

事業戦略説明資料



株式会社 ヴィンクス
2021年 8月 26日

証券コード：3784

目次

1. エグゼクティブサマリー
2. VINXの沿革と強み
3. 小売業界の市場動向
4. 小売業の課題とVINXのソリューション
5. 小売業界のM&A動向
6. 競合状況
7. VINXの成長戦略
 - (1)特定顧客化戦略
 - (2)特定顧客化に向けたプラットフォーム
 - (3)ニューリテール戦略
 - (4)小売業のDXをリードするVINXのシステム
 - (5)ネットとリアルの融合(EC)
 - (6)新たなビジネスモデル
8. 今後の見通しについて

1.エグゼクティブサマリー

VINXは、流通小売業のDNAを強みとして、売上・利益の二桁成長を常に実現できる事業構造を目指しています。

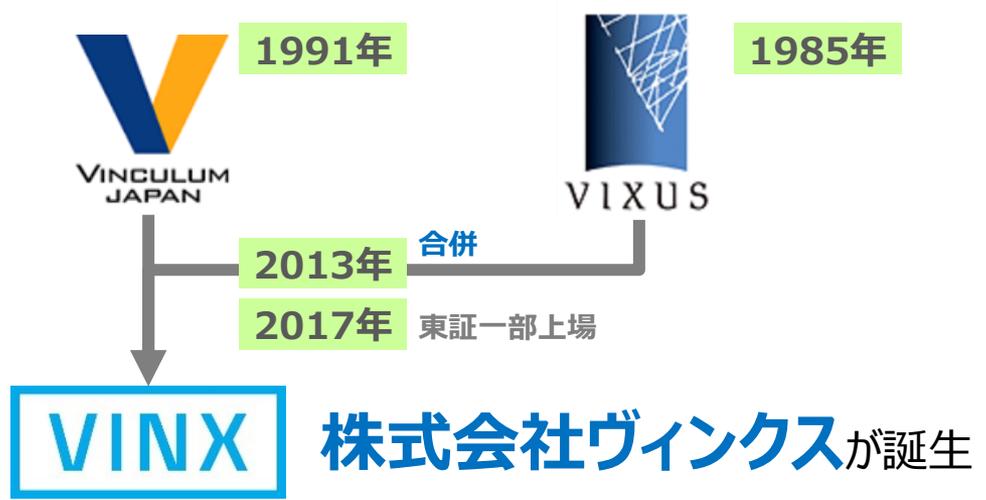
2021年度上期実績 前年比 売上高 103% 営業利益 113%

成長戦略と成果

① 既存ビジネスの 深耕	ANY-CUBE・MDwareを中心としたプロダクトビジネス及び、大手総合小売業グループを中心としたソリューションとアウトソーシングビジネスを深耕する	ソリューション・プロダクト分野前年比 売上高105% 営業利益120%
② 特定顧客化 戦略	新たな大手顧客へ既存商品・サービスを展開するとともにストックビジネスを獲得する	6業種上位10社における 当社ソリューション・プロダクトの採用実績 60社中24社（3社増加）
③ ニューリテール 戦略	AIやIoT新技術を活用した新たな小売業のビジネスモデルを創造し、必要なITソリューションサービスを提供する	RPA採用 37社（6社増加） 大手小売業におけるキャッシュレスセルフPOS順調に導入拡大中
④ 新たなビジネス モデルの創出	顧客のIT予算以外の広告宣伝費、メーカーからの広告、決済やポイント利用時の手数料等、新たな収益機会を獲得する	新たに2つのサービスを開始

