

2007年3月期 決算説明会

株式会社ベネフィット・ワン
東証二部(2412)

2007年5月11日

<http://www.benefit-one.co.jp/>

経営ビジョンと業界動向

社会のニーズを先取り、人々に喜びと感動を提供

サービスコンテンツ・プロバイダーとして、コンテンツ・ハーモニー(組合せ)により、喜びと感動に満ちたステージを提供する。

トータルコンベンションのワンストップソリューションの提供

企業の従業員向け福利厚生サービスからカフェテリアプラン代行サービス、そして、給与計算サービスに至るまで働く人々の効用を高めながら企業のローコストオペレーションを実現する！

働く人々の生活協同組合の提供

福利厚生サービスのアウトソーシングを通して生活充実ワンストッププラットフォームを構築して職域マーケットを開拓する！

マーケット

～当社業界No. 1の会員数シェア、成長市場

●市場規模(福利厚生アウトソーシング)

出所:総務省統計局及び旬刊「福利厚生」

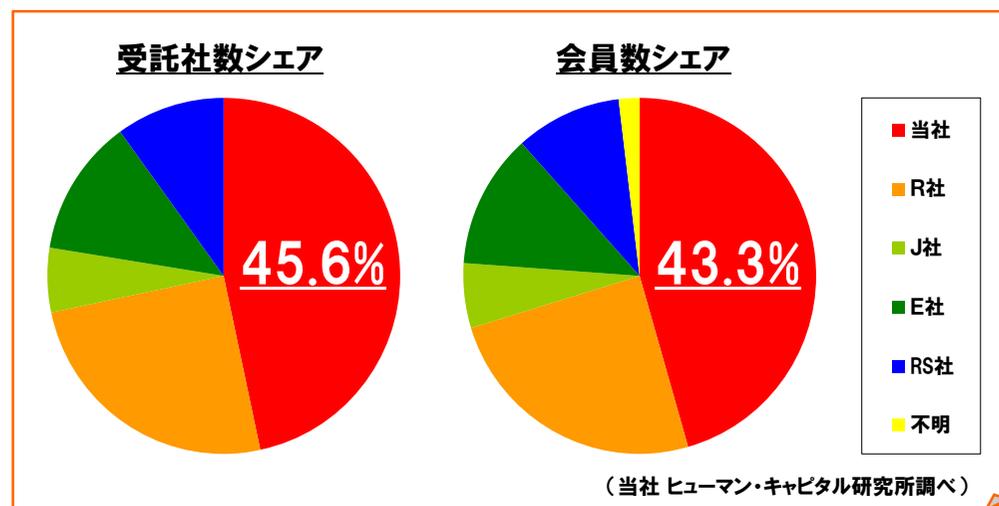
	全国就業者数 (A)	中期想定市場 その30%(想定)	市場全体の会員数		伸び率 (b/a-1)	普及率 (b/A)
			2006年4月時点 (a)	2007年4月時点 (b)		
人数(万人)	6,351	1,905	550	762	38.5%	12.0%

シェア状況

(2007年4月時点)

- ・東証一部上場企業のみを対象に調査
- ・1,709社のうち309社がOS
- ・受託社数、会員数ともに

40%超のシェア!



2007年3月期の総括

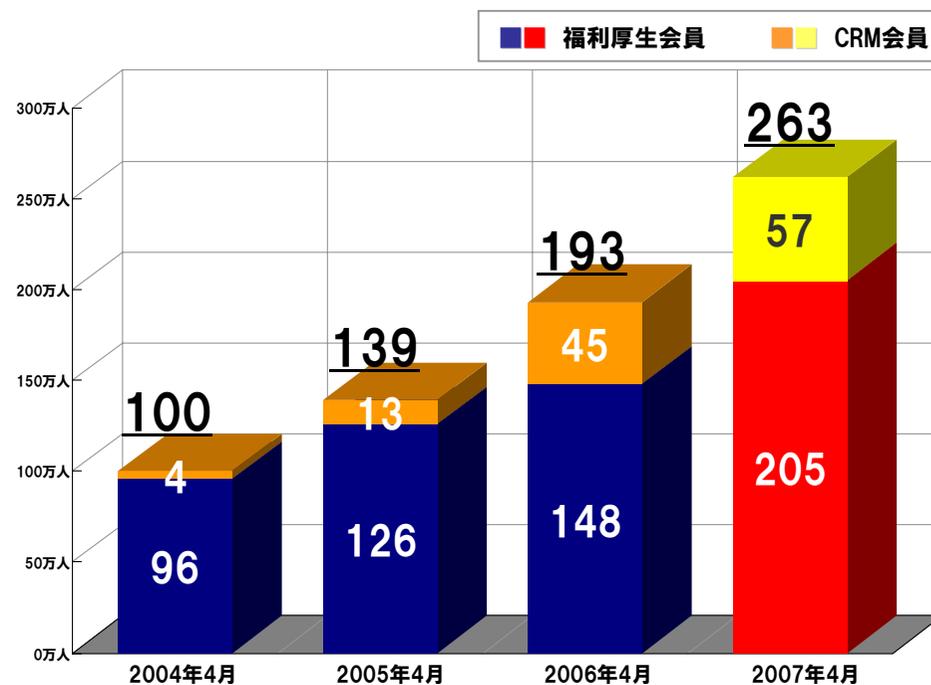
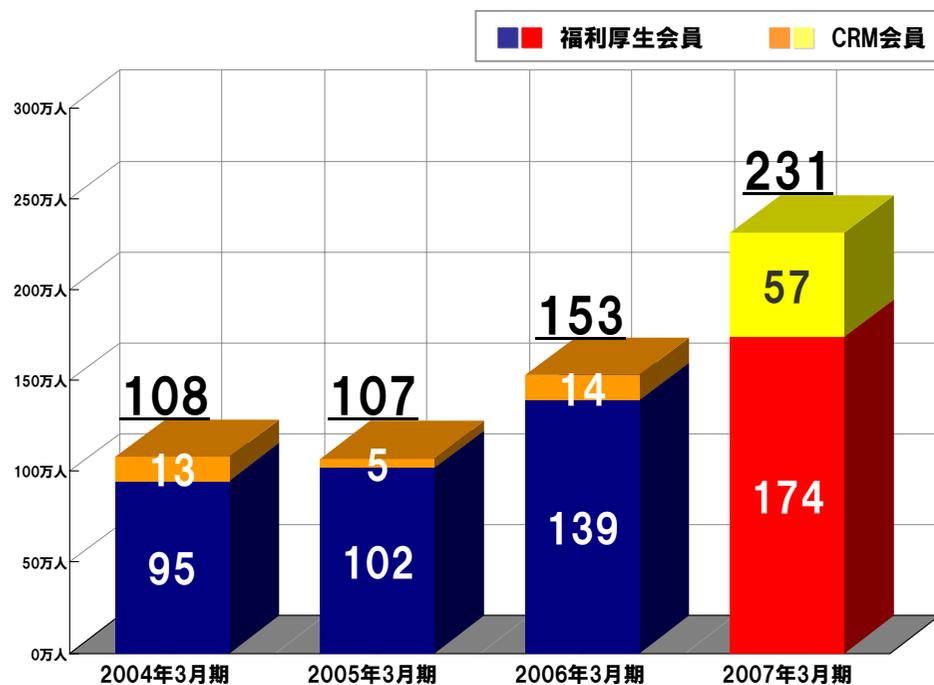
会員数の推移

