

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

企業情報はこちら >>>

2017 年 6 月 15 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>

ベネフィット・ワン
2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)
<https://bs.benefit-one.co.jp/>

目次

■ 要約	01
1. 経営の独自性と優位性	01
2. 業績動向 – 20% 超の利益成長	01
3. 3 つの成長誘発要因	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	03
■ 事業概要	04
1. 事業概要	04
2. 事業別売上高構成	04
3. 会員数の推移	06
4. 総合福利厚生サービス「ベネフィット・ステーション」	06
5. 各事業の内容	07
■ 業績動向	12
1. 2017 年 3 月期の業績概要	12
2. 財務状況と経営指標	13
■ 今後の見通し	14
1. 2018 年 3 月期の業績見通し	14
2. 3 つの中長期的な成長誘発要因	15
■ 株主還元策	22

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

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

要約

職域で得られるビッグデータの活用により新たな付加価値を提供へ

ベネフィット・ワン <2412> は、他に類を見ない福利厚生・ポイント・健康を一体化したサービスを提供し、利用者の利便性を高めている。2017 年 3 月期に株式を追加取得して連結対象としたシンガポール子会社は、シンガポールとマレーシアにおいて「HR Vendors of the Year 2016」を受賞した。国内事業にも、スマートフォンを利用する海外の先進的仕組みを導入することで優位性を高める。同子会社と呼応して、同社のシステム開発の一部をインドの IT 都市バンガロールで実施すべく、現地法人の設立手続きを行っている。

1. 経営の独自性と優位性

「サービスの流通創造」というビジョンを、ユーザー課金型サービスマッチングサイト運営で実現するという独自性・優位性の高い経営を行う。ユーザー、経営者、サービス提供企業と同社の“四方良し”のビジネスモデルを築くことにより会員数は増加傾向にあり、2018 年 4 月に 900 万人到達を計画している。ユーザーやサービス提供者の IT 利用を促進することで、同社オペレーションの電子化が進み、高収益ネット企業の収益構造を作りつつある。2017 年 3 月期は、ROE が 29.1%、ROA も 23.5% と優れた成果を上げた。

2. 業績動向 - 20% 超の利益成長

2017 年 3 月期は、売上高が前期比 13.1% 増、経常利益は同 32.8% 増加した。獲得会員数の増加やコストコントロールができたことで、計画を上回る大幅な増益を達成した。2018 年 3 月期は、事業環境が追い風であり、前期比 18.7% の増収、同 21.3% の経常増益を予想する。好業績を反映して、1 株当たり配当金は、2017 年 3 月期が前期比 14.5 円増の 48.0 円、2018 年 3 月期は 57.0 円へと大幅な連続増配を計画している。

3. 3 つの成長誘発要因

人手不足、国策、ICT の普及が、中長期的な成長誘発要因となる。大企業が自前の保養施設を所有していた時代の福利厚生は“ぜいたく品”であったが、現在の人手不足時代では“必需品”と化している。国が進める働き方改革では、同一労働同一賃金が謳われており、それには賃金だけでなく、福利厚生も含まれる。企業の福利厚生が正規だけでなく非正規従業員も対象となると、新たに約 2,000 万人の潜在需要が生まれることになる。ストレスチェックや健康ポイントなどの健康経営も需要を喚起する。ICT では、個人のインターネット利用機器でスマートフォンが最もポピュラーになった。同社は、自社の IT システムをスマートフォン・セントリックに再構築している。また、クラウドサービスの提供により、中小企業やサービス提供者におけるデジタル化を進め、市場のすそ野を広げる。外部ベンダーも接続可能な無料ポータルサイトの提供も計画している。また、従来の福利厚生・報奨・健康や給与計算、小口精算、出張精算に、人事評価やタレントマネジメントを加え、職域で発生するビッグデータを収集・分析・活用することで、新たな付加価値を提供していく。

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

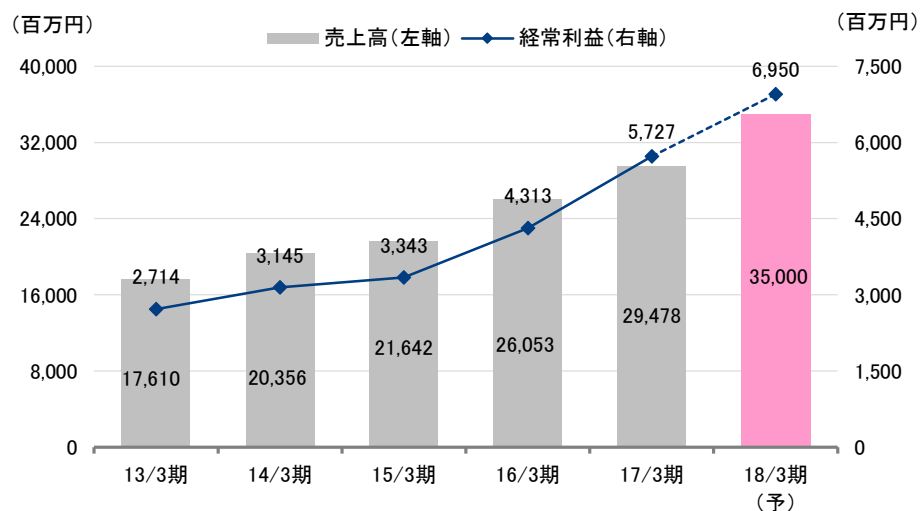
<https://bs.benefit-one.co.jp/>

要約

Key Points

- ・人手不足の時代に、福利厚生サービスは必需品に
- ・「働き方改革」で対象市場が 2,000 万人拡大へ
- ・「HR Tech」によるビッグデータの収集・分析・活用をする

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

会社概要

企業ビジョンは、「サービスの流通創造」への挑戦

1. 会社概要

1996 年の設立当初から大きな市場において日本発のビジネスモデルによる世界的な企業を目指し、インターネットを利用するユーザー課金型ストックビジネスモデルを展開している。「サービスの流通創造」というビジョンを掲げ、国内で 9 つの事業を展開し、海外にも進出している。有料会員を地道に積み上げて、2017 年 4 月時点の会員数は 760 万人におよぶ。現在、東証 1 部上場企業が導入する福利厚生アウトソーシングサービスにおいて、企業数ベースで 4 割強のマーケットシェアを獲得している。

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

https://bs.benefit-one.co.jp/

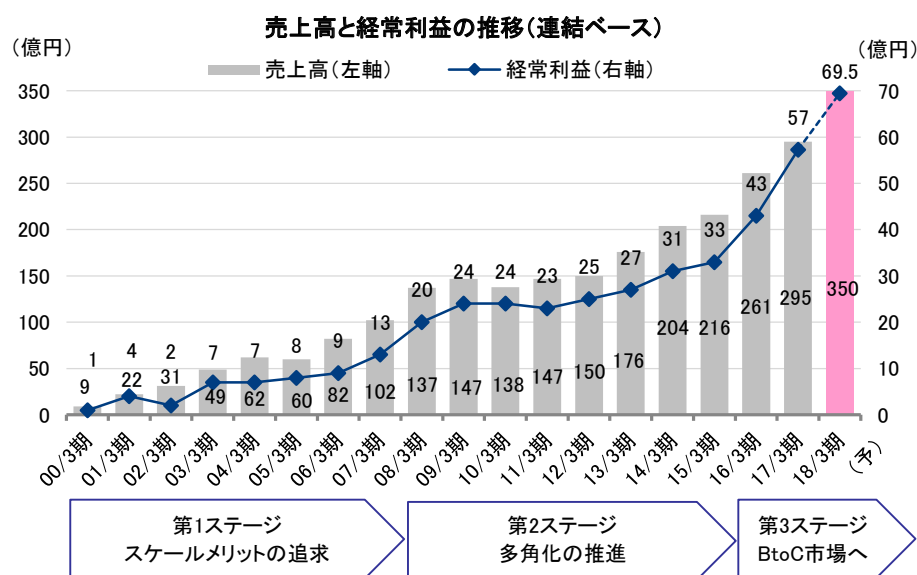
会社概要

福利厚生アウトソーシングサービスから始まった同社の事業は、顧客からの要望に応えることで拡大し、現在は人事データを核としたマルチベンダー型の BPO プラットフォームを提供する形に進化している。総合型コンテンツという独自性を武器に、福利厚生・報奨・健康をワンセットで提供できる強みを持つ。生産年齢人口の減少による人手不足、ヘルスケアに関する国策、コーポレートガバナンスの強化など、企業を取り巻くマクロ環境の変化が追い風となっている。他に類を見ない独自のビジネスモデルにより市場を切り開くことで、需要を顕在化させ、2014 年 3 月期から 2017 年 3 月期における年平均成長率 (CAGR) は、売上高で 13.1%、経常利益で 22.1% の急成長を遂げた。

