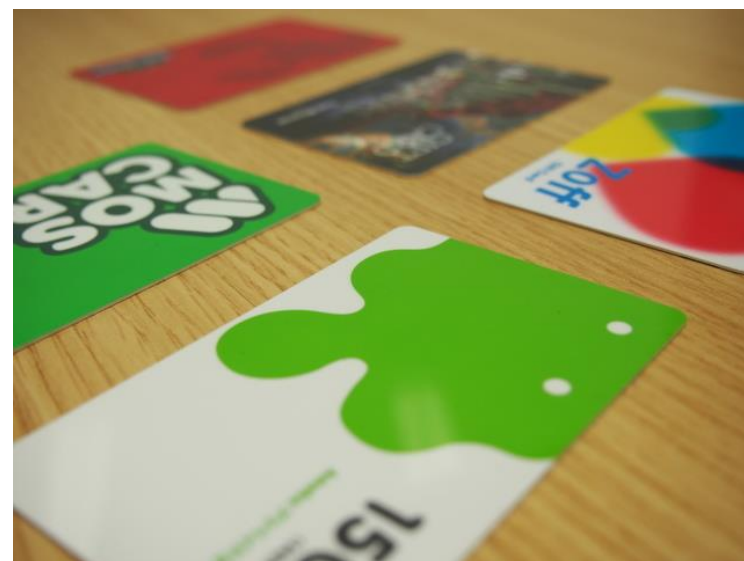


2017年6月期 第2四半期決算説明資料

2017年2月21日

株式会社バリューデザイン (東証マザーズ : 3960)



1. 事業紹介

2. 決算報告

3. 戦略と事業の進捗

1.事業紹介

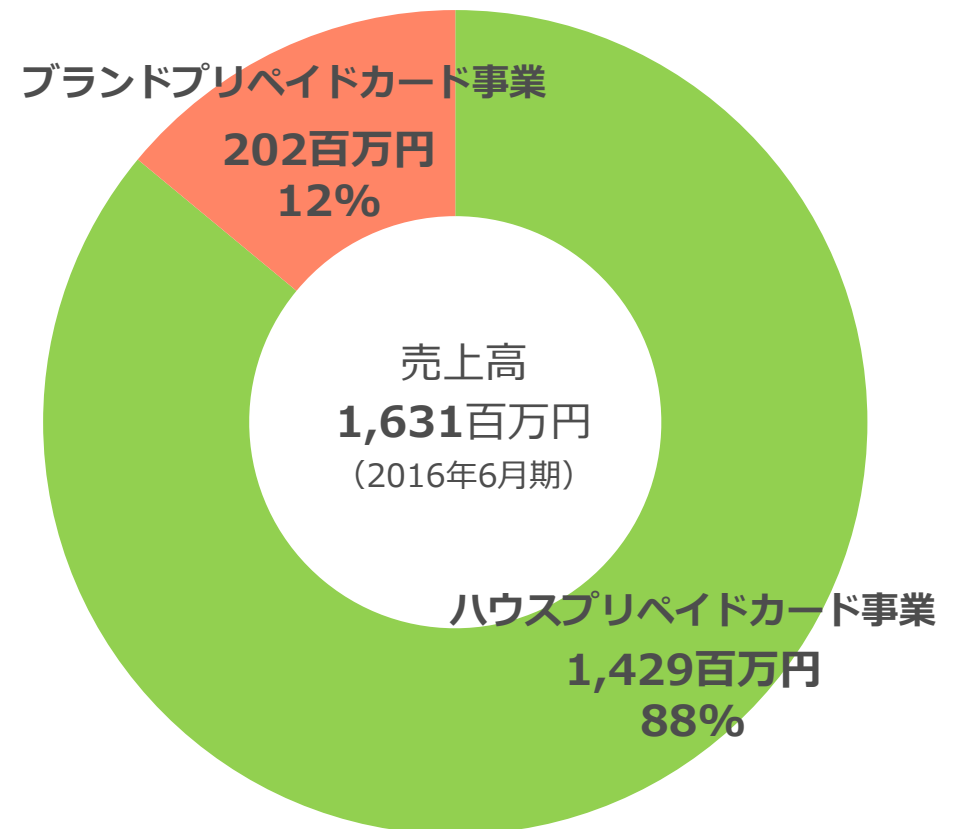
会社概要

「アジアNo.1のプロセッシングカンパニーを創る」を経営ビジョンに、サーバー管理型プリペイドカードシステムを提供。国内ハウスプリペイドカード事業でトップシェア。

会社概要

会社名	株式会社バリューデザイン
設立	2006年7月26日
資本金	674,446千円
代表	代表取締役社長 尾上 徹
所在地	東京都中央区日本橋茅場町2-7-1 CCICビル5階
従業員数	68名 (2016年12月末)
連結子会社	佰留 (上海) 信息技术有限公司
事業内容	サーバ管理型ギフト・プリペイドカードの導入を中心とした企業のブランディング・プロモーション支援事業
経営ビジョン	「アジアNo.1のプロセッシングカンパニーを創る」 「バリューカード」を通じ、サービス提供企業と消費者のコミュニケーションの架け橋となることで、双方のメリットを極大化し、社会に貢献します

売上高構成比



当社の事業内容

決済手段(プリペイドカード)を、店舗と消費者をつなぐマーケティングツールとして提供。
自店利用型のハウスプリペイドカードと、より汎用的なブランドプリペイドカードを展開。



ハウスプリペイドカード

「お得感」を提供し 顧客を囲い込む「販促ツール」

- 店舗(導入企業)が独自で発行する電子マネー
- 導入企業の店舗での利用に限られる代わりに、チャージ(入金)や利用に対してクレジット等より多くの特典(キャッシュバック)を得られる
- 店舗はその「お得感」を活用し、店舗への来店頻度、購買単価を向上させるための「顧客囲い込み(販促)」ツールとして活用する



ブランドプリペイドカード

「どこでも使える」利便性を 提供する「決済ツール」

- 店舗(導入企業)がカード発行会社(主にクレジットカード会社)と提携して発行する電子マネー
- クレジットよりも簡単に作れ(審査不要)、VISA・MasterCard等の国際ブランド加盟店なら全世界どこでも利用できる
- 導入企業(+カード会社)は、自社以外の店舗で入金・利用が行われた際にも手数料収入を見込むことができる

サービスの特徴・メリット

ハウスプリペイドカードは前受金や退蔵益収益、ブランドプリペイドは他社店舗以外での利用手数料収入等、決済・販促以外にも様々なメリットを提供する。

ハウスプリペイドカード

[導入企業(店舗)のメリット]

インセンティブによる顧客囲い込み

入金・利用に対する特典を活用したリピート率上昇

退蔵益収益

有効期限切れの残高は導入企業の収益(退蔵益)となる

キャッシュフローの良化

消費者の入金時点で自社キャッシュ(前受金)となる

新規顧客の獲得

ギフトカードによる新規顧客の集客

[消費者のメリット]

インセンティブ

入金・利用等に応じたインセンティブを獲得する。
店舗によって還元率はクレジットやポイントを上回る

キャッシュレス決済

レジ待ち時間の短縮 (クレジットより高速)

ブランドプリペイドカード

[導入企業(店舗)のメリット]

キックバック

自社店舗以外での利用も手数料収入が発生

マーケティングへの活用

他社店舗での利用動向も入手でき、より詳細な消費者行動分析が可能になる

[消費者のメリット]

簡易性と利便性

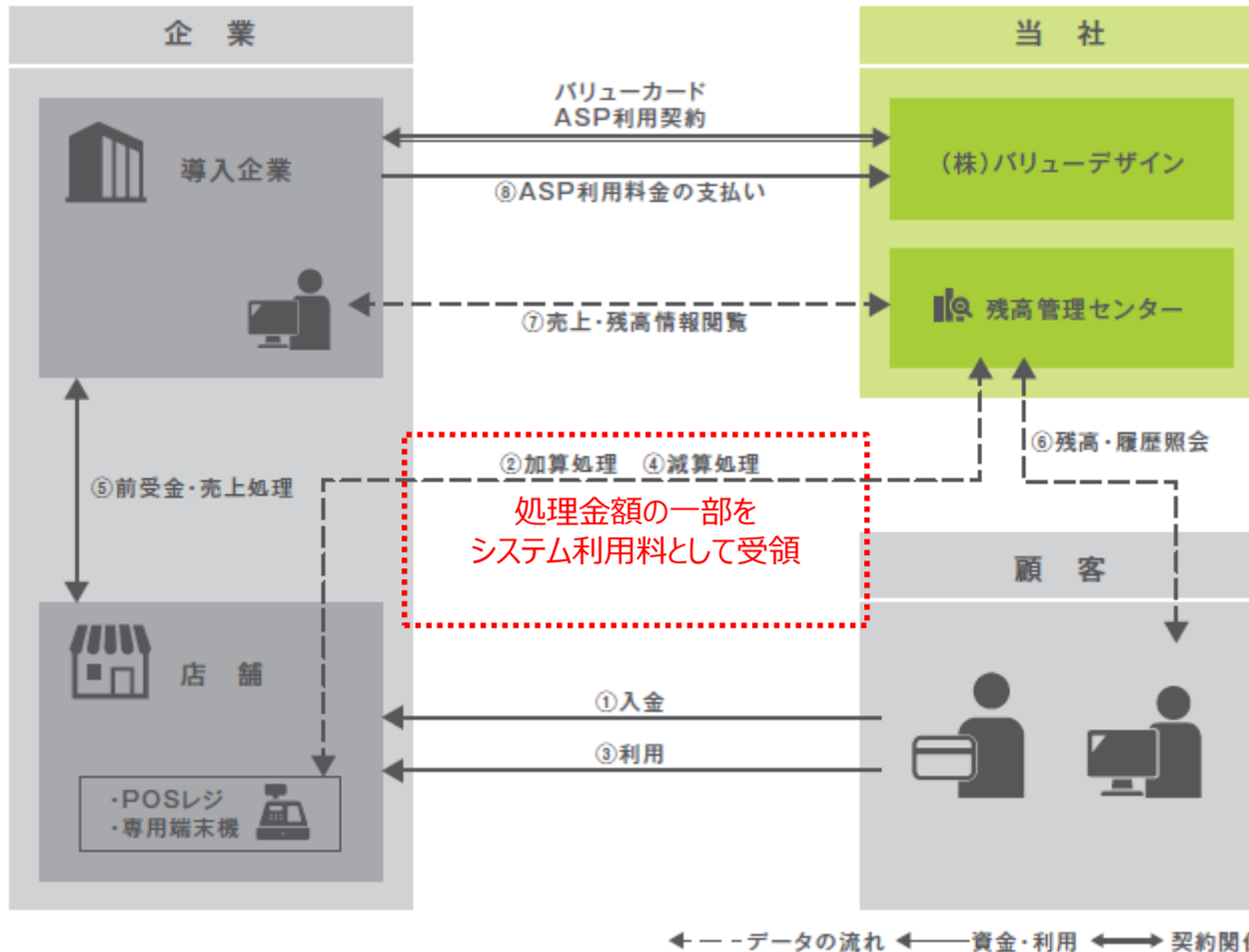
与信審査や銀行口座の確認などの手続きが不要、かつクレジットカードが使える店ならどこでも使用可能