● 総会員数(2007年4月)

263万人(2006年4月比 70万人増)

期末会員数の推移

期初会員数の推移

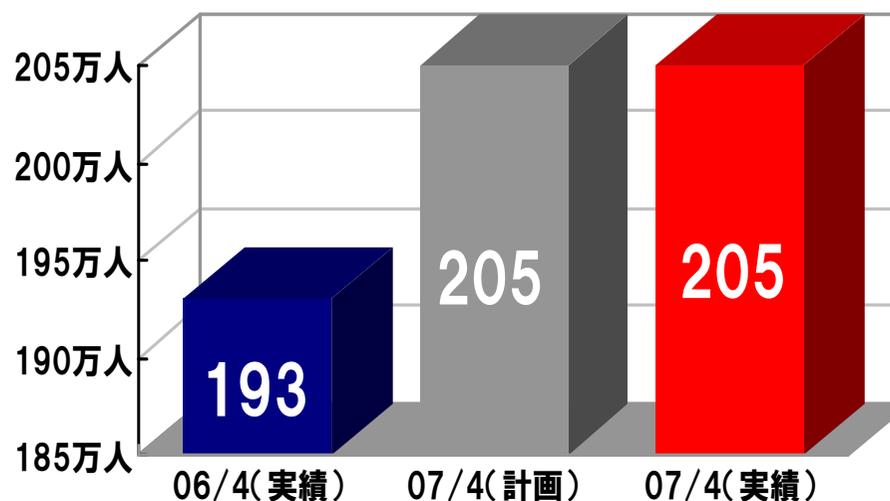


● 福利厚生会員数(ベネフィット・ワン) **205万人**(2006年4月比 **57万人増**)

福利厚生会員数は、計画205万人を達成。

- ・ 公務マーケット 23万人獲得
- ・ 民間大手企業 18万人獲得
- ・ 取次店経由 6万人獲得

注)民間大手企業は、従業員数1万人以上の企業を対象に集計した。



コア事業(福利厚生)の拡大 — コストの削減から福利厚生の充実へ —

● 民間大企業からの受注強化

民間大手企業の検討復活

景気の拡大、採用環境の変化、ワークライフ・バランスの浸透等により、民間大手企業での福利厚生施策検討が盛んとなり、受注の追い風となった。

特定ニーズに応えるパッケージメニュー

次世代法施行とともに高まりつつある育児支援充実を図る企業のニーズと合致。
ファミリーフレンドリープラン(健康、育児・介護) 2社受注

● 公務マーケットに対する開拓

上期に引き続き、地方行政単位での職員、教職員の検討・加入が活発。
現状も引き合いは多く、来期も引き続き好調が見込まれる。

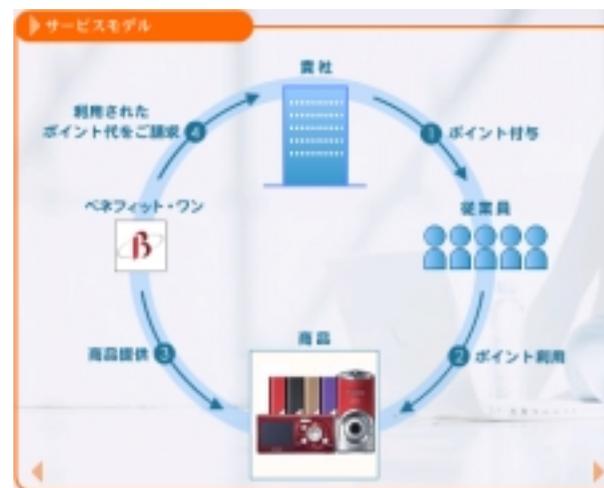
● 取次店経由での中小企業開拓への一層の注力

上期好調だったメガバンク系シンクタンク、金融機関に加え、
オリックス社、「Yahoo!福利厚生」等取次店経由での受注。

新規事業の状況

● インセンティブ・カフェ

証券会社、派遣会社等 7社(7.1万人)より受注。
付与ポイントは期末で2億円累積しており、
来期の物販売上に期待。

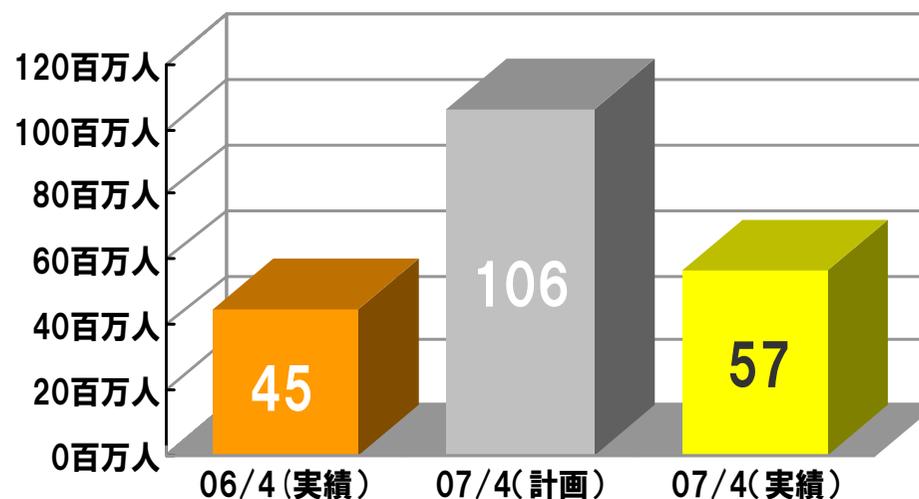


インセンティブ・カフェのサービスモデル

● CRM会員数(ベネフィットワン・パートナーズ) 57万人(2006年4月比 12万人増)

