

2005年3月期

# 決算説明会

---

株式会社ベネフィット・ワン

JASDAQ(2412)

2005年5月17日

[www.benefit-one.co.jp/](http://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. 経営ビジョン
2. 業界を取り巻く環境
3. 事業内容とビジネスモデル
4. 当社のコア・コンピタンス (強み) と競争戦略

## 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！

## 2. 業界を取り巻く環境

### 競争環境

#### 市場規模

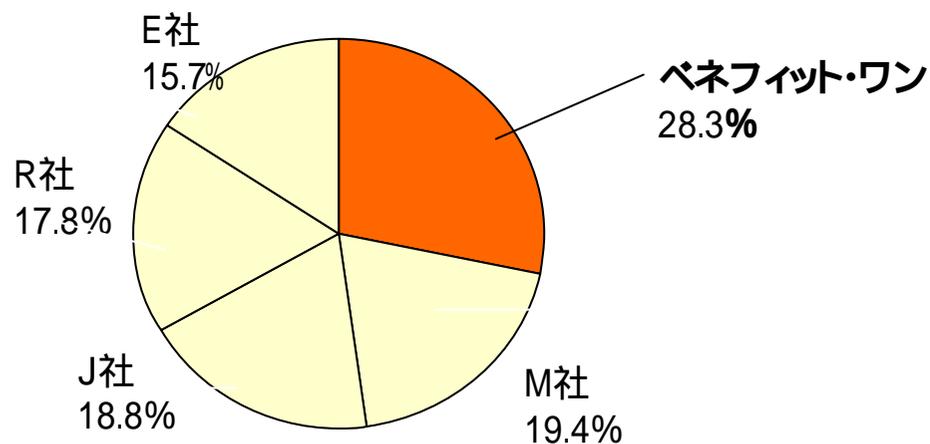
(出所 総務省統計局及び旬刊「福利厚生」)

	全国就業者数 (A)	中期想定市場 その30% (想定)	市場全体の会員数		増減率 (b/a-100%)	普及率 (b/A)
			04/4時点 (a)	05/4時点 (b)		
人数(万人)	6,329	1,899	414	490	18.5%	7.7%
受託金額想定(億円)	4,253	1,276	278	329		

注) 想定市場規模は、人数 × (メニュー料金+加工料金)とし、単価を各々450円/月、110円/月とする

	当社会員数 (万人)		増減率 ( / -100%)	市場占有率 ( / b)
	04/4時点 ( )	04/4時点 ( )		
当社	100	139	39.0%	28.4%

#### 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 :139万人  
契約団体数 3,500団体

平成17年4月現在  
出所 旬刊「福利厚生」

# 3. 事業内容とビジネスモデル

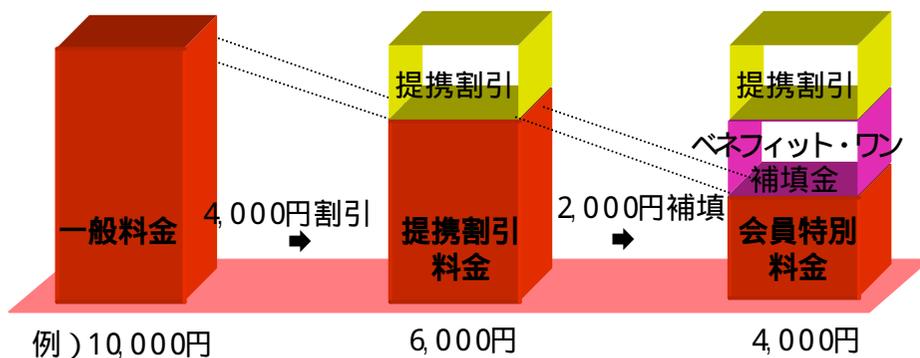
## 会員企業からの入会金・月会費 (収入)