充実したサービス機能

海外旅行の際にATMから現地通貨を引き出したり、様々なサービスで貯めたポイント等をブランドプリペイドの残高に変換して有効活用できる

ビジネススキーム（ハウスプリペイドカード事業）

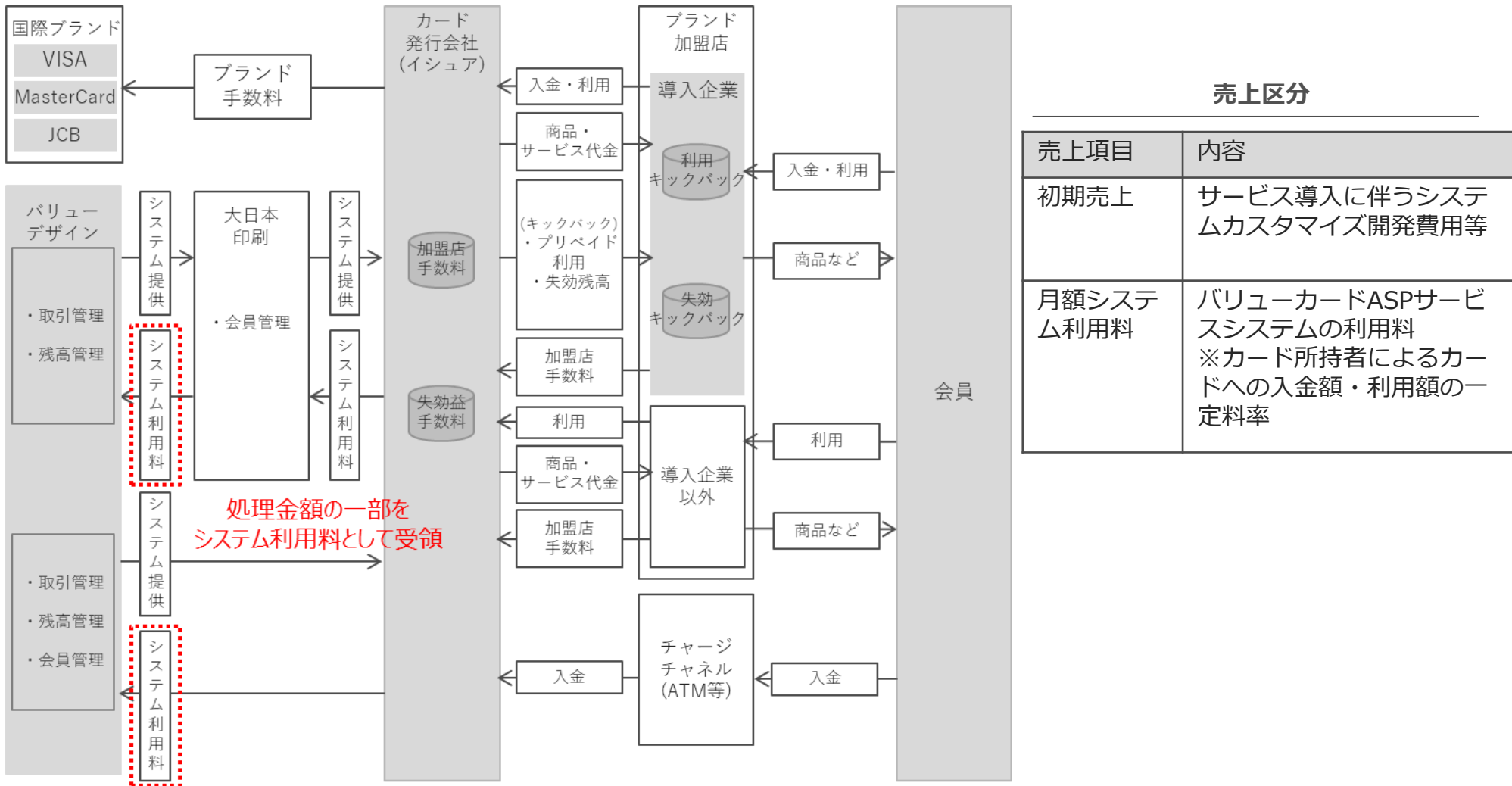
プリペイドカードを発行し、カードの残高を自社センターで管理することで、導入に関わる初期売上と消費者の利用に応じたストック型のシステム利用料を獲得している。



売上区分	
売上項目	内容
初期売上	プリペイドカード（プラスチックカード）の製造販売、システム登録料、プリペイドカード専用端末販売など
月額システム利用料	バリューカードASPサービスシステムの利用料 ※カードへの入金額・利用額の一定料率

ビジネススキーム（ブランドプリペイドカード事業）

カード発行者（主にクレジットカード会社）へ残高管理システムを提供。サービス導入に伴う初期売上と、入金・利用に応じたストック型のシステム利用料を獲得している。



2.決算報告

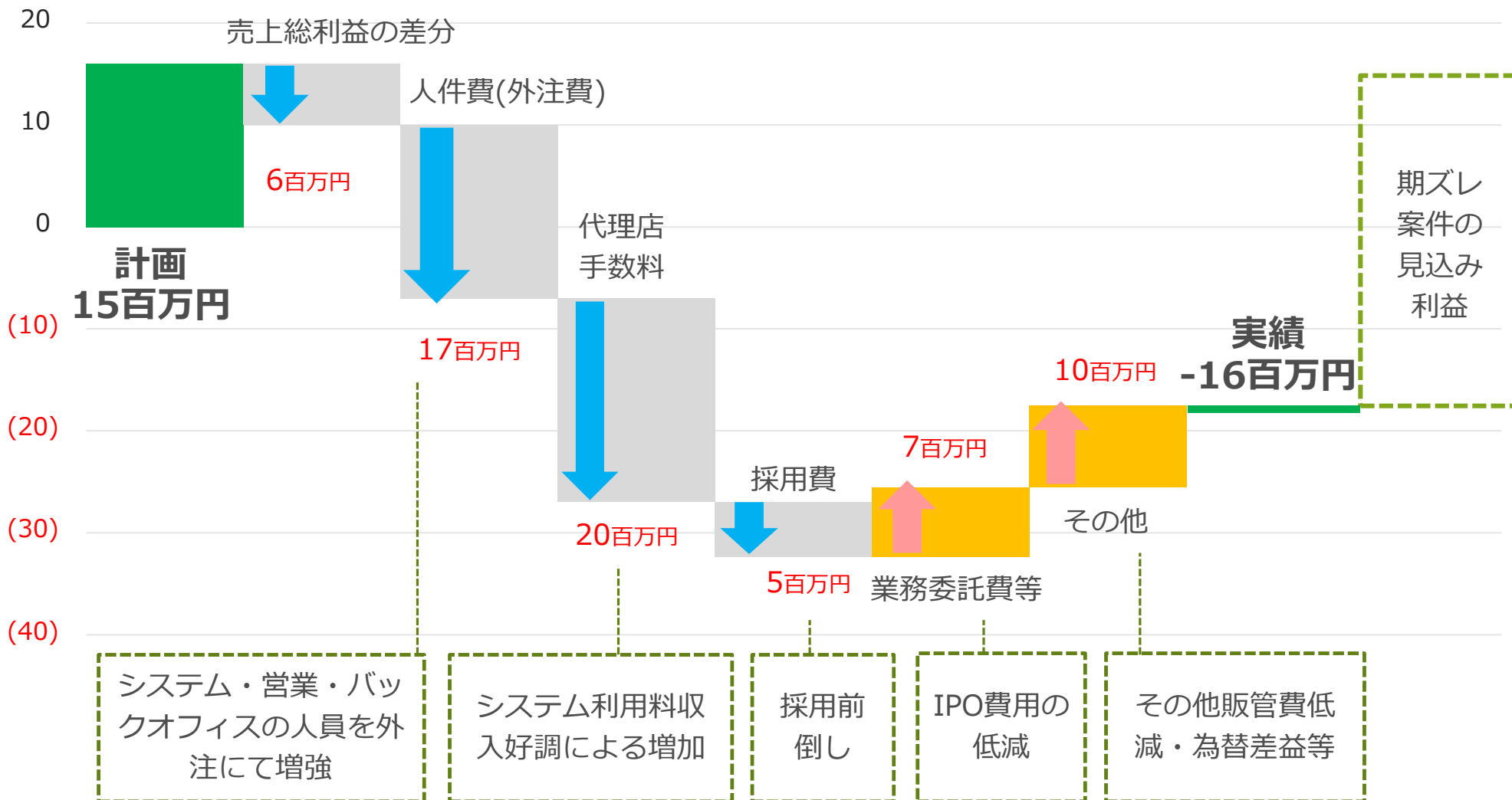
2017年6月期第2四半期連結業績概要（累計期間）

案件増による一時的な外注費の増加・システム利用料売上に連動した代理店手数料が増加。大型案件でカバー予定もスケジュール変更により、売上・利益とも計画未達。

(百万円)

