



Tri-Stage

株式会社トリスステージ

2011年2月期

決算説明資料

2011年4月27日

証券コード: 2178

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

はじめに

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

本年3月の東日本大震災により、
尊い命を亡くされた方々のご冥福を心よりお祈り申し上げます。
そして、被害に遭われた方々に心よりお見舞い申し上げます。
株式会社トライステージは、被災された方々の救援および被災地の復興に
お役立ていただきたいとの思いより、義捐金として3,000万円を拠出いたしました。
弊社役員従業員一同、被災地の一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

**前期は対業績予想が未達となり、増収減益の実績
当事業年度は震災等の影響もあり、増収減益を予想
中期経営計画の最終年度であり、中期事業戦略を継続**

1章 2011年2月期第4四半期及び通期実績

通期実績(対業績予想)		第4四半期実績(対前年同期比)	
売上高	37,572百万円 (達成率96.2%)	売上高	9,829百万円 (増減率+6.7%)
営業利益	3,224百万円 (同 97.2%)	営業利益	1,131百万円 (同 +21.1%)

2章 2012年2月期の見通し

通期見通し(対前年比)		配当予想	
売上高	40,102百万円 (前期比 +6.7%)	今期予想	20円
営業利益	3,018百万円 (同 Δ6.4%)	前期実績	20円

3章 中期事業戦略

- 今期(2012/2期)も引続き第2フェーズを中心に位置づけ事業展開を実施

1章 2011年2月期第4四半期及び通期実績

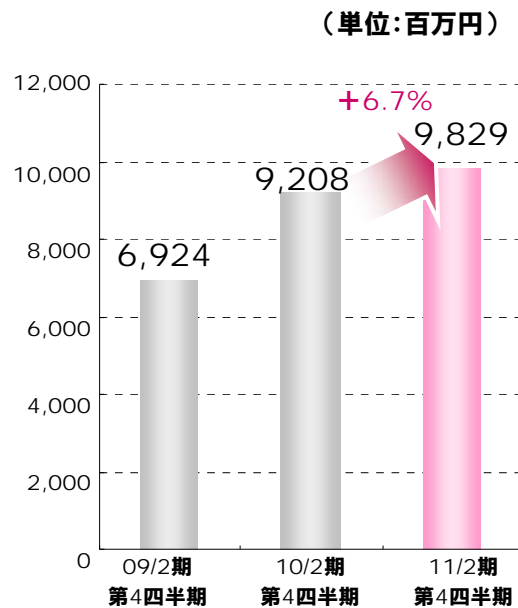
2章 2012年2月期の見通し

3章 中期事業戦略

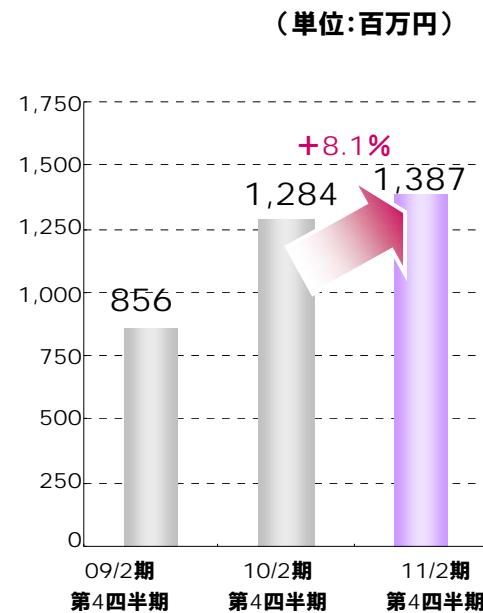
参考資料

第4四半期は、前年同期に対し伸長

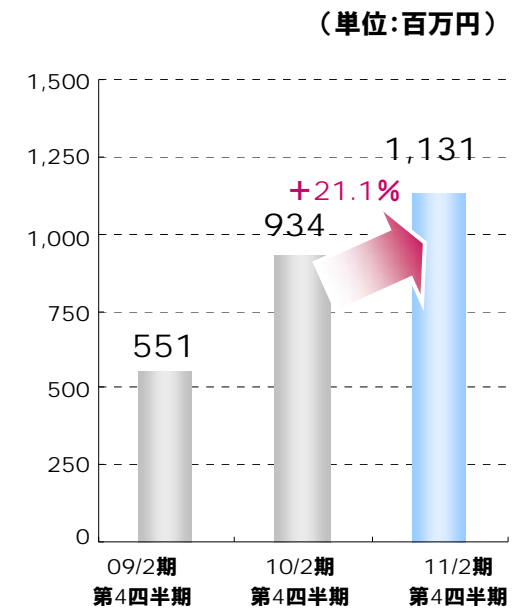
売上高



売上総利益



営業利益



業績サマリー(第4四半期)②

第4四半期は、前年同期に対し伸長

(単位:百万円)

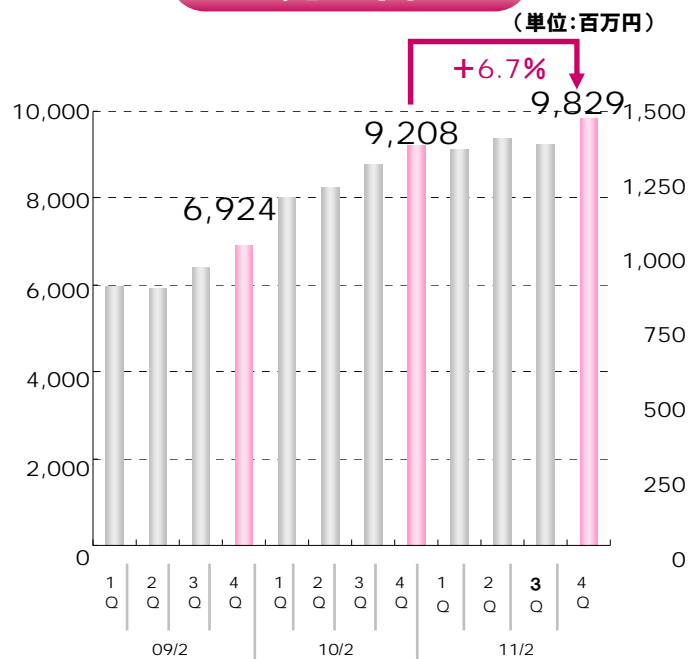
	10/2期 第4四半期 (実績)	11/2期 第4四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	9,208	9,829	+620	+6.7%
売上原価 (売上比)	7,924 (86.1%)	8,441 (85.9%)	+516	+6.5%
売上総利益 (売上比)	1,284 (13.9%)	1,387 (14.1%)	+103	+8.1%
販管費 (売上比)	349 (3.8%)	256 (2.6%)	△ 93	△26.8%
営業利益 (売上比)	934 (10.1%)	1,131 (11.5%)	+197	+21.1%
経常利益 (売上比)	936 (10.2%)	1,137 (11.6%)	+200	+21.5%
当期純利益 (売上比)	525 (5.7%)	671 (6.8%)	+145	+27.8%

