

サステナビリティレポート

株式会社ベネフィット・ワン
東証プライム市場（2412）

2023年11月15日

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

目次

Company

経営の基本方針	P.2
事業内容	P.3
沿革	P.4
成長の歩み	P.5

Sustainability

Top Interview	P.6
価値創造プロセス	P.9
サステナビリティに関する基本的な考え方	P.10
サステナビリティに係るマネジメント体制	P.11
サステナビリティに係る取組み	P.12
└環境	P.13
└人的資本	P.18
└社会貢献	P.45

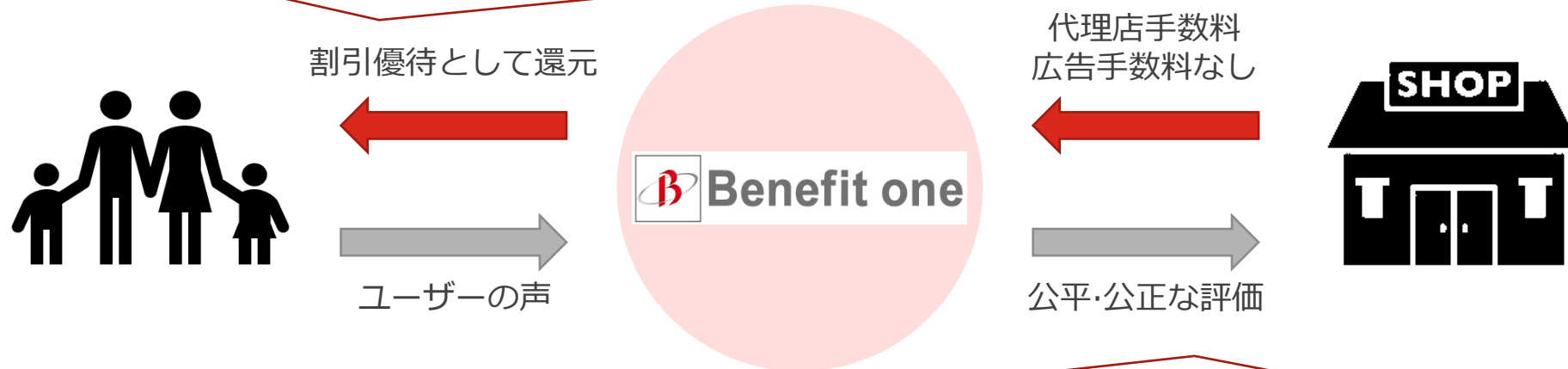
Governance

コーポレート・ガバナンスの概要	P.48
役員の状況	P.49
コンプライアンス統制	P.50

私たちベネフィット・ワンは、「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 社会の発展に貢献しよう」を企業理念に、職域を中心とする会員基盤と、サービスサプライヤのネットワーク化を進めることで、企業の経営課題解決や消費者の利用満足度向上に資する事業を展開しております。

＜当社が目指す中間工程を省いた新しいサービス流通インフラの姿＞

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

主力の福利厚生事業を中心に、ヘルスケア事業・インセンティブ事業など、人事・総務周りのアウトソーシング事業を拡大。また人事・健康データを管理・活用する基盤「ベネフィットワン・プラットフォーム」上でのサービス再編成により、企業のHRDX支援を推進しております。さらに中長期で新たな収益の柱とすべく、2021年よりペイメント事業を開始しております。

<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。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。

福利厚生

<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に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。

ペイメント

<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。

ヘルスケア

<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）。

購買・精算
代行

<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支援施策として、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。

インセン
ティブ

パーソナル

<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。



1996年の創業以来、従業員規模や業種や地域、雇用形態に関わらず、大企業と同等の福利厚生を受けられる仕組みを提供してまいりました。2006年以降は、福利厚生事業で培った事業基盤を有効活用し、企業のニーズに応えた人事・総務周りのアウトソーシングを中心に事業を拡大。2018年からは顧客企業の利便性改善を図り、人と組織のパフォーマンス向上にもさらに貢献するため、商品・システムの統合を推進。テレビCMを含む大型マーケティングを実施するほか、システムや人への投資も積極的に行い、中長期の成長加速に向けた準備を進めております。

1996年～

2006年～

2018年～

創業期

拡大期

変革期

ユーザー課金型サービスマッチングサイト立ち上げ

1996年 前身の「ビジネス・コープ」創業 

1998年 「カフェテリアプラン」サービスを開始

1999年 カフェテリアプラン自動決済システム開始

2001年 「ベネフィット・ワン」へ商号変更



2004年 JASDAQ証券取引所へ上場

事業の多角化の推進

2006年 CRM事業、インセンティブ事業開始
東京証券取引所市場第二部に上場

2007年 松山市にオペレーションセンター設立

2008年 ヘルスケア事業開始

2009年 BTM事業開始

2012年 (株)ユニマットソリューションズ子会社化
(株)保健教育センターを子会社化
海外事業、購買・精算代行事業開始

2013年 特定保健指導「ハピルスチェンジ」提供開始

2015年 「ハピルス健康ポータル」提供開始

2017年 「ベネアカデミー」提供開始

サービスの統合と中長期の成長加速に向けた積極投資

2018年 福利厚生とヘルスケアのセット商材提供開始
東京証券取引所市場第一部銘柄に指定

2019年 「学トクプラン」提供開始

2020年 「ベネワン・プラットフォーム」提供開始

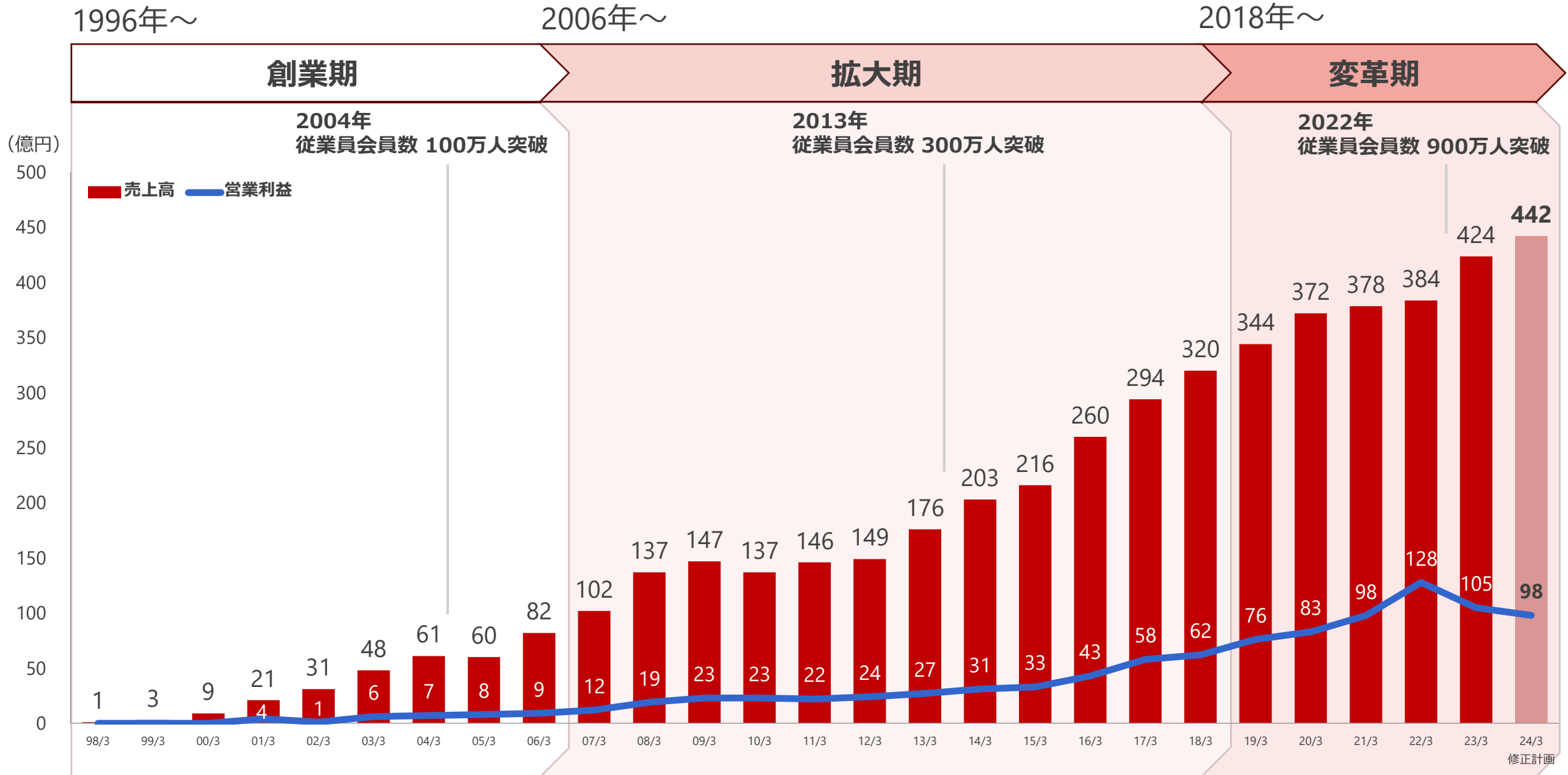
2021年 ワクチン接種支援事業開始

「給トク払い」提供開始

(株)JTBベネフィットを子会社化

2022年 テレビCM放映開始





「サービス流通創造」こそが サステナブルな社会を実現する戦略

社会インフラとしての ポジション確立に向けて

当社は1996年の設立以降、官公庁や企業の福利厚生業務ベネフィット・ステーションの運営代行を中心に事業を展開し業容拡大を続けてまいりました。2004年にJASDAQ市場で株式上場を果たし、2022年4月からは東証プライム市場へと移行しました。これからも事業成長とともに企業に求められる社会的責任を果たしてまいります。

主力事業である福利厚生業においては、2023年4月の従業員会員数は948万人、個人会員も含めると1,162万人と業界トップを誇ります。そして新たに発表した中期経営計画では、中堅・中小企業の新規顧客開拓や同一労働同一賃金の観点から非正規社員の福利厚生拡充に取り組む既存の官公庁・大企業でも会員獲得を進めることで2026年4月に会員数1,800万人を目指しています。更には概ね10年後を目標に国内の就業人口である6,700万人の会員獲得という目標を掲げ公表しました。

現在、日本の就業人口に対する福利厚生サービス利用者は26~27%と、サービスの普及率が加速するクリティカル・マス30%が目前に迫っています。更には外部環境も良好です。少子化により従業員獲得コストが上昇する中、既存従業員の満足度を高めるために、企業は魅力的な福利厚生を従業員に提供する意欲が高まっています。当社が2020年6月にリリースした「ベネワン・プラットフォーム」は従来個別に提供されてきたサービスをワンストップでユーザーに提供することを可能とし

たものです。サービスを利用する会員数が増加すれば良質なサービスを提供するサプライヤーも増加するという好循環がこれから加速していきます。更には決済機能の強化や企業担当者と連携した利用促進施策といった利便性を高める施策を実行してまいります。そして福利厚生事業で培ったサービスインフラや顧客基盤、オペレーションノウハウなどの強みを有効活用し、これからはインセンティブ、ヘルスケア、出張、接待、金融、教育と、さまざまな消費者ニーズに応えるかたちで、人事データを核としたBPOソリューション全般へとサービス領域を拡大してまいります。当社のサービスは社会インフラとしてのポジションを確立することが視野に入ったと強く実感しています。

サービス産業が抱える 「広告宣伝活動」という課題

このように当社が成長を加速することができる理由について、私は当社事業が福利厚生の充実という日本が直面する社会課題解決に直結する事業であることに加え、当社のミッションである「サービス流通創造」の実現こそがサステナブルな社会実現に貢献するとお客様から認めて頂いているからだと考えています。

最近ではサステナビリティやESGといったテーマで世界中の機関投資家と会う機会が増えており、大いに刺激を受けています。私は資本市場において、この先起こる変化は経験したことがな

代表取締役社長
白石 徳生

い規模になるのではないかと考えています。資本市場の常識である時価総額による企業比較や企業成長スピードを競う事業戦略が否定されはじめてのではないのでしょうか。

そもそも資本主義は自由な競争が発展の前提にあります。企業が競争するということはE（環境）、S（社会）の資源を無駄に消費しているということの意味を私は考えます。当社が属するサービス産業では、物を運ぶという流通機能が不要であるため地球温暖化に対する責任は製造業に対して軽微だと思えます。

しかしその代わりにサービス産業は自社製品を販売するため大量の紙や資源消費を伴う広告宣伝活動を行っています。これに加えて欲しいサービスを提供会社間で比較検討するような機会や場所が消費者にないため、宣伝広告やマーケティングが上手い会社がサービスの質に関係なく業界でトップシェアになってしまうリスクがあります。つまり消費者にとって、品質に関係なく宣伝広告費にお金をかけた割高な商品を選択してしまうリスクが高い点こそがサービス産業が抱えている問題だと思えます。

サービスの流通創造と 当社ビジネスモデルの強み

当社は「サービス流通創造」の実現をミッションに掲げています。サービスの流通創造とは、正しいサービスが適切に消費者に伝わるような商流を創造することです。本来サービスは流通機能を持たないものですが、誰もが自分自身にとって「良いサービス」を比較検討し、安心安全に購入できるように世界を当社が創造することでサービス産業が抱える課題を打破することになるのです。

このミッションは、創業当時から変わっていません。私は

1996年にパソナの社内ベンチャー制度第1号として当社を設立しました。当時はインターネット誕生時でしたから、過当競争を避け差別化を図るために、生協（会員のみが商品を買える仕組み）と職域販売（企業の従業員向け社内販売）に注目し、企業予算がつけやすい福利厚生のアウトソーシング事業をインターネットで展開していくことを決めました。

