

TRANSACTION

平成 26 年 10 月 10 日

各 位

会 社 名 株式会社トランザクション
代 表 者 代表取締役社長 石川 諭
(銘柄コード` 7818 : 東証第二部)
問 合 せ 先 専務取締役 中塚 莞爾
電 話 03-6861-5577

「中期経営計画（2015 年 8 月期～2017 年 8 月期）」の策定に関するお知らせ

当社は、2015 年 8 月期を初年度とする 3 ヶ年の中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。

本計画では、当社グループが創業以来関わっております雑貨製品の企画、製造、販売事業及びその関連事業におきまして、コア事業の深耕・強化、成長・新規事業の拡大・開発及びこれらの領域での海外展開を成長戦略として、業容の拡大を図っていくことを基本としております。合わせて、海外仕入スキームの再構築、経費の最適化などの、効率化・経営基盤強化施策により、計画年度の業績・経営目標の達成に注力してまいります。

当社は、グループ一丸となって本中期経営計画を着実に実行し、経営課題を克服することにより、確固たる経営基盤を構築できるものと確信しております。

株主の皆様、お取引先様をはじめとした多くの関係者の皆様には、これまで以上のご厚誼を賜りますようお願い申し上げます。

以上

(注) 本資料に記載されている数値目標や将来の見通しは、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、様々な要素により記載の目標または見通しなどと異なる可能性があります。

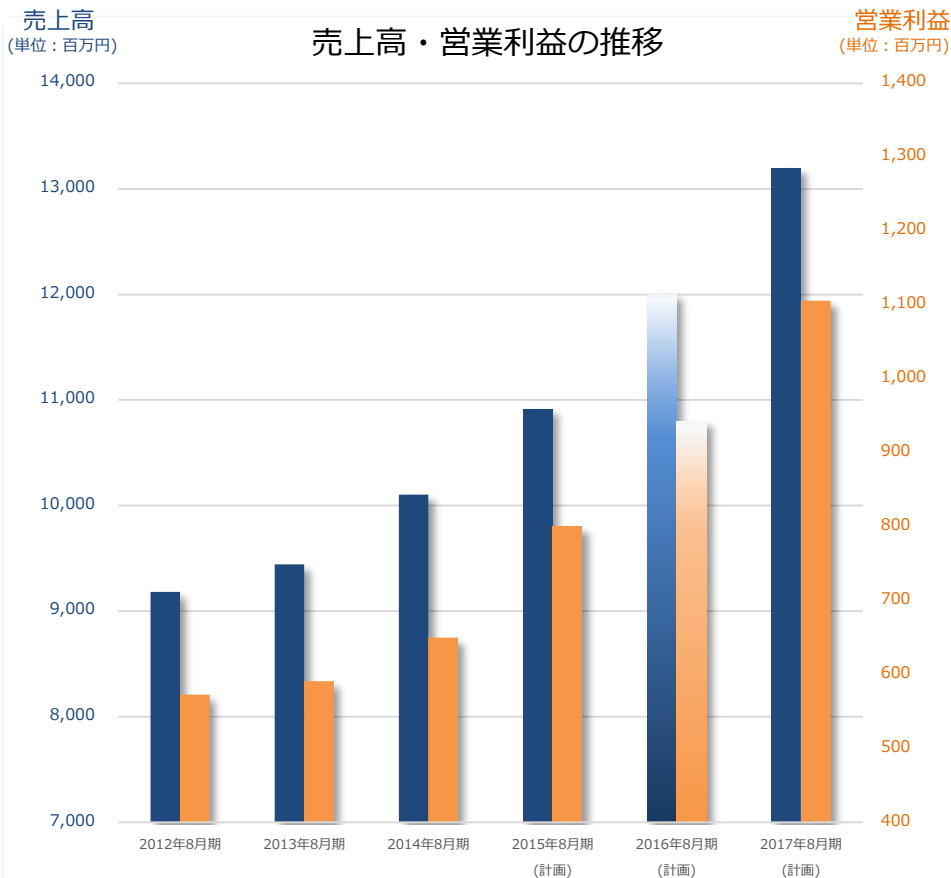
トランザクショングループ 中期経営計画 (2015年8月期～2017年8月期)

