

2019年12月期第3四半期 決算説明資料

株式会社ブイキューブ

2019年11月13日



1. マス広告開始による業績予想の修正

2. 現在の取り組み

3. FY2019第3四半期実績

4. セグメントとKPI

5. 参考資料

- ✓ 成熟するテレワーク市場で、今後の成長へアクセルを踏む
4QにテレビCM、交通広告を中心とした**マス広告**を実施
(2019/10/25 業績予想修正)

- ✓ 構造改革後の成長の柱「テレキューブ」は
サブスクモデル提供開始で大躍進を狙う



- ✓ 「**映像コミュニケーション**の総合ソリューションプロバイダー」としてのポジション確立を目指す

1. マス広告開始による業績予想の修正

2. 現在の取り組み

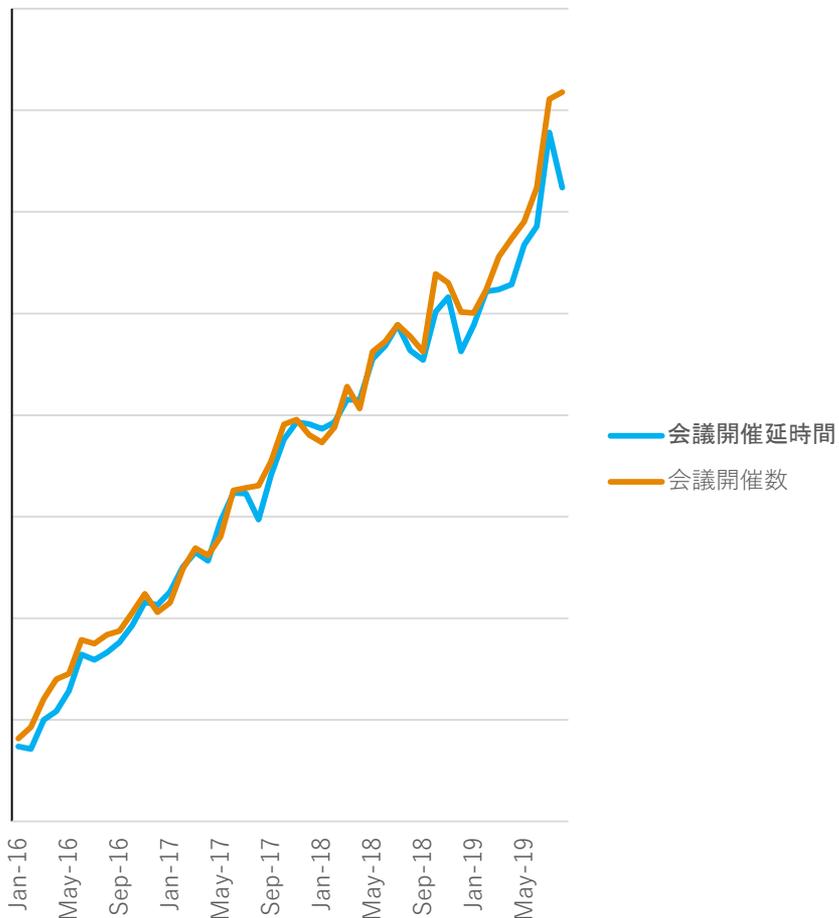
3. FY2019第3四半期実績

4. セグメントとKPI

5. 参考資料

当社ウェブ会議の利用時間の推移 テレワーク導入を誘因する事象

会議開催時間と会議開催数の伸び



人手不足
(売り手市場)



SDGs

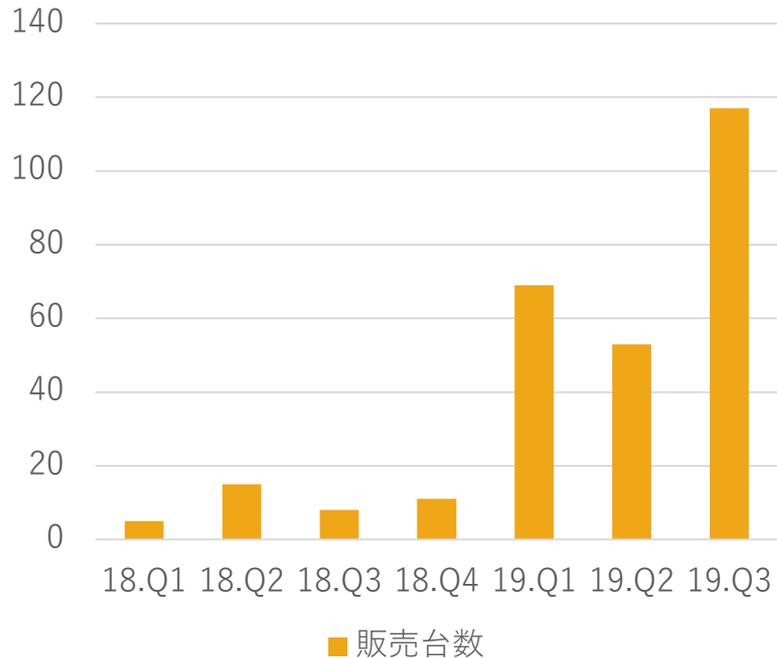


多発する災害



4G/タブレット普及

販売台数の急加速



19年度239台販売済み。通期400台目標

< 課題 >

- ・ 初期費用200万強は重たい
→サブスクで解決できる見込大

サブスクモデルの開始

初期費用：無料

	テレキューブ1人用		テレキューブ2人用	
	月額料金	配送費・設置費	月額料金	配送費・設置費
12ヶ月プラン	69,800円/月（税別）	プラン費用に含む*	109,800円/月（税別）	プラン費用に含む*
6ヶ月プラン	100,000円/月（税別）	個別見積	160,000円/月（税別）	個別見積
月額プラン	150,000円/月（税別）	個別見積	240,000円/月（税別）	個別見積

