



2021年7月13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 経営管理部長 棚田 正人
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7月12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 2022年2月期第1四半期 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 2022年2月期第1四半期 決算説明資料

2021年7月12日
東証マザーズ：2178



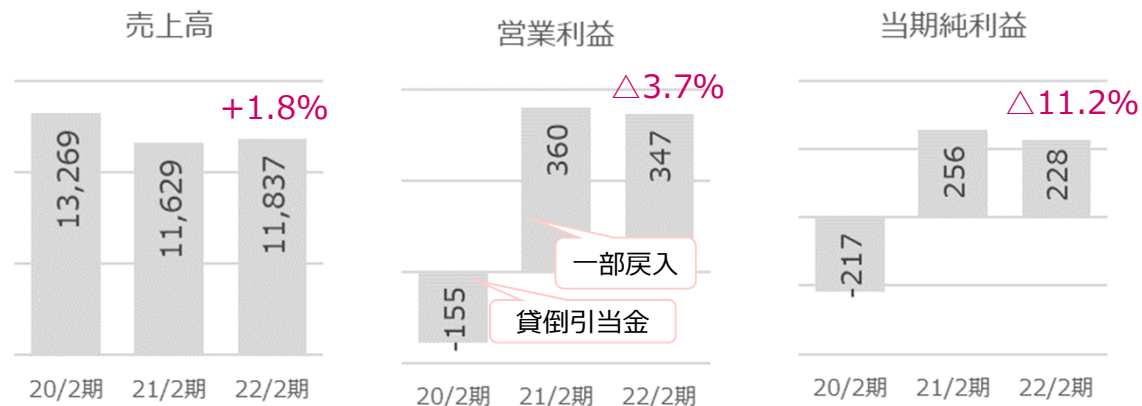
1. 2022年2月期 第1四半期業績	P 3
連結決算ハイライト	
セグメント別サマリー	
連結業績サマリー	
連結貸借対照表	
2. 事業別の状況	P 10
テレビ事業	
WEB事業	
DM事業	
海外事業	
小売事業	
3. トピックス	P 15
参考資料	P 18
ビジネスモデル・外部環境	
業績推移	
中期経営計画	
株式・会社概要	

1. 2022年2月期 第1四半期業績

**連結業績はWEB事業の伸びが牽引し増収
利益は前期のプラスの一時要因の反動で減益
するも堅調に着地**

1Q業績推移

(単位：百万円)



**前期までに事業ポートフォリオを再構築しつつ
データマーケティング基盤Tri-DDMの運用を開始**

**4月～中期経営計画Tri's vision2024を始動
DXによりダイレクトマーケティングのプロセスを最適化
し顧客提供価値を向上させ再成長を目指す**

テレビ事業

既存事業は安定的に稼働
Tri-DDMの機能開発、urutereテスト等に注力

WEB事業

順調に新規クライアント獲得、既存クライアント取引増大し、黒字転換

DM事業

コロナ影響による一部発送差し控えが継続中

海外事業

プラスの一時要因により増益
既存事業は堅調

小売事業

コロナ影響が残るも回復基調
赤字幅縮小

セグメント別サマリー

(単位：百万円)	2021年2期				2022年2月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	前1Q比		前4Q比	
						増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	11,629	12,563	12,048	11,540	11,837	208	1.8%	297	2.6%
ダ イレクトマーケティング 支援事業	6,893	7,339	6,714	6,769	6,967	74	1.1%	197	2.9%
テレビ事業	5,866	6,489	5,850	5,573	5,651	-214	-3.7%	78	1.4%
WEB事業	1,213	1,016	1,018	1,322	1,418	204	16.9%	96	7.3%
DM事業	4,314	4,777	4,831	4,281	4,421	106	2.5%	139	3.3%
海外事業	257	200	197	200	181	-76	-29.6%	-18	-9.5%
小売事業	175	260	314	305	302	127	72.3%	-2	-0.8%
調整額	-12	-14	-9	-16	-35	-23	-	-18	-
営業利益	360	498	184	277	347	-13	-3.7%	69	25.0%
ダ イレクトマーケティング 支援事業	257	413	148	285	291	34	13.3%	6	2.1%
テレビ事業	276	458	261	314	237	-38	-14.1%	-76	-24.4%
WEB事業	-18	-44	-112	-28	53	72	-	82	-
DM事業	125	116	62	24	42	-82	-65.8%	18	78.4%
海外事業	18	10	6	-11	27	9	48.7%	39	-
小売事業	-41	-43	-34	-20	-15	26	-	5	-

▶ 不採算事業からの撤退やコロナ影響が一巡、WEB事業が牽引し増収

(単位：百万円)	21/2期 1Q 2020/5/31	22/2期 1Q 2021/5/31	対前期比 増減額	対前期比 増減率
売上高	11,629	11,837	208	1.8%
売上原価	10,311	10,506	194	1.9%
売上総利益	1,317	1,331	13	1.1%
売上総利益率 (%)	11.3%	11.2%	-0.1%	
販管費	957	984	27	2.8%
販管費率 (%)	8.2%	8.3%	0.1%	
人件費	543	541	-2	-0.4%
賃借料	112	117	4	3.9%
広告宣伝費	14	22	8	60.7%
のれん償却額	16	0	-16	-100.0%
減価償却費	35	39	3	10.0%
その他	234	263	29	12.6%
営業利益	360	347	-13	-3.7%
営業利益率 (%)	3.1%	2.9%	-0.2%	
営業外収益	12	4	-7	-64.3%
営業外費用	15	10	-4	-31.0%
経常利益	357	341	-16	-4.6%
経常利益率 (%)	3.1%	2.9%	-0.2%	
特別利益	6	0	-6	-100.0%
特別損失	1	0	-1	-98.3%
法人税等調整前当期純利益	362	341	-21	-5.9%
法人税等	99	103	4	-
非支配株主 当期純利益	6	9	3	52.5%
親会社株主 当期純利益	256	228	-28	-11.2%
当期純利益率 (%)	2.2%	1.9%		
EBITDA	412	386	-26	-6.4%

内訳はセグメント別サマリー参照

人員数：前期344人 当期345人

コロナ禍での事業活動制限に伴うコスト抑制は継続
前期：貸倒引当金の一部戻入

上期業績見通し進捗率 65.5%
通期業績見通し進捗率 27.2%

上期業績見通し進捗率 67.5%
通期業績見通し進捗率 27.2%

連結貸借対照表

(単位：百万円)	21/2期 期末 2021/2/28	22/2期1Q 2021/5/31	増減額	増減率	備考
流動資産	14,085	14,093	8	0.1%	
現金及び預金	7,451	7,531	80	1.1%	
売掛金及び受取手形	6,368	6,266	-102	-1.6%	
棚卸資産	207	203	-4	-1.9%	
固定資産	1,097	1,024	-73	-6.7%	
有形固定資産	255	247	-8	-3.1%	
ソフトウェア	233	228	-5	-2.1%	
のれん	0	0	0	-	
資産合計	15,182	15,117	-65	-0.4%	
流動負債	6,003	7,554	1,551	25.8%	
買掛金	4,002	4,091	89	2.2%	
短期借入金等	1,118	2,870	1,752	156.7%	返済期限1年以内の借入金を長期から振替え
固定負債	2,364	658	-1,706	-72.2%	
長期借入金等	2,101	388	-1,713	-81.5%	返済期限1年以内の借入金を短期に振替え
負債合計	8,367	8,213	-154	-1.8%	
株主資本	6,791	6,844	53	0.8%	
資本金	645	645	0	0.0%	
自己株式	-1,837	-1,837	0	0.0%	
非支配株主持分	158	174	16	10.1%	
純資産合計	6,815	6,904	89	1.3%	
負債純資産合計	15,182	15,117	-65	-0.4%	

2. 事業別の状況

事業概要

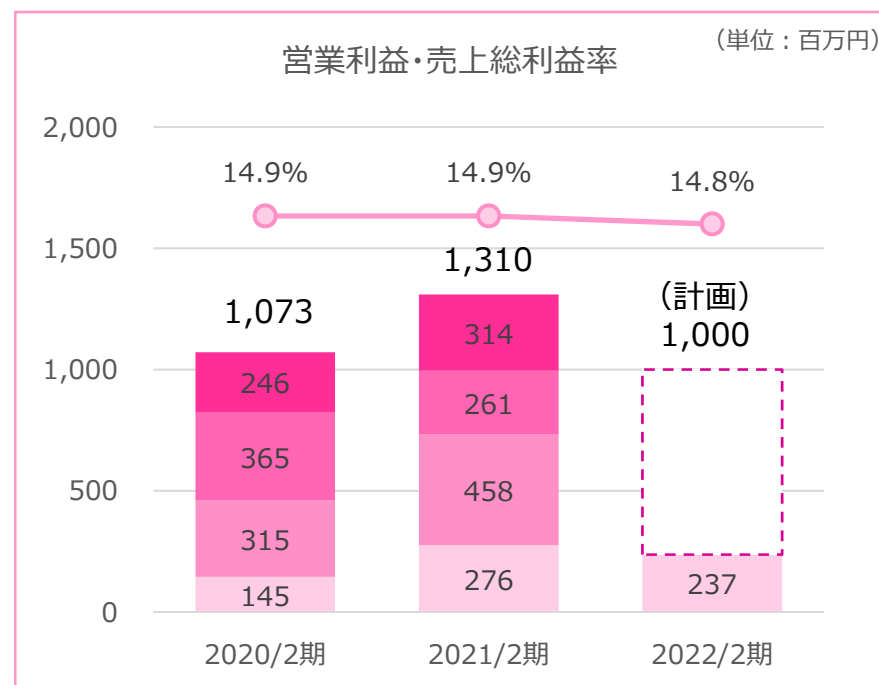
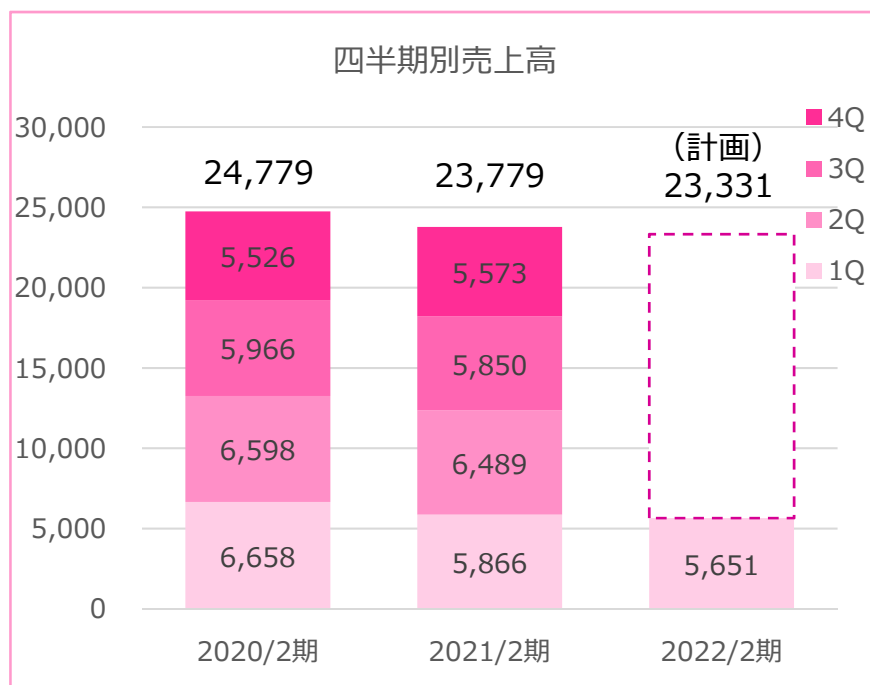
メディア枠の提供から番組・CM制作、受注管理、顧客管理までワンストップで支援

