



平成25年2月期 決算短信〔日本基準〕（連結）

平成25年3月29日

上場会社名 株式会社トライステージ 上場取引所 東
 コード番号 2178 URL <http://www.tri-stage.jp/>
 代表者 (役職名) 代表取締役CEO (氏名) 妹尾 勲
 問合せ先責任者 (役職名) 取締役 (氏名) 野口 卓 TEL 03-5402-4111
 定時株主総会開催予定日 平成25年5月29日 配当支払開始予定日 平成25年5月30日
 有価証券報告書提出予定日 平成25年5月30日
 決算補足説明資料作成の有無： 有
 決算説明会開催の有無： 有 (証券アナリスト・機関投資家向け)

(百万円未満切捨て)

1. 平成25年2月期の連結業績（平成24年3月1日～平成25年2月28日）

(1) 連結経営成績 (%表示は対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
25年2月期	33,826	—	496	—	503	—	248	—
24年2月期	—	—	—	—	—	—	—	—

(注) 包括利益 25年2月期 251百万円 (—%) 24年2月期 ー百万円 (—%)

	1株当たり 当期純利益	潜在株式調整後 1株当たり当期純利益	自己資本 当期純利益率	総資産 経常利益率	売上高 営業利益率
	円 銭	円 銭	%	%	%
25年2月期	33.53	33.25	3.0	4.1	1.5
24年2月期	—	—	—	—	—

(参考) 持分法投資損益 25年2月期 ー百万円 24年2月期 ー百万円

(注1) 自己資本当期純利益率、総資産経常利益率の算定における自己資本及び総資産については、期末自己資本及び期末総資産を使用しております。

(注2) 当社は、当連結会計年度から連結財務諸表を作成しているため、平成24年2月期の数値および対前期増減率については記載しておりません。

(2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
25年2月期	12,325	8,387	67.8	1,125.49
24年2月期	—	—	—	—

(参考) 自己資本 25年2月期 8,356百万円 24年2月期 ー百万円

(注) 当社は、当連結会計年度から連結財務諸表を作成しているため、平成24年2月期の数値については記載しておりません。

(3) 連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
25年2月期	127	828	△137	1,847
24年2月期	—	—	—	—

(注) 当社は、当連結会計年度から連結財務諸表を作成しているため、平成24年2月期の数値については記載しておりません。

2. 配当の状況

	年間配当金					配当金総額 (合計)	配当性向 (連結)	純資産配当 率(連結)
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計			
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	百万円	%	%
24年2月期	—	0.00	—	20.00	20.00	147	—	—
25年2月期	—	0.00	—	20.00	20.00	148	59.6	1.8
26年2月期(予想)	—	0.00	—	20.00	20.00	—	—	—

(注) 1. 24年2月期につきましては、連結財務諸表を作成していないため、個別の数値を記載しております。配当性向(連結)及び純資産配当率(連結)は記載しておりません。

(注) 2. 純資産配当率(連結)における1株当たり純資産については、期末1株当たり純資産を使用しております。

3. 平成26年2月期の連結業績予想（平成25年3月1日～平成26年2月28日）

（％表示は、通期は対前期、四半期は対前年同四半期増減率）

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
第2四半期（累計）	17,622	—	402	—	372	—	194	—	26.18
通期	37,026	9.5	834	67.9	803	59.6	418	68.5	56.33

当社は、平成25年2月期第2四半期においては、四半期連結財務諸表を作成していないため、平成26年2月期第2四半期（累計）の対前年同四半期増減率を記載しておりません。

※ 注記事項

（1）期中における重要な子会社の異動（連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動）： 無

（注）特定子会社の異動には該当いたしません。が、メールカスタマーセンター株式会社及び株式会社ディーピーシーを第3四半期より連結子会社としております。

（2）会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更： 無
- ② ①以外の会計方針の変更： 無
- ③ 会計上の見積りの変更： 無
- ④ 修正再表示： 無

（3）発行済株式数（普通株式）

- ① 期末発行済株式数（自己株式を含む）
- ② 期末自己株式数
- ③ 期中平均株式数

25年2月期	7,574,700株	24年2月期	7,543,800株
25年2月期	150,204株	24年2月期	150,147株
25年2月期	7,402,427株	24年2月期	7,488,045株

（参考）個別業績の概要

1. 平成25年2月期の個別業績（平成24年3月1日～平成25年2月28日）

（1）個別経営成績

（％表示は対前期増減率）

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
25年2月期	30,819	△11.5	509	△74.3	519	△73.9	269	△76.5
24年2月期	34,813	△7.3	1,979	△38.6	1,988	△38.6	1,147	△39.9

	1株当たり 当期純利益	潜在株式調整後 1株当たり当期純利益
	円 銭	円 銭
25年2月期	36.40	36.10
24年2月期	153.27	151.70

（2）個別財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
25年2月期	11,063	8,377	75.7	1,128.35
24年2月期	11,267	8,250	73.2	1,115.85

（参考）自己資本 25年2月期 8,377百万円 24年2月期 8,250百万円

※ 監査手続の実施状況に関する表示

この決算短信の開示時点において、金融商品取引法に基づく連結財務諸表の監査手続を実施中です。

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

1. 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々は要因により大きく異なる可能性がございます。業績予想の前提となる仮定及び業績予想の利用にあたっての注意事項等については決算短信（添付資料） P. 2「経営成績・財政状態に関する分析」をご覧ください。

2. 当社は平成25年4月1日（月）に機関投資家向けに決算説明会を開催する予定です。その模様及び説明内容については、当日使用する決算説明資料とともに、開催後速やかに当社ホームページに掲載する予定です。

