

# Tri-Stage

株式会社トリスステージ

**2012年2月期第1四半期  
決算説明資料**

**2011年7月1日**  
証券コード: 2178

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

## 第1四半期実績は、業績予想に対し、順調な進捗

### 1章 2012年2月期第1四半期実績

売上高は、引き続き拡大傾向  
営業利益は、震災の影響もあり、前年同期比減益

売上高9,381百万円(前年同期比2.7%増) 営業利益591百万円(同25.9%減)

### 2章 2012年2月期進捗状況及び第2四半期取組

売上高、営業利益ともにほぼ計画通りの進捗

売上高進捗率50.0%・営業利益進捗率48.4%

### 3章 地デジ化による放送枠増加の見通し

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

## 1章 2012年2月期第1四半期実績

## 2章 2012年2月期進捗状況及び第2四半期取組

## 3章 地デジ化による放送枠増加の見通し

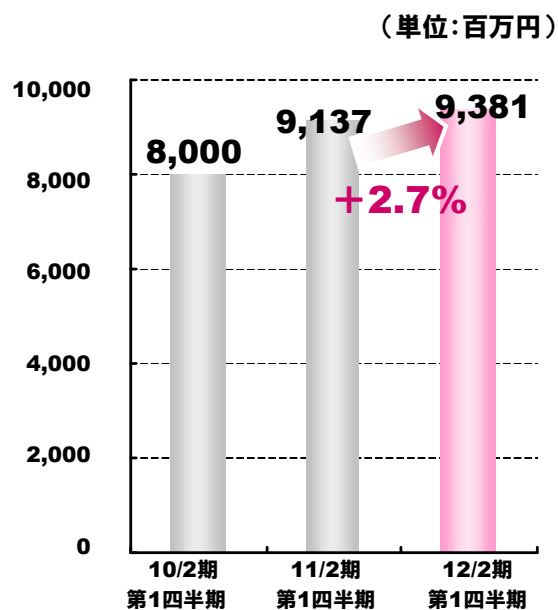
## 参考資料

# 業績サマリー①

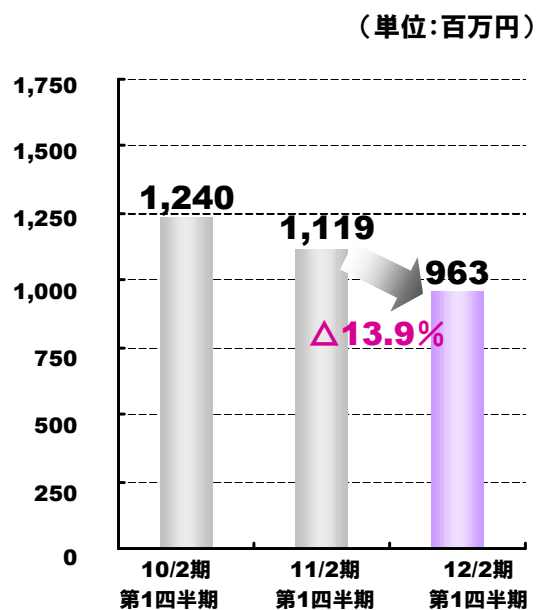


売上高前年同期比**2.7%増**・売上総利益同**13.9%減**・営業利益同**25.9%減**

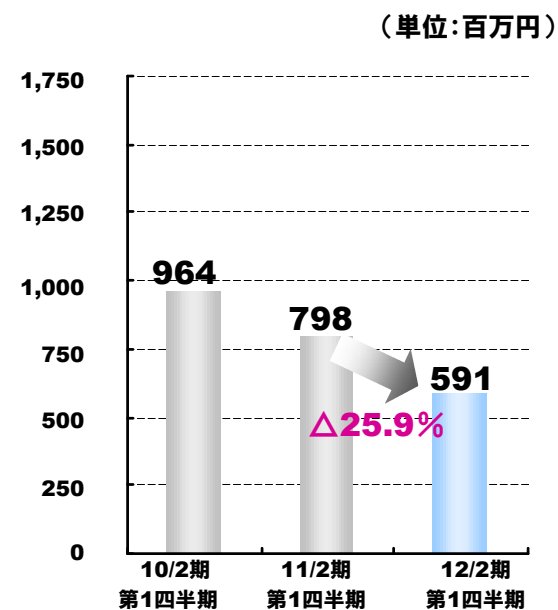
## 売上高



## 売上総利益



## 営業利益



## 業績サマリー②

売上高前年同期比2.7%増・売上総利益同13.9%減・営業利益同25.9%減

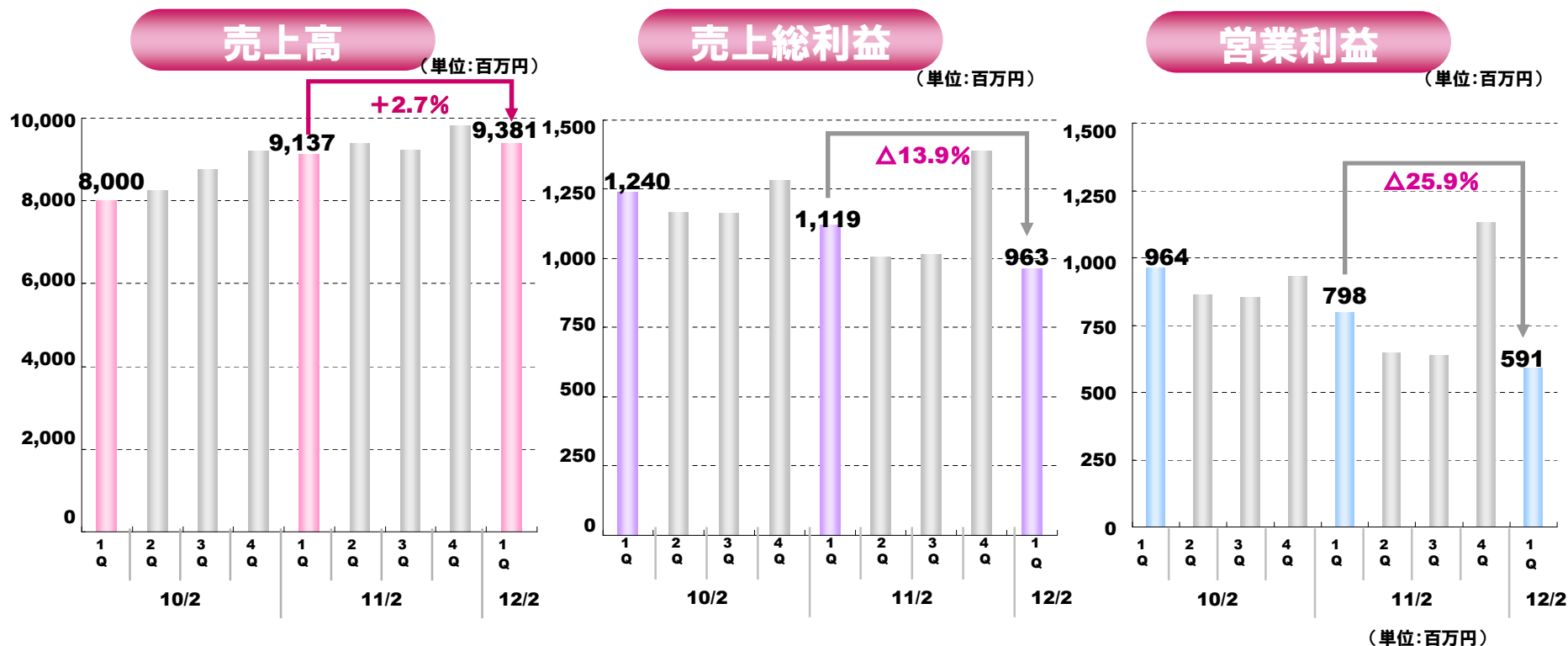
(単位:百万円)

