



Tri▶Stage

株式会社トリステージ

2017年2月期 第1四半期決算説明資料

2016年6月30日

証券コード：2178

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



Tri▶Stage
10th Anniversary

今年創立10周年を迎え、次なる10年に向けての第1歩は順調な滑り出し

連結業績

テレビ事業、DM事業が好調、1Q業績は前期比を大幅に上回って着地
売上総利益率は0.2ポイント改善
上期業績見通しについては現在精査中

売上高	10,558百万円	前年同期比 19.6%増
売上総利益	1,154百万円	前年同期比 21.8%増
売上総利益率	10.9%	前年同期比 0.2ポイント改善
営業利益	377百万円	前年同期比 70.6%増
EBITDA	435百万円	前年同期比 62.7%増

1Q トピックス

4月19日、双日株式会社と資本業務提携契約を締結

両社のネットワークとノウハウを相互活用し、国内およびASEANでテレビショッピング、EC、リテール等のオムニチャネル事業を推進する方針

5月12日、第三者割当により自己株式処分

双日株式会社を割当先とし自己株式1,445,600株（18.96%[※]）を処分
調達した資金30億円を海外のM&Aに充当

※ 発行済株式総数に対する所有割合

【連結】業績サマリー

- ▶ 1Q業績は、単体、子会社ともに好調に推移し売上高前年同期比19.6%増加
- ▶ 売上総利益は単体の仕入量適正化および子会社の粗利率改善により21.8%増加
- ▶ 上期利益見通しを上回っており、業績見通しは現在精査中

	A	B	C=B-A	C/A	16/2期	業績見通し	
	16/2期 1Q	17/2期 1Q	対前期比	対前期比	通期	上期	通期
(単位：百万円)	2015/5/31	2016/5/31	Diff	増減率 (%)	2016/2/29		
売上高	8,830	10,558	1,727	+19.6%	37,131	19,933	40,478
売上原価	7,882	9,403	1,521	+19.3%	33,555	-	-
売上原価率 (%)	89.3%	89.1%			90.4%		
売上総利益	948	1,154	206	+21.8%	3,576	-	-
売上総利益率 (%)	10.7%	10.9%			9.6%		
販管費	727	777	50	+6.9%	2,678	-	-
販管費率 (%)	8.2%	7.4%			7.2%		
人件費	312	390	78	+25.2%	1,325	-	-
のれん償却額	27	35	7	+28.7%	110	-	-
減価償却費	18	21	3	+18.0%	80	-	-
その他	368	329	△ 39	△10.8%	1,161	-	-
営業利益	221	377	156	+70.6%	898	327	585
営業利益率 (%)	2.5%	3.6%			2.4%		
経常利益	221	365	144	+65.5%	890	298	526
経常利益率 (%)	2.5%	3.5%			2.4%		
四半期純利益	114	216	101	+88.3%	474	90	103
四半期純利益率 (%)	1.3%	2.0%			1.3%		
EBITDA	267	435	167	+62.7%	1,089	-	-

注. EBITDA= 営業利益+減価償却費+のれん償却額

事業カテゴリー別サマリー

▼ 事業カテゴリー別 売上高

(単位：百万円)

	16/2期 1Q実績	17/2期 1Q実績	対前期 増減額	対前期 増減比	17/2期 通期見通し	備考
ダイレクトマーケティング支援事業	6,960	7,560	600	8.6%	31,129	
テレビ事業	6,940	7,505	564	8.1%	29,676	トライステージ
WEB事業	15	35	20	135.6%	288	トライステージ
海外事業	4	19	15	366.8%	1,164	トライステージ MERDIS , ROSE STAGE
ダイレクトメール発送代行事業	1,870	2,747	877	46.9%	8,319	メールカスタマーセンター
その他	-	250	250	-	1,030	日本百貨店、新規事業
合計	8,830	10,558	1,728	19.6%	40,478	

▼ 事業セグメント別 営業利益

	16/2期 1Q実績	17/2期 1Q実績	対前期 増減額	対前期 増減比
ダイレクトマーケティング支援事業	239	351	112	46.9%
ダイレクトメール発送代行事業	△ 18	23	41	-
その他	0	2	2	-
合計	221	377	156	70.6%

テレビ事業：現況報告 1

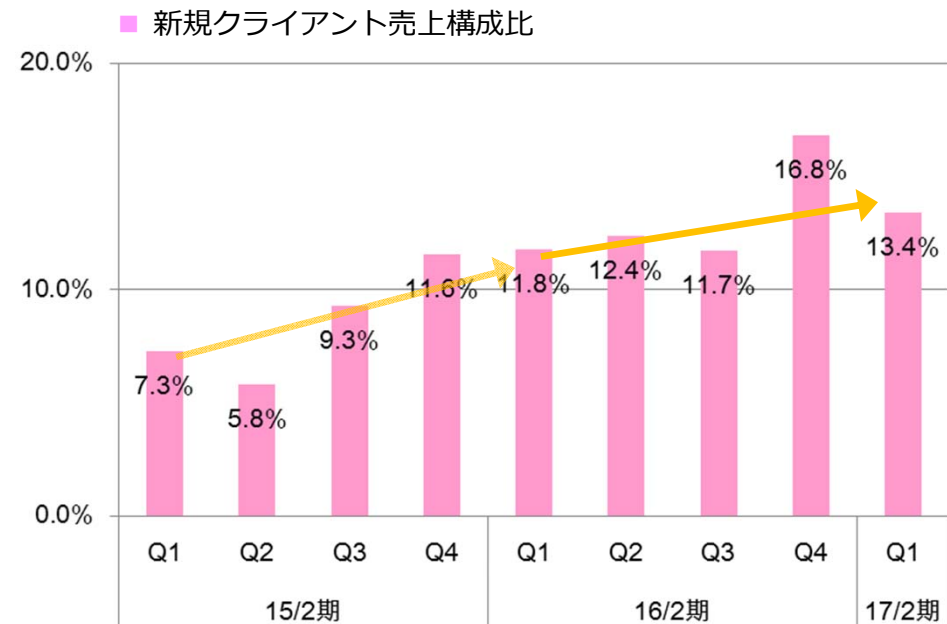
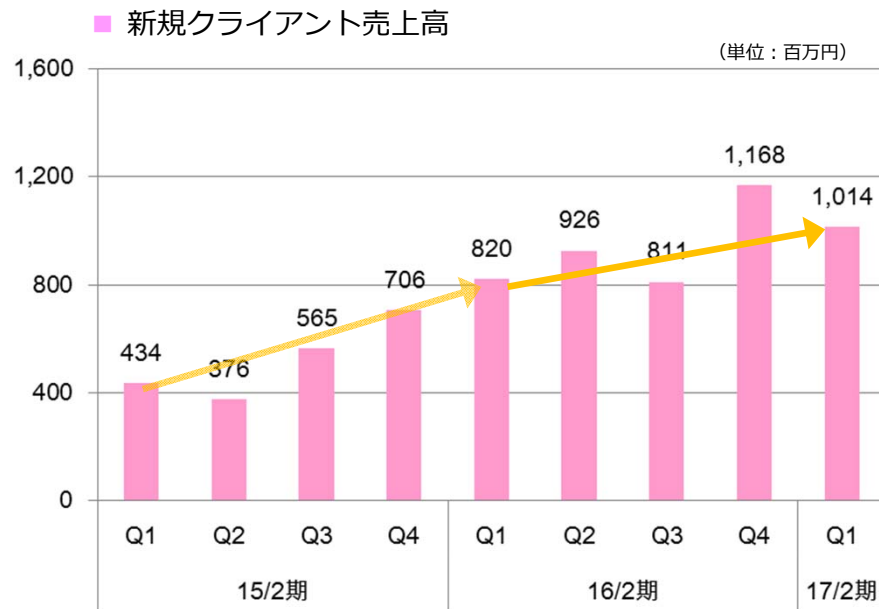
中計目標

- ・新業種クライアント開拓及び販売効果の高い自社通販番組を実施
- ・放送枠効果実績に基づいた仕入・枠提案を行い、クライアントの効果向上により売上利益の増加を図る

当期課題

- ・新業種・新領域への営業において横展開可能なモデルの確立
- ・メディアの割振り・仕入のコントロール強化による収益改善
- ・提携先と協働しメディア・プロダクト以外の+αの提供を拡充

▼新規クライアント獲得を推進 新規クライアントの売上高及び売上比率は順調に増加
取扱い商材例：自動車試乗会誘致、家事代行サービス、筋トレ器具、健康食品、雑貨



※新規クライアント＝取引を開始して2年以内のクライアント

▼ 自社通販番組のご紹介

複数のクライアント商品で、1つの番組を制作・オンエアする「協賛型通販番組」を企画・運営
商品売上は好調に推移

生島ヒロシの 健康マニア倶楽部 ～心と体のプレミアム通販～



【番組情報】

タイトル：生島ヒロシの健康マニア倶楽部
～心と体のプレミアム通販～

出演者：生島ヒロシ、大桃美代子、他女性タレント1～2名

オンエア：地上波、BS局、CS局にて放送

商品ジャンル：健康食品、化粧品、雑貨、食品等

▼ アットコスメと協業し、口コミ情報を活用した美容通販番組「美・セレクション」を企画・制作



【番組情報】 <http://trimarket.jp/country/jpn/2749/>

タイトル：美・セレクション supported by @cosme

出演者：国生さゆり 磯山さやか 鈴木絢子 甲斐まり恵

オンエア：平成28年2月22日（月）～

地上波、BS局、CS局にて放送

商品ジャンル：化粧品を中心とした美容関連グッズ

中計 目標

- ・テレビ広告の強みを活かし、オフラインアトリビューション分析と動画広告を推進

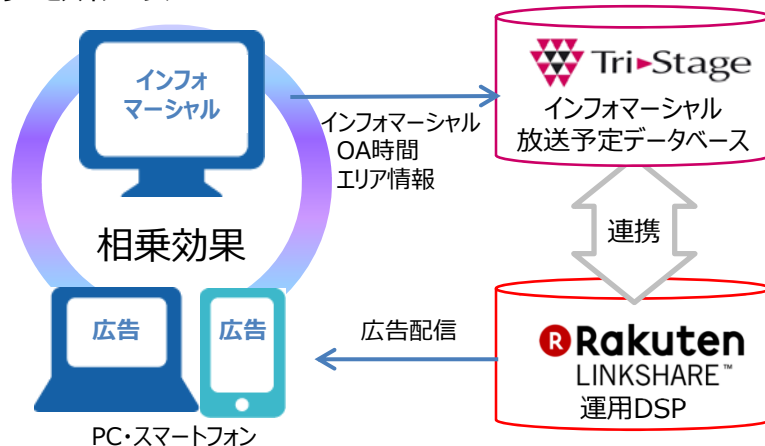
当期 課題

- ・自社アセットを活かした競合優位性のあるサービスの開発
- ・個別クライアントのニーズに対応しサービス提供可能な仕組みの構築

▼テレビOAと連動したWEB広告配信を開始

リンクシェア・ジャパンと業務提携し、インフォーマーシャル放送に合わせてエリア、時間を連動させたWEB広告のテスト配信を開始。映像素材をWEB広告にも活用
⇒テストでは、クロスメディアでの相乗効果により、WEBのみ配信に比べ1.6倍の効果！

<サービスイメージ>

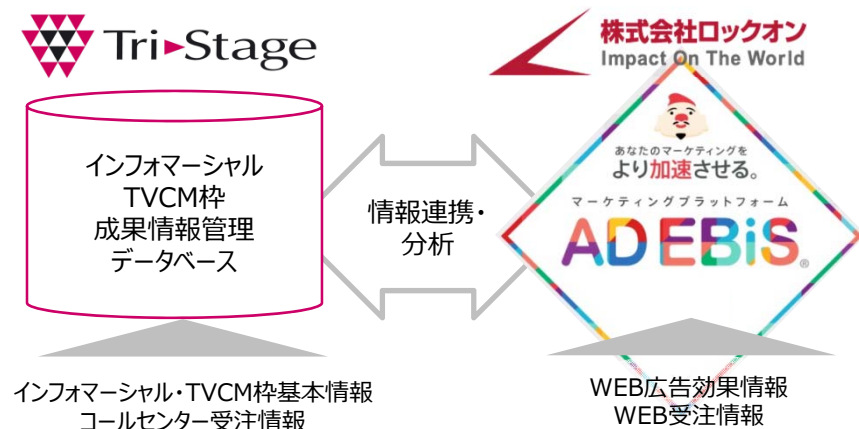


<http://www.tri-stage.jp/news/00312/index.html>

▼新たな広告効果測定ツール開発中

オフラインアトリビューションを更に進化させ、リアルタイム化！
テレビ通販からWEB等での購入に至るまでの消費者の動向「クロスチャネル・カスタマージャーニー」を可視化するサービスをロックオン社と共同で開発中⇒今秋リリース予定

