

FY2022 1Q (2022年6月期 第1四半期)

# 決算補足説明資料

2021年11月11日  
株式会社バリューデザイン  
証券コード：3960



## 1. FY2022 1Q 決算概要

## 2. 事業別業績

- ① ハウス電子マネー（ハウスプリペイド）
- ② ブランドプリペイド
- ③ 海外展開

## 3. 事業トピック



## Our Mission

決済×マーケティングで、店舗と消費者の架け橋となる

# 当社のミッションと提供価値



バリューデザインは、  
「ハウス電子マネー決済」を  
軸とした、企業の**販促DXサー  
ビス**の提供により

購買を起点として得られた  
**デジタルデータ**を駆使し

新たな**消費者と店舗の関係を  
デザイン**し

店舗での**消費体験**をより豊か  
にし続けてゆきます。





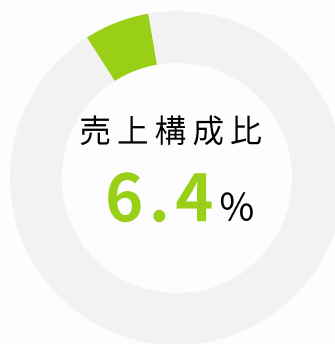
## ハウス電子マネー

安価な決済手数料で店舗独自のキャッシュレス決済と販促支援サービスを提供



## ブランドプリペイド

国際ブランドNWを活用したクレジットカードと同程度の汎用性を持つプリペイド



## 海外展開

ハウス電子マネーをローカライズした販促サービスをアジア各国へ展開



※売上構成比：FY2021 通期実績



Digi**lue**

Value **Insight**

アジアでの  
店舗DX事業

Value **Gift**

デジタルマーケ領域を  
中心とした新規事業

Value **Gateway**

店舗DX・  
販促支援サービス

 VALUE WALLET

Value **Card**

周辺サービスの  
クロスセル+アップセル

大口(エンタープライズ)  
案件の獲得・成功事例化

小~中規模顧客での  
実績積上げ

現在地点

ハウス電子マネーを  
軸とした顧客基盤の構築

現在のコア事業を補完する  
事業による相乗効果

拡大した顧客基盤のニーズ  
に応える各種事業の展開

グローバルでの  
事業本格拡大



# 1. FY2022 1Q 決算概要



連結売上高 : **471**百万円 前期比 ▲15.1%

(手数料収益 : **373**百万円 前期比 +2.6%)

連結営業利益 : ▲**31**百万円 前期比 ▲58百万円

ハウス電子マネー取扱高 : **2,056**億円 前期比 +15.3%

累計導入店舗数 : **90,152**店舗 前期比 +9.0%





## ① ハウス電子マネー事業は手数料収益5.8%増で堅調

- ・ 飲食業はコロナ禍の影響を未だ脱しておらず、手数料収益はコロナ前（FY19/1Q）比で85%程度
- ・ 量販業は既存案件堅調のほか、前4Q～今1Qの新規稼働案件が好調で前期比116%
- ・ その他フロー収益の減収は、スポット要因の有無によるもの  
(前期はマイナポイント事業参加支援のシステム導入売上、大口案件稼働に伴うカード販売等有)

## ② 前期調達資金を投入した新規サービス・事業を順次開発、リリース

- ・ 顧客分析/コミュニケーションサービス「Value Insight」のバージョンアップや、新たな電子マネーのチャージ等、新規サービスを順次開発・展開
- ・ 各商材は既存顧客へのクロスセル商材として投入し、新たな収益を確保

## ③ アララ株式会社が筆頭株主へ異動、両社提携による市場開拓・事業創出を推進

- ・ 2021年8月25日付で、アララ株式会社が当社株式の33.2%を有する筆頭株主に異動
- ・ 両社の顧客基盤を生かした、店舗DXや販促支援事業の共同展開による競争力・収益力強化を図る

# 連結損益 (FY2022 1Q)



(百万円)

	① FY2022 1Q (実績)	② FY2021 1Q (実績)	前期比 (①÷②)	③ FY2022 (予想)	進捗率 (①÷③)
売上高	471	555	84.9%	2,598	18.1%
システム利用料収益	① 373	364	102.6%	1,618	23.1%
その他フロー収益	② 98	191	51.5%	980	10.0%
営業利益または営業損失	③ ▲31	26	▲57百万円	16	-
経常利益または経常損失	▲34	10	▲44百万円	9	-
親会社株主に帰属する 当期純利益または当期純損失	▲33	7	▲40百万円	4	-

## 【Point】

- ①ハウス電子マネーは前期比5.8%増の一方、ブランドプリペイド事業が前期比▲27.8%減となり全体では2.6%増
- ②スポット要因の有無による減収  
(前期はマイナポイント事業参加支援のシステム導入売上、大口案件稼働時のカード販売等あり)
- ③②の売上減、及び増員による人件費(+13%)等の固定費の増加により1Q時点では減益

# FY2022 1Q 業績ハイライト – セグメント損益



(百万円)

	FY2022 1Q				FY2021 1Q			
	ハウス	ブランド	海外	共通	ハウス	ブランド	海外	共通
売上高	429	30	13	-	501	43	11	-
手数料収益	338	24	11	-	321	34	10	-
その他フロー収益	91	5	2	-	180	9	1	-
セグメント損益	85	▲25	▲5	▲87	124	▲2	▲13	▲83

