

# 2006年3月期 中間決算説明会

---

株式会社ベネフィット・ワン  
JASDAQ(2412)

2005年11月11日  
[www.benefit-one.co.jp/](http://www.benefit-one.co.jp/)

# 当社の事業概況と経営戦略

---

## 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！

## 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！

## 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.業界動向

### マーケット ~ 当社業界No.1の会員数シェア、成長市場

	当社会員数 (万人)				増減率 (04/4-05/4) ( / -100%)	増減率 (04/9-05/9) (b/a-100%)
	04/4時点 ( )	04/9時点 (a)	05/4時点 ( )	05/9時点 (b)		
当社	100	103	139	148	39.0%	43.6%

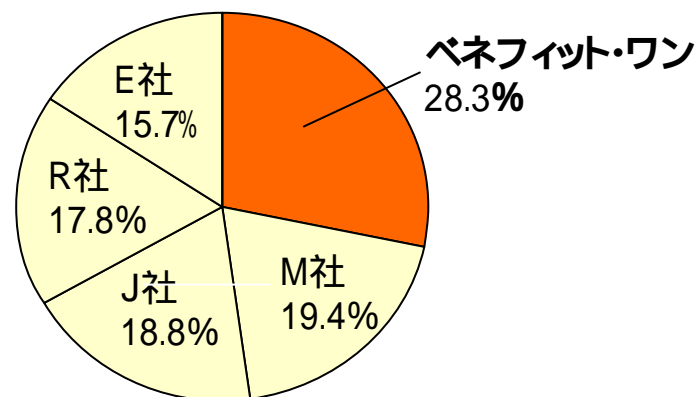
### 市場規模 (福利厚生アウトソーシング)

(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+カネ料金) とし、単価を各々450円/月、110円/月とする

### シェア状況 (メニューサービス市場)



平成17年4月調査結果  
出所 旬刊「福利厚生」

## 2. 業界動向

### マーケット ~ 経団連調査とメニュー提供イメージ

#### 経団連調査 (05/1)からの市場規模推察

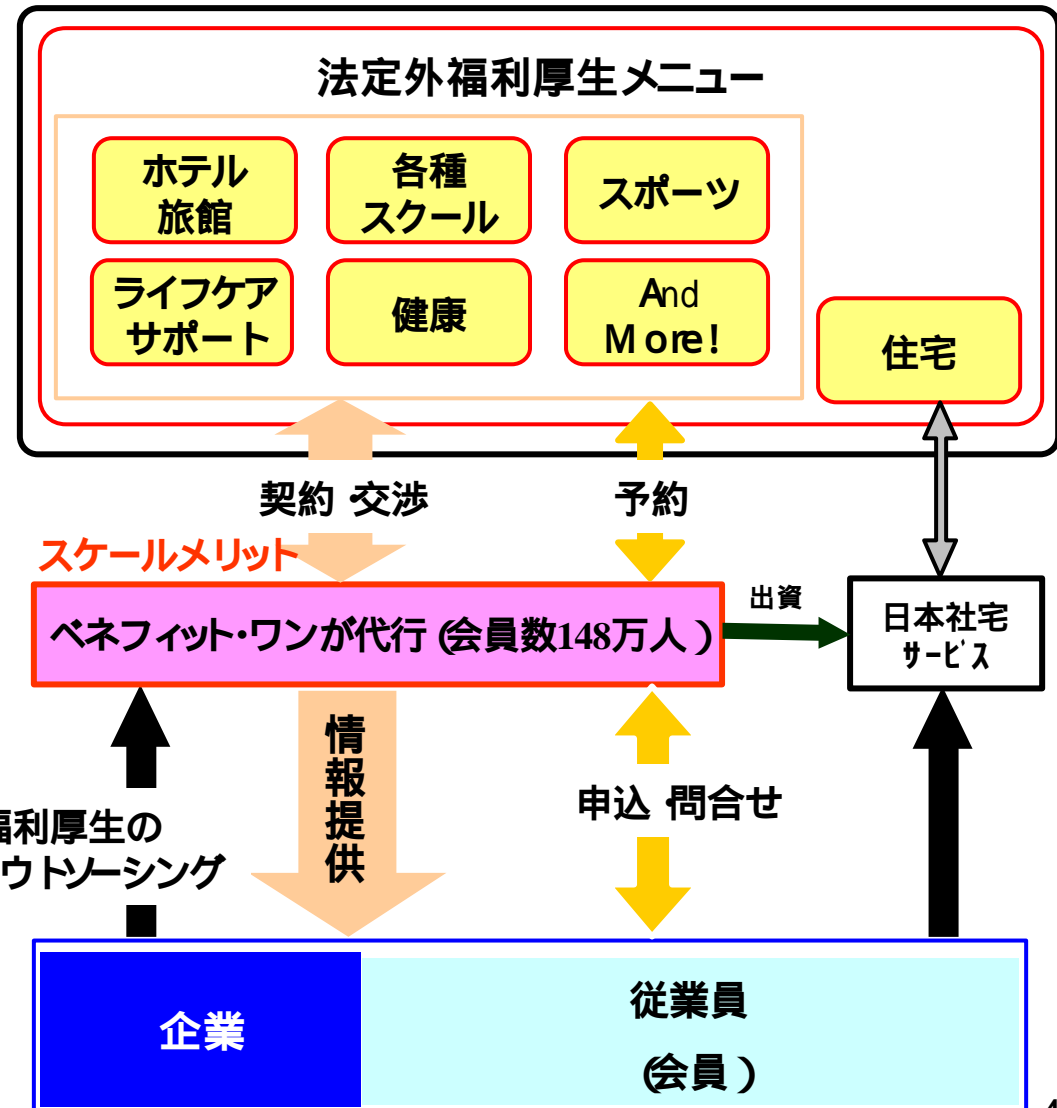
法定外福利費の項目別内訳と前年度増減率

	金額 (円・月・人)	構成比	前年度 増減率
住宅関連	14,241	50.9%	-1.5%
ライフサポート	5,781	20.7%	-2.5%
医療・健康	3,004	10.7%	11.3%
文化・体育・レク	2,236	8.0%	-4.3%
慶弔関係	1,007	3.6%	-2.6%
共済会	330	1.2%	5.8%
福利厚生代行	341	1.2%	40.9%
合計	27,958	100%	-0.9%