2. 沿革

1996 年 3 月に、「サービスの流通創造」を目的として、パソナグループ<2168>の社内ベンチャー制度の第 1 号として設立された。

約 20 年間の社歴は、3 つのステージに分かれる。1996 年の設立から 2005 年までの第 1 ステージでは、企業及び官公庁がコスト削減とサービスレベルの向上を目的とする外注化にシフトしたことから、福利厚生のアウトソーシングサービスを中核に会員規模を拡大するスケールメリットを追求した。2006 年から、事業の多角化と海外事業を推進する第 2 ステージに入った。多角化は、既存の顧客に新たなサービスを、また既存のサービスを新たな顧客に提供する形態をとったことから、比較的短期間で収益化することに成功した。2014 年から第 3 ステージと位置付け、事業を BPO 事業 (BtoB) とサービスの流通創造 (BtoC) にドメインを再定義した。



出所：決算短信よりフィスコ作成

ベネフィット・ワン
2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)
<https://bs.benefit-one.co.jp/>

事業概要

会員制インターネットモール「ベネフィット・ステーション」を展開

1. 事業概要

同社は、国内において9つの事業を展開しており、福利厚生事業、インセンティブ事業、ヘルスケア事業、BTM 事業、コストダウン事業、ペイロール事業、パーソナル事業、CRM 事業、インバウンド事業により構成されている。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都度手数料を徴収せず、その分を割引価格という形でユーザーに還元する。そのため、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。

事業概要

事業名	事業内容
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
パーソナル事業	個人顧客に向けたサービスのリアルマッチング
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
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
ヘルスケア事業	健診サービスや特定保健指導、メンタルチェック等の疾病予防のための健康支援
BTM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
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
ペイロール事業	企業の給与計算業務のアウトソーシング(持分法適用会社)
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
海外事業	主としてインセンティブ事業を展開

出所：会社資料より掲載

2. 事業別売上高構成

2017 年 3 月期の連結売上高 29,478 百万円の事業別構成比は、福利厚生事業が 48.5%、インセンティブ事業が 12.7%、ヘルスケア事業が 16.9%、パーソナル事業が 14.1% 等となった。海外事業は 1.0% であった。2017 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 4.9% にとどまったものの、パーソナル事業が 53.2%、インセンティブ事業が 27.7%、ヘルスケア事業が 14.3% の高伸長を見せ、それぞれの売上高構成比が 10% を超えた。

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

https://bs.benefit-one.co.jp/

事業概要

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、2017 年 3 月期の営業利益 5,852 百万円の約 90% を占め、売上高営業利益率は全体の 19.9% を上回る 27.8% を達成している。会員増により会費収入が増加傾向にある上、オペレーションの効率化が進み、原価率の低減に成功している。インセンティブ事業は、取引先の予算が拡大しており、経費のコントロールもできているため、売上高営業利益率も 14.9% と高い。ヘルスケア事業は、オペレーションの見直しと改善に集中したことから、利益面で V 字回復を果たした。CRM 事業、BTM 事業、インバウンド事業は規模が小さく、システムの開発負担もあり収益への寄与は小さい。海外事業は、先行投資期にあるため、損失が続くが、先進的な取り組みを日本のオペレーションに活用するなど相乗効果が出ている。

事業別売上高と営業利益の推移

(単位：百万円、%)

	14/3 期	15/3 期	16/3 期	17/3 期	18/3 期 (予)	CAGR	14/3 期	15/3 期	16/3 期	17/3 期	18/3 期 (予)
[売上高構成比]											
売上高	20,356	21,642	26,053	29,478	35,000	13.1%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
福利厚生事業	12,399	12,959	13,918	14,306	15,356	4.9%	60.9	59.9	53.4	48.5	43.9
パーソナル事業	1,158	1,879	3,535	4,166	4,663	53.2%	5.7	8.7	13.6	14.1	13.3
CRM 事業	631	552	526	578	589	-2.9%	3.1	2.6	2.0	2.0	1.7
インセンティブ事業	1,796	1,965	2,442	3,736	4,497	27.7%	8.8	9.1	9.4	12.7	12.8
ヘルスケア事業	3,336	3,100	4,257	4,979	7,500	14.3%	16.4	14.3	16.3	16.9	21.4
BTM 事業	71	94	128	132	181	23.0%	0.3	0.4	0.5	0.4	0.5
コストダウン事業	369	405	495	504	595	11.0%	1.8	1.9	1.9	1.7	1.7
インバウンド事業	29	29	20	140	224	69.0%	0.1	0.1	0.1	0.5	0.6
海外事業	-	32	155	284	1,008	-	-	0.1	0.6	1.0	2.9
[売上高営業利益率]											
営業利益	3,169	3,353	4,355	5,852	7,000	22.7%	15.6	15.5	16.7	19.9	20.0
福利厚生 + パーソナル + CRM	2,911	3,127	4,281	5,290	6,165	22.0%	20.5	20.3	23.8	27.8	29.9
パーソナル事業	2,461	2,530	3,256			-100.0%	19.8	19.5	23.4	0.0	0.0
CRM 事業	392	597	975			-100.0%	33.9	31.8	27.6	0.0	0.0
インセンティブ事業	57	35	62			-100.0%	9.0	6.3	11.8	0.0	0.0
ヘルスケア事業	118	217	332	555	752	67.5%	6.6	11.0	13.6	14.9	16.7
BTM 事業	179	96	-33	292	450	17.7%	5.4	3.1	-	5.9	6.0
コストダウン事業	10	6	11	-24	1	-	14.1	6.4	8.6	-	0.6
インバウンド事業	75	87	100	90	132	6.3%	20.3	21.5	20.2	17.9	22.2
海外事業	-6	-6	-33	-36	0	-	-	-	-	-	0.0
海外事業	-6	-96	-223	-225	-199	-	-	-	-	-	-

注：営業利益率は、各事業の売上高営業利益率

CAGR は、2017/3 期までの 3 期間の年平均成長率

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

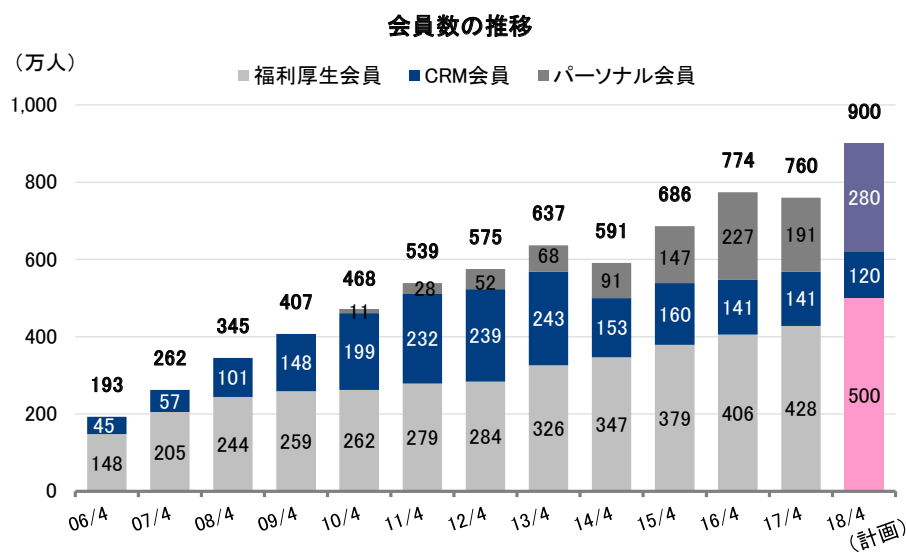
2017 年 6 月 15 日 (木)

