

企業に未来基準の元気を!



2024年5月17日

各 位

会 社 名 株式会社アドバンテッジリスクマネジメント
代表者名 代表取締役社長 鳥越 慎二
(コード8769 東証スタンダード)
問合せ先 取締役 経営管理本部 天田 貴之
ディビジョンマネジャー
(電話番号 03-5794-3800)

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、別紙のとおり、2025年3月期(第27期)から2027年3月期(第29期)の3ヵ年中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。

以 上

中期経営計画2026

株式会社アドバンテッジリスクマネジメント
2024年5月17日



企業に未来基準の元気を!





目次

01 はじめに

- (1) 当社事業概要
- (2) 前・中期経営計画の振り返り

02 事業環境認識

- (1) 市場ポテンシャル
- (2) 事業環境への適応

03 中期経営計画2026の重点テーマ

- (1) 総合販売の強化
- (2) 既存事業の成長
- (3) 新たな取り組みの推進
- (4) チャンネル販売の推進
- (5) システム・業務改革の推進

04 数値目標

- (1) 全社数値目標
- (2) 株主還元

企業に未来基準の元気を！



MISSION

私たちは、人々が「**安心して働ける環境**」と
企業の「**活力ある個と組織**」をみなさまと共に創り出します

当社グループは、企業理念を「私たちは、人々が『安心して働ける環境』と企業の『活力ある個と組織』をみなさまと共に創り出します。」と定め、コーポレートメッセージとして掲げる「企業に未来基準の元気を！」の下、企業と働く人々を取り巻く様々なリスクや課題を解消するための解決策の提供と企業の健康経営推進への取り組みを支援してまいります。

(1) 当社事業概要 – 当社グループの行動指針「The Advantage Way (5 Advantage)」

常識にとらわれず、市場を創造し、革新します。

常にリーダーシップをとり、自ら変わり続けることで先頭を走り、生み出した価値と幸せを社会・協力者・従業員と分かち合います。

1

イニシアティブ アドバンテッジ

主体として考え、決断し、先導することで成果をもたらします。

2

クライアント アドバンテッジ

お客さまの視点に立ち、お客さま以上に考え、行動し、真の付加価値を提供します。

3

クオリティ アドバンテッジ

商品・サービスを含む全活動において他の一歩先を行く最先端・最高品質を目指します。

4

フェアネス アドバンテッジ

高い倫理観を持ち、公平で公正な視点と判断の下に周りを導きます。

5

チーム アドバンテッジ

個がぶつかることを恐れず、力を掛け合わせることでチームシナジーを創出します。

私どもは、従業員が心身ともに元気で、一人ひとりが自分の能力を最大限に発揮できるとき、企業の生産性も大幅に向上し、企業も活性化すると考えております。こうしたプロセスを経て、企業の元気を創り出し、企業を支援し続けることを目指し、行動準則（The Advantage Way）に従って業務を遂行してまいります。

(1) 当社事業概要 – 当社グループの健康経営



健康経営宣言

株式会社アドバンテッジリスクマネジメントおよびそのグループ会社は、従業員が健やかに生活し元気に働き続けることが、従業員とその家族の永続的な幸福のための、そして会社の活力向上のための、もっとも重要な礎であると考えます。私たちはその実現に向けて全力で取り組み、より高みを目指して改善を続けることを宣言します。そして従業員の健康と活力向上は、企業理念である「企業の元気を創り出す。」と、コーポレートメッセージ「企業に未来基準の元気を！」を私たち自らが体現すること、そしてお客様に提供する価値の向上にもつながると考えます。従業員の「元気」を通じて、人々が「安心して働ける環境」と企業の「活力ある個と組織」をみなさまと共に創り出してまいります。

健康経営推進体制

代表取締役社長を最高責任者として任命し、経営会議メンバー、拠点責任者および推進者、産業医と保健師を中心とした衛生委員会、健康管理室が一体となって当社従業員の健康を維持・増進する取り組みを推進しています。健康経営上の課題やKPI、取り組みの進捗状況等経営会議で定期的に経営層へ共有し、議論しております。経営層の強い推進力により健康経営施策全体が加速し、従業員の主体的な健康増進への取り組みを喚起しています。

健康経営全体のKPI

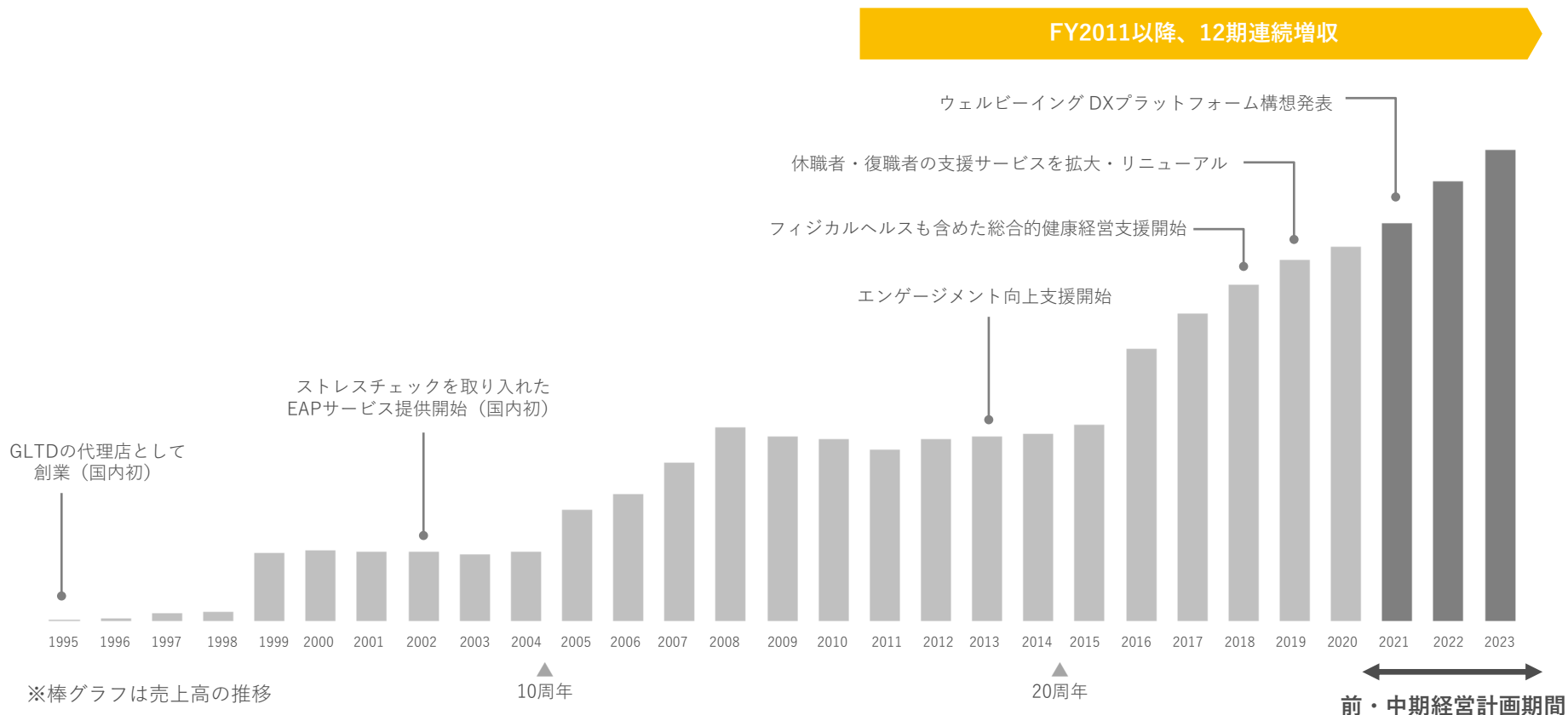
健康経営を推進するために以下の指標に対して目標値を定め、2026年度の達成に向けてPDCAを回していきます。

	2021年度	2022年度	2026年度目標
健康診断有所見率	45.2%	42.0%	40.0%以下
プレゼンティーズムによる生産性損失割合	33.6%	33.0%	29.0%以下
アブセンティーズム（休職率）	0.82%	0.95%	1%未満
ワークエンゲージメント	53.7	54.6	56以上
エンployeeエンゲージメント	47.3	49.3	52以上



