

株式会社みんなのウェディング (東証マザーズ 3685)

## 2016年9月期 決算説明資料

---

2016年11月

# 2016年9月期 決算ハイライト

---

## ■ 通期業績

- ・売上高**1,703百万円**（前年比 **△9.8%**）、営業利益**234百万円**（前年比 **+38.7%**）で**減収増益**となった。
- ・新商品の販売・転換の促進を行った結果、掲載単価は上昇したが、一部の式場の解約により有料掲載結婚式場数は減少した。
- ・式場以外の広告売上は、見込違いとなり伸び悩んだ。

## ■ 継続的なサイト価値の向上

- ・全体UB数（※1）は**過去最高の460万人**を達成。のべ結婚式場ページ利用者数（※2）、結婚式場へのユーザー訪問予約数（※3）、本番口コミ投稿件数も順調に増加し過去最高を達成した。
- ・しかしながら、サイト価値の向上を売上高に結び付けることはできなかった。

## ■ 将来に向けた事業基盤整備

- ・結婚式プロデュースの「**Brideal**」を譲渡した。
- ・「**みんなのファミリーウェディング**」を「みんなのウェディング」に**統合**した。
- ・クラウドサーバーへの移行、使用プログラミング言語の変更により、開発体制の基盤を強化した。

(\*1) 全体UB数：「みんなのウェディング」サイトの月間利用者数をブラウザ数と端末数から算出。2015年6月より「みんなのウェディングアプリ」の月間利用者数も含む。

(\*2) のべ結婚式場ページ利用者数：「みんなのウェディング」サイトに掲載している結婚式場ページを閲覧した利用者数を結婚式場ごとに算出して累計した数。

(\*3) 結婚式場へのユーザー訪問予約数：ユーザーが「みんなのウェディング」サイト経由で結婚式場を訪問予約した件数。

# 1. 業績概要 (2015年10月1日～2016年9月30日)

---

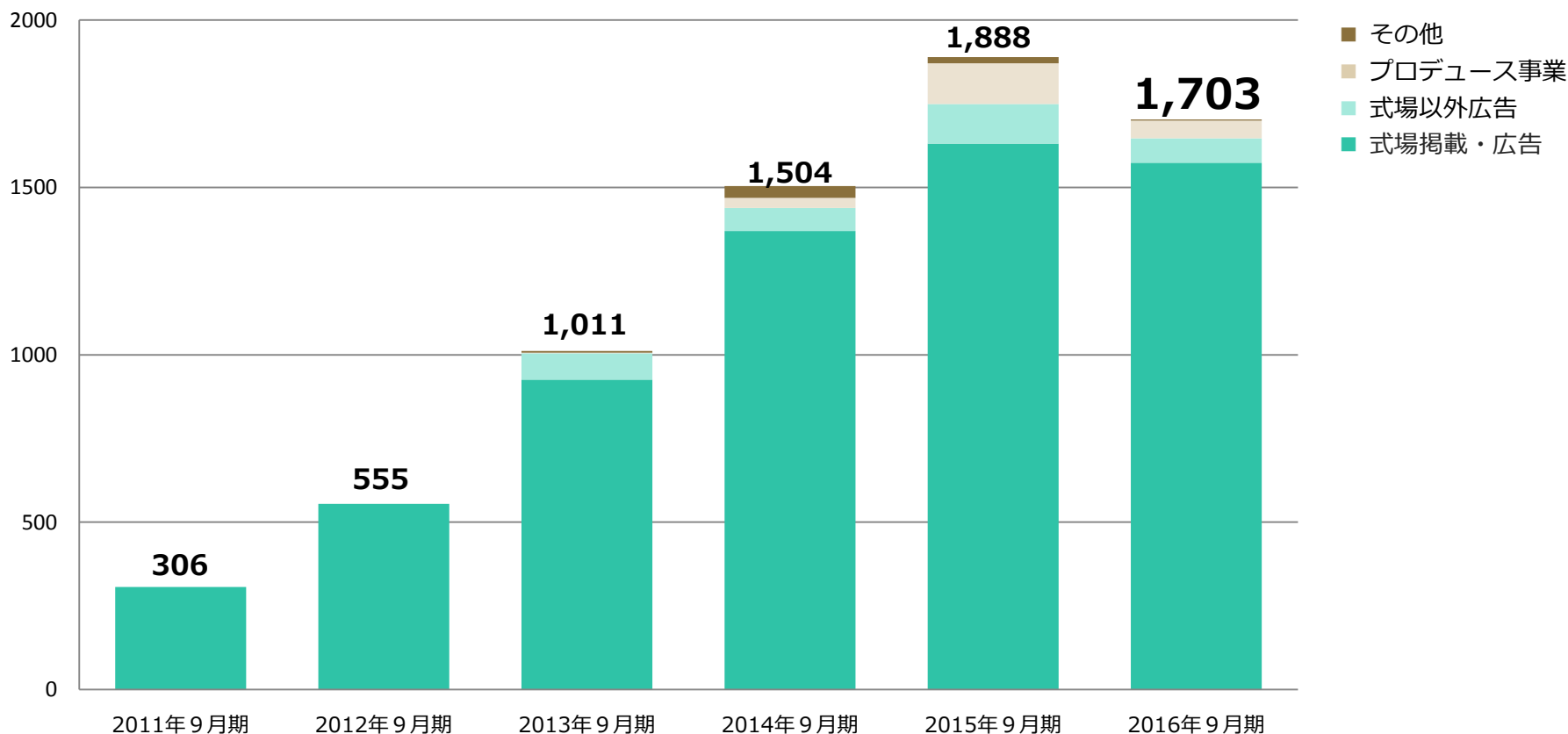
単位：百万円	2015年9月期 通期 <small>(2014年10月～2015年9月)</small>	2016年9月期 通期 <small>(2015年10月～2016年9月)</small>	前期比
<b>売上高</b>	<b>1,888</b>	<b>1,703</b>	△ 9.8%
<b>EBITDA</b> <small>(※1)</small>	<b>276</b>	<b>324</b>	+ 17.2%
<b>営業利益</b>	<b>169</b>	<b>234</b>	+ 38.7%
営業利益率	9.0%	13.8%	—
<b>経常利益</b>	<b>172</b>	<b>236</b>	+ 37.2%
<b>当期純利益</b>	<b>115</b>	<b>152</b>	+ 31.7%

(\*1) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

# 売上高 年度推移

プロデュース事業の譲渡と広告関連売上の伸び悩みにより、  
**減少**しました。

(単位：百万円)

