

# 2014年3月期第2四半期 決算説明会

---

株式会社ベネフィット・ワン  
東証一部(2412)

2013年11月6日

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

## 第2四半期(累計)決算ポイント

- 売上高 **94億円** 前期比+12.6億円  
(+15.4%)
- 営業利益 **10億円** 前期比+1.5億円  
(+16.5%)
- 総会員数 **571万人** 12/9比▲28万人  
(▲4.6%)

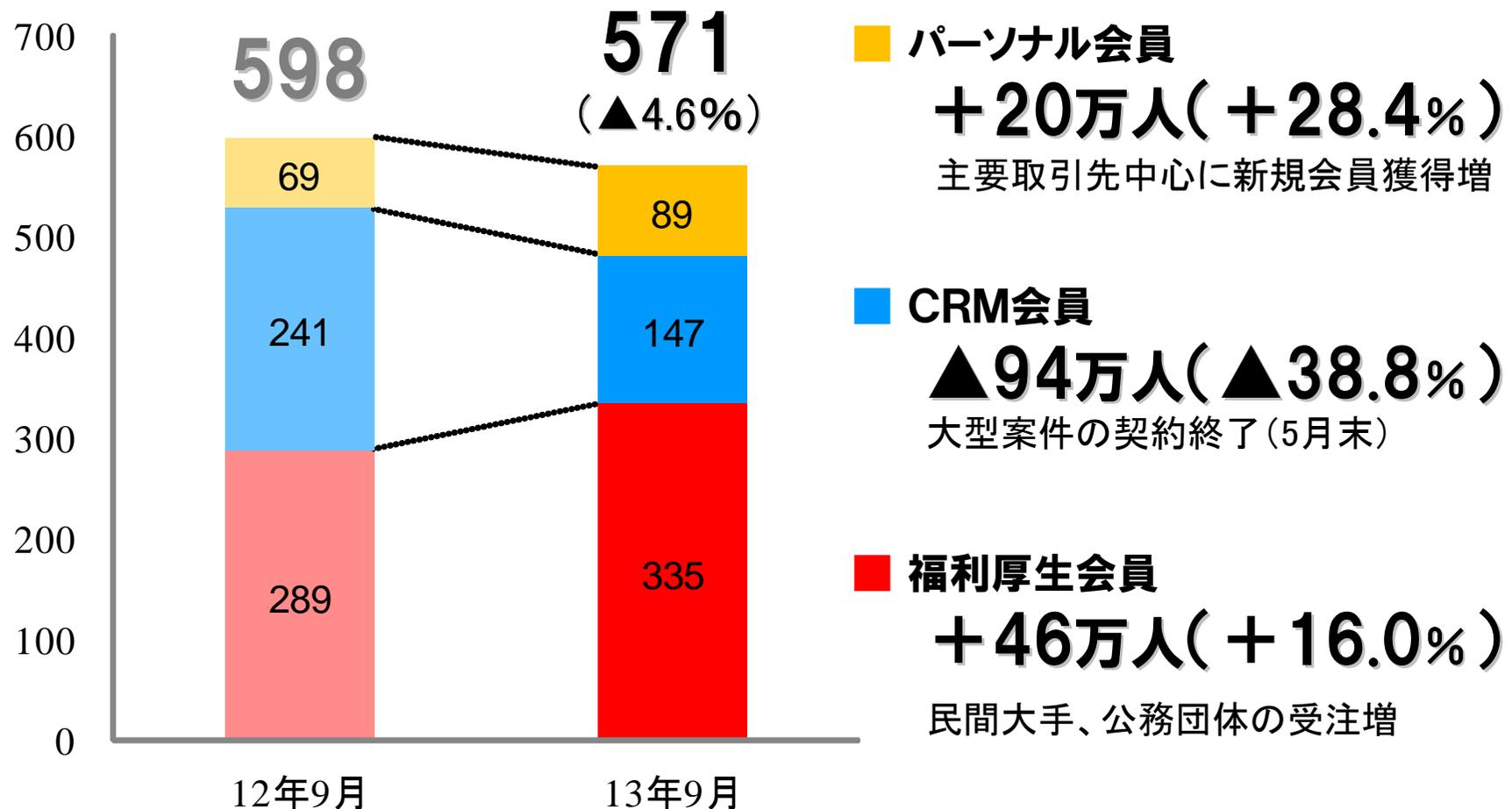
# 売上高 +15.4%の要因

- ① 福利厚生、パーソナルの会員数増
- ② インセンティブのポイント交換増
- ③ ヘルスケアの事業基盤強化

# ①総会員数の状況

CRM会員数は低迷するも収益インパクトは少なく、  
福利厚生・パーソナルの会員数増加で会費収入をカバー

(単位:万人)



# ①福利厚生会員数の増加

## 主力の福利厚生は再び成長軌道へ

(単位:万人)	09/4	10/4	11/4	12/4	13/4	13/9	(進捗率)	14/4 (計画)
福利厚生	259	262	279	284	326	335	83.3%	402
前期比増減(万人)	15	3	17	5	42	9	-	76
前期比増減(%)	6.1%	1.2%	6.5%	1.8%	14.8%	2.8%	-	23.3%

※13/9および14/4の前期比増減数値は13/4との比較を表す

- **会員数のベース底上げで上期会費収入は前期比+3.4億円**
- **景気回復への期待から民間企業での検討・導入が増加**
  - ⇒ 賃上げ代替策としてカフェテリアプランの積極提案
  - ⇒ 有力取次店網を活用した中堅・中小企業への一斉攻略
- **某大型共済組合との取引拡大** ⇒ 加入支部拡大へ向けた継続的な営業

# ① パーソナル会員数の増加

## 取引先とのパートナーシップ強化で会員数を積み上げ

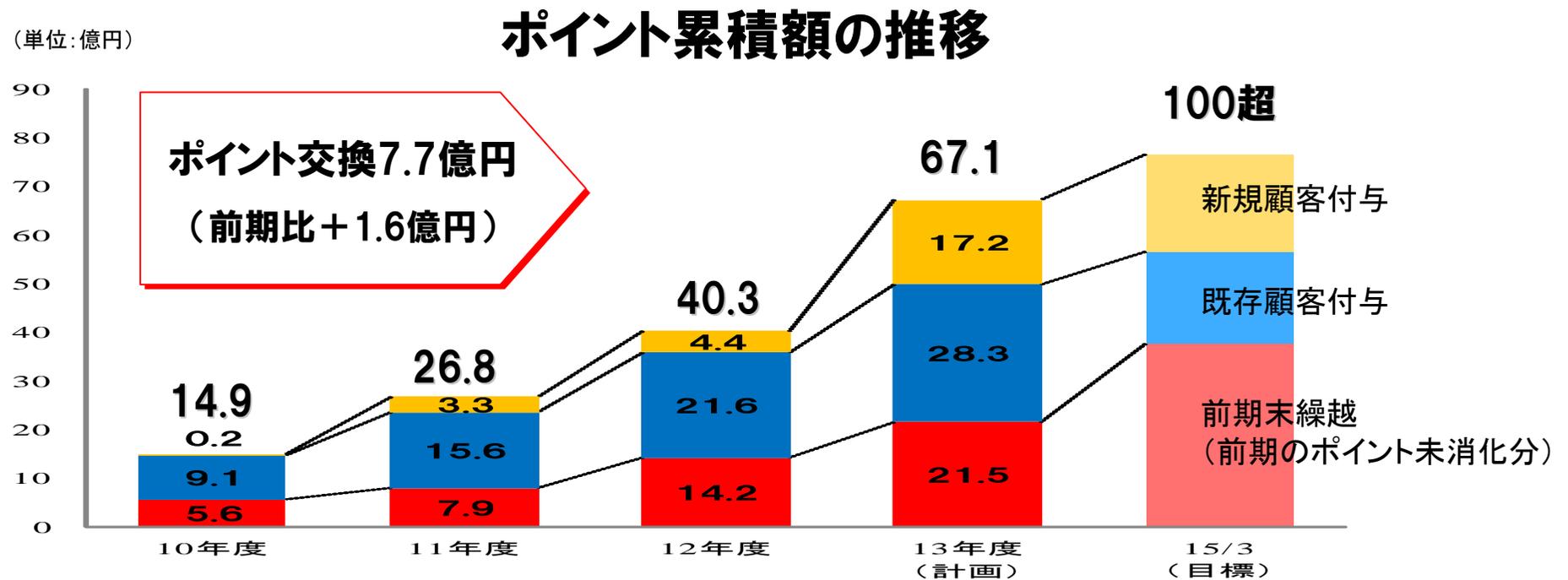
(単位:万人)	09/4	10/4	11/4	12/4	13/4	13/9	(進捗率)	14/4 (計画)
パーソナル	0	12	38	58	78	89	70.6%	126
前期比増減(万人)	0	12	26	20	20	11	-	48
前期比増減(%)	-	-	216.7%	52.6%	34.5%	14.1%	-	61.5%

