

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。

2021年4月12日、株式会社トライステージは2021年2月期通期決算および新中期経営計画「Tri's Vision2024」を発表した。

四半期業績推移 (累計)	FY02/19				FY02/20				FY02/21				FY02/21	
	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	(進捗率)	通期会予
売上高	13,874	27,538	40,713	53,844	13,269	26,193	38,674	50,440	11,629	24,193	36,242	47,783	96.4%	49,549
YoY	5.0%	-1.0%	-3.7%	-3.5%	-4.4%	-4.9%	-5.0%	-6.3%	-12.4%	-7.6%	-6.3%	-5.3%		-1.8%
売上総利益	1,470	2,891	4,398	5,982	1,545	3,288	4,738	6,152	1,318	2,757	4,047	5,361		
売上総利益率	10.6%	10.5%	10.8%	11.1%	11.6%	12.6%	12.3%	12.2%	11.3%	11.4%	11.2%	11.2%		
販管費	1,244	2,502	3,746	5,172	1,675	3,165	4,368	5,524	957	1,899	3,004	4,041		
YoY	9.7%	11.9%	10.9%	12.9%	34.6%	26.5%	16.6%	6.8%	-42.8%	-40.0%	-31.2%	-26.8%		
販管費率	9.0%	9.1%	9.2%	9.6%	12.6%	12.1%	11.3%	11.0%	8.2%	7.8%	8.3%	8.5%		
営業利益	225	389	653	810	-155	110	357	628	360	858	1,043	1,320	105.2%	1,255
YoY	-19.6%	-29.7%	-24.6%	-21.6%	-4.4%	-71.7%	-45.3%	-22.4%	-	679.3%	192.0%	110.2%		99.8%
営業利益率	1.6%	1.4%	1.6%	1.5%	-	0.4%	0.9%	1.2%	3.1%	3.5%	2.9%	2.8%		2.5%
経常利益	-285	-165	129	272	-210	54	301	404	357	880	1,090	1,335	107.3%	1,245
YoY	-	0.0%	-21.3%	-70.0%	-	-	133.4%	48.5%	-	1,536.1%	262.6%	230.5%		208.2%
経常利益率	-	-0.6%	0.3%	0.5%	-	0.2%	0.8%	0.8%	-	3.1%	3.6%	3.0%		2.8%
親会社株主帰属当期純利益	-399	-1,340	-1,128	-992	-218	5	172	183	257	426	655	849	130.6%	650
YoY	-	0.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	280.0%	364.8%		255.9%
当期純利益率	-	-	-	-	-	0.0%	0.4%	0.4%	-	2.2%	1.8%	1.8%		1.8%

四半期業績推移	FY02/19				FY02/20				FY02/21				FY02/21	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	(進捗率)	通期会予
売上高	13,874	13,665	13,174	13,131	13,269	12,924	12,481	11,766	11,629	12,563	12,049	11,541	96.4%	49,549
YoY	5.0%	-6.4%	-9.0%	-2.7%	-4.4%	-5.4%	-5.3%	-10.4%	-12.4%	-2.8%	-3.5%	-1.9%		-1.8%
売上総利益	1,470	1,421	1,507	1,584	1,545	1,743	1,450	1,414	1,318	1,439	1,290	1,314		
売上総利益率	10.6%	10.4%	11.4%	12.1%	11.6%	13.5%	11.6%	12.0%	11.3%	11.5%	10.7%	11.4%		
販管費	1,244	1,257	1,244	1,427	1,675	1,490	1,203	1,156	957	941	1,106	1,037		
YoY	9.7%	14.2%	8.8%	18.6%	34.6%	18.5%	-3.3%	-19.0%	-42.8%	-36.8%	-8.1%	-10.3%		
販管費率	9.0%	9.2%	9.4%	10.9%	12.6%	11.5%	9.6%	9.8%	8.2%	7.5%	9.2%	9.0%		
営業利益	225	164	263	157	-155	266	247	271	360	498	184	278	105.2%	1,255
YoY	-19.6%	-40.1%	-15.4%	-6.0%	-	61.9%	-6.3%	72.9%	-	87.6%	-25.4%	2.4%		99.8%
営業利益率	1.6%	1.2%	2.0%	1.2%	-	2.1%	2.0%	2.3%	3.1%	4.0%	1.5%	2.4%		2.5%
経常利益	-285	120	294	143	-210	264	247	103	357	523	209	246	107.3%	1,245
YoY	-	-	24.7%	-80.8%	-	120.7%	-16.1%	-27.8%	-	97.9%	-15.1%	137.4%		208.2%
経常利益率	-	-	0.9%	1.1%	-	2.0%	2.0%	0.9%	3.1%	4.2%	1.7%	2.1%		2.5%
親会社株主帰属当期純利益	-399	-941	212	136	-218	223	167	10	257	169	229	193	130.6%	650
YoY	-	-	228.1%	-73.6%	-	-	-21.1%	-92.5%	-	-24.2%	37.3%	-		255.9%
当期純利益率	-	-	1.6%	1.0%	-	1.7%	1.3%	0.1%	2.2%	1.3%	1.9%	1.7%		1.8%

