

Tri-Stage

株式会社トリスステージ

**2011年2月期第3四半期
決算説明資料**

2011年1月7日

証券コード: 2178

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

一部の顧客企業への適切なソリューションが果たせなかったこと 想定したメディアの仕入れが果たせなかったことによる進捗の遅れ

1章 2011年2月期第3四半期実績

第3四半期実績(対前年同期比)

売上高 9,230百万円(増減率+5.1%)

売上高は前年を5.1%上回る

営業利益 639百万円(増減率△25.1%)

営業利益は前年同期比△25.1%の減少

2章 2011年2月期進捗状況とその対応

累計実績(対2010年9月27日公表通期見通し)

売上高 27,742百万円(進捗率 71.0%)

営業利益 2,092百万円(進捗率 63.1%)

3章 テレビ通販市場の動向と中期事業戦略

- 今後のテレビ通販市場は横ばい傾向となるものの、当社のターゲットとするテレビ通販実施企業は増加しており、メディア枠のシェアを拡大しつつ、中期事業戦略を推進し規模を拡大する
- 今期末を基準日として、1株当たり20円の配当を実施

1章 2011年2月期第3四半期実績

2章 2011年2月期進捗状況とその対応

3章 テレビ通販市場の動向と中期事業戦略

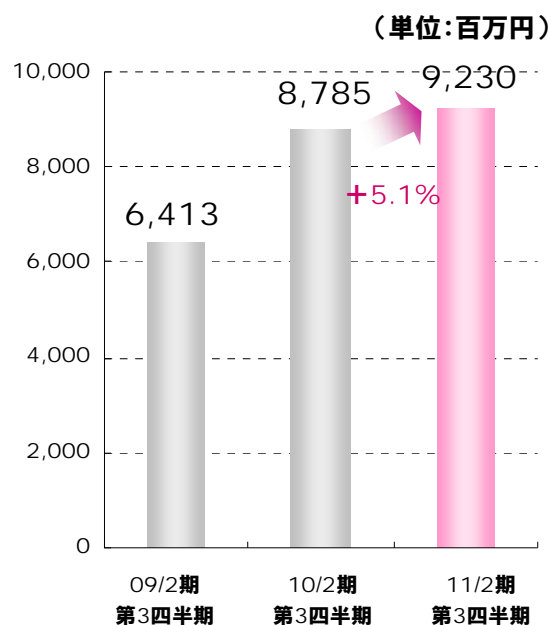
参考資料

第3四半期業績サマリー①

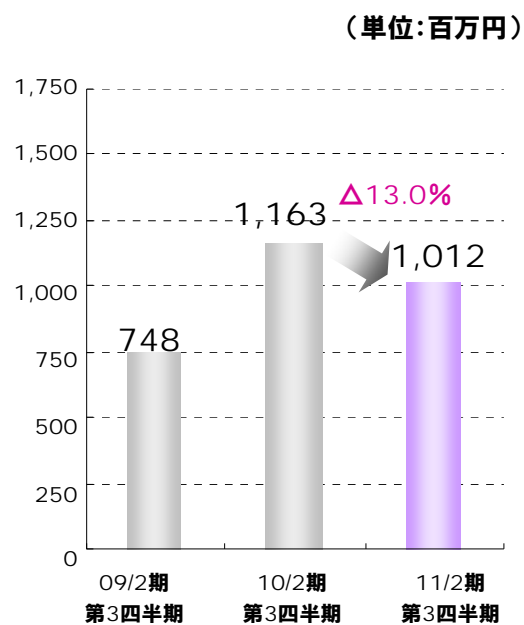


売上高前年同期比5.1%増 売上総利益同13.0%減 営業利益同25.1%減

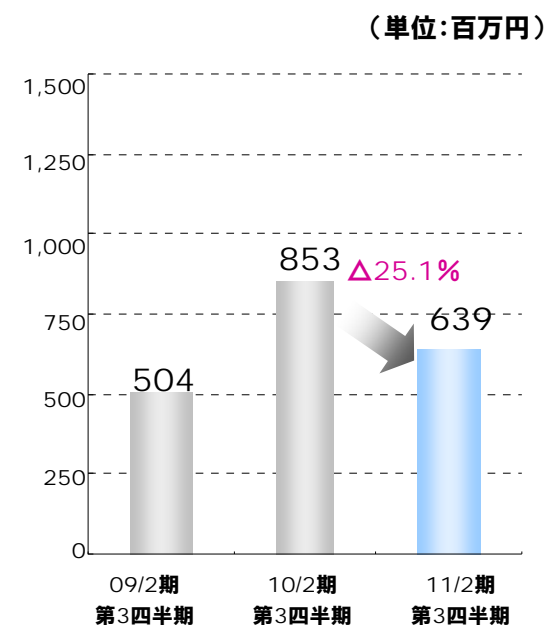
売上高



売上総利益



営業利益



第3四半期業績サマリー②

売上高前年同期比5.1%増 売上総利益同13.0%減 営業利益同25.1%減

(単位:百万円)

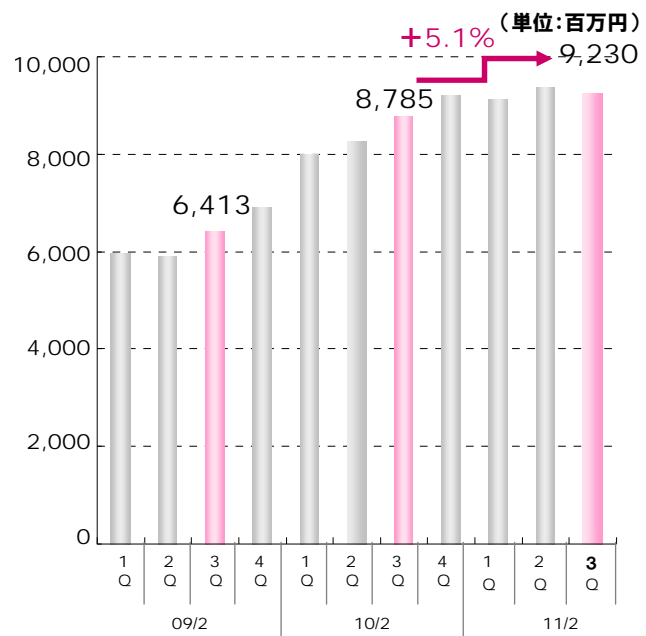
	10/2期 第3四半期 (実績)	11/2期 第3四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	8,785	9,230	+444	+5.1%
売上原価 (売上比)	7,621 (86.8%)	8,217 (89.0%)	+595	+7.8%
売上総利益 (売上比)	1,163 (13.2%)	1,012 (11.0%)	△ 150	△ 13.0%
販管費 (売上比)	310 (3.5%)	373 (4.0%)	63	+20.3%
営業利益 (売上比)	853 (9.7%)	639 (6.9%)	△ 213	△ 25.1%
経常利益 (売上比)	853 (9.7%)	640 (6.9%)	△ 212	△ 24.9%
当期純利益 (売上比)	502 (5.7%)	377 (4.1%)	△ 125	△ 24.9%

