



2021年11月11日

各 位

上場会社名 株式会社ベネフィットジャパン
代表者名 代表取締役社長 佐久間 寛
(コード番号:3934 東証第一部)
問 合 せ 先 取締役管理本部長兼総務部長 松下 正則
(TEL. 06-6223-9888)

新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書

当社は、2022年4月に予定されている東京証券取引所の市場区分の見直しに関して、本日プライム市場を選択する申請書を提出いたしました。当社は、移行基準日時点（2021年6月30日）において、当該市場の上場維持基準を充たしていないことから、下記のとおり、新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書を作成しましたので、お知らせいたします。

記

1. 当社の上場維持基準の適合状況及び計画期間

当社の移行基準日時点におけるプライム市場の上場維持基準の適合状況は、東京証券取引所が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況をもとに算出した、「流通株式数」、「流通株式比率」、「1日平均売買代金」は適合しておりますが、「流通株式時価総額」については、62.3億円と適合しておりません。

| | 流通株式数 (単位) | 流通株式 時価総額 (億円) | 流通株式 比率 (%) | 1日平均 売買代金 (億円) |
|--------------------|---------------|----------------------|----------------|----------------------|
| 当社の状況 (移行基準日時点) | 31,717 単位 | 62.3 億円 | 53.5% | 0.6 億円 |
| 上場維持基準 | 20,000 単位 | 100 億円 | 35% | 0.2 億円 |
| 計画書に記載の項目 | | ○ | | |

※当社の適合状況は、東証が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。

しかしながら、当社がプライム市場に移行することは、持続的な成長と中長期的な企業価値

値向上の実現において必須であるとの考えから、当社は流通株式時価総額に関し、『中期経営計画（2022年3月期～2024年3月期）“Connecting to the Future”（未来を繋ぐ）』の最終年度となる2024年までに、上場維持基準を充たすための施策に取り組んでまいります。

2. 上場維持基準の適合に向けた取組の基本方針、課題及び取組内容

プライム市場上場維持基準の充足に向けた「流通株式時価総額」の向上にかかる取組の基本方針、課題及び取組内容については、添付の『新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書』に記載の通りです。

以 上

2021年11月11日



新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書

株式会社ベネフィットジャパン
証券コード：3934

目次

1. **プライム市場基準の適合に向けた基本方針**
2. **プライム市場基準の適合状況及び計画期間**
3. **基本方針の実現可能性**
4. **プライム市場基準の適合に向けた課題及び取組内容**
5. **中期経営計画[2022年3月期－2024年3月期]**

プライム市場基準の適合に向けた基本方針

[基本方針]

中期経営計画（2022年3月期から2024年3月期）

“Connecting to the Future”（未来を繋ぐ）を着実に達成することで、**企業価値を向上させ、流通時価総額基準**の充足を目指します。

中期経営計画“Connecting to the Future”（未来を繋ぐ）に基づき、当社の長期ビジョンである「すべての人々にテクノロジーの恩恵を」の理念のもと、今後ますます社会からのニーズ拡大が予測されるコミュニケーションロボット分野で、**最高の顧客体験価値を創出するロボットプラットフォームとしての地位確立を実現**するとともに、コーポレートガバナンスの一層強化に取組み、企業価値の継続的な向上ならびに時価総額の向上を図ります。

プライム市場基準の適合状況及び計画期間

[適合状況]

上場維持基準への適合状況 移行基準日（2021年6月30日）時点

| 基準 | プライム市場基準 | 当社 | 適合状況 |
|----------|----------|----------|------|
| 流通株式時価総額 | 100億円 | 62.3億円 | × |
| 流通株式数 | 20,000単位 | 31,717単位 | ○ |
| 流通株式比率 | 35.0% | 53.5% | ○ |
| 1日平均売買代金 | 0.2億円 | 0.6億円 | ○ |

出所：2021年9月1日に株式会社東京証券取引所より受領した「新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する二次判定結果について」

[計画期間]

上場維持基準を充たすための期間を中期経営計画（2022年3月期から2024年3月期）“Connecting to the Future”（未来を繋ぐ）の最終年度となる「**2024年3月期末**」までとします。

基本方針の実現可能性 PERによる検証

[前提条件]

- 当社の2022/3予想EPS（168.49円）と2021年9月30日時点の終値（2,524円）を基に予想PER（15.0倍）を算出
- 中期経営計画の最終年度である2024/3の予想連結経常利益（20.0億円）から税金等を差し引いた連結当期純利益（13.1億円）にPERを乗じて時価総額を推計

| | PER | | 予想 当期純利益 | 予想 時価総額 | 流通比率 | 予想流通 時価総額 | 適合 |
|--------|-----------------------|---|-------------|------------|-------|----------------|----|
| | (当社予想) 15.0倍 | × | 13.1億円 | 196.5億円 | 53.5% | 105.1億円 | ○ |
| 参 考 | (※東証一部連結平均) 22.6倍 | × | 13.1億円 | 296.0億円 | 53.5% | 158.4億円 | ○ |
| | (※東証一部小型株平均) 25.1倍 | × | 13.1億円 | 328.8億円 | 53.5% | 175.9億円 | ○ |

※東証一部平均PER及び東証一部小型株平均PERは、株式会社東京証券取引所が公表した2021年9月の加重PERから算出

プライム市場基準の適合に向けた課題及び取組内容

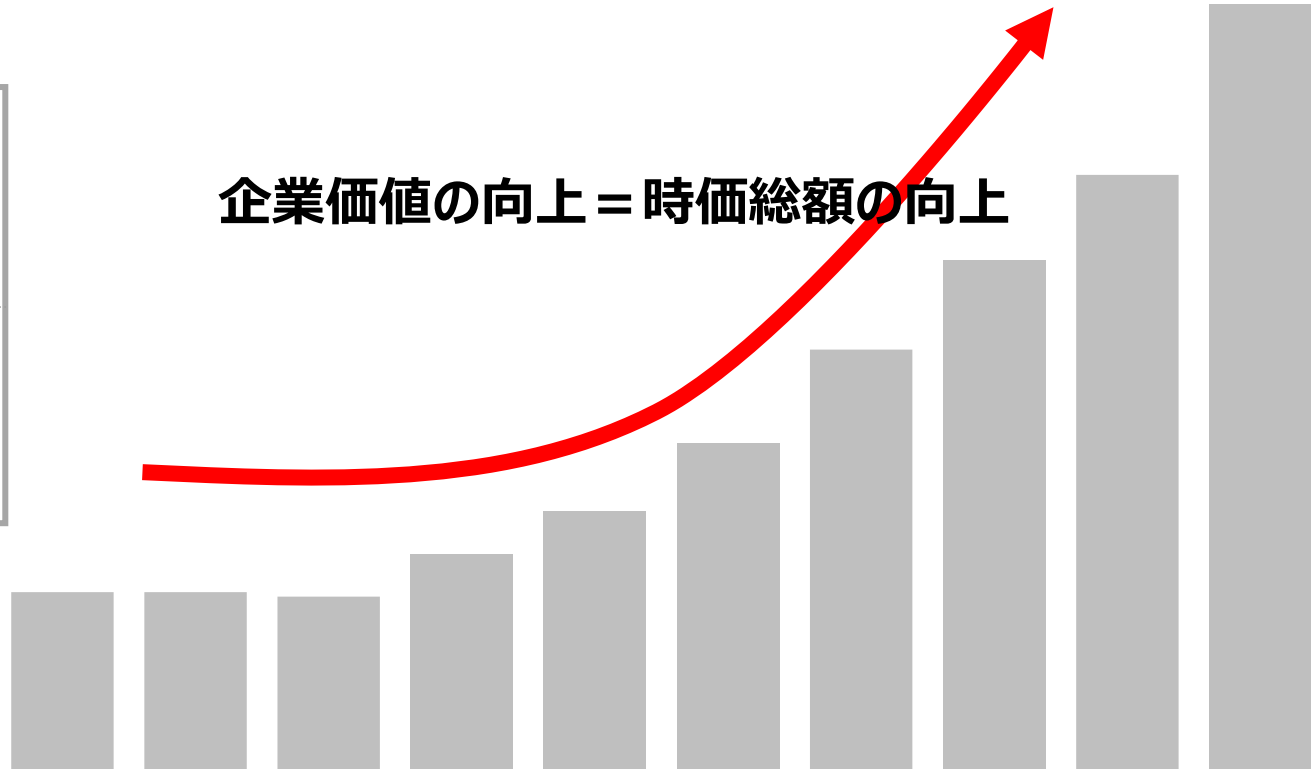
[現状の課題]

