



2020年6月期第 2 四半期

決算説明会資料

---

2020年2月21日  
株式会社バリューデザイン

1 . 2020年6月期第 2 四半期 決算報告

2 . 事業の進捗状況

キャッシュレス還元等を背景にハウスプリペイド順調、売上・利益とも予想を超過。

連結売上高 : **1,216**百万円 前期比 +18.1% 進捗率 53.0%

連結営業利益 : **52**百万円 前期比 +73.6% 進捗率 97.6%

## ■ 2020年6月期 第2四半期トピックス

### ① キャッシュレス還元事業の開始も影響し、ハウスプリペイドの好調継続

- ・10月開始のキャッシュレス・消費者還元事業により同事業参加企業の取扱高は約60%増加
- ・2019年12月度は季節要因（年末商戦）も手伝い、取扱高が過去最高の514億円を記録
- ・還元事業継続に伴い、下期コスト増の可能性も見込まれるため、通期業績予想は据え置き

### ② 来期以降の成長に向け、大型案件の受注や新サービスの開発等も進む

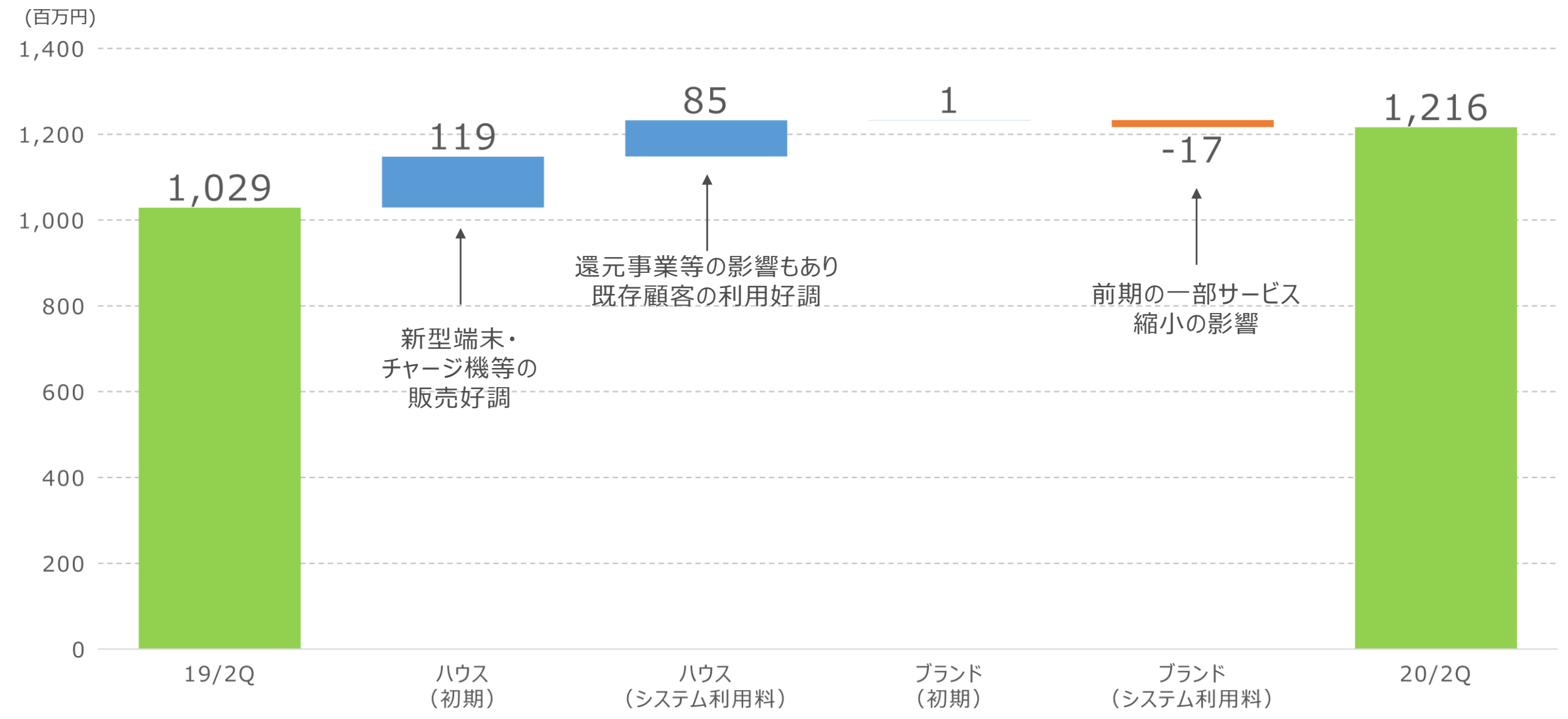
- ・重要カテゴリ（大型のスーパー/ホームセンター/飲食チェーン）顧客の新規受注も順調
- ・QR等コード決済接続は計9社の決済サービスに対応し、導入企業を順次拡大中
- ・導入企業での更なるプリペイド会員の増加、プリペイド利用促進に向けた施策も順次導入予定