	2016年 第2四半期（実績）	2017年 第2四半期（計画）	2017年 第2四半期（実績）	前年同期比
売上高	710	948	904	127.3%
売上原価	396	581	543	137.1%
売上総利益	313	366	360	115.0%
（売上総利益率）	44.0(%)	38.6(%)	39.8(%)	
販売費及び一般管理費	250	342	356	142.4%
営業利益	62	23	4	6.4%
（営業利益率）	8.7(%)	2.4(%)	0.4(%)	
経常利益	54	15	▲16	-
（経常利益率）	7.6(%)	1.5(%)	-	-
親会社株主に帰属 する四半期純利益	60	15	▲12	-

連結経常利益の増減要因（対計画比）



第2四半期サマリー

利用好調も案件期ズレによる計画比マイナス

ハウス・ブランドプリペイド事業とも取扱高が堅調な一方、第2四半期中に導入予定案件のスケジュール変更による売上未達、及び外注費・代理店手数料の増加により第2四半期累計期間の業績予想に対して売上・利益とも未達。

主要KPIの好調な推移

ハウスプリペイド事業、ブランドプリペイド事業とも受注・取扱高・導入店舗数が好調に推移、最繁期である12月には取扱高が過去最高の単月200億円を突破。

期初計画の投資を遂行中

国内事業ではシステム増強及び関連ソリューションを整備。海外展開においても各国で人員増強・体制整備を実施し、今後本格的な拡販活動へ。

2017年6月期 第2四半期業績概要

システム利用料の続伸等により売上高は前年同期比+59.6%。
主に原価率の変動により、利益ベースでは前年同期比でマイナス。
(百万円)

	2016年 第2四半期連結会計期間 (実績)	2017年 第2四半期連結会計期間 (実績)	前年同期比
売上高	354	564	159.3%
売上原価	171	340	198.8%
売上総利益	182	223	122.5%
(売上総利益率)	51.4(%)	39.5(%)	
販売費及び一般管理費	126	187	148.4%
営業利益	55	36	65.4%
(営業利益率)	15.5(%)	6.3%	
経常利益	51	36	70.5%
(経常利益率)	14.4(%)	6.3%	
親会社株主に帰属 する四半期純利益	59	26	44.0%

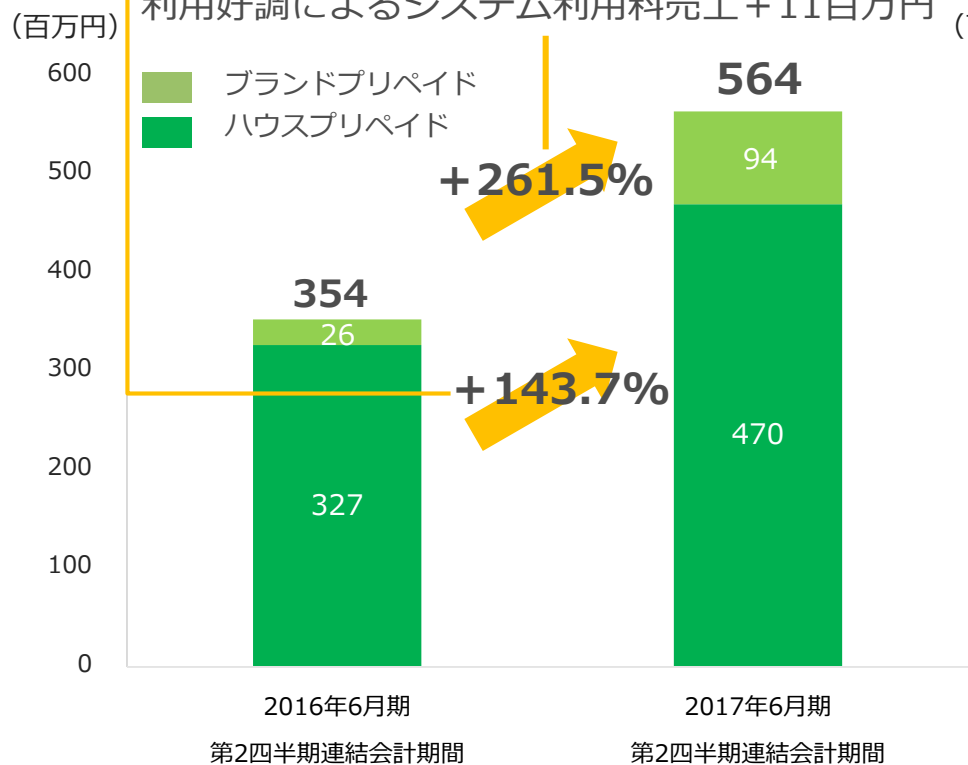
セグメントの状況（2017年6月期第2四半期）

各セグメントとも、新規導入と取扱高の伸長に伴い売上高は前年同期比より成長。
ハウスプリペイド事業の好収益案件があった前期2Qと同程度の利益水準。

売上高

大手顧客増により初期売上+80百万円、
システム利用料売上+51百万円

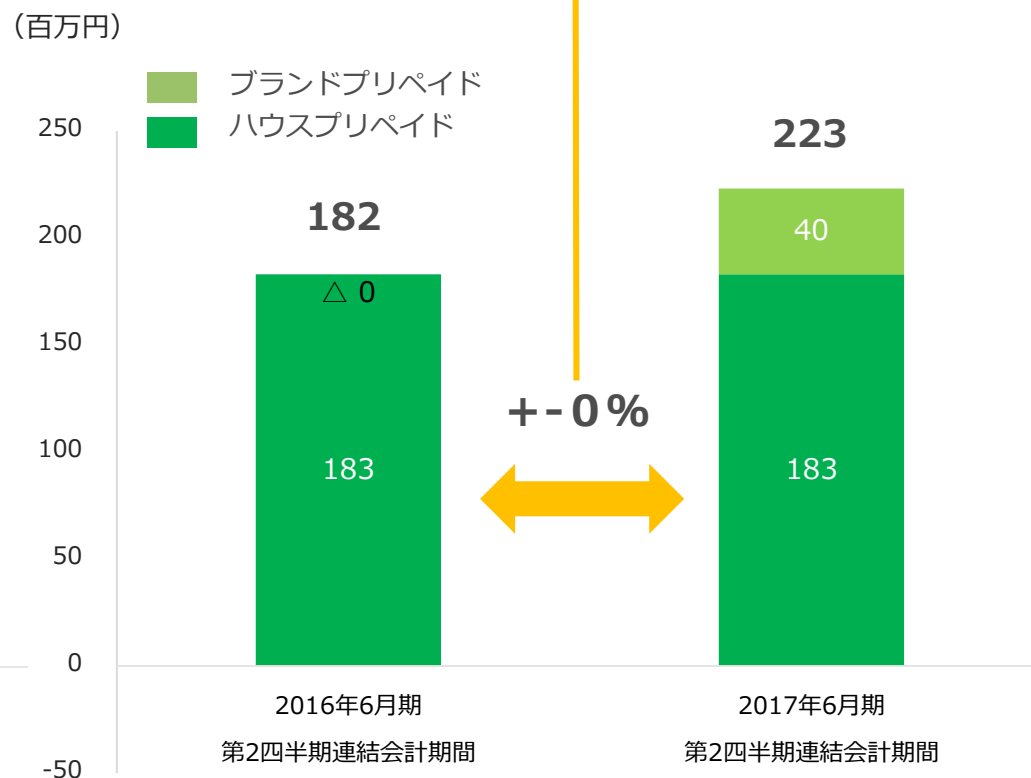
新規サービス稼働による初期売上+57百万円
利用好調によるシステム利用料売上+11百万円



セグメント利益

(売上総利益)

