

成長可能性に関する説明資料

株式会社鎌倉新書



目次

1. 会社概要
2. 当社の強み
3. 成長戦略

1. 会社概要

**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。**



役員紹介

代表取締役社長

清水 祐孝

慶應義塾大学卒業

1990年、株式会社鎌倉新書に入社。

仏教・寺院関連の出版社であった同社を、葬儀・お墓等の供養関連の情報ビジネスに業態を転換。

一般ユーザー、供養関連の事業者に向けたセミナーやコンサルティングを行う傍ら、

1999年より国内初の供養系ポータルサイト、「いい葬儀」「いいお墓」「いい仏壇」を運営。



取締役 執行役員

上村 和彦

上智大学卒業

2000年頃より、SEOを中心とした

インターネットマーケティング関連事業に従事。

2007年、鎌倉新書に入社。

SEOへの深い理解を背景に、鎌倉新書のインターネット事業を急拡大させた。

月刊『仏事』に「葬儀社・仏壇店・石材店のためのSEO」連載中。

取締役 執行役員

須藤 諭史

一橋大学卒業

富士電機株式会社、経営企画本部で

経営企画・会計・ファイナンス業務に従事。

その後、株式会社コロプラに入社し、ファイナンス業務、東証マザーズへの上場準備を行う。

2014年、鎌倉新書に入社。

取締役 執行役員

増澤 貞昌

京都大学卒業

1997年、株式会社リクルートに入社。

その後独立、モバイルインターネット領域でのベンチャー企業を起業・経営。

インターネットを通じたマーケティングやECサイトの構築について、深い知識と経験を持つ。

特にモバイル領域に強み。

2014年、鎌倉新書に入社。

会社概要

会社名	株式会社鎌倉新書
代表者名	清水祐孝
設立日	1984年4月17日
資本金	110,200,000円
所在地	東京都中央区日本橋本石町4-4-20 三井第二別館 3F
従業員数	69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

2015年9月末時点

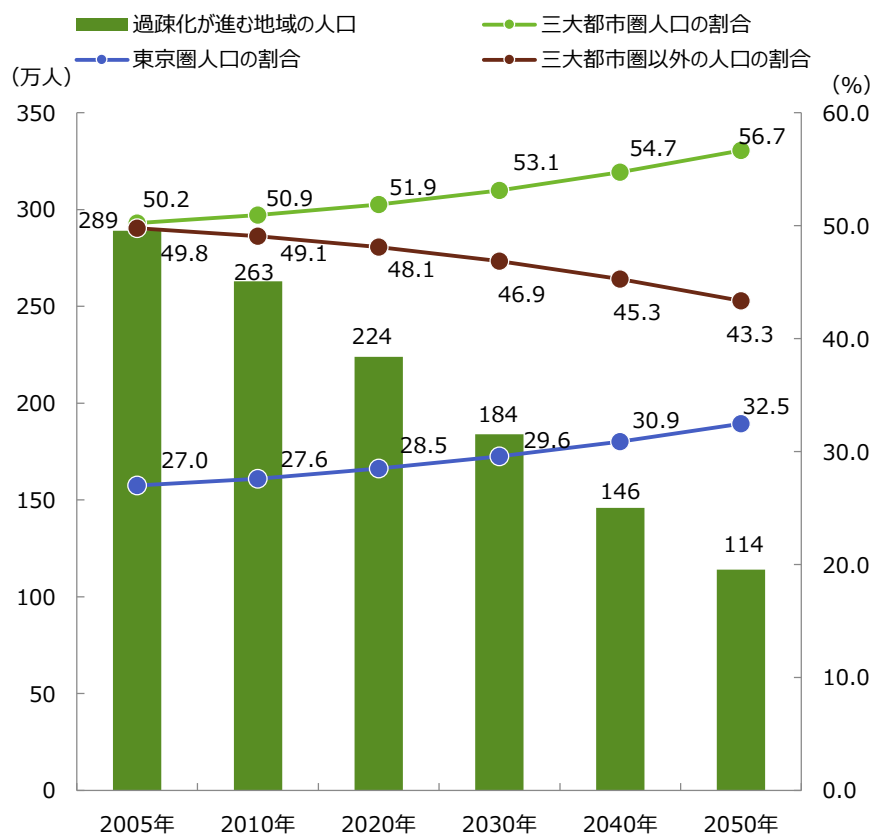
『本を買う人は、紙の印刷物が欲しいのではなく、中に書かれてある情報を求めているのだ』

私たちは、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」にとらわれず、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	<p>出版ビジネス セミナー・コンサルビジネス インターネットビジネス</p>
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」を発売	
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	

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

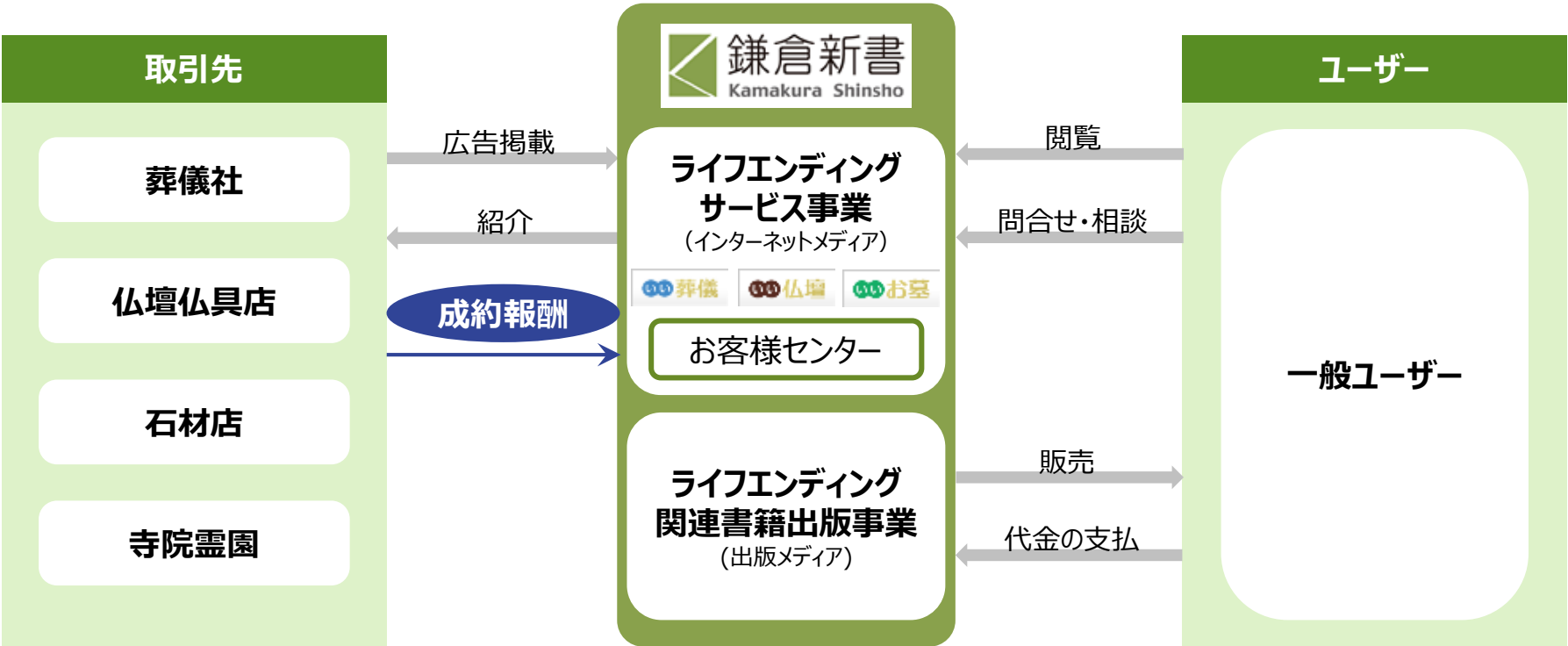


事業者の悩み

- 集客やセールスのコストが掛かりすぎる
- 信頼感を持たれていない

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。
事業者に対しては、見込客の紹介、販売支援を行う。



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
- 年間閲覧者数：330万人(2014年度)
- 年間総PV数：950万PV(2014年度)



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
- 希望のエリアや所在地、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
- 年間閲覧者数：260万人(2014年度)
- 年間総PV数：1,200万PV(2014年度)



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・店舗を探すことができる
- お仏壇の修理・修復などの情報も掲載
- 年間閲覧者数：130万人(2014年度)
- 年間総PV数：420万PV(2014年度)



Yahoo!エンディング

- ライフエンディング、終活に関連する総合ポータルサイト。2014年7月開設
- ヤフー株式会社と協力し、ポータルサイト「Yahoo! JAPAN」上にて、鎌倉新書が運営
- 「生前準備」葬儀の見積・手配や、相続税、遺言状等の情報掲載、専門資格者への依頼サービスなど、生前の終活を広くサポート



ライフエンディング関連書籍出版事業

供養業界の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。

月刊『仏事』



2. 当社の強み

ライフエンディング全域をカバー

葬儀ユーザー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。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。



収益逡増型ビジネスモデル

情報が顧客を呼び、顧客が情報を呼ぶポジティブフィードバックを、
ライフエンディングに関する各領域において、先行して構築。



ユニークなポジショニング（コンテンツ力とネットワーク力）

出版事業を通じて、ライフエンディングに関わる良質なコンテンツを豊富に蓄積しており、ライフエンディング業界の事業者と強いリレーションを構築しています。

- 仏壇仏具業界向けの出版社としてスタートしています。
- 出版事業を通じて、ライフエンディングに関わる良質なコンテンツを豊富に蓄積しており、メディア力の向上に貢献しています。
- 長年に渡る出版事業を通じて、ライフエンディング業界の事業者と強いリレーションを構築。ポータルサイトの提携事業者獲得に寄与しています。



仏具大事典は仏具に関する重要資料として、世界的博物館にも収蔵されています。

メディアによる情報収集の、業界標準となっています

日本経済新聞
読売新聞
読売新聞大阪版
毎日新聞
中国新聞
スポーツニッポン
『週刊東洋経済』
『ダイヤモンドQ』

テレビ朝日「グッド！モーニング」
TBS「白熱ライブ ビビット」
BSフジ「華大の知りたい！サタデー」
BS11「報道ライブ21」
『日経ビジネスオンライン』
日本経済新聞電子版

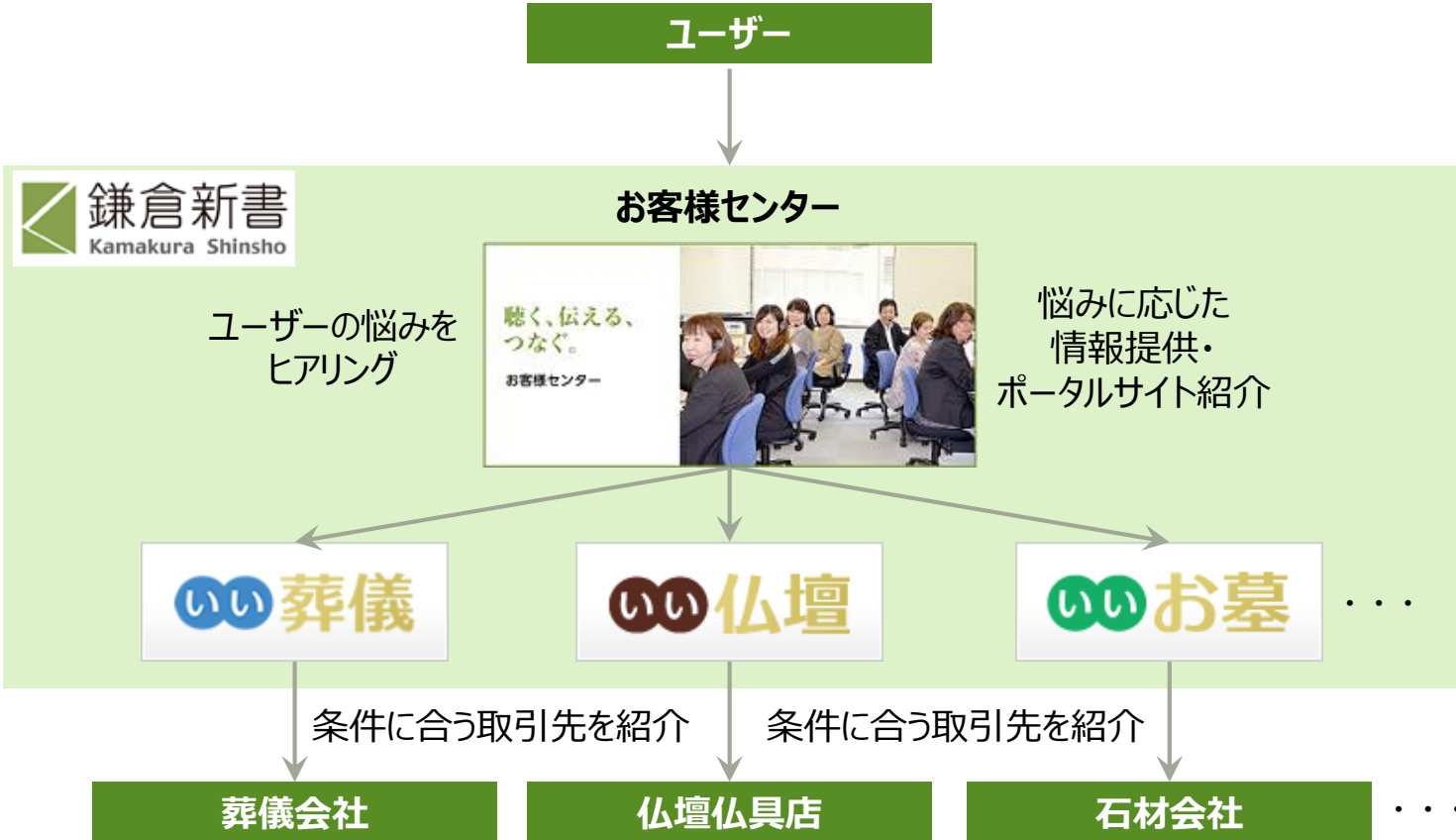
本年度、メディアの取材、情報提供（一部抜粋）



鎌倉新書の調査データは、多くのメディアに引用されています。

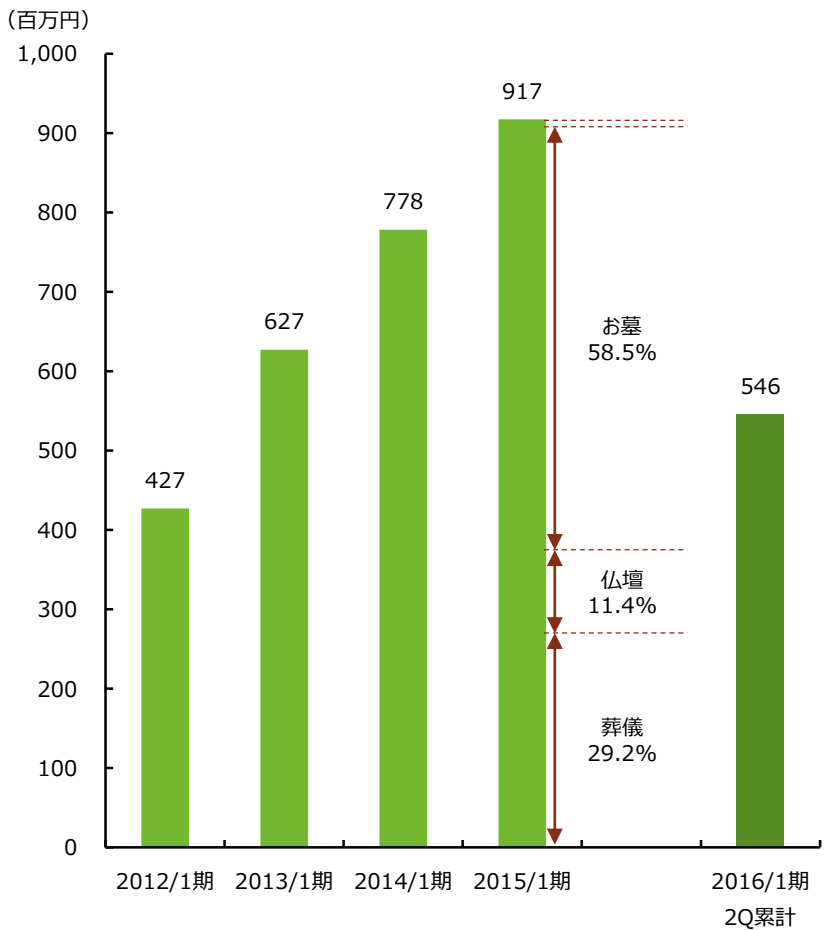
お客様センターを自社で運営

供養に関わる商品・サービス（葬儀・お墓・仏壇）は一生に数度の買い物。
だから、ユーザーには情報が少ない。当社は、自社のコールセンターを通して、適切な情報を提供。

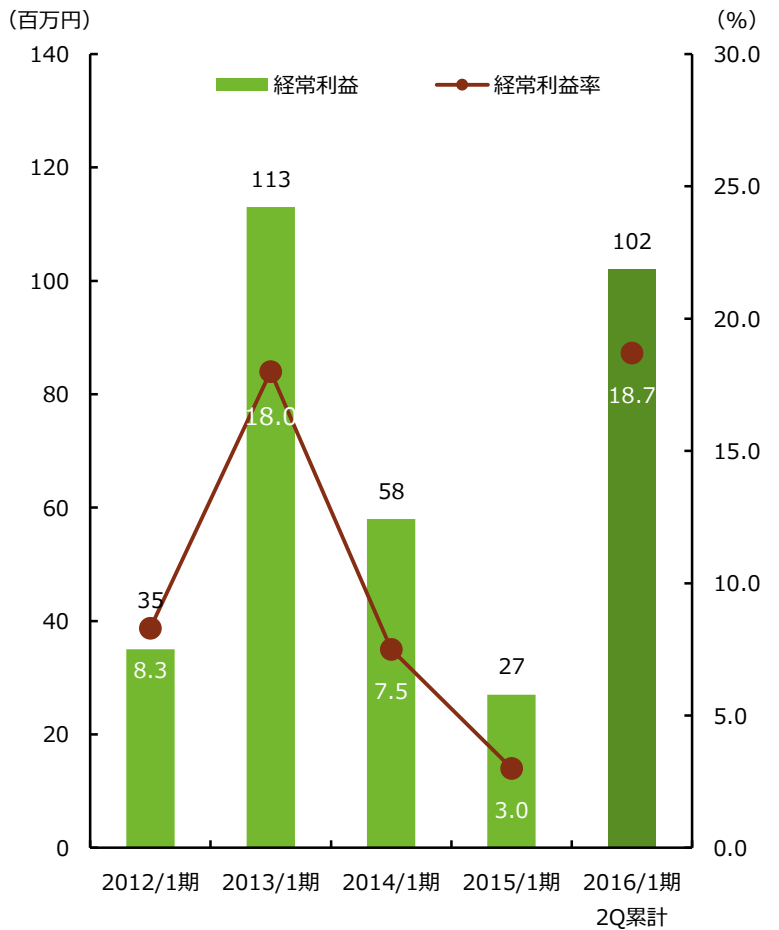


業績の推移

売上高の推移



経常利益および経常利益率の推移



3. 成長戦略

成長戦略のポイント

1

市場環境の後押し

2

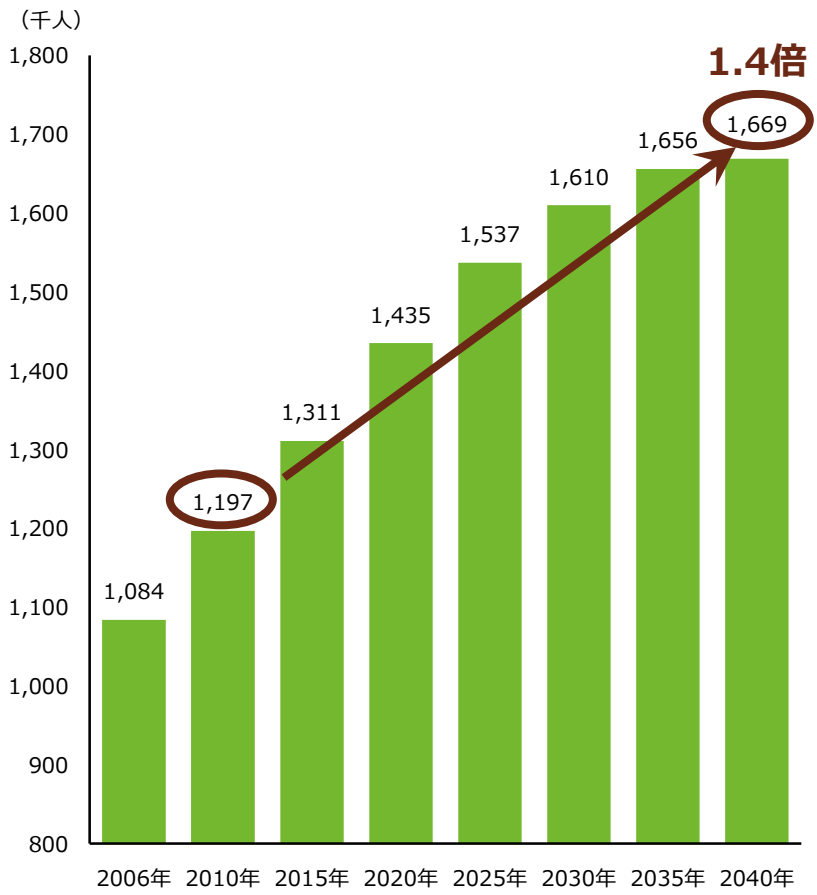
既存サービスの拡大

3

周辺領域への進出

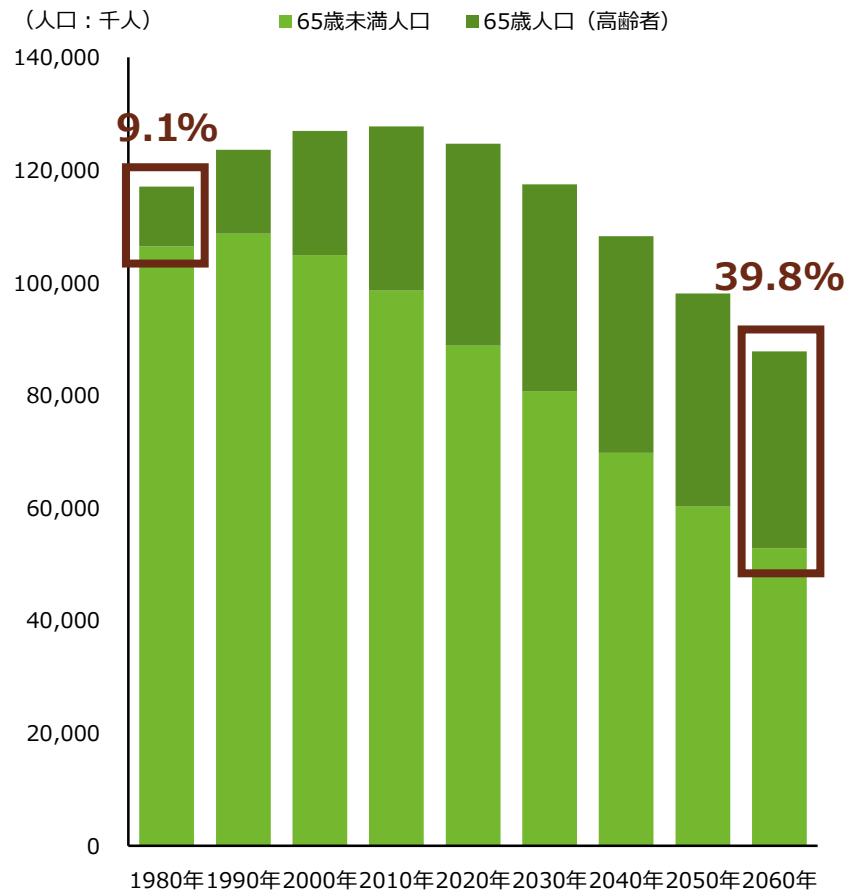
1. 市場環境の後押し① 高齢社会の進展

死亡者数の将来推計



出所：平成27年度高齢社会白書

高齢化率の進展

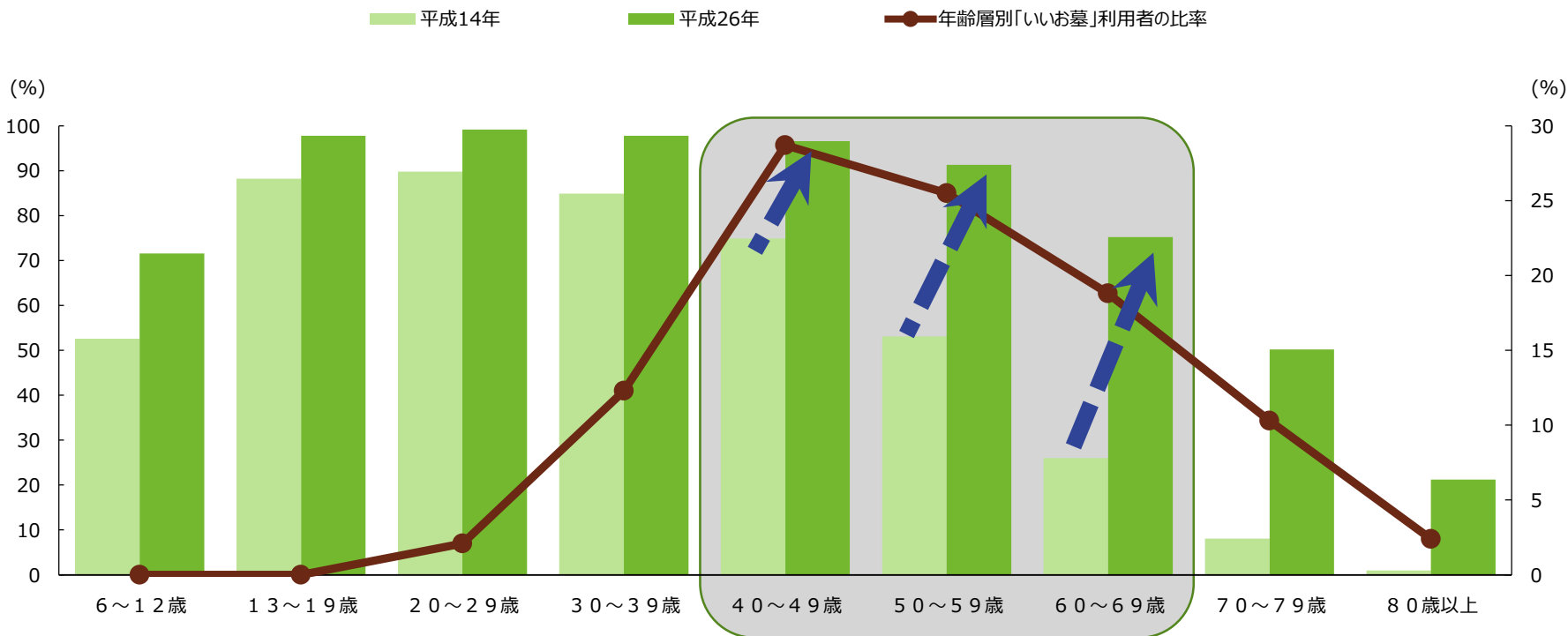


出所：2010年まで 総務省「国勢調査」、厚生労働省「人口動態統計」
2020年以降 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」

1. 市場環境の後押し②インターネット利用者の広がり

当社サービスに対し、特にお問合せいただくのは、40～60歳代の方であり、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



総務省：「平成27年度版情報通信白書」より作成

2. 既存サービスの拡大① 今後ますます拡大する、ネット利用

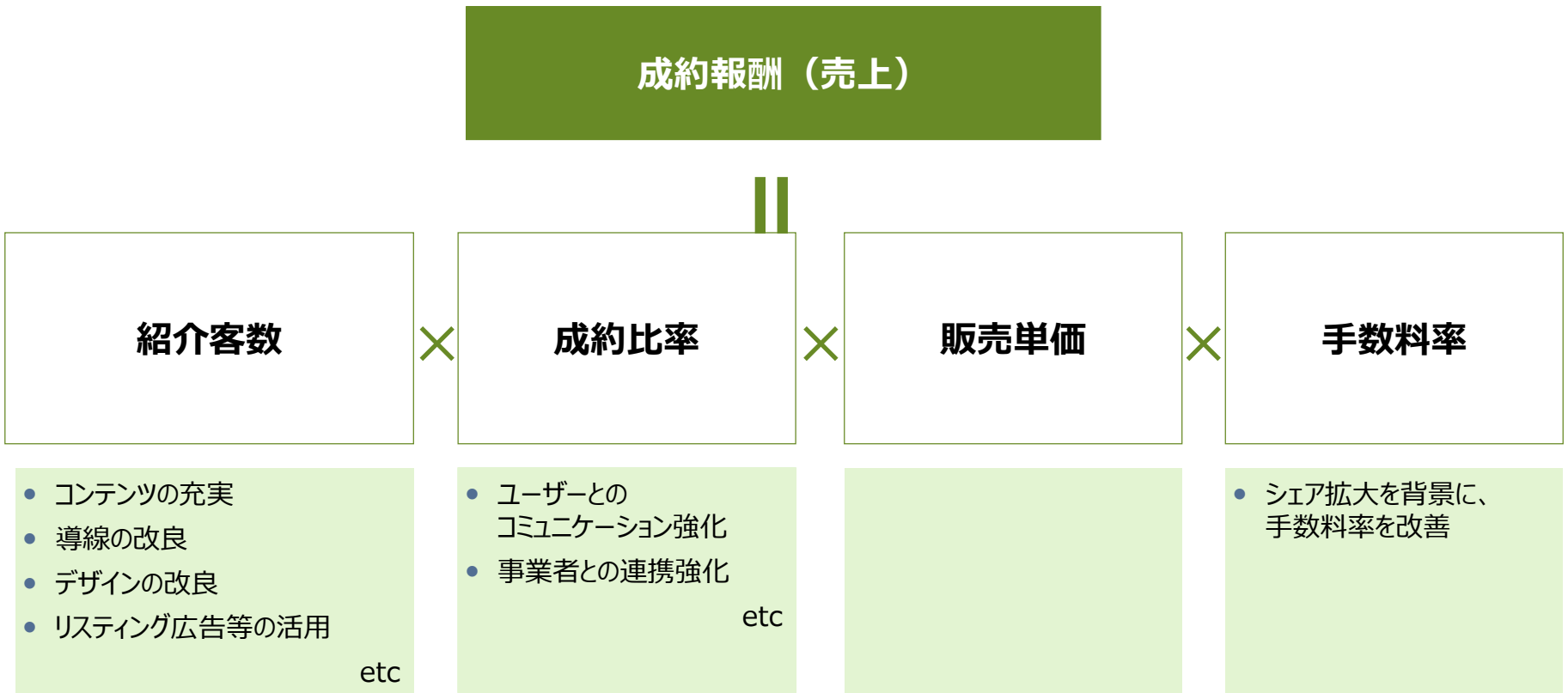
葬儀市場 6,104億円(件数:428,657件に対して)、仏壇市場 2,557億円と、
ライフエンディング市場は巨大な個人消費市場。
市場規模からみて、当社サービスの利用シェアには大きな拡大の余地が残っている。



葬儀市場規模 経済産業省：「特定サービス産業実態調査」より
仏壇市場規模 経済産業省：「商業統計」より

2. 既存サービスの拡大②成約課金型の事業構造

葬儀需要や慣習の変化、ネット利用率向上等のフォローによる追い風を受けているが、更なる成長の加速に向けて「成約課金型の収益モデル」を意識した施策を積極的に推進。



3. 周辺領域への進出

遺産相続、終活など、成長ポテンシャルの大きい供養の周辺領域に進出。

遺産相続ナビ

相続の手続きや、全国の相続に関する
専門家のポータルサイト



セラヴィ

医療、介護や、終活についての情報を
配信するキュレーションメディア



**私たちは高齢化が進展する日本において、
幸福感あふれる社会を実現します。**



本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、現時点における情報に基づき判断したものです。前提や予測を含んで記載しておりますので、今後の経済動向や市場環境の変化によって実際の業績が本資料と異なる可能性があります。