### 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**

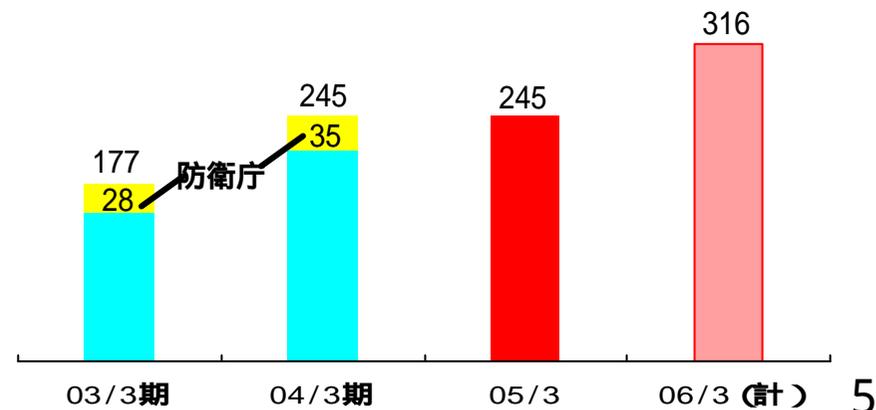
## サービス提供企業への補填金 (支出) ホテル 旅館施設の例



## 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

単位: 百万円



# 3. 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)

# 3. 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

ポイントの  
付与



ポイント利用は  
ライフプランに応じて  
人それぞれ

### 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

ポイント申請

申請ポイントへの  
補助

#### 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。



# 3. 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

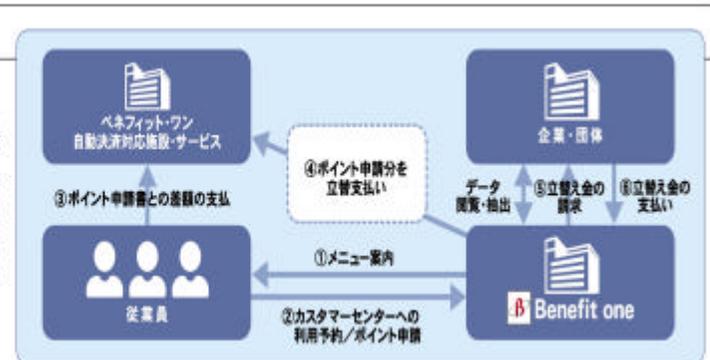
### < 先進的なポイント決済代行の例 >

**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。



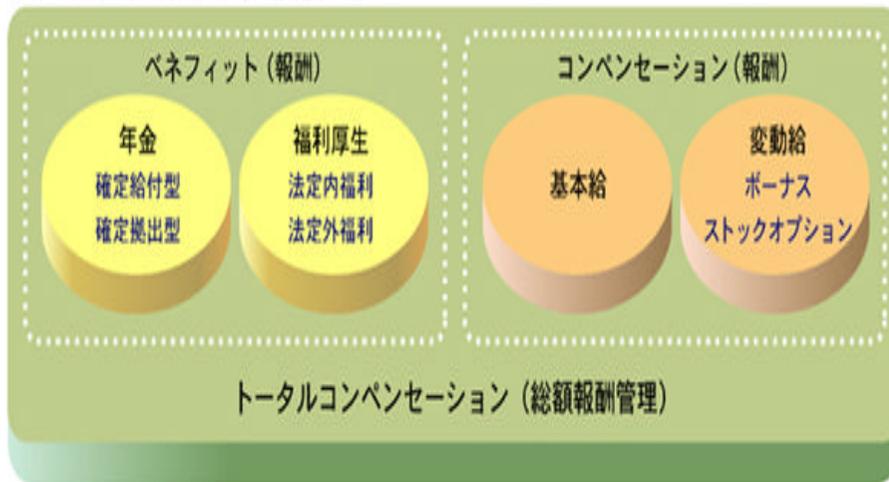
# 3. 事業内容とビジネスモデル

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

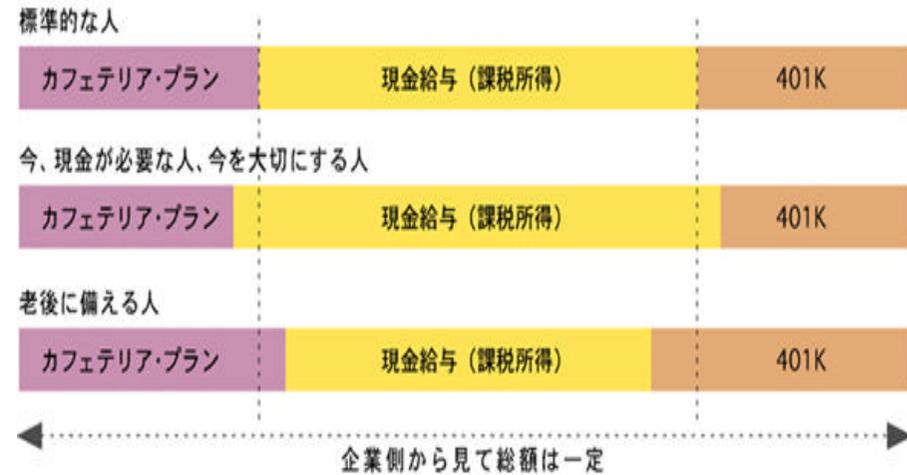
トータル  
コンペンセーション  
(総額報酬管理)

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

# 3. 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 》

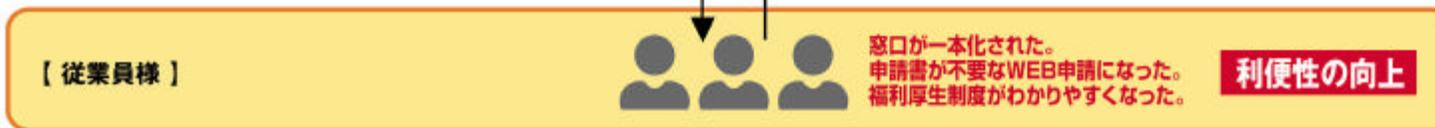
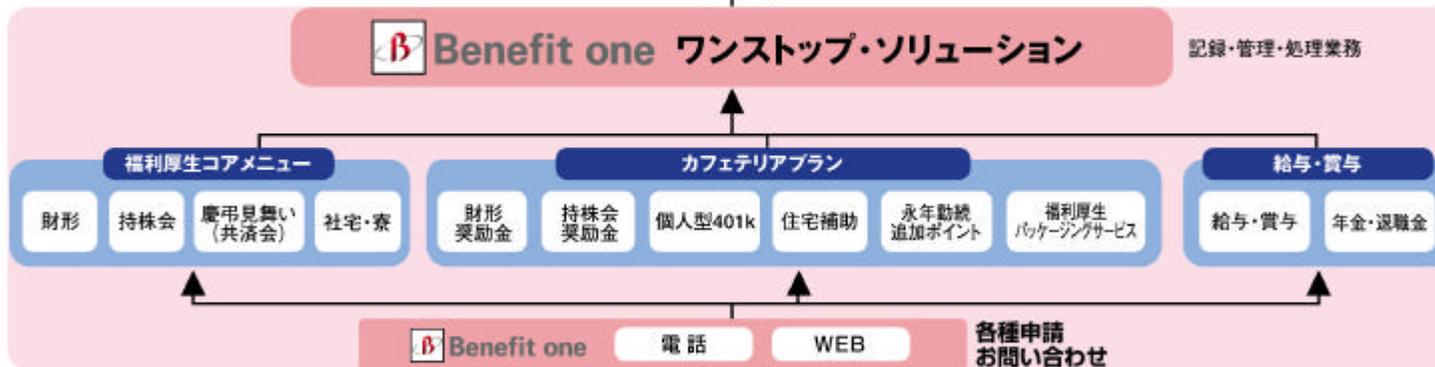
レコードキーピング (記録業務)

