		(2.9%)			
外注費	834	11.8%	1,002	12.0%	+167	+20.1%
(売上比)	(10.1%)		(10.7%)			
商品原価	107	1.5%	71	0.8%	△ 36	△33.7%
(売上比)	(1.3%)		(0.8%)			
売上総利益	1,168		1,006		△ 162	△13.9%
(売上比)	(14.1%)		(10.7%)			

テレビCMの
取扱増加

ラジオ オリコミに加え
新聞の取扱も増加

コールセンター
オペレーション等の
取扱増加

販管費は 前年同期比17.6%増 計画通りの人員採用を実施

(単位:百万円)

	10/2期 第2四半期 (実績)	11/2期 第2四半期 (実績)	差額	増減率
販管費	302	355	+53	+17.6%
(売上比)	(3.7%)	(3.8%)		
人件費	146	190	+43	+29.6%
(売上比)	(1.8%)	(2.0%)		
減価償却費	7	10	+2	+38.1%
(売上比)	(0.1%)	(0.1%)		
その他	148	155	+7	+4.8%
(売上比)	(1.8%)	(1.7%)		
営業利益	866	650	△ 215	△24.9%
(売上比)	(10.5%)	(6.9%)		

正社員の増加+21名
(新卒5名 中途8名
雇用切替8名)

第2四半期末 従業員数	63	84	+21	+33.3%
--------------------	----	----	-----	--------

売上高達成 利益は第2四半期の収益性低下により未達

(単位:百万円)

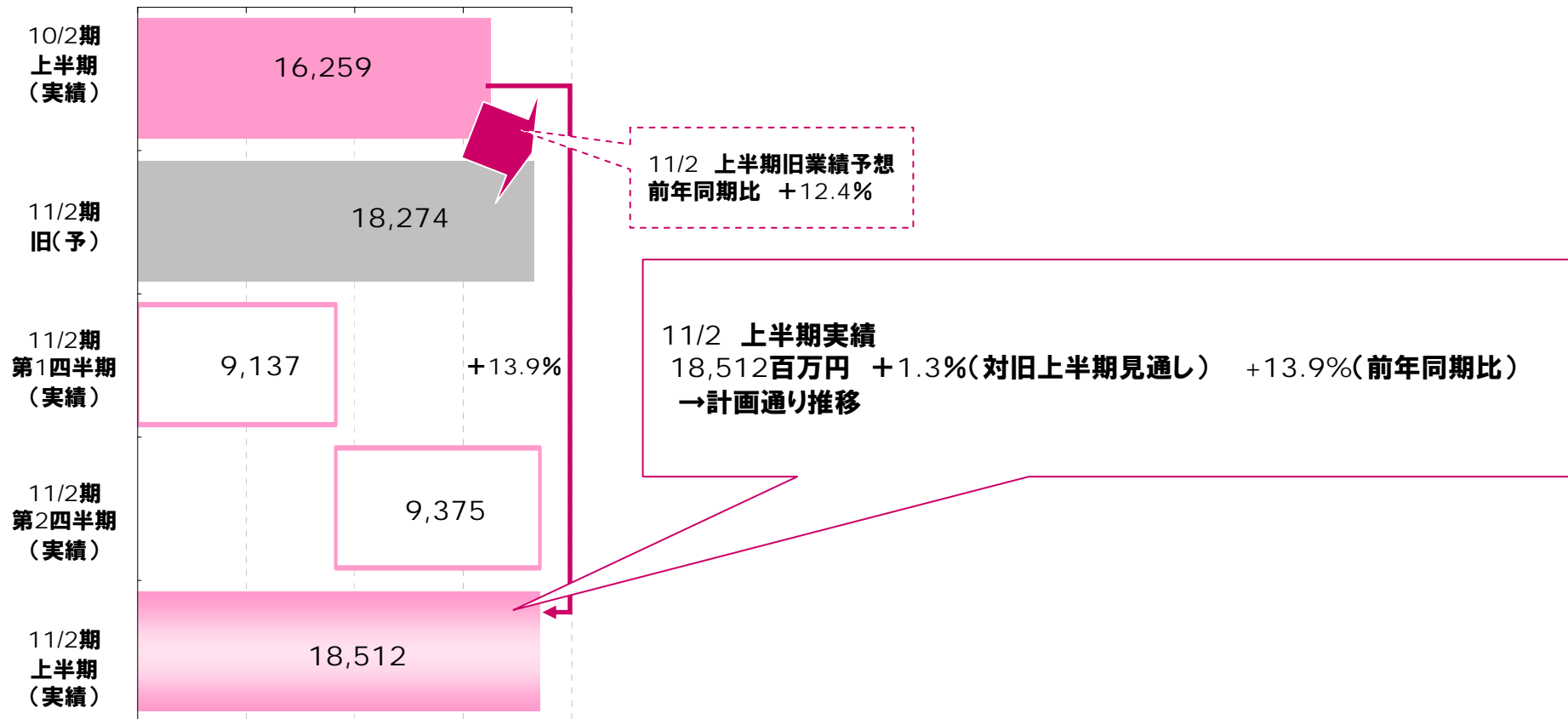
	10/2期 上半期 (予)	10/2期 上半期 (実績)	差額	達成率
売上高	18,274	18,512	+238	101.3%
営業利益 (売上比)	1,691 (9.3%)	1,451 (7.8%)	△ 240	85.8%
経常利益 (売上比)	1,691 (9.3%)	1,456 (7.9%)	△ 235	86.1%
当期純利益 (売上比)	981 (5.4%)	859 (4.6%)	△ 121	87.6%

上半期売上高サマリー（対業績予想）

売上高は計画通り 業績予想を達成

売上高

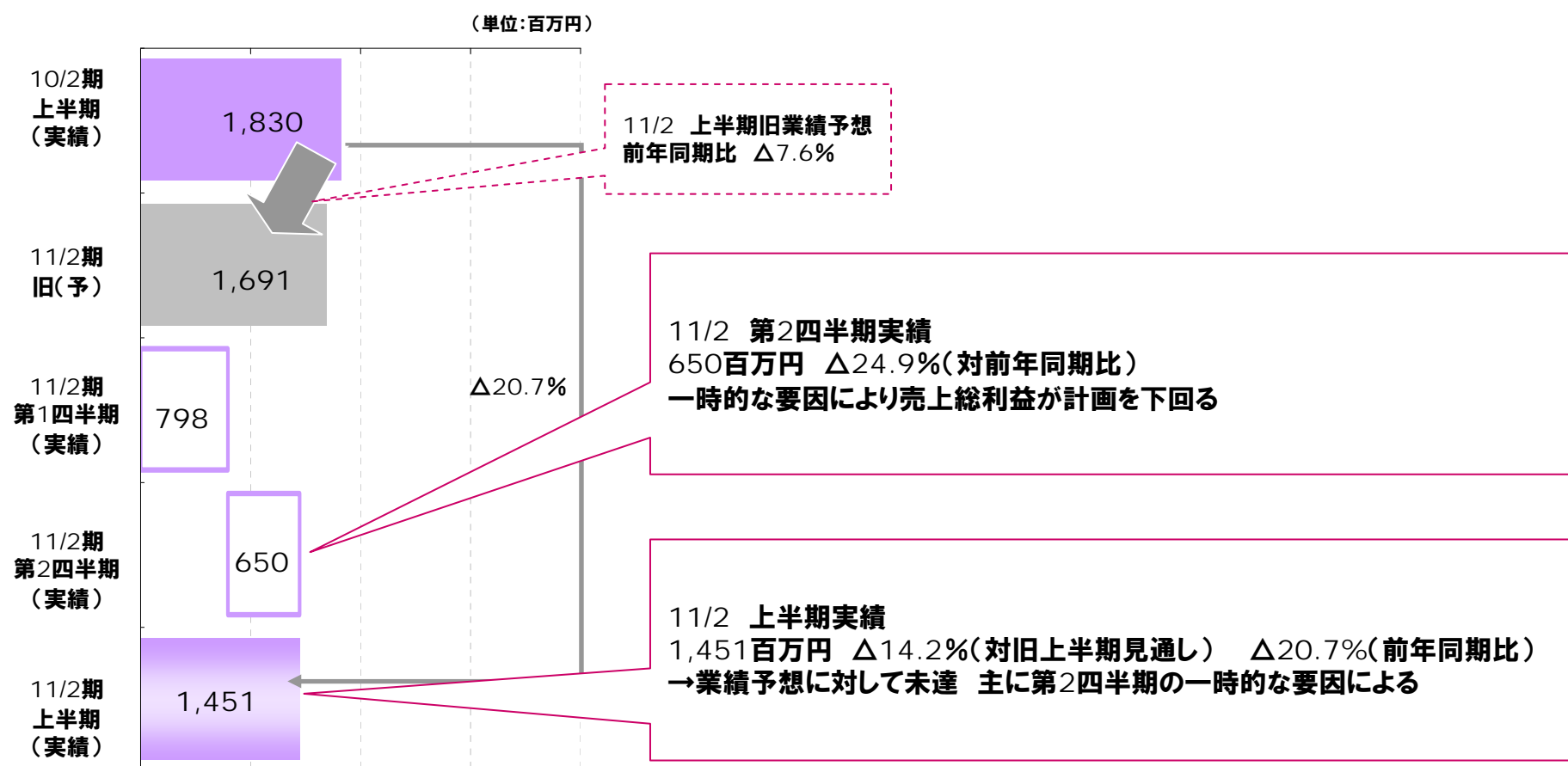
(単位:百万円)



