



2021年1月15日

各 位

東京都港区海岸一丁目2番20号
会社名 株式会社トライステージ
代表者名 代表取締役社長 倉田 育尚
(コード番号: 2178 東証マザーズ)
問合せ先 執行役員 福田 大
電話番号 03-5402-4111

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時 2021年1月14日 16:00～17:00
開催方法 オンラインによるライブ配信
説明会資料名 2021年2月期 第3四半期決算説明資料

【添付資料】

1. 投資説明会において使用した資料

以上



株式会社トライステージ

2021年2月期第3四半期 決算説明資料

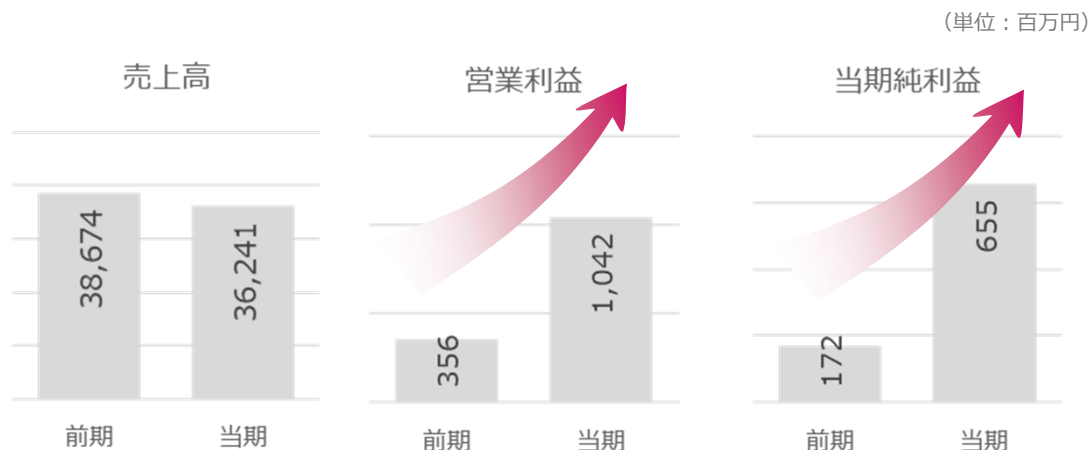
2021年1月14日
東証マザーズ：2178



I	2021年2月期 第3四半期業績	P 3
	連結決算ハイライト	
	連結業績サマリー	
	セグメント別サマリー	
	連結貸借対照表	
	単体業績サマリー	
II	事業別の状況	P 9
III	新サービスのご紹介	P 15
	参考資料	P 22
	業績推移	
	Tri-DDM	
	ビジネスモデル・会社概要	

I 2021年2月期第3四半期業績

連結業績は前期比大幅増益



テレビ事業

CM需要回復によりテレビ通販枠の単価が上昇し収益性低下

WEB事業

9月以降、新規アポが再開
受注には時間を要すが、復調の兆し

DM事業

コロナ影響で一部発送差し控えが継続

海外事業

上期同様に安定的
売上減少するも利益率改善で吸収

小売事業

コロナ影響を大きく受けたが
6月以降徐々に回復

新規施策が続々とスタート

- ・テレビ事業 Tri-DDM24社へ導入 目標KPIを順調に達成
映像共感度分析サービス開始
- ・WEB事業 テレビ連動リスティング広告
- ・DM事業 倉庫確保による作業強化
- ・小売事業 プライベートブランド商品販売

- ▶ 不採算事業からの撤退および新型コロナ影響により減収するも、
上期のテレビ事業好調と前期の特殊要因の反動で大幅増益

(単位：百万円)	20/2期 3Q 2019/11/30	21/2期 3Q 2020/11/30	対前期比 増減額	対前期比 増減率
売上高	38,674	36,241	-2,432	-6.3%
売上原価	33,936	32,194	-1,741	-5.1%
返品調整引当金繰入額	13	-		
売上総利益	4,724	4,046	-677	-14.3%
売上総利益率 (%)	12.2%	11.2%	-1.1%	
販管費	4,367	3,004	-1,363	-31.2%
販管費率 (%)	11.3%	8.3%	-3.0%	
人件費	1,706	1,672	-34	-2.0%
賃借料	437	359	-77	-17.8%
広告宣伝費	245	65	-179	-73.3%
のれん償却額	64	40	-23	-37.1%
減価償却費	106	113	6	6.2%
その他	1,806	753	-1,053	-58.3%
営業利益	356	1,042	685	192.0%
営業利益率 (%)	0.9%	2.9%	2.0%	
営業外収益	23	65	42	180.9%
営業外費用	79	18	-61	-76.8%
経常利益	300	1,089	789	262.6%
経常利益率 (%)	0.8%	3.0%	2.2%	
特別利益	7	97	89	1225.7%
特別損失	206	230	23	11.5%
法人税等調整前当期純利益	101	956	855	844.7%
法人税等	-74	289	363	-
非支配株主 当期純利益	3	12	9	293.5%
親会社株主 当期純利益	172	655	482	280.0%
当期純利益率 (%)	0.4%	1.8%		
EBITDA	528	1,196	668	126.5%

内訳はセグメントサマリー参照

前期：日本ヘルスケアアドバイザーズ（通販事業）
JML Singapore（海外事業）からの撤退による販管費
減少（4億円弱）

当期：コロナ禍で事業活動の制限に伴いコスト抑制
貸倒引当金の一部戻入（2Q）
WEB事業にて引当金計上（3Q）※P11参照

前期：メールカスタマーセンター（DM事業）にて貸倒引当
金繰入額257百万円、単体にて裁判関連費用等を計上、
元従業員の不正行為に係る会計処理として売上原価162
百万円を取消し貸倒引当金繰入額として計上

TVD株式売却益 70百万円（3Q）

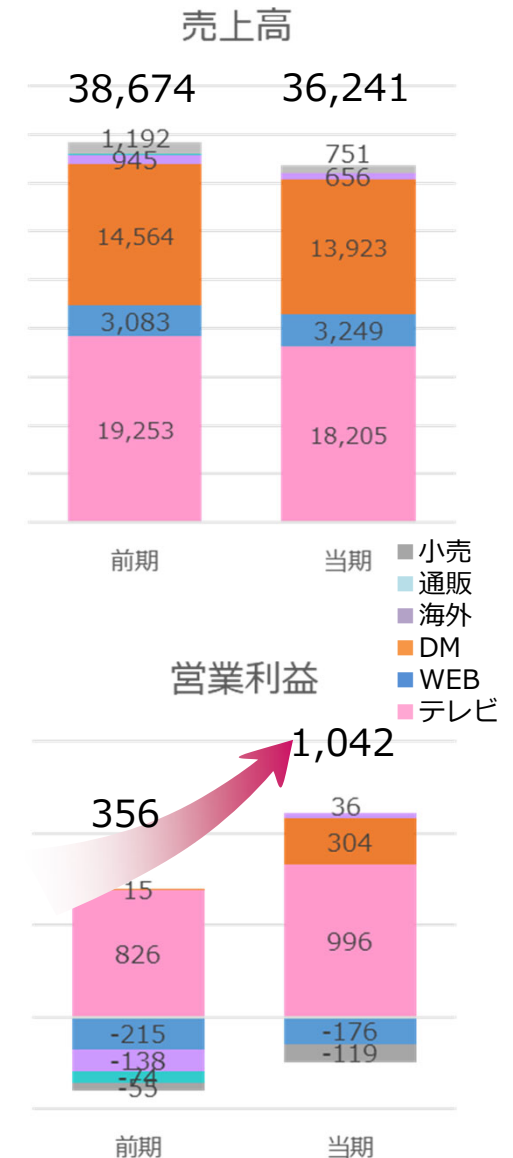
当期：アドフレックス減損損失 171百万円（2Q）
日本百貨店減損損失 47百万円（2Q）

前期：JML社撤退に伴う関係会社整理損 172百万円

通期見通し650百万円を超過したが据え置き

セグメント別サマリー

(単位：百万円)	四半期実績			累計実績（2020年3月-2020年11月）			
	1Q	2Q	3Q	20/2期	21/2期	増減額	増減率
売上高	11,629	12,563	12,048	38,674	36,241	-2,432	-6.3%
ダイレクトマーケティング支援事業	6,893	7,339	6,714	21,885	20,947	-937	-4.3%
テレビ事業	5,866	6,489	5,850	19,253	18,205	-1,047	-5.4%
WEB事業	1,213	1,016	1,018	3,083	3,249	165	5.4%
DM事業	4,314	4,777	4,831	14,564	13,923	-641	-4.4%
海外事業	257	200	197	945	656	-288	-30.6%
通販事業	-	-	-	155	-	-155	-
小売事業	175	260	314	1,192	751	-441	-37.0%
調整額	-12	-14	-9	-69	-36	33	-
営業利益	360	498	184	356	1,042	685	192.0%
ダイレクトマーケティング支援事業	257	413	148	610	819	209	34.2%
テレビ事業	276	458	261	826	996	169	20.6%
WEB事業	-18	-44	-112	-215	-176	39	-18.2%
DM事業	125	116	62	15	304	289	1918.7%
海外事業	18	10	6	-138	36	175	-
通販事業	-	-	-	-74	-	74	-
小売事業	-41	-43	-34	-55	-119	-63	-



連結貸借対照表

(単位：百万円)	20/2期 期末 2020/2/29	21/2期3Q 2020/11/30	増減額	増減率	備考
流動資産	13,429	13,750	321	2.4%	
現金及び預金	6,348	6,873	525	8.3%	
売掛金及び受取手形	6,601	6,549	-52	-0.8%	
棚卸資産	288	229	-59	-20.5%	
固定資産	2,051	1,466	-585	-28.5%	
有形固定資産	377	286	-91	-24.1%	
ソフトウェア	236	230	-6	-2.5%	
のれん	338	126	-212	-62.7%	アドフレックス減損
投資有価証券	335	209	-126	-37.6%	TVD持分法適用除外による
資産合計	15,480	15,216	-264	-1.7%	
流動負債	5,283	6,163	880	16.7%	
買掛金	3,977	4,362	385	9.7%	
短期借入金等	590	1,125	535	90.7%	返済期限1年以内の借入金を長期から振替え
固定負債	3,269	2,366	-903	-27.6%	
長期借入金等	3,005	2,114	-891	-29.7%	返済期限1年以内の借入金を短期に振替え
負債合計	8,553	8,529	-24	-0.3%	
株主資本	6,649	6,597	-52	-0.8%	
資本金	645	645	0	0.0%	
自己株式	-1,297	-1,837	-540	41.6%	4月 自己株式取得539百万円
非支配株主持分	187	156	-31	-16.6%	
純資産合計	6,927	6,687	-240	-3.5%	
負債純資産合計	15,480	15,216	-264	-1.7%	

- ▶ 適正なメディア枠仕入およびレスポンス良化により高水準の売上総利益を維持
2Qでの関係会社株式評価損の計上により、当期純損失

(単位：百万円)	20/2期 3Q 2019/11/30	21/2期 3Q 2020/11/30	対前期比 増減額	対前期比 増減率
売上高	19,253	18,205	-1,047	-5.4%
売上原価	16,383	15,494	-888	-5.4%
売上原価率 (%)	85.1%	85.1%		
売上総利益	2,870	2,711	-158	-5.5%
売上総利益率 (%)	14.9%	14.9%	0.0%	
販管費	2,156	1,746	-409	-19.0%
販管費率 (%)	11.2%	9.6%	-1.6%	
人件費	1,012	1,026	14	1.4%
役員報酬	122	99	-22	-18.7%
賃借料	196	196	0	0.1%
減価償却費	67	76	9	13.8%
その他	758	346	-411	-54.2%
営業利益	713	964	251	35.2%
営業利益率 (%)	3.7%	5.3%	1.6%	
営業外収益	125	25	-99	-79.3%
営業外費用	20	45	25	123.6%
経常利益	818	945	126	15.5%
経常利益率 (%)	4.3%	5.2%	0.9%	
特別利益	4	90	86	2058.9%
特別損失	373	790	416	111.4%
税引前当期純利益	449	245	-203	-
法人税等	3	270	266	7908.9%
当期純利益	445	-24	-470	-105.6%
当期純利益率 (%)	2.3%	-0.1%		
EBITDA	781	1,041	260	33.3%

高水準の売上総利益を維持

当期：コロナ禍で事業活動の制限に伴い旅費交通費等が抑制、貸倒引当金の一部戻入(2Q)

前期：裁判関連費用等を計上
元従業員の不正行為に係る会計処理として売上原価162百万円を取消し貸倒引当金繰入額として計上

TVD株式売却益 70百万円 (3Q)

関係会社株式評価損
アドフレックス 725百万円
日本百貨店 65百万円

Ⅱ 事業別の状況

事業概要

メディア枠の提供から番組・CM制作、受注管理、顧客管理までワンストップで支援

中長期テーマ

安定的収入を継続して確保／データマーケティング基盤構築／LTV向上支援

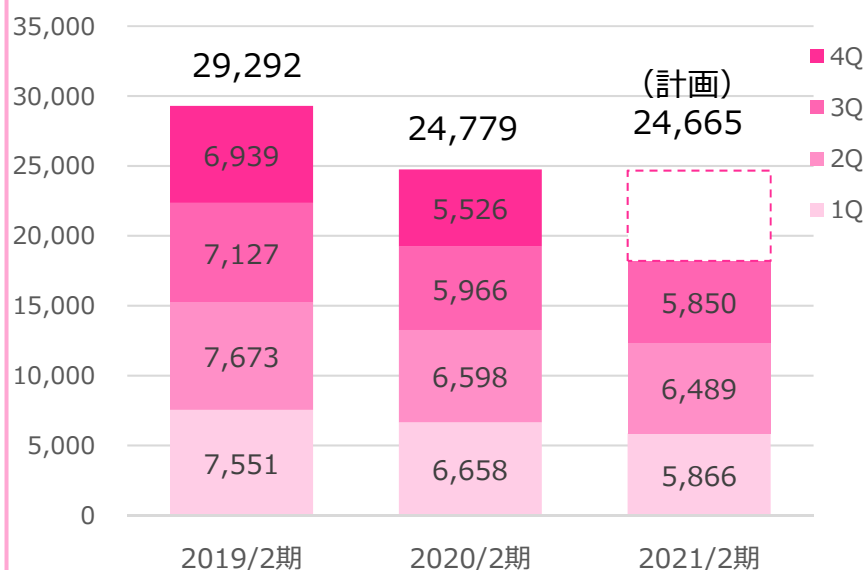
2021/2期の注力課題

- ・Tri-DDM利用クライアントの拡大、AI活用を含むTri-DDM第2フェーズのシステム開発
- ・多様な新規クライアント獲得
- ・不正案件再発防止のための内部統制の強化

