

2022年1月期 第2四半期  
**決算説明資料**

バリューゴルフ  
**VALUE GOLF**

株式会社バリューゴルフ

2021年9月14日



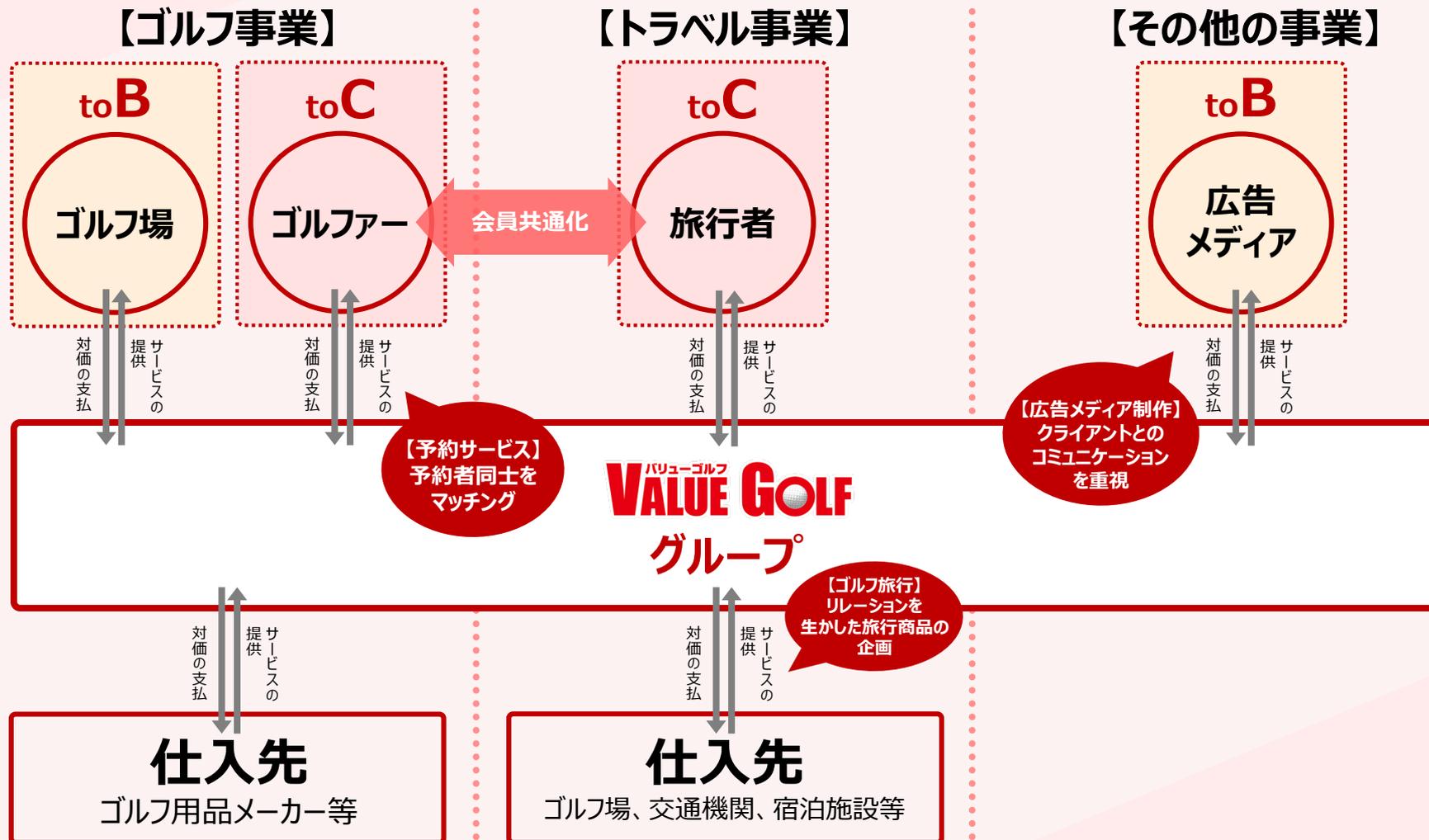
# 目次

---

<b>Ⅰ 経営成績ハイライト</b>	<b>04</b>
2022年1月期 第2四半期 連結決算の状況	
<b>Ⅱ 経営環境及びトピックス</b>	<b>10</b>
経営環境とサービス別トピックス	
<b>Ⅲ 第3四半期以降の取り組み</b>	<b>15</b>
今後のサービス別業務プラン	
<b>Ⅳ 業績進捗状況</b>	<b>21</b>
2022年1月期 第2四半期 業績進捗の状況	
<b>Ⅴ 通期連結業績予想</b>	<b>23</b>

# ビジネスモデル

当グループは「ゴルフ事業」、「トラベル事業」、「その他の事業」の3つのセグメントで開示を行っております。



2022年1月期 第2四半期

---

# 経営成績ハイライト

---

# 連結損益計算書

上半期利益  
過去最高

単位：百万円

	2021年1月期 第2四半期	2022年1月期 第2四半期	対前年同期 増減	主な要因
売上高	2,257	2,296	+1.7%	ゴルフ事業の増収がトラベル事業の減収を上回る
売上原価	1,607	1,546	△3.8%	ゴルフ事業の原価削減により減少、トラベル事業の減収に伴う減少
売上総利益	649	750	+15.6%	
販売管理費	629	643	+2.3%	人材および販売促進費への投資に伴う増加
営業利益	20	107	+427.3%	創業以来上半期の営業利益として過去最高の着地
経常利益	26	99	+278.8%	創業以来上半期の経常利益として過去最高の着地
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△7	47	+55百万円	

