

2014年3月期 決算説明会

株式会社ベネフィット・ワン
東証二部(2412)

2014年5月9日

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

2014年3月期 決算ハイライト

- 売上高 **203.6**億円 前期比+27.4億円
(+15.6%)
- 経常利益 **31.5**億円 前期比+4.3億円
(+15.9%)
- 総会員数 **602**万人 前期比▲45万人
(▲6.9%)
(2014年4月)

決算のポイント

- ① 福利厚生 の 成長 再び
- ② パーソナル の 着実な 伸張
- ③ ヘルスケア の 大幅 増収
- ④ インセンティブ は 増収 減益

売上高 **124** 億円 / 営業利益 **25** 億円

前期比+6.6%、計画比+1.8%

前期比+16.1%、計画比+27.6%

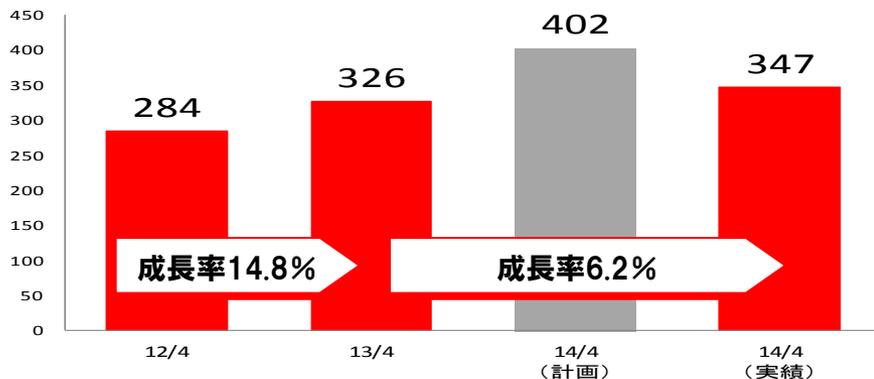
【前期比】

- ・会員数の増加で会費収入は7億円増の100億円を突破
- ・会報誌の月刊化や利用増等により費用は嵩むも、会費収入増で吸収し、増収増益

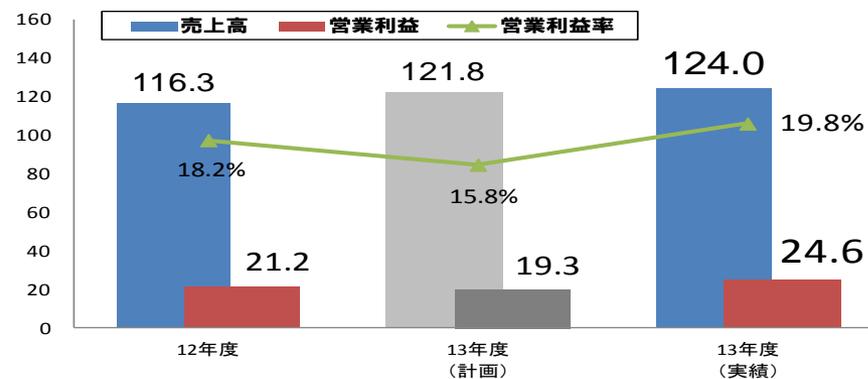
【計画比】

- ・補助金や人員・経費の抑制運営により、営業利益は大幅に上回る
- ・14年4月会員数は大型団体の導入先送りも影響し、計画比▲56万人と伸び率鈍化

●福利厚生会員数(単位:万人)



●業績(単位:億円)



売上高 **12** 億円 / 営業利益 **4** 億円

前期比+29.9%、計画比▲8.6%

前期比+76.6%、計画比+23.3%

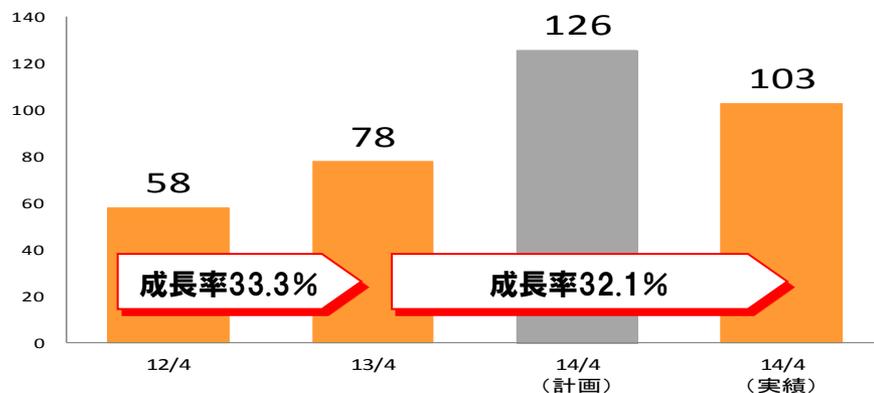
【前期比】

- ・着実な会員数積み上げで売上は2.6億円増、約4年間で会員数は100万人を突破
- ・通信・不動産・フィットネス等、重点ターゲット業界での横展開により取引先も拡大

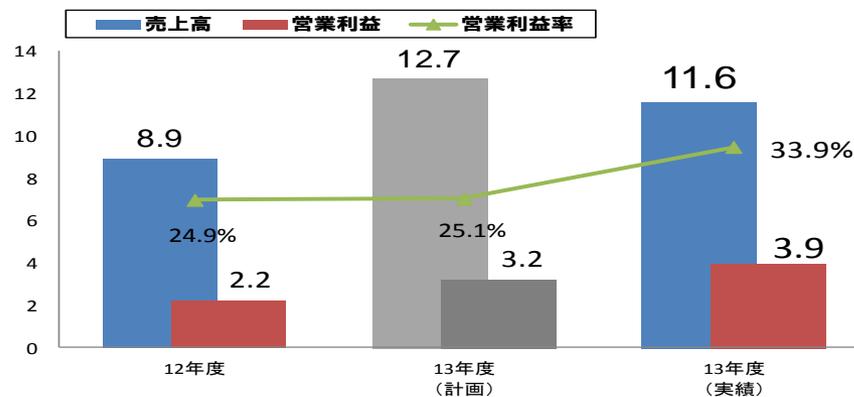
【計画比】

- ・会員獲得の進捗遅れに伴う売上未達をキャンペーン等の費用抑制でカバー
- ・結果、営業利益は計画比+72M

●パーソナル会員数(単位:万人)



●業績(単位:億円)



売上高 33 億円 / 営業利益 2 億円

前期比+92.1%、計画比+12.9%

前期比+33.7%、計画比▲23.9%

【前期比】

(参考)通期で比較した場合

前期比+77.2%

- ・福利厚生とのクロスセルや第1QのM&A貢献が寄与し、増収増益達成
- ・健診事業や新規事業(糖尿病重症化プログラム・健康ポイント等)を中心に拡大

【計画比】

- ・一部システムの稼働遅れからコスト削減効果は翌期持ち越し、営業利益は▲56M

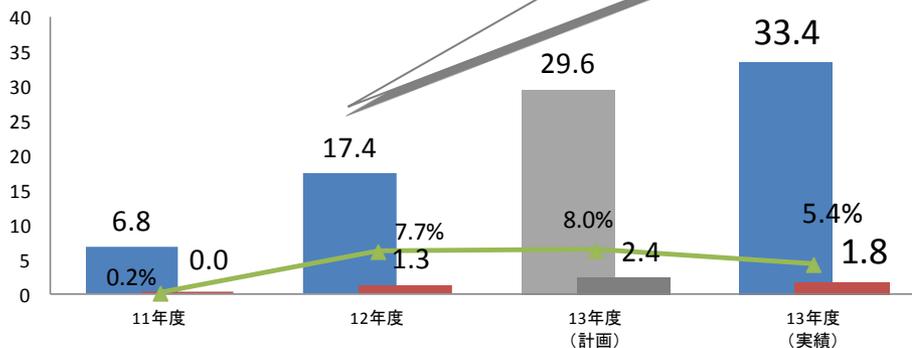
●業績(単位:億円)

■売上高 ■営業利益 ▲営業利益率

5月 (株)保健教育センター買収
7月 ヘルスケア事業部を吸収分割により事業承継
7月 (株)ベネフィットワン・ヘルスケアへ商号変更
⇒第2Qより連結会計へ組み入れ開始

