

2023年1月期 第2四半期
決算説明資料

2022年9月14日



証券コード：3931

アジェンダ

Ⅰ 経営成績ハイライト

P03

2023年1月期 第2四半期 連結決算の状況

Ⅰ 業績の推移

P08

セグメント別業績

Ⅰ 今期の取り組み

P17

セグメント別今期の取り組み

Ⅰ 通期連結業績予想

P23

2023年1月期 通期連結業績予想

2023年1月期 第2四半期

経営成績ハイライト

事業領域

ゴルフ事業

バリューゴルフ
VALUE GOLF

ASPサービス
広告プロモーションサービス
レッスンサービス

JYPER'S

HEARTFULL GOLF SHOP

ECサービス

トラベル事業

Sankei Travel Service
産経旅行

募集型企画旅行
受注型企画旅行
手配旅行

その他の事業

SCRUM
株式会社スクラム

広告制作サービス

連結損益計算書

好調だった2022年1月期をさらに上回り、第2四半期の利益として過去最高を記録しました。新型コロナウイルス感染症により行動制限の緩和や、個人消費の持ち直しの動きなどが見られる中、ゴルフ事業のさらなる拡大を推進し、トラベル事業で大幅に活動量を増加させるなど、各事業において攻めの姿勢を貫きました。

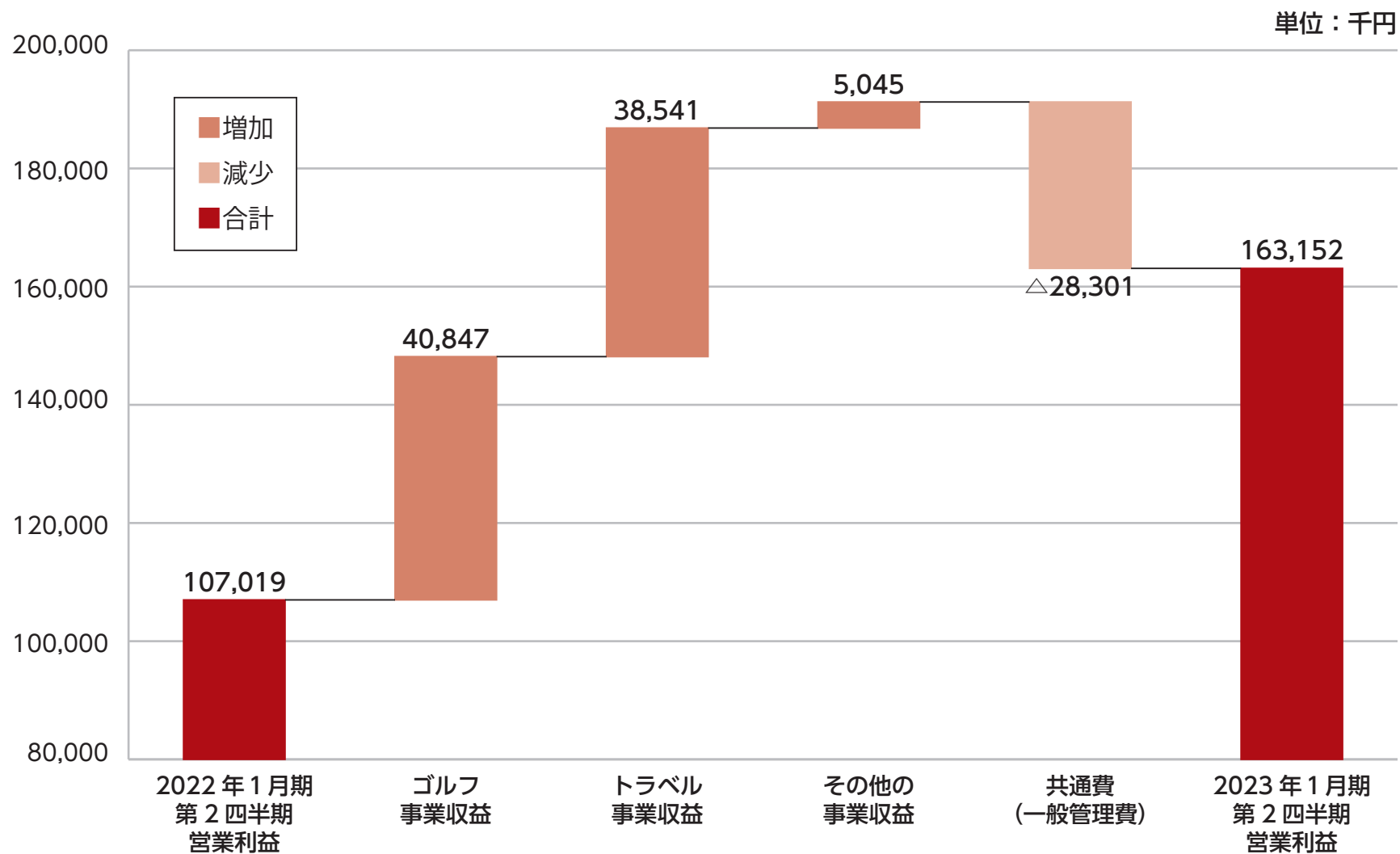
単位：百万円

| | 2022年1月期 第2四半期 | 2023年1月期 第2四半期 | 対前年同期 増減率 | 主な要因 |
|----------------------|-------------------|-------------------|--------------|--|
| 売上高 | 2,296 | 2,315 | —※ | 各事業が着実に推移し、拡大基調を維持 (2023年1月期は収益認識会計基準を適用) |
| 売上原価 | 1,546 | 1,521 | —※ | |
| 売上総利益 | 750 | 794 | +5.8% | |
| 販売管理費 | 643 | 631 | △1.9% | 前年同期と同水準で推移 |
| 営業利益 | 107 | 163 | +52.4% | ゴルフ事業・トラベル事業とも収益を生み出し、過去最高の水準で成長 |
| 経常利益 | 99 | 143 | +43.8% | |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 47 | 100 | +110.2% | |