<連携イメージ>



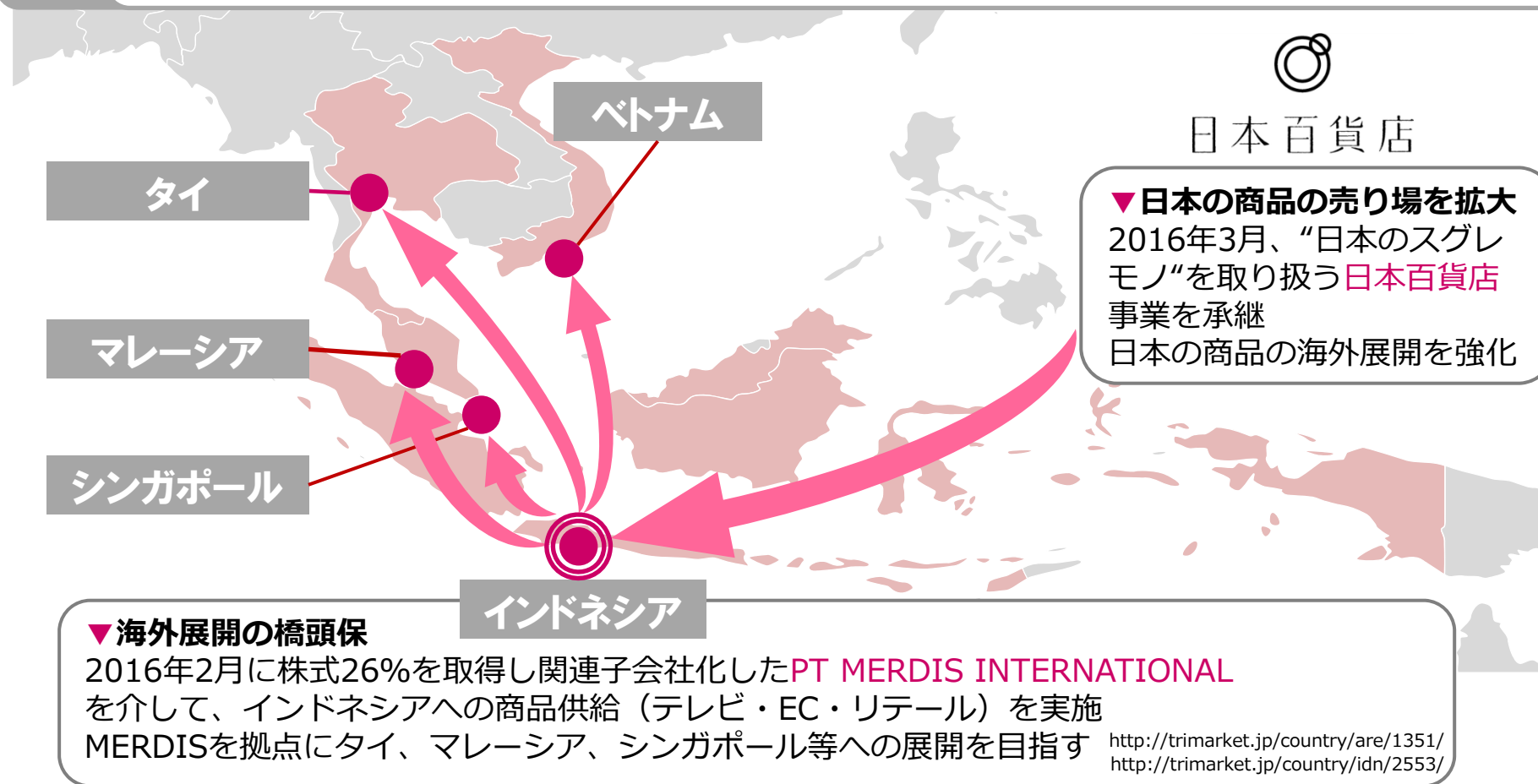
<http://trimarket.jp/country/jpn/2912/>

中計 目標

- ・ ASEAN+1でのマルチチャネル型通販支援サービスの推進

当期 課題

- ・ 商品供給先及び商品販売先（海外売り場）の両軸での強化推進
- ・ 既存の投資先及び今後の投資先の着実な事業拡大
- ・ 中期経営計画で発表している投資枠を基に資本を含めた提携先の発掘の推進



海外事業：双日株式会社との資本業務提携

4月19日、双日株式会社と資本業務提携契約を締結
両社の経営資源を相互活用し、共同でASEANを中心とする海外事業を推進



▼ 業務提携の概要 <http://www.tri-stage.jp/news/00316/index.html>

• 海外投資事業

海外事業の発展

- 総合商社ネットワーク
- 海外事業展開ノウハウ

- TVショッピング事業
- EC事業
- リアル店舗販売網

オムニチャネル（※）
事業の推進

- 国内外の情報
- ネットワーク

※オムニチャネル：実店舗とテレビ、インターネット上の店舗とを連携・融合させた新たな商品販売の形態

▼ 資本提携の概要

- 平成28年5月12日付、第三者割当により自己株式1,445,600株（18.96%）を処分
- 処分価額 1株につき2,100円
- 調達資金の額 30億円
- 資金使途 海外を対象としたM&A資金

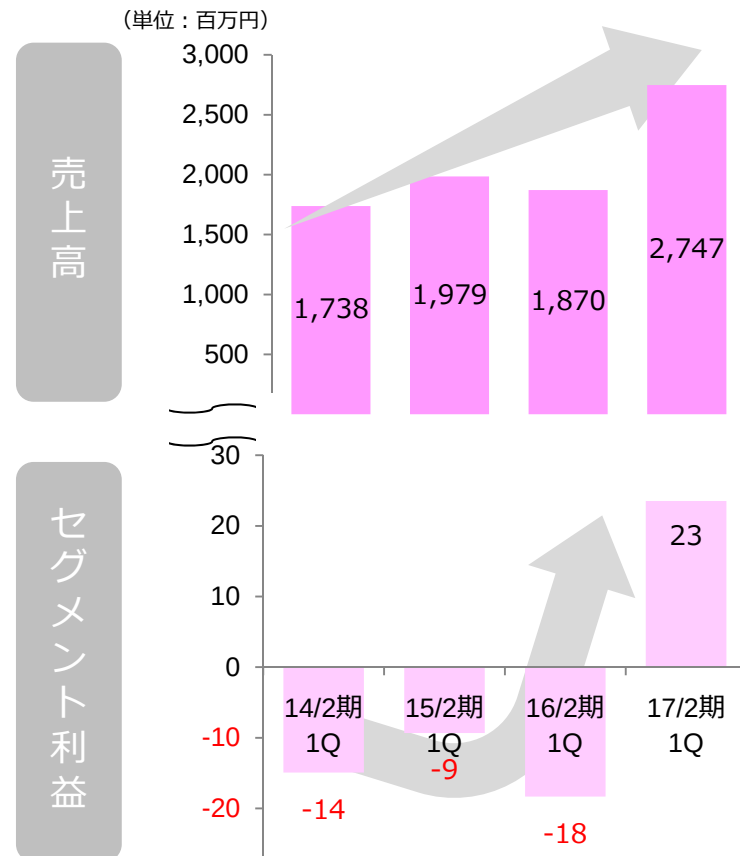
DM事業：現況報告

中計 目標

- ・既存の事業に対する収益率アップおよび新事業の開発・拡大

当期 課題

- ・収益性の高い真荷主の獲得
- ・発送代行より川上の領域での収益獲得



▼ 売上高は順調に増加

- ・売上高は前年同期比146.9%と順調に推移
- ・新規顧客28社を獲得

▼ セグメント利益は大幅に改善

- ・川上領域での収益獲得により既存顧客に対する粗利率も順調に改善
- ・グループ化以降、1Qとしてははじめてセグメント利益の黒字を達成

中計 目標

- ・ 2018年2月期までの期間でM&Aを中心とする100億円規模の投資枠を設定

当期 課題

- ・ 各事業の戦略をスピード感をもって着実に実現させるために引き続きM&A等を積極的に推進
- ・ 足下の国内外の複数の投資候補案件につきシナジーの見極めと投資可否の判断を実施

▼日本百貨店 事業承継

3月1日、日本国内の特産品・名産品を取り扱う小売業「日本百貨店」事業を承継
グループ初のリテール業（小売）の開始



日本百貨店おかちまち
(東京都台東区)



日本百貨店ぷらっとほーむ
(JR池袋駅)



Nippon Department Store
(東京都武蔵野市)

日本百貨店しよくひんかん
(東京都千代田区)

日本百貨店あかれんが
(神奈川県横浜市中区)

日本百貨店ふるどうぐ
(東京都台東区)

となりに。日本百貨店
(東京都町田市)

3月
OPEN

4月
OPEN

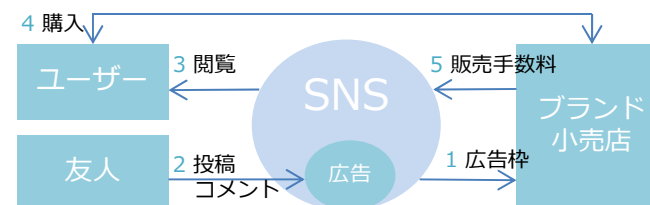
<http://trimarket.jp/country/jpn/2837/>

▼見果てぬ夢社の無担保転換社債型新株予約権付社債引受

フォックスコン・テクノロジー・グループと連携しソーシャルコマース分野のサービス開発を計画する株式会社見果てぬ夢との業務・資本提携を視野に入れ、同社の無担保転換社債型新株予約権付社債を引受け

- ・ 引受期日 平成28年3月31日
- ・ 引受価額総額 1億円

<ソーシャルコマースのビジネスモデル>



当期1Qまでの投資実績 約5億円

<http://trimarket.jp/country/jpn/2874/>

連結貸借対照表

自己株式144万株（18.9%）の処分及び借入金により現預金が増加
今後の積極的な事業拡大に備える

(単位：百万円)	15/2期 期末 2015/2/28	16/2期 期末 2016/2/29	17/2期 1Q 2016/5/31	前期末からの 増減	備考
流動資産	11,980	8,490	13,451	4,961	
うち、現金及び預金	5,243	2,668	6,844	4,176	5月、自己株処分により30億円増加
うち、売掛金	4,198	4,930	5,834	904	取引量増加
うち、有価証券	2,399	800	600	△ 200	金銭信託等の余剰資金運用減少
うち、棚卸資産	6	9	57	48	日本百貨店子会社化による
固定資産	1,006	1,370	1,639	269	
うち、投資有価証券	7	410	492	82	見果てぬ夢社転換社債1億円等取得
資産合計	12,987	9,861	15,102	5,241	
流動負債	3,594	4,169	4,476	307	
うち、買掛金	2,631	3,178	3,436	258	取引量増加
うち、短期借入金	411	267	425	158	
固定負債	398	279	2,400	2,121	
うち、長期借入金	226	98	2,208	2,110	3月、長期借入20億円
負債合計	3,993	4,448	6,877	2,429	
株主資本	8,979	5,376	8,194	2,818	16/2期、自己株式168万株取得
うち、自己株式	△ 148	△ 3,695	△ 791	2,904	16/5月、双日社へ144万株自己株式割当
純資産合計	8,993	5,412	8,225	2,813	
負債純資産合計	12,987	9,861	15,102	5,241	

- ▶ 自己株式の処分により、1株当たり純資産額が増加した一方で、新規借入もあったため、自己資本比率はほぼ横ばい
- ▶ 営業CFマイナスだが、サイトの長い優良顧客との取引増加等により売掛金が増加したもの

	15/2期 期末 2015/2/28	16/2期 1Q 2015/5/31	16/2期 期末 2016/2/29	17/2期 1Q 2016/5/31
売上総利益率 (%)	9.9%	10.7%	9.6%	10.9%
1株当たり当期純利益金額 (円)	71.51	15.37	68.96	35.45
流動比率 (%)	333.3%	288.3%	203.7%	300.6%
D/ELシオ (倍)	0.07	0.07	0.07	0.32
インタレスト・カバレッジ・レシオ (倍) ※	88.9	101.0	122.2	△ 127.7
自己資本比率 (%)	69.1%	65.0%	54.5%	54.2%
1株当たり純資産額 (円)	1,202.07	1,146.44	929.62	1,131.59
営業活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	605	159	718	△ 541
投資活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△ 61	494	4,358	△ 24
財務活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△ 160	△ 543	△ 4,351	4,741
現金及び現金同等物の期末残高 (百万円)	1,943	2,054	2,668	6,844

※インタレスト・カバレッジ・レシオ計算式：営業キャッシュ・フロー／利息の支払額

【単体】業績サマリー

- ▶ 1Q業績は、既存および新規クライアントに対する営業強化により売上高前年同期比8.6%増加
- ▶ 売上総利益は、売上増加に伴い6.8%増加

	A	B	C=B-A	C/A	16/2期	業績見通し	
	16/2期 1Q	17/2期 1Q	対前期比	対前期比	通期	上期	通期
(単位：百万円)	2015/5/31	2016/5/31	Diff	増減率 (%)	2016/2/29		
売上高	6,960	7,560	600	+8.6%	28,301	15,199	30,092
売上原価	6,079	6,620	541	+8.9%	25,071	-	-
売上原価率 (%)	87.4%	87.6%			88.6%		
売上総利益	880	940	59	+6.8%	3,230	-	-
売上総利益率 (%)	12.6%	12.4%			11.4%		
販管費	640	590	△ 50	△7.9%	2,327	-	-
販管費率 (%)	9.2%	7.8%			8.2%		
人件費	274	317	43	+15.7%	1,177	-	-
のれん償却額	0	0	0	-	0	-	-
減価償却費	17	17	0	+1.1%	75	-	-
その他	348	254	△ 93	△27.0%	1,075	-	-
営業利益	239	349	110	+46.0%	902	470	912
営業利益率 (%)	3.4%	4.6%			3.2%		
経常利益	241	345	103	+43.0%	908	455	872
経常利益率 (%)	3.5%	4.6%			3.2%		
四半期純利益	134	216	81	+61.0%	520	277	531
四半期純利益率 (%)	1.9%	2.9%			1.8%		
EBITDA	256	367	110	+43.0%	978	-	-