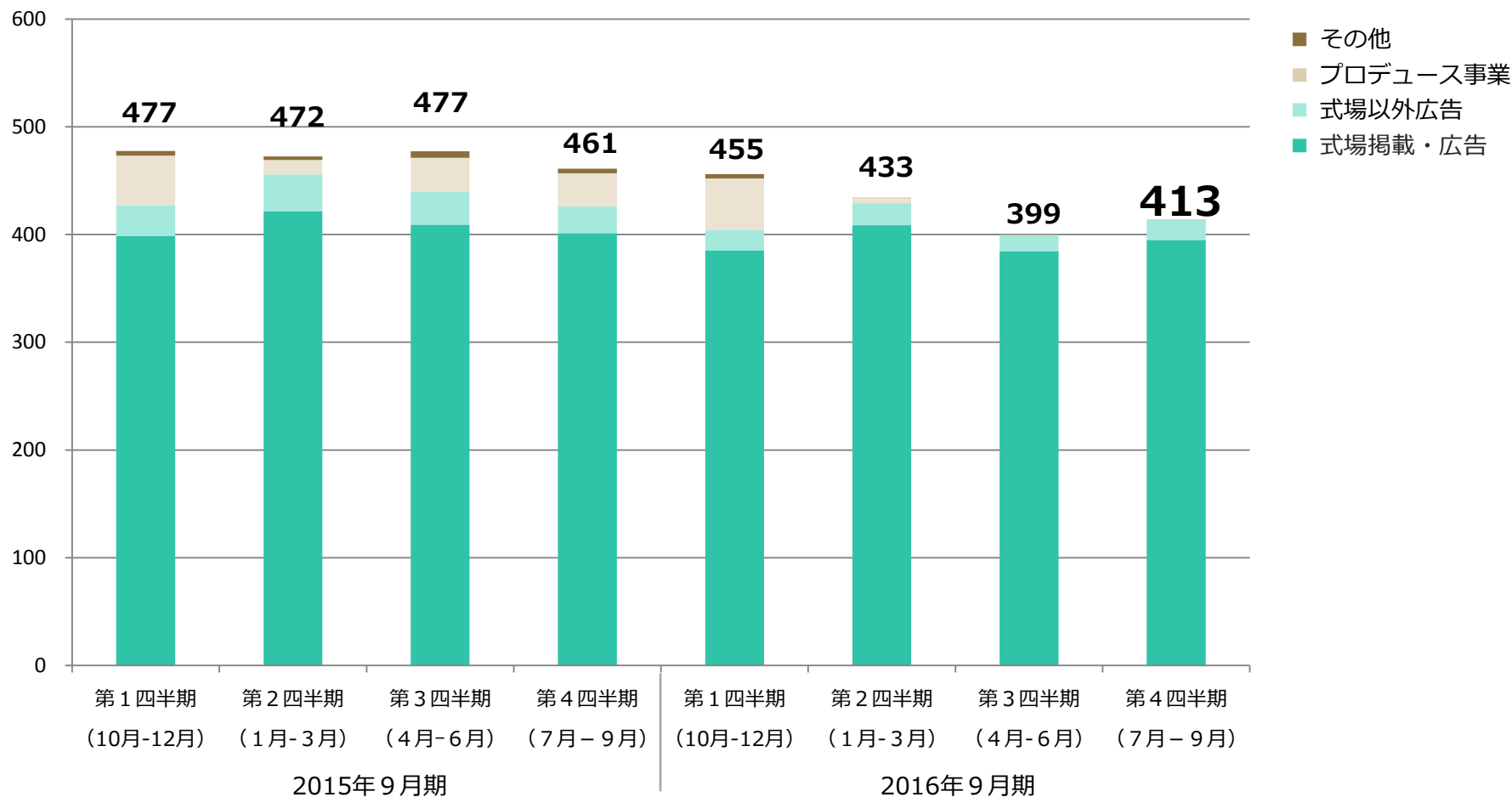


※2011年9月期、および2012年9月期の売上は、すべて式場掲載・広告にまとめています。

# 売上高 四半期推移

第4四半期は式場掲載広告がやや増加した結果、前四半期より**売上は増加**しました。

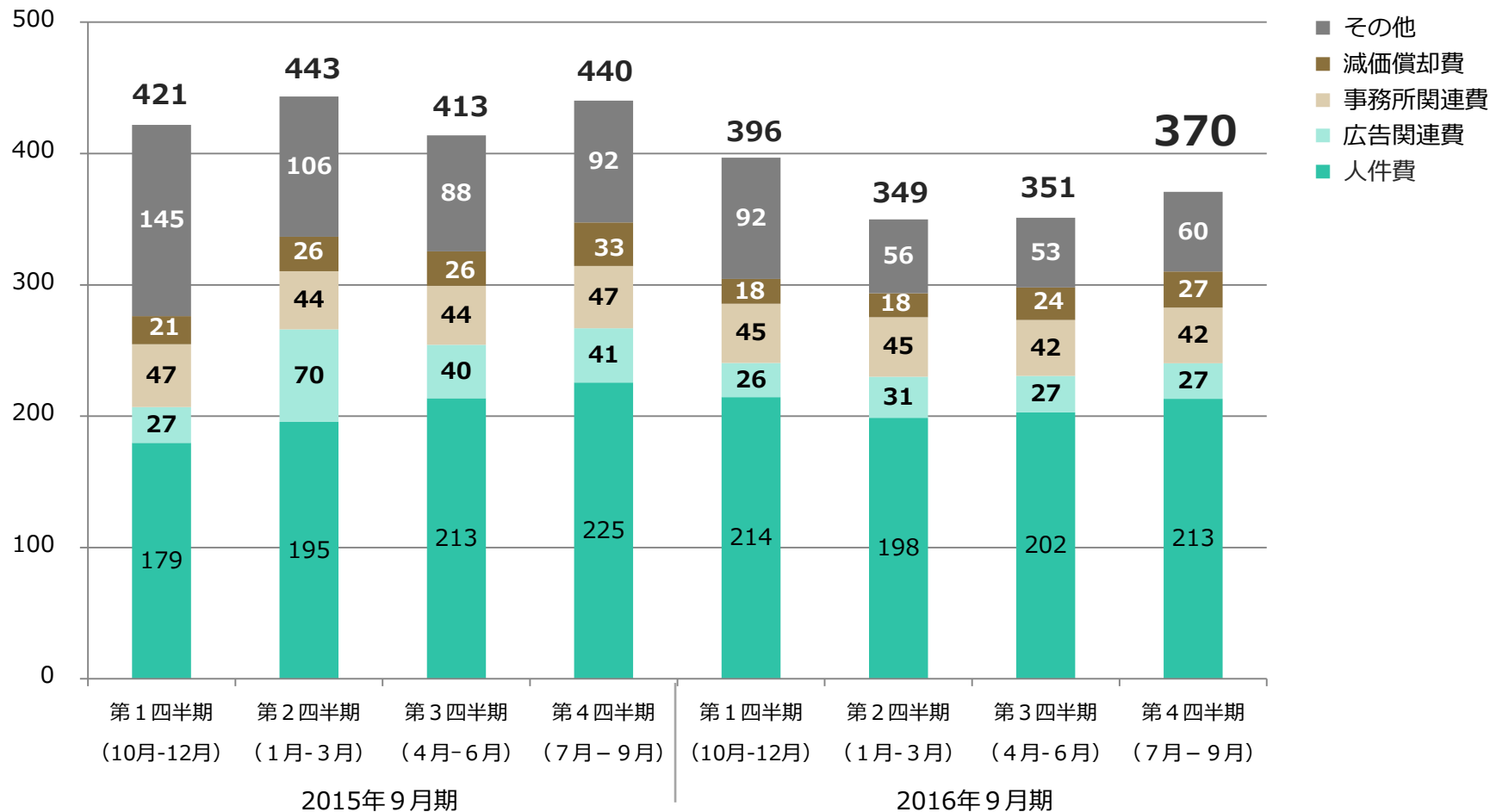
(単位：百万円)



# 売上原価、販売費及び一般管理費の四半期推移

第4四半期は季節的な要因と増加した広告関連売上の原価等により、コストが**一時的に増加**しました。

(単位：百万円)

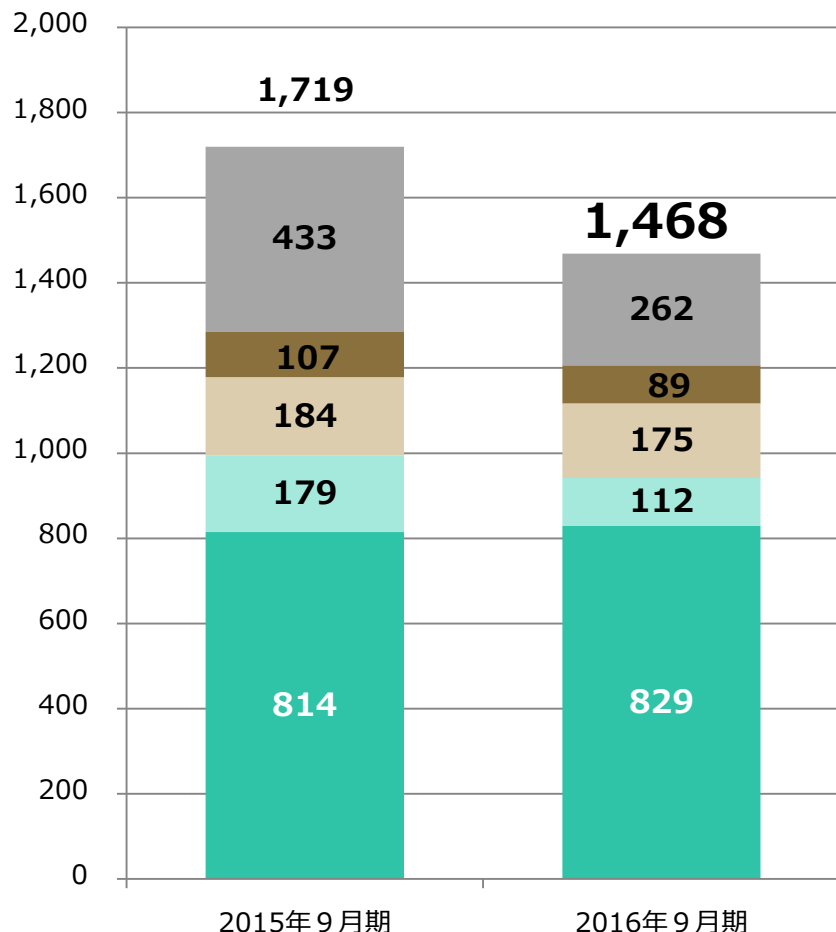


# 売上原価、販売費及び一般管理費 前年比較



前期は移転やTOBにかかる一時費用があったこと、今期は広告関連費等を抑制できたこともあり、約**250百万円の費用削減**となりました。

(単位：百万円)



