

Tri▶Stage

中期経営計画
Tri's vision 2024

株式会社トライステージ
2021年4月12日 証券コード：2178

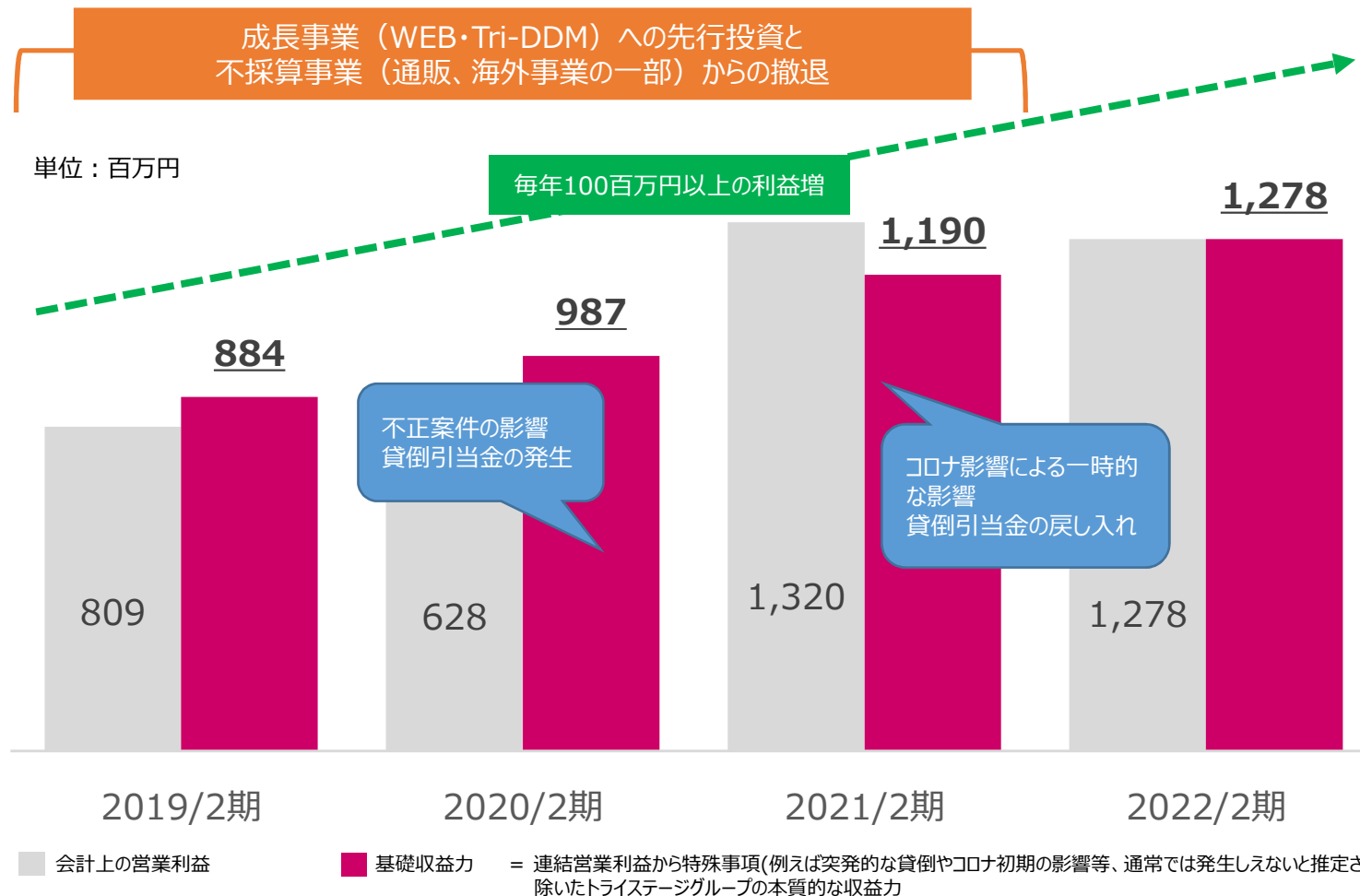
- | | |
|----------------|--------|
| 1 前中期経営計画の振り返り | P 3 ~ |
| 2 中期経営計画・事業概要 | P 5 ~ |
| 3 経営指標等 | P 10 ~ |

