
valuedesign

2017年6月期 決算説明会

2017年8月23日
株式会社バリューデザイン

1. 2017年6月期 決算報告

2. 事業の進捗状況

3. 今後の見通し

2017年6月期決算

連結売上高： **1,738** 百万円 (前期比+6.6%、計画比▲22.9%)

連結営業損失： **12** 百万円 (前期比▲200百万円、計画比▲263百万円)

2017年6月期

- ・ハウスプリペイドの大型案件の導入スケジュール変更、システム開発案件の先送り等により、大幅減益（計画対比では売上・利益とも大幅未達）
(要因：①案件の大規模化と検討の長期化
②ハウスプリペイドシステム刷新プロジェクトの大規模化による営業の遅延)
- ・主要KPI(取扱高、店舗数、導入社数)は好調、取扱高は前年比約2倍

2018年6月期

- ・期ズレ等のリスク基準の見直しを行った上、中長期的に確実な成長を遂げる戦略(大型案件の確保によるシステム利用料の確保)に注力

1. 2017年6月期 決算報告

2. 事業の進捗状況

3. 今後の見通し

連結P/L(2017年6月期 通期実績)

システム利用料売上(+34%)がドライバとなり増収も、初期売上の計画未達により人件費・業務委託費等のコスト増をカバーできず、損益は一転赤字

(百万円)

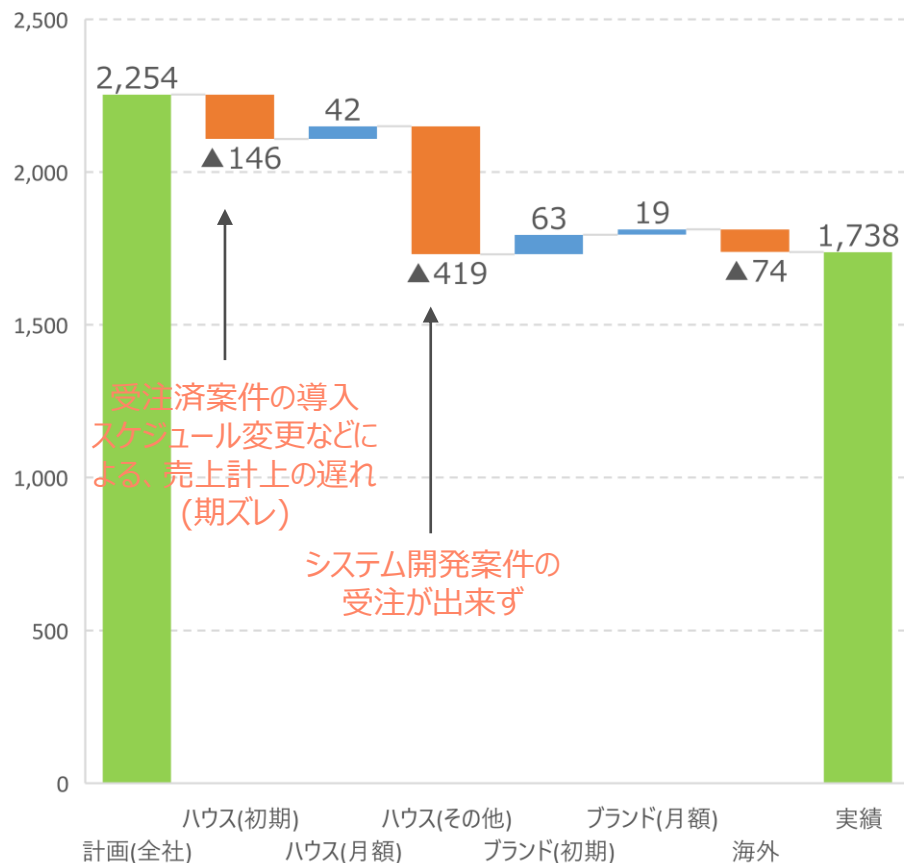
	① 2017年6月期 通期(実績)	② 2016年6月期 通期(実績)	前年同期比 (①÷②)	③ 2017年6月期 通期(期初計画)	期初計画 達成率 (①÷③)	④ 2017年6月期 通期(修正計画)	修正計画 達成率 (①÷④)
売上高	1,738	1,631	106.6%	2,254	77.1%	1,731	100.4%
売上原価	1,032	916	112.7%	1,324	78.0%	1,054	97.9%
売上総利益	706	715	98.7%	930	75.9%	676	104.4%
販売費および一般管理費	718	526	136.6%	678	106.0%	706	101.8%
営業利益または営業損失	▲12	188	-	251	-	-29	-
経常利益または経常損失	▲44	163	-	236	-	-62	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益または純損失	▲87	150	-	223	-	-108	-

売上高の増減分析（対計画比／対前年比）

2017/6期 期初計画対比

ハウスプリペイドの大型案件の導入スケジュール変更や、ハウスプリペイドシステムの刷新プロジェクトの影響で開発案件が受注出来なかったことで大幅未達

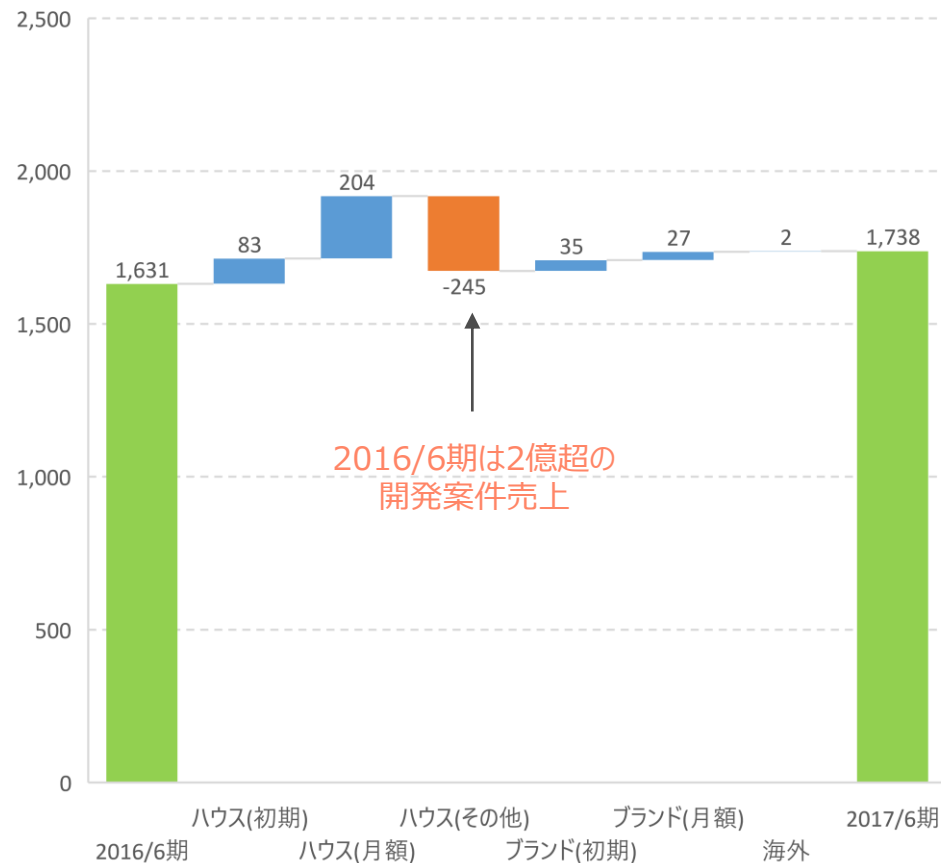
(百万円)



