

2021年6月期第1四半期
決算補足説明資料

2020年11月12日
株式会社バリューデザイン
証券コード：3960

1. 2021年6月期第1四半期 決算報告
2. セグメント別業績
3. 事業トピックス

業績は概ね予測通り、還元事業終了後も利用好調、リモート定着によるコスト圧縮も進む

連結売上高	： 555百万円	前期比 ▲0.6%	進捗率 21.2%
連結営業利益	： 26百万円	前期比 +26百万円	進捗率 26.1%

■ 2021年6月期 第1四半期トピックス

① ハウスプリペイドのシステム利用料が続伸

- ・「キャッシュレス・消費者還元事業」の効果で、事業終了後もハウスプリペイドの利用が定着、カスタマーサクセスの体制強化も奏功し、システム利用料売上は7%増
- ・初期売上は予測通り（チャージ機販売の集中（特需）があった、前期に比しては12%減）

② リモートワークの定着によりカスタマーサクセスの効率化、コストの圧縮が進む

- ・顧客面談をリモート中心に切替え、コミュニケーション量を増やすことでより深い顧客支援を実施
- ・出張費等のコスト圧縮が進み、1Qは前期比7%程度販管費が減少

③ 新たなキャッシュレス政策への対応、中期経営計画の公表とアクションを開始

- ・ハウスプリペイドが「マイナポイント」事業にも適用、当社顧客の参加支援を実施
- ・新中期経営計画を発表、達成に向けて業務提携や資金調達などのアクションを開始

1. 2021年6月期第1四半期 決算報告

2. セグメント別業績

3. 事業トピックス

連結損益（2021年6月期 第1四半期）

(百万円)

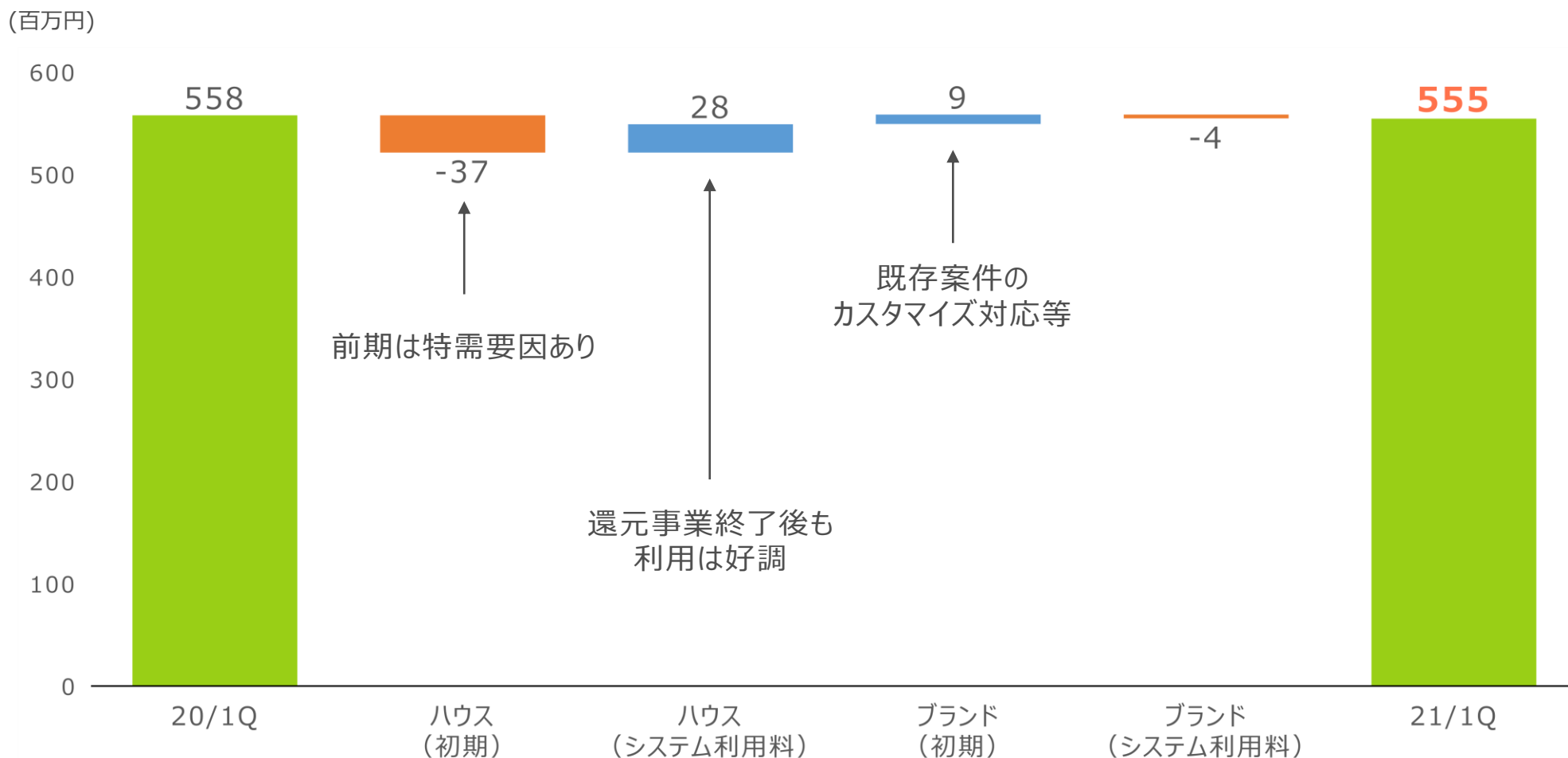
	① 2021年6月期 第1四半期 (実績)	② 2020年6月期 第1四半期 (実績)	前年同期比 (①÷②)	③ 2021年6月期 (予想)	進捗率 (①÷③)
売上高	555	558	99.4%	2,622	21.2%
（初期売上）	① 191	218	87.5%	1,152	16.6%
（システム利用料売上）	② 364	340	107.1%	1,470	24.8%
営業利益	③ 26	0	+26百万円	103	26.1%
経常利益または経常損失	④ 10	▲4	+14百万円	90	11.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益または四半期純損失	7	▲8	+15百万円	48	15.3%

【Point】

- ① 特需的要因のあった前期に比して減少も、予測の水準通り
- ② キャッシュレス・消費者還元事業終了後もプリペイド利用が好調を維持し増収
- ③ 初期売上の粗利率良化、及びリモート化による出張費ほか販管費の圧縮効果
- ④ 8月発表の第三者割当による新株予約権発行に関わる手数料を営業外費用に計上（当初予測には含まず）

