
valuedesign

2019年6月期 第2四半期

決算説明資料

2019年2月13日
株式会社バリューデザイン

1. 2019年6月期第2四半期 決算報告

2. 事業の進捗状況

システム利用料増収し黒字で着地。進捗は概ね想定通り。

連結売上高： **1,029** 百万円 前期比+5.9%／通期予測 2,123百万円（据置）

連結営業利益： **30** 百万円 前期比+25百万円／通期予測： ▲197百万円（据置）

■ 2019年6月期 2Qトピックス

①システム利用料は前年比21%増、引き続き国内既存案件が好調

- ・飲食、スーパー、ディスカウントストア等の既存案件好調、ハウスプリペイドは2018年12月に月間取扱高300億円、システム利用料売上1億円に到達。（ともに単月の記録更新）

②投資は予定通り実行中。費用計上は下期に集中の為業績予想は据え置き

- ・投資案件は2Qから本格的に実施中。キャッシュレス決済サービスとの連携機能の開発など実施中。採用はIT人材を中心に若干遅延も通期では計画通り完了見込み。
- ・費用計上は3-4Qに集中するため、通期業績予想（営業損失197百万円）は据え置き。

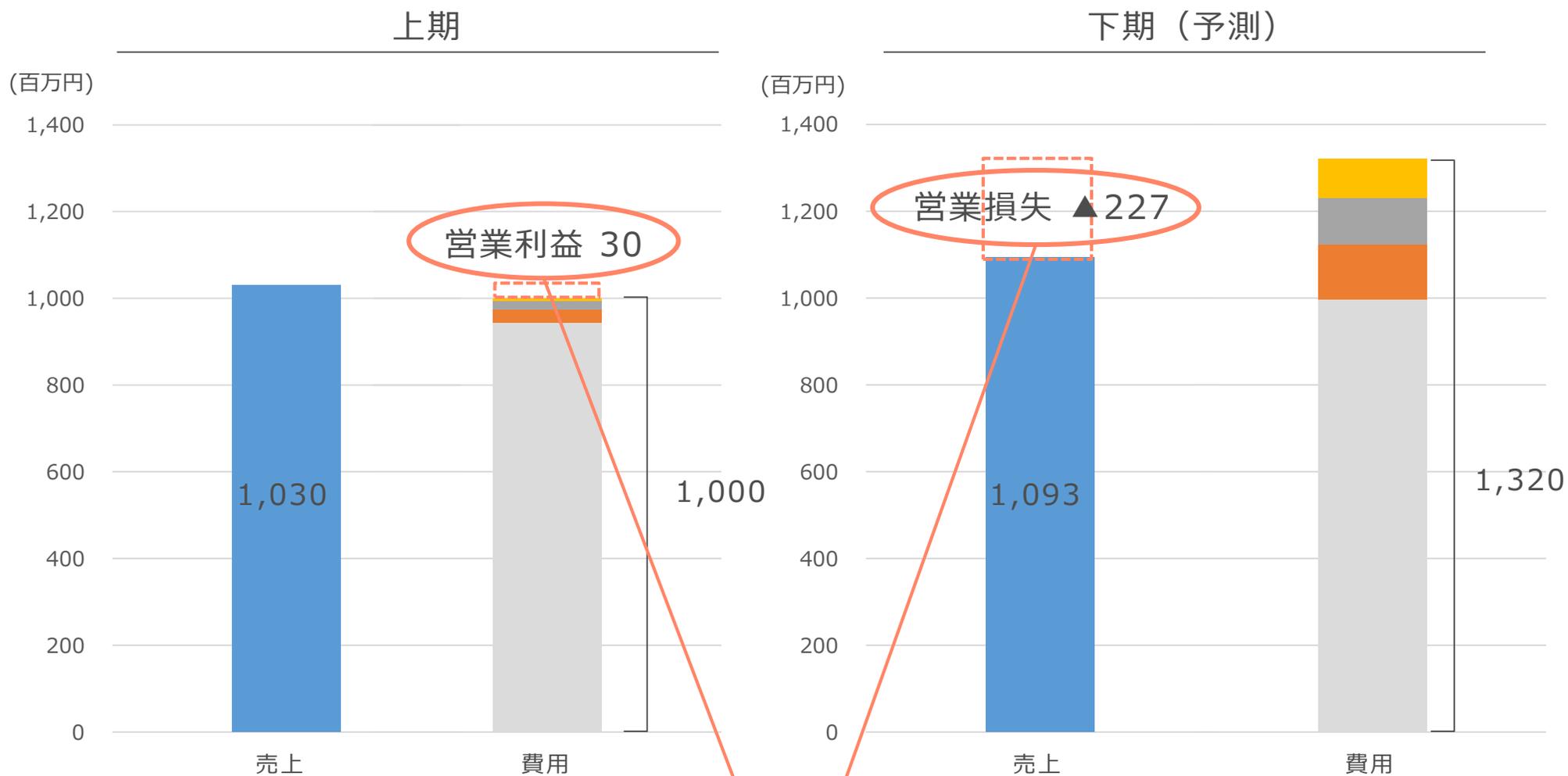
連結P/L(2019年6月期 2Q実績)