前期(2016/6期)対比

ハウスプリペイドのシステム利用料は大幅に伸長、前期2億円超だったシステム開発案件は大きく減少

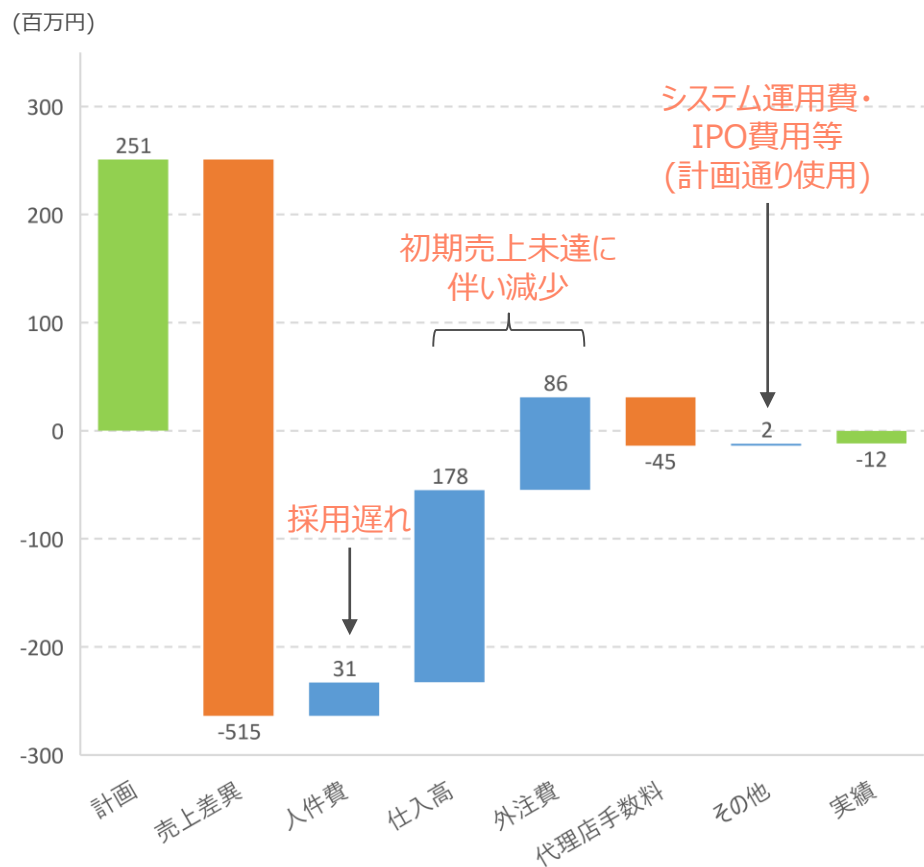
(百万円)