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強化による顧客提供価値向上／DX化

2022/2期の注力課題

- ・ Tri-DDM機能強化
- ・ 新領域のクライアント獲得
- ・ クロスチャネルサービス「urutere」の拡大



※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

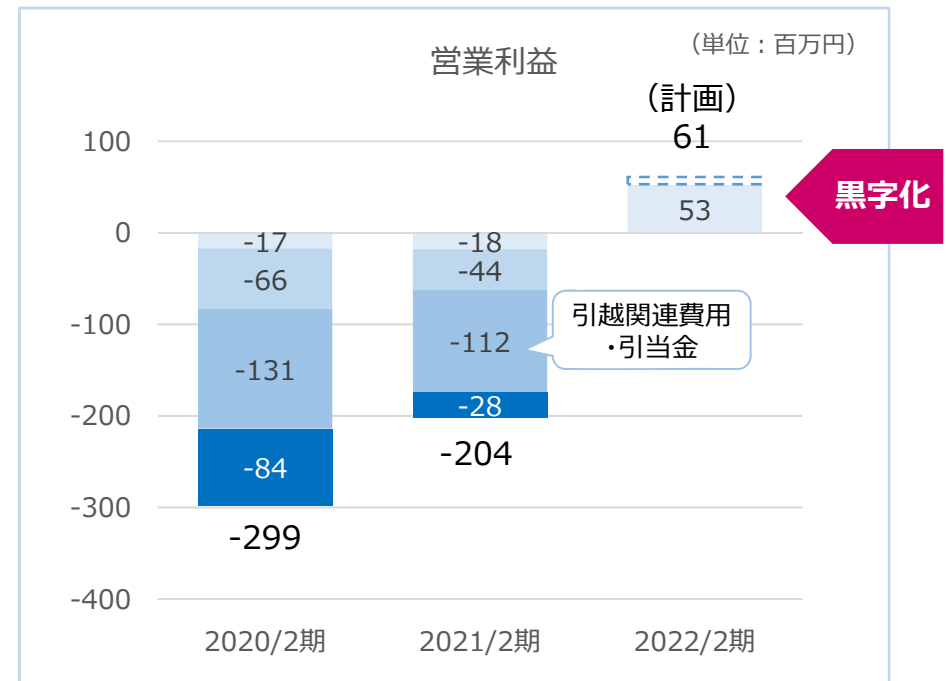
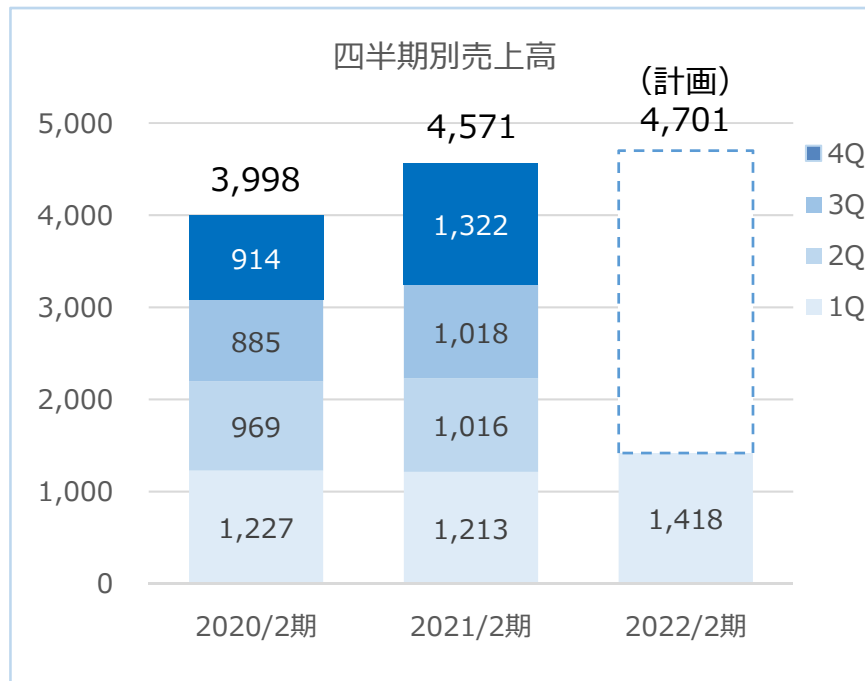
ダイレクトに特化・AIに強み インターネット広告をワンストップで支援

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

2022/2期の注力課題

- ・クロスチャネルサービス「urutere（ウルテレ）」の拡大
- ・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
- ・効率的な運用体制づくり



※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

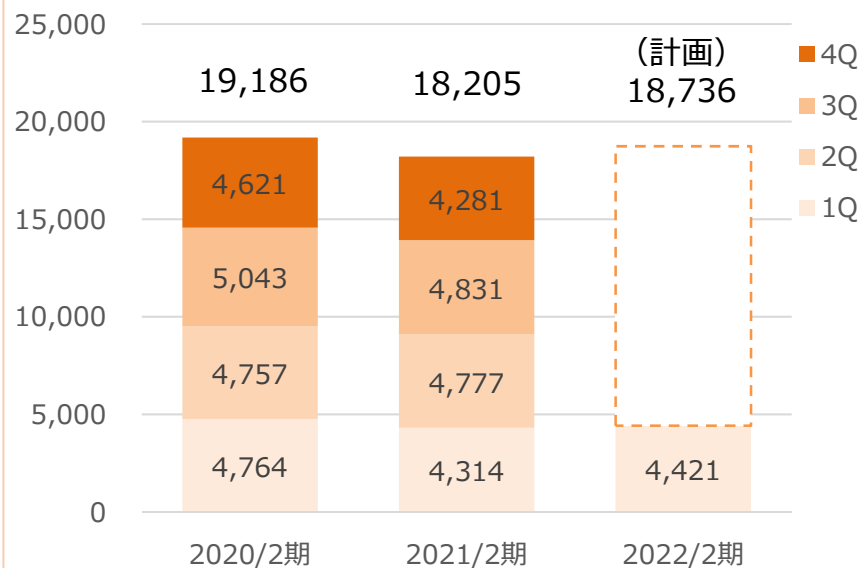
中長期テーマ

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

2022/2期の注力課題

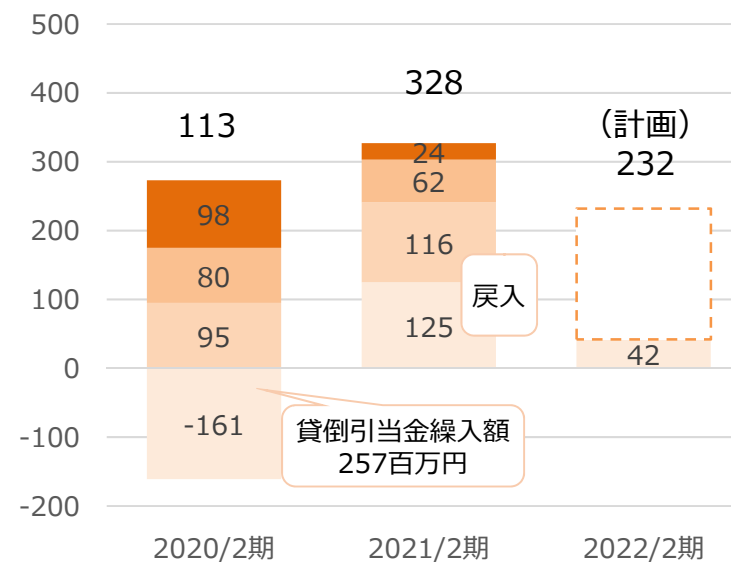
- ・商品DM（ネコポス、ゆうパケット）への対応強化
- ・コロナ影響により一部発送差し止めが継続→新規クライアント獲得・休眠クライアント掘り起し等に取り組む

四半期別売上高



営業利益

(単位：百万円)



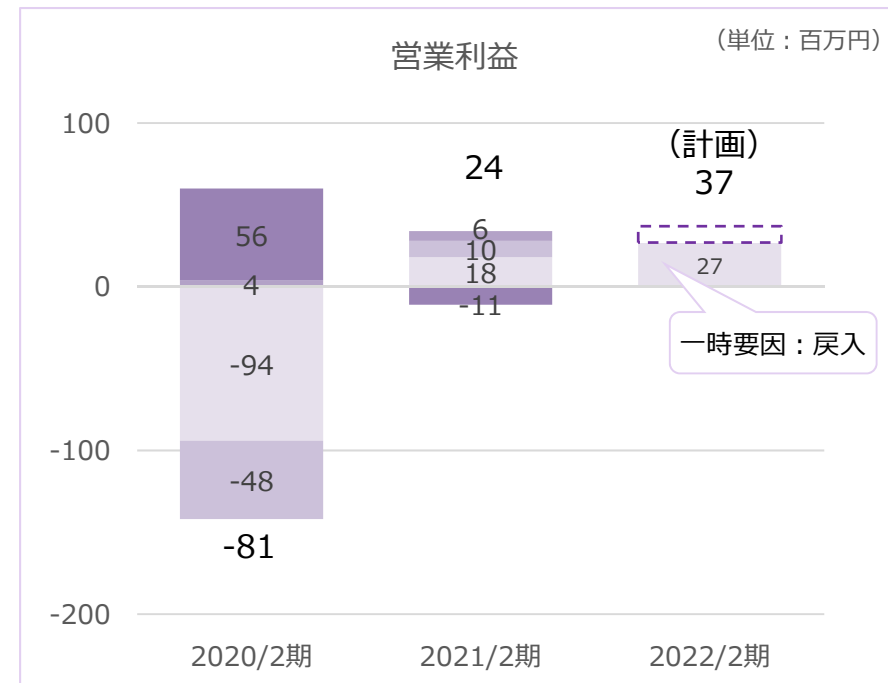
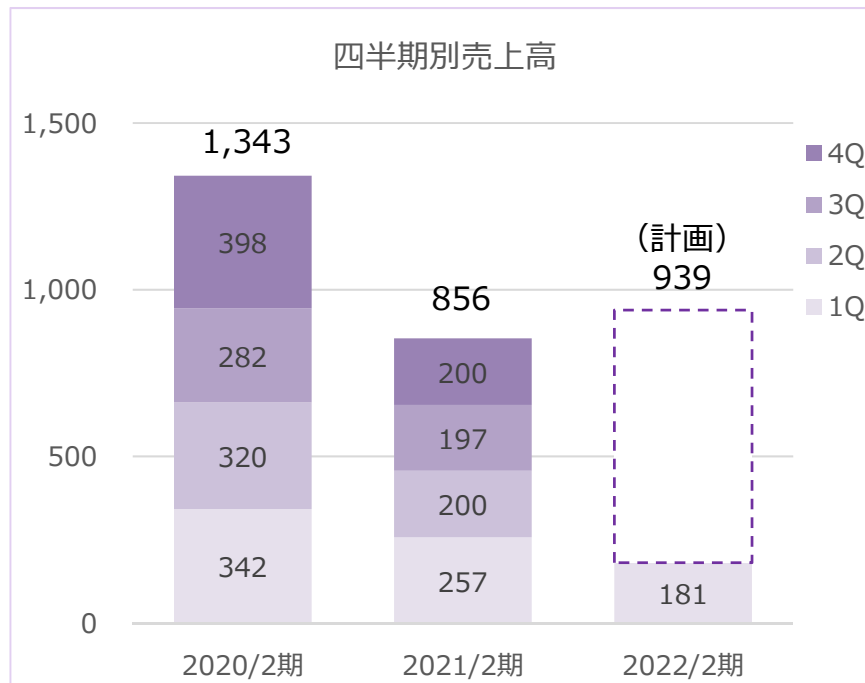
※売上高は内部取引控除前、営業利益はのれん償却後の数値を表示しています

