

2009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)

2009年5月11日

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

I 業界動向

当社シェア状況

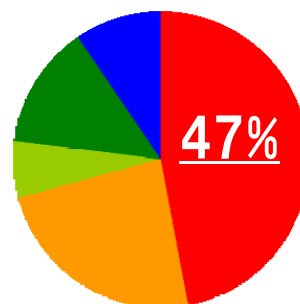
■ 東証一部上場企業における当社シェア状況(2009年4月時点)

- ・東証一部上場企業のみを対象に調査
- ・1,718社のうち344社がOS
- ・受託社数、会員数ともに

40%超のシェア！

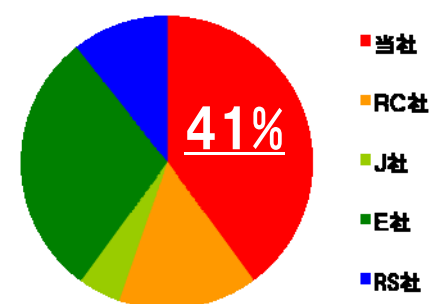
注)右記のシェア・総数は、「共同受託他」の社数・会員数を除いて集計

受託社数シェア



総数337社

会員数シェア



総数147万人

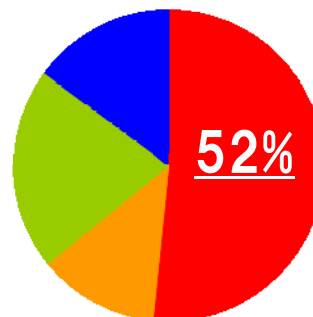
(当社 ヒューマン・キャピタル研究所調べ)

■ 公務団体における当社シェア状況(2009年4月時点)

- ・受託団体数、会員数ともに

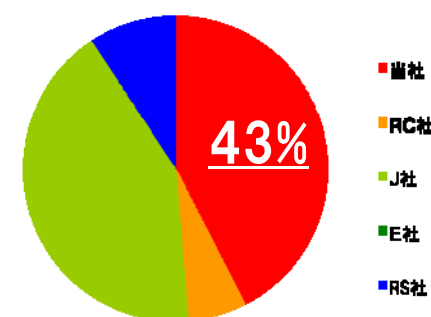
40%超のシェア！

受託団体数シェア



総数401団体

会員数シェア



総数193万人

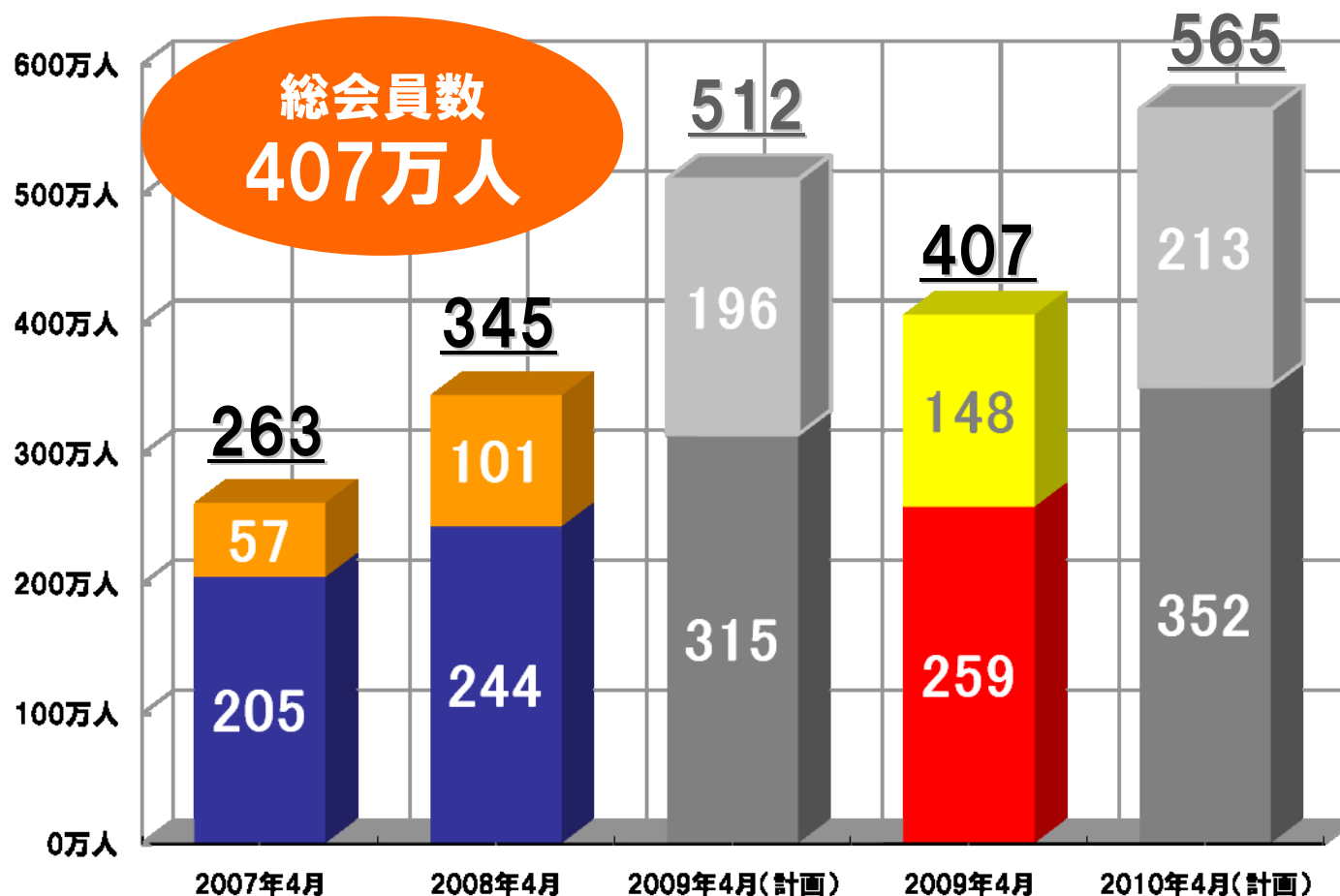
出所)旬刊「福利厚生」

II 前期総括と今年度の重点施策

会員数の推移

■ ■ ■ 福利厚生会員
 ■ ■ ■ CRM会員

● 総会員数(2009年4月) **407万人** (2008年4月比 **62万人増**)



