

2012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)

2012年5月10日

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

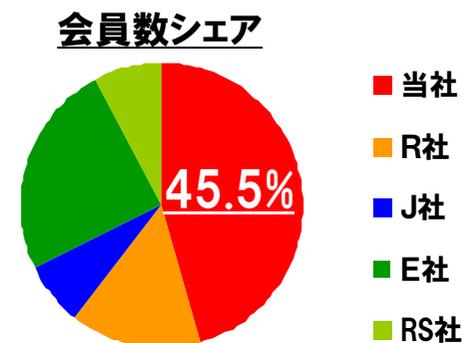
I 業界動向

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(2012年4月時点)

- ・東証一部上場企業のみを対象に調査
- ・1,667社のうち482社がアウトソーシング
- ・会員数は **45.5%** のシェア！

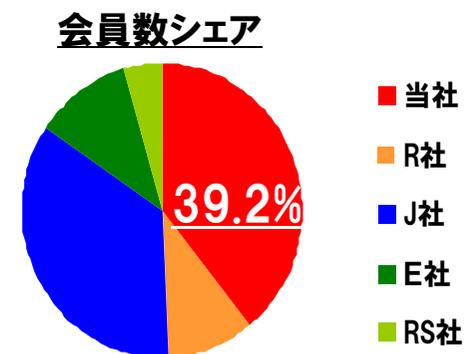
注)右記のシェア・総数は、「共同受託他」の社数・会員数を除いて集計



総数213万人

■ 公務団体における当社シェア状況(2012年4月時点)

- ・会員数は **39.2%** のシェア！



総数161万人

出所)当社営業部調べ

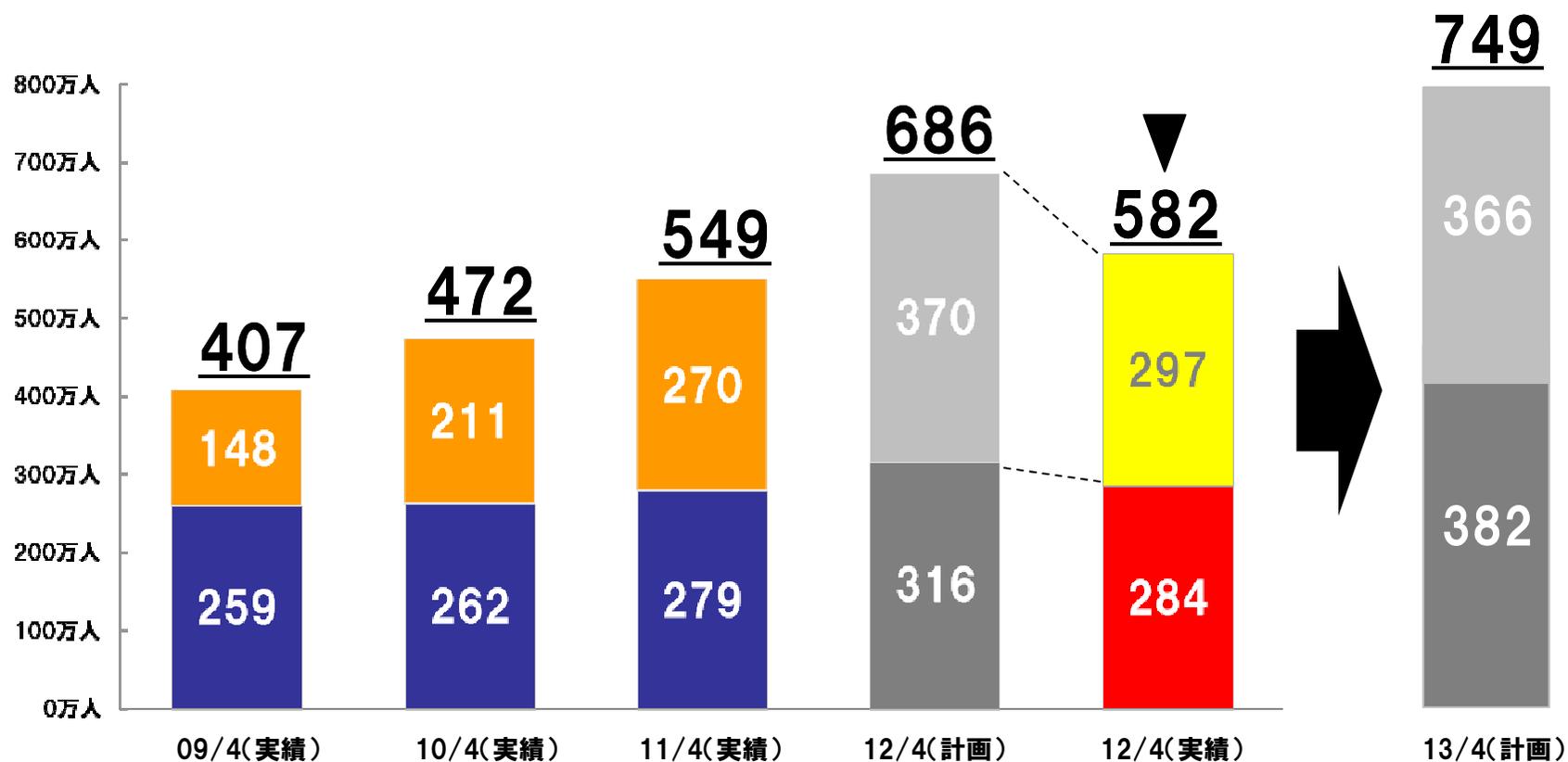
II 前期総括と今年度の重点施策

会員数の推移

■ ■ ■ 福利厚生会員
 ■ ■ ■ CRM会員

● 2012年4月実績 **582万人** (2011年4月比 **33万人増**)

