

2015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)

2015年5月8日

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

2015年3月期 決算ハイライト

● 売上高 **216.4億円**

前期比+12.8億円
(+6.3%)





計画比▲18.5億円
(▲7.9%)

● 経常利益 **33.4億円**

前期比+1.9億円
(+6.3%)

計画比▲2.5億円
(▲7.1%)

経常利益 前期比1.9億円増の要因

① 福利厚生	 増収増益	+0.7億円
② パーソナル	 増収増益	+2.0億円
③ インセンティブ	 増収増益	+1.0億円
④ ヘルスケア	 減収減益	▲0.8億円
⑤ 海外事業	(連結組み入れ開始)	▲0.9億円

経常利益 計画比2.5億円減の要因

<p>移 転 関 連 業容拡大への対応とグループシナジー追求</p>	<p>▲0.5億円</p>
<p>へ ル ス ケ ア 健診結果納品や新規取引開始の時期ずれ</p>	<p>▲1.5億円</p>
<p>イ ン セ ン テ イ ブ ポイント付与・交換の時期ずれ</p>	<p>▲0.9億円</p>
<p>海 外 事 業 黒字化の進捗遅れ</p>	<p>▲0.4億円</p>

売上高 **129.6** 億円 / 営業利益 **25.3** 億円

前期比+4.5%、計画比▲1.1%

前期比+2.8%、計画比+4.2%

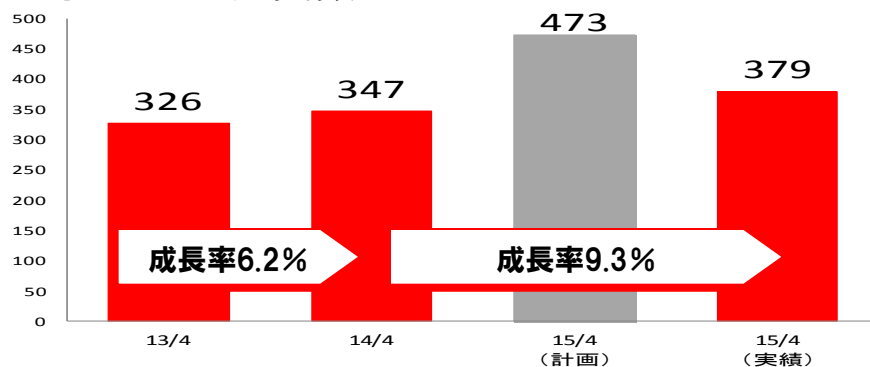
【前期比】

- ・会員数の増加で会費収入は4.8億円増
- ・移転費が嵩むも、補助金の減少やオペレーションの効率化により、営業利益は0.7億円増

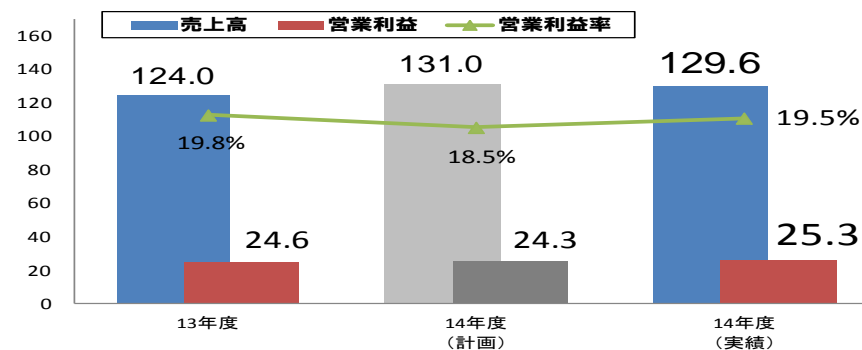
【計画比】

- ・宿泊補助金の減少やBPR推進による労務費の抑制により、営業利益は1億円増
- ・2015年4月会員数は、公務大型団体の導入先送りにより計画比▲94万人となるも、中堅中小マーケットを中心に成長率は回復傾向

●福利厚生会員数(単位:万人)



●業績(単位:億円)



売上高 **18.8** 億円 / 営業利益 **6.0** 億円

前期比+62.2%、計画比+15.1%

前期比+52.2%、計画比+27.3%

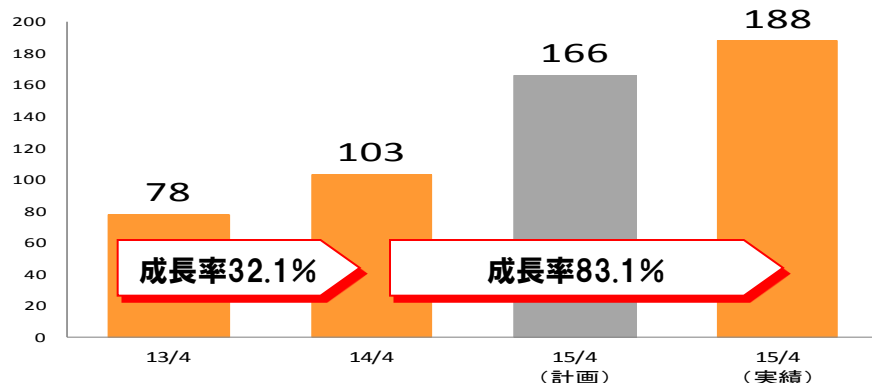
【前期比】

- ・会員数の大幅な増大により、売上は7.2億円増、営業利益は2億円増
- ・2015年2月よりソフトバンクグループとの「とく放題」が開始、さらなる成長が見込まれる

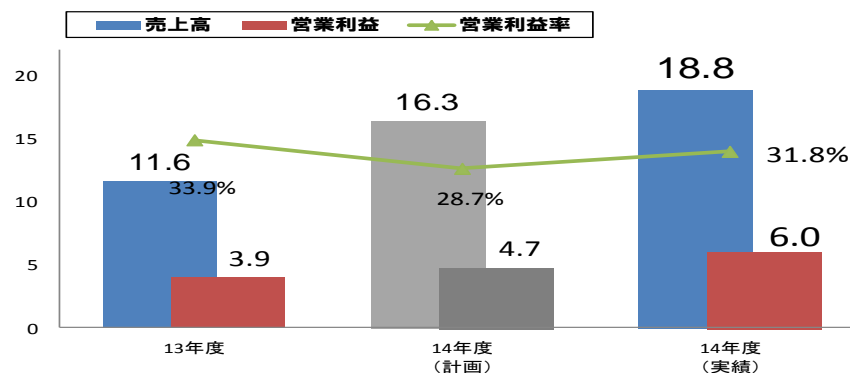
【計画比】

- ・ディーラー系クライアントを中心に会員獲得が順調に推移し、売上高は2.5億円増
- ・キャンペーン等の経費抑制も奏功し、営業利益は1.3億円増

● パーソナル会員数(単位:万人)



● 業績(単位:億円)



売上高 **19.7** 億円 / 営業利益 **2.2** 億円

前期比+9.4%、計画比▲34.5%

前期比+84.5%、計画比▲28.7%

【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1.7億円増
- ・交換差益率の向上や退蔵益の増加で利益率も改善し、営業利益は1億円増

【計画比】

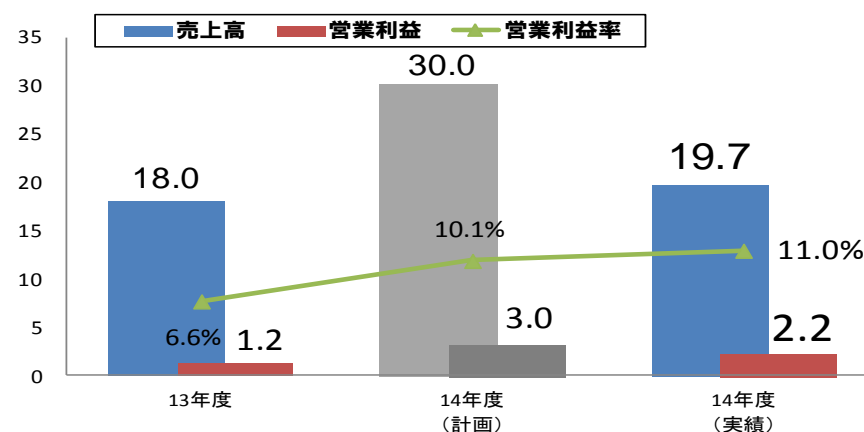
- ・ポイント交換差益率の向上や退蔵益の増加により、利益率は上昇(10.1%→11.0%)
- ・一方、新規案件開始の期ずれ等により、付与・交換量がともに低迷し、計画未達

●付与ポイントと交換率

(単位:億円)	13年度	14年度 (計画)	14年度 (実績)	前期比	計画比
前期末繰越	21.5	23.1	23.1	1.6	0.0
付与	27.2	41.7	35.8	8.6	▲ 5.8
現得	22.8	29.7	31.1	8.3	1.4
新規	4.5	12.0	4.7	0.3	▲ 7.3
付与ポイント累積額	48.7	64.7	58.9	10.2	▲ 5.8
交換率	43.8%	53.6%	41.1%	▲2.7pt	▲12.5pt

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)



売上高 **31.0** 億円 / 営業利益 **1.0** 億円

前期比▲7.1%、計画比▲9.4%

前期比▲46.2%、計画比▲61.5%

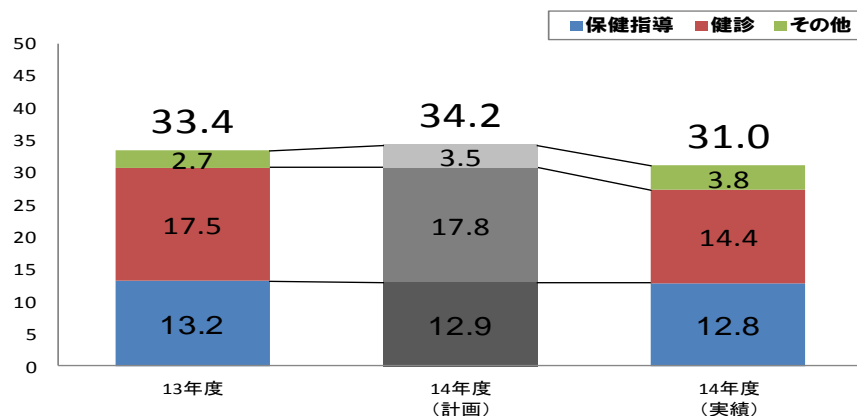
【前期比】

- ・新規獲得案件のスタート時期遅れ等により売上は減少
- ・一方、事業拡大に向けた営業体制増強により販管費が増加、営業利益は0.8億円減

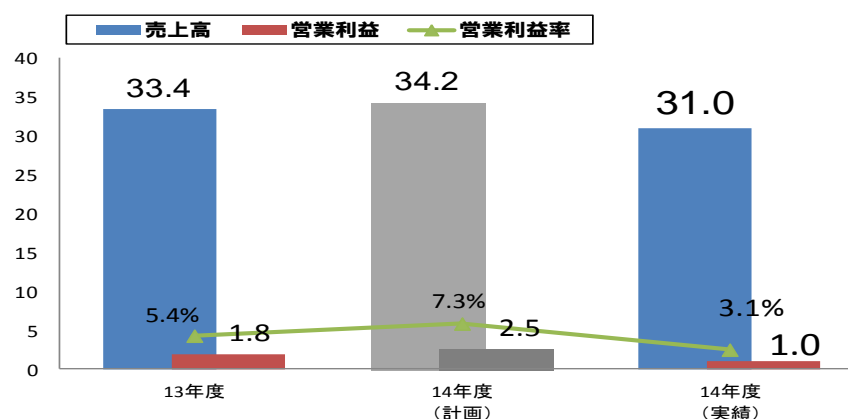
【計画比】

- ・既存の健診・指導が未達その他、データヘルス計画も収益への貢献低く、売上は減少
- ・基幹システム稼働の期ずれも影響し費用は増加、結果、営業利益は1.5億円減