四半期毎の業績推移

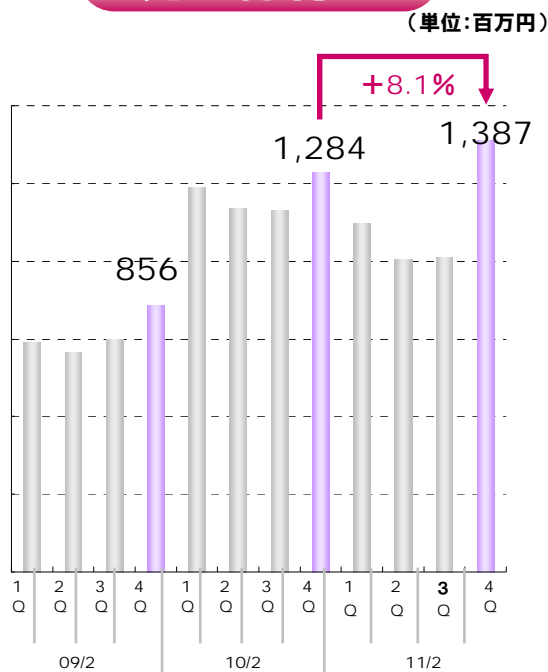


売上高前年同期比6.7%増、売上総利益同8.1%増の過去最高益を更新
営業利益同21.1%増

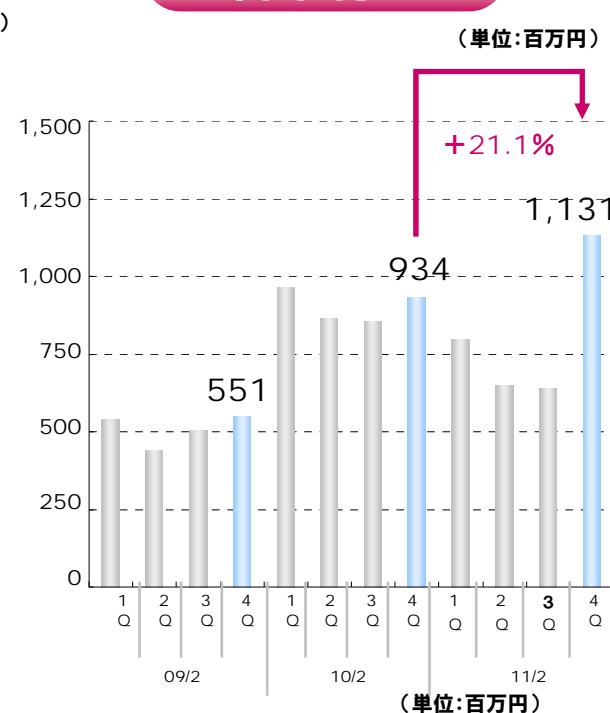
売上高



売上総利益



営業利益



	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	第3 四半期	第4 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	9,230	9,829
売上総利益	738	705	748	856	1,240	1,168	1,163	1,284	1,119	1,006	1,012	1,387
営業利益	540	441	504	551	964	866	853	934	798	650	639	1,131
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%	14.1%
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%	11.5%

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)

	10/2期 第4四半期 (実績)	11/2期 第4四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	9,208	9,829	+620	+6.7%
ソリューション売上 (売上比)	9,110 (98.9%)	9,752 (99.2%)	+642	+7.1%
商品売上 (売上比)	98 (1.1%)	76 (0.8%)	△ 22	△ 22.6%

「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4四半期)

メディア仕入環境は引き続き堅調特にテレビCMが増加
外注費としてはコールセンターが増加

(単位:百万円)

	10/2期 第4四半期 (実績)	原価 構成比	11/2期 第4四半期 (実績)	原価 構成比	差額	増減率
売上原価合計	7,924	100.0%	8,441	100.0%	+516	+6.5%
(売上比)	(86.1%)		(85.9%)			
媒体費(メディア仕入)	6,915	87.3%	7,304	86.5%	+389	+5.6%
(売上比)	(75.1%)		(74.3%)			
テレビ番組	4,728	59.7%	4,900	58.1%	+172	+3.6%
(売上比)	(51.3%)		(49.9%)			
テレビCM	1,841	23.2%	2,086	24.7%	+245	+13.3%
(売上比)	(20.0%)		(21.2%)			
その他	345	4.4%	317	3.8%	△ 27	△8.0%
(売上比)	(3.8%)		(3.2%)			
外注費	922	11.6%	1,069	12.7%	+146	+15.9%
(売上比)	(10.0%)		(10.9%)			
商品原価	86	1.1%	67	0.8%	△ 19	△22.1%
(売上比)	(0.9%)		(0.7%)			
売上総利益	1,284		1,387		+103	+8.1%
(売上比)	(13.9%)		(14.1%)			

特にテレビ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

販管費、営業利益(第4四半期)

人員は増加したものの、販管費の減少に伴い、販管比率は低下
営業利益は前年同期比21.1%増

(単位:百万円)

	10/2期 第4四半期 (実績)	11/2期 第4四半期 (実績)	差額	増減率
販管費	349	256	△ 93	△26.8%
(売上比)	(3.8%)	(2.6%)		
人件費	122	89	△ 33	△27.6%
(売上比)	(1.3%)	(0.9%)		
減価償却費	9	11	+1	+18.6%
(売上比)	(0.1%)	(0.1%)		
その他	217	155	△ 61	△28.3%
(売上比)	(2.4%)	(1.6%)		
営業利益	934	1,131	+197	+21.1%
(売上比)	(10.1%)	(11.5%)		

従業員数は増加したものの、一時金等の減少により、販管費が減少

第4四半期末 従業員数	62	93	31	+50.0%
--------------------	----	----	----	--------

対業績予想(通期)

10/9/27公表の業績予想に対し、
達成率 売上高96.2%、営業利益97.2%

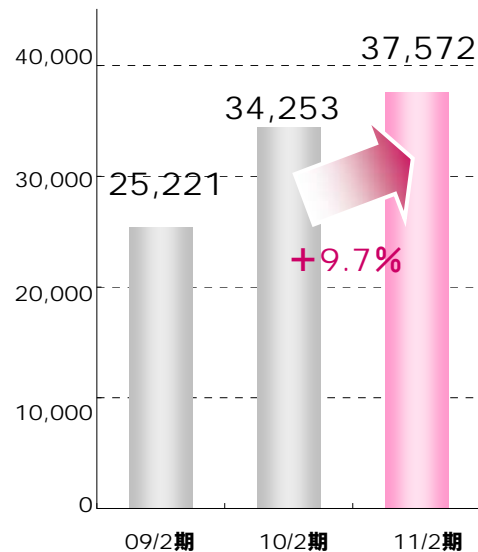
(単位:百万円)

	11/2期 通期 (実績)	11/2期 通期(予) 10/9/27公表	達成率
売上高	37,572	39,057	96.2%
営業利益 (売上比)	3,224 (8.6%)	3,317 (8.5%)	97.2%
経常利益 (売上比)	3,237 (8.6%)	3,322 (8.5%)	97.4%
当期純利益 (売上比)	1,908 (5.1%)	1,927 (4.9%)	99.0%

既存顧客企業及び新規顧客企業の売上が拡大したものの
メディアの仕入れが見込どおり果たせなかったことなどから利益は減少

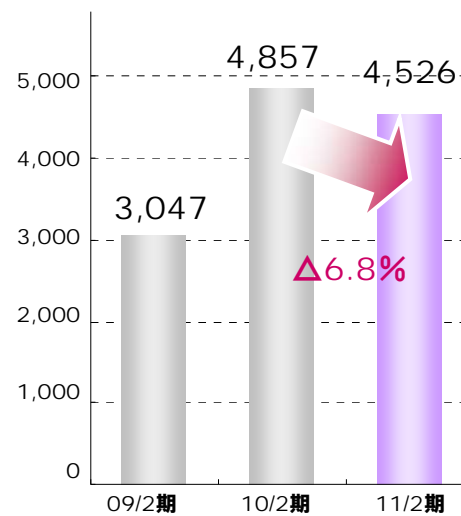
売上高

(単位:百万円)



