

TRANSACTION

平成 29 年 10 月 12 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：東証第一部)
問合せ先 取締役 北山 善也
電 話 03-6861-5577

「第 2 次中期経営計画（2018 年 8 月期～2020 年 8 月期）」の策定に関するお知らせ

当社は、2014 年 10 月 10 日に公表いたしました「第 1 次中期経営計画（2015 年 8 月期～2017 年 8 月期）」の振り返りとともに 2018 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。

記

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、販売のコア事業における深耕・強化及び新規事業のさらなる拡大と新たな事業創造を成長戦略として、業容の拡大を図っていくことを基本としております。また、効率化・経営基盤強化施策により、計画年度の業績・経営目標の達成に向けて注力してまいります。

なお、本計画においては新規事業の成長率の推測が難しいことから、業績目標に対しては成長幅をもたせております。

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してまいります。

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。

(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。

以上

TRANSACTION

トランザクショングループ

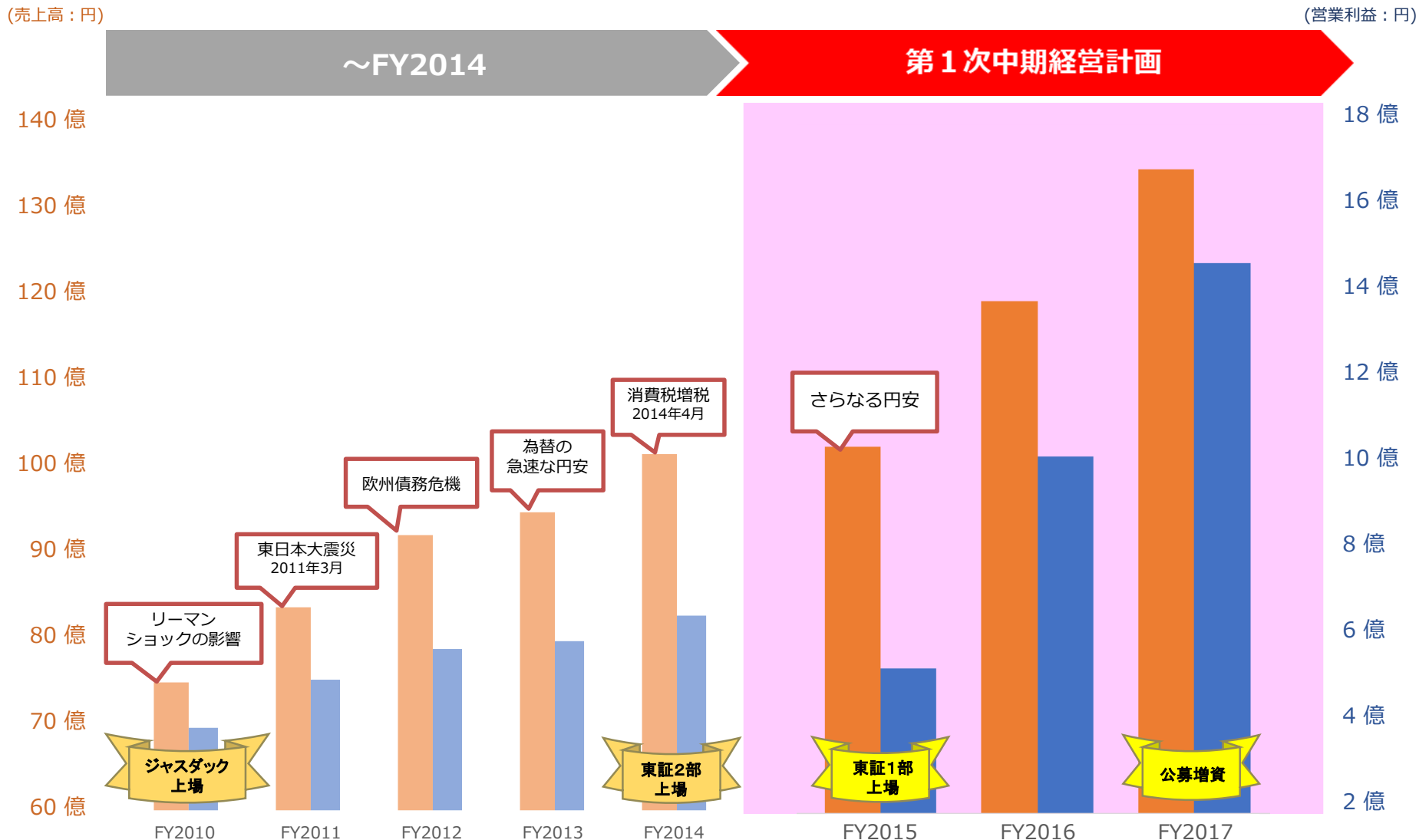
中期経営計画 (2018年8月期～2020年8月期)