連結P/L（2020年6月期 第2四半期）

初期売上32%・システム利用料売上10%増で予想もやや超過、各費用は概ね見込み通り  
売上超過分が影響し、営業利益は通期の予想値付近に到達

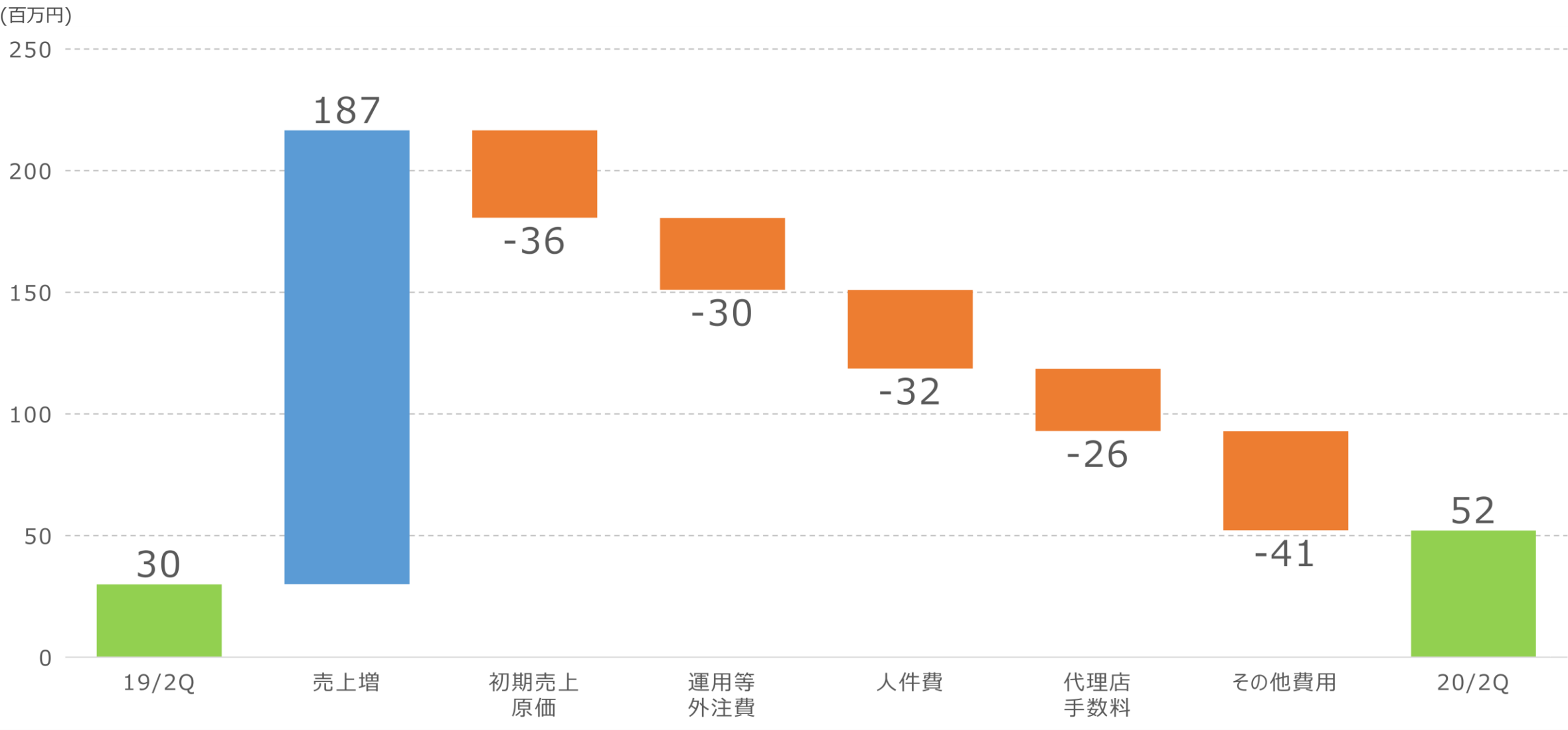
|                      | 実績                             | 前期比                            |                | 通期進捗率                 |              | (百万円) |
|----------------------|--------------------------------|--------------------------------|----------------|-----------------------|--------------|-------|
|                      | ①<br>2020年6月期<br>第2四半期<br>(実績) | ②<br>2019年6月期<br>第2四半期<br>(実績) | 前年同期比<br>(①÷②) | ③<br>2020年6月期<br>(予想) | 進捗率<br>(①÷③) |       |
| 売上高                  | 1,216                          | 1,029                          | 118.1%         | 2,295                 | 53.0%        |       |
| (初期売上)               | 489                            | 370                            | 132.0%         | 813                   | 60.1%        |       |
| (システム利用料売上)          | 727                            | 659                            | 110.3%         | 1,482                 | 49.1%        |       |
| 営業利益                 | 52                             | 30                             | 173.6%         | 53                    | 97.6%        |       |
| 経常利益                 | 49                             | 22                             | 219.6%         | 43                    | 111.6%       |       |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純利益 | 34                             | 15                             | 217.8%         | 1                     | 3372.1%      |       |

# 連結売上高の変動要因（前期比）



# 連結営業利益の変動要因（前期比）

増収効果で前期投資に伴う固定費の増分を吸収し、徐々に利益創出ができてきている状況



1． 2020年6月期 第2四半期 決算報告

2． 事業の進捗状況

# 事業別業績：ハウスプリペイド

新規受注・キャッシュレス還元事業の効果で売上は堅調に増加  
セグメント利益は1Qに引き続き13期投資による固定費増（人材やオフィス環境等）の影響もあり微増

(百万円)

