

2020年3月期 決算説明会

株式会社ベネフィット・ワン
東証一部（2412）

2020年5月14日

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

1. 決算概要および業績予想

2. 今後の成長戦略

1. 決算概要および業績予想

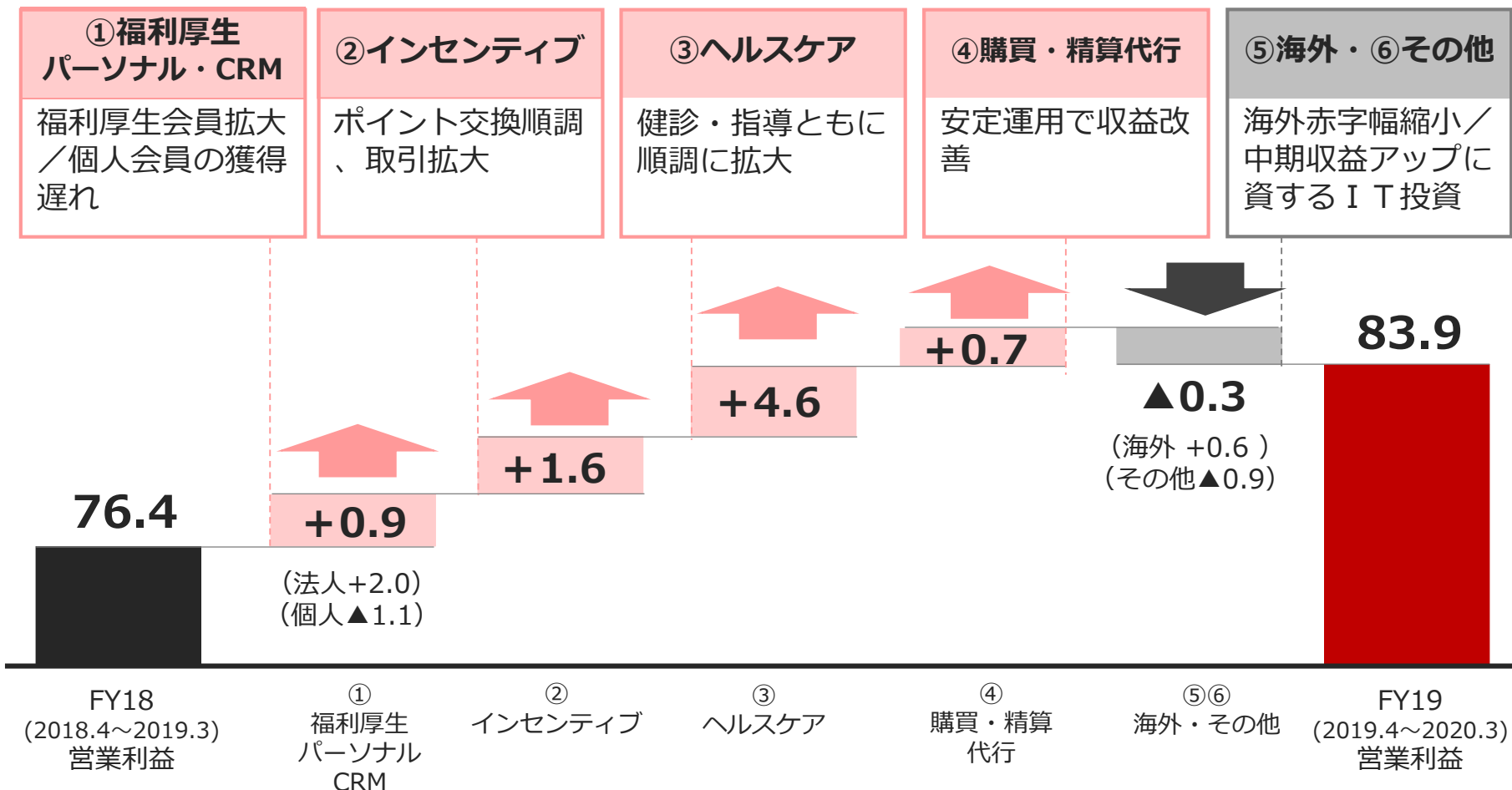
2. 今後の成長戦略

2020年3月期 決算概要

| 単位：億円 | 2020年3月期 | 2020年3月期 | |
|-------|----------|------------------|------------------|
| | | 前年同期比 | 計画比 |
| 売上高 | 372.7 | +28.1 (+8.2%) | ▲19.2 (▲4.9%) |
| 営業利益 | 83.9 | +7.5 (+9.9%) | ▲6.1 (▲6.7%) |
| 経常利益 | 84.6 | +7.5 (+9.8%) | ▲5.8 (▲6.5%) |
| 当期純利益 | 56.4 | +4.6 (+9.0%) | ▲4.5 (▲7.5%) |