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

事業概要

3. 会員数の推移

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。累計会員数は、2004 年に 100 万人を突破。その後、多角化の効果もあり順調に会員数を拡大してきた。2007 年には、200 万人、2009 年に 400 万人に達した。2017 年 4 月の総会員数 760 万人の内訳は、福利厚生会員が 428 万人、CRM 会員が 141 万人、パーソナル会員が 191 万人であった。2018 年 4 月には 900 万人、年間で 140 万人の純増を計画している。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

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。

4. 総合福利厚生サービス「ベネフィット・ステーション」

同社の総合福利厚生サービス「ベネフィット・ステーション」により、会員は 120 万件以上の施設・サービスを割安な会員価格で利用することができる。従来の「定食型」福利厚生サービスでは、利用したいメニューがない、もしくはいつも同じメニューで飽きてしまうという不満がある。同社の「カフェテリア型」は、多彩メニューから自由に選ぶことができるため、利用者の満足度が高い。ユーザー課金型サービスのため、常にユーザー側に立った、ユーザーの課題を解決するサービスを提供するようにしている。

事業概要

「ベネフィットステーション」が提供するサービスカテゴリー

- ・リゾート&トラベル（宿泊・ツアー）
- ・ライフケア（育児・介護・健康管理）
- ・ライフサポート（冠婚葬祭・住宅・自動車購入・引越）
- ・スポーツ（フィットネス・ゴルフ・テニス・ダイビング）
- ・スクール&カルチャー（資格・語学・OA スクール）
- ・リラクゼーション（マッサージ・エステ）
- ・ビジネス（研修所・社宅管理）
- ・レジャー&エンターテインメント（グルメ・遊園地・テーマパーク）
- ・ファイナンス（ローン・保険・資産運用）

出所：会社資料よりフィスコ作成

5. 各事業の内容

(1) 福利厚生サービス

同社の福利厚生サービスは、企業と従業員の双方にメリットがある。会員企業は、多種多様な福利厚生制度の構築や運用にかかる面倒な事務作業の手間も軽減することができる。複数拠点で事業を運営する企業の地域間格差や世代間格差を縮小できる。従業員が人生のあらゆるシーンで利用できる、豊富なサービスメニューをそろえている。代表的なものとしては、新社会人であれば、スーツ購入割引、飲食店割引、カラオケ割引、英会話学校割引を利用する可能性が高いだろう。婚活では、結婚相談所割引、映画館割引、結婚ならば、結婚式場割引、引越・住宅購入割引、家具購入割引などがある。もちろん、家族サービスのためのレジャー施設割引や宿泊施設割引もある。

人生のシーンごとに利用できる同社サービス

人生のシーン	会員制割引サービス
新社会人	スーツ購入割引、飲食店割引 / カラオケ割引、英会話学校割引
婚活	結婚相談所割引、映画館割引
結婚	結婚式場割引、引越・住宅購入割引、家具購入割引
出産	託児所割引、育児用品割引
家族サービス	レジャー施設割引、宿泊施設割引
健康チェック	メンタルヘルスチェック、人間ドック割引
介護・終活	介護支援サービス、葬儀相談サービス

出所：会社ホームページよりフィスコ作成

(2) パーソナル事業

企業向け福利厚生サービス「ベネフィット・ステーション」を、特定の企業や団体に属していない個人でも利用できるようにした。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とされるため、そのような機能を有する企業をアライアンス先としている。アライアンス先は、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。顧客への対面販売や月額課金を特徴としており、同社の会費モデルとの親和性が高い。

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

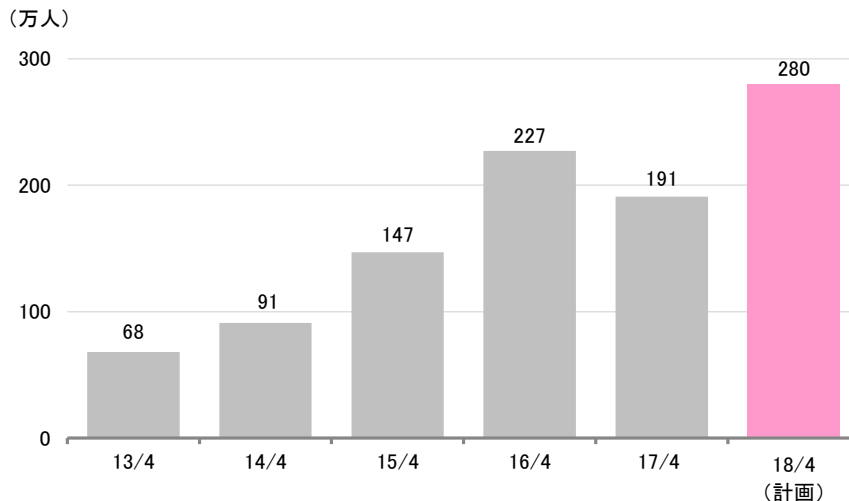
<https://bs.benefit-one.co.jp/>

事業概要

福利厚生サービスの企業会員は、会社の福利厚生の一環として付与されるため、所属する企業が止めなければ、利用のいかんを問わず、会員であり続ける。一方、パーソナル会員は、個々人の判断で退会ができる。そのため、月会費以上のメリットを享受するよう、利用を促進する啓蒙活動が重要になる。パーソナル会員維持のため、広範囲なサービスの中から、グルメ、エンタメ、健康、金融に特に注力することで、一般サイトとのコンテンツの差別化を図る。

パーソナル事業は、2016 年 4 月の会員数が 227 万人と 3 年間で 3.3 倍に増加した。ただし、大口アライアンス先である携帯キャリアが営業方針を変更したことが主因となり、2017 年 4 月は 191 万人に減少した。2018 年 4 月に向け、既存アライアンス先の増加に加え、大型新規協業先との提携が予定されているため、上昇トレンドに戻ることを計画している。

パーソナル会員数の推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(3) CRM 事業

CRM (Customer Relationship Management) 事業は、顧客満足度向上支援サービスになる。同社クライアント企業の主力商品に同社サービスを加えることで、新規顧客の獲得や優良顧客の囲い込みを支援する。多様化する顧客の価値観やサービスのランク分けをして顧客満足度を高めることが可能になる。

(4) インセンティブ事業 (モチベーション向上支援サービス)

同社は、日本初のインセンティブ専用のポイントプログラムを展開している。インセンティブ・ポイントの交換アイテムは、全 21 カテゴリー、約 20,000 メニューをそろえている。年齢・性別を問わず、幅広い層のライフスタイル・趣味嗜好に対応でき、同社のスケールメリットを生かした、お得なアウトレット価格や特典が利用できる。単なる「モノ」だけでなく、ユーザーの心に残るプレミアムな体験ができるサービスも充実している。

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

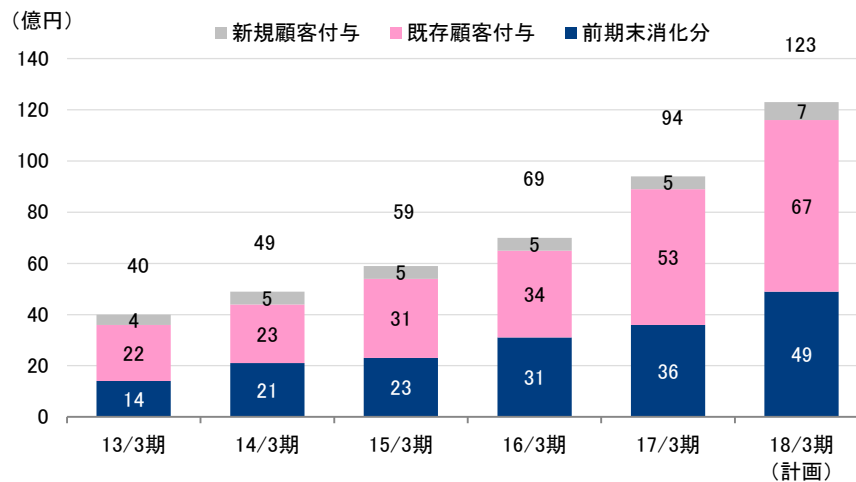
https://bs.benefit-one.co.jp/

事業概要

同社と契約した企業が、インセンティブ・ポイントを営業職社員や代理店等に付与する。最近では販促インセンティブ目的のみならず、採用強化や離職率削減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。