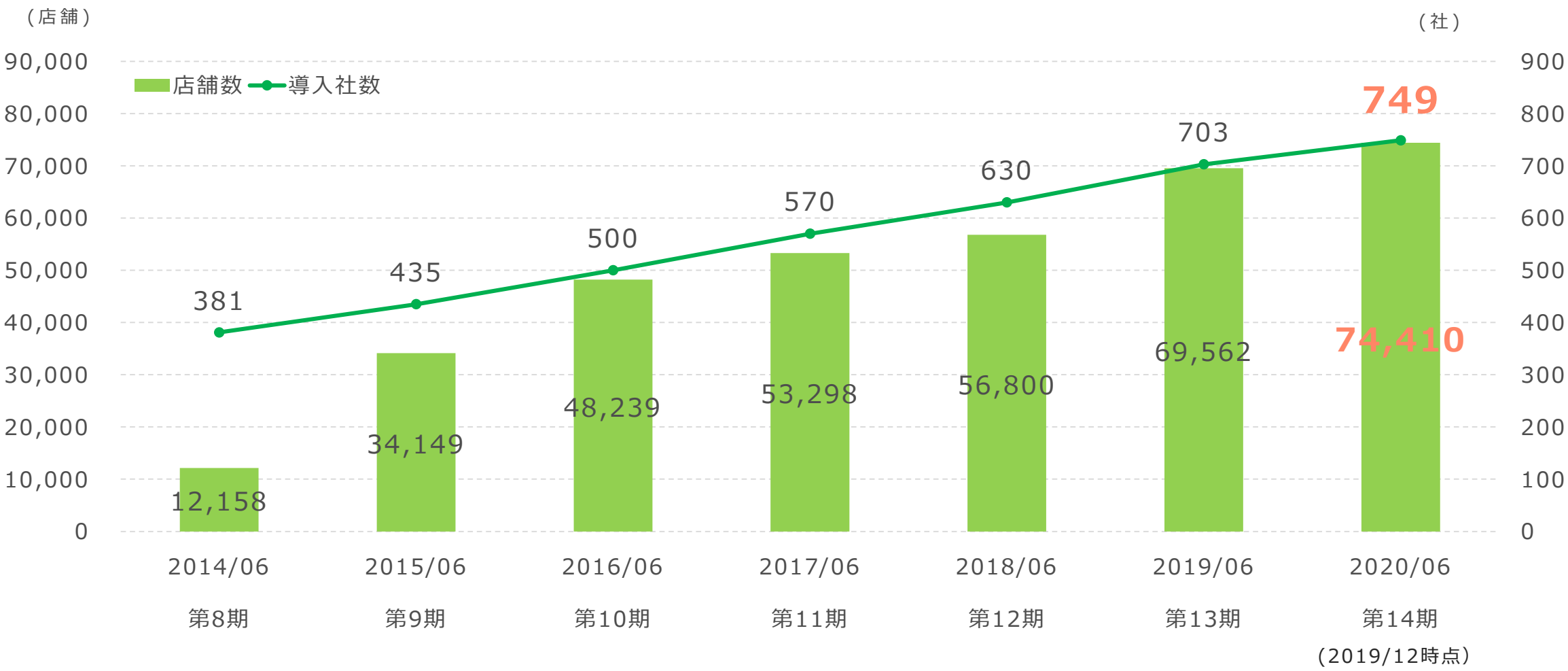
|             | ①<br>2020年6月期<br>第2四半期 | ②<br>2019年6月期<br>第2四半期 | 前年同期比<br>(①÷②) |
|-------------|------------------------|------------------------|----------------|
| 売上高         | 1,137                  | 934                    | 121.7%         |
| (初期売上)      | 482                    | 364                    | 132.4%         |
| (システム利用料売上) | 655                    | 570                    | 114.8%         |
| セグメント損益     | 232                    | 215                    | 107.8%         |



