

# 2013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)

2013年5月9日

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

# I 業界動向

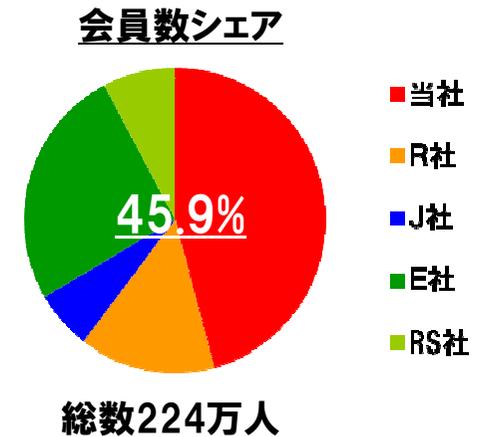
---

## 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(2013年4月時点)

- ・東証一部上場企業のみを対象に調査
- ・1,709社中497社がアウトソーシング
- ・会員数は **45.9%** のシェア！

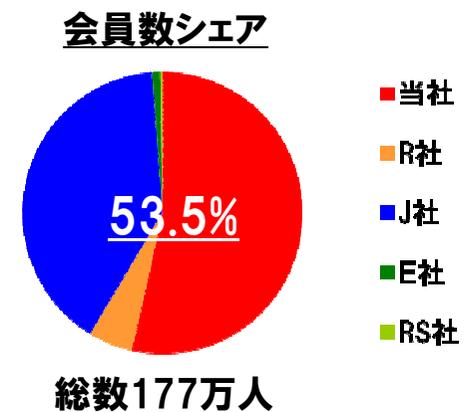
注)右記のシェア・総数は、「共同受託他」の社数・会員数を除いて集計



### ■ 公務団体における当社シェア状況(2013年4月時点)

- ・会員数は **53.5%** のシェア！

出所)当社営業総本部調べ



## II 前期総括と今年度の重点施策

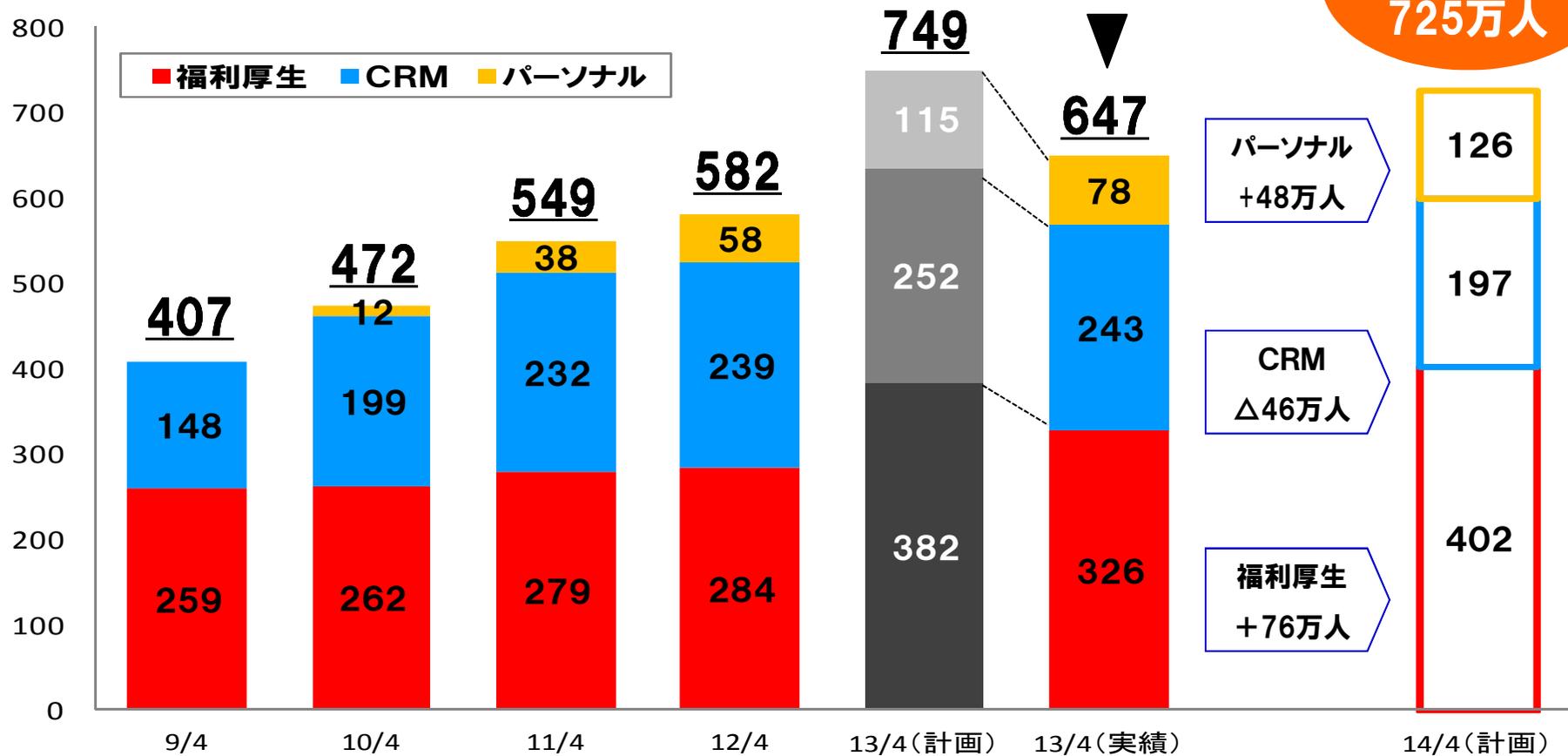
---

注)各事業の売上高は連結調整等前の数値を表示しております。また、営業利益は現行の当社配賦基準に基づき試算したものであり、今後、セグメント会計導入に伴い同基準は変更されることがあります。

# 会員数の推移

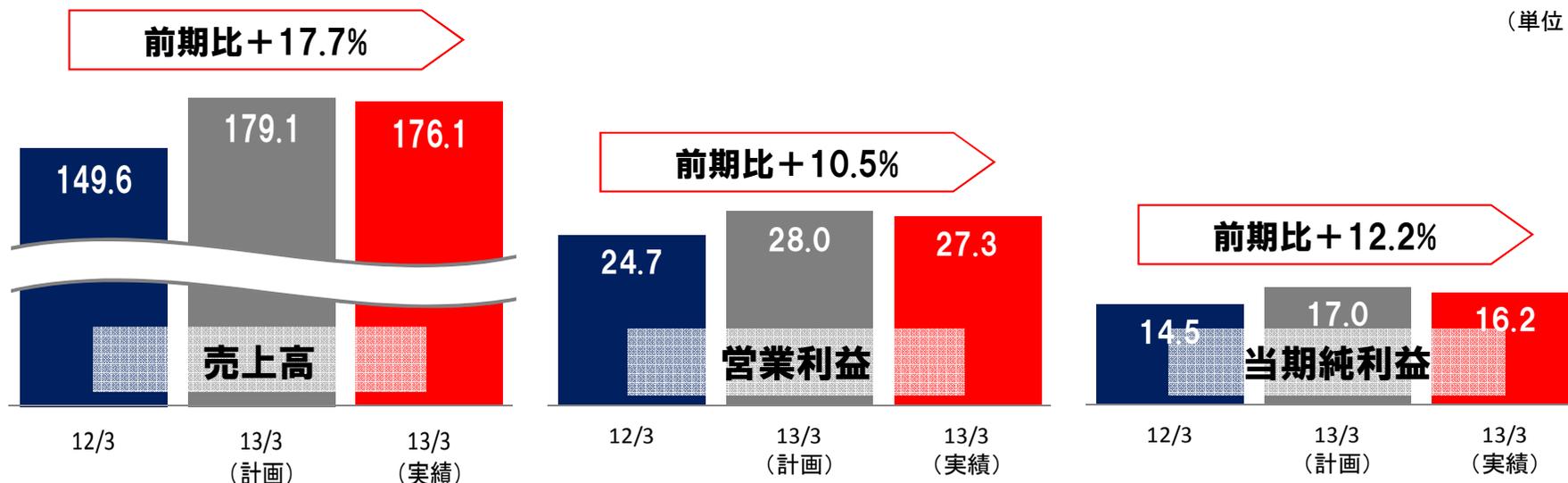
- 2013年4月実績 **647万人** (2012年4月比 **65万人増**)
- 2014年4月計画 **725万人** (2013年4月比 **78万人増**)

(単位:万人)



## M & Aや収益多角化で過去最高益を達成

(単位: 億円)

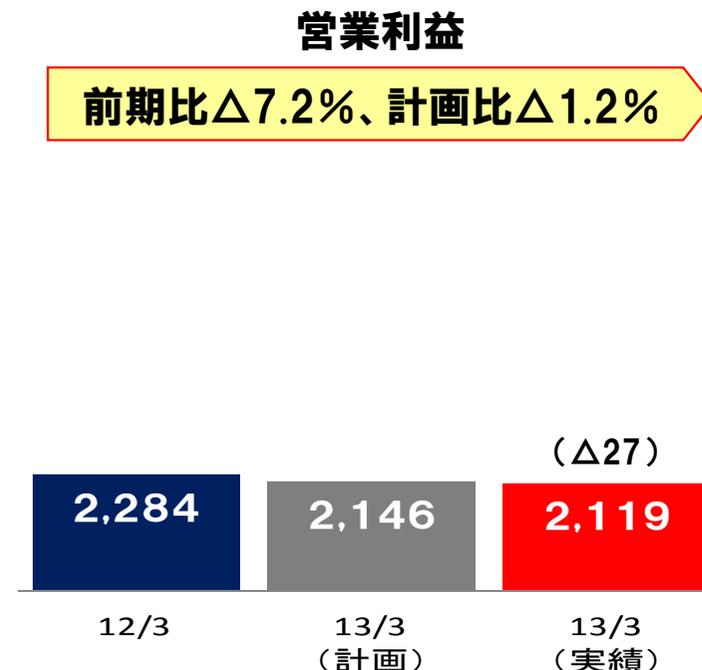
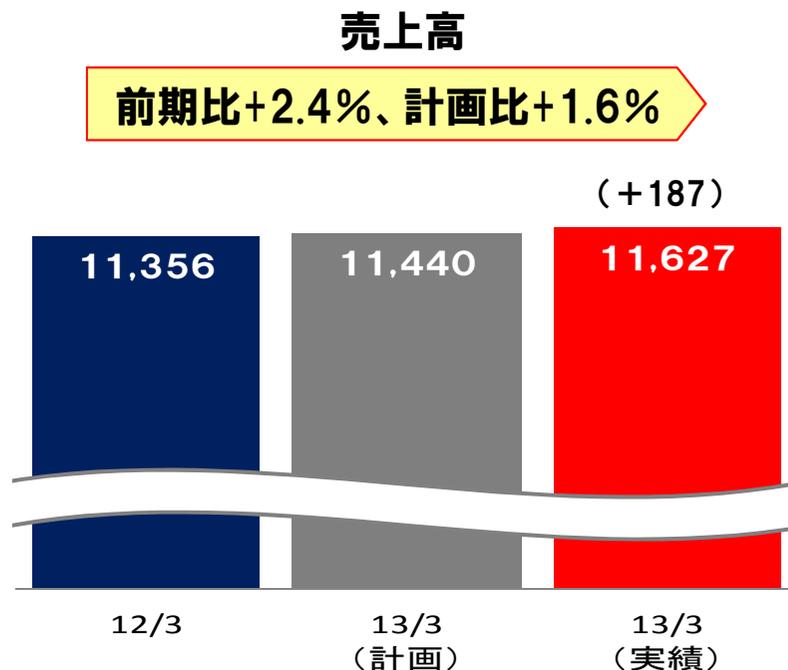


(単位: 百万円)	12/3	(%)	13/3 (計画)	(%)	13/3 (実績)	(%)	前期比増減	(%)	計画比増減	(%)
売上高	14,959	(100.0)	17,910	(100.0)	17,610	(100.0)	2,651	+17.7%	△300	△1.7%
売上原価	9,058	(60.6)	11,135	(62.2)	10,922	(62.0)	1,863	+20.6%	△213	△1.9%
売上総利益	5,900	(39.4)	6,775	(37.8)	6,688	(38.0)	787	+13.3%	△86	△1.3%
販管費	3,429	(22.9)	3,975	(22.2)	3,956	(22.5)	527	+15.4%	△18	△0.5%
営業利益	2,471	(16.5)	2,800	(15.6)	2,731	(15.5)	260	+10.5%	△68	△2.4%
経常利益	2,512	(16.8)	2,796	(15.6)	2,714	(15.4)	201	+8.0%	△81	△2.9%
当期純利益	1,447	(9.7)	1,702	(9.5)	1,623	(9.2)	176	+12.2%	△78	△4.6%

