



Tri▶Stage

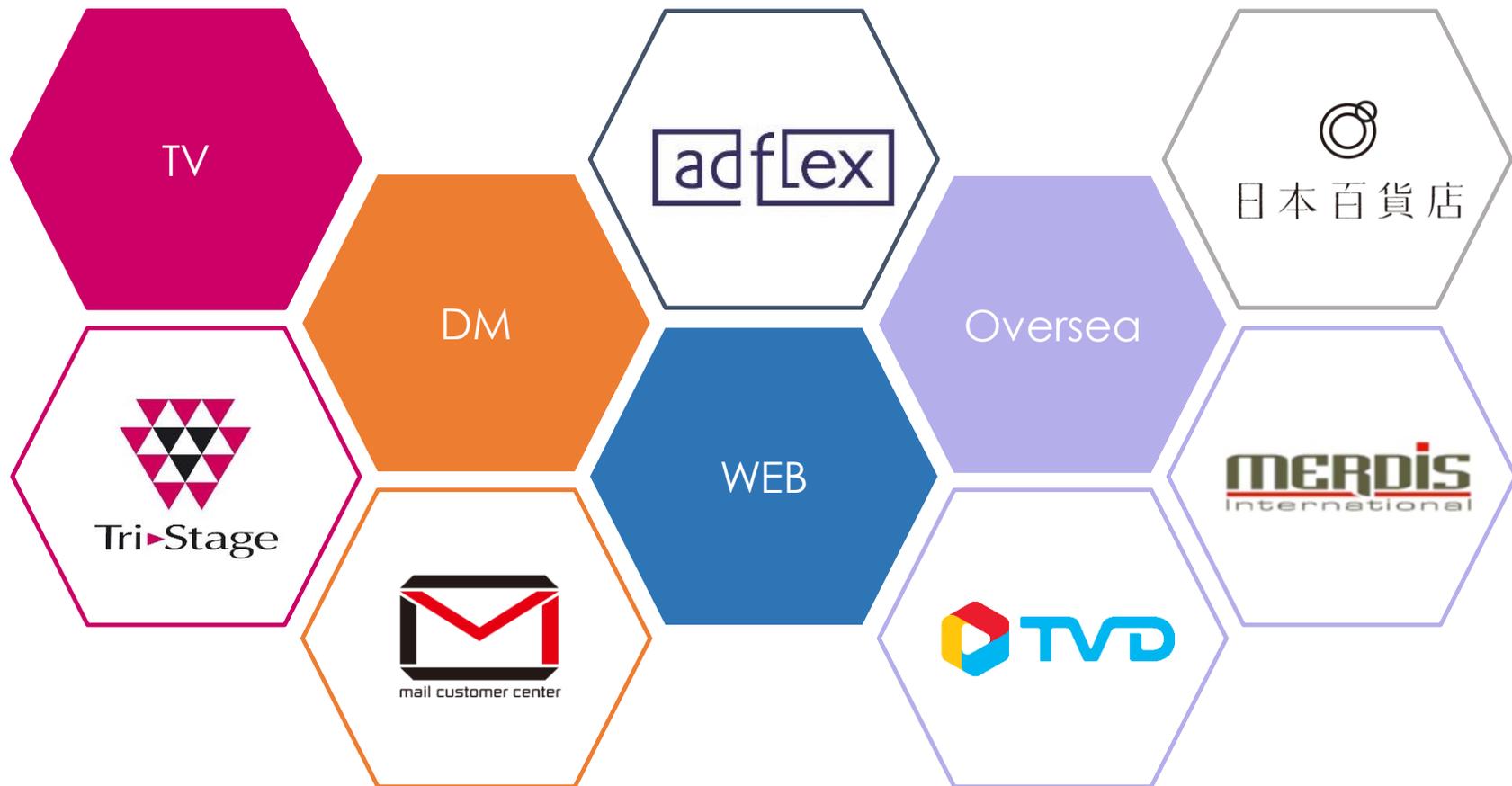
株式会社トライステージ 会社説明資料

代表取締役社長 まるた あきお 丸田 昭雄
証券コード: 2178 (東証マザーズ)

トライステージグループとは

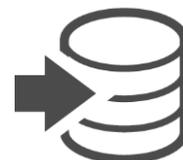
トライステージグループとは

ダイレクトマーケティング支援を
事業基盤とする企業グループです



ダイレクトマーケティングとは

複数のメディアを介して
電話番号やURL等の連絡先を明示し
電話やインターネットサイト等で
顧客を特定し双方向コミュニケーションをとり
レスポンスが計測できる販促活動



ダイレクトマーケティングにおける 9つのバリューチェーン



ダイレクトマーケティングを包括的に支援し
クライアントの売上最大化に貢献します

沿革

- 2006年3月 東京都港区に株式会社トライスステージ設立
ダイレクトマーケティング支援事業開始
- 2008年2月 プライバシーマーク取得
- 2008年8月 設立から2年5か月、東京証券取引所マザーズに株式を上場
- 2012年10月 ASEAN諸国でのダイレクトマーケティング支援事業開始
- 2012年11月 メールカスタマーセンター株式会社を連結子会社化しDM事業を開始
- 2015年9月 大阪市北区に関西支店開設
- 2016年3月 日本全国の特産品・名産品を販売する株式会社日本百貨店を子会社化
- 2016年4月 双日株式会社と資本業務提携契約締結
- 2016年7月 タイのテレビ通販企業 TV Direct社に出資（現 持分法適用関連会社）
- 2016年9月 シンガポールのテレビ通販企業 JML Singapore社を子会社化
（2019年8月株式譲渡により撤退）
- 2016年12月 インドネシアのテレビ通販番組向け卸売企業 Merdis ITN社を子会社化
- 2017年3月 連結子会社株式会社日本ヘルスケアアドバイザーズにて通販事業を開始
（2019年7月解散決議、2019年9月事業譲渡により撤退）
- 2017年3月 WEB広告代理店 株式会社アドフレックス・コミュニケーションズを子会社化
- 2019年3月 福岡市中央区に九州支店開設

主力4事業

1

テレビ事業



2

WEB事業



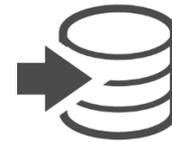
3

DM事業

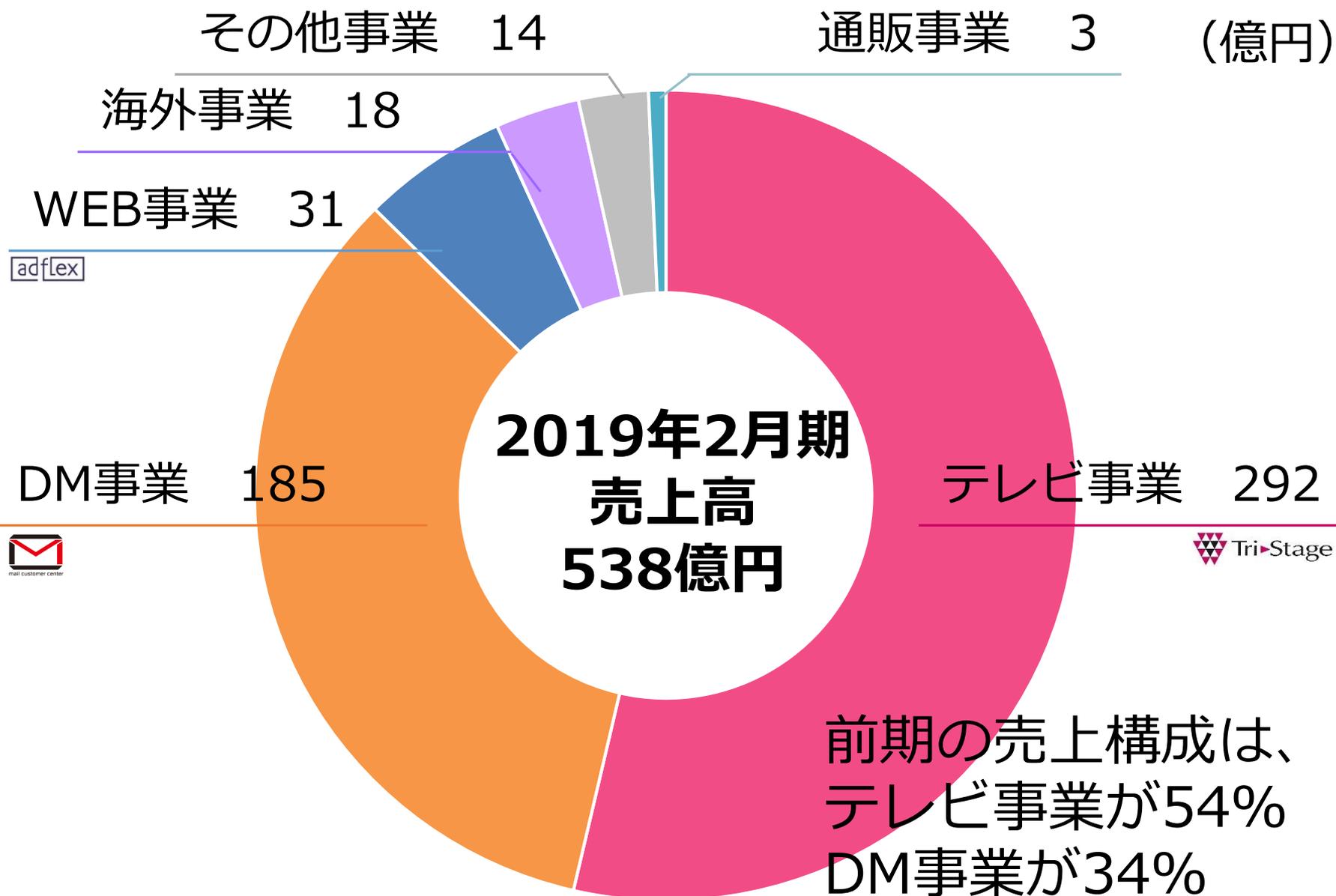


4

Tri-DDM



売上構成



テレビ事業

テレビ事業のビジネスモデル

株式会社トライステージにて
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
ダイレクトマーケティング実施企業をワンストップで支援