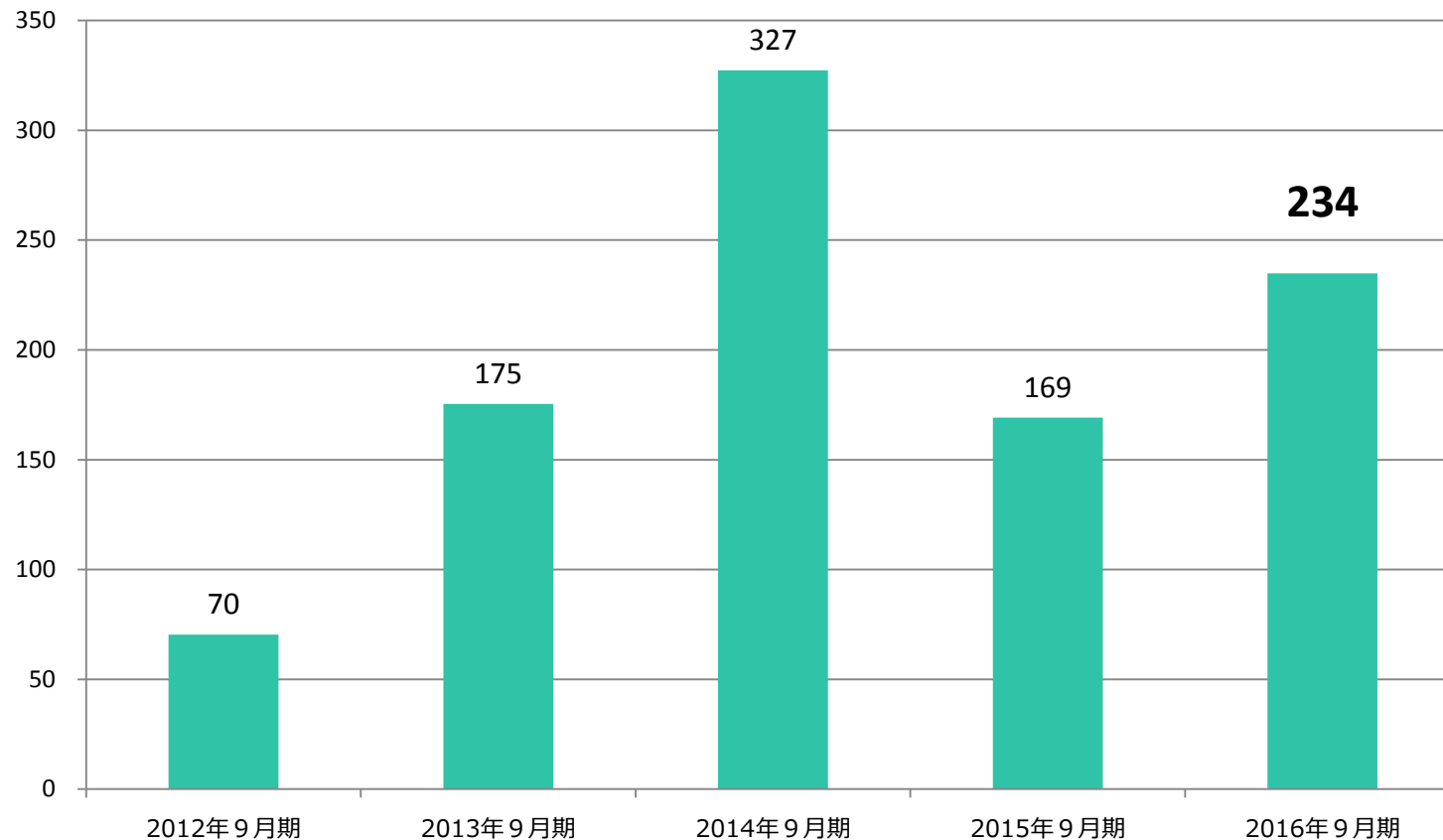
項目	主な増減要因
その他	前期は本社移転やTOBにかかる費用があり、また、Bridealの原価もあった
減価償却費	前期は移転や社内システムの入れ替えによる早期償却の影響が大きかった
事務所関連費	前期は本社移転やデスクの本社移転にかかる費用が発生した
広告関連費	今期はサービスの成長が進み、広告関連費を抑制できた
人件費	若干の人件費増加



# 営業利益の年度推移

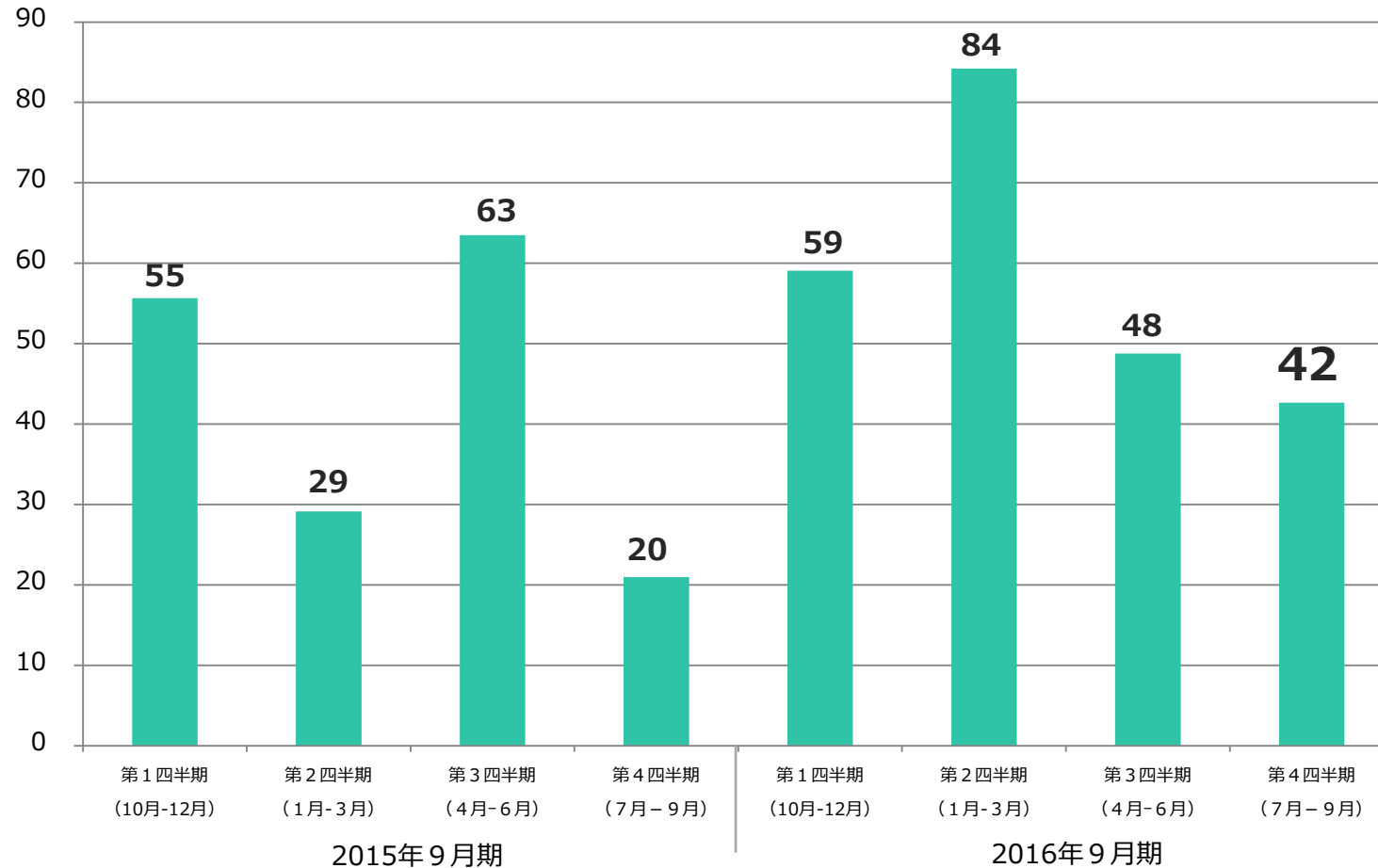
前期比**38.7%**増加しました。

(単位：百万円)



# 営業利益の四半期推移

(単位：百万円)