CRM会員は、計画106万人に届かず、計画未達。

- ・ SMBC向けサービスの一部がスタート遅延
- ・ 来期早々に大型クライアント獲得に向け注力



カスタマー・ロイヤリティ・プログラム

— ベネフィットワン・パートナーズ —

● 三井住友銀行との業務提携の円滑な遂行と取引の拡大

シニア向けのプレミア施策、女性向けサービス開始が上期から下期に
ずれ込んだことを主因として、会員数計画87万人に対し、47万人と計画未達。



One's next クラブ 50's (シニア向け)

One's next クラブ Woman (女性向け)



● 大口見込企業との新規取引推進

下期にスタート予定も先方都合により遅延に。

来期早々に大口見込先との新規取引推進に向け、注力。

● 会員制ショッピング事業

会員数は微減でやや伸び悩み。

物販機能拡充により、来期挺入れを図る。

会員制ショッピングの会員数推移

2006年4月 (実績)	2007年4月 (計画)	2007年4月 (実績)
7.8万人	10.4万人	7.2万人

サービスコンテンツの差別化・拡充

● ニーズの高い分野の拡充(Work & Life Balance)

コナミスポーツとの施設包括契約締結

すくすく倶楽部

子育てをする会員様に向けたコミュニティ倶楽部。

倶楽部会員限定割引、イベント等 20回実施。育児割引クーポンも好調。

健康ステーション

「ココロとカラダの健康」をテーマにした生活習慣改善プログラム。

Webでの一括提供が利便性高く、約10,000件のアクセス。

インプラント

インプラント埋立手術 22万円/本 → **15万円**/本

医療機関今だけ割引サービス

提携医療施設と交渉し、人間ドッグや歯科治療の対象期間限定割引を実現

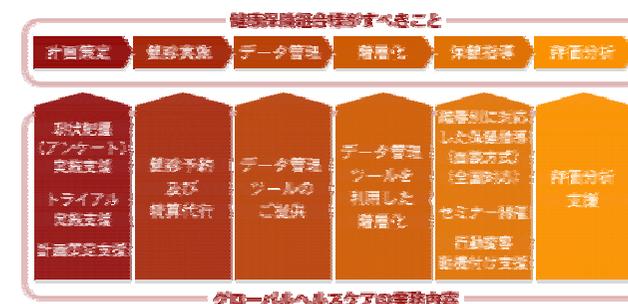


● ヘルシーカンパニーの提案

『コーポレート・ヘルスケア』（提供:(株)グローバルヘルスケア）

改正・健康保険法に即応した健康管理支援プログラム。

被保険者・被扶養者の健康管理に対する
健康保険組合の責務は増加傾向にある為、
社会的ニーズは高く、来期受注に期待。



● CHECK&CHECK事業部 新設

- ・ (株)海外開発センターよりグルメ割引事業を譲受け、「CHECK&CHECK事業部」を新設
- ・ 事業譲受け期日:2007年2月28日 譲受け価格:3億円

譲受け事業		対象	加盟店数
会員事業	CHECK & CHECK CLUB	個人向け	約 2,700店
標章事業	NSA企画	企業・福利厚生向け	約20,000店
	PMC企画	企業・福利厚生向け	約27,000店



トピックス

● 松山カスタマーセンター 操業開始 2007年3月1日より操業

- ・ 愛媛県及び松山市の誘致企業として産業集積施設BizPort内に新設
- ・ 東京、大阪、松山の3センター間の連携により

効率的な運営と災害時のリスク分散を実施

オフィス概要	席数(5月増床後)
オペレーションスペース	191席
受付・キャンティーン(食事・休憩所)	44席
研修室	20席
合計	255席

2006年10月16日/立地協定調印式
2006年10月11日/採用説明会及び面接の開始
2006年11月～ 内定者の選出
2006年12月～ 内装工事及び設備の搬入
2007年 2月～ 第1次入社スタッフの研修開始
2007年 3月 1日/松山カスタマーセンター操業開始
2007年 3月14日/松山カスタマーセンター開所式



産業集積施設BizPort(ビスポート)

● 体験型カタログギフト『EXETIME』完成 2007年2月1日より販売開始

- ・ 持分適用会社エグゼキューブ社(出資比率33.5%)が制作
- ・ 福利厚生、CRMの他、インセンティブ・カフェの交換商品、
カフェテリアプランの選択肢としても活用



