

2022年1月期
決算説明資料

バリューゴルフ
VALUE GOLF

株式会社バリューゴルフ

2022年3月14日



目次

■ 経営理念について	3
■ 経営成績ハイライト 2022年1月期 連結決算の状況	5
■ 経営環境及び業績の推移 経営環境とセグメント別業績	10
■ 今期の取り組み セグメント別今後の取り組み	21
■ 通期連結業績予想 2023年1月期 通期連結業績予想	29

経営理念

■ 経営理念の改定について

当社は2022年2月1日に経営理念を改定いたしました。

これまでの経営理念は2015年に制定したのですが、それ以降、全世界に広がるパンデミックや環境問題など、様々な環境の変化がありました。このような時代環境において、当社グループが果たすべき使命を改めて定義し、今後の企業活動の拠り所となる新たな経営理念を策定することは、経営の羅針盤としてその意義をさらに高めるものと考えております。

当社は2016年の東証マザーズ上場以降、ゴルフ用品販売、インドアゴルフスクール、トラベルの各種サービスを新たにグループに加え、事業領域を拡大してまいりました。そして本年、第19期を迎えるにあたり、これまでの経営理念の根幹となる精神を受け継ぎつつ、当社グループがいかにしてステークホルダーの皆様と社会の期待に応えていくかを、端的で明快な表現にまとめました。

