

---

# valuedesign

2018年6月期 決算説明会資料

---

2018年8月23日  
株式会社バリューデザイン

1. 2018年6月期 決算報告

2. 事業の進捗状況

3. 2019年6月期の業績見通しと今後の方針

## 主要指標・業績とも順調に推移、期初予測値をクリアし黒字復帰

連結売上高 **2,053** 百万円 (前期比 +18.2%、計画比 +8.2%)

連結営業利益 **79** 百万円 (前期比 +91百万円、計画比 +58.0%)

## 2018年6月期 通期トピックス

### ① 既存の高稼働案件は引き続き順調に取扱高が伸長

- ・スーパーマーケット・ドラッグストア等の案件が引き続き好調、**システム利用料売上は前期比26.0%増**と順調。売上比率も計画通りの水準を達成し、損益構造が良化

### ② 飲食チェーン等で、新たなサービススキームによる利用が拡大

- ・スマホアプリ連携や株主優待券の電子化(プリペ化)等、新たなサービスが効果を発揮し売上貢献につながったほか、新たな業態での導入も広がる

### ③ 海外事業は体制を強化し、拡大の素地を作る

- ・現地法人の追加設立及び業務資本提携にて営業体制を強化。**各国で数百店舗規模の案件を獲得し**、今後の成長に向けた基盤を構築

1. 2018年6月期 決算報告

2. 事業の進捗状況

3. 2019年6月期の業績見通しと今後の方針

# 連結P/L(2018年6月期 累計期間実績)

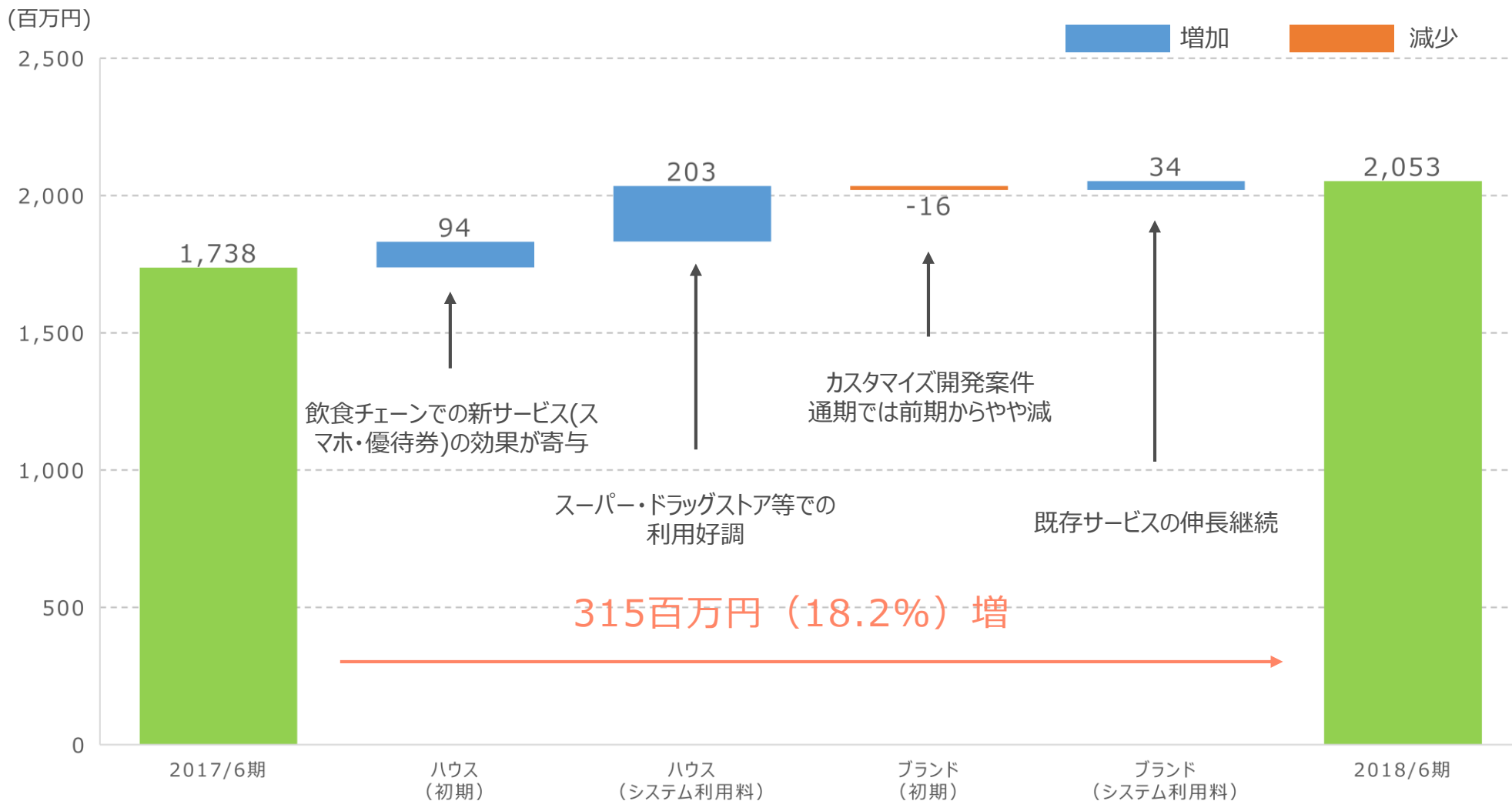
通期を通して、システム利用料の増加による粗利の良化、及び販管費の落ち着きにより損益構造が良化

(百万円)

	① 2018年6月期 (実績)	② 2017年6月期 (実績)	前年同期比 (①÷②)	③ 2018年6月期 (通期予想)	達成率 (①÷③)
売上高	<b>2,053</b>	1,738	118.2%	1,897	108.2%
(初期売上)	<b>904</b>	826	109.5%	805	112.3%
(システム利用料売上)	<b>1,149</b>	912	126.0%	1,092	105.2%
営業利益または営業損失	<b>79</b>	▲12	+91百万円	50	158.0%
経常利益または経常損失	<b>64</b>	▲44	+108百万円	30	213.3%
親会社株主に帰属する純利益または純損失	<b>33</b>	▲87	+120百万円	29	113.8%

