

2016年1月期 決算説明資料

株式会社 鎌倉新書 (6184)

2016年3月10日

目次

1. 会社説明
2. 決算概要
3. 今期計画

会社説明

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	213,700,000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	75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

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	<p>出版事業</p> <p>セミナー・コンサルティング事業</p> <p>インターネットサービス</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	
2015年 12月	東京証券取引所マザーズ市場上場	

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
- 年間総PV数：950万PV



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
- 年間総PV数：1,200万PV



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
- 年間総PV数：420万PV



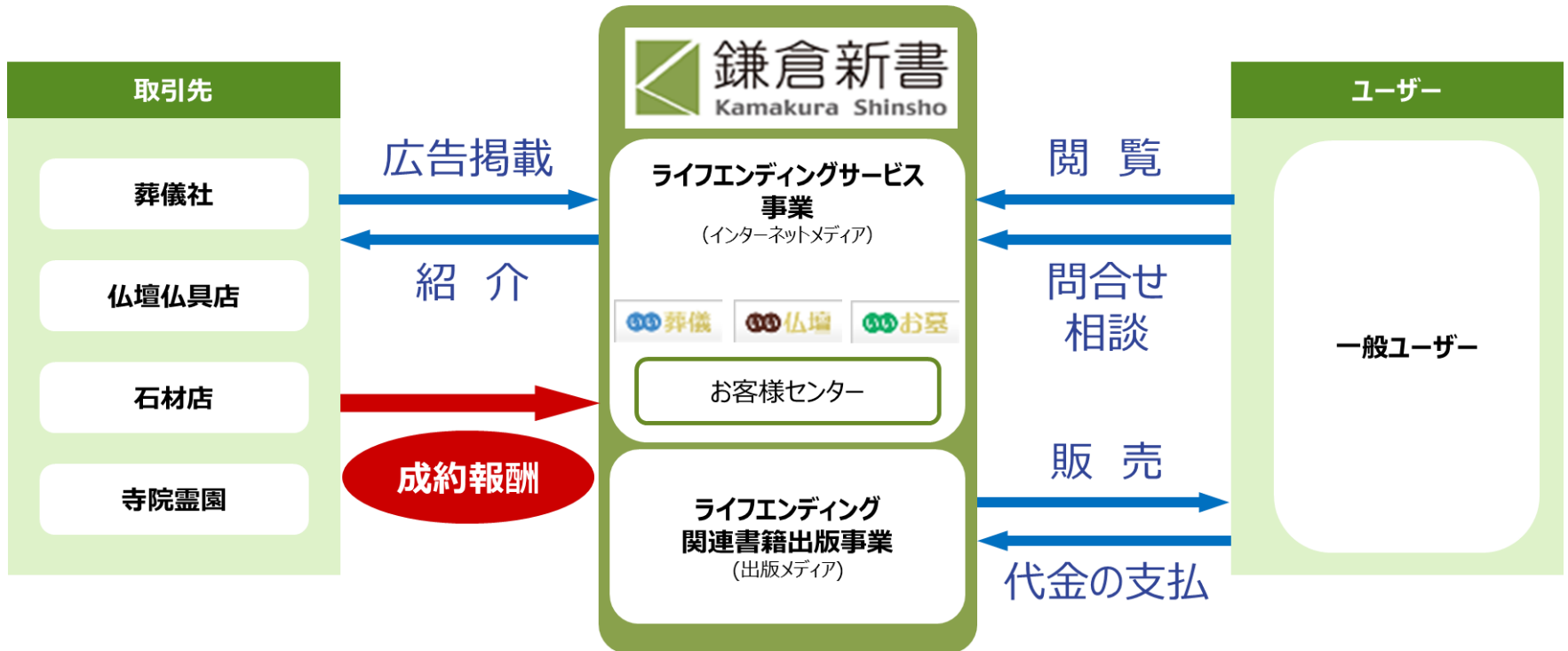
Yahoo!エンディング

- 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



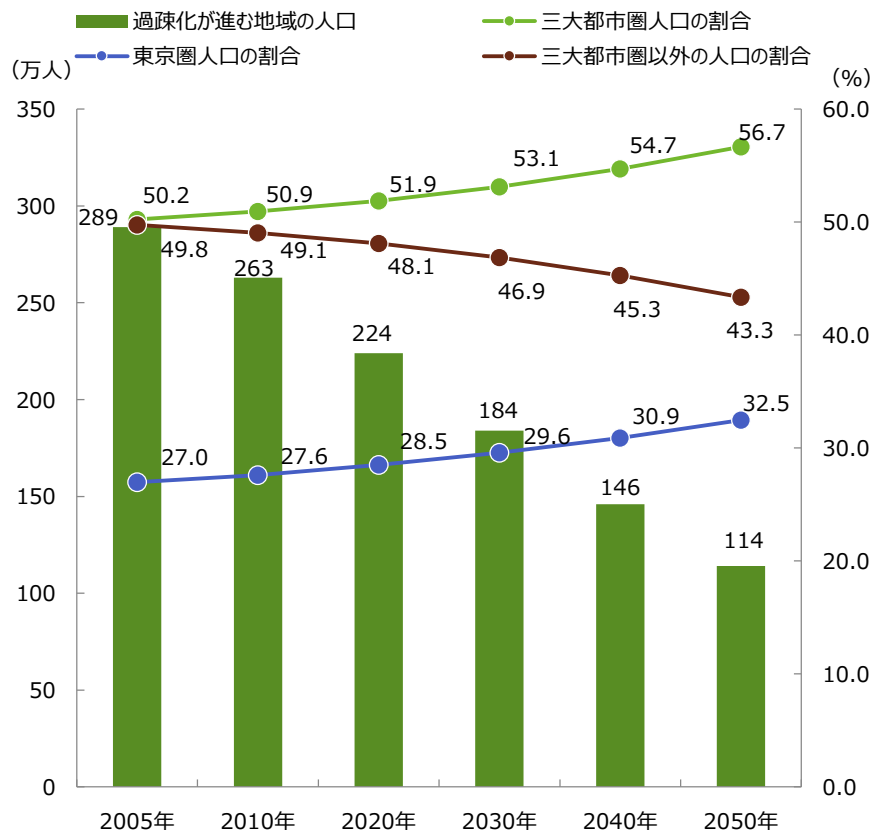
ビジネスモデル

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
- どうするべきかわからない
- 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