当社グループは新たな経営理念のもと、グループで一致団結して更なる企業価値の向上と持続可能な社会の実現への貢献を目指していきます。

VALUE GOLF 経営理念/Group Philosophy

世の中の
「したい」を
具現化する

VALUE GOLF 行動指針/Action Guidelines

3倍スピード

他社の3倍速く行動し、他者の3倍成長する

柔軟な発想

前例に捉われず、常に柔軟な発想で新しいサービスを

自己成長

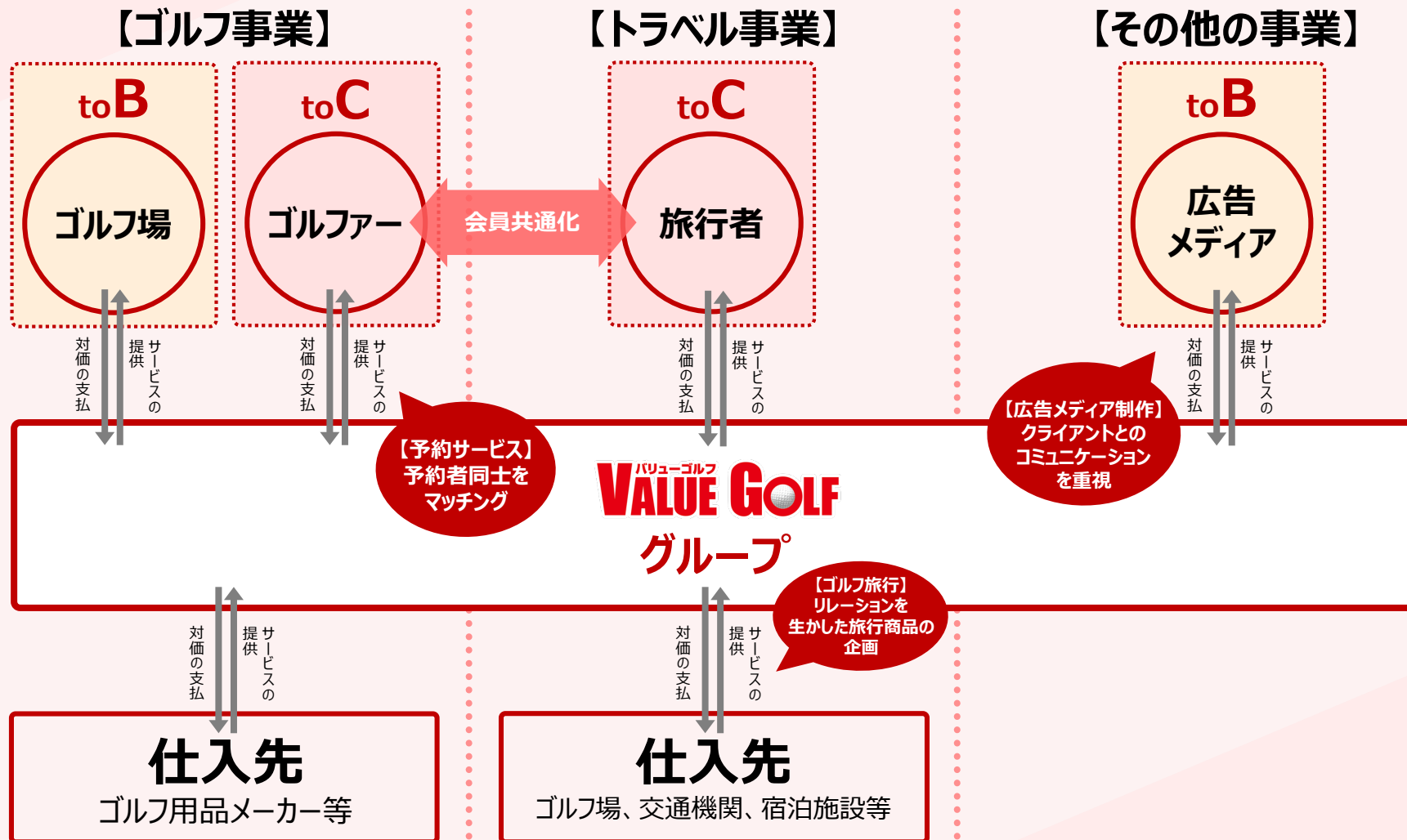
自ら機会を作り出し、自ら挑戦し、自ら成長する

環境と社会にやさしく

常に社会規範の遵守と地球環境への貢献を

ビジネスモデル

当グループは「ゴルフ事業」、「トラベル事業」、「その他の事業」の3つのセグメントで開示を行っております。



2022年1月期

経営成績ハイライト

連結損益計算書

通期利益
過去最高

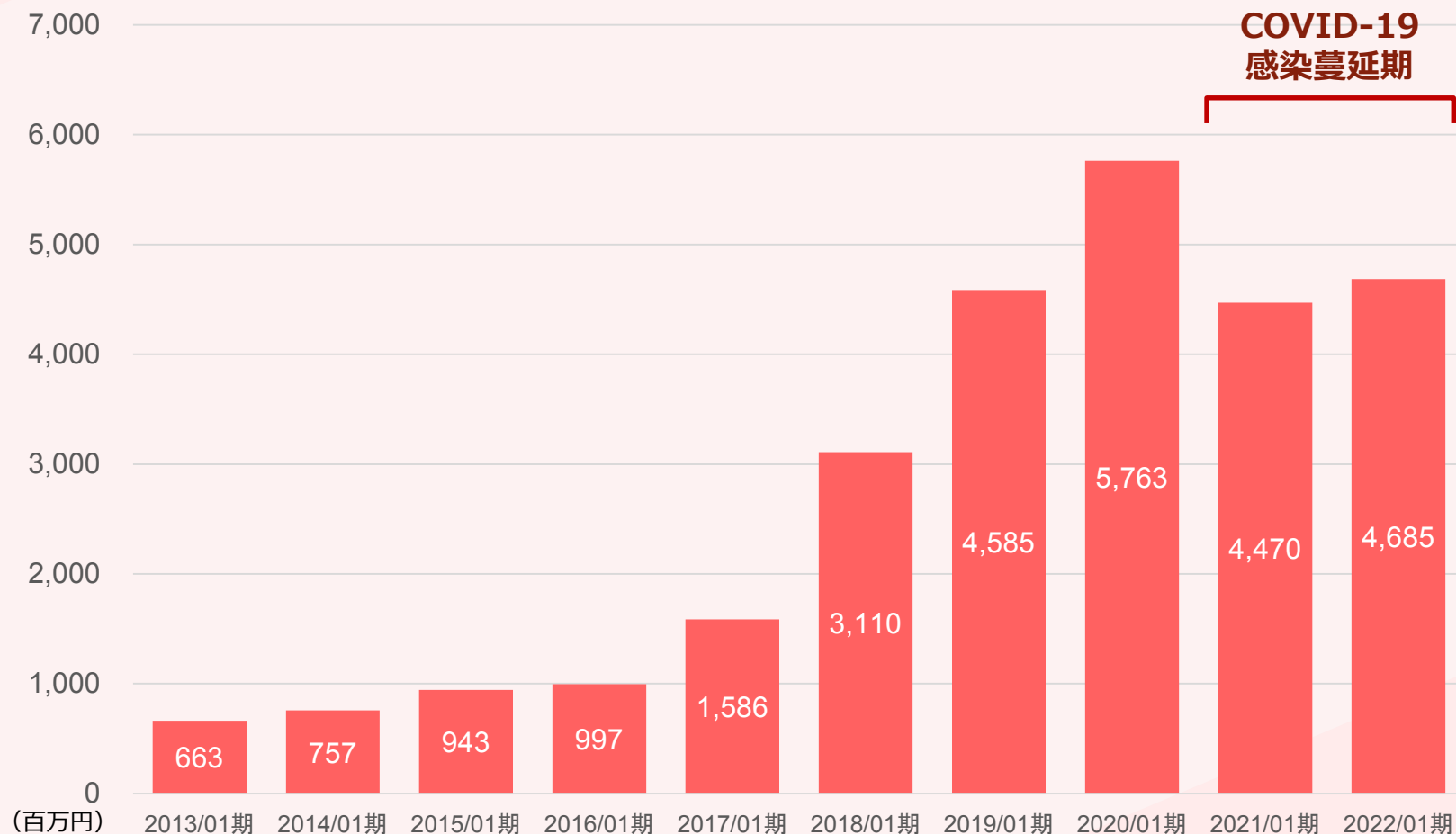
単位：百万円

	2021年1月期	2022年1月期	対前年同期 増減	主な要因
売上高	4,470	4,685	+4.8%	ゴルフ事業を中心に増収し、トラベル事業の減収を吸収
売上原価	3,129	3,167	+1.2%	ゴルフ事業の原価削減が奏功し、2021年1月期と同水準
売上総利益	1,340	1,517	+13.2%	
販売管理費	1,249	1,291	+3.4%	
営業利益	91	226	+146.9%	ゴルフ事業が好調。トラベル事業も損失を圧縮し、過去最高の着地
経常利益	99	213	+115.5%	ゴルフ事業が好調。トラベル事業も損失を圧縮し、過去最高の着地
親会社株主に帰属する 当期純利益	△32	147	+179百万円	ゴルフ事業が好調。トラベル事業も損失を圧縮し、過去最高の着地