注. EBITDA= 営業利益+減価償却費+のれん償却額

TRIMARKETご紹介



ダイレクトマーケティングメディア「TRIMARKET」（トライマーケット <http://trimarket.jp/>）
ダイレクトマーケティングに関わる国内/ASEANの最新トレンド・事例の情報を発信しています

TRI▶MARKET 世界中のダイレクトマーケティングの事例を紹介 | トライマーケットについて | お問い合わせ |

売れる商品には理由がある。
世界中のトレンド・事例から「売れる法則」を探る
新しいマーケットに挑戦する人のための
トライステージのダイレクトマーケティングメディア

重視すべきは「親和性」。ベトナムのFacebook広告事情
2016.06.09
世界中で利用人数が増え続けるSNS。ASEAN各国も例外ではなく、国民の平均年齢が若いことや、テレビよりもスマートフォンの保有率が高いなど普及しているデジタル環境から、むしろ活用度は日本をはるかにしのぎます。今回は、私たちがベトナムで実施したプロモーションの成果検証を用いながら、ベトナムのFacebook広告事情をご紹介します。...続きを読む

テレビ通販の可能性を「可視化」する。それがクライアントに新たな価値をまみ出す
2016.05.26
昨年8月に発表された株式会社ロックインとの新たな広告効果測定ツールの共同開発についてはこちらでご報告いたしました。前回のお問い合わせをいただきましたので、開発状況の進捗をご報告させていただきます。...続きを読む

信頼できるパートナーとの出会い。「人」とのつながりが、ASEANビジネスの成功につながる
2016.05.12
当社はここたび、注目されるASEANエリアにおけるいっそうの事業拡大を目指し、日本有数の総合会社である双日株式会社と資本業務提携契約を締結いたしました。...続きを読む

本気に欲しい層に届ける究極のダイレクトマーケティング「ソーシャルコマース」とは
2016.04.26
当社はここたび、ソーシャルコマース事業に本格的に参入すべく、最先端のサービスを提供する株式会社見立てと提携することとなりました。今回は、株式会社見立てと、株式会社見立てと提携した下品二部店に、ソーシャルコマース市場の現状と今後の展望について伺いました。...続きを読む

広告よりも効く？！ アジアの流行を仕掛ける「インフルエンサー」という存在
2016.04.14
中国が世界のマーケットとして注目を集めて久しい。日本をはじめとする各国はアジア全体を大きなマーケットとして捉え、その攻勢に日々奮闘しています。今回は、アジア圏を中心にインフルエンサーネットワークを活用したマーケティングサービスを提供する株式会社Rouge Asiaの代表、博美氏に、今アジアでニーズの最も「インフルエンサーマーケティング」について伺いました。...続きを読む

記事カテゴリー

- 日本 40
- インドネシア 5
- シンガポール 3
- タイ 12
- フィリピン 0
- ベトナム 10
- マレーシア 10
- 台湾 2
- エリア横断 16

ここでは書けない
国内・海外での
ダイレクトマーケティングの事例
あります。
お問い合わせはこちら

いいね! 13 people like this. Be the first of your friends.

日本の誇るモノづくりを「人との出会い」を通じて広げていきたい。「日本百貨店」の目指す先とは？
2016.03.31
2016年3月1日付で、当社のグループに加わった「日本百貨店」事業。"ニッポンのモノづくりとスグレモノ"をテーマに、自社で自給自足の日本食の特産品、名産品を販売する店舗展開を行っています。同事業の創業前、後継者正樹氏に、創業からの経緯や今後の展望についてインタビューさせていただきました。...続きを読む

地方放送局がインバウンド拡大を担う。ニッチな地域情報がテレビを通じて海外へ！
2016.03.17
今、地方放送局では、地域に根ざした情報力を武器として、海外で放送される日本のローカル情報番組を制作する動きがはじまっています。今回は、この様な動きを積極展開されている、広島県地方局「テレビ新広島」の営業本部、亀井理也氏と、森原恵氏に、地方局が海外へ進出する背景や今後の展望について、お話を伺いました。...続きを読む

株式会社トライステージ 創立10周年を迎えてのご挨拶
2016.03.03
株式会社トライステージは、2016年3月3日をもちまして、創立10周年を迎えました。皆様への感謝の気持ちを込めて、株式会社トライステージ取締役 社長執行役員 妹尾 龍よりご挨拶申し上げます。...続きを読む

@cosmeのクチコミを活用した情報番組型美容通販番組『美・セレクション』放送開始！
2016.02.23
当社は、日本最大のコスメ・美容の総合サイト@cosme(アットコスメ)のクチコミ情報を活用した、情報番組型美容通販番組「美・セレクション」を制作。こうした新しい形の通販番組を制作した背景を背景を企画担当者にインタビューしました。...続きを読む

日本の魅力的な地域産品の世界展開を加速させる。「日本百貨店」の事業承継が決定
2016.02.10
当社のグループ会社である株式会社トライステージ・デザインは、株式会社コンタンの保有する「日本百貨店」事業を承継することになりました。"ニッポンのモノづくりとスグレモノ"をテーマに全国の魅力的な地域産品を扱う「日本百貨店」事業をトライステージグループで展開することになった背景や、今後の展望についてインタビューしました。...続きを読む

