

2011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)

2011年5月10日

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

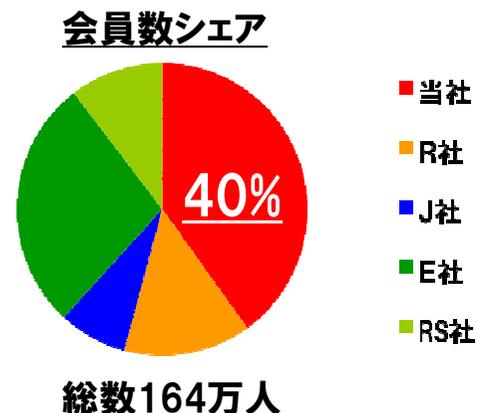
I 業界動向

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(2011年4月時点)

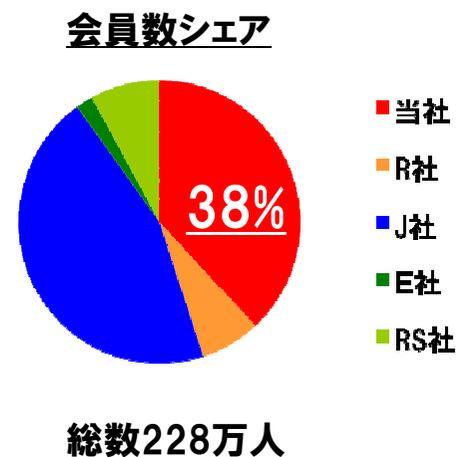
- ・東証一部上場企業のみを対象に調査
- ・1,686社のうち458社がOS
- ・会員数は **40%**のシェア！

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



■ 公務団体における当社シェア状況(2011年4月時点)

- ・会員数は **38%**のシェア！



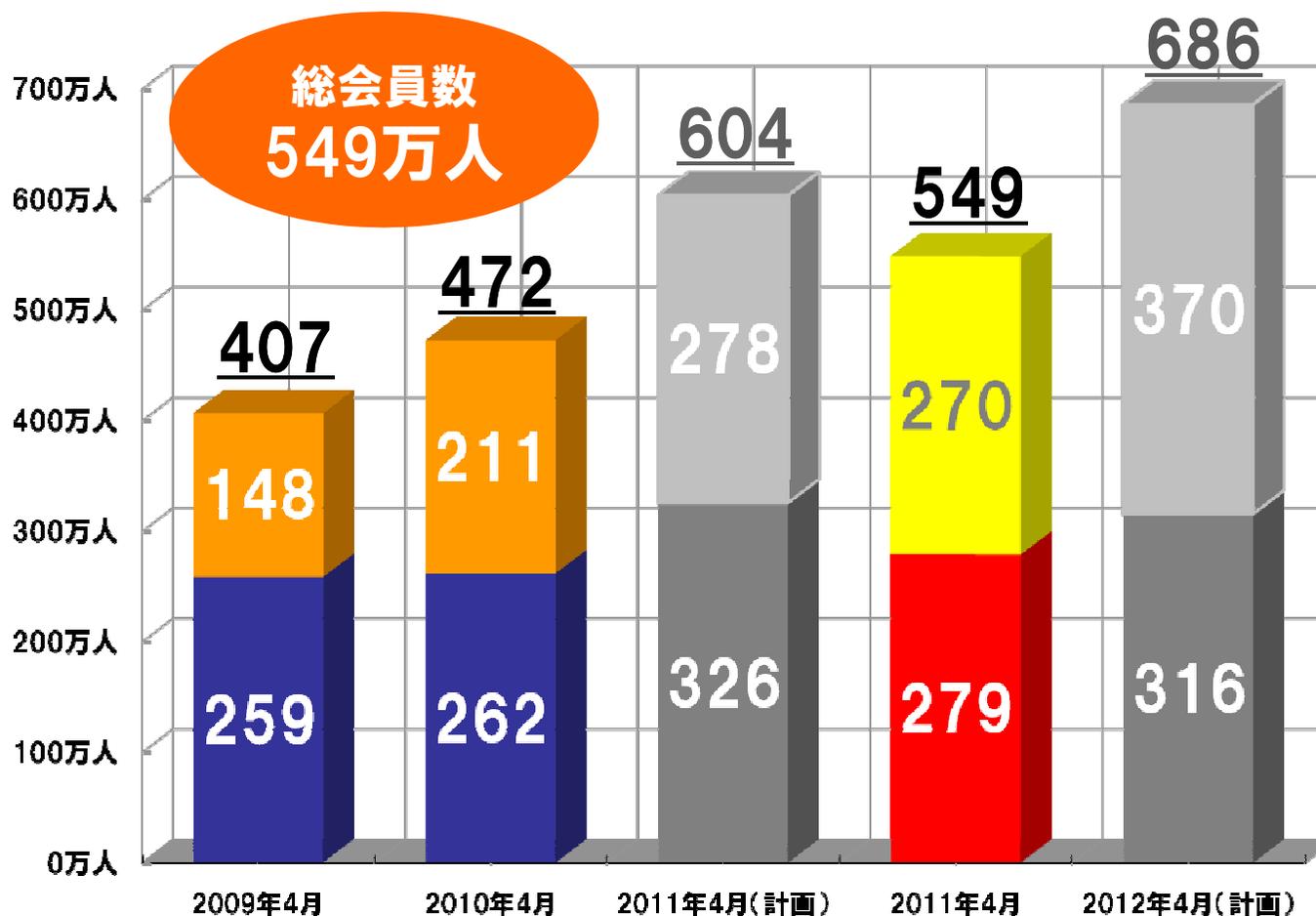
出所)当社営業部調べ

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

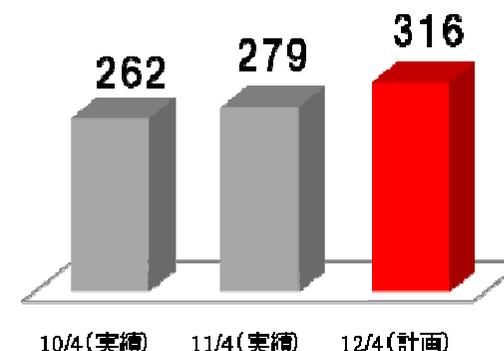
● **総会員数(2011年4月) 549万人** (2010年4月比 **77万人増**)