導入実績は、2017 年 5 月時点で 350 社を超えており、代表的なところでは、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、外食企業などがある。携帯電話通信事業者は、販売奨励金の予算が潤沢にあるため、付与ポイントの取得も大きい。

付与ポイント累積額の推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(5) ヘルスケア事業

事業環境としては、2008 年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追い風となっている。厚生労働省は 2015 年度から、すべての健康保険組合に対し、データを活用した科学的なアプローチにより事業の実効性を高めるデータヘルス計画の作成と実施を義務付けている。データヘルスは、特定健康診査や診療報酬明細書（レセプト）などから得られるデータの分析に基づいて、効率の良い保健事業を行うことである。背景には高齢化と生活習慣病の増加がある。近年、生活習慣病が死因の約 3 分の 1 を占めると推計されている。特定健康診査は、メタボリックシンドロームに着目した健診である。特定保健指導は、その診査の結果から発症リスクが高く、生活習慣の改善による予防効果が期待できる人をサポートする。

ヘルスケア事業は、健診サービスから特定保健指導、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。

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

https://bs.benefit-one.co.jp/

事業概要

ヘルスケアに関する法整備と同社関連商品のラインナップ

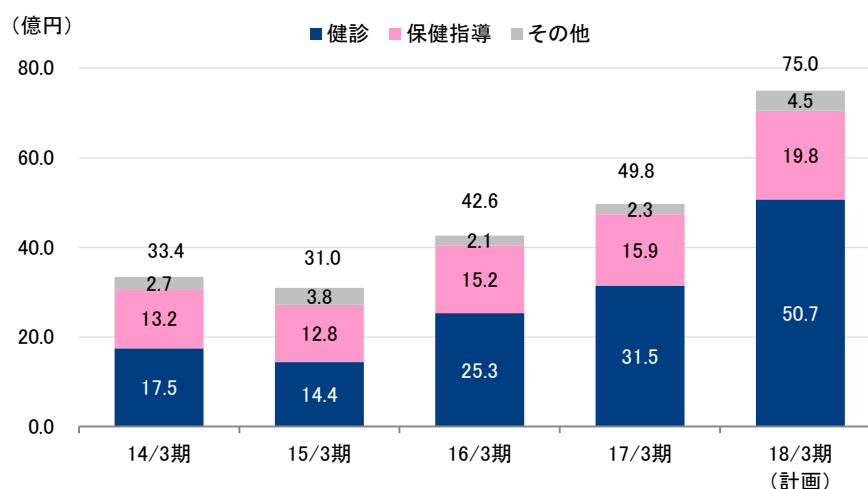
年月	法制化	同社のヘルスケア商品
2008 年 4 月	特定健康診査・ 特定保健指導の義務化	「ハピルス健診サービス」(健康業務)
		「ハピルスチェンジ」(特定保健指導) 前期高齢者訪問指導サービス (専門家が自宅訪問)
2015 年度	データヘルス計画の義務化	「ハピルスデータヘルス」 (データヘルス計画支援) 「ハピルス糖尿病重症化予防プログラム」 (糖尿病患者を適切指導)
2015 年 6 月	健康ポイント	「ハピルス健康ポイントプログラム」 (インセンティブで健康管理)
2015 年 12 月	ストレスチェックの義務化	「ハピルスメンタルチェックプログラム」 (健診データ×ストレスチェック)

出所：会社資料よりフィスコ作成

2015 年 12 月に義務化されたストレスチェックでは、精神的疾患と生活習慣病が別々の問題ではなく関連していることが明らかになってきているため、同社では健診データとストレスチェックを掛け合わせたチェックプログラムを提供する。また、企業や健保で行われる健康増進の取り組みに対し、インセンティブを起点とした健康づくりのプログラムも提供。政府は、健康ポイント（個人に対するヘルスケアポイント付与）について充実させる方向性を示している。

ヘルスケア事業は、業務効率改善の効果もあり、2017 年 3 月期は売上高が前期比 17.0% 増の 4,979 百万円となり、営業利益は 2016 年 3 月期期の 33 百万円の損失から 292 百万円の利益に転じた。オペレーションの改善により納品も進み、利益の伴った成長モデルに体質改善ができた。2018 年 3 月期は、売上高、営業利益とも 5 割増を見込む。大型複数年契約を受注した。顧客先は、前期比 506 社増の 1,100 社に達し、健診・保健指導ともトップシェアとなる見通しだ。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。ストレスチェックの顧客が急増している。また、健康ポイントの目標を 150 社として、福利厚生、インセンティブとのクロスセル強化でトップシェアを目指す。

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

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

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

事業概要

(6) BTM 事業

BTM (Business Travel Management) の利用は、出張にかかる直接経費の削減だけでなく、間接コストの削減やコンプライアンス強化につながる。同社のキャッシュレスで一括管理を可能とする「出張ステーション」は、3 つの導入メリットがある。それらは、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 (24 時間可能)・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、空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。

同事業は現時点での収益は小規模なものの、経営者のコンプライアンス意識の高まりとともに需要が急拡大しており、商品力と営業力を強化している。国内ではマージン率の高い出張専用宿泊施設との直接提携を強化することで取扱いを伸ばし、収益性を高める。次は、これまで手掛けていなかった海外も、航空券・宿泊の手配体制を整える。

(7) ペイロール事業

BPO 事業強化の一環として、2015 年 8 月に給与計算業務のアウトソーシングサービスを行う新会社 (株) ベネフィットワン・ペイロールを設立した。同子会社は、パソナグループ各社とベネフィットワングループ各社の給与計算と勤怠管理業務を担うシェアードサービス機能を持つ。このペイロール機能を外販し、中堅・中小企業 73 万社をメインターゲットとしている。

(8) 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。同社は、日本発のビジネスモデルのグローバル展開を進めている。主に、インセンティブ事業を行っている。2013 年には、アジア地域の事業を統括する合併会社をシンガポールに設けた。同子会社を介して、2014 年にタイ、台湾、インドネシアにも進出した。また、2015 年 1 月には、欧州初となる 100% 子会社をドイツに設立した。海外事業は、2015 年 3 月期から連結決算に組み入れられはじめた。

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 (以下、REWARDZ) を連結対象に含めた。同子会社は、2016 年 11 月にシンガポールとマレーシアにおいて「HR Vendors of the Year 2016」を受賞した。企業従業員の報奨制度にかかるアプリサービスや報酬・福利厚生サービスが評価された。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いる。同社は、国内事業でも同方式を展開していく。なお、ベネフィット・ワングループは今後 REWARDZ 社のインド開発拠点を積極的に活用していく方針だ。アジア地区は、同子会社を核に、サービスメニューをポイントだけでなく、福利厚生やヘルスケアへと拡大する。海外事業は、先行投資フェーズに当たり今期も赤字の予想であるが、グループ全体のパフォーマンスに貢献している。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。

ベネフィット・ワン
2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)
<https://bs.benefit-one.co.jp/>

業績動向

2017 年 3 月期は、13.1% の増収、32.8% の経常増益の好業績

1. 2017 年 3 月期の業績概要

2017 年 3 月期の業績は、売上高が前期比 13.1% 増の 29,478 百万円、営業利益が同 34.4% 増の 5,852 百万円、経常利益が同 32.8% 増の 5,727 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 40.9% 増の 3,855 百万円となった。計画比では、売上高が 2.4% 未達だったものの、営業利益と経常利益はそれぞれ 9.4%、7.1% 上回った。

2017 年 3 月期 連結業績

(単位：百万円)

