

2023年3月期 業績および中期成長戦略

株式会社ベネフィット・ワン
東証プライム市場（2412）

2023年5月11日

<https://corp.benefit-one.co.jp/>

- 1. 決算概要および業績予想** … p.02～15
- 2. 新・中期経営計画および今後の成長戦略** … p.16～41
- 3. DATABOOK** … p.42～61

1. 決算概要および業績予想

2. 新・中期経営計画および今後の成長戦略

3. DATABOOK

先行投資こなし、経常利益105億円で着地

単位：億円	2023年3月期	前年同期比		計画比	
		増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	423.7	+40.1 (+10.5%)		▲37.2 (▲8.1%)	
営業利益	104.8	▲22.8 (▲17.9%)		▲3.1 (▲2.9%)	
経常利益	105.6	▲22.6 (▲17.6%)		▲2.2 (▲2.1%)	
親会社株主に帰属 する当期純利益	76.5	▲12.9 (▲14.5%)		+4.8 (+6.8%)	

通期前期比

営業利益 前期比 22.8億円減

①福利厚生・パーソナル・CRM

- ・M&Aによる外部成長+5億
- ・CM投資等により▲8億

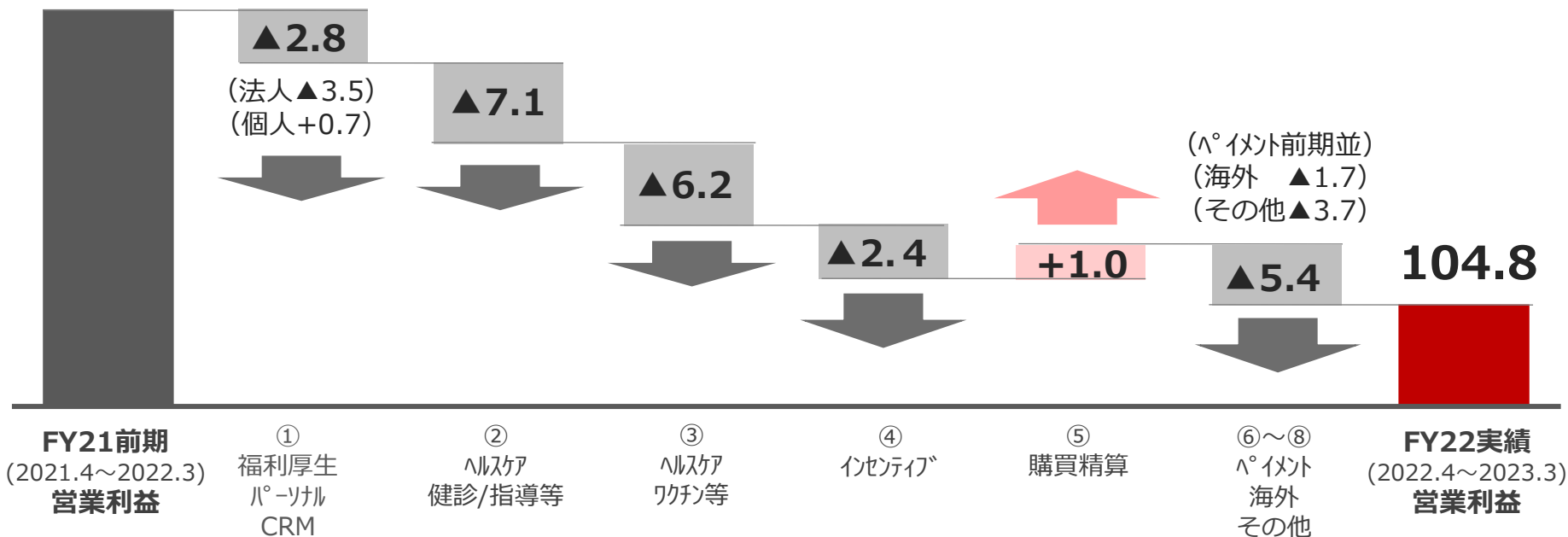
②③ヘルスケア

- ・ワクチン等規模縮小▲6.2億
- ・保健指導の新規受注・実施遅れ▲4.9億
- ・うちCM投資等により▲3.6億

④インセンティブ・⑧その他

- ・インセンティブは既存顧客の予算縮小
- ・本社移転による一時費用増により▲2億

127.7



通期計画比

営業利益 計画比 3.1億円減

①福利厚生・パーソナル・CRM

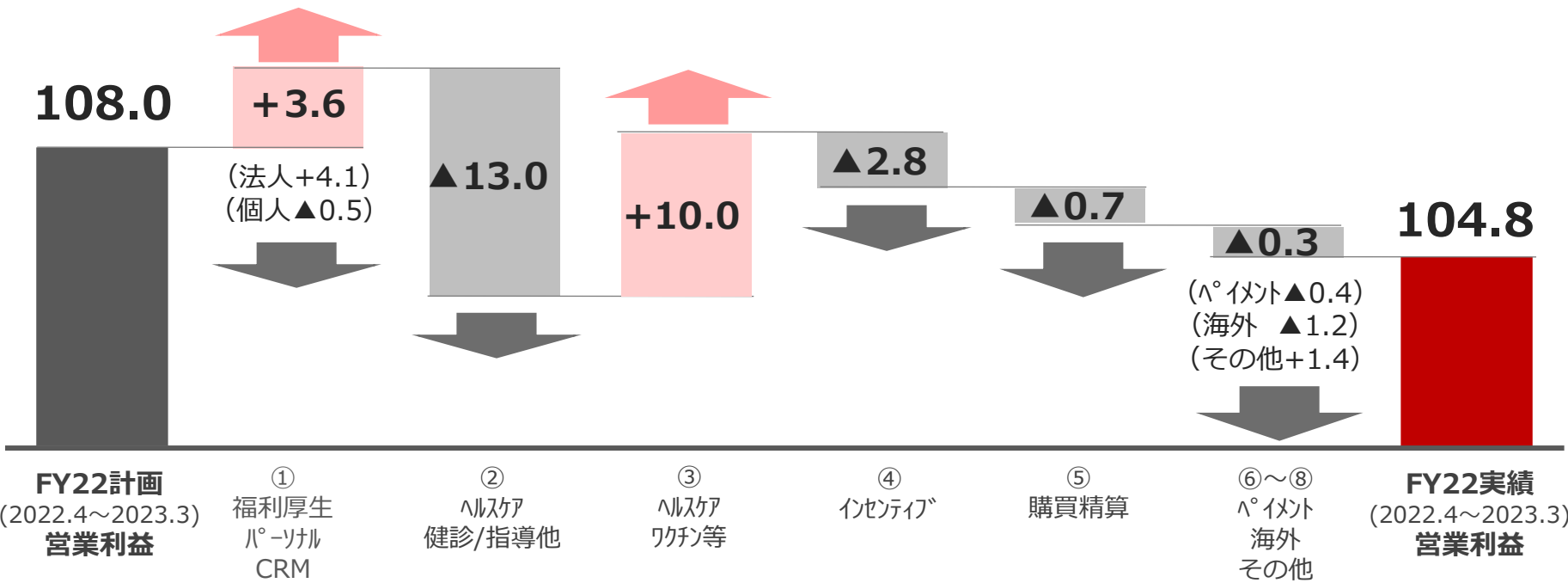
- ・会員数の市場回復時期遅れ▲5.5億
- ・利用回復遅れの補助金未消化で+3.6億
- ・M&Aによる外部成長+3億
- ・採用遅れ等による人件費減少で+2.5億

②③ヘルスケア

- ・コロナワクチン堅調+10億
- ・保健指導の市場回復時期遅れ▲12.6億

④インセンティブ

- ・新システムの安定運用に時間を要す
- ・既存顧客のポイント交換遅れ



「保健指導」および「インセンティブ」以外は概ね計画付近

単位：億円	売上高	前年同期比		営業利益	前年同期比	
		前年同期比	当初計画比		前年同期比	当初計画比
①福利厚生 パーソナル・CRM	276.2	+54.4 (+24.5%)	▲10.2 (▲3.6%)	92.0	▲2.8 (▲3.0%)	+3.6 (+4.1%)
②ヘルスケア 健診/保健指導等	44.7	▲3.8 (▲7.9%)	▲21.4 (▲32.4%)	3.4	▲7.0 (▲67.6%)	▲13.0 (▲79.3%)
③ヘルスケア ワクチン等	37.2	▲10.4 (▲21.8%)	+12.4 (+50.5%)	28.9	▲6.2 (▲17.7%)	+10.0 (+52.8%)
④インセンティブ	31.0	▲3.8 (▲10.8%)	▲12.4 (▲28.5%)	5.4	▲2.4 (▲30.3%)	▲2.8 (▲33.7%)
⑤購買・精算代行	6.8	+0.4 (+5.6%)	▲0.5 (▲7.0%)	1.9	+1.0 (+102.4%)	▲0.7 (▲25.6%)
⑥ペイメント	0.2	+0.0 (+20.7%)	▲0.7 (▲76.5%)	▲0.6	+0.0	▲0.4
⑦海外	19.0	+4.2 (+28.7%)	▲3.3 (▲15.0%)	▲3.4	▲1.7	▲1.2
⑧その他 (全社共通費など)	8.6	▲0.9	▲1.1	▲22.8	▲3.7	+1.4
合計	423.7	+40.1 (+10.5%)	▲37.2 (▲8.1%)	104.8	▲22.8 (▲17.9%)	▲3.1 (▲2.9%)

環境改善・成長回帰で積極投資継続

単位：億円	2023年3月期	2024年3月期	前年同期比	
			金額	増減率
売上高	423.7	454.5	+30.7	+7.3%
営業利益	104.8	108.3	+3.5	+3.3%
経常利益	105.6	109.7	+4.0	+3.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	76.5	73.0	▲3.5	▲4.6%

福利厚生が連結成長を牽引、ペイメントでマーケティング投資拡大

単位：億円	売上高		営業利益	
		前年同期比		前年同期比
①福利厚生 パーソナル・CRM	290.0	+13.8 (+5.0%)	103.9	+11.8 (+12.9%)
②ヘルスケア 健診/保健指導等	58.4	+13.7 (+30.7%)	10.5	+7.2 (+212.1%)
③ヘルスケア ワクチン等	22.0	▲15.2 (▲41.0%)	16.0	▲12.9 (▲44.6%)
④インセンティブ	37.6	+6.6 (+21.2%)	6.2	+0.8 (+14.7%)
⑤購買・精算代行	7.5	+0.7 (+11.1%)	2.3	+0.4 (+18.6%)
⑥ペイメント	0.3	+0.1 (+56.0%)	▲2.6	▲2.0
⑦海外	28.9	+9.9 (+52.2%)	▲1.6	+1.9
⑧その他 (全社共通費など) ※	9.8	+1.1	▲26.5	▲3.7
合計	454.5	+30.7 (+7.3%)	108.3	+3.5 (+3.3%)

※物販事業、管理部門、システムインフラ・セキュリティに係る経費を表す

ワクチン事業以外の主力全事業成長回復 人・システム・マーケティングへの積極投資継続

営業利益の主な増減要因		前期		今後の見通し
		上期	下期	
①人への投資（賃上げ/増員/採用研修等）	▲12.7	▲5.0	▲7.7	エンジニア採用強化、待遇改善は継続 FY22:77.7億 → FY23:87.7億 ※④JTBベネフィット統合分を含む
②システム投資（新システム稼働等）	▲8.5	▲8.9	+0.4	FY2023をピークに低減見込み FY22:34.9億 → FY23:38.5億 ※④JTBベネフィット統合分を含む
③マーケティング投資（CM/WEB広告等）	+0.7	+0.8	▲0.1	積極投資は今後も継続予定 FY22:14.8億 → FY23:14.1億
④旧JTBベネフィットのサービス統合効果	+12.2	+5.9	+6.3	人件費▲2.6億、システム▲4.9億 その他、紙媒体関連や外注費等の減少
⑤その他売上増減に伴う利益増減等 （うちワクチン事業）	+11.7 (▲15)	▲9.6 (▲17)	+21.3 (+2)	福利厚生、保健指導等の売上成長
合計	+3.5	▲16.6	+20.1	

人手不足やインフレを背景に待遇改善・人材定着策として福利厚生を拡販

前期比+13.8億 / +5.0%

売上高 **290.0 億円**

前期比+11.8億 / +12.9%

営業利益 **103.9 億円**

■ 福利厚生：売上高265.3億（前期比+13.2億 / +5.3%）

- 2024年4月までに125万人増（うち既存顧客における非正規拡大+70万人）
- 好機を活かすべく中長期的な成長に向けた積極投資を実施
 - ↳ マーケティング投資 8 億は継続
 - ↳ 新システムリリース等でIT経費 6 億円増
 - ↳ 社員の待遇改善やシステム開発内製化に向けた増員等で人件費 6 億円増
- 会員数増やサービス利用回復に伴い補助金支出は 3 億円増
- 旧JTBBネフィットのサービス統合効果（12億円）で費用増加を一部吸収

■ パーソナル・CRM：売上高24.7億（前期比+0.6億 / +2.4%）

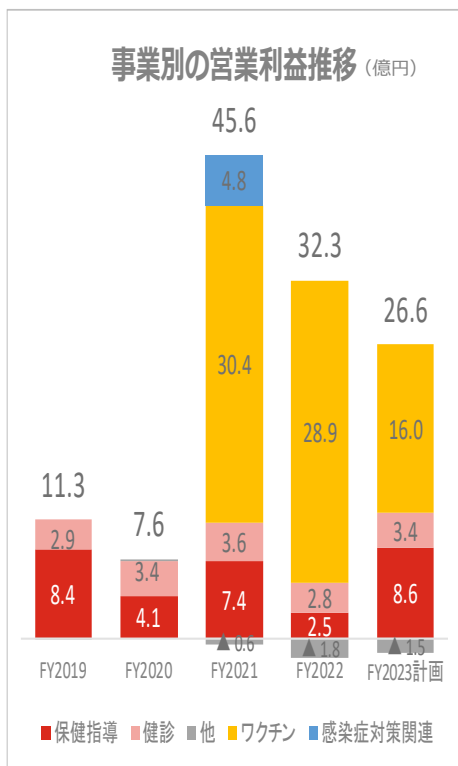
ワクチンは事業縮小、保健指導は攻略先の選択と集中で効率性アップ

前期比▲1.5億／▲1.9%

売上高 **80.4 億円**

前期比▲5.7億／▲17.7%

営業利益 **26.6 億円**



■ 保健指導：営業利益8.6億（前期比+6.1億／+246%）

【環境】 FY24以降の第4期特定保健指導制度見直しが一層の追い風

【営業】 単一健保への集中によりクロスセル強化、営業効率化

【業務】 拠点間の業務移管完了、システム投資効果含め生産性向上

■ 健診：営業利益3.4億（前期比+0.7億／+24%）

- ・ 堅調に成長

■ ワクチン：営業利益16.0億（前期比▲12.9億／▲45%）

- ・ コロナワクチンは市場縮小、新規自治体開拓で一部吸収
- ・ 今後は企業の健康経営の一環としてインフルエンザワクチン含む総合的な感染症対策サービスを拡販

コロナ後の販促予算拡大や人材投資機運の高まりで事業環境は追い風

前期比+6.6億 / +21.2%

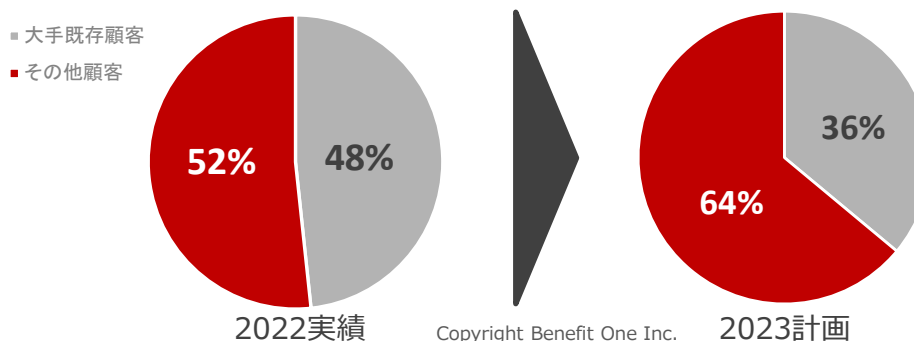
売上高 **37.6** 億円

前期比+0.8億 / +14.7%

営業利益 **6.2** 億円

- 前期からのポイント繰越残高は48億円
- 上期中にシステムリニューアル、全顧客のデータ移管予定
- HR向けはアップセル中心、営業/代理店向けは人員拡充・JTB協業強化
- 新規顧客の伸長により顧客基盤拡充、特定顧客への依存度低下
- 来期の成長拡大に向けて、新規付与予算13.7億円の獲得に注力