主力事業+本社費用での損益は  
▲2百万円

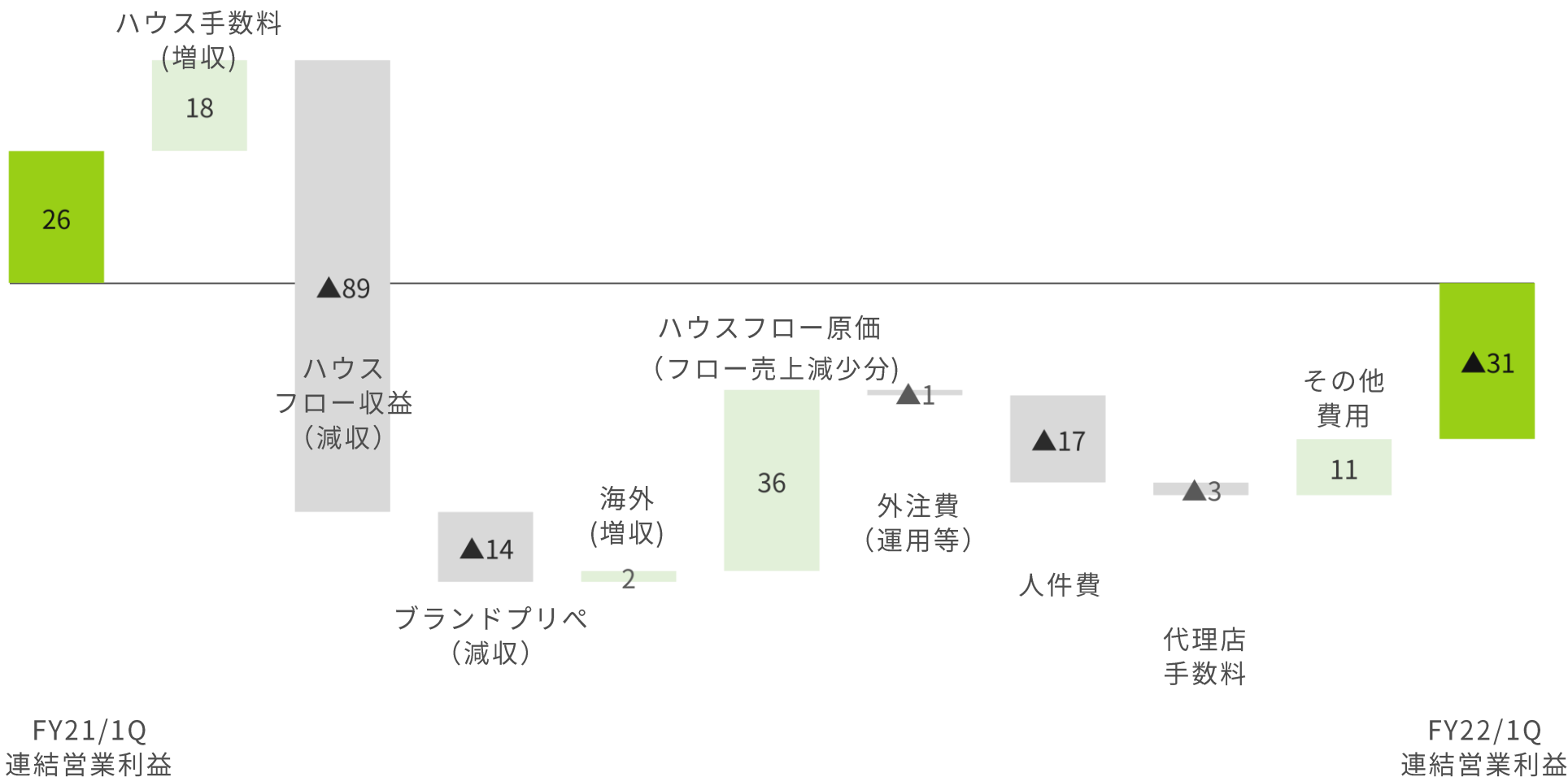
前期は+41百万円

※「共通」セグメントには、財務経理・人事等の本社機能に関する費用及び役員報酬等の費用を計上しております。

# 連結営業利益の変動要因（前期比）



(百万円)



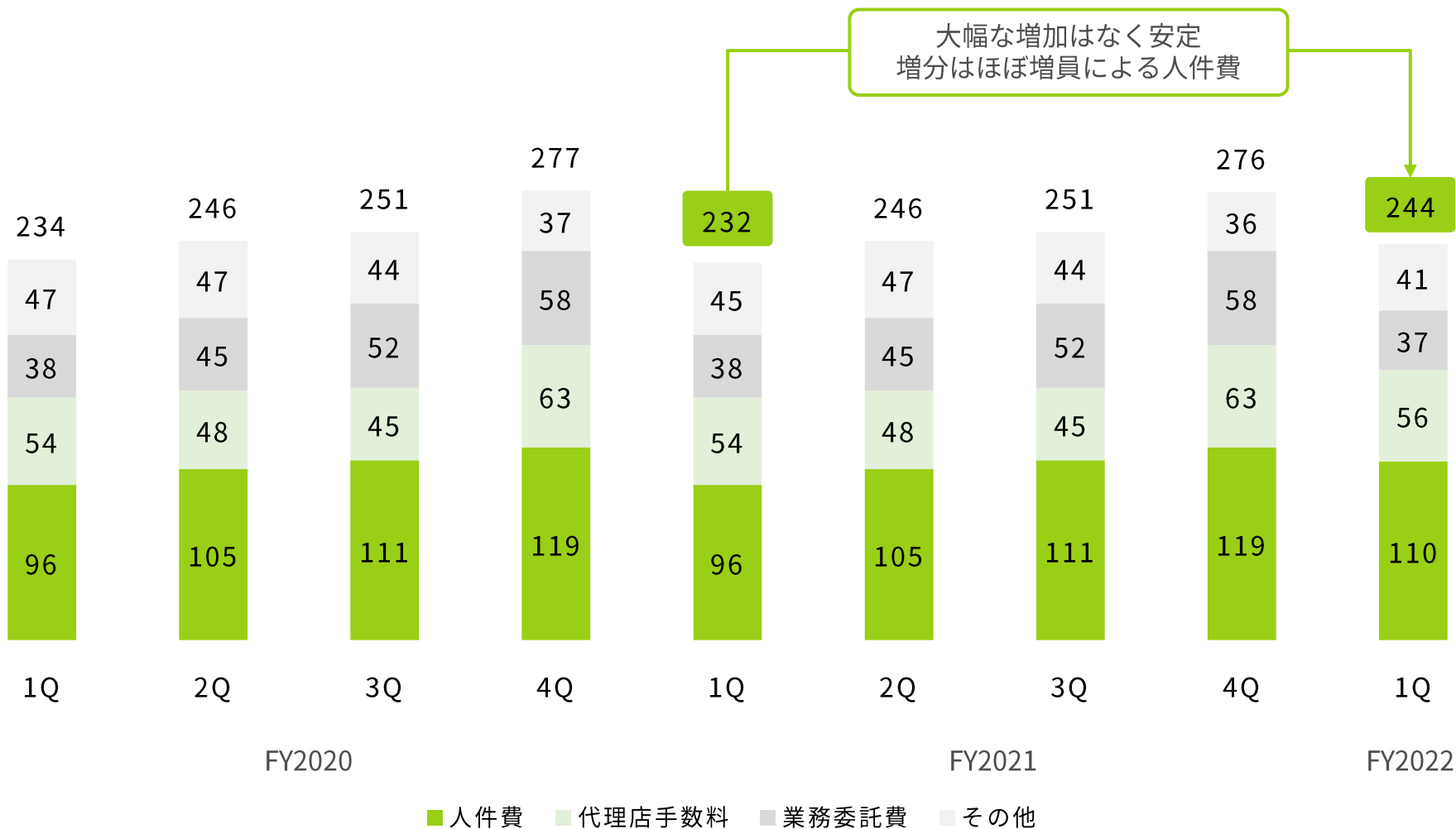
FY21/1Q  
連結営業利益

FY22/1Q  
連結営業利益

# 連結販売費及び一般管理費の推移



(百万円)