1 2 3 4 5 10 > >>

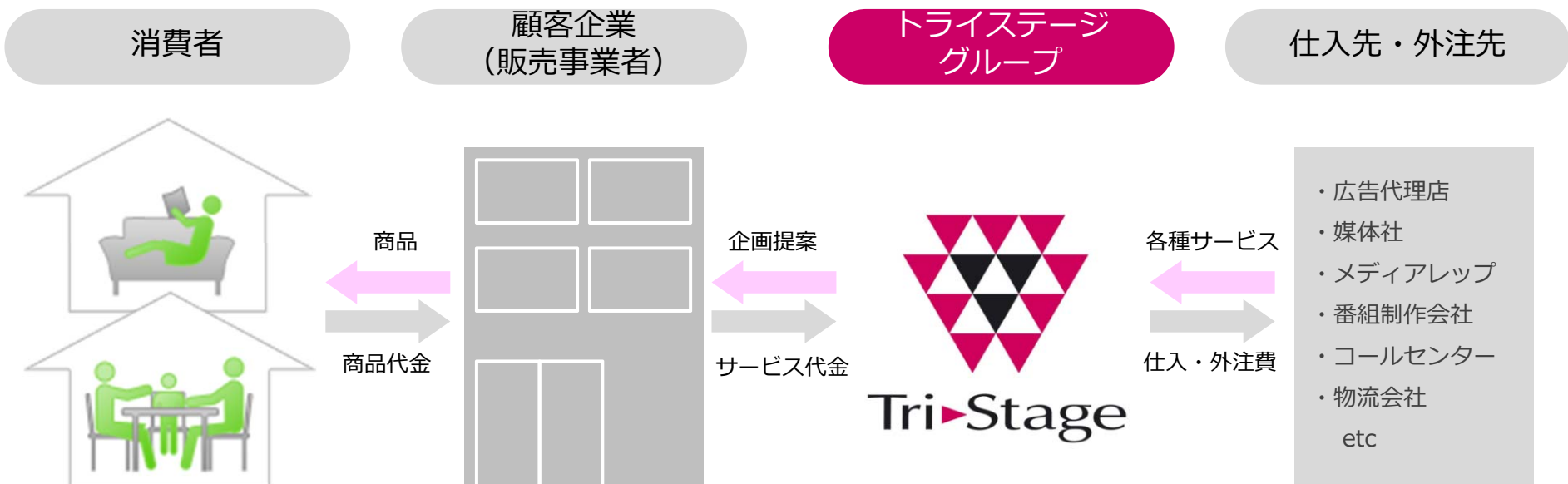
TRIMARKET(トライマーケット)とは

世界中のトレンド・事例から「売れる法則」を探る
新しいマーケットに挑戦する人のためのトライステージのダイレクトマーケティングメディアです。

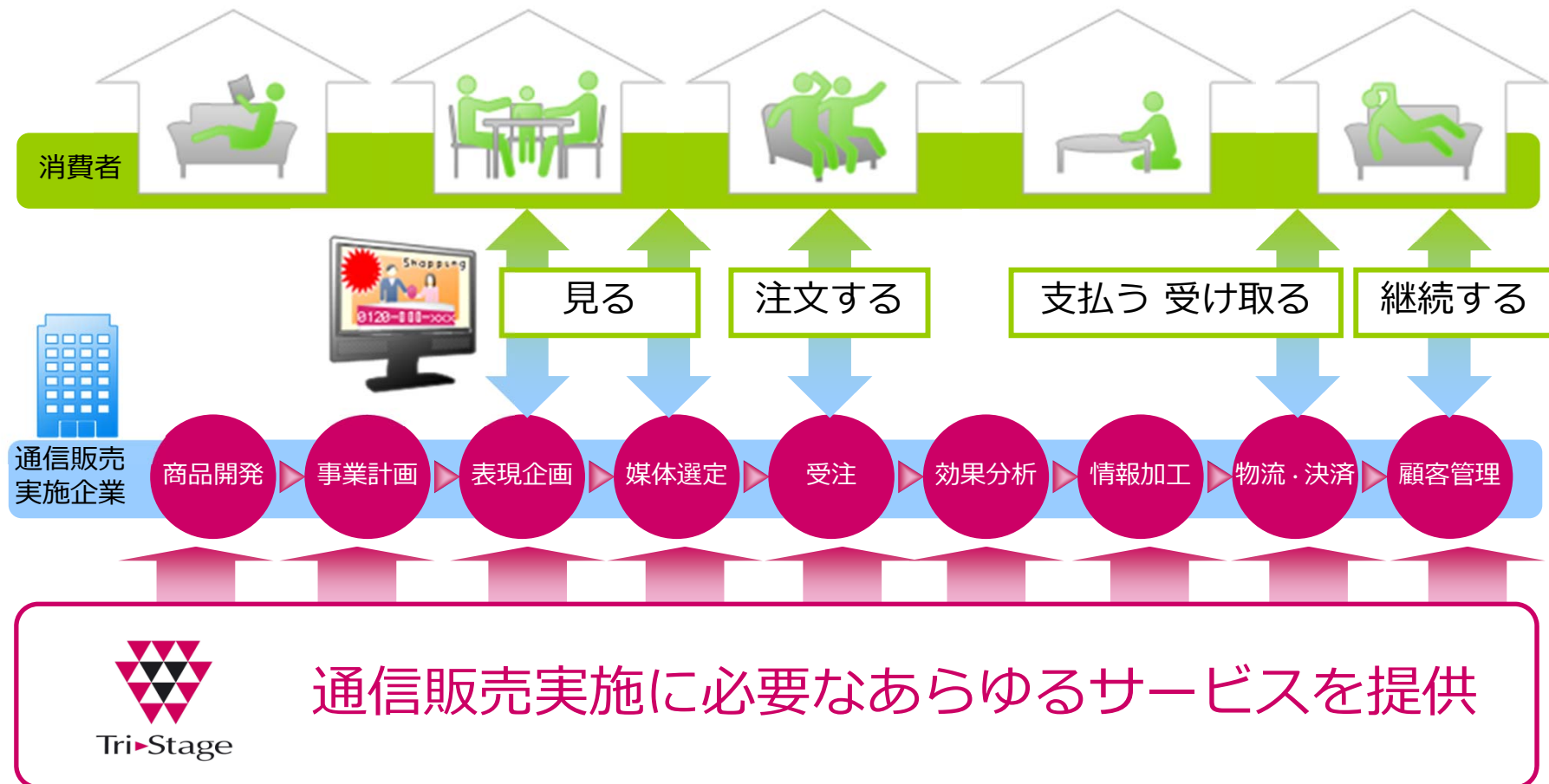
参考資料 1. ビジネスモデル、外部環境

データに基づく媒体選定と受注管理ノウハウで 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

ダイレクトマーケティングに必要なサービスを仕入・外注し、当社独自ノウハウを加えて提供

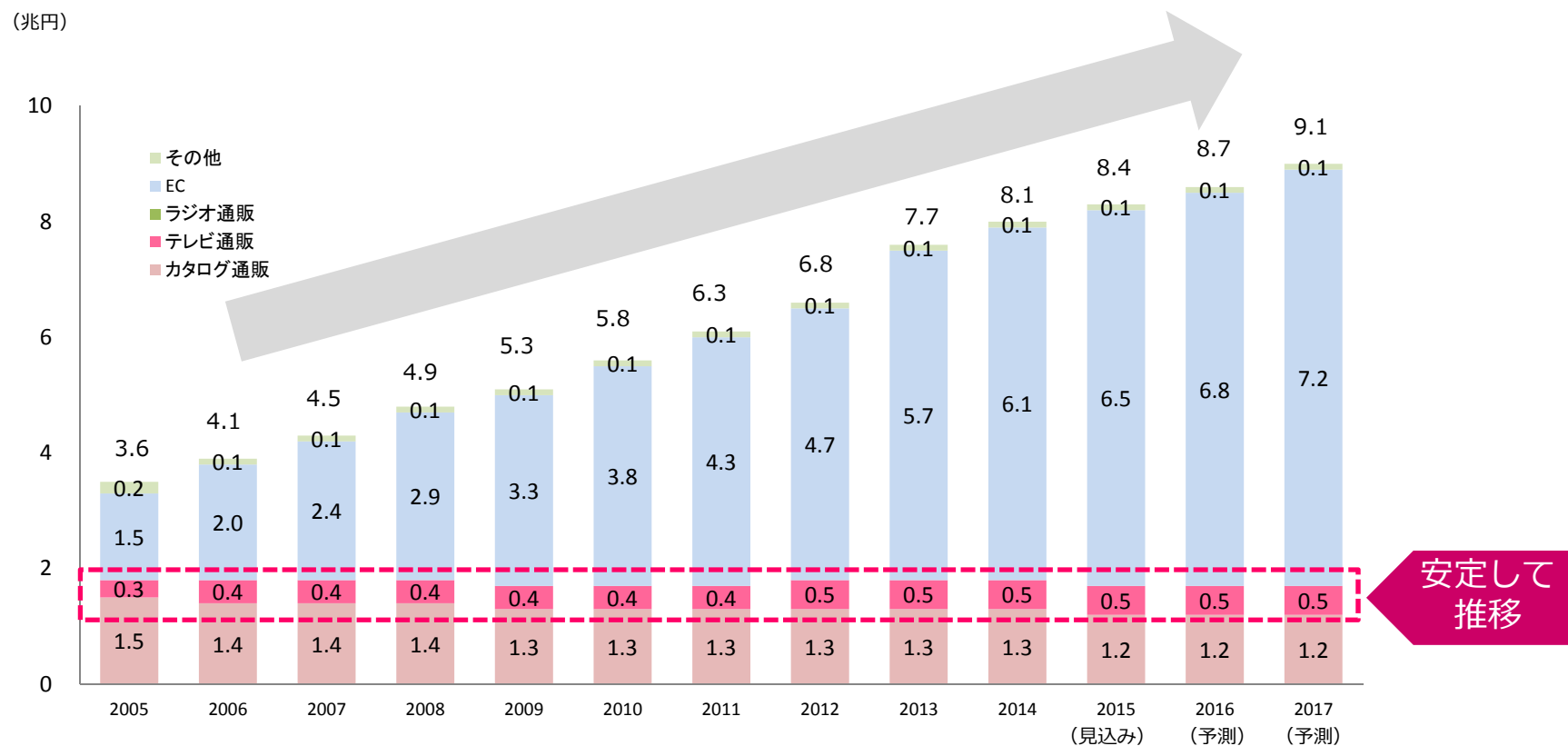


サービス概要（9つのサービス）



ダイレクトマーケティング（通販）の市場規模

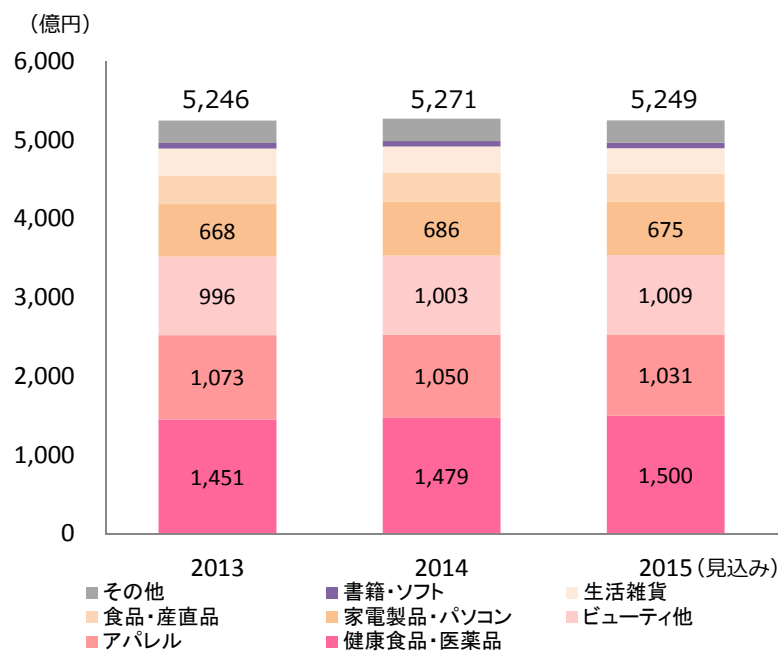
- ▶ 通販市場は2016年(予測)で8.7兆円市場となっており、ここ10年で2倍規模に成長
- ▶ 市場の増加は主にインターネット通販およびモバイル通販が牽引
- ▶ 一方テレビ通販は市場全体の伸び率よりは低いものの、市場規模は2016年(予測)で5,200億円と堅調に推移



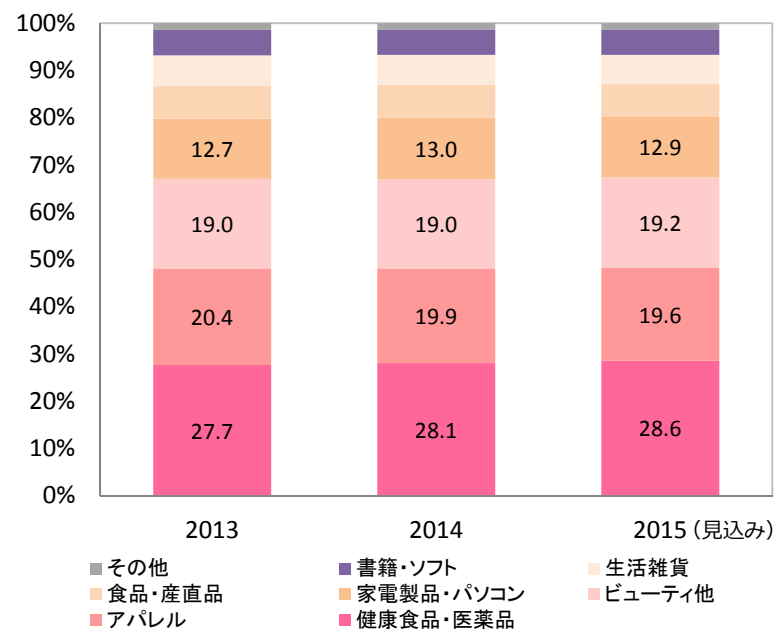
出典：富士経済「通販eコマースビジネスの実態と今後2016」

商品別では健康食品・医薬品が約1,500億円と最も多く、テレビ通販市場全体に占める割合は28%前後で推移

▼商品カテゴリー別の市場規模の推移

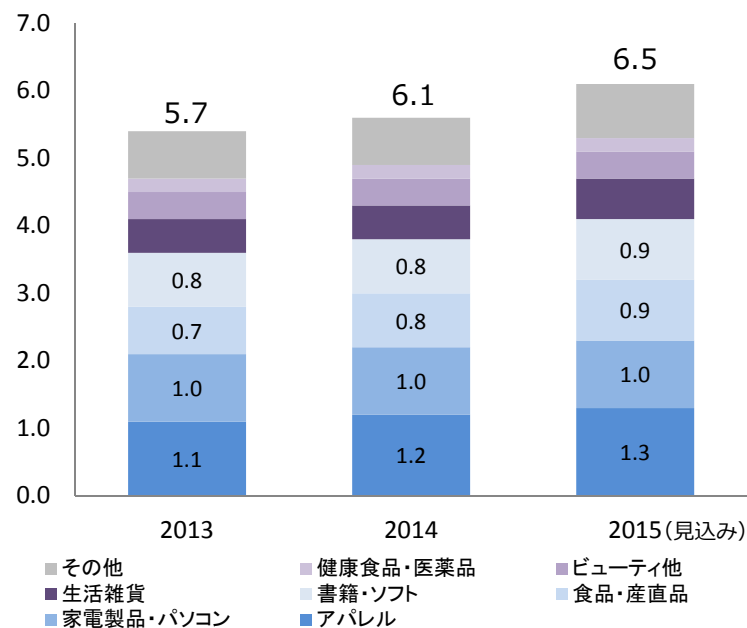


▼テレビ通販市場の商品カテゴリー別売上構成比推移

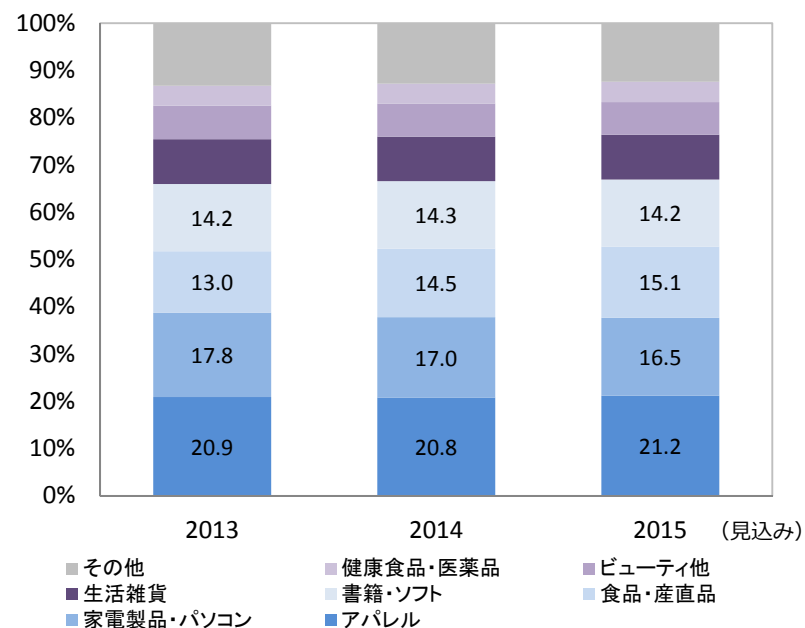


- ▶ 通販市場を牽引しているEC通販市場は約6.5兆円(2015年見込み)
- ▶ 商品別では、アパレルが約1,300億円、次いで家電製品が約1,000億円(各2015年見込み)

▼ EC市場の商品カテゴリー別市場規模の推移
(兆円)