●売上高の内訳(単位:億円)



●業績(単位:億円)



2016年3月期 業績予想ハイライト

- 売上高 **289億円** 前期比+72.5億円
(+33.5%)
- 経常利益 **43.5億円** 前期比+10.0億円
(+30.1%)

経常利益 前期比10億円増の要因

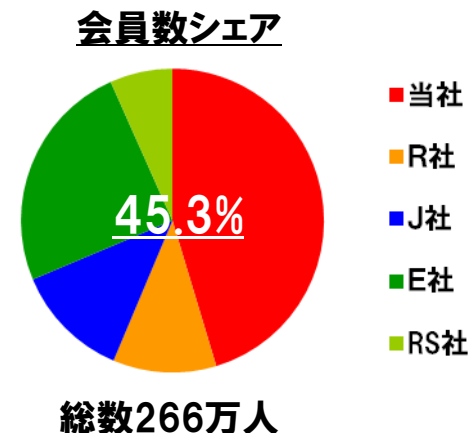
① 福 利 厚 生 中堅中小マーケットの開拓	+2.7億円
② パ ー ソ ナ ル 「とく放題」の収益貢献開始	+3.1億円
③ イ ン セ ン テ ィ ブ リテンションプログラムの拡がり	+1.5億円
④ ヘ ル ス ケ ア 国策に連動した市場拡大	+1.7億円

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(2015年4月時点)

- ・東証一部上場企業のみを対象に調査
- ・1,884社中626社がアウトソーシング
- ・会員数は **45.3%** のシェア

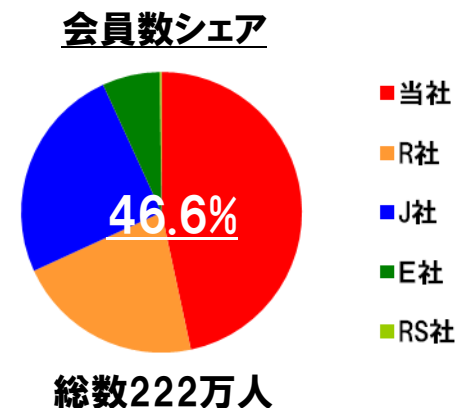
注)右記のシェア・総数は、「共同受託他」の社数・会員数を除いて集計



■ 公務団体における当社シェア状況(2015年4月時点)

- ・公務員404万人中222万人が加入
- ・会員数は **46.6%** のシェア

出所)当社調べ



売上高 **140.6** 億円 / 営業利益 **28.0** 億円

前期比+8.5%

前期比+10.7%

■ 人手不足感を追い風に、ES向上施策としての福利厚生を提言

- ・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
- ・BPOとしての側面からも、アウトソーシングニーズは増加傾向

■ 中堅中小企業マーケット開拓への注力

- ・代理店や経営者ネットワークを活用した販売チャネルを拡大
- ・通信会社等の大手代理店との協業によるOEM販売も推進
- ・WEB広告やDM、セミナー等のプロモーションにより認知度向上、導入機運づくり

■ 厚生年金基金解散に伴う新たなニーズの掘り起し

- ・基金解散後の原資活用先として、当社商品を積極提案
- ・解散期間の2018年度末までに、重点ターゲットへのアプローチ強化

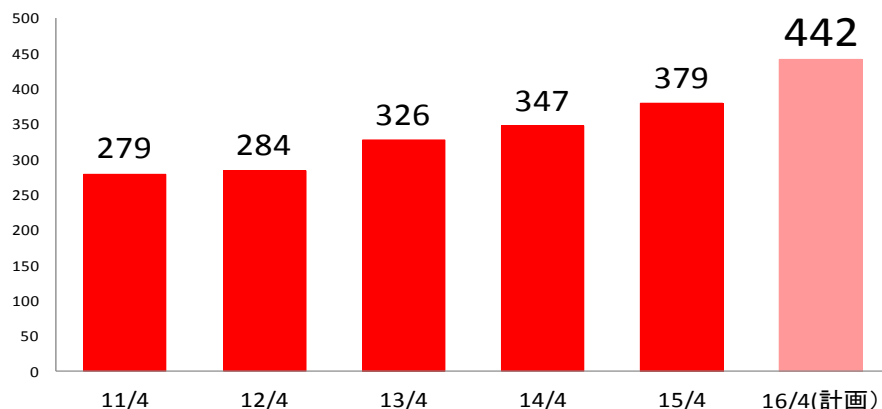
■ 他事業とのコラボによる新たな商品のリリースと販売強化

- ・健康支援サービスを強化した「ケアコース(ストレスチェック・特納品付き)」(6月開始)
- ・社員ロイヤリティ向上のための「ギフトプラン(オリジナルギフトカード付き)」(6月開始)

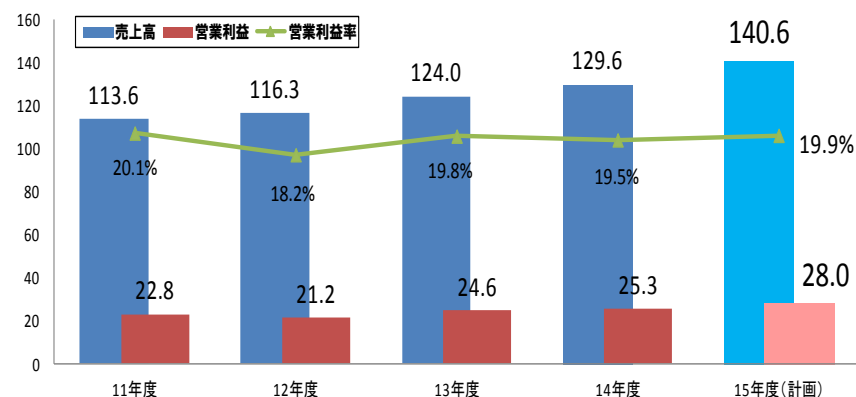
■ BPRの推進によるオペレーションコストの削減

- ・「利用≠費用」への構造転換を標榜した部署横断的なBPRを推進
- ・取引先への交渉を通じカスタマーオペレーションを再構築
- ・営業活動を含め、労働集約的な業務をIT化することで効率化を図る
- ・オペレーションコストは前期比1.5億円減を見込む

●福利厚生会員数(単位:万人)



●業績(単位:億円)



売上高 **36.6** 億円 / 営業利益 **9.1** 億円

前期比+94.7%

前期比+52.2%

■ 2月開始ソフトバンクグループ「とく放題」の収益貢献が本格化

- ・BtoC取引拡大に寄与、高い成長率で福利厚生に次ぐ第二の収益の柱へ

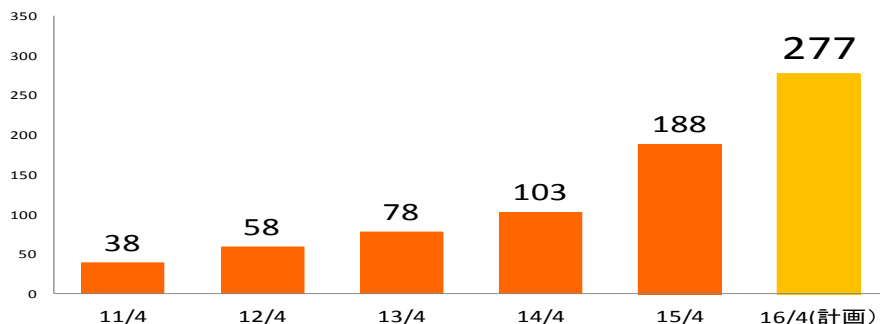
■ 取引先の拡大・重層化による収益基盤の安定化

- ・既存の不動産、フィットネスクラブでの会員獲得や新たな業界開拓を推進

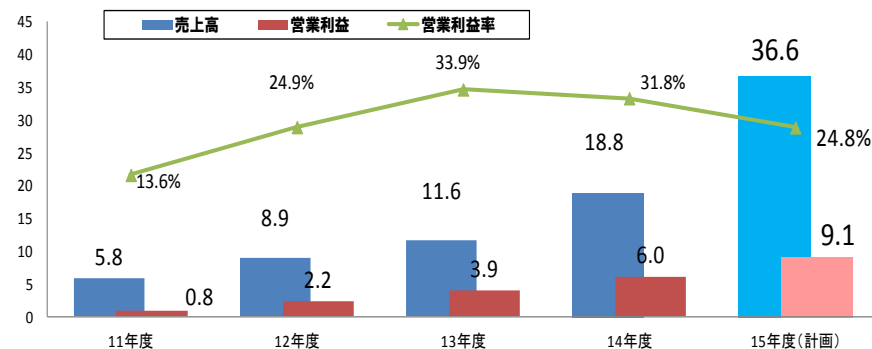
■ UU率向上による顧客満足度の向上と歩留まり率の向上

- ・クライアントと協働しながら、効果的な利用促進にも注力

● 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 **30.0** 億円 / 営業利益 **3.7** 億円

前期比+52.9%

前期比+68.6%

■ 人手不足に対応したリテンションプログラムの拡がり

- ・人材確保や定着率向上のためのパート・アルバイト向けニーズの取り込み
- ・親和性の高い営業支援システム・採用代行会社等との共同提案を推進
- ・上層部へのルート営業やグループ内クロスセルにより営業効率性を追求
- ・中堅中小マーケットへは取次代理店提携の推進により販売チャネルを拡大