前期2Qは高収益の初期売上影響により高利益率。
当期2Qの利益率は概ね計画通りの水準。



貸借対照表

上場に伴う公募増資の結果、約585百万円を調達。
調達資金を元にシステム設備及び人員の増強を実施中。

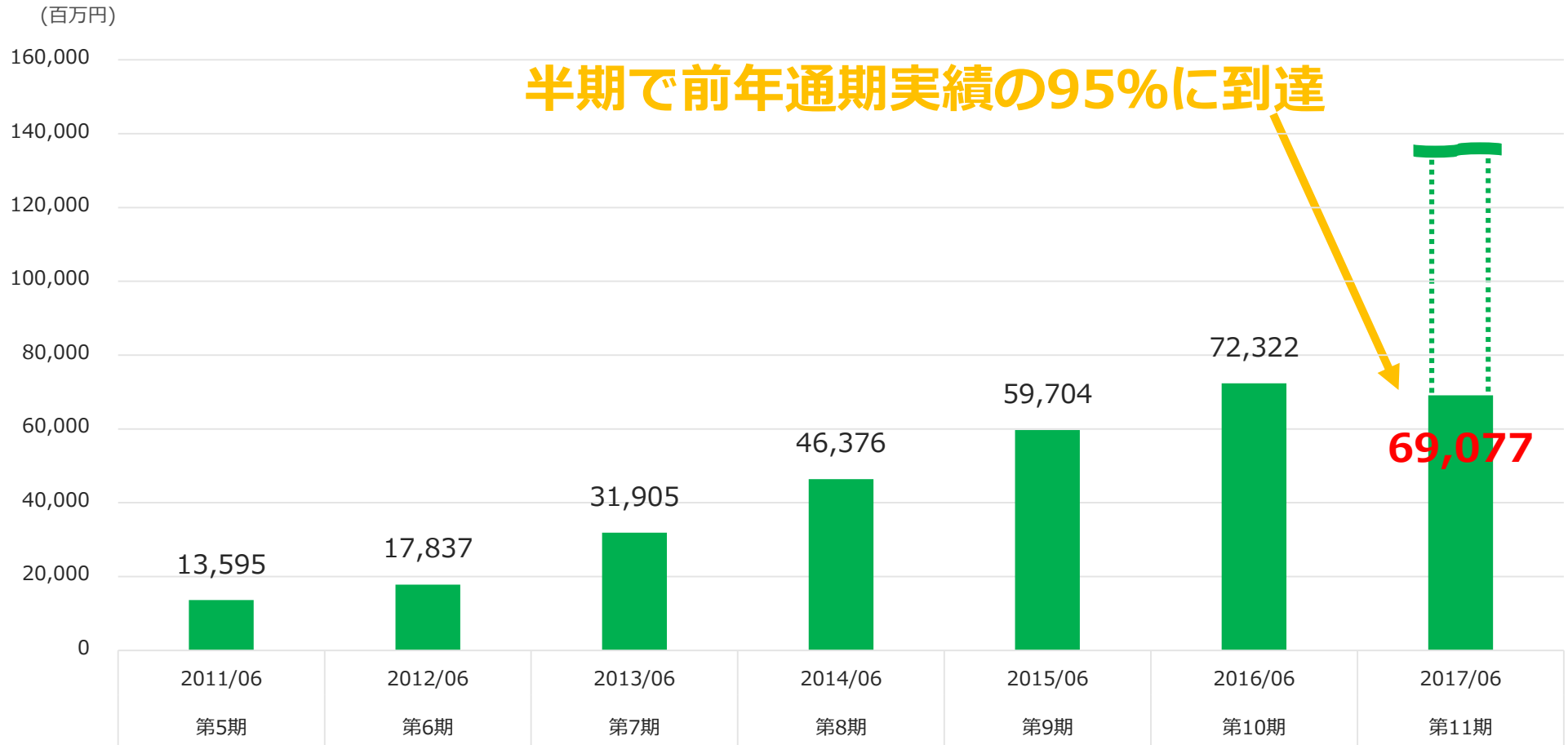
(百万円)

	2016年6月期末	2017年6月期 第2四半期末	前期末比
流動資産	608	1,034	170.0%
うち現金及び預金	268	646	240.5%
固定資産	368	477	129.6%
資産合計	976	1,511	154.8%
流動負債	441	375	85.1%
固定負債	247	273	110.4%
純資産	288	863	299.4%
負債・純資産合計	976	1,511	154.8%

主要指標の推移(ハウスプリペイド事業)

スーパー・ドラッグストア・飲食チェーンなどの利用拡大により伸長。取扱高は第2四半期終了時点で既に前事業年度累計にほぼ並び、導入店舗数も順調に増加中。

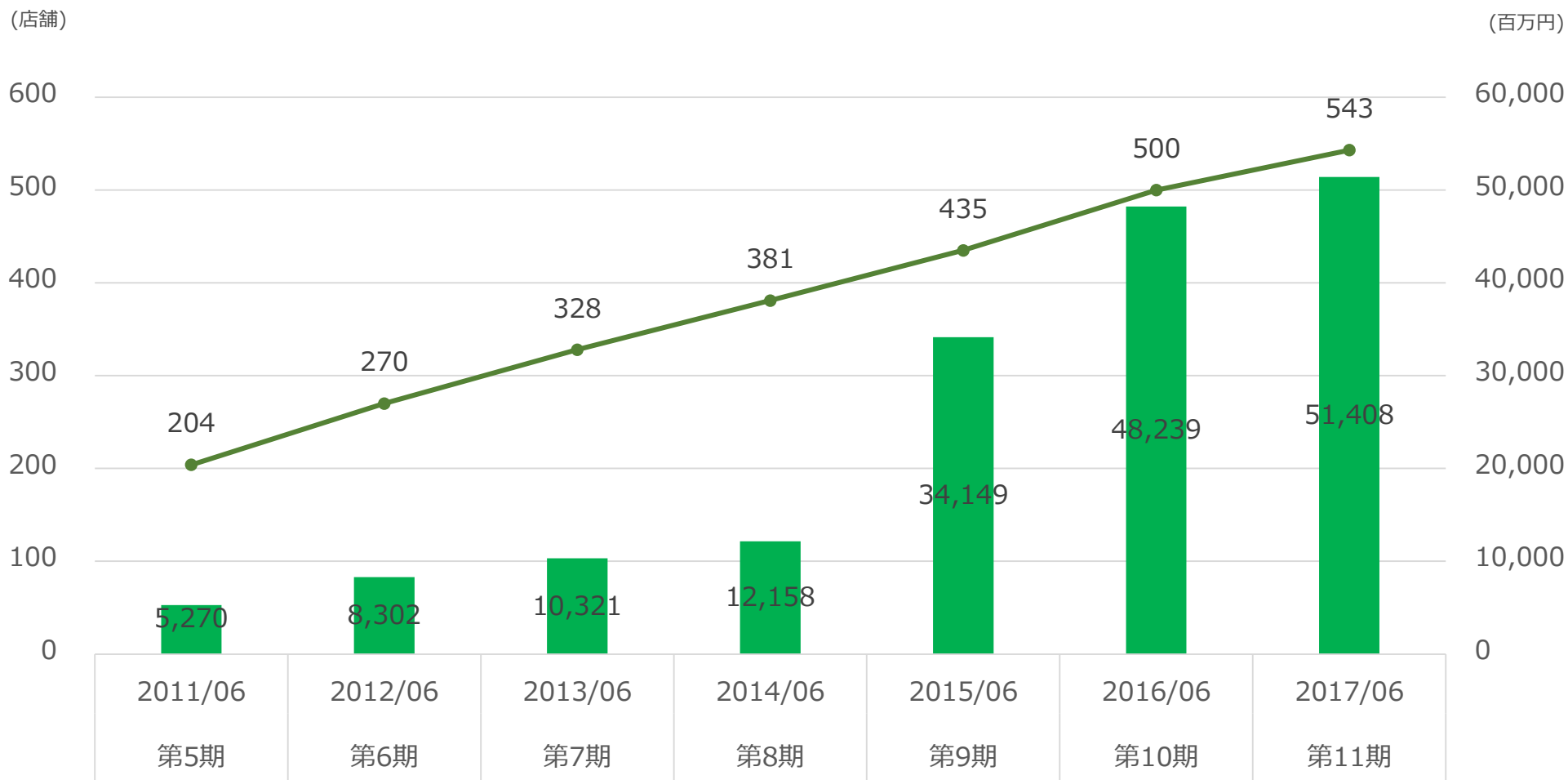
<取扱高(=プリペイドチャージ額) >



主要指標の推移(ハウスプリペイド事業)