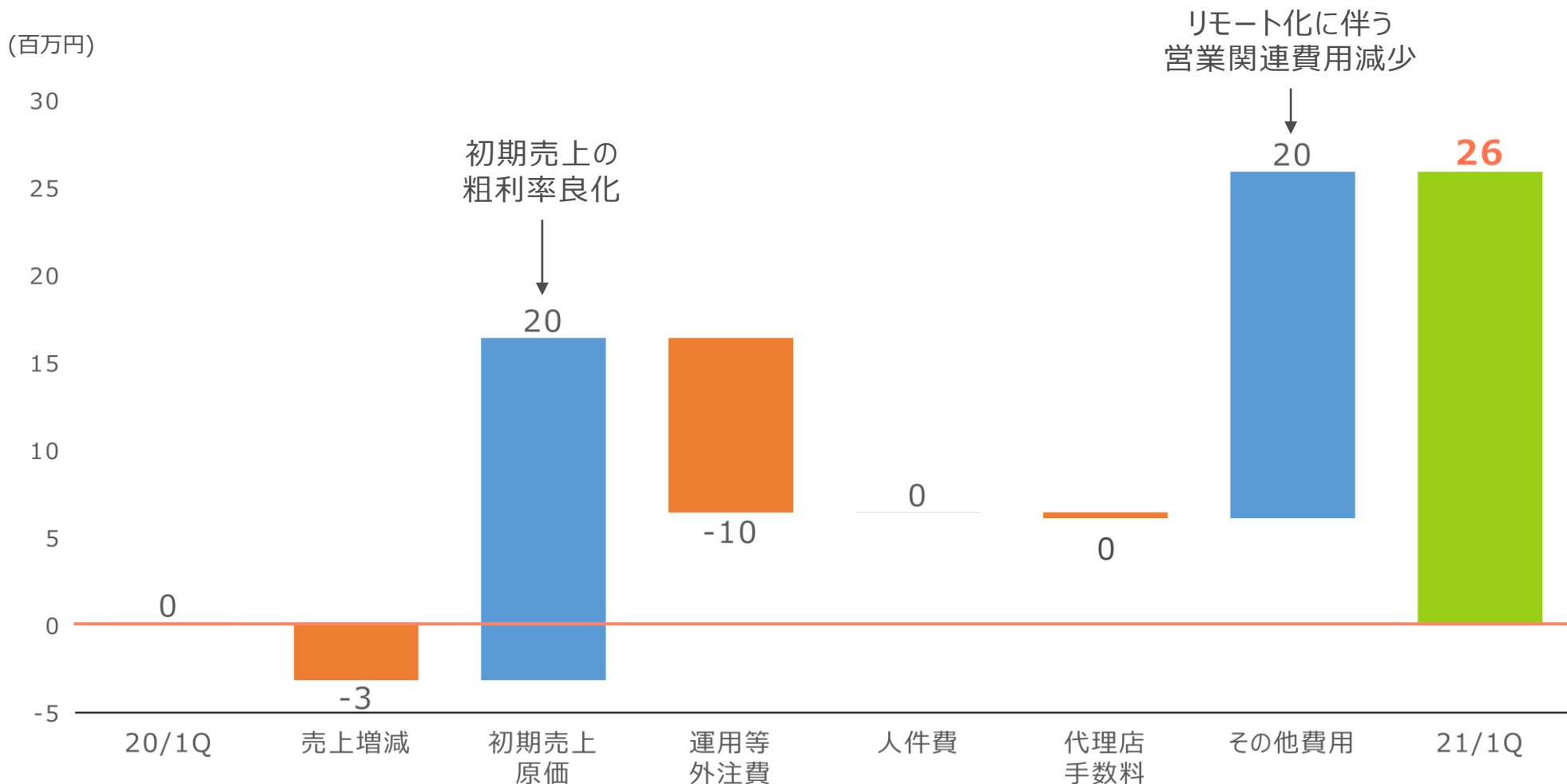
連結売上高の変動要因（前期比）

ハウスプリペイドは初期売上が減少とシステム利用料売上の増加で、約 9 百万円減
ブランドプリペイドは初期売上の影響で約 5 百万円増となり、全社では前期比で約 3 百万円減少



連結営業利益の変動要因（前期比）

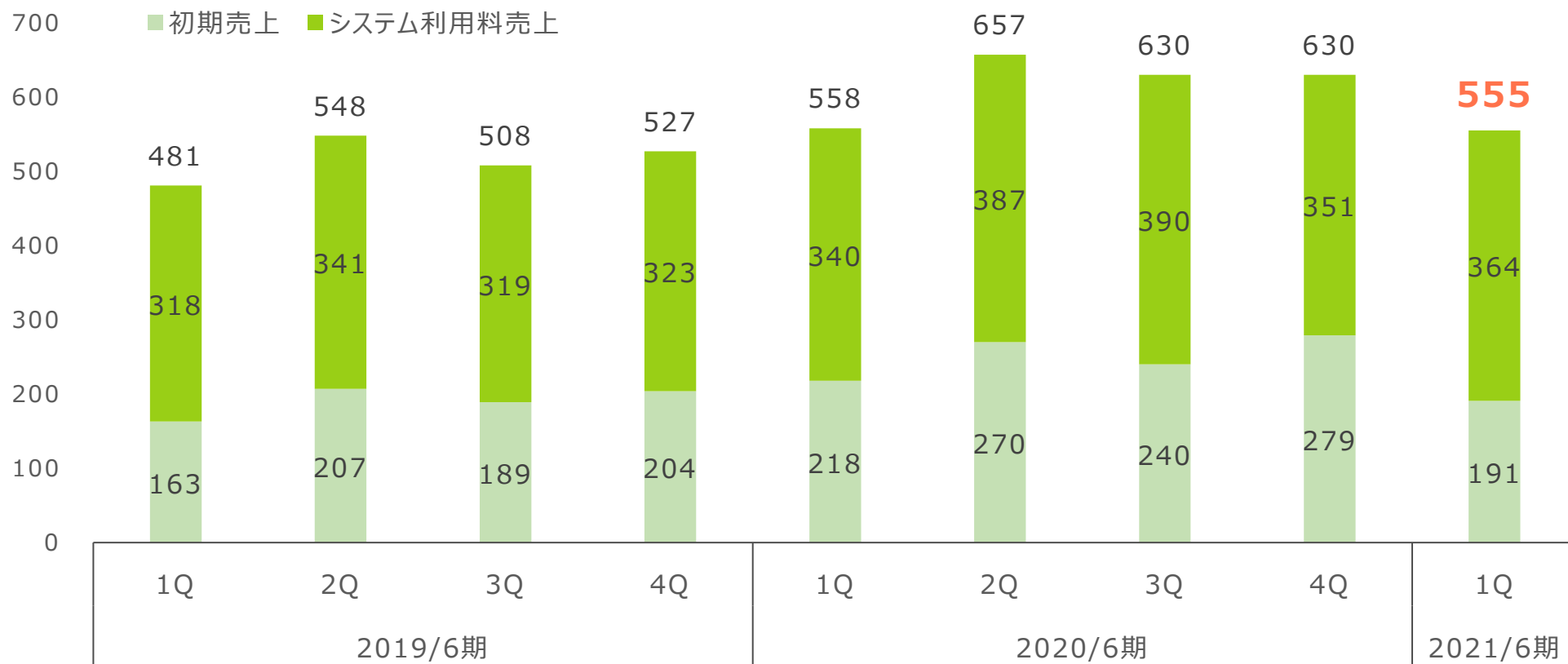
初期売上はカスタマイズ案件の内製や商材内訳の変化等により粗利率が良化
コスト面では外注費等以外は横ばい、もしくは削減し、営業利益は増益



