

|| 企業調査レポート ||

ベネフィット・ワン

2412 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2020 年 7 月 2 日 (木)

執筆：客員アナリスト

瀬川 健

FISCO Ltd. Analyst **Ken Segawa**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2020年3月期の業績と2021年3月期の業績見通し	01
2. コロナ禍は、短期的にマイナスだが、中長期的には新常态がフォローの風に	01
3. BPO事業と決済事業で自社の強みを生かす2つのプラットフォームを打ち出す	02
■ 事業概要	03
1. 企業概要	03
2. 会員数の推移	04
3. 事業概要	05
4. 各事業の内容	07
■ 業績動向	10
1. 2020年3月期の連結業績概要	10
2. 財務状況	11
■ 今後の見通し	13
■ 中長期の成長戦略	14
1. 市場動向	14
2. BPO事業の「データ活用プラットフォーム」	15
3. 給与天引きプラットフォームによる決済方法の変革	16
4. アフターコロナに適合する同社の働き方改革「Neo Works」	18
■ 株主還元策	18
■ 情報セキュリティ	19

■ 要約

DXを進める会社にとってアフターコロナの新常態がフォローの風に

ベネフィット・ワン <2412> は、1996年の設立当初から日本発のビジネスモデルによる世界的な企業を目指し、「サービスの流通創造」というビジョンを掲げている。ユーザー課金のストック型ビジネスモデルである法人向け福利厚生などのBPOサービスは、上場企業や公官庁でのシェアも高く、業界のリーディングカンパニーとなっている。

1. 2020年3月期の業績と2021年3月期の業績見通し

2020年3月期は、働き方改革や人手不足、健康経営などを背景に、前期比8.2%の増収と同9.8%の経常増益を達成した。2021年3月期は、同7.7%の増収と同7.5%の経常増益を見込む。新型コロナウイルス感染症の流行による影響発生は限定的だ。働き方改革の1つである「同一労働同一賃金制度」が、2020年4月より大企業に適用された。同制度は、賃金だけでなく待遇でも正規と非正規労働者の間に存在する不合理な格差の是正を求める。福利厚生事業においては、同年4月から大企業が非正規社員を福利厚生サービスの会員に加えると期待されていたが、新型コロナウイルスの混乱により、取引開始の延期や一部取引の中止が発生している。また、緊急事態宣言期間中の出張や接待の機会が消失したことから、購買・精算代行事業も影響を受ける。しかしながら、同社のビジネスは収益積上げ型のサブスクリプションモデルを主軸としているため、収益への悪影響は限定的であり、10期連続の最高益更新を目指す。

2. コロナ禍は、短期的にマイナスだが、中長期的には新常態がフォローの風に

新型コロナウイルスによるパンデミックが一旦収束しても、第2波、第3波が発生するおそれがある。アフターコロナでも、新常態に適應する社会の再構築が求められる。緊急事態宣言中は、感染防止策として「人との接触8割減」や「人の移動の制限」が要請された。経済財政諮問会議では、民間議員が行政やビジネスのデジタル化を1～2年で集中的に進めるよう提言する。行政手続きや民間契約に残る「対面・紙・ハンコ」を、オンライン化する方向にある。既存の価値観や枠組みを根底から覆す革新的なイノベーションをもたらすデジタルトランスフォーメーション(DX)は、全体最適の観点からデジタル化を一気通貫で行わないと大きな効果が出ない。同社の購買・精算代行事業は、短期的には新型コロナウイルスの悪影響を受けるものの、中長期的には、企業や官公庁が「対面・紙・ハンコ」による工程の分断を止めデジタル化を促進する局面で、同社のBPOサービスが利用されることが期待できる。

要約

緊急事態宣言の全面解除が発令された2020年5月25日における全国感染者数のうち、地域別では東京が3割強を占め、首都圏では5割に達した。東京一極集中のリスクを認識させた。東京に本社を置く同社は、生産性を高め、成長を加速させるために取り組んできた「Neo Works」を一層進めた。インサイドセールスは、完全にテレワークを実現。フィールドセールスは、客先訪問ができない中、ビデオ会議システムの利用と電話によるフォローを行った。また、同社は以前から松山オペレーションセンターに加え、7つの地方型サテライトオフィスを開設するなど、オペレーションの「脱東京」を進めていたため、コロナウイルスによる業務上の大きな支障は出ていない。ヘルスケア事業は、特定保健指導の訪問面談をICT面談にシフトしてきている。ICT面談比率は、単月ベースでは2020年3月に直近年平均3.0%から11.8%へ上昇した。訪問面談で必要な移動時間、交通費、会場や事業所の調整、会場側対応者の配置などを省く。「対面」からオンラインへのシフトは、同社の業務効率向上と経費節減だけでなく、感染症防止など顧客の安全性も高める。BPOサービス、HR Tech、健康経営などのソリューションを提供することで、企業のデジタル化を支援し、持続的成長を可能にするパートナーの役割を担う。

3. BPO 事業と決済事業で自社の強みを生かす 2つのプラットフォームを打ち出す

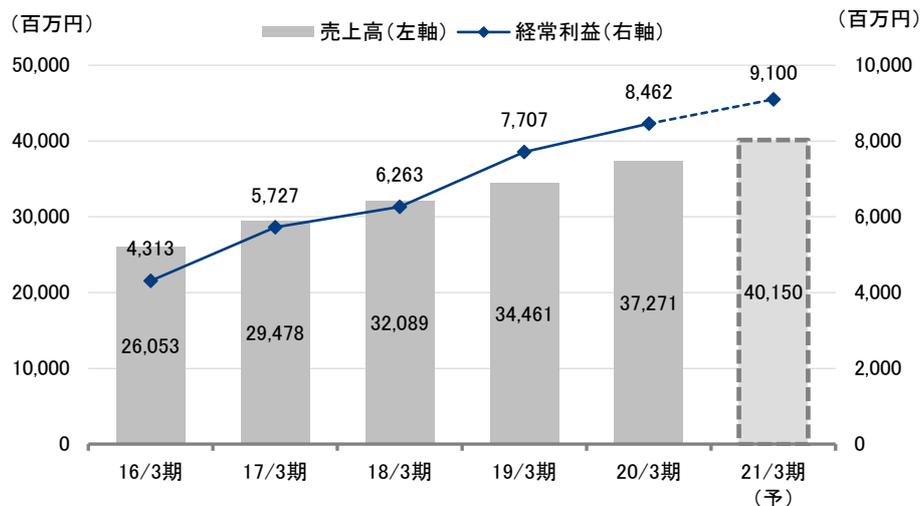
同社は、かつて福利厚生、ヘルスケア、インセンティブなどプロダクト別に顧客にアプローチし、顧客管理をしていたが、商品をオールインワンの形態で提供することに改めた。2020年6月には、福利厚生や健康プログラムなどの各提供サービスを乗せるプラットフォームとしての「ベネワン・プラットフォーム」をローンチ。データ活用プラットフォームは、提供するサービスの利用実績データだけでなく、企業の持つ人事・タレントマネジメントデータや社員の健康データを集積、可視化、分析する。ワーク・ライフ・バランスや健康といった個々人の豊かさに貢献する最も有効なサービスを提供することで健康経営に寄与し、個人と組織の持続的成長を加速する。BtoCのショッピングサイトが購買履歴などから「似たもの」をレコメンドするのに対し、同社のBtoEでは職域で発生する多様なデータをもとに、豊富なメニューからパーソナライズされたレコメンドができるという優位性がある。

