

2019年1月期 第1四半期

決算説明資料



株式会社 鎌倉新書 (6184)

2018年6月14日

1 決算概要

2 APPENDIX (会社説明)

1 決算概要

総括

売上高	487 百万円	YoY + 36.9%
営業利益	79 百万円	YoY + 18.3%
(単体営業利益	93 百万円	YoY + 38.8%)

Topics

- お墓事業・葬祭事業・仏壇事業全てが好調に推移し、3事業全て過去最高四半期売上額を更新。
特に葬祭・仏壇事業の成長トレンドが大幅に加速。
葬祭事業：前四半期 YoY **+48%** → 1Q YoY **+53%**
仏壇事業：前四半期 YoY **+32%** → 1Q YoY **+81%**
- 新規立上げた2社も、立上げコストは出るものの、計画に対し、順調に推移。

2019年1月期 1Q 決算概要

対前年同期比で売上、営業利益ともに増加しました。うち、子会社2社の立上げコストとして、13百万円発生しております。鎌倉新書単体での営業利益は、**93**百万円となり、実質YoYは **+38.8%** になります。

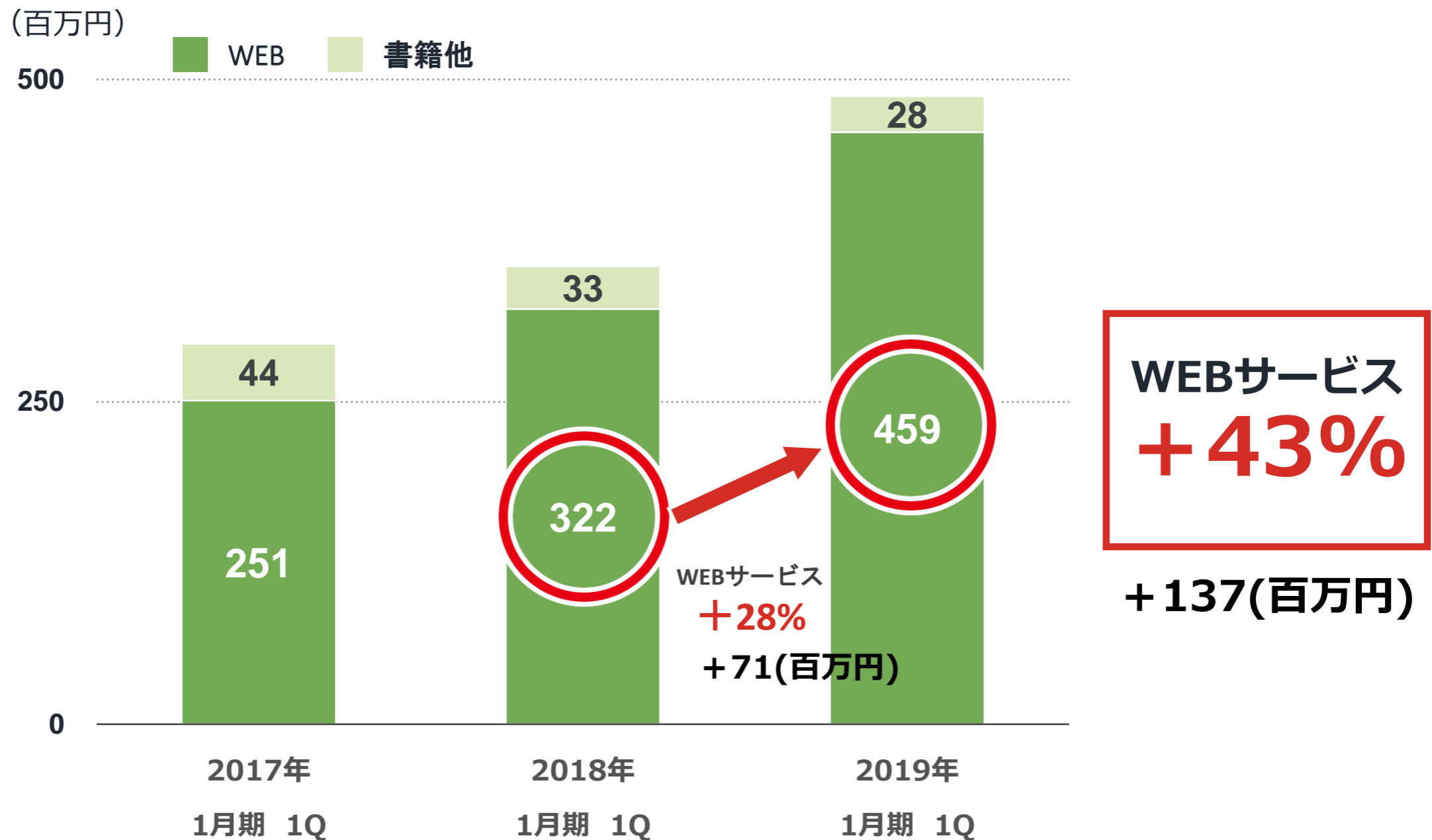
単位：百万円	2018年1月期 1Q実績 (2017年2-4月)	2019年1月期 1Q実績 (2018年2-4月)	増減額	前年同期比
売上高	355	487	+131	+36.9%
営業利益	67	79	+12	+18.3%
経常利益	67	80	+13	+20.0%
当期純利益	42	50	+7	+17.5%
営業利益率	19.0%	16.4%	▲2.6pt	-

(単体営業利益率)

19.3%

売上の内訳

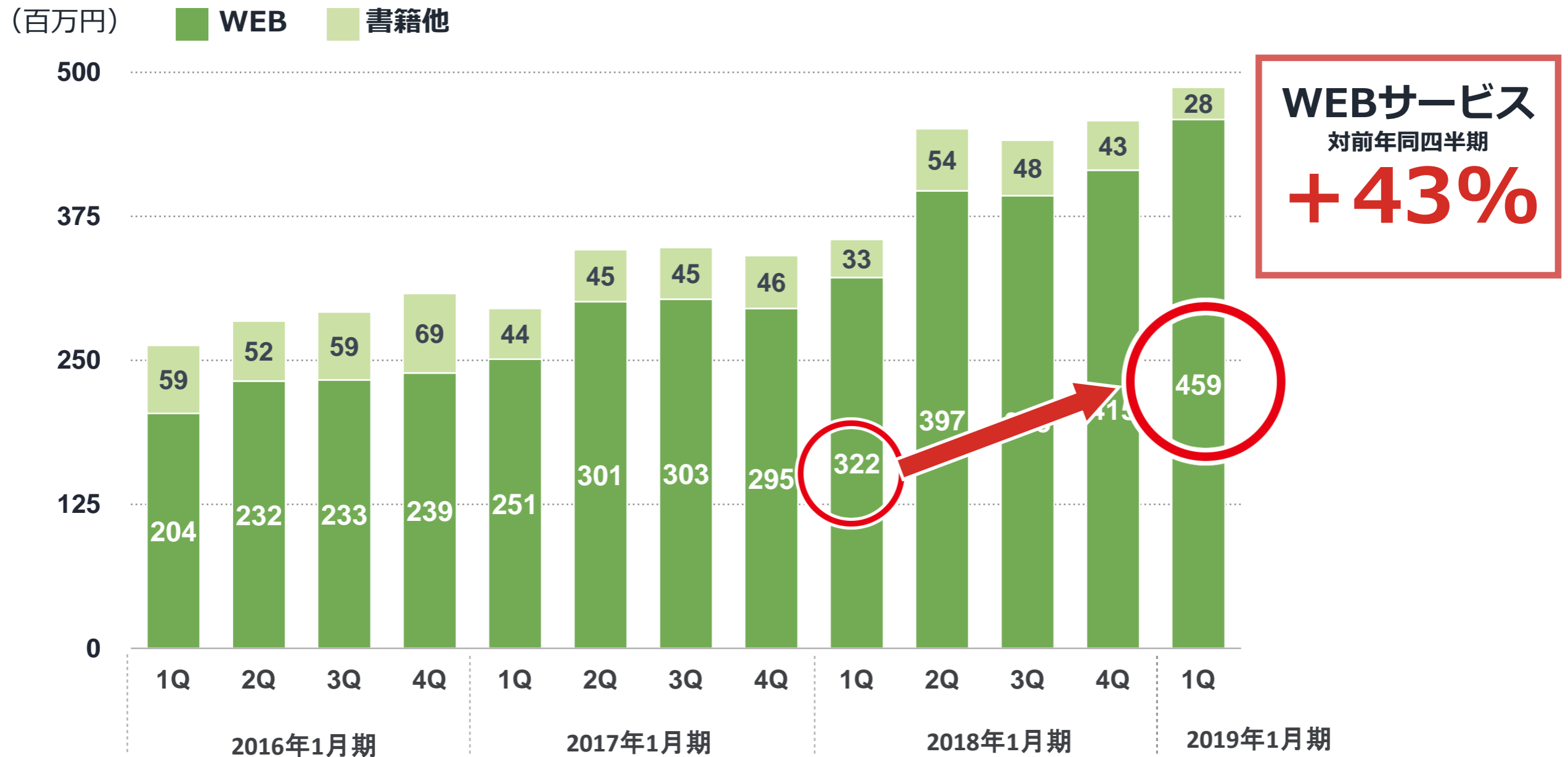
WEBサービスの売上が前年同期比で+28%から、**+43%**と大きく伸長しました。