福利厚生事業

前期総括

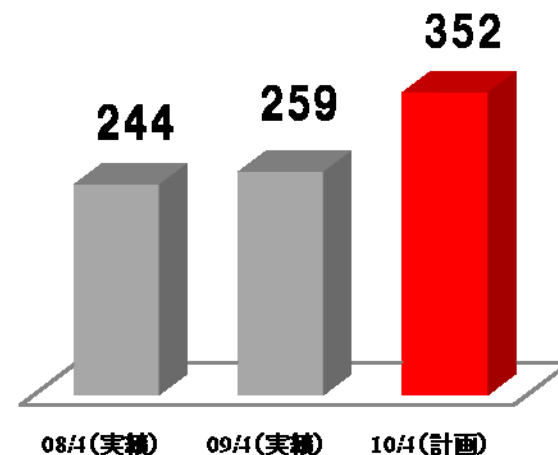
福利厚生会員数259万人(08/4比15万人増)

●民間マーケット会員獲得状況

- 09年3月期通期新規獲得12.1万人
- 景気悪化の影響に伴う各企業のコストダウン施策の中で、福利厚生アウトソーシングの検討は増加傾向にあるものの、4月導入は少なめ
- 中小企業の退会数増も起因して、会員数は伸び悩み

●公務マーケットの順調な拡大

- 09年3月期通期新規獲得22.2万人
- 福利厚生アウトソーシングニーズの高まりに伴い、堅調に拡大
- ヘルスケア事業部と連携したメタボ対策・健康支援サービスとのセット販売好調



注) 09年3月期通期新規獲得とは、2008年5月～2009年4月に新規入会した福利厚生会員数を指す

今年度施策

福利厚生会員数 10/4目標352万人(09/4比93万人増)

●民間マーケットの深堀営業

- “コストダウン”をテーマとした、セミナー開催やコンサルティング営業による福利厚生アウトソーシングへのニーズ喚起
- 大半の大企業が自社保養所を温存する中での抜本的なコストダウン施策として、アウトソーシング化の積極的提案
- 大型案件への組織横断的なプロジェクト化による徹底営業
- 特定代理店との連携強化(大手通信会社・大手リース会社の成果追求)
- 企業の年金改革に対するコンサル推進力とカフェテリアプラン営業の強化

■ 既存顧客に対するフォロー専任体制を強化

■ 「ソリューションチーム」によるクロスセルの徹底と取引先囲い込みの推進

● ヒューマン・キャピタル研究所

- 福利厚生見直しのコンサルティング
- 福利厚生情報の提供

● カスタマー・ロイヤリティ・プログラム

- 低コストでのCRMサービスの提供
- 企業顧客の囲い込み支援

● 財形・持株会業務アウトソーシング

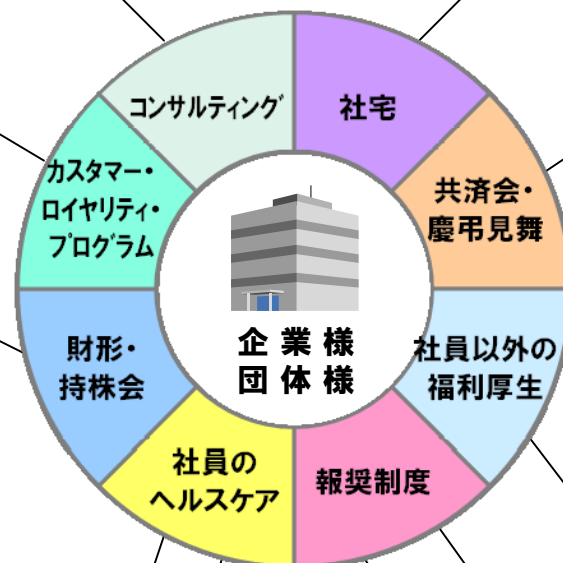
- 財形・持株業務の募集、変更、金融機関との連携代行
- WEBによる情報管理、問合せ、申請受付が可能
- カフェテリアプランとの連動がスムーズに

● 従業員健康管理・支援プログラム

- 健康診断予約代行
- 健診データのデータ一元管理
- 従業員向けストレスチェック・診断

● 特定健診・特定保健指導サービス

- 健診実施、パンチ入力、データベース化
- 保健指導準備、保健指導、評価分析



● 借上社宅・社有社宅アウトソーシング

- 借上社宅の管理・事務代行
- 社有社宅の管理・事務代行

● 共済会アウトソーシング

- 慶弔見舞金商品(アニバーサリーステーション)
- WEBによる慶弔見舞金制度の申請、承認、給付、報告が可能

● ナープクラブ

- 退職者・シルバー層(50歳以上)向け福利厚生(余暇)サービス

● プレステージゴールド

- 役員・富裕層向けサービス

● インセンティブ・カフェ

- 従業員の貢献度をポイント化し付与
- マイレージ感覚のポイントプログラム

● インセンティブ・ステーション

- インセンティブ・イベントの企画・運営・アフターフォロー
- 従業員のモチベーションアップ貢献

今年度施策

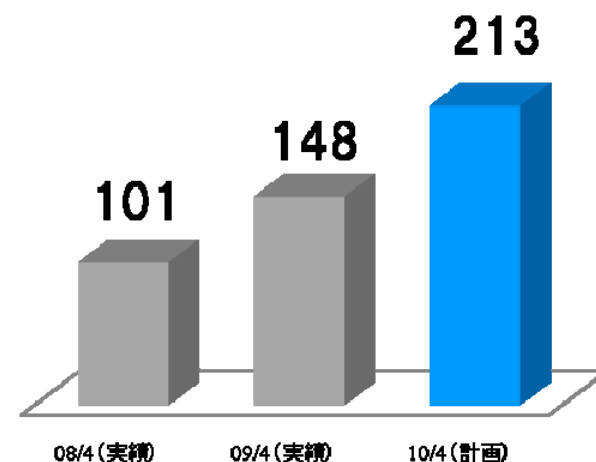
●公務マーケットにおける受注推進

- 大型案件に対する組織横断的なプロジェクトチームでの集中攻略
- 重層的・複合的なクロスセル提案(ヘルスケア・食べたいむ等)
- 公務セミナーや勉強会の積極開催(2ヶ月に1回)
- アウトソーシング未導入団体へのDMの活用およびローラー戦略による積極的アプローチ

