



BENEFIT JAPAN

2016年3月期 決算説明資料

株式会社ベネフィットジャパン
(証券コード：3934)

～ アイデアと情熱で世界を変える ～

2016年5月17日

0 目次

I. 会社の概要

II. 2016年3月期 決算概要

III. 2017年3月期 業績見通し

IV. 成長戦略

V. 参考資料

I. 会社の概要

1 株式会社ベネフィットジャパンとは

設 立	1996（平成8）年6月6日
代 表 者	代表取締役社長 佐久間 寛
事 業 所	<ul style="list-style-type: none"> ●本社（大阪市中央区道修町1-5-18） ●東京事業所（品川区西五反田1-31-1） ●大阪事業所（大阪市北区梅田1-8-17）
子 会 社	<ul style="list-style-type: none"> ●株式会社ライフスタイルウオーター（大阪市中央区道修町1-5-18） ●イープレイス株式会社（大阪市中央区道修町1-5-18）
資 本 金	604,319千円（2016年3月末） / 従 業 員 数 117人（2016年4月1日）
事 業 内 容	<ul style="list-style-type: none"> ●MVNO事業 ●天然水宅配事業 ●契約加入取次事業 ●その他事業（ハウスバンダー事業）

ビジョン

販売と営業のハイブリッド・メソッドによる**コミュニケーションセールス**を通じて
販売分野における**リーディングカンパニー**を目指します。

経営方針 BUSINESS POLICY

情報通信サービスを中心にお客様の**ライフスタイル**をもっと楽しく便利に！

2 事業の概況

■ MVNO事業

MVNO（仮想移動体通信事業者）サービス、主に、モバイルデータ通信サービスおよびその付帯サービス

■ 契約加入取次事業

主に、モバイルデータ通信サービスの加入取次（通信事業者の販売代理店業務）

■ 天然水宅配事業

連結子会社「(株)ライフスタイルウォーター」による天然水宅配サービス

■ その他事業

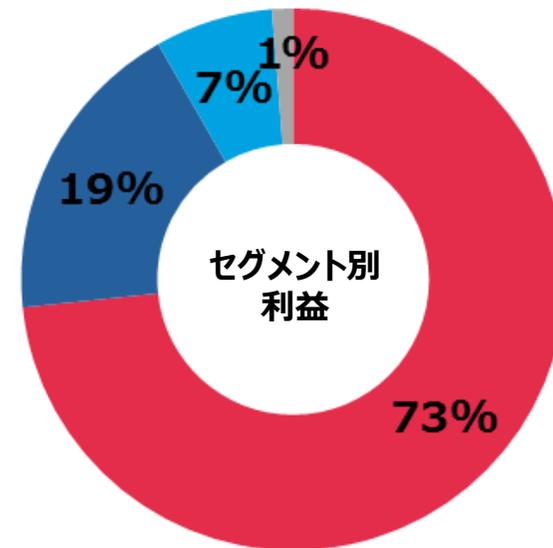
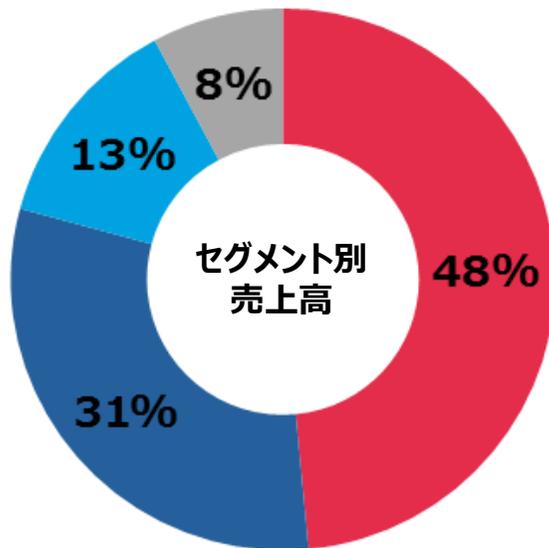
ハウスベンダー事業（住宅設備機器、資材、建材などの提供）

MVNO事業における通信利用料をはじめ、契約加入取次事業、天然水宅配事業のすべてでストック型の課金モデルとなっており、会員数の拡大を実現することで、継続的かつ安定的に発生する月額の利用料金等の収益が増大

3 セグメント別構成比

自社サービスである「MVNO事業」が、利益の7割強を占める

2016/3期実績



※ 利益構成比は全社の数値を除いて算出

4 事業の概要① MVNO事業 1/2

(株)NTTドコモとソフトバンク(株)の回線提供を受けて、主に一般顧客向けにMVNOサービスを提供
 ⇒ 顧客に対しての商品の割賦販売代金と月額通信利用料等が収益