四半期業績推移（連結売上高）

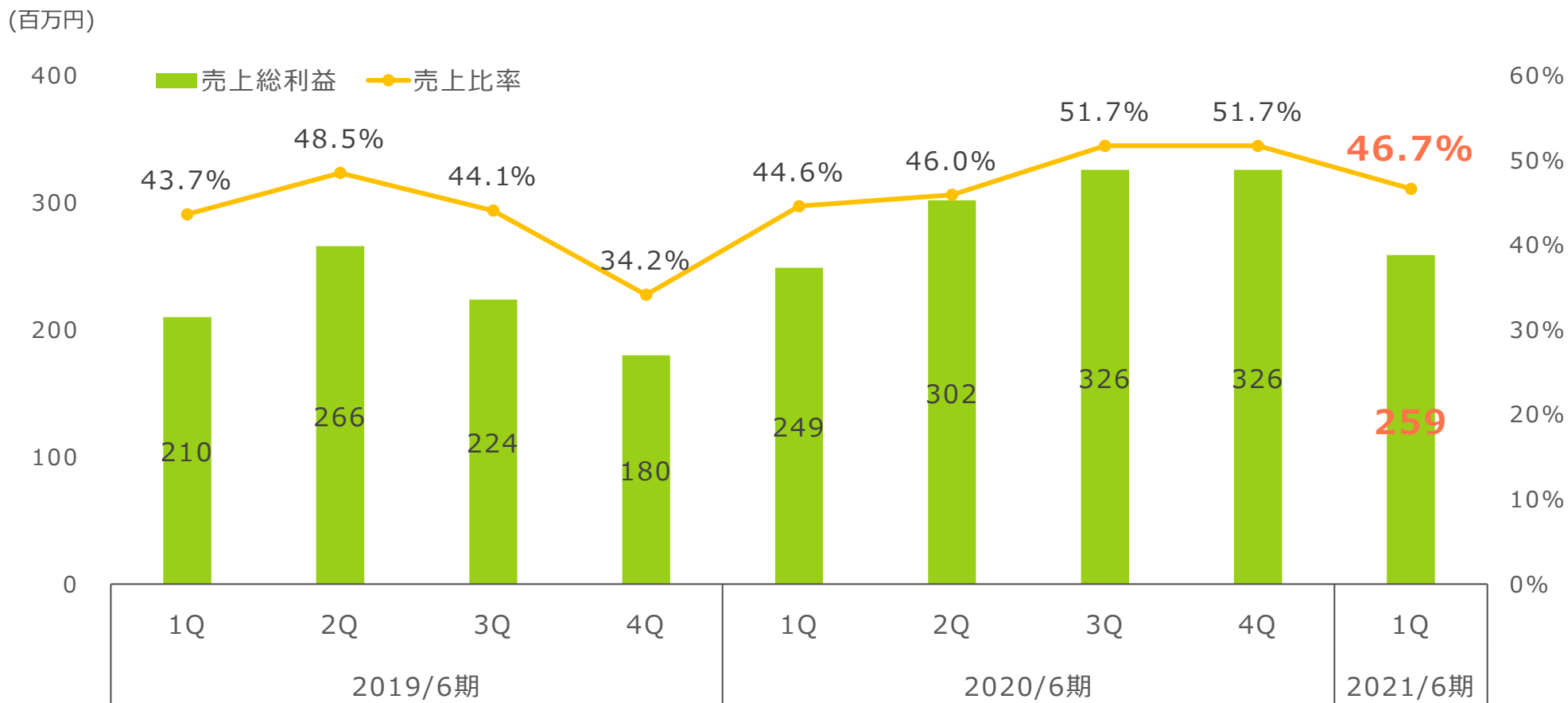
システム利用料は還元事業 + 季節性要因のあった前期2・3Qからはやや減少も、着実に成長中

(百万円)



