

当PDF文書は上に示されている企業に関する詳細レポートのアップデート版として作成されたものです。詳細レポート全体につきましては弊社ウェブサイトをご覧ください。

2020年4月3日、株式会社トライステージは2020年2月期通期決算に関して発表した。

Table with 4 main sections: 四半期業績推移 (累計), 四半期業績推移 (按季), セグメント別 (累計), and セグメント別 (按季). Each section contains financial data for FY02/18, FY02/19, and FY02/20 across various metrics like sales, operating profit, and segment performance.

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
 *2017年第3四半期より、「ダイレクトマーケティング支援事業」から「海外事業」を独立させて開示。また、2018年第1四半期より「その他」に含まれていた「通販事業」を独立させて表示している。前年同期比較については変更後の区分方法に組み替えたものによる。
 *2019年2月期第1四半期連結会計期間より、報告セグメントごとの業績をより適切に評価管理するため、共通費の配賦基準を見直し、事業セグメントの損益の算定方法を変更した。前年同期比については変更後の損益の算定方法により組み替えたものとなっている。

販管費 (累計) (百万円)	FY02/18				FY02/19				FY02/20			
	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4
販管費	1,135	2,235	3,378	4,581	1,244	2,501	3,745	5,171	1,675	3,165	4,368	5,524
人件費	497	1,013	1,578	2,099	552	1,153	1,694	2,354	563	1,139	1,705	2,255
賃借料	122	248	379	506	126	259	390	536	148	297	436	587
広告宣伝費	56	120	188	254	62	133	221	302	76	190	244	283
減価償却費	31	66	102	133	38	76	111	148	34	69	105	142
のれん償却額	56	121	184	232	47	94	118	142	21	42	63	84
その他	369	661	937	1,344	416	781	1,202	1,677	829	1,421	1,805	2,161
販管費比率	8.6%	8.0%	8.0%	8.2%	9.0%	9.1%	9.2%	9.6%	12.6%	12.1%	11.3%	11.0%
人件費	3.8%	3.6%	3.7%	3.8%	4.0%	4.2%	4.2%	4.4%	4.2%	4.3%	4.4%	4.5%
賃借料	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	1.1%	1.1%	1.1%	1.2%
広告宣伝費	0.4%	0.4%	0.4%	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%	0.7%	0.6%	0.6%
減価償却費	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
のれん償却額	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
その他	2.8%	2.4%	2.2%	2.4%	3.0%	2.8%	3.0%	3.1%	6.2%	5.4%	4.7%	4.3%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

単体売上原価・売上総利益 (累計) (百万円)	FY02/18				FY02/19				FY02/20			
	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4
売上高	8,807	17,609	25,676	33,215	7,551	15,224	22,352	29,292	6,658	13,256	19,253	24,779
売上原価	7,853	15,844	23,088	29,896	6,672	13,434	19,664	25,696	5,785	11,311	16,381	21,076
媒体費 (テレビ番組)	4,928	9,660	14,080	18,174	3,812	7,338	10,518	13,477	2,684	5,092	7,480	9,725
媒体費 (テレビCM)	1,715	3,678	5,250	6,721	1,688	3,776	5,715	7,533	1,857	3,766	5,354	6,705
媒体費 (その他)	179	392	621	802	263	529	773	1,014	282	542	786	1,032
外注費	998	2,054	3,040	4,036	885	1,755	2,613	3,621	956	1,907	2,748	3,597
商品原価	30	55	89	152	21	30	37	40	3	3	11	14
売上総利益	954	1,764	2,588	3,319	879	1,790	2,688	3,595	873	1,945	2,872	3,703
売上総利益率	10.8%	10.0%	10.1%	10.0%	11.6%	11.8%	12.0%	12.3%	13.1%	14.7%	14.9%	14.9%

単体売上高 (累計) (百万円)	FY02/18				FY02/19				FY02/20			
	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4
売上高	8,807	17,609	25,676	33,215	7,551	15,224	22,352	29,292	6,658	13,256	19,253	24,779
新規クライアント売上高	1,316	2,059	2,828	3,563	700	1,000	1,600	3,100	1,500	2,400	3,000	3,400
中堅クライアント売上高	3,237	7,197	10,666	13,837	3,100	6,500	9,800	12,600	2,300	4,700	7,200	9,700
上位クライアント売上高	4,251	8,334	12,121	15,698	3,500	7,200	10,100	12,600	2,600	5,700	8,500	11,000
構成比												
新規クライアント売上高	14.9%	11.7%	11.0%	10.7%	9.3%	6.6%	7.2%	10.6%	22.5%	18.1%	15.6%	13.7%
中堅クライアント売上高	36.7%	40.9%	41.5%	41.7%	41.1%	42.7%	43.8%	43.0%	34.5%	35.5%	37.4%	39.1%
上位クライアント売上高	48.3%	47.3%	47.2%	47.3%	46.4%	47.3%	45.2%	43.0%	39.1%	43.0%	44.1%	44.4%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