■ タックスメリットを活かした販売代理店向け提案の積極化

- ・ポイントプログラムの活用により、交際費から損金算入可能な販売促進費へ

■ 競合他社に先駆けたブランディング強化

- ・福利厚生同業他社（JTBベネフィット/リラックス・コミュニケーションズ）の新規市場参入
- ・Webマーケティングやセミナー・イベント等のプロモーション強化で機運づくりに注力
- ・商品優位性の追求やブランディング強化により、早期に市場シェア拡大

■ ポイント交換率の向上と適正な差益率の維持

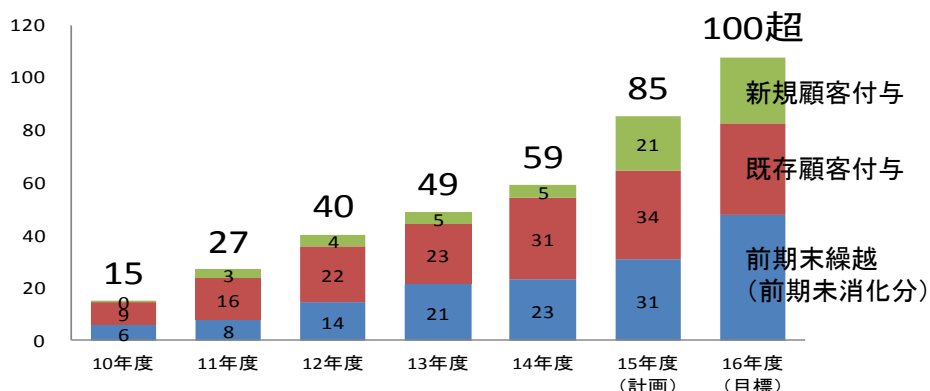
- ・交換促進キャンペーンとあわせて、導入先企業での制度周知にも注力
- ・クローズドマーケットを活かした仕入力の強化で他社との差別化を図る

●付与ポイントと交換率

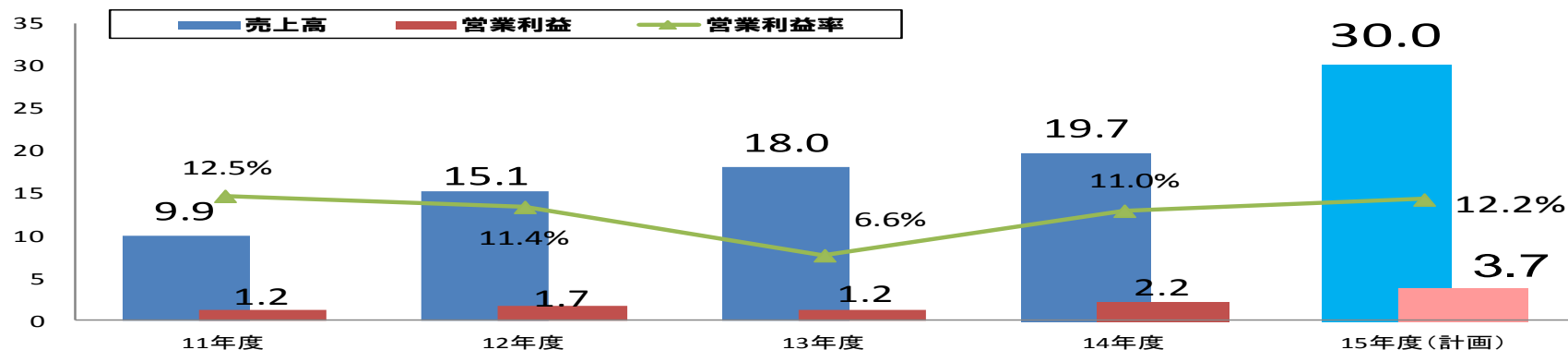
(単位:億円)	13年度	14年度	15年度 (計画)	13→14 増減	14→15 増減
前期末繰越	21.5	23.1	30.6	1.6	7.6
付与	27.2	35.8	54.6	8.6	18.8
現得	22.8	31.1	33.7	8.3	2.7
新規	4.5	4.7	20.9	0.3	16.2
付与ポイント累積額	48.7	58.9	85.3	10.2	26.4
交換率	43.8%	41.1%	41.4%	▲2.7pt	+0.3pt

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)



●業績の推移(単位:億円)



売上高 **50.0** 億円 / 営業利益 **2.7** 億円

前期比+61.3%

前期比+180.6%

■ヘルスケア業界を取り巻く動向

⇒医療費適正化のため、企業・保険者に対し健康管理レベルの向上が求められている

健康経営 本格化

経済産業省及び東京証券取引所で「健康経営銘柄」を選出
新たなCSRのトレンドとして、「健康」への投資が注目される

データヘルス計画 義務化

2015年度より、厚労省からすべての健康保険組合に対して
データヘルス計画の作成と実施を要求、保健指導の重要性を再認識

ストレスチェック 義務化

本年12月より従業員50名以上の企業で「ストレスチェック」義務化
「からだ」だけでなく、「こころ」の健康診断も求められるように

国策の動きが
大きな事業機会に

2014年度
地固めに注力

2015年度
攻めの体制へ

■ 特定健診・保健指導の医療費適正化効果等の検証

資料「特定健診・保健指導の医療費適正化効果等の検証のためのワーキンググループ第二次中間取りまとめ」(2014年)

有識者により構成されるワーキンググループにて、365 保険者・約20～23万人(年度により異なる)を対象に、平成20年度から23年度の特定健診等のデータ及び平成21年度から平成24年度のレセプトのデータを用いて、医療費適正化効果等を検証

分析結果

①40～64歳の参加者に対する積極的支援、②65歳以上の参加者に対する動機付け支援
メタボ関連疾患の医療費適正化へ一定の効果が認められた

今後の方向性

特定保健指導の
更なる**実施率**向上

特定保健指導の
質の向上

■ BtoB事業でのコンテンツ差別化・高付加価値化

- ・被保険者等の健康データを一元管理・可視化した「ハピルス健康ポータル」(4月開始)
- ・健康ポイントをインセンティブ付与する「成果連動型保健指導サービス」(6月開始)
- ・(株)データホライズンとの資本・業務提携(昨年10月)によるデータヘルス計画業務の取り込み

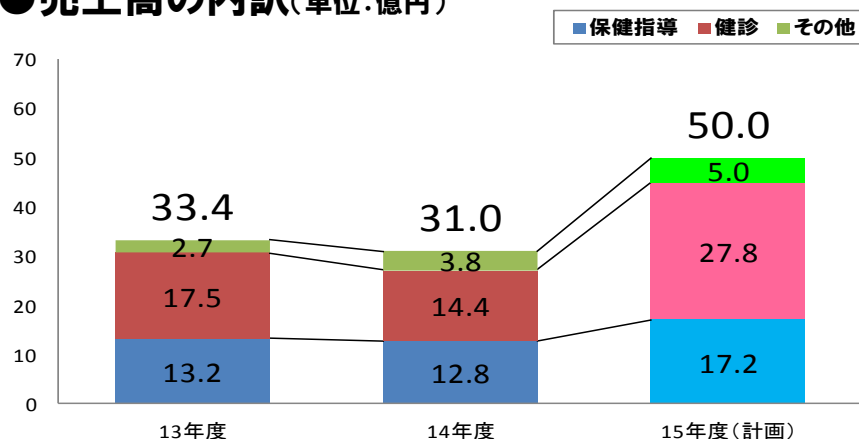
■ 保健指導実績とノウハウを活かしたBtoC事業の開始

- ・一般消費者向けダイエットプログラム「ハピルスダイエット」(4月開始)

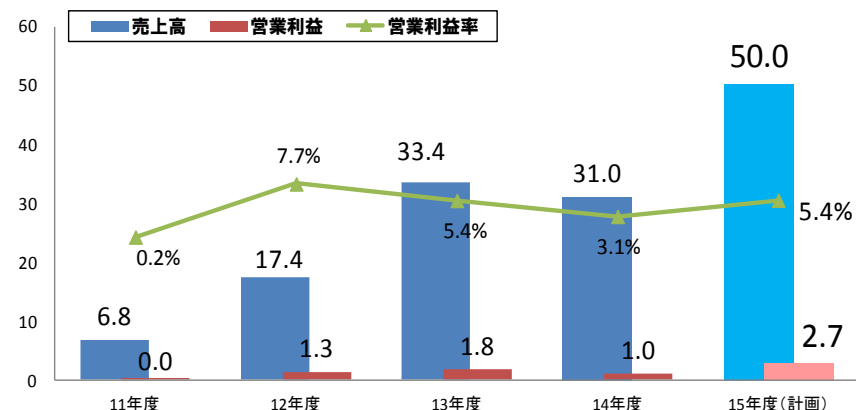
■ 新システム稼働に伴うオペレーション業務の効率化

- ・業務の標準化や人員体制の再構築による運営コストの削減、利益率改善

●売上高の内訳(単位:億円)



●業績の推移(単位:億円)



売上高 **1.2** 億円 / 営業利益 **0.2** 億円

前期比+31.4%

前期比+328.3%

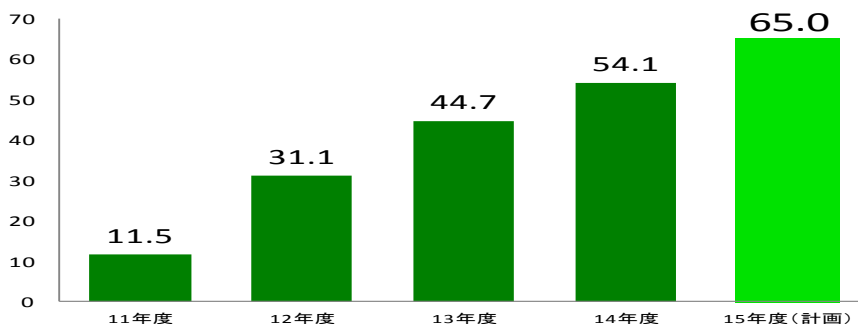
■ BTMマーケット概況

- ・日本のBTM市場規模は推定6.5兆円、国内旅行の3分の1を出張が占める
- ・間接コスト削減やコンプライアンス強化のニーズの高まりから市場拡大が見込まれる

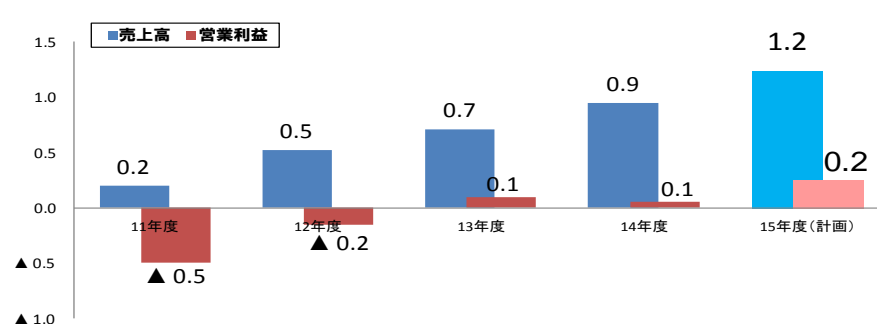
■ 当社の優位性

- ・交通手配に係る特定介在旅行会社認定の強みを活かしたカード精算システムを保有
- ・商品面での模倣困難性を武器に営業体制強化、加速度的な市場シェア拡大を狙う
- ・出張専用の宿泊施設の開拓も強化することで、収益改善を図る