セグメント別 (累計)	FY02/19				FY02/20				FY02/21			
	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	1-4Q	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	1-4Q	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	1-4Q
売上高	13,874	27,538	40,713	53,844	13,269	26,193	38,674	50,440	11,629	24,193	36,242	47,783
ダイレクトマーケティング支援	8,100	16,337	23,976	31,684	7,681	15,092	21,837	28,134	6,893	14,232	20,946	27,715
DM	4,843	9,319	13,926	18,494	4,758	9,508	14,545	19,154	4,303	9,066	13,888	18,155
海外	493	990	1,438	1,798	342	663	945	1,344	258	459	656	857
小売	371	734	1,094	1,495	397	774	1,192	1,653	176	436	751	1,055
通販	66	158	278	373	91	156	156	156	-	-	-	-
YoY	5.0%	-1.0%	-3.7%	-3.5%	-4.4%	-4.9%	-5.0%	-6.3%	-12.4%	-7.6%	-6.3%	-5.3%
ダイレクトマーケティング支援	-7.7%	-10.2%	-12.2%	-10.5%	-5.2%	-7.6%	-8.9%	-11.2%	-10.3%	-5.7%	-4.1%	-1.5%
DM	31.7%	14.5%	9.5%	7.9%	-1.8%	2.0%	4.4%	3.6%	-9.6%	-4.7%	-4.5%	-5.2%
海外	26.3%	30.9%	18.1%	2.4%	-30.6%	-33.1%	-34.3%	-25.3%	-24.6%	-30.8%	-30.5%	-36.2%
小売	-	-	-	-	7.0%	5.4%	9.0%	10.6%	-55.8%	-43.6%	-37.0%	-36.2%
通販	8,622.7%	2,251.7%	917.3%	466.9%	38.6%	-1.3%	-44.0%	-58.2%	-	-	-	-
営業利益	225	389	653	810	-155	110	357	628	360	830	1,041	1,320
ダイレクトマーケティング支援	285	616	939	1,140	128	377	611	773	258	671	820	1,106
DM	88	195	300	360	-161	-66	15	114	126	242	304	328
海外	-53	-241	-314	-422	-95	-144	-139	-82	19	30	36	25
小売	11	9	-19	2	-5	-17	-56	-103	-42	-86	-120	-141
通販	-106	-190	-254	-271	-23	-42	-75	-76	-	-	-	-
営業利益率	1.6%	1.4%	1.6%	1.5%	-	0.4%	0.9%	1.2%	3.1%	3.4%	2.9%	2.8%
ダイレクトマーケティング支援	3.5%	3.8%	3.9%	3.6%	1.7%	2.5%	2.8%	2.7%	3.7%	4.7%	3.9%	4.0%
DM	1.8%	2.1%	2.2%	1.9%	-	-	0.1%	0.6%	2.9%	2.7%	2.2%	1.8%
海外	-	-	-	-	-	-	-	-	7.2%	6.4%	5.6%	2.9%
小売	3.0%	1.3%	-	0.1%	-	-	-	-	-	-	-	-
通販	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