ポイント交換高の顧客構成比



一括精算に関するソリューション提供により企業の経理業務効率化を支援

前期比+0.7億/+11.1%

売上高 **7.5** 億円

前期比+0.4億/+18.6%

営業利益 **2.3** 億円

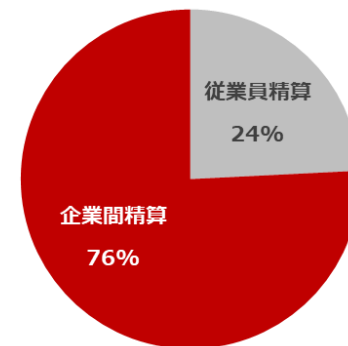
■ 従業員の立替精算をゼロにするソリューション (BtoE)

- 出張/接待に関する脱・小口精算サービスを提供
- 出張利用はコロナ前 8 割水準まで回復見込（前期は 6～7割）
- 大手企業を中心に出張精算の新規取引先も拡大

■ 企業間精算 (BtoB)

- 通信・公共料金等のとりまとめ支払代行
- 新たな取組みとして、アメリカン・エクスプレス社と共同でクレカを活用した一括精算「支払ステーション」を開始。同社の営業力を強みに伸び期待

2023計画
売上高構成比



TVCM等のマーケティング投資により会員拡大・利用促進目指す

前期比+0.1億円

売上高 **0.3 億円**

前期比▲2.0億円

営業損益 **▲2.6 億円**

- ・ 待遇改善への需要増やインフレを背景に、物価高に対応した社員の家計支援策として、福利厚生以上にお得な割引を訴求
- ・ 有力コンテンツとして、給与デジタル払い対応を視野にした「au PAY ギフトカード」や動画サービス「Netflix」と提携
- ・ 利用拡大に向けて職域チャネルを活かした担当者向けプロモーションにも注力
- ・ 親和性の高いカフェテリアプラン導入企業のベネアアカウント連携開始により、給トク払い導入会員数の増加にも期待

海外全体で赤字半減、来期黒字化を目指す

前期比+9.9億円

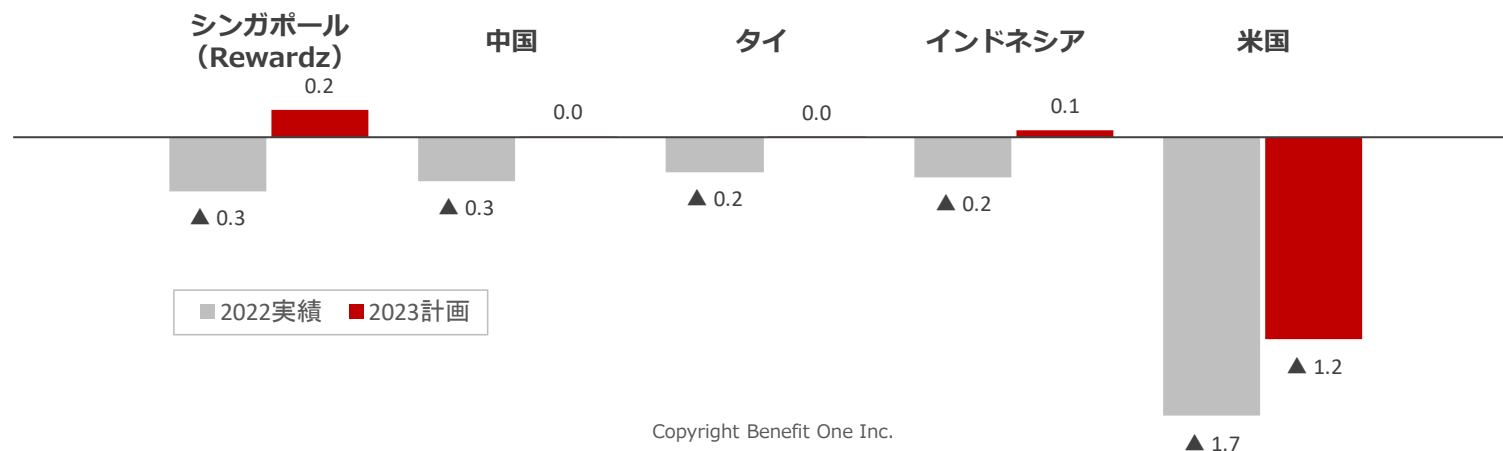
売上高 **28.9 億円**

前期比+1.9億円

営業損益 **▲ 1.6 億円**

- 全世界でコロナによる行動制約なくなり、レコグニション市場は着実に伸長
- シンガポール・中国は先行、インドネシア・タイも損益分岐付近まで売上拡大
- ホットマーケットの米国では商品力強化のマーケティング・システム先行投資負担継続見通し

各国の営業損益推移 (億円)



1. 決算概要および業績予想

2. 新・中期経営計画および今後の成長戦略

3. DATABOOK

会員基盤は着実に成長 コロナ収束・システム本格稼働により
内部・外部の環境が整い決済事業立ち上げフェーズへ

JTBベネフィット統合



コロナ長期化



システム開発遅延



会員基盤の拡大

会員数 633万人 ⇒ **948万人**
売上高 179億円 ⇒ **252億円**

ワクチン事業発足

接種回数 **95万回**
売上高 **37億円**

利用回復 / 差別化戦略

想定から 1 ~ 2 年の遅れ

2023年3月期 売上高 423億円

(前・中期経営計画の進捗率 70%)

2023年3月期 営業利益 104億円

(前・中期経営計画の進捗率 50%)

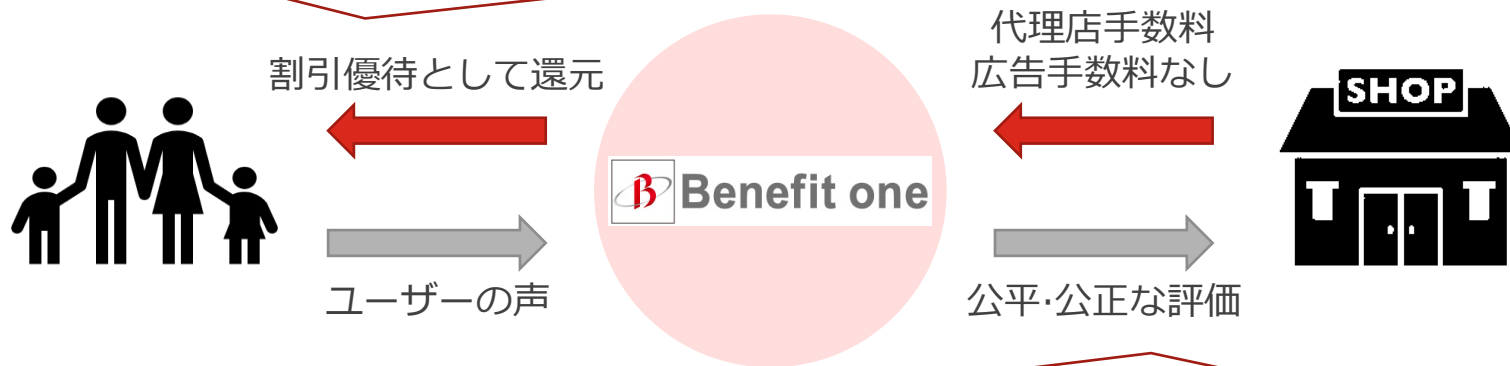
時間軸に遅れはあるものの 世界観達成に向けて一定の成果

～ベネフィット・ワン 企業理念～

人と企業を繋ぐ 新たな価値の創造を目指し

サービスの流通創造を通して人々の心豊かな生活と社会の発展に貢献する

卸値価格による、市場最安値でのサービス提供

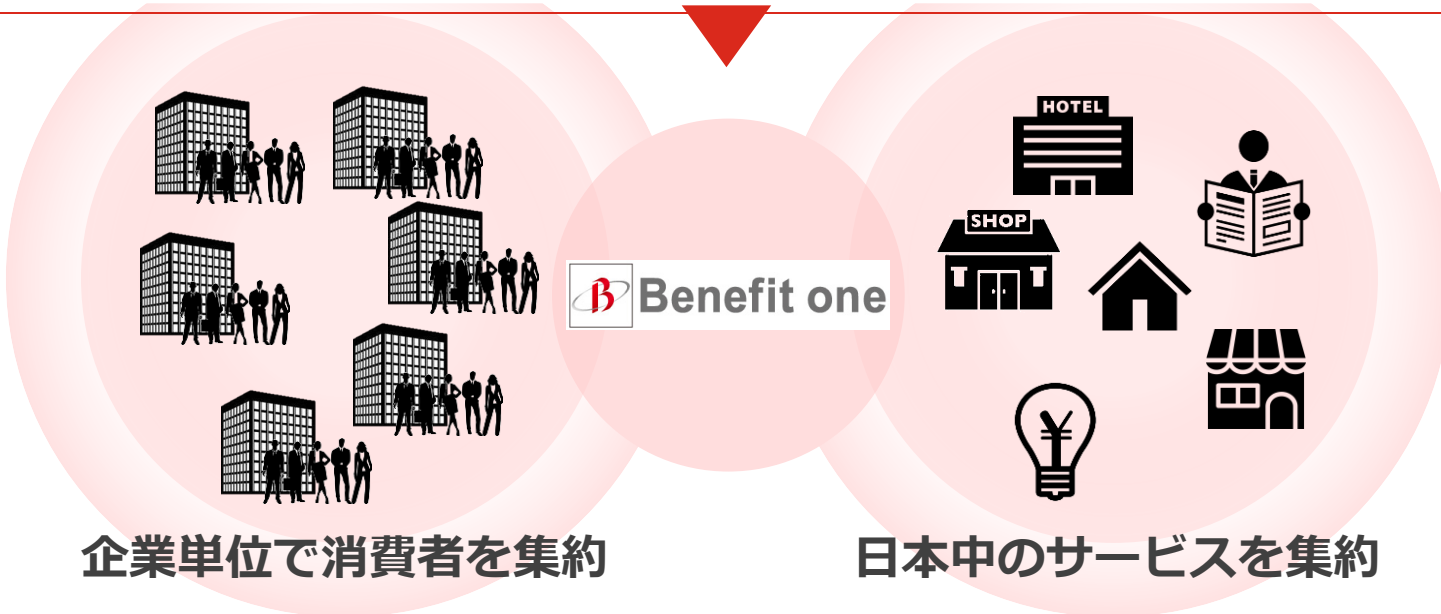


サービスの適正評価による比較検討

広告に関わる紙・配送、中間で携わっている人や資源のリソースが不要

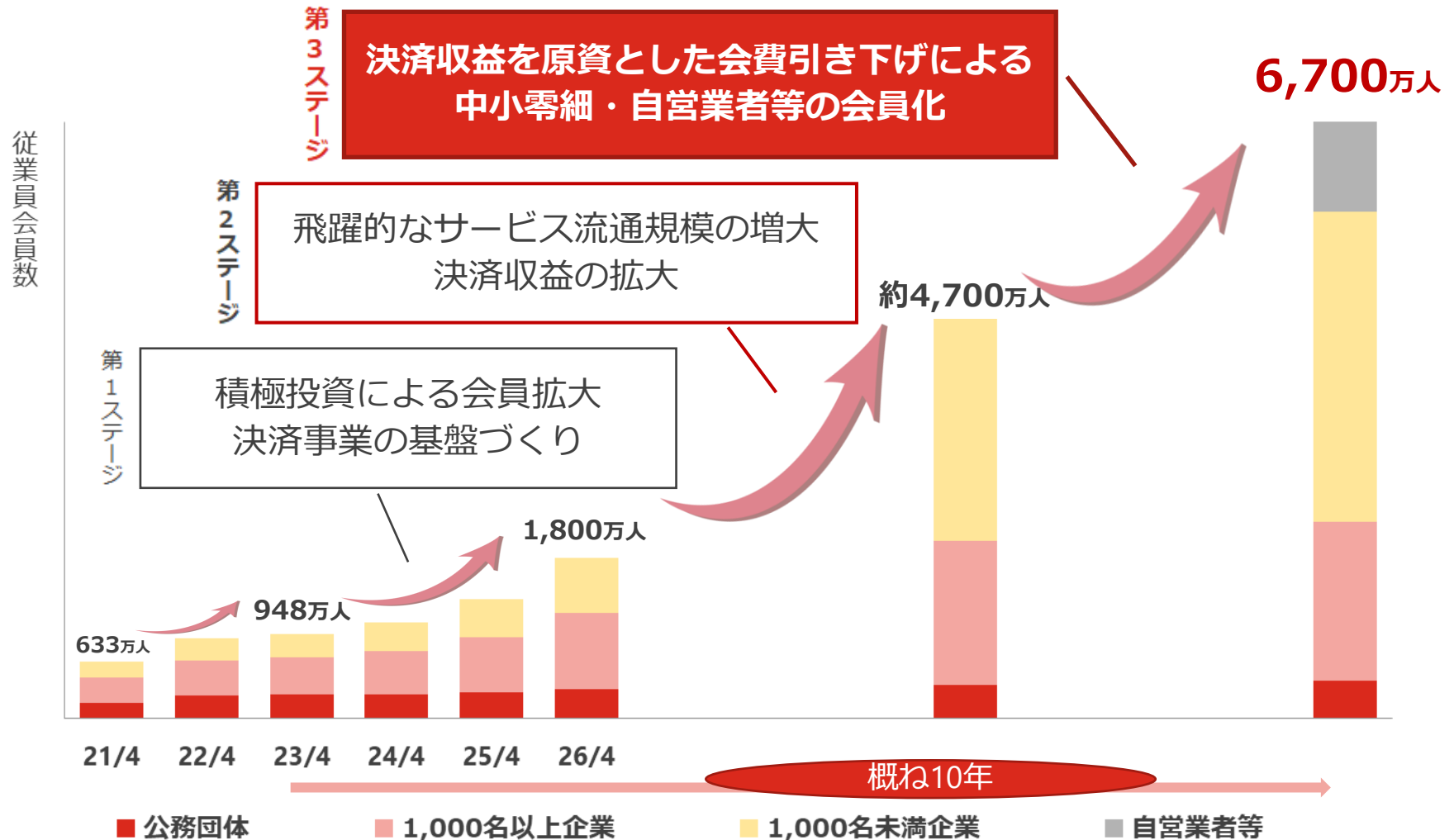
**中間工程を省いた
新たなサービス流通インフラの構築を目指す**

職域に注目し、日本人全員が使う社会インフラを構築



既に就業人口の約6人に1人をネットワーク化
BtoEの強みを活かし、さらに会員拡大を加速

収益構造の多重化による飛躍的な成長で概ね10年での達成を目指す

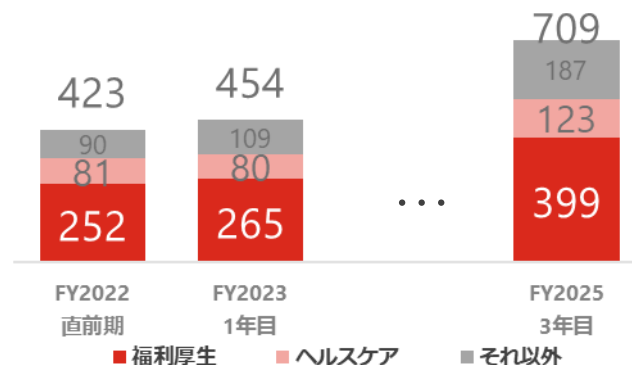


国内最大のBtoEプレイヤーとしての強みを更にステージアップ
3年後 売上高709億円、営業利益225億円を計画

売上高

(単位：億円)	FY2022	FY2023	FY2025	3カ年伸び率
	直前期	計画		
福利厚生	252	265	399	158%
ヘルスケア	81	80	123	151%
ペイメント	0.2	0.3	12	-
その他	90	109	175	195%
売上高	423	454	709	168%