M&Aによるシナジー効果

- ・効率化による利益率の向上(下表参照)
- ・株式取得時計画比でも約50Mの上ぶれ



(参考)通期で比較した場合の前期比

(単位:億円)	12年度 注)参考値	13年度	12→13増減	
			金額	(%)
売上高	19.3	33.4	14.1	+72.8%
営業利益	1.0	1.8	0.8	+77.2%
営業利益率	5.2%	5.4%	+0.2pt	-

注)12年度の参考値とは、M&Aによる連結会計組み入れ前の旧保健教育センターの第1Q(4~6月)を含む数字を表す

④インセンティブは増収減益

売上高 **18** 億円 / 営業利益 **1** 億円

前期比+18.8%、計画比▲38.7%

前期比▲31.9%、計画比▲69.8%

【前期比】

- ・前期から積み上がったポイントが堅調に交換に転じたことで、売上は増加
- ・一方、体制増強によるコスト増や退蔵益の減少を吸収できず、営業利益は▲55M

【計画比】

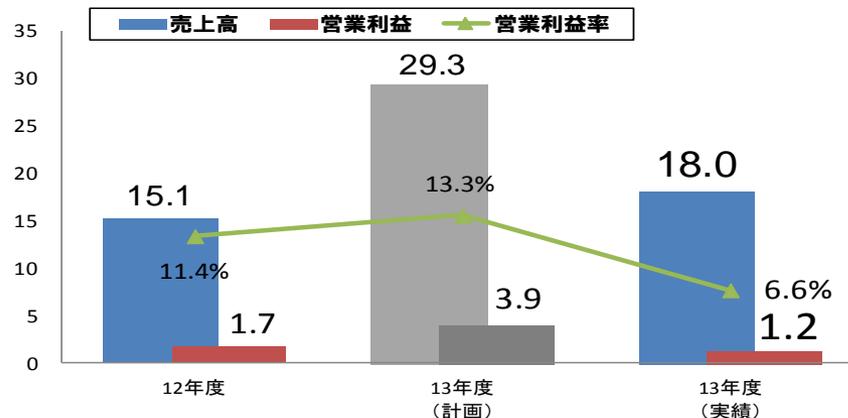
- ・新規獲得不振を主因にポイント付与▲1.8億円、交換率も計画値までには至らず
- ・ポイント交換差益率の計画比▲5.9ptも影響し、売上・利益ともに大幅な計画未達

●付与ポイントと交換率

(単位:億円)	12年度	13年度 (計画)	13年度 (実績)	前期比	計画比
前期末繰越	14.2	21.5	21.5	7.2	0.0
付与	26.1	45.6	27.2	1.2	▲18.3
現得	21.6	28.3	22.5	0.8	▲5.9
新規	4.4	17.2	4.8	0.3	▲12.5
付与ポイント累積額	40.3	67.0	48.7	8.4	▲18.3
交換率	43.2%	49.7%	43.8%	+0.5pt	▲5.9pt

注) 交換率 = 交換累計額 ÷ (前期末繰越 + 当期付与累計額)

●業績(単位:億円)



2015年3月期 業績予想ハイライト

- 売上高 **235億円** 前期比+31.4億円
(+15.4%)
- 経常利益 **36億円** 前期比+4.5億円
(+14.4%)
- 総会員数 **810万人** 前期比+207万人
(+34.4%)
(2015年4月)

業績予想のポイント

- ① 福利厚生は利益微増
- ② インセンティブの再躍進
- ③ パーソナルは第二の柱へ
- ④ ヘルスケアは地固めに注力

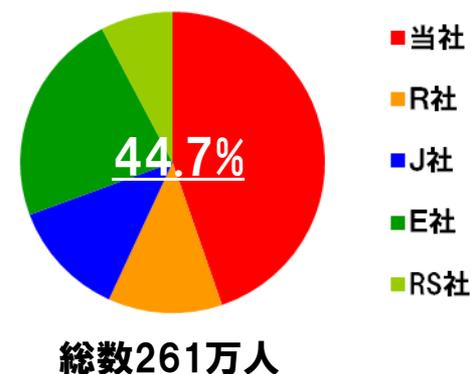
当社シェア状況

■ 東証一部上場企業における当社シェア状況(2014年4月時点)

- ・東証一部上場企業のみを対象に調査
- ・1,779社中583社がアウトソーシング
- ・会員数は **44.7%** のシェア

注)右記のシェア・総数は、「共同受託他」の社数・会員数を除いて集計

会員数シェア

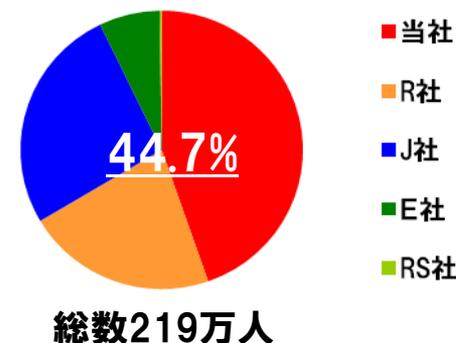


■ 公務団体における当社シェア状況(2014年4月時点)

- ・会員数は **44.7%** のシェア

出所)当社営業総本部調べ

会員数シェア



2015年4月会員数目標 **473万人** (前期比+126万人)

■ 中堅・中小企業マーケットでの新規獲得

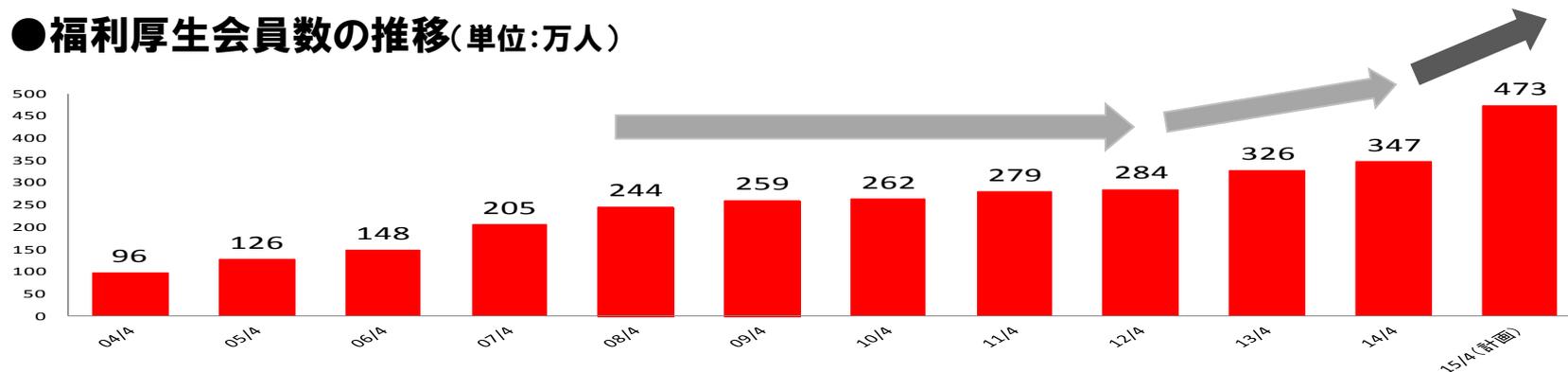
- ・代理店網を活用した効率的な営業活動量アップによる一斉攻略
- ・DMやセミナー等のプロモーション強化により認知度向上、導入機運づくり
- ・営業拠点(静岡・神戸・北九州)の新設により地方エリアへ営業推進

■ 某大型共済組合との取引拡大 ⇒ 全支部加入に向けた継続的な営業

■ 労働人口減少時代に向けた「福利厚生」の提言

- ・優秀な人材確保や定着率の向上を目的としたマネジメントツールとしてPR

●福利厚生会員数の推移(単位:万人)



