
valuedesign

2018年6月期

第2四半期決算説明会

2018年2月21日

株式会社バリューデザイン

1. 2018年6月期第2四半期決算

2. 事業の進捗状況

システム利用料増を背景に黒字化、通期予測に対しては概ね順調

連結売上高 **972** 百万円 (前期比 107.5%)

連結営業利益 **5** 百万円 (前期比 136.0%)

2018年6月期 第2四半期トピックス

① 市場の活況と施策効果により、取扱高・システム利用料は過去最高水準

- ・システム利用料は前期比**26.9%増**、取扱高は12月に**過去最高**を記録
- ・大型スーパー等の導入増加により、**流通業界での普及が加速**
- ・既存案件を中心に、スマホアプリ連携などの**追加ソリューションが取扱高を押し上げ**

② 新サービス準備コスト等により、利益は前期同水準

- ・前期比でスポットの初期・高収益案件減も、ストック収入比率が増え**安定度は向上**
- ・導入店舗やプリペイド利用増のための**新サービス準備コスト**(外注費等)増加

連結P/L(2018年6月期第2四半期 累計期間実績)

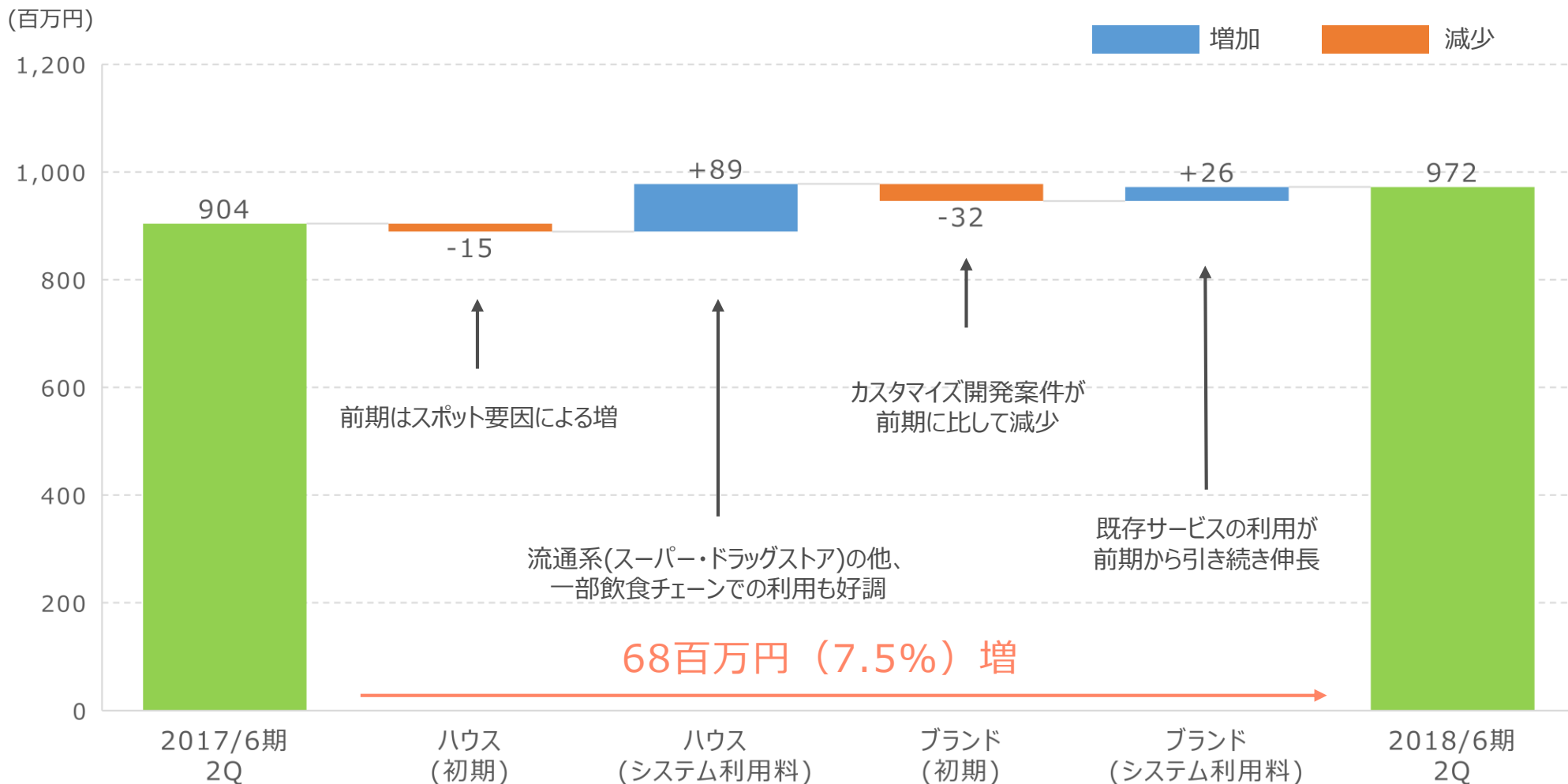
増収増益、通期予想に対しても概ね半分程度の到達であり、進捗は順調

(百万円)