福利厚生事業

前期総括

福利厚生会員数279万人(10/4比17万人純増)



10年度売上実績・・・98.7億円(前期比+9.3億円、計画比▲0.9億円)

●民間マーケット会員獲得状況

- ・通期新規獲得24.9万人、退会数10.1万人(10/4比14.4万人純増)
- ・景気の低迷が一段落し、入退会の状況は回復基調にあり、大手を中心とした今後のもう一段の伸びに期待

●公務マーケット会員獲得状況

- ・通期新規獲得7.2万人、退会数4.8万人(10/4比2.8万人純増)
- ・入札等による他社への切替に伴い会員数微増
- ・高単価会員数増に伴い増収に寄与

注)通期新規獲得とは、10年5月～11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 12/4目標316万人(11/4比37万人純増)

●民間および公務マーケットへの深堀営業

- ・経団連、官公庁への提言による福利厚生アウトソーシング・カフェテリアプランの機運作りを推進
- ・200名超の大規模セミナーや業界上部団体への講演会等実施による啓蒙活動の実施
- ・パソナグループや有力代理店等との既存ネットワークを有効活用し、定例会議での情報交換を密に図ることで案件を発掘
- ・公務団体に対し、大手保険会社との共同提案による公益法人改革に関するコンサルティング営業を推進

●既存顧客満足度向上のための施策

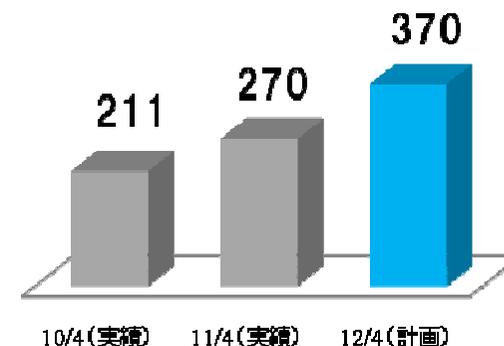
- ・受託企業社員向け説明会や社内報での利用促進等、当社サービスPRを積極的に行うことで利用率向上に寄与
- ・東京・大阪・名古屋を中心に、受託企業の本社のみならず、支店網へのフォロー体制を充実化
- ・出張精算代行やインセンティブ・カフェ、特定健診等のクロスセル実施による既存顧客との重層的な取引関係構築

11年度売上計画・・・94.5億円(前期比▲4.2億円)

CRM事業

前期総括

CRM会員数270万人(10/4比59万人増)



10年度売上実績・・・10.2億円(前期比▲0.4億円、計画比▲4.1億円)

うちCRM事業・・・7.7億円(前期比▲2.8億円、計画比▲2.9億円)

● CRM事業の停滞

- ・既存顧客の売上減少により減収に
- ・今後の受注に繋がる顧客予備群の創出に注力

うちパーソナル事業・・・2.5億円(計画比▲1.3億円)

● 「B to C」マーケットの拡大状況

- ・ソフトバンクグループとの取引拡大(ソフトバンクBB、ソフトバンクモバイル)
- ・通信会社以外にフィットネスクラブや不動産等、新たな業種の開拓推進

今年度施策

CRM会員数 12/4目標370万人(11/4比100万人純増)

11年度売上計画・・・20.4億円(前期比+10.2億円)

うちCRM事業・・・10.2億円(前期比+2.5億円)

● CRM事業拡大に向けて

- ・メガバンク、カード会社等の特定業種、大型案件への集中営業
- ・パーソナル事業との合同セミナーを毎月開催することで顧客開拓推進
- ・レベニューシェアモデルの積極的提案

うちパーソナル事業・・・10.2億円(前期比+7.7億円)

● 12/4目標会員数123万人達成に向けて

- ・ソフトバンクグループとの取引拡大による提供サービスの増大
- ・通信会社やフィットネスクラブ等の有望市場への横展開を推進し、更なる取引拡大へ

インセンティブ事業

10年度売上実績・・・**5.6億円**(前期比+3.5億円、計画比▲1.1億円)

● ポイント付与額:9.3億円(前期比+3.8億円、計画比+0.6億円)

- ・既存顧客中心にポイント付与が順調に拡大
- ・顧客企業の売上増に直結する販促ポイントの付与は顕著に成長

● ポイント交換額:4.9億円(前期比+3億円、計画比▲1億円)

- ・ポイント残高の積み上がりに伴い、順調に交換に転じる
- ・震災の影響もあり、年度後半の交換が停滞したことで計画未達となったものの、
大幅な増収増益を達成

11年度売上計画…10.1億円(前期比+4.5億円)

● ポイント付与計画:13.7億円(前期比+4.4億円)