4 事業の概要① MVNO事業 2/2

一般顧客向けMVNOサービスを「ONLYSERVICE」と総称して、自社独自のサービスを提供（SIMカード、通信機器、デバイス、コンテンツ等のパッケージ化）



【モバイルデータ通信サービス】

ONLYMobile

- モバイルWiFiルーターとタブレット端末またはノートパソコンとセットでの割賦販売契約
- 工事不要、プロバイダ契約不要



ONLYスマホ

- 初心者でも安心して使える（月額900円～）
- 3つの強力サポート
：「ずっと安心補償」、「遠隔サポート」、「無制限クラウド」



【光ネットワークサービス】

ONLY光

- 光ファイバーを使った、より高速で快適、お得なブロードバンドサービス
- 最大1Gbps、WiFiによりスマホも快適に使用可能

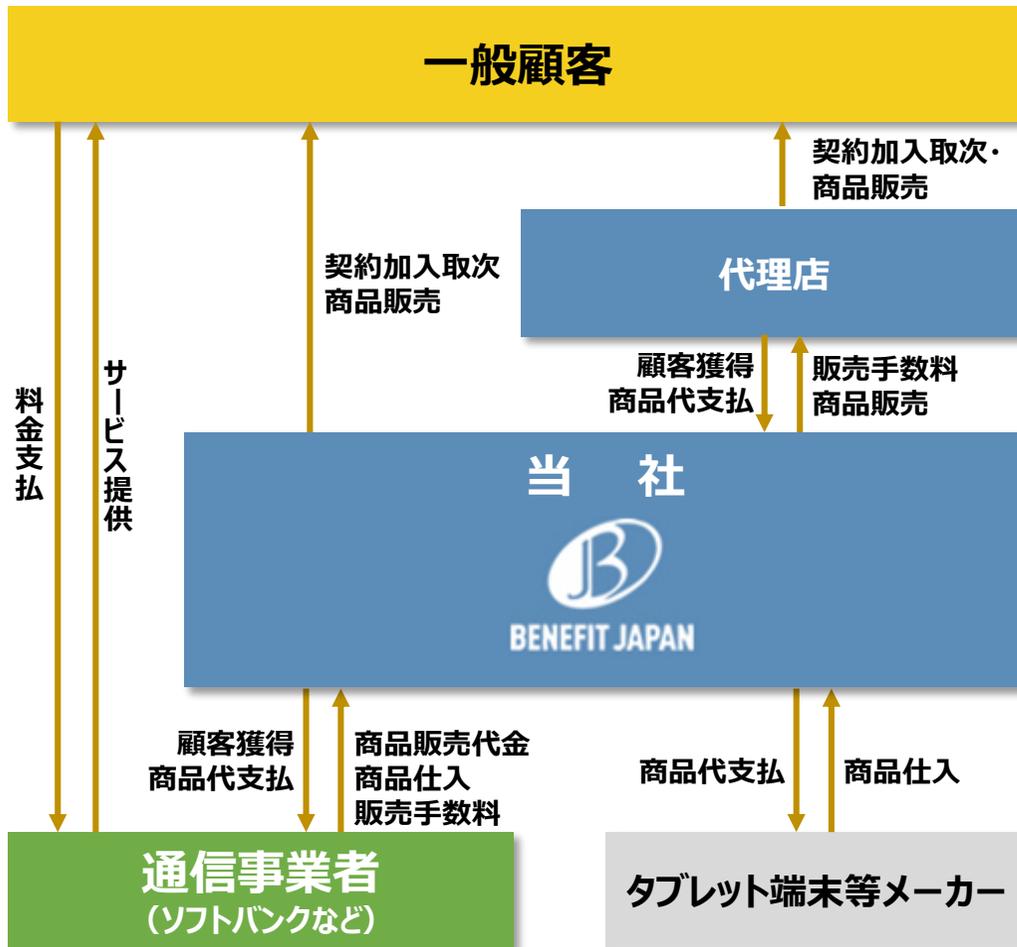
【モバイルデータ通信サービスの付帯サービス】

ONLYOPTION

- 様々なサービスやコンテンツを月額利用料で提供

4 事業の概要② 契約加入取次事業

通信事業者に代わって販売代理店としてモバイルデータ通信サービスの加入取次を展開



【商材】

- WiFiルーター + タブレット or PC

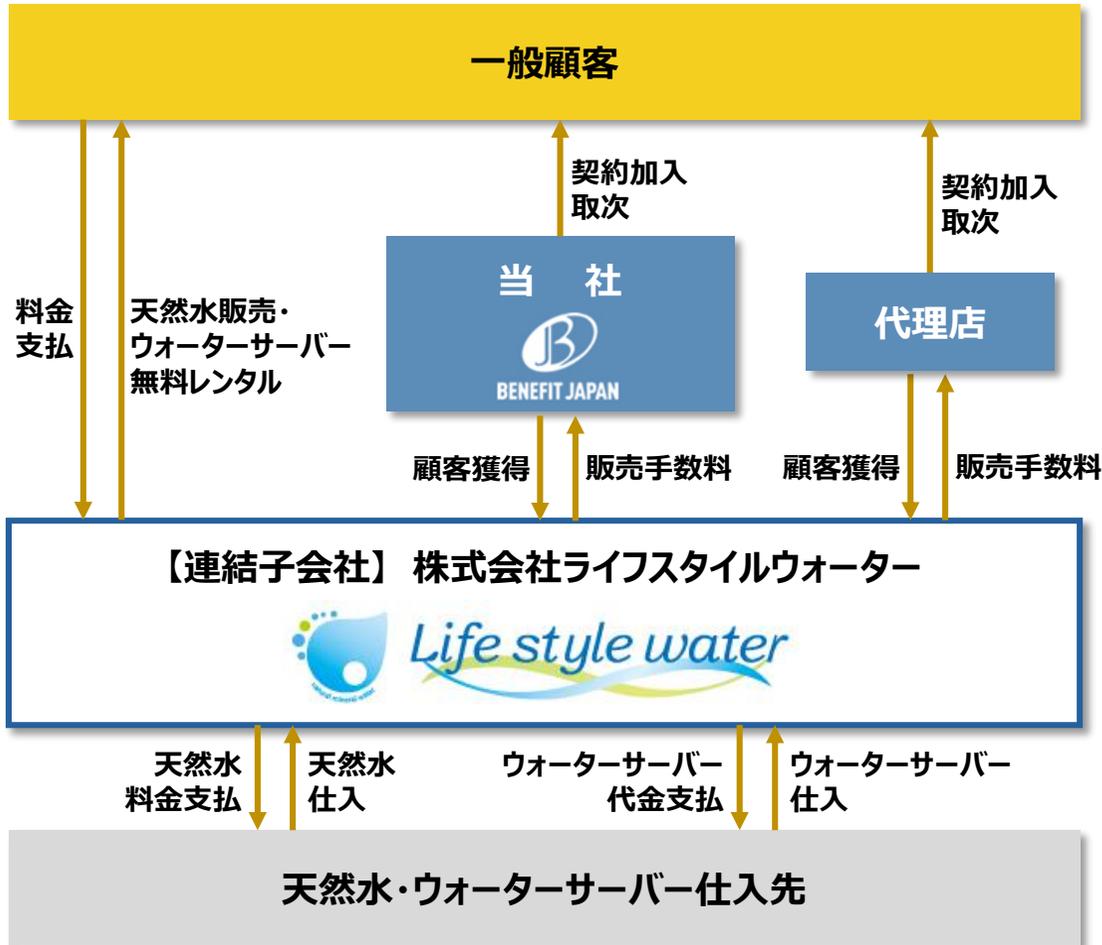
【主な収益源】

- 成約数に応じた販売手数料・商品販売代金
- サービス継続利用者（保有顧客）数に応じて契約後一定期間支払われる継続手数料

主にソフトバンク(株) およびソネット(株)の一次代理店として活動

4 事業の概要③ 天然水宅配事業

こだわりの天然水を自社ブランドとして採水地から直接ご自宅へ配送



【主な特徴】

- ワンウェイ宅配システム**

資源ゴミとして処分できる容器を使用

回収不要

使用した容器を回収しない使いきり容器
- メンテナンスフリーのサーバー (安全・衛生面を追求)**

従来のガロンタイプ 無菌エアシステム内蔵

冷水タンク、ガロンボトル内に外気が流入 ボトル内に限りなく空気が混入しにくい構造で、さらに取り込む空気を無菌に
- 3種類の天然水から選べる**



5 当社の特徴・強み

① MVNO事業の成長力

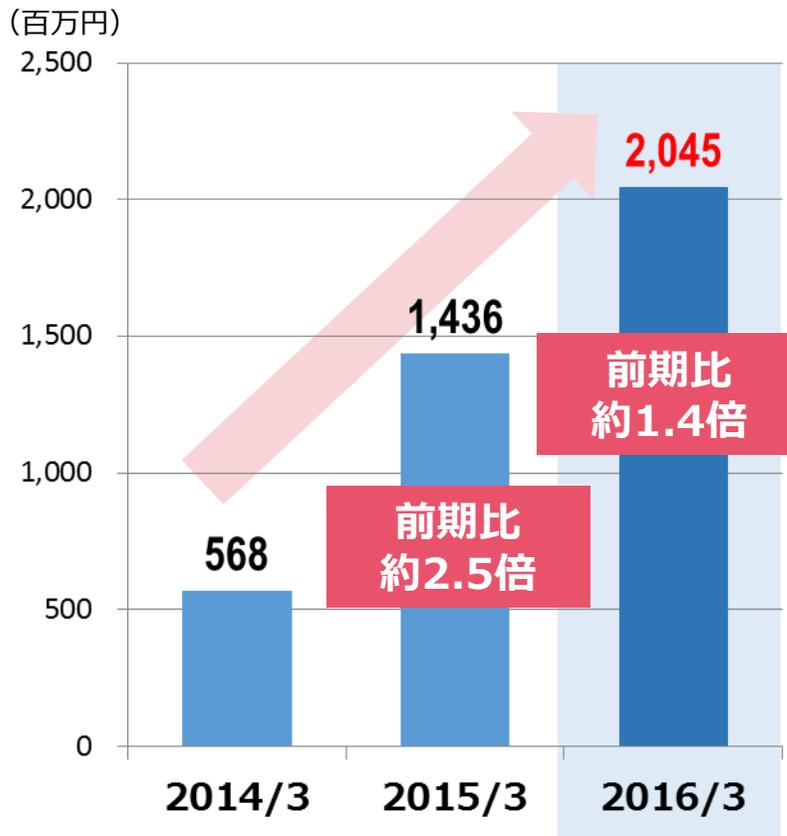
② コミュニケーションセールス

(= MVNO事業の成長を支える当社の独自販売)

6 当社の特徴・強み① MVNO事業の成長力 1/2

当社の成長力

■ 当社のMVNO事業の売上高の推移



2013年7月のMVNO事業参入から、急速に業績を拡大

【成長要因】

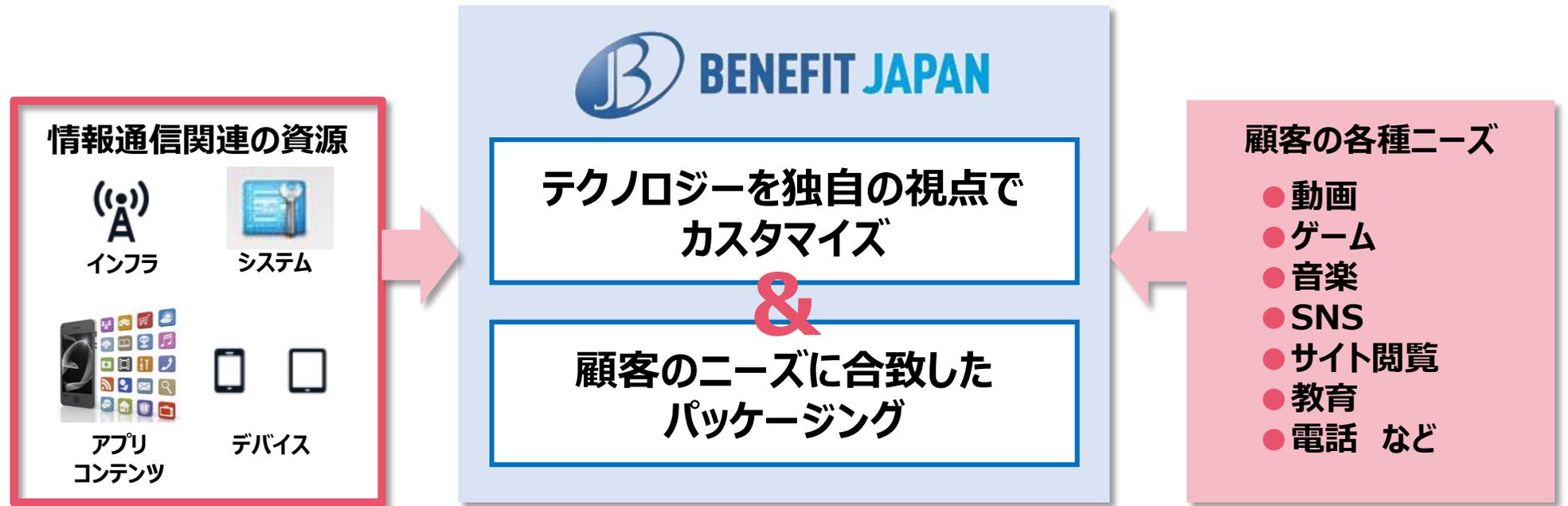
- ⇒ 日本全国で対面販売
- ⇒ SIM単体ではなくパッケージ化
- ⇒ 付帯サービス(ONLY OPTION オンリーオプション)への高い加入率

*モバイルデータ通信サービスの契約
に対する加入率 = 62.4% (2016/3期実績)

6 当社の特徴・強み① MVNO事業の成長力 2/2

独自の商品化ノウハウ

顧客が求める確かな商品化ノウハウにより、顧客との息の長い関係の構築（＝顧客基盤の拡大）が可能



6 当社の特徴・強み② コミュニケーションセールス 1/3

コミュニケーションセールス ≠ 一般の店頭販売

【攻めのアプローチ】

主な販売チャネルは集客力のある催事場所で、こちらから顧客にアプローチし、実際にタブレットやPCに触れて体験していただくこと(=タッチアンドトライ)を基本に、**FaceToFace** のコミュニケーションを展開。



ホスピタリティを持った接客と商品のデモンストレーション及び説明で顧客ごとに合った活用イメージを提供



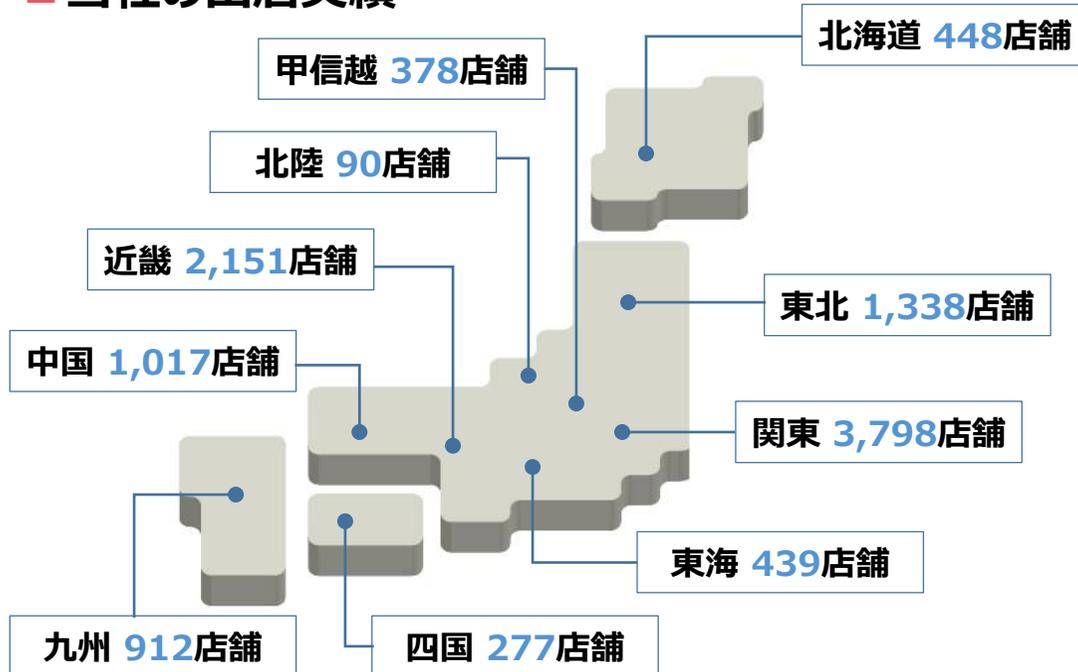
6 当社の特徴・強み② コミュニケーションセールス 2/3

コミュニケーションセールス ≠ 一般の店頭販売

特定の店舗を持たない中で、20年のキャリアにおいて約10,000店舗の活動実績

120万人の新規の顧客を開拓

■ 当社の出店実績



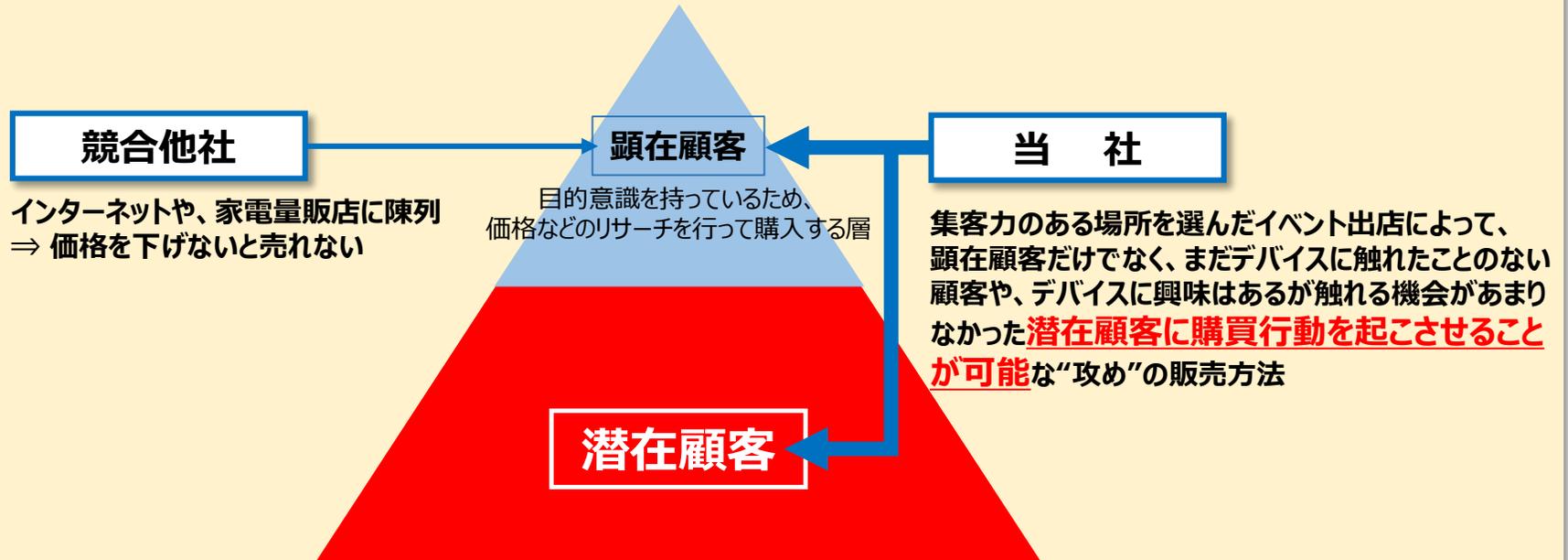
- ショッピングセンター
 - スーパーマーケット
 - ホームセンター
 - ディスカウントストア
 - アウトレットモール
- など

全国的な販売活動が可能なネットワークを実現

6 当社の特徴・強み② コミュニケーションセールス 3/3

コミュニケーションセールス \neq 一般の店頭販売

顕在顧客だけでなく、**潜在顧客の開拓が可能**なため、
価格競争に巻き込まれにくい



Ⅱ. 2016年3月期 決算概要

(百万円)