※標準的な配送・設置の場合です。事前に設置場所を確認させていただき、プラン費用内で配送・設置できるか、追加費用が発生するかご案内します。

初期費用無料、月額69,800円～
既に問合せ多数。
失注顧客の再検討も開始など好評。

1. マス広告開始による業績予想の修正：背景（テレキューブの躍進）

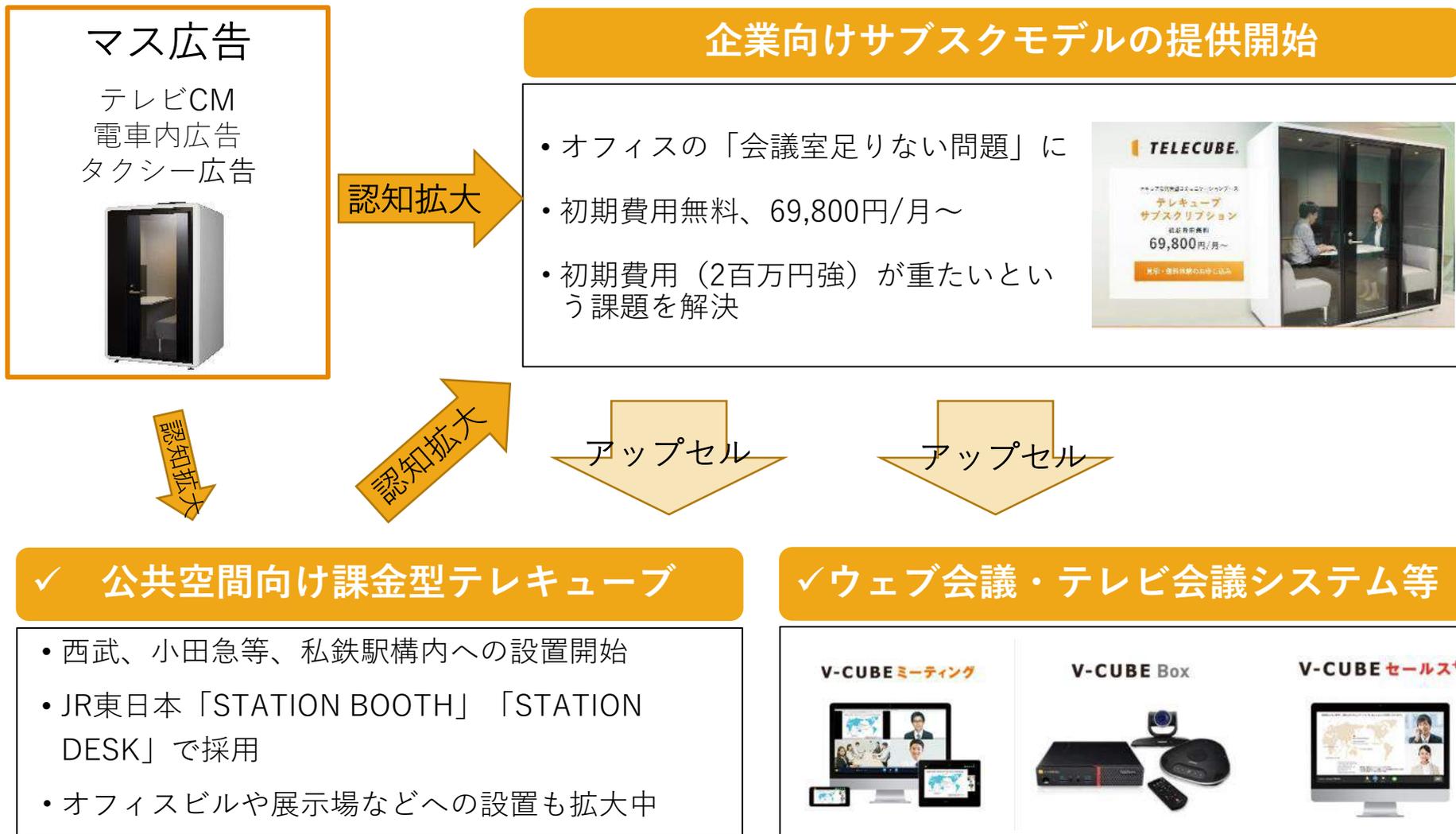


- ・ 客単価を取りやすい（有形物）
- ・ 高い利用率の為、高いLTVが期待出来る
- ・ 代理店が扱いやすい ※LTV : Life Time Value
- ・ 高い成約率（11%。他商材の倍）
- ・ オンリーワン（唯一の関連法規への対応）
- ・ テレキューブサービスのアップセル
- ・ ウェブ会議のアップセル
- ・ テレビ会議の置き換えのアップセル
- ・ 営業用の「セールス+」アップセル
- ・ 設置端末へのサービス配信
（英会話、遠隔医療、etc）



1. マス広告開始による業績予想の修正：マス広告からの流れ

拡大する働き方改革・テレワーク市場で、共通して必要なソリューション「テレキューブ」
マス広告による認知拡大により、企業向けサブスクモデルを中心に獲得狙う



1. マス広告開始による業績予想の修正：概要

急拡大するテレワーク市場での認知拡大のため、
テレビCM、タクシー広告、電車内広告を中心とした、3億円強の大規模な広告投資を決定

(百万円)	5/15公表	10/25公表	修正額
売上高	6,497	6,550	+53
営業利益	345	0	△345
経常利益	283	△ 62	△345
親会社株主に 帰属する当期純利益	717	372	△345

本マス広告
展開を基に

✓50百万円程度の月額サブスクの積み増し

(2020年12月の月額サブスクの本施策による積み増しを目指しております。2019.3Qの平均は162百万円)

✓2020年、売上70億円、営業利益9億円目標

(2019年業績予想売上65.5億円には売却済事業による売上3億円強を含むため、売上高は約8億円程度の増収を目指しております)

✓成果を元に中期経営計画を策定予定

1. マス広告開始による業績予想の修正：株主還元への影響

当期配当予想（1円）は変更なし

さらに株主優待制度を導入し、テレキューブ利用券を贈呈

配当

- **FY2019配当予想：1株当たり1円（変更なし）**
- 一過性の利益を除く親会社株主に帰属する当期純利益に対して**20%**の配当性向を目指し、将来的には**30%**を目指す

株主優待

- **テレキューブ利用券10,000円分を贈呈**
(12月末時点100株以上を保有する株主様が対象)
- 3月下旬発送予定



自社株買い

- 取得期間：2019年6月3日～7月18日（実施済）
- 取得株式総数：177,700株
- 取得価額総額：99,954,300円

1. マス広告開始による業績予想の修正

2. 現在の取り組み

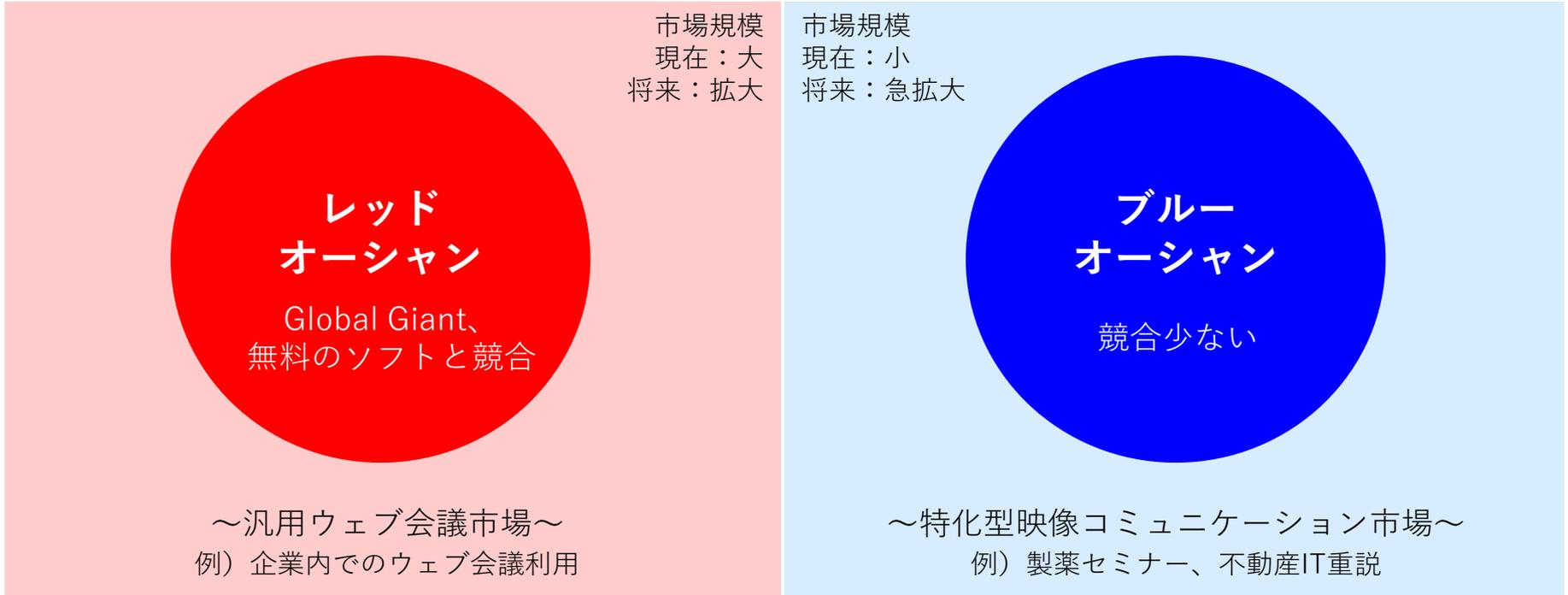
3. FY2019第3四半期実績

4. セグメントとKPI

5. 参考資料

テレワークで日本を変える、
映像コミュニケーションの
総合ソリューションプロバイダー

汎用ウェブ会議と特化型映像コミュニケーション、それぞれの戦略で攻める



- 働き方改革による市場の拡大期待のためにプレーヤーが増え、競争は激しくなっている。
- 限界利益率が高いので競争下においても規模があれば利益が出やすい。
- ブイキューブは認知度やブランド力、国内市場での販売力を強みに、国内No.1のポジションや規模を維持し市場とともに成長する。

- 業界や特化型現場に応じたカスタマイズは手間がかかるため、レッドオーシャンでの競合である外資企業の参入は困難。
- カスタマイズで利用シーンに応じた付加価値を提供し、働き方改革を推進する。

一般的なウェブ会議（汎用ウェブ会議） ・ テレビ会議



V-CUBE ミーティング



V-CUBE Box



オンプレミス



TELECUBE®

用途特化の映像コミュニケーション（映像を事業で活用するならブイキューブ）



V-CUBE Video SDK
様々な業界での映像のニーズに、API/SDKを提供し、共同での事業展開を行う。
(教育・ソーシャル・医療, etc)



