

2006年3月期 決算説明会

株式会社ベネフィット・ワン
東証第二部 JASDAQ
(2412)

2006年5月12日
www.benefit-one.co.jp/

事業概況と経営戦略

社会のニーズを先取り、人々に喜びと感動を提供

サービスコンテンツ・プロバイダーとして、コンテンツ・ハーモニー（組み合わせ）により、喜びと感動に満ちたステージを提供する。

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)				05/4-04/4 伸び率	05/4-06/4 伸び率
	04/4時点 ()	05/4時点 (a)	05/9時点 ()	06/4時点 (b)		
福利厚生会員数	96	126	136	148	31.3%	17.5%
総会員数	100	139	148	193	39.0%	38.8%

市場規模 (福利厚生アウトソーシング)

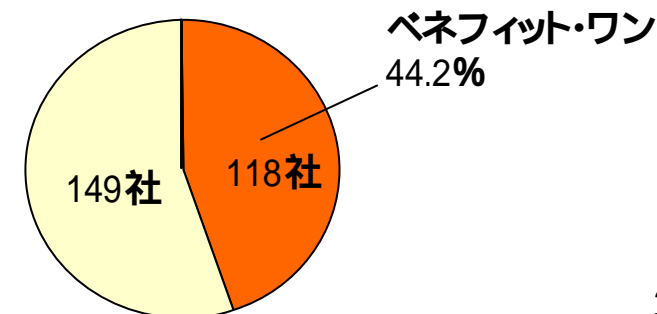
(出所 総務省統計局及び旬刊「福利厚生」)

	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		05/4-06/4 伸び率	普及率 (b/A)
			05/4時点 (a)	06/4時点 (b)		
人数(万人)	6,308	1,892	477	550	15.3%	8.7%
受託金額想定(億円)	4,239	1,271	321	370		

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

シェア状況 (06/4現在) (東証一部上場企業のみ)

東洋経済新報社発行の会社四季報 (CR-ROM版)
2006年1集に記載企業 1,667社のうち 267社がアウトソース (当社調べ)



3. 事業内容とビジネスモデル

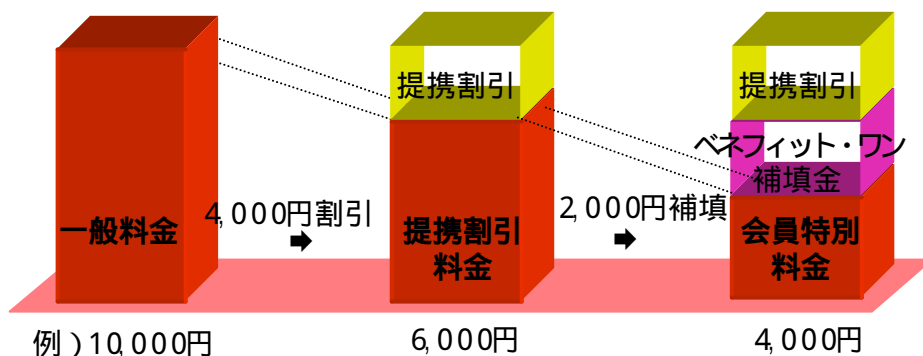
福利厚生サービス

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**

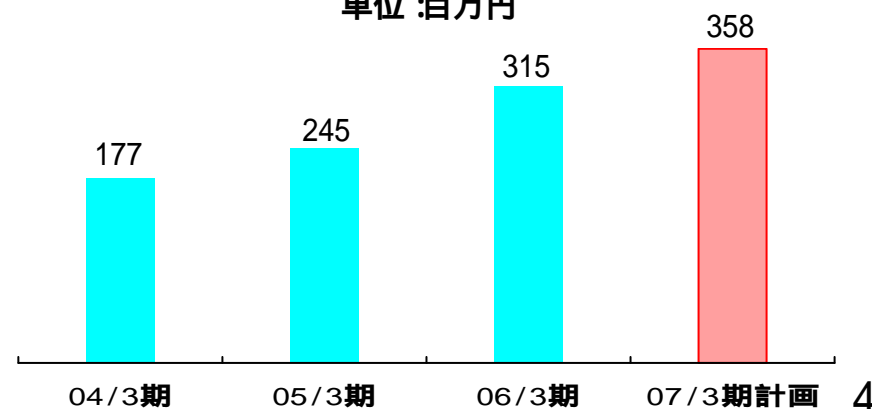
サービス提供企業への補填金 (支出)
ホテル 旅館施設の例



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
- 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



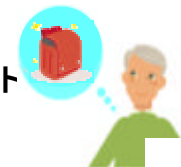
利用タイプ 旅行が大好き

- 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

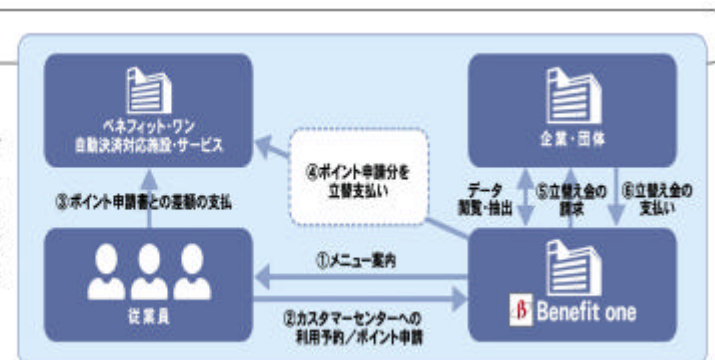
< 先進的なポイント決済代行の例 >

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

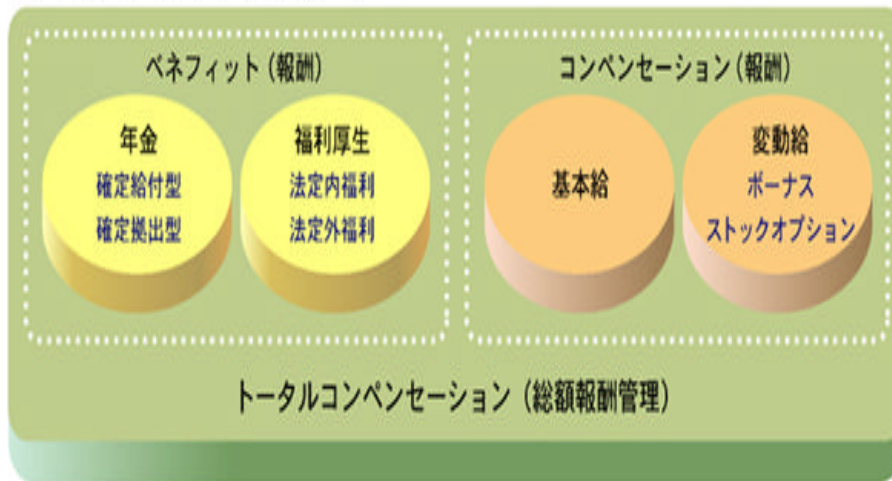
トータルコンペンセーション (総額報酬管理)