**37倍**

アウトソーサー受託可能 12,699円 / 月・人

第48回 福利厚生費調査結果報告  
調査対象 714社、従業員数 27,084人



### 3. 事業内容とビジネスモデル

## 福利厚生サービス

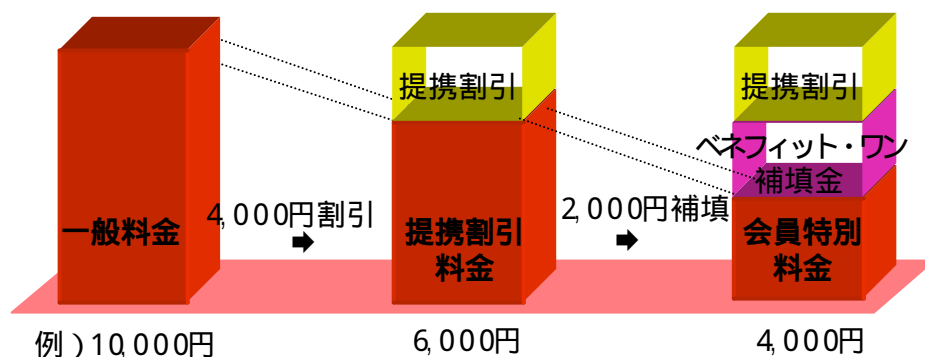
会員企業からの入会金・月会費 (収入)

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**

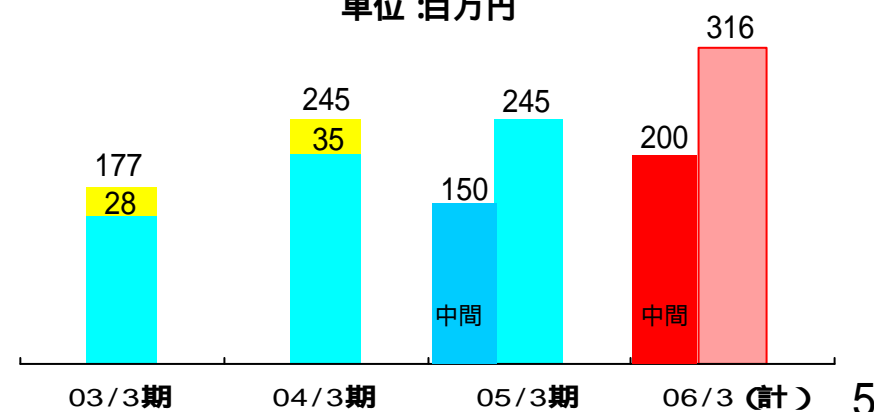
サービス提供企業への補填金 (支出)  
ホテル・旅館施設の例



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

## カフェテリアプラン ~ 選択型福利厚生制度の概要

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



ポイント利用は  
ライフプランに応じて  
人それぞれ

#### 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
- メンタルヘルス利用に対して・・・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



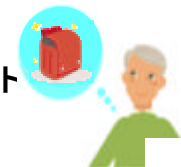
#### 利用タイプ 旅行が大好き

- 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

### 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

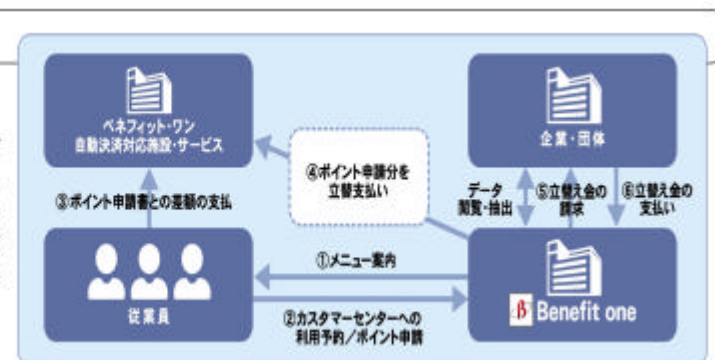
#### < 先進的なポイント決済代行の例 >

##### 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

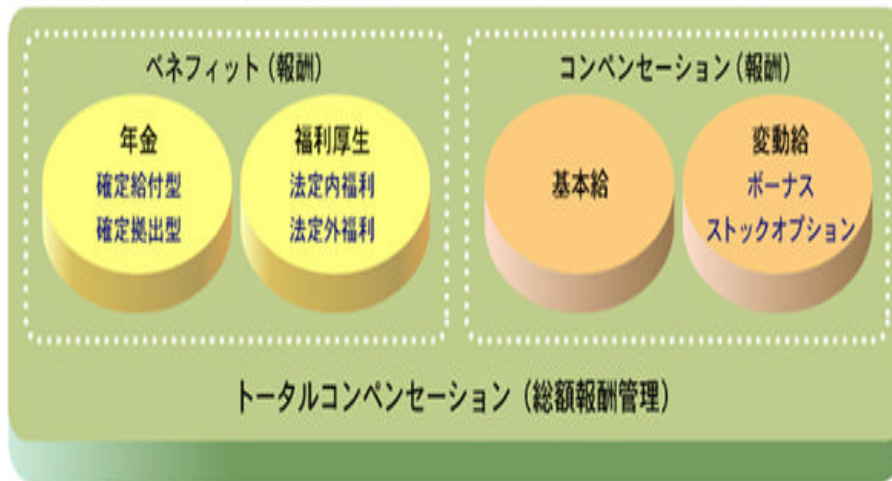
## トータルコンペンセーション (総額報酬管理)