インフラ整備

— 設備投資額:575百万円 —

● システム開発（投資額:219百万円）

新規事業 他 219百万円

- ・ カスタマー・ロイヤリティー・プログラム 136百万円
- ・ インセンティブ・カフェ 他 82百万円

● その他投資（投資額:356百万円）

- ・ 事務所関連費 89百万円（うち、66百万が松山CC開設費用）
- ・ 福利厚生関連設備投資 266百万円

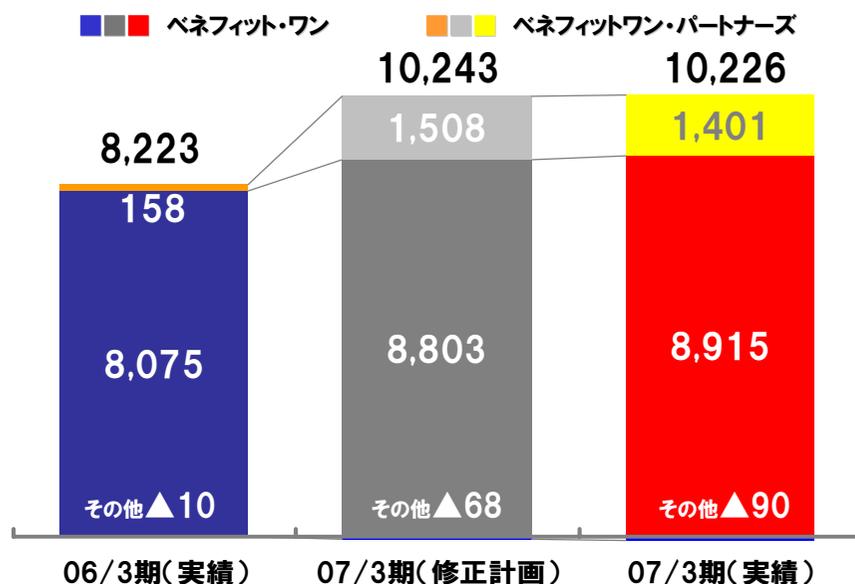
2007年3月期決算 概要

連結売上高は、102億円(前期比24.3%増)と大台乗せ

- 連結売上高は、修正計画(06.11.9公表)目標を概ね達成
- ベネフィット・ワン単体が、パートナーズの計画未達を補ったもの。

売上高

個社別の売上高構成



科目別の売上高構成

(単位:百万円)	06/3 (実績)	07/3 (修正計画)	07/3 (実績)	前期比
会費収入	6,310	7,978	7,929	1,619
その他売上	1,061	1,286	1,406	345
福利厚生売上	7,371	9,265	9,336	1,965
BSショッピング	384	405	401	17
会員制ショッピング	467	572	488	21
物販売上	852	978	890	38
合計	8,223	10,243	10,226	2,003

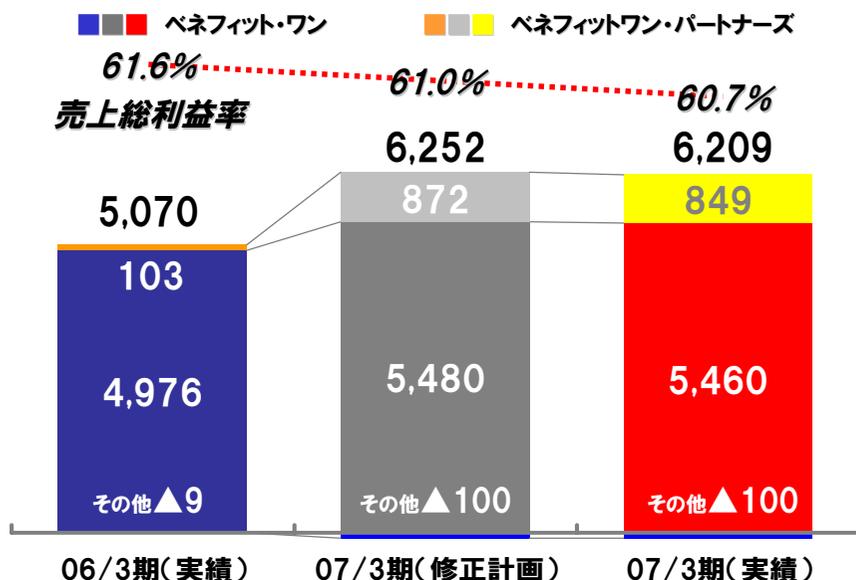
注)修正計画とは、2006年11月9日に発表した数値

原価は、前期比1,140百万円増加(原価率 0.9%減)

- 福利厚生仕入は、福利厚生売上増加に伴い、宿泊補助金等増加するも他経費抑制
- 製造原価(主としてコールセンター)/売上高は、19.9% ⇒ 20.4%へ微増
- 原価率全体は、61.7% ⇒ 60.7%へ低下

売上原価

個社別の売上原価構成



科目別の売上原価構成

(単位:百万円)	06/3 (実績)	07/3 (修正計画)	07/3 (実績)	前期比
宿泊補助金	905	1,279	1,213	308
ガイドブック	710	778	833	123
福利厚生仕入	2,711	3,314	3,359	648
物販仕入	722	820	764	42
仕入原価	3,434	4,135	4,123	689
労務費	942	1,170	1,164	222
経費	693	946	921	228
製造原価	1,636	2,117	2,085	449
合計	5,070	6,252	6,209	1,139