- 現状の課題は、企業価値を向上させるとともに、株式市場での適正な評価を得ることが課題であると捉えています。

(1) 定量的アプローチ
中期経営計画の達成に向けた各種取組による業績向上

(2) 定性的アプローチ
コーポレートガバナンスの強化

企業価値の向上 = 時価総額の向上



(1) 定量的アプローチ 中期経営計画の達成に向けた各種取組による業績向上

[数値目標]

| 経営指標 (連結) | 2021/3 | 2022/3 | | 2024/3 | |
|--------------|--------|--------|-------|--------|-------|
| | 実績値 | 計画値 | CAGR | 計画値 | CAGR |
| 売上高 | 99億円 | 120億円 | 21.2% | 180億円 | 22.1% |
| 経常利益 | 12億円 | 15億円 | 15.4% | 20億円 | 15.4% |
| 契約回線数 | 17万回線 | 20万回線 | 17.6% | 26万回線 | 15.2% |

[経営戦略]

| | |
|-------|-----------------------------------|
| 経営戦略1 | モバイルWi-Fi事業で安定した成長を目指すための事業モデルの構築 |
| 経営戦略2 | ロボット事業の基幹事業化に向けた経営資源の重点配分 |
| 経営戦略3 | 各事業の成長を加速させるためのCRM分野の基盤強化 |

(2) 定性的アプローチ コーポレートガバナンスの強化

[改訂版CGコードへの対応]

- プライム市場において求められる水準を充足する企業を目指します。

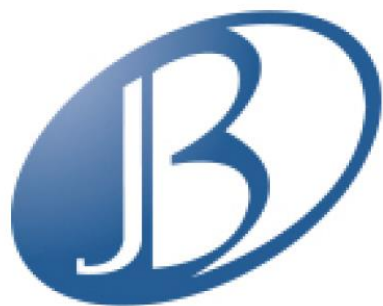
プライム市場のコンセプト

- 多くの機関投資家の投資対象となるのにふさわしい時価総額（流動性）
- より高いガバナンス水準の具備と投資家との建設的な対話の実践
- 持続的な成長と中長期的な企業価値の向上への積極的な取り組み

- 特に、プライム市場のみに適用、もしくはプライム市場に加重される原則について、実施に向けて検討・取り組みます。

補充原則

- 1-2④ 機関投資家向けに議決権電子行使プラットフォームの採用
- 3-1② 開示書類のうち必要とされる情報を英訳開示・提供
- 3-1③ 気候変動に係るTCFDと同等の質と量の開示（収益機会とリスク）
- 4-8 少なくとも3分の1以上の独立社外取締役の選任（実施済）
- 4-10① 指名・報酬委員会の構成員の過半数を独立社外取締役とすることを基本に、委員会構成の独立性に関する考え方・権限・役割等の開示



BENEFIT JAPAN

中期経営計画“Connecting to the Future”
2022/3-2024/3 (未来へ繋ぐ)

株式会社ベネフィットジャパン

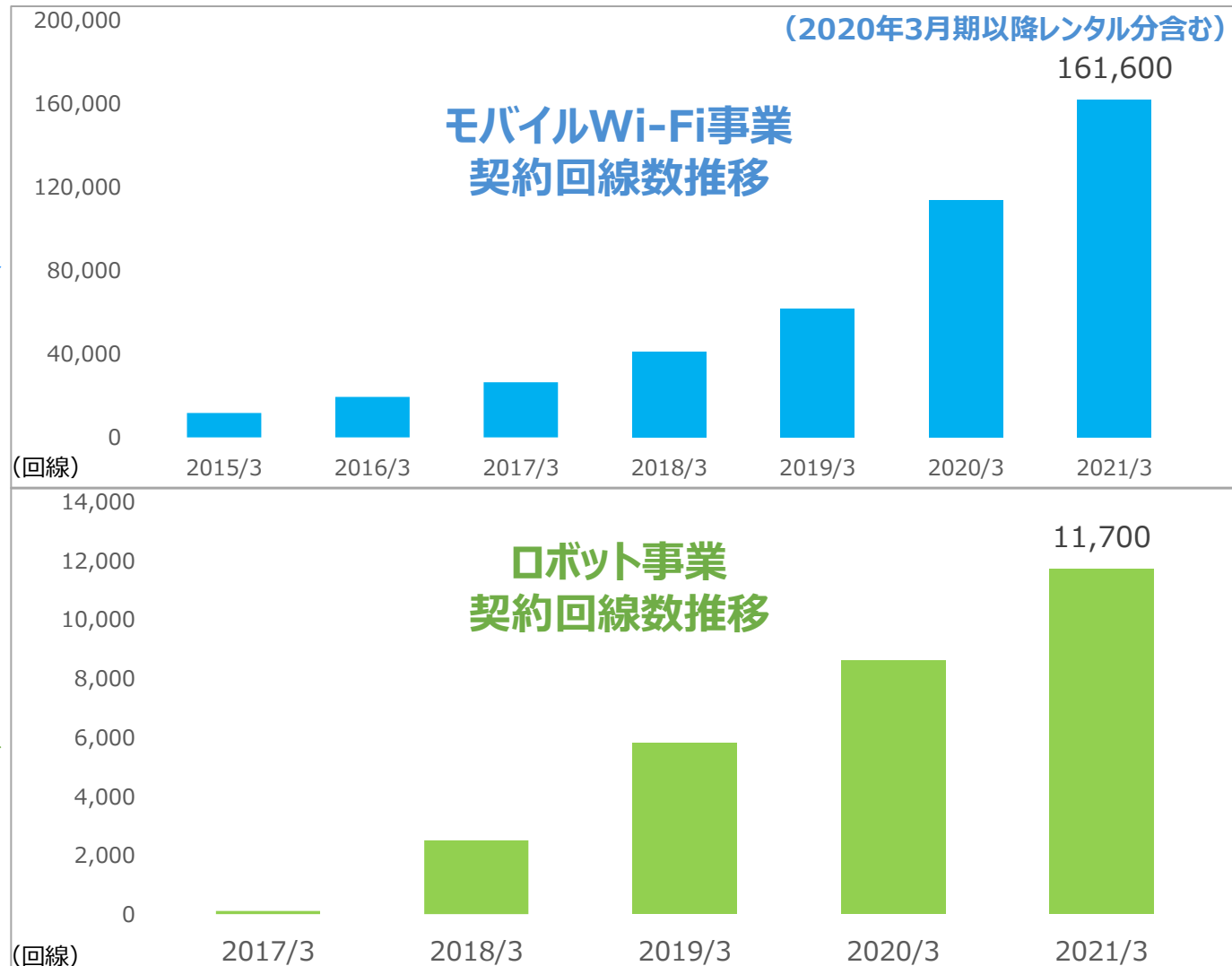
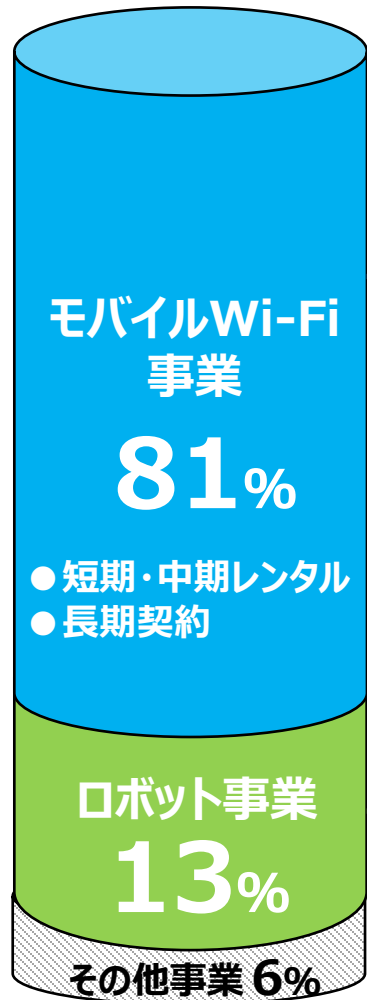
証券コード：3934