営業利益の増減分析（対計画比／対前年比）

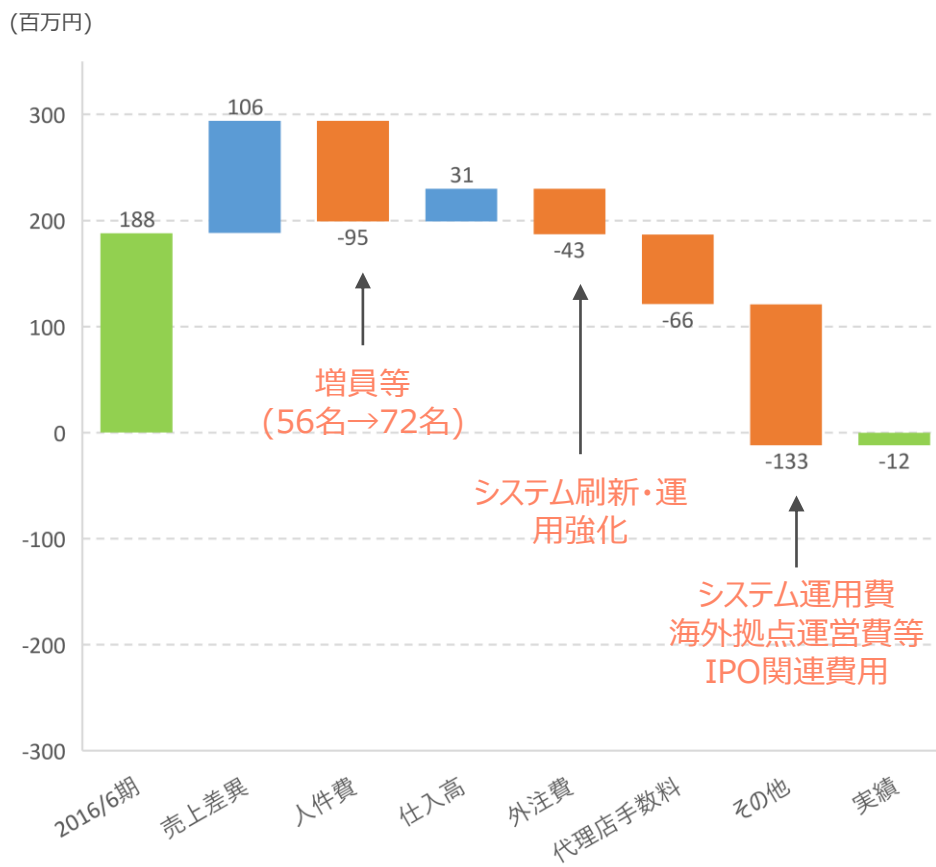
2017/6期 期初計画対比

売上の減少に伴う仕入・外注原価が減少の一方、その他コストはサーバ新設、増員、株式上場等の施策を計画通り実施したため、計画に近い水準となり大幅未達



前期(2016/6期)対比

増員とシステム刷新プロジェクトの外注費、その他費用増（左記）により大きく減益（本来は売上差異が大きくプラスとなりカバーの予定）



2017年6月期の課題まとめ、2018年6月期での改善方針と展望

課題点		改善方針・2018/6期の展望
受注済案件の期ズレ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ サービス導入計画の変更(全店一括導入→段階的導入)等、計画に対するリスク評価と管理方法に課題 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 案件ごとにリスク評価を行い、リスクを加味した売上高を設定し計画を策定
プリペイド関連システム開発案件の受注大幅未達	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 検討長期化・中止等で受注できず、検討期間の予測、管理に課題 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 期初時点で既に受注・進捗していない案件は計画から除外し、目標としても設定しない
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ハウスプリペイドシステム刷新は初のシステム停止を伴ったが、その顧客調整に伴う営業活動への影響の評価が不十分 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2018年6月期は同程度の規模・影響範囲のプロジェクトは計画なし ✓ システム刷新は完了し、今後は営業活動に集中できる状況



課題点への対策を行い、リスクを潰したうえで新事業年度に臨む

1. 2017年6月期 決算報告

2. 事業の進捗状況

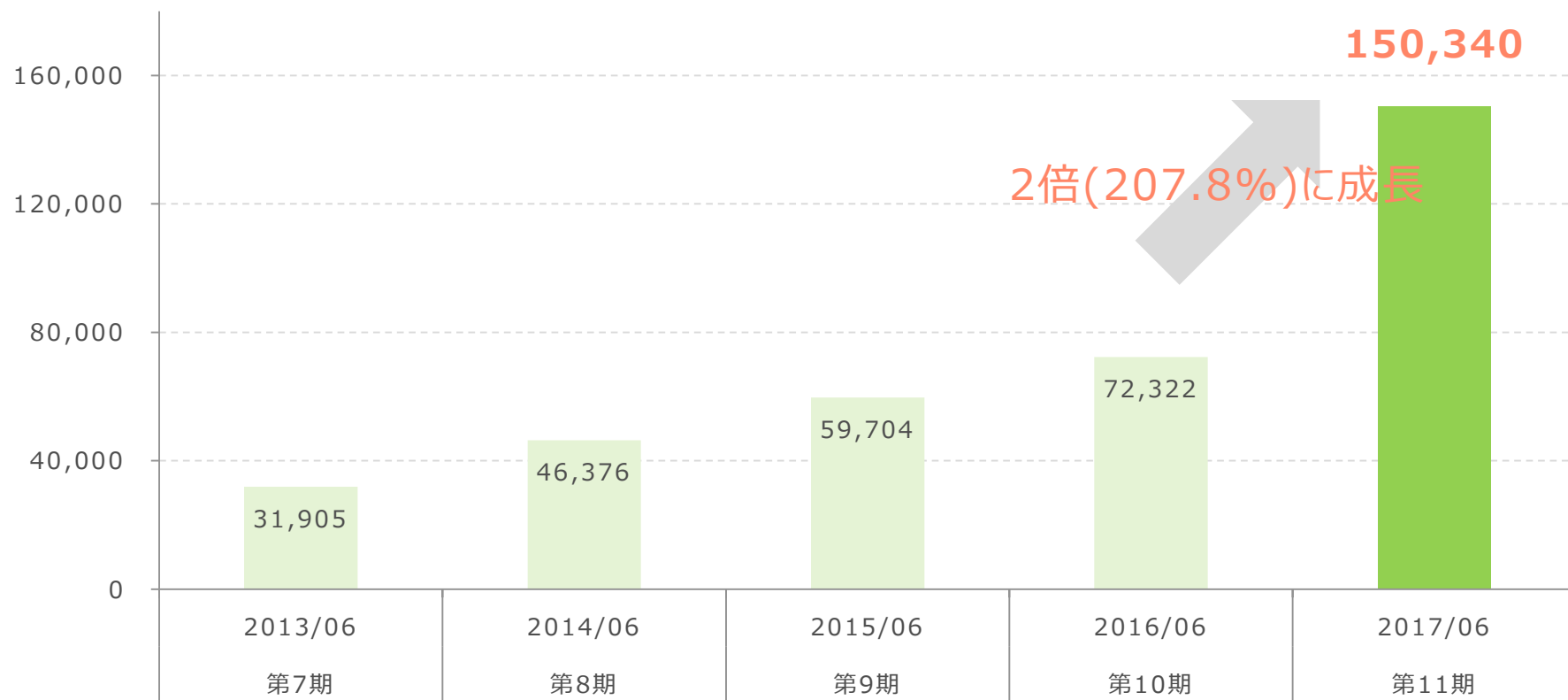
3. 今後の見通し

主要指標の推移(ハウスプリペイド事業-取扱高)