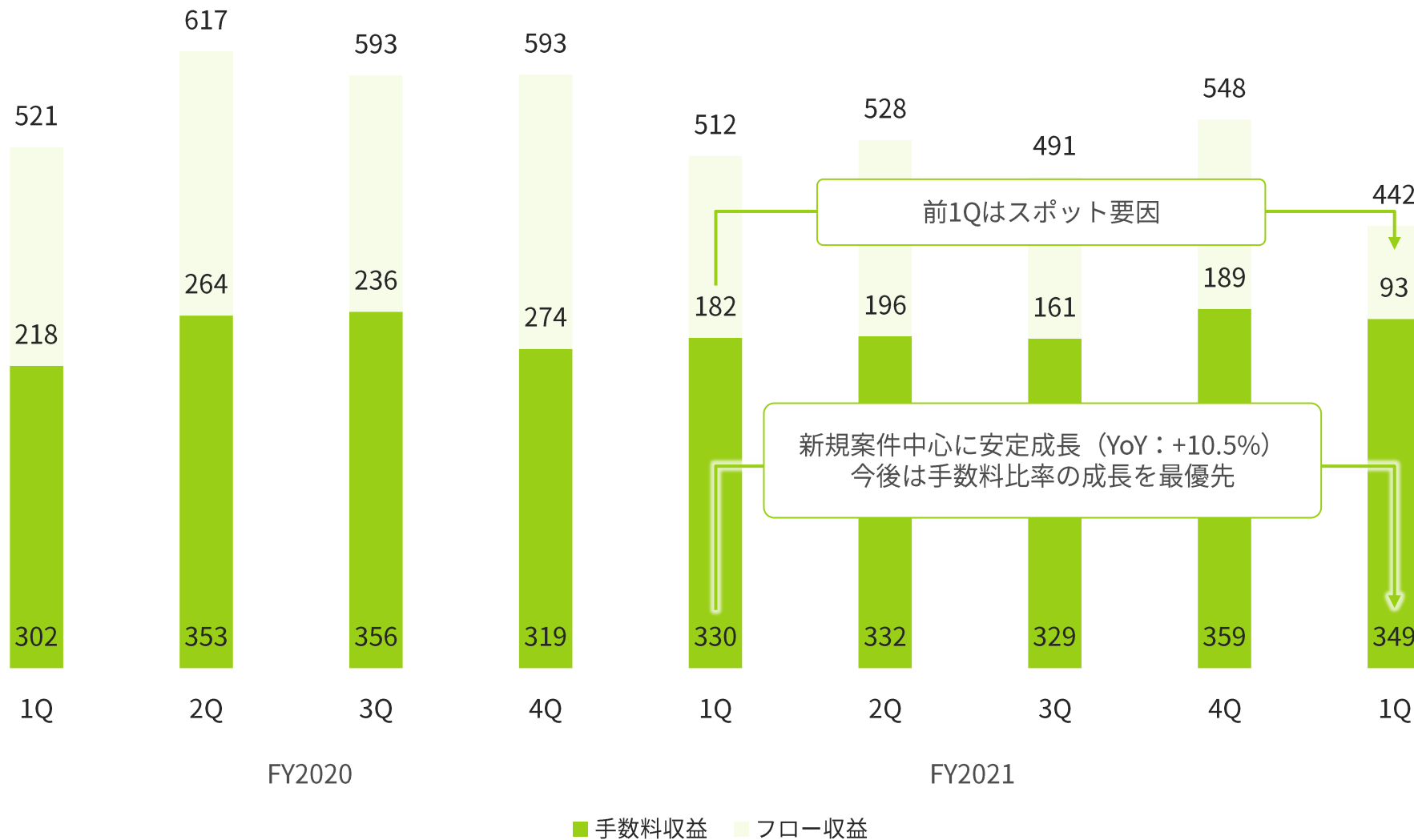


## 2. 事業別業績 — ①ハウス電子マネー（ハウスプリペイド）

# 事業別業績：ハウス電子マネー - 売上推移



(百万円)