トピックス

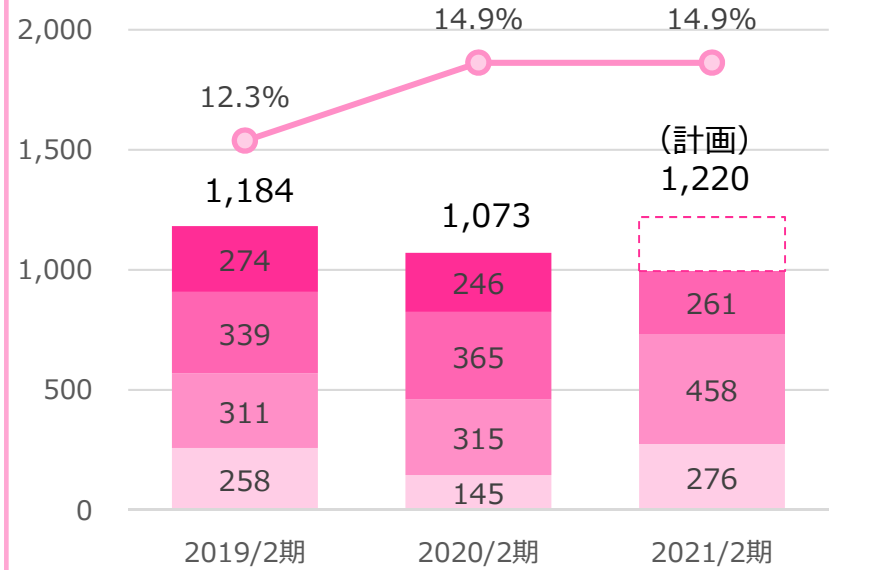
- ・上期は仕入環境が良く、販売効率好調
- ・下期はCM需要回復によりテレビ通販枠の単価が上昇し収益性低下
- ・Tri-DDM 映像共感度分析サービス開始
- ・7月～9月 EXPO3件出展、新規リード獲得
- ・9月～社長管掌にて内部統制の更なる強化に注力

四半期別売上高



営業利益・売上総利益率

(単位：百万円)



※グラフの売上高は内部取引控除前、営業利益はセグメント利益を表示しています

事業概要 ダイレクトに特化・AIに強み インターネット広告をワンストップで支援

中長期テーマ 人材投資を進め、広告改善効果の高いAIツールのスピーディーな導入を図る

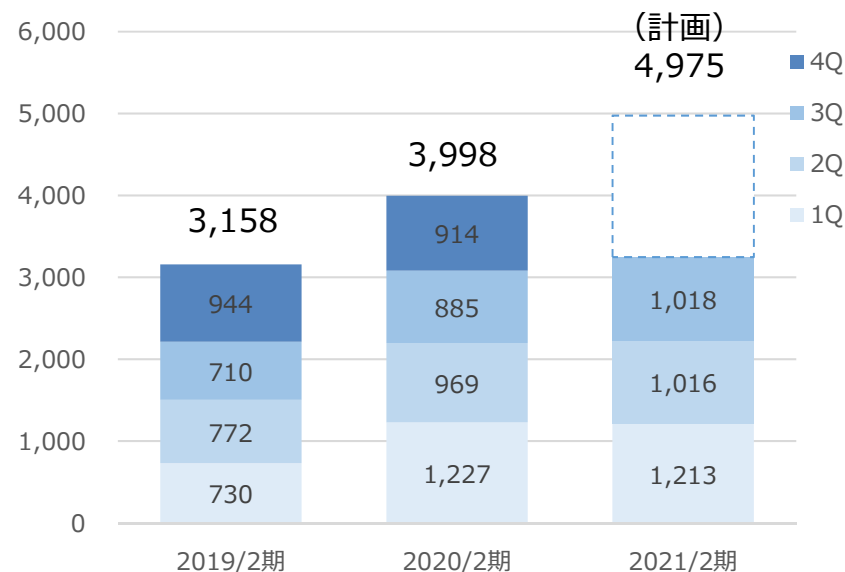
2021/2期の注力課題

- ・広告改善効果の高いAIツールを切り口としたさらなるクライアント数拡大
- ・既存クライアントへのサービス拡充による売上拡大

トピックス

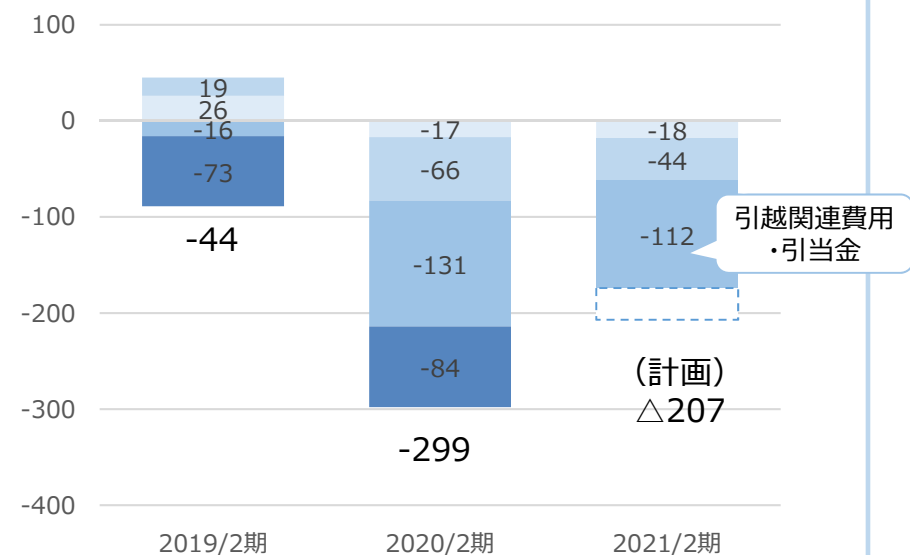
- ・新型コロナウイルスの影響で新規アポイントに遅延
→ 事業計画および見通しを踏まえ、減損計上 (2Q)
- 売上目標との乖離によりに最低ツール利用料未達となる可能性を鑑み引当計上
→ 新規アポイントは回復傾向
- ・テレビとWEBの融合施策およびコスト削減のため2月に移転予定

四半期別売上高



営業利益・営業利益率

(単位：百万円)



※グラフの売上高は内部取引控除前、営業利益はのれん償却後の数値を表示しています



事業概要

ダイレクトメール発送代行事業でトップクラスのDM取扱い通数

中長期テーマ

業界トップクラスのDM取扱い実績を強みにDMトータルサービスを目指す

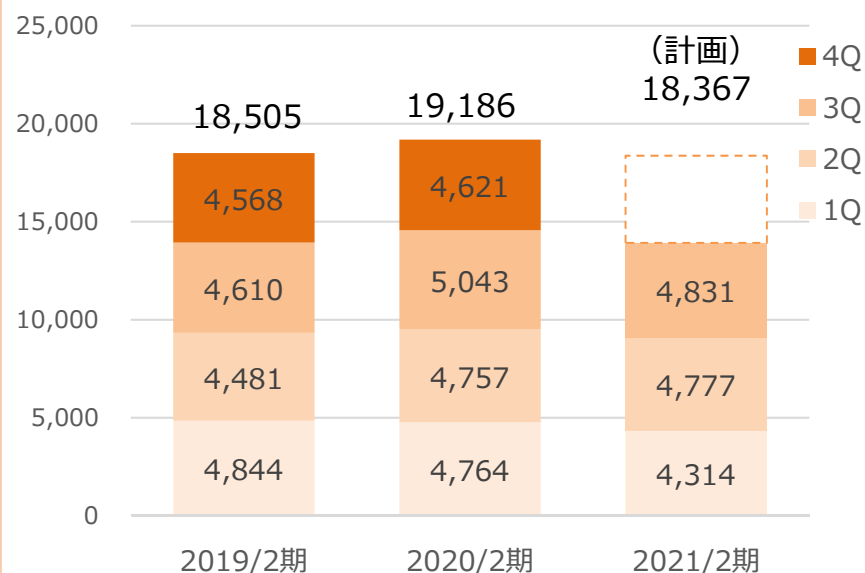
2021/2期の注力課題

- ・トータルサービス実現に向けた対応
- ・ネコポス、ゆうパケットなど小型宅配便への対応

トピックス

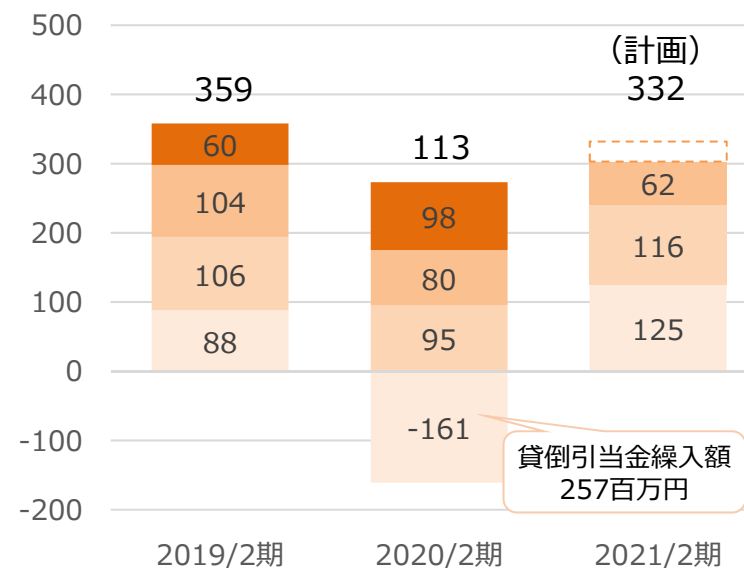
- ・3月31日付で100%子会社化
- ・新型コロナウイルスの影響で一部業種にて発送差し控え
- ・貸倒引当金繰入額の一部戻入(1Q/2Q)

四半期別売上高



営業利益

(単位：百万円)



※売上高は内部取引控除前、営業利益はのれん償却後の数値を表示しています

事業概要

インドネシア等でのテレビ通販・EC・小売・卸売を展開

中長期テーマ

既存リソース内での収益最大化

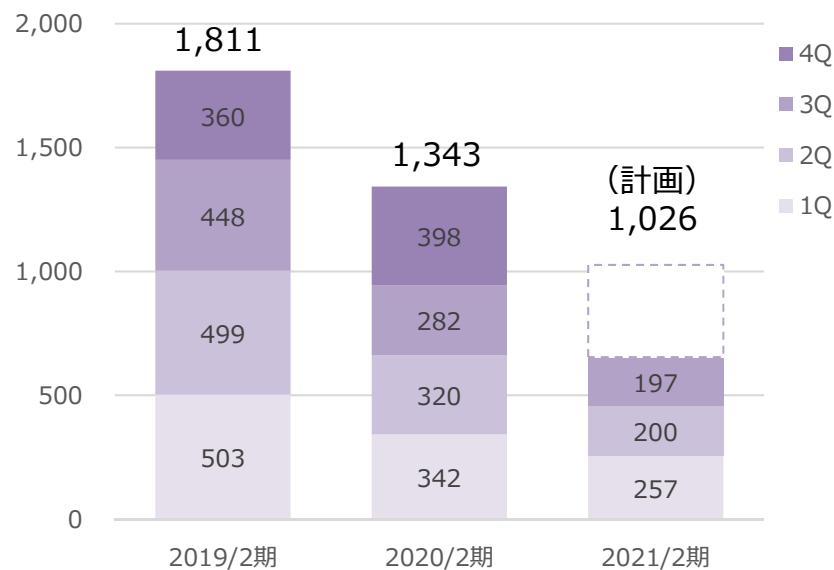
2021/2期の注力課題

- ・TVDと協働で推進中のDRA事業※における事業モデル拡大
- ・MERDISの収益力強化

トピックス

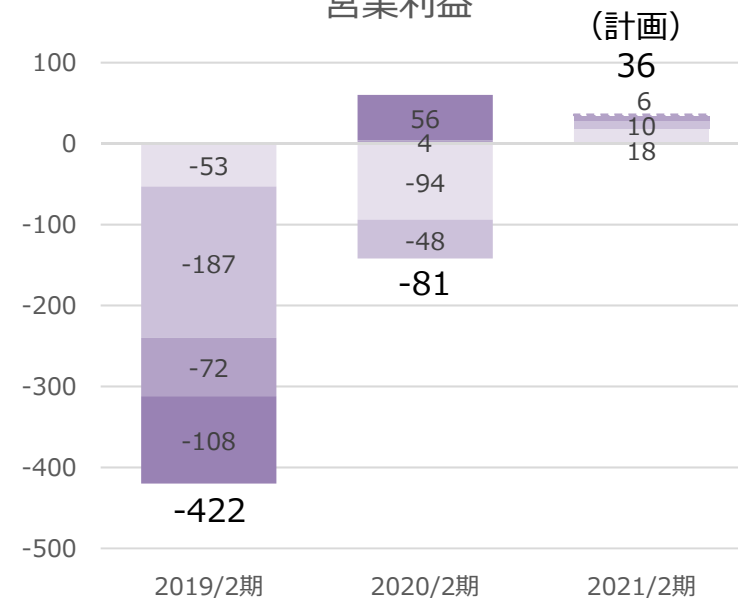
- ・6月22日付でTVDが15%増資、第2四半期末にて持分法適用から除外 → 株式の一部を売却
- ・プロダクトMix変更による売上総利益率改善
- ・利益率の高いEC拡大

四半期別売上高



営業利益

(単位：百万円)