※当期より収益認識会計基準を適用し、比較対象となる会計処理方法が異なることから、対前年同期増減率を記載しておりません。

利益の増減分析



連結貸借対照表

単位:百万円

| | 2022年1月期 | 2023年1月期 第2四半期 | 増減額 |
|----------|----------|-------------------|--------|
| 流動資産 | 2,228 | 2,904 | +675※1 |
| 固定資産 | 207 | 203 | △4 |
| 有形固定資産 | 40 | 37 | △2 |
| 無形固定資産 | 15 | 16 | +1 |
| 投資その他の資産 | 152 | 149 | △2 |
| 資産合計 | 2,436 | 3,108 | +671 |

| | 2022年1月期 | 2023年1月期 第2四半期 | 増減率 |
|---------|----------|-------------------|--------|
| 負債合計 | 1,298 | 1,905 | +606 |
| 流動負債 | 1,089 | 1,727 | +638※2 |
| 固定負債 | 209 | 177 | △31 |
| 純資産合計 | 1,138 | 1,203 | +65 |
| 株主資本 | 1,134 | 1,200 | +65 |
| その他 | 3 | 3 | △0 |
| 負債純資産合計 | 2,436 | 3,108 | +671 |

主な要因

※1 売掛金の増加 (+57百万円)、商品の増加 (+368百万円)、旅行前払金の増加 (+243百万円)

※2 短期借入金の増加 (+350百万円)、旅行前受金の増加 (+245百万円)

2023年1月期 第2四半期

業績の推移

業績ハイライト

ゴルフ事業

| | 2022年1月期 第2四半期 | 2023年1月期第2四半期 従来の収益認識基準 | 2023年1月期第2四半期 新収益認識基準 | |
|---------|-------------------|----------------------------|--------------------------|-----------------|
| 売上高 | 1,939百万円 | 2,131百万円 | 2,119百万円 | 前年同期比 9.9%増* |
| セグメント利益 | 296百万円 | 337百万円 | | 前年同期比 13.7%増 |

引き続き1人予約ランドが拡大したこと、北海道・中部・九州エリアの営業体制強化による全国展開が功を奏しました。また、ゴルフ用品販売においては、ECサービスおよび新業態店舗が順調に推移しました。

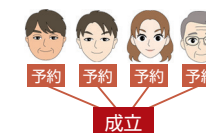
トラベル事業

| | 2022年1月期 第2四半期 | 2023年1月期第2四半期 従来の収益認識基準 | 2023年1月期第2四半期 新収益認識基準 | |
|---------|-------------------|----------------------------|--------------------------|------------------|
| 売上高 | 344百万円 | 657百万円 | 179百万円 | 前年同期比 90.7%増* |
| セグメント利益 | △22百万円 | 16百万円 | | 前年同期比 +38百万円 |

新型コロナウイルス感染症第7波の影響はありながらも、国内における行動制限や海外における出入国制限の緩和により人流は徐々に活性化。旅行需要も回復しつつあり、トラベル事業の業績も改善の傾向に。また、事業のリストラクチャリングを継続的に行い、その効果が顕在化しました。