四半期毎の業績推移

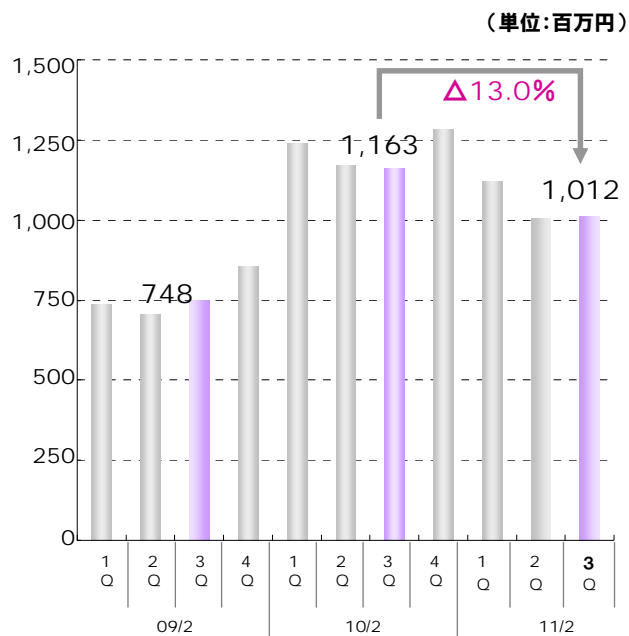


売上高前年同期比5.1%増 売上総利益同13.0%減 営業利益同25.1%減

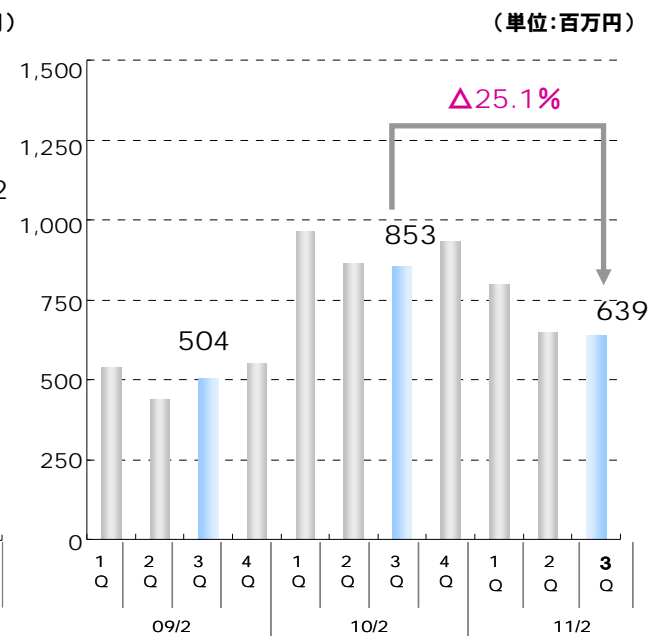
売上高



売上総利益



営業利益



	FY2/09				FY2/10				FY/2/11		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	5,968	5,915	6,413	6,924	8,000	8,258	8,785	9,208	9,137	9,375	9,230
売上総利益	738	705	748	856	1,240	1,168	1,163	1,284	1,119	1,006	1,012
営業利益	540	441	504	551	964	866	853	934	798	650	639
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%	11.0%
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%	6.9%

ソリューション売上高は顧客企業のテレビ通販事業拡大に伴い拡大

(単位:百万円)

	10/2期 第3四半期 (実績)	11/2期 第3四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	8,785	9,230	+444	+5.1%
ソリューション売上 (売上比)	8,659 (98.6%)	9,150 (99.1%)	+491	+5.7%
商品売上 (売上比)	126 (1.4%)	79 (0.9%)	△ 46	△ 36.7%

「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

第3四半期 売上原価 売上総利益

テレビ番組 CMの媒体費 外注費の取扱が増加

(単位:百万円)

	10/2期 第3四半期 (実績)	原価 構成比	11/2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)	7,621 (86.8%)	100.0%	8,217 (89.0%)	100.0%	+7.8%
媒体費(メディア仕入) (売上比)	6,654 (75.7%)	87.3%	6,952 (75.3%)	84.6%	+4.5%
テレビ番組 (売上比)	4,710 (53.6%)	61.8%	4,879 (52.9%)	59.4%	+3.6%
テレビCM (売上比)	1,674 (19.1%)	22.0%	1,828 (19.8%)	22.3%	+9.2%
その他 (売上比)	270 (3.1%)	3.5%	244 (2.6%)	3.0%	△9.6%
外注費 (売上比)	853 (9.7%)	11.2%	1,195 (12.9%)	14.5%	+40.0%
商品原価 (売上比)	113 (1.3%)	1.5%	70 (0.8%)	0.9%	△38.3%
売上総利益 (売上比)	1,163 (13.2%)		1,012 (11.0%)		△13.0%

テレビ番組の
取扱増加

テレビCM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

第3四半期 販管費 営業利益

**販管費は 前年同期比20.3%増
前期比25名純増で 計画通りの人員採用を実施**

(単位:百万円)

	10/2期 第3四半期 (実績)	11/2期 第3四半期 (実績)	差額	増減率
販管費	310	373	+63	+20.3%
(売上比)	(3.5%)	(4.0%)		
人件費	175	190	+14	+8.2%
(売上比)	(2.0%)	(2.1%)		
減価償却費	7	10	+2	+35.0%
(売上比)	(0.1%)	(0.1%)		
その他	126	172	+45	+36.2%
(売上比)	(1.4%)	(1.9%)		
営業利益	853	639	△ 213	△25.1%
(売上比)	(9.7%)	(6.9%)		

正社員の増加+25名
(新卒5名 中途12名
雇用切替8名)

業務委託費
地代家賃等

第3四半期末 従業員数	63	88	25	+39.7%
--------------------	----	----	----	--------

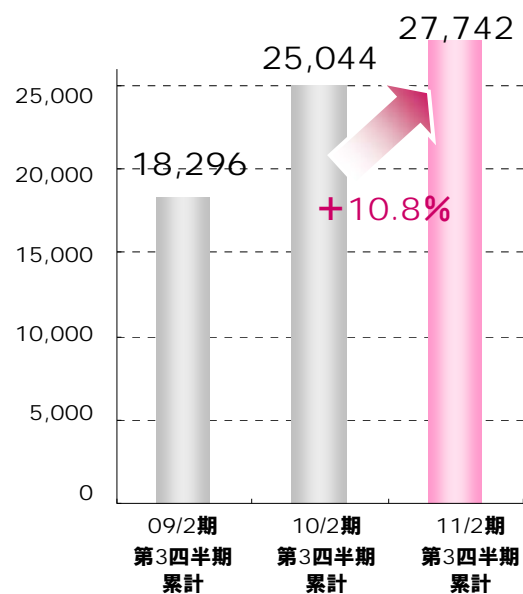
第3四半期累計業績サマリー①



第3四半期累計は前年同期に対し売上高は増加、利益は減少。
売上高前年同期比10.8%増、売上総利益同12.2%減、営業利益同22.0%減

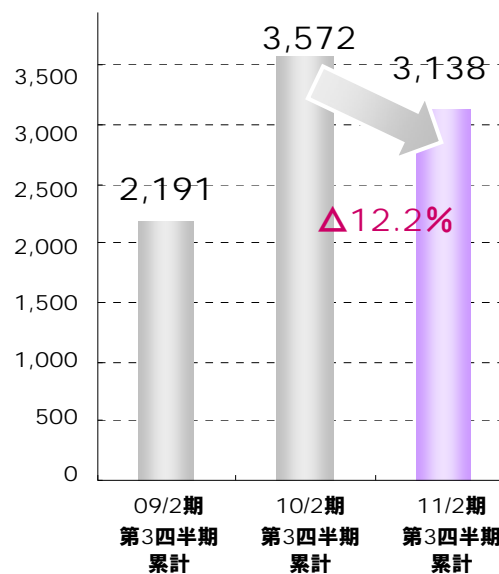
売上高

(単位:百万円)