# セグメント情報

## ゴルフ事業

売上高

1,939百万円

前年同期比  
9.8%増

営業利益

296百万円

前年同期比  
23.0%増

1人予約ラウンド、ECサービス、バリューゴルフ大崎が堅調に伸長し、増収増益を達成。

## トラベル事業

売上高

344百万円

前年同期比  
26.7%減

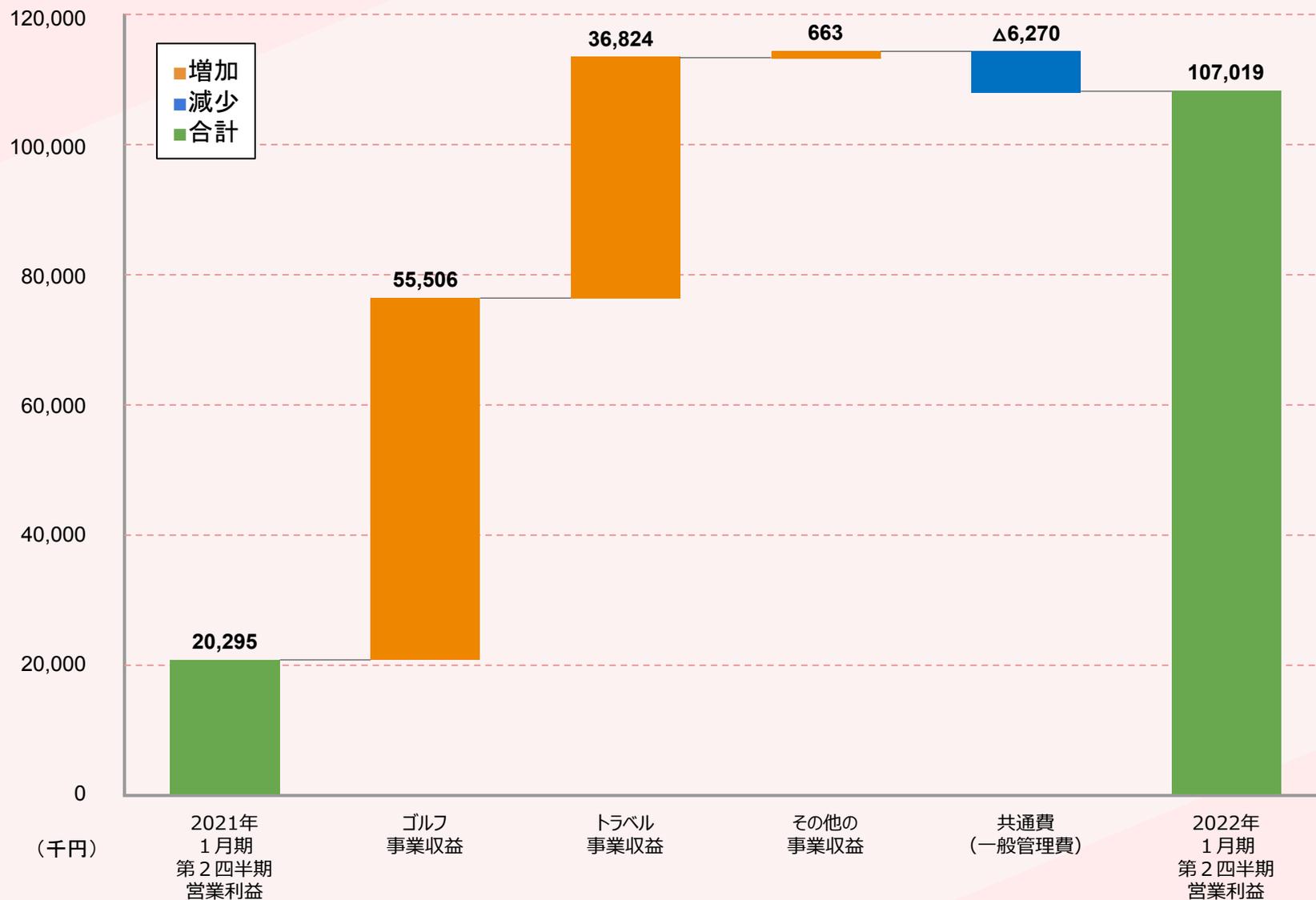
営業利益

△22百万円

前年同期実績より  
36百万円改善

COVID-19の影響で減収となるも、国内旅行へのシフトおよびコストの見直しを再度行い損失幅を縮小。

# 利益の増減分析



# 連結貸借対照表

単位：百万円

	2021年1月期	2022年1月期 第2四半期	増減額
流動資産	1,829	2,127	+298
固定資産	247	223	△23
有形固定資産	42	43	+0
無形固定資産	26	19	△6
投資その他の資産	178	160	△17
資産合計	2,076	2,351	+274 ※1

	2021年1月期	2022年1月期 第2四半期	増減額
負債合計	1,076	1,313	+237 ※2
流動負債	886	1,153	+266
固定負債	189	160	△29
純資産合計	1,000	1,037	+37 ※3
株主資本	998	1,034	+36
その他	2	2	+0
負債純資産合計	2,076	2,351	+274

## 主な要因

※1 現金及び預金の増加（30百万円）、売掛金の増加（34百万円）、商品の増加（200百万円）

※2 短期借入金の増加（222百万円）

※3 四半期純利益の計上（47百万円）

# 連結キャッシュフロー計算書

単位：百万円

	2021年1月期 第2四半期	2022年1月期 第2四半期	増減額	主な要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	33	△124	△157	機会損失回避のため、商品仕入の増加
投資活動によるキャッシュ・フロー	0	△10	△10	社内システム導入への投資
財務活動によるキャッシュ・フロー	32	164	+132	キャッシュポジション向上のため、借入金の増加
現金及び現金同等物の増減額	63	29	△33	
現金及び現金同等物の期首残高	635	947	+312	
現金及び現金同等物の期末残高	699	977	+278	