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

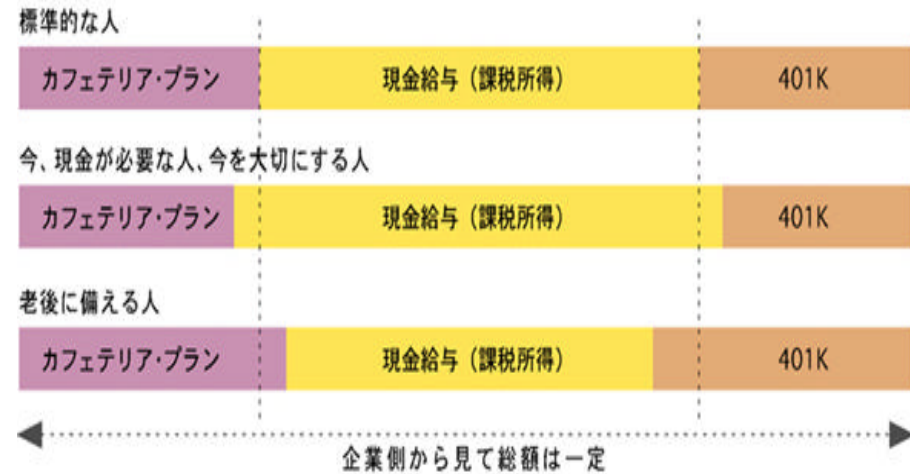
トータル
コンペンセーション
(総額報酬管理)

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 》

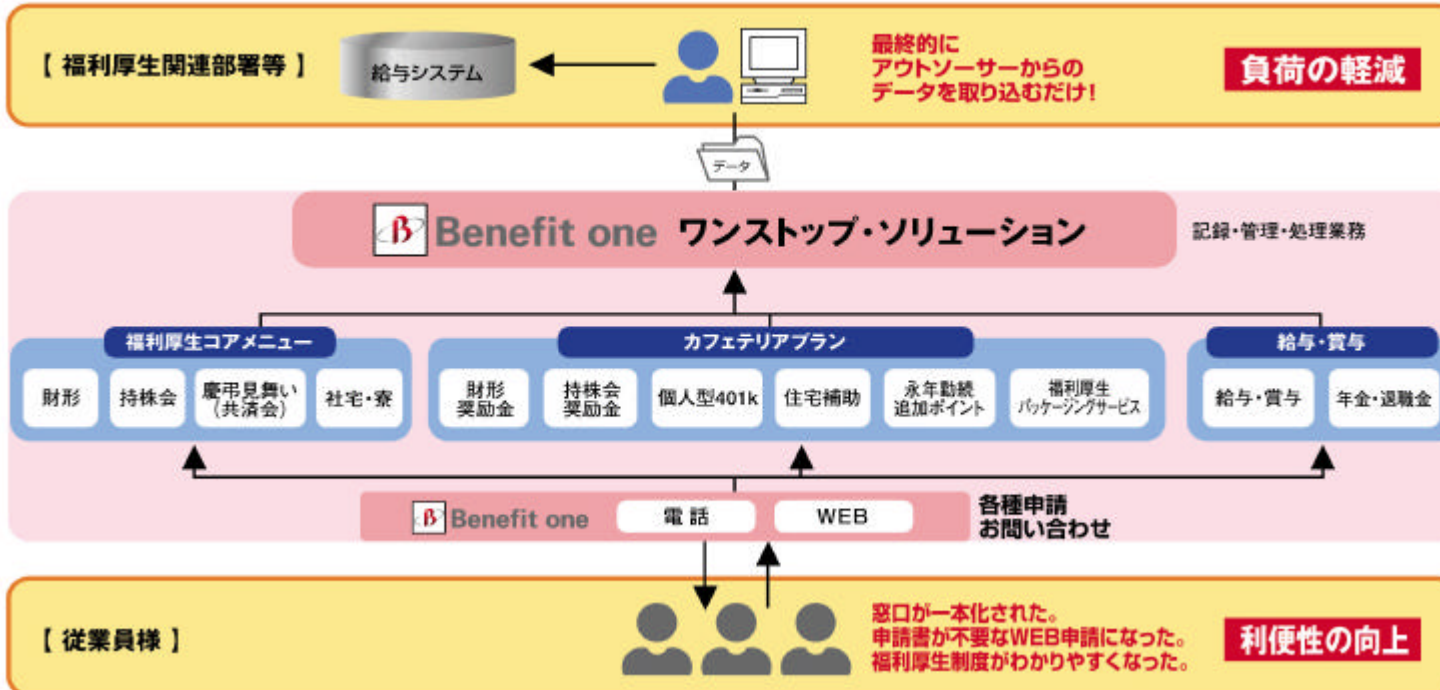
レコードキーピング (記録業務)

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 (新規事業)



サービスコンテンツ応用による非福利厚生事業の開発・展開

サービスコンテンツを再構築することによって、企業の顧客属性 (Ex. 女性、富裕層等) に応じた囲い込みサービス、富裕層向けサービス、従業員のインセンティブプログラム、シニア向けサービス等、福利厚生以外のサービスを開発、拡販