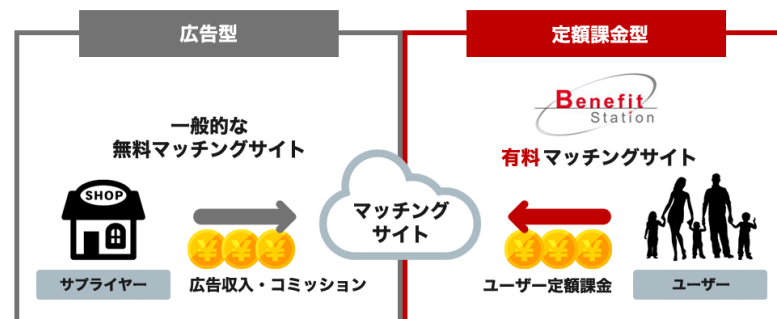
当社のビジネスモデルの強みは、顧客企業からの会費収入を主な収益源とするユーザー定額課金型のサービスマッチングにあります。会費収入という安定したストック収入が確保されているため、サービス提供者側から広告手数料などは受け取らず、ユーザーに対して手数料上乗せのない卸売価格での安いサービスを提供することができます。また、手数料収入に依存しないことで、各社サービスを公平かつ中立的な立場から評価し、ユーザーに紹介することができます。

このように、直接個人から会費を集めるのではなく、職域に注目した「福利厚生アウトソーシング」の形で企業単位で会費を取るBtoEプラットフォームを早期に展開できたからこそ、一般的なサービスマッチング会社と比べてユニークな強みを構築できたのだと思えます。

社員に気づきの機会を提供し、 組織の意思決定スピードを高めることが大切

当社は人的資本経営に取り組む企業に対して適切な福利厚生サービスを提供する企業であり、当社事業の意義を深く理解する人材の育成は重要な経営テーマです。私は、人材育成で一番重要なことは“気づき”だと考えています。学ぶことの喜びや知識を得ることの必要性を感じ取れる人は飛躍的に成長します。人材不足が顕在化する中、一人ひとりの能力を最大限に引き出すため、いかにその気づきの機会を会社が提供できるかが課題

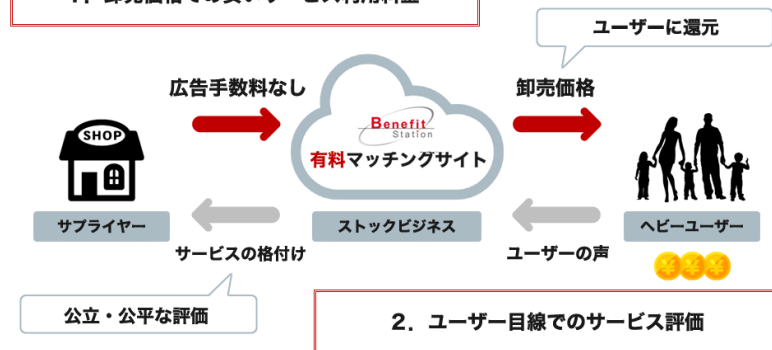
■ 「ユーザー課金型」のビジネスモデルを採用



サプライヤーからの広告収入やコミッションを収益源とする一般的な無料マッチングサイトにに対し、当社グループでは、ユーザーからの会費収入を収益源とする有料マッチングサイトを展開しています。

■ 「ユーザー課金型」であることの強み

1. 卸売価格での安いサービス利用料金



2. ユーザー目線でのサービス評価

- (1) ユーザー課金という安定収入があるため、ユーザーに対して卸売価格での安いサービス利用料金を提示することが可能です。
- (2) サプライヤーからの手数料収入に依存しないことで、公平かつ中立的な立場からユーザー目線でのサービス評価が可能です。

です。

当社では、この取り組みの一環としてビジネスプランコンテスト「チャレンジアワード」を実施しています。私自身もビジネスプランコンテストで当社を設立した経緯もあり、同じことを当社でも開催しています。

新規事業は常に広く社会の出来事に関心を持ち、アンテナを張っていないと思いつかないものであり、社員の気づきのきっかけになると思います。

経営の視点で考えると、この各自の気づきを組織が結集させ、会社の成長に繋げるまでの意思決定スピードに従業員一人ひとりがこだわりを持てるかによって、会社のレベルが決まってくると私は考えます。

意思決定スピードに対する意識を会社組織に浸透するための取り組みの一つが「ジュニアボード制度」です。ここでは、毎年部署や年次、あるいは新卒採用、中途採用と従業員をミックスさせたグループを作り、私の経営哲学を1年間かけて伝える場を設けています。私にとっても、さまざまな立場にいる社員の声を直接聞く機会として活用しています。

ダイバーシティ&インクルージョンという観点においては当社における女性の比率はもともと高い水準にあります。今後はホワイトカラーにおいて外国人労働者が大量に日本に来ることも予想されるため、対応を進めていくことが必要だと考えています。

“いい仲間”とコーポレートカルチャーを作り上げていく

エンゲージメントという言葉が最近盛り上がっていますが、その人が持つ基本的な考え方を教育研修で会社の思う様に整えていくことは非常に難しいと思います。当社の社風に合うポジ

ティブな考えを持つ人を積極的に採用していますが、理論に基づいた人材ポートフォリオの構築については検討余地があるかもしれません。

当社に入社して仲間となった従業員の皆さんに対しては、私は社内の人間関係の大切さについて、新卒採用を開始して以降20年近く継続的に会社説明会で語ってきました。事業内容や成長だけでなく、当社が一番のセールスポイントは社内の人間関係の良さだと思っています。会社で1日の多くの時間を過ごすわけですから、いい仲間と過ごしたほうが楽しいし、楽しい環境で仕事をするとパフォーマンスが向上するはずですが、新型コロナ禍で少し機会が減ってきてしまいましたが、社員同士が土日遊びや旅行に行くことが昔から多いと思います。

今後のさらなる成長に向けた課題

社会課題や人の困っていることを解決することが企業の役目だと思います。しかし社会のニーズは時代によって変わるので、時代の変化を敏感に読み取り、常に社会の変化に対応していくことが重要だと考えています。

私はダーウィンの進化論を大切にしていますが、変化に対応できず、必要とされないものは淘汰されるという自然界のルールや掟は、企業経営においても当てはまるのではないのでしょうか。

逆説的に捉えると、世の中のニーズに合わせたものを提供すれば会社は存在を許されるわけで、企業はこれからも加速度的に変化する社会を上回る経営スピードを高いレベルで維持していくことが大事です。

企業の人事部門で人事労務関連のアウトソーシングサービス活用が進む中、人事・健康データを整理してマネジメント活用

するHRDXの推進スピードが当社にとって重要な経営課題となると考えています。福利厚生やヘルスケアなどのアウトソーシングサービスはもとより、人事労務関連の多様なアウトソーシングサービスと連携して人事・健康データの管理・活用を可能とする基盤「ベネワン・プラットフォーム」を広く普及・利用促進させ、将来的には広告宣伝が不要で従業員一人ひとりに対してカスタマイズされた最適なサービスの提案の実現を目指していきます。

これからもゴールがない競争の中で、社会情勢を見ながらエンジンを全開にするのか、あるいは半分ぐらいの速度で進むのかという点において規律あるコーポレート・ガバナンス体制を構築し、企業価値の最大化に挑戦してまいります。



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しよう

解決したい
社会課題

- モノに対してサービスは流通インフラが未整備であり、安心してより良いサービスを利用することができない
- 人材不足が顕在化する中で、あらゆる企業で人材獲得・定着課題への対応や従業員の生産性向上が求められている

Input

経営資本

人的資本

- 連結従業員数**1,527名**
(2023年3月末時点) ※臨時雇用者含む

社会・関係資本

- 職域中心の会員数**1,162万人**
(2023年4月時点)
- 140万件超**のサービスコンテンツ

知的資本

- ユーザー課金型のストックビジネスモデル
- 福利厚生事業で培ったオペレーションノウハウ
- BtoEプラットフォームに蓄積した情報

製造資本

- 人事・健康データの管理・活用を可能とするオープンプラットフォーム

財務資本

- 自己資本比率**46.0%**
- 自己資本当期純利益率(ROE) **30.8%**
- 純資産配当率(DOE) **23.0%**
- 配当性向**74.5%**
(2023年3月期)

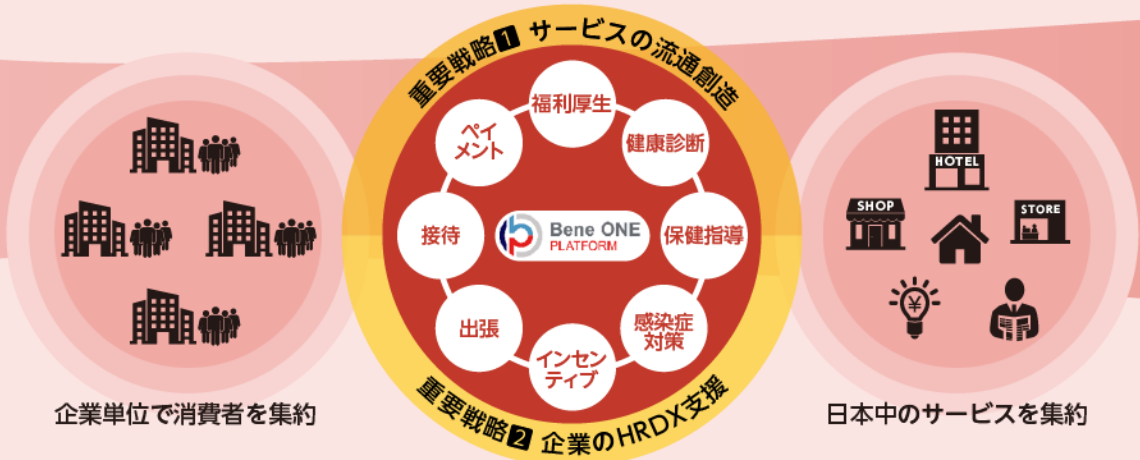
Output

事業活動〈中期成長戦略〉

会員基準の拡大
2026年4月目標: 1,800万人
コンテンツの拡大

サービス流通の拡大
FY2025目標: 利用率50%

決済流通額の拡大
FY2025目標: 800億円



企業単位で消費者を集約

日本中のサービスを集約

職域を中心とした会員基盤とサプライヤのネットワーク化を通じた
日本人全員が使う社会インフラを構築

再投資

Outcome

提供したい価値

社会的価値

対 サービス提供者

- 職域を中心とした優良な販売チャネル獲得
- 効果的・効率的な機会ロス・在庫ロス解消
- 紙・配送に係るエネルギー資源省力化



対 消費者・従業員

- 広告・販売手数料上乗せのないサービス提供
- ユーザー視点での評価による良質なサービス提供
- ワークライフバランス充実、ウェルビーイング向上



対 顧客企業

- 人材獲得・定着への対応策、公平な待遇改善策充実
- 人事部門における人材マネジメント効率化
- 従業員個人の最大能力の発揮と組織の活性化



経済的価値




2026年3月期 中期経営計画

- 売上高 **709億円**
- 営業利益 **225億円**
- 営業利益率 **31.7%**
- 配当性向 **70%以上**
- 純資産配当率 **10%以上**

当社グループは、2023年5月11日付で公表いたしました中期経営計画において、顧客企業の規模や雇用形態、性別等によらず、あらゆる人々に公平に福利厚生やヘルスケア等のサービスをご利用いただくことを目標に据えると同時に、新たに決済事業を立ち上げ、低コストで環境にもやさしいサービス流通の構築を目指しております。

当社グループでは、持続的な成長と企業価値向上のためには、ESG等の社会的要請の視点を事業の成長戦略にも取り入れ、企業価値創造の取組みを常に深化させていくことが重要であると考えており、取締役会及びサステナビリティ委員会が中心となり取組んでおります。

<サステナビリティを巡る課題と事業活動の融合>

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>

当社グループでは、当社社内における人的資本や気候変動等のサステナビリティに係る課題への全社的な取組みを推進するため、以下のマネジメント体制を整備しております。

ガバナンス

当社グループでは、人的資本や気候変動等のサステナビリティに係る課題への全社的な取組みを推進するため、サステナビリティ委員会を設置しております。委員長は、代表取締役副社長が務めております。

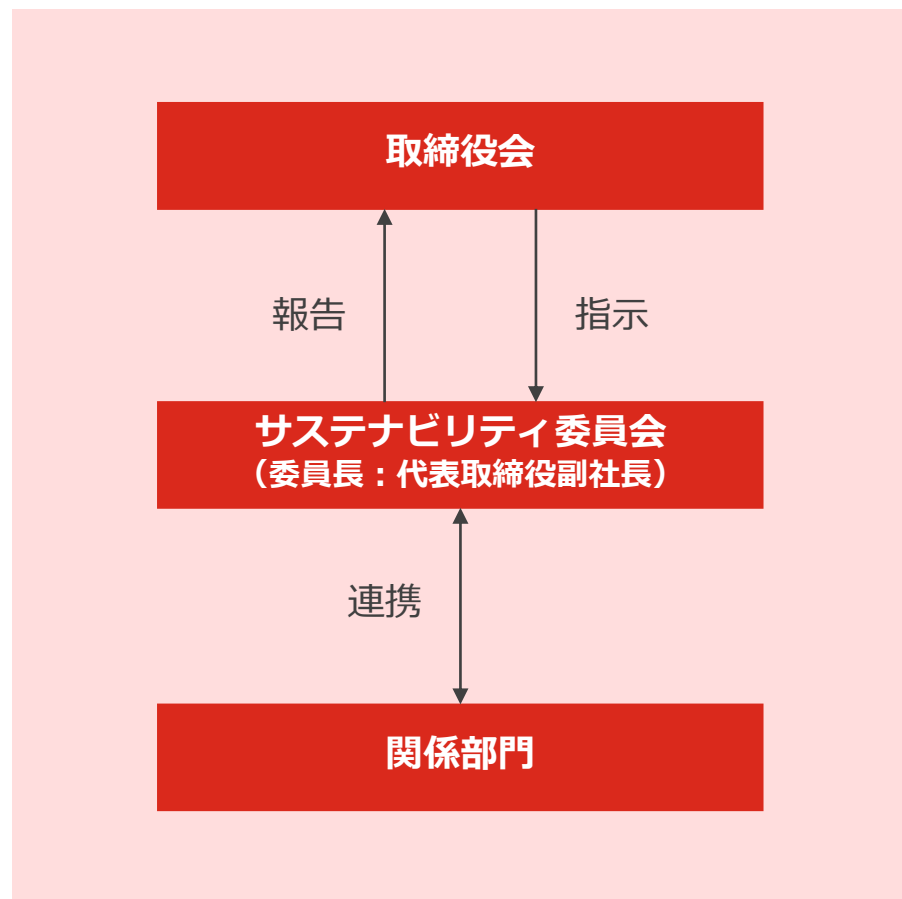
同委員会では、取締役会に対し人的資本や気候変動等のサステナビリティに係る基本方針、指標や目標、施策等の企画・立案・提言を行うとともに、施策の実施状況や目標の達成状況のモニタリング、社内外への周知活動等を行っています。また、検討事項や活動内容等については定期的に取り締役会への提案、報告を行い、適宜指示を受けて活動を行っています。取締役会は、サステナビリティに関する重要な事項についてサステナビリティ委員会から定期的に報告を受け、必要に応じて指示や助言を行うことで、ガバナンス体制を整備しております。