○添付資料の目次

1. 経営成績・財政状態に関する分析	2
(1) 経営成績に関する分析	2
(2) 財政状態に関する分析	2
(3) 利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当	3
(4) 事業等のリスク	4
(5) 継続企業の前提に関する重要事象等	7
2. 企業集団の状況	8
3. 経営方針	9
(1) 会社の経営の基本方針	9
(2) 目標とする経営指標	9
(3) 会社の対処すべき課題及び中長期的な会社の経営戦略	9
4. 連結財務諸表	11
(1) 連結貸借対照表	11
(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書	13
連結損益計算書	13
連結包括利益計算書	14
(3) 連結株主資本等変動計算書	15
(4) 連結キャッシュ・フロー計算書	17
(5) 継続企業の前提に関する注記	18
(6) 会計方針の変更	18
(7) 追加情報	18
(8) 連結財務諸表に関する注記事項	18
(セグメント情報等)	18
(1株当たり情報)	20
(重要な後発事象)	20
5. その他	21
(1) 役員の変動	21
(2) その他	21

1. 経営成績・財政状態に関する分析

(1) 経営成績に関する分析

当連結会計年度におけるわが国経済は、海外景気の下振れ懸念やデフレの影響等、景気を下押しするリスクが存在したものの、輸出環境の改善や経済政策への期待感から消費者マインドの持ち直しが見られ、個人消費は緩やかな回復基調にありました。

一方、当社グループの顧客企業が属するダイレクトマーケティング市場は、通信販売の定着とともに依然として拡大基調が続いているものの、市場規模が拡大したことから、その伸長率は鈍化傾向となっております。

このような環境の下、当社グループはダイレクトマーケティング実施企業に対してバリューチェーンの各局面で最適なソリューションを提供するべく努めてまいりました。また、中期的な成長戦略として位置付けた「WEBビジネスの推進」、「CRMビジネスの推進」、「国際ビジネスの推進」を推し進めるべく、社内体制を整えるとともに、外部との連携を含めた基盤づくりに取り組んでまいりました。なお、「CRMビジネスの推進」については、顧客管理（CRM）の支援を強化し、当社独自のトータルソリューションサービスを一層充実させるため、第3四半期連結会計期間において、メールカスタマーセンター株式会社の株式を50.2%取得し、子会社化いたしました。

この結果、当社グループの当連結会計年度における売上高は33,826,160千円、売上総利益は2,680,794千円となりました。販売費及び一般管理費は、貸倒引当金425,886千円を計上したこと等により2,184,073千円となり、営業利益は496,720千円、経常利益は503,535千円、当期純利益は248,202千円となりました。

セグメント別の業績は次のとおりであります。

①ダイレクトマーケティング支援事業

ダイレクトマーケティング支援事業については、一部のテレビ番組枠を返還する等、当社グループが確保するテレビCM枠やテレビ番組枠の見直しや、新たな業種・領域の顧客企業の発掘等に取り組んでまいりました。しかしながら、顧客企業の商品サイクルやテレビ通販市場の環境の変化等により顧客企業の収益性が低迷し、出荷量が減少したこと等により、売上高及び収益性は前事業年度と比較して低下し、売上高は30,819,330千円、営業利益は509,002千円となりました。

②ダイレクトメール発送代行事業

ダイレクトメール発送代行事業については、第3四半期連結会計期間においてメールカスタマーセンター株式会社の株式を50.2%取得し、子会社化いたしました。同社の事業規模及び事業の性質を鑑み、セグメント化したことにより、ダイレクトメール発送代行事業の売上高は3,007,020千円、営業損失は12,282千円となりました。

次期の業績見通し

当社グループの顧客企業が属するダイレクトマーケティング市場は、依然として拡大基調が続いているものの、市場規模が拡大したことから、その伸長率は鈍化傾向となっております。特に、テレビ通販市場は、今後も横ばい傾向が継続することが見込まれます。

このような環境下、当社グループは次期も引き続きテレビCM枠やテレビ番組枠の仕入れを見直すことに加え、顧客企業毎のリレーションの強化とリスク管理の徹底等により、収益性の改善を図ってまいります。よって、ダイレクトマーケティング支援事業の売上高及び売上原価は減少を見込んでおります。また、人員の増強に伴い予想される人件費の上昇等により、販売管理費の増加を見込んでおります。

以上を踏まえ、平成26年2月期の連結業績予想につきましては、売上高37,026百万円、営業利益834百万円、経常利益803百万円、当期純利益418百万円を見込んでおります。

(2) 財政状態に関する分析

①資産、負債及び純資産の状況

(資産)

当連結会計年度末における総資産は12,325,246千円となりました。この内訳は流動資産合計11,219,539千円、固定資産合計1,105,707千円となっております。

(負債)

当連結会計年度末における負債合計は3,937,730千円となりました。この内訳は流動負債合計3,566,302千円、固定負債合計371,428千円となっております。

(純資産)

当連結会計年度末における純資産合計は8,387,515千円となりました。この主な内訳は資本金638,499千円、資本準備金628,499千円、利益剰余金7,237,314千円となっております。

②キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度末における現金及び現金同等物（以下「資金」という）は、1,847,914千円となりました。

当連結会計年度における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次のとおりであります。

（営業活動によるキャッシュ・フロー）

営業活動による資金は増加は、127,802千円となりました。これは主に税引前当期純利益502,852千円の計上、貸倒引当金426,318千円増加の一方、仕入債務の減少370,169千円、法人税等の支払585,904千円等によるものです。