	2015年3月期		2016年3月期			当初 予想
		構成比		構成比	前期比	
売上高	4,249	100.0%	4,221	100.0%	△0.7%	4,220
売上総利益	1,941	45.7%	2,320	55.0%	+19.5%	—
営業利益	271	6.4%	540	12.8%	+98.9%	490
経常利益	277	6.5%	520	12.3%	+87.6%	465
当期純利益 *1	196	4.6%	374	8.9%	+91.0%	335
EPS (円)	115.8	—	220.5	—	+90.4%	197.6

*1 2016年3月期より「親会社株主に帰属する当期純利益」

2 セグメント別概況

(百万円)

	2015年3月期		2016年3月期		前期比	
		構成比		構成比	増減額	増減率
売上高	4,249	100.0%	4,221	100.0%	△28	△0.7%
MVNO	1,436	33.8%	2,045	48.4%	+609	+42.4%
契約加入取次	1,861	43.8%	1,296	30.7%	△565	△30.3%
天然水宅配	579	13.6%	547	13.0%	△32	△5.4%
その他	372	8.8%	331	7.9%	△41	△11.1%
営業利益	271	100.0%	540	100.0%	+269	+98.9%
MVNO	255	56.0%	562	73.4%	+307	2.2倍
契約加入取次	112	24.6%	144	18.4%	+32	+28.4%
天然水宅配	68	15.1%	54	7.0%	△14	△21.5%
その他	19	4.3%	9	1.2%	△10	△51.0%
全社	△185	—	△230	—	△45	—

* 営業利益の構成比は、全社を除いて算出

3 決算のポイント、トピックス

連結経常利益は過去最高を記録

- 1 ▶ 前期比 +88%の5.2億円を記録

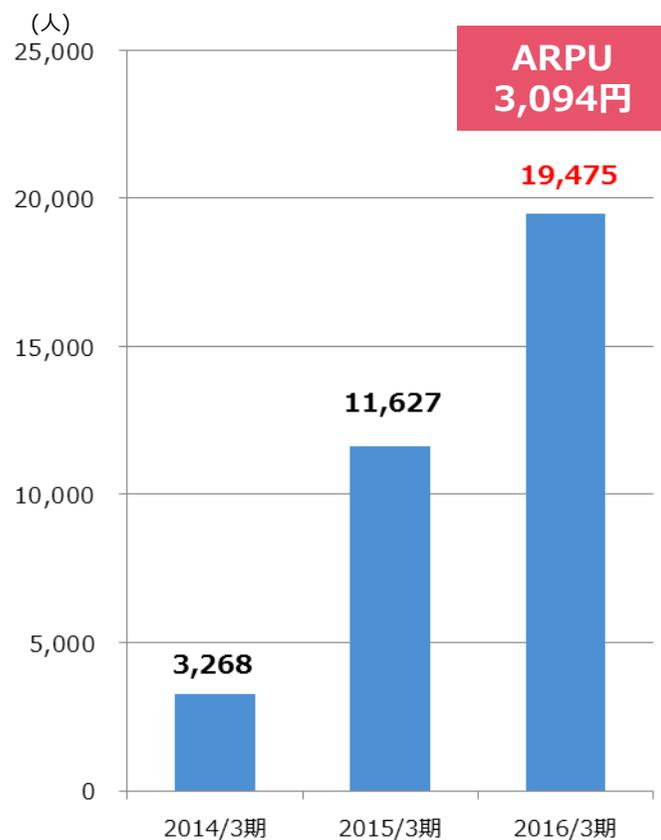
MVNO事業が契約者の増加に伴い堅調に推移

- 2 ▶ セグメント売上高 … 前期比 1.4倍
- ▶ セグメント利益 … 前期比 2.2倍
- ▶ 期末契約者数 … 前期末比 1.7倍

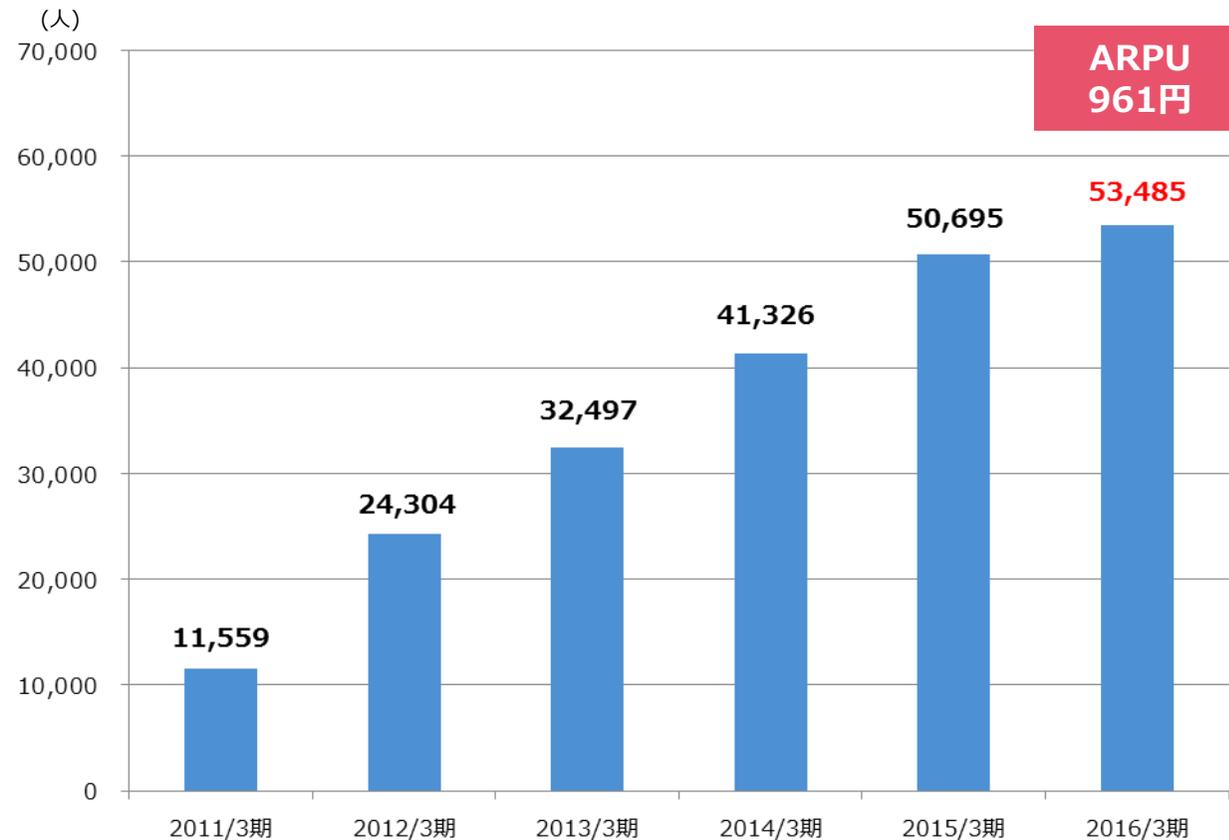
新商材、新サービスの開発・導入

- 3 ▶ ONLY Mobile Xi[®] 使い放題プラン…動画や音楽の視聴等、ヘビーユーザーへの提案が可能に
- ▶ 3年割賦プランの新設…毎月支払い額の安価なサービス
- ▶ ONLY光(光コラボレーション)…NTT東日本・西日本の光ファイバー回線を使った、高速、快適でお得なブロードバンドサービス

オンリーモバイル

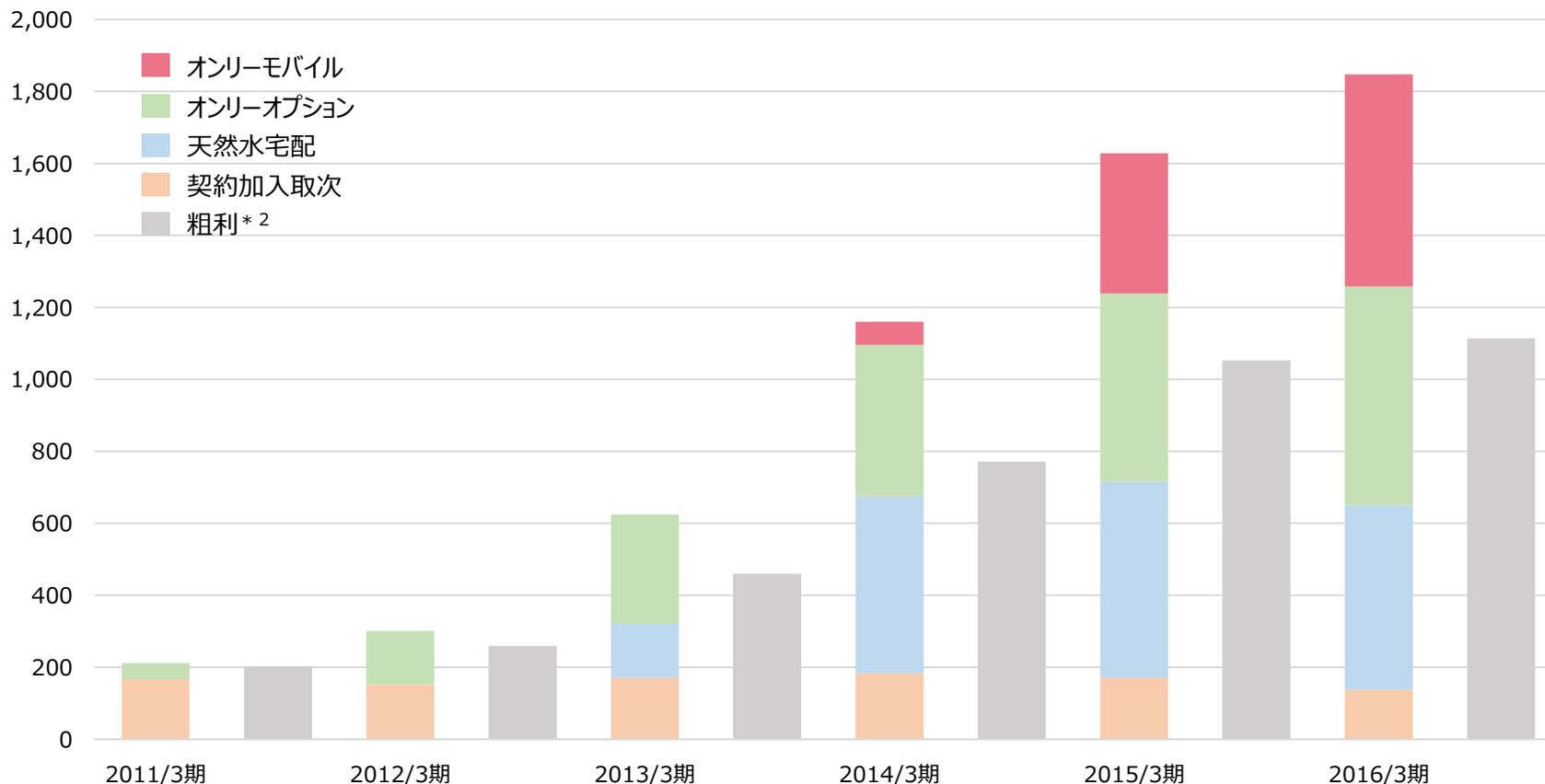


オンリーオプション



総ストック収入 *1

(百万円)



*1 総ストック収入は、①オンリーモバイル、およびオンリーオプションの契約後に毎月支払われる通信利用料や基本料金、②契約加入取次事業における継続手数料、③天然水宅配事業における利用料金の合計

*2 粗利は、総ストック収入からMVNO事業及び天然水宅配事業のサービス提供にかかる原価を控除した数値

6 要約貸借対照表 資産の部

(百万円)

	2015年3月期末		2016年3月期末		前期比 増減額
		構成比		構成比	
流動資産	2,139	86.6%	2,874	91.4%	+735
現金・預金	1,290	52.2%	1,519	48.3%	+229
受取手形・売掛金	411	16.7%	386	12.3%	△25
割賦売掛金	339	13.8%	861	27.4%	+522
商品	54	2.2%	122	3.9%	+68
その他	45	1.7%	△14	△0.5%	△59
固定資産	332	13.4%	269	8.6%	△63
有形固定資産	204	8.3%	134	4.3%	△70
無形固定資産	10	0.4%	31	1.0%	+21
投資その他の資産	116	4.7%	103	3.3%	△13
資産合計	2,471	100.0%	3,143	100.0%	+672