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

# 3. 事業内容とビジネスモデル

= メニューの高度化・応用 =

企業を対象とした福利厚生代行事業 (全員加入型) に対し、個人向けの余暇ビジネスへ、更に企業の顧客囲い込みのための会員特典提供事業 (カスタマーロイヤリティプログラム) へ

< 詳細 >

商 品	対 象	特 徴	ターゲット
プレステージ・ゴールド	個人富裕層	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
会員制ショッピング	各種会員制 組織	高級ブランド品販売 ロープライスギャランティ	銀行、カード会社
ダイジェスト	各種会員制 組織	福利厚生事業で利用度の高い メニューに絞込みOEM供給	共済会、銀行、カード会社 保険会社等の顧客組織
セレクト	各種会員制 組織	福利厚生事業で豊富なメニューを ベースにリパッケージ	同上及び マンション管理組合

### 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3,500 会員数139万人 (平成17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

# 2005年3月期決算の概要と重点施策

## 2005年3月期決算の概要と重点施策

### 1) 決算の概要

- 【1】2004年度の概況
- 【2】会員数推移
- 【3】売上高、売上原価
- 【4】販売管理費・営業利益
- 【5】経常利益・当期純利益
- 【6】財務状況
- 【7】対計画比

### 2) 次年度業務計画

- 【1】重点施策概要
- 【2】2006年3月期業績見通し

## 福利厚生アウトソーシングサービス

松下電器グループ約8万人等大手企業の入会により、防衛庁契約終了(27万人)の影響をほぼ吸収し、期末会員数は約108万人

更に2005年4月時点で、会員数139万人に到達

・カフェテリアプラン導入促進に向けたコンサルティング力強化  
制度分析、公平性・自立性のバランスにすぐれた制度の研究による  
個別企業へのコンサル。税制等の研究・提言

・ワンストップソリューション実現に向け、社員持株会運営、財形、慶弔見舞い、永年勤続表彰等、ペイロールを除くコンペンセーションメニューの受託を推進

## その他事業

**物販事業メニューの充実及び業容の拡大を目指し(株)セグメント・ジャパンの会員制ショッピング事業を買収 (2004年11月)**



(株)セグメント・ジャパンの会員制物販機能と当社の福利厚生メニューを融合させ、企業の顧客囲い込みのための会員特典を提供する

カスタマーロイヤリティプログラム事業拡大のためのキー企業

**個人富裕層向けにラグジュアリーホテル・コンシェルジュサービス・美食倶楽部・プライベートジェットなど、多彩で超一流のサービスを厳選した「プレステージ・ゴールド」を販売 (2004年11月)**



個人マーケットへの本格参入

## その他

### 株式会社グローバルヘルスケアと資本提携 (2005年1月)

・サービス提供企業との資本提携第一弾 (出資20%)

・健康志向の強い会員企業 健康保険組合向けに健康診断、健康指導、緊急医療をパッケージ化した「ヘルスケアコーチ」

・富裕層向けに高度且つホスピタリティに溢れた「マイドクター」を開発販売 (2005年4月)