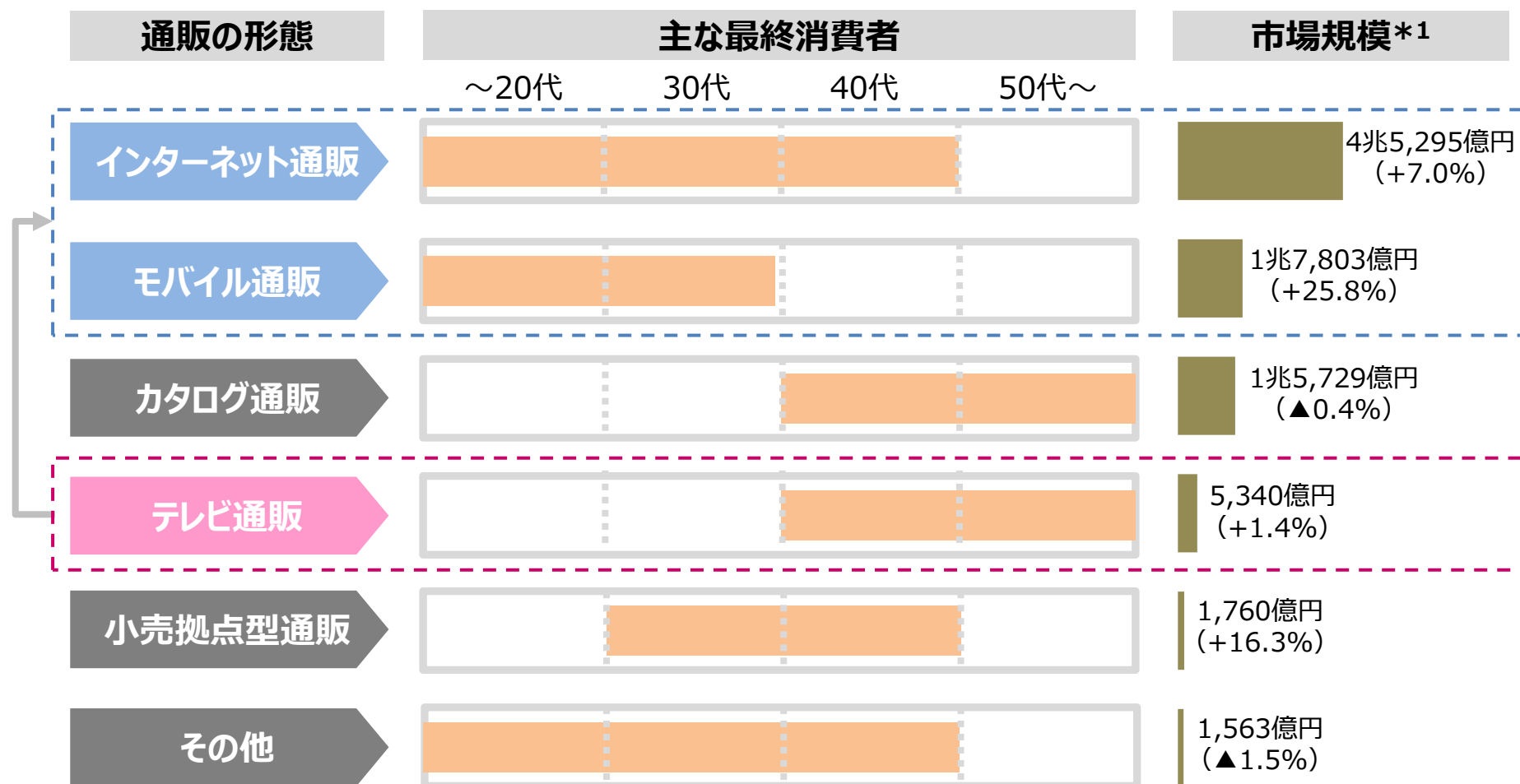


▼ EC市場の商品カテゴリー別売上構成比推移



国内ダイレクトマーケティング市場の概況

高齢層に強く安定した市場であるテレビ通販分野を基盤として、
市場規模が大きく成長性の高いWEB分野を強化



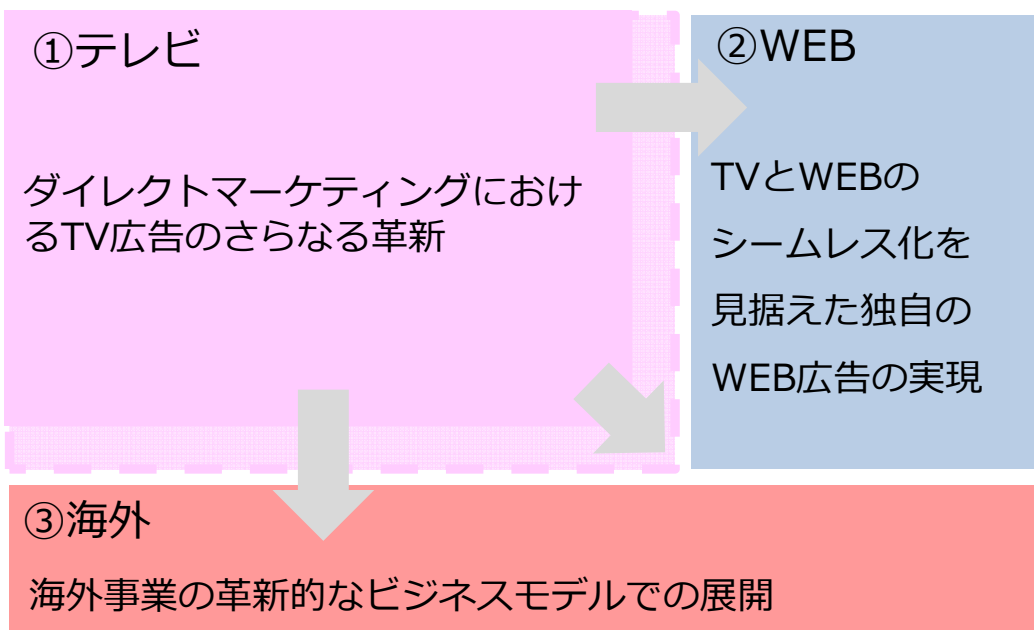
出典:富士経済「通販・e-コマースビジネスの実態と今後2013-2014」

*1 2015年見込み

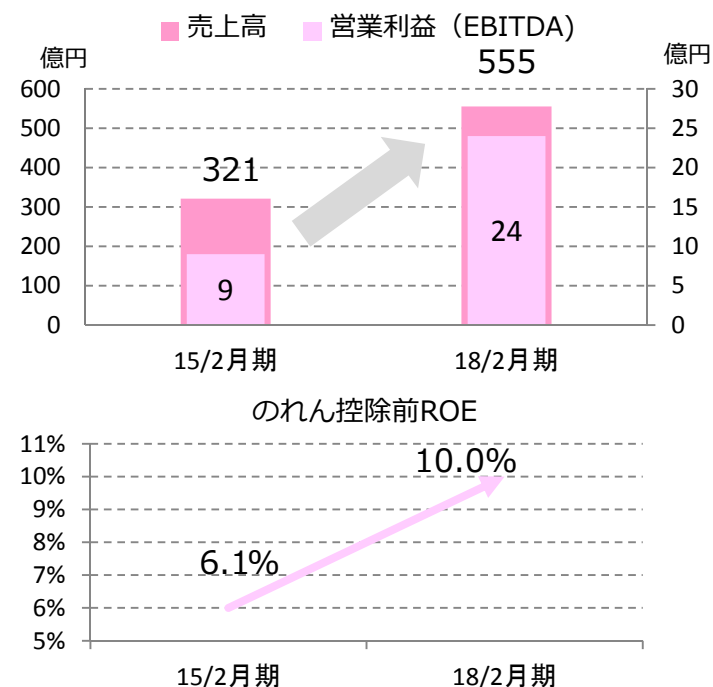
参考資料 2. 中期経営計画

経営ポリシー：ダイレクトマーケティングのイノベーションカンパニー

3年後（2018年）Vision



3年後（2018年）数値目標



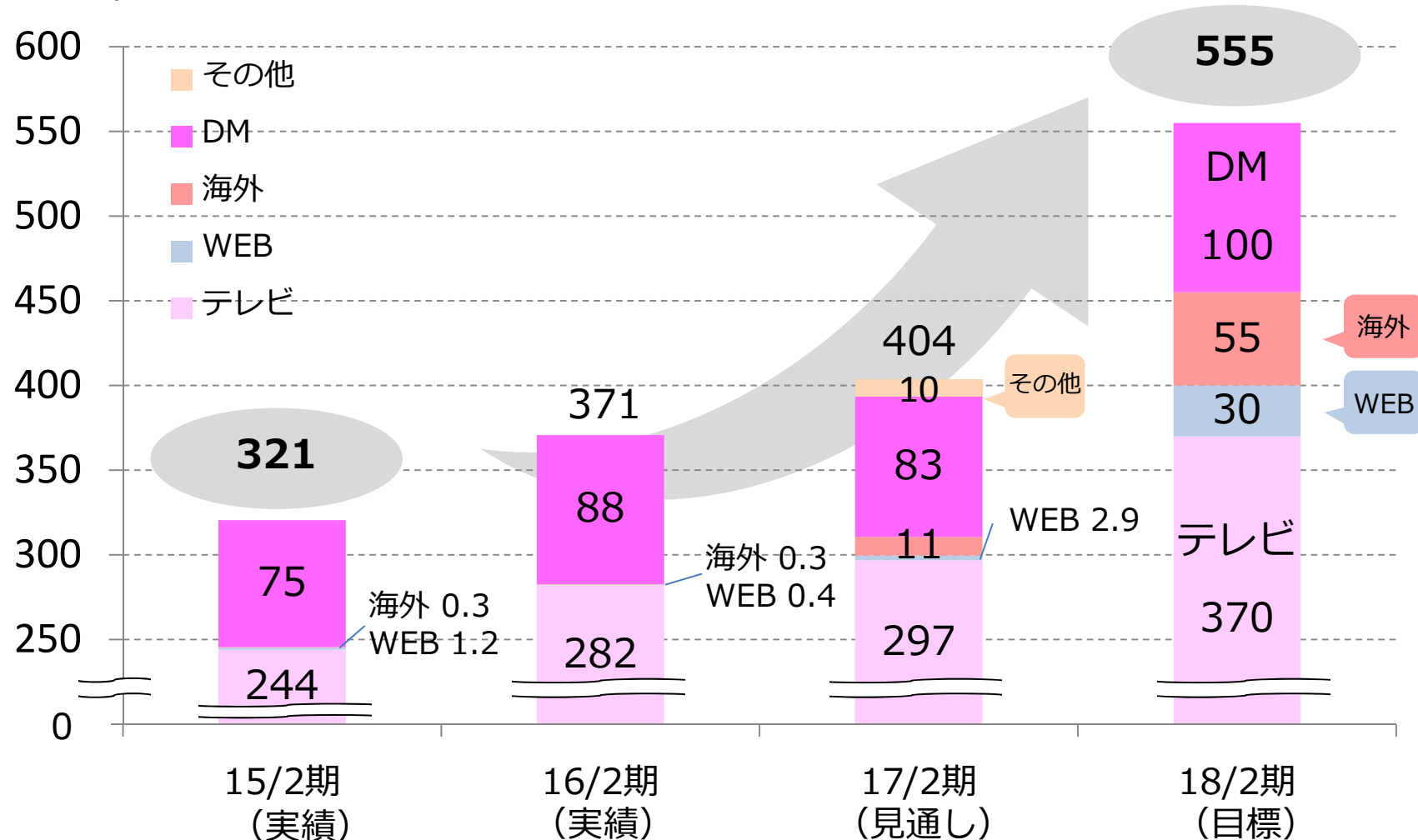
10年後（2025年）Vision

マーケティングを語る上で、必ず話題に出て来る偉大な会社を作りたい！

中期経営計画の売上目標

15/2月期の連結売上321億円から
中計最終年度の2018年2月期に連結売上555億円を目指す

(単位：億円)



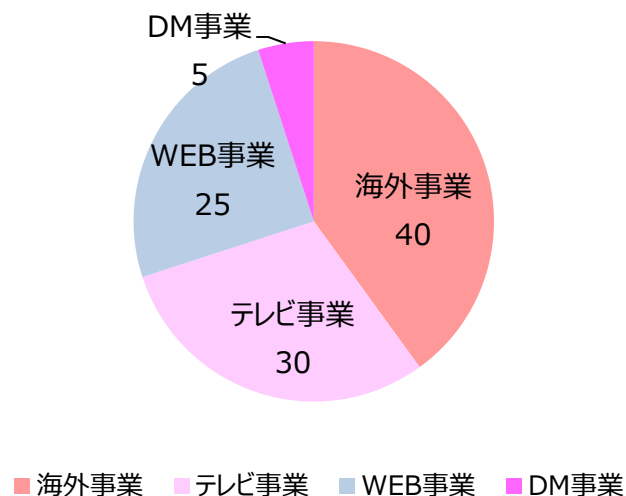
中期経営計画の投資戦略

- ▶ 16/2期から18/2期までM&A等の投資枠として100億円設定
- ▶ 16/5月までの投資実績は約5億円

中期経営計画 投資枠

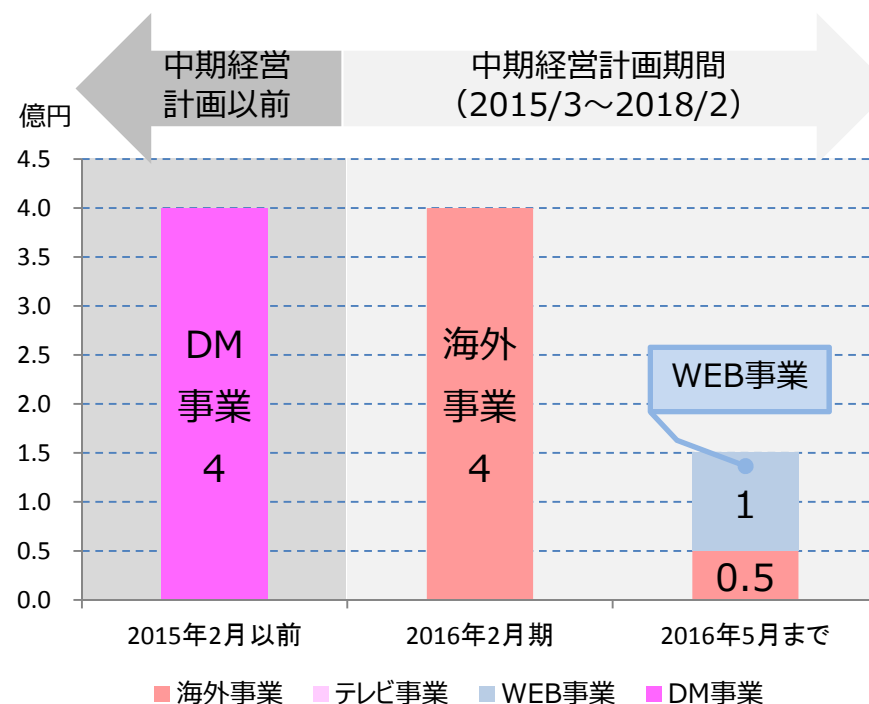
今後の10年を見据え、強みであるテレビ事業以外に対しても、積極的に投資資金を振り向けることにより成長を図る