セグメント別	FY02/19				FY02/20				FY02/21			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
売上高	13,874	13,665	13,174	13,131	13,269	12,924	12,481	11,766	11,629	12,563	12,049	11,541
ダイレクトマーケティング支援	8,100	8,237	7,639	7,708	7,681	7,411	6,745	6,297	6,893	7,339	6,714	6,769
DM	4,843	4,475	4,608	4,567	4,758	4,751	5,036	4,610	4,303	4,763	4,823	4,267
海外	493	497	448	360	342	320	283	399	258	201	198	201
小売	371	363	360	401	397	376	418	461	176	261	314	305
通販	66	93	120	95	91	65	-1	0	-	-	-	-
YoY	5.0%	-6.4%	-9.0%	-2.7%	-4.4%	-5.4%	-5.3%	-10.4%	-12.4%	-2.8%	-3.5%	-1.9%
ダイレクトマーケティング支援	-7.7%	-12.6%	-16.1%	-5.0%	-5.2%	-10.0%	-11.7%	-18.3%	-10.3%	-1.0%	-0.5%	7.5%
DM	31.7%	0.3%	0.5%	3.3%	-1.8%	6.2%	9.3%	0.9%	-9.6%	0.3%	-4.2%	-7.4%
海外	26.3%	35.7%	-2.8%	-33.1%	-30.6%	-35.6%	-37.0%	10.7%	-24.6%	-37.4%	-30.0%	-49.7%
小売	-	-	-	-	7.0%	3.8%	16.2%	14.9%	-55.8%	-30.7%	-24.8%	-34.0%
通販	-	-	480.7%	146.5%	38.6%	-29.5%	-	-	-	-	-	-
営業利益	225	164	263	157	-155	266	247	271	360	470	212	279
ダイレクトマーケティング支援	285	331	323	201	128	250	233	163	258	414	148	286
DM	88	106	105	60	-161	95	81	99	126	116	62	24
海外	-53	-188	-73	-108	-95	-49	5	57	19	11	7	-12
小売	11	-2	-28	21	-5	-12	-39	-47	-42	-44	-34	-21
通販	-106	-83	-64	-17	-23	-19	-33	-1	-	-	-	-
営業利益率	1.6%	1.2%	2.0%	1.2%	-	2.1%	2.0%	2.3%	3.1%	3.7%	1.8%	2.4%
ダイレクトマーケティング支援	3.5%	4.0%	4.2%	2.6%	1.7%	3.4%	3.5%	2.6%	3.7%	5.6%	2.2%	4.2%
DM	1.8%	2.4%	2.3%	1.3%	-	2.0%	1.6%	2.1%	2.9%	2.4%	1.3%	0.6%
海外	-10.8%	-37.8%	-16.2%	-30.1%	-	-	1.7%	14.3%	7.2%	5.5%	3.5%	-
小売	3.0%	-	-	5.2%	-	-	-	-	-	-	-	-
通販	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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)	FY02/19				FY02/20				FY02/21			
	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4
販管費	1,244	2,501	3,745	5,171	1,675	3,165	4,368	5,524	957	1,899	3,004	4,041
人件費	552	1,153	1,694	2,354	563	1,139	1,705	2,255	543	1,132	1,670	2,212
賃借料	126	259	390	536	148	297	436	587	112	232	358	481
広告宣伝費	62	133	221	302	76	190	244	283	14	31	64	91
減価償却費	38	76	111	148	34	69	105	142	35	66	111	175
のれん償却額	47	94	118	142	21	42	63	84	16	32	39	39
その他	416	781	1,202	1,677	829	1,421	1,805	2,161	234	399	752	1,031
販管費比率	9.0%	9.1%	9.2%	9.6%	12.6%	12.1%	11.3%	11.0%	8.2%	7.8%	8.3%	8.5%
人件費	4.0%	4.2%	4.2%	4.4%	4.2%	4.3%	4.4%	4.5%	4.7%	4.7%	4.6%	4.6%
賃借料	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	1.1%	1.1%	1.1%	1.2%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%
広告宣伝費	0.4%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%	0.7%	0.6%	0.6%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%
減価償却費	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.4%
のれん償却額	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
その他	3.0%	2.8%	3.0%	3.1%	6.2%	5.4%	4.7%	4.3%	2.0%	1.6%	2.1%	2.2%