全項目概ね想定通りの進捗。初期売上は新規メンバーの教育、来期以降収益案件の開拓などの「種蒔き」に営業リソースを割いているため、前期比で減少。(計画通り)

(百万円)

	① 2019年6月期 2Q (実績)	② 2018年6月期 2Q (実績)	前年同期比 (①÷②)	③ 2019年6月期 (通期予想)	進捗率 (①÷③)
売上高	1,029	971	105.9%	2,123	48.5%
(初期売上)	370	426	86.8%	819	45.2%
(システム利用料売上)	659	545	120.9%	1,304	50.6%
売上総利益	477	390	122.2%	763	62.5%
営業利益または営業損失	30	5	+25百万円	▲197	-
経常利益または経常損失	22	1	+21百万円	▲210	-
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	15	0	+15百万円	▲178	-

【補足】通期業績の推移イメージ



通期営業損失予測 : ▲197

経常費用

採用

システム開発

その他投資

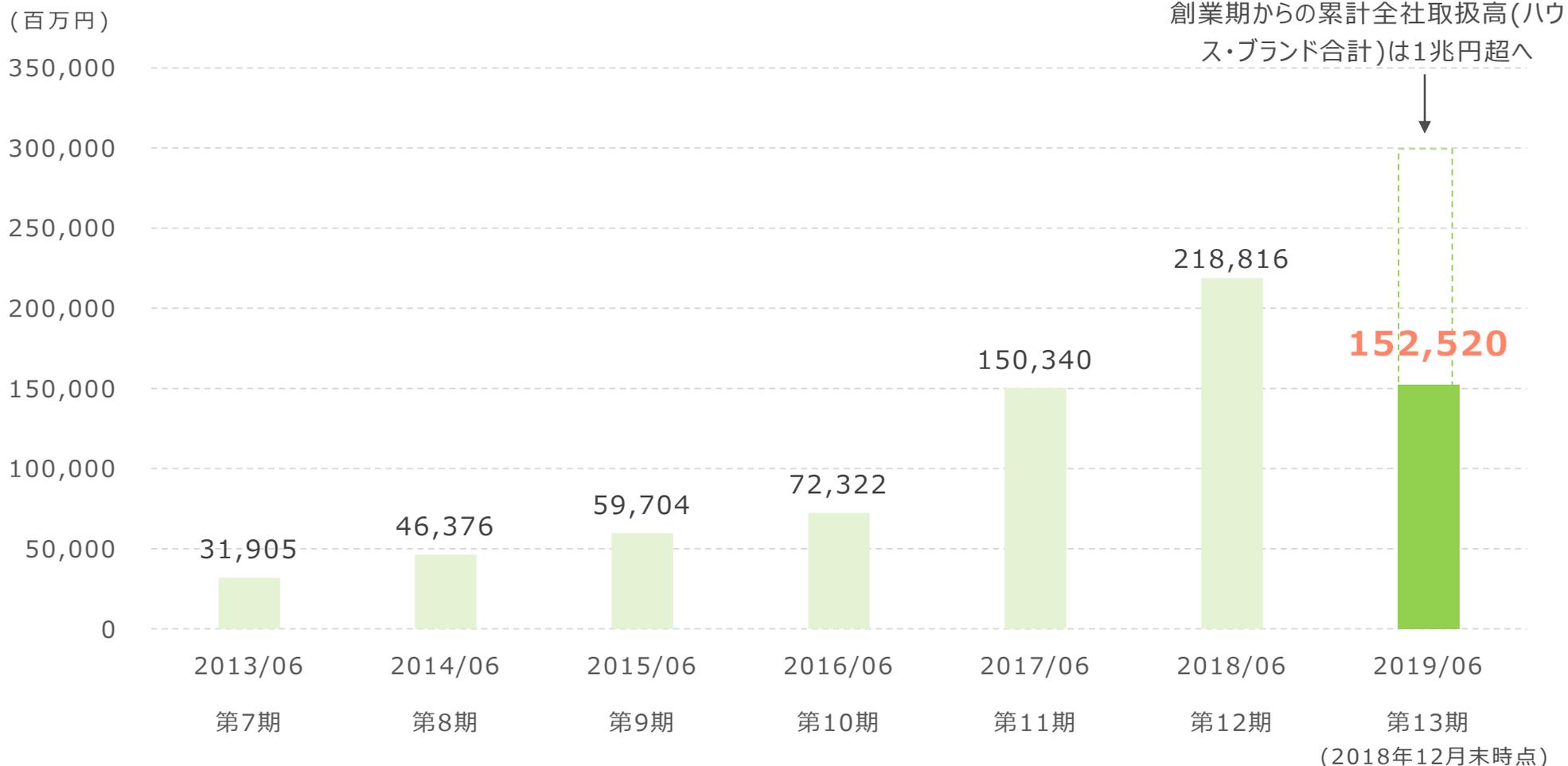
1. 2019年6月期第2四半期 決算報告

2. 事業の進捗状況

ハウスプリペイド事業の状況（取扱高）

引き続きスーパーマーケット・飲食チェーン・ホームセンターなどの利用拡大により伸長、前年同期比45.2%増、13期通期では約3,000億円程度への成長が見込まれる

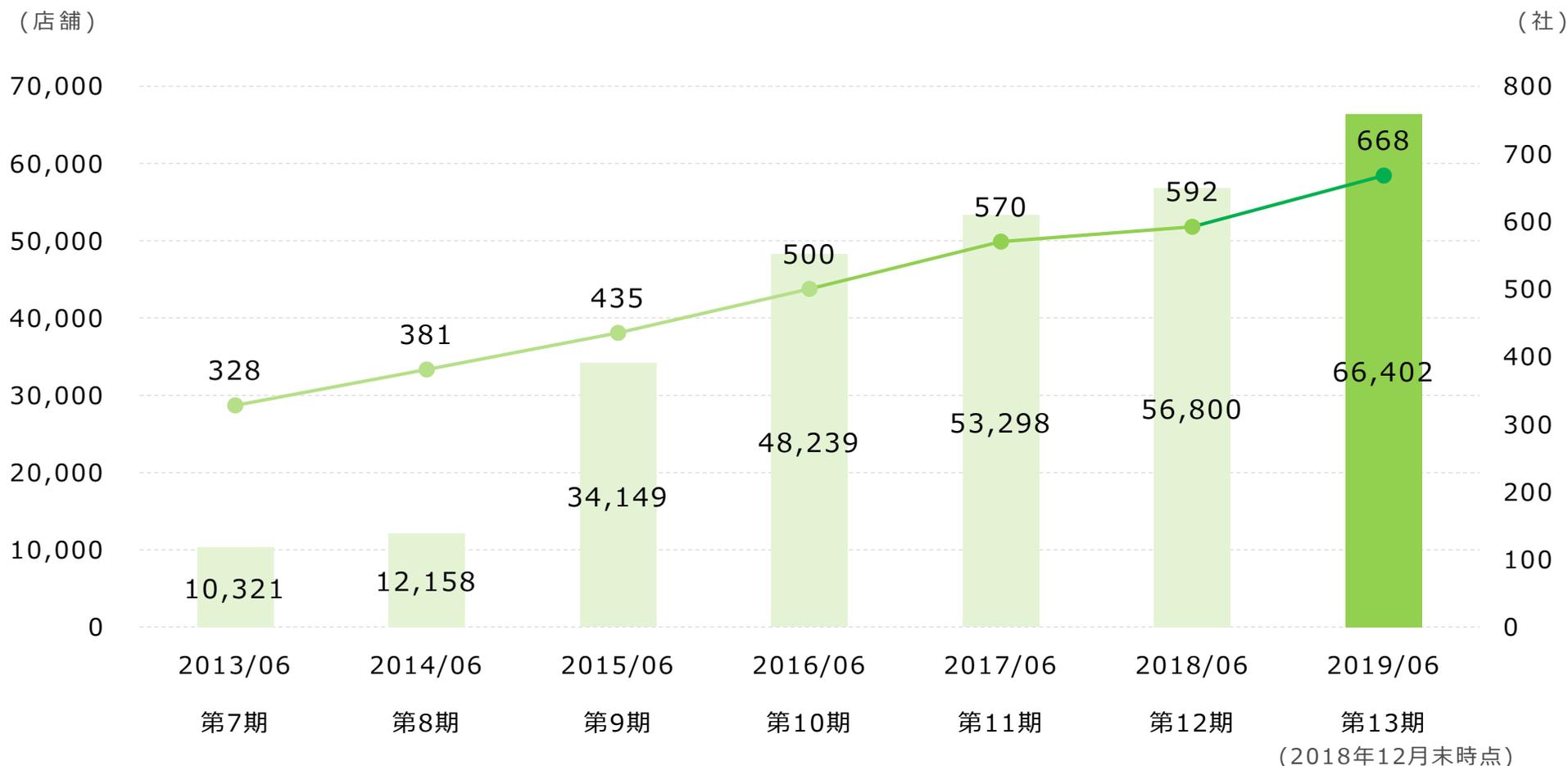
<年間取扱高(=プリペイドチャージ額)の推移>



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670社手前。1QにM&Aを実施したインドを筆頭に海外が5,000店舗以上増加し、店舗数は66,000を突破