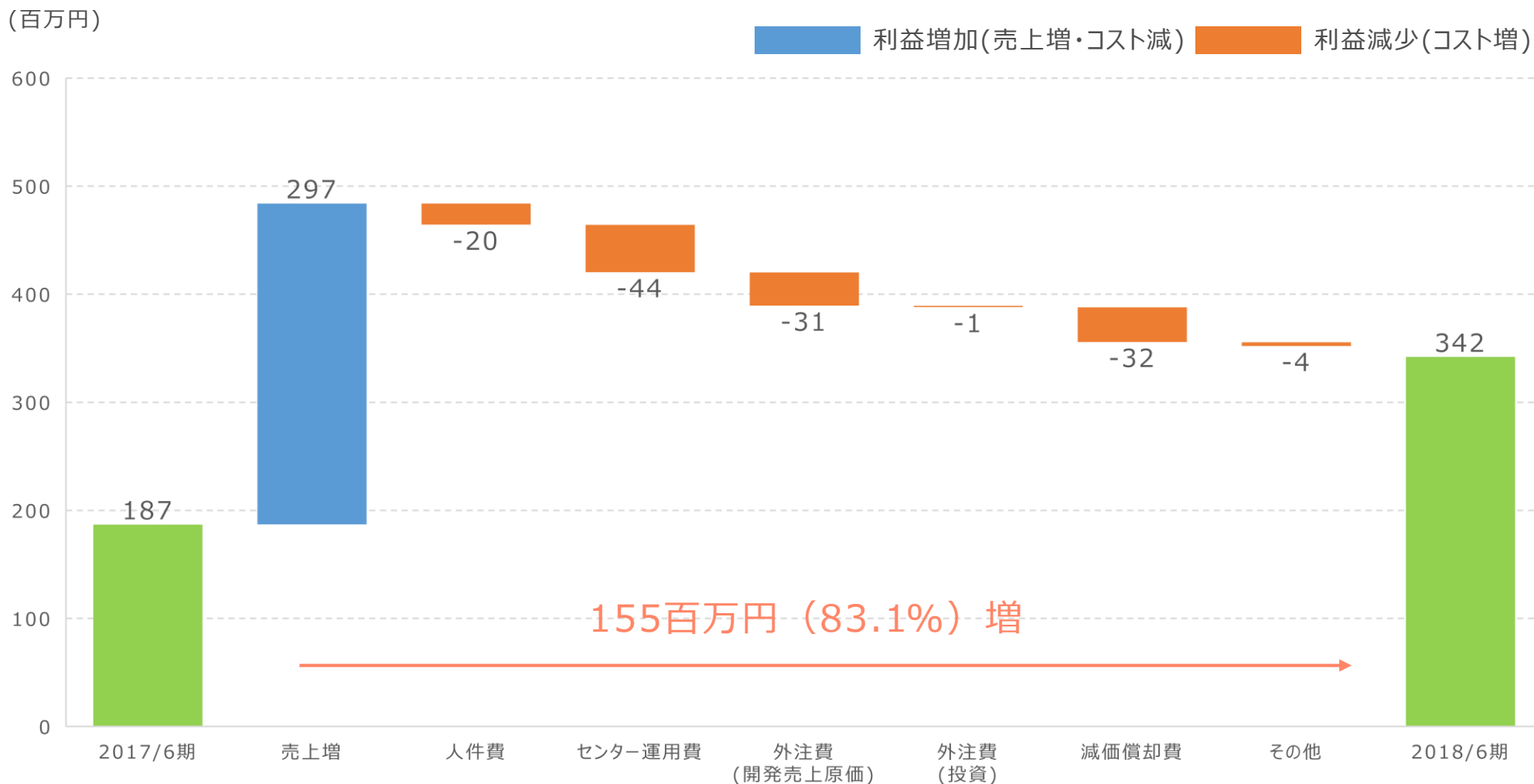
# 連結売上高の増減要因

ハウスプリペイド・ブランドプリペイド事業ともにシステム利用料売上は25%前後の成長と順調



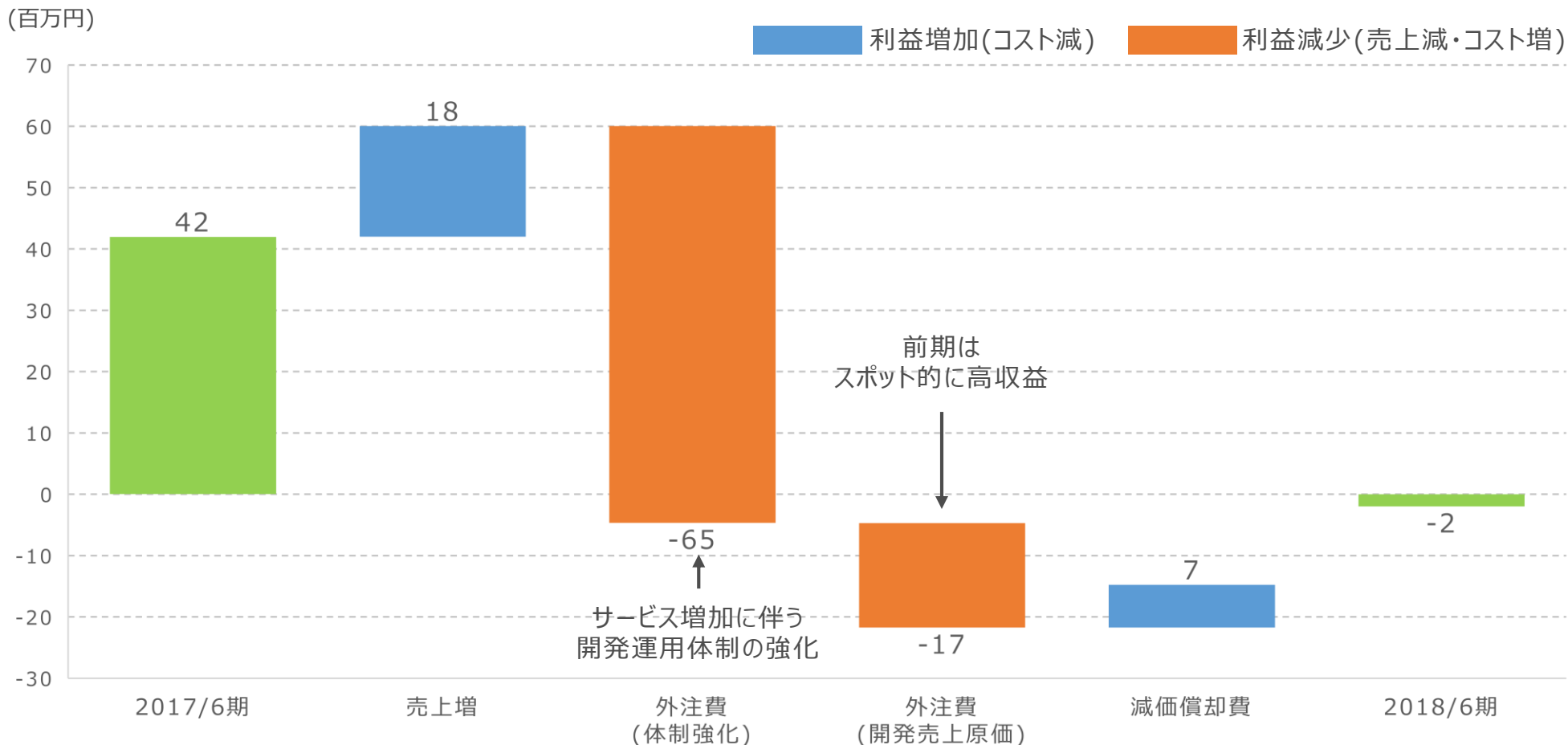
# セグメント営業利益の増減要因（ハウスプリペイド）

粗利率の高いシステム利用料の増加(前期比+26.8%)に加え、コスト上昇は概ね計画通りに抑制したことで(販管費前期比+11.9%)、セグメント利益はほぼ倍増



# セグメント営業利益の増減要因（ブランドプリペイド）

下期の新サービス導入に併せて体制を強化したことで外注費が増加。既存サービスと併せ今後システム手数料拡大にて回収を目指す