*売上高の対前年同期比較は、当期の売上高を従来の会計処理にて算出した数値にて行っております。

第2四半期 サービス別トピックス①ーゴルフ事業

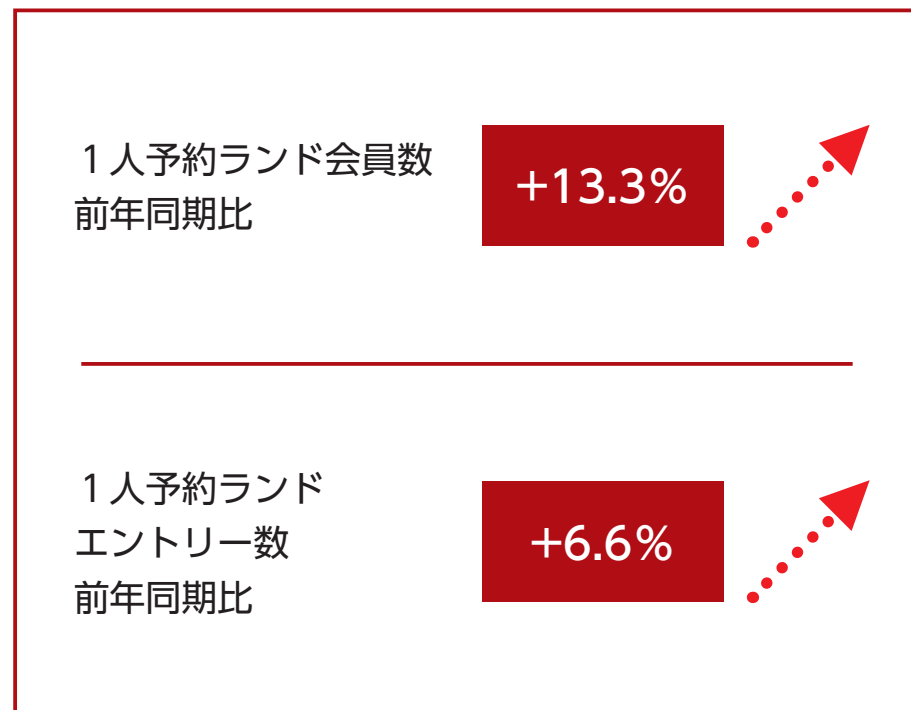


WEB商品の状況

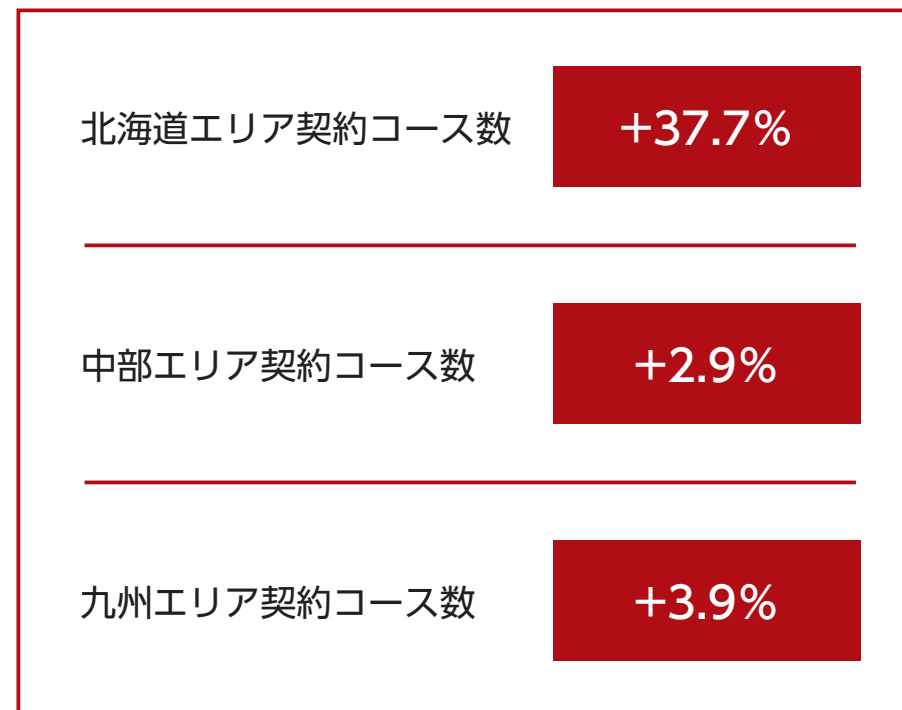
■1人予約ランドが堅調に推移

2022年5月には1人予約ランド過去最高のエントリー数247,314人を記録しました(2022年8月のエントリー数は258,072人と過去最高を更新)。また、会員数も堅調に推移し、2022年7月末時点では89万人、8月末時点では90万人を超えるなど成長を維持しました。また、ケアが不十分なエリアに人員を配置し、サービスエリアを拡大。顧客の利便性向上を推進しました。

1人予約ランド



2021年7月以降に新設の営業所の状況



第2四半期 サービス別トピックス②ーゴルフ事業



新サービスの状況

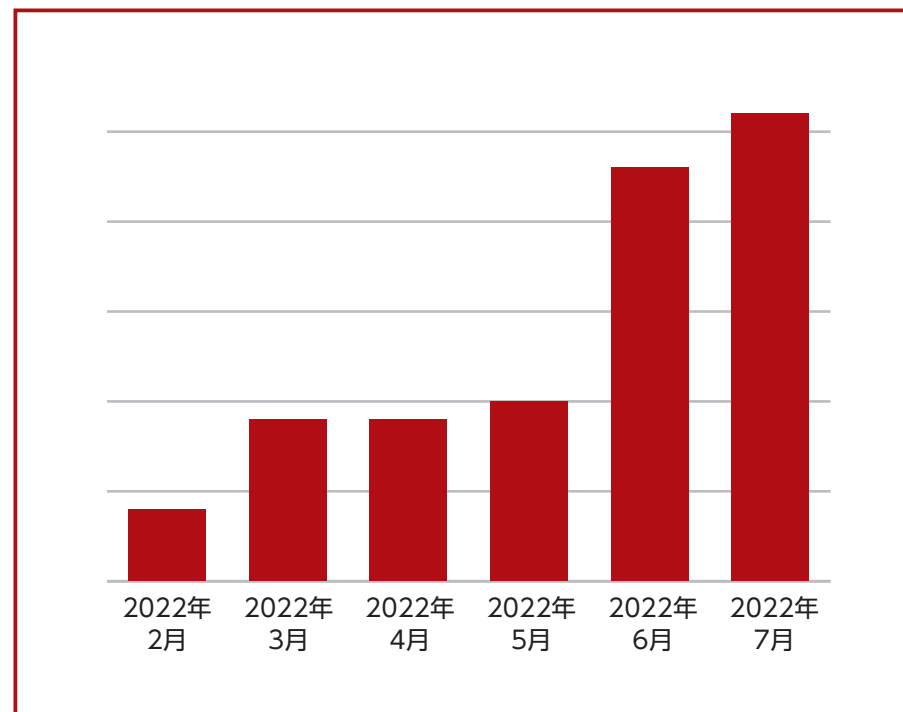
■ズバッとプラン

ゴルフ場の機会損失を減らし、ゴルファーにとっては魅力のあるプランでプレーができる双方にメリットのある新サービス「ズバッとプラン」を提供開始しました。2022年3月より本格的に稼働し、徐々にプラン数は増加。サービス開始から550%増と好調に推移しており、今後の事業の柱となるよう注力する予定です。

サービス概要



プラン数推移



第2四半期 サービス別トピックス③ーゴルフ事業



ゴルフ場情報誌の状況

■紙媒体（月刊バリューゴルフ・バリューゴルフプレミア）について

アンケートや問い合わせなどから読者のニーズをキャッチアップ。ゴルフ場の情報だけでなくクラブのフィッティング特集やゴルフギアの紹介、ゴルフ旅行など当社のサービスをさらに楽しむための紙面を構成しました。また、WEB媒体と紙媒体を持つメリットを生かし、幅広いターゲットに訴求するクロスメディア戦略を行いました。

