

平成29年1月期 決算説明資料

株式会社バリューゴルフ (3931)

平成29年3月14日



株式会社バリューゴルフ 平成29年1月期 決算説明資料



平成29年1月期 ハイライト

売上高は前年比59.0%増の1,586百万円と大きく成長。

(株)ジープの買収に伴う支出や上場関連費用の増加等の影響により、営業利益は92百万、経常利益は89百万円となりました。

単位：千円

	平成28年1月期	平成29年1月期	増減額	前期比
売上高	997,505	1,586,174	588,669	159.0%
売上原価	330,347	843,562	513,215	255.5%
売上総利益	667,157	742,611	75,454	111.3%
販売管理費及び 一般管理費	537,129	649,653	112,524	120.9%
営業利益	130,027	92,958	△37,069	71.5%
経常利益	129,860	89,397	△40,463	68.8%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	94,288	58,296	△35,992	61.8%
1株当たり 当期純利益	69.35	34.33	△35.02	49.5%

ゴルフ事業の売上が大幅に増加

ゴルフ事業は堅調に増収増収となったが、メディア制作事業及び新サービス開発に伴う支出のあったメディカル事業は減益となりました。

単位：千円

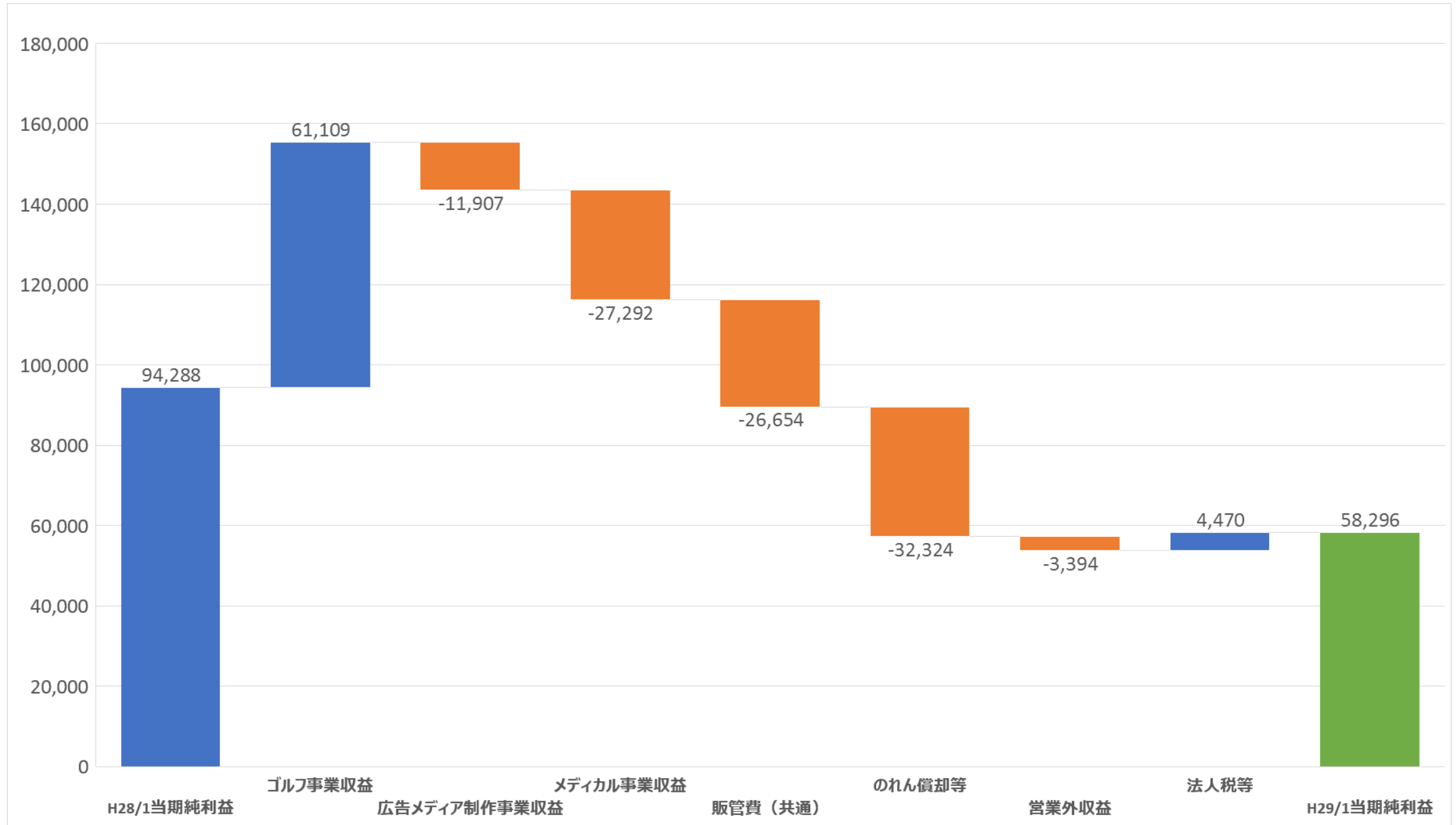
		売上高			セグメント利益		
		金額	増減額	前期比	金額	増減額	前期比
ゴルフ事業	平成29年1月期	1,385,268	692,146	199.9%	317,084	28,785	110.0%
広告メディア制作事業	平成29年1月期	175,219	▲40,644	81.2%	39,365	▲11,907	76.8%
メディカル事業	平成29年1月期	25,686	▲62,832	29.1%	▲13,922	▲27,292	—