	① 2018年6月期 第2四半期 (実績)	② 2017年6月期 第2四半期 (実績)	前年同期比 (①÷②)	③ 2018年6月期 (通期予想)	進捗率 (①÷③)
売上高	972	904	107.5%	1,897	51.2%
(初期売上)	425	473	89.9%	805	52.9%
(システム利用料売上)	546	430	126.9%	1,092	50.1%
売上総利益	390	360	108.3%	782	49.9%
営業利益または営業損失	5.9	4.3	136.0%	50	11.8%
経常利益または経常損失	1.6	-16	+18.6百万円	30	5.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益または四半期 純損失	0.5	-11	+12.5百万円	15	3.3%

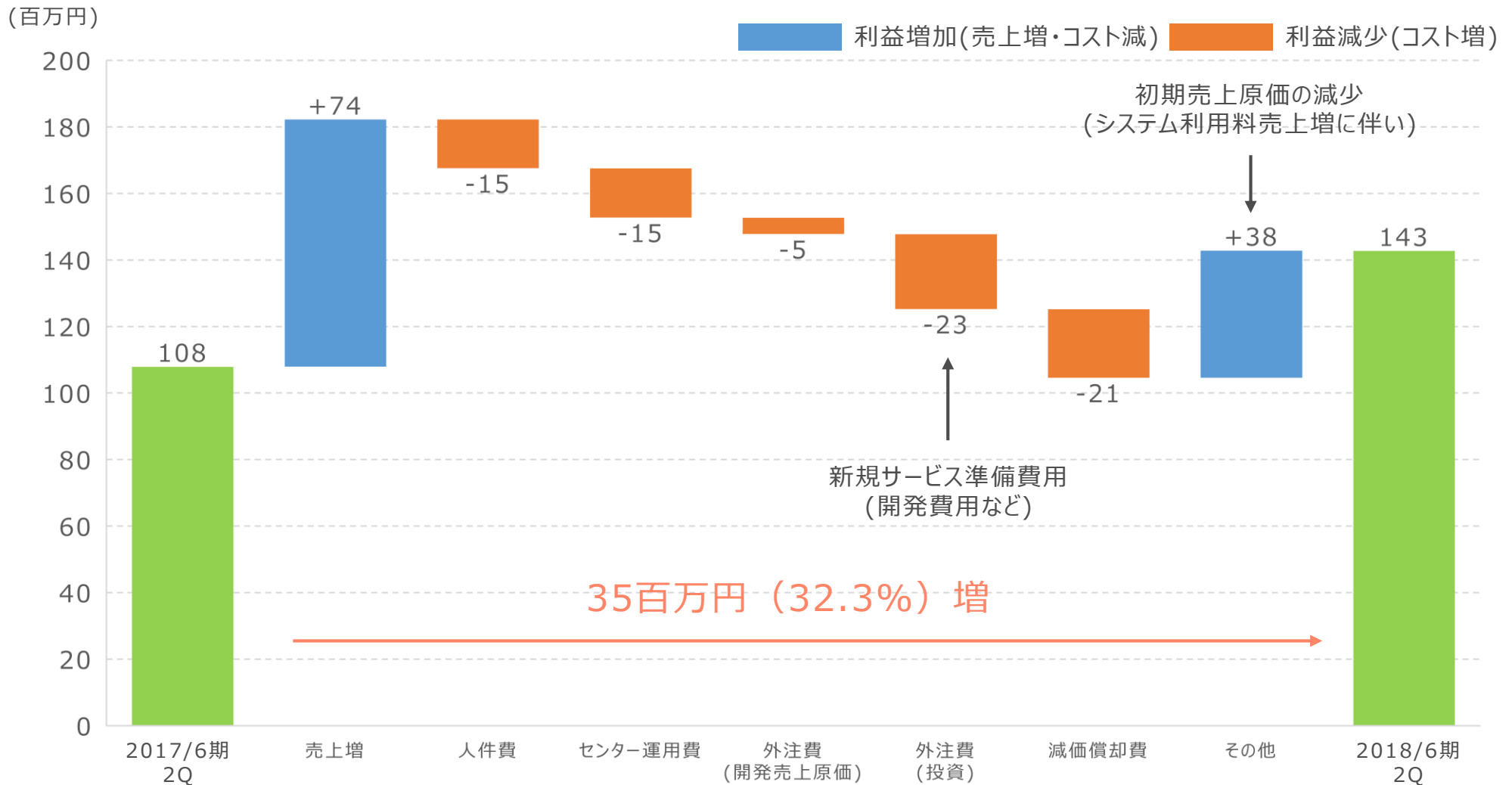
第2四半期連結売上高の増減要因

初期売上はハウス、ブランド共にスポット要因がなかったことで前期比減も、システム利用料は営業ターゲットの絞り込みと利用促進の施策により伸長



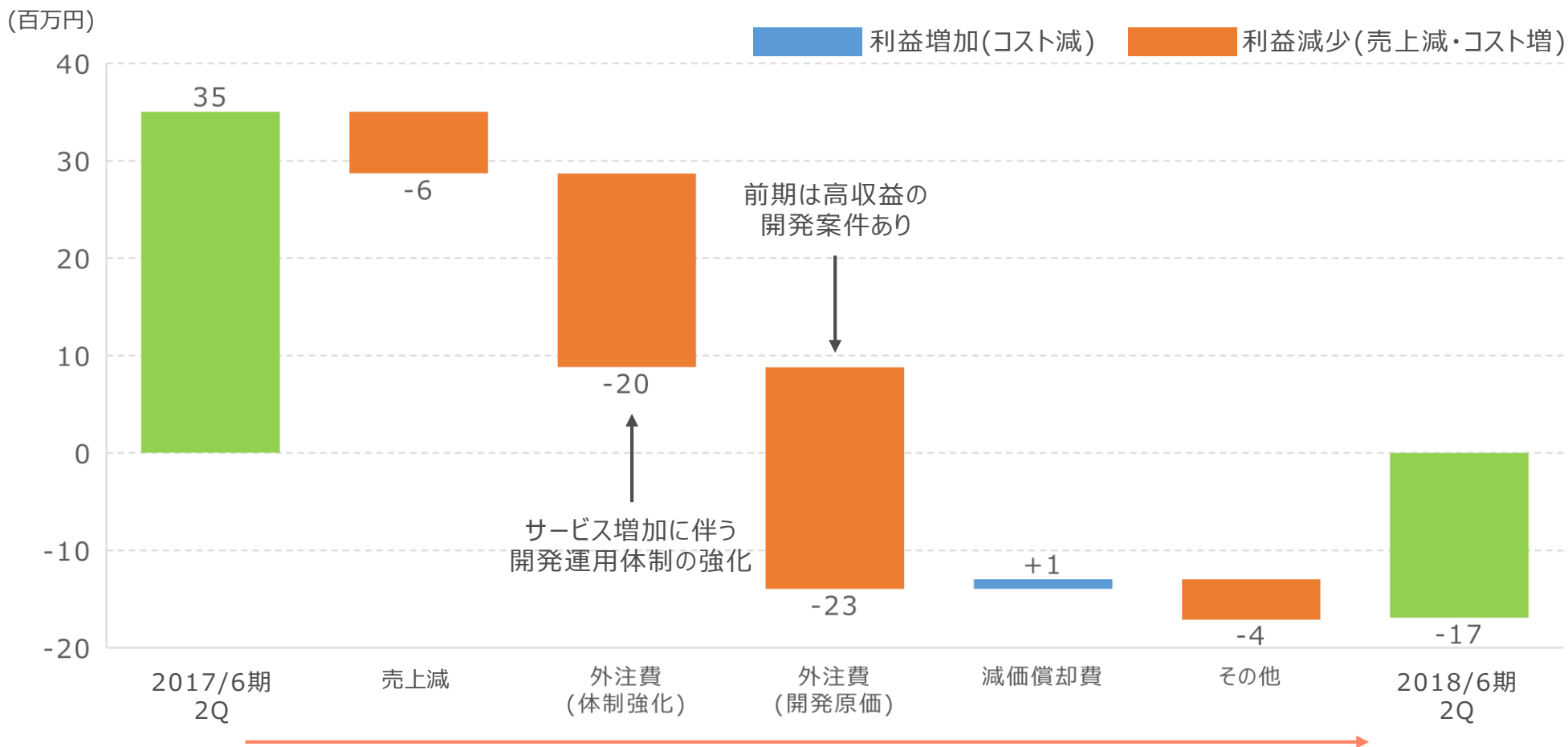
第2四半期連結営業利益の増減要因（ハウスプリペイド）

システム利用料の増加とそれに伴う粗利率の良化により、経常的なコスト増（人員・設備増強）を吸収し30%超の利益成長を確保



第2四半期連結営業利益の増減要因（ブランドプリペイド）

カスタマイズ開発案件数と粗利の減少（前期はスポット的に高収益）、及び新サービス開始等を踏まえた体制強化により外注費が増加し、赤字



ハウスシステム利用料（取扱高）の増要因 - 2018年6月期の施策

2018年6月期 国内事業展開のポイント（再掲）

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

施策

狙い

営業
アライアンス強化

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

「面」を押さえる

(プリペイド導入効果の高い業態に絞った新規導入先開拓)

ソリューション商品
の拡充

販促の効率化や導入負担を軽減し、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

「深耕」する

(既存導入先のプリペイド利用活性化)