受注・導入とも堅調に推移しており、導入店舗数も順調に増加中。

<累計導入社数・店舗数の推移>

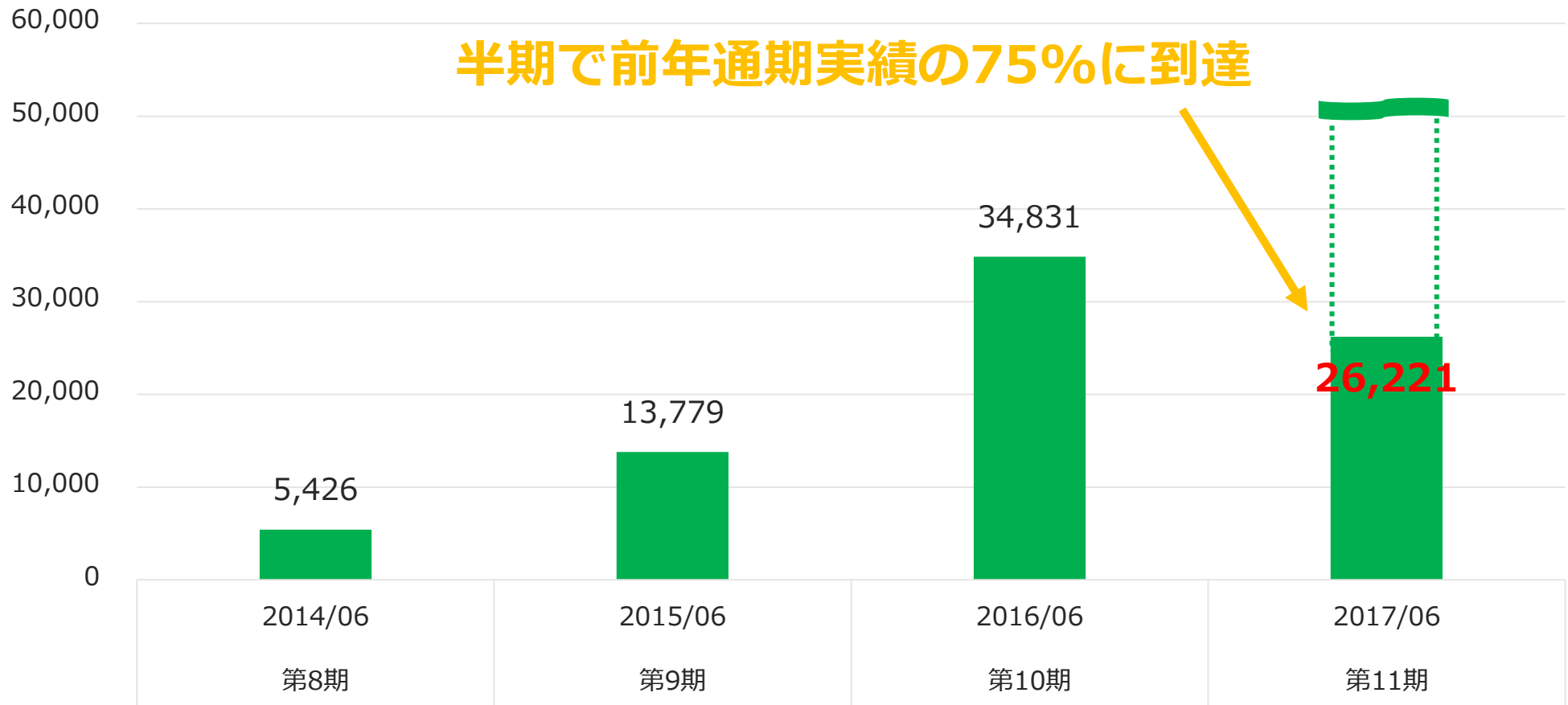


主要指標の推移(ブランドプリペイド事業)

導入済顧客における積極的な販促施策により、入金・利用とも好調。
2016年12月には単月で過去最高の50億円を突破。

<取扱高(=プリペイドチャージ額)>

(百万円)



2017年6月期 連結業績予想

上期末達要因(案件導入の遅延)は3Q以降にリカバリを見込んでおり、
足元の受注と取扱高の伸長も好調であるため、通期予想は変更なし。

(百万円)

	2016年6月期(実績)	2017年6月期(計画) ()内は前事業年度比	2017年6月期第2四半期 (実績) ()内は通期計画の進捗率
売上高	1,631	2,254 (+38.1%)	904 (40.1%)
営業利益	188	251 (+33.5%)	4 (0.1%)
経常利益	163	236 (+44.7%)	▲16 (-)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	150	223 (+48.6%)	▲12 (-)

