

2005年3月期

中間決算会社説明会

株式会社ベネフィット・ワン

JASDAQ(2412)

2004年11月12日

www.benefit-one.co.jp/

当社の事業概要と経営戦略

当社の事業概要と経営戦略

1. 当社プロフィール
2. 経営ビジョン
3. 業界を取り巻く環境
4. 事業内容とビジネスモデル
5. 当社のコア・コンピタンス (強み) と競争戦略

1. プロフィール



パソナグループの社内ベンチャー 第一号

1996年に「株式会社ビジネス・コープ」として誕生。2001年に社名変更。

パソナ・三菱商事・日立製作所・東京海上日動火災・日本生命等の出資によるジョイントベンチャー

福利厚生代行サービス事業の専門企業

福利厚生システムの変革とソリューションを提案して市場を開拓！

1.社会のニーズを先取り 先手必勝の市場創造

市場の変化を着実にキャッチして進化し続ける！

2.トータルコンペンセー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！

3.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！

3. 業界を取り巻く環境

競争環境

潜在市場規模 vs 現在の市場

(出所 総務省統計局及び旬刊「福利厚生」)

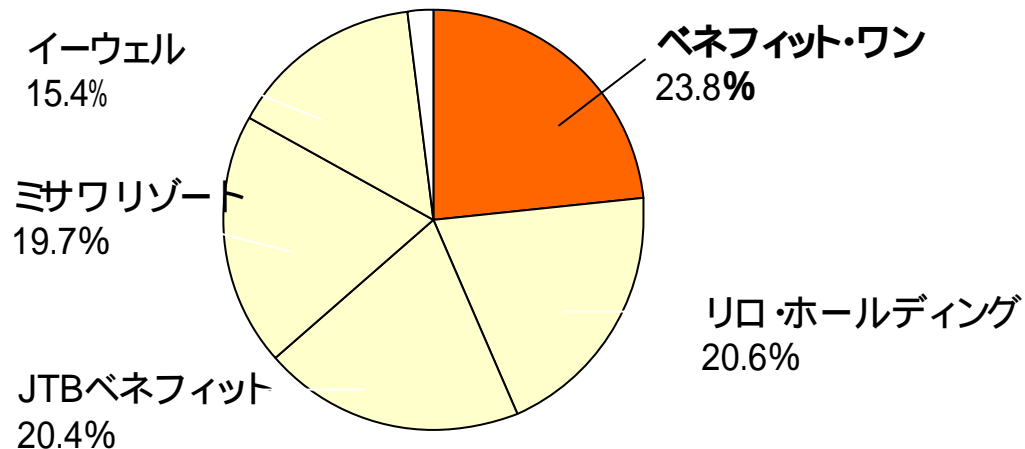
	全国就業者数 6,330万人 2002年現在	その30%がアウトソース サービスを利用と想定 1,899万人	現在の市場 420万人
メニューサービス市場 (想定単価432円)	3,275億円	983億円	217億円
カフェテリアプラン市場 (想定単価109円)	827億円	248億円	55億円

(注) 想定価格は大企業会員企業会費を想定した月間従業員一人当り会費価格です。

シェア状況 (メニューサービス市場)

メニューサービス市場
ベネフィット・ワンのデータ

契約会員数 :100万人
契約団体数 :3,200団体
平成16年 4月現在
出所 旬刊「福利厚生」



4. 事業内容とビジネスモデル

= 福利厚生代行事業 =

1. パッケージメニューサービス

基本商品 「ベネフィット・ステーション」

ガイドブック (年 1回発行) 会報誌 (年4回発行)



