

2020年1月期 第1四半期

決算説明資料

株式会社 鎌倉新書 (6184)

2019年6月13日

1 決算概要

2 APPENDIX (会社説明)

1 決算概要

総括

売上高 **673** 百万円 YoY + 38.2%
営業利益 **127** 百万円 YoY + 59.5%
(単体営業利益 **137** 百万円 YoY + 46.3%)

Topics

- お墓事業・葬祭事業・仏壇事業全てが好調に推移し、3事業全て過去最高第1四半期売上額を更新。
コールセンター機能の拡充が進み、月別お墓見学者数は過去最大を更新。
- (株)ハウスボートクラブがグループ会社として始動。
- 葬儀の事前会員サービスがスタート。
- 葬儀後の相続等のサービスを提供するビジネスをスタート。

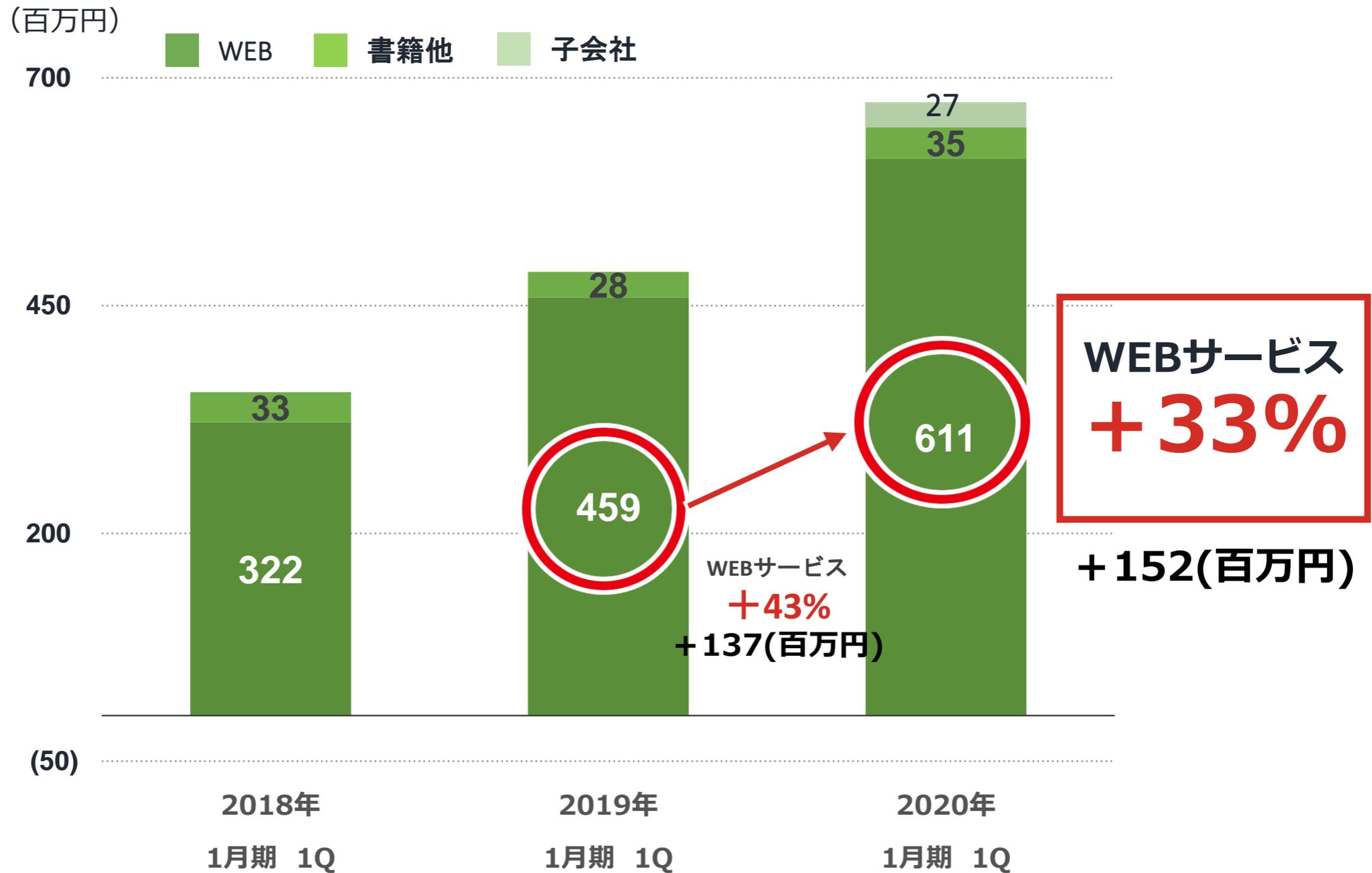
対前年同期比で売上、営業利益ともに増加しました。鎌倉新書単体での営業利益は、**137** 百万円となり、実質YoYは **+46.3%** になります。