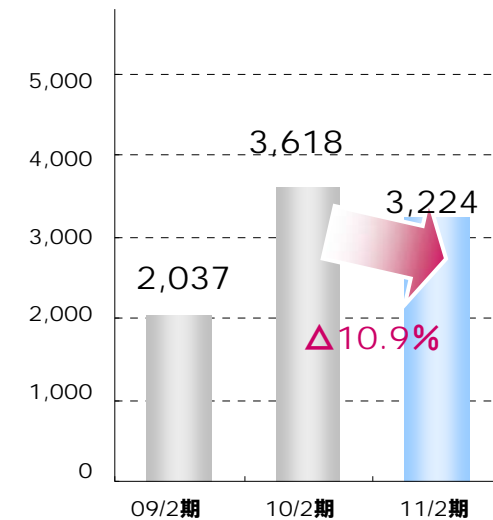
売上総利益

(単位:百万円)



営業利益

(単位:百万円)



業績サマリー(通期) ②

既存顧客企業及び新規顧客企業の売上が拡大したものの
メディアの仕入れが見込どおり果たせなかったことなどから利益は減少

(単位:百万円)

	10/2期 通期 (実績)	11/2期 通期 (実績)	差額	増減率
売上高	34,253	37,572	+3,318	+9.7%
売上原価 (売上比)	29,396 (85.8%)	33,045 (88.0%)	+3,649	+12.4%
売上総利益 (売上比)	4,857 (14.2%)	4,526 (12.0%)	△ 330	△ 6.8%
販管費 (売上比)	1,238 (3.6%)	1,302 (3.5%)	+63	+5.2%
営業利益 (売上比)	3,618 (10.6%)	3,224 (8.6%)	△ 394	△ 10.9%
経常利益 (売上比)	3,622 (10.6%)	3,237 (8.6%)	△ 385	△ 10.6%
当期純利益 (売上比)	2,110 (6.2%)	1,908 (5.1%)	△ 201	△ 9.5%

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)

	10/2期 通期 (実績)	11/2期 通期 (実績)	差額	増減率
売上高	34,253	37,572	+3,318	+9.7%
ソリューション売上 (売上比)	33,841 (98.8%)	37,265 (99.2%)	+3,423	+10.1%
商品売上 (売上比)	411 (1.2%)	306 (0.8%)	△ 105	△ 25.5%

「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(通期)

メディア仕入はテレビCMを中心に引き続き堅調 外注費はコールセンターを中心に増加

(単位:百万円)

	10/2期 通期 (実績)	原価 構成比	11/2期 通期 (実績)	原価 構成比	差額	増減率
売上原価合計	29,396	100.0%	33,045	100.0%	+3,649	+12.4%
(売上比)	(85.8%)		(88.0%)			
媒体費(メディア仕入)	25,665	87.3%	28,542	86.4%	+2,876	+11.2%
(売上比)	(74.9%)		(76.0%)			
テレビ番組	18,344	62.4%	19,760	59.8%	+1,415	+7.7%
(売上比)	(53.6%)		(52.6%)			
テレビCM	6,337	21.6%	7,675	23.2%	+1,338	+21.1%
(売上比)	(18.5%)		(20.4%)			
その他	983	3.3%	1,106	3.3%	+122	+12.5%
(売上比)	(2.9%)		(2.9%)			
外注費	3,363	11.4%	4,233	12.8%	+869	+25.9%
(売上比)	(9.8%)		(11.3%)			
商品原価	366	1.2%	270	0.8%	△ 96	△26.4%
(売上比)	(1.1%)		(0.7%)			
売上総利益	4,857		4,526		△ 330	△6.8%
(売上比)	(14.2%)		(12.0%)			

特にテレビCMの
取扱増加

ラジオ、新聞の
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(通期)

人員増により、通期を通して諸経費が増加したが、販管費比率は前期比で同程度の水準となった。しかし売上総利益の低下により、**営業利益は前期比10.9%減**

(単位:百万円)

	10/2期 通期 (実績)	11/2期 通期 (実績)	差額	増減率
販管費	1,238	1,302	+63	+5.2%
(売上比)	(3.6%)	(3.5%)		
人件費	584	651	+66	+11.4%
(売上比)	(1.7%)	(1.7%)		
減価償却費	29	41	+12	+41.2%
(売上比)	(0.1%)	(0.1%)		
その他	624	609	△ 15	△2.4%
(売上比)	(1.8%)	(1.6%)		
営業利益	3,618	3,224	△ 394	△10.9%
(売上比)	(10.6%)	(8.6%)		

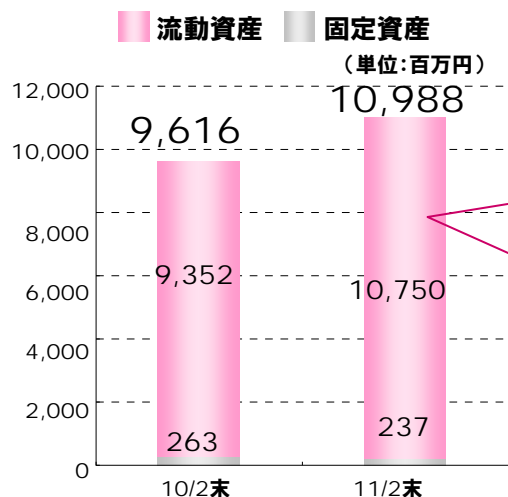
正社員の増加+31名
(新卒5名 中途18名
雇用切替8名)

第4四半期末 従業員数	62	93	31	+50.0%
--------------------	----	----	----	--------

盤石な財務基盤を維持

貸借対照表

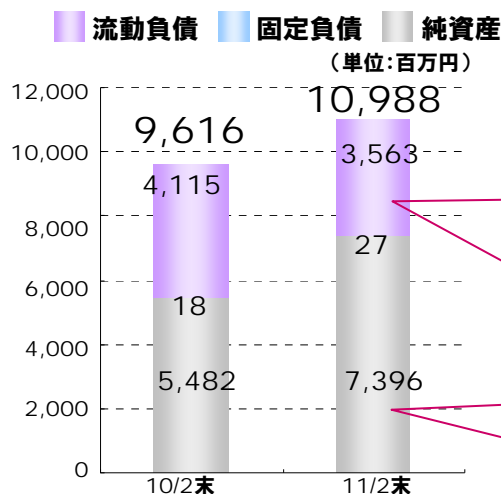
資産



売掛金の増加
+231百万円

現金及び預金の増加
+1,220百万円

負債・純資産



買掛金の増加
+305百万円

未払法人税等
△580百万円

利益剰余金の増加
+1,908百万円

キャッシュ・フロー

	10/2期 通期 (実績)	11/2期 通期 (実績)
営業キャッシュフロー	2,499	1,295
投資キャッシュフロー	△2106	△3,481
財務キャッシュフロー	6	5
現金及び現金同等物期末残高	3,290	1,111