店頭におけるキャッシュレス決済では、他社によって赤字必至のキャンペーンが行われている。同社においては、店舗での決済への新ソリューションである「ベネ・ウォレット構想」も存在するが、決済事業では自社のポジショニングが生かせる「給与天引き構想」を優先させる。こちらも、他社のBtoCに対し、BtoEモデルとなる。「給与天引きプラットフォーム」の突破口として、金額の大きい家賃に焦点を当てる。住宅に関する補助を住宅手当として支給すると給与扱いとなり、従業員に課税される所得税や社会保険料の増加を招く。一方、「福利厚生住宅」の社宅として現物支給し、住宅手当に相当する金額を社宅使用料として給与から天引きする形に改めると、課税対象となる収入が減少し、節税効果が得られる。同プラットフォームを、電気、ガス、新聞、携帯電話などの毎月固定払いの決済に活用すると、サプライヤーは利用者との個々の決済をせず、企業単位にまとめて同社との一括決済で済むことになる。決済コストを大幅に削減できる上、同社サービスを利用する大企業や官公庁の大口顧客を獲得するチャンスが得られることから、割安な価格をオファーできる。従業員は、決済方法を変えることで職域価格により月額費用を低減でき、固定支出の管理を効率化できる。導入企業は、従業員満足度の向上と福利厚生の公平性を担保できる。いずれの参加者にもメリットがある。

Key Points

- ・ DX に対応する BPO 事業及び決済事業のプラットフォーム戦略
- ・ 生産性を高め、成長を加速し、新常态に対応する働き方改革
- ・ 2021年3月期は、1株当たり3円の増配を計画

売上高と経常利益の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

創業時からのサブスクリプションモデル先駆者

1. 企業概要

同社は、1996年の設立当初から日本発のビジネスモデルによる世界的な企業を目指し、「サービスの流通創造」というビジョンを掲げている。同社自身はサービスを提供する事業者ではなく、福利厚生会員とサービス提供事業者の間に位置し、サービスをマッチングするサイトとして機能する。

サービス業では、時期による繁閑の差が大きく、利用者とサービス提供企業との間に需給ギャップが起りやすいため、お互いに多くの機会ロスを抱えている。同社は、ユーザー課金型の有料インターネットサイトを通して、利用者（顧客）の割引ニーズ（需要）と、サービス提供企業の集客ニーズ（供給）をマッチングさせ、新たな「サービスの流通」市場を創造していくことを役割とする。

事業概要

技術の進歩により在庫情報がデジタル化され、紙媒体からネット上へ移行することで、在庫情報の共有化が可能になるマーケットプレイスが誕生した。需給バランスに応じて価格を変動させるダイナミックプライシングを採用することは、機会ロスを解消し、繁閑の平準化を促進するため、供給側にも需要側にも「ムダ」がない好循環をもたらす。サービス流通のリアルタイムマッチングは、ホテルや航空券から始まったが、スマートフォンの利用機会がパソコンを上回るようになり、より日常的なグルメ、エンタメ、ヘルスケアなどに広がる環境が整ってきた。

同社は、ユーザー課金のストック収益モデルを定額制サブスクリプションモデルとして展開している。法人向け福利厚生サービス「ベネフィット・ステーション」は、上場企業や官公庁にも広く採用されており、業界のリーディングブランドとしての確固たるポジションを築いた。会員制優待サービスとして、宿泊施設や飲食店、レジャー施設、介護・育児サービス等、140万件以上のサービスを優待価格で利用することができる。

2004年12月にJASDAQ市場に公開した。2006年3月に東証2部に上場を果たし、2018年11月に東証1部へ指定替えした。

2. 会員数の推移

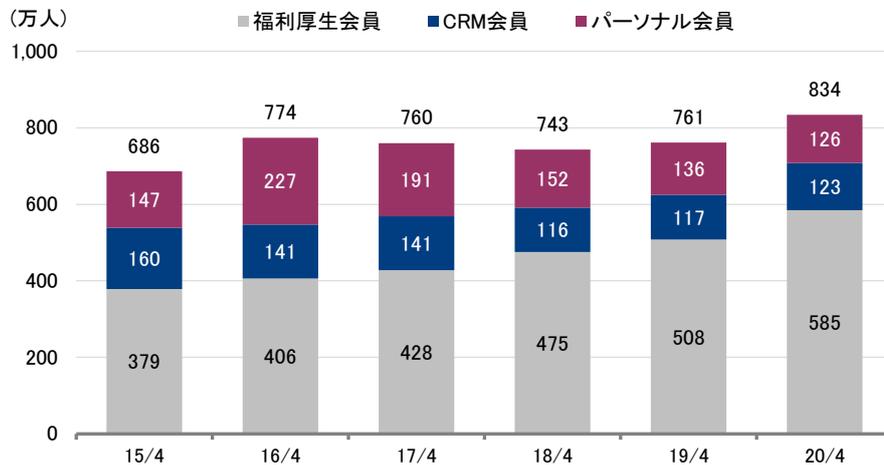
近年、企業においては、人手不足感の高まりを背景に、採用や人材の定着、エンゲージメント向上などの観点から「福利厚生」の重要性が高まっている。2020年4月の総会員数は、前年同月比73万人増の834万人であった。1年後に1,000万人の大台が見えてきた。ユーザー課金型ストックビジネスモデルであることから、会員数が積み上がるにつれて業績も拡大する。サービス提供に当たってのインフラ機能が整備されているため、会員数の増加、サービスメニューの拡大などに連動するコストの上昇は限定的になる。

働き方改革により、会員増加にフォローの風が吹く。働き方改革法により、同一労働同一賃金が大企業において2020年4月から、中小企業は2021年4月から適用される。同一労働同一賃金は、賃金だけでなく、福利厚生、キャリア形成・能力開発などが対象となり、非正規労働者に対しても従業員並みの福利厚生を提供することが求められる。約2,000万人の非正規労働者が潜在需要となる。

2020年4月より、日本郵政<6178>グループに所属する約43万人の従業員を対象に、福利厚生として、会員制優待サービス「ベネフィット・ステーション」の提供を開始した。対象者は、正規社員だけでなく、契約社員やパート・アルバイトを含む。