（投資活動によるキャッシュ・フロー）

投資活動による資金の増加は、828,962千円となりました。これは主に定期預金の払戻等によるものです。

（財務活動によるキャッシュ・フロー）

財務活動による資金の減少は、137,805千円となりました。これは主に配当金の支払等によるものです。

（参考）キャッシュ・フロー関連指標の推移

	平成25年2月期
自己資本比率(%)	67.8
時価ベースの自己資本比率(%)	58.4
キャッシュ・フロー対有利子負債比率(倍)	3.9
インタレスト・カバレッジ・レシオ(倍)	34.5

※自己資本比率：自己資本／総資産

時価ベースの自己資本比率：株式時価総額／総資産

キャッシュ・フロー対有利子負債比率：有利子負債／キャッシュ・フロー

インタレスト・カバレッジ・レシオ：キャッシュ・フロー／利払い

（注）1. いずれも連結ベースの財務数値により計算しております。

2. 株式時価総額は、自己株式を除く発行済株式数をベースに計算しております。

3. キャッシュ・フローは営業キャッシュ・フローを使用しております。

4. 有利子負債は連結貸借対照表に計上されている負債のうち利子を支払っているすべての負債を対象としております。

（3）利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当

当社グループは、株主の皆様への利益還元を重要な経営課題のひとつとして認識しており、財務基盤の強化及び今後の持続的成長のための内部留保の充実を図りつつ、経営成績及び財務状態を勘案し、適切な利益還元策を検討し実施する必要があると考えております。

当期につきましては、業績の悪化に伴い1株当たり当期純利益が大幅に減少いたしました。前期と同額の配当を実施しても財務体質に支障がないことを鑑み、株主の皆様への安定的かつ継続的な還元を重視し、20円の配当を実施する予定です。

次期配当につきましては、当期と同額の20円の配当を実施する予定です。

また、内部留保資金については、引続き、財務体質及び経営基盤の強化、資本提携を含めた重点分野への投資等に使用する方針であります。

(4) 事業等のリスク

以下において、当社グループの経営成績及び財務情報に関してリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項を記載しております。また、以下の記載は本株式への投資に関連するリスク全てを網羅するものではありませんので、この点にご留意ください。なお、記載された将来に関する事項は、提出日現在入手可能な情報に基づき当社グループが判断したものであります。

1. 事業内容に関するリスク

① 国内の景気動向の影響について

当社グループが提供する各種サービスは、景気動向の影響を受けやすい広告宣伝支出とは異なり、ダイレクトマーケティング事業を実施する企業の商品販売において、販売に直接関連するため必須の支出である場合が多く、相対的に景気動向の影響を受けづらい傾向にあります。

しかしながら、国内における景気動向の変化に伴い、いわゆる買い控え等消費動向に急激な変化が生じ、当社グループ顧客企業の業績が急速に悪化する可能性は否定できず、かかる場合において当社グループが迅速かつ十分に対応できない場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

② ダイレクトマーケティング市場の成長性について

当社グループの顧客企業が属するダイレクトマーケティング市場は、メディア環境の急速な発達及び多様化も相まって、近年成長を続けております。

しかしながら、国内における景気動向、消費動向等の経済情勢の変化等により、その成長が止まる可能性は否定できず、かかる場合において当社グループが迅速かつ十分に対応できない場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

③ メディア環境の変化について

当社グループは、ダイレクトマーケティングにて使用されるメディア枠として、テレビ番組放送枠あるいはテレビCM放送枠が、今後も重用されることを想定し、引き続きテレビを中心に使用したソリューションの提供を拡大してまいります。

しかしながら、メディア環境や消費動向が変化し、インターネット、モバイル等テレビ以外のメディアを使用したダイレクトマーケティングが当社グループの想定以上に成長する等の事由により、顧客企業のテレビ番組放送枠やテレビCM放送枠等に対する需要が低下する可能性は否定できず、かかる場合において当社グループが迅速かつ十分に対応できない場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

④ メディア枠の安定確保について

当社グループの主要な収益要素であるメディア枠の販売において、テレビ番組放送枠の販売が大きなウェートを占めておりますが、当社グループでは、テレビ番組放送枠の確保・販売に加え、テレビCM、ラジオ、インターネット、モバイル、新聞、雑誌、折込チラシ等のSPメディア、店頭等、多様なメディアの確保・販売を積極的に展開しております。

しかしながら、今後、大手新規参入企業や大手広告代理店業者等が巨大な資本力を活かしてテレビ番組放送枠等の高値による買占めを行った場合、テレビ局がダイレクトマーケティング事業者に供給するテレビ番組放送枠等の供給量を減枠した場合、地震や台風等の自然災害等の不測の緊急事態が発生し、メディアの放送規制が発生した場合など、当社グループの計画通りにテレビ番組放送枠等を確保・販売できなくなる可能性は否定できず、かかる事態となった場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

⑤ テレビ番組放送枠の一括先行仕入について

当社グループの主要な収益要素であるメディア枠提供のうち、最も大きなウェートを占めるテレビ番組放送枠の仕入において、当社グループでは、当社グループ顧客企業からのオーダーに応じて購入する受注発注型仕入に加え、当社グループの判断にて先行的にオーダーし購入する先行仕入を実践しております。また当社グループでは、先行仕入を行う際、複数の番組枠を一括して購入する一括仕入や事前に定めた期間にて継続的に購入する期間継続仕入を実践しており、安価かつ大量のテレビ番組放送枠仕入を実現するとともに、仕入先である媒体社や広告代理店との信頼関係の構築と取引関係の安定化を実現しております。