主に前期に獲得した大型スーパーマーケット・飲食チェーンなどの利用拡大が継続により伸長、前期比2倍の1,500億円を突破

<年間取扱高(=プリペイドチャージ額)の推移>

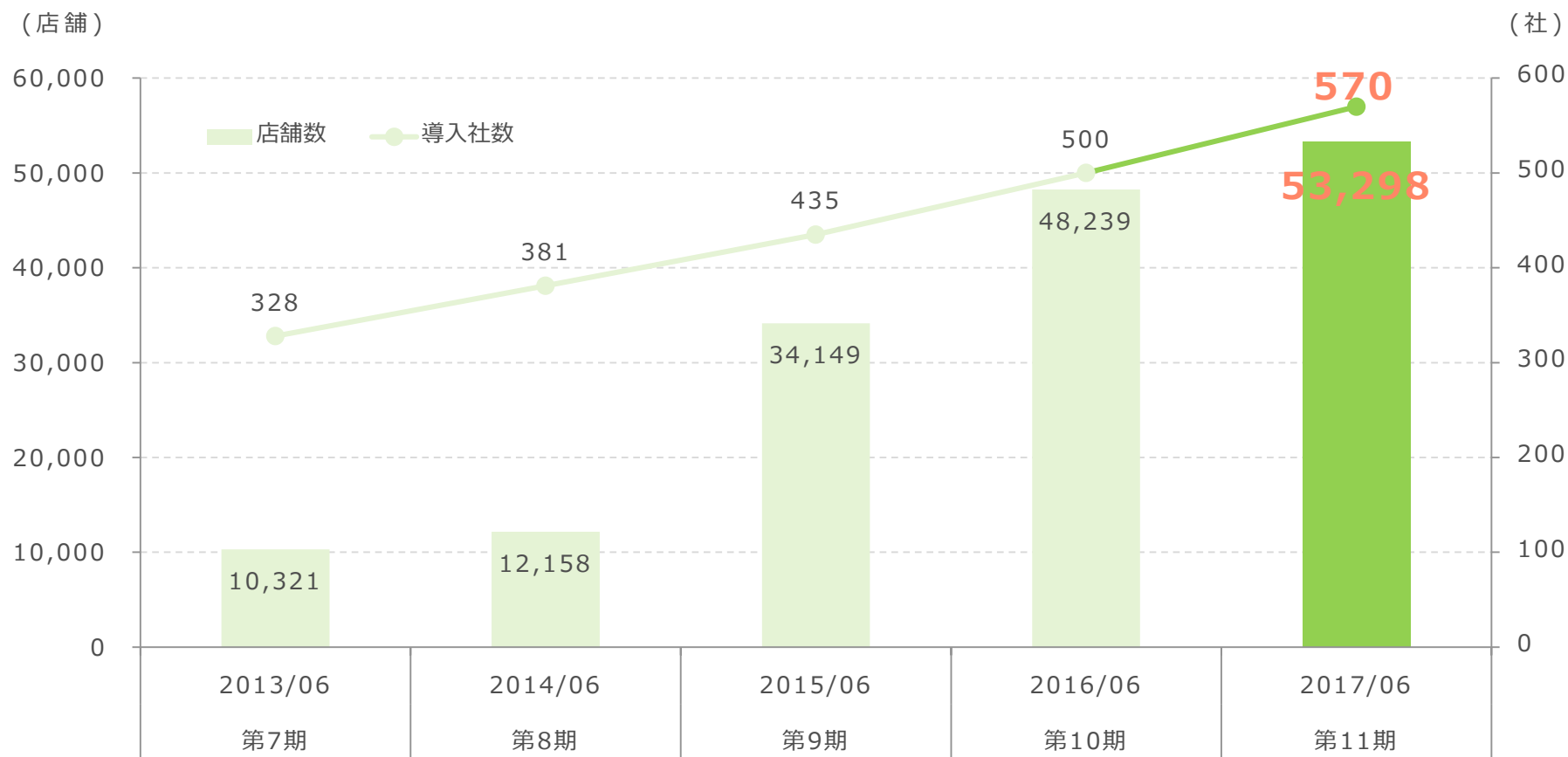
(百万円)



主要指標の推移(ハウスプリペイド事業-店舗数)

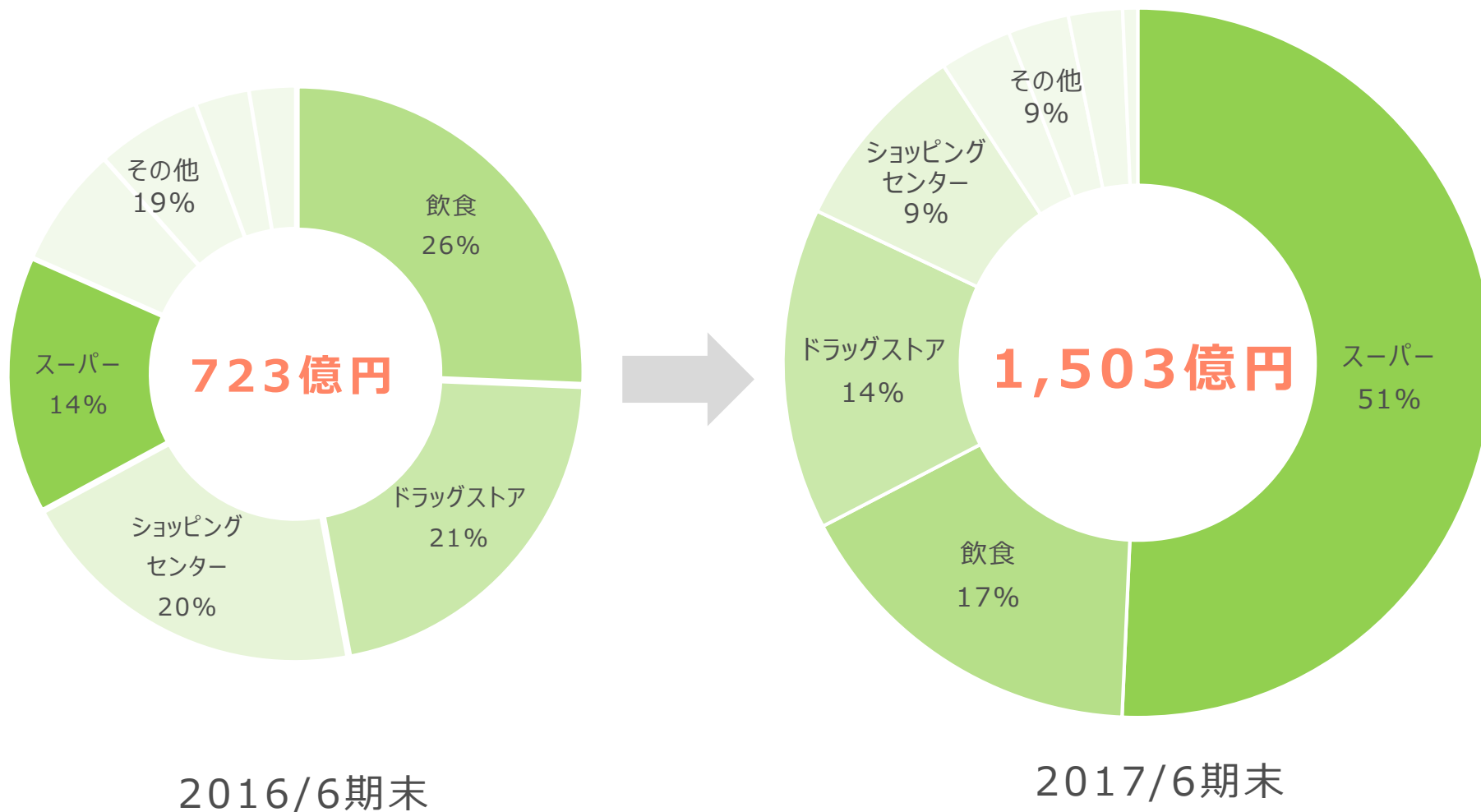
2016年11月に5万店舗を突破。店舗数より1店舗あたりの入金・利用意向の高い業態をターゲットにしていることもあり、店舗増加ペースは落ち着き傾向