事業概要

会員数の推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

3. 事業概要

同社は、国内において福利厚生事業、パーソナル事業、CRM事業、インセンティブ事業、ヘルスケア事業、購買・精算代行事業等を手掛ける。このうち、福利厚生事業、パーソナル事業及びCRM事業が、ユーザー課金型サービスマッチングサイトである「ベネフィット・ステーション」を共通した経営資源とする。ユーザー課金制であるため、サービス提供企業から他サイトのように広告料を徴収せず、その分を割引価格という形でユーザーに還元する。ユーザーは、利用すればするほど、割引メリットを得られることになる。

2020年3月期の連結売上高37,271百万円の事業別構成比は、福利厚生事業が47.5%、パーソナル事業が6.7%、CRM事業が1.3%、インセンティブ事業が9.9%、ヘルスケア事業が28.4%、購買・精算代行事業が2.0%、海外事業が2.3%であった。2020年3月期までの3期間の年平均成長率は、福利厚生事業が7.4%の安定成長を遂げ、ヘルスケア事業が健康経営・予防医療を後押しする国策を追い風とし、28.6%の高伸長を見せた。パーソナル事業は、大口協業先の営業方針変更等が響き、-15.5%となった。インセンティブ事業は-0.5%と微減であった。

営業利益は、BtoBの福利厚生事業、BtoCのパーソナル事業とCRM事業が、「ベネフィット・ステーション」を共有していることから、合算された区分となる。同区分は、2020年3月期の営業利益8,394百万円の80%弱を占め、売上高営業利益率は全体の22.5%を上回る33.2%を達成している。法人会員増による会費収入の増加と、経費コントロールの徹底により、収益改善に成功している。インセンティブ事業は、主要顧客のポイント付与・交換が順調に進み、売上高営業利益率が21.4%に上昇した。ヘルスケア事業は、健康経営への意識の高まりにより健診・指導とともに順調に拡大し、業務改善やICT面談促進により、利益率が前期比3.6ポイント増の10.7%となった。利益率は、健康診断料が売上高に含まれることもあり、他事業より低く表示される。購買・精算代行事業は、事業規模が小さいものの、顧客基盤の拡大で運用が安定してきた。システムの開発負担等もあり、利益の寄与はまだ小さい。海外事業は、先行投資期にあるが、売上高拡大により損失が縮小するフェーズにある。シンガポールや中国において取引が伸びてきており、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獲得を加速する。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ベネフィット・ワン | 2020年7月2日(木)
2412 東証1部 | <https://corp.benefit-one.co.jp/ir/>

事業概要

事業別売上高と営業利益の推移（連結ベース）

(単位：百万円)

	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期 (予)	3カ年 CAGR	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期 (予)
[売上高構成比]										
売上高	29,478	32,089	34,461	37,271	40,150	8.1%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
福利厚生事業	14,306	14,927	16,473	17,711	18,636	7.4%	46.5%	47.8%	47.5%	46.4%
パーソナル事業	4,166	3,606	2,926	2,514	2,194	-15.5%	11.2%	8.5%	6.7%	5.5%
CRM事業	578	559	489	489	482	-5.4%	1.7%	1.4%	1.3%	1.2%
インセンティブ事業	3,736	4,228	3,478	3,681	4,153	-0.5%	13.2%	10.1%	9.9%	10.3%
ヘルスケア事業	4,979	7,139	9,411	10,598	12,243	28.6%	22.2%	27.3%	28.4%	30.5%
購買・精算代行事業	636	622	700	751	812	5.7%	1.9%	2.0%	2.0%	2.0%
海外事業	284	200	344	856	1,248	44.5%	0.6%	1.0%	2.3%	3.1%
その他	792	810	640	671	382	-5.4%	2.5%	1.9%	1.8%	1.0%
[営業利益率]										
営業利益	5,852	6,212	7,641	8,394	9,050	12.8%	19.4%	22.2%	22.5%	22.5%
福利厚生事業・パーソナル事業・ CRM事業	5,290	5,468	6,790	6,879	7,072	9.2%	28.6%	34.1%	33.2%	33.2%
インセンティブ事業	555	745	621	789	895	12.4%	17.6%	17.9%	21.4%	21.6%
ヘルスケア事業	292	454	666	1,131	1,527	57.1%	6.4%	7.1%	10.7%	12.5%
購買・精算代行事業	66	36	39	110	80	18.6%	5.8%	5.6%	14.6%	9.9%
海外事業	-225	-319	-298	-233	-92	-	-159.5%	-86.6%	-27.2%	-7.4%
その他	-128	-171	-177	-282	-432	-	-21.1%	-27.7%	-42.0%	-113.1%

注：営業利益率は、各事業の売上高営業利益率

CAGRは、2020/3期までの3年間の年平均成長率

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

統合サービスの重要性の高まりに応じた商品・組織・システムの統合

経営戦略として、時代の要望を反映した顧客ニーズの変化を見越して、商品、組織、システムを変化させてきた。企業経営者が重要視する三大課題は、「ワーク・ライフ・バランス」「健康経営と自己啓発」「教育・研修」になる。企業規模の大小にかかわらず、人材の採用や定着、エンゲージメント向上等には給与や福利厚生、年金などの様々な“報酬”を分けて考えるのではなく、“トータルな報酬”として捉え直し、人事制度の設計・運用の最適化を目指す「トータル・コンペンセーション」の重要性が高まっている。

商品の統合は、まず2018年11月に主力の「ベネフィット・ステーション」を「福利厚生サービス」と「健康経営サポートサービス」をワンパッケージ化した「ベネフィット・ステーション NEXT」に一新した。さらに、2019年6月より「福利厚生」「健康経営」「教育・研修」をワンストップで提供する「ベネフィット・ステーション 学トクプラン」を上市した。「学トクプラン」は、業界最多水準の約800講座をeラーニングで受講できるのに加え、5,000ポイントの「ベネポ」※が付与されるプランとなる。

※ ベネフィット・ステーション会員限定で提供するポイントサービス。1P = 1円換算で利用可能。

事業概要

組織面では、ヘルスケア事業で2018年10月に明治安田システム・テクノロジー（株）よりヘルスケアトータルサポート事業を譲受し、特定保健指導業務の強化を図った。「健康+福利厚生」の一体ソリューションを通じて顧客企業の福利厚生と健康経営を強力にバックアップするため、2019年7月に子会社の（株）ベネフィットワン・ヘルスケアを吸収合併した。

ITシステムは、新商品が提供されるたびに開発されてきたことから、プロダクトや業務ごとに分離されたシステムとなっている。システム面での統合を進め管理体制を一本化していくことで、更なる経営の合理化と顧客の利便性向上を実現していく考えだ。

4. 各事業の内容

(1) 福利厚生事業

主力の福利厚生事業は、環境の変化が需要拡大につながっている。「ベネフィット・ステーション」は、1万社以上が導入している。就職したい企業の条件について経済産業省が行ったアンケート調査では、「福利厚生が充実している」の回答が44.2%でトップ、次いで「従業員の健康や働き方に配慮している」が43.8%と福利厚生の重要度が高まっている。