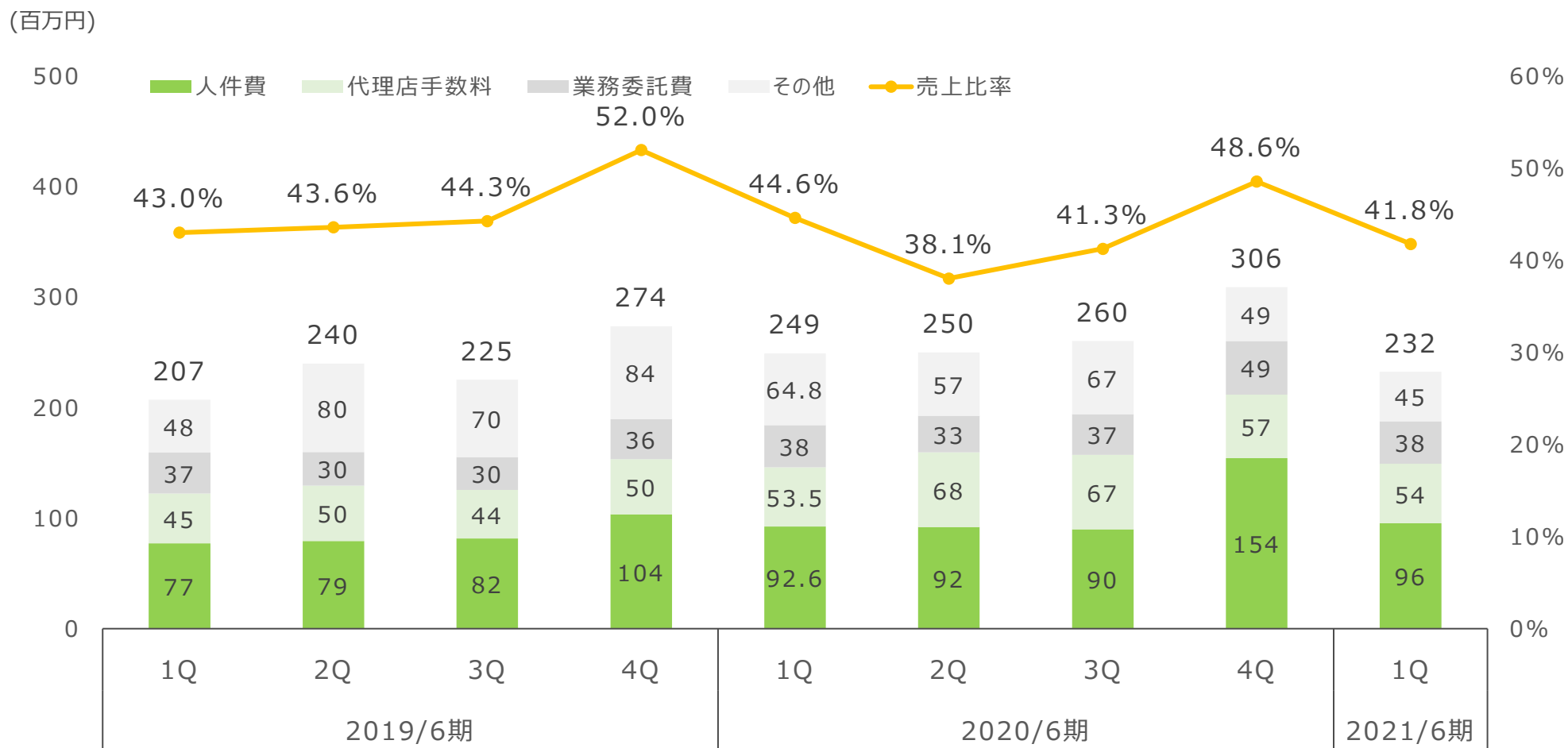
四半期業績推移（連結売上総利益）

前年同期比で2ポイント程度良化、過去1Qと比しても高い水準



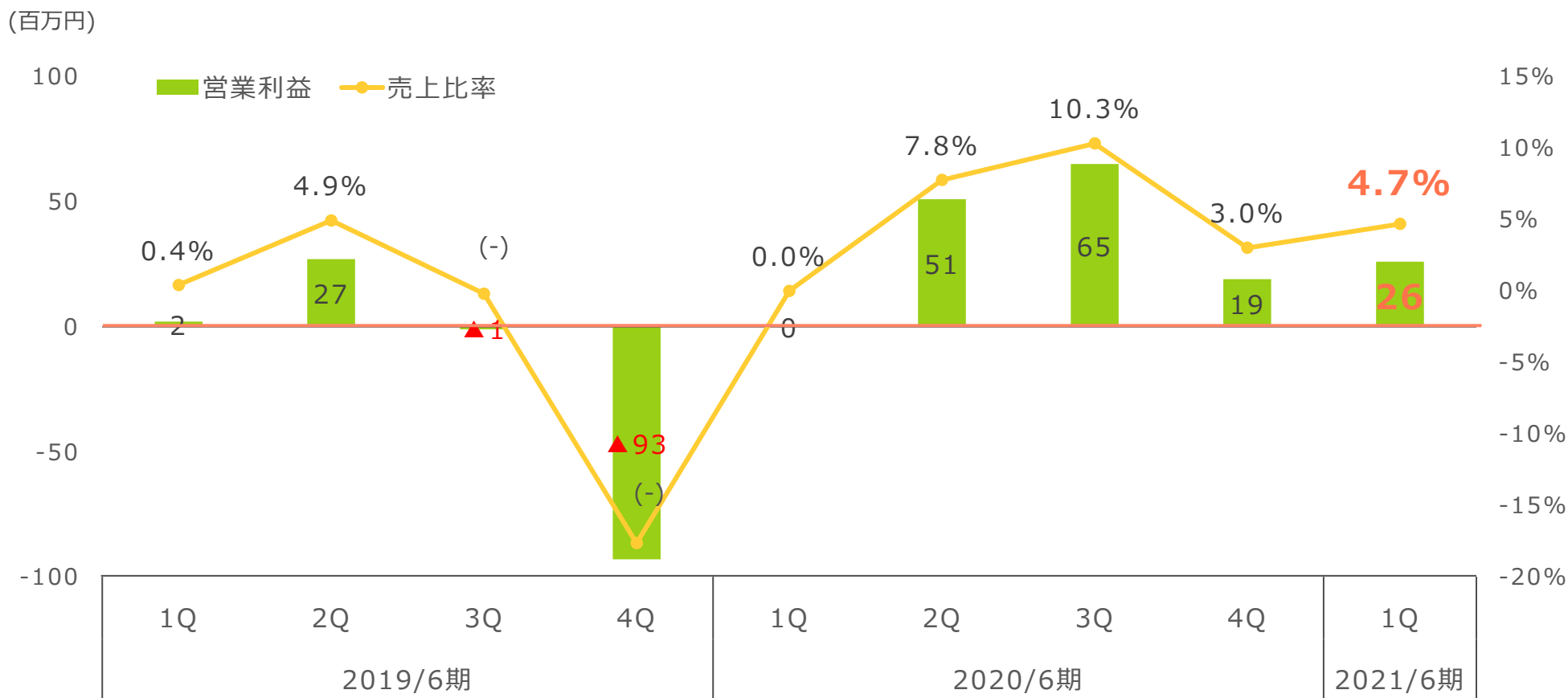
四半期業績推移（連結販売費及び一般管理費）

前年同期比で3ポイント程度良化、金額ベースでも過去1年で最小水準



四半期業績推移（連結営業利益）

投資実行期（2019/6期）の減益、その後の固定費増加を吸収し、黒字確保と安定化が進む



四半期業績推移（連結貸借対照表）

第三者割当により発行した新株予約権（第11回新株予約権）は20%程度行使済
獲得した資金は順次、中長期の成長投資のために活用

(百万円)

	2021/6期 第1四半期	2020/6期末	備考
流動資産	1,259	1,115	
うち現金及び預金	915	682	第11回新株予約権の一部行使による増加
固定資産	330	349	
資産合計	1,590	1,464	
流動負債	412	543	
固定負債	69	74	
純資産	1,107	846	
負債・純資産合計	1,590	1,464	

1. 2021年6月期第1四半期 決算報告

2. セグメント別業績

3. 事業トピックス

事業別業績：ハウスプリペイド

初期売上減のため売上全体はやや減少したが、システム利用料売上増加と初期売上の粗利良化、及び販管費の圧縮によりセグメント利益は約30%増加、連結での営業増益に寄与

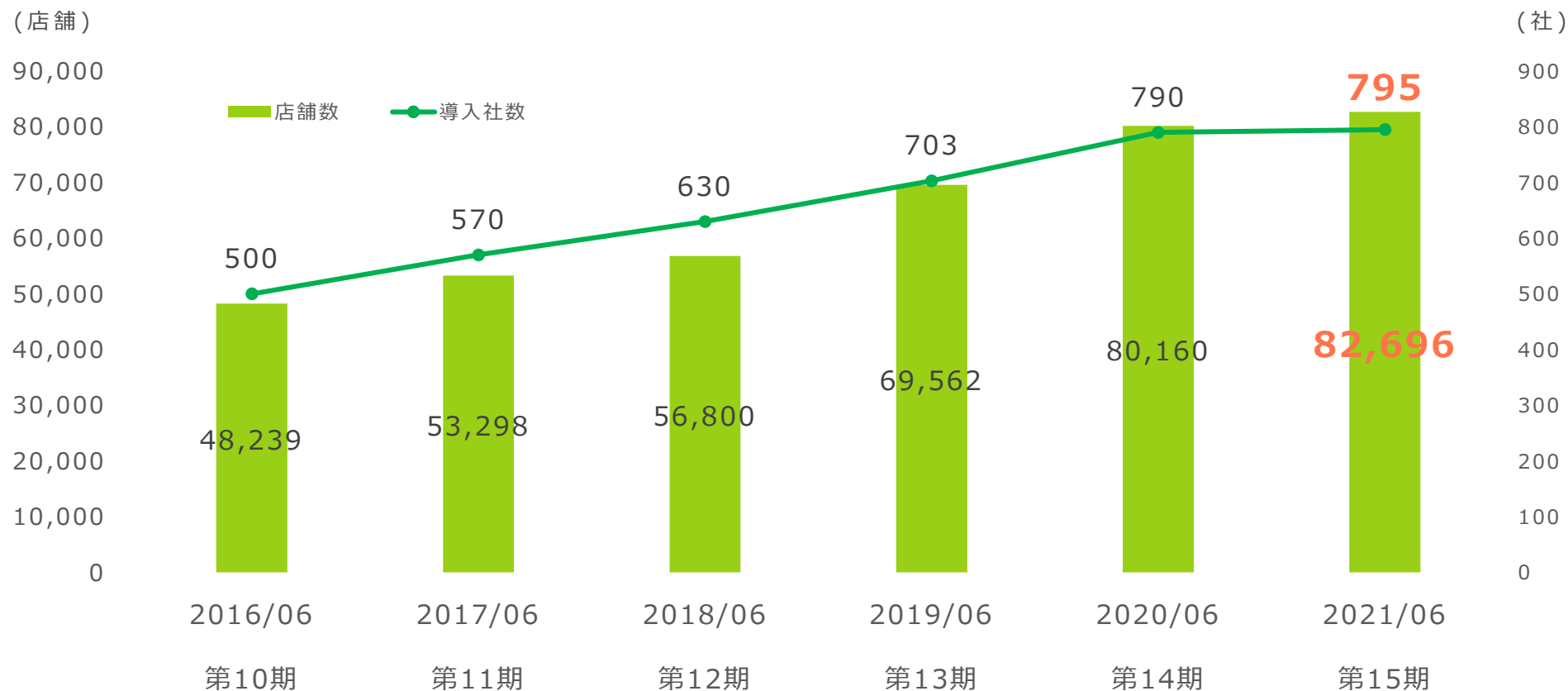
(百万円)