株式会社 トランザクション

2017年10月12日

- 1. 第1次中期経営計画の振り返り**
- 2. 第2次中期経営計画の基本方針**
- 3. 各事業の戦略（コア事業・新規事業）**
- 4. 第2次中期経営計画の業績目標**
- 5. 第2次中期経営計画サマリー**

第1次中期経営計画の振り返り① (業績推移)



第1次中期経営計画の振り返り②

■ 既存事業の確実な伸長に加え、新規事業が成長ドライブへ

成長戦略

- ・ 主力カテゴリーの強化
(エコバッグ、ドリンクウェア)
- ・ 新カテゴリーの開発
(スマホ関連製品、フルカラー対応製品)
- ・ トラベル雑貨の「gowell」をM&A
- ・ 事業ドメインの入れ替え
(不採算事業撤退→高採算事業へ)
- ・ 新規事業の立ち上げ
(VAPE事業、ペットウェア事業 etc…)
- ・ EC、小売事業への本格進出

効率化戦略

- ・ 基幹システムの刷新
- ・ China+1の推進
(縫製品100%移管完了)
- ・ 在庫適正化 (回転率UP)

経営基盤強化

- ・ 東証一部銘柄に指定
- ・ 公募増資の実施 (約24億)
- ・ 監査等委員会設置会社への移行

第1次中期経営計画の振り返り③

■ 業績目標、経営目標ともに数値目標をすべて達成

区分	FY2014 実績	第1次 計画数値	FY2017 実績	3ヶ年伸長率 (FY2014比)	計画比
業績目標					
売上高	101.1億	132.0億	134.8億	133.3%	102.2%
営業利益	6.5億	11.1億	14.3億	221.4%	129.7%
営業利益率	6.4%	8.4%	10.7%	+4.3 ^{ポイント}	+2.3 ^{ポイント}
経営目標					
自己資本比率	54.3%	65.0%以上	72.3%	+18.0 ^{ポイント}	+7.3 ^{ポイント}
自己資本当期 純利益率(ROE)	14.2%	17.0%以上	18.3%	+4.1 ^{ポイント}	+1.3 ^{ポイント}

第1次中期経営計画の振り返り④

区分	FY2014実績	第1次計画	FY2017実績	コメント
株主還元				
配当性向	21.6%	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。	29.6%	FY2014と比較し1株当たり配当金は+6.75円と大幅に増配 ※FY2015とFY2017に1株当たり2株の割合で株式分割行ったことを考慮
1株当たり配当金	3.25円		10円	
株主優待	年2回実施	年2回のオリジナルグッズ提供	年2回実施	単元株200株から100株へと拡充

区分	第1次計画数値	FY2017実績	コメント
人財政策			
女性管理職比率	20.0%以上	17.0%	FY2014は16.5%と3ヶ年で+0.5%アップ 企業の平均割合6.6%(※)と比較すると大幅超過 ※2016年度 帝国データバンク調べ
女性取締役数	最低1名	2名	子会社の取締役2名。 本体では0名。