クロスメディア戦略

1人予約ランド
フェアウェイ乗入可企画等
WEB媒体との連動企画

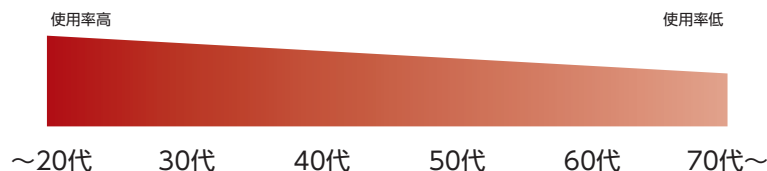
特集ページによる
相乗効果の創出

フィッティング企画や
ゴルフ旅行など
グループ内集客支援

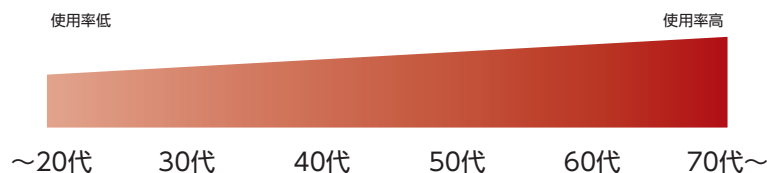
グループ会社の
サービス紹介

媒体ごとのターゲット層イメージ

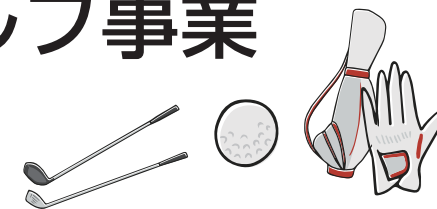
WEB媒体



紙媒体



第2四半期 サービス別トピックス④ーゴルフ事業

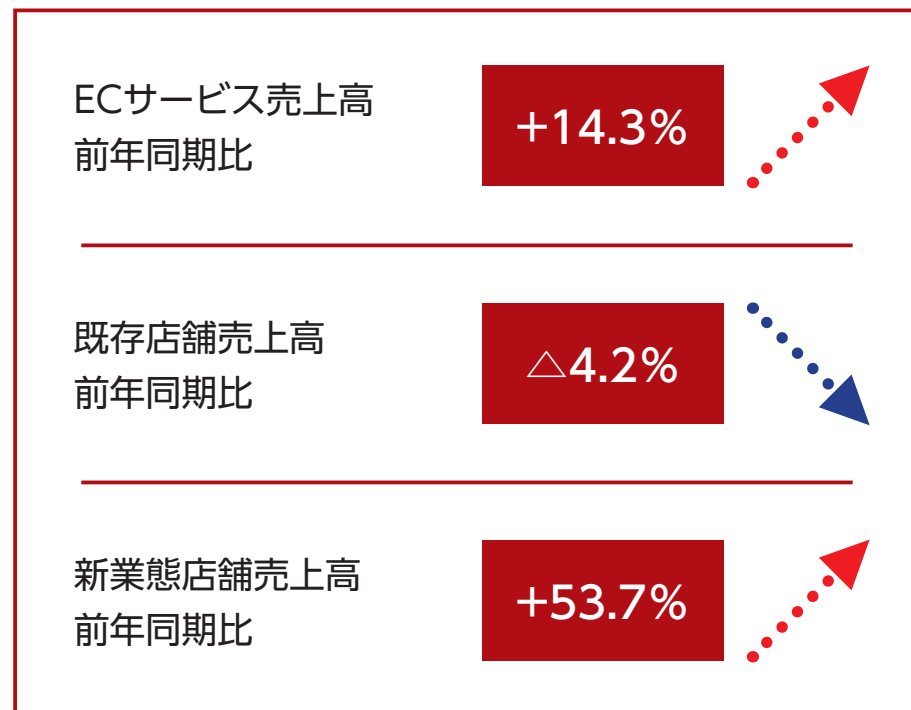


ゴルフ用品販売の状況

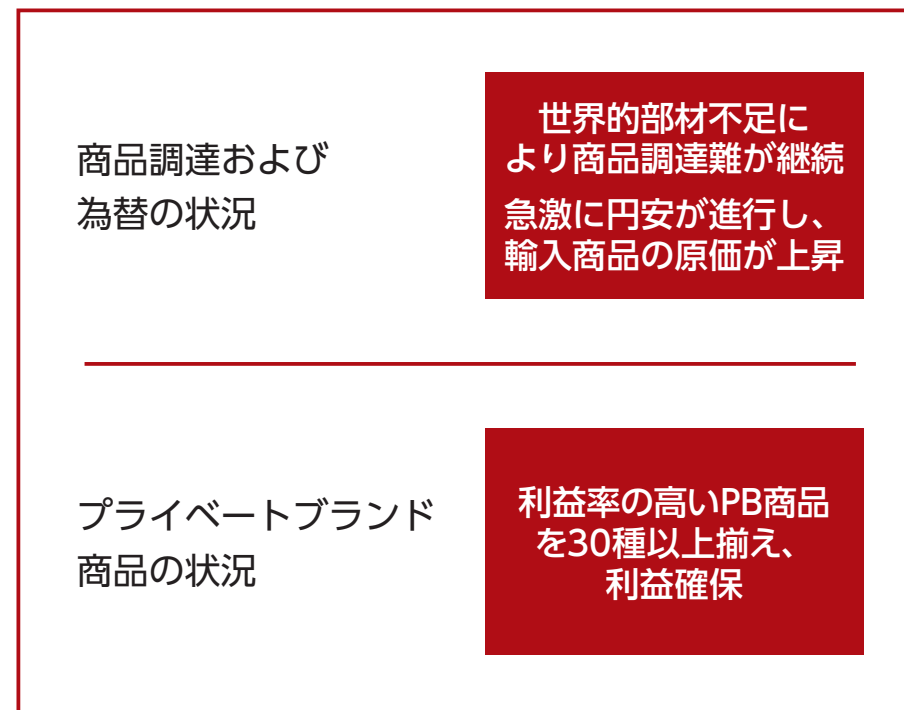
■堅調に推移し、売上高は前年同期比+11.7%に

既存店舗の売上は微減したものの、ECサービスおよび新業態店舗（試打・フィッティング・レッスン・レンジを擁する複合施設）は引き続き好調を維持。特に自社ECサイトの売上は前年同期比+48.3%と大きく伸長しました。一方で商品の調達については、世界情勢の影響により部材不足が継続し厳しい状況となりました。また、急激に円安が進行し、輸入商品での利益が確保しづらい状況に。そのため、利益率の高いプライベートブランド商品に注力し、利益確保に努めました。