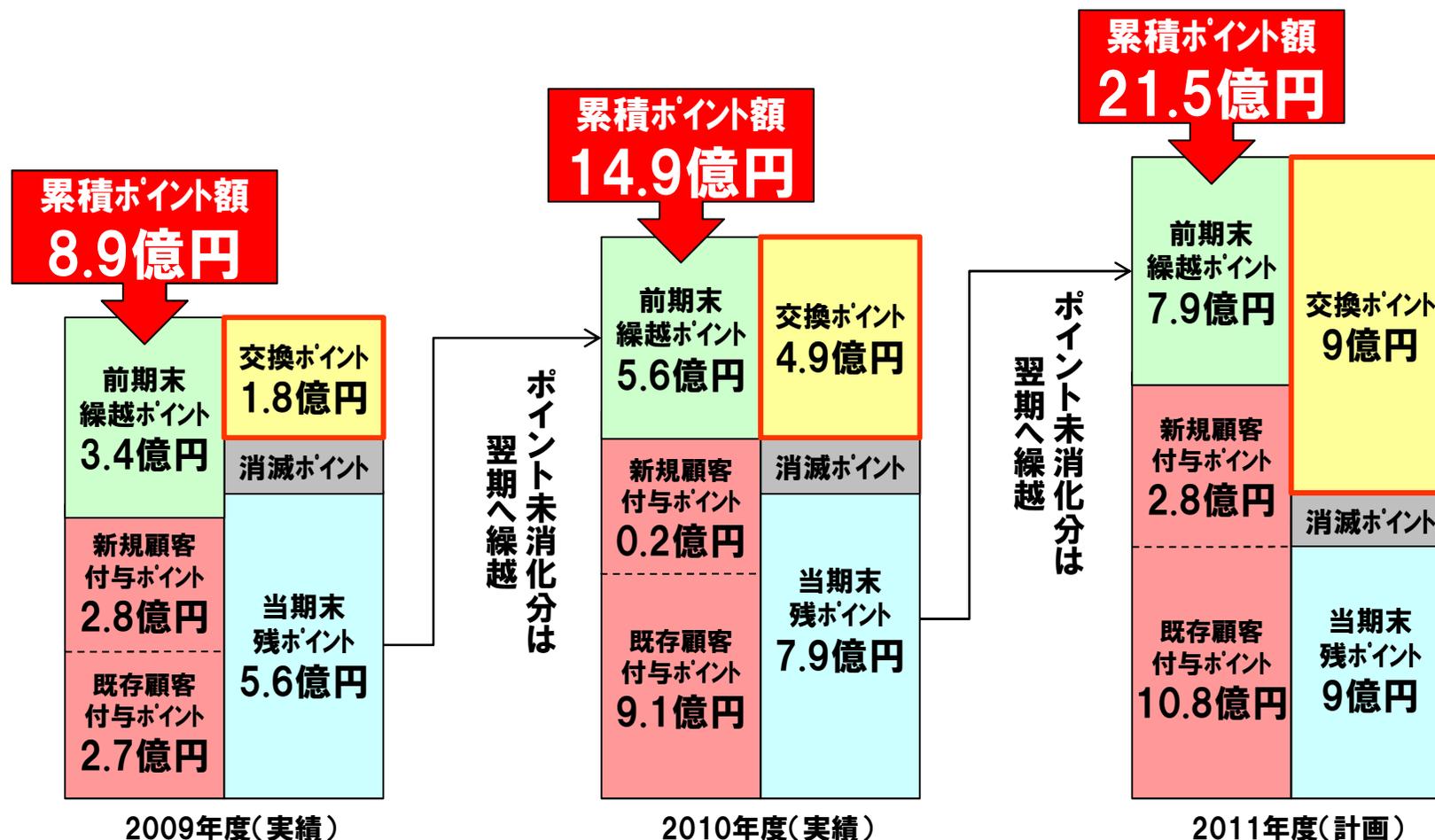
- ・4月以降、通信会社等の大型新規取引の開始に伴う大幅なポイント付与増見込
- ・通信会社、製薬会社等、業種を絞った集中営業およびクロスセルを推進

● ポイント交換計画:9億円(前期比+4.1億円)

- ・大口既存顧客や新規顧客の保有ポイント交換を想定
- ・魅力ある交換商材ラインナップの強化や、Webサイト改修に伴う利便性向上により、商品交換率アップを図る

● ポイントの付与・交換状況

既存顧客の付与ポイントの順調な増加に伴い、ポイント交換も進み大幅増収増益を達成。今期の更なる付与ポイント累積や交換促進に期待。



インセンティブツアー事業

● インバウンドからインセンティブへ

- ・10年7月に専任部署を新設、インバウンド事業への参入を図るも、その後の環境変化に鑑み、ターゲットを国内企業にも拡大
- ・インセンティブ事業との共同営業を推進し、国内企業のインセンティブツアーや研修旅行、企業内イベント等の取込を図る

● インバウンド事業再開の準備

- ・中国旅行会社との業務提携やミールクーポンの販売ルート構築、多言語Webサイト対応の飲食店提携先開拓等、インバウンド事業再開に向け準備を進める

11年度売上計画…1億円(前期比+1億円)

ヘルスケア事業

10年度売上実績・・・**5.4億円**(前期比▲2.1億円、計画比+0.2億円)

● 前期の営業状況

- ・大口顧客の失注に伴う減収を新規顧客で補完、売上高計画達成
- ・市場全体は、2012年度を前に足踏み状態
- ・同業他社から複数案件の引き継ぎを受ける等、業界淘汰が進展

● 収益改善に向けて

- ・過当な価格競争は行わない方針のもと、適正価格による受注推進、
既受注価格見直し、業務効率(BPR)改善による収支改善に取り組む
- ・発送やパンチ入力等の原価低減を図る