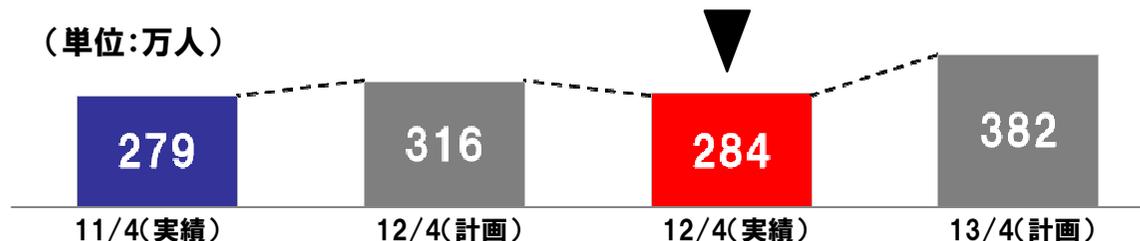
● 2013年4月計画 **749万人** (2012年4月比 **167万人増**)



福利厚生事業

前期総括

(単位:万人)



会員数 12/4実績284万人(前期比+5万人、計画比▲32万人)

11年度会費収入売上実績・・・93.7億円(前期比▲5億円、計画比▲0.8億円)

●民間マーケット会員獲得状況

- ・通期新規獲得24万人、退会数26.6万人(11/4比2.6万人純減)
※廉価プラン13万人含む
- ・高単価会員の減少により前期比減収へ

●公務マーケット会員獲得状況

- ・通期新規獲得9.3万人、退会数2.1万人(11/4比7.2万人純増)
- ・某大型共済(OB会含む)の一部受注 ⇒ 更なる会員数拡大の布石

注)通期新規獲得とは、11年5月～12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 13/4計画382万人(12/4比98万人純増)

● 民間マーケットへの深堀営業

- ・総額報酬管理制度(トータルコンペンセーション)に基づく新提案を強化し、
新たなトレンド作りに傾注
- ・新コース(商品詳細はP.8参照)の拡販
- ・既存顧客のグループ会社を重要ターゲットとした取引の拡大
- ・中小企業専門攻略担当を設け、高収益商品の販売を強化

● 公務マーケットへの深堀営業

- ・某大型共済専属チームを設置 ⇒ 取引拡大へ

● 製販共同企画による新コースの提供開始

A⁺ スタンダード プラス

スタンダードコースをベースとして、
「5,000円分のベネポ」を追加付与



+



付与されたポイントを様々なサービスに利用可能

B⁺ ゴールド プラス

ゴールドコースより、
大幅にお得な宿泊料金を提供

例

ホテルグリーンプラザ強羅

(1泊2食/2名1室ひとりあたり)

B(通常) 10,400円 ▶

Bプラス
5,000円



利用率の向上と受注単価引き上げを目指す

● 既存顧客満足度向上のための施策

- ・12年4月「営業総本部」新設、営業各部の統合的な営業力向上を図ることでインセンティブ、BTM、旅行等のクロスセルを強力に推進
- ・利用促進施策の一層の推進
 - ⇒利用低迷団体へは、新コース(P.8参照)を積極的に提案
 - ⇒従業員向けに、制度説明会・ノベルティ配布等の周知を継続実施
 - ⇒受託企業の本社のみならず、支店網へのフォロー体制も強化

12年度会費収入売上計画・・・94.9億円(前期比+1.2億円)

CRM事業(①狭義CRM+②パーソナル)



会員数 12/4実績297万人(前期比+27万人、計画比▲73万人)

11年度売上実績・・・13.5億円(前期比+3.3億円、計画比▲6.9億円)

CRM全体会員数 13/4計画366万人(12/4比69万人純増)

12年度売上計画・・・19.9億円(前期比+6.4億円)

①狭義CRM事業

会員数 12/4実績239万人(前期比+7万人、計画比▲8万人)

11年度売上実績・・・7.6億円(前期比▲5百万円、計画比▲2.6億円)

- ・証券会社、銀行、カード会社など大型案件に営業特化するも受注に至らず

狭義CRM会員数 13/4計画252万人(12/4比12万人純増)

12年度売上計画・・・8.2億円(前期比+0.5億円)

- ・ゆうちょ銀行や朝日生命など、既存顧客の掘り起こしを主体に増収計画
- ・顧客満足度向上のため、利用率向上施策やCRMセミナー開催にも継続注力

② パーソナル事業

会員数 12/4実績58万人(前期比+20万人、計画比▲65万人)

11年度売上実績・・・5.9億円(前期比+3.3億円、計画比▲4.4億円)

- ・ソフトバンクグループに加え、スポーツクラブ・不動産会社・携帯販社等との取引開始
- ・但し、新規案件セットアップが第4Q以降にずれ込み、計画未達

パーソナル会員数 13/4計画115万人(12/4比56万人純増)

12年度売上計画・・・11.7億円(前期比+5.9億円)