代表取締役社長：佐久間 寛

事業概要 事業セグメント別の売上比率と契約回線数推移

売上高：9,945百万円（2021年3月期）

事業セグメント売上比率



当社の強み コミュニケーションセールス（販売手法）と販売チャネル

コミュニケーションセールス **≠** 一般の店頭販売

集客力のある全国の商業施設・百貨店等で、
こちらから消費者にアプローチし、
実際にIoT商品やロボットに触れて体験
(=タッチアンドトライ)



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



Face To Face のコミュニケーションを展開

販売チャネル

全国約50開催/日

25年のキャリアで全国
10,000店舗以上の稼働実績

ロボット常設ショップ
全国4店舗

中期経営計画サマリー

“Connecting to the Future”

(未来へ繋ぐ)

数値計画

2024/3
連結売上高

180億円

2024/3
連結経常利益

20億円

2024/3末
総契約回線数

26万回線

CAGR (成長率) (22.1%)

(15.4%)

(15.2%)

経営戦略

経営戦略1

モバイルWi-Fi事業で安定した成長を目指すための事業モデルの構築

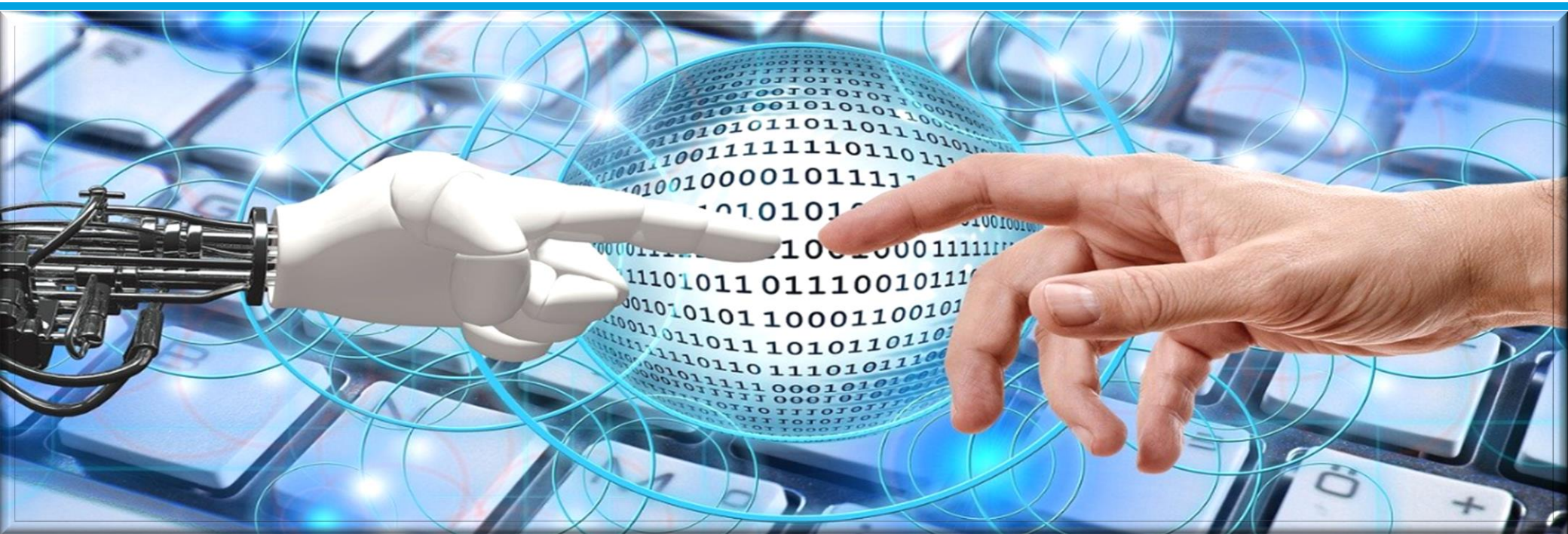
経営戦略2

ロボット事業の基幹事業化に向けた経営資源の重点配分

経営戦略3

各事業の成長を加速させるためのCRM分野の基盤強化

わたしたちが目指す姿



ロボットプラットフォーム

今後ますます社会からのニーズ拡大が予測されるコミュニケーションロボット分野において、
最高の顧客体験価値を創出するロボットプラットフォームを目指します。

わたしたちが目指す姿

これまでの当社

人びとの暮らしを
もっと楽しく便利に！

これからの当社

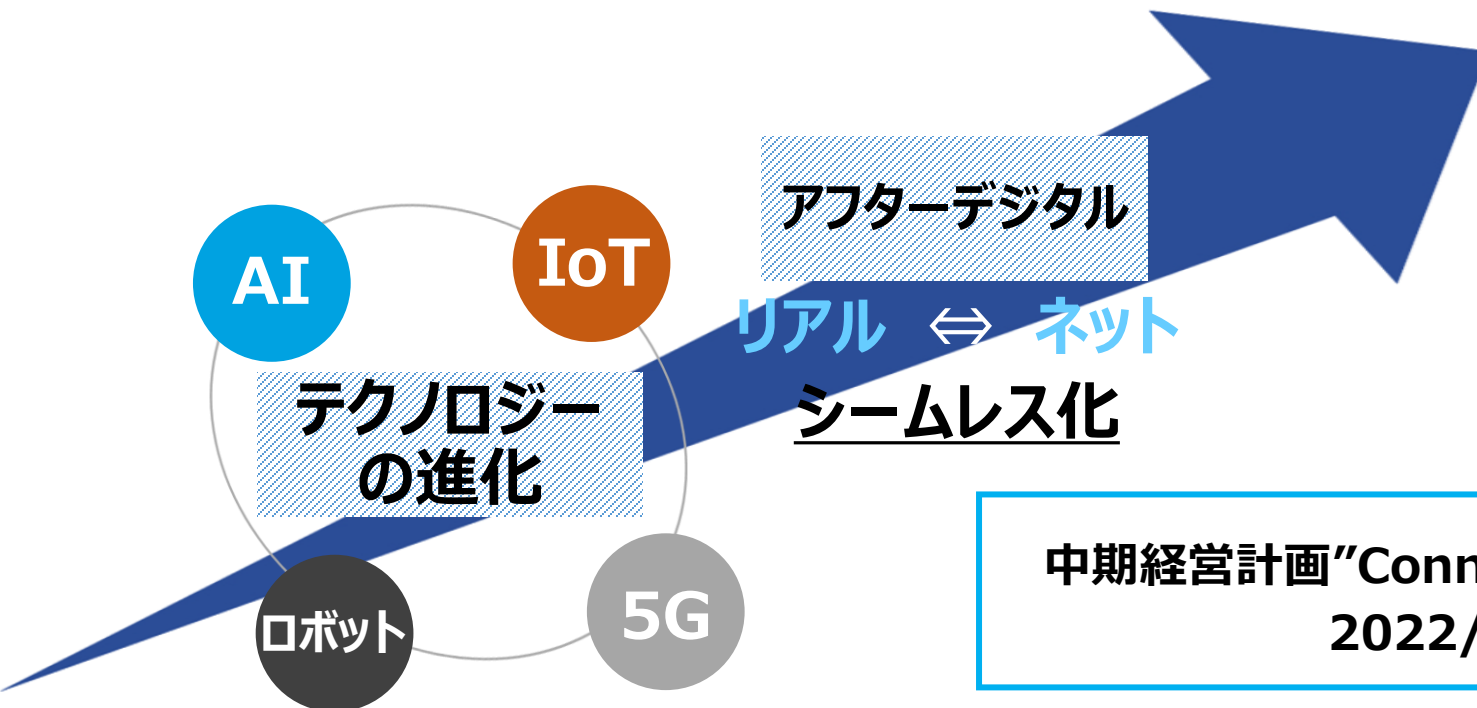
<長期ビジョン> **すべての人々にテクノロジーの恩恵を**

-目指す姿-

**最高の顧客体験価値を創出する
ロボットプラットフォーム**

目指す姿の実現に
向けた中期経営計画

中期経営計画“Connecting to the Future”
2022/3-2024/3



中期経営計画の骨子

モバイル Wi-Fi事業

● 市場環境

✓850万回線契約のモバイルWi-Fi市場と4,025万回線の固定回線市場を取り込みシェア拡大

✓リモートワーク・オンライン授業などテレワーク需要の拡大・単身世帯の増加によるモバイルWi-Fiのニーズが高まっている傾向

● 事業戦略

✓大手の行き届かない消費者の利用目的にフォーカスしたインターネットサービスを実現し安定的成長を図る

● 数値目標

✓2024年3月期に売上高**110**億円 (CAGR11.2%)