V-CUBE セミナー



Studio Octo



V-CUBE セールス+



Q.UMU



V-CUBE ボード



V-CUBE コラボレーション



WCC
Wearable Communicator
スマートグラス

一般的なウェブ会議・テレビ会議

ウェブ会議

既存顧客の利用が1.3倍と利用拡大フェーズに。国内業界再編推進。オンライン販売も開始。

テレビ会議入れ替え

国内テレビ会議の撤退に伴う、既存のテレビ会議の安価入替を実現

自治体・金融向け

外国勢がオンプレミスの提供が出来ない為、セキュリティ重視の顧客で優位な展開へ

テレワークのインフラへ

競合製品を使うことも可能。テレワーク普及の課題をインフラ面から解決する。マス広告の看板商材

用途特化の映像コミュニケーション（映像を事業で活用するならブイキューブ）

映像コミュニケーションの事業組込支援

当社が保有するインフラ・ノウハウを、映像を活用されたいお客様に提供。お客様の事業の拡大が当社の事業成長に繋がる（リアル・医療、etc）

オンライン配信支援

製薬業界・米国マーケットを中心に急拡大。映像配信プラットフォームと、配信するスタッフ・スタジオをフルマネージドサービスとして提供するモデル。年額サブスクの成長の根幹。2020年は配信数の50~100%増を目指す。

営業支援

訪問しない営業スタイルの広がりへ
V-CUBE セールスマ

企業内動画

全ての企業内コンテンツが動画の時代へ
QUMU

災害対策支援

自治体・インフラ企業の災害対策の仕組みとして採用が急拡大
V-CUBE

フィールドワーク支援

スマートグラスとウェブ会議を組み合わせた現場支援の仕組みの普及が開始

2. 現在の取り組み：一般的なウェブ会議の分野

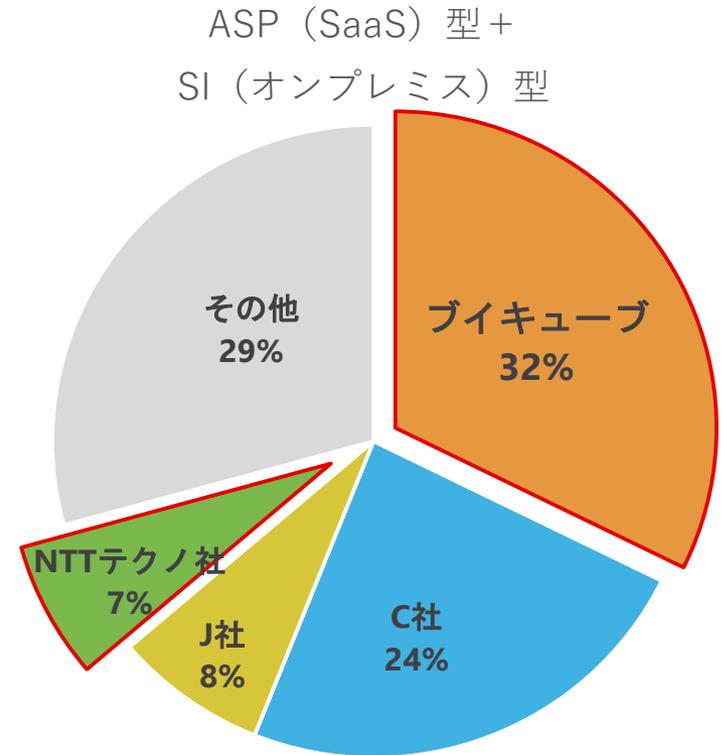
業界4位のNTTテクノクロスとの提携により新たな顧客基盤拡大へ
国内競争の撤退と海外競争のクラウド特化が進み、オンプレミスがブルーオーシャン化

NTTテクノクロスとの提携

- Meeting Plaza ウェブ会議サービス終了
- NTTテクノクロスが「V-CUBE ミーティング」の販売代理店に

日本産・オンプレミスが強みに

- メーカーを中心とした国内競争がウェブ会議市場から撤退
- 金融機関や自治体を中心にオンプレミスは根強いニーズあり
- グローバル競争はオンプレミスは原則非対応へ
- 国際情勢の影響で、セキュリティ面において日本産サービスに付加価値（他は米国製・中国製）



出所：株式会社シード・プランニング
『2019 ビデオ会議/Web会議の最新市場とクラウドビデオコミュニケーションの現状』

2. 現在の取り組み：一般的なウェブ会議の分野

現在対応が出来ていない、中小企業マーケットの広がりを獲得する為に、オンライン販売を開始
クレジットカードでの決済で、営業リソースを使わない低価格モデル。
立ち上げに時間がかかったが、有料化が実際に開始。規模拡大に向けての検討。

高品質のクラウド型Web会議（ウェブ会議）サービス

V-CUBE ミーティング

安心・安全・高品質 12年連続シェアNo.1*

¥2,000/月/ID (9IDまで) へ

料金プランを確認



プラン・料金

トライアル	ベーシック	プロ	V-CUBE One
初回限定プラン	個人グループワーク	100名以下	トータルソリューション
無料	¥2,000	¥2,700	ご利用料金はお問い合わせください
50日間1IDのみ トライアル開始から期間終了後30日の間に、ベーシックプランまたはプロプランへ移行可能	1/月×10名数（定期） 年間契約（12ヶ月分の一括払い）/クレジットカード払いもしくは2019/03/31から導入可能	1/月×10名数（定期） 年間契約（12ヶ月分の一括払い）/クレジットカード払いもしくは2019/03/31から導入可能	契約期間および支払いについてはお問い合わせください
ベーシックプランと同じ機能を無料でお試し。ID数の変更はできません。	コストを抑えながら、充分なWeb会議の機能を備えたスモールパッケージ。	スケールアップに対応し、管理機能、セキュリティを強化したプログラム。	Web会議の環境すべてと、さまざまなV-CUBEサービスを連携利用
無料で試してみる	トライアル（無料）を始める	トライアル（無料）を始める	V-CUBE Oneのお問い合わせ
主な機能 1IDのみ + 全てのベーシック機能	主な機能 9IDまで自由に契約 最大入室数50人 会議への招待 画面共有 チャット アンケート 10GBのストレージ	主な機能 30IDまで自由に契約 録画機能 会議室の一括設定 IPアドレス制限 + 全てのベーシック機能	主な機能 無制限の契約ID数 電話会議での会議参加 テレビ会議との接続 録画機能 会議室の一括設定 IPアドレス制限 + 全てのベーシック機能 > V-CUBE Oneの詳細はこちら

V-CUBE ミーティング 5

30日間の無料トライアル

ご利用のメールアドレスを入力し、送信してください。
無料トライアル登録ページへのご案内をお送りします。

✉ メールアドレスを入力

送信する

送信することで、[サービス規約](#)に同意したことになります。

登録はお済みですか？ [ログインする](#)。

災害時等のオペレーション強化に特化した緊急対策ソリューション オンリーワン商材「V-CUBE Board」で、“災害現場の今”の情報を集約・整理・共有

近年増加傾向にあるあらゆる災害に対応するための、シーン特化型ソリューション。
複数資料を並べての同時検討、地図を基盤とした情報集約、複数名での同時書き込み、遠隔地との双方向でのリアルタイムな情報共有など、緊急時に求められる迅速な判断を、大画面タッチパネル式作戦テーブル「V-CUBE Board」とビジュアルコミュニケーションサービス「V-CUBE コラボレーション」で実現。

(参考動画) <https://japan-demo.gumcloud.com/view/2ngfYK6jQUt?start=140#/>

導入自治体・企業様の広がり

- ・国土交通省 航空局 様
- ・熊本県庁 様
- ・宮崎県庁 様
- ・大分県庁 様
- ・神戸市役所 様
- ・熊本市役所 様
- ・沖縄南城市役所 様
- ・福井県大野市消防本部 様
- ・東京ガス株式会社 扇島LNG基地 様
- ・あすか創建株式会社 様
- ・東京急行電鉄株式会社 様

他、多数



危機管理産業展2019（RISCON TOKYO）に出展（2019年10月）

1. マス広告開始による業績予想の修正

2. 現在の取り組み

3. FY2019第3四半期実績

4. セグメントとKPI

5. 参考資料

3. FY2019第3四半期実績：連結P/L（プロ・フォーマ）※

※プロ・フォーマ
：説明用の参考数値



売却済み事業を除いた売上高は前年比増加。売上原価は一時的ロイヤルティ費用とアプライアンスの拡大により大幅増加。利益率の高いVC事業は第4四半期に大型集中。
一時的ロイヤルティによる影響を除くと営業利益は黒字

※VC事業
：ビジュアルコミュニケーション事業

(百万円)	FY2018	FY2019	YoY		FY2019 業績予想 (10/25公表)
	3Q	3Q	増減	増減率	通期
売上高	4,097	4,331	+234	+5.7%	6,550
売上原価	2,437	2,797	+360	+14.8%	3,917
売上総利益	1,660	1,534	△126	△7.6%	2,633
販管費	1,568	1,667	+99	+6.3%	2,578
営業利益	92	△ 133	△225	-	0
経常利益	32	△ 192	△224	-	△62
親会社株主に 帰属する当期純利益	△1	376	+377	-	372