※13/9および14/4の前期比増減数値は13/4との比較を表す

- ・着実に会員数を積み上げし、上期売上高は前期比+1.4億円
- ・主力のソフトバンクグループは引き続き好調
- ・アパマンショップFC店舗は概ね100%稼働、今後の伸びに期待
- ・フィットネスクラブも堅調に推移し、業界全体の会員数は約6万人へ
- ・有効なプロモーション施策の横展開で会員獲得向上を図る

## ②インセンティブポイント交換の増加

顧客のポイント積み上がりが堅調に交換＝売上へ

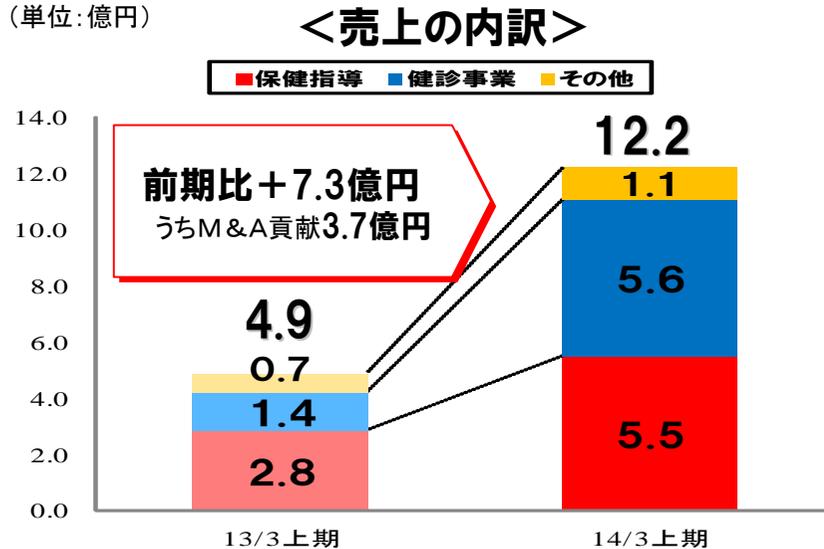


・ポイントの付与・交換に進捗の遅れはあるものの、

前期からの累積額が堅調に交換に転じたことで売上増に貢献

## 昨年5月のM&Aにより顧客基盤やサービス体制を強化

(単位:億円)



#### ■ 健診事業

**+4.2億円(+310.0%)**

公務団体を中心に大型案件受注

#### ■ 保健指導事業

**+2.7億円(+92.9%)**

M&Aで保健指導ノウハウを強化  
福利厚生とのセット導入も奏功

- ・保健事業のアウトソーシング業界ではトップシェア
- ・業界No.1同士の強みを活かした福利厚生とのセット導入で受注拡大
- ・糖尿病重症化予防プログラム(4月開始)も売上増に貢献
- ・Webを活用した新プログラムの投入で他社との差別化を図る

### ●CRM事業

- ・ 金融機関の富裕層顧客向けサービス『プレミアムパッケージ』提供開始(6月)
- ・ 景気回復に伴う高額商品の購入や外食、旅行等への消費活性化に対応
- ・ プラチナカードへの付加価値ニーズが地方銀行にも拡大、今後に期待