# ハウスプリペイド事業の状況（店舗数・導入社数）

順調に拡大し、導入店舗数は7万店舗に到達、導入社数は749社

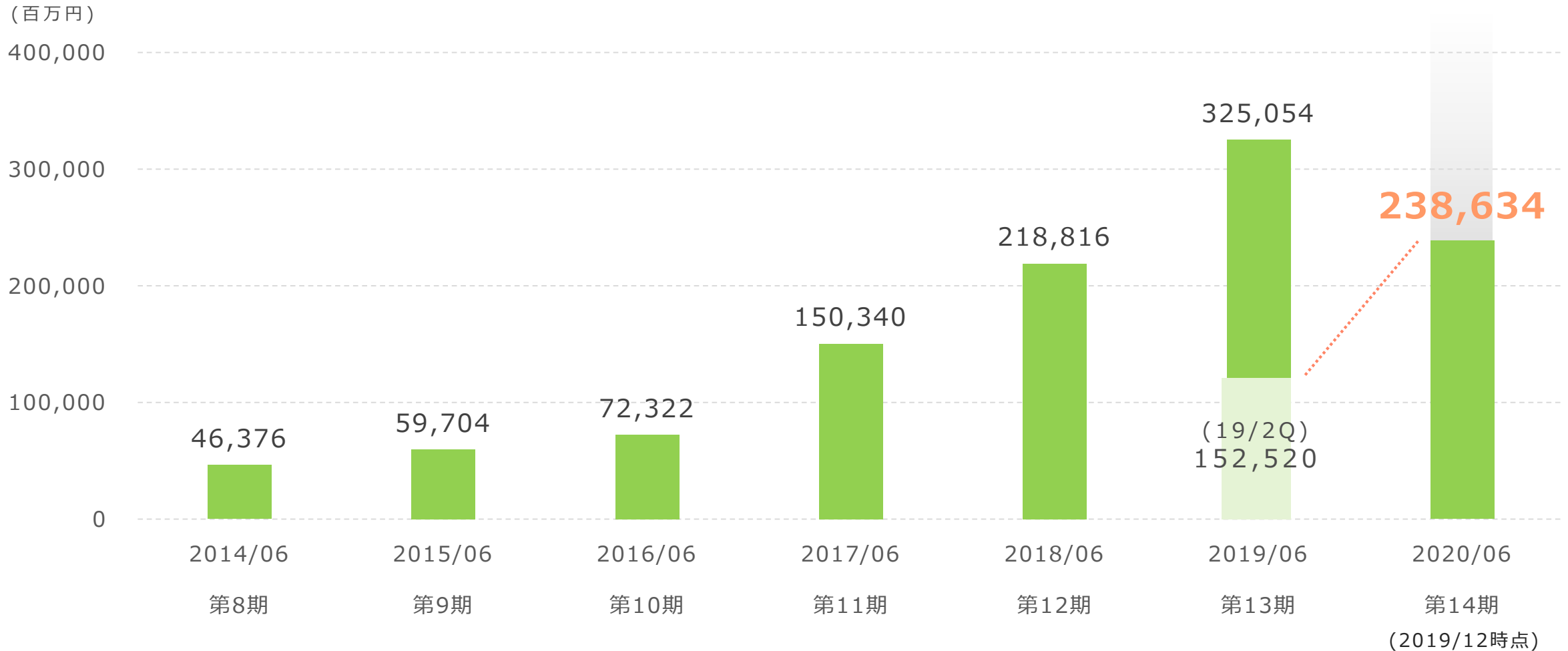
<累計導入店舗数の推移>



# ハウスプリペイド事業の状況（取扱高）

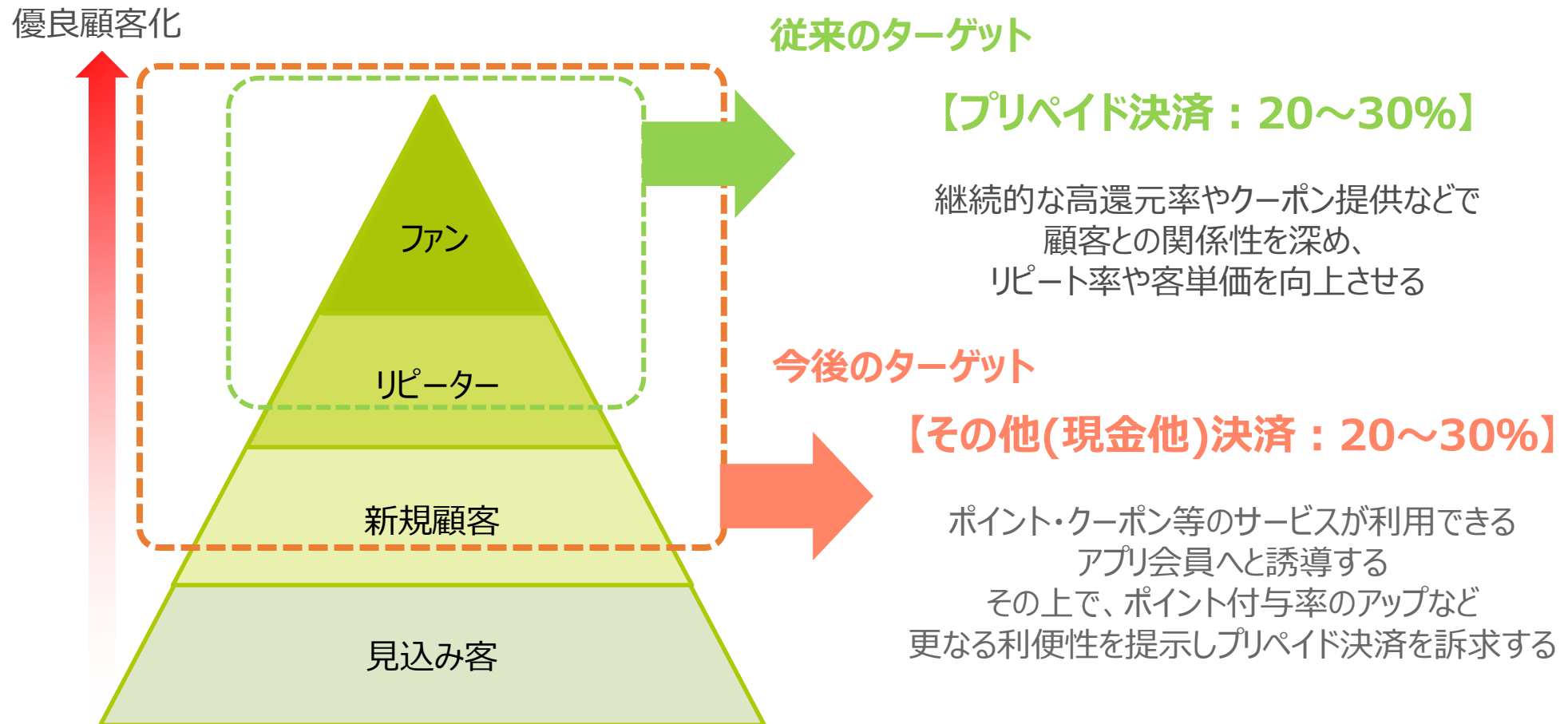
年末商戦・キャッシュレス還元事業の影響により約2,380億円（前期比56.4%増）