社会状況の変化に柔軟な対応がとれるように、高いキャッシュポジションを保持。また機会損失回避のために商品在庫を確保。

2022年1月期 第2四半期

---

# 経営環境及びトピックス

---

# 経営環境

新型コロナウイルス感染症拡大の影響が継続し、  
業種・業態により明暗の二極化が進む。

ワクチン接種などによる消費への期待感は向上したものの、  
経済動向については不透明な状況が継続。

GDPは  
前期比0.3%増  
※4～6月期

マスターズをはじめとした  
世界的大会での  
日本人プロゴルファー活躍

雇用者報酬は  
前期比1.4%減  
※4～6月期

パリューゴルフ  
**VALUE GOLF**  
グループ

東京オリンピック、  
COVID-19感染拡大に  
より無観客での開幕

度重なる  
緊急事態宣言の  
発令と解除

テレワークの普及と  
AIやRPA等の  
自動化技術による  
労働環境の変化

# 第2四半期サービス別トピックス

## 1. ゴルフ事業

密にならないスポーツとしてゴルフ需要が増加し、各サービスとも堅調に推移。「1人予約ラウンド」を中心としてゴルフ事業が拡大いたしました。

### ASPサービス

- ・ユーザビリティ向上のためのシステム改修を継続
- ・営業人員強化による1人予約ラウンド契約コース数・掲出枠数の増加

売上高  
UP

### 広告プロモーションサービス

- ・WEB媒体と紙媒体のメディアミックス提案による広告効果の強化
- ・スマートフォンからのアクセス増加に合わせて、モバイル広告の強化

売上高  
UP

### ECサービス

- ・プライベートブランド商品を中心とした取り扱い商品の拡充
- ・機会損失を回避するために積極的な仕入戦略を展開

売上高  
UP

### インドアレッスンサービス

- ・ジープ社との協働によるフィッティングニーズのキャッチアップ
- ・弾道測定器（トラックマン）を導入し高単価商品の提供を開始

売上高  
UP

### オンコースレッスンサービス

- ・レッスン開催コースの拡充とレッスンコーチの確保

売上高  
UP

※前年同期比較

# 第2四半期サービス別トピックス

## 2. トラベル事業

新型コロナウイルス感染拡大による人流の抑制など影響を受け、厳しい状況が継続。国内旅行商品へのシフト、コストの圧縮を推進いたしました。

### 旅行サービス

- ・小規模国内ゴルフ旅行の催行増加
- ・WEB集客等、集客チャネルの拡大
- ・訪日外国人向け感染症経過観察待機期間の宿泊商品販売
- ・在日外国人帰国用チャーター便の需要発生
- ・緊急事態宣言継続中の従業員の休業によるコストの圧縮
- ・本社移転によるコストの圧縮

