

TriStage

株式会社トリステージ

中期経営計画
2013年2月期 - 2015年2月期

2012.04.02

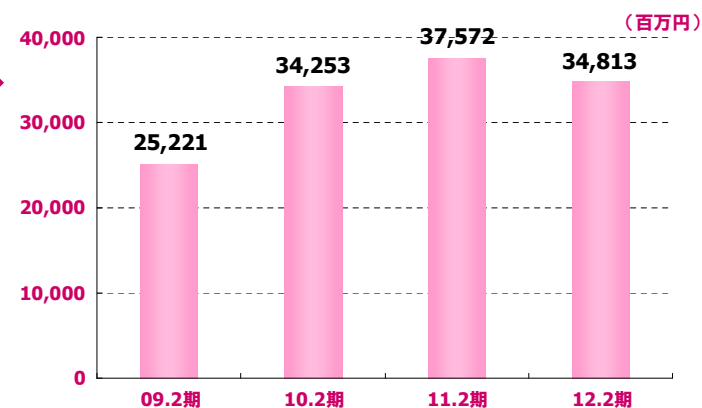


前3ヵ年 数値実績

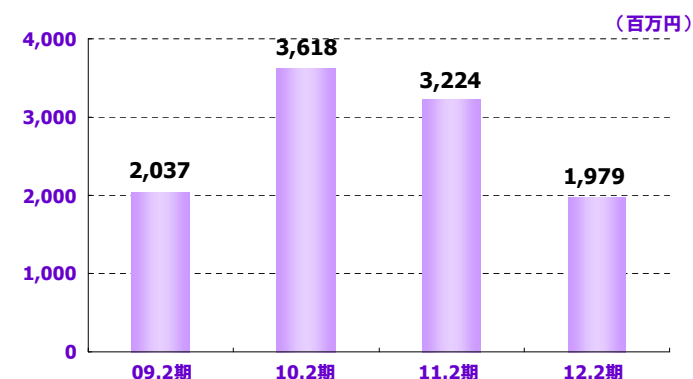
(百万円)

	2009.2月期 (実績)	2010.2月期 (実績)	2011.2月期 (実績)	2012.2月期 (実績)
売上高	25,221	34,253	37,572	34,813
売上総利益	3,047	4,857	4,526	3,447
営業利益	2,037	3,618	3,224	1,979

売上高



営業利益



前3ヵ年で挑んだこと

圧倒的No.1ポジションの確立

前3ヵ年にて成し遂げたこと

- 売上高は、3年間で**1.4倍**に拡大
- 売上総利益は、3年間で**1.1倍**に拡大

前3ヵ年では成し遂げられなかったこと

- ▲ 営業利益は、3年間で**3%減少**
- ▲ 売上高は、前期(12/2期)**初の前年割れ**
- ▲ 売上総利益・営業利益ともに、**2期(11/2期&12/2期)連続前年割れ**



前3ヵ年で挑んだこと

前3ヵ年にて成し遂げたこと

前3ヵ年では成し遂げられなかったこと

既存事業(TV通販サポート)の拡大

- ◎ 通販TV-CMの取扱額は、3年間で**1.8倍**に拡大
- ◎ 主要3業種以外のクライアント数は、3年間で**1.8倍**に増加

- ▲ スポットTV-CMの調達コストの変動や各BS局の調達コストの上昇に対応できず、各枠の継続的な維持・拡大に至れなかった。
- ▲ 当社が有するTV放送枠を活用した新たなビジネスは、創出できなかった。

クロスメディア展開の推進

- ◎ TV以外のメディアの合計取扱額は、3年間で**4.2倍**に拡大
- ◎ なかでも、ラジオの取扱額は、3年間で**6.3倍**に拡大

- ▲ ラジオ以外では安定した結果を残せず、継続的な展開・拡大に至れなかった。
- ▲ 特に、WEBへの展開は、進められなかった。

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の取扱額は、3年間で**1.7倍**に拡大
- ◎ 委託先コールセンターの拠点数は、3年間で**2.3倍**に増加