事業概要 インドネシア等でのテレビ通販向けの卸売を展開

中長期テーマ 既存リソース内での収益最大化

2022/2期
の注力課題

- ・MERDISの収益力強化
- ・販売チャネルの拡充



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

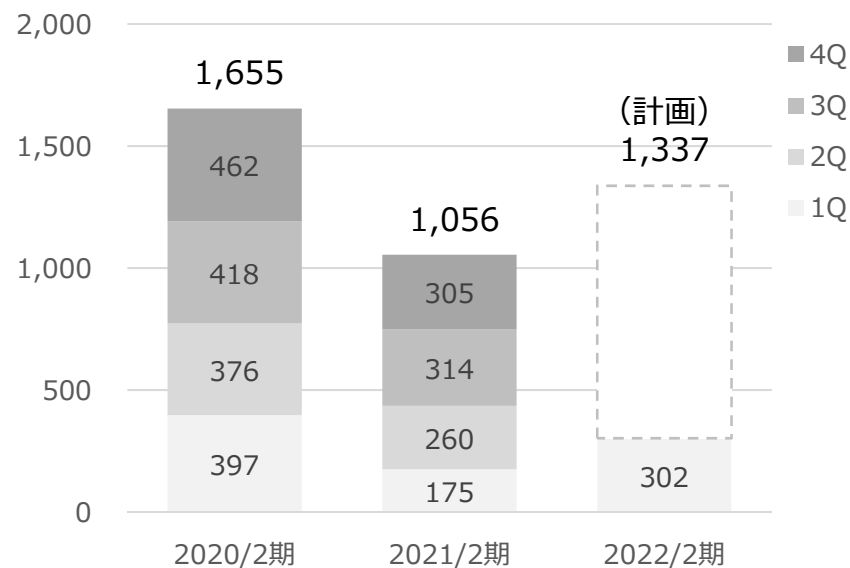
中長期テーマ

各店舗の収益拡大と卸売強化を図る

2022/2期の注力課題

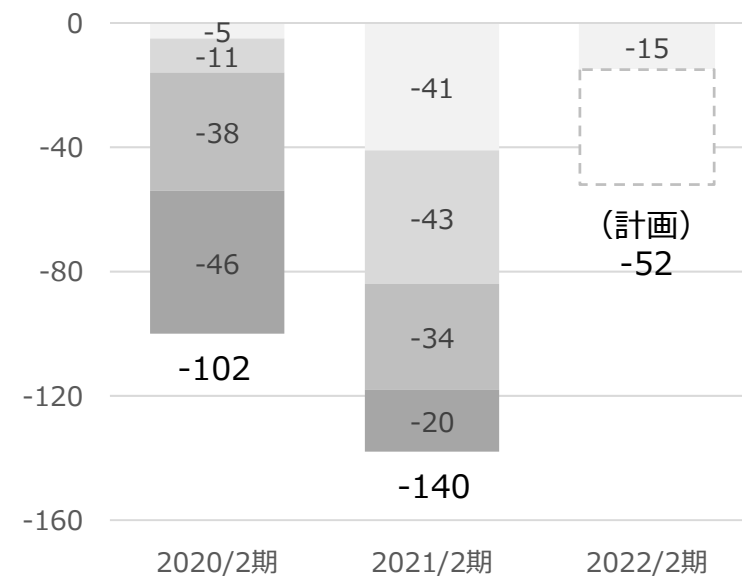
- ・コスト削減による収益性改善
- ・プライベートブランド商品の拡大

四半期別売上高



営業利益

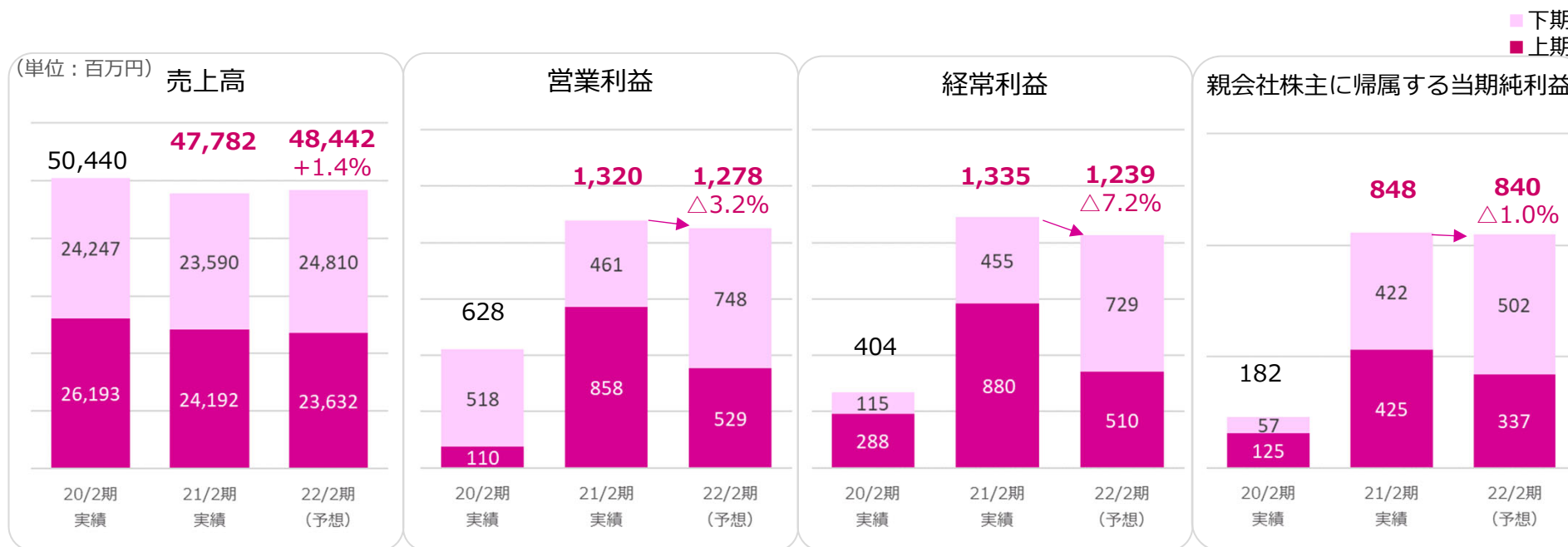
(単位：百万円)



2022年2月期連結業績予想

再掲

- ▶ 中長期成長に向けた各種取り組みを実施しつつ、大幅増益した前期と同水準の利益を確保



▶ 前提条件

1

テレビ事業において、前年度上期における一過性のコロナ好影響部分を取り除いた予測

2

Tri-DDM機能およびグループシナジーを強化し、新サービスのための投資・費用を想定

3

WEB事業は黒字化、小売事業は赤字幅縮小を想定

3. トピックス

<導入社数>

<提供機能>

<機能詳細>

**Tri-DDM
基本
サービス**

33社

**プランニング
機能**

- 放送枠の過去実績評価
- 他社との出向状況比較
- 購入者のプロファイル確認
- オファー分析情報
- コールセンター過去実績評価



**オペレーション
機能**

- 放送枠運用状況把握
- 考査状況確認
- 放送枠成果データ正誤チェック
- 受注内容詳細確認
- コールセンター運用状況把握



実績管理機能

- KPI即時把握・着地予測
- 放送枠ごと実績管理
- 放送枠ごと発呼数確認
- コールセンター実績管理

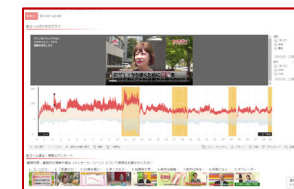


**Tri-DDM
映像共感
分析**

**32社
58映像**

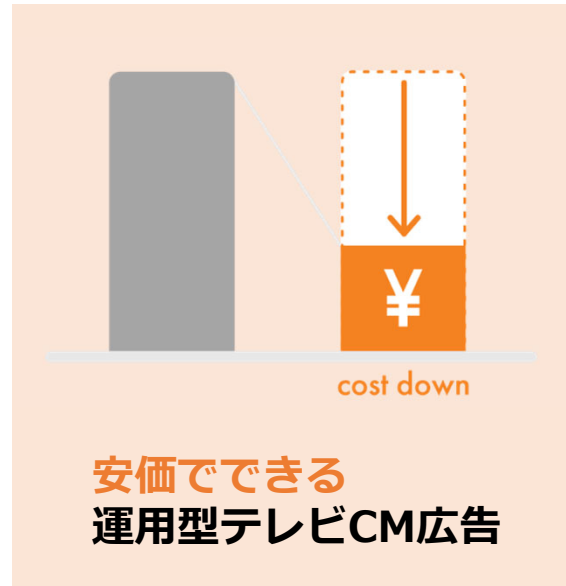
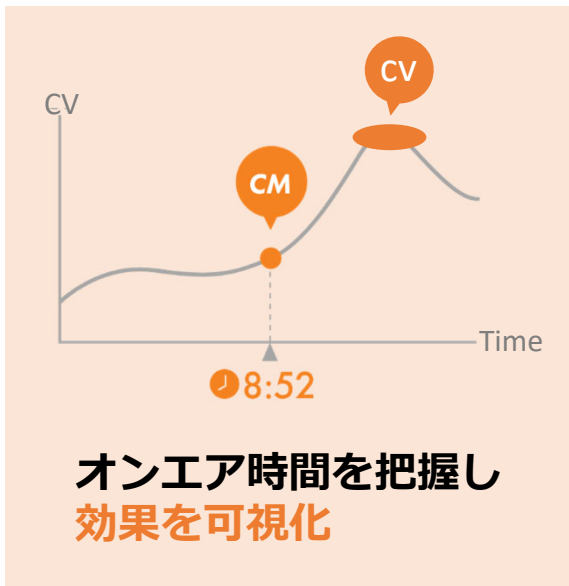
映像解析機能

- 商品理解度・購入意向分析
- 演出・出演者好感度分析
- 映像共感度数分析
- フリーコメント形態素分析



urutere

売上に直結する運用型テレビCMサービス urutere (ウルテレ) リリース



HTBエナジー様
7月1日オンエアスタート

日比谷花壇様
8月9日オンエア予定

東京スター銀行様
9月オンエア予定



参考資料1. ビジネスモデル・外部環境

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

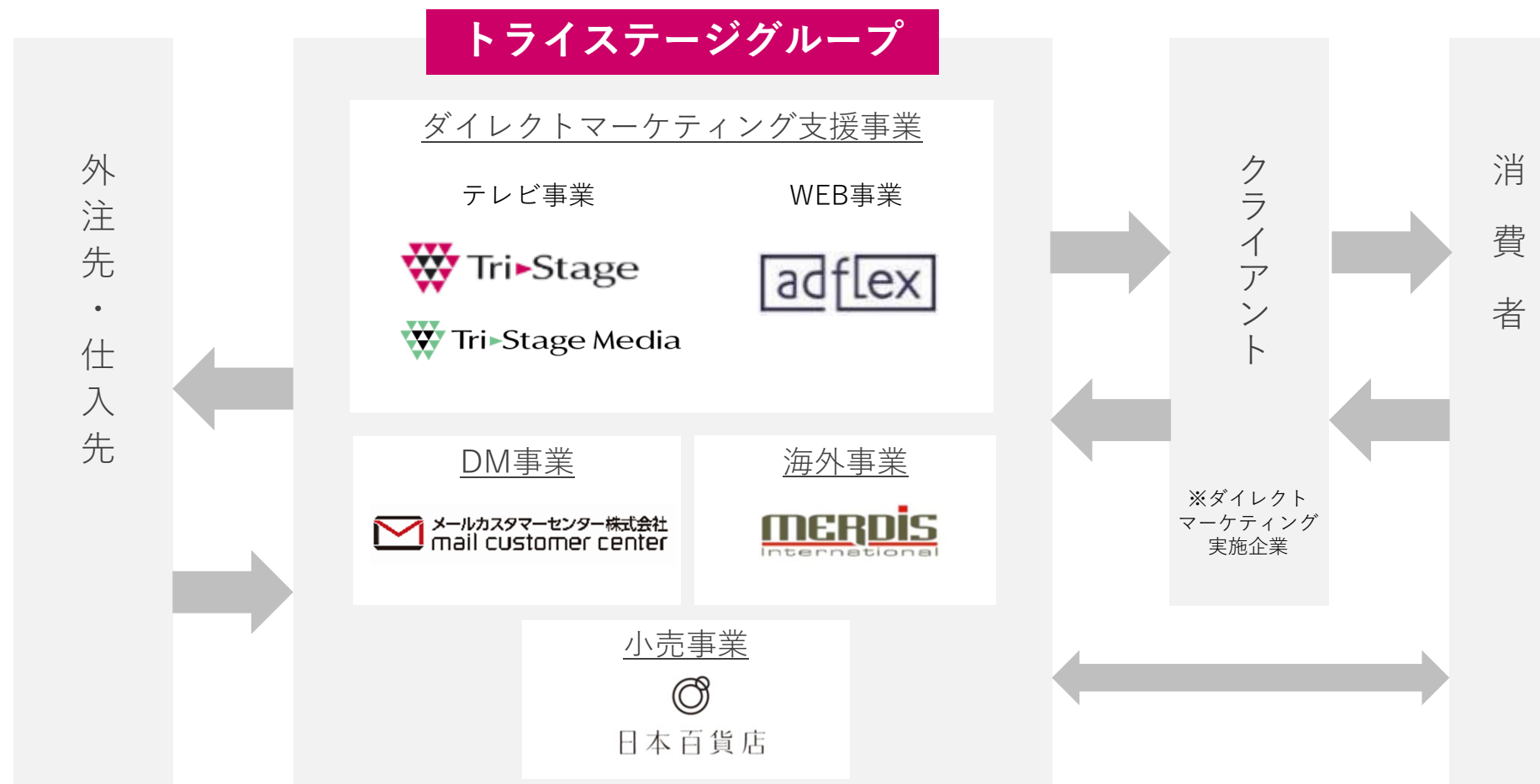
既成概念・常識にとらわれず柔軟な発想で、国内外のクライアントに良質な売り場と正しい売り方を提供し続けます。さらに信頼関係の深い良質なパートナーとなる努力を惜しみません。そしてその対価として正しい成果を得る事を目指します。