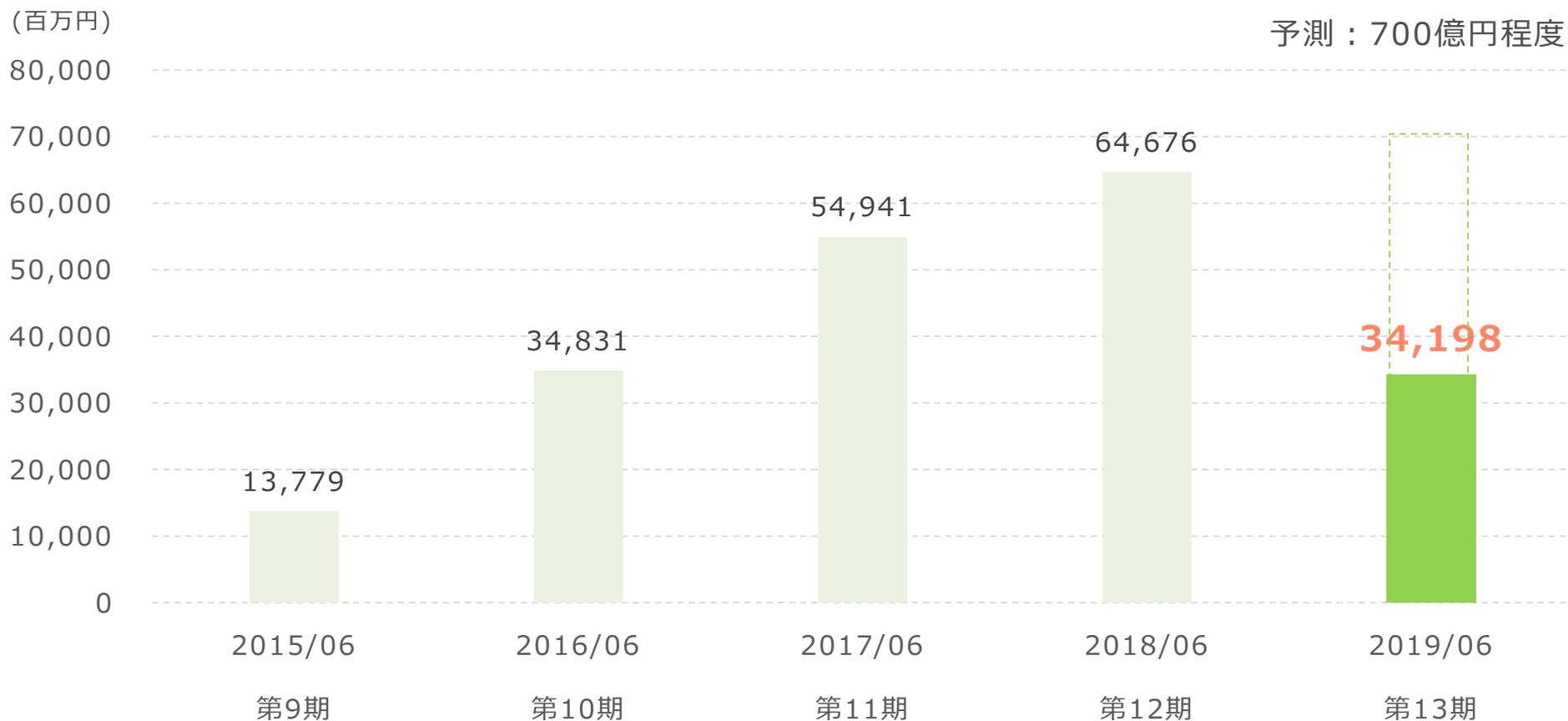
<累計導入店舗数の推移>



ブランドプリペイド事業の状況（取扱高）

既存案件を中心に安定成長し、前年同期比105.1%

<年間取扱高(=プリペイドチャージ額)の推移>



(2018年12月末時点)

2019年6月期 投資進捗状況

採用やシステム開発などを中心に、2Q時点では概ね計画通りに実行中

投資カテゴリ	内容	進捗状況
① システム開発 1.1億円	【新サービス向け投資】 <ul style="list-style-type: none">✓ 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】 <ul style="list-style-type: none">✓ インフラ環境の仮想化✓ センターセキュリティの強化	<ul style="list-style-type: none">・キャッシュレス決済サービスとの連携機能などを開発中・セキュリティ強化、運用効率化・省力化等、リスク・コスト低減に向けた施策も着手
② 人材採用・教育 1.2億円	【人員増】 <ul style="list-style-type: none">✓ 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】 <ul style="list-style-type: none">✓ 新サービスの拡販に向けた、人員の教育・研修	<ul style="list-style-type: none">・計画の40%程度進捗・中途採用市場の市況もありIT系を中心にやや進捗遅れ（通期では充足見込み）
③ その他 0.9億円	【その他戦略施策】 <ul style="list-style-type: none">✓ 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】 <ul style="list-style-type: none">✓ 人員増加に伴うオフィス拡張（移転）	<ul style="list-style-type: none">・海外M&Aは各国プロセッサーとの面会等活動継続中・12月にオフィス移転実施

【再掲】キャッシュレス決済サービスの整理

汎用決済（どこでも使える「利便性」を提供）



ブランドプリペイド
汎用性はクレカ同等



クレジットカード
与信による後払い決済
世界の様々な店で使える



汎用電子マネー
(Suica、Edy等)
国内の様々な店で使える



モバイル決済(QR等)
対応店舗ならどこでも使える汎用決済
(支払手段はクレジット・銀行口座等が主)