第2次中期経営計画

(2018年8月期～2020年8月期)

基本方針

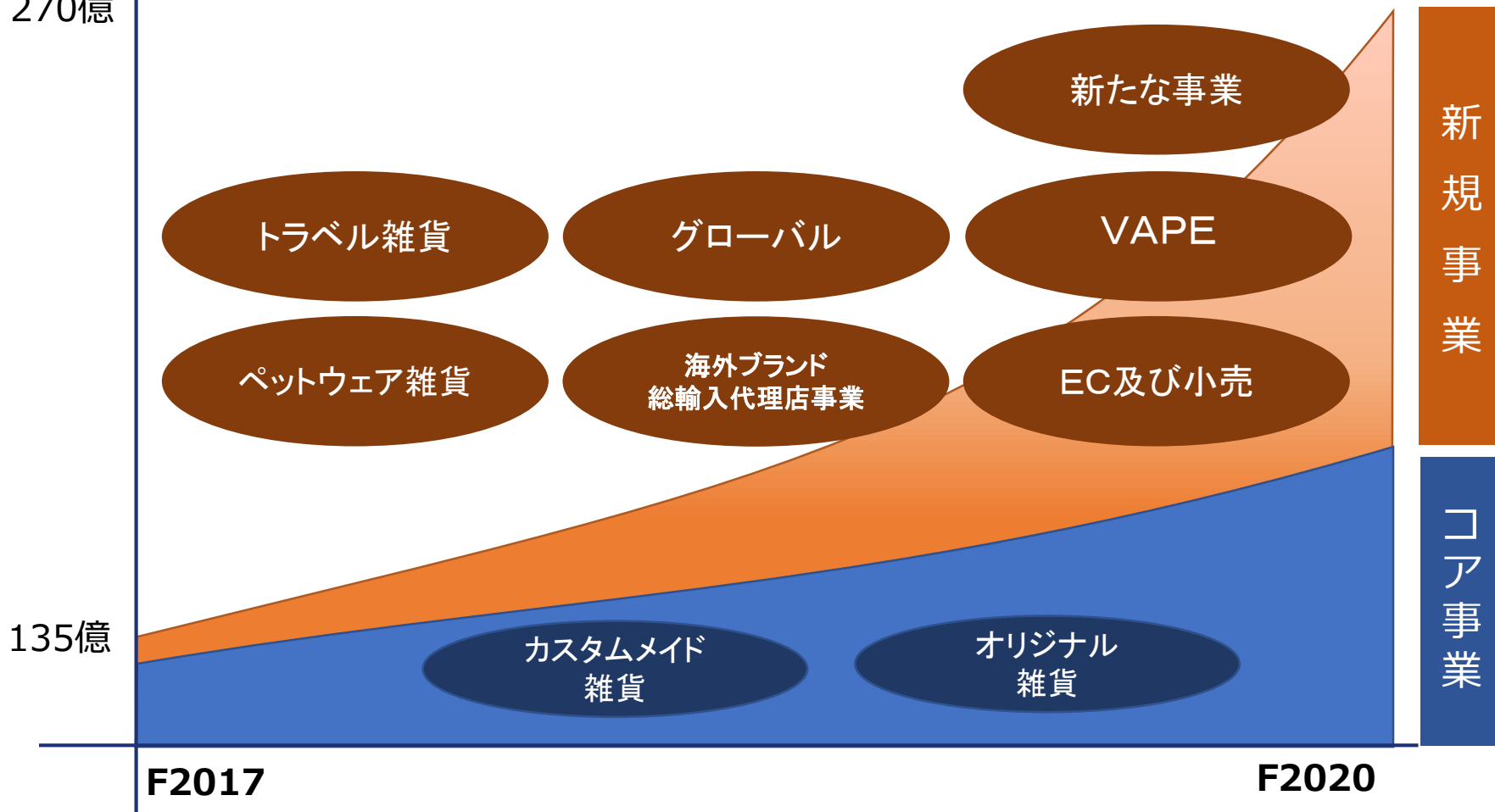
- ・ 中長期的な成長力強化（コア事業）
- ・ 新たな成長軸への布石（新規事業）
- ・ 成長を加速するための効率化戦略