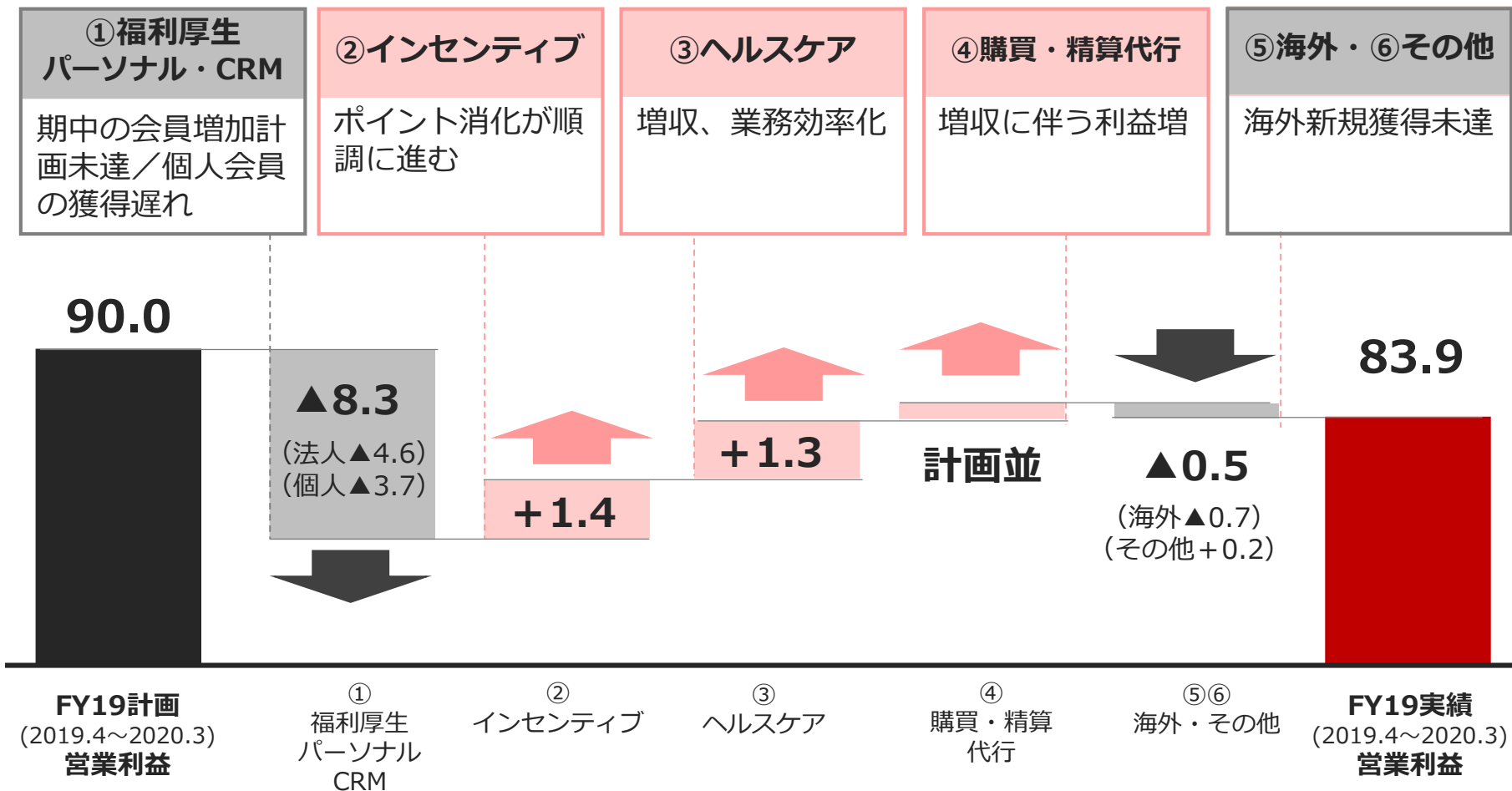
通期前期比

営業利益 前期比 7.5 億円増



通期計画比

営業利益 計画比▲6.1億円減



2021年3月期 業績予想

現時点では新型コロナウイルス感染症影響の収束時期を合理的に見積もることができないため、当社では、第2四半期以降は営業活動、サービス提供の制約が概ねなくなる状況を前提として業績予想を策定しております。また、マスポモーション実施は予定しておりません。

| 単位：億円 | 2021年3月期 | 前年同期比 | |
|-------|----------|-------|-------|
| | | 金額 | 増減率 |
| 売上高 | 401.5 | +28.7 | +7.7% |
| 営業利益 | 90.5 | +6.5 | +7.8% |
| 経常利益 | 91.0 | +6.3 | +7.5% |
| 当期純利益 | 62.0 | +5.5 | +9.9% |

第1Qはコストコントロールにより業績影響を最低限に留め、
第2Q以降は本来の成長速度を見込む



各事業

第1四半期における新型コロナウイルス感染症の主な影響

① 福利厚生 パーソナル・CRM

- ・新規営業活動の後倒しによる取引開始延期や一部取引中止
- ・ゴールデンウィーク期間中等のサービス利用減少
(サブスクリプションモデルのため、利用減少が業績に与える影響は殆どなし)

② インセンティブ

- ・新規営業活動の後倒しによる取引開始延期

③ ヘルスケア

- ・新規営業活動の後倒しによる取引開始延期
- ・健診・指導の実施時期延期

④ 購買・精算代行

- ・出張・接待の利用減少

⑤ 海外

- ・新規導入企業の一部中止・延期

営業利益 前期比 6.5 億円増

① 福利厚生 パーソナル・CRM

- ・ 福利厚生期初会員数は前期比77万人増
- ・ コロナ収束後2Q以降に追加積み上げ

+ 1.9 億円
(法人+3.1/個人▲1.2)

② インセンティブ

- ・ 大手顧客の付与・交換は横這い
- ・ 顧客基盤拡大による取引拡大

+ 1.0 億円

③ ヘルスケア

- ・ アフターコロナの健康経営ニーズ拡大
- ・ 健診・指導の外部化促進で成長加速

+ 4.0 億円

④ 購買・精算代行

- ・ 接待サービスの収益貢献開始
- ・ 業務効率化のためのシステム先行投資

▲ 0.3 億円

⑤ 海外

- ・ 前期受注済み案件の収益貢献開始
- ・ シンガポールが成長リード

+ 1.4 億円

⑥ 経費全般

- ・ 中長期収益アップに資する I T 投資
- ・ 新規事業への先行投資

▲ 1.5 億円

① 福利厚生+パーソナル+CRM

FY2019

売上高 **207.1** 億円

前期比+4.2%、計画比▲5.1%

営業利益 **68.8** 億円

前期比+1.3%、計画比▲10.8%

■ 福利厚生

- ・働き方改革や同一労働同一賃金等、従業員のエンゲージメント向上や生産性向上施策へのニーズ拡大が追い風に
- ・新規獲得の入会時期ずれ等で計画未達となるも、法人会員は順調に推移

■ 個人

- ・既存会員減少が続く中、新規獲得も遅れ
- ・前期比・計画比ともに減収

FY2020

売上高 **213.1** 億円

前期比+2.9%

営業利益 **70.7** 億円

前期比+2.8%

■ 福利厚生

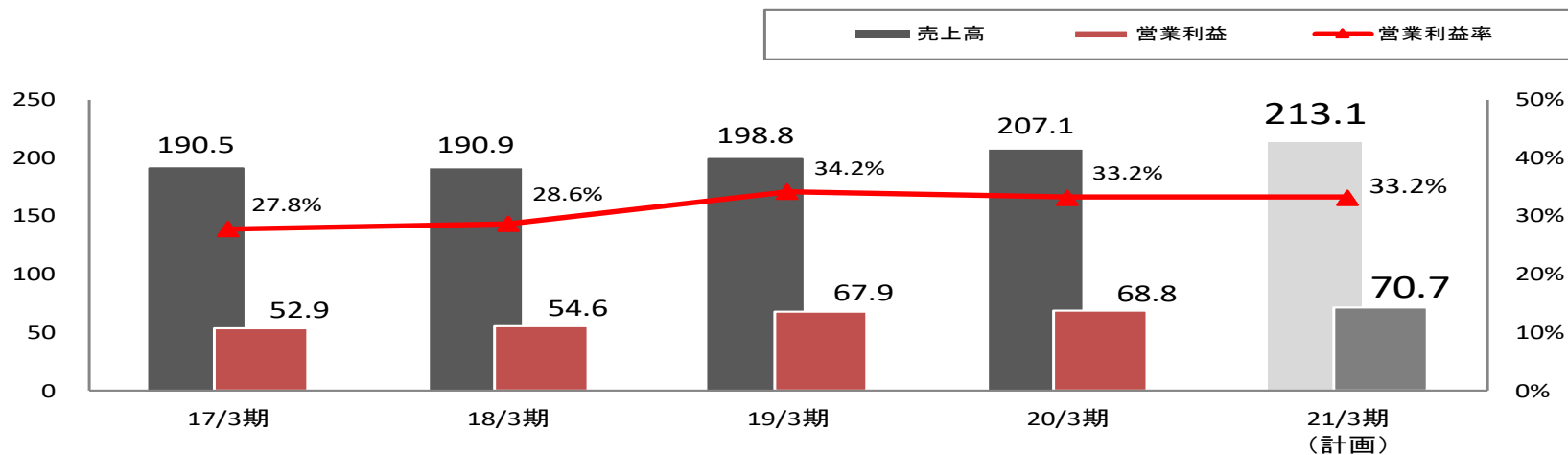
- ・第1Qはサービス利用減少や取引開始延期等の新型コロナの影響を見込む
- ・アフターコロナは人事関連BPOサービス事業は一層の追い風環境に
- ・データ活用プラットフォームを軸とした販売体制へ転換、人事のDX化を推進