# 1. 福利厚生事業

## 前期総括

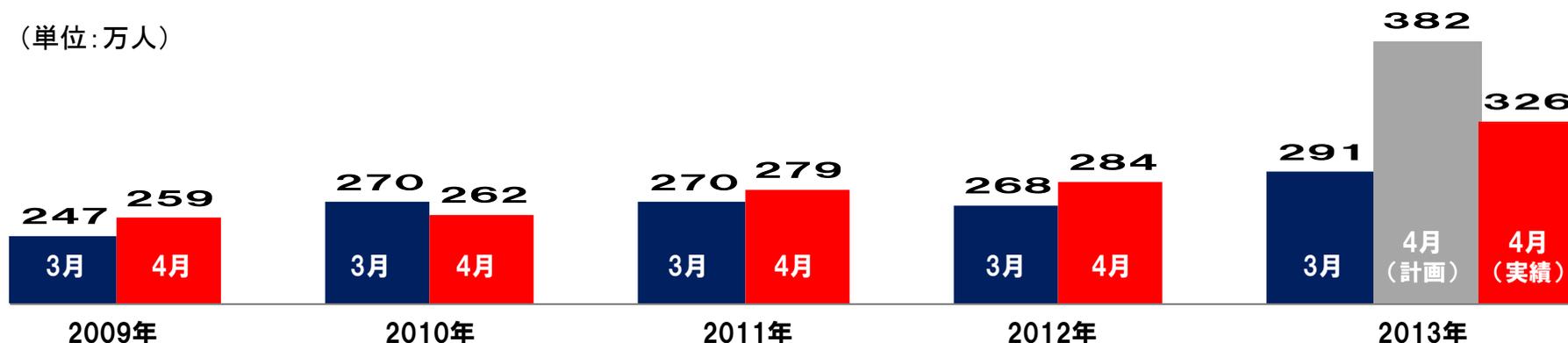
(注) 単位: 百万円、( ) 内数字は計画比



- ・会員数は増加するも、高単価会員の減少で会費収入は+41Mの前年並みに留まる
- ・サービスの利用増加に伴う補助金の増加等で、会費収入の増加率以上に原価が嵩み、営業利益はほぼ横這い

**会員数 13/4実績326万人(12/4比+42万人、計画比△56万人)**

(単位:万人)



## ●民間マーケット会員獲得状況

- ・通期新規獲得20万人、退会数4.8万人(12/4比15.2万人純増)
- ・既存顧客フォロー体制強化も奏功し、退会数は抑制(前期比21.8万人減)

## ●公務マーケット会員獲得状況

- ・通期新規獲得29.7万人、退会数2.6万人(12/4比27.1万人純増)
- ・某大型共済(OB会含む)加入支部の拡大を見込むが一部に留まる

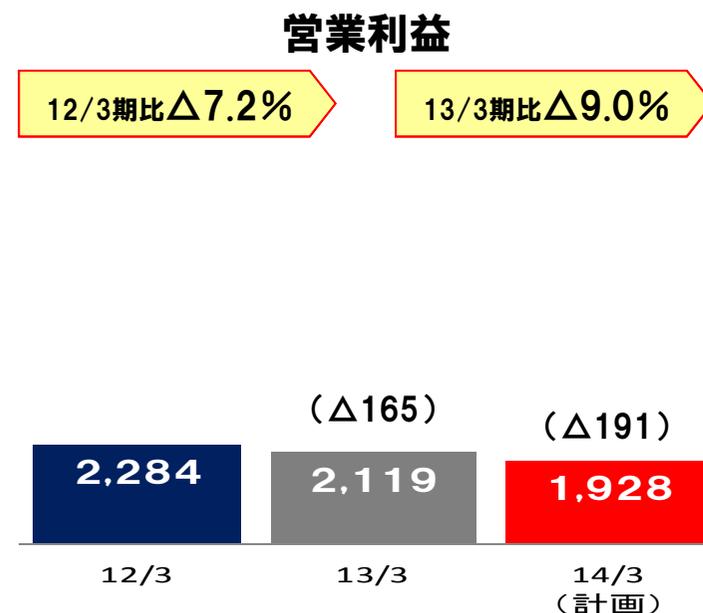
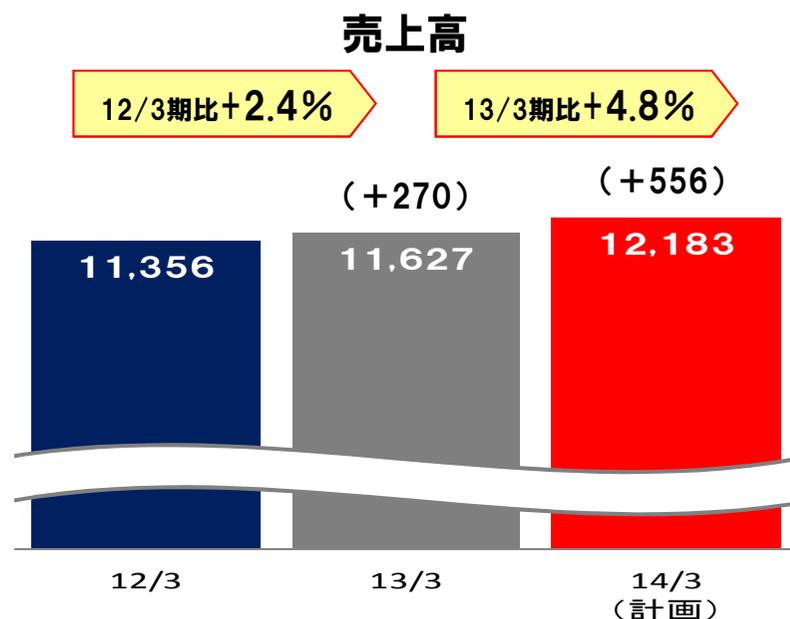
注)通期新規獲得とは、12年5月～13年4月に新規入会した福利厚生会員数を指す

# 1. 福利厚生事業

## 今年度施策

(注) 単位: 百万円、( ) 内数字は前期比

### 福利厚生会員数 14/4計画402万人 (13/4比+76万人)



- 会員数増加に伴い会費収入は前期比+7億円
- 一方、会員の利用増加に伴う補助金や、会員満足度向上のための施策(会報誌発刊回数増加等)に伴うコストが嵩む

## ● サービス拡充に伴う料金の引き上げ

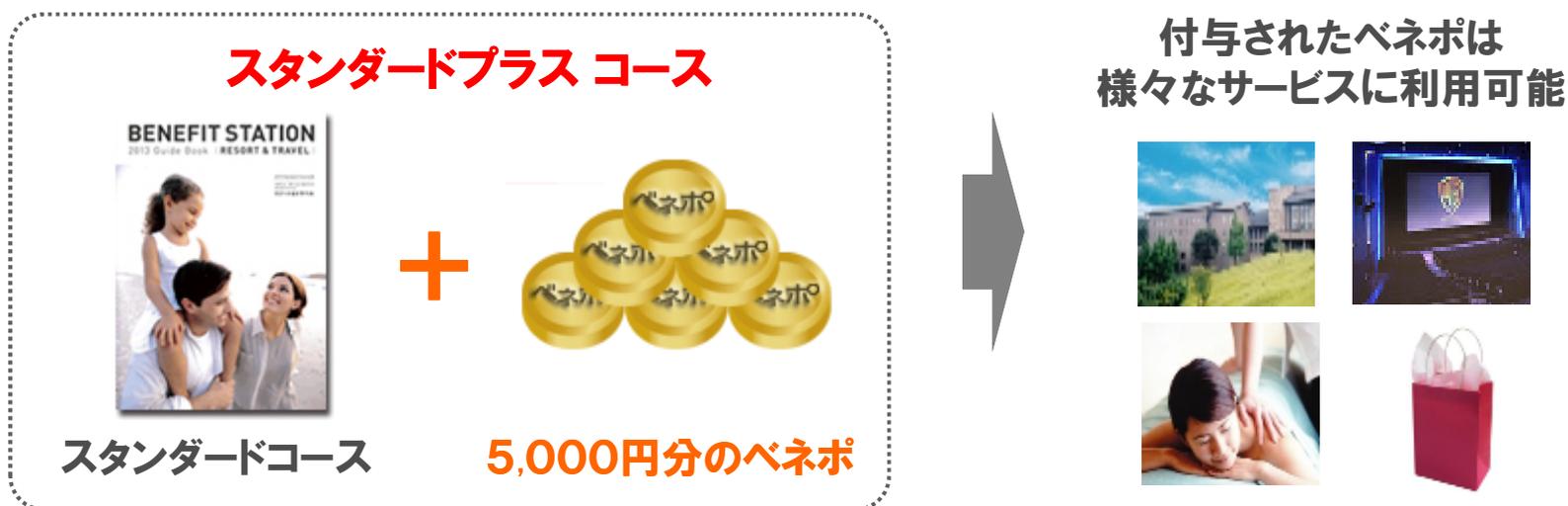
- ・会員獲得競争が激化する中、サービス充実による他社との差別化は重要課題
- ・メニュー数の増加や会報誌発刊回数増加等、継続的なサービス拡充によって、会員の利用率向上や満足度向上を目指す
- ・サービス拡充に伴う費用増を値上げでカバーすべく、約10年ぶりに料金改定

【参考】ベネフィット・ステーション料金表(一部抜粋)

商品名	月会費/人(1,001名以上の場合)	
	旧料金	新料金
スタンダードコース (Aコース)	350円 → 30円up (+8.6%)	<b>380円</b>
ゴールドコース (Bコース)	800円 → 50円up (+6.3%)	<b>850円</b>

## ●「スタンダードプラス コース」の販売推進

- ・スタンダードコースをベースに、**年間5,000円分/人**のベネポを追加付与
- ・ベネポは各種サービス利用時に使用可能 ⇒ **高い利用率の実現**
- ・高付加価値商品として**月会費800円/人**の高単価を設定



**利用率の向上と受注単価の引き上げを目指す**

## ● 新規アウトソーシング案件の拡大

- ・アベノミクス(消費活動活性化を目指した賃上げ要請)に応える代替策として、  
⇒カフェテリアプラン新規導入やポイント付与額増加の推進、トレンド創出
- ・総額報酬管理制度(トータルコンペンセーション)に基づく原資捻出策の提案
- ・グループ全体の営業力・商品力を活かしたクロスセルを強化