当社グループでは、予め顧客企業のニーズを集約した販売計画を立案したうえで仕入計画を立案し、一括仕入や期間継続仕入を実践しているため、仕入れた全ての番組枠を顧客企業に対し販売しておりますが、顧客企業の急激な販売不振や視聴者のテレビ視聴動向の急激な変化等、当社グループが想定していない事態が発生し、予め立案した販売計画の大幅な変更を余儀なくされた場合において当社グループが迅速かつ十分に対応できない場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

⑥ 成長支援型新規顧客獲得戦略について

商品やサービスを販売する企業がテレビ番組通販市場に新規参入するには、初期準備費用に充当可能な資金やインフラ整備等が必要とされるため、その参入が困難な場合があります。

当社グループは、そのような新規参入希望企業の中から、優れた商品や高い企画力を有し成長が期待できる企業、あるいは成長が期待できる商品を選別し、当該企業あるいは当該商品のダイレクトマーケティング事業が成長するまでの一定期間において、メディア枠の販売又は表現物の制作におけるコスト面の協力や、当社グループの各種ソリューションの提供により当該企業又は商品の成長を支援する、独自の新規顧客獲得戦略を採用するとともに、当該ダイレクトマーケティング事業の成長に伴い当社グループの売上及び利益の拡大を実現しております。

成長支援の遂行に際しては、当社グループにて成長支援計画を立案の上、当社グループの各種ソリューションサービスの継続的な提供を行っておりますが、当該企業あるいは当該商品のダイレクトマーケティング事業が成長するまでの間において、当該企業への各種ソリューションの提供にて発生するコストの一部を、負担額に限度を設けた上で当社グループが負担する場合があります。

当社グループでは、支援した顧客企業あるいは商品が計画通りに成長しない可能性も考慮にいれて計画を立案しておりますが、当該顧客企業あるいは商品が当社グループの想定以上に成長しない可能性は否定できず、かかる場合において当社グループが一時的かつ限定的に負担した各種ソリューションサービスに係るコストを回収できない場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

⑦ 主要顧客企業への依存について

当社グループの全売上高に占める割合が10.0%以上となる主要顧客企業の数及び売上高の割合の合計は、平成24年2月期において2社にて33.2%、平成25年2月期において2社にて34.0%となっております。当社グループは、今後において、当該顧客企業との取引額に関しても継続的に拡大を目指しつつ、新規顧客企業等、当該顧客企業以外との取引額の拡大を推進し、特定顧客企業への依存の低減に努めてまいります。当該顧客企業の業績不振やメディア出稿の停止等何らかの急激な変化等の事情により、当該顧客企業との取引額が大幅に減少した場合、もしくは当該顧客企業との取引の継続が困難な事態に陥った場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

⑧ 特定仕入先への依存について

当社グループは、株式会社大広より、テレビ番組放送枠、テレビCMを始めとするメディア枠等を仕入れております。当社グループの全仕入高に占める株式会社大広からの仕入高の割合は、平成24年2月期において48.8%、平成25年2月期において43.3%と低下しているものの、その依存度はなお高いものとなっております。

株式会社大広は当社グループの代表取締役2名、取締役1名が以前に従事していた会社であり、当社グループ設立以来良好な取引関係を継続しており、安定度の高い仕入先として認識しておりますが、株式会社大広の何らかの急激な変化等の事情により、同社との取引契約期間の満了後、適切な条件で再合意に至らなかった場合、解除条項に抵触し契約が終了した場合、その他同社との取引の継続が困難な事態に陥った場合において当社グループが迅速かつ十分に対応できない場合には、当社グループの業績に重大な影響を及ぼす可能性があります。

⑨ 外注先の確保について

当社グループは、テレビ番組制作をはじめとする各種表現物の企画・制作及びコールセンター業務の提供等において、企画立案は自社内にて行うものの、実作業の多くは各分野における専門会社及び専門スタッフに外注しております。これまで当社グループは、十分なスキルとノウハウを有し、かつ当社グループ又は顧客企業のニーズに応える品質を維持できる外注先を安定確保できており、また、当該外注先と良好なパートナーシップ関係を構築しております。

しかしながら、外注先の何らかの事情により、当社グループとの取引が継続できなくなった場合、もしくは当社グループ又は顧客企業が要求する品質の維持ができなくなった場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

⑩ 商品在庫について

当社グループは、商品を商品メーカーあるいは商品ベンダーより仕入れ、顧客企業あるいは商品卸業者に販売する商品BtoB取引を行っており、当該商品の仕入に際し、若干の在庫を有しております。

何らかの事情により、仕入商品を予定通りに販売できず、過剰な商品在庫が発生し、適切な在庫管理体制を整備できなかった場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

⑪ 競合会社の参入について

当社グループの顧客企業が属するダイレクトマーケティング市場は、近年拡大を続けているため、当社グループのビジネスモデルと同様のビジネスモデルを掲げる新たな当社グループの競合企業が誕生し、今後も増加する可能性があります。

当社グループは、事業特長である『トータルソリューションサービス』を展開し、かつ独自の新規顧客獲得戦略を採用することにより、他社との差別化を図り、継続的な事業成長に努めておりますが、そのような競合企業の参入により、当社グループの優位性が失われ、計画通りの仕入が実施できない可能性、あるいはそのような競合企業と当社グループの主要顧客企業との間で取引が開始され、当社グループと当該顧客企業との取引が縮小される可能性は否定できず、かかる事態となった場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