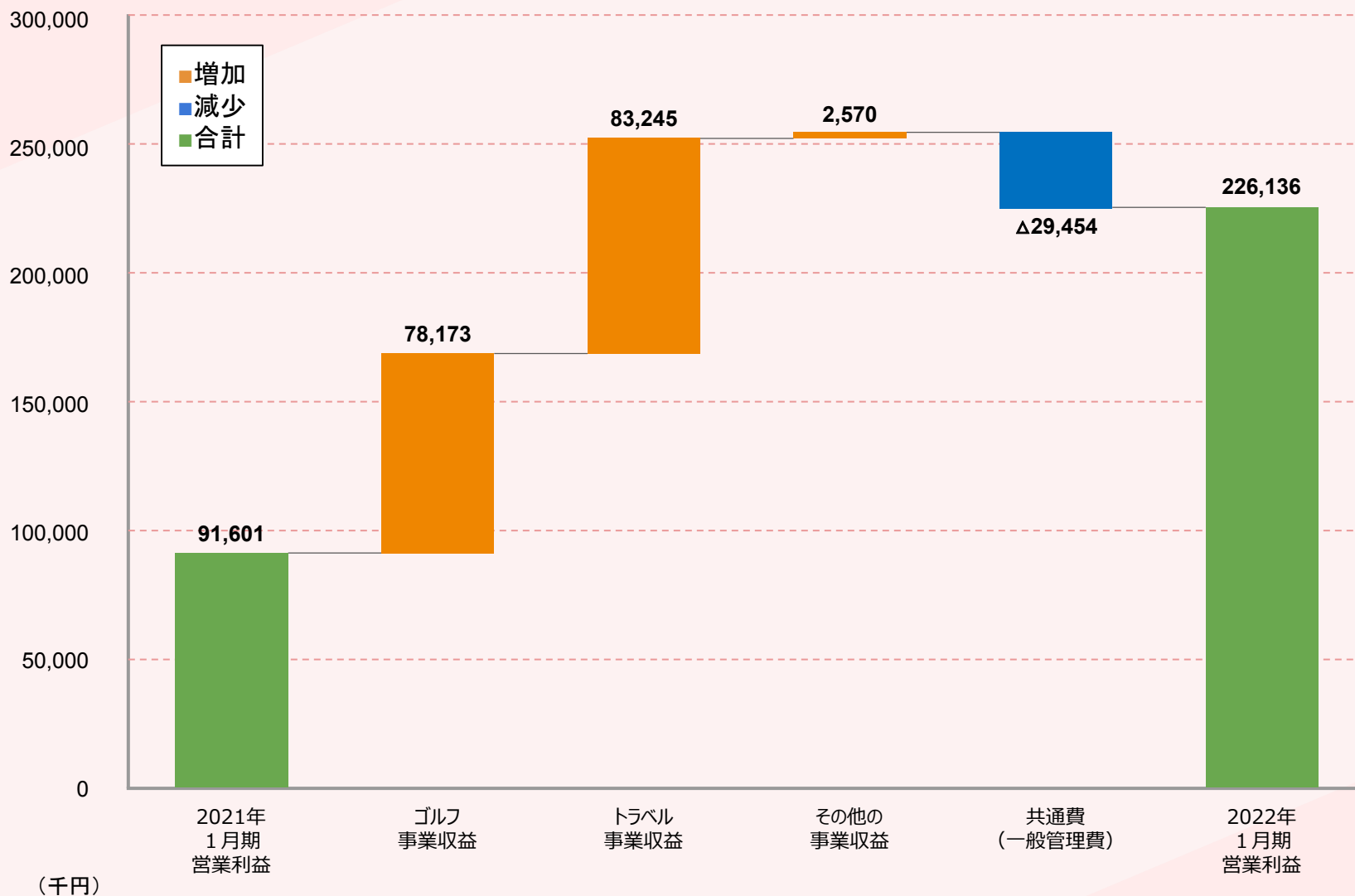
売上高の推移

【2022年1月期】

トラベル事業においては、ゆるやかな回復基調にあるものの厳しい状況が継続。一方で、ゴルフ事業は安定的に売上高を伸ばし、グループの業績を牽引いたしました。



利益の増減分析



連結貸借対照表

単位：百万円

	2021年1月期	2022年1月期	増減額
流動資産	1,829	2,228	+399
固定資産	247	207	△39
有形固定資産	42	40	△2
無形固定資産	26	15	△11
投資その他の資産	178	152	△25
資産合計	2,076	2,436	+359 ※1

	2021年1月期	2022年1月期	増減額
負債合計	1,076	1,298	+222 ※2
流動負債	886	1,089	+202
固定負債	189	209	+19
純資産合計	1,000	1,138	+137 ※3
株主資本	998	1,134	+136
その他	2	3	+0
負債純資産合計	2,076	2,436	+359

主な要因

※1 現金及び預金の増加（+188百万円）、旅行前払金の増加（+62百万円）、商品の増加（+134百万円）

※2 短期借入金の増加（+159百万円）

※3 当期純利益の計上（+147百万円）

2022年1月期

経営環境及び業績の推移

経営環境

新型コロナウイルス感染症拡大の長期化により、宿泊・外食・交通・エンターテインメントといった産業では、厳しい経営環境が継続。一方で製造業やIT、物流といった業界は好調。個人の消費動向は新型コロナウイルス感染症拡大により大きく変化した。

菅内閣の支持率が低迷。
10月より岸田内閣が
発足する

世界的な大会での
日本人プロゴルファー
の活躍

2021年
GDP成長率は
1.7%

パリューゴルフ
VALUE GOLF
グループ

日本国内において
ワクチン接種3回目が始まる。
また、治療薬の開発に
見通しがつく

原油等の資源価格の
高騰を背景に、先進国では
インフレが加速

コロナ禍が追い風となり
DXに関する技術が発達

2022年1月期 業績ハイライト

ゴルフ事業

売上高	3,815百万円	前年同期比 6.3%増
営業利益	571百万円	前年同期比 15.9%増

コロナ禍においてゴルフブームに火がつき、中でも「おひとりさま」サービスが注目され、1人予約ラウンドのエントリー数は前年と比較して大幅に伸長。会員数も84万人を突破し、ゴルフの楽しみ方のひとつとして定着いたしました。

トラベル事業

売上高	839百万円	前年同期比 0.5%減
営業利益	△0.7百万円	前年同期実績より 83百万円改善

新型コロナウイルス感染症に関する状況が目まぐるしく変化する中、需要に応じて人員配置の最適化等を行い、コストを圧縮。また、国内募集企画旅行商品に注力し、海外出張・海外旅行消費の減少分を補い、営業利益もほぼ±0の成績となりました。

2022年
1月期

サービス別トピックス① (ゴルフ事業)

◆WEB商品が大きく伸長し、強い商品力を発揮

■引き続き好調の1人予約ラウンド

新型コロナウイルス感染症拡大のさなか、3密回避や他のレジャーからの移行などにより、ゴルフ場利用者数は年間では12.5%の増加。そのような状況の中、1人予約ラウンド会員やエントリー数も増加いたしました。またWEB広告の売上も前年比59.3%増加と大きく伸長いたしました。

コンパ等の団体予約の
減少による
1人予約の需要拡大

他のレジャーからの
移行による
1人予約の需要拡大

仲間をゴルフに誘うこと
を控えるゴルファーが
発生したため
1人予約の需要拡大

1人予約ラウンド
会員数
前年比

+14.7%

1人予約ラウンド
エントリー数
前年比

+18.4%

WEB広告売上

前年比

+59.3%

◆紙媒体とWEB媒体との相乗効果を創出

■紙媒体（バリューゴルフ本誌・バリューゴルフプレミア）について

バリューゴルフ本誌をリニューアルし、情報量の増加と読みやすさが向上。よりユーザーの目線に合わせた誌面づくりを実施いたしました。また、1人予約ランドをはじめとするWEB媒体と紙媒体が相互に効果を高める連動企画を推進いたしました。

リニューアルした
バリューゴルフ本誌・
バリューゴルフプレミア

ゴルフ場が参画しやすい商品企画を増やすことで情報量の増加

ゴルフ場
紹介ページの
視認性・判読性向上

1人予約ランド等との
連動企画

紙媒体+WEB媒体
相乗効果の創出が進む

2022年
1月期

サービス別トピックス③ (ゴルフ事業)