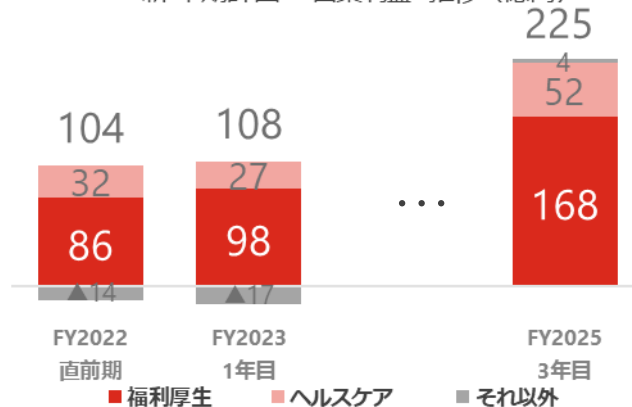
新・中期計画 売上高 推移 (億円)



営業利益

(単位：億円)	FY2022	FY2023	FY2025	3カ年伸び率
	直前期	計画		
福利厚生	86	98	168	197%
(営業利益率)	(34%)	(37%)	(42%)	
ヘルスケア	32	27	52	165%
(営業利益率)	(39%)	(34%)	(42%)	
ペイメント	▲0.6	0.3	7	-
その他	▲13	▲17	▲3	22%
営業利益	104	108	225	216%
営業利益率	24.6%	23.8%	31.7%	-

新・中期計画 営業利益 推移 (億円)



1年目は投資期間とし、2年目以降の加速度的な成長にそなえる

目指す世界観や方向性は変えず、達成までの時間軸のずれを調整

福利厚生 会員の拡大・利用促進

従業員会員数 **1,800万人**

年間利用率 **50%**

就業人口の4人に1人以上が会員/会員の2人に1人が利用

- 営業体制の増強と効率化
マーケティング投資による認知拡大
- 利用促進による満足度向上
- “給トク払い”による魅力付け

決済事業の収益化

年間利用額 **800億円**

年間売上高 **12億円**

2年目に単月黒字化 3年目から利益貢献

- 会員基盤の拡大と導入・利用の促進
- コンテンツの質と量の拡充
- “給トク払い”の認知度向上

ヘルスケアサービスの拡大

健診受診者数 **153万件**

特定保健指導 初回面談数 **38万件**

3年間で健診・特定保健指導 売上高+146%

- 健診・特定保健指導の連携強化
- 福利厚生との連携強化
- ワクチン新事業の立ち上げ

重要指標

重要成功要因

BtoEプレイヤーとしての立ち位置をより強固に

※“給トク払い”…給与天引きの仕組みを活用した当社独自の決済サービス
顧客企業ごとに購買情報をとりまとめて決済代行を行うことで流通コストの低減を実現

福利厚生の導入機運・利用機運がともに高まる

社会の大転換

人手余り⇒

人手不足

有効求人倍率 前期比+0.15pt

※出典:「地域経済報告(さくらレポート、2023年4月)」

賃金停滞⇒

賃金上昇

賃金上昇 年間2.1%

※出典:「毎月勤労統計調査 令和4年分結果速報」(厚生労働省)

デフレ⇒

インフレ

物価上昇 年間3.2%

※出典:「消費者物価指数(CPI)」(総務省統計局)

課題

(企業)



賃金の上昇以外にも人的資本へ投資して
優秀な人材を確保したい

健康経営やDX推進によって
生産性を高めたい

従業員満足度の高い
効果的な人材施策のニーズ

物価高の中で安くモノ・サービスを
手に入れたい

コロナ禍で我慢していた
消費活動を再開したい

物価高を吸収できる
割引サービスのニーズ

(従業員)



会社制度による社員の支援策として 福利厚生サービスの魅力が高まっている

多様性を受け入れた、公平・公正な経営が必要に

従来からのサービスの特性



性別・年齢・働き方や
会社規模・地域にかかわらず利用可能な
公平・公正なサービスを提供

社
会
背
景

同一労働
同一賃金

人的資本
経営

ESG経営

サステナビ
リティ経営

ガバナンス・人的資本経営の観点から
これからは全ての従業員に対して
平等な福利厚生の導入が必要に

会員拡大
利用促進

決済事業の
収益化

ヘルスケア
サービスの拡大

中小企業・非正規を含め福利厚生サービスが必需品に

市場への普及率を背景にマーケットの拡大加速が見込まれる

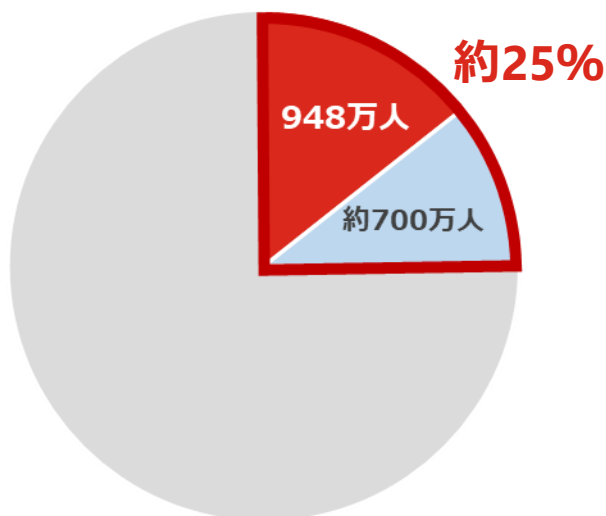
会員拡大
利用促進

決済事業の
収益化

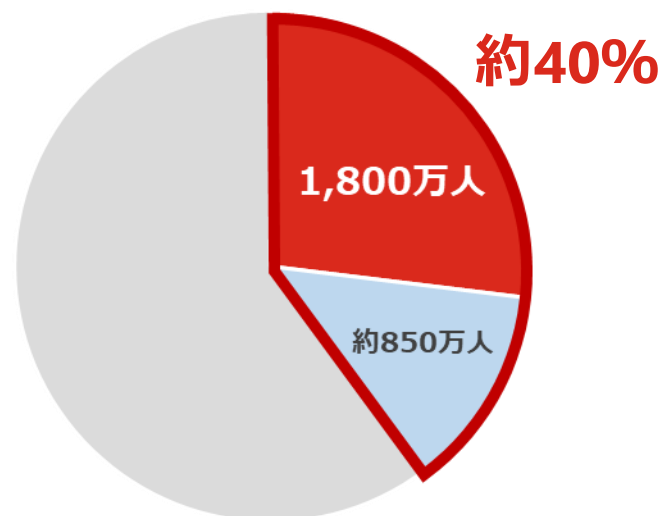
ヘルスケア
サービスの拡大

<就業人口 約6,700万人に対する福利厚生アウトソーシングサービスの普及率> ※当社推計

2023年4月



2026年4月 (予想)

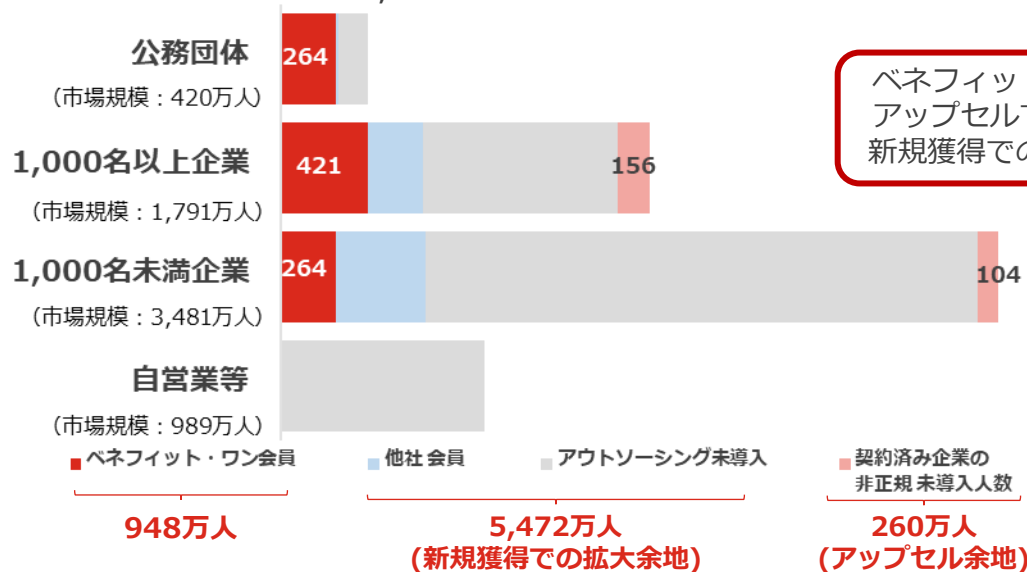


■ ベネフィット・ワン会員 ■ 他社 会員 ■ アウトソーシング未導入

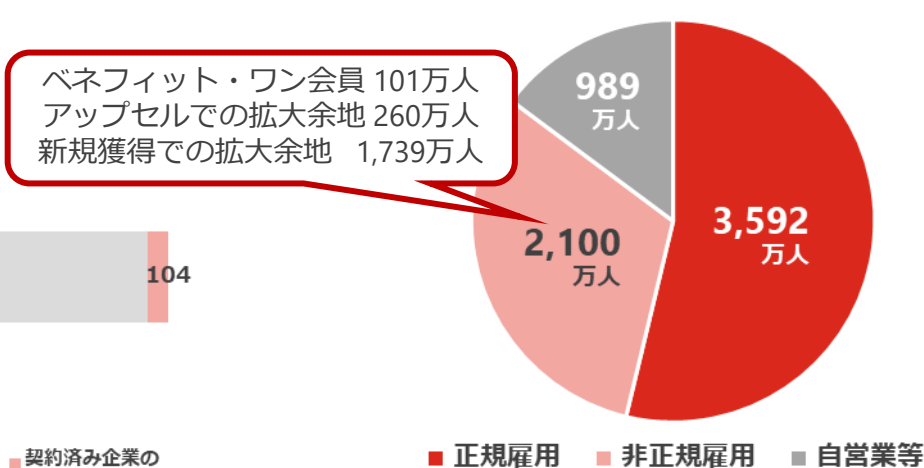
3年の間に市場への普及率が3割を超え 世の中へ急速に広まるフェーズへ

公務・大手の伸びと中堅中小・非正規市場への広がり

<就業人口 約6,700万人の内訳・普及状況>



<就業人口の非正規割合>



ベネフィット・ワン会員 101万人
アップセルでの拡大余地 260万人
新規獲得での拡大余地 1,739万人

※2023年4月時点 当社推計
市場規模：「令和3年経済センサス-活動調査 速報集計」（総務省統計局）を基に作成

～ 3カ年での注力ターゲット ～

新規獲得		アップセル
1,000名以上企業	1,000名未満企業	契約済み企業の非正規拡大

市場セグメント別に効果的な施策を展開

新規獲得

1,000名以上企業

<非正規社員の多いサービス業>



福利厚生のサプライヤネットワークを活用し
非正規も含めた人材確保ニーズに応える

<内製化企業>



グループ会社等で内製化している
企業のアウトソーシングニーズに応える

現状 421万人 ➔ **2026年4月 会員数目標 785万人**

1,000名未満企業



マーケティング投資による流入増加



外部リソース・JTB等の代理店強化

現状 264万人 ➔ **2026年4月 会員数目標 563万人**

アップセル

契約済み企業の非正規拡大



パート・アルバイトに対する福利厚生サービス導入を促進
ベネフィット・ワン 『パート・アルバイト割』 4月開始
～雇用形態に関わらず、従業員に“平等の福利厚生”の提供を目指す企業をサポート～

株式会社ベネフィット・ワン(本社：東京都新宿区 代表取締役社長 白石 徳生)は、企業・団体で働くパート・アルバイトの方々に対する福利厚生サービスの導入促進を目的に、『パート・アルバイト割』を2023年4月より提供開始いたします。