	① 2021年6月期 第1四半期 (実績)	② 2020年6月期 第1四半期 (実績)	前年同期比 (①÷②)
売上高	512	520	98.3%
(初期売上)	181	218	83.2%
(システム利用料売上)	330	302	109.2%
セグメント利益	111	83	134.0%

ハウスプリペイド事業の状況（店舗数・導入社数）

導入店舗数は8万店舗を超過、導入社数も800社に迫る水準に到達

<導入店舗数・導入社数（累計）の推移>

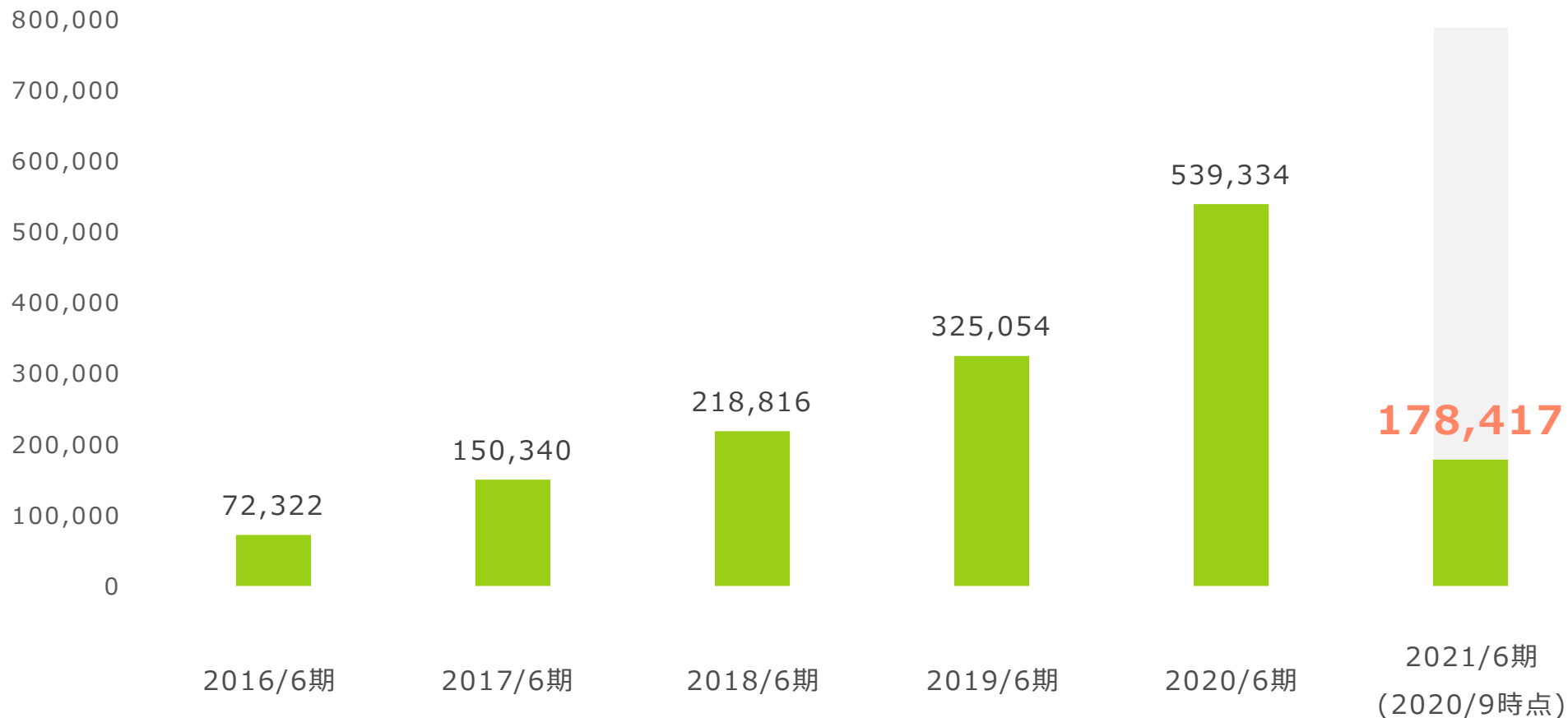


ハウスプリペイド事業の状況（取扱高）

キャッシュレス還元事業参加企業での利用は継続もしくは微減程度の影響にとどまり、それ以外の事業者での利用増も継続し、前年同期比で約67%増

<年間取扱高(=プリペイドチャージ額)の推移 ※海外含む>

(百万円)