前払い

後払い



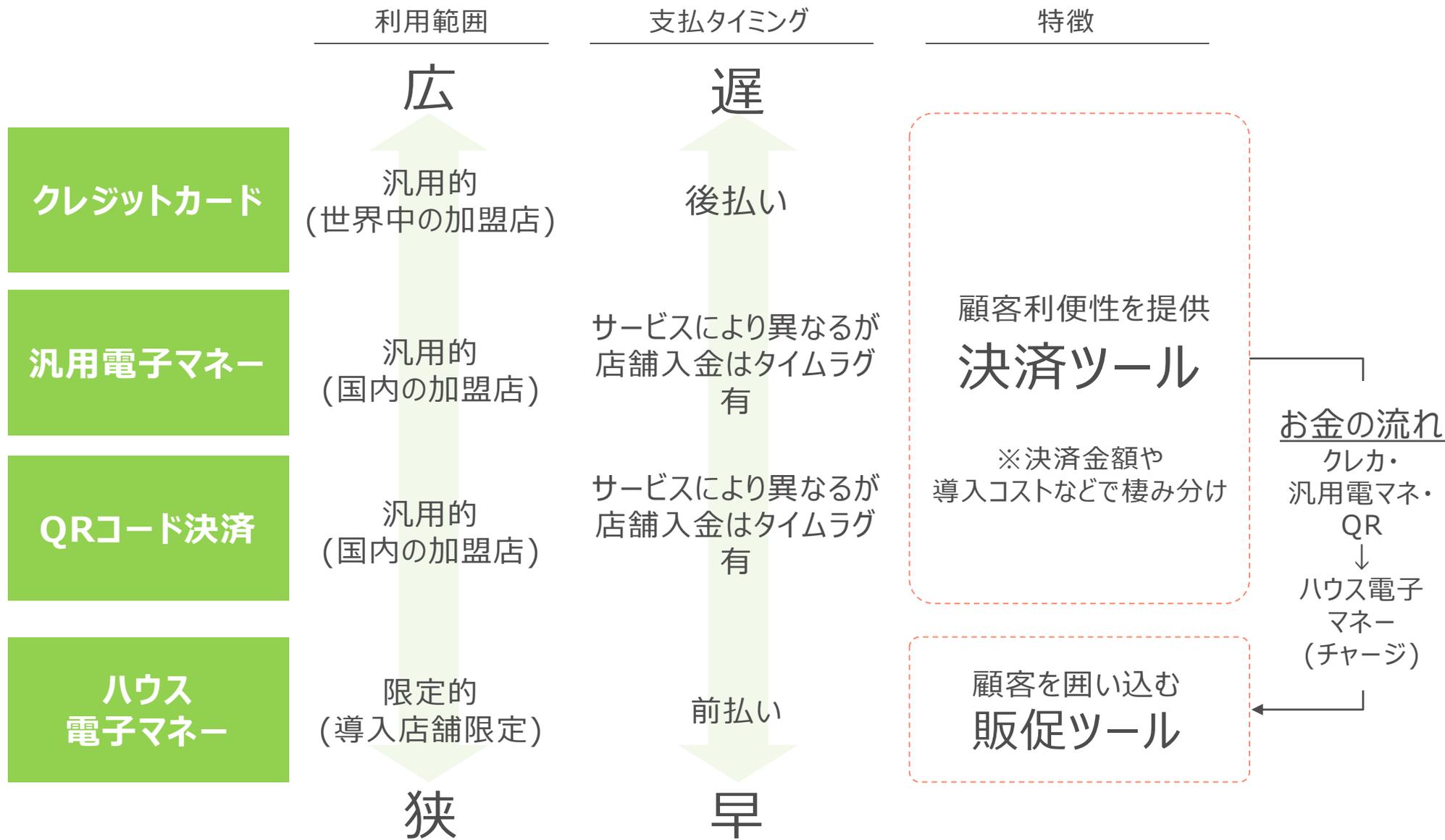
ハウス電子マネー
発行店専用。消費者の特典を提供し、
店舗への集客やリピート率を向上させる販促ツール