◆インターネット通販の施策と仕入の安定化

■売上前年比105%と好調のゴルフ用品

継続的な行動制限等により、既存店舗は苦戦したものの新業態のゴルフ複合施設（試打・フィッティング・レッスン・レンジ）やインターネット通販の売上は好調。また、世界的な原材料不足により、海外製品の商品供給が不安定な中、仕入ルートの変更や日本モデルの取り扱いを増やすなどの対策を行いました。

既存店舗・
新業態店舗・
インターネット通販

既存店舗売上
前年比

△4.5%

新業態店舗売上
前年比

+61.7%

通信販売売上
前年比

+4.0%

世界的な原材料不足に
よる商品構成の変化

USモデル売上
前年比

△28%

日本モデル売上
前年比

+34%

自社ECサイトの
全面リニューアル

ユーザビリティの
向上

運営コストの
削減

2022年
1月期

サービス別トピックス④ (ゴルフ事業)

◆ レッスンサービスの拡大要因

■ インドアレッスン・オンコースレッスンの伸長

【インドアレッスン】リニューアルおよび設備投資を行った結果、会員数が堅調に推移し黒字化達成

【オンコースレッスン】売上高は前年と同水準だったものの、コスト圧縮等により利益率は大きく伸長

【インドアレッスン】
会員数の増加および
客単価の上昇

売上前年比

+83.2%

【インドアレッスン】
テレビ・動画配信等
による広告宣伝

ゴルフ専門チャンネル
やYouTube、SNS
等による広告宣伝

会員数増
ビジター利用者増

【オンコースレッスン】
売上は前年と同水準。
利益率は向上

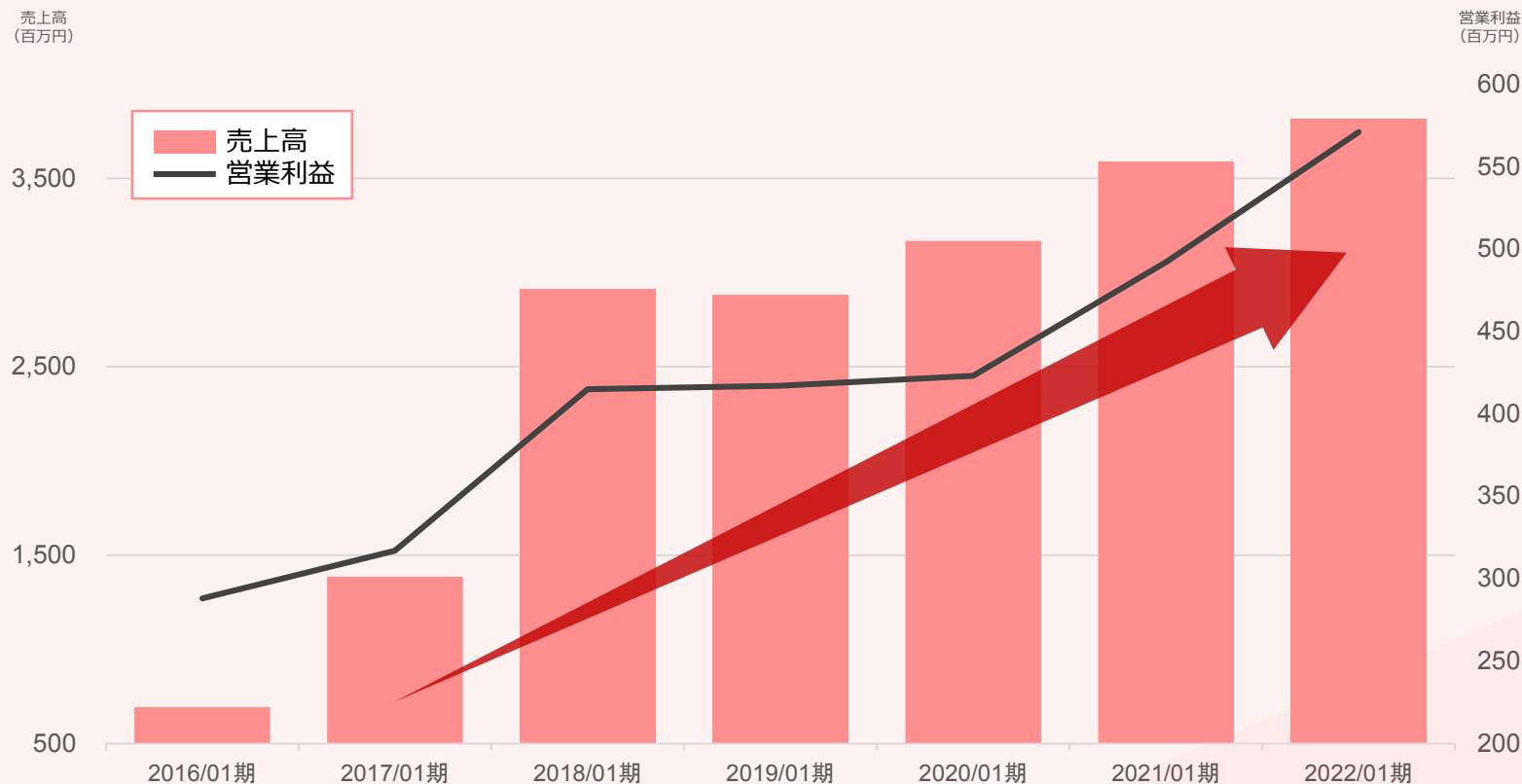
プロテスト開催による
講師稼働率の低下

レベニューマネジメントに
より利益は前年比
+14%と伸長

業績の推移（ゴルフ事業）

◆2022年1月期のゴルフ事業の状況

ゴルフ事業は1人予約ランド・ECサービスを中心に堅調に推移し、**過去最高の利益**を確保いたしました。また、複合ゴルフ施設「バリューゴルフ大崎」の運営が軌道にのり黒字化するなど、各サービスがそれぞれ利益を生み出す体制を構築いたしました。



◆トラベル事業がコロナ禍を乗り越えるための各種施策

■ゴルフツアーの増加、社内体制の再構築

新たに旅行予約サイト「たびたび」をリリース。オンラインで旅行予約が完結できる環境を整えました。また、新型コロナウイルス感染症拡大防止に配慮し、参加者の抗原検査を実施した小規模ツアーを多数催行。行動制限等の状況を見つつ、利益率の高い自社募集商品の比率を増やしました。

