
valuedesign

第14期 事業方針説明

2019年9月26日
株式会社バリューデザイン

1. 今後の業績目標について
2. 国内の事業戦略
3. 海外の事業戦略

1. 今後の業績目標について

2. 国内の事業戦略

3. 海外の事業戦略

短期業績目標（～2021/6期）

概ね変更なし。14期に黒字回復し、15期には営業利益ベースでの最高益更新を目指す

業績目標
(2018.8発表)

最新状況・見通し

2019/6期
(第13期)

売上 21億円
営業利益 ▲2億円

- ✓ 売上20.6億円／営利▲0.6億円
- ✓ 主要な投資完了、費用圧縮(一部翌期繰り越し)により営業損失減

2020/6期
(第14期)

売上 23-24億円規模
営業利益 黒字転換
12期程度の水準を目安

- ✓ 売上22.9億円／営利0.5億円
- ✓ 13期投資による固定費上昇を吸収し黒字化、利益拡大は15期から

2021/6期
(第15期)

売上 30億円規模
営業利益 過去最高益
以上の水準を目標

(変更なし)

- ✓ 13期の投資効果をフルに寄与させ、導入店舗数8万店舗以上を目指す
- ✓ コスト比率を12期水準に安定させ、以後継続的な収益成長を図る

中長期的な成長イメージ

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)を活用し、将来的に新たな決済・販促サービスを展開

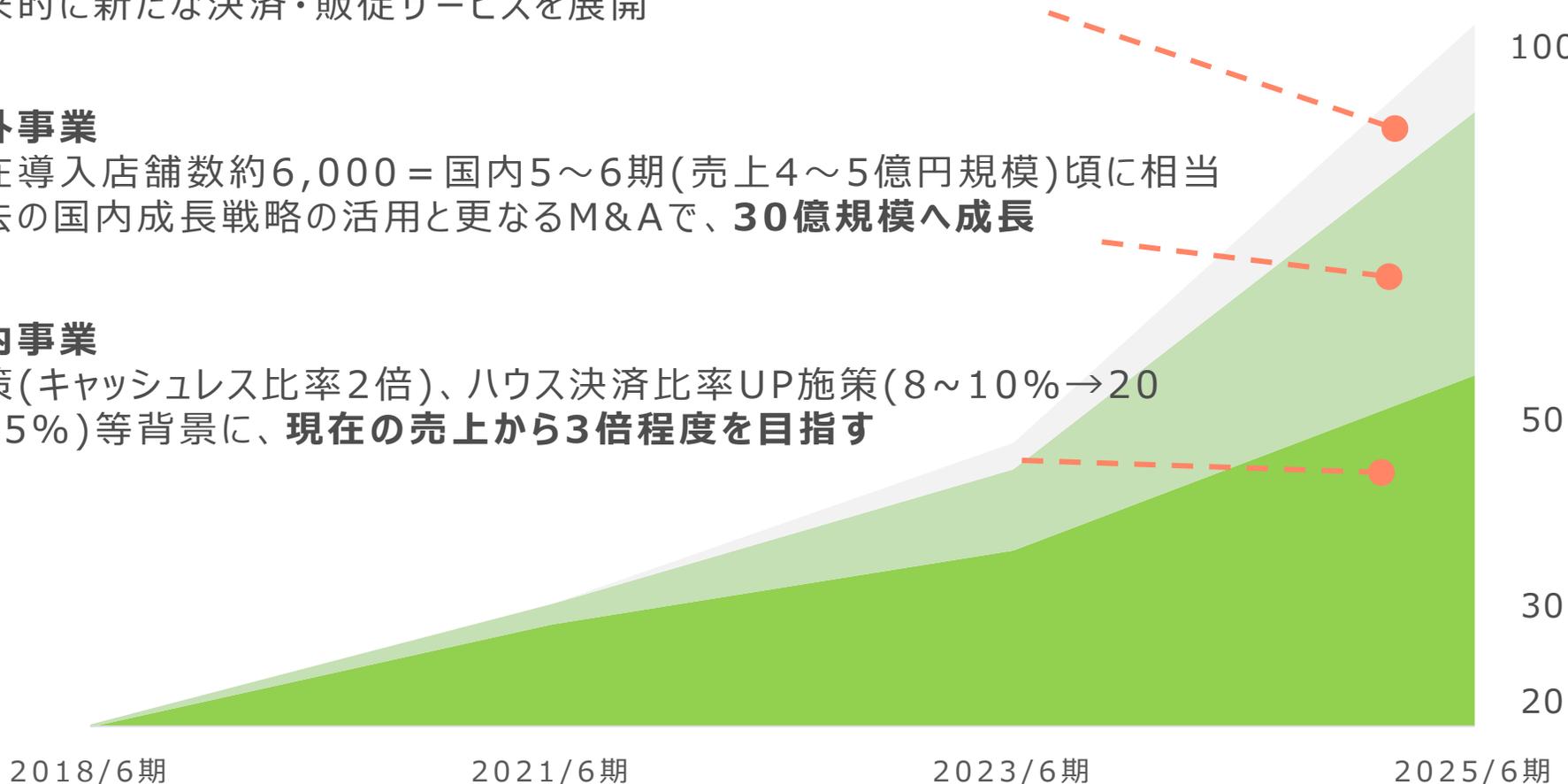
海外事業

現在導入店舗数約6,000 = 国内5~6期(売上4~5億円規模)頃に相当
過去の国内成長戦略の活用と更なるM&Aで、**30億規模へ成長**

国内事業

国策(キャッシュレス比率2倍)、ハウス決済比率UP施策(8~10%→20~25%)等背景に、**現在の売上から3倍程度を目指す**

売上目標
(億円)



1. 今後の業績目標について
2. 国内の事業戦略
3. 海外の事業戦略

バリューデザインが提供する価値

決済（電子マネー）と販促（プロモーション）の掛け合わせにて、店舗型B2C企業における顧客エンゲージメントの向上と売上アップ、業務効率化を支援

販促・売上UP

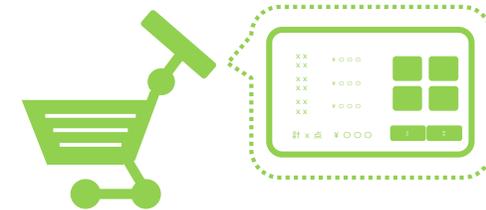
高還元の家賃プリペイドを活用したリピーターの確保
(顧客囲い込み)