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

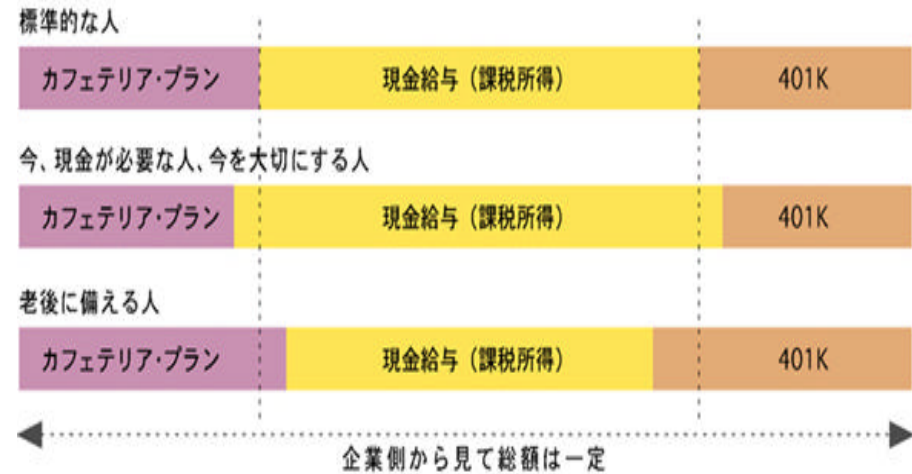
トータル  
コンペンセーション  
(総額報酬管理)

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）

### 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 》

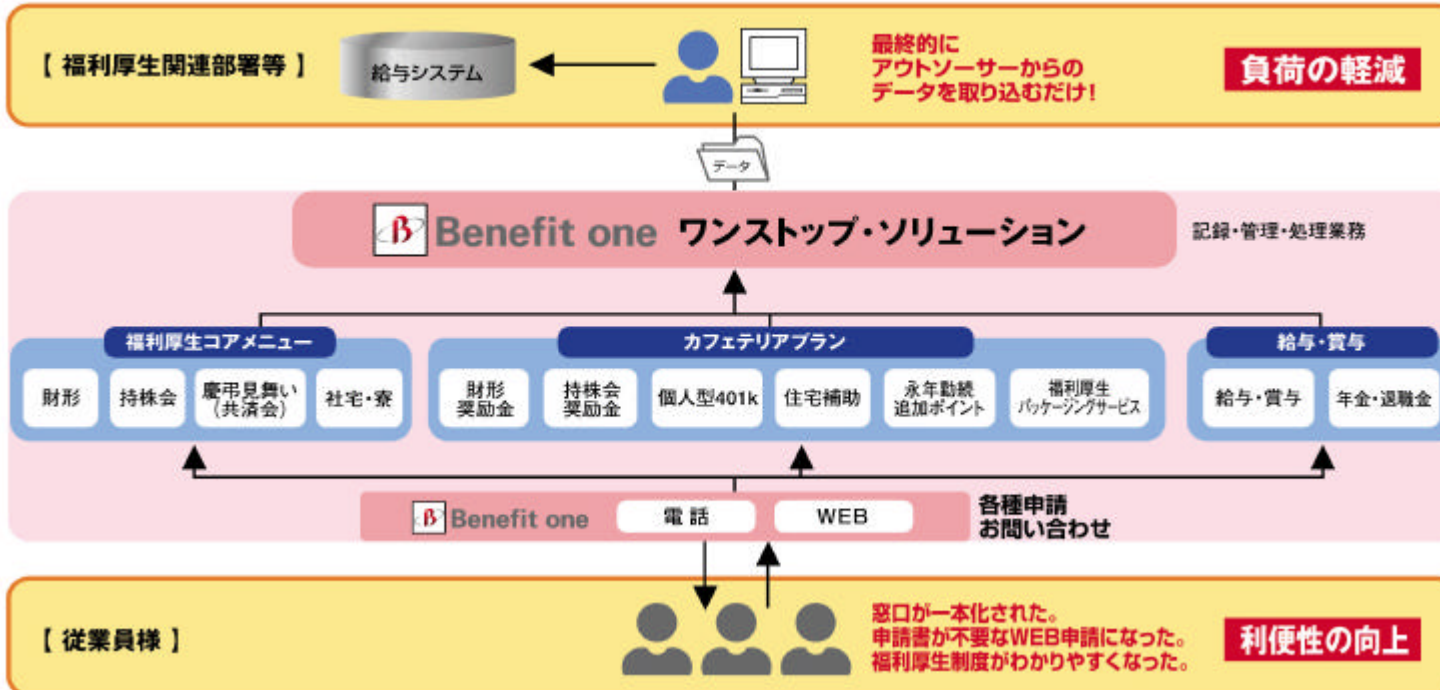
レコードキーピング（記録業務）

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 (新規事業)

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

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ュサービス	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
NARP (ナーブ) (Nippon Association of Re Persons)	シニア層	パソナ、東京電力等との合併会社、 株式会社NARPが運営 (当社福利厚生サービスをOEM供給)	50歳以上の個人会員、 シニアを中心とする社友 会、OB会