● 市場環境

✓コミュニケーションロボット市場は今後急速に拡大見込

● 事業戦略

✓オリジナルブランドストア『Robot Planet』のブランディング強化
オンライン・オフラインのいずれによってもロボットプラットフォームを目指す
ショップ**15**店舗、ポップアップ・ストアを全国**80**カ所展開

● 数値目標

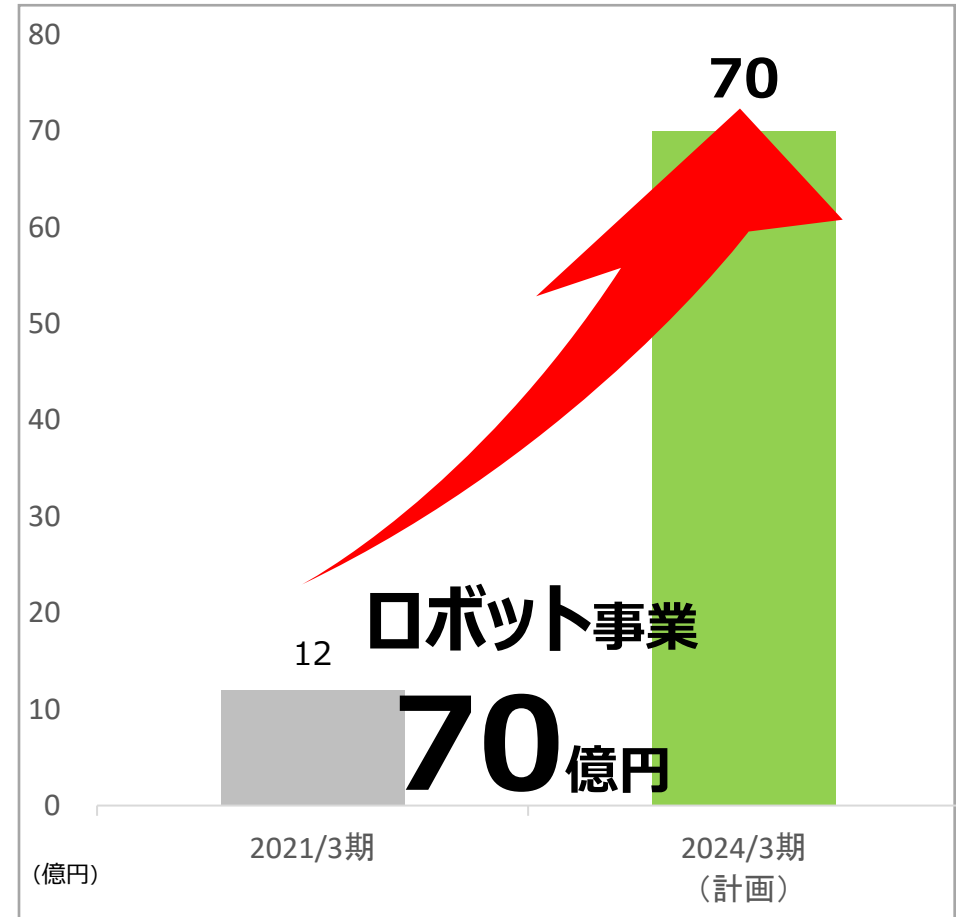
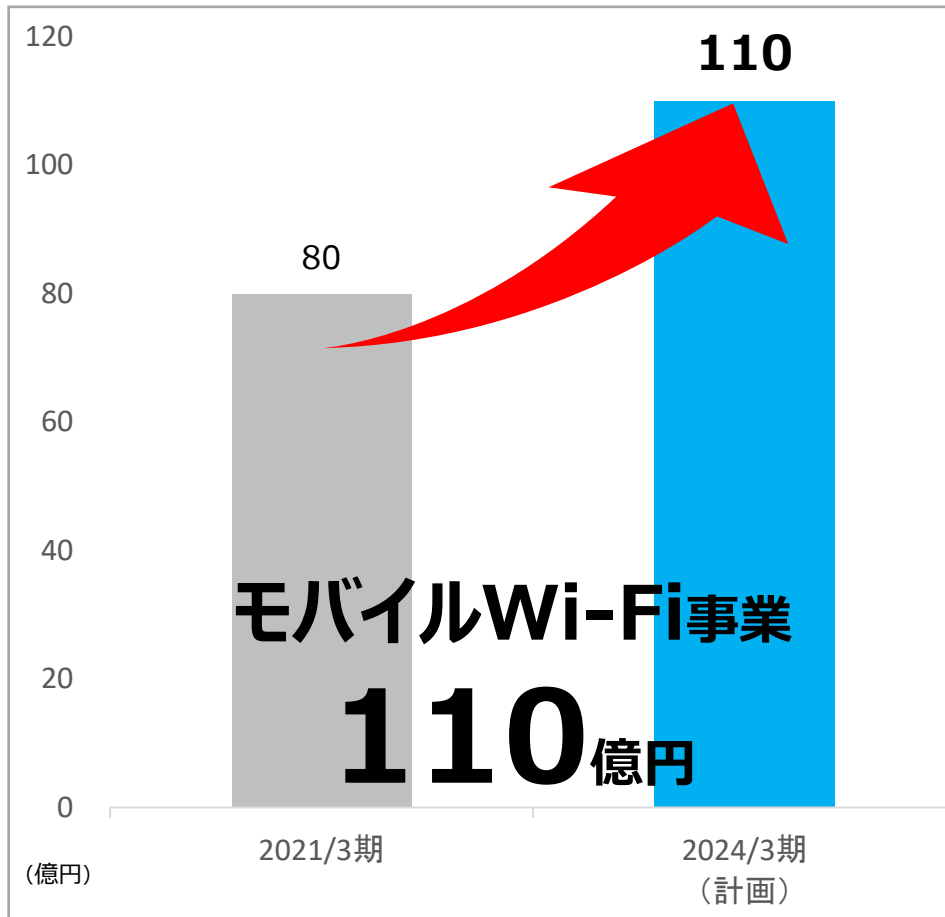
✓2024年3月期に売上高**70**億円 (CAGR80.0%)