売上高 **131** 億円 / 営業利益 **25** 億円

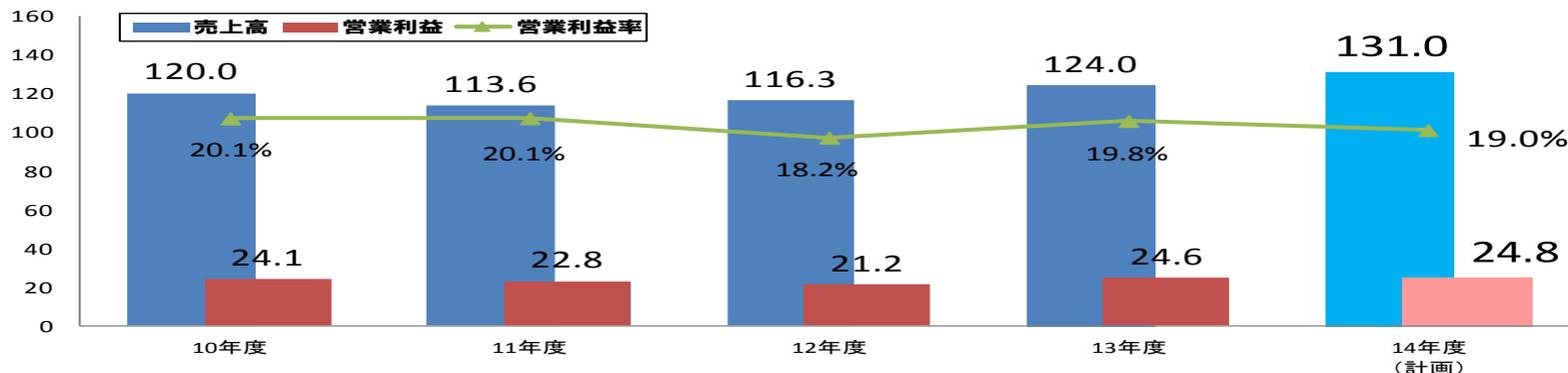
前期比+5.6%

前期比+0.9%

会員数増加による増収の一方、利用増加に伴う補助金やオペレーションコスト等の増加により、利益は微増

- ・顧客仕様に基づく煩雑な業務の標準化・システム化でオペレーションを効率化
- ・サービス評価方法の見直しで品質・競争力を維持しつつ費用対効果を向上
- ・Web誘導と連動したペーパーレス化の検討で印刷費・配送費の削減を目指す

●業績の推移(単位:億円)



新規獲得付与ポイント目標 **12億円** (前期比+7億円)

■ 営業体制の増強と効率性の追求

- ・上層部へのルート営業を強化、提案からクロージングまでの期間を短縮
- ・代理店提携やグループ内クロスセルの推進により販路を拡大
- ・営業増員にあわせてエリア担当制へと転換、ターゲット業界も拡大

■ プロモーション強化による導入機運づくり

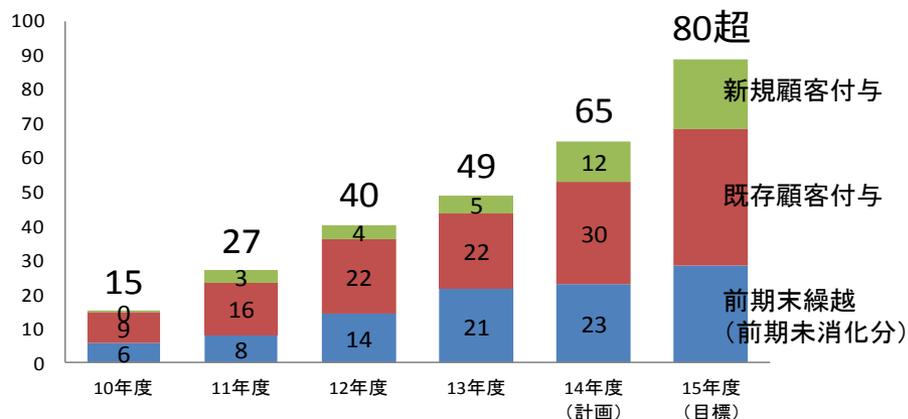
- ・他事業との合同セミナーの開催や業界カンファレンスへの参加で認知度向上

●付与ポイントと交換率

(単位:億円)	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	13→14 増減
前期末繰越	14.2	21.5	23.1	7.2	1.6
付与	26.1	27.2	41.7	1.2	14.4
現得	21.6	22.5	29.7	0.8	7.2
新規	4.4	4.8	12.0	0.3	7.3
付与ポイント累積額	40.3	48.7	64.7	8.4	16.0
交換率	43.2%	43.8%	53.6%	+0.5pt	+9.8pt

注) 交換率 = 交換累計額 ÷ (前期末繰越 + 当期付与累計額)

●付与ポイント累積額の推移(単位:億円)



売上高 **30** 億円 / 営業利益 **3** 億円

前期比+67.2%

前期比+158.8%

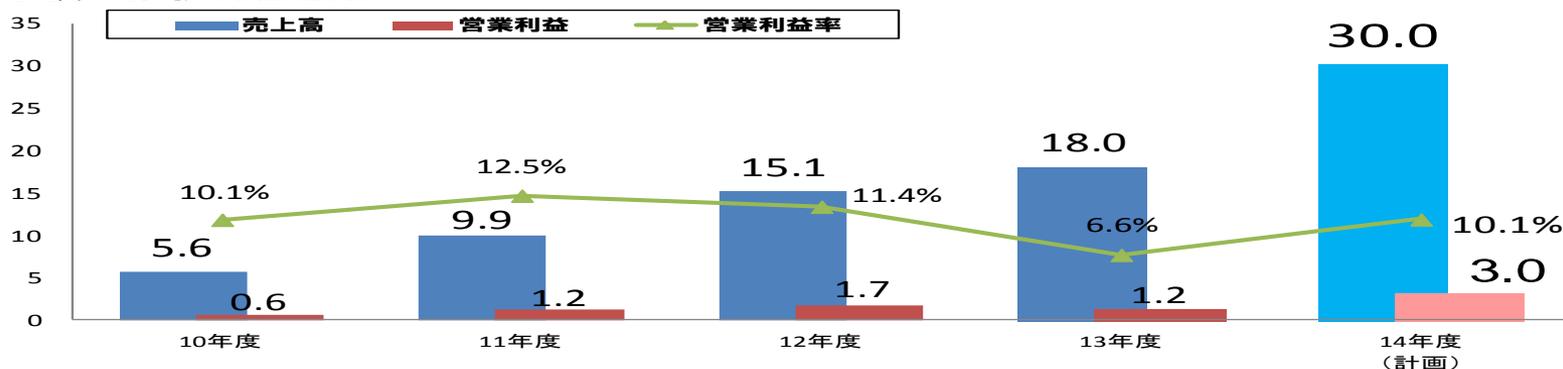
■ ポイント交換率の向上 43.8%⇒53.6%(前期比+9.8pt)

- ・顧客ニーズに合わせた豊富で多様な交換アイテムの品揃えを強化
- ・有効期限到来分に対しては個別に交換促進策を実施

■ ポイント交換差益率の改善

- ・ユーザーに対してインパクトの大きい買取仕入の拡大
- ・交換差益率は、物販22.2%(前期比+0.9pt)、サービス10.0%(同+2.4pt)を目指す

●業績の推移(単位:億円)



売上高 **16** 億円 / 営業利益 **5** 億円

前期比+41.0%

前期比+19.5%

■ 主力のソフトバンクグループは引き続き好調

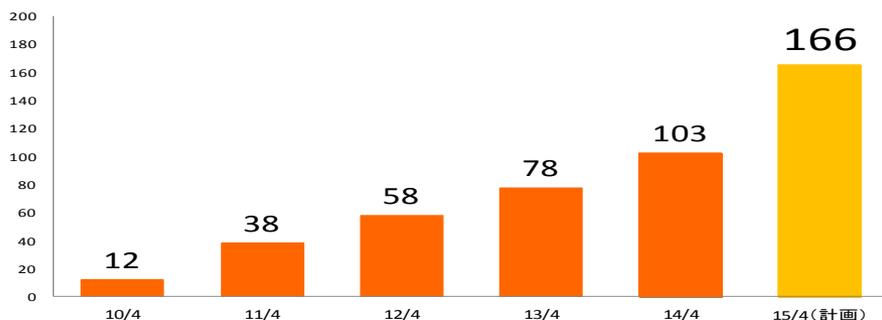
- ・その他通信業界グループ会社との取引も拡大

■ 不動産、フィットネスクラブ業界での会員獲得を狙う

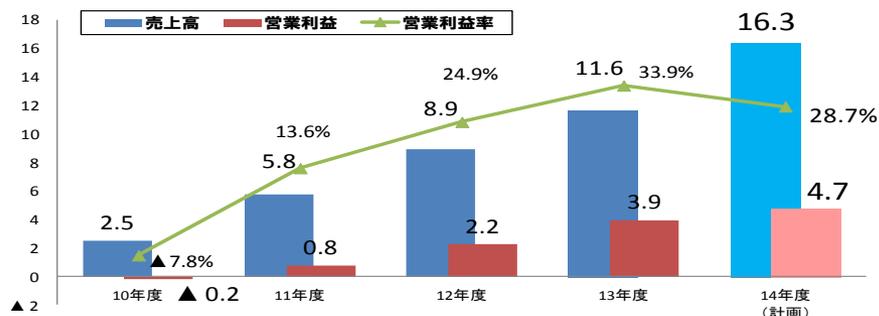
- ・ターゲット業界別に組織を再編成し、成功モデルを横展開

■ 流通業界との取引も拡大しリアル店舗での新規入会を促進

● パーソナル会員数の推移(単位:万人)