2020年2月期実績（2020年4月3日発表）

- ▷ 2020年2月期実績：売上高50,440百万円（前期比6.3%減）、営業利益628百万円（同22.4%減）、経常利益は404百万円（同48.5%増）、親会社株主に帰属する当期純利益は183百万円（同当期純損失992百万円）。
- ▷ 2020年2月期実績の通り計画に対する実績の達成率は売上高、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益共に、2020年4月1日発表の修正会社予想*に沿った内容となった。
- ▷ 前期比6.3%減収：「中期経営計画ローリングプラン2019」の下、事業の選択と集中を進め、JML Singapore社の株式譲渡日本ヘルスケアアドバイザーズの通販事業の事業譲渡など、事業の選択と集中は着実に進捗
- ▷ 営業利益同22.4%減益：売上総利益率*は前期比1.1%ポイント改善の12.2%となったが、販管費率**は同1.4%ポイント上昇し11.0%となり、営業利益率は同0.3%ポイント低下し1.2%となった。販管費率の上昇は、連結子会社メールカスタマーセンター社において回収懸念のある顧客1社の資金繰りが急速に悪化し売上債権に回収懸念が生じたため貸倒引当金繰入額194百万円を計上したことに伴い、一般債権に対する貸倒実績率が上昇し合計で貸倒引当金繰入額258百万円を計上したことが要因。
- ▷ 経常利益同48.5%増益：前期はTVDのれん相当額495百万円の減損損失を計上したが、今期は148百万円に縮小し、持分法による投資損失は前期の508百万円から今期は168百万円に減少した。
- ▷ 親会社株主に帰属する当期純利益183百万円：JML社撤退に伴い関係会社整理損172百万円を特別損失に計上したが、同社個別の法人税計算上、JML社の株式評価損及び同社に対する貸倒引当金の損金算入が可能となったなどにより、損失額が当初計画より縮減し、黒字化した。
- ▷ 中期経営計画2年間での進捗：事業の見極めおよび選択と集中を実施。特殊要因（貸倒、減損、元従業員不正）により中計業績目標に対しビハインドするも、中期経営計画で掲げた目標達成に向けた基盤は整ったとしている。

* 2020年2月期通期業績予想修正（2020年4月1日発表）

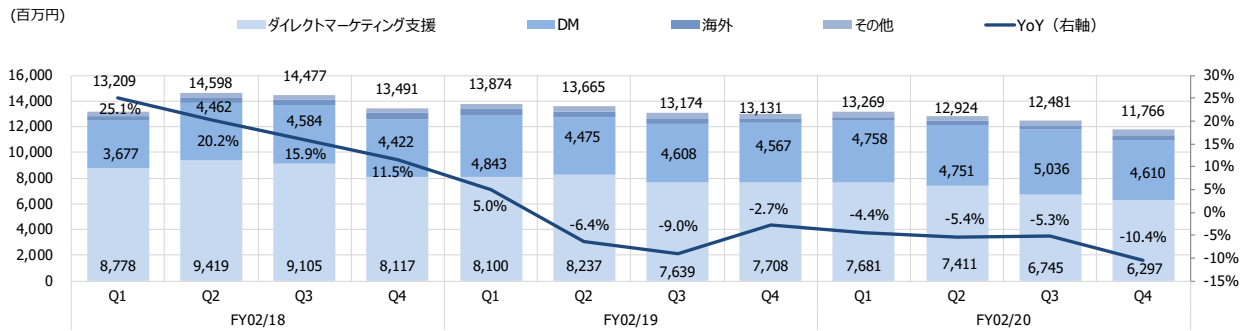
- ▷ 売上高：50,440百万円（前回予想51,839百万円）
- ▷ 営業利益：628百万円（同588百万円）
- ▷ 経常利益：404百万円（同531百万円）
- ▷ 親会社株主に帰属する当期純利益：182百万円（同340百万円）

修正の理由

- ・売上高は、主にテレビ事業（個別業績）においてクライアントのメディア出稿意欲が見通しを下回ったことにより、前回計画を下回る見込み。
- ・利益面では、主にテレビ事業の収益性改善、及びコスト削減などにより、営業利益では前回計画を上回る見込みとなった。ただし、2020年3月3日に公表のとおり、持分法適用関連会社であるTV Direct Public Company Limitedの時価下落に伴い、同社に係るのれん相当額の一時償却148百万円を営業外費用に計上することにより、経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益は前回計画を下回る見通しである。
- ・2020年2月期期末配当については1株当たり7円を維持する方針。株主優待についても変更の予定はない。