生活のプラットフォーム

各会員企業の従業員は共通のメニューサービスを利用。生活のプラットフォームを共有。

多様なご提供メニュー

リゾートトラベル・スクール&カルチャー・ライフケア・リラクゼーション・スポーツエンターテイメント・物販など多様なメニューをご提供。

宿泊・リゾート施設



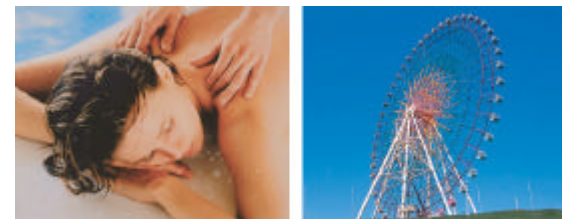
スポーツ・フィットネス



ライフケア・ライフサポート



リラクゼーション・レジャー



4. 事業内容とビジネスモデル

仕組み

ユーザー : 会員企業

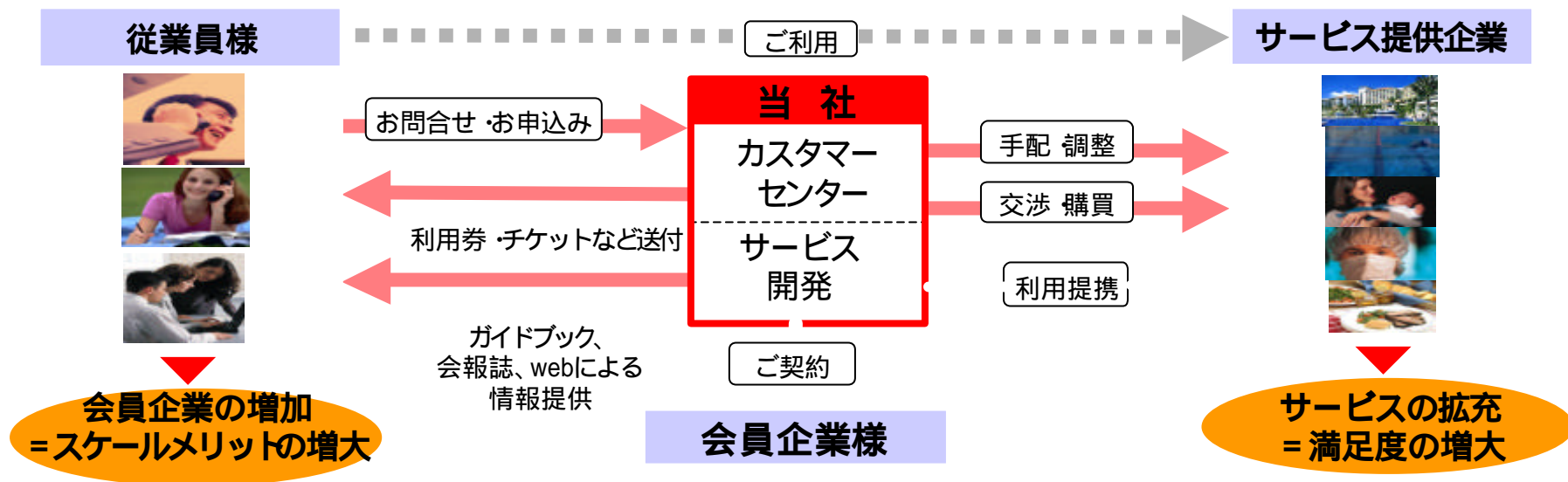
各企業は入会金・月会費を支払って会員組織「ベネフィット・ステーション」に加入。

エンドユーザー : 会員企業の従業員

従業員は当社と契約しているサービス提供企業の提供するメニューサービスを自由に利用。

従業員はガイドブック等をご覧になった後、当社のカスタマーセンターに連絡し申し込み予約。

当社のサービス開発部は新規開拓と有利な条件で従業員に利用頂くよう手配調整と交渉・購買。



4. 事業内容とビジネスモデル

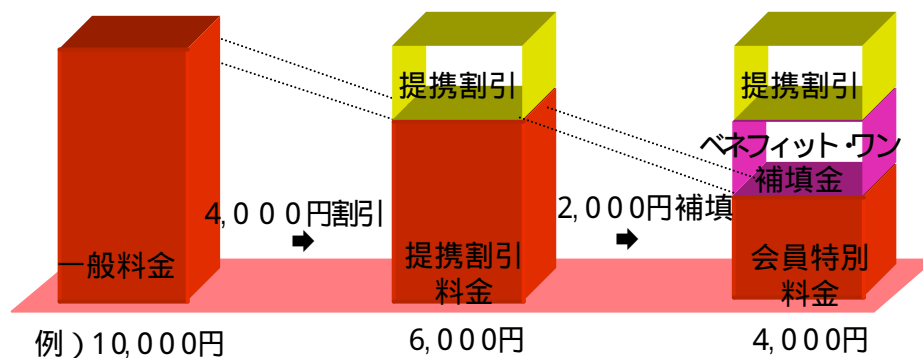
会員企業からの入会金・月会費 (収入)

月会費

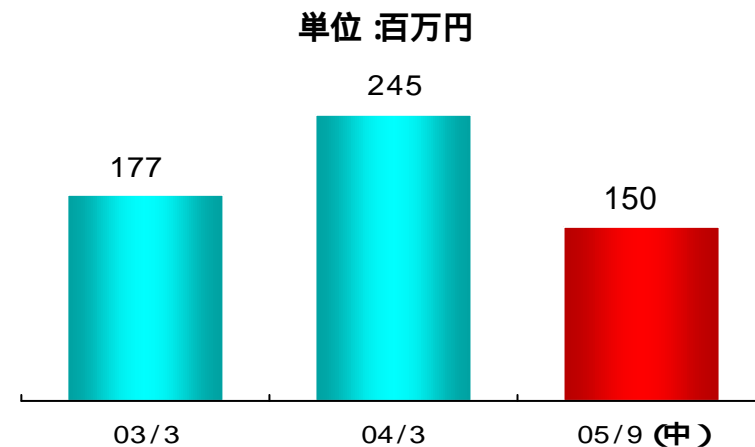
	基本料金	ゴールドコース (Bコース)	スタンダードコース (Aコース)
通常プラン	1,000円/1事業所	1~100名 1,000円/1名 101~1,000名 900円/1名 1,001名~ 800円/1名	350円/1名

ガイドブック代 1人1冊 **無料**

サービス提供企業への補填金 (支出)
ホテル 旅館施設の例



サービス提供企業からの送客・掲載手数料 (収入)
送客・掲載手数料の推移



4. 事業内容とビジネスモデル



サービスの収支構造

宿泊施設の3つのパターン (例)

設定価格			収支			
	定価	会員の 支払価格	当社の 仕入価格	当社からの 補助金	当社への 紹介手数料	純収支
パターン1	10,000円	5,000円	7,000円	-2,000円	0円	-2,000円
パターン2	10,000円	7,000円	7,000円	0円	+350円	+350円
パターン3	10,000円	7,000円	7,000円	0円	0円	0円

パターン1 : 補助金支出のみの場合

* 会員1人当たり一泊ご利用の場合のイメージです。

パターン2 : 送客手数料収入のみの場合

パターン3 : 補助金も送客手数料も発生しない場合

宿泊以外のサービスメニュー

・サービス (ライサポート関連業者への紹介等)

収支構造は、上記のパターン2に相当 (手数料率は1%~15%、業者により異なる)

・物販販売

収支構造は、上記パターン2に相当 (手数料率 < 粗利益率 > は10%程度を確保)

4. 事業内容とビジネスモデル

2. カフェテリアプランサービス

95年から日本に導入された、新しい福利厚生運営の仕組み
 従業員ごとに付与できる法定外福利厚生費に上限があるためコストコントロールが可能
 従業員は付与額の範囲内で、豊富な福利厚生メニューから自分にあったものを選択・利用



付与ポイント

▶ 付与金額を
ポイント換算

例) 各従業員に
300ポイント付与
▶ 1ポイント = 100円換算設定

カフェテリアプランメニュー

宿泊・旅行	ボランティア活動	子育て支援	人間ドック受診	資格取得
文化鑑賞	スポーツ・文化活動用品	介護支援	生活習慣病予防	書籍購入
スポーツ教室等受講	レジャー・テーマパーク利用	ベビーシッター	マッサージ・健康ランド	IT関連支援

など

ポイントの
付与

ポイント申請

申請ポイントへの
補助



ポイント利用は
ライフプランに応じて
人それぞれ

利用タイプ 家族のために

- 人間ドック利用に対して・・・50ポイント
- 託児所利用に対して・・・200ポイント
- ホテル利用に対して・・・50ポイント



利用タイプ 自分のために

- 書籍購入に対して・・・100ポイント
- IT関連製品の購入に対して・・・100ポイント
- 野球観戦に対して・・・100ポイント



利用タイプ 旅行が大好き

- リゾートホテルの利用・・・100ポイント
- バックツアーの利用・・・150ポイント
- レンタカーの利用・・・50ポイント



利用タイプ 子供のために

- 子女教育支援のために・・・300ポイント
- 学校や塾の入学金・授業料に
対して補助します。



4. 事業内容とビジネスモデル



カフェテリアプランのメリット・デメリット

メリット

企業側のメリット= 法定外福利厚生費のコストコントロールが可能
従業員側のメリット= 従業員のあらゆるメニューニーズに対応

デメリット

従業員ごとの付与ポイントの消化履歴の管理業務が煩雑



↓ デメリット解消によるカフェテリアプラン導入支援

カフェテリアプランの運営アウトソーシングサービス (商品名「ベネフィット・カフェ」)