販管費 (百万円)	FY02/19				FY02/20				FY02/21			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
販管費	1,244	1,257	1,244	1,427	1,675	1,490	1,203	1,156	957	941	1,106	1,037
人件費	552	601	541	660	563	576	566	550	543	589	538	542
賃借料	126	133	131	146	148	149	139	151	112	120	126	123
広告宣伝費	62	71	88	81	76	114	54	39	14	17	33	27
減価償却費	38	38	35	37	34	35	36	37	35	31	45	64
のれん償却額	47	47	24	24	21	21	21	21	16	16	7	0
その他	416	365	421	475	829	592	384	356	234	165	353	279
販管費比率	9.0%	9.2%	9.4%	10.9%	12.6%	11.5%	9.6%	9.8%	8.2%	7.5%	9.2%	9.0%
人件費	4.0%	4.4%	4.1%	5.0%	4.2%	4.5%	4.5%	4.7%	4.7%	4.7%	4.5%	4.7%
賃借料	0.9%	1.0%	1.0%	1.1%	1.1%	1.2%	1.1%	1.3%	1.0%	1.0%	1.0%	1.1%
広告宣伝費	0.4%	0.5%	0.7%	0.6%	0.6%	0.9%	0.4%	0.3%	0.1%	0.1%	0.3%	0.2%
減価償却費	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.4%	0.6%
のれん償却額	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%
その他	3.0%	2.7%	3.2%	3.6%	6.2%	4.6%	3.1%	3.0%	2.0%	1.3%	2.9%	2.4%

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

単体売上原価・売上総利益 (百万円)	FY02/19				FY02/20				FY02/21			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
売上高	7,551	7,673	7,127	6,939	6,658	6,598	5,997	5,526	5,866	6,489	5,850	5,574
売上原価	6,672	6,762	6,229	6,032	5,785	5,526	5,070	4,695	4,984	5,485	5,024	4,744
媒体費 (テレビ番組)	3,812	3,526	3,180	2,959	2,684	2,408	2,388	2,245	2,262	2,376	2,366	2,429
媒体費 (テレビCM)	1,688	2,088	1,939	1,818	1,857	1,909	1,588	1,351	1,591	1,857	1,370	1,153
媒体費 (その他)	263	266	244	241	282	260	244	246	282	252	233	211
外注費	885	870	858	1,008	956	951	841	849	844	997	1,050	945
商品原価	21	9	7	3	3	0	8	3	3	0	2	4
売上総利益	879	911	898	907	873	1,072	927	831	881	1,004	826	830
売上総利益率	11.6%	11.9%	12.6%	13.1%	13.1%	16.2%	15.5%	15.0%	15.0%	15.5%	14.1%	14.9%

単体売上高 (累計) (百万円)	FY02/19				FY02/20				FY02/21			
	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4	Q1	Q1-Q2	Q1-Q3	Q1-Q4
売上高	7,551	15,224	22,352	29,292	6,658	13,256	19,253	24,779	5,866	12,355	18,205	23,779
新規クライアント売上高	700	1,000	1,600	3,100	1,500	2,400	3,000	3,400	400	800	1,200	1,600
中堅クライアント売上高	3,100	6,500	9,800	12,600	2,300	4,700	7,200	9,700	2,500	5,400	8,400	11,300
上位クライアント売上高	3,500	7,200	10,100	12,600	2,600	5,700	8,500	11,000	2,900	5,900	8,300	10,500
構成比												
新規クライアント売上高	9.3%	6.6%	7.2%	10.6%	22.5%	18.1%	15.6%	13.7%	6.8%	6.5%	6.6%	6.7%
中堅クライアント売上高	41.1%	42.7%	43.8%	43.0%	34.5%	35.5%	37.4%	39.1%	42.6%	43.7%	46.1%	47.5%
上位クライアント売上高	46.4%	47.3%	45.2%	43.0%	39.1%	43.0%	44.1%	44.4%	49.4%	47.8%	45.6%	44.2%