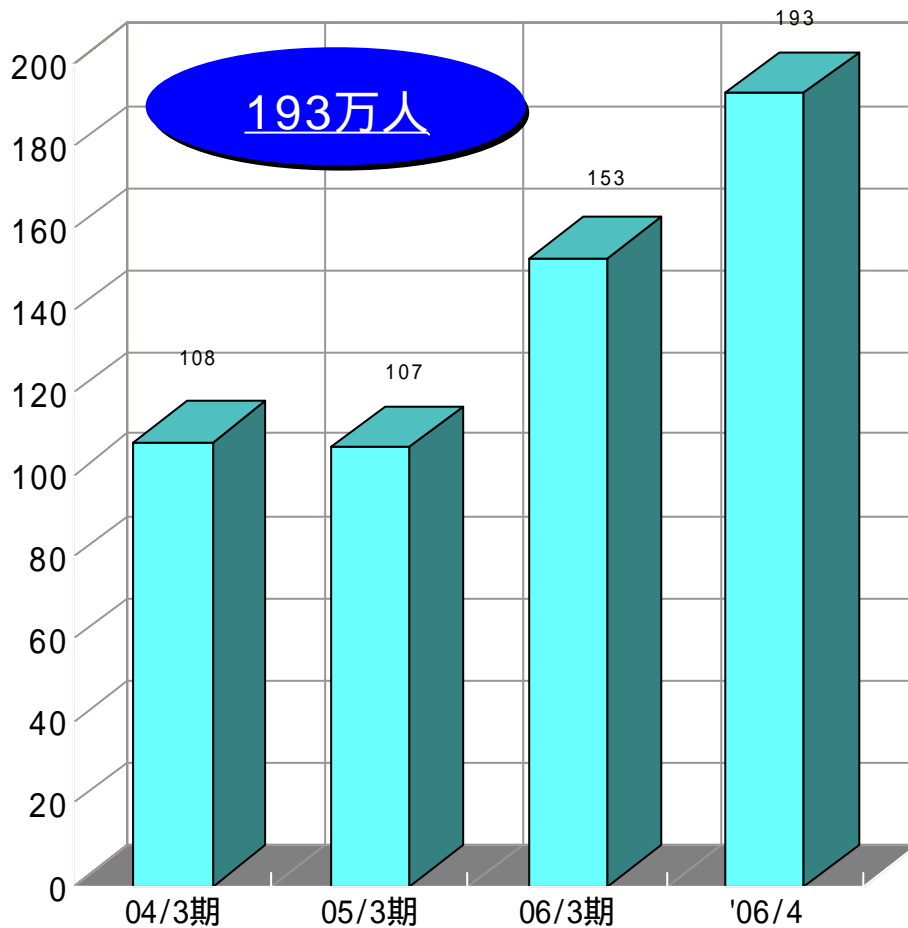
		ターゲット
(株)ベネフィットワン・パートナーズ	・三井住友銀行口座保有者向けサービス等、顧客との密接なリレーション構築のため顧客属性および企業のポリシーに応じたカスタマーロイヤリティプログラムを提供。(06/2新設分割)	銀行、カード会社、一般事業法人
プレステージゴールド	・ラグジュアリーホテル (スイート)、高級レストラン、京都お茶屋、クルーザー、プライベートジェット、健康に及ぶ個人向けコンシェルジュサービス	会社役員、VIP 中小企業オーナー等
インセンティブ・カフェ	・従業員向けインセンティブ制度を再構築し、ポイント制付与。割安なサービスへ交換。	金融機関、人材派遣会社、販売系企業
(株)NARP (ナーブ) (Nippon Association of Re Persons)	・シニア層に特化した余暇サービス、雇用斡旋。パナ、東京電力等との合弁企業NARPが運営 (05/4設立) (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校友会、OB会

2006年3月期決算の概要

1.2006年3月期の総括

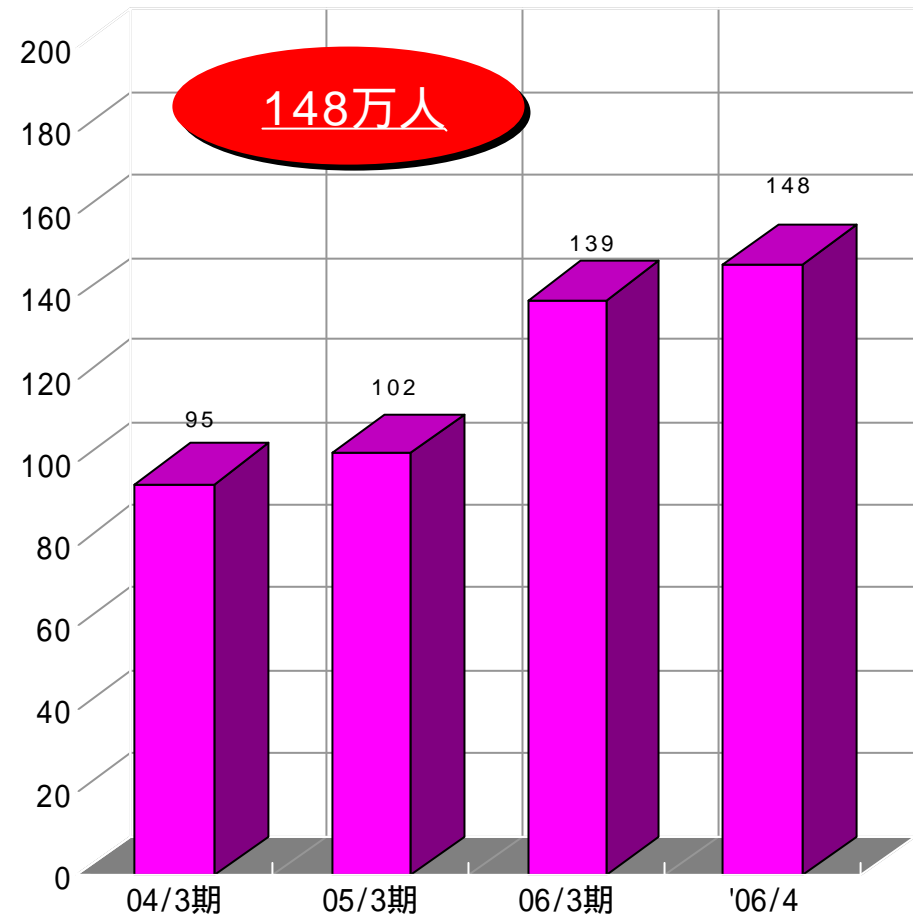
会員数の推移

会員数



福利厚生会員

(単位 万人)