カスタマー・ロイヤリティ・プログラム

前期総括

CRM会員数148万人(08/4比47万人増)



● 新規取引及び会員獲得状況

■ 新規大口企業との取引開始により75万人獲得
メジャーブランド開拓、次年度の取引拡大につなげる

- ・ゆうちょ銀行『ときめき倶楽部』、『カードでエンジョイ倶楽部』
- ・NTTドコモ『ドコモビジネスプレミアクラブ』
- ・朝日生命『朝日生命メンバーズCLUBプレミアム』
- ・大京アステージ『セキュアプラス・ベネフィットクラブ』 他

● ポイント事業の本格化

■ 08年7月、アウトレット・ポイント(各種ポイントの合算・交換サービス)開始

注) 09年3月期通期新規獲得とは、2008年5月～2009年4月に新規入会したCRM会員数を指す

今年度施策

CRM会員数 10/4目標213万人(09/4比65万人増)

● (株)ベネフィットワン・パートナーズ含むグループ統合によるシナジーの極大化

CRM 2大マーケットの拡大

シニア

富裕層

コンテンツの充実

飲食・グルメ

ヘルスケア

■ 09年5月

(株)NARPより事業譲受、NARP事業部新設

■ 09年7月

(株)ベネフィットワン・パートナーズ

(株)グローバルヘルスケア

吸収合併

※上記2社は(株)ベネフィット・ワン100%子会社

企業の枠組みを超えたクロスセルの徹底
コンテンツの重層的活用によるCRMの展開

CRM向け市場開拓の加速化

インセンティブ事業

前期総括

● インセンティブ事業の本格化

- 2008年9月に、「インセンティブ」に関する事業拡大を目的として事業部化
- 売上5.2億円(物販売上3.8億円)を達成
- サービス内容を見直し、ポイントを預かりベースから買取ベースへ変換
- 福利厚生・CRMとのクロスセルに加え、取次店施策開始、販売網を強化

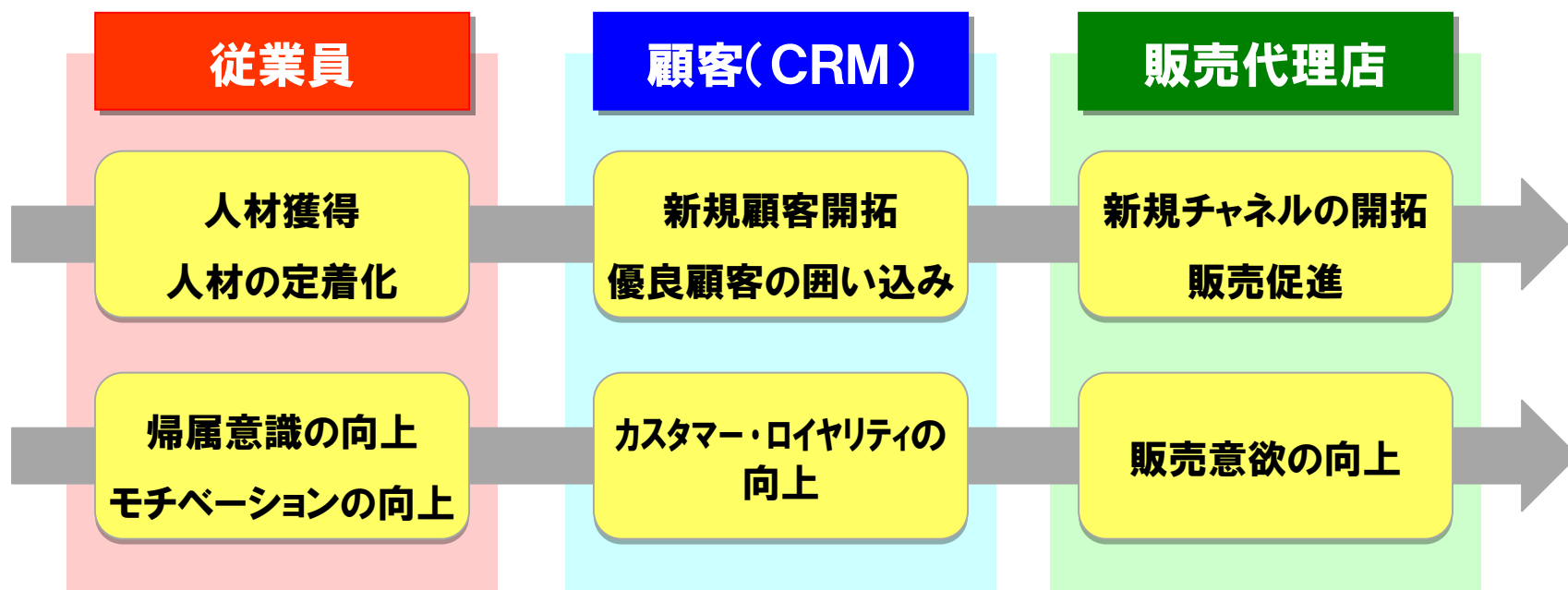
● インセンティブ商品の多角化

- 従業員モチベーションアップ支援サービス「インセンティブ・ステーション」開始
周年記念行事や表彰パーティー等、企画から運営までをトータルサポート
新しい福利厚生商品としてサービスの充実を図る

今年度施策

● 新しいインセンティブマーケットの創造

—「従業員向け」から「顧客(CRM)・代理店向け」へターゲット拡大—



今年度売上7.5億円(前期比2.2億円、42%増)を目指す

ヘルスケア事業

前期総括

● 法改正による新しい市場の開拓

- 2008年2月に、特定健診・特定保健指導サービス提供部署として新設
- 初年度にして売上高4.1億円達成
- 中央官庁からの受注拡大

● サービス体制の整備

- 健診予約から保健指導までのワンストップサービスの基盤整備
- 業界キーマン監修による保健指導ツール、指導員マニュアルの作成

今年度施策

● アウトソーシングの普及率向上とシェア獲得

- 今年度売上目標12億円(前期比7.9億円、193%増)
- 営業部と一体化したクロスセルの推進
- 導入が本格化しつつある民間マーケットへの参入強化
- 定期的なセミナーや勉強会の実施や積極的な広報活動によるブランディング強化