	16/3 期		17/3 期			前期比		計画比	
	金額	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	26,053	100.0%	30,200	29,478	100.0%	3,424	13.1%	-722	-2.4%
国内事業	25,898	99.4%	29,502	28,541	96.8%	2,643	10.2%	-961	-3.3%
福利厚生事業	13,918	53.4%	14,382	14,306	48.5%	388	2.8%	-76	-0.5%
パーソナル事業	3,535	13.6%	5,167	4,166	14.1%	631	17.9%	-1,001	-19.4%
CRM 事業	526	2.0%	561	578	2.0%	52	9.8%	17	3.0%
インセンティブ事業	2,442	9.4%	3,065	3,736	12.7%	1,294	53.0%	671	21.9%
ヘルスケア事業	4,257	16.3%	4,511	4,979	16.9%	722	17.0%	468	10.4%
BTM 事業	128	0.5%	208	132	0.4%	4	2.7%	-76	-36.5%
コストダウン事業	495	1.9%	525	504	1.7%	9	1.8%	-21	-4.0%
インバウンド事業	20	0.1%	480	140	0.5%	120	597.8%	-340	-70.8%
海外事業	155	0.6%	698	284	1.0%	129	82.7%	-414	-59.3%
売上総利益	10,241	39.3%	12,000	12,027	40.8%	1,786	17.4%	27	0.2%
販管費	5,885	22.6%	6,650	6,175	20.9%	290	4.9%	-475	-7.1%
営業利益	4,355	16.7%	5,350	5,852	19.9%	1,497	34.4%	502	9.4%
国内事業	4,578	17.6%	5,472	6,167	20.9%	1,589	34.7%	695	12.7%
福利厚生 + パーソナル + CRM	4,281	23.8%	4,770	5,290	27.8%	1,009	23.6%	520	10.9%
インセンティブ事業	332	13.6%	454	555	14.9%	223	67.2%	101	22.2%
ヘルスケア事業	-33	-	150	292	5.9%	325	-	142	94.7%
BTM 事業	11	8.6%	25	-24	-	-35	-	-49	-
コストダウン事業	100	20.2%	133	90	17.9%	-10	-9.6%	-43	-32.3%
インバウンド事業	-33	-	1	-36	-	-3	-	-37	-
海外事業	-223	-	-122	-225	-	-2	-	-103	84.4%
経常利益	4,313	16.6%	5,350	5,727	19.4%	1,414	32.8%	378	7.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,737	10.5%	3,500	3,855	13.1%	1,118	40.9%	356	10.2%

注：営業利益率は、各事業の売上高営業利益率

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

https://bs.benefit-one.co.jp/

業績動向

営業利益の前期比増加額 1,497 百万円のうち、「福利厚生 + パーソナル + CRM」が 1,009 百万円を貢献した。パーソナル事業は、アライアンス先の営業方針の変更により会員獲得が想定を下回り売上未達となったものの、総会員数の増加、オペレーションの効率化、補助金の減少、その他費用のコントロールにより計画を上回る増益を達成した。

ROE、ROA とも 20% 超の高収益経営

2. 財務状況と経営指標

(1) 連結貸借対照表及び経営指標

2017 年 3 月期末の総資産は、26,779 百万円と前期末比 4,776 百万円増加した。流動資産は、現金及び預金と棚卸資産が増加したことで、同 4,086 百万円増えた。固定資産は、投資有価証券が 615 百万円増え、690 百万円の増加となった。増配により配当金の支払いが増えたが、親会社株主に帰属する当期純利益の増加により純資産が増えた。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	16/3 期	17/3 期	増減額
流動資産	16,180	20,267	4,086
現金及び預金	4,787	7,396	2,608
受取手形・売掛金	4,556	4,456	-100
たな卸資産	567	994	427
預け金	3,500	4,501	1,000
その他	2,770	2,920	150
固定資産	5,821	6,512	690
有形固定資産	1,604	1,667	63
無形固定資産	1,696	1,795	99
投資その他の資産	2,521	3,048	527
資産合計	22,002	26,779	4,777
流動負債	9,431	11,138	1,707
固定負債	643	928	284
負債合計	10,074	12,107	1,992
(有利子負債)	199	678	479
株主資本	11,614	14,107	2,493
純資産合計	11,927	14,712	2,784
負債純資産合計	22,002	26,779	4,776

出所：決算短信よりフィスコ作成

自己資本比率は前期末比 0.9 ポイント増の 54.8% に上昇した。経営の総合指標となる ROE（自己資本当期純利益率）は前期の 23.2% から 29.1% へ、ROA（総資産経常利益率）は同 20.3% から 23.5% へ良化した。ROE と ROA のいずれも 20% を超える、バランスのとれた高収益経営を実現している。

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

https://bs.benefit-one.co.jp/

業績動向

連結財務指標

	16/3 期	17/3 期	増減
【安全性】			
流動比率 (流動資産 ÷ 流動負債)	171.6%	182.0%	10.4
自己資本比率 (自己資本 ÷ 総資産)	53.9%	54.8%	0.9
【収益性】			
売上高営業利益率	16.7%	19.9%	3.2
ROA (① × ③)	20.3%	23.5%	3.2
ROE (② × ③ × ④)	23.2%	29.1%	5.9
① 売上高経常利益率	16.6%	19.4%	2.8
② 売上高当期純利益率	10.5%	13.1%	2.6
③ 総資産回転率 (回)	1.22	1.21	-0.02
④ 財務レバレッジ (倍)	1.81	1.84	0.03

出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) キャッシュ・フロー計算書

2017 年 3 月期における現金及び現金同等物の期末残高は、前期比 3,633 百万円増加し、11,896 百万円となった。営業活動によるキャッシュ・フローは、大幅な増益のおかげで 5,765 万円のプラスとなった。投資活動及び財務活動によるキャッシュ・フローは、それぞれ 906 百万円と 1,214 百万円のマイナスであった。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	16/3 期	17/3 期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,941	5,765	1,824
投資活動によるキャッシュ・フロー	33	-906	-939
財務活動によるキャッシュ・フロー	-2,527	-1,214	1,313
現金及び現金同等物の期末残高	8,262	11,896	3,633

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

20% 前後の増収増益の高成長を見込む

1. 2018 年 3 月期の業績見通し

2018 年 3 月期通期の連結業績は、売上高で前期比 18.7% 増の 35,000 百万円、営業利益が同 19.6% 増の 7,000 百万円、経常利益が同 21.3% 増の 6,950 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 19.3% 増の 4,600 百万円と 20% 前後の増収増益を予想している。増収額 5,522 百万円の事業別内訳は、貢献度の大きい順にヘルスケア事業の 2,521 百万円 (前期比 50.6% 増)、福利厚生事業の 1,050 百万円 (同 7.3% 増)、インセンティブ事業の 761 百万円 (同 20.4% 増)、海外事業の 724 百万円 (同 3.5 倍)、パーソナル事業の 497 百万円 (同 11.9% 増) となる。

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

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

https://bs.benefit-one.co.jp/

今後の見通し

「福利厚生 + パーソナル + CRM」は、予想営業利益の増加額（1,148 百万円）の 7 割強の寄与をすることが見込まれている。インセンティブ事業は、豊富な代理店向け営業販促費を持つ携帯キャリアに注力する。ヘルスケア事業は、増収率に見合う 5 割以上の増益が見込まれている。

2018 年 3 月期 連結予想

(単位：百万円)

	17/3 期		18/3 期 予想		前期比	
	金額	売上比	計画	売上比	増減額	増減率
売上高	29,478	100.0%	35,000	100.0%	5,522	18.7%
国内事業	28,541	96.8%	33,605	96.0%	5,064	17.7%
福利厚生事業	14,306	48.5%	15,356	43.9%	1,050	7.3%
パーソナル事業	4,166	14.1%	4,663	13.3%	497	11.9%
CRM 事業	578	2.0%	589	1.7%	11	2.0%
インセンティブ事業	3,736	12.7%	4,497	12.8%	761	20.4%
ヘルスケア事業	4,979	16.9%	7,500	21.4%	2,521	50.6%
BTM 事業	132	0.4%	181	0.5%	49	37.4%
コストダウン事業	504	1.7%	595	1.7%	91	18.2%
インバウンド事業	140	0.5%	224	0.6%	84	59.8%
海外事業	284	1.0%	1,008	2.9%	724	254.9%
売上総利益	12,027	40.8%	13,870	39.6%	1,843	15.3%
販管費	6,175	20.9%	6,870	19.6%	695	11.3%
営業利益	5,852	19.9%	7,000	20.0%	1,148	19.6%
国内事業	6,167	20.9%	7,500	21.4%	1,333	21.6%
福利厚生 + パーソナル + CRM	5,290	27.8%	6,165	29.9%	875	16.5%
インセンティブ事業	555	14.9%	752	16.7%	197	35.4%
ヘルスケア事業	292	5.9%	450	6.0%	158	53.8%
BTM 事業	-24	-18.2%	1	0.6%	25	-
コストダウン事業	90	17.9%	132	22.2%	42	46.0%
インバウンド事業	-36	-25.7%	0	0.0%	36	-
海外事業	-225	-0.8%	-199	-19.7%	26	-
経常利益	5,727	19.4%	6,950	19.9%	1,223	21.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,855	13.1%	4,600	13.1%	744	19.3%