ダイレクトマーケティング実施企業を総合的に支援

ビックデータ・AIなどのテクノロジーを活用したサービスとコンサルティングで
ダイレクトマーケティングのプロセスを最適化
クライアントのROI最大化を支援します



当社（株式会社トライステージ）および連結子会社5社により構成



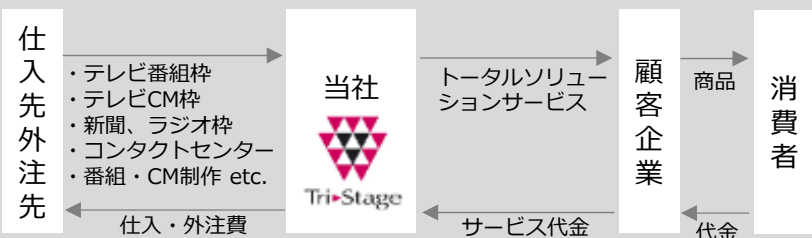
ダイレクトマーケティングとは

テレビやインターネット等のメディアに電話番号やURL等の連絡先を明示し、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（≡通信販売）

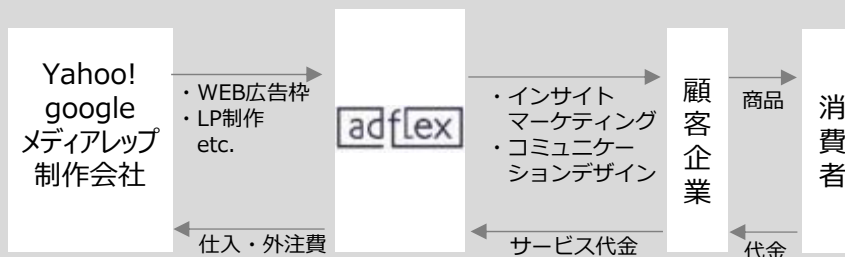
各事業のビジネスモデル

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子会社における
・通販会社向け商品供給 (卸・委託)



小売事業



3つの強みを活かしたワンストップサービスで
クライアントの売上最大化をサポート

1. データに基づく 最適なメディア提供



安価で効率の良い放送枠を
「柔軟かつ機動的に」提供

- ✓ テレビ通販枠月間2万枠確保
- ✓ 適切なプランニング
- ✓ 継続的な効果改善

2. ロジックに基づく 売れる映像制作



商品の特性を踏まえた「売れる」広告
表現のご提案

- ✓ 豊富な制作実績
- ✓ 映像解析の独自ノウハウ
- ✓ 考査対応ノウハウ

3. テレビ通販のための 受注体制



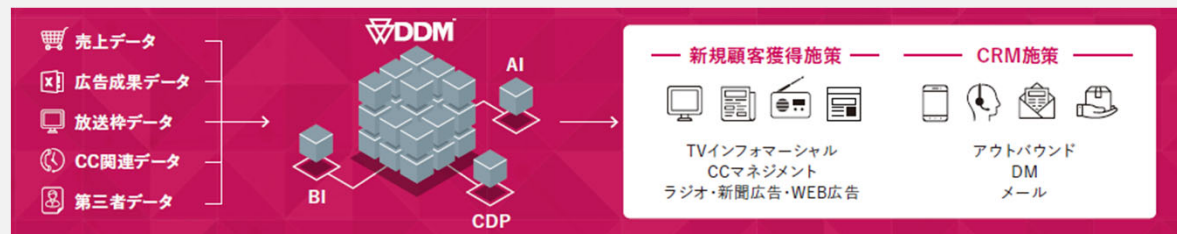
効率的な受注管理で視聴者を顧客化

- ✓ 全国提携コンタクトセンター（以下、CC）とのネットワーク
- ✓ Tri-DDMによる管理
- ✓ 放送枠予測呼量との連携



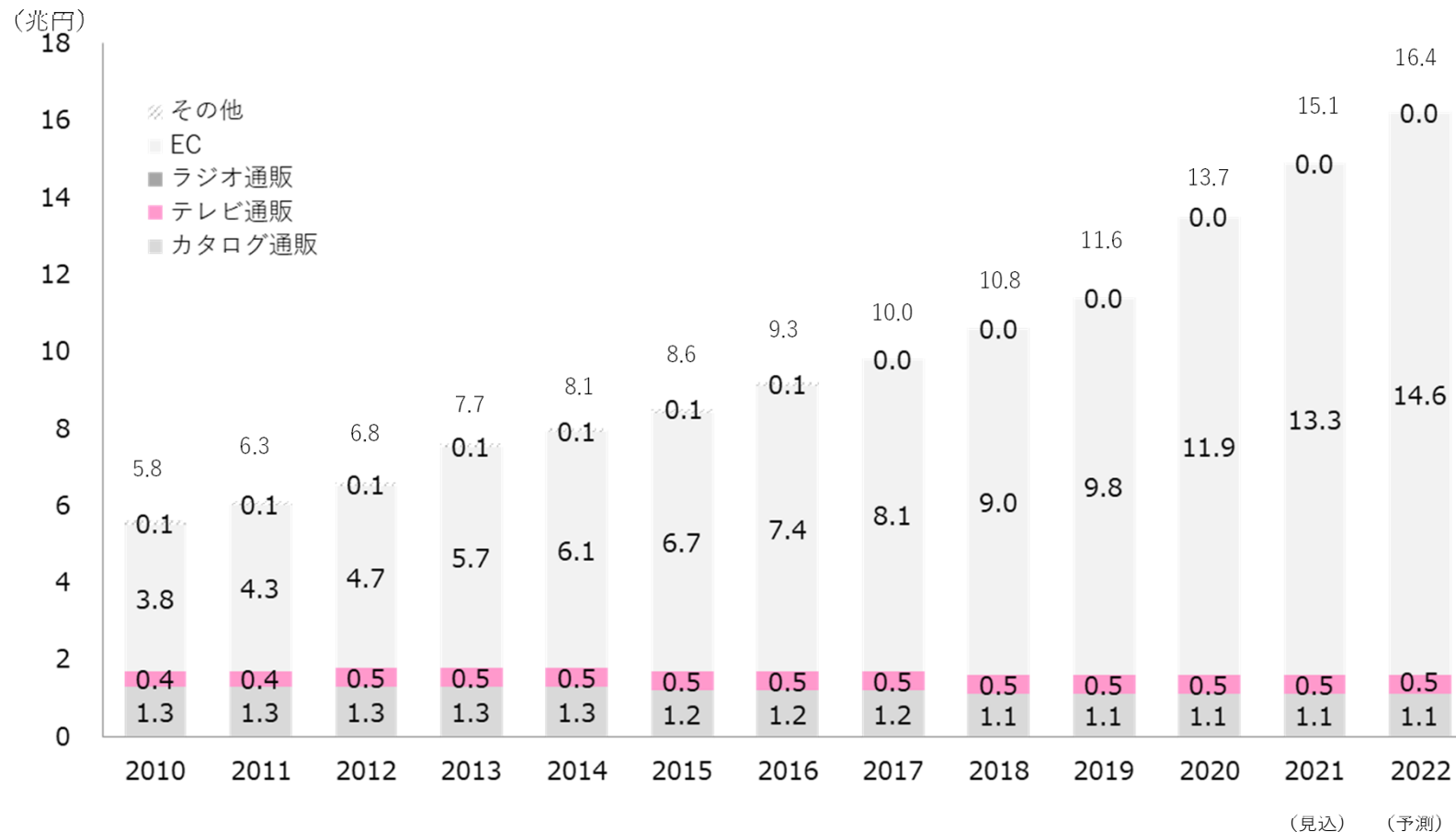
各サービスを支えるデータマーケティング基盤 Tri-DDM

- ✓ 広告枠・レスポンスデータ等、ビックデータを格納するCDP
- ✓ レスポンスデータ等を分析し可視化するBIツール
- ✓ 呼量等の予測分析を行うAIサービス



ダイレクトマーケティング（通販）の市場規模

- ▶ ダイレクトマーケティング市場は2021年(見込)で15兆円の市場
- ▶ 市場の増加は主にECが牽引
- ▶ テレビ通販市場規模は2021年(見込)で5,900億円と堅調に推移