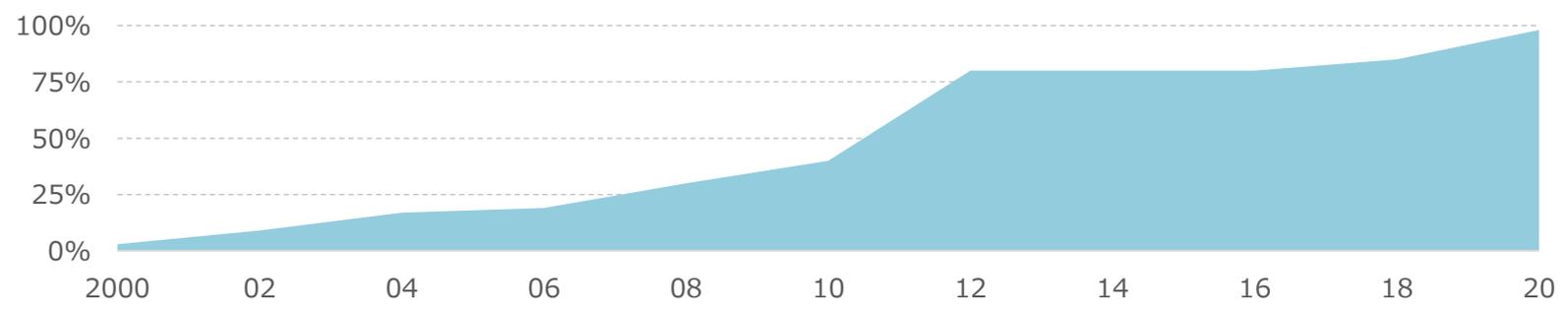
2.VINXの沿革と強み

VINXは、大手流通小売業の情報システム子会社2社が合併した会社です。
 流通小売業のDNAを強みとして事業変革を実現してきました。
 今後さらなる事業拡大を目指します。



- ### VINXの強み
- 全てのメーカーに対して中立
 - 流通小売業としての知識・経験
 - 流通小売業の情報システム部門としての意識

【参考】外販比率の推移



3.小売業界の市場動向

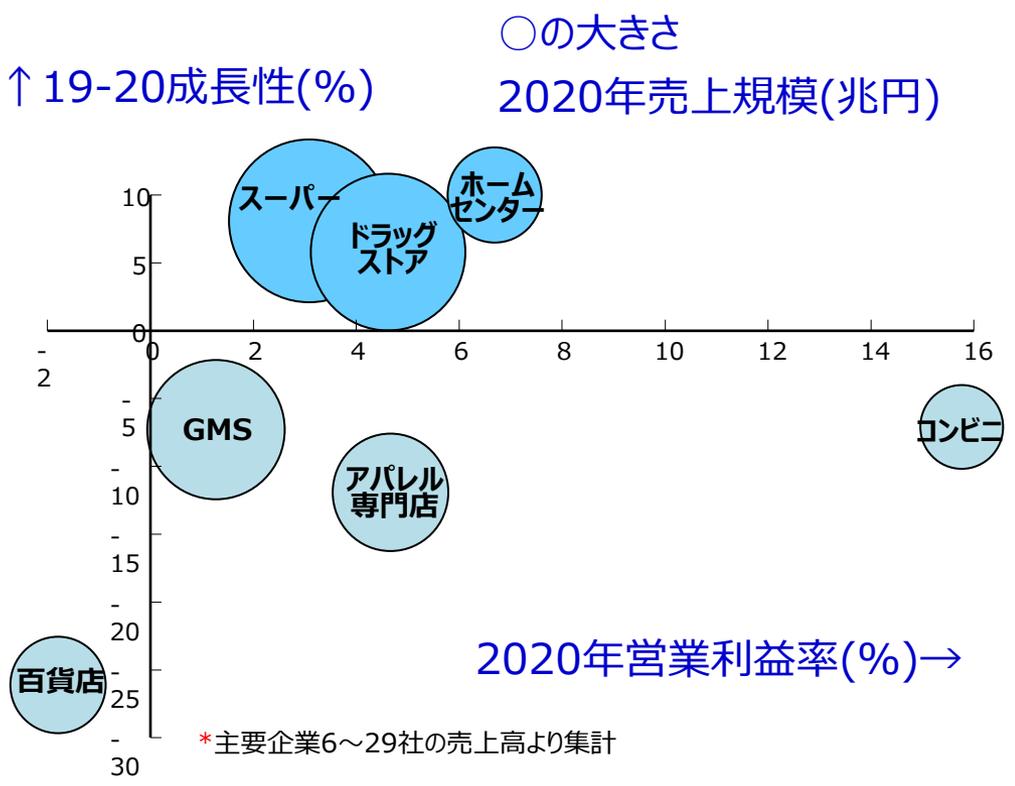
VINXの主力顧客であるスーパー、ドラッグストア、ホームセンターは好調。

主要な業界の市場規模とVINXターゲット

業態	市場規模 (兆円)	VINXターゲットの IT予算** (億円)
スーパー	16.5	1,200
ドラッグストア	8.6	600
アパレル	5.9	600
コンビニ	10.9	500
GMS	7.1	350
ホームセンター	3.4	200
百貨店	5.8	200
生協	2.3	150
その他		200
<計>		4,000