客単価 + 10%
※カフェ実績例

業務効率化と省人化

レジ処理のスピードアップや現金管理コストの削減等により
人員不足解消・業務効率化に貢献



レジカート連動

優良顧客の「見える」化

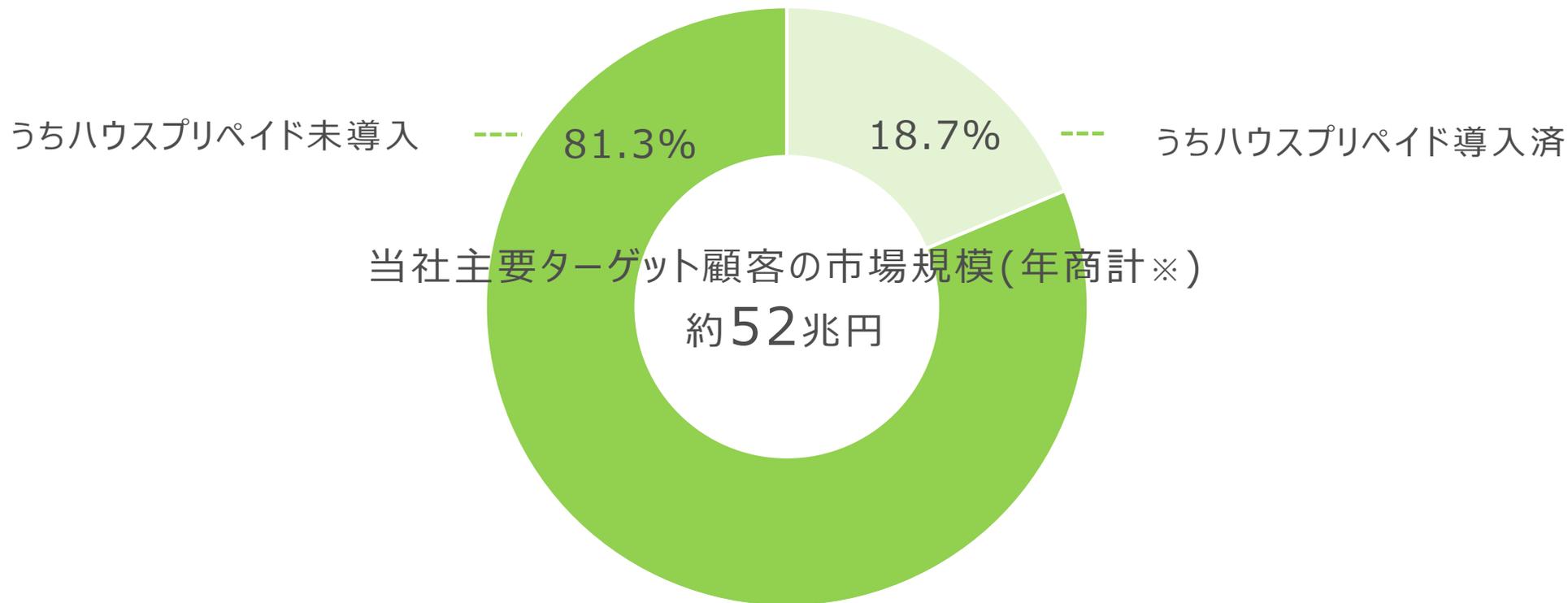
カードの利用状況から優良顧客の
購買行動を可視化し、
更に効果的な販促を実施



セグメント分析 + クーポン配信

当社ターゲット市場におけるハウスプリペイド普及率

主要なターゲット市場においては、まだ約80%程度の空白シェアが存在している



(※)当社主要顧客（スーパー・ドラッグストア・外食・ホームセンター）市場規模の合計

出所：日本チェーンストア協会、日本チェーンドラッグストア協会、食の安全・安心財団、日本DIY協会
ハウスプリペイド導入状況は当社推計

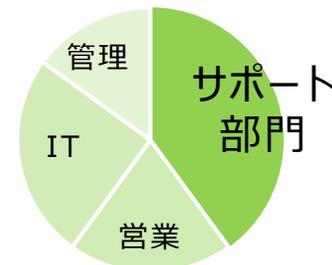
ハウスプリペイドの商品性

キャッシュレス決済手段のうち、自社商品として顧客を囲い込めるのはハウスプリペイドのみ



No.1の導入ノウハウとサポート体制