### ●BTM事業

- ・ 取引先拡大に伴い7月には単月黒字化を達成、通期でも黒字化見込み
- ・ ベネフィットワン・ソリューションズとの小口精算等のシステム連動で拡販狙う

# 今後の重点施策

---

## 成長戦略

① 会員数の増大

② 収益の多角化

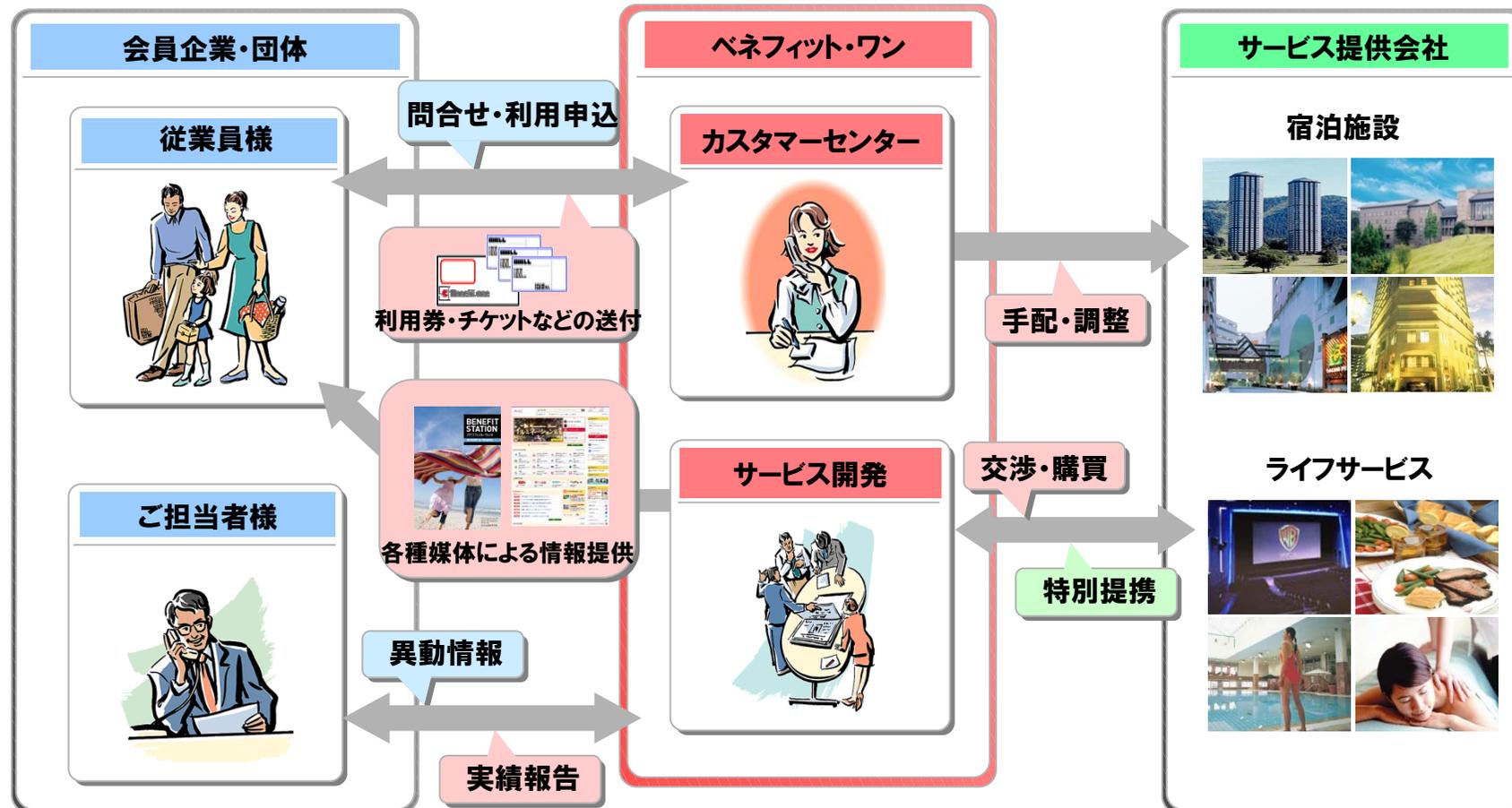
福利厚生から新規事業へ

③ グローバル展開

国内から海外へ

④ サービスの差別化・拡充

団体・企業の垣根を超えた福利厚生インフラ。  
豊富なサービスを、便利に、格安で利用可能に。企業担当者の事務的な手間も軽減。



# ①収益の多角化

福利厚生で培ったサービスインフラの活用・強化による関連多角化

- インセンティブ (報奨サービス)
- ヘルスケア (健康支援サービス)
- 旅行 (各種旅行手配サービス)



- オペレーションセンター
- システム
- サプライヤーネットワーク



- CRM (顧客満足度向上支援サービス)
- パーソナル (個人向けサービス)

- BTM (出張支援サービス)
- コストダウン (総務系業務アウトソーシングサービス)

# ①収益の多角化

## インセンティブ、パーソナル、ヘルスケアが成長を牽引

＜収益構造の変化＞

■ 福利厚生事業 ■ 新規事業

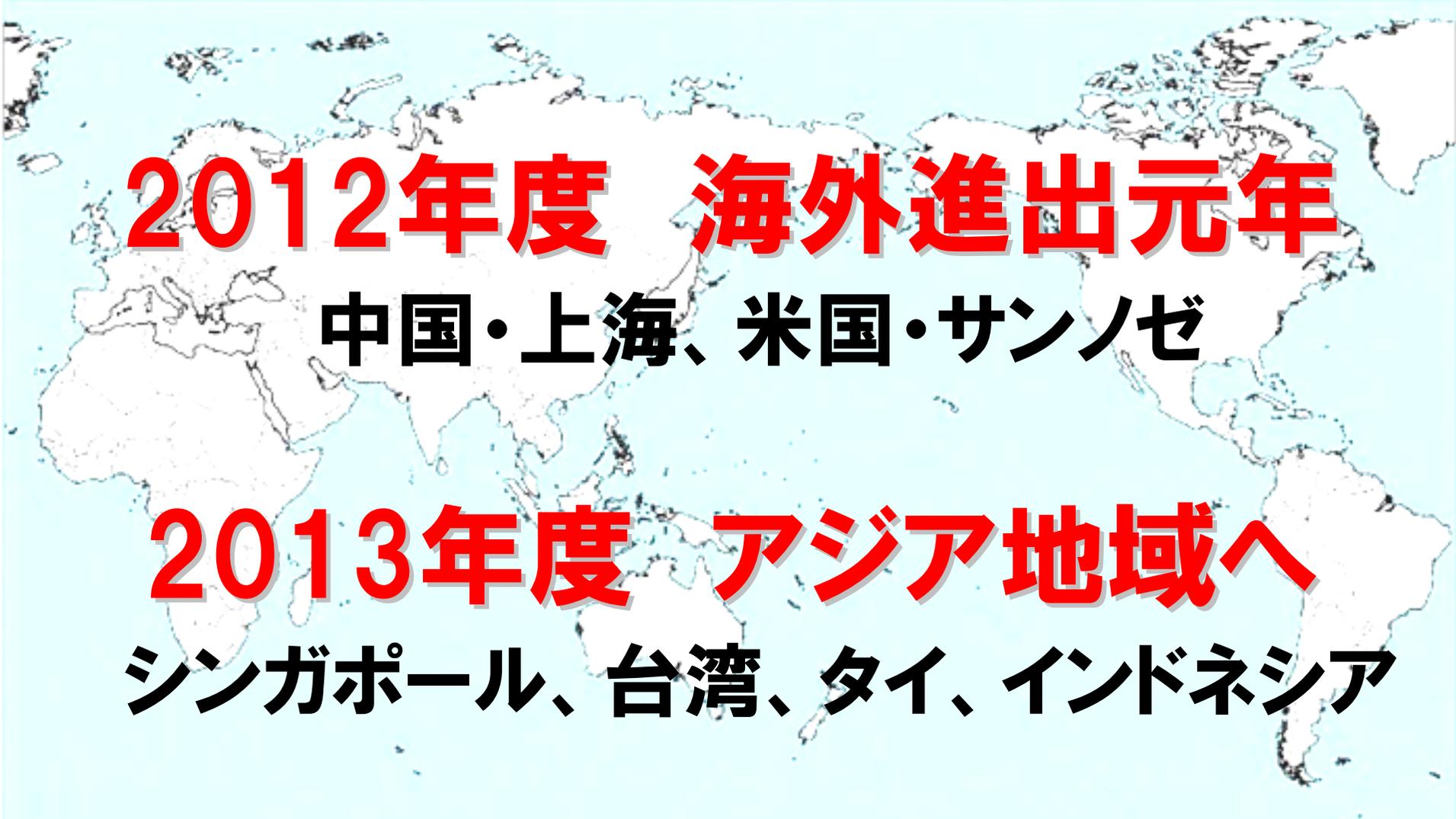
(単位: 億円)



事業別営業利益 (単位: 百万円)	12/3通期		13/3通期		14/3(通期計画)		前期比 増減 (金額)	構成比 増減 (Pt)
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比		
福利厚生事業	2,284	89.0%	2,119	76.5%	1,928	62.1%	△191	△ 14.3
①インセンティブ	125	4.9%	173	6.2%	389	12.5%	217	6.3
②パーソナル	78	3.0%	222	8.0%	318	10.3%	96	2.2
③CRM	78	3.0%	119	4.3%	170	5.5%	52	1.2
④ヘルスケア	1	0.1%	94	3.4%	182	5.9%	88	2.5
⑤コストダウン	0	-	44	1.6%	95	3.1%	52	1.5
⑥BTM	△50	-	△15	-	15	0.5%	30	-
⑦旅行	△25	-	△19	-	△14	-	5	-
合計	2,471	100.0%	2,731	100.0%	3,100	100.0%	368	-
①+②+④合計	204	8.0%	489	17.7%	890	28.7%	401	11.0