	11/2期 第1四半期 (実績)	12/2期 第1四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	9,137	9,381	+243	2.7%
売上原価 (売上比)	8,017 (87.7%)	8,417 (89.7%)	+399	5.0%
売上総利益 (売上比)	1,119 (12.3%)	963 (10.3%)	△ 155	△ 13.9%
販管費 (売上比)	320 (3.5%)	372 (4.0%)	+51	16.0%
営業利益 (売上比)	798 (8.7%)	591 (6.3%)	△ 207	△ 25.9%
経常利益 (売上比)	801 (8.8%)	593 (6.3%)	△ 208	△ 26.0%
当期純利益 (売上比)	475 (5.2%)	327 (3.5%)	△ 147	△ 31.1%

# 四半期毎の業績推移



売上高前年同期比**2.7%増**・売上総利益同**13.9%減**・営業利益同**25.9%減**



	10/2期				11/2期				12/2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
売上高	8,000	8,258	8,785	9,208	9,137	9,375	9,230	9,829	9,381
売上総利益	1,240	1,168	1,163	1,284	1,119	1,006	1,012	1,387	963
営業利益	964	866	853	934	798	650	639	1,131	591
売上総利益率	15.5%	14.1%	13.2%	13.9%	12.3%	10.7%	11.0%	14.1%	10.3%
営業利益率	12.1%	10.5%	9.7%	10.1%	8.7%	6.9%	6.9%	11.5%	6.3%

## 売上高

## 震災の影響により3月の売上高は減少したものの徐々に回復

(単位:百万円)

	11/2期 第1四半期 (実績)	12/2期 第1四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	9,137	9,381	+243	+2.7%
ソリューション売上 (売上比)	9,067 (99.2%)	9,318 (99.3%)	+250	+2.8%
商品売上 (売上比)	70 (0.8%)	62 (0.7%)	△ 7	△10.1%

「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



売上原価は、震災の影響によりテレビ番組・CMの休止等が発生し、仕入が減少するも徐々に回復  
 売上総利益は、震災の影響により、前年同期比減少

(単位:百万円)

	11/2期 第1四半期 (実績)	原価 構成比	12/2期 第1四半期 (実績)	原価 構成比	差額	増減率
売上原価合計 (売上比)	8,017 (87.7%)	100.0%	8,417 (89.7%)	100.0%	+399	+5.0%
媒体費(メディア仕入) (売上比)	6,989 (76.5%)	87.2%	7,255 (77.3%)	86.2%	+265	+3.8%
テレビ番組 (売上比)	5,050 (55.3%)	63.0%	4,895 (52.2%)	58.2%	△ 154	△ 3.1%
<b>テレビCM</b> (売上比)	<b>1,671</b> (18.3%)	<b>20.8%</b>	<b>2,135</b> (22.8%)	<b>25.4%</b>	<b>+463</b>	<b>+27.7%</b>
その他 (売上比)	267 (2.9%)	3.3%	224 (2.4%)	2.7%	△ 43	△ 16.2%
外注費 (売上比)	966 (10.6%)	12.1%	1,106 (11.8%)	13.1%	+139	+14.5%
商品原価 (売上比)	61 (0.7%)	0.8%	55 (0.6%)	0.7%	△ 5	△ 9.7%
売上総利益 (売上比)	1,119 (12.3%)		963 (10.3%)		△ 155	△ 13.9%

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

販管費は、前年同期比**16.0%増**  
 人員採用を積極的に実施し、正社員数は同**25.0%増**

(単位:百万円)

	11/2期 第1四半期 (実績)	12/2期 第1四半期 (実績)	差額	増減率
販管費 (売上比)	<b>320</b> (3.5%)	<b>372</b> (4.0%)	<b>+51</b>	<b>+16.0%</b>
人件費 (売上比)	<b>181</b> (2.0%)	<b>214</b> (2.3%)	<b>+33</b>	<b>+18.2%</b>
減価償却費 (売上比)	<b>9</b> (0.1%)	<b>10</b> (0.1%)	<b>+0</b>	<b>7.7%</b>
その他 (売上比)	<b>129</b> (1.4%)	<b>147</b> (1.6%)	<b>+17</b>	<b>+13.6%</b>
営業利益 (売上比)	<b>798</b> (8.7%)	<b>591</b> (6.3%)	<b>△ 207</b>	<b>△25.9%</b>

正社員の増加  
 +20名  
 (新卒7名  
 中途13名)

業務委託費の  
 増加

第1四半期末 従業員数	<b>80</b>	<b>100</b>	<b>+20</b>	<b>+25.0%</b>
-------------	-----------	------------	------------	---------------