DOWN  
売上高

### 特産品 販売サービス

- ・旅行事業のネットワークを生かした各地の特産品の販売開始

NEW  
SERVICE

## 3. その他の事業

新型コロナウイルス感染拡大によりクライアント企業の広告予算削減等の影響を受けたものの、自社広告の制作等の新たな役回りを追加いたしました。

### 広告メディア制作 サービス

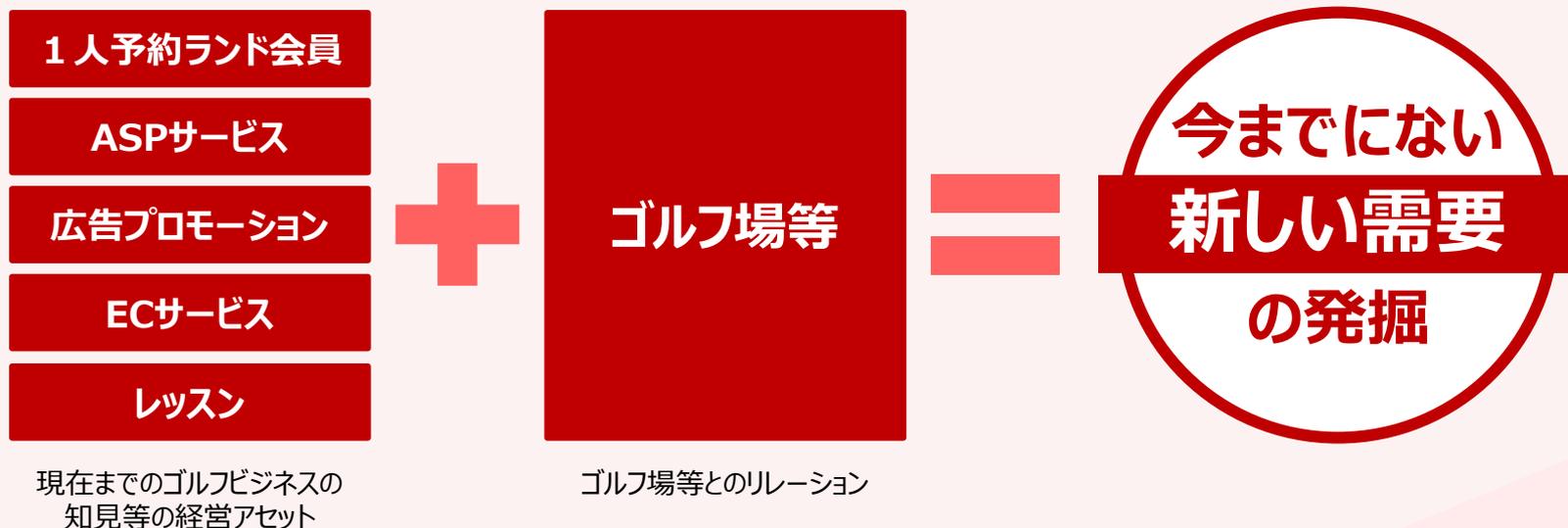
- ・ブライダル広告・求人広告の制作依頼本数の減少
- ・グループ内広告制作のプレーンとしての役割強化

DOWN  
売上高

# 第2四半期サービス別トピックス

## 4. 新規事業

バリューゴルフの設立から現在までに培ってきたゴルフを通じたビジネスの知見とリレーションを生かし、新規事業の計画を推進しております。詳細につきましては、公表可能となったタイミングで開示を予定しております。



2022年1月期

---

# 第3四半期以降の取り組み

---

# 第3 四半期以降の取組み～ASPサービス（1人予約ランド）～

## 1人予約サービスのさらなる拡大

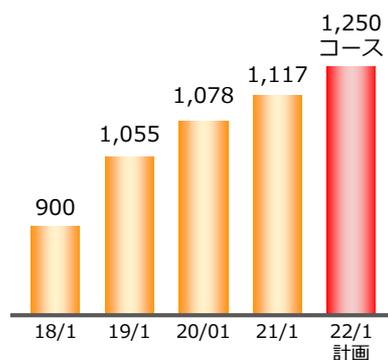
### ◆ 契約コース数・プレー枠の増加

2021年8月に80万人を突破した1人予約ランド会員の需要に対応すべく、営業人員を増員。さらに営業力を強化し契約コース数や予約枠数を確保。

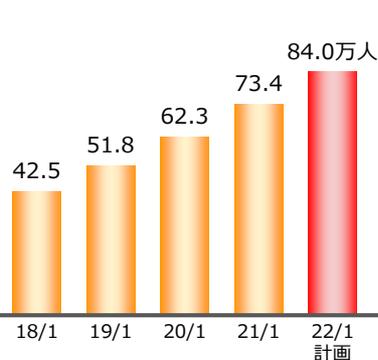
### ◆ 予約促進のための機能強化

1人予約に特化した強みを生かし、80万人の会員のニーズを捉えた機能改善を実行。さらなる普及とシェア拡大を目的として、組予約ではできない1人予約ユーザーの個別対応機能を強化。