リスク管理

当社グループでは、人的資本や気候変動等のサステナビリティに係るリスク・機会が事業活動や収益等に与える影響を把握し、適切に対処するため、サステナビリティ委員会において必要なデータの収集と分析を行い、これに基づき取締役会で事業への影響度合い評価を行っています。

特定したリスク・機会に対しては、関係部門と連携しながら具体的な対応策や目標を事業戦略に反映し、サステナビリティ委員会にて進捗状況の管理やリスク・機会の再評価等を行っています。また、その内容を定期的に取り締役会へ報告することで、継続的な情報収集とリスク管理に努めております。

<マネジメント体制>



当社グループのサステナビリティに係る取組みは以下のとおりです。

環境

- 気候変動リスクへの対応
- 環境負荷軽減に向けた取組み

P.13～17

人的資本

- 人的資本経営方針
- 人的資本に関する取組み

P.18～44

社会貢献

- サービス提供を通じた社会貢献
- スポーツを通じた文化創造、地域貢献

P.45～47

気候変動に係るリスク及び収益機会の影響

当社グループでは、気候変動が事業活動や収益等に与える影響を把握し、適切に対処するため、サステナビリティ委員会においてTCFDの枠組みを参考にして必要なデータの収集と分析を行い、これに基づき取締役会で気候関連リスクの事業への影響度合い評価を行っています。

特定したリスク・機会に対しては、関係部門と連携しながら具体的な対応策や目標を事業戦略に反映し、サステナビリティ委員会にて進捗状況の管理やリスク・機会の再評価等を行っています。また、その内容を定期的に取り締役会へ報告することで、継続的な情報収集とリスク管理に努めております。

2023年3月期においては、2023年2月28日開催の取締役会にて、サステナビリティ委員会からの報告に基づき気候変動の事業への影響度合い再評価を行っており、評価日時点において当社グループの事業活動や収益等に与える影響は限定的であると判断しております。

温室効果ガス（GHG）排出量削減に向けた取組み

気候変動が事業活動や収益等に与える影響程度に関わらず、社会の一員として、当社グループでは従前より事業活動における環境負荷軽減に積極的に取り組んでおります。今後は、当社グループの事業活動において温室効果ガス排出に影響度合いの高い分野から優先的に排出量の可視化に努めるとともに、定量的な排出量削減目標の設定と目標達成に向けた活動に取り組んでまいります。

<サプライチェーン排出量の全体像>



○の数字はScope 3のカテゴリ

出典：環境省「サプライチェーン排出量 概要資料」より抜粋

<排出量削減に向けた今後の取組み>

- 社有車に係る燃料消費
- オフィスにおける電気の使用
- 紙媒体に係る紙資源・配送・廃棄等のエネルギー消費
- 事業活動における紙使用
- 社員の通勤、出張に係るエネルギー消費

従来当社では、福利厚生事業において会員向けのご利用ガイドブックや会報誌、会員証等をデジタル化することで、紙資源の消費削減や配送に係るエネルギー消費削減を進めてまいりました。また、サービス流通やオペレーションプロセスにおけるデジタル化を進め、ペーパーレス化にも全社的に取り組んでおります。

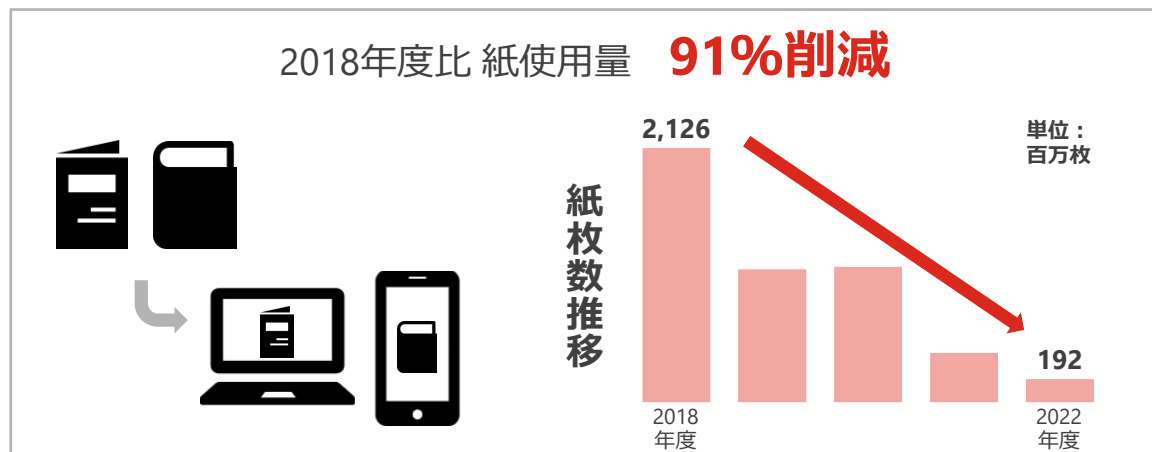
< 紙媒体のデジタル化 >

■ 現在までの取組み

2018年度まで年間10回発行していた会報誌を2019年度は年間6回発行に削減しております。以降、新規加入組織に対する会報誌のデジタル化を進め、総発行部数の削減を推進しています。また、各号あたりのページ数の削減も推進し、会報誌全体における紙の使用量を大幅に減らしております。2022年度においては2018年度比で91%の紙枚数削減を実現いたしました。

■ 今後の取組

2023年度からは会員数の増加に対する紙媒体発行比率を抑制することに主眼を置き、デジタル化の推進加速と必要部数の集約を徹底していきます。



< サービス・業務のデジタル化 >

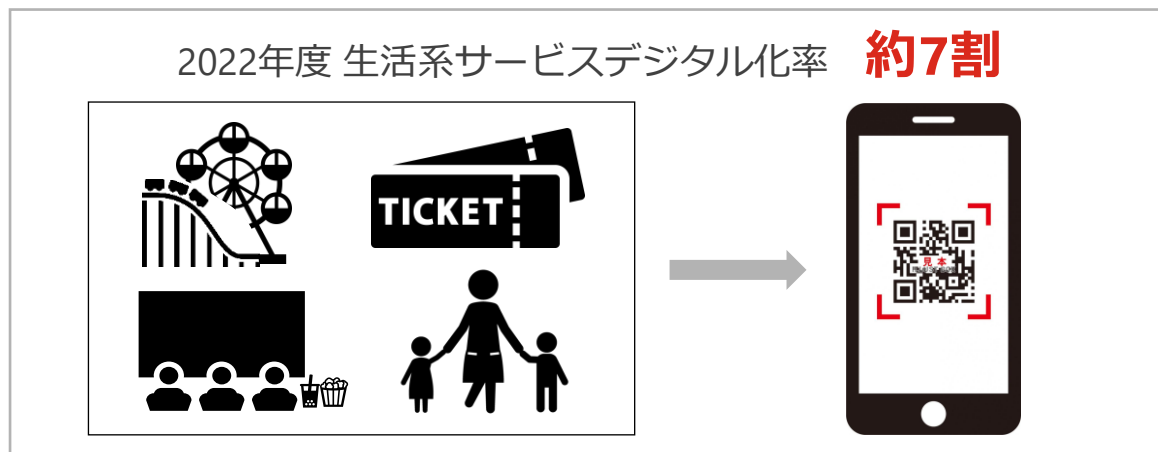
■ 現在までの取組み

紙運用からデジタル運用に移行する『スマートオペレーション』を目指し、2014年度より生活系サービスにおける紙チケット利用のデジタル化に取り組んでまいりました。2018年度以降はサプライヤ企業に対しデジタル化に向けた交渉を継続しており、2022年度にはデジタル化率約7割となっております。

■ 今後の取組み

デジタルチケットやデジタルクーポンの汎用化を進め、引き続きデジタル利用を推進していくとともに、紙運用の極小化を目指してまいります。

特に育児メニューについて、手帳原本を印刷し郵送してご利用頂いていた補助金利用精算のスキームをデジタル化推進してまいります。



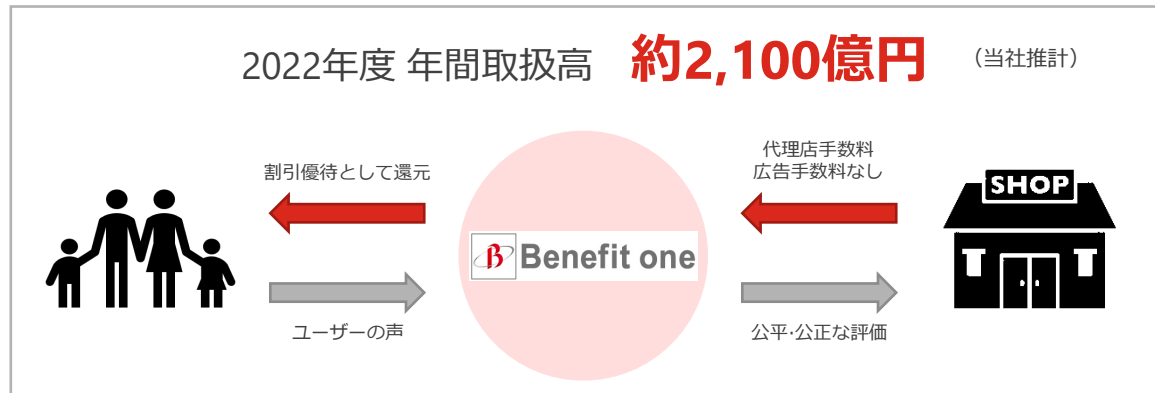
当社グループが進めている新しいサービス流通の仕組みは、従来のサービス流通過程にあった中間工程をなくすことで、サプライヤ企業の広告・媒体制作に係る資源消費やエネルギー消費の削減等にも貢献できると考えております。

■ 現在までの取組み

弊社の基幹事業である福利厚生事業サービス「ベネフィット・ステーション」では中間販売店等が収受しうるサプライヤ企業からの手数料を会員に特典として還元し、またサプライヤ企業の販売拡大に寄与する広告宣伝を無償で提供するモデルとなっています。このスキームにより従来の流通モデルである中間工程（手数料、広告費、製作費、該当人件費）の省力化を図ることができ、需給者双方にとってWIN&WINの流通モデルとなっています。まさに究極の「流通エコシステム」と言えます。

■ 今後の取組み

23年度以降は利用促進施策を積極的に行い、当社プラットフォームでのサービス流通規模を広げることで、更なる中間工程の省力化に努めてまいります。



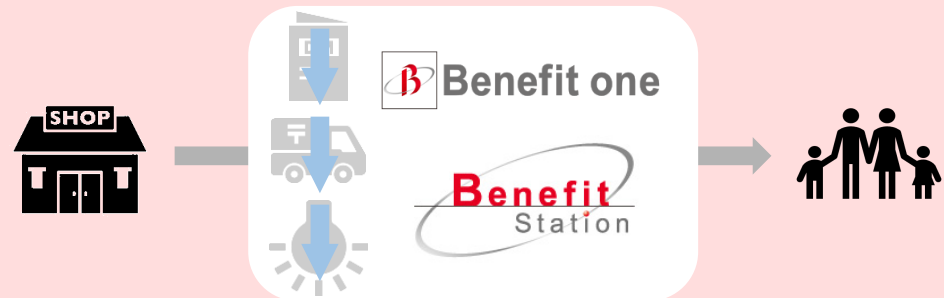
従来のサービス流通

従来の流通の中間工程でかかるエネルギー



当社が掲げるサービス流通

中間工程でかかるエネルギーを省力化



当社グループが進めている新しいサービス流通の仕組みは、職域を中心とするクローズドマーケットの特長を活かすことで、流通過程における過剰在庫の削減等にも貢献できると考えております。

■ 現在までの取組み

ベネフィット・ステーションサイト内の自社通販「ベネ通販」では『訳あり特集』を掲載しており、メーカーや小売店様からの「余剰在庫」、「パッケージ破損」、「賞味期限切迫品」、「モデルチェンジ前商品」を職域マーケットで会員限定価格で販売し、サプライヤ企業の廃棄処分品やフードロスの軽減、在庫回転率アップに活用いただいております。

コロナ禍以降、消費が一時的に下がった化粧品関連商材や、歳時商品の解体販売など、サイト上で、売りたい企業様と買いたい会員様を繋げ、実績を伸ばしております。

■ 今後の取組み

物価高騰による、買い手側のアウトレットへの興味関心が高まる中、各社のSDGs施策を結びつけ、ブランドイメージを損なうことなく、幅広いジャンルの在庫品を集約し、会員様に特価で提供し、サステナビリティの取組を進展させていきます。



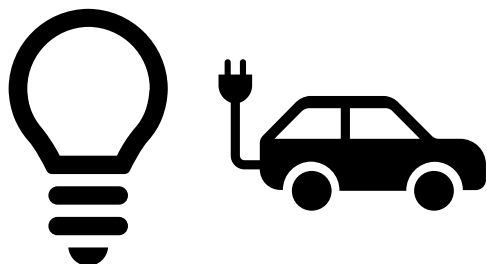
2022年度『訳あり特集』年間掲載商品数	約300商品
2022年度『訳あり特集』年間販売商品数	約4,000商品



当社グループではオフィスにおけるエコ活動にも取り組んでおります。

温室効果ガス削減

東京本社では執務エリア別でLED照明のON/OFFを心掛け、空調もエリア別で温度設定を調整し、電力消費削減に取り組んでいます。また、松山BPOセンターでは太陽光発電を導入しており、社有車2台についてもハイブリッド車から、より環境負荷の低い電気自動車へ切替予定です。