⑫ 新規事業について

当社グループは、今後も持続的な成長を実現するために、ダイレクトマーケティングに関する新たな事業に、積極的に取り組んでいく方針であります。また、そのために他社との提携やM&A等も含めて検討を行ってまいります。

しかしながら、新規事業を遂行していく過程において、事業環境の急激な変化や、事後的に表面化する提携やM&Aの相手先企業との不調和等の予測困難なリスクが発生する可能性は否定できず、かかる場合において当初の事業計画を達成できない場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

2. 法的規制に関するリスク

当社グループが取り扱うメディア枠は、各種メディアにおける規制・基準・方針等の影響を受けます。例えば、テレビ番組放送枠やテレビCMについては、「放送法」等の関係法令の法的規制、総務省等の監督官庁又は社団法人日本民間放送連盟等の業界団体が定める規制・基準・方針等の影響を受けます。さらに、メディアにおける表現方法等については、各種メディアにおける放送・掲載方法や規制・基準・方針等の影響を受けます。また、当社グループの外注等の商行為は、「下請代金支払遅延等防止法」等の法的規制の影響を受けます。これらの法規制等の導入・強化・改正等に対して当社グループが適切に対応できない場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

また、当社グループの顧客企業の商行為は、「不当景品類及び不当表示防止法（いわゆる景品表示法）」、「薬事法」、「健康増進法」等、主にダイレクトマーケティング事業に関わる法的規制、また、各種メディアにおける放送・掲載方法や規制・基準・方針等の影響を受けます。これらの法規制等の導入・強化・改正等に対して当社グループの顧客企業が適切に対応し得ず、かつ当社グループが当該顧客企業に対し適切な対応を怠った場合には、顧客企業の業績が悪化する可能性があります。かかる事態となった場合には、間接的に当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

3. 会社組織に関するリスク

① 人材の確保と定着について

当社は、平成25年2月28日現在、役員9名、従業員114名で事業を展開しており、また、内部管理体制も規模に応じた形で運用しております。

当社グループは、業務の拡大に伴って、恒常的な人材募集広告や人材紹介サービスの活用により、必要な人材の確保に努めております。また、より優秀な人材を確保し、かつ必要な人材の流出を最小限に抑えるため、従業員の能力向上のための人材教育プログラムの導入による人材育成の強化に努めるとともに、ストックオプション制度等のインセンティブ制度を導入しております。また、人員の増強に併せ、より一層の内部管理体制の充実を図る方針であります。

しかしながら、必要とする人材を当社グループの計画通りに確保できなかった場合、適時適切に人員規模に応じた内部管理体制を運用できなかった場合、また、必要な人材の流出が発生した場合、事業拡大に制約を受ける可能性は否定できず、かかる事態となった場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

4. その他

① 個人情報等の漏洩の可能性について

当社グループでは、顧客企業の個人情報を取り扱うことがあり、当該個人情報の管理として、ダイレクトマーケティング支援事業については、当該個人情報を取り扱う当社グループの外注先であるコールセンター等に対する監視・指導の徹底、ダイレクトメール発送代行事業については、顧客のデータベースに基づいてデータ処理を実施した後、封入封緘作業等を依頼する外注先に対する監視・指導を徹底することにより、個人情報等の漏洩リスクを最小限に抑え、平成17年4月1日に全面施行された「個人情報の保護に関する法律」の遵守に努めております。

その結果、当社においては、平成20年2月20日付にて一般財団法人日本情報経済社会推進協会よりプライバシーマークの付与認定を受けており、平成24年2月20日付にて更新しております。また同様に、メールカスタマーセンター株式会社においては平成17年4月27日付にて付与認定を受け、平成23年4月27日付にて更新しております。

しかしながら、全てのリスクを完全に排除することは困難であり、個人情報の漏洩等のトラブルが発生する可能性は否定できず、かかる事態となった場合には、損害賠償請求や信用の低下等により、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

② 知的財産権について

当社グループは提出日現在において、提供する商品・サービス及び制作する表現物等に対して、第三者より知的財産権に関する侵害訴訟等を提起する等の通知は受けておりません。

しかしながら、当社グループが提供する商品・サービス及び制作する表現物等に対して、特許侵害その他により第三者から知的財産権に関する侵害訴訟等を提訴される可能性を完全に排除することは困難であり、かかる訴訟等を受ける可能性があります。また一方、当社グループが所有する知的財産権について、第三者によって侵害され、訴訟等となる可能性もあります。かかる事態となった場合、その経過又は結果によっては、当社グループの業績及び社会的信用に影響を及ぼす可能性があります。

③ 訴訟等について

当社グループは提出日現在において、業績に重大な影響を与える訴訟・紛争には関与しておりません。

しかしながら、様々な事由により、今後直接又は間接的に何らかの訴訟・紛争に関与することとなる可能性は否定できず、かかる事態となった場合、その経過又は結果によっては、当社グループの業績及び社会的信用に影響を及ぼす可能性があります。