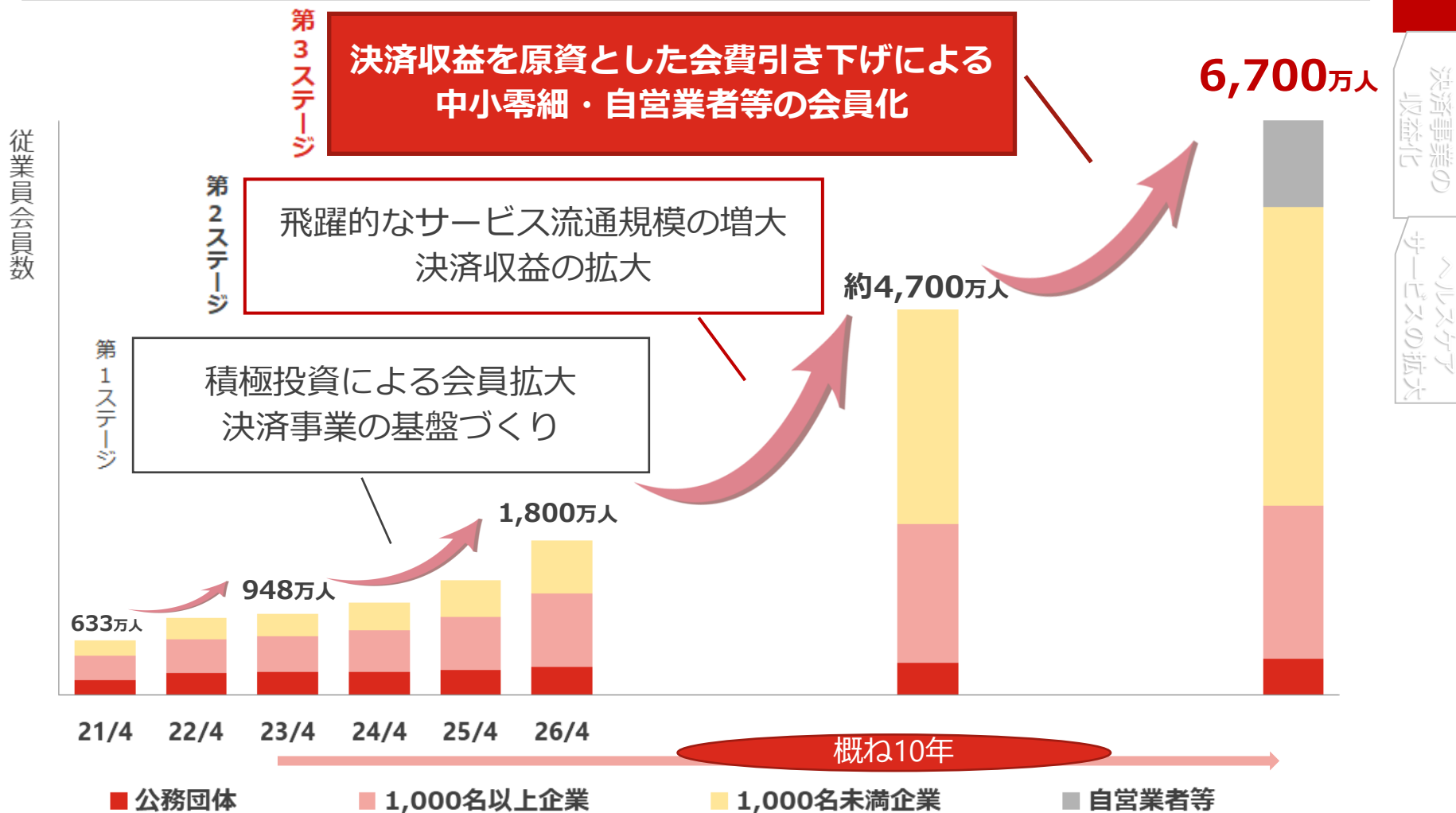


『パート・アルバイト割』開始
情宣活動を積極的に行い
同一労働同一賃金の実現に取り組む

3カ年 アップセル目標
123万人

注カターゲット 1,471万人に公務団体 329万人を加え、
2026年4月に従業員会員数1,800万人を目指す

ペイメント事業の拡大と両輪で、概ね10年での達成を目指す



インフレ・物価高対策の解決策として、割引メニューの利用を促す

会員拡大
利用促進

決済事業の
収益化

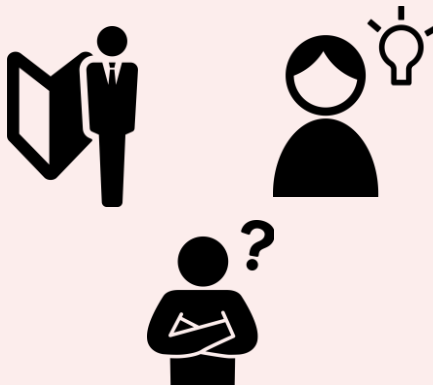
ヘルスケア
サービスの拡大

積極的な利用促進施策

 Benefit one



企業担当者と
連携した利用促進



会員属性ごとの
利用促進



UI/UXの改善による
利用促進

決済事業の収益化に向けた利用促進を力強く実施

会員拡大
利用促進

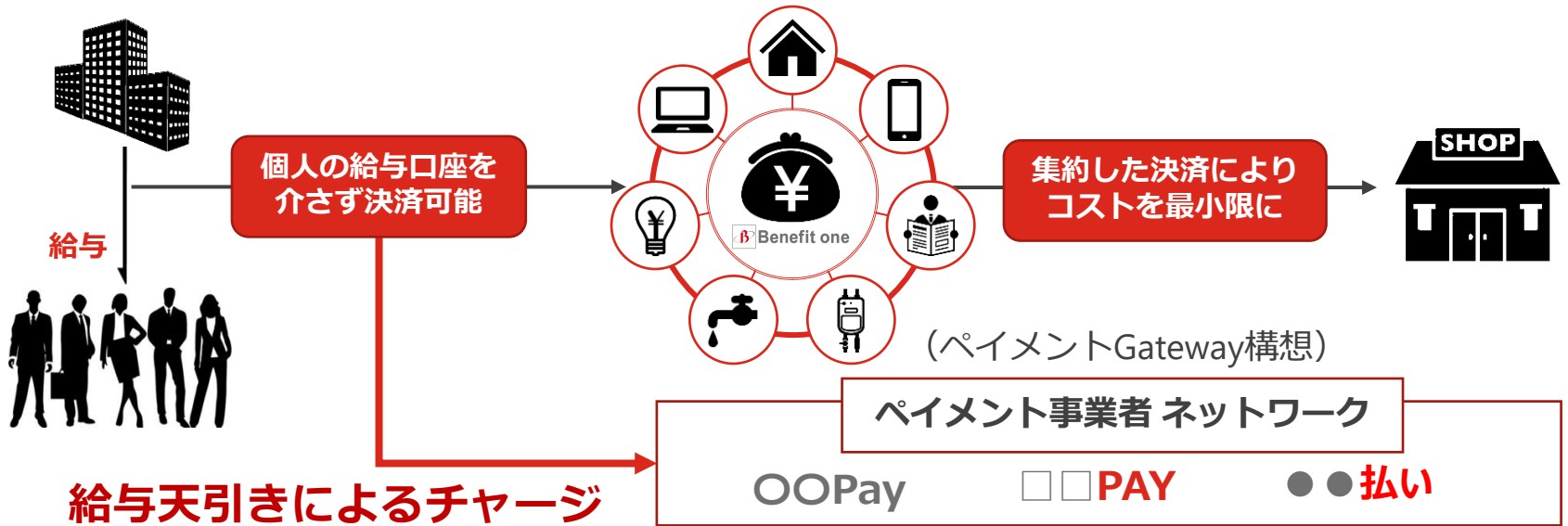
決済事業の
収益化

ヘルスケア
サービスの拡大

給与天引きを条件に、生活固定費を中心としたサービスを最安値で提供

天引き額を企業へ請求
貸し倒れリスクを最小限に

企業ごとに集約しての決済
集約した決済によりコストを最小限に



BtoEの強みを活かし ローコスト・ローリスクの決済を実現

給与天引きスキームによる“給トク払い”や福利厚生社宅を普及

生活に密着するサービスを中心に開拓・利用促進

2023年3月～
 ペイメントGateway 第1号
 au PAY ギフトカード リリース



給与デジタル払いの解禁を背景に
 “給トク払い”を活用したチャージ手段の
 ニーズが高まる

2023年6月（予定）～
 Netflixの“給トク払い” リリース



地域格差のないデジタルコンテンツとして
 幅広く訴求
 今後もキラーコンテンツの開拓に注力

福利厚生社宅の啓蒙活動

提携先企業と協力し、給与から生活固定費を天引きする体験を広める

※福利厚生社宅 …企業が社宅物件を借り上げ、従業員から家賃を回収するスキーム
 一定の要件を満たした場合、現金給付の家賃補助に比べて可処分所得が増加

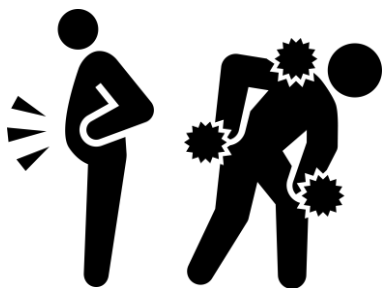
会社拡大
 利用促進

決済事業の
 収益化

ヘルステク
 サービスの拡大

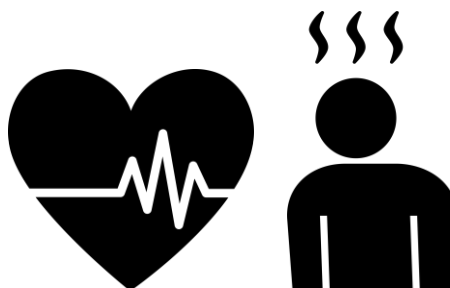
従来の従業員の健康管理に加え、感染症対策も健康経営の大きな柱に

生活習慣病の予防・改善



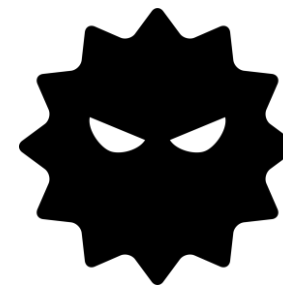
健診予約代行
特定保健指導

メンタルケア



ストレスチェック

感染症対策



ワクチン接種支援

企業の健康経営における課題を総合的に支援

健康経営を背景に健診受診率が向上し、人手不足を背景とした外注化が加速

<FY2022直前期>

7,520万人

就業人口6,700万人+40歳以上被扶養者820万人



※1

健診受診率65%

受診者4,800万人



※2 代行機関へのアウトソーシング市場
アウトソーサー活用率5.6% (275万人)
うち当社シェア24% (67万人)

<FY2025 (当社推計) >

7,520万人

就業人口6,700万人+40歳以上被扶養者820万人



健診受診率70%

受診者5,200万人

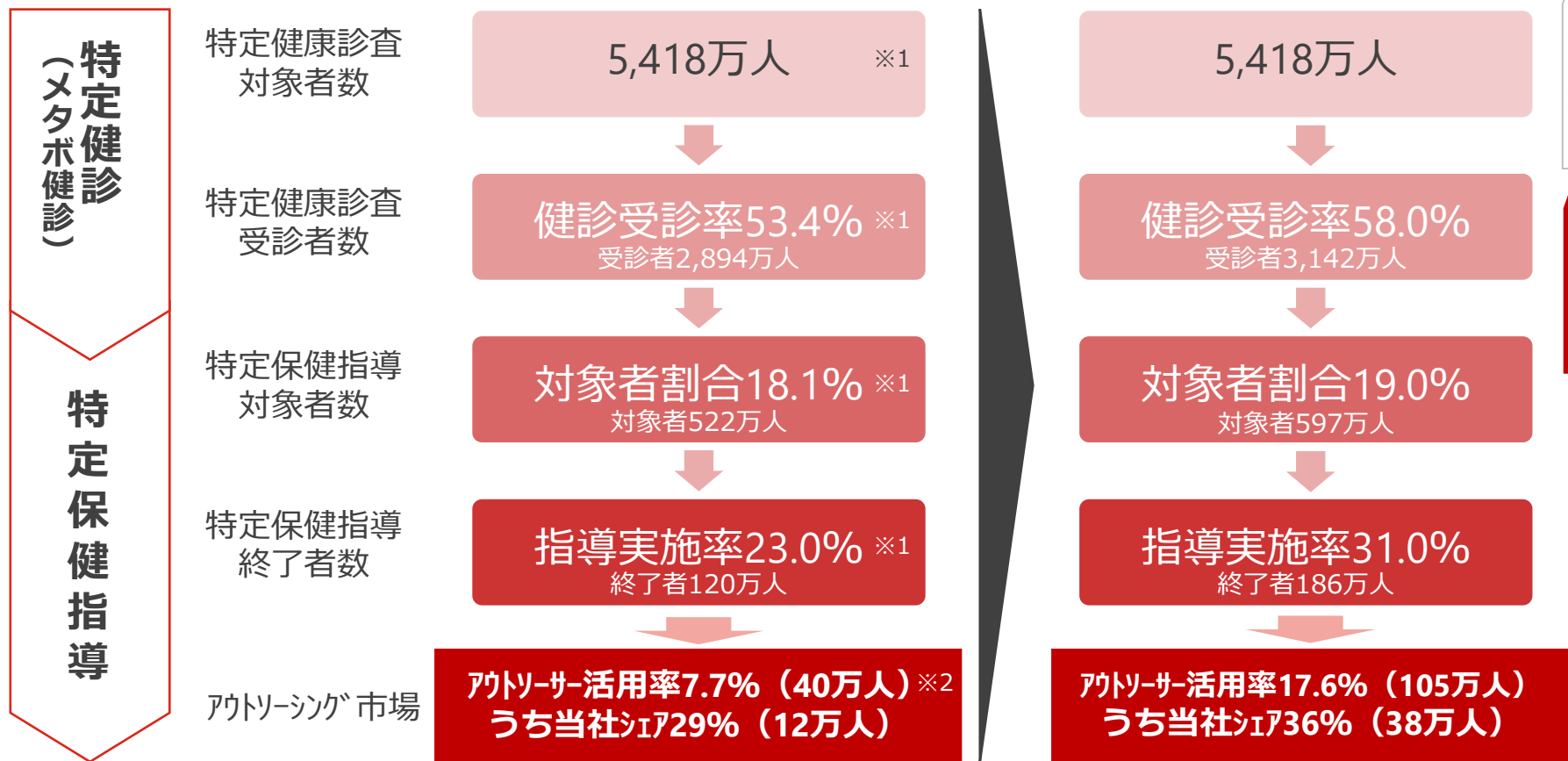


代行機関へのアウトソーシング市場
アウトソーサー活用率8.5% (447万人)
うち当社シェア34% (153万人)

(※1) 健診受診率は当社推計

(※2) 参考：株式会社富士経済「データヘルス計画・健康経営・PHR関連市場と先進健保動向 2021」を基に当社推計

成果重視制度への対応や実施率向上に向けて専門業者への外注加速



特定健診
(メタボ健診)

特定保健指導

会費拡大
利用促進

決済事業の
収益化

ヘルスケア
サービスの拡大

(※1) 出典：厚生労働省「2020年度 特定健康診査・特定保健指導の実施状況」

(※2) 市場規模は当社推計。アウトソーシング活用率とは特定保健指導対象者に占めるアウトソーサーを活用した保健指導終了者の割合を表す

強みを活かした攻略先の選択と集中で効果的・効率的な営業を推進

事業機会

第4期 特定健診・特定保健指導

FY2024～ 成果重視のアウトカム評価導入
実施率向上に向けた健診当日の保健指導拡大

コラボヘルス推進

データヘルス・健康経営推進に向けた
事業主と保険者の積極的な連携強化

当社の強み

業界トップシェアの
受託実績で培った
ノウハウ・ネットワーク

健診と保健指導の
ワンストップ
ソリューション

福利厚生の
顧客基盤を活かした
効率的な営業連携

ターゲット

事業主	大手企業	公務団体	中堅・中小企業	自営業者等	
保険者	単一健保	共済組合	総合健保	協会けんぽ	市町村国保
被保険者数	992万人	456万人	670万人	2,479万人	—

※出典:「我が国の医療保険について」(厚生労働省)、「『年齢階級別加入者数調査』(令和4年10月末現在)の結果(概要)」(健康保険組合連合会)