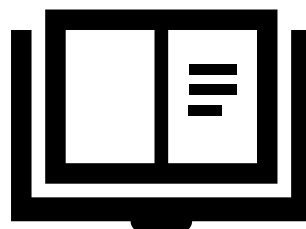
ペットボトルキャップ回収

東京本社ではオフィス内で利用されたペットボトルキャップとラベルを回収し、ゴミとして焼却することなく資源として循環させる取り組みを実施しております。現在、毎月約4kgの資源を回収し、環境配慮商品へと交換のうえ社員に配布することで日常生活でのエコ活動の浸透に努めております。



e c o 検定受験支援

個人・組織レベルで地球環境保全の知識を身につけ行動する姿勢を育むため、環境問題に関する知識を幅広く体系的に習得するための機会として「e c o 検定(環境社会検定試験)®」の受験料補助等を行っております。今後も継続して受験支援することで、社員の環境教育に取り組んでまいります。



清掃活動

松山BPOセンターでは松山市が実施している「まつやまマイロードサポーター制度」に参加しており、毎月、会社周辺道路の清掃活動を行っています。1年以上の活動継続を経て2011年2月には活動区間の市道に社名入りの表示板が設置されました。今後も地域貢献活動を継続してまいります。



当社グループでは、当社社内で推進する人的資本に関する取組みについて、以下の方針を掲げております。

人的資本に関する基本的な考え方

当社グループでは、中期経営計画の実行にあたっては、適切なタイミングで必要な人材を採用すること、及び個々人の能力が適切に発揮できる環境を整備することが重要と考えております。

また、当社グループが手掛ける福利厚生事業やインセンティブ事業では、サービス提供を通じて顧客企業従業員のモチベーションやエンゲージメントの改善を目指しており、ヘルスケア事業では心身の健康管理サービス提供を通じて顧客企業従業員の能力が最大限発揮される機会づくりに資することを目指しております。このように、当社グループでは、人的資本経営に取り組む企業に寄り添ってサービス普及に努めることで、より良い社会の実現に貢献できると考えております。

このため、当社グループでは、当社社内で推進する人的資本に関する取組みと、中長期の事業戦略において顧客に提供するサービス価値訴求の取組みを一体的にとらえ、次のとおり「人的資本経営方針」を定めるとともに、それに基づく基本戦略として「人材育成方針」及び「社内環境整備方針」を規定しております。

<人的資本経営方針と基本戦略>

人的資本経営方針

当社グループは、多様な社員一人ひとりが、個人の最大能力を発揮し活躍できるように、自社サービスを最大限に活用し、個人と組織の成長を自社で体現しながら、ビジネスモデルの強化に繋がる好循環を確立することで、顧客への新たな価値創造に取り組んでまいります。

人材育成方針

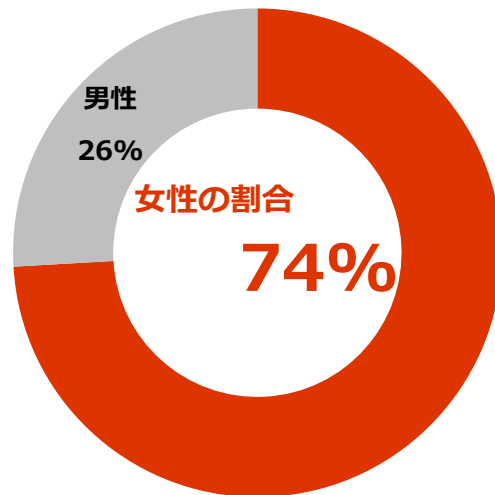
当社グループは、国籍、性別、年齢等を問わず、多様な社員一人ひとりがプロフェッショナルであることを目指し、公平に必要な能力開発の機会を提供するとともに、自律して主体的に行動する社員には、さらなる成長機会を創造してまいります。

社内環境整備方針

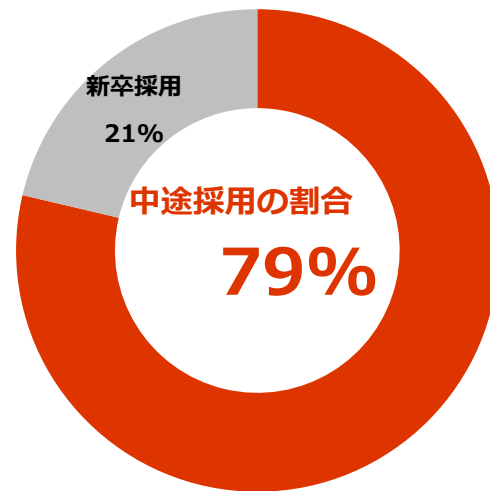
当社グループは、社員一人ひとりの多様な個性や志向を尊重し、個々が仕事と生活の調和を図りながら、安心して最大能力を発揮し活躍できるような環境や風土の整備に取り組んでまいります。

2023年3月31日現在における当社の従業員の状況は以下のとおりです。

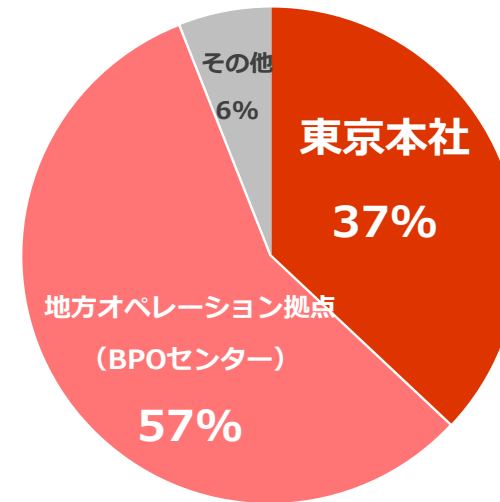
従業員の男女別構成比



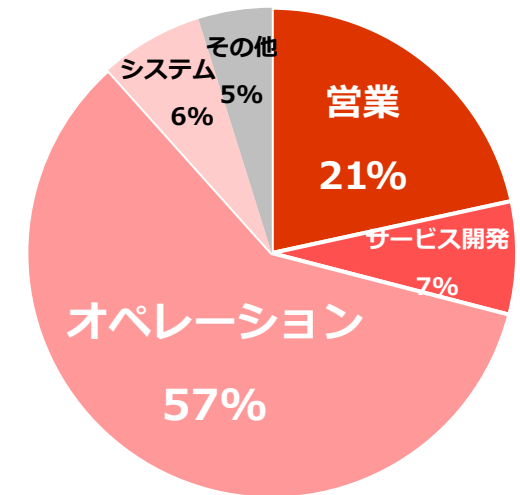
新卒中途採用構成比



従業員の地域別構成比



従業員の部署別構成比



※従業員の男女別構成比、新卒中途採用構成比、地域別構成比、部署別構成比については、非正規従業員含む全従業員を対象に割合計算した数値となります。

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しよう

中期経営計画

会員基盤拡大

決済事業収益化

ヘルスケア拡大

経営効率化

ESG経営

連動

人材戦略の全体像

人的資本経営方針

当社グループは、多様な社員一人ひとりが、個人の最大能力を発揮し活躍できるように、自社サービスを最大限に活用し、個人と組織の成長を自社で体現しながら、ビジネスモデルの強化に繋がる好循環を確立することで、顧客への新たな価値創造に取り組んでまいります。

基本戦略

人材育成方針

当社グループは、国籍、性別、年齢等を問わず、多様な社員一人ひとりがプロフェッショナルであることを目指し、公平に必要な能力開発の機会を提供するとともに、自律して主体的に行動する社員には、さらなる成長機会を創造してまいります。

社内環境整備方針

当社グループは、社員一人ひとりの多様な個性や志向を尊重し、個々が仕事と生活の調和を図りながら、安心して最大能力を発揮し活躍できるような環境や風土の整備に取り組んでまいります。

個別戦略（6つのテーマ）

人材確保

人材育成

ダイバーシティ推進

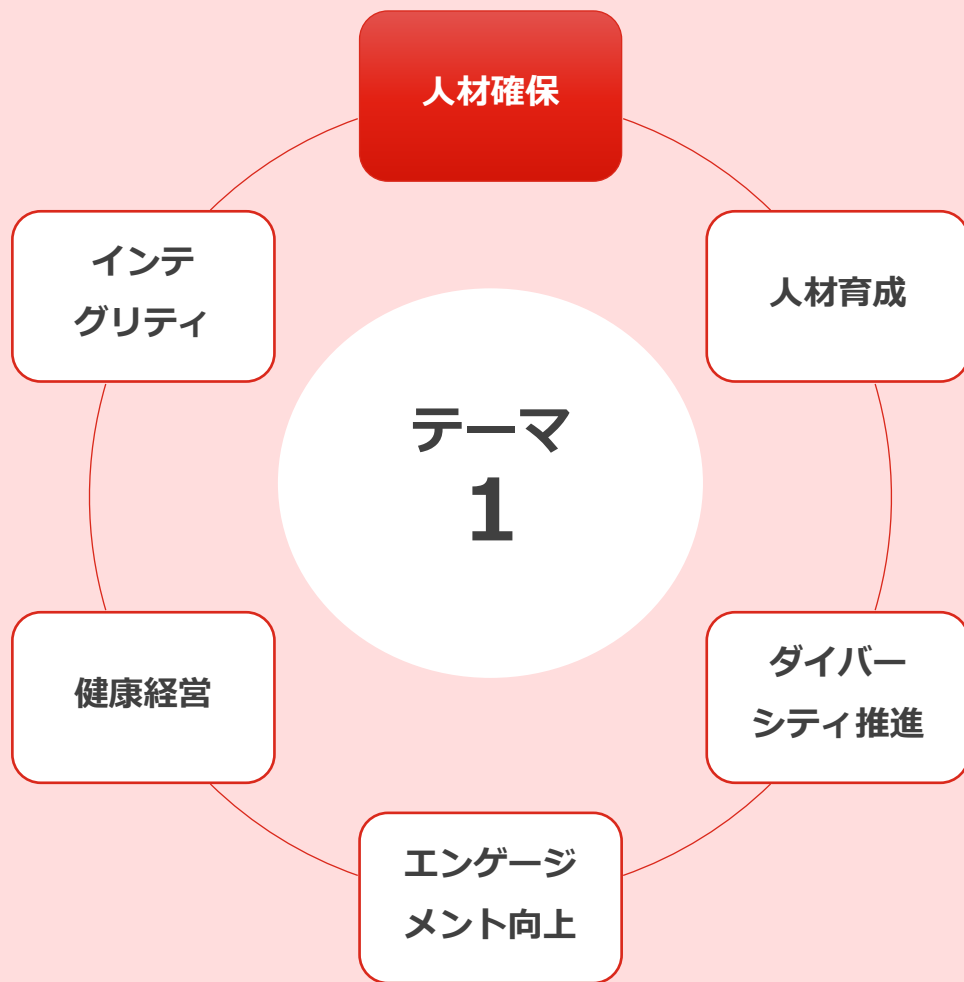
エンゲージメント向上

健康経営

インテグリティ

基本戦略に基づき、6つのテーマごとに人的資本経営に関する中期課題を次のとおり設定しております。

	テーマ	主な中期課題	参照頁
1	人材確保	<ul style="list-style-type: none"> 競争優位性確立のための専門人材の確保 事業拡大を支える働き手の多様性・柔軟性の推進 	P.22～25
2	人材育成	<ul style="list-style-type: none"> マネジメント人材の充実 	P.26～29
3	ダイバーシティ推進	<ul style="list-style-type: none"> 女性幹部の充実 仕事と家庭の両立 	P.30～32
4	エンゲージメント向上	<ul style="list-style-type: none"> 社員の一体感・共感性の醸成 従業員満足度、働きがいの向上 	P.33～38
5	健康経営	<ul style="list-style-type: none"> 社員の心と体の健康づくり支援 	P.39～42
6	インテグリティ	<ul style="list-style-type: none"> 法令・規程等の遵守 主体性・共感性をもって職場環境改善に取り組む組織風土づくり 	P.43～44



人材確保

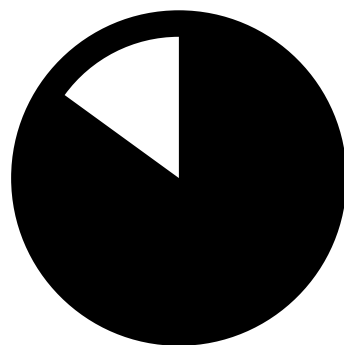
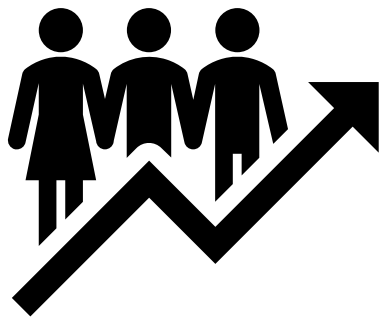
多くの成長機会が見込まれる当社グループにおいて、競争優位性確保のための専門人材や、事業拡大に対応した営業職や事務職などの人材を十分に確保していくことが重要な課題であると考えております。

当社グループでは、I Tエンジニアの採用を強化しており、中長期でシステム開発・運用の内製化を進めることで、サービス品質向上及びコスト効率化に取り組んでおります。

注力指標及び目標

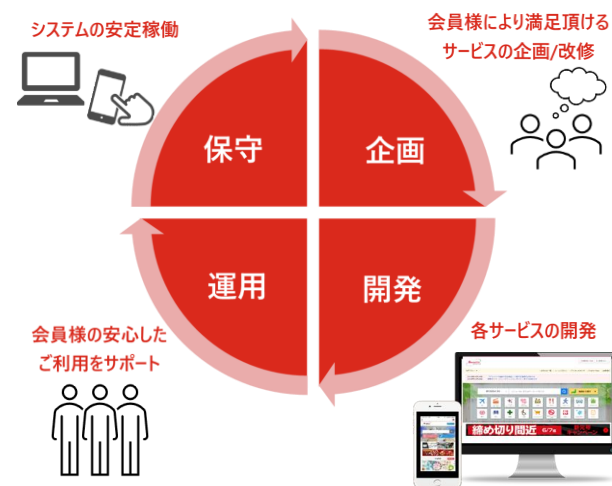
I Tエンジニアの内製化比率

2022年度末実績	2025年度末目標
26.7%	80%以上



システム開発・運用の内製化を進める目的

- システム開発・運用・保守に係るコスト効率化を図る
- サービスの企画開発・改良のスピードを上げる
- 事業会社としての技術・ノウハウを自社内で蓄える



当社グループでは業務の標準化・定型化を行い地方拠点に業務を移管することで人材採用の多極化を戦略的に進めており、2007年に松山BPOセンターを開設して以降、地方の雇用創出にも積極的に取り組んでまいりました。