多種多様な業態、7万店舗超の実績に基づく成功のノウハウ、それを最大限活用できる専門部隊を保持



ネットワーク・パートナー戦略

提携の「縛り」が少なく、営業・サービス開発等で様々なパートナーと提携顧客に合わせて柔軟なサービス提供が可能



対面市場における機会と14期の施策

市場機会

当社の特徴・強みに基づき、機会を掴む施策

市場機会①
ハウスプリペイド
普及の本格化

×

商品性

導入意欲の向上を背景に営業体制を強化し、最新囲い込み効果を訴求、大型案件獲得

サポート

クレジットや銀行口座等、チャージ方法のラインナップの拡充 + 販促強化による取扱高向上

市場機会②
キャッシュレス決済
急拡大

×

商品性

QR等コード決済との接続他、新サービスによるハウス導入効果向上、アップセル

提携

決済事業者や金融機関等との連携、キャッシュレス還元事業参加による営業強化

導入効果向上のためのサービス戦略

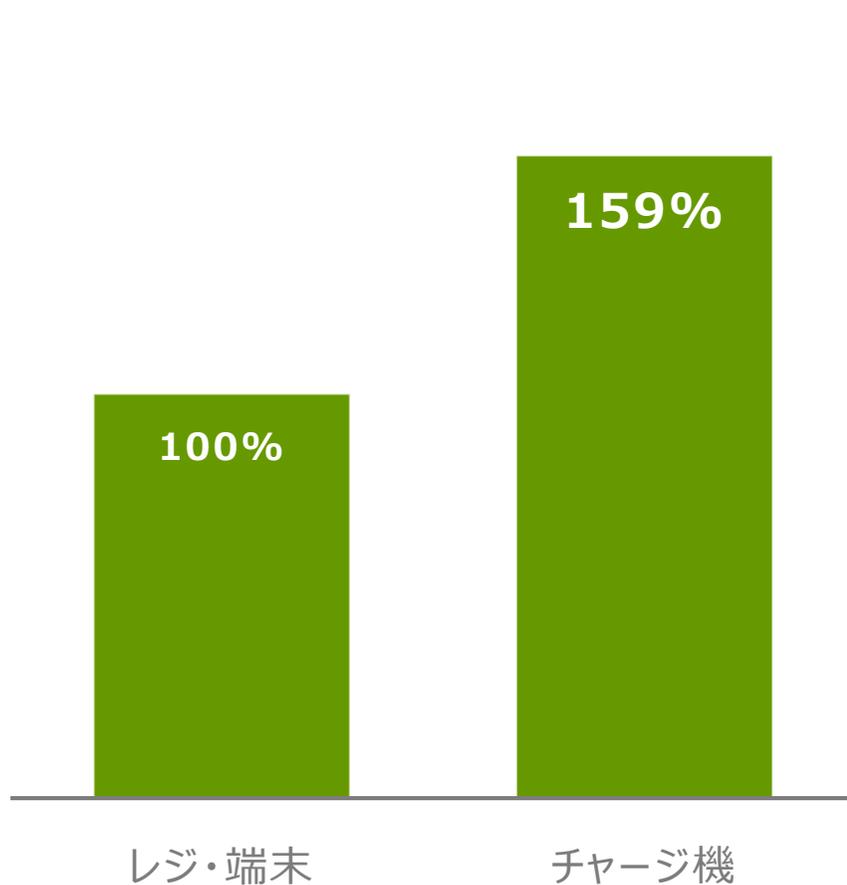
ハウスプリペイド成功の最重要要因はチャージ額。大規模なスーパーやホームセンター等生活に密着した業態での利用に最適なチャージ手段を用意することで、導入効果を最大化