44百万円減



1. 2018年6月期 決算報告

2. 事業の進捗状況

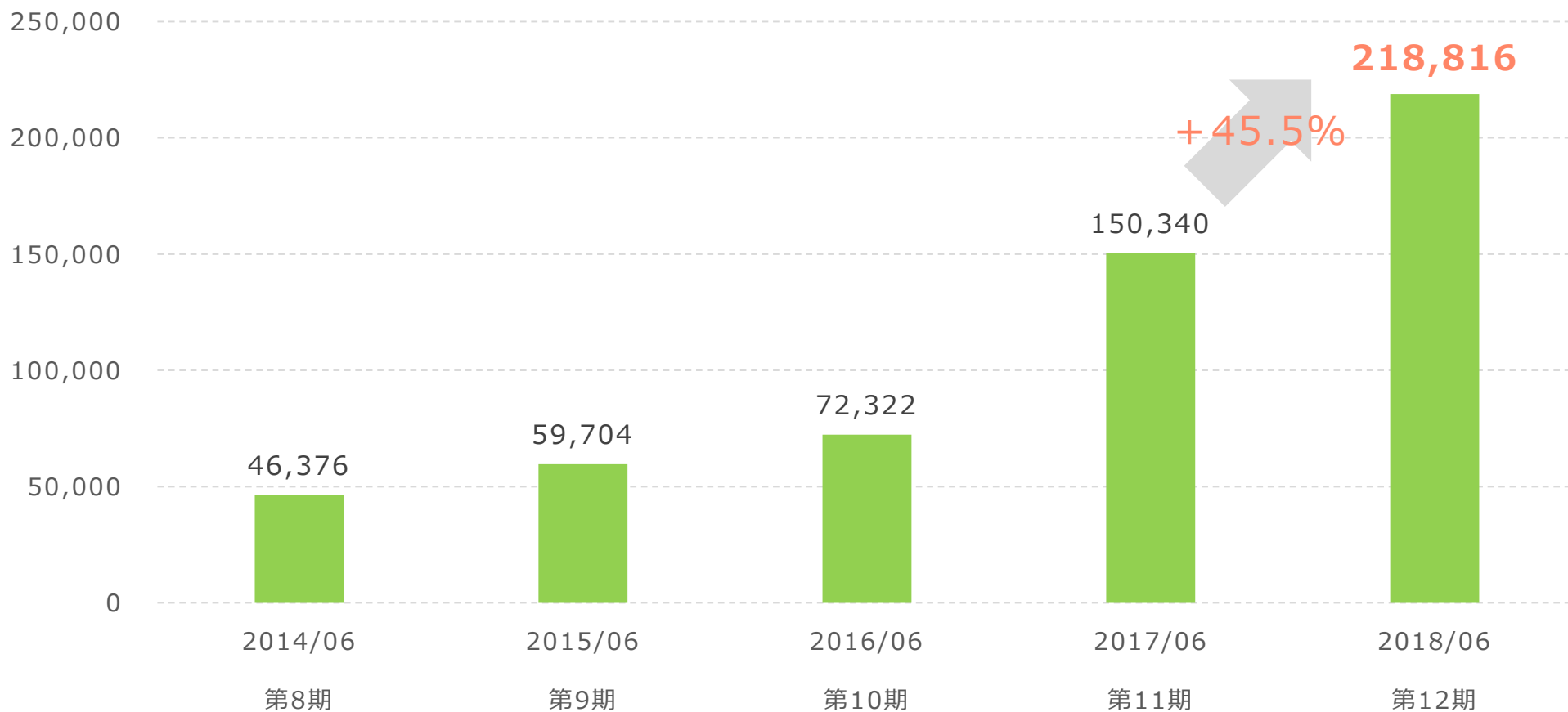
3. 2019年6月期の業績見通しと今後の方針

# 主要指標の推移(ハウスプリペイド事業-取扱高)

前期比45%増。大型スーパーマーケットの利用本格化が集中した前期に比しては成長ペースは緩やか

<年間取扱高(=プリペイドチャージ額)の推移>

(百万円)



+45.5%

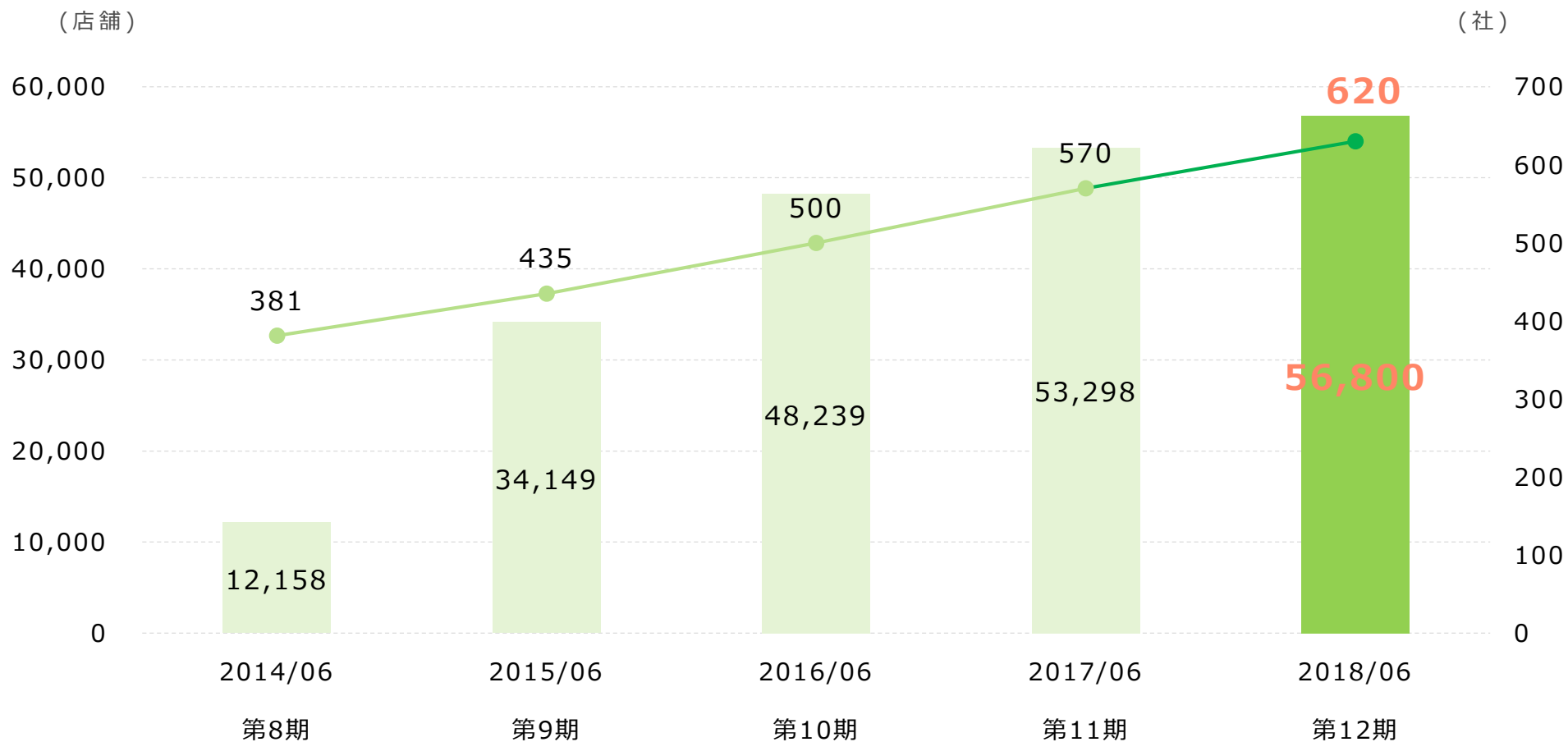
218,816

(2018年6月末時点)