<年間取扱高(=プリペイドチャージ額)の推移 ※海外含む>



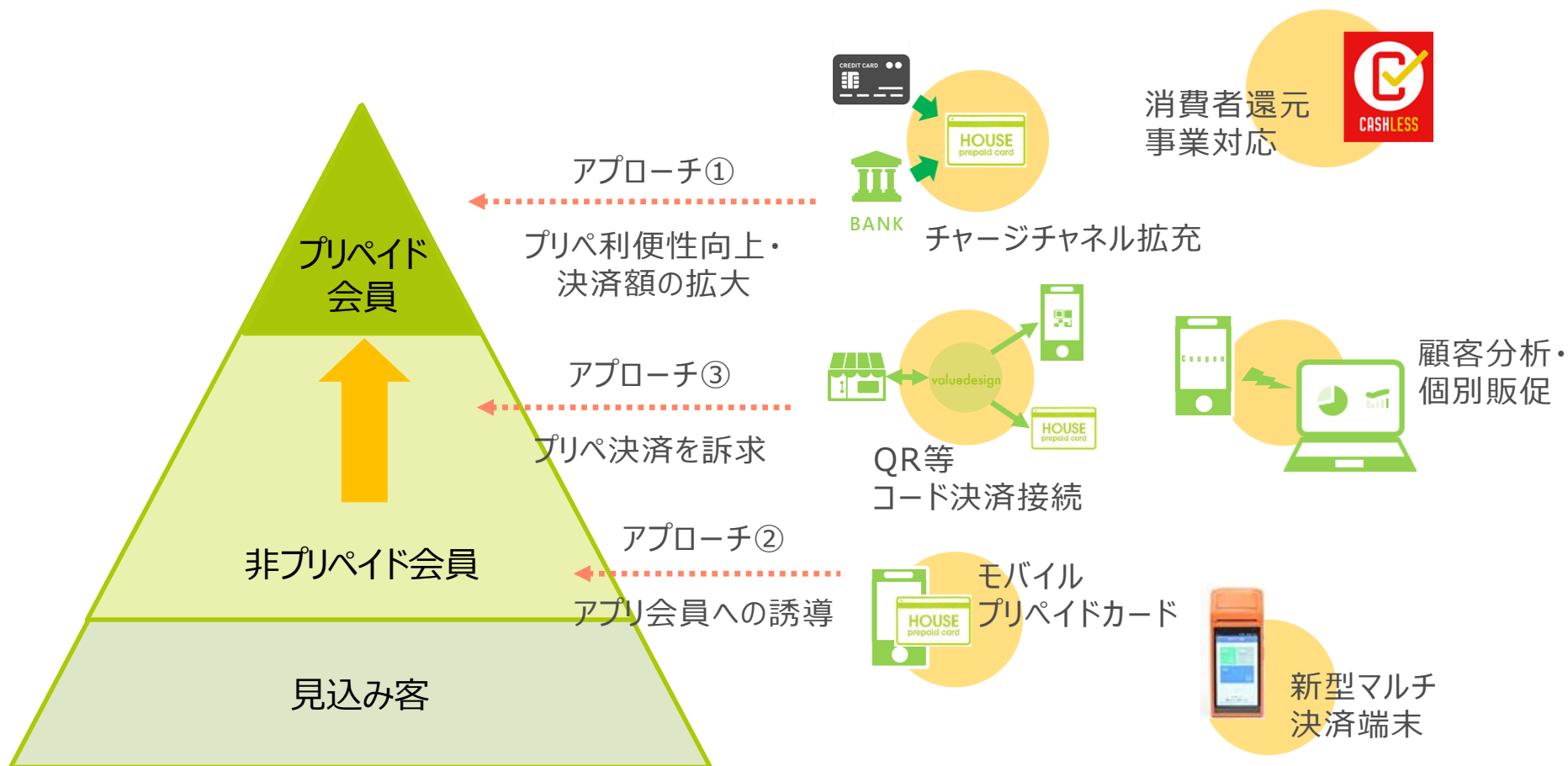
## 今後の事業戦略（今後の当社サービスの基本方針）

これまではプリペイド利用者をターゲットとしてきたが、購買情報に基づく消費者コミュニケーション強化のため非プリペイド利用者(他決済手段の利用者)を含め、全体の40%～60%の消費者にターゲットを拡大する



# 今後の事業戦略（消費者へのアプローチ）

今後、非プリペイド利用者に対しては「入り口」としてのアプリ会員サービスを提供、アプリ会員専用の販促施策を実施すると共に、プリペイド決済について提案し、最終的なプリペイド利用者の増加を図る



# 戦略の具体例（チャージチャネル拡充）

ハウスプリペイド成功の最重要要因はチャージ額。大規模なスーパーやホームセンター等生活に密着した業態での利用に最適なチャージ手段を用意することで、導入効果を最大化する

＜各種チャージ手段と特徴＞

|          | レジ                  | チャージ機                       | クレカ<br>(Web/アプリ)           | 汎用ポイント<br>チャージ                | 銀行口座<br>チャージ      |
|----------|---------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------------------|
|          | レジ待ちを長くしてしまうのがデメリット | 店頭チャージの<br>基本形<br>レジオペ影響しない | 非店頭型<br>チャージ金額も<br>大きくなる傾向 | 蓄積した汎用ポイント<br>を専用サイトで<br>チャージ | 銀行口座からの<br>直接チャージ |
| チャージの手軽さ | ○                   | △                           | ○                          | ×                             | △                 |
| レジスピード   | ×                   | ○                           | ○                          | ○                             | ○                 |
| チャージ金額   | △                   | ○                           | ○                          | △                             | ○                 |
| 店舗コスト    | ○                   | △                           | △                          | ○                             | △                 |