カフェテリアプランの導入コンサルティングの提供
カフェテリアプラン運営業務代行 (ポイント管理、ポイント決済等)
福利厚生パッケージメニューの提供

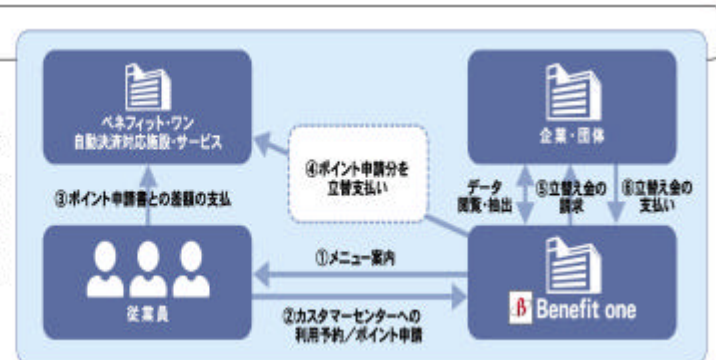
先進的なポイント決済代行の例

メリット

- ・申請書類不要
- 給与へのポイント加給不要

自動決済システム

■ ベネフィット・ステーションのサービスご利用時に、ポイントの範囲内で一部または全額を弊社が立替払いをするシステムです。この場合、サービス利用予約とポイント利用申請を事前に行います。このシステムを利用することで、宿泊施設などのサービス提供会社への現金支払いが不要になります。



4. 事業内容とビジネスモデル

ベネフィット・カフェ料金表

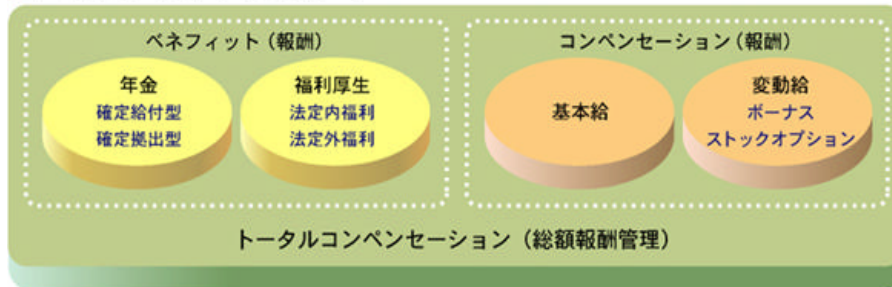
従業員数 300名 決済方法 :キャッシュバックシステム メニュー内容 :ベネフィットステーションに連動	従業員1名あたりの管理費	324円/月
	1企業あたりの基本料金	25,000円/月
従業員数 2,000名 決済方法 :自動決済システムのみ メニュー内容 :ベネフィットステーションに連動	従業員1名あたりの管理費	100円/月
	1企業あたりの基本料金	35,000円/月
従業員数 5,000名 決済方法 :自動決済システム & 併用 キャッシュバックシステム メニュー内容 :ベネフィットステーションに連動	従業員1名あたりの管理費	129円/月
	1企業あたりの基本料金	35,000円/月

カフェテリアプランからトータルコンペンセーションへ

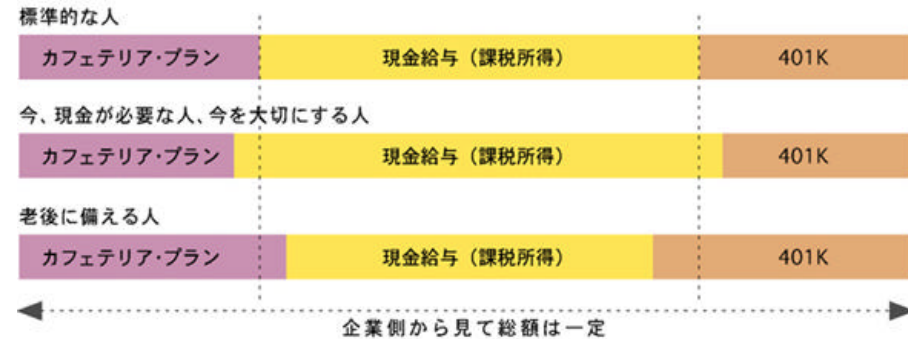
トータル
コンペンセーション
(総額報酬管理)

コストを削減しつつ、
より一層の福利厚生
の充実を達成する

●トータルコンペンセーションのイメージ



人的資本の活性化 = 企業の活性化



従業員は、現金給与・福利厚生・年金の「配当割合を自分で決定」

「自分で配分を設計」= 自分にベストマッチした福利厚生の創出

4. 事業内容とビジネスモデル

トータルコンペンセーション (総額報酬管理) のワンストップソリューション

《 総額報酬管理に必要とされる業務 》

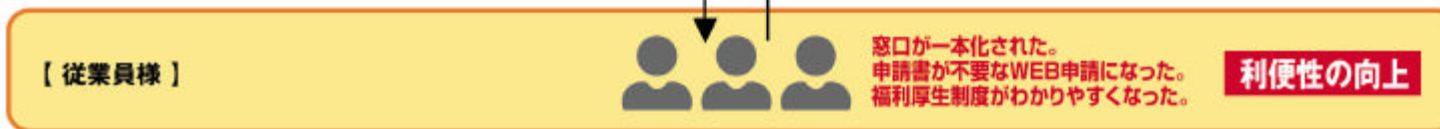
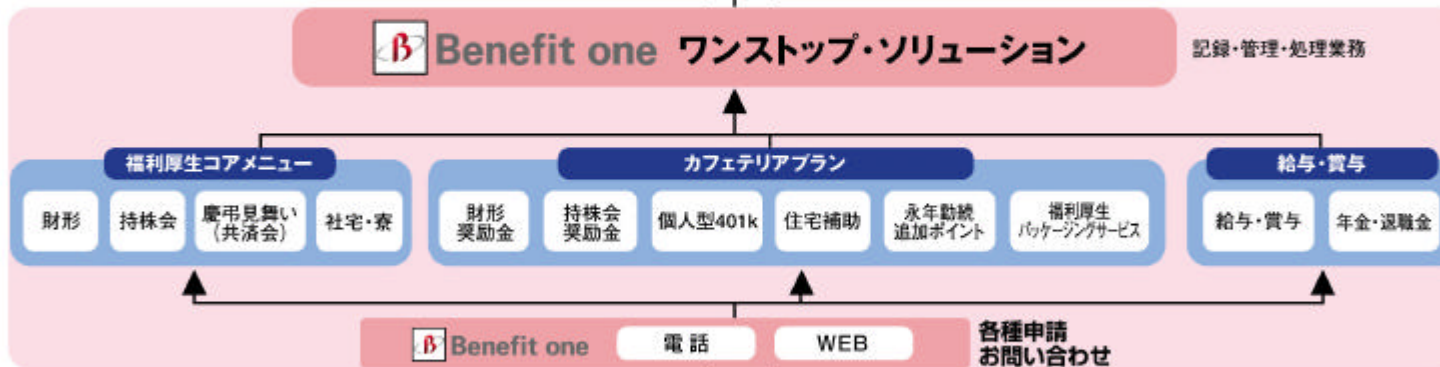
レコードキーピング (記録業務)