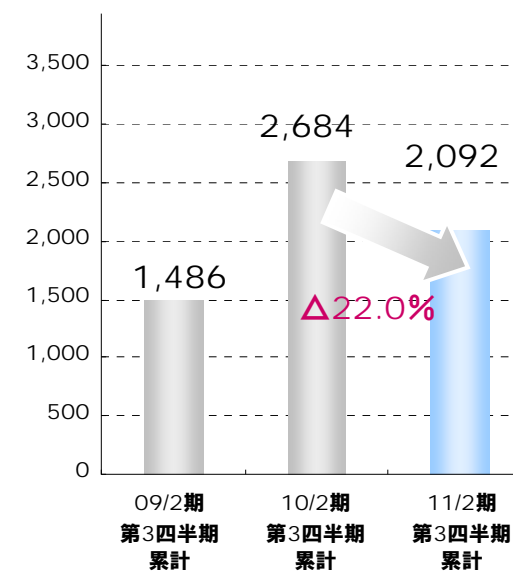
売上総利益

(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は増加、利益は減少。
売上高前年同期比10.8%増、売上総利益同12.2%減、営業利益同22.0%減

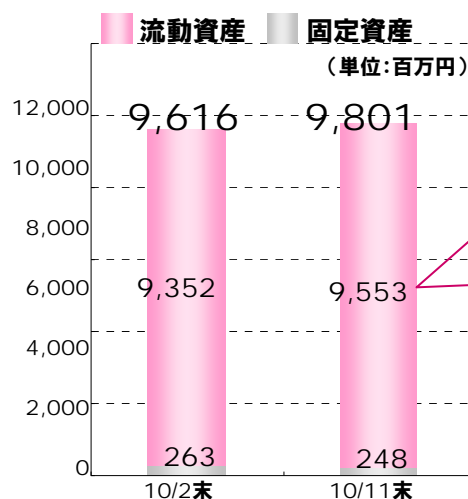
(単位:百万円)

	10/2期 第3四半期累計 (実績)	11/2期 第3四半期累計 (実績)	差額	増減率
売上高	25,044	27,742	+2,698	+10.8%
売上原価 (売上比)	21,472 (85.7%)	24,604 (88.7%)	+3,132	+14.6%
売上総利益 (売上比)	3,572 (14.3%)	3,138 (11.3%)	△ 434	△ 12.2%
販管費 (売上比)	888 (3.5%)	1,046 (3.8%)	+157	+17.7%
営業利益 (売上比)	2,684 (10.7%)	2,092 (7.5%)	△ 591	△ 22.0%
経常利益 (売上比)	2,685 (10.7%)	2,099 (7.6%)	△ 586	△ 21.8%
当期純利益 (売上比)	1,584 (6.3%)	1,237 (4.5%)	△ 347	△ 21.9%

盤石な財務基盤を維持

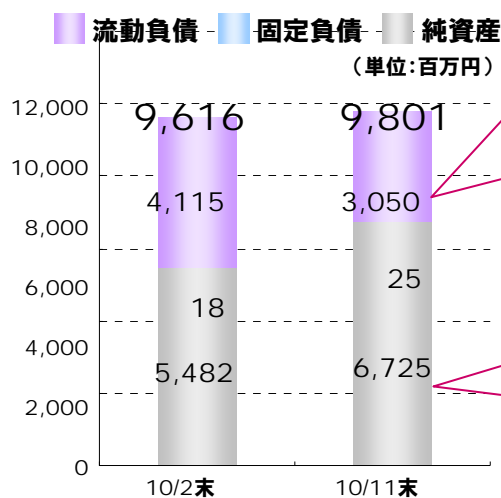
貸借対照表

資産



売掛金の増加
+82百万円
現金及び預金の増加
+139百万円

負債・純資産



買掛金の増加
+187百万円
未払法人税等の減少
△1,035百万円

利益剰余金の増加
+1,237百万円

キャッシュ・フロー

	(単位:百万円)	
	10/2期 第3四半期累計 (実績)	11/2期 第3四半期累計 (実績)
営業キャッシュフロー	1,797	207
投資キャッシュフロー	△54	△2,473
財務キャッシュフロー	5	5
現金及び現金同等物四半期末残高	4,639	1,030