1.2006年3月期の総括 (会員数)

2006年4月会員数193万人 (05/4 139万人対比54万人増加)

・福利厚生会員数 (ベネフィット・ワン単体) 148万人 (05/4 125万人比 23万人増加)

・カスタマー・ロイヤリティ・プログラム会員数 (ベネフィットワン・パートナーズ) 45万人 (同 31万人増加)

(1)福利厚生会員数は、伸び若干鈍化

23万人の業種内訳は、官公庁 (10万人)、金融業 (2万人) 等。06/4の新規獲得が11万人に留まり、若干伸び鈍化。一部生保の加入が6月へずれ込んだもの。

他方で、富裕層向けプレステージゴールドは、計画5千人に対し1千人と低調

(2)カスタマー・ロイヤリティ・プログラム会員数 06/4に大口顧客獲得で飛躍

05/5以後、旧セグメント会員制ショッピング事業 (8万人)、メンバーシップ事業 (6万人) 共に期中の会員数が横這い乃至微減で、伸び悩み。(計画17万人)

06/4に大口先三井住友銀行と契約にて飛躍 (総会員数45万人)。

これを見越して、06/2に本事業部門を(株)ベネフィットワン・パートナーズとして分社化

1.2006年3月期の総括 (新規事業)

コンテンツ再構築による新規事業の進展

1) カスタマー・ロイヤリティ・プログラム (株)ベネフィットワン・パートナーズ

・企業の収益の源泉は優良顧客の確保にあり、CRM強化の観点から顧客のセグメント(富裕層、女性、シニア等)に合致した付帯サービス・プログラムを提供する。
・2004年11月のセンダントジャパンからの営業譲渡を契機に、米国で大手金融機関等にプログラムを提供しているセンダントビジネスモデルを追求。

2) プレステージ・ゴールドの販売

・富裕層個人向け 大手外車販売会社と提携し、車オーナー向け付帯サービスとしても提供開始

1.2006年3月期の総括 (新規事業)

3) インセティブ・カフェの開発

・従業員に望ましい行動指針を明示し誘導するため、貢献度をポイント化したインセティブ制度の導入 (既存制度の改編)・管理とポイントと交換する「癒し ゆとり 健康」をキーとしたサービスや物品を提供を行うもの。06/5サービス提供開始。

4) アニバーサリー・ステーションの開発

・従業員の誕生日、出産、勤続周年記念 (アニバーサリー) 等慶事、親族を含む死亡・ケガなど弔事に際し、物品若しくは金品の提供を行う業務を保険も組み合わせることで一括管理・運営を行うもの。06/3業務受託開始。

5) シルバー層向け福利厚生 (余暇) サービス提供の(株)NARP設立

・05/4設立、06/1サービス提供開始

出資構成 パナソニック48%、当社23%、東京電力20%、ANA3%ほか

1.2006年3月期の総括 (ヒックス)

ヒックス

(1)本社ビルを新宿区から渋谷区へ移転 (05/5)

(2)東京証券取引所市場第二部上場06/3 (ジャスダック市場と並列上場)

(3)株式の流動性向上、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、2006年4月1日に1対4の株式分割を実施
- ・株主数は2005年3月末 324名 3月末 3,156名

2)株主優待制度 (05/9 ~)

保有株式数	優待商品
1株以上	ベネフィット・ステーション スタンダードコースA
10株以上	ベネフィット・ステーション ゴールドコースB

3/末の株主様を対象。上記は、06年4月分割後の対象株数

1.2006年3月期の総括 (関係会社他)

関係会社 (新規事業及びコンテンツ提供)

(1)株ベネフィットワン・パートナーズ (06/2 新設簡易分割)・CRM

06/3期 (2ヶ月間) 売上高158百万円 経常利益3百万円 Cap50百万円 (100%子会社)

05/4 ~ 06/1 (10ヶ月間)での分社部門の売上高760百万円

(2)株スピークライン (05/11設立、06/1営業開始)・英会話教育

社内ベンチャー第1号。Web利用で海外の教師と1対1で中継レッスン

06/3期 (営業開始3ヶ月) 売上高0.3百万円 経常赤字5.2百万円 Cap15百万円 (当社85%)

(3)持分法適用会社 (シニア&ヘルシーカンパニー)