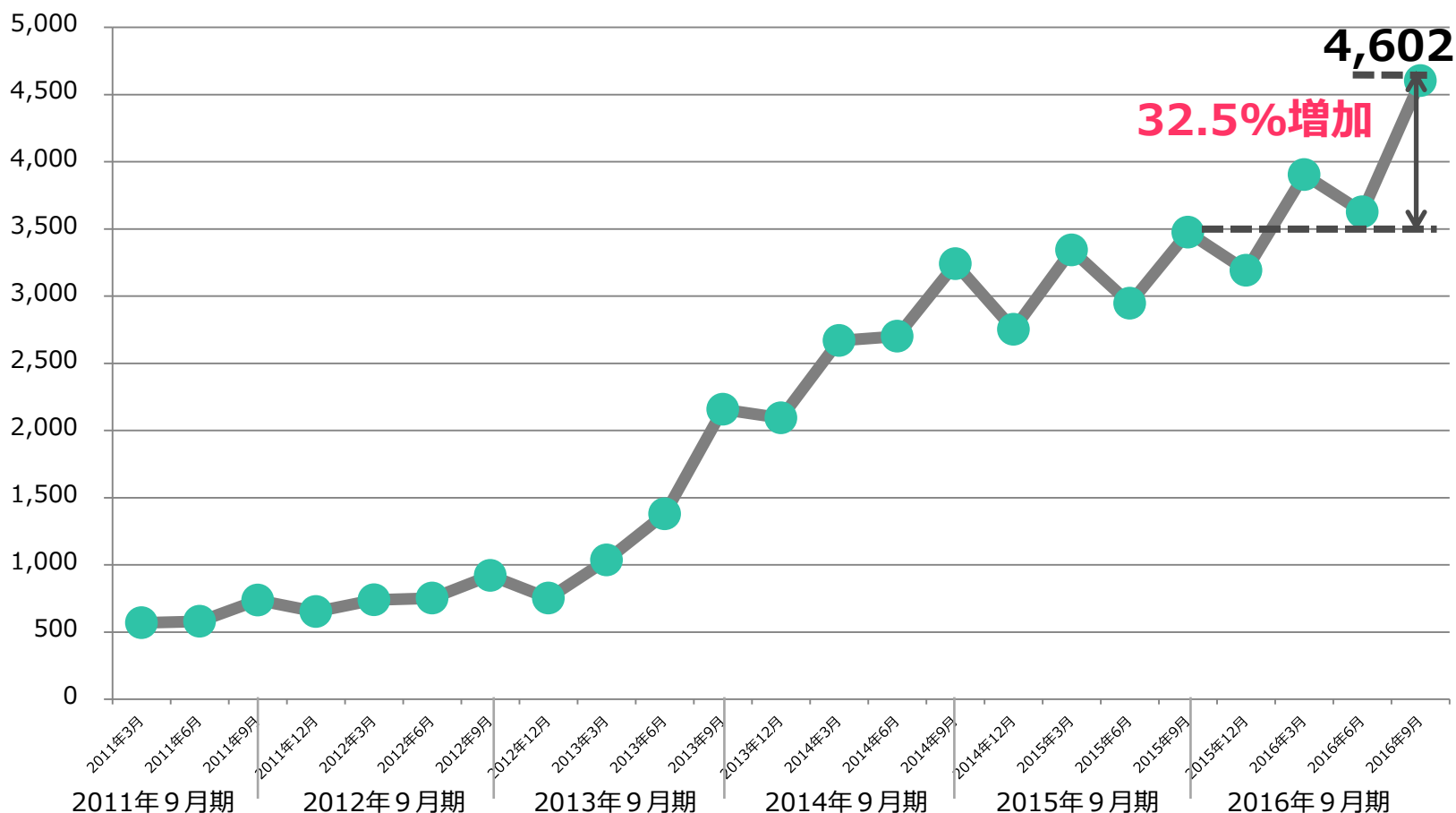
## 2. サービスの状況

---

# 全体UB数

みんなのウェディングサイトの月間利用者数(全体UB数)は、サイト強化により、**過去最高の460万UB**を達成しました。

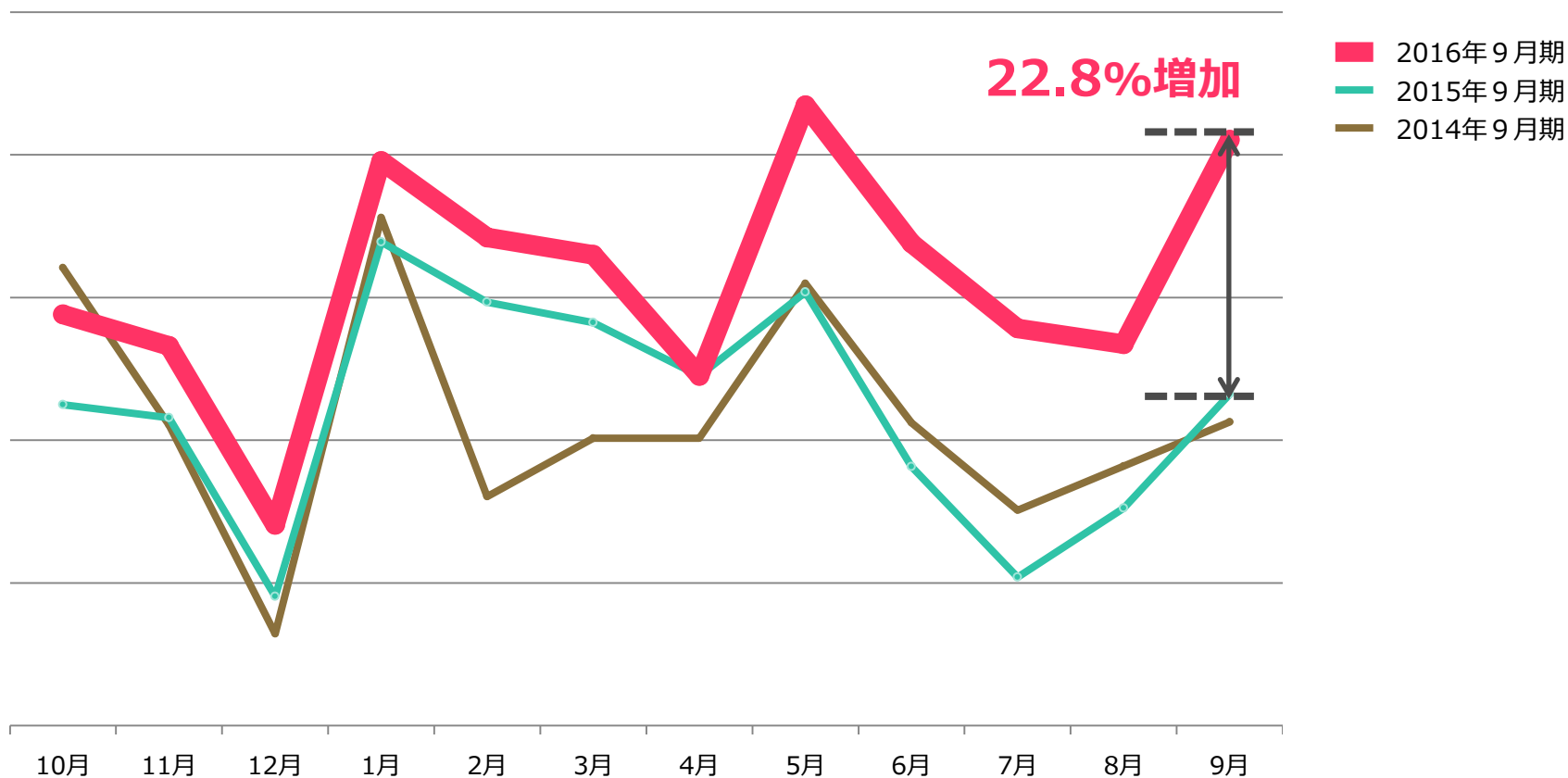
(単位：千人)



(注) 全体UB数：「みんなのウェディング」サイトの月間利用者数をブラウザ数と端末数から算出。2015年6月より「みんなのウェディングアプリ」の月間利用者数も含む。