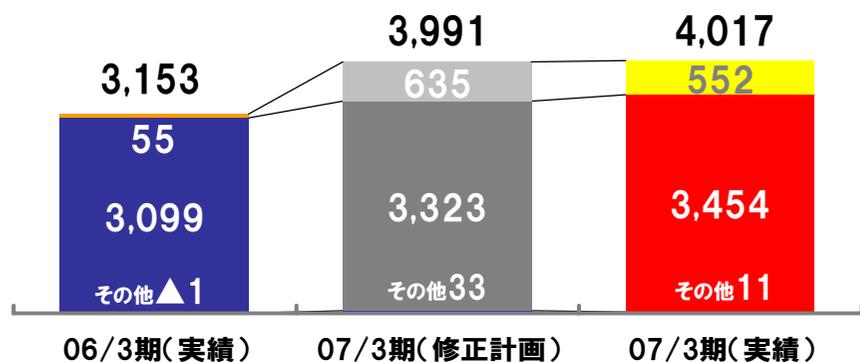
連結売上総利益は、40億円(前期比27.4%増)を達成

■ 連結売上総利益は、売上達成と利益率の好転(1%好転)が相俟って40億円を達成

売上総利益

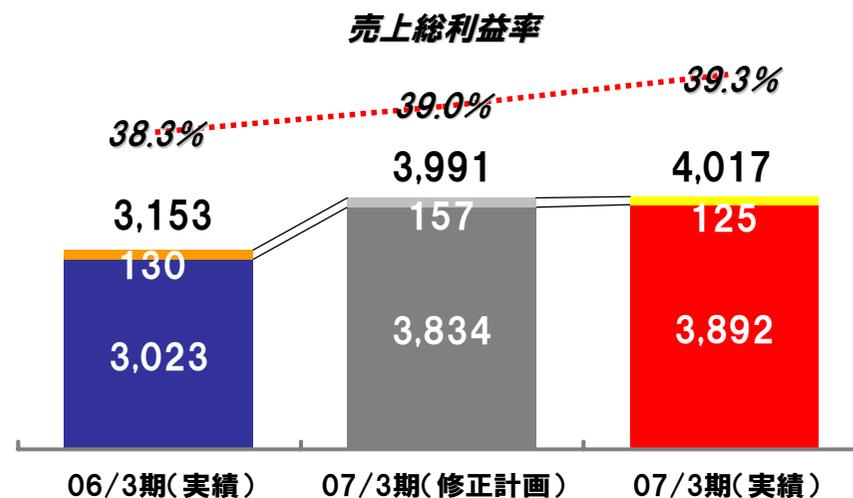
個社別の売上総利益構成

■ ■ ■ ベネフィット・ワン ■ ■ ■ ベネフィットワン・パートナーズ



科目別の売上総利益構成

■ ■ ■ 福利厚生 ■ ■ ■ 物販



販管費は前期比増加するも、販管費比率はほぼ変わらず

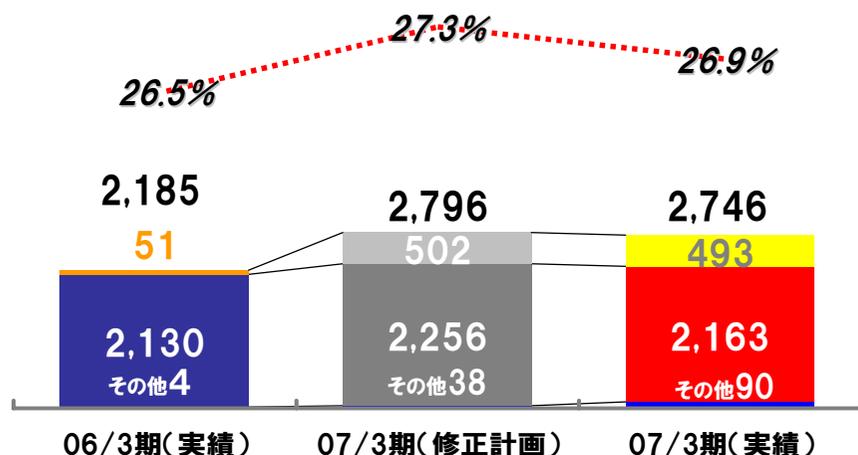
- 販管費は、人件費、配送費等の増加により、前期比561百万円増加。
- 販管費比率は、修正計画比0.4%減、前期比0.3%増とほぼ変わらず。

販管費

個社別の販管費構成

■ ■ ■ ベネフィット・ワン ■ ■ ■ ベネフィットワン・パートナーズ

販管費率



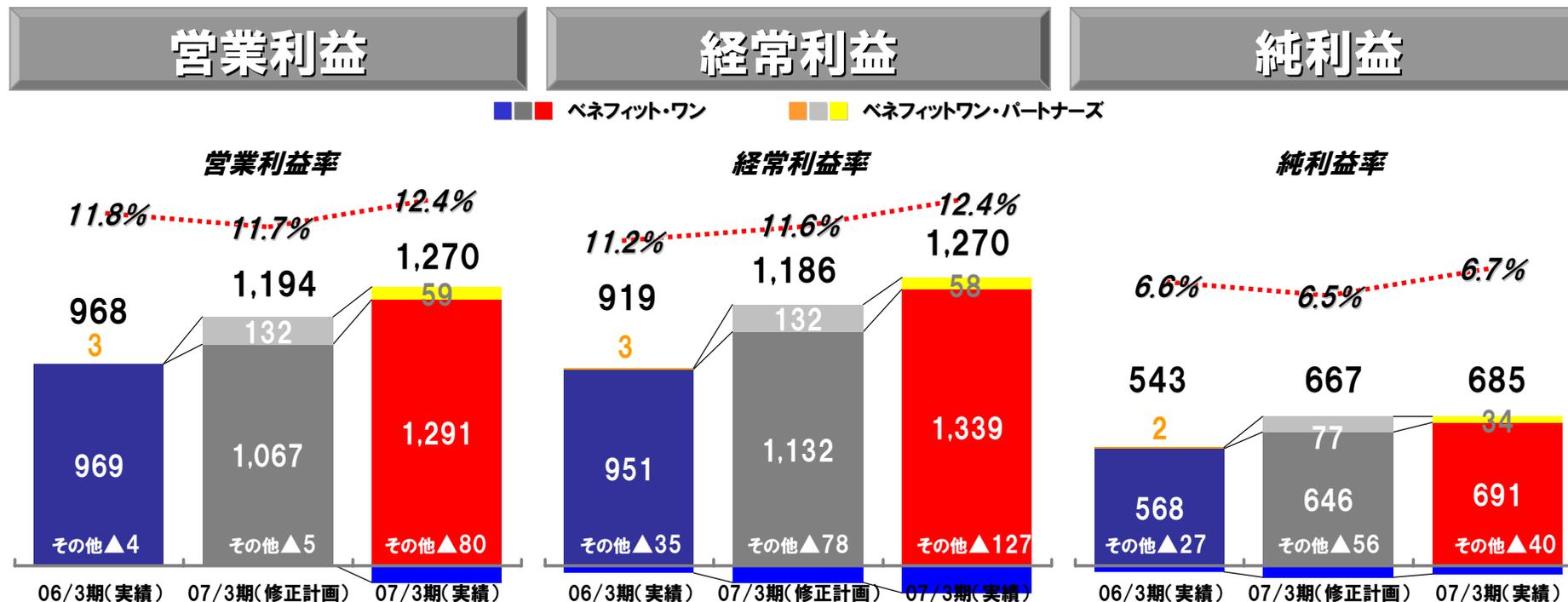
科目別の販管費構成

	06/3 (実績)	07/3 (修正計画)	07/3 (実績)	前期比
人件費	1,003	1,167	1,162	159
一般経費	1,182	1,629	1,583	401
合計	2,185	2,796	2,746	561

2007年3月期決算 概要(営業・経常・純利益)

全ての利益段階で目標を達成

- 福利厚生収入増加に伴う単体増益で、他のグループ会社損益を補い、計画達成
⇒ 子会社(GHC、SPL)、持分法適用会社(EXE、NARP)の損失を単体増益で計画超過。(来期は各社収支均衡へ)



2007年3月期決算 概要(連結財務指標)

財政状況

	06/3	07/3	増減
総資産	6,839	8,335	+1,495
流動資産	4,092	4,933	+840
固定資産	2,747	3,402	+655
自己資本	4,609	5,174	+565
自己資本比率	67.4	62.1	△5.3

□現預金:+100
□売掛金:+397
□前払費用:+245

□有形固定資産:+274
□無形固定資産:+396
□投資その他:△15

主要指標

		06/3	07/3	増減
売上総利益率	%	38.3	39.3	+1.0
営業利益率	%	11.7	12.4	+0.7
総資産経常利益率	%	13.4	16.7	+3.3
自己資本利益率(ROE)	%	11.8	14.0	+2.2
一株あたり純利益(注)	円	2,595.97	3,228.52	+632.55
一株あたり純資産(注)	円	21,776.56	24,147.65	+2,371.09