注：営業利益率は、各事業の売上高営業利益率

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

人手不足の時代に、福利厚生サービスは必需品に

2. 3 つの中長期的な成長誘発要因

現在、人手不足、国策、ICT の普及などの外部環境が、同社事業の追い風となっている。これらは、中長期的に持続されるトレンドとなる。市場の拡大は、新規参入者を招き、さらに市場の成長を促進する。同社は、先行者利得と他社にない総合的なサービスにより事業機会を確実に獲得する意向だ。

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

https://bs.benefit-one.co.jp/

今後の見通し

(1) 人手不足

日本の生産年齢人口（15～64歳）は、ピークとなる1995年の8,716万人から2015年には7,708万人まで減少した。8,000万人割れは、32年ぶりである。総務省の人口推計によると、生産年齢人口は少子高齢化により、2020年に7,341万人、2025年に7,085万人、2030年に6,773万人へと減少の一途をたどる。生産年齢は、年間50万人を超えるペースで減少しており、2020年までに300万人以上減少すると推計されている。

厚生労働省の「労働経済動向調査」によると、2017年2月調査の労働者の過不足状況を見る判断指数（D.I.）が正社員等労働者で38へ、パートタイム労働者で32に激化した。「労働者過不足判断D.I.」とは、「不足」と回答した事業所の割合から「過剰」と回答した事業所の割合を差し引いた値になり、数字が大きいくほど不足感が強いことになる。リーマンショック前のバブル期であった2008年2月調査でのD.I.は、それぞれ27と22であった。バブル経済崩壊後の2009年2月調査時点の指数は、それぞれ-11と-1まで悪化した。

2017年2月調査の正社員等労働者の指数で産業別に人手不足の度合いを見ると、最も深刻な医療、福祉が59、運輸業、郵便業が49（2008年2月調査：48）、建設業が47（同24）、サービス業（他に分類されないもの）が41、学術研究、専門・技術サービス業が39、情報通信業が39（同39）であった。調査産業計の38を下回った産業でも、人手不足感はリーマンショック前よりも強く、特に不動産業、物品賃貸業と製造業で激化している。パートタイム労働者のD.I.は、宿泊業、飲食サービス業が64、サービス業（他に分類されないもの）が52、卸売業、小売業が43、生活関連サービス業、娯楽業が42、医療、福祉が33、運輸業、郵便業が32と高い。

労働者の過不足状況判断指数（D.I.）の推移

	正社員等労働者					パートタイム労働者				
	2008/2	2009/2	2017/2			2008/2	2009/2	2017/2		
	D.I.	D.I.	D.I.	不足	過剰	D.I.	D.I.	D.I.	不足	過剰
調査産業計	27	-11	38	40	2	22	-1	32	33	1
建設業	24	-8	47	48	1	2	-9	6	6	-
製造業	22	-29	33	37	4	11	-22	21	23	2
情報通信業	39	14	39	40	1	10	-3	10	10	-
運輸業、郵便業	48	1	49	50	1	28	2	32	33	1
卸売業、小売業	20	-7	23	26	3	36	16	43	44	1
金融業、保険業	30	13	17	18	1	11	-5	9	9	-
不動産業、物品賃貸業	26	5	37	39	2	23	5	23	25	2
学術研究、専門・技術サービス業	-	-2	39	41	2	-	-16	8	9	1
宿泊業、飲食サービス業	24	11	29	29	-	37	24	64	65	1
生活関連サービス業、娯楽業	28	8	33	34	1	25	23	42	45	3
医療、福祉	-	23	59	60	1	-	50	33	34	1
サービス業（他に分類されないもの）	-	-11	41	41	-	-	8	52	53	1

注：無回答を除いて集計

「労働者過不足判断D.I.」とは「不足」と回答した事業所の割合から「過剰」と回答した事業所の割合を差し引いた値

出所：「労働経済動向調査」（厚生労働省）よりフィスコ作成

人手不足は、企業経営の最重要課題の1つとなっている。宅配便最大手企業では、ドライバーなどの不足ため、即日配達や時間帯指定サービスの一部廃止など業務の見直しを余儀なくされた。人手不足で悪化した労働環境改善のため、2017年度は1万人規模の大量採用を計画している。小売業などの業種を超えた人材争奪戦に発展しそうだ。

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

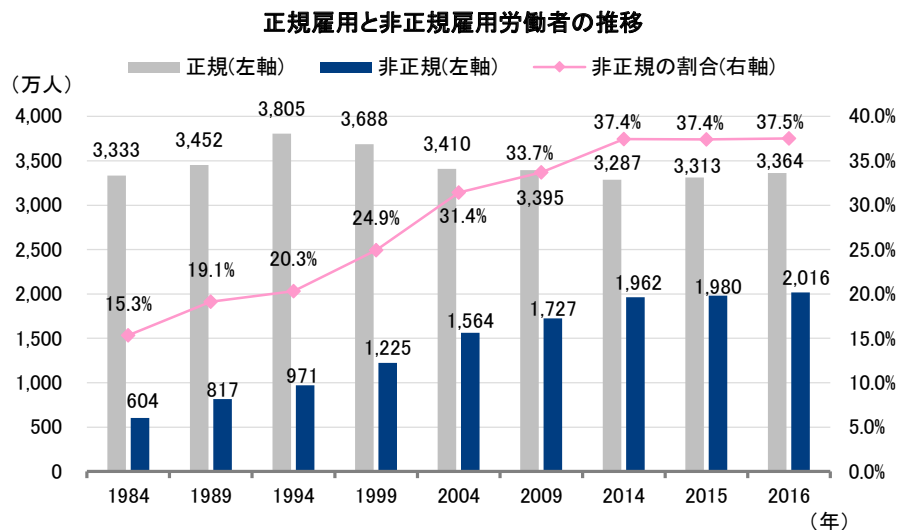
<https://bs.benefit-one.co.jp/>

今後の見通し

2017 年 3 月に卒業する大学生の 2 月時点の就職内定率は、過去最高の 90.6% に達した。2011 年春は 77.4% まで落ち込んだが、その後 6 年連続して改善した。かつて大企業が自前の福利厚生施設を所有していた時代は“ぜいたく品”であった福利厚生サービスが、現在はあって当たり前の“必需品”となりつつある。他社並みの福利厚生サービスがなければ、新卒採用に際してハンディとなりかねない。

「働き方改革」で対象市場が 2,000 万人拡大へ

国は、待遇差の解消を賃金だけでなく、福利厚生、キャリア形成・能力開発などを含めた取り組みが必要であるとしている。2019 年までに、福利厚生の範囲が非正規雇用従業員まで拡大するとみられ、昨年から引合いが増加している。同社は、それに適したパッケージを用意する。総務省「労働力調査」によると、2016 年に非正規雇用者は全体の 37.5% を占め、2,000 万人超となった。正規、非正規を問わず福利厚生サービスが受けられるように義務付けられると、市場には約 2,000 万人の潜在需要が追加されることになる。