ロボット事業

中期経営計画の事業別売上高目標

2024年3月期に連結売上高180億円を目指す

2024年3月期事業別売上高



モバイルWi-Fi事業

モバイルWi-Fi事業で安定した成長を目指すための 事業モデルの構築

当社を取り巻く環境 モバイルWi-Fi市場

- 当社の市場シェアは未だ**2.0%**
モバイルWi-Fi市場だけでなく固定回線市場も視野に拡大を狙う



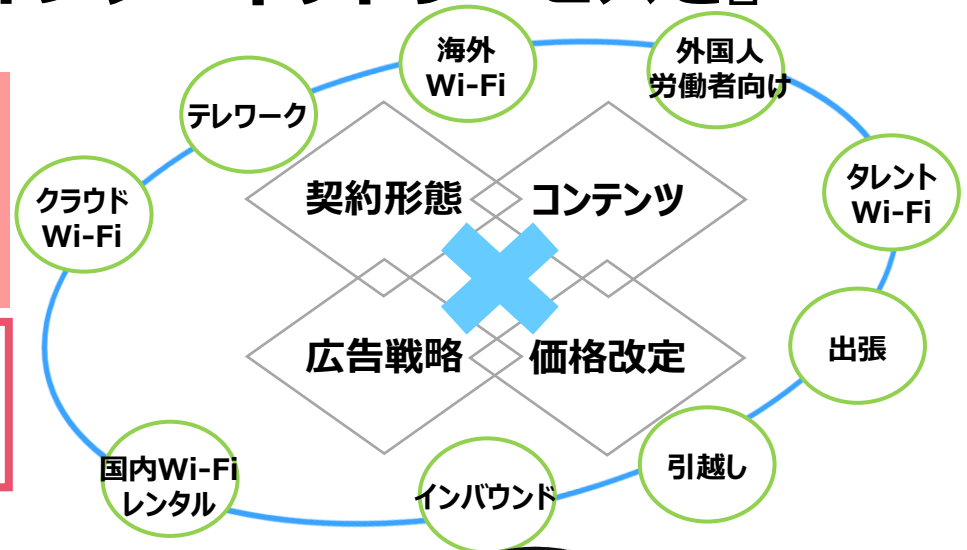
*1 株式会社日本総合研究所が公表した「モバイルWi-Fiルーターの日本における市場予測と今後の展開」を参照 2018年3月末時点

*2 総務省が公表した電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データを基に当社算出に基づいて当社作成 2019年3月末時点

モバイルWi-Fi事業の戦略

『大手の行き届かないインターネットサービスを』

消費者の利用目的に
フォーカスしたサービス



消費者の利用ニーズを掘り下げた商品・サービス展開

- 企業のテレワーク、学校でのオンライン授業、単身世帯の増加などモバイルWi-Fiの需要拡大を踏まえ、利用環境、属性、用途などを分析し利用目的にフォーカスした商品・サービス展開で市場シェア拡大