■ 個人

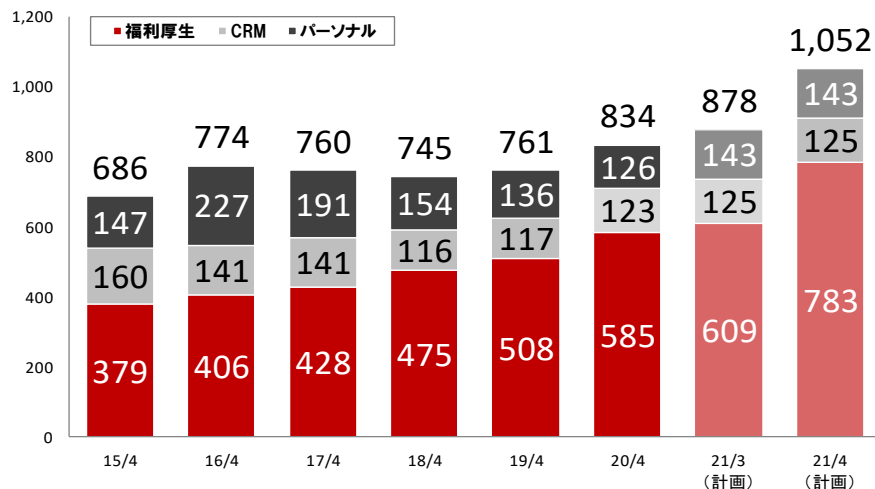
- ・協業先顧客に応じたセット商品の開発により継続価値の高いサービス構築目指す

① 福利厚生+パーソナル+CRM (参考)

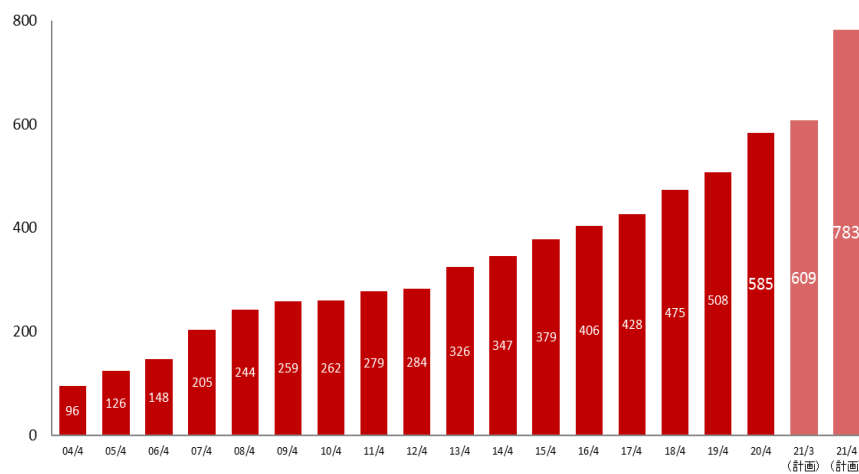
■ 業績の推移 (単位：億円)



■ 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)



② インセンティブ事業

FY2019

売上高 **36.8** 億円

前期比+5.8%、計画比▲5.1%

営業利益 **7.9** 億円

前期比+27.1%、計画比+22.3%

- 大手顧客のポイントが順調に交換に転じる
- 顧客基盤拡大により、ポイント新規付与・交換では顧客の分散化進む
- 組織再編に伴う営業体制整備遅れ等により、新規受注は前期比・計画比ともに下振れ

FY2020

売上高 **41.5** 億円

前期比+12.8%

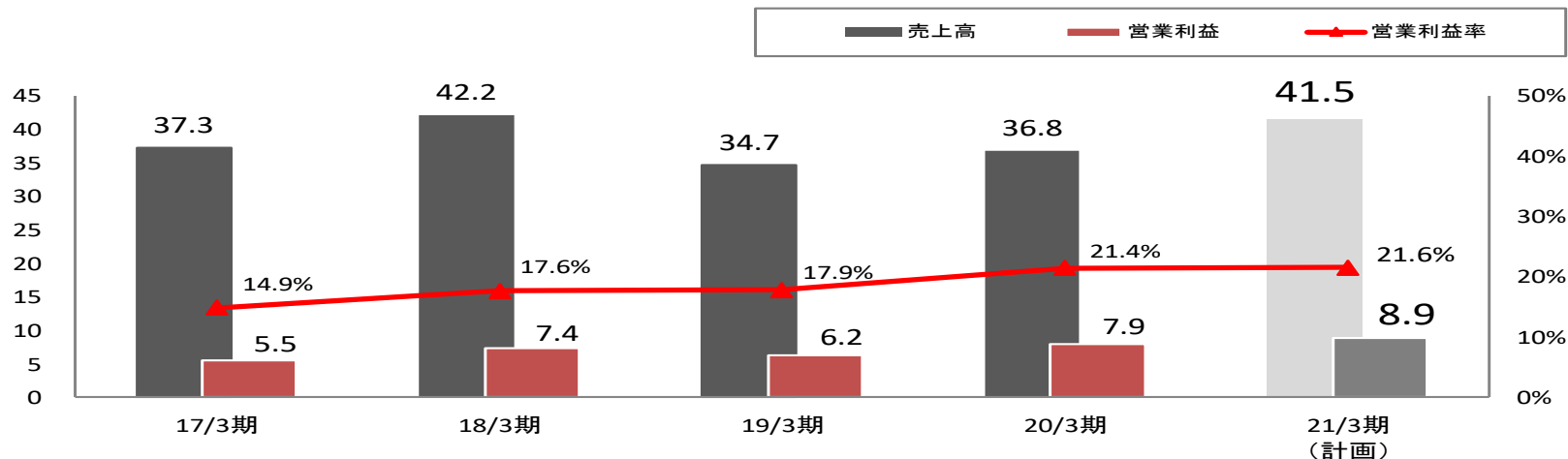
営業利益 **8.9** 億円

前期比+13.4%

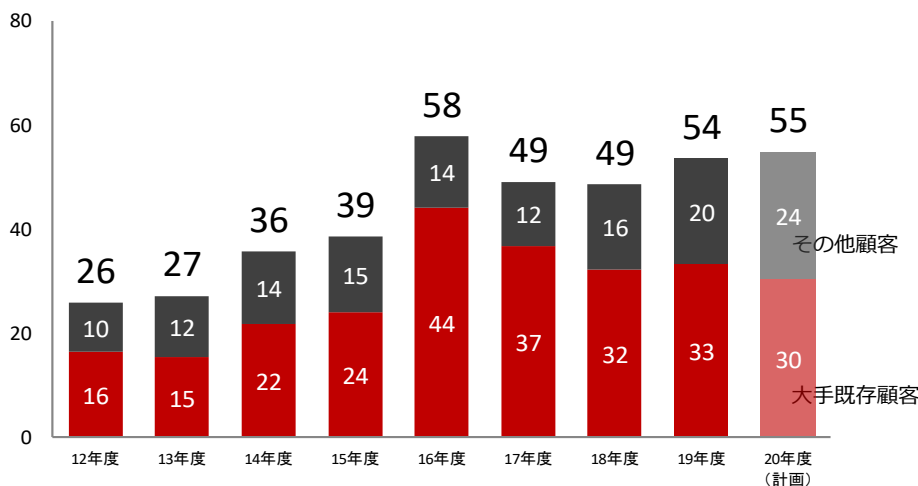
- 大手顧客の付与・交換は横這いで推移、他顧客での取引拡大
- 新型コロナの影響で、第1Qは新規獲得企業との取引開始遅延を見込む
- 来期以降の成長源となる新規予算獲得11億円を目指す
 - HR向け：福利厚生との連携強化
 - 代理店向け：新規営業の専任化