単位：百万円	2019年1月期 1Q実績 (2018年2-4月)	2020年1月期 1Q実績 (2019年2-4月)	増減額	前年同期比
売上高	487	673	+186	+38.2%
営業利益	79	127	+48	+59.5%
経常利益	80	128	+48	+59.9%
当期純利益	50	90	+40	+79.9%
営業利益率	16.4%	18.9%	2.5pt	-

(単体営業利益率) 19.3% **21.3%**

売上の内訳

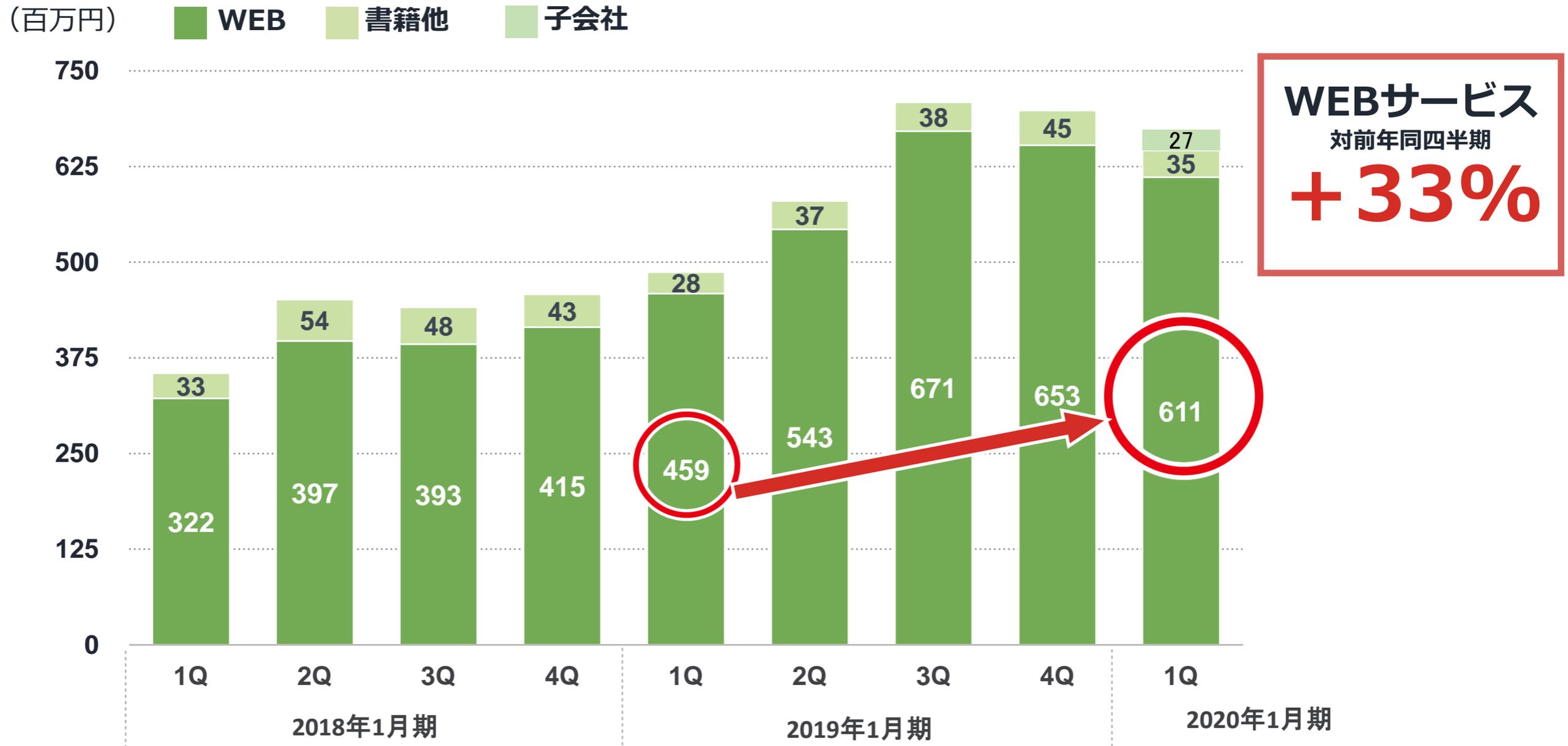
前期同様、今期も**+33%**と堅調に伸長しております。



※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

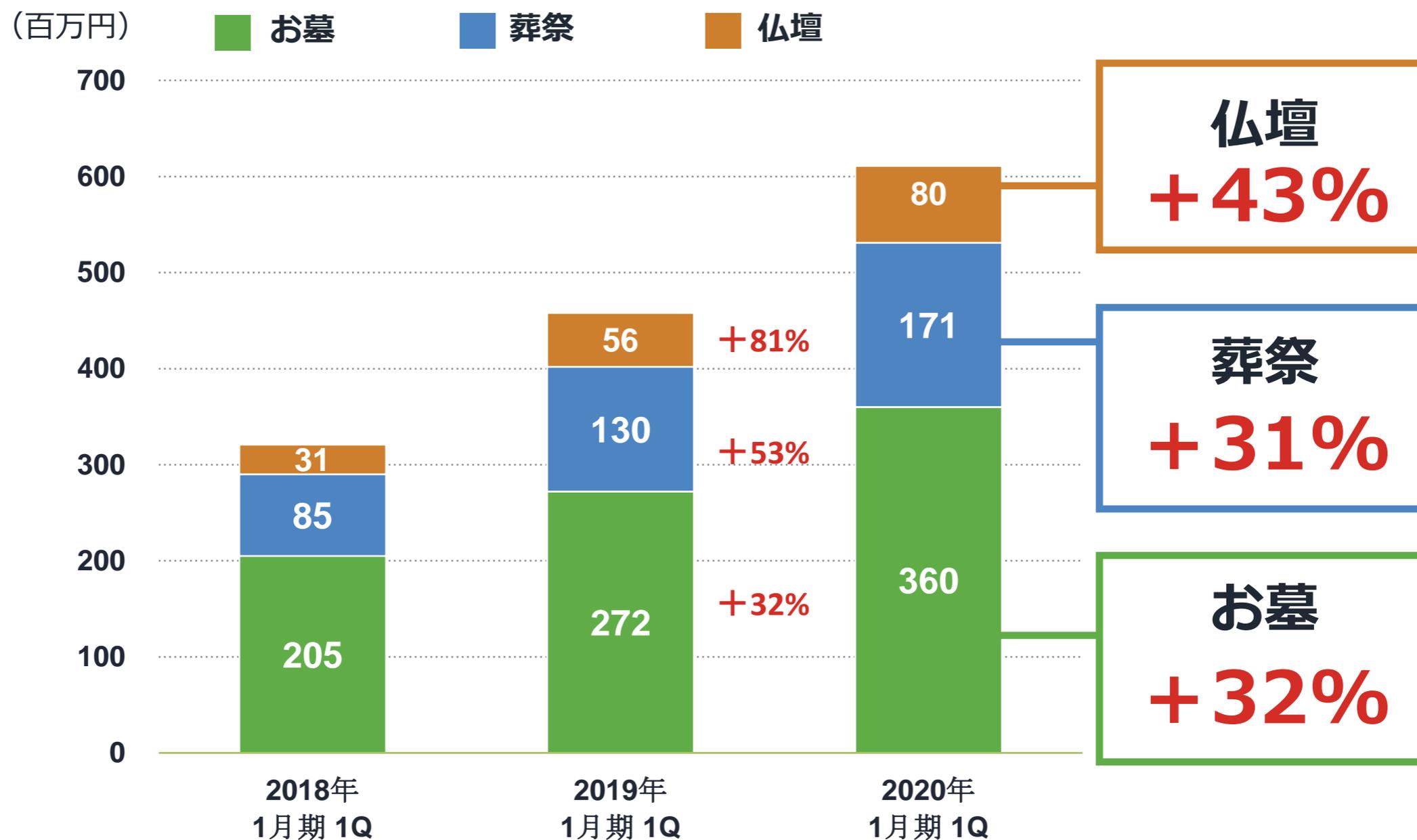
WEBサービスが大きく伸長し、対前年同四半期**+33%**と成長することができました。