- ・着実な会員の積み上げにより増収計画、成長事業として期待
- ・入会施策のみならずサービス利用率向上に努め、歩留まり率の向上が課題
- ・スマホ利用者向けアプリケーションの拡販(BSプライベート販売店網の拡大)

インセンティブ事業

前期総括

11年度売上実績・・・**9.9億円**(前期比+4.3億円、計画比▲0.2億円)

● ポイント付与実績: 18.9億円(前期比+9.7億円、計画比+5.3億円)

- ・大口既存顧客を中心にポイント付与が順調に拡大、計画を上回る
- ・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

● ポイント交換実績: 9.2億円(前期比+4.3億円、計画比0.1億円)

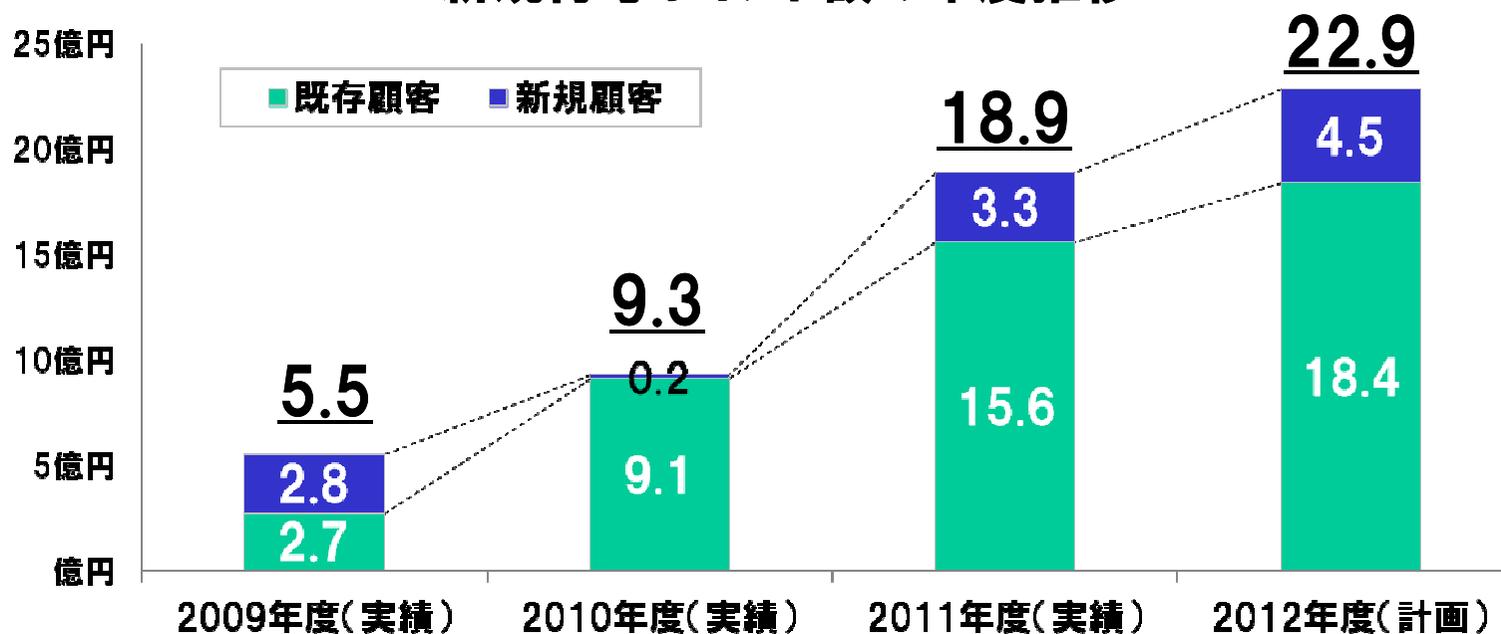
- ・ポイント残高の積み上がりに伴い、順調に交換に転じ、計画達成

今年度施策

● 新規ポイント付与計画:22.9億円(前期比+4億円)

- ・更なる人員投入によって、一層の事業拡大を企図
- ・パナソニックグループや有力代理店、全部署を巻き込んだクロスセル拡販の継続実施

＜新規付与ポイント額の年度推移＞



● ポイント交換計画: 14.4億円(前期比+5.2億円)

■ システム投資による利便性向上

- ・スマートフォンサイトの開設により、アクセス媒体の充実
- ・商品検索性、申込手続き簡便性などの観点から、利便性を追求
- ・リマインド機能やメール配信機能の新装備により、交換促進ツールの強化