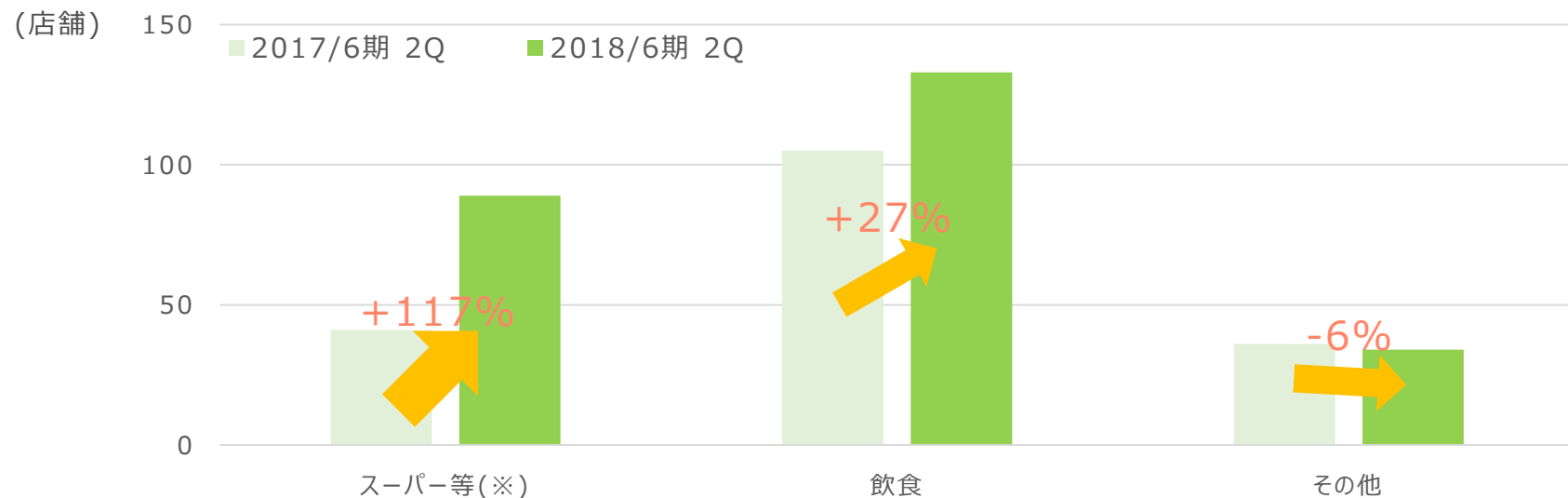
ハウスシステム利用料（取扱高）の増要因 - 施策による効果①

営業
アライアンス
強化

✓ スーパー業態でのプリペイドサービス普及と他業態への波及効果発生

- ・大手先行導入企業が一定の成功を収めたことで、業界全体で従来の「ポイントカード」から「ポイント付プリペイド」への移行がスタンダード化。中規模（10店舗～）案件も前期に比し増加
- ・スーパー業態での成功を受け、ホームセンター等の類似業態での引き合い増

<新規受注店舗数（期内累計）>



(※スーパー・ドラッグストア・ホームセンター)