※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

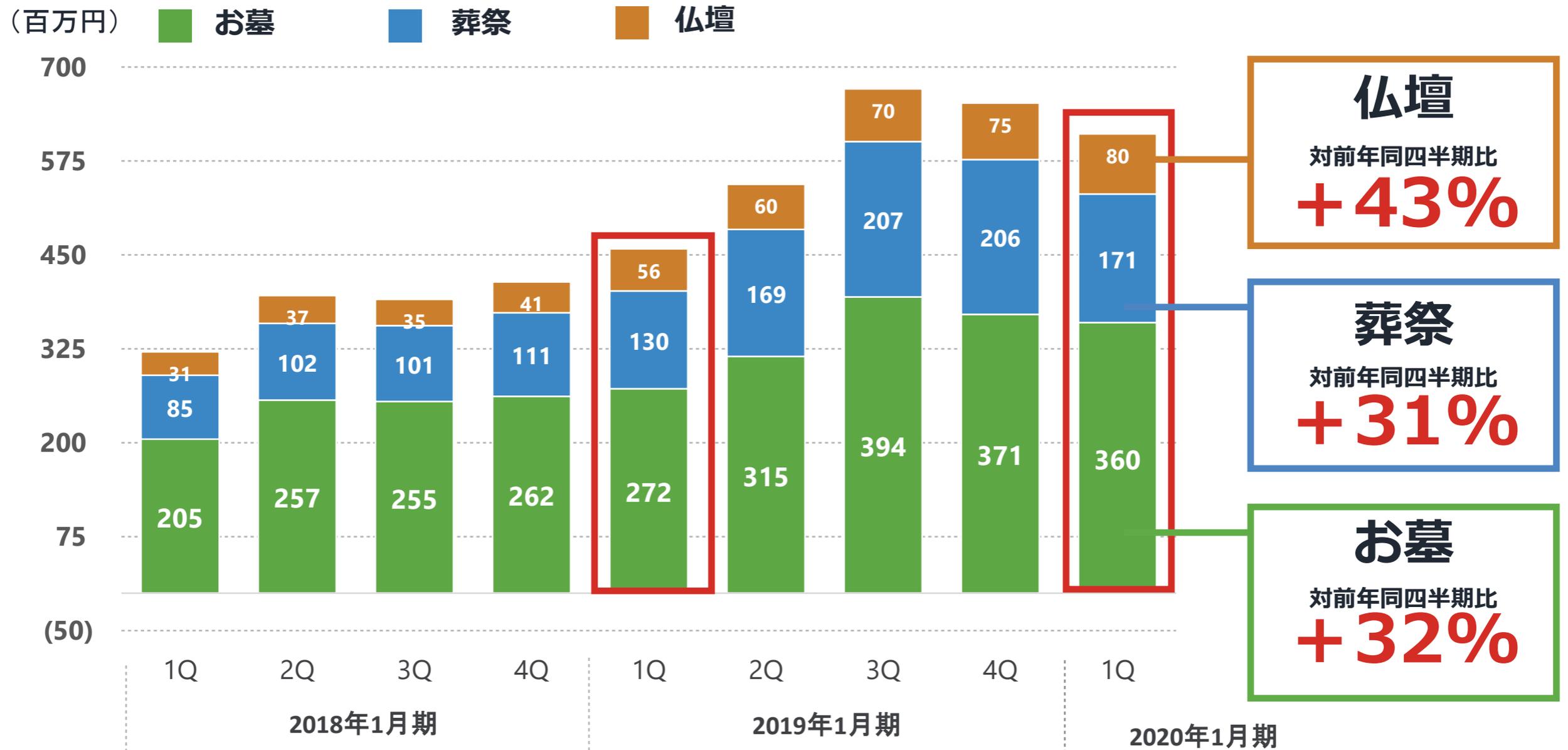
3事業とも大きく成長し、全て第1四半期最高売上額を更新しています。



※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。

WEBサービスの内訳 四半期推移

昨年の急激な成長を維持すると共に更なる成長を目指し、各WEBサービスの品質向上に努めています。



※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。

主な費用の内訳

昨期1Q以降に採用した人材の人件費増で51百万円、費用が増加しております。

単位：百万円	2019年 1月期1Q	2020年 1月期1Q	増減額
人件費等	206	257	+51
広告宣伝費	55	98	+43
業務委託費	46	47	+1
書籍他原価	13	18	+5
他	84	126	+42