(注)
平成18年4月1日に
1:4の株式分割を実施。
数値は遡及修正値

2008年3月期 重点施策と業績見通し

2008年3月期 重点施策

● ベネフィット・ワン

福利厚生事業顧客基盤の拡充 *08/4 福利厚生会員 270万人(07/4比65万人増)*

民間大手

- ◆ 大手流通、陸運、総合電機等大手企業へ重点アプローチ
- ◆ コンサルティングによる他社差別化
- ◆ Work & Life Balanceに対応したリパッケージメニューの拡販

公務

- ◆ 財政省力化に貢献する福利厚生アウトソーシングの訴求
- ◆ 大手省庁、外郭団体に向けた営業の強化
- ◆ 地方自治体の共済組合に絞った営業展開

中小企業

- ◆ 採算性の高い中小企業開拓のための有力代理店開拓
- ◆ ネットワーク力のある既存代理店、有力サイトとの協業・支援

2008年3月期 重点施策

「利用＝費用」から「利用＝収益」への転換

購買力拡大に伴う手数料収入の拡大（手数料収入548百万円・・129百万円増）

- ◆内外宿泊施設への送客増加に伴う手数料収入引き上げ交渉
- ◆収益性の高いサービスのデスク化。サービス提供企業との価格交渉の強化
- ◆優良顧客向け会報誌・webへの広告掲載収入の増加

収益性のあるサービスコンテンツの強化・開発・グループ内囲い込み

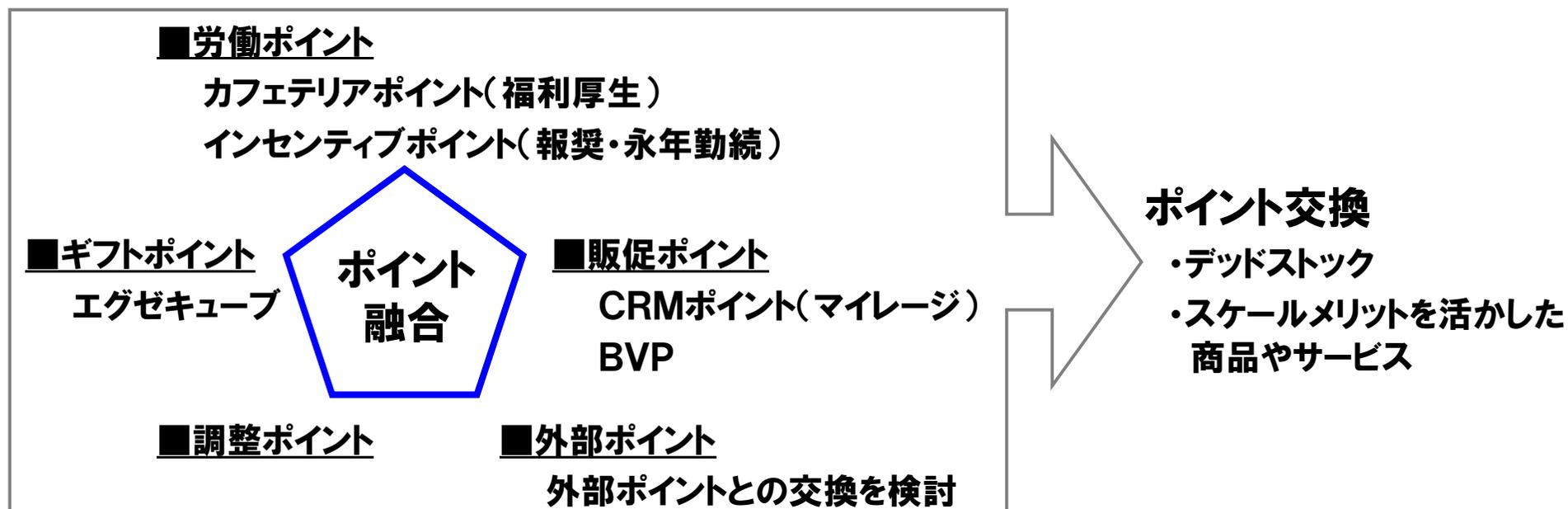
- ◆金融事業部の新設 ～新たな収益機会の模索～
 - 福利厚生会員向け新規金融事業の開発を行なう専担部署として2007年4月新設。
 - 従来の保険代理店機能に加え、福利厚生会員向けにサービス(旅行・サービス・物販)購入者へのリボ払い等の決済手段(信用供与)、運用商品を今後検討。
- ◆買収後のグルメ事業(CHECK&CHECK事業部)のコンテンツ力強化、収益性の向上
- ◆カタログギフト(エグゼキューブ)等有力コンテンツのカフェメニューへの組入れ
- ◆サプライヤーのM&Aの検討、推進

2008年3月期 重点施策

サービスコンテンツの高度化・高付加価値化

- ◆レーティングボード導入によるサプライヤーの選別、格付
- ◆SNS開始による会員の帰属意識を醸成及びマーケティング手段の拡張
- ◆早割りサービスの開始、間際情報の充実によるコンテンツの差別化

ポイント事業の開発・強化



2008年3月期 重点施策

新規事業の拡大

- ◆インセンティブ・カフェ …… 派遣、外食、証券、薬品会社等の従業員向けにモチベーションアップ、雇用確保に向け受注加速。
今期受注ポイント額10億円(消化2億円へ)
- ◆プレステージ・ゴールド …… 富裕層向けコンテンツのカード・証券・小売業(顧客)向け拡販
福利厚生代理店網を活用した個人向けへの拡販
ゲストハウス事業への参入(館山、山中湖)

インフラ再構築によるオペレーションコスト競争力の強化

- ◆松山カスタマーセンターの整備及び拡張による将来のコスト低減
- ◆WEB申し込み可能な宿泊ブロック確保拡大によるコールセンターの経費軽減
- ◆システムインフラの整備完了へ

2008年3月期 重点施策

● ベネフィットワン・パートナーズ

08/4 CRM会員 125万人 (07/4比 68万人増)

有力既存クライアントとの取引深耕

- ◆「One's next クラブ」の安定的な拡大(47万人⇒60万人へ)
- ◆既存のセレクト、ダイジェスト向け顧客(4万人⇒10万人へ)