出所：「労働力調査」（総務省統計局）よりフィスコ作成

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

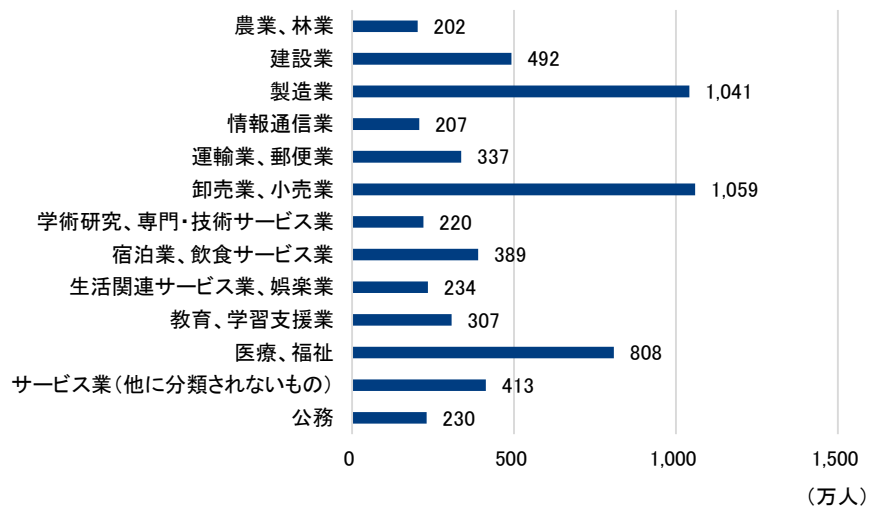
2017 年 6 月 15 日 (木)

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

今後の見通し

パートなど非正規雇用が多い卸売業、小売業の就業者数は 1,059 万人と製造業（1,041 万人）に匹敵する。

産業別就業者数(2016年平均)



出所：「労働力調査」（総務省統計局）よりフィスコ作成

(3) ICT の利活用

a) スマートフォン・セントリック

会員制インターネットモールを展開する同社にとって、消費者（会員）レベルでの ICT の普及は追い風となる。近年は、ネットに接続するスマートフォンの普及が著しい。総務省の「通信利用動向調査」によると、情報通信保有状況におけるスマートフォンの世帯普及率は、2010 年末の 9.7% から 2015 年末には 72.0% へ急上昇し、パソコンの 76.8% に肉薄している。MVNO（格安 SIM）の事業者シェアは、2016 年 9 月時点で市場の 14.7% を獲得したと推定される。ライトユーザーも気軽にスマートフォンが利用できる環境になった。市場では、格安スマホの契約回線数が 2018 年 3 月時点で 5 年前の 15 倍の 1,200 万回線弱になる可能性が言われている。

ベネフィット・ワン

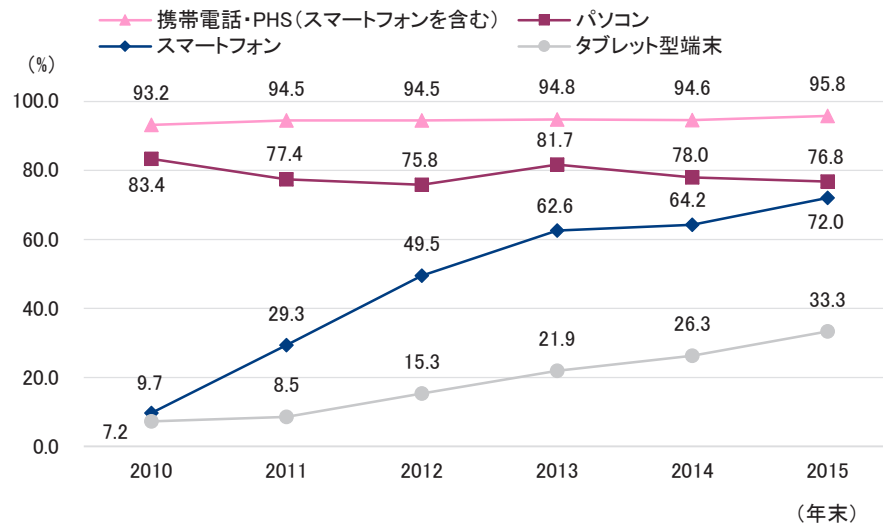
2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

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

今後の見通し

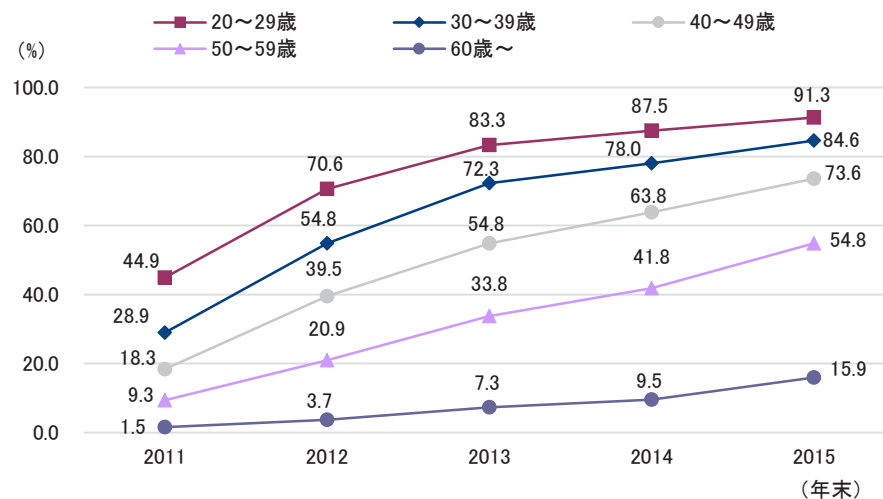
情報通信機器保有状況(世帯)



出所：「通信利用動向調査」(総務省)よりフィスコ作成

スマートフォンによる世代別インターネット利用の割合は、20～29 歳が 2011 年末の 44.9% から 2015 年末には 91.3% に達した。同様に同期間の変化は、30～39 歳が 28.9% から 84.6% へ、40～49 歳が 18.3% から 73.6% へ、50～59 歳が 9.3% から 54.8% へ、60 歳以上が 1.5% から 15.9% へと上昇した。40 代までは、インターネットの利用機器はスマートフォンがパソコンを上回っている。若者世代にとって、入力作業はパソコンのキーボードよりもスマートフォン画面のフリック入力を使い慣れている。

スマートフォンによる世代別インターネット利用の割合



出所：「通信利用動向調査」(総務省)よりフィスコ作成

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

https://bs.benefit-one.co.jp/

今後の見通し

これらの変化を背景に、同社は IT システムを全面的に見直し、スマートフォン・セントリックな体制に改める。会員の同社サービス利用もコールセンターからスマートフォン経由へのシフトを促進する。また、紙媒体をベースとするガイドブックやクーポン券も電子的なものに置き換える。オペレーションの電子化が進めば、会員数及び利用数の伸びよりも経費の増加率を抑えることが可能になる。ネット企業の特質である、トップラインの伸びに応じて収益性が高まる収益構造になる。

「HR Tech」によるビッグデータの収集・分析・活用をする

b) ビッグデータの活用

同社は、人事データを核とした、マルチベンダー型の BPO プラットフォームを提供する。BPO サービスの商品戦略として、社員向けサービスは従来の福利厚生、報奨、健康に、金融、教育、レコグニションを加える。人事担当者向けでは、給与計算だけでなく、評価とタレントマネジメントを追加する。人材管理クラウドサービスを提供する日本オラクル<4716>とのアライアンスによりサービスメニューを増やす。総務担当者向けでは、出張精算と小口精算を提供する。これらはすべて人事データを核としている。これらの職域で得られたビッグデータを収集・分析・活用することで、個々の会員（社員）にアドバイザリーサービスを提供する。

人事データを核とした、マルチベンダー型の BPO プラットフォーム



出所：決算説明会資料より掲載

BPO ポータルサイトは、当初、クローズド型を検討していたが、利用者の選択肢を広げるためオープンプラットフォーム化する。同社は、利用者のスマートフォン用のポータルサイトを構築する。搭載するアプリは、レコグニション、業務用チャット、健康、シェアエコ、スケジュール、インフォメーション、コミュニケーション、広告枠の設置機能が無償の基本機能とし、福利厚生、報奨、出張精算、小口精算、給与計算などを有償機能とする。個々の企業ニーズに応じて、必要な BPO サービスを選択・追加する。また、外部ベンダーとも接続が可能として普及を促進する。スマートフォンを利用機器とするため、携帯キャリアとの協業交渉を進めている。