第2次中期経営計画の基本方針

(売上高：円)

270億

～ 経営計画のビジュアルイメージ ～



F2017

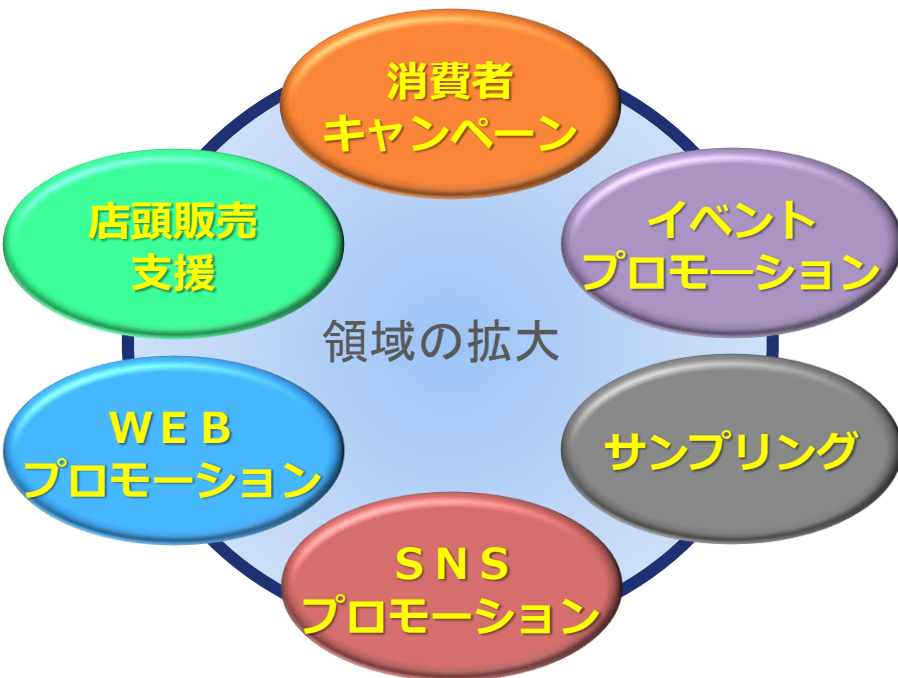
F2020

コア事業の戦略

■ コアとなる雑貨事業の確実な成長を目指す

～ カスタムメイド雑貨事業 ～

- ・セールスプロモーション領域の拡大
- ・需要ある業界へのアプローチ強化



～ オリジナル雑貨事業 ～

- ・主力製品カテゴリーの強化
- ・新カテゴリーの創出
- ・海外仕入スキームの高度化



新規事業の戦略（トラベル雑貨事業）

■ 自社ブランド製品、ライセンス製品ともに強化し販路拡大へ

～ 新製品開発の強化 ～

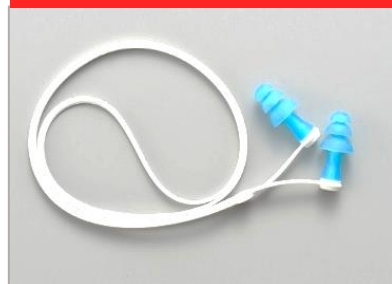
創業から40年間で培ったノウハウを活かし、
機能性、デザイン、知財重視の新商品開発

極上 トラベルギアシリーズ
新発売!

アイマスク“すきま知らず”



【耳らくんフライト】



～ 新たなライセンスの開拓 ～

トラベル雑貨製品と相乗効果が高い
キャラクターやブランドを開拓し市場展開へ

POKÉMON ✈️ TRAVEL



And more . . .