貸借対照表

主に税金等の支払いにより、現預金が284百万円減少、また、ソフトウェア、引越しに伴う敷金、M&Aによるのれんの増加の為、固定資産が187百万円増加しております。

単位:百万円	2019年1月末	2019年4月末	前期比
流動資産	2,733	2,513	91.9%
うち現金及び預金	2,062	1,777	86.2%
固定資産	306	494	161.1%
総資産	3,040	3,007	98.9%
流動負債	415	310	74.9%
固定負債	10	29	272.7%
純資産	2,614	2,667	102.0%
うち資本金	792	822	103.8%
自己資本比率	85.6%	87.9%	+2.3pt

今期予想との差異

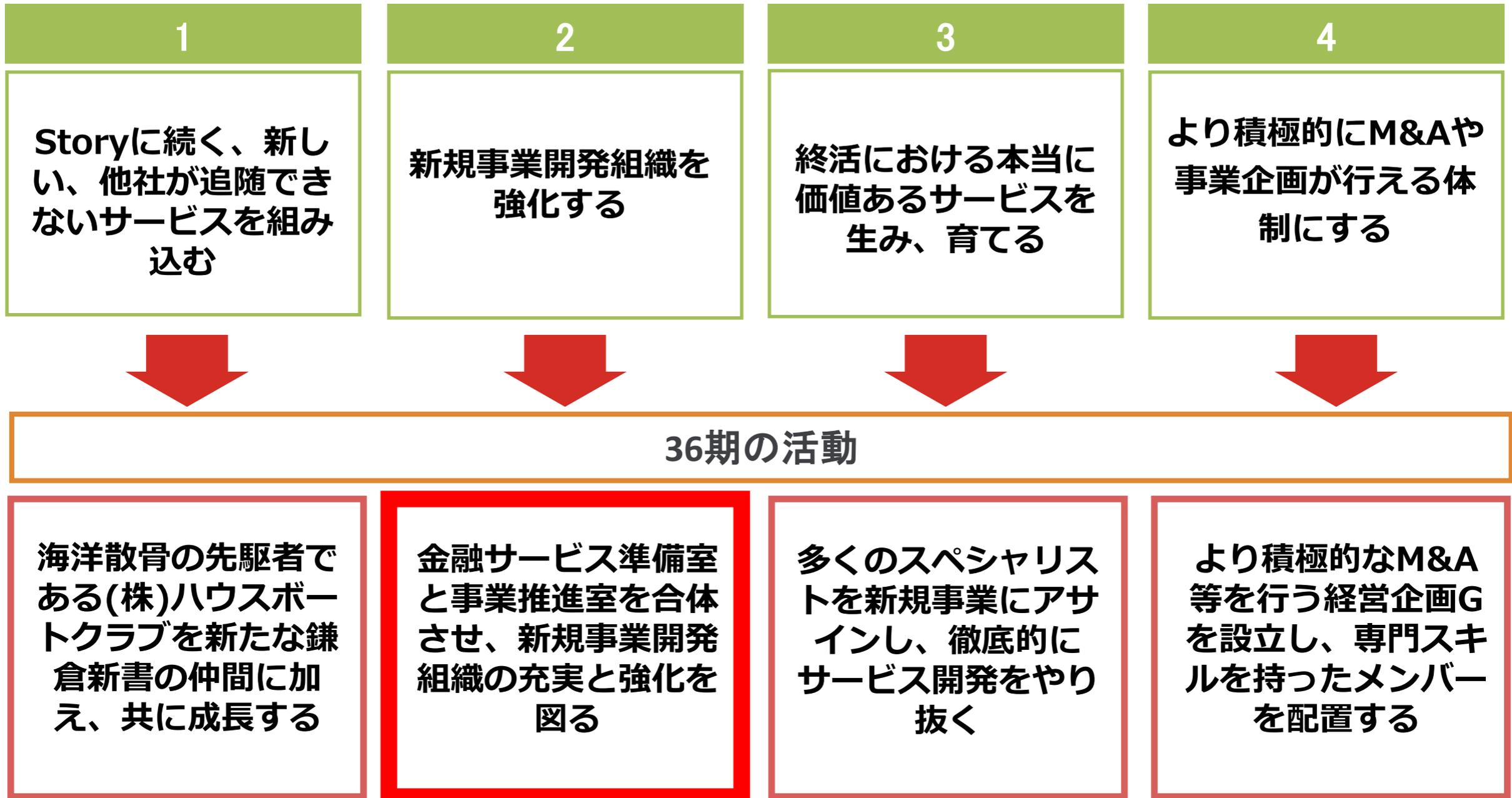
計画に対し、売上・利益とも、特に利益は大きく上振れで進捗し、順調なスタートを切ることが出来ています。