<累計導入店舗数の推移>



業態別取扱高（国内ハウスプリペイド）

1店舗当たりの入金・利用の多いスーパー業態を主ターゲットとした営業戦略の結果、大幅に取扱高を増加させることに成功、同業態への導入実績ではトップクラス



【参考】2017年6月期末の導入実績

飲食



ユーシーフードサービスシステムズ株式会社 株式会社ペッパーフードサービス
(上島珈琲店、珈琲館他) (いきなりステーキ)



株式会社すかいらく
(ガスト、パーママン、ジョナサン他)

株式会社モスフードサービス
(モスバーガー)



株式会社コメダ
(コメダ珈琲)



レッドロブスタージャパン株式会社
(Red Lobster)



株式会社ひらまつ
(ひらまつ)



Yougultland
(ヨーグルトランド・タイ)

スーパー・ドラッグストア



株式会社オークワ
(オークワ他)



生活協同組合コープこうべ
(コープ)



株式会社 新生堂薬局
(ドラッグ新生堂)



株式会社大賀薬局
(大賀薬局)



株式会社エーコープみやぎ
(Aコープ)



株式会社フィール
(フィール)



株式会社ぎゅーとら
(ラプリー他)



株式会社コノミヤ
(コノミヤ)

物販・その他



MK株式会社
(MKタクシー、エムケイ石油)



株式会社メガネスーパー
(メガネスーパー)



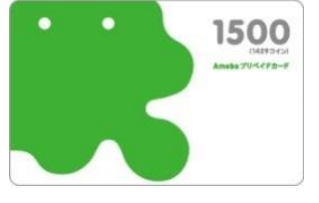
株式会社ロイヤルホテル
(リーガロイヤルホテル)



長崎タクシー共同集金株式会社
(NTネットワーク)



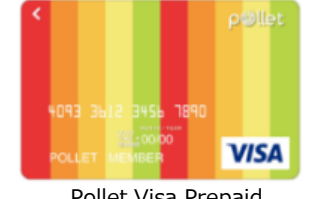
株式会社ディーンアンドデューカ
(DEAN&DELUCA)



株式会社サイバーエージェント
(Ameba)



POINT WALLET VISA PREPAID (株式会社オズビジョン・Pollet株式会社・株式会社セディナ・株式会社セレス)

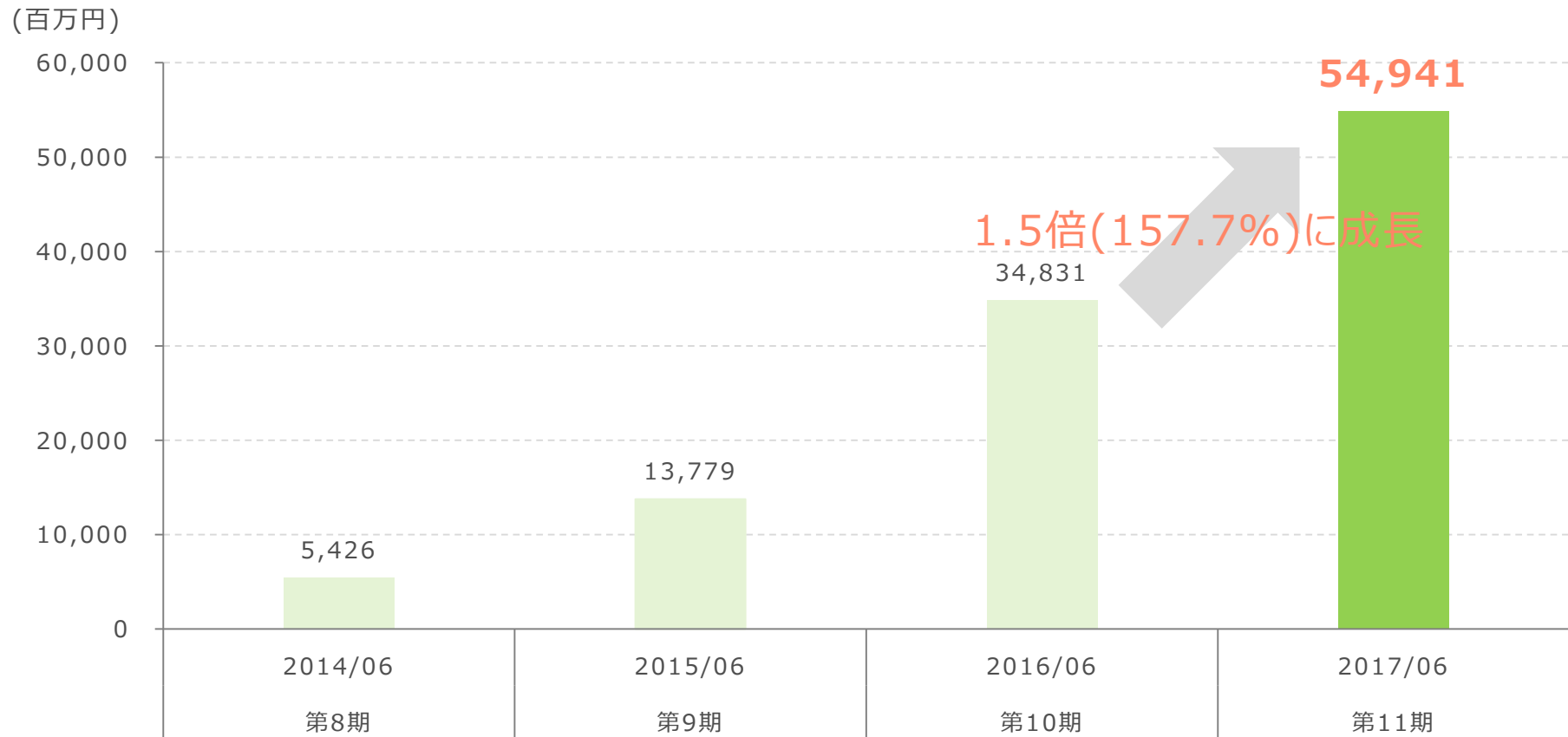


Pollet Visa Prepaid
(株式会社オズビジョン・Pollet株式会社・株式会社セディナ)

主要指標の推移(ブランドプリペイド事業-取扱高)