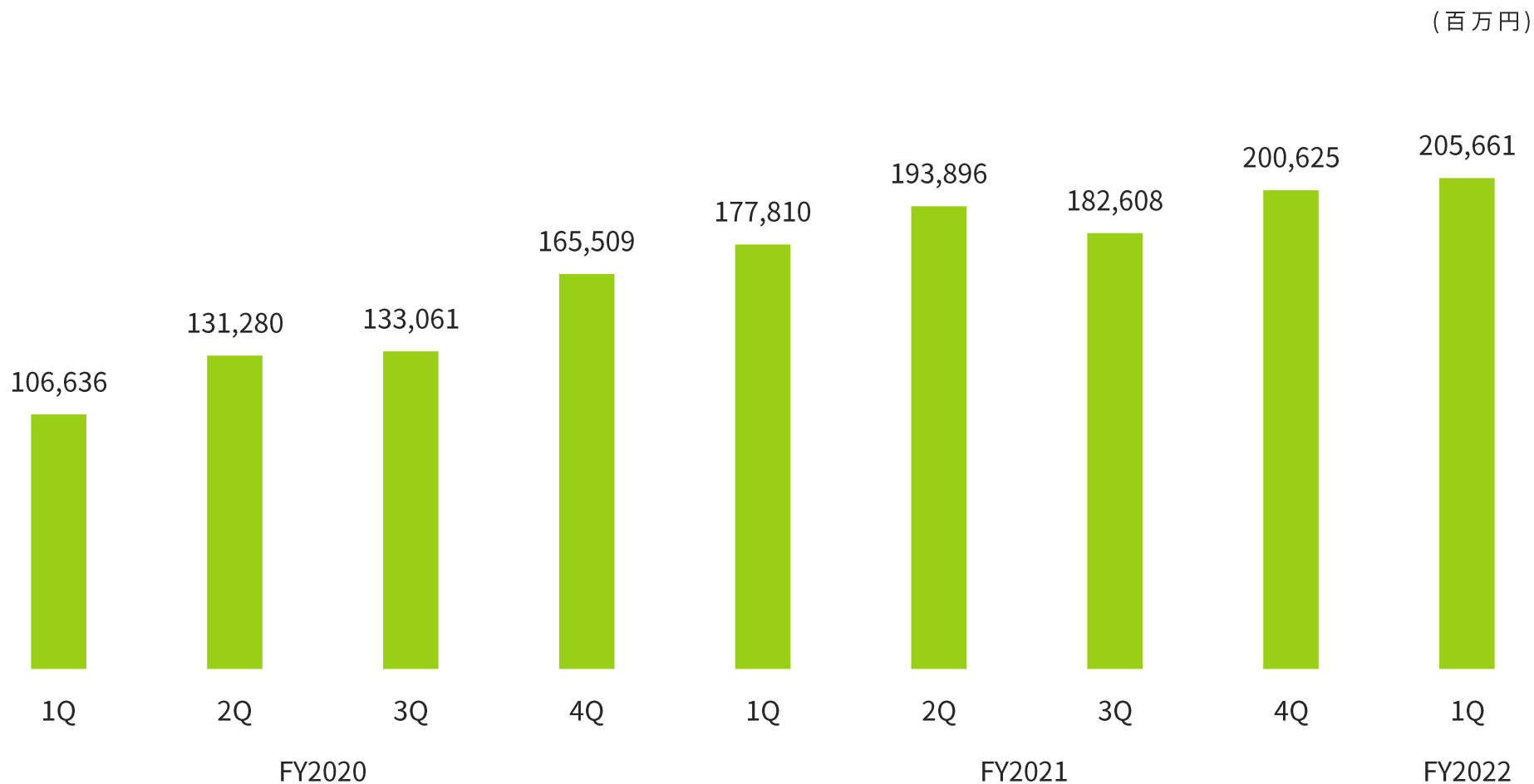


# 事業別業績：ハウス電子マネー – 取扱高推移



コロナ影響による飲食業の取扱高停滞と量販業の増加傾向は変わらず、前期比15.3%増

<取扱高(=チャージ額)の推移 ※海外含む>



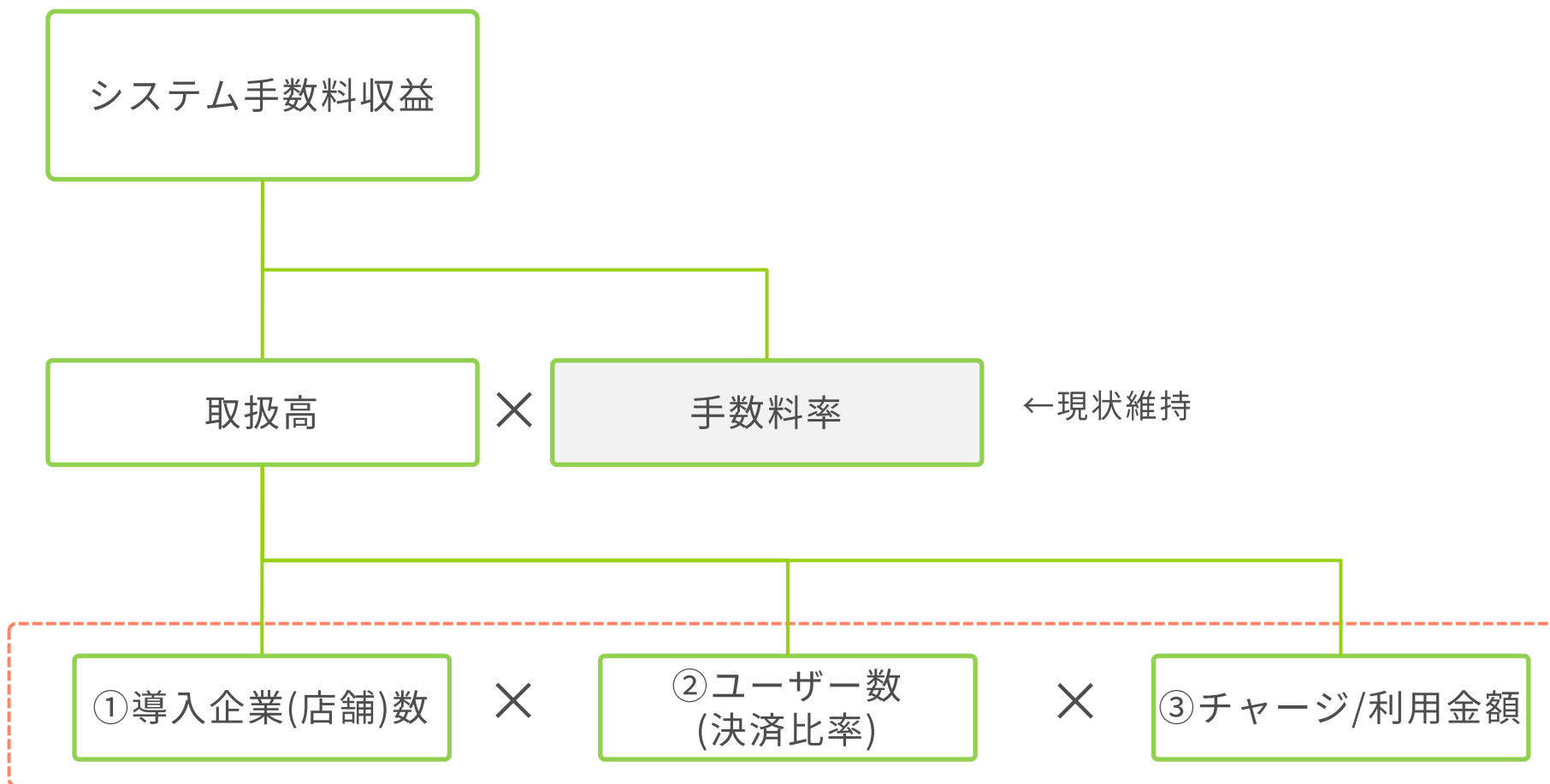


# 成長に向けた重要指標



中期経営計画（2020.9）にて示した通り

導入店舗数・ユーザー数・チャージ（利用）金額の増加が手数料収益の重要KPI

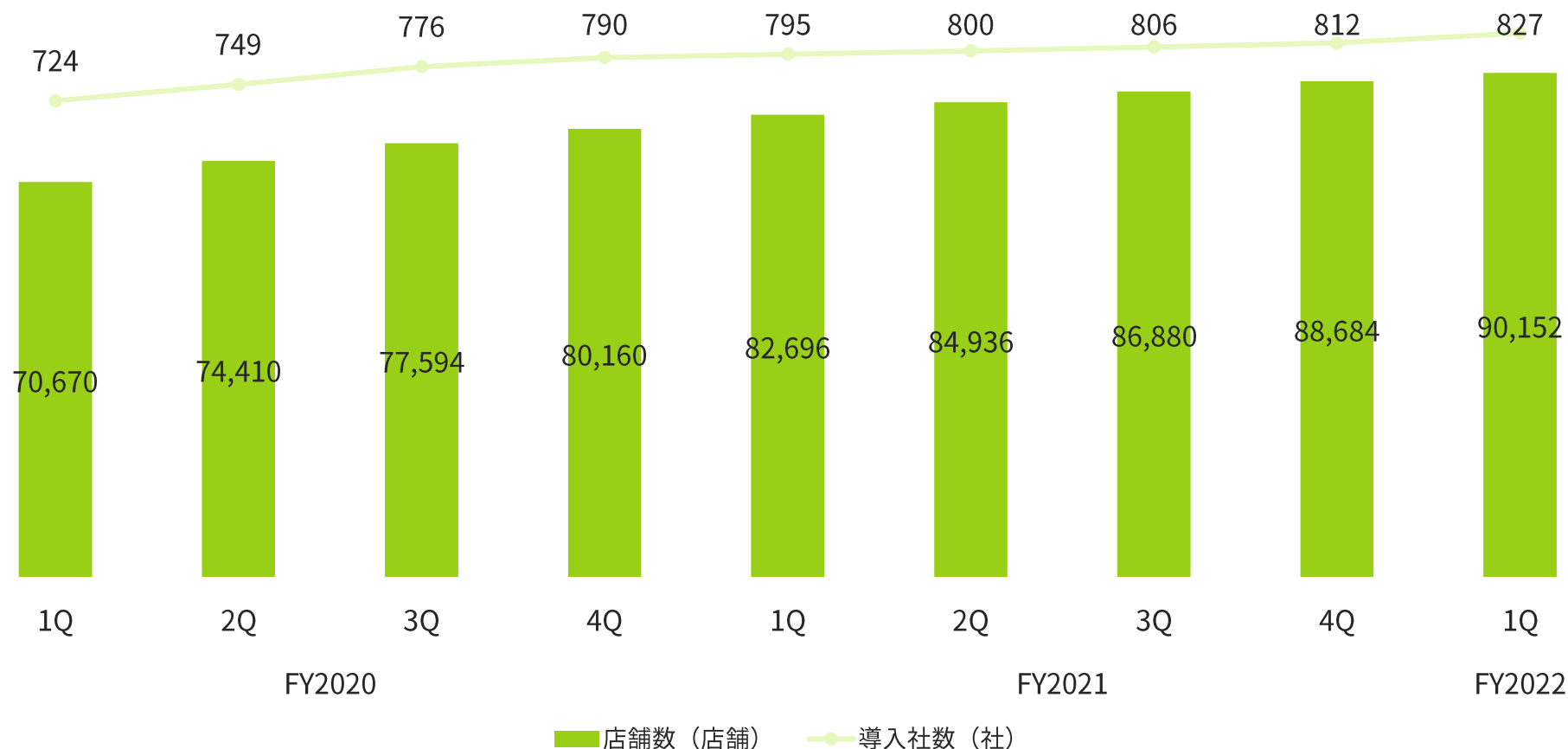


# 事業別業績：ハウス電子マネー - 累計導入店舗数・導入社数



累計で導入社数820社、導入店舗数は9万店舗を突破

<導入店舗数・導入社数（累計）の推移>

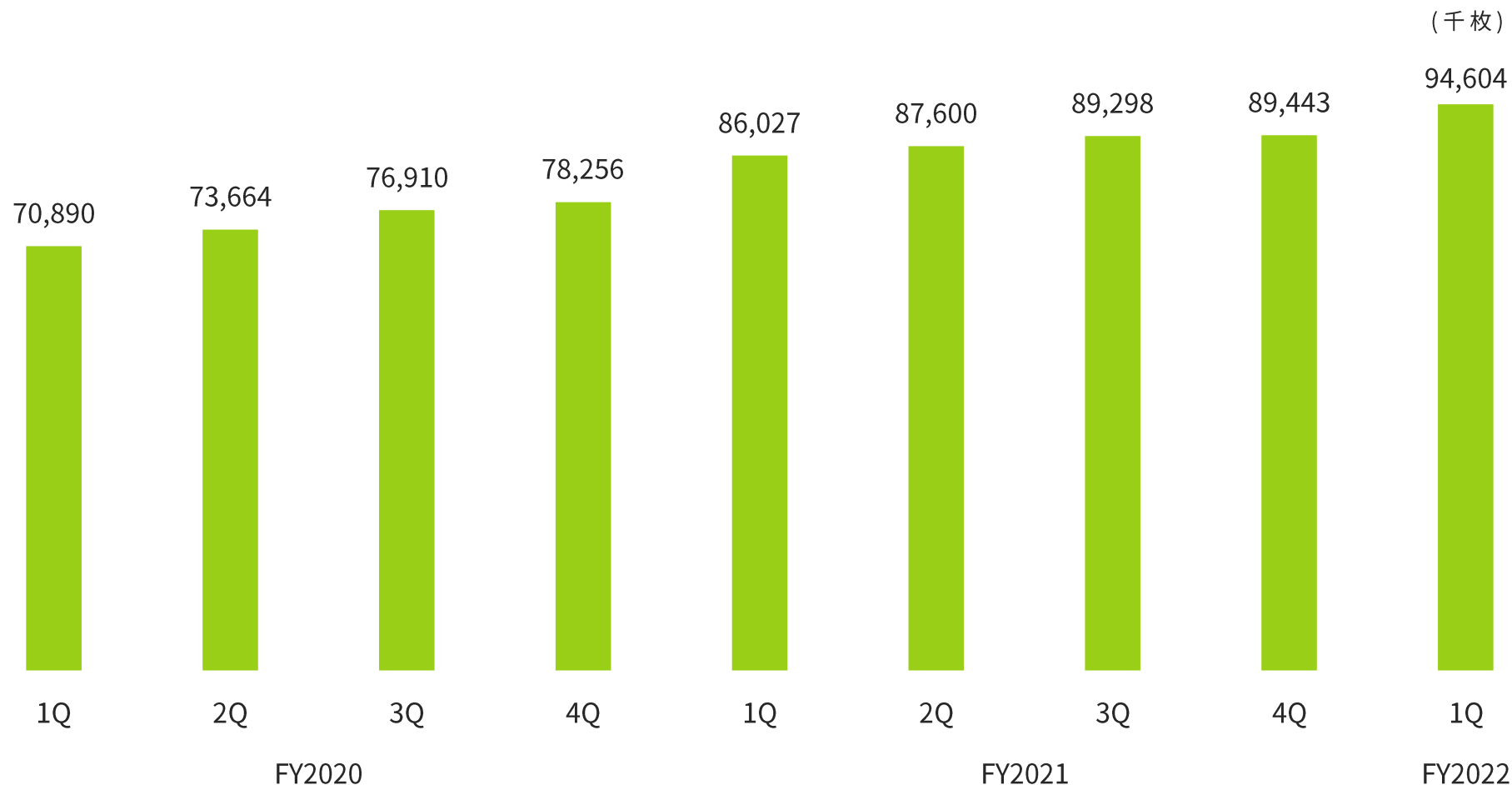


# 事業別業績：ハウス電子マネー - ユーザー数（カード枚数）



堅調に増加し、FY22/1Q時点では約9,400万枚

<ユーザー数(※)の推移>



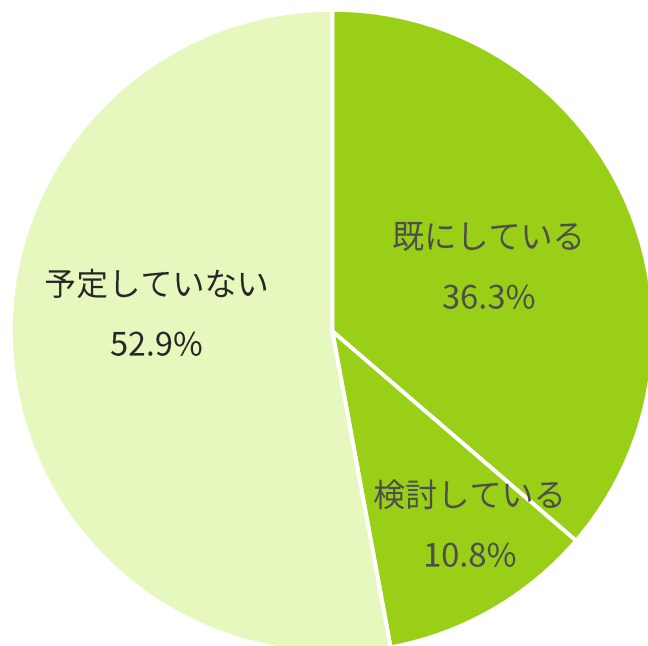
※各Q末の有効カード枚数

# 独自決済（ハウス電子マネー）導入の機運の高まり



<スーパー各社のハウス電子マネー・QRコード決済に対する調査(※)>