2014年10月10日

2017年8月期に向けた業績目標

	2014年8月期	⇒	2017年8月期
売上高	101億円	⇒	132億円
営業利益	6.5億円	⇒	11.1億円
営業利益率	6.4%	⇒	8.4%

売上高・営業利益の推移



中期経営計画の基本方針

		国内	海外
成長戦略	コア事業	【法人等へ直接販売】 ◇主力業種の深耕 ◇注力業種の強化 【卸売業者へ販売】 ◇未開拓エリア・販路の開拓 ◇魅力ある新製品の開発	◇欧米を中心とした販路開拓
	成長・新規事業	◇新カテゴリーの開発 ◇デザイン事業の拡大 ◇フルカラー印刷の強化	◇ECサイトを介した世界販売
施策	効率化	◇中国以外の生産拠点開拓 ◇海外仕入スキームの再構築	
強化	経営基盤	◇事業拡大に伴う人財の強化 ◇経費の最適化	

創業～1990年代

2000年代前半

2000年代後半

2010年～

事業領域

セールスプロモーション(S P)向けカスタムメイド雑貨

セールスプロモーション(S P)向け自社オリジナル雑貨

小売向け自社オリジナル雑貨

デザイン事業

販売経路

事業会社への直接販売

卸売業者への販売

小売業者への直接販売

海外販売

生産体制

国内提携工場での生産

中国提携工場での生産

中国以外のアジア圏での生産

当社トピック

1987年トランス創業

クラフトワーク設立