**VINXターゲットとなる規模の顧客の年商に
推定IT予算率 0.5~1.0%をかけて集計

業態別の主要企業の売上規模*と成長性・収益性 2020年、兆円、%

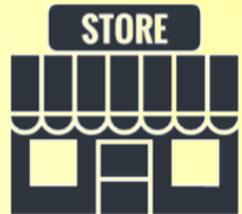


資料：主要企業各社の売上高情報

4.小売業の課題とVINXのソリューション

小売業が抱えている課題をVINXソリューションで解決します。

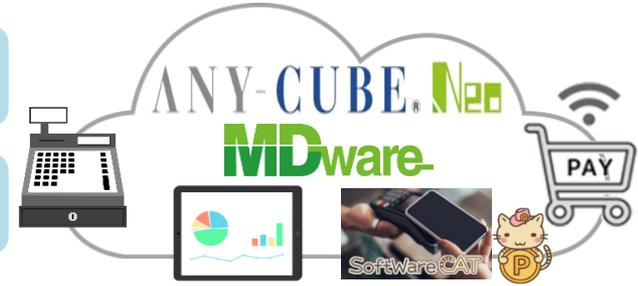
小売業が抱える課題



- ✓ システム投資費用の低減
店舗システム費用
M&A時のシステム統合費用
- ✓ 事業拡大に向けたDX推進
- ✓ システム部門の要員不足

課題を解決できるVINXのソリューション

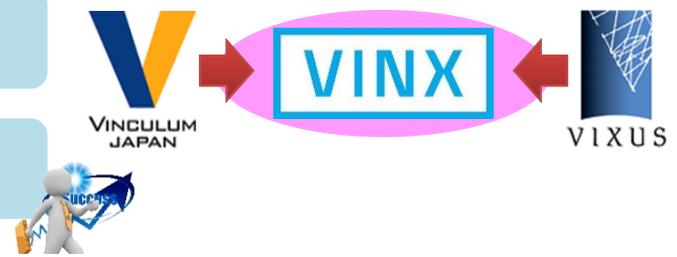
- ハードウェアフリーのPOSシステム
- クラウドベースで柔軟なシステム



- 小売業のDXに対応したソリューション・サービス
- 先進企業とコラボレーション



- 流通小売業の経験・DNA
- 情報システム部門の代行が可能

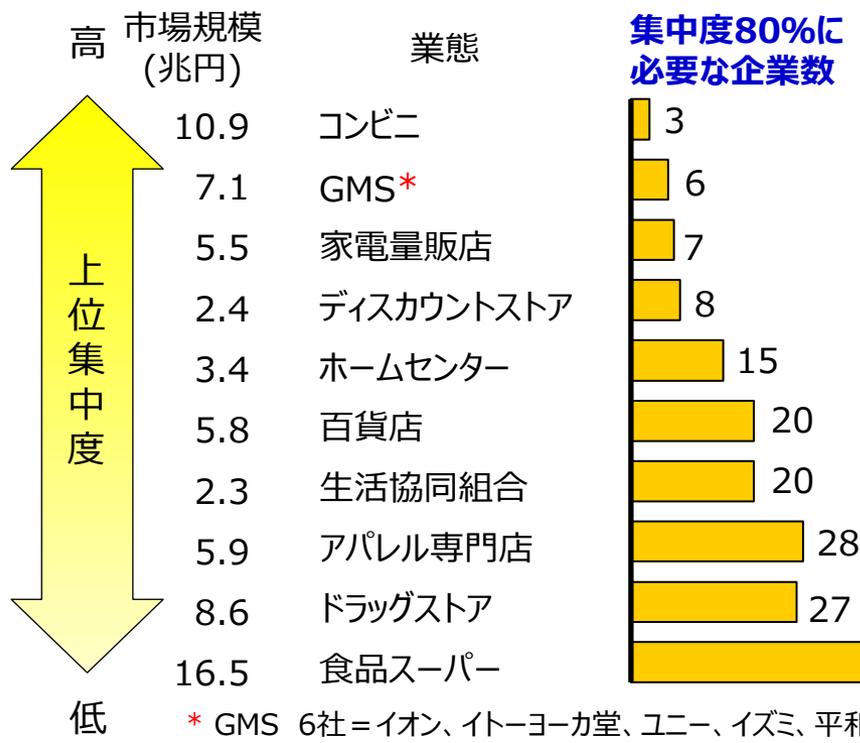


5.小売業界のM&A動向

ドラッグストアではM&Aが活発に進展し食品スーパー買収の事例も発生。
 今後はスーパーマーケット業態でM&Aが進展すると予想されます。

業態別の寡占状況

2019年、兆円、社数



<ドラッグストアのM&A状況>

- 2020.1 マツモトキヨシHD/ココカラファインが経営統合を発表
- 2020.1 ココカラファイン 調剤薬局を子会社化
- 2020.4 ウエルシアHD 調剤薬局を子会社化
- 2020.4 ツルハHD ドラッグストアチェーンを子会社化
- 2020.5 ウエルシアHD 調剤薬局2社を子会社化
- 2020.6 クスリのアオキHD 食品スーパーを子会社化
- 2020.9 ウエルシアHD ドラッグストアチェーンの店舗を取得
- 2020.9 ココカラファイン 調剤薬局を子会社化
- 2020.10 クスリのアオキHD 食品スーパーを子会社化
- 2021.6 クスリのアオキHD 食品スーパーの吸収合併を決定

<スーパーマーケットのM&A状況>

- 2020.3 マックスバリュ東北 イオンリテール東北カンパニーと経営統合
- 2020.11 アークス 栃木県のスーパーと経営統合へ
- 2021.2 リテールパートナーズ 大分県のスーパーの店舗を譲受
- 2021.2 PPIH 米プレミアムスーパーを完全子会社化