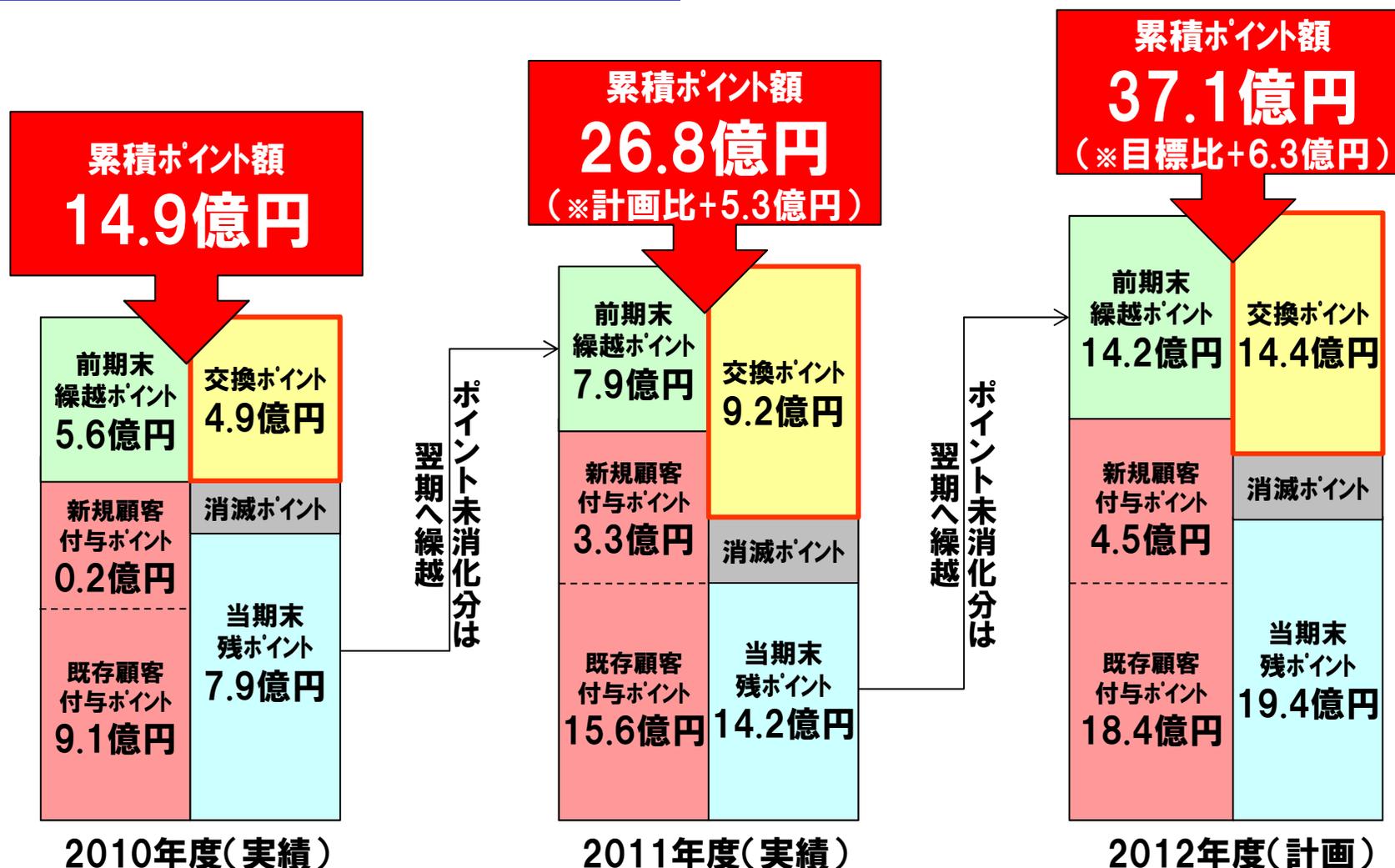
■ 交換アイテムの充実化

- ・「アウトレット・ステーション」や「ベネ・ホン」、「モラエル」向け商材との共有化を推進
- ・期間限定、高割引率の希少性の高いプレミアムアイテムの品揃え強化

 **顧客満足度向上により、ポイント交換促進を図る**

12年度売上計画・・・15.1億円(前期比+5.1億円)

● ポイントの付与・交換状況



※ 2012年3月期第2四半期決算説明会資料記載の計画・目標値との比較を指す

海外展開(上海)

● 現地法人ベネフィット・ワン上海の設立(H24.5)

<中国の福利厚生マーケット>

現物給付の福利厚生
制度が一般的に普及

優秀な社員の困り込み
施策の必要性



日系企業の中国人従業員を対象に
「インセンティブ・カフェ」・「インバウンドサービス」を提供

徐々に、ターゲットを現地の中国資本企業や外資系企業にも拡大

海外拠点の第一号、3年以内の黒字化を目指す



旅行事業

11年度売上実績・・・13百万円（前期売上無、計画比▲88百万円）

- ・震災影響によるインバウンド需要減少に伴い停滞
- ・国内インセンティブ事業、福利厚生・CRM等、当社会員企業に旅行事業推進

12年度売上計画・・・2億円（前期比+1.9億円）

- ・更なるクロスセル強化で、インセンティブ旅行、イベント手配などの獲得に傾注
- ・上海拠点を基点とした営業展開で富裕層インバウンドツアー招致を推進

ヘルスケア事業

前期総括

11年度売上実績・・・6.6億円(前期比+1.2億円、計画比+1.4億円)

● 営業状況

- ・新規受注や受診促進効果で増収達成

● ローコストオペレーションによる収益改善

- ・業務効率向上や、保健指導員管理業務などの東京⇒松山移管推進により、オペレーションコストを抑制
- ・最終利益で黒字化達成、大きく収益改善を果たす

今年度施策

● (株)保健教育センターの完全子会社化(H24.5.31予定)

- ・特定健康指導の業界第二位企業として、黒字定着
- ・規模の利益、業務の効率化を図り、一気に黒字転換の達成を企図
- ・官公庁を中心とした、福利厚生アウトソーシングと特定保健診断・指導の一括発注を取り込むことで、福利厚生事業への寄与も期待