ゴルフ用品販売売上高



仕入調達



第2四半期 サービス別トピックス⑤ーゴルフ事業



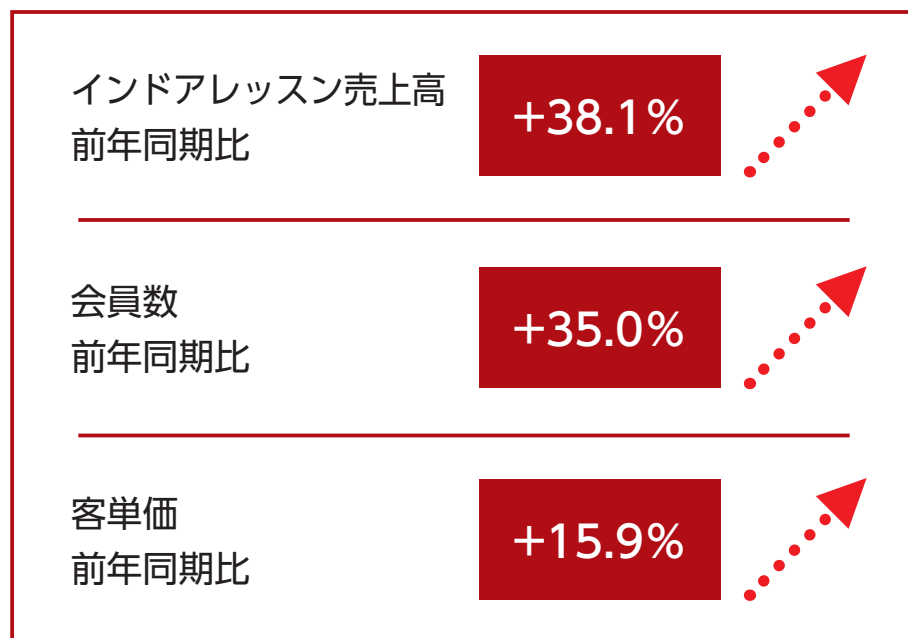
レッスンサービスの状況

■インドアレッスンの会員施策とオンコースレッスンの改革

【インドアレッスン】売上高は前年同期比+38.1%。各種施策により会員数は順調に推移。価格の見直しを行い客単価も向上しました。また、オペレーションの最適化によりコストを下げ、利益を確保。メーカーとコラボした試打会の回数を増やし、来客数が増加しました。

【オンコースレッスン】雪や雨など天候不順の影響で売上高は苦戦。取り組みとしてユーザーアンケートを実施し、ニーズの高いプログラムへの移行を開始。新プログラムに対応可能な講師へと転換を行い、開催コース数を拡大しました。

インドアレッスン



オンコースレッスン



第2四半期 サービス別トピックス⑥—トラベル事業

旅行サービスの状況

■旅行需要の回復とともに業績は改善へ

引き続き新型コロナウイルス感染症は拡大しているものの旅行需要は回復しつつあり、観光庁の調査によると2022年4～6月期の日本人国内旅行消費額は前年同期比+138.1%となりました。また、各国の水際対策の段階的な緩和や各都道府県の旅行支援策、コスト削減による筋肉質な体制への変革により、トラベル事業の業績は改善傾向となりました。



黒字転換



旅行案件数



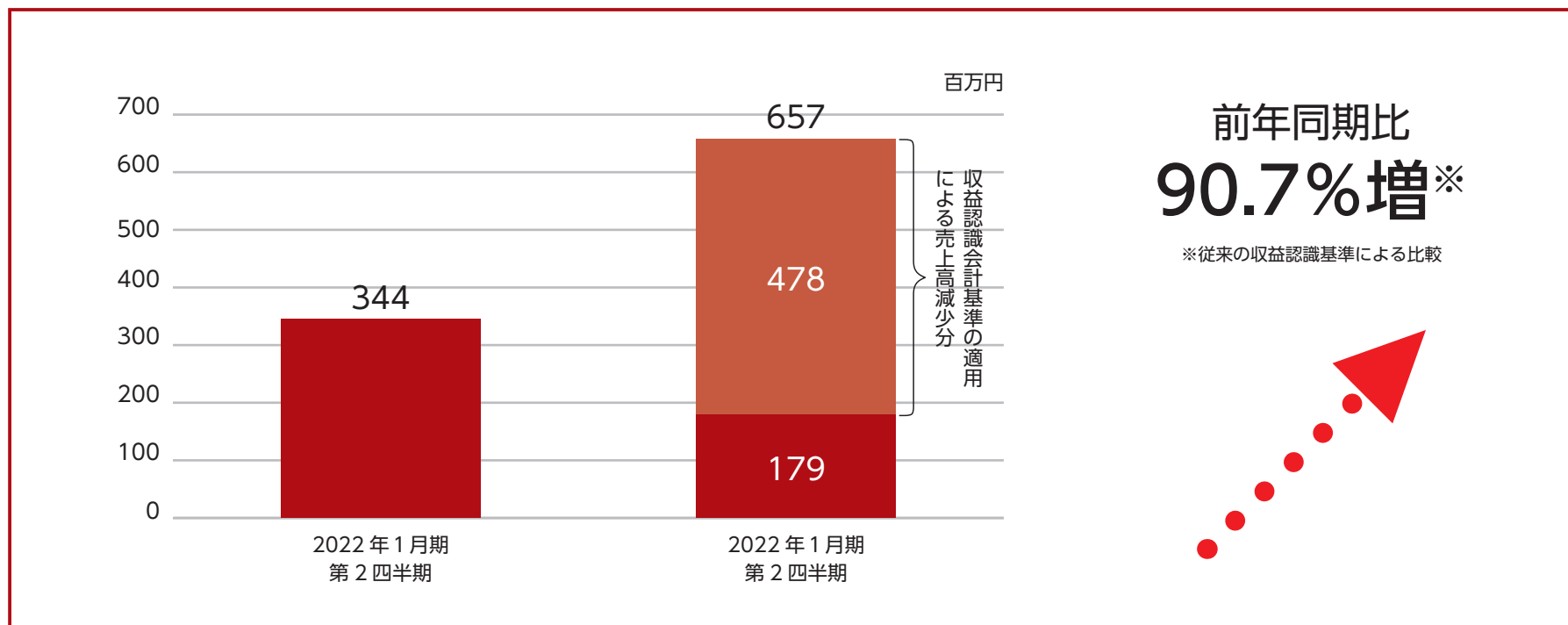
*売上高の対前年同期比較は、当期の売上高を従来の会計処理にて算出した数値にて行っております。

収益認識の適用（トラベル事業）

トラベル事業における「収益認識に関する会計基準」等の適用

当社グループの中で、トラベル事業が最も「収益認識に関する会計基準」の影響を受けました。企画旅行取引については計上タイミングを変更、手配旅行取引については本人取引から代理人取引に変更をしております。当第2四半期において、従来の会計処理を行った場合の売上高は657百万円（前年同期比90.7%増）となります。