- ▲ 24時間受注が可能な拠点の不足と、拠点数の急速な増加により、安定したサービス品質を保てなかった。
- ▲ 委託先コールセンターで得た消費者の声(VOC)を、有効に活用できなかった。



前3ヵ年で挑んだこと

前3ヵ年では成し遂げられなかったこと

本3ヵ年で取り組むべき課題

既存事業(TV通販サポート)の拡大

- ▲ スポットTV-CMの調達コストの変動や各BS局の調達コストの上昇に対応できず、各枠の継続的な維持・拡大に至れなかった。
- ▲ 当社が有するTV放送枠を活用した新たなビジネスは、創出できなかった。

- ★ 新業種・新領域クライアントの発掘と育成
- ★ TVを利用した新たなコンテンツサービスやマーケティングモデルの創出と育成

クロスメディア展開の推進

- ▲ ラジオ以外では安定した結果を残せず、継続的な展開・拡大に至れなかった。
- ▲ 特に、WEBの展開へは、進められなかった。

- ★ TV・ラジオ以外の新たな有望市場の選択と開拓と育成
- ★ TV・ラジオと他メディアとの連動型マーケティングモデルの創出と育成

ソリューションサービスの強化

- ▲ 24時間受注が可能な拠点の不足と、拠点数の急速な増加により、安定したサービス品質を保てなかった。
- ▲ 委託先コールセンターで得た消費者の声(VOC)を、有効に活用できなかった。

- ★ 委託先コールセンターへの運営サポートメニューの多様化
- ★ 集客(顧客獲得)後の顧客育成型マーケティングモデルの創出と育成

本3ヵ年で取り組むべき課題

- ★ 新業種・新領域クライアントの発掘と育成
- ★ TVを利用した新たなコンテンツサービスやマーケティングモデルの創出と育成

- ★ TV・ラジオ以外の新たな有望マーケットの選択と開拓と育成
- ★ TV・ラジオと他メディアとの連動型マーケティングモデルの創出と育成

- ★ 委託先コールセンターへの運営サポートメニューの多様化
- ★ 集客(顧客獲得)後の顧客育成型マーケティングモデルの創出と育成

本3ヵ年にて挑むべきテーマ

Theme-1

既存の強みの徹底強化と新たなビジネスの徹底構築

Theme-2

上記を推し進める体制づくりと人材づくり

本3ヵ年 Tri-Stage 全社スローガン

変わる！ 変える！ 徹する！ やり切る！



本3ヵ年の成長戦略

New

戦略 1

新業種・新領域
クライアントの
発掘と育成

戦略 2

WEBマーケットへの
進出と育成

New

戦略 3

CRMビジネスの
創出と育成

New

戦略 4

海外マーケットへの
進出と育成

戦略 5

体制・人員, 社員の教育・育成, 資本注入を含む外部との連携の強化

変わる! 変える! 徹する! やり切る!

3年後...2015年2月期の数値目標

目標

3年後...2015年2月期

連結売上高 **500** 億円



3年後・・・2015年2月期 連結売上高500億円達成へ向けて・・・本3ヵ年に成長戦略として推進する新たな事業戦略

1

【WEBビジネスの推進】

- ★ 各種WEBメディアにおける当社独自のWEBメディアサービスモデルの創出
- ★ TV・ラジオと各種WEBメディアとの連動型マーケティングモデルの創出
- ★ 当社独自のメディアプラットフォームの開発