※WEBはWEBサービスの収益を表示しています。

売上の内訳 四半期推移

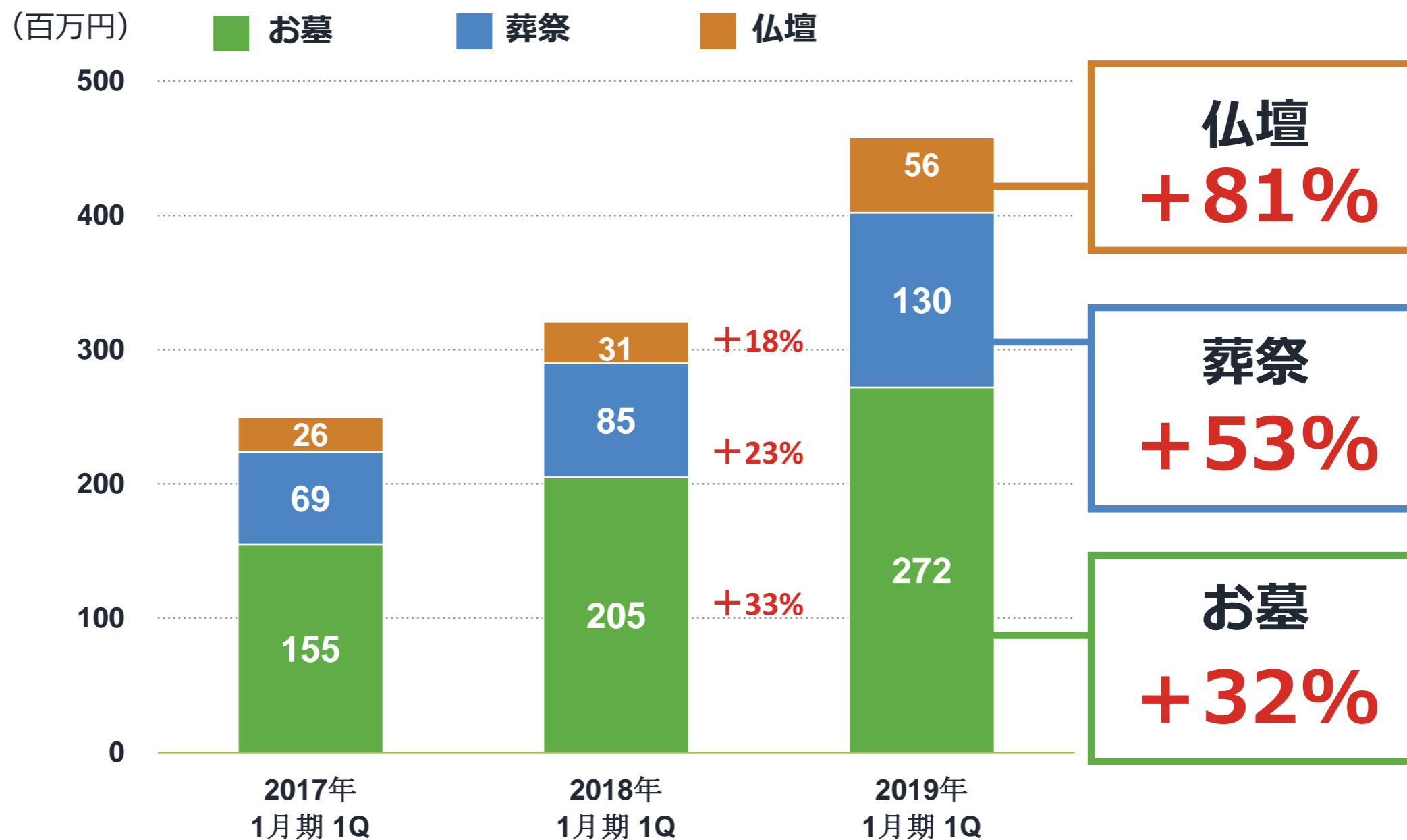
WEBサービスが大きく伸長し、4Q YoY +41% から、**+43%**と、更に成長スピードが加速しています。