● 業績の推移(単位:億円)



売上高 **34** 億円 / 営業利益 **3** 億円

前期比+2.5%

前期比+39.9%

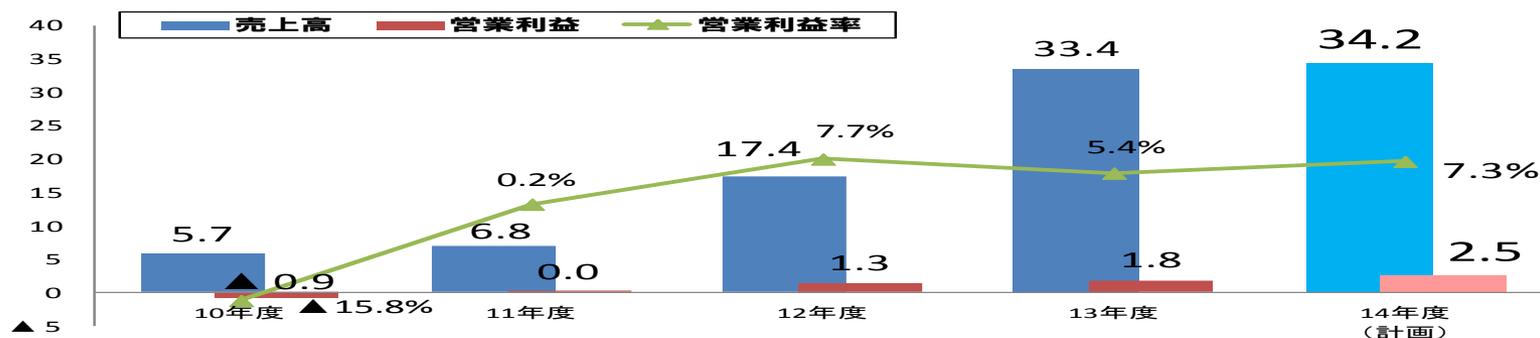
■ 新たなサービスのリリースと販売強化

- ・データヘルス計画に基づくワンストップサービスを拡販
- ・ストレスチェックを基軸としたメンタルヘルス分野と健診事業のシェア拡大
- ・2015年度の事業拡大に向けて攻めの営業体制を再構築

■ 新システム稼働に伴うオペレーション業務の効率化

- ・業務の標準化や人員体制の再構築による運営コスト削減、利益率改善

●業績の推移(単位:億円)



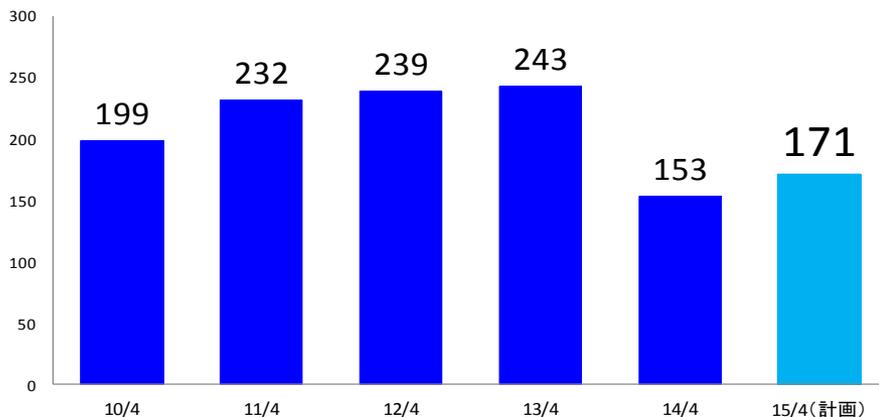
売上高 **8** 億円 / 営業利益 **1** 億円

前期比+24.5%

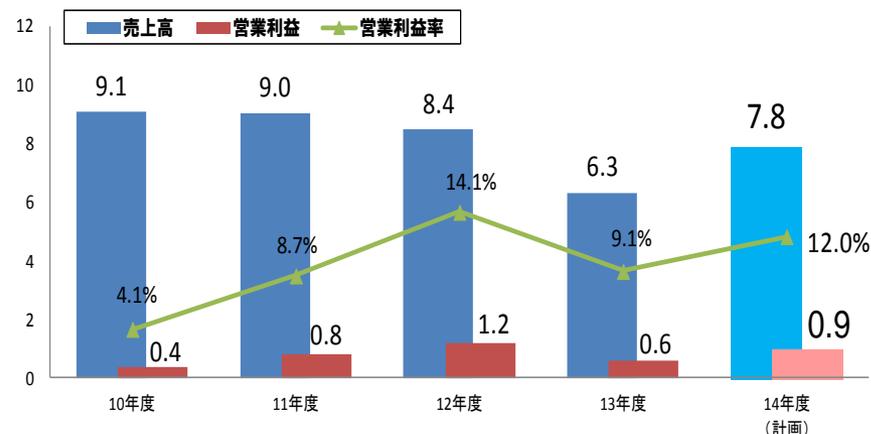
前期比+65.3%

- ・13年度は大型案件終了を新規獲得でリカバリーできず減収減益
- ・金融機関を中心とした富裕層向けサービスの新規獲得に注力
- ・プラチナカード保有者向け拡販で既存顧客法人の会員拡大を図る

●CRM会員数の推移(単位:万人)



●業績の推移(単位:億円)



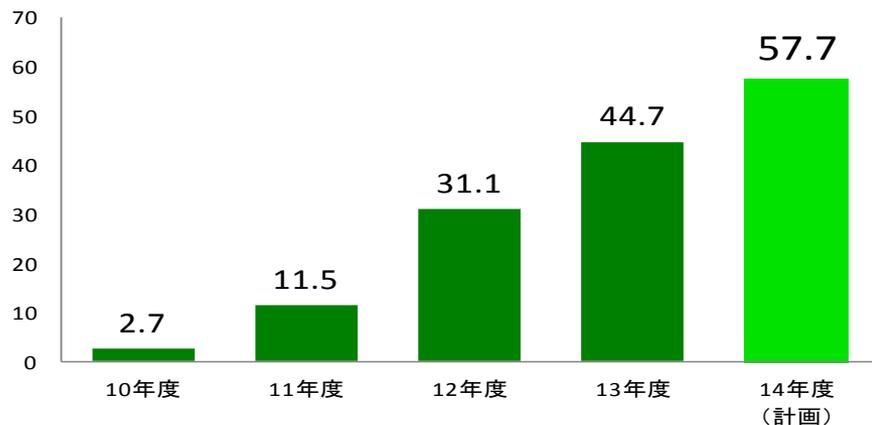
売上高 **1** 億円 / 営業利益 **0.3** 億円

前期比+78.1%

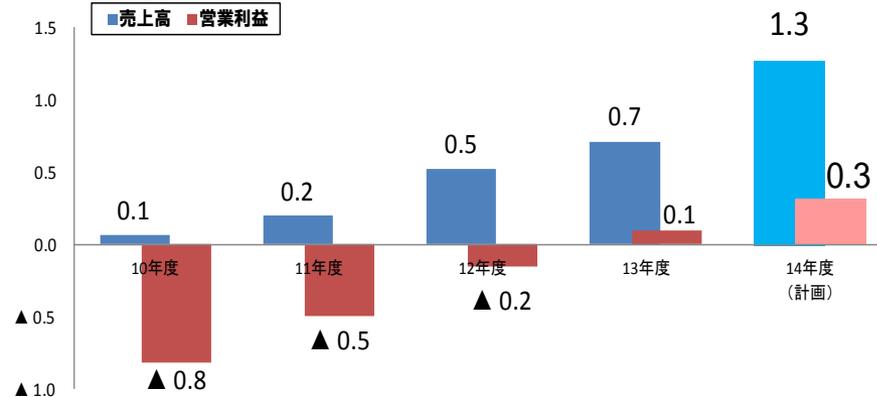
前期比+211.5%

- ・13年度は取引先の堅調な拡大で通期黒字化を達成
- ・14年度の取扱高は57.7億円見込み(前期比+13億円)
- ・ベネフィットワンソリューションズやパートナー企業との一体営業を強化
- ・パナグループや有力取次店を活用したトップダウンの戦略営業を推進