2

【CRMビジネスの推進】

- ★ 当社クライアントのCRMビジネス拡大展開の際のトータルサポートの実施
- ★ 当社独自のデータベースマーケティングモデルの創出

3

【国際ビジネスの推進】

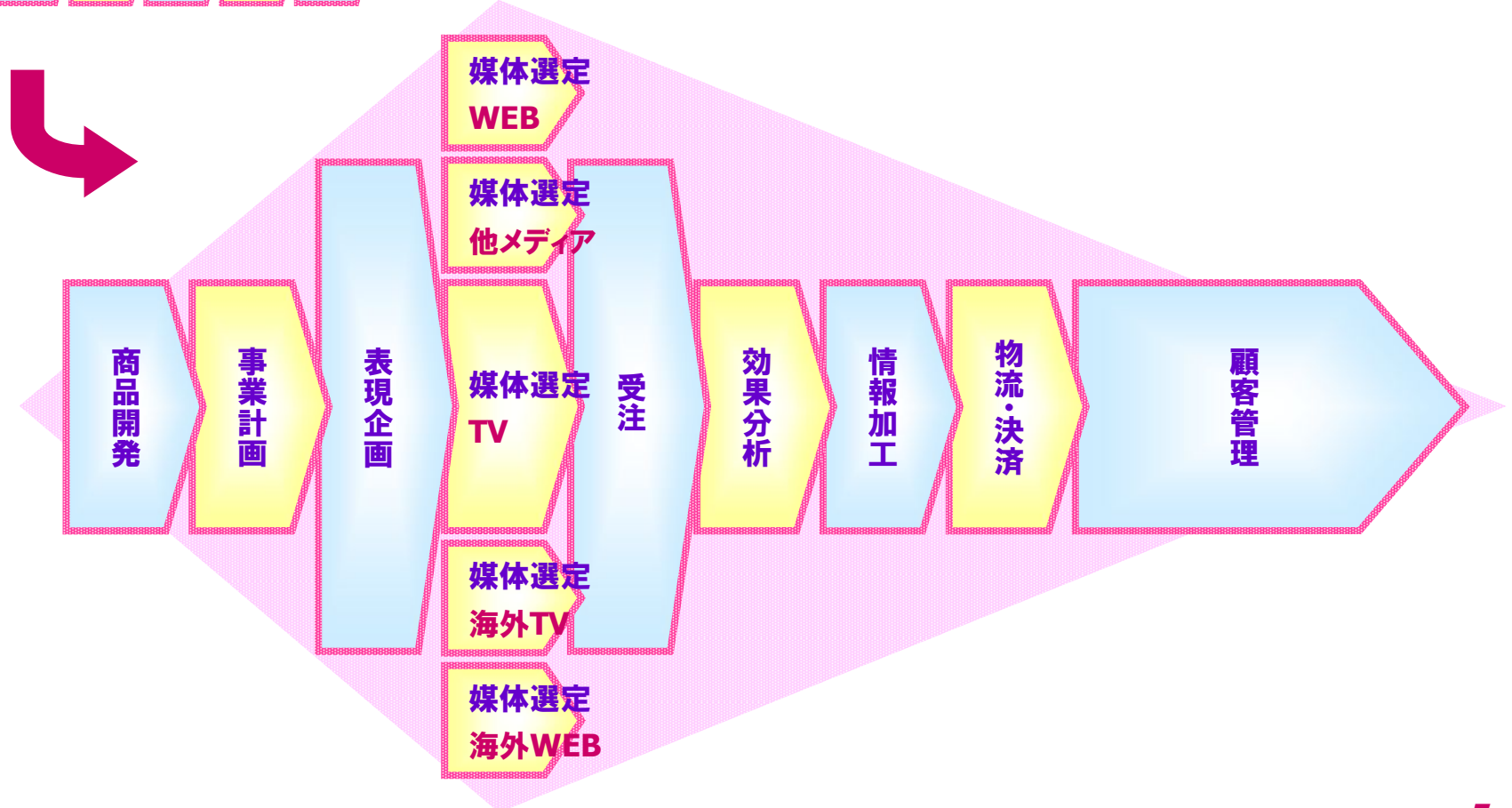
- ★ 当社クライアントまたは当社サポート商品の海外マーケット進出の際のトータルサポートの実施
- ★ 当社のノウハウを駆使した海外現地事業者へのトータルソリューションサービスの実施
- ★ 海外現地事業者への日本の商品商材の海外BtoBビジネスの実施