< 各種チャージ手段と特徴 >

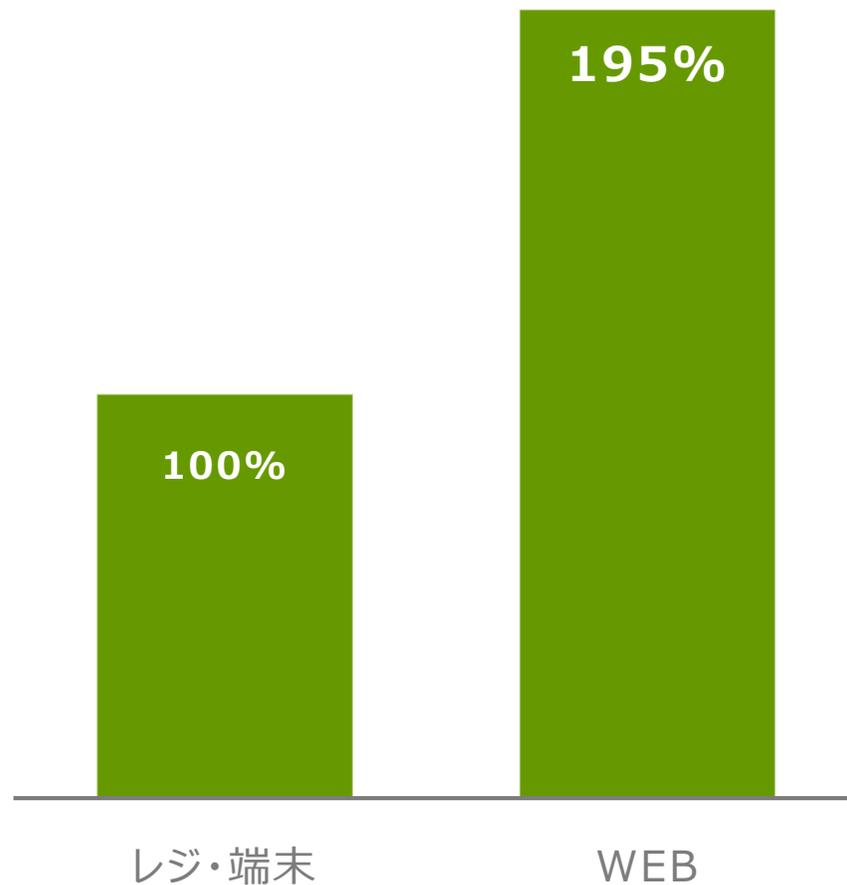
	レジ	チャージ機	クレカ (Web/アプリ)	汎用ポイント チャージ	銀行口座 チャージ
	レジ待ちを長くしてしまうのがデメリット	店頭チャージの基本形 レジオペ影響しない	非店頭チャージ チャージ金額も 大きくなる傾向	蓄積した汎用ポイント を専用サイトでチャージ	銀行口座からの 直接チャージ
チャージの手軽さ	○	△	○	×	△
レジスピード	×	○	○	○	○
チャージ金額	△	○	○	△	○
店舗コスト	○	△	△	○	△