事業別業績：ブランドプリペイド

一部既存案件のカスタマイズによる初期売上発生、システム利用料は前期4Q程度の水準が継続稼働中サービスの維持、新たな事業モデルの構築に向けた検討と準備を実施中

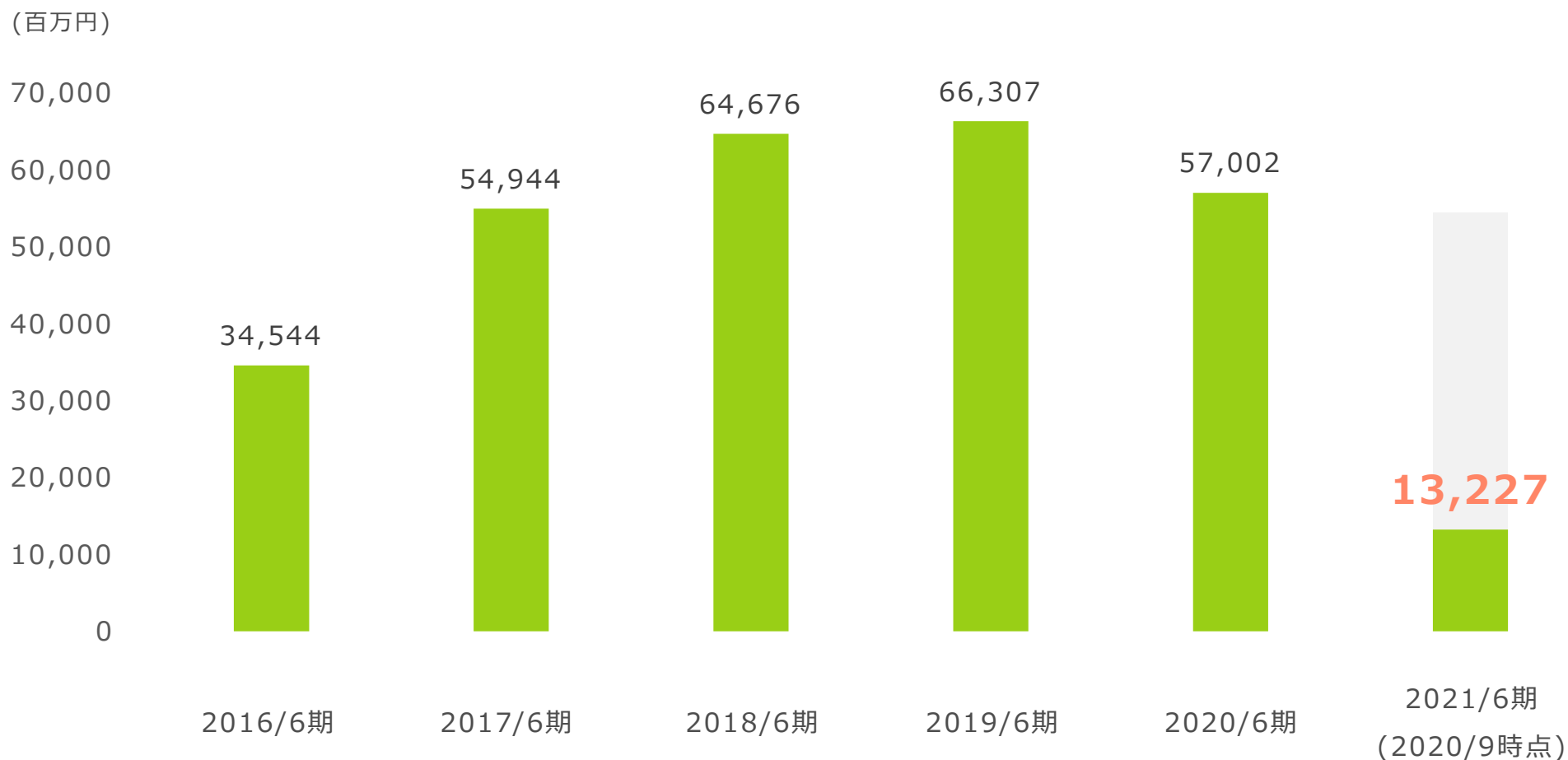
(百万円)

	① 2021年6月期 第1四半期 (実績)	② 2020年6月期 第1四半期 (実績)	前年同期比 (①÷②)
売上高	43	38	114.2%
(初期売上)	9	0	+9百万円
(システム利用料売上)	34	38	89.8%
セグメント損失	-1	-6	+5百万円

ブランドプリペイド事業の状況（取扱高）

既存案件の利用も現状維持～やや減の傾向にあり、前期比約17.0%減

<年間取扱高(=プリペイドチャージ額)の推移>



事業別業績：海外

新型コロナウイルスの影響からのリカバリー途上であり、新規導入はなし

徐々に利用はコロナ以前の水準に戻りつつあり、回復を継続できれば2Q以降は再度成長路線へ

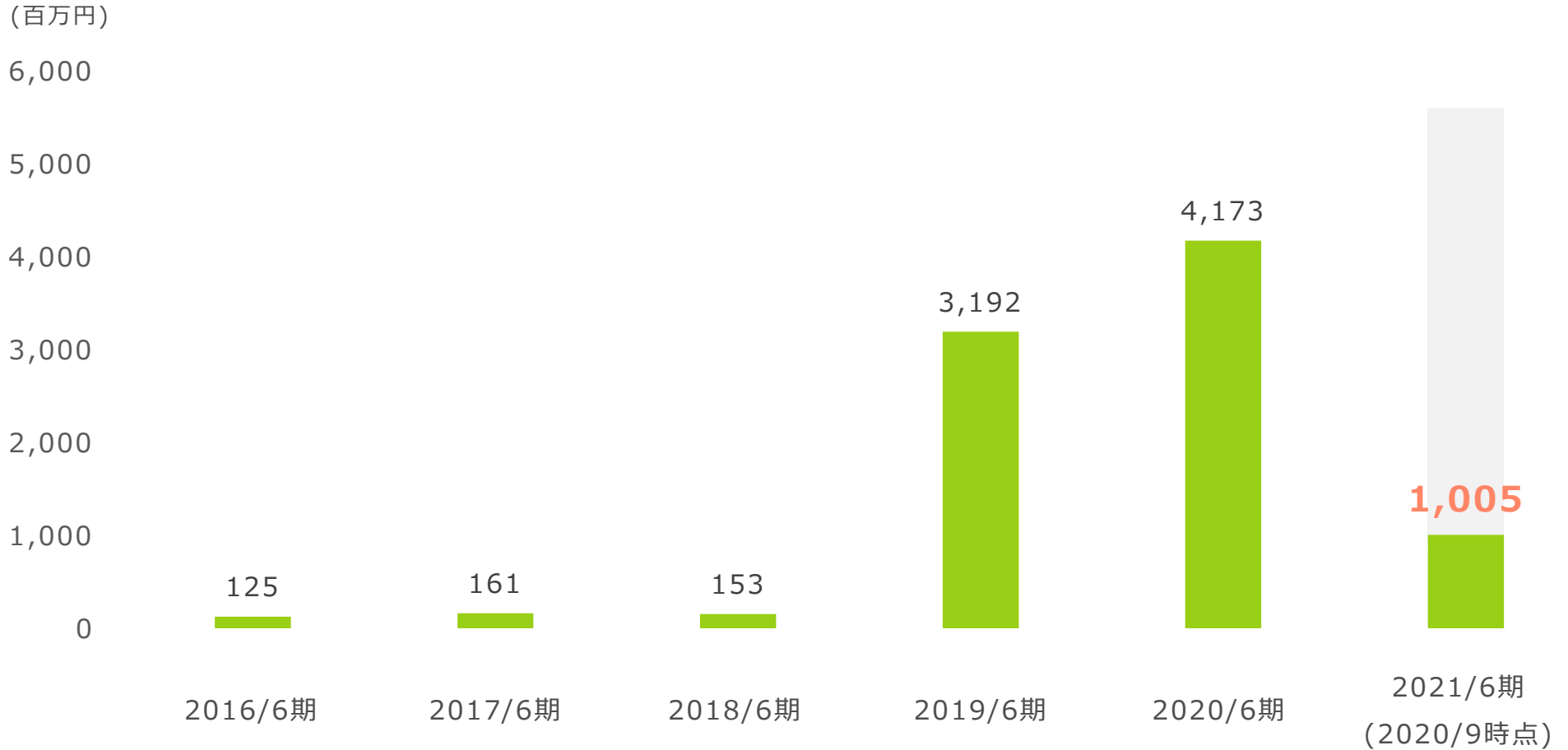
(百万円)