データハンドリング (データ処理業務)

従業員アクセスポイント (対応業務)

これらを全て、アウトソーサーが代行します。

■アウトソーシングによるワンストップ・ソリューションでは…



金融機関群

4. 事業内容とビジネスモデル

= その他 (多角化事業) =

企業を対象とした福利厚生代行事業 (全員加入型) に対し、個人対象の任意加入型商品、マスマーケット向けOEM供給商品を企画・販売

< 詳細 >

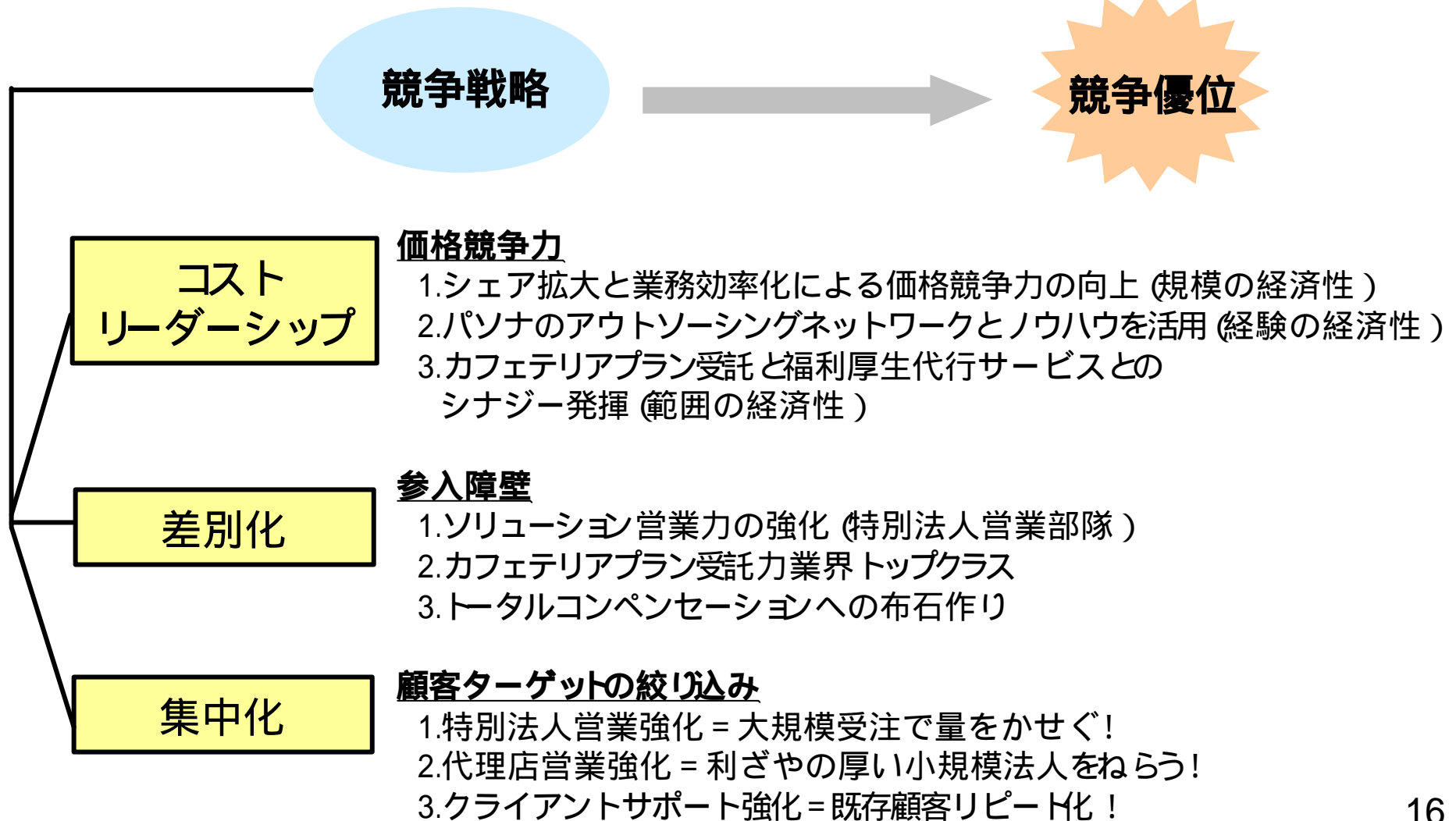
商 品	対 象	特 徴	ターゲット
プレステージ・ゴールド	富裕層	高品質、付加価値を追求 会員専用コンシェルジェサービス	会社役員、VIP 中小企業オーナー等
プライベート	個人	スタンダードコースを個人向け 仕様にリパッケージ	大手企業OB会 シニア各種団体等
ダイジェスト	各種会員制 団体	福利厚生事業で利用度の高い メニューをワンパッケージでの提供	共済会、銀行、カード会社 保険会社など

コア・コンピタンス (強み)

- 1. 福利厚生代行業界におけるNo.1の会員シェアを誇る**
契約団体3,200 会員数100万人 (平成16年4月現在)
- 2. カフェテリアプランで競合他社に先行**
設計コンサルティングチームを設置
業界先行のポイント管理・自動決済 A. Eシステム
- 3. 三菱商事・東京海上日動火災・日立製作所等 業界トップ企業のネットワークによる営業支援**
- 4. パソナグループ**
人材ビジネスで培ったブランド力と (株)パソナADPペイロールの活用

5. 当社のコア・コンピタンス (強み) と競争戦略

競争戦略



中間決算の概要と重点施策

2004年度中間決算の概要と重点施策

中間決算の概要

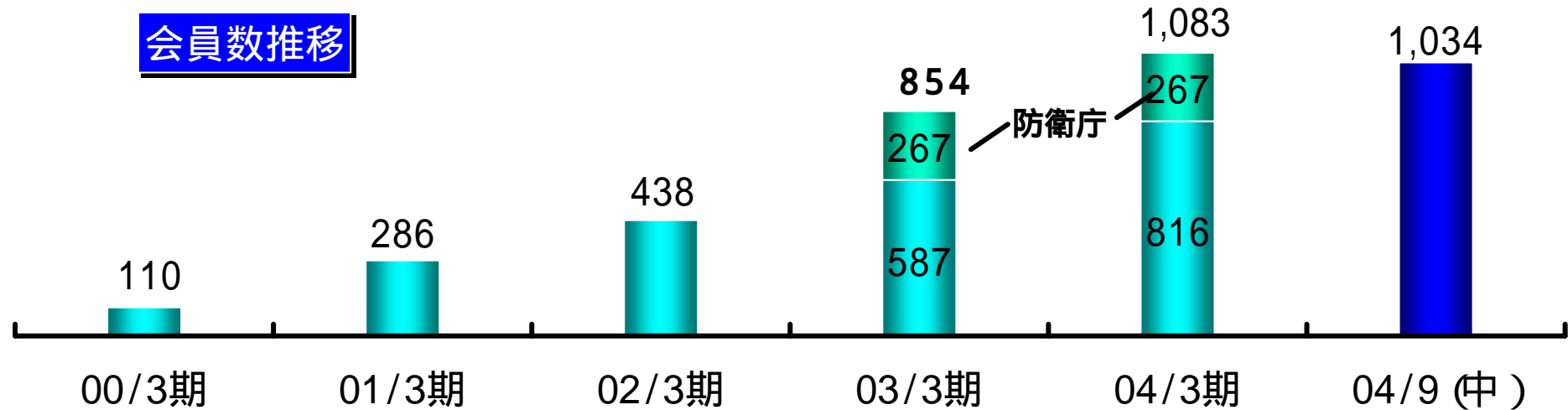
1. 会員数推移
2. 売上高
3. 売上原価
4. 販売費及び一般管理費
5. 営業利益
6. 計画対実績
7. 財務状況