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



**2012年度 海外進出元年**

**中国・上海、米国・サンノゼ**

**2013年度 アジア地域へ**

**シンガポール、台湾、タイ、インドネシア**

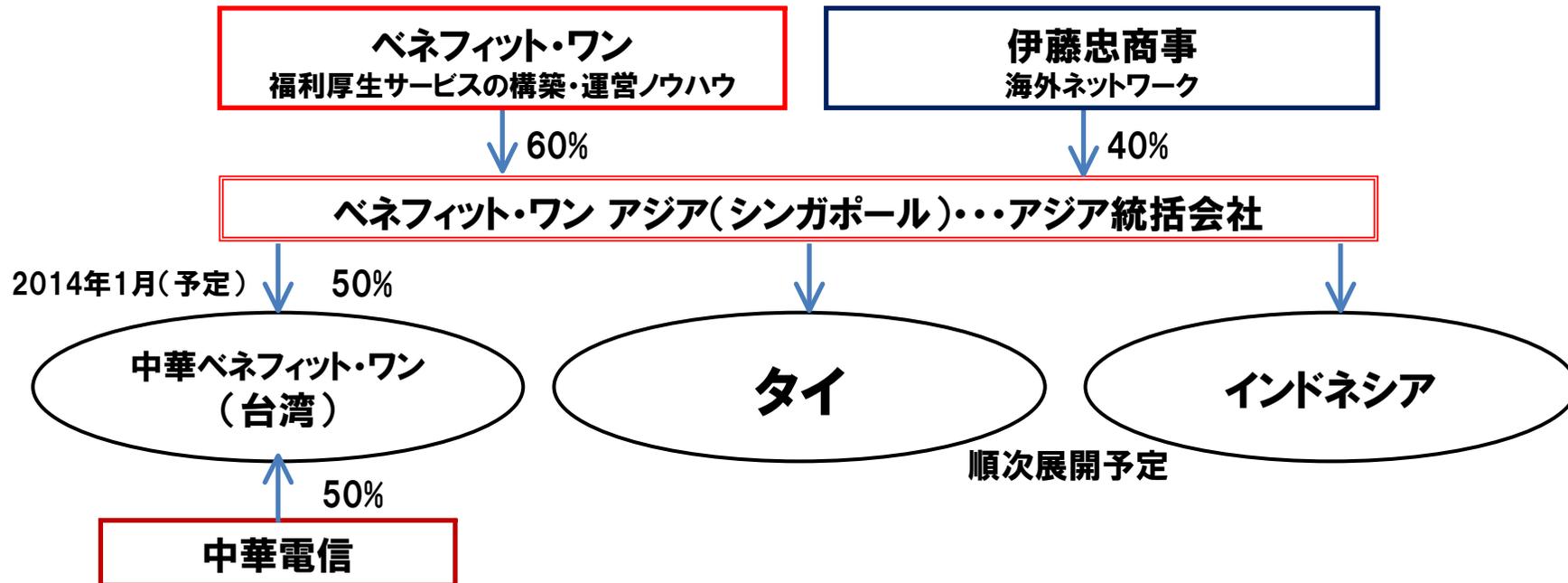
## ②グローバル展開

### アジア統括会社として伊藤忠商事との合併会社を設立 シンガポールを拠点にインセンティブ事業を展開

設立時期		商号	資本金	出資者	事業内容
2012年	5月	ベネフィット・ワン上海 Benefit One Shanghai Inc.	設立時 80百万円 増資後 155百万円	当社100%	インセンティブ事業等
	10月	ベネフィット・ワンUSA Benefit One USA, Inc.	1百万米ドル	当社100%	インセンティブ事業等
2013年	10月	ベネフィット・ワン アジア(BOA) Benefit One Asia Pte. Ltd.	最大5.5百万SGD (約440百万円)	当社60% 伊藤忠商事40%	アジア地域進出・統括事業 福利厚生事業等
2014年	1月 (予定)	中華ベネフィット・ワン ChungHwa Benefit One Co., Ltd.	1億台湾ドル (約330百万円)	BOA50% 中華電信50%	福利厚生事業 CRM事業 インセンティブ事業等
	3月 (予定)	タイ、インドネシア	-	-	-

▼ 2014年度以降もインセンティブ事業を軸に海外拠点開設予定

### 台湾最大手の電気通信事業者「中華電信」と合併会社を設立 ～ 台湾最大の福利厚生サービス事業者を目指す ～



台湾の国有企業等の従業員約5万人向けに福利厚生代行事業を既に展開

⇒ 「中華ベネフィット・ワン」に福利厚生関連事業移管

⇒ ベネフィット・ワンのノウハウを活用し、既存の福利厚生関連事業を拡大・強化

## ユニークユーザー比率向上による顧客満足度向上

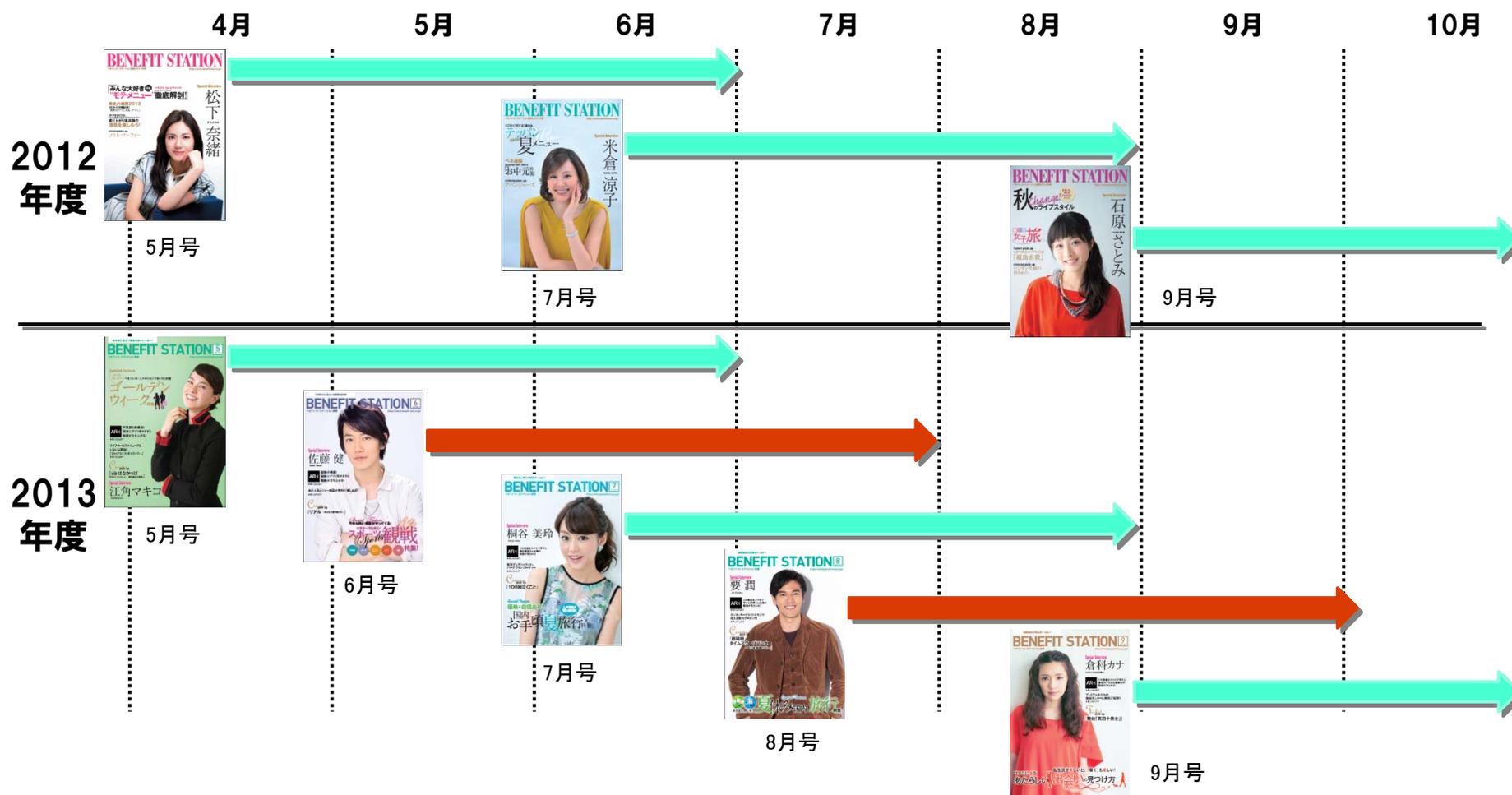
注)ユニークユーザー比率とは、ベネフィット・ステーションを利用したユニーク会員数を、全体会員数で除したもの