【参考情報】売上高への影響（トラベル事業）



2023年1月期 第3四半期以降

今期の取り組み

今期の取り組み①（ゴルフ事業）



1人予約ランドの取り組み

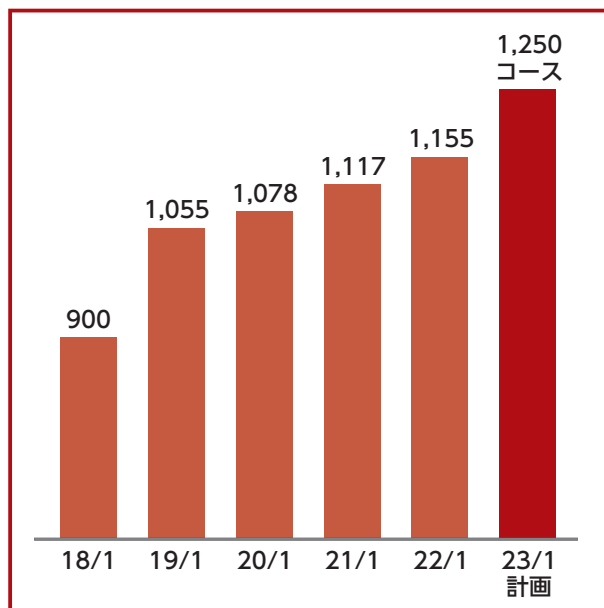
■導入コースの増加

月間エントリー数は2022年8月に過去最高の258,072人、アクセス数も過去最高となるなど好調に推移している1人予約ランドのユーザーの満足度向上のために、引き続き予約可能なゴルフ場の拡大を図ります。新規営業拠点を中心に、営業体制を強化し人員配置等を行います。

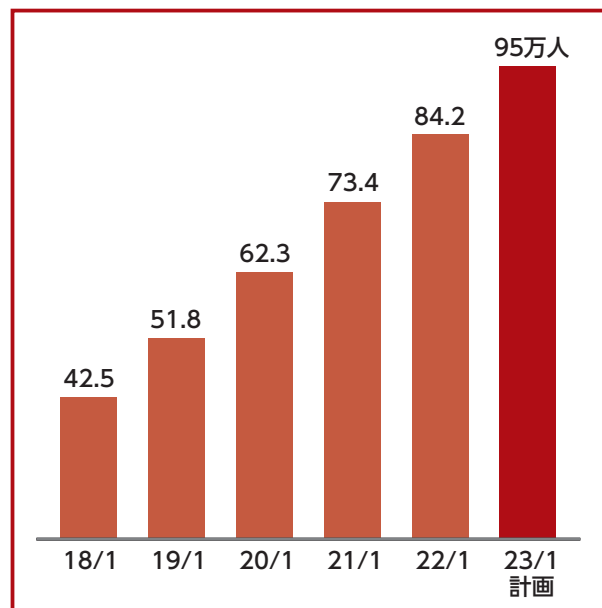
■グループ間シナジーの強化

ゴルフ用品販売「ジーパズ」のクーポン配布などグループ間のシナジーを生かした企画を開始。当社ならではの企画を行い、独自性のある予約サイトとして、さらなる拡大を目指します。

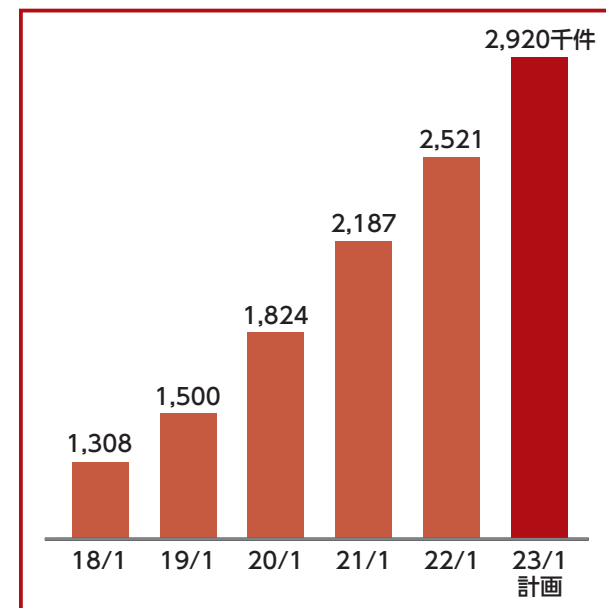
1人予約ランド契約ゴルフ場数



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）



新規事業の取り組み

■ 「ズバッとプラン」対象エリアの拡大

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た「ズバッとプラン」。このプランの対象エリアを拡大します。関東・関西から開始し、既に高評価を得ているこのサービスの対象に北海道と東海を加え、今期中に全国展開を目指します。

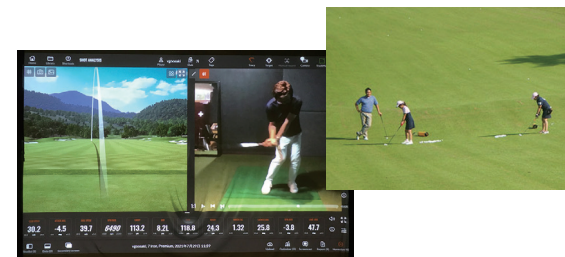
対象エリアの拡大



新サービスの展開



今期の取り組み③ (ゴルフ事業)