重点施策

1. 営業戦略
2. メニュー戦略
3. 多角化事業
4. 投資計画

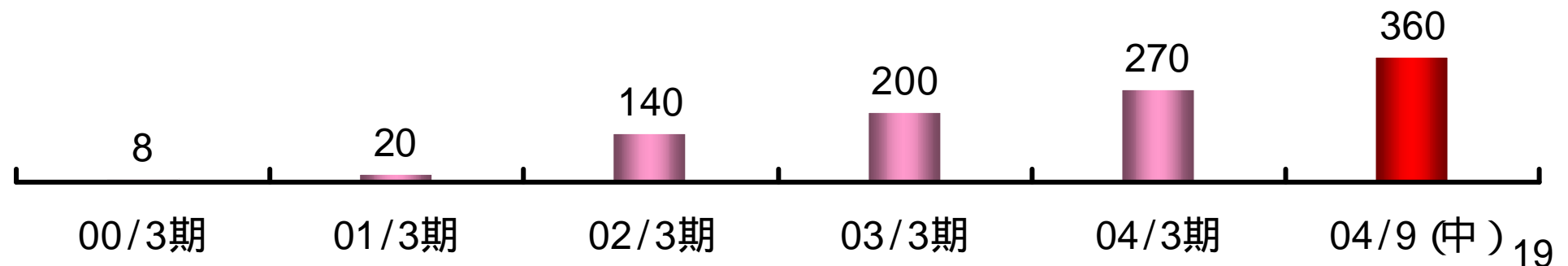
会員数推移

単位:千人



カフェテリアプラン受託数推移

単位:千人



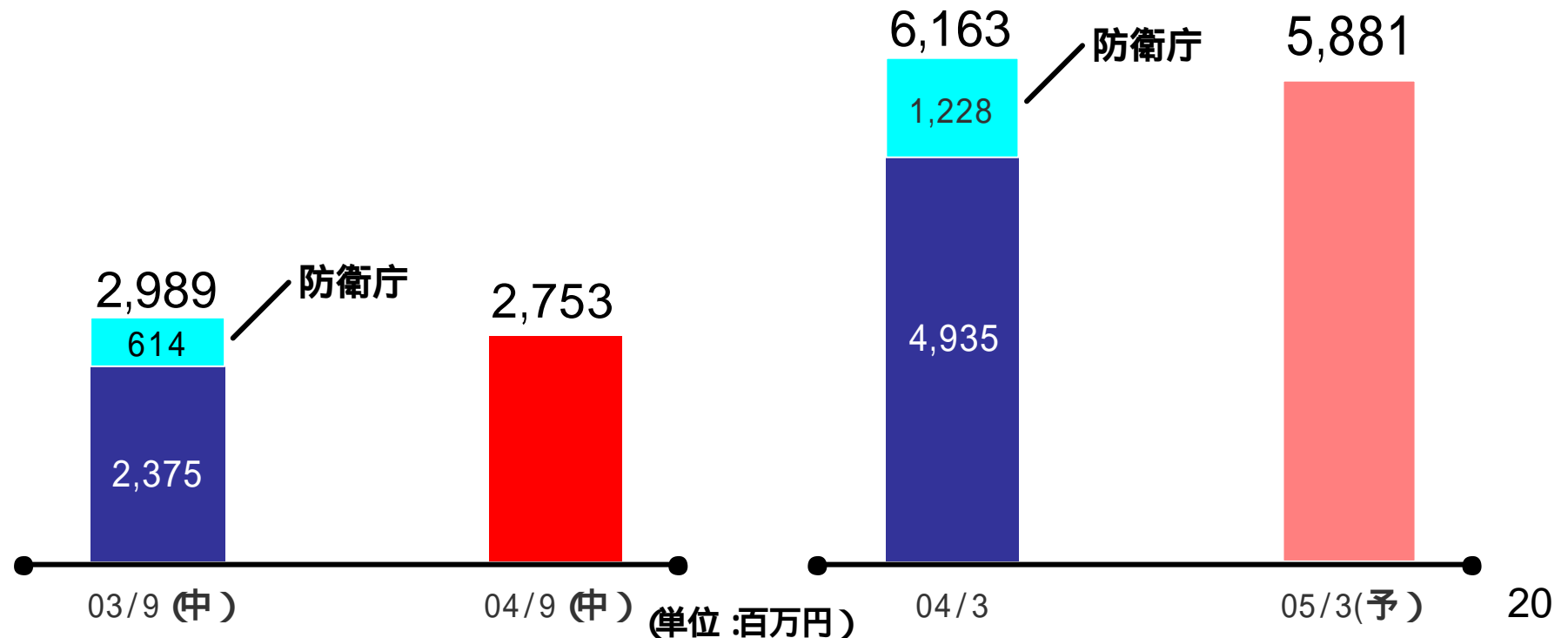
売上高

上期は積極的な営業展開により防衛庁共済契約終了による減収幅を圧縮

松下電器グループ約80,000名受注 (Aコース :7月)、加I受注 (6月)

三菱電機48,000名の加I追加受注 (7月)