**旅行(非日常)からサービス(日常)へ開発傾注**

# 【Topics】会報誌配布の月刊化

**シーズナリティの高い期間限定特典をコンスタントに会員へ提供**  
 上期のHP総PV累計は前年比64%増、サービス・宿泊の利用増にも貢献



## リアルコミュニティと連動させたオリジナリティの追求

### ファイナルリレーラン in 国立競技場

- ・2020年に向けたスポーツイベント企画の第1弾
- ・目標集客は5,000名ランナー、800チーム

【日程】2014年1月18日(土)  
【場所】国立霞ヶ丘競技場(東京都新宿区)  
【主催】(株)ベネフィット・ワン 企画制作:(株)セレスポ  
【内容】企業対抗駅伝大会 ほか  
【対象】ベネフィット・ステーション会員 ならびに 一般会員



### ベネ・ステ ファンフェスタ in 松山

- ・“会いに行ける”カスタマーセンターとして初のイベント開催
- ・東京発着のオリジナルツアーも販売

【日程】2013年11月30日(土)  
【場所】(株)ベネフィット・ワン 松山オペレーションセンター  
【内容】企業対抗ゲーム大会、キッズイベント等



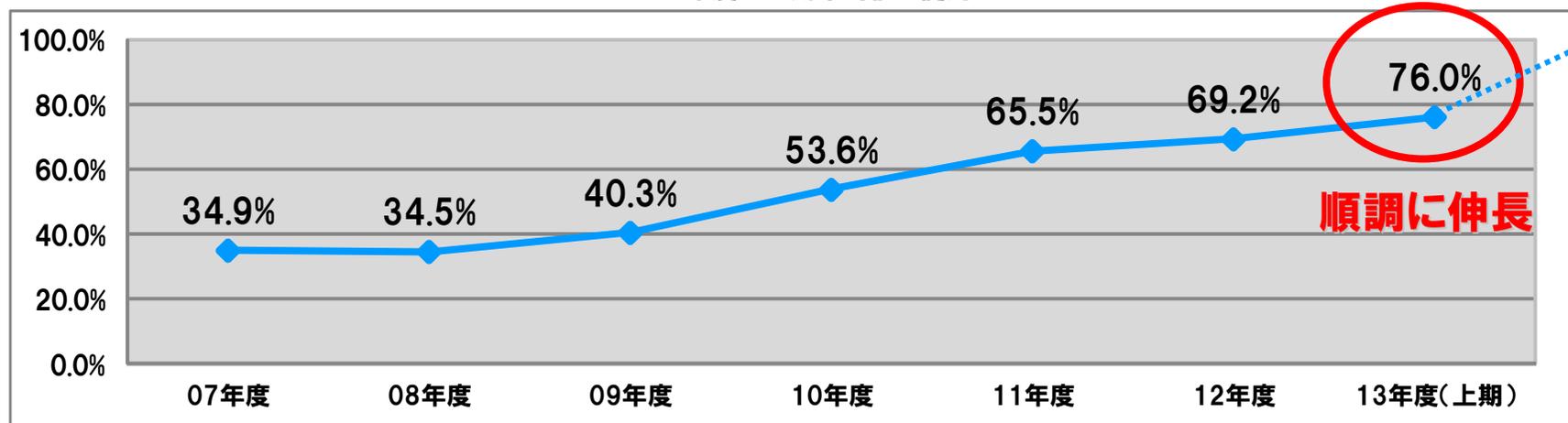
## Webへの転換で利用増に伴うコスト増加を抑制

### Webへのシフトが加速

- ・スマホ媒体の充実やWeb限定サービスの拡充でWeb比率上昇
- ・電話からWebへのシフトに伴うオペレーションコスト低下にも期待

#### <Web・携帯アクセス比率の年度推移>

※13年度は上期平均値を使用

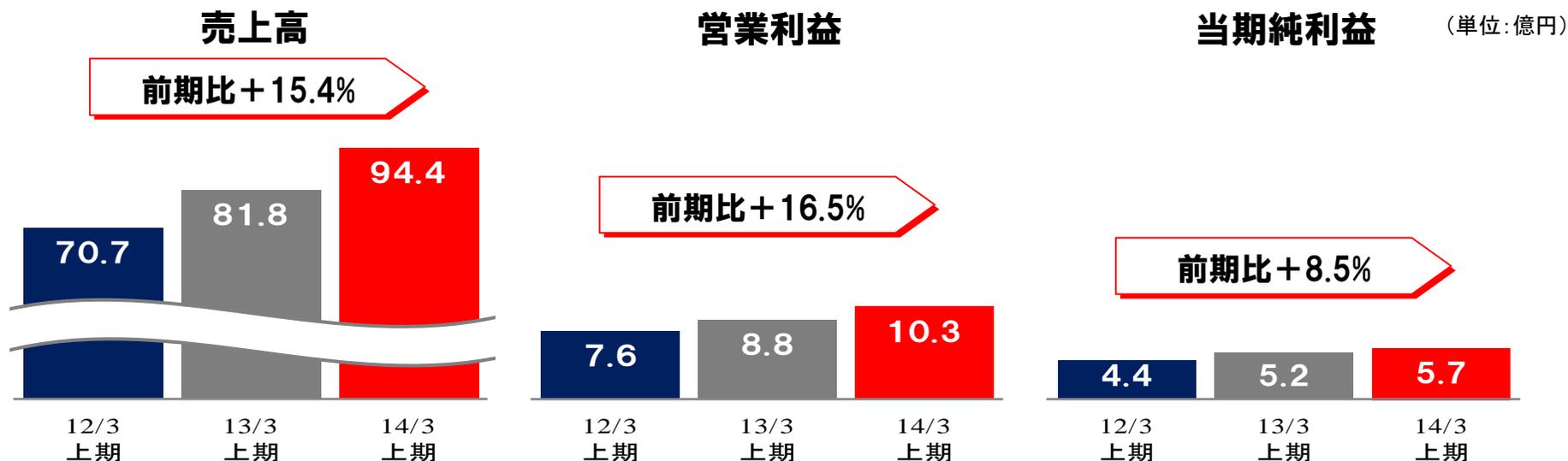


# 第2四半期決算概要および業績見通し

---

# 第2四半期決算ハイライト

**売上高(前期比+15.4%)、営業利益(同+16.5%)ともに順調に推移**



(単位:百万円)	12/3 上期	(%)	13/3 上期	(%)	14/3 上期	(%)	前期比 増減	(%)	(進捗率)	14/3 通期計画
売上高	7,067	(100.0)	8,176	(100.0)	9,436	(100.0)	1,260	+15.4%	42.9%	22,000
営業利益	759	(10.7)	880	(10.8)	1,025	(10.9)	145	+16.5%	33.1%	3,100
経常利益	757	(10.7)	876	(10.7)	986	(10.5)	111	+12.6%	32.1%	3,070
当期純利益	435	(6.2)	521	(6.4)	565	(6.0)	44	+8.5%	31.1%	1,820

## 第2四半期決算概要 事業別業績



**主力の福利厚生は会員数増で売上・利益ともに順調に推移  
パーソナル、ヘルスケア、インセンティブを成長軸に今後期待**

(単位:百万円)	売上高					営業利益				
	12/3 上期	13/3 上期	14/3 上期	前期比 増減	(%)	12/3 上期	13/3 上期	14/3 上期	前期比 増減	(%)
福利厚生	5,658	5,749	6,126	377	+6.6%	756	670	794	123	+18.4%
インセンティブ	337	645	782	137	+21.2%	37	73	53	△19	△26.8%
パーソナル	257	410	546	136	+33.3%	8	101	154	53	+52.7%
CRM	418	418	318	△100	△24.0%	28	54	27	△28	△51.0%
ヘルスケア	231	487	1,221	735	+150.8%	△17	△11	△9	2	-
コストダウン	0	181	171	△10	△5.5%	0	24	18	△6	△23.7%
BTM	8	23	34	12	+51.6%	△26	△11	3	13	-
旅行	1	56	21	△35	△63.1%	△14	△12	△2	10	-
合計	7,067	8,176	9,437	1,260	+15.4%	760	881	1,026	145	+16.5%

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

### 売上原価率65.1%(前期比+0.4ポイント)

- ・仕入原価⇒ガイドブック制作費の減少や補助金増加の抑制で仕入原価率は低下
- ・製造原価⇒会報誌の月刊化やヘルスケア健診受診の遅れにより製造原価率は上昇

(単位:百万円)	12/3 上期	13/3 上期	14/3 上期	前期比 増減	(%)
売上原価	4,508	5,286	6,142	856	+16.2%
仕入原価	3,078	3,610	3,709	99	+2.7%