ハウスシステム利用料（取扱高）の増要因 - 施策による効果②

ソリューション 商品の拡充

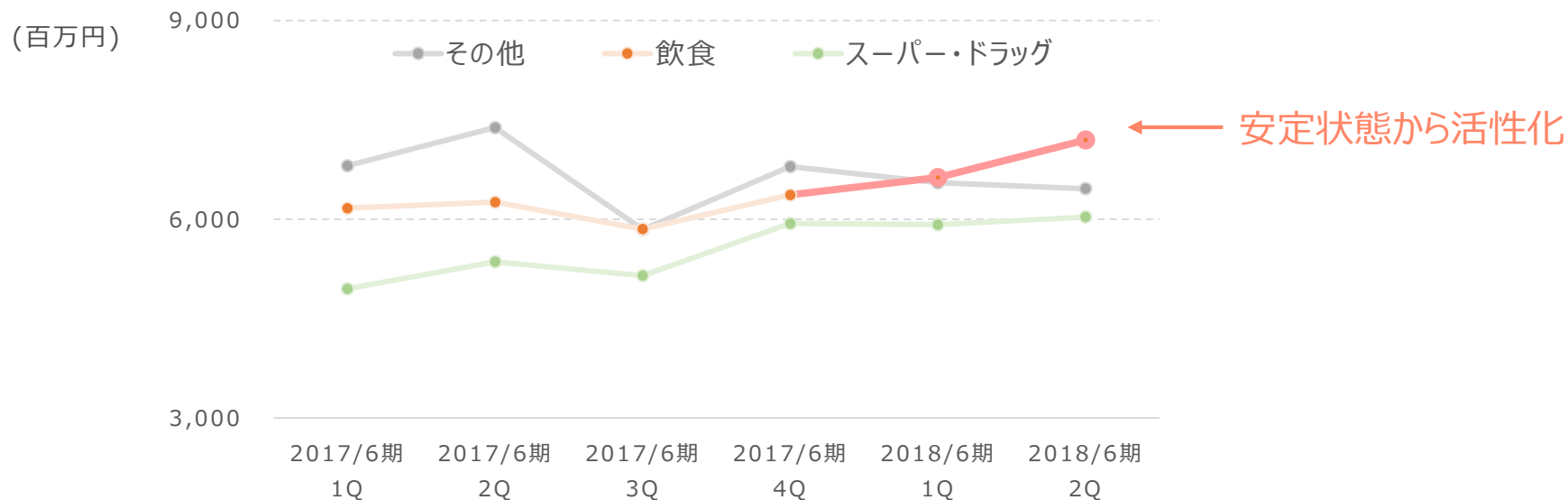
✓ スマホアプリ連携サービスがプリペ利用の活性化に効果を発揮

- ・飲食チェーンを中心に、プリペ決済、ポイントプログラム、ランキングサービス等をアプリに一体化したスマホ連動サービスが効果を発揮、他企業のニーズが拡大中

✓ ハウスプリペイドの新しい使い方が登場し、利用を押し上げ

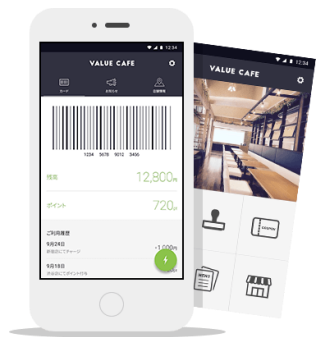
- ・上場企業では株主優待券の電子化にハウスプリペイドを活用する例が増加。同サービスへの対応向けの機能追加も実施中

<既存（導入3年以上）案件の取扱高>



【参考】追加ソリューション商品の拡充（ハウスプリペイド）

今期に予定していたソリューションの追加はそれぞれスタート済、もしくは近日開始予定で準備中ほか、市場ニーズに合わせて更なる追加ソリューションへの投資も検討中



モバイルプリペイド・CRM

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プリペイドの利用を促進

進捗

導入事例増加中
今後本格的な普及見込み



顧客分析ツール

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

進捗

大手顧客でも導入がスタート、
今後取扱高の拡大効果を期待