松戸市役所職員共済4,000名 (B加I :4月)、栃木県警友会3,500名 (Aコース :4月) など
公務マーケットも好調



売上原価

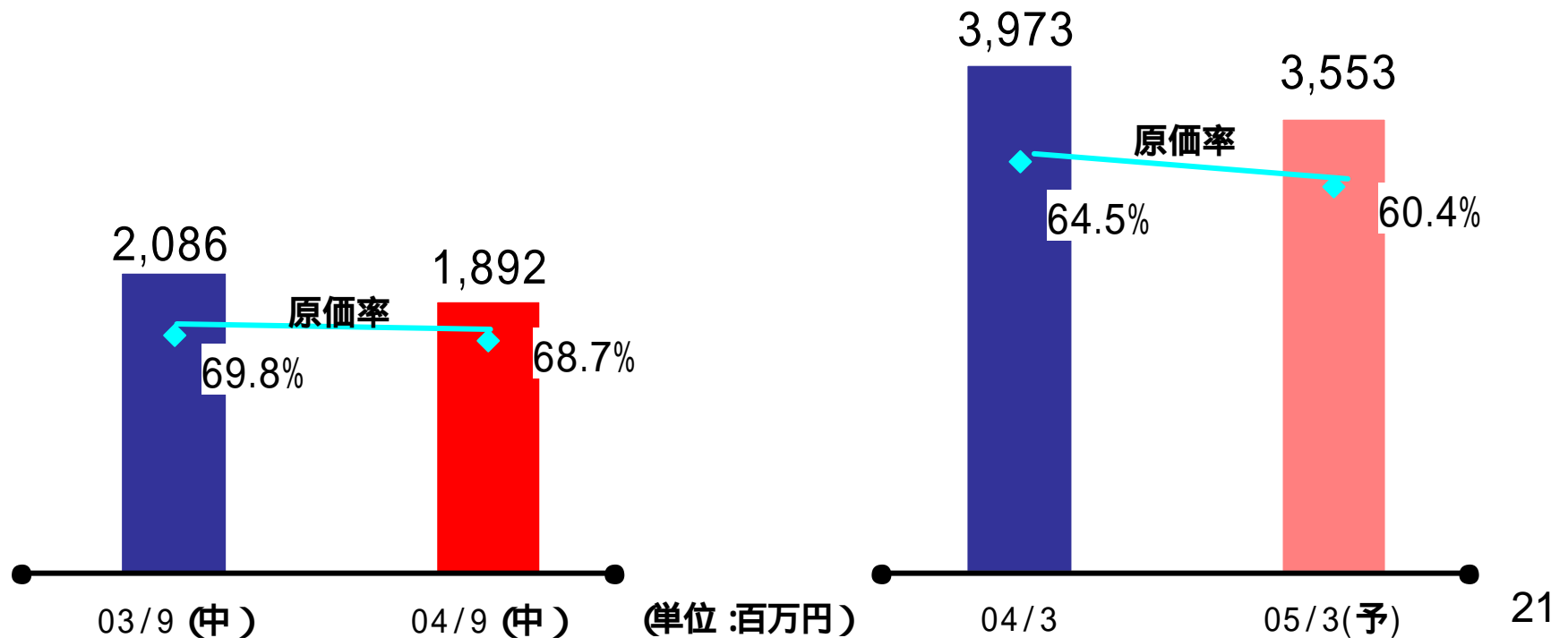
会員数減及び業務合理化に伴い減少

利用補助金の減少 (432百万円 371百万円、前年同期比 61百万円)

その他仕入原価の減少 (948百万円 849百万円、前年同期比 99百万円)

カスタム-センター-合理化等による経費圧縮が奏功

(706百万円 672百万円、前年同期比 34百万円)