上場に伴う資金調達の一部
を運転資金に充当

MVNO加入者の拡大に伴い
増加

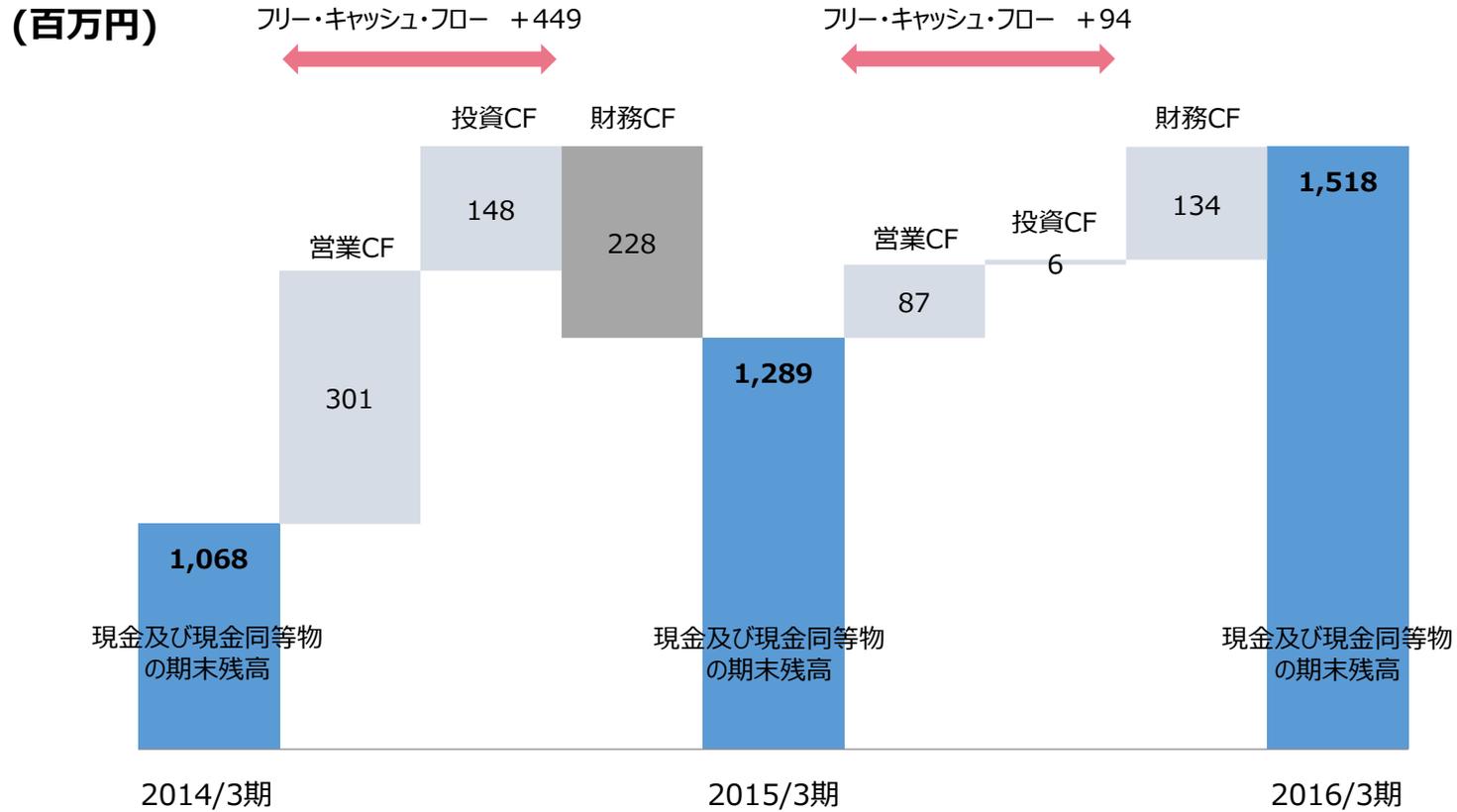
6 要約貸借対照表 負債・純資産の部

(百万円)

	2015年3月期末		2016年3月期末		前期比 増減額
		構成比		構成比	
流動負債	769	31.1%	873	27.8%	+104
支払手形・買掛金	210	8.5%	158	5.1%	△52
短期有利子負債	215	8.7%	173	5.5%	△42
未払金	224	9.1%	262	8.3%	+38
その他	120	4.8%	280	8.9%	+160
固定負債	537	21.7%	274	8.7%	△263
長期有利子負債	503	20.4%	240	7.7%	△263
その他	34	1.3%	34	1.0%	0
負債合計	1,306	52.9%	1,148	36.5%	△158
純資産合計	1,165	47.1%	1,995	63.5%	+830
負債純資産合計	2,471	100.0%	3,143	100.0%	+672

・上場に伴う資金調達

7 キャッシュフロー計算書



Ⅲ. 2017年3月期 業績見通し

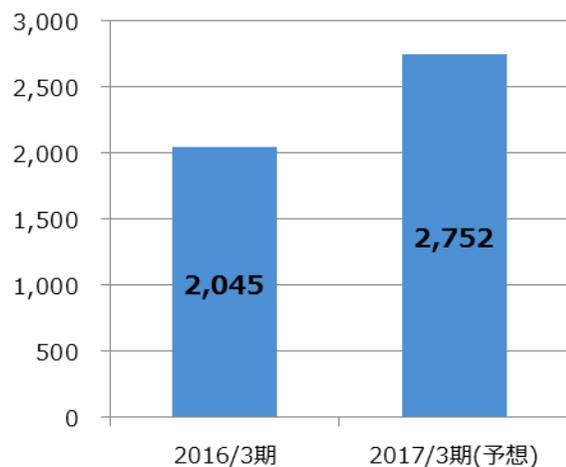
(百万円)

	2016年3月期		2017年3月期 (予想)		
		構成比		構成比	前期比
売上高	4,221	100.0%	4,419	100.0%	+4.7%
売上総利益	2,320	55.0%	2,613	59.1%	+12.6%
営業利益	540	12.8%	713	16.1%	+31.9%
経常利益	520	12.3%	678	15.3%	+30.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	374	8.9%	460	10.4%	+22.8%
EPS (円)	220.5	—	236.8	—	+7.4%

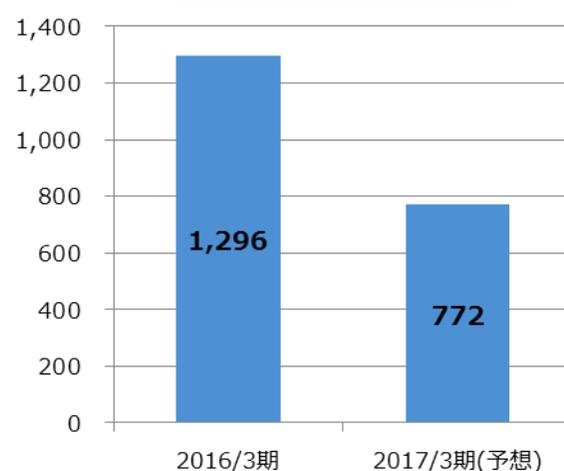
2 セグメント別売上高見通し

	2016年3月期		2017年3月期 (予想)		前期比 増減率
		構成比		構成比	
売上高	4,221	100.0%	4,419	100.0%	+4.7%
MVNO	2,045	48.4%	2,752	62.3%	+34.6%
契約加入取次	1,296	30.7%	772	17.5%	△40.4%
天然水宅配	547	13.0%	561	12.7%	+2.4%
その他	331	7.9%	332	7.5%	+0.3%

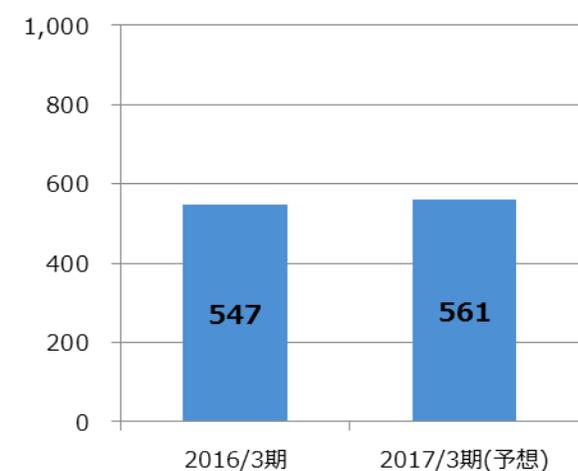
MVNO事業



契約加入取次事業



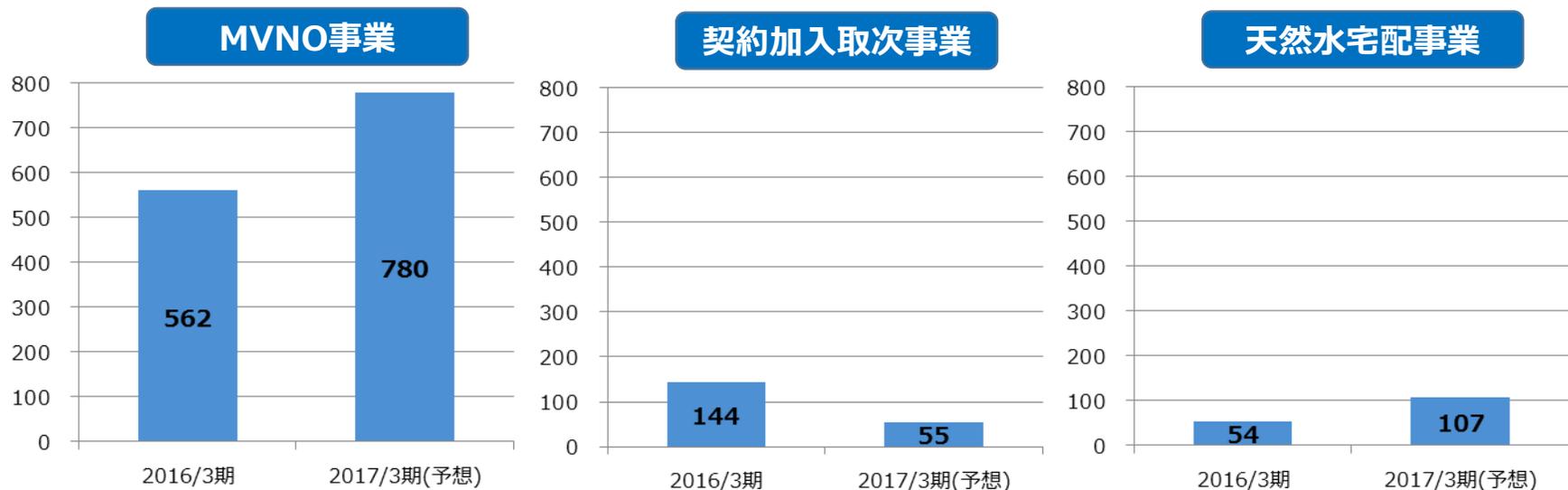
天然水宅配事業



3 セグメント別利益見通し

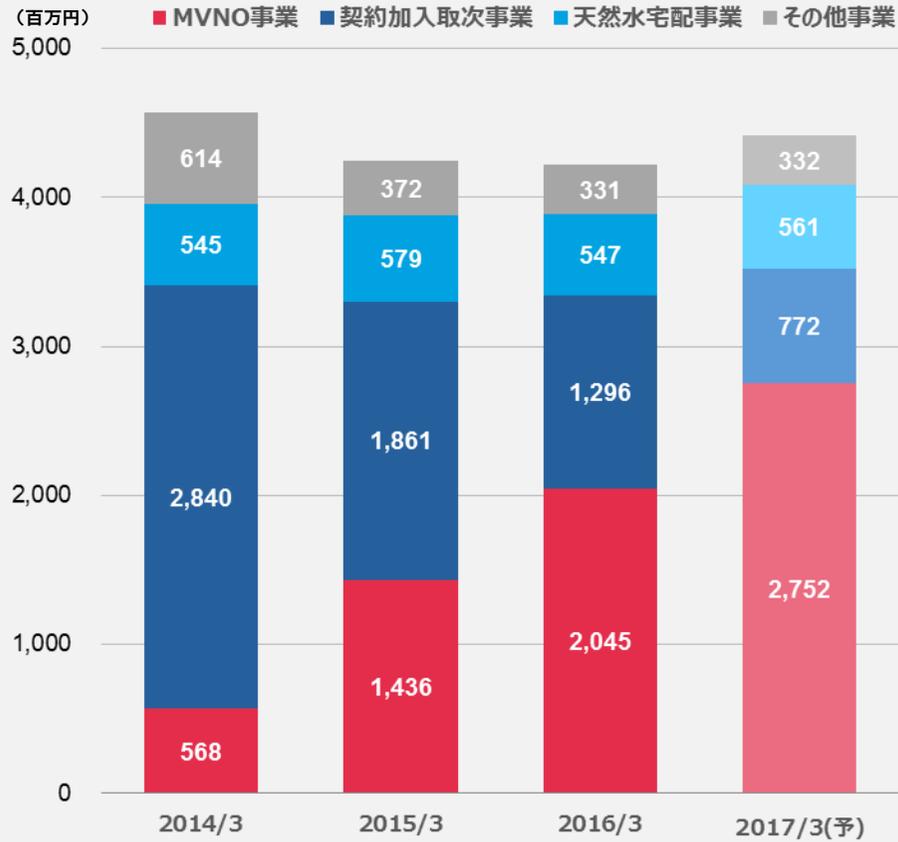
	2016年3月期		2017年3月期 (予想)		前期比 増減率
		構成比		構成比	
営業利益	540	100.0%	713	100.0%	+32.0%
MVNO	562	73.4%	780	81.5%	+38.8%
契約加入取次	144	18.4%	55	5.8%	△61.3%
天然水宅配	54	7.0%	107	11.2%	+98.9%
その他	9	1.2%	13	1.4%	+38.7%
全社	△230	—	△244	—	