● 取扱高の推移(単位:億円)



● 業績の推移(単位:億円)



インバウンド事業

■ インバウンドマーケット概況

- ・14年度の訪日旅行者は1,300万人、15年3月には単月過去最高152万6千人を記録
- ・オリンピックイヤーに向けた観光立国政策を背景に、さらなる市場拡大が見込まれる

■ 当社の優位性

- ・台湾をはじめとする海外拠点での訪日旅行者へのコンタクトチャネルを活用
- ・国内外のサービスプラットフォームを連携させることで独自の商品優位性を確立

ギフトカード事業

■ (株)ジャックスと「オリジナルギフトカード」で業務提携

- ・プラスチック型の「Visaプリペイドカード」を法人向けギフトカードとして販売（4月開始）
- ・国内・海外合わせて3,800万のVisa 加盟店舗での利用が可能
- ・既存の福利厚生企業・団体向けに「ギフトカード」を提案、新規顧客開拓を推進
- ・2018年3月までに、取扱高30億円を目指す

今後の成長戦略

「サービスの流通創造」

ユーザー課金型サービスマッチングサイト

モノの流通

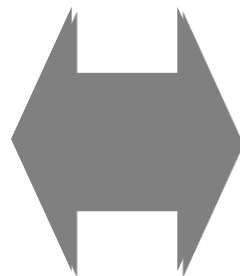


会員制倉庫型店

サービスの流通



会員制インターネットモール

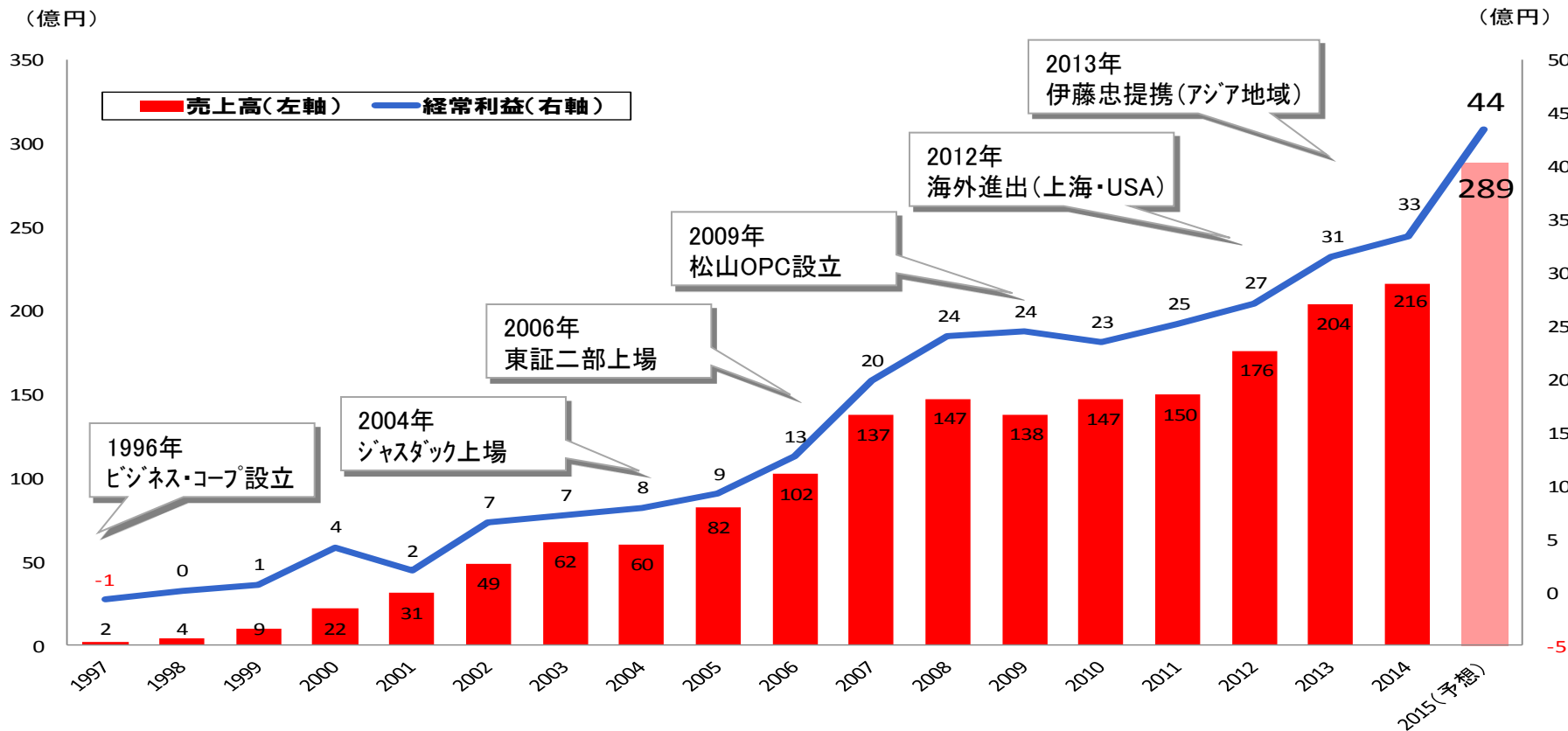


経常利益の今期予想は前期比30%増の43.5億円

第1ステージ
スケールメリットの追求

第2ステージ
多角化の推進

第3ステージ
BtoC市場へ



2016年4月の総会員数目標は900万人

2014年4月
総会員数
602万人