複数機種に  
ハウスプリペ  
標準搭載

対応機種  
拡大し拡販中

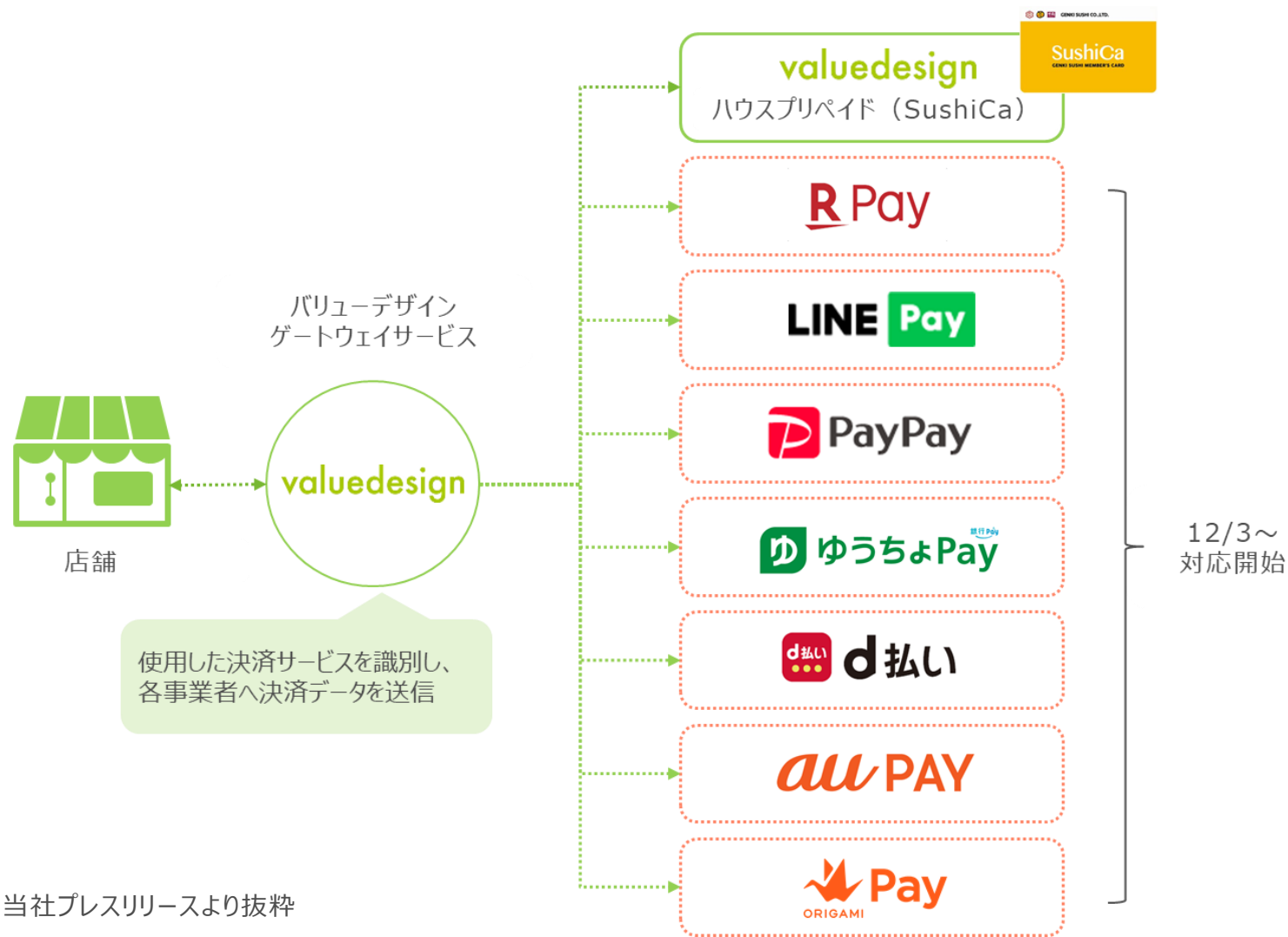
大型顧客では  
標準的に

提携ポイント・  
対象カード  
順次拡大中

新規サービス  
検討中

# 戦略の具体例（QR等コード決済接続）

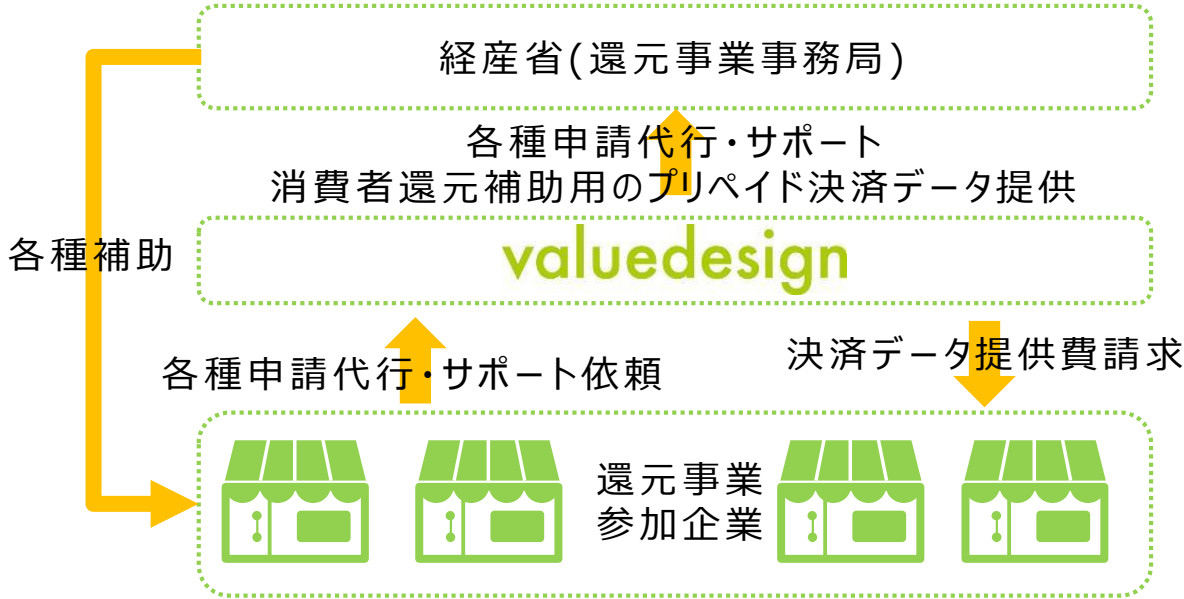
ハウスプリペイドと各種QR等コード決済を同時に導入できるシステム（ゲートウェイ）は12月末時点で9社の決済サービスに対応、導入店舗も増加中



2019/12/3 当社プレスリリースより抜粋

# キャッシュレス・消費者還元事業への対応

2019年10月からの事業開始に伴い、当社顧客への事業参加のサポート業務を開始  
各種申請サポートの他、消費者還元補助の受給に必要な決済データの作成・事務局への提供などを実施



| 補助項目    | 概要                                              |
|---------|-------------------------------------------------|
| 消費者還元補助 | 各加盟店が、ポイントやハウスプリペイドで消費者へ還元した分に対する補助（最大で購買金額の5%） |
| 決済端末補助  | キャッシュレス決済導入にあたり、決済端末を新規購入する際の補助(購入金額の2/3)       |
| 事務経費補助  | 同事業の為の雇用者の人件費、申請代行の事務手数料等                       |