* 営業利益の構成比は、全社を除いて算出

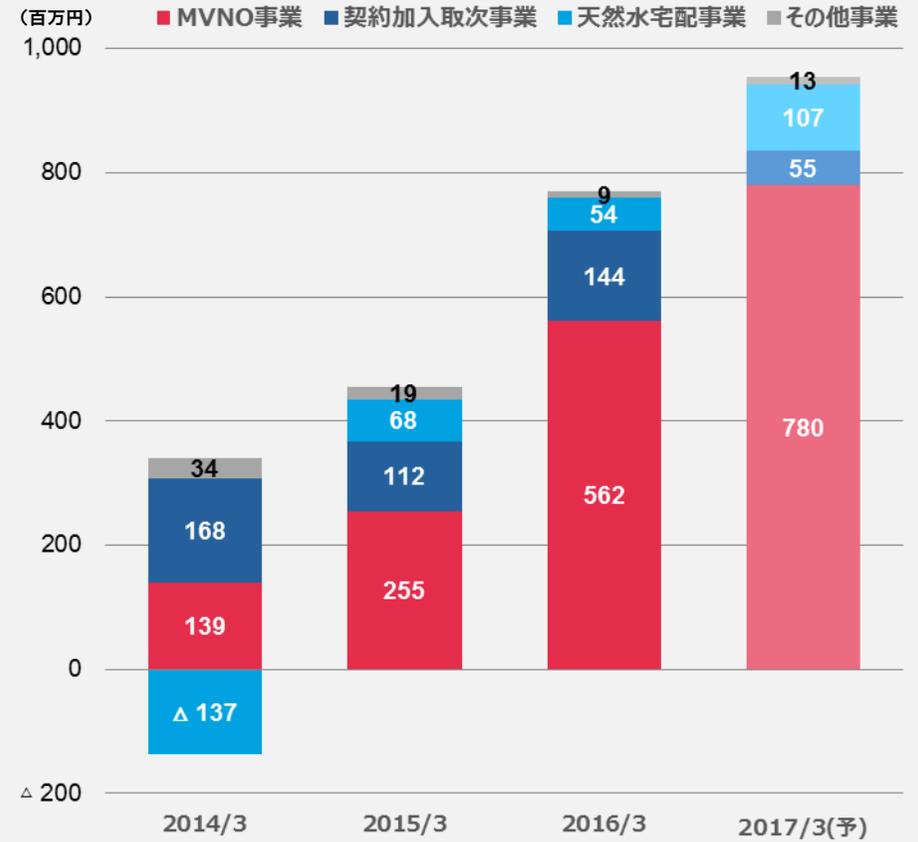


4 セグメント別 売上・利益の推移

セグメント別売上高



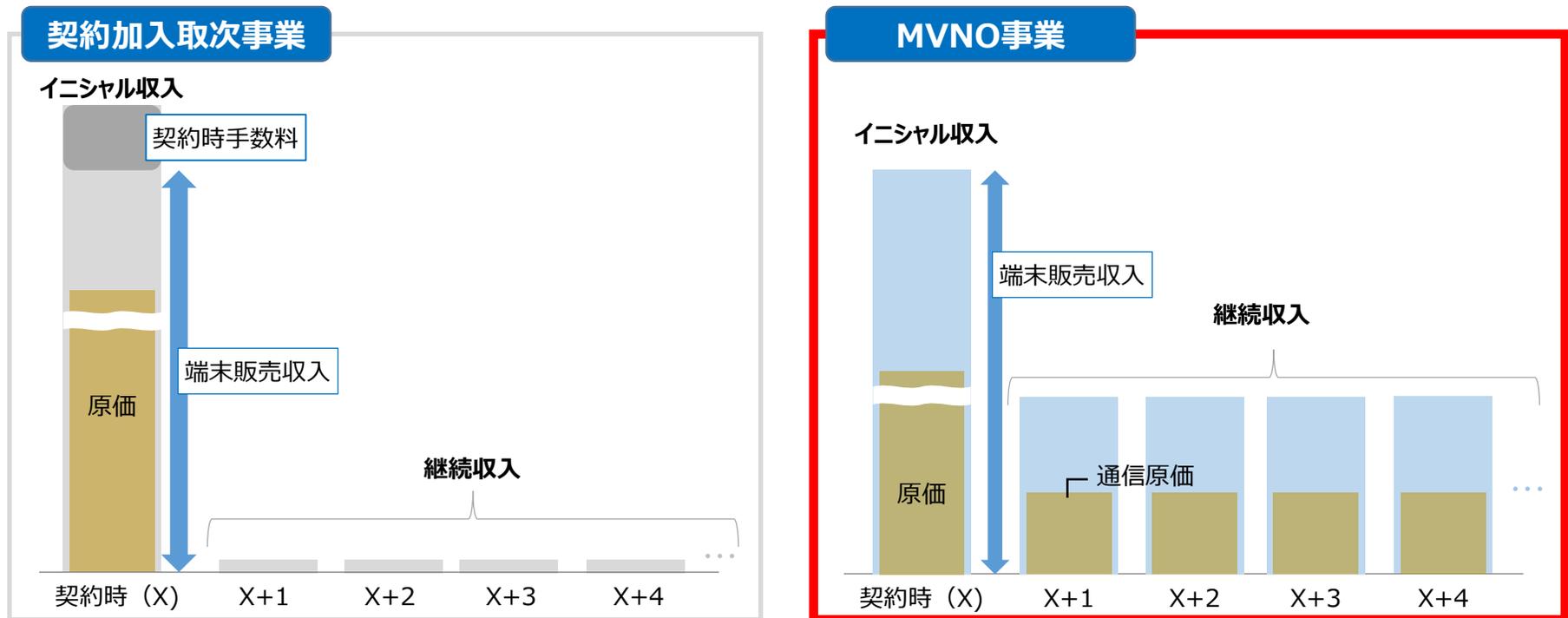
セグメント利益(全社を除く)



5 業績予想のポイント①

引き続きMVNO事業へ経営資源をシフト

◎ 契約加入取次事業とMVNO事業の収益モデルの違い

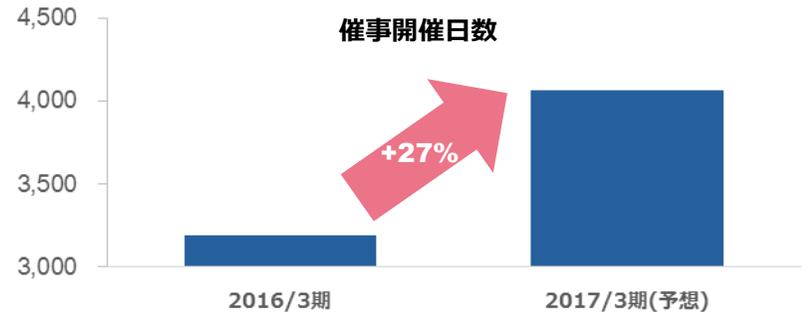


MVNO事業の拡大 ⇒ 長期でみて高い収益力を発揮

6 業績予想のポイント②

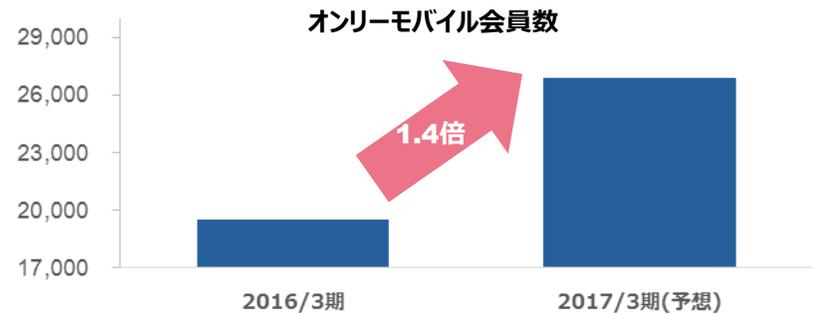
1 催事開催日数 [直販] の増加 (前期比+27%)

- ▶4月に新入社員35人増加<従業員数は82名⇒117名>
- ▶のべ日数4,060日



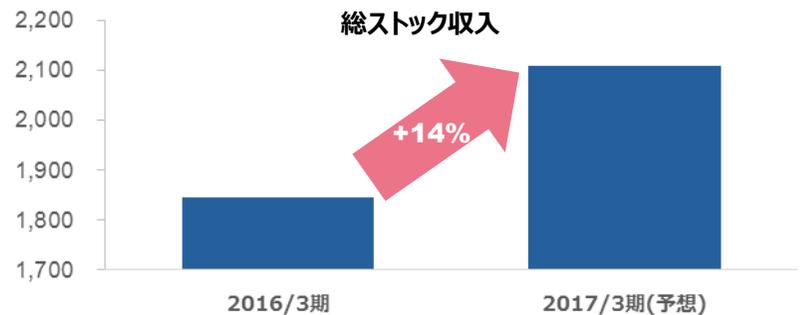
2 期末想定会員数

- ▶オンリーモバイル：前期末比1.4倍
- ▶オンリーオプション：安定推移<前期末比+2.6%>



3 総ストック収入 (前期比+14%)