自社専用のキャッシュレス決済を導入しているか



QRコード決済の手数料対策は

比較的手数料の低いキャッシュレス決済を優遇して、比率を上昇させる	33.3%
自社キャッシュレス決済を優遇して、比率を上昇させる	31.1%
自社キャッシュレス決済を導入する	14.1%
現金決済比率を上昇させる	2.2%

(注)複数回答

(※)日本経済新聞 2021年10月19日記事「スーパー100社、独自決済に活路 PayPay有料化が痛手」より  
(日本経済新聞社及び全国スーパーマーケット協会の共同アンケート結果、915社中242社回答)

# 各種キャッシュレス決済サービスの特徴



	利用範囲	入金サイクル	決済手数料(※)	特徴
クレジットカード	汎用的 (世界中の加盟店)	後払い	高 3%程度が主流	顧客に利便性を提供する <b>決済ツール</b>  ※決済金額や 導入コストなどで棲み分け
汎用電子マネー	汎用的 (国内の加盟店)	サービスにより異なるが 店舗入金はタイムラグ有	高 3%程度が主流	
QRコード決済	汎用的 (国内の加盟店)	サービスにより異なるが 店舗入金はタイムラグ有	中～高 1～3%程度が主流 (キャンペーン中は0%の サービスもあり)	
ハウス 電子マネー	限定的 (導入店舗限定)	<b>前払い</b> チャージ時に入金	<b>低</b> 1%以下 (小売・量販業)	