単体売上高 (百万円)	FY02/19				FY02/20				FY02/21			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
売上高	7,551	7,673	7,127	6,939	6,658	6,598	5,997	5,526	5,866	6,489	5,850	5,574
新規クライアント売上高	700	300	600	1,500	1,500	900	600	400	400	400	400	400
中堅クライアント売上高	3,100	3,400	3,300	2,800	2,300	2,400	2,500	2,500	2,500	2,900	3,000	2,900
上位クライアント売上高	3,500	3,700	2,900	2,500	2,600	3,100	2,800	2,500	2,900	3,000	2,400	2,200
構成比												
新規クライアント売上高	9.3%	3.9%	8.4%	21.6%	22.5%	13.6%	10.0%	7.2%	6.8%	6.2%	6.8%	7.2%
中堅クライアント売上高	41.1%	44.3%	46.3%	40.4%	34.5%	36.4%	41.7%	45.2%	42.6%	44.7%	51.3%	52.0%
上位クライアント売上高	46.4%	48.2%	40.7%	36.0%	39.1%	47.0%	46.7%	45.2%	49.4%	46.2%	41.0%	39.5%

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

2021年2月期実績 (2021年4月12日発表)

概要

▷ 2021年2月期通期実績：売上高47,783百万円（前期比5.3%減）、営業利益1,320百万円（同110.2%増）、経常利益は1,335百万円（同230.5%増）、親会社株主に帰属する当期純利益は849百万円（同364.8%増）。

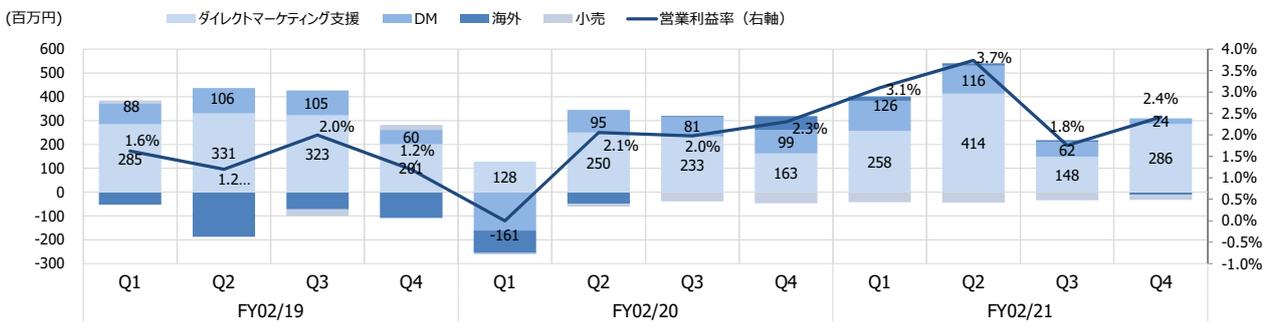
- ▷ 会社計画比：通期修正会社予想（2020年10月12日発表）に対する実績の達成率は、売上高96.4%、営業利益105.2%、経常利益107.3%、親会社株主に帰属する四半期純利益は130.6%。売上高は、主にテレビ事業においてテレビ通販での販売効果が見合わない放送枠の仕入れを手控えたため修正計画を下回った。しかし、売上総利益は、会社想定通り着地。営業利益・経常利益は、WEB事業において契約損失引当金を計上するも、各種コスト削減により会社計画を上回って着地した。当期純利益は、下半期にTV Direct社の株式売却益179百万円計上した。一方、アドフレックス社に係る期末ののれんの全額126百万円を償却し減損損失として計上。これらの結果、会社修正計画を上回った。
- ▷ 前期比5.3%減収：ダイレクトマーケティング支援事業は同1.5%減収、DM事業は同5.2%減収、海外事業は同36.2%減収、小売事業は同36.2%減収。ダイレクトマーケティング支援事業においては、新型コロナウイルス感染症の影響により、一部クライアントにて商品製造遅延による出稿控えがあったものの、消費者の在宅率向上や健康意識の高まりにより、健康食品や医薬品などのテレビ通販におけるレスポンスが好調に推移した。DM事業は、一部の業界にてDM発送の差し控えが生じた。海外事業は、2020年2月期にJML Singapore Pte. Ltdから撤退したことにより事業規模は縮小した。小売事業は、新型コロナウイルス感染症流行の影響により全店舗にて休館や短縮営業を余儀なくされたが、2020年6月以降は概ね通常営業に移行し徐々に回復した。しかし、2020年年末からの新型コロナウイルス感染症の再拡大および2021年1月の2度目の緊急事態宣言の影響により、特に都心や観光地の店舗にて来店者数が減少し、厳しい状況となった。
- ▷ 営業利益同110.2%増：ダイレクトマーケティング支援事業は同43.0%増益。DM事業は、前期に計上した貸倒引当金の一部戻入が生じたことにより、188.1%営業増益。海外事業は前期の損失計上から黒字化。小売事業の収益性はやや悪化した。売上総利益については、前期は元従業員の不正行為に係る会計処理として売上原価を162百万円取り消したが、当期はその影響を除くと前期比ほぼ同水準で推移し、売上総利益率は前期比1.0%ポイント低下の11.2%となった。販管費は、広告宣伝費、賃借料、のれん償却費などが減少した。また、前期は、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257百万円を計上、単体にて裁判関連費用などを計上したが、当期はそれらが無くなった。また、当期はWEB事業において契約損失引当金を計上するも、各種コストの削減、貸倒引当金の一部戻入などにより売上高販管費率は、同2.5%ポイント改善の8.5%に低下した。それらにより、営業利益率は同1.6%ポイント改善の2.8%となった。
- ▷ 特別損益の計上：新型コロナウイルス感染症による事業環境の著しい変化などを踏まえ、減損損失348百万円を計上した。内訳は、連結子会社アドフレックス・コミュニケーションズの減損損失298百万円、連結子会社日本百貨店の減損損失49百万円。一方、TV Direct Public Company Limitedの株式売却益を含む投資有価証券売却益203百万円を特別利益に計上した。
- ▷ 2020年2月期に実施した事業の選択と集中により、テレビ事業（ダイレクトマーケティング支援事業）、WEB事業（同左）、DM事業への経営資源の配分が進んだ。また、2019年12月に開始した「Tri-DDM」により、ダイレクトマーケティングにおける新規顧客獲得とLTV向上を両軸で支援するための基盤が整い、さらに追加の開発も行っている。各事業において当期の戦略を着実に推進した。