前期から引き続き、入金・利用が好調、通期では前期の1.5倍以上の実績、約550億円に到達

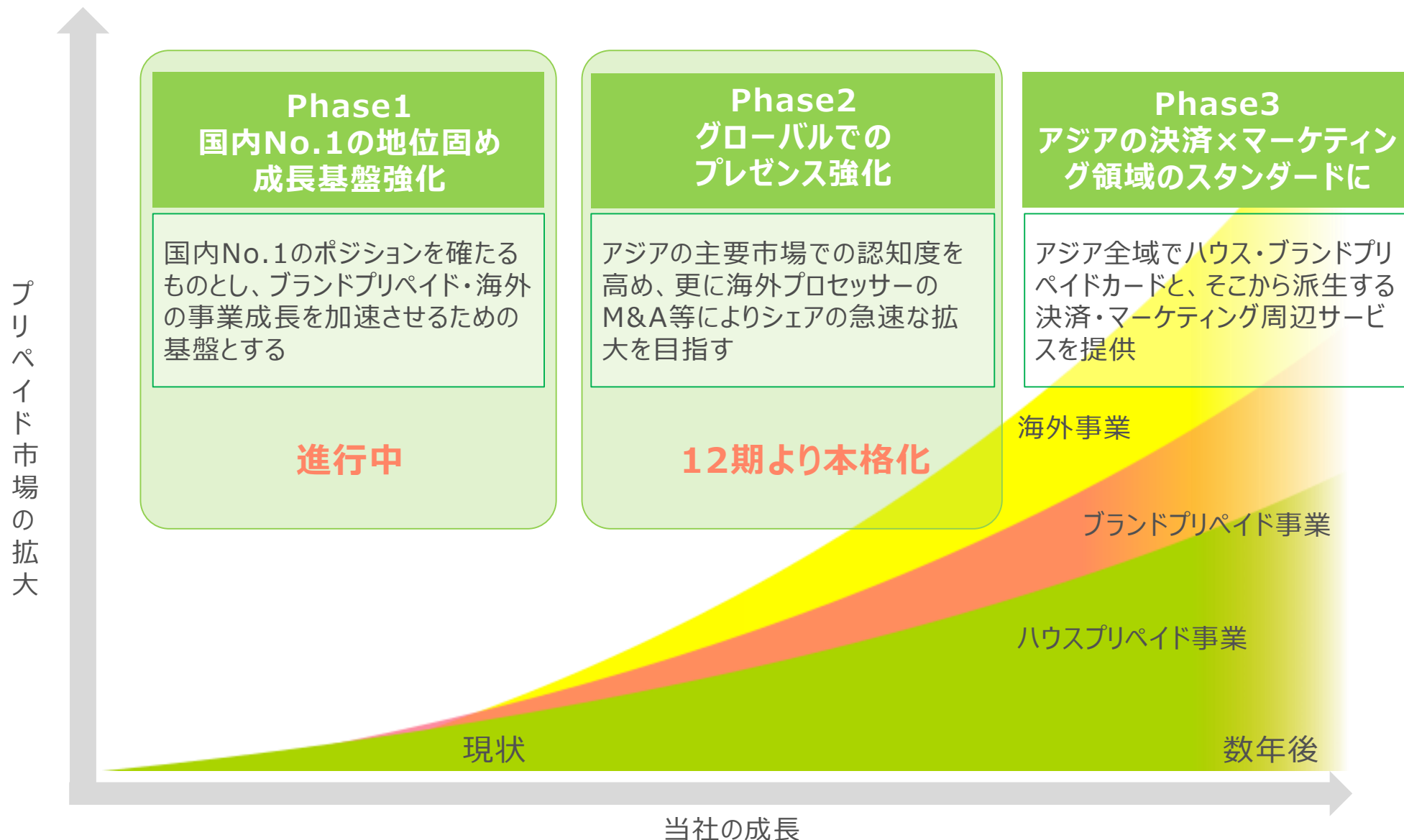
<年間取扱高(=プリペイドチャージ額)の推移>



1. 2017年6月期 決算報告
2. 事業の進捗状況
3. 2018年6月期の業績見通し

- ◆ 事業のステージはフェーズ1 (国内No.1化)を継続しつつ、**フェーズ2 (海外本格展開)**に差し掛かっている状況
- ◆ 国内事業はハウспリペイドをメインに足固めを継続し増益
 - 前期の業績大幅未達を受け、不確実性の高い要素は排除しつつ安定的な増収を確保→投資のサイクルを確立すべく、システム利用料売上の増加施策に注力
- ◆ 東南アジアを中心に、海外への投資を更に強化
 - 東南アジアのプリペイド市場の成長が想定より早く進んでいる状況を受け、海外拠点 (シンガポール、タイ、マレーシア) を新設または強化
 - 事業展開を継続しつつ、各国の成長性を見極めてリソース投入を取捨選択

中期経営ビジョンと進捗状況



2018年6月期 連結業績予想

(百万円)	連結			個別		
	2018年 6月期予想	2017年 6月期実績	前期比	2018年 6月期予想	2017年 6月期実績	前期比
売上高	1,898	1,738	109.2%	1,858	1,719	108.1%
(初期売上)	805	821	98.1%	790	806	98.0%
(システム利用料売上)	1,092	916	119.2%	1,068	913	117.0%
売上原価	1,080	1,032	104.7%	1,063	1,011	105.1%
売上総利益	818	706	115.9%	795	708	112.2%
販売費および一般管理費	725	718	101.0%	725	661	109.6%
営業利益または営業損失	50	▲12	-	139	47	295.7%
経常利益または経常損失	30	▲44	-	121	▲1	-
親会社株主に帰属する 純利益または純損失	29	▲87	-	103	▲44	-

各フェーズの取り組み状況と方針（フェーズ1）

Phase1

国内No.1の地位固め
成長基盤強化

<足元の状況と今後の方針>

- ① 取扱高は前期比倍増、システム利用料売上も3割増とストック収入の積上げは堅調であり、新事業年度の初月度も取扱高は前月比6.7%増と引き続き好調
- ② 大型飲食チェーンを中心に足元の新規案件受注状況も堅調