# のべ結婚式場ページ利用者数

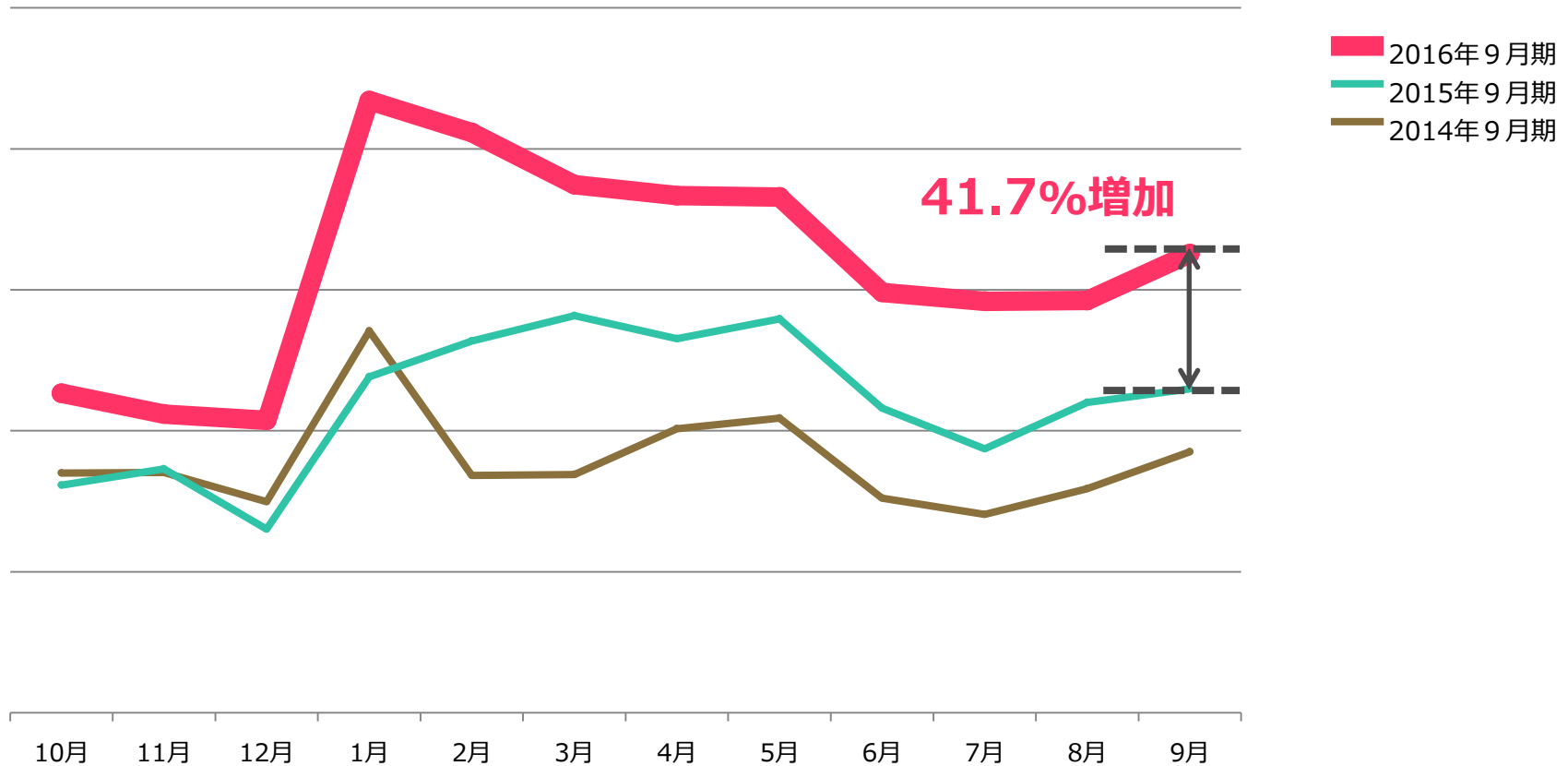
結婚式場探しをしていると想定される「のべ結婚式場ページ利用者数」は、前年同月比**22.8%**増加しました。



(注) のべ結婚式場ページ利用者数：「みんなのウェディング」サイトに掲載している結婚式場ページを閲覧した利用者数を結婚式場ごとに算出して累計した数。

# 結婚式場へのユーザー訪問予約数（web経由）

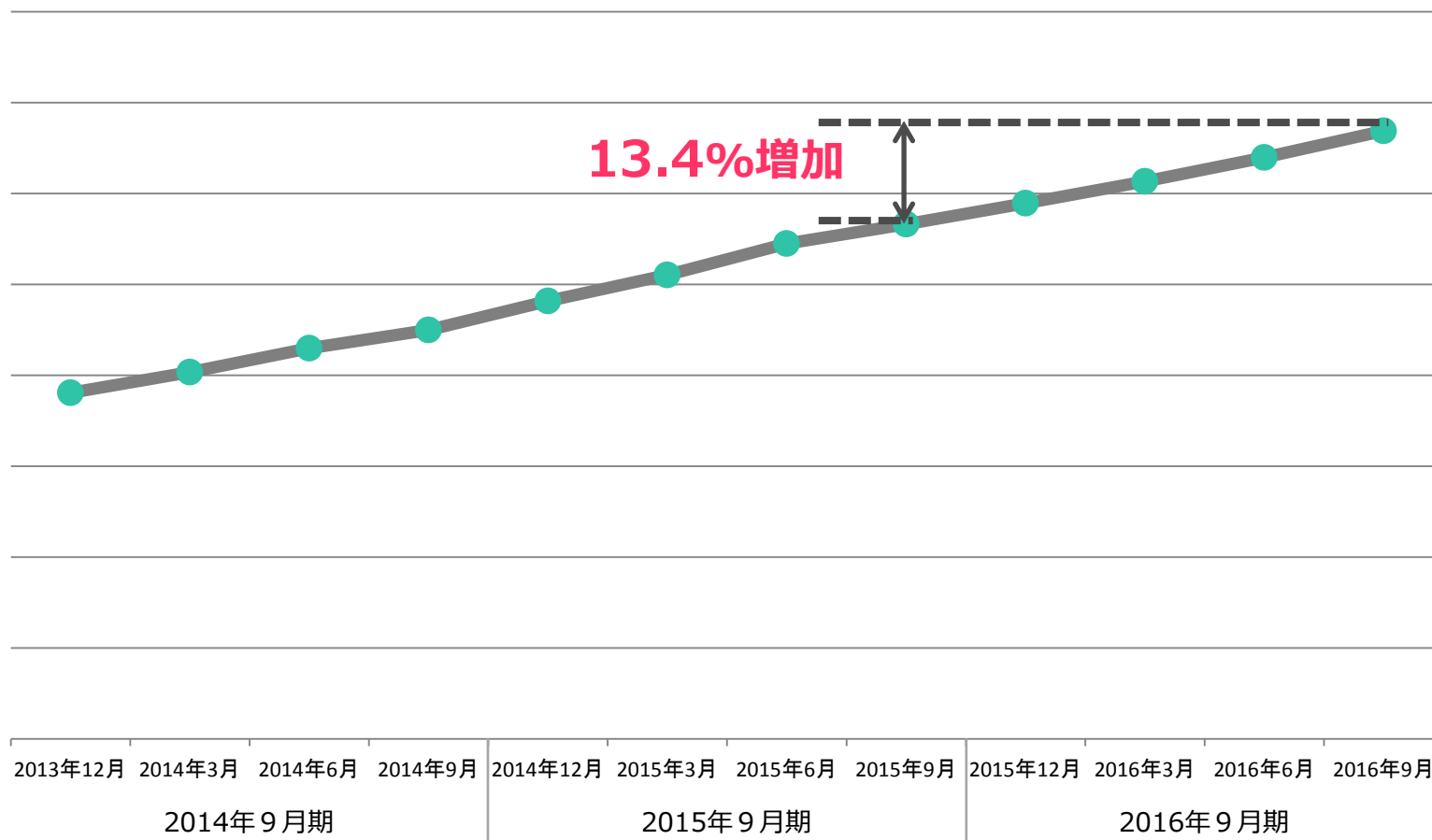
みんなのウェディングサイトを介した結婚式場へのユーザー訪問予約数は、前年同月比**41.7%増加**しました。