- 2021.3 リテールパートナーズ 宮崎県のスーパーを子会社化
- 2021.6 丸の内キャピタル いなげやから高級スーパーを譲渡

資料：ダイヤモンド・リテールメディア社「ダイヤモンドチェーンストア2020年9月15日号：「日本の小売業1000社」をもとに作成

6.競合状況

VINXは、メーカー系・SI系・ベンチャー系の各プレイヤーに対して優位性をもって、ビジネスを展開しています。

	VINXの優位性
メーカー系	VINXはハードウェアを持たず、全てのメーカーのハードウェアで動作可能なため、M & A時にメーカーよりも柔軟にシステム統合が出来る
SI系	流通小売業向けに特化しているため、要員規模・小売業の知識・システム構築経験はSI企業より豊富。 MDwareやANY-CUBEなどのプロダクトは、小売りの現場を熟知しているからこそ機能面・運用面で優れている
ベンチャー系	ベンチャー系企業は、部分的な機能モジュールしか提供できない。 VINXは、トータルソリューションとして、全国展開している小売が必要とするシステムの保守・運用サービスを含めて対応が可能

7.VINXの成長戦略

商品・サービス
新規
既存

③ ニューリテール戦略 売上向上

AIやIoT新技術を活用した新たな小売業のビジネスモデルを創造し、必要なITソリューションサービスを提供

スマートストア化

ネットとリアルとの融合

店舗のメディア化

④ 新たなビジネスモデル

顧客のIT予算以外の広告宣伝費、メーカーからの広告、決済やポイント利用時の手数料等、新たな収益機会を獲得

決済・ポイントサービス

VINX広告メディア

① 既存ビジネス 効率化

ANY-CUBE・MDwareを中心としたプロダクトビジネス及び大手総合小売業グループを中心としたソリューションとアウトソーシングビジネスを深耕

プロダクトビジネス

ソリューション・アウトソーシングビジネス

② 特定顧客化戦略

新たな大手顧客へ既存商品・サービスを展開するとともにストックビジネスを獲得する

大手顧客市場

[100円ショップ様] [全国チェーンドラッグストア様]
[家具インテリア専門店様] [アパレル様] [GMS様]

アジア市場

中国 マレーシア ベトナム タイ

既存 新規

市場・顧客

7-1. 特定顧客化戦略

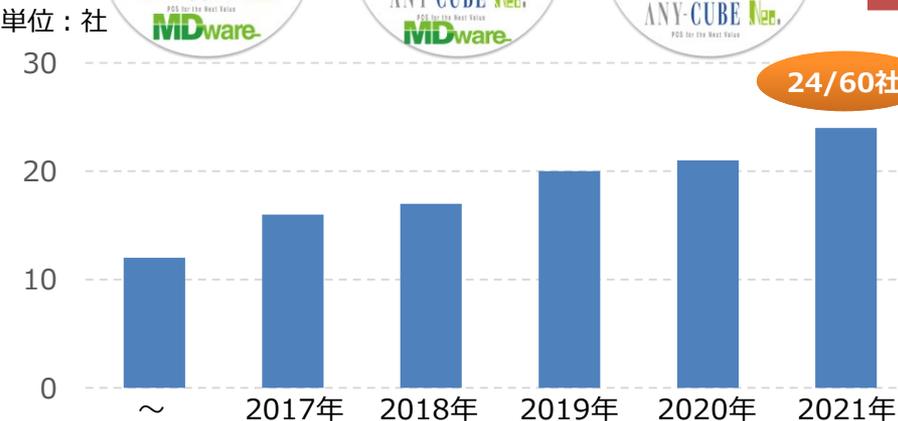
様々な業種業態のお客様へのVINXソリューションの採用が加速しており、さらにお客様へのVINXの価値を高めるため、特定顧客化戦略を推進してまいります。