仕入れ先

放送局

制作会社

コンタクト
センター

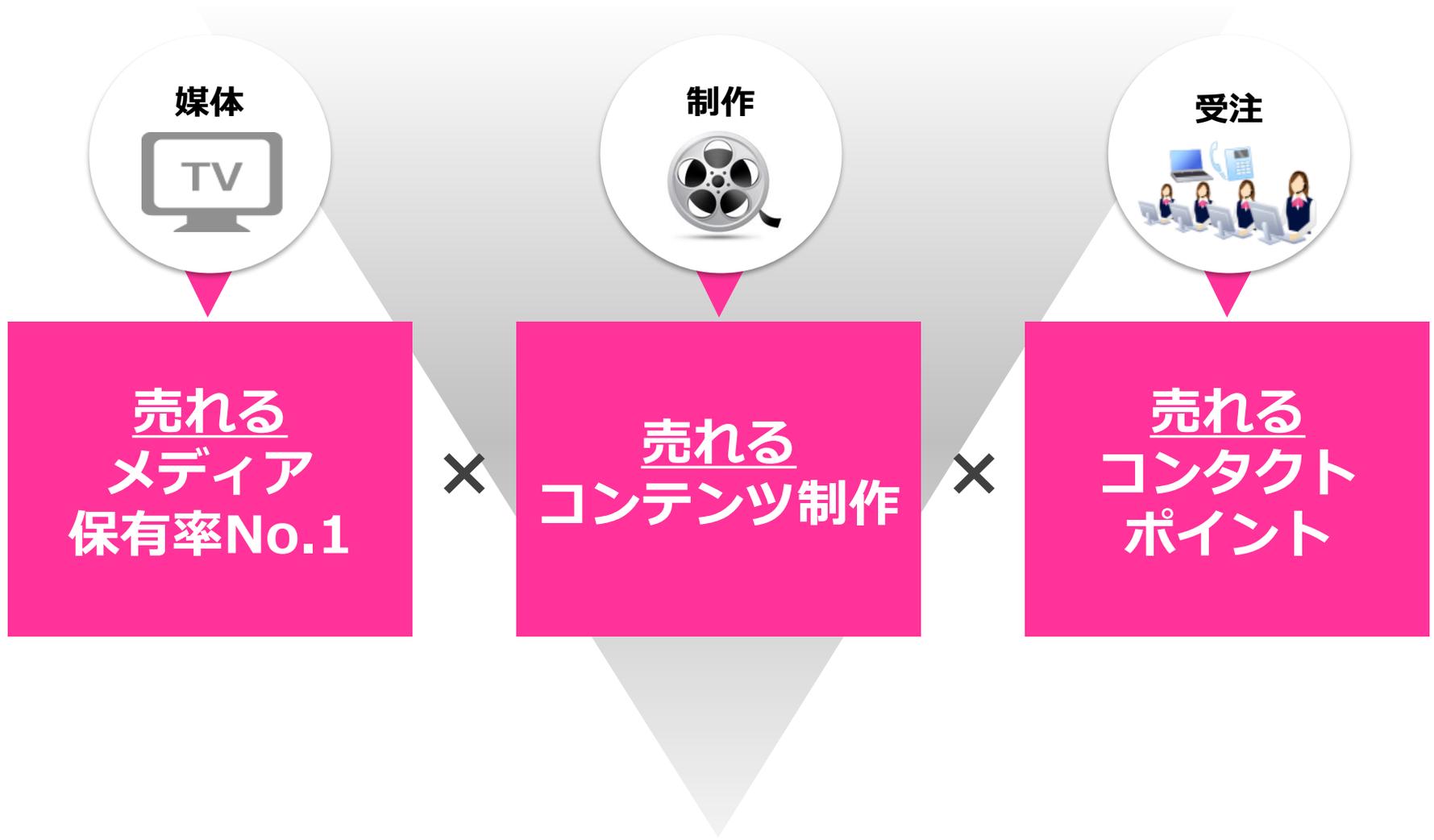


付加価値

クライアント

消費者

テレビ事業3つの強み



クライアントの顧客獲得効率を最大化

クライアントの運命共同体として

『クライアントと同じ船に乗る』精神でダイレクトマーケティングを成功へ導く

様々なプロモーションをして、たくさんお客様を獲得したい
自社製品（サービス）を何度も購買（利用）する優良なお客様を育てたい



ダイレクトマーケティング
実施企業



顧客
獲得

顧客
育成

Step 4
優良顧客

Step 3
継続顧客

Step 2
顧客

Step 1
見込客

お客様を作る

お客様に続けていただく

購入
頻度

0

テレビ事業の状況

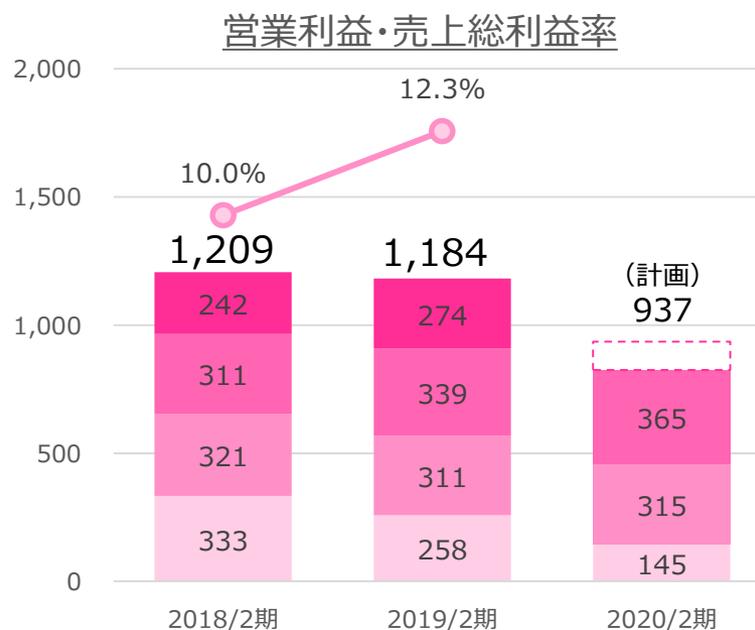
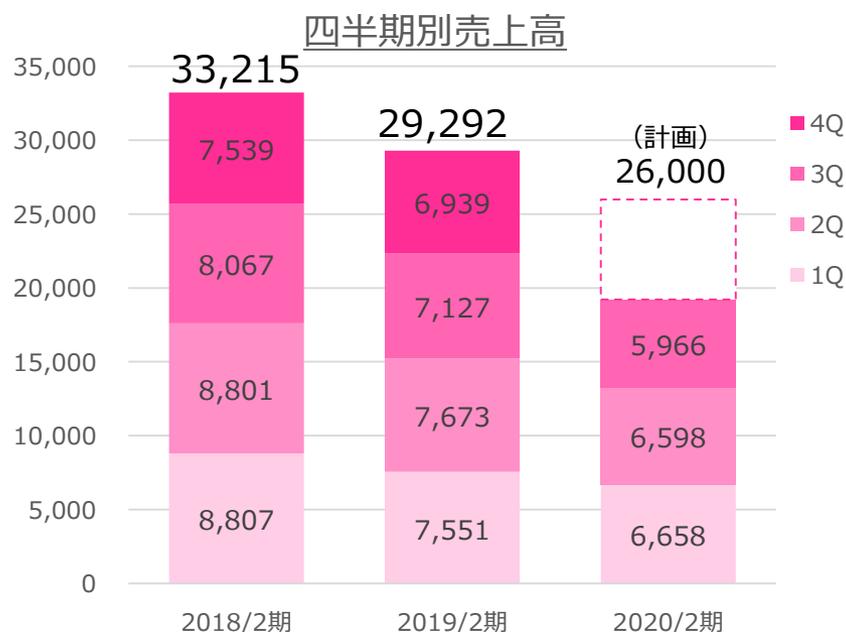
中長期テーマ

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

当期の
注力課題

- クライアント支援体制強化 ▶ 3月1日、福岡市中央区天神に九州支店開設
- 放送枠の新たな販売手法の開拓 ▶ 6月からテスト運用→**12月「ソクレス」リリース**
- コンサルティング型営業の徹底 ▶ 社内勉強会を定期開催中
- AI 活用を含む各種システム開発 ▶ **12月「Tri-DDM」リリース**

(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

※LTV：Life Time Value (顧客生涯価値／1人の顧客が企業と取引をした期間内にもたらす利益の総額)