トレードワークス設立

トレードワークスエイシア設立

T3デザイン設立

トランザクションへ商号変更 ※トランスは新会社として事業継続

JASDAQ上場

上海多来多貿易有限公司設立

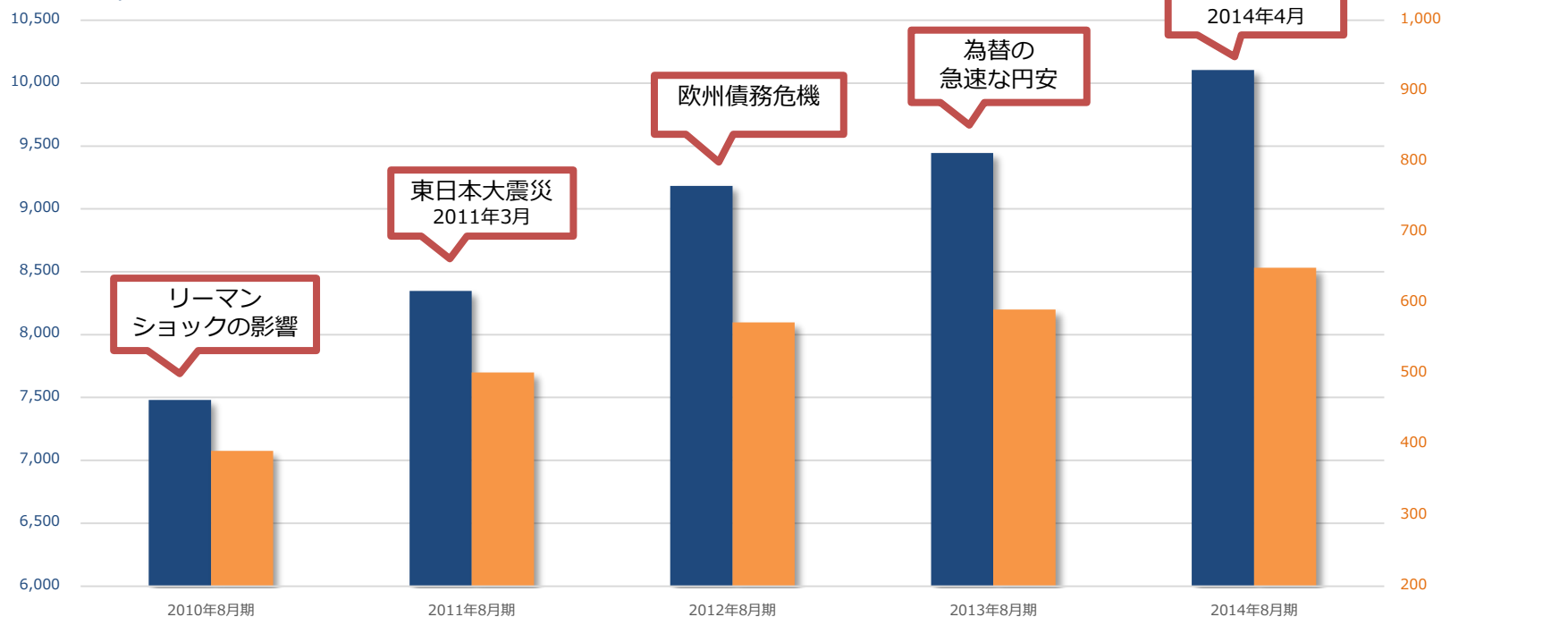
東証第二部上場

- 【経営】工場レス・店舗レスにより、強力な外的要因発生時にも迅速に行動できる変化対応力。
- 【企画】多業種の顧客との取引で培ったエンドユーザー目線での製品・サービス企画力。
- 【開発】アイデア・企画をワンストップで形に出来るスピード力。
- 【生産】顧客ニーズに合わせて生産拠点をフレキシブルに選別できる価格競争力。
- 【営業】セールスプロモーションから小売まで幅広いサービスを多岐にわたる販路へ提供できる営業力。

⇒ 環境の変化を追い風にするビジネスモデルを構築。

売上高・営業利益の推移

(売上高：単位百万円)

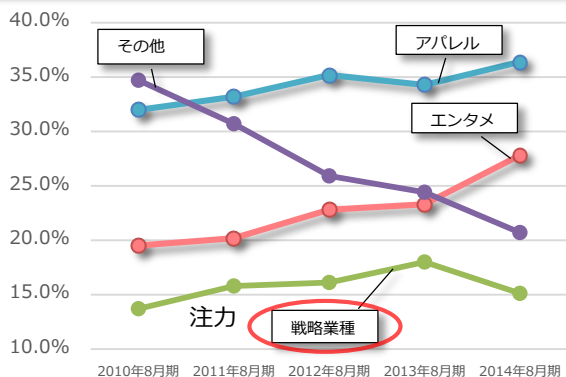


逆境の中、5期連続の増収増益を継続

売上高分析

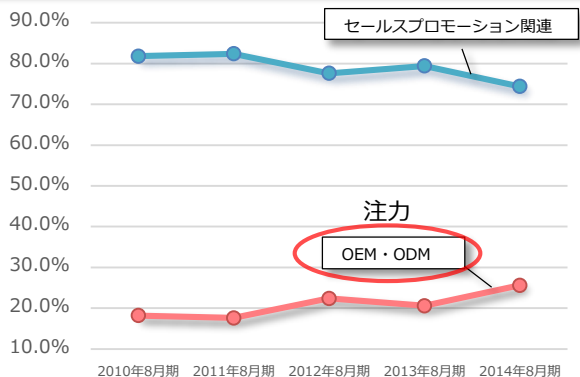
業種別

◇創業から一貫してアパレル業種向けセールスプロモーション事業を展開。アパレルで培ったノウハウをエンタメや食品・飲料、自動車等といった戦略業種へ横展開することで業績を拡大。