大手企業(単一健保)や公務団体(共済組合)への選択と集中

BtoEのネットワーク・コロナワクチン事業のノウハウを活かし、
インフルエンザワクチン接種支援を含む感染症対策サービスを提供

会費拡大
利用促進

決済事業の
収益化

ヘルスケア
サービスの拡大

福利厚生の一環として ワクチン接種の機会を職域で提供

感染症対策が健康経営の大きな柱に



インフルエンザワクチン接種を含む 感染症対策の支援サービスを提供

感染症対策がBCPの必須事項に

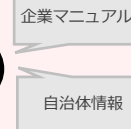
感染症対策のトータルサポート



ワクチン接種

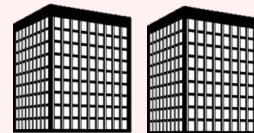


情報提供

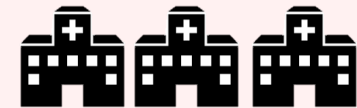


物品購入

インフルエンザワクチン接種



自社会場



個人接種

感染症対策サービスで、企業の健康経営・BCP対策を支援

健診・保健指導の取引拡大に加えて、利益率向上に取り組む

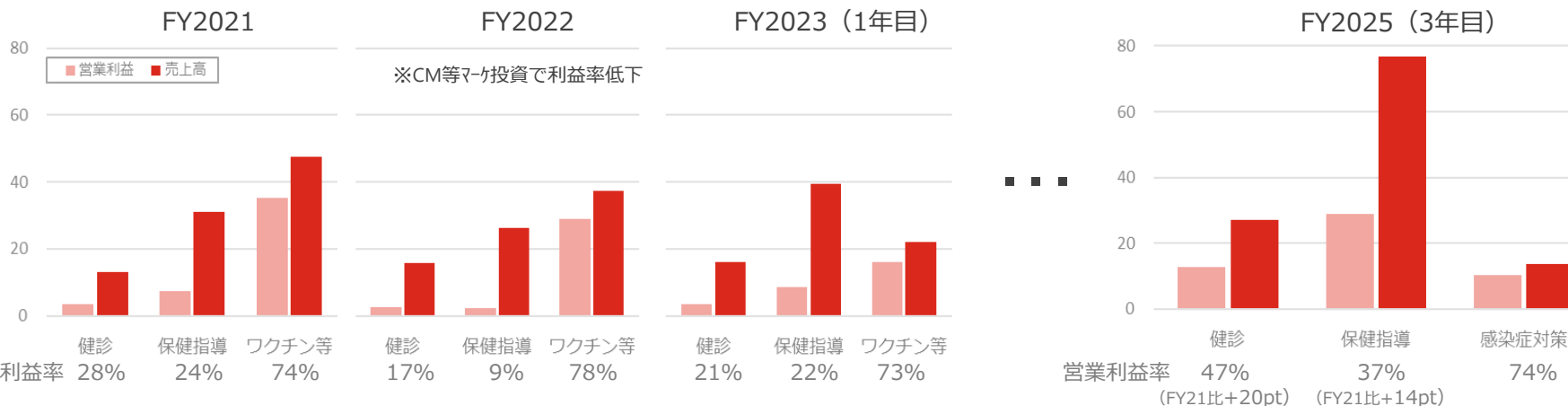
会費拡大
利用促進

決済事業の
収益化

ヘルスケア
カービスの拡大

事業別売上高・営業利益・営業利益率の変化

(単位：億円)



➤ 原価低減 (労務費、紙/配送費等の低減)

自動化 デジタル化	健診	<ul style="list-style-type: none"> 健診結果：紙 ⇒ デジタル化 予約受付：システム刷新、Web比率向上
	指導	<ul style="list-style-type: none"> 案内物や請求等：紙 ⇒ デジタル化 面談調整のオートマッチング化 対象者データ取込の自動化
標準化	健診結果の共通フォーマット化	
選択と集中	原価率の低い巡回健診の受注増加	

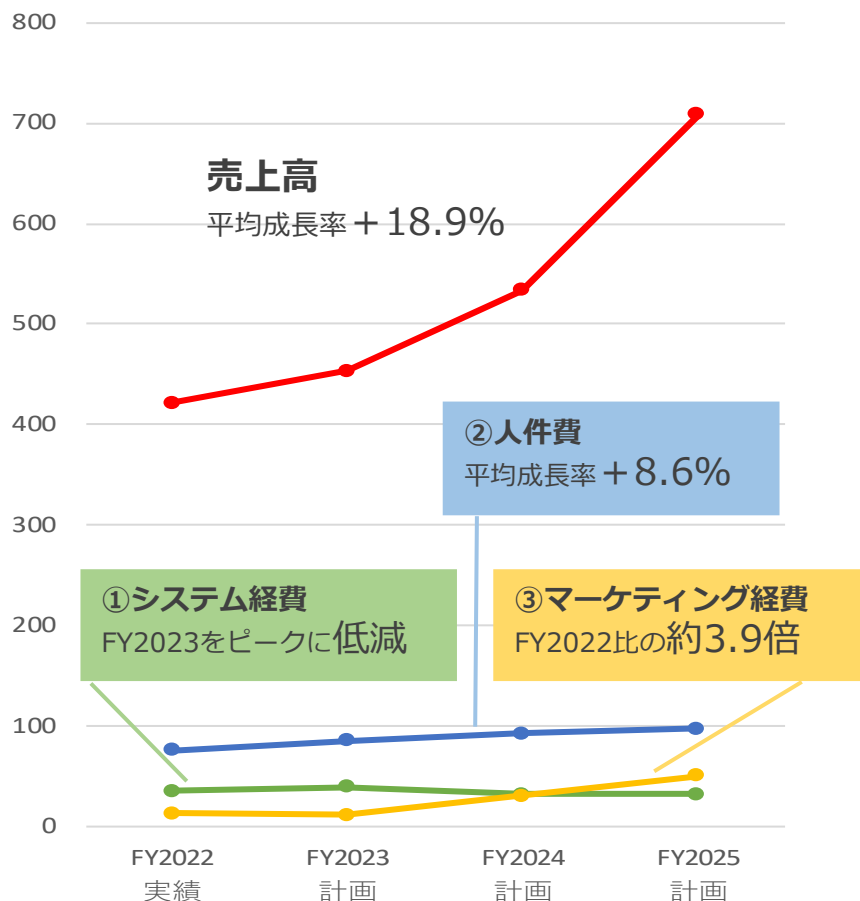
➤ 営業効率化

- 福利厚生との協業
- 単一健保・共済組合への集中営業
- 健診・保健指導の当日実施の拡大

効果的・効率的な経費コントロールで利益率向上目指す

(単位：億円)

売上高と主要経費の伸び



①システム経費

- 3年後にIT要員内製化8割目指す
- 開発/運用の内製化を進めることで経費抑制
- 社内へのノウハウ蓄積により開発・改善スピード向上を目指す

②人件費（人材投資）

- 継続的な待遇改善を実施
- 開発内製化に向けたエンジニア採用を強化
- 業務のデジタル化や外部化推進により、業容拡大に連動しない効率的な体制を構築

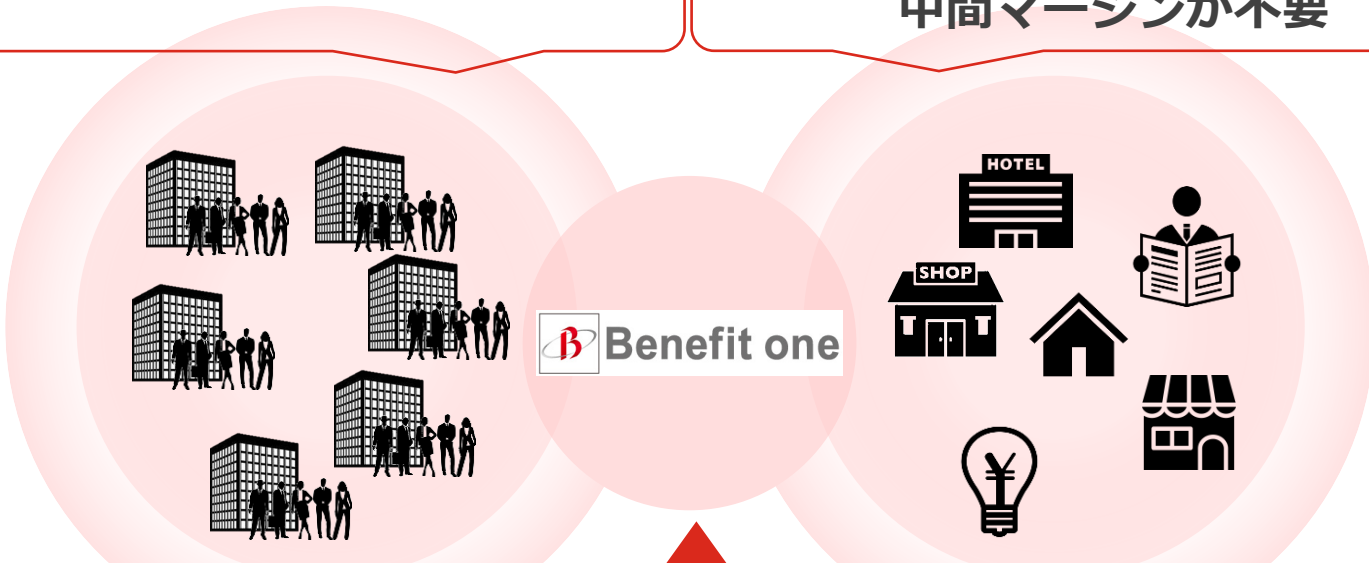
③マーケティング経費

- 認知度向上や会員拡大、決済事業の基盤づくりのための積極投資
- 投資対効果を検証しながら、より効果的・効率的なマーケティングを実施

職域に注目し、日本人全員が使う社会インフラを構築

市場最安値でのサービス提供

広告に関わる紙・配送、
中間マージンが不要



企業・従業員・サプライヤ とともにメリットのある流通網を構築

サステナビリティを巡る課題を事業活動へ融合

当社の事業活動	密接な関係	ESG観点での貢献
<p>新たなサービスインフラの構築</p>		<p>E 中間工程を省くことによる、紙・配送や資源の極小化 インターネットマッチングによるデッドストックや機会ロス解消</p> <p>S 商品の付加価値そのままの価格でサービスを提供 適切な評価に基づく比較検討が可能</p>
<p>福利厚生サービス</p>		<p>S 会社施策として、従業員のウェルビーイング向上を支援</p> <p>G 性別・年齢・働き方やライフステージ、会社規模・地域に関わらず、多様なニーズに合わせて等しく利用可能</p>
<p>ヘルスケアサービス</p>		<p>S 社員の健康・安全をサポートし健康寿命を増進 ウェルビーイング向上・創出する付加価値の最大化</p> <p>G 感染症対策による事業継続性の確保</p>

事業拡大のため積極的に人材へ投資し、さらなる社会価値を創造

<p>自社サービスの活用</p> <p>教育、余暇充実、健康増進等の多様な従業員ニーズに合わせた自社サービスを活用し優秀な人材を確保</p>	<p>地方拠点の拡充</p> <p>地方拠点を拡充し多様な働き方に対応 地方での雇用創出にも貢献</p>	<p>外部ネットワーク活用</p> <p>社員やOB/OG、取引先や会員のネットワークを積極的に活用</p>	<p>専門人材の体制強化</p> <p>競争優位性の確保のため エンジニア等の専門人材を積極採用</p>
---	---	---	---