(2) パーソナル事業

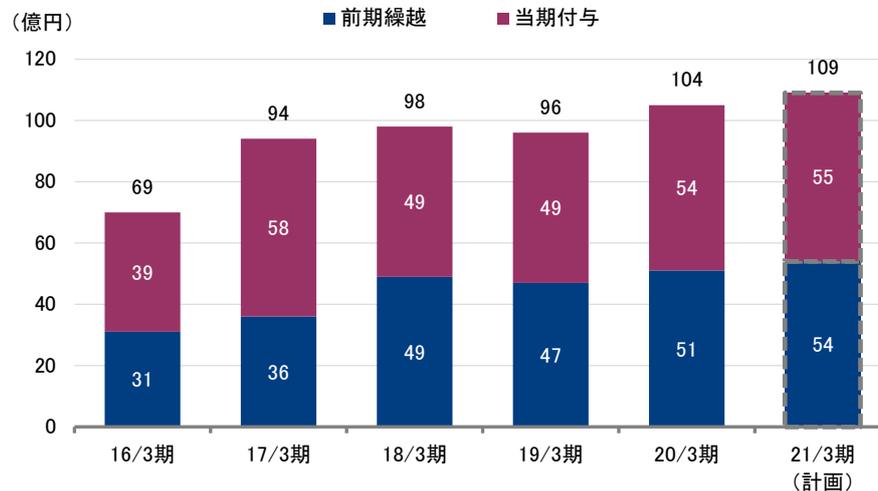
パーソナル事業は、主に協業企業の顧客向けに「ベネフィット・ステーション」を提供しており、協業先とのレベニューシェアになる。BtoCを実現するためには、月額固定の会費を徴収する機能が必要であるため、そのような機能を有する企業とアライアンスしている。協業先は、携帯キャリアやフィットネスクラブ、不動産仲介会社等になる。パーソナル事業の会員数は、2016年4月に227万人と3年間で3.3倍に増加した。ただ、大口協業先が営業方針を変更したこと等により会員数の減少が続き、2020年4月の会員数は126万人まで縮小した。協業先顧客に応じたセット商品の開発により継続価値の高いサービスを構築する。2021年3月期の会員数は、143万人を見込む。

(3) インセンティブ事業

インセンティブ事業は、企業のロイヤリティ・モチベーション向上施策を支援する。付与されるインセンティブ・ポイントは、多様なニーズに応える約20,000の交換アイテムが用意されている。スケールメリットを生かした、アウトレット価格や特典が利用できる。最近では販促インセンティブ目的のみならず、採用強化や離職率低下及び定着率の向上による採用コストの削減、優秀な人材の確保、評価機会の拡大、従業員のモチベーションアップ、営業力の底上げ、キャンペーン効果の引上げなど活用の範囲が広がっている。パート・アルバイト向けの導入メリットは、時給に代わる効果的なモチベーション向上策として、雇用期間の長期化、職場のコミュニケーションの向上などがある。業界No.1の436社に導入されている。代表的な顧客は、携帯電話通信事業者や生損保、自動車販売関係、医薬品会社、外食企業などである。

事業概要

付与ポイント累計額の推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

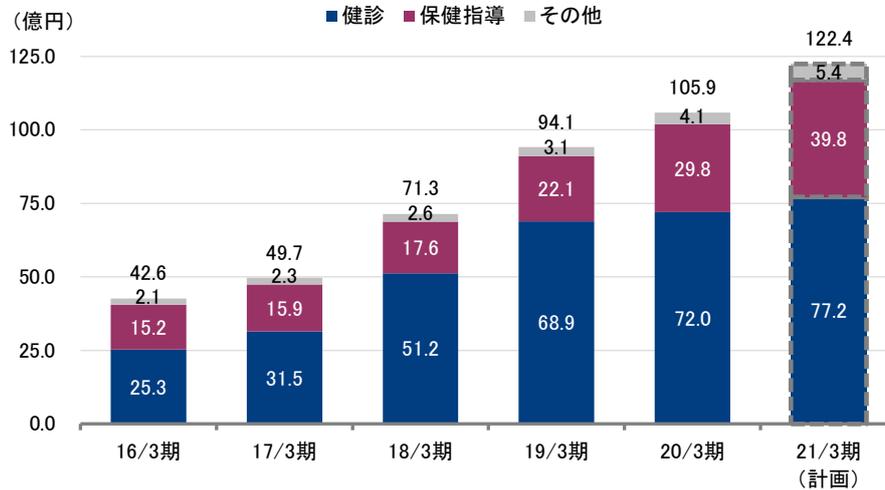
(4) ヘルスケア事業

2040年頃まで高齢者人口の増加により、医療費は増加の一途をたどる。2008年度の特定健康診査及び特定保健指導の義務化から始まり、2015年度からデータヘルス計画の義務化、2015年12月からストレスチェックの義務化と続く国策が、ヘルスケア事業の追い風となっている。2018年度から、日本健康会議、厚生労働省、経済産業省が協働して「健康スコアリングレポート」を作成し、約1,400の健保組合と20の国家公務員共済組合に通知する。2021年度からは、事業主単位でレポート作成が実施される予定だ。

従来は、従業員の健康管理と医療費抑制の観点から、健康リスクが高い従業員を対象とする「ハイリスクアプローチ」であった。労働生産性と相関性が高い健康経営では、職場全体の健康及びメンタル管理をする「ポピュレーションアプローチ」になる。経済産業省の「健康経営優良法人2020」では、1,476社が大規模法人部門の認定を受けた。同社自身も、3年連続して認定されている。ヘルスケア事業は、健診サービスから特定保健指導、健康ポイント、データヘルス計画支援等、健康関連のサービスをワンストップで提供している。大型の複数年契約を受注しており、健診・保健指導ともに業界のリーディングカンパニーの位置付けとなっている。健診のWeb予約化や保健指導のICT面談などを導入し、オペレーションの効率化を継続する。

事業概要

ヘルスケア事業の売上高内訳



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(5) HR マネジメントを中核とする他の事業

法人向けでは、福利厚生に加えて、HR マネジメントにおける重点要素を中核に据えた事業展開を行っている。人事データを核として、HR マネジメントの土台となるサービスを、単独ではなく複数を統合的に提供するところに同社の特長と強みがある。重点要素となる福利厚生、健康、教育研修、インセンティブだけでなく、購買精算、給与計算、金融、CRM等を顧客の要望に合わせて組み合わせることができる。