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。



**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。**



決算概要

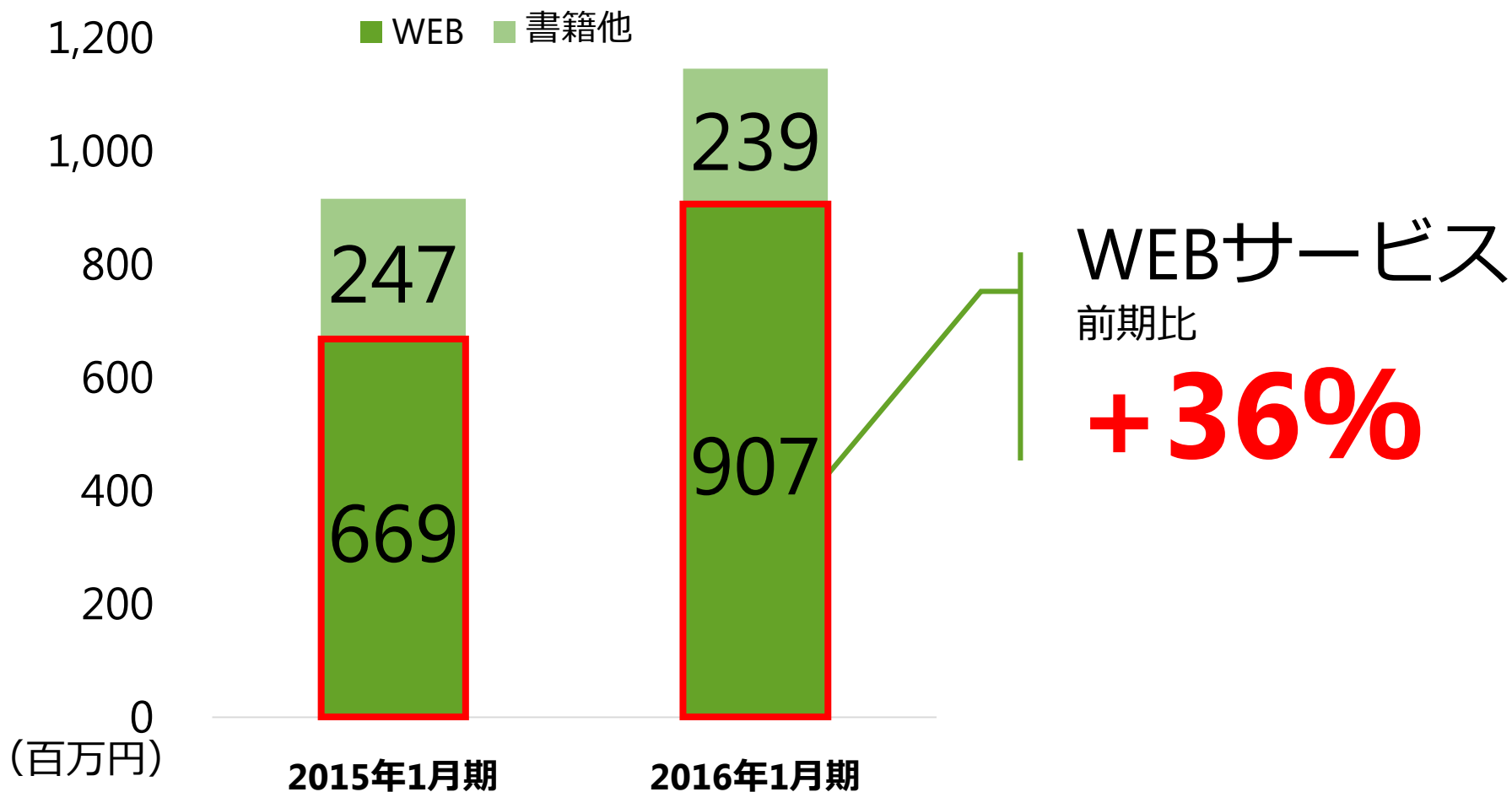
2016年1月期ハイライト

過去最高の売上と利益を上げることができました。

単位：百万円	2015年1月期	2016年1月期	増減	前年同期比
売上高	917	1,147	+230	+25%
営業利益	12	225	+213	+1,775%
経常利益	27	211	+183	+681%
当期純利益	10	125	+115	+1,150%
営業利益率	1.3%	19.6%	+18.3pt	--