事業概要

日本全国の特産品・名産品を取り扱う小売店「日本百貨店」運営



日本百貨店

中長期テーマ

各店舗の収益拡大と卸売強化を図る

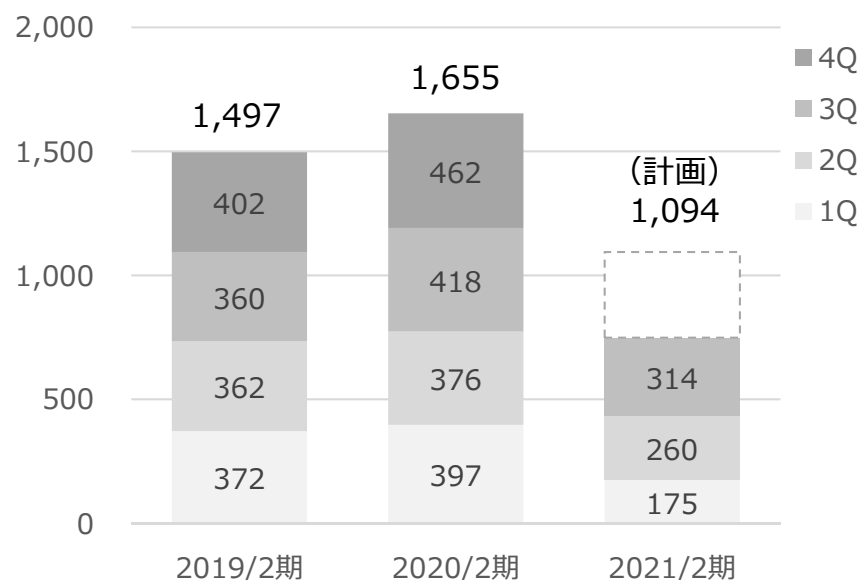
2021/2期の注力課題

- ・新型コロナウイルスの影響に伴い来店客数減少を見込む
- ・不採算店舗の閉店等による収益性改善
- ・オリジナル商材の開発

トピックス

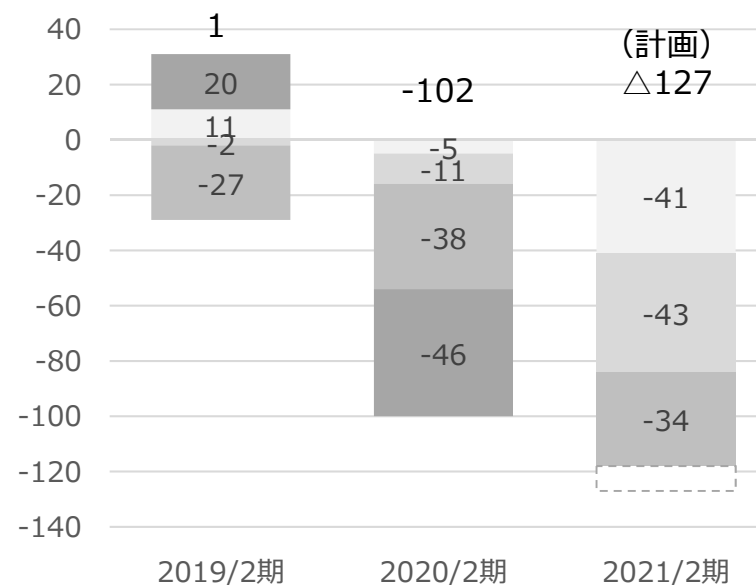
- ・コロナ影響で売上は想定以上に減少、コスト削減に注力
- ・不採算店舗閉店は予定どおり進捗
- ・プライベートブランド商品 順次販売スタート

四半期別売上高



営業利益

(単位：百万円)



Ⅲ 新サービスのご紹介

2021年1月現在、24社に導入

2019年12月
サービス開始～
リリース済

2020年
リリース済

開発予定

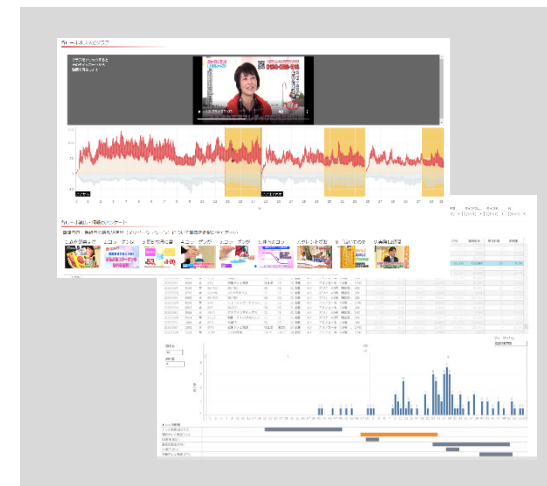
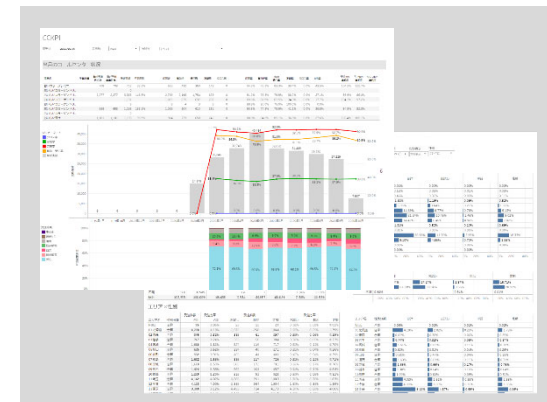
提供サービス

- メディアレポート
(TV放送枠の成果分析サービス)
- コンタクトセンターレポート
(コンタクトセンターの成果分析サービス)
- 購入者プロフィール分析
- AI電話呼量予測
- オファーデータベース

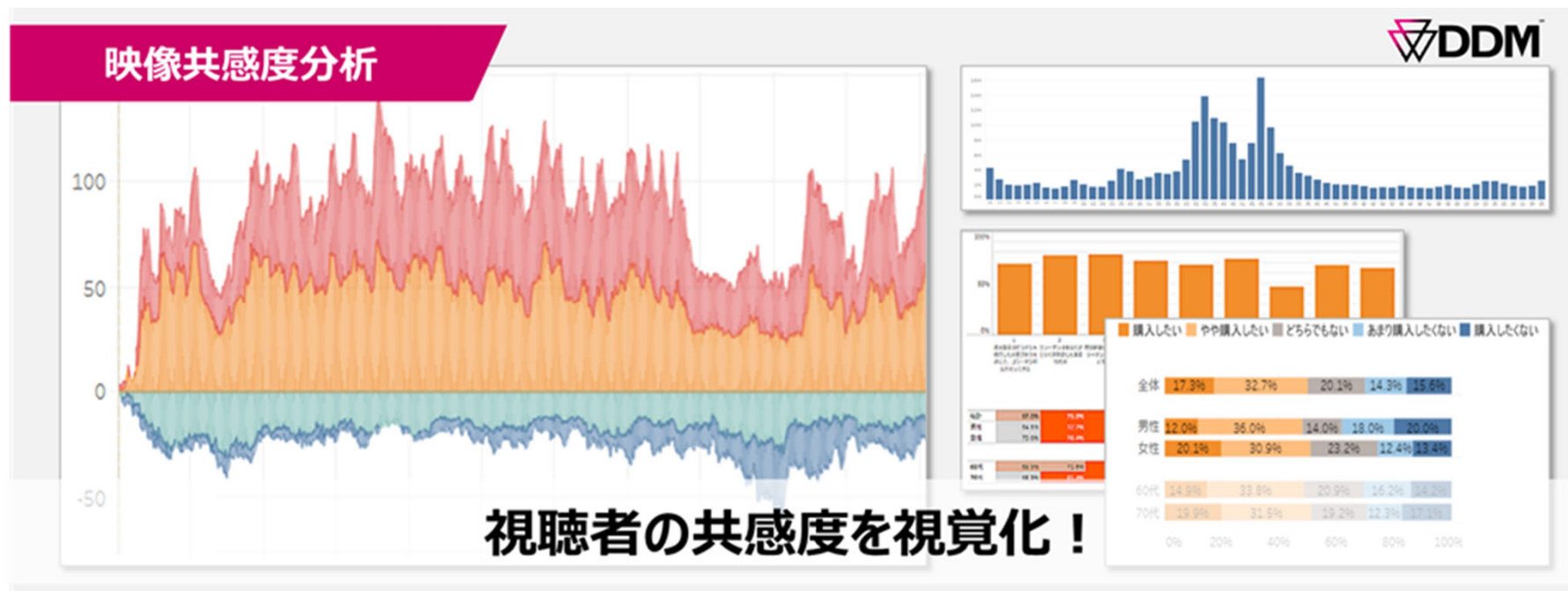
- 映像共感度分析サービス (詳細別紙)
- TV連動リスティング広告 (詳細別紙)

- QRコード受注サービス (詳細別紙)
- AI映像解析
- メディア別LTV解析
- ...

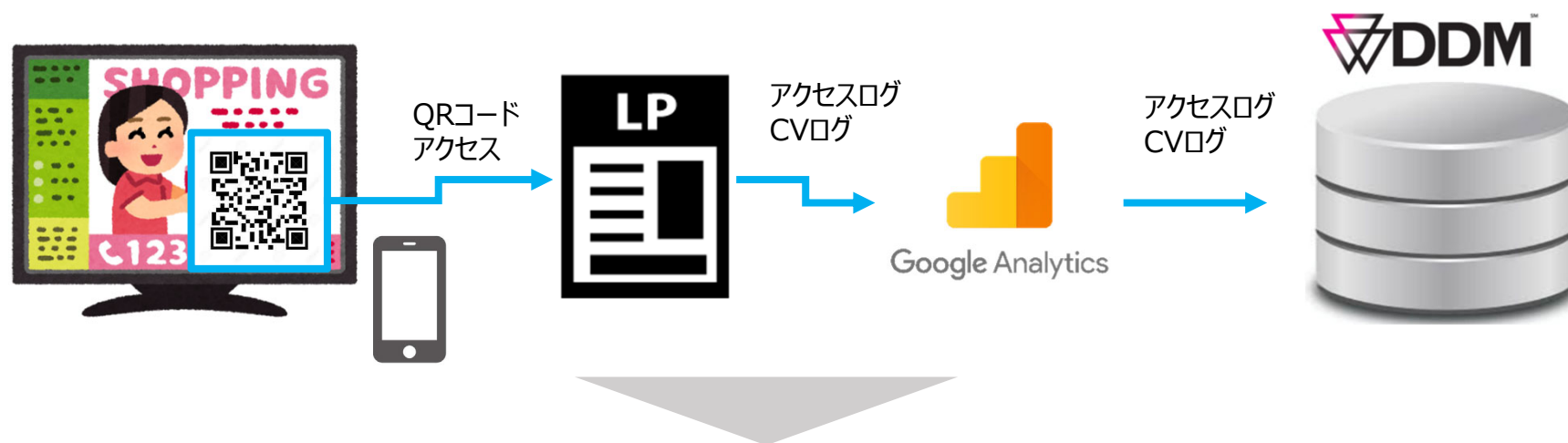
BI画面イメージ



テレビ通販における視聴者の映像に対する共感度、発呼データを視覚化・分析し改善
またそのデータをDB化し、“売れる映像”の傾向を分析し、制作を実施



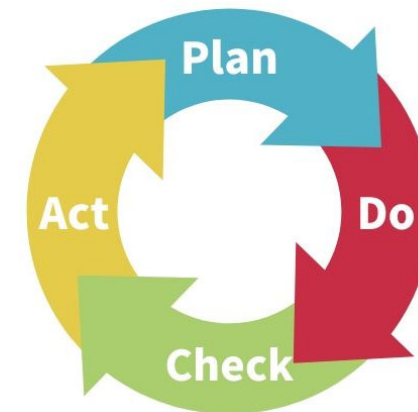
映像にQRコードを掲載、LPへ誘導しWEB受注を促進し、効果向上を実現（実績10%向上）
アクセスログ、CVログをGAからTri-DDMに取得、CVを放送枠にプロットし運用を行う



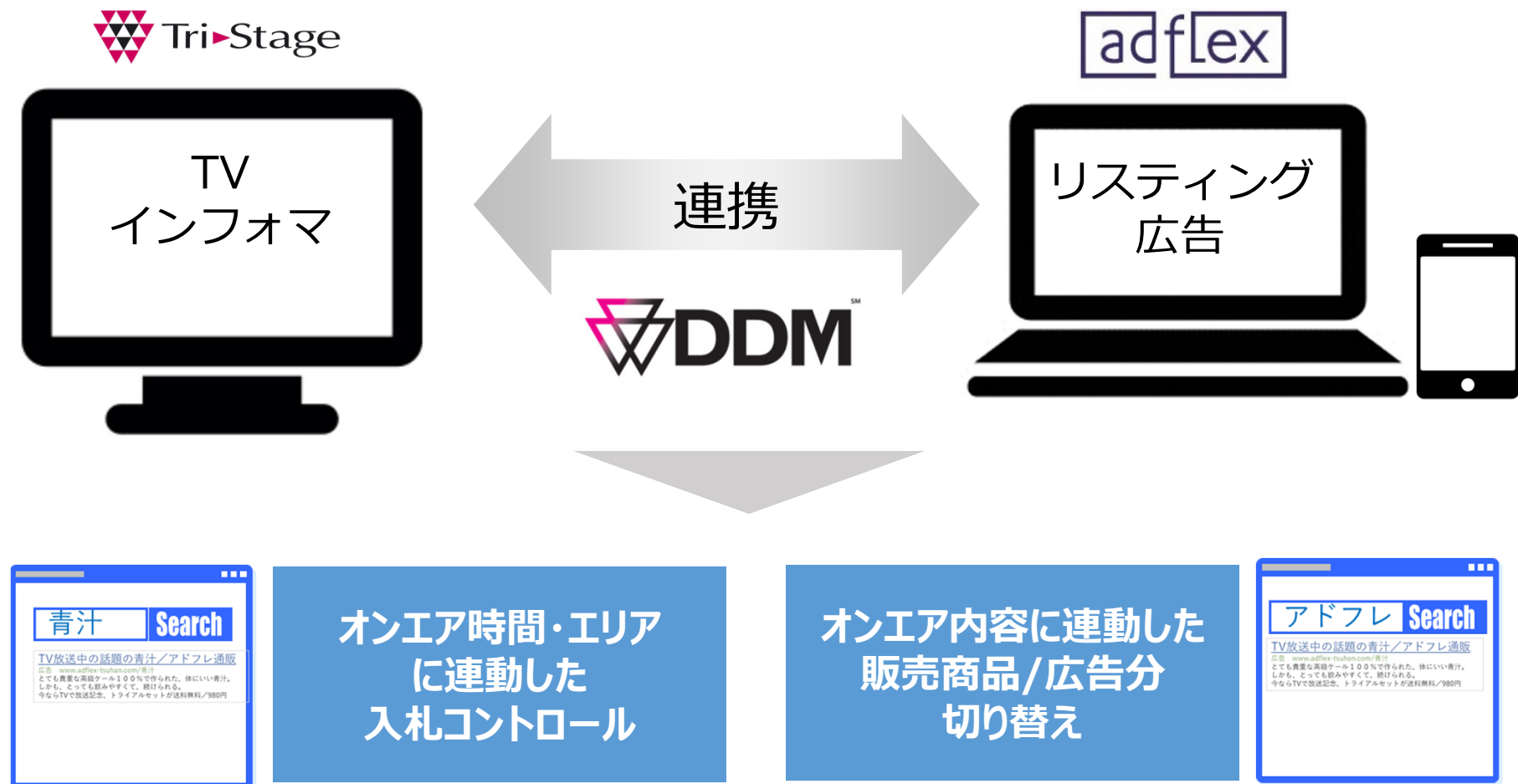
放送枠ごとにWEB受注数をTri-DDMでプロットし、その結果をもとに広告運用を実施