「汎用決済」と「囲い込み」それぞれのメリットを
生かし、相互補完的なサービスを提供

(クレジットカードでハウス電子マネーをチャージすることで、現金
チャージより「おトク」なケース等もあり)

専用系(販促・囲い込みツール)

各種キャッシュレス決済サービスの特徴



国内の事業戦略 – Fintech関連事業との連携拡大

各種ペイメントサービスを筆頭に、当社ミッション（店舗の集客・売上貢献）に寄与し得るFintech事業との連携したサービスを提供し、ハウスプリペイドの利用者拡大・決済比率増加につなげる

各種Fintech事業と連携したサービス提供



事前オーダー

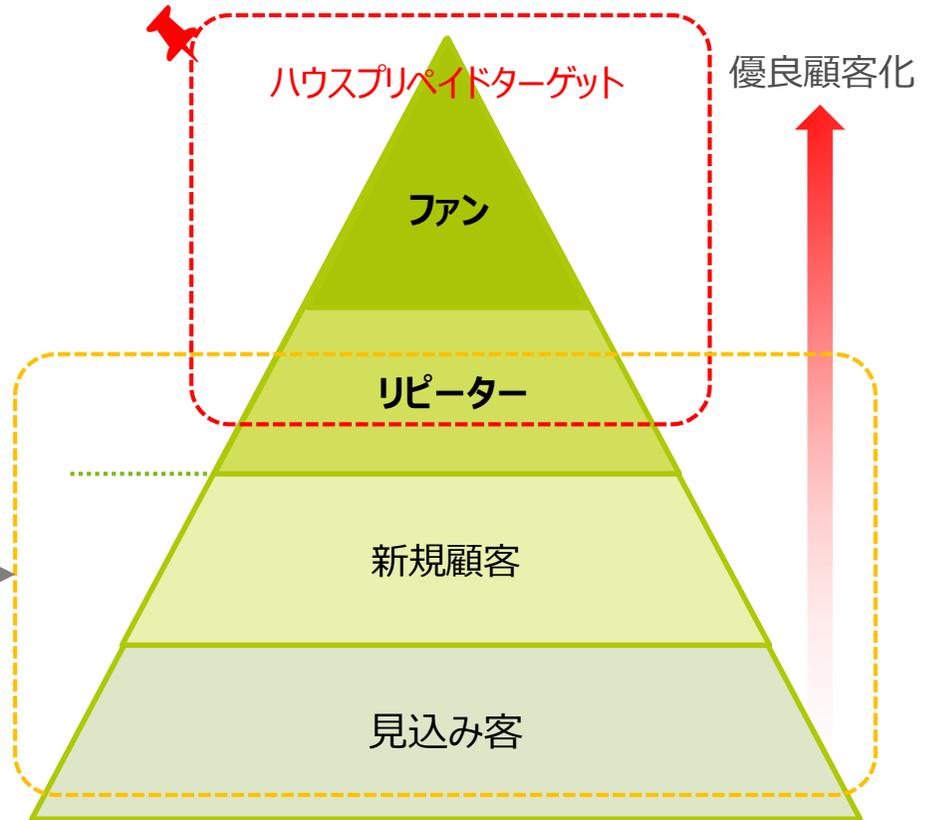


キャッシュレス決済
(ペイメント事業者・金融機関)