● B to C事業への新規参入

- ・検診予約、健康管理、メンタルヘルスなど健康マッチングサイトのオープン化
- ・健康増進、健康維持に役立つスマホ向けアプリケーションビジネスの開始

12年度売上計画…16.1億円(前期比+9.5億円)

※ 12年度計画には、子会社保健教育センター売上10.2億円(7月～3月の9ヵ月間)を含む

BTM(ビジネス・トラベル・マネジメント)事業

11年度取扱高: **12億円**(計画比▲33億円) / 売上: **19百万円**(同▲58百万円)

- ・出張取扱高の大きい上場企業TOP800社に集中して営業
- ・大型案件のスタート時期遅延を主因に計画未達成

12年度取扱高: **35億円**(前期比+23億円) / 売上: **64百万円**(同+45百万円)

- ・前期の大型受注案件が、今年度の取扱高・売上に本格的に寄与
- ・パソナグループや有力代理店、全部署を巻き込んだクロスセル拡販の継続実施
- ・年内の単月黒字転換を目指す

コストダウンサービス事業



● (株)ユニマツソリューションズの完全子会社化(H24.3.30)

- ・同日付で(株)ベネフィットワンソリューションズに商号変更
- ・BTM事業に並ぶ、コストダウンサービスのラインナップ

● 主な事業内容

- ・通信回線に関わる精算代行、請求・利用管理を通じたコストダウンコンサルティング
- ・サービス領域の拡大で、福利厚生顧客のコストダウンニーズを満たすクロスセルを強化

車両・ETC管理、精算

出張・旅費交通費管理、精算

12年度売上計画…4億円

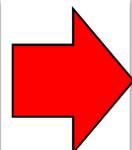
サービスコンテンツの差別化・拡充

ユニークユーザー比率向上による顧客満足度向上

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

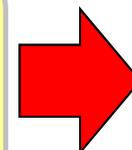
<2011年度実績>

福利厚生会員
23%



<2012年度計画>

福利厚生会員
30%



<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

● ホームページリニューアルによるユーザビリティ向上

- ・トップページ機能を各ステーションへの誘導に特化(12年4月)
 - ⇒検索性の向上により、個人の目的に沿ってメニューを簡単に探せるサイトへ
- ・第2弾として、検索画面や申込み画面もリニューアル予定(12年7月)
 - ⇒導線改善によって申込完了までの離脱を防ぎ、利用率向上へ
- ・スマホに対応したコンテンツのアプリ化等、投資を計画



●「食ベタイム」スマートフォン化の推進



⇒スマホに対応した更なる利便性向上を目指し、投資を計画

●「ベネ・チャンネル」の開始

- ・会員限定で、e-ラーニングや期間限定お得メニューなどを配信
- ①臨場感と双方向性を高めた生放送の「ライブチャンネル」
- ②いつでもどこでも閲覧可能な自由さを高めた「ビデオチャンネル」

⇒Webコンテンツ強化でサービスエリアレス化を推進



●「東北六魂祭」への継続参画



■開催日時 2012年5月26日(土) 10:00~18:00 予定
5月27日(日) 10:00~17:00 予定

■開催場所 岩手県 盛岡市内 中央大通り・盛岡城跡公園周辺

■主催 東北六魂祭実行委員会

■内容 ・東北各お祭りの通りパレード
・東北各お祭りのステージイベント
・アーティスト・ステージイベント
・体験型ブース・飲食コーナーなど予定

● 会員向け物販事業「ベネ通販」の推進



- ・福利厚生会員ならではのお得感を重視、売買差益を引下げ売上増へ
- ・メディア露出を高め効果的なプロモーションを図るとともに、目玉企画の積極的展開で新規顧客獲得を目指す



12年度売上計画…5.9億円(前期比+1.2億円)