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

中期経営計画「Tri's vision 2021」の振り返り

- ▷ 同社は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りグループの基礎収益力*が向上し、不正案件やコロナ影響を除いた基礎収益力は2019年2月期からの3年間で毎年100百万円以上利益が改善した。具体的には、グループ基礎収益力は、2019年2月期884百万円（営業利益809百万円）から、2020年2月期987百万円（同628百万円）、2021年2月期1,190百万円（同1,320百万円）へ拡大した。
- ▷ その他、DDM基盤の整備、メディア・CCサービス運用のDX化の開始、AIツールを利用した事業形態の変化に対応する先行投資、新規顧客の獲得などが着実に進捗。
- ▷ テレビ連動リスティングをはじめとした、グループ 施策を実行し、放送枠の新たな販売手法として「ソクレス」を開始。2021年2月には仕入機能強化を目的としたトライステージメディアを設立した。

*連結営業利益から特殊事項（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

セグメント別

ダイレクトマーケティング支援事業

- ▷ 売上高は27,715百万円（前期比1.5%減）、営業利益は1,106百万円（同43.0%増）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。

- ▷ 放送枠や受注等の各種データを統合・分析するダイレクトデータマーケティング基盤「Tri Direct Data Marketing (Tri-DDM)」により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などを実現している。上半期は、テレビ通販向けのメディア枠が比較的安価で仕入れやすい環境の中、消費者の在宅率向上や健康意識の高まりにより、健康食品や医薬品などのテレビ通販における販売効率が好調に推移した。下半期は、CM需要が回復しメディア枠の仕入れ環境は通常に戻り、販売効率も通常の水準で推移した。
- ▷ 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、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、導入企業数の急速な拡大を目指す中で、新型コロナウイルス感染症流行に伴う各種展示会の延期やリモートワークの影響などにより商談の機会が減少し厳しい状況が続いたが、下半期には徐々に状況が改善した。同社ではリスティング広告最適化以外にも有力なAIツールの導入を進めており、引き続き、新規顧客の獲得および既存顧客との取引拡大に取り組んでいる。