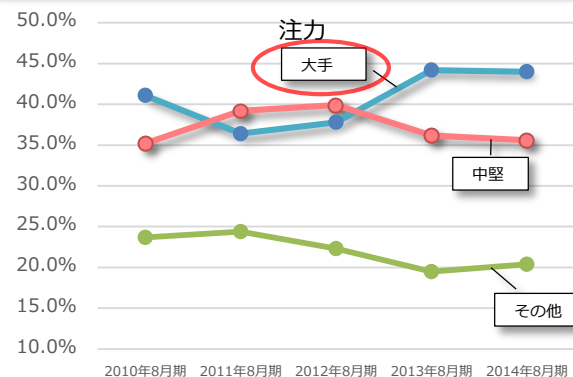
事業分類別

◇セールスプロモーション関連をメインとしているが、近年は雑貨製品MDのトータルプロデュースによるOEM・ODMの受注が拡大。



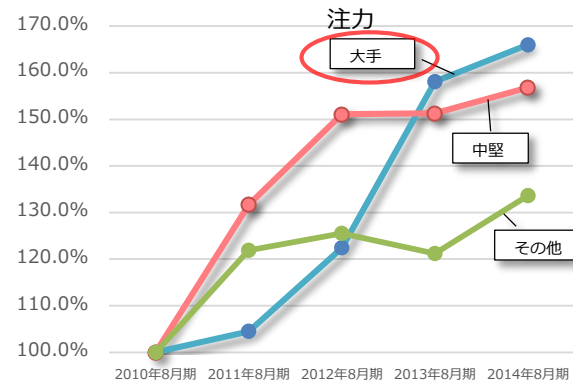
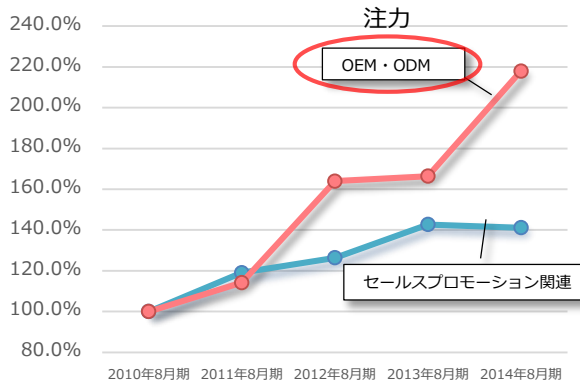
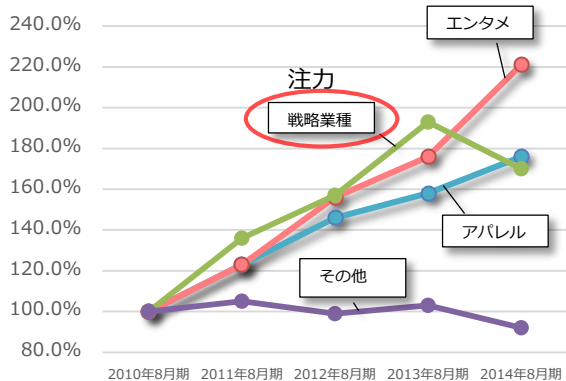
案件別

◇大手企業との取引増、企業間コラボ、サービス拡張等により案件の大型化が進行。



構成比率

伸長率



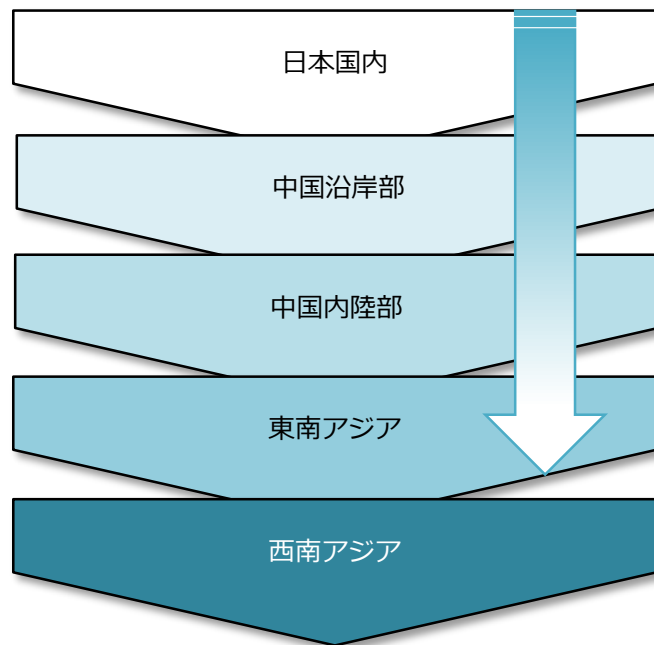
※伸長率：2010年8月期を100%として指標化

プラスαの営業施策

◇クライアント企業のセールスプロモーション施策の効果測定を実施するツールを提供することで、リピートの増加や引き合い獲得率の向上を図っている。今後も新たな営業支援ツールの開発を進め、リピートや獲得率向上に努める。
 ◇魅力的なキャラクターやブランド等のライセンスを取得することで、サービス領域を拡大。既存製品にプラスアルファの価値を付加することで新たな市場への足掛かりとする。