業種業態別の大手企業でVINXソリューションの採用が加速中



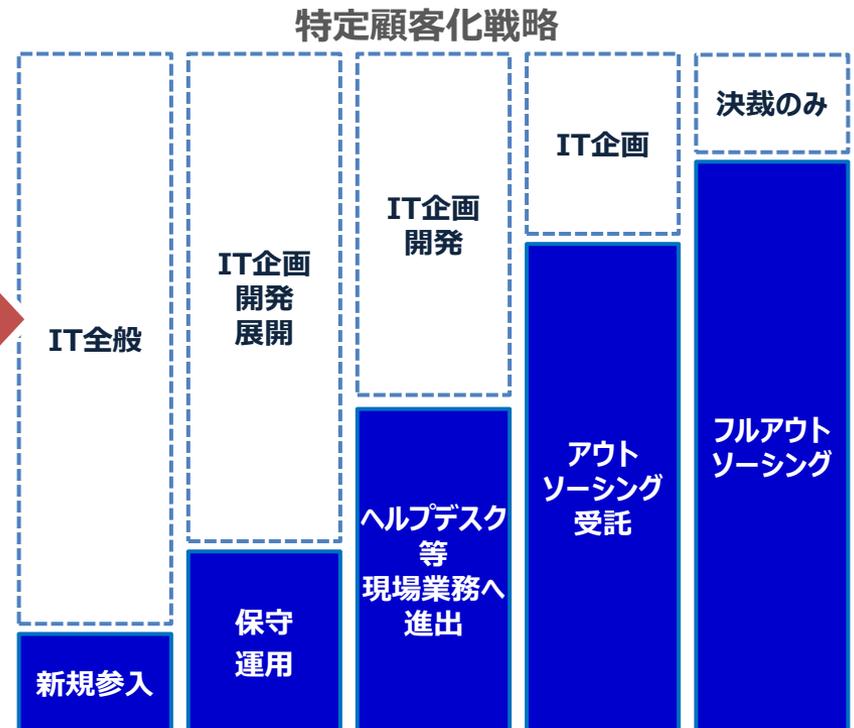
深耕

24/60社



業種別トップ10企業(計60社)との取引実績推移

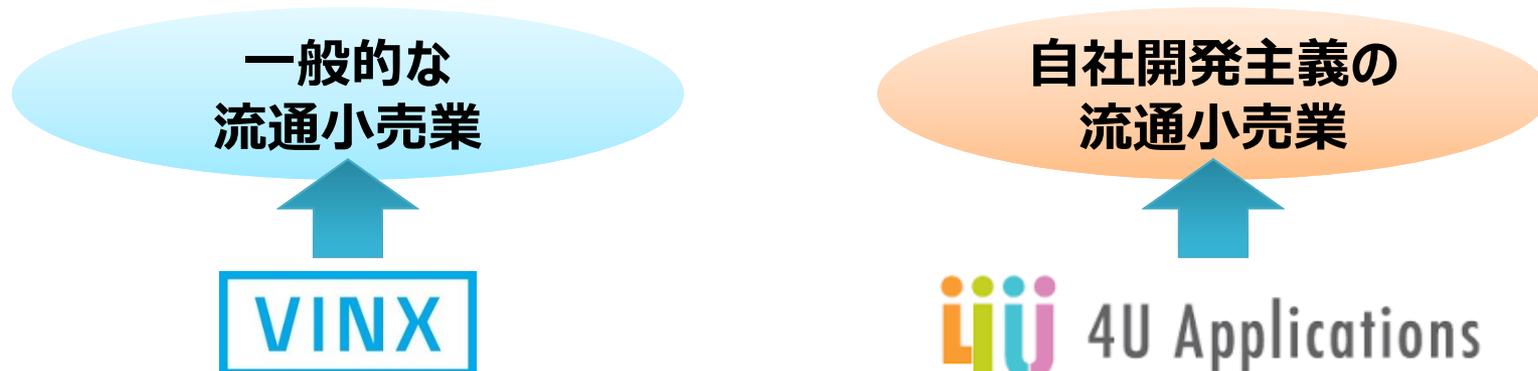
特定顧客化戦略を推進し、お客様にとってVINXの価値を高める



お客様により深く入り込み、ビジネス領域を拡大

7-2. 特定顧客化に向けたプラットフォーム

VINXグループは、自社開発主義の小売業へもプラットフォームの提供や開発支援などを行っております。共通プラットフォームを活用しているため、相互のシステム連携が容易です。



ビジネスモデル	Sierとして自社パッケージを開発し、お客様へ提供	自社開発中心のお客様に開発環境を提供し、お客様と一緒にプロダクトを開発
主なプロダクト		
開発環境	POS4U プラットフォーム	

VINXは スマートストア化、ネットとリアルの融合、店舗のメディア化という、3つのニューリテール分野について、新商品サービスの提供を行っています。

スマートストア化

IoTやAIを活用し、買い物は便利でかつ従業員にとっても店舗運営がシンプルな店舗の実現へ



従来のPOSとは異なる決済手段の出現と多様化、レジレス・キャッシュレスの加速



ネットとリアルの融合

ネットとリアル店舗の良さを組合わせた新たな業態出現垣根を超えた融合へ



顧客体験を優先し、購買はネットに誘導し、その場で売らない店舗