現在のダイレクトマーケティングのバリューチェーン



3年後・・・2015年2月期のダイレクトマーケティングのバリューチェーン





3年後・・・2015年2月期 連結売上高500億円達成へ向けて・・・本3ヵ年の組織・人事戦略

1

【経営体制の強化】

- ★ 経営体制を強化、ならびに、現場の声を経営へ、よりの確に反映させ、より迅速に対応するため、新任取締役2名を内部昇任し、取締役を4名体制から6名体制に増員

2

【組織力の強化】

- ★ 成長戦略と位置づけた新たなビジネスの推進のため、取締役直轄の各ビジネス推進室を新設
- ★ TV以外のメディアサービスのさらなる推進とノウハウの共有化のため、メディア推進部を新設
- ★ ソリューションサービスのさらなる推進とノウハウの共有化のため、ソリューション推進部を新設

3

【人事施策遂行力の強化】

- ★ 目標達成へ向けての経営戦略を人事施策に、ならびに、現場の声を人事施策に、よりの確に反映させ、より迅速かつ確実に対応するため、取締役直轄の人事室を新設
- ★ 人員の増強および社員教育・育成の強化およびノウハウの共有化の迅速化を促進



3年後・・・2015年2月期 連結売上高500億円達成へ向けて・・・本3ヵ年の財務・投資戦略

1

【事業投資の積極実施】

- ★ 現状の余剰資金をM&Aや資本提携等の戦略的事業投資に積極活用
- ★ 特に、成長戦略ビジネスに対し、社内自主開発により、ビジネスの創出と育成を行うとともに、M&Aや資本提携等の事業投資により、ビジネス推進の強化および迅速化を促進

2

【株主還元の継続実施】

- ★ 継続的かつ安定的な配当の実施
- ★ 自己株式の取得等、必要に応じた機動的な株主還元策の実施



本3ヵ年 利益計画

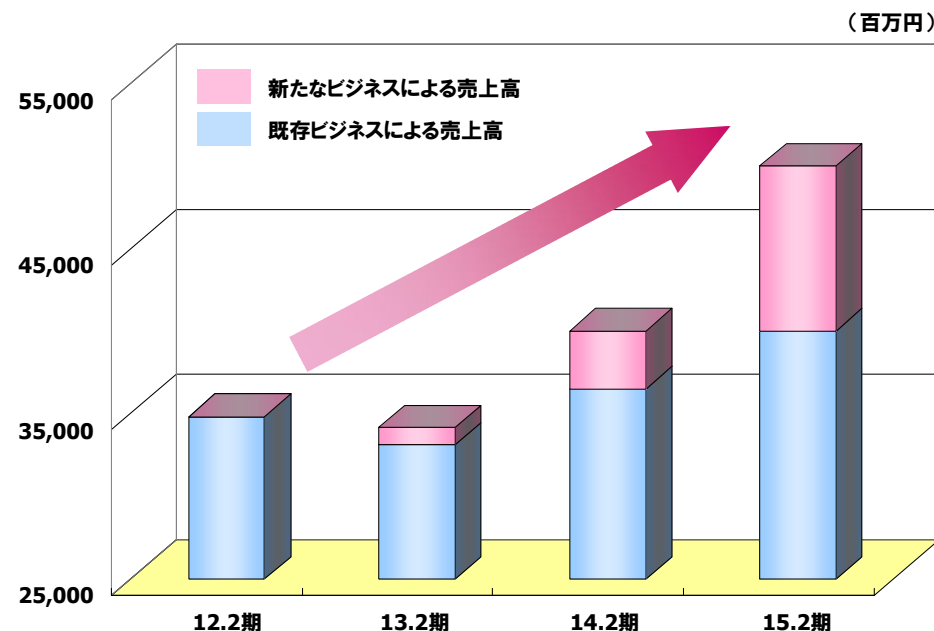
	(百万円)			
	2012.2月期 (実績)	2013.2月期 (見通)	2014.2月期 (見通)	2015.2月期 (見通)
売上高	34,813	33,120	36,500	40,000
営業利益	1,979	1,363	1,670	2,100

+ **新たなビジネスによる
連結売上高
100億円** = **2015年2月期
連結売上高
目標 500億円**

既存ビジネスによる売上高・営業利益

本3ヵ年 売上高成長イメージ

本3ヵ年 Tri-Stage 全社スローガン
変わる！ 変える！ 徹する！ やり切る！





ご静聴ありがとうございました。

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、直接的また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。