単位：百万円	2020年1月期 通期予想	2020年1月期 1Q実績 (2019年2-4月)	1Q予想 との差異
売上高	3,360	673	+33
営業利益	800	127	+86
経常利益	790	128	+86
当期純利益	585	90	+61
営業利益率	23.8%	18.9%	▲4.9pt

(単体営業利益率)

21.3%

3 終活において、高齢者とその家族に最高のサービスを提供するための事業を育てます



新規事業の取り組みのひとつであるところの、新ビジネスをスタート

葬儀を終えたユーザーに、公的な手続き・相続・遺品整理等の「亡くなった後に必要となること」を支援するサービスをスタートしております。



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CEO 清水祐孝
設立日	1984年4月17日
資本金	8億2,270万円
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	129名（パート、アルバイト含む）
事業内容	<p>(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</p> <p>(2) ライフエンディング関連書籍出版事業</p>

2019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」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

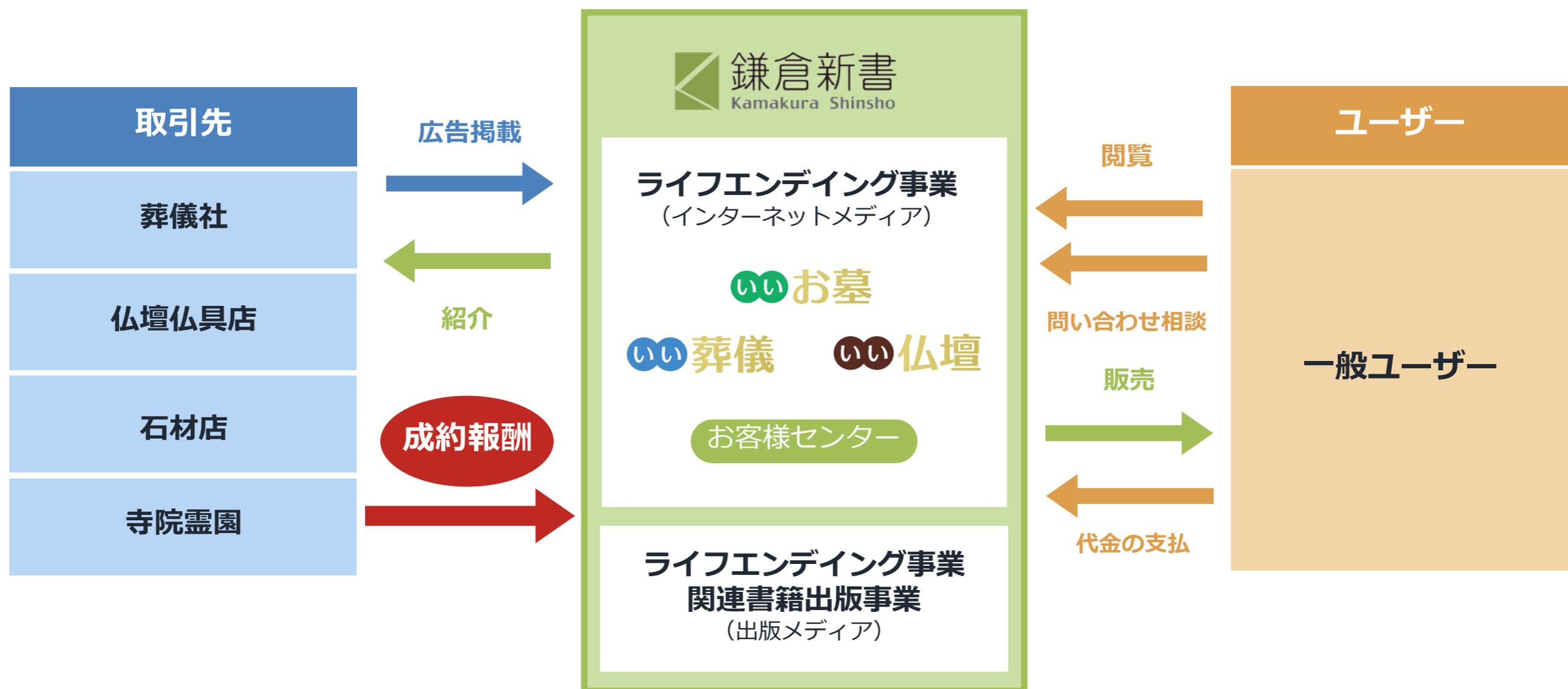
- 現在、家族だけで密かに葬儀をする小規模なお葬式が増えてきました。