11年度売上計画…5.2億円(前期比▲0.2億円)

● 2012年4月導入に向けて

- ・公務/民間マーケットともに、大規模案件に特化した効率的な営業に集中
- ・引き続き、採算性を重視した受注・価格見直しを行う

● ドック割引事業

- ・福利厚生会員に加え、CRM会員向けの提供を拡大

● 規模縮小・業務効率化によるローコストオペレーションを実施

- ・一層の人員削減により、オペレーションコストを削減
- ・保健指導、健診機関開拓等に係る業務の簡略化・標準化による原価低減
- ・医療機関開拓や保健指導員管理業務等の松山移管を推進

BTM(ビジネス・トラベル・マネジメント)事業

10年度取扱高実績・・・2.7億円／売上実績・・・6百万円

● 前期の営業概況

- ・2010年4月に専任部署を新設し、BTM事業への新規参入を図る
- ・商品セットアップや営業開始の遅延から売上高計画未達
- ・BTM業務に関わる受発注システムの高度化等、インフラ整備は概ね完了

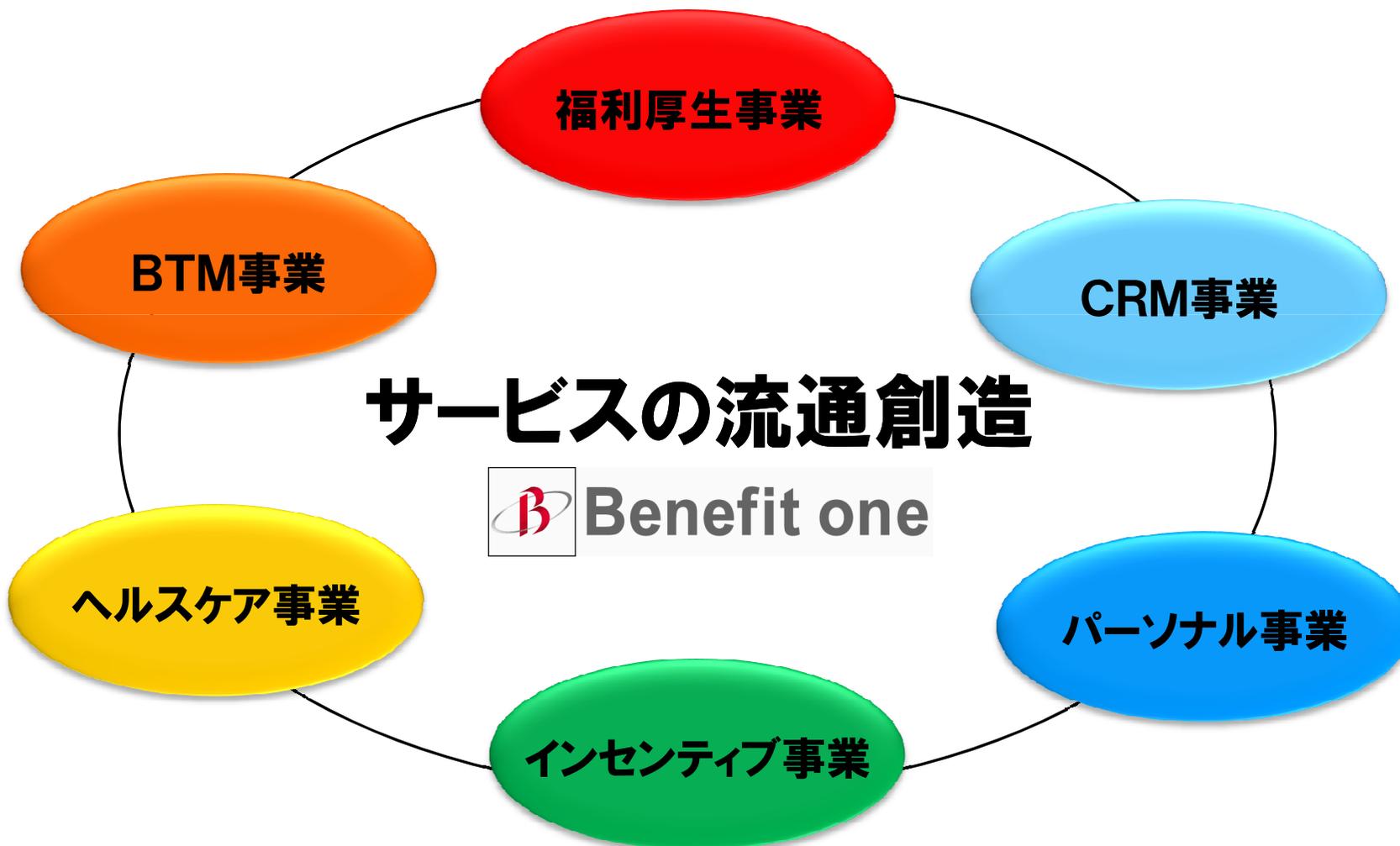
11年度取扱高計画・・・45億円／売上計画・・・0.8億円

● BTM事業の本格稼働

- ・上期より年間取扱高20億円規模の2案件開始に伴い売上増見込み
- ・大型案件への集中営業やクロスセルの推進によって新規獲得に注力し、
年間での黒字転換を目指す