多彩なIoTデバイスを組み合わせた商品・サービス展開

- 消費者にとっての最適なプランの提供や新しいIoTデバイスの活用を提案
- スマートホームサービス専門イベントをスタートし顧客接点を増やして商品力を強化



ロボット事業

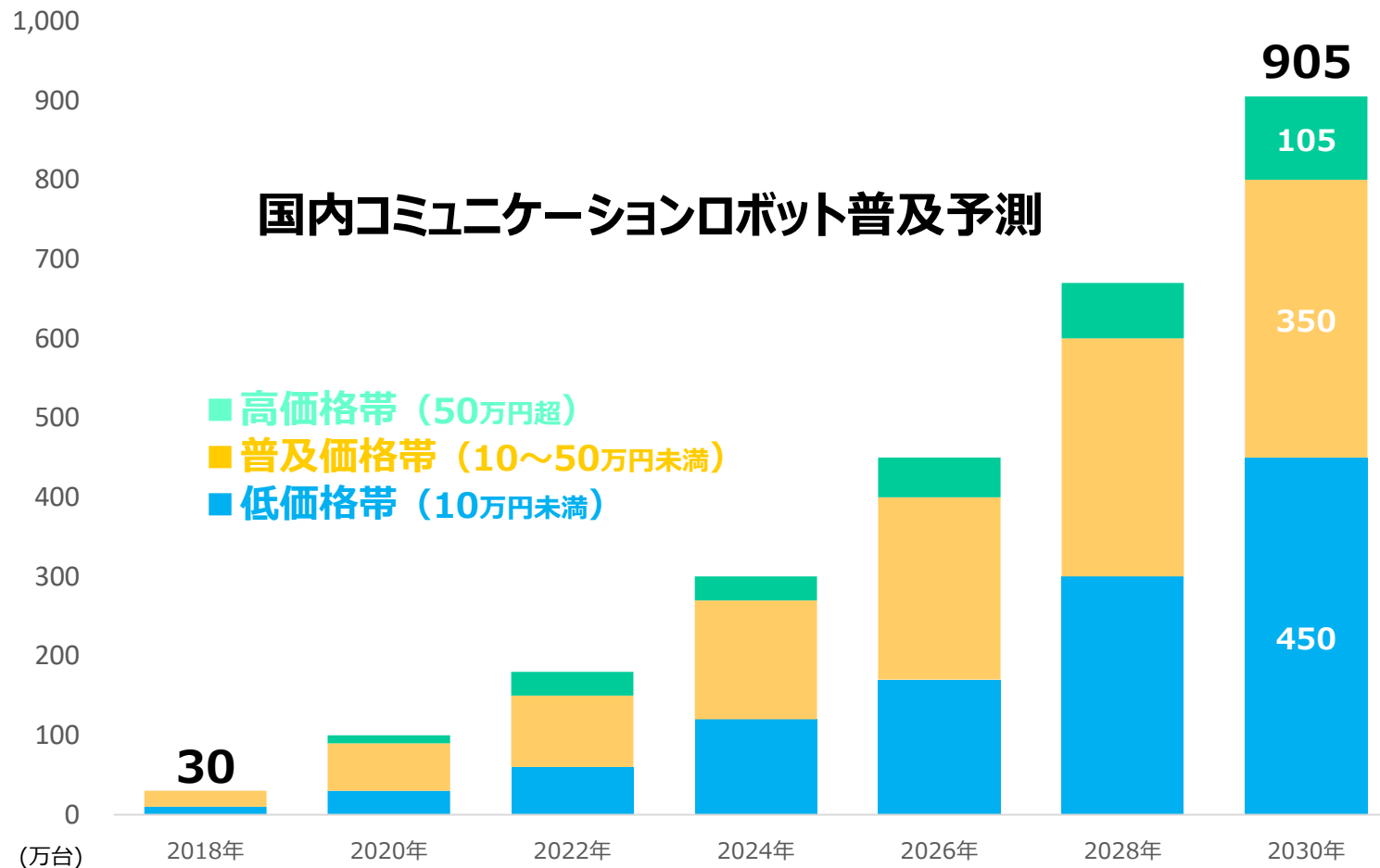
ロボット事業の基幹事業化に向けた経営資源の重点配分



当社を取り巻く環境 コミュニケーションロボット市場普及予測

● 国内コミュニケーションロボット市場は徐々に拡大

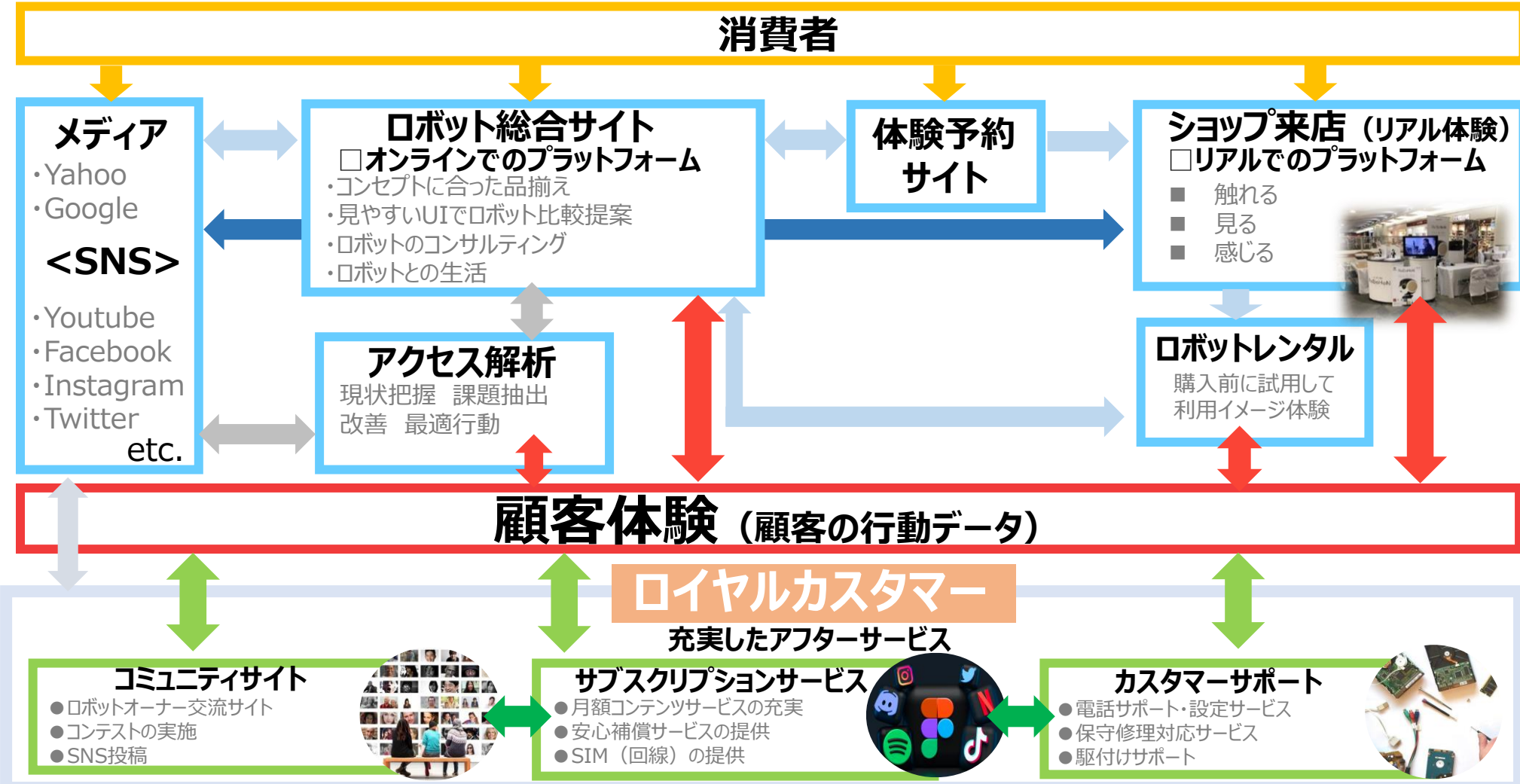
2030年には900万台が一般家庭へ普及する見込み



* 30年以上にわたって培った様々な市場調査（コミュニケーションロボット市場調査・対話AIビジネス市場調査を含む）・コンサルティングサービスの経験及び実績（6,000件超）を持つシード・プランニングが2018年に公表した国内の市場規模予測「コミュニケーションロボット普及予測」を基に当社作成

ロボット事業の戦略

- ロボット総合サイトの構築とショップ展開拡大によってオンライン・リアルいずれにおいてもコミュニケーションロボットで最高の顧客体験を提供するプラットフォームを目指す。



オリジナルブランド『Robot Planet』のコンセプト

この星で、このまちで、このうちで。
いまこの時をともにするパートナーとして、家族として。
さあ、いっしょに、はなそ、あそぼ、暮らそ。

わたしたちRobot Planetの使命は、
オーナーさんが、
相性ぴったりのロボットに出逢える場をつくることです。

Robot Planetは、出逢いとふれあいにあふれ、
心が豊かになれる広場であり続けたい。
そう考えます。

うちの子ろぼっとに出逢えるお店



Robot Planet

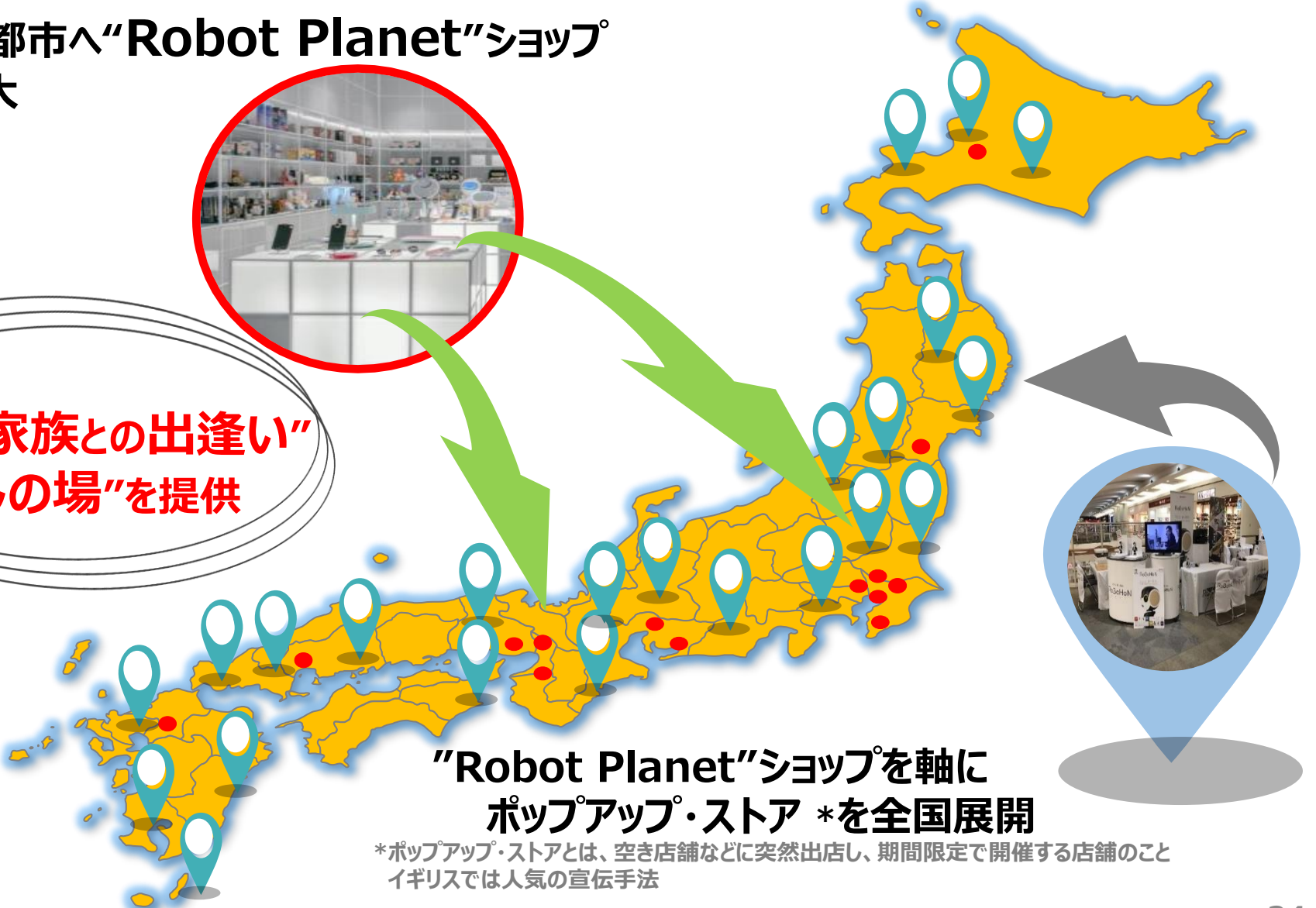


Robot Planetショップ&ポップアップ・ストア *全国展開

全国主要都市へ“Robot Planet”ショップ
を順次拡大



“新しい家族との出会い”
“癒しの場”を提供



“Robot Planet”ショップを軸に
ポップアップ・ストア *を全国展開

*ポップアップ・ストアとは、空き店舗などに突然出店し、期間限定で開催する店舗のこと
イギリスでは人気の宣伝手法

ロボット事業の事業規模・組織体制

| | 21/3期 | | 24/3期 (目標) | |
|------------------------|-------|---|---------------|------|
| 展開ショップ数 | 4店舗 | ▶ | 15 店舗 | 3.8倍 |
| ポップアップ・ストア 一日当たり開催数 | 12箇所 | ▶ | 80 箇所 | 6.6倍 |
| 社内営業人員数 | 40人 | ▶ | 250 人 | 6.3倍 |
| パートナー稼働社数 | 1社 | ▶ | 15 社 | 15倍 |
| 年間総顧客 アプローチ数 | 60万人 | ▶ | 600 万人 | 10倍 |