中期経営計画 投資枠100億円



投資実績

2016年5月までの実績は約5億円
海外M&Aを中心に、積極的かつ慎重に投資を進める予定

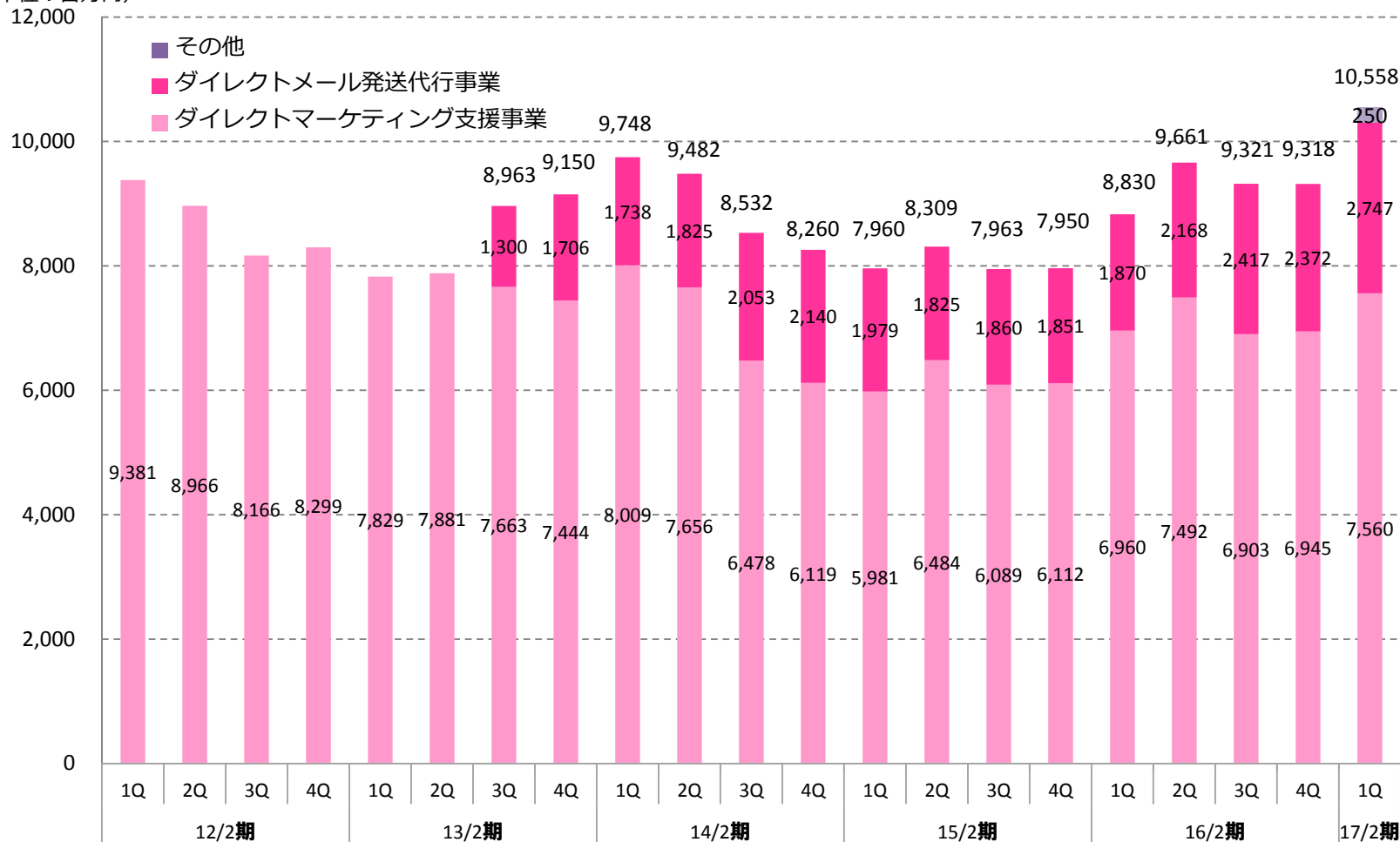


参考資料 3. 業績推移

【連結】売上高の推移

- ▶ ダイレクトマーケティング支援事業は、既存および新規クライアントの出稿量増加で好調
- ▶ ダイレクトメール発送代行事業は、大口顧客との取引および直接取引の拡大により好調
- ▶ 「日本百貨店」事業承継により、その他セグメントを追加

(単位：百万円)



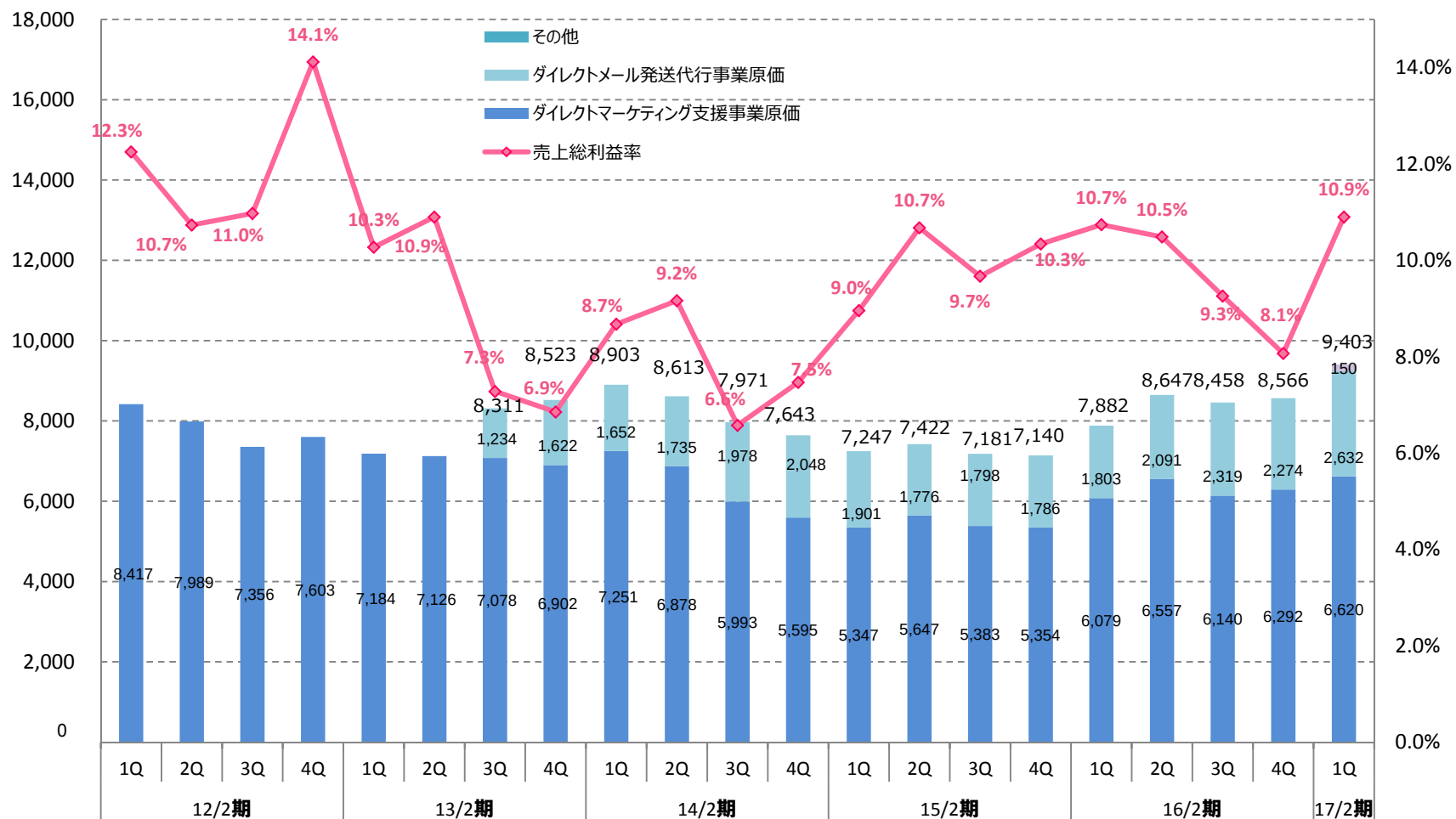
(注) 当社は13/2期第3四半期より連結決算を開始しております。13/2期第2四半期以前の業績は、ご参考として単体数値を掲載しております。

【連結】売上原価・売上総利益率の推移

売上総利益率は前年同四半期比0.2ポイント改善

(売上原価／単位：百万円)

(売上総利益率／単位：％)



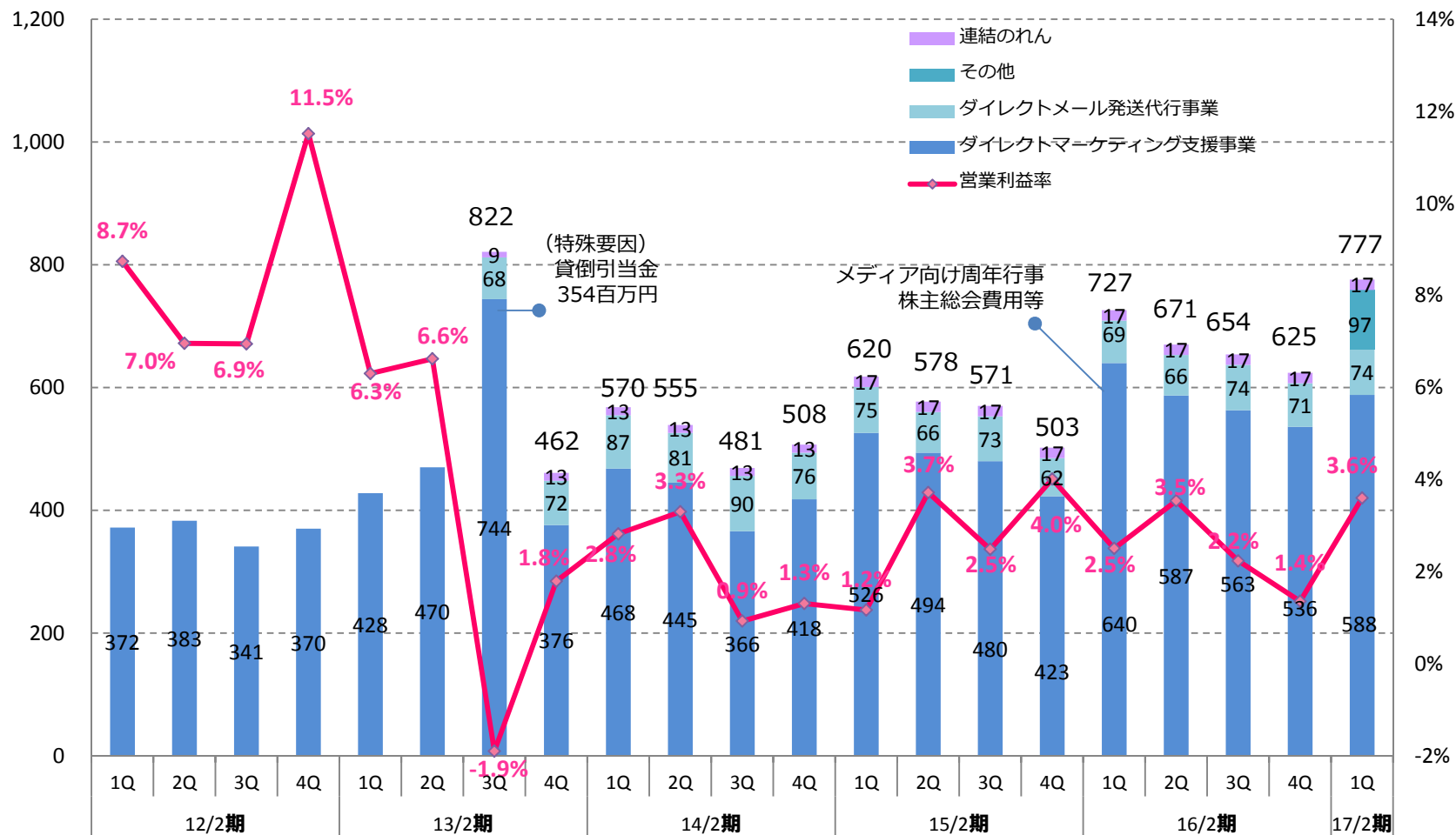
(注) 当社は13/2期第3四半期より連結決算を開始しております。13/2期第2四半期以前の業績は、ご参考として単体数値を掲載しております。

【連結】販管費・営業利益率の推移

- ▶ 販管費は前年同期比 50百万円増
- ▶ 人員数 前期1Q 168人、当期1Q 222人

(販管費／単位：百万円)

(営業利益率／単位：％)