(注) 結婚式場へのユーザー訪問予約数：ユーザーが「みんなのウェディング」サイト経由で結婚式場をweb訪問予約した件数。

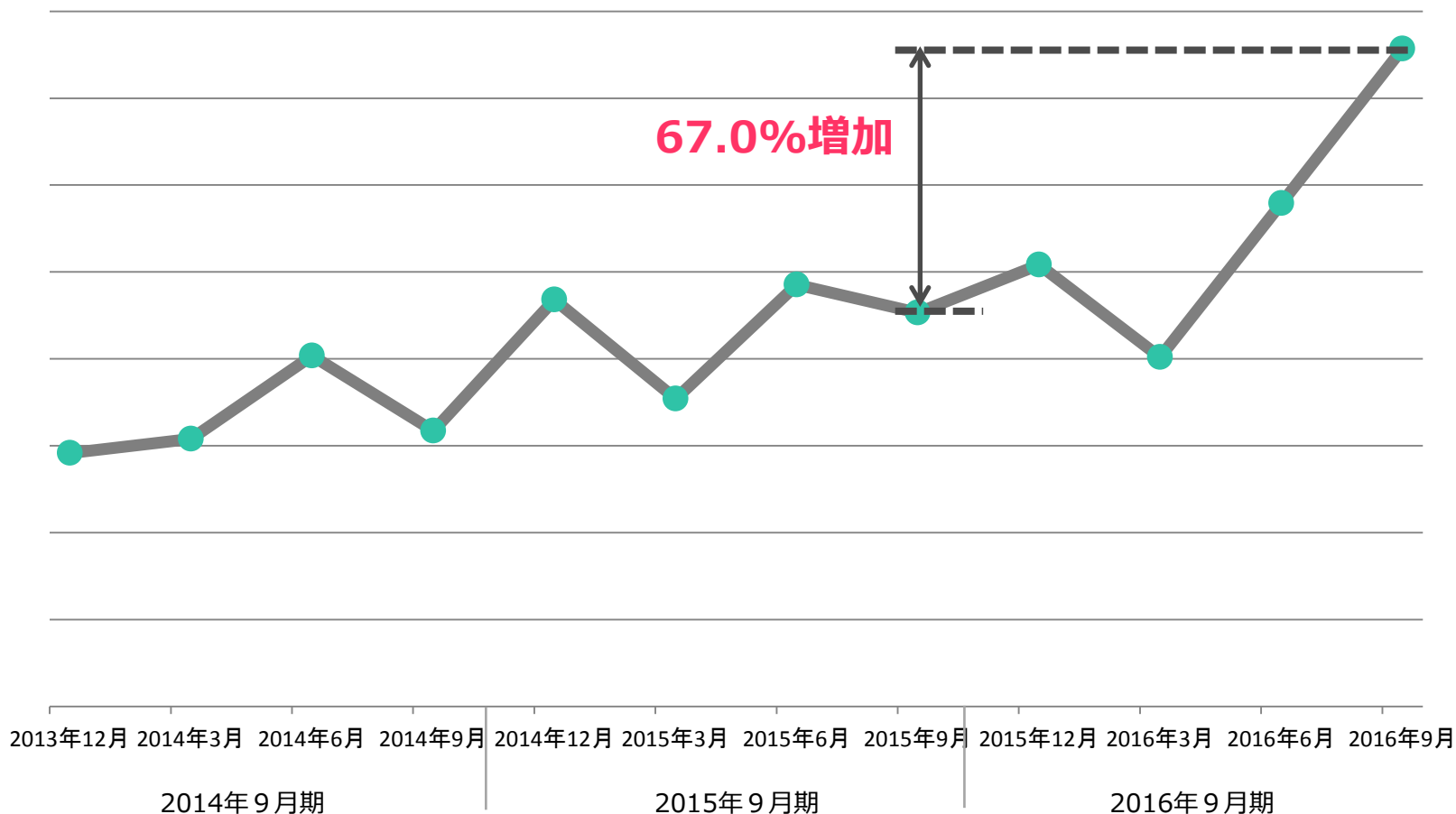
# 口コミ投稿累計件数

結婚式場の口コミ投稿累計件数は順調に推移し、前年同月に比べ**13.4%増加**しました。



# 本番口コミ投稿件数 四半期毎合計

本番口コミ（実際に結婚式場で結婚式を挙げたユーザーからの口コミ）投稿件数は、前年同月に比べ**67.0%増加**しました。



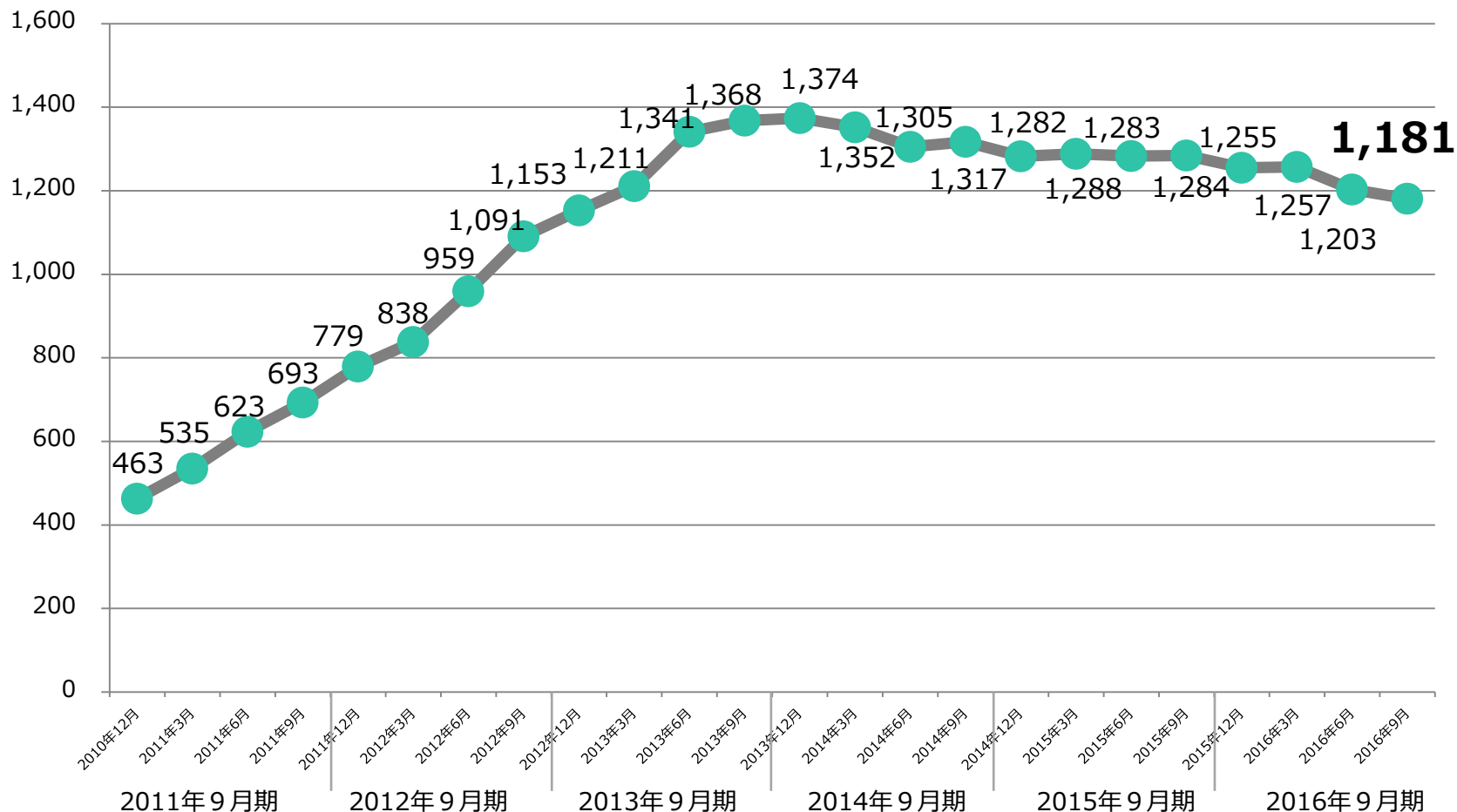
(注) 本番口コミ：実際に結婚式場で結婚式を挙げたユーザーからの口コミ。



# 有料掲載結婚式場数

広告費の抑制傾向にある一部結婚式場や、低価格帯の契約先の一部等の解約により、有料掲載結婚式場数は**減少**しました。

(単位：件)