税引前四半期純利益の計上 2,099百万円
仕入債務の増加 187百万円
売上債権の増加 △82百万円
法人税等の支払 △1,872百万円

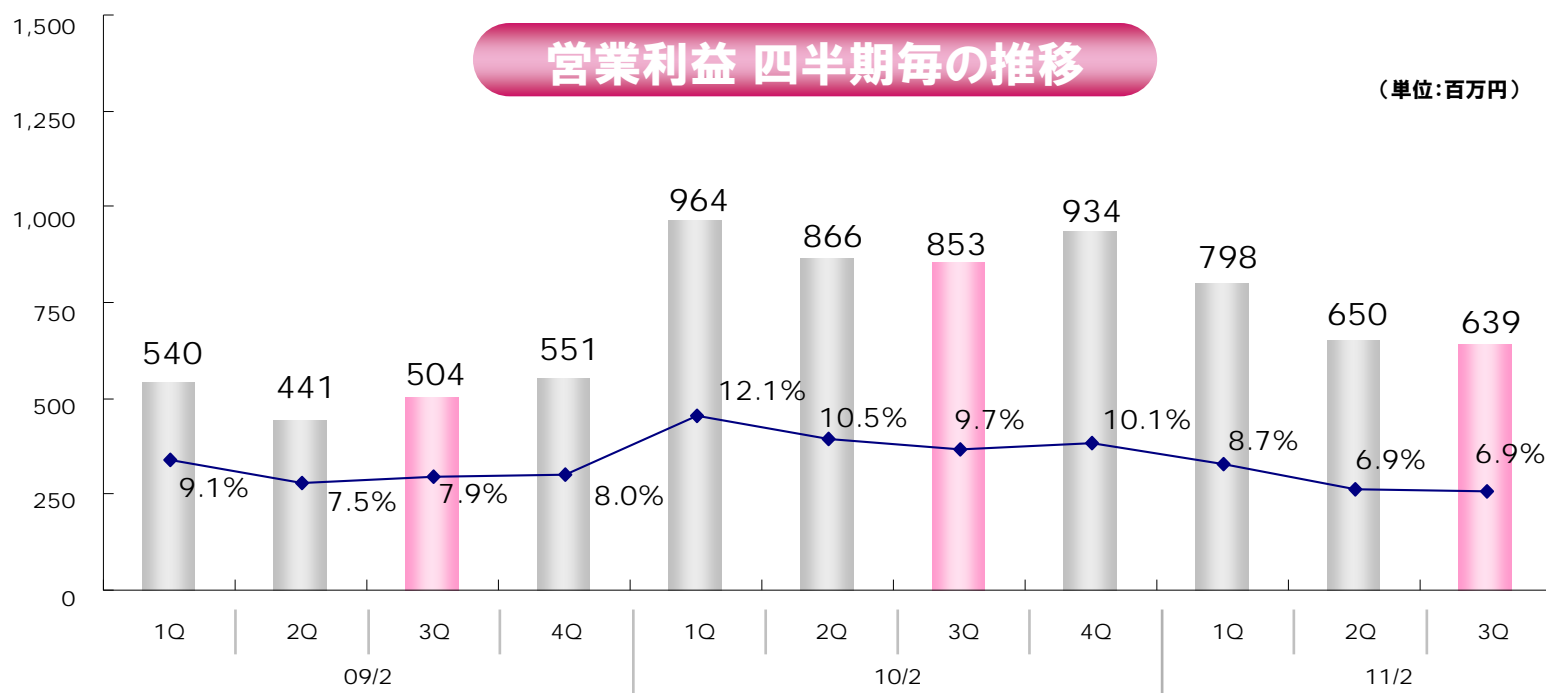
定期預金の預入 △2,400百万円

第3四半期 営業利益の減少要因

営業利益減少の要因

1. 一部の顧客企業に対する確かなソリューションが果たせなかったこと

2. テレビCM市場が活況になったことから、テレビCM枠の価格が想定を上回ったため、見込み通りの仕入れが果たせなかったこと



1章 2011年2月期第3四半期実績

2章 2011年2月期進捗状況とその対応

3章 テレビ通販市場の動向と中期事業戦略

参考資料

業績予想に対し、やや遅れ気味の進捗状況
進捗率 売上高71.0%、営業利益63.1%

(単位:百万円)

	11/2期 第3四半期累計 (実績)	11/2期 通期(予) 10/9/27公表	進捗率
売上高	27,742	39,057	71.0%
営業利益 (売上比)	2,092 (7.5%)	3,317 (8.5%)	63.1%
経常利益 (売上比)	2,099 (7.6%)	3,322 (8.5%)	63.2%
当期純利益 (売上比)	1,237 (4.5%)	1,927 (4.9%)	64.2%

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(第2四半期の決算説明資料に記載)

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

下半期の経過

1 ソリューションサービスの的確かつ迅速な対応
⇒ 一部の顧客に対し、ソリューション及びテレビCM枠の提供が的確にできず
PDCAの高速化及びメディア仕入の積極化

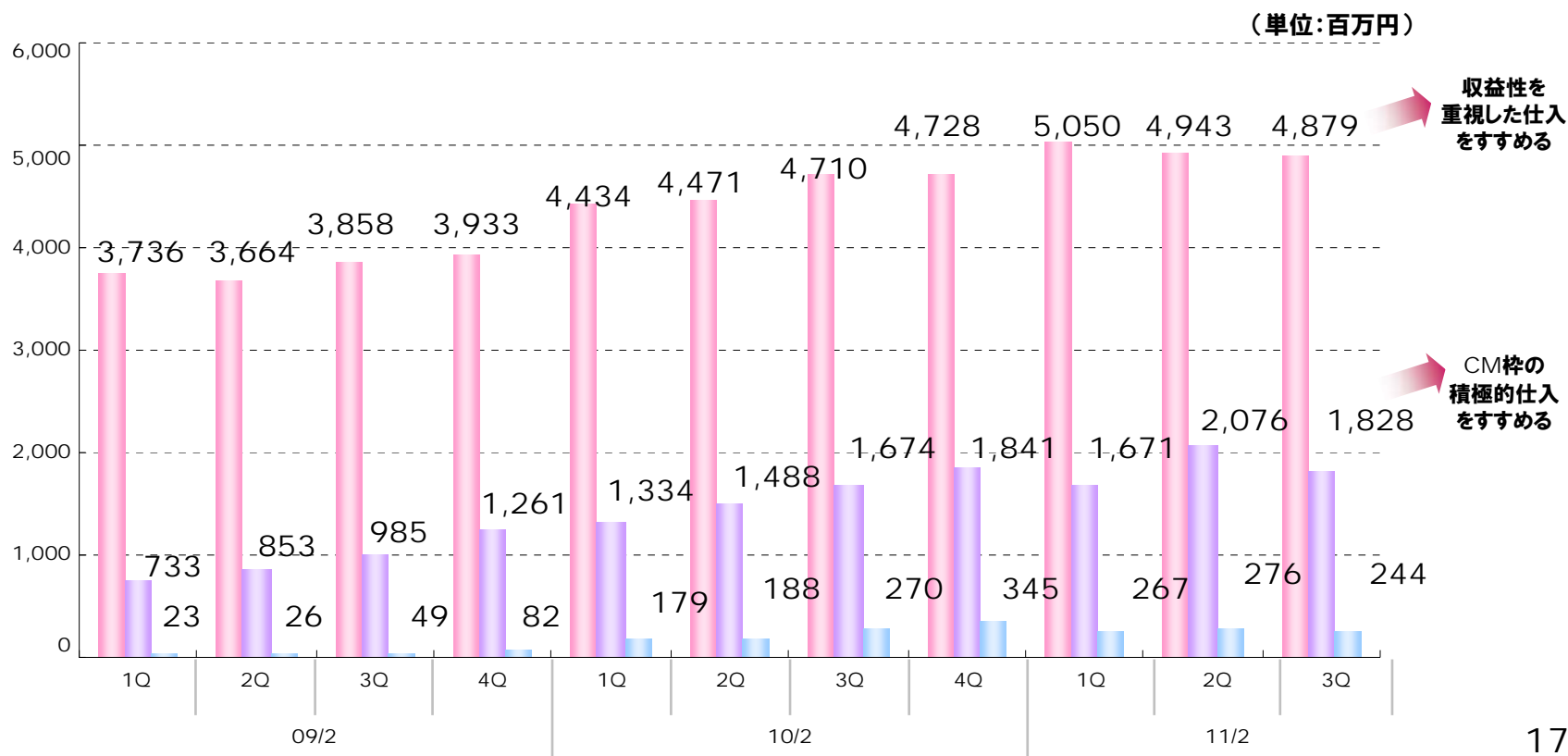
2 前期及び当上半期に開拓した新規顧客企業との取引拡大
⇒ 2社がトップ20位に入るなど、新規顧客の規模拡大 開拓も引き続き実施
新しい業種も増えてきており、取引社数も増加
引き続き顧客企業との取引拡大を継続