② インセンティブ事業（参考）

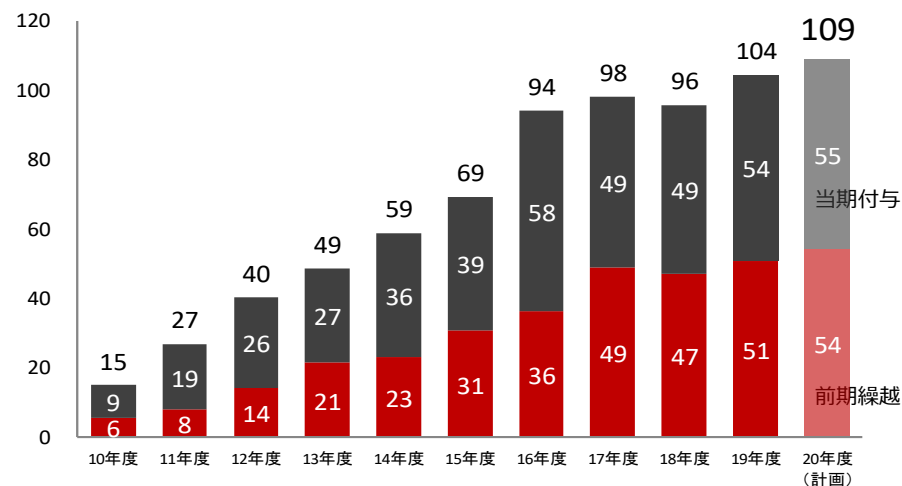
■ 業績の推移（単位：億円）



■ 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）



FY2019

売上高 **105.9** 億円

前期比+12.6%、計画比▲3.7%

営業利益 **11.3** 億円

前期比+69.8%、計画比+13.1%

- 福利厚生との連携強化のため、7/1に組織統合（吸収合併）
- 健康経営への企業意識高まりで健診・指導ともに順調に取引拡大
- 業務改善やICT面談促進により原価低減、営業利益率は3.6pt改善

FY2020

売上高 **122.4** 億円

前期比+15.5%

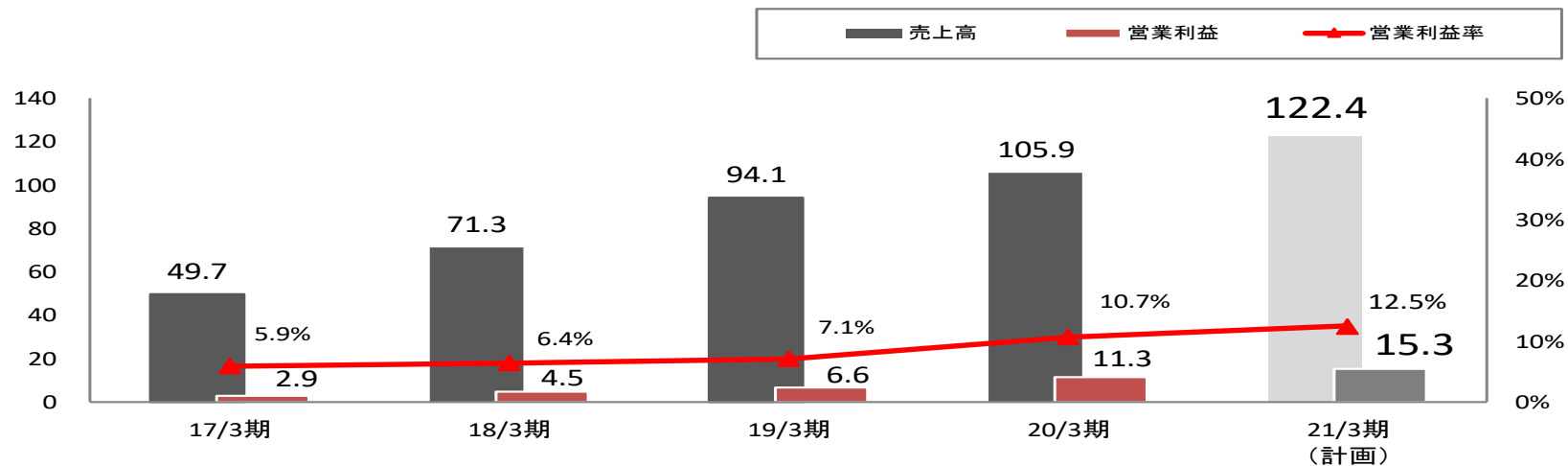
営業利益 **15.3** 億円

前期比+35.0%

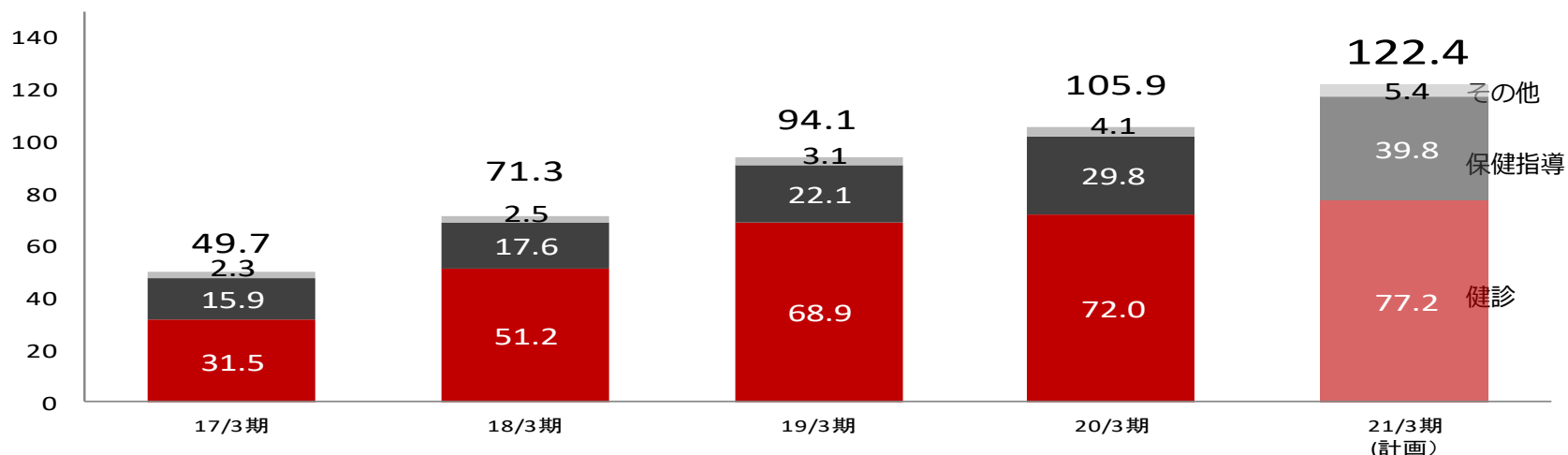
- コロナ影響で第1Qは健診・指導の実施延期を見込むも、第2Q以降は本来の成長速度に戻る見通し
- アフターコロナの社会では、従業員の健康管理サポートへの関心が加速度的に進行、一層の追い風環境に
- システム体制改善やICT面談促進等のIT化推進で利益率改善

③ ヘルスケア事業 (参考)

■ 業績の推移 (単位：億円)



■ 売上高の内訳 (単位：億円)



④ 購買・精算代行事業

FY2019

売上高 **7.5** 億円

前期比+7.3%、計画比▲8.2%

営業利益 **1.0** 億円

前期比+179.4%、計画比+8.9%

- 出張精算代行は顧客基盤拡大で前期比増収増益
- 支店小口精算代行は大口顧客の単価アップ・安定運用で収益改善
- 接待精算代行は来期の大口顧客導入に向け、店舗開拓強化に注力

FY2020

売上高 **8.1** 億円

前期比+8.2%

営業利益 **0.8** 億円

前期比▲26.9%

- 新型コロナウイルス感染症の影響で第1Qは出張・接待の利用減少を見込む
- 業務効率化のためのIT投資や接待ステーション商品力強化のための経費が高むことで一時的に利益は減少
- アフターコロナでは出張・接待等の脱・小口精算のBPOサービスが一層の追い風に、計画上振れ可能性あり