●取扱高の推移(単位:億円)



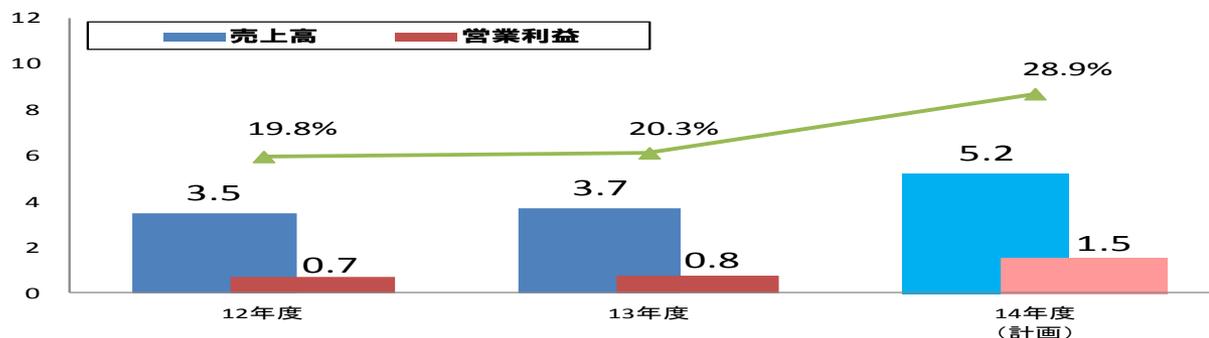
●業績の推移(単位:億円)



●コストダウン事業

- ・出張管理と交通費精算の融合で主力のHi-VOXを拡販
- ・BTMとのシナジー追求による新規顧客開拓に注力
- ・前期に開発遅延となったWeb集中購買サービスを本格展開
- ・売上高5億円(前期比+40.5%)、営業利益1.5億円(同+99.9%)を目指す

●業績の推移(単位:億円)



●旅行事業

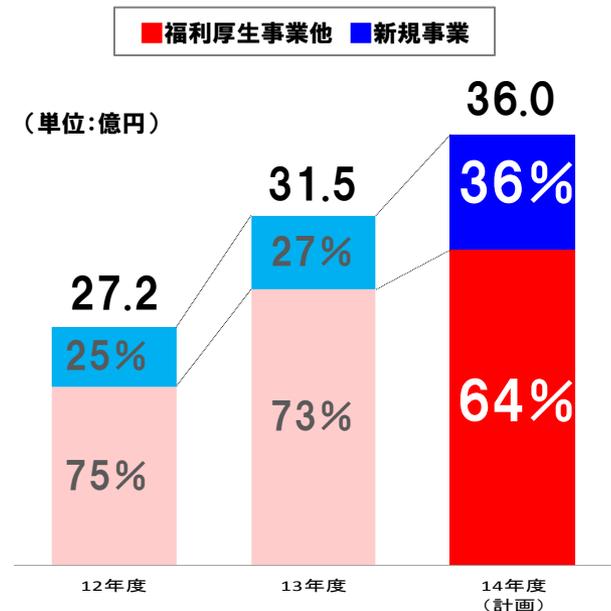
- ・中華ベネフィット・ワンとの連携強化でインバウンド事業に注力
- ・売上高0.5億円(前期比+76.0%)、通期での黒字化を目指す

収益の多角化

新規事業の利益が全体に占める比率は約4割

(単位:百万円)	経常利益						
	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
連結合計(①国内+②海外)	2,714	3,145	3,600	431	+15.9%	454	+14.4%
①国内事業 小計	2,714	3,157	3,684	443	+16.3%	527	+16.7%
福利厚生事業	2,135	2,485	2,504	350	+16.4%	19	+0.7%
新規事業(注1)	680	841	1,310	161	+23.6%	469	+55.8%
②海外事業(注2) 小計	0	▲12	▲84	▲12	-	▲73	-

収益構造の変化
～経常利益に占める比率の推移～



(注1) 新規事業とは、CRM事業・パーソナル事業・インセンティブ事業・ヘルスケア事業・コストダウン事業・BTM事業・旅行事業を指す

(注2) 海外事業とは、ベネフィット・ワン上海、ベネフィット・ワン アジア、中華ベネフィット・ワン(持分適用会社)を指す

グローバル展開

日本発のビジネスモデルを世界へ発信

- ① 12年度：海外進出元年
～ 上海・サンノゼへ独資で展開～
- ② 13年度：アジア地域へ
～ 伊藤忠商事と合併会社を設立～
- ③ 14年度：事業本格化
～ 上海・BOA・CBOを連結対象に本格組み入れ～

(注) 上海: ベネフィット・ワン上海、BOA: ベネフィット・ワン アジア(シンガポール)、CBO: 中華ベネフィット・ワン(台湾)を指す

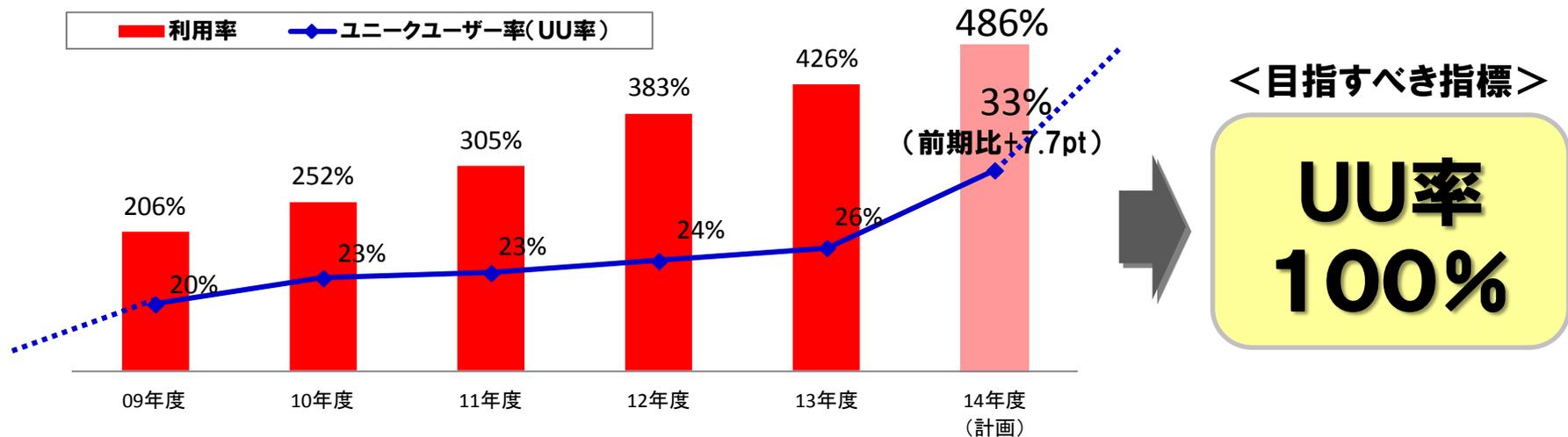
海外事業の育成を加速し、新たなブランド確立へ

設立時期	商号	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.	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.	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.	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	ベネフィット・ワン タイランド Benefit One (Thailand) Co., Ltd.	BOA49% 現地銀行団51%	インセンティブ事業等
2月	中華ベネフィット・ワン(CBO) Chunghwa Benefit One Co., Ltd.	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
5月 (予定)	ベネフィット・ワン インドネシア P.T.Benefit One Indonesia	当社1% BOA99%	インセンティブ事業等

サービスの差別化・拡充

ユニークユーザー率向上による顧客満足度向上

(注)ユニークユーザー率とは、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の



■ 利用延べ件数は会員数の400%超となるも利用者数は全体の26%に留まる

■ スマホ利用の増加で、Web・携帯アクセス比率は78.1%(前期比+9.0pt)