- ▶MVNO事業が引き続き牽引

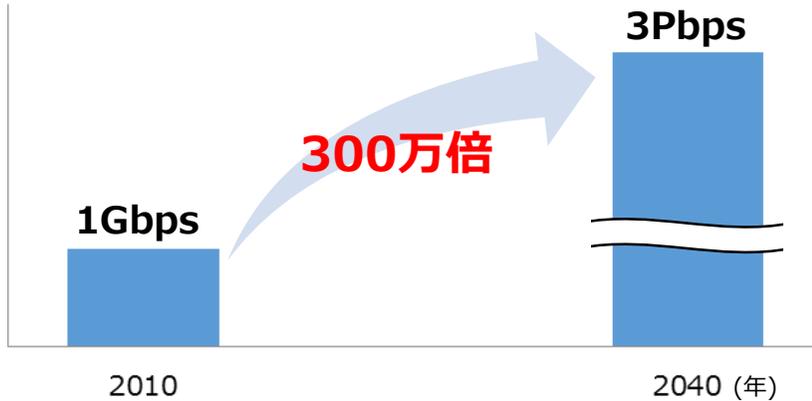


IV. 成長戦略

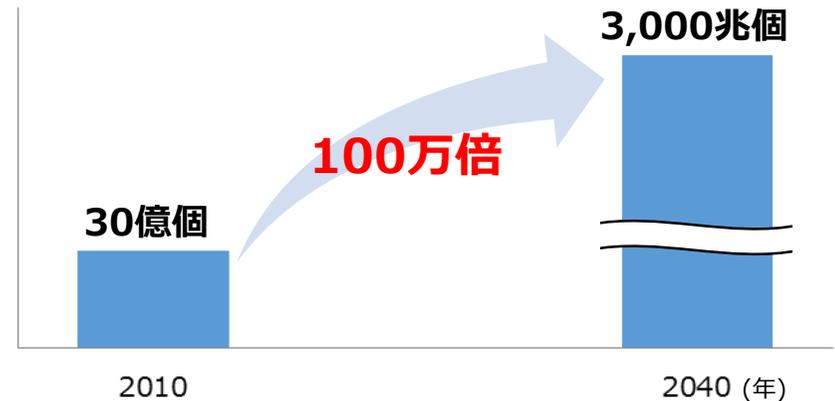


1 ICT社会の進歩

■ 通信速度の高速化



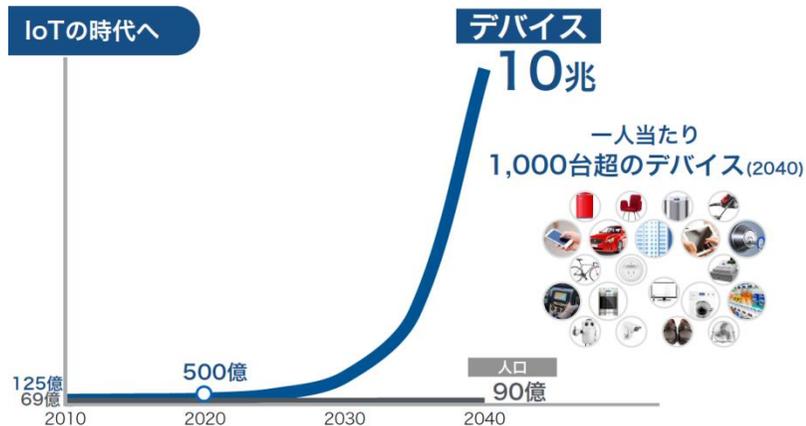
■ CPUのトランジスタ数



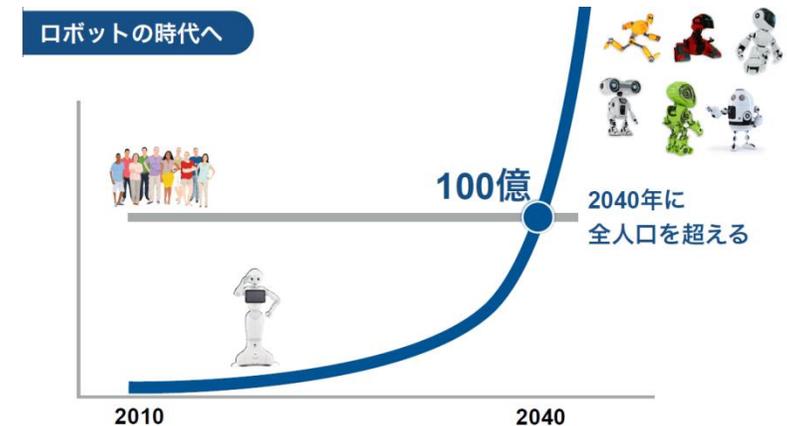
上段の左グラフ、右グラフともに資料の出所はソフトバンク

出典：総務省「情報通信審議会 2020-ICT基盤政策特別部会 基本政策委員会（第4回）配布資料」

■ インターネットにつながるIoTデバイスの数



■ 人口知能（AI）の将来



出典：下段のグラフは、ともにソフトバンクグループ株式会社 第35回定時株主総会資料より引用

2 成長戦略 基本方針

基本方針

**「コミュニケーションセールス」をコアとした事業基盤の強化を推し進め、
飛躍的な成長を目指す**

マーケティング力とコミュニケーション力を駆使して
顧客との理想的なコンタクトを図る

商品をわかりやすくデモンストレーションし
お客様に活用イメージを提供する

商品やサービスの特性を理解して使用すると便利な商品・サービスは世の中に数多くあり、
『コミュニケーションセールス』にて理解してもらうきっかけ作りをする事で
『お客様のライフスタイルをもっと楽しく便利にする』サービスが販売対象となり得る

『コミュニケーションセールス』を活用できる商品・サービスは数多く、
当社の成長可能性は、将来に向けて大きく扉が開かれている

2 成長戦略 具体的な戦略

具体的な戦略

1

商品の拡充・強化

2

人材の育成・増強

3

**催事店舗の拡大
販売ネットワークの拡大**

4

顧客のファン化

3 具体的戦略① 「商品の拡充・強化」

「MVNO事業」を今後の事業の柱と位置づけ、商品を拡充・強化

1) 主力商品である「モバイルデータ通信サービス」の拡充



ONLY Mobile
オンリーモバイル

2) マーケットの拡大が見込める「音声対応SIMを活用したサービス(格安スマホ・SIM)」の拡大



ONLY スマホ

3) 「オンリーオプション」のコンテンツ強化



ONLY OPTION
オンリーオプション

4) 光回線の卸売りの開始等、市場環境の変化を把握し、迅速に顧客ニーズを捉え豊かなライフスタイルを提案



ONLY 光 等

3 具体的戦略② 「人材の育成・強化」

今後の飛躍的な成長を実現するための基盤として
「コミュニケーションセールス」能力に長けた人材の育成・増強を進める

1) 代理店の「コミュニケーション力」を当社販売部門水準に高める

*モバイルデータ通信サービスの新規契約件数の46%は代理店が獲得 (2016/3期実績)