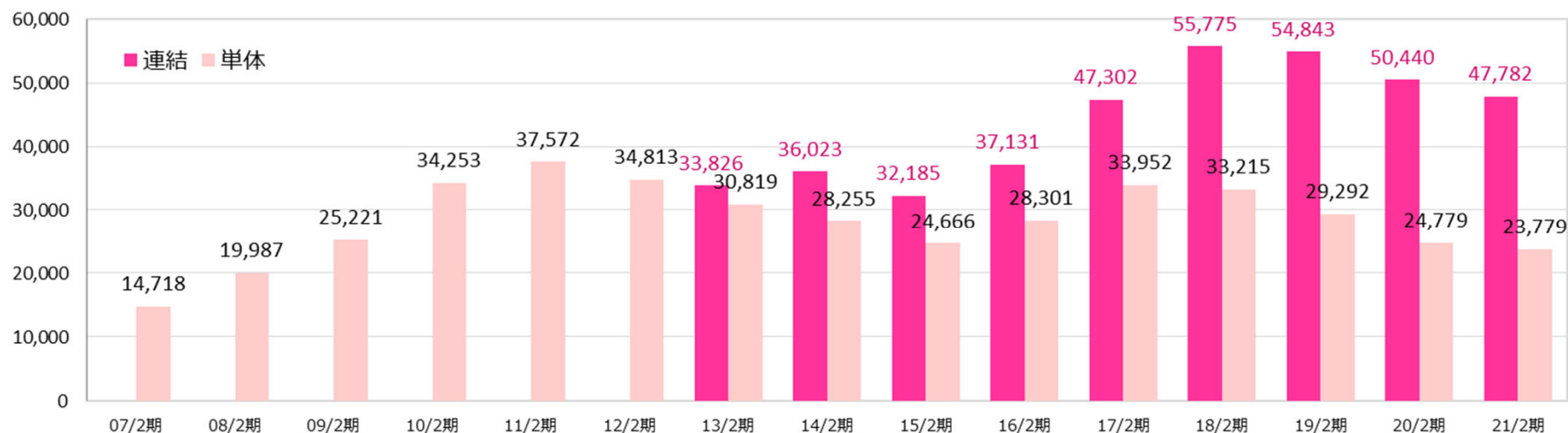


出典：富士経済「通販eコマースビジネスの実態と今後2021」

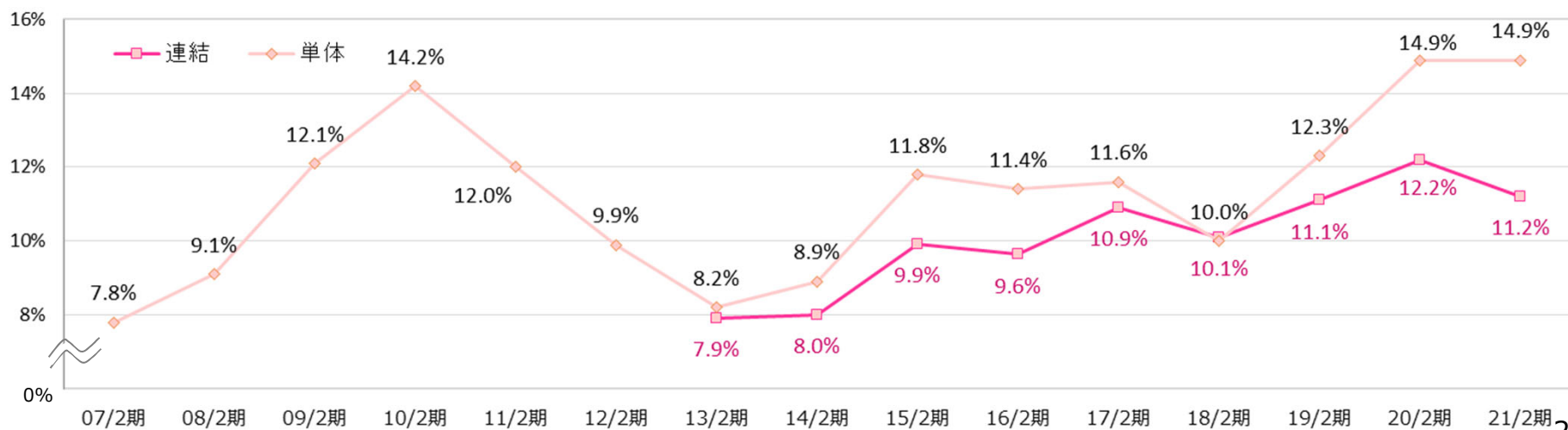
参考資料2. 業績推移

売上高

(単位：百万円)

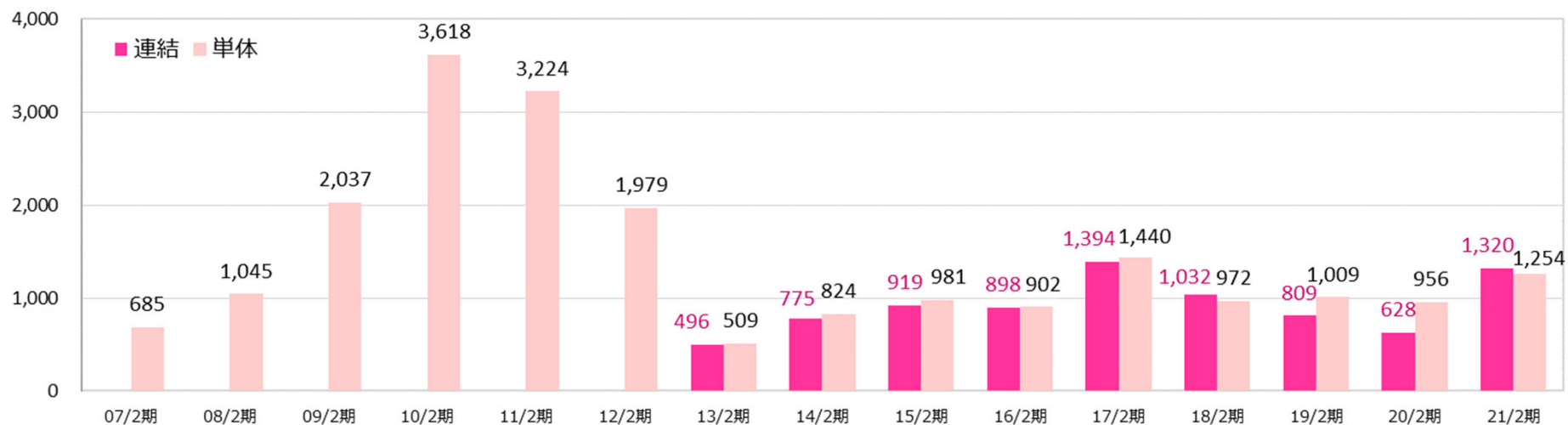


売上総利益率

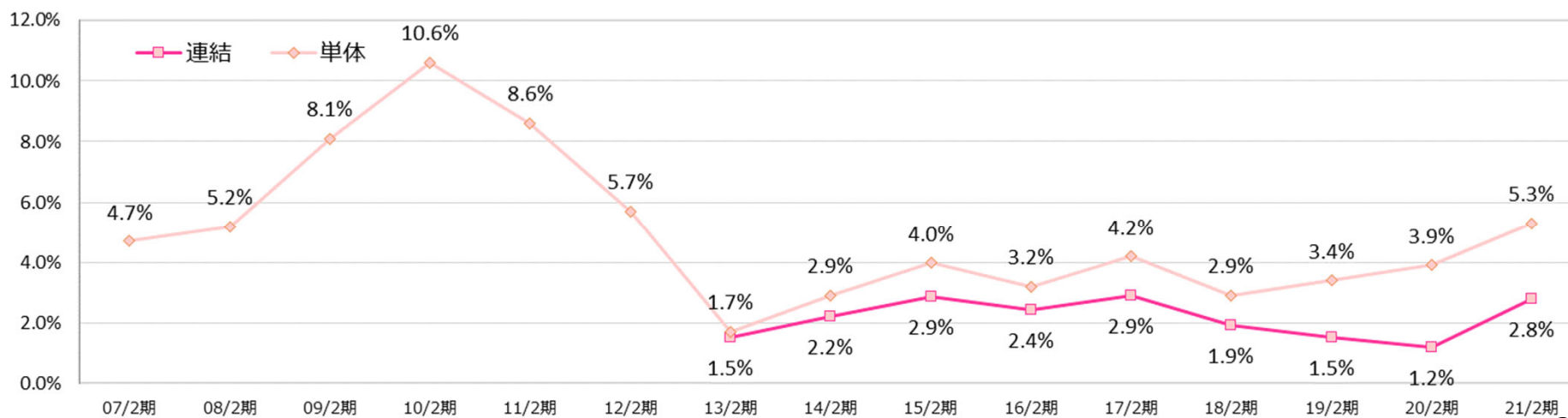


営業利益

(単位：百万円)