今年度施策

● サービス品質の向上と新ニーズの掘り起こし

■ 特定健診受診率向上のための施策

例：巡回型健診の新提案、アウトコール・告知媒体充実による啓発強化

■ 保健指導員の拡充（現在の約200名から900名体制への増強）

■ 収益性の高いヘルスケアパッケージ商品の開発

■ ローカロリー食品等、健康関連商品の通信販売事業を開始予定

■ 100％子会社(株)グローバルヘルスケアの吸収合併（09年7月）

これに伴う人的融合により、サービス水準の向上と効率化を図る

サービスコンテンツの差別化・拡充

無料マッチングサイトとの差別化追求

- ロープライスギャランティーによる最安値保証
- アウトレット・ステーション30%～・50%～の高割引
- フリー・ステーション(＝無料サービス)の拡充
- ユーザー視点でのサービス(商品)の格付
- 体験型・交流型オリジナルサービスの提供
- オペレーション機能の充実

● 他宿泊予約サイト価格比較サービス『クラベル』開始(09年4月)

- ・旅行総合情報サイトのフォートラベル(株)の検索機能を独自にカスタマイズし、同一のWeb画面上で他サイト宿泊料金との比較が可能
- ・他の予約サイトの方が価格が低い場合は、その価格以下に値下げをする「ロープライスギャランティー」を実施

“最安値保証”



**宿泊以外のライフサービスへも
幅広く順次展開**



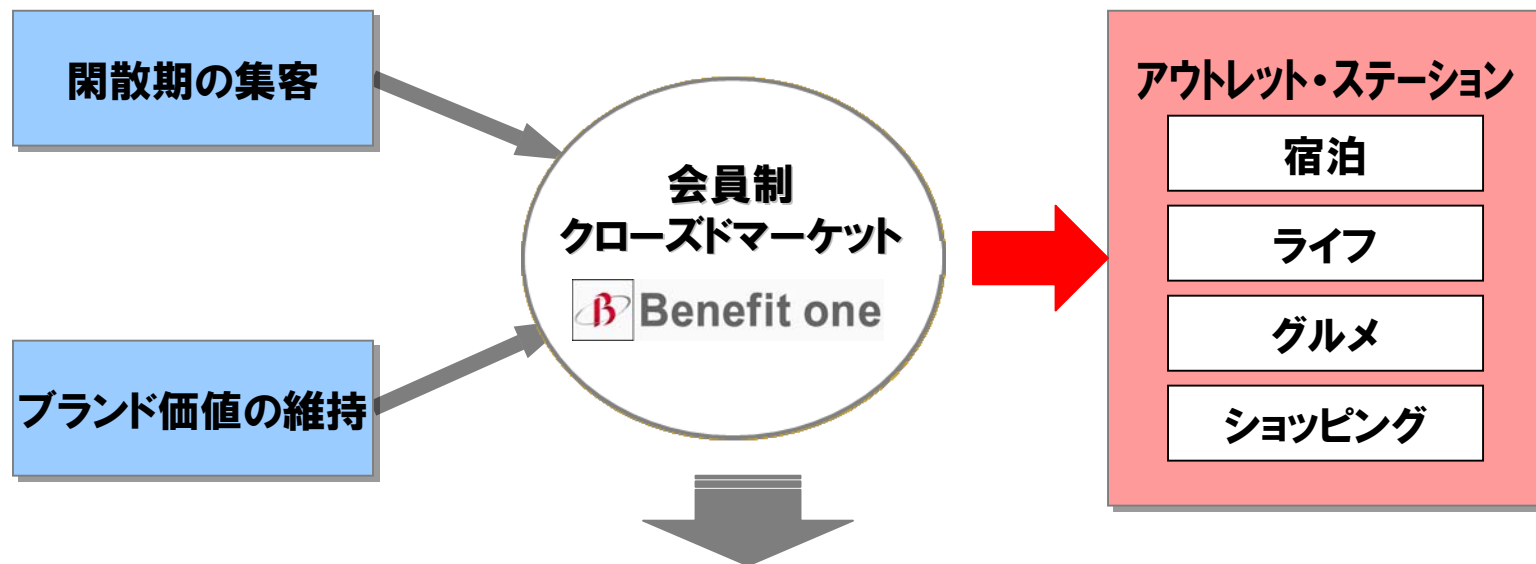
このスクリーンショットは、クラベル（Krabel）のウェブサイト上のホテル検索結果ページを示しています。ページの上部には「他のサイトと料金比較してみよう!」というメッセージと、クラベルのロゴがあります。中央には「もし、他サイトで「同条件プラン」が安値で提供されていたら...?」という問いかけがあり、その下に「ロープライス・ギャランティー」のロゴと説明が記載されています。検索対象のホテルは「パネフィットホテル」で、URLは「http://www.benefit-one.co.jp/」と表示されています。検索条件として「出発日時: 2009年07月20日(火)」、「到着日時: 2009年07月21日(水)」、「人数: 2名」が設定されています。検索結果の表には、様々な宿泊サイト（例えば、楽天トラベル、じゃらん、じゃらま、など）からの価格が並べられており、クラベルの価格が最も安いことが示されています。

サイト	プラン名	朝食	価格
楽天トラベル	【1泊2食】に朝食付のプラン	あり	4,500円
じゃらん	【1泊2食】に朝食付のプラン	あり	4,500円
じゃらま	【1泊2食】に朝食付のプラン	あり	4,500円
クラベル	【1泊2食】に朝食付のプラン	あり	4,300円

<サービスイメージ図>

●「アウトレット・ステーション」の創造 —「サービス版アウトレットモール」—

- ・会員制クローズドマーケットにおけるパートナー企業の「集客ニーズ」と、顧客の「割引ニーズ」のマッチングサイト
- ・仕入元を閑散期(期間限定、直前申込、プラン限定等)サービス(＝アウトレット)に絞ることで、ブランド力・品質を下げずに、**30%～50%**の高割引が可能