2017年6月期 下半期見通し

ハウスプリペイド事業・ブランドプリペイド事業とも、足元の状況は好調。
下半期は第2四半期までの仕込みを刈り取り、通期事業計画を達成するフェーズ。

取扱高・月額売上の状況

受注状況・初期売上の状況

ハウスプリペイド 事業

半期で前事業年度通期の95%に達しており、通期の取扱高は前期比約2倍となる見通し。

国内は新規導入待ち店舗が前年同期比2倍程度。
海外では複数国で大型顧客案件を受注済。

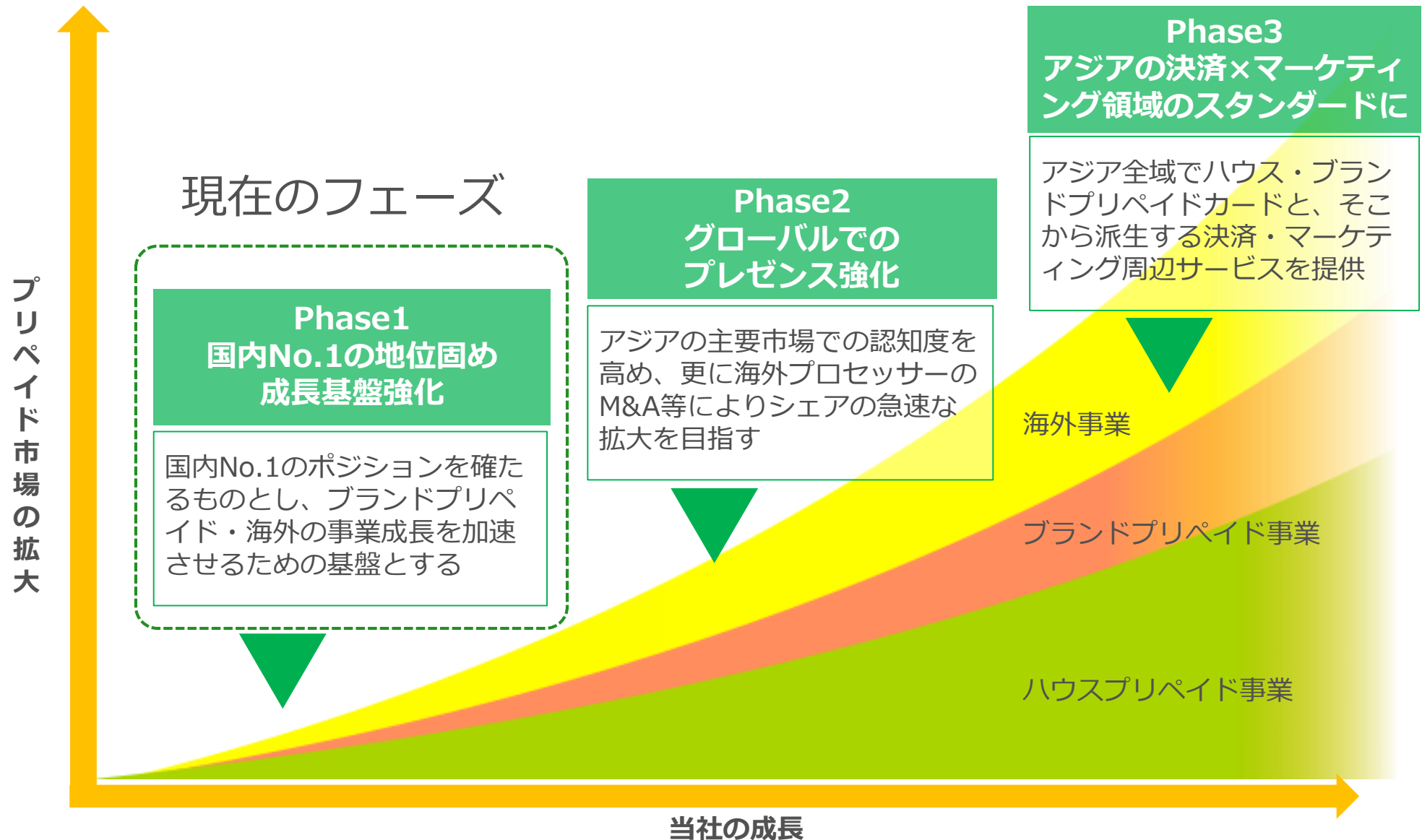
ブランド プリペイド事業

半期で前事業年度通期の75%に到達。通期事業計画を超過達成の見込み。

初期売上は通期計画を2Q末時点で120%達成。
更なる追加案件も受注済。

3.戦略と事業の進捗

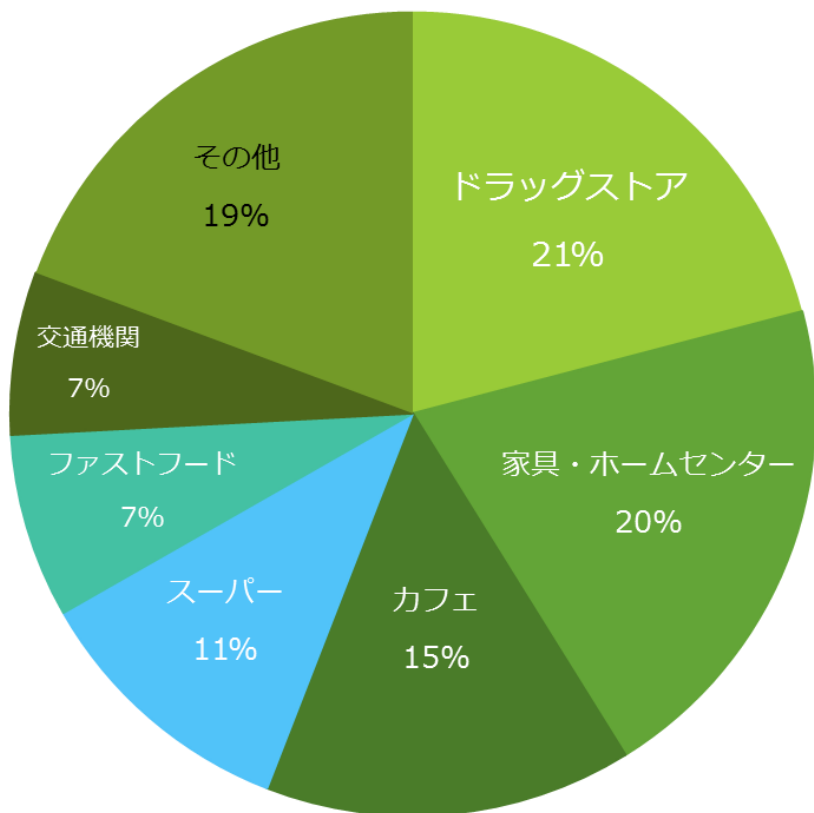
中長期成長イメージ



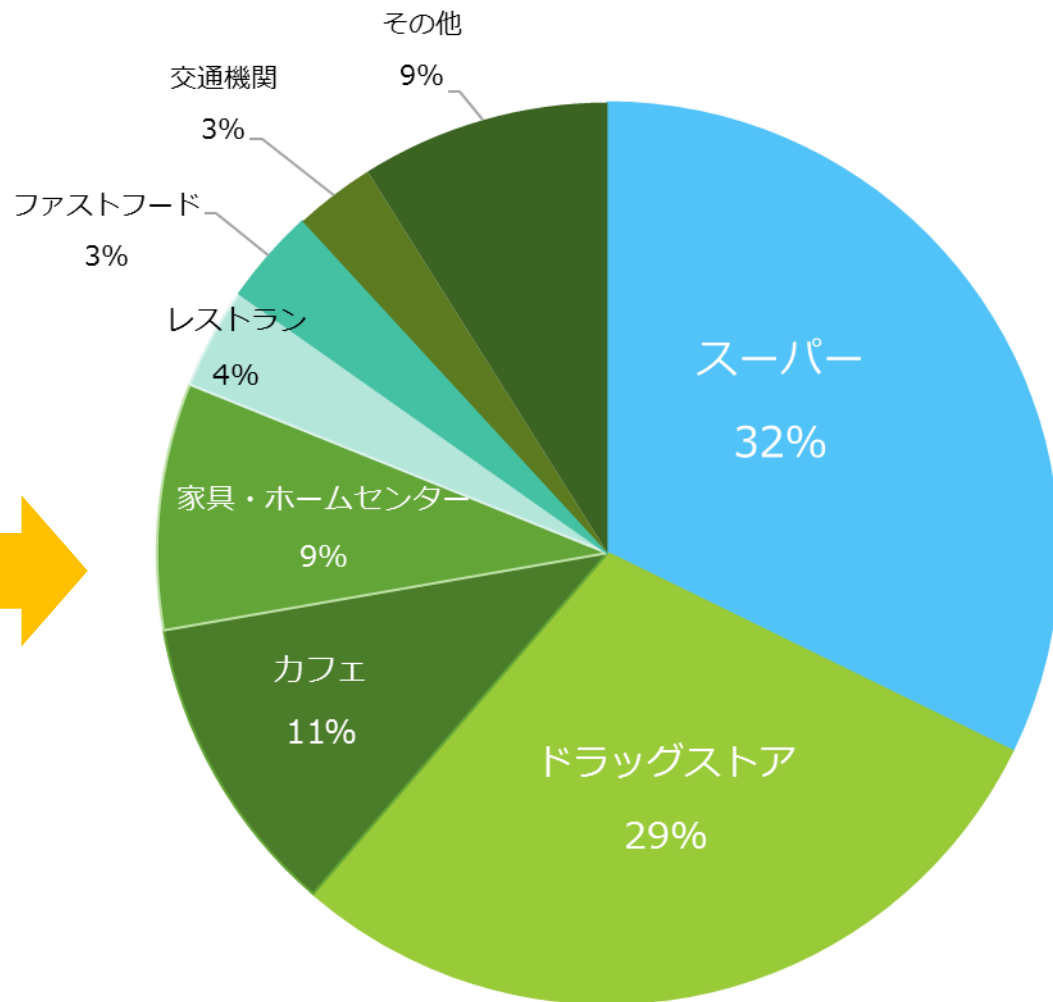
ハウスプリペイド事業(国内) : 高収益業態への集中導入

ハウスプリペイドカードの導入効果の高い業態への集中的な導入提案を行ったことで、当社取扱高も大幅伸長。

<業態別取扱高の割合>



2016年6月期第2四半期



2017年6月期第2四半期

ハウスプリペイド事業(国内) : モバイル決済への対応

モバイルプリペイドカードサービス「Value Wallet」を開発(※)し、急拡大中のモバイル決済へ対応、プリペイド決済比率のさらなる引上げを図る。

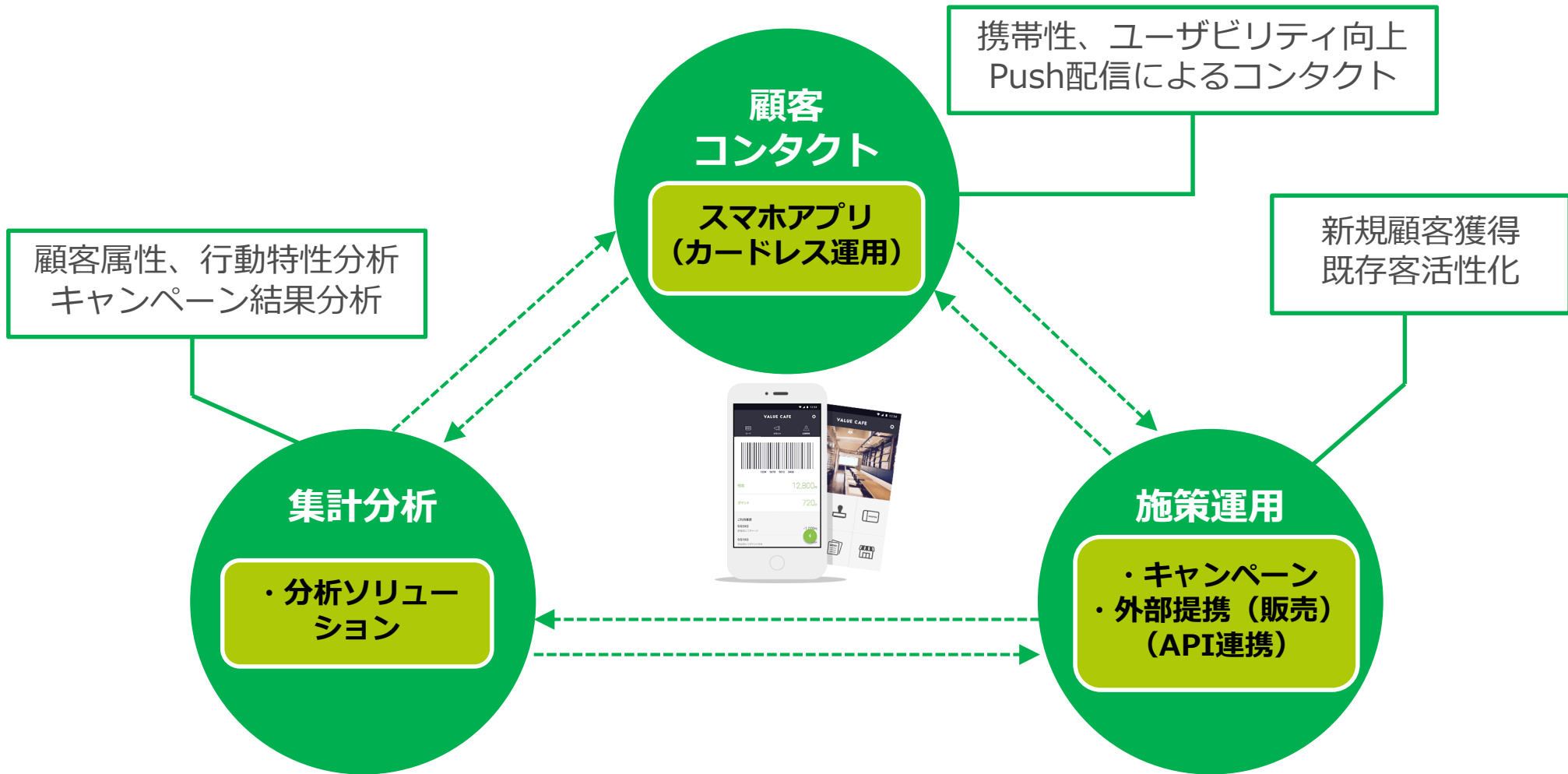
(※)株式会社ネオスとの共同開発



- ✓ バーコード読取式のバーチャルカード
- ✓ オンラインで申込み、カード発行
- ✓ 決済・残高照会その他、キャンペーン情報などのPUSH配信にも対応
- ✓ iOS・Androidいずれも利用可