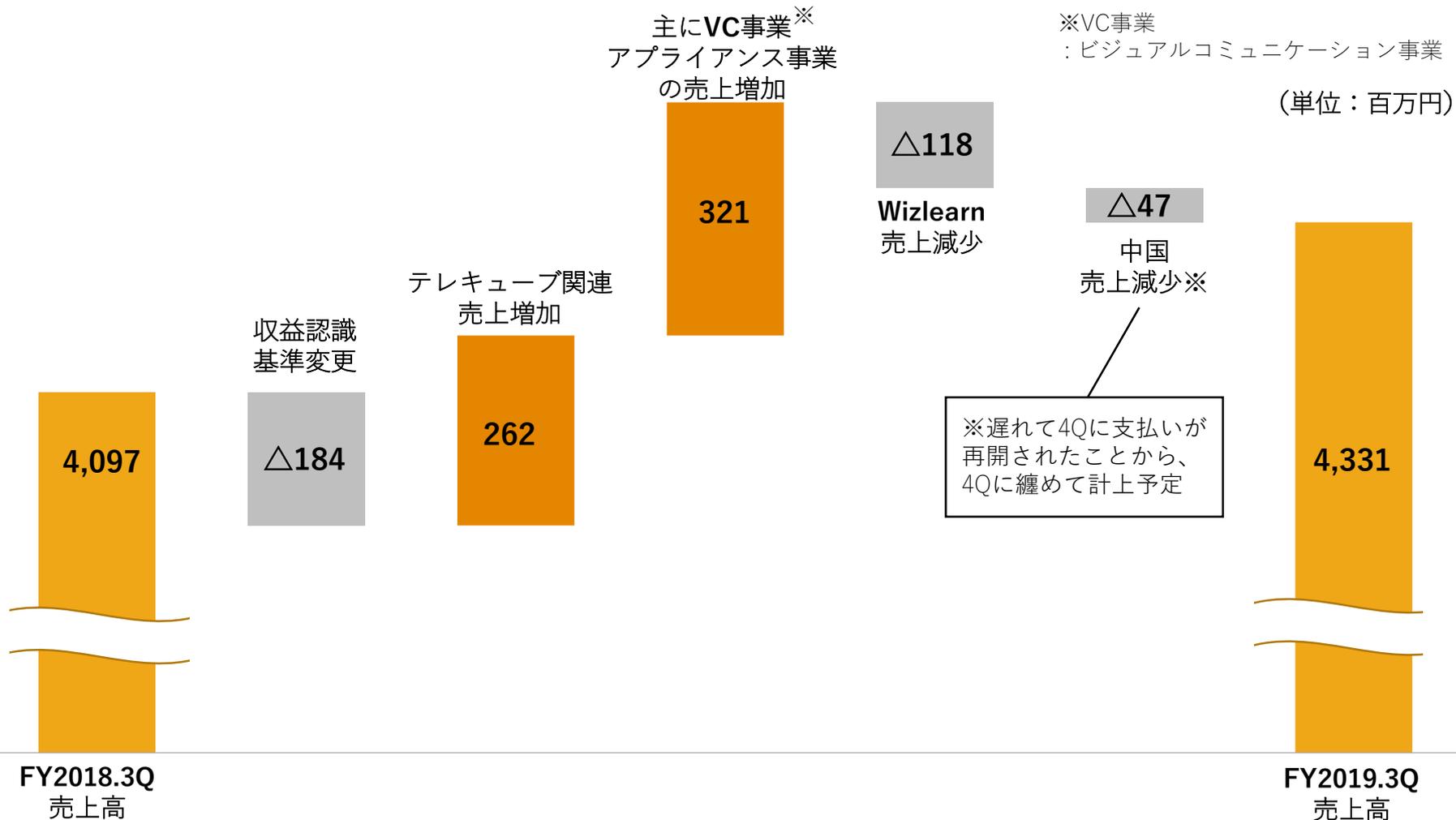
- 前年同期比較のため、下記を調整後のプロ・フォーマP/Lを掲載しております。（業績予想は対象外）
 - 売却済み事業による売上高・営業利益除外（電子黒板サービス事業、アイスタディ、インドネシア子会社）
 - 組織再編による人件費等の売上原価/販管費の入り繰り調整
- 収益認識基準変更の影響額：売上高△184百万円、営業利益△156百万円

3. FY2019第3四半期実績：売上高増減の内訳（プロ・フォーマ）[※]

※プロ・フォーマ
：説明用の参考数値



売却済み事業を除いた場合の売上高は、収益認識基準の変更による影響、海外事業の不調があるものの、VC事業[※]、「テレキューブ」「V-CUBE Box」等のアプライアンス事業が成長