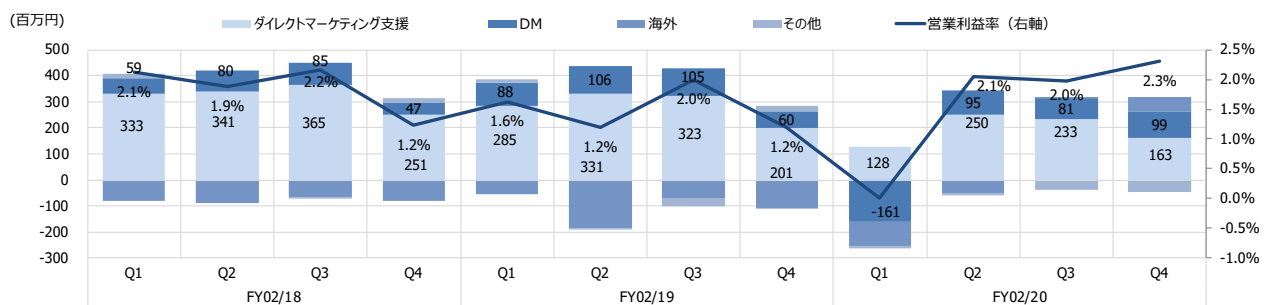
**元従業員の不正行為に係る会計処理として、当第2四半期累計期間の決算において、売上原価から162百万円を取り消し、同額を貸倒引当金繰入額（販管費）として計上。当該影響を除いた売上総利益率は14.3%。

四半期売上高



出所：会社資料よりSR社作成

四半期営業利益



出所：会社資料よりSR社作成

ダイレクトマーケティング支援事業

売上高は28,134百万円（前期比11.2%減）、営業利益は773百万円（同32.1%減）となった。

テレビ事業では、ダイレクトマーケティング事業者に対し、テレビ番組枠・CM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に必要なソリューションを総合的に提供している。「データ分析に基づく最適な媒体提供」、「売れる映像制作」、「効率的な受注管理」による新規顧客獲得支援を強みとする。

2020年2月期は、放送予定管理システムの活用等の業務のシステム化・IT化による業務効率化、クライアントの需要動向に応じた柔軟なメディア仕入、九州支店の開設等の営業体制の強化などに取り組んだ。また、放送枠の新たな販売手法を開拓すべく2019年6月からテストを実施し、2019年12月に毎日最新の放送枠情報がメールで届くオンライン会員制サービス「ソクレス」を開始した。

中長期的な成長戦略として位置付けているダイレクトデータマーケティング基盤の構築については、2019年12月に「Tri Direct Data Marketing (Tri-DDM)」としてサービスを開始した。Tri-DDMは段階的なサービス拡充を予定しており、第1段では、放送枠や受注などの各種データを統合し、BIツールで即時かつ精緻な分析を行うことで、放送枠の価値の明確化やコンタクトセンターの適切な運用状況の把握、納品関連データの自動集計などが可能となる。今後はさらにサービスを拡充し、CRM領域を含めたダイレクトマーケティングの総合支援サービスの提供に取り組むとしている。

WEB事業は、株式会社アドフレックス・コミュニケーションズを中心として、テレビとWEBの相互提案とAIツールの積極導入を実施し、新規顧客獲得及び既存顧客との取引拡大に取り組むとともに、顧客企業の売上高・利益の最大化に取り組んだ。リスティング広告最適化AIツールについては、導入企業数が順調に増加しており、引き続きリスティング広告最適化以外でも有力なAIツールの導入を進めている。

DM事業

売上高は19,154百万円（前期比3.6%増）、営業利益は114百万円（同68.4%減）となった。

メールカスタマーセンター株式会社を中心として、「ゆうメール」及び「クロネコDM便」等のダイレクトメール発送代行業務に取り組んでいる。2020年2月期においては、クライアント1社の資金繰りが急激に悪化し、売上債権の回収が困難となる可能性が生じたため、当該債権に対する貸倒引当金繰入額194百万円を計上した。これに伴い一般債権に対する貸倒実績率が増加したため合計で258百万円の貸倒引当金繰入額を計上した。今後はこれまで以上の管理体制の強化に取り組むとともに、業績の回復に努めるとしている。なお、当期は「ネコポスト」や「ゆうパケット」などの小型宅配便への対応や、業容拡大のための人員強化に取り組んでおり、通常取引での売上高及び売上総利益は好調に推移した。