ベネフィット・ワン

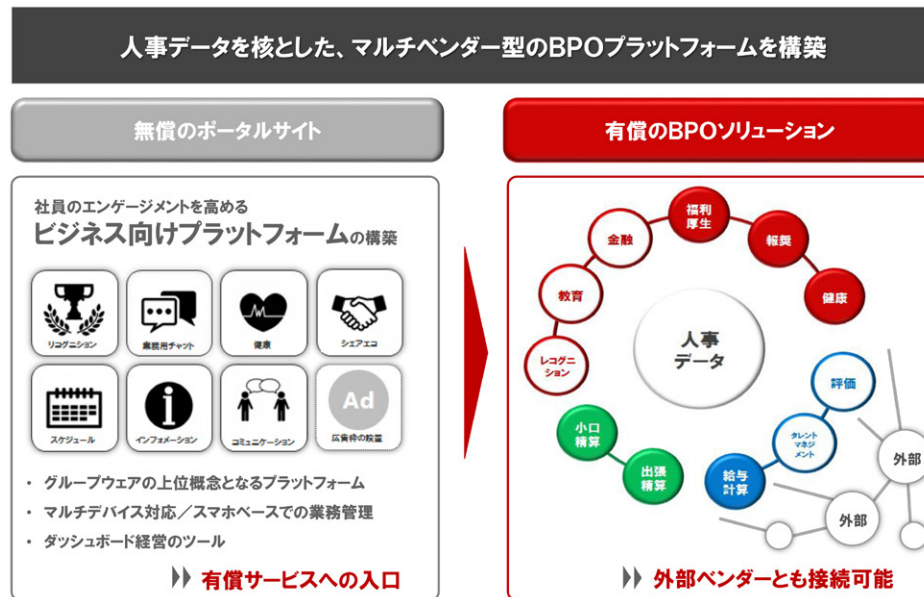
2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

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

今後の見通し

BPO ポータルサイト



出所：決算説明会資料より掲載

人事データのビッグデータ活用として、タレントマネジメントが挙げられる。OECD 国際成人力調査 (PIAAC、2011 年) によると、日本は「読解力」「数的思考力」「IT を活用した問題解決能力」の項目、すべてで 1 位であった。それにもかかわらず、OECD 加盟国の時間当たり労働生産性調査 (2015 年 35 ケ国中) では、34 ケ国中、21 位の下位にある。日本の労働者は平均的な能力が高いものの、付加価値を生むマネジメント力に欠ける。人事データを集積・分析・活用することで、マネジメントを経験や勘などの属人ベースではなく、科学的アプローチで行うことを可能にする。

タレントマネジメントは、従業員が持つ能力、資質、才能などのタレントやスキル、経験値などの情報を一元管理することによって、組織横断的に戦略的な人事配置や人材開発を行う。様々な社会的バックグラウンドを有する従業員を管理する米国で、タレントマネジメントが進んでいる。プロジェクト・メンバーの選出に当たり、タレントに配慮した組合せで最大の成果を上げるよう人事データを活用する。変化が加速化する将来の働き方は、ルーティンベースの作業からプロジェクトベースに移行すると予想されており、タレントマネジメントのニーズが高まるだろう。

c) クラウドサービス

主力となる福利厚生事業は、大企業を対象に始めたが、今後は中小企業も開拓することで持続的成長を目指す。IT システムは、「開発する」、「所有する」から「利用する」へと変遷を重ねてきた。クラウドサービスを利用することで、中小企業における IT 化の進展が期待される。クラウドサービスは、短期間にインフラの導入、サービスの利用ができ、冗長化によりハードウェア障害が起りにくく、ネットワーク構成の変化やリソースの追加、変更が簡単にでき、運用管理費を低減できる。

ベネフィット・ワン

2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)

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

今後の見通し

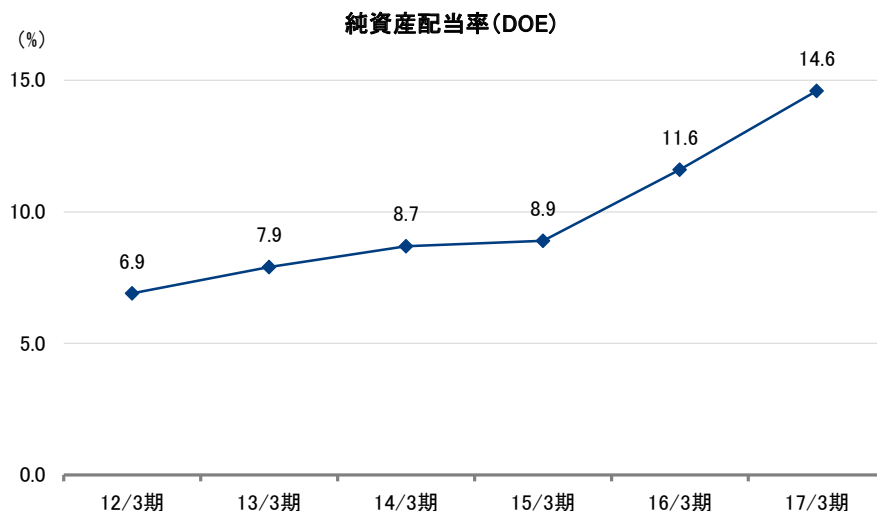
得意とする福利厚生、ポイント、ヘルスケアを一体化した BPO プラットフォームを今秋にローンチする予定でいる。中小企業の獲得では、オンライン商談から顧客がネット上で申し込むインサイドセールスのほか、代理店による顧客開拓も順次拡大中だ。

中小企業白書（2016 年版）によると、大企業は 1.1 万社と全体の 0.3%、従業者数は 1,433 万人、同 29.9% を占める。中小企業は 380.9 万社（うち小規模事業者が 325.2 万社）で、それらの従業者数は 3,361 万人（同 1,127 万人）あるため、開拓余地は膨大だ。

株主還元策

好業績を反映して連続増配

株主還元策は、年間の純資産配当率（DOE）を 5% 以上と配当性向 45% 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。2017 年 3 月期は、配当性向が前期の 49.8% から 50.3% へと微増であったが、好業績を反映して 1 株当たり配当金は前期比 14.5 円増の 48.0 円とした。その結果、DOE は前期の 11.6% から 14.6% へ上昇した。2018 年 3 月期は、配当性向を 50.0% とし、利益の伸びに合った増配をすることから、1 株当たり配当金 57.0 円を計画している。



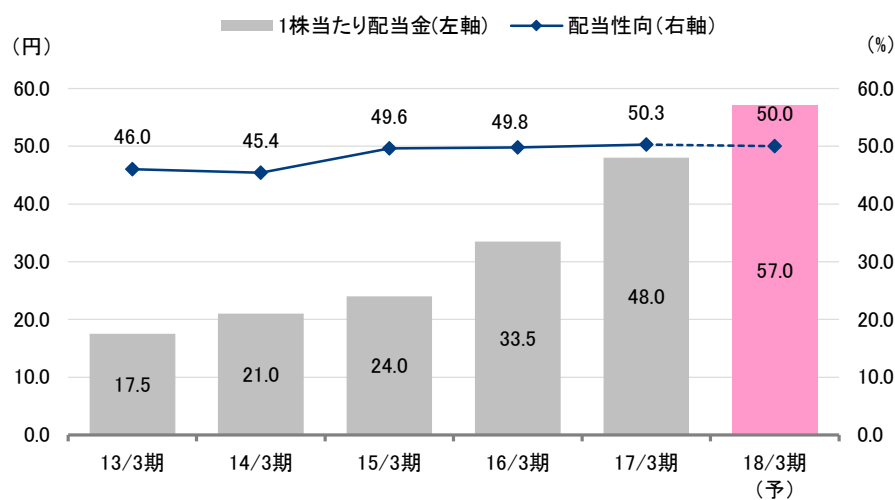
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

ベネフィット・ワン
2412 東証 2 部

2017 年 6 月 15 日 (木)
<https://bs.benefit-one.co.jp/>

株主還元策

1株当たり配当金(修正済)と配当性向



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレーマー）

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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