税引前当期純利益計上
3,236百万円

仕入債務の増加
305百万円

売上債権の増加
△231百万円

法人税等の支払
△1,873百万円

定期預金の預入
△3,400百万円

1章 2011年2月期第3四半期実績

2章 2012年2月期の見通し

3章 中期事業戦略

参考資料

テレビを中心とした既存事業を中心に事業拡大
 震災等の影響で12/2期は増収減益となる見通し
 売上高40,102百万円、営業利益3,018百万円

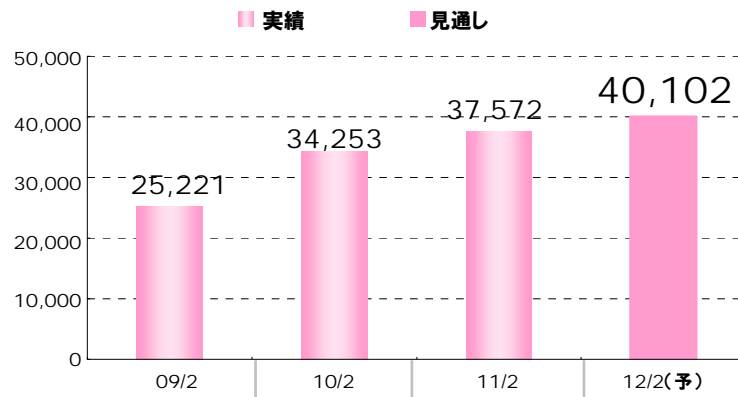
(単位:百万円)

	11/2期 通期 (実績)	12/2期 通期 (予想)	増減額	増減率
売上高	37,572	40,102	+2,530	+6.7%
営業利益 (売上比)	3,224 (8.6%)	3,018 (7.5%)	△ 205	△6.4%
経常利益 (売上比)	3,237 (8.6%)	3,018 (7.5%)	△ 218	△6.8%
当期純利益 (売上比)	1,908 (5.1%)	1,726 (4.3%)	△ 182	△9.6%

売上高は2,530百万円増の40,102百万円となる見通し

通期の見通し

(単位:百万円)

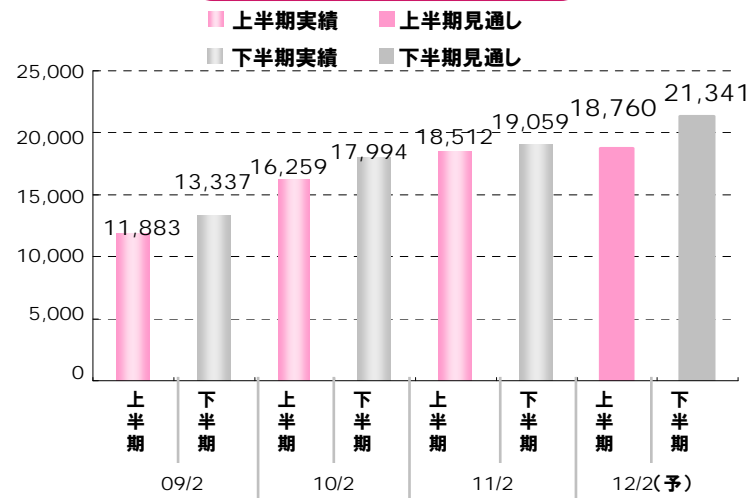


通期 40,102百万円 (前年同期比+6.7%、+2,530百万円)

- ・顧客企業との取引は引き続き安定的に推移する見通し
- ・震災の影響があるものの、通期で増収の見通し
- ・引続きテレビを中心とした既存事業の拡大の見通し

半期毎の見通し

(単位:百万円)



上半期 18,760百万円 (前年同期比+1.3%、+247百万円)

- ・震災の減収要因はあるものの、前期と同程度の売上見通し

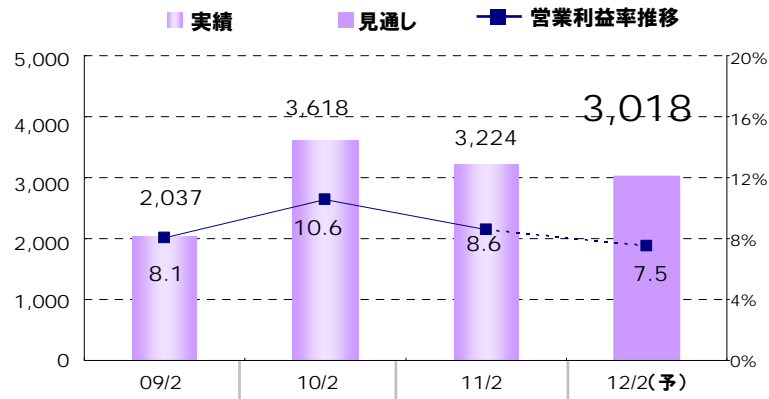
下半期 21,341百万円 (前年同期比+12.0%、+2,282百万円)

- ・既存顧客企業及び新規開拓企業の売上成長の見通し
- ・下期は前年同期比で12%の増収の見通し

営業利益は205百万円減の3,018百万円となる見通し

通期の見通し

(単位:百万円)

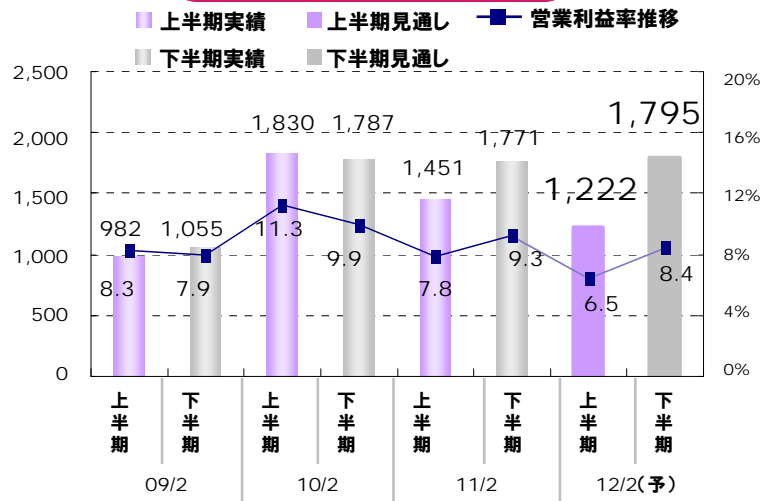


通期 3,018百万円 (前期比 Δ 6.4%、 Δ 205百万円)

- 震災の影響等で売上総利益が減少する見通し
- 今期取組を実践するために必要な人員の増強により、販管費は上昇する見通し
 - 人員採用 +19名 (内 新卒採用7名)
- 下半期に収益は回復はするものの、上半期の影響が挽回できず、営業利益は、前期比205百万円の減少

半期毎の見通し

(単位:百万円)



上半期 1,222百万円 (前年同期比 Δ 15.8%、 Δ 228百万円)