上半期営業利益サマリー(対業績予想)

営業利益は 第2四半期の一時的な要因により未達

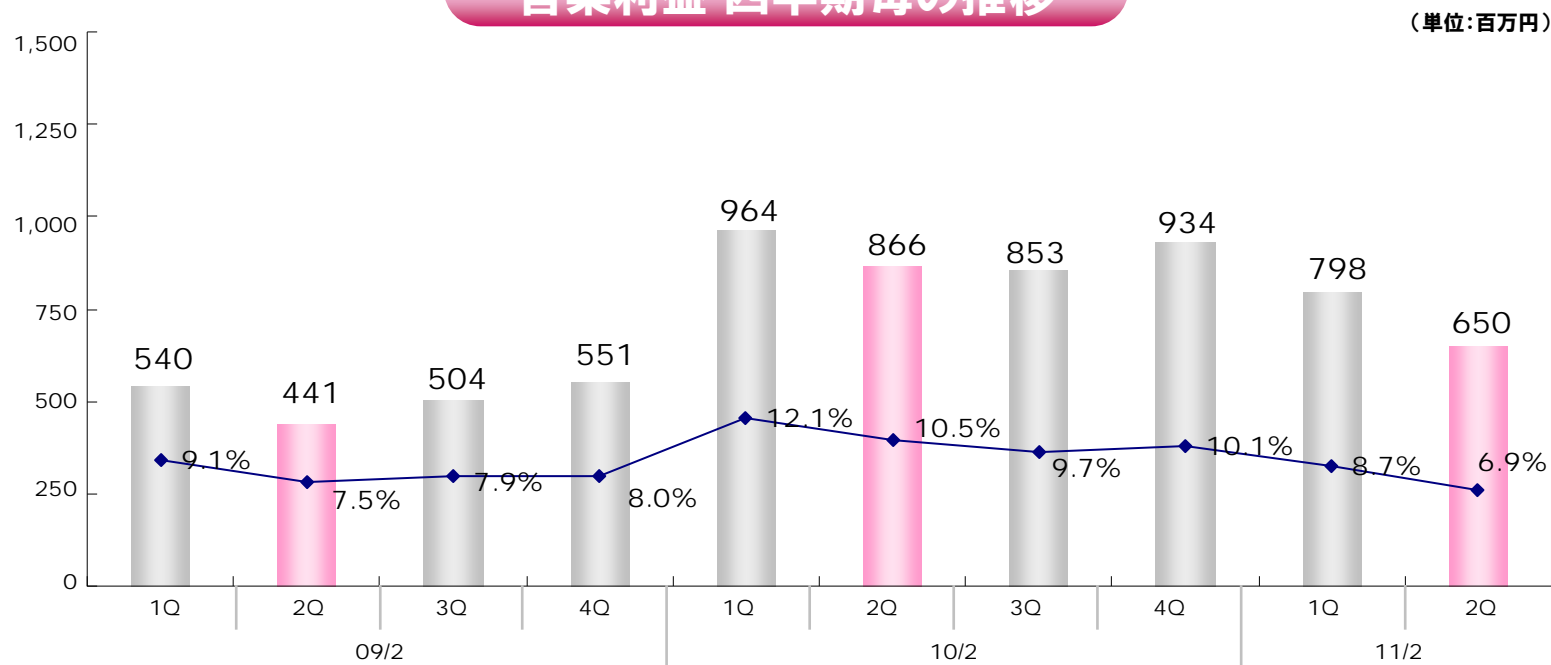
営業利益



営業利益減少の要因

1. 顧客企業の成長が総体的に緩やかになったこと
2. 一部のソリューション提供が的確に果たせなかったこと
3. 一部テレビメディア枠の採算性が悪化したこと

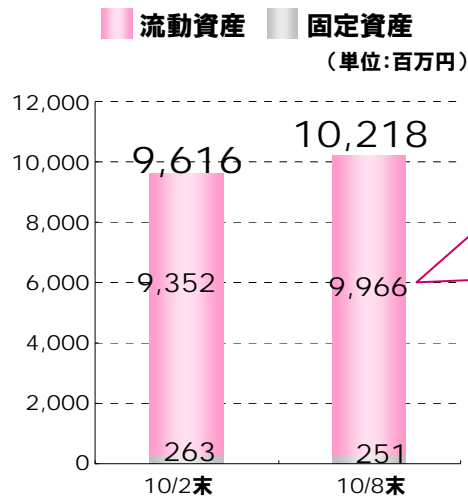
営業利益 四半期毎の推移



盤石な財務基盤を維持

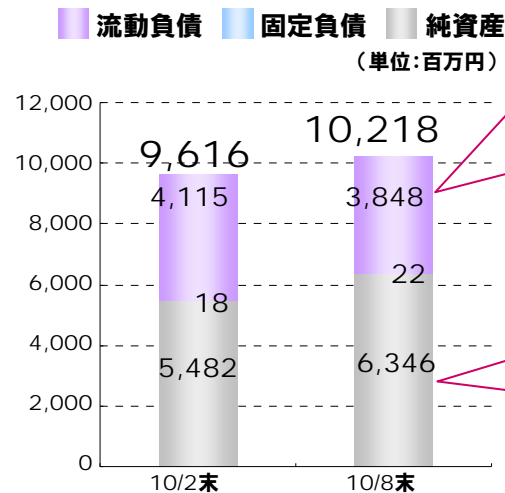
貸借対照表

資産



売掛金の増加
+340百万円
現金及び預金の増加
+226百万円

負債・純資産



買掛金の増加
+468百万円
未払法人税等の減少
△514百万円

利益剰余金の増加
+859百万円

キャッシュ・フロー

	10/2期 上期 (実績)	11/2期 上期 (実績)
営業キャッシュフロー	1,298	294
投資キャッシュフロー	△50	△1,473
財務キャッシュフロー	5	5
現金及び現金同等物期末残高	4,144	2,116