# 主要指標の推移(ハウスプリペイド事業-店舗数)

導入社数600社を突破。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

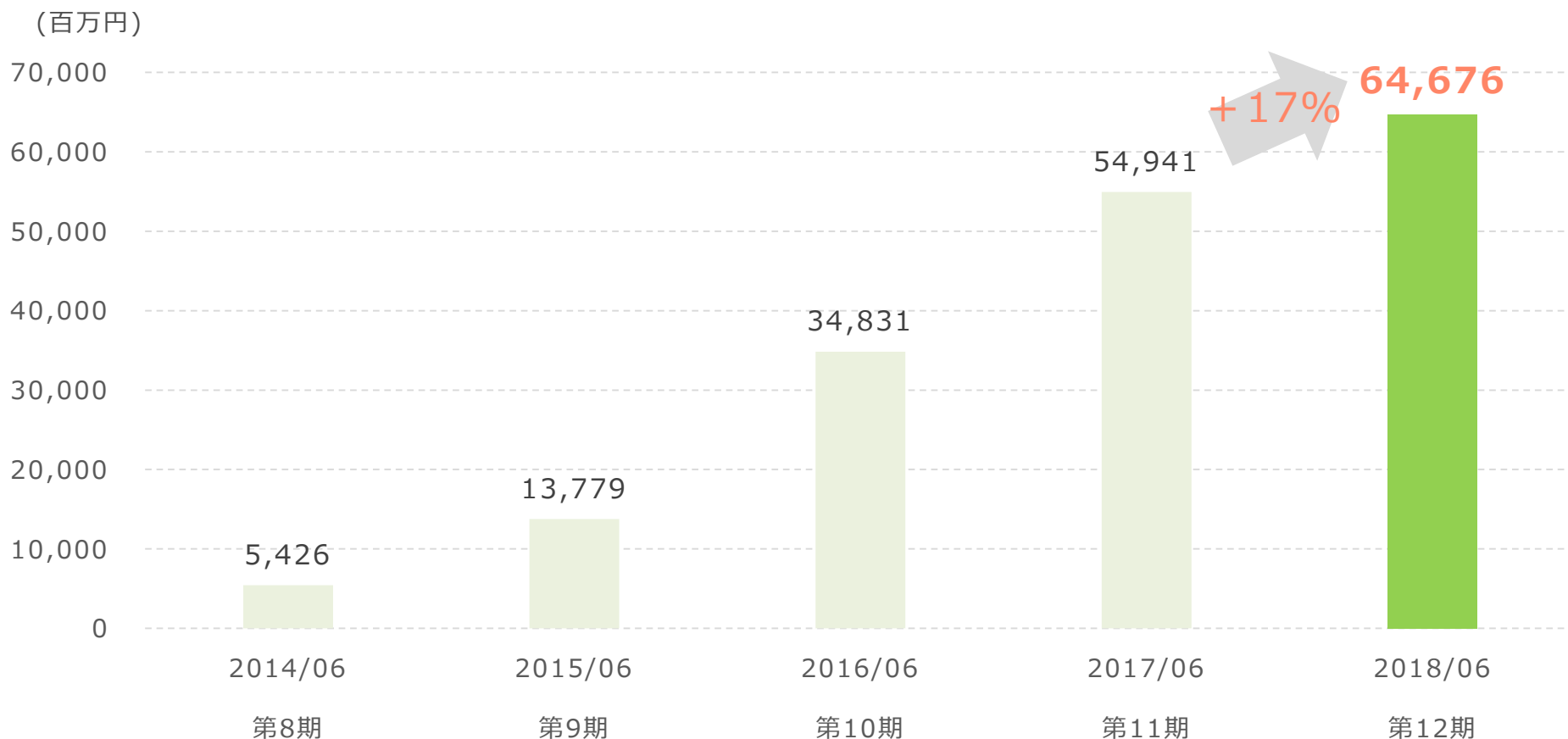
<累計導入店舗数の推移>



# 主要指標の推移(ブランドプリペイド事業-取扱高)

既存案件は引き続き好調を維持し、継続的に成長。前期に比した増加ペースはやや落ち着き傾向

<年間取扱高(=プリペイドチャージ額)の推移>



1. 2018年6月期 決算報告

2. 事業の進捗状況

3. 2019年6月期の業績見通しと今後の方針

# 2019年6月期 連結業績予想

国内の市場環境の変化、海外事業の進捗状況を大きな成長機会と捉え、向う3年程度の投資計画を前倒し、約3億円のシステム・人材他投資費用を計上見込み

連結

単体

(百万円)	連結			単体		
	2019年 6月期予想	2018年 6月期実績	前期比	2019年 6月期予想	2018年 6月期実績	前期比
売上高	<b>2,123</b>	2,053	103.4%	<b>2,064</b>	2,029	101.7%
(初期売上)	<b>819</b>	904	90.6%	<b>800</b>	886	90.9%
(システム利用料売上)	<b>1,304</b>	1,149	113.5%	<b>1,265</b>	1,143	110.6%
営業利益または営業損失	<b>▲197</b>	79	▲276百 万円	<b>▲30</b>	171	▲201百 万円
経常利益または経常損失	<b>▲210</b>	64	▲274百 万円	<b>▲42</b>	147	▲189百 万円
親会社株主に帰属する 純利益または純損失	<b>▲172</b>	33	▲205百 万円	<b>▲43</b>	89	▲134百 万円

# 2019年6月期 投資イメージ

## 【その他戦略施策】

- ✓ 海外大型案件の活性化の為の販促支援金
- ✓ アジア圏でのM&Aの準備と実行

## 【内部機能の強化】

- ✓ 人員増加に伴うオフィス拡張（移転）

## 【新サービス向け投資】

- ✓ 各種決済サービスとの連携
- ✓ チャージチャネルの拡充
- ✓ CRM機能の追加
- ✓ ハウス専用端末の次世代化

## 【運用効率向上・コストダウン】

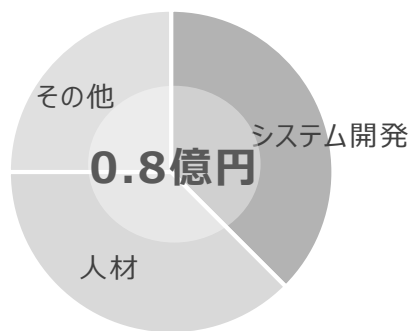
- ✓ インフラ環境の仮想化
- ✓ センターセキュリティの強化

## 【人員増】

- ✓ 営業部隊を中心に、例年の2-3倍程度の人員を採用

## 【社員教育】

- ✓ 新サービスの拡販に向けた、人員の教育・研修



2018/6期

2019/6期

(※) 損益計算書上の原価・販管費のうち、上記施策によって増加する見込みの分の総額

## 1. キャッシュレス決済の急拡大の兆し

- ① 新たなキャッシュレス決済を活用した、ハウス電子マネーの取扱高向上
- ② 関連する新サービスの提供による収益力向上
- ③ キャッシュレス決済の普及により、より効率の良い営業戦略へアップデート



# 1. キャッシュレス決済の急拡大の兆し - キャッシュレスビジョンと市場動向

## 未来投資戦略2017 / キャッシュレス・ビジョン

2025年までにキャッシュレス決済比率を40%へ引き上げ、将来は世界最高水準の80%を目指す  
(施策例)