# 2005年3月期決算の概要 (会員数推移)

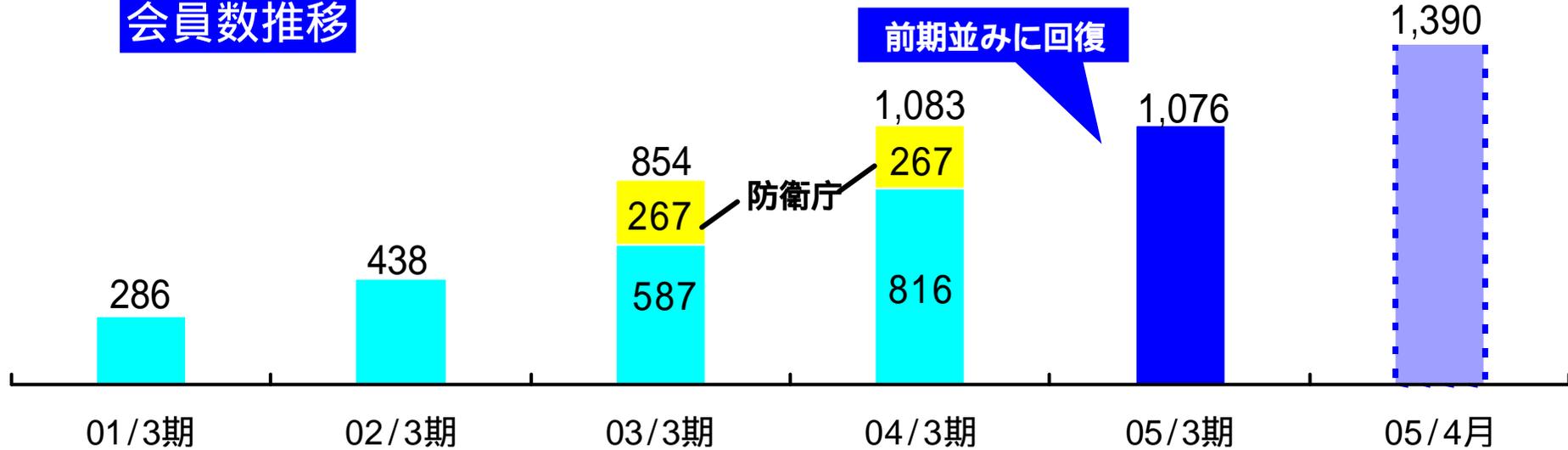


単位：千人

## 会員数推移

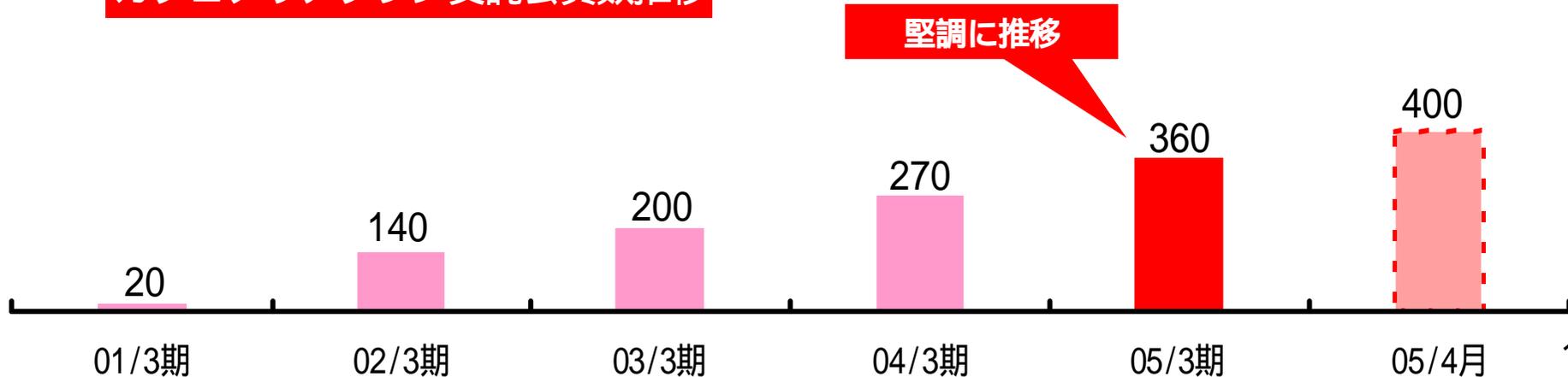
\*当社集計によります

### 会員数推移



## カフェテリアプラン受託会員数推移

堅調に推移



## 売上高微減～防衛庁契約終了による減収幅を圧縮

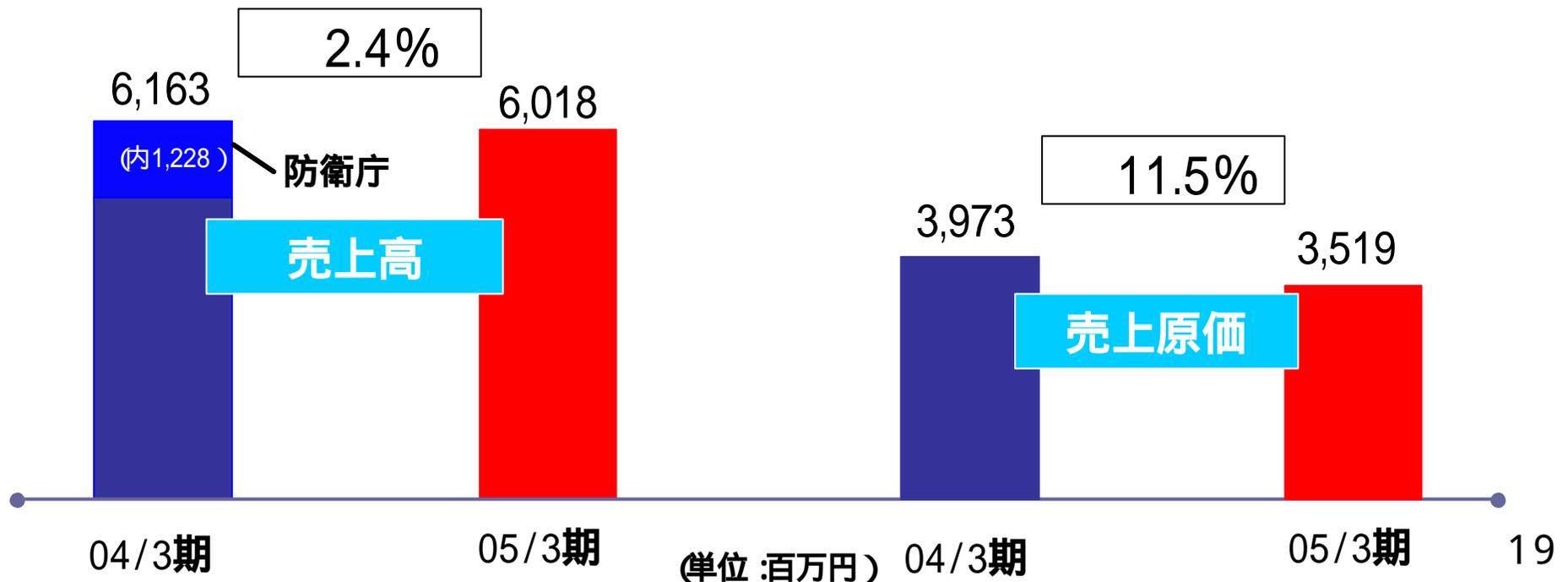
福利厚生部門売上は、防衛庁共済組合終了による減収幅を圧縮

(6,925百万円 5,484百万円：440百万円、うち新規事業+247百万円)

物販はセンドット買収を含め大幅増収(239百万円 534百万円 +295百万円)