成長戦略	成果	課題
<p>グループ戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> ダイレクトマーケティング支援を実施する3社にリソースを集中 今後の収益性・シナジーを軸に選択と集中 	<ul style="list-style-type: none"> 通販事業および海外事業の一部において、将来の収益性等に鑑み、撤退 先行投資を行うとともに、リソースを集中させることによって、トライステージグループの基礎収益力*1が向上 	<ul style="list-style-type: none"> 2021/2期に掲げた連結売上630億円/連結営業利益率2.7%(つまり連結営業利益17億円)には未達
<p>成長事業の拡大①</p> <ul style="list-style-type: none"> DDM基盤構築による新たな顧客提供価値の創造 	<ul style="list-style-type: none"> DDM基盤の整備は完了 メディア・CCサービス運用のDX化を開始 	<ul style="list-style-type: none"> 更なるDX化による効果向上のためエンハンスが必要 クロスチャネル対応（WEB対応）は今後
<p>成長事業の拡大②</p> <ul style="list-style-type: none"> WEB事業における顧客・人財・技術基盤拡充 広告&AIを核としたソリューション提供 先行投資フェーズから2021/2期において、収益確保とのバランスを図る 	<ul style="list-style-type: none"> AIツールを利用した事業形態の変化に対応するための先行投資および準備は完了 新型コロナウイルスの拡大の影響はあるものの、新規顧客の獲得等は着実に進捗 	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの拡大の影響にともない、新規営業活動における難易度の上昇等により、想定よりも事業拡大のスピードが遅延 結果として、2021/2期に黒字化することを想定も、上記影響および先行投資により増加した固定費分を回収する水準には未達
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> テレビ連動リスティングをはじめとした、グループ施策の実行 放送枠の新たな販売手法として「ソクレス」を開始 仕入機能強化を目的としたトライステージメディアの設立(2021/2月) 	<ul style="list-style-type: none"> 内部統制の再構築完了、さらなる高度化

*1 基礎収益力：連結営業利益から特殊事項(例えば突発的な貸倒やコロナ初期の影響等、通常では発生しえないと推定される事項)を除いたトライステージグループの本質的な収益力

前中期経営計画の振り返り

- ▶ 特殊要因を取り除いたトライステージグループの基礎収益力では、この3年間で毎年100百万円以上利益が改善
- ▶ 筋肉質な体質をつくり、今後の成長へ向けてドライブをかけることができる土台は完成