(1) 当社事業概要 – 1995年の創業から間もなく30周年

□ 日本初のGLTDの代理店として創業後、段階的な事業領域の拡大・事業成長を実現させ、FY2011以降は12期連続で増収

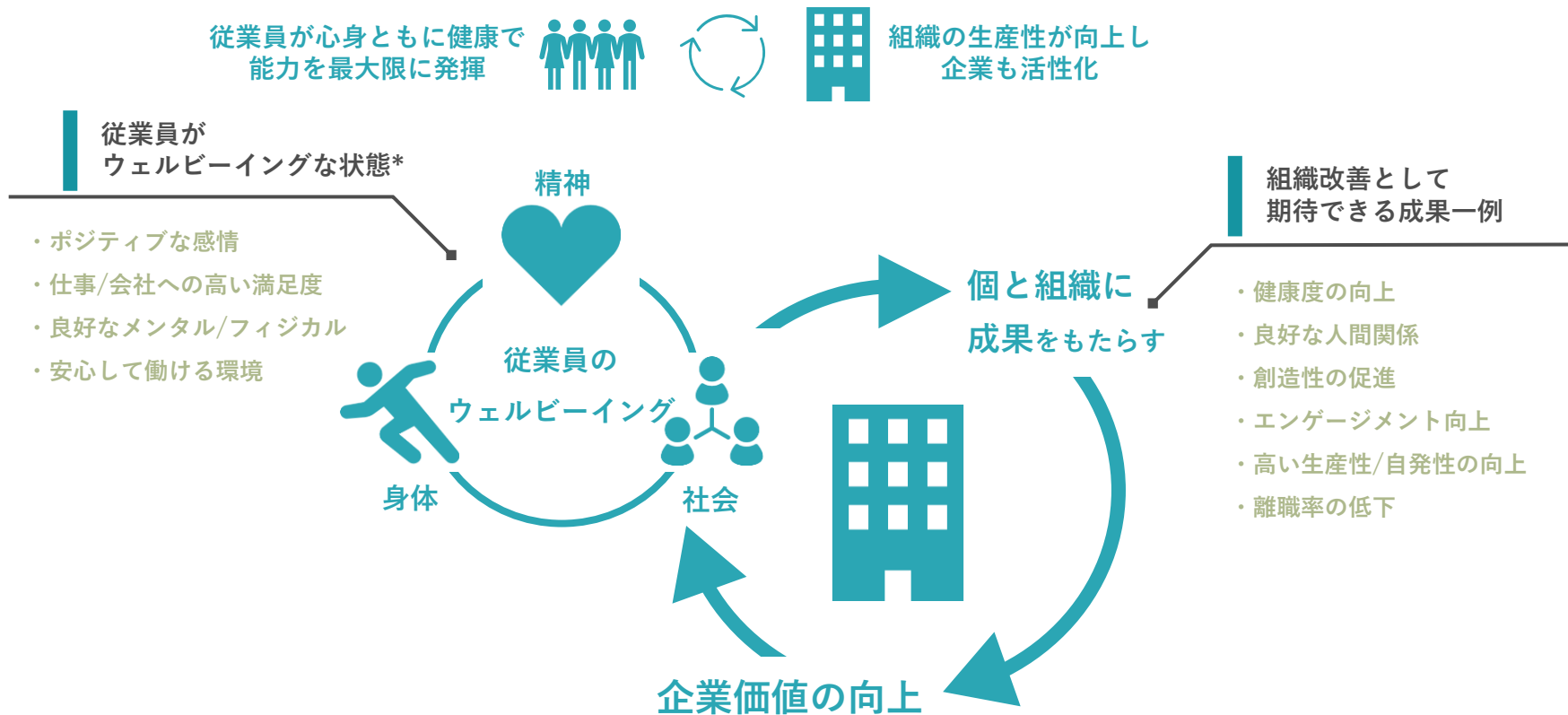


(1) 当社事業概要 – 沿革

-
- 1995 ● 働けなくなった従業員への所得補償制度「GLTD」日本初の代理店として創業 **国内初**
 - 2002 ● ストレスチェックを取り入れたEAPサービスを提供 **国内初**
 - 2013 ● 個と組織のエンゲージメント向上支援を開始 **エンゲージメント領域へ進出**
 - 2018 ● フィジカルヘルスも含めた総合的健康経営支援を開始 **フィジカルヘルス領域へ進出**
 - 2020 ● 育児介護などの社会的課題を持つ休職者・復職者の支援サービスを拡大・リニューアル
 - 2021 ● これまでのサービスを統合するウェルビーイングDXプラットフォーム構想を発表
 - 2024 ● 健康経営銘柄に3年連続選定（2022,2023,2024）

(1) 当社事業概要 – 事業展開における基本的な考え方

- 「企業の従業員が心身ともに元気で一人ひとりが自分の能力を最大限発揮できるとき、企業の生産性も大幅に向上し、企業も活性化する」といった考え方に基づき事業を展開

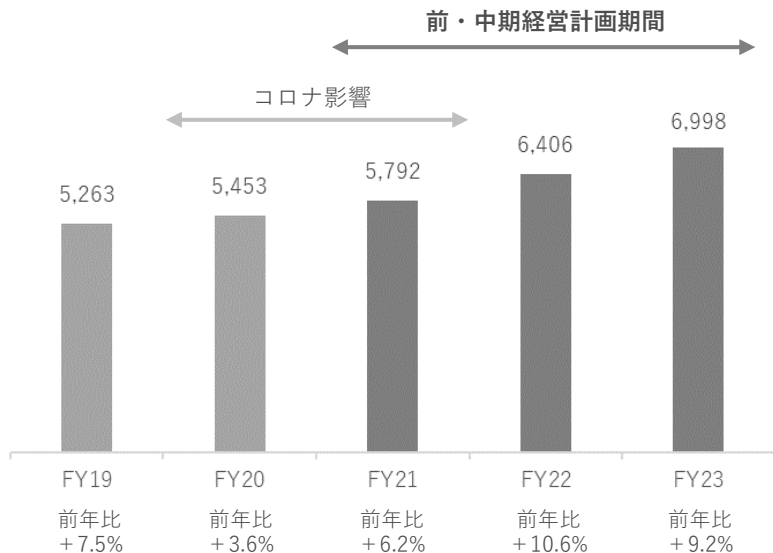


*身体的、精神的、社会的に満たされた状態のこと

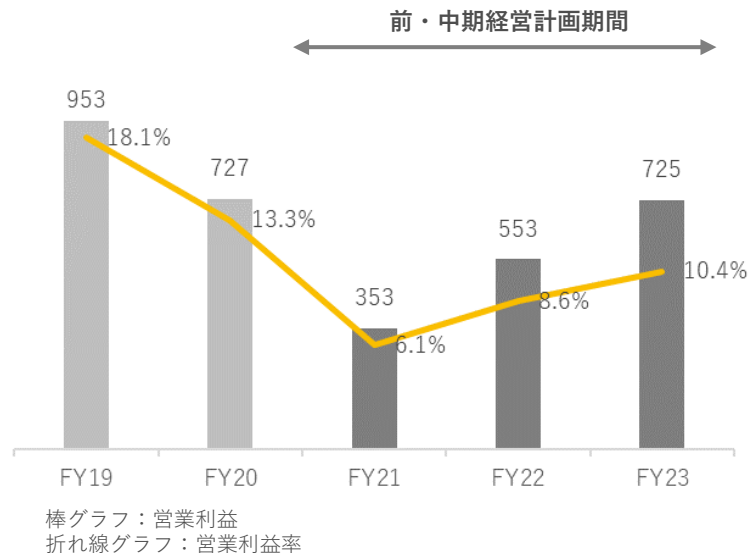
(2)前・中期経営計画の振り返り

- 「アドバンテッジ ウェルビーイング DXP」などの新サービスのリリースにより、「次の成長に向けた基盤づくり」「大手企業を中心とした総合提案」は進捗。コロナ禍の影響はありながら売上高の一定の成長は実現したが、成長スピードが想定を下回り本格的な投資回収フェーズはこれからとなる
- したがって利益水準についても改善途上となっており、売上高の成長と同様に生産性向上・高収益化により筋肉質な企業体質を目指す

売上高の推移 (単位: 百万円)



営業利益の推移 (単位: 百万円)



(2)前・中期経営計画の振り返り

□ 前・中期経営計画の期間において成長のための基盤づくりは進捗したものの、当初計画していた成果創出はこれからの段階

達成できたこと

- アドバンテッジ ウェルビーイング DXPを中核とした新サービスを順次リリースし、次の成長のための基盤づくりが進捗
- 事業成長のための基盤強化（人材育成強化・健康経営推進、ITケイパビリティ強化）についても推進できた



前・中期経営計画における課題

成長スピードが想定を下回る

- サービスのユーザビリティ面での課題（DXP、複数サービス提供時）
- 価値訴求に関する課題（DXP、メンタリティマネジメント関連商材）
- 営業リソース最適化、営業活動プロセス管理面での課題（全事業）

利益率の回復に遅れ

- 売上伸長の遅れによるシステム投資の回収／利益創出の遅れ
- 人的コストの増大による収益圧迫

2

02 事業環境認識

- (1)市場ポテンシャル
- (2)事業環境への適応

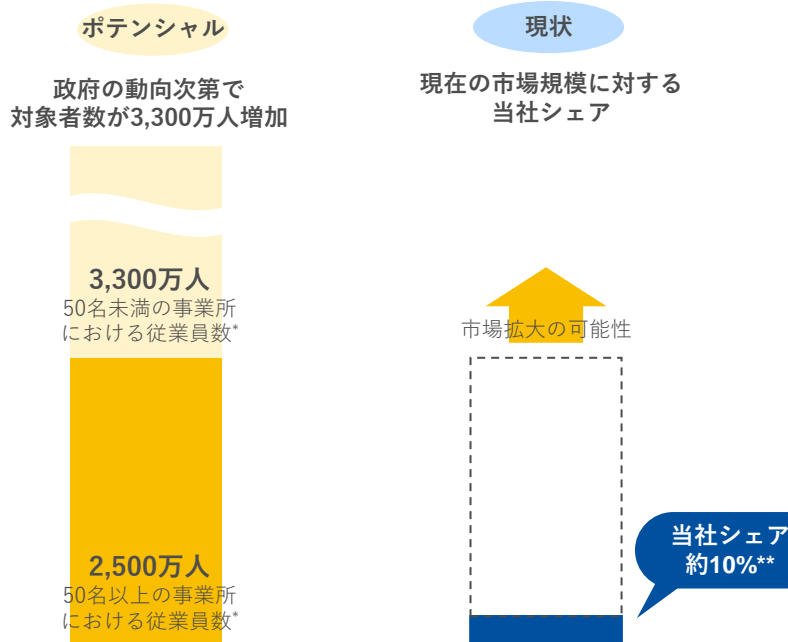


企業に
未来基準の
元気を!

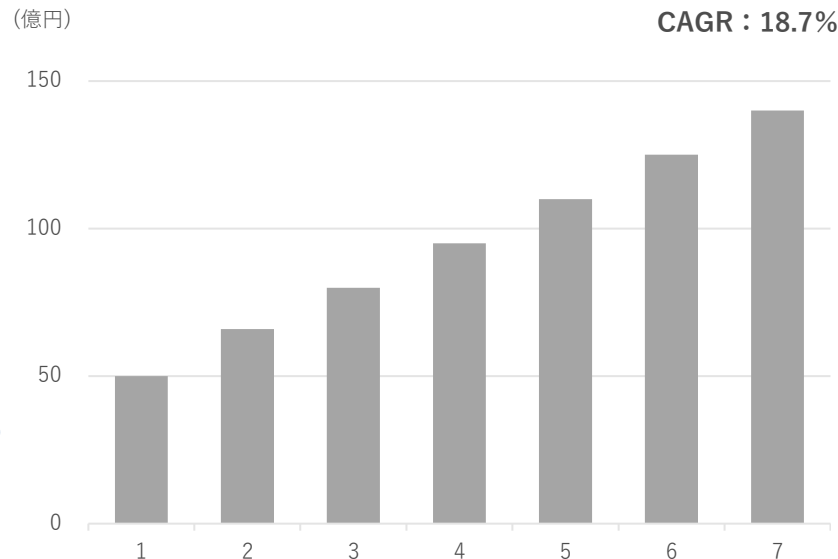
(1)市場ポテンシャル – メンタリティマネジメント事業

- 現在、政府において「ストレスチェック実施対象の拡大」のみならず「集団分析及び職場環境改善の義務化」についても議論されており、市場規模がさらに拡大する見込み
- エンゲージメント領域における市場規模は、想定よりも急速に拡大している