ユーザー課金型の有料マッチングサイト

～広告収入型の無料マッチングサイトよりも高付加価値なサービスを～



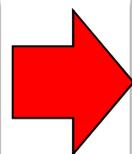
サービスコンテンツの差別化・拡充

ユニークユーザー比率向上による顧客囲い込み

注)ユニークユーザー比率とは、ベネフィット・ステーションを利用したユニーク会員数を、全体会員数で除したもの

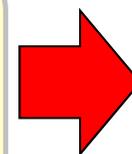
<2009年度実績>

福利厚生会員
20%



<2010年度実績>

福利厚生会員
23%



<目指すべき指標>

個人会員
100%

旅行(非日常)からサービス(日常)へ開発傾注

⇒ユニークユーザー数 対前年比約124%

ユニークユーザー比率100%に向けた利用率向上策

● ユーザビリティ改善による利用機会の創出

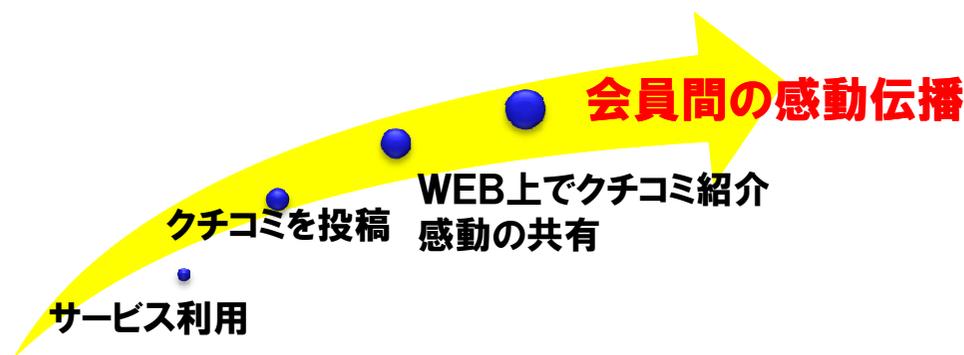
- ・「食ベタイム」や「ベネ！PON」等の事前登録手続きを廃止し、使い易さを追求
- ・当社指定15桁の会員IDから、メールアドレスでの簡単ログインが可能に
- ・スマートフォンにも対応することで、アクセス媒体を拡充

● プレミア会員企画スタート

- ・「ベネポ(利用に応じて付与されるポイント)」累積が2000ポイント以上の方を対象にイベント優先枠確保やオリジナル福袋等のプレミアム特典を付与
- ・コアユーザーのCS向上を図ることで、効果的なクチコミ投稿を期待

● 外部SNSの最大活用

- ・ソーシャルメディアの速報性・伝播性の特長を活用しクチコミ効果を強化
- ・会員間での情報交換を促進することで、利用率向上やサービス格付けへ繋げる



● カレンダーアプリ「マイステーション」～PULL型からPUSH型へ～

- ・カレンダー機能やマイページ機能を充実化
 - ・マイステーションに登録された情報をもとに、アニバーサリー需要の取り込みを目的としたデータベースマーケティングの本格稼働
- ⇒「単なるサービス紹介」から「消費タイミングでの効果的な紹介」へ

● ベネ・ステ復興支援企画

- 会員プラットフォームを活用し、ベネ・ステコンテンツと連動させた商品・サービス・募金等を通じて、被災地への支援活動を実施
- サービス申込と募金が同時に可能なワンストップオペレーションを提供

<募金・支援活動例>

被災地域の商品購入による支援

buy 東北

～東日本大震災 被災支援～

商品をご購入いただくことで、
被災地域の支援をいたします。

アウトレットチャリティープランで募金

今、わたしたちにできること
アウトレットチャリティー特集

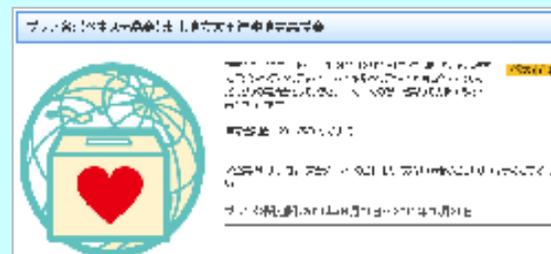
「被災地の一日も早い回復に貢献したい」
会員の皆様の想いをカタチにして届けます。

facebookで募金

あなたの  いいね! で
10円震災募金いたします

期間延長いたしました!
2011年5月31日(火) 18:00まで

ベネ・ステ緊急災害募金



オペレーション運営状況

● Webへの転換によるオペレーション処理効率化

- ・宿泊予約手配業務の効率化～在庫共有システム導入、在庫手配率の向上
- ・チケットの即時発券化～ファミリーマート「Famiポート」、ローソン「Loppi」との提携
- ・Webへの誘導強化～「ベネワンの日」、「福袋」、ログイン推奨ベネポ付与等実施～



Web利用比率61%、前年比17%up(10～3月平均)
⇒Web誘導と利用促進を組成したプロモーション

● 松山オペレーションセンターへの業務集約

- ・2010年3月末、カスタマーセンター業務・事務処理業務の移管完了
- ・東京、松山に分散していた機能を統合することで効率化を図るとともに、ノウハウの集約によってサービスレベルを標準化、生産性アップに寄与
- ・マルチスキル人材の育成やホスピタリティ醸成等、更なるレベル向上に努める

● カスタマーオペレーター数の推移(3月末人数比較)