共同利用決済端末など

Point

既存のクレジット端末購入に相乗
りすることで導入コストを削減、
新規導入案件を増やす

進捗

クレジット端末、既存決済手段と
の連携サービスを今後リリース

単体P/L(2018年6月期第2四半期 累計期間実績)

連結業績との利益差分は主に海外拠点増強・設立に伴う費用増

前期比では一時費用(前期は上場関連費用)がなくなることで営業利益以下が増加

(百万円)

	① 2018年6月期 第2四半期 (実績)	② 2017年6月期 第2四半期 (実績)	前年同期比 (①÷②)	③ 2018年6月期 (通期予想)	進捗率 (①÷③)
売上高	964	890	108.2%	1,858	51.9%
(初期売上)	418	459	90.9%	835	50.1%
(システム利用料売上)	546	430	126.6%	1,062	51.4%
売上総利益	390	362	107.7%	1,063	36.7%
営業利益または営業損失	52	27	188.1%	139	37.5%
経常利益または経常損失	41	2	1642.4%	121	33.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益または四半期 純損失	26	7	340.0%	103	24.8%

2018年6月期の見通し

残り6ヶ月で2Q期間と同程度の利益を確保し、通期計画の達成を目指す

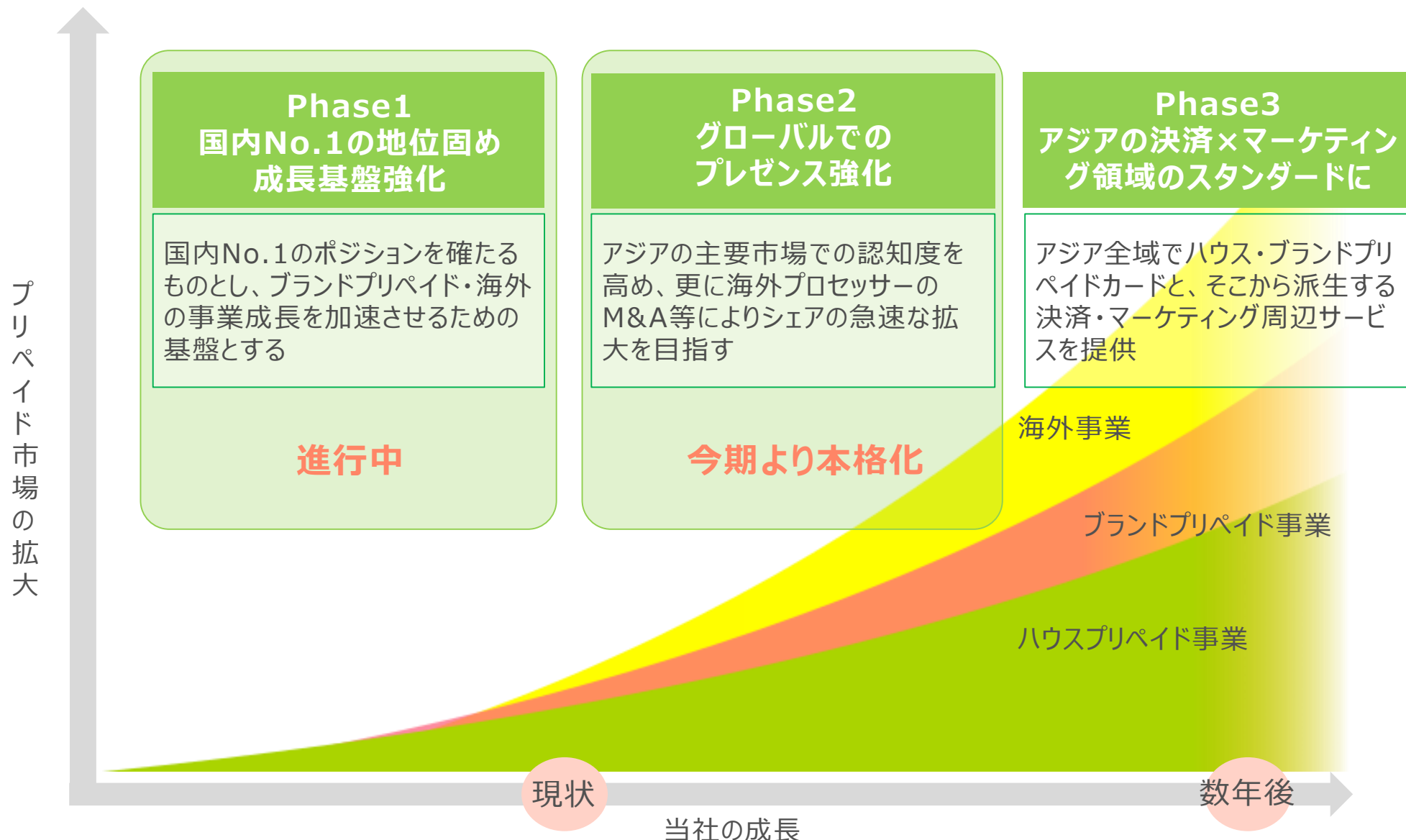
(百万円)