新規事業の戦略（ペットウェア雑貨事業）

■ 各ブランドのアイテムを拡充し、販路を最大限に活用

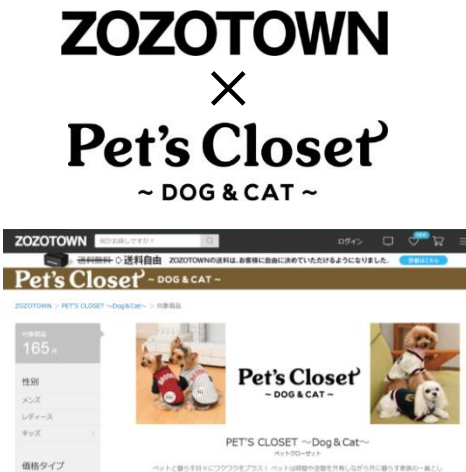
～ 取扱ブランドの充実 ～

自社ブランド「Calulu」を含め
現在11ブランドを展開中
ターゲットに合ったブランドを
開拓し販路拡大を目指す



～ EC販売への注力 ～

自社ECサイトに加え、日本最
大級の通販サイトZOZOTOWN
で初となるペットウェア雑貨
ショップをオープン
さらなる顧客拡大を図る



～ アイテムの拡充 ～

クオリティとコストのバランス
を考慮し、ドッグウェアのみに
留まらず、犬具等のアイテムも
拡大



And more . . .

新規事業の戦略（グローバル事業）

■ グローバルネットワークを活かした受注拡大と原価低減

～ グローバル案件の受注拡大 ～

IPPAG・Prominateへの加入により世界70ヶ国の販売ネットワークをフル活用
世界的なナショナルクライアントの販促キャンペーンをサポート

International Partnership for Premiums & Gifts
ippag × **prominate**
TO PROMOTE EFFECTIVELY

TRANSACTION



ナショナルクライアント



パートナー各国

～ グローバルネットワークを活かした原価低減 ～

IPPAG・Prominateのネットワークを活かし、世界約1,000社のサプライヤーを共有
最適なサプライヤーを活用し原価低減を推進



新規事業の戦略（海外ブランド総輸入代理店事業）

■ 海外のブランド力を活かし、S PやO E Mとして展開

～ブランド認知向上と販路拡大～

歴史ある高級ノートとしての認知向上と、オリジナル加工によるセールスプロモーションに限らない利用目的の幅広さを周知し、販路拡大へ

MOLESKINE
CUSTOM EDITIONS



～日本未上陸ブランドの開拓～

販路拡大のノウハウを活かし、日本未上陸の海外ブランド雑貨の発掘を推進

SITPACK™
AND RELAX

(シットパック)



REST A HEAD™

(レスタヘッド)



And more . . .

新規事業の戦略（EC及び小売事業）

■ 消費者との接点を増やしたBtoCビジネスの強化

ECや小売を通じてユーザーの意見をサイトや製品に反映

販売チャネルの高度化
(B toCへの取り組み)

マーケティング活用

利益率の向上



And more . . .

新規事業の戦略（V A P E 事業）

■ 3体制による販売強化に加え、新たな商品供給を展開

～ 3体制の販売強化 ～

- ・ 店舗販売
⇒ 国内主要ターミナルへ出店を継続
- ・ 卸売販売
⇒ 販路拡大と棚割りの拡大
- ・ W E B 販売
⇒ S E O 対策を強化しアクセス数を増加