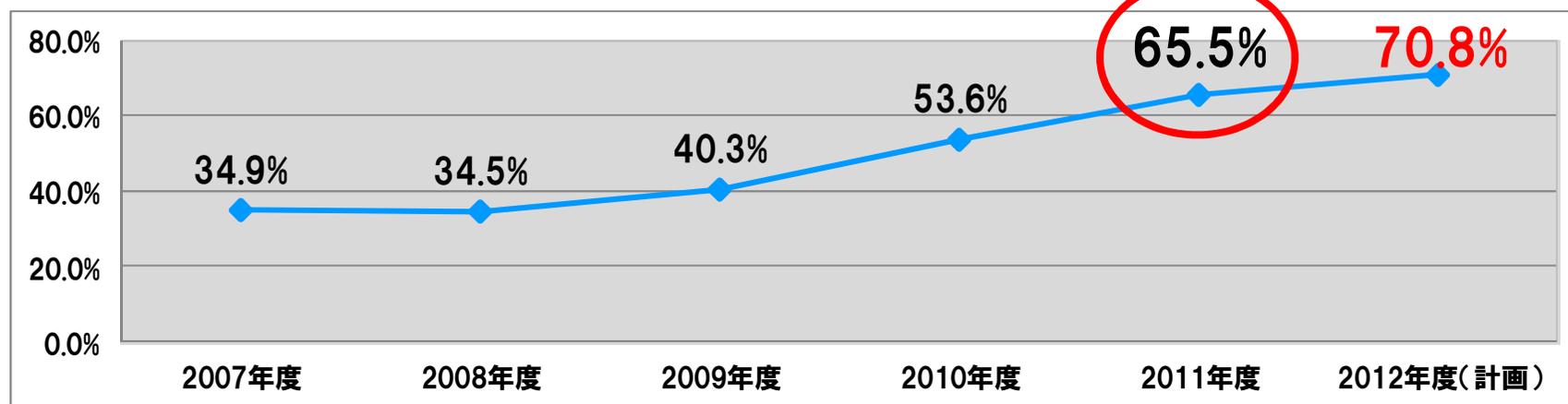
オペレーション運営状況

● Webへの転換によるオペレーション処理効率化

- ・スマートフォンを主力の情報端末と捉えたアクセス媒体の充実
- ・Web限定申込の増加も起因し、Web・携帯アクセス比率は順調に伸長

<Web・携帯アクセス比率の年度推移>

※各年とも年度平均値を使用



Web誘導と利用促進を組成したプロモーションの活性化

● ローコストオペレーション体制の構築

- Web転換や業務効率化の推進により、オペレーションコスト削減を達成

	2010年度	2011年度	前期比	
労務費 (単位:百万円)	848	800	▲48	▲5.7%
年間延べ要員数 (月平均要員数)	3,668名 (306名)	3,411名 (284名)	▲257名 (▲21名)	▲7.0%

※上記は、福利厚生事業に係るカスタマーセンターの数字を表す

● 更なる品質の向上に向けて

- マルチスキル化の推進

⇒ 人員配置のムダを解消するとともに、時間帯での繁閑差を解決

⇒ ライセンス制度の導入により、モチベーションアップとスキル向上を促す

**柔軟なオペレーション体制の構築により
よりつながりやすいカスタマーセンターへ**

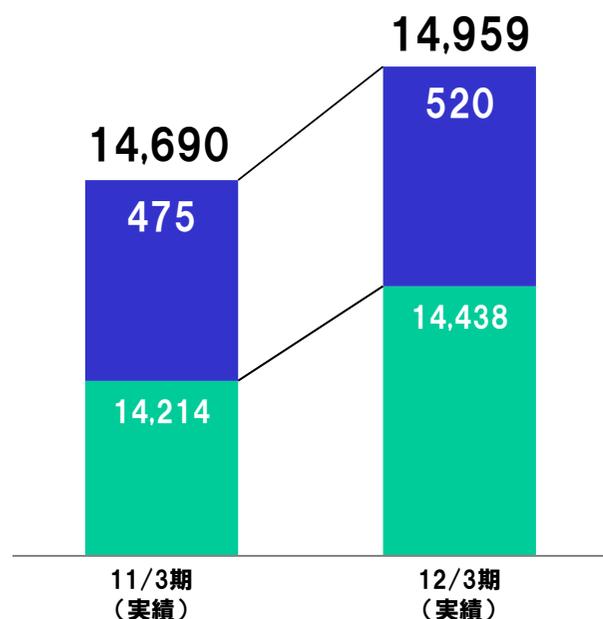
III 2012年3月期決算 概要

売上高149.6億円(前期比2.7億円増、1.8%上昇)

■ インセンティブ事業、CRM(パーソナル)事業の伸長により、福利厚生事業の減収を補い、前期比2.7億円の増収を達成

売上高

■ 物販売上 ■ 福利厚生売上



科目別の売上高構成

(単位:百万円)	11/3期 (実績)	12/3期 (計画)	12/3期 (実績)	前期比	
福利厚生会費	9,872	9,453	9,374	▲498	▲5.0%
CRM	990	1,963	1,295	+304	+30.7%
ヘルスケア	539	518	656	+117	+21.7%
インセンティブ	562	1,012	994	+431	+76.6%
送客・掲載手数料他手数料	732	672	762	+30	+4.2%
福利厚生売上	14,214	15,044	14,438	+223	+1.6%
物販売上	475	607	520	+45	+9.6%
合計	14,690	15,652	14,959	+269	+1.8%

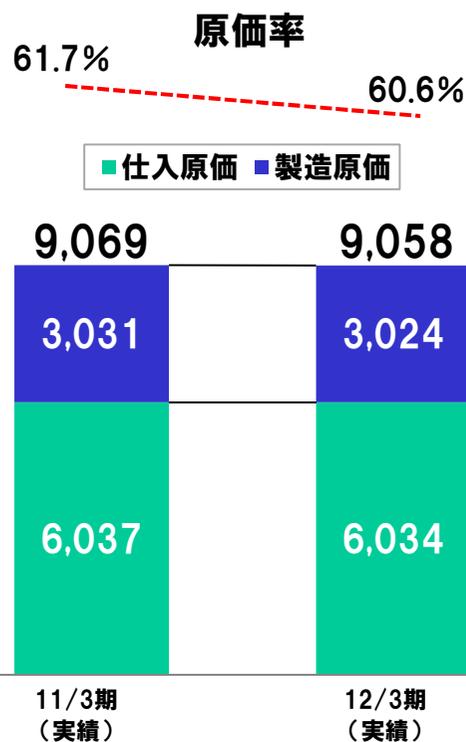
売上原価率は60.6%(前期比1千万円減、1.1ポイント低下)

