



平成 22 年 5 月 12 日

各 位

大阪市北区堂島浜二丁目 2 番 8 号 東洋紡ビル

ヴァインキュラム ジャパン株式会社

代表取締役社長 瀧澤 隆

(JASDAQ・コード番号：3784)

問い合わせ先 取締役管理部長 吉田 裕

TEL 06-6348-8951

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、添付資料のとおり2010年度をスタートとする3ヵ年の中期経営計画(2010-2012年度)を策定いたしましたのでお知らせいたします。

添付資料 : 新中期経営計画(2010-2012年度)について

以 上

新中期経営計画（2010-2012 年度）について

2009 年度（平成 22 年 3 月期）における当社グループの業績は想定以上の売上低迷と構造改革のための先行投資により、大幅な減収および経常損失となりました。

しかしながら要員構造改革と中国法人活用による原価低減および固定費等コスト削減を積極的に実施することにより、損益分岐点売上の大幅な改善が図られ、ローコストな経営体質が確立されました。また特定顧客からの新しいアウトソーシング案件のスタート、M&Aによる新事業領域の拡大、中国市場における顧客獲得等、新たなビジネスの芽が生まれました。

つきましては平成 21 年 5 月 13 日に発表した中期経営計画見直しで掲げた「新たな成長路線の礎となる基盤づくり」ができたものと判断し、2010 年度を迎えるにあたり、新しい経営体制で新たな増収増益路線を確立すべく中期経営計画（2010-2012 年度）を策定いたしました。

日本国内における経営環境、とりわけ流通サービス業においてはデフレ懸念、消費者の節約志向が続くことから、引き続き厳しい状況が予測され、IT 投資抑制や価格競争が激化するものと思われま

す。このような環境の中、今般策定した中期経営計画を確実に実行することにより 2010 年度において黒字転換を図り、以降着実に持続的な成長と収益力の強化をめざしてまいります。

1. 中期経営計画（2007-2009 年度）の総括

（1）減収減益傾向で目標値未達、その主な要因

- ① 当社主要顧客向けアウトソーシング 2 案件が顧客グループの IT システム統合方針により 2007 年度より段階的に減少し、2008 年度で統合完了したことにより売上と利益が大幅に減少したこと。
- ② 2009 年度はリーマンショックはじめ景気悪化による IT システム投資抑制・凍結による新規開発案件が大幅に減少したことと機器販売の売上が大きく減少したこと。
- ③ 2009 年度は事業構造改革のための先行投資が重なったことにより上期大幅な赤字が発生したこと。

（2）達成できた主な成果

- ① 中国法人（維傑思科技（杭州）有限公司、以下 VCC）をスピーディに設立し、当初の目的であったオフショア開発による原価低減を早期に実現し、かつ現地日系法人からの受注も獲得し、今後の成長戦略の核となる。
- ② 2009 年度に M&A により百貨店向け事業領域を獲得し、今後の成長が期待できる。
- ③ 新しいアウトソーシング案件として、大手総合小売業からの人事アウトソーシング案件と大手外食チェーンの総アウトソーシング案件がスタートし、今後の業務拡大と周辺開発案件の受注が期待できる。

（3）ローコスト経営体質の確立

- ① 2009 年度実施した構造改革によって、損益分岐点が大幅に改善された。
- ② 原価率の改善と販管費の削減により同等の売上規模でも営業利益が出る体質に改善された。

2. 中期基本方針

グループ力結集による成長路線への転換

グループ会社の強みを連携強化し、新たな商品・サービスの開発と新たなマーケットの創造により持続的成長と収益力の強化を図る。

- 2010年度＝売上高 100億円、経常利益 2.8億円（黒字転換）
- 2012年度＝売上高 120億円、経常利益 6.7億円（経常利益率 5.6%）

3. 中期経営目標値

(1) 連結

(単位：百万円，%)

	2009年度 実績	2010年度 計画	2011年度 計画	2012年度 計画
売上高	9,386	10,000	10,950	12,000
経常利益	△439	280	450	670
(経常利益率)	-	2.8	4.1	5.6
当期純利益	△363	197	309	410
(当期純利益率)	-	2.0	2.8	3.4
1株当り当期純利益(円)	△11,532.78	6,253.97	9,089.52	13,015.87

(2) 個別

(単位：百万円，%)

	2009年度 実績	2010年度 計画	2011年度 計画	2012年度 計画
売上高	8,832	9,000	9,800	10,700
経常利益	△352	200	343	535
(経常利益率)	-	2.2	3.5	5.0
当期純利益	△297	118	203	317
(当期純利益率)	-	1.3	2.1	3.0
1株当り当期純利益(円)	△9,453.98	3,746.03	6,444.44	10,063.49