※共通費の配賦は行っておりません。

主力のゴルフ事業の収益は引き続き堅調に推移

しかしながら他事業の減収、のれん償却費等（（株）ジープ取得費含む）の増加によりグループ全体として当期は減益となりました。

単位：千円



貸借対照表の規模が増大

東証マザーズ上場に伴う公募増資及び（株）ジープの買収により、資産、負債、純資産すべてが大きく増加しました。

単位：千円

	平成28年1月期	平成29年1月期	増減額	前期比
流動資産	459,011	1,346,418	887,407	293.3%
固定資産	44,510	269,570	225,060	605.6%
繰延資産	1,917	3,730	1,813	194.6%
資産計	505,439	1,619,719	1,114,280	320.5%
流動負債	197,584	407,509	209,925	206.2%
固定負債	90,614	498,704	408,090	550.4%
負債計	288,198	906,214	618,016	314.4%
純資産	217,240	713,505	496,265	328.4%
負債純資産計	505,439	1,619,719	1,114,280	320.5%
1株当たり純資産	159.78	411.23	251.45	257.4%

営業活動によるキャッシュ・フローは、(株)ジープにおける商品仕入等により前年比減となったが、公募増資等により現預金等の期末残高は大幅な増加となりました。

単位：千円

	平成28年1月期	平成29年1月期	増減額	前期比
営業活動によるキャッシュ・フロー	63,173	22,667	△40,506	35.9%
投資活動によるキャッシュ・フロー	8,721	235,578	226,857	2701.3%
財務活動によるキャッシュ・フロー	△102,939	170,767	273,706	—
現金及び現金同等物に係る換算差額	—	10,758	10,758	—
現金及び現金同等物の増減額	△31,043	439,772	470,815	—
現金及び現金同等物の期首残高	306,953	275,909	△31,044	89.9%
現金及び現金同等物の期末残高	275,909	715,681	439,772	259.4%

平成29年1月期の主要トピックス

1

東証マザーズに新規株式上場

2016年3月2日に東京証券取引所マザーズ市場に新規上場、公募増資等による資金調達により財務基盤が大幅に強化されました。また信用力向上に伴い金融機関からの資金調達力の向上、各種アライアンス等の様々な情報が入ってくるようになりました。



2

株式会社ジープを買収

ECを主体としたゴルフショップ「ジーパーズ」を運営する株式会社ジープを買収。10万人超のユーザー獲得に加え、ECインフラをグループに取り込むことで新たな付加価値を生み出していくための事業基盤が強化できました。



3

1人予約ランドが順調にサービス拡大

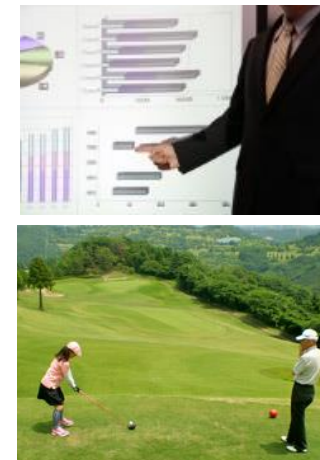
主力サービスである1人予約ランドは順調に成長。利用可能ゴルフ場数は700コース超、登録会員数は33万人を突破いたしました。年間予約数も前年比131.3%の104万予約まで成長しました。