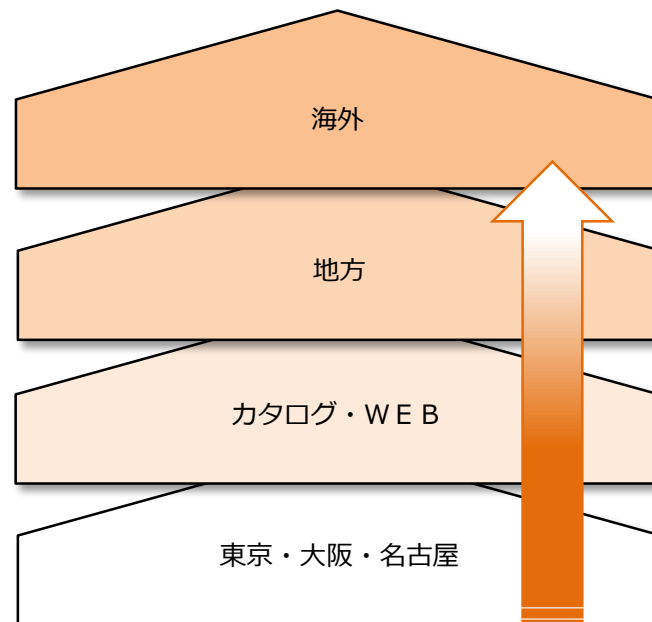
生産拠点の開拓による原価低減

価格競争力を高めるために、海外生産拠点を開拓。中国生産割合の減少、東南アジア地区へ生産拠点の集約を進める。



販路の開拓による売上拡大

都市部がメインであるが、さらにWEB販売業者・地方の卸売業者の開拓に注力していく。同時に、高齢者・外国人観光客を中心としたお土産マーケットへの本格参入を目指す。



製品開発による
事業基盤強化

アイテム数

【2002年】
33

【2005年】
322

【2008年】
590

【2011年】
633

【2014年】
842

オリジナル雑貨は33アイテムから、直近の842アイテムまで拡大。価格競争力を基盤とした主力アイテムと、時流を掴み独自性を打ち出した注力アイテムで構成されている。

- ◇主カアイテムは季節や流行の影響が少なく、ベーシックなデザイン・ラインナップの拡充・価格競争力によりシェア拡大。
- ◇注カアイテムは季節や流行に敏感なアイテムが多く、オリジナリティのあるデザインや機能等による差別化により、特定の領域の顧客ニーズを狙う。

主カアイテム
 注カアイテム

シーズン性・流行性による分類

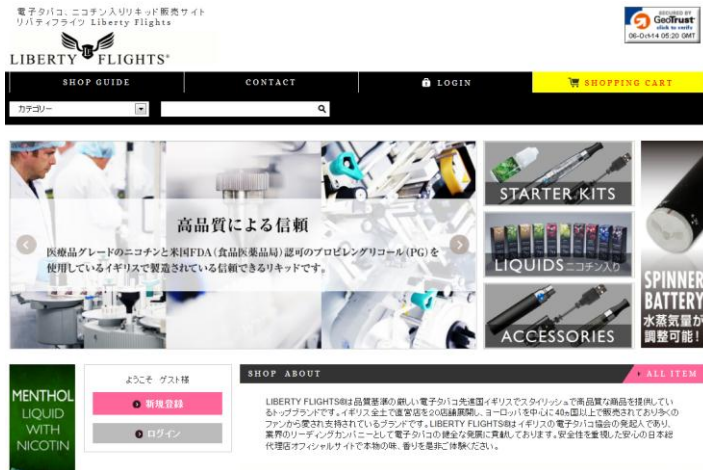
シーズン性	高	◇レイングッズ ◇リサイクルレザーアイテム ◇マスク等のヘルスケア	◇ファッションバッグ ◇ドッグファッション
	低	◇Tシャツ、ポロシャツ ◇防寒・猛暑用品	◇モバイルアクセサリ ◇電子タバコ
		低	高
		流行性	

コスト・独自性による分類

コスト	高		◇ファッションバッグ ◇ドッグファッション ◇モバイルアクセサリ ◇電子タバコ ◇ギフト、ブライダル
	低	◇マスク等のヘルスケア	◇レイングッズ ◇リサイクルレザーアイテム
		低	高
		コモディティ	独自性 オリジナリティ