## ● 中堅・中小マーケットへの注力

- ・IT業界を中心に福利厚生の整備が進む中、ニーズを捉えた直販営業
- ・代理店網を更に拡大し、有力取次店との提携による中小企業への一斉攻略

## ● 公務マーケットへの深堀営業

- ・某大型共済専属チーム ⇒ 加入支部拡大へ向けた、継続的な営業展開

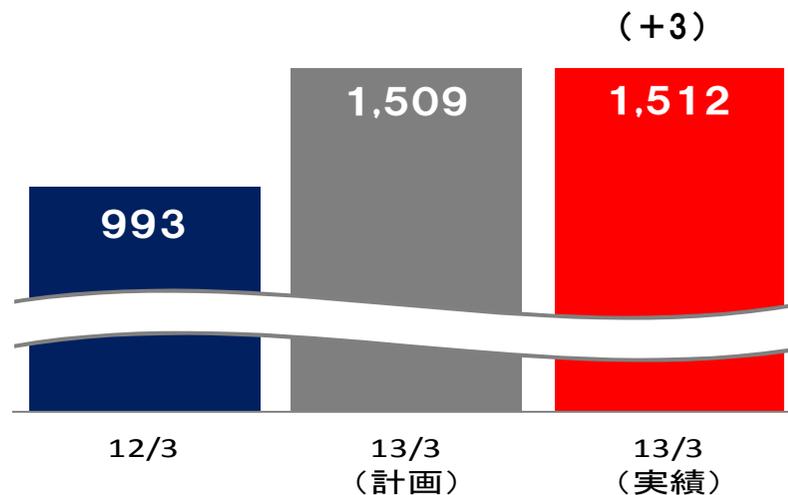
## 2. インセンティブ事業

### 前期総括

(注) 単位: 百万円、( ) 内数字は計画比

#### 売上高

前期比+52.3%、計画比+0.2%



#### 営業利益

前期比+38.8%、計画比△12.0%

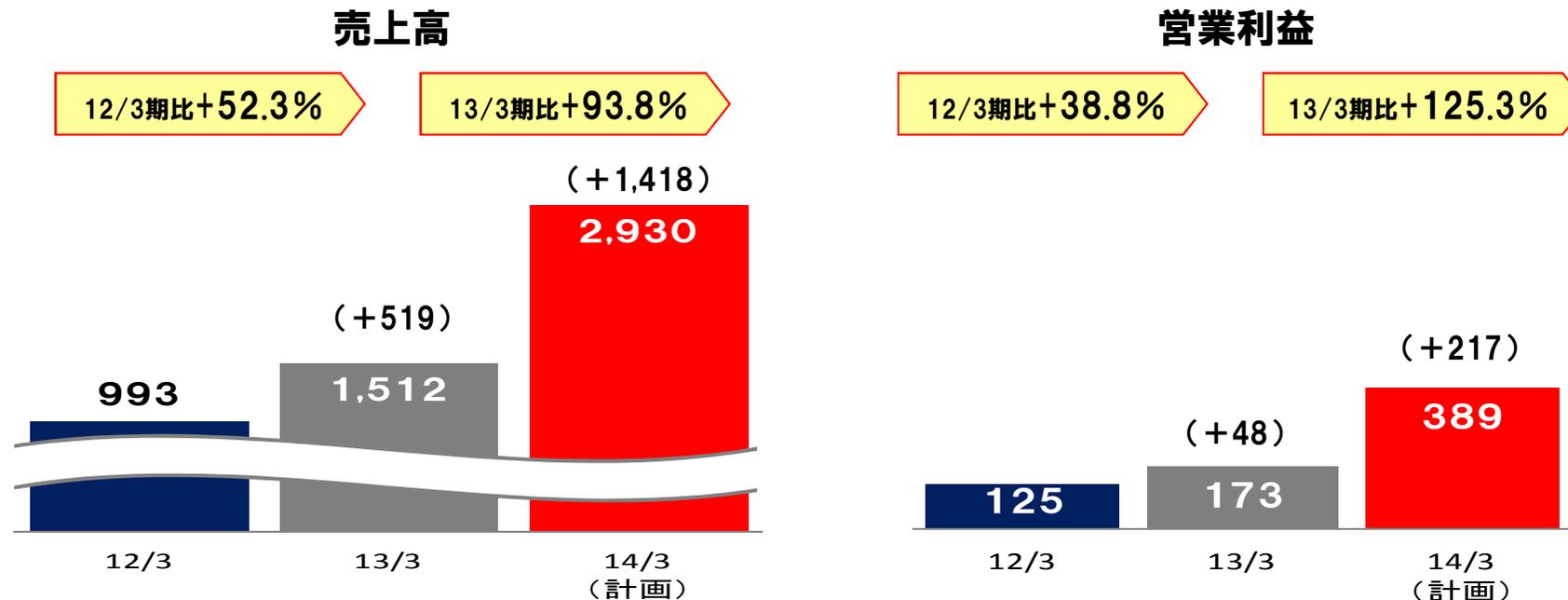


- ・ポイント残高が堅調に交換に転じ、増収増益を達成
- ・付与も順調に拡大し、ポイント累積額は約40億円(計画比+3億円、前期比+13.5億円)達成
- ・売上は計画達成するも、ポイント交換差益率の低下で営業利益は計画を下回る

## 2. インセンティブ事業

### 今年度施策

(注) 単位: 百万円、( ) 内数字は前期比

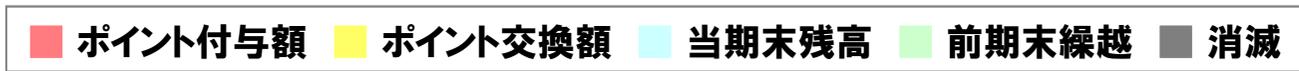


- ・主要既存顧客が引き続き堅調に推移するとともに、新規顧客のポイント交換も本格化
- ・営業を増員し、販売促進活動に積極的な業界をターゲットに新規獲得を目指す
- ・営業拠点の拡大(大阪、名古屋、札幌、福岡)による新規顧客開拓の更なる推進
- ・DM(物販)事業との統合により、品揃え強化による交換促進と差益率向上に期待

## 2. インセンティブ事業

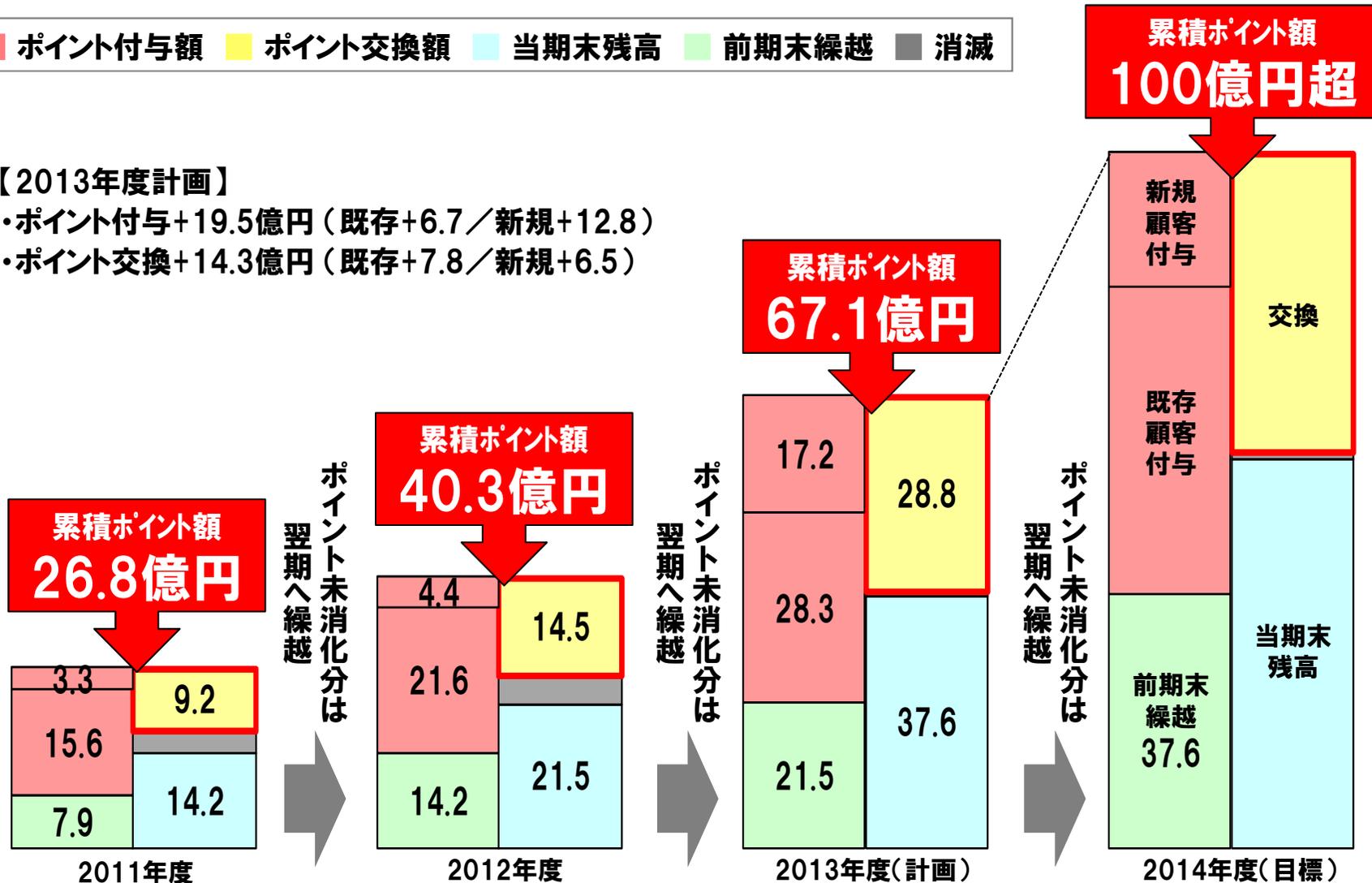
(単位:億円)

### ● ポイントの付与・交換状況



【2013年度計画】

- ・ポイント付与+19.5億円 (既存+6.7 / 新規+12.8)
- ・ポイント交換+14.3億円 (既存+7.8 / 新規+6.5)