株NARP 06/1営業 売上高 1百万円 経常赤字66百万円 持分法損失15百万円

株グローバルヘルスケア 売上高 21百万円 経常赤字64百万円 持分法損失14百万円

連結売上高は前期比2,205百万円増 (36.6%増)と大幅増収

福利厚生売上高は、7,371百万円と前期比1,887百万円増

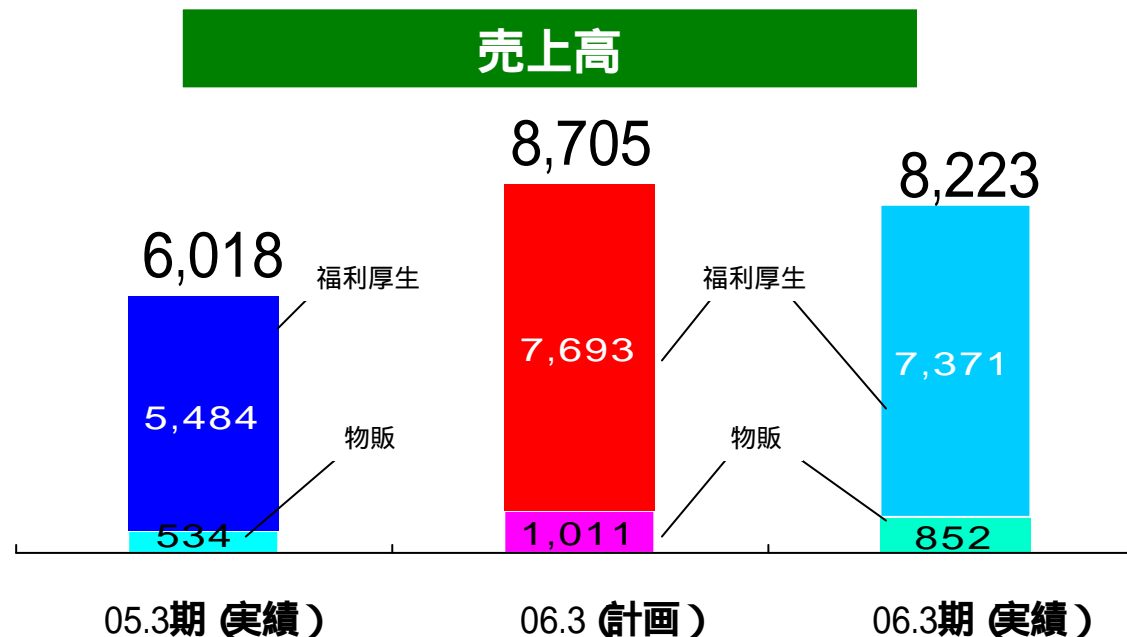
会費収入は、福利厚生会員の拡大で前期比1,448百万円増。

計画未達は、プレステージ・ゴールドの販売31百万円 (計画400百万円)伸び悩みが主因

その他収入は、直営保養所運営 (7施設)収入316百万円増を主因に439百万円増

物販売上は、会員制ショッピング (2004.11営業権取得)の販売寄与等で318百万円増

計画比未達は、旧セグメントの会員制ショッピングの会員数が微減したものの



売上原価は1,551百万円増加、若干利益率が低下

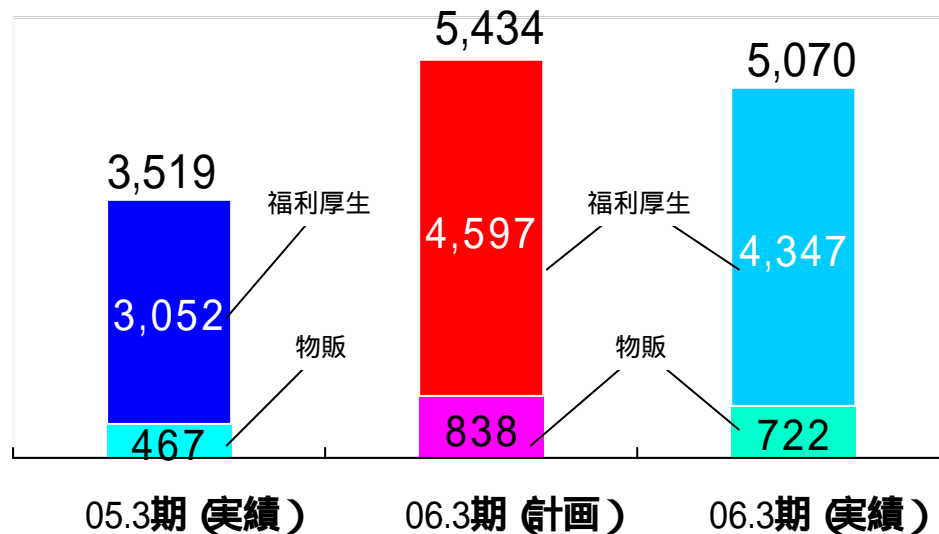
福利厚生売上に係る原価は、前期比1,295百万円増加

宿泊補助金・サービス施設費用 + 370百万円、ガイドブック 会報誌 + 392百万円、
 カスタマー人件費 + 195百万円、直営保養所経費 + 287百万円が主因。

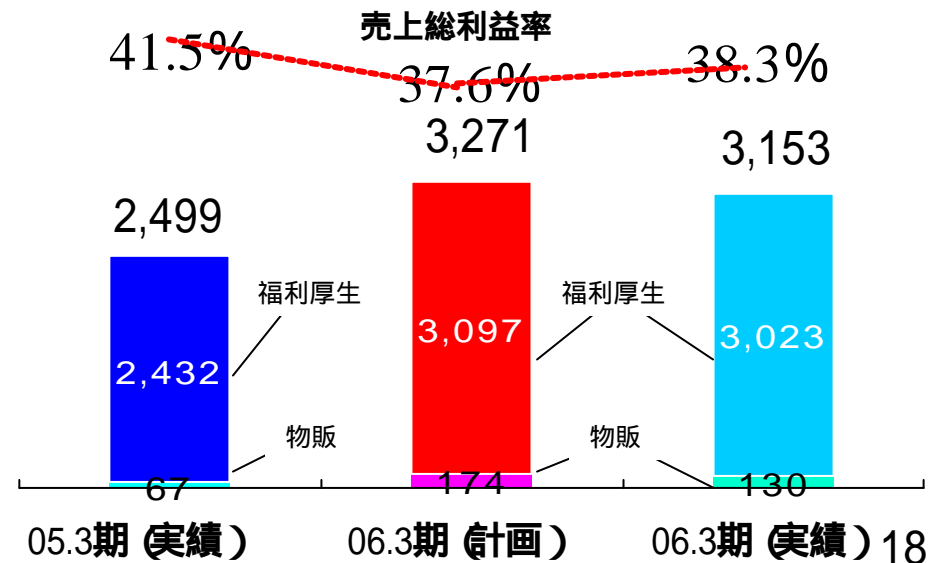
計画対比では250百万円削減。主に宿泊補助金・サービス施設費用191百万円縮小
 (グレスタージ・ゴールドで134百万円縮小)、直営施設経費61百万円削減。