売上の内訳

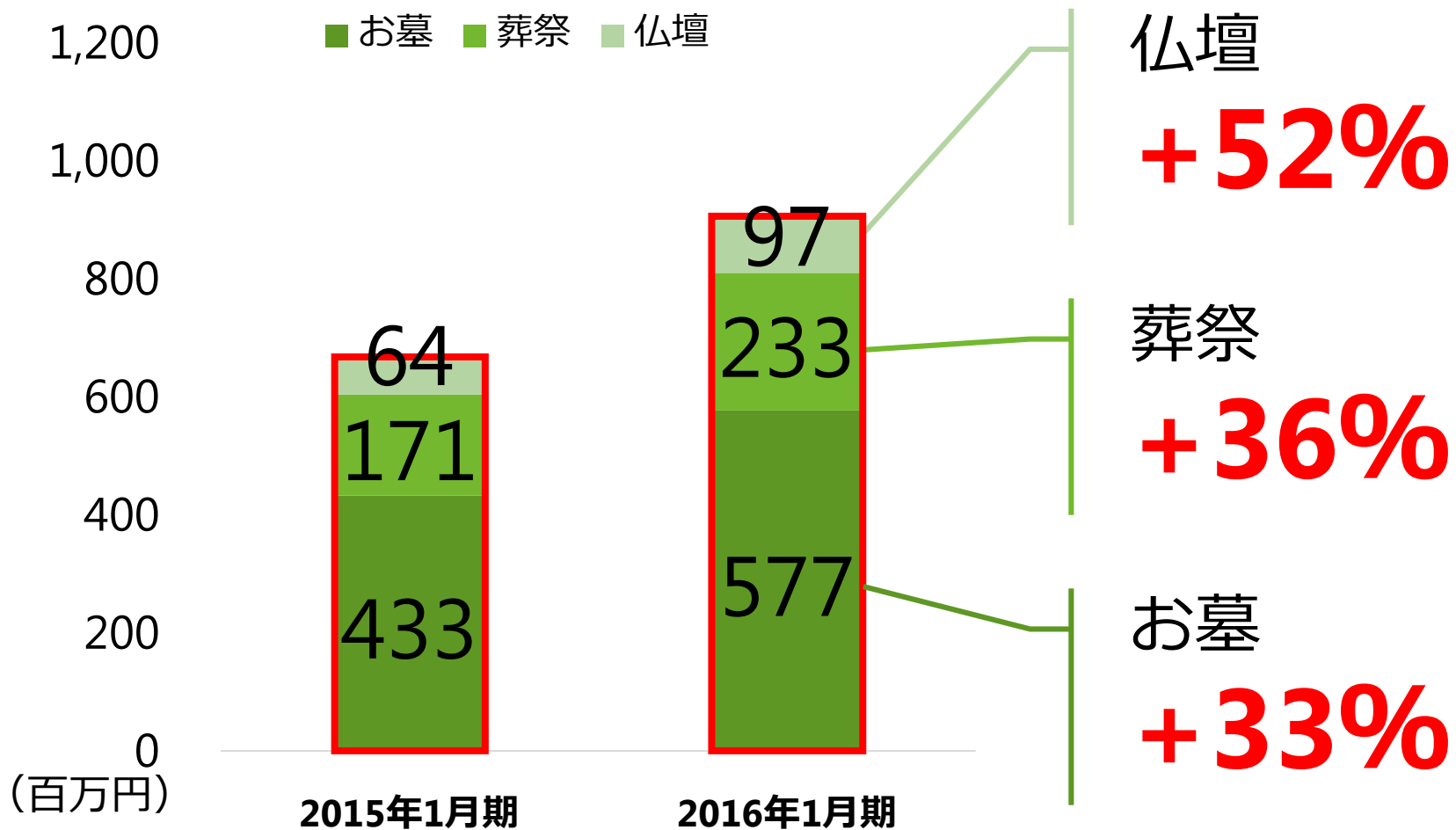
WEBサービスを拡大させ、原価率の高い書籍等の効率化を図った1年でした。



※WEBはWEBサイトを通して得られた売上を表示しています。

WEBサービスの内訳 [2016年1月期実績]

お墓・葬祭・仏壇すべての事業で成長することができました。



※各事業部のWEB部分の売上のみ内訳を表示しています。

KPI（経営指標）の構成要素

お墓・葬祭・仏壇の事業は、紹介数と成約率をあげることで売上が伸びます。

成約報酬（売上）

||

紹介数

×

成約率

×

販売単価

×

手数料率

- コンテンツの充実
- 導線の改良
- デザインの改良
- 広告等の活用

etc

- ユーザーとのコミュニケーション強化
- 事業者との連携強化

etc

- シェア拡大を背景に、手数料率を改善

KPI（経営指標）の状況 [2016年1月期実績]

全ての事業部でKPI（経営指標）においている紹介数が増加しました。

2016年1月期実績 (2015年1月期実績)	お墓	葬祭	仏壇
紹介数	20,500 (+17%)	8,500 (+6%)	8,500 (+55%)
成約率	11% (+3%) (※1)	40% (±0%)	30% (±0%) (※2)
手数料単価	¥100,000 (±¥0)	¥70,000 (+¥10,000)	¥25,000 (±0)
総括	紹介数・成約率ともに非常に伸長した一年でした。	単価は上がり、特に下期の紹介数が増えました。 11-1月平均： 900	紹介数の増加が顕著に表れた一年でした。