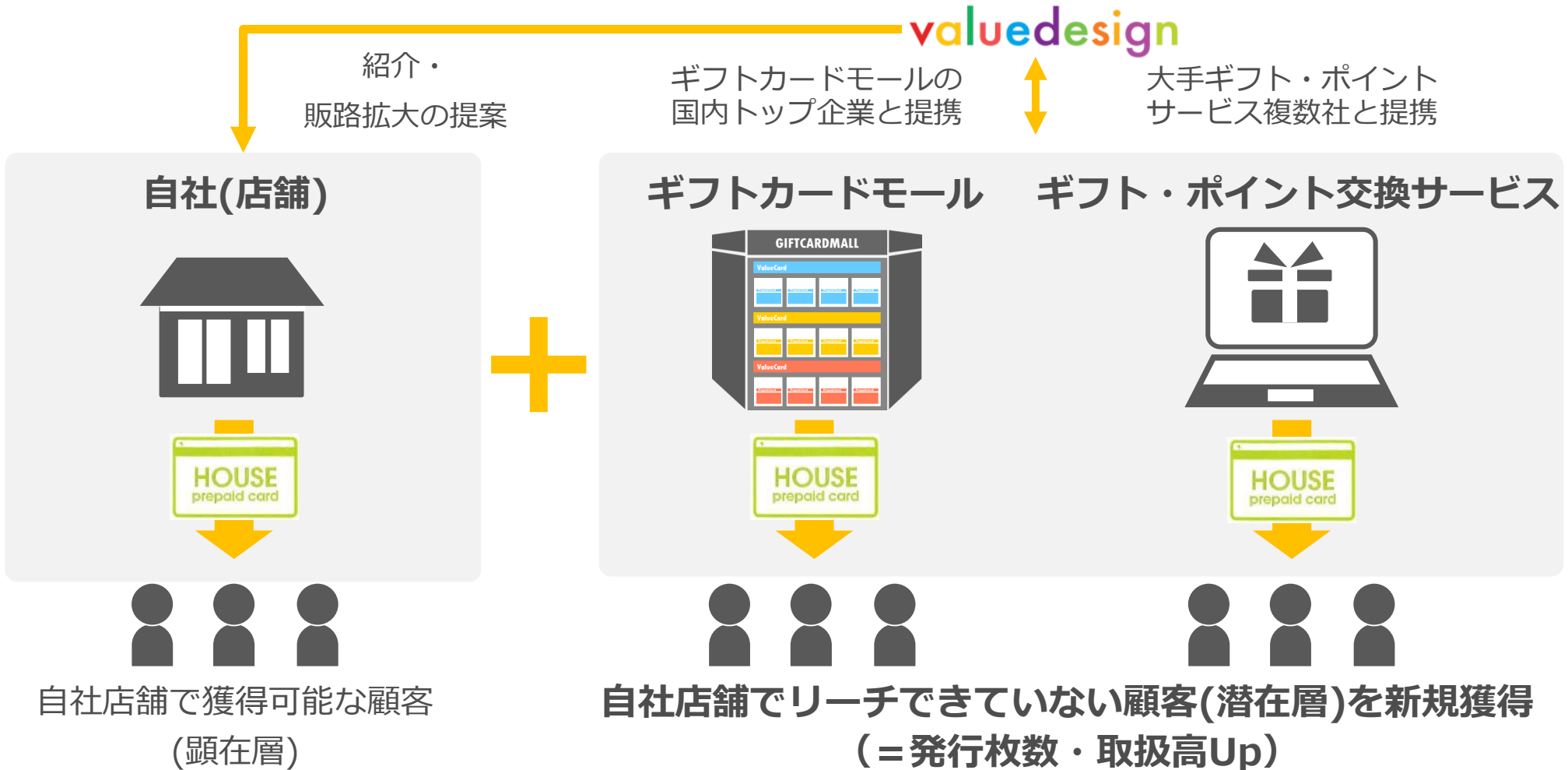
ハウスプリペイド事業(国内)：モバイル決済への対応

利便性だけでなく、コンタクト機会の増加と行動分析が容易になることにより、プリペイドカードを軸にした販促施策のPDCAサイクルを高速化・効率化。



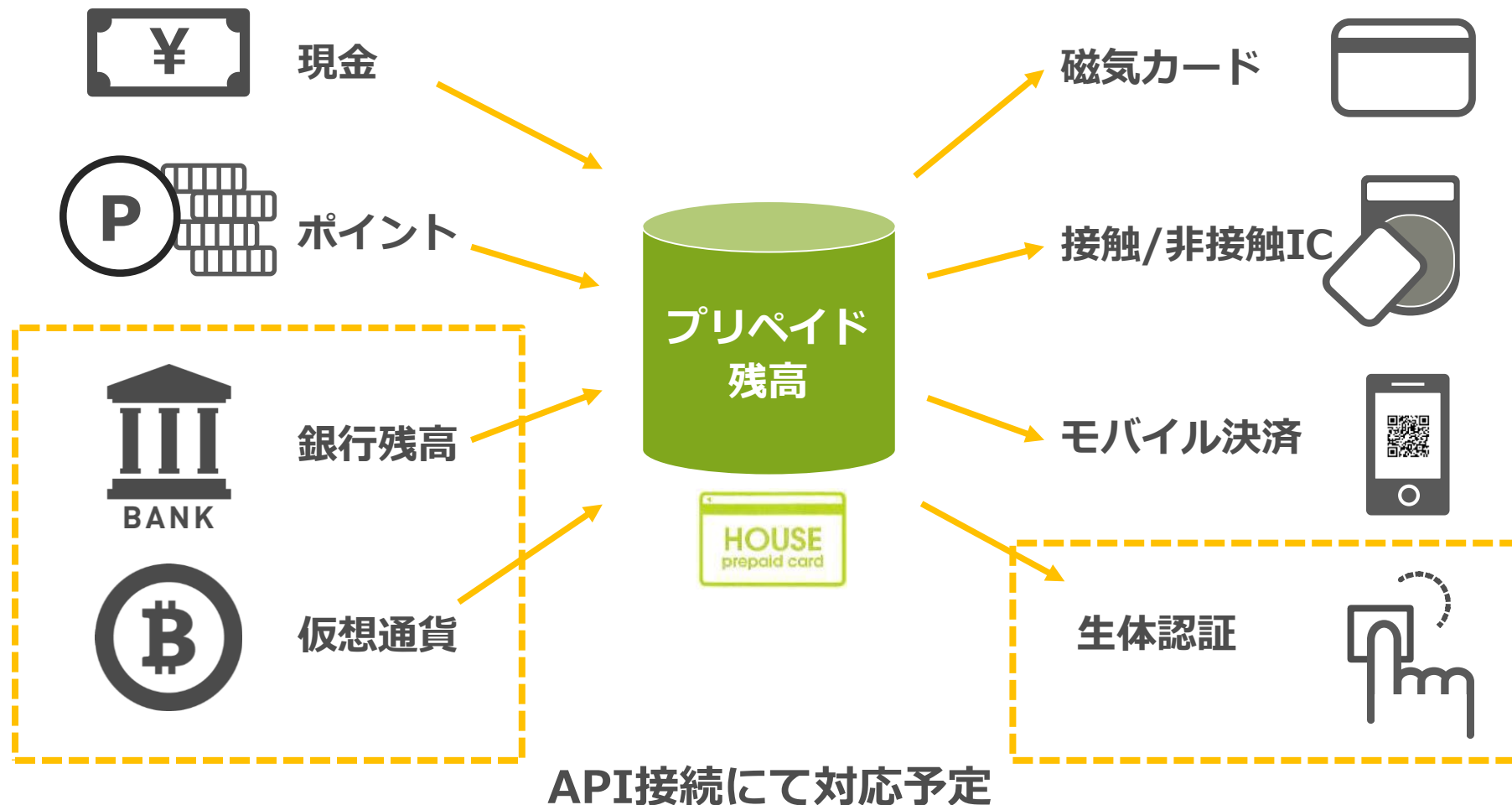
ハウспリペイド事業(国内) : カード流通の拡大支援

カードモールやギフトサイト等、自社店舗以外の販売・流通経路を提供、カードの発行枚数や利用金額の増大を図る。



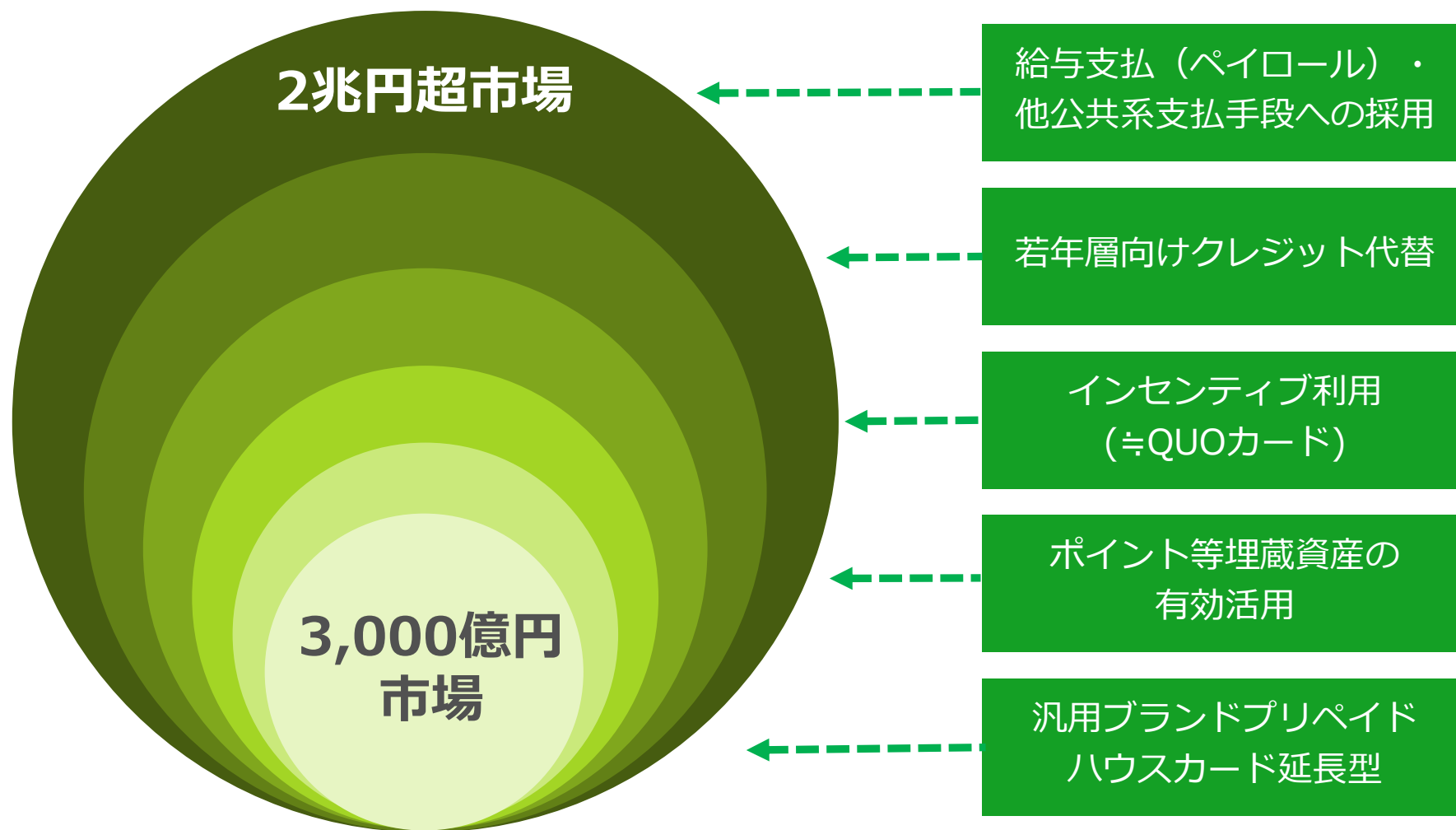
ハウスプリペイド事業(国内) : Fintech連携

Fintech領域の取組みを進め、あらゆる金銭的価値をプリペイド残高に変換し、あらゆる決済手段で使用可能にすることでプリペイド利用の活性化を促進。



ブランドプリペイド事業（今後の展望）

決済手段としての活用されるだけでなく、ポイント等の資産の活用手段や資金の移動などの用途により、今後市場が成長していくと想定。



ブランドプリペイド事業（現状と今後の取り組み）

ポイント資産を活用した新たなサービスをリリース。他、インセンティブ利用やクレジット代替等様々なニーズに対応しブランドプリペイドカード市場の活性化を図る。

汎用ブランドプリペイド
ハウスカード延長型

ポイント等、埋蔵資産の
有効活用



複数のカードをリリースし運用中
取扱高も堅調に増進

2016年9月、ネットで貯めたポイント
をプリペ残高に変換可能なサ
ービスをリリース(※)

今後も同様の
サービスを立上げ

(※)POINT WALLET VISA PREPAID(株)セディナ・(株)セレスサービス提供)

インセンティブ利用
(≒QUOカード)

若年層向けクレジット代替

給与支払（ペイロール）・
他公共系支払手段への採用

導入候補企業
(提携先)

販売代理店(全国80社超)・
ハウスカード協業パートナー



提携
発行

ニーズ吸い上げ

取次

提案