税引前四半期純利益の計上 1,458百万円
仕入債務の増加 468百万円
売上債権の増加 △340百万円
法人税等の支払 △1,095百万円

定期預金の預入 △1,400百万円

1章 2011年2月期上半期及び第2四半期実績

2章 2011年2月期進捗状況及び通期見通し

3章 今後のテレビ通販市場及び中期事業戦略

参考資料

通期業績予想の修正

現状を鑑み 通期見通しを下方修正
 下半期は足場固めをしつつ 着実に成長を目指す

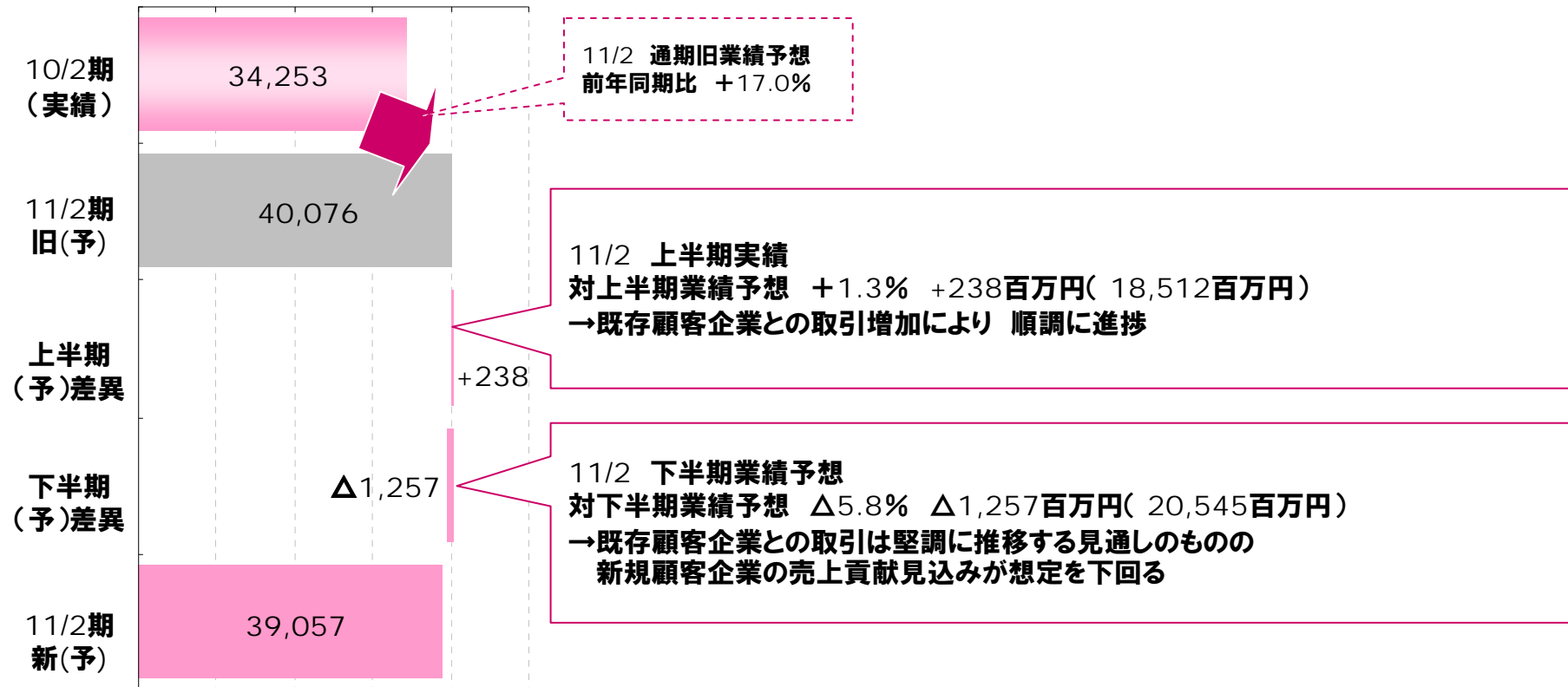
(単位:百万円)

	11/2期 通期(予) 10/3/29公表	11/2期 通期 新(予)	増減額	増減率
売上高	40,076	39,057	△ 1,018	△2.5%
営業利益 (売上比)	3,806 (9.5%)	3,317 (8.5%)	△ 488	△12.8%
経常利益 (売上比)	3,806 (9.5%)	3,322 (8.5%)	△ 483	△12.7%
当期純利益 (売上比)	2,207 (5.5%)	1,927 (4.9%)	△ 279	△12.7%

上半期は順調に進捗
下半期は既存顧客企業との取引は堅調に推移する見通しのものの
新規顧客企業の業績貢献が想定を下回る見通し

売上高

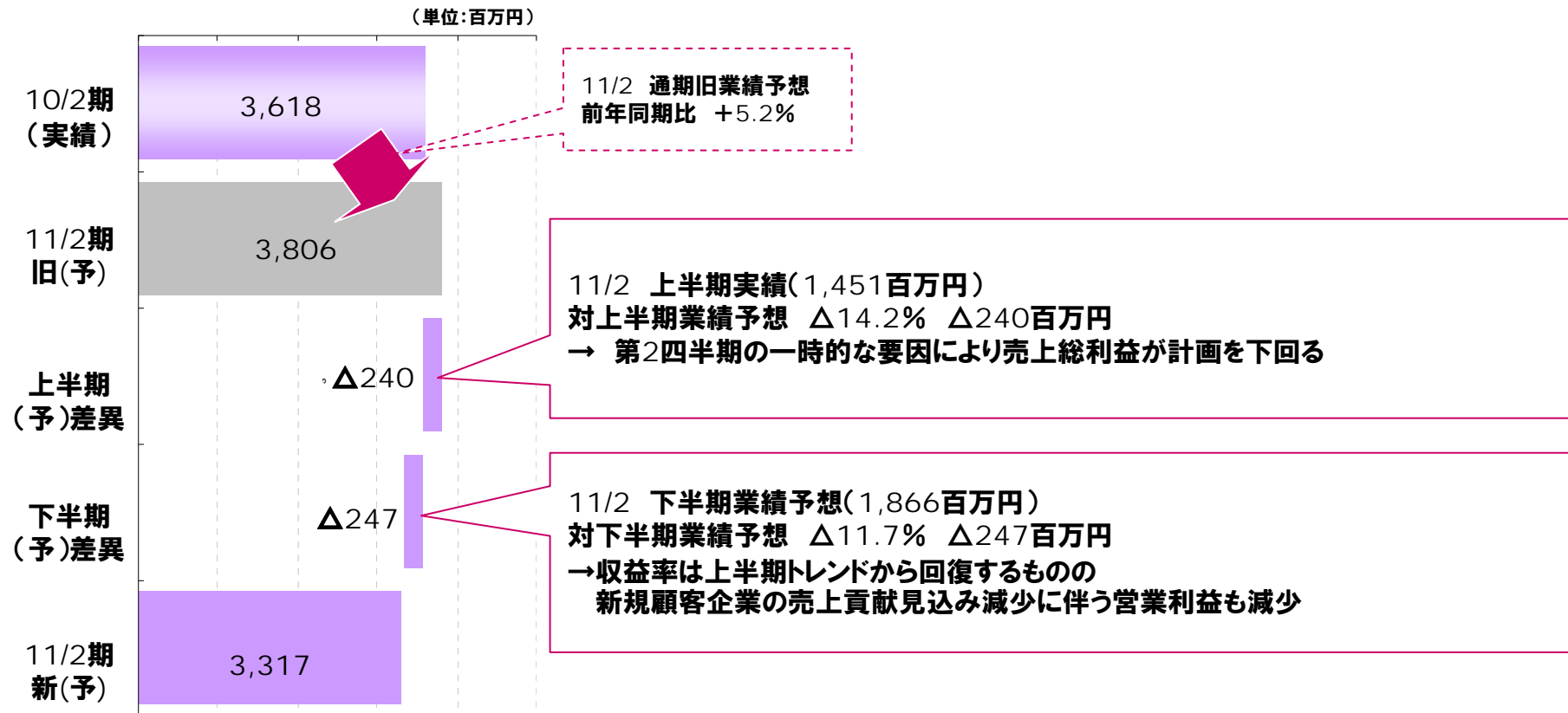
(単位:百万円)