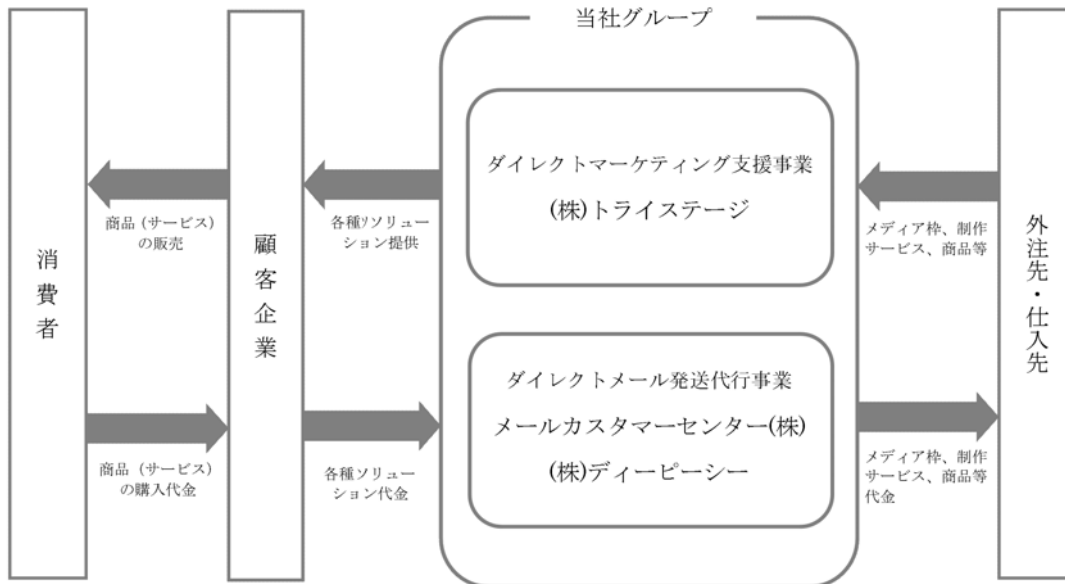
(5) 継続企業の前提に関する重要事象等

該当事項はありません。

2. 企業集団の状況

当社グループは、株式会社トライステージと連結子会社2社（メールカスタマーセンター株式会社、株式会社ディーピーシー）により構成されており、ダイレクトマーケティング支援事業およびダイレクトメール発送代行事業を行っております。

事業系統図は下記のとおりであります。



3. 経営方針

(1) 会社の経営の基本方針

当社の社名「トライステージ」とは、「3」を意味する接頭語Triと「舞台」を意味するStageとを組み合わせたものですが、「消費者」「顧客企業(=商品)」「当社が提供する消費者と商品との接点(=メディアあるいはチャネル)」の3つのステージを結びつけ、強い信頼関係を構築したうえで徹底的な支援を行う企業であることを表したものであります。

当社は、「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」という社是の下、「ダイレクトマーケティングを実施する顧客とのパートナーシップの構築を重視し、最小のコストで最大の利益を生み出すためのソリューションサービスの提供」を経営の基本方針としています。

(2) 目標とする経営指標

当社グループは、中長期的な企業価値の向上を達成するために、収益性を意識しながら拡大、成長を実現していくことを目標としております。そのため、目標とする経営指標として、「売上高」、「売上総利益」、「営業利益」を重視しております。

(3) 会社の対処すべき課題及び中長期的な会社の経営戦略

当社グループの顧客企業が属するダイレクトマーケティング市場は、依然として拡大基調が続いているものの、市場規模が拡大したことから、その伸長率は鈍化傾向となっております。特に、テレビ通販市場は、今後も横ばい傾向が継続することが見込まれます。

このような環境下、当社グループは、既存の強みであるテレビメディアを中心としたダイレクトマーケティング支援事業を強化するとともに、新たなビジネスを構築することにより、将来における売上および利益の拡大の基礎づくりを目指してまいります。加えて、上記を推し進めるために必要な体制づくりと人材づくりに注力してまいります。

(i) 新業種・新領域顧客企業の発掘と育成

当社グループの得意分野であるテレビを使用したダイレクトマーケティング支援事業において、従来のダイレクトマーケティング実施企業における主要な業種・領域とは異なる、新たな業種・領域の顧客企業の発掘及び育成を積極的に実施することにより、さらなる事業拡大を目指してまいります。

(ii) WEBビジネスの推進

メディア環境の急速な発達及び多様化に伴い、PC、スマートフォン等のモバイル端末、タブレット端末等の各種WEBメディアを使用したダイレクトマーケティングが急成長を遂げております。

このような状況を鑑み、当社グループはWEBマーケットへの進出を中期的な成長戦略として位置付け、各種WEBメディアにおける当社独自のビジネスモデルの創出及び育成等を積極的に推進することにより、業容の拡大を図ってまいります。

(iii) CRMビジネスの推進

ダイレクトマーケティング事業においては、獲得した顧客との間に継続的に良好な関係性を構築し、ライフタイムバリューを高め、継続的な収益を確保する顧客管理施策(CRM施策)が事業成功のための重要な要素の一つですが、その重要性は昨今ますます高まっております。

このような状況を鑑み、当社グループはCRM(顧客管理)ビジネスの育成を中期的な成長戦略として位置付け、顧客企業のCRMビジネス拡大展開の際の支援サービス、及び、独自のビジネスモデルの創出及び育成等を積極的に推進することにより、業容の拡大を図ってまいります。

(iv) 国際ビジネスの推進

わが国のダイレクトマーケティング市場の伸長率は鈍化傾向となっている一方、アジアを中心とした新興国におけるダイレクトマーケティング市場は経済の発展と相まって急成長を遂げており、今後も高い成長が期待されております。

このような状況を鑑み、当社グループは海外マーケットへの進出を中期的な成長戦略として位置付け、顧客企業または当社サポート商品の海外マーケット進出の際の支援サービス、及び、当社グループのスキルとノウハウを駆使したトータルソリューションサービスの海外現地での展開等を積極的に推進することにより、業容の拡大を図ってまいります。