※WEBはWEBサービスの収益を表示しています。

WEBサービスの内訳

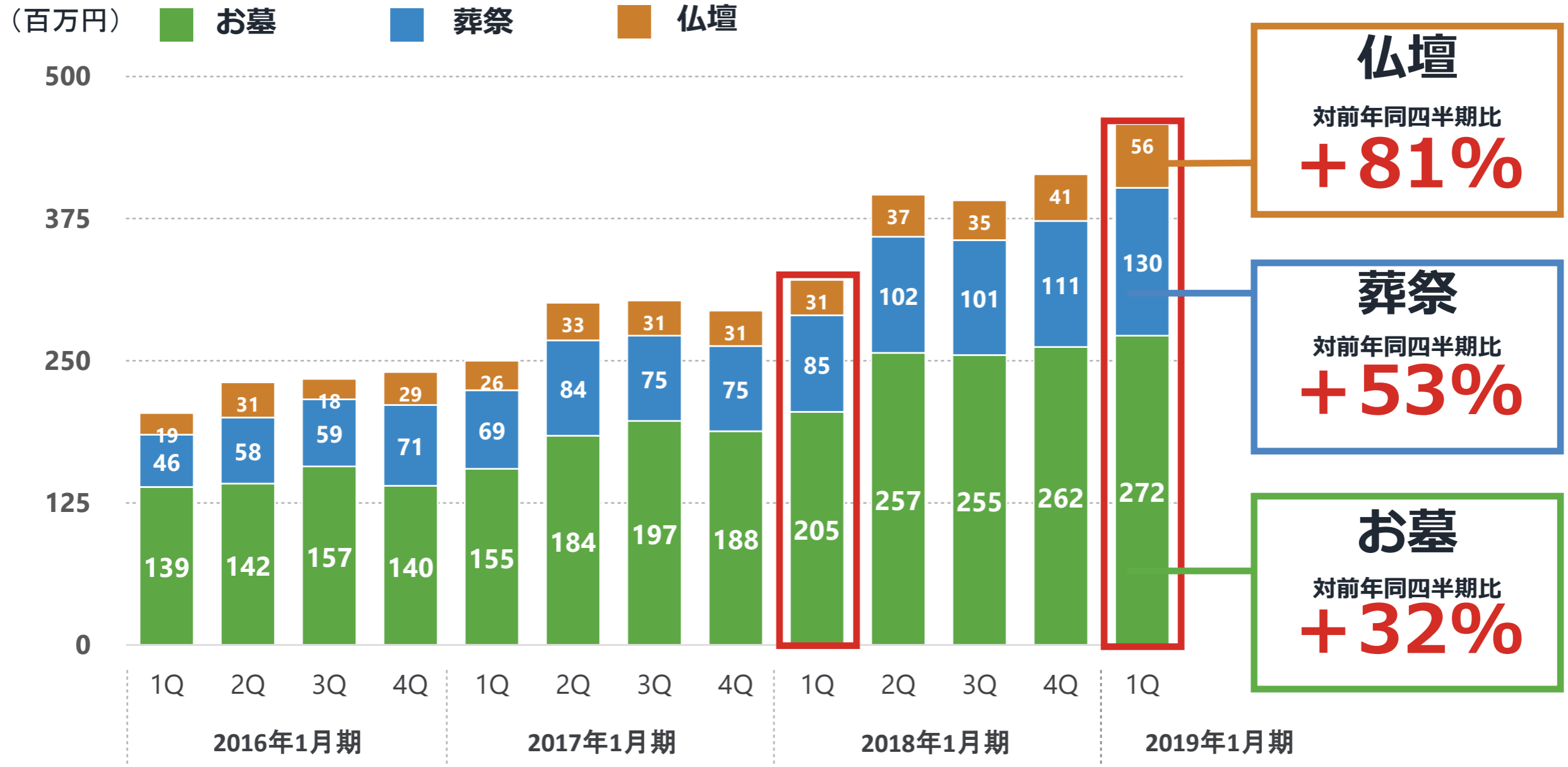
3事業とも大きく成長し、四半期最高売上額を更新しています。



※各事業のWEBサービスによる売上の内訳を表示しています。

売上の内訳 四半期推移

全てのサービスで順調に成長していますが、
特に葬祭事業**+53%** 仏壇事業**+81%** と成長が加速しています。

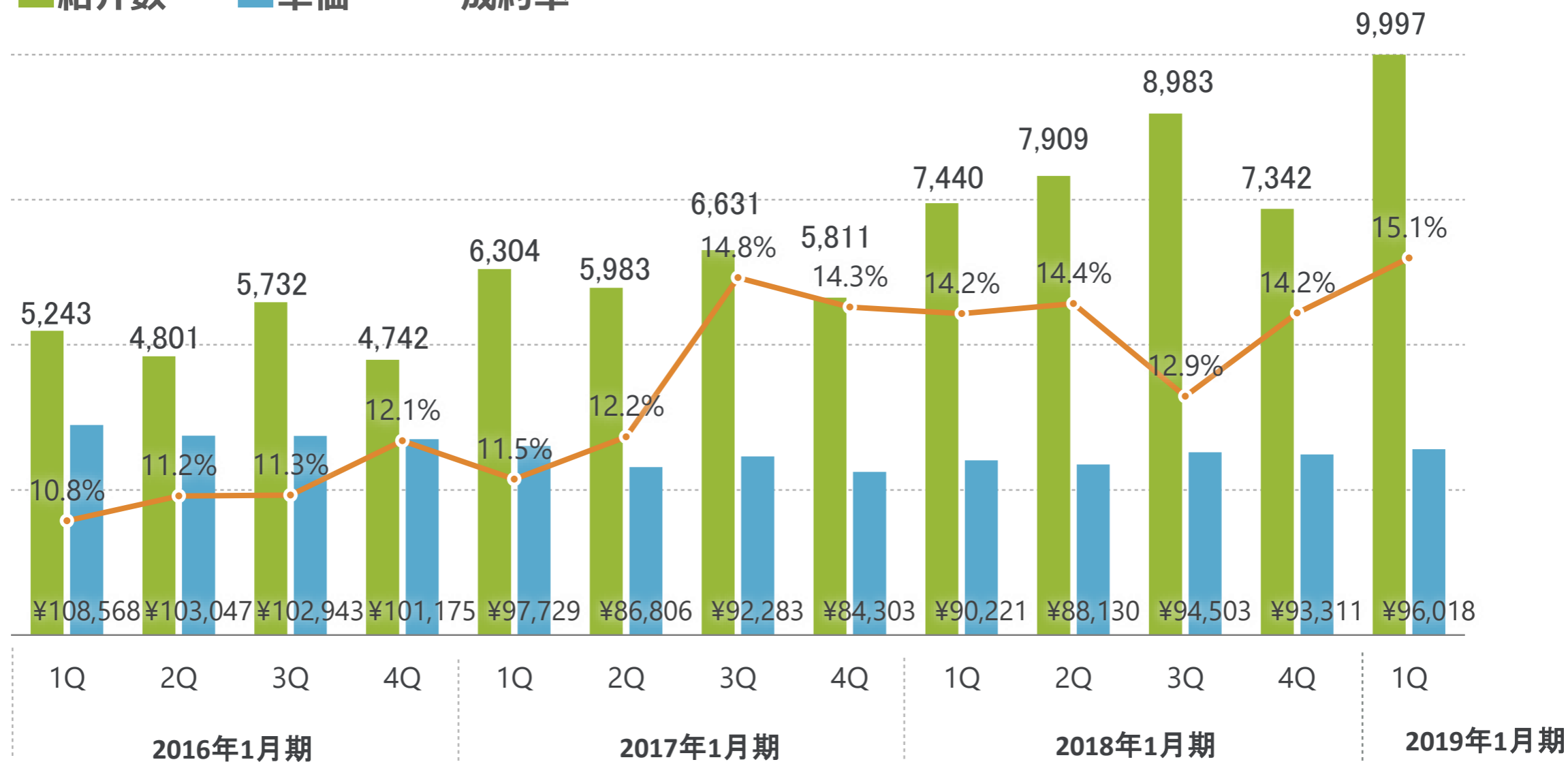


※各事業のWEBサービスによる売上の内訳を表示しています。

LE事業1部（お墓事業）の状況

対前年同四半期比で紹介数が**34%**、単価が**6%**増加しました。

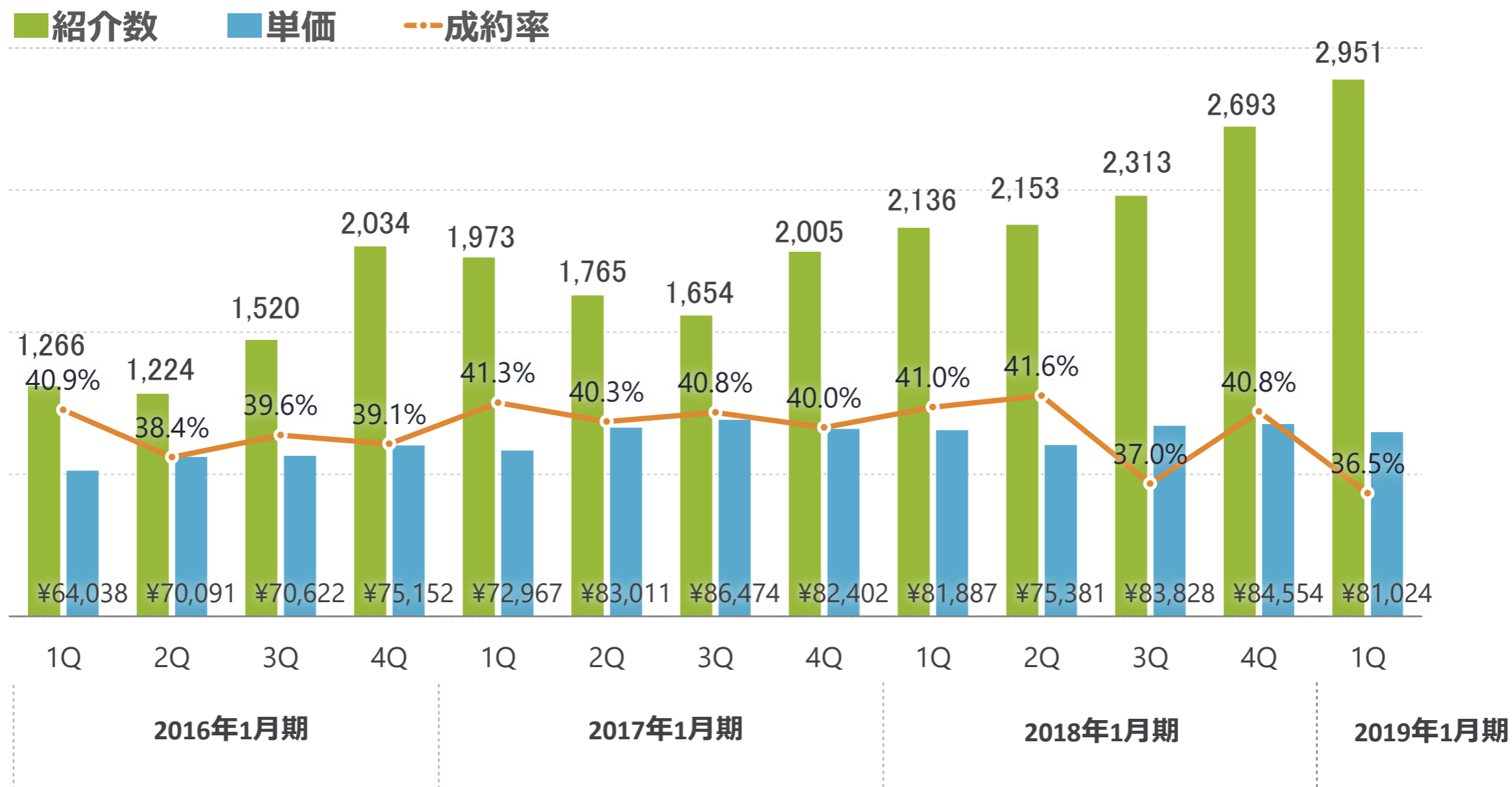
■ 紹介数 ■ 単価 - 成約率



※ご紹介から3ヶ月以内に成約した案件の成約率を表示しています。
 ※日程の都合上、一部計測が完了していないものがあります。

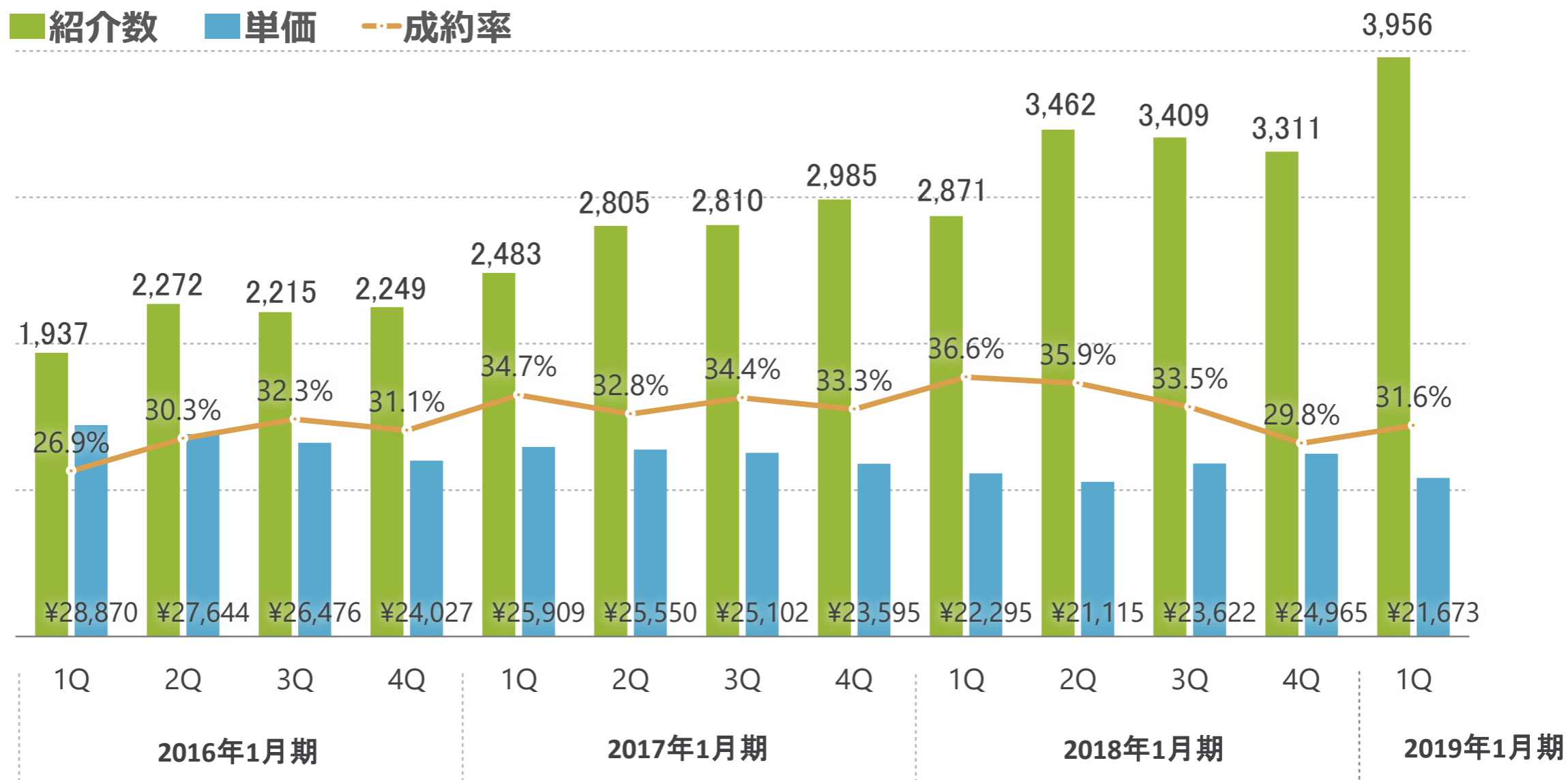
LE事業2部（葬祭事業）の状況

紹介数の上昇トレンドが加速しており、対前年四半期比**38%**増加し、第4四半期に続き、過去最高数を更新しました。



LE事業3部（仏壇事業）の状況

対前年同四半期で紹介数が**38%**と大幅に増加し、過去最高数を更新しました。



※ご紹介から60日以内に成約した案件の成約率を表示しています。
 ※日程の都合上、一部計測が完了していないものがあります。

主な費用の内訳

昨期に優秀な人材の採用を積極的に行ったため、対前年同四半期期間から人員数が大幅に増加し(正社員23名増)、人件費等は62百万円増加しました。
また子会社の事業立上げのコストとして、13百万円発生しております。

単位：百万円	2018年 1月期1Q	2019年 1月期1Q	増減額
人件費等	144	206	+62
広告宣伝費	32	55	+23
業務委託費	40	46	+6
書籍他原価	15	13	▲2
子会社コスト	—	13	+13
他	57	71	+14

貸借対照表

主に無形固定資産(ソフトウェア)の増加の為、固定資産が55百万円増加するとともに、法人税等の支払により、現金及び預金が92百万円減少しております。

単位:百万円	2018年1月末	2018年4月末	前期比
流動資産	2,229	2,227	99.9%
うち現金及び預金	1,862	1,770	95.0%
固定資産	231	287	124.0%
総資産	2,461	2,515	102.2%
流動負債	227	265	116.4%
固定負債	14	13	96.2%
純資産	2,219	2,236	100.8%
うち資本金	778	784	100.8%
自己資本比率	89.9%	88.4%	▲1.5pt

今期予想との差異

計画に対し、3事業とも上振れで進捗し、順調なスタートを切ることが出来ています。

単位：百万円	2019年1月期 通期予想	2019年1月期 1Q実績 (2018年2-4月)	1Q予想 との差異
売上高	2,200	487	+58