業績修正(営業利益) 上下内訳

上半期に進捗の遅れが発生
 下半期の収益率は上期トレンドから回復する見通しのものの
 売上高減少に伴う営業利益減少により想定を下回る見通し

営業利益



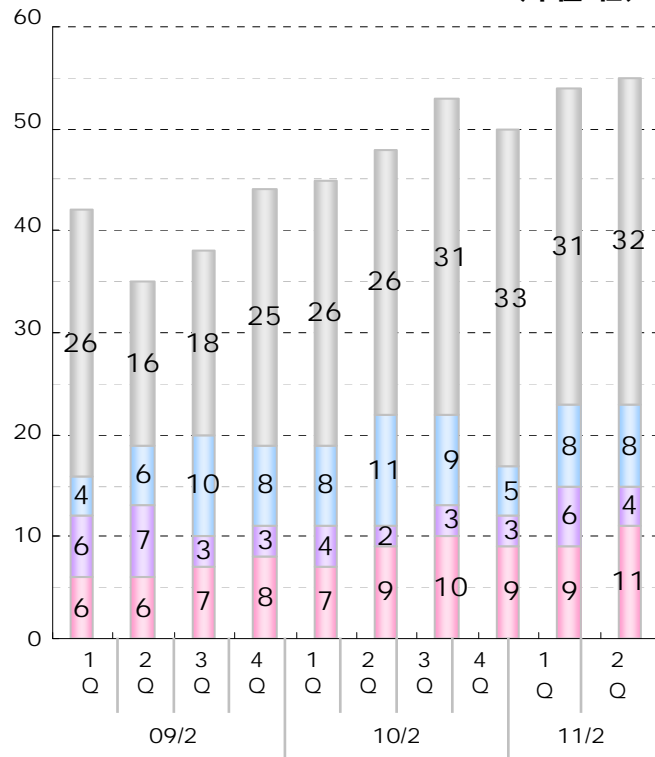
下半期は 収益性改善に向け 下記取組を重点的に推進

下半期の取組

- 1 ソリューションサービスの的確かつ迅速な対応
- 2 前期及び当上半期に開拓した新規顧客企業との取引拡大

顧客企業の媒体出稿意欲は引き続き堅調

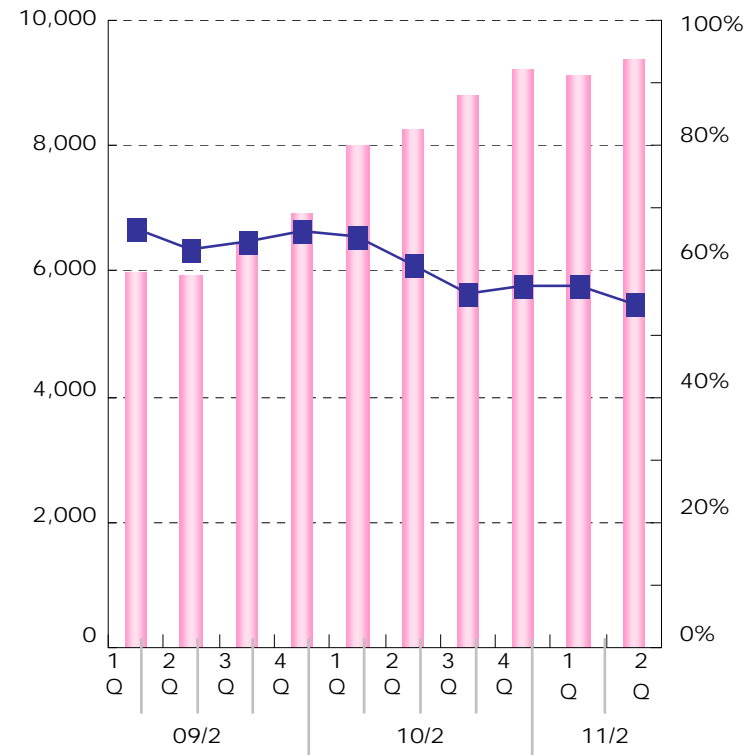
売上規模別顧客企業数



売上上位5社シェア



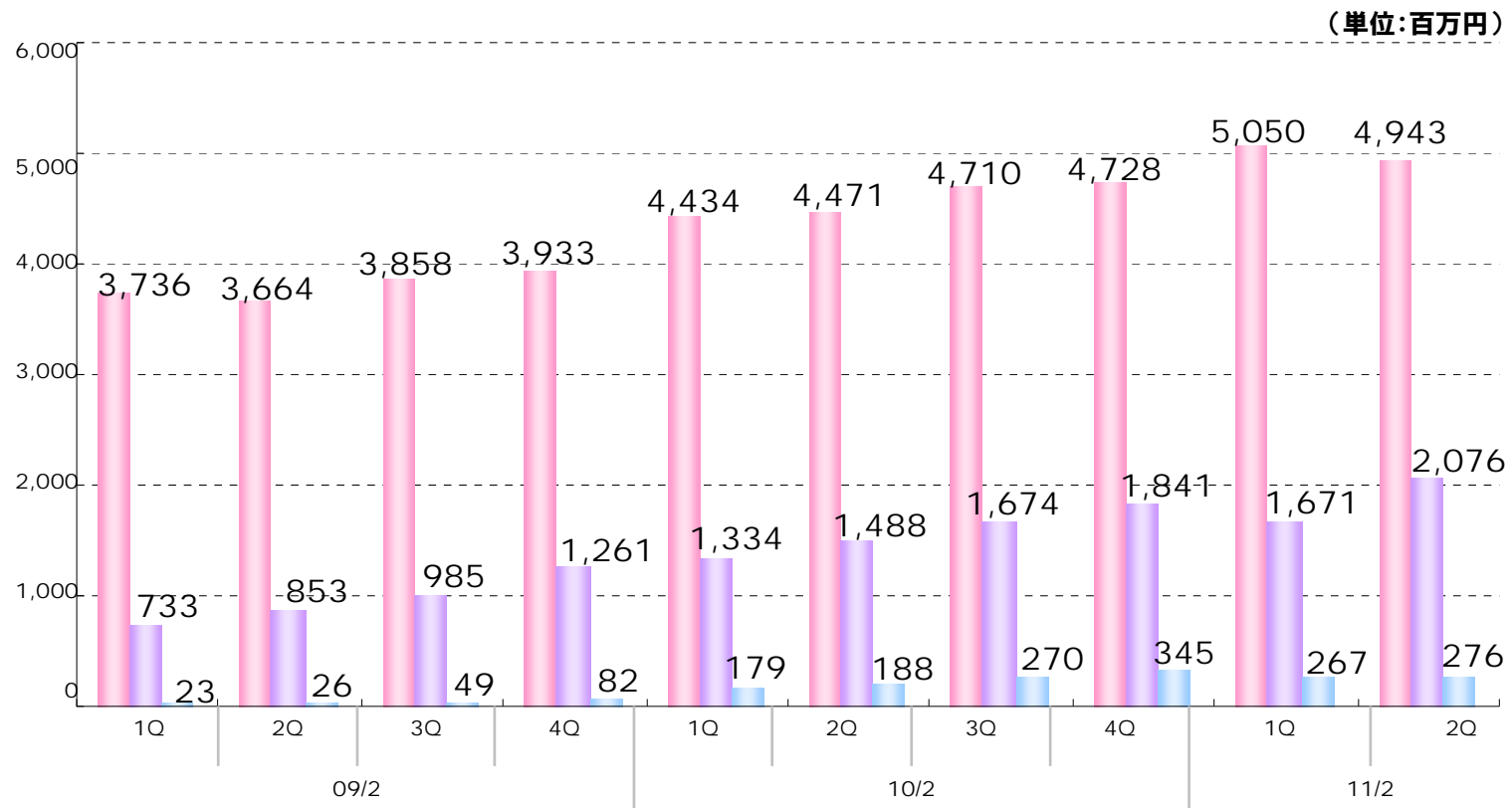
(単位:百万円)