【参考】手段別チャージ金額の差異

<レジとチャージ機の入金額の差異>



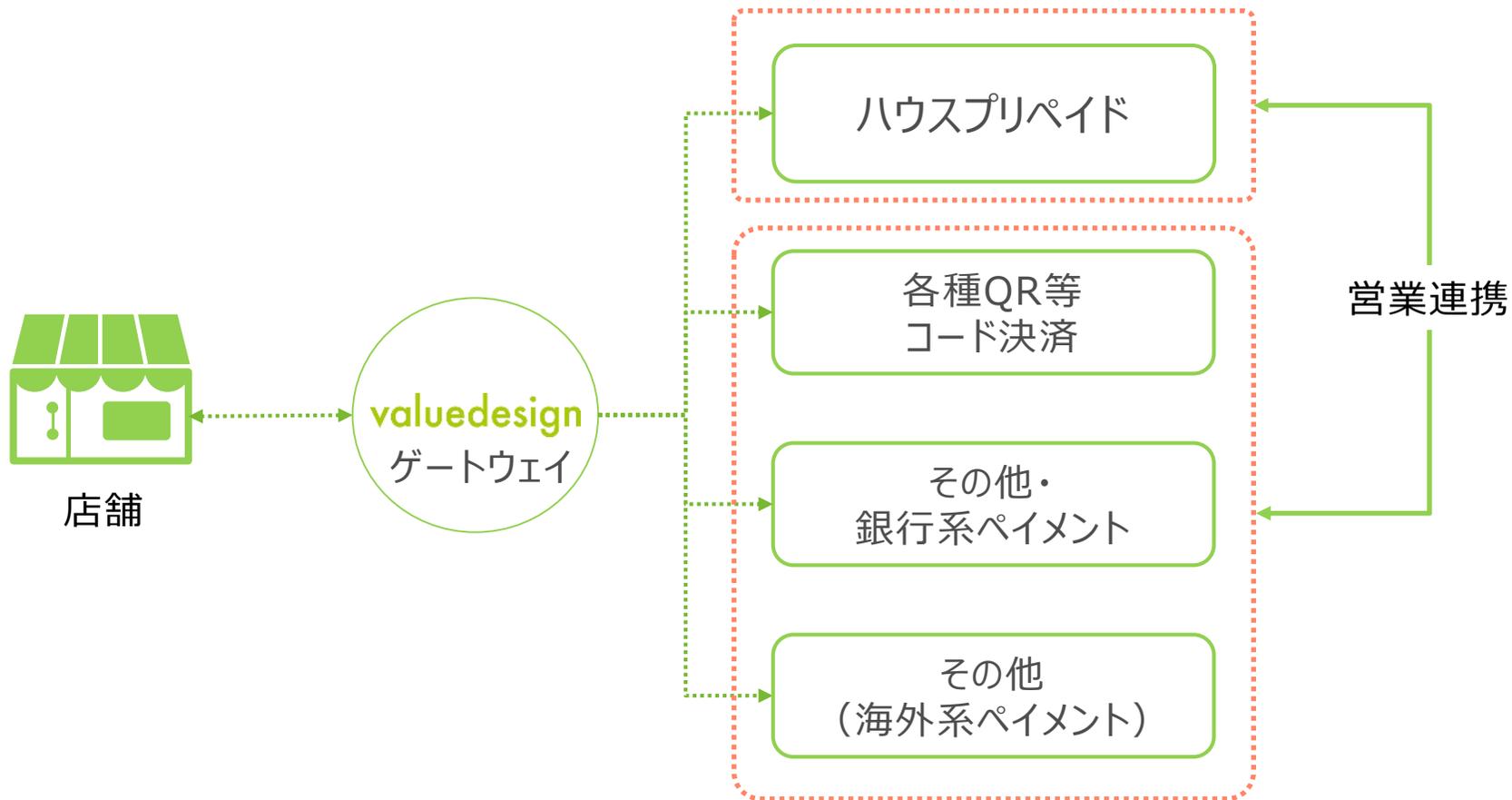
<店頭とWebチャージの入金額の差異>



(2019年6月実績)

キャッシュレス決済拡大を背景とした新サービス

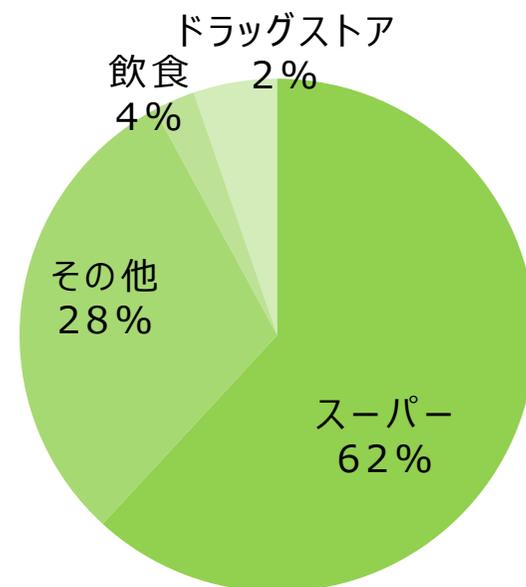
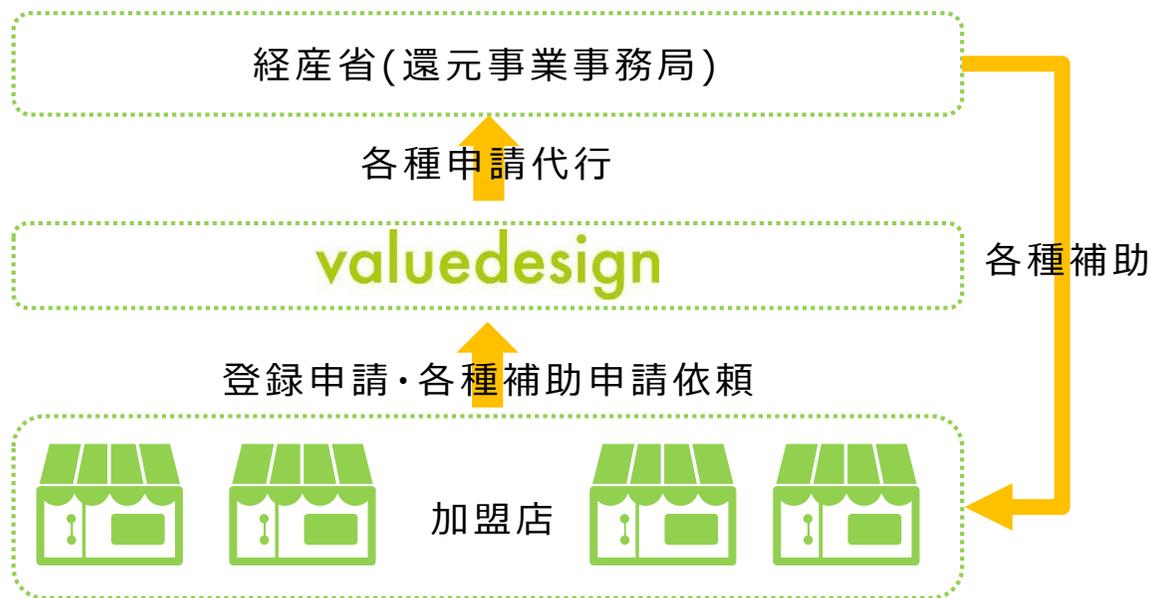
各キャッシュレス決済サービスにも「使い分け」が重要であることを意識し、ハウスプリペイドと各種QR決済を同時に導入できるシステム（ゲートウェイ）を提供