ストレスチェック市場



従業員エンゲージメント診断・サーベイクラウド市場規模推移***

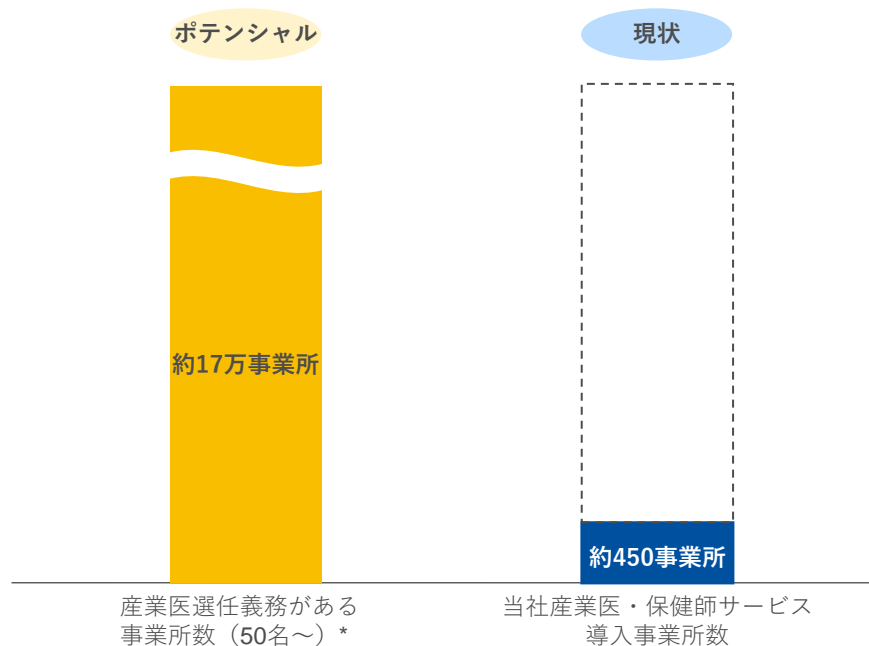


*総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査結果」国内の事業所における従業者数
**株式会社富士経済「データヘルス計画・健康経営・PHR関連市場と先進健保動向2021」より
***矢野経済研究所調査結果に基づき当社推計

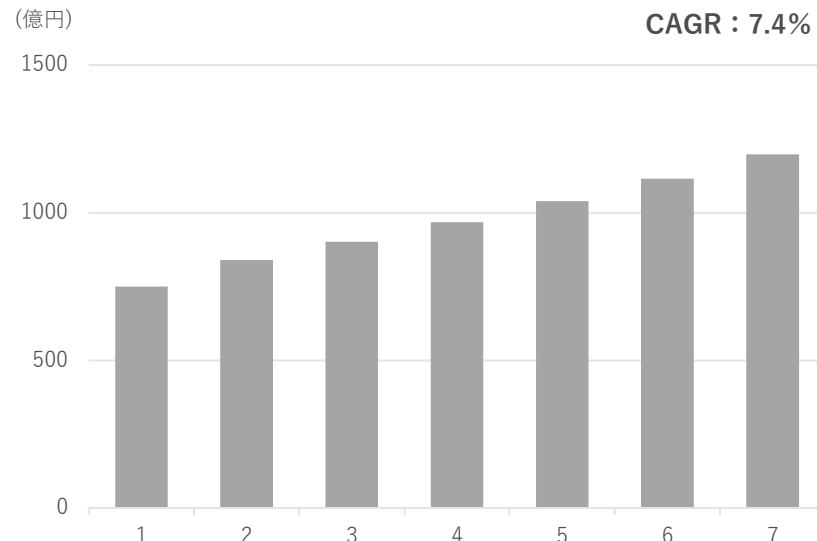
(1)市場ポテンシャル – 健康経営事業

- 嘱託の産業医選任が必要な事業所は約17万事業所、専属の産業医の選任が必要な事業所は約1,800事業所ありマーケット規模が大きい
- 働き方改革の影響を受けて健康経営・従業員の健康増進に取り組む企業が増加し、加えて生産性向上に向けた組織活性化や企業ブランディングの構築までサービス需要が拡大している

産業医・保健師紹介サービス市場



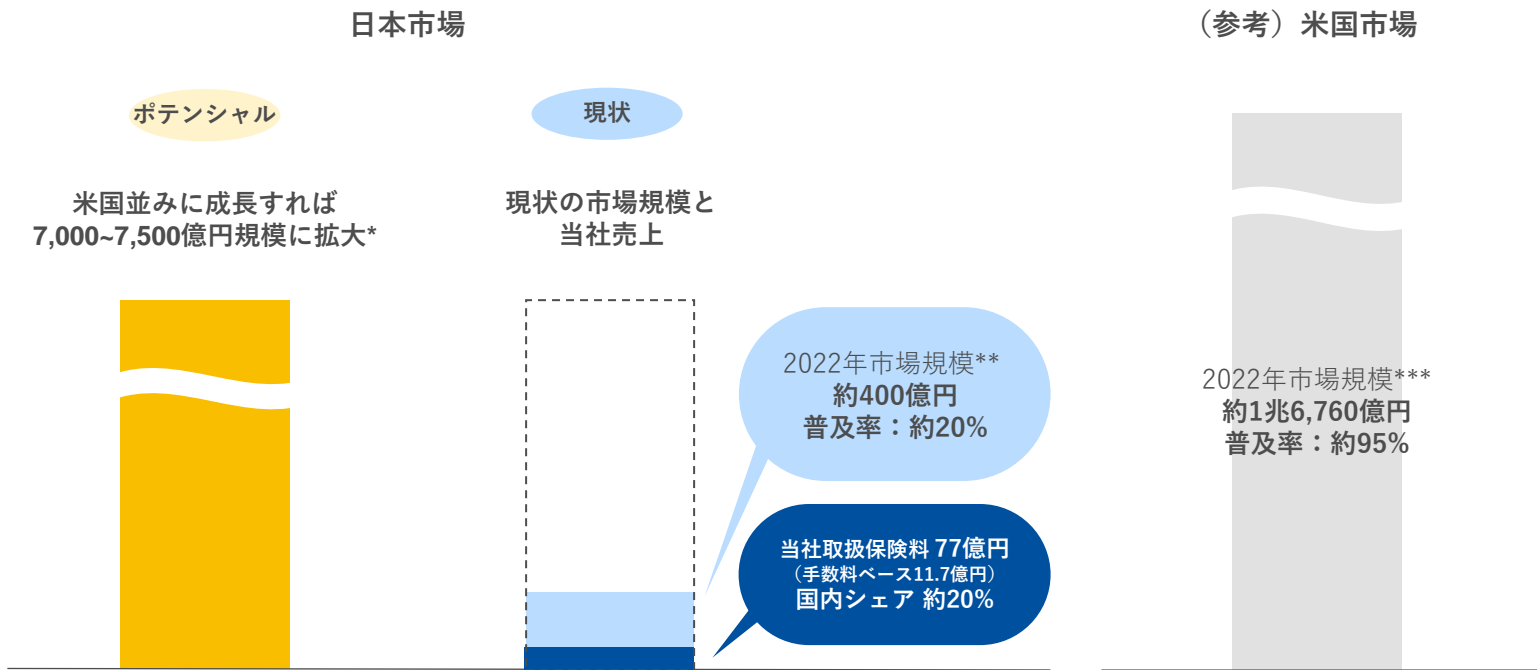
健診・健康経営支援サービス市場規模推移**



*厚生労働省「参考資料 現行の産業医制度の概要等」、総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査結果」
**矢野経済研究所調査結果に基づき当社推計

(1)市場ポテンシャル – LTD事業

- GLTDは米国において高い普及率と大きな市場規模を有しており、米国の状況に鑑みて、日本の市場規模のさらなる成長・拡大が期待できる

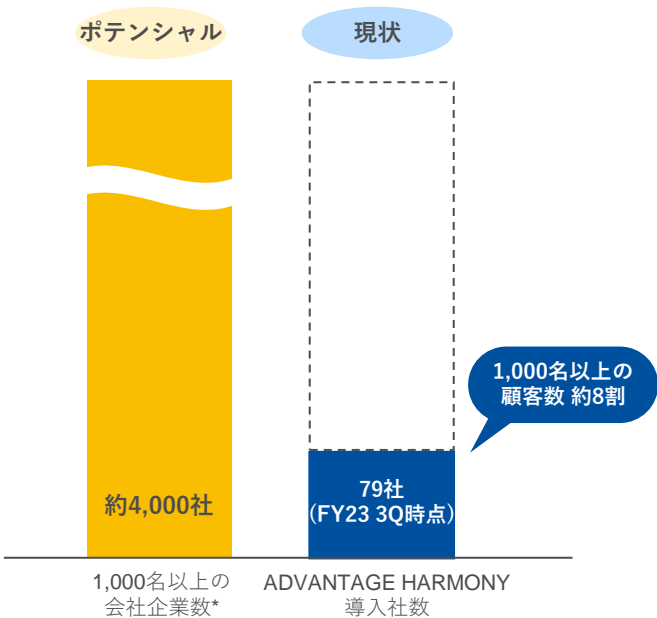


*労働政策研究・研修機構「データブック国際労働比較2023」より試算
**保険会社へのヒアリングおよびニッセイ『福利厚生アンケート調査』報告書要約
***2023 U.S. Group Disability Market Survey (Milliman)より1ドル132円として試算

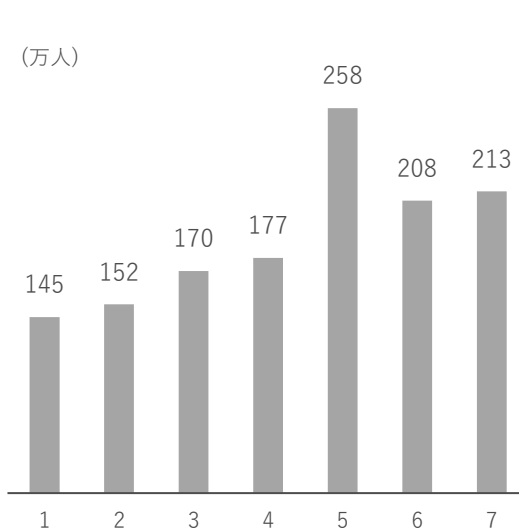
(1)市場ポテンシャル – 両立支援事業

- 休業者数は全体的に増加傾向にあり、特にメンタル不調による休業者がいた事業所の割合は年々増加
- ADVANTAGE HARMONYが主要ターゲットとしている従業員1,000名以上の企業数は約4,000社あり、市場の拡大余地は大きい

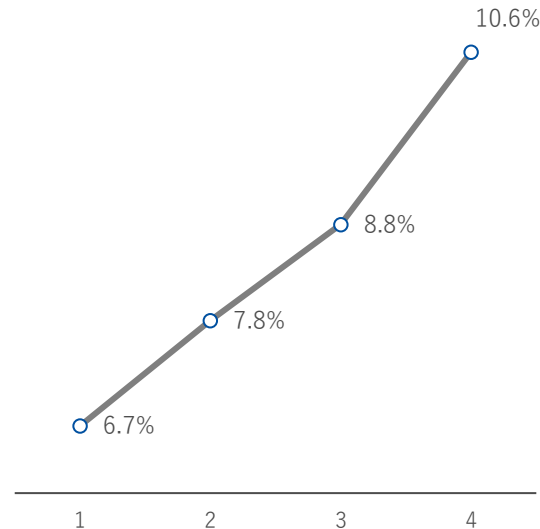
市場の拡大余地*



(参考) 休業者数の推移**



(参考) メンタル不調により連続1か月以上休業した労働者がいた事業所の割合の推移***



*総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査結果」
**総務省統計局「労働力調査(基本集計)2022年(令和4年)平均結果」
***厚生労働省「労働安全衛生調査(実態調査)」※2019年度はデータなし