人と企業を繋ぐ 新たな価値の創造を目指し
サービスの流通創造を通して人々の心豊かな生活と社会の発展に貢献する

インフレ

人的資本経営

コロナ収束
ニューノーマル

同一労働同一賃金

人手不足・
優秀人材確保

ESG経営

答えは、
「ベネワン」。

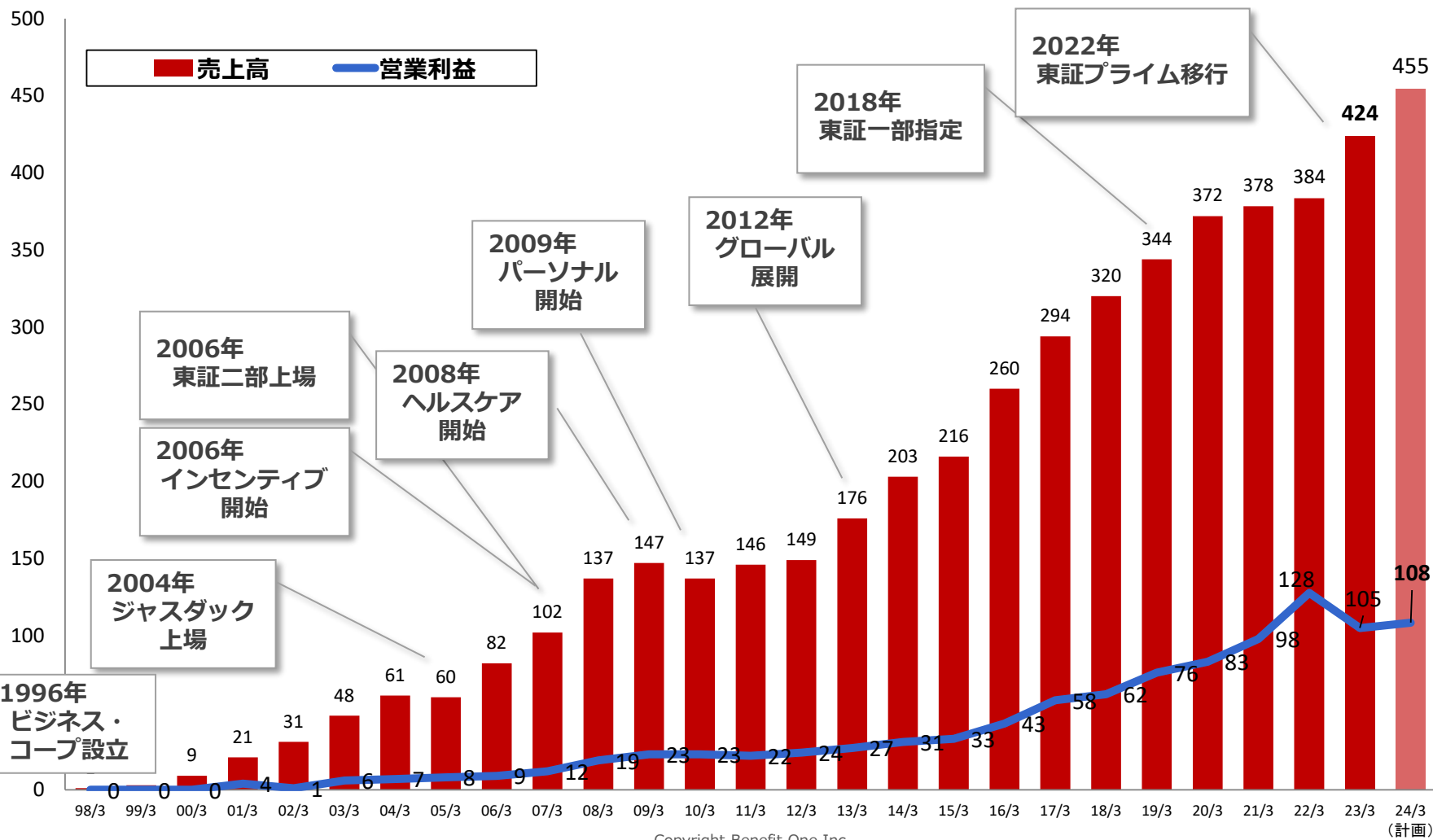
社会保険料負担増
税金負担増

1. 決算概要および業績予想

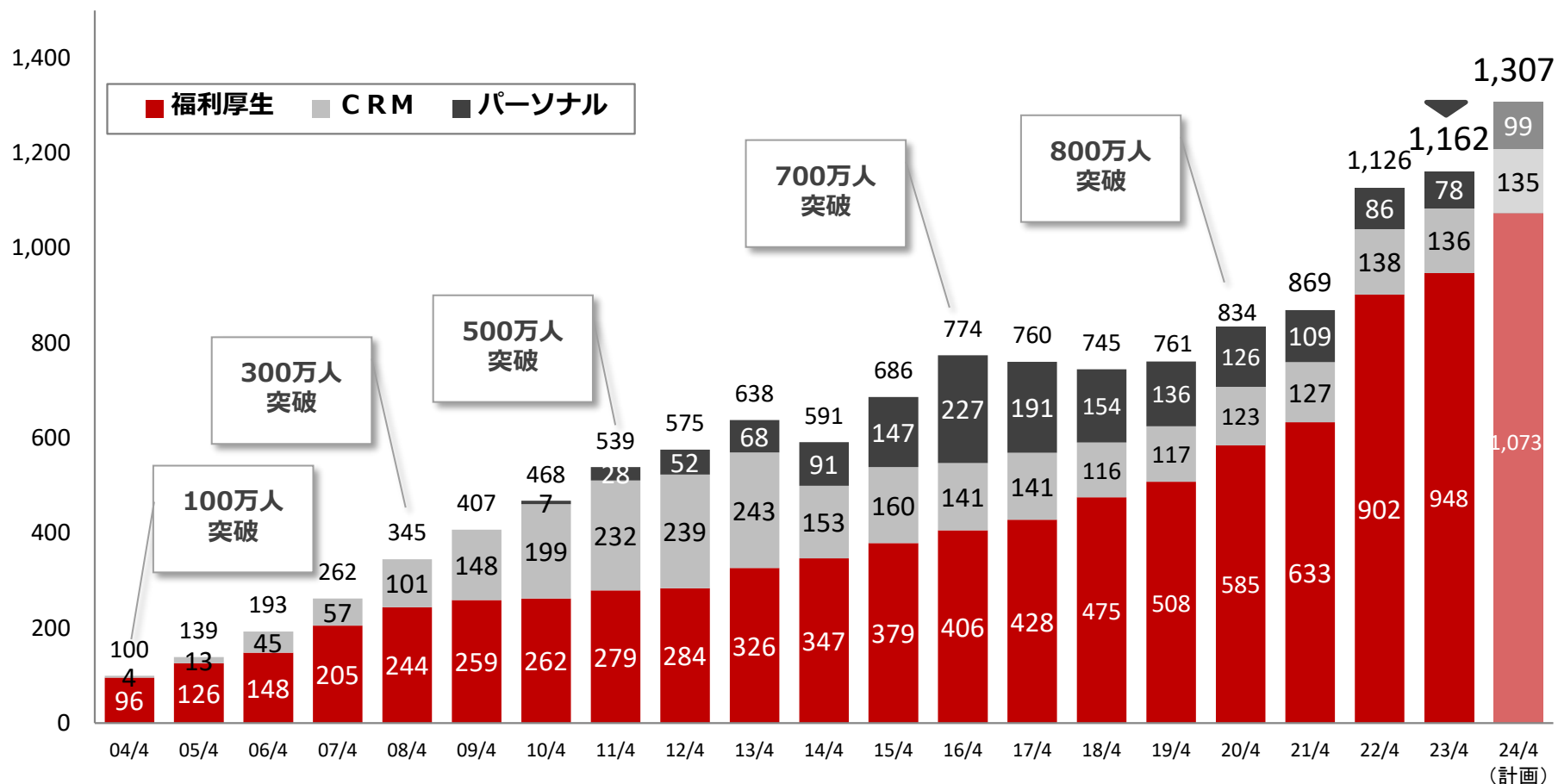
2. 新・中期経営計画および今後の成長戦略

3. DATABOOK

売上455億円 営業利益108億円を目指す



2024年4月の総会員数は1,300万人超を目指す

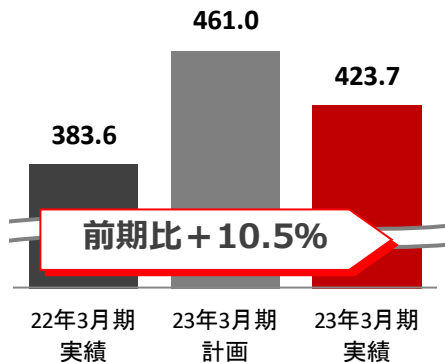


※23/4のCRM・パーソナル会員は見込値

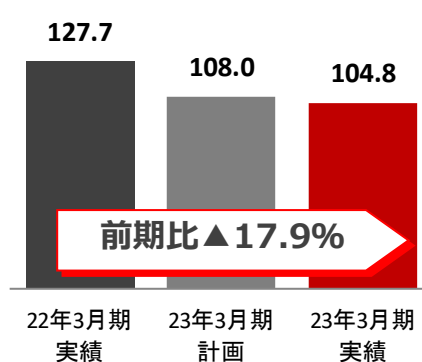
先行投資こなし、経常利益105億円で着地

(単位：億円)

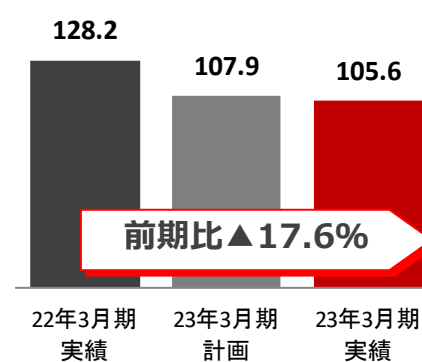
売上高



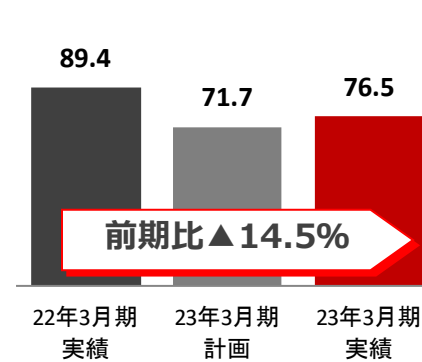
営業利益



経常利益



親会社株主に帰属する当期純利益



	22年3月期実績		23年3月期計画		23年3月期実績		前期比増減		計画比増減	
	(単位：百万円)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
売上高	38,362	(100.0)	46,100	(100.0)	42,376	(100.0)	+4,013	+10.5%	▲3,723	▲8.1%
営業利益	12,770	(33.3)	10,800	(23.4)	10,484	(24.7)	▲2,285	▲17.9%	▲315	▲2.9%
経常利益	12,826	(33.4)	10,790	(23.4)	10,565	(24.9)	▲2,260	▲17.6%	▲224	▲2.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	8,949	(23.3)	7,170	(15.6)	7,655	(18.1)	▲1,294	▲14.5%	+485	+6.8%

サービス利用回復・会員数拡大に伴う補助金支出増や
旧JTBベネフィット並行運用コスト発生で前期比+0.9ポイント

(単位：百万円)		22年3月期 実績	23年3月期 計画	23年3月期 実績	前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)
売上高		38,362	46,100	42,376	+4,013	+10.5%	▲3,723	▲8.1%
売上原価		17,633	23,520	19,876	+2,242	+12.7%	▲3,643	▲15.5%
仕 入 原 価	補助金等 (福利厚生+パーソナル+CRM)	4,840	8,230	6,798	+1,958	+40.5%	▲1,432	▲17.4%
	ガイドブック (福利厚生+パーソナル+CRM)	150	120	137	▲13	▲8.4%	+18	+14.7%
	インセンティブ	2,481	3,121	2,125	▲356	▲14.3%	▲996	▲31.9%
	その他 (福利厚生・海外等の売上連動原価)	2,285	3,368	3,021	+736	+32.2%	▲347	▲10.3%
製 造 原 価	労務費	3,425	4,042	3,577	+151	+4.4%	▲465	▲11.5%
	うち、保健指導委託費	463	749	402	▲61	▲13.2%	▲347	▲46.4%
	製造経費	4,452	4,640	4,218	▲234	▲5.3%	▲422	▲9.1%
	うち、ヘルスケア	2,412	1,626	1,764	▲649	▲26.9%	+138	+8.5%
売上原価率		46.0%	51.0%	46.9%	+0.9pt	—	▲4.1pt	—

マーケティングやITの先行投資、のれん償却費等により前期比+7.6ポイント

(単位：百万円)	22年3月期 実績	23年3月期 計画	23年3月期 実績	前期比 増減	(%)	計画比 増減	(%)
売上高	38,362	46,100	42,376	+4,013	+10.5%	▲3,723	▲8.1%
販管費	7,958	11,780	12,015	+4,056	+51.0%	+235	+2.0%
人件費	3,728	4,818	4,397	+668	+17.9%	▲420	▲8.7%
一般経費	4,230	6,962	7,618	+3,387	+80.1%	+656	+9.4%
販管費率	20.7%	25.6%	28.4%	+7.6pt	—	+2.8pt	—

ワクチン接種支援事業が想定を上回った一方で、
保健指導事業では新規受注及び指導実施の進捗が想定を下回る結果

(単位：百万円)	23年3月期 計画 (%)	23年3月期 実績 (%)	計画比 増減 (%)
売上高	46,100 (100.0)	42,376 (100.0)	▲3,723 ▲8.1%
売上原価	23,520 (51.0)	19,876 (46.9)	▲3,643 ▲15.5%
売上総利益	22,580 (49.0)	22,499 (53.1)	▲80 ▲0.4%
販管費	11,780 (25.6)	12,015 (28.4)	+235 +2.0%
営業利益	10,800 (23.4)	10,484 (24.7)	▲315 ▲2.9%
経常利益	10,790 (23.4)	10,565 (24.9)	▲224 ▲2.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,170 (15.6)	7,655 (18.1)	+485 +6.8%

売上高

- 福利厚生+パーソナル+CRM
会員数未達に伴う会費収入減
- ヘルスケア
保健指導等の実施遅れ
- インセンティブ・海外
ポイント交換の減少

売上原価

- 福利厚生+パーソナル+CRM
利用回復遅れに伴う補助金支出減
- インセンティブ・海外
ポイント交換に伴う仕入れの減少

販管費

- ・ エンジニア・営業等の採用遅れ
- ・ システムリプレイス等によるIT経費増
- ・ サービス統合の一部前倒しによる償却増

		2022年3月期	2023年3月期	増減
総資産	百万円	58,047	53,981	▲4,065
流動資産	百万円	32,148	27,407	▲4,741
固定資産	百万円	25,898	26,574	+676
負債合計	百万円	33,134	29,148	▲3,985
流動負債	百万円	21,357	18,592	▲2,765
固定負債	百万円	11,776	10,556	▲1,219
純資産	百万円	24,912	24,832	▲79
自己資本比率	%	42.9	46.0	▲12pt

- ・ 現預金 : ▲7,976
- ・ 売掛金 : +1,369
- ・ 未収入金 : +1,222

- ・ ソフトウェア : +2,043
- ・ 投資有価証券 : ▲750

- ・ 買掛金 : ▲1,427
- ・ 未払法人税等 : ▲964

- ・ 長期借入金 : ▲1,000

- ・ 親会社株主に帰属する
当期純利益 : +7,655
- ・ 配当金の支払 : ▲5,742
- ・ 自己株式取得 : ▲1,499

		2022年3月期	2023年3月期	増減
営業利益率	%	33.3	24.7	▲8.6pt
経常利益率	%	33.4	24.9	▲8.5pt
親会社株主に帰属する当期純利益率	%	23.3	18.1	▲5.2pt
一株当たり純利益	円	56.24	48.29	▲7.95

(単位：百万円)	2022年3月期	2023年3月期	増減
営業活動によるCF	10,080	3,168	▲6,912
投資活動によるCF	▲14,247	▲2,844	+11,403
財務活動によるCF	4,544	▲8,338	▲12,882
現金及び現金同等物の期末残高	17,983	10,008	▲7,974

資金増加

- ・税金等調整前当期純利益 11,290
- ・減価償却費 1,291
- ・のれん・顧客関係資産償却 678

資金減少

- ・売上債権・契約資産の増加 1,349
- ・仕入債務の減少 1,428
- ・未収入金の増加 1,206
- ・法人税等の支払 4,661

資金増加

- ・投資有価証券の売却 997

資金減少

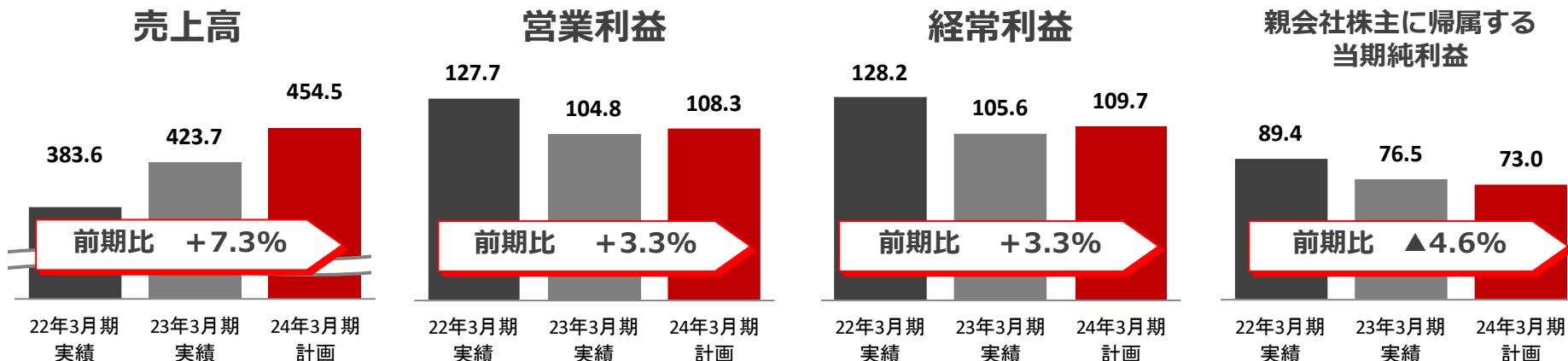
- ・有形・無形固定資産の取得 3,667

資金減少

- ・配当金の支払 5,741
- ・自己株式の取得 1,506
- ・長期借入金の返済 1,000

環境改善・成長回帰で積極投資を継続
売上高7.3%増収、営業利益3.3%増益を想定

(単位：億円)



(単位：百万円)	22年3月期実績	(%)	23年3月期実績	(%)	24年3月期計画	(%)	22/3→23/3増減	(%)	23/3→24/3増減	(%)
売上高	38,362	(100.0)	42,376	(100.0)	45,450	(100.0)	+4,013	+10.5%	+3,073	+7.3%
営業利益	12,770	(33.3)	10,484	(24.7)	10,830	(23.8)	▲2,285	▲17.9%	+345	+3.3%
経常利益	12,826	(33.4)	10,565	(24.9)	10,970	(24.1)	▲2,260	▲17.6%	+404	+3.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	8,949	(23.3)	7,655	(18.1)	7,300	(16.1)	▲1,294	▲14.5%	▲355	▲4.6%