ブランドイメージを維持しながら、アウトレットの流通
～低価格サービス提供の実現～

● 携帯サイトクーポン『食べたいむ』

- ・アウトレット・ステーションのグルメ版として2008年9月開始
- ・閑散期をターゲットに、曜日・時間帯を限定してクーポンが発行されるため、**30%～50%**の高割引が可能
- ・携帯電話のモバイル機能を活用し、割引情報の即時提供が可能
- ・ベネフィット・ステーション会員向けには会費無料で提供
- ・ユーザー課金システムのクーポンサイトのため、飲食店側は広告料負担ゼロ
- ・登録会員数および登録店舗数は堅調に推移



● Benefit Station通信の発刊回数増加

- ・会報誌『Benefit Station通信』の発刊回数を年4回から年6回へ増加
- ・会報誌発刊月以外の月には『おすすめTopics』チラシを提供
- ・会員向け情報提供ツールをより豊富に充実させることで、利用促進を図る

● 企業間を超えた会員同士の体験型・交流型企画の実現

- ・ベネフィット・ワンの独自企画であるWORK・LIFE BALANCE FESTAやベネ・ワン村等、オンリーワンサービスを追求

● お客様ご意見BOXの設置

- ・HP上にサービスに関するお客様からのご意見、ご要望の受付窓口を設置
- ・改善の取り組み事例はベネフィット・ステーションSNS上で紹介
- ・その他、クチコミ投稿やSNSを活用したサービス(商品)格付機能を充実

● 携帯サイトリニューアル（09年4月）

- ・新機能を充実させることで会員の満足度や利用率の向上を図る
- ・利便性向上による携帯サイトからのサービス申込比率を高めることで、オペレーションの処理効率化にも寄与

～ 携帯サイトの新機能一覧 ～

<携帯サイト画面>



<携帯会員証>



- * 携帯会員証機能
- * ポイント(カフェテリアポイント、ベネポ)申請機能
- * ガイドブックに記載したQRコードからの申込
- * ログイン前に各種サービス内容を表示
- * 充実した検索性
(『フリーワード検索』や『カテゴリ絞込み検索』)
- * GPS機能(09年6月～) etc...

● ガイドブックを2冊セット版へリニューアル（09年4月）

- ・従来のA4版に加え、A5版のコンパクトサイズを全国6地域別に発行
- ・より地域性、利便性を高めることで、会員の利用率向上を図る

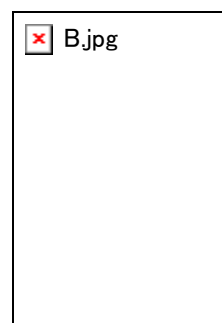
2008年度版



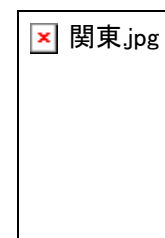
宿泊～ライフサービスまで全メニューを
A4版1冊に掲載し、6地域別に発刊

2009年度版

<A4版>



<A5版>



- ① 関東版
- ② 北海道・東北版
- ③ 中部版
- ④ 近畿版
- ⑤ 中国・四国版
- ⑥ 九州・沖縄版

【A5版】
地域別のライフサービスメニューを中心に掲載

【A4版】
宿泊サービス・全国対応のサービスを掲載

インフラ整備

● 新基幹システムの完成、会員専用HPリニューアル(08年9月)

① 対顧客へのWeb検索性・利便性の向上

…利用率の引き上げと、Web誘導による処理効率化への寄与

② オペレーション業務の効率化

…カスタマーセンター処理効率(1時間あたりの処理件数)最大40%up

③ パートナー企業情報の即時性確保

…リアルタイムでの在庫共有により、サービス提供の幅を広げる

④ システムセキュリティ機能の強化

…安全なオペレーションを遂行するためのリスクヘッジ

● 松山オペレーションセンター稼働(09年1月竣工／総投資額約12億円)

－ 580席(約800名)計画、主力センターとしての確立－

～スケジュール～

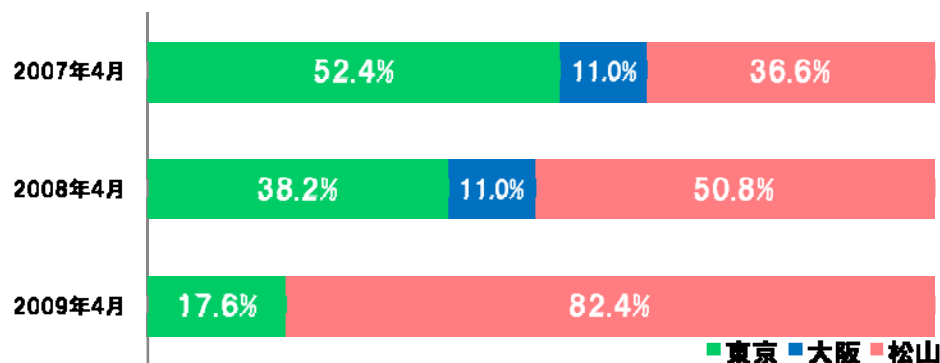
- ・09年1月15日 竣工
- ・09年1月26日 稼働開始
- ・09年2月25日 開所式
- ・09年3月31日 大阪カスタマーセンター業務の移管完了
- ・09年9月頃(予定) 東京本社事理業務の移管完了
- ・10年3月頃(予定) 東京カスタマーセンター業務の移管完了



完成図

松山センター稼働比率は80%超

※2009年4月現在



従来ブース数410席(東京・大阪・松山合計)



新松山ブース数580席

・・・東京、大阪のスペース縮小可

●コールセンター機能を松山カスタマーセンターへ集約

- ・東京、大阪、松山に点在していたコールセンター機能を本センターへ集約
- ・サービスレベルを標準化すると共に、業務ノウハウの蓄積を図ることでサービスレベルの向上を図る
- ・効率的なコールセンター運営を実践し、オペレーションコストの低減を目指す