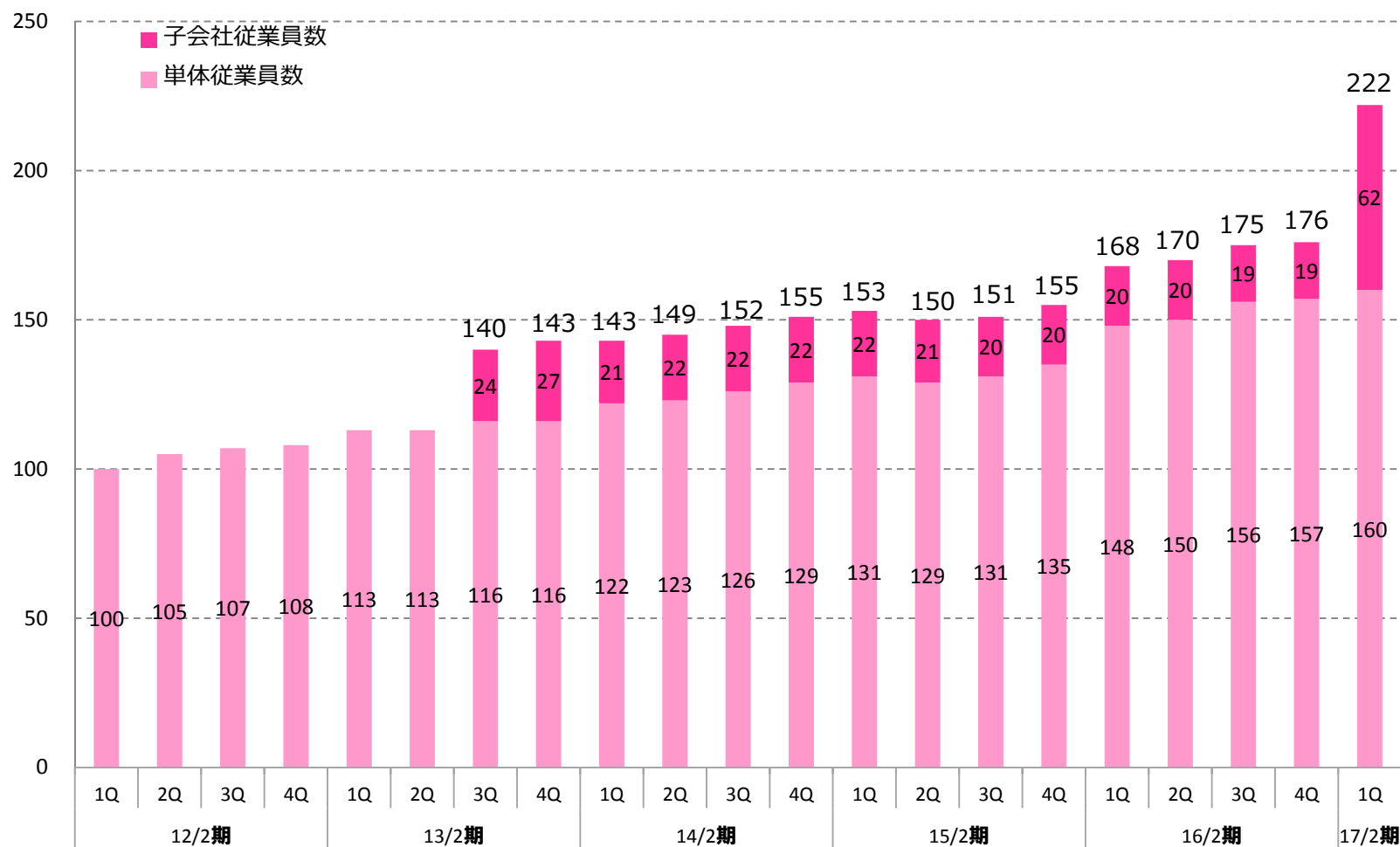


(注) 当社は13/2期第3四半期より連結決算を開始しております。13/2期第2四半期以前の業績は、ご参考として単体数値を掲載しております。

【連結】 人員数の推移（参考）

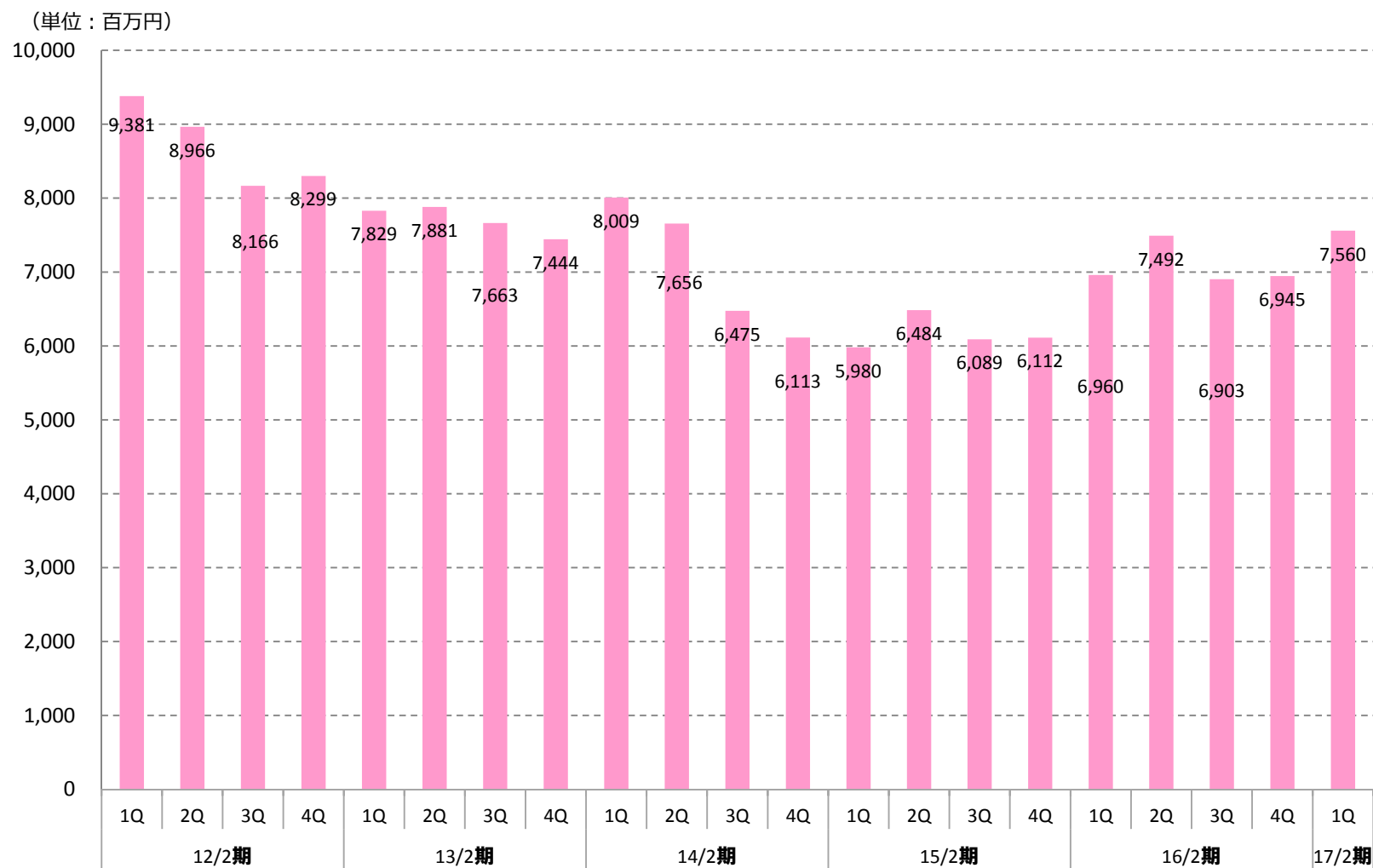
子会社従業員数に日本百貨店の人員（39名）を追加

（単位：人）



【単体】売上高の推移

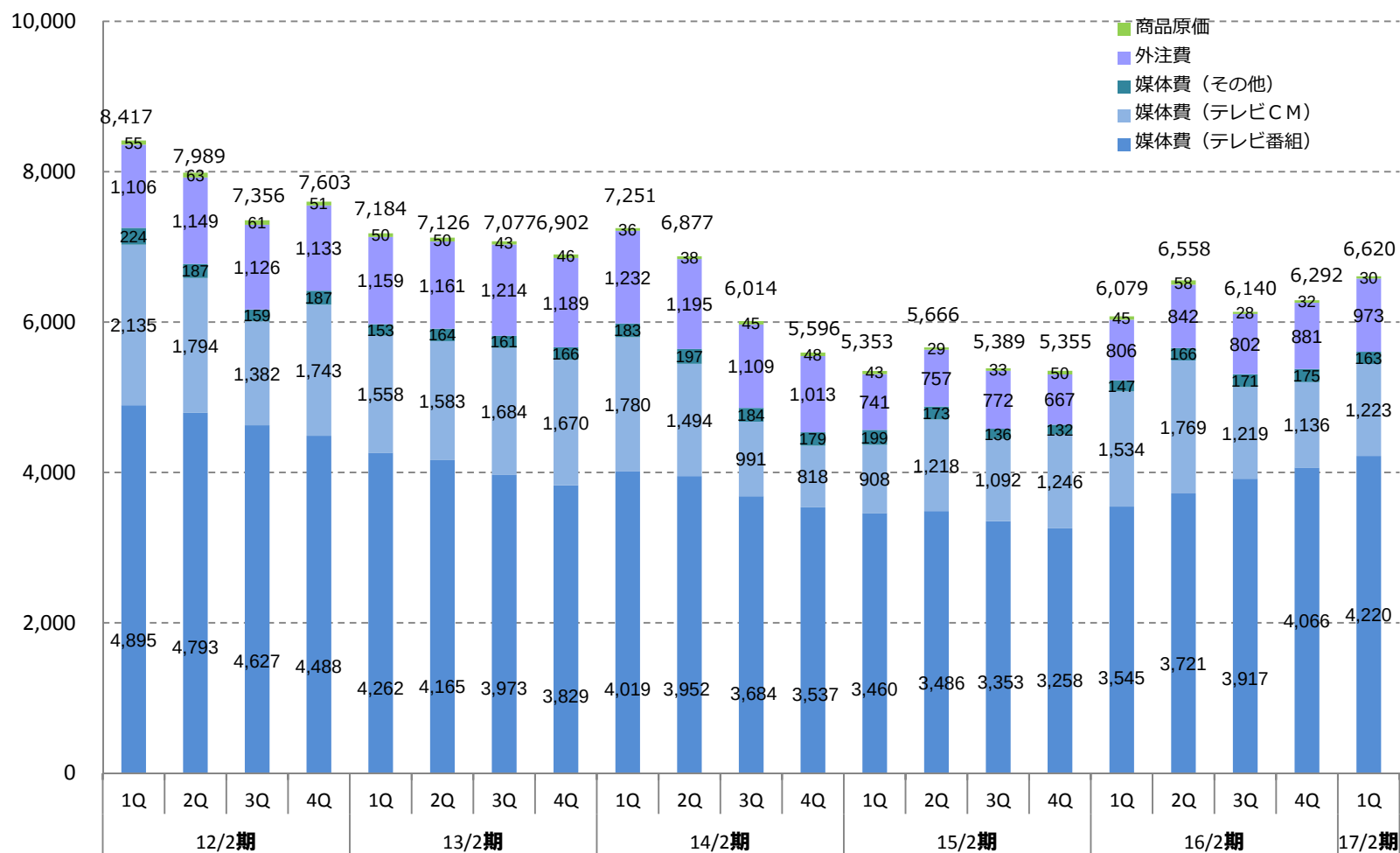
既存クライアントの出稿意欲は安定推移、新規クライアントは順調に伸長



【単体】売上原価の内訳推移

営業プロセス管理および仕入枠割振り最適化により、クライアントの効果向上と
当社の収益性改善に注力

(売上原価／百万円)

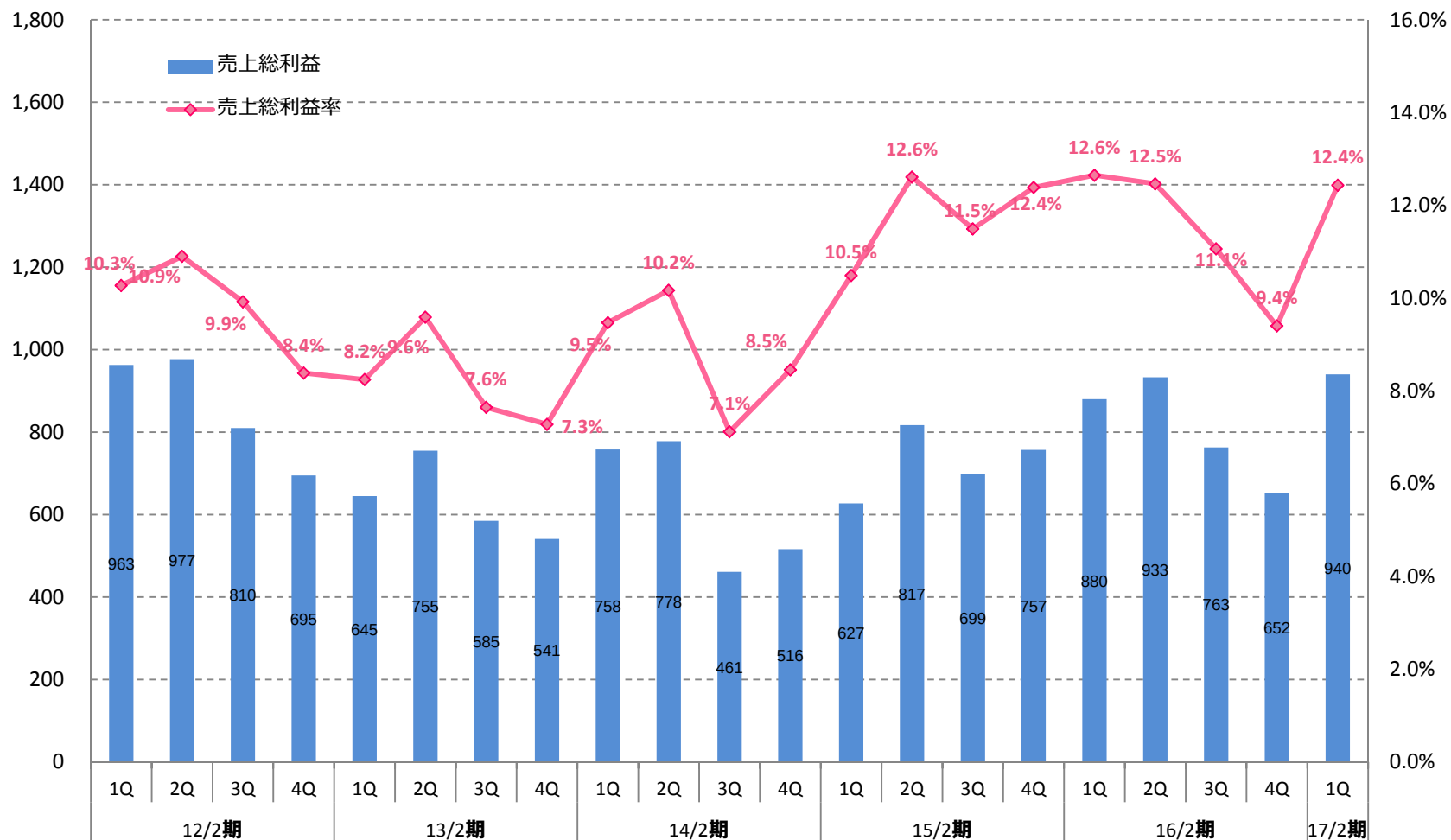


【単体】売上総利益の推移

営業プロセス管理および仕入枠割振り最適化による、クライアントの効果向上が
当社の収益性改善に寄与

(売上総利益／百万円)