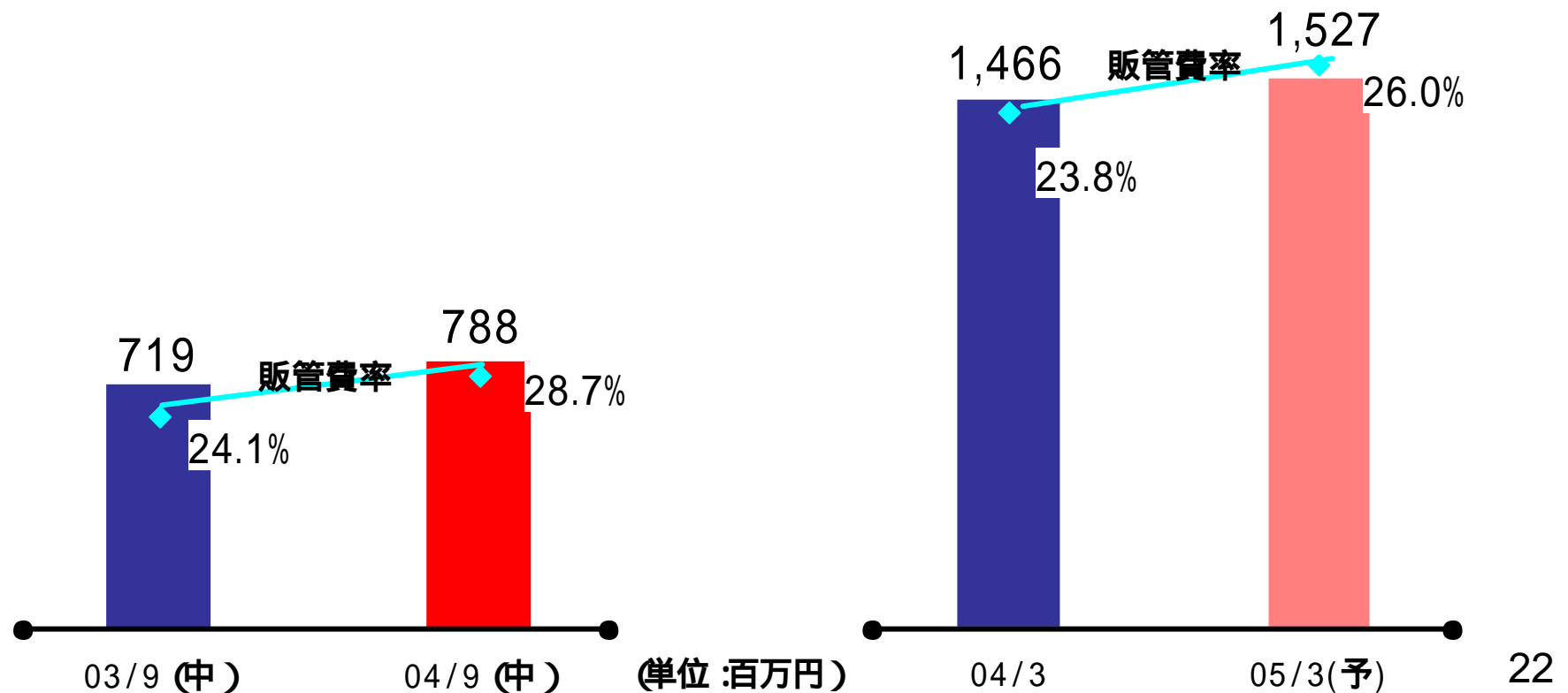


販売費及び一般管理費

営業力強化のため先行的に人材投入

人件費は前年同期比 48百万円増加

システムのセキュリティ強化対策実施 10百万円

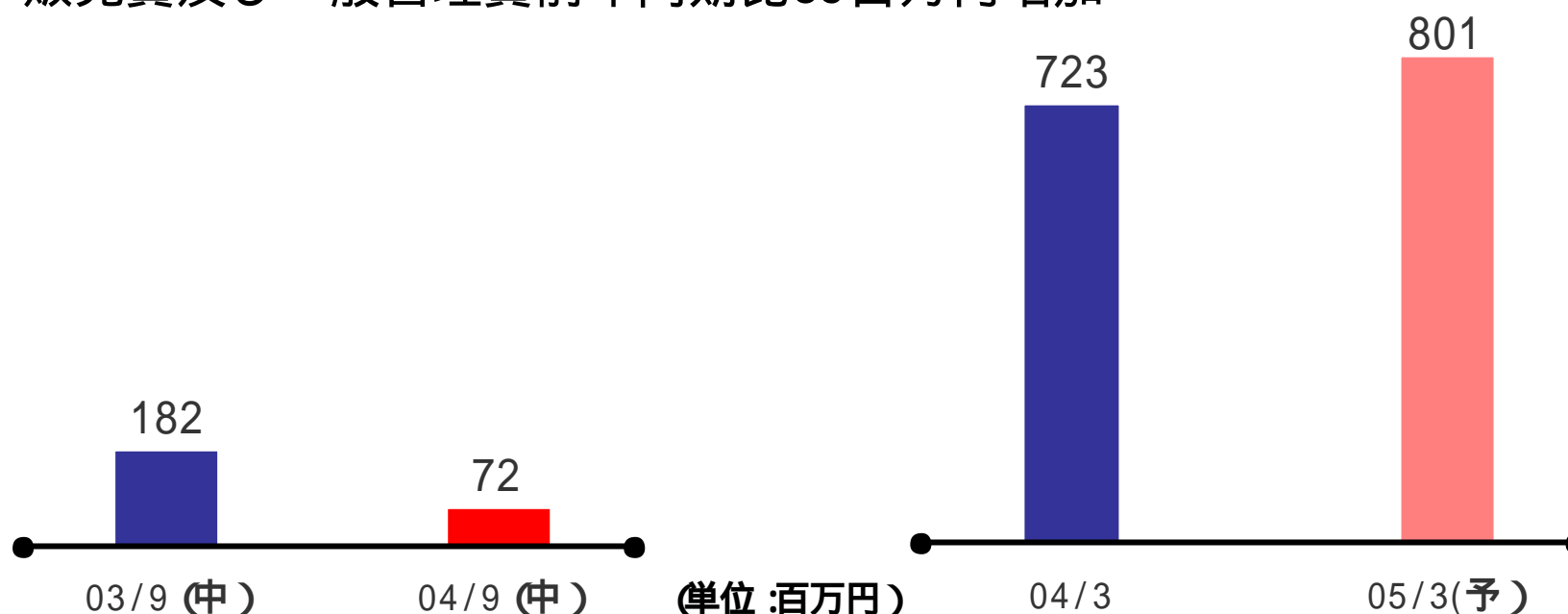


営業利益

売上原価率は1.1ポイント低減。

売上総利益額は売上減により前年同期比41百万円減少

販売費及び一般管理費前年同期比69百万円増加



< 上期・下期業績の季節変動要因について >

- ・会員個人向けに提供しているガイドブック費用は配布時 (第1・第4四半期) に集中
- ・宿泊施設等の利用は第2四半期 (夏季休暇) に集中するため拠出される補助金 (売上原価) が増加
- ・申込受付窓口のカスタマーセンターは、夏季休暇の1～2か月前に利用が集中するため人件費 (売上原価) が増加

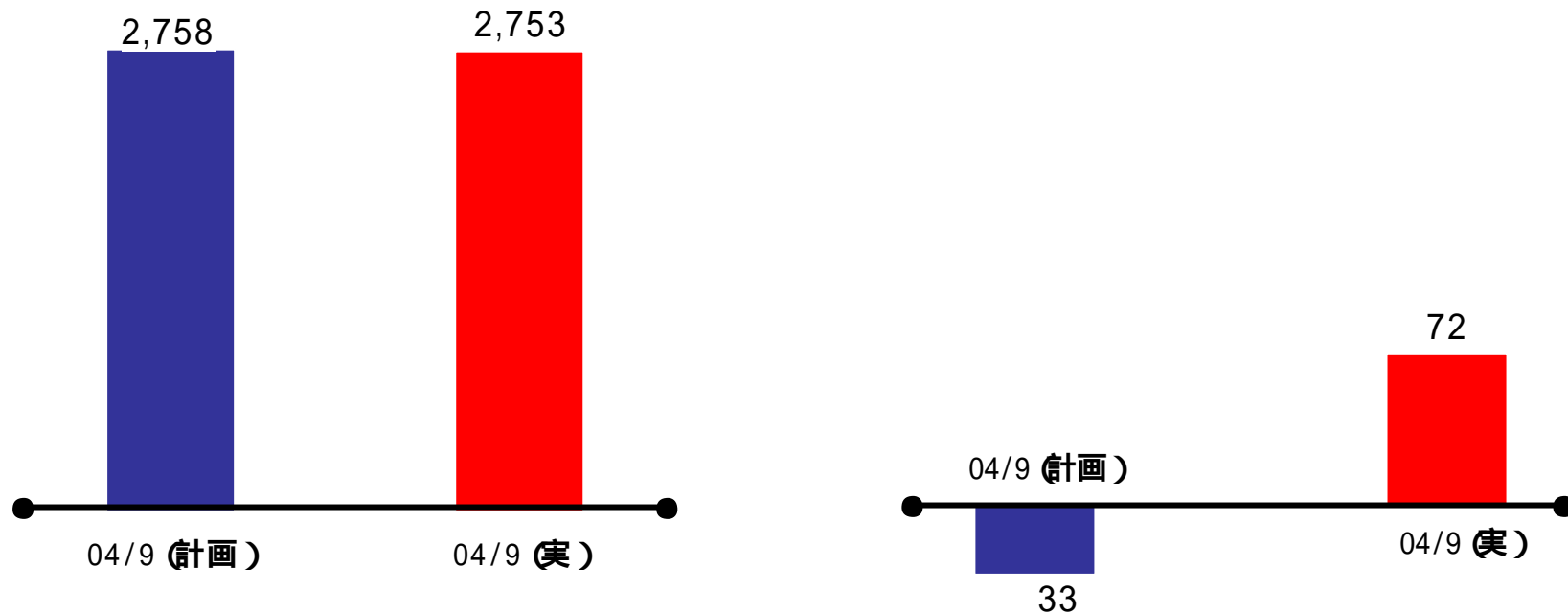
計画対実績

売上は計画比で横這い、営業利益は売上原価の減少で対計画比 + 105百万円

がトブックの仕入原価が計画比59百万円減少 (入会時期ズレにより計上繰越のため)