• 売却済み事業（電子黒板サービス事業、アイスタディ、インドネシア子会社）を除外した数字で比較しております。

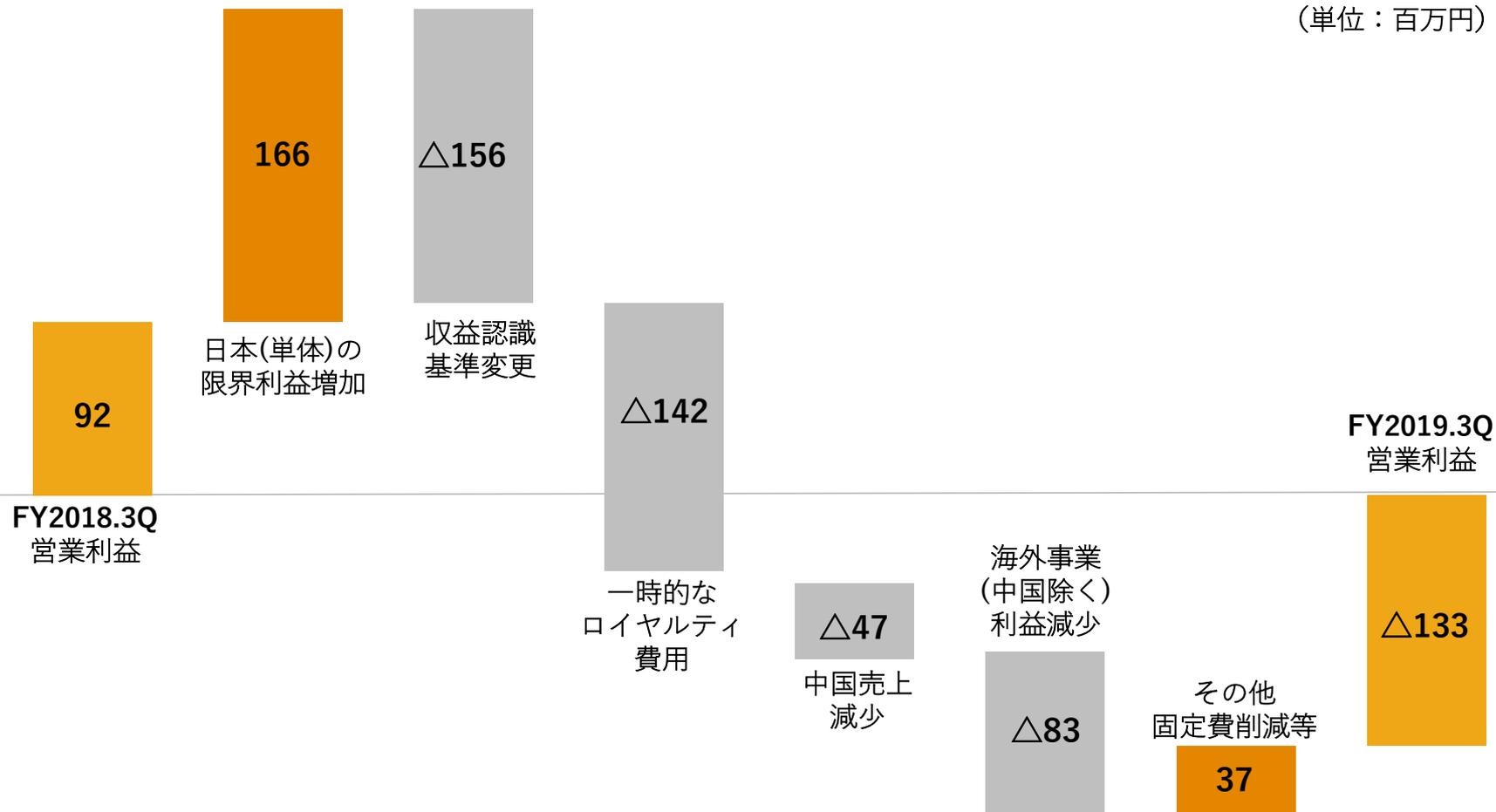
3. FY2019第3四半期実績：営業利益増減の内訳（プロ・フォーマ）

※プロ・フォーマ
：説明用の参考数値



ビジュアルコミュニケーション事業、アプライアンス事業の成長が限界利益増加に貢献
収益認識基準変更の影響、一時的なロイヤルティ費用の負担で営業利益は減少に

（単位：百万円）



• 売却済み事業（電子黒板サービス事業、アイスタディ、インドネシア子会社）を除外した数字で比較しております。

3. FY2019第3四半期実績：連結B/S

アイスタディ売却による連結除外によりBSが全体的に縮小、自己資本比率は35.0%→40.9%に

(百万円)	2018年12月31日	2019年9月30日	増減
流動資産 (うち 現金及び預金)	5,059 (2,732)	3,384 (1,782)	△1,675 (△949)
固定資産 (うち ソフトウェア) (うち のれん)	5,525 (2,507) (1,111)	4,865 (2,051) (867)	△660 (△455) (△243)
総資産	10,585	8,249	△2,335
流動負債 (うち 短期借入金、1年内返済の長期借入金)	4,021 (1,815)	2,893 (1,232)	△1,128 (△582)
固定負債 (うち 長期借入金)	2,033 (2,003)	1,961 (1,908)	△71 (△94)
純資産	4,530	3,394	△1,135

短期借入金、1年以内返済の長期借入金は2019年6月30日：1,570百万円、2019年9月30日：1,233百万円

3. FY2019第3四半期実績：「選択と集中」の進捗と業績への影響

継続的に事業ポートフォリオを見直し、収益性を高めていく

項目	電子黒板 サービス事業	アイスタディ	中国事業	インドネシア 子会社
実施時期	FY2018.4Q	FY2019.1Q	FY2019.2Q	FY2019.3Q
内容	<ul style="list-style-type: none"> 事業譲渡 FY2019は前期の受注残のみ発生 	<ul style="list-style-type: none"> 株式売却 FY2019.1Q末で連結除外 	<ul style="list-style-type: none"> 中国自動車企業向けサービス用ソフトウェアの減損処理 	<ul style="list-style-type: none"> 株式売却 FY2019 3Q以降は連結除外
影響セグメント	アプライアンス事業	ラーニングマネジメントシステム事業	ビジュアルコミュニケーション事業	ビジュアルコミュニケーション事業
売上への影響	1,558百万円 (FY2018実績)	FY2019 2~4Qで 519百万円減少	FY2019 実績なし	軽微
営業利益への影響	77百万円 (FY2018実績)	軽微	FY2019 実績なし	軽微

1. マス広告開始による業績予想の修正

2. 現在の取り組み

3. FY2019第3四半期実績

4. セグメントとKPI

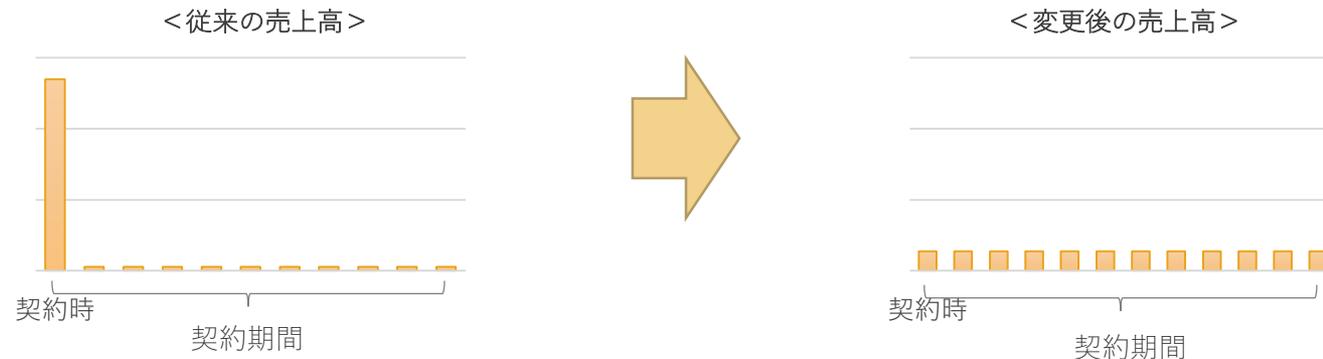
5. 参考資料

4. セグメントとKPI:新収益認識の適用（FY2019から）

従来の収益認識よりも売上計上が後ろ倒しに。長期的には売上高は同額となる。

- ① 従来、期間契約型クラウドサービスの契約時にライセンス相当分を計上し、保守・インフラコスト相当分を契約期間で按分し計上していたが、FY2019から全額を契約期間で均等按分で処理

収益認識基準の変更の影響（イメージ）



- ② 他社の商品・サービスについて当社が代理人として当社の顧客にその商品・サービスを提供する場合には、いわゆる売上と売上原価を相殺した金額を売上高として計上

4. セグメントとKPI:セグメント変更 (FY2019から)

経営管理体制の強化と経営資源のより最適な配分のため、セグメントを3区分に



4. セグメントとKPI:セグメント概況

収益認識基準変更の影響、VC事業の一時的なロイヤルティ費用負担により営業利益率悪化
 アプライアンス事業は高収益商材の伸長により収益性が向上

(百万円)		FY2018	FY2019	YoY		FY2019
		3Q	3Q	増減	増減率	通期予想 (10/25公表)
ビジュアル コミュニケーション 事業	売上高	3,038	2,929	△108	△3.6%	4,270
	営業利益 (率)	404 (13.3%)	139 (4.8%)	△265	△65.6%	589 (13.8%)
ラーニング マネジメントシステム 事業	売上高	1,280	812	△468	△36.6%	1,040
	営業利益 (率)	20 (1.6%)	△ 35 (-%)	△56	—	23 (2.2%)
アプライアンス 事業	売上高	1,221	786	△434	△35.6%	1,240
	営業利益 (率)	33 (2.7%)	86 (11.0%)	+53	+159.6%	118 (9.5%)
全社費用	売上高	—	—	—	—	—
	営業利益 (率)	△301 (-%)	△ 356 (-%)	△54	—	△730 (-%)
合計	売上高	5,540	4,529	△1,011	△18.2%	6,550
	営業利益 (率)	157 (2.8%)	△ 166 (-%)	△323	—	0 (0%)

収益認識基準変更の影響額：売上高△184百万円、営業利益△156百万円

(内訳) ビジュアルコミュニケーション事業：売上高△116百万円、営業利益△116百万円

ラーニングマネジメントシステム事業：売上高△1百万円、営業利益△1百万円

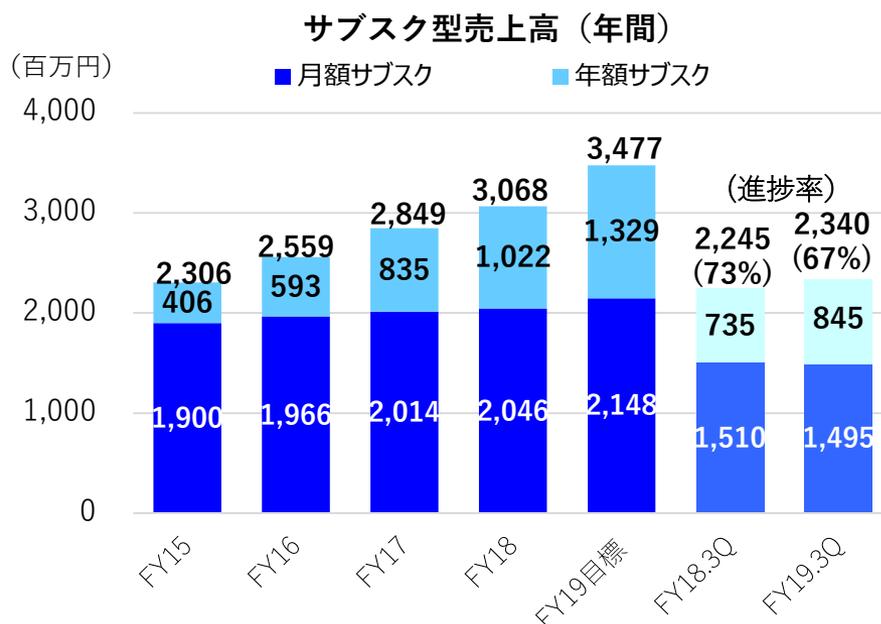
アプライアンス事業：売上高△66百万円、営業利益△38百万円

4. セグメントとKPI: ビジュアルコミュニケーション事業

サブスク型売上高はVC事業の80%

4Qに予定されている大型のオンプレミス案件や、セミナー配信案件の積み上げ、中国からのロイヤルティ収益で、修正したFY19予想の達成を目指す

(百万円)	FY2018	FY2019	YoY		FY2019
	3Q	3Q	増減	増減率	通期予想 (10/25公表)
売上高	3,038	2,929	△108	△3.6%	4,270
営業利益 (率)	404 (13.3%)	139 (4.8%)	△265	△65.6%	589 (13.8%)