(※)参考：経済産業省「キャッシュレス決済実態調査アンケート集計結果」(ハウス電子マネー以外の決済手数料)



## キャッシュレス決済に関連した市場動向

## 当社の取り組み

### 企業の課題

キャッシュレス決済の  
コスト負担増

感染症対策としての  
キャッシュレス決済

販促領域の  
デジタルシフト

アフターコロナの  
集客・囲い込み

国策への対応(キャッ  
シュレス推進・Go  
Toキャンペーン等)

### 消費者の志向

コロナ感染対策が  
店選びの基準  
(非現金決済需要)

キャッシュレスの  
「特典」慣れ  
(マイナポイント等)

デジタルサービスの  
「常識」化

### 手数料が安価なハウス電子マネーの販売・ カスタマーサクセスの強化

- ・エンタープライズアカウント組織の組成
- ・ノウハウの徹底的なデータ化に基づく  
コンサルティング力の強化による、決済比率向上

### その他キャッシュレス導入・活用支援 サービスの拡充

- ・Value Gateway (QR決済導入支援)
- ・アプリ等を用いた非現金チャージ

### 販促・集客DXを支援するサービスの提供

- ・デジクル社 (デジタルマーケティング支援)
- ・Value Insight (分析・CRM)
- ・Value Gift (デジタルギフト)