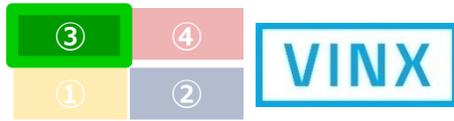
出典：b8taホームページ (<https://b8ta.jp/>)

店舗のメディア化

店舗を広告媒体として活用、メーカーとの協業によるインスタ販促と広告の収益化

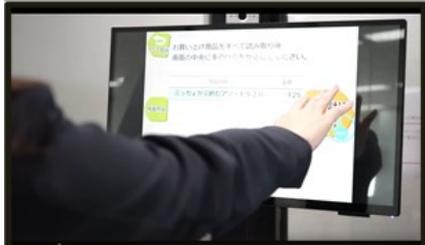


7-4.小売業のDXをリードするVINXのシステム



VINXでは、DXによって店舗運営効率を飛躍的に向上させるキャッシュレスセルフPOS、カートPOSなどの次世代システムを開発し、展開しています。

タッチレスPOS



With コロナを見据えた非接触POS。従業員様、お客様ともに感染リスクの低減に寄与。

通常レジ、セミセルフ

店舗形態、客層に合わせてハードウェアを選択してPOS導入。

スマホPOS



バックエンド側でシステム連携。



AI来店客数予測 MD自動発注



MDware
客数実績や気象情報、販促情報等に基づき、AIが来店客数を予測。

キャッシュレスセルフPOS



レジ会計の回転率の向上かつ非接触など様々な面でレジ業務に貢献。若年層の多い都市型店舗で効力を発揮。

カートPOS



リアルタイムクーポンの発行について買いの促進に貢献。レジ待ち時間の短縮により、お客様の満足度と店舗側の効率化を両立。

タブレットPOS (移動販売など)

省スペース・ポータブルにレジを構築。



7-5. ネットとリアル融合(EC)