④ 購買・精算代行事業（参考）

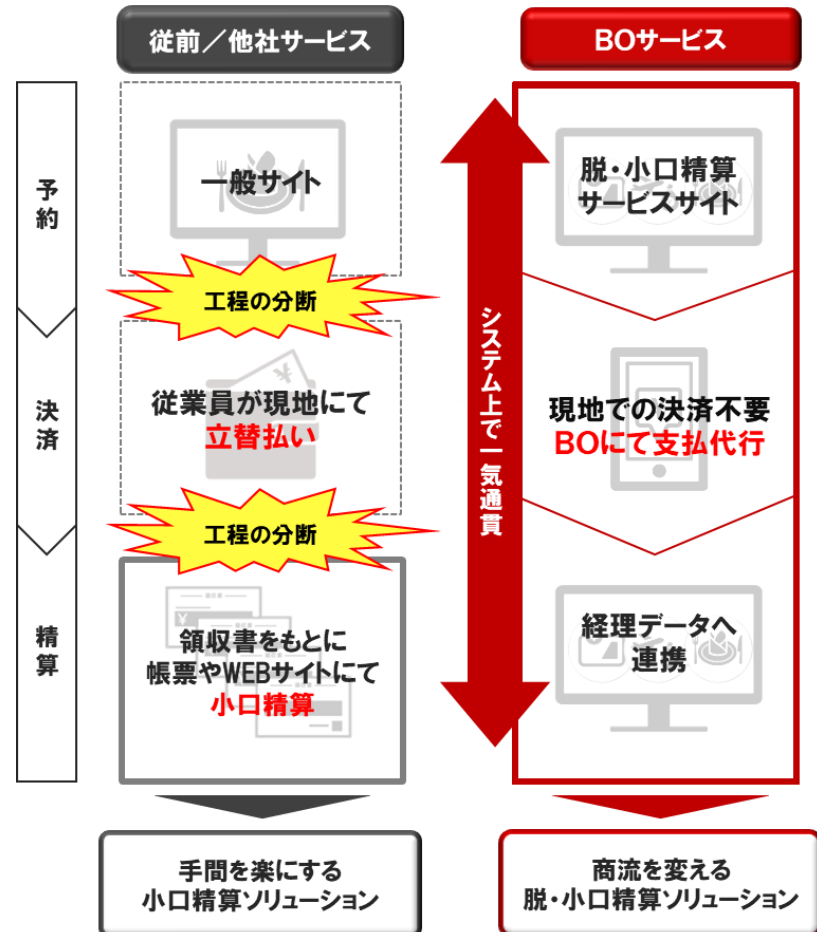
3つの“脱・小口精算”サービスの展開により、ガバナンス強化を支援



従業員の
小口精算



アナログ処理で効率が悪く、
ガバナンス上も問題が生じやすい
仕組みに対し
「脱・小口精算サービス」を展開



FY2019

売上高 **8.5** 億円

前期比+5.1億円、計画比▲1.3億円

営業損益 **▲2.3** 億円

前期比+0.6億円、計画比▲0.7億円

- 中国・シンガポール等で顧客基盤拡大、前期比150%増収
- 営業受注は計画並みで推移するも、収益貢献は翌期へずれ込み
- 海外全体では新規顧客獲得が未達、先行投資続くも赤字幅0.6億円縮小

FY2020

売上高 **12.4** 億円

前期比+3.9億円

営業利益 **▲0.9** 億円

前期比+1.4億円

- 新型コロナウイルス感染症の影響で新規導入の一部中止・延期を見込むも、前期受注済み案件の収益貢献で増収増益を計画
- 現地採用営業マネージャーを中心としたローカル営業体制の強化により新規顧客獲得の積上げを加速

1. 決算概要および業績予想

2. 今後の成長戦略



人手不足を背景とした内外環境の変化が働き方の変革を促進

外部環境

中小企業への法令義務化や テレワーク推進

- ・働き方改革関連法
- ・自然災害、BCP ・SDGs、ESG etc.

内部環境

人手不足を補うための対応

- ・長時間労働抑制
- ・離職抑制、採用難打破 etc.

課題

生産性を向上させ、
個人と組織の持続的成長が課題

BPO市場の拡大

コロナ禍によって事業継続のためBPOの必要性が浮き彫りに

喫緊の課題

コロナ禍での 事業継続の危機

- ・ 出社前提でのアナログな働き方では立ち行かなくなる。
(例) 対面、押印、書面の法規制や慣習

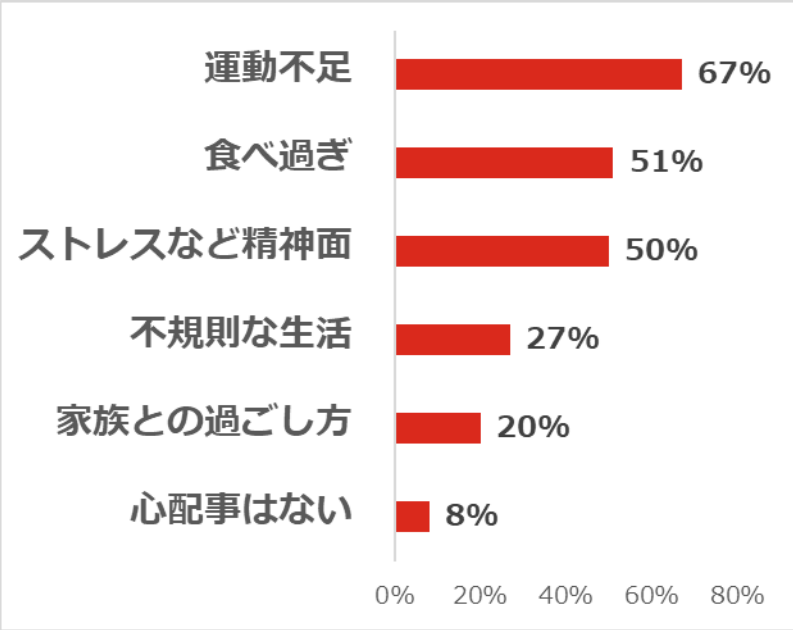


BPOサービス活用による デジタル化・外部化

- ・ これまで以上にBPOサービスの需要が高まり、人事・総務系の業務はBPO利用が当たり前の世の中となるだろう。

求められるもの

コロナ禍によって従業員の健康へのサポートが急務に



健康面への不安の高まり
 家で過ごす時間が増えることに対し、運動不足やストレス面等、健康面を不安視する声が強まる。

※ FiNC総研調べ

喫緊の課題

従業員の健康

- ・ 外出自粛によるストレス、運動不足
- ・ 外出せざるを得ない場合の感染リスク etc.