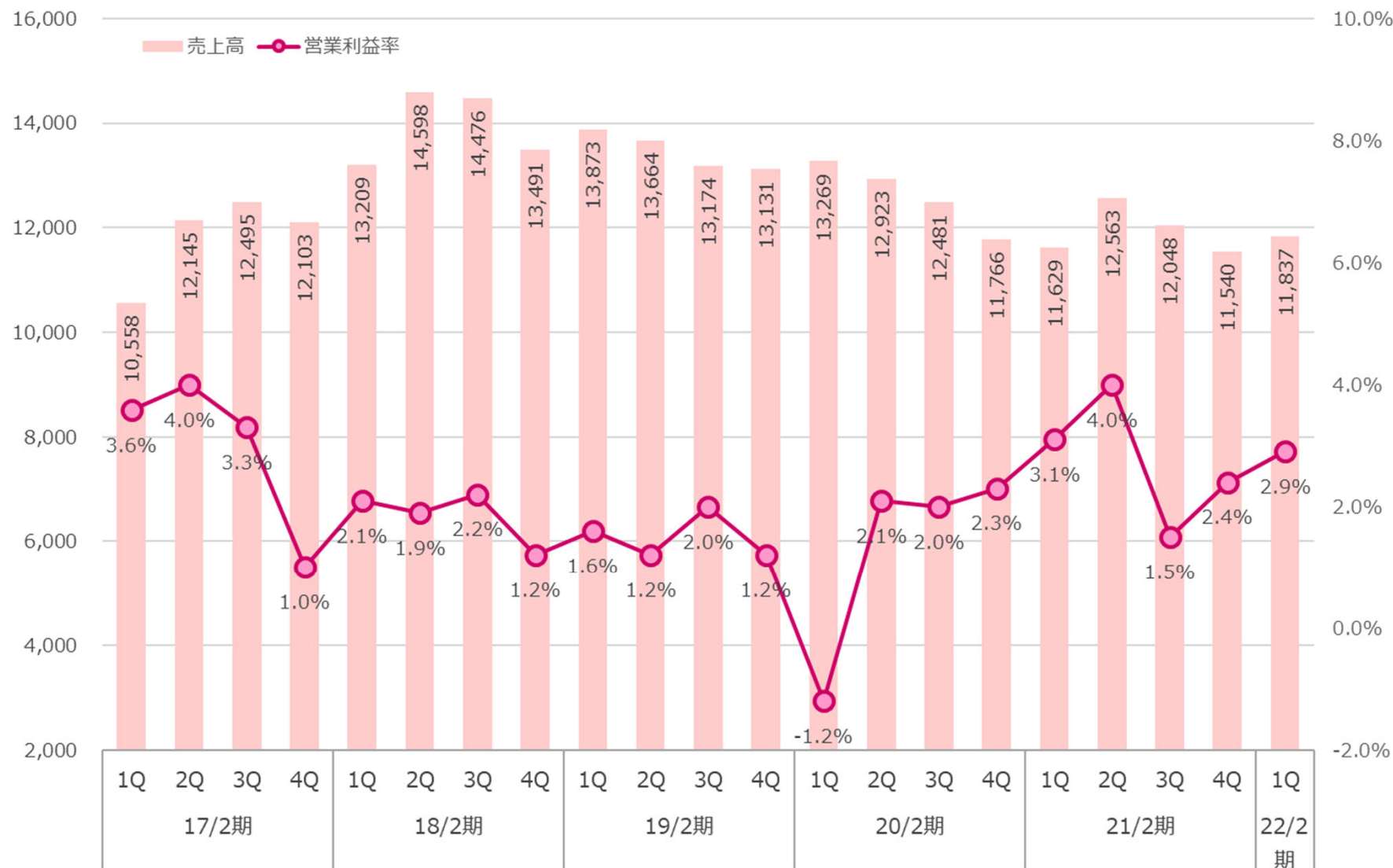
営業利益率



連結:四半期 売上高・営業利益率の推移

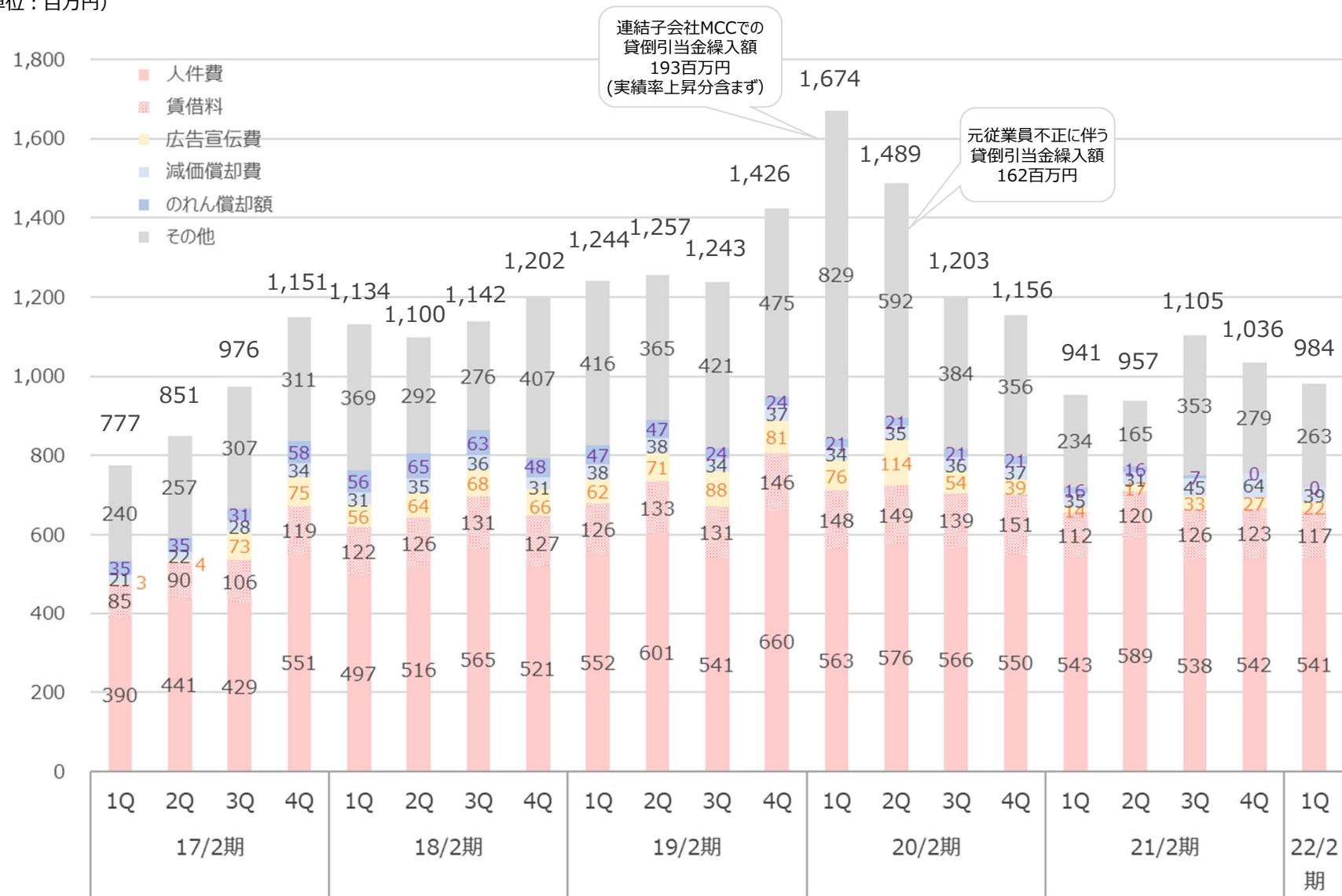
(単位：百万円)

(単位：%)



連結:四半期 販管費の推移

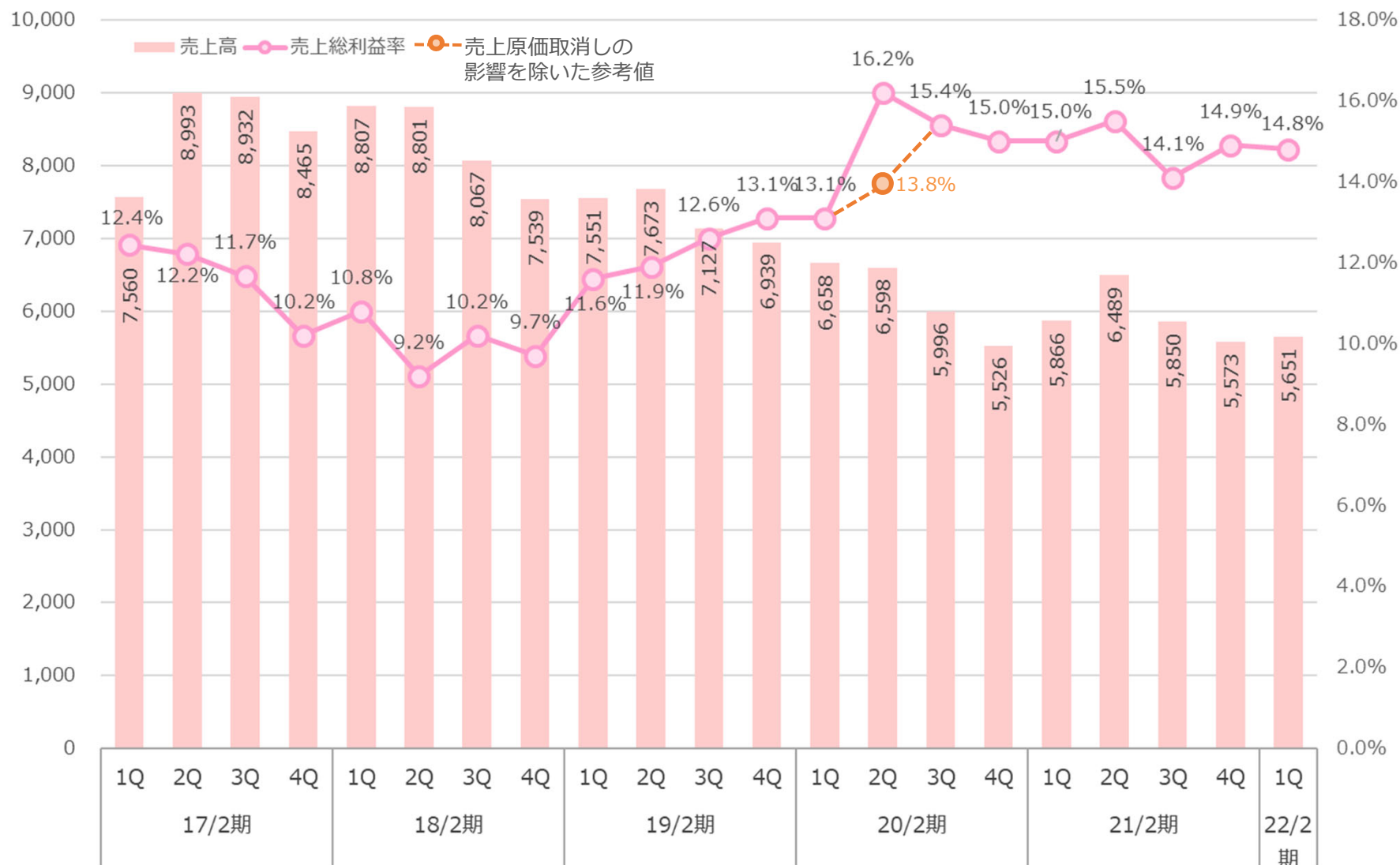
(単位：百万円)



テレビ事業:四半期 売上高・利益率推移

(単位：百万円)

(単位：%)



※テレビ事業の仕入れ機能を担うトライステージメディアの新設分割に伴い、当グラフでは21/2期4Qまではトライステージ単体数値、22/2期1Q以降はセグメント数値（トライステージ+トライステージメディア）を表示しています。なおテレビ事業の売上高には内部取引控除前の数値を用いております。