放送局	エリア	放送開始時間	尺	出稿金額	電話受注数	電話CPO	QR受注数	TV+QR受注数	TV+QR CPO
テレビ〇〇	関東	6月3日 12:00	29分	¥500,000	50	¥10,000	10	60	¥8,300
△△テレビ	鹿児島	6月5日 14:00	29分	¥300,000	15	¥20,000	3	18	¥16,600
×××放送	宮城	6月6日 10:00	3分	¥200,000	25	¥8,000	4	29	¥6,900
□□テレビ	名古屋	6月10日 23:00	29分	¥400,000	30	¥13,300	5	35	¥11,400
合計				¥1,400,000	120	¥11,700	22	142	¥9,800

※LP:ランディングページ CV:コンバージョン GA:Google Analytics



TVメディアとネットメディアの情報連携と運用コントロールをシームレスに実施するために、
TV放送予定データとリスティング入札/広告コントロールシステムを自動連係
TVオンエアエリア・時間・商品に連動したリスティング広告運用を実現





2020年9月～九州に倉庫を確保し、作業や出荷・管理を強化

倉庫の アウトソーシングなら お任せください！

メールカスタマーセンターの 対応業務一覧

- | | |
|---------|--------------------------|
| ピッキング発送 | 即日 即日発送への対応 |
| 在庫管理 | ネコポス、ゆうパケット |
| 資材制作 | 宅配便
・ゆうパック
・飛脚便 など |
| 受注データ連携 | 納品書作成
及び同梱 |

販売した商品の発送業務はお任せください

保管から発送までのワンストップサービスで、お客様の抱えるコストや納期の課題を解決します！
もちろん、各業務の個別のご相談、ご発注も承ります。

物流支援業務とは

- ・同梱物の制作
- ・ピッキング梱包・発送
- ・倉庫管理全般
- ・カートシステムとの連携
- ・返品処理などのアフターケア



各部門、専任営業がいますので
安心してお任せください！

メールカスタマーが保有する「小物発送特約」とは？

※特約とは発送業務において年間を通じて一定の数量を出荷することを条件に得られる特別な契約を指します





日本百貨店 特設サイトURL

<https://nippon-dept.jp/suguremono/>



Lineup

品揃え



濃厚な美味しさ
御献上ひとくちチーズケーキ
15個入（グリーン7個、ラズベリー4個、ピスタチオ4個）
御献上カステーラ 3,456円（税込み）



濃厚な美味しさ
御献上ひとくちチーズケーキ
8個入（グリーン4個、ラズベリー2個、ピスタチオ2個）
御献上カステーラ 1,944円（税込み）



濃厚な美味しさ
御献上ひとくちチーズケーキ
3個入（グリーン1個、ラズベリー1個、ピスタチオ1個）
御献上カステーラ 864円（税込み）

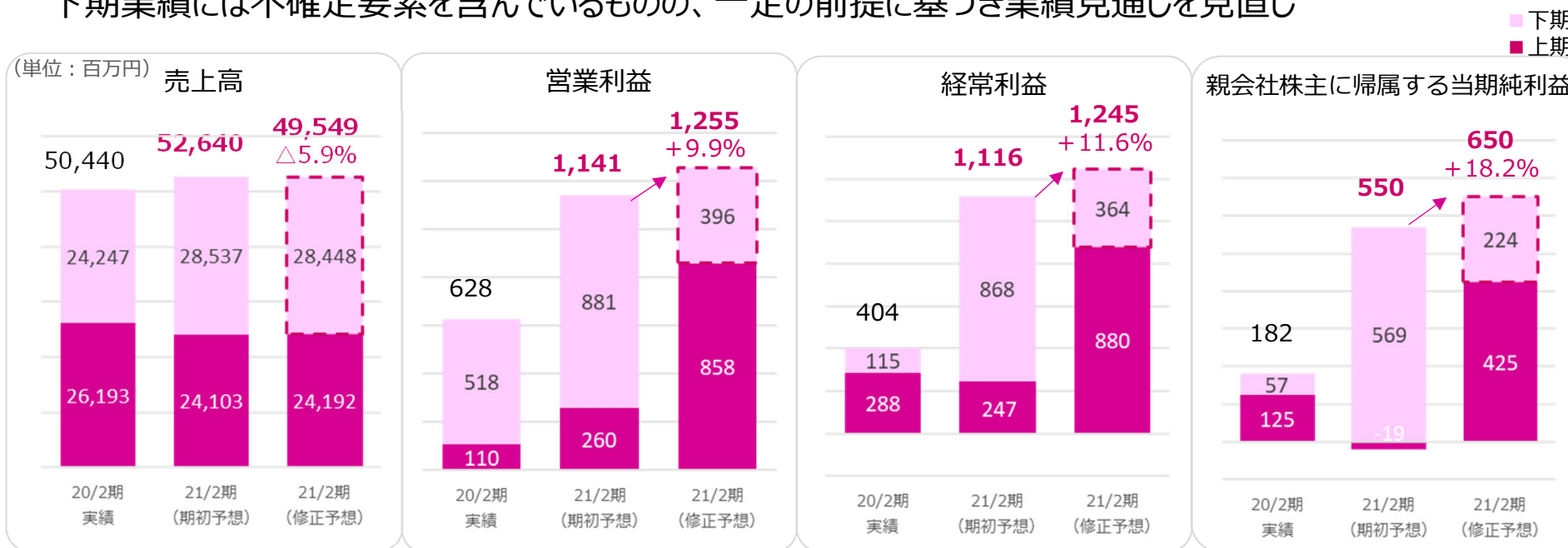


参考資料 1 . 業績推移

2021年2月期業績予想の修正（連結）

再掲

- ▶ 新型コロナウイルス感染拡大が業績見通しに与える影響は依然として不透明な状態が続き下期業績には不確定要素を含んでいるものの、一定の前提に基づき業績見直しを見直し



▶ 主な要因

下期業績には不確定要素を含んでいるものの、一定の前提に基づき業績見直しを見直し

<売上高>

- ・上期においてWEB事業の新規の商談が遅延したことが下期に与える影響や、DM事業におけるDM発送通数の減少が一定程度継続すること等による減少を見込む

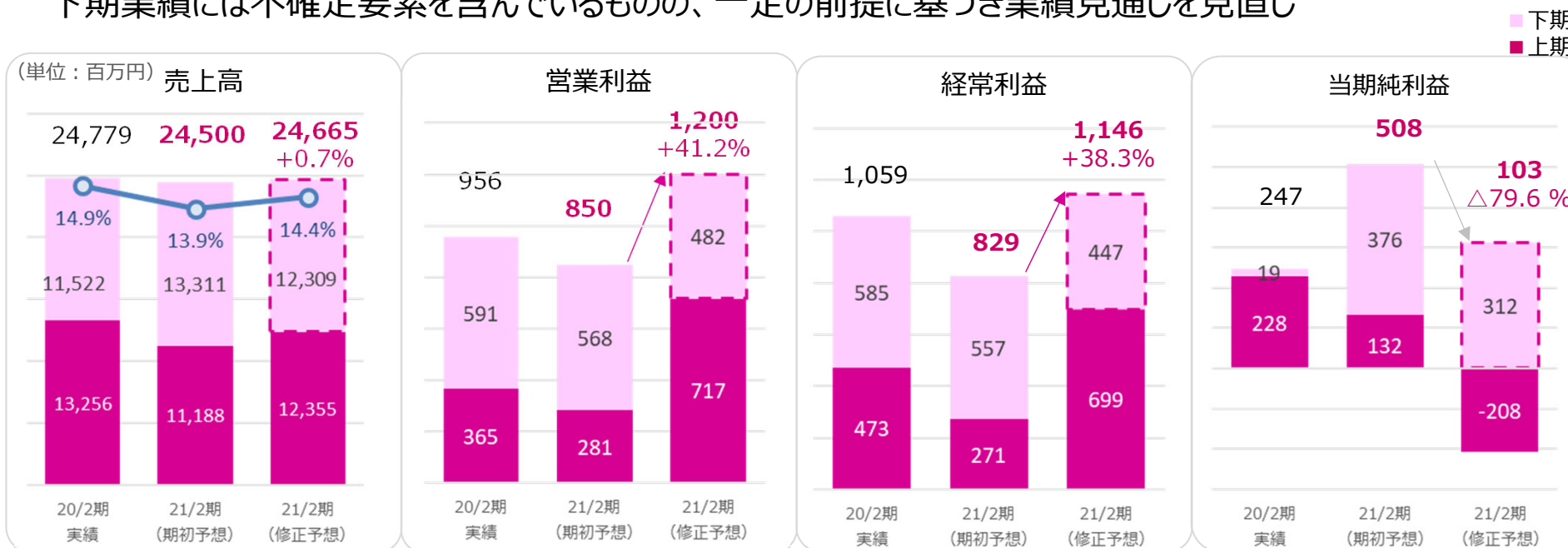
<利益面>

- ・上期業績予想を大幅に上回ったことおよびコスト削減等により、下期売上高減少を加味しても計画を上回る見込み

2021年2月期業績予想の修正（単体）

再掲

- 新型コロナウイルス感染拡大が業績見通しに与える影響は依然として不透明な状態が続き下期業績には不確定要素を含んでいるものの、一定の前提に基づき業績見直しを見直し



▶ 主要要因

下期業績には不確定要素を含んでいるものの、一定の前提に基づき業績見直しを見直し

<売上高>

- ・新型コロナ影響による出稿需要増加の一服を見込む

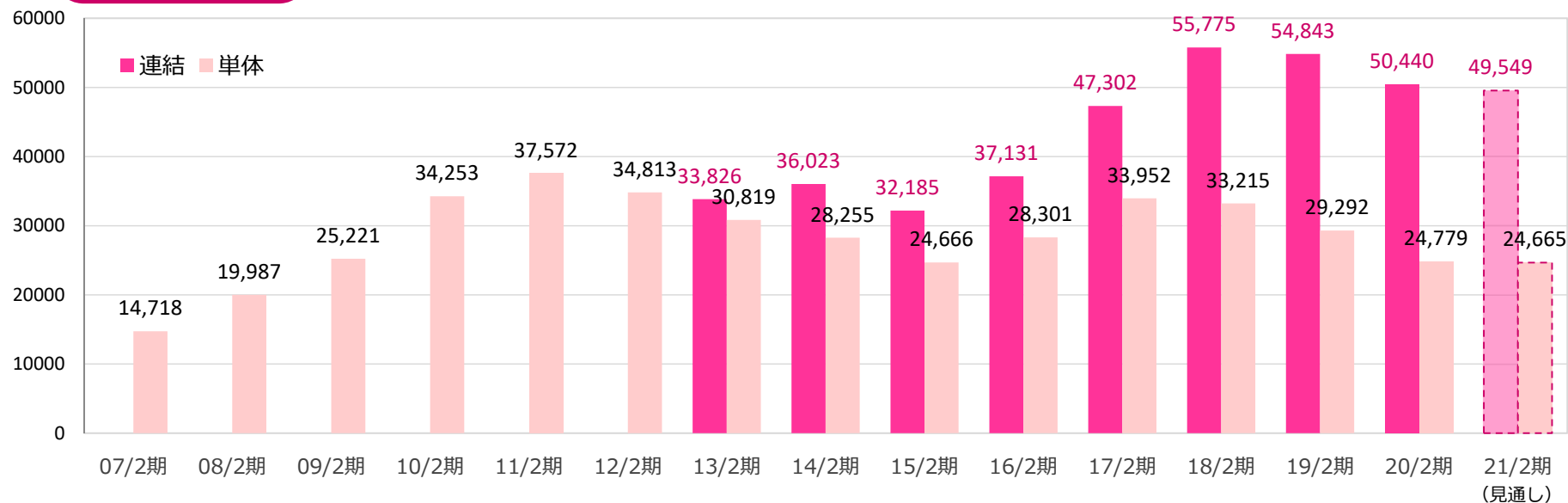
<利益>

- ・下期も引き続き高い売上総利益率が継続することを想定

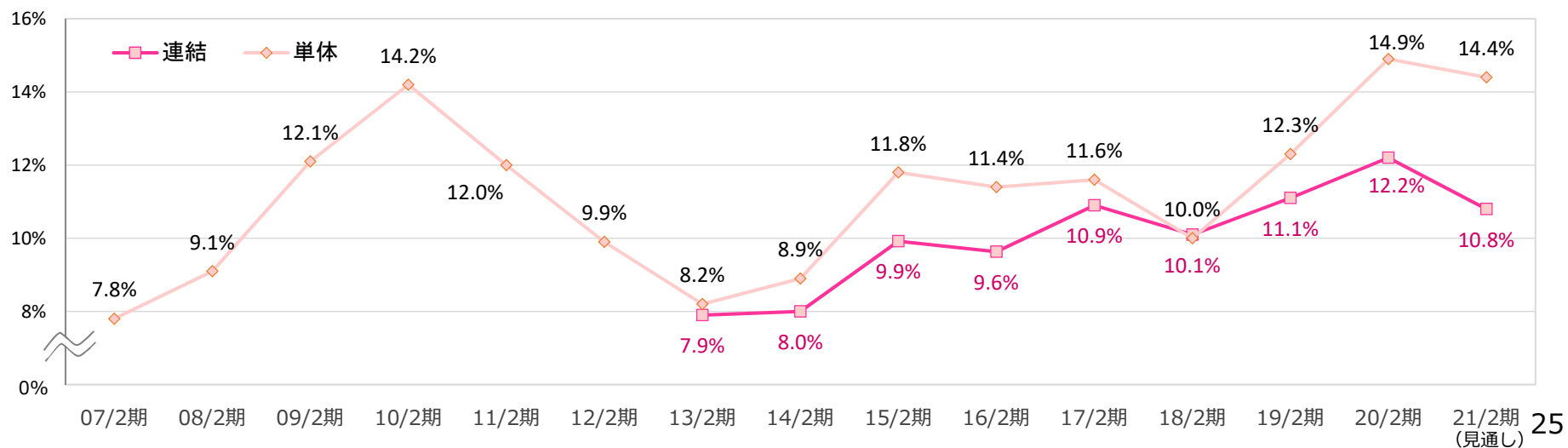
※当期純利益の下方修正は現金支出を伴わない損失によるもの。また、利益剰余金は61億円あるため、株主還元方針には変更なし

売上高

(単位：百万円)