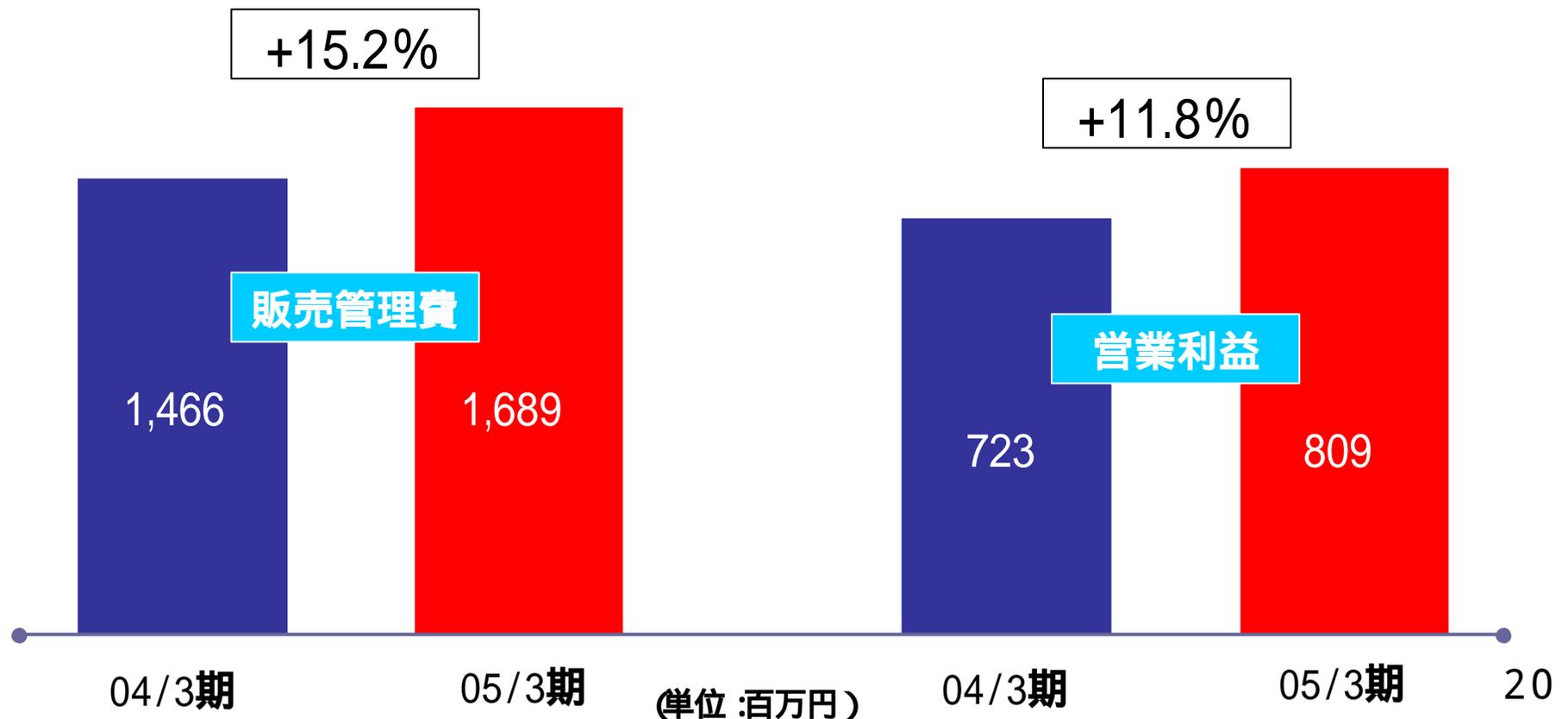
売上原価は、補助金減少、ガイドブック管理の厳正化などで仕入原価減少

(計 455百万円～宿泊補助金 178百万円、ガイドブック 151百万円等)



## 販売管理費は営業部門への人材先行投入、事業買収により増加

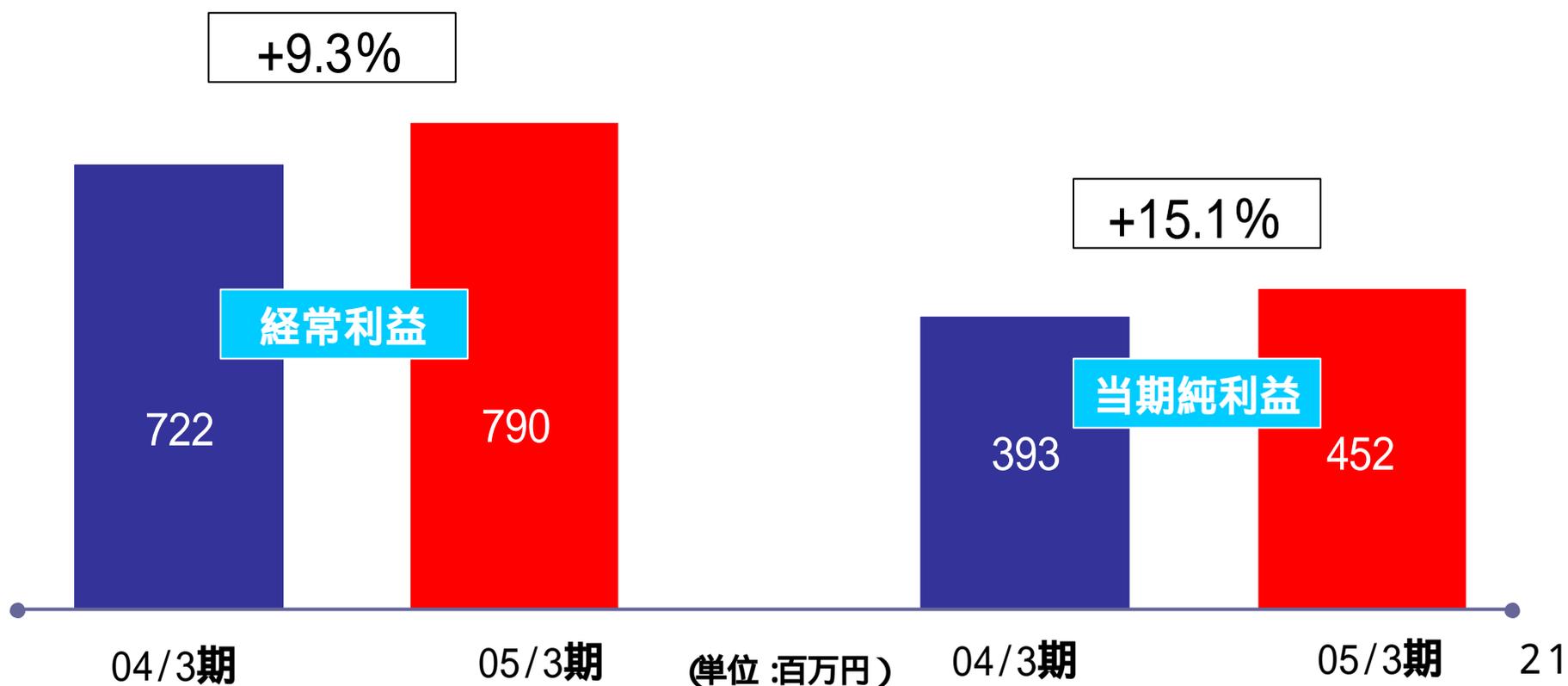
販売管理費は新規事業へ本格参入・セグメント事業買収により経費増  
Q23百万円増加 :内訳 04/4新設のプレステージ事業部・メンバーシップ事業  
部+58百万円、セグメント物販部門+115百万円)