14/4比+125万人

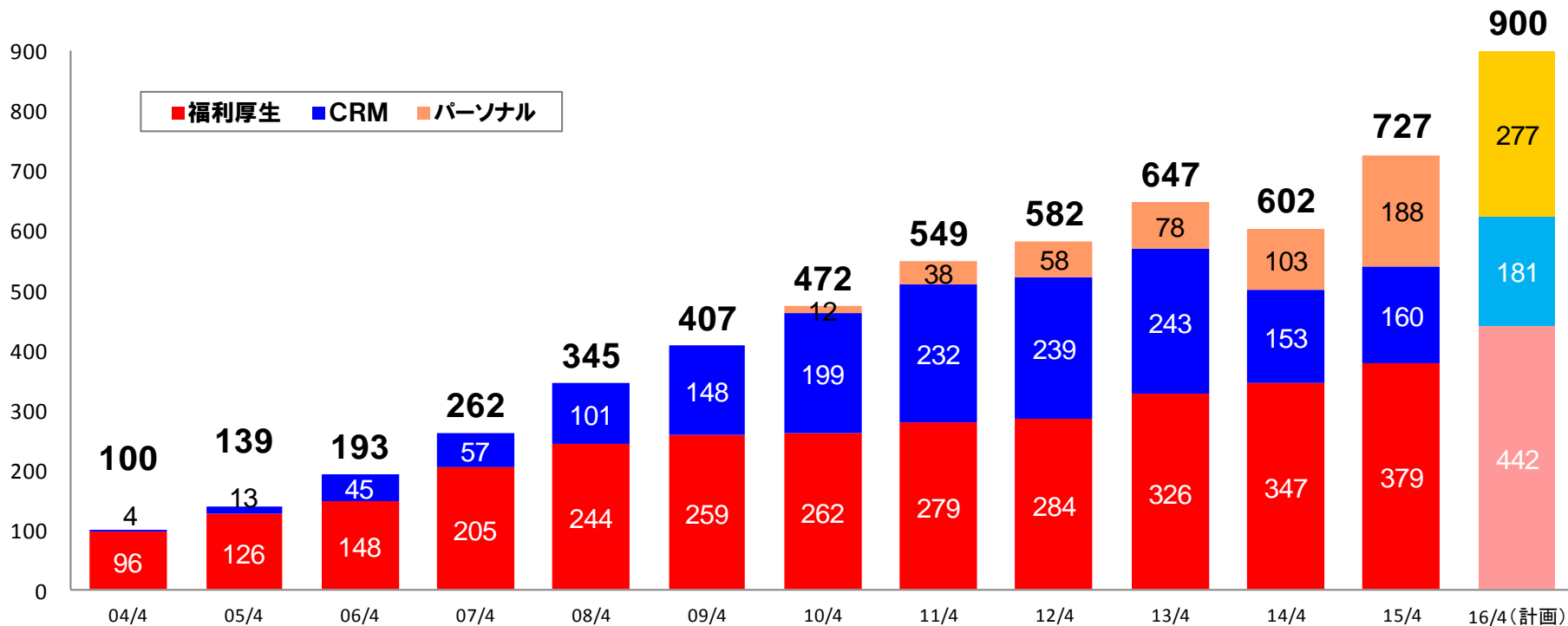
- ・福利厚生+32万人
- ・CRM+7万人
- ・パーソナル+85万人

2015年4月
総会員数
727万人

15/4比+173万人

- ・福利厚生+63万人
- ・CRM+20万人
- ・パーソナル+90万人

2016年4月
総会員数
900万人



「サービスの流通創造」の実現に向けて

1996年～
第1ステージ

ユーザー課金型のサービスマッチングサイトの立ち上げ
有料会員を獲得する手段としての福利厚生アウトソーシング

2006年～
第2ステージ

多角化の推進

福利厚生事業で培った経営資源の有効活用

2014年～
第3ステージ

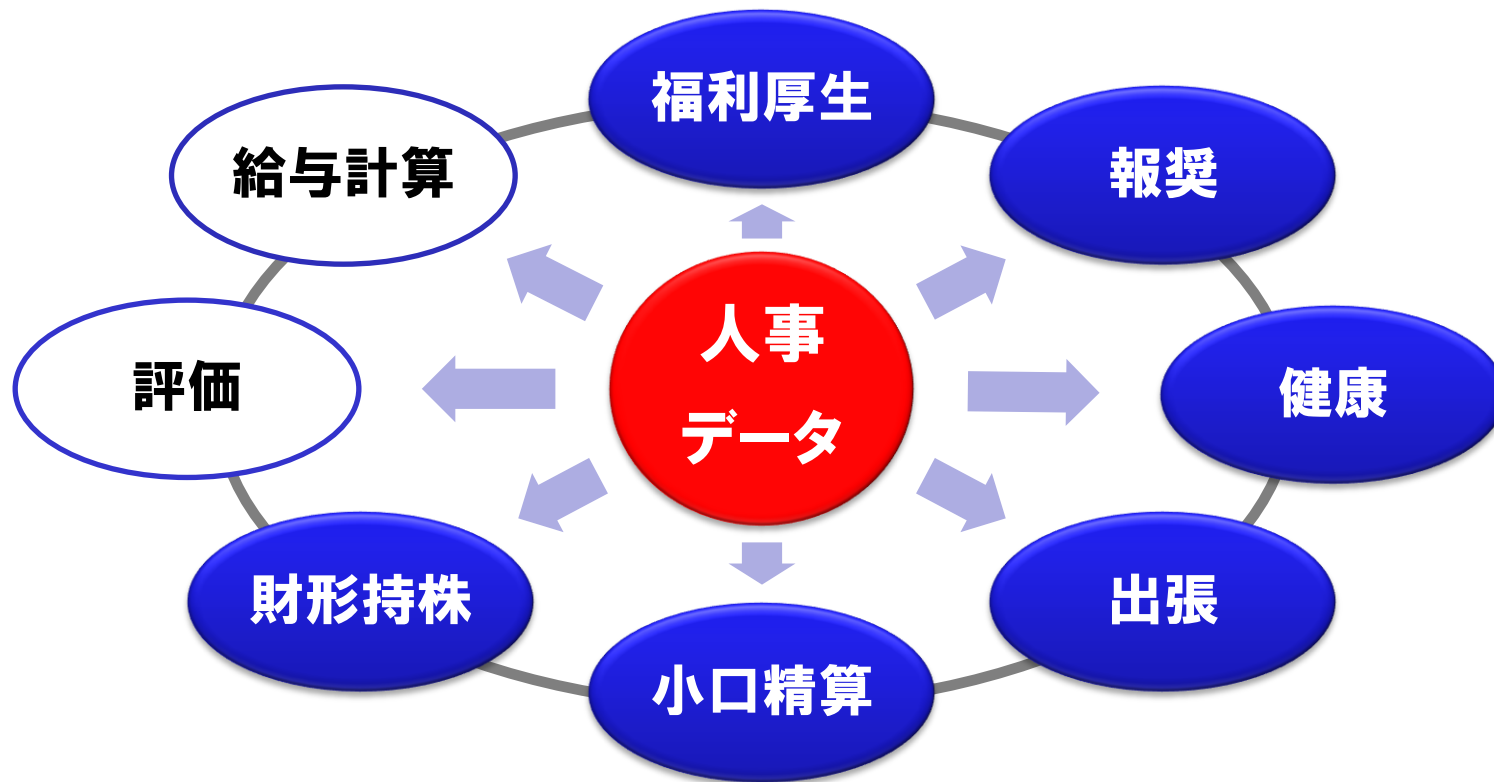
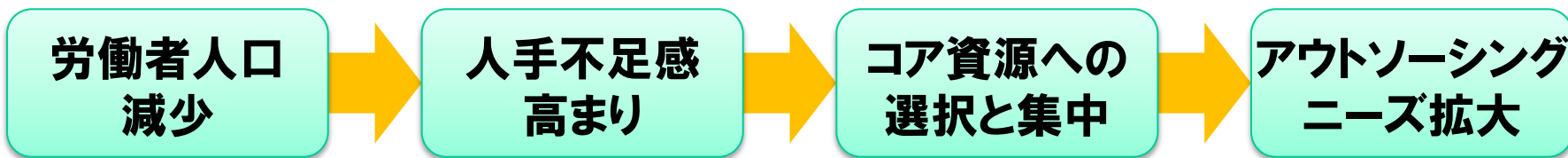
BtoB市場の深掘り

BPO事業の推進

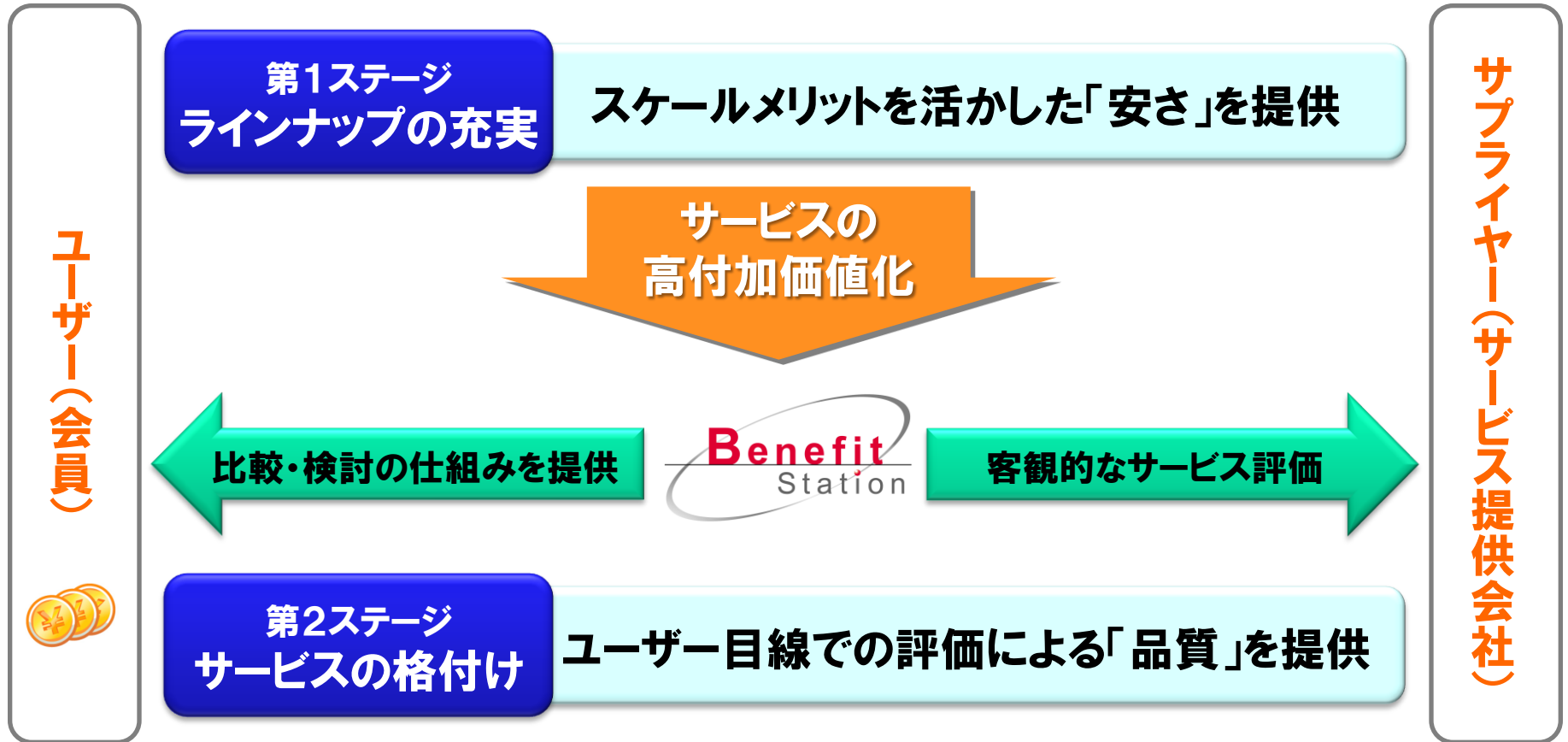
BtoC市場への本格参入

サービス流通システムの確立

人事データを活かしたワンストップソリューション



ユーザー課金型のサービスマッチングサイト



ユーザー課金・顧客基盤の強みを活かした
一般サイトとのコンテンツの差別化

グルメ

在庫管理・変動価格システム



エンタメ

チケットレス化・自主興行拡大



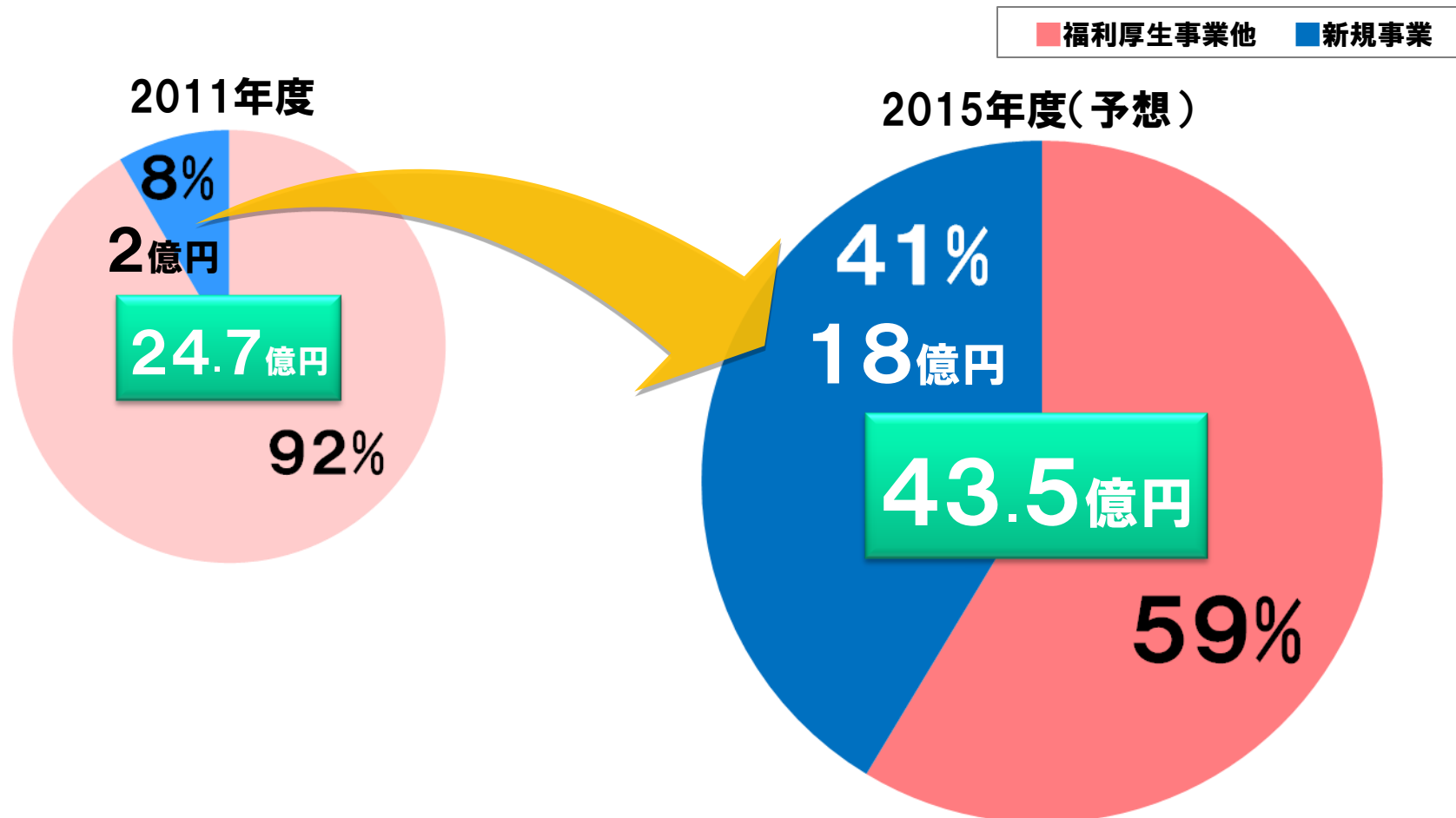
ヘルスケア

国策との連動

(データヘルス計画・健康経営・ストレスチェック等)