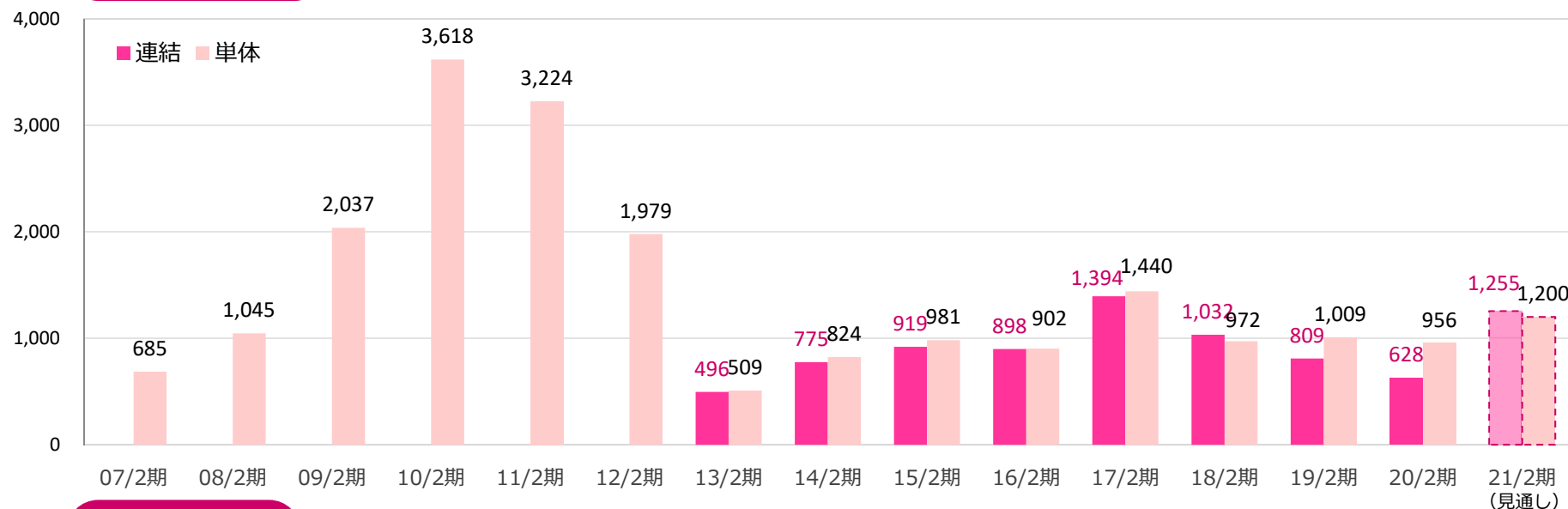


売上総利益率

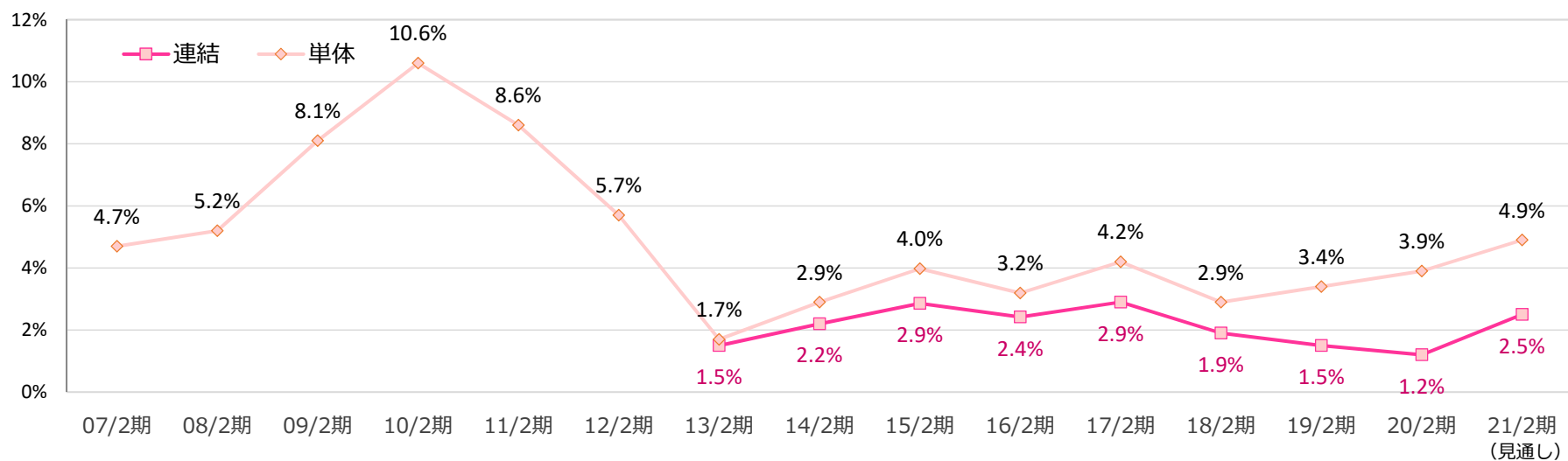


営業利益

(単位：百万円)



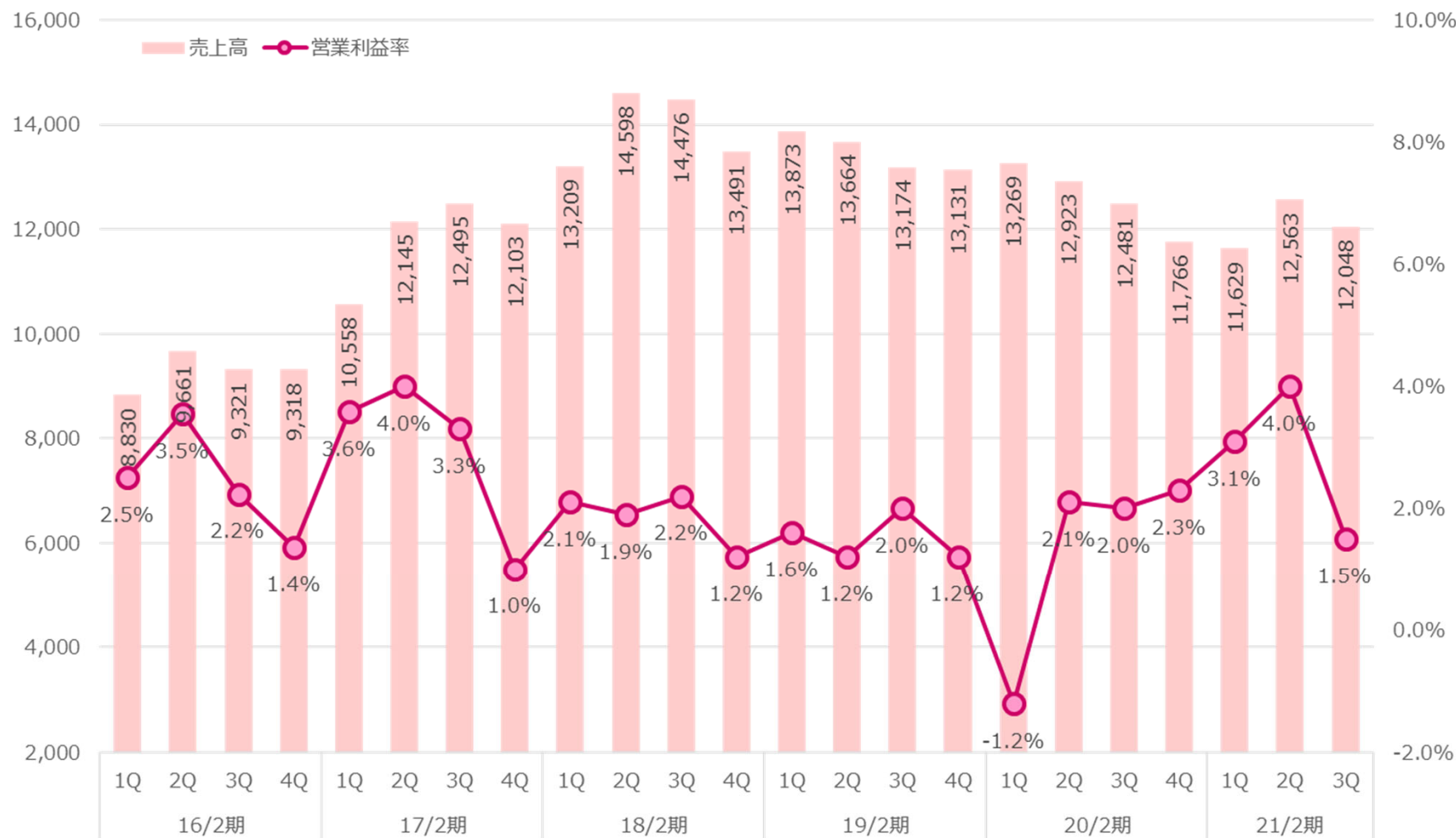
営業利益率



連結:四半期 売上高・営業利益率の推移

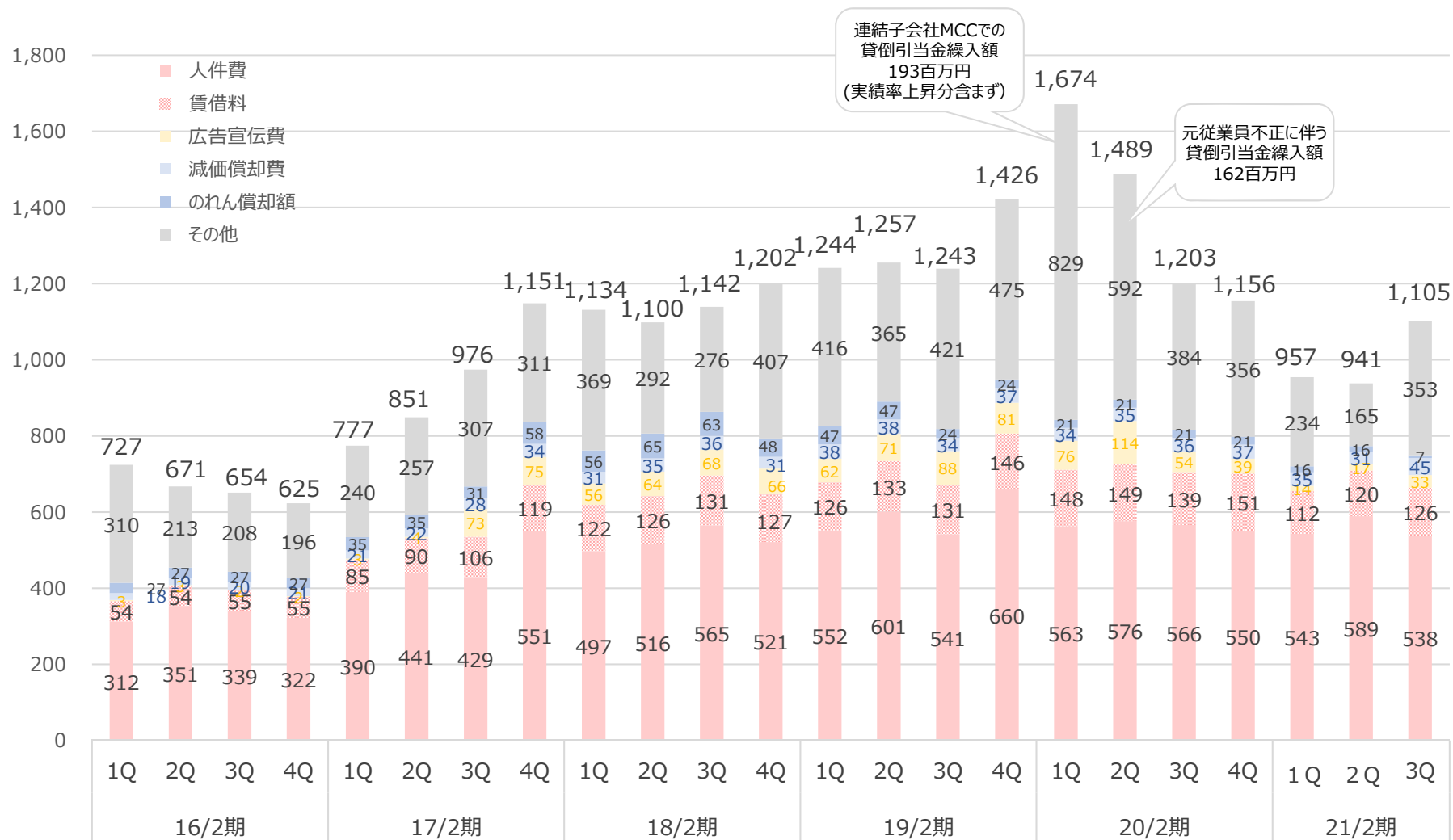
(単位：百万円)

(単位：%)



連結:四半期 販管費の推移

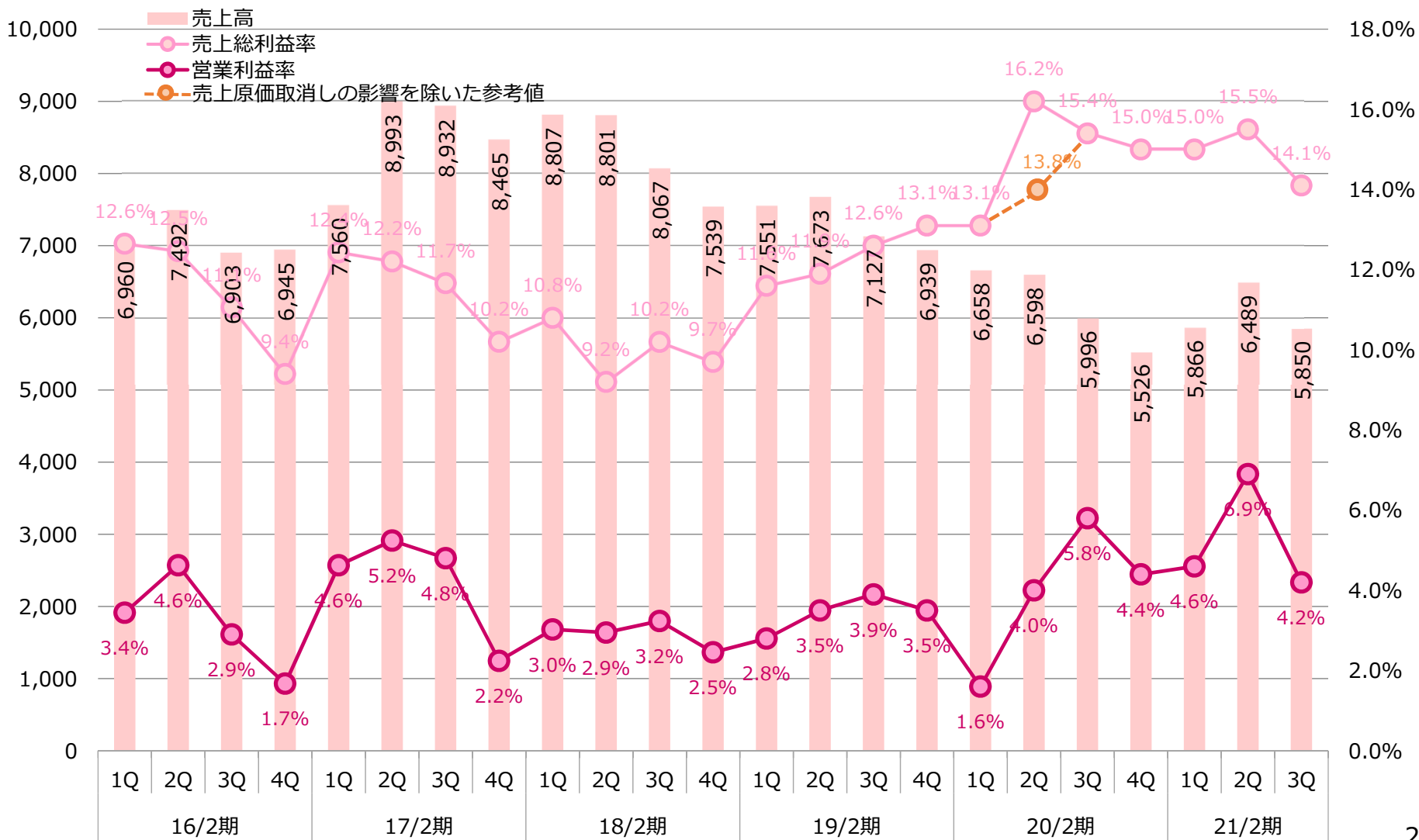
(単位：百万円)