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く
顧客ニーズに合わせたメディア仕入を実施

メディア仕入推移

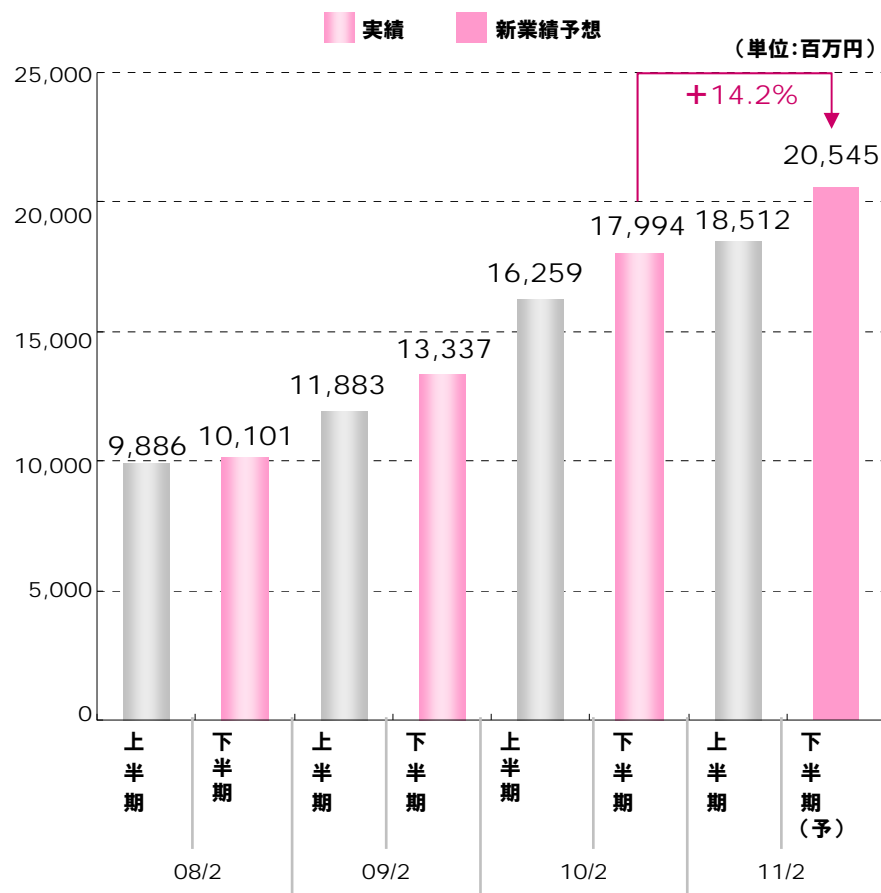
■ テレビ番組 ■ テレビCM ■ その他メディア



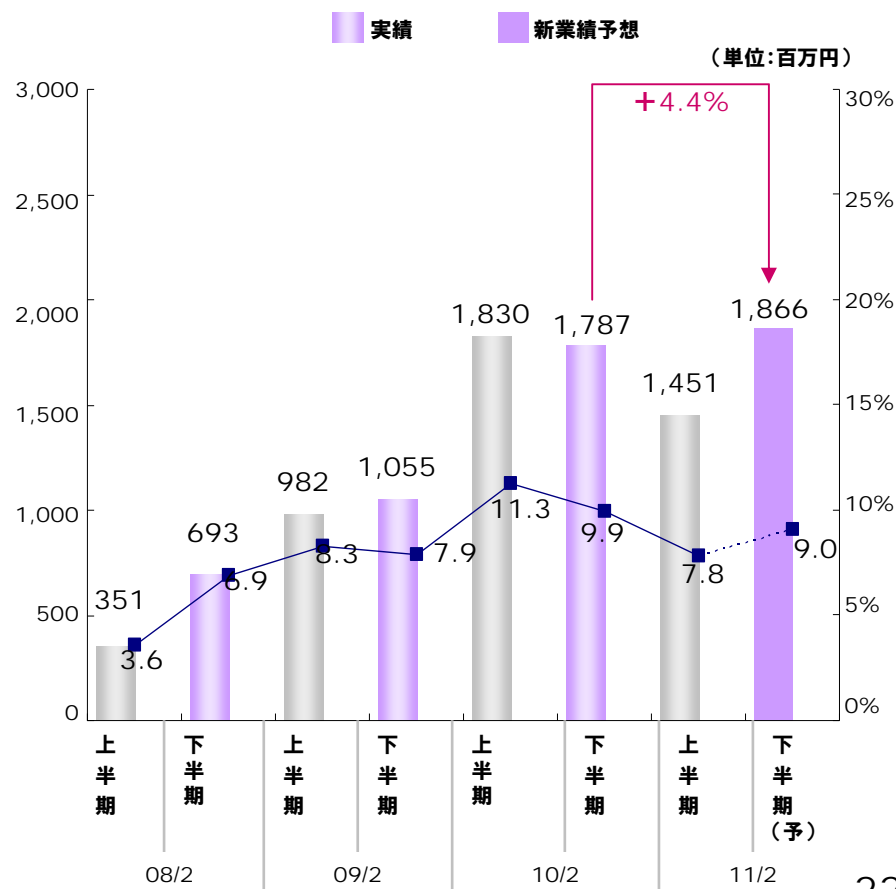
下半期の見通し

売上高は 既存顧客企業中心に取扱い増加 前年同期比14.2%増
営業利益は 下半期は収益性が上半期トレンドから回復 同4.4%増の見通し

売上高



営業利益



売上高進捗率47.4% 営業利益進捗率43.7%

(単位:百万円)

	11/2期 上半期 (実績)	11/2期 通期 新(予)	進捗率
売上高	18,512	39,057	47.4%
営業利益 (売上比)	1,451 (7.8%)	3,317 (8.5%)	43.7%
経常利益 (売上比)	1,456 (7.9%)	3,322 (8.5%)	43.8%
当期純利益 (売上比)	859 (4.6%)	1,927 (4.9%)	44.6%