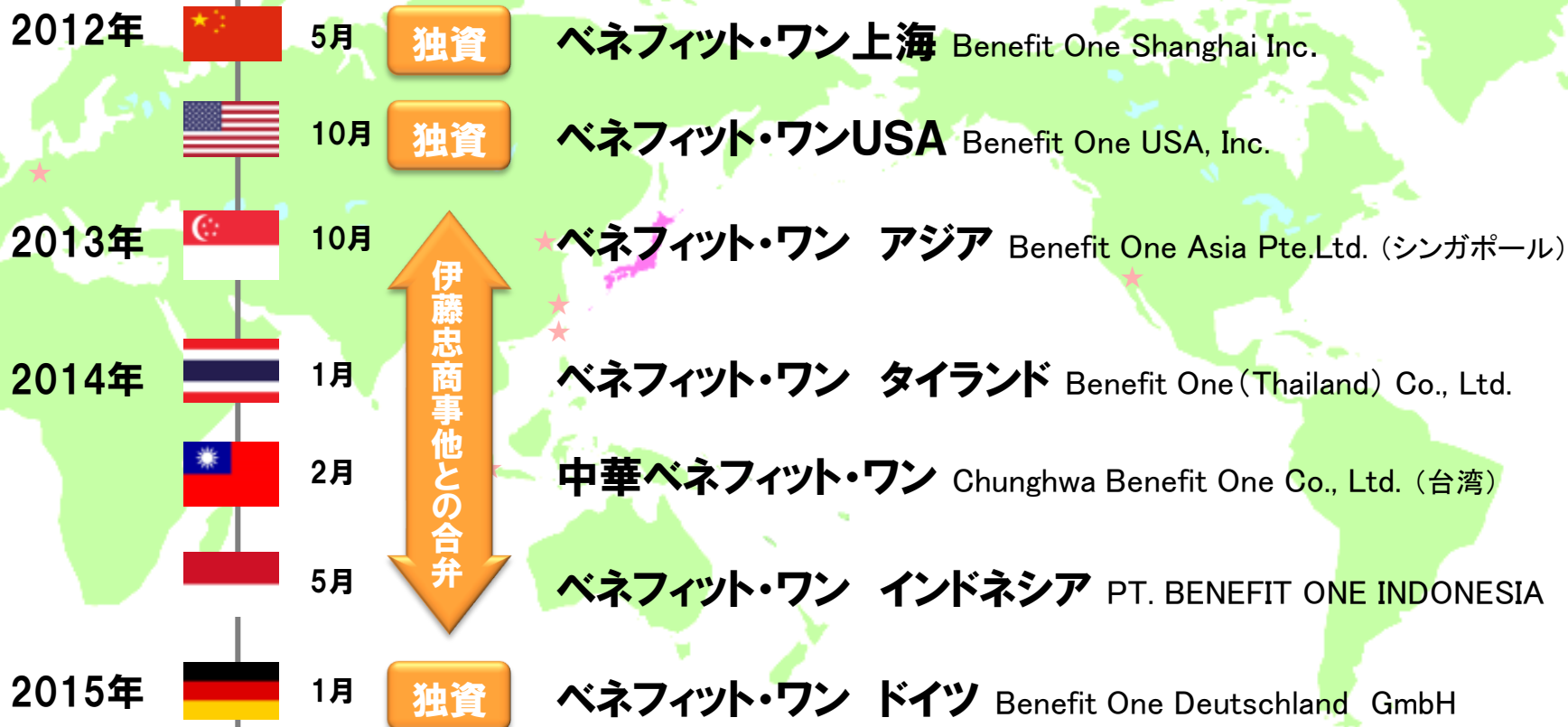
新規事業の営業利益比率は約4割



※新規事業とは、CRM・パーソナル・インセンティブ・ヘルスケア・コストダウン・BTM・インバウンドの合計を指す

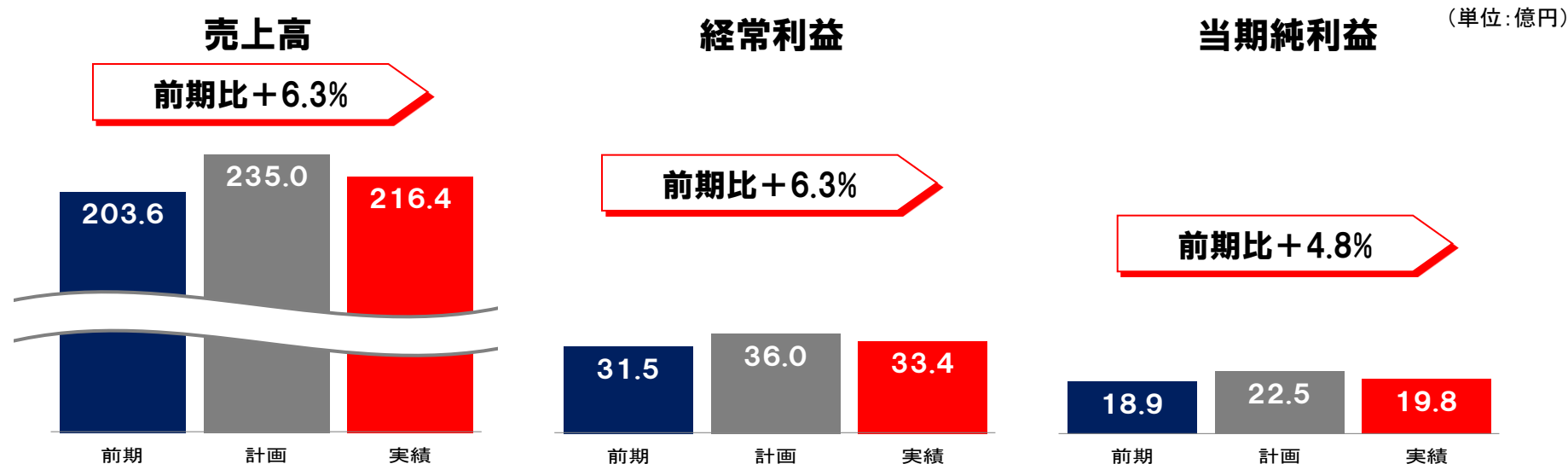
日本発のビジネスモデルを世界へ発信

～ 15年1月に欧州圏へ初進出～



決算概要および業績予想

計画比未達ながら3期連続となる過去最高益を達成



(単位: 百万円)	前期	(%)	計画	(%)	実績	(%)	前期比増減	(%)	計画比増減	(%)
売上高	20,356	(100.0)	23,500	(100.0)	21,642	(100.0)	1,285	+6.3%	▲1,857	▲7.9%
営業利益	3,169	(15.6)	3,620	(15.4)	3,353	(15.5)	183	+5.8%	▲266	▲7.4%
経常利益	3,145	(15.5)	3,600	(15.3)	3,343	(15.4)	197	+6.3%	▲256	▲7.1%
当期純利益	1,892	(9.3)	2,250	(9.6)	1,983	(9.2)	91	+4.8%	▲266	▲11.8%

2015年3月期決算概要 事業別業績



前期比では福利厚生・パーソナル・インセンティブが伸長
 計画比はヘルスケア・インセンティブが期ずれを主因に未達。パーソナルは大幅に拡大

(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	構成比	計画	構成比	実績	構成比	前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)
連結合計(①国内+②海外)	20,356	23,500	21,642	1,285	+6.3%	▲1,857	▲7.9%	3,169	100.0%	3,620	100.0%	3,353	100.0%	183	+5.8%	▲266	▲7.4%
①国内事業 小計	20,357	23,230	21,615	1,259	+6.2%	▲1,614	▲6.9%	3,176	100.2%	3,670	101.4%	3,449	102.8%	272	+8.6%	▲221	▲6.0%
福利厚生	12,399	13,098	12,959	560	+4.5%	▲139	▲1.1%	2,461	77.6%	2,428	67.1%	2,530	75.4%	68	+2.8%	101	+4.2%
インセンティブ	1,796	3,002	1,965	169	+9.4%	▲1,037	▲34.5%	118	3.7%	304	8.4%	217	6.5%	99	+84.5%	▲87	▲28.7%
パーソナル	1,158	1,633	1,879	721	+62.2%	246	+15.1%	392	12.4%	469	13.0%	597	17.8%	205	+52.2%	128	+27.3%
CRM	631	785	552	▲79	▲12.5%	▲233	▲29.7%	57	1.8%	94	2.6%	35	1.0%	▲22	▲38.5%	▲59	▲62.8%
ヘルスケア (株ベネフィットワン・ヘルスケア)	3,336	3,421	3,100	▲237	▲7.1%	▲322	▲9.4%	179	5.6%	250	6.9%	96	2.9%	▲83	▲46.2%	▲154	▲61.5%
コストダウン (株ベネフィットワンソリューションズ)	369	519	405	36	+9.8%	▲113	▲21.8%	75	2.4%	150	4.1%	87	2.6%	12	+16.0%	▲63	▲42.0%
BTM	71	127	94	23	+32.8%	▲32	▲25.4%	10	0.3%	31	0.9%	6	0.2%	▲4	▲41.8%	▲25	▲81.3%
インバウンド	29	51	29	0	+0.7%	▲22	▲42.8%	▲6	▲0.2%	11	0.3%	▲6	▲0.2%	0	-	▲17	-
②海外事業 小計	0	270	32	32	-	▲238	-	▲6	▲0.2%	▲54	-1.5%	▲96	▲2.9%	▲90	-	▲43	-

売上原価率61.4%(前期比▲1.6ポイント)