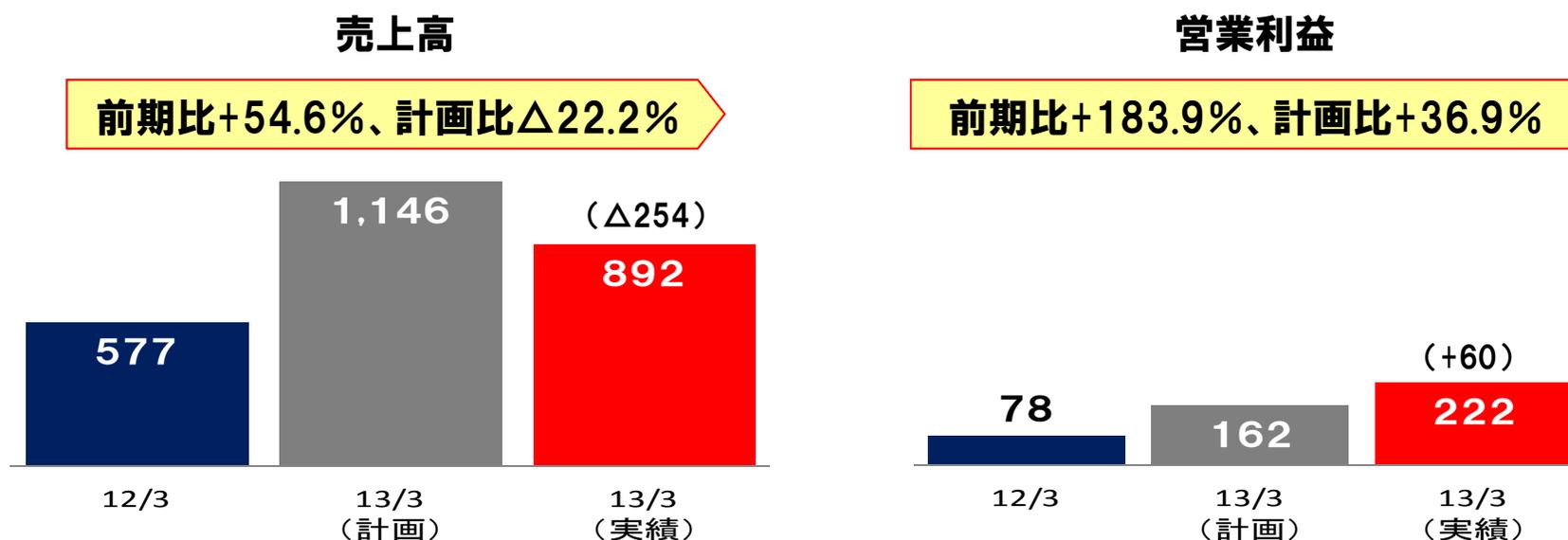


### 3. パーソナル事業

#### 前期総括

(注) 単位: 百万円、( ) 内数字は計画比

## 会員数 13/4実績78万人(12/4比+20万人、計画比△37万人)



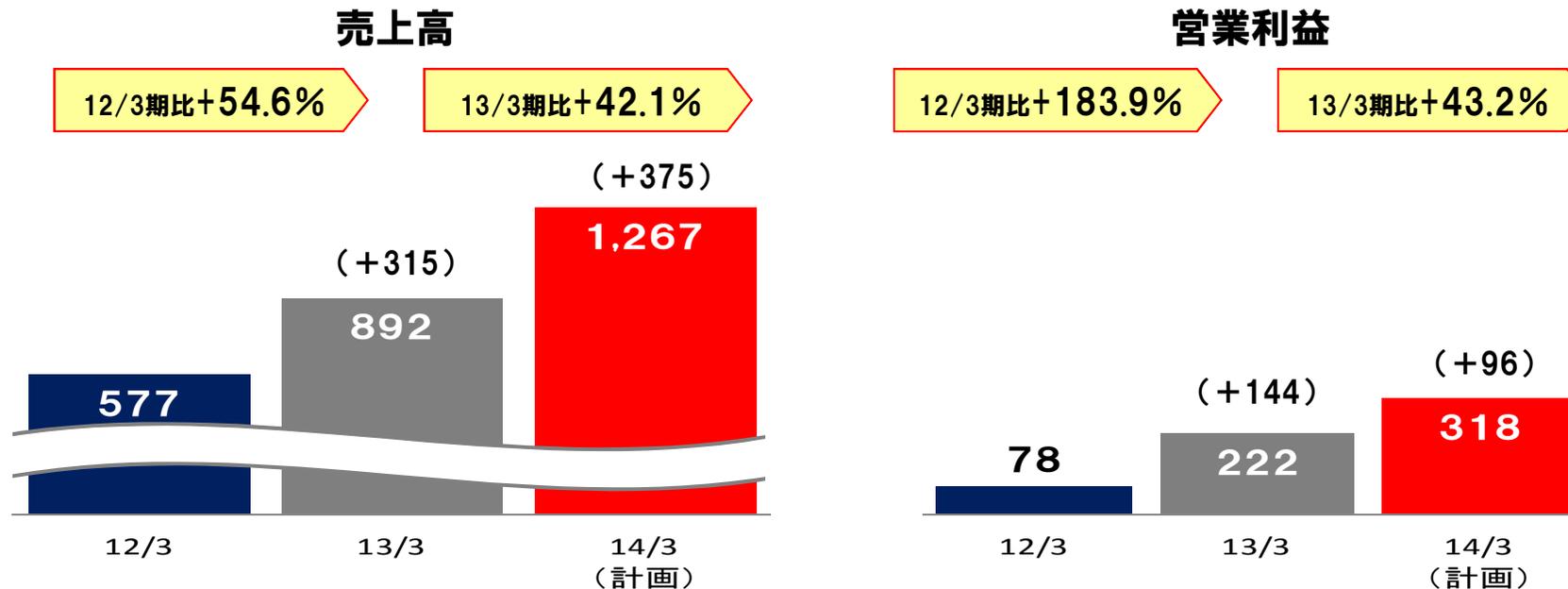
- ・ソフトバンクグループに加え、スポーツクラブや不動産会社、携帯販社等との取引開始
- ・プロジェクトスタート延期による会員数未達で売上は計画を下回るも、経費圧縮により営業利益は計画達成
- ・着実な会員数の積み上げにより増収増益を達成し、成長を牽引

### 3. パーソナル事業

今年度施策

(注)単位:百万円、( )内数字は前期比

**パーソナル会員数 14/4計画126万人 (13/4比+48万人)**



- 主力のソフトバンクグループ、スポーツクラブ、携帯販社の現得会員増を見込む
- 協業会社と一体となったマーケティング戦略の立案等により、新規入会促進を狙う
- ユニークユーザー率向上に向けた効果的な利用促進策の実施で、歩留まり率向上を図る

# 4. CRM事業

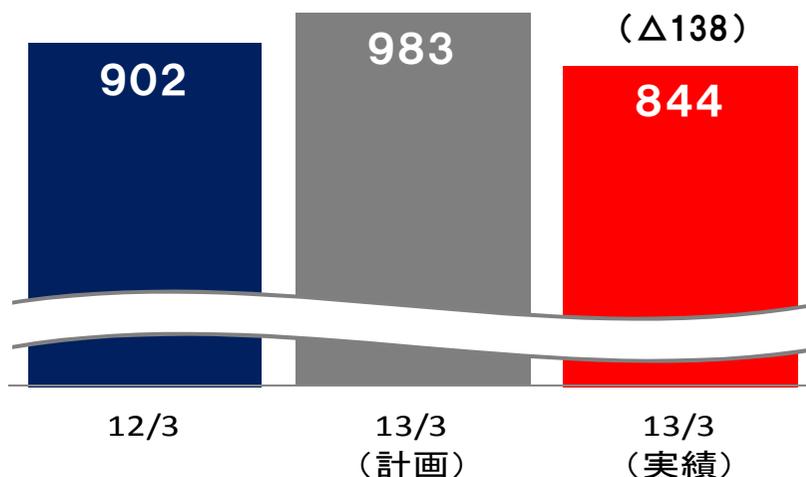
## 前期総括

(注) 単位: 百万円、( ) 内数字は計画比

### 会員数 13/4実績243万人(12/4比+4万人、計画比△8万人)

#### 売上高

前期比△6.4%、計画比△14.1%



#### 営業利益

前期比+52.1%、計画比△25.5%



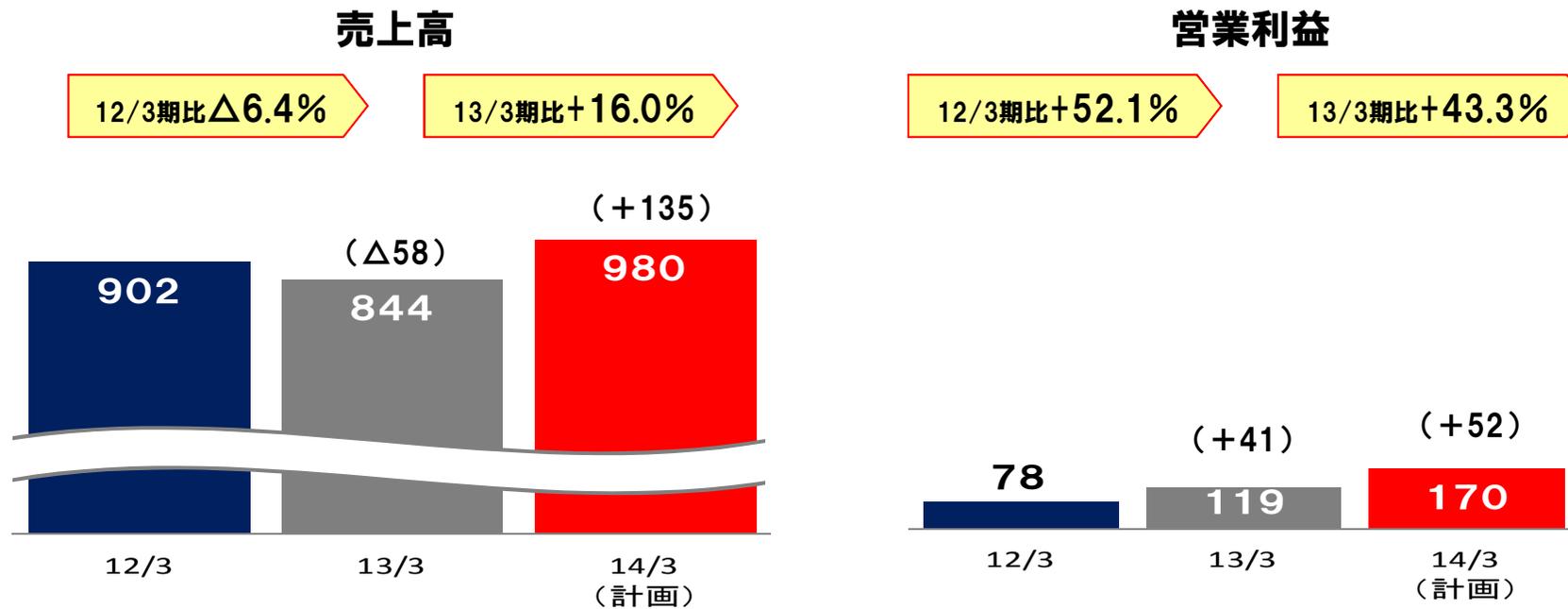
- ・大型案件の失注に伴い、売上高は減少
- ・一方、人員費や経費の削減で収益改善を図り、増益達成

# 4. CRM事業

## 今年度施策

(注) 単位: 百万円、( )内数字は前期比

### CRM会員数 14/4計画197万人 (13/4比△46万人)



- ・大型案件の契約終了に伴う売上減少を、富裕層向けの新サービスの拡販で補う
- ・利用率向上施策の実施や継続的なCRMセミナーを開催

### ● 富裕層向けサービス「プレミアムパッケージ」

- ・「アベノミクス」による景気回復期待から、富裕層を中心に購買意欲が向上
- ・高級品へのニーズの高まりを捉え、富裕層をターゲットに「ゴルフ・グルメ・クルーザー・メディカル・ゲストハウス」を中心とした新サービスを開発
- ・既存商品「プレステージ・ゴールド」で培ったコンテンツ仕入力、提供ノウハウを活用
- ・金融機関等向けにマーケティングセミナーを積極的に開催し、導入先獲得につなげる

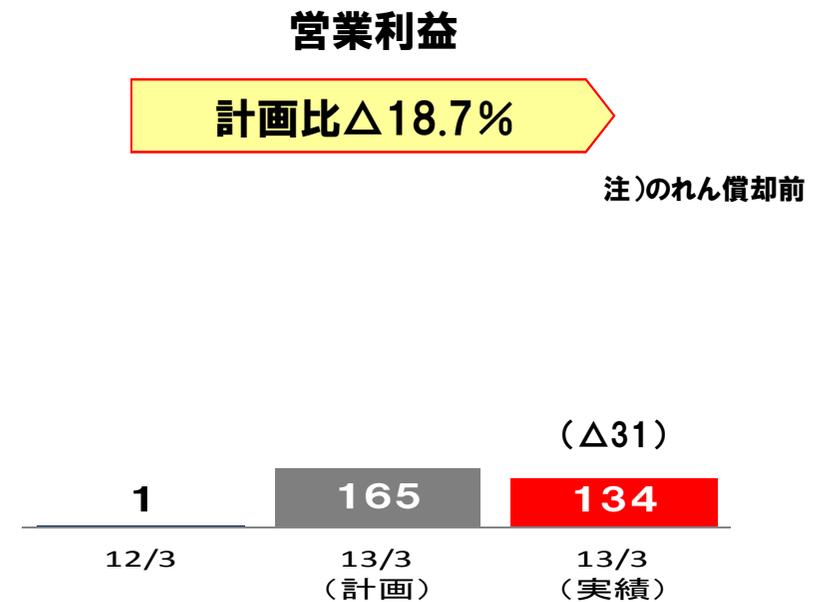
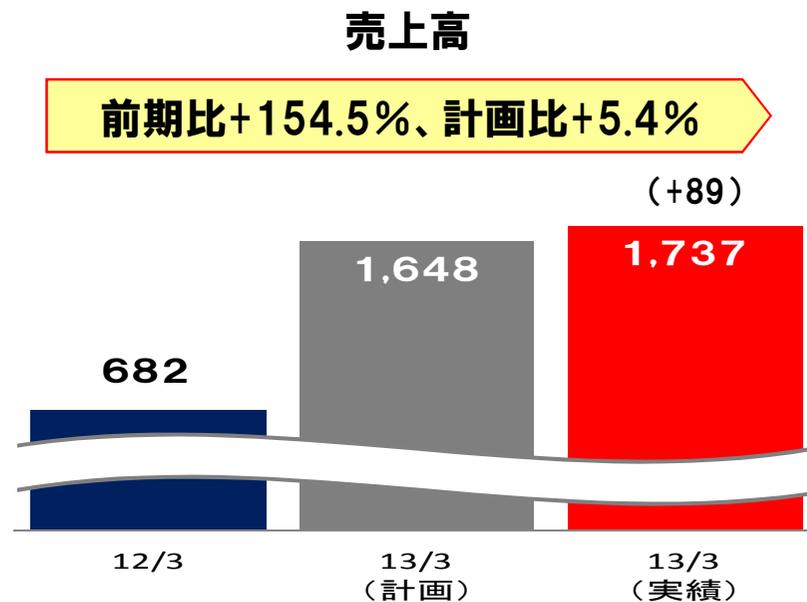