(注) 有料掲載結婚式場数：「みんなのウェディング」サイトに掲載している結婚式場のうち当社と契約している結婚式場の当該月末の件数。

## 3. 今後の方向性

---

# 2016年9月期 成果と課題

---

## 成果

---

- ・ **サービスの成長**

継続的にサービスを成長させることができ、各業績指標が順調に推移した。

- ・ **コストの抑制**

サービスの成長による広告宣伝費の適正化やBridealの譲渡により、コストの抑制ができた。

## 課題

---

- ・ **サービス成長の売上転換**

サイト価値の向上はできたが、それを売上高につなげることができなかった。

- ・ **有料掲載結婚式場数の減少**

商品を整理し上位プランへの移行を推進した結果、掲載単価はアップしたが、低価格帯の契約を中心に有料結婚式場数は減少してしまった。

- ・ **式場以外広告の強化**

式場以外の広告強化は、見込違いとなり伸び悩んだ。

## ① サービスの一層の進化

メディア一体型オンラインデスクへの進化

## ② 事業構造の変革

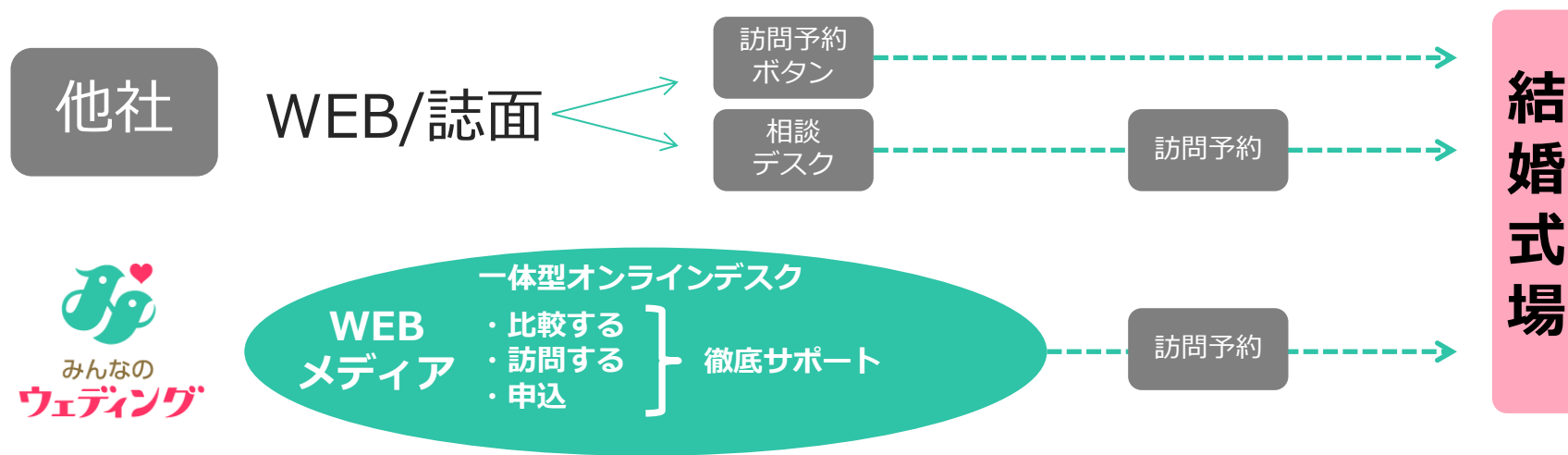
サービスの成長を売上高につなげる構造へ

# ①メディア一体型オンラインデスクへの進化

強いメディア力をさらなるユーザー価値に繋げるため、オンラインデスクへの転換と強化を行います。

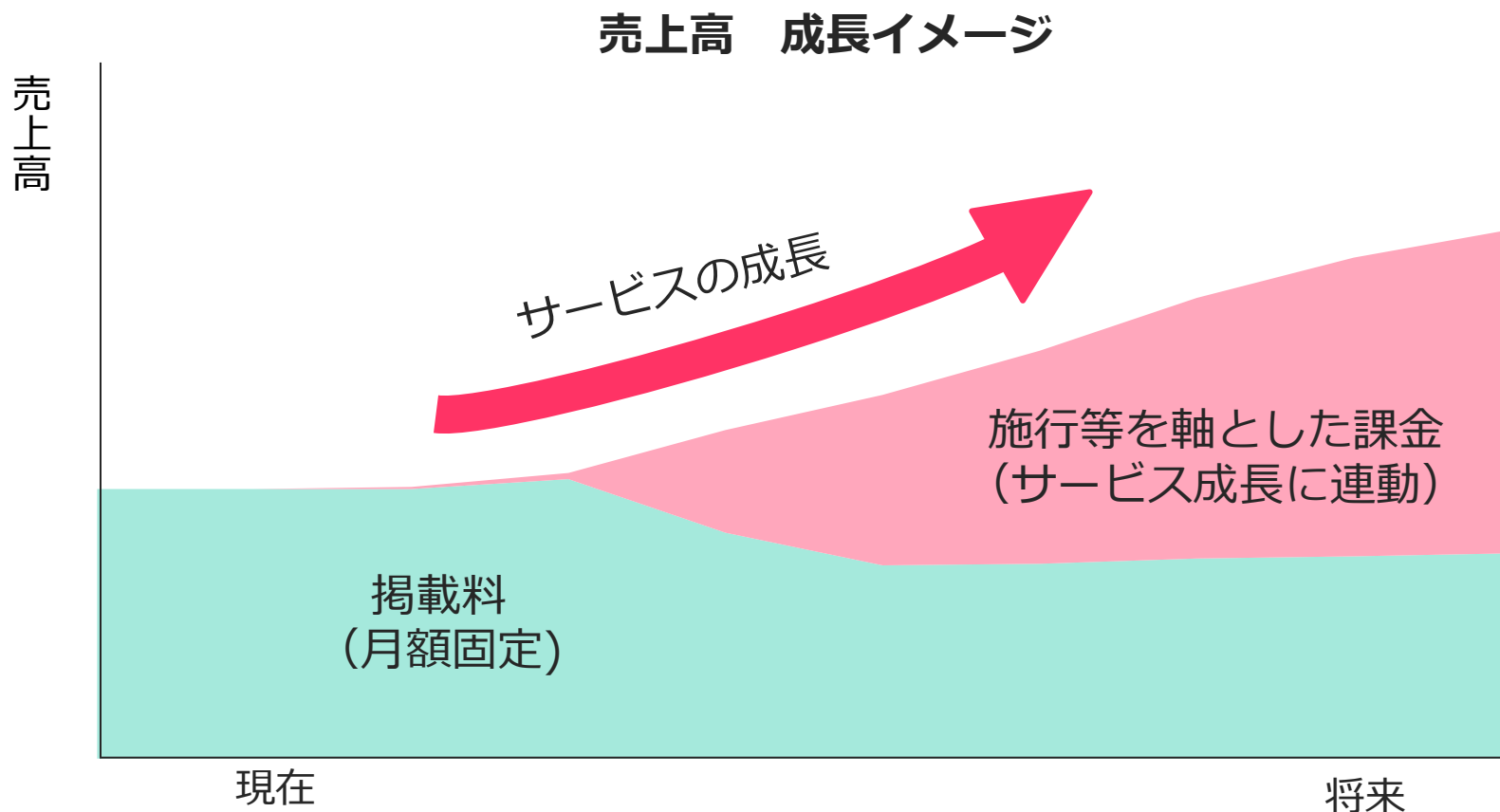
## ■電話やチャットによるユーザーコンシェルジュ機能を強化

ユーザーに寄り添い「**比較・訪問・申込**」を徹底サポートすることで、当社サイト経由の結婚式場への**送客増加**を図ります。



## ②サービスの成長を売上高につなげる構造へ

結婚式場のマーケティングコストの適正化を目指し、掲載料の最適化、施行等を軸とした課金も行うモデルへと**段階的に移行**しています。



※上記売上グラフは将来イメージ図であり、弊社が策定した中期経営計画等ではありません。

## ユーザー、結婚式場、当社にとって最良の状態へと進展

結婚式場

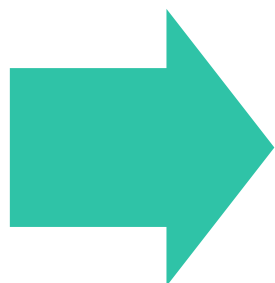
- 過剰なマーケティングコストにならない課金モデルへの移行により**結婚式場が参画しやすい環境**を作ります

ユーザー

- 有料掲載結婚式場数の増加 = コンテンツ量の増加となり、ユーザーにとって**サイトの魅力**がさらに上がります
- オンラインデスク化により、ユーザーにより適した結婚式場を紹介します

当社

- サイト力の向上が**売上高に直結**します



他社が採用できない

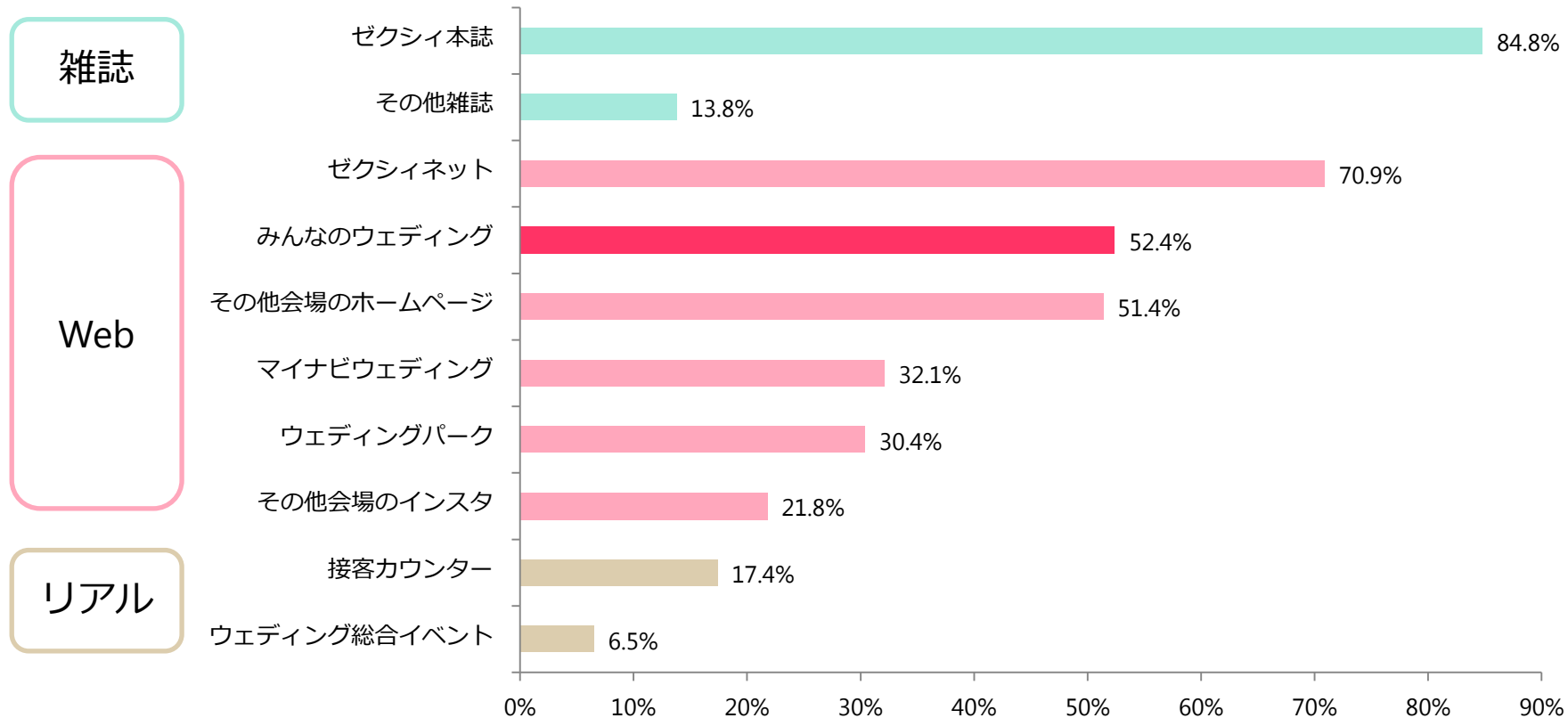
# 大きなチャンス

## 【参考】会場選びの際に参考にした媒体（ツール）



52.4%の方が「みんなのウェディング」を会場選びの際に参考にしたと回答。

会場選びの際に参考にした媒体(ツール)をすべて教えてください(複数回答)