営業利益	520	79	+55
経常利益	510	80	+56
当期純利益	340	50	+33
営業利益率	23.6%	16.4%	+10.8pt

(単体営業利益率)

19.3%

2 APPENDIX (会社説明)

**私たちは、
人と人とのつながりに
「ありがとう」を感じる場面のお手伝いをする
ことで、
豊かな社会づくりに貢献します。**

会社概要

会社名	株式会社鎌倉新書
代表者名	代表取締役会長 清水祐孝 代表取締役社長 相木孝仁
設立日	1984年4月17日
資本金	7億8,494万円
所在地	東京都中央区八重洲一丁目6-6 八重洲センタービル 7F
従業員数	106名（パート、アルバイト含む）
事業内容	(1) ライフエンディングサービス事業 マッチングプラットフォームとなるポータルサイト運営を中心とした、 ライフエンディングに関わる情報サービスの提供 (2) ライフエンディング関連書籍出版事業

2018年4月30日現在

会社沿革

『本を買う人は、紙の印刷物が欲しいのではなく、そこに書かれている情報を求めている』

わたしたちは、自分たちの提供する価値は「情報」と定義。

情報加工業という視点で、「出版」と関わらず、インターネットビジネスを含めた情報ビジネスを行ってまいりました。

1984年 4月	仏壇仏具業界向け書籍の出版を目的として設立	
2000年 10月	全国の葬儀社や葬儀マナーなどに関する情報サイト「いい葬儀」を開始	
2001年 6月	月刊『仏事』を創刊	
2003年 12月	霊園・墓地・お墓探しの総合サイト「いいお墓」を開始 仏壇と仏壇店探しに関するサイト「いい仏壇」を開始	
2006年 7月	エンディングノート「旅立ちの準備ノート」を刊行	
2008年 10月	優良石材店と霊園探しサイト「優良墓石・石材店ガイド」開始	
2010年 6月	生花・胡蝶蘭を当日配達できる販売サイト「供花・胡蝶蘭net」を開始	
2014年 7月	「Yahoo!エンディング」へ情報提供開始	
2014年 8月	新しい形のお墓を探せるサイト「樹木葬なび」「納骨堂なび」を開始	
2014年 10月	終活に関する総合情報サイト「終活情報局」を開始	
2015年 12月	東京証券取引所マザーズ市場上場	
2017年 7月	東京証券取引所市場第一部に市場変更	

ライフエンディングサービス事業の主要サービス

いい葬儀

- 全国の葬儀社・斎場・火葬場選びのポータルサイト。
2000年10月開設



- 希望のエリアや形態、予算を選択することで条件に合う葬儀社や葬儀プランを選べる
- 葬儀の段取りや参列についての情報も提供

いい仏壇

- 全国のお仏壇・仏具・仏壇店選びのポータルサイト。
2003年12月開設



- 住所や希望の条件、実際に購入した方の口コミなどから、仏壇・仏具・店舗を探ることができる
- お仏壇の修理・修復などの情報も掲載

いいお墓

- 全国の霊園・墓地・お墓選びのポータルサイト。
2003年12月開設



- 希望のエリアや現在地、予算を選択することで条件に合う霊園墓地を探ることができる
- ペットと一緒に入れる霊園、海が見える霊園、などといったこだわりの条件から検索可能