1章 2011年2月期上半期及び第2四半期実績

2章 2011年2月期進捗状況及び通期見通し

3章 今後のテレビ通販市場及び中期事業戦略

参考資料

当社事業の中心であるテレビ通販支援サービス市場は 中長期的な拡大が見込める市場

テレビ通販市場 拡大の追い風

- 1 テレビ通販参入企業の増加
- 2 テレビ通販利用者の増加
- 3 多チャンネル化の進展

テレビ通販市場の
中長期的な拡大

1. テレビ通販参入企業の増加

企業が販路の多様化を進める中で テレビ通販参入企業が増加
今後も参入企業が増加する見通し

企業の販路の多様化

企業の成長戦略

- 新分野での商品開発
- 新業種への展開

消費者の多様化

- 情報取得手段の多様化
- 買い方の変化

小売市場の飽和

- 消費高齢化の進展
- デフレによる販売価格の低下

テレビ通販への
参入希望企業が増加

2. テレビ通販利用者の増加

40代以上 特に60代以上のテレビ通販利用率が高い
高齢化社会の進展により テレビ通販利用者は拡大する見通し

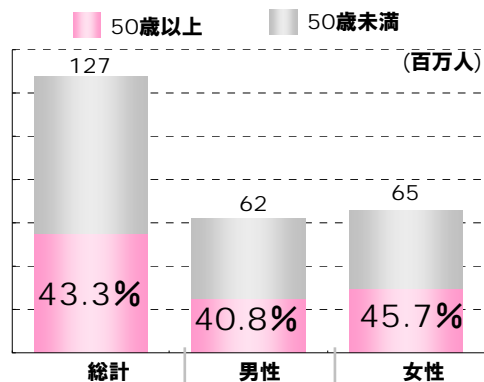
テレビ通販利用率

(%)

	男性	女性
29歳以下	10.9	8.0
30歳～39歳	11.6	15.7
40歳～49歳	19.0	22.0
50歳～59歳	20.8	29.2
60歳～69歳	30.2	37.2
70歳以上	47.5	44.8

出所：「第16回 全国通信販売利用実態調査 報告書
2008年/通信販売の利用実態」 社団法人 日本通信販売協会

日本の年齢別人口



出所：総務省 統計局（平成21年8月確定値）

テレビ通販利用者は
拡大する見通し

3. 多チャンネル化の進展

2011年7月の地上アナログ停波により
中長期的に 緩やかに地上波の多チャンネル化が進展する見込み
テレビ通販番組枠及びテレビ通販CM枠も徐々に増加する見通し

地上波の多チャンネル化進展の可能性

1局あたりの地上デジタル放送サービスイメージ

地上デジタル放送の放送帯域: 13セグメント(6MHz)



高精細度(HD)放送 (12セグメント)

標準画質映像(SD)
放送①
(4セグメント)

標準画質映像(SD)
放送②
(4セグメント)

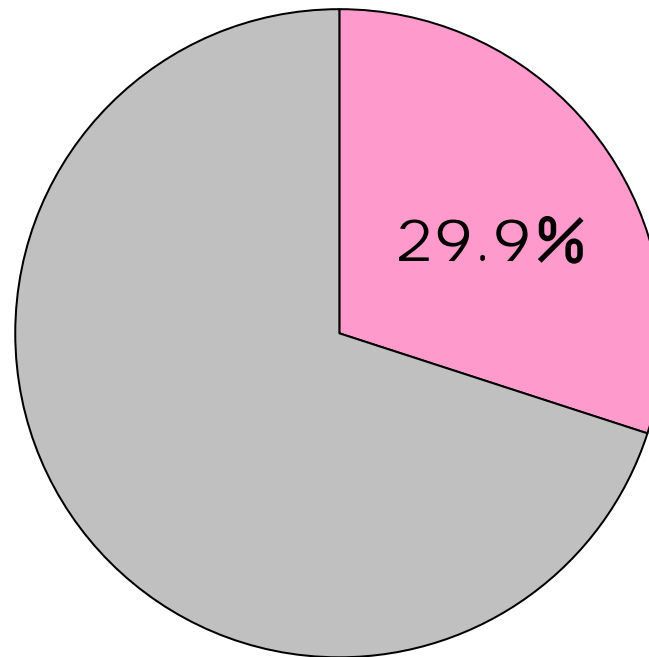
標準画質映像(SD)
放送③
(4セグメント)

テレビ通販番組枠
テレビ通販CM枠
増加の可能性

当社はテレビ通販支援市場において高いシェアを確保

地上波テレビ通販放送枠に対する当社シェア

■ 当社シェア ■ 他社シェア



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 計画変更なし

<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

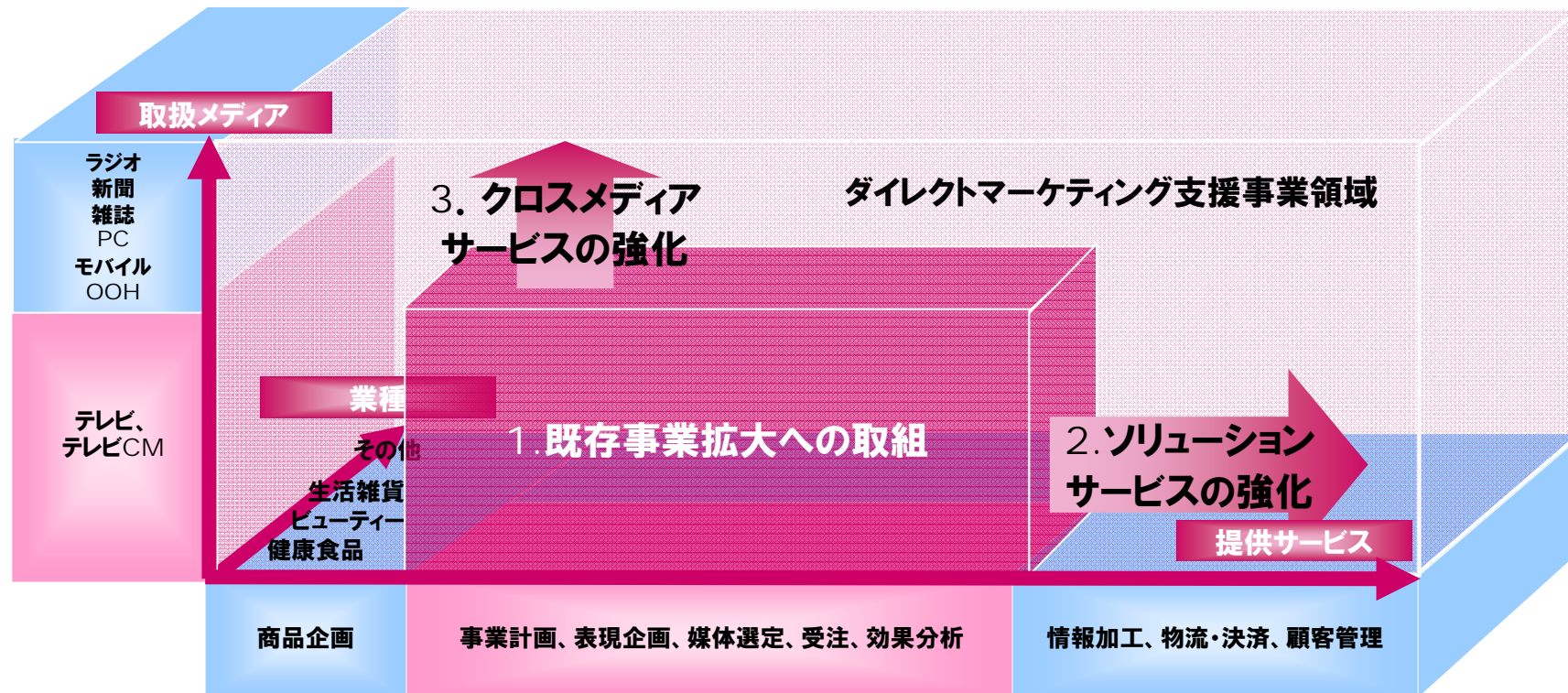
第3フェーズ

- 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

第2フェーズの戦略概要

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を確保を目指す

第2フェーズの戦略概念図



1章 2011年2月期上半期及び第2四半期実績

2章 2011年2月期進捗状況及び通期見通し

3章 今後のテレビ通販市場及び中期事業戦略

参考資料

売上規模別顧客企業数

(単位:社)