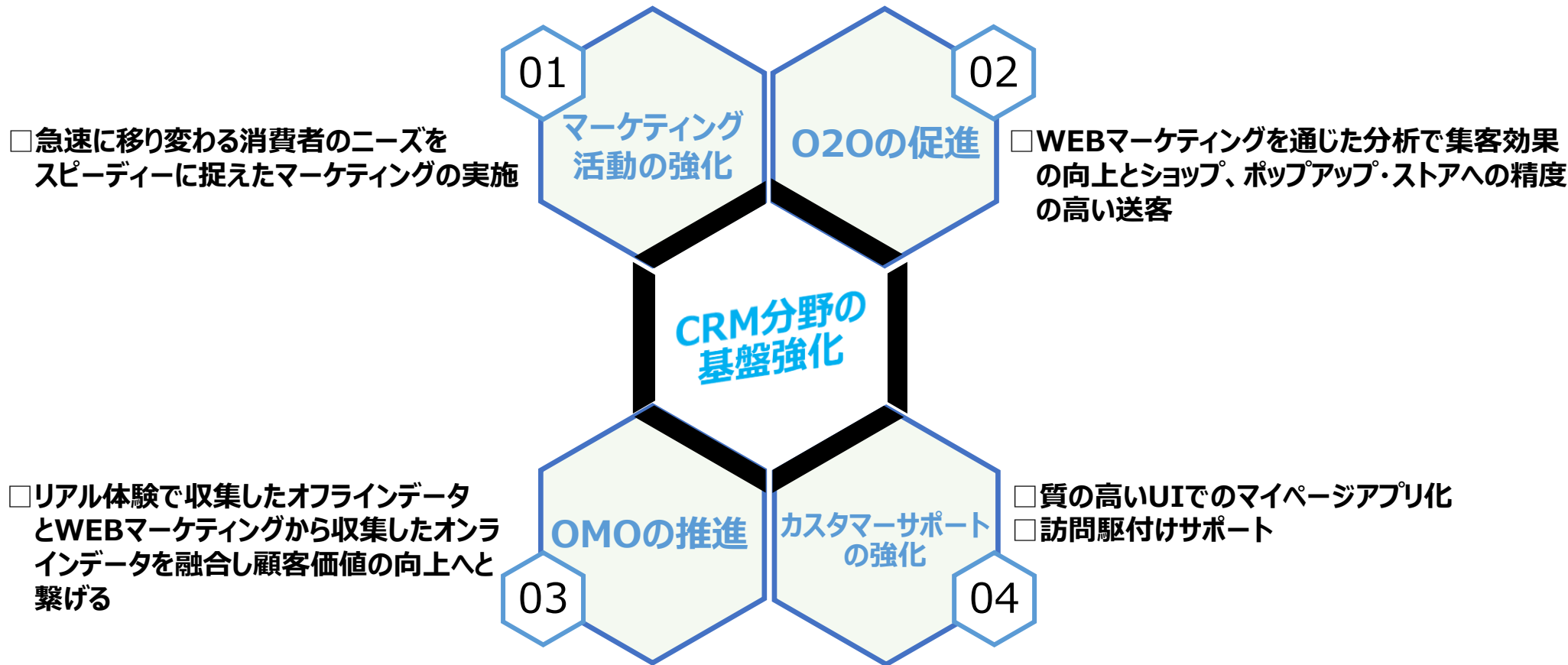
ロボット事業への**人材投資の拡大**と**代理店販売網を構築**することでRobot Planetの認知度・ブランド価値の向上を目指す