新規大口顧客の開拓

- ◆各業界上位の新規クライアントとの契約締結(金融機関／通信／自動車メーカー等)
- ◆富裕層(プレステージ)、健康(グローバルヘルスケア)、女性(グルメ、物販)向けなど顧客属性別提案力および新規開拓営業部隊強化

ショッピング事業の統合・拡大

会員制ショッピング 7万人 ⇒ 8万人

- ◆有力ブランド商品に強く在庫物流機能を有する会員制ショッピング事業とベネフィット・ワンの無在庫・問屋直送の福利厚生会員向け物販仕入部隊を統合し、仕入機能1本化
⇒ マーチャンダイジングの強化、商品の相互融通

2008年3月期 重点施策

● その他子会社

グローバルヘルスケア(出資比率70.4%)

- ◆健康保険法改正に伴う検診・健康指導義務化に適用した法人向け商品(CHS)の販売強化
- ◆個人富裕層向け健康サービスの代理店経由での拡販、企業役員向け提供。
- ◆CRMとしての企業顧客富裕層向けサービス開始(カード会社向け等)

スピークライン(同85%)

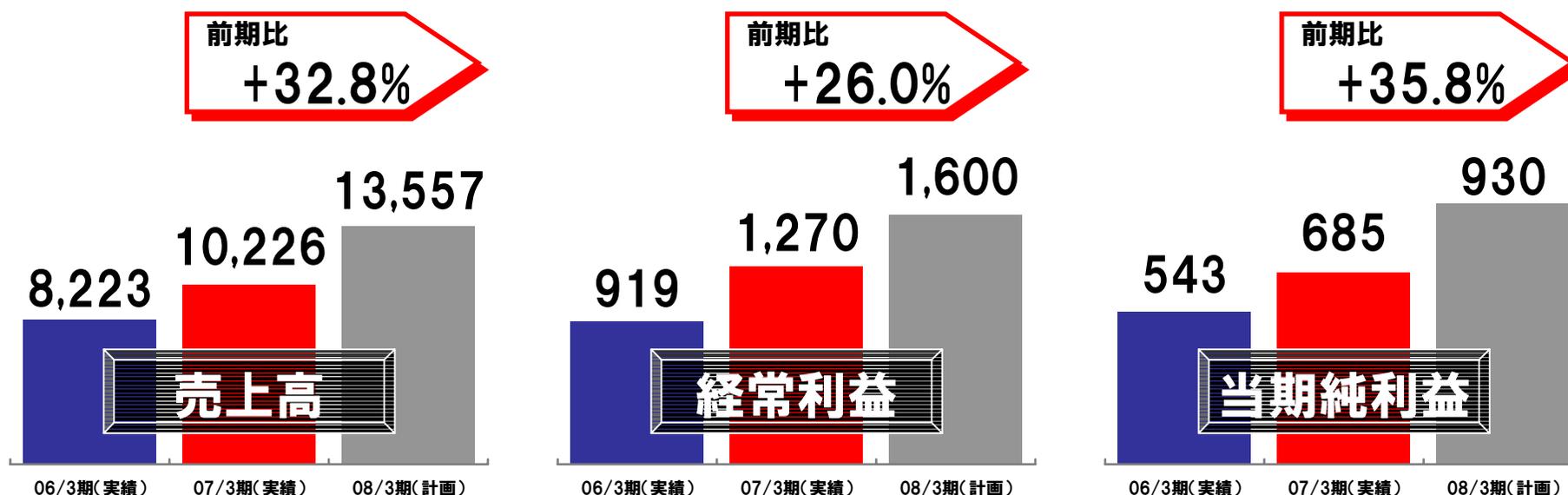
- ◆E-learning英会話研修サービス ⇒ 本年からポータルサイトとの業務提携開始。
福利厚生会員への遡及と合わせ受講会員拡大期待

● 関連会社

NARP(同23%)、エグゼキューブ(同33.5%)

- ◆引き続き黒字化する為の収益基盤拡充 ⇒ 収支均衡へ

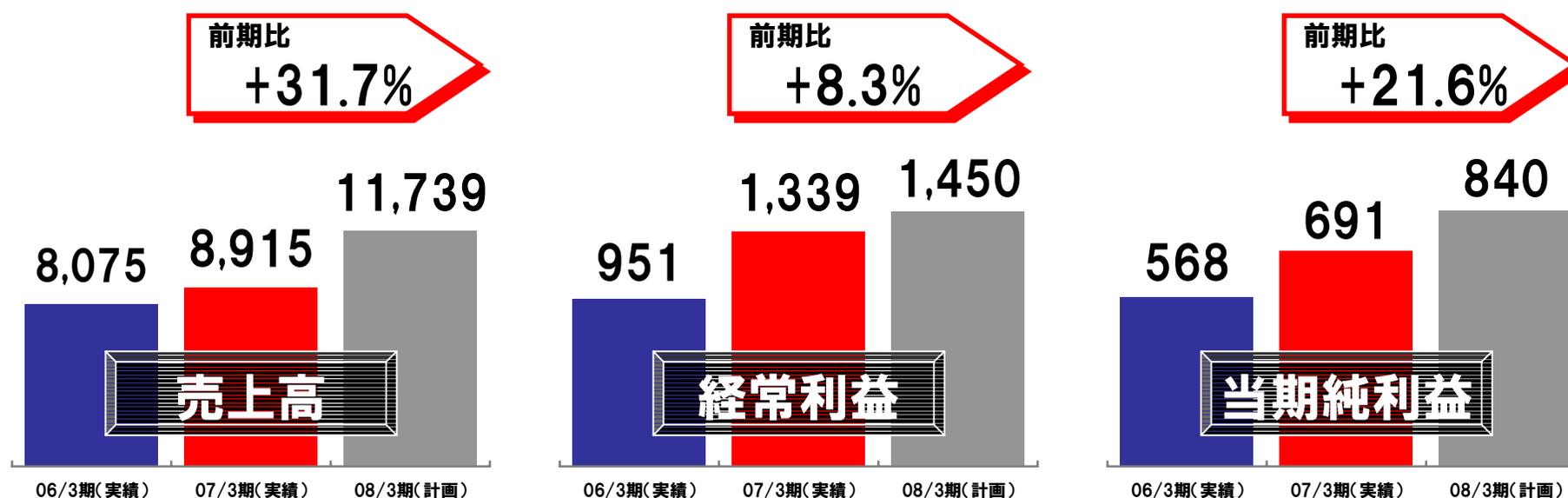
連結業績見通し



(単位:百万円)	06/3期(実績)	07/3期(実績)	08/3期(計画)	前期比
売上高	8,223	10,226	13,557	+32.8%
営業利益	968	1,270	1,544	+21.6%
経常利益	919	1,270	1,600	+26.0%
当期純利益	543	685	930	+35.8%