補助金(宿泊・サービス)	1,115	1,288	1,354	66	+5.1%
ガイドブック	474	429	372	△57	△13.2%
インセンティブ	253	504	635	131	+26.1%
物販	175	251	271	20	+7.8%
製造原価	1,430	1,676	2,433	757	+45.2%
労務費	790	906	1,137	231	+25.5%
製造経費	640	771	1,296	526	+68.2%
売上原価率	63.8%	64.7%	65.1%	+0.4Pt	-
仕入原価率	43.6%	44.2%	39.3%	△4.9Pt	-
製造原価率	20.2%	20.5%	25.8%	+5.3Pt	-

### 販管費率24.0%(前期比△0.5ポイント)

営業体制強化による人件費や、会報誌配布の月刊化に伴う荷造運賃等の増加があるものの、通信費等の抑制運営で販管費率は低下。

(単位:百万円)	12/3 上期	13/3 上期	14/3 上期	前期比 増減	(%)
販管費	1,799	2,009	2,268	260	+12.9%
人件費	860	983	1,098	116	+11.8%
一般経費	939	1,026	1,170	144	+14.0%
販管費率	25.5%	24.6%	24.0%	△0.5Pt	-

## インセンティブ、ヘルスケアの計画進捗遅れによるマイナスを 福利厚生、パーソナルのコスト抑制でカバー

(単位:百万円)	計画	(%)	実績	(%)	計画比 増減	(%)
売上高	9,900	(100.0)	9,436	(100.0)	△463	△4.7%
売上原価	6,677	(67.4)	6,142	(65.1)	△534	△8.0%
売上総利益	3,223	(32.6)	3,294	(34.9)	71	+2.2%
販管費	2,323	(23.5)	2,268	(24.0)	△55	△2.3%
営業利益	900	(9.1)	1,025	(10.9)	126	+14.0%
経常利益	880	(8.9)	986	(10.4)	107	+12.1%
当期純利益	510	(5.2)	565	(6.0)	56	+10.9%

**●売上高**  
 ・インセンティブ(ポイント付与・交換遅れ)  
 ・ヘルスケア(健診受診の実施時期遅れ)

**●売上総利益**  
 ・福利厚生補助金の抑制  
 ・ガイドブック発送の下期ずれ

**●販管費**  
 ・人件費の一部(caf eポイント消化)下期ずれ  
 ・消耗品費等の削減

**●経常利益**  
 ・持分法による投資損失の影響

## ■ 設備投資の上期実績、今年度の見通し

(単位:百万円)

投資内訳	13/3 通期	14/3通期			前期比 増減
		上期実績	下期見通し	合計	
情報システム投資	440	187	319	506	+66
福利厚生施設・事務所投資	372	256	195	451	+79
<b>単体 計</b>	<b>812</b>	<b>443</b>	<b>514</b>	<b>957</b>	<b>+145</b>
ベネフィットワン・ヘルスケア 計	89	117	101	219	+129
ベネフィットワンソリューションズ 計	17	26	8	35	+18
<b>合計</b>	<b>919</b>	<b>588</b>	<b>623</b>	<b>1,211</b>	<b>+293</b>

※情報システム投資には、ASP改修に関する長期前払費用、リース契約の機器等を含む

## ■ 財政状況

(単位:百万円)	13/3	13/9	増減
総資産	16,316	14,669	△ 1,647
流動資産	11,675	9,381	△ 2,294
固定資産	4,641	5,287	647
純資産	9,227	9,102	△ 124
自己資本比率	56.6%	62.1%	+5.5Pt

□現預金 : △1,800  
□売掛金 : △489

□有形固定資産 : +263  
□無形固定資産 : +21  
□投資その他資産 : +363

## ■ 財務指標

		12/9	13/3	13/9
営業利益率	%	10.8%	15.5%	10.9%
総資産経常利益率	%	6.1%	17.2%	6.4%
自己資本利益率(ROE)	%	5.6%	17.2%	6.2%
一株あたり純利益	円	11.96	38.06	13.83
一株あたり純資産	円	209.41	225.52	222.14

(注)当社は、平成25年10月1日を効力発生日として、普通株式1株を200株に分割し、1単元の株式数を100株とする単元株制度を採用しております。これに伴い、前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株あたり純利益及び1株あたり純資産を算定しております。