オペレーション機能の地方移転

2007年、松山市内の産業集積施設「ビズポート」（愛媛県松山市南吉田町）に、愛媛県内の情報通信関連誘致企業として初のケースとなる松山カスタマーセンター（現松山BPOセンター）の操業を開始し、2009年には自社ビルを建設いたしました。

当センターでは、カスタマーセンター機能のほか、これまで東京で行っていた会員管理・カフェテリアポイント運営などの事務処理業務も集約することで、効率的な運用、サービスの品質向上を図りながら、顧客ニーズへの速やかな対応を行ってきました。

現在、当センターでは約600名が勤務しており、地域に根ざした企業として愛媛県内の雇用創出に貢献しております。

BPOセンターの多拠点展開

業容拡大に応じた拡張性の高いオペレーション体制構築のため、2018年以降は松山BPOセンター近隣地域にてサテライトオフィス開設を加速させてまいりました。

その後、BCP対策としてリスク分散の観点からもBPOセンターを多拠点に展開。2020年には淡路BPOセンター（兵庫県淡路市）、2022年には長野BPOセンター（長野県長野市）を新たに開設し、地方の雇用を創出しながら会社全体の業務効率化を進めています。



働き方改革の一環として、雇用形態や働く時間、働く場所に柔軟性を持たせた委託型の人材活用（Neo Works）等の取組みも進めており、事業成長に合わせ適時必要な人材の確保に努めています。

独自の働き方改革『Neo Works』

「Neo Works」とは「業務の再構築×社員一人ひとりのレベルアップ」の両輪によるベネフィット・ワンの加速度的な成長を目指した、当社独自の働き方改革の名称です。「Neo」はギリシャ語で「これまでであったものが新しくなる」を意味し、そこには、仕事の本質を見直すことで従来の当たり前にとらわれない“働く”変革に挑戦していこうという想いが込められています。



委託型の人材活用の推進

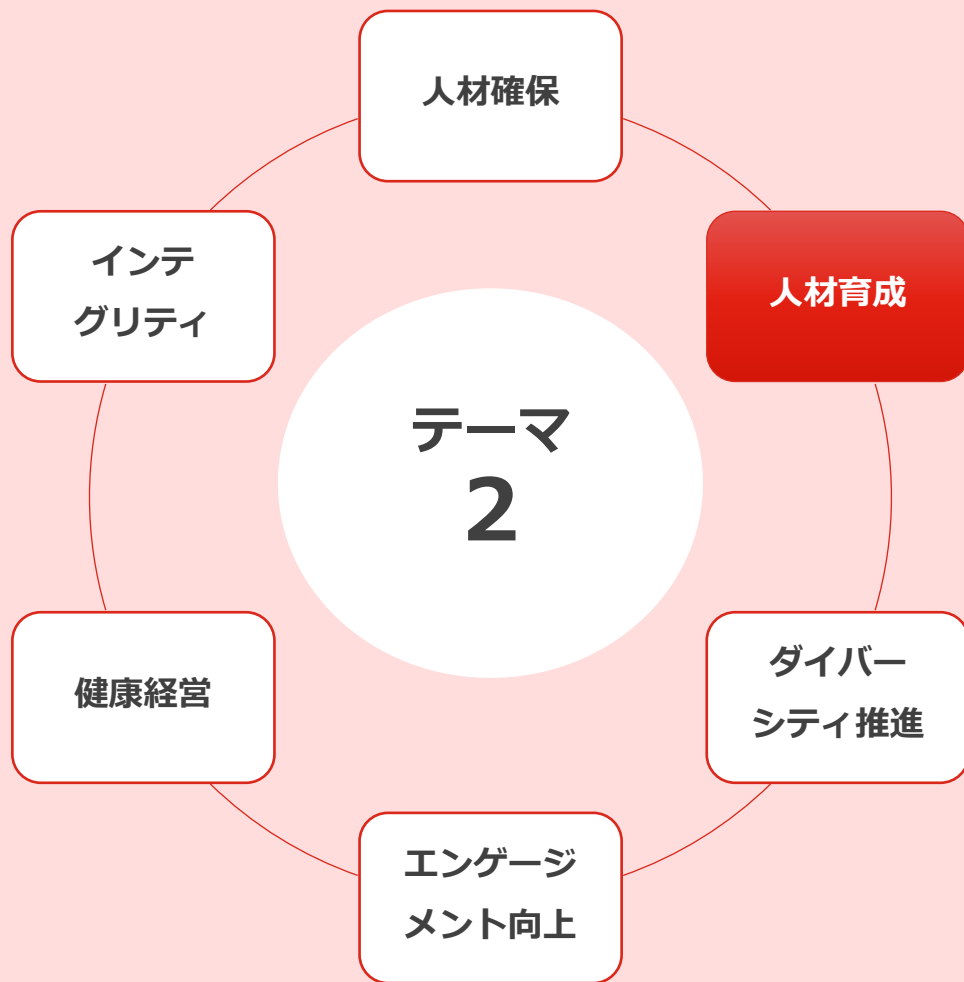
当社の強みである会員ネットワークを活用し、定型業務については雇用関係によらない外部人材への委託を積極的に推進するとともに、内部社員の仕事を企画・開発やマネジメント等の非定型業務に特化させることで、圧倒的なアウトプットの創出を目指しています。

～外部化を推進している業務例～

法人営業

サービス
店舗開拓

メディア
制作



人材育成

当社グループの中期経営計画の実現推進にあたっては、背景にある当社の企業理念や経営戦略を理解して行動できるマネジメント層や中堅若手幹部候補の人材育成強化が必要であると考えております。

当社グループでは、若手社員がインストラクターや就労開始後のメンターとなって新入社員をサポートする制度や、中堅・若手社員の中から選抜したメンバーで経営課題等に取り組むジュニアボード制度、全社員を対象とした新規ビジネス提案コンテスト等の実施を通じ、企業理念やビジョンの浸透に努めるとともに人材育成にも取り組んでおります。

インストラクター・サポーター制度

先輩社員が経営理念、コミュニケーション、カウンセリング手法、ビジネスマナーインストラクション等、多岐にわたる養成研修を受け、新入社員の入社時時にインストラクターとして研修を行います。入社後社会人としての成長を導き、よきメンターとして活躍いただいています。



ジュニアボード制度

毎年1年を任期に、選抜された社員が社長直轄でさまざまな経営課題に取り組み、トップとの意見交換や情報共有を行うと同時に具体的なプロジェクトを推進していく制度です。この制度を利用して、社員の「発想力」「判断力」「経営感覚」の養成を目指します。



Challenge Award

新規事業の創出や、チャレンジする風土の醸成を意図してつくられた制度です。年に1回、全社員が新規ビジネスや業務改善に関する案を経営陣に直接プレゼンテーションできる機会を設け、優れたアイデアについては事業化に向けてのバックアップをしています。



年次別・階層別研修や次期上級管理職育成プログラムを継続的に実施することで幹部候補の育成にも取り組んでおり、今後は若手管理職向けマネジメント研修等の充実を図っていく考えです。

各ステージに合わせた研修の実施

年次別・階層別研修

社員の年次や職位ごとに求められる能力・専門知識の習得のために、年次別・階層別研修を定期的の実施しております。

- 新入社員ビジネスマナー研修
- 若手フォローアップ研修
- 新任マネージャー研修等

2022年度1人当たり教育研修費

25,601円

※臨時雇用者除く

次期上級管理職プログラム

上級管理職に求められる発想力や判断力、課題解決力向上を目指して、経営層とのミーティングや勉強会等を実施しています。

- ジュニアボード制度
- ワンダーウーマン研修
- 副役員制度等

2022年度プログラム参加者数

25人

若手マネジメント人材の育成

当社では、実力と熱意がある若手社員にはマネジメントにも早期から挑戦していただいています。一方で、ダイバーシティ推進、柔軟な働き方の浸透により、年々マネジメントの難易度も高くなっている現実もあります。そのため、特に若手管理職向けに、労務管理やダイバーシティインクルージョン、コーチングスキルなどを習得する機会をさらに充実させてまいります。



当社グループのサービスを活用したeラーニング、資格取得補助等のリスキリング支援制度や、社員自らが手を挙げて人事異動の選考を行うオープンポジション制度、上司を介さず直接人事部門にキャリア希望申告ができる制度等、社員の主体的なキャリア形成を促す各種取組みも行っております。

リスキリング支援

社員のスキルアップやリスキリングを支援するために、自社のサービスを活用した様々な制度を設けております。具体的には、カフェテリアプランにおいて、会社認定資格に関する参考書を購入した場合は1.5倍のレートでキャッシュバックされる制度や、会社認定資格を取得した場合にはBIPoが付与される制度を用意しております。また「ベネアカデミー」によるeラーニングサービスも社員は無料で利用できます。

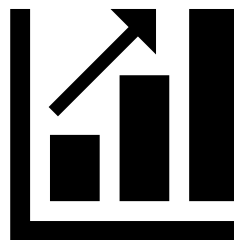


BIPo

BeneAcademy

オープンポジション制度

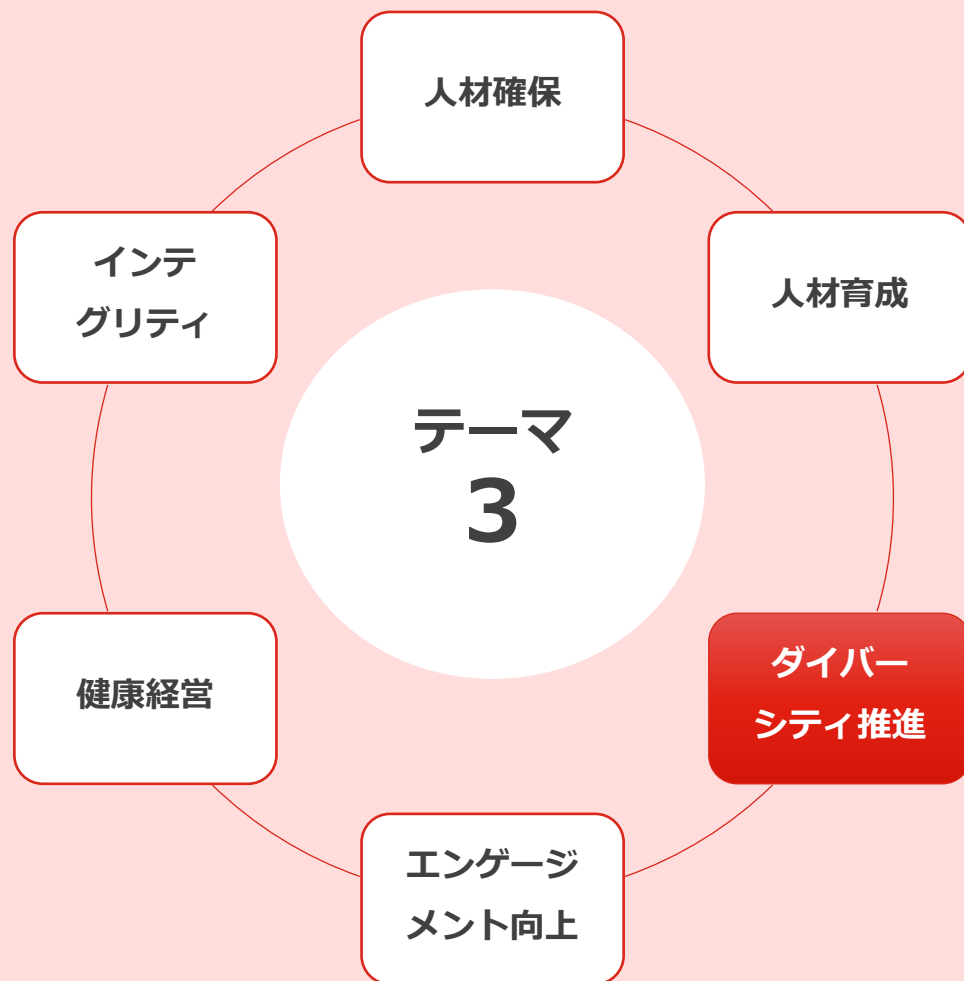
海外展開や国内での新規事業からプロジェクトまで、あらゆる社内のポジションについて社内に公募をします。募集にあたり経験年次の条件をつけることはほとんどなく、挑戦したいと思う人に平等に応募する権利を与えています。海外拠点の立ち上げメンバーは本制度を利用した若手社員が就任しました。



自己申告制度

「キャリアは自分自身で切り拓くもの」という考え方にに基づき、今後のキャリアプランを自分自身で考え、年に一度直接人事部へ申告を行う制度です。将来を見据えて、一人ひとりが自身のキャリアと向き合うことができるようになっています。





ダイバーシティ推進

当社グループの事業を取り巻く環境変化や社会経済状況の変化に迅速かつ柔軟に対応し成長を続けるためには、異なるバックグラウンドを有する人材の多様な視点や価値観を経営に取り入れ、事業創造やサービス変革を進めることが有用であると考えております。

当社グループでは、多様で柔軟な働き方を選択できるように、短時間勤務・在宅勤務を制度化し、職場復帰プログラムの提供、選抜研修の提供等を実施することで、女性の活躍推進に積極的に取り組んでおります。さらに、出産育児に係る職場の理解を促す目的で、社内Webサイト等での定期的な制度周知や事例紹介、子ども参観日等も行っております。

注力指標及び目標



職場復帰支援

当社では、育児休業中の社員への職場復帰に向けた研修をはじめ、復帰後の育児と仕事の両立や自律的なキャリア形成を行うための研修も実施しています。また、短時間勤務、在宅勤務等を制度化し、ご家庭に合わせた働き方の支援を行っています。



注力指標及び目標



職場への理解促進

当社では1年に1回、社員のお子様を会社に招く「こども参観日」を開催しています。2023年度は8月に東京・松山オフィスにて当イベントを実施し、32組のご家族・46名のお子様にご参加いただきました。また、セミナー開催や事例紹介等により、男性の育児参画や育休制度への職場理解向上に努めております。



また、性別に限らず、年代や国籍、地域を問わず、多様な人材が活躍する機会を広げられるような取組みについても戦略的に推進しております。

地方の人材活用

当社では地方拠点への業務移管による地方の人材活用を進めており、現在では社員の約6割が地方拠点でのオペレーション業務に従事するなど、地方の雇用創出にも貢献しております。