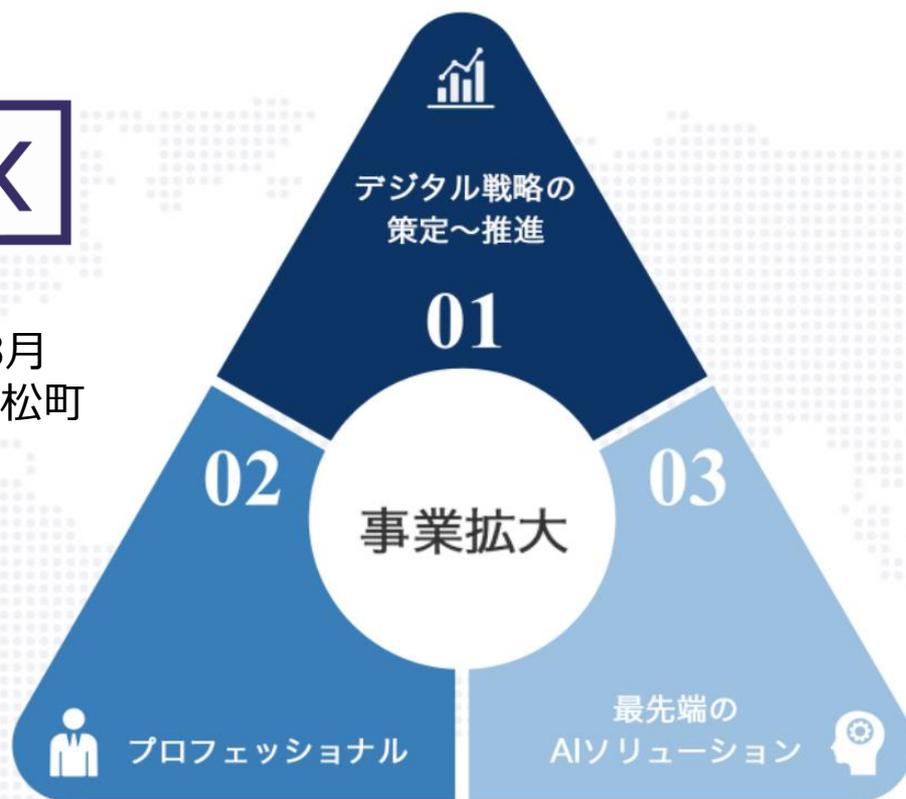
WEB事業

WEB事業について

ダイレクトマーケティングに特化しAIに強みを持つ
株式会社アドフレックス・コミュニケーションズにて
クライアントのインターネット広告をワンストップで支援



設立：2008年3月
子会社化：2017年3月
本社：東京都港区浜松町
代表者：桑畑治彦



クライアントの事業拡大や課題に、3つの強みからなる革新的な価値を提供

WEB事業の強み

3部門で **No.1** を獲得

デジタルマーケティング・AIリサーチ

マーケティング担当者が選ぶAIツール

No.1

導入しやすいAIツール

No.1

AIに強い会社

No.1

調査企画：日本マーケティングリサーチ機構 調査概要：2019年2月期_AIツールについてのイメージ調査

WEB事業の状況

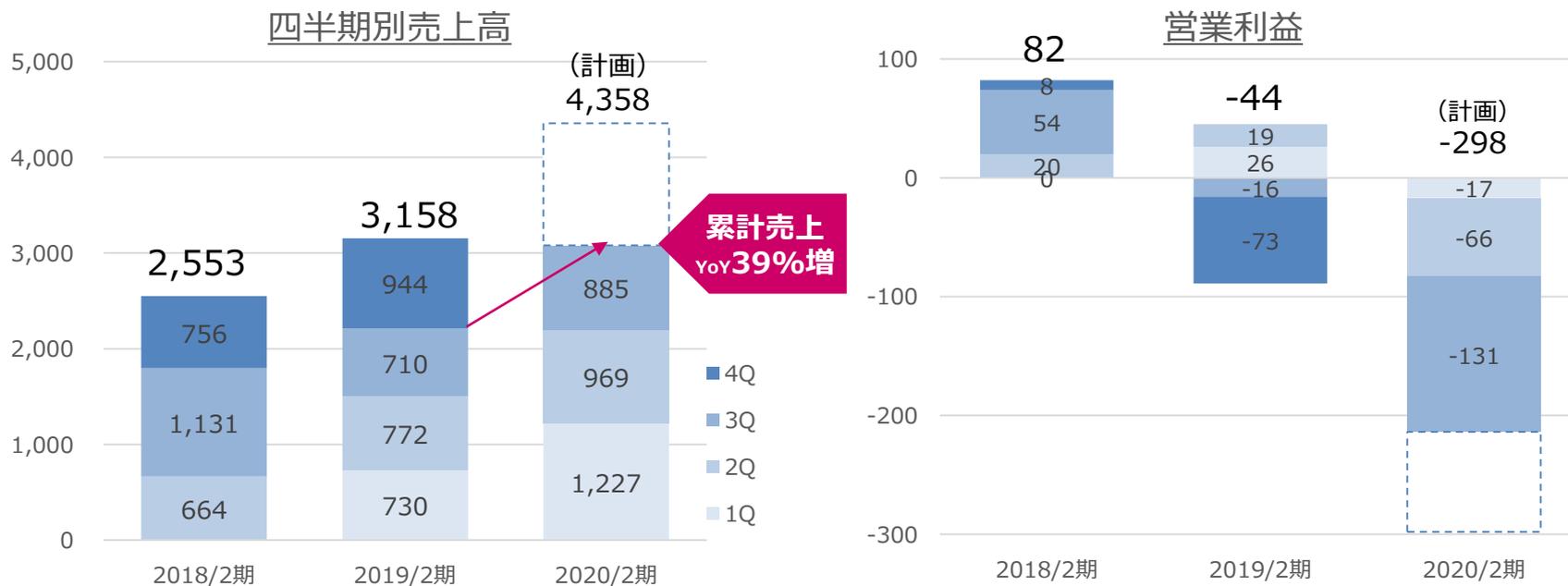
中長期テーマ

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

当期の
注力課題

- AIツールを切り口に、クライアント数拡大および広告効果改善に注力し売上拡大
- サービス急拡大のため、積極的に人員採用予定 ▶ 概ね計画通り進捗
- 売上発生までのリードタイム短縮 ▶ 改善傾向

(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

DM事業

DM事業について

ダイレクトメール発送代行にて業界トップクラスの
メールカスタマーセンター株式会社にて
DMトータルサービスを目指す



設立：1999年7月
子会社化：2012年11月
本社：東京都港区海岸
代表者：濱寄勝海



ダイレクトメール取扱い通数年間3億通突破！！

DM事業の状況

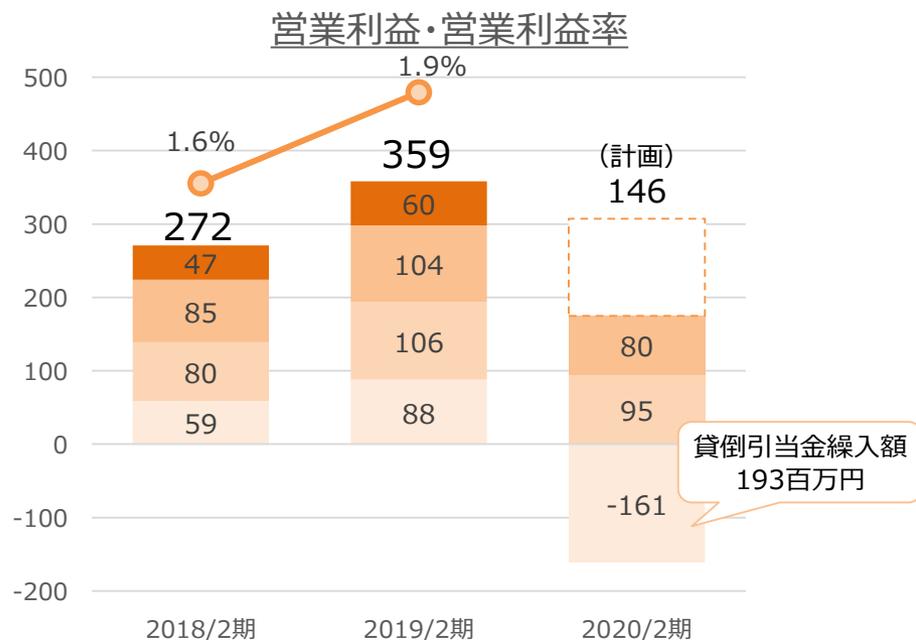
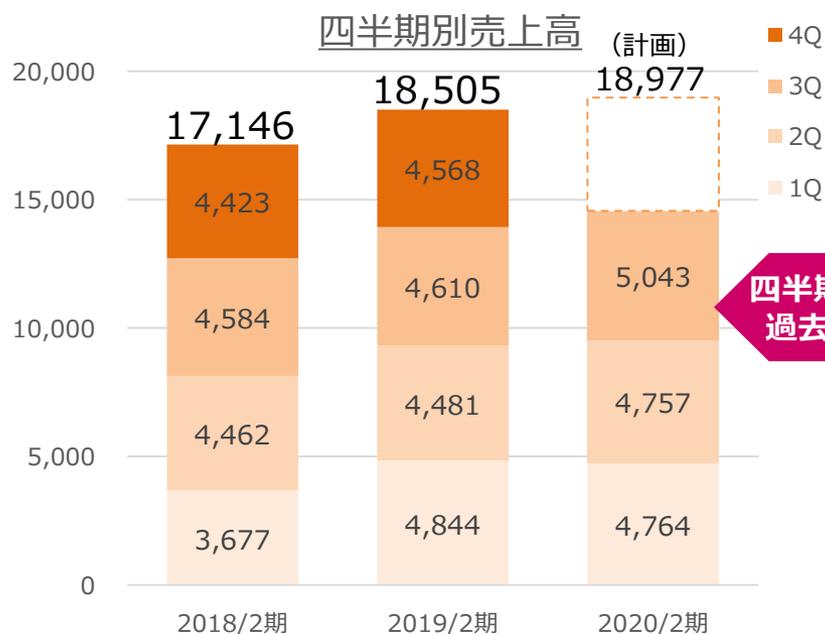
中長期テーマ

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

当期の
注力課題

- トータルサービス実現に向けた対応 ▶ 4月から企画を行う組織新設
- ネコポス、ゆうパケットなど小型宅配便への対応 ▶ 順調に増加
- さらなる業容拡大のための人員強化 ▶ 前年同期比4名増加