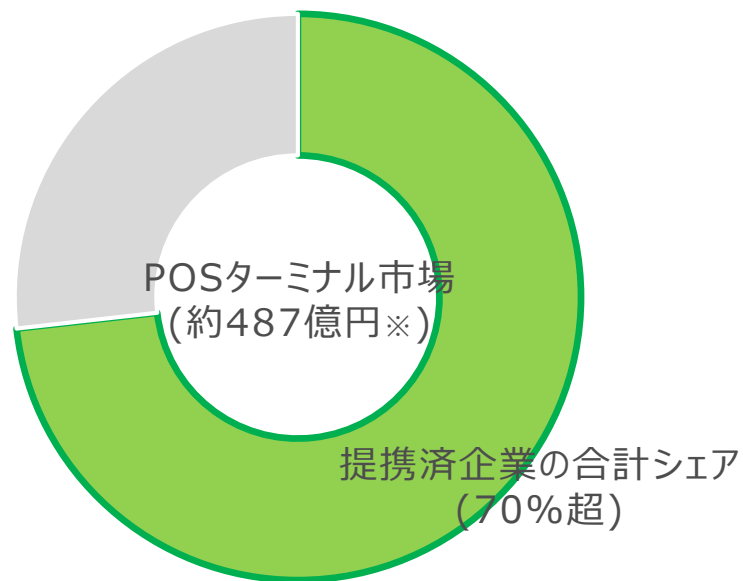
<2018年6月期の取り組み = 主要KPI（取扱高・導入店舗数等）の成長促進>

- ① 2017年6月期に大きな成果を上げた、パートナー企業との営業アライアンスの強化・新規開拓による大型案件獲得力強化（ターゲットは引続き大型のスーパー・ドラッグストア・飲食チェーン等）
- ② 販促の効率化や導入負荷を軽減し、有効なプリペイドサービスの活用を支援するためのソリューション商品を投入・拡販し、取扱高増進を図る
- ③ 今後予測される市場成長の加速に向け、新たなブランドプリペイドのサービス提供に向けた検討を継続

フェーズ1 2018年6月期の取り組み① - 営業アライアンス強化

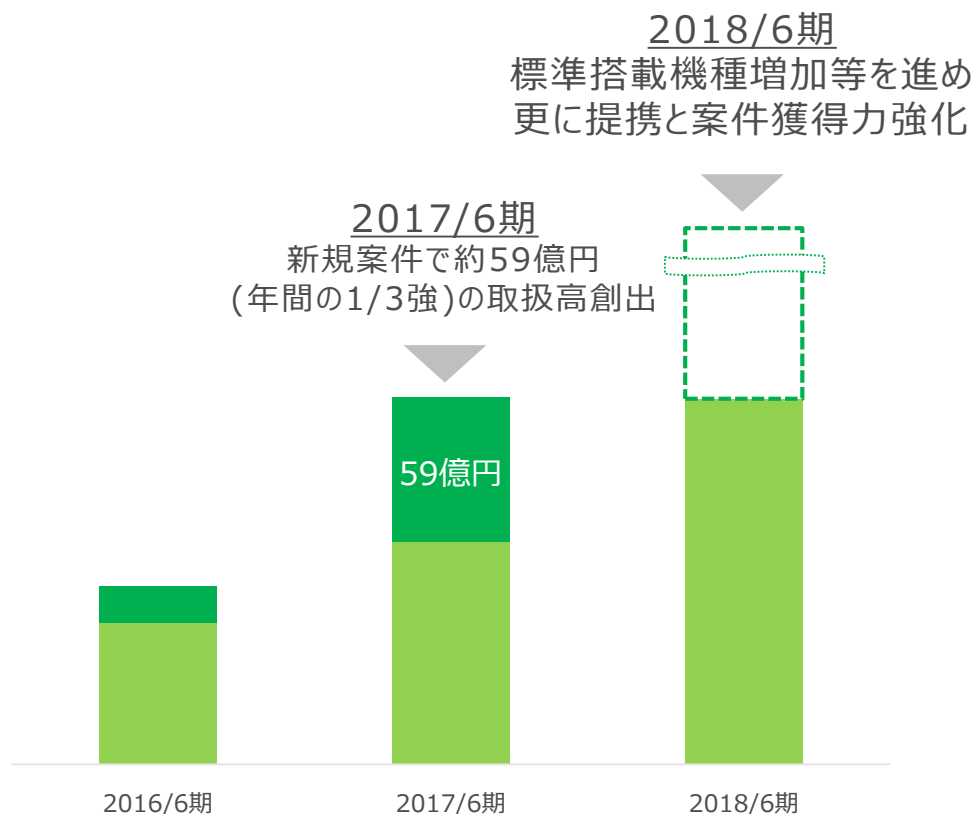
POSベンダーとの提携強化で大きく向上した案件獲得力を更に強化する。2017/6期は提携により受注した新規のスーパー等20社が本格稼働。2018/6期も更なる提携強化を図る

提携状況と内容



営業協力の他、一部のPOSターミナル(レジ)に
当社プリペイドサービスを標準搭載。
導入リードタイムとコストを削減

提携による成果(ハウス取扱高ベース)

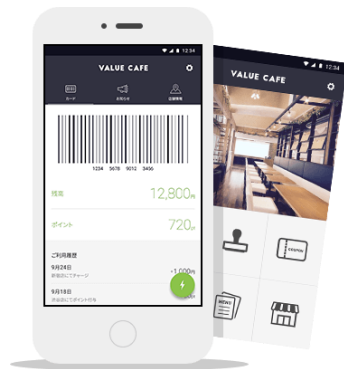


※出所：(株)矢野経済研究所 2017年版 リテールソリューション市場の実態と将来展望 (2016年度、販売台数ベース)

当該事業年度のPOSベンダ協業案件の取扱高

フェーズ1 2018年6月期の取り組み② - ソリューション商品の拡充

導入時や、導入後の課題点を解決するための商品・サービスをラインナップ。オペレーション負荷の軽減やプリペイドを使用したプロモーションの効率化により導入効果の向上を支援し、取扱高を増やす



モバイルプリペイド・CRM
(Value Wallet)

Point

物理カード不要、ユーザのセグメントに合わせたクーポン等配信などで販促施策も柔軟に対応

カード所持者とのコミュニケーション機会を増やし、販促を効率化



顧客分析ツール
(Value Drive)