対応1. メディア仕入の積極化

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
 テレビCM枠の仕入が見込み通りできなかったことを踏まえ
 実績に乏しい新たな枠も積極的に仕入を実施する。

メディア仕入推移

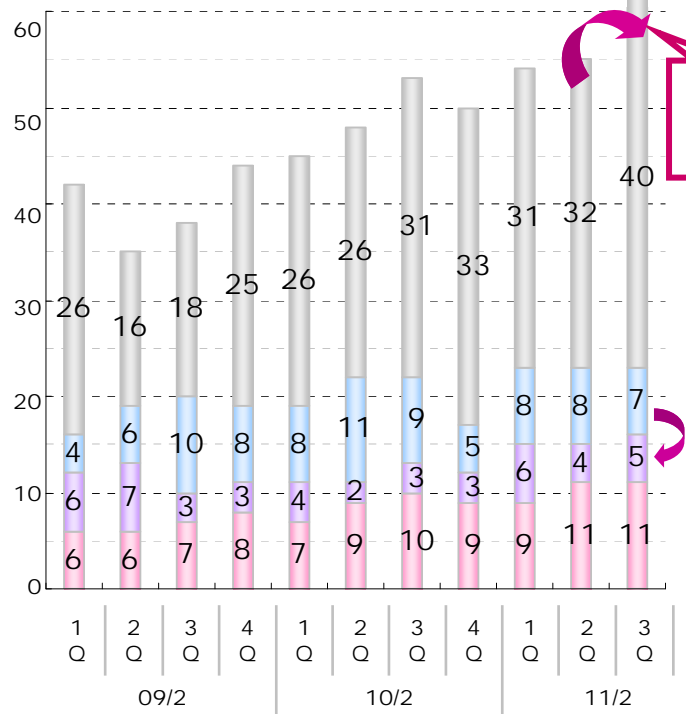
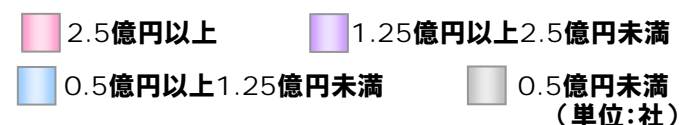
■ テレビ番組 ■ テレビCM ■ その他メディア



対応2. 顧客企業との取引拡大

顧客企業の媒体出稿意欲は引続き堅調
新規顧客企業の売上規模は拡大し、取引者数も増加
新しい業種も増えてきている

売上規模別顧客企業数



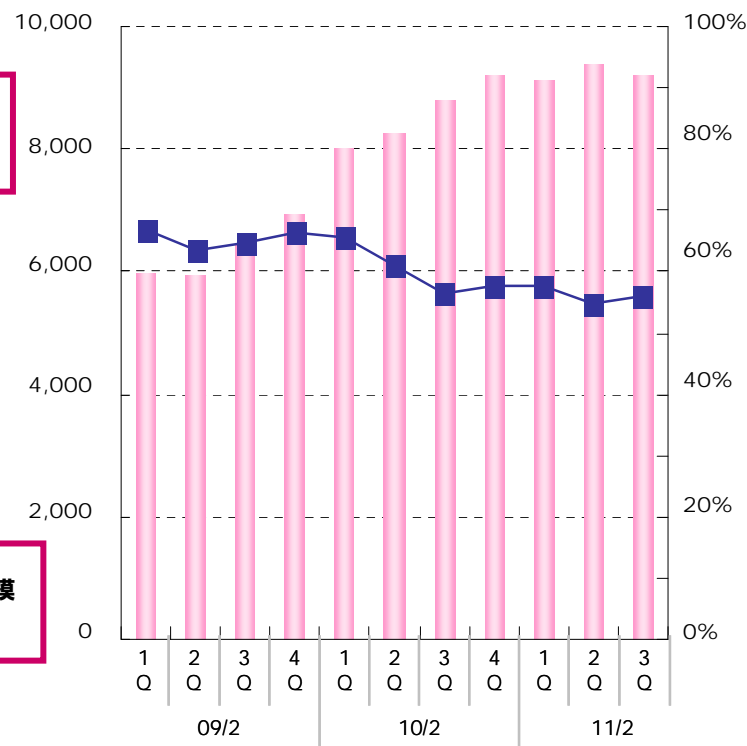
取引社数
55⇒63

売上規模
拡大

売上上位5社シェア



(単位:百万円)