年額サブスク

製薬業界向けセミナーなど
イベント利用のアカウントプラン

月額サブスク

平均請求単価 × 請求社数

【主な増減要因】

FY19.2Qから製薬セミナー配信が月額から年額に変わったことで月額がやや減少しているが、全体としては成長している。

- 収益認識基準変更の影響額：売上高△116百万円、営業利益△116百万円
- 一時的なロイヤルティ費用 142百万円

4. セグメントとKPI: ビジュアルコミュニケーション事業のKPI

解約率は減少傾向であり、既存顧客においてはウェブ会議の利用が増加している
新規顧客獲得のため、4QにテレビCM等のマス広告を実施

月額サブスクKPI

月額平均請求単価（千円）

FY14	FY15	FY16	FY17	FY18	FY19 1Q	FY19 2Q	FY19 3Q
139	137	134	137	141	140	139*	137

* 大口製薬セミナー配信の年額サブスクへの変更により減少

請求社数（社）

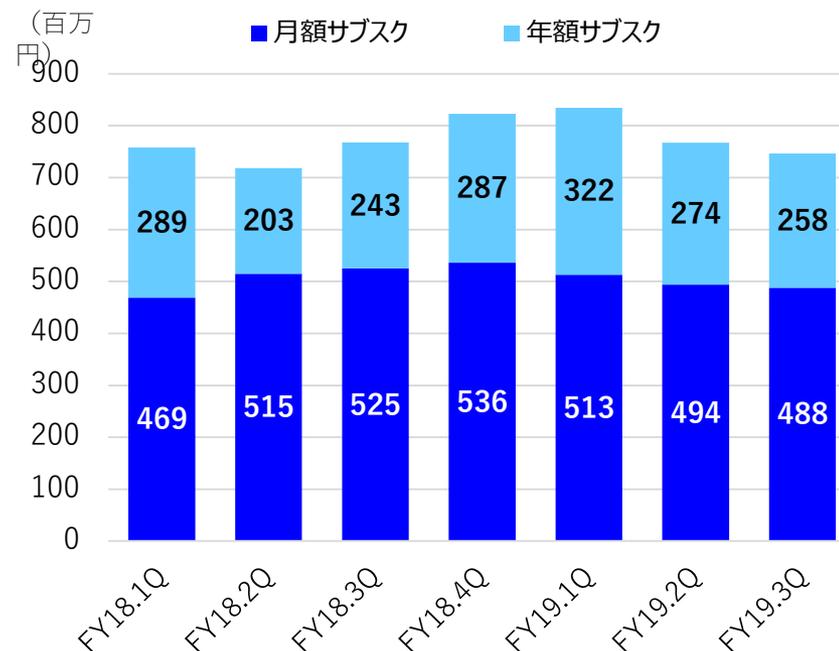
FY14	FY15	FY16	FY17	FY18	FY19 1Q	FY19 2Q	FY19 3Q
1,065	1,155	1,225	1,228	1,211	1,218	1,210	1,216

解約率（%）

FY14	FY15	FY16	FY17	FY18	18/4 ~ 19/3	18/7 ~ 19/6	18/10 ~ 19/9
19.0	16.9	13.7	14.4	12.2	12.4	11.0*	10.5

* V-CUBEミーティング旧バージョン終了の影響により一時的に増加

サブスク型売上高（四半期）



既存顧客のウェブ会議利用データ

(3Q昨年対比)

平均利用時間 **+33%**

利用回数 **+43%**

4Qマス広告投資

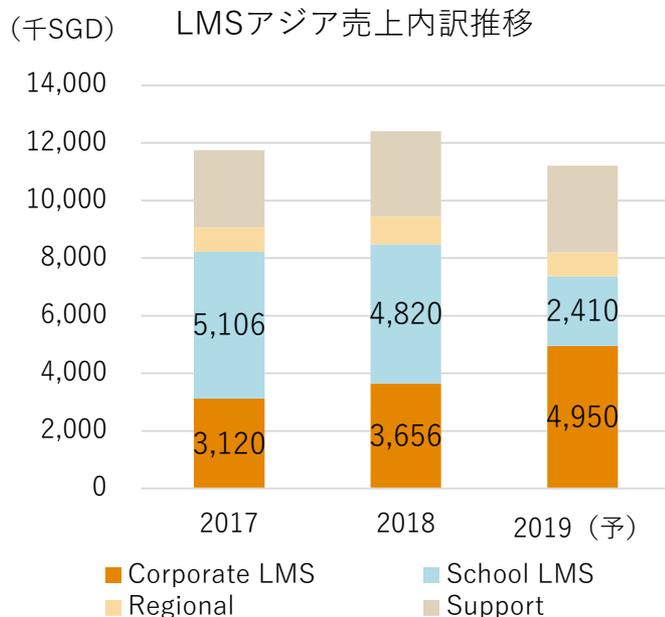


テレビCM
電車内広告
タクシー広告

認知拡大により新規顧客獲得へ
⇒ 主に月額サブスクの積み増しを目指す

Wizlearn：学校向けから企業向けへのターゲットシフトの端境期

(百万円)	FY2018	FY2019	YoY		FY2019
	3Q	3Q	増減	増減率	通期予想 (10/25公表)
売上高	1,280	812	△468	△36.6%	1,040
(アイスタディ 除いた売上高)	878	691	△187	△21.3%	—
営業利益 (率)	20 (1.6%)	△35 (-%)	△56	—	23 (2.2%)



【主な増減要因】

- 2019年4月アイスタディ売却
1QはPL連結対象、2Q以降は対象外
- Wizlearn(シンガポール)：一時的な売上減少

学校向け

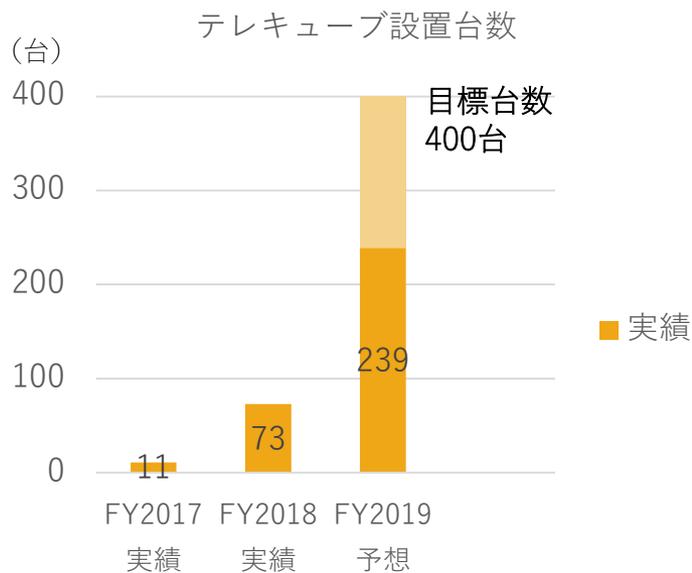
企業向け

シンガポール少子化と
政府によるシステム内製

人材の流動性高いアジア
企業研修補助金

オンリーワン商品「テレキューブ」の事業展開本格化により、予想を上回る利益率で推移
 テレビ会議置き換え需要で「V-CUBE Box」も堅調な伸び

(百万円)	FY2018	FY2019	YoY		FY2019
	3Q	3Q	増減	増減率	通期予想 (10/25公表)
売上高	1,221	786	△434	△35.6%	1,240
(電子黒板除いた 売上高)	365	731	+366	+200.3%	—
営業利益 (率)	33 (2.7%)	86 (10.9%)	+53	159.6%	118 (9.5%)



【主な増減要因】

- 電子黒板サービス事業譲渡により売上は減少するも、収益性が改善
- テレキューブ売上が前期比390%増
設置台数は7~9月で117台増加
- V-CUBE Boxと関連機材の売上増加
金融機関におけるテレビ会議置き換え需要