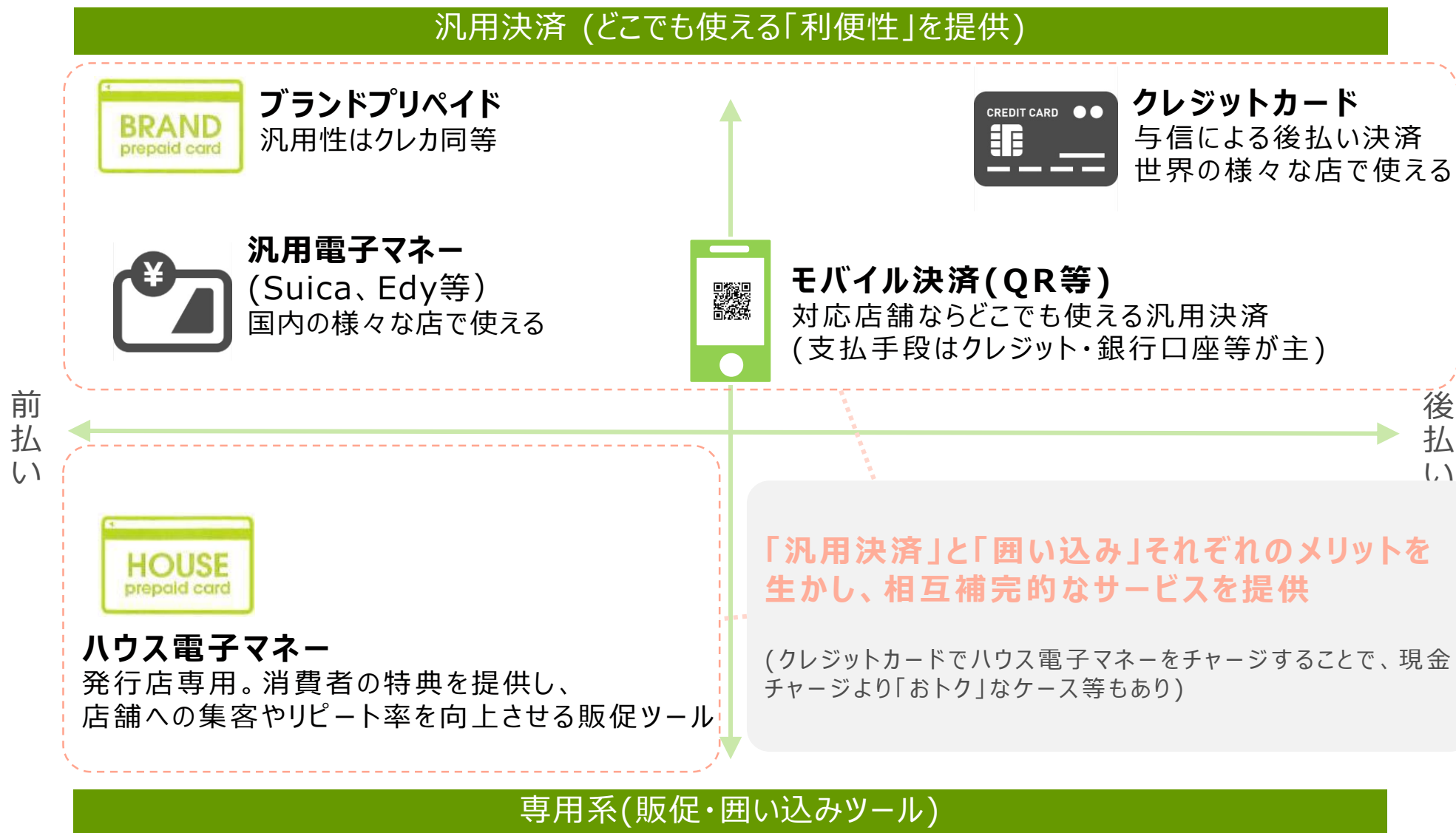
- ・加盟店手数料の改善に向けた、低コストの決済サービス創出
- ・キャッシュレス決済における技術的仕様やデータの標準化
- ・金融機関におけるオープンAPIの導入
- ・キャッシュレス決済導入に対する税制面の優遇措置



## 市場動向

- ・金融機関や大手非決済事業者による、少額決済サービスへの参入
- ・低コストな決済サービスへの需要、税優遇などを足掛かりにモバイル決済サービスが大きく普及
- ・決済事業者間の競争激化と、キャッシュレス決済に対する更なる付加価値の需要

# 1. キャッシュレス決済の急拡大の兆し - 主要キャッシュレス決済サービスの整理

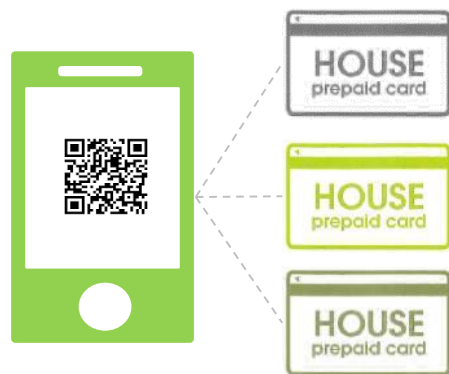


# 1. キャッシュレス決済の急拡大の兆し - 施策①・②（モバイル決済との連携）

キャッシュレスを大きく牽引すると目されるモバイル決済との連携では、以下3点を想定  
先ず当社導入先におけるハウス電子マネー利用の更なる活性化と、新たな収益スキームの構築を企図

① 新たなキャッシュレス決済を活用した、ハウス電子マネーの取扱高向上

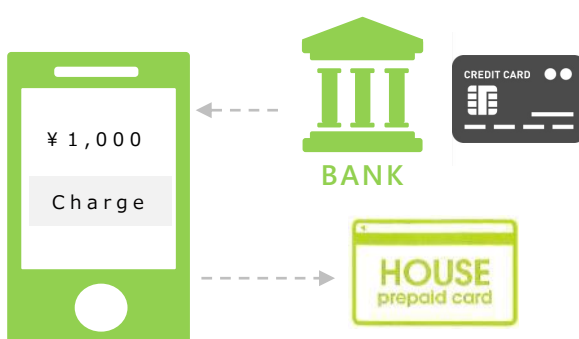
② 関連する新サービスの提供による収益力向上



## ハウスカードのデジタル化 + 紐づけ

高リピート率の店はハウス電子マネー、  
他はモバイル決済等の使い分けが可能

利用者メリットの高さと利便性  
を両立し、利用額UP



## 決済アプリ上でのチャージ

モバイル決済用に紐づけた口座やク  
レカからハウス電子マネーをチャージ

チャージの利便性を高め、入金額UP  
(現状でもWebでのクレカチャージ率  
50%以上の事例もあり)