Story

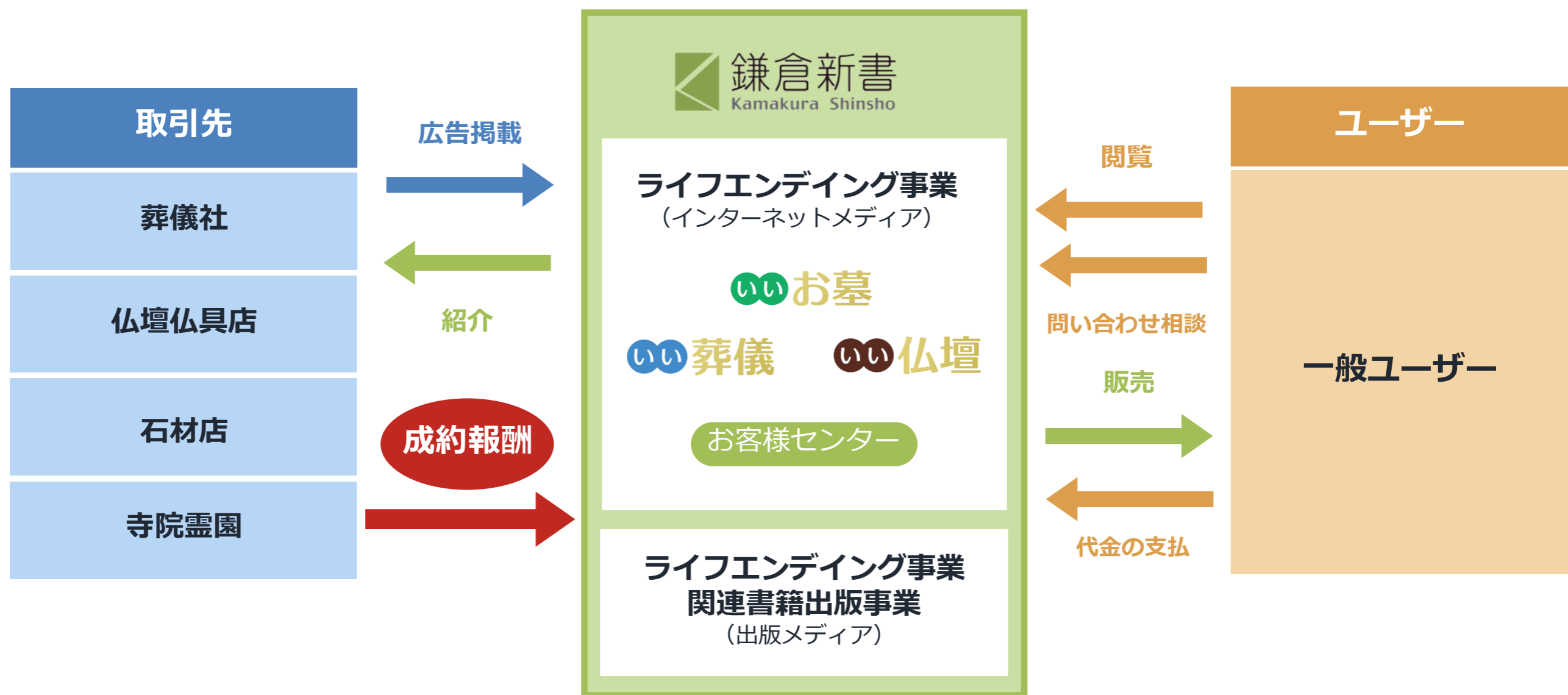
- 現在、家族だけで密かに葬儀をする小規模なお葬式が増えてきました。



単なる決められた形通りの式ではなく、本人と生前に関係があった人との間で、これまでの愛情に感謝し、お別れを告げるために、鎌倉新書が考えた一つの答えです。

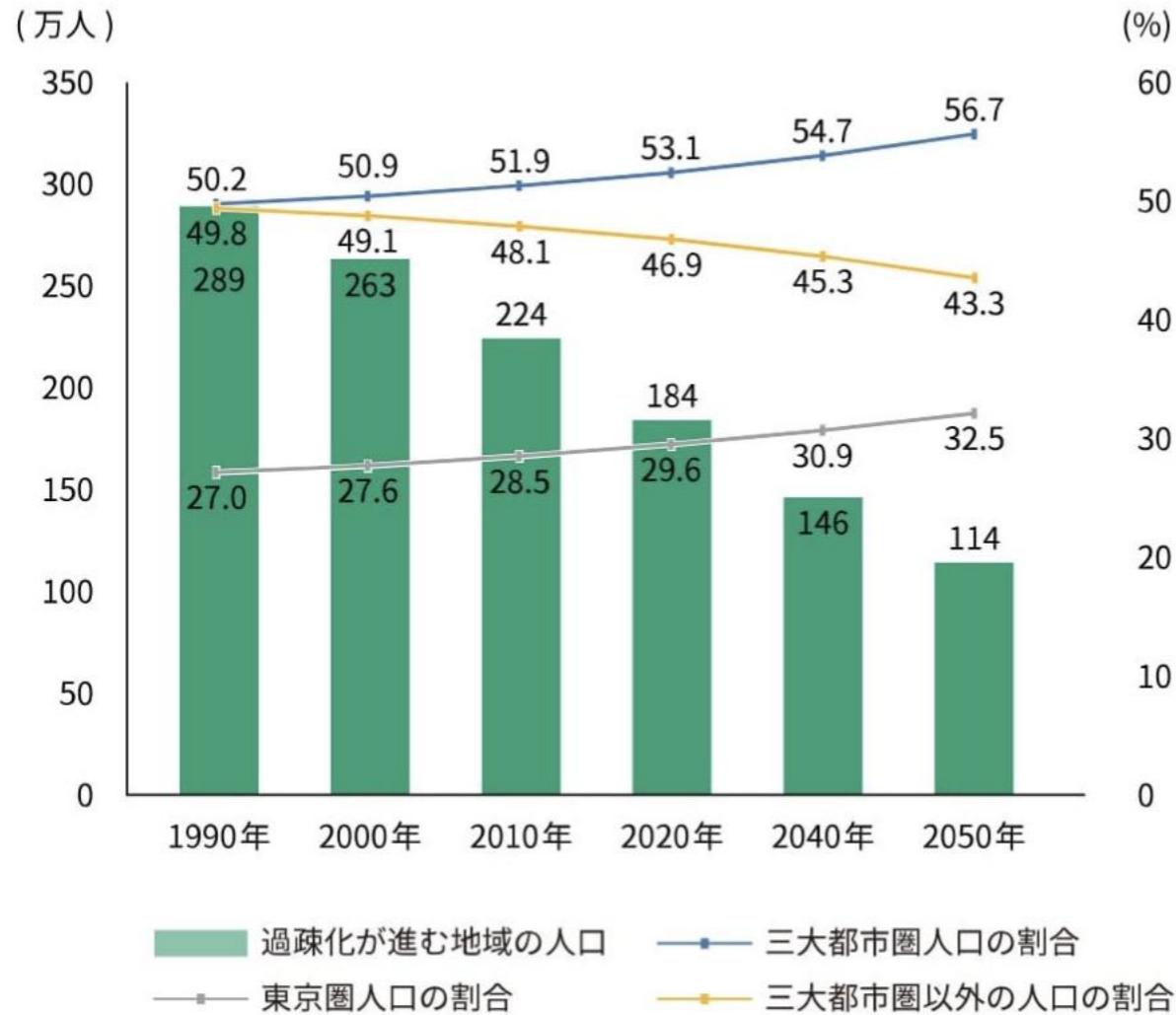
ビジネスモデル

ユーザーに対しては、ポータルサイトを通して購買選択に必要な情報を提供し、事業者に対しては、見込み顧客の紹介、販売支援を行っています。



社会的背景（都市化）と鎌倉新書の役割

都市化の推移



- 東京圏：埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、
三大都市圏：東京圏、名古屋圏（岐阜県、愛知県、三重県）、
大阪圏（京都府、大阪府、兵庫県、奈良県）、
総務省：国土交通省国土審議会政策部会長期展望委員会「国土の長期展望

当社の役割

ユーザーの悩み

- 誰に頼めばいいかわからない
- どうすべきかわからない
- 選ぶ基準がわからない
- 費用が適正かどうかわからない



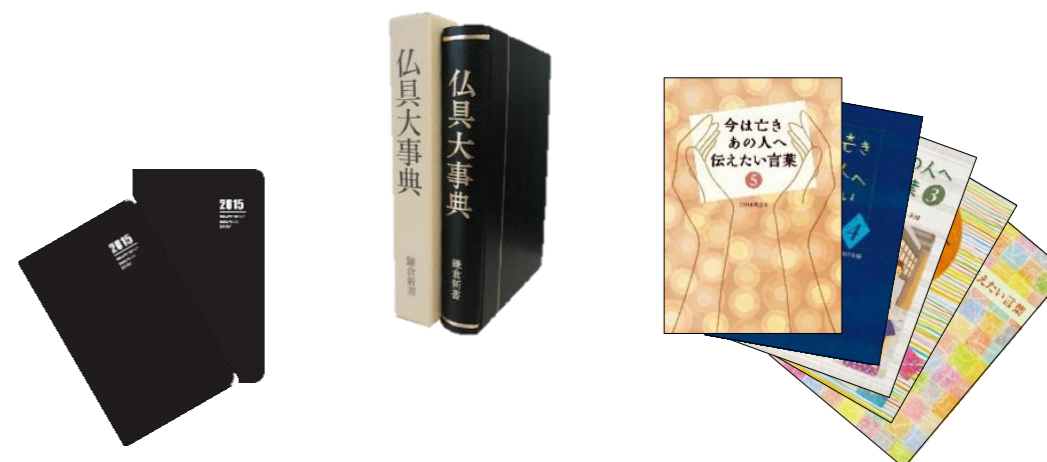
事業者の悩み

- 集客やセールスコストが掛かりすぎる
- 信頼感を持たれていない

ライフエンディング関連書籍出版事業

事業者に向けたビジネス情報誌、月刊『仏事』をはじめとして、葬儀やお墓・仏壇など供養に関連する様々な出版物を発行しています。出版社としての知名度や信頼感、業界ネットワーク、コンテンツ生成力がインターネットサービスにも活かされています。