※1：ご紹介から3か月以内に成約した案件の成約率です。

※2：ご紹介から60日以内に成約した案件の成約率です。

サービスの状況

霊園見学会やセミナーなど、リアルでも積極的な集客を展開しました。



セミナー

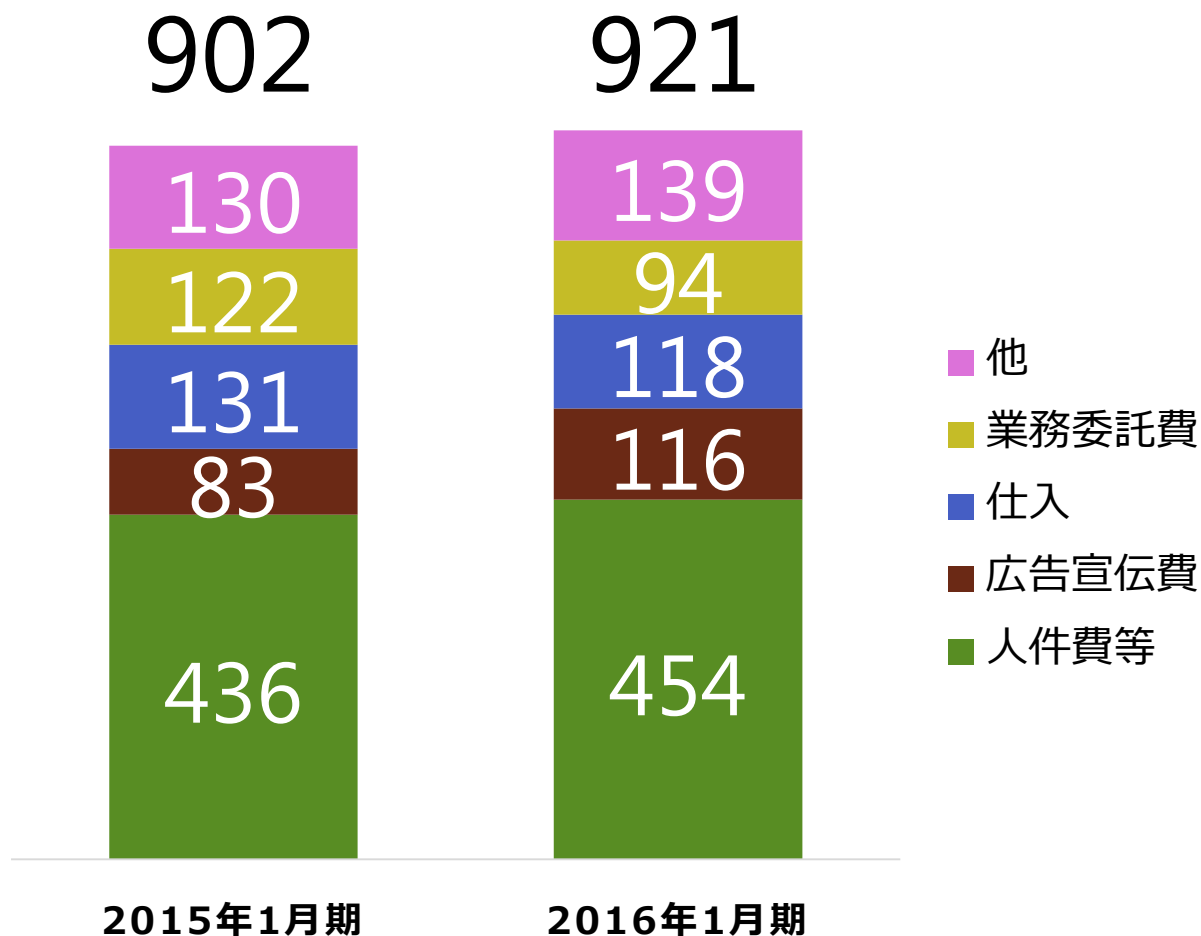


見学会



費用の内訳

成長のために広告宣伝費や人件費を投資した一方、業務委託費と仕入の効率化を図ることで、トータル金額の上昇を抑えることができました。



貸借対照表

2015/12/4 マザーズ上場により、資本金及び現預金が増加しています。
また、上期に借入金を返済したため、固定負債が減少しています。

単位:百万円	2016年1月	2015年1月	前年同期比
流動資産	829	639	+29.6%
うち現金及び預金	604	448	+34.7%
固定資産	39	49	▲20.2%
総資産	868	689	+26.0%
流動負債	213	185	+15.0%
固定負債	32	213	-84.8%
純資産	623	290	+114.6%
うち資本金	213	110	+93.9%
自己資本比率	71.7%	42.1%	+29.5pt

今期計画

今期計画

WEBをさらに伸ばしていきます。

その他の事業は利益率をグリップし、営業利益率を高めていきます。

単位：百万円	2016年1月期	2017年1月期 (予)	増減	前年同期比
売上高	1,147	1,315	+168	+14.6%
営業利益	225	320	+95	+42.2%
経常利益	211	315	+104	+49.3%
当期純利益	125	190	+65	+52.0%
営業利益率	19.6%	24.3%	+4.7pt	--

組織の変更

人事部門強化のため代表取締役 清水 が人事部門管掌になりました。

仏壇事業を独立させ、L E 事業 3 部を新設しました。

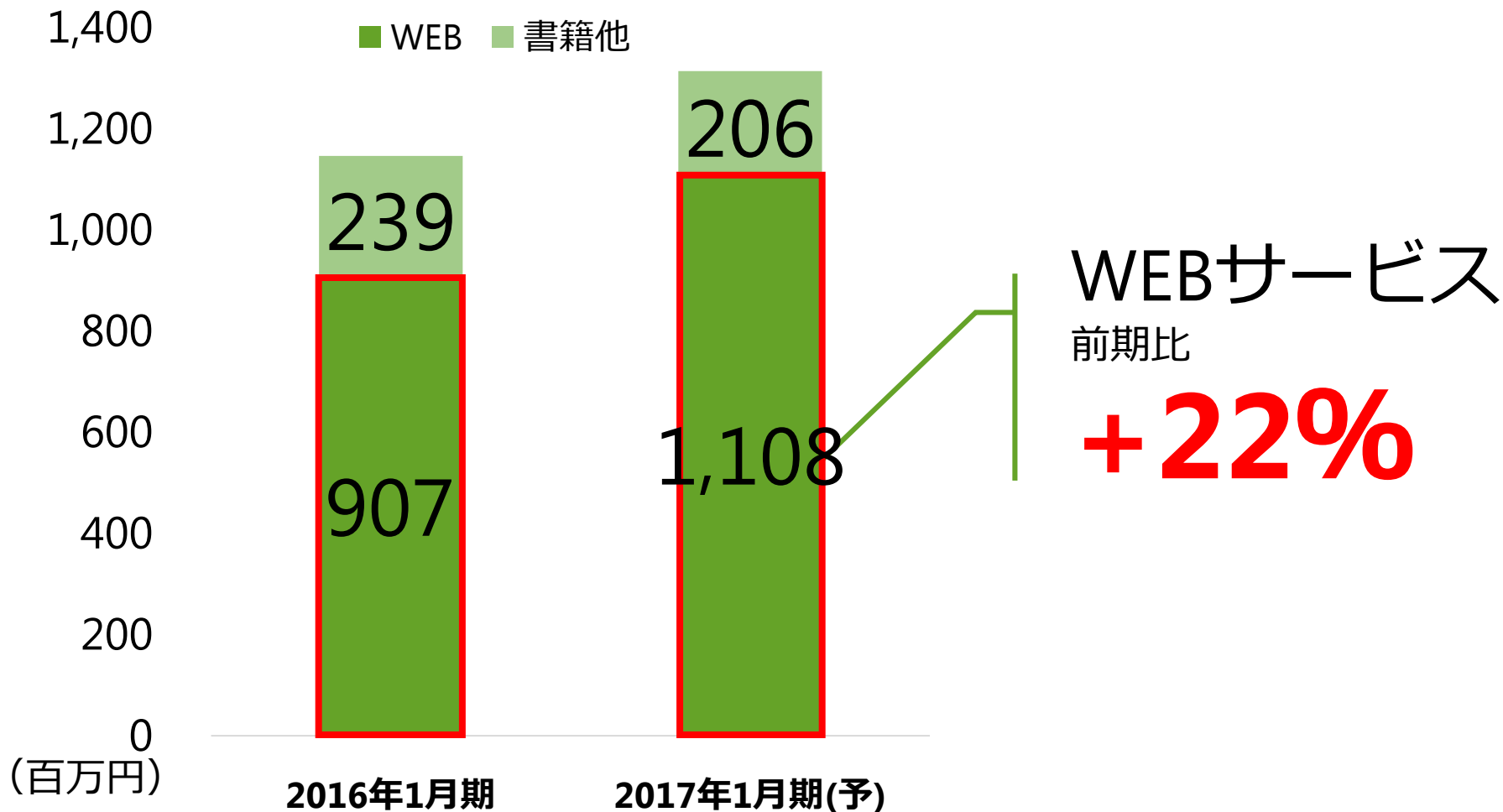
書籍・出版等を含むコンテンツ関連事業を行う書籍・コンテンツ事業部を新設しました。書籍・コンテンツ事業部は 増澤 が担当します。