個別業績見通し

— ベネフィット・ワン単体 —



(単位:百万円)	06/3期(実績)	07/3期(実績)	08/3期(計画)	前期比
売上高	8,075	8,915	11,739	+31.7%
営業利益	969	1,291	1,388	+7.5%
経常利益	951	1,339	1,450	+8.3%
当期純利益	568	691	840	+21.6%

2008年3月期 重点施策と業績見通し

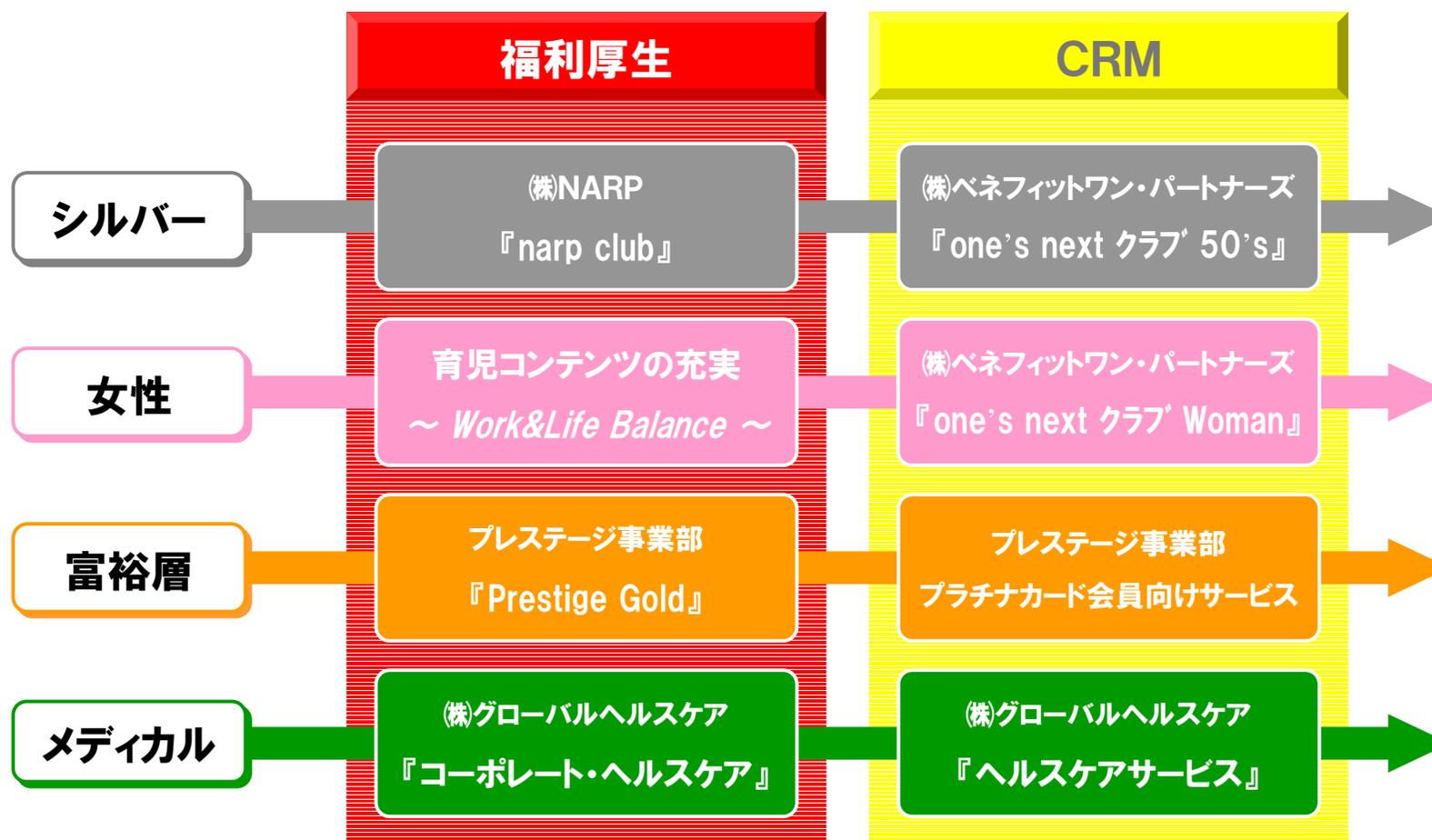
連結売上高推移

(単位:百万円)

	2006年3月期 (実績)	2007年3月期 (実績)	前年比	2008年3月期 (計画)	計画比
	a	b	b-a	c	c-b
福利厚生会費	5,849	7,070	+1,221	9,243	+2,173
プレステージ・ゴールド	31	74	+43	164	+90
カスタマー・ロイヤリティー・プログラム	429	785	+356	1,078	+293
会費売上高小計①	6,310	7,929	+1,619	10,486	+2,557
ガイドブック	100	118	+18	163	+45
送客・掲載手数料他手数料	314	418	+104	548	+130
その他売上高小計②	1,061	1,406	+345	1,785	+379
福利厚生売上高 I (①+②)	7,371	9,336	+1,965	12,272	+2,936
ベネフィット・ステーション物販	378	401	+23	663	+262
会員制ショッピング	473	488	+15	621	+133
物販売上高合計 II	852	890	+38	1,285	+395
売上合計 (I + II)	8,223	10,226	+2,003	13,557	+3,331

今後の展開

福利厚生、CRMを核とし、時代のテーマに合致したサービスを開発・提供



今後の展開

「サービス業の流通創造」

～ サービスマッチングのワンストップサイト ～

「良い物を より安く より便利に」

株式会社ベネフィット・ワンは、福利厚生サービスを通して
人々に感動と喜びを提供してまいります。

■IR担当窓口 経営管理部

Tel:03-4360-3159 Mail:ir_inquiry@benefit-one.co.jp URL:http://www.benefit-one.co.jp/

本資料は、2006年度決算の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は、2007年3月末時点のデータに基づいて作成されております。従いまして本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断によるものであり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。