新規ユーザー獲得と活性化

- ① オリジナルメニューの拡充
- ② 日常利用メニューの強化
- ③ サービスの格付け推進

①オリジナルメニューの拡充

■ オリジナルイベント

- ・「企業対抗」をキーワードにしたユニークな福利厚生イベントを提案



■ 貸切イベント

- ・スケールメリットを活かした仕入力の強化
- ・会員限定の貸切公演「オーヴォ」「ミス・サイゴン」
- ・「ユニバーサル・ハッピー&サンクス・フェスタ」



■ 「無料」メニュー、オリジナルコンテンツ

- ・「入場無料デー」「無料eラーニング講座」
- ・「レジャチケ」「シネマコレクション」



② 日常利用メニューの強化

■ 交換ポイントの拡大

- ・「楽天スーパーポイント」「リクルートポイント」「WAONポイント」「ドコモポイント」等
- ・「ベネポ」の活用市場を広げることで、利便性を高め価値向上につなげる



■ 「普段使い」できるサービスの強化

- ・利用機会頻度の多い生活必需品(ガソリン割引等)のメニュー化に注力

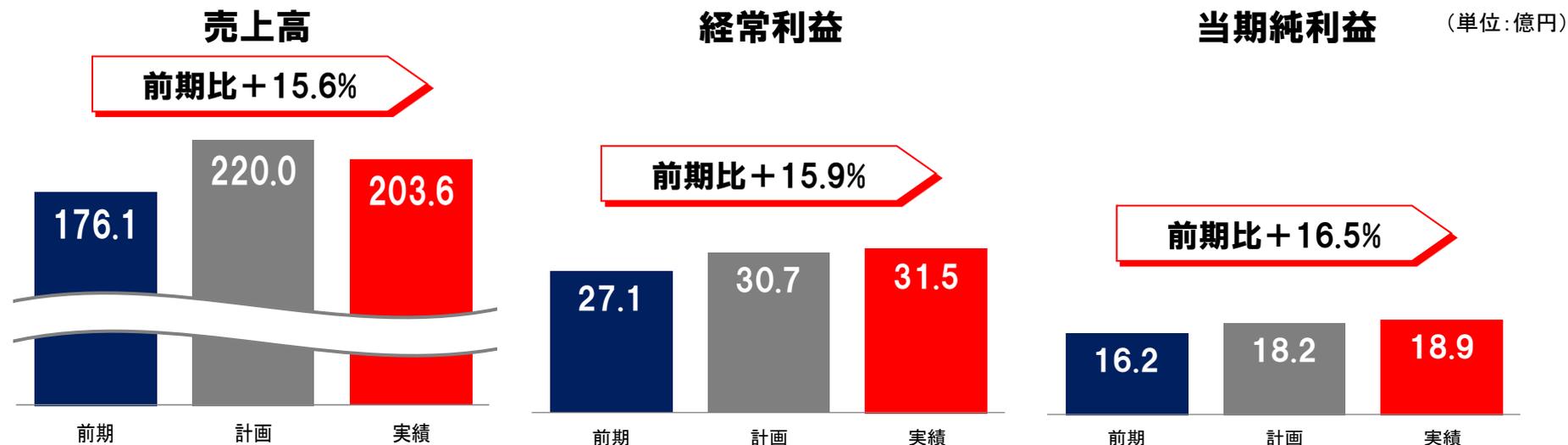
③ サービスの格付け推進

■ 第1弾 宿泊格付けランキングリリース(5月下旬)

- ・インターネット上のクチコミやアンケート情報を横断的に収集・解析
- ・各サイトでの評価のばらつきを平準化し、独自のランキングを展開
- ・今後、「医療」「美容」メニューへもランキング拡大予定

決算概要および業績予想

利益は計画達成。売上高200億円台、利益は30億円台へ。



(単位: 百万円)	前期	(%)	計画	(%)	実績	(%)	前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)
売上高	17,610	(100.0)	22,000	(100.0)	20,356	(100.0)	2,746	+15.6%	▲1,643	▲7.5%
営業利益	2,731	(15.5)	3,100	(14.1)	3,169	(15.6)	438	+16.0%	70	+2.3%
経常利益	2,714	(15.4)	3,070	(14.0)	3,145	(15.5)	431	+15.9%	76	+2.5%
当期純利益	1,623	(9.2)	1,820	(8.3)	1,892	(9.3)	268	+16.5%	72	+4.0%

インセンティブ、CRMの前期比減を福利厚生伸びでカバー パーソナル、ヘルスケアも堅調に推移

(単位:百万円)	売上高							営業利益						
	前期	計画	実績	前期比増減		計画比増減		前期	計画	実績	前期比増減		計画比増減	
					(%)		(%)					(%)		(%)
福利厚生	11,627	12,183	12,399	772	+6.6%	216	+1.8%	2,119	1,928	2,461	342	+16.1%	533	+27.6%
インセンティブ	1,512	2,930	1,796	284	+18.8%	▲1,135	▲38.7%	173	389	118	▲55	▲31.9%	▲272	▲69.8%
パーソナル	892	1,267	1,158	267	+29.9%	▲108	▲8.6%	222	318	392	170	+76.6%	74	+23.3%
CRM	844	980	631	▲214	▲25.3%	▲349	▲35.6%	119	170	57	▲62	▲52.0%	▲113	▲66.5%
ヘルスケア	1,737	2,955	3,336	1,600	+92.1%	381	+12.9%	134	235	179	45	+33.7%	▲56	▲23.9%
コストダウン	345	690	369	24	+6.8%	▲321	▲46.5%	68	120	75	7	+9.7%	▲45	▲37.5%
BTM	52	88	71	19	+35.7%	▲17	▲18.9%	▲15	15	10	25	-	▲5	▲34.1%
旅行	66	97	29	▲37	▲56.4%	▲68	▲70.2%	▲19	▲14	▲6	13	-	8	-
合計	17,610	22,000	20,356	2,746	+15.6%	▲1,644	▲7.5%	2,731	3,100	3,169	438	+16.0%	69	+2.2%

売上原価率63.0%(前期比+0.9ポイント)

- ・仕入原価⇒ガイドブック制作費の減少や補助金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システム稼働遅れにより製造原価率は上昇

(単位:百万円)	前期	計画	実績	前期比 増減		計画比 増減	
					(%)		(%)
売上原価	10,922	14,364	12,818	1,896	+17.4%	▲1,546	▲10.8%
仕入原価	6,964	9,049	7,256	292	+4.2%	▲1,793	▲19.8%
補助金(宿泊・サービス)	3,275	3,817	3,498	223	+6.8%	▲319	▲8.3%
ガイドブック	589	541	530	▲59	▲10.0%	▲11	▲2.1%
インセンティブ	1,198	2,322	1,478	280	+23.4%	▲843	▲36.3%
物販	616	888	650	34	+5.6%	▲238	▲26.8%
製造原価	3,958	5,315	5,562	1,604	+40.5%	247	+4.7%
労務費	2,158	2,486	2,447	289	+13.4%	▲40	▲1.6%
製造経費	1,801	2,828	3,115	1,315	+73.0%	287	+10.1%
売上原価率	62.0%	65.3%	63.0%	0.9pt	-	▲2.3pt	-
仕入原価率	39.5%	41.1%	35.6%	▲3.9pt	-	▲5.5pt	-
製造原価率	22.5%	24.2%	27.3%	+4.8pt	-	+3.2pt	-

販管費率21.5%(前期比▲1.0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、消耗品費や業務委託費の抑制運営で販管費率は低下。

(単位:百万円)	前期	計画	実績	前期比 増減		計画比 増減	
					(%)		(%)
販管費	3,956	4,536	4,368	412	+10.4%	▲167	▲3.7%
人件費	2,024	2,274	2,197	173	+8.6%	▲77	▲3.4%
一般経費	1,933	2,262	2,171	239	+12.4%	▲90	▲4.0%
販管費率	22.5%	20.6%	21.5%	▲1.0Pt	-	+0.8pt	-