海外事業

売上高は1,344百万円（前期比25.3%減）、営業損失は82百万円（前年同期は422百万円の損失）となった。

JML Singapore Pte. Ltd.およびMerdis Internationalを中心としてASEANでのテレビ通販やEC、小売・卸売を行っている。JML社については、中期経営計画の下、今後の収益性やグループシナジーに鑑み検討した結果、同社グループの経営資源を最適配分するべく、2019年8月に株式譲渡によって撤退した。PT. Merdis Internationalでは、取扱商品のヒットにより売上高が増加した。これにより、当第3四半期にセグメント利益が黒字に転換し、大幅な損失削減となった。

通販事業

売上高は156百万円（前期比58.2%減）、営業損失は76百万円（前年同期は271百万円の損失）となった。

通販事業は、今後の収益性やグループシナジーに鑑み検討した結果、2019年7月に連結子会社日本ヘルスケアアドバイザーズ社を解散し、日本ヘルスケアアドバイザーズ社の営む通販事業を2019年9月にティーライフ株式会社に事業譲渡した。日本ヘルスケアアドバイザーズ社については、今期中の清算結了を予定している。

その他事業

売上高は1,653百万円（前期比10.6%増）、営業損失は103百万円（前期は営業利益2百万円）となった。

株式会社日本百貨店は、日本各地の特産品や名産品を販売する「日本百貨店」ブランドを掲げた小売業を営んでおり、各店舗の収益拡大および卸売事業の強化に取り組んでいる。2019年6月にはシャポー市川に「日本百貨店しょくひんかんいちかわ」を、2019年9月にはコレド室町テラスに「日本百貨店にほんばし總本店」を出店した。2019年2月期と比較して、店舗が増加したことにより売上高が増加した一方で、一部の店舗で客数が伸び悩んだ。今後は、特色ある商品仕入れに注力し、PR活動などにも注力するとしている。

2021年2月期会社計画

業績推移 (百万円)	FY02/16			FY02/17			FY02/18			FY02/19			FY02/20			FY02/21		
	通期実績	通期実績	通期実績	1H	2H	通期実績	1H	2H	通期実績	1H会予	2H会予	通期会予						
売上高	37,132	47,302	55,776	27,538	26,306	53,844	26,193	24,247	50,440	24,103	28,537	52,640						
YoY	15.4%	27.4%	17.9%	-1.0%	-5.9%	-3.5%	-4.9%	-7.8%	-6.3%	-8.0%	17.7%	4.4%						
営業利益	898	1,395	1,032	389	420	810	110	518	628	260	881	1,141						
YoY	-2.3%	55.3%	-26.0%	-29.7%	-12.2%	-21.6%	-71.7%	23.3%	-22.4%	136.0%	70.1%	81.6%						
営業利益率	2.4%	2.9%	1.9%	1.4%	1.6%	1.5%	0.4%	2.1%	1.2%	1.1%	3.1%	2.2%						
経常利益	890	1,367	908	-165	438	272	54	350	404	247	869	1,116						
YoY	-4.4%	53.5%	-33.5%	-	-55.4%	-70.0%	-	-20.0%	48.5%	359.1%	148.1%	176.2%						
経常利益率	2.4%	2.9%	1.6%	-	1.7%	0.5%	-	1.4%	0.8%	1.0%	3.0%	2.1%						
親会社株主帰属当期純利益	475	761	386	-1,340	348	-992	5	177	183	-19	569	550						
YoY	-11.0%	60.3%	-49.3%	-	-40.1%	-	-	-49.0%	-	-453.6%	221.0%	201.2%						
当期純利益率	1.3%	1.6%	0.7%	-	1.3%	-	-	0.7%	0.4%	-0.1%	2.0%	1.0%						
セグメント別 (百万円)	FY02/16			FY02/17			FY02/18			FY02/19			FY02/20			FY02/21		
(百万円)	通期実績	通期実績	通期実績	1H	2H	通期実績	1H	2H	通期実績	1H会予	2H会予	通期会予						
売上高	37,132	47,302	55,776	27,538	26,306	53,844	26,193	24,247	50,440	24,103	28,537	52,640						
ダイレクトマーケティング支援	28,262	33,875	35,420	16,337	15,347	31,684	15,092	13,042	28,134	-	-	-						
DM	8,830	11,536	17,144	9,319	9,175	18,494	9,508	9,646	19,154	-	-	-						
海外	40	668	1,756	990	808	1,798	663	681	1,344	-	-	-						
通販	-	-	66	158	214	373	156	-1	156	-	-	-						
その他	-	1,222	1,390	734	761	1,495	774	880	1,653	-	-	-						
YoY	15.4%	27.4%	17.9%	-1.0%	-5.9%	-3.5%	-4.9%	-7.8%	-6.3%	-8.0%	17.7%	4.4%						
ダイレクトマーケティング支援	14.6%	19.9%	4.6%	-10.2%	-10.9%	-10.5%	-7.6%	-15.0%	-11.2%	-	-	-						
DM	17.5%	30.6%	48.6%	14.5%	1.9%	7.9%	2.0%	5.1%	3.6%	-	-	-						
海外	-	-	162.6%	30.9%	-19.1%	2.4%	-33.1%	-15.7%	-25.3%	-	-	-						
通販	-	-	-	2,251.7%	263.1%	466.9%	-1.3%	-100.3%	-	-	-	-						
その他	-	-	13.7%	3.6%	11.7%	7.6%	5.4%	15.5%	10.6%	-	-	-						
営業利益	898	1,395	1,032	389	420	810	110	518	628	260	881	1,141						
ダイレクトマーケティング支援	1,064	1,637	1,292	616	524	1,140	377	396	773	-	-	-						
DM	-5	62	272	195	165	360	-66	180	114	-	-	-						
海外	-161	-295	-316	-240	-182	-422	-144	62	-82	-	-	-						
通販事業	-	-13	-238	-190	-81	-271	-42	-34	-76	-	-	-						
その他	-	4	23	9	-7	2	-17	-86	-103	-	-	-						
営業利益率	2.4%	2.9%	1.9%	1.4%	1.6%	1.5%	0.4%	2.1%	1.2%	1.0%	3.1%	2.2%						
ダイレクトマーケティング支援	3.8%	4.8%	3.6%	3.8%	3.4%	3.6%	1.4%	3.0%	2.7%	-	-	-						
DM	-0.1%	0.5%	1.6%	2.1%	1.8%	1.9%	-0.3%	1.9%	0.6%	-	-	-						
海外	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						
通販事業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						
その他	-	0.4%	1.6%	1.3%	-	0.1%	-	-	-	-	-	-						