～ 自社開発製品の拡充 ～

店舗販売やW E B 販売による顧客リサーチをもとに、満足度の高いリキッド、デバイスを開発し、販売を強化する



加熱式タバコ互換機 本格展開

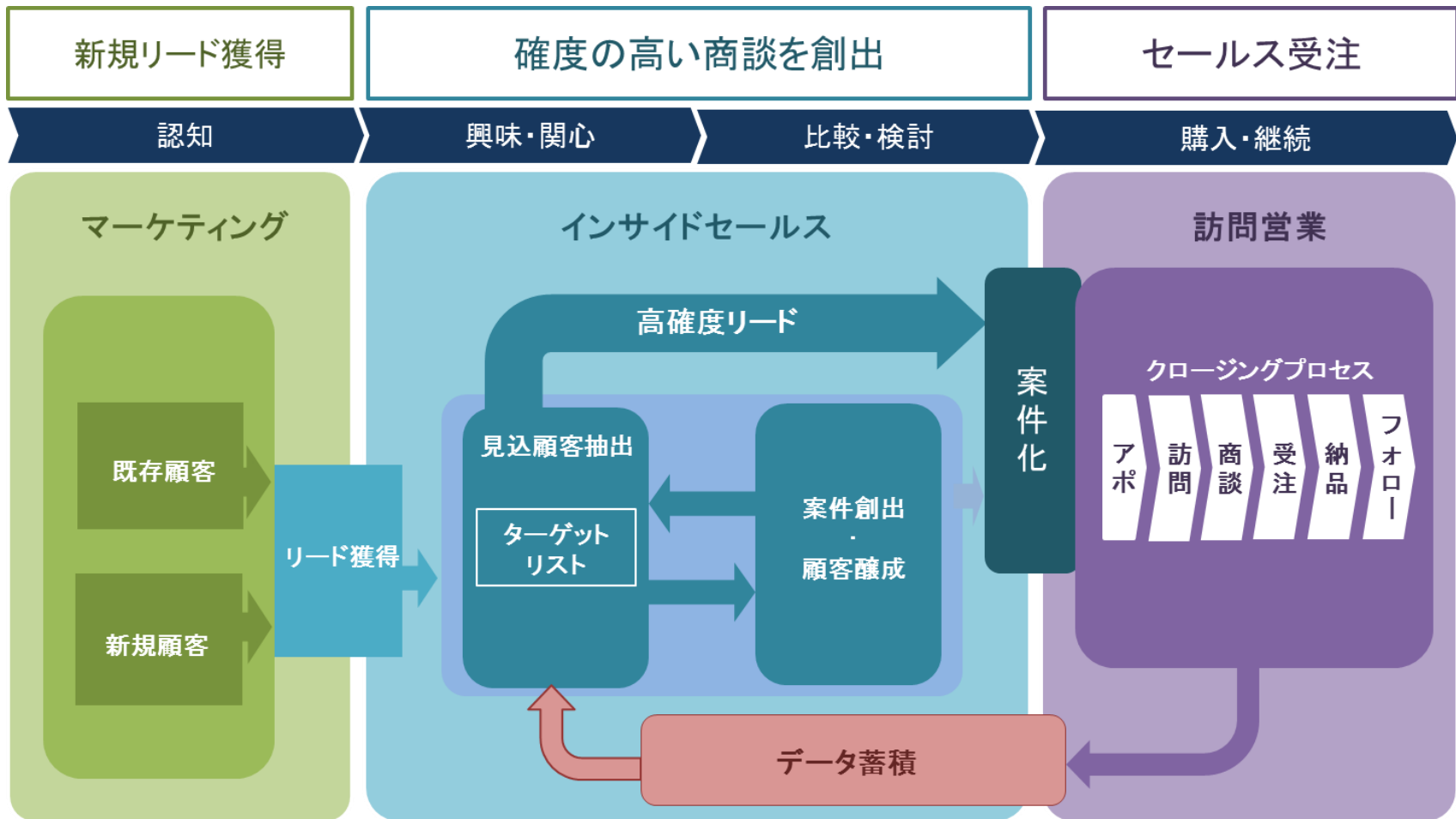
V A P E に留まらず、国内シェアが拡大する加熱式タバコの互換機を販売開始
次世代タバコ市場の裾野を広げることでV A P E 需要の獲得を目指す



And more . . .