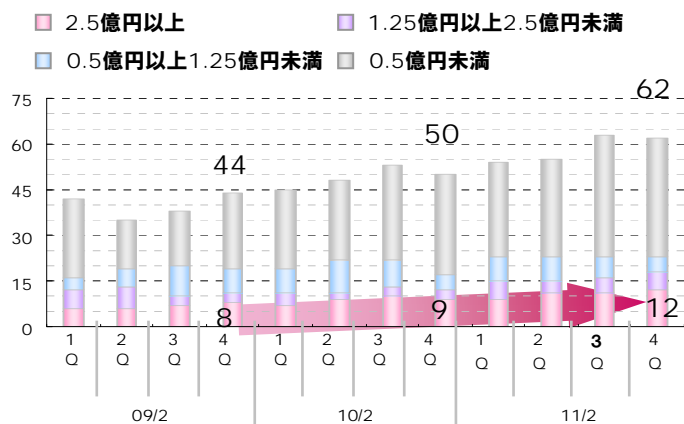
- 震災の影響等により、営業利益は前年同期比228百万円の減少

下半期 1,795百万円 (前年同期比+1.4%、+24百万円)

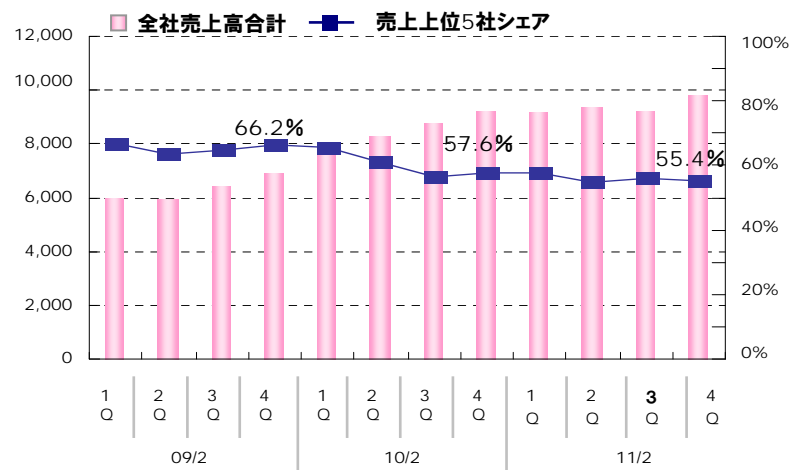
- 売上高の増加に伴い、売上総利益及び営業利益も増加し、前年同期比24百万円増加の見通し

大規模顧客企業との取引は引き続き安定的に推移する見通し 下半期以降の売上増加のため、新規及び既存顧客企業の規模拡大を実施

売上規模別取引社数 (単位:社)



売上上位5社シェア (単位:百万円)



既存顧客企業

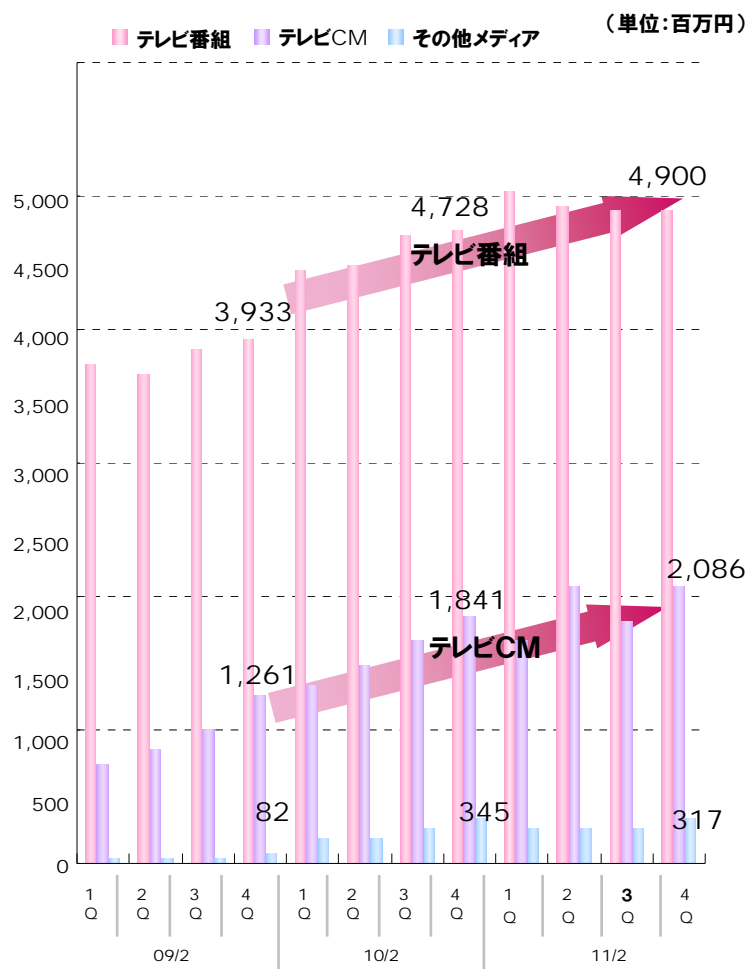
- 顧客企業のテレビを中心とした既存事業へのニーズは引き続き堅調
- 大規模顧客企業、安定顧客企業が増加し、より安定的な取引拡大を実現できる見通し

新規顧客企業

- ダイレクトマーケティング実施希望企業は多く、引き続き、新規顧客企業開拓を積極的に実施

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 顧客ニーズに合わせたメディア仕入は拡大する見通し

テレビ番組・テレビCM仕入推移(実績)



テレビ番組

テレビ番組枠仕入は、一部不安定な枠はあるものの、概ね良好な仕入環境が継続する見通しであり、引き続き、安定的な確保及び積極的なシェア拡大を目指す

テレビCM

テレビCM仕入は、総体的には厳しい環境にあるものの、広告市場の環境に応じて、現状通り、できれば現状以上の確保を目指す

その他メディア

その他メディアについては積極的に展開するラジオ、新聞等を中心としたテレビ以外の他媒体の取扱量拡大、更に、スマートフォンを含む各種インターネットメディアについても取扱量拡大を目指す

仕入面の見通し②

当社の地上波のテレビ通販番組枠の市場シェア(累計時間)は、30%程度であり
他BS/CS/CMも含め、テレビ番組枠はまだまだあり、**シェアの拡大**は見込める

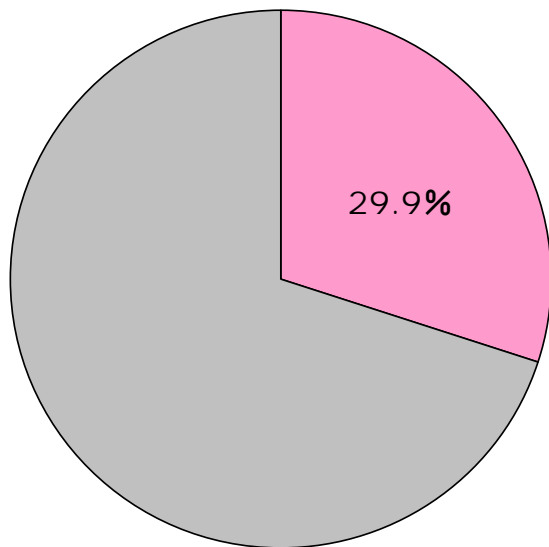
テレビ通販番組枠 (地上波のシェア)