(2)事業環境への適応 – 私たちが向き合う課題

- 日本における社会課題を背景に、中堅・中小企業においても「働き方改革」「健康経営」の関心が高まり、大手企業の取り組みは「ウェルビーイング経営」「人的資本経営」へと拡大。これらの取り組みを通じた企業の生産性向上も重要な検討テーマとなっている

日本における社会課題



少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少



育児や介護との両立、テレワークの浸透など働き方の多様化



高齢化を背景とした医療費の増大（2025年問題）

1

働き方改革・健康経営の浸透

政府の旗振りにより、企業における働き方改革・健康経営が進展し、現在はPDCAによる「施策の効果検証」「現場レベルでの改善実行」へのアテンションがより一層高まっている。

2

ウェルビーイング経営・人的資本経営への関心の高まり

日本におけるSDGs及びESGの浸透を背景に、企業におけるウェルビーイングに関する取り組みが進展。また人材を「資本」として捉え、その価値を最大限に引き出すことで、中長期的な企業価値向上につなげる「人的資本経営」を実現するための取り組みも促進されている。

3

企業の生産性向上が改めて課題に

人手不足の時代にあって、企業価値の向上や賃金上昇を達成するためには、従業員ひとりひとりの生産性の向上が不可欠である。教育などの人材投資に加え、従業員の心身の健康を守ることや、柔軟な働き方を支援することがより重要となる。

(2)事業環境への適応 – 当社を取り巻く事業環境

□ 競合各社の動向による脅威はあるものの、当社の各事業において拡大機会となる状況も多く見られる

競合環境

競合の増加

各種領域からエンゲージメント向上、健康経営推進、ウェルビーイング醸成等のサービスを展開する企業が増加し競争が激化。

低価格／付帯サービス

競合各社において、自社サービスにストレスチェックを低価格（もしくは無料）で付帯する動き。

事業提携やM&Aの活発化

健診関連企業や保険の機関代理店などにおける事業提携・M&Aが増加傾向。

顧客環境

効果創出への期待と要請

形だけの取り組みではなく、生産性の向上や人材の定着など、本当の意味での成果を顧客企業が求める傾向。

エンゲージメントへの関心拡大

エンゲージメント領域の市場規模は拡大が早く、関心は引き続き拡大傾向。

中小企業における関心拡大

「健康経営」や「ウェルビーイング」の認識が中小企業まで浸透。

社会情勢

政府主導での健康経営・人的資本経営の進展

健康増進の取り組みにおいて、政府主導で実効性を求める動きがあり、並行して人的資本開示の流れも進展。

保険料削減による保険料適正化の動き

普及の進展による保険見直し事例の増加、保険業界での不適切な事象の発生の影響を受けた保険料適正化の動き。

男性育児休業者、介護休業者の拡大

育児・介護休業法の改正等による男性育児休業者の大幅増加に加え、要介護者数増によって介護休業者数も増加の見込み。

3

03 中期経営計画2026の重点テーマ

中期経営計画2026の骨子、全体像など

- (1)総合販売の強化
- (2)既存事業の成長
- (3)新たな取り組みの推進
- (4)チャネル販売の推進
- (5)システム・業務改革の推進



企業に
未来基準の
元気を!

中計骨子

効果につながるプラットフォームとソリューションをより多くの企業に提供し
ウェルビーイング領域における圧倒的地位を目指す

実効性のある豊富で質の高いサービスをワンストップで提供し、お客さまの真のパートナーとしてウェルビーイング経営を支援

各事業の非連続的進化を含めた成長スピードの加速を実現させ、推進する全事業においてNo.1を目指す。同時に筋肉質な経営体質に転換し、収益性の向上も実現させる

※ 当社のウェルビーイング構成要素：心身の健康、従業員の成長、リスクの予防と発生時の支援、両立支援、福利厚生、余暇支援、会社との一体感醸成など

中期経営計画2026の位置づけ

～FY23
成長の基盤づくり

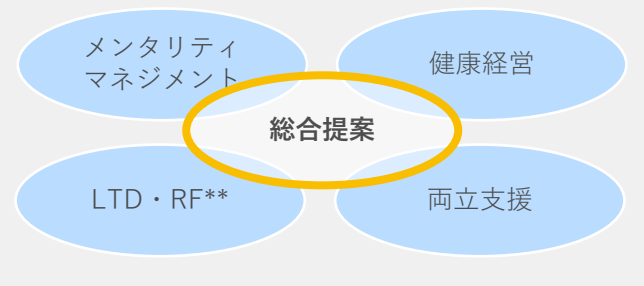
～FY26
成果創出・成長の加速

主要テーマ

総合提案の立ち上げにフォーカス
DXPリリースにより各サービスを連携させ、
情報一元化・分析、パルスサーベイ (pdCa) による
効果検証を実施

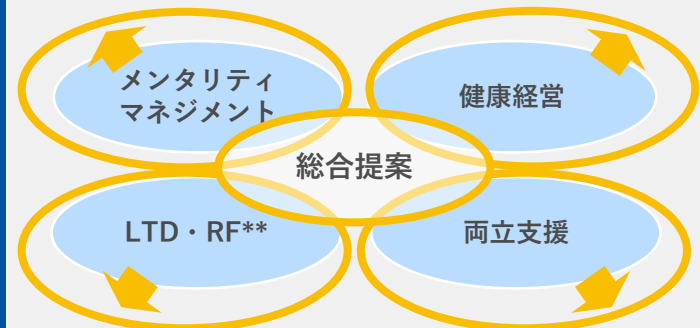
イメージ

多岐にわたる事業を、ウェルビーイングを中心に統合



個別事業強化にもフォーカス & 総合提案の進化・本格立ち上げ
カウンセラーのネットワーキング (MM)
LTD特化⇒EB保険*+システム販売 (LTD・RF)
パートナー販売 (事業共通)

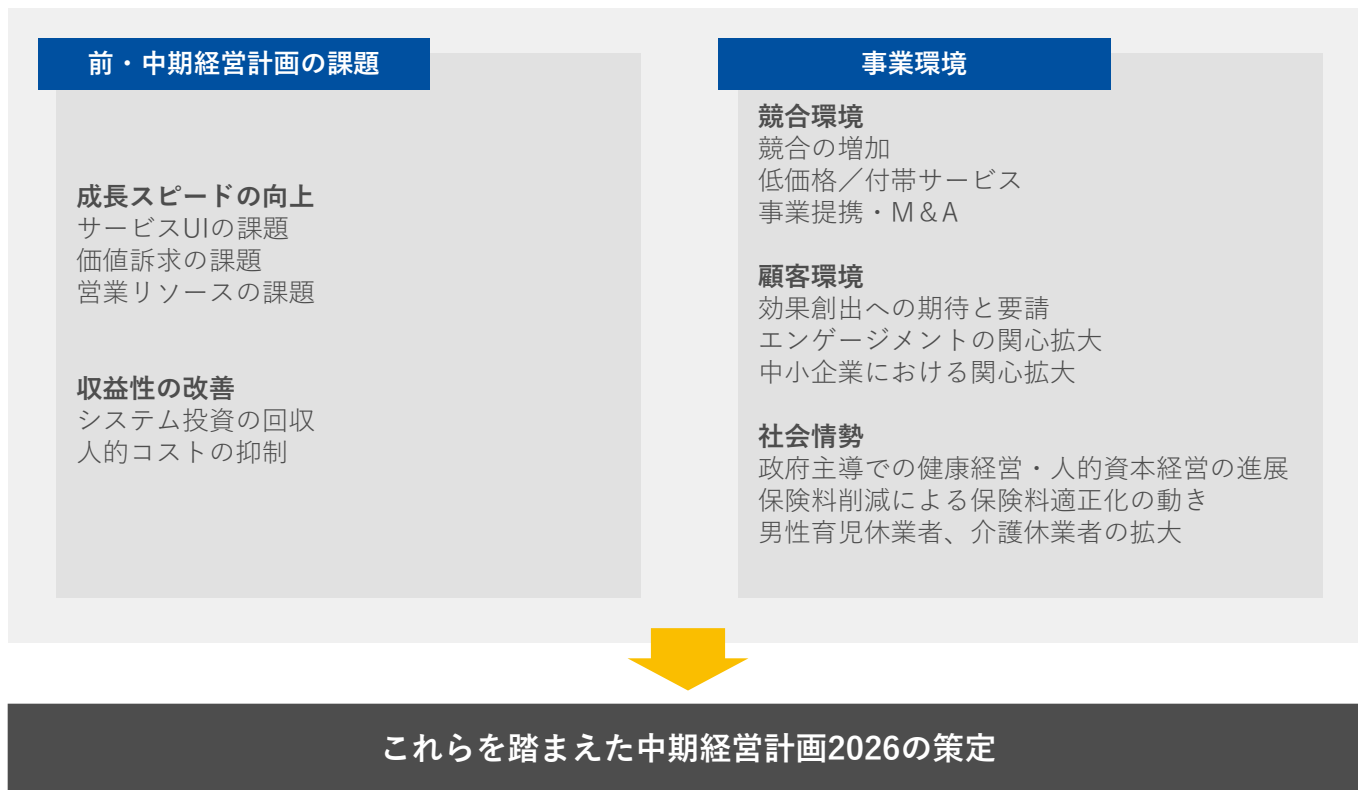
新たな取り組みにより個別事業を再強化
飛躍的成長を狙う



*EBはEmployee Benefitsの略、EB保険は複数職域向け保険のこと
**RFはRisk Financingの略、個人を対象にがん保険をはじめとする各種保険を販売