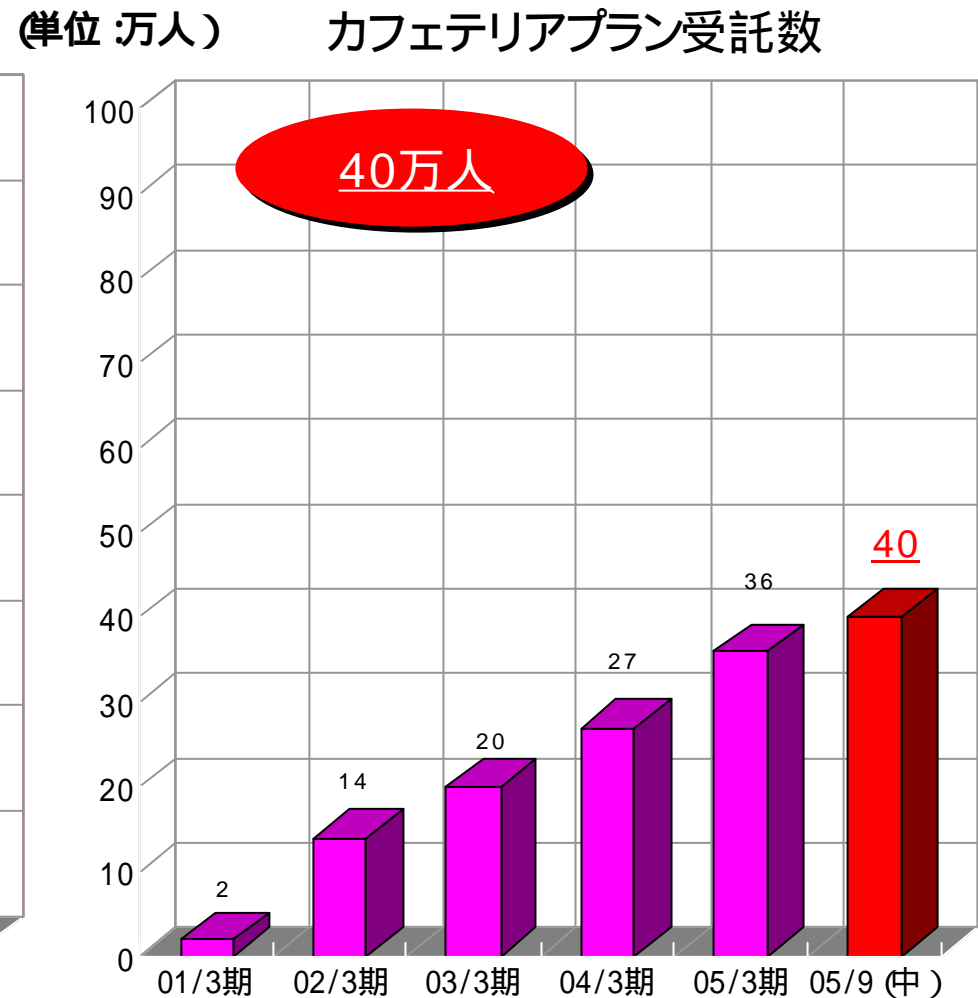
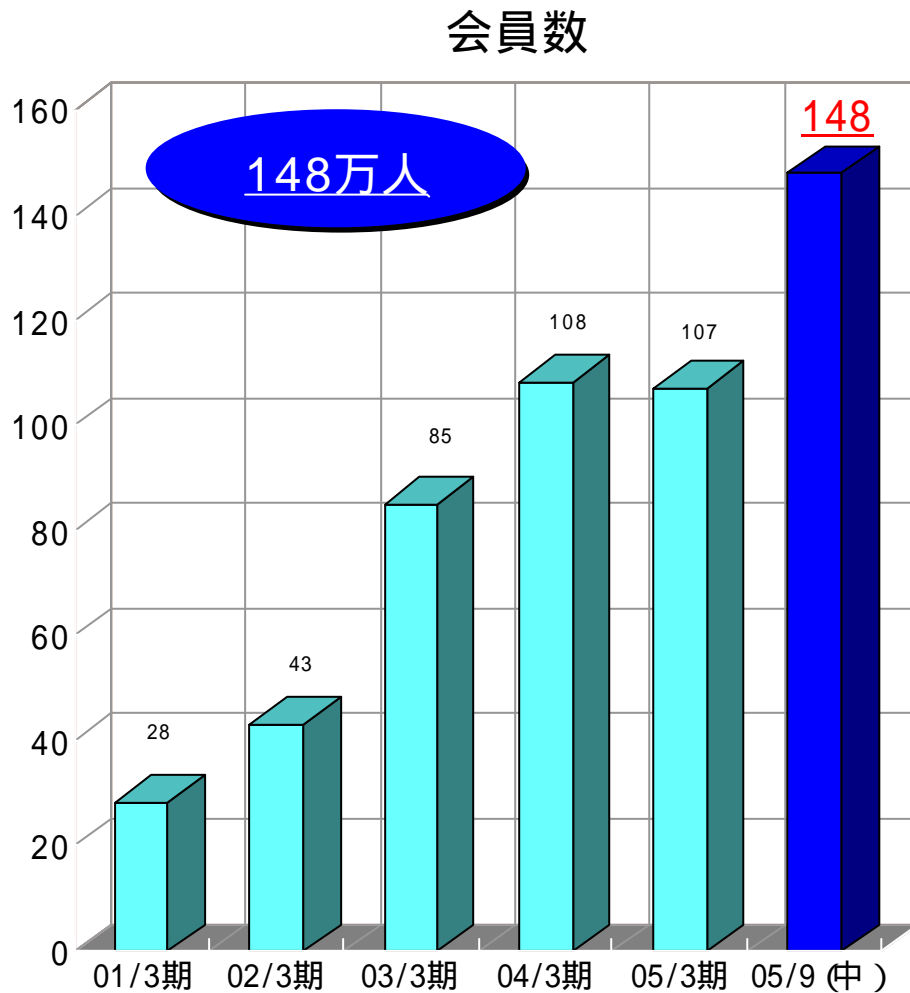
## 2006年3月期中間決算の概要

---

# 1.2006年3月期中間決算の総括



## 会員数およびカフェテリアプラン受託数の推移



## 1.2006年3月期中間決算の総括

### 2006年4月会員数179万人計画に向けたコア事業の拡大とコンテンツ再利用による事業の多角化

(1)福利厚生事業は05/9月会員数148万人。当初計画どおりの進捗。

#### コア事業が順調な拡大

公務マーケット(150千名)、福祉団体(60千名)、金融機関(30千名)等の大型受注に成功。

#### 大口代理店契約が概ね順調な進捗

- ・東京海上日動火災の優良代理店上位30社との取次店契約締結。
- ・りそな銀行と包括的ビジネスマッチング契約締結

## 1.2006年3月期中間決算の総括

### (2)多角化事業

#### コンテンツ再利用による事業の多角化

##### 1)カスタマーロイヤリティプログラム及び物販事業拡大

会員制ショッピング事業は新たに2社と契約 (7/1 OMC、5/1 オリコ)  
通販システム「社販Web」事業を三菱商事から譲受 (2005年8月)  
・大口先への個別アプローチ