## 5. ヘルスケア事業 (株)ベネフィットワン・ヘルスケア)



### 前期総括

(注)単位:百万円、( )内数字は計画比



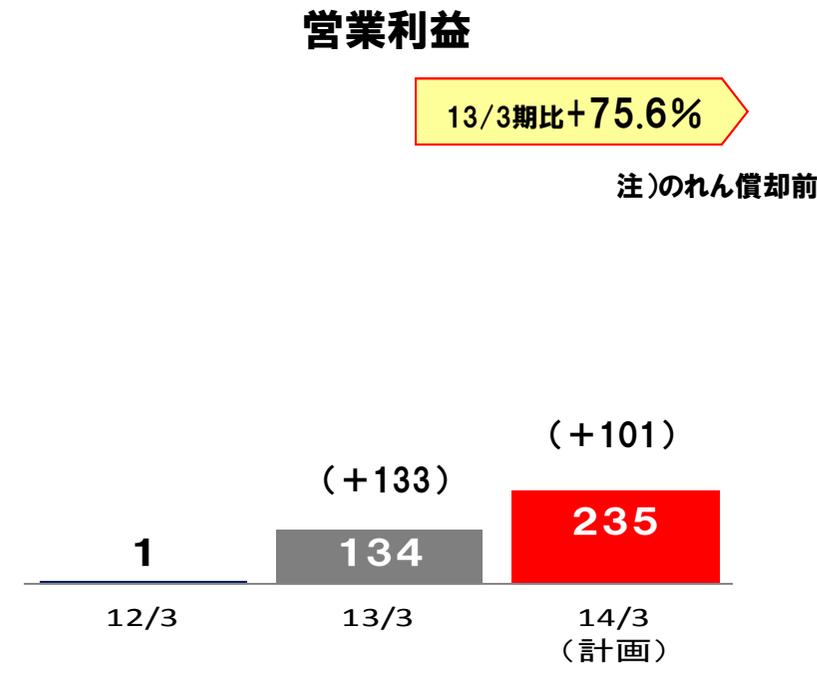
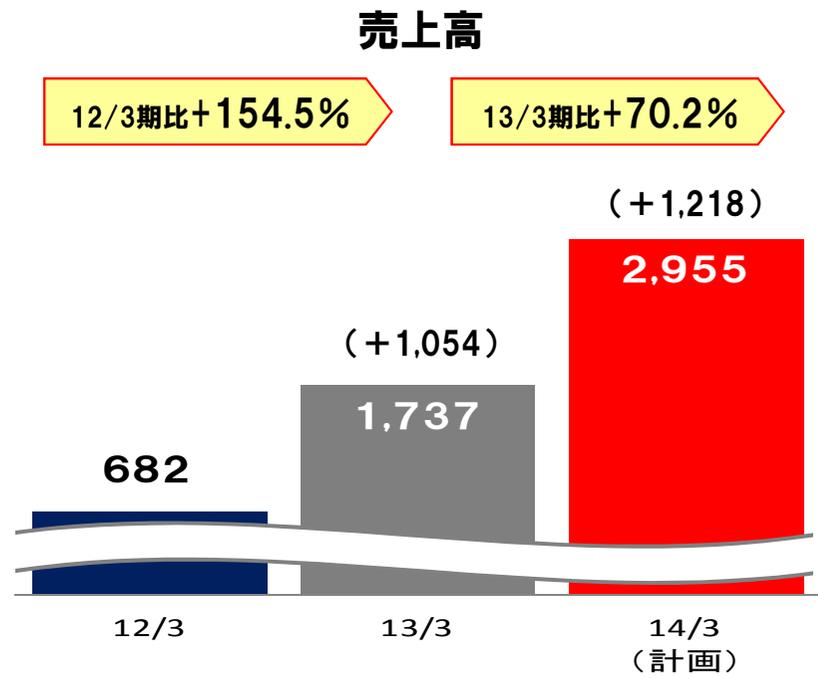
- ・12年7月より旧(株)保健教育センターの収益貢献開始。
- ・M&A効果による売上高は約11億円で大幅増収、利益も前期比+1.3億円の増益達成 (のれん償却後でも0.9億円確保)
- ・大型案件受注で売上は計画を上回るも、導入初期はコストが嵩むことから利益は未達
- ・黒字化が定着するとともに、インセンティブ・パーソナルに並ぶ主力事業へ

# 5. ヘルスケア事業 (株)ベネフィットワン・ヘルスケア



## 今年度施策

(注)単位:百万円、( )内数字は前期比



- 主力の特定保健指導、健診事業拡大にて増収増益を計画
- 福利厚生とのクロスセル強化やサービスの充実で、他社との差別化によるシェア拡大狙う
- 新基幹システム構築で、従来の労働集約型からIT活用型ビジネスへと事業構造転換を図る

### ● WEBマッチングサイト「ハピルス健診」開始 (13年4月)



- ・割引料金で健康診断・人間ドックが予約できる病院検索サイト
- ・医療機関からの在庫提供を管理しているため、WEB上で即時予約が可能
- ・検査結果をWEBサイトで管理できる「マイカルテ」機能も搭載

### ● メンタルヘルスケア「復職支援プログラム」開始 (13年4月)

- ・うつ病など精神疾患で休職する従業員の病状把握
- ・病状改善のための運動療法、ストレス対処プログラム等、職場復帰支援を実施

### ● 「糖尿病重症化予防プログラム」開始 (13年4月)

- ・糖尿病及び糖尿病性腎症患者の抽出から、予防指導、かかりつけ医への報告等をワンストップで実施

### ● B to C事業展開への布石づくり



### ● 将来、アジアマーケットへ進出

- <アメリカ> ・ダイエット市場は609億米ドル規模(2010年) 出所)MarketData Enterprises, Inc.  
・WeightWatchersは**50年の歴史**があり、高いシェアを誇る  
(売上規模:1,800億円/利益:270億円)
- <アジア> ・肥満人口が毎年**1,000万人**のペースで増加  
・ただし、WeightWatchersのようなメジャー企業は存在しない

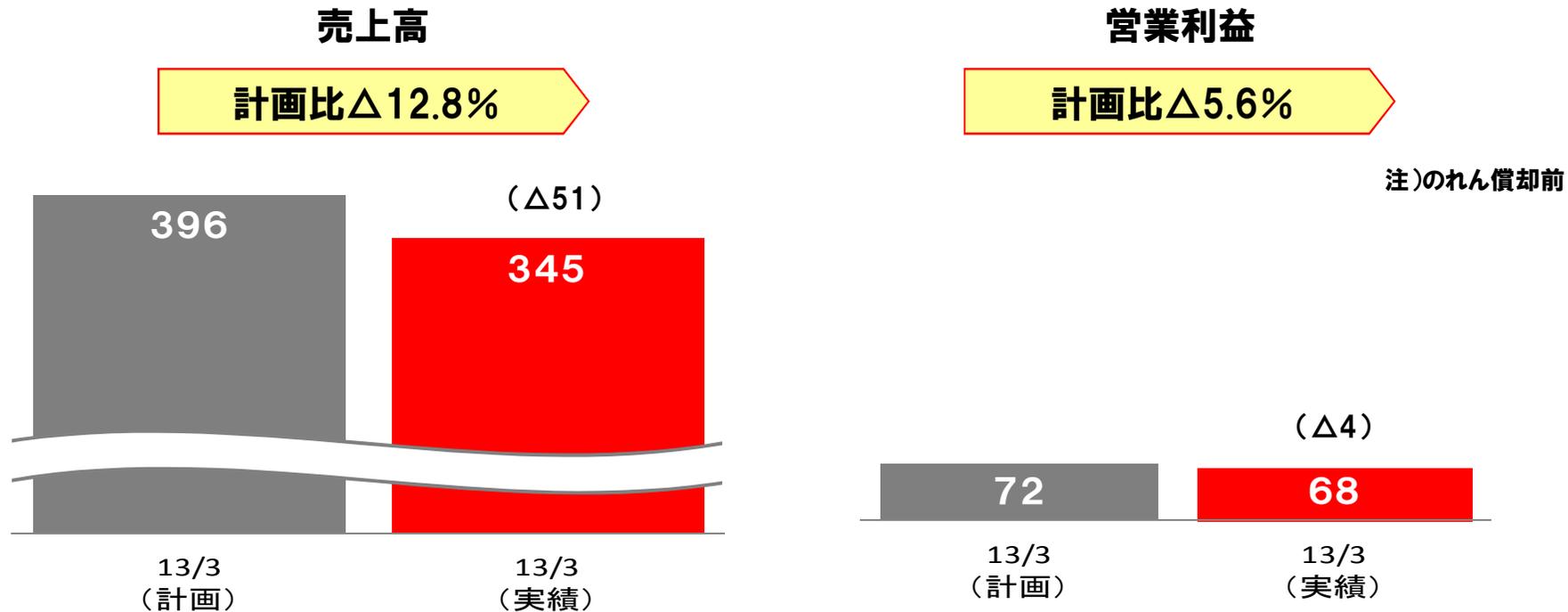
商機を捉えた巨大市場への参入で、更なる成長を目指す

## 6. コストダウン事業 (株)ベネフィットワンソリューションズ



### 前期総括

(注) 単位: 百万円、( ) 内数字は計画比



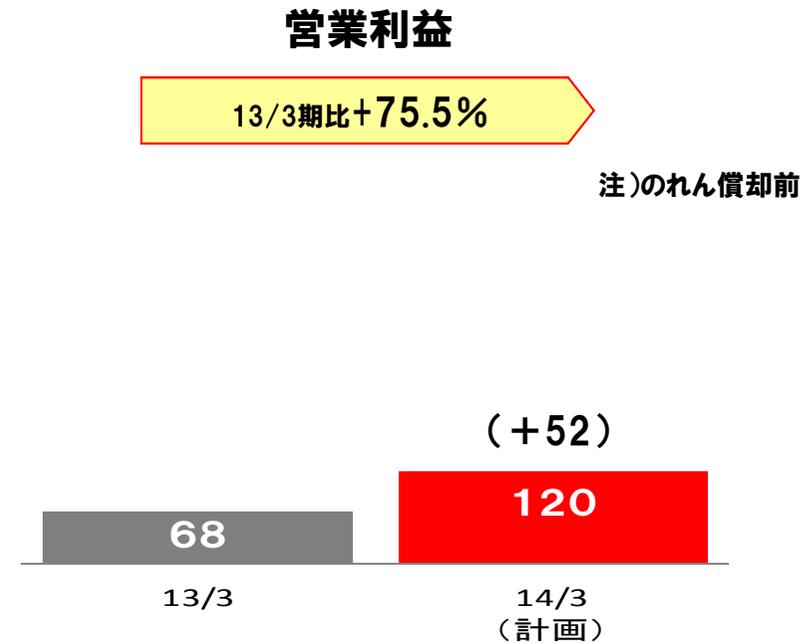
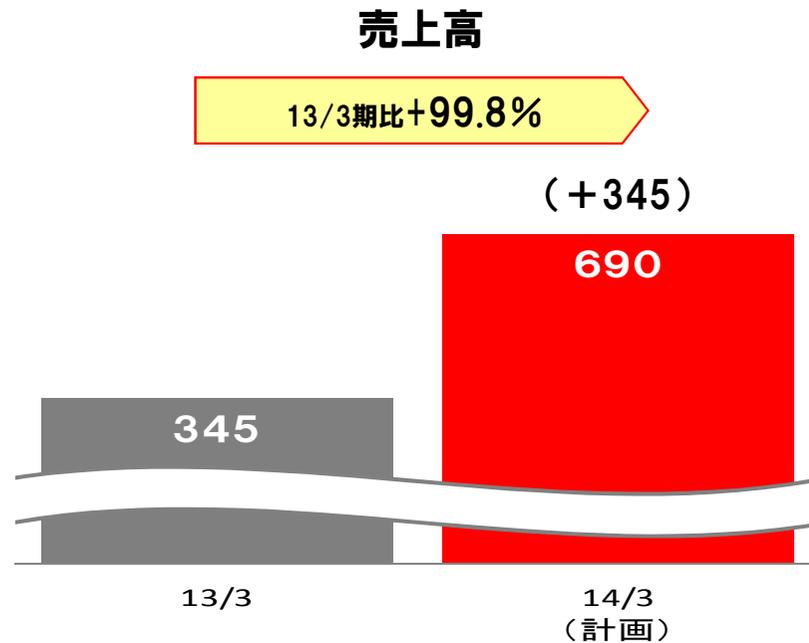
- ・12年3月30日に旧(株)ユニマツソリューションズ完全子会社化(同日付で商号変更)
- ・BTM事業に並ぶコストダウンサービスのラインナップ
- ・のれん償却後の営業利益も0.4億円を確保し、収益多角化に貢献

## 6. コストダウン事業 (株)ベネフィットワンソリューションズ



### 今年度施策

(注) 単位: 百万円、( ) 内数字は前期比



- ・グループ営業でのクロスセルを強化し、引き続き、主力の総務系業務一括管理サービス『Hi-VOX α』を拡販
- ・新規事業として、中小企業向けのオフィス用品等購買代理サービスを下期より本格的に事業展開予定