レッスンサービスの取り組み

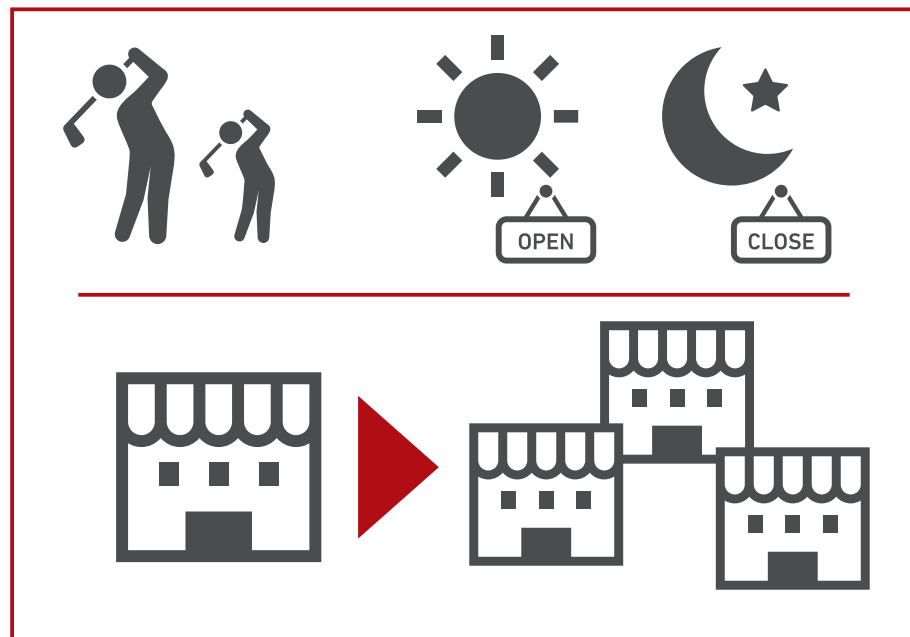
■ 【インドアレッスン】 客層の拡大

ジュニアレッスンプログラムの開始や、営業時間の拡大による夜間層の取り込みなどを行い客層を拡大します。また、新店舗の出店やグループ間シナジーを利用した合宿プログラムの開催などを行い、顧客の囲い込みを図ります。

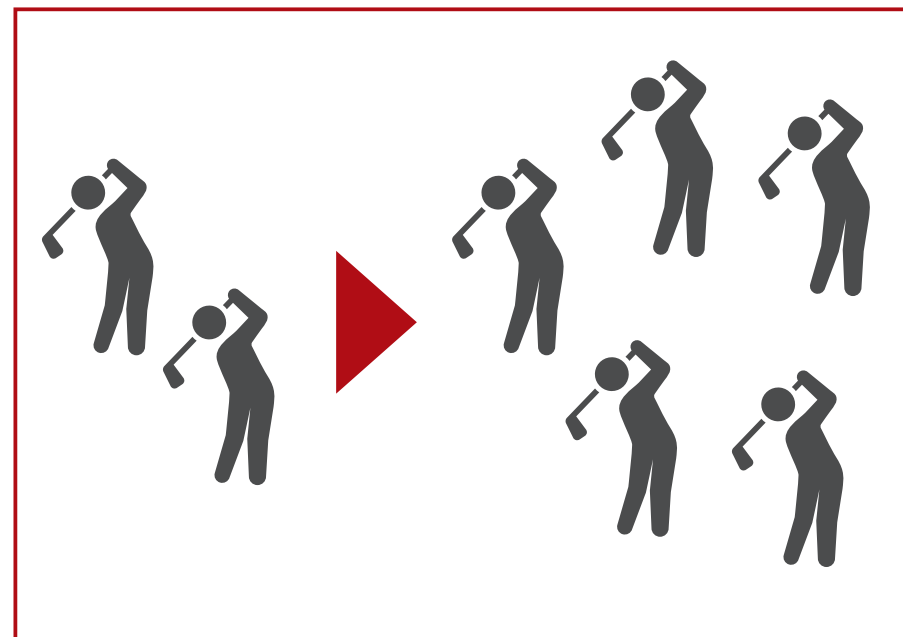
■ 【オンコースレッスン】 講師数の増強とプログラムの改定

プロライセンスを持った講師の確保を行うとともにレッスンプログラムの改定・レッスンコマ数の増強を行います。顧客の要望の強いプログラムを行うことでリピーター獲得を狙います。

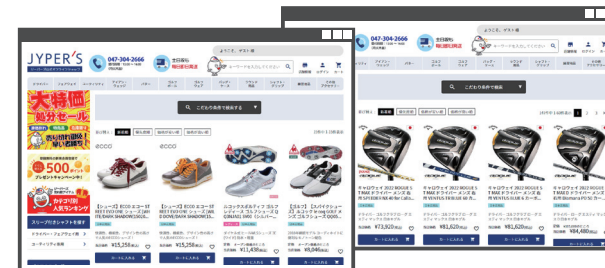
【インドアレッスン】 客層の拡大



【オンコースレッスン】 講師の確保とプログラム改定



今期の取り組み④（ゴルフ事業）



ゴルフ用品販売の取り組み

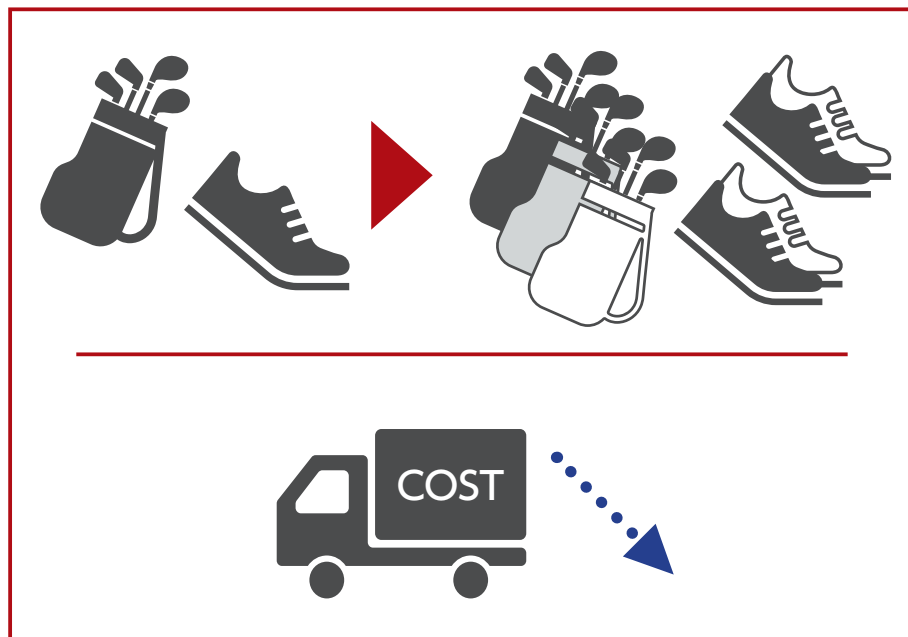
■利益確保の施策

キャディバッグやシューズなど既に30点以上と拡大中のプライベートブランド商品をさらに拡大。上期の円安傾向は下期も継続するものとして高粗利率のPB商品を強化します。また、物流コストを削減することで利益を確保します。