## 経常利益+9.3%、当期純利益+15.1%

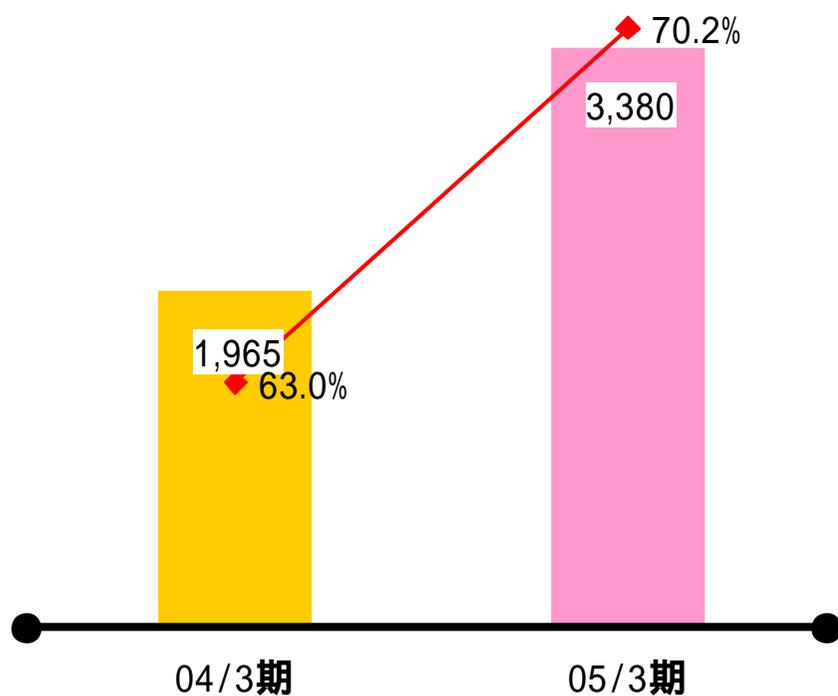
経常利益は790百万円 (+78百万円、前期比+9.3%)