## 東日本大震災の影響

**1. テレビ番組の編成変更あるいは休止、テレビCMの休止**

**2. 顧客企業のテレビ番組放送及びテレビCM出稿の自粛**

**3. 顧客企業の商品供給の不具合による媒体出稿計画一部変更**

# 財務状況

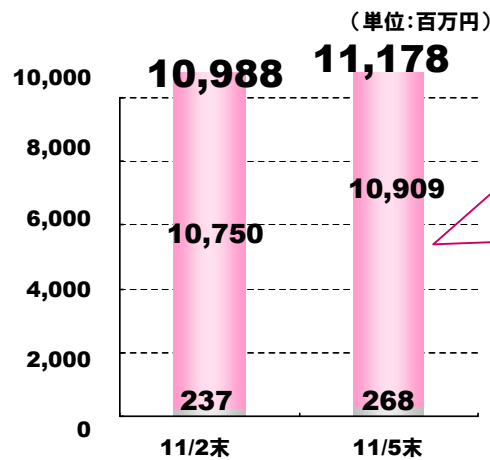


## 盤石な財務基盤を維持

### 貸借対照表

#### 資産

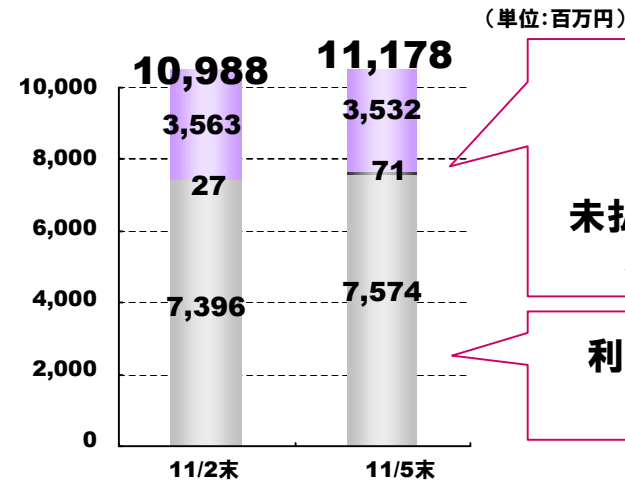
■ 流動資産 ■ 固定資産



売掛金の増加  
+455百万円  
現金及び預金の減少  
△292百万円

#### 負債・純資産

■ 流動負債 ■ 固定負債 ■ 純資産



買掛金の増加  
+283百万円  
未払法人税等の減少  
△308百万円

利益剰余金の増加  
+176百万円

### キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

	11/2期 第1四半期 (実績)	12/2期 第1四半期 (実績)
営業キャッシュフロー	△362	△150
投資キャッシュフロー	△68	43
財務キャッシュフロー	0	△136
現金及び現金同等物期末残高	2,859	868

税引前四半期純利益計上 556百万円  
仕入債務の増加 283百万円  
売上債権の増加 △455百万円  
法人税等の支払 △528百万円

配当金の支払 △136百万円

## 1章 2012年2月期第1四半期実績

## 2章 2012年2月期進捗状況及び第2四半期取組

## 3章 地デジ化による放送枠増加の見通し

## 参考資料

## 業績予想サマリー



## 売上高、営業利益ともにほぼ計画通りの進捗

(単位:百万円)

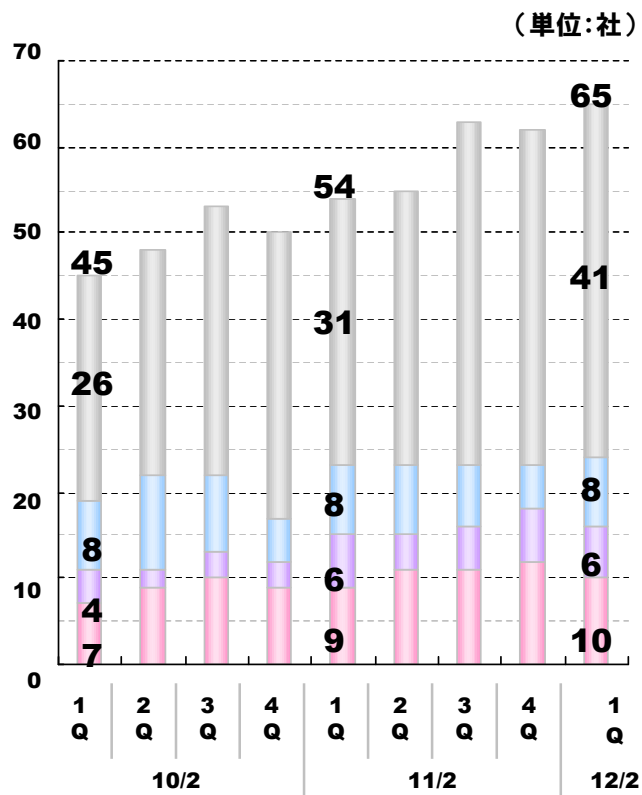
	12/2期 第1四半期 (実績)	12/2期 上半期 (予)	12/2期 上半期 進捗率	12/2期 通期 (予)	12/2期 通期 進捗率
売上高	<b>9,381</b>	<b>18,760</b>	<b>50.0%</b>	<b>40,102</b>	<b>23.4%</b>
営業利益 (売上比)	<b>591</b> (6.3%)	<b>1,222</b> (6.5%)	<b>48.4%</b>	<b>3,018</b> (7.5%)	<b>19.6%</b>
経常利益 (売上比)	<b>593</b> (6.3%)	<b>1,222</b> (6.5%)	<b>48.6%</b>	<b>3,018</b> (7.5%)	<b>19.7%</b>
当期純利益 (売上比)	<b>327</b> (3.5%)	<b>684</b> (3.7%)	<b>47.8%</b>	<b>1,726</b> (4.3%)	<b>19.0%</b>