	09/2				10/2				11/2	
	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	6	6	7	8	7	9	10	9	9	11
1.25億円以上～2.5億円未満	6	7	3	3	4	2	3	3	6	4
0.5億円以上～1.25億円未満	4	6	10	8	8	11	9	5	8	8
その他	26	16	18	25	26	26	31	33	31	32
合計	42	35	38	44	45	48	53	50	54	55

- **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** 633百万円(2010年8月末時点)
- **発行済株式数** 7,521,600株(2010年8月末時点)
- **従業員数** 84名(2010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

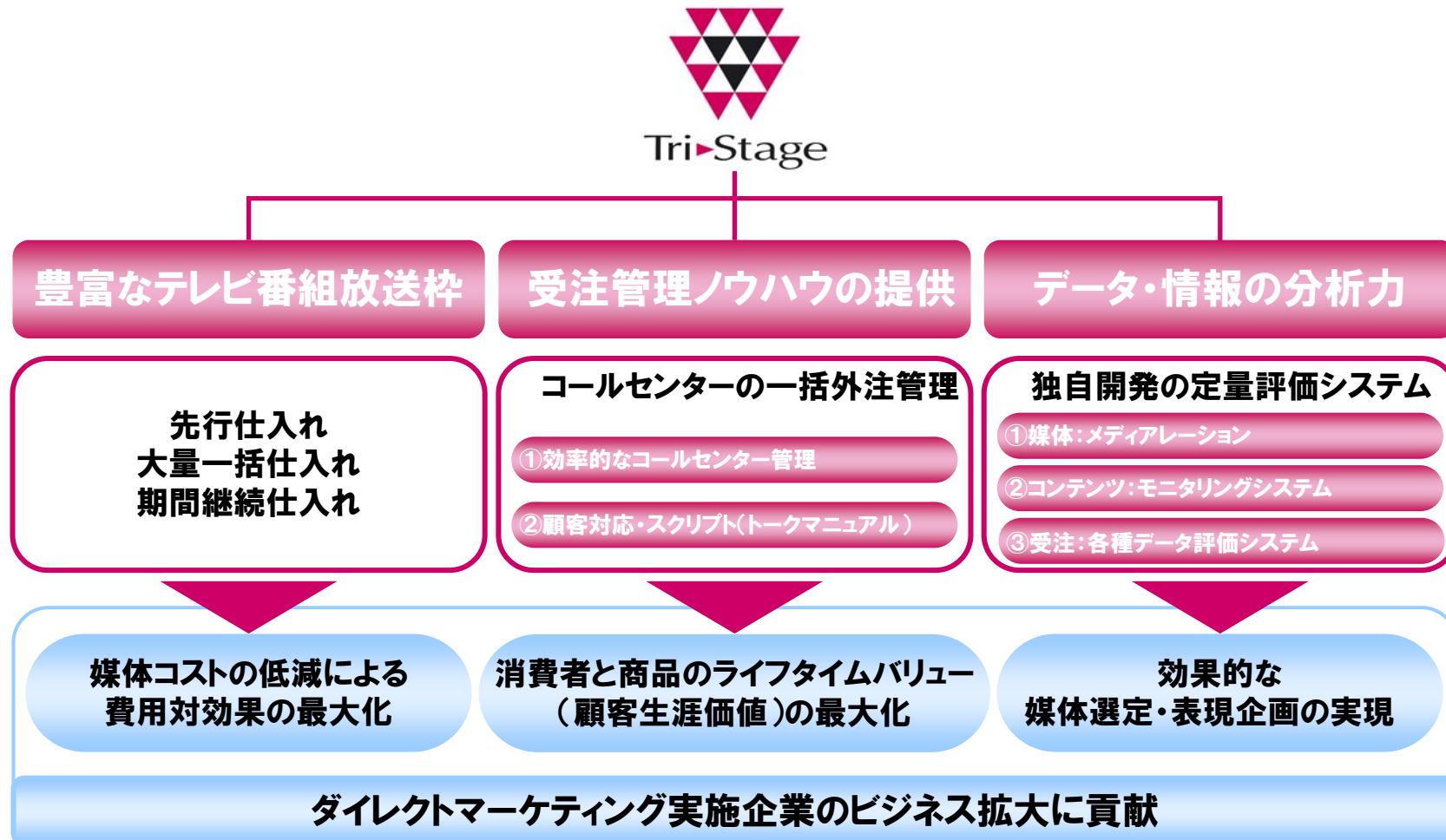


当社のビジネスモデル

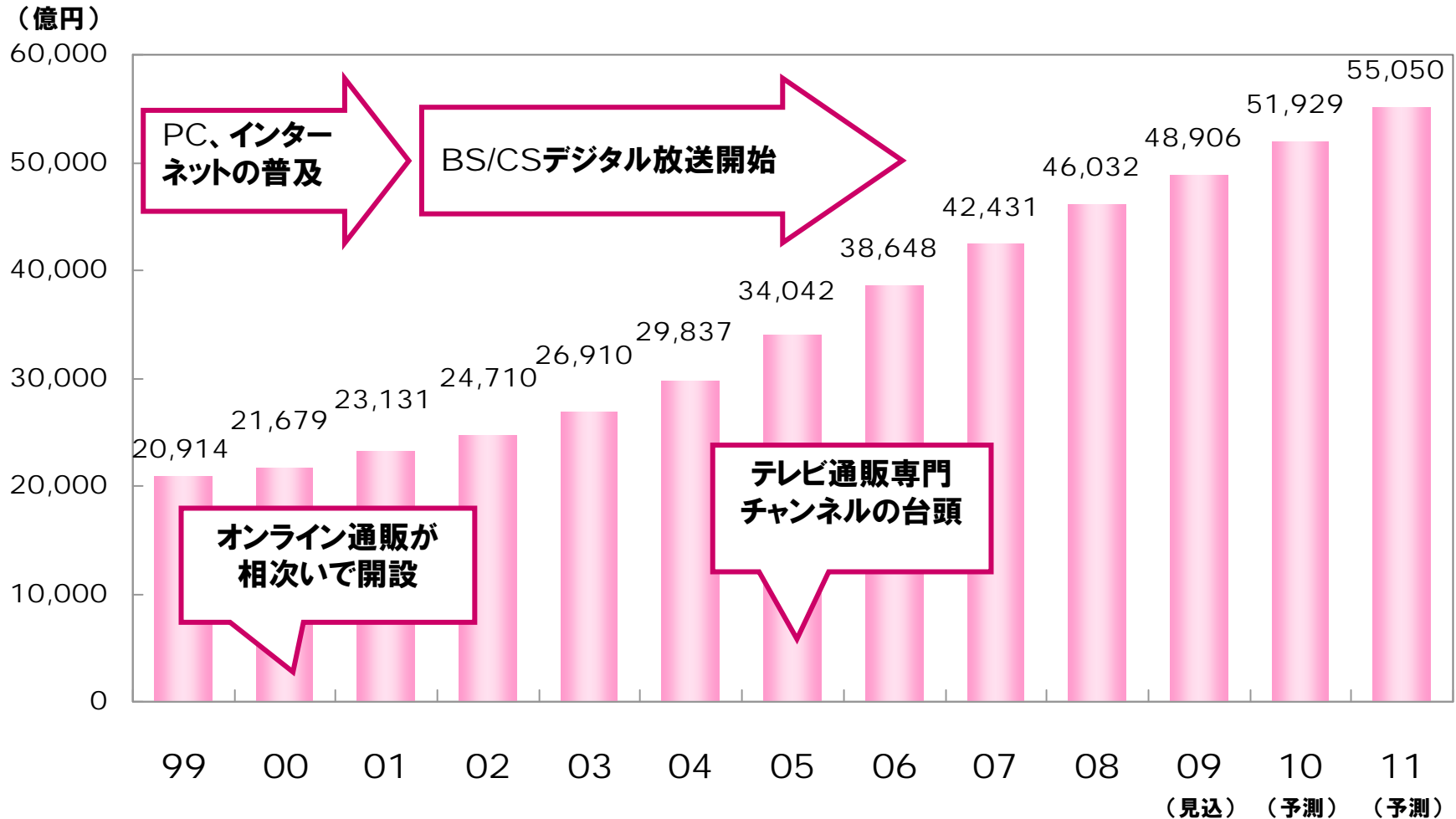
テレビ通販に必要なサービスを仕入先・外注先から仕入・外注し
当社独自ノウハウを加え 顧客企業のダイレクトマーケティング事業を総合的に支援