当社提供の決済データを基準に参加企業は補助を受給

# 事業別業績：ブランドプリペイド

1Qから引き続き、既存サービスの一部縮小に伴う売上減が継続。今後の再成長に向けて、新サービス（給与前払・外国人向けプリペイド）関連事業者との協議・検討を実施中

(百万円)

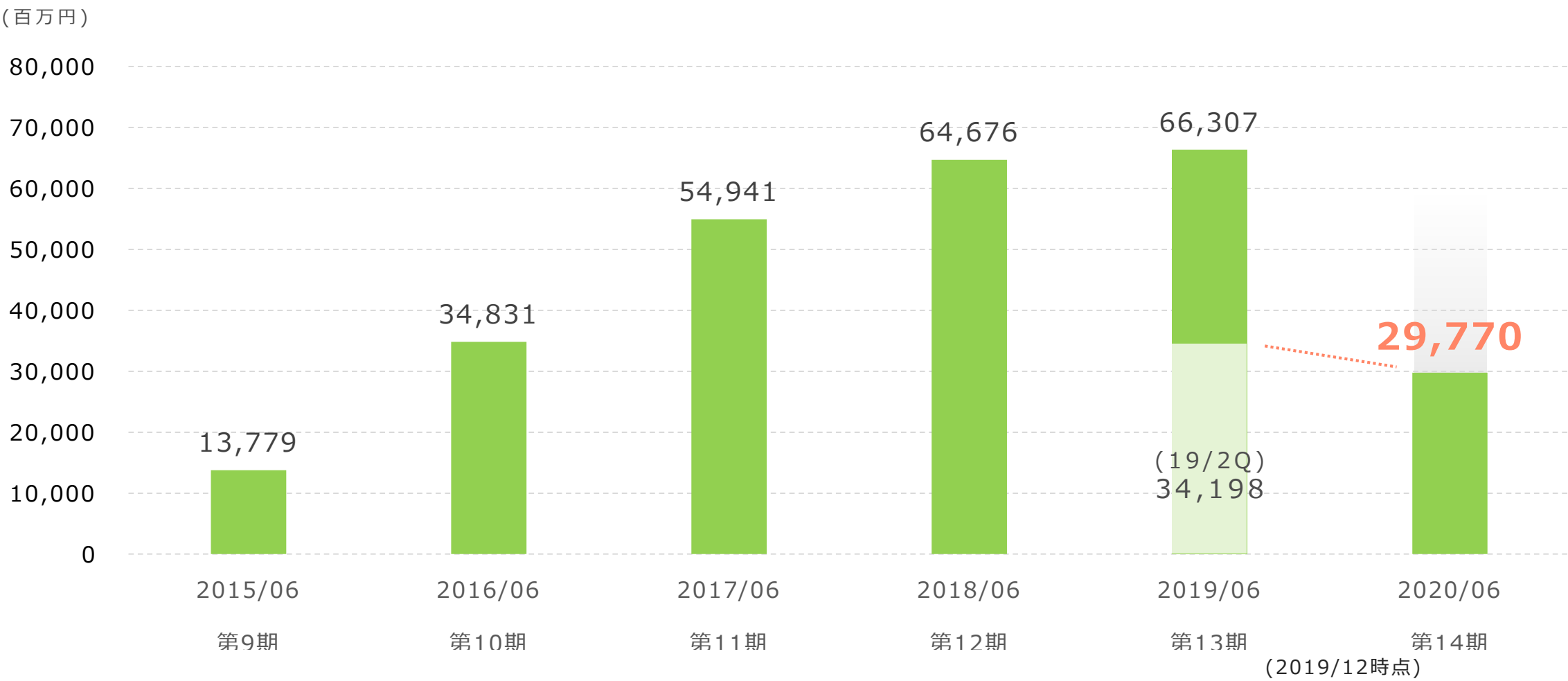
|             | ①<br>2020年6月期<br>第2四半期 | ②<br>2019年6月期<br>第2四半期 | 前年同期比<br>(①÷②) |
|-------------|------------------------|------------------------|----------------|
| 売上高         | 79                     | 95                     | 83.0%          |
| (初期売上)      | 7                      | 6                      | 109.1%         |
| (システム利用料売上) | 72                     | 89                     | 81.3%          |
| セグメント損益     | -23                    | -4                     | -19百万円         |