単体:四半期 売上高・利益率推移

(単位：百万円)

(単位：%)



単体：クライアント構成の推移

新規クライアント獲得社数： 当期累計 20社 前期累計 29社

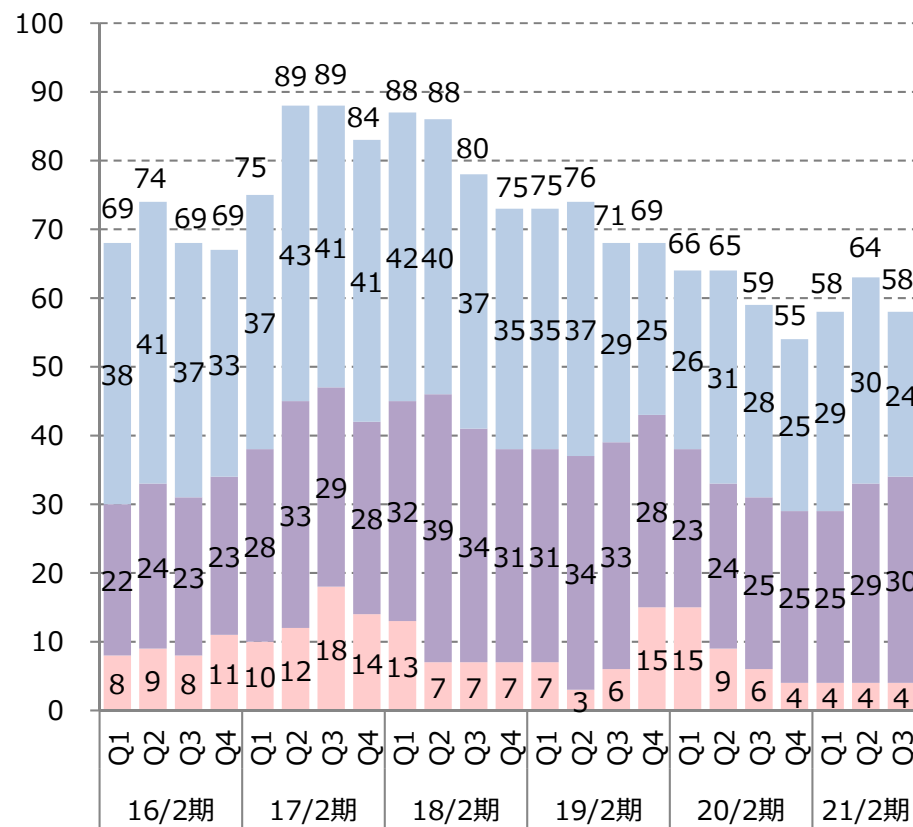
新規クライアント取扱商品例： 健康食品、健康器具、保険、レンタルサービス 等

■ 既存上位5社クライアント
■ 既存クライアント
■ 新規クライアント

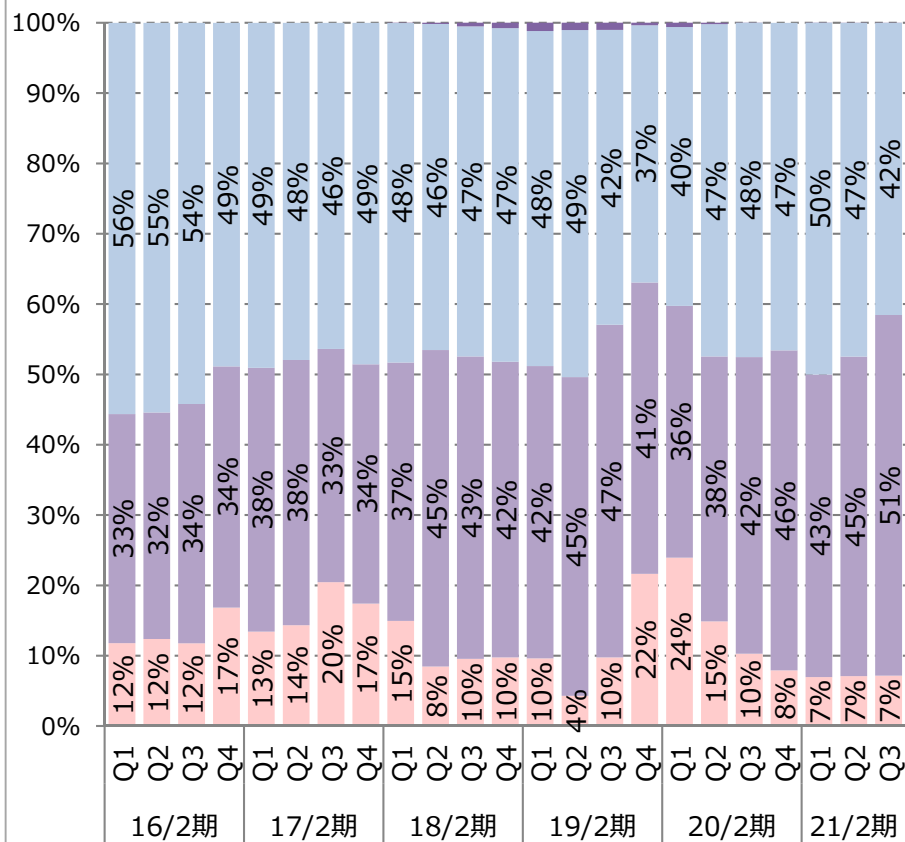
※新規クライアント=取引開始2年以内のクライアント

(単位：億円)

売上高



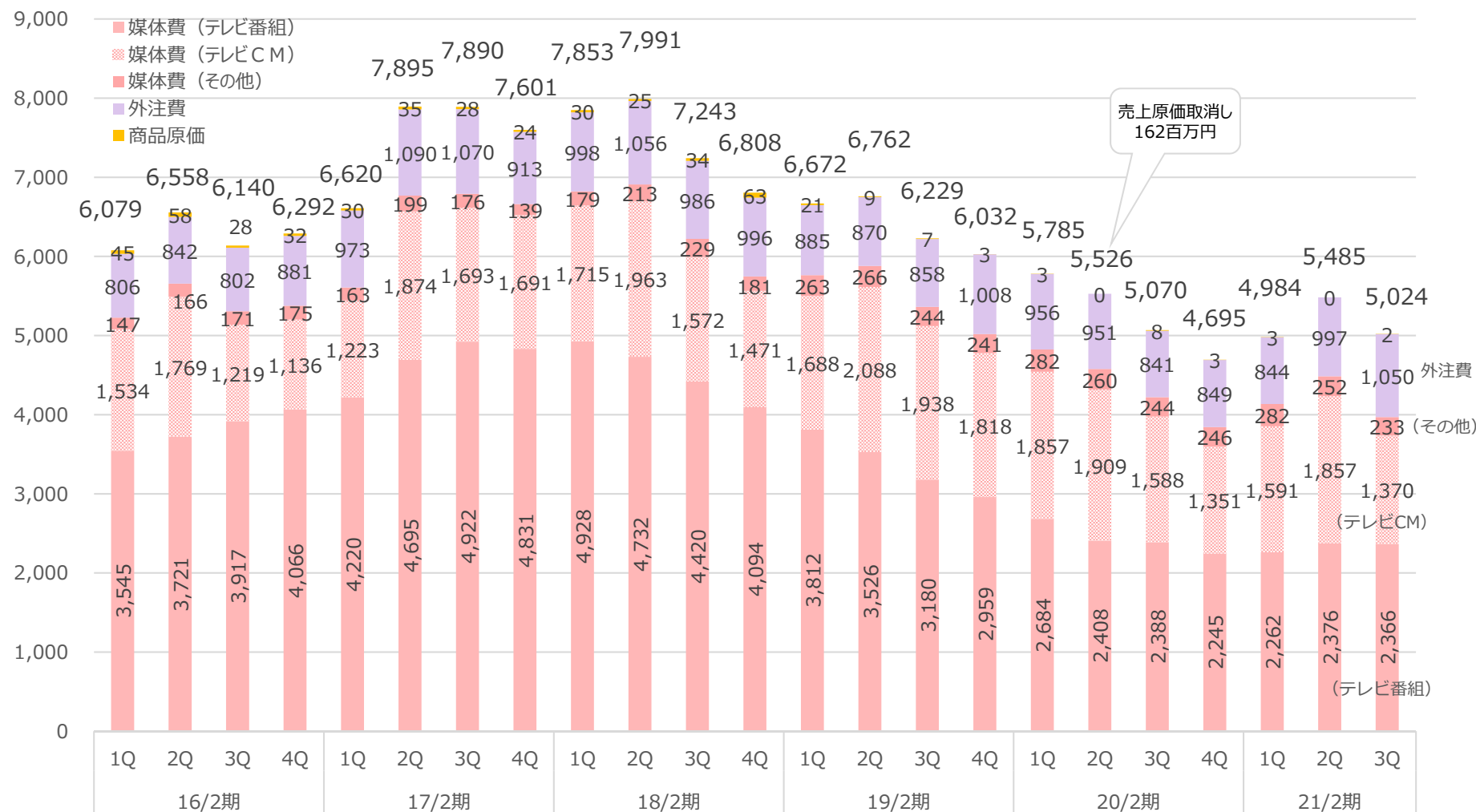
売上構成比



単体:四半期 売上原価の内訳推移

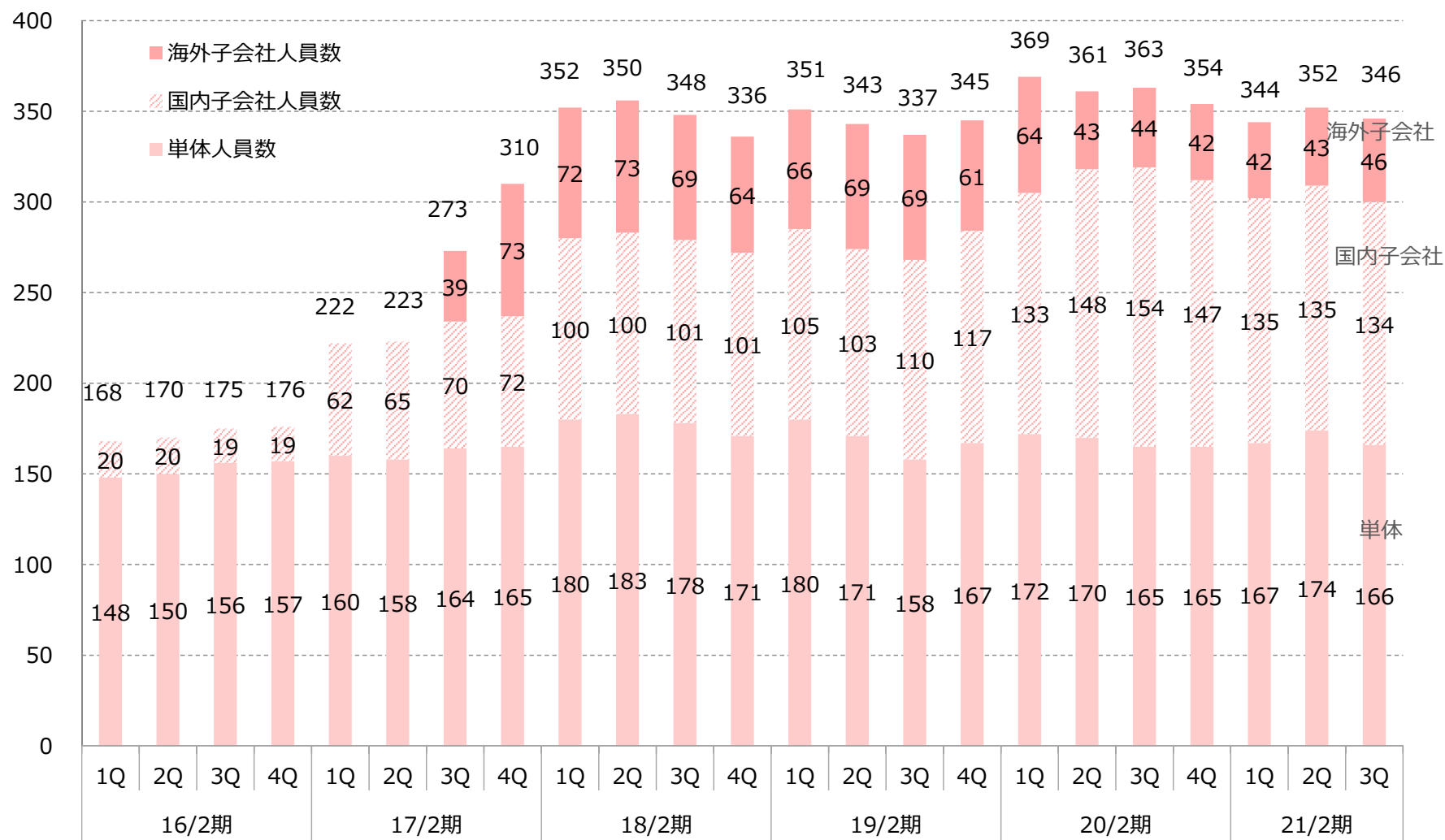
- ▶ メディア枠の仕入量最適化およびクライアントへの配分最適化に注力
- ▶ CMの比率増加傾向

(単位：百万円)



人員数の推移

(単位：人)