2010/3末	2011/3末	前期比	
413名	339名	▲74名	▲17.9%

**Web誘導へのプロモーションを徹底することで
利用増に連動しないローコストオペレーションを可能に**

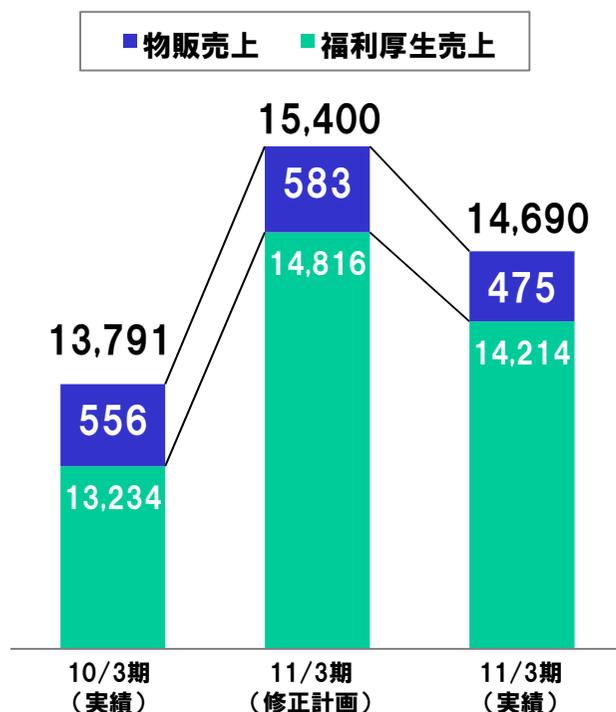
III 2011年3月期決算 概要

売上高146.9億円(前期比8.9億円増、6.5%増)

■ 会員増・ポイント付与増により主力の福利厚生事業・インセンティブ事業は好調に推移、CRM事業・ヘルスケア事業の減収を補い、前期比8.9億円の増収を達成。

売上高

注)修正計画とは、2010年10月20日に発表した数値



科目別の売上高構成

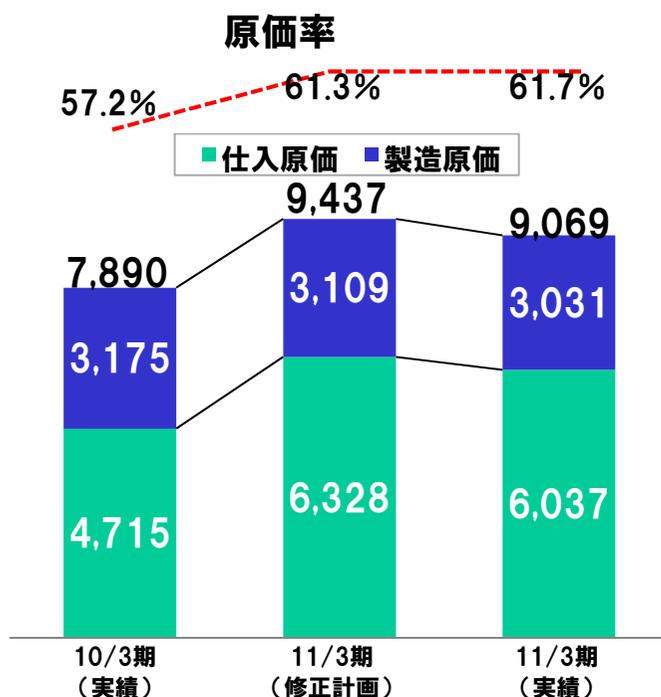
(単位:百万円)	10/3期 (実績)	11/3期 (修正計画)	11/3期 (実績)	前期比	
福利厚生会費	8,943	9,959	9,872	+928	+10.4%
CRM	1,059	1,348	990	▲68	▲6.5%
ヘルスケア	746	521	539	▲206	▲27.7%
インセンティブ	211	676	562	+351	+166.5%
送客・掲載手数料他手数料	675	717	732	+56	+8.4%
福利厚生売上	13,234	14,816	14,214	+979	+7.4%
物販売上	556	583	475	▲81	▲14.6%
合計	13,791	15,400	14,690	+898	+6.5%

売上原価率は61.7%(前期比1.1億円増、4.5ポイント上昇)