地方オペレーション拠点設置の沿革

2007年2月	愛媛県松山市にオペレーションセンター設置
2009年2月	愛媛県松山市にオペレーションセンター（現松山BPOセンター）自社ビル竣工
2018年1月	愛媛県南宇和郡愛南町に愛南ベース設置
2018年10月	愛媛県八幡浜市に八幡浜ベース設置
2018年12月	高知県宿毛市に宿毛ベース設置
2019年4月	愛媛県上浮穴郡久万高原町に久万高原ベース設置
2019年10月	愛媛県喜多郡内子町に内子ベース設置
2019年12月	愛媛県越智郡上島町に上島ベース設置
2020年2月	兵庫県淡路市に淡路BPOセンター設置
2022年3月	長野県長野市に長野BPOセンター設置
2023年2月	高知県高知市中宝永町に高知ベース設置

外国人の中核人材への登用

当社グループでは、進出先国の現地人材の登用を積極的に進めており、海外連結子会社9社の全てにおいて現地人材がマネジメントに参画しております。

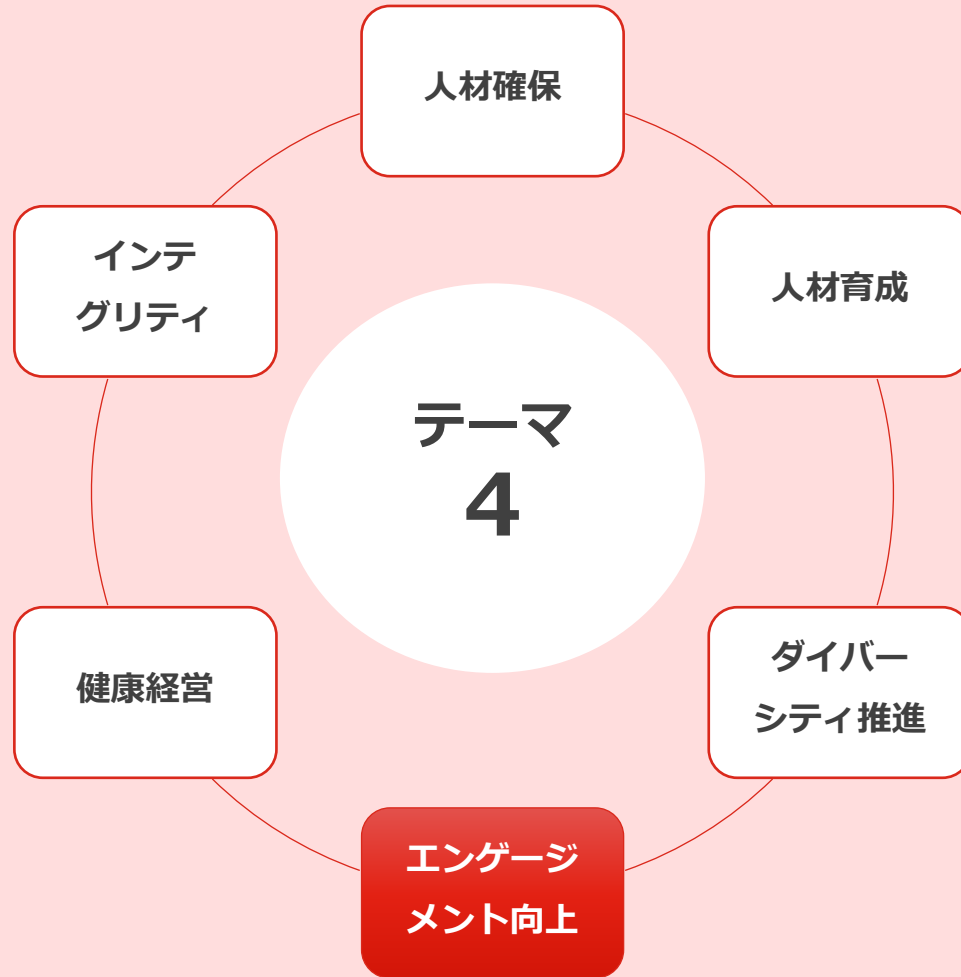
<海外連結子会社>

- ・ 貝那商務諮詢（上海）有限公司（中国）
- ・ BENEFIT ONE USA, INC.（アメリカ）
- ・ BENEFIT ONE INTERNATIONAL PTE. LTD.（シンガポール）
- ・ BENEFIT ONE(THAILAND) COMPANY LIMITED（タイ）
- ・ PT. BENEFIT ONE INDONESIA（インドネシア）
- ・ REWARDZ PRIVATE LIMITED（シンガポール）
- ・ REWARDZ BENEFITS SDN. BHD.（マレーシア）
- ・ FLABULESS FZ LLC（UAE）
- ・ BENEFITONE ENGAGEMENT TECHNOLOGIES PRIVATE LIMITED（インド）

海外子会社9社の中核人材の
現地採用外国人比率

90.3%

2023年3月末現在



エンゲージメント向上

社員一人ひとりが主体的に仕事に取り組み、能力を最大限発揮するためには、企業理念やビジョン、事業活動等への理解を深め共感度を高めていくことが必要と考えております。

当社グループでは、中期経営計画の策定においては中堅・若手層を含む多くの社員が関与しており、計画の策定を通じて経営ビジョンや戦略の全社的な理解浸透、共感促進に取り組んでおります。

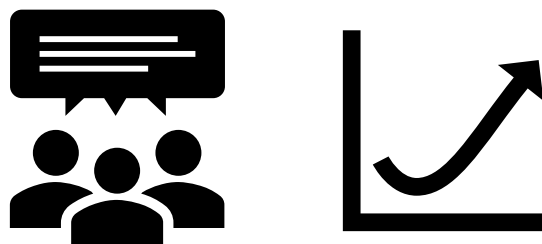
トップメッセージ

当社グループでは、経営トップが各種会議や交流イベント、社員研修等に参加するとともに、動画配信等を通じて直接社員へメッセージを伝えることで、企業理念や経営ビジョン、行動価値基準等の理解浸透に努めております。



中期経営計画

当社グループでは中期経営計画を策定・公表しております。経営幹部のみならず、中堅・若手層を含む多くの社員が計画策定段階から参画することで、主体性・積極性を持って計画達成に向けて行動できるよう努めております。



キックオフミーティング

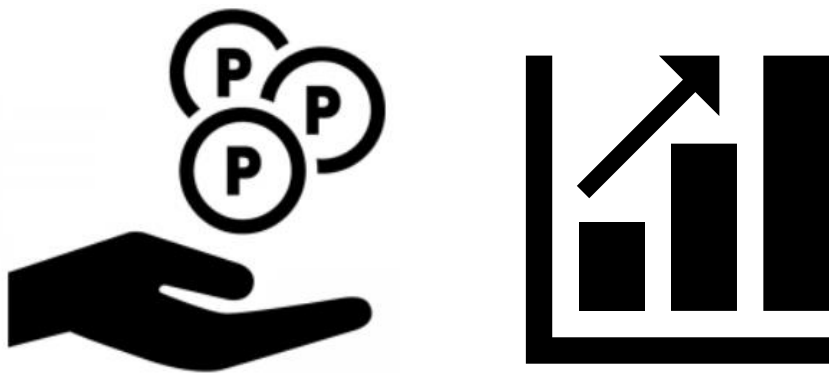
創立記念日の3月15日前後にグループ社員が一堂に会し、新年度に向けた今後の成長戦略の共有を図るための決起集会。社長講話をはじめ、全部門参加型のプレゼンテーション、年間MVP賞の表彰式を行っております。



幹部社員に対する業績連動型株式報酬制度の運用や、全社員に対する従業員持株会の奨励支援制度の運用を通じ、社員の資産形成サポートを行うと同時に、経営参画意識の醸成にも役立てております。

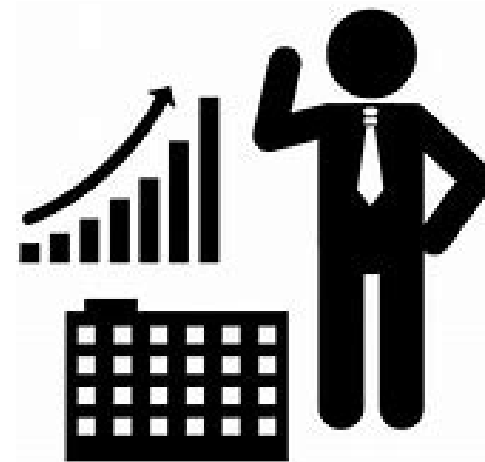
業績連動型株式報酬制度

当社株価や業績向上へのインセンティブプランとして自社株式を給付する「株式給付信託（J-ESOP）」を2016年より導入しております。貢献度等を勘案したポイントが付与され、退職時に付与ポイントに相当する当社株式等が支給されます。

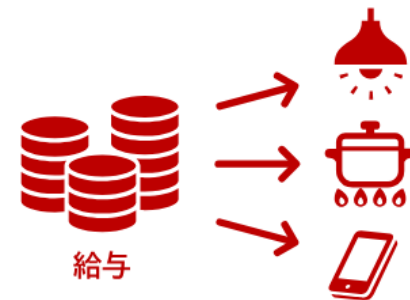


従業員持株会制度

社員の経営への参加意識の醸成や福利厚生の一環として、社員持株会を実施しています。2023年度には、奨励金付与率を従来の5%から10%に引き上げ、より加入しやすい制度として、加入率の引き上げにも取り組んでおります。



当社グループが顧客に提供している福利厚生やヘルスケア、インセンティブ等のサービスを当社自身の社員向けにも活用し、待遇改善やエンゲージメント向上、健康管理等の社内環境整備を図ると同時に、社員一人ひとりが自社サービスに対してユーザー視点を持つことで、継続的にサービス品質の改善にも役立てています。



ベネフィット・ステーション
グルメやレジャー、ショッピングだけでなくeラーニングや介護・引越などライフイベントに関わるものまで、約140万の幅広いメニューを福利厚生として社員へ提供

カフェテリアプラン
社員が一年間に利用できる福利厚生費をポイント化して付与し、そのポイントの範囲内で各自のライフスタイルやニーズに合った福利厚生メニューを選択し利用できる制度

インセンティブポイント
社員のモチベーション向上やコミュニケーション円滑化のため、社内通貨「BIPo」を、社内評価基準に応じてポイントとして付与。付与されたBIPoは物販商品等と交換が可能

給トク払い
ガソリン・電気代などの生活インフラ分野や定額課金メニューなど、お得な特典や割引がついたサービスを給与天引きで利用できる給与天引き決済サービスを社員へ提供



健康診断
自社サービス「ハピルス」を活用し、健康診断予約や結果閲覧をWEB化。社員の利便性向上に加え、健診予約手配業務を行う人事部の業務改善にも寄与



特定保健指導
健康診断の結果からメタボリックシンドロームのリスクが高く、生活習慣の改善が必要な社員に自社サービス「ハピルスチェンジ」を活用した特定保健指導を実施



健康ポイント
「禁煙に成功したら」「1日1万歩あるいたら」等、健康につながる活動に対するインセンティブとして「健康ポイント」を付与し、社員の健康増進をサポート

育児・介護等との両立のための特別勤務制度に加え、在宅ワークや時差出勤、フレックスタイム制等の制度運用により社員の柔軟な働き方を支援するとともに、ジュニアボードを中心とした社員の主体的な取り組みへの支援等も含め、職場環境の整備改善に積極的に取り組んでおります。

■ 柔軟な働き方

特別勤務制度	育児や介護等ご家庭の事情がある場合、働き方を選択できる制度です。勤務時間や勤務日数を短縮できる「キャリアサポートコース」、週4日まで在宅勤務のできる「在宅ワークコース」を整備しています。
在宅勤務制度	週に最大2日まで在宅勤務ができる制度です。
フレックス勤務制度	社員のライフスタイルに合わせて勤務時間をフレキシブルに調整できる制度です。
時差出勤制度	

■ 健康推進

健康医療相談	産業医の先生による健康相談を月1回実施しています。
健康コーナー	体重計・血圧計を設置し、社員が気軽に健康状態を確認できるよう整備しています。また、肩こりや運動不足解消のためマッサージチェアや運動器具も用意しています。
マッサージルーム	福利厚生の一環として、本社・松山にマッサージルームを常設しております。日頃の仕事の疲れをリセットし、リフレッシュして仕事ができるようサポートしております。
エイドルーム	体調が優れない時に利用できる休憩室を用意しています。

■ 職場環境の充実

服装自由化	高いパフォーマンスを発揮するために、働きやすい服装を選択できるものです。また1年を通して、気候変動に適した服装とし、地球環境保護にも貢献しています。
朝食サービス	オートミールやスムージ等の健康増進となり、かつフードロスの観点から賞味期限が迫った商品を大幅な割引で仕入れを行い、社員に無料で提供しています。
夕食サービス	社員がやむを得ない残業を行う場合には、会社が夕食を用意して、無料で夕食をとることができます。効率的に業務を行い、残業せずに帰宅することが第一ですが、残業がある場合には適切な時間に夕食をとることで、社員の健康面に配慮しています。
カフェテリアスペース	社員がお昼休憩やコミュニケーションをとるためにカフェテリアスペースを用意しています。コーヒー、お茶等無料で社員提供しており、社員の憩いのスペースになっています。
パンの販売	グループ会社の「パソナハートフル」社員が毎朝手作りする無添加のパンを販売しています。

業務を円滑に遂行するためには社員同士の相互理解や交流機会を促すことも有益であるとの考えから、クラブ活動支援制度やスポーツ・文化のスポンサーシップ、イベント開催等により社内コミュニケーション活性化に向けた取組みも行ってまいります。

創立記念パーティ

創立記念日を記念し全国の社員が集まりパーティーを開催します。ジュニアボードが中心となり、全社員でパーティーを創り上げていきます。社員の得意分野を生かし、社員が演者としてステージに立つことも。ダンス大会やマジックショー等、仕事では見ることのできない一面も見れ、社員交流はもちろんのこと、全社の一体感にもつながるイベントです。