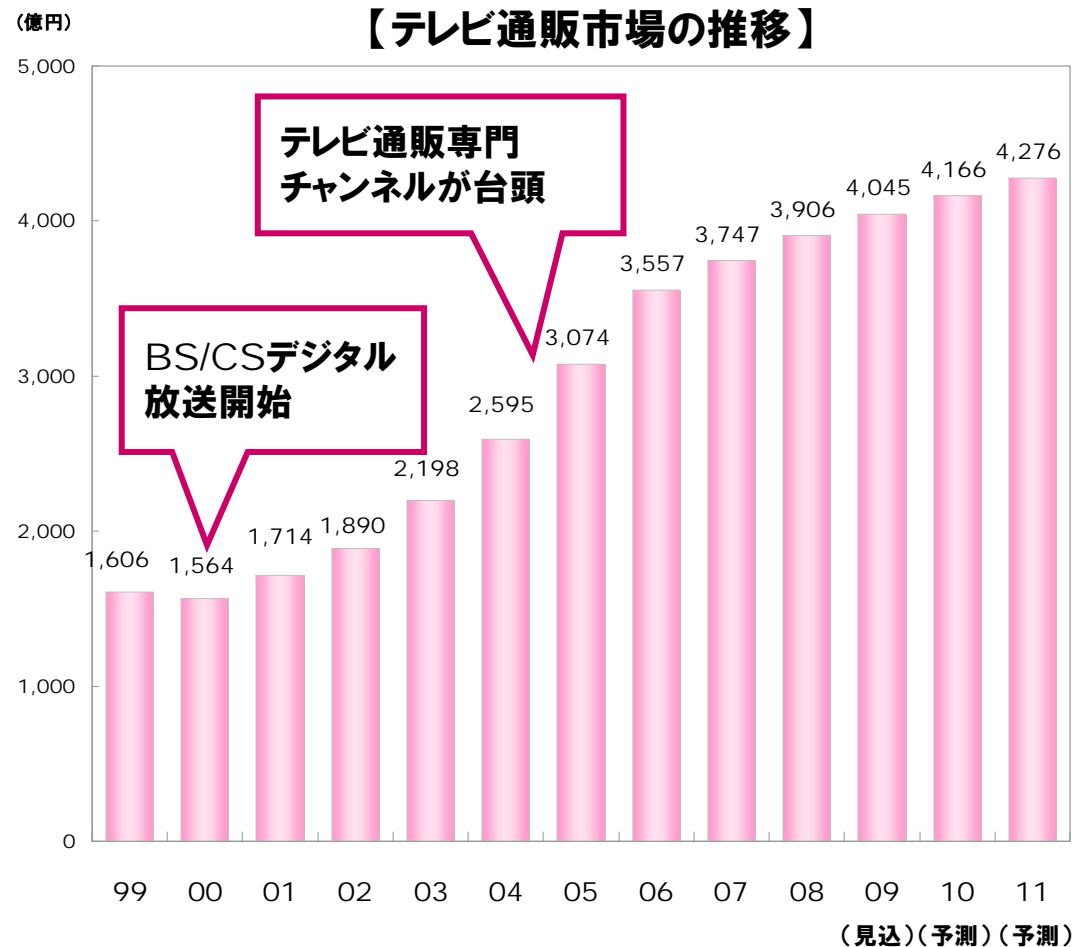
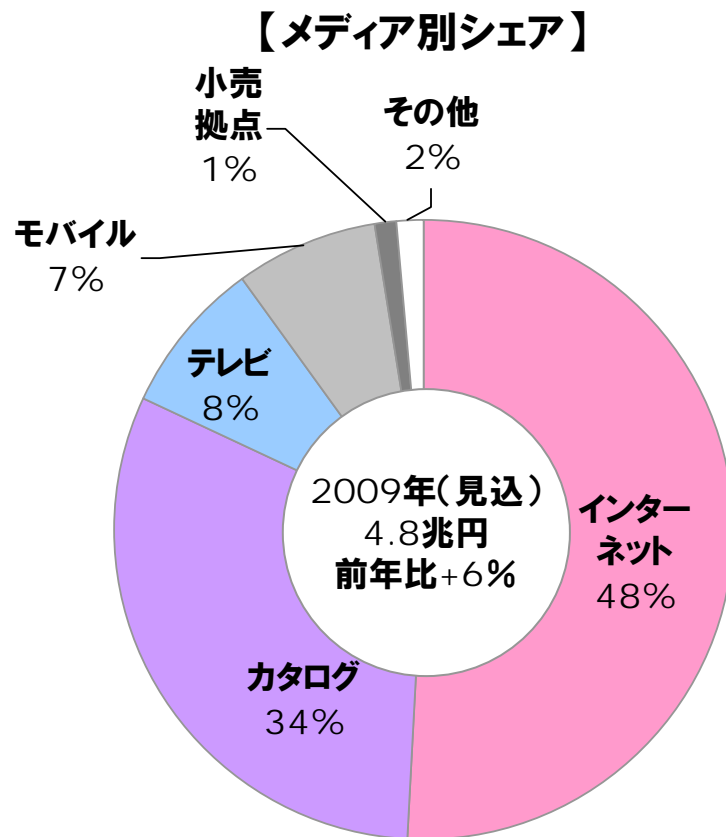
データ分析に基づくトータルソリューションの提供



2010年度の通販市場(物販)は 5.1兆円を予測



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



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 Tri-Stage. At the top, there is a navigation bar with links for Home, News, Services, Company Information, IR Information, and Recruitment Information. The IR Information section is highlighted. Below the navigation bar, there is a search bar and a language selector for English. The main content area is divided into several sections: a sidebar on the left with a '2178 Tri-Stage IR Information' box, a central banner for 'Personal Investors' with the Tri-Stage logo, and a 'Latest Performance' section for the 2010 Q2 financial statements. The 'Latest Performance' section includes links to financial statements, short reports, and annual reports. On the right side, there is a vertical menu with links for 'Business Policy', 'Financial Performance', 'IR Resource Room', and 'Shareholder Information'. Below this menu are links for 'IR Information Email Registration', 'Current Share Price' (with a Yahoo! Finance link), and 'For Individual Investors'. At the bottom, there is a 'Latest News' section with a list of recent announcements, including a personnel change notice and financial reports.

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。