	① 2021年6月期 第1四半期 (実績)	② 2020年6月期 第1四半期 (実績)	前年同期比 (①÷②)
売上高	11	11	97.3%
(初期売上)	1	3	30.3%
(システム利用料売上)	10	9	108.1%
セグメント損失	-13	-17	+4百万円

(注)海外は当社セグメント定義上ハウスプリペイドに属するため、当業績は前出のハウスプリペイドの業績に含みます。

海外の状況（取扱高）

<海外単独の年間取扱高（＝プリペイドチャージ額）の推移>



(注)海外は当社セグメント定義上ハウスプリペイドに属するため、当実績は前出のハウスプリペイドの実績に含みます。

1. 2021年6月期第1四半期 決算報告

2. セグメント別業績

3. 事業トピックス

中期経営計画（抜粋） - 成長イメージ

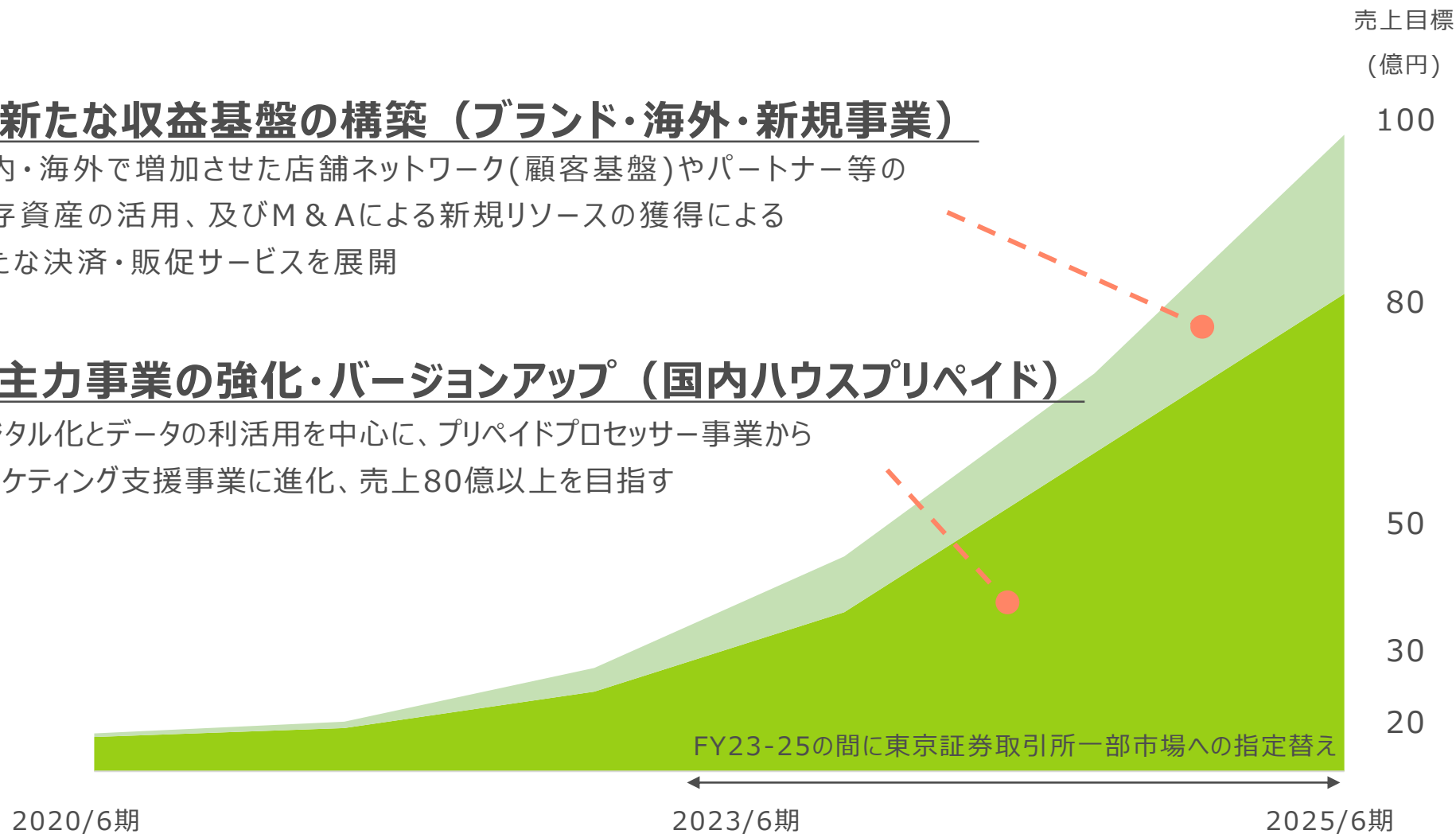
主力事業であるハウスプリペイド事業を80億円以上の規模に成長させ、
2025/6期に売上高100億円を達成する

② 新たな収益基盤の構築（ブランド・海外・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)やパートナー等の
既存資産の活用、及びM&Aによる新規リソースの獲得による
新たな決済・販促サービスを展開