<当社グループを取り巻く環境>

コロナ禍における
ダイレクトマーケティング
市場の拡大

クロスチャネル
マーケティングの
必要性増大

オフラインメディア
における
データ活用の遅れ

<当社グループの強み>

ダイレクトマーケティングに、DX・イノベーションを。

オフラインメディア
における
データマーケティング

×

AIを活用した
デジタル
マーケティング

×

メディア・DM等
マーケティングツール
インフラ

<中期経営計画基本戦略>

基本戦略①

データマーケティング強化による顧客提供価値向上

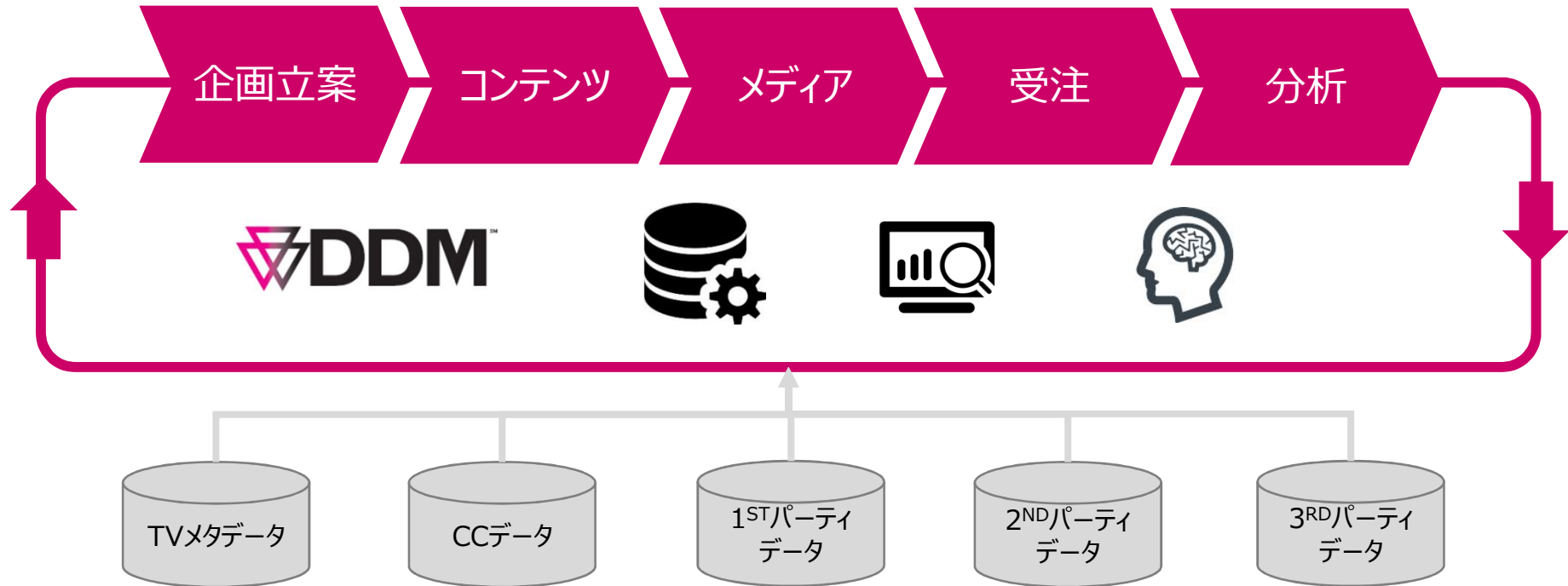
基本戦略②

クロスチャネル・AIマーケティングサービスによる顧客拡大

基本戦略③

新規事業立ち上げ

＜基本戦略①：データマーケティング強化による顧客提供価値向上＞



データマーケティング基盤Tri-DDMをより強化し、プロセスを最適化させ顧客の効果向上を実現

＜基本戦略②：クロスチャネル・AIマーケティングサービスによる顧客拡大＞

クロスチャネルサービス

“**売る**”ことを追求したら
テレビがこんなカタチになりました。

urutere

テレビCM効果の可視化を行い、デジタル
広告のようにPDCAを回す運用型広告

AIマーケティングサービス

AdScale **PATTERN89**

Z ZALSTER *Lytics*