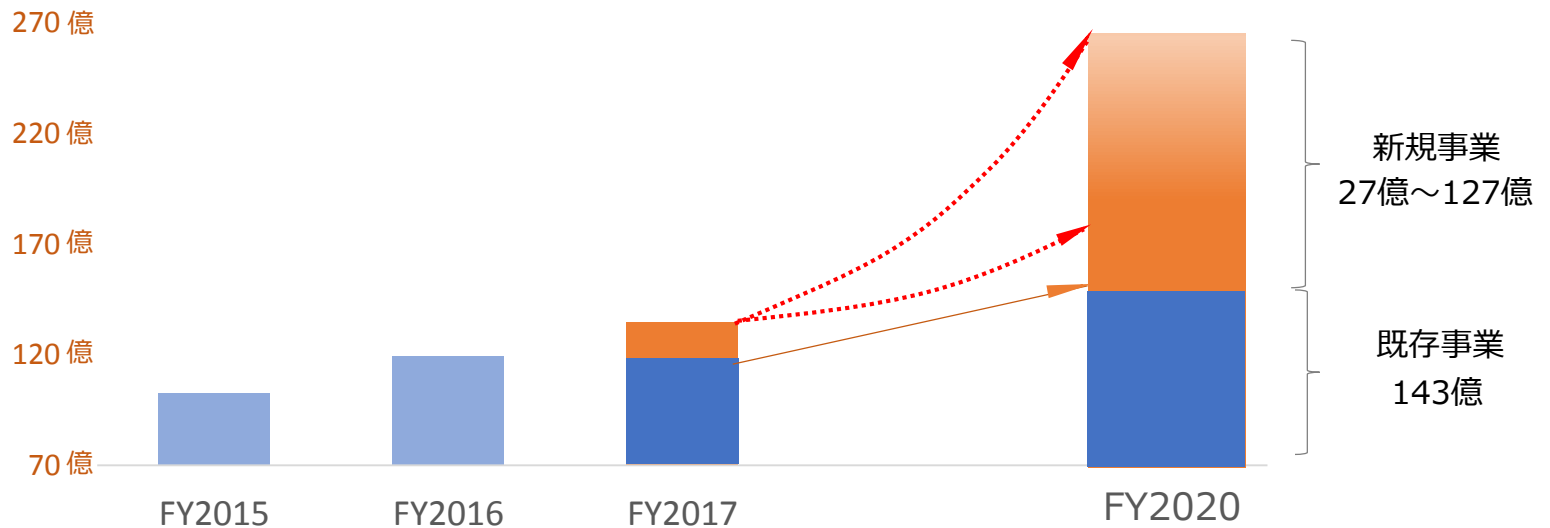
成長を加速するための効率化戦略

■ マーケティング強化による業務効率化



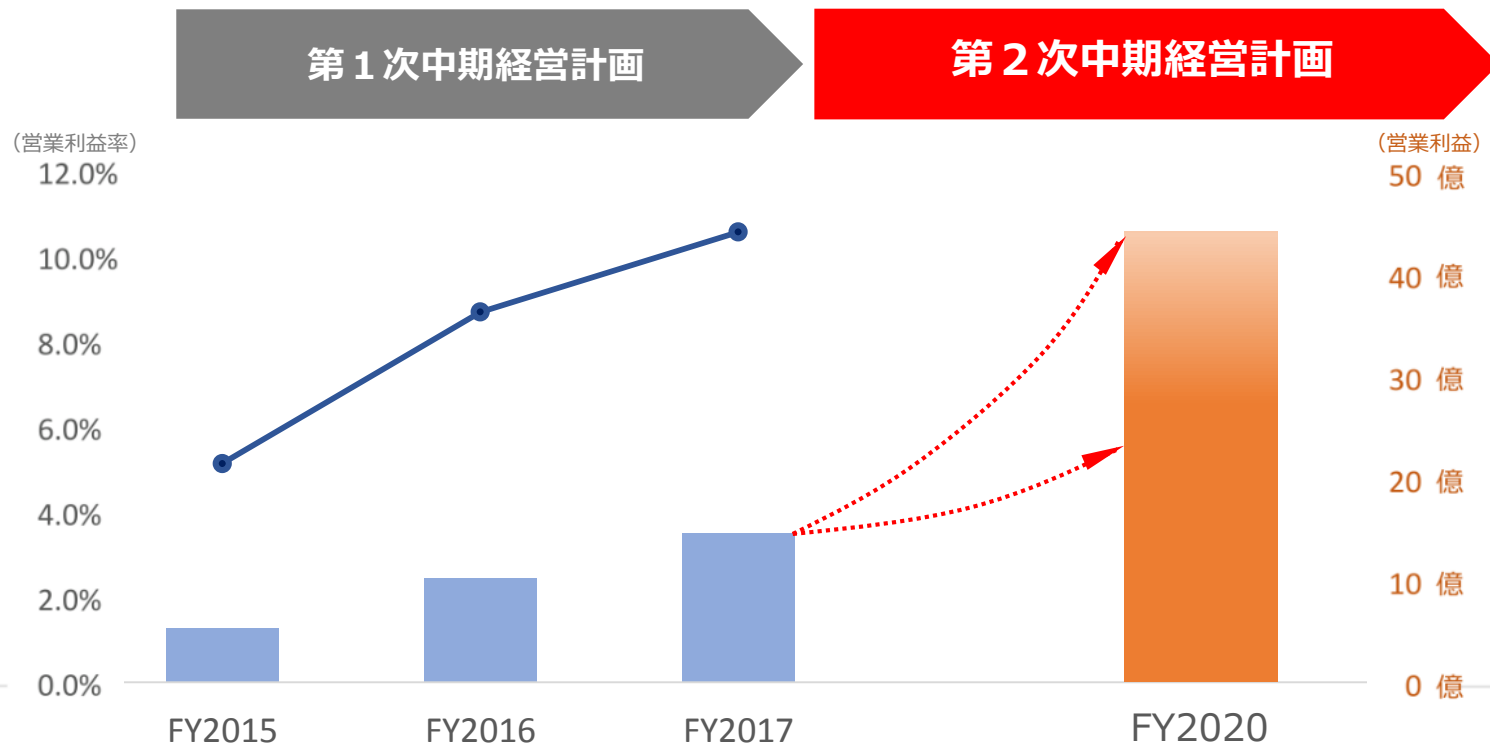
第2次中期経営計画の業績目標①

売上高	FY2017実績	第2次中期経営計画
既存事業	116.8億	143.0億
新規事業	17.9億	27.0億 ~ 127.0億
合計	134.8億	170.0億 ~ 270.0億



第2次中期経営計画の業績目標②

区分	FY2017 実績	第2次 中期経営計画
営業利益	14.3億	20.0億 ~ 45.0億
営業利益率	10.7%	11.8% ~ 16.7%



第2次中期経営計画サマリー

区分	FY2017 実績	第2次 中期経営計画	コメント
業績目標			
売上高 (既存事業) (新規事業)	134.0億 (116.8億) (17.9億)	170.0億 ~ 270.0億 (143.0億) (27.0億 ~ 127.0億)	既存事業の安定成長 + 利益率の高い 新規事業のポテンシャル
営業利益	14.3億	20.0億 ~ 45.0億	
営業利益率	10.7%	11.8% ~ 16.7%	
株主還元			
配当性向	29.6%	33%目安	安定的な配当の継続を基本方針とし、配当性向の向上を目指す ※1株当たり配当金については2017年8月期末の発行済株式総数をもとに試算
1株当たり配当金	10円	15円 ~ 34円	
株主優待	年2回実施	年2回の実施を継続	さらなる拡充を目指す
人財政策			
女性管理職比率	17.0%	20.0%以上	女性が活躍する会社を目指す
事業会社の取締役人数	9名	15名	次世代経営者候補となる事業会社取締役を増強