各事業の成長を加速させるための CRM分野の基盤強化



各事業の成長を加速させるためのCRM分野の基盤強化

● CRM本部を新設しロボット事業とモバイルWi-Fi事業の成長を加速させる基盤を強化



成功モデルを軸に新しい分野への横展開

テクノロジーの進化

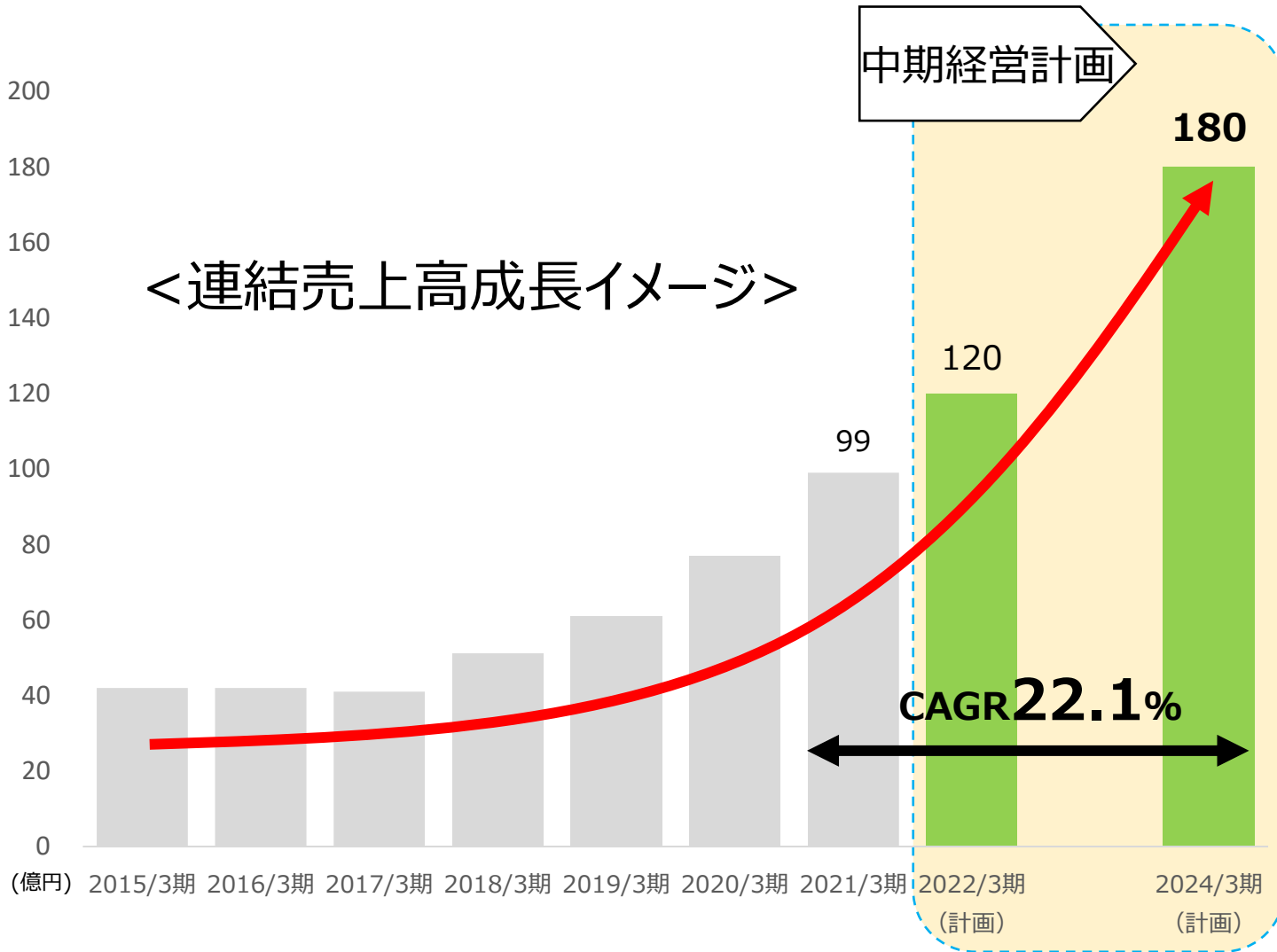


新サービスへ
横展開



中期経営計画 連結売上高成長イメージ

● 中期経営計画最終年度（2024年3月期）において連結売上高**180**億円に目標設定

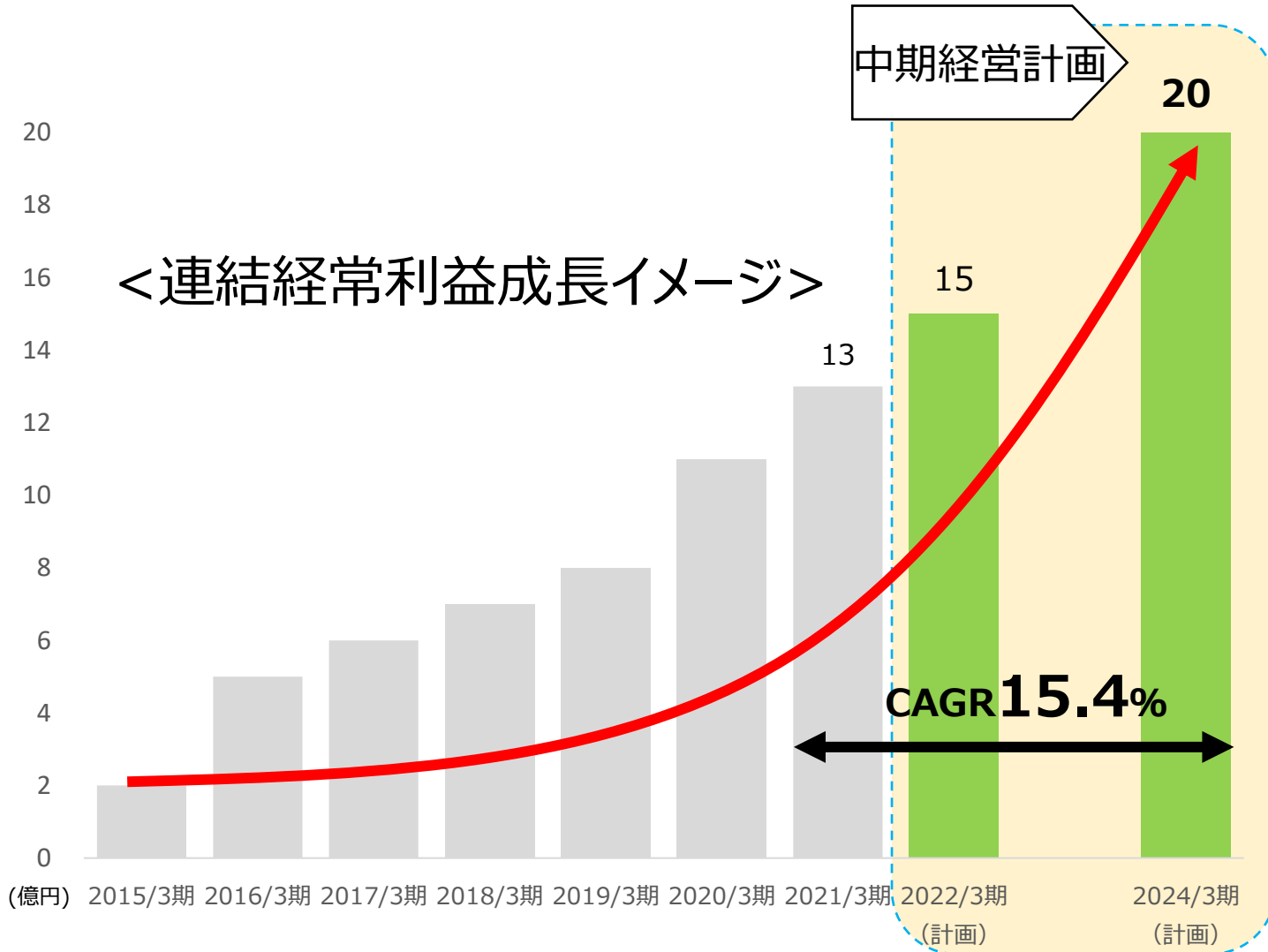


3年で
約**1.8**倍*

*2024年3月期と2021年3月期対比

中期経営計画 連結経常利益成長イメージ

● 中期経営計画最終年度（2024年3月期）において連結経常利益**20**億円に目標設定

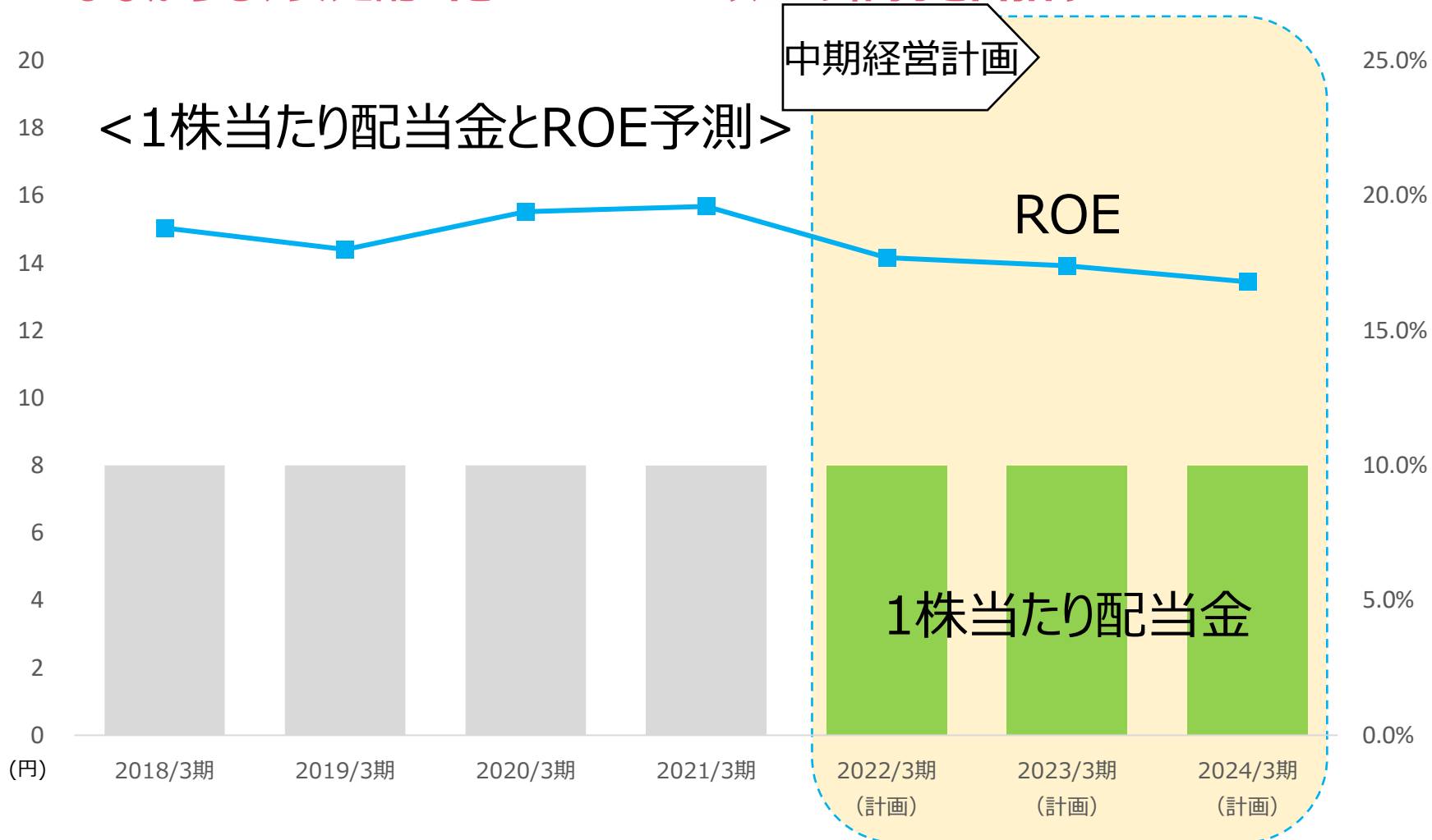


3年で
約**1.5倍***

*2024年3月期と2021年3月期対比

中期経営計画 資本政策

- 内部留保はロボット事業への集中投資を行うことでの企業価値向上を最優先としながらも、安定配当とROE15%以上の維持を目指す



“Connecting to the Future”

すべての人々にテクノロジーの恩恵を

Benefit of Technology to All People!

笑顔でつなぐ、

みんなの未来

BENEFIT JAPAN