旅行予約サイト
「たびたび」の
リリース

旅行の申し込みから決済までを一元化

顧客の利便性向上

集客の効率化

小規模ゴルフツアーの
催行

緊急事態宣言の間を縫い小規模ゴルフツアーを開
催。2021年1月期の倍以上のツアーを催行

ゴルフツアー
催行数

2021/01期 12本

▶ 2022/01期 30本

グループ会社への
転籍・有期出向
の実施

コストの削減

ジョブローテーションに
よる能力開発

◆コロナ禍における商品構成の変化

■手配旅行について

一部の国と地域については往来に関する規制緩和がされております。日本在住の外国人が帰国するための交通および感染症経過観察待機期間の宿泊商品を販売、またチャーター便による一斉帰国の手配に対応するなど、低利益率商品から高利益率商品へシフトいたしました。

感染症経過観察期間
対応商品の販売

航空券 + ホテル

在日外国人の帰国と宿泊をセット

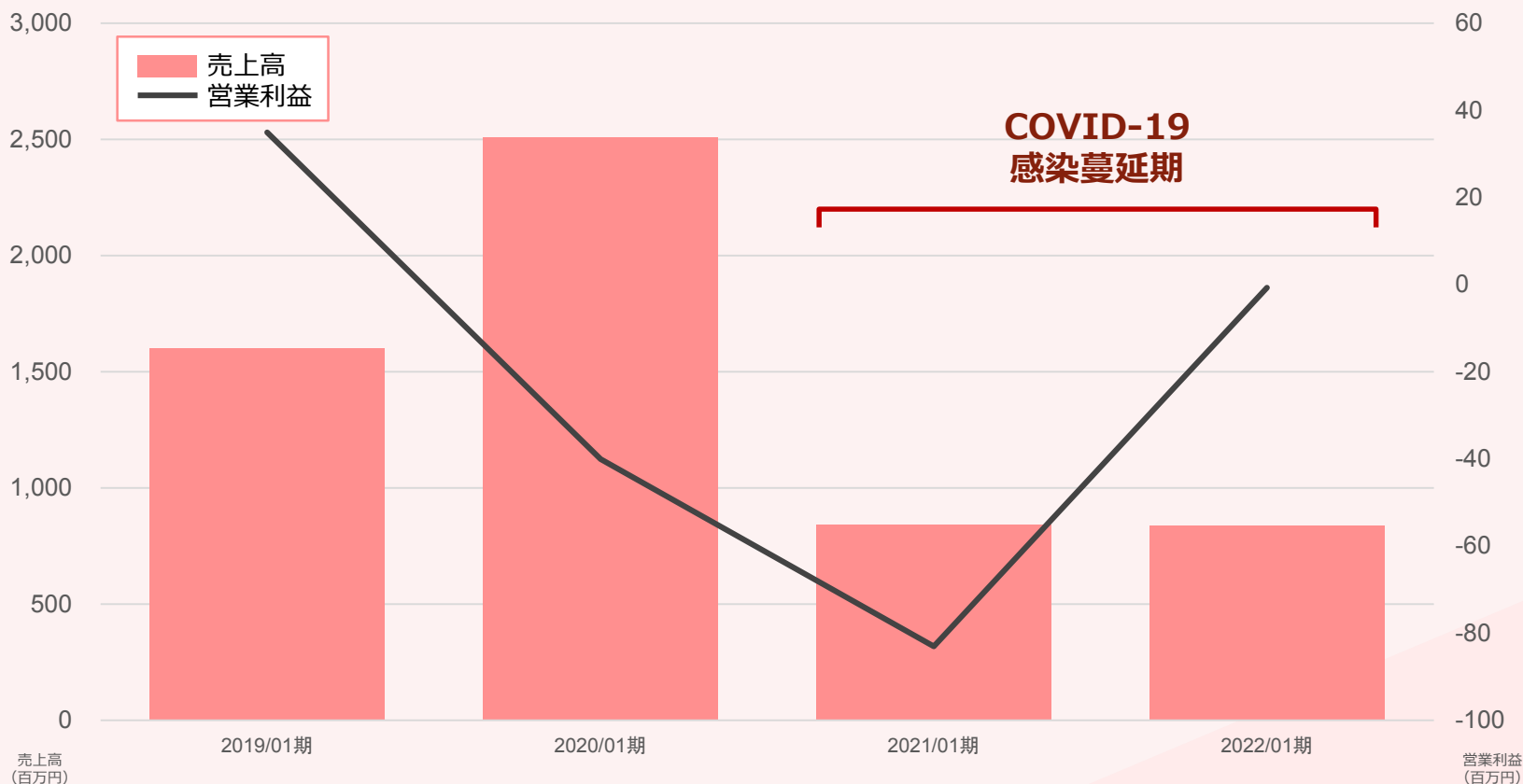
新型コロナウイルス感染症
拡大により
発生した需要の取り込み

一斉帰国対応
チャーター便の手配

業績の推移（トラベル事業）

◆ 2022年1月期のトラベル事業の状況

旅行需要の増減に対応した従業員の一時帰休や人員配置の最適化を行い、極めて効率の高い筋肉質な組織となりました。その結果、通期の営業利益は△74万円となり、今後の旅行需要回復時には、大きく利益を上げられる体制となっております。