中期経営計画2026の策定プロセス

□ 前・中期経営計画における課題および事業環境を十分に考慮の上、中期経営計画2026の検討を実施



中期経営計画2026の重点テーマ – 全体像

□ 従来の取り組みの継続により着実な成長を実現させ、並行して新たな取り組みも推進し、面の拡大・成長の加速を実現させる

従来より推進してきた取り組みによる着実な成長

1. 総合販売の強化

DXPを基軸とした総合販売の継続と進展

- ・総合販売と個別販売の相互強化サイクル
- ・サービスの有機的結合とUI改善
- ・データ活用促進とAIによる付加価値向上
- ・BtoBtoE基盤づくり

2. 既存事業の成長

既存事業のオーガニックグロース強化

メンタリティマネジメント事業

エンゲージメントプラス・pdCa・カウンセリング・DXP推進、
ソリューション効果創出と収益性向上

健康経営事業

経営視点のサービス、ニーズ毎の産業保健支援、ソリューション促進

LTD事業・RF事業

両立支援／オンライン保険金請求の活用と保険料削減総合提案

両立支援事業

トップシェア実現、退職者支援・他サービスへの拡充、データ活用

新たな取り組みによる成長の加速

3. 新たな取り組みの推進

飛躍的成長のための新たな取り組みの推進

- ・カウンセラーのネットワーキングによるMM事業の拡大
- ・LTD特化型からEBプレイヤー*への進化
- ・中堅・中小企業に対応する新たなビジネスモデル開発

4. チャネル販売の推進

成長スピード向上のための販売提携の推進

- ・各サービスエリアの専門家との連携
- ・ターゲット市場の企業に多く顧客をもつ企業との連携

5. システム・業務改革の推進

拡大を支えるシステム・業務面での改革と収益性の向上

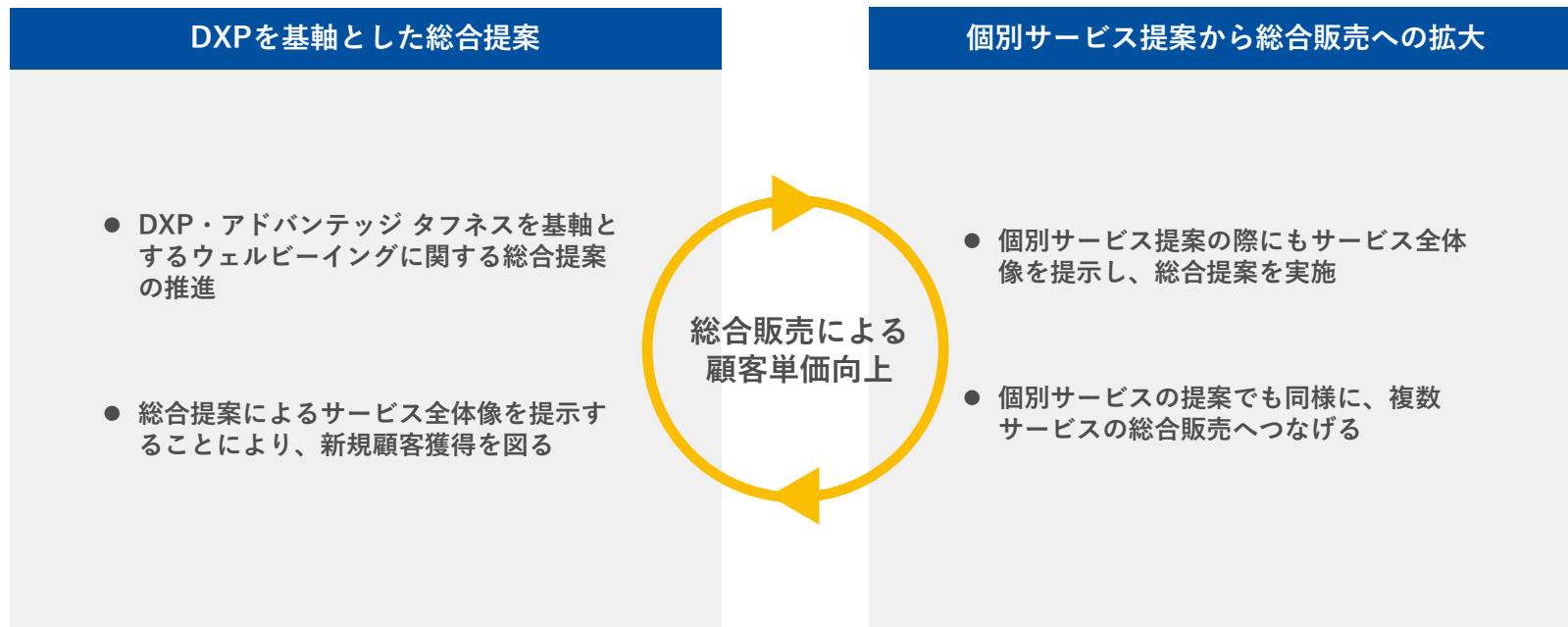
人的オペレーションの効率化／削減の促進
システム内製化によるコスト削減と開発スピードアップ

中期経営計画2026の重点テーマ – 「前・中期経営計画における課題」「事業環境」との紐づけ

重点テーマ	前・中期経営計画における課題					事業環境								
	成長スピードの向上			収益性の改善		競合環境			顧客環境		社会情勢			
	サービスUI の課題	価値訴求の 課題	営業リソース の課題	システム投資 の回収	人的コスト の抑制	競合の増加	低価格/付 帯サービス	事業提携 ・M&A	効果創出へ の期待と 要請	エンゲージ メントの 関心拡大	中小企業に おける関心 拡大	健康経営・ 人的資本経 営の進展	保険料削減 による保険 料適正化	男性育児・ 介護休業者 の拡大
1. DXPを基軸とした総合販売の継続と進展														
総合販売と個別販売の相互強化サイクル	✓	✓	✓									✓		
サービスの有機的結合とUI改善		✓												
データ活用促進とAIによる付加価値向上		✓												
BtoBtoE基盤づくり						✓			✓					
2. 既存事業の成長														
<メンタリティマネジメント事業>														
エンゲージプラス・pdCa・カウンセリング・DXP推進						✓	✓		✓	✓		✓		
ソリューション効果創出		✓							✓			✓		
収益性向上				✓	✓									
<健康経営事業>														
経営視点のサービス提供		✓				✓	✓		✓			✓		
ニーズ毎の産業保健体制構築		✓				✓	✓		✓			✓		
ソリューション促進		✓				✓			✓		✓	✓		
<LTD事業・RF事業>														
両立支援/オンライン保険金請求活用		✓				✓	✓							
保険料削減と総合提案			✓		✓	✓						✓	✓	
<両立支援事業>														
トップシェアの確立						✓								✓
休職者支援・他事業サービス拡充						✓								✓
データ活用による新たな収益モデル検討						✓			✓			✓		
3. 新たな取り組みの促進														
カウンセラーネットワーク						✓		✓						
EBプレイヤーへの進化						✓	✓	✓						
中堅・中小ビジネスモデル開発										✓				
4. チャネル販売の促進														
専門家チャネル			✓			✓								
市場を持つ企業との連携			✓			✓								
5. システム・業務の推進														
人的オペレーションの効率化/削減の促進					✓									
システム内製化によるコスト削減等				✓										

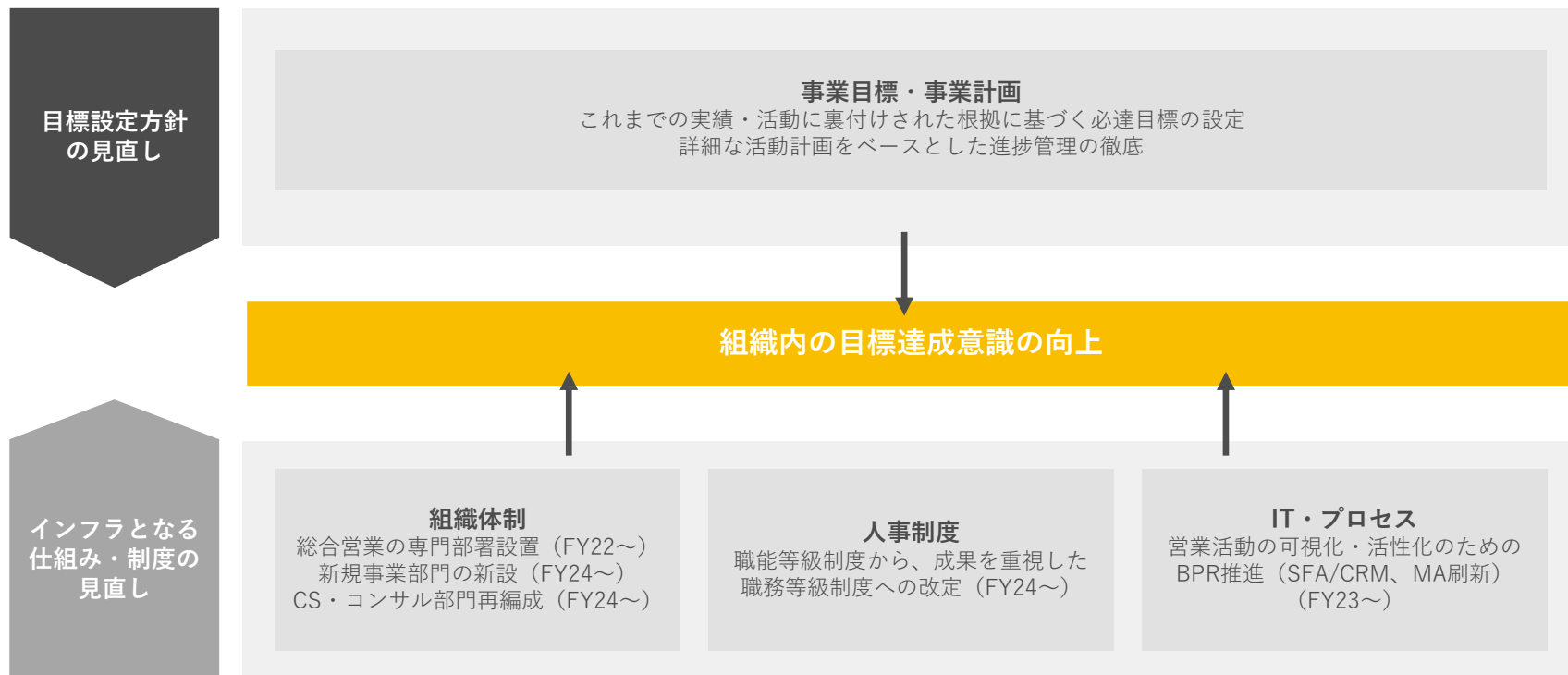
(1)DXPを基軸とした総合販売の継続と進展 – 総合販売と個別販売の相互強化サイクル