## モバイル決済の接続サポート

当社既存導入先への、  
各種モバイル決済の導入支援

追加サービスとして  
付加価値を提供

# 1. キャッシュレス決済の急拡大の兆し - 施策③ 営業戦略のアップデート

従来の販売パートナー（代理店）の提携強化の他、キャッシュレス化に伴う各種動向に対応することでアプローチ可能範囲を大幅に拡大、増員した営業人員で「面」を押さえる

## モバイル決済普及による開拓余地

決済端末（スマホ・タブレット等）を共有することでモバイル決済導入店舗も、端末・カードの負担なくハウス電子マネーを導入可能に

現在の  
アプローチ範囲

## 既存決済デバイスへの対応推進

チャージ機、券売機など既存の各種決済デバイスとの機能連携、対応企業への導入

## 金融機関等との連携による開拓余地

API連携による銀行口座からのチャージ等などのサービス連携、それに基づく顧客開拓

現状  
6万店舗

10万店舗  
以上に拡大

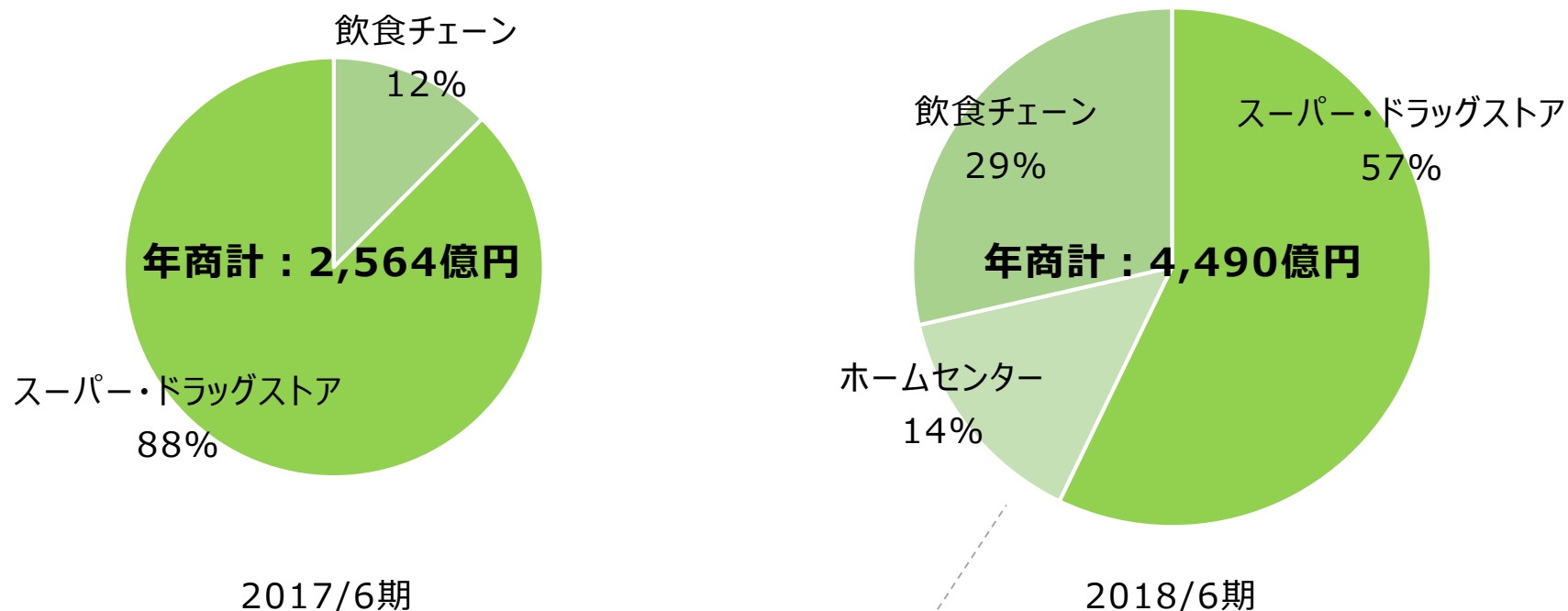
## 2. ハウス電子マネー普及の本格化

- ① 導入成功事例の認知が進み、「様子見」状態だった企業の導入意欲が顕在化
- ② 成功企業においては、更に効果を高めるサービスのニーズが高まる

## 2. ハウス電子マネー普及の本格化 - 施策①加速する需要増への対応

成功事例を受け、同業態のスーパー・飲食企業のほか、過去事例のない業態の飲食チェーンやホームセンターなどの中～大型案件の引合いが増加しており、人員増強にて需要に対応

新規受注案件の業態別割合・受注顧客の年商合計  
(企業規模：年商100億円以上)



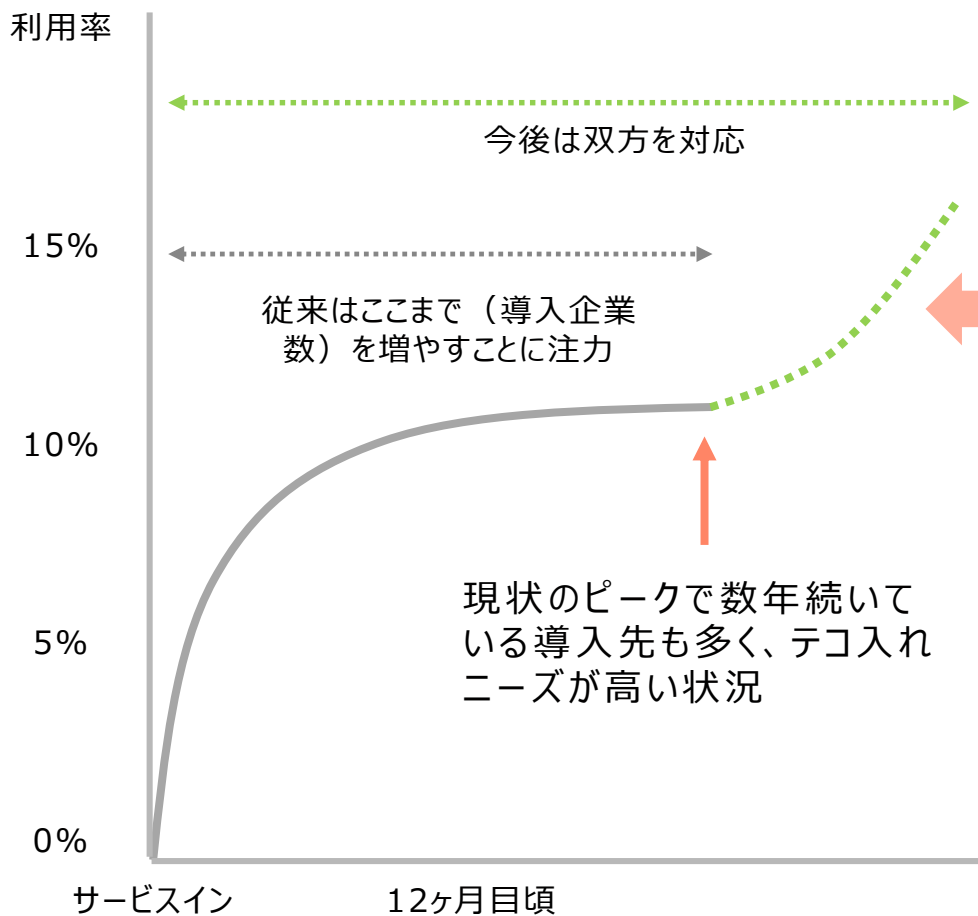
更なる業態の多様化や、過去アプローチ済みも慎重検討であった企業の積極化による引合いが増加中

## 2. ハウス電子マネー普及の本格化 – 施策②導入効果をも高める施策の展開

主力業態（飲食、スーパー・ドラッグストア）における現状のハウス電子マネー利用率は7～10%程度  
ピーク状態の顧客ニーズに応じたソリューションを開発・拡販し、5～10%の底上げを図る