クラブ活動

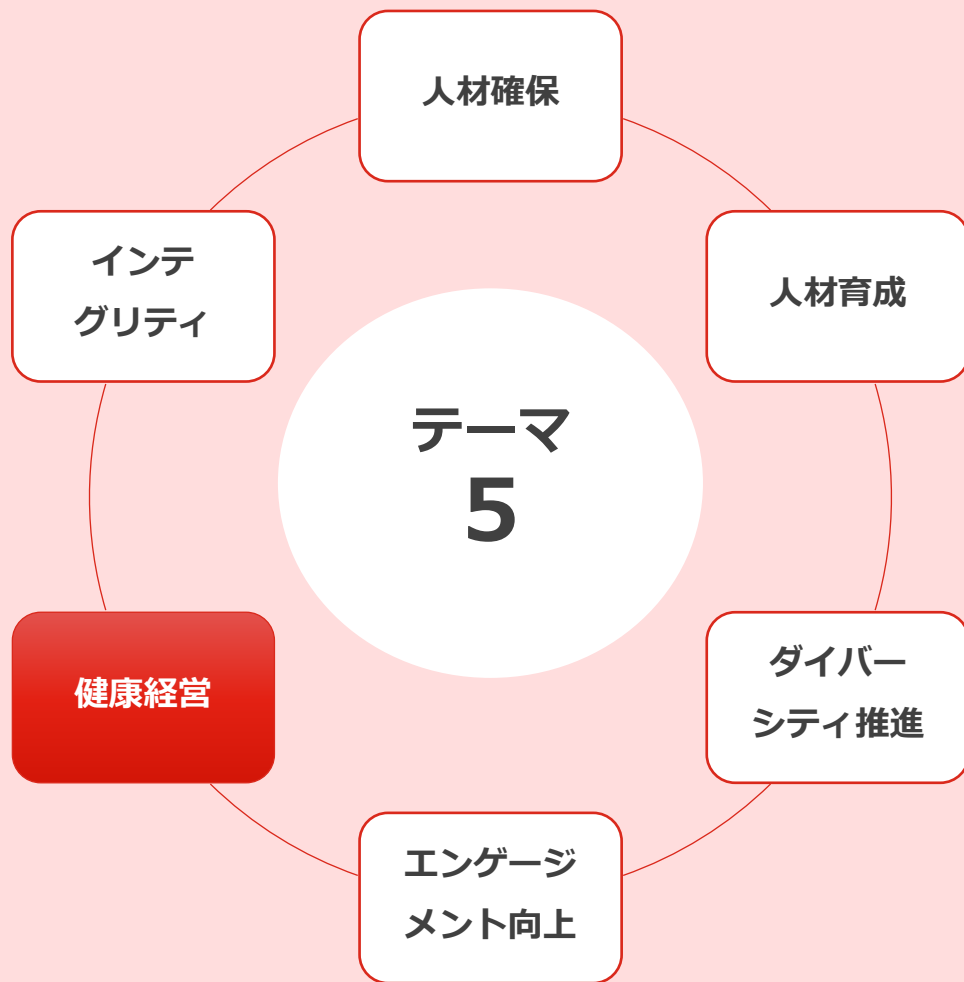
社員がコミュニティを形成しクラブ活動を行っています。社内のコミュニケーション活性化を意図とし、クラブ活動費の補助も行っています。現在では、ランニング、フットサル、野球等のスポーツのクラブから、食育研修会等の文化系のクラブまで幅広く活動しています。社内SNSにて定期的に活動報告を行い、エンゲージメント向上にもつながっています。



社内交流イベント

定期的に交流イベントを実施しています。2022年には「ベネフィット・ワン感謝祭-リフレッシュDAY in富士急ハイランド」を開催しました。富士急ハイランドを貸切り、お取引先企業様も招待し、アトラクションや当社企画のオリジナルコンテンツもお楽しみいただきました。大規模なイベントを運営することで、部署や年齢を超えた社内コミュニケーション交流を図る機会となりました。





健康経営

社員一人ひとりが心身ともに健康で、何事にも情熱をもって挑戦し続けられるよう、安心して働ける環境を整備しております。

社員が心身の健康状態を保ち、能力を最大限発揮できる環境整備するため、当社が顧客向けに提供している、健康診断やストレスチェック、特定保健指導やインフルエンザワクチン接種補助等のヘルスケアサービスを社内活用しております。

健康診断

社員の健康を維持するためには、病気になった場合のケアだけでなく、定期的な健康診断により、健康状態をモニタリングすることが重要と捉えています。自社サービスを活用し、健康診断予約や結果閲覧をWEB化したことで、社員の利便性が向上したことはもちろん、健康診断の業務を行う人事部の業務改善にもつながっています。



2022年度
健康診断受診率 **100%**

特定保健指導

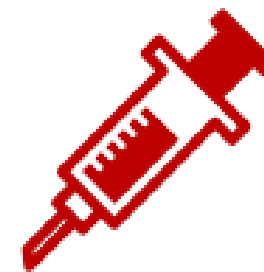
健康診断の結果からメタボリックシンドロームのリスクが高く、生活習慣の改善が必要な社員に自社サービス「ハピルスチェンジ」を活用した特定保健指導を実施しています。全国の管理栄養士・保健師ネットワークにて面談・指導を行い、社員の生活習慣改善に力を入れています。



2022年度
特定保健指導実施率 **94.6%**

感染症予防対策

インフルエンザの予防接種補助を行っています。産業医の協力のもと職域接種を実施したことをはじめ、かかりつけ医での接種においても会社が全額補助をし、2022年度は500名を超える接種人数となりました。



2022年度
インフルエンザ接種補助人数 **502人**

あわせて、定期的な健康意識調査や有識者を招いた健康経営勉強会の実施、早朝出勤者に対する朝食の無料提供等を行うことで、社員が心身の健康状態を保ち、能力を最大限発揮できる環境整備に努めております。

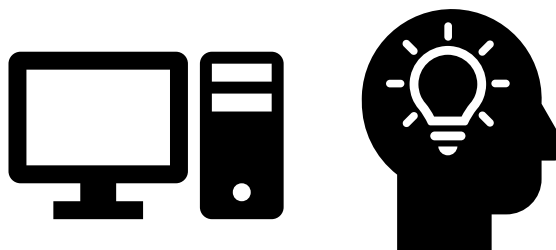
健康意識調査

社員の健康状態を把握するため、1年に1回、健康に関するアンケートを取得・分析しています。社員の声を聞き、健康経営施策の実施をしております。



健康経営勉強会

社員のヘルスリテラシー向上のため、毎月、健康経営研究会理事長の岡田邦夫先生によるオンラインセミナーを実施しております。



朝食サービス

当社のベネ通販のネットワークを最大限活用し、オートミールやスムージー等の健康増進となり、かつフードロスの観点から賞味期限が迫った商品を大幅な割引で仕入れを行い、社員に無料で提供しています。

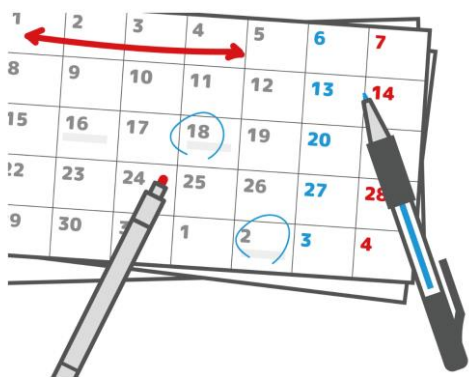


仕事と生活の調和が取れたメリハリのある働きやすい職場づくりを目指し、長時間労働の是正や有給休暇の取得促進にも取り組んでおります。

有休取得率の実績と目標

2022年度の有給休暇取得率（※）は87.1%であり、80%以上維持することを目標としております。当社ではアニバーサリー休暇やマイケアデー等のネーミングを用い、社員が休暇取得がしやすい環境づくりに努めています。また、特別有給休暇として3日間のフリーホリデーのほか、マイデーの付与も行っています。

（※）当年度に付与された総有休日数に対して全社員が取得した総日数の割合で算出



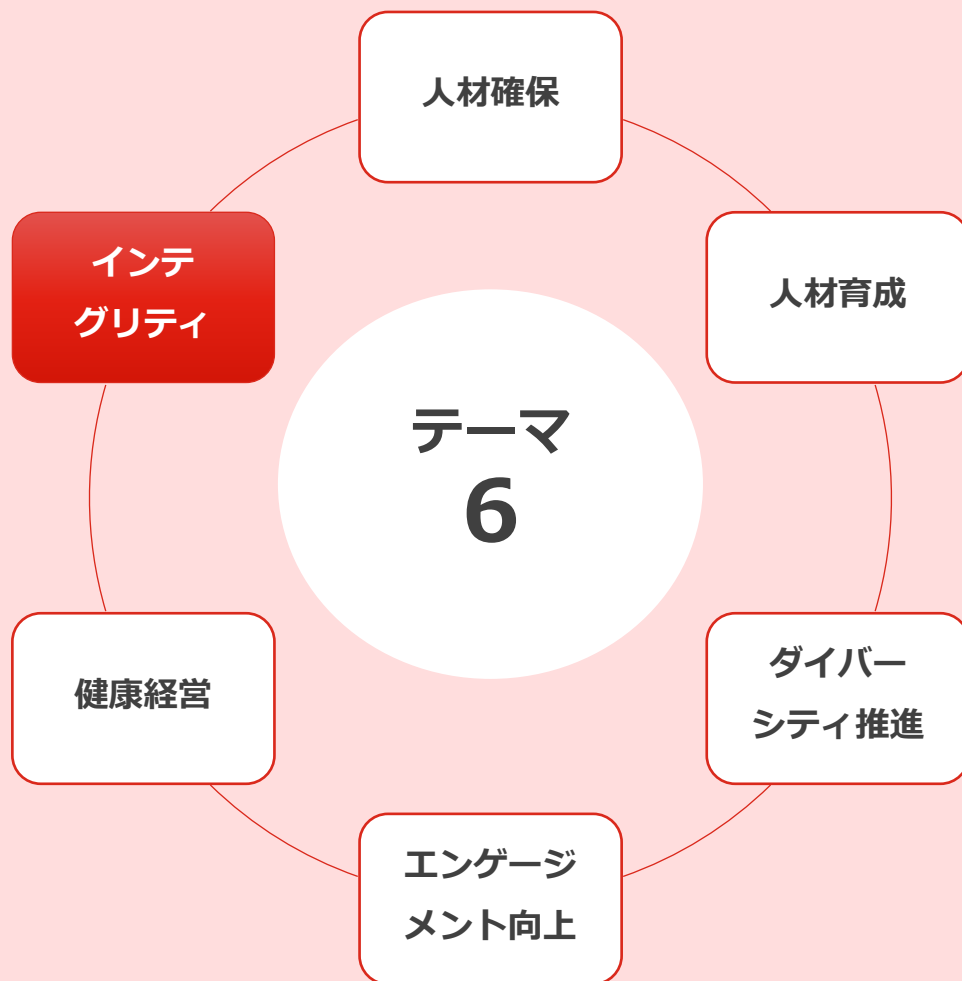
2022年度
有給休暇取得率

87.1%

長時間労働抑制に向けた取組み

フレックスタイム制の導入で月の繁閑に合わせた働き方を実施しているほか、2022年4月より所定労働時間を8時間から7.5時間へ変更し、段階的に固定残業制も廃止しています。長時間労働者へは産業医や人事部門との面談を通じて、健康管理を行っています。また社会保険労務士による管理職への労務管理研修の実施を行う等、日々の勤怠管理における意識向上を図っております。

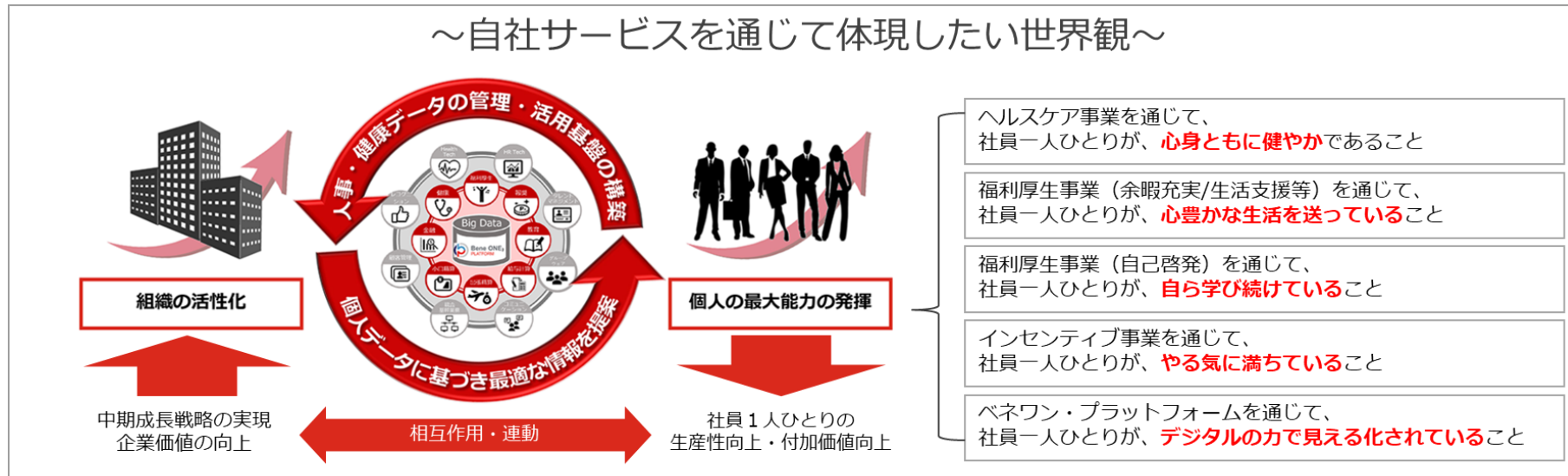
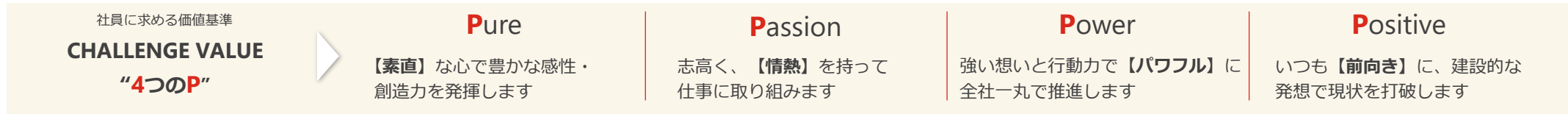