旧体制	事業	新体制
L E 事業 1 部	お墓	L E 事業 1 部
L E 事業 2 部	葬祭	L E 事業 2 部
L E 事業 1 部	仏壇	L E 事業 3 部
各事業部内に 機能分散	書籍他	書籍・コンテンツ 事業部
経営管理部	管理	経営管理部
	人事	人事部

※ L E とはライフ・エンディングの略称です。

売上の内訳 [2017年1月期計画]

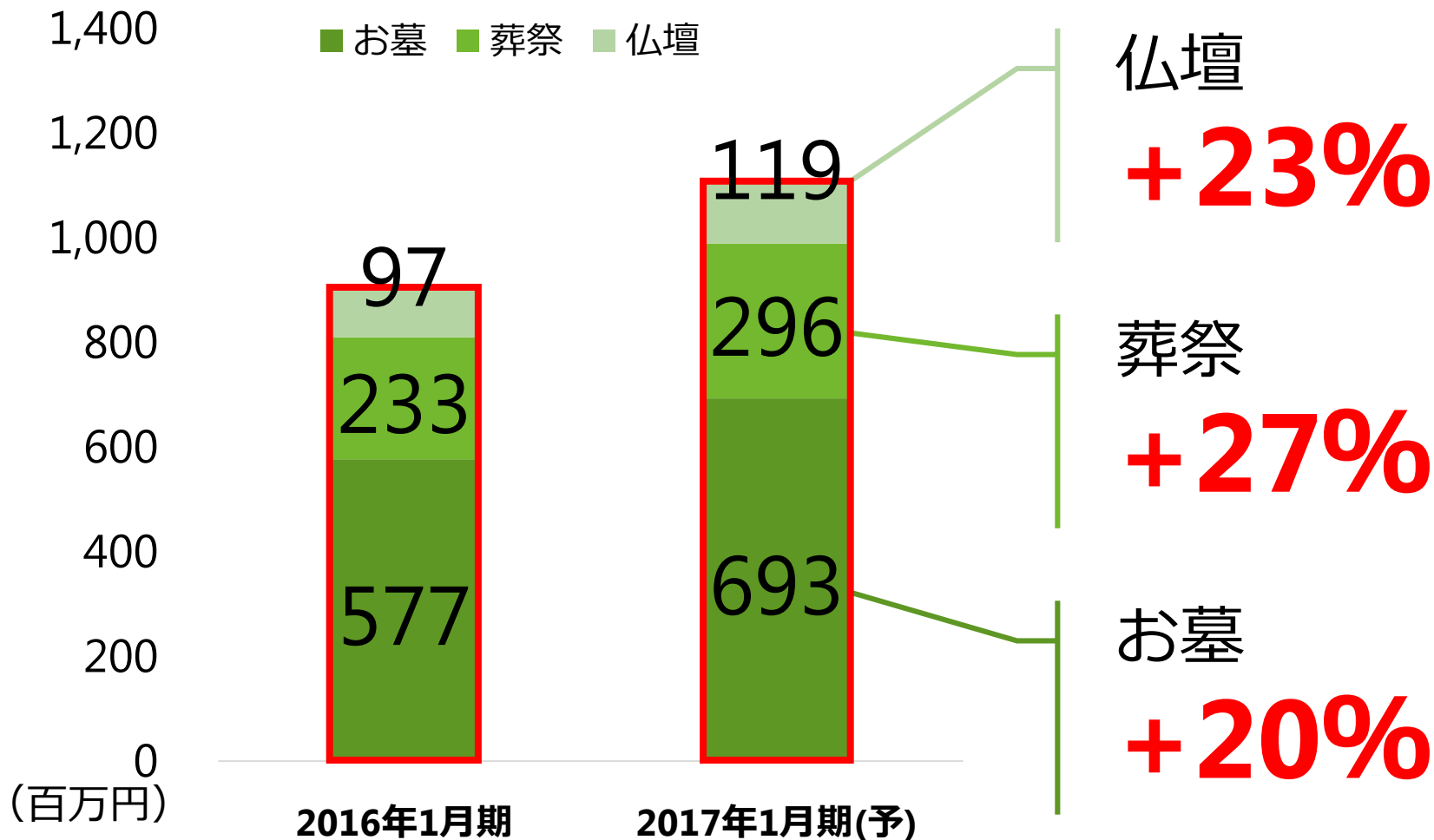
今期も引き続きWEBに注力します。書籍他は効率化を図ります。



※WEBはWEBサイトを通して得られた売上を表示しております。

WEBサービスの内訳 [2017年1月期計画]