2023年1月期

今期の取り組み

今期の取り組み①（ゴルフ事業）

◆ASP事業でも伸び率の高い1人予約ランドの伸長を継続

■【1人予約ランド】エリア拡大

- ・営業人員を増員し、ケアの不十分なエリアに配置。契約ゴルフ場数を拡大し、サービスエリアを拡充

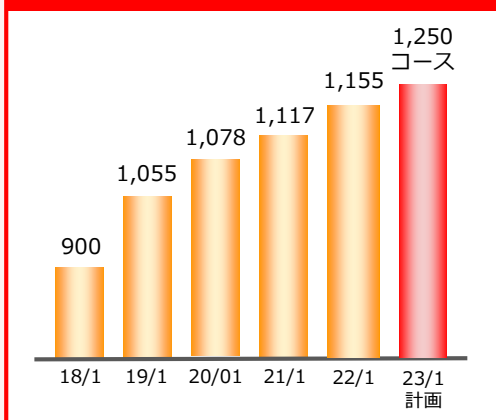
■【1人予約ランド】1人予約ランド枠の増加施策

- ・重点施策としてゴルフ場における1人予約ランドの枠を増やす取り組みを全社的に実施。稼働状況をデータ化し、取りこぼし防止策を行う

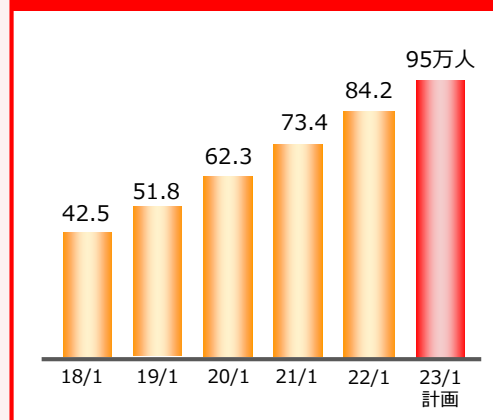
■【1人予約ランド】登録会員数増加

- ・1人予約ランドのSNS的機能を利用し、ユーザー同士がつながるコミュニティ活性化機能の開発
- ・登録会員数を増加させるための広告宣伝・販売促進の強化

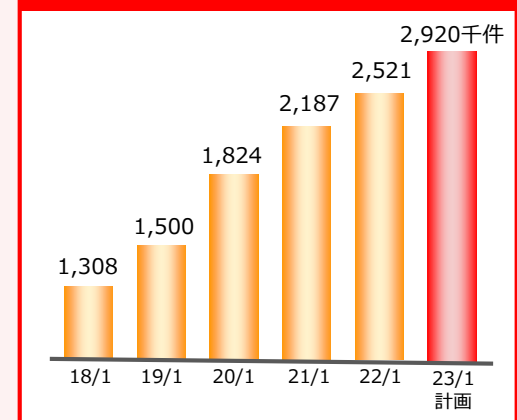
1人予約ランド契約ゴルフ場数



1人予約ランド登録会員数



1人予約ランド年間エントリー数



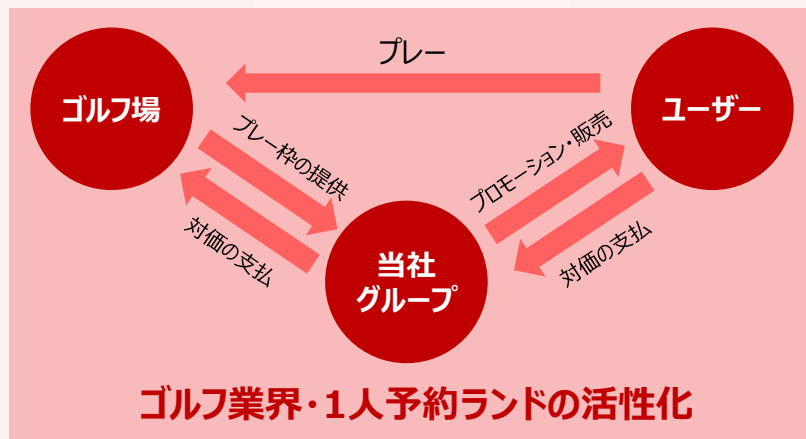
今期の取り組み②（ゴルフ事業）

◆今期、重点的に注力する新規事業の概要

■【1人予約ランド】新サービス「ズバツとプラン」の展開

2022年2月9日に新サービス「ズバツとプラン」をリリースいたしました。このサービスは、ゴルフ場より直前の空きプレー枠を安価で提供いただき、当社「1人予約ランド」会員向けに販売するものとなります。直前の空きプレー枠をプレー履歴や行動特性等から確度の高いユーザーに直接リーチし、ユーザーとゴルフ場をマッチング。プレー日に近づくほど予約の動きが活発になるという「1人予約ランド」会員の特性と、予約数の確保というゴルフ場の課題解決を組み合わせ、ゴルフ場・ユーザー・当社の3方にメリットのあるビジネスモデルとなっております。すでにテスト運用は終了し、2022年3月より本格稼働いたしております。本サービスで開発したユーザー・クライアント間のマッチング機能は、当社グループにおける物販・トラベル等の他事業へ展開し、当社グループの保有する会員情報の活用を進めてまいります。

新サービスの展開



ゴルフ場	埋まりづらいプレー枠を当社に提供することで、機会損失を防ぎ、安定的な収益に。
ユーザー	プレー履歴から嗜好にあったゴルフ場の提案が届く。リーズナブルなプランでプレーが可能となる。
当社	当社からしか予約ができないプレー枠を販売することで、会員の増加と囲い込みの効果、サービス規模拡大が見込まれる。

今期の取り組み③ (ゴルフ事業)

◆発行部数が拡大中の紙メディアのさらなる活用

- 【バリューゴルフ 本誌】グループ会社とのシナジー効果と1人予約ランド普及
 - ・グループ内他事業とのメディアミックス展開により、物販サービスやトラベル・サービスの売上を向上させるシナジー効果を創出
 - ・1人予約ランド普及のために、誌面とWEBを強力に連動させる仕組みの構築
- 【バリューゴルフ プレミア】ビジネス展開の加速化
 - ・ゴルフ場取材をきっかけとして、全国のゴルフ場とのリレーション構築。その後のビジネス展開（物販サービス・トラベルサービス含む）を加速化するための役割を強化

紙媒体とその他サービスとの連動



1人予約ランド

EC・物販サービス

レッスンサービス

トラベルサービス

今期の取り組み④（ゴルフ事業）

◆黒字化したインドアレッスン・人気のオンコースレッスンのリニューアル

■【インドアレッスン】会員のさらなる増加

- ・稼働率の低い早朝や夜の時間帯の新規会員入会のためのキャンペーン等を強化
- ・継続的な会員保持のため、コンペや合宿などのイベント企画の施行
- ・1人予約ランドを活用したメーカータイアップの試打会を開催。1人予約ランドユーザーに対しての販売促進と認知度向上
- ・フランチャイズも含めた多店舗展開を模索することにより、売上の拡大を目指す

■【オンコースレッスン】ユーザー確保・リピート率向上のための施策

- ・レッスン講師・提供エリア・レッスンコマ数を拡充し、ユーザーの需要に応える供給体制を構築
- ・レッスン講師とユーザーへアンケート調査を実施し、ユーザーが本当に求めるレッスンプログラムにシフト
- ・稼働データを再検証し、ユーザー数・バッグ数の増加およびリピート率向上の施策を強化