※出典：ブライダル産業新聞 2016年8月21日号(第958号) を基に当社作成。



# 領域の拡充

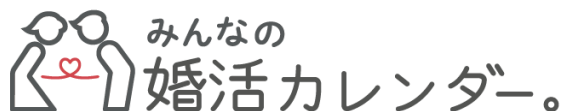
## 結婚式前後のサービス・コンテンツの拡充も始めています

お相手探し

結婚式場探し

結婚式

2次会



- ・婚活パーティー情報
- ・2016年8月リリース



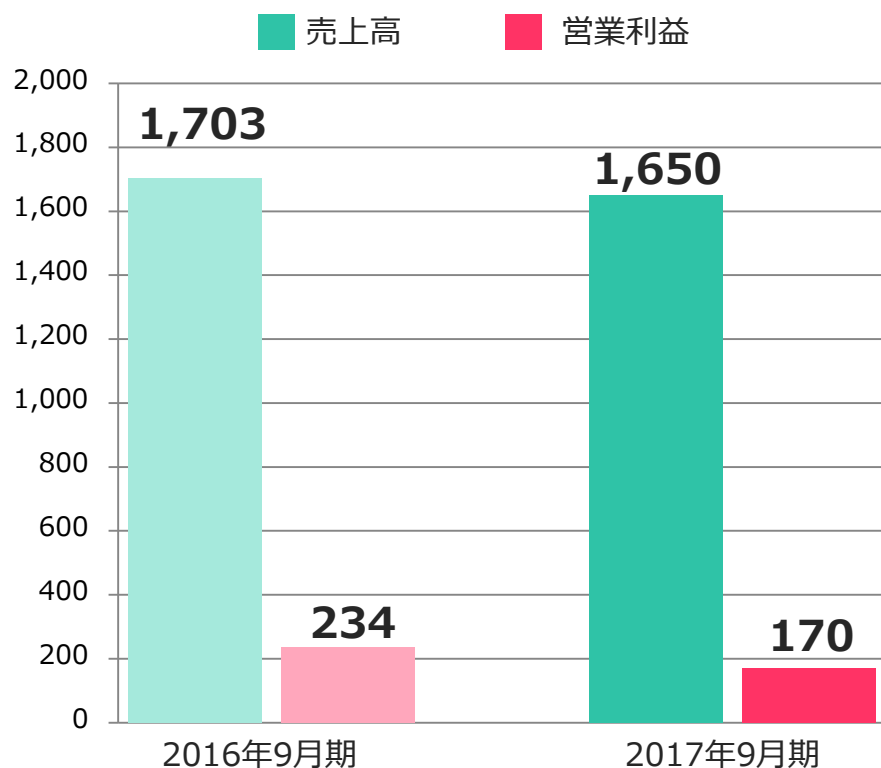
- ・結婚式場の口コミ
- ・本物の費用明細
- ・2016年9月 追加
  - 海外ウェディング
  - 前撮り・フォトウェディング
- ・これから
  - オンラインデスク



- ・1.5次会、2次会  
口コミサイト
- ・会場は結婚式場や  
レストラン
- ・2016年9月リリース

# 2017年9月期業績予想

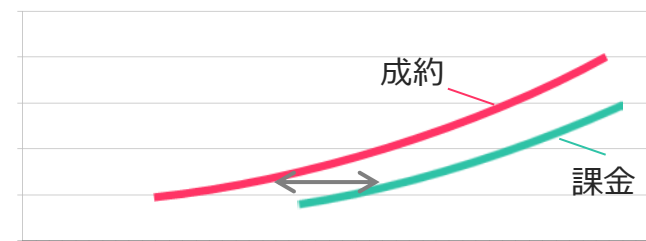
2017年9月期は、売上高および利益の一時的な減少を見込んでおります。



## 主な要因

- ①新しい課金体系への契約移行期間
- ②成約から課金までのタイムラグ(下図)
- ③サービス進化/成長期間

課金までのタイムラグ



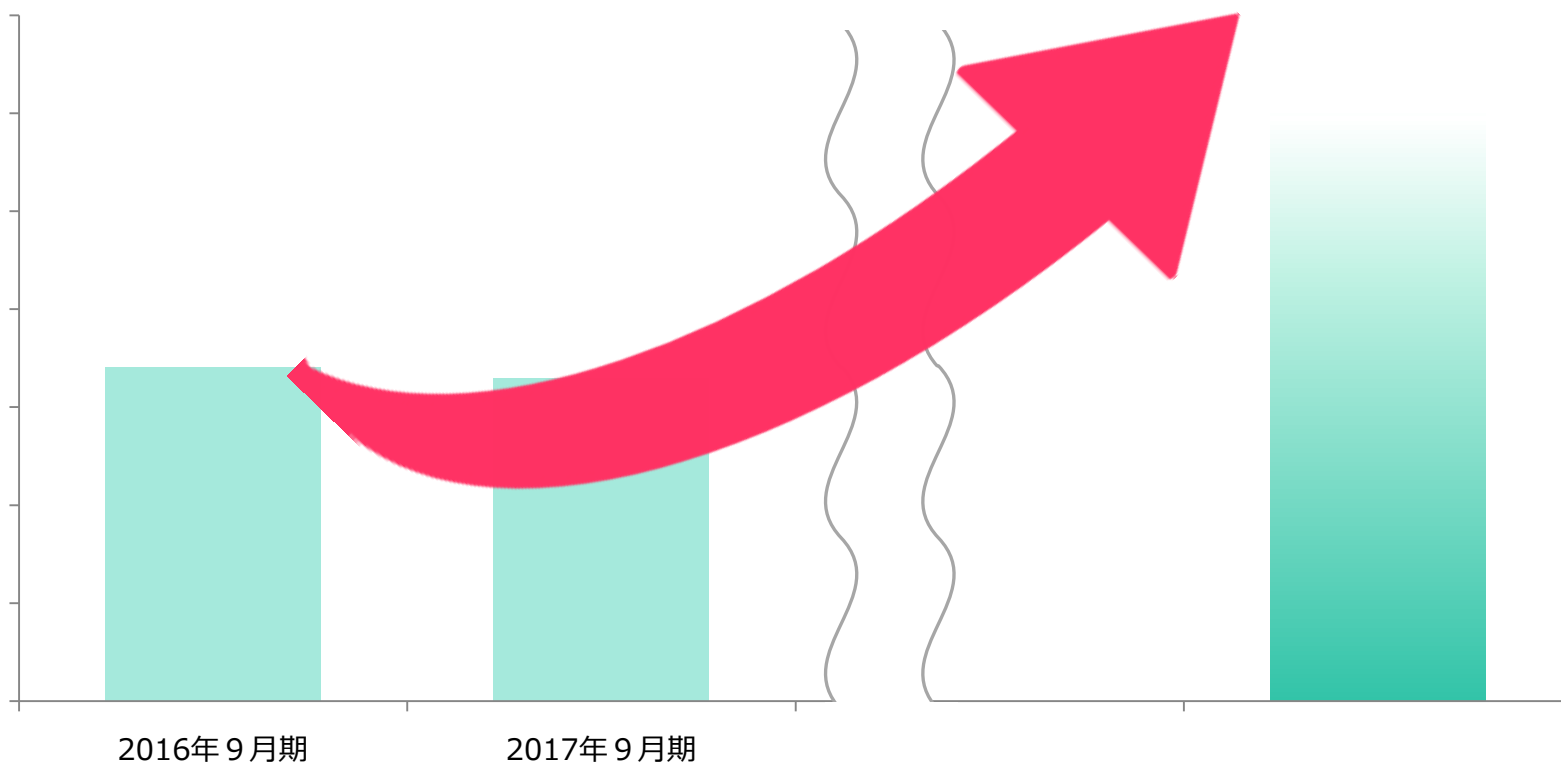
## 今後の不確実事項

- ①経営方針に適した規模への本社移転の可能性
- ②保有投資有価証券の売却の可能性

※これらのいずれかあるいは両方が実現した場合には、当該業績予想に影響があります。今後、業績予想について修正の必要が生じた場合には、速やかに公表いたします。

# 大きな変化を経て 大きな成長へ

売上高



みんなの  
大切な日  
をふやす



## 問合せ窓口

株式会社みんなのウェディング

経営管理部

電話：03-6264-2323（平日 9:30～18:00）

E-mail：[ir@mwed.co.jp](mailto:ir@mwed.co.jp)

サイト：<http://www.mwed.co.jp/ir/>