物販は会員制ショッピング販売増に伴ない商品原価は、前期比255百万円増加

売上原価



売上総利益



販管費比率が低下、営業利益で前期、計画共に上回る

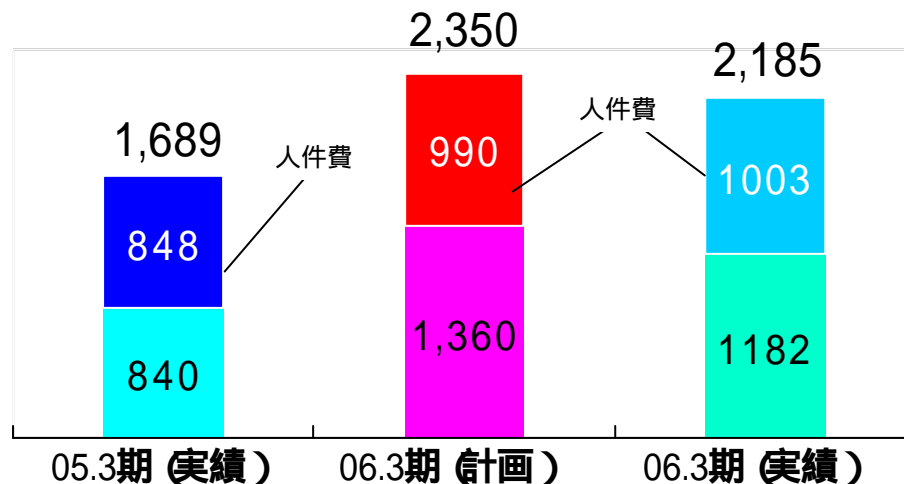
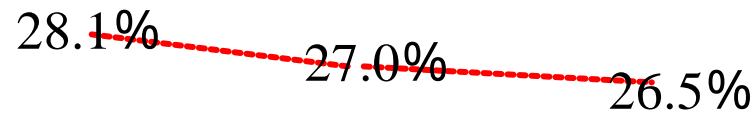
販売費及び一般管理費は、前期比496百万円増加

人件費+155百万円、ガイドブック等の運送費+179百万円、減価償却・リース料・賃借料+100百万円等が主要項目

計画比165百万円縮小は、プレステージ関連で代理店手数料等73百万円縮小、またシステム使用開始の延期に伴う償却経費64百万円縮小

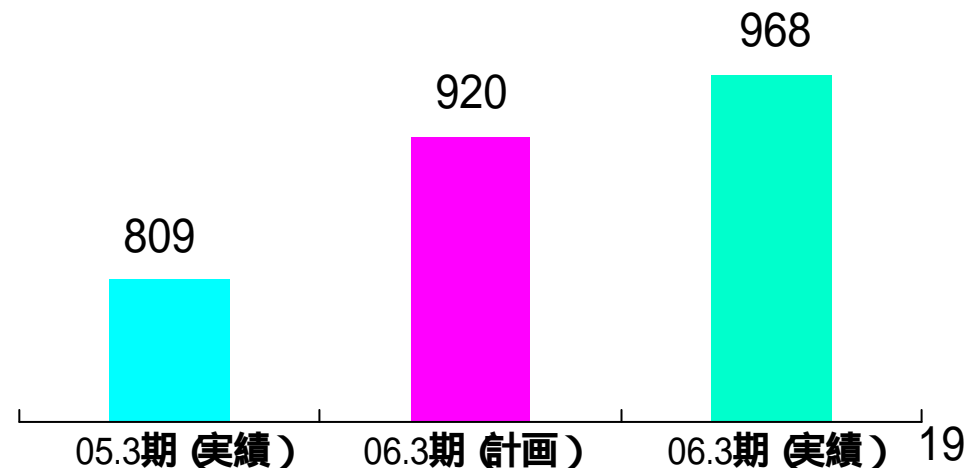
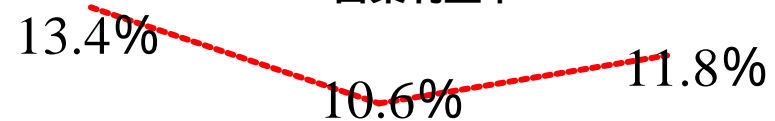
販管費