##### 2)プレステージ・ゴールド拡販のために代理店開拓を推進。

###### 付帯事業の開始

ゴルフ倶楽部発足と事業化推進、マイドクター事業の開始

##### 3)シニア層をターゲットとした合併会社、(株)NARPの設立 (4/25)、当社福利厚生商品のOEM供給開始予定 (12/1)

出資構成 パナソニック51%、当社23%、東京電力20%ほか

# 1.2006年3月期中間決算の総括

## その他

(1)本社ビルを新宿区から渋谷区へ移転 (6月)

(2)箱根の宿泊施設を購入 (2億円)及び運営、直営施設昨年度3ヶ所 7ヶ所へ拡大

(3)ネットプライスとの業務提携 (2005年8月)。当社会員を対象に共同購入型ネットショッピング(ギャザリング)を提供。 「ギャザリング」はネットプライス社の登録商標。

(4)株式の流動性向上および株主優待制度の導入

1)株式分割により株式の流動性向上を図る

・2005年5月に1対5の株式分割を実施

・株主数は2005年3月末 324名 9月末 549名

2)株主優待制度の新設。

保有株式数	優待商品
1株 ~ 3株未満	ベネフィット・ステーション スタンダードコースA
3株以上	ベネフィット・ステーション ゴールドコースB

今年度のみ9/末の株主様、以降は3/末の株主様を対象