Point

顧客属性、行動特性分析
キャンペーン結果分析等により
販促施策のPDCAを効率化

導入効果を可視化し
販促の精度を向上



共同利用決済端末

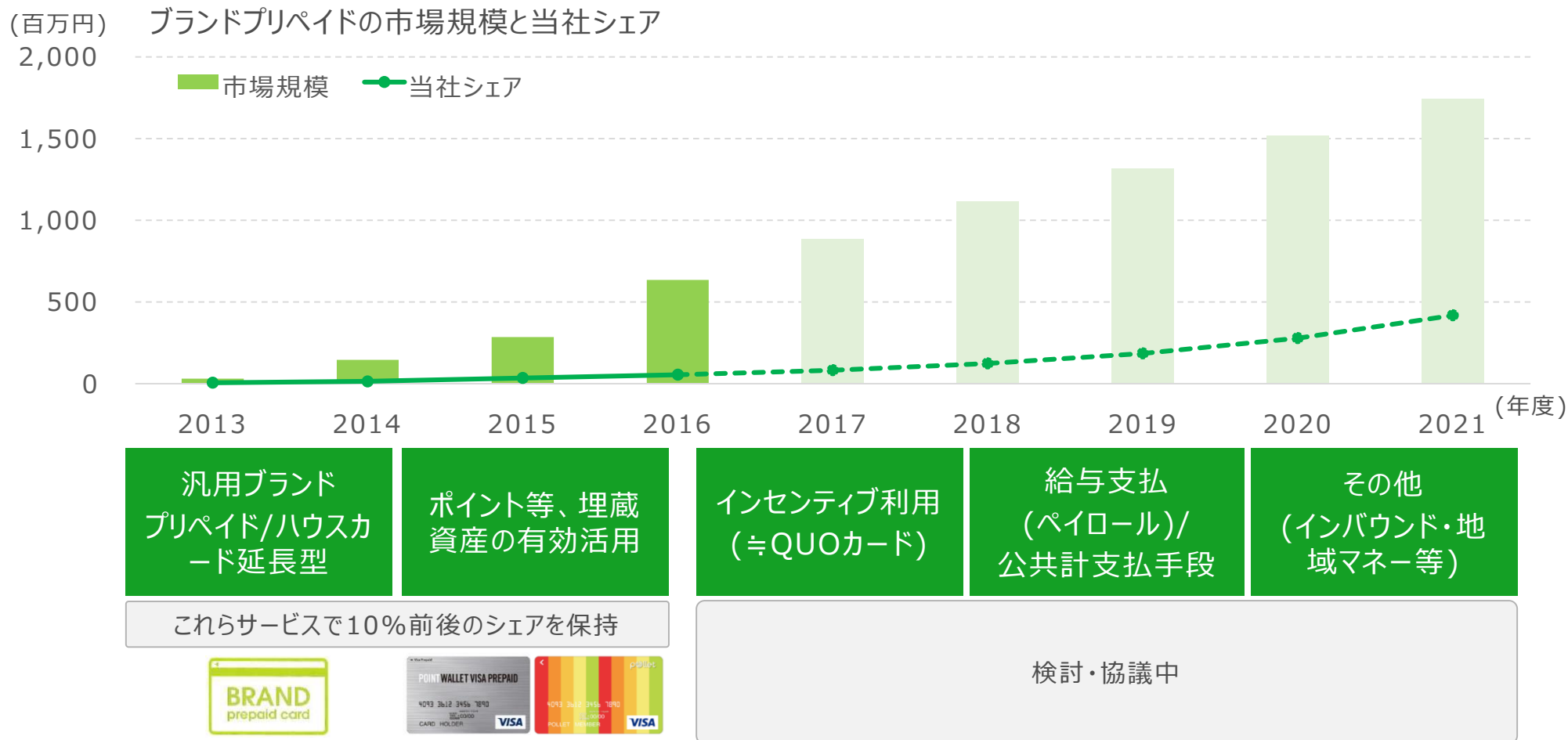
Point

既にクレジット用等で導入済の場合、専用端末購入やPOS改修不要でプリペイド導入可

既存資産(端末)を活用することで
コスト・オペレーション上の負担軽減
(今後対応機種拡大予定)

フェーズ1 2018年6月期の取り組み③ - ブランドプリペイド

ハウスカード延長型が取扱高の伸びに寄与したほか、ポイント等の有効活用を狙いとした新たなサービスを複数立上げ。市場の拡大に伴い様々な用途での検討が進行中、実現に向け継続。



市場規模出所：(株)矢野経済研究所 2017年版 電子決済/EC決済サービスの実態と将来予測、当社シェアは2016年度 = 2017年6月期。以後はイメージ。

各フェーズの取り組み状況と方針（フェーズ2）

Phase2 グローバルでの プレゼンス強化

<現在の状況と今後の方針>

- ① 韓国のCOFFEE BAY(カフェチェーン・450店舗)、シンガポールのFairPrice(政府系資本スーパー・130店舗)が稼働、タイ、マレーシアでもコンビニや書店など、提案先がローカル大手企業へ変化している
- ② 中国、香港、台湾、インドネシア、タイで競合の存在を確認。東南アジアのハウスプリペイド市場成長が加速を始めている

<2018年6月期の取り組み>

- ① 東南アジアの推進強化(投資)。株式会社ティーガイアと連携し、各子会社化の増資、体制強化を行うとともに、ローカル大手企業への提案と獲得を進める
- ② アジア全域で同業各社と積極的に情報交換を行い、業務・資本などの提携やM&A等も積極的に推進、当社事業の早期拡大を図る

フェーズ2 2018年6月期の取り組み

大型案件の早期収益貢献と営業力強化の為に更に投資・提携を行い、事業展開の加速を図る

タイ(4社・35店舗導入)

- ・2017年6月 現地法人設立
- ・飲食、映画館等。案件大型化により体制強化予定

マレーシア(未稼働)

- ・2017年9月現地法人設立予定(※)
- ・現地コンビニ(300店舗規模)受注

シンガポール(6社・33店舗導入)

- ・2016年8月 現地法人設立(※)
- ・2017年6月 FairPrice(政府系資本スーパー)稼働 (130店舗中、23店舗でスタート)

韓国(3社・461店舗導入)

- ・飲食中心
- ・2017年4月 Coffebay(カフェ)稼働

中国(7社・203店舗導入)

- ・日系の飲食・小売業中心
- ・WeChat(SNS/モバイル決済)の他、現地CRMサービス等と連携、サービスローカライズを進める

フィリピン(10社・36店舗導入)

- ・飲食店を中心に展開

(※)株式会社ティーガイアと提携にて合弁会社化

(出資比率はバリューデザイン75%、ティーガイア25%)

インドネシア 提携による効果

- ・ティーガイア社及び住友商事グループのネットワークを活用した、ローカル大手企業への営業力を強化。中～大規模(30～100店舗以上)のローカル企業が今後ターゲット
- ・コンビニ(300店舗規模)、小売(400店舗規模)等へアプローチ中

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。