2) 従業員の独立開業制度の構築

3) 人材採用の多様化

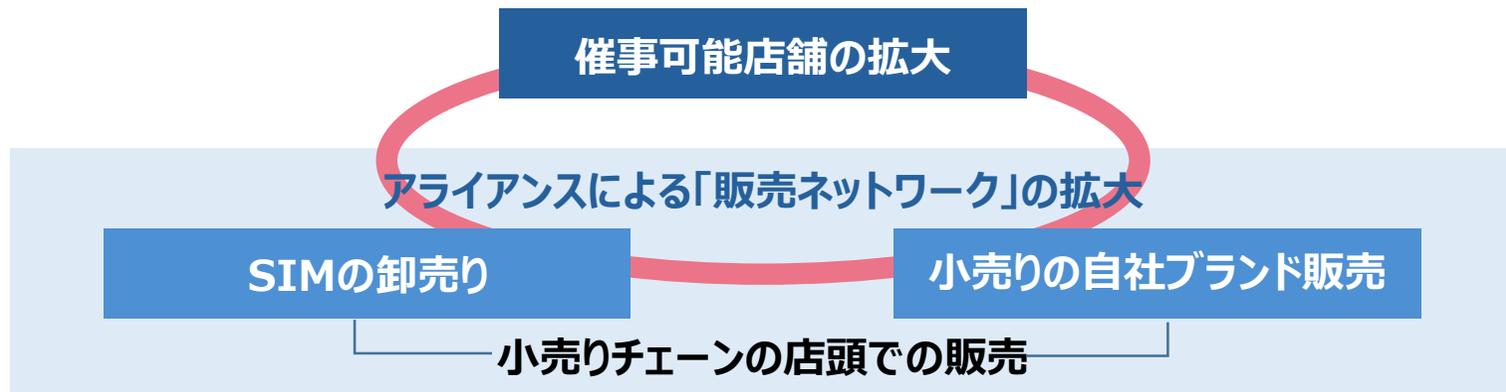
3 具体的戦略③ 「催事店舗の拡大、販売ネットワークの拡大」

地域、業態及び店舗規模に合わせた商品ラインナップの充実による催事可能店舗の拡大とともに、アライアンスによるネットワーク拡大にも取り組む

小売りチェーンとのアライアンスによる「販売ネットワーク」の拡大

- 1) 当社がSIMを卸売りし、小売りチェーンが店頭にて設置
- 2) 小売りチェーンが自社ブランドの格安スマホとして販売

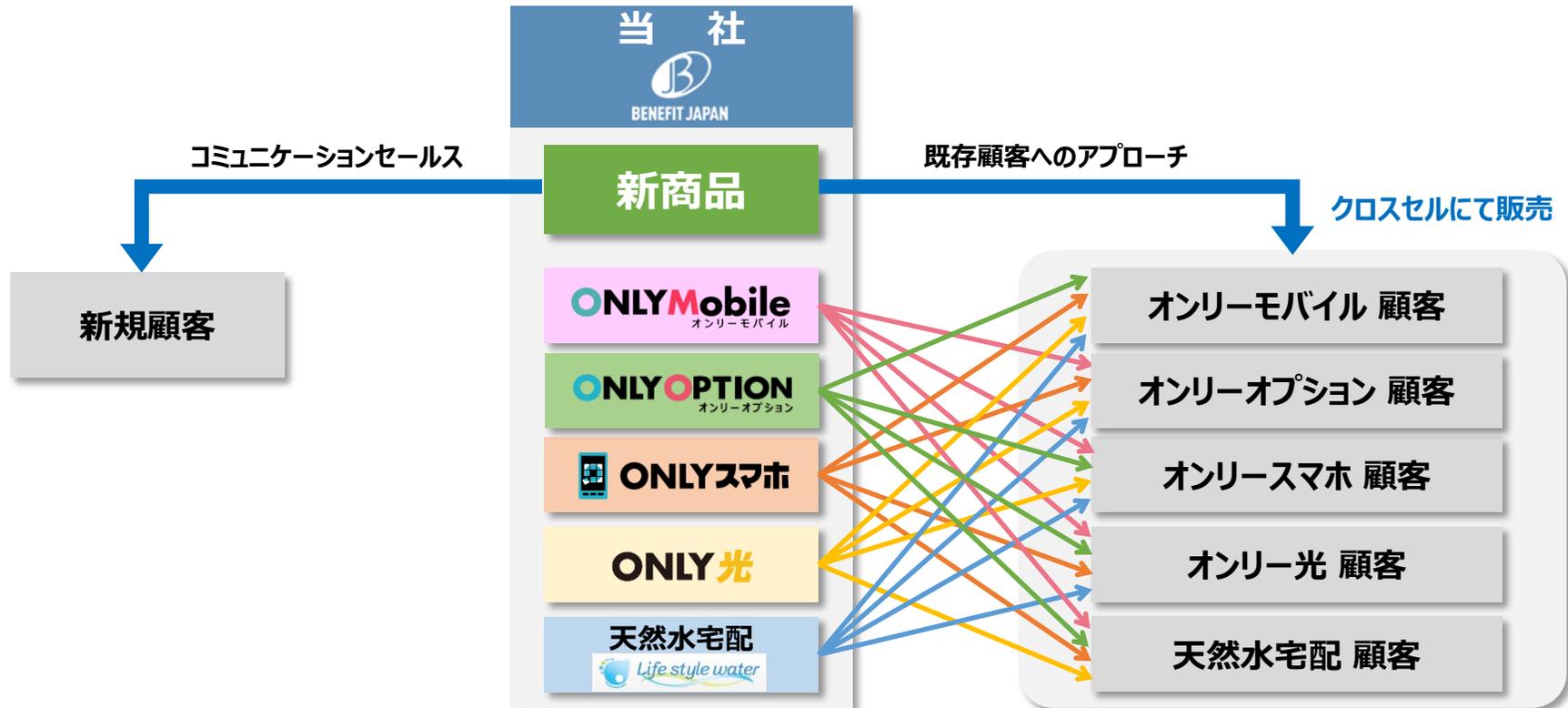
小売りチェーンの店頭にて当社が販売応援を行う事で新規件数増加を見込む



3 具体的戦略④ 「顧客のファン化」

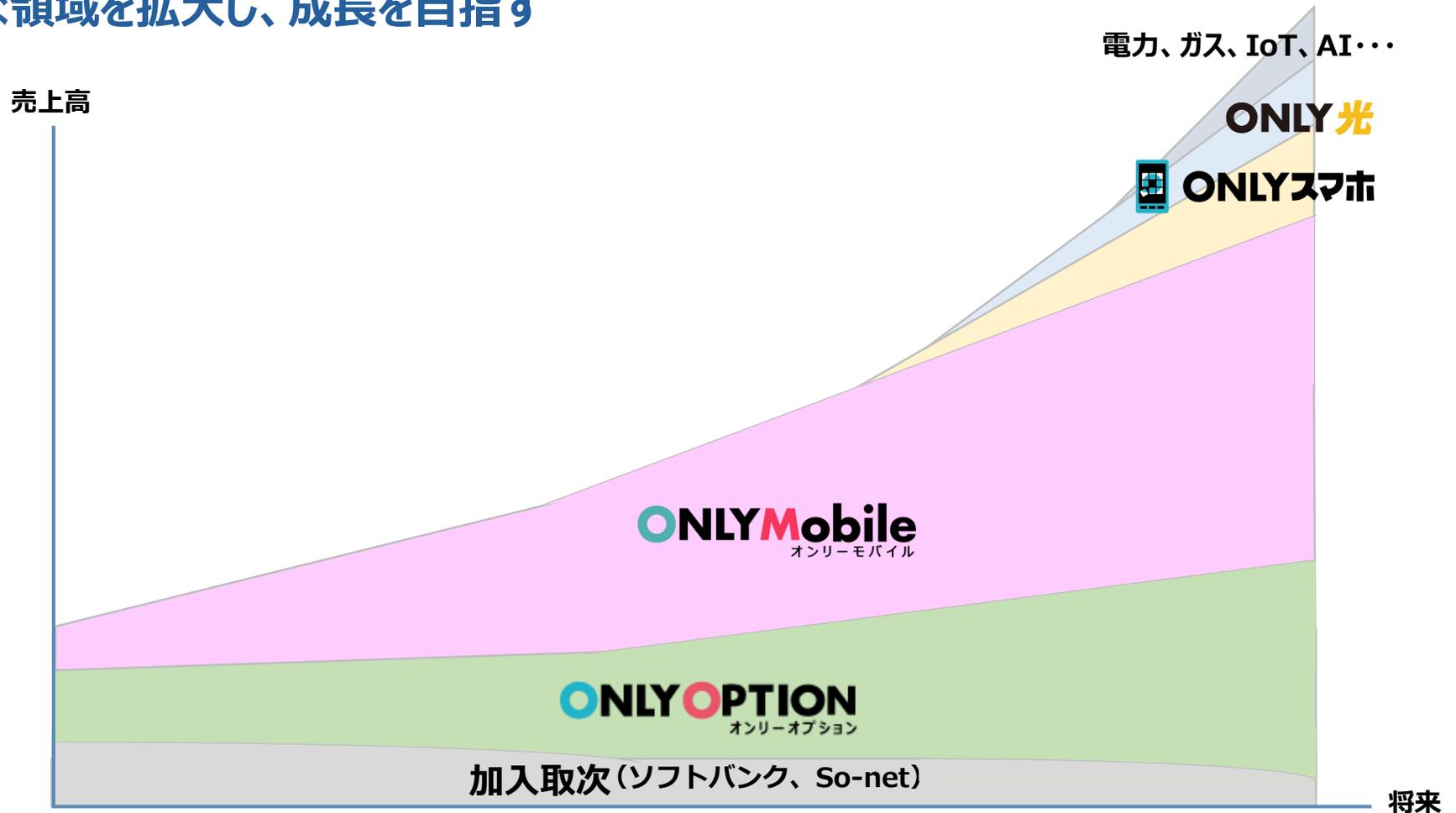
新規顧客…コミュニケーションセールスによるアプローチの継続
 既存顧客…新商品の取り扱いを契機としたクロスセル販売の強化

顧客をファン化させる囲い込み体制の構築



4 成長イメージ

「コミュニケーションセールス」を通じて、顧客に次世代のライフスタイルを提案する
 新たな領域を拡大し、成長を目指す

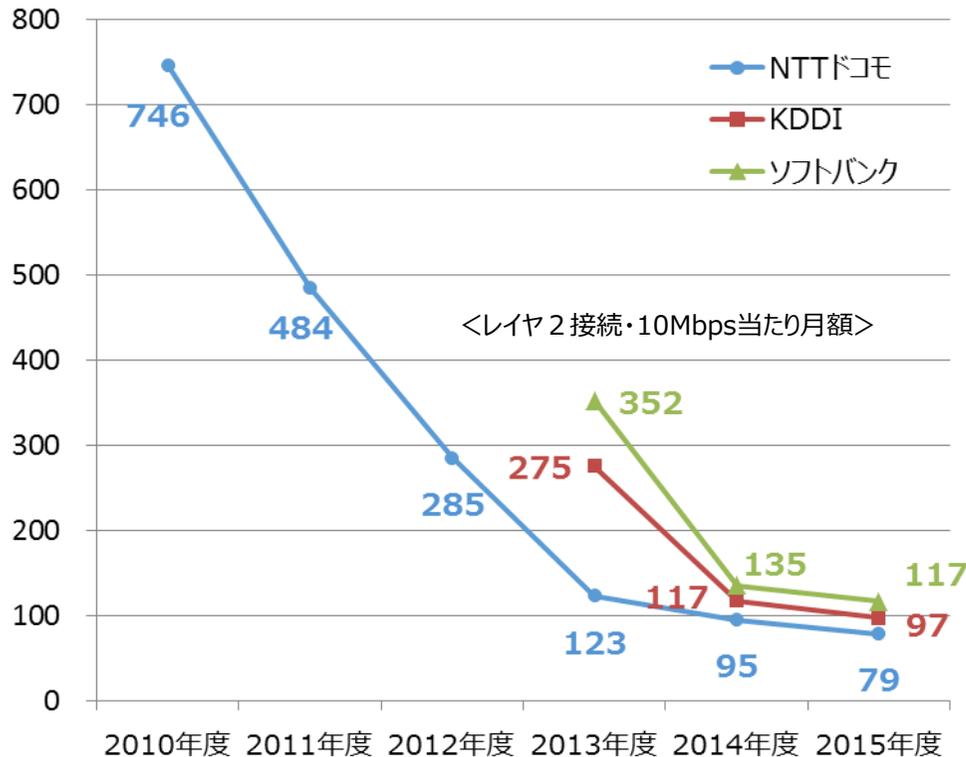


V. 参考資料



1 MVNO市場の成長性 1/2

■ 月額データ通信接続料の推移 (万円)



出典：2014年度までは総務省「MVNOサービスの利用動向等に関するデータの公表」（2015年4月30日発表）、2015年度はキャリア各社の資料より作成

※ データ通信接続料

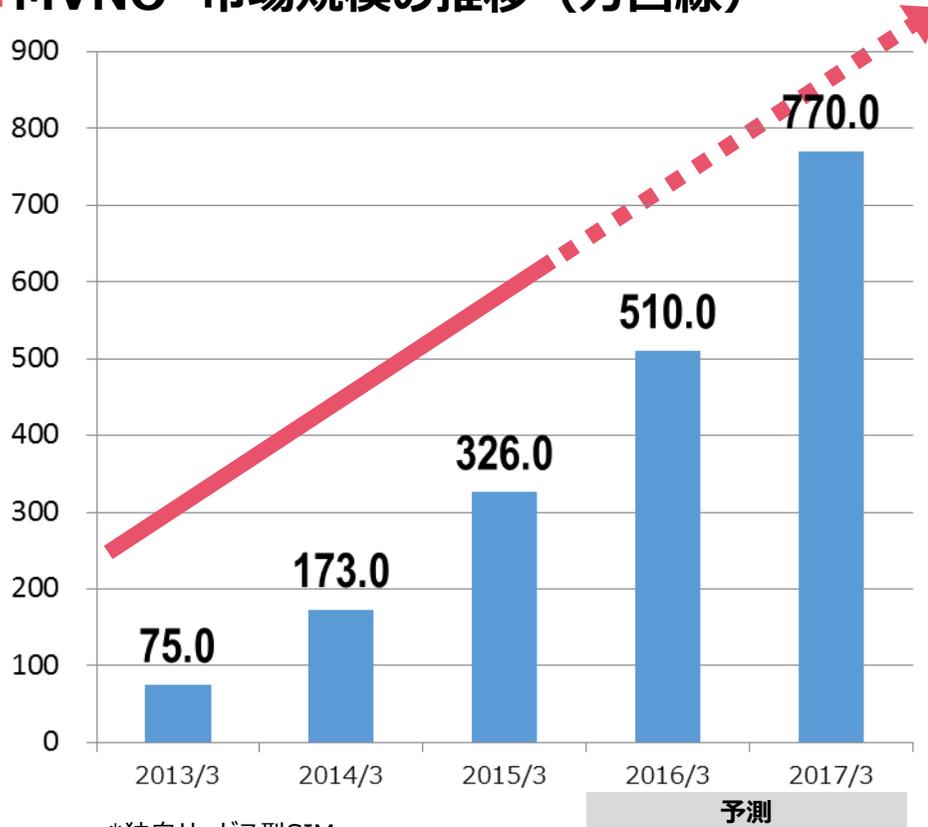
⇒ 総務省のガイドラインによれば、
回線のデータ処理能力の増大によって
今後も低下が期待される

スマートフォン市場における
MVNOのさらなる拡大

- 魅力的なプランの設定 (価格、サービス内容)
- MNPの手続きが容易に

1 MVNO市場の成長性 2/2

■ MVNO*市場規模の推移（万回線）



*独自サービス型SIM
出典：MM総研

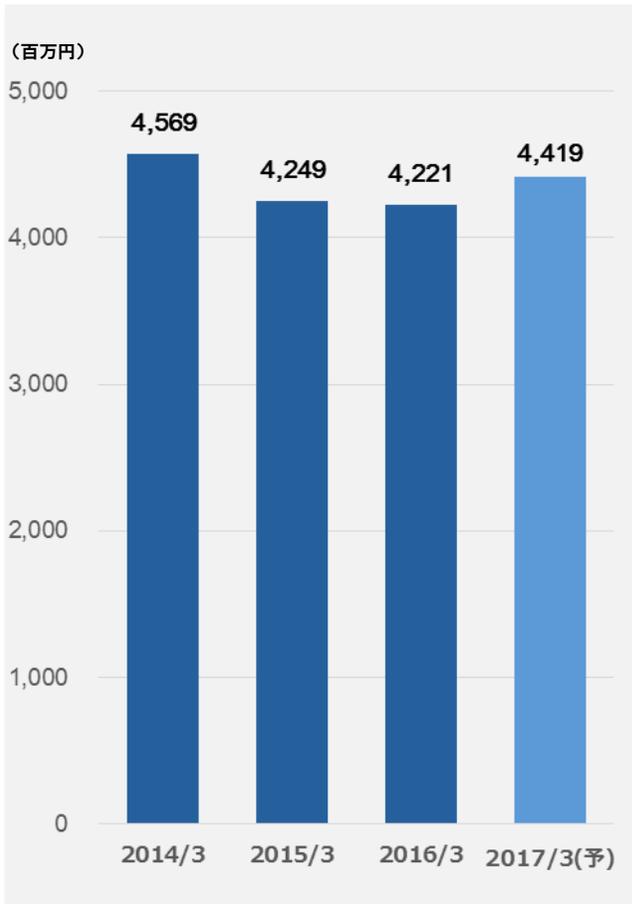
高額な端末購入補助の是正を指導
(2015年12月、総務省)