# ブランドプリペイド事業の状況（取扱高）

前期末のサービス一部縮小、及び12月の利用が前期同月より少なく、13.0%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

マレーシア・タイ等でそれぞれ20%程度システム利用料売上が増加、  
インドではポイント交換サービスとの提携、マレーシアも新規サービスの開発等成長に向け仕込みを実施中

(百万円)

|             | ①<br>2020年6月期<br>第2四半期 | ②<br>2019年6月期<br>第2四半期 | 前年同期比<br>(①÷②) |
|-------------|------------------------|------------------------|----------------|
| 売上高         | 28                     | 23                     | 124.1%         |
| (初期売上)      | 8                      | 8                      | 100.0%         |
| (システム利用料売上) | 20                     | 15                     | 137.6%         |
| セグメント損益     | -34                    | -33                    | -1百万円          |

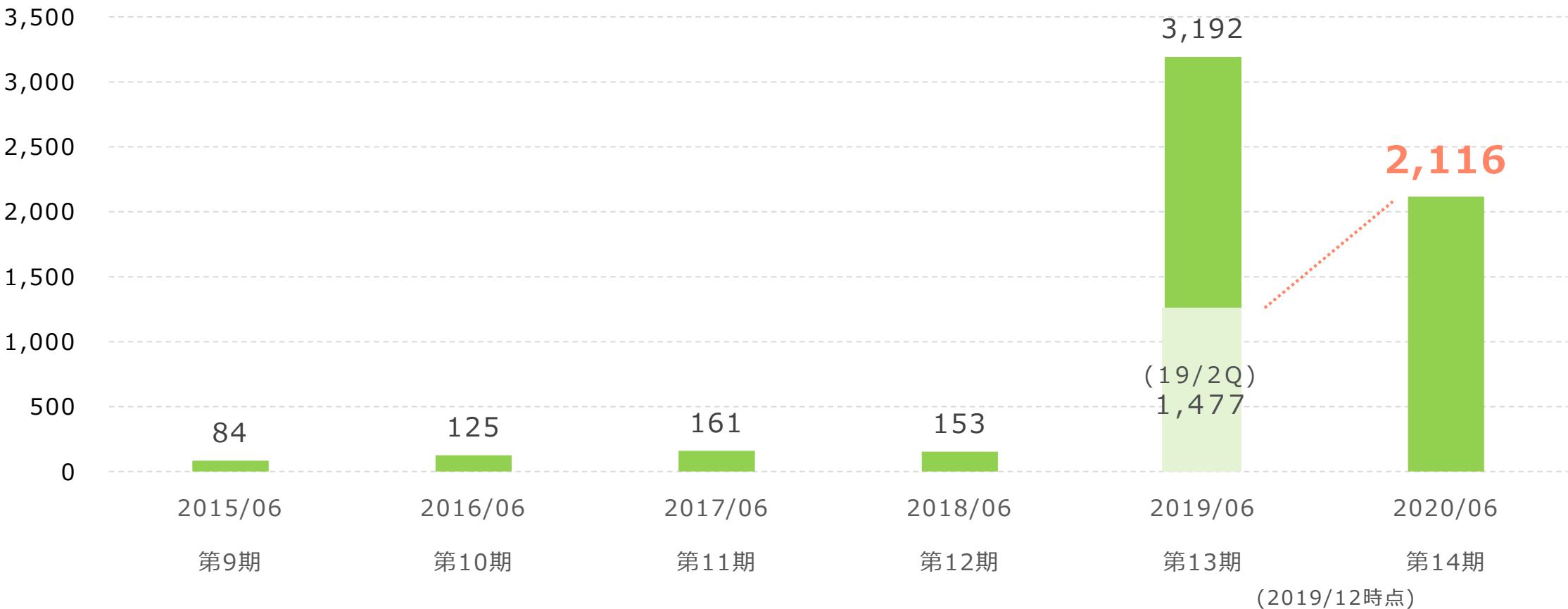
(注)海外は当社セグメント定義上ハウスプリペイドに属するため、当業績は前出のハウスプリペイドの業績に含みます。

# 事業別業績：海外

既存顧客における導入店舗増や入金キャンペーン等の効果により、前期比43.2%増

<海外単独の年間取扱高(=プリペイドチャージ額)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。

valuedesign