- ・仕入原価⇒会費収入の伸びに対し補助金支出の伸びが下回り仕入原価率は低下
- ・製造原価⇒BPRの推進による労務費の伸び抑制が奏功し製造原価率は低下

(単位:百万円)	前期	計画	実績	前期比 増減	計画比		
					(%)	増減	(%)
売上原価	12,818	14,971	13,289	471	+3.7%	▲1,681	▲11.2%
仕入原価	7,256	9,025	7,577	320	+4.4%	▲1,448	▲16.0%
補助金(宿泊・サービス)	3,498	3,896	3,536	38	+1.1%	▲360	▲9.2%
ガイドブック(CRM・パーソナル含む)	530	542	552	22	+4.2%	10	+1.9%
インセンティブ	1,478	2,388	1,484	6	+0.4%	▲903	▲37.8%
物販	650	901	663	13	+2.0%	▲238	▲26.4%
製造原価	5,562	5,946	5,713	151	+2.7%	▲233	▲3.9%
労務費	2,447	2,525	2,461	14	+0.6%	▲65	▲2.6%
製造経費	3,115	3,421	3,252	137	+4.4%	▲168	▲4.9%
売上原価率	63.0%	63.7%	61.4%	▲1.6pt	-	▲2.3pt	-
仕入原価率	35.6%	38.4%	35.0%	▲0.6pt	-	▲3.4pt	-
製造原価率	27.3%	25.3%	26.4%	▲0.9pt	-	1.1pt	-

販管費率23.1%(前期比+1.6ポイント)

営業体制強化による人件費や業容拡大に伴う業務委託料の増加、およびオフィス移転関連の一過性コストにより販管費率は上昇。

(単位:百万円)	前期	計画	実績	前期比 増減		計画比 増減	
					(%)		(%)
販管費	4,368	4,913	4,999	631	+14.4%	86	+1.8%
人件費	2,197	2,475	2,492	295	+13.5%	17	+0.7%
一般経費	2,171	2,438	2,506	335	+15.4%	69	+2.8%
販管費率	21.5%	20.9%	23.1%	1.6pt	-	2.2pt	-

インセンティブ、ヘルスケアにおける売上・利益の翌期ずれこみ(15年度へ好影響)や
オフィス移転に伴う一過性コストの発生により、売上・利益ともに計画を下回る

(単位:百万円)	計画	(%)	実績	(%)	計画比 増減	(%)
売上高	23,500	(100.0)	21,642	(100.0)	▲1,857	▲7.9%
売上原価	14,971	(63.7)	13,289	(61.4)	▲1,681	▲11.2%
売上総利益	8,529	(36.3)	8,352	(38.6)	▲176	▲2.1%
販管費	4,913	(20.9)	4,999	(23.1)	86	+1.8%
営業利益	3,620	(15.4)	3,353	(15.5)	▲266	▲7.4%
経常利益	3,600	(15.3)	3,343	(15.4)	▲256	▲7.1%
当期純利益	2,250	(9.6)	1,983	(9.2)	▲266	▲11.8%

●売上高

- インセンティブ(交換伸び悩み・新規スタート遅れ)
- ヘルスケア(健診・保健指導の進捗遅れ)

●売上原価

- 宿泊補助金等の福利厚生補助金の下ぶれ
- BPR推進による労務費の抑制

●販管費

- 取引増加による支払手数料・荷造運賃増
- オフィス移転に伴う一過性コスト

■ 固定資産及びソフトウェア

(単位:百万円)	2013 実績	2014 実績	2015 計画	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)
国内事業合計(①+②+③)	1,301	1,014	1,185	▲286	▲22.0%	170	+16.8%
①ベネフィット・ワン 小計	950	720	884	▲229	▲24.2%	164	+22.8%
情報システム投資(ハード含む)	535	457	800	▲77	▲14.4%	342	+74.8%
会員制サービス関連投資	405	257	0	▲148	▲36.5%	▲257	-
本社、事務所等(オフィス改装工事等)	10	5	85	▲4	▲45.6%	79	+1455.4%
②ベネフィットワン・ヘルスケア 小計	302	202	166	▲99	▲33.0%	▲36	▲18.0%
うち情報システム投資(ハード含む)	291	192	166	▲97	▲33.6%	▲27	▲14.1%
③ベネフィットワンソリューションズ 小計	49	92	135	43	+87.7%	42	+46.2%
うち情報システム投資(ハード含む)	49	92	135	43	+87.7%	42	+46.2%
海外連結子会社合計(持分法除く)	8	17	28	9	+126.1%	10	+58.7%

注1)長期前払費用相当(13実績:37M、14実績:23M、15計画:58M)を含む

注2)リース契約の機器等(13実績:105M、14実績:84M、15計画:127M)を含む

財政状況

(単位:百万円)	14/3	15/3	増減
総資産	18,480	20,564	+2,084
流動資産	12,369	13,446	+1,076
固定資産	6,110	7,118	+1,007
純資産	10,644	11,871	+1,227
自己資本比率	56.7%	57.0%	+0.3pt

売掛金 : +125
 預け金 : +452
 未収入金 : +574

有形固定資産 : +116
 無形固定資産 : +174
 投資その他資産 : +715

財務指標

		14/3	15/3	増減
営業利益率	%	15.6%	15.5%	▲0.1pt
総資産経常利益率	%	18.1%	17.1%	▲1.0pt
自己資本利益率(ROE)	%	19.2%	17.9%	▲1.3pt
一株当たり当期純利益	円	46.21	48.41	+2.20
一株当たり純資産	円	255.52	286.10	+30.58

(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)	14/3	15/3	増減
営業活動によるCF	2,211	2,812	+601
投資活動によるCF	▲1,717	▲1,859	▲141
財務活動によるCF	▲555	▲932	▲377
現金及び現金同等物の期末残高	6,567	6,669	+101

● **資金増加**

- ・税金等調整前当期純利益 3,246
- ・減価償却費 596
- ・前受金の増加 554

● **資金減少**

- ・売上債権の増加 124
- ・仕入債務の減少 118
- ・法人税等の支払 1,439

● **資金減少**

- ・有形・無形固定資産の取得 1,129
- ・非連結子会社株式の取得 206
- ・敷金及び保証金の差入 250

● **資金減少**

- ・配当金の支払 859

売上高、経常利益ともに30%超の成長率を計画

売上高

経常利益

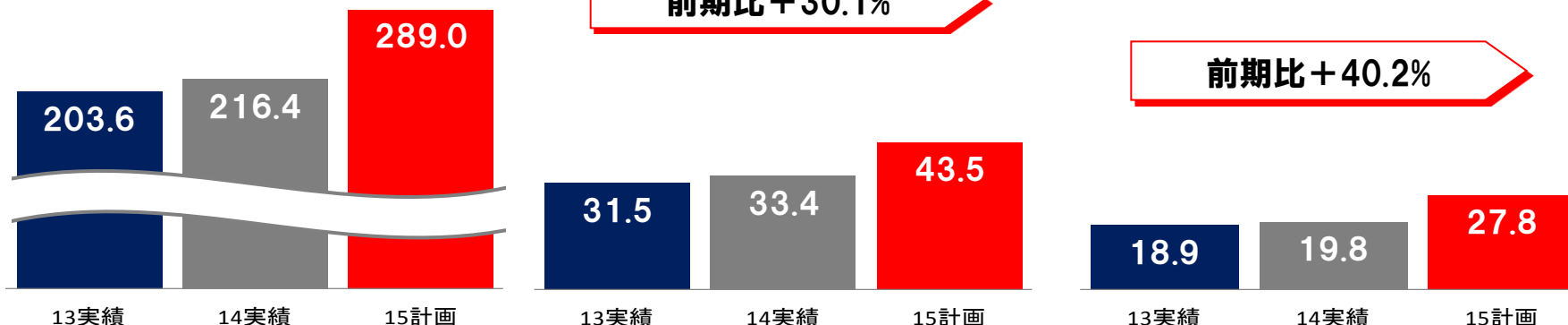
当期純利益

(単位: 億円)

前期比+33.5%

前期比+30.1%

前期比+40.2%



(単位: 百万円)	13年度	(%)	14年度	(%)	15年度 (計画)	(%)	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)
売上高	20,356	(100.0)	21,642	(100.0)	28,900	(100.0)	1,285	+6.3%	7,257	+33.5%
営業利益	3,169	(15.6)	3,353	(15.5)	4,350	(15.1)	183	+5.8%	996	+29.7%
経常利益	3,145	(15.5)	3,343	(15.4)	4,350	(15.1)	197	+6.3%	1,006	+30.1%
当期純利益 ※	1,892	(9.3)	1,983	(9.2)	2,780	(9.6)	91	+4.8%	796	+40.2%

※ 15年度計画は親会社株主に帰属する当期純利益

2016年3月期 事業別業績予想

新規事業の営業利益が全体に占める比率は41.4%(前期比+10.6Pt)へ。ヘルスケア・CRMはV字回復を見込む。
 海外事業は、新たにUSA・タイ・インドネシア・ドイツを2015年度より連結対象に組み入れ実施。