# 7. BTM(ビジネス・トラベル・マネジメント)事業

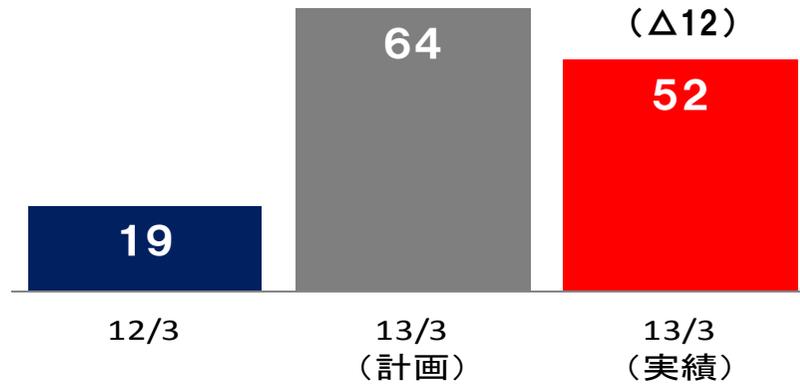


## 前期総括

(注)単位:百万円、( )内数字は計画比

### 売上高

前期比+170.4%、計画比△18.2%



### 営業損失



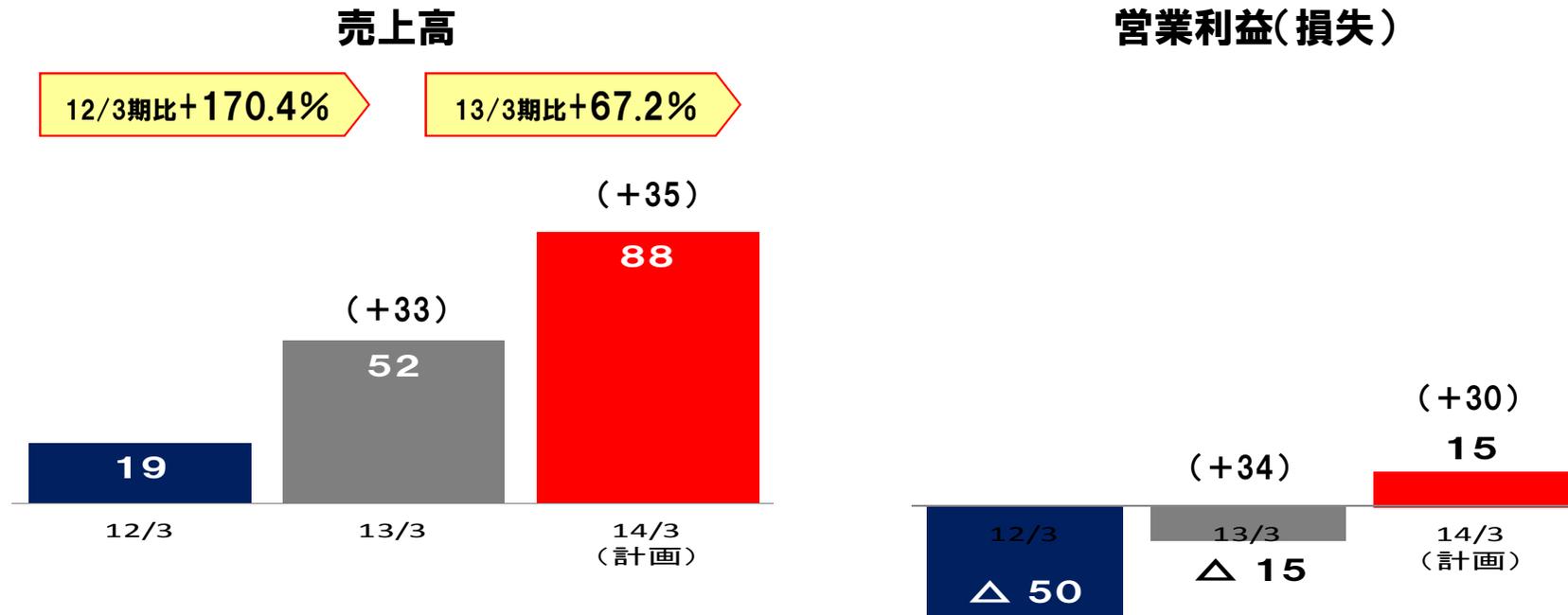
- 取扱高実績は31億円(前期比+20億円、計画比△4億円)
- 年明けには単月黒字転換を達成
- 計画は下回るも、大手企業の本格稼働で取扱高・売上高・営業利益ともに大幅増加

# 7. BTM(ビジネス・トラベル・マネジメント)事業



## 今年度施策

(注)単位:百万円、( )内数字は前期比



- ・取扱高計画は45億円(前期比+14億円)、通期黒字化を目指す
- ・パナグループや有力代理店等を有効活用し、上流営業によるトップダウン戦略を推進
- ・出張や小口精算等、システム連動の強みを活かしたベネフィットワンソリューションズとの一体営業を展開

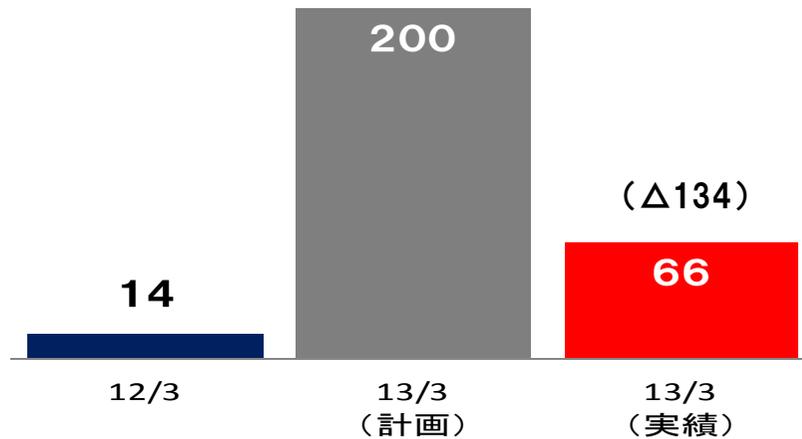
## 8. 旅行事業

### 前期総括

(注) 単位: 百万円、( )内数字は計画比

#### 売上高

前期比+387.6%、計画比△66.9%



#### 営業損失



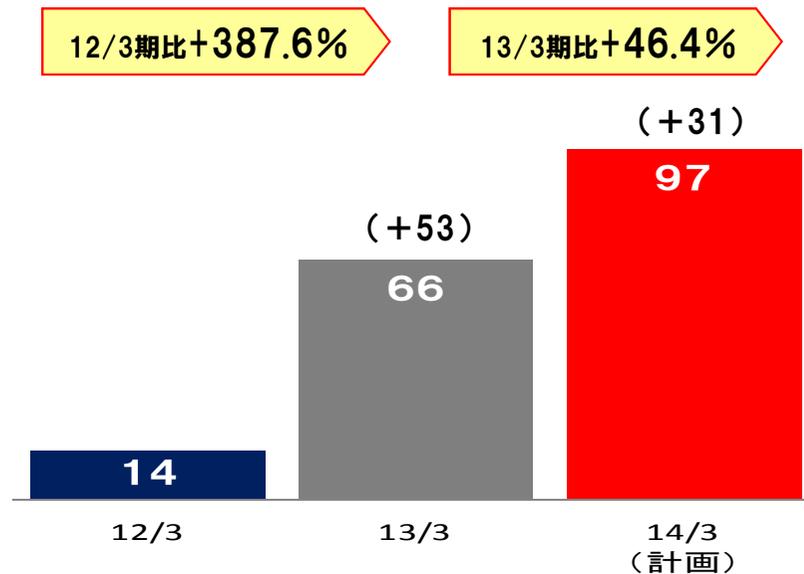
- ・社員旅行(取扱高52M)や周年行事(同38M)等の大型案件受注
- ・中国からの訪日観光客減少により、インバウンドサービスは停滞