# キャッシュ・フローの状況

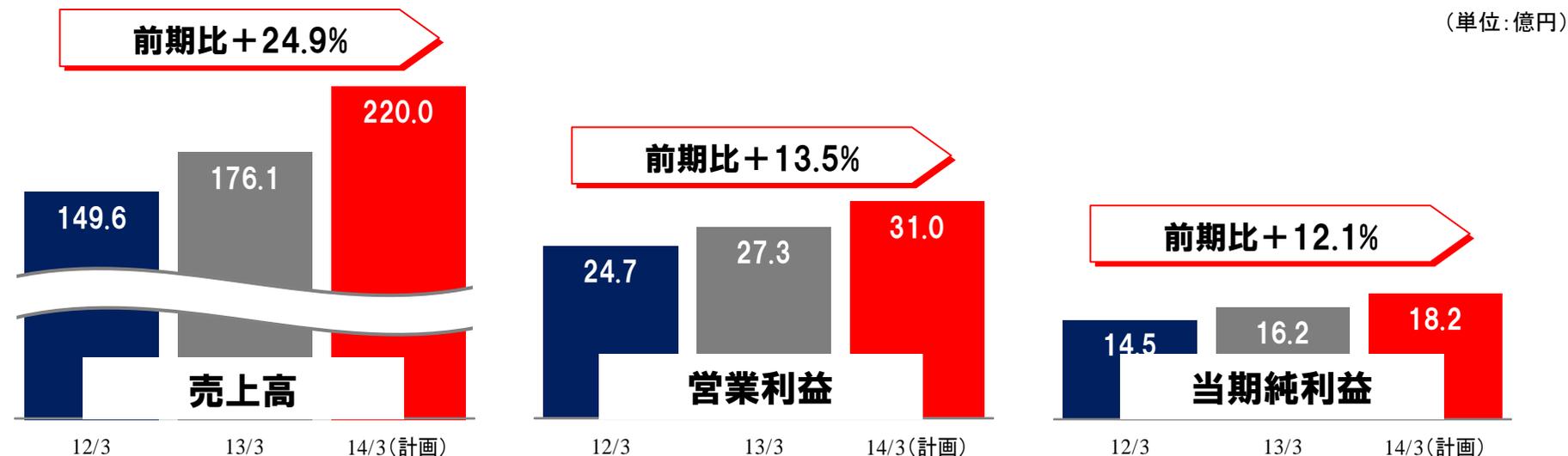
(単位:百万円)	12/9	13/9	増減
営業活動によるCF	815	△134	△950
投資活動によるCF	△1,073	△936	+136
財務活動によるCF	△2,077	△725	+1,352
現金及び現金同等物の期末残高	5,573	4,827	△746

- **資金増加**
  - ・税金等調整前当期純利益 987
  - ・減価償却費 271
  - ・売上債権の減少 489
- **資金減少**
  - ・仕入債務の減少 986
  - ・法人税等の支払 549
  - ・預り金の減少 365

- **資金減少**
  - ・有形・無形固定資産の取得 618

- **資金減少**
  - ・配当金の支払 711

## 当初計画は据え置き、高い成長率での増収増益を目指す



(単位: 百万円)	12/3 通期	(%)	13/3 通期	(%)	14/3 (通期計画)	(%)	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%

# 2014年3月期 第2四半期 決算説明会 DATABOOK

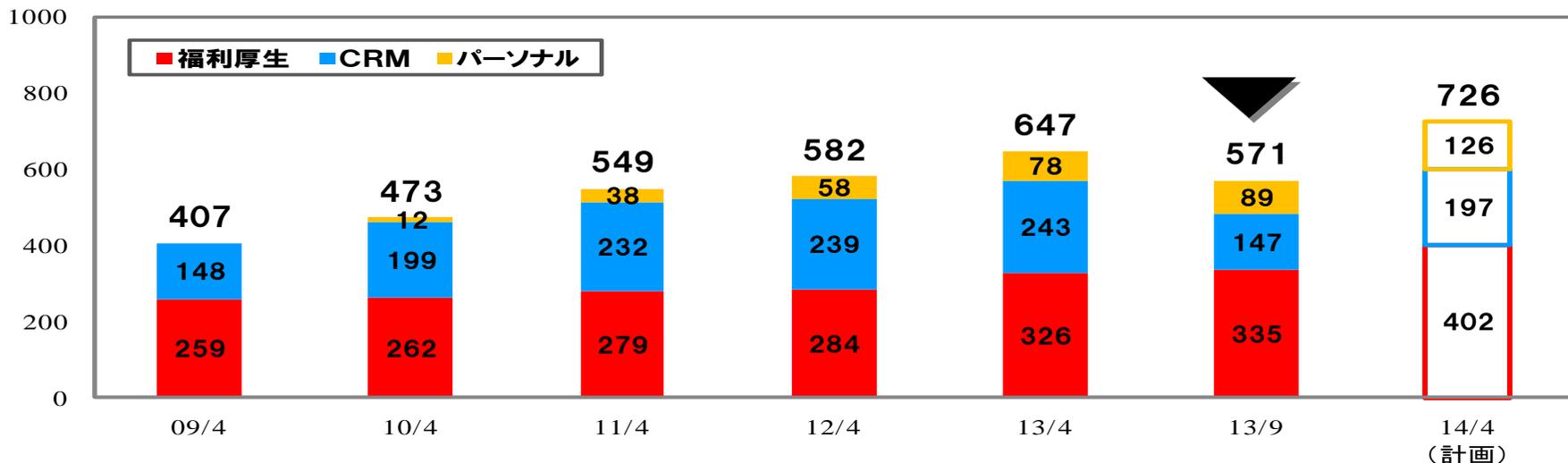
---

# 会員数の推移

CRMは大型案件の契約終了で低迷するも、福利厚生・パーソナルは順調に会員数増加  
 下期は来年4月に向けた新規顧客獲得に注力し、700万人超を目指す

(単位:万人)	09/4	10/4	11/4	12/4	13/4	13/9	14/4 (計画)
<b>福利厚生</b>	259	262	279	284	326	335	402
前期比	15	3	17	5	42	9	76
<b>CRM</b>	148	199	232	239	243	147	197
前期比	47	51	33	7	4	▲ 96	▲ 46
<b>パーソナル</b>	0	12	38	58	78	89	126
前期比	0	12	26	20	20	11	48
<b>合計</b>	407	473	549	582	647	571	726
前期比	62	66	76	33	65	▲ 76	79

※13/9前期比数値は13/4との差異を表す



## 1. 福利厚生事業 企業の従業員向けに多様なニーズに対応する福利厚生のアウトソーシングサービス

【前期比】会報誌月刊化やサービス利用増、人員体制強化等に伴う費用増以上に会費収入が増えたことで営業利益は1.2億円増。  
 【計画比】仕入体制強化による補助金抑制やガイドブック制作費用削減等で計画上ぶれ。下期は来期4月に向け会員獲得に注力。

(単位:百万円)	13/3上期		14/3上期		前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)	2014/3(通期)	
	前期	計画	計画	実績					(進捗率)	計画
売上高	5,749	6,041	6,041	6,126	377	+6.6%	86	+1.4%	50.3%	12,183
営業利益	670	611	611	794	123	+18.4%	183	+30.0%	41.2%	1,928
営業利益率	11.7%	10.1%	10.1%	13.0%	+1.3Pt	-	+2.9Pt	-	-	15.8%