中長期成長加速のための基盤となるシステム投資を継続

■ ソフトウェア及び有形固定資産投資計画

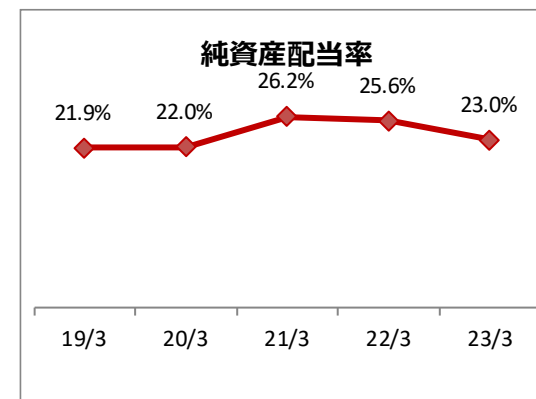
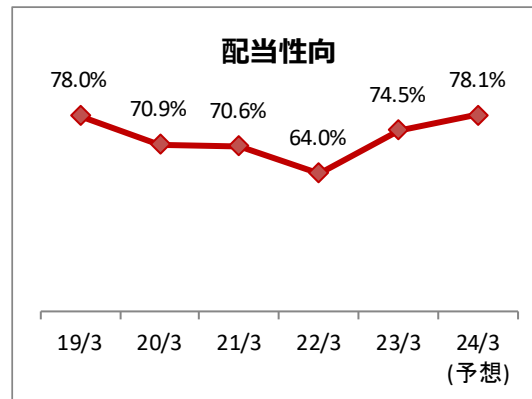
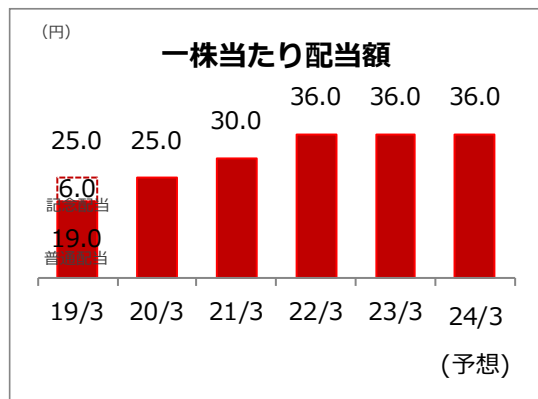
(単位：百万円)	22年3月期 実績	23年3月期 実績	24年3月期 計画	22/3→23/3 増減	(%)	23/3→24/3 増減	(%)
ベネフィット・ワン	3,287	3,438	1,615	+151	+4.6%	▲1,823	▲53.0%
無形固定資産（ソフトウェア・無形リース資産）	3,248	3,135	1,615	▲113	▲3.5%	▲1,520	▲48.5%
有形固定資産（有形リース資産含む）	39	302	0	+263	+674.4%	▲302	▲100.0%
子会社他	95	175	142	+80	+84.2%	▲33	▲18.9%
無形固定資産（ソフトウェア・無形リース資産）	88	164	142	+76	+86.4%	▲22	▲13.4%
有形固定資産（有形リース資産含む）	7	11	0	+4	+57.1%	▲11	▲100.0%
合計	3,382	3,588	1,758	+206	+6.1%	▲1,830	▲51.0%
無形固定資産（ソフトウェア・無形リース資産）	3,336	3,274	1,758	▲62	▲1.9%	▲1,516	▲46.3%
有形固定資産（有形リース資産含む）	46	314	0	+268	+582.6%	▲314	▲100.0%

* 長期前払費用の設備投資を含む

経営成績および財務状況の推移

損益計算書		19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期	
		連結	連結	連結	連結	連結	上期計画	通期計画
売上高	(百万円)	34,461	37,271	37,841	38,362	42,376	19,520	45,450
前年比	(%)	+7.4%	+8.2%	+1.5%	+2.9%	+10.5%	▲3.5%	+7.3%
売上総利益	(百万円)	13,767	14,802	16,422	20,728	22,499	9,360	23,090
前年比	(%)	+9.4%	+7.5%	+10.9%	+40.0%	+8.5%	▲12.9%	+2.6%
売上総利益率	(%)	39.9%	39.7%	43.4%	54.0%	53.1%	48.0%	50.8%
営業利益	(百万円)	7,641	8,394	9,774	12,770	10,484	3,160	10,830
前年比	(%)	+23.0%	+9.9%	+16.4%	+52.1%	▲17.9%	▲34.6%	+3.3%
営業利益率	(%)	22.2%	22.5%	25.8%	33.3%	24.7%	16.2%	23.8%
経常利益	(百万円)	7,707	8,462	9,858	12,826	10,565	3,280	10,970
前年比	(%)	+23.1%	+9.8%	+16.5%	+51.6%	▲17.6%	▲33.2%	+3.8%
経常利益率	(%)	22.4%	22.7%	26.1%	33.4%	24.9%	16.8%	24.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	5,176	5,641	6,766	8,949	7,655	2,170	7,300
前年比	(%)	+23.5%	+9.0%	+19.9%	+58.6%	▲14.5%	▲42.1%	▲4.6%
当期純利益率	(%)	15.0%	15.1%	17.9%	23.3%	18.1%	11.1%	16.1%
貸借対照表								
総資産	(百万円)	34,774	29,926	36,171	58,047	53,981	-	-
流動資産	(百万円)	28,036	23,469	28,696	32,148	27,407	-	-
純資産	(百万円)	19,882	16,567	19,865	24,912	24,832	-	-
キャッシュフロー計算書								
営業活動によるCF	(百万円)	5,628	5,476	9,862	10,080	3,168	-	-
投資活動によるCF	(百万円)	▲ 844	▲ 748	▲ 1,175	▲ 14,247	▲ 2,844	-	-
財務活動によるCF	(百万円)	▲ 2,387	▲ 9,077	▲ 4,110	4,544	▲ 8,338	-	-
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	17,328	12,962	17,554	17,983	10,008	-	-

年間の純資産配当率 10%以上、配当性向 70%以上を目標



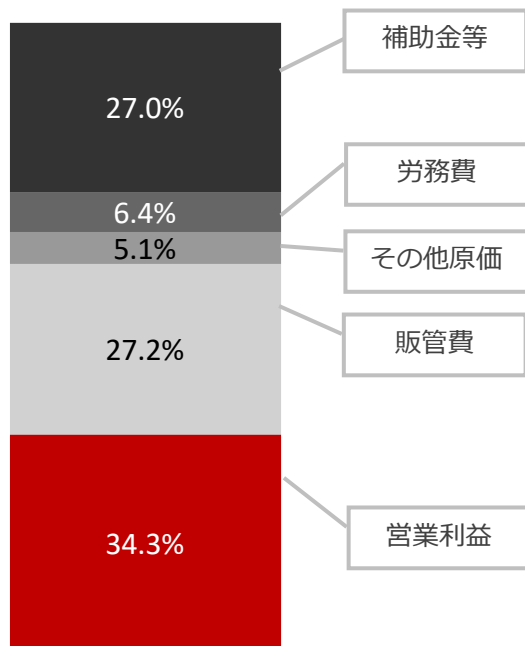
経営指標		19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期
		連結	連結	連結	連結	連結	連結
自己資本比率	(%)	57.1%	55.4%	54.9%	42.9%	46.0%	1株当たり 36.0円の 配当を予定
総資産経常利益率 (ROA)	(%)	23.7%	26.2%	29.8%	27.2%	18.9%	
自己資本当期純利益率 (ROE)	(%)	28.0%	31.0%	37.1%	40.0%	30.8%	
一株当たり純利益 (EPS)	(円)	32.05	35.24	42.52	56.24	48.29	
一株当たり純資産 (BPS)	(円)	123.03	104.10	124.84	156.54	156.77	
一株当たり配当額 (DPS)	(円)	25.00	25.00	30.00	36.00	36.00	
配当性向	(%)	78.0%	70.9%	70.6%	64.0%	74.5%	
純資産配当率 (DOE)	(%)	21.9%	22.0%	26.2%	25.6%	23.0%	

※ 2019年3月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施
 ※ 上記は当該株式分割を考慮し遡及修正を行った金額を記載

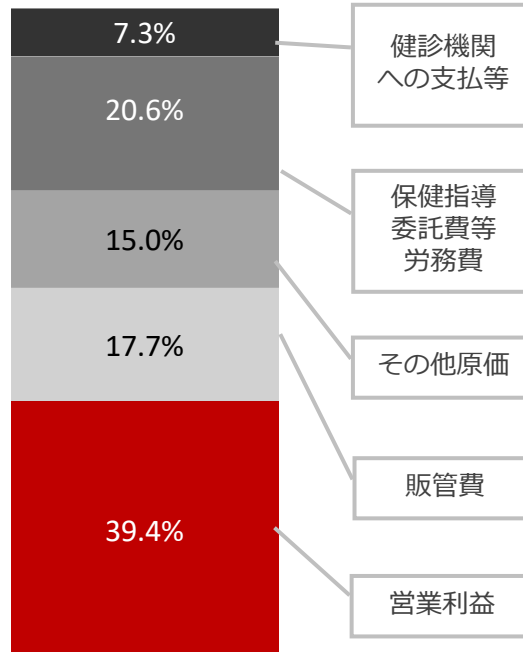
#	事業名	事業内容
1	福利厚生事業	企業の従業員に向けた福利厚生として、宿泊やライフサービス等豊富なラインナップを用意（『ベネフィット・ステーション』）。企業から従業員数に応じた会費を頂き、割引サービスメニューを提供。
2	パーソナル事業	主に協業企業の顧客に向けて『ベネフィット・ステーション』を提供。企業ごとにアレンジも可能で企業独自商品と組み合わせること等により企業側に新たな収益機会を提供。企業の顧客（個人）から会費を頂き、協業企業とレベニューシェア。
3	CRM事業	クライアントの顧客に向けた顧客満足度向上・ロイヤリティアップ支援。
4	ヘルスケア事業	健保・事業主から業務委託料を頂き、健診サービスや特定保健指導、健康ポイント等の疾病予防サービスのワンストップ提供やワクチン接種支援を実施。被保険者・従業員の健康増進を通じ、医療費適正化や生産性向上を支援。
5	インセンティブ事業	企業のロイヤリティ・モチベーション向上施策支援として、報奨ポイントの発行・管理運営・ポイント交換アイテムを提供。 対象者がポイントでアイテムを購入する際にポイント代金を売上計上し、アイテム代金を原価に計上。
6	購買・精算代行事業	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。（旧コストダウン事業） 経費削減、業務効率化、コンプライアンス強化を目的とした出張支援。（旧BTM事業）
7	ペイメント事業	従来サービス提供企業が他の決済事業者を支払ってきた決済手数料部分を新たなマネタイズポイントに。サービス提供企業から代理店への手数料相当額を会員へ還元することで生活固定費を中心としたサービスを最安値で提供。
8	海外事業	主としてインセンティブ事業を展開。

事業概要補足（主要事業の収益構造）

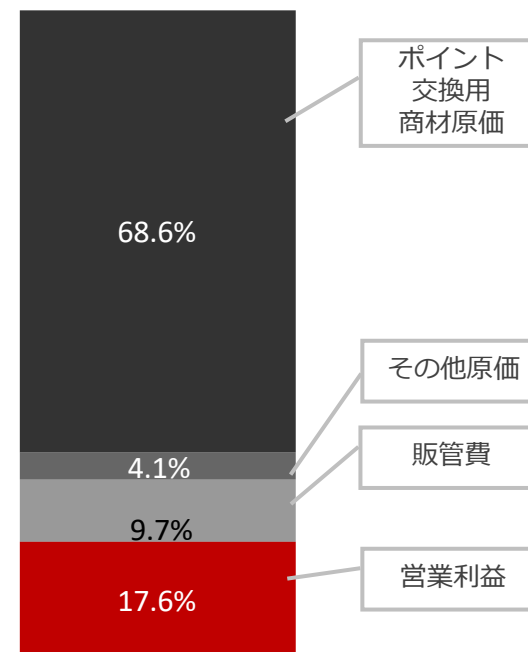
福利厚生+パーソナル+CRM



ヘルスケア



インセンティブ



※グラフ内の数値は売上高比率を表す

23年3月期 実績	金額 (百万円)	構成比 (%)
売上高	25,205	100.0%
売上原価	9,695	38.5%
売上総利益	15,510	61.5%
販管費	6,858	27.2%
営業利益	8,652	34.3%

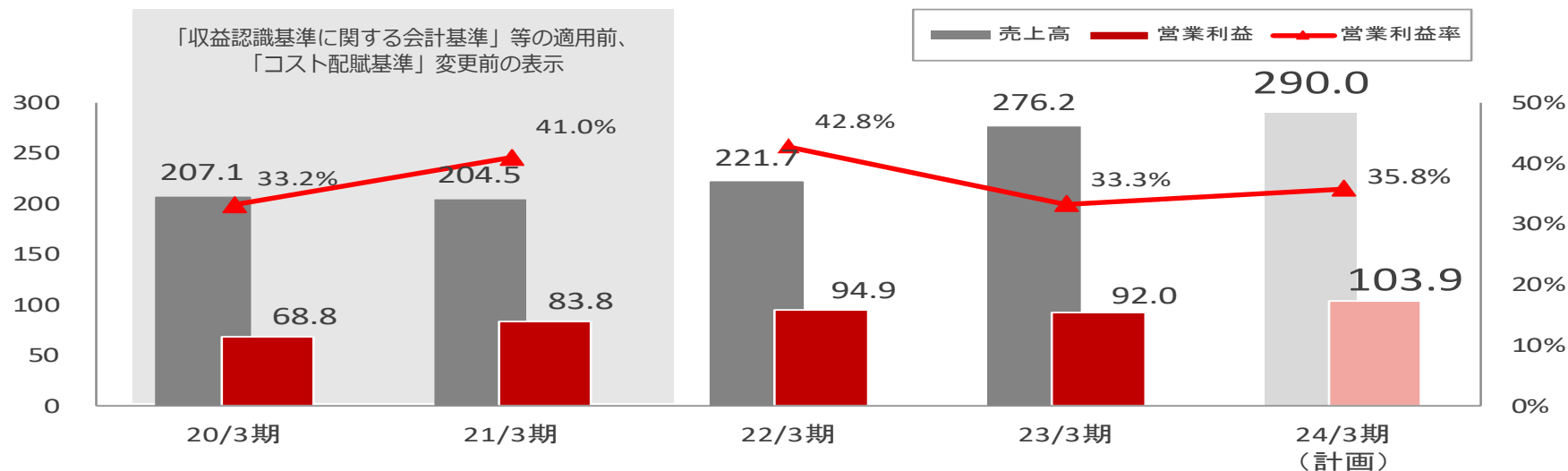
23年3月期 実績	金額 (百万円)	構成比 (%)
売上高	8,192	100.0%
売上原価	3,516	42.9%
売上総利益	4,676	57.1%
販管費	1,447	17.7%
営業利益	3,229	39.4%

23年3月期 実績	金額 (百万円)	構成比 (%)
売上高	3,098	100.0%
売上原価	2,253	72.7%
売上総利益	845	27.3%
販管費	301	9.7%
営業利益	544	17.6%

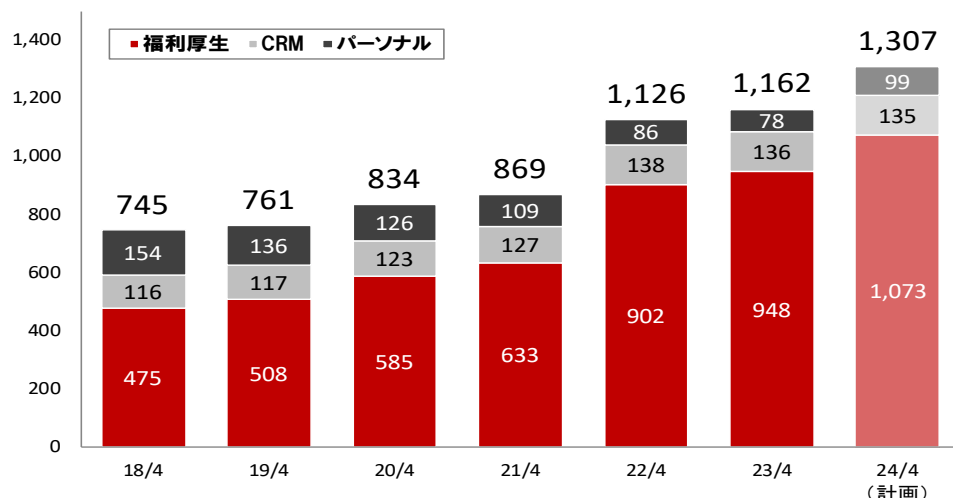
業績およびKPIの推移 (福利厚生+パーソナル+CRM)

* 2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」等を適用し、「コスト配賦基準」を変更しております。

■ 業績の推移 (単位: 億円)



■ 総会員数の推移 (単位: 万人)