4

ゴルフ事業の各サービスも順調に推移

ゴルフ事業におけるその他のサービスにおいては、広告プロモーションサービスが堅調な伸びを示しております。サポートサービスにおいては、利益率の低い運営受託形態から、集客提案及び運営コスト削減提案といった幅広いサポートを行うトータルサポートサービスへの移行を行い、高い利益率の事業形態へのシフトを進めました。



5

広告メディア制作事業は組織体制の強化を実施

広告メディア制作事業は、クライアントの方針転換により紙媒体のアルバイト情報誌に関する制作件数が減少するといった、外部環境の悪化を受け減収となりましたが、制作スタッフの教育を強化し他の求人媒体等（正社員）の案件を受託いたしました。



6

メディカル事業では新サービスをスタート

新サービスとして医療機関向けリサーチサービス「従業員・顧客満足度調査サービス」の開発を行いサービスを開始いたしました。出版サービスにおいては受注件数は前年と同程度の件数を受注いたしました。クライアント（病院）からの原稿が遅れる等したため納期が平成30年1月期にずれ込みました。



平成30年1月期について

売上高は前年比69.8%増の2,693百万円、営業利益は73%増加の160百万円を計画

平成29年1月期において発生した各事業における減収要因が払しょくされており、再び成長軌道にのる計画となっております。

単位：百万円

	平成29年1月期	平成30年1月期 計画	増減額	前年比
売上高	1,586	2,693	1,107	169.8%
営業利益	92	160	68	172.5%
経常利益	89	148	59	165.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	58	100	42	172.7%
1株あたり当期純利益	34.33	58.02	23.69	169.0%

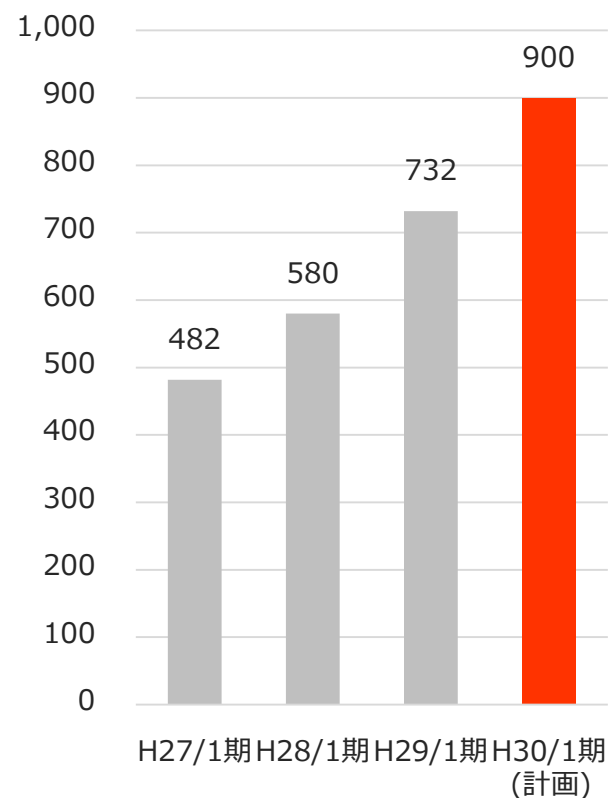
1

1人予約ランドを中心としたASPサービスの更なる成長(ゴルフ事業)

1人予約ランドを中心としたASPサービスは、平成29年1月期においても順調に拡大、平成30年1月期についても引き続き拡大を見通しています。利用可能ゴルフ場数が一定の規模となってきたため、今期は、コース数増加による市場拡大戦略に加え、利用者数の増加による市場拡大戦略を展開して参ります。