インセンティブ・CRM・ヘルスケアの計画未達によるマイナスを 福利厚生・パーソナルのコスト抑制でカバー、利益は計画達成

(単位:百万円)	計画 (%)	実績 (%)	計画比 増減 (%)
売上高	22,000 (100.0)	20,356 (100.0)	▲1,643 ▲7.5%
売上原価	14,364 (65.3)	12,818 (63.0)	▲1,546 ▲10.8%
売上総利益	7,636 (34.7)	7,538 (37.0)	▲98 ▲1.3%
販管費	4,536 (20.6)	4,368 (21.5)	▲167 ▲3.7%
営業利益	3,100 (14.1)	3,169 (15.6)	70 +2.3%
経常利益	3,070 (14.0)	3,145 (15.5)	76 +2.5%
当期純利益	1,820 (8.3)	1,892 (9.3)	72 +4.0%

●売上高

- ・インセンティブ(ポイント付与・交換伸び悩み)
- ・CRM(富裕層向けサービス新規獲得至らず)
- ・コストダウン(新規サービス投入遅れ)

●売上原価

- ・福利厚生補助金等の抑制
- ・パーソナルキャンペーンコストの抑制

●販管費

- ・人件費の抑制運営
- ・消耗品費、業務委託費等の削減

■ 固定資産及びソフトウェア

(単位:百万円)	2012 実績	2013 実績	2014 計画	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
国内事業合計(①+②+③)	919	1,301	1,098	382	+41.6%	▲203	▲15.6%
①ベネフィット・ワン 小計	812	950	890	138	+17.0%	▲60	▲6.3%
情報システム投資	440	535	645	94	+21.4%	110	+20.6%
福利厚生関連投資	358	405	218	47	+13.2%	▲187	▲46.2%
本社、事務所等(オフィス改装工事等)	14	10	27	▲4	▲27.5%	17	+170.4%
②ベネフィットワン・ヘルスケア 小計	89	302	168	212	+237.3%	▲134	▲44.3%
情報システム投資	83	291	168	208	+251.5%	▲123	▲42.2%
③ベネフィットワンソリューションズ 小計	17	49	40	32	+188.0%	▲9	▲18.4%
情報システム投資	17	49	40	32	+188.0%	▲9	▲18.4%
海外連結子会社合計(BOA、上海)		8	15	8	-	7	+95.2%

注1)長期前払費用相当(12実績:36M、13計画:23M、13実績:37M、14計画:0M)を含む

注2)リース契約の機器等(12実績:60M、13計画:93M、13実績:105M、14計画:32M)を含む

財政状況

(単位:百万円)	13/3	14/3	増減
総資産	16,316	18,480	+2,163
流動資産	11,675	12,369	+694
固定資産	4,641	6,110	+1,469
純資産	9,227	10,644	+1,416
自己資本比率	56.6%	56.7%	+0.1pt

売掛金 : +238
 立替金 : +202
 前払費用 : +119

有形固定資産 : +392
 無形固定資産 : +353
 投資その他資産 : +723

財務指標

		13/3	14/3	増減
営業利益率	%	15.5%	15.6%	+0.1pt
総資産経常利益率	%	17.2%	18.1%	+0.9pt
自己資本利益率(ROE)	%	17.2%	19.2%	+2.0pt
一株当たり当期純利益	円	38.06	46.21	+8.15
一株当たり純資産	円	225.52	255.52	+30.00

(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株当たり当期純利益及び1株当たり純資産を算定しております。

(単位:百万円)	13/3	14/3	増減
営業活動によるCF	2,631	2,211	△420
投資活動によるCF	△1,821	△1,717	+103
財務活動によるCF	△2,095	△555	+1,539
現金及び現金同等物の期末残高	6,624	6,567	△56

● **資金増加**

- ・税金等調整前当期純利益 3,145
- ・減価償却費 499
- ・前受金の増加 244

● **資金減少**

- ・法人税等の支払 1,056
- ・預り金の減少 399
- ・売上債権の増加 238

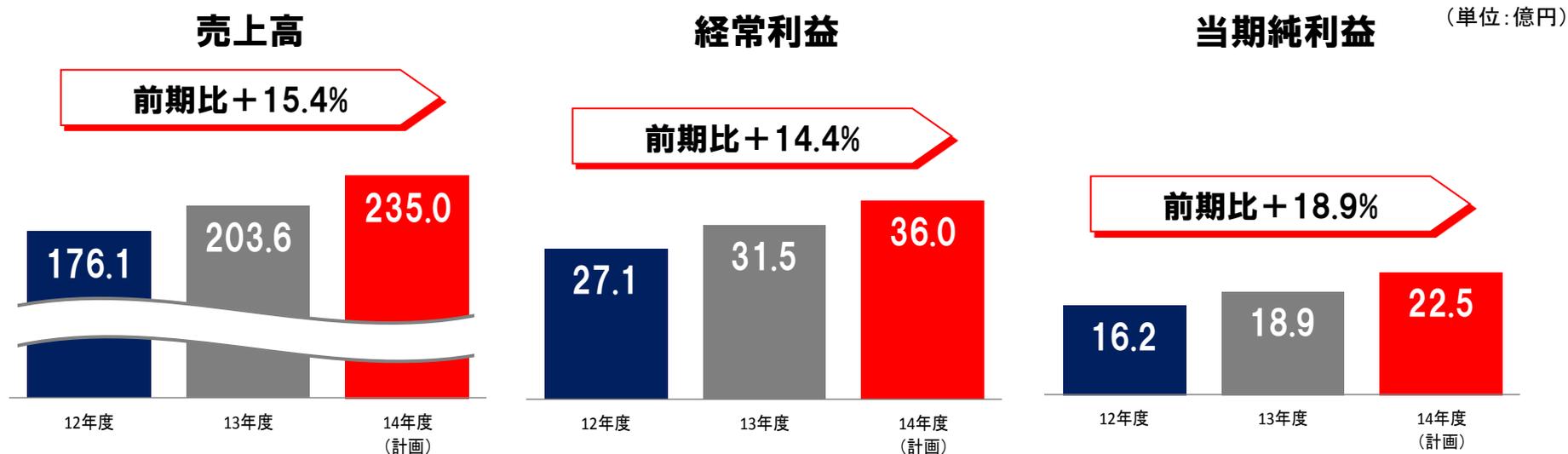
● **資金減少**

- ・有形・無形固定資産の取得 1,103
- ・関係会社株式の取得 322

● **資金減少**

- ・配当金の支払 715

売上高、利益ともに2桁台の成長率を維持。海外事業も本格化。



(単位: 百万円)	12年度	(%)	13年度	(%)	14年度 (計画)	(%)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
売上高	17,610	(100.0)	20,356	(100.0)	23,500	(100.0)	2,746	+15.6%	3,143	+15.4%
営業利益	2,731	(15.5)	3,169	(15.6)	3,620	(15.4)	438	+16.0%	450	+14.2%
経常利益	2,714	(15.4)	3,145	(15.5)	3,600	(15.3)	431	+15.9%	454	+14.4%
当期純利益	1,623	(9.2)	1,892	(9.3)	2,250	(9.6)	268	+16.5%	358	+18.9%