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

**海外事業は、ダイレクトマーケティング支援事業に含めている。

概要

2021年2月期連結会社予想は売上高52,640百万円（前期比4.4%増）、営業利益1,141百万円（同81.6%増）、経常利益1,116百万円（同176.2%増）、親会社株主帰属当期純利益550百万円（同201.2%増）。

同社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、主力であるテレビ通販市場は、今後も横ばい傾向が継続することが見込まれる。このような環境下、同社は、引き続きテレビ事業およびDM事業にて安定的な収益創出を図りつつ、WEB事業およびTri-DDMへ経営資源の集中を進め、積極的な事業拡大を目指す。

前提条件

- ▷ テレビ事業、DM事業で、安定的な売上総利益を確保する
- ▷ WEB事業は、さらに売上高を拡大し、下半期以降、利益創出フェーズへ入る
- ▷ 上半期にて、TVDで予定されている増資により持分法適用関連会社から外れることに伴う損失を見込む

事業別

- ▷ テレビ事業では、新たな経営体制の下、引き続きテレビ通販に適したメディア枠を精査し、需要に応じた適正な仕入れ及び最適配分を行い、付加価値の高いサービスを提供することによって高水準な売上総利益率の維持を図る。Tri-DDMの顧客への導入およびサービス拡充によって顧客の売上及び利益の最大化を図る。
- ▷ WEB事業では、2020年2月期に採用した人員を本格稼働し、各種AIツールをフックとした新規クライアント開拓および既存クライアントへのサービス拡充により、さらなる売上拡大および黒字化を図る。
- ▷ DM事業では、従来のDM発送代行に加え、「ゆうパケット」や「ネコポス」といった郵便ポストに投函できる小型の宅配便への対応を強化する。
- ▷ 海外事業は、引き続き黒字を維持に取り組む。

その他事業は、不採算店舗の閉店や新商品開発による収益性改善に取り組むが、新型コロナウイルス感染症の影響による大幅な来店者数減少により厳しい状況を想定している。

このリサーチメモは、掲載企業の[最新版レポート](#)にも掲載されています。

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。

ディスクレーム

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。

本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与える利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融商品取引法に基づく表示

本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

株式会社シェアードリサーチ / Shared Research Inc.
東京都文京区千駄木3-31-12
HP: <https://sharedresearch.jp>
TEL : (03)5834-8787
Email: info@sharedresearch.jp