□ 顧客単価の向上を目指して、多岐にわたるサービスに関するDXPを基軸とした総合提案を推進



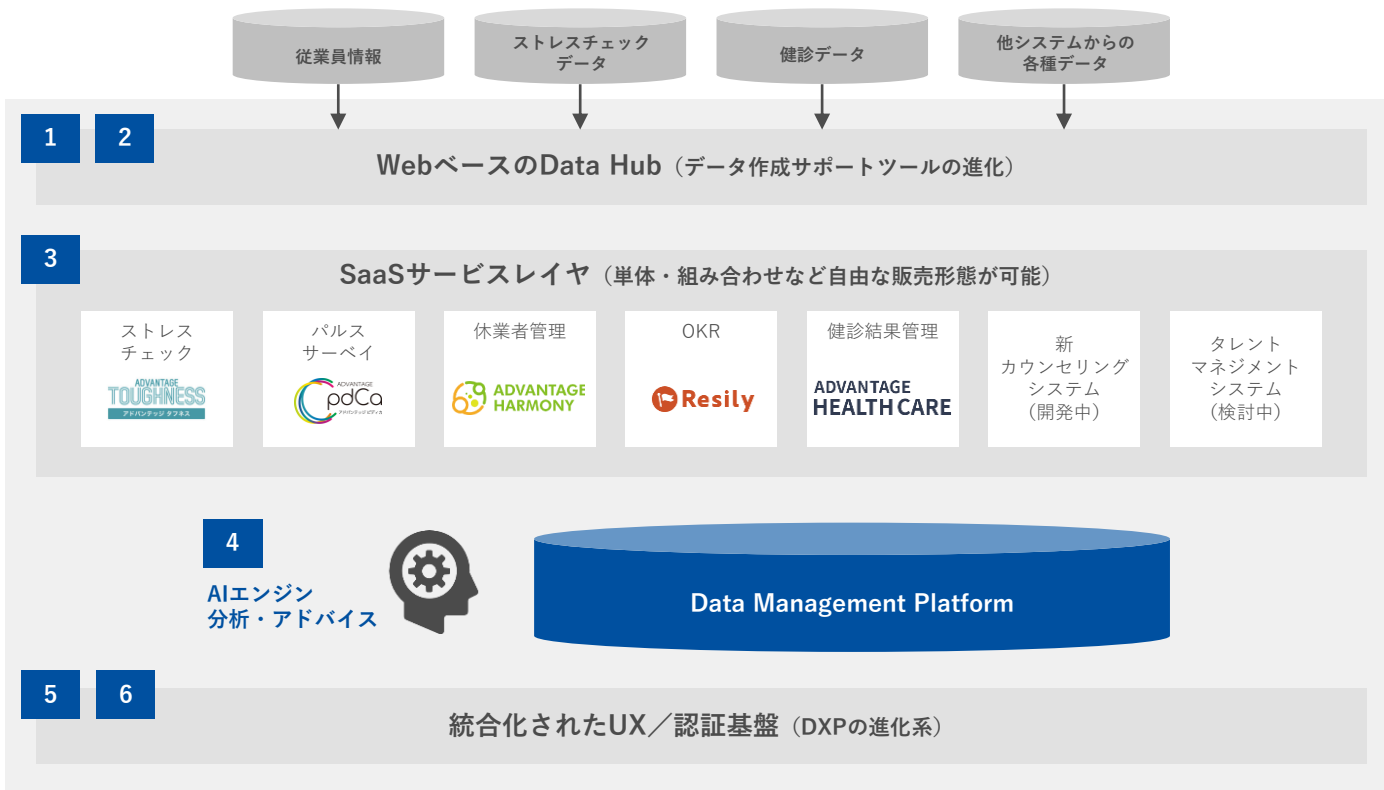
(1)DXPを基軸とした総合販売の継続と進展 – 総合販売と個別販売の相互強化サイクル

□ 今後の事業成長の実現に向けて、目標および仕組み・制度の両面から、目標達成意識向上のための取り組みを推進



(1)DXPを基軸とした総合販売の継続と進展 – サービスの有機的結合とUI改善

□ One Platform化を進めることによって、DXPのユーザビリティ向上と価値の最大化を図る

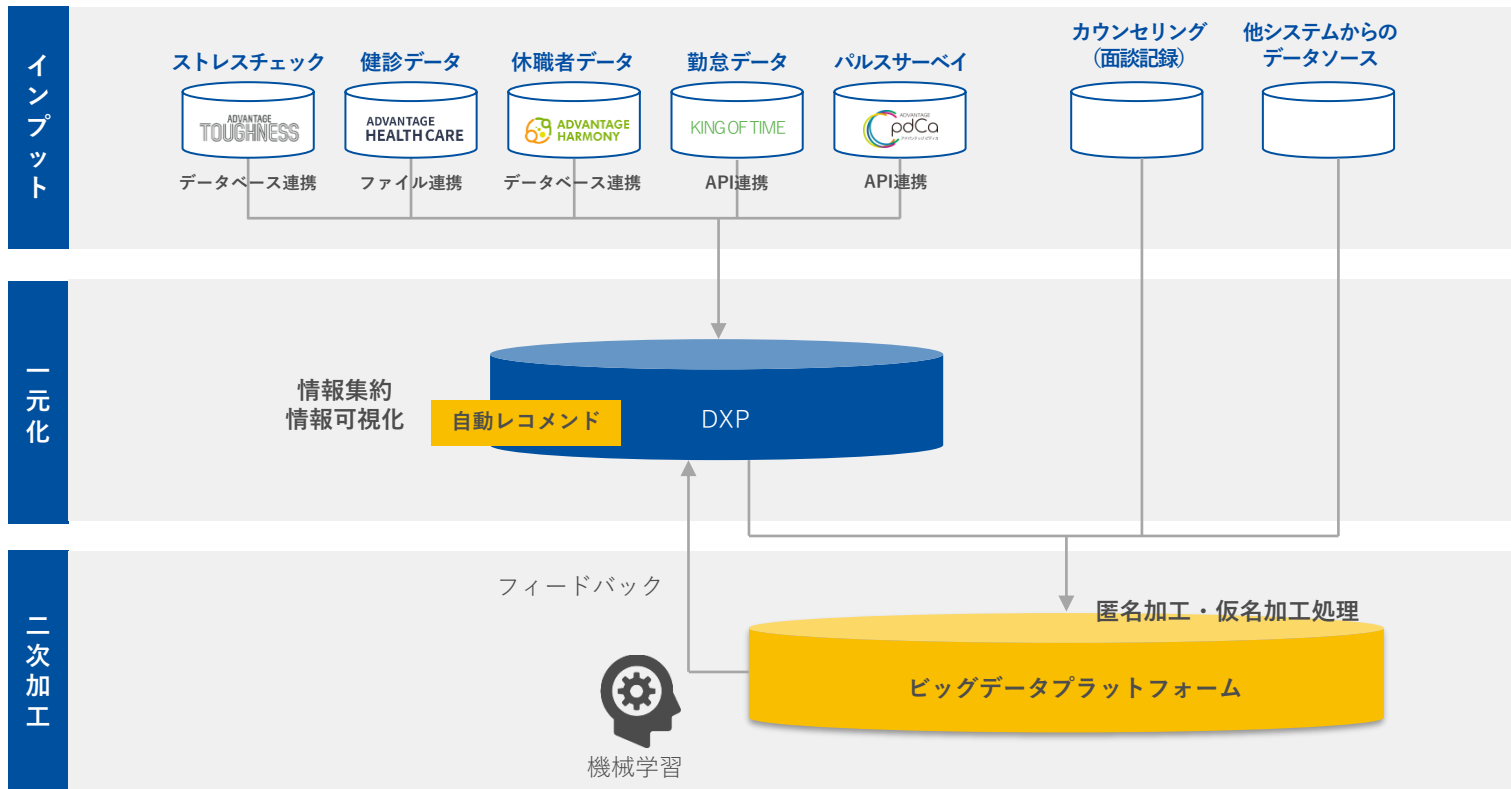


One Platform化によって解決される課題

- 1 人事視点でサービス導入作業の集約（人事データ取込・ユーザ登録）
- 2 従業員情報と各種サービスのアサイン管理の集約（サービス毎のライセンス一元管理）
- 3 各種サービスの契約の一元管理
- 4 AIによるソリューション群へ自動レコメンド機能搭載
- 5 DXPとサービス間の機能重複解消・UIの統合化
- 6 ログイン認証のサービス間共通化

(1)DXPを基軸とした総合販売の継続と進展 – データ活用促進とAIによる付加価値向上

□ DXPの付加価値向上のために、AI活用に関する取り組みも並行して進める。AIを活用したカウンセリング業務の効率化も検討中



(1)DXPを基軸とした総合販売の継続と進展 – BtoBtoE領域の基盤づくり

□ 従業員が恒常的に使う魅力のあるサービスの拡充など、BtoBtoE領域の基盤づくりを継続して推進



(2)既存事業の成長 – 各事業における重点テーマ

メンタリティマネジメント事業

- ①エンゲージメントプラス・pdCa・カウンセリング・DXPの推進
 - ・ ストレスチェック見直し機運を捉える際の差別化の武器として活用
 - ・ 既存顧客におけるメンタルヘルスケアからエンゲージメント・健康経営領域への拡大
- ②ソリューション効果の創出と最大化
 - ・ pdCaの効果測定蓄積データに基づく付帯率向上と商品開発・改良
 - ・ チェック結果等を活用したソリューションのデータベースマーケティング*実施
- ③業務効率改善およびシステム開発内製化による収益性の飛躍的向上

健康経営事業

- ①顧客ニーズ明確化と適切な健診システム／健診予約サービスの提案
 - ・ 産業保健スタッフニーズと企業視点での価値のバランス訴求
 - ・ 品揃え拡大、高価格高機能vs機能を絞り価格を抑えたサービス
- ②ニーズに基づく産業保健領域のサービス拡大
 - ・ 産業保健スタッフ紹介事業の拡大、派遣・紹介+マッチング
 - ・ さんぼLABと他事業のシナジーの最大化（営業機会の創出）
- ③体の健康に関するソリューションの開発と推進
 - ・ 健康経営推進・生産性向上に向けた、従業員向けの体の健康ソリューションの開発・推進

LTD事業・RF事業

- ①差別化による新規顧客獲得と既存顧客への付加価値向上・落ち防止
 - ・ HARMONYと組み合わせた退職者支援総合サービスとしての展開
 - ・ オンライン保険金請求を活用した顧客企業の業務効率化・従業員の利便性向上
- ②ARMの他部門商材の活用による既存顧客価値最大化／他社切り替え
 - ・ LTD既導入／非ARM顧客企業へのARM他サービスと合わせた総合提案
 - ・ 既存顧客への適正保険料提案徹底とARM他サービスによるリスク削減提案
- ③RFの既存サポート体制の強化
 - ・ 多項目販売体制（損保第三分野）の構築
 - ・ EBプラットフォーム**を活用した効率的販売（新たな取組みと連携）

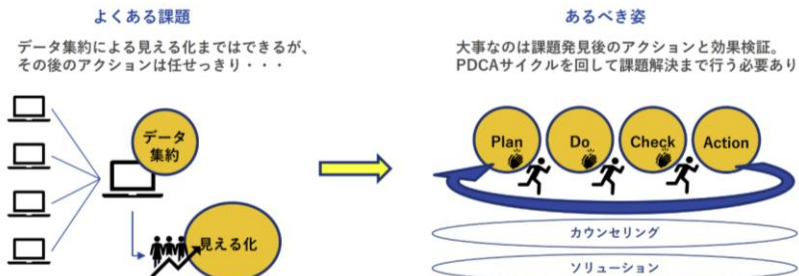
両立支援事業

- ①普及率の向上と圧倒的シェアの獲得およびそれを支える体制の構築
 - ・ 直接販売に加え、チャネル販売の拡大（社労士、保険会社等）
- ②両立支援サービスによる上乗せの拡大・ARM他事業部サービスとの連結による付加価値向上
 - ・ eRework／復職支援サービス、Career&Baby、その他
- ③データ活用による新たな収益モデルの検討