ECサイト施策

電子タバコ



雑貨ネットオンライン



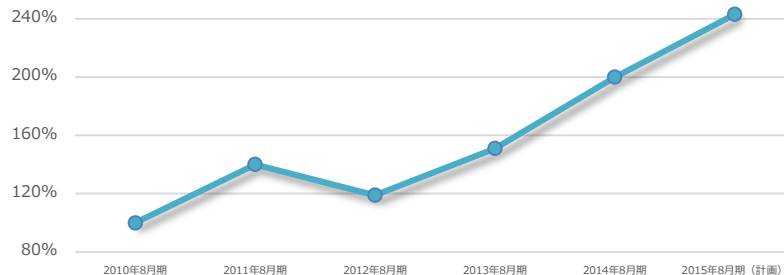
デザイン事業の概要

- ◇雑貨事業はデザインと密接に結びついており、ユーザーの間口を広げるものと位置付け注力。
- ◇グッドデザイン賞を2009年より5年連続で受賞。

⇒今後はセールスプロモーション案件に加え、ブランディング案件、商品開発案件まで幅広く展開。

売上高伸長率の推移

※2010年8月期を100%として指標化



印刷事業の概要

- ◇多様なカスタムメイド雑貨・オリジナル雑貨の印刷に対応。
- ◇生産ライン強化と人材の多能工化を実現し生産効率の向上を図る。

⇒今後は小ロット・低単価・多品種のフルカラー印刷を可能とする生産体制を構築し、エンタメ・お土産市場関連のキラーコンテンツとして注力していく。

【フルカラー印刷の例】



エコバッグ



ラベル
ボールペン



陶器マグ

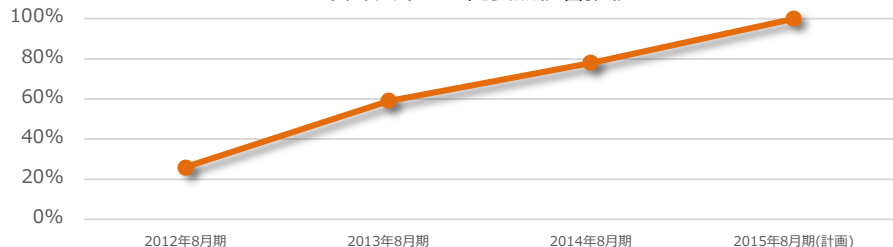


ボトル

生産地の開拓

- ◇2010年より中国以外のアジア圏での生産を開始。エコバッグ等の縫製製品については2015年内にほぼ100%中国以外のアジア圏へ移管する予定。
- ◇工賃や関税メリットのあるベトナム・カンボジア・ラオス・ミャンマー等へ生産拠点の最適化を進める。
- ◇縫製工場以外についても中国以外のアジア圏へ移管を進める。

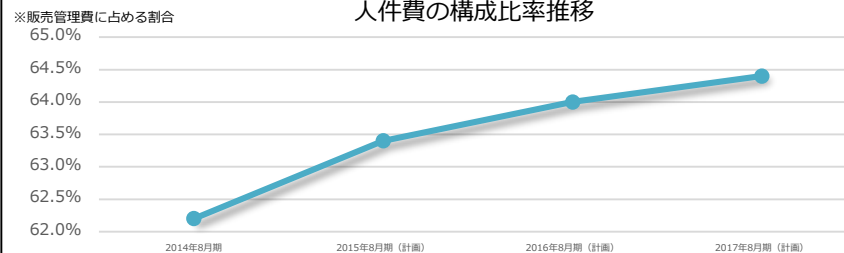
中国以外への縫製品移管推移



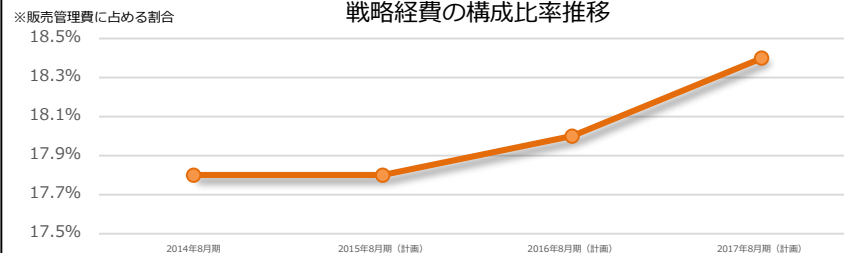
人件費・戦略経費の強化と節約経費の最適化

- ◇当社のビジネスモデルは人財に支えられており、人件費への積極的な投資を行うことで更なる業績の拡大を目指す。
- ◇販売費は「戦略経費」と位置付け、展示会やカタログのコストパフォーマンス改善、その他販促の施策を積極的に行っていく。
- ◇固定費・管理費については「節約経費」と位置付け、[余分][重要でない][過剰な][無駄の]排除を徹底し、経費の最適化に努める。