●事務センター機能の移管推進

- ・コールセンター機能に加え、会員管理、カフェテリアポイントなど、東京本社で運営中の事務業務についても同センターへの移管を推進

●ヘルスケア健診予約代行業務の開始

- ・特定健診予約受付・調整、健診結果データ回収・チェック等、ヘルスケア事業におけるコールセンター機能および事務センター機能の運営開始
- ・福利厚生サービスとのセンターを一体とした、ワン・ストップ・サービスを展開

ベネフィット・ワン 次世代を担う4つの柱

福利厚生

CRM

インセンティブ

ヘルスケア

福利厚生事業を基盤とした、新マーケットへの展開

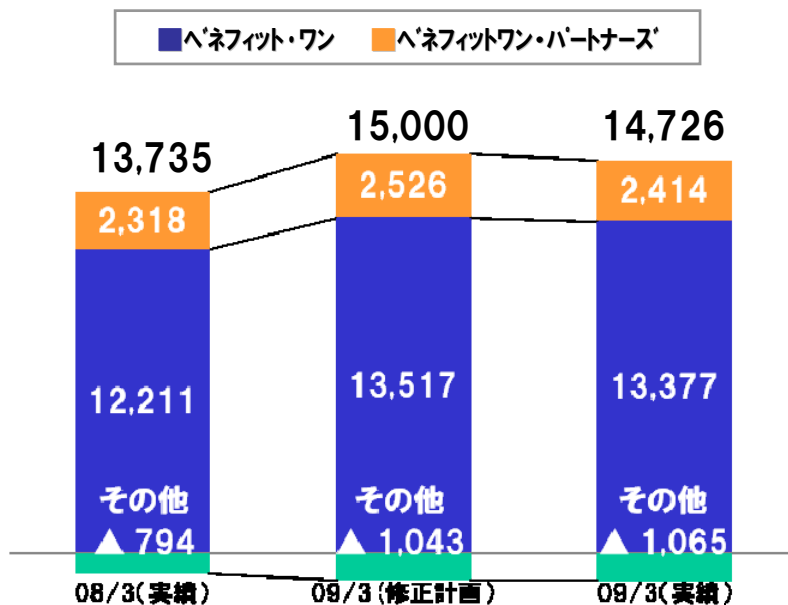
III 2009年3月期決算 概要

連結売上高147億円(前期比7.2%増)

■ 福利厚生会費の増勢(4億円増)がやや鈍化する一方、新規事業のヘルスケア(メタボ健診)事業(4億円)が貢献。⇒10億円の増収確保

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)		08/3 (実績)	09/3 (修正計画)	09/3 (実績)	前期比
	会費収入	10,256	10,930	10,795	+539
	その他売上	2,105	2,624	2,541	+436
福利厚生売上		12,362	13,554	13,337	+975
	ベネフィット・ステーション 物販(IC含)	905	991	1,048	+143
	会員制ショッピング	467	430	340	△127
物販売上		1,373	1,445	1,388	+15
合計		13,735	15,000	14,726	+991

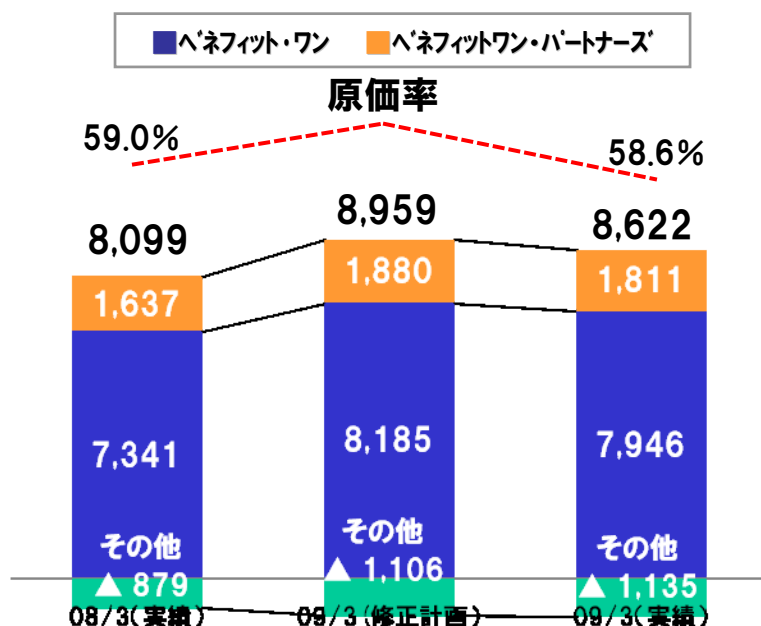
注)修正計画とは、2008年10月6日に発表した数値

売上原価率は58.6%と前期比0.4%減

- 仕入原価は微増(1億円)⇒ガイドブックの印刷単価引下げ等が貢献。
- 製造原価は4億円増⇒ヘルスケア運営費の増加(2.7億円)が主因。

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)		08/3 (実績)	09/3 (修正計画)	09/3 (実績)	前期比
仕入原価	宿泊補助金	1,595	1,598	1,468	△127
	ガイドブック(C&C含)	1,052	964	926	△126
	福利厚生仕入	4,169	4,428	4,277	+108
	物販仕入	1,173	1,223	1,151	△22
仕入原価		5,342	5,652	5,429	+87
製造原価	労務費	1,524	1,697	1,624	+100
	経費	1,232	1,609	1,569	+337
製造原価		2,756	3,306	3,193	+437
合計		8,099	8,959	8,622	+523

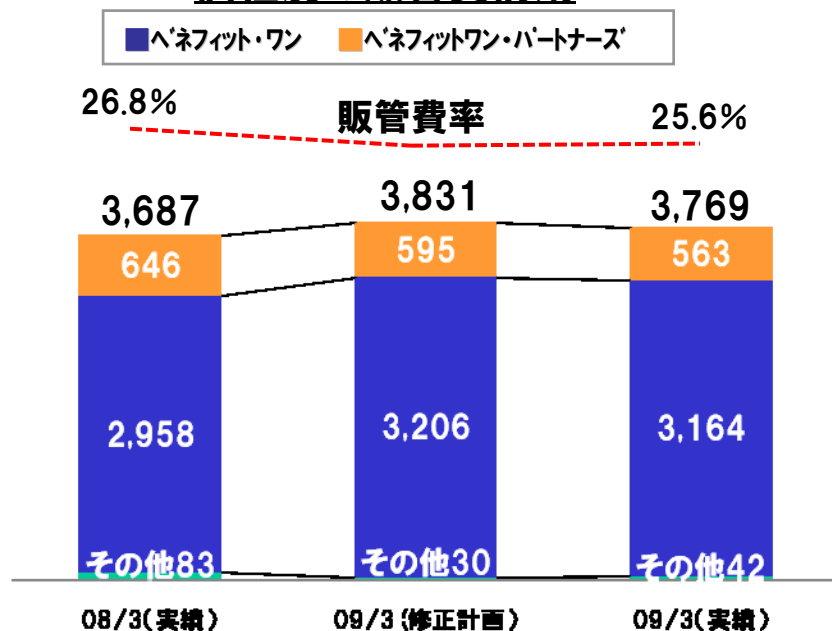
注)修正計画とは、2008年10月6日に発表した数値

販管費率25.6%と前期比1.2%減

- 販管費は、人件費増及びシステム稼動に伴う減価償却増(1億円)を消耗品等経費圧縮により、全体で1億円増加に抑制。

販管費

個社別の販管費構成



科目別の販管費構成

(単位:百万円)	08/3 (実績)	09/3 (修正計画)	09/3 (実績)	前期比
人件費	1,489	1,631	1,610	+121
一般経費	2,197	2,199	2,158	△39
合計	3,687	3,831	3,769	+82

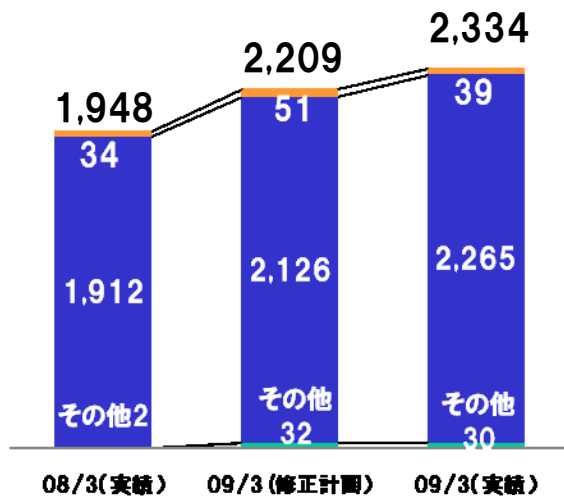
注)修正計画とは、2008年10月6日に発表した数値

2009年3月期決算 概要(営業・経常・純利益)

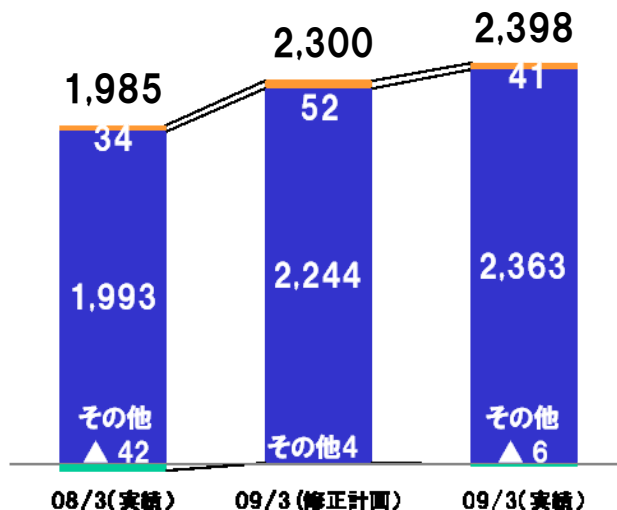
営業、経常、当期利益とも前期比約20%の増益

■ 営業利益23億円(前期比19.8%増)、経常利益24億円(同20.8増)、当期純利益13億円(同21.0%増)と二桁増益を確保

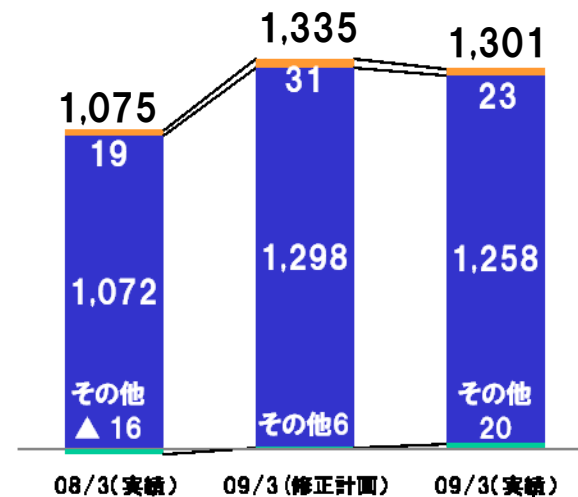
営業利益



経常利益



当期純利益



■ ベネフィット・ワン ■ ベネフィットワン・パートナーズ

注)修正計画とは、2008年10月6日に発表した数値

設備投資の前年度実績、今年度の見通し

(単位:百万円)

投資内訳	08年度実績	09年度計画
情報システム投資	532	301
新松山センター・事務所投資	1,100	—
合計	1,632	301

2009年3月期決算 概要(財政状況・財務指標)

財政状況

(単位:百万円)

	08/3	09/3	増減
総資産	10,450	11,412	+962
流動資産	6,889	6,992	+103
固定資産	3,561	4,420	+859
純資産	6,000	6,834	+834
自己資本比率	57.4%	59.9%	+2.5%