- 仕入原価⇒福利厚生事業において特定団体に多額の補助金を要し原価率上昇。
- 製造原価⇒松山CC運営の効率化の推進、諸経費の圧縮により前期比・計画比減。

売上原価

注)修正計画とは、2010年10月20日に発表した数値

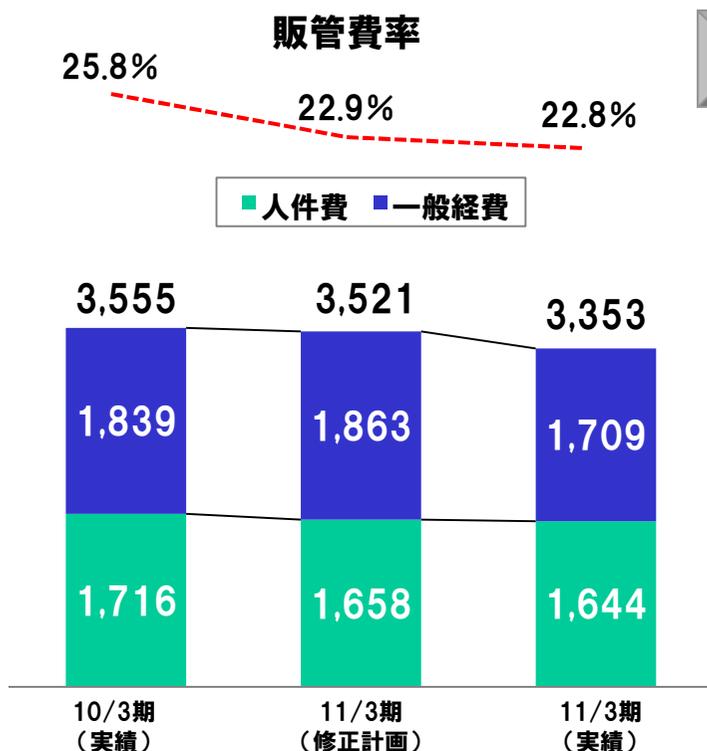


科目別の売上原価構成

(単位: 百万円)	10/3期 (実績)	11/3期 (修正計画)	11/3期 (実績)	前期比	
宿泊補助金	1,344	2,053	2,092	+747	+55.6%
ガイドブック(C&C含)	905	921	813	▲82	▲10.1%
福利厚生仕入	4,252	5,839	5,627	+1,375	+32.3%
物販仕入	463	489	410	▲52	▲11.4%
仕入原価	4,715	6,328	6,037	+1,322	+28.1%
労務費	1,693	1,695	1,648	▲44	▲2.6%
経費	1,482	1,413	1,382	▲99	▲6.7%
製造原価	3,175	3,109	3,031	▲143	▲4.5%
合計	7,890	9,437	9,069	+1,178	+14.9%

販管費率22.8%(前期比2億円減、3.0ポイント減)

■ 人件費の圧縮や減収に伴う荷造運賃減により、総額2億円削減。



販管費

科目別の販管費構成

(単位:百万円)	10/3期 (実績)	11/3期 (修正計画)	11/3期 (実績)	前期比	
人件費	1,716	1,658	1,644	▲72	▲4.2%
一般経費	1,839	1,863	1,709	▲130	▲7.1%
合計	3,555	3,521	3,353	▲202	▲5.7%

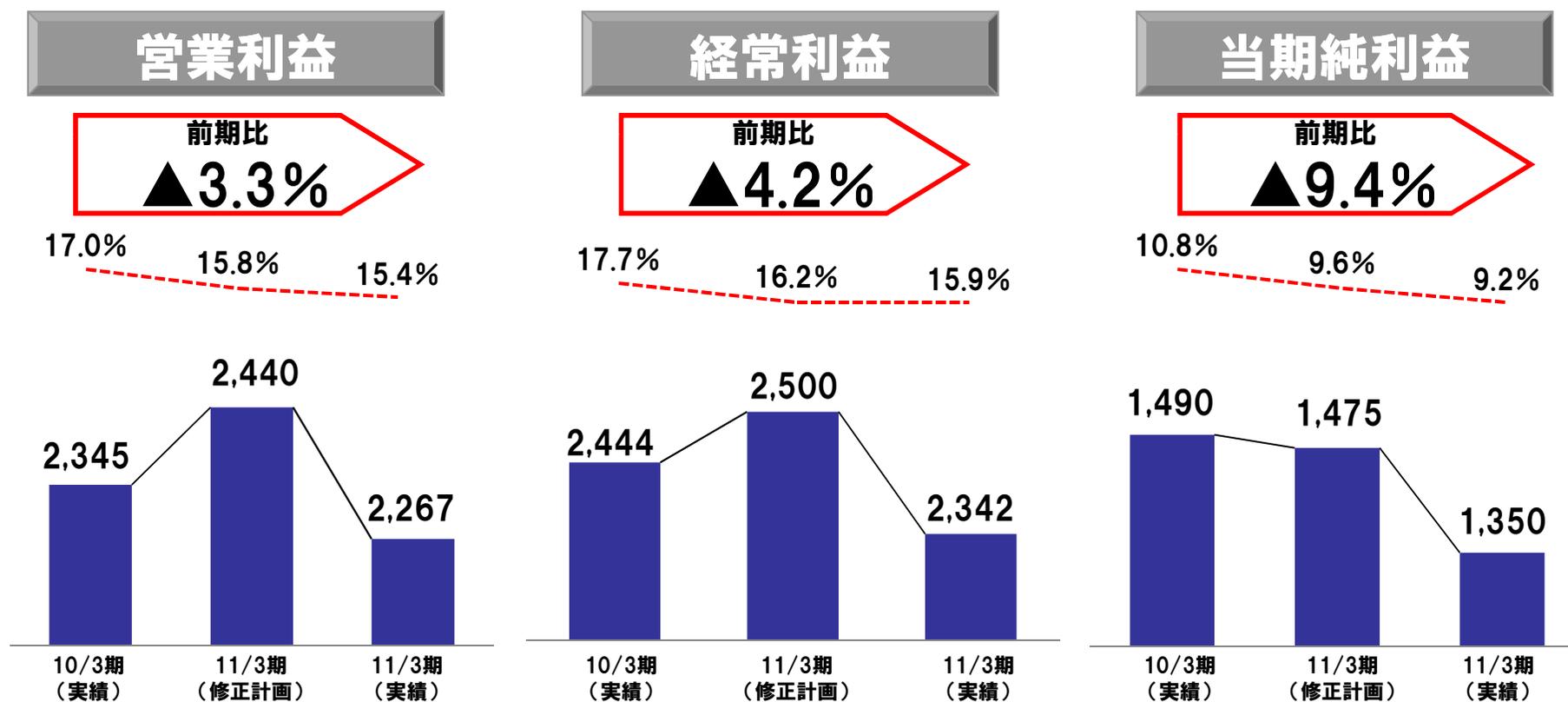
注)修正計画とは、2010年10月20日に発表した数値

2011年3月期決算 概要(営業・経常・純利益)

営業・経常・純利益ともに減益

■ 営業利益22.6億円(前期比3.3%減)、経常利益23.4億円(同4.2%減)、純利益13.5億円(同9.4%減)で、前期比減益となる。

注)修正計画とは、2010年10月20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	10年度実績	11年度計画
情報システム投資	266	456
福利厚生施設・事務所投資	11	38
合計	277	494