## 2. 事業別業績 — ②ブランドプリペイド

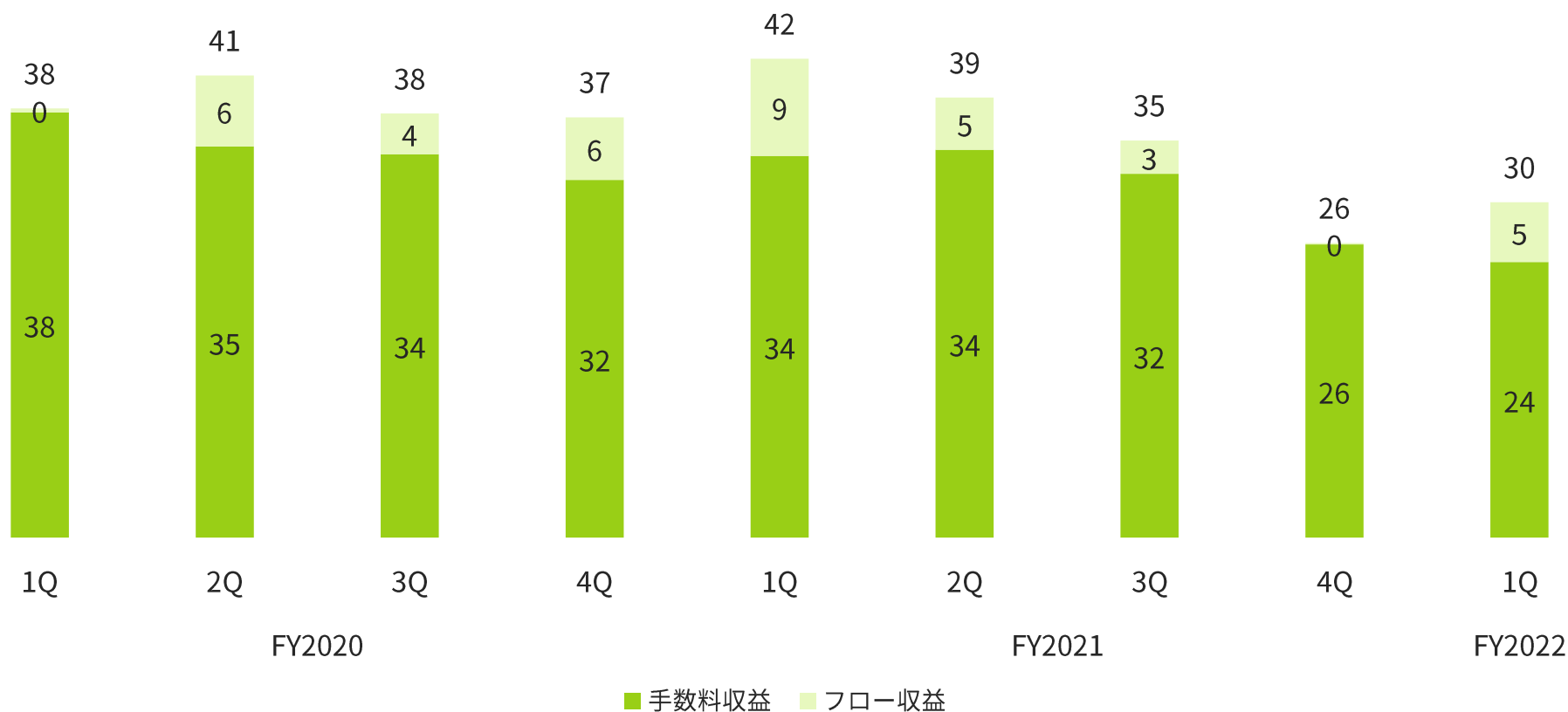
# 事業別業績：ブランドプリペイド- 売上推移



FY20より、複数のサービス停止が進んでおり売上は漸減傾向

コスト管理を中心とした事業の構造改革により、全社への影響低減の取組を実施中

(百万円)





# 事業別業績：ブランドプリペイド-取扱高推移



既存案件の利用も現状維持～減少の傾向にあり、前期比約20%減

<取扱高(=チャージ額)の推移>

(百万円)





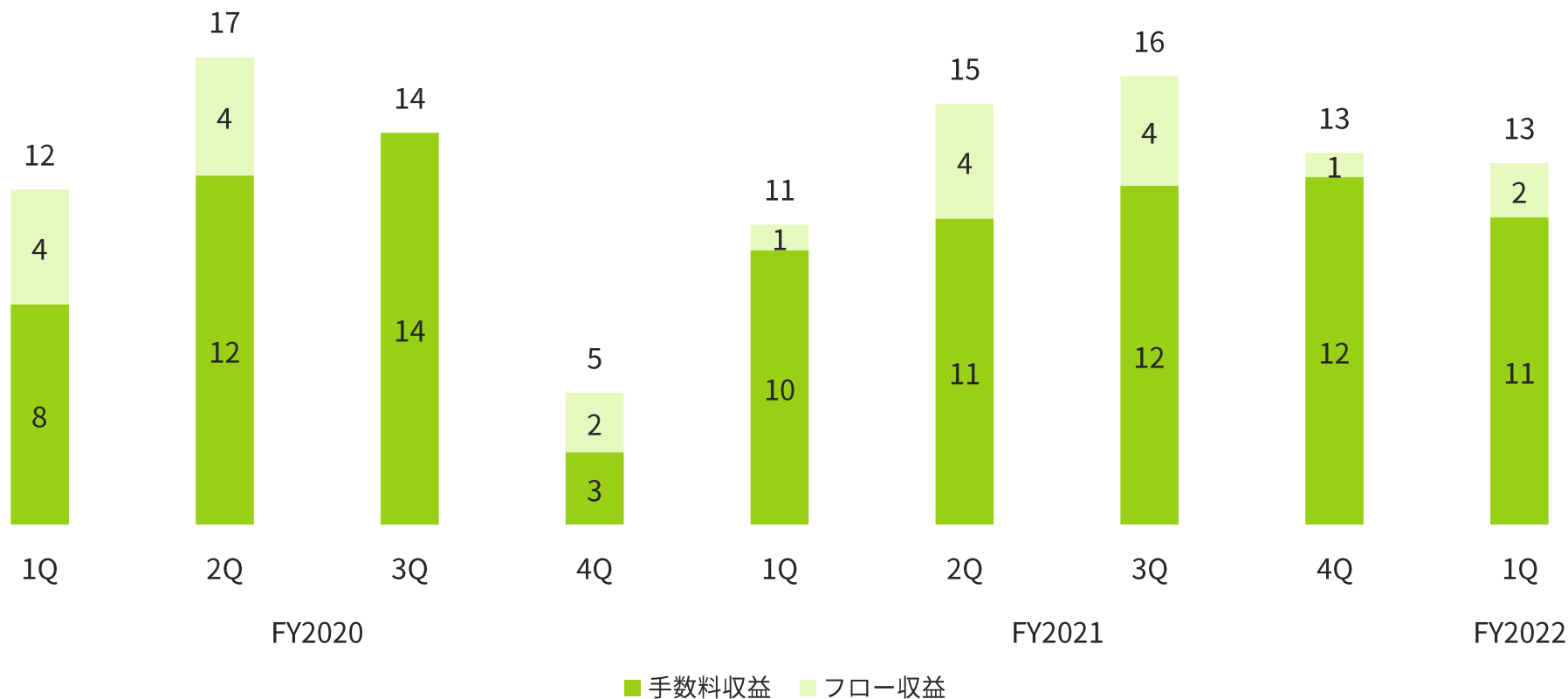
## 2. 事業別業績 — ③海外

# 事業別業績：海外 - 売上推移



コロナ影響により売上成長は停滞気味も、成長市場へのリソース振向けを進め、タイでは大手日系飲食店の獲得や現地CRM企業と連携した新サービスの稼働など、再成長に向けた仕込みが進んでいる

(百万円)