 dynamic yield

デジタル広告（SEM・SNS広告）運用
をAIで最適化

デジタル業種（WEBサービス/EC）金融等、新業種・顧客を拡大

<基本戦略③：新規事業立ち上げ>

事業の強み

×

DX

マーケティングツール
インターネット販売・マーケットプレイス

TVCM枠

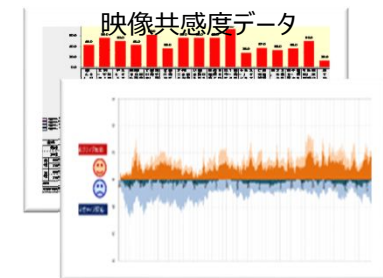
ソクレス[®]
Powered by Tri-Stage

DM



販売チャネルのDX化

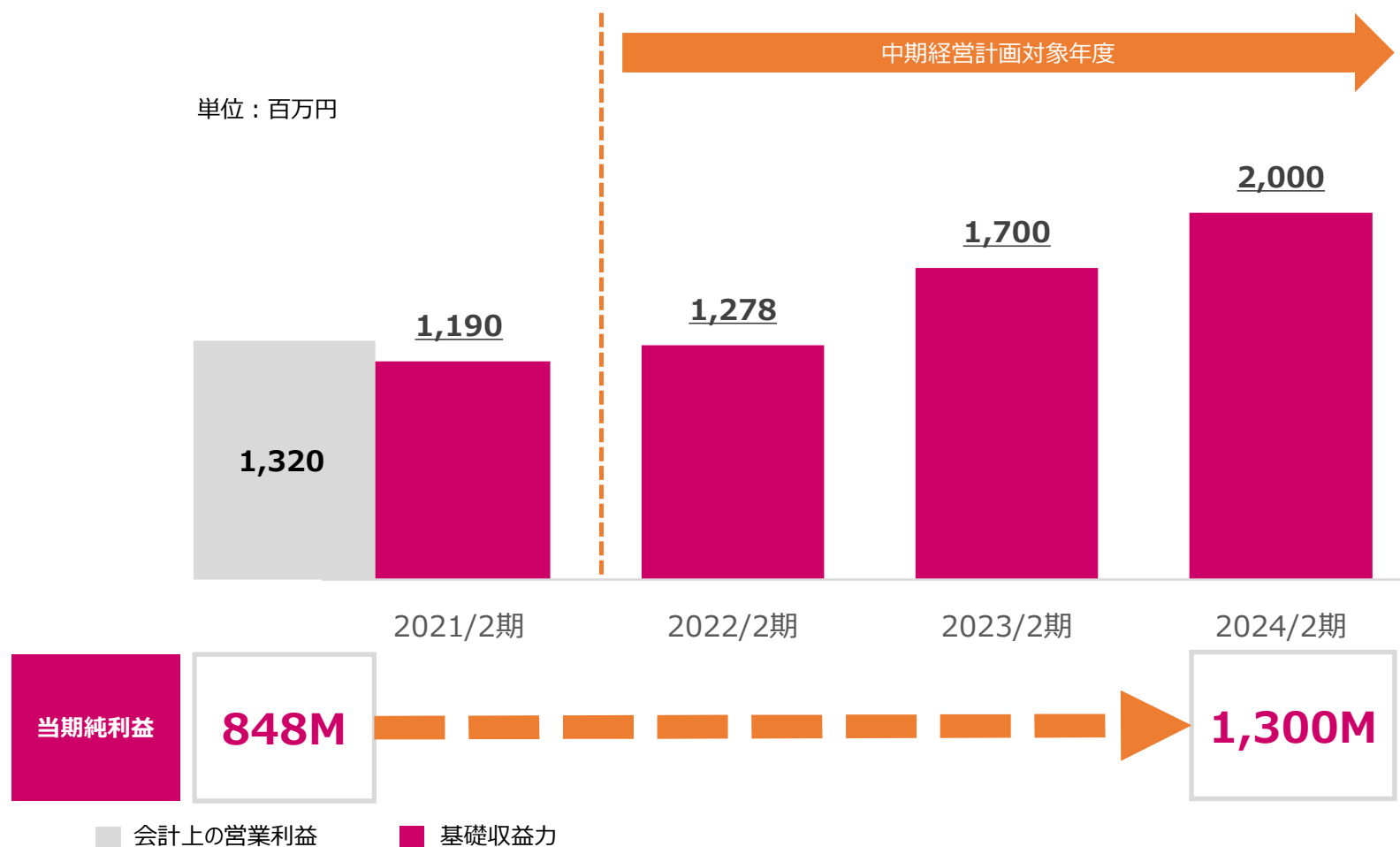
映像AI解析・関連サービス



売れる映像制作のDX化

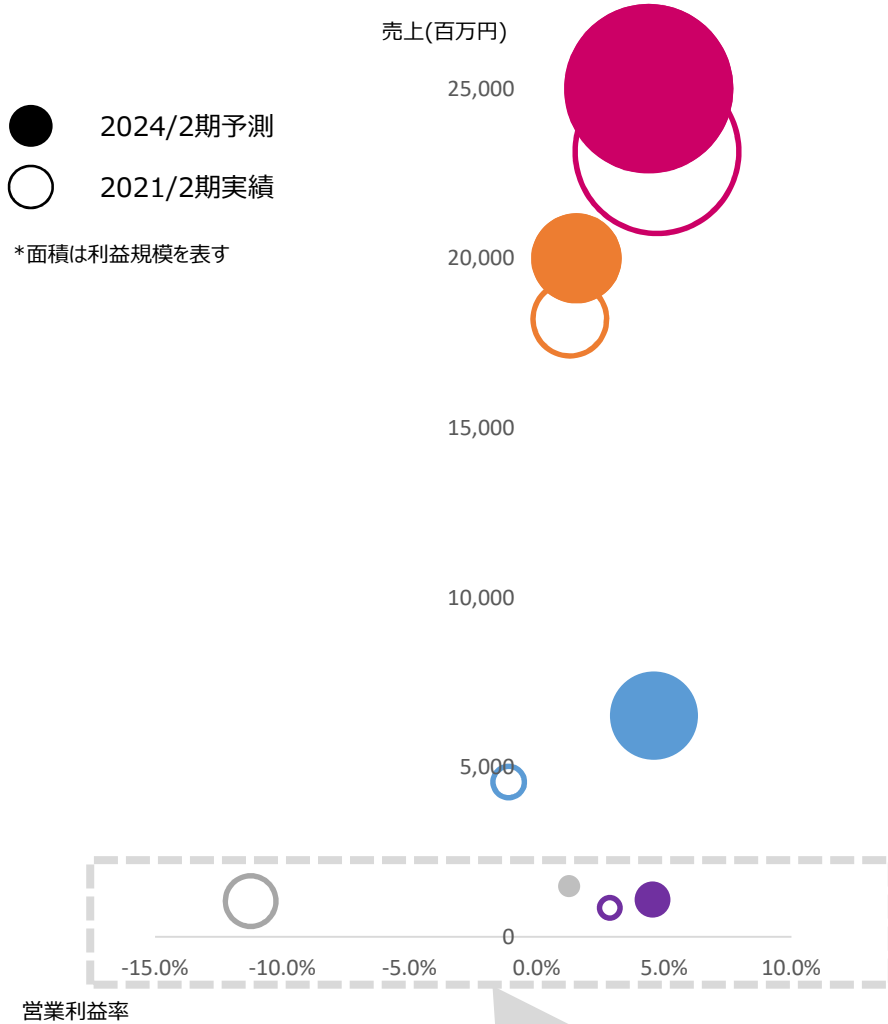
事業の強みのDX化による新サービス・事業への投資を実行

- ▶ 基礎収益力(連結営業利益)は成長戦略および赤字事業の黒字化実現することで、最終年度に2,000百万円を実現する
- ▶ 同様に経営指標として当期純利益を採用し、2021/2期実績である848百万円から2024/2期では1,300百万円を実現する
- ▶ 株主還元(配当等)については、業績・財務状況等を総合的に勘案し、引き続き柔軟に対応



経営指標等(参考-セグメント)

セグメント別 基礎収益力(営業利益)見通し



これまで同様、収益性・シナジー等を考慮し、引き続き「見極め」対象

各セグメントの位置づけ		
注力事業	TV	<ul style="list-style-type: none"> ✓ データマーケティング強化による顧客提供価値向上 ✓ 販売チャネルのDX化
	WEB	<ul style="list-style-type: none"> ✓ AIマーケティングサービスによる顧客拡大 ✓ クロスチャネルサービス“urutere”の展開
	DM	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 商品DMの取り扱い構成比を高める ✓ 販売チャネルのDX化
見極め事業	小売	<ul style="list-style-type: none"> ✓ プライベートブランド商品の拡大 ✓ ECの拡大
	海外	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存リソース内での収益最大化



Tri▶Stage

株式会社トライステージ

Disclaimer

本資料に記載されております当社グループ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。

当社グループの内部要因や当社グループを取り巻く事業環境の変化等の外部要因が、直接的または間接的に当社グループ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。