## 2. インセンティブ事業 多彩なポイント交換アイテムを通じたロイヤリティ・モチベーション向上支援サービス

【前期比】主要現得のポイント積み上がりが堅調に売上に転じ売上増。一方、営業体制増強に伴うコスト増を吸収できず利益減。  
 【計画比】スタート時期遅れを主因にポイント付与・交換に進捗遅れが生じ売上・利益ともに計画下ぶれ。下期での挽回を目指す。

(単位:百万円)	13/3上期		14/3上期		前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)	2014/3(通期)	
	前期	計画	計画	実績					(進捗率)	計画
売上高	645	1,060	1,060	782	137	+21.2%	△278	△26.2%	26.7%	2,930
営業利益	73	126	126	53	△19	△26.8%	△73	△58.0%	13.6%	389
営業利益率	11.2%	11.9%	11.9%	6.8%	△4.4Pt	-	△5.1Pt	-	-	13.3%

## 3. パーソナル事業 クライアントの顧客向けに取引先と協働で展開する個人顧客向けサービス

【前期比】着実な会員数積み上げで会費収入増。営業体制強化によるコスト増以上に売上が増えたことで営業利益は0.5億円増。  
 【計画比】売上は概ね計画通り。費用の抑制運営で営業利益は計画を上ぶれ。プロモーション施策を強化し会員獲得に注力。

(単位:百万円)	13/3上期		14/3上期		前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)	2014/3(通期)	
	前期	計画	計画	実績					(進捗率)	計画
売上高	410	546	546	136	+33.3%	△1	△0.1%	43.1%	1,267	
営業利益	101	119	154	53	+52.7%	35	+29.1%	48.4%	318	
営業利益率	24.6%	21.8%	28.2%	+3.6Pt	-	+6.4Pt	-	-	25.1%	

## 4. CRM事業 クライアントの顧客に向けた顧客満足度向上・ロイヤリティアップのための支援サービス

【前期比】大型案件の契約終了等に伴い会員数・売上・利益ともに減少。  
 【計画比】会員数低迷で売上減となる一方、新コンテンツの開始遅れで費用減少し利益は上ぶれ。富裕層向けサービス拡販に注力。

(単位:百万円)	13/3上期		14/3上期		前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)	2014/3(通期)	
	前期	計画	計画	実績					(進捗率)	計画
売上高	418	356	318	△100	△24.0%	△38	△10.6%	32.4%	980	
営業利益	54	3	27	△28	△51.0%	23	+684.5%	15.6%	170	
営業利益率	13.0%	1.0%	8.4%	△4.6Pt	-	+7.4Pt	-	-	17.4%	

## 5. ヘルスケア事業 健診予約代行から特定保健指導の実施に至るまでのワンストップサービス

【前期比】クロスセルも奏功し公務団体を中心に受注拡大し売上高は7.3億円増(うちM&Aによる収益貢献分は3.7億円)。  
 【計画比】売上は健診事業の受診遅れを主因に進捗遅れが発生し、売上・利益ともに計画を下回る。下期での挽回を目指す。

(単位:百万円)	13/3上期		14/3上期		前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)	2014/3(通期)	
	前期	計画	計画	実績					(進捗率)	計画
売上高	487	1,325	1,221	735	+150.8%	△103	△7.8%	41.3%	2,955	
営業利益	3	38	18	15	+585.9%	△20	△53.8%	7.5%	235	
営業利益率	0.5%	2.9%	1.4%	+0.9Pt	-	△1.4Pt	-	-	8.0%	

注)のれん償却前の営業利益を表す

## 6. コストダウン事業 通信回線や出張旅費の精算代行など管理部門系業務のアウトソーシングサービス

【前期比】主力のHi-VOXは堅調に推移するも、ITサービス(サーバー構築等)の販売不振を補えず売上減。  
 【計画比】Hi-VOX入会時期遅れ等で売上減。併せて人件費等のコストが嵩み、営業利益も下回る。

(単位:百万円)	13/3上期		14/3上期		前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)	2014/3(通期)	
	前期	計画	計画	実績					(進捗率)	計画
売上高	181	180	171	△10	△5.5%	△9	△4.9%	24.8%	690	
営業利益	36	44	31	△6	△15.7%	△13	△29.8%	25.6%	120	
営業利益率	20.1%	24.3%	17.9%	△2.2Pt	-	△6.4Pt	-	-	17.4%	

注)のれん償却前の営業利益を表す

## 7. BTM事業 集中購買を目的とした出張支援サービス

【前期比】取引先の拡大により売上・利益ともに堅調に推移。7月には単月黒字を達成。  
 【計画比】一部企業でのスタート時期遅れや取扱高の減少で売上・利益ともに減少するも、着実な案件積み上げで通期黒字見込み。

(単位:百万円)	13/3上期		14/3上期		前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)	2014/3(通期)	
	前期	計画	計画	実績					(進捗率)	計画
売上高	23	41	34	12	+51.6%	Δ6	Δ15.6%	39.1%	88	
営業利益	Δ11	5	3	13	-	Δ2	Δ42.1%	18.2%	15	
営業利益率	-47.5%	11.6%	8.0%	+55.5Pt	-	Δ3.6Pt	-	-	17.2%	

## 8. 旅行事業 社員旅行やイベントの企画運営など、各種旅行手配サービス

【前期比】前年並みの社員旅行や周年行事の大型案件の受注が獲得できず、売上減少。  
 【計画比】インバウンドや社員旅行の販売不振により売上低迷。外部提携を進めることで、今後はインバウンド需要取り込みに注力。

(単位:百万円)	13/3上期		14/3上期		前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)	2014/3(通期)	
	前期	計画	計画	実績					(進捗率)	計画
売上高	56	38	21	Δ35	Δ63.1%	Δ18	Δ46.2%	21.2%	97	
営業利益	Δ12	Δ10	Δ2	10	-	8	-	16.4%	Δ14	
営業利益率	-21.7%	-26.9%	-11.0%	+10.7Pt	-	+15.9Pt	-	-	-14.2%	

## 福利厚生から新規事業へ 収益の多角化で、より強固な収益基盤を確立

(単位:百万円)	売上高(通期)					営業利益(通期)							
	12/3	13/3	14/3 (計画)	前期比 増減	(%)	12/3	構成比	13/3	構成比	14/3 (計画)	構成比	前期比 増減	(%)
福利厚生	11,356	11,627	12,183	556	+4.8%	2,284	89.0%	2,119	76.5%	1,928	62.1%	△191	△9.0%
インセンティブ	993	1,512	2,930	1,418	+93.8%	125	4.9%	173	6.2%	389	12.5%	217	+125.3%
パーソナル	577	892	1,267	375	+42.1%	78	3.0%	222	8.0%	318	10.3%	96	+43.2%
CRM	902	844	980	135	+16.0%	78	3.0%	119	4.3%	170	5.5%	52	+43.3%
ヘルスケア	682	1,737	2,955	1,218	+70.2%	1	0.1%	94	3.4%	182	5.9%	88	+93.4%
コストダウン	0	345	690	345	+99.8%	0	-	44	1.6%	95	3.1%	52	+118.1%
BTM	19	52	88	35	+67.2%	△50	-	△15	-	15	0.5%	30	-
旅行	14	66	97	31	+46.4%	△25	-	△19	-	△14	-	5	-
合計	14,959	17,610	22,000	4,390	+24.9%	2,471	100.0%	2,731	100.0%	3,100	100.0%	369	+13.5%

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

# 「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、2014年3月期第2四半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。