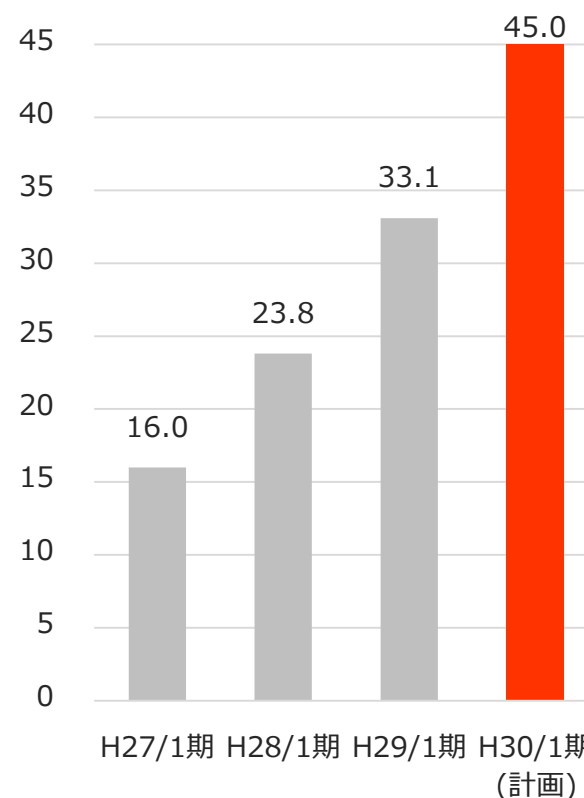
▼1人予約契約ゴルフ場数

単位：コース



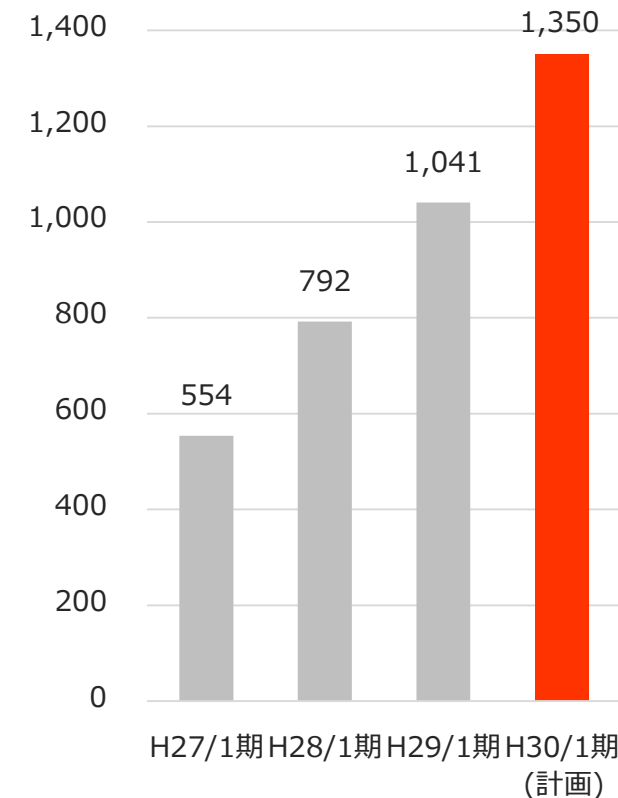
▼1人予約登録会員数

単位：万人



▼1人予約年間エントリー数

単位：千件



2

E Cサービスにおける収益拡大（ゴルフ事業）

(株)ジープが展開するE Cサービスは、当社グループ化以降（平成28年9月以降）において、販路拡大施策、コストの見直し等々の施策の実行及び準備を実施してきました。その結果、短期間で収益力の大幅な改善を見せており、取得に要した投資額についても1年半程度で回収できる見込みとなっています。

伸びしろは大きいものと考えており、E Cサービスの拡大に向けて商品ラインナップの拡充等により、収益拡大施策を実施して参ります。

またグループ内の他ゴルフ事業におけるサービスとのシナジーによりゴルフ場のショップをはじめとした法人向けE Cサービスなどの新たな事業展開も進め、平成30年1月期はグループ全体としてE Cサービスに注力。また各サービスのユーザー・メディア基盤を活かしたシナジーの創出も行っていきます。



ジープを核に、グループ全体で E Cサービスを強化

3

高単価商品への体制変革(広告メディア制作事業)

広告メディア制作事業は、平成29年1月期に実施した制作スタッフの強化を推進しつつ、高単価商品の比率拡大施策を実施して参ります。また、既存の制作案件以外の新たな受託案件の獲得が進んでいるため、幅広い分野での売上および利益の確保に努めていきます。

4

リサーチサービスの収益化を推進(メディカル事業)