(売上総利益率／%)

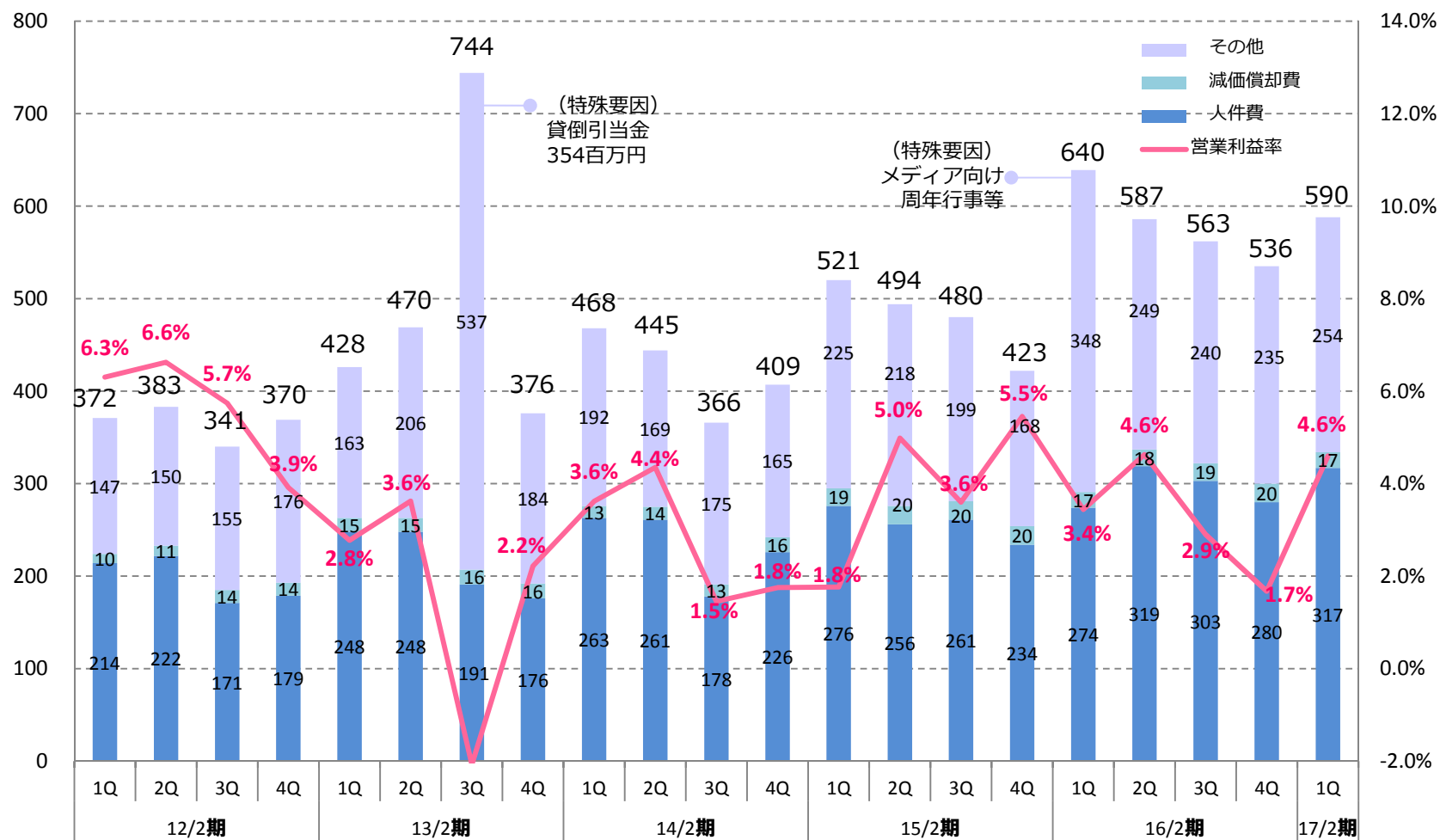


【単体】販管費・営業利益率の推移

営業利益率は、前年同期比1.2ポイント増加

(販管費／単位：百万円)

(営業利益率／単位：％)

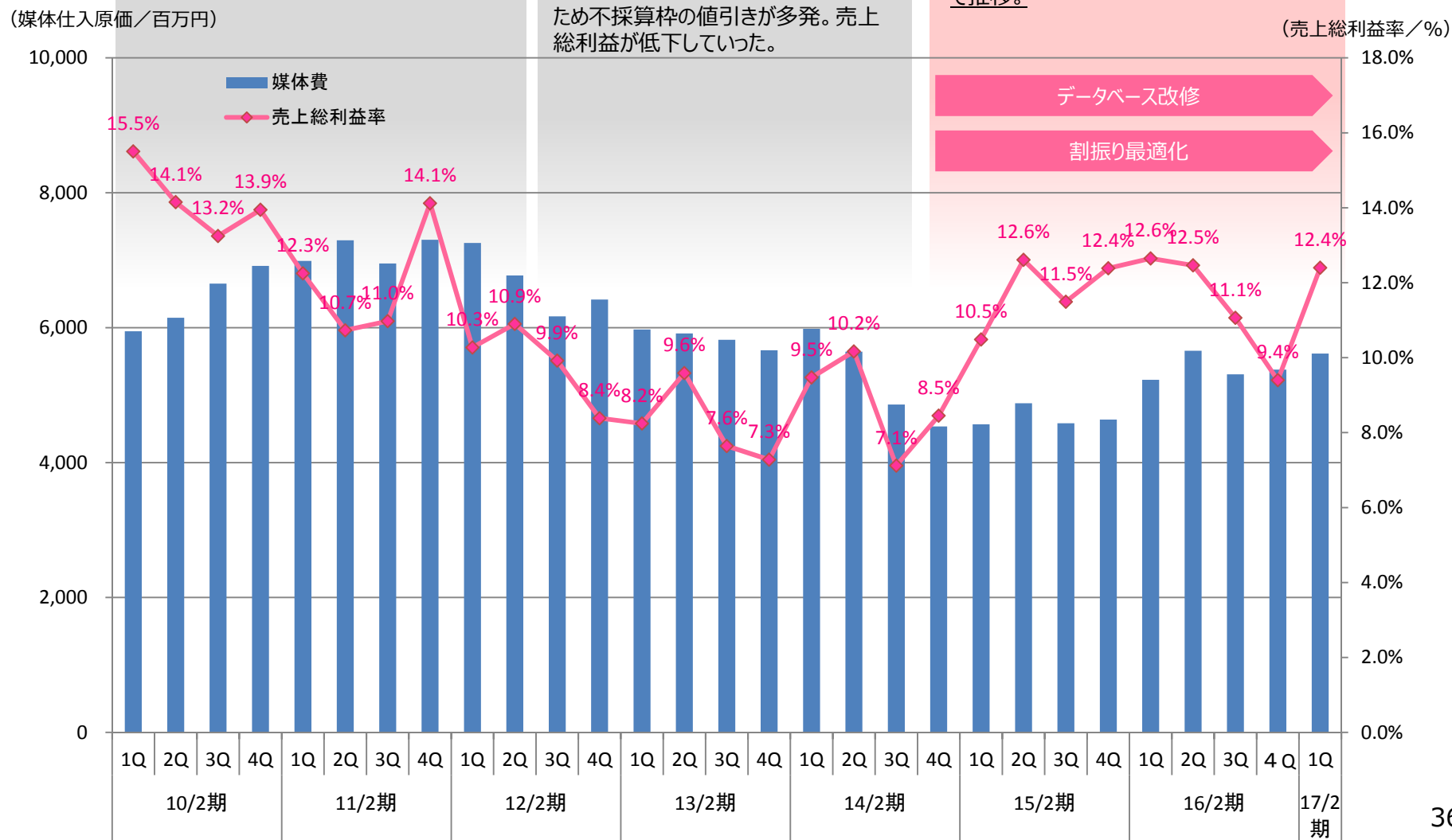


【単体】仕入の最適化について

リーマンショック後、メディア枠が比較的安値で仕入でき、通販商品の販売効率が良かった。各商品の販売目標を上回った分、売上および売上総利益が増加。

震災後、健康食品や嗜好品に対する消費者マインドが変化。通販企業の新商品開発も鈍化し、「売れない」時代が続く。
この間、メディア枠の仕入量を維持したため不採算枠の値引きが多発。売上総利益が低下していった。

「大量一括仕入れ」というメディア枠の仕入方針を変え、メディア枠の見直しと需要に応じた柔軟な仕入を推進。
売上総利益率が回復し、その後も安定して推移。

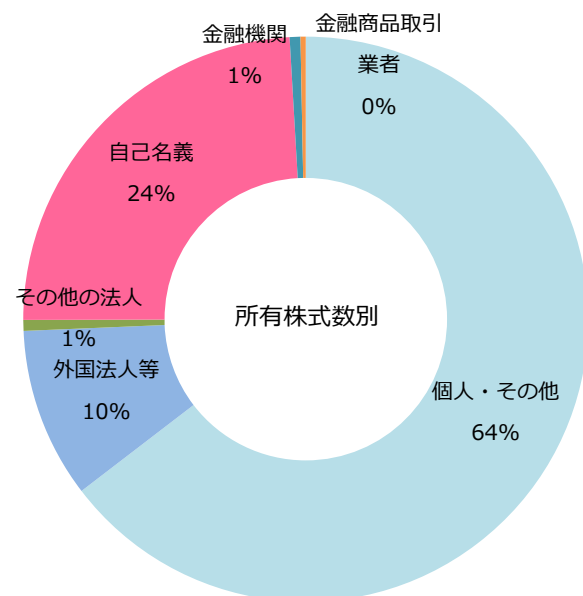


参考資料 4. 株式、会社概要

▼ 基本情報

発行済み株式数	7,623,000株
株主総数	5,700名
単元株主数	5,638名
議決権数	57,828個
単元株数	100株

▼ 株主分布



▼ 大株主

氏名または名称	所有株数(株)	持株割合
1 丸田昭雄	1,643,100	21.55%
2 妹尾勲	1,068,100	14.01%
3 プロスペクトジャパンファンドリミテッド	669,600	8.78%
4 中村恭平	520,000	6.82%
5 個人	253,000	3.31%
6 日本トラスティサービス信託銀行(株) (信託口)	43,800	0.57%
7 グローバル・ブレイン(株)	31,900	0.41%
8 個人	27,700	0.36%
9 CGML PB CLIENT ACCOUNT	24,000	0.31%
10 J.P. MORGAN CLEARING CORP-CLEARING	22,000	0.28%

※上記のほか、自己株式が1,839,556株（24.13%）あります。

※Prospect Asset Management Inc.より平成28年1月7日付で大量保有報告書が提出されています。当該大量保有報告書の内容は次のとおりです。
保有株式数 745,600株（株式保有割合 9.78%）

※平成28年5月12日付で、第三者割当による自己株式処分により双日株式会社が当社株式の18.96%を保有する主要株主となっております。

5か年推移



年初来高値 2,406円 (2016年1月4日)
 年初来安値 1,600円 (2016年6月16日)
 5月31日終値 1,824円
 6月29日終値 1,730円

配当

- ▶ 2011年2月期より配当を実施
- ▶ 新中期経営計画期間中（2016年2月期～2018年2月期）は業績、投資状況、財務状況を総合的に勘案した上で柔軟に対応することとし、現状で十分な内部留保を確保していることを考慮し、**配当性向100%**を目指す
- ▶ 上記方針および自己株式処分を鑑み、当期は1株当たり76円の配当を予想

	中間	期末
2011年2月期実績	-	¥20
2012年2月期実績	-	¥20
2013年2月期実績	-	¥20
2014年2月期実績	-	¥20
2015年2月期実績	-	¥71
2016年2月期実績	-	¥75
2017年2月期予定	-	¥76

株主優待

- ▶ 2013年2月期中間より株主優待を実施
- ▶ 毎年8月末、2月末現在の株主名簿に記載または記録された1単位（100株）以上を保有されている株主様にクオカードを進呈



保有株式数	優待内容
100株以上500株未満	1,000円相当のクオカード ×年2回
500株以上	5,000円相当のクオカード ×年2回

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
設立	2006年3月3日
本社	東京都港区海岸一丁目2番20号 汐留ビルディング21階
代表者	代表取締役会長 丸田 昭雄 取締役社長執行役員 妹尾 勲
資本金	644百万円 (2016年5月末時点)
発行済株式数	7,623,000株 (2016年5月末時点)
従業員数	連結222名、単体160名 (2016年5月末時点)
上場市場	東証マザーズ
株主数	5,700名 (2016年2月末時点)
主なグループ企業	 メールカスタマーセンター株式会社 ダイレクトメール発送代行 持分比率：86.8%  日本百貨店 株式会社日本百貨店 小売業「日本百貨店」運営 持分比率：100%  PT MERDIS INTERNATIONAL テレビショッピングチャンネルへの卸売業 持分比率：26.0%
IRお問合せ	電話：03-5402-4111（代表） フォーム： https://www.tri-stage.jp/ir/contact/

ダイレクトマーケティングのイノベーションカンパニー

Tri▶Stage

免責事項：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。