## 8. 旅行事業

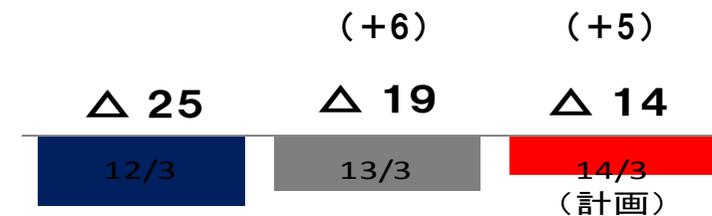
### 今年度施策

(注) 単位: 百万円、( ) 内数字は前期比

#### 売上高

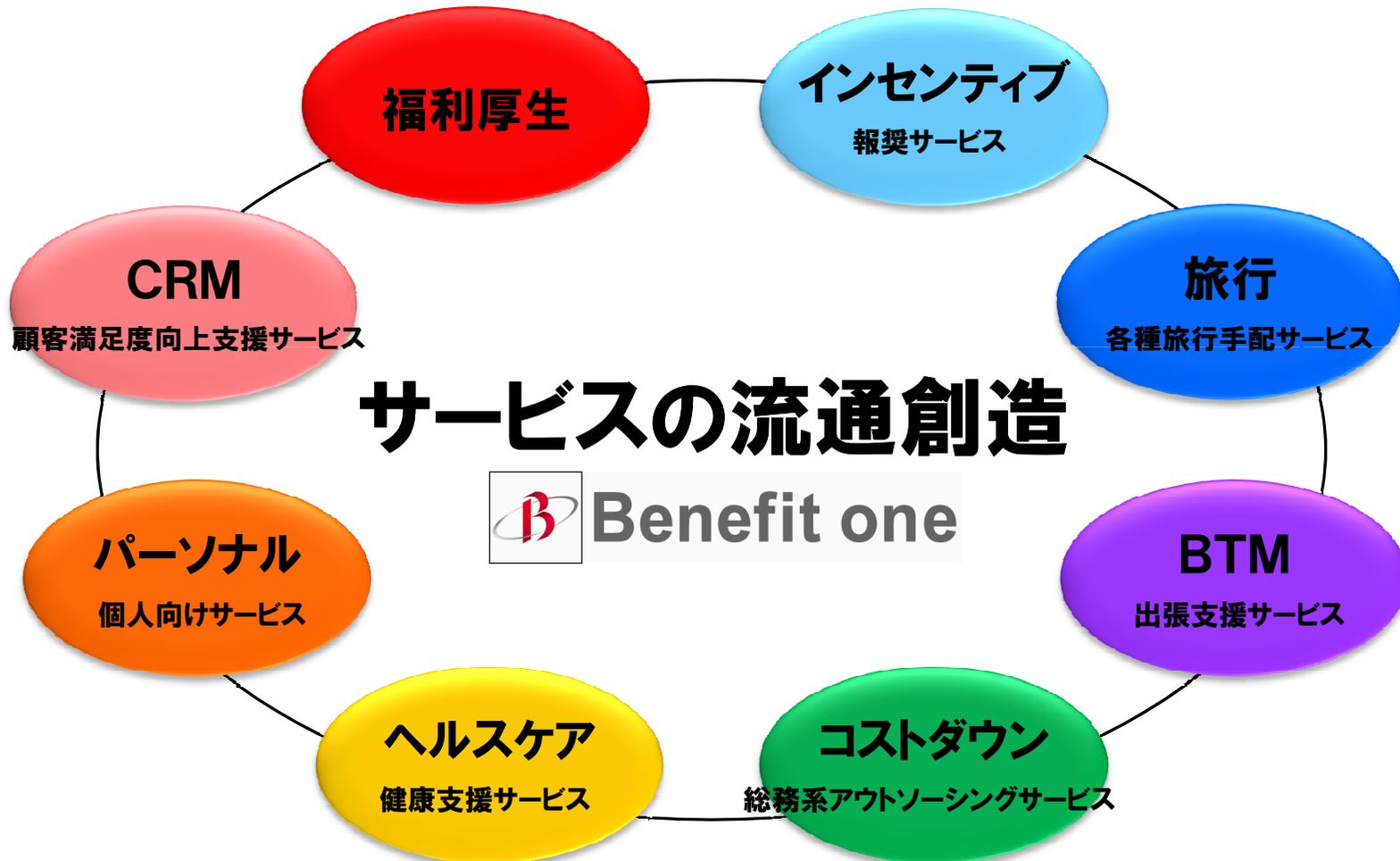


#### 営業損失

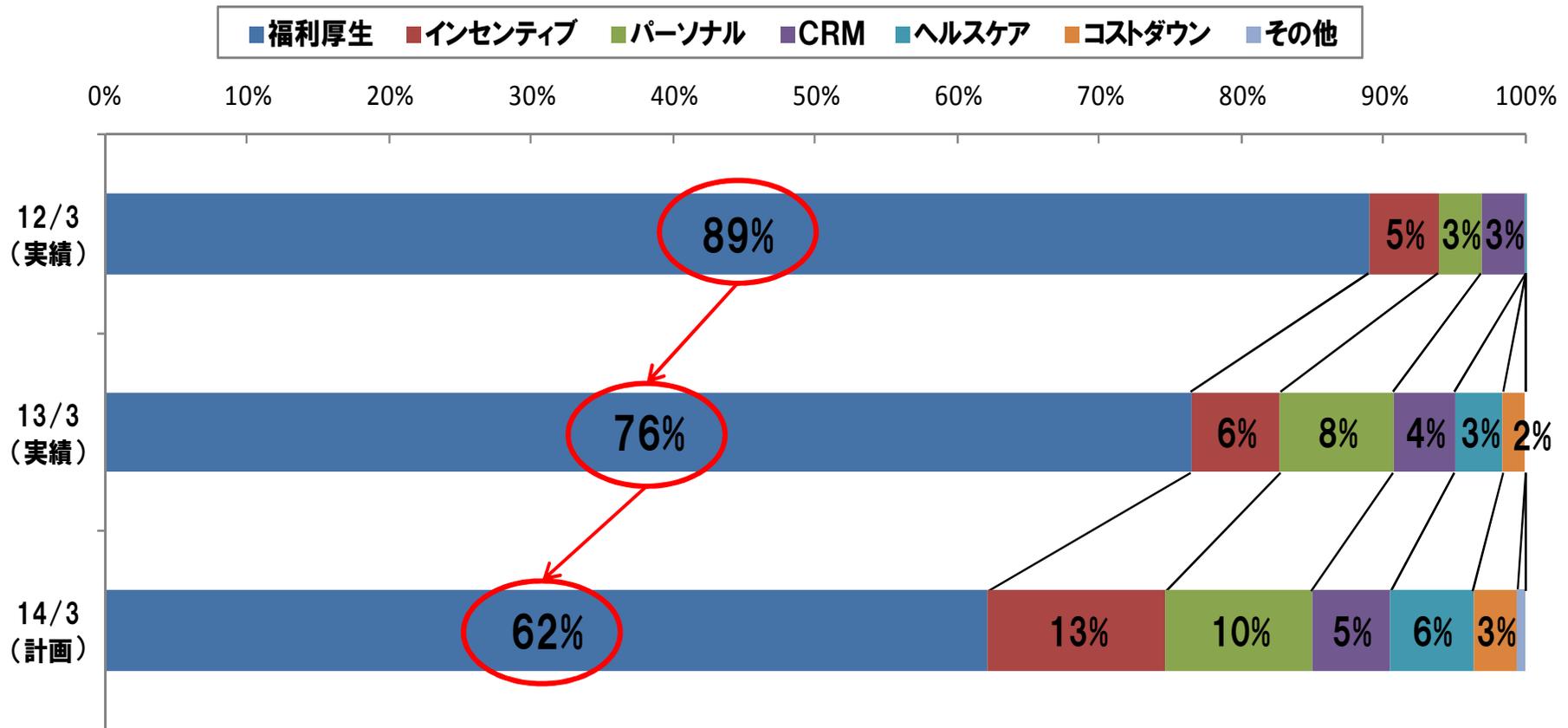


- 更なるクロスセル強化により、福利厚生営業やパソナグループからの紹介案件増を見込む
- BTM事業と一体となった組織運営で旅行に関する手配を集約し、業務効率化を図る

## 福利厚生事業を基軸とした新規マーケットへの展開



## インセンティブ、パーソナル、ヘルスケアの更なる成長 ～事業別営業利益構成比では福利厚生以外の比率が上昇～



注1)ヘルスケア、コストダウンはのれん償却後の営業利益を表す

注2)上記は黒字事業でのみ構成比を集計

## インセンティブ事業を核としたグローバル展開



## 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



旅行(非日常)からサービス(日常)へ開発傾注

## ● 食ベタイム『予約割』開始 (12年11月)

- ・業界初！リアルタイム飲食割引マッチング機能を新搭載
- ・スマートフォンから①早期割引予約②席予約③事前決済が可能に
- ・15日前までの予約・決済で最大50%OFF



☑ スマートフォン限定サービス!

# 予約割

レストラン予約  
最大**50%OFF**

業界初!!

1. スマートフォンで
2. レストランの座席を指定して
3. 15日前までに予約・決済すれば

予約割は... **最大50%OFFになる新サービスです。**

スマートフォンで今すぐアクセス!



### ● 「ベネポ」から「楽天スーパーポイント」への交換開始(13年3月)

- ・拡大するEC市場で“福利厚生ポイント”の利用を拡大
- ・会員の利便性を高めると共に、ベネポの価値向上



※ベネポとは・・・福利厚生サービス「ベネフィット・ステーション」を利用するとポイントが貯まり、ほかの商品やサービスと交換できる独自ポイント。12年度の付与総額は約3億円(前年比2倍)。

### ● 「Bene楽天トラベル」開始(13年4月)

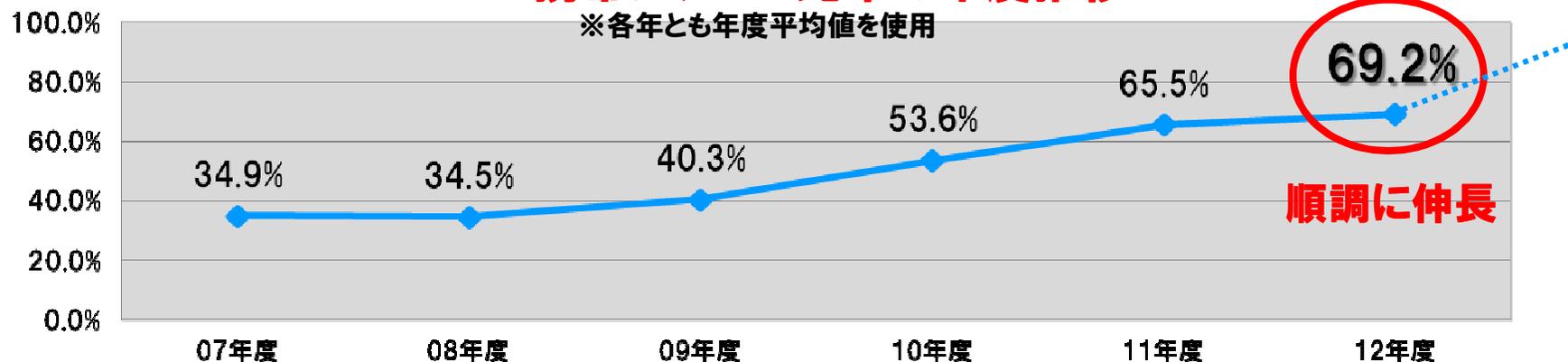


- ・楽天トラベル株式会社との業務提携
- ・国内最大級の登録施設数を誇る同社の豊富な宿泊プランの提供が可能に
- ・利用者には楽天スーパーポイントとベネポが両方付与
- ・当日の直前予約にも対応することで宿泊予約サービスの更なる利便性の向上

## ● スマートフォン普及への対応

- ・BSのアプリ化や会報誌のAR化(Augmented Reality)等、アクセス媒体の充実
- ・HP導線改善も奏功しWeb利用率は約7割へ、処理効率向上にも寄与

### <Web・携帯アクセス比率の年度推移>



## ● お客様の味方「ベネ・ステ サポートデスク」始動(13年4月)

- ・従来の「サービス受付機能」に加え、「**会員サポート機能**」を充実
- ・インターネットが苦手な会員様でも利用しやすいサービスの追求
- ・会員様からのご意見を基にした商品開発を部署横断的に推進

# III 2013年3月期決算概要

---

## 営業利益の計画達成率は97.6%

(単位:百万円)	13/3 (計画)	(%)	13/3 (実績)	(%)	計画比 増減	(%)
売上高	17,910	(100.0)	17,610	(100.0)	△300	△1.7%
売上原価	11,135	(62.2)	10,922	(62.0)	△213	△1.9%
売上総利益	6,775	(37.8)	6,688	(38.0)	△86	△1.3%
販管費	3,975	(22.2)	3,956	(22.5)	△18	△0.5%
営業利益	2,800	(15.6)	2,731	(15.5)	△68	△2.4%
経常利益	2,796	(15.6)	2,714	(15.4)	△81	△2.9%
当期純利益	1,702	(9.5)	1,623	(9.2)	△78	△4.6%

**●売上高**

- ・パーソナル(会員数未達)
- ・CRM(大型案件失注)
- ・コストダウン(総額⇒純額への変更)

**●売上総利益**

- ・インセンティブ(交換差益率低下)
- ・ヘルスケア(原価率上昇)

**●販管費**

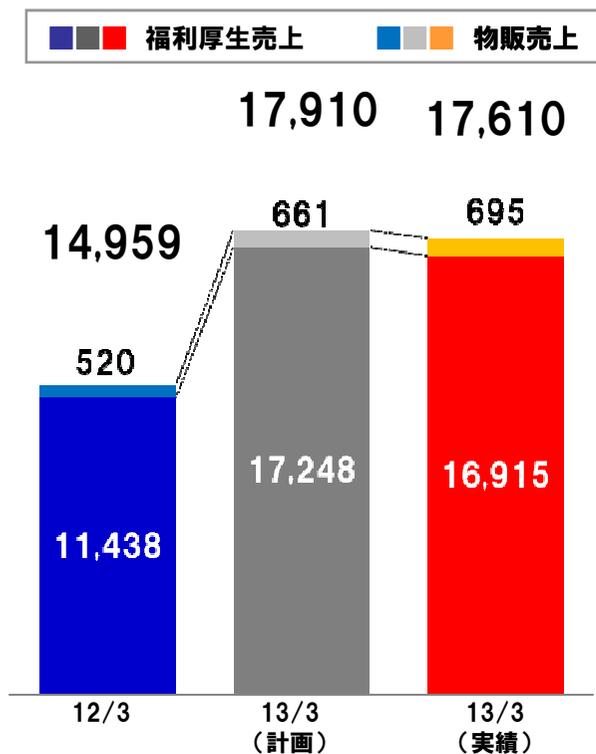
インセンティブ、パーソナルでの経費圧縮

**●経常利益**

- ・自己株式取得に伴う手数料の増加
- ・持分法による投資損失の影響

## 売上高176.1億円(前期比26.5億円増、17.7%増)

インセンティブ事業、パーソナル事業の伸長が顕著。  
M&Aによりヘルスケア事業も業績寄与し、合計で前期比26.5億円の増収。

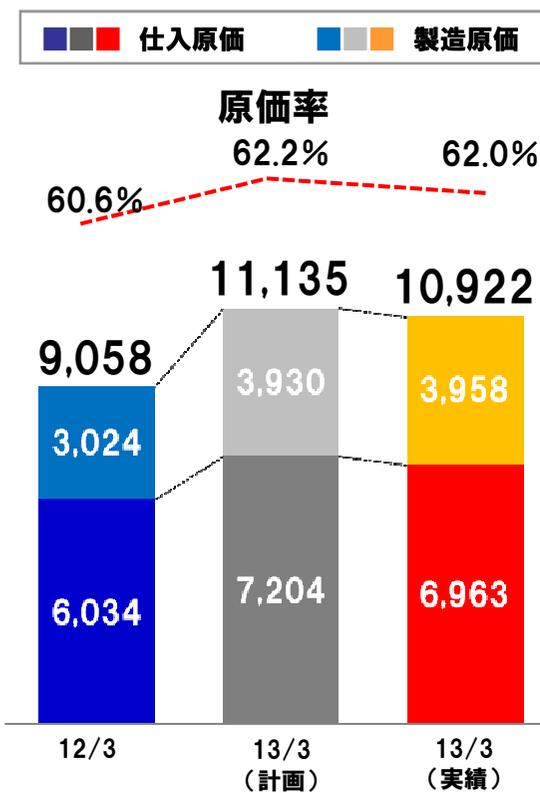


### 売上高構成

(単位:百万円)	12/3	13/3 (計画)	13/3 (実績)	前期比	
福利厚生	11,356	11,440	11,627	+270	+2.4%
インセンティブ	993	1,509	1,512	+519	+52.3%
パーソナル	577	1,146	892	+315	+54.6%
CRM	902	983	844	△58	△6.4%
ヘルスケア	682	1,648	1,737	+1,054	+154.5%
コストダウン	—	396	345	+345	—
<b>売上高合計</b>	<b>14,959</b>	<b>17,910</b>	<b>17,610</b>	<b>+2,651</b>	<b>+17.7%</b>
うち物販売上	520	661	695	+174	+33.5%