(v) 体制づくりと人材づくり

上述した各事業戦略を推し進めるために必要な体制づくりとして、経営体制及び組織力の強化と資本注入を含む外

部との連携の強化等を積極的に実施することにより、将来における売上及び利益の拡大の基礎づくりの確実な遂行を図ってまいります。

また、当社グループが実施するトータルソリューションサービスは、経験に裏打ちされたスキルとノウハウに頼る部分が大きいため、最大の経営資源は人材であり、上述した各事業戦略を推し進めるために必要な人材づくりとして、人員の増強と従業員の能力向上のための人材教育及びノウハウの共有化による人材育成等を積極的に推進することにより、将来における売上及び利益の拡大の基礎づくりの確実な遂行を図ってまいります。

4. 連結財務諸表
 (1) 連結貸借対照表

(単位：千円)

当連結会計年度 (平成25年2月28日)	
資産の部	
流動資産	
現金及び預金	6,849,114
受取手形及び売掛金	4,153,762
有価証券	200,000
商品	145
仕掛品	301
貯蔵品	4,397
繰延税金資産	43,694
その他	57,448
貸倒引当金	△89,325
流動資産合計	11,219,539
固定資産	
有形固定資産	
建物	130,233
減価償却累計額	△71,669
建物(純額)	58,563
工具、器具及び備品	151,267
減価償却累計額	△109,307
工具、器具及び備品(純額)	41,959
車両運搬具	3,073
減価償却累計額	△2,748
車両運搬具(純額)	325
土地	10,400
有形固定資産合計	111,248
無形固定資産	
のれん	446,215
ソフトウェア	74,120
無形固定資産合計	520,335
投資その他の資産	
投資有価証券	3,000
差入保証金	208,256
破産更生債権等	437,589
繰延税金資産	242,549
その他	20,316
貸倒引当金	△437,589
投資その他の資産合計	474,122
固定資産合計	1,105,707
資産合計	12,325,246

(単位：千円)

当連結会計年度 (平成25年2月28日)	
負債の部	
流動負債	
買掛金	3,041,636
短期借入金	204,708
1年内償還予定の社債	14,000
未払法人税等	12,003
賞与引当金	1,815
その他	292,138
流動負債合計	3,566,302
固定負債	
長期借入金	277,671
退職給付引当金	53,659
資産除去債務	40,097
固定負債合計	371,428
負債合計	3,937,730
純資産の部	
株主資本	
資本金	638,499
資本剰余金	628,499
利益剰余金	7,237,314
自己株式	△148,133
株主資本合計	8,356,180
少数株主持分	31,335
純資産合計	8,387,515
負債純資産合計	12,325,246

(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書
(連結損益計算書)

(単位：千円)

	当連結会計年度 (自 平成24年3月1日 至 平成25年2月28日)
売上高	33,826,160
売上原価	31,145,365
売上総利益	2,680,794
販売費及び一般管理費	2,184,073
営業利益	496,720
営業外収益	
受取利息	8,684
助成金収入	1,750
その他	525
営業外収益合計	10,960
営業外費用	
支払利息	3,619
その他	525
営業外費用合計	4,145
経常利益	503,535
特別損失	
固定資産除却損	683
特別損失合計	683
税金等調整前当期純利益	502,852
法人税、住民税及び事業税	423,710
法人税等調整額	△171,020
法人税等合計	252,690
少数株主損益調整前当期純利益	250,162
少数株主利益	1,959
当期純利益	248,202

(連結包括利益計算書)

(単位：千円)

	当連結会計年度 (自 平成24年3月1日 至 平成25年2月28日)
少数株主損益調整前当期純利益	250,162
包括利益	250,162
(内訳)	
親会社株主に係る包括利益	248,202
少数株主に係る包括利益	1,959

(3) 連結株主資本等変動計算書

(単位：千円)

	当連結会計年度 (自 平成24年3月1日 至 平成25年2月28日)
株主資本	
資本金	
当期首残高	635,638
当期変動額	
新株の発行	2,860
当期変動額合計	2,860
当期末残高	638,499
資本剰余金	
当期首残高	625,638
当期変動額	
新株の発行	2,860
当期変動額合計	2,860
当期末残高	628,499
利益剰余金	
当期首残高	7,136,984
当期変動額	
剰余金の配当	△147,873
当期純利益	248,202
当期変動額合計	100,329
当期末残高	7,237,314
自己株式	
当期首残高	△148,080
当期変動額	
自己株式の取得	△53
当期変動額合計	△53
当期末残高	△148,133
株主資本合計	
当期首残高	8,250,182
当期変動額	
新株の発行	5,721
剰余金の配当	△147,873
当期純利益	248,202
自己株式の取得	△53
当期変動額合計	105,997
当期末残高	8,356,180

(単位：千円)

	当連結会計年度 (自 平成24年3月1日 至 平成25年2月28日)
少数株主持分	
当期首残高	0
当期変動額	
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	31,335
当期変動額合計	31,335
当期末残高	31,335
純資産合計	
当期首残高	8,250,182
当期変動額	
新株の発行	5,721
剰余金の配当	△147,873
当期純利益	248,202
自己株式の取得	△53
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	31,335
当期変動額合計	137,333
当期末残高	8,387,515

(4) 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：千円)