~ジャスダック上場関連費用 (22百万円)を営業外に計上。

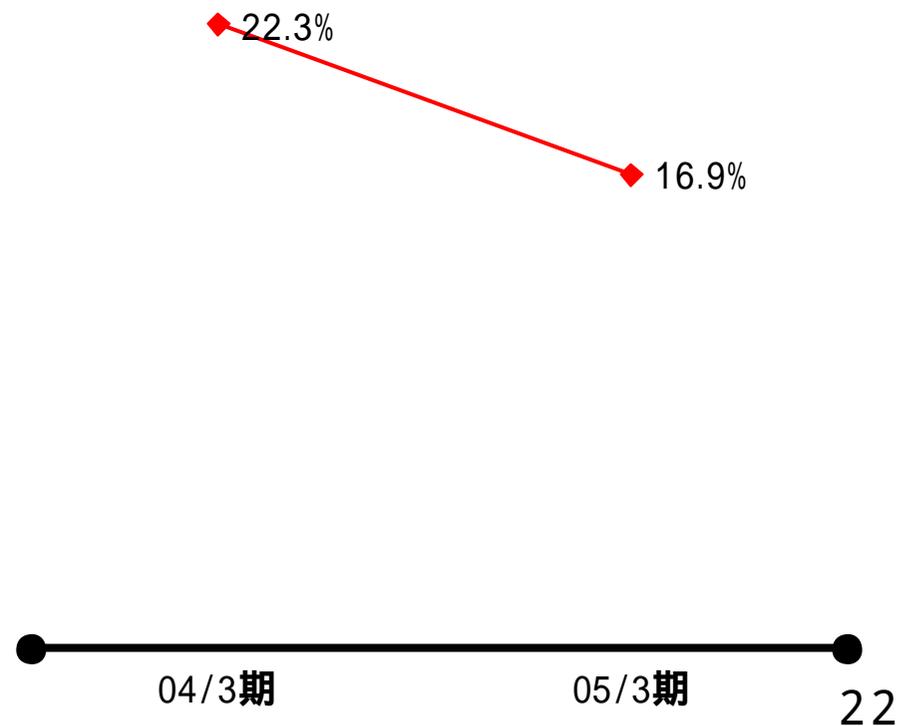


## 財務状況

### 自己資本・自己資本比率



### 株主資本当期純利益率 (ROE)

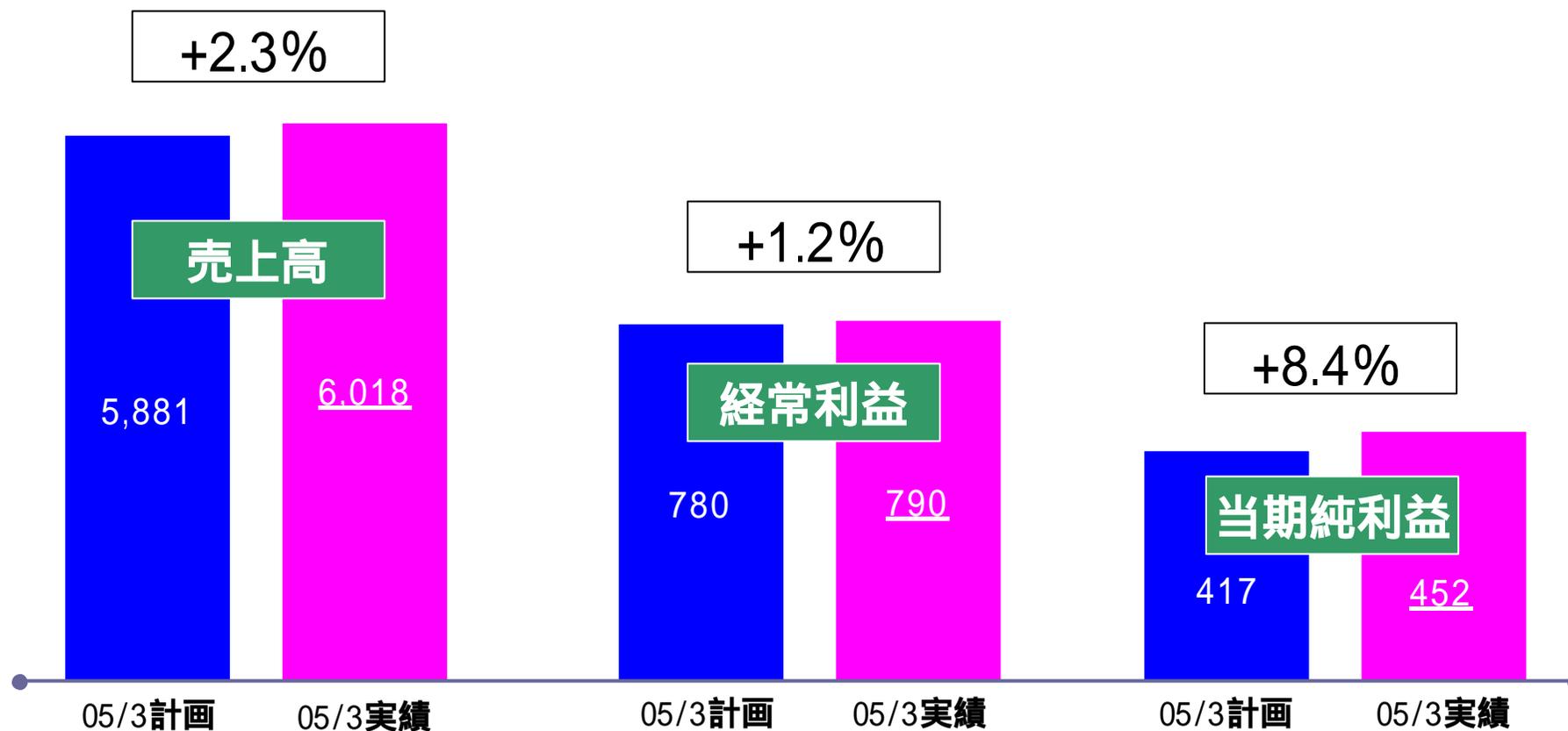


売上高 経常利益・当期純利益とも計画を上回る

(単位:百万円)

売上高 (計画比+137百万円、+2.3%)

経常利益 (計画比+10百万円、+1.2%)



## 2005年度 経営計画の基本方針

- コア事業の拡大とコンテンツ再利用による事業多角化
- 福利厚生事業は中小企業開拓へ向け大型代理店中心の提携戦略
- ・カフェコンサル等付加価値サービスにより好採算案件の掘り起こし
- 個人向けマーケットへの追加参入 (中高年向け対象の合併事業)
- ・カスタマーロイヤリティプログラム事業への本格参入