HR マネジメントを中核とした事業展開



出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

HR マネジメントにおいては、スムーズな出張の手配・精算も重要な課題の1つであり、実現すれば利用企業にとって出張にかかる直接経費の削減だけでなく、間接経費の削減やコンプライアンス強化につながる。キャッシュレスで一括管理を可能とする同社の出張手配・精算業務代行サービス「出張ステーション」は、3つの導入メリットがある。法人契約の特別割引料金を利用して旅費・宿泊費を削減できる「直接経費の削減」、Web手配・個人の立替不要・会社一括精算により業務を大幅に削減する「間接経費の削減」、出張データを一元管理・可視化できるため、カラ出張などの不正を防止する「コンプライアンス強化」である。大手金融機関の導入決定により、大企業に急速に浸透する機運が熟してきた。

2018年11月に、新サービス「接待ステーション」を立ち上げた。出張旅費精算、近距離交通費精算に続く第3の「脱・小口精算」サービスとなる。「接待ステーション」は、接待の申請手続きから精算までワンストップで処理する。飲食店の予約をオンラインで行い、支払いは会社が直接処理するため社員個人の立替払いは発生しない。

通信回線等の精算代行といった管理部門系業務のアウトソーシングも行っており、2019年3月期には大口の支店小口精算受託が開始となった。

(6) 海外事業

海外での事業展開は、2012年に中国と米国に独資の子会社を設立したことから始まった。主に、インセンティブ事業を行っている。2013年には、東南アジア地域に進出し、シンガポール、タイ、インドネシアに拠点を有する。海外事業は2015年3月期から連結決算に組み入れられ始めた。

2017年3月期に、株式を追加取得したシンガポールの REWARDZ PRIVATE LIMITED を連結対象に含めた。同子会社は、福利厚生、ポイント、ヘルスケアを一体化して提供する先進性を有しており、そのサービス構成は国内事業にも横展開され、2018年11月には「ベネフィット・ステーション NEXT」が誕生、現在のメイン商材である「学トクプラン」に至る流れとなった。海外事業は先行投資フェーズに当たり2020年3月期は売上高が856百万円（前期比148.6%増）、営業損失233百万円（前期は298百万円の損失）を計上した。2021年3月期は、損失額が92百万円に縮小することを計画している。ストック型のビジネスであるため、一度損益分岐を越えれば安定した収益貢献が見込まれる。

業績動向

2020年3月期の業績は計画若干未達ながら最高益達成

1. 2020年3月期の連結業績概要

2020年3月期の連結業績は、売上高が前期比8.2%増の37,271百万円、営業利益が同9.9%増の8,394百万円、経常利益が同9.8%増の8,462百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同9.0%増の5,641百万円であった。計画比では、売上高が4.9%減、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益はそれぞれ6.7%、6.5%、7.5%下回った。

ベネフィット・ワン | 2020年7月2日(木)
 2412 東証1部 | <https://corp.benefit-one.co.jp/ir/>

業績動向

2020年3月期連結業績

(単位：百万円)

	19/3期		20/3期		前期比		計画比		
	実績	売上比	計画	実績	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	34,461	-	39,200	37,271	-	2,810	8.2%	-1,928	-4.9%
売上総利益	13,767	40.0%	23,450	14,802	39.7%	1,034	7.5%	-980	-4.2%
販管費	6,125	17.8%	15,750	6,407	17.2%	281	4.6%	-947	-6.0%
営業利益	7,641	22.2%	9,000	8,394	22.5%	752	9.9%	-605	-6.7%
経常利益	7,707	22.4%	9,050	8,462	22.7%	754	9.8%	-587	-6.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,176	15.0%	6,100	5,641	15.1%	464	9.0%	-458	-7.5%

出所：決算概要よりフィスコ作成

事業別では、主力事業となる福利厚生事業・パーソナル事業・CRM事業は売上高が前期比4.2%増の20,714百万円、営業利益が同1.3%増の6,879百万円であった。2020年4月の総会員数は、834万人と前年同月比73万人増加した。主力の福利厚生の会員が77万人増加し、CRMも6万人増えたが、パーソナルが10万人と大きく減少した。福利厚生事業は、人手不足を背景に、法人会員が伸びた。パーソナル事業は、主要アライアンス先の会員数の減少は想定済みであったが、新規協業での会員獲得に遅れが見られた。インセンティブ事業は、売上高が前期比5.8%増の3,681百万円、営業利益が同27.1%増の789百万円であった。前期からの高水準の繰越残高が順調にポイントに交換され、取引先も拡大した。ヘルスケア事業は、売上高が同12.6%増の10,598百万円、営業利益が同69.8%増の1,131百万円となった。健康経営への企業意識の高まりで、健康診断・健康指導とも順調に拡大した。購買・精算代行事業は、売上高が同7.3%増の751百万円、営業利益が同179.4%増の110百万円となった。安定運用により収益性を改善した。海外事業は、顧客基盤拡大により売上高が同148.6%増の856百万円、営業損失は233百万円と損失額は前期比65百万円縮小した。その他は、売上高が671百万円、営業損失が282百万円となった。損失額が、システム開発費用の増加により同106百万円拡大した。

2. 財務状況

(1) 貸借対照表及び財務指標

2020年3月期末の総資産は、前期末比4,848百万円減の29,926百万円となった。流動資産は、同4,566百万円の23,469百万円だった。現金及び預金が4,361百万円減少した。固定資産は、同282百万円減の6,456百万円であった。流動負債は、同1,575百万円減の12,304百万円となった。負債合計は、同1,533百万円減の13,358百万円であった。有利子負債は456百万円と同45百万円減少した。流動比率が190.7%、自己資本比率は55.4%と長短とも財務の高い安全性を堅持した。

ベネフィット・ワン | 2020年7月2日(木)
2412 東証1部 | <https://corp.benefit-one.co.jp/ir/>

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	16/3 期末	17/3 期末	18/3 期末	19/3 期末	20/3 期末	増減額
流動資産	16,180	20,267	23,483	28,036	23,469	-4,566
現金及び預金	4,787	7,396	10,423	12,823	8,462	-4,361
受取手形及び売掛金	4,556	4,456	4,582	5,675	6,187	512
たな卸資産	567	994	1,339	1,113	1,110	-3
預け金	3,500	4,501	4,501	4,505	4,500	-5
固定資産	5,821	6,512	6,751	6,738	6,456	-282
有形固定資産	1,604	1,667	1,564	1,532	1,451	-81
無形固定資産	1,696	1,795	1,974	1,804	1,762	-42
投資その他の資産	2,521	3,048	3,212	3,401	3,242	-159
資産合計	22,002	26,779	30,235	34,774	29,926	-4,848
流動負債	9,431	11,138	12,210	13,880	12,304	-1,575
支払手形及び買掛金	2,158	2,402	2,365	2,687	2,265	-422
短期借入金	72	390	236	280	281	1
固定負債	643	928	917	1,012	1,054	42
長期借入金	127	288	230	221	175	-46
負債合計	10,074	12,067	13,127	14,892	13,358	-1,533
(有利子負債)	199	678	466	501	456	-45
株主資本	11,614	14,107	16,406	19,268	15,974	-3,294
純資産合計	11,927	14,712	17,107	19,882	16,567	-3,314
負債純資産合計	22,002	26,779	30,235	34,774	29,926	-4,848