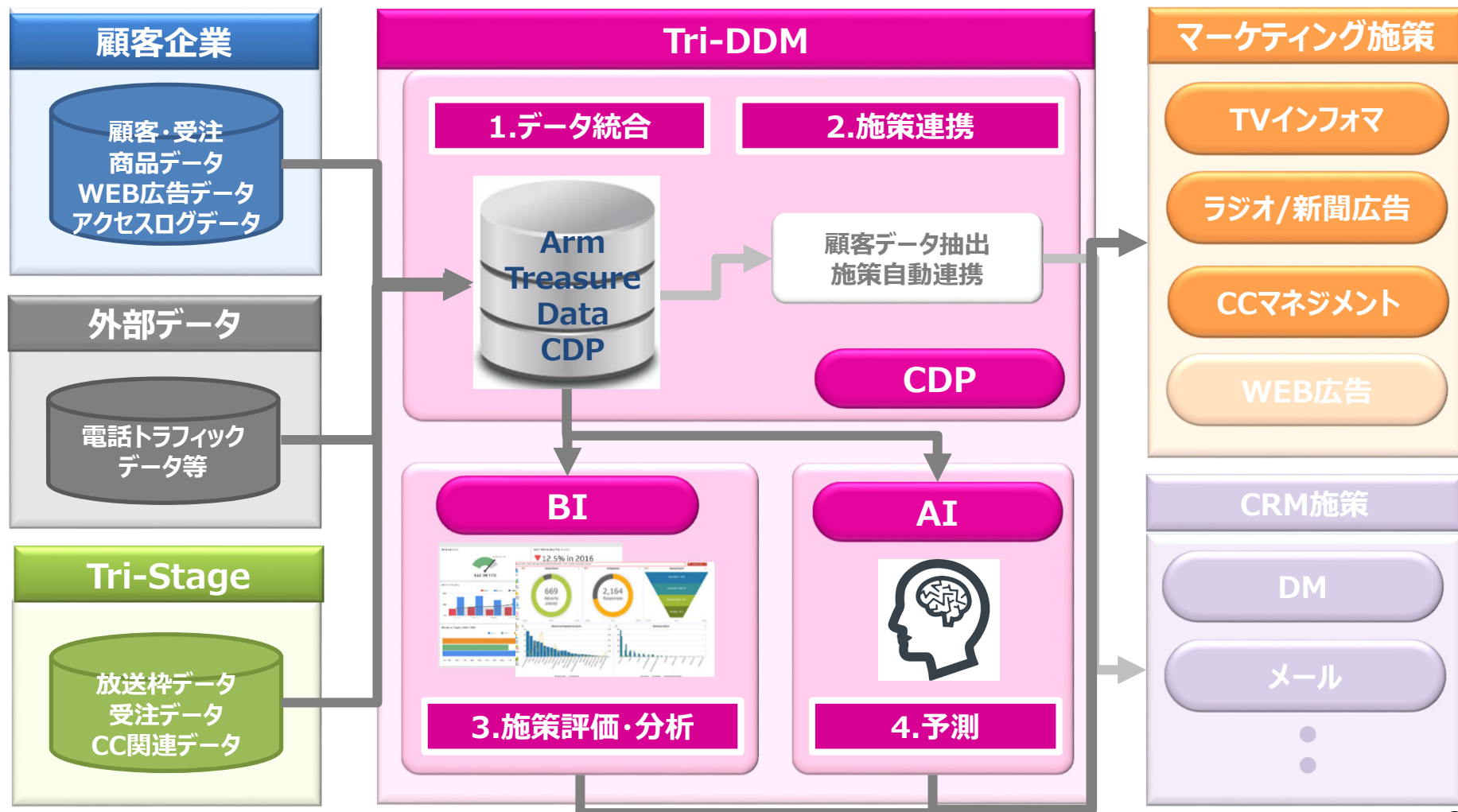
(単位：百万円)

区分	社名	所在地	決算期	事業概要	出資比率 (%)	資本金	総資産	売上高				営業利益			
								FY2019 累計	FY2020 Q1	FY2020 Q2	FY2020 Q3	FY2019 累計	FY2020 Q1	FY2020 Q2	FY2020 Q3
WEB	(株)アドフレックス・コミュニケーションズ	東京都港区	2月	インターネット 広告代理店	100.0	25	1,536	3,998	1,213	1,016	1,018	-233	-2	-28	-105
DM	メールカスタマーセンター(株)	東京都港区	2月	ダイレクトメール 発送代行	100.0	223	3,429	19,207	4,314	4,777	4,831	113	129	119	65
小売	(株)日本百貨店	東京都港区	2月	小売業	100.0	91	512	1,653	175	260	314	-104	-41	-43	-29
海外	PT. Merdis International	インドネシア ジャカルタ	12月	卸売	74.0	57	734	1,026	248	197	188	74	22	16	12

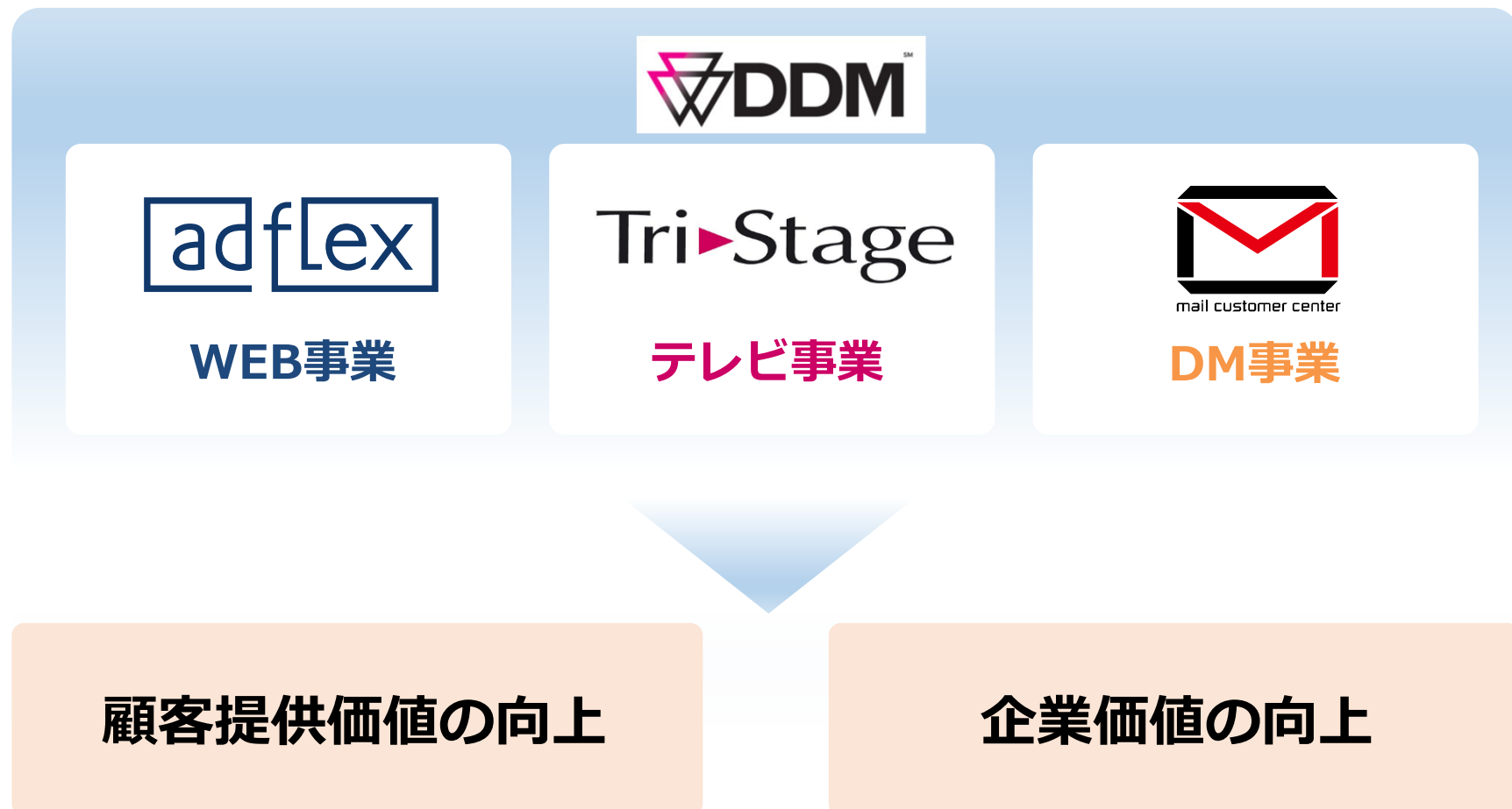
※上表は、のれん償却額を加味しない、個社別の業績です。一部内部取引がありますが、消去前の数値です。

参考資料 2. Tri-DDM

ダイレクトマーケティングの効果向上のために
ビックデータを活用し、データドリブンで支援を行う



ビックデータ、AI等テクノロジーを活用し、
クロスチャネルでダイレクトマーケティングのプロセスを
最適化し、効果を最大化する



参考資料3. ビジネスモデル・会社概要

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

Tri-Vision ～3大経営理念～

Speedy

経営の意思決定はもちろん、クライアントへの対応やサービス提供のスピードを速めることで、ビジネスチャンスを確実にとらえ、クライアント満足の向上につなげていきます。

常に高い目標を設定し、達成し続ける努力をします。
過去の成功事例にとらわれず、絶えず革新を起こすことで成長していくことを目指します。

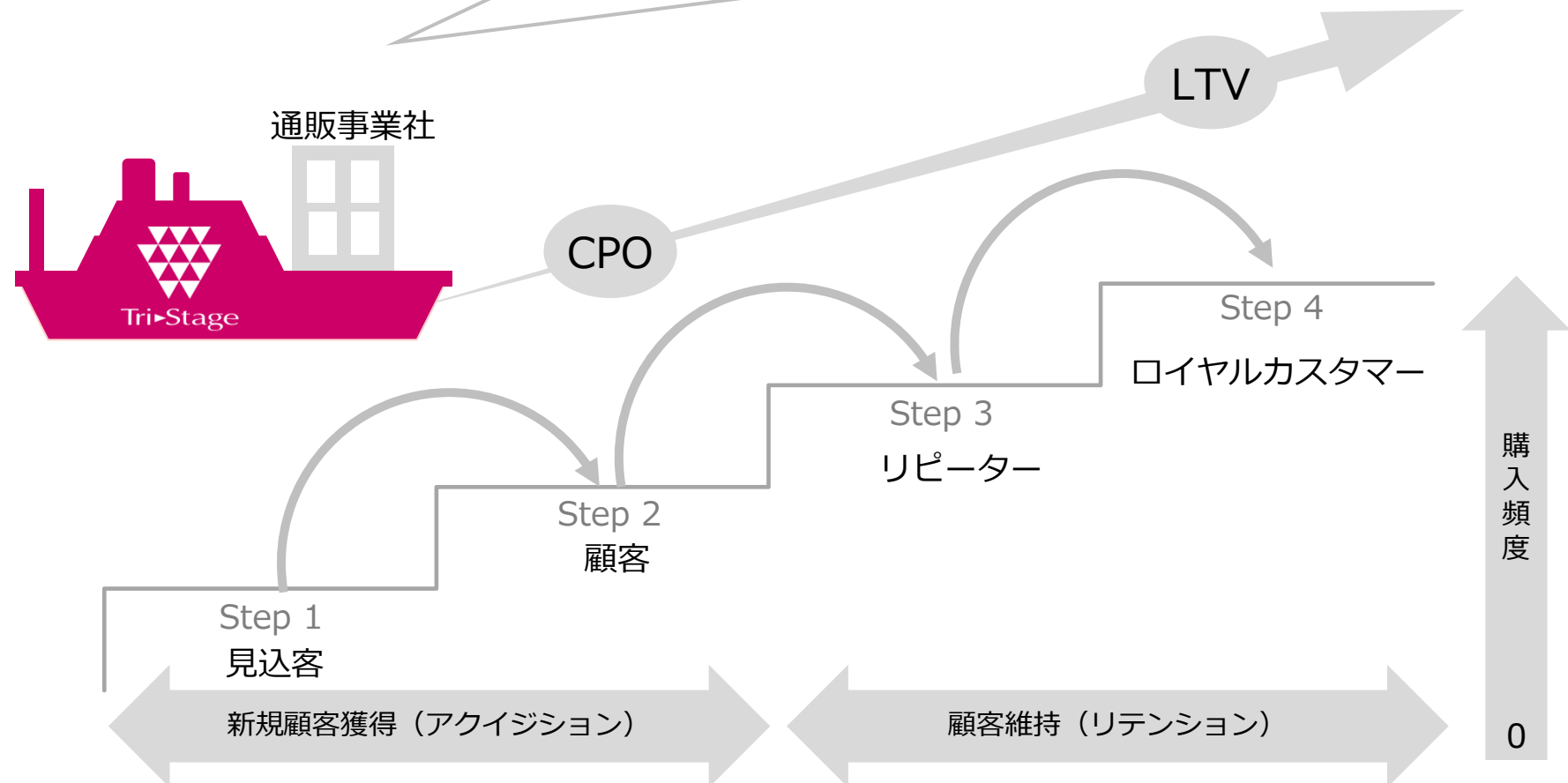
Going Concern

Innovation

既成概念・常識にとらわれず柔軟な発想で、国内外のクライアントに良質な売り場と正しい売り方を提供し続けます。さらに信頼関係の深い良質なパートナーとなる努力を惜しみません。そしてその対価として正しい成果を得る事を目指します。