	当連結会計年度 (自 平成24年3月1日 至 平成25年2月28日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	
税金等調整前当期純利益	502,852
減価償却費	64,485
のれん償却額	42,065
有形固定資産除却損	683
貸倒引当金の増減額 (△は減少)	426,318
賞与引当金の増減額 (△は減少)	1,815
退職給付引当金の増減額 (△は減少)	9,230
受取利息	△8,684
支払利息	3,619
売上債権の増減額 (△は増加)	36,621
たな卸資産の増減額 (△は増加)	△933
仕入債務の増減額 (△は減少)	△370,169
未払金の増減額 (△は減少)	△3,095
未収消費税等の増減額 (△は増加)	9,579
その他	△5,577
小計	708,811
利息の受取額	8,599
利息の支払額	△3,703
法人税等の支払額	△585,904
営業活動によるキャッシュ・フロー	127,802
投資活動によるキャッシュ・フロー	
有価証券の取得による支出	△200,000
有形固定資産の取得による支出	△41,850
無形固定資産の取得による支出	△54,236
定期預金の預入による支出	△11,007,900
定期預金の払戻による収入	12,193,308
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△64,117
その他	3,759
投資活動によるキャッシュ・フロー	828,962
財務活動によるキャッシュ・フロー	
短期借入金の増減額 (△は減少)	△109,996
長期借入れによる収入	200,000
長期借入金の返済による支出	△78,794
社債の償還による支出	△7,000
株式の発行による収入	5,721
自己株式の取得による支出	△53
配当金の支払額	△147,683
財務活動によるキャッシュ・フロー	△137,805
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	818,959
現金及び現金同等物の期首残高	1,028,955
現金及び現金同等物の期末残高	1,847,914

(5) 継続企業の前提に関する注記

該当事項はありません。

(6) 会計方針の変更

該当事項はありません。

(7) 追加情報

(会計上の変更及び誤謬の訂正に関する会計基準等の適用)

当連結会計年度の期首以後に行われる会計上の変更及び過去の誤謬の訂正より、「会計上の変更及び誤謬の訂正に関する会計基準」(企業会計基準第24号 平成21年12月4日)及び「会計上の変更及び誤謬の訂正に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第24号 平成21年12月4日)を適用しております。

(8) 連結財務諸表に関する注記事項

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

1. 報告セグメントの概要

当社グループの事業セグメントは、当社グループの構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、取締役会が経営資源の配分の決定及び業績を評価するために、定期的に検討を行う対象となっているものであります。

当社グループは、メールカスタマーセンター株式会社及び株式会社ディーピーシーを連結子会社としたことに伴い「ダイレクトマーケティング支援事業」及び「ダイレクトメール発送代行事業」の2つを報告セグメントとしております。

「ダイレクトマーケティング支援事業」はダイレクトマーケティングを実施する企業への各種メディア枠の提供に加え、各種表現企画、制作、受注・物流等におけるノウハウ等のソリューションの提供を主な業務としております。

「ダイレクトメール発送代行事業」はダイレクトメールを発送する企業に対し、郵便やメール便等を利用し、印刷封入封緘作業等を含めた発送代行を主な業務としております。

2. 報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額の算定方法

報告されている事業セグメントの会計処理の方法は、「連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項」と概ね同一であります。

3. 報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額に関する情報
当連結会計年度（自 平成24年3月1日 至 平成25年2月28日）

(単位：千円)

	報告セグメント			調整額 (注) 1	連結財務諸表 計上額 (注) 2
	ダイレクトマーケ ティング支援事業	ダイレクトメー ル発送代行業	計		
売上高					
外部顧客への売上高	30,819,330	3,006,829	33,826,160	—	33,826,160
セグメント間の内部売上高 又は振替高	—	190	190	△190	—
計	30,819,330	3,007,020	33,826,350	△190	33,826,160
セグメント利益	509,002	△12,282	496,720	—	496,720
セグメント資産	10,755,472	1,569,774	12,325,246	—	12,325,246
その他の項目					
減価償却費	63,987	497	64,485	—	64,485
有形固定資産及び無形固定 資産の増加額	13,916	314	14,230	—	14,230

(注) 1. セグメント売上調整額は、セグメント間の内部売上高消去額であります。

2. セグメント利益は、連結損益計算書の営業利益と一致しております。

4. 報告セグメント合計額と連結財務諸表計上額との差額及び当該差額の主な内容（差額調整に関する事項）

報告セグメント合計額と連結財務諸表計上額は一致しております。

5. 報告セグメントごとの固定資産の減損損失に関する情報

該当事項はありません。

6. 報告セグメントごとののれんの償却額及び未償却残高に関する情報

当連結会計年度（自 平成24年3月1日 至 平成25年2月28日）

(単位：千円)

	報告セグメント		
	ダイレクトマーケ ティング支援事業	ダイレクトメー ル発送代行業	合計
当期償却額	—	42,065	42,065
当期末残高	—	446,215	446,215

7. 報告セグメントごとの負ののれん発生益に関する情報

該当事項はありません。

(1株当たり情報)

	当連結会計年度 (自 平成24年3月1日 至 平成25年2月28日)
1株当たり純資産額	1,125.49円
1株当たり当期純利益金額	33.53円
潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額	33.25円

(注) 1株当たり当期純利益金額及び潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

	当連結会計年度 (自 平成24年3月1日 至 平成25年2月28日)
1株当たり当期純利益金額	
当期純利益(千円)	248,202
普通株主に帰属しない金額(千円)	—
普通株式に係る当期純利益(千円)	248,202
期中平均株式数(株)	7,402,427
潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額	
当期純利益調整額(千円)	—
普通株式増加数(株)	61,387
(うち新株予約権(株))	(61,387)
希薄化効果を有しないため、潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額の算定に含めなかった潜在株式の概要	—

(重要な後発事象)

該当事項はありません。

5. その他

(1) 役員の変動

該当事項はありません。

(2) その他

該当事項はありません。