DM事業

- ▷ 売上高は18,155百万円（前期比5.2%減）、営業利益は328百万円（同188.1%増）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。2021年2月期においては、「ネコポス」や「ゆうパケット」などの小型宅配便への対応は堅調に推移したが、一部の業界にてDM発送の差し控えが生じた事により、前期比減収となった。
- ▷ 前期に計上した貸倒引当金の一部について戻入が生じたことにより前期比188.1%営業増益となった。

海外事業

- ▷ 売上高は857百万円（前期比36.2%減）、営業利益は25百万円（前年同期は82百万円の損失）となった。
- ▷ PT. Merdis International社を中心としてASEANでのテレビ通販および卸売を行っている。2020年2月期にJML Singapore Pte. Ltdから撤退したことにより事業規模は縮小したが、損失が大幅に減少した。PT. Merdis International社では、新型コロナウイルス感染症流行により、一部商品供給に影響はあったものの、消費者の在宅率向上によりテレビショッピングチャンネル向けの商品卸が堅調に推移した。

小売事業

- ▷ 売上高は1,055百万円（前期比36.2%減）、営業損失は141百万円（前年同期は営業損失103百万円）となった。
- ▷ 株式会社日本百貨店が営む「日本百貨店」において、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。2021年2月期は、期初より新型コロナウイルス感染症流行の影響により厳しい状況を想定していたが、2020年4月7日の緊急事態宣言を受け、全店舗にて休館や短縮営業を余儀なくされた。同年6月以降は概ね通常営業に移行し、徐々に回復した。しかし、2020年年末からの新型コロナウイルス感染症の再拡大および2021年1月の2度目の緊急事態宣言の影響により、特に都心や観光地の店舗にて来店者数が減少し、厳しい状況となった。こうした中で、経営基盤の整備や不採算店舗からの撤退、新商品開発など、収益性改善に向けた取り組みは着実に進捗した。また、コスト抑制や各種補助金の活用を図った。

新経営体制

2020年5月26日、倉田育尚氏（2020年3月1日に取締役社長に就任）と前田充章氏（同）の2名が代表権を持ち、それぞれ、代表取締役社長、代表取締役副社長に就任した。一方、元代表取締役ファウンダーの丸田昭雄氏（同）は取締役ファウンダーとなった。