# 顧客企業の動向

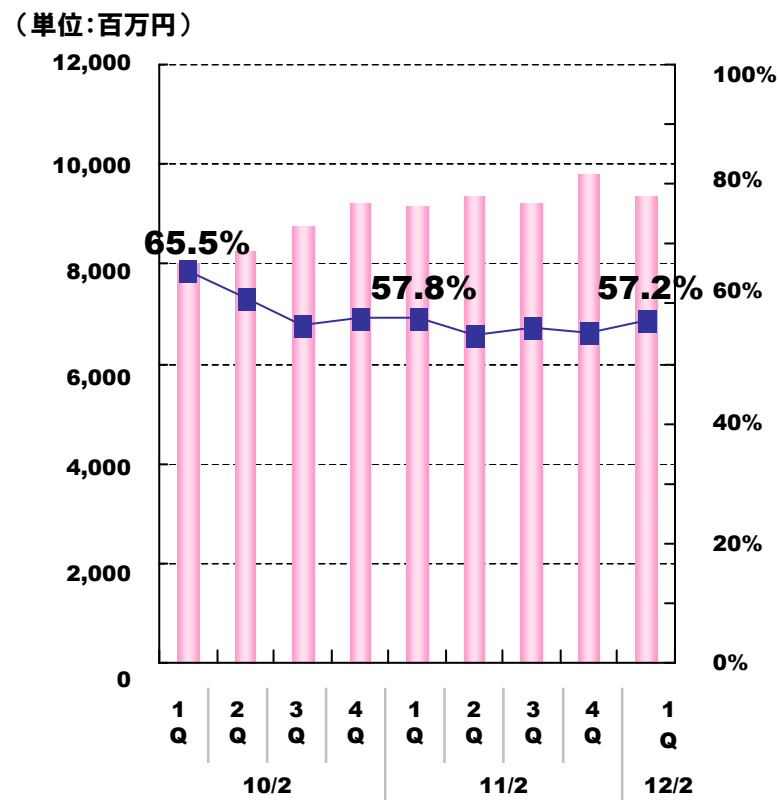


## 顧客企業の媒体出稿意欲は引き続き堅調 新規顧客企業数が着実に増加 売上上位5社シェアは前年同期比微減

売上規模別顧客企業数



売上上位5社シェア



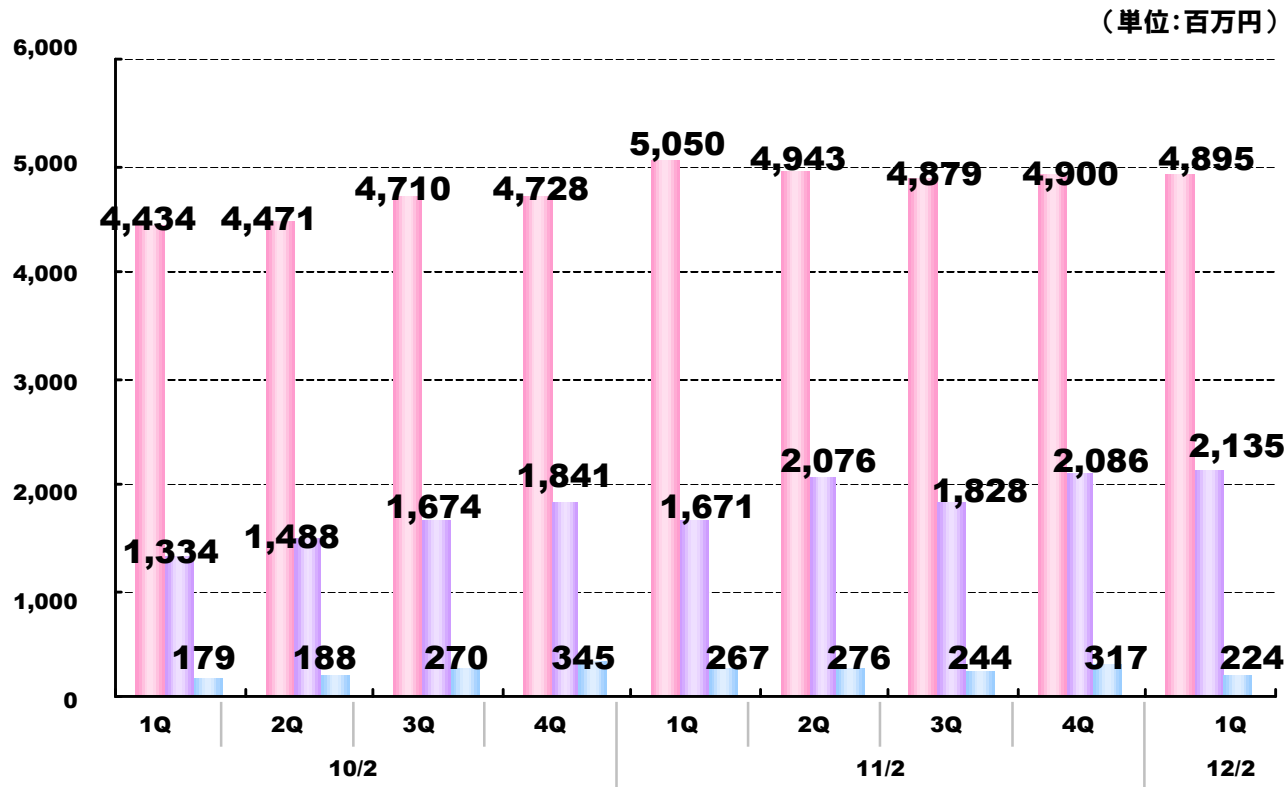
# メディア仕入の動向



メディア仕入は震災の影響により一時期減少したものの回復基調  
 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  
 また 顧客ニーズに合わせたメディア仕入は引き続き可能な見通し