導入後の標準的な取扱高の成長モデル

施策（投資ポイント）



### モバイル対応(決済手段の拡張)対応

QR・バーコードなどの決済手段への対応

### データ分析機能の強化

チャージ頻度・金額・購買履歴等に基づくセグメンテーション

### モバイル対応(顧客コミュニケーション機能)

分析結果に基づくセグメント別のキャンペーン情報やクーポン配信など

### その他追加ソリューション

ギフトカードモールでの販売、ギフト、株主優待券電子化等の提案

## 3. 海外事業拡大の土台の構築

- ① 営業体制強化・M&Aで獲得したフラッグシップ案件の活性化
- ② 海外成功事例の構築と横展開



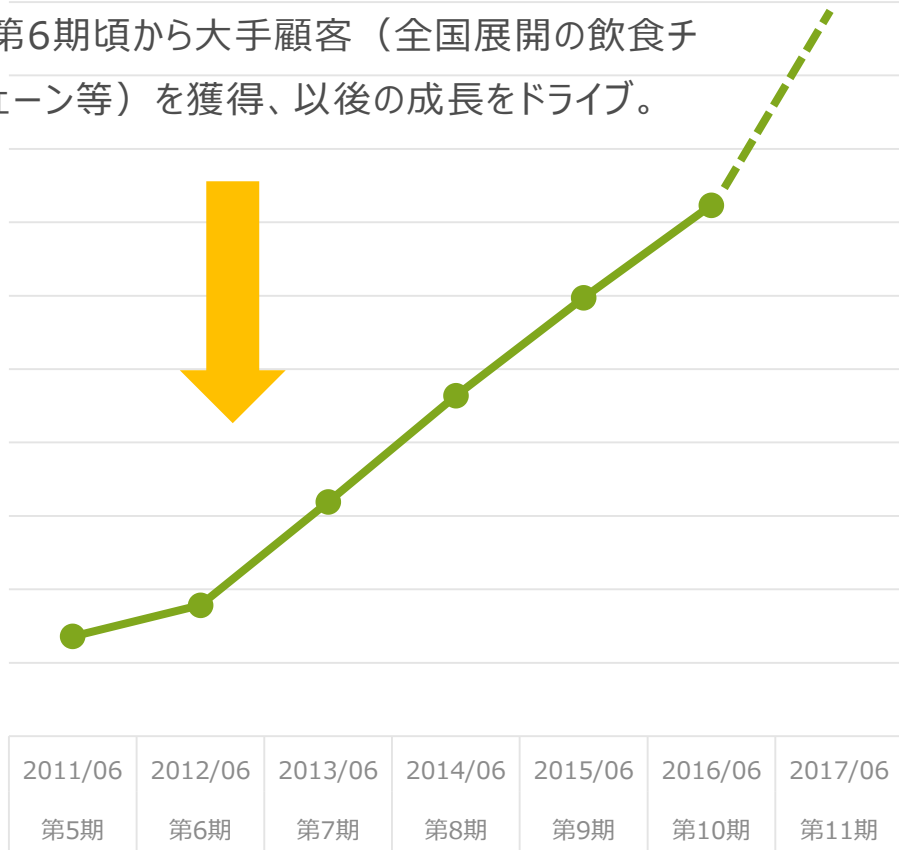
# 海外営業戦略進捗の機会（海外の営業戦略） ※11期資料再掲

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

※POS改修長期化の影響により、本内容開示時見込みより遅延(但しその後、他展開国でも同等の大型案件確保)

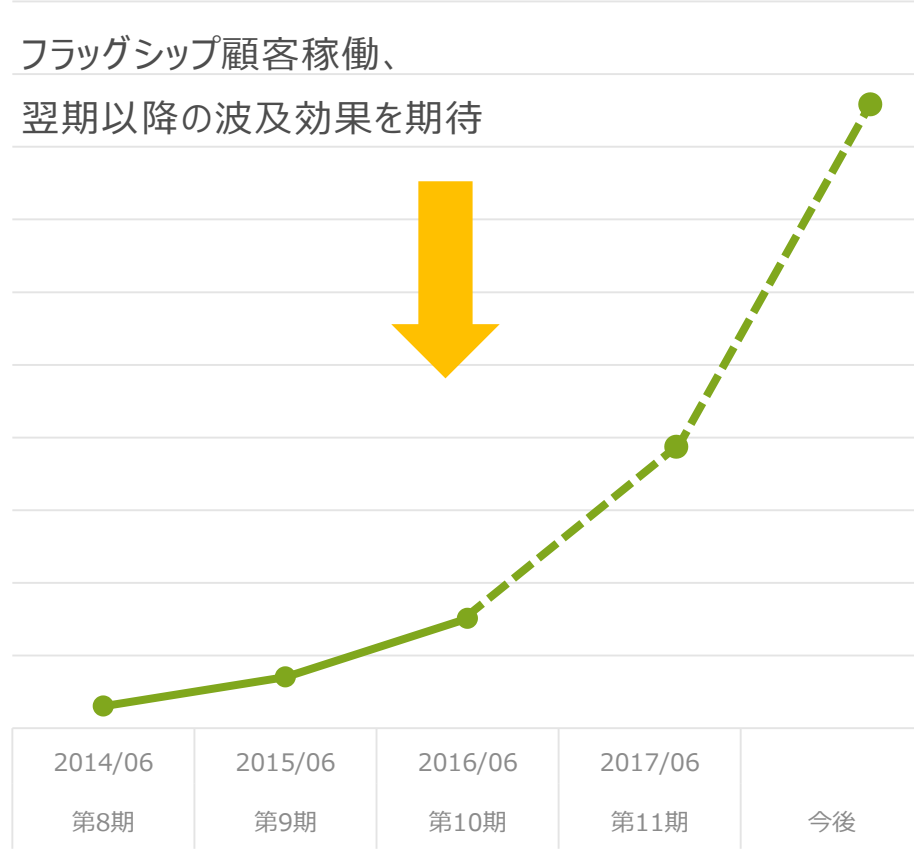
## 国内ハウス事業の取扱高成長実績

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

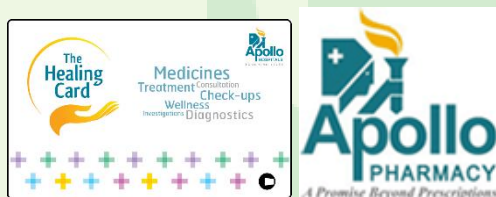
フラッグシップ顧客稼働、翌期以降の波及効果を期待



### 3. 海外事業拡大の土台の構築 施策①・②フラッグシップ案件の活性化と横展開

各国とも最大の課題である大型顧客の確保が完了。今後は販促費を投資し稼働率の高い自己利用型ハウス電子マネーの普及に努め収益化を図りつつ、更なるM&A機会も検討

インド



(インド最大のドラッグストア)

3375店舗



536店舗



509店舗

タイ



(タイ最大級の書店)

396店舗

マレーシア



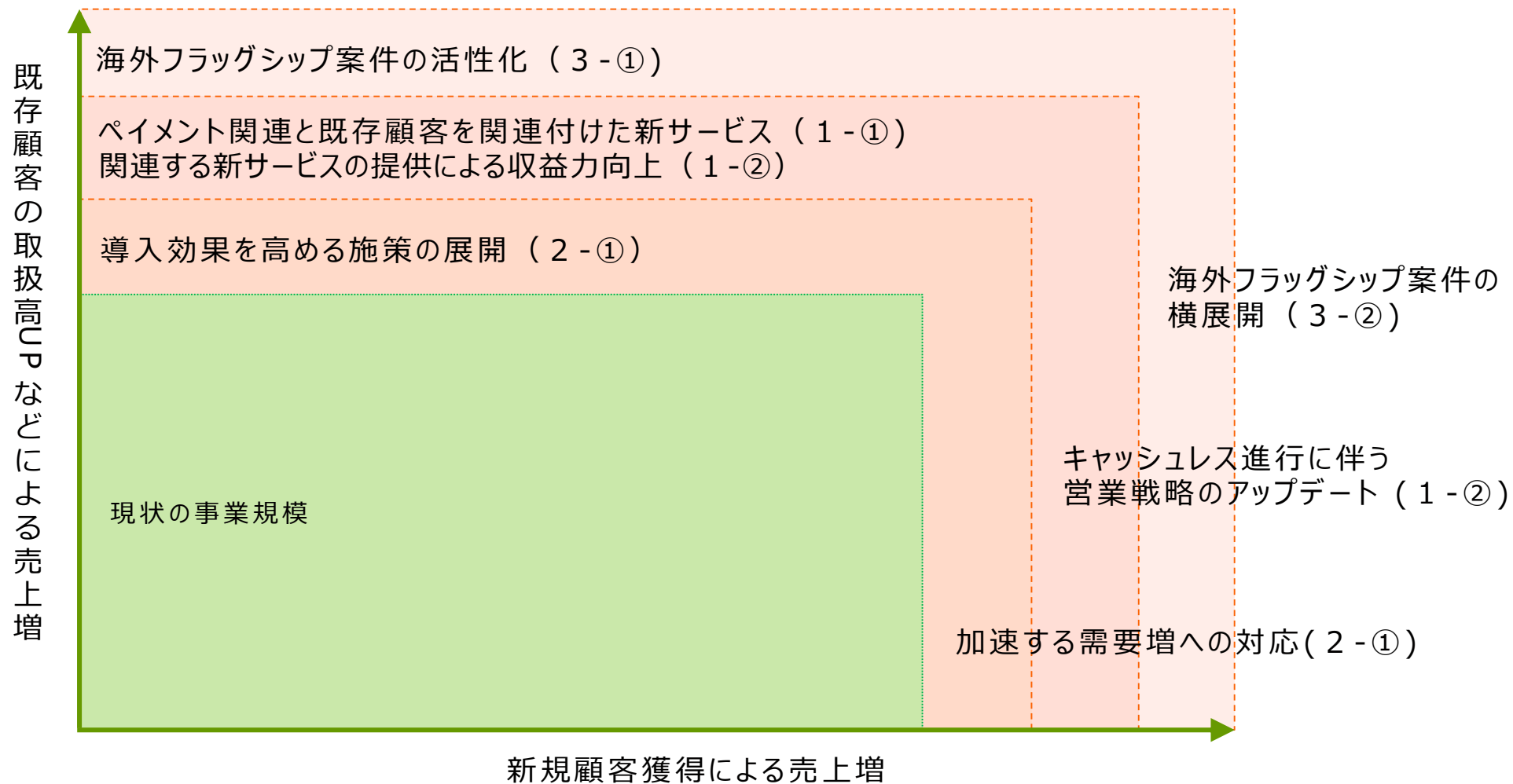
(大手コンビニ)