インテグリティ

採用・育成した人材が持てる能力を最大限に発揮するためには、信頼関係に基づき、より良い職場環境づくりに継続して取り組む組織風土が重要であると考えております。

当社グループでは、社員一人ひとりに期待する主体性や積極性等をまとめた価値基準・行動規範を「CHALLENGE VALUE“4つのP”」として定め、これを踏まえた人的資本経営方針を規定しております。当社グループが顧客向けに提供するサービスと人的資本経営との親和性は高く、当社サービスの普及によってより良い社会の実現に貢献できると考えていることから、当社社内においても自社サービスを積極的に活用した人的資本経営を推進しております。これらの取組みを通じ、当社グループが担う事業の社会的意義についての理解と共感性を促し、役職員一人ひとりが主体性をもってより良い職場環境づくりに取り組む健全な組織風土の醸成に努めてまいります。



顧客への新たな価値創造（人々の心豊かな生活と社会の発展に貢献）

当社グループが手掛ける福利厚生事業やインセンティブ事業では、サービス提供を通じて顧客企業従業員のモチベーションやエンゲージメントの改善を目指しており、ヘルスケア事業では心身の健康管理サービス提供を通じて顧客企業従業員の能力が最大限発揮される機会づくりに資することを目指しております。このように、当社グループでは、人的資本経営に取り組む企業に寄り添ってサービス普及に努めることで、より良い社会の実現に貢献できると考えております。

＜当社グループのサービス＞



＜顧客への提供価値＞

顧客企業	<ul style="list-style-type: none"> 人材獲得・人材定着への対応 公平な待遇改善施策の充実 従業員の家計支援施策の充実 健康経営の推進 BCP・感染症予防対策 企業経営の効率化 等
従業員	<ul style="list-style-type: none"> モチベーションアップ エンゲージメント向上 ワーク・ライフ・バランス 健康維持・増進 自己啓発・リスクリング 余暇充実・ウェルビーイング向上 等

Benefit one MONOLIZ

日本におけるストリートダンス普及による豊かなスポーツ文化の創造や、心身両面の健康増進と心豊かな生活の創造を目指すことを目的に、また、若い世代を中心とする多様な働き方を志向する方々に対し、ベネフィット・ワンの認知拡大に努め、福利厚生サービスなどの利用促進や満足度向上に繋げるため、プロダンスリーグ「D.LEAGUE」発足と同時に参画いたしました。

「D.LEAGUE」は、義務教育においてダンスが必修化されたことや、2024年パリ五輪にてブレイクダンス種目の追加が正式決定されるなど、近年ダンスへの注目が高まり、ダンス市場の成長性が期待される中、日本のストリートダンスの発展と普及を図るとともに、ストリートダンスのプロフェッショナルを生み出し、アートとスポーツ、そしてビジネス面での新たな価値を創造し、ダンサーがメインとなる新しい世界を作り上げるべく2020年8月に発足しました。2023-24シーズン現在は13企業がオーナーチームとして参画しています。

当社はチームオーナーの1社として参画し、ダンスチーム「**Benefit one MONOLIZ (ベネフィット・ワン モノリス)**」を設立。腕を中心に指先まで使った早い動きやポージングが特徴的なダンスジャンル「VOGUE (ヴォーグ)」をメインとして、毎シーズン熱い戦いを繰り広げています。



当社は2007年に松山BPOセンターを愛媛県松山市に開設。2018年より愛媛県各地にサテライトオフィスも開設し、愛媛県内での雇用創出に寄与してまいりました。また、2018シーズンより愛媛FCレディース、2020シーズンからは愛媛FCトップチームのスポンサーにも参画し、「愛媛FC」を応援するサポーターとして、一層の地域の活性化に努めております。

トップ&レディーススポンサー ～ユニフォーム&トレーニングウェア～

<愛媛FC>



<愛媛FCレディース>



マッチスポンサーイベント開催 ～地域交流機会の創出～

愛媛FC・愛媛FCレディースのホームゲームに合わせて、クラブへの更なるサポートや地域交流機会の創出を目的としたイベント「ベネワンデー」を継続的に開催しています。



愛媛FCレディース選手の雇用 ～競技と仕事の両立支援～

愛媛FCレディースへのスポンサー参画とともに、競技と仕事の両立支援を目的に、選手を「アスリート社員」として雇用。現在16名の選手が松山BPOセンターにて勤務しています。



コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

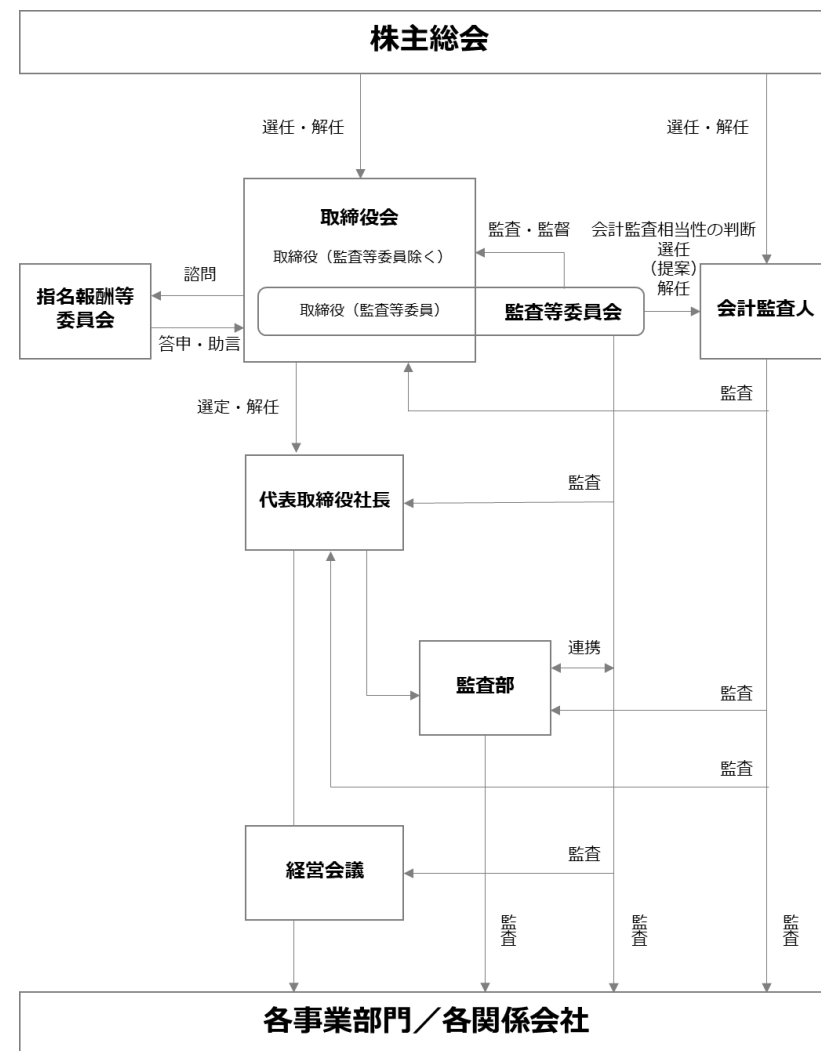
当社は、法令等の遵守を機軸にした企業運営の重要性を認識するとともに、変動する社会、経済環境に対応した迅速な経営意思の決定と経営の健全性の向上を図り、引いては株主価値を高めることを、経営上の最重要課題の一つとして位置付けております。その実現のために株主や取引先をはじめ、地域社会、社員等の各ステークホルダーとの良好な関係を築くとともに、株主総会、取締役会、監査等委員会、会計監査人等、法律上の機能制度を一層強化・改善・整備しながら、コーポレート・ガバナンスを充実させていきたいと考えております。また、株主・投資家に対しては、迅速かつ正確な情報開示に努め、経営の透明性を高めてまいります。

企業統治の体制の概要及び当該体制を採用する理由

取締役会の監査・監督機能を強化しコーポレート・ガバナンスの実効性を一層高めるとともに、業務執行取締役への権限委譲により迅速な意思決定を促すことで経営の効率性を高めることを目的として、統治形態を監査等委員会設置会社としております。当社の内部統制に関する主要な機関の概要は以下のとおりであります。

主要機関	機関の目的、権限	独立性比率
取締役会	業務執行に関わる意思決定機関として、経営上の重要事項を協議・決定するとともに、取締役の業務執行について監督を行っております。	37.5% (3名/8名)
監査等委員会	取締役の職務の執行状況等についての監査を行い、会計監査人や内部監査部門とも連携し、有効に監査が行われるように努めております。	75% (3名/4名)
指名報酬等委員会	取締役の指名・報酬等に関する手続の公正性・透明性・客観性を強化すること及び当社の支配株主からの独立性を担保することでコーポレート・ガバナンスの充実を図ることを目的としており、取締役会の諮問に応じて、取締役の指名に関する事項、監査等委員を除く個別取締役の報酬に関する事項及び関連当事者取引の必要性・相当性に関する事項についての審議を行い、その答申・助言を受けて取締役会等は意思決定を行います。	100% (3名/3名)
経営会議	全社的に影響を及ぼす重要事項について迅速かつ効率的な意思決定を行うこと及び取締役会付議事項の審議・報告等を行っております。	—

＜コーポレート・ガバナンス体系図＞



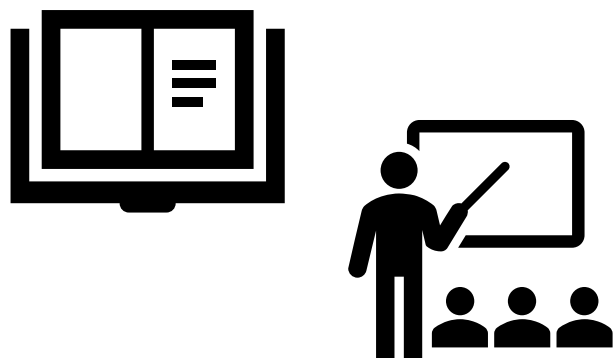
取締役会における構成に関し、取締役会メンバーのスキル・マトリックスは以下のとおりです。また、全取締役8名のうち2名（25.0%の割合）は女性取締役であり、取締役会の多様性の確保に努めております。また、全取締役8名のうち3名（37.5%の割合）は独立社外取締役であり、独立社外取締役のみで構成する指名報酬等委員会の運用と併せて、少数株主保護が適切に機能する体制の確保にも努めております。

氏名		取締役が有する知識・経験・能力								
		法人・ 団体経営	業界知識	サステナ ビリティ	リスク マネジメント	内部統制・ ガバナンス	財務・会計	投資・ 資金配分	法務・ コンプライアンス	経済知識
深澤句子	取締役会長	●		●						
白石徳生	代表取締役社長	●	●							
田中秀代	代表取締役副社長	●	●	●	●					
尾崎賢治	取締役 常務執行役員	●				●	●	●		
梅北卓男	取締役 (常勤監査等委員)				●	●			●	
久保信保	社外取締役 (監査等委員)	●			●					●
濱田敏彰	社外取締役 (監査等委員)						●	●		●
藤池智則	社外取締役 (監査等委員)					●			●	

健全な企業経営を目指すうえで、内部統制システムの整備・向上とその運営の有効性確保が肝要であることを認識し、効率的で適法な経営活動を推進するべく、以下のとおり、コンプライアンス統制に取り組んでおります。

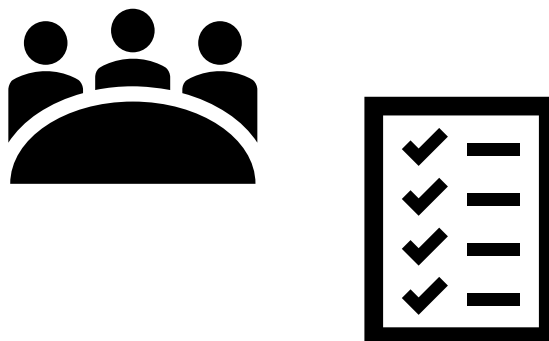
コンプライアンス研修

コンプライアンス・マニュアルにおいて不正や法令違反等の行為を許さない経営メッセージを伝えるとともに、グループ役職員の行動規範を規定し、毎年全ての役職員を対象にコンプライアンス研修を実施しております。



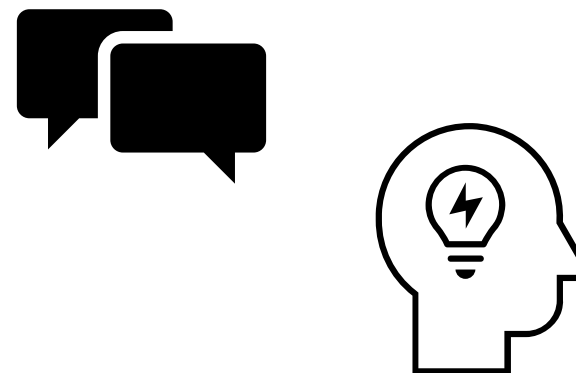
コンプライアンス委員会

コンプライアンス委員会では、コンプライアンス関連の重要事項の審議、社内の啓蒙・教育等の施策に係る事項を取り決めております。役職員の業務執行状況については、監査部が内部監査規程に基づき、業務が適法に運営されていることを監査しております。



内部通報制度

不正や違反等の早期把握と解決を図るために、内部通報制度の積極的な活用啓蒙に努めており、通報窓口への相談事案を踏まえた職場環境の整備改善に取り組んでおります。



会社概要

会社名	株式会社ベネフィット・ワン Benefit One Inc. (法人番号 8011001045281)
所在地	〒163-1037 東京都新宿区西新宿三丁目7番1号 新宿パークタワー37階
設立	1996年3月15日
資本金	15億27百万円
事業内容	福利厚生事業、パーソナル事業、CRM事業 ヘルスケア事業、インセンティブ事業、購買・精算代行事業、ペイメント事業
従業員数	連結：1,111名（416名）、単体：1,044名（415名） ※臨時雇用者数を括弧内に外数で記載（2023年3月末現在）
グループ会社	連結子会社10社、持分法適用関連会社1社、非連結子会社1社（2023年3月末現在）



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

■ IR担当窓口 経営企画室

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

本資料は、当社グループのサステナビリティに関する情報の提供を目的としたものであります。また、本資料は、2023年9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。