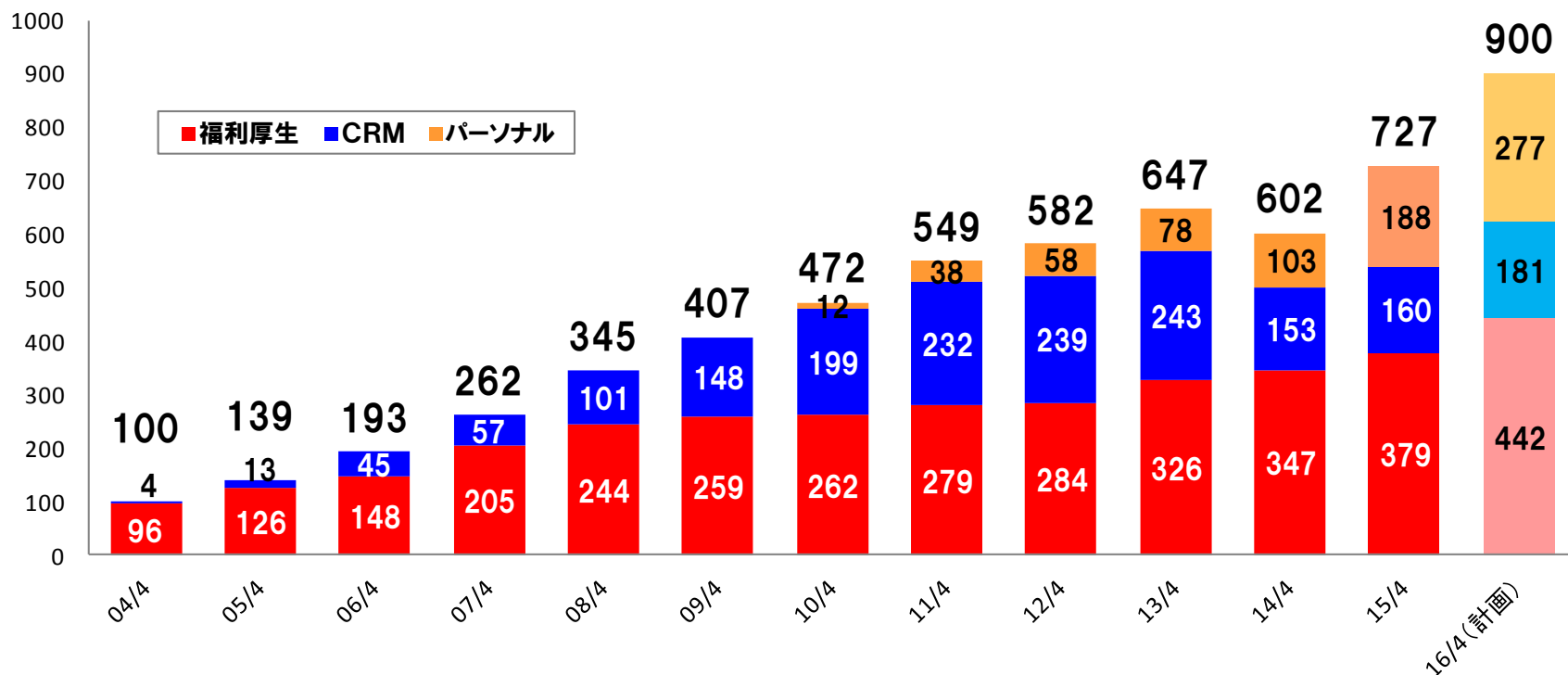
※海外拠点の数値はDATABOOK参照

(単位:百万円)	売上高							営業利益									
	2013 実績	2014 実績	2015 計画	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)	2013 実績	構成比	2014 実績	構成比	2015 計画	構成比	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)
連結合計(①国内+②海外)	20,356	21,642	28,900	1,285	+6.3%	7,257	+33.5%	3,169	100.0%	3,353	100.0%	4,350	100.0%	183	+5.8%	996	+29.7%
①国内事業 小計	20,357	21,615	28,216	1,259	+6.2%	6,600	+30.5%	3,176	100.2%	3,449	102.8%	4,493	103.3%	272	+8.6%	1,045	+30.3%
福利厚生	12,399	12,959	14,060	560	+4.5%	1,101	+8.5%	2,461	77.6%	2,530	75.4%	2,800	64.4%	68	+2.8%	270	+10.7%
インセンティブ	1,796	1,965	3,004	169	+9.4%	1,039	+52.9%	118	3.7%	217	6.5%	366	8.4%	99	+84.5%	149	+68.6%
パーソナル	1,158	1,879	3,658	721	+62.2%	1,779	+94.7%	392	12.4%	597	17.8%	908	20.9%	205	+52.2%	311	+52.2%
CRM	631	552	692	▲79	▲12.5%	140	+25.5%	57	1.8%	35	1.0%	80	1.8%	▲22	▲38.5%	45	+127.2%
ヘルスケア (株)ベネフィットワン・ヘルスケア	3,336	3,100	5,000	▲237	▲7.1%	1,900	+61.3%	179	5.6%	96	2.9%	270	6.2%	▲83	▲46.2%	174	+180.6%
コストダウン (株)ベネフィットワンソリューションズ	369	405	551	36	+9.8%	146	+35.9%	75	2.4%	87	2.6%	150	3.4%	12	+16.0%	63	+72.4%
BTM	71	94	124	23	+32.8%	30	+31.4%	10	0.3%	6	0.2%	25	0.6%	▲4	▲41.8%	19	+328.3%
インバウンド	29	29	269	0	+0.7%	240	+824.5%	▲6	▲0.2%	▲6	▲0.2%	0	0.0%	0	-	6	-
新規事業 計	7,390	8,025	13,299	634	+8.6%	5,274	+65.7%	825	26.0%	1,033	30.8%	1,800	41.4%	208	+25.2%	767	+74.3%
②海外事業 小計	0	32	684	32	-	652	-	▲6	▲0.2%	▲96	▲2.9%	▲144	▲3.3%	▲90	-	▲48	-

2015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	16/4 (計画)
福利厚生	96	126	148	205	244	259	262	279	284	326	347	379	442
前期比増減	▲4	30	22	57	39	15	3	17	5	42	20	32	63
CRM	4	13	45	57	101	148	199	232	239	243	153	160	181
前期比増減	4	9	32	12	44	47	51	33	7	4	▲90	7	20
パーソナル	0	0	0	0	0	0	12	38	58	78	103	188	277
前期比増減	0	0	0	0	0	0	12	26	20	19	25	85	90
合計	100	139	193	262	345	407	472	549	582	647	602	727	900
前期比増減	0	39	54	69	83	62	65	77	33	66	▲45	125	173



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10.4億円増。オペレーションの効率化により労務費を筆頭に諸経費削減し粗利率向上を見込む。営業面では、代理店施策等チャネルの拡大やプロモーション強化により、中堅・中小マーケットでの新規獲得に注力。

(単位:百万円)	13年度	14年度	15年度 (計画)	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)
売上高	12,399	12,959	14,060	560	+4.5%	1,101	+8.5%
営業利益	2,461	2,530	2,800	68	+2.8%	270	+10.7%
営業利益率	19.8%	19.5%	19.9%	▲0.3pt	-	0.4pt	-

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

企業の人材確保ニーズを取り込むべく営業体制を增強。WEBマーケティングやセミナー・イベントの実施増加により、競合他社に先駆け市場シェア拡大を期す。また、アイテム拡大や仕入力強化でポイント交換促進を図り、売上増に繋げる。

(単位:百万円)	13年度	14年度	15年度 (計画)	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)
売上高	1,796	1,965	3,004	169	+9.4%	1,039	+52.9%
営業利益	118	217	366	99	+84.5%	149	+68.6%
営業利益率	6.6%	11.0%	12.2%	4.5pt	-	1.1pt	-

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、15年2月にスタートした「とく放題」サービスが好調、大幅な会員増を計画。携帯販社や金融業界での成功事例を横展開しさらなる営業効率化を図るとともに、規制緩和に伴うインフラ業界での協業モデル受託に注力。

(単位:百万円)	13年度	14年度	15年度 (計画)	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)
売上高	1,158	1,879	3,658	721	+62.2%	1,779	+94.7%
営業利益	392	597	908	205	+52.2%	311	+52.2%
営業利益率	33.9%	31.8%	24.8%	▲2.1pt	-	▲6.9pt	-

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

前年度は成約にこそ至らなかったものの金融業界を中心に引き合いは多い。引き続き、銀行・証券・カード会社等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、不動産業界や高級自動車ディーラーへの提案機会も拡充。

(単位:百万円)	13年度	14年度	15年度 (計画)	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)
売上高	631	552	692	▲79	▲12.5%	140	+25.5%
営業利益	57	35	80	▲22	▲38.5%	45	+127.2%
営業利益率	9.1%	6.4%	11.5%	▲2.7pt	-	5.2pt	-

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

既存の保健指導事業においては、成果連動型のサービス拡販によりシェア拡大を目指すとともに、基幹システム増強による業務効率向上も見込む。健康経営の加速を追い風に健康ポータルサイトを積極的に展開。ストレスチェック義務化に伴いメンタル領域にも注力。

(単位:百万円)	13年度	14年度	15年度 (計画)	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)
売上高	3,336	3,100	5,000	▲237	▲7.1%	1,900	+61.3%
営業利益	179	96	270	▲83	▲46.2%	174	+180.6%
営業利益率	5.4%	3.1%	5.4%	▲2.3pt	-	2.3pt	-

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

出張管理と交通費精算の融合により主力のHi-VOXを拡販するとともに、他社とのアライアンス強化による商品の広がりを見込む。BTMとのシナジー追及による新規顧客開拓に加え、Web集中購買サービス等の新規サービスをリリース予定。

(単位:百万円)	13年度	14年度	15年度 (計画)	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)
売上高	369	405	551	36	+9.8%	146	+35.9%
営業利益	75	87	150	12	+16.0%	63	+72.4%
営業利益率	20.3%	21.5%	27.2%	1.1pt	-	5.8pt	-

7. BTM事業 集中購買を目的とした出張支援サービス

JR東海EX-IC予約の特定介在旅行会社認定の強みを活かし、クレジットカード決済型の出張支援サービス拡販を企図。前期スタートした大型案件の業界内での横展開を図り、取扱高は+378百万円を見込む。複数のルートを使ったトップダウンでの戦略営業も強化。

(単位:百万円)	13年度	14年度	15年度 (計画)	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)
売上高	71	94	124	23	+32.8%	30	+31.4%
営業利益	10	6	25	▲4	▲41.8%	19	+328.3%
営業利益率	13.9%	6.1%	19.9%	▲7.8pt	-	13.8pt	-

8. インバウンド事業 訪日外国人向けサービスの提供や、社員旅行・イベントの企画運営

従来の周年行事・イベント事業に加え、インバウンド事業に注力。訪日旅行者の通信環境や飲食に対するニーズを取り込むべく、現地旅行代理店でのSIMカード販売を開始予定。ミルククーポンやオプションツアー等の販売も計画。

(単位:百万円)	13年度	14年度	15年度 (計画)	13→14 増減	(%)	14→15 増減	(%)
売上高	29	29	269	0	+0.7%	240	+824.5%
営業利益	▲6	▲6	0	0	-	6	-
営業利益率	▲21.6%	▲19.8%	0.1%	1.8pt	-	19.9pt	-

9. 海外拠点 インセンティブ事業を中心に7ヶ国で展開。早期黒字化を目指す。

(単位:百万円)	売上高					営業利益				
	2013 実績	2014 実績	2015 計画	13→14 増減	14→15 増減	2013 実績	2014 実績	2015 計画	13→14 増減	14→15 増減
海外事業 合計	0	32	684	32	652	▲6	▲96	▲144	▲90	▲48
中国(Benefit One Shanghai Inc.) (2012年5月設立)		22	517	22	495		▲64	5	▲64	69
シンガポール(Benefit One Asia Pte. Ltd.) (2013年10月設立)	0	10	22	10	11	▲6	▲33	▲26	▲26	6
USA(Benefit One USA, Inc.) (2012年10月設立)			10	-	10			▲39	-	▲39
タイ(Benefit One(Thailand) Co., Ltd.) (2014年1月設立)			73	-	73			▲30	-	▲30
インドネシア(PT. BENEFIT ONE INDONESIA) (2014年5月設立)			59	-	59			▲17	-	▲17
ドイツ(Benefit One Deutschland GmbH) (2015年1月設立)			4	-	4			▲37	-	▲37

【経常利益影響】(持分法)	売上高				経常利益					
台湾(Chunghwa Benefit One Co., Ltd.) (2014年2月設立)				-	-	▲5	▲60	▲51	▲55	9

「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:03-6870-3802 Mail:ir_inquiry@benefit-one.co.jp URL:http://www.benefit-one.co.jp/

本資料は、2015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、2015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。