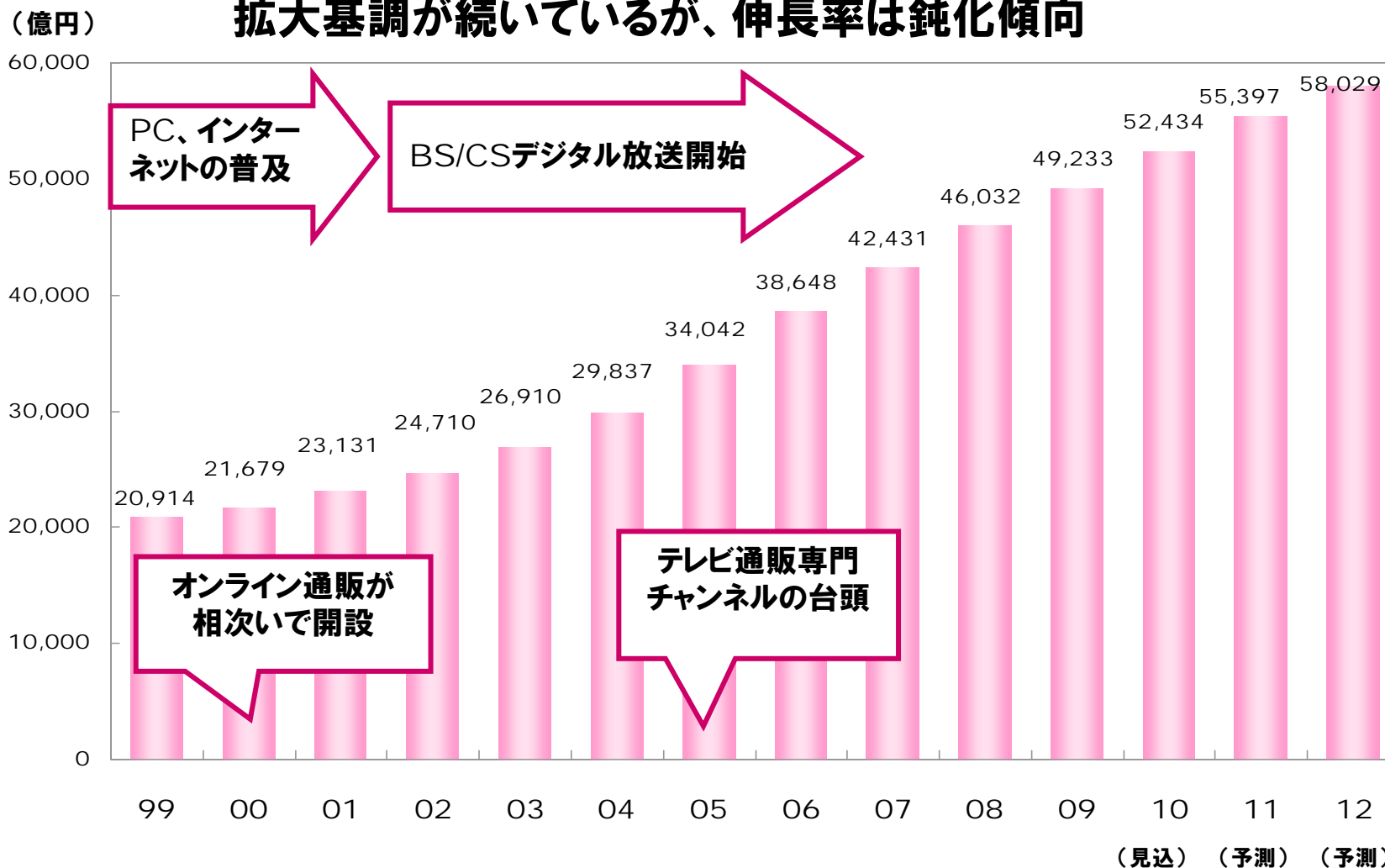
1章 2011年2月期第3四半期実績

2章 2011年2月期進捗状況とその対応

3章 テレビ通販市場の動向と中期事業戦略

参考資料

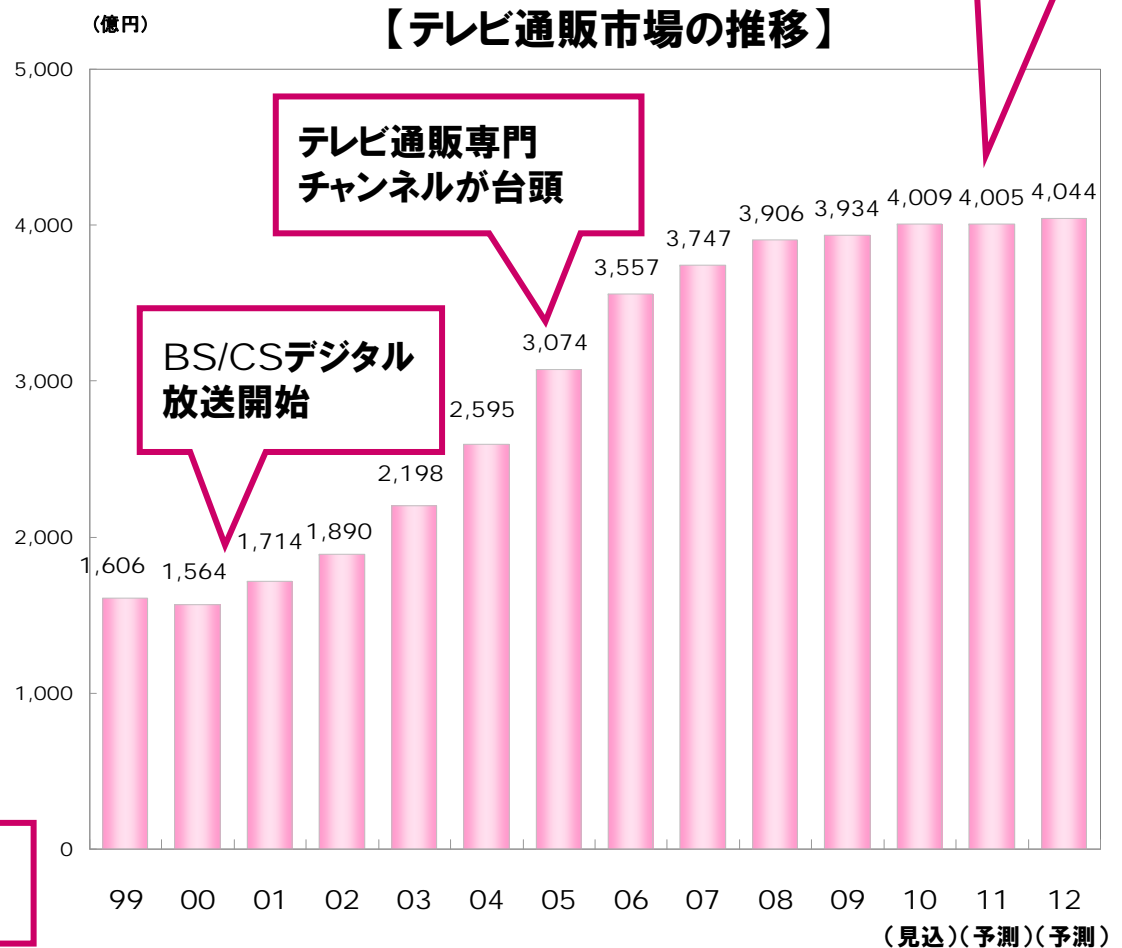
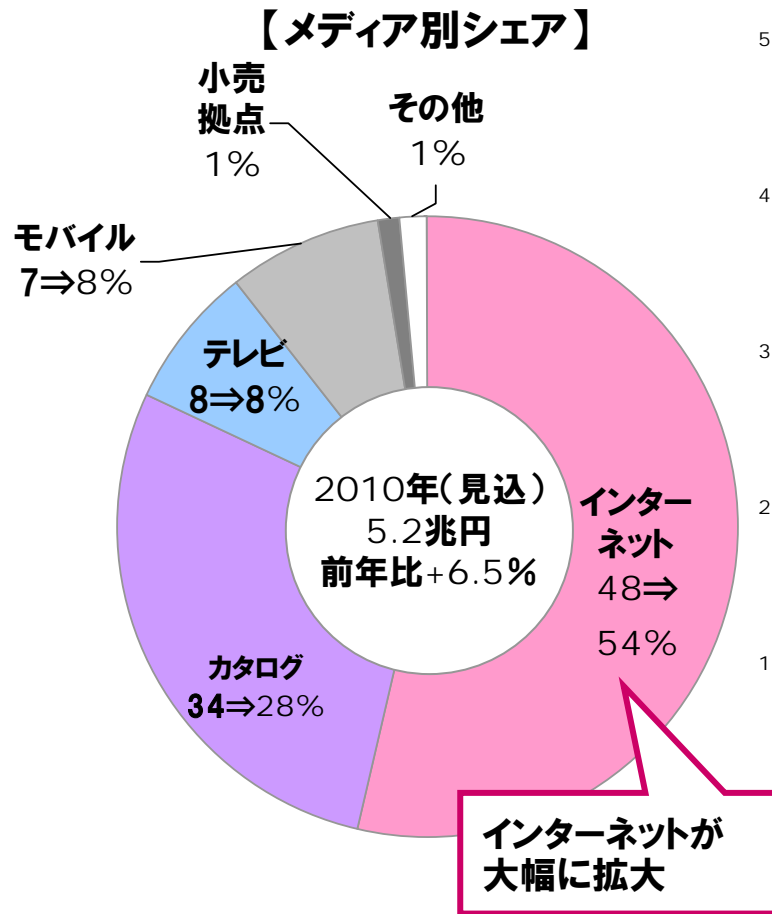
2011年度の通販市場(物販)は 5.5兆円を予測 拡大基調が続いているが、伸長率は鈍化傾向