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。

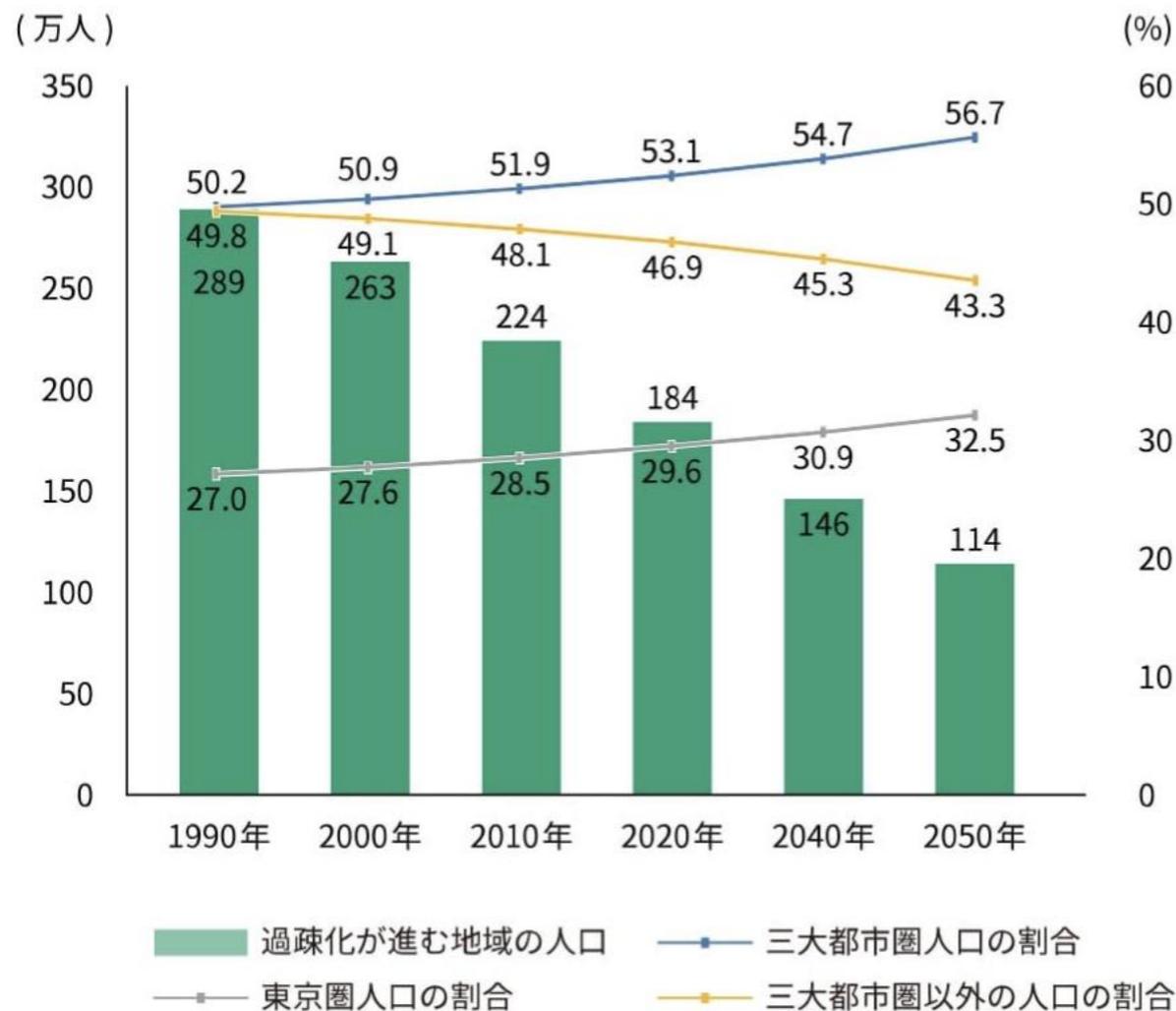
ビジネスモデル

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。



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



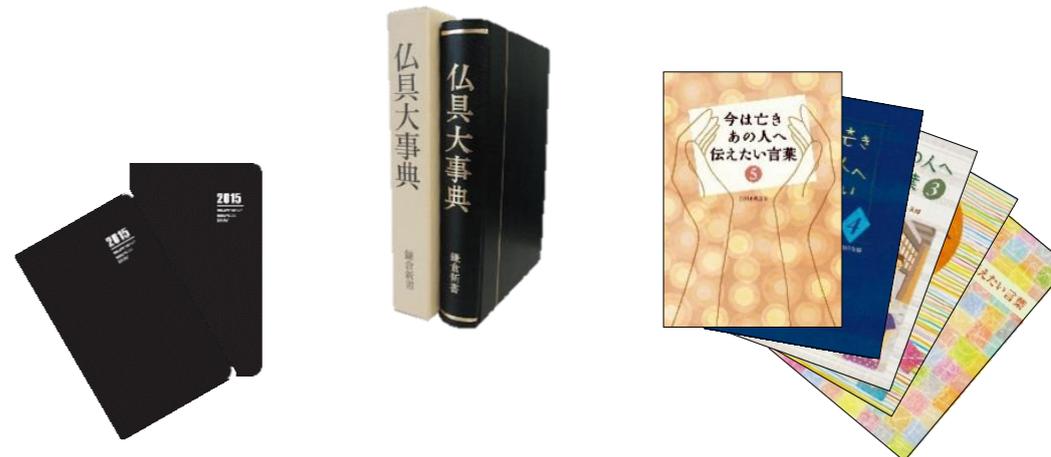
事業者の悩み

- 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。

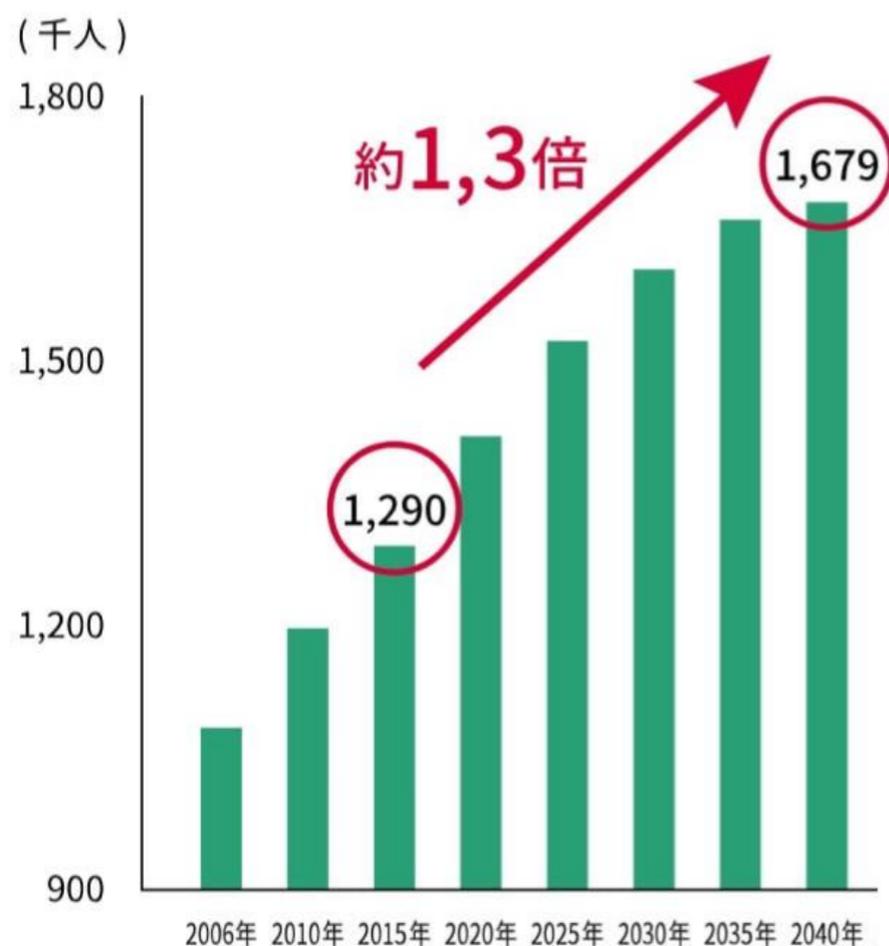
月刊仏事



紹介数増加の背景① [増加する死亡者数]