出所：決算短信よりフィスコ作成

収益性の観点では、ROE（自己資本当期純利益率）が31.0%、ROA（総資産経常利益率）が26.2%、売上高営業利益率が22.5%とどの財務比率も極めて優秀な水準であった。

連結財務指標

	16/3 期	17/3 期	18/3 期	19/3 期	20/3 期
【安全性】					
流動比率	171.6%	182.0%	192.3%	202.0%	190.7%
自己資本比率	53.9%	54.8%	56.5%	57.1%	55.4%
【収益性】					
営業利益率	16.7%	19.9%	19.4%	22.2%	22.5%
ROA（総資産経常利益率）	20.3%	23.5%	22.0%	23.7%	26.2%
ROE（自己資本当期純利益率）	23.2%	29.1%	26.4%	28.0%	31.0%
経常利益率	16.6%	19.4%	19.5%	22.4%	22.7%
当期純利益率	10.5%	13.1%	13.1%	15.0%	15.1%
総資産回転率（回）	1.22	1.21	1.13	1.06	1.15
財務レバレッジ（倍）	1.81	1.84	1.80	1.76	1.78

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(2) キャッシュ・フロー計算書

2020年3月期末の現金及び現金同等物の残高は、前期末比4,365百万円減の12,962百万円であった。営業活動によるキャッシュ・フローは5,476百万円の流入額と、投資活動によるキャッシュ・フローの支出額(748百万円)を上回った。財務活動によるキャッシュ・フローの減少が、前期の2,387百万円から9,077百万円へと大きく拡大した。主な資金減少をもたらしたのは、配当金の支払4,044百万円(前期は2,304百万円)と自己株式の取得5,173百万円(同0百万円)であった。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	16/3期	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,941	5,765	6,289	5,628	5,476	-152
投資活動によるキャッシュ・フロー	33	-906	-1,079	-844	-748	96
財務活動によるキャッシュ・フロー	-2,527	-1,214	-2,189	-2,387	-9,077	-6,690
現金及び現金同等物の期末残高	8,262	11,896	14,924	17,328	12,962	-4,365

出所:決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2021年3月期は、前期比7.7%増収、同7.5%経常増益を予想

2021年3月期の通期予想は、売上高が前期比7.7%増の40,150百万円、営業利益が同7.8%増の9,050百万円、経常利益が同7.5%増の9,100百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同9.9%増の6,200百万円を予想している。前年同期比では、上期の売上高が5.5%減、営業利益が11.5%減、下期はそれぞれ20.0%増、23.5%増を見込む。新型コロナウイルス感染症の影響が及ぶ第1四半期はコストコントロールにより業績への影響を最小限にとどめ、第2四半期以降は営業活動、サービス提供の制約がおおむね無くなり、本来の成長速度に戻る状況を前提としている。新規営業活動の後倒しによる取引開始延期や一部取引の中止を見込むものの、同社は、サブスクリプションモデルのため、安定的な収益を上げることができる。

2021年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	20/3期			21/3期 予想			前年同期比		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	17,957	19,314	37,271	16,970	23,180	40,150	-5.5%	20.0%	7.7%
営業利益	3,763	4,631	8,394	3,330	5,720	9,050	-11.5%	23.5%	7.8%
経常利益	3,795	4,667	8,462	3,350	5,750	9,100	-11.7%	23.2%	7.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,603	3,038	5,641	2,300	3,900	6,200	-11.6%	28.4%	9.9%

出所:決算短信及び決算概要よりフィスコ作成

今後の見通し

通期の営業利益増加（655百万円）の事業別増減予想は、福利厚生事業・パーソナル事業・CRM事業が193百万円増、インセンティブ事業が106百万円増、ヘルスケア事業が396百万円増、購買・精算代行業業が29百万円減、海外事業が142百万円増（損失の縮小）、その他が153百万円減（損失の拡大）となる。福利厚生事業は、第1四半期にサービスの利用減少や取引開始延期などの影響を受けるものの、アフターコロナは人事関連BPOサービス事業のニーズが高まるとみている。期首の会員数が下振れしたため、スタート時の発射台が低くなった。パーソナル事業は減収計画だが、期中から課金会員数の反転増加を見込む。インセンティブ事業は、大手顧客の付与・交換を横ばいとし、顧客基盤拡大による拡大を目指す。ヘルスケア事業においては、在宅勤務や外出自粛などで運動不足によるメタボが懸念されるなか、アフターコロナの健康経営ニーズの拡大と健診・指導の外部化促進が追い風となる。2021年3月期は増益額としては同事業が最大の貢献者となることが予想されている。購買・精算代行業業は、出張及び接待の機会の減少により減益を見込むが、今後の需要拡大に向け、システム投資による業務効率化を加速させる。海外事業は、前期に受注した案件の収益貢献が始まることから、損失縮小を見込む。

■ 中長期の成長戦略

DXに対応するBPO事業及び決済事業のプラットフォーム戦略

1. 市場動向

法的義務化とコロナショックにより、BPO事業にフォローの風が吹く。2015年6月に、日本版コーポレートガバナンス・コードが上場企業に適用された。今後義務化が見込まれるのが、投資家からの要望により米国証券取引委員会（SEC）が検討している「人的資本の情報開示」である。人的資本への経営の取組状況のディスクロージャーが義務化されると、企業の人事部への業務負担がさらに増すことになる。

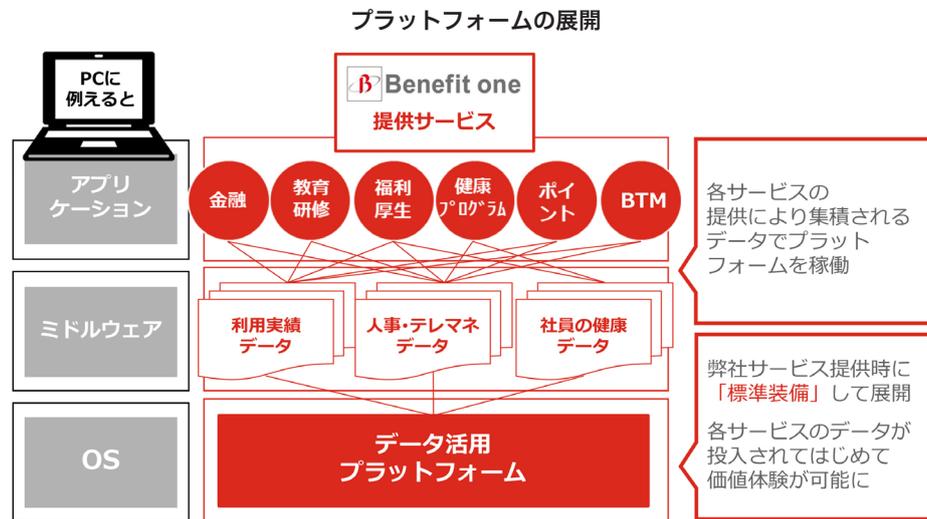
コロナショックにより、社会のデジタル化が一挙に進んでいる。2020年4月7日に、政府は新型コロナウイルス感染症対策として7都府県に緊急事態宣言を発令し、続く16日に対象地域を全国に拡大した。1ヶ月半続いた緊急事態宣言は、2020年5月25日に全面解除されたが、その間、「人との接触8割減」と「人の移動の制限」が求められた。在宅勤務は、一部の企業の例外的取り組みから、すべての企業の「原則」に変わった。「ハンコ主義」「対面原則」「書面主義」のアナログな業務スタイルでは、立ち行かなくなった。緊急事態宣言解除後も、企業は以前の勤務形態にそのまま戻らない。企業によっては、出社する社員を当初3割程度にとどめ、感染拡大がなければ5割までと段階的に引き上げられる。第2波、第3波のリスクを想定すると、コロナ前の姿に戻ることは難しい。在宅勤務を経験した従業員からは、コロナ収束後も育児や介護からテレワークが継続されることを望む声も多い。