## 売上原価109.2億円(前期比18.6億円増、20.6%増)

- ・仕入原価 ⇒ 利用増に伴い補助金・インセンティブ交換仕入等が増加  
ガイドブック印刷費圧縮
- ・製造原価 ⇒ ヘルスケア事業の新規M&Aを主因に前期比9.3億円の増加



### 売上原価構成

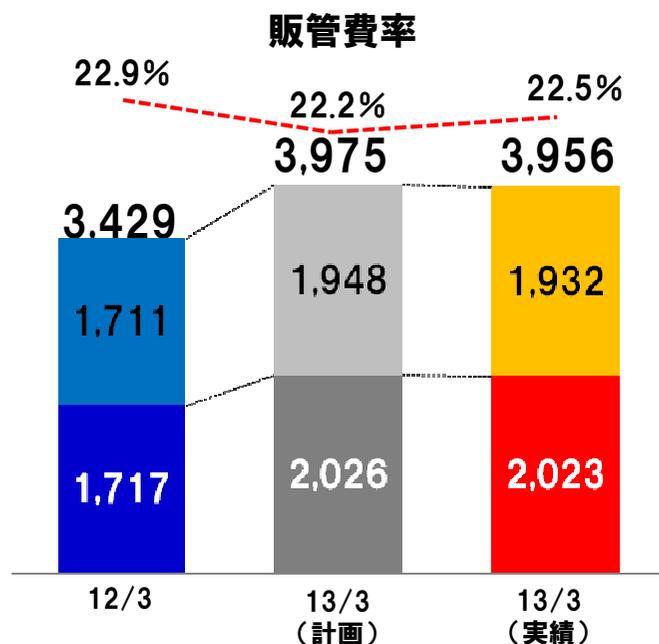
※管理会計上の区分による

(単位:百万円)	12/3	13/3 (計画)	13/3 (実績)	前期比	
補助金(宿泊・サービス)	2,970	3,157	3,285	+314	+10.6%
ガイドブック(C&C含)	672	704	624	△48	△7.2%
インセンティブ	761	1,164	1,198	+436	+57.3%
福利厚生仕入	5,586	6,619	6,347	+761	+13.6%
物販仕入	448	585	616	+167	+37.5%
<b>仕入原価</b>	<b>6,034</b>	<b>7,204</b>	<b>6,963</b>	<b>+929</b>	<b>+15.4%</b>
労務費 ※	1,580	2,135	2,157	+577	+36.5%
経費 ※	1,443	1,795	1,800	+356	+24.7%
<b>製造原価</b>	<b>3,024</b>	<b>3,930</b>	<b>3,958</b>	<b>+934</b>	<b>+30.9%</b>
<b>合計</b>	<b>9,058</b>	<b>11,135</b>	<b>10,922</b>	<b>+1,863</b>	<b>+20.6%</b>

## 販管費39.6億円(前期比5.3億円増、15.4%増)

M&Aによる子会社増加により、販管費は前期比5.2億円増となるも、  
販管比率は前期比0.4pt減と微減。

■ 一般経費 ■ 人件費



**販管費構成**

(単位:百万円)	12/3	13/3 (計画)	13/3 (実績)	前期比	
人件費	1,717	2,026	2,023	+306	+17.8%
一般経費	1,711	1,948	1,932	+220	+12.9%
合計	3,429	3,975	3,956	+527	+15.4%

## 財政状況

(単位:百万円)	12/3	13/3	増減
総資産	15,283	16,316	+1,033
流動資産	11,792	11,675	△117
固定資産	3,490	4,641	+1,150
純資産	9,618	9,227	△391
自己資本比率	62.9%	56.6%	△6.3pt

□現預金 : △3,787  
 □売掛金 : +802  
 □預け金 : +2,506

□有形固定資産 : +368  
 □無形固定資産 : +242  
 □投資その他資産 : +539

## 財務指標

		12/3	13/3	増減
営業利益率	%	16.5%	15.5%	△1.0pt
総資産経常利益率	%	16.4%	17.2%	+0.8pt
自己資本利益率(ROE)	%	15.0%	17.2%	+2.2pt
一株あたり純利益	円	6,569.79	7,611.52	+1,041.73
一株あたり純資産	円	43,664.44	45,103.68	+1,439.24

# キャッシュ・フローの状況

(単位:百万円)	12/3	13/3	増減
営業活動によるCF	2,533	2,631	+98
投資活動によるCF	167	△1,821	△1,988
財務活動によるCF	△574	△2,095	△1,520
現金及び現金同等物の期末残高	7,908	6,624	△1,284

- **資金増加**
- ・税金等調整前当期純利益 2,714
  - ・減価償却費 511
  - ・前受金の増加 671
  - ・未払金の増加 231

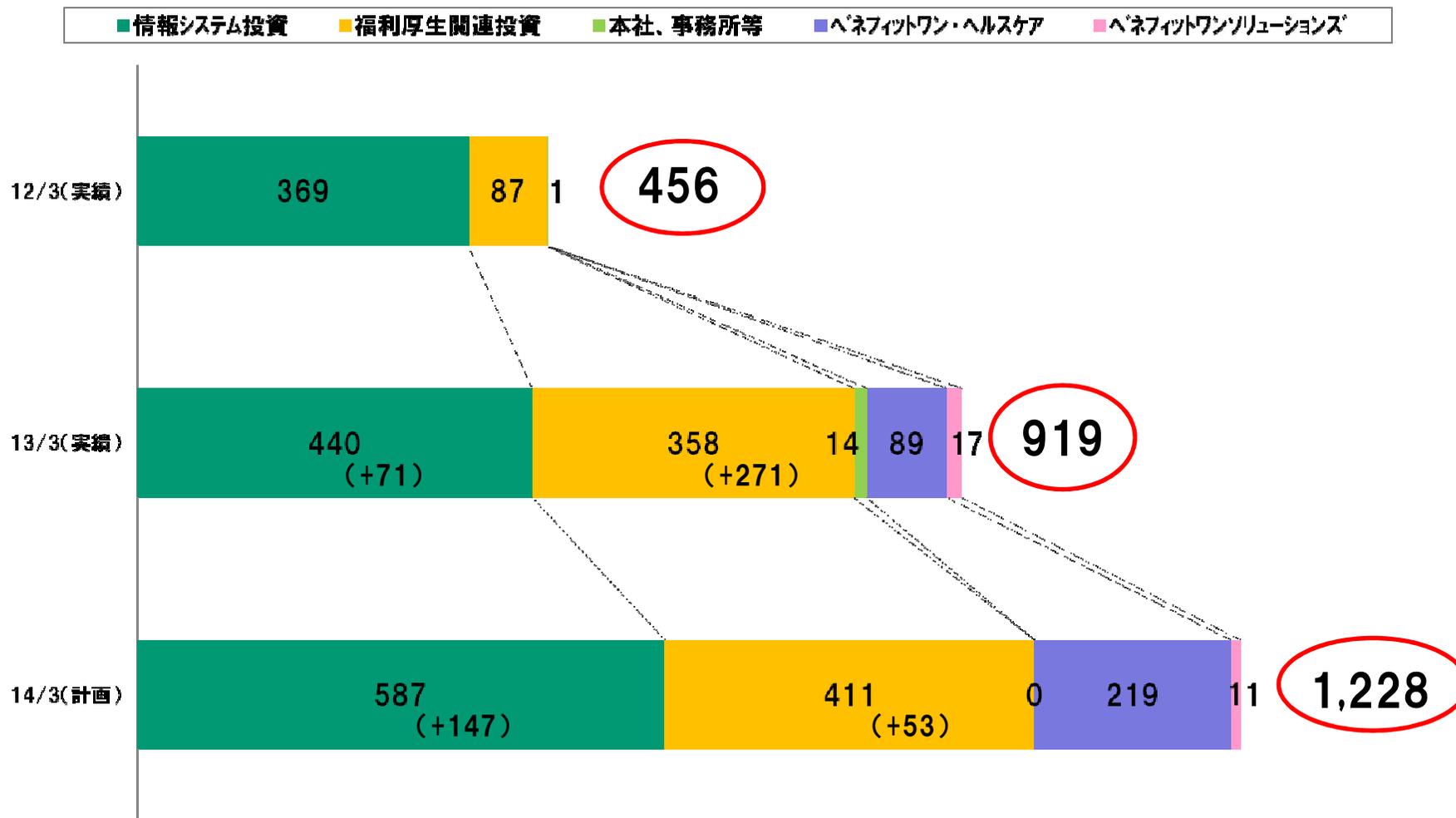
- **資金減少**
- ・売上債権の増加 587
  - ・法人税等の支払 1,101

- **資金減少**
- ・有形・無形固定資産の取得 814
  - ・子会社株式の取得 510
  - ・関係会社株式の取得 360

- **資金減少**
- ・自己株式取得 1,405
  - ・配当金の支払 660

## 戦略的な投資により、サービス向上及び業務効率化を推進

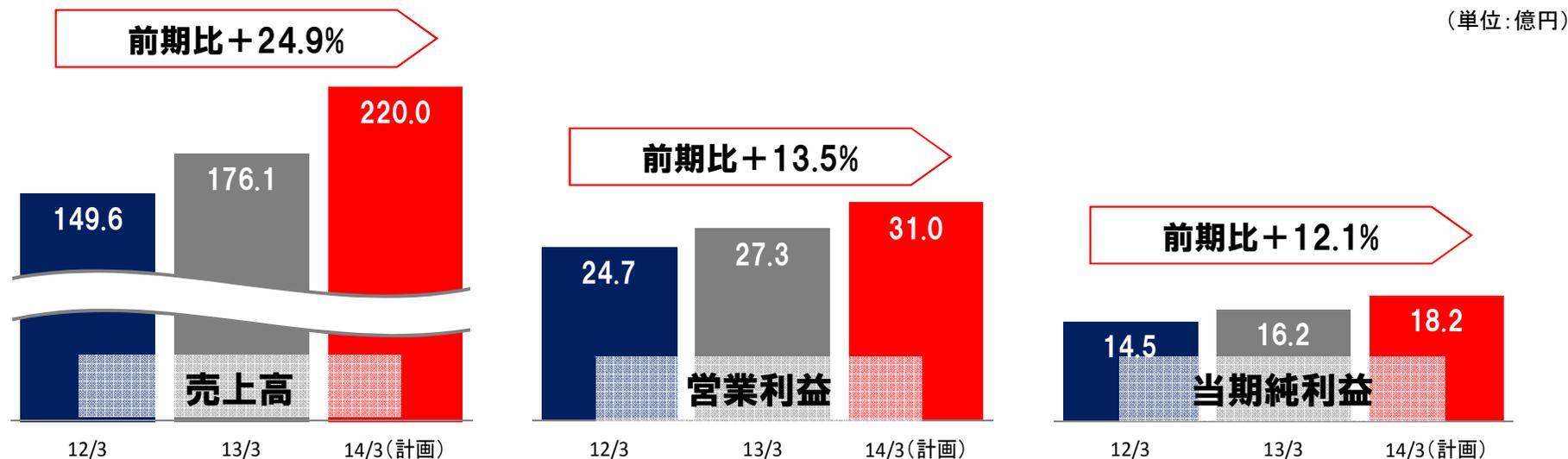
(単位:百万円)



# IV 2014年3月期業績見通し

---

## 成長事業の牽引により、4期連続の増収増益を計画



(単位: 百万円)	12/3	(%)	13/3	(%)	14/3 (計画)	(%)	12/3→13/3 増減	(%)	13/3→14/3 増減	(%)
売上高	14,959	(100.0)	17,610	(100.0)	22,000	(100.0)	2,651	+17.7%	4,389	+24.9%
営業利益	2,471	(16.5)	2,731	(15.5)	3,100	(14.1)	260	+10.5%	368	+13.5%
経常利益	2,512	(16.8)	2,714	(15.4)	3,070	(14.0)	201	+8.0%	355	+13.1%
当期純利益	1,447	(9.7)	1,623	(9.2)	1,820	(8.3)	176	+12.2%	196	+12.1%

# 「サービスの流通創造」

～ サービスマッチングのワンストップサイト ～

---

## ■IR担当窓口 経営企画室

Tel:03-6892-5202 Mail:ir\_inquiry@benefit-one.co.jp URL: <http://www.benefit-one.co.jp>

本資料は、2013年3月期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、2013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。