4. セグメントとKPI:地域別売上×セグメント

日本：事業再編△1,245百万円、収益認識基準変更△184百万円の影響あり

海外：シンガポール子会社Wizlearn 学校から民間企業へのターゲットシフトの端境期

3Q売上高 (百万円)	ビジュアルコミュニケーション事業		ラーニングマネジメントシステム事業		アプライアンス事業		合計	
	FY18	FY19	FY18	FY19	FY18	FY19	FY18	FY19
日本	2,859	2,830	533	184	1,221	787	4,615	3,801
海外	179	99	746	628	—	—	925	727
(中国)	47	—	—	—	—	—	47	—
(Wizlearn)	—	—	746	628	—	—	746	628
合計	3,038	2,929	1,280	812	1,221	787	5,540	4,528

・中国自動車企業向けサービス案件はFY2019 3Q実績なし。遅れて4Qに支払いが再開されたことから、4Qに纏めて売上計上予定

1. マス広告開始による業績予想の修正

2. 現在の取り組み

3. FY2019第3四半期実績

4. セグメントとKPI

5. 参考資料

売却済み事業を除いた売上高は前年比増加。売上原価は一時的ロイヤルティ費用とアプライアンスの拡大により大幅増加。利益率の高いVC事業は第4四半期に大型集中。
 一時的ロイヤルティによる影響を除くと営業利益は黒字

※VC事業
 : ビジュアルコミュニケーション事業

(百万円)	FY2018	FY2019	YoY		FY2019 業績予想 (10/25公表)
	3Q	3Q	増減	増減率	通期
売上高	5,540	4,528	△1,011	△18.3%	6,550
売上原価	3,115	2,919	△196	△6.3%	3,917
売上総利益	2,424	1,609	△815	△33.6%	2,633
販管費	2,267	1,775	△491	△21.7%	2,578
営業利益	157	△ 166	△323	—%	0
経常利益	81	△ 195	△276	—%	△62
親会社株主に 帰属する当期純利益	10	481	+471	+4,562.5%	372

- p20 「3. FY2019第3四半期実績：連結P/L（プロ・フォーマ）」の参考資料
- 収益認識基準変更の影響額：売上高△184百万円、営業利益△156百万円

Evenな社会の実現

～すべての人が平等に機会を得られる社会の実現～

誰もが境遇に左右されず、機会を平等に得られる世界をつくりたい。

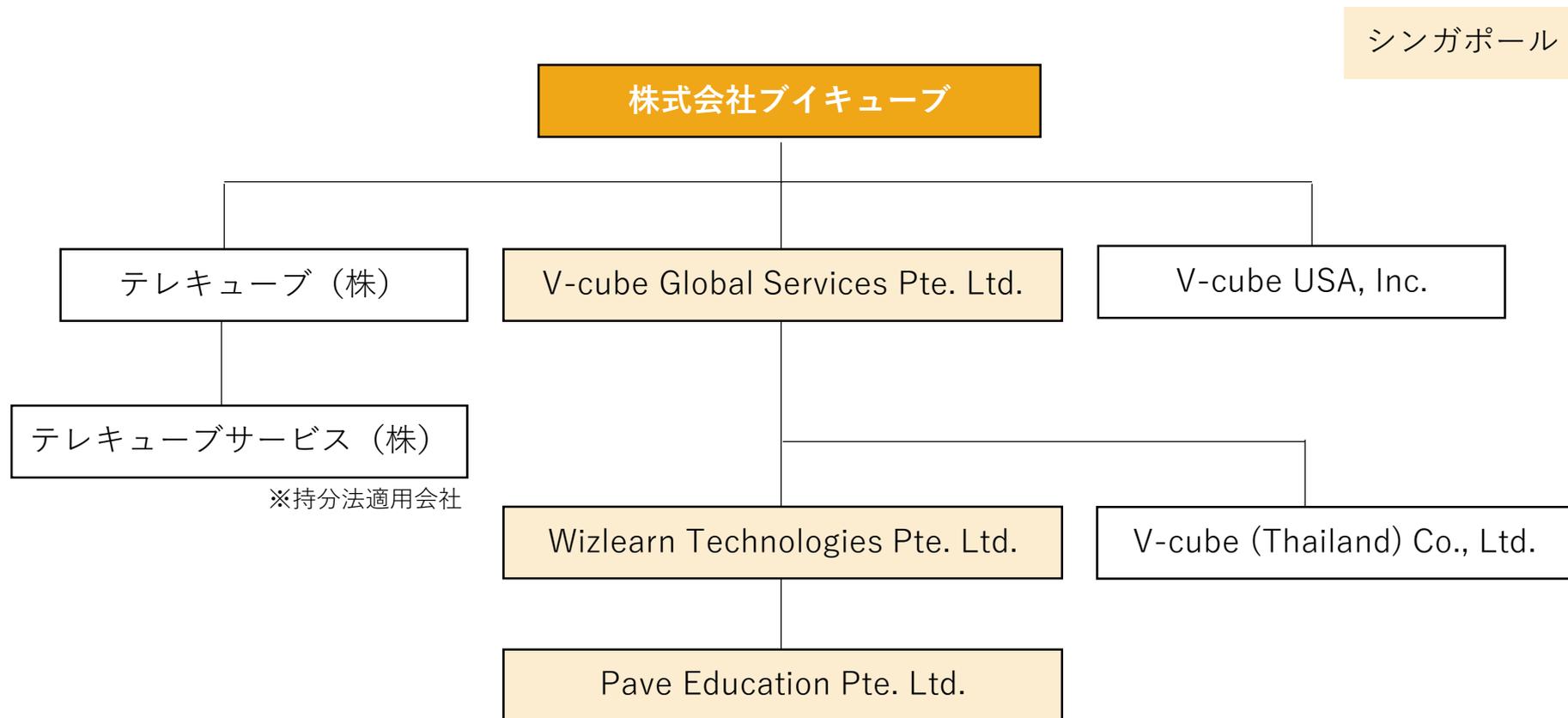
人と人が会うコミュニケーションの時間と距離を縮めることで、
より豊かな社会を実現できる考えています。

大都市一極集中、少子高齢化社会、長時間労働、教育／医療格差など、
課題先進国の日本をはじめとした、世界が抱える課題を
ビジュアルコミュニケーションを通じて解決し、
社会を担うすべての人が機会を平等に得られる社会の実現を目指します。

テレワークで日本を変える、映像コミュニケーションの総合ソリューションプロバイダー

会社名	株式会社バイキューブ
設立	1998年10月16日
決算期	12月
資本金 (資本準備金含む)	28億1百万円
上場市場	東京証券取引所市場第一部 (3681)
グループ会社	国内3、海外5 (シンガポール3,米国1,タイ1)
役員数・従業員数	役員14名・従業員420名 (連結) ※2019年6月30日現在

6社の子会社を含め、日本や米国、ASEANを中心に展開



映像コミュニケーションを実現する主なサービス

ビジュアル コミュニ ケーション 事業	V-CUBE ミーティング		わかりやすいインターフェースのウェブ会議サービス。遠隔会議に必要な様々な機能。高い映像・音声品質、モバイル環境・グローバル環境に強い。他社テレビ会議接続可。
	V-CUBE セミナー		わかりやすいインターフェース、インストール不要なウェブセミナーサービス。高画質な映像を大規模に安定して配信が可能。セミナー運営の付加機能豊富。
	V-CUBE コラボレーション		遠隔地間のコラボレーションを最大限に高めるウェブ会議サービス。狭帯域でも高画質データのリアルタイム共有が可能であり、緊急対策やフィールドワークに効果。
	V-CUBE セールスプラス		オンライン営業専用のウェブ会議ツール。営業活動に必要な十分な機能、シンプルなUI/UX。2006年からオンライン商談を実施しているブイキューブのノウハウを活用。
	Qumu		企業内YouTube。映像の作成から管理・配信までを企業内で安全に安定して実現。エンタープライズビデオ分野で世界No.1。欧米の金融機関・大企業での実績豊富。
	Agora.io		エンタメ・ソーシャルを中心とした映像配信・映像コミュニケーションのプラットフォーム。SDKとAPIで各種アプリ・サービスへの組み込みが可能。
ラーニングマ ネジメントシ ステム事業	V-CUBE ラーニング		Wizlearn（シンガポール）をベース。グローバル対応の先進インターフェース。主にE-ラーニングでの社内研修で日本企業を含む多国籍企業での数多くの実績。
アプライア ンス事業	V-CUBE Board		ディスカッションテーブル。企業・団体向けでは災害対策における現場状況の可視化、大型画面検討等に、教育機関向けでは電子黒板等に、活用可能。
	V-CUBE Box		低コストで導入できる拡張性の高いテレビ会議システム。リモコンで操作ができる会議室設置型で、一般的なテレビ会議システムより安く、高画質・高音質を実現。
	テレキューブ		さまざまな場所に容易に設置できるテレワークのためのコミュニケーションブース。セキュリティが保たれた静かな環境で、資料作成、電話、ウェブ会議などが可能。

- 創業 (有)ブイキューブインターネット設立、ウェブ制作やシステム開発、アプリ開発を受託
- 株式会社に組織変更
- テレビ会議が高くて買えず、ウェブ会議を自社利用目的に開発、販売開始
- 株式会社ブイキューブに商号変更、映像コミュニケーションに特化を決定
- Intel Capital からの投資、アジア展開開始
- 東証マザーズ上場
- 東証一部上場

1998 2001 2004 2009 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019

2003 V-cube USA, INC

2009 V-cube Malaysia Sdn. Bhd.

売却

2012 V-cube Global Services Pte. Ltd. Singapore

2012 PT. V-cube INDONESIA

売却

2013 威立方(天津)信息技术有限公司

売却

2014 パイオニアVC

吸収合併後、電子黒板事業売却

2015 Wizlearn Technologies Pte. Ltd.

2015 iStudy Co., Ltd.