月刊仏事



ライフエンディング全域をカバー

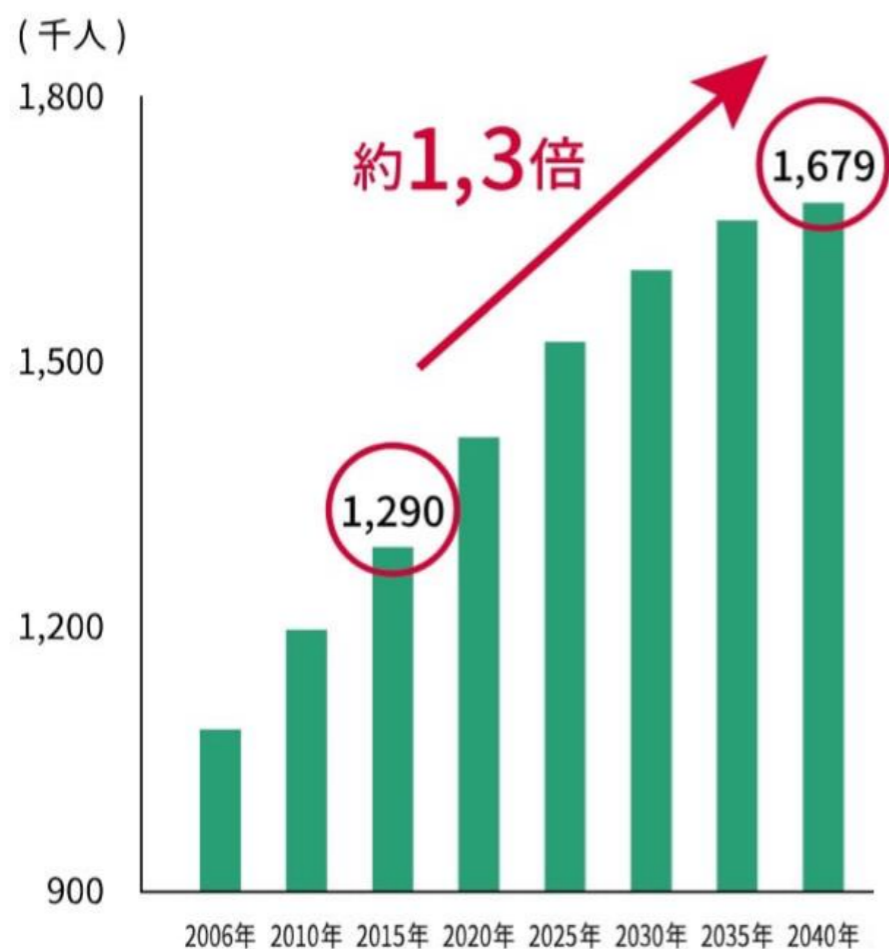
ユーザーとしての視点で終活から葬儀、仏壇、お墓、遺産相続といったライフエンディング全域をカバーし、高齢者のさまざまなニーズや課題に応える、一連のサイトを開設・運営しています。

生前準備	葬儀サービス	仏壇仏具	お墓
遺産相続なび	いい葬儀	いい仏壇	いいお墓
いまを生きよう、きおくに残そう セラヴィ	お葬式消費者相談.com 社葬.com	仏像と仏師の世界	樹木葬なび 納骨堂なび
終活情報局	お葬式なび 家族葬なび	寺院墓地.com	墓石・石材店ガイド
YAHOO! JAPAN エンディング	直葬なび 一目葬なび	仏像コミュニティの決定版 ぶっこみ!	東京の霊園.com 神奈川の霊園.com
いま。人によりそう 看取り.com	千葉県斎場.com 大阪府葬儀場.com	仏壇の一流 The Source of a family Buddhist altar	埼玉の霊園.com 千葉の霊園.com
いい葬儀 マガジン 葬儀の“今”がわかる	埼玉県斎場.com 神奈川県斎場.com	いい仏壇 プレミアム	大阪の霊園.com 愛知の霊園.com
	東京都斎場.com Story		兵庫の霊園.com 墓上たて ohaka-tateru.com
	葬儀保険.com 遺品整理なび 供花・胡蝶蘭net		
	葬儀事情ガイド		

紹介数増加の背景① [増加する死亡者数]

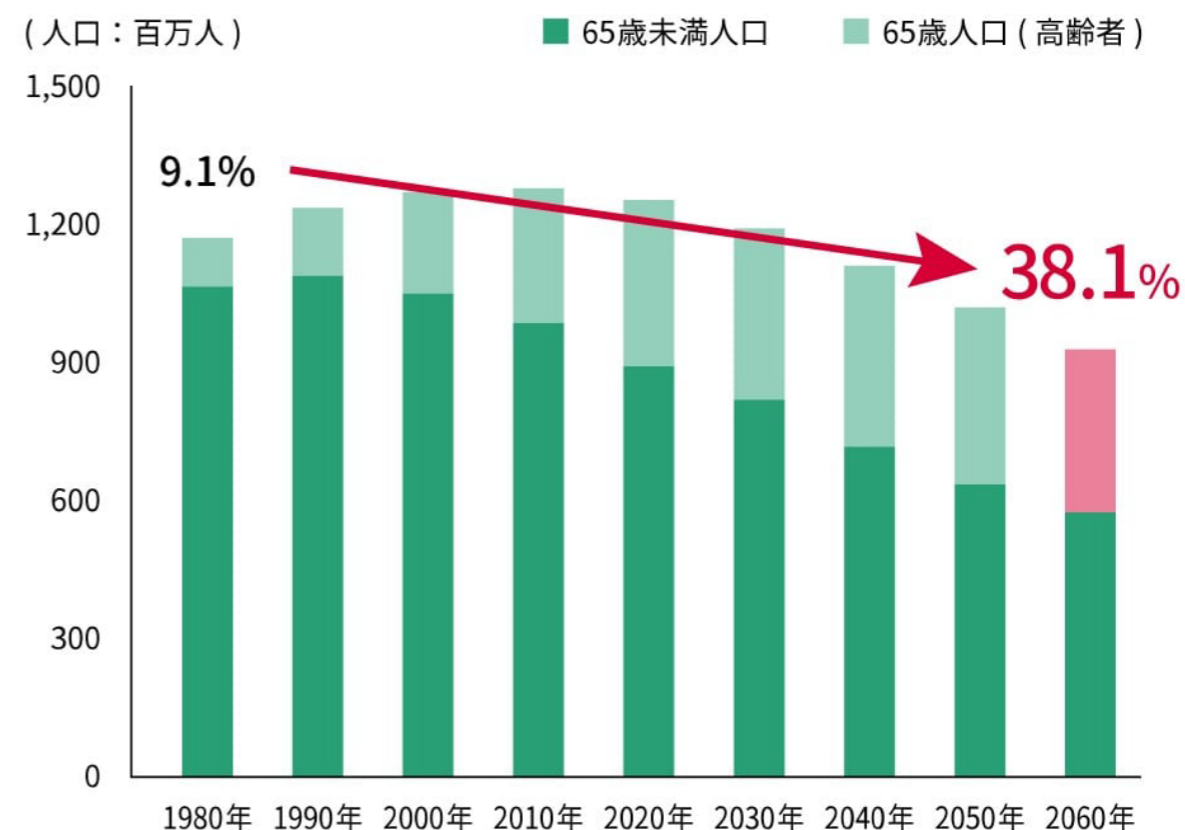
2040年まで死亡者数は増加していきます。

死亡者数の将来推計



● 平成29年度高齢社会白書

高齢化率の進展

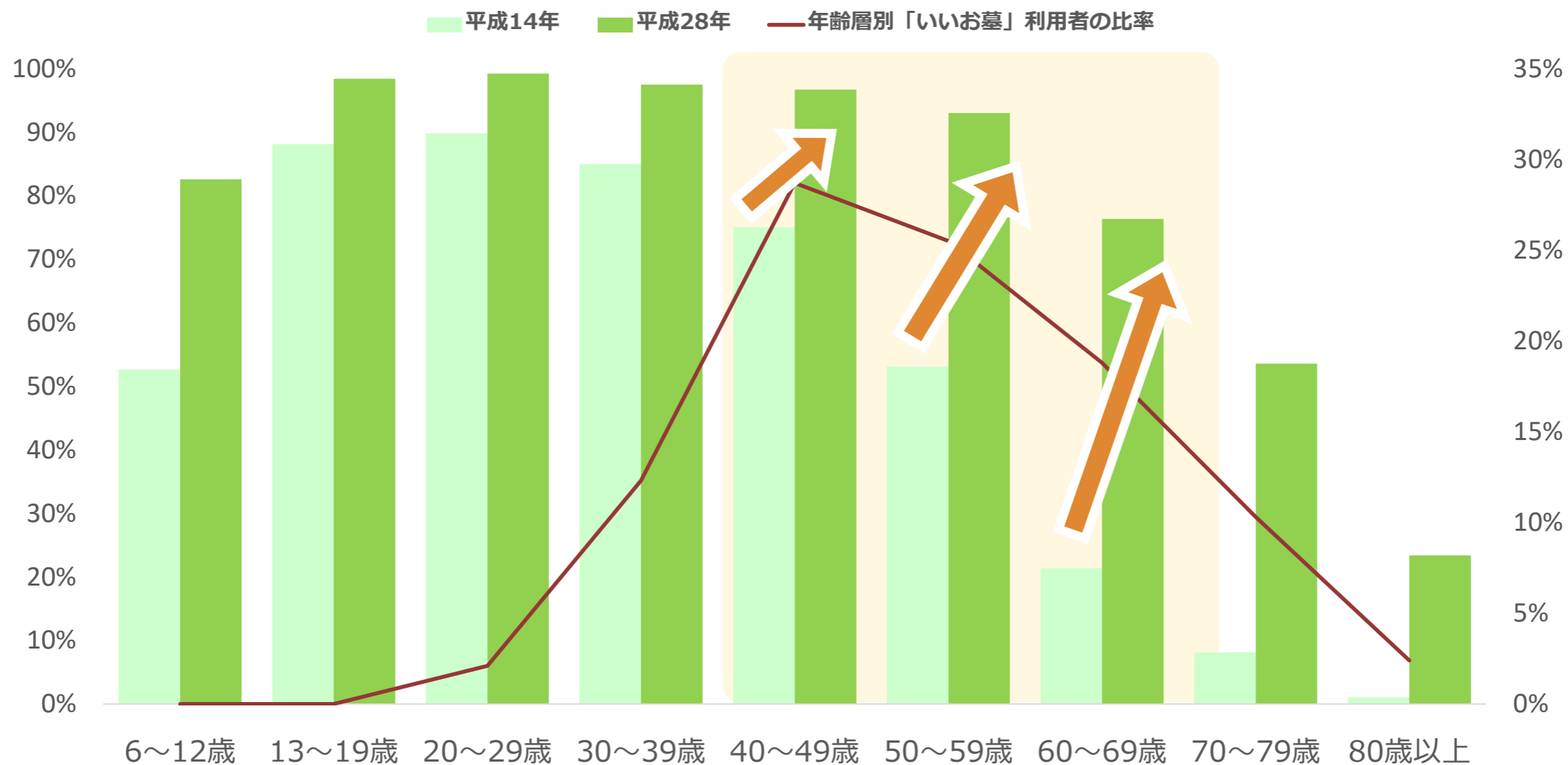


● 2010年まで総務省「国勢調査」、厚生労働省「人口動態統計」
2020年以降国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」

紹介数増加の背景② [高まるネット利用率]

当社サービスに対し、お問合せいただくのは、40～60歳代の方が多く、これはITリテラシーが高くなりつつある世代でもあります。

年齢階層別のインターネットと「いいお墓」利用状況



図：総務省「平成29年度版情報通信白書」より作成

これまで

高齢者とその家族が必要とする供養サービスを比較して探せるweb/電話サービス

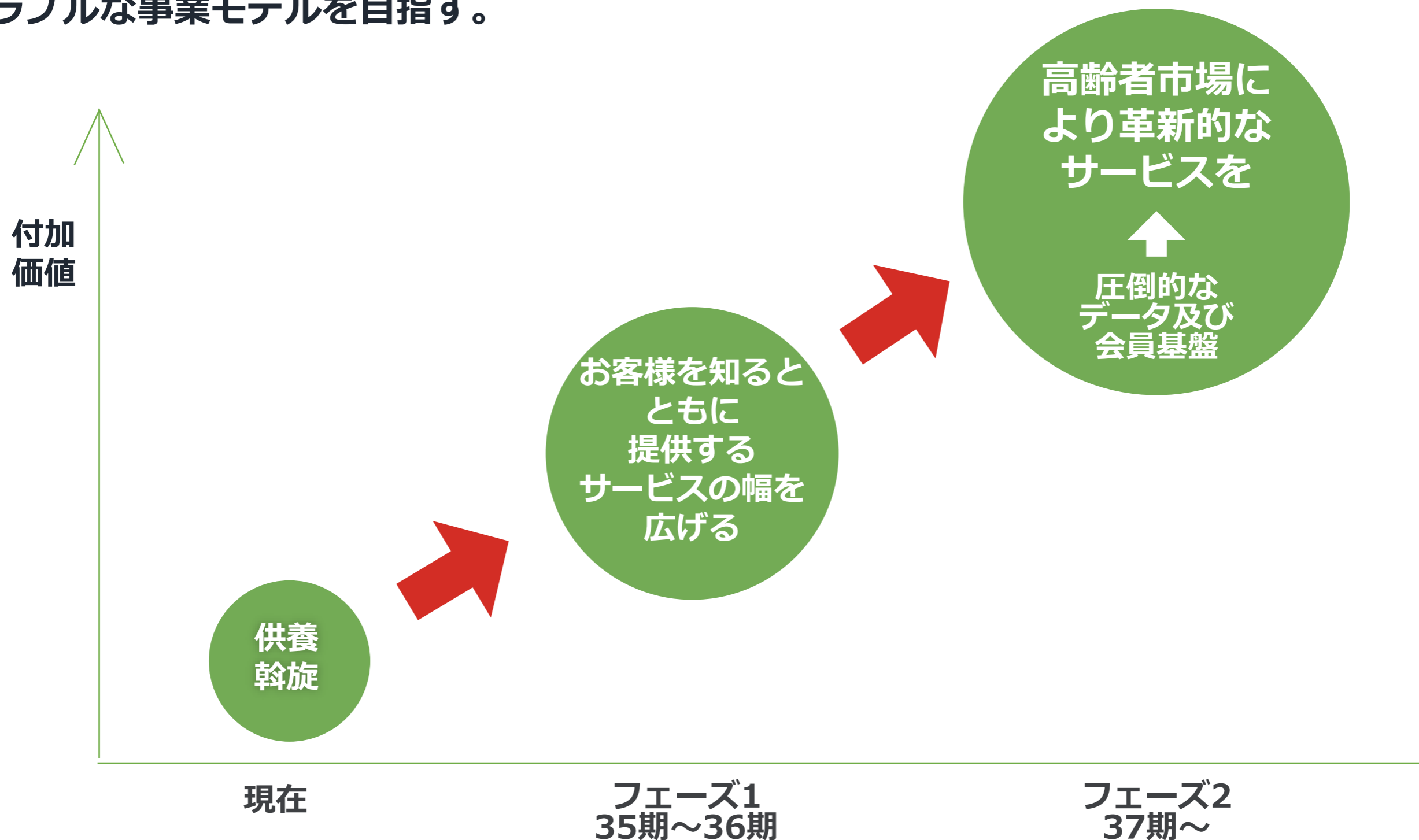


これから

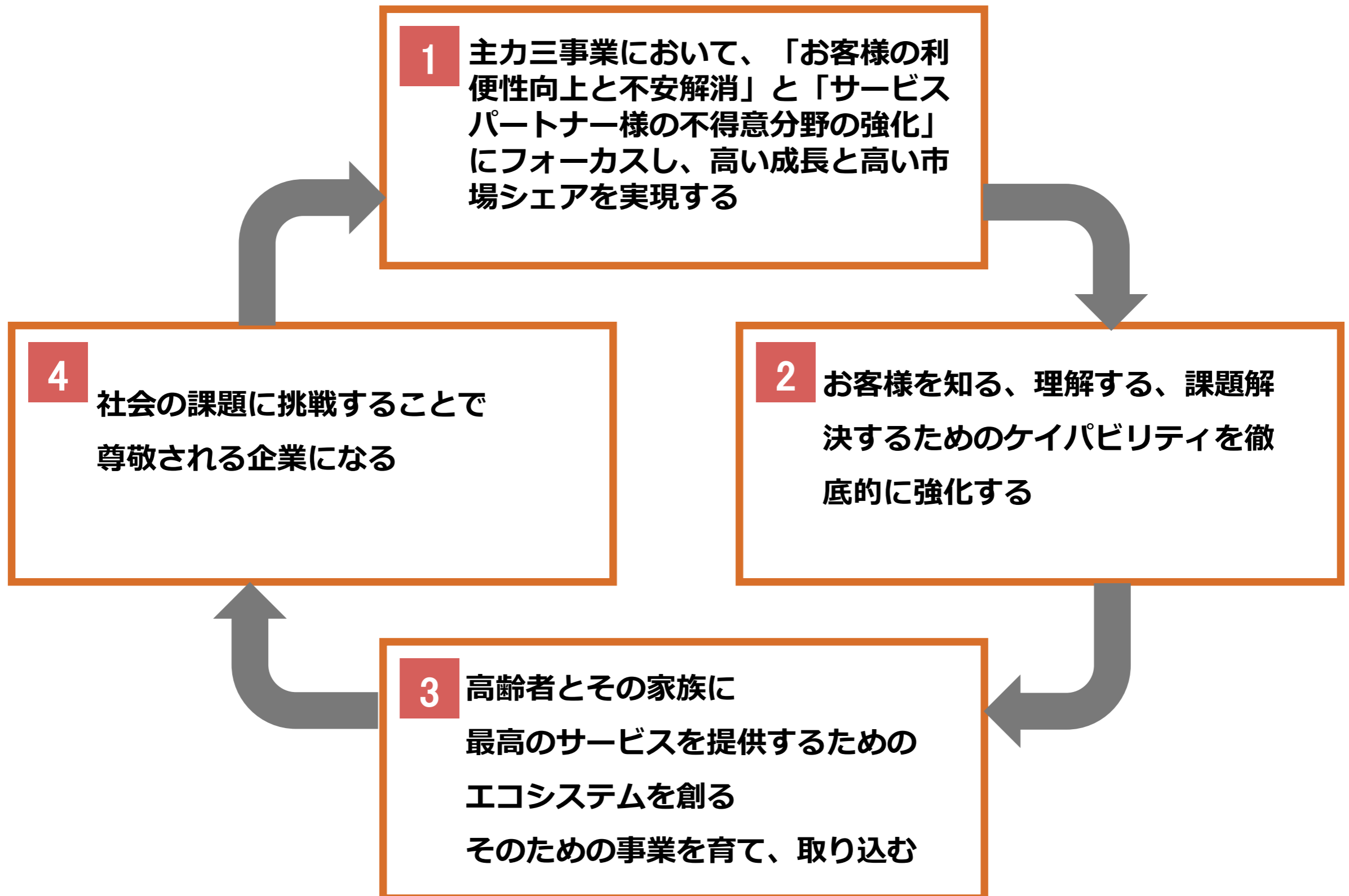
高齢者とその家族が必要としていることを誰よりも深く理解し、彼らが「やりたいこと」「やるべきと感じていること」そして「困っていること」に、耳を傾け、寄り添い、一緒に解決するサービス