その他の仕入原価が計画比12百万円減少

カスタマ-センタ-合理化等による原価部門の経費圧縮が奏功し計画比40百万円減少



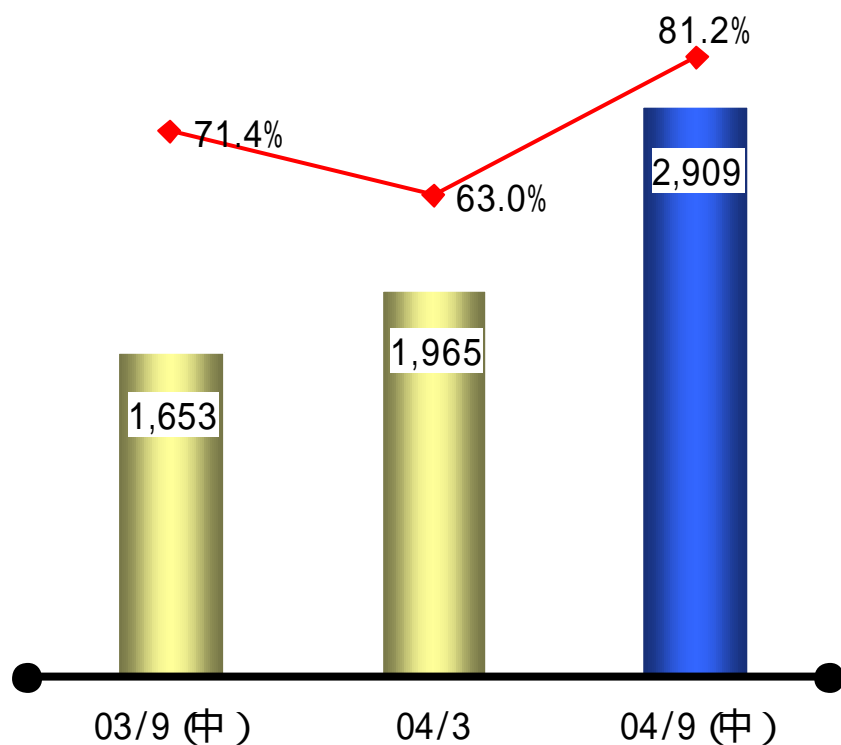
(単位:百万円)

財務状況

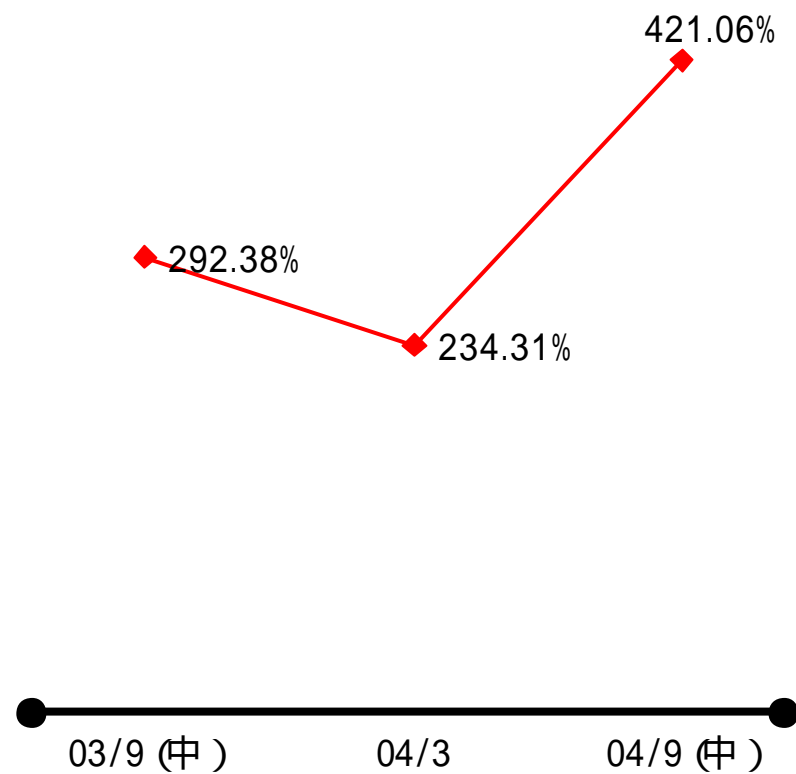
企業経営の安全度が更に向上

企業の財務安全性が更に向上

自己資本・自己資本比率



流動比率



営業戦略

パッケージメニューサービス・カフェテリアプランサービス

トータルコンペンセーションによる福利厚生コンサルティング力の強化

代理店網の強化・拡充による見込み顧客の開拓
・大手企業とのアライアンス (2005年 4月開始)

攻めの既顧客フォロー対応を強化し、収益アップ・囲い込み
・オプションメニュー販売 (社員持株会受託運営、保険商品、EAPなど)

メニュー戦略

仕入業務の強化

提携料金の値下による補助金抑制による収益力アップ

期中での提携料金値下交渉強化

利用直前コースに合わせた割引料金仕入実施

フィットネスクラブとの交渉強化により仕入コスト削減

差別化商品の企画構築

会員数シェアNo.1の優位性を生かした商品企画

ハーフプライスプラン

通常会員料金の半額での期間限定プラン

ラッキーカウントダウンプラン

キャサリング的発想で多人数申込み = 料金が下がるプラン

ブランド力のある企業との提携商品企画 (TUTAYAなど)

多角化事業

プレステージ・ゴールド

高付加価値商品 (高級ホテルスイート50%OFF、有名日本旅館等)を武器
に会社役員、VIP、中小企業オーナーへの徹底営業

ベネフィット・ステーション プライベート

オリジナル商品強化、代理店網の拡充による拡販

ベネフィット・ステーション ダイジェスト

大型共済、クレジットカード、金融系の会員組織へのアプローチ徹底

物販事業の拡大

株式会社センドント・ジャパンより会員制ショッピング部門の譲り受け
契約締結 2004年11月11日
営業譲受期日 2004年11月30日

本件営業の一部譲受けに伴う2005年3月期業績予想への影響については、営業権の償却(62百万円)を5年均等償却:毎年12.4百万円償却)が発生しますが、営業利益の寄与もあり大きな影響はありません。また、2004年中間決算の概要説明に本件は含まれておりません。

投資計画

情報システム投資

セキュリティ強化及び業務効率向上

M & Aによる事業基盤の拡大

通信教育・旅行・通販など収益基盤を確立するための企業の合併・買収

良い物をより安くより便利に」

IR担当窓口 経営企画室

Tel:03-5155-4605 Mail :ir_inquiry@benefit-one.co.jp URL :<http://www.benefit-one.co.jp/>

本資料は、2004年度中間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、2004年9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。