3分 4分 14分
29分 54分の通販枠

■ 当社シェア

■ 他社シェア

2010年8月末現在

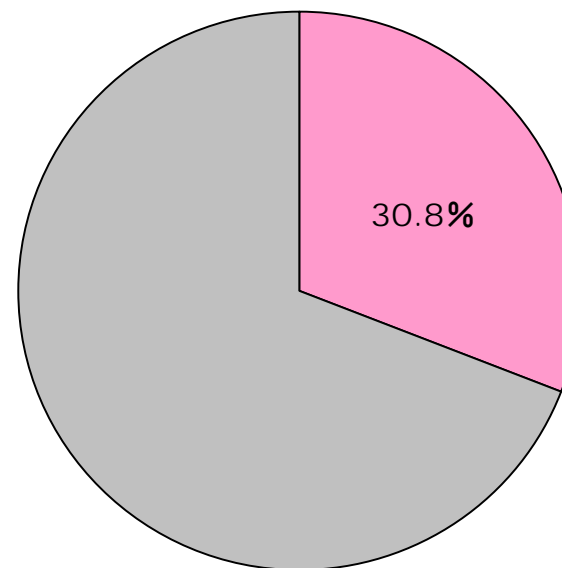


出所:当社調べ 2010年1月 5月 8月の無作為3週間平均

■ 当社シェア

■ 他社シェア

2010年12月末現在



出所:当社調べ 2010年1月 5月 8月 12月の無作為4週間平均

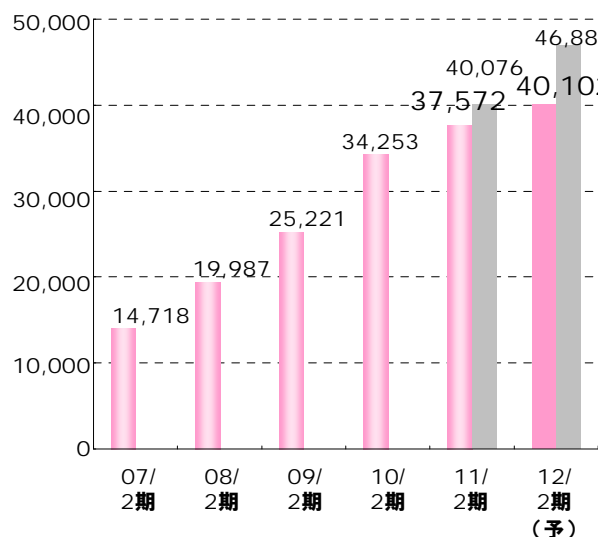
中期経営計画(最終年度)の進捗状況

中期経営計画の数値計画を下方修正

売上高

■ 実績 ■ 修正後中期経営計画
■ 修正前中期経営計画(10/4/1公表)

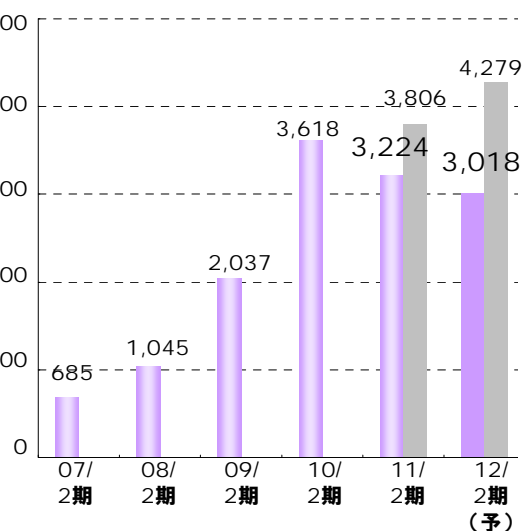
(単位:百万円)



営業利益

■ 実績 ■ 修正後中期経営計画
■ 修正前中期経営計画(10/4/1公表)

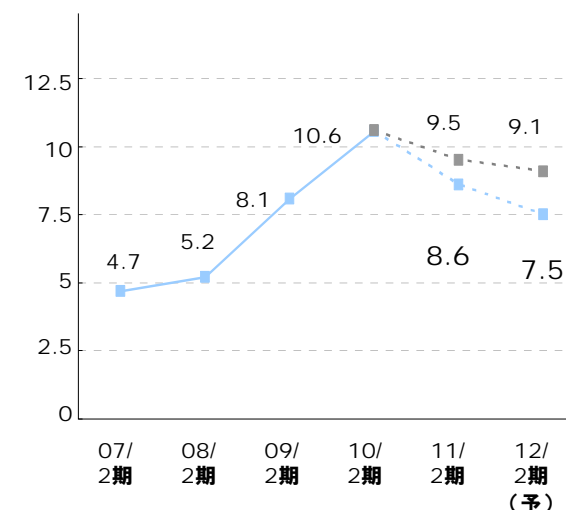
(単位:百万円)



営業利益率

■ 実績 ■ 修正後中期経営計画
■ 修正前中期経営計画(10/4/1公表)

(単位:%)



11/2期の実績と震災の影響を踏まえ、売上高を下方修正

11/2期の実績と震災の影響を踏まえ、営業利益及び営業利益率の想定を下方修正

- 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なし
- 今期も引続き期末において20円の配当予想



配当予想を公表(平成23年4月14日)

年間配当金(円)			
	第2四半期	期末	合計
今期予想 (平成23年4月14日公表)	0円00銭	20円00銭	20円00銭
前期実績	0円00銭	20円00銭	20円00銭
前々期実績	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 2012年2月期の見通し

3章 中期事業戦略

参考資料

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する
今期も引き続き第2フェーズを中心と位置づけ事業展開を実施する