■ 仕入原価⇒ガイドブック印刷費圧縮

利用率は前年を上回るも、大型案件の収益改善により、前期比減

■ 製造原価⇒松山CC運営の効率化等に伴う労務費削減を主因に前期比減

売上原価



科目別の売上原価構成

(単位:百万円)	11/3期 (実績)	12/3期 (計画)	12/3期 (実績)	前期比	
宿泊補助金	2,092	1,887	1,976	▲115	▲5.5%
ガイドブック(C&C含)	813	824	672	▲140	▲17.3%
福利厚生仕入	5,627	5,748	5,586	▲41	▲0.7%
物販仕入	410	510	448	+37	+9.2%
仕入原価	6,037	6,258	6,034	▲3	▲0.1%
労務費	1,648	1,639	1,580	▲68	▲4.1%
経費	1,382	1,489	1,443	+61	+4.4%
製造原価	3,031	3,128	3,024	▲7	▲0.2%
合計	9,069	9,386	9,058	▲10	▲0.1%

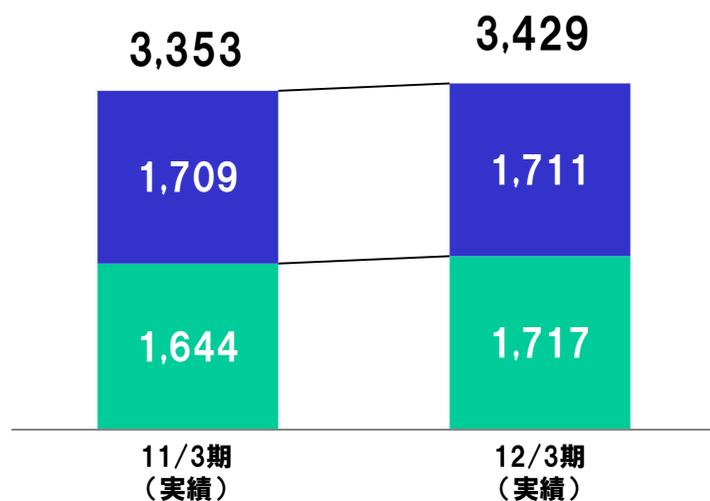
販管費率22.9%(前期比76百万円増、0.1ポイント上昇)

■ システム要員等の人件費増加を主因に、総額76百万円増



販管費

■ 人件費 ■ 一般経費



科目別の販管費構成

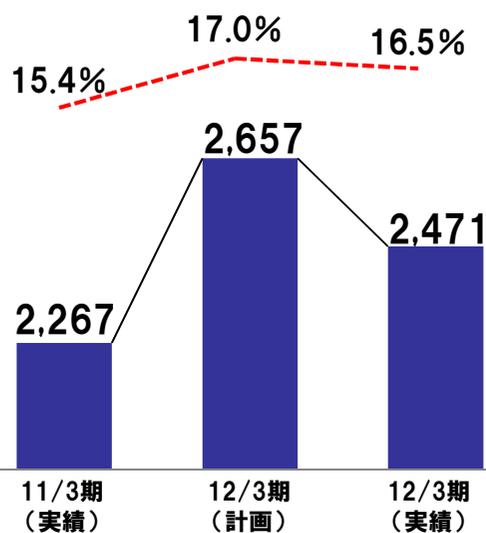
(単位:百万円)	11/3期 (実績)	12/3期 (計画)	12/3期 (実績)	前期比	
				増減	増減率
人件費	1,644	1,769	1,717	+73	+4.5%
一般経費	1,709	1,838	1,711	+2	+0.2%
合計	3,353	3,608	3,429	+76	+2.3%

2012年3月期決算 概要(営業・経常・純利益)

営業・経常・純利益ともに増益を達成

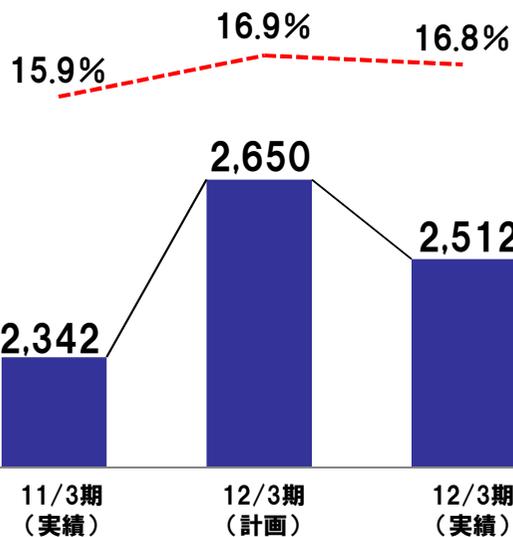
営業利益

前期比
+9.0%



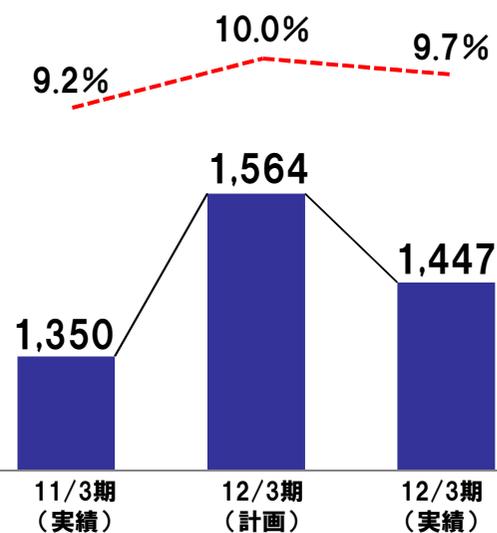
経常利益

前期比
+7.3%



当期純利益

前期比
+7.2%



■ 設備投資の前年度実績、今年度の見通し(単体)