POSの改修なく各種QR等コード決済とハウスプリペイドを導入できる新型端末も用意
各決済事業者と連携しながら導入店舗の更なる拡大を目指す

キャッシュレス・消費者還元事業への対応

2019年10月からの消費者還元事業に向け、代表申請事業者として加盟店を募集中
還元に対する高い消費者ニーズを背景に、参加企業は6割程度がスーパーマーケット業態

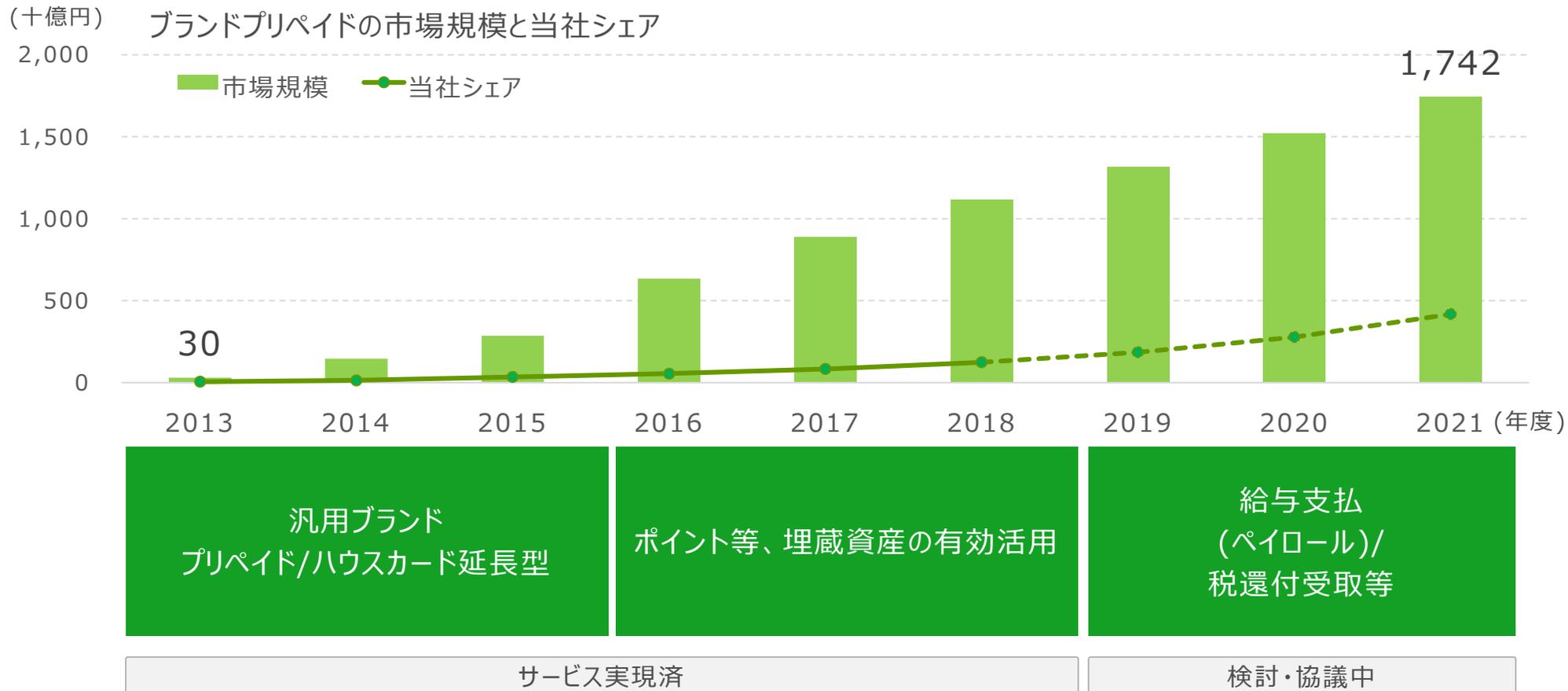


当社を代理申請事業者として
参加手続き中の企業の業態
(90社、2019/8/13時点)

補助項目	概要
消費者還元補助	各加盟店が購買に対し、ポイントやハウスプリペイドで消費者へ還元分相当の補助 (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