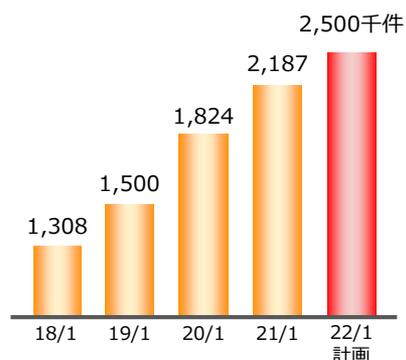
1人予約ランド契約ゴルフ場数



1人予約ランド登録会員数



1人予約ランド年間エントリー数



# 第3四半期以降の取組み～EC・物販サービス～

## 着実に成長するEC・物販サービスの利益率向上

### ◆プライベートブランド商品拡充による利益率向上

PB商品を拡充し、メーカー依存とまらない商品供給体制の構築。すでに20種以上の商品を販売し、今後も新商品を開発中。

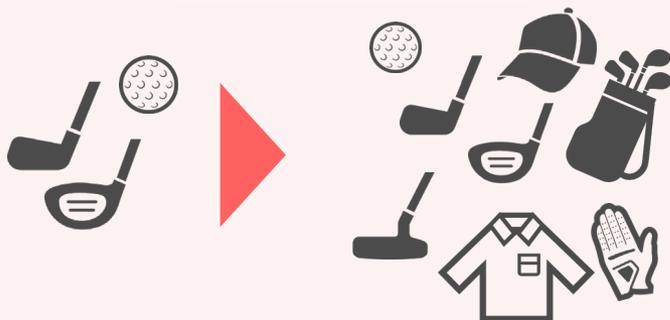
### ◆自社ECサイト強化

自社ECサイトの売上比率をさらに拡大し、大手ECモールの依存度を低減。販売手数料を削減し創出した利益で、グループ会員共有システムおよび業務システムへ投資。

### ◆価格競争から付加価値の創出へ

バリューゴルフ大崎の設備で試打およびフィッティングを強化。顧客に「買う喜び」と「満足感」を提供し顧客単価アップを目指す。

#### PB商品の拡充



#### 自社ECサイトの強化



# 第3四半期以降の取組み～レッスン・VG大崎～

## 複合ゴルフ施設のサービス拡大

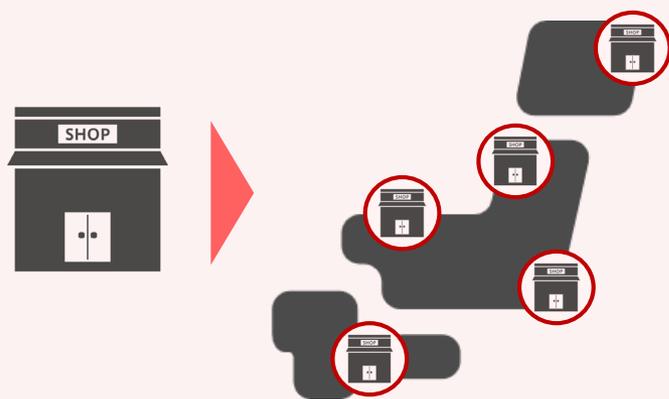
### ◆複合ゴルフ施設「VG大崎」をさらに強化した上での多店舗展開

レッスン+レンジ+試打（フィッティング）+販売等を提供するゴルフ複合施設の収益力を強化し、多店舗展開を見据えた事業モデルの策定。

### ◆サービスの拡充

弾道計測器（トラックマン）等の設備へ投資。サービスラインナップを拡充し、新規顧客を獲得するとともに施設利用料等のレッスン以外の売上も拡大。

#### 多店舗展開



#### サービスの拡充



# 第3四半期以降の取組み～トラベル事業～

## ウィズコロナ・アフターコロナへの対応

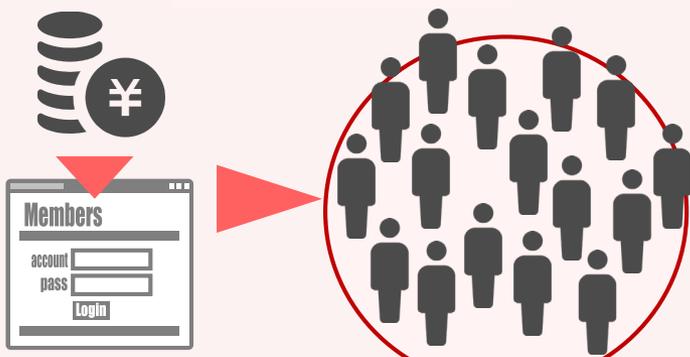
### ◆集客力の強化

事業間シナジーを強化すべく、グループ各社の会員を相互に活用。すでに小規模ゴルフ旅行で実績のある顧客ニーズに合った商品の企画および販売を実施。また、WEB集客システムの開発に投資を行い、新しい集客チャネル強化に注力。