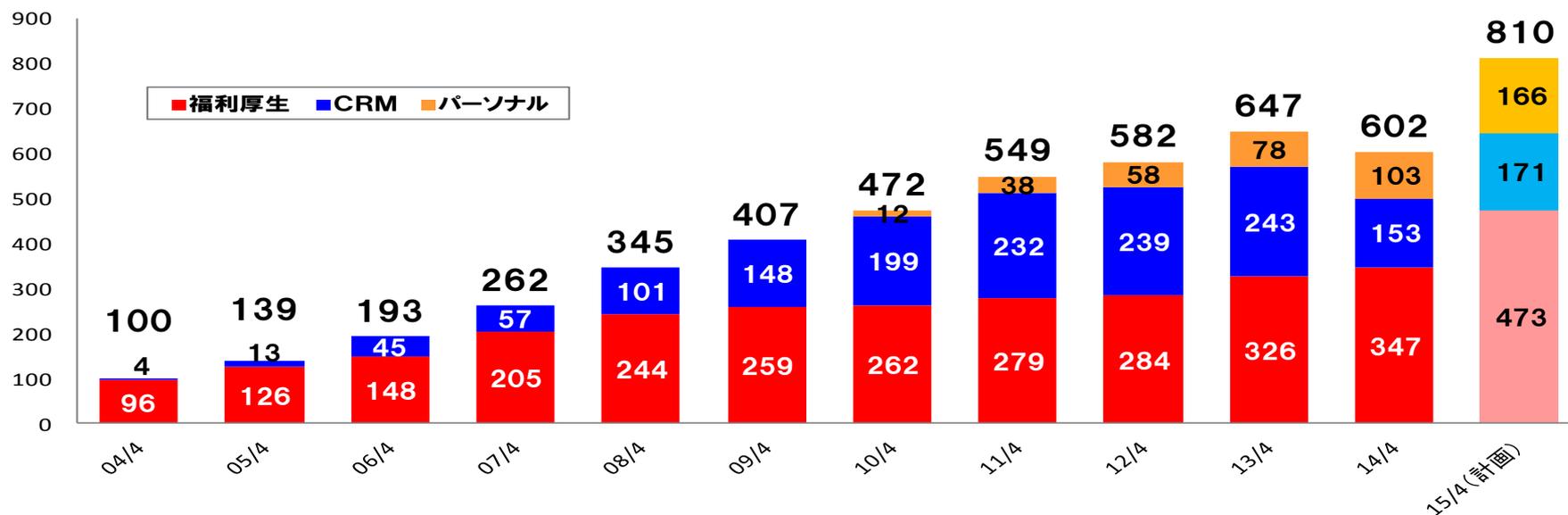
**新規事業の経常利益が全体に占める比率は36.4%(前期比+9.7Pt)へ
海外事業(上海、シンガポール、台湾)は2014年度より通期で連結対象に組み入れ実施**

(単位:百万円)	売上高						経常利益							
	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
連結合計(①国内+②海外)	17,610	20,356	23,500	2,746	+15.6%	3,143	+15.4%	2,714	3,145	3,600	431	+15.9%	454	+14.4%
①国内事業 小計	17,610	20,356	23,230	2,746	+15.6%	2,874	+14.1%	2,714	3,157	3,684	443	+16.3%	527	+16.7%
福利厚生	11,627	12,399	13,098	772	+6.6%	699	+5.6%	2,135	2,485	2,504	350	+16.4%	19	+0.7%
インセンティブ	1,512	1,796	3,002	284	+18.8%	1,206	+67.2%	173	120	304	▲53	▲30.5%	184	+153.5%
パーソナル	892	1,158	1,633	267	+29.9%	475	+41.0%	222	390	469	168	+75.7%	79	+20.2%
CRM	844	631	785	▲214	▲25.3%	154	+24.5%	119	57	94	▲62	▲52.2%	37	+65.8%
ヘルスケア	1,737	3,336	3,421	1,600	+92.1%	85	+2.5%	132	195	250	63	+47.5%	55	+28.4%
コストダウン	345	369	519	24	+6.8%	149	+40.5%	69	75	150	6	+9.3%	75	+99.8%
BTM	52	71	127	19	+35.7%	56	+78.1%	▲15	10	31	25	-	21	+211.6%
旅行	66	29	51	▲37	▲56.4%	22	+76.0%	▲19	▲6	11	13	-	18	-
新規事業 計	5,449	7,390	9,537	1,942	+35.6%	2,147	+29.1%	680	841	1,310	161	+23.6%	469	+55.8%
②海外事業 小計	0	0	270	0	-	270	-	0	▲12	▲84	▲12	-	▲73	-

2014年3月期 決算説明会 DATABOOK

会員数の推移

(単位:万人)	04/4	05/4	06/4	07/4	08/4	09/4	10/4	11/4	12/4	13/4	14/4	15/4 (計画)
福利厚生	96	126	148	205	244	259	262	279	284	326	347	473
前期比増減	▲ 4	30	22	57	39	15	3	17	5	42	20	126
CRM	4	13	45	57	101	148	199	232	239	243	153	171
前期比増減	4	9	32	12	44	47	51	33	7	4	▲ 90	18
パーソナル	0	0	0	0	0	0	12	38	58	78	103	166
前期比増減	0	0	0	0	0	0	12	26	20	19	25	63
合計	100	139	193	262	345	407	472	549	582	647	602	810
前期比増減	0	39	54	69	83	62	65	77	33	66	▲ 45	207



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

売上高は会員数増加に伴い会費収入6.8億円増。一方、利用増加に伴う補助金やオペレーションコスト等の増加により、利益は微増。営業面では、DMやセミナー等のプロモーションを強化することで、中堅・中小企業マーケットでの新規獲得に注力。

(単位:百万円)	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
売上高	11,627	12,399	13,098	772	+6.6%	699	+5.6%
営業利益	2,119	2,461	2,482	342	+16.1%	21	+0.9%
営業利益率	18.2%	19.8%	19.0%	+1.6pt	-	▲0.9pt	-

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

営業体制を增強、ターゲット業界の拡大を図りながらプロモーションに注力し市場での認知度を高めるとともに、上層部へのルート営業や代理店提携を強化、新規先での12億円ポイント付与を目指す。また、仕入力強化でポイント交換率・差益率の向上を狙う。

(単位:百万円)	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
売上高	1,512	1,796	3,002	284	+18.8%	1,206	+67.2%
営業利益	173	118	304	▲55	▲31.9%	187	+158.8%
営業利益率	11.4%	6.6%	10.1%	▲4.9pt	-	+3.6pt	-

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

主力のソフトバンクグループとの取引では、契約先の拡大を見込み、引き続き好調。不動産やフィットネスクラブ業界での会員獲得を目指すとともに、流通業界での拡大にも注力。ターゲット業界別に組織を再編成し、成功モデルを横展開、営業効率化を図る。

(単位:百万円)	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
売上高	892	1,158	1,633	267	+29.9%	475	+41.0%
営業利益	222	392	469	170	+76.6%	77	+19.5%
営業利益率	24.9%	33.9%	28.7%	+8.9pt	-	▲5.2pt	-

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

銀行、証券、カード会社等の金融機関をターゲットとした富裕層向けサービスの拡販により新規会員獲得を目指す。また、プラチナカード会員向けの拡販で既存会員の拡大を図る。

(単位:百万円)	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
売上高	844	631	785	▲214	▲25.3%	154	+24.5%
営業利益	119	57	94	▲62	▲52.0%	37	+65.3%
営業利益率	14.1%	9.1%	12.0%	▲5.0pt	-	+3.0pt	-

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

データヘルス計画に基づくワンストップサービスやメンタルヘルス等、新サービスの販売を強化し、2015年度の事業拡大に向けて攻めの営業体制を再構築。新システム稼働に伴うオペレーション業務の効率化により利益率の改善を図る。

(単位:百万円)	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
売上高	1,737	3,336	3,421	1,600	+92.1%	85	+2.5%
営業利益	134	179	250	45	+33.7%	71	+39.9%
営業利益率	7.7%	5.4%	7.3%	▲2.3pt	-	+2.0pt	-

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

BTMとのシナジー追求による新規顧客開拓に注力しながら出張管理と交通費精算の融合で主力のHi-VOXを拡販。また、前期に開発遅延となったWeb集中購買の新サービスを9月以降に本格展開予定。

(単位:百万円)	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
売上高	345	369	519	24	+6.8%	149	+40.5%
営業利益	68	75	150	7	+9.7%	75	+99.9%
営業利益率	19.8%	20.3%	28.9%	+0.5pt	-	+8.6pt	-

7. BTM事業 集中購買を目的とした出張支援サービス

前期は通期黒字化を達成。取引先の拡大により取扱高も増大。ベネフィットワンソリューションズやパートナー企業との一体営業を強化するとともに、パソナグループや有力取次店を活用したトップダウンの戦略営業を推進。黒字化の定着で収益増にも貢献。

(単位:百万円)	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
売上高	52	71	127	19	+35.7%	56	+78.1%
営業利益	▲15	10	31	25	-	21	+211.5%
営業利益率	▲29.2%	13.9%	24.4%	+43.1pt	-	+10.4pt	-

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

中華ベネフィット・ワンとの連携を強化しインバウンド事業に注力。海外旅行客向けのサービス開発・オペレーション体制の整備を図り、通期での黒字化を目指す。

(単位:百万円)	12年度	13年度	14年度 (計画)	12→13 増減	(%)	13→14 増減	(%)
売上高	66	29	51	▲37	▲56.4%	22	+76.0%
営業利益	▲19	▲6	11	13	-	18	-
営業利益率	▲28.9%	▲21.6%	22.2%	+7.2pt	-	+43.9pt	-

「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、2014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。