テレワークを阻害する旧来の商習慣が見直されている。一部のIT系企業では、契約を電子契約のみとし、書面の交換を排除した。行政も「脱ハンコ」の動きを前倒しにしている。総務省は、文書が改ざんされていないと証明する「タイムスタンプ」を2021年度に、電子的な社印「eシール」を2022年度に導入する予定であったが、コロナ対策として、新制度の運用を2020年内に繰り上げることを決定した。欧州連合（EU）は、2016年に電子認証の包括的な法的規則を発効しており、米国でも電子書類を証明する「電子署名」の法律が制定されている。コロナショックを契機に、日本の遅れていた社会のデジタル化が加速する。

職域データを基に最適なレコメンデーションを可能とするプラットフォーム

2. BPO 事業の「データ活用プラットフォーム」

アフターコロナにおいて個人と組織の持続的成長をもたらすことを狙い、BPO 事業ではデータ活用を基盤とした人事の DX として、新開発のプラットフォームを提供する。2020年6月にローンチのプラットフォーム「ベネワン・プラットフォーム」は、パソコンに例えれば基本ソフト（OS）にあたり、その上にアプリケーションに相当する各種サービスが乗る。従来、バラバラに提供されてきた金融、教育研修、福利厚生、健康プログラム、ポイント、BTMなどのサービスが、トータルでソリューションとしての価値を提供していく。



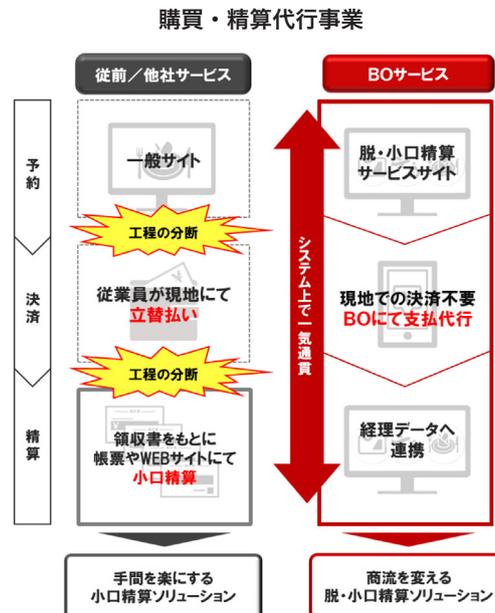
出所：決算説明会資料より掲載

「標準装備」として無償で提供される「ベネワン・プラットフォーム」は、企業の持つ人事管理、人事考査、タレントマネジメント、給与、勤怠、採用や従業員の健診結果、ストレスチェック、生活習慣に関わるデータを網羅的に活用できる。データの集積、可視化、分析により、ワーク・ライフ・バランスや健康といった個々人の豊かさに貢献する最も有効なサービスを提供していく考えだ。企業が、福利厚生などで自前のリソースに依存した場合、画一的なものしか提供できず、多様化する従業員のニーズに対応しづらい。BtoCのショッピングサイトでは、購買履歴などから「似たもの」しかレコメンドできないが、同社のBtoEの場合は、職域で発生する多様なデータを利用するという優位性がある。個人データの利用は、社内用途に限定される。

参加者にメリットをもたらす「給与天引きプラットフォーム」

3. 給与天引きプラットフォームによる決済方法の変革

同社は、キャッシュレス決済の事業化に取り組んでいる。2018年7月に、コーポレートガバナンス強化を支援する総務ソリューションとして、法人企業の接待・会食時に、店舗予約から精算までを一括して行うサービスを開始した。従来からある小口精算と出張精算に接待交際精算が加えることで、経費の見える化とキャッシュレス化を一層推進する。予約・精算代行システムにより、人数、場所、金額を管理でき、社員による現地での精算を不要とする。透明性が増し、記録も残り、コーポレートガバナンスが強化される。しかし、企業が、デジタル化へ全面移行しなければその効果は発揮されない。コロナショックにより企業のデジタル化が一層進展するため、中長期的なビジネスチャンスが高まる。



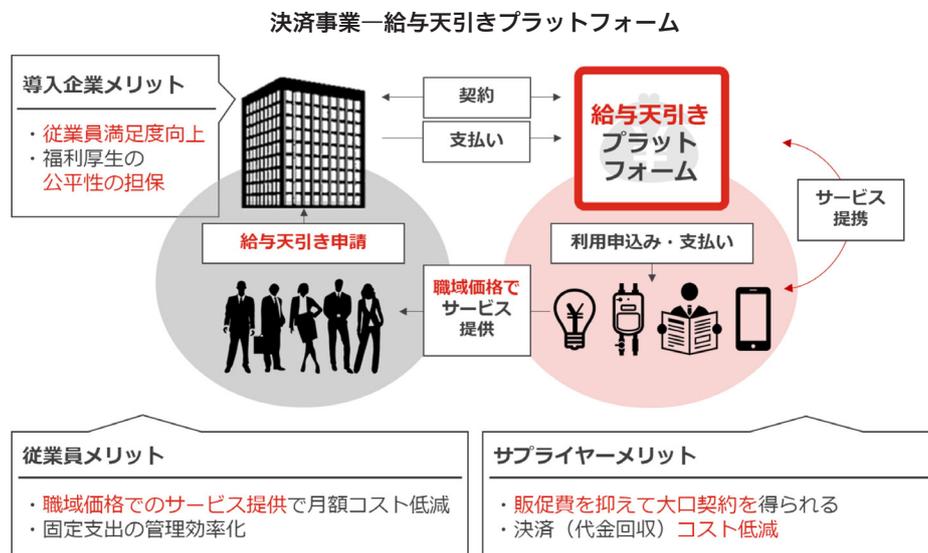
出所：決算説明会資料より掲載

2019年10月の消費税率引き上げに伴う需要平準化策として導入された端末機導入に対する補助金や消費者へのポイント還元などにより、店頭におけるキャッシュレス決済が進む。同制度が2020年6月末までの9ヶ月間で終了してしまうため、スマートフォン決済サービス各社は自社方式を選んでもらうため赤字必至のキャンペーンを行っている。同社は、店舗決済の新ソリューションとして「ベネ・ウォレット構想」を打ち出しているものの、自社のポジショニングが生かせる「給与天引き構想」を優先させることにした。