(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

Tri-DDM

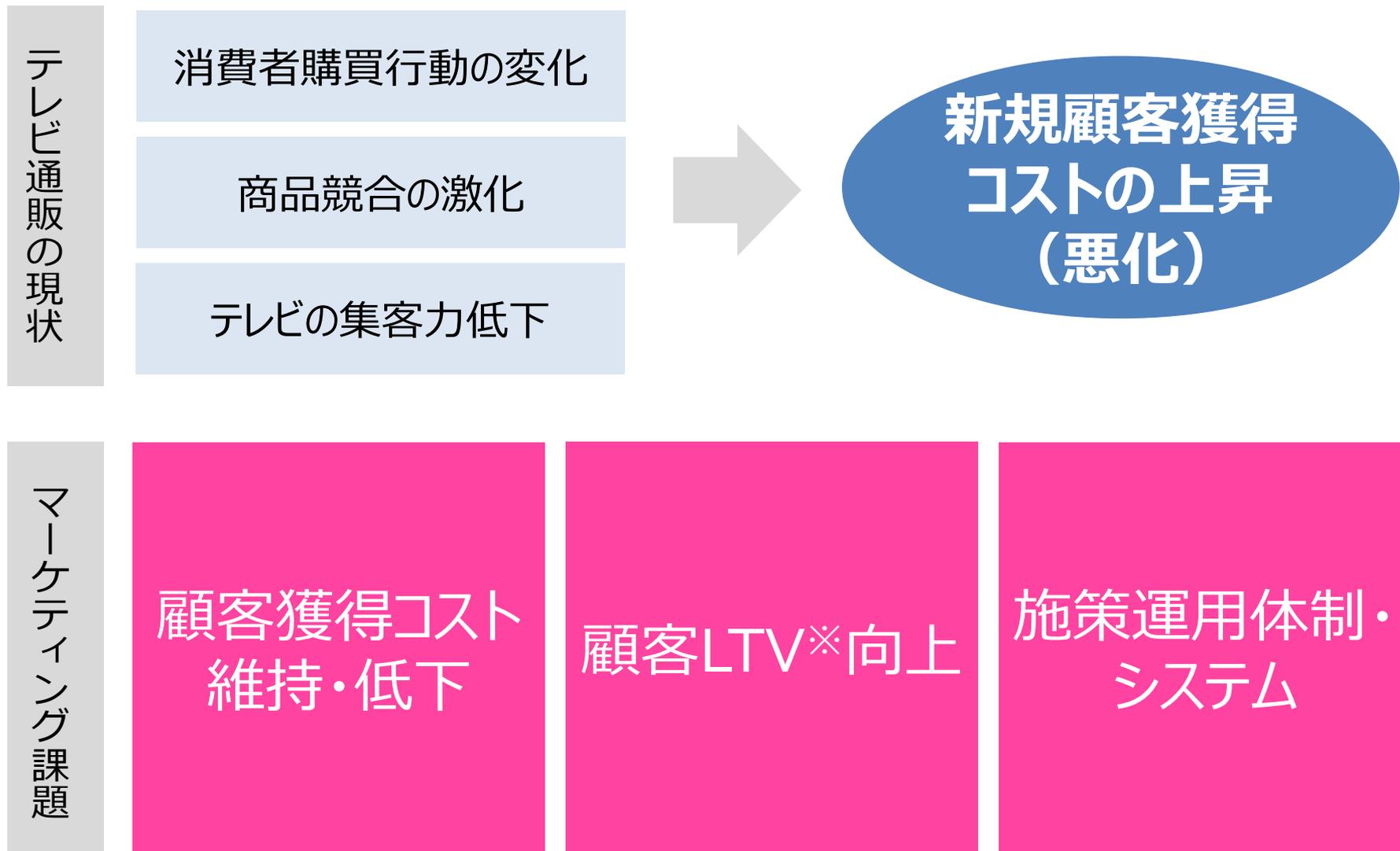
Tri Direct Data Marketing

(トライ ダイレクトデータマーケティング)

Tri-DDMとは、クライアントの課題解決のために顧客プロフィールや受注データ等を精緻に統合・分析しビッグデータ化し活用することによって、より質の高い
ダイレクトマーケティング支援を行う新サービス

2019年12月リリース

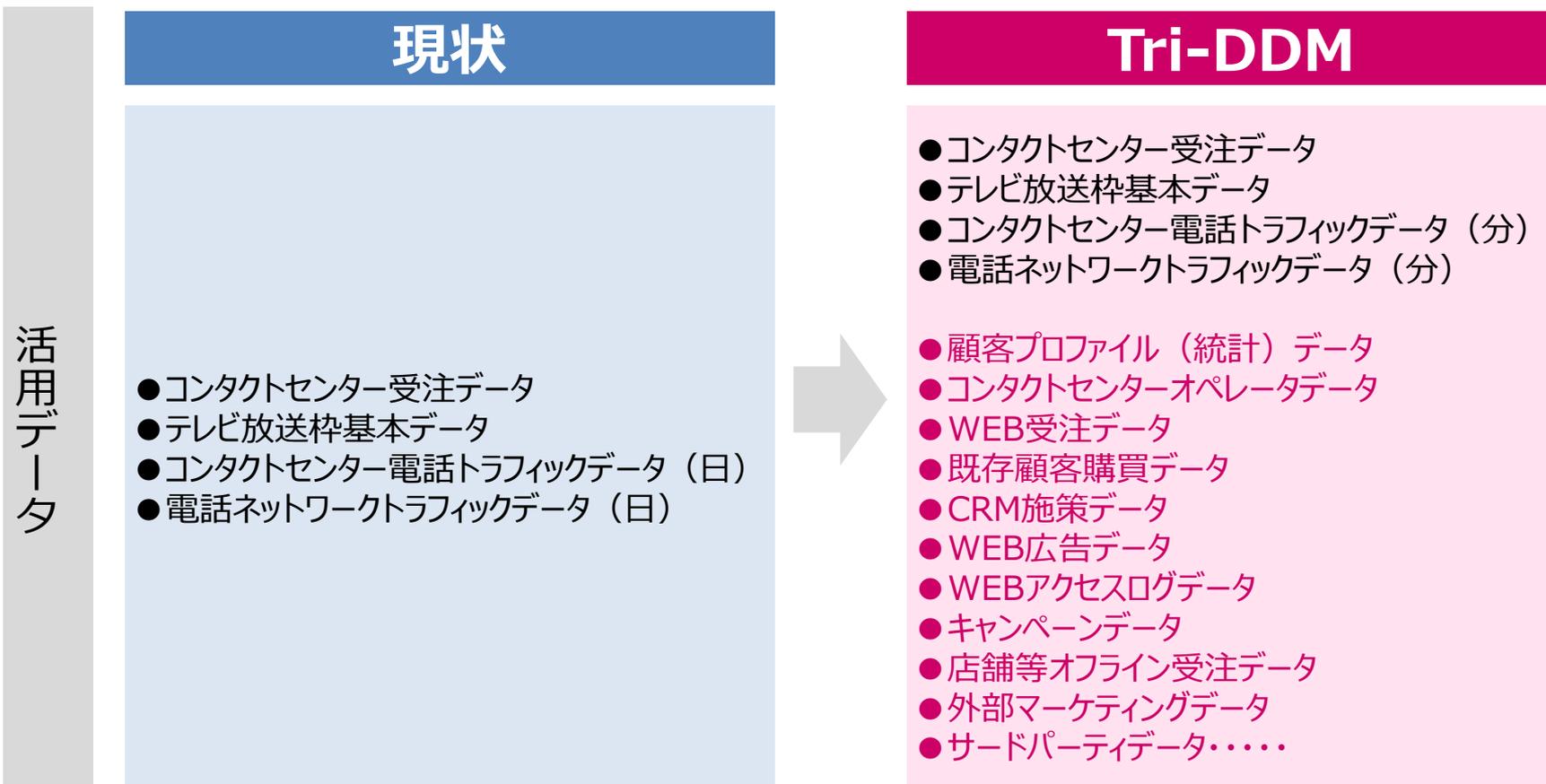
Tri-DDM提供の背景



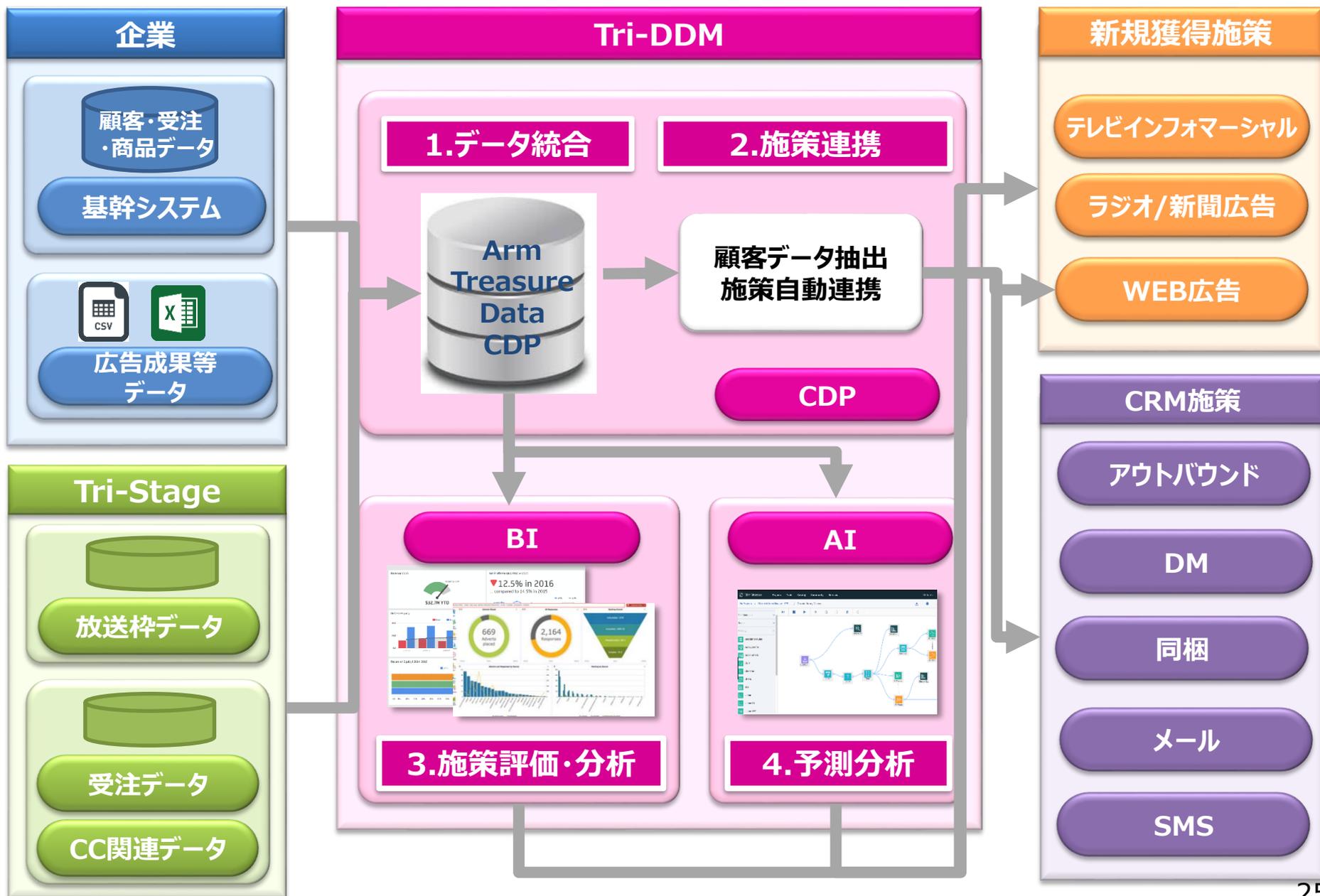
※LTV : Life Time Value (顧客生涯価値 / 1人の顧客が企業と取引をした期間内にもたらす利益の総額)

Tri-DDMによるデータ活用

現状活用しているデータに加え、顧客プロフィールや受注データなど膨大なデータを活用し、新規顧客獲得効率およびLTVの向上を図る



Tri-DDMのサービスイメージ



Tri-DDMサービス提供フェーズ

サービス目的

提供サービス

Tri-DDM フェーズ 1

2019年12月
順次サービス開始

顧客獲得コスト
維持・低下

- テレビ放送枠効果分析
- コンタクトセンター受注業務分析
- 広告成果（電話数）予測
- オファー施策分析
- 映像効果分析
- テレビ⇒WEB受注間接効果予測
- 統合マーケティングシミュレーション

Tri-DDM フェーズ 2

2020年度以降

顧客LTV
向上

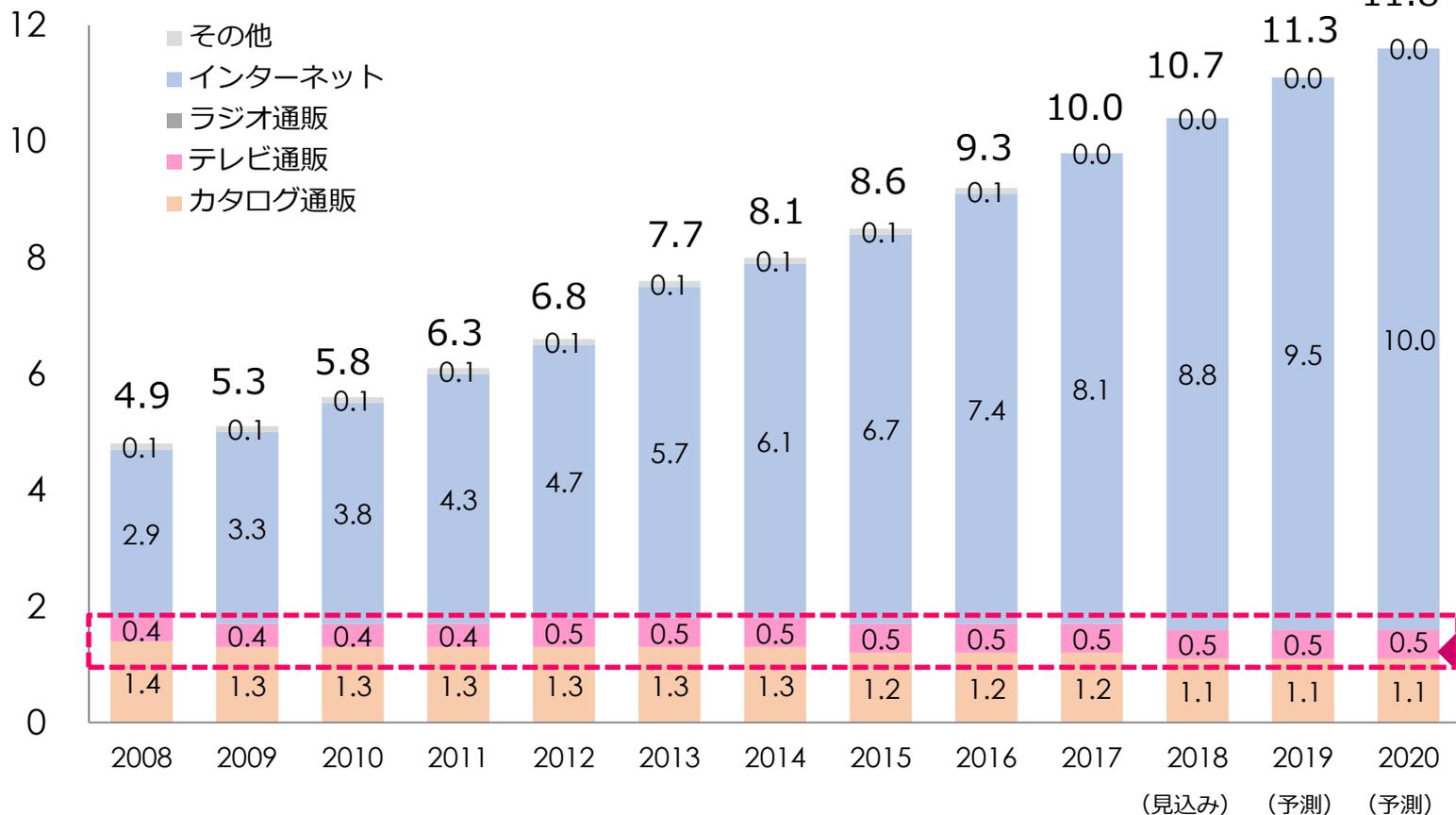
- 事業運営状況分析・予測
- 顧客獲得チャネルLTV分析
- CRM施策効果分析
- WEB広告配信
- ECサイトコンテンツレコメンド

外部環境

ダイレクトマーケティング（通販）の市場規模

- ▶ 通販市場は2019年(予測)で11.3兆円市場と、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が牽引
- ▶ テレビ通販の市場規模は2019年(予測)で5,500億円と堅調に推移

(兆円)

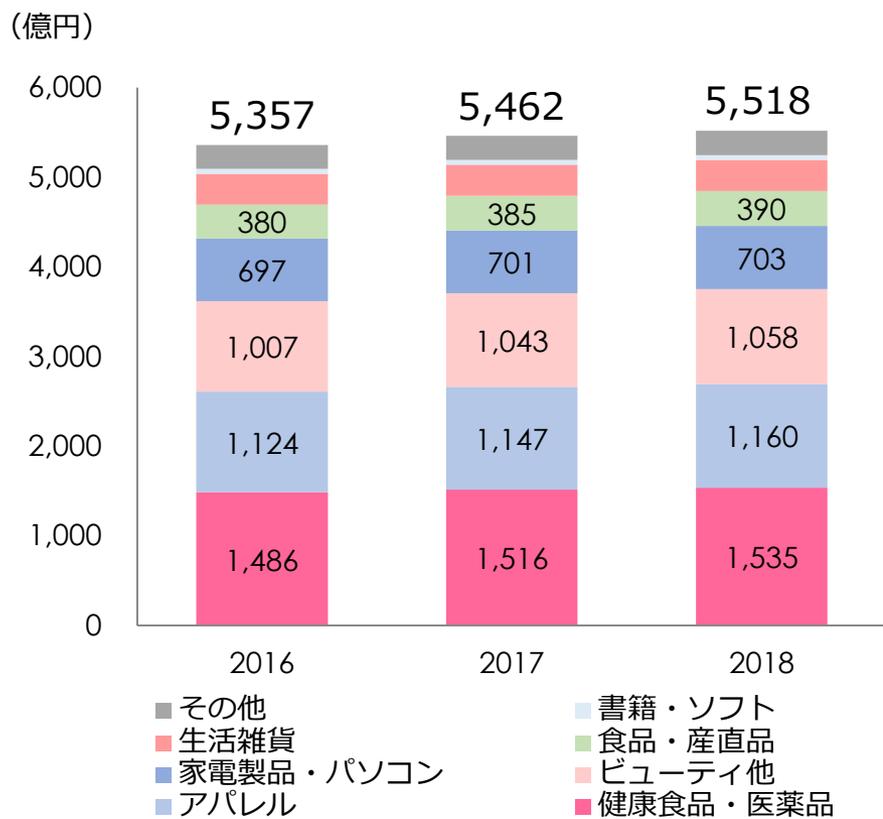


安定して
推移

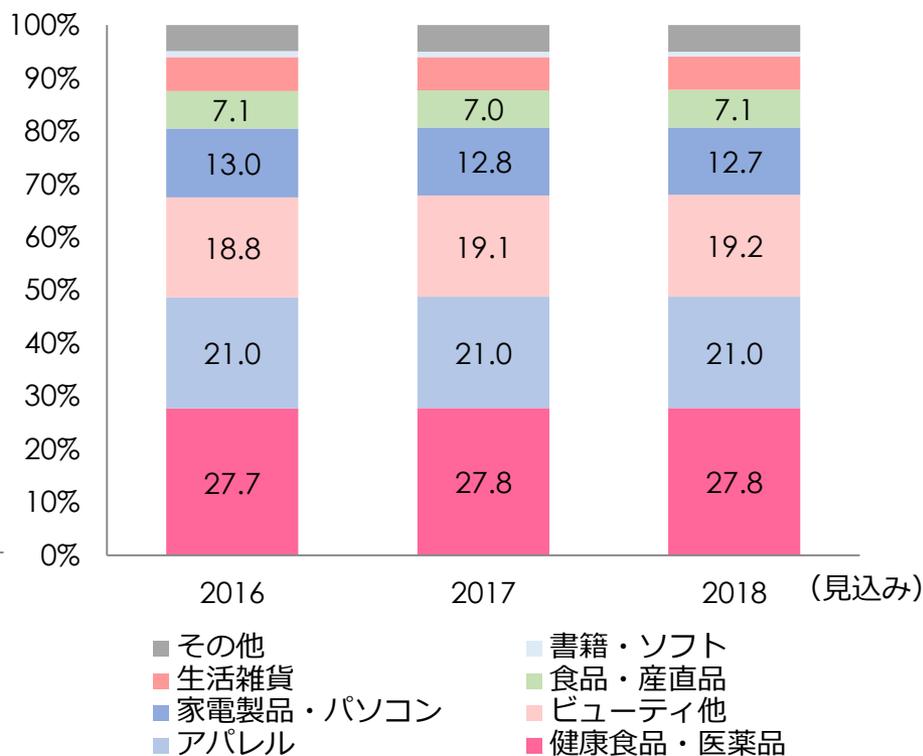
テレビ通販市場の内訳

テレビ通販市場は、健康食品、アパレル、ビューティーの取扱いが多い
 当社は健康食品・医薬品、ビューティー、雑貨が既存の得意分野だが、
 昨今は新業種・新領域クライアントの開拓が大きく進んでいる

▼商品カテゴリー別市場規模推移



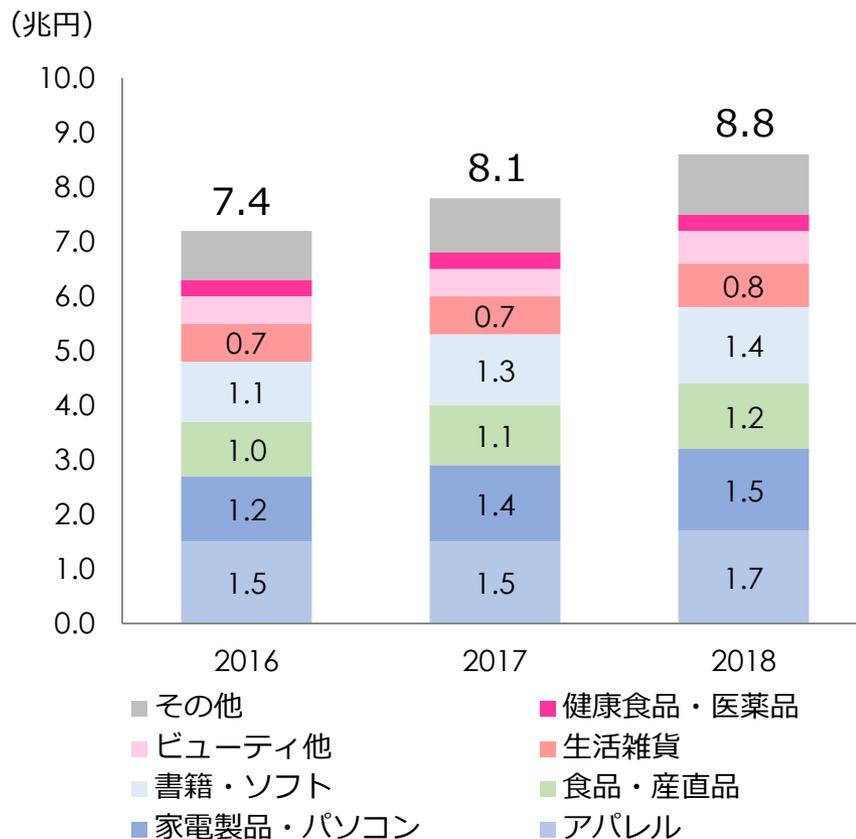
▼商品カテゴリー別構成比



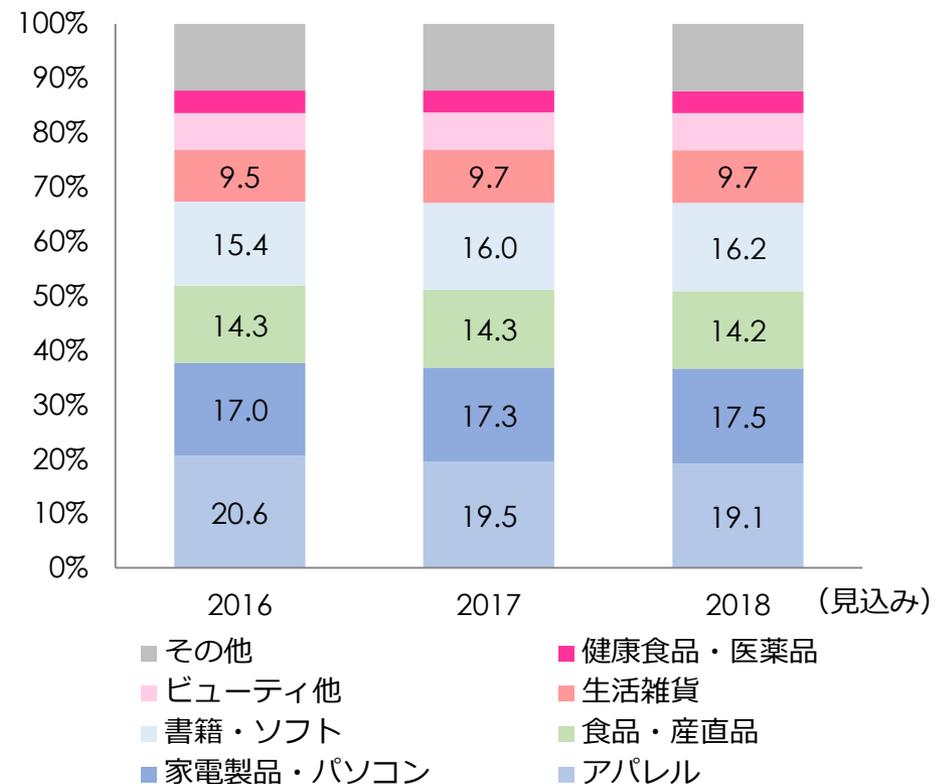
インターネット通販市場の内訳

インターネット通販市場は、アパレル、家電製品、食品の取扱いが多い
 アドフレックス社では、通信販売から金融など各種サービスまで
 ダイレクトマーケティングの幅広い領域をカバー

▼商品カテゴリー別市場規模推移



▼商品カテゴリー別構成比



中期経営計画 ローリングプラン2019の概要

基本方針

- ▶ 当社の強みである「**ダイレクトマーケティング支援**」を実施する**3社**を集中領域に設定。
- ▶ 「**安定**」と「**成長**」事業領域に分け、リソース再配分を実施。
- ▶ 海外/その他事業は今後の収益性・グループ内シナジーを判断軸に見極め。**選択と集中**を早期に実施。

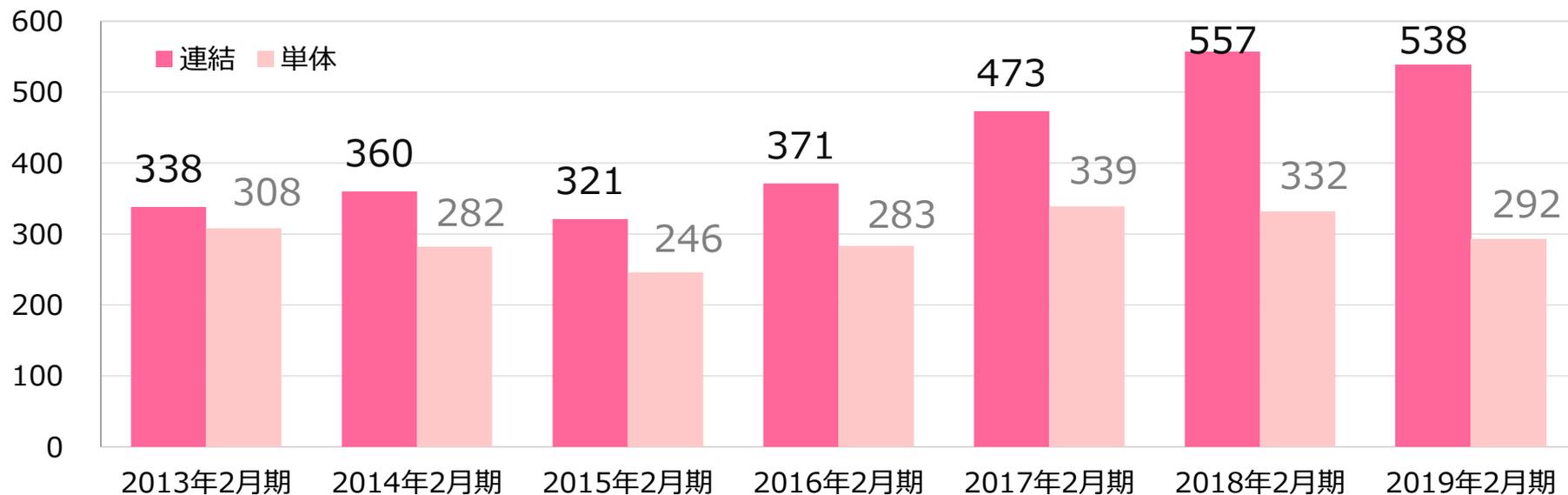


業績推移

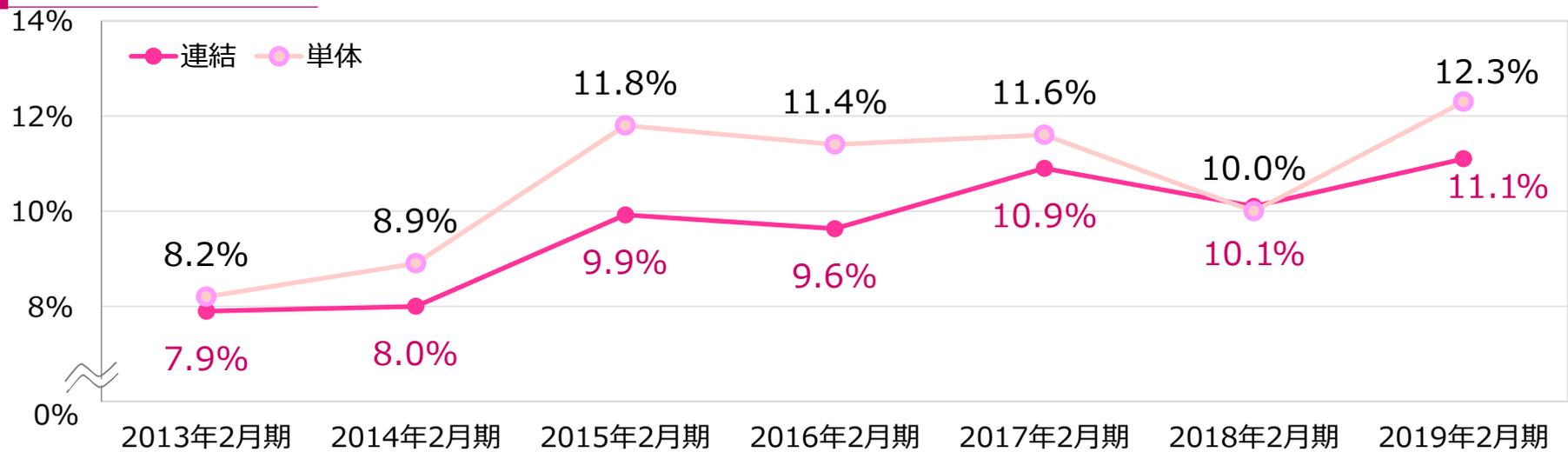
業績推移

(億円)

売上高



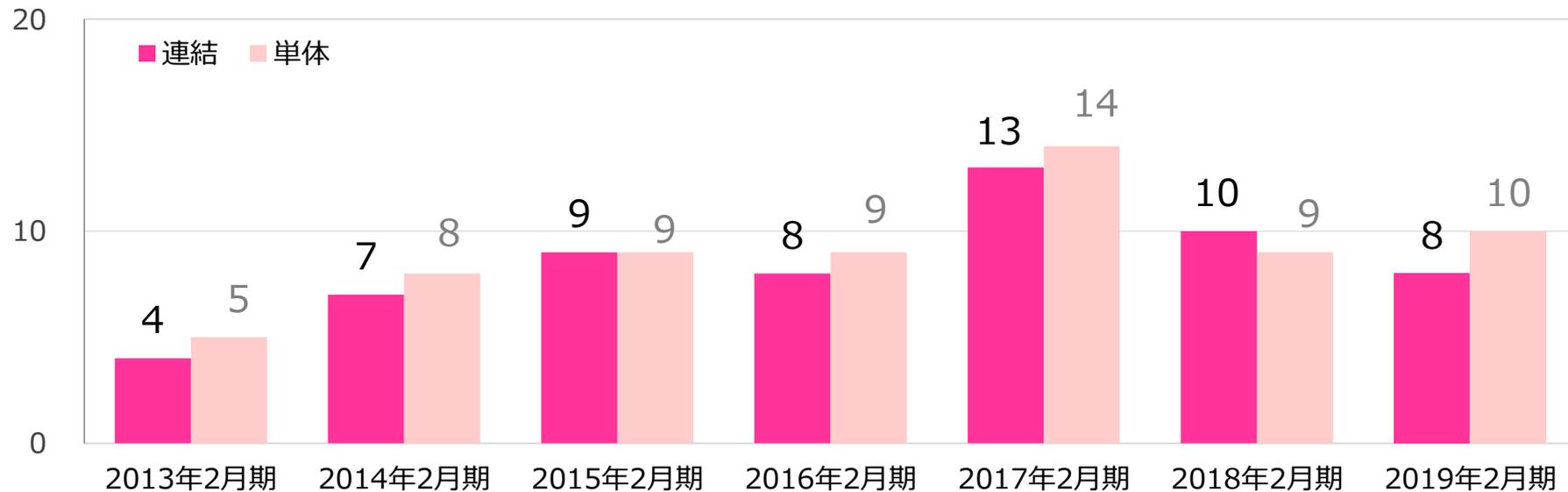
売上総利益率



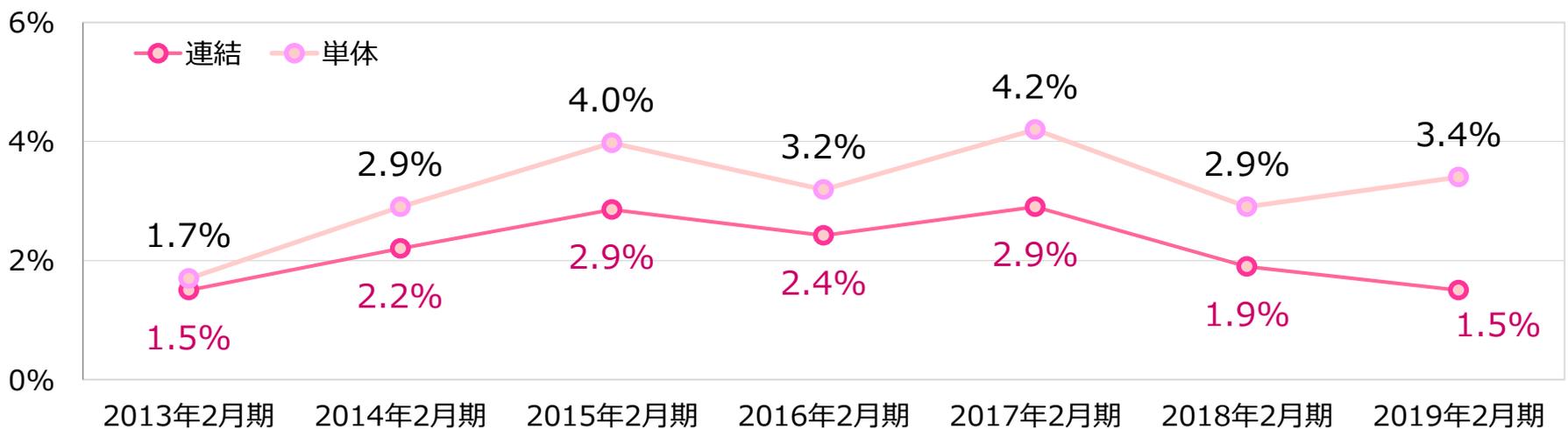
業績推移

(億円)

営業利益



営業利益率



第3四半期連結決算ハイライト

トライ ダイレクトデータマーケティング
「Tri-DDM」リリース

放送枠の新たな販売手法
「ソクレス」リリース

テレビ事業

売上高減少
売上総利益率は高水準を
維持しほぼ見通し通り

WEB事業

AIツール導入企業増加
累計期間 売上高
YoY 39%増

DM事業：1Q
貸倒れ193百万円

海外事業

選択と集中の結果
セグメント黒字化

中期経営計画

定性面は順調に進捗

不正行為発生を受け
内部統制見直し
一部回収し法的対応済

第3四半期連結業績サマリー

▶ テレビ事業の安定収益により、特殊要因や先行投資費用をカバーして黒字を維持

(単位：百万円)	19/2期3Q 2018/11/30	20/2期3Q 2019/11/30	対前期比 増減額	対前期比 増減率	摘要
売上高	40,712	38,674	-2,038	-5.0%	内訳はセグメント別サマリー参照
売上原価	36,272	33,936	-2,336	-6.4%	当社元従業員の不正行為による会計処理として売上原価から162百万円を取消し →同額を貸倒引当金繰入額として販管費へ計上
返品調整引当金繰入額	41	13	-28		
売上総利益	4,398	4,724	326	7.4%	上記影響を除いた売上総利益率は11.8%
売上総利益率 (%)	10.8%	12.2%	1.4%		
販管費	3,745	4,367	622	16.6%	
販管費率 (%)	9.2%	11.3%	2.1%		
人件費	1,695	1,706	11	0.7%	
賃借料	391	437	45	11.7%	
広告宣伝費	223	245	21	9.8%	
のれん償却額	120	64	-55	-46.2%	
減価償却費	111	106	-4	-4.3%	
その他	1,203	1,806	603	50.2%	MCC貸倒引当金繰入額193百万円、裁判関連費用、先行投資費用、他
営業利益	652	356	-295	-45.3%	
営業利益率 (%)	1.6%	0.9%	-0.7%		
営業外収益	13	23	10	75.2%	
営業外費用	537	79	-457	-85.1%	前期：TVDのれん相当額の減損495百万円
経常利益	128	300	171	133.4%	
経常利益率 (%)	0.3%	0.8%	0.5%		
特別利益	28	7	-21	-74.3%	
特別損失	965	206	-758	-78.6%	前期：MERDIS社、JML社減損損失、当期：JML社関係会社整理損172百万円
法人税等調整前当期純利益	-807	101	909	-	
法人税等	331	-74	-406	-	
非支配株主 当期純利益	-11	3	14	-	
親会社株主 当期純利益	-1,128	172	1,300	-	
当期純利益率 (%)	-2.8%	0.4%			
EBITDA	884	528	-355	-40.3%	

第3四半期セグメント別サマリー

(単位：百万円)	累計期間（2019年3月-11月）				会計期間（2019年9月-11月）			
	19/2期3Q	20/2期3Q	増減額	増減率	19/2期3Q	20/2期3Q	増減額	増減率
売上高	40,712	38,674	-2,038	-5.0%	13,174	12,481	-693	-5.3%
ダイレクトマーケティング支援事業	24,214	21,885	-2,329	-9.6%	7,710	6,744	-965	-12.5%
テレビ事業	22,352	19,253	-3,098	-13.9%	7,127	5,996	-1,130	-15.9%
WEB事業	2,214	3,083	869	39.3%	710	885	175	24.6%
DM事業	13,936	14,564	628	4.5%	4,610	5,043	432	9.4%
海外事業	1,451	945	-505	-34.9%	448	282	-165	-37.0%
通販事業	277	155	-122	-44.0%	119	0	-120	-100.5%
その他	1,094	1,192	97	8.9%	360	418	58	16.2%
調整額	-262	-69	192	-	-74	-7	67	-
営業利益	652	356	-295	-45.3%	263	246	-16	-6.3%
ダイレクトマーケティング支援事業	938	610	-327	-34.9%	322	233	-89	-27.6%
テレビ事業	909	826	-83	-9.2%	339	365	25	7.5%
WEB事業	28	-215	-244	-	-16	-131	-114	-
DM事業	299	15	-284	-95.0%	104	80	-23	-22.8%
海外事業	-313	-138	174	-	-72	4	77	-
通販事業	-253	-74	178	-	-63	-33	30	-
その他	-18	-55	-37	196.4%	-28	-38	-10	38.5%

株主還元

配当

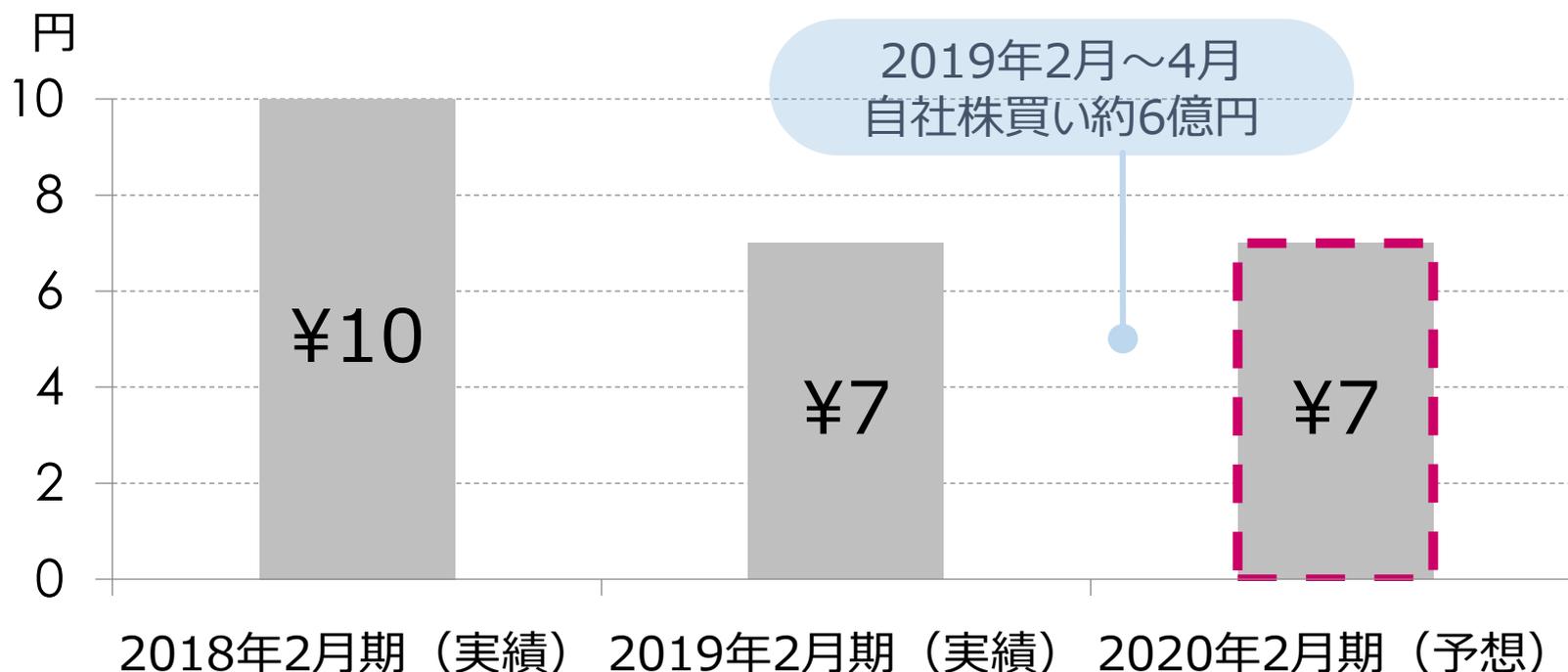
+

株主優待

配当について

配当方針

財務基盤の強化およ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、経営成績および財務状態を勘案し、適切な利益還元策を検討し実施



※ 配当予想につきましては、入手可能な情報に基づき一定の前提・仮定を下に算出した通期業績予想を基礎とし上記基本方針等を勘案して算定しております。そのため、実際の配当金については今後の様々な状況の変化により変動する可能性があります。

株主優待

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株主様にクオカードを進呈

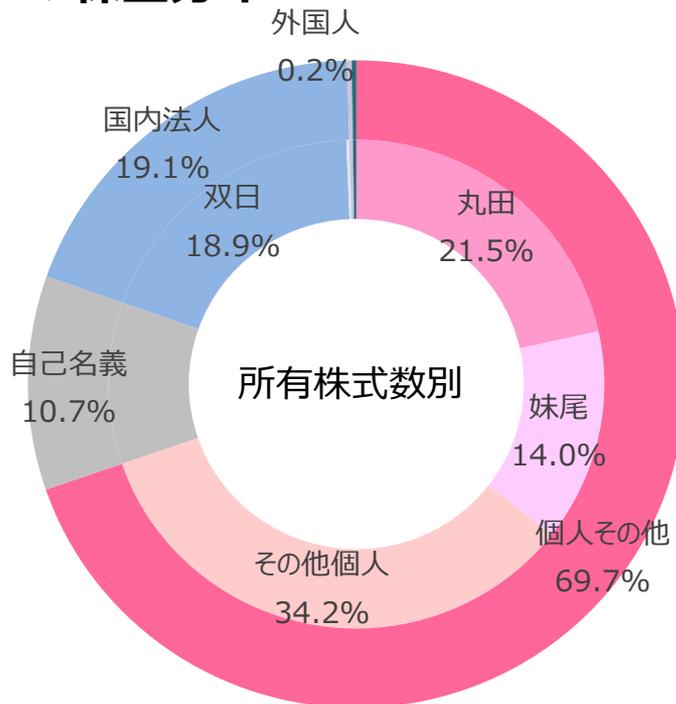


保有株式数	優待内容
400株以上2,000株未満	1,000円相当のクオカード ×年2回
2,000株以上	5,000円相当のクオカード ×年2回

▼基本情報

発行済み株式数	30,517,200株
株主総数	10,663名
単元株主数	10,495名
議決権数	272,519個

▼株主分布



▼大株主

氏名または名称	所有株数	持株割合
1 丸田昭雄（当社代表取締役社長）	6,572,400	21.53%
2 双日株式会社	5,782,400	18.94%
3 妹尾勲（当社取締役）	4,272,400	13.99%
4 自己株式	3,263,260	10.69%
5 個人	263,700	0.86%
6 個人	132,800	0.43%
7 個人	130,900	0.42%
8 トライステージ従業員持株会	106,500	0.34%
9 個人	66,000	0.21%
10 個人	62,400	0.20%

株価推移

▶5年



株価 **328円** (2020年1月14日終値)

時価総額	10,010百万円
配当利回り	2.13%
1株当たり配当予想	7円
PER (会社予想)	26.32倍
PBR (実績)	1.33倍
EPS (会社予想)	12.46円
最低購入代金	32,800円
単元株数	100株
年初来高値	366円
年初来安値	252円

▶6か月



ホームページ・IRメールのご案内



←IRサイトにて、各種IR資料を公開しています
<https://www.tri-stage/ir/>

資料名	1Q	2Q	3Q	期末
有価証券（四半期）報告書	○	○	○	○
決算短信	○	○	○	○
決算説明会資料	○	○	○	○
決算説明会ムービー	○	○	○	○
ファクトシート（Excel/年度・四半期）	○	○	○	○
株主通信		○	○	○
企業調査レポート（シェアードリサーチ）	○	○	○	○

・その他、適時開示資料、株主総会関連書類、PR資料等

トライステージの最新ニュースを
 メールでお届けします
 IRメール配信登録はこちらから→



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5社、海外1社

資本金 645百万円

従業員 連結 363名 単体 165名 (2019年11月末現在)

役員
代表取締役社長 丸田 昭雄 監査役 太田 譲治
取締役 妹尾 勲 監査役 藤井 幹晴
取締役 辻 壮 監査役 庄村 裕
取締役 前田 充章
取締役 倉田 育尚
取締役 加島 敏幸
取締役 杉山 博高
取締役 中條 宰

IRに関するお問い合わせ

代表電話：03-5402-4111
平日9:30～18:00 IR担当 鈴木

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

本資料のお取扱いについて

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。