【資料更新】テレビ通販市場の動向

インターネット、モバイル通販が売上を更に拡大傾向
 テレビ通販市場は横ばい若しくは微増傾向

横ばい若しくは
 微増傾向と予測



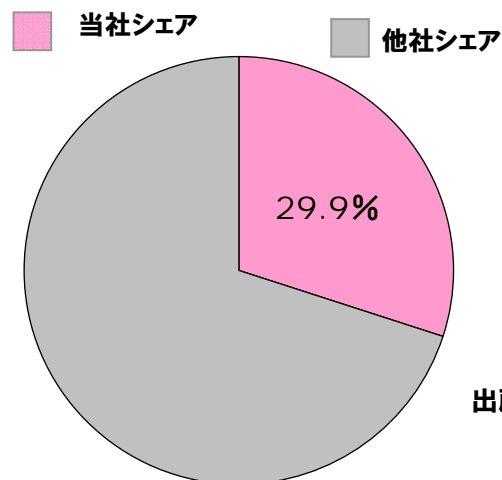
今後の取組

- テレビ通販市場全体は横ばいが続くが、一方で、「テレビ通販実施企業」は押し並べて好調でありかつ当社内においても**新たな参入企業が増加している**
- 当社の地上波のテレビ通販番組枠の市場シェアは、30%程度であり 今後**参入するテレビ番組枠はまだまだあり、シェアの拡大は見込める**



新規企業、新規業種を受入れつつ、テレビ番組枠シェアも含め拡大の余地はある
引続き 第2フェーズ(当社中期事業戦略)の取組みをさらに強固なものにする

地上波テレビ通販番組枠に対する当社シェア



出所:当社調べ 2010年1月 5月 8月の無作為3週間平均

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

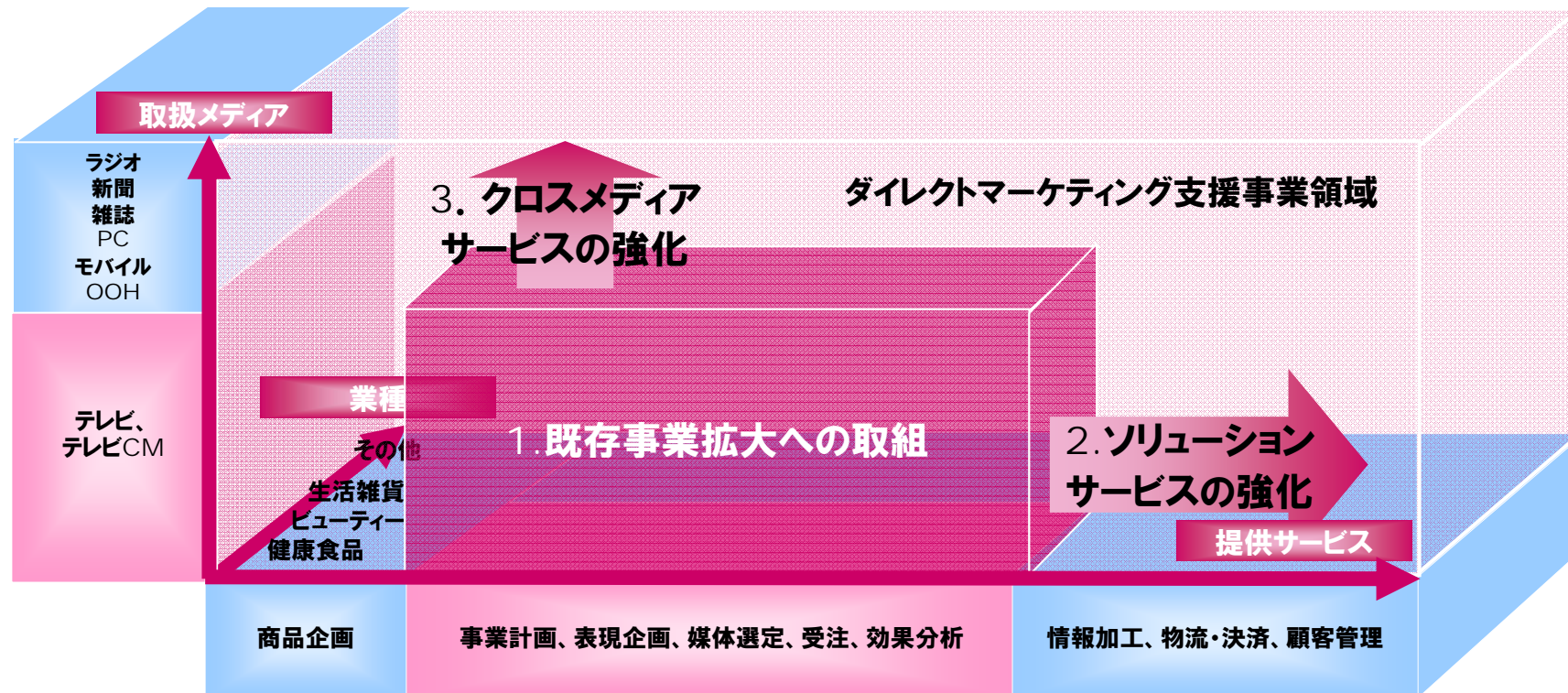
第3フェーズ

- 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

第2フェーズの戦略概要図

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



- 財務体質及び経営基盤の強化や資本提携を含めた重点分野への投資のための内部留保の拡充を優先する考え方に変更はない
- 一方で、株主の皆様への利益還元ができる財務基盤及び環境が整ったと判断



1株につき20円の期末配当(初配)を実施(平成23年2月28日を基準日)

	年間配当金(円)		
	第2四半期	期末	合計
前回予想 (平成22年3月29日発表)		0円00銭	0円00銭
今回修正予想		20円00銭	20円00銭
当期実績	0円00銭		
前期実績	0円00銭	0円00銭	0円00銭

1章 2011年2月期第3四半期実績

2章 2011年2月期進捗状況とその対応

3章 テレビ通販市場の動向と中期事業戦略

参考資料

- **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11月末時点)
- **発行済株式数** 7,525,500株(2010年11月末時点)
- **従業員数** 88名(2010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