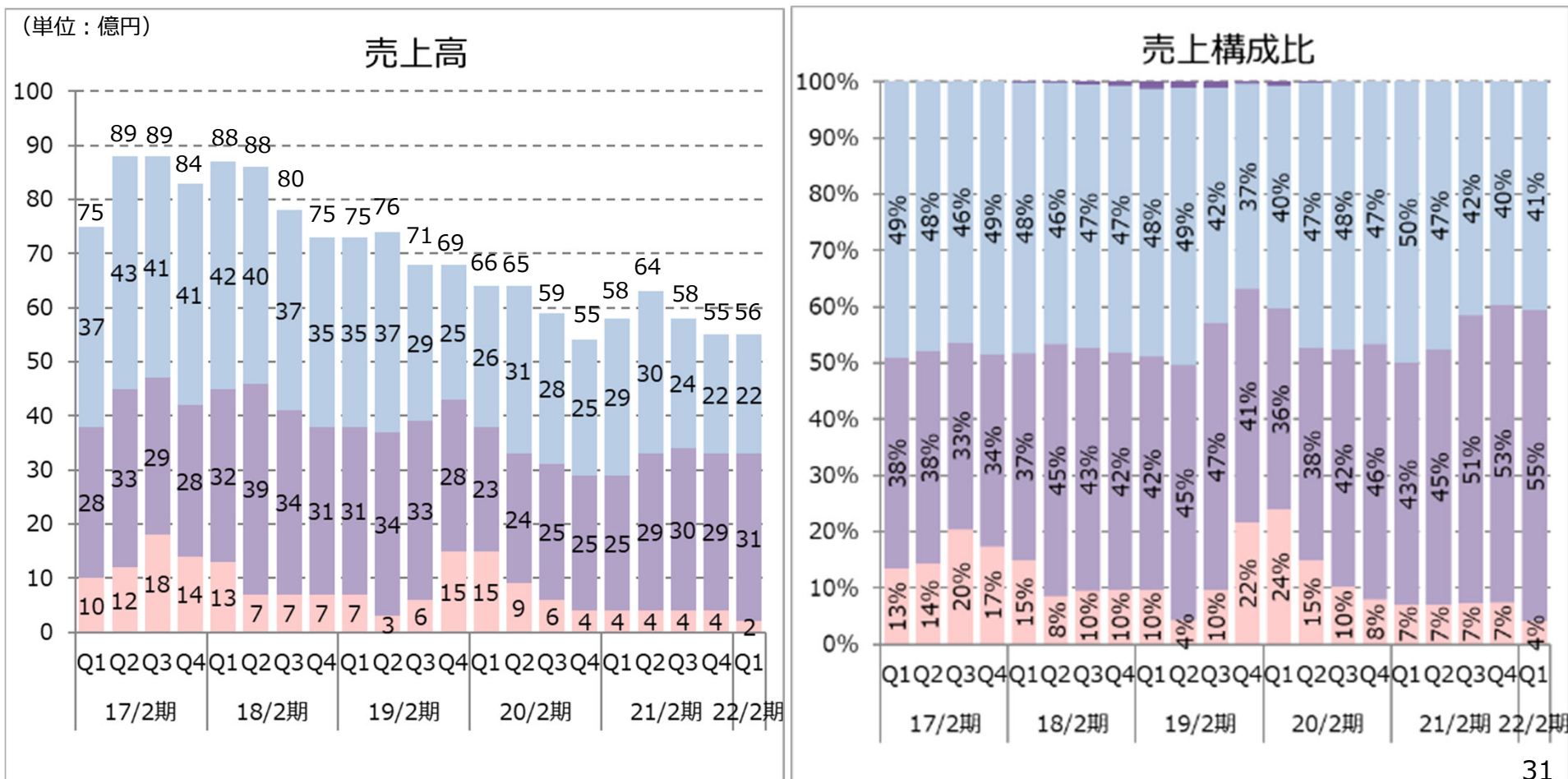
テレビ事業：クライアント構成の推移

新規クライアント獲得社数： 当期累計 8社 前期累計 24社

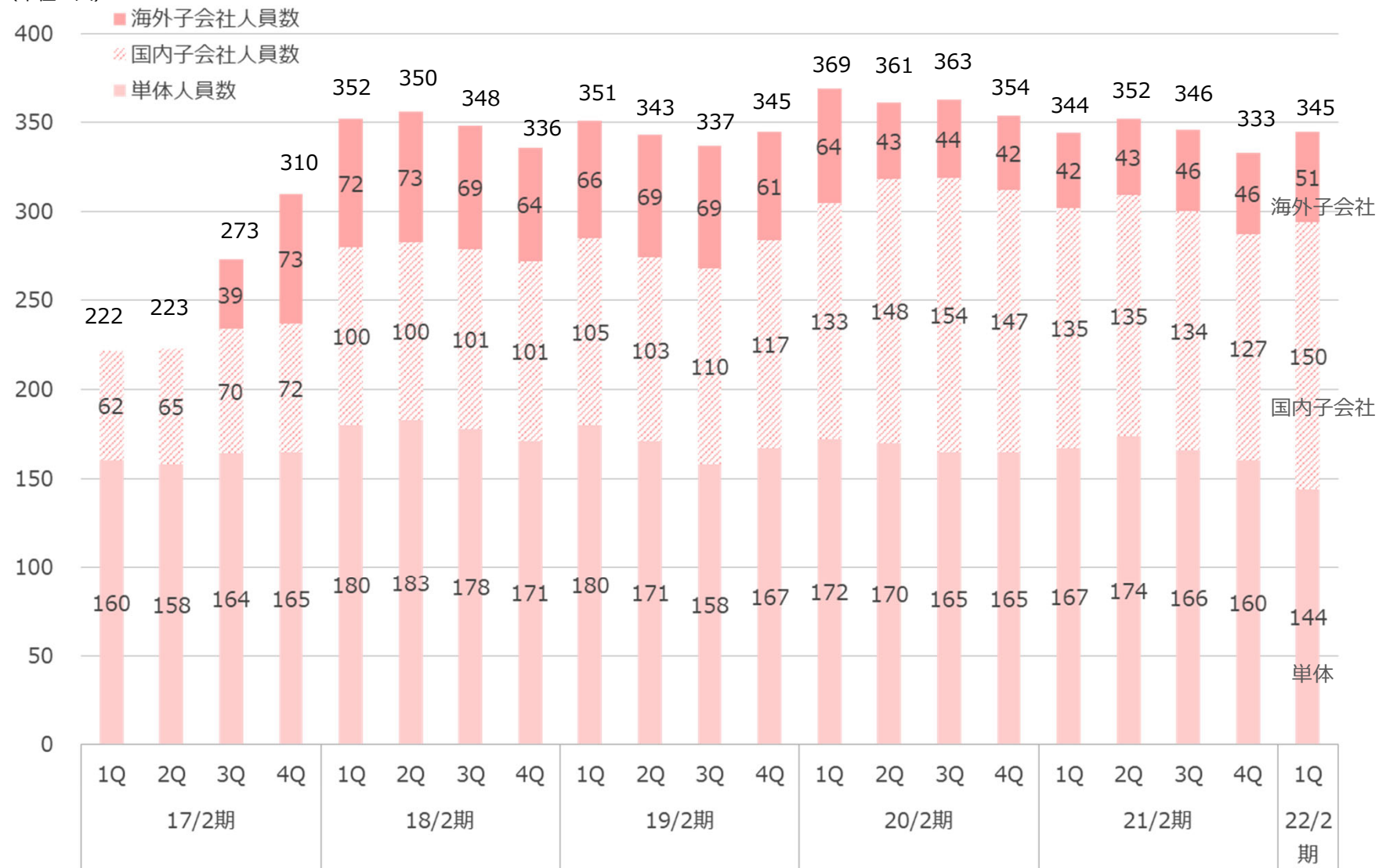
新規クライアント取扱商品例： 健康食品、健康器具、保険、レンタルサービス 等

■ 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：人)



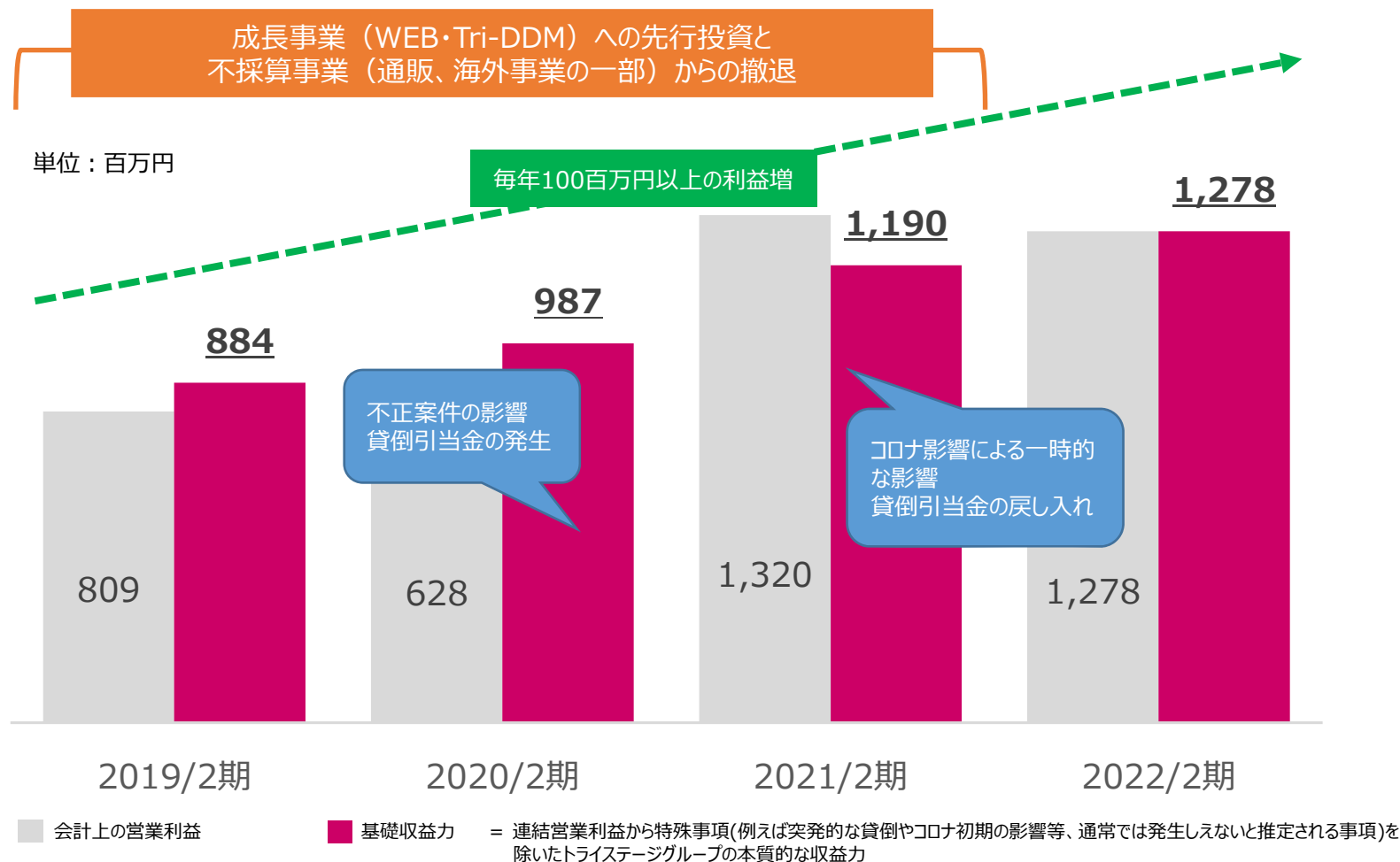
参考資料3 中期経営計画 Tri's Vision2024

成長戦略	成果	課題
グループ戦略 - ダイレクトマーケティング支援を実施する3社にリソースを集中 - 今後の収益性・シナジーを軸に選択と集中	- 通販事業および海外事業の一部において、将来の収益性等に鑑み、撤退 - 先行投資を行うとともに、リソースを集中させることによって、<u>トライステージグループの基礎収益力</u>*1が向上	2021/2期に掲げた連結売上630億円/連結営業利益率2.7%(つまり連結営業利益17億円)には未達
成長事業の拡大① DDM基盤構築による新たな顧客提供価値の創造	- DDM基盤の整備は完了 - メディア・CCサービス運用のDX化を開始	- 更なるDX化による効果向上のためエンハンスが必要 - クロスチャネル対応（WEB対応）は今後
成長事業の拡大② - WEB事業における顧客・人財・技術基盤充拓 - 広告&AIを核としたソリューション提供 - 先行投資フェーズから2021/2期において、収益確保とのバランスを図る	- AIツールを利用した事業形態の変化に対応するための先行投資および準備は完了 - 新型コロナウイルスの拡大の影響はあるものの、新規顧客の獲得等は着実に進捗	- 新型コロナウイルスの拡大の影響にともない、新規営業活動における難易度の上昇等により、想定よりも事業拡大のスピードが遅延 - 結果として、2021/2期に黒字化することを想定も、上記影響および先行投資により増加した固定費分を回収する水準には未達
その他	- テレビ連動リスティングをはじめとした、グループ施策の実行 - 放送枠の新たな販売手法として「ソクレス」を開始 - 仕入機能強化を目的としたトライステージメディアの設立(2021/2月)	内部統制の再構築完了、さらなる高度化

*1 基礎収益力：連結営業利益から特殊事項(例えば突発的な貸倒やコロナ初期の影響等、通常では発生しえないと推定される事項)を除いたトライステージグループの本質的な収益力

前中期経営計画の振り返り

- ▶ 特殊要因を取り除いたトライステージグループの基礎収益力では、この3年間で毎年100百万円以上利益が改善
- ▶ 筋肉質な体質をつくり、今後の成長へ向けてドライブをかけることができる土台は完成