平成30年1月期は新サービス「医療機関向け職員・患者顧客満足度調査サービス」の本格展開に注力。

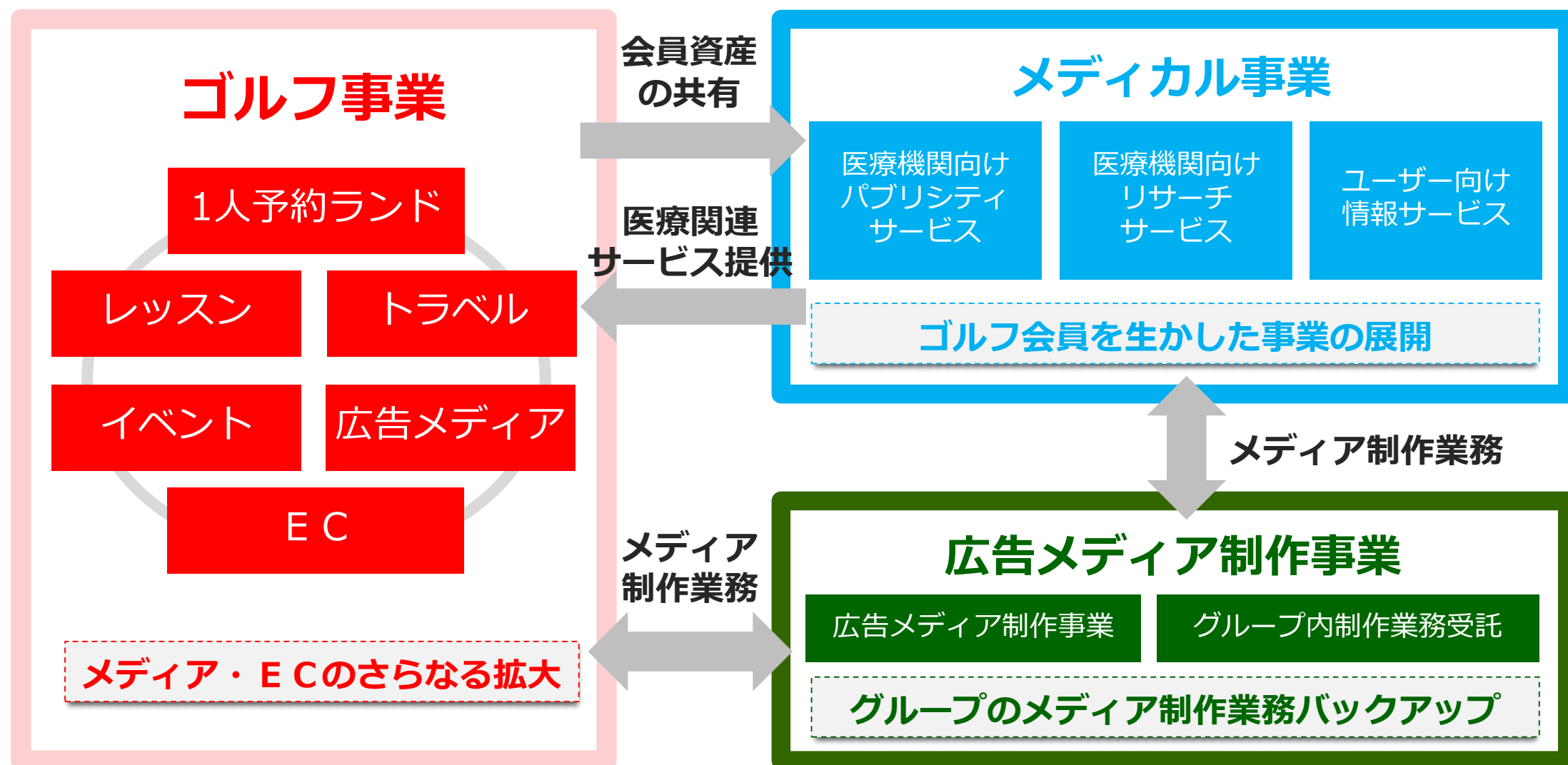
出版事業については、平成29年1月期において受注済の案件を納品していくと共に、平成31年1月期に向けた新規案件の営業活動を展開して参ります。

また、健康・未病をテーマとした消費者向けの新たなサービスの開発にも着手し、ゴルフ事業で保有する会員資産とのシナジーを生かした事業も展開。中長期的に安定的な成長を継続できる基盤づくりを行います。