売却

2016 V-cube (Thailand) Co., Ltd.

2019 テレキューブ

2019 テレキューブ
サービス

売上高(百万円)

■ 単体
■ 関連会社
● 海外比率



通期

(円)	FY18			FY19
	通期 (期初想定)	期中平均 (実績)	期末日 (実績)	通期 (想定)
US\$	112.00	110.44	110.91	111.00
S\$	80.00	81.88	80.92	81.00

3Q

(円)	FY18/3Q	FY19/3Q	FY18/3Q末	FY19/3Q末
	期中平均 (実績)	期中平均 (実績)	期末日 (実績)	期末日 (実績)
US\$	109.61	109.15	113.58	107.96
S\$	81.81	80.01	83.03	78.12

創業時からのメンバーを中心としたマネジメントチーム



代表取締役社長 CEO

間下 直晃

1977年 東京生まれ
1998年 当社設立
2000年 慶應義塾大学工学部卒業
2002年 慶應義塾大学大学院修了
2003年 V-cube USA, Inc. 設立
2009年 V-cube Malaysia 設立
2012年 V-cube@Singapore 設立
2012年 P.T. V-cube Indonesia 設立
2015年 ブイキュープロボティクス設立



常務取締役 CRO (Chief Revenue Officer)

水谷 潤

2006年 当社入社（新卒一期生）
2009年 営業本部グループマネージャー
2012年 営業本部副本部長就任
2014年 カスタマーエクスペリエンス長兼任
2015年 営業本部本部長就任
2016年 当社取締役就任（営業担当）
2019年 当社常務取締役就任



代表取締役副社長 COO

高田 雅也

2001年 (株)ブイキューブインターネット
取締役就任
2002年 慶應義塾大学大学院修了
2006年 当社取締役副社長就任
2012年 当社代表取締役副社長就任



取締役 CTO

亀崎 洋介

2002年 (株)ブイキューブインターネット入社
2003年 ウェブ会議の原型を開発
2007年 当社執行役員就任
2012年 当社取締役就任（技術担当）

経験豊かで強力な社外取締役、監査役によるコーポレートガバナンス

社外取締役	村上 憲郎	(株)村上憲郎事務所 代表取締役 セルソース(株) 社外取締役 元Google,Inc.副社長 兼 グーグル(株) 代表取締役社長
社外取締役	西村 憲一	(株)白山 社外取締役 元(株)NTTネオメイト 代表取締役社長 元(株)ミライト 相談役
社外取締役	中野 創	(株)地域経済活性化支援機構 シニア・ディレクター REVICパートナーズ(株) 取締役 (株)千趣会 社外監査役



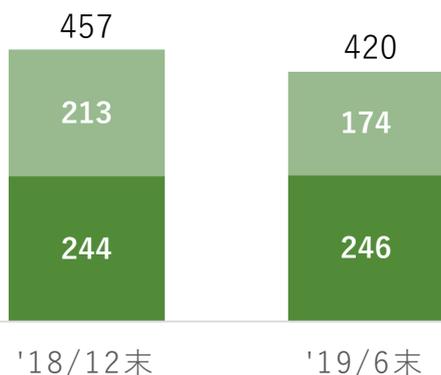
常勤社外監査役	福島 規久夫	サクセス・コーチング・スタジオ 代表
社外監査役	小田嶋 清治	小田嶋清治税理士事務所 代表税理士 エバラ食品工業(株) 社外監査役
社外監査役	砂田 有史	(株)地域経済活性化支援機構 シニア・ディレクター REVICパートナーズ(株) シニア・ディレクター (株)I-ne 社外監査役

顧問	小宮山 宏	(株)三菱総合研究所 理事長 元東京大学総長
----	--------------	---------------------------

連結従業員数（2019年の主な変動要因：アイスタディ連結除外による減少）

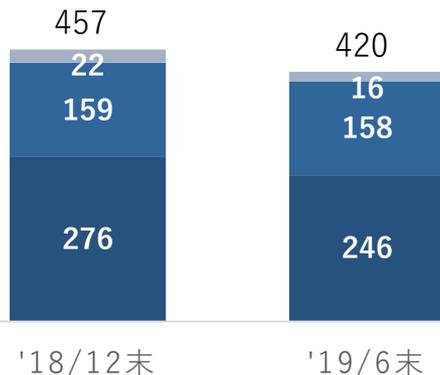
グループ別

■ 単体 ■ 子会社



地域別

■ 日本 ■ シンガポール ■ その他



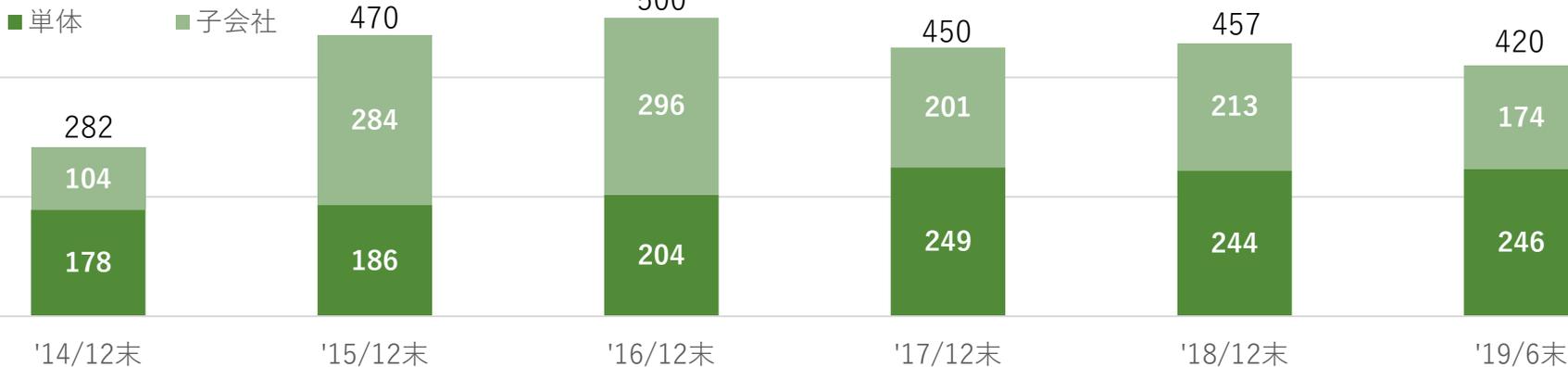
機能別

■ 技術 ■ 営業・マーケ ■ 管理



従業員数の推移

■ 単体 ■ 子会社



本書は、株式会社ブイキューブ（連結子会社を含む）に関連する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記述を含みます。これらの記述は、当社が本書の作成時点において入手した情報に基づき、本書の作成時点における予測等を基礎として記載されています。また、これらの記述のためには、一定の前提（仮定）を使用しています。これらの記述または前提（仮定）は主観的なものであり、将来において不正確であることが判明したり、将来実現しない可能性があります。このような事態の原因となりうる不確実性やリスクに関する追加情報については、当社の決算短信、有価証券報告書、ディスクロージャー誌、アニュアルレポート等をご参照ください。

本書における将来に関する記述は、本書の作成時点のものであり、本書の作成時点の後に生じた事情によりこれらの記述に変更があった場合でも、当社は本書を改訂する義務は負いかねますのでご了承ください。

本書における当社以外の企業等にかかわる記述は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について、当社はこれを保証するものではありません。本書で使用するデータまたは表現等の欠落、誤謬、本書の使用により引き起こされる損害等に対する責任は負いかねますのでご了承ください。

本書にかかる一切の権利は、株式会社ブイキューブに帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、当社の書面による承諾を得ずに複製または転送等を行わないようお願いいたします。