“プロフェッショナル”かつ“セムボート”の精神で通販事業を成功へ導く

様々なプロモーションをして、たくさんの顧客を獲得したい
自社製品（サービス）を何度も購買（利用）するロイヤルカスタマーを育てたい



3つの強みを活かしたワンストップサービスでクライアントをサポート

1.データに基づく最適な媒体提供



- 安価で効率の良い放送枠を
「柔軟かつ機動的に」提供
- ✓ 大量仕入
 - ✓ 一括仕入
 - ✓ 枠効果測定データベース

2.ロジックに基づく売れる映像制作



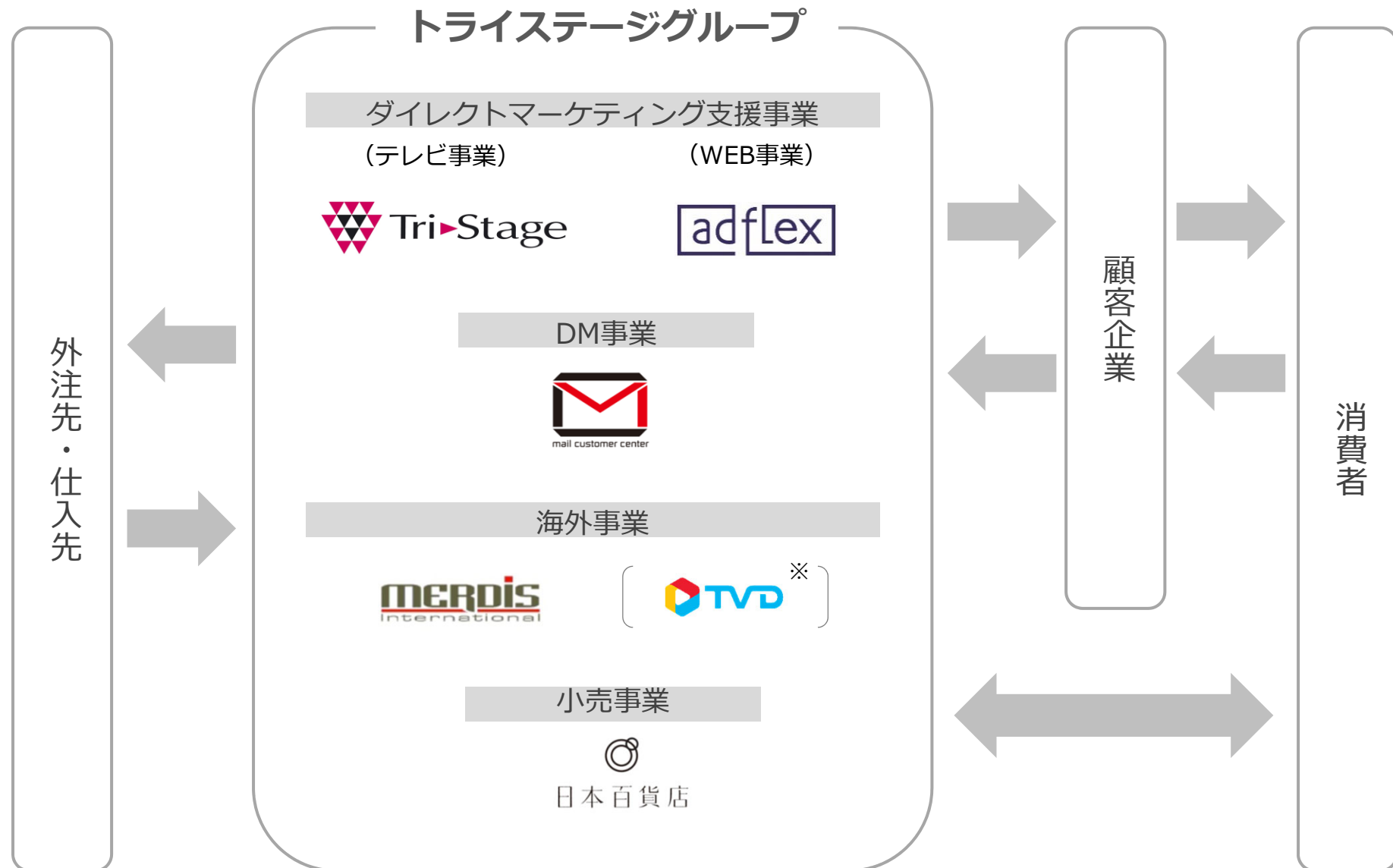
- 知見や経験を活かした番組制作
- ✓ 顧客商品と競合商品の理解
(遡及ポイント明確化)
 - ✓ 波形調査による品質向上
 - ✓ 考査対応ノウハウ

Tri>Stage

3.テレビ通販に特化した受注体制



- 最適な運用体制
- ✓ 複数コンタクトセンターをまとめ
無駄のない最適人員体制を構築
 - ✓ 売れるトークスクリプト
 - ✓ モニタリングによる品質向上

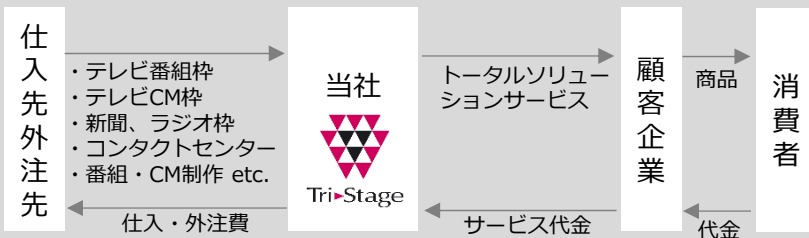


※ DRA事業にて連携

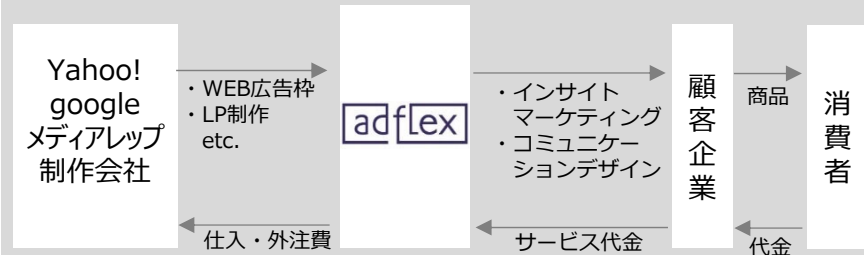
各事業のビジネスモデル

ダイレクトマーケティング支援事業

テレビ事業



WEB事業



DM事業

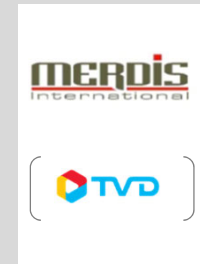
《DM発送代行》



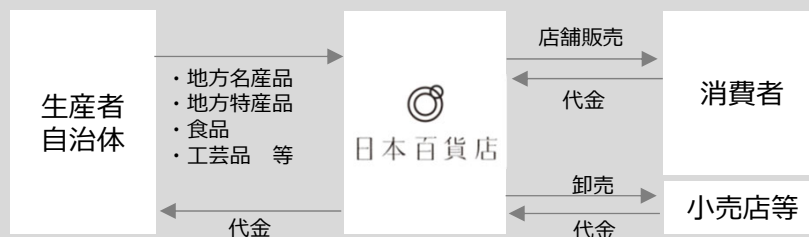
海外事業

ASEAN子会社・関連会社における

- ・通販会社向け商品供給（卸・委託）
- ・リテール
- ・通信販売

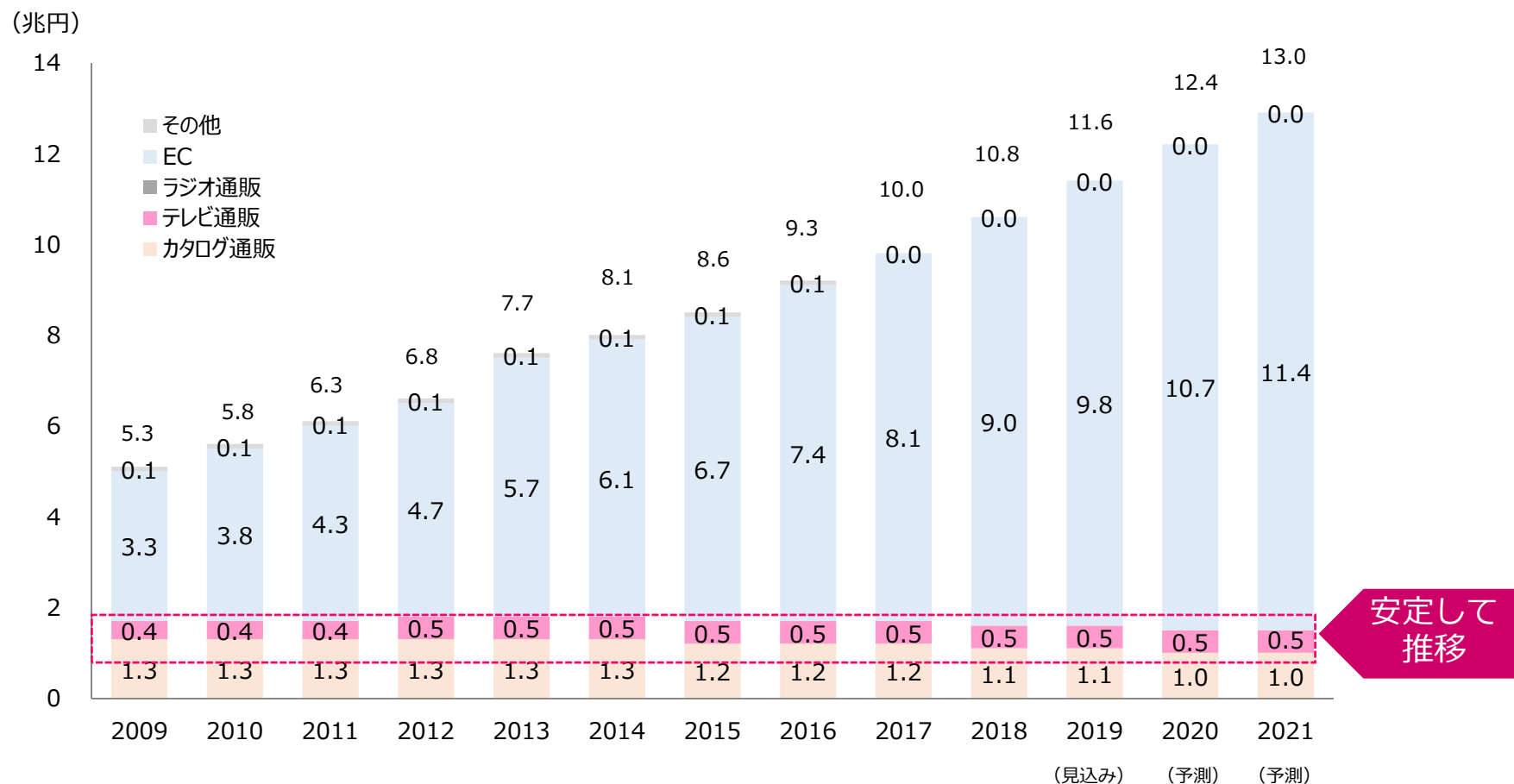


小売事業



ダイレクトマーケティング（通販）の市場規模

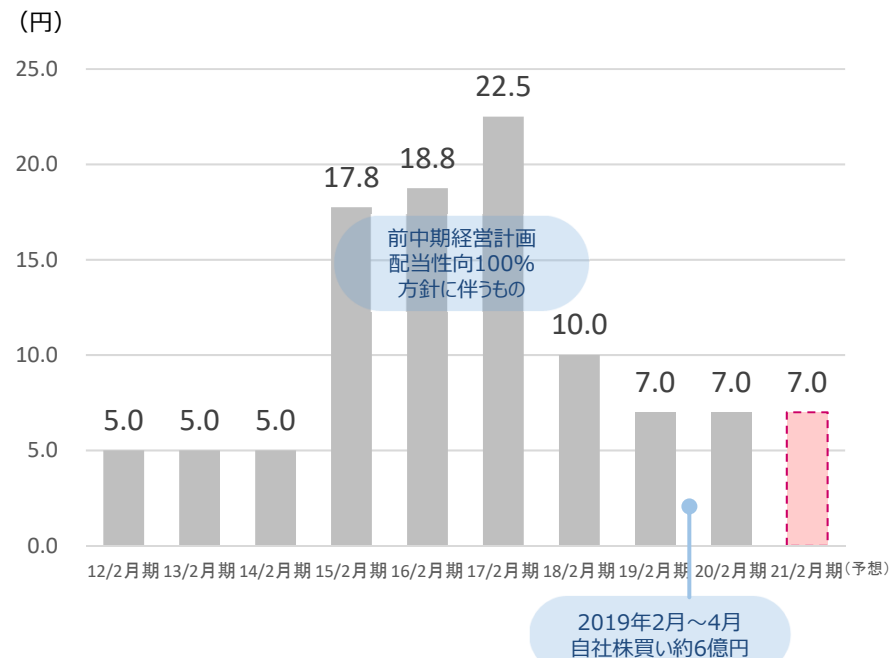
- ▶ 通販市場は2021年(予測)で13兆円市場となっており、ここ10年で2倍規模に成長
- ▶ 市場の増加は主にEC通販が牽引
- ▶ テレビ通販は市場全体の伸び率よりは低いものの、市場規模は2021年(予測)で5,600億円と堅調に推移



出典：富士経済「通販eコマースビジネスの実態と今後2019」

配当

- ▶ 株主還元に関する基本方針
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
- ▶ 業績・財務状況等を総合的に勘案し、引き続き柔軟に対応



※当社は2017年3月1日を効力発生日とする株式分割（1：4）を実施しております。上記は遡及修正値を掲載しております。

株主優待

- ▶ 毎年8月末、2月末現在の株主様に保有株式に応じてクオカードを進呈



保有株式数	優待内容
400株以上2,000株未満	1,000円相当のクオカード ×年2回
2,000株以上	5,000円相当のクオカード ×年2回

商号	株式会社トライステージ (Tri-Stage Inc.)																								
事業内容	総合的なダイレクトマーケティング支援																								
所在地	東京本社 東京都港区海岸 1-2-20 汐留ビルディング21F 関西支店 大阪市北区堂島浜 1-4-19 マニユライフプレイス堂島6F 九州支店 福岡市中央区天神 1-1-1 アクロス福岡12F																								
URL	https://www.tri-stage.jp																								
設立日	2006年3月3日																								
上場日	2008年8月7日																								
証券コード	2178 (東証マザーズ)																								
連結子会社	国内4社、海外1社																								
資本金	645百万円																								
株主数	10,632名 (2020年8月末現在)																								
従業員	連結 346名 単体 166名 (2020年11月末現在)																								
役員	<table> <tr> <td>代表取締役社長</td><td>倉田 育尚</td><td>監査役</td><td>太田 譲治</td></tr> <tr> <td>代表取締役副社長</td><td>前田 充章</td><td>監査役</td><td>藤井 幹晴</td></tr> <tr> <td>取締役</td><td>妹尾 勲</td><td>監査役</td><td>庄村 裕</td></tr> <tr> <td>取締役ファウンダー</td><td>丸田 昭雄</td><td colspan="2" rowspan="4">(2020年11月末現在)</td></tr> <tr> <td>取締役</td><td>三井田 砂理</td></tr> <tr> <td>取締役</td><td>杉山 博高</td></tr> <tr> <td>取締役</td><td>中條 宰</td></tr> </table>			代表取締役社長	倉田 育尚	監査役	太田 譲治	代表取締役副社長	前田 充章	監査役	藤井 幹晴	取締役	妹尾 勲	監査役	庄村 裕	取締役ファウンダー	丸田 昭雄	(2020年11月末現在)		取締役	三井田 砂理	取締役	杉山 博高	取締役	中條 宰
代表取締役社長	倉田 育尚	監査役	太田 譲治																						
代表取締役副社長	前田 充章	監査役	藤井 幹晴																						
取締役	妹尾 勲	監査役	庄村 裕																						
取締役ファウンダー	丸田 昭雄	(2020年11月末現在)																							
取締役	三井田 砂理																								
取締役	杉山 博高																								
取締役	中條 宰																								

お問い合わせ
 代表電話：03-5402-4111
 (平日9:30~18:00)

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。