(単位:百万円)

投資内訳	11年度実績	12年度計画
情報システム投資 ※	369	554
福利厚生施設・事務所投資	87	20
合計	456	574

※情報システム投資には、ASP改修に関する長期前払費用、リース契約の機器等を含む

2012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)

	11/3(単体)	12/3(連結)	増減
総資産	12,409	15,283	+2,873
流動資産	8,971	11,792	+2,821
固定資産	3,438	3,490	+52
純資産	8,711	9,618	+907
自己資本比率	70.2%	62.9%	▲7.3%

□現預金 :+2,126
□売掛金 :+165
□前払費用 :+62

□有形固定資産 :+33
□無形固定資産 :▲57
□投資その他資産 :+76

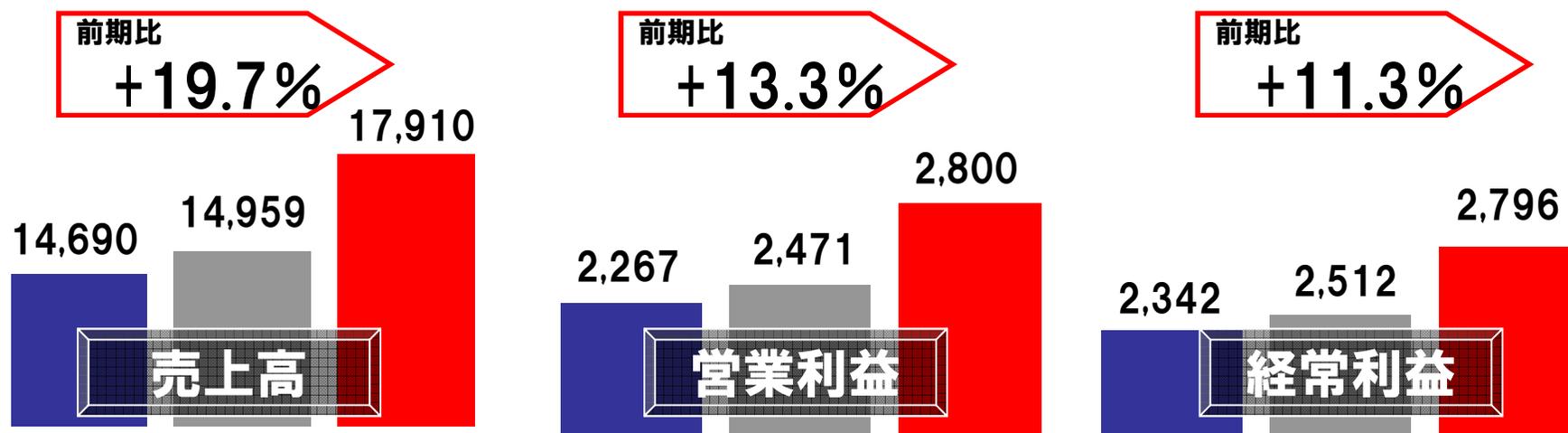
財務指標

		11/3(単体)	12/3(連結)	増減
営業利益率	%	15.4	16.5	+1.1
総資産経常利益率	%	19.8	16.4	▲3.4
自己資本利益率(ROE)	%	16.2	15.0	▲1.2
配当性向	%	40.8	45.6	+4.8
一株あたり純利益	円	6,132.82	6,569.79	+436.97
一株あたり純資産	円	39,546.07	43,664.44	+4,118.37

IV 2013年3月期業績見通し

1 業績見通し

単体での増収増益に加え、子会社2社も利益確保



(単位:百万円)	11/3期 (単体実績)	12/3期 (単体実績)	13/3期		前期比(%)
			(単体計画)	(連結計画)	
売上高	14,690	14,959	16,492	17,910	+19.7%
営業利益	2,267	2,471	2,610	2,800	+13.3%
経常利益	2,342	2,512	2,606	2,796	+11.3%
当期純利益	1,350	1,447	1,610	1,702	+17.7%

※12/3期は貸借対照表のみ連結のため、損益は単体の値

2 連結売上高推移

(単位:百万円)

	2011年3月期 (単体実績)	2012年3月期 (単体実績)	前期比		2013年3月期 (連結計画)	前期比	
	a	b	b-a	%	C	c-b	%
福利厚生会費	9,872	9,374	▲498	▲5.0%	9,492	+118	+1.3%
CRM	990	1,295	+304	+30.7%	1,916	+621	+47.9%
ヘルスケア ※	539	656	+117	+21.7%	1,608	+951	+144.9%
インセンティブ	562	994	+431	+76.6%	1,508	+514	+51.8%
送客・掲載手数料他手数料	732	762	+30	+4.2%	814	+51	+6.7%
ソリューションズ	—	—	—	—	395	+395	—
福利厚生その他共売上高 I	14,214	14,438	+223	+1.6%	17,248	+2,810	+19.5%
ベネフィット・ステーション物販	446	469	+22	+5.1%	590	+121	+25.8%
CRM物販	28	51	+22	+78.1%	71	+19	+38.5%
物販売上高合計 II	475	520	+45	+9.6%	661	+140	+27.1%
売上合計(I + II)	14,690	14,959	+269	+1.8%	17,910	+2,951	+19.7%

※ 13/3期のヘルスケア売上は、子会社売上1,023百万円(7月～3月の9ヵ月間)を含む

「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、2011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、2012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。