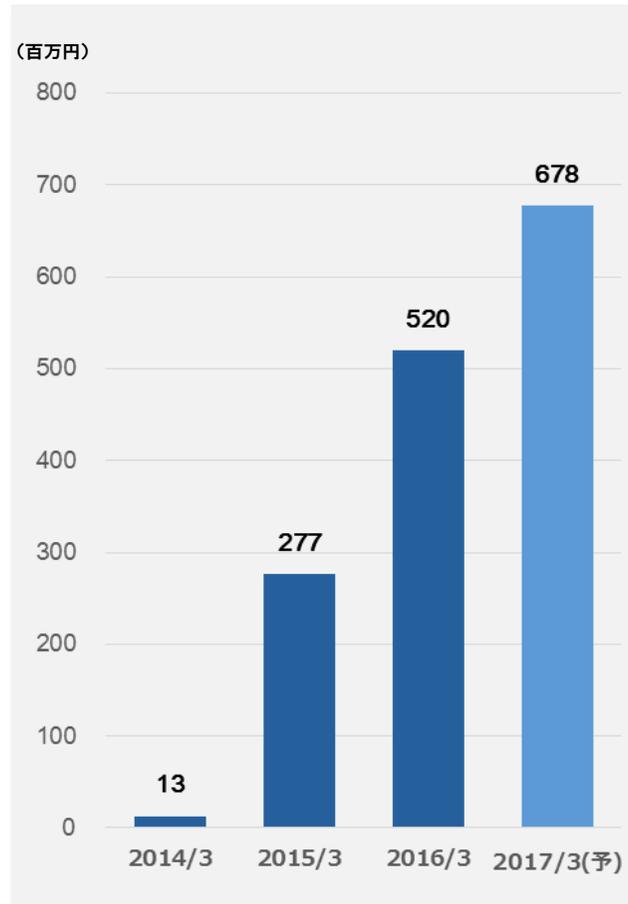
MVNOの参入を阻害する
可能性のある要因の除去

2 P/L (連結)

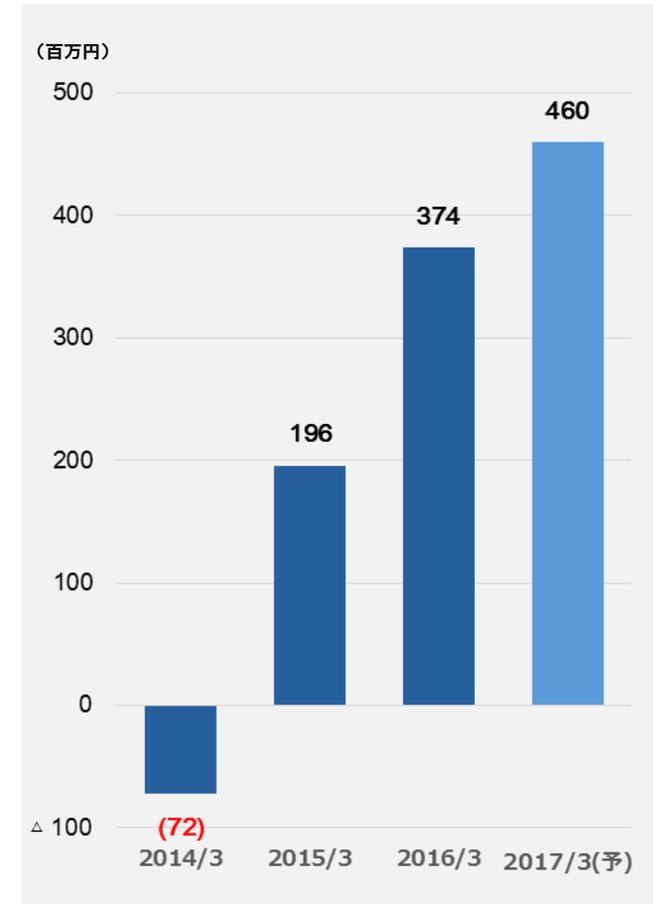
売上高



経常利益

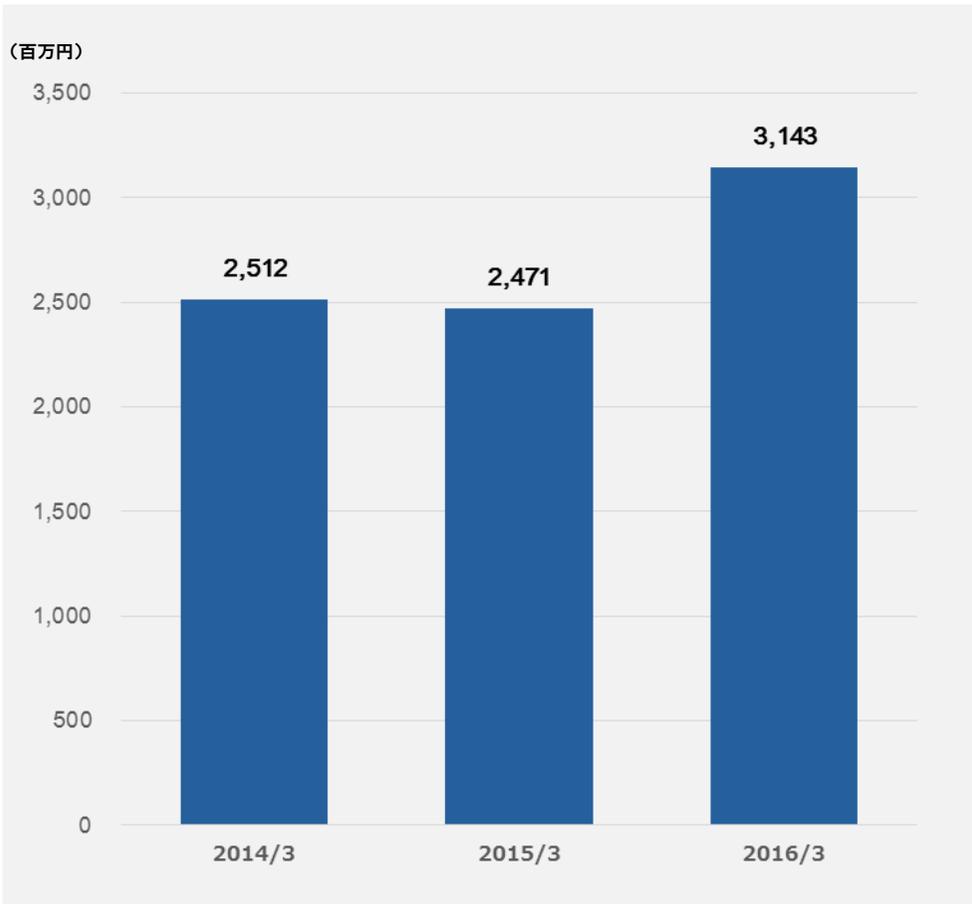


親会社株主に帰属する当期純利益

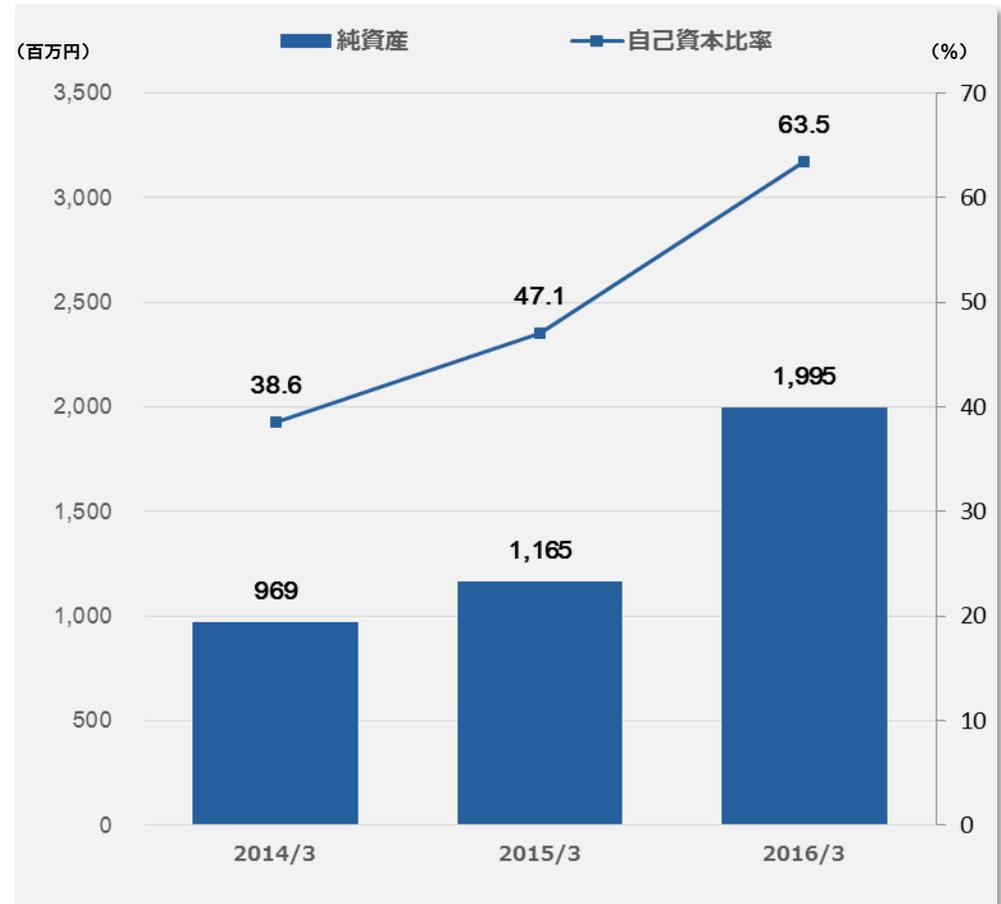


3 B/S (連結)

総資産

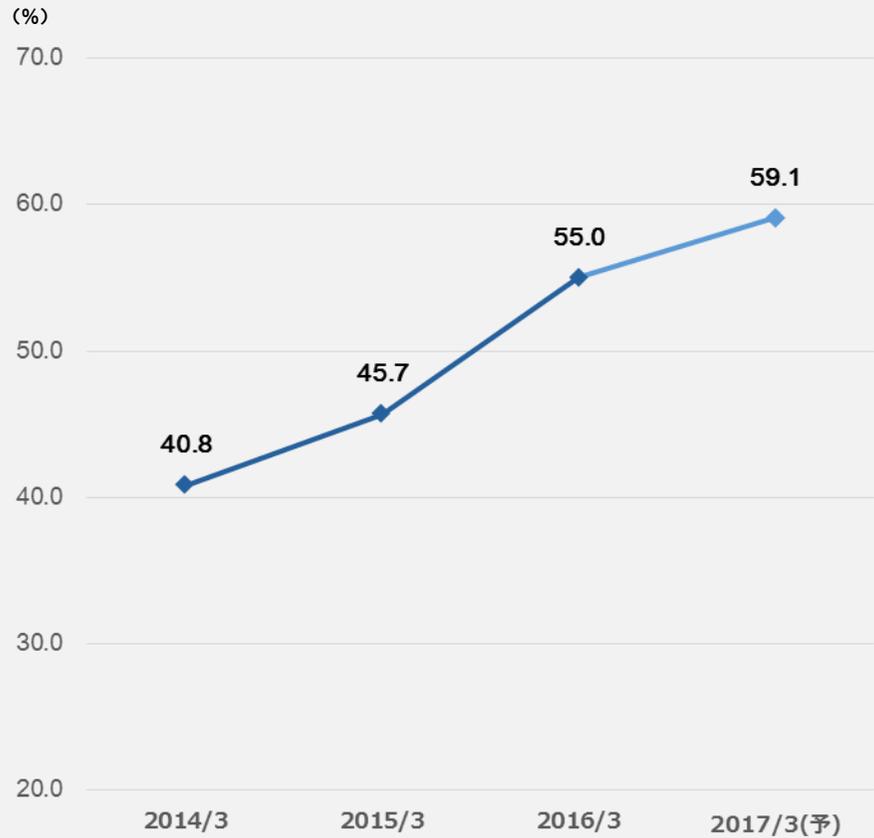


純資産・自己資本比率

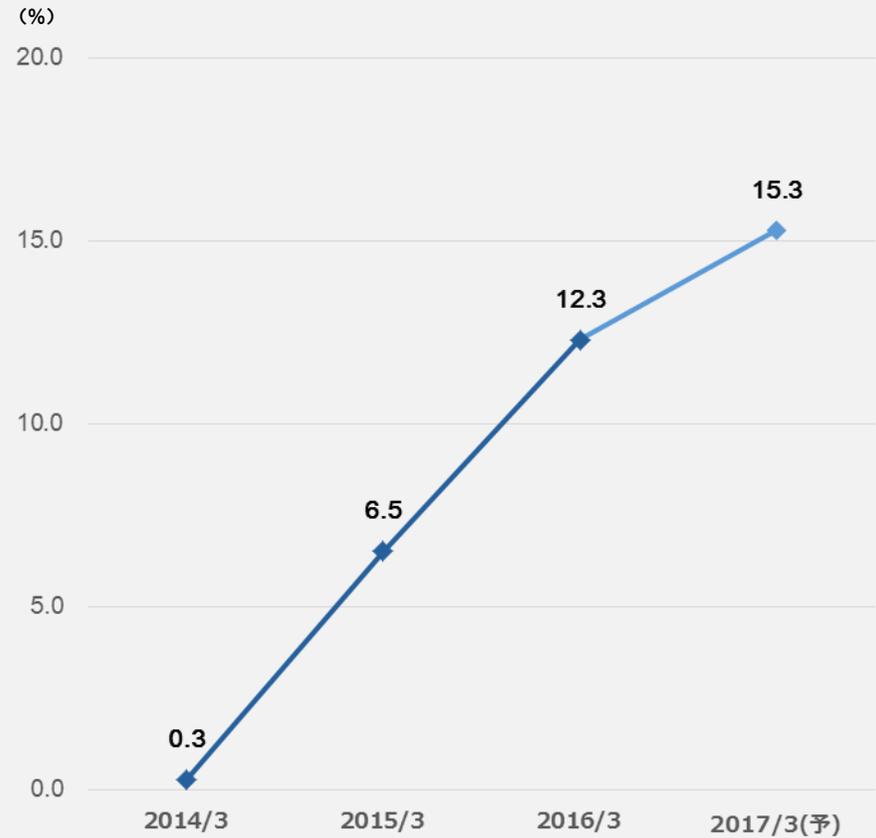


4 収益性指標 (連結)

売上総利益率



経常利益率



免責事項及び将来見通しに関する注意事項

- この資料は投資家の参考に資するため、株式会社ベネフィットジャパン（以下、当社）の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。
- 当資料に記載された内容は、2016年5月17日現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。
- 投資をおこなう際は、投資家ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。