□現預金 :+247
□売掛金 :△41
□前払費用:+16
□たな卸資産:△167

□有形固定資産:+935
□無形固定資産:+123

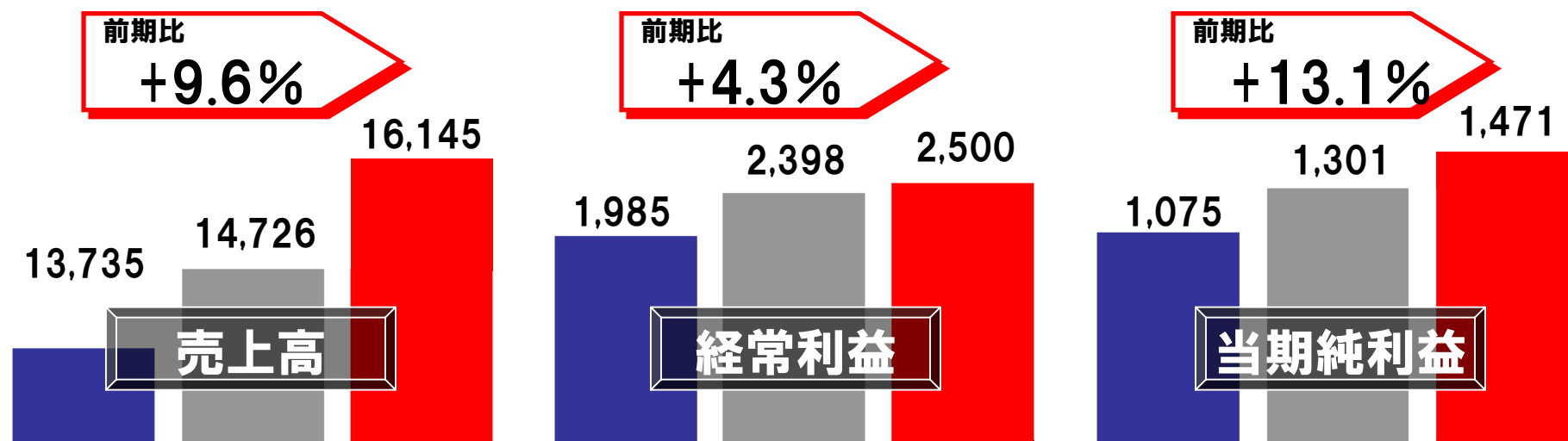
財務指標

		08/3	09/3	増減
売上総利益率	%	41.0	41.4	+0.4
営業利益率	%	14.2	15.9	+1.7
総資産経常利益率	%	21.1	21.9	+0.8
自己資本利益率(ROE)	%	19.2	20.3	+1.1
一株あたり純利益	円	4,996.71	5,973.57	+976.86
一株あたり純資産	円	27,669.70	31,207.28	+3,537.58

IV 2010年3月期業績見通し

1 連結業績見通し

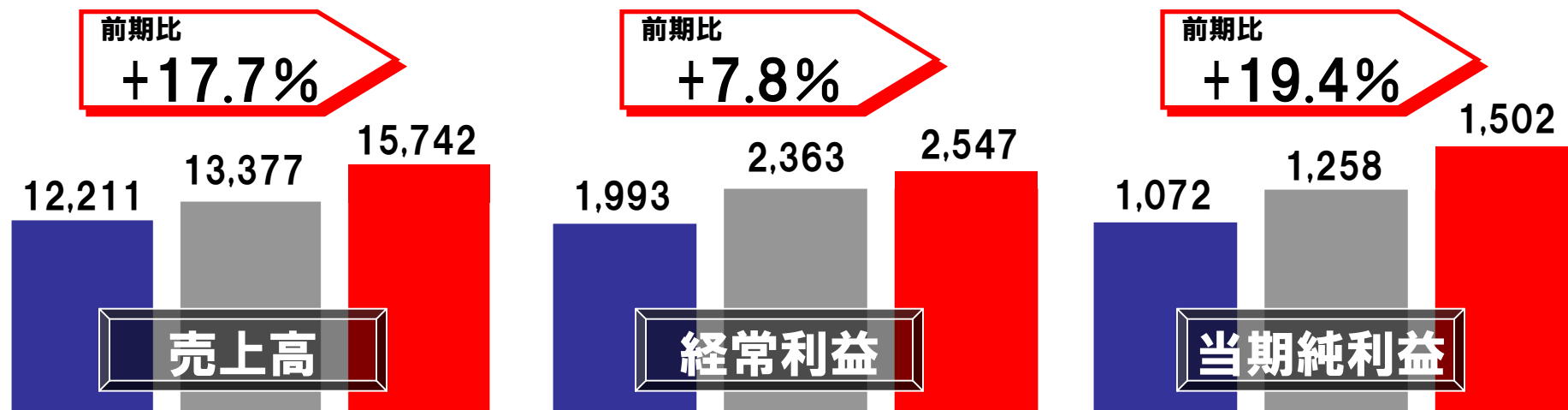
ヘルスケア事業等の新規事業の貢献により、増収増益



(単位:百万円)	08/3期(実績)	09/3期(実績)	10/3期(計画)	前期比
売上高	13,735	14,726	16,145	+9.6%
営業利益	1,948	2,334	2,431	+4.2%
経常利益	1,985	2,398	2,500	+4.3%
当期純利益	1,075	1,301	1,471	+13.1%

2 個別業績見通し(ベネフィット・ワン単体)

グループ統合に伴い第2Q以後、連結同様



(単位:百万円)	08/3期(実績)	09/3期(実績)	10/3期(計画)	前期比
売上高	12,211	13,377	15,742	+17.7%
営業利益	1,912	2,265	2,472	+9.1%
経常利益	1,993	2,363	2,547	+7.8%
当期純利益	1,072	1,258	1,502	+19.4%

3 連結売上高推移

(単位:百万円)

		2008年3月期 (実績)	2009年3月期 (実績)	前年比	2010年3月期 (計画)	計画比
		a	b	b-a	c	c-b
	福利厚生会費	9,100	9,492	+392	9,338	△154
	カスタマー・ロイヤリティ・プログラム	1,027	1,108	+81	1,599	+491
	ヘルスケア	-	411	+411	1,204	+793
	インセンティブ	105	140	+35	223	+83
	送客・掲載手数料他手数料	610	691	+81	720	+29
福利厚生その他共売上高Ⅰ		12,362	13,337	+975	14,630	+1,293
	ベネフィット・ステーション物販	536	663	+127	651	△12
	インセンティブ物販	369	384	+15	521	+137
	会員制ショッピング	467	340	△127	197	△143
物販売上高合計Ⅱ		1,373	1,388	+15	1,515	+127
売上合計(Ⅰ+Ⅱ)		13,735	14,726	+991	16,145	+1,419

「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 ～

■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、2008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、2009年3月末時点のデータに基づいて作成されています。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。