2011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)

	10/3	11/3	増減
総資産	11,304	12,409	+1,105
流動資産	7,536	8,971	+1,434
固定資産	3,767	3,438	▲329
純資産	7,912	8,711	+799
自己資本比率	70.0%	70.2%	+0.2%

□現預金 :+1,389
□売掛金 :+147
□前払費用 :▲99

□有形固定資産 :▲69
□無形固定資産 :▲253

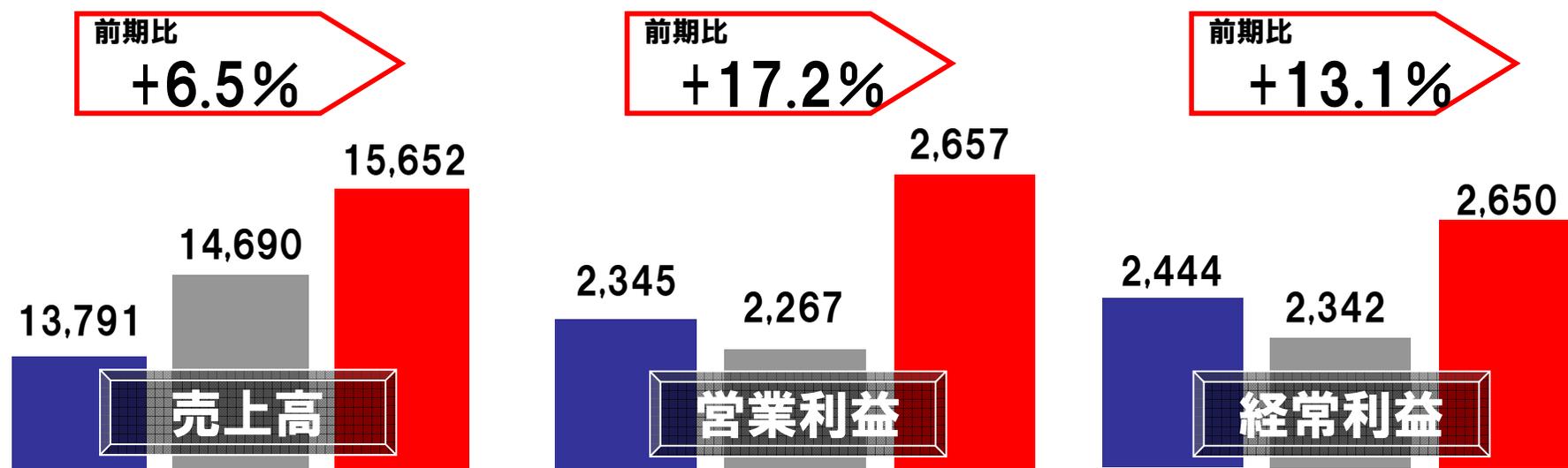
財務指標

		10/3(連結)	11/3(単体)	増減
売上総利益率	%	42.8	38.3	▲4.5
営業利益率	%	17.0	15.4	▲1.6
総資産経常利益率	%	21.5	19.8	▲1.7
自己資本利益率(ROE)	%	20.2	16.2	▲4.0
一株あたり純利益	円	6,791.43	6,132.82	▲658.61
一株あたり純資産	円	35,940.78	39,546.07	+3,605.29

IV 2012年3月期業績見通し

1 業績見通し

パーソナル・インセンティブの大幅伸長により増収増益確保



(単位:百万円)	10/3期(実績)	11/3期(実績)	12/3期(計画)	前期比
売上高	13,791	14,690	15,652	+6.5%
営業利益	2,345	2,267	2,657	+17.2%
経常利益	2,444	2,342	2,650	+13.1%
当期純利益	1,490	1,350	1,564	+15.9%

2 売上高推移

(単位:百万円)

	2010年3月期 (実績)	2011年3月期 (実績)	前期比		2012年3月期 (計画)	前期比	
	a	b	b-a	%	C	c-b	%
福利厚生会費	8,943	9,872	+928	+10.4%	9,453	▲419	▲4.2%
CRM	1,059	990	▲68	▲6.5%	1,963	+972	+98.2%
ヘルスケア	746	539	▲206	▲27.7%	518	▲21	▲3.9%
インセンティブ(物販含む)	211	562	+351	+166.5%	1,012	+449	+79.9%
送客・掲載手数料他手数料	675	732	+56	+8.4%	672	▲60	▲8.2%
福利厚生その他共売上高 I	13,234	14,214	+979	+7.4%	15,044	+829	+5.8%
ベネフィット・ステーション物販	412	446	+33	+8.2%	529	+83	+18.7%
会員制ショッピング	141	0	▲141	-	-	-	-
CRM物販	2	28	+26	+1,119.7%	77	+48	+168.7%
物販売上高合計 II	556	475	▲81	▲14.6%	607	+132	+27.8%
売上合計(I + II)	13,791	14,690	+898	+6.5%	15,652	+961	+6.5%

注)上記CRM売上は、2011年11月の組織変更を受け、これまで開示していたCRM売上からC&C売上を控除するものとして、
2010年3月期実績および2011年3月期修正計画を遡及修正(P.9,26へも適用)。なお、各年度における同事業の売上は以下の通り。
※C&C売上・・・2010年3月期実績:272百万円、2011年3月期修正計画:248百万円、2011年3月期実績:225百万円

「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:03-6892-5202 Mail:ir_inquiry@benefit-one.co.jp URL:http://www.benefit-one.co.jp/

本資料は、2010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、2011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。