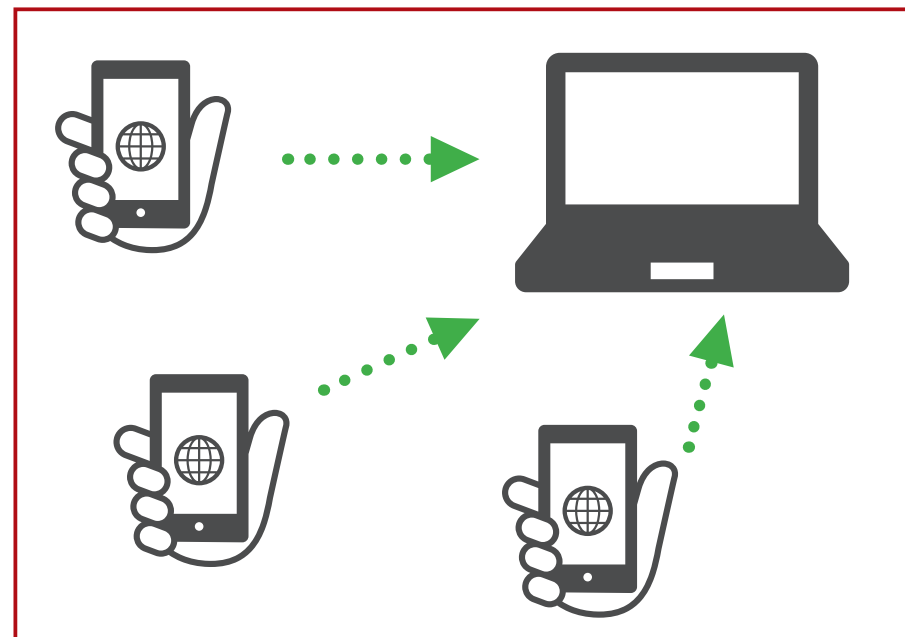
■自社ECサイトの強化

クーポン配布や価格マネジメント等の施策を行い、自社ECサイトをさらに強化。大手ECモールに依存しない体制を構築し、手数料の削減を狙います。

■PB商品の拡充とコスト削減による利益確保



■自社サイト強化による利益確保



今期の取り組み⑤（トラベル事業）



旅行サービスの取り組み

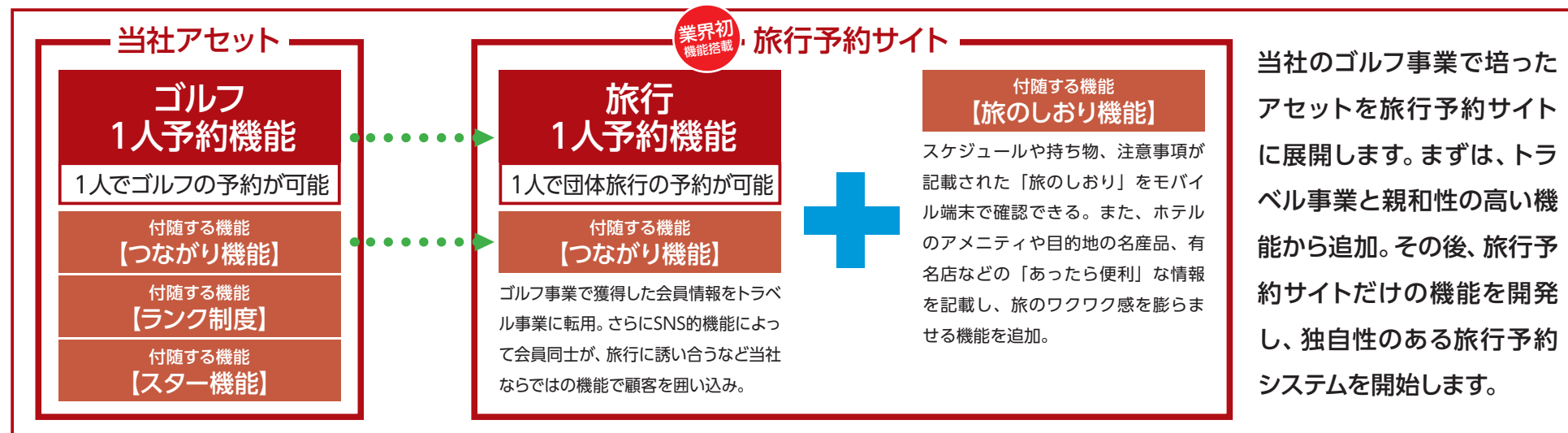
■サービスエリアおよび商品バリエーションの拡充

新型コロナウイルス感染症拡大の影響は当面続くものと予想しているものの、旅行需要は徐々に回復するものとして営業体制を強化。中部・四国・九州等の市場をグループ内の営業部員と協力し効率的に開拓します。また、募集企画旅行において関東・関西発着の商品に加え、北海道・北陸発着の商品を企画・販売する他、クルーズ旅行やタイ・インドネシア・中国・韓国からのインバウンドツアー等の商品を企画・販売します。

■WEB戦略の積極展開

WEBサイト「たびたび」の機能を強化。業界初の試みとして1人予約機能を活用した新たな予約システムを開始します。当社グループのアセットを活用した旅行の楽しみをさらに広げる企画を推進し、利用者数増強策として当社会員へのアプローチや関連サイト・SNSへの広告掲載を積極展開します。

旅行予約サイトの機能拡大イメージ



2023年1月期 第2四半期

通期連結業績予想

通期連結業績予想 ～2023年1月期～

前回公表の業績予想から変更しておりません。

業績は計画通りに推移しており、前回公表の業績予想から変更はありません。このペースを維持し利益率を改善することで、昨年同様過去最高の業績となるようグループ一丸となり、企業価値の向上に取り組んでまいります。

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 | 4,700※ |
| 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%) |

※トラベル事業における契約の一部について代理人取引へ認識を変更

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。

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。