<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

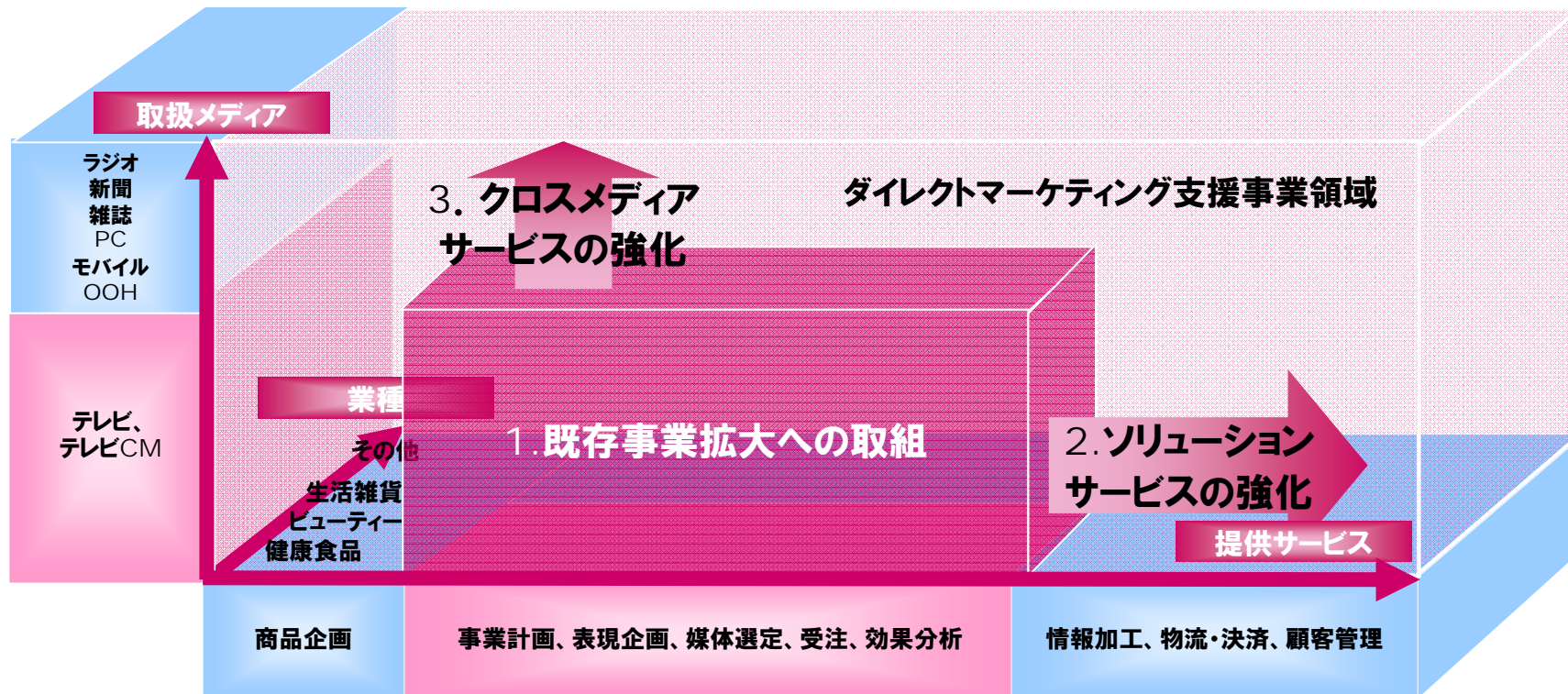
第3フェーズ

- 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の確保を目指す

第2フェーズの戦略概念図



今期も引続き第2フェーズを中心に位置づけ事業展開を実施する

<中期事業戦略> 今期の注力ポイントについて

第2フェーズ

- **既存事業の拡大への取組**
 - 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を通じ、更なる事業の拡大
 - 新しい業種に対するダイレクトマーケティング支援活動の実施
 - テレビCM枠の取引規模の拡大
- **ソリューションサービスの強化**
 - コールセンターオペレーションサービスの品質強化・売上拡大
 - 顧客管理(CRM)サービスにおけるテストランの実施
- **クロスメディア展開の推進**
 - テレビ番組・テレビCM以外のメディア(ラジオ、新聞等)の更なる拡大
 - PC、モバイル、スマートフォン等を利用した
各種インターネットメディア展開

1 既存事業拡大への取組

引き続き、主力事業領域であるテレビを中心とした既存事業の更なる拡大を目指す

既存事業拡大への取組

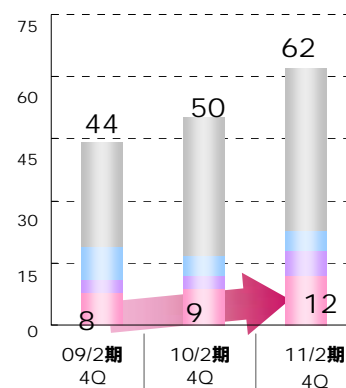
既存顧客企業との取引規模の拡大及び
新規顧客企業の開拓

新しい業種に対するダイレクトマーケティング
支援活動の実施

テレビCMの取引規模の拡大

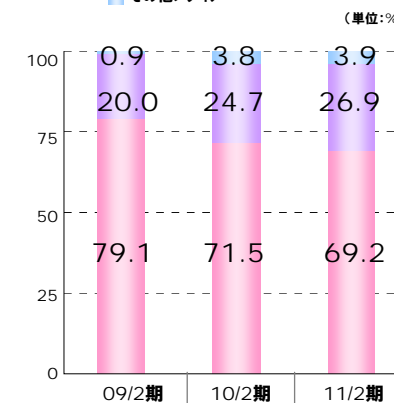
取引規模別顧客企業数

■ 2.5億円以上 ■ 1.25億円以上2.5億円未満
■ 0.5億円以上1.25億円未満 ■ 0.5億円未満
(単位:百万円)



媒体仕入シェア

■ テレビ番組 ■ テレビCM
■ その他メディア
(単位:%)



12/2期の取組

既存顧客企業との取引規模拡大
及び新規顧客企業の開拓

新しい業種の開拓

テレビCMの拡大

引き続き、既存顧客企業との取引規模拡大及び新規顧客企業の開拓を実施

健康食品、化粧品、生活雑貨以外の業種領域(アパレル、食品、映像ソフト、通信機器、
保険・金融、会員獲得事業等)の開拓を実施

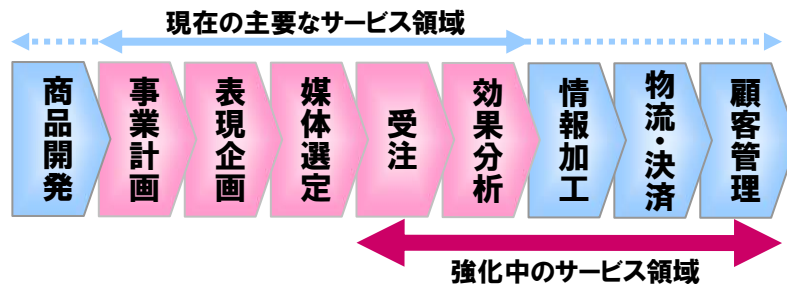
引き続き、テレビCMの知見を高めつつ、取引規模を拡大

2 ソリューションサービスの強化

コールセンターオペレーションサービス品質の更なる強化を目指す 顧客管理(CRM)サービスにおいてテストランを実施する

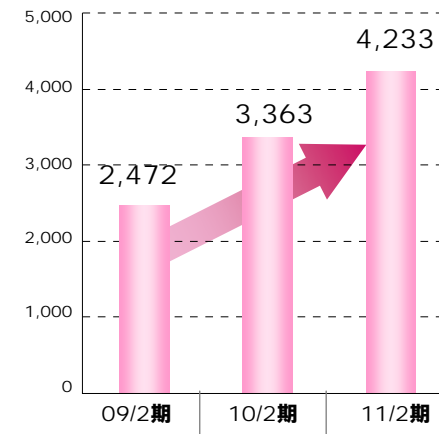
ソリューションサービス強化の取組

コールセンターオペレーションの品質強化
顧客管理(CRM)を通じてソリューションサービスを充実



外注費推移

(単位:百万円)



12/2期の取組

受注サービスへの取組

コールセンターオペレーションの品質を強化し、更に売上高を拡大

CRMサービスへの取組

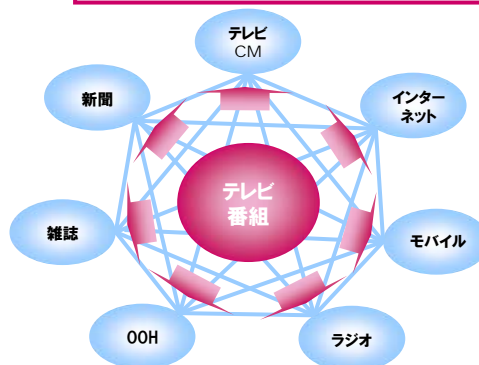
顧客管理(CRM)サービス提供に向けてテストランを実施

3 クロスメディア展開の推進

中長期的に、テレビ番組、テレビCMを中心とした クロスメディア展開を目指す

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



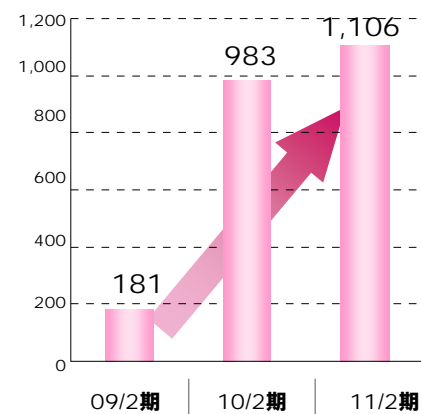
複数媒体が情報補完し合う
導線を作り、購買につなげる

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

その他メディアへの取組

その他メディア仕入推移

(単位:百万円)