4. 基本戦略

(1) 原点回帰のマーケティングによる営業力強化

①成長するマーケットで戦う

- ・日本のコストダウン市場（オフショア、保守、運用）
- ・特定顧客の徹底した深耕（成長顧客の追随）
- ・急成長する中国、アジア市場への展開

②マーケットが求める商品（サービス）を提供する

- ・日本市場 ← “コスト削減 “ソリューション
- ・特定顧客 ← “超ユーザー系 “サービスやソリューション
- ・中国市場 ← Made in Japan のノウハウ・品質

- ③グループ連携／パートナーアライアンスで取り組む
 - ・富士ソフトグループとの連携強化
 - ・M I J S (Made in Japan Software Consortium) との取組み強化
- ④有力企業とのアライアンスの構築

(2) プロダクトの拡充・強化

- ①プロダクトの次世代化・クラウド化
プロダクトの機能強化とクラウド化を行い、お客様の規模・ニーズに合わせた最適なサービスをローコスト・短納期で提供し、新規顧客獲得と収益率向上を目指す
- ②クロスボーダー I T サービスの展開
当社と V C C のノウハウ・コンテンツを組み合わせ新たな付加価値のあるサービスを提供し、新たな事業領域を開拓する

(3) グローバル化の推進

- 「“オフショア”と“中国マーケット” バランスの取れた成長戦略を推進する」
- ・中国・アジアの安く優秀な人材を活かす
 - ・中国・アジアから日本に向けて I T サービスを提供する
 - ・中国・アジアが求める商品（サービス）を提供する

(4) スモールビジネス×ストックビジネスで収益基盤の安定化

- 「次の4つのビジネスサイクルをまわし、安定的な収益基盤を確立する」
- ①パッケージプロダクトの提案・ネットワークのコストダウン支援等のスモールビジネスの獲得
 - ②+αのサービスを提供（監視サービス・データセンターサービス・ヘルプデスクサービス等）
 - ③お客様の問題点を把握、信頼の獲得
 - ④次のサービスの提案・獲得（ストックビジネスの拡大）

(5) 構造改革による経営体質強化

- ①原価構造を改善し、利益率を向上
 - ・グループ内製化のさらなる推進
 - ・要員の適材適所による稼働率改善
 - ・開発・運用最新ツールの活用による品質・生産性向上
- ②人材育成強化により、品質・生産性を向上
 - ・I T スキル、プロジェクトマネジメント力強化
 - ・流通マインド、業務ノウハウ強化
- ③販管費低減の継続
 - ・グループ連携による業務効率化・最適化
 - ・制度改革による固定費低減

5. 事業別戦略

(1) アウトソーシング事業戦略

「クロスボーダー I T サービスでコストダウンマーケットを開拓する」

当社グループの、①ワンストップサービス実績、②V C C による高品質・低コストのサービス、③運用パッケージプロダクトの豊富な顧客群を組み合わせた「クロスボーダー I T サービス」で、従来の事業領域を超えた「コストダウンマーケット」を開拓する

(2) ソリューション事業戦略

「特定顧客への深耕、成功事例の横展開で新規顧客、新規案件を獲得する」

- ①特定顧客への深耕
 - ・大手総合小売業のグループ展開、業務拡大
 - ・大手ドラッグチェーン、大手外食チェーン、大手百貨店への展開
- ②成功事例の横展開
 - ・中規模スーパーの商品基幹システム
 - ・CTCPソリューション（POSと顧客管理の連携）
- ③カードシステム事業の拡大
 - ・開発から運用業務への展開
 - ・中国マーケットへの進出

(3) プロダクト事業戦略

「プロダクトの次世代化とクラウド化により新規マーケット・新規顧客を開拓する」

- ①次世代POSのリリース、機能拡充により 新規業種、新規顧客の開拓を強化する
 - ・最新技術：業種別標準プラグイン、フレームワーク等
 - ・ターゲット業種：ドラッグストア、外食産業、ホームセンター等
- ②クラウド化により中規模流通業への展開を図る
 - ・中規模スーパー、中規模ドラッグストア
 - ・ボランタリーチェーン
- ③運用系プロダクト、業務系プロダクトの拡販
 - ・チャネル販売強化

(4) 中国事業戦略

「日本向けオフショア → 日系企業向けITサポート → 中国企業向けITサポートで成長を加速する」

4つの事業領域（ビジネスユニット）を設定し、グループ総力をあげて積極的に展開を図る

- ①当社向けオフショア
 - ・当社の既存顧客中心のオフショアビジネス
- ②日本企業向けオフショア
 - ・日本企業向けのオフショアビジネス、アライアンスビジネス
- ③日系企業向けITサポート
 - ・大手総合小売業中国法人の保守運用
 - ・その他日系企業へのサービス
- ④中国企業向けITサポート
 - ・日本のノウハウを商品化して中国のお客様に製品やサービスを提供

以 上

本資料には、将来の業績に関わる記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。

将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画対比と異なる可能性があることにご留意ください。