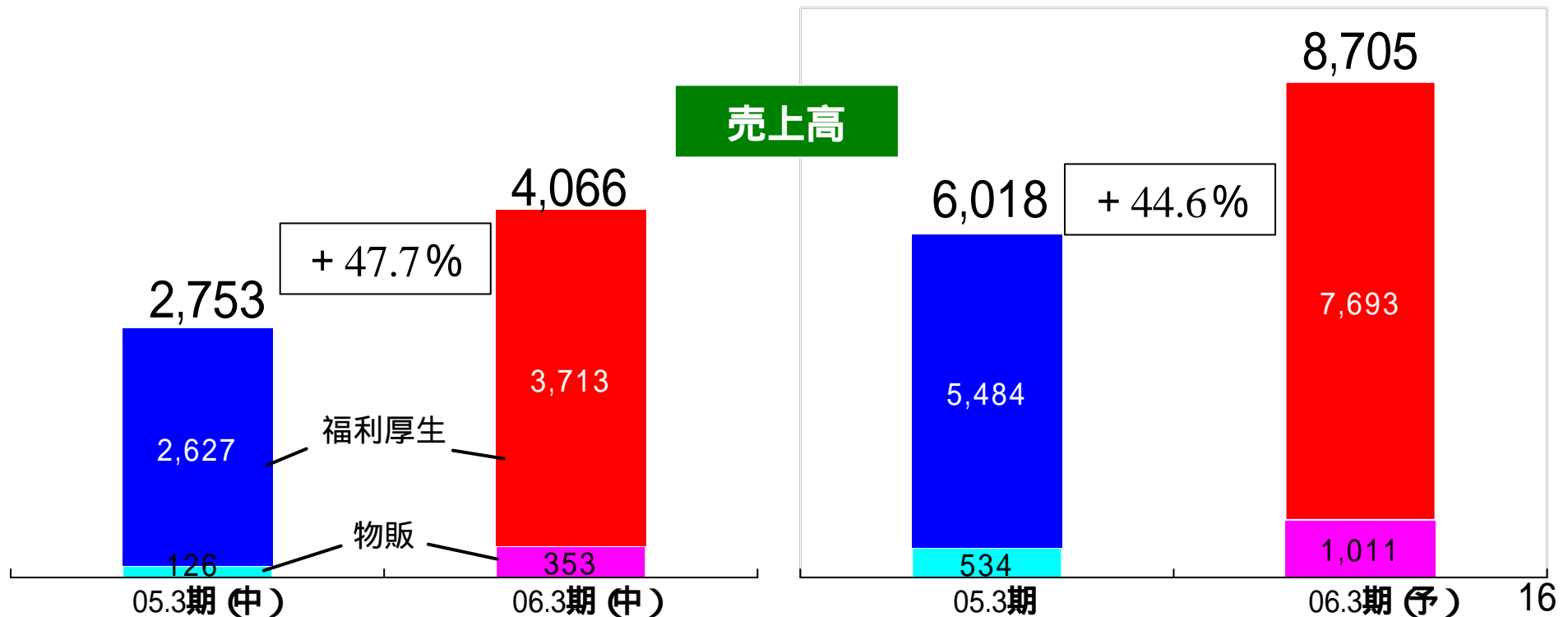
## 福利厚生 物販とも大幅増収、総売上高は前年同期比+47.7%

福利厚生売上高は、3,713百万円と前年同期比1,086百万円増加

会費収入は、福利厚生事業の拡大などで前年同期比809百万円増加

その他収入は、直営保養所運営 ( 7施設 )収入164百万円増等により、277百万円増加

物販売上高は、会員制ショッピング (2004.11 営業権取得 )の販売寄与等で大幅増収



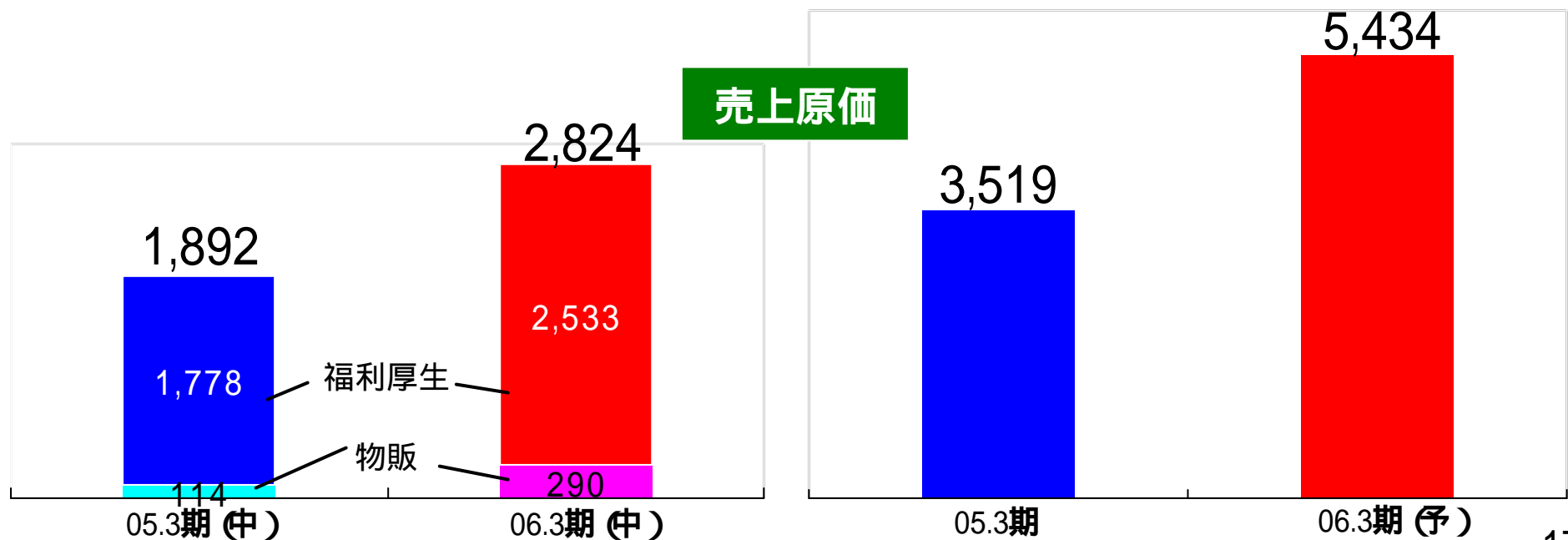
## 売上原価は、概ね売上増に応じた増加

福利厚生売上に係る原価は、前年同期比755百万円増加

会員増加に伴う宿泊補助金及びサービス施設契約費用等 + 195百万円、ガイドブック・会報誌制作費 + 318百万円、夏季繁忙期への対応のためカスタマー人件費 + 87百万円

直営保養所経費増加 + 142百万円

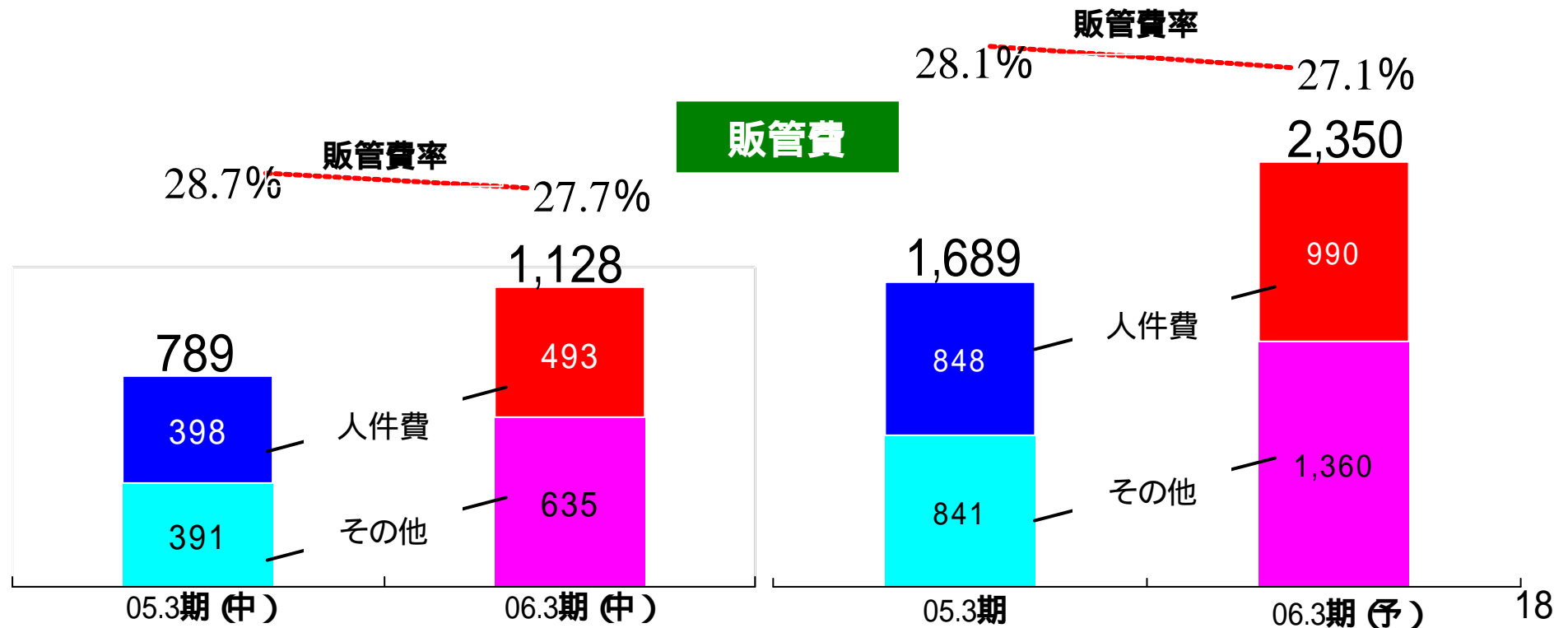
物販は会員制ショッピング販売増に伴ない商品原価は、前年同期比176百万円増加



## 販管費は新規事業、システム関連で増加。但し 対売上比率低下

販売費及び一般管理費は、339百万円増加 (人件費+95百万円、その他+244百万円)