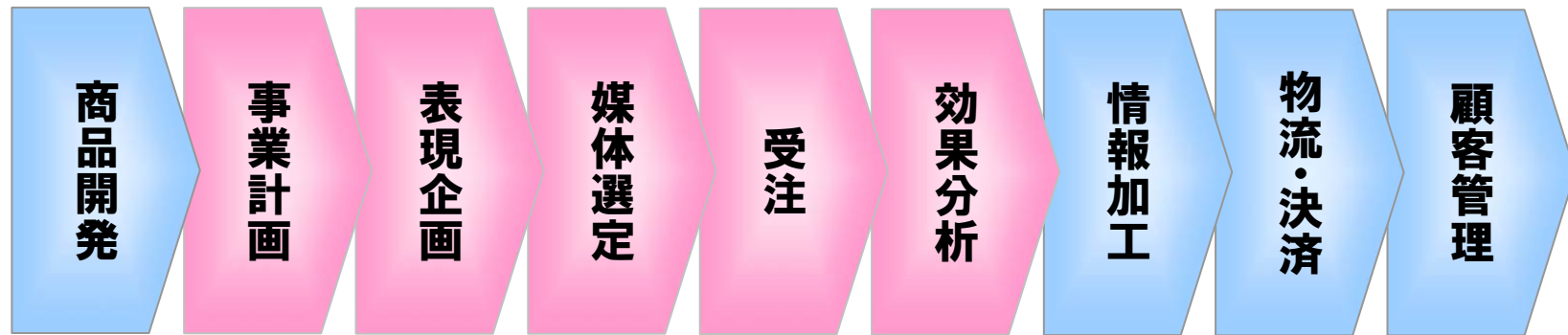
Speedy

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

ダイレクトマーケティングのバリューチェーン



当社が提供する
ソリューションメニュー例

- 商品設定
- 商品選定

- 事業計画立案
- 事業戦略立案

- 表現物制作
- コンセプト設定

- メディア枠提供
- 出稿計画立案

- 受注管理
- 受注方法設定

- 事業将来予測
- 媒体効率分析

- 配送データ加工
- 受注データ加工

- 代金回収方法設定
- 配送方法設定

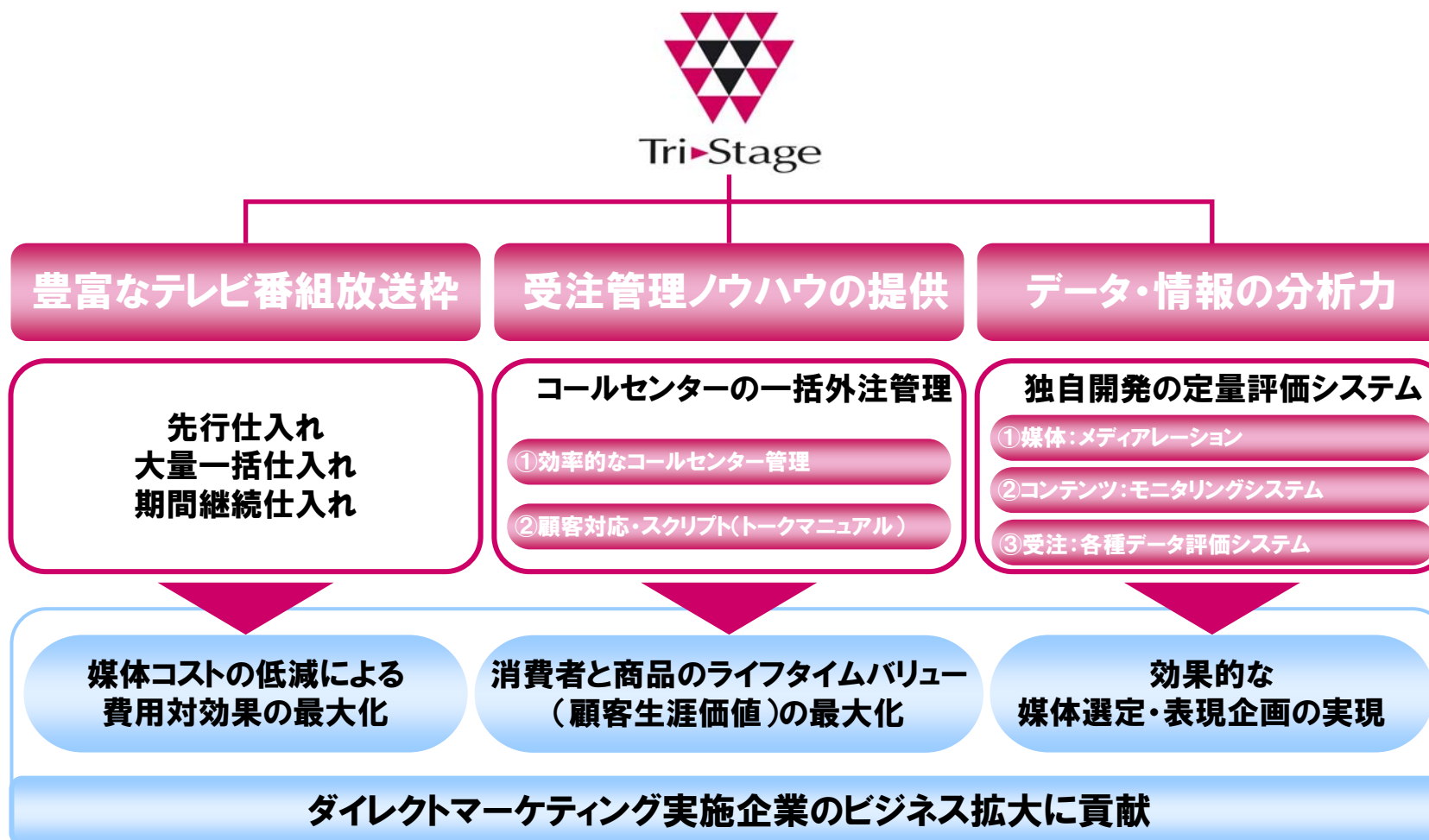
- 継続販売計画立案
- 顧客満足度向上策立案

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



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	第3 四半期
2.5億円以上	6	6	7	8	7	9	10	9	9	11	11
1.25億円以上~2.5億円未満	6	7	3	3	4	2	3	3	6	4	5
0.5億円以上~1.25億円未満	4	6	10	8	8	11	9	5	8	8	7
その他	26	16	18	25	26	26	31	33	31	32	40
合計	42	35	38	44	45	48	53	50	54	55	63

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、市場規模が拡大したことにより、成長率は鈍化傾向にあるものの、拡大基調が続い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情報' (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 divided into several sections:

- IR情報**: A header section with a sub-header '個人投資家の皆様へ' (Dear Individual Investors) and a message: 'トライステージのことをご理解いただくための情報をご案内します。' (We will guide you to information to help you understand Tri-Stage.)
- 2178 トライステージ IR情報**: A statistics box.
- 最新の業績** (Latest Performance): A section for the 2010 Q2 financial results, including links to the financial statement movie, summary, and materials.
- 最新ニュース** (Latest News): A list of recent news items, including a personnel change notice and financial statement releases.
- IR情報**: A sidebar menu with links to '経営方針' (Business Policy), '財務・業績' (Financials & Performance), 'IR資料室' (IR Resource Room), and '株式・株主情報' (Equity & Shareholder Information).
- よくある質問** (FAQ): A section with links for 'IRお問い合わせ(メール)', 'IRお問い合わせ(電話)', '電子公告', 'ディスクロージャーポリシー', and '免責事項'.

担当

株式会社トライステージ
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/

トライステージ

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。