ブランドプリペイドの事業方針

海外ブランドプリペイド市場の成長要因となった送金系サービス検討が遅れつつも本格化の兆し
各種サービスの実現に向けて、関連事業者との協議、参入検討・準備中



【参考】給与の電子マネー支給に関する規制緩和の検討状況

検討開始に関する報道（2018年10月24日）

厚生労働省は企業などがデジタルマネーで給与を従業員に支払えるよう規制を見直す方針を固めた。2019年にも銀行口座を通さずにカードやスマートフォン（スマホ）の資金決済アプリなどに送金できるようにする。従業員が現金として引き出すことができ、資金を手厚く保全することなどが条件。日本のキャッシュレス化を後押しする狙いで、給与の「脱・現金」によりやく一歩踏み出す形だ。

（2018年10月24日 日本経済新聞電子版より抜粋）



検討遅延に関する報道（2019年7月17日）

デジタルマネーで給与を払えるようにするための規制緩和が遅れている。政府は2019年度の実現をめざしているが、お金を預かる民間事業者が破綻した場合にすぐに現金を引き出せる仕組み作りが難航している。銀行の預金保険並みの制度は事業者にとって負担が重い。万一の際に利用者を保護する安全網の設計が滞り、異業種の参入で金融業界の技術革新を促す流れを阻んでいる。

（2019年7月17日 日本経済新聞電子版より抜粋）

1. 今後の業績目標について
2. 国内の事業戦略
3. 海外の事業戦略

海外事業方針の変遷

フェーズ1 (7期～12期)

主目的

事業性の調査、可能性がある場合一定の営業成果の創出

活動方針

- ・自社リソースでの事業展開
- ・本社（日本メンバー）主導
- ・顧客は日系企業中心
- ・商材はプリペイドに特化

成果



一定の成果(フラッグシップ案件の受注と現地ニーズの理解)を以て次フェーズへ

フェーズ2 (13期～)

本格的なVDグローバルとしてのポジションの確立、業績の拡大

- ・M&Aを含む外部パートナーシップ戦略
- ・現地メンバー主導の運営
- ・顧客はローカル企業中心
- ・現地ニーズに即した商材の提供
(CRM、e-Gift、モバイルオーダー等)
- ・ハウスプリペイド事業者として唯一のグローバル企業としての強みの活用