販管費率



営業利益

営業利益率

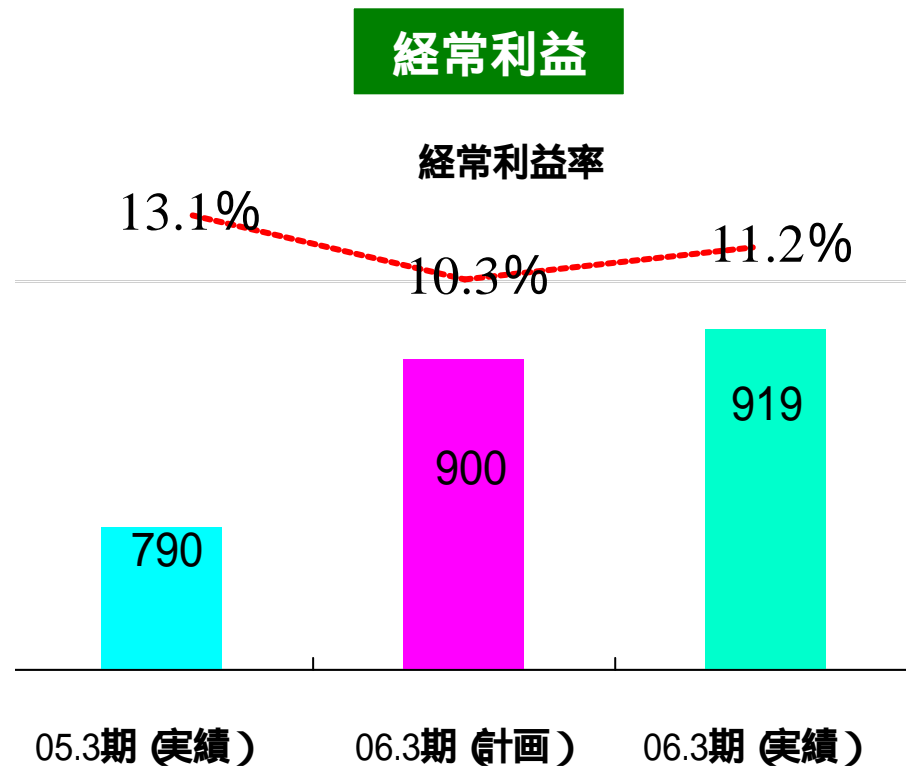


経常利益、税引後利益共に前期および計画を上回る

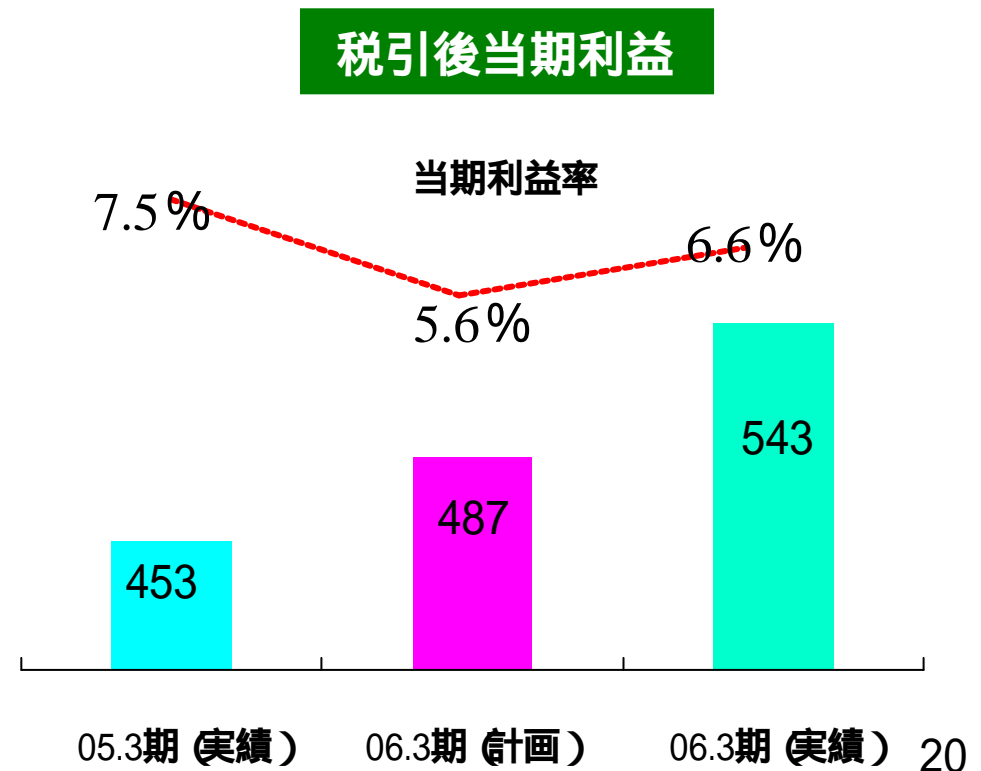
・営業外損益は、営業外利益3百万円、費用51百万円。費用は、東証第二部上場時の公募増資関連22百万円、持分法適用会社投資損失29百万円。

連結決算開始に伴う持分法投資損失 29百万円にも拘らず、経常増益。

経常利益



税引後当期利益



06/3期設備投資の状況

(単位 :百万円)

	合計
情報システム(ハード・ソフト)	910
宿泊施設購入による自社運営	206
事務所スペース拡大	53
設備投資合計	1,169

2.2006年3月期決算 概要 (財政状態、財務指標)

財政状態

(単位:百万円・%)

	05/03	06/03 (連)	増減
総資産	4,818	6,839	+2,021
流動資産	3,507	4,092	+585
固定資産	1,310	2,747	+1,437
株主資本	3,380	4,609	+1,229
株主資本比率	70.2	67.4	-2.8

現預金+126、売掛金+223、
前払費用 (配送費)+172

有形 無形固定資産+1,028、
有価証券 (含評価増)+466

公募増資+558有価証券評価
益+174、利益及び処分+455

財務指標

		05/03	06/03(連)
売上総利益率	%	41.5	38.3
営業利益率	%	13.5	11.7
総資産純利益率 (ROA)	%	11.4	7.9
自己資本利益率 (ROE)	%	16.9	11.8
一株あたり純利益(注1)	円	9361.42	10,383.9
一株あたり純資産(注2)	円	66,172.92	87,106.27

(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



2007年3月期の重点施策と収益見通し

1 .2007年3月期 重点施策骨子 (会員数)