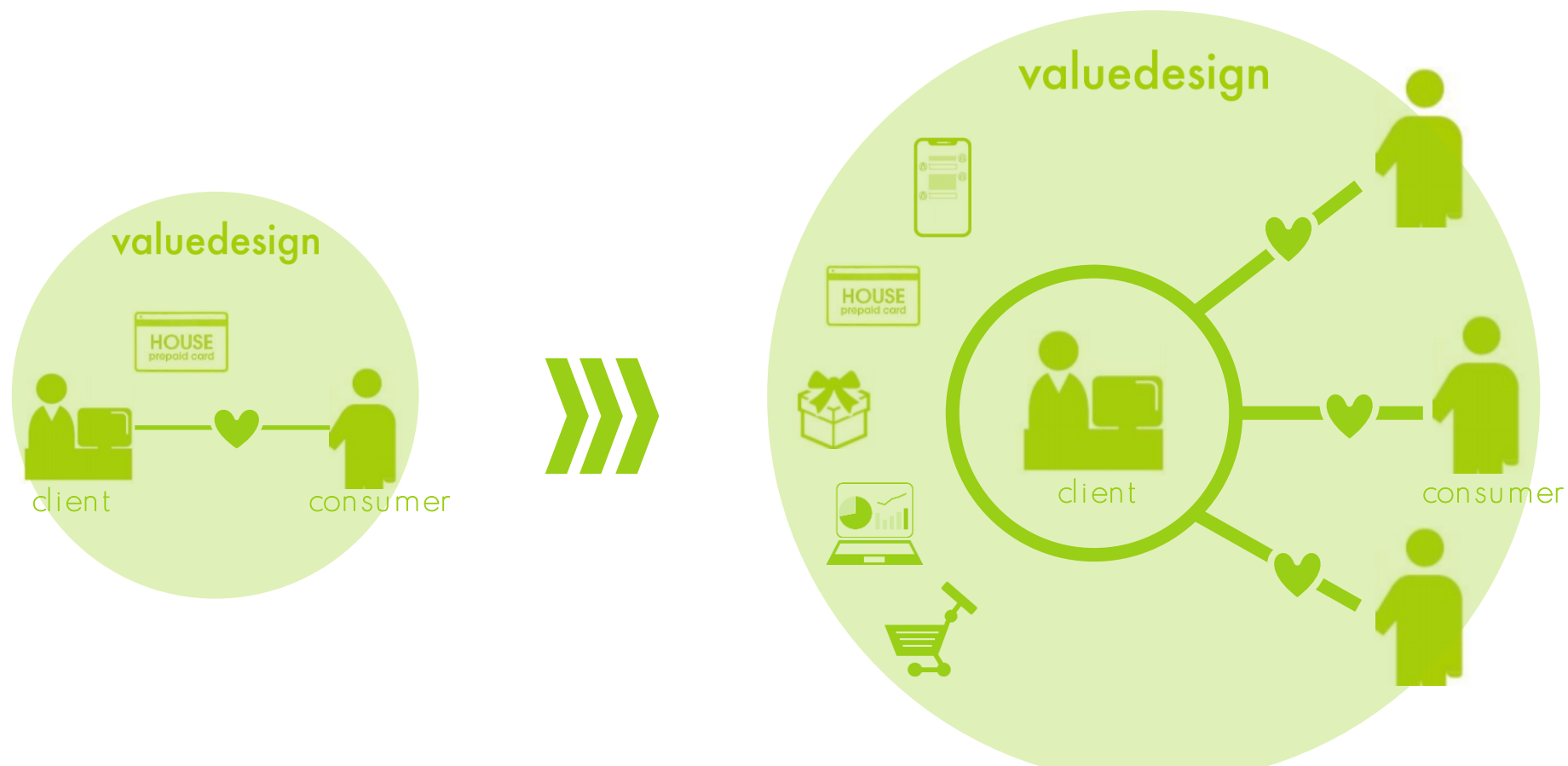
① 主力事業の強化・バージョンアップ（国内ハウスプリペイド）

デジタル化とデータの利活用を中心に、プリペイドプロセッサ事業から
マーケティング支援事業に進化、売上80億以上を目指す



中期経営計画（抜粋） - 今後の当社の提供価値

「プリペイドプロセッサ」から、様々なマーケティングツールを共に運用しサービス提供企業（顧客）と消費者のコミュニケーションの架け橋をつくる「消費者価値の共創パートナー」へ進化



プリペイド「システム」を提供、
消費者エンゲージメント構築は顧客努力が中心

消費者を知り、関係を構築するためのツールを用い
顧客と一緒に価値を提供する「パートナー」へ成長する

中期経営計画（抜粋） - 中期業績目標

KPI	現状(2020)	目標(2023)	目標(2025)
取扱高 (プリペイド入金額)	5,393億円	1.5兆円	2.5兆円
導入店舗数	8万店舗	10万店舗	15万店舗
決済比率	13.0%	30.0%	40.0%



売上目標

システム手数料売上	14.8億円	40億円～	80億円～
-----------	--------	--------------	--------------

資金調達（第三者割当による新株予約権） - 調達資金と用途

各セグメントの成長戦略と、それを支える共通基盤の強化で計11.3億円を投資予定

#	テーマ	内容	必要資金
1	国内ハウスプリペイド事業	国内ハウスプリペイド事業の営業人材の獲得と育成並びにハウスプリペイドシステム及び周辺サービスの拡張とキャパシティの増強のための投資	3.0億円
2	国内ブランドプリペイド事業	国内ブランドプリペイド事業における汎用プラットフォームの開発及び業務運営体制の構築による利益創出のための投資	2.0億円
3	その他新規事業・M&A	M&Aや資本業務提携等による新規事業開発又はサービス拡充、営業人材及びITシステム開発力の獲得のための投資	6.3億円

資金調達（第三者割当による新株予約権） - 概要

発行方法	マイルストーン・キャピタル・マネジメント株式会社に対する第三者割当方式	
発行概要	行使可能期間	2020年9月3日～2022年9月2日
	想定調達額	1,185百万円（差引手取概算額：1,134百万円）
	新株予約権個数	3,833個
	発行株式数	普通株式 383,300株
行使価額	当初行使価額	3,069円
	行使価額の修正	決議が行われた日の直前取引日の終値の90%に相当する金額（1円未満の端数を切り上げ） ※当社取締役会の決議による行使価額の修正
	上限行使価額	なし
	下限行使価額	2,035円
その他	取得条項	当社の判断で残存する新株予約権の取得・消却が可能
	取得請求	行使期間満了の1ヶ月前時点で未行使の本新株予約権を保有しているなどの場合、割当予定先は残存する新株予約権の取得請求が可能
	行使指示条項	一定の場合に当社の裁量により行使指示が可能
	行使制限条項	割当予定先は発行済株式総数の10%を超えて当社株式を保有することはできない

事業トピックス（マイナポイント事業の参加支援）

マイナポイント事業への当社顧客企業の参加支援として、ハウスプリペイドの決済実績やポイント受領を行うシステムの提供を実施中

■ マイナポイント事業参加企業例



『きむらフレッシュカード』

株式会社きむら



『コーナンPay』

コーナン商事株式会社



『駿河屋マイカード』

株式会社駿河屋魚一



『トライアルプリペイドカード』

株式会社トライアルホールディングス



『フィールさくらカード』

株式会社フィールコーポレーション



『マキヤプリカ』

株式会社マキヤ



『マリカ』

株式会社サンキュードラッグ

■ 支援サービスメニュー

区分	内容
システム提供費用	決済実績連携やポイント受領を行うためのシステムの提供費用
ID紐付け手数料	当該のハウスプリペイドとマイナポイントの紐づけ申込みを行った件数に応じて手数料を受領

事業トピックス（デジタルギフトサービスの開始）

リピーター獲得に特化したハウスプリペイドに対し、新規客の獲得施策となるギフトサービスを提供
店舗→消費者へのクーポン等のほか、社内リワード等の法人内需要での活用も想定

ValueGift



事業トピックス（VOYAGE MARKETING社との提携）

当社顧客基盤に対し、株式会社YOYAGE MARKETINGのノウハウやプロダクトを連携し、CRMサービスを強化、双方のデジタルギフトサービスの連携による、ラインナップの拡充から協業をスタート



※2020年10月、(株)VOYAGE GROUPとの合併会社を設立し、小売業等を対象に顧客との接点やコミュニケーション活動におけるデジタル化の支援事業を開始することを発表（2020年12月設立予定）

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。