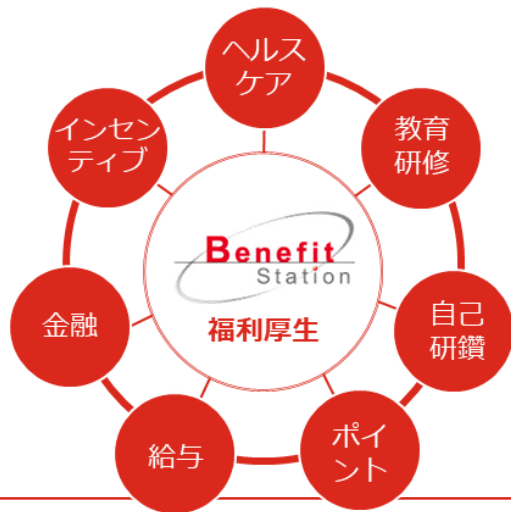
求められるもの

心と身体に関するデータの収集・可視化での効率的なマネジメント

- ・ 従業員の健康状態の一元管理
- ・ 効率的な情報収集、分析

クロスセルで得られた「人」に関するデータの相関分析で新たな価値を提供

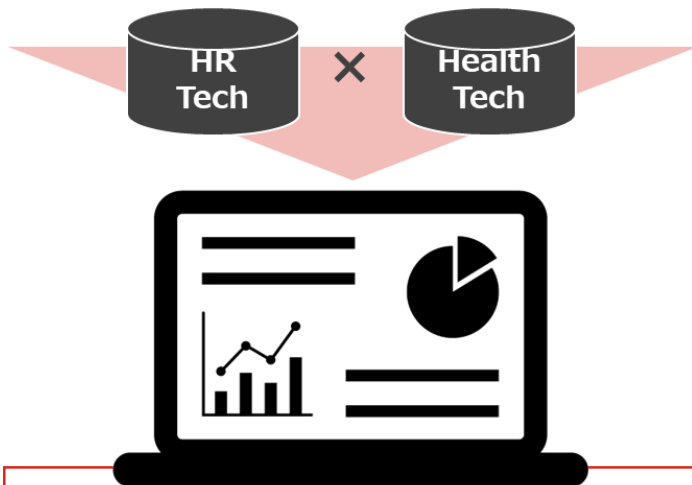
弊社の優位性



ワンストップでのサービス提供
「人」に関するデータの集積

特にヘルスケアサービスの展開が差別化要因に

成長戦略



多角的サービス展開で得られたデータの連動性を高め
マネジメントをサポート

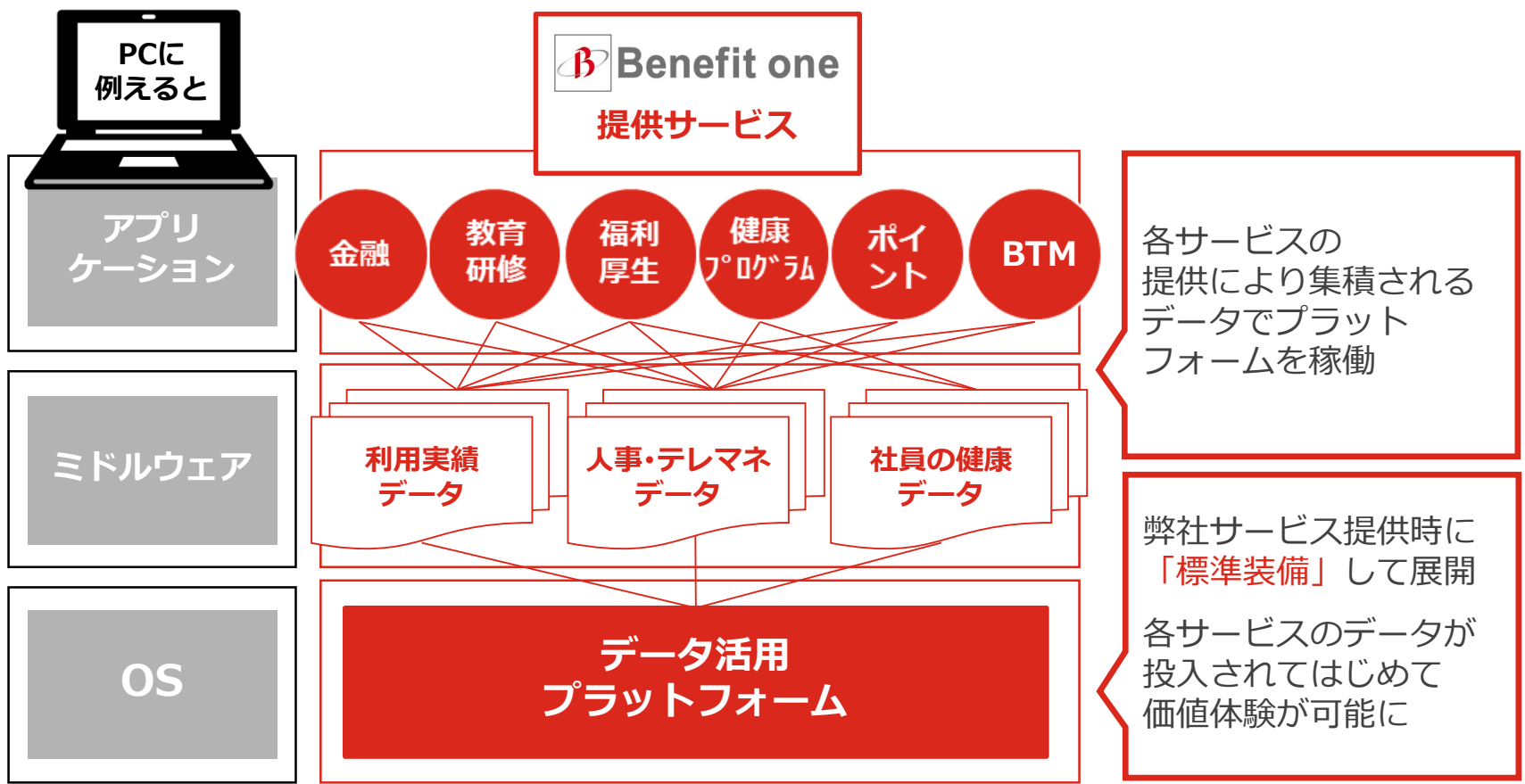
「人」のマネジメントが企業経営の要となる

プラットフォーム活用により人事の課題解決と従業員のメリットを創出



企業価値向上

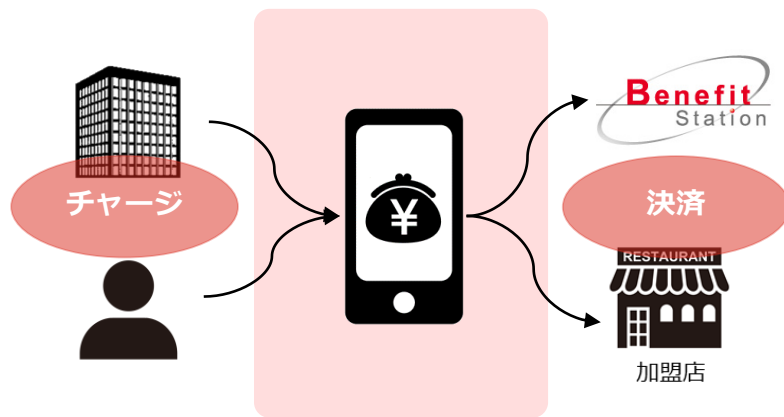
提供サービスに標準装備として組み込み展開することで導入が当たり前に



「店舗での決済」「引き落としによる決済」ともに サービスの流通創造における新たなマネタイズポイントへ

ベネ・ウォレット構想

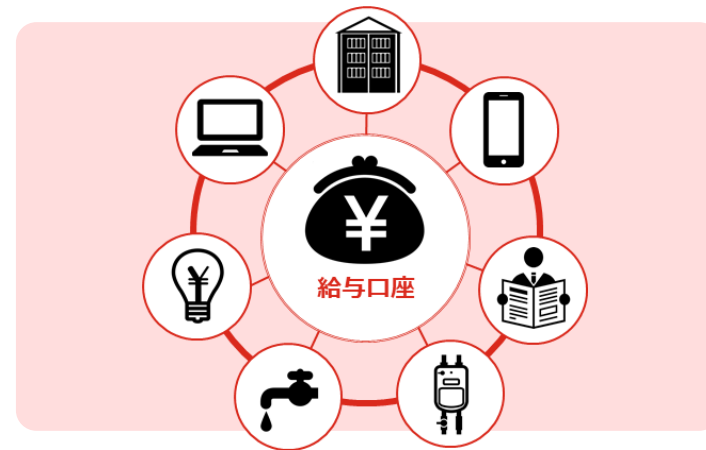
店舗での決済への新ソリューション



店舗での決済は、
企業のお財布・個人のお財布から
チャージされた原資をもとにした
ベネ・ウォレットにて支払い

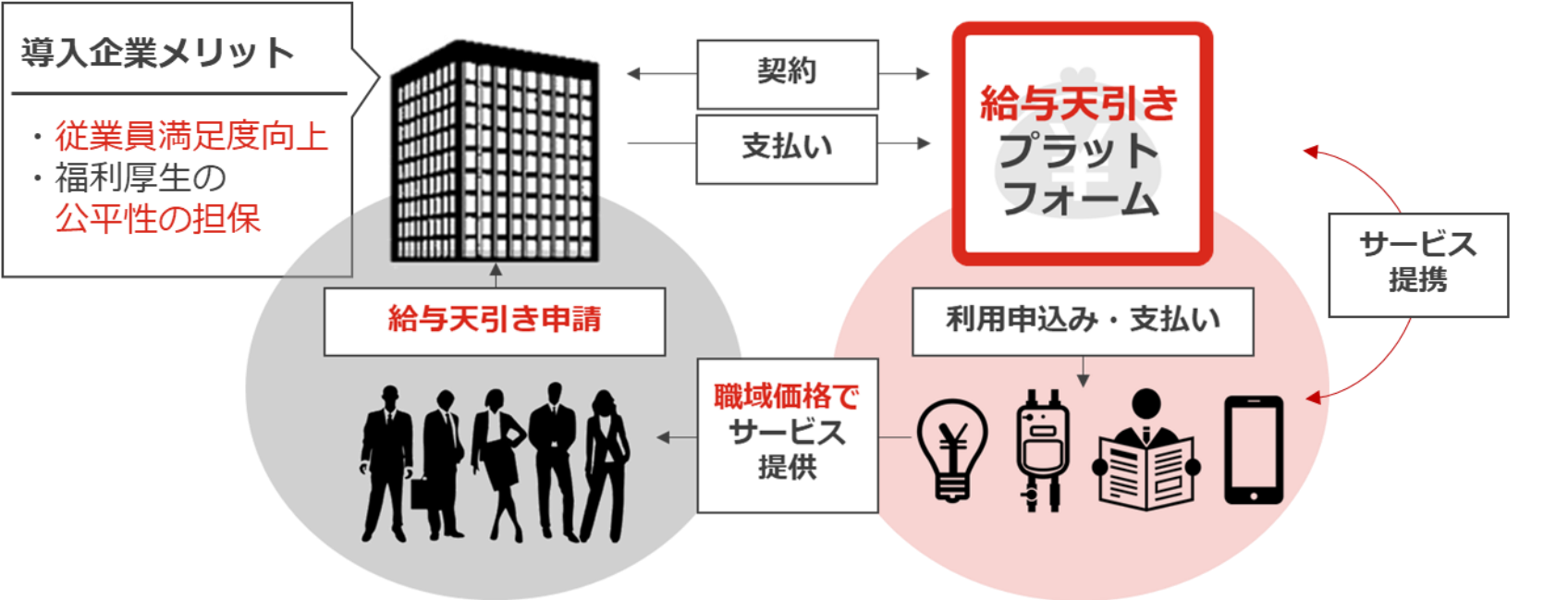
給与天引き構想

引き落としでの決済への新ソリューション



引き落としによる決済は、
あらかじめ給与天引きにしたいものを
申請し、給与天引きにて支払い

毎月の固定払いをプラットフォームを活用し給与天引きへ



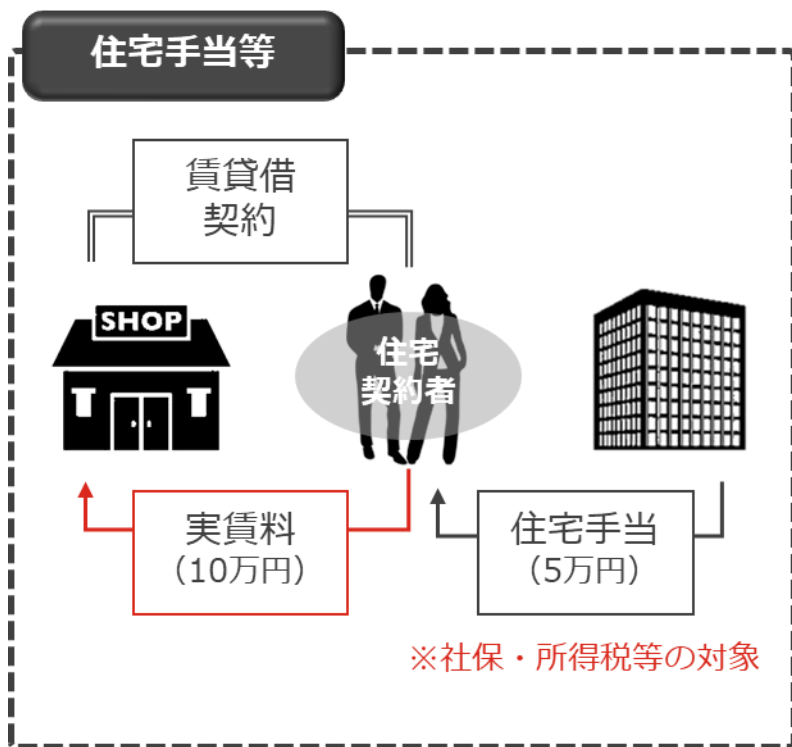