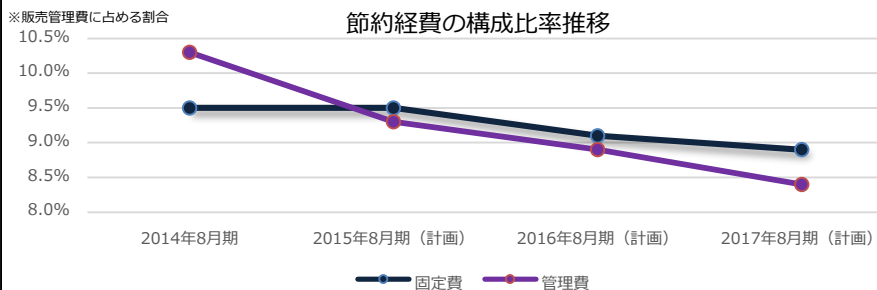
人件費の構成比率推移

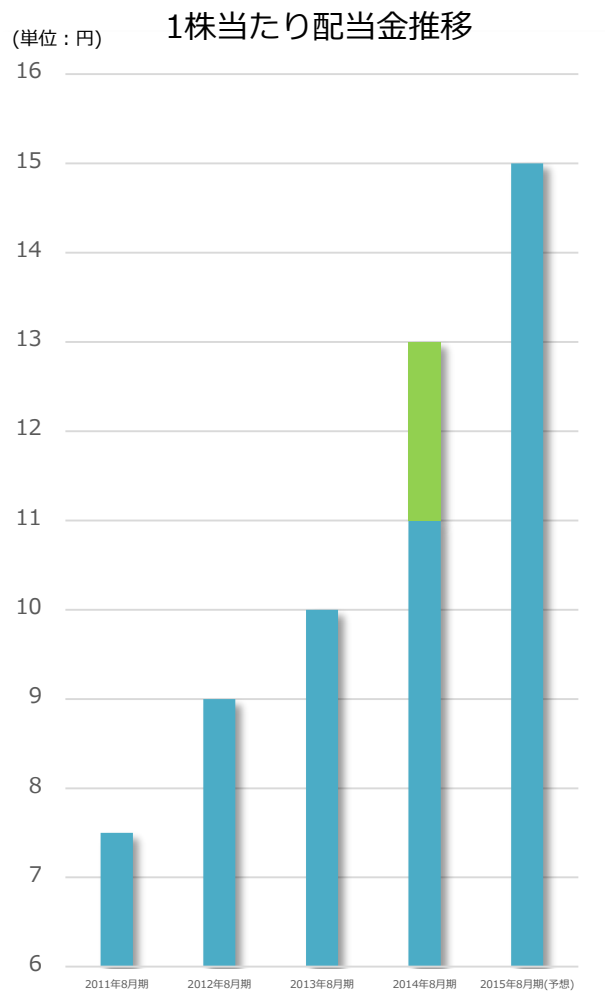


戦略経費の構成比率推移



節約経費の構成比率推移





※2012年8月期と2013年8月期にそれぞれ2分割の株式分割を実施。直近の株式数を基準として算定した場合の1株当たり配当金を表示。

	2014年8月期	⇒	2017年8月期
業績目標			
売上高	101億円	⇒	132億円
営業利益	6.5億円	⇒	11.1億円
営業利益率	6.4%	⇒	8.4%
経営目標			
自己資本比率	54.3%	⇒	65.0%以上
自己資本当期純利益率(ROE)	14.2%	⇒	17.0%以上
女性管理職比率	16.5%	⇒	20.0%
女性取締役数	0人	⇒	最低1名
株主還元			
配当性向	20%を目標	適切で安定的な配当の実施を基本とし、配当性向の向上を目指す。	
1株当たり配当金	13円		
株主優待	3,000円相当の自社製品を年2回	ファンになっていただけるよう魅力あるオリジナルグッズを提供していく。	

TRANSACTION

CORPORATE STORY

株式会社トランザクション

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷3-28-13 渋谷新南口ビル8階

TEL : 03-5468-9033 / FAX : 03-5468-8010

<ご注意事項>

本資料は株式会社トランザクションによって作成されたものです。

将来予想に関する記述については、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。予想と異なることがある点を認識された上でご利用ください。