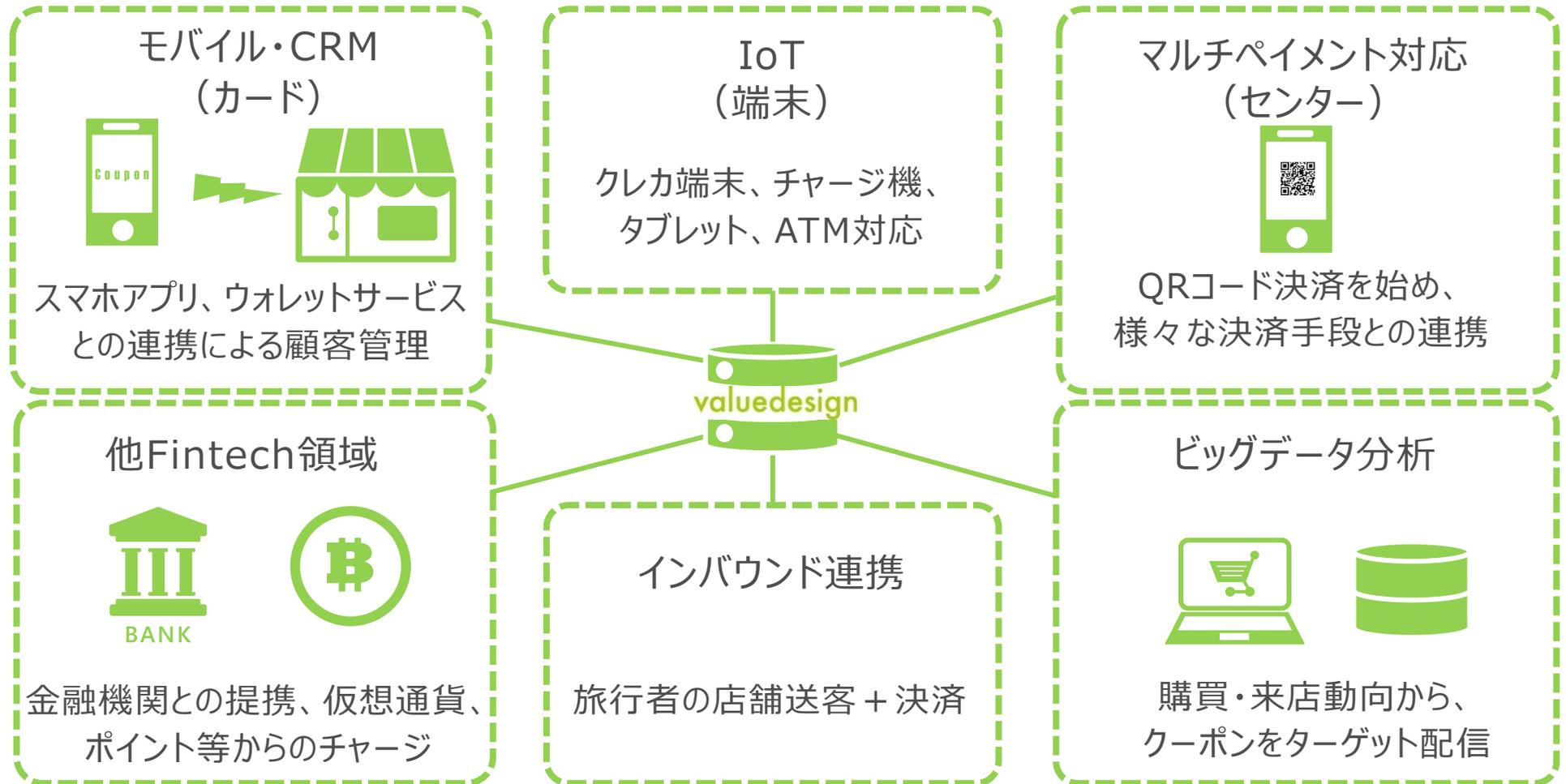
インバウンド・送客

各種ソリューションをハウスプリペイドと併せて提供、
優良顧客（＝ハウスプリペイドユーザ）となり得る
新規顧客の獲得につなげる



【参考】周辺領域と連携したサービスの拡大イメージ

カードのモバイル化をはじめとし、今後は様々なサービス・技術との連携によりハウスプリペイドの付加価値を追加し、顧客獲得や利用活性化につなげていく



海外の事業戦略 – 現在の展開状況と今後の成長戦略

2Q時点での海外売上は連結売上高の2%程度（前期は1%未満）、東南アジア中心に徐々に成長中
既存案件の収益向上の継続と、関連事業者との提携・新市場のウォッチなど次の成長ドライバも模索中



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。