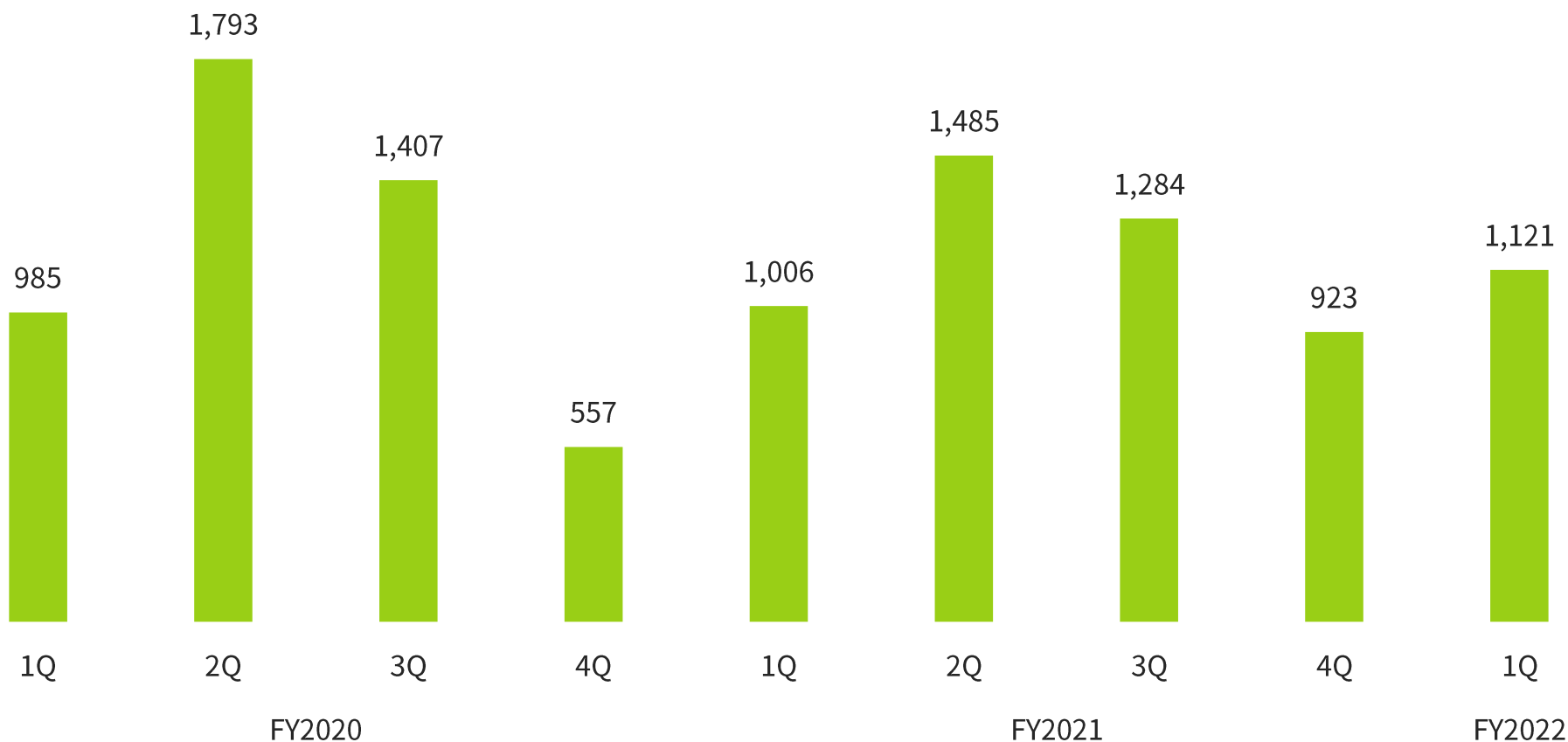
# 事業別業績：海外 – 取扱高推移



21/1Qは前期比11.4%増も、各国で新型コロナウイルス感染拡大の状況やタイミングが異なっており  
全体としては一進一退の状況が続いている

<海外単独の取扱高（=チャージ額）の推移>

(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、当実績は前出のハウスプリペイドの実績に含みます。



### 3. 事業トピック



協業テーマ

## valuedesign × arara

10万店舗・決済額1兆円の顧客基盤に対する  
DX支援・新規サービス開発

店舗DX・販促支援

新規サービス・事業創出

シナジー創出

### arara

チャージバック  
給与天引きによる  
電子マネー払い  
クルクル

### valuedesign

Digi<sup>+</sup>lue

Value Insight

地域通貨

B2B決済

第三者発行電子マネー

...

etc

共同カスタマーサクセス  
(ノウハウ共有+会員獲得・決済比率増)

電子マネーセンターの  
共同化検討

トップラインの伸長

合理化・コスト最適化

# その他トピック - Value Insight 全面リニューアル



会員（来店客）のプリペイド利用率や、キャンペーン前後の利用率の可視化・比較が可能なアクティブ分析機能を追加しており、ロイヤリティプログラムのより効果的な運用をサポート





# その他トピック - 離島のスーパーへのハウス電子マネー導入

全国的なキャッシュレス決済に対する需要の高まりは続いており、  
21年7月には鹿児島県（奄美群島）徳之島のスーパー「ダイマルスーパー」へハウス電子マネーを導入

<ダイマルカードとダイマルスーパー外観>



<新聞での導入紹介記事（21/7/24 南海日日新聞）>

2021年(令和3年) 7月24日 土曜日 南 潑 日

## キャッシュレス決済の普及目指す

### スーパーでプリペイドカード運用開始

徳之島町

【徳之島総局】徳之島町の総合スーパー「ダイマル」本店と同町亀津にはこのほど、キャッシュレス決済推進のためのプリペイドカード「ダイマルカード」の運用を開始した。同店を運営する義村商店の義村浩代表取締役社長は「精算時の混雑解消など地元消費者の便利につながる。ぜひ利用してほしい」と呼び掛けた。

東京都に本社を置くバリュートデザイン（尾上徹代表取締役社長）と提携してサービスを

開始した。店舗内にある機器で現金を入金するとカードに入金額がチャージされ、レジでの精算がキャッシュレスで可能になる。

25日までにカードの申し込み登録（手数料200円が必要）をすると入金の10%が加算されるキャンペーンも実施している。今後は

店舗内にある機器でカードへの入金を実演するダイマル本店スタッフ22日、徳之島町亀津

同店ビル内の1000円ショップ、リサイクルが

利用可能となる予定で、5000人以上の利用普及を目指している。義村社長は「徳之島でのキャッシュレス決済普及に協力できれば」と期待を込めた。





# その他トピック – IT導入補助金の対象事業者認定



「IT導入補助金2021」のIT支援事業者認定を受け、提供中の5つのサービスが補助対象に  
(今後、更に補助対象サービスは追加予定)

ハウスプリペイド決済サービスを提供している  
「バリューデザイン」の一部のサービスが、  
2021年度「IT導入補助金」のIT導入支援事業者に採択されました

**最大450万円が  
補助対象**



ハウスプリペイド

- ① 独自ブランドのクラウド型電子マネー発行サービス『Value Card (バリューカードASPサービス)』
- ② オンライン上で“いつでも“どこでも”プリペイドに入金可能なサービス『オンラインチャージ』
- ③ プリペイドサービスの導入効果を高めることに特化した、SaaS型のデジタルマーケティングツール『Value Insight』
- ④ メールやSNS等を通じて簡単に送ることができる、デジタルギフトサービス『Value Gift』
- ⑤ ハウスプリペイド機能を搭載した店舗オリジナルアプリ『VALUE WALLET』



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。