## メディア仕入推移

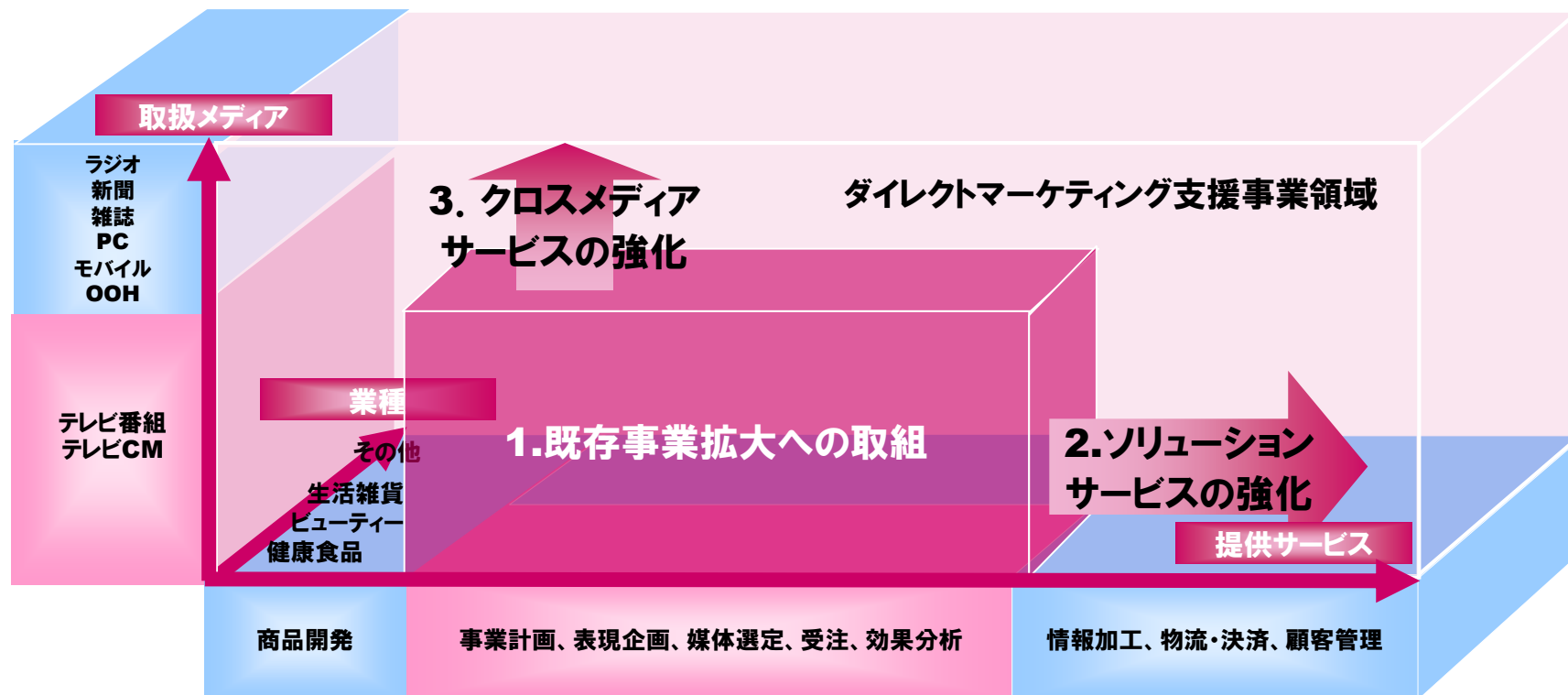
■ テレビ番組 ■ テレビCM ■ その他メディア



# 第2四半期の取組

今期も引き続き中期事業戦略第2フェーズを中心と位置づけ事業展開する  
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





## 1章 2012年2月期第1四半期実績

## 2章 2012年2月期進捗状況及び第2四半期取組

## 3章 地デジ化による放送枠増加の見通し

## 参考資料

# 地上波テレビ通販の番組放送枠に対する当社シェア



当社の地上波のテレビ通販の番組放送枠の市場シェアは、30%強であり  
他BS/CS/CMも含めテレビ通販の番組枠はまだまだあり、さらなる**シェアの拡大**は見込める

## 地上波のテレビ通販の番組放送枠

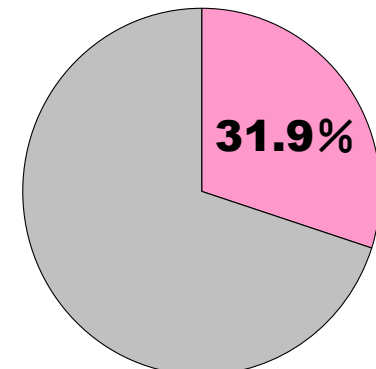
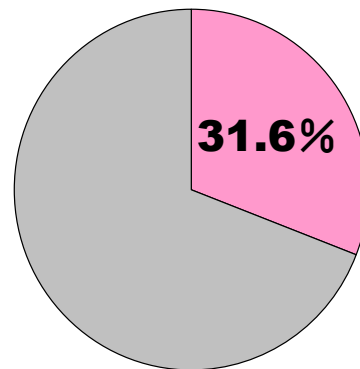
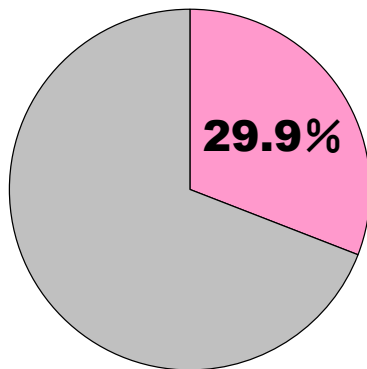
3分 4分 14分  
29分 54分 等

■ 当社シェア      ■ 他社シェア

2010年8月末

2010年12月末

2011年3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

出所:当社調べ 2010年5月、8月、12月  
の無作為3週間平均

出所:当社調べ 2010年8月、12月、  
2011年3月の無作為3週間平均

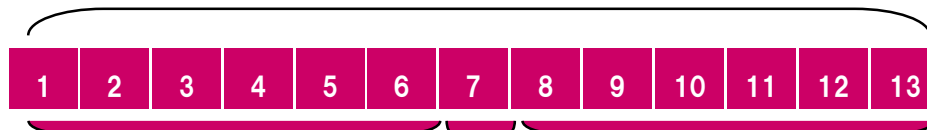
# 地デジ化による放送枠増加の見通し

**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  
テレビ番組放送枠及びテレビ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)

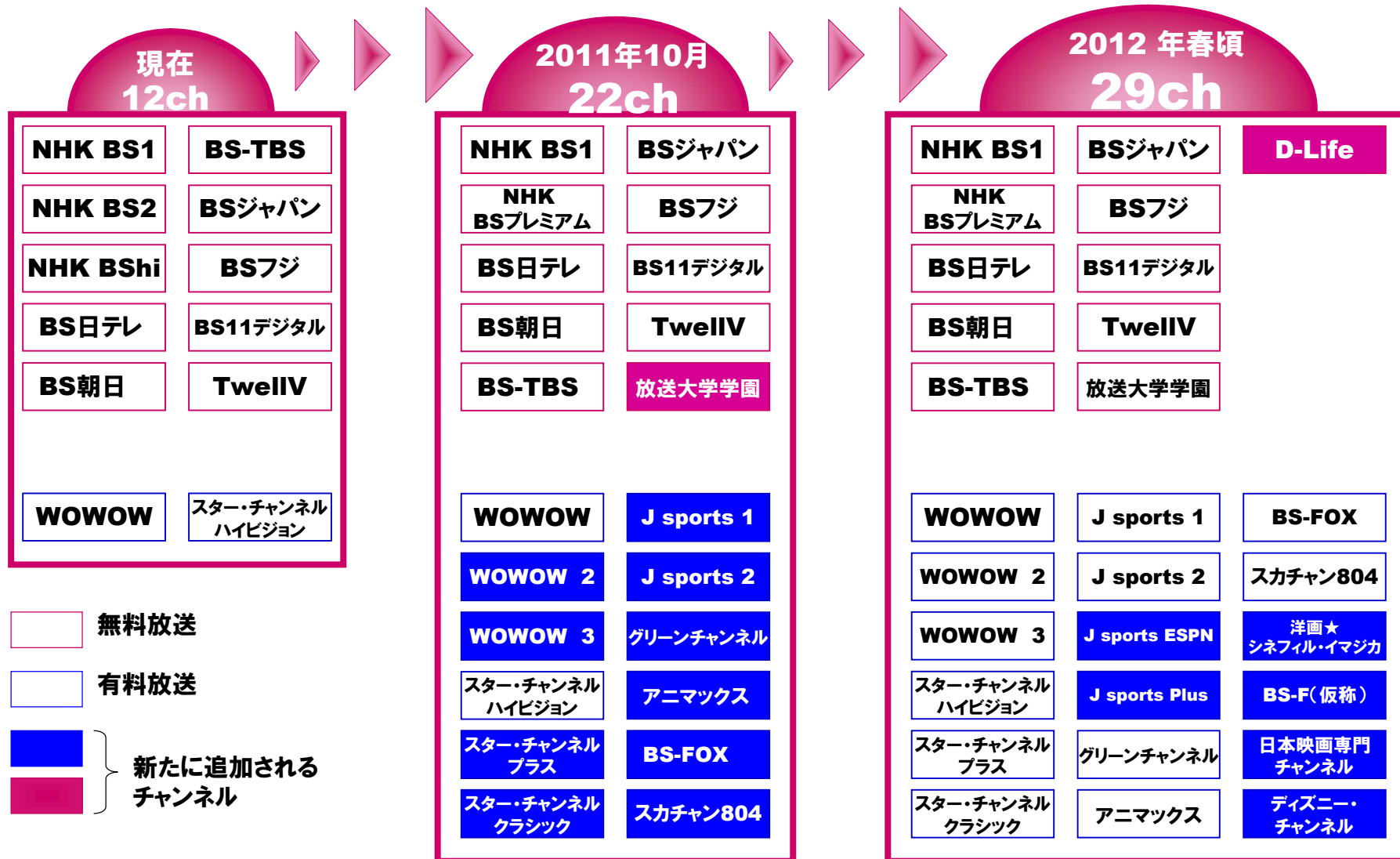
標準画質映像(SD)  
放送①  
(4セグメント)