セールスフォース様の豊富なデジタルサービスとVINXの業務ノウハウで
お客様のDXの推進を支援します。



Salesforce Commerce Cloudのバックオフィスモジュール Commerce Gateを提供



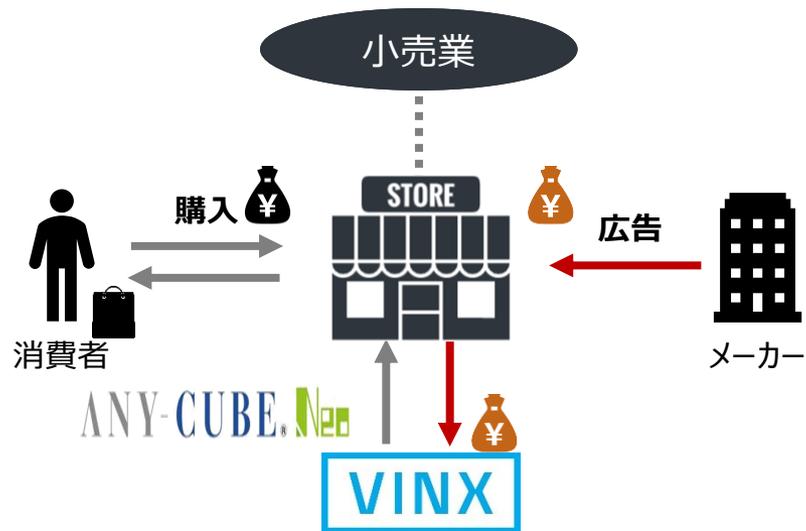
7-6.新たなビジネスモデル



既存ソリューションの優位性を生かし、新たなビジネスモデルの構築にチャレンジしております。

VINX広告メディアサービス

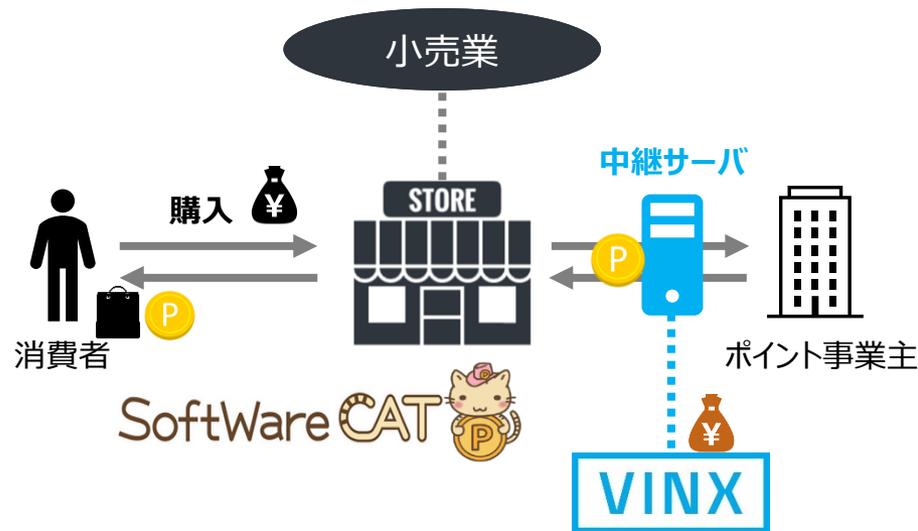
店舗内の広告媒体(ディスプレイ等)に広告を提供。メーカーからの広告収入が、お客様とVINX両社の収益機会となります。