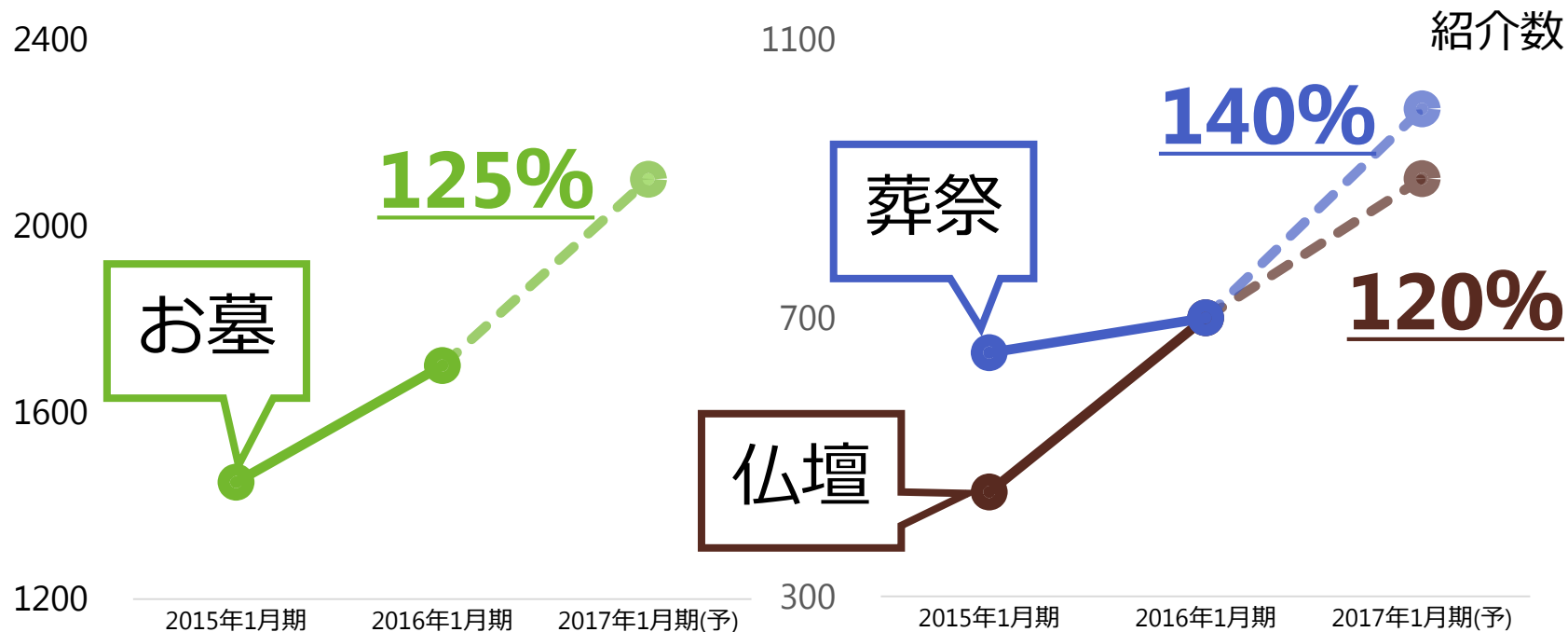
お墓・葬祭・仏壇すべての事業で成長します。



※各事業部のWEB部分の売上のための内訳

KPI（経営指標）の目標 [2017年1月期計画]

紹介数と成約率の増加で目標達成に取り組みます。

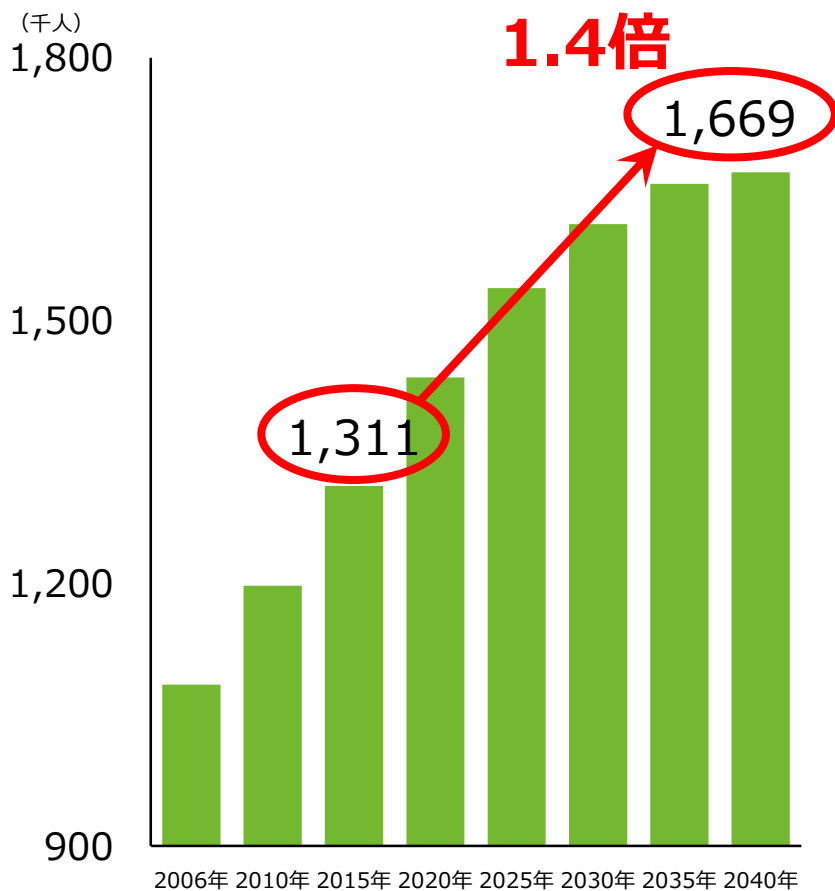


今期目標 (前期比)	お墓	葬祭	仏壇
成約率	11.5% (+0.5%)	41% (+1.0%)	31% (+1%)
手数料単価	¥100,000 (±¥0)	¥75,000 (+¥5,000)	¥25,000 (±0)

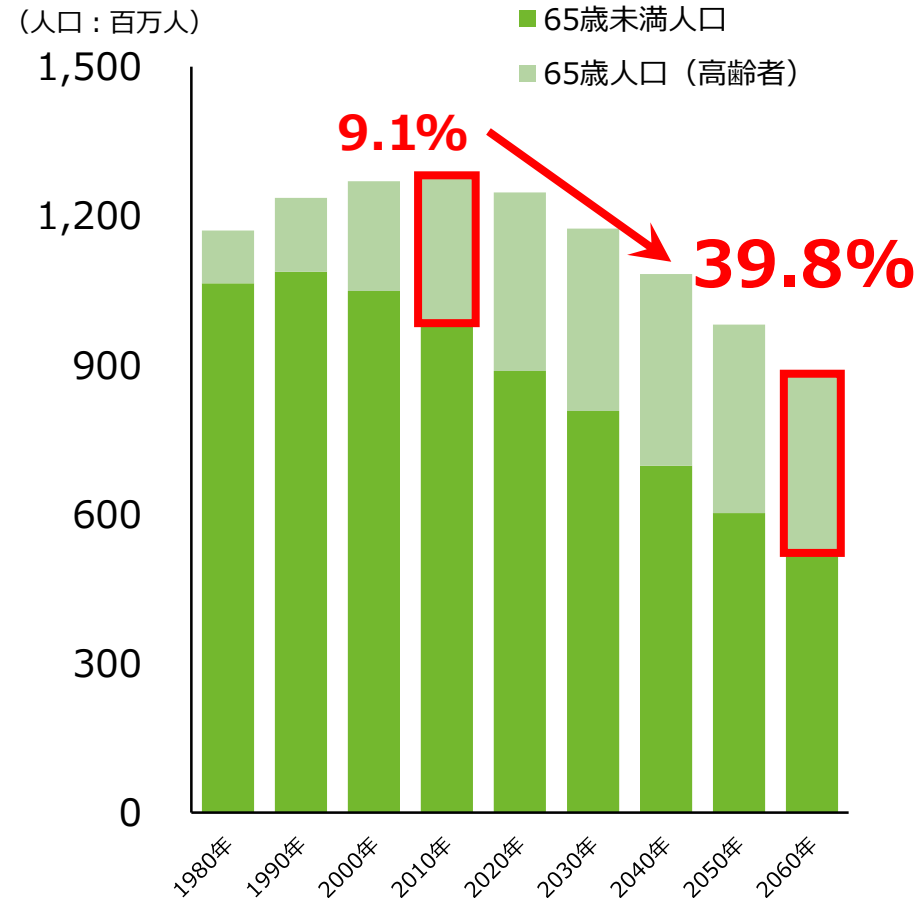
紹介数増加の背景① [増加する死亡者数]