### ◆旅行需要回復に向けた施策

時代の変化に対応した旅行商品の企画と仕入れ強化のためのリレーション構築。スムーズに商品提供を行う体制を構築。

#### 集客力の強化



WEB集客システム  
への投資

グループ既存会員へ  
直接アプローチ

#### 需要回復に向けた施策



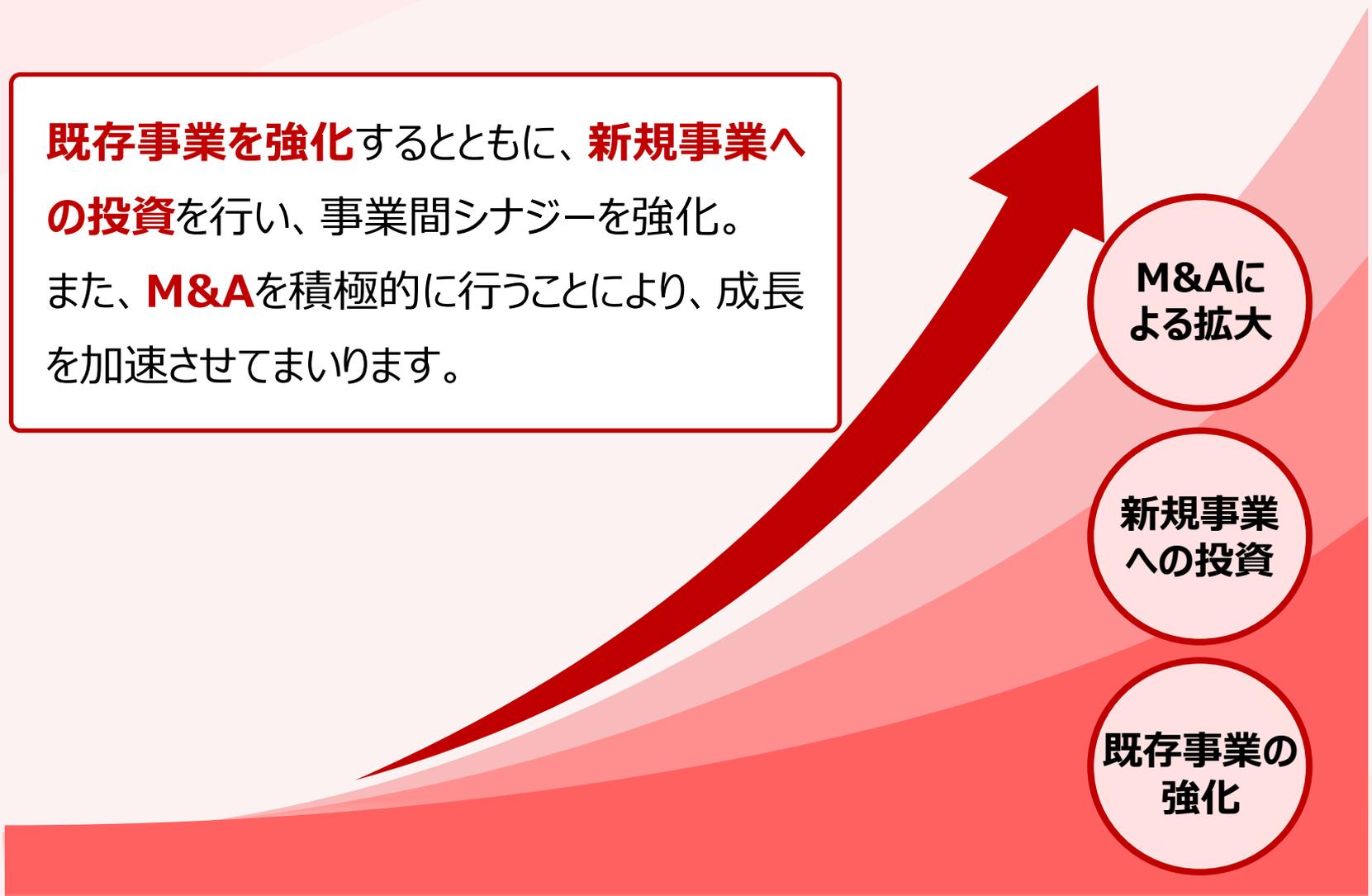
時流に則した  
商品の企画



仕入れ先との  
リレーション構築

# 成長イメージ

**既存事業を強化**するとともに、**新規事業への投資**を行い、事業間シナジーを強化。  
また、**M&A**を積極的に行うことにより、成長を加速させてまいります。



M&Aによる拡大

新規事業への投資

既存事業の強化

2022年1月期

---

# 業績進捗状況

---

# 業績進捗状況

## 当期第2四半期の営業利益進捗率は通期業績予想（180百万円）の59.5%と計画を上回り着地

当社グループの業績は下半期に偏重する傾向がございますが、当期第2四半期は営業利益が前年同期比+427.3%と計画を上回る進捗率で推移しております。このペースを維持し、原価・販管費の削減を始めとする利益率改善の施策を進めることで、さらに成長を加速させてまいります。

単位：百万円

		第1四半期	第2四半期 ※累計期間	第3四半期 ※累計期間	第4四半期 ※累計期間
2021年 1月期	売上高	1,175	2,257	3,326	4,470
	営業利益	△5	20	45	91
2022年 1月期	売上高	1,104	2,296	—	—
	営業利益	51	 107	—	—

2022年1月期

---

# 通期連結業績予想

---

# 通期連結業績予想～2022年1月期～

## 2021年3月12日公表の業績予想から変更はありません。

売上高58億円、営業利益1.8億円、経常利益1.7億円と当社グループ**過去最高の業績を達成する予想**をしております。ゴルフ事業は「1人予約ランド」「ECサービス」を中心に成長基調が継続、トラベル事業ではワクチン接種の加速等により、COVID-19の影響が第4四半期からゆるやかに減少するものと仮定し、業績予想を算定しております。

単位：百万円

	2021年1月期通期実績	2022年1月期通期予想 (対前期比)
売上高	4,470	5,800 (130%)
営業利益	91	180 (197%)
経常利益	99	170 (172%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	△32	100 (+132百万円)

通期  
営業利益・  
経常利益  
過去最高  
の業績予想

※上記の業績予想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、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる結果となる可能性があります。

バリューゴルフ  
**VALUE GOLF**

本資料の著作権は株式会社バリューゴルフにあります。本資料の内容の一部または全部における無断転載を固く禁じます。  
本資料に関するお問い合わせは 当社IRグループ (ir-inquiry@valuegolf.co.jp / 03-6435-1535) までお願いします。