5-1 グループシナジー戦略（ユーザー&メディアの相互活用）

グループ全体で人材の有効活用を行い、人材交流を始めとした組織の活性化を行うと共に、各事業のアセットを有効活用していく施策を本格的に実施して参ります。

ゴルフ事業とメディカル事業の融合（1人予約ランド等の登録会員の有効活用）、メディカル事業と広告メディア制作事業でのグループ収益力向上（制作業務のグループ内製化）、といった既存サービスのシナジーだけでなく、新たなサービスを展開していく際に人材の共有等を行い収益力の向上を目指して参ります。

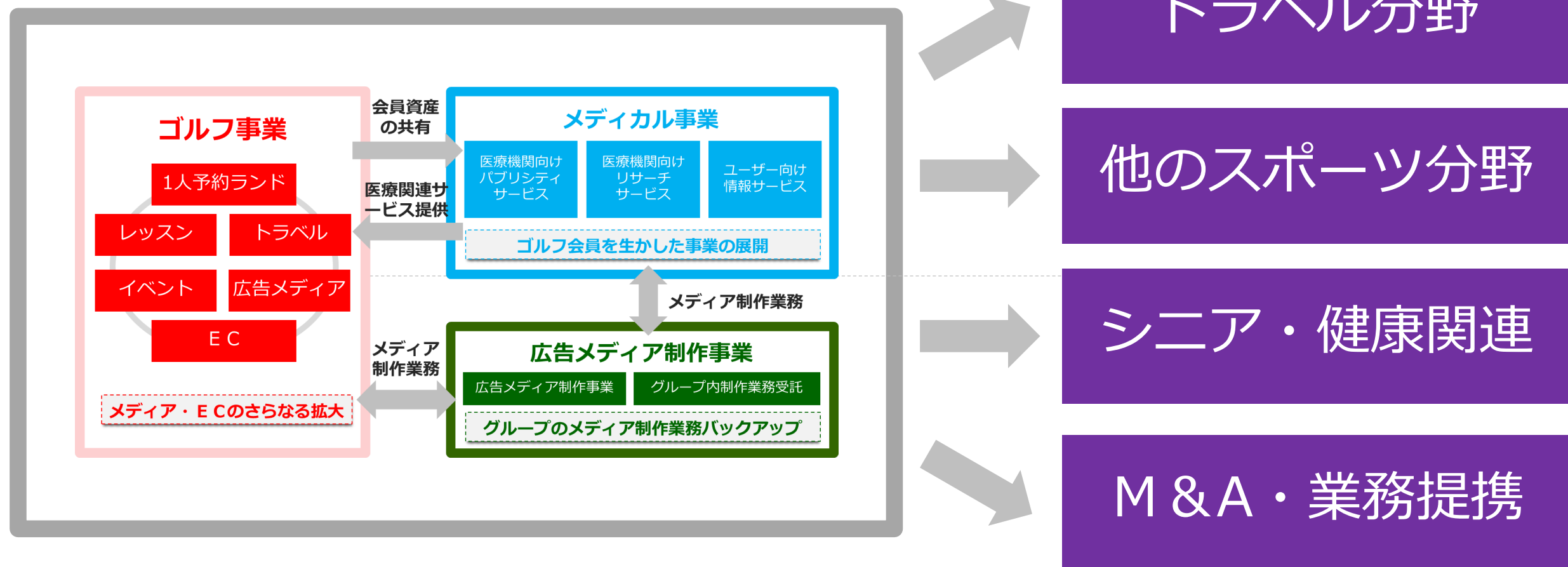


5-2

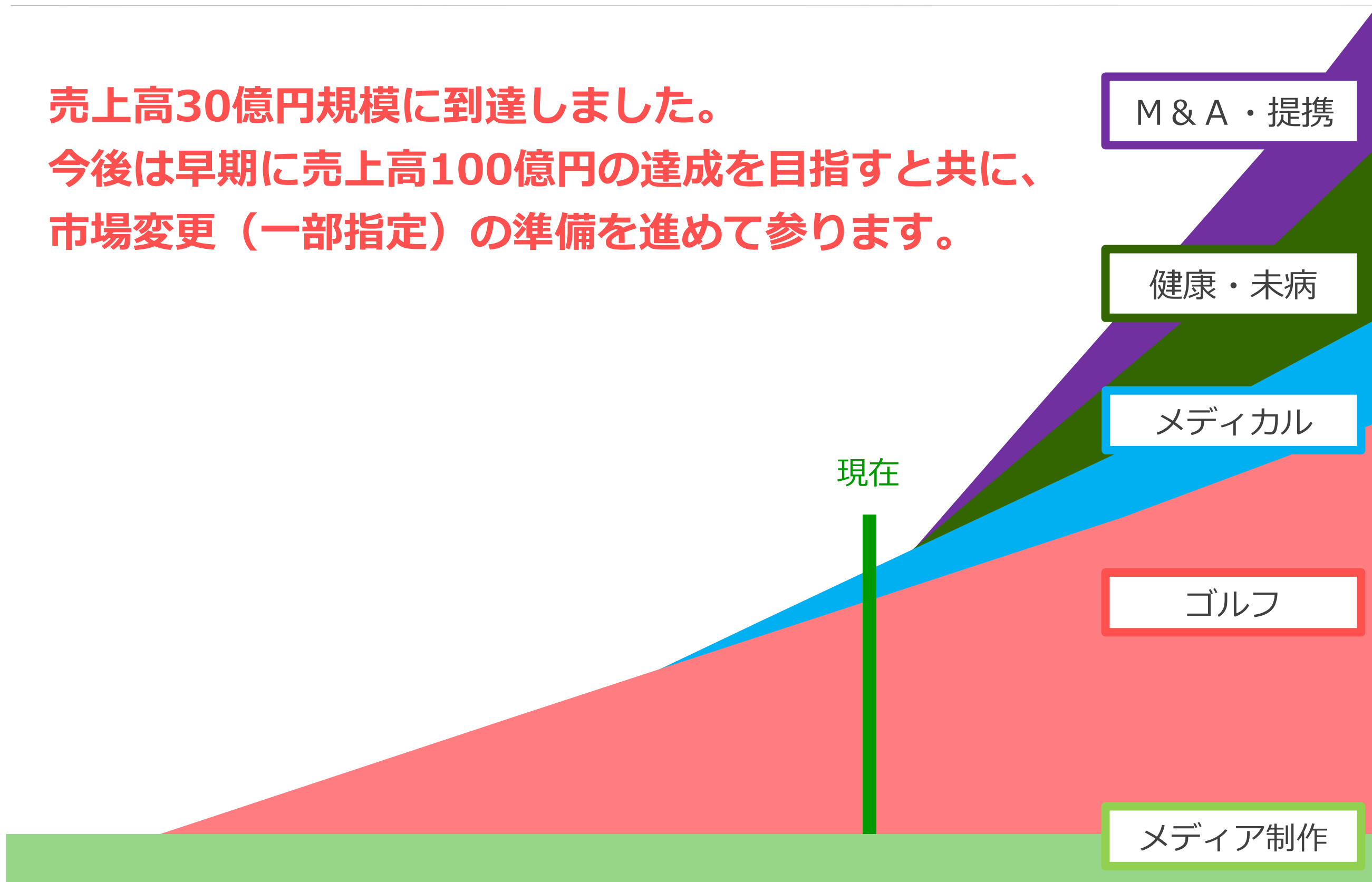
既存モデルを生かした新しい分野への事業領域の拡大

当社のテーマである「“したい” を具現化する」をさらに推進するため、これまで培ってきたユーザー＆メディアを活用したビジネスモデルを、新しい分野に展開し事業領域を拡大します。すでに進出をしているトラベル等の分野の拡大、さらに短期間で大きな成長を遂げていく為に、M & A や業務提携といった戦略を積極的に進めて参ります。

当社のこれまでのビジネスモデル



売上高30億円規模に到達しました。
今後は早期に売上高100億円の達成を目指すと共に、
市場変更（一部指定）の準備を進めて参ります。



本資料の取り扱いについて

本資料において記述される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」を含みます。これらの文言は、現在における見込み、予測、リスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでいます。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。リスクや不確実性は、特にサービスに関連した見通し情報に存在します。リスク、不確実性には、当社の関連する業界動向、技術的進歩、その他内部・外部要因、サービスの安全性ならびにクレームや懸念、国内外の事業に影響を与える政府の法規制、サービス開発に付随する課題などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。従いまして実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性があることを、予めご了承下さい。