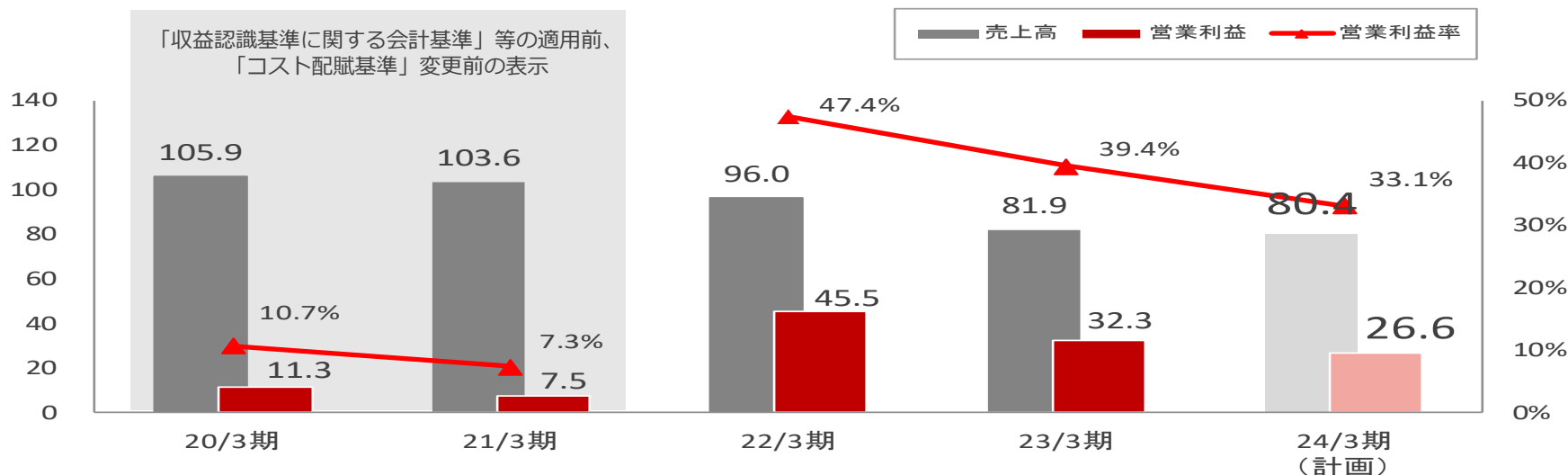
■ 福利厚生会員数の推移 (単位: 万人)



業績およびKPIの推移 (ヘルスケア)

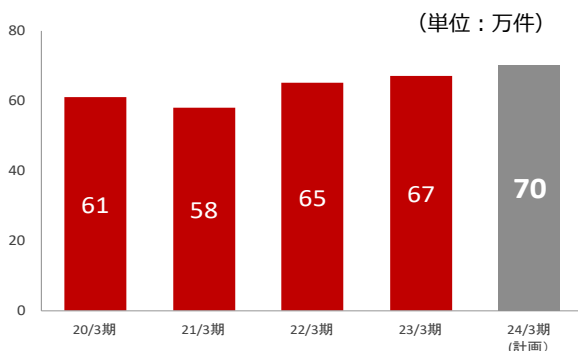
* 2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」等を適用し、「コスト配賦基準」を変更しております。

■ 業績の推移 (単位：億円)



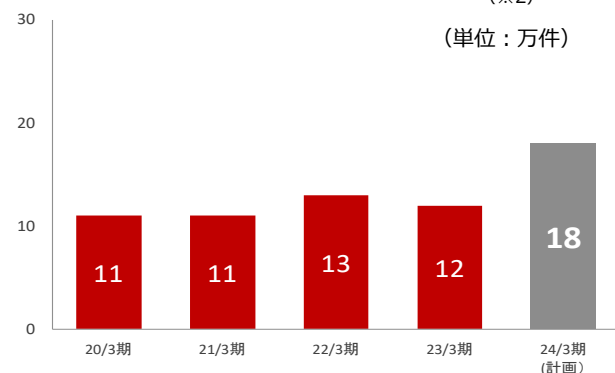
■ 健診：受診件数

(※1)



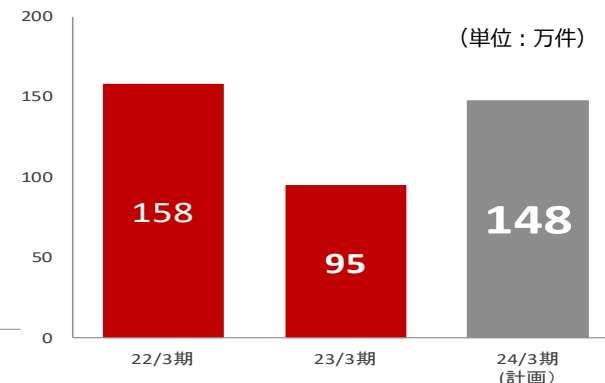
■ 特定保健指導：初回面談件数

(※2)



■ ワクチン接種回数

(単位：万件)



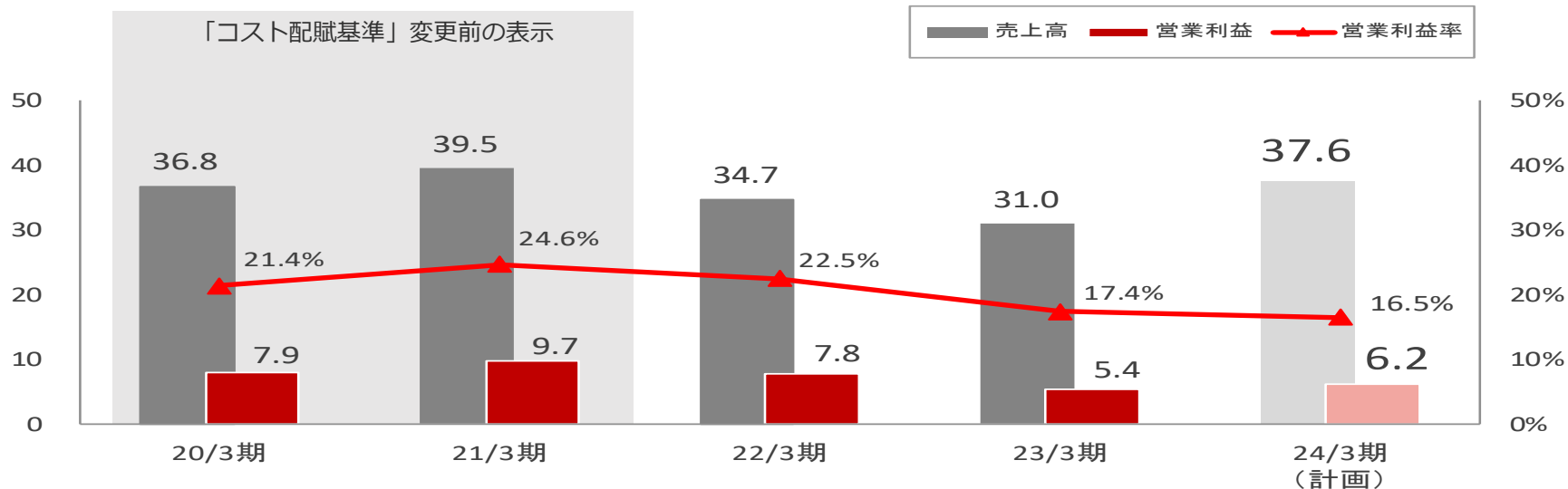
(※1) 健診受診件数とは、健診受診にあたって当社が予約手配を行った件数を表します。集計日以降、健診機関より報告がありました受診数は含まれておりません。健診機関からの追加報告により過年度の受診数が変更になる場合がございます。

(※2) 特定保健指導では、特定健診の結果に基づき、生活習慣病の発症リスクが高く生活習慣の改善による生活習慣病の予防効果が多く期待できる方に対して、専門スタッフが生活習慣を見直すためのサポートを行います。初回面談とは同サポートにあたっての指導対象者と専門スタッフの初回の面談を表します。

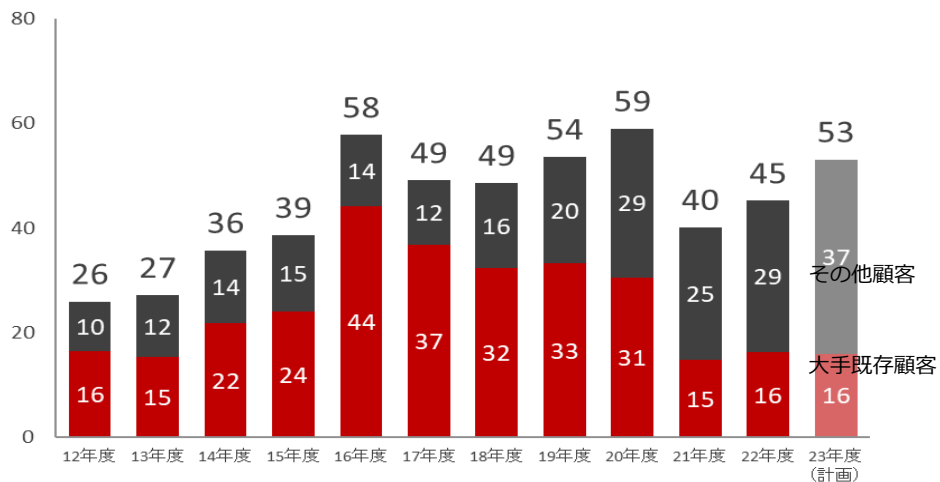
業績およびKPIの推移 (インセンティブ)

* 2022年3月期より「コスト配賦基準」を変更しております。

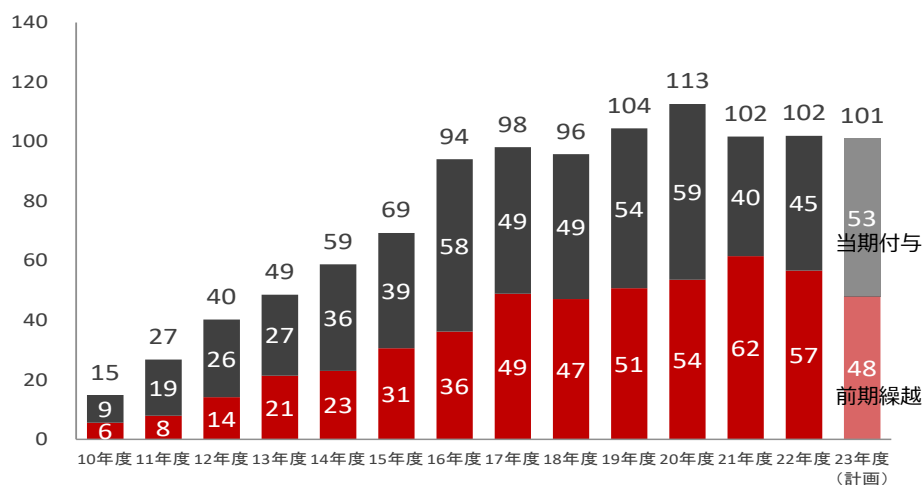
■ 業績の推移 (単位: 億円)



■ 付与ポイントの推移 (単位: 億円)



■ 付与ポイント累計額の推移 (単位: 億円)



事業別売上高の推移

	単位	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期	
		連結	連結	連結	連結	連結	上期計画	通期計画
売上高	(百万円)	34,461	37,271	37,841	38,362	42,376	19,520	45,450
前年比	(%)	+7.4%	+8.2%	+1.5%	+1.4%	+10.5%	▲3.5%	+7.3%
福利厚生事業	(百万円)	16,473	17,711	17,932	19,796	25,205	12,935	26,531
前年比	(%)	+10.4%	+7.5%	+1.2%	+10.4%	+27.3%	+6.1%	+5.3%
パーソナル事業	(百万円)	2,926	2,514	2,056	1,891	1,757	815	1,799
前年比	(%)	▲18.8%	▲14.1%	▲18.2%	▲8.0%	▲7.1%	▲10.4%	+2.4%
CRM事業	(百万円)	489	489	471	489	654	329	670
前年比	(%)	▲12.6%	+0.2%	▲3.7%	+3.7%	+33.8%	+9.9%	+2.5%
ヘルスケア事業	(百万円)	9,411	10,598	10,367	9,610	8,192	2,349	8,035
前年比	(%)	+31.8%	+12.6%	▲2.2%	▲7.3%	▲14.8%	▲40.4%	▲1.9%
インセンティブ事業	(百万円)	3,478	3,681	3,957	3,473	3,098	1,375	3,755
前年比	(%)	▲17.7%	+5.8%	+7.5%	▲12.2%	▲10.8%	▲11.6%	+21.2%
購買・精算代行事業	(百万円)	700	751	695	641	677	315	752
前年比	(%)	+12.6%	+7.3%	▲7.5%	▲7.7%	+5.6%	+4.4%	+11.1%
ペイメント事業	(百万円)	-	14	18	17	21	6	33
前年比	(%)	-	-	+30.5%	▲1.1%	+20.7%	+16.7%	+56.0%
海外事業	(百万円)	344	856	1,424	1,474	1,897	1,043	2,889
前年比	(%)	+72.5%	+148.6%	+66.4%	+3.5%	+28.7%	+42.3%	+52.2%
その他	(百万円)	640	658	922	970	875	353	986
前年比	(%)	-	-	-	-	-	-	-

* 2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」等を適用し売上高の計上方法を変更しております。

事業別営業利益の推移

	単位	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期	
		連結	連結	連結	連結	連結	上期計画	通期計画
営業利益	(百万円)	6,212	7,641	9,774	12,770	10,484	3,160	10,830
前年比	(%)	+6.2%	+23.0%	+27.9%	+30.7%	▲17.9%	▲34.6%	+3.3%
福利厚生・パーソナル・CRM	(百万円)	6,790	6,879	8,389	9,484	9,203	4,590	10,387
前年比	(%)	+24.2%	+1.3%	+22.0%	+13.1%	▲3.0%	+9.7%	+12.9%
ヘルスケア事業	(百万円)	666	1,131	755	4,557	3,229	16	2,657
前年比	(%)	+46.8%	+69.8%	▲33.2%	+503.3%	▲29.1%	▲99.1%	▲17.7%
インセンティブ事業	(百万円)	621	789	975	781	544	223	624
前年比	(%)	▲16.6%	+27.1%	+23.6%	▲19.9%	▲30.3%	▲22.4%	+14.7%
購買・精算代行事業	(百万円)	39	110	73	96	194	58	230
前年比	(%)	+10.1%	+179.4%	▲33.5%	+31.7%	+102.4%	▲5.5%	+18.6%
ペイメント事業	(百万円)	-	2	17	▲61	▲57	▲236	▲257
前年比	(%)	-	-	+864.7%	-	-	-	-
海外事業	(百万円)	▲298	▲233	▲104	▲170	▲342	▲112	▲156
前年比	(%)	-	-	-	-	-	-	-
その他	(百万円)	▲1,606	▲1,037	▲331	▲1,916	▲2,287	▲1,379	▲2,655
前年比	(%)	-	-	-	-	-	-	-

* 2022年3月期より、全社共通費に関する費用の配賦方法を変更しており、従来「福利厚生・パーソナル・CRM」に含まれていた当該費用を「その他」へ含めて集計しております。
また、システム共通基盤に関する費用の配賦方法を変更しており、従来「その他」に含まれていた当該費用を各事業へ配賦しております。

「サービスの流通創造」

■ IR担当窓口 経営企画室

TEL : 03-6830-5141 Mail : ir_inquiry@benefit-one.co.jp

URL : <https://corp.benefit-one.co.jp/>

本資料は、2023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、2023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。