標準画質映像(SD)  
放送②  
(4セグメント)

標準画質映像(SD)  
データ放送  
(4セグメント)

**テレビ番組放送枠  
テレビCM枠  
増加の可能性**

# BSチャンネル数の増加



- 無料放送
- 有料放送
- } 新たに追加される
- } チャンネル

## 1章 2012年2月期第1四半期実績

## 2章 2012年2月期進捗状況及び第2四半期取組

## 3章 地デジ化による放送枠増加の見通し

## 参考資料

## 売上規模別顧客企業数

(単位:社)

	10/2				11/2				12/2
	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
2.5億円以上	7	9	10	9	9	11	11	12	10
1.25億円以上～2.5億円未満	4	2	3	3	6	4	5	6	6
0.5億円以上～1.25億円未満	8	11	9	5	8	8	7	5	8
その他	26	26	31	33	31	32	40	39	41
合計	45	48	53	50	54	55	63	62	65

- 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5月末時点)
- 発行済株式数 7,528,200株(2011年5月末時点)
- 従業員数 100名(2011年5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

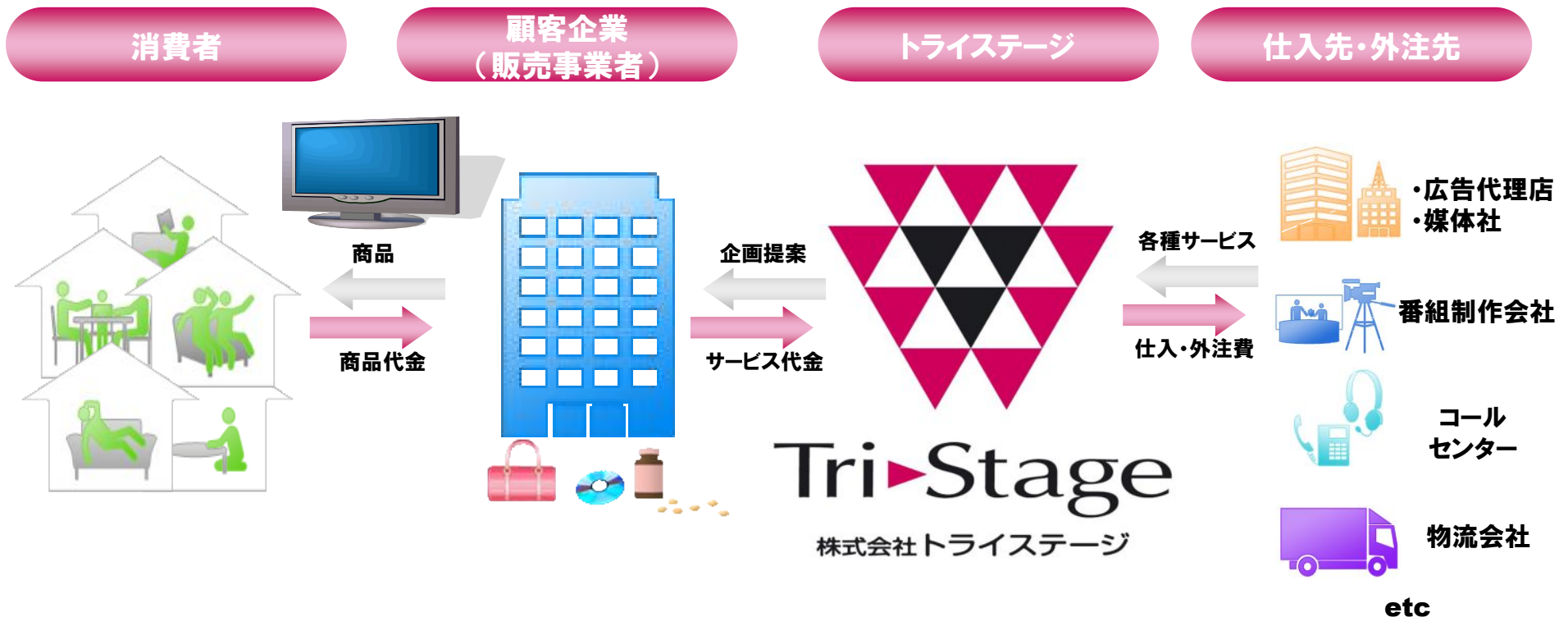


## ダイレクトマーケティング事業に必要な多機能をトータルで提供

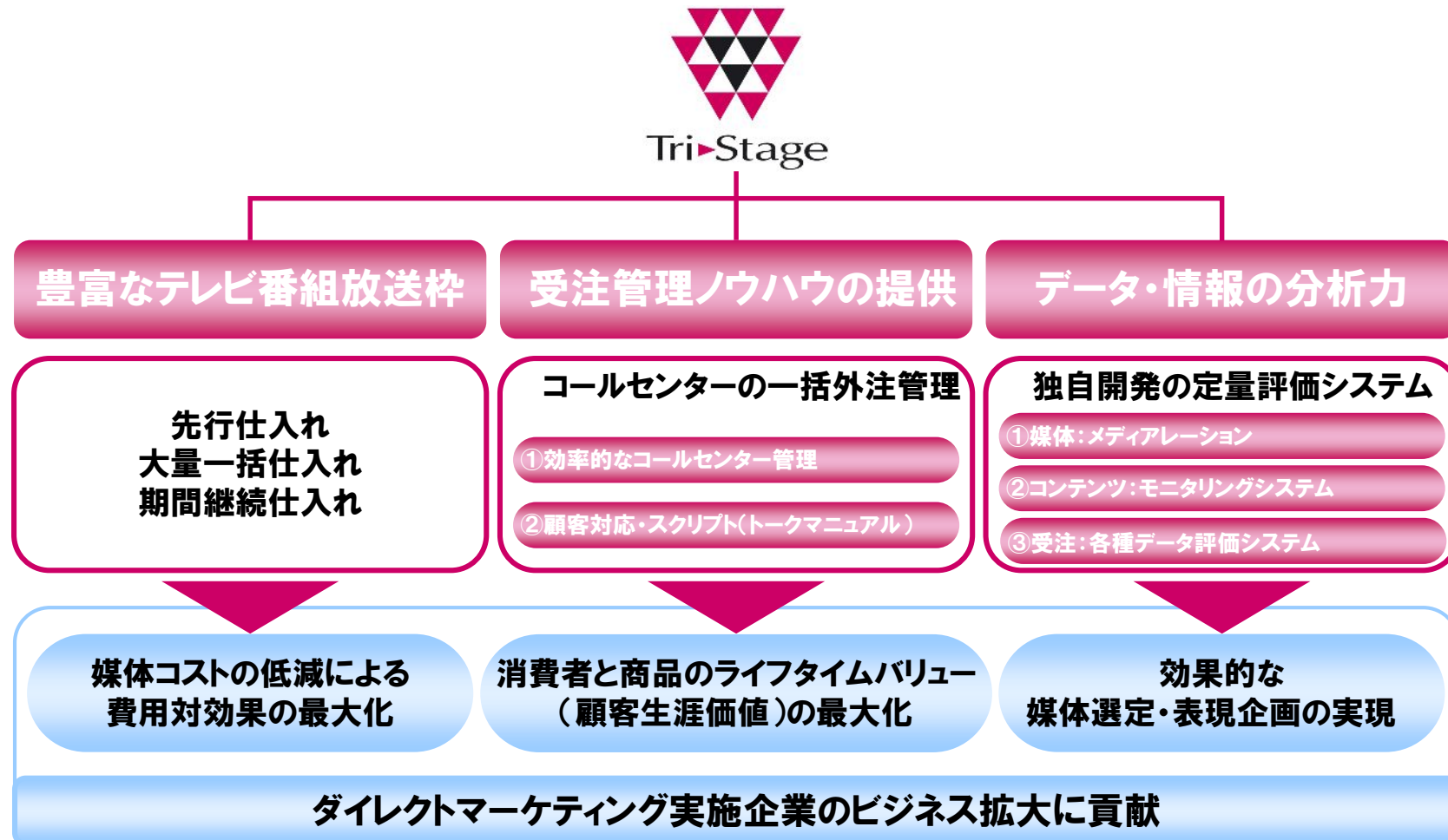


# 当社のビジネスモデル

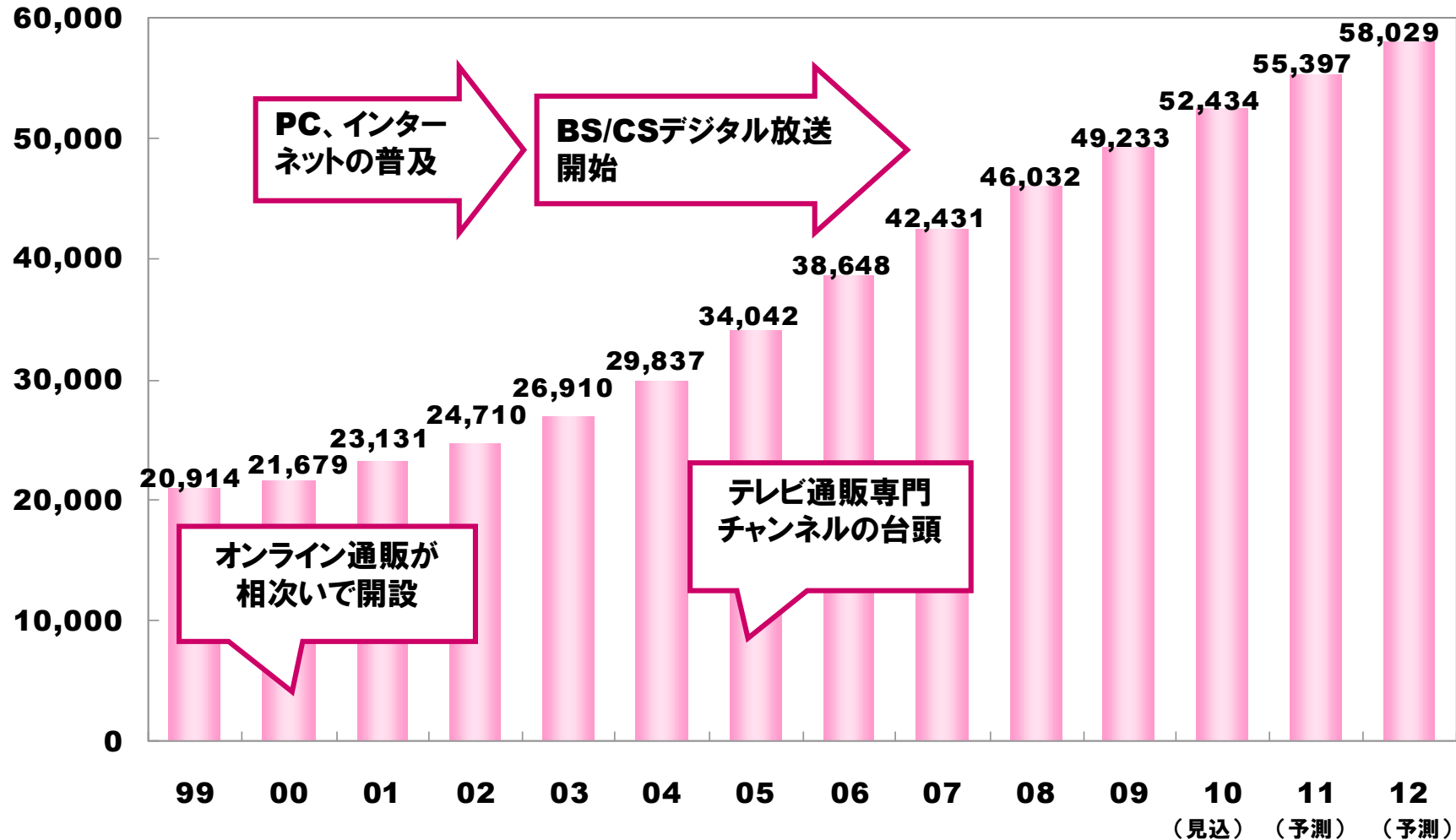
テレビ通販に必要なサービスを仕入先・外注先から仕入・外注し  
当社独自ノウハウを加え 顧客企業のダイレクトマーケティング事業を総合的に支援