400店舗

シンガポール  
最大手スーパー  
130店舗

# まとめ（各種施策による事業拡大イメージ）

ハウス電子マネー本格普及・キャッシュレス急伸・海外展開の加速を背景に、当社収益のドライバーである取扱高UP、新規顧客獲得に向けた施策に投資



# 当面の見通し（～2021/6期）

翌期の黒字への回復、翌々期には営業利益ベースでの最高益更新を目指す

## 業績目標

## 見通し・事業の状況

2019/6期  
(第13期)

売上 21億円  
営業利益 ▲2億円

- ✓ 投資による必要リソースの確保（商品/システム・人員・パートナー等）を完了

2020/6期  
(第14期)

売上 23-24億円規模  
営業利益 黒字転換  
12期程度の水準を目安

- ✓ 12期後半受注案件は準備期間が長く、14期に通期寄与見込み
- ✓ その収益を中心に、投資による固定費増分を吸収

2021/6期  
(第15期)

売上 30億円規模  
営業利益 過去最高益  
以上の水準を目標

- ✓ 13期の投資効果をフルに寄与させ、導入店舗数8万店舗以上を目指す
- ✓ コスト比率を12期水準に安定させ、以後継続的な収益成長を図る

# 今後の成長イメージ

## 新規事業

国内・海外で増加させた店舗ネットワーク(顧客基盤)を活用し、将来的に新たな決済・販促サービスを展開

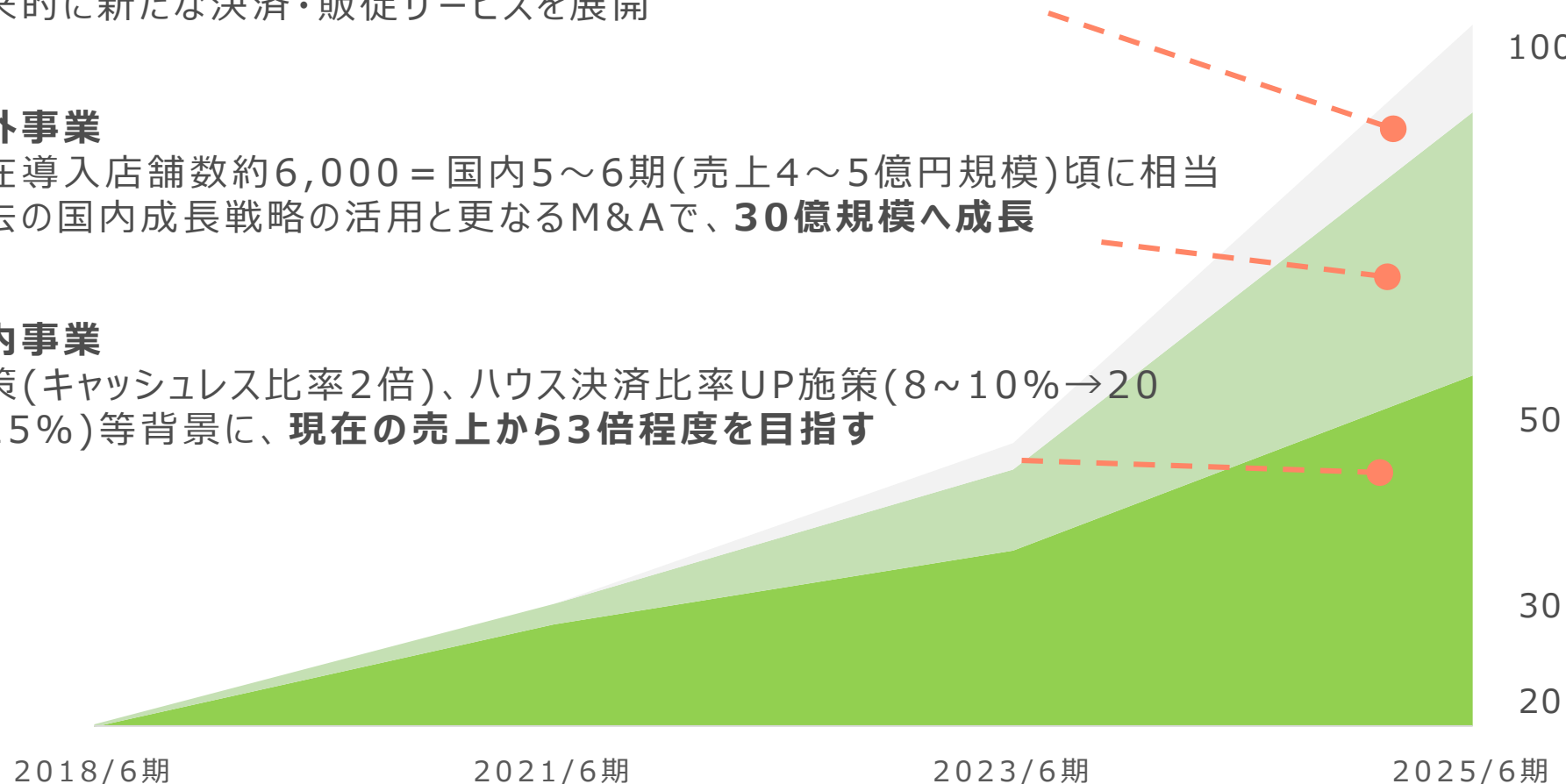
## 海外事業

現在導入店舗数約6,000 = 国内5~6期(売上4~5億円規模)頃に相当  
過去の国内成長戦略の活用と更なるM&Aで、**30億規模へ成長**

## 国内事業

国策(キャッシュレス比率2倍)、ハウス決済比率UP施策(8~10%→20~25%)等背景に、**現在の売上から3倍程度を目指す**

売上目標  
(億円)



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。