【インドアレッスン】会員施策



時間限定会員の強化



コンペ等イベントの企画



メーカータイアップ試打会の実施

【オンコースレッスン】ユーザーの確保



講師・エリア・コマ数拡大



レッスン講師とユーザーへのアンケート調査



ユーザー動向のデータ再検証

今期の取り組み⑤ (ゴルフ事業)

◆ゴルフ人口が増加し、好調の物販事業をさらに拡大

■【EC・物販サービス】自社ECサイトの活性化

- ・会員だけのシークレットセールを開催。大手ECモールに依存しない体制の構築
- ・1人予約ラウンドで開始した「ズバットプラン」のシステムをEC・物販サービスにも展開し売上拡大を図る

■【EC・物販サービス】既存店の業態転換

- ・既存店舗を「物販サービス」から「試打・フィッティング・レンジ・レッスン・物販を包括したゴルフ複合施設」へ業態を転換。好調に推移しているバリューゴルフ大崎と同様に総合的なサービスを提供

■【EC・物販サービス】新規出店

- ・仕入や販促などのスケールメリット最大化のため、新業態店舗の新規出店。また、ゴルフ場のプロショップに進出し、さらに売上を拡大

■【EC・物販サービス】PB等のバリエーションの拡充と商品の安定供給

- ・人気の高いプライベートブランド商品をはじめとしてカテゴリ、カラーなどの商品バリエーションを拡充
- ・海外製品の調達ルート多様化を進め、世界情勢の変化に対応できる商品調達体制を構築

自社ECサイトの活性化



会員限定シークレット
セールの開催



SNS・アフィリエイトを活
用した広告戦略

業態の転換

既存店舗

新業態店舗

ECサービスの拡充

取り扱い商品

拡充

仕入れルート

安定化

今期の取り組み⑥（トラベル事業）

◆アフターコロナを見据え、速やかな事業展開と垂直回復を焦点に

■集客戦略の強化

- ・旅行商品WEB予約サイト「たびたび」の機能を強化し、ゴルフ事業と同様に1人予約機能を組み込んだ新しい旅行スタイルを提案。また、他社集客サイトと連携し、新たな顧客層を呼び込む流れを創出
- ・外国人向けバスツアーについては、従来のSNSに加え、各国の旅行スタイルに応じた動画を投稿し、国別に特色のある旅行を企画、幅広い顧客層へアピール。得意とする国内外国人のネットワークを活用し、紹介やアフィリエイトによる集客を図る
- ・新型コロナウイルス感染症の状況を見つつ、海外を目的地としたゴルフツアーの再開

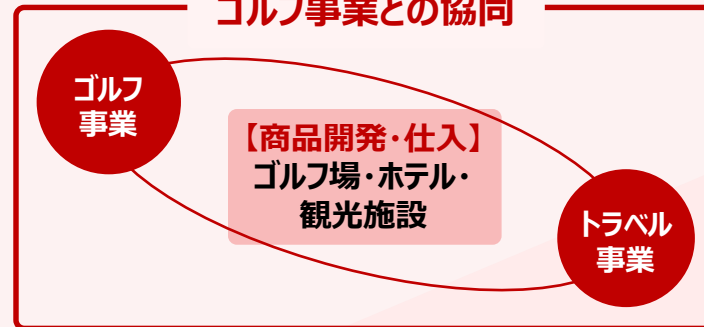
■ゴルフ事業と協同した商品開発

- ・商品造成の省力化とエリア拡大を図るために、ゴルフ事業で開拓したゴルフ場・宿泊施設とのリレーションを活用し、トラベル事業の商品開発や仕入を強化。また、GoToトラベルキャンペーン再開を視野に入れた商品造成の実施
- ・1人予約ランドで開始した「ズバッとプラン」のシステムをトラベル事業にも展開し売上拡大を図る

集客戦略の強化



ゴルフ事業との協同



今期の取り組み⑦（その他の事業）

◆ 社内制作物の一元化を図り、さらなる効率化の実行

■ 【広告メディア制作】広告制作集中部門の設立

- ・コロナ禍以前の大クライアントであるブライダル業界が広告出稿を控える中、人的リソースをバリューゴルフ本誌等の広告制作にあてることで、グループ内のコスト削減ができる社内体制を構築
- ・紙媒体中心の制作体制からWEB媒体の制作体制に転換し、制作対応媒体の拡充を推進

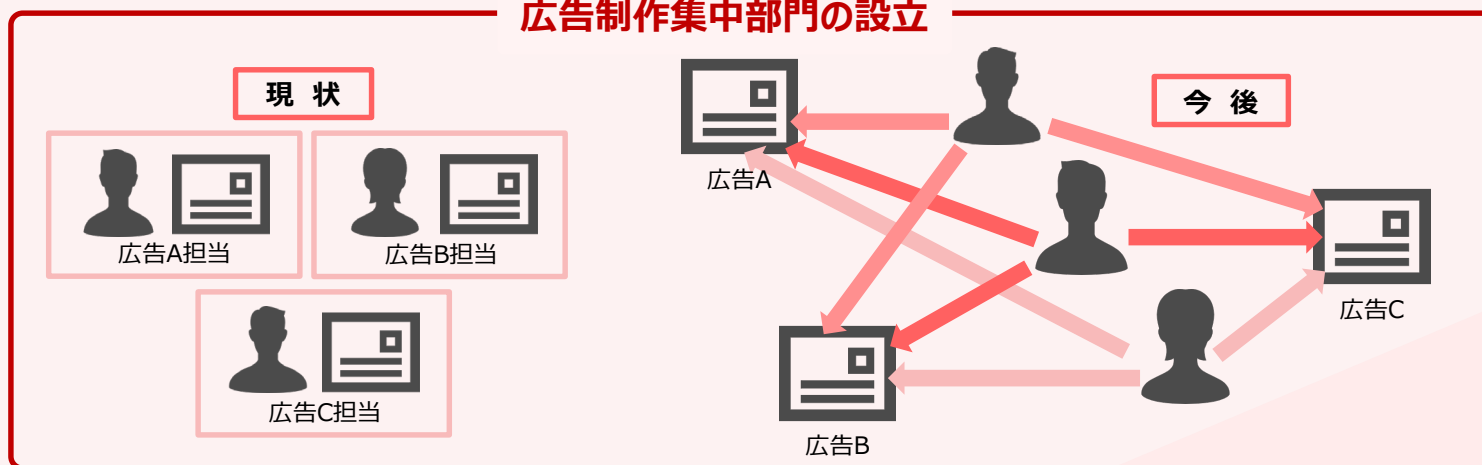
■ 【広告メディア制作】1人予約ランド利用促進

- ・1人予約ランドの会員勧誘や予約促進のために、バリューゴルフ本誌に掲載する記事広告の制作

■ 【広告メディア制作】求人情報

- ・新型コロナウイルス感染症拡大当初は依頼数が激減したものの、2022年1月期は回復傾向に。また、単価の高い媒体へのパワーシフトを行うことで、少人数で最大限の収益を目指す