＜当社グループを取り巻く環境＞

コロナ禍における
ダイレクトマーケティング
市場の拡大

クロスチャネル
マーケティングの
重要性が増大

オフラインメディア
における
データ活用の遅れ

＜当社グループの強み＞

ダイレクトマーケティングに、DX・イノベーションを。

オフラインメディア
における
データマーケティング

×

AIを活用した
デジタル
マーケティング

×

メディア・DM等
マーケティングツール
インフラ

＜中期経営計画基本戦略＞

基本戦略①

データマーケティング強化による顧客提供価値向上

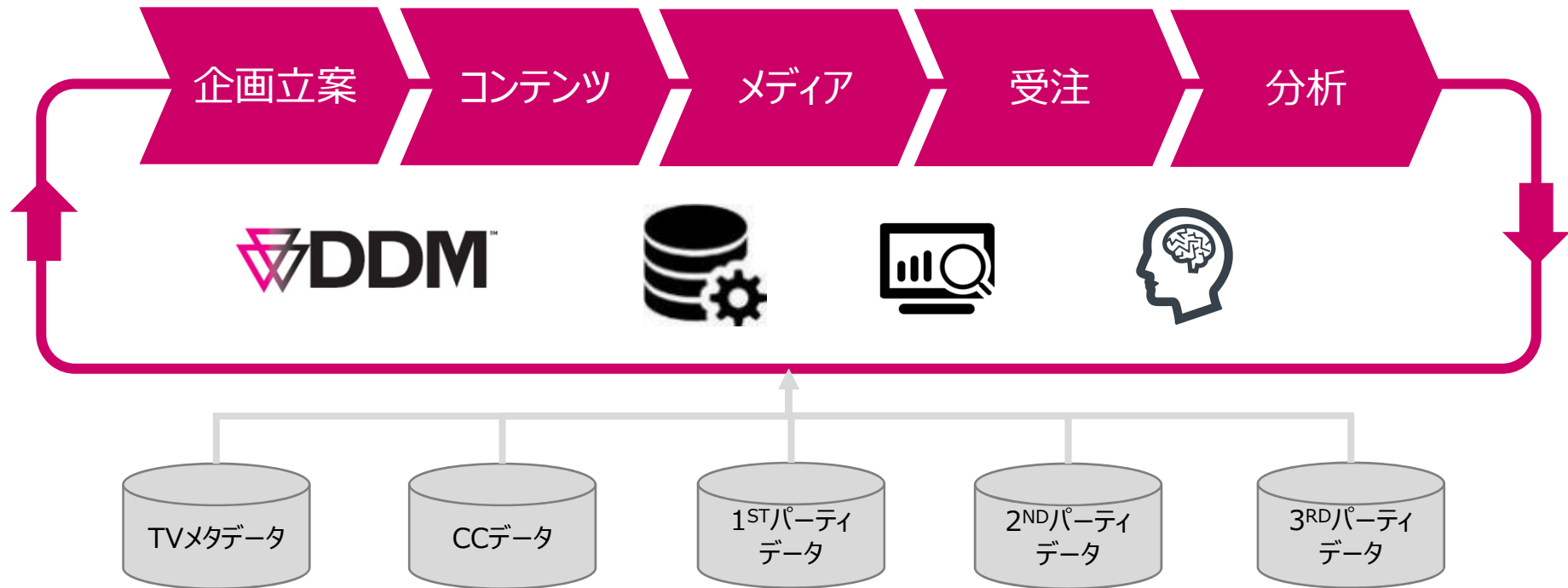
基本戦略②

クロスチャネル・AIマーケティングサービスによる顧客拡大

基本戦略③

新規事業立ち上げ

＜基本戦略①：データマーケティング強化による顧客提供価値向上＞



データマーケティング基盤Tri-DDMをより強化し、プロセスを最適化させ顧客の効果向上を実現

＜基本戦略②：クロスチャネル・AIマーケティングサービスによる顧客拡大＞

クロスチャネルサービス

“**売る**”ことを追求したら
テレビがこんなカタチになりました。

urutere

テレビCM効果の可視化を行い、デジタル
広告のようにPDCAを回す運用型広告

AIマーケティングサービス

AdScale **PATTERN89**

Z ZALSTER *Lytics*

 dynamic yield

デジタル広告（SEM・SNS広告）運用
をAIで最適化

デジタル業種（WEBサービス/EC）金融等、新業種・顧客を拡大

＜基本戦略③：新規事業立ち上げ＞

事業の強み

×

DX

マーケティングツール
インターネット販売・マーケットプレイス

TVCM枠

ソクレス
Powered by Tri-Stage

DM



販売チャネルのDX化

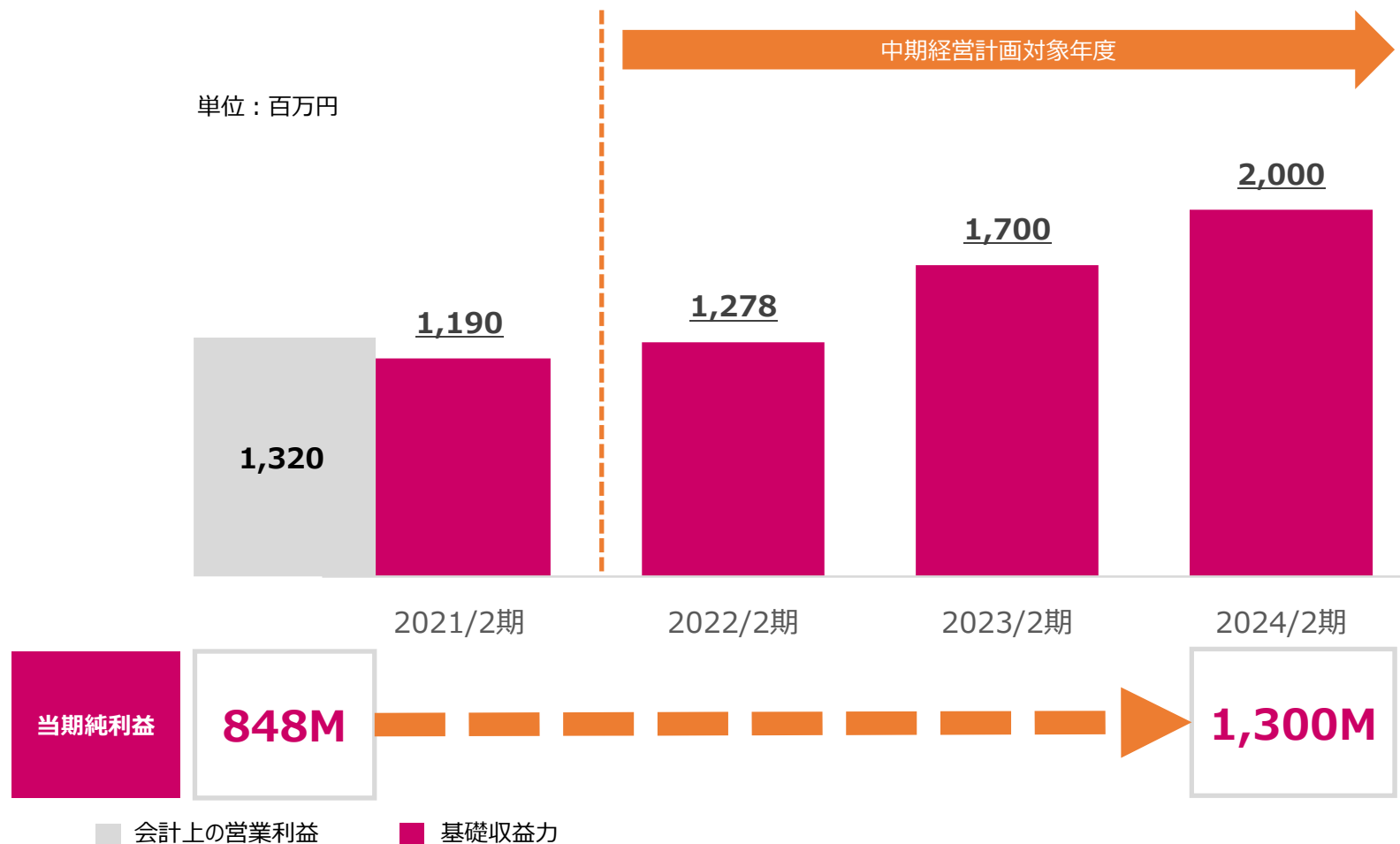
映像AI解析・関連サービス



売れる映像制作のDX化

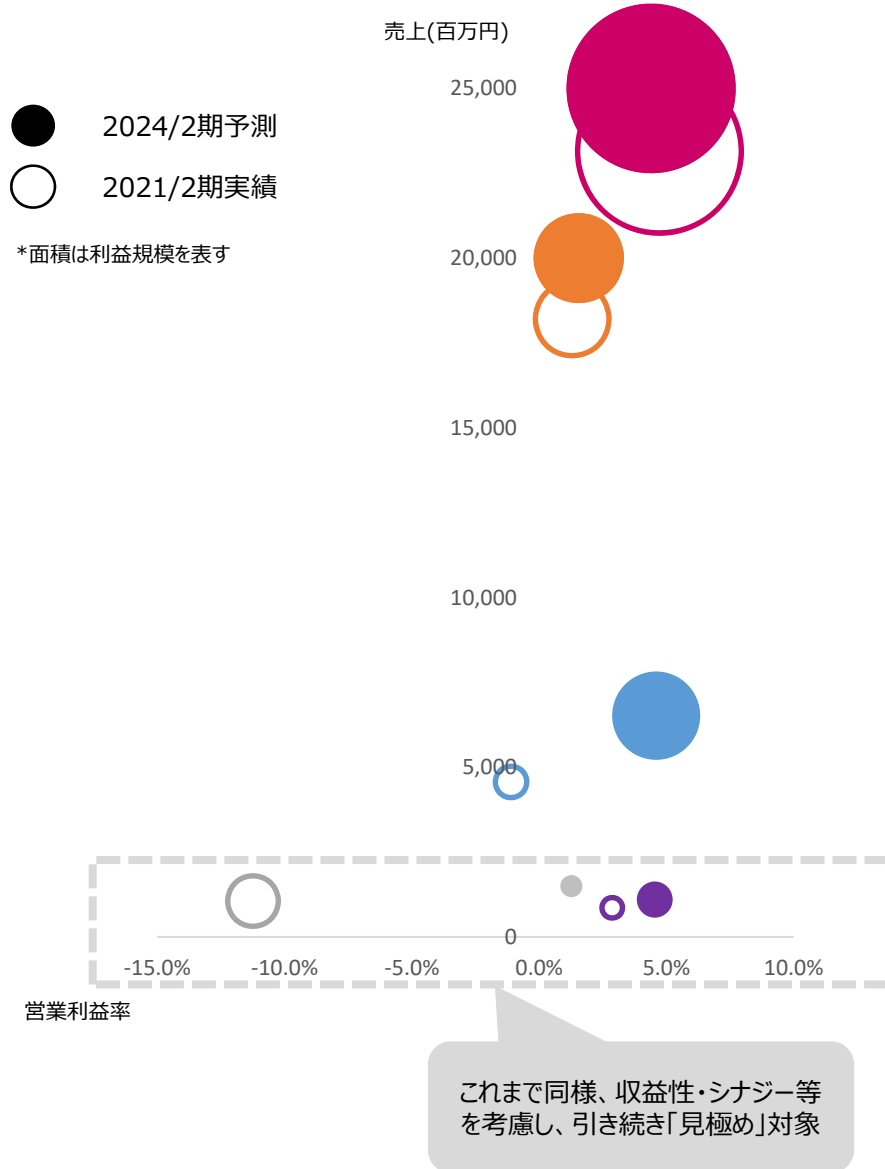
事業の強みのDX化による新サービス・事業への投資を実行

- ▶ 基礎収益力(連結営業利益)は成長戦略および赤字事業の黒字化実現することで、最終年度に2,000百万円を実現する
- ▶ 同様に経営指標として当期純利益を採用し、2021/2期実績である848百万円から2024/2期では1,300百万円を実現する
- ▶ 株主還元(配当等)については、業績・財務状況等を総合的に勘案し、引き続き柔軟に対応



経営指標等(参考-セグメント)

セグメント別 基礎収益力(営業利益)見通し



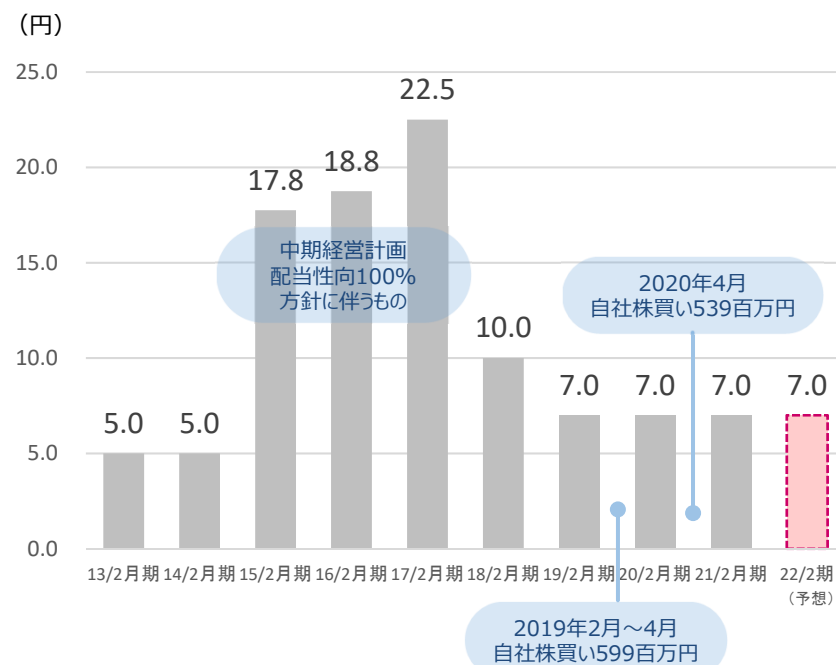
各セグメントの位置づけ

注力事業	TV	✓ データマーケティング強化による顧客提供価値向上 ✓ 販売チャネルのDX化
	WEB	✓ AIマーケティングサービスによる顧客拡大 ✓ クロスチャネルサービス“urutere”の展開
	DM	✓ 商品DMの取り扱い構成比を高める ✓ 販売チャネルのDX化
見極め事業	小売	✓ プライベートブランド商品の拡大 ✓ ECの拡大
	海外	✓ 既存リソース内での収益最大化

参考資料4. 株式・会社概要

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

会社概要



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 10,797名 (2021年2月末現在)

従業員 連結 345名 単体 144名 (2021年5月末現在)

役員

取締役会長	妹尾 勲	監査役	太田 譲治
代表取締役社長	倉田 育尚	監査役	藤井 幹晴
代表取締役副社長	前田 充章	監査役	庄村 裕
取締役ファウンダー	丸田 昭雄		
取締役	杉山 博高		
取締役	福田 大		
取締役	菅原 勇祐		

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にDX・イノベーションを。

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。