## データ分析に基づくトータルソリューションの提供

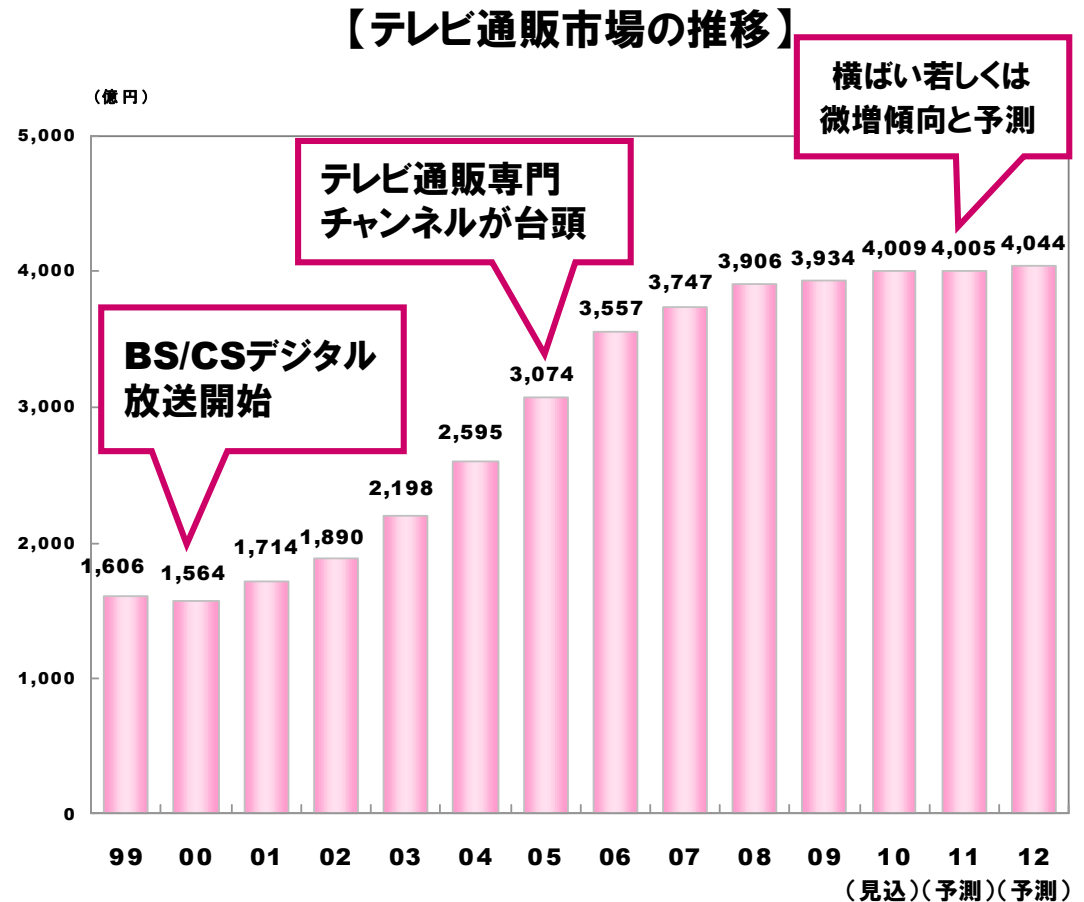
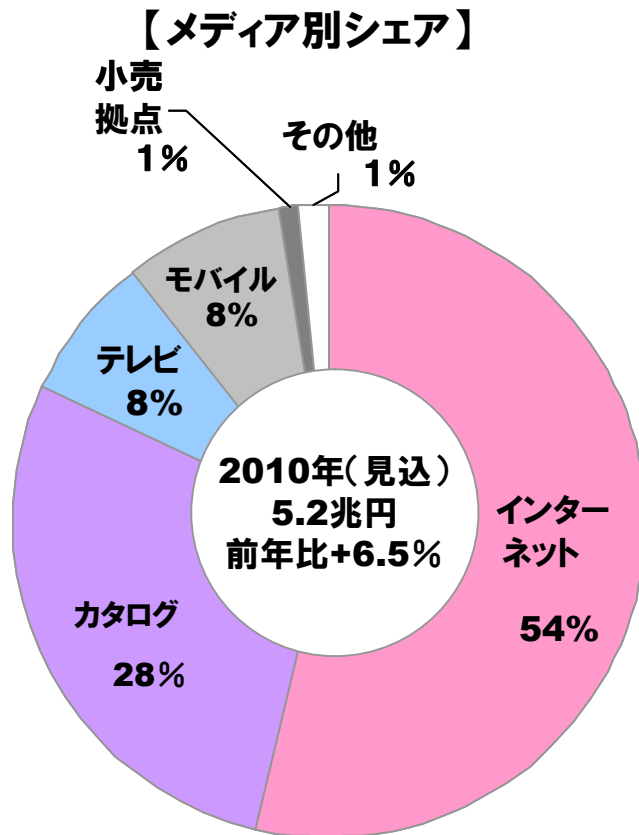


## 2011年度の通販市場(物販)は 5.5兆円を予測



出所: 「通販・e-コマースビジネスの実態と今後 2010-2011 市場編」 2010年11月 株式会社富士経済

## 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 Employment Information. The main content area is titled 'IR情報' and includes a section for '最新の業績' (Latest Performance) with links to financial reports and a '最新ニュース' (Latest News) section with a list of recent announcements. A search bar is located at the top right of the page.

**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2-4-1 B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。**