広告制作集中部門の設立



2023年1月期

通期連結業績予想

通期連結業績予想～2023年1月期～

売上高58億円、営業利益3億円。2022年1月期を上回る過去最高の業績予想となっております。

ゴルフ事業は「1人予約ランド」「ECサービス」を中心に成長基調が継続、トラベル事業ではCOVID-19の影響が緩和し海外・国内旅行の需要がある程度回復するものと仮定し、業績予想を算定しております。

単位：百万円

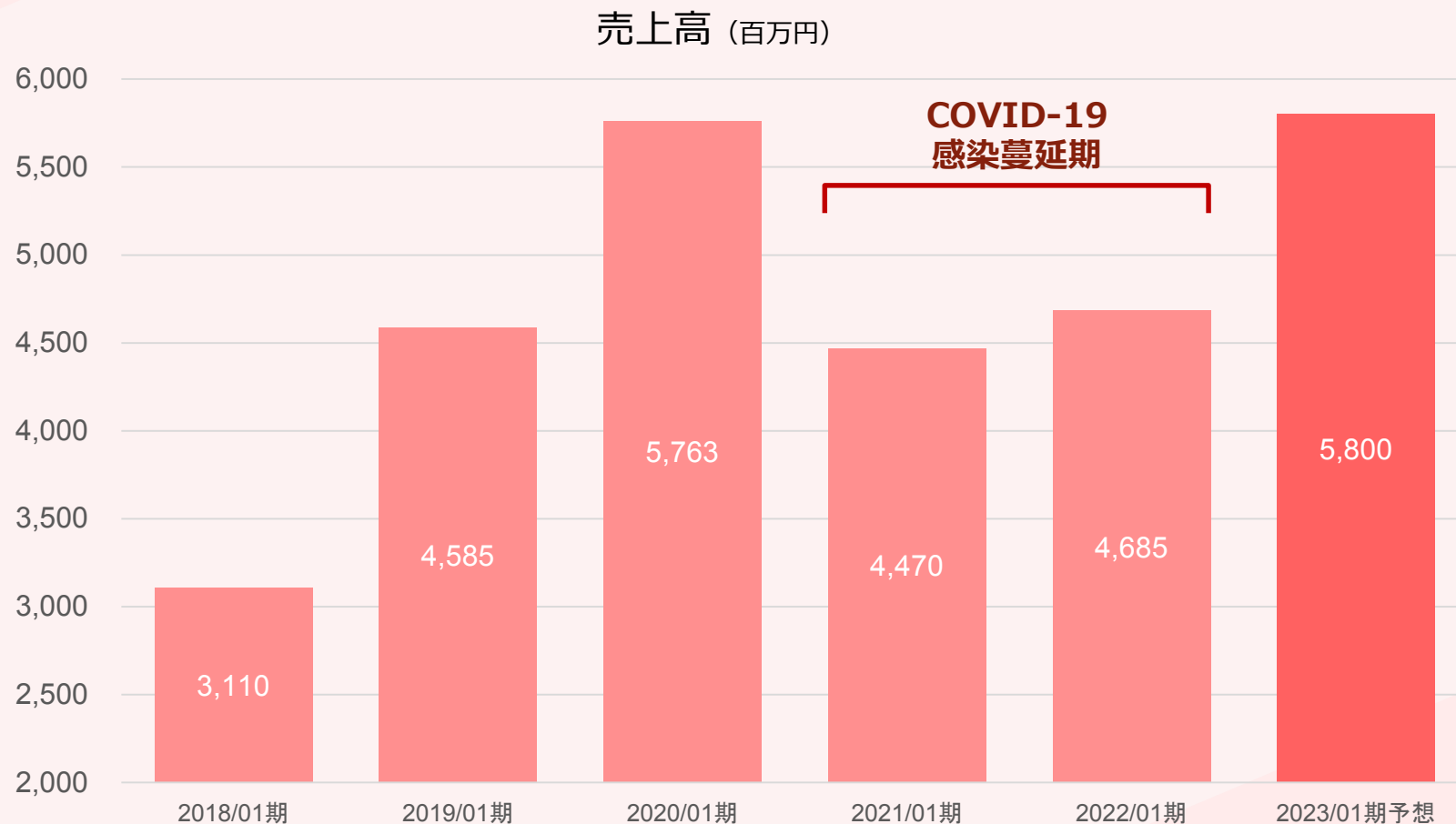
	2022年1月期通期実績	2023年1月期通期予想 (対前期比)
売上高	4,685	5,800 (123%)
営業利益	226	300 (140%)
経常利益	213	290 (136%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	147	200 (136%)

通期
営業利益・
経常利益
過去最高
の業績予想

※上記の業績予想は本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる結果となる可能性があります。

通期連結業績予想～2023年1月期～

2021年1月期より新型コロナウイルス感染症の影響を受けましたが、各事業とも回復傾向にあります。そのため、コロナ禍以前の水準に戻るものと予想しております。



成長イメージ

当社は**売上高100億円**、**営業利益10億円**を当面の目標としております。

既存事業を強化するとともに、**新規事業への投資**を行い、事業間シナジーを強化。
また、**M&A**を積極的に行うことにより、成長を加速させてまいります。

M&Aによる拡大

その他
15億円

新規事業の強化

ゴルフ事業 15億円
トラベル事業 10億円

既存事業の強化

ゴルフ事業 45億円
トラベル事業 15億円

100
億円

バリューゴルフ
VALUE GOLF

本資料の著作権は株式会社バリューゴルフにあります。本資料の内容の一部または全部における無断転載を固く禁じます。
本資料に関するお問い合わせは 当社IRグループ (ir-inquiry@valuegolf.co.jp / 03-6435-1535) までお願いします。