今年度重点施策の骨子

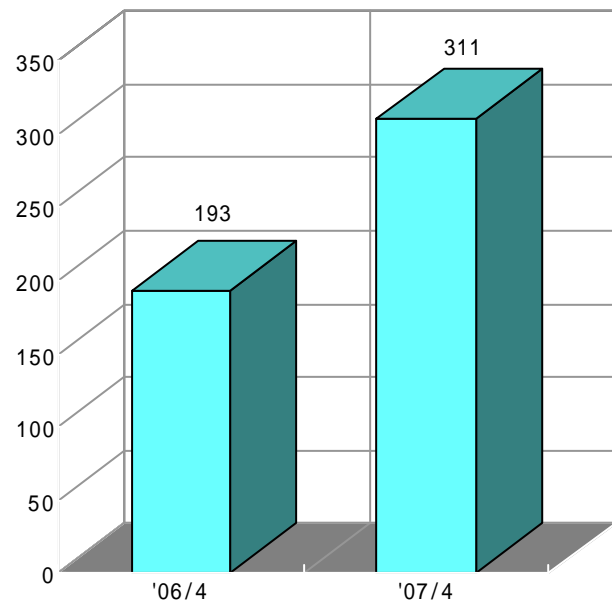
サービスコンテンツプロバイダーとして多様なサービスを提供

06年4月 総会員数 193万人 07年4月 311万人

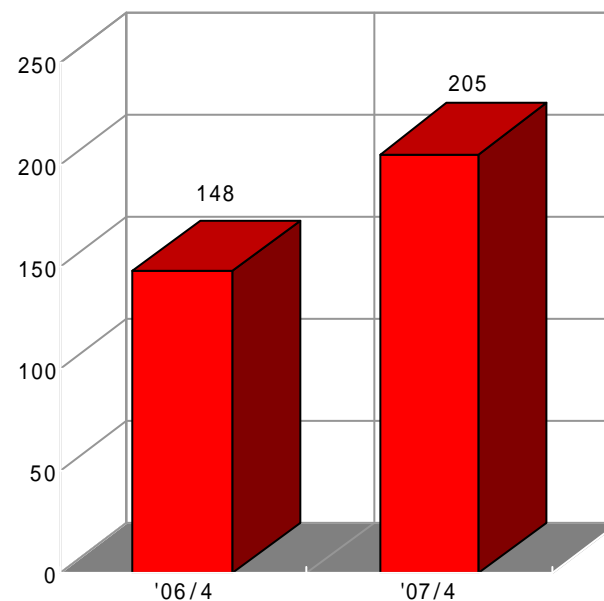
①)福利厚生会員数 06/4 148万人 07/4 205万人

②)カスタマー・ロイヤリティ・プログラム会員数 45万人 106万人

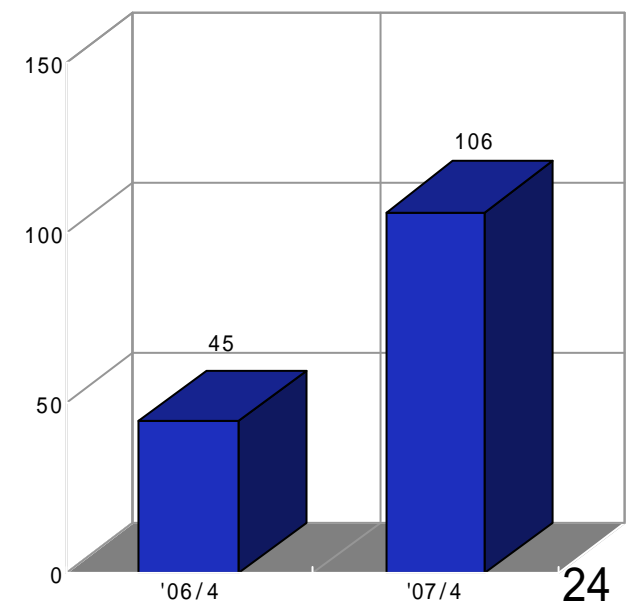
総会員数



福利厚生会員数



CRM会員数



コア事業の拡大と新規事業のクロスセル～ Work & Life balanceの提案

(1)コア (福利厚生)事業の拡大

・民間大企業からの受注強化

既往顧客を含むルートセールス。カフェコンサル等付加価値営業の推進。
雇用促進策として非常用雇用者への福利厚生ニーズ発掘。
福利厚生強化策としてのリパッケージメニューの提案

・公務マーケットに対する開拓

・代理店経由の中小企業向け開拓への一層注力

(2)新規事業のクロスセル

・インセンティブ・カフェ 派遣会社、証券等金融業他、06/5から受注

・アニバーサリー・ステーション 慶弔等の管理・運營業務、06/3受注開始

・(株)グローバルヘルスケアの健康予防サービス

カスタマー・ロイヤリティー・プログラムの成長ステージへ
(株)ベネフィットワン・パートナーズの自立と収益基盤拡充

(1)三井住友銀行との業務提携の円滑な遂行と取引の拡大

(2)大口見込企業との新規取引推進

(3)会員制ショッピング事業等の拡大

(4)プレステージ・ゴールド(富裕層)、NARP(シニア層)、グローバルヘルスケア(健康)等他商品と顧客セグメントとのマッチング

サービス・コンテンツの差別化、徹底した拡充

①)コナミとのスポーツ施設包括契約締結

②)ニーズの高い分野の拡充 (Work & Life balance)

育児 介護向け専用サイト・倶楽部、健康ステーション、eBody開設

引越し案内デスク、ブライダルデスク、ゴルフデスク等専用受付

③)会員向け利用ポイント付与による利用促進 (トランスファー防止)

④)宿泊施設の格付に向けたレーティングポート導入

インフラ整備完了に向け、スムーズなシステム開発・移行

①)カスタマーセンター、WEB、メニュー管理、会員管理 の主要システム稼動 (上期)

②)カスタマー・ロイヤリティ・プログラム、インセンティブ・カフェ等新規事業でのシステム開発 対応

個社の業績見通しサマリー

(1)株ベネフィット・ワン

07/3期売上は、分社化に伴う減収 (760百万円)要因があるものの、8,749百万円 (前期比8.3%増)と増収

経費面でサービスコンテンツ拡充 (224百万円増)、カスタマーセンター等人件費増 (230百万円増)、システム供給開始に伴う償却増 (181百万円増)が見込まれ、分社化による収益剥落もあることから、経常利益861百万円 (90百万円減)の計画。

(2)株ベネフィットワン・パートナーズ

07/3期売上高は、大口顧客の獲得および通期フル寄与により、2,413百万円 (2,255百万円増、1,427%増)、経常利益278百万円 (275百万円増)の大幅増収増益を計画する。

(3)株スピークライン

07/3期 売上高22百万円 経常利益 0百万円

2. 2007年3月期業績見通し(連結売上高推移)

	05/3実績	06/3実績	増減	増減率	07/3計画	増減	増減率
福利厚生会費収入	4,580	5,849	1,269	27.7%	6,605	756	12.9%
プレステージゴールド	27	31	4	14.8%	234	203	654.8%
カスタム・ロイヤリティ・プログラム	255	429	174	68.2%	1,189	760	177.2%
会費売上高小計	4,862	6,310	1,448	29.8%	8,049	1,739	27.6%
直営施設売上	147	463	316	215.0%	461	-2	-0.4%
送客・掲載手数料他手数料	245	314	69	28.2%	358	44	14.0%
その他売上高計	622	1,061	439	70.6%	1,092	31	2.9%
福利厚生売上高合計 (+)	5,484	7,371	1,887	34.4%	9,142	1,771	24.0%
ベネフィット・ステーション物販	348	378	30	8.6%	670	292	77.2%
会員制ショッピング	186	473	287	154.3%	1,210	737	155.8%
物販売上高合計	534	852	318	59.6%	1,880	1,028	120.7%
売上合計額 (+)	6,018	8,223	2,205	36.6%	11,022	2,799	34.0%

通期業績見通し(連結)

(単位:百万円)

	05.3期	06.3期(連)	07.3期(連)	対前年比
売上高	6,018	8,223	11,022	+ 34.0%
営業利益	809 (13.5%)	967 (11.8%)	1,159 (10.5%)	+ 19.8% (-1.3%)
経常利益	790 (13.1%)	919 (11.2%)	1,130 (10.3%)	+ 22.9% (-0.9%)
当期純利益	452 (7.5%)	543 (6.6%)	663 (6.0%)	+ 21.4% (-0.6%)

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

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、2006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。