ANY-CUBE NeoのPOSシステムをベースにサービス追加

SoftWareCATポイントサービス

店舗のPOSと共通ポイントまでを中継。お客様が店舗でポイントの付与を受けたり、使用したりする際に、取引1件ごとにVINXの収益機会となります。

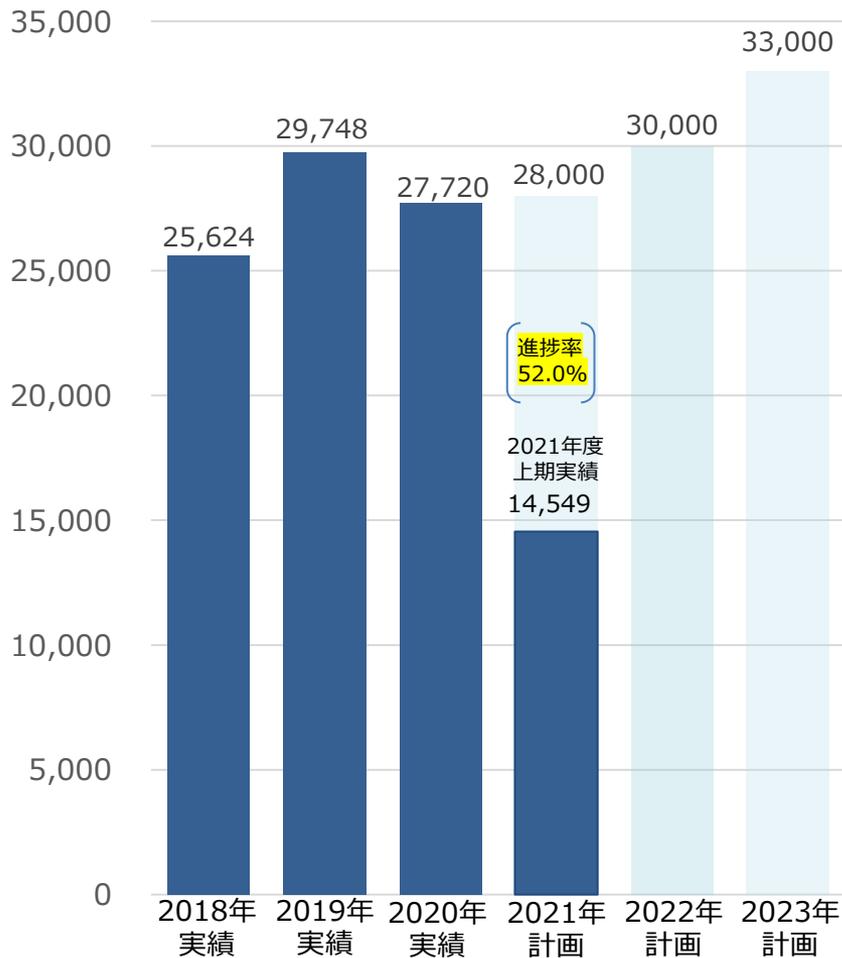


SoftWareCATをベースにサービス追加

8. 今後の見通しについて

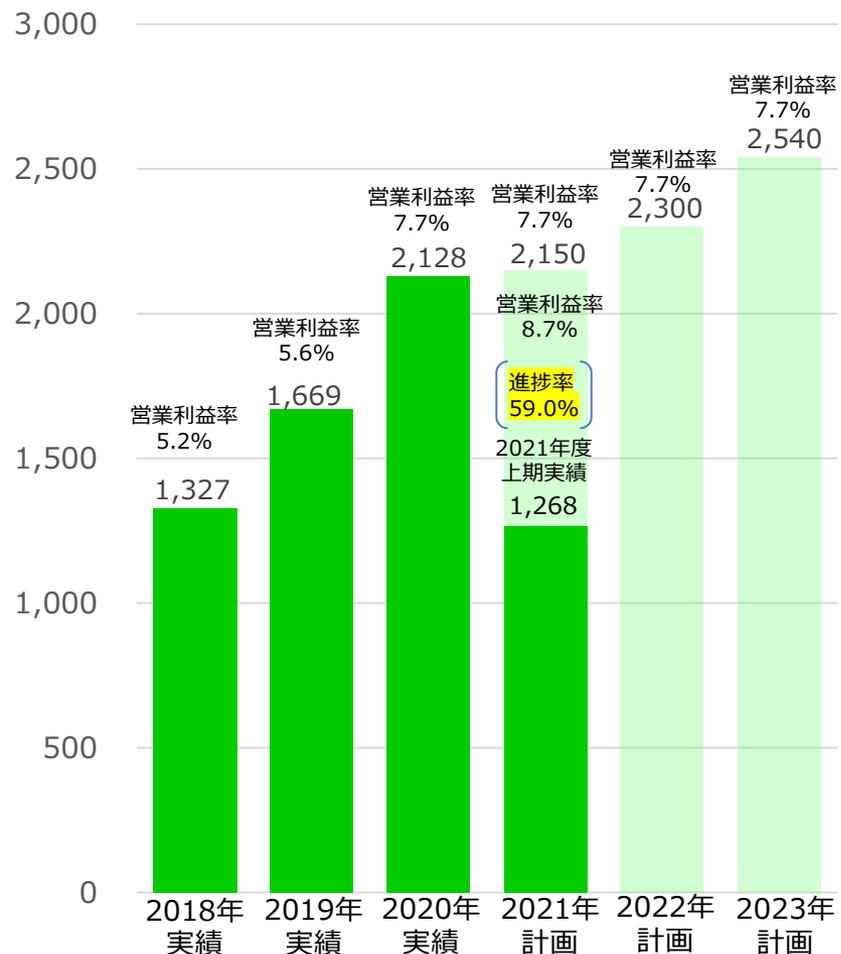
単位：百万円
(百万円未満切捨て)

【売上高】



単位：百万円
(百万円未満切捨て)

【営業利益】



※2018年実績値は、決算期変更のため12カ月に換算した数値です。

本資料の取扱のご注意

本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としたものではありません。

正確性を期すために慎重に行っておりますが、正確性・完全性を保証するものではありません。

また、本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は当社の公表している将来見通しとは大きく異なる結果となる場合があることをご承知おきください。

本資料に関するお問い合わせ

株式会社ヴィンクス
企画本部 経営企画部
連絡先：03-5637-7607