	2Q累計(達成率)	1Q期間実績	2Q期間実績	計画残
売上高	972 (51.2%)	410	562	925
営業利益または営業損失	5.9 (11.8%)	-30	36	44
経常利益または経常損失	1.6 (5.4%)	-32	34	28
親会社株主に帰属する 四半期純利益または四半期純損失	0.5 (3.3%)	-33	33	15

1. 2018年6月期第2四半期決算

2. 事業の進捗状況

中期経営ビジョンと進捗状況

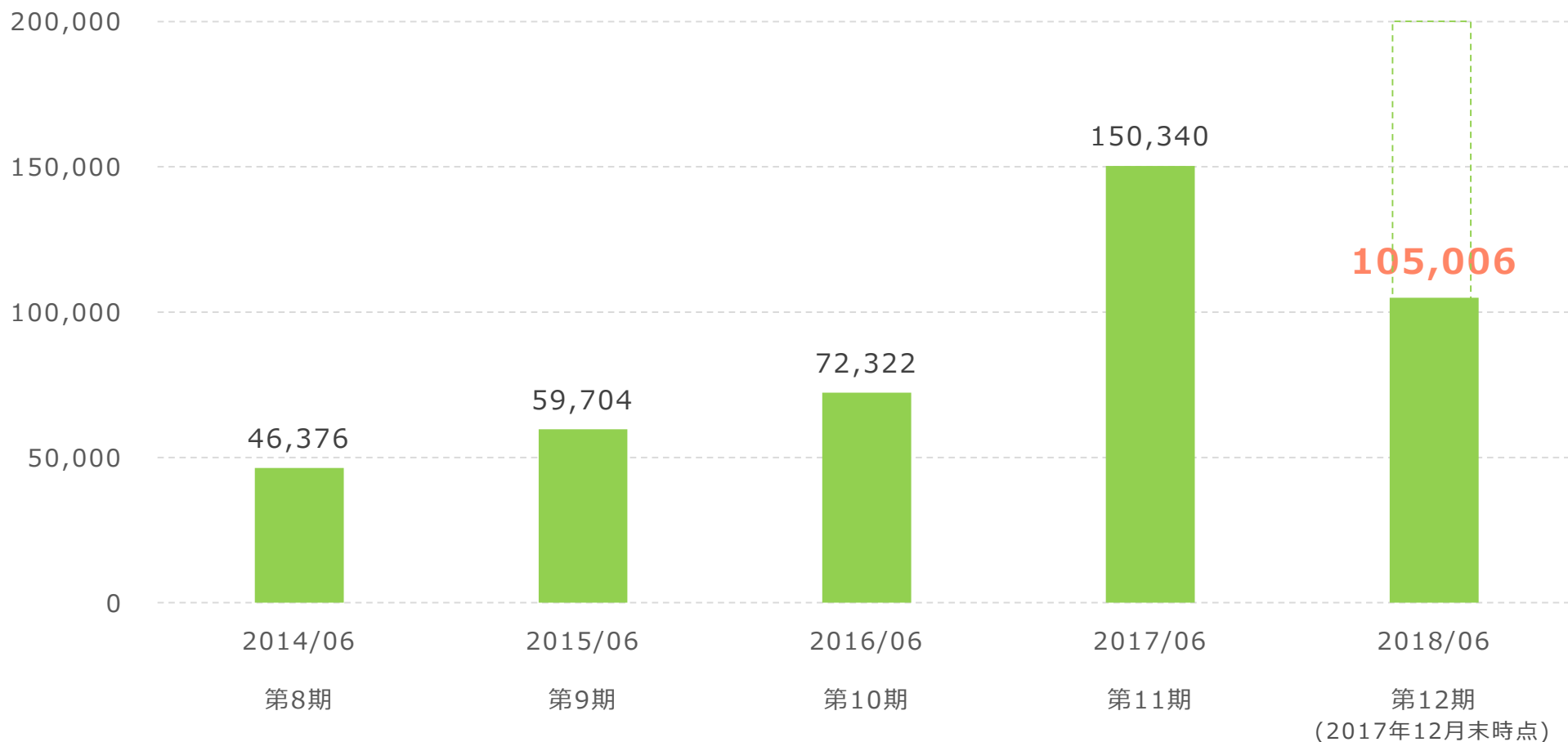


ハウスプリペイド事業の状況（取扱高）

引き続き大型スーパーマーケット・飲食チェーンなどの利用拡大により伸長、前年同期比152.0%
通期で2,000億円到達が視野に入る

<年間取扱高(=プリペイドチャージ額)の推移>

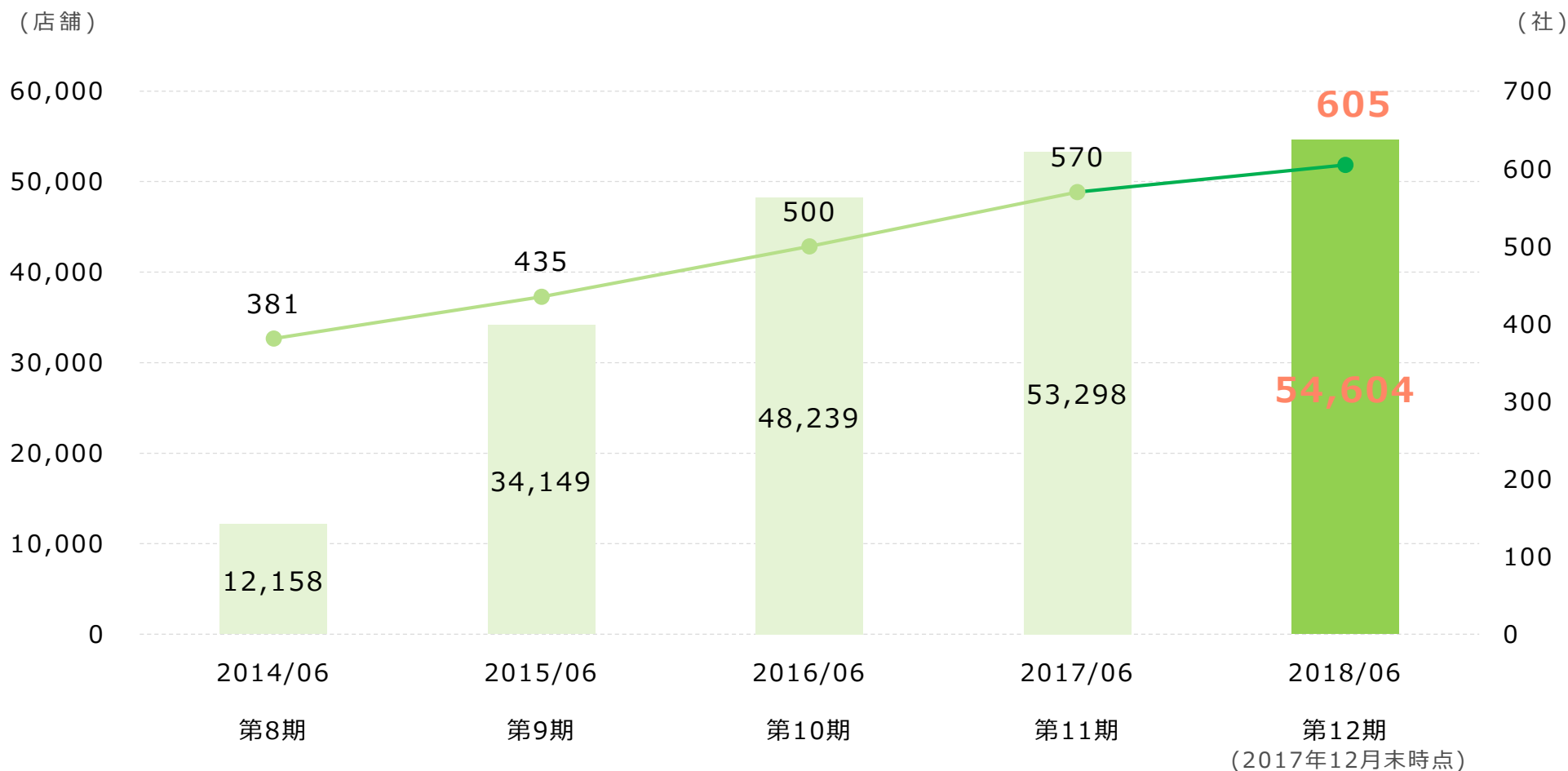
(百万円)



ハウスプリペイド事業の状況（店舗数・導入社数）

導入社数は600社突破。引き続き店舗数より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、落ち着き傾向