ValuAccess

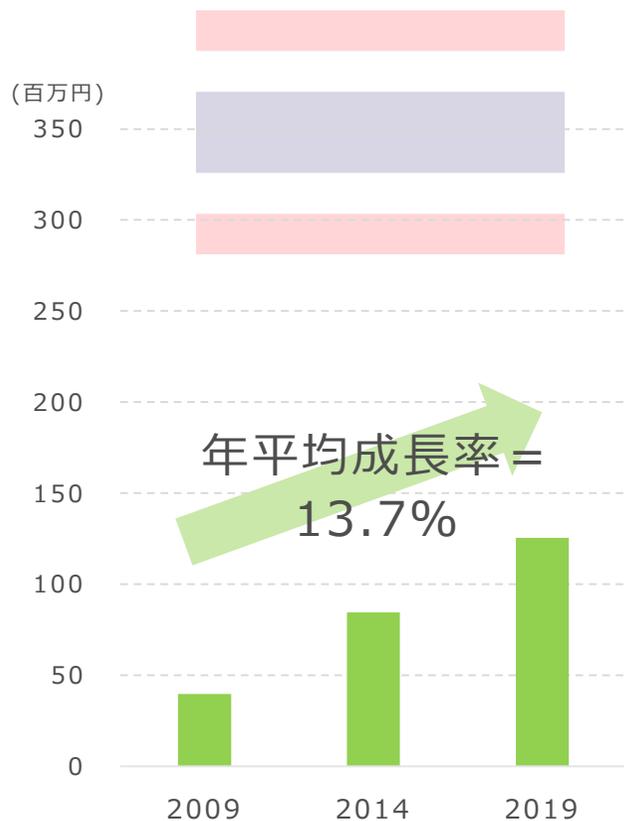


M&Aによる事業基盤拡大、海外企業との連携によるサービスのローカライズ

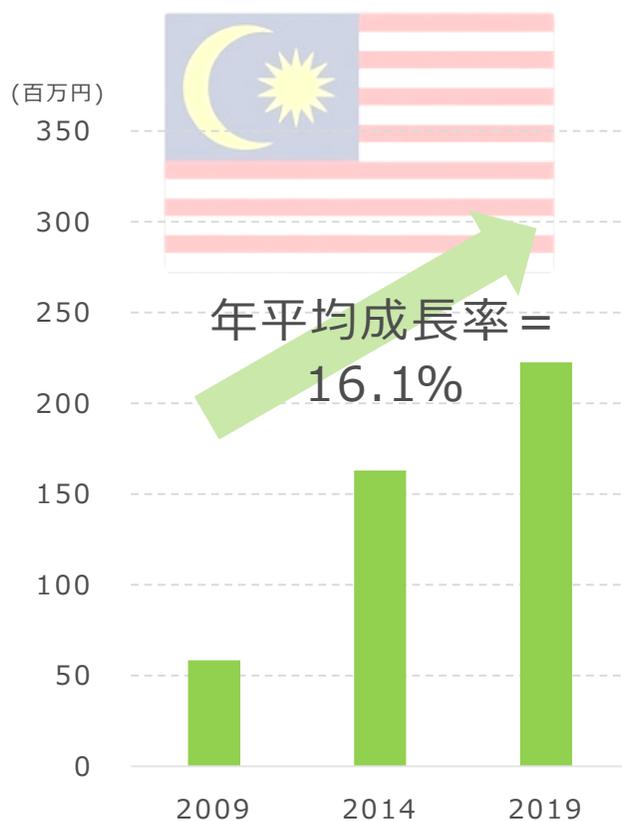
海外のプリペイド市場の成長性（東南アジア）

当社が特に注力する3か国とも成長中。特にGDP成長の著しいタイ、マレーシアは2桁成長継続
各国とも交通・共通系電子マネー等が牽引しており、ハウスプリペイドは今後普及していく見込み

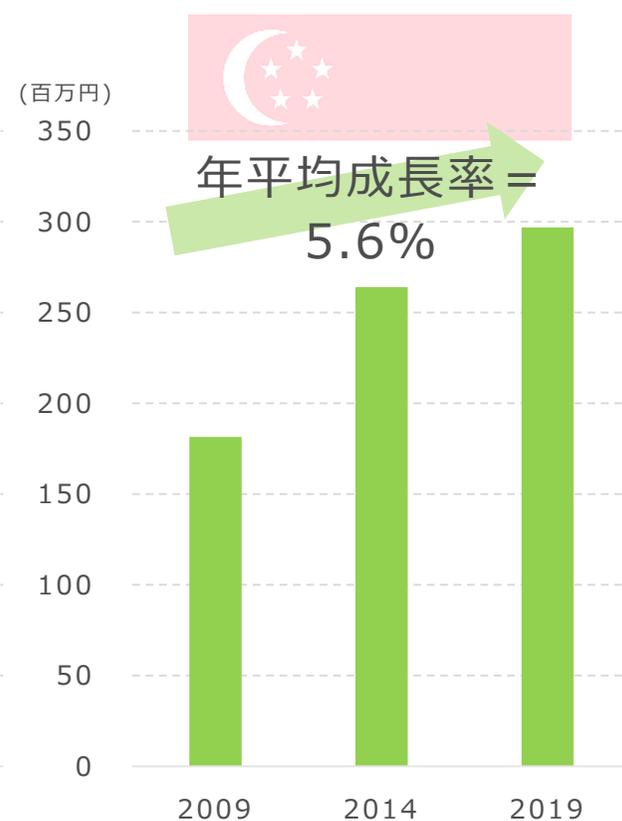
タイ



マレーシア



シンガポール



各国の展開状況

各国の大手顧客とのディスカッションを重ねて吸い上げた各国でのニーズを基に、現地企業とサービスのローカライズに着手。効果の高いものはグローバルで共有しアジア市場の開拓を進める



5i美食（中国）との提携（飲食向けCRMソリューションの開発・提供）



- ユーザプロフィール×商品購買データ
個人情報（年齢・性別・民族/宗教など）
購買情報（商品・カテゴリ・商品・単価）
- マーケティング・プロモーション
（仮説・提案・実行・分析）
- 顧客分析データ&コンサルテーション
商品購買関連データの基礎分析



商城背景



カードデザイン選択



WECHAT支払



友達選択



祝福言葉編集



ギフトカード進呈

オープンループ型電子マネー発行認定企業との協業（検討中）

PayHalalブランド・プリペイド電子マネーの残高管理業務との連携

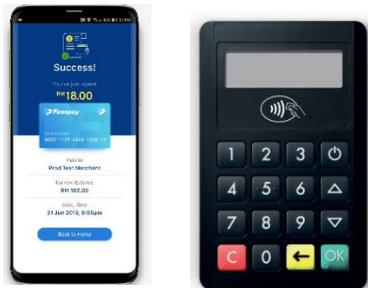


- ✓ ムスリム金融認定の決済ゲートウェイ企業
- ✓ オープンループ型電子マネー発行認定企業
- ✓ フランチャイズチェーン展開企業やムスリム企業へのアプローチが容易に

マルチ端末&決済ゲートウェイ企業との協業（検討中）



- ✓ タイのmPOS（モバイルPOS）市場シェア80%
- ✓ 同社クレジット&電子マネー決済端末への相乗り等で提携



大手ギフトカード販売プラットフォームとの提携



- ✓ インドのトップ銀行6行等が運営
- ✓ 200以上のカード事業者が参加
- ✓ ユーザ数200万人以上

その他各種周辺サービスとの連携



★ Mobile Wallet



★ Digital GiftCard Mall (E-Com)



★ Rewards Exchange



★ Social Media

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。

valuedesign