- 要因別では、新規事業 (カスタマーロイヤリティ他) が +142百万円
- 開発中のためシステム関連経費 +43百万円
- 減価償却・リース料 +31百万円
- ガイドブック・カタログ発送費用 +68百万円
- 本社移転にともなう引越し代 +15百万円



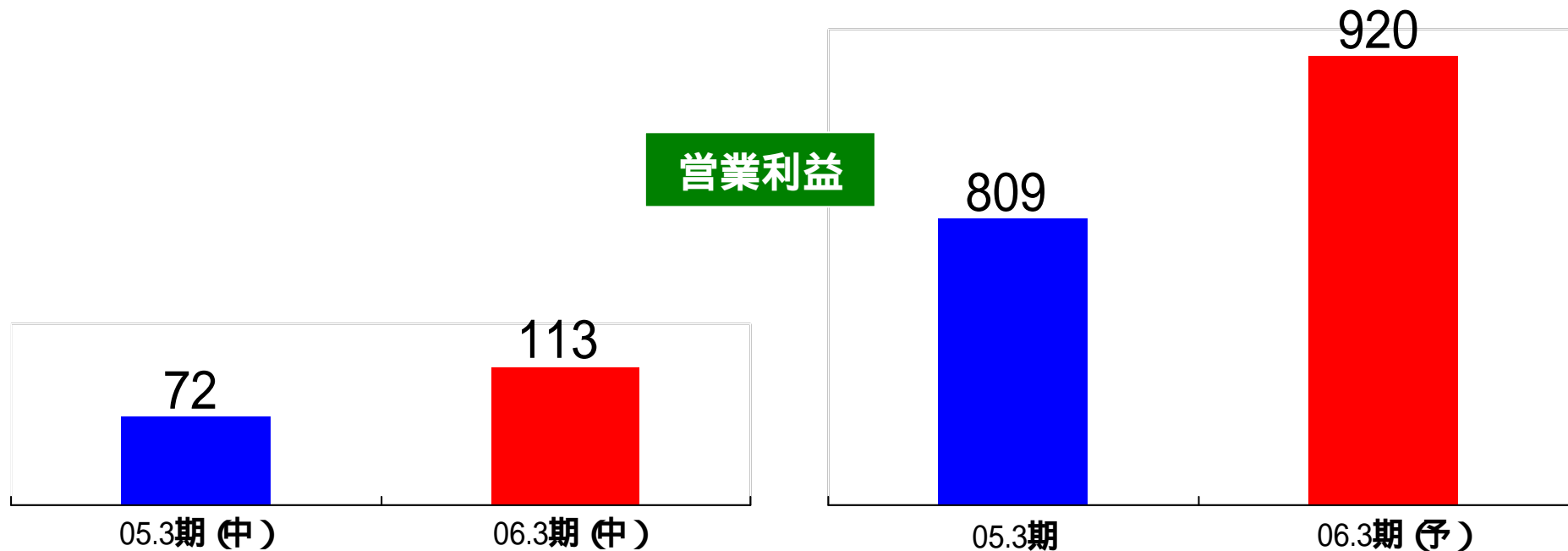
## 2.2006年3月期中間決算 概要 (営業利益 :前期実績対比)