従業員メリット

- ・職域価格でのサービス提供で月額コスト低減
- ・固定支出の管理効率化

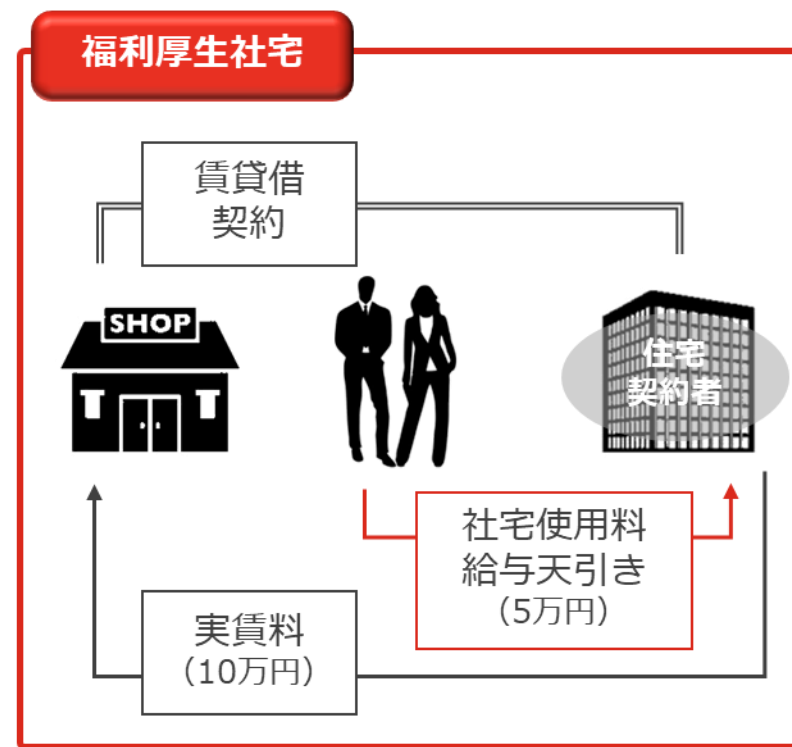
サプライヤーメリット

- ・販促費を抑えて大口契約を得られる
- ・決済（代金回収）コスト低減

従業員が求める住宅支援を低コストで実現
情報流通にも変化が生じ、業界へ新たな流れを創造



住宅契約者：従業員
住宅に関する補助を現金で支給



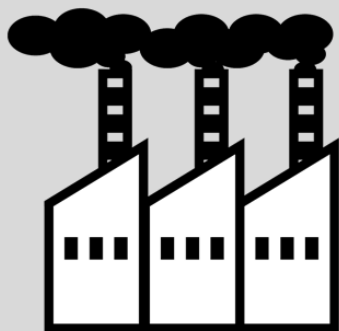
住宅契約者：会社
住宅に関する補助を現物で支給

サプライヤーから消費者へ、パワーバランスがシフト

これ
まで

供給元を押さえることが 競争優位性

メーカーから販売元へと優位性が徐々に移行



(例) 電力会社
かつて：供給元である電力会社に優位性
自由化：電力販売会社に優位性

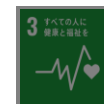
これ
から

消費者を押さえることが 競争優位性

消費者の中でも「職域」であることが強みに



サービスの選択権は消費者に移行
職域の消費者 = 従業員を押さえることで、
様々な人事データを得られる

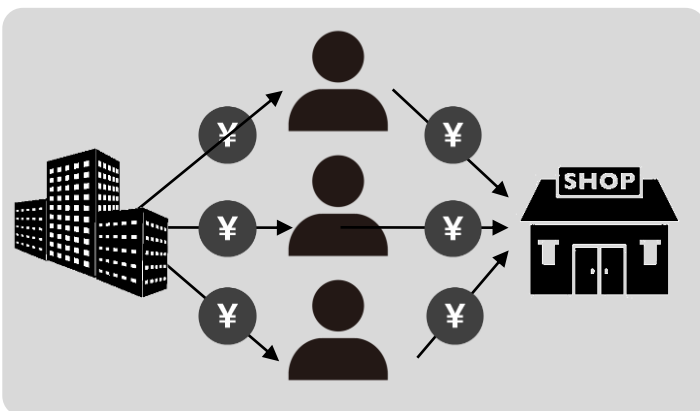


小口の決済をバラバラに行うのではなく企業単位でまとめることで
低コストでの決済が可能に

C

個々での決済

都度決済手数料が発生

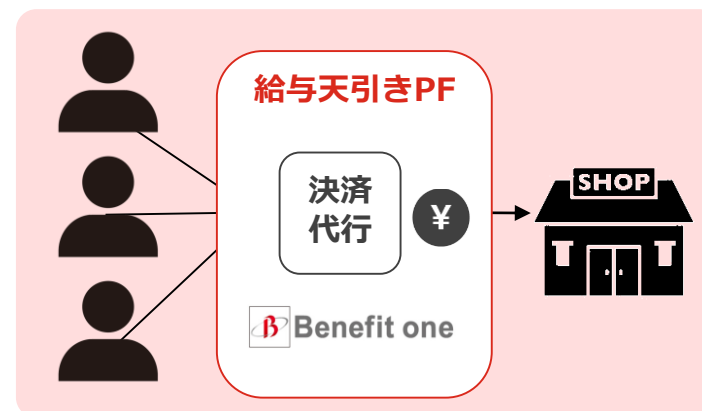


個々人が都度決済を行うたびに
決済手数料が発生するため、
高コストになってしまう

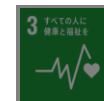
E

企業ごとに集約しての決済

集約した決済により手数料を最小限に