valuedesign

クレジットカード会社
(イシュア)

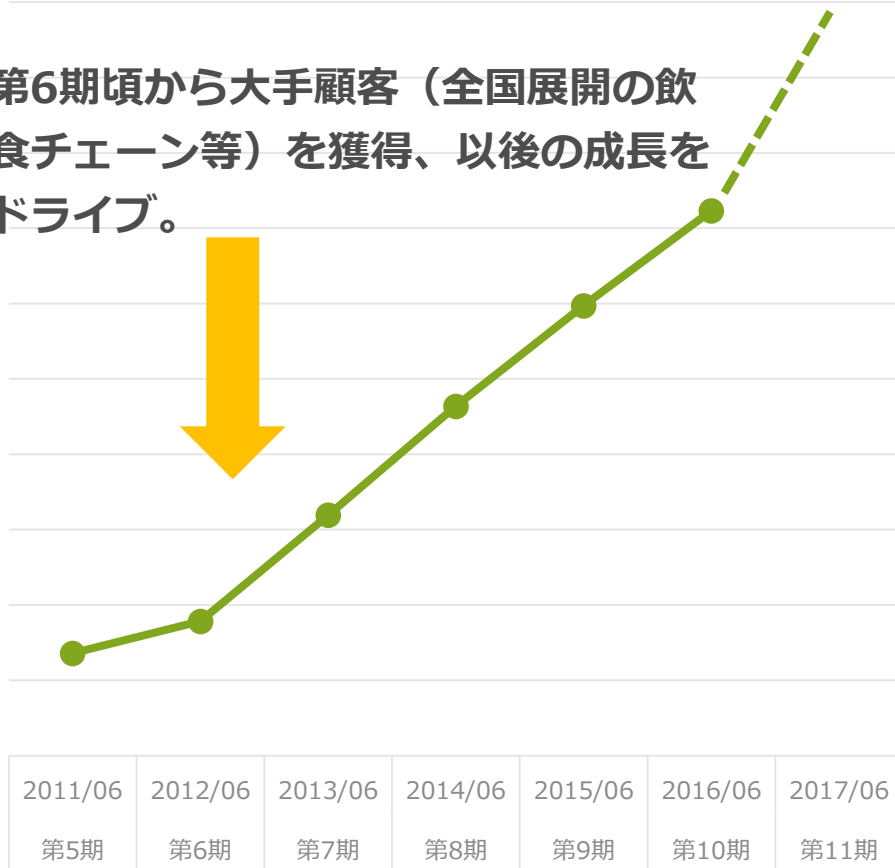
ハウスカード事業
の資産を活用した
ニーズの吸い上げ
+
直接提案による
案件獲得

海外展開（今後の展望）

国内の成長モデルと同様、各国でフラッグシップ顧客（ローカル大手企業）を獲得することにより、同国内・及び周辺国での事業成長を加速させる。

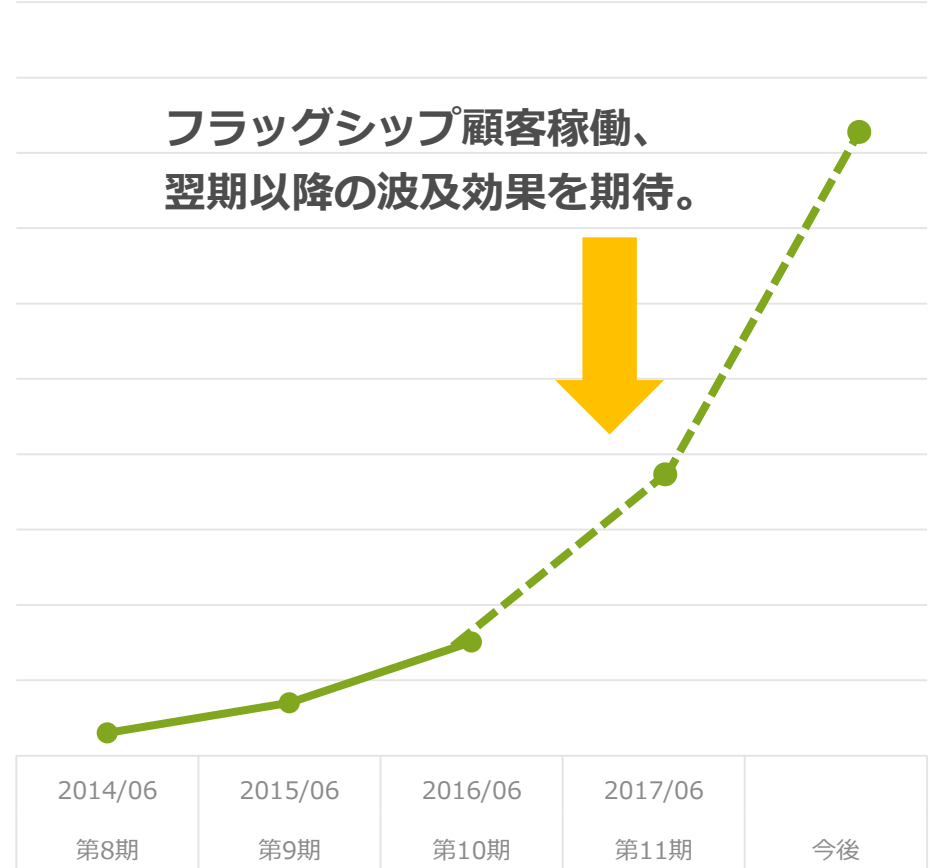
国内ハウス事業の取扱高成長実績

第6期頃から大手顧客（全国展開の飲食チェーン等）を獲得、以後の成長をドライブ。



海外展開の取扱高成長イメージ

フラッグシップ顧客稼働、翌期以降の波及効果を期待。



海外展開（現状と今後の取り組み）

期初の投資計画に従い、各国でモバイル決済などの拡販用ソリューションの対応や新規拠点の設立、人員増強を実施。大手受注も獲得し今後の展開を加速。



中国（上海）

ハウスプリペイドカードを大手モバイル決済サービスに対応、今後拡販

韓国

大手飲食業から受注、今後サービス稼働予定

タイ（バンコク）

2016/10
現地拠点設立、現地メンバー参画
2017/1 BOI(※)認可取得

シンガポール

大手流通業から受注、今後サービス稼働予定

フィリピン

マニラの飲食・サービス業を中心に、
東南アジアでは導入実績最多

(※)タイ投資委員会。認可により法人税等の優遇措置を受けることが可能

免責事項

本資料の作成にあたり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。

また、将来に関する記述が含まれている場合がありますが、実際の業績は様々なリスクや不確定要素に左右され、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。

本資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、第三者が、その他の目的で公開又は利用することはできません。