12/2期の取組

- ・テレビ番組・テレビCM以外のメディア(ラジオ、新聞等のその他メディア)の更なる拡大
- ・PC、モバイル、スマートフォン等を利用した各種インターネットメディア展開

1章 2011年2月期第3四半期実績

2章 2011年2月期の見通し

3章 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(2011年2月末時点)
- **発行済株式数** 7,525,500株(2011年2月末時点)
- **従業員数** 93名(2011年2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

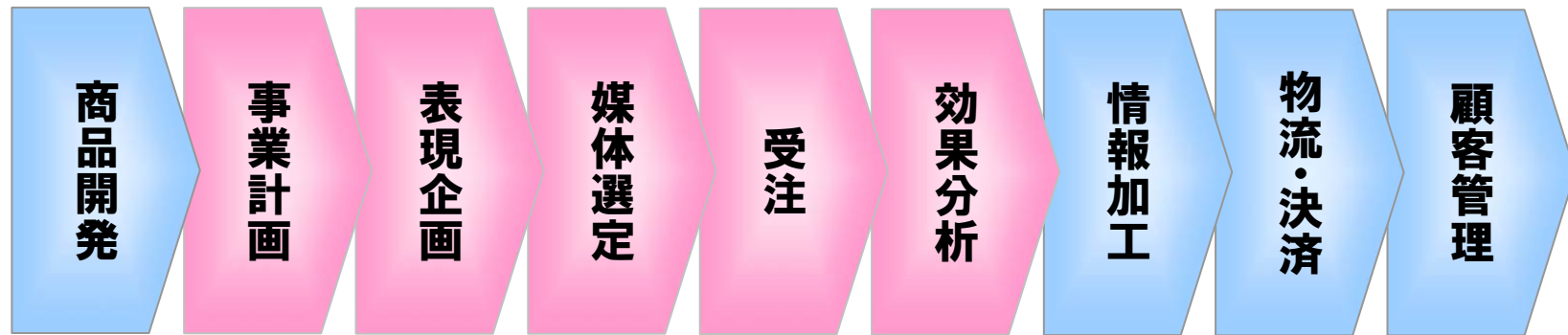
Speedy

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

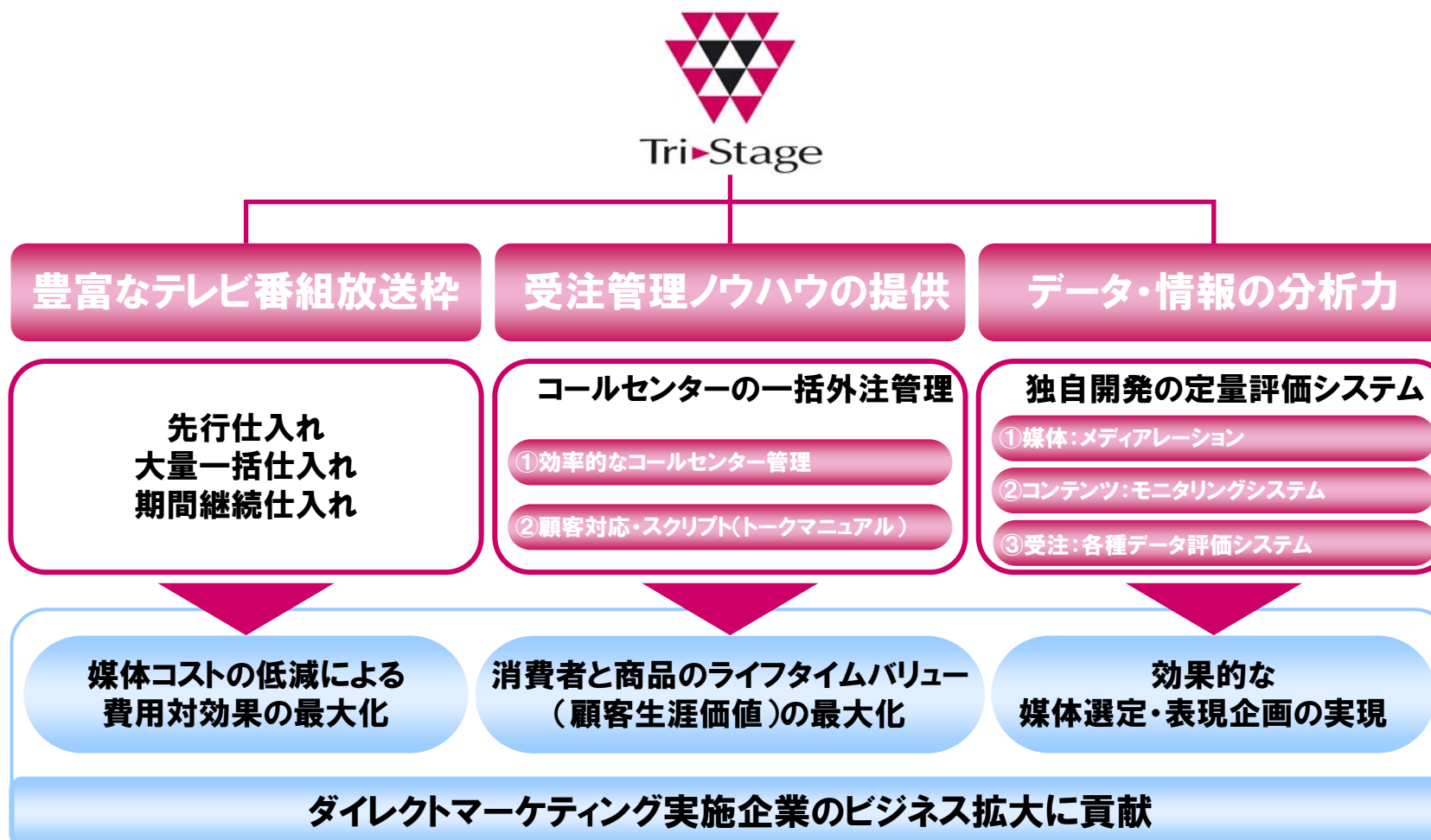
- 継続販売計画立案
- 顧客満足度向上策立案

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	第4 四半期
2.5億円以上	6	6	7	8	7	9	10	9	9	11	11	12
1.25億円以上~2.5億円未満	6	7	3	3	4	2	3	3	6	4	5	6
0.5億円以上~1.25億円未満	4	6	10	8	8	11	9	5	8	8	7	5
その他	26	16	18	25	26	26	31	33	31	32	40	39
合計	42	35	38	44	45	48	53	50	54	55	63	62

※金額は当社がクォーター毎に請求している売上累計金額です。

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 Employment 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 and a 'Personal Investors' message; a central 'Latest Performance' section with links to financial statements and reports; and a bottom section for 'Latest News' with a list of recent announcements. A right sidebar contains links to various IR resources like 'Operating Policy', 'Financial Performance', and 'Shareholder Information'.

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。