2022年2月期会社計画

業績推移 (百万円)	FY02/20			FY02/21			FY02/22		
	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	26,193	24,247	50,440	24,193	23,590	47,783	23,632	24,810	48,442
YoY	-4.9%	-7.8%	-6.3%	-7.6%	-2.7%	-5.3%	-2.3%	5.2%	1.4%
営業利益	110	518	628	858	462	1,320	529	749	1,278
YoY	-71.7%	23.3%	-22.4%	679.3%	-10.9%	110.2%	-38.4%	62.2%	-3.2%
営業利益率	0.4%	2.1%	1.2%	3.5%	2.0%	2.8%	2.2%	3.0%	2.6%
経常利益	54	350	404	880	455	1,335	510	729	1,239
YoY	-	-20.0%	48.5%	-	30.0%	230.5%	-42.1%	60.2%	-7.2%
経常利益率	-	1.4%	0.8%	3.6%	1.9%	2.8%	2.2%	2.9%	2.6%
親会社株主帰属当期純利益	5	177	183	426	423	849	337	503	840
YoY	-	-49.0%	-	-	138.6%	364.8%	-20.9%	18.9%	-1.0%
当期純利益率	-	0.7%	0.4%	1.8%	1.8%	1.8%	1.4%	2.0%	1.7%
セグメント別 (百万円)	FY02/20			FY02/21			FY02/22		
	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	26,193	24,247	50,440	24,193	23,590	47,783	23,632	24,810	48,442
ダイレクトマーケティング支援	15,092	13,042	28,134	14,232	15,408	29,640	-	-	-
DM	9,508	9,646	19,154	9,066	9,301	18,367	-	-	-
海外	663	681	1,344	459	567	1,026	-	-	-
通販	156	-1	156	-	-	-	-	-	-
小売	774	880	1,653	436	658	1,094	-	-	-
YoY	-4.9%	-7.8%	-6.3%	-7.6%	-2.7%	-5.3%	-2.3%	5.2%	1.4%
ダイレクトマーケティング支援	-7.6%	-15.0%	-11.2%	-5.7%	18.1%	5.4%	-	-	-
DM	2.0%	5.1%	3.6%	-4.7%	-3.6%	-4.1%	-	-	-
海外	-33.1%	-15.7%	-25.3%	-30.8%	-16.7%	-23.6%	-	-	-
通販	-1.3%	-	-58.2%	-	-	-	-	-	-
小売	5.4%	15.5%	10.6%	-43.6%	-25.2%	-33.8%	-	-	-
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益	110	518	628	858	462	1,320	529	749	1,278
ダイレクトマーケティング支援	377	396	773	671	342	1,013	-	-	-
DM	-66	180	114	242	90	332	-	-	-
海外	-144	62	-82	30	6	36	-	-	-
通販	-42	-34	-76	-	-	-	-	-	-
小売	-17	-86	-103	-86	-41	-127	-	-	-
営業利益率	0.4%	2.1%	1.2%	3.5%	2.0%	2.8%	2.2%	3.0%	2.6%
ダイレクトマーケティング支援	2.5%	3.0%	2.7%	4.7%	2.2%	3.4%	-	-	-
DM	-	1.9%	0.6%	2.7%	1.0%	1.8%	-	-	-
海外	-	9.1%	-	6.4%	1.1%	3.5%	-	-	-
通販	-	-	-	-	-	-	-	-	-
小売	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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

2022年2月期連結会社予想は、売上高48,442百万円（前期比1.4%増）、営業利益1,278百万円（同3.2%減）、経常利益1,239百万円（同7.2%減）、親会社株主帰属当期純利益840百万円（同1.0%減）。なお、新型コロナウイルス感染症の拡大などにより、今後開示すべき事象が発生した場合には、速やかに開示するとしている。

事業別

テレビ事業

▷ テレビ事業では、現在、テレビ通販実施企業を主なクライアントとしている。しかし、Tri-DDMの機能を強化し、テレビ連動リスティング広告の提供やQRコード受注サービス、運用型レスポンスCMサービスといったクロスチャネル対応を推進することで、ECやWEBサービス企業へクライアント領域の拡大を図る。

WEB事業

- ▷ WEB事業では、改善効果の高いAIツールをフックとして新規クライアントを獲得し売上高拡大及び黒字化を図りつつ、テレビ事業とのシナジーを強化し、クロスチャネル対応を協働して推進する。

DM事業

- ▷ 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引き続き強化する。

海外事業

- ▷ 海外事業は、引き続き黒字維持に取り組む。

小売事業

- ▷ 小売事業は、新型コロナウイルス感染症の影響により引き続き厳しい状況が想定されるが、プライベートブランド商品の拡大や、より効率的な店舗運営により赤字幅を縮小し、早期の黒字化を図る。

中長期見通し

新中期経営計画「Tri's vision 2024」

概要

同社は、2021年2月期決算発表時に2024年2月期を最終年度とする3カ年の中期経営計画「Tri's vision 2024」を発表した。

経営指標

- ▷ 2022年2月期～2024年2月期の3カ年において、成長戦略および赤字事業の黒字化実現することで、最終年度に基礎収益力*（連結営業利益から特殊事項を除いた本質的な収益力）2,000百万円の実現を目指す。同様に経営指標として当期純利益を採用し、2021年2月期の実績848百万円から2024年2月期には1,300百万円を目標とする。
- ▷ 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する。

*連結営業利益から特殊事項（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

(百万円)

	2021年2月期実績	2022年2月期会予	2023年2月期会予	2024年2月期会予
基礎収益力	1,190	1,278	1,700	2,000
当期純利益	848			1,300

基本戦略

- ▷ 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する

- ▷ 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：デジタル業種（WEBサービス・EC）金融など新業種・顧客を拡大する
- ▷ 新規事業立ち上げ：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する

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。

ディスクレマー

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