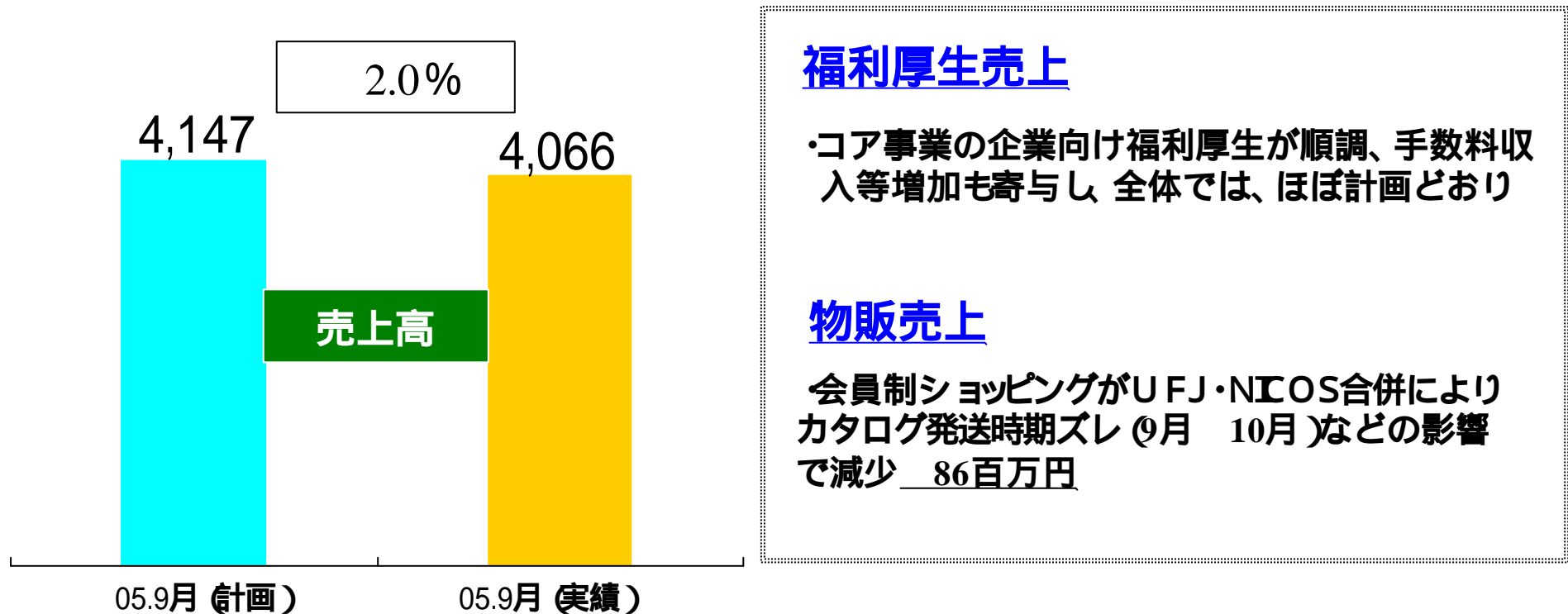
Benefit one

### 販管費等のコスト管理徹底により営業増益 +41百万円

販管比率好転により 営業利益率は2.6%      2.8%へ好転



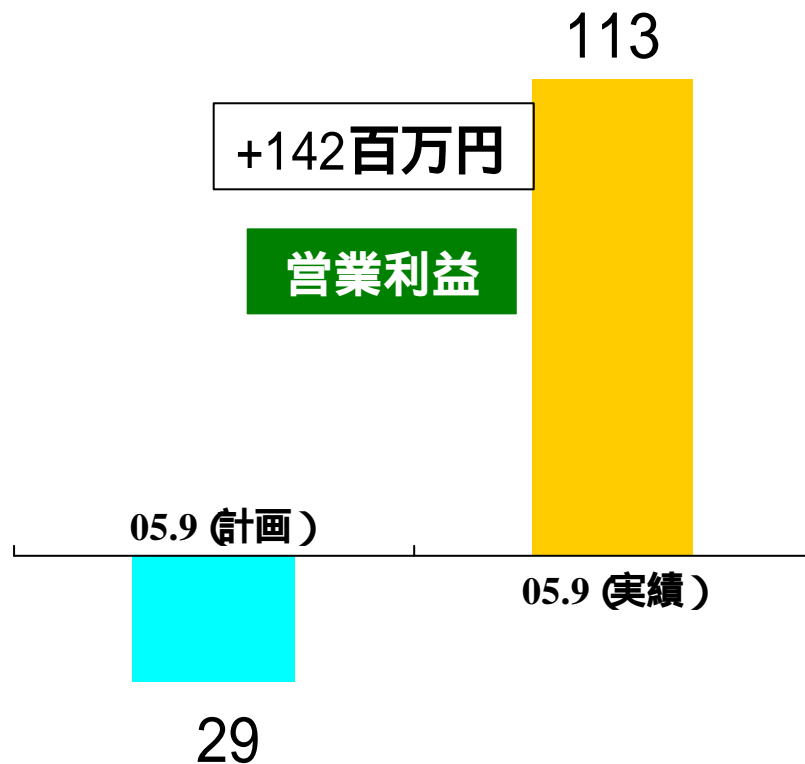
## コア事業の福利厚生好調継続、物販売上は企業側要因もあり 計画比78百万円減少



		06.3期		
		中間計画	中間実績	増減額
	福利厚生売上	3,716	3,713	-3
	物販売上	431	353	-78
総売上高		4,147	4,066	-81

## 2.2006年3月期中間決算 概要 (対当初計画比)

営業利益は計画 29百万円に対し、実績113百万円と**黒字化**。  
計画比**+142百万円**の**増益**。



・補助金等が81百万円圧縮

・直営施設運営収支が29百万円好転

・カスタマ-センター-夏季繁忙期の対応のため運用コスト14百万円増 (人件費62百万円増)

・物販売上減少により 粗利益額13百万円減少

・販管費は減価償却 その他コスト抑制62百万円

## 設備投資の状況

(単位 :百万円)

	06.3期		合計
	上期	下期	
情報システム	489	311	800
宿泊施設購入による自社運営	206	-	206
事務所スペース拡大	43	-	43
その他共設備投資計	753	311	1,064

## 2.2006年3月期中間決算 概要 (財政状態、財務指標)



### 財政状態

(単位:百万円・%)

	04/09(中)	05/03	05/09(中)	増減	
総資産	3,582	4,818	4,756	62	現預金 905、棚卸資産 66
流動資産	2,831	3,507	2,551	955	
固定資産	750	1310	2204	+ 894	固定資産(有形、無形)689、 有価証券評価損291
株主資本	2,909	3,380	3,541	+ 161	
株主資本比率	81.2	70.2	74.5	+ 4.3	有価証券評価益173、利益 処分による減少41

### 財務指標

		04/09(中)	05/03	05/09(中)
売上総利益率	%	31.3	41.5	30.5
営業利益率	%	2.6	13.5	2.8
総資産純利益率 (ROA)	%	1.6	11.4	2.1
自己資本利益率 (ROE)	%	2.0	16.9	2.7
一株あたり純利益(注1)	円	515 .91	9361 .42	843 .45
一株あたり純資産(注2)	円	58,260 .94	66,172 .92	68,917 .98

(注1、注2) 平成17年5月20に1:5の株式分割を実施。数値は遡及修正値  
 (注3) ROA、ROE は中間決算の数値は収益を年換算の上、算出。



## 福利厚生事業 06/4会員数179万人へ

- (1)徹底的な絞込みをもとに集中営業戦略。ルート営業の強化で大型受注を獲得
- (2)金融機関、ポータルサイト運営会社等、ポテンシャルの高い企業との積極的な販売提携で中小企業を獲得

## 多角化事業

- (1)富裕層を既に抱える組織または、富裕層との接触機会の多い企業との販売提携により、プレステージゴールドを拡販。
- (2)カスタマーロイヤリティプログラム事業拡大のための、金融機関等からの業務受注活動強化。セグメントビジネスモデル具現化に向けた本格展開。

## 通期業績見通し

(単位:百万円)

	04.3期	05.3期	06.3期 (予)	対前年比
<b>売上高</b>	6,163	6,018	8,705	+ 44.6%
<b>営業利益</b>	723 (11.7%)	809 (13.5%)	920 (10.6%)	+ 13.7% (-2.9%)
<b>経常利益</b>	722 (11.7%)	790 (13.1%)	900 (10.3%)	+ 13.9% (-2.8%)
<b>当期純利益</b>	393 (6.4%)	452 (7.5%)	487 (5.6%)	+ 7.6% (-1.9%)

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。