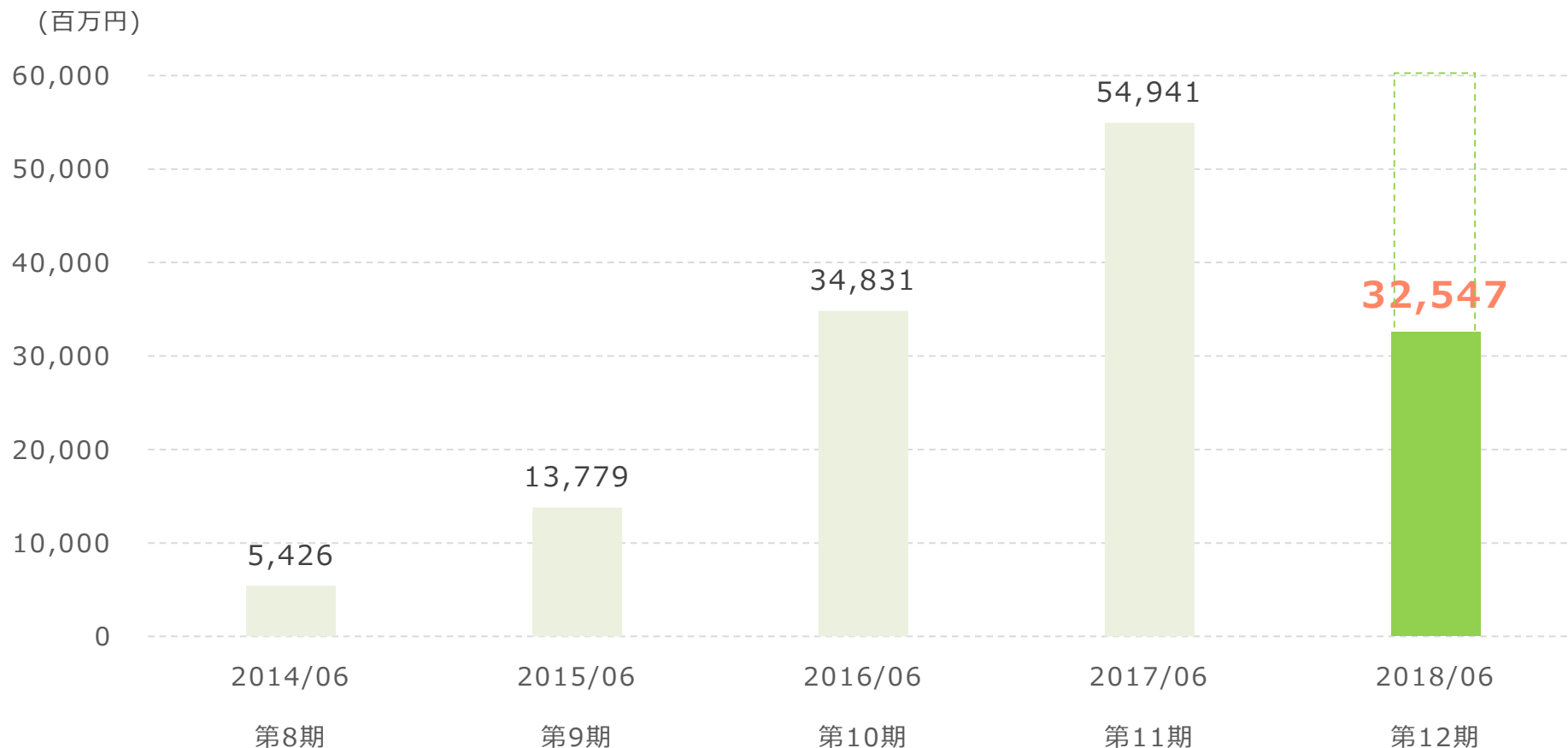
<累計導入店舗数の推移>



ブランドプリペイド事業の状況（取扱高）

主に既存サービスの入金・利用の伸びが好調、前年同期比では125.6%、12期通期では約600億円程度が予想される

<年間取扱高(=プリペイドチャージ額)の推移>



(2017年12月末時点)

海外展開の状況

東南アジアで大型（100店舗規模）の案件を受注、順次サービス開始。各国の運用状況をモニタリングしつつ、今後利用の本格化フェーズへ

タイ(9社導入)

- ・2017年12月 現地法人合併化(※)
- ・書店(500店舗規模) 案件の稼働準備中

韓国(3社導入)

- ・飲食中心
- ・2017年4月 Coffeebay(カフェ)稼働

マレーシア(未稼働)

- ・2017年12月 現地法人合併化(※)
- ・現地コンビニ(300店舗規模)受注

中国(12社導入)

- ・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

シンガポール(6社導入)

- ・2017年9月 現地法人合併化(※)
- ・政府系資本スーパー(130店舗規模)稼働。順次導入店舗拡大、利用本格化に取り組中

フィリピン(10社導入)

- ・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併会社化
(出資比率はバリューデザイン75%、ティーガイア25%)

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。