### 今後の成長を支える事業インフラの構築

3~5年先を見据え、事業インフラ整備のため抜本的なシステム投資(約8億円)を実施

### ナンバーワン・オンリーワンの会員サービスの実現

- ・直営施設の拡充、宿泊料金のロープライスギャランティ導入等、サービスの抜本的見直し

## 福利厚生事業

**会員数200万人を目指して： 2006年4月 179万人計画**

**カフェコンサル等付加価値サービスを通じ、好採算案件を獲得**

**・同業他社との競争が激しくなっているが、価格競争に陥ることなく、トータルコンパニオンセッションのワンストップサービスの提供、カフェコンサルによる制度設計提案を通じ、採算を確保する**

**中小企業開拓のための大型代理店政策の推進**

**・大手損保代理店・金融機関などとのアライアンス (販売提携) により、クリエイティブカルマスを超える中小企業からの定価受注を実現する**

## 多角化事業

### **(株)NARPの設立～当社23%出資**

・2007年、団塊の世代が60歳を迎え以後、退職者が増加。豊かで時間に余裕のある世代の出現

**(株)パソナ (51%) 出資と共同で再就職斡旋、また、当社は福利厚生メニューを活用した余暇メニューを同社宛OEM供給**

**5年後には20万人の会員数を目指す**

## 多角化事業

### prestige・golf拡販と付帯事業立上げ

#### 大口受注契約見込み先への積極的

損保、生保、銀行、カード会など富裕層を既に抱える組織との販売提携  
福利厚生アウトソーシング契約先への積極アプローチ

福利厚生で培った商品開発のノウハウを最大限に生かし、富裕層ニーズに  
マッチした商品性を追及及び付帯事業立上げ

#### ・ゴルフ倶楽部事業の開始

一流コースをメンバー並みの料金で予約可能とする

#### ・マイドクター事業の開始

グローバルヘルスケアが提供する商品を柱とし、富裕層向けの健康管理支援  
プログラムを提供

#### ・クーポン事業の検討・実施

## 多角化事業

### カスタマーロイヤリティプログラムの提供

～ カート会社・銀行・証券・メーカーなどの顧客向けに当社商品の中から厳選し、OEM供給、顧客囲い込みの手段としてのプログラムを提供～

#### < 形成している商品群 >

- 会員制ショッピング (昨年度セダント ジャパンより営業権取得)
- ダイジェスト(カード会社・保険会社顧客等への簡易付帯サービス)
- セレクト(大型共済会顧客等の標準福利メニュー付帯サービス)

### セダントビジネスモデル推進

#### < 推進施策 >

- 当社全てのサービス (富裕層向け～簡易)と(株)セダント物販を組合せ、大口顧客向け特典サービスの提供
- 銀行・証券など金融機関の顧客向け営業の推進
- カート会社向け営業の推進

## サービス戦略

仕入れ力 (営業力)・商品力の強化

- ・ロープライスギャランティ(最安値保証)の導入
- ・自社主催旅行の企画・販売

### 差別化商品の企画構築

昨年迄、当社で借上し直営保養所として運営、会員提供していた箱根保養所施設を05/4に買収。

- ・今年度直営施設を3 7箇所拡大  
(箱根・葉山・斑尾・宝塚・嵐山・淡路島・阿蘇)

### 広告収入事業化施策の検討・推進

## 投資計画

(投資合計で約11億円)

### 【内訳】

#### 情報システム投資 (約8億円)

- Webの抜本的な刷新により アクセスの容易性、利便性を向上させ、  
電話からWebへ顧客を誘導
- 業務の急拡大に伴い顧客データベース、カフェシステム、カスタマーセンターシステム等、業務インフラ全般を再構築
- 個人情報保護法も踏まえたセキュリティ強化対策

#### 宿泊施設購入による自社運営 (約2億円)

箱根保養所施設を買収 (2005年4月)

#### 事務所スペースの拡大 (約1億円)

業容拡大により手狭となった事務所スペースの拡大実施

## 売上高はコア事業の拡大と新規事業により約27億円の増加

福利厚生会費収入+12億円、プレステージゴールド+3.7億円、カスタムロイヤリティプログラム会費収入+2.6億円、物販事業+4.8億円、直営施設+3.4億円

## 経常利益は、将来を見越したシステム投資等のインフラ整備による費用増加や償却負担が発生するものの、前期比+1.1億円の増益計画

システム投資(8億円)の償却負担+185百万円、事務所スペース設備投資(1億円)の償却負担20百万円、スペース拡大関連費用88百万円等、合計約3億円の年間負担増加。利益率は、その分低下するが、増益確保。

(単位:百万円)

	(05/3実績)	(06/3計画)	(増減額)	(前期比)
売上高	6,018	8,705	+2,687	+44.6%
売上総利益	2,499	3,270	+771	+30.8%
営業利益	809	920	+111	+13.7%
経常利益	790	900	+110	+13.9%
当期純利益	452	487	+35	+7.6%

単位 :百万円

## 売上高推移表

	04/3実績	05/3実績	増減	増減率	06/3計画	増減	増減率
福利厚生会費収入	5,236	4,580	-656	-12.5%	5,797	1,217	26.6%
プレステージゴールド	-	27	27		400	373	1381.5%
カスタム・ロイヤルティ・プログラム	58	255	197	339.7%	511	256	100.4%
会費売上高小計	5,294	4,862	-432	-8.2%	6,711	1,849	38.0%
直営施設売上	149	147	-2	-1.3%	486	339	230.6%
送客・掲載手数料他手数料	245	245	0	0.0%	316	71	29.0%
その他売上高計	631	622	-9	-1.4%	982	360	57.9%
<b>福利厚生売上高合計 ( + )</b>	<b>5,925</b>	<b>5,484</b>	<b>-441</b>	<b>-7.4%</b>	<b>7,693</b>	<b>2,209</b>	<b>40.3%</b>
ベネフィット・ステーション物販	239	348	109	45.6%	355	7	2.0%
買収セグメント物販	-	186	186		657	471	253.2%
<b>物販売上高合計</b>	<b>239</b>	<b>534</b>	<b>295</b>	<b>123.4%</b>	<b>1,012</b>	<b>478</b>	<b>89.5%</b>
<b>売上合計額 ( + )</b>	<b>6,163</b>	<b>6,018</b>	<b>-145</b>	<b>-2.4%</b>	<b>8,705</b>	<b>2,687</b>	<b>44.6%</b>

働く人々の生活共同組合的な役割を担うべく

**良い物をより安くより便利に」**

会員の皆様方へ提供してまいります

---

IR担当窓口 経営管理部

Tel:03-4360-3159 Mail [ir\\_inquiry@benefit-one.co.jp](mailto:ir_inquiry@benefit-one.co.jp)

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

本資料は、2005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、2005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。