「給与天引き構想」の突破口は、金額の大きな家賃とする。住宅に関する補助金を住宅手当として現金支給すれば、従業員の給与として扱われ、所得税と社会保険料が増加する。「福利厚生住宅」の社宅として現物支給し、住宅手当に相当する金額を社宅使用料として給与から天引きする形に改めると、課税対象となる収入が減少し、節税効果が得られる。

中長期の成長戦略

社宅使用料を給与から天引きする形式の「給与天引きプラットフォーム」を、他の料金引き落としの決済サービスに展開する。個人が毎月支払う電気、ガス、新聞、携帯電話、インターネット接続サービスなどの決済に同社の「給与天引きプラットフォーム」を利用すると、サプライヤーは利用者との個々の決済をせずに、企業単位でまとめて同社との一括決済で済むことになり、決済コストを大幅に削減できる。既存の決済方式では、例えば銀行の口座引き落としが1件当たり100円、クレジットカードであれば取引金額の2%などが徴収される。同社との決済では、会員である大企業や官公庁からの大口顧客を獲得するチャンスが得られることから、割安な価格をオファーできる。従業員は、決済方法を変えることで職域価格による月額費用の低減と固定支出の管理を効率化できるメリットを得る。導入企業は、従業員満足度の向上と福利厚生性の公平性を担保できる。「給与天引きプラットフォーム」に決済方法を変更することで、従業員、導入企業、サプライヤーのいずれの参加者もメリットを受けられる。



出所：決算説明会資料より掲載

生産性を高め、成長を加速し、新常態に対応する働き方改革

4. アフターコロナに適合する同社の働き方改革「Neo Works」

緊急事態宣言が解除された2020年5月25日の国内新型コロナウイルス感染者は、16,415人であった。そのうち、東京都が5,160人と全体の3割強を占めた。全体の5割超の感染者を出し、最後に解除された首都圏では、都県をまたぐ人の移動が制限され、通勤を困難にした。企業は東京一極集中のリスクを痛感した。リモートワークを進めた企業は、家賃を含め物価が高く、人手不足が深刻で、賃金水準の高い東京以外の選択肢に目が向くきっかけとなった。同社の生産性を高め、成長を加速させるために取り組んできた「Neo Works」が、「脱東京」を含めアフターコロナの新常態に対応する働き方改革として先鞭を付ける。コロナ禍によって、同社もテレワーク環境の整備を加速した。インサイドセールスは、完全にテレワークを実現。フィールドセールスは、客先訪問ができない中、ビデオ会議システムの利用と電話によるフォローを行った。従前から松山オペレーションセンターに加え地方型サテライトオフィスを開設し「脱東京」を進めていたことで、コロナウイルスによる業務上の大きな支障は出ていない。

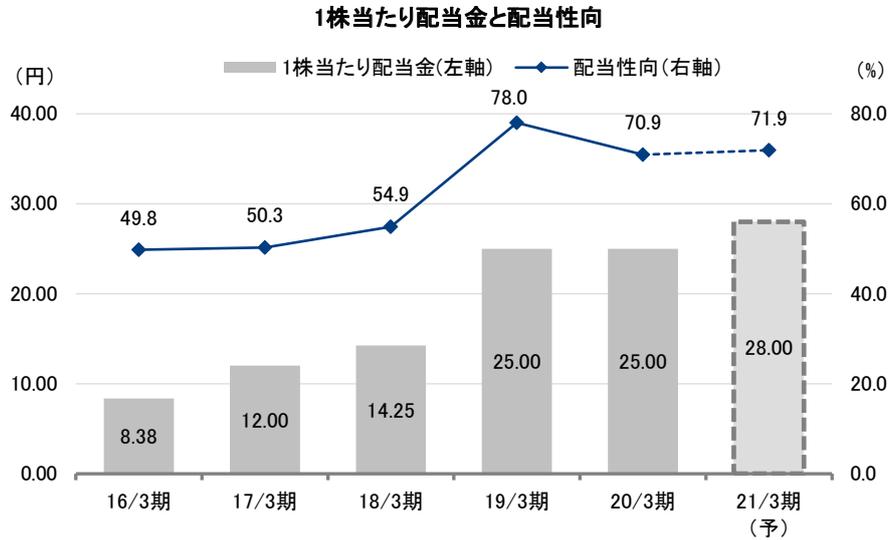
ヘルスケア事業は、特定保健指導の訪問面談をICT面談にシフトしている。ICT面談比率は、単月ベースでは2020年3月に直近年平均3.0%から11.8%に上昇した。訪問面談では、移動時間と交通費が発生し、会場や事業所の調整といった前準備が必要になる。当日は、会場側対応者をアサインする必要もある。ICT面談による「対面」からオンライン化のシフトは、同社の業務効率の向上と経費節減だけでなく、感染症防止など顧客の安全性も高める。BPOサービス、HR Tech、健康経営などのソリューションを提供することで、企業のデジタル化を支援し、持続的成長を可能にするパートナーの役割を担う。

■ 株主還元策

2021年3月期は、1株当たり3円の増配を計画

株主還元策は、年間の純資産配当率(DOE)を10%以上と配当性向70%以上を目標に、継続的かつ安定的な配当を基本方針としている。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行った。また、2019年7月と11月にそれぞれ180万株、63万株の自己株式を取得し、その全株式を消却した。2019年3月期の株式分割修正後の1株当たり配当金は、25.0円(うち記念配当が6.0円)で、8期連続増配であった。2020年3月期は、1株当たり配当金25.0円(普通配当部分の比較では前期比6円の増配)、配当性向70.9%、DOEが22.0%であった。2021年3月期は、1株当たり年間配当金を前期比3円増の28.0円とし、配当性向71.9%を計画している。

株主還元策



注：1株当たり配当金は、株式分割を調整。
 出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 情報セキュリティ

ITシステムをセキュアなクラウドサービスに転換へ

情報セキュリティ対策は、制度、人、システムの3面により構成される。外部からの不正侵入に備えて、外部専門会社から脆弱性のテストを受けている。また、内部からの情報漏洩を防ぐため、社員教育に力を入れている。現在は、守りを重視していることから、柔軟性に欠けるきらいがある。同社は、ITシステムのクラウドへの移行段階にある。セキュアなクラウド上にプラットフォームを確保することで、防御力と柔軟性を兼ね備えたシステムへの移行を図る。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp