

2019年1月期 第3四半期 決算説明資料



株式会社 鎌倉新書 (6184)

2018年12月13日

1 決算概要

2 APPENDIX (会社説明)

1 決算概要

総括

売上高 **1,799** 百万円 YoY + 43.9%
営業利益 **524** 百万円 YoY + 84.3%
(単体営業利益 **593** 百万円 YoY + 108.4%)

Topics

- WEBサービスの成長スピードがさらに加速
2Q YoY +37% → 3Q YoY **+71%**
- お墓・葬祭・仏壇事業すべてにおいて、3Qで成長スピードが加速。
お墓事業：2Q YoY +23% → 3Q YoY **+55%**
葬祭事業：2Q YoY +66% → 3Q YoY **+105%**
仏壇事業：2Q YoY +62% → 3Q YoY **+100%**
- 子会社2社につき、計画値を下回り、かつ今後も計画に達する見込みがないと判断したため、清算の意思決定

対前年同期比で売上、営業利益、営業利益率ともに大きく増加しました。

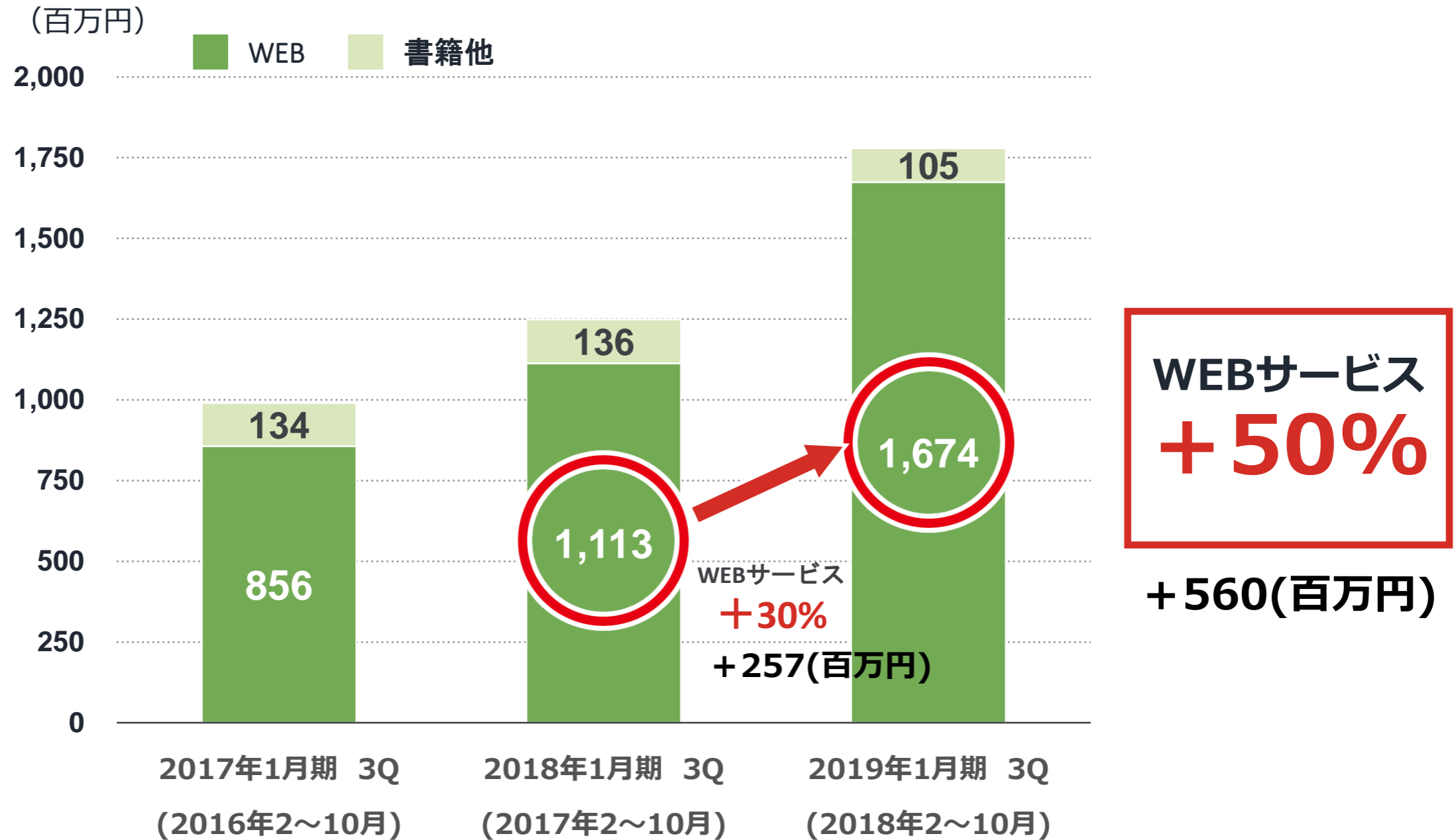
単位：百万円	2018年1月期 3Q実績 (2017年2-10月)	2019年1月期 3Q実績 (2018年2-10月)	増減額	前年同期比
売上高	1,250	1,799	+548	+43.9%
営業利益	284	524	+239	+84.3%
経常利益	251	510	+258	+102.8%
当期純利益	175	269	+94	+53.8%
営業利益率	22.8%	29.2%	+6.4pt	-

(単体営業利益率)

(**33.3%**)

売上の内訳

WEBサービスの売上が**+50%**と大きく伸長しました。



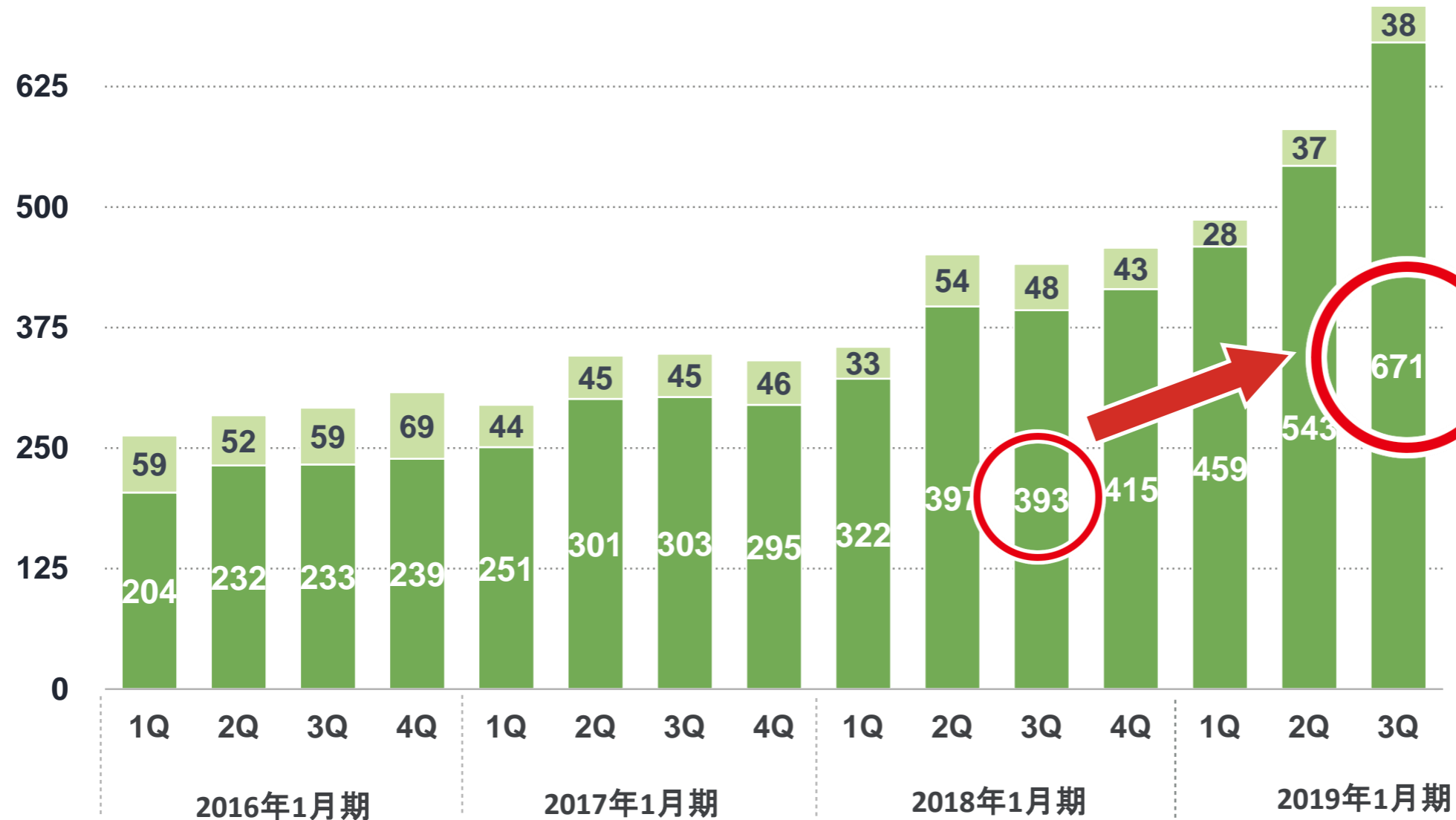
※WEBはWEBサービスの収益を表示しています。

売上の内訳 四半期推移

第1四半期から続いて、WEBサービスが大きく伸長し、YoY +71% と過去最高の成長率と売上金額を更新しました。

(百万円)

■ WEB ■ 書籍他

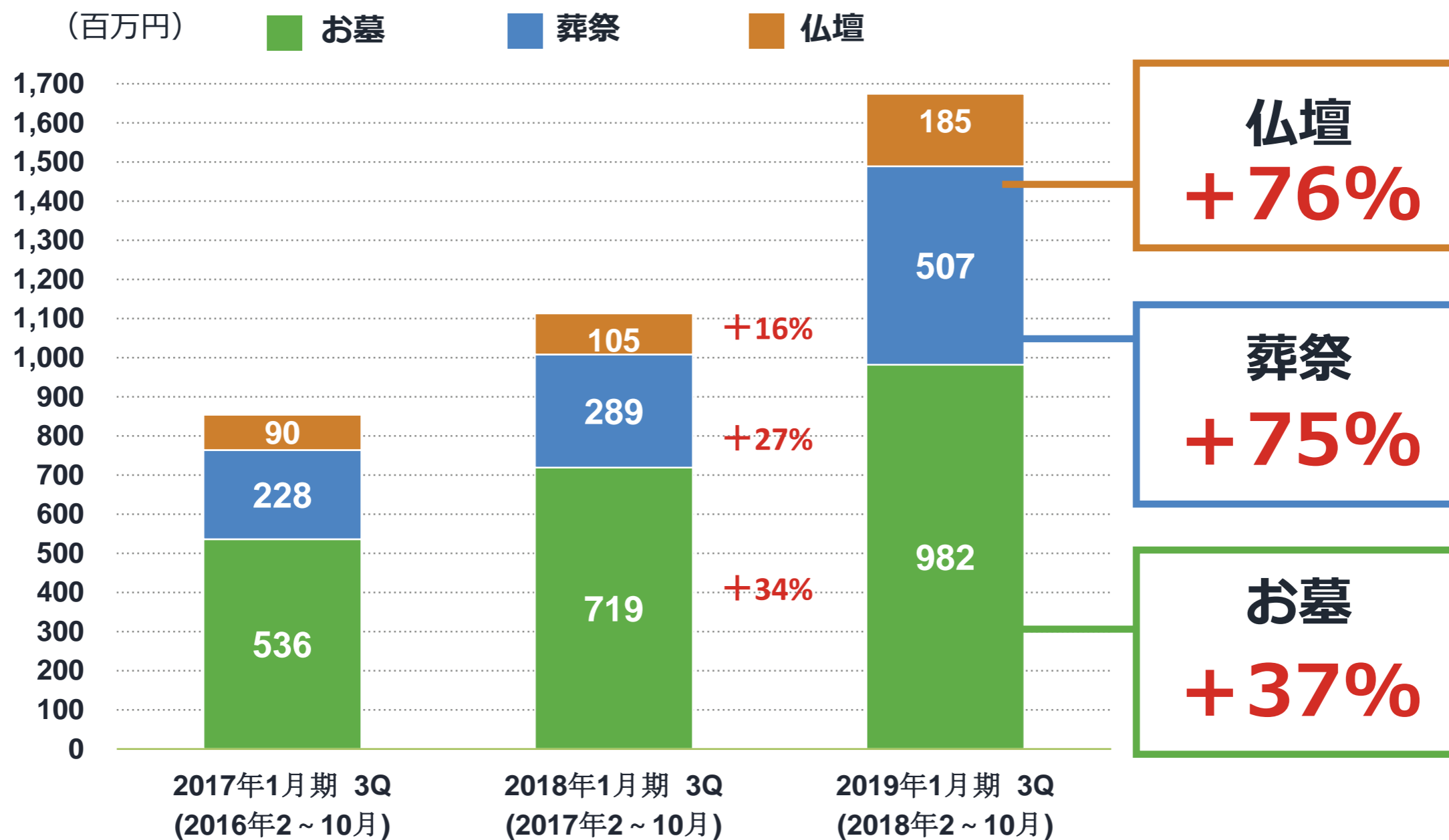


WEBサービス
対前年同四半期
+71%

※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

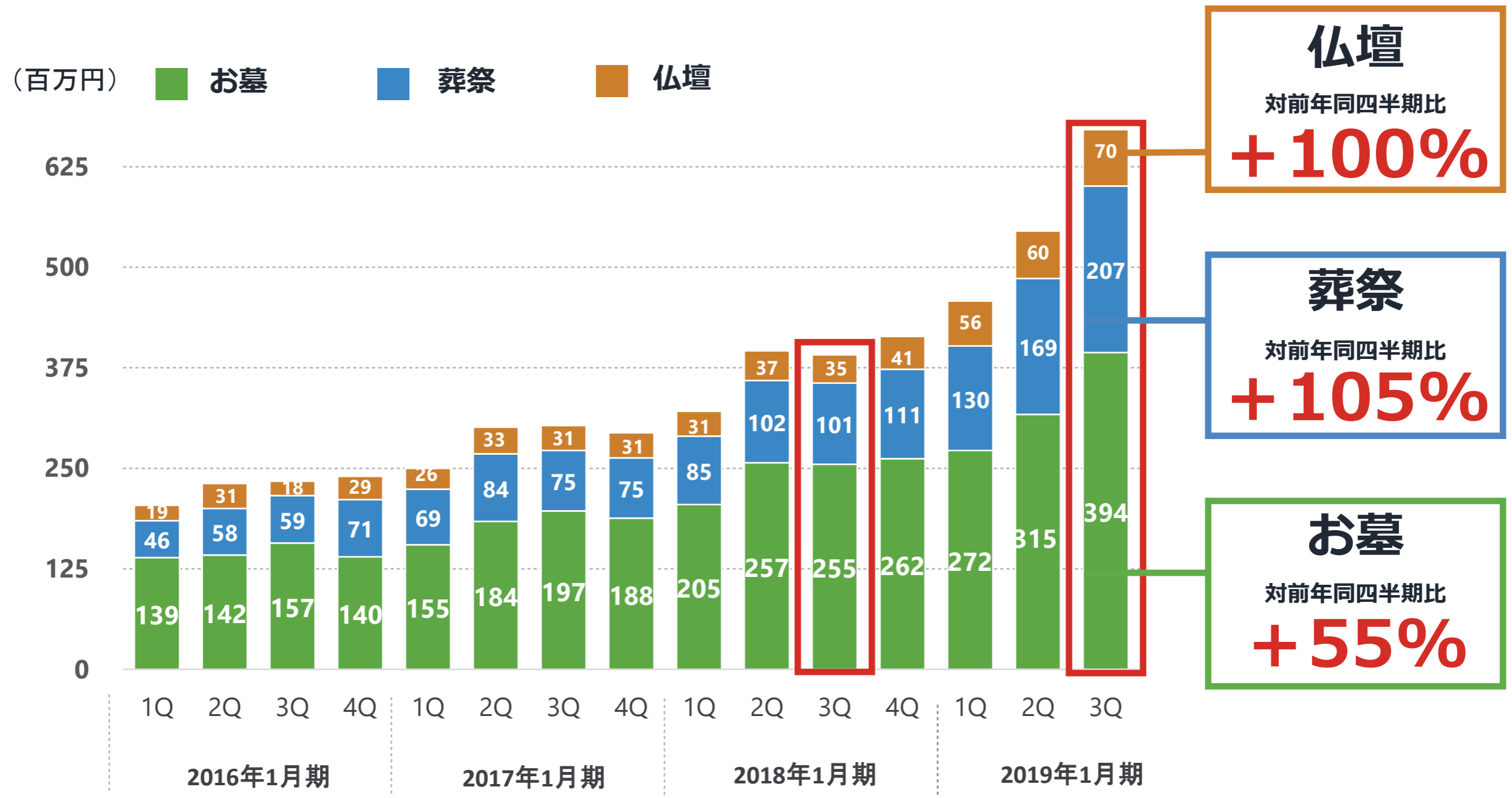
3事業とも大きく成長し、四半期最高売上額を更新しています。



※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

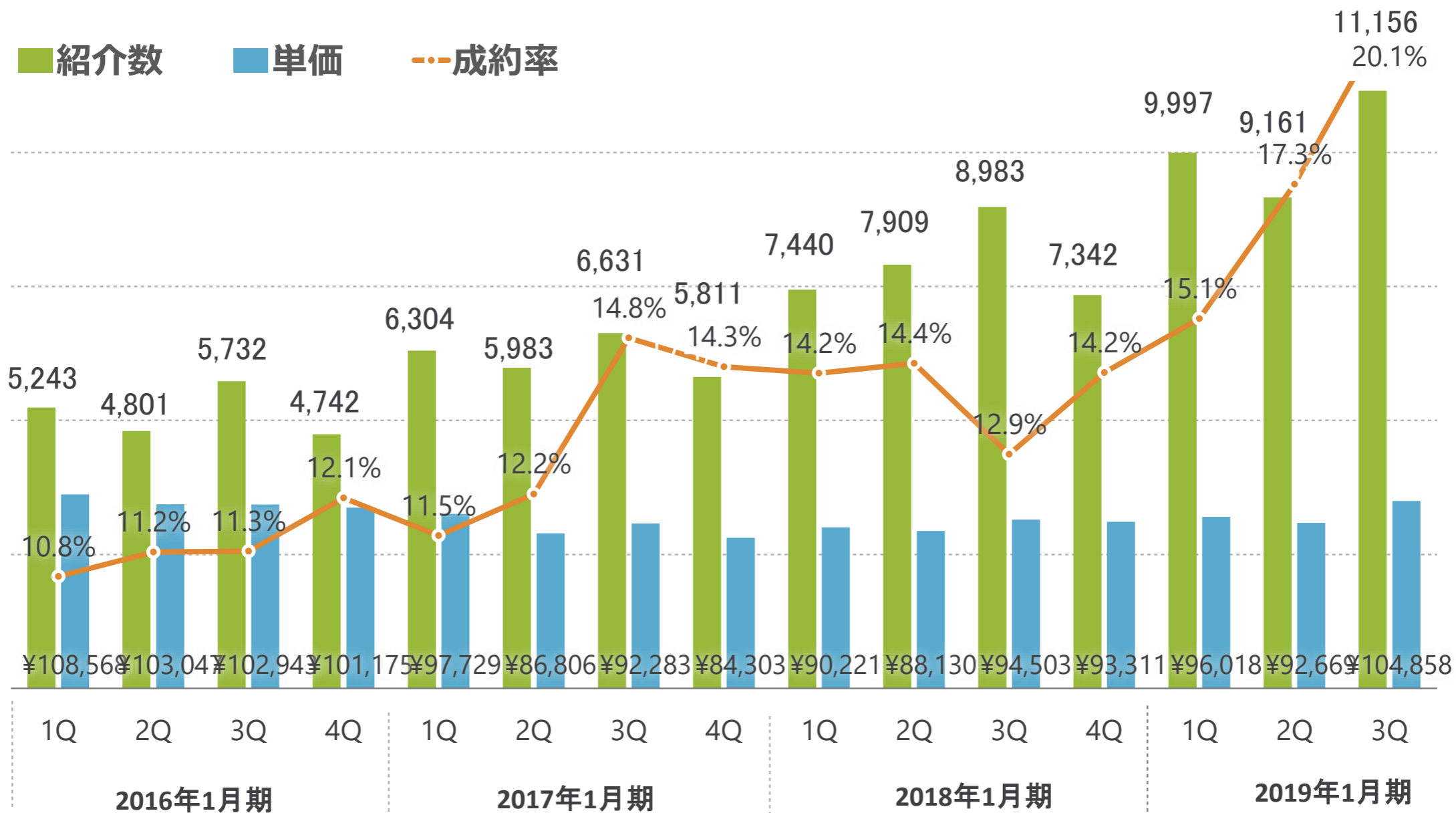
全てのサービスで順調に成長し、3事業全て、過去最高の四半期売上額になりました。



※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

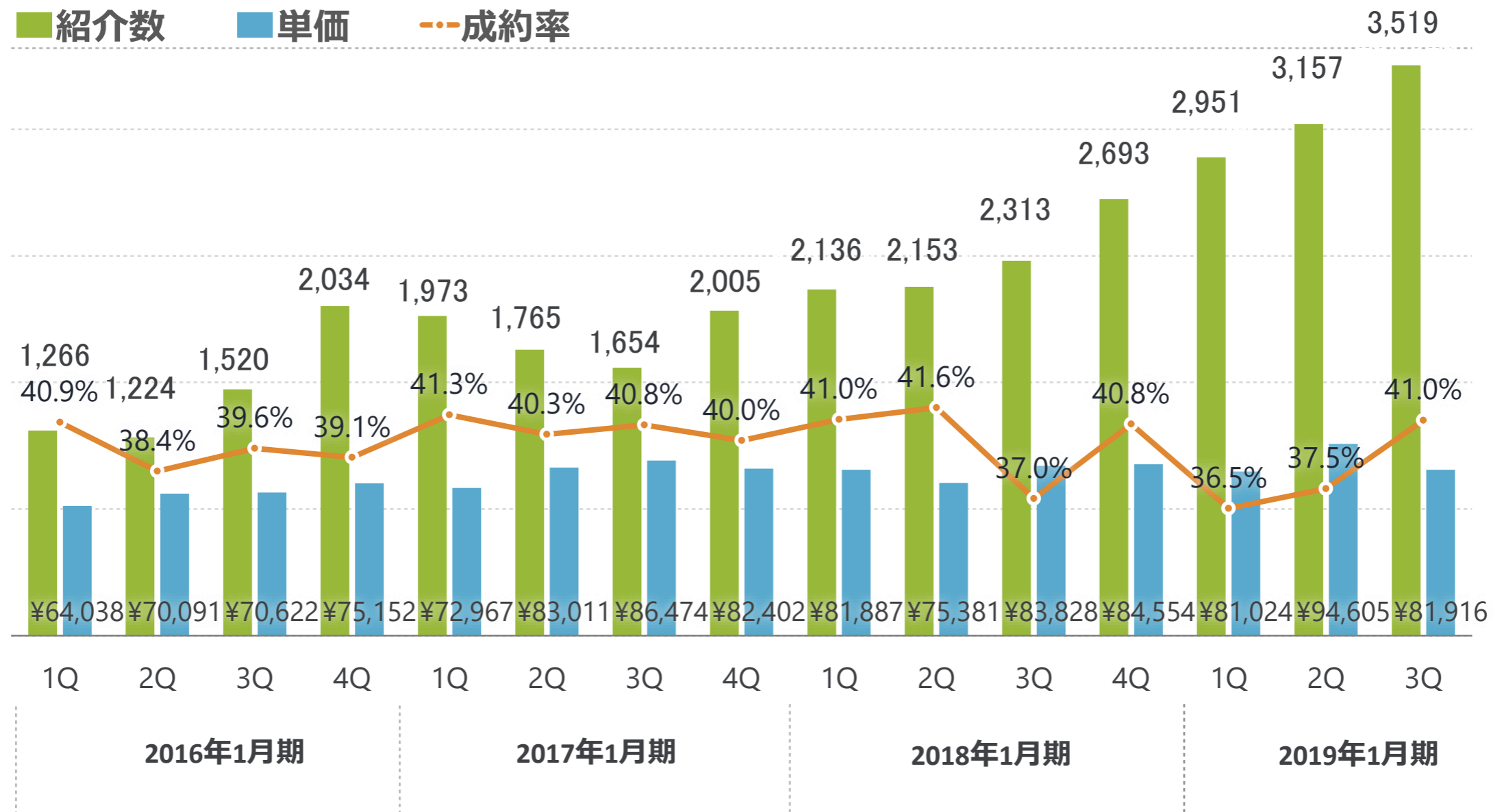
全てのKPIで前四半期を上回り、過去最高の四半期売上高を達成しました。



※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。

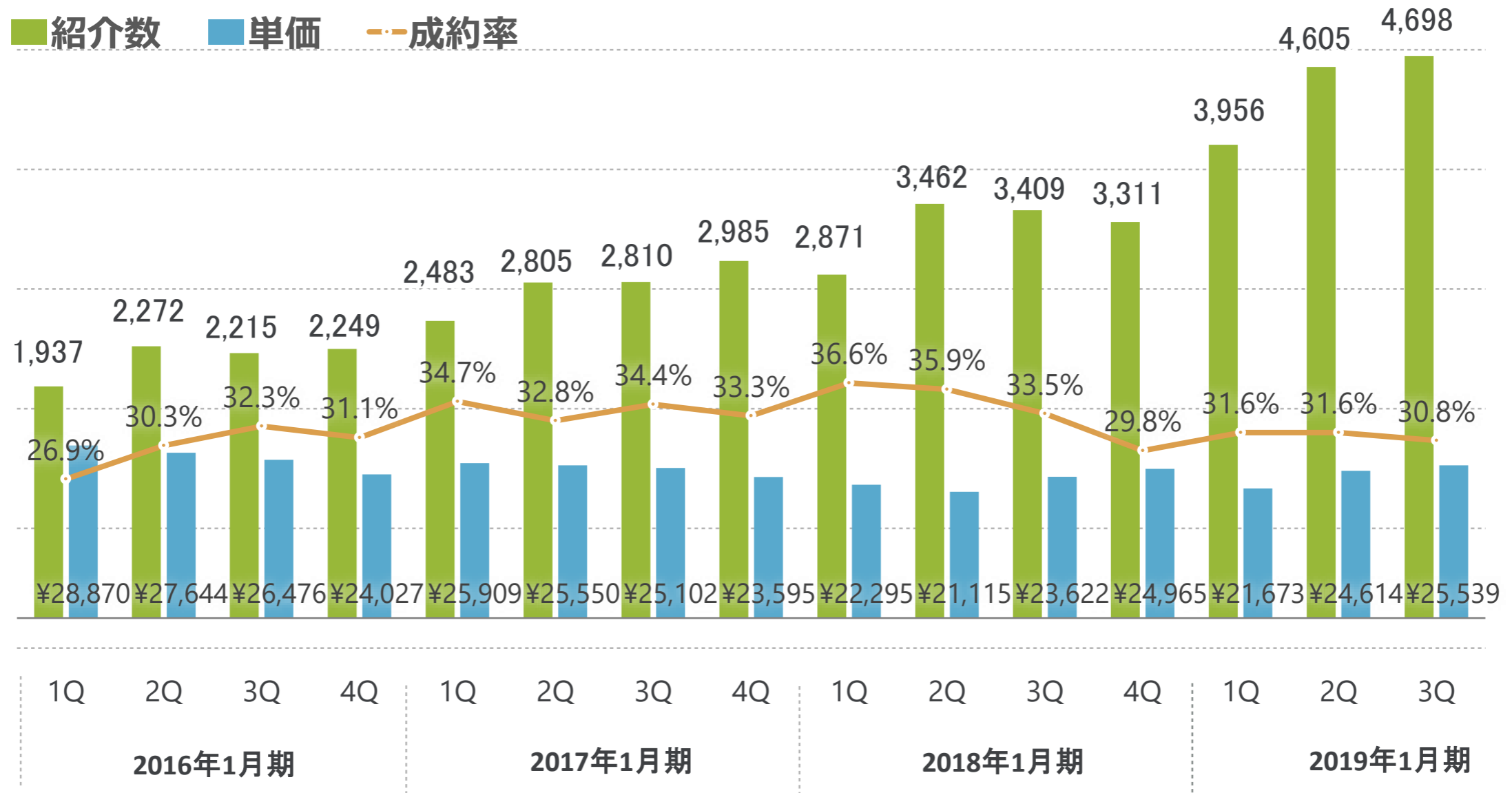
LE事業2部（葬祭事業）の状況

紹介数の上昇トレンドが更に加速しており、対前年同四半期比52%増加、第2四半期に続き、過去最高を更新しました。



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、2Qに続き、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。

第3四半期の主要なトピックス

■ ライフエンディング事業 共通

- 営業人員、機能を強化し、ビジネスパートナー様の売上増大を推進（営業メンバーが約30%増加）
- **10/20より、日本郵便との連携による「終活紹介サービス」を東京江東区内の郵便局において開始**

■ お墓事業

- 霊園への見学予約の強化（昨年対比+52%）

■ 葬祭事業

- いい葬儀プランの導入（74%のビジネスパートナー様が導入）
- 提携可能斎場が5,410カ所に拡大(10月末時点)

■ 仏壇事業

- ビジネスパートナー様との合同キャンペーンが引き続き好調（お盆キャンペーン）

主な費用の内訳

子会社のコストインパクトとして、86百万円発生しております。
広告宣伝費と業務委託費が前年同期比に比べて増加しておりますが、当初計画通りに進捗しています。

単位：百万円	2018年1月期 3Q(2-10月)	2019年1月期 3Q(2-10月)	増減額
人件費等	487	500	+13
広告宣伝費	136	200	+64
業務委託費	100	142	+42
書籍他原価	65	45	▲20
子会社コスト	—	86	+86
他	176	301	+125

貸借対照表

無形固定資産(ソフトウェア)の増加の為、固定資産が51百万円増加しております。
また、未払法人税等の増加から、流動負債が114百万円増加しております。

単位:百万円	2018年1月末	2018年10月末	前期比
流動資産	2,229	2,530	113.5%
うち現金及び預金	1,862	1,848	99.2%
固定資産	231	282	121.9%
総資産	2,461	2,813	114.3%
流動負債	227	342	150.2%
固定負債	14	10	71.3%
純資産	2,219	2,461	110.9%
うち資本金	778	787	101.2%
自己資本比率	89.9%	87.0%	▲2.9pt

子会社事業の撤退について

今期、新規事業として開始したペットシッター事業及びパソコン教室事業について、業績が当初想定を下回る状況であり、今後想定を上回る見込みも立たないことから、当該2事業から撤退することとしました。

ペットシッター



株式会社鎌倉新書Care pets

パソコン教室



株式会社鎌倉新書みんなのパソコン倶楽部

状況（2018年9月末時点）

（単位：千円）

名称	株式会社鎌倉新書Care pets	株式会社鎌倉新書みんなのパソコン倶楽部
純資産	△544	△56,526
総資産	3,371	6,680
営業利益	△15,952	△50,913

鎌倉新書と子会社の影響額

鎌倉新書単体の数値と、子会社2社、投資有価証券評価損の影響額は下記の通りです。

鎌倉新書単体は、当初計画を大幅に上回るペースで売上・利益を積み上げております。

単位：百万円	2019年1月期 3Q単体実績 (2018年2-10月)	子会社 2社	投資有価証券 評価損 子会社減損	2019年1月期 3Q連結実績 (2018年2-10月)
売上高	1,779	20	-	1,799
営業利益	593	▲ 66	-	524
経常利益	579	▲ 66	-	510
税前利益	579	▲ 66	▲ 63	446
当期純利益	387	▲ 87	▲ 28	269

今期予想の変更

計画に対し、3事業とも大幅に上振れし、子会社の影響等を鑑みても、前回予想から、売上・利益共に大幅な増加が確実なため、業績予想を上方修正しました。

単位：百万円	2019年1月期 通期予想 (2018/3/8発表)	2019年1月期 通期予想 (2018/12/13発表)	前回予想 との差異	増減率(%)
売上高	2,200	2,500	+300	13.6
営業利益	520	740	+220	42.3
経常利益	510	710	+200	39.2
当期純利益	340	400	+60	17.6
営業利益率	23.6%	29.6%	+6.0pt	-

今期予想の内訳

鎌倉新書単体の予想は、売上高2,480百万円、営業利益830百万円、営業利益率33.5%と、大幅に成長する見込みです。

単位：百万円	2019年1月期 通期単体予想	子会社 2社	投資有価証券 評価損 子会社減損	2019年1月期 通期予想 (2018/12/13発表)
売上高	2,480	20	-	2,500
営業利益	830	▲90	-	740
経常利益	800	▲90	-	710
税前利益	800	▲90	▲80	630
当期純利益	550	▲90	▲60	400

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	7億8,565万円
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	108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7月31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」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	
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

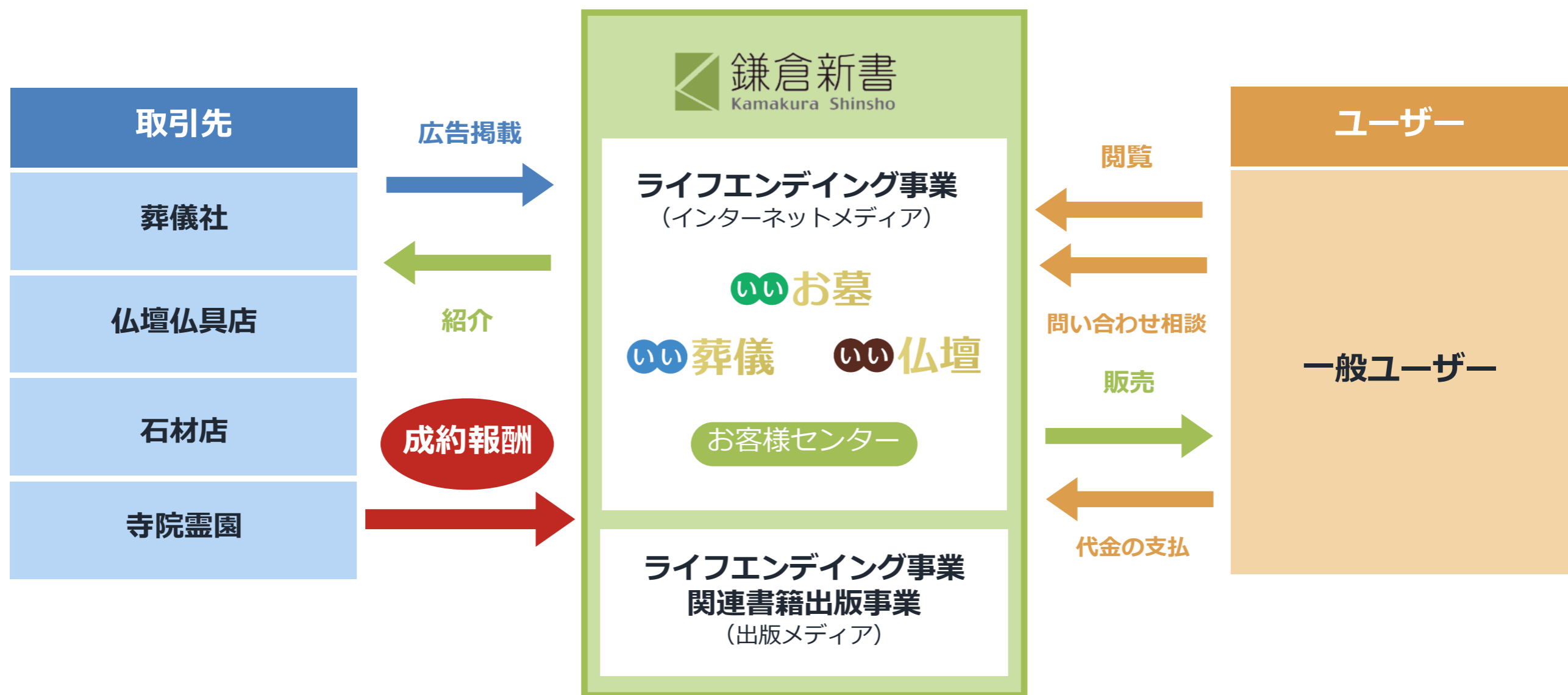
- 現在、家族だけで密かに葬儀をする小規模なお葬式が増えてきました。



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

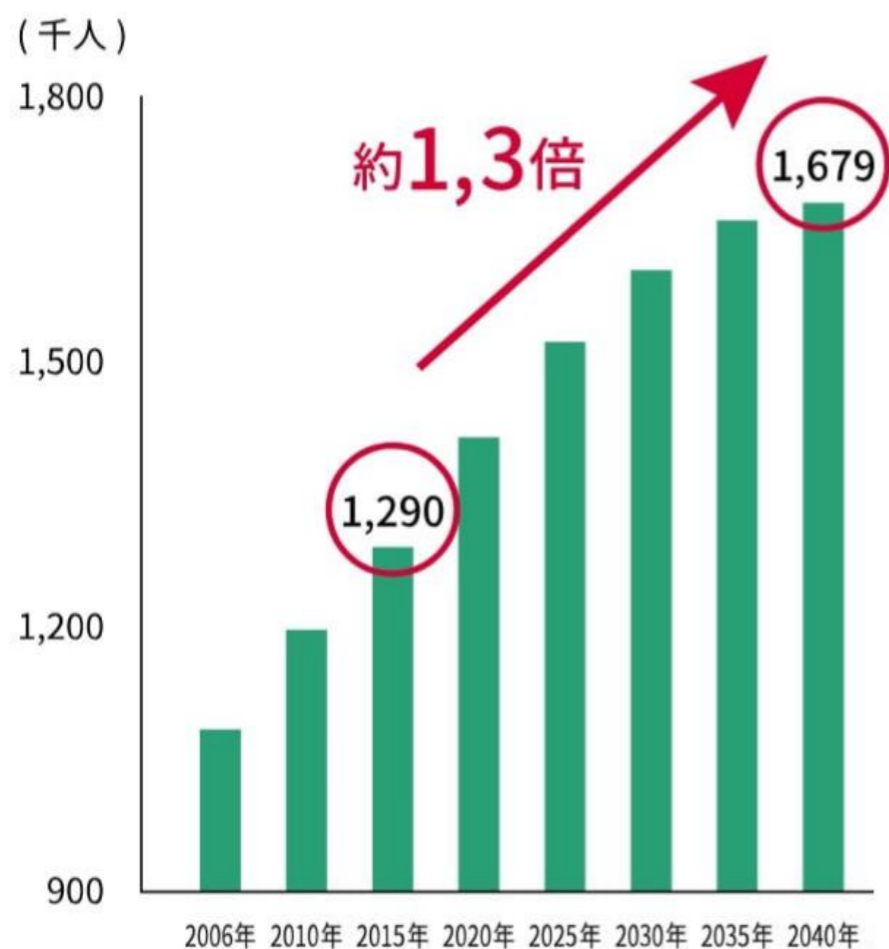
ユーザーに対しては、ポータルサイトを通して購買選択に必要な情報を提供し、事業者に対しては、見込み顧客の紹介、販売支援を行っています。



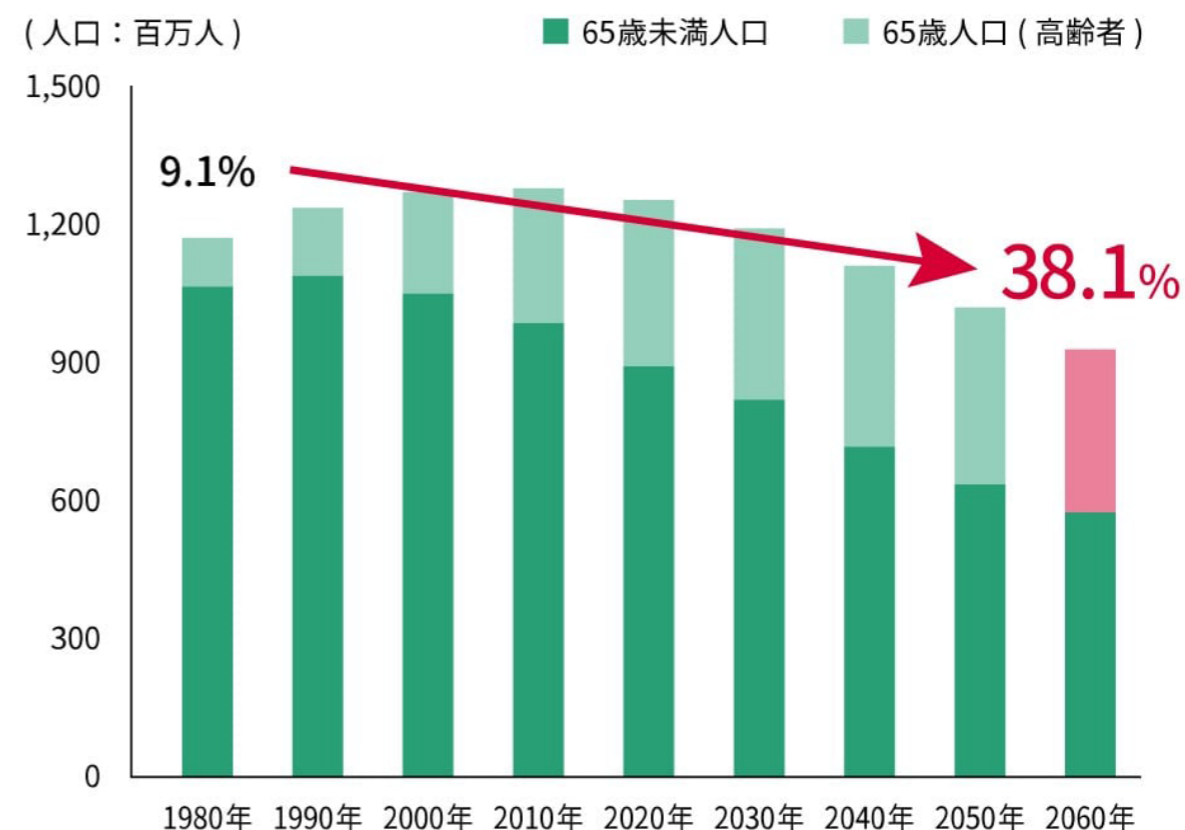
紹介数増加の背景① [増加する死亡者数]

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



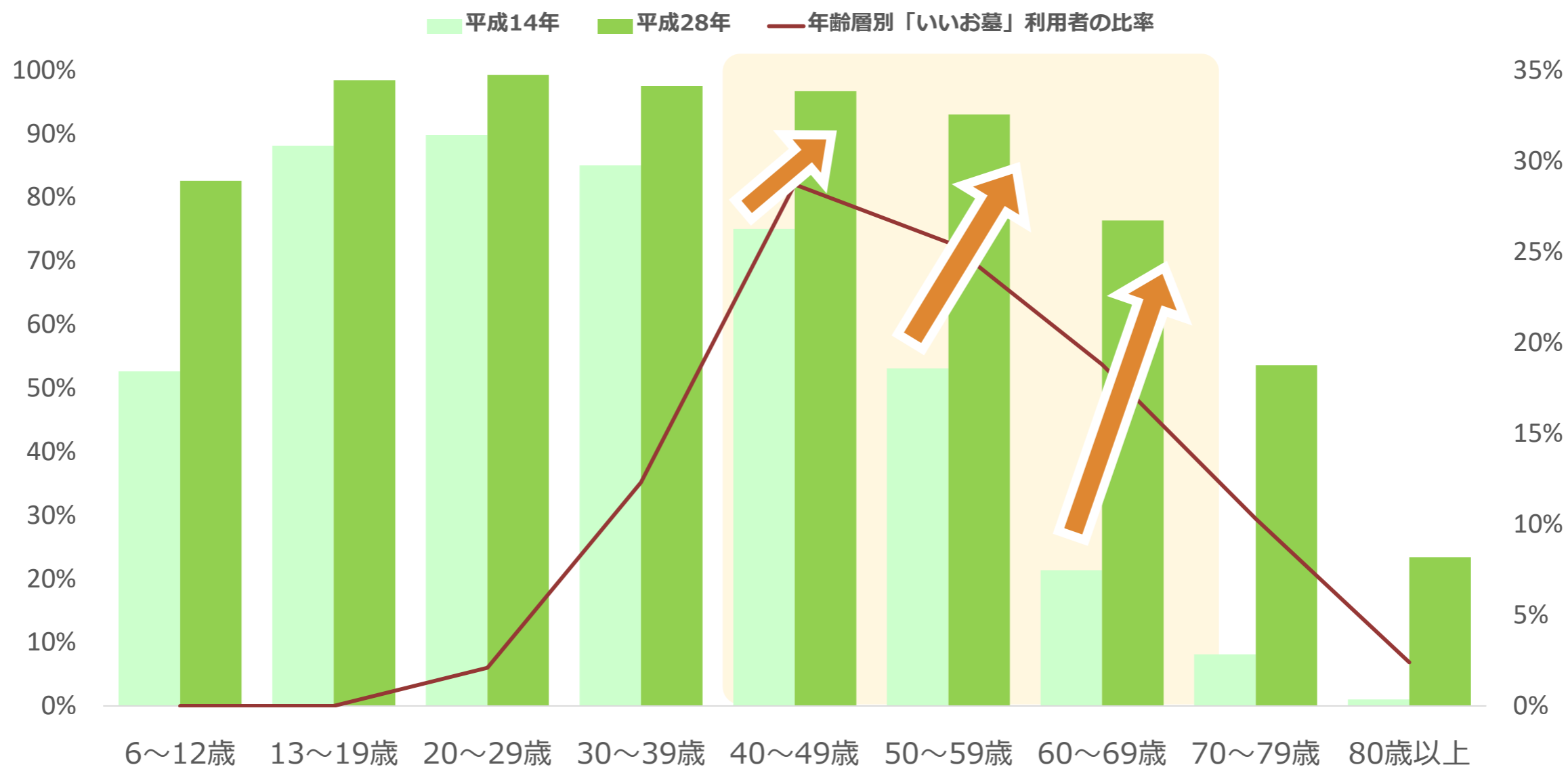
高齢化率の進展



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

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

成長のアクション方針

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

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。