個人の口座へ資金移動する前に
企業からの申込で決済を行うことで
スケールメリットが働く

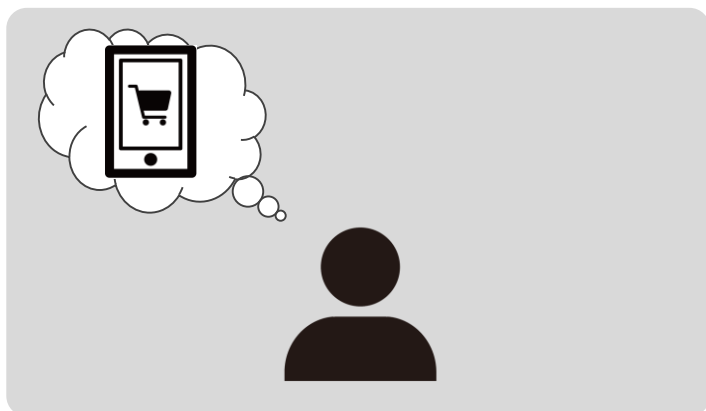


BtoCでは得られない、BtoEならではの人事データによるレコメンドが可能

C

購買履歴等、 利用によるデータのみ

「似たもの」しかレコメンドできない

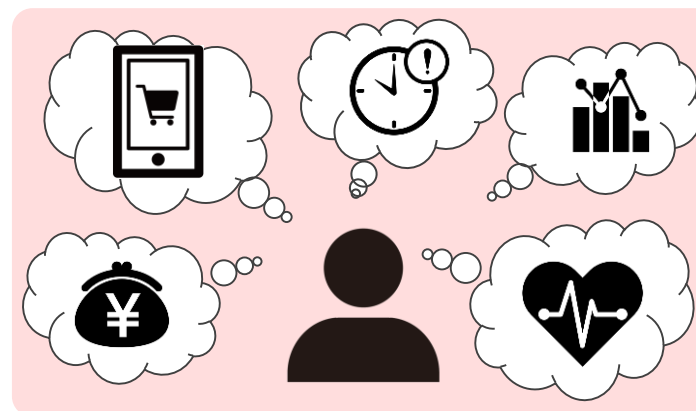


同じような価格帯のもの、
同じ商品を買った方が購入されたもの等
購買履歴によるレコメンド

E

購買履歴だけでなく、 給与等含め幅広い人事データ

「個人最適」なレコメンドが可能



所得や健康状態、勤怠状況等まで鑑み、
個人にとって最適なものを
相関分析によりレコメンド

ベネフィット・ワンの働き方改革 ～生産性を高めて、成長加速～



従来の働き方に囚われず、時流にあった姿で生産性向上を目指す

従来の働き方

- 雇用
- 社員
- オフィス
- 時間管理

制約・リスクともに高く、業務効率が高いと言えない働き方

目指すべき姿

- 契約
- 個人
- テレワーク
- 成果物

業務効率・生産性を高め、事業継続できる働き方

コロナ禍によって、自社における働き方改革も急速に進展

「オフィス」



「オフィス」
じゃなくても

テレワーク



Office365の活用や、
ネットワーク、
インフラ環境の整備



ベース

地方型サテライトオフィスの
展開拡大



アフターコロナの企業経営において必要不可欠な価値の提供

BO
提供価値

データ活用を基盤とした
個人と組織の継続的成長
“人事のDX化”

BO
の働き方

業務効率向上・生産性向上
コロナ禍による行動変容
“NeoWorks”

BO
が担う役割

アフターコロナの 個人と組織の持続的成長を加速

BPO
分散処理

DX
管理強化

“人”中心
企業経営

健康
経営