鎌倉新書が歩いていく道筋

「お客様を知り」「提供するサービスの幅を広げる」ことで、現在の斡旋・紹介ビジネスを発展させ、最終的には、高齢者とその家族の圧倒的なデータと会員基盤を有するスケールアップした事業モデルを目指す。



成長のアクション方針



既存事業について

各事業毎に明確なあるべき理想を掲げ、新たな施策を矢継ぎ早に打っていくと同時に、3事業のベースとなる部分を横断的に強化していく

いいお墓

圧倒的No.1戦略

- 新形態のお墓サービス
- 認知度の拡大

いい葬儀

プラットフォーム No.1戦略

- お客様満足度No.1 (済)
- レビュー数No.1 (済)
- 斎場数 No.1を目指す
- サイトリニューアル

いい仏壇

Only 1戦略

- ビジネスモデルの刷新
- 商品軸の強化
- 来店率・成約率の向上

事業のベースライン

横串強化による生産性の最大化

- KPI マネージメントの浸透
- クライアント毎での数値管理
- 地方強化
- 成功事例の横展開
- SEO/Marketing施策の強化
- お客様センター機能の集約

①開発力・テクノロジー

- エンジニアチーム強化 → 開発ボリュームとスピードアップ
- サイトリニューアル → 利便性向上 → CVRアップ
- バックエンド刷新

②ブランドエクイティ

- メディアリレーションとパブリシティの強化
- マス・マーケティングの検討

③顧客理解のケイパビリティ

- 会員基盤構築 → お客様を面でサポート
- 顧客接点強化（コールセンター）
- コンサルに匹敵する市場・顧客分析力

2

お客様を知る、理解する、課題解決するためのケイパビリティを徹底的に強化する

1

Story事業で
他社が追随できない
ような優位性を
極める

2

お客様と直接の
タッチポイント
(声、顔、心)
を増やす

3

お客様情報をもとに
したナレッジとデー
タのプラットフォーム
をつくる

4

ライフエンディング
市場の専門家を
育てる・集める

35期の活動

会費5,000円から
出来る
オーダーメイド型
お別れ会のご提供

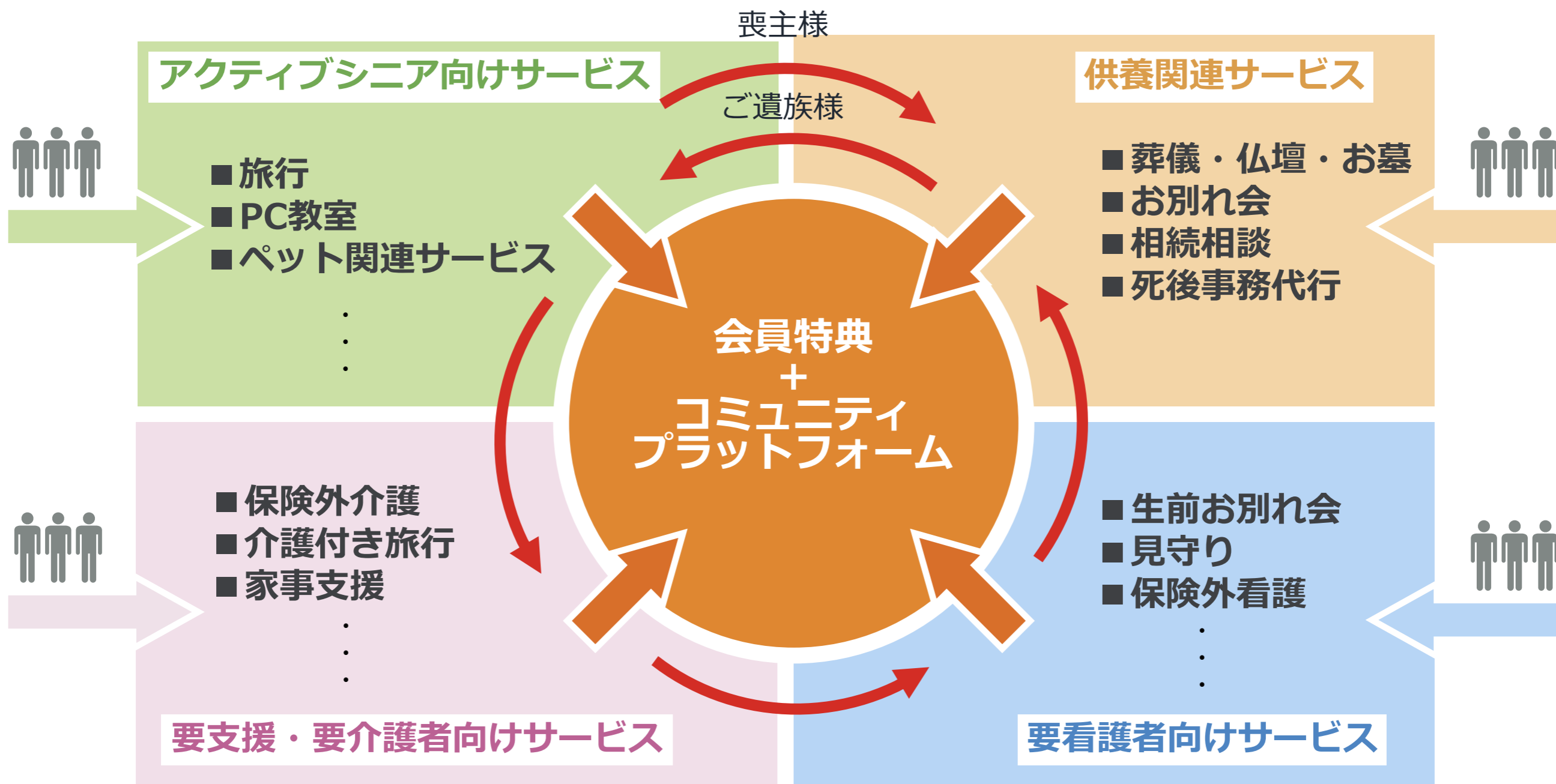
お客様の真のご要望
を把握するための
コールセンター機能
強化を目的とした
CS部の設立

迅速な経営判断・
マーケティング活動
を実現するための
データ分析基盤の
構築・導入

市場の理解を深める
ための自主調査の
強化・リリース、
座談会の実施

エコシステムの構築

3 高齢者とその家族に最高のサービスを提供するためのエコシステムを創る
そのための事業を育て、取り込む



成長のアクション方針3

なるべく先行投資が軽く早期に利益が出る事業を育てることで、顧客接点を強化し、高齢者とその家族のエコシステムを創り上げていく。

ペットシッター



CARE PETS
ケアペット

- 株式会社CARE PETSへのマイノリティ出資
- 要介護・看護状態のペットまで面倒を見れるペットシッターサービス
- ご利用者の約半分以上が65歳以上
- ご利用者の約半分以上が月に30回以上ご利用
- 当社子会社でも東京都世田谷区、杉並区、練馬区においてFCとしてサービスを展開

パソコン教室



みんなの
パソコン倶楽部

- 株式会社日本アイティ技能普及協会との合併会社でパソコン教室「みんなのパソコン倶楽部」を展開
- パソコンスキル取得ではなくパソコンを活用したコミュニティ形成を目的とした教室運営方針
- 特定郵便局舎の空きスペースやショッピングモールでの展開を予定

4

社会の課題に挑戦することで尊敬される企業になる

- 終活セミナーを通じた高齢者とその家族への啓蒙活動
- 「社会貢献団体ガイドブック」の刊行
- 「つなぐいのち基金」との連携強化
- 将来的には、高齢者の自己実現、無縁仏、高齢者の孤独死、下流老人、老々介護/介護離職、安楽死/尊厳死など社会問題への挑戦

このような活動を通じて、成長性・収益性と、社会貢献・社会性を両立するエクセレントカンパニーを目指す。

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。

市場環境や業界動向、その他内部・外部要因等により変動する可能性があります。

実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。