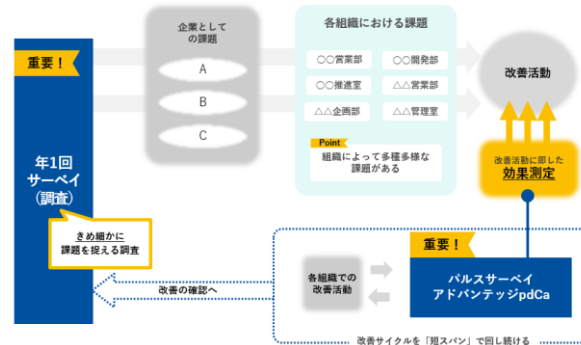
*顧客情報を利用して、効果的なマーケティング施策を実行する手法
**企業職域における保険募集のための次世代プラットフォーム

(2) 既存事業の成長 – メンタリティマネジメント事業成長戦略

アクションと効果検証のPDCAを回す



pdCaを活用した効果検証の実施徹底



タフネスをフロントに見せてDXPを活用



(2)既存事業の成長 – 健康経営事業成長戦略

コンセプト

ウェルビーイング経営の推進に貢献するソリューション開発およびコンサルティング営業の実行

新サービス開発

体の健康に関するソリューションの開発と推進

- 健康経営推進・生産性向上に向けた従業員向けの体の健康ソリューションの開発・推進

既存サービス強化・拡大

顧客ニーズ明確化と適切な健診システム
／健診予約サービスの提案

- 産業保健スタッフニーズと企業視点での価値のバランス訴求
- 品揃え拡大、高価格高機能vs機能を絞り価格を抑えたサービス

ニーズに基づく産業保健領域サービスの拡大

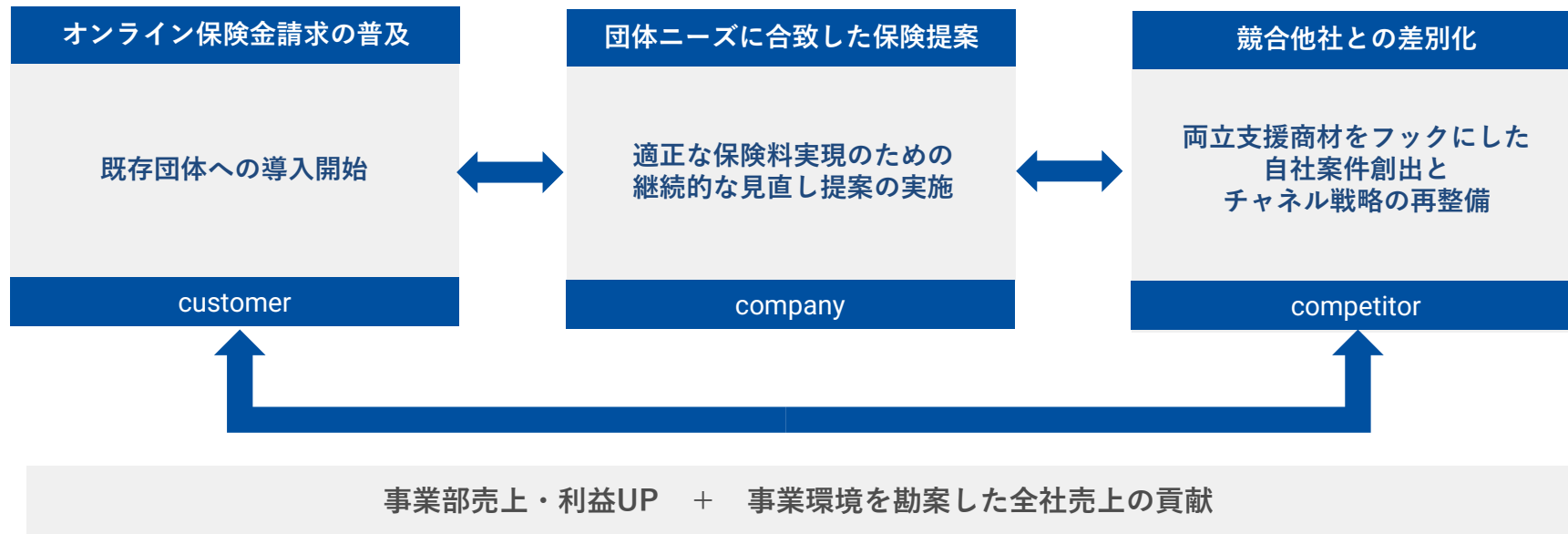
- 産業保健スタッフ紹介事業の拡大、派遣・紹介+マッチング
- さんぽLABと他事業のシナジーの最大化（営業機会の創出）

(2) 既存事業の成長 – LTD事業成長戦略

コンセプト

～ARMファンを増やす活動～
【ベネフィットLTD】 → 【両立支援LTD】 への進化

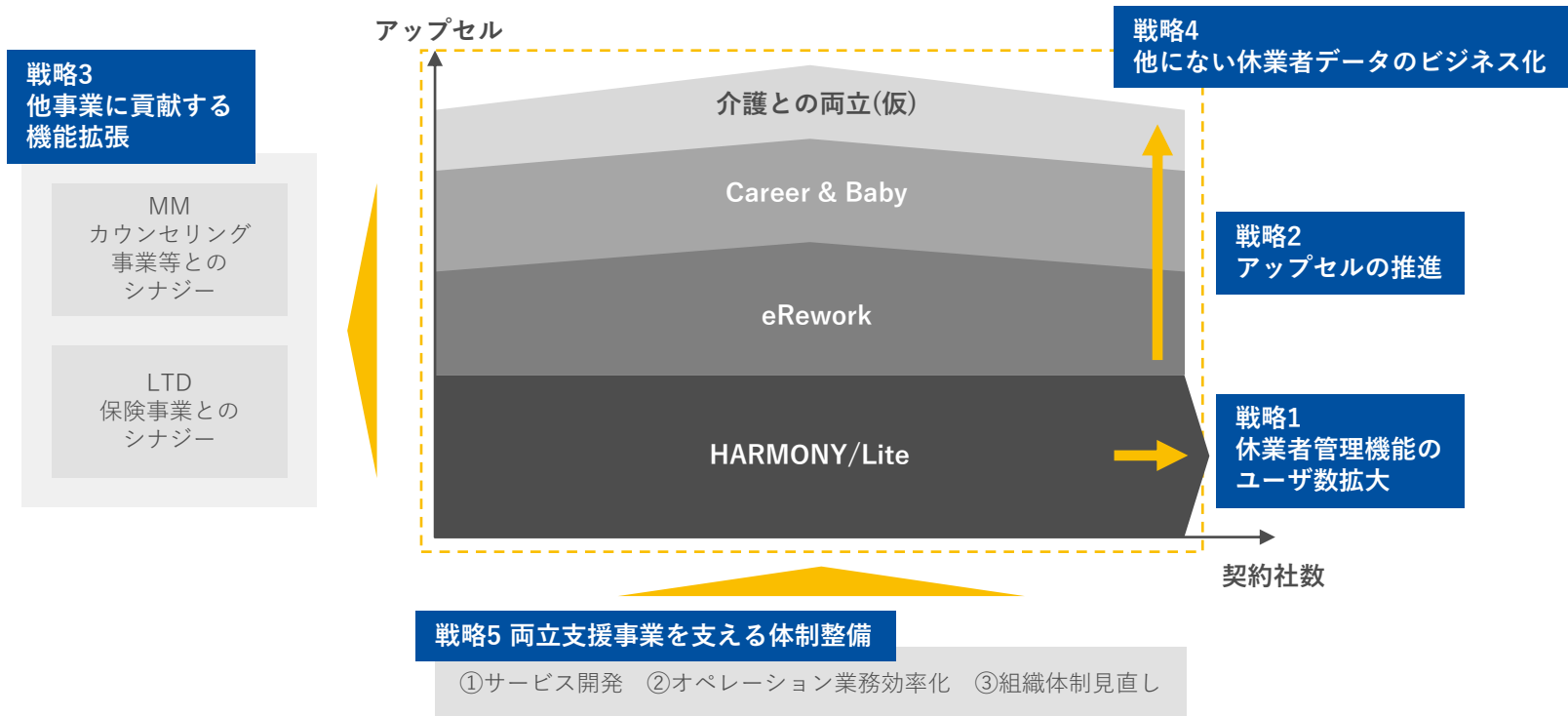
3つの戦略



(2)既存事業の成長 – 両立支援事業成長戦略

コンセプト

1. 休業者管理マーケットでの安定シェア獲得、マーケットでの認知の確立（休業者管理ユーザ数拡大）
2. 休業者管理と両立支援一体運用の提案により、競合他社対比で優位に展開（アップセルの推進）
3. 他事業とのシナジーを強化し、全社の成長に繋がる仕組みを実現（他事業に貢献する機能拡張）
4. 休業者管理・両立支援データを活用した、新たな収益モデルの検討推進（他にない休業者データのビジネス化）
5. 事業を支えるサービス開発と安定したオペレーションの改善の推進（両立支援事業を支える体制整備）



(3)新たな取り組みの推進 – 個別事業の成長加速に向けて

- 個別事業の成長を加速させる取り組みの一環として、メンタリティマネジメント事業、LTD事業・リスクファイナンス事業、ミドルマーケット事業において新たな取り組みを推進中

メンタリティマネジメント事業

カウンセラーのネットワーキングによるメンタリティマネジメント事業の拡大

- ストレスチェック、カウンセリングシステムの提供による業務支援
- ARM独自ソリューションの提供による顧客単価の拡大

LTD事業・RF事業

複数保険会社EB保険業務システムによるLTD特化型からEBプレイヤー*へ進化

- LTD既存顧客へのEB商品の紹介
- 企業機関代理店へのEBプラットフォーム**の提供



ミドルマーケット事業

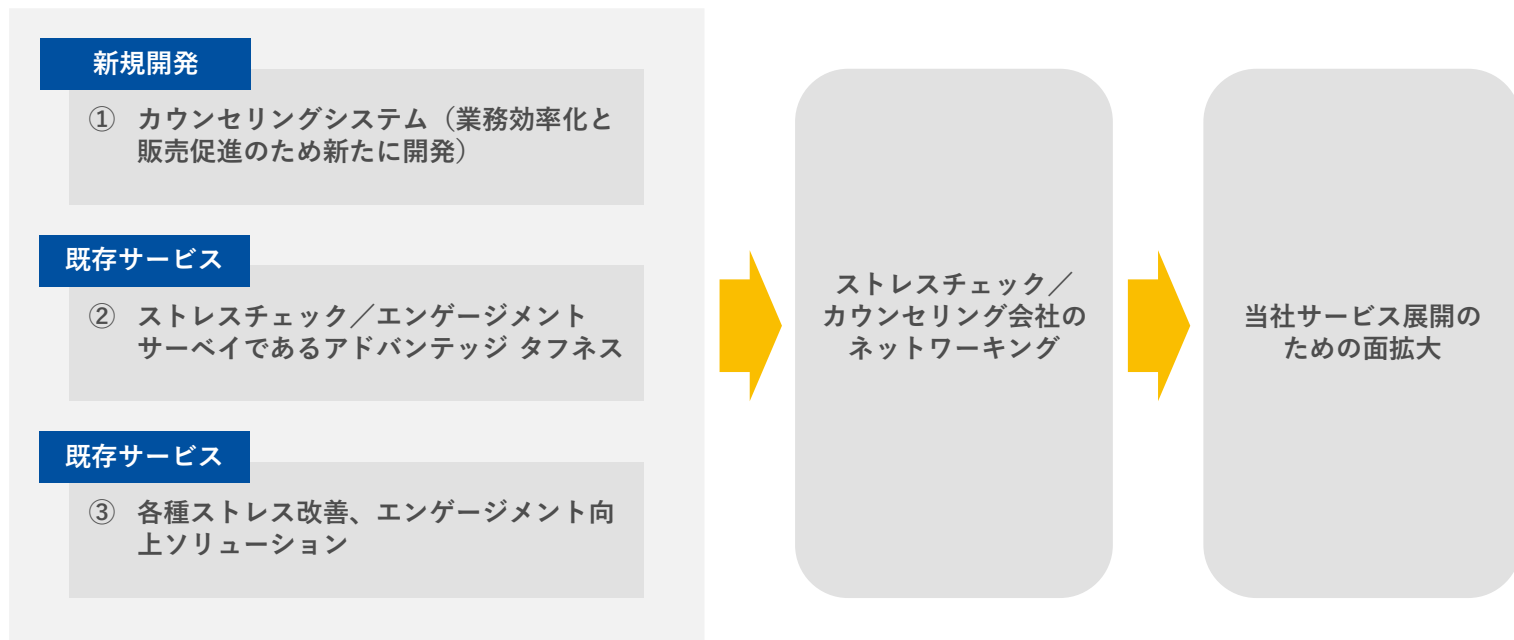
中堅・中小企業ニーズに対応する新たなビジネスモデル・サービスの開発

- 就業障がい者支援サービスとメンタリティマネジメントサービスの統合
- 中堅・中小企業に商品・顧客を持つ企業との連携

*EBはEmployee Benefitsの略、EBプレイヤーは複数職域向け保険を扱う事業者のこと
**企業職域における保険募集のための次世代プラットフォーム

(3)新たな取り組みの推進 – カウンセラーのネットワーキングによるMM事業の拡大

- 開発するカウンセリングシステムに、「ストレスチェック／エンゲージメントサーベイであるアドバンテッジ タフネス」および「各種ストレス改善、エンゲージメント向上ソリューション」をセットし、ストレスチェック会社／カウンセリング会社にインフラ・商品提供を実施、ネットワークを構築することで面拡大を行う



(3)新たな取り組みの推進 – LTD特化型からEBプレイヤーへの進化

EB保険事業参入の経緯・狙い

EB保険*における課題

- EB保険において、複数保険会社の商品を扱った場合、保険会社によって複数の募集Webとなり、代理店・利用者双方の利便性が低い
- 実質的に紙からWeb募集・加入手続きへの移管が進まず、高コストの原因となっている

EBプラットフォーム**による課題解決、メリット

- EBプラットフォームは、Webを活用した複数保険会社の募集・加入手続き支援システム
- 当システムによって、一つのWeb画面で複数保険会社のEB保険の募集・加入手続きが可能となり、以下のようなメリットがある
 - 保険内容の迅速な変更や、通年の随時加入の実現等による、利用者の利便性向上と代理店の収益向上
 - また、利用者の「単一のIDとパスワード」「単一の加入手続き」が実現され、加入時の脱落が低い



SaaSモデルでのシステムビジネスの展開

次世代の保険募集プラットフォームとして、EB保険業務システムの外部提供を検討中

- 複数保険会社の同時募集
- 保険代理店ビジネスの品質向上
- システムを通じた代理店業務の効率化支援

自社ノウハウをベースとしたシステム開発を通じて、保険代理店ビジネスに関する新たな機会を創出

保険情報を活用した従業員のリスクカバーに関する企業・従業員向けサービスへの展開

- 従業員向け：リスクと保険による補償状況の一覧化・一括管理サービス
- 企業向け：従業員のリスクカバー状況＝ファイナンシャル・ウェルビーイングのDXPへの搭載

*EBはEmployee Benefitsの略、EB保険は複数職域向け保険のこと
**企業職域における保険募集のための次世代プラットフォーム

(4)チャネル販売の推進

各サービスエリアの専門家との連携

HARMONYの新規顧客開拓

- 社労士事務所、保険会社との連携

DXPの導入促進

- 人事コンサルティング会社との連携



ターゲット市場の企業に多く顧客をもつ企業との連携

中堅・中小企業向けの展開、地方戦略の推進

- 銀行・証券会社との提携による、ネットワークの活用

人事系ソリューション企業との連携

- 相互補完できる人事系ソリューション企業との有機的な連携

(5) システム・業務改革の推進

人的オペレーション効率化／工数削減の促進

事業運営コストの最適化・最少化、最大効率でのサービス提供モデルへの抜本改革

- 全社共通の取り組みとして人員・コスト・販促手法等の見直しを進め、効率的・効果的な組織運営によって、組織の生産性向上・高利益体質への転換を実現させる



システム内製化によるコスト削減と開発スピードアップ

内製化比率アップによる開発費用抑制と市場への迅速な対応強化

- エンジニアリソースを上流開発のみならず、製造・試験・デリバリ含めたワンストップでの開発を目指す
- プロジェクト横断でのチームングの実現

4

04 数値目標

- (1) 全社数値目標
- (2) 株主還元



企業に
未来基準の
元気を!

(1) 全社数値目標

□ 中期経営計画として、FY26の売上目標 90～95億円（CAGR 10%）、営業利益 13億円～16億円を目標とする

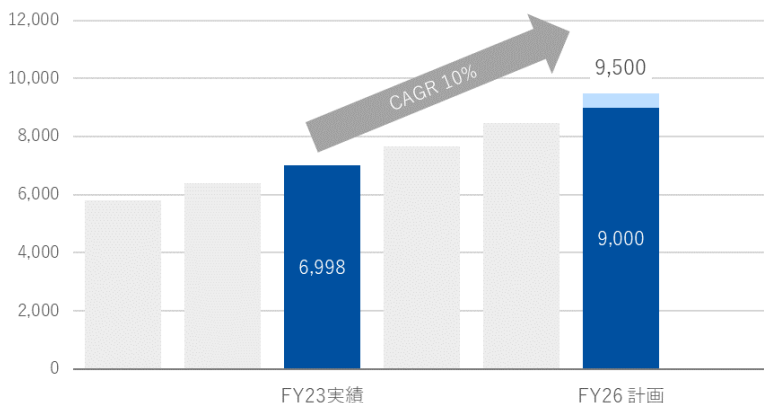
（単位：百万円）

	FY23 実績	FY26 計画
売上高	6,998	9,000～9,500
営業利益	725	1,300～1,600
営業利益率	10.4%	14.4%～16.8%

主要
目標

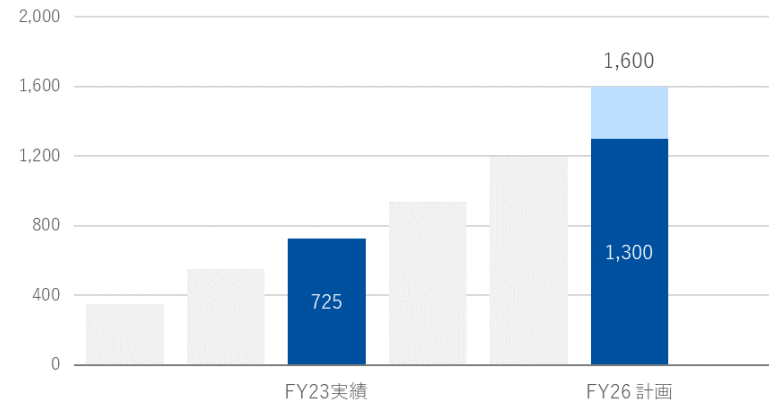
売上高

（単位：百万円）



営業利益

（単位：百万円）



(2)株主還元

- 企業価値の継続的向上を図るとともに、株主の皆様に対する利益還元を経営上の重要事項の一つとして位置付け、これまで以上に株主還元を強化する

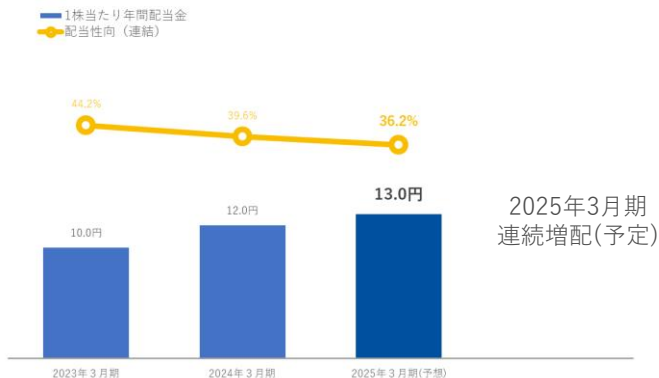
配当方針変更

- 従前の連結配当性向30～35%を見直し、**連結配当性向35%以上に変更**
- 今後も業績、財務状況、今後の事業展開等を総合的に勘案して、安定的・継続的に配当を実施することを基本方針とする

自己株式取得

- 株主還元の充実ならびに資本効率の向上を目的に、自己株式の取得を行う

【配当金の推移】



【今回取得の内容】

■ 取得に係る事項の内容

- | | |
|----------------|------------------------|
| (1) 取得対象株式の種類 | 当社普通株式 |
| (2) 取得し得る株式の総数 | 1,000,000株(上限)* |
| (3) 株式の取得価額の総額 | 600,000,000円(上限) |
| (4) 取得期間 | 2024年5月20日～2024年12月30日 |

■ 消却に係る事項の内容

- | | |
|---------------|-----------------|
| (1) 消却する株式の種類 | 当社普通株式 |
| (2) 消却する株式の数 | 取得した自己株式の全株式数** |
| (3) 消却予定日 | 2025年1月31日 |

* 発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合5.88%

**消却する株式の数は、自己株式の取得の完了後、改めてお知らせする予定

本資料に含まれる計画、見通し、戦略その他の将来に関する記述は、本資料作成日時点において当社が入手している情報および合理的であると判断している仮定に基づくものであり、さまざまなリスクおよび不確実性が内在しています。

そのため実際の業績などは、経営環境の変動などにより、当該記述と著しく異なる可能性があり、正確であるという保証はありません。

また、本資料に記載されている当社および当社グループ以外の情報は、一般に公知の情報に依拠したものであり、情報の正確性などについて保証するものではありません。

その他、本資料に記載されている会社名・商品名等は、一般に各社の商標または登録商標です。

企業に未来基準の元気を!