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



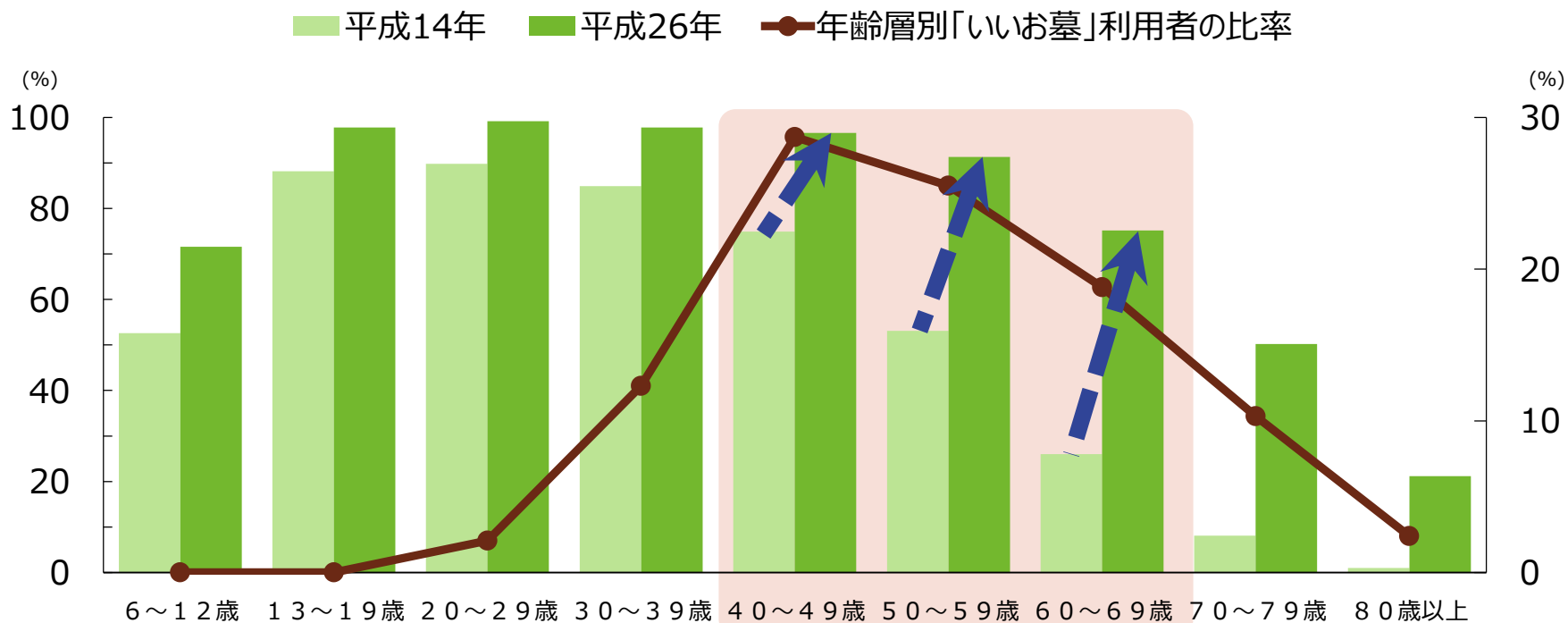
左図：平成27年度高齢社会白書

右図：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。

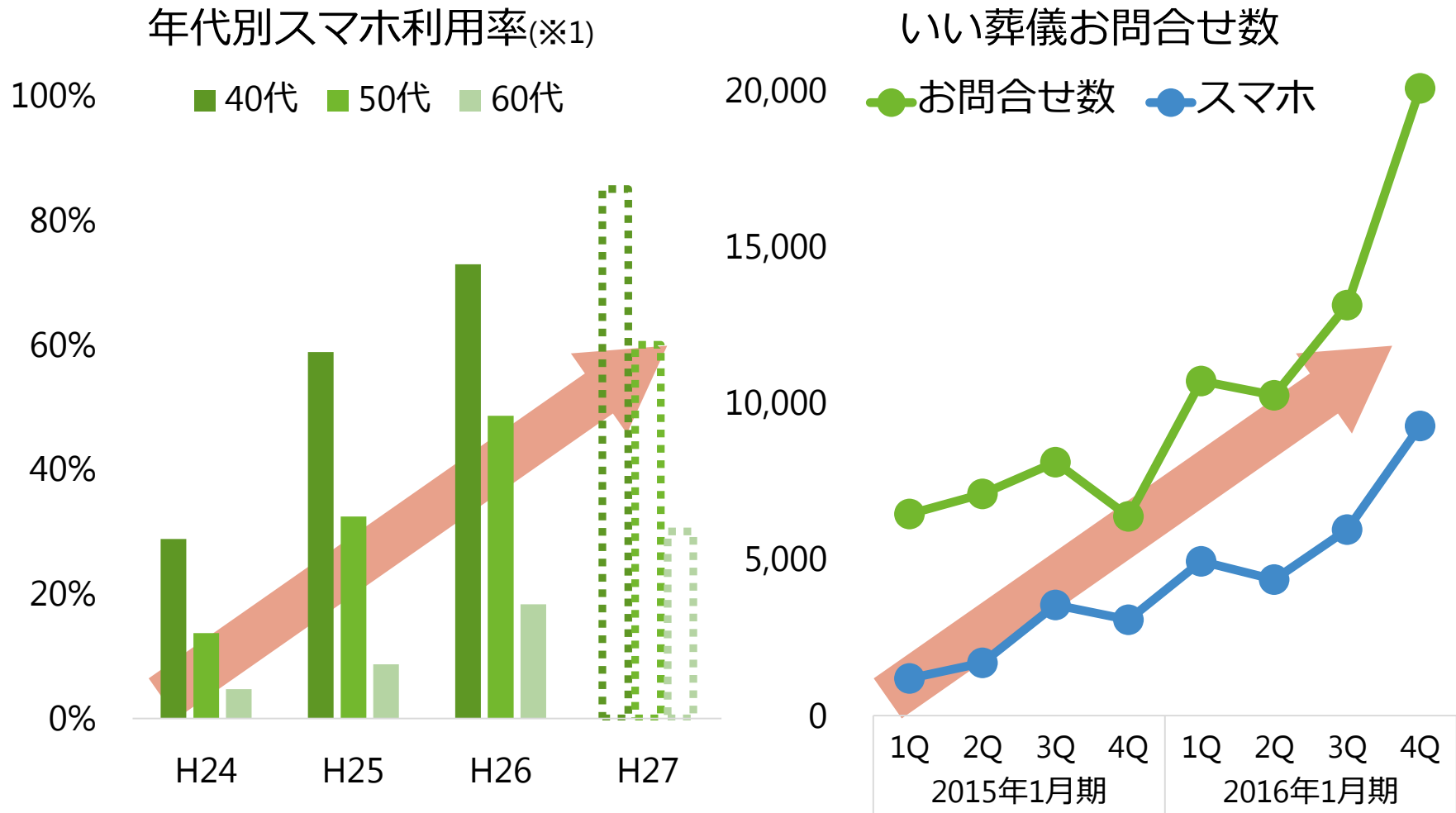
年齢階層別のインターネットと「いいお墓」利用状況



図：総務省：「平成27年度版情報通信白書」より作成

紹介数増加の背景③ [高まるスマホ普及率]

スマホ普及を背景にさらに伸びていくと考えられます。

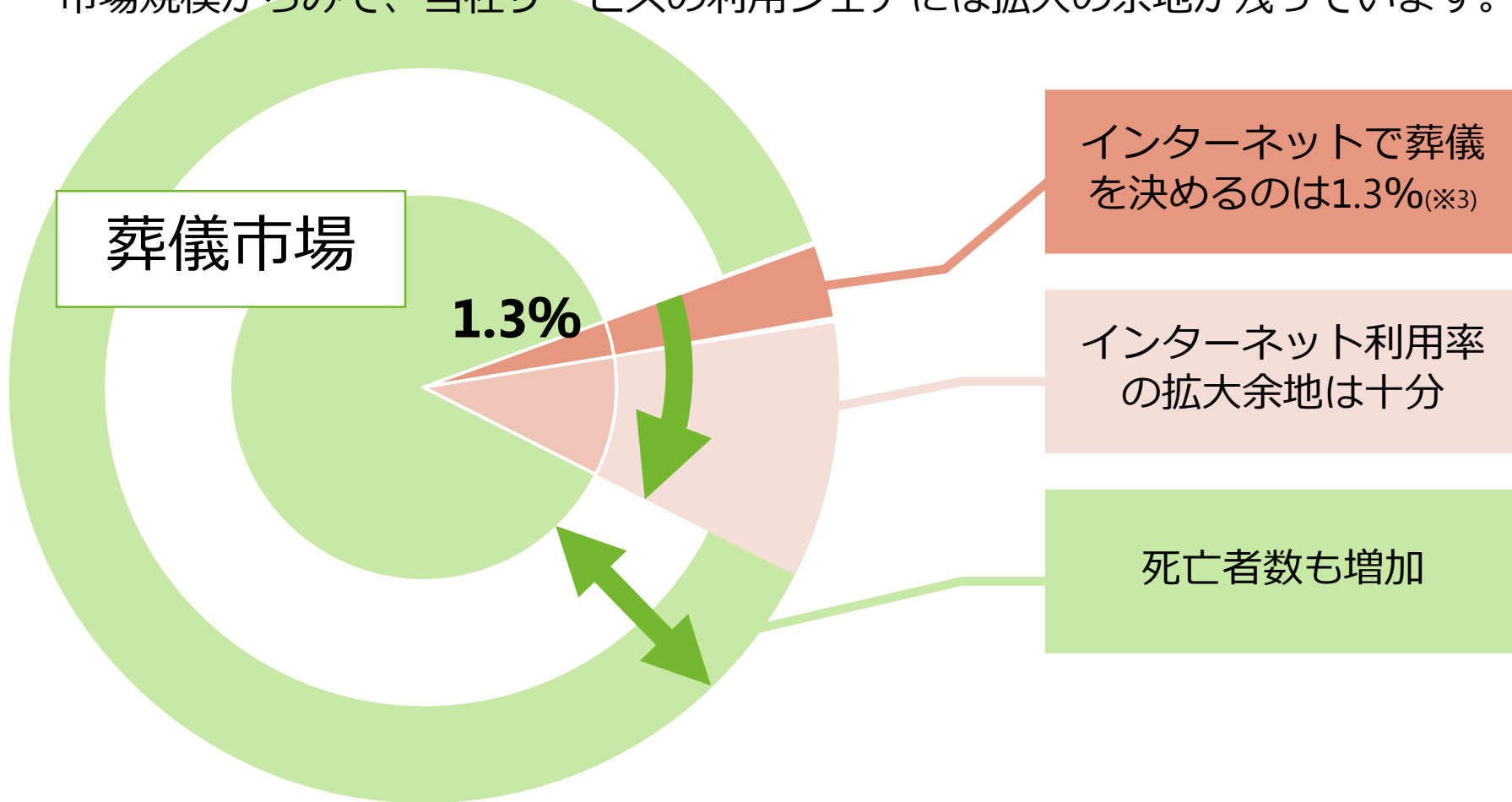


※1：総務省 平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査

紹介数増加の背景④ [拡大するネット利用]

葬儀市場 1兆5千億円 (※1)、仏壇市場 1,639億円(※2)とライフエンディング市場は巨大な個人消費市場です。

市場規模からみて、当社サービスの利用シェアには拡大の余地が残っています。



※1：平成26年 平成26年特定サービス産業実態調査

※2：平成26年 商業統計 宗教用具小売業年間商品販売額

※3：表現文化社 月刊『SOGI』No.126

今後の計画

生前

リアルマーケット
アプローチ

介護 医療 信託

終活マーケット
アプローチ



死後

葬儀アフターの強化

葬祭

仏壇
仏具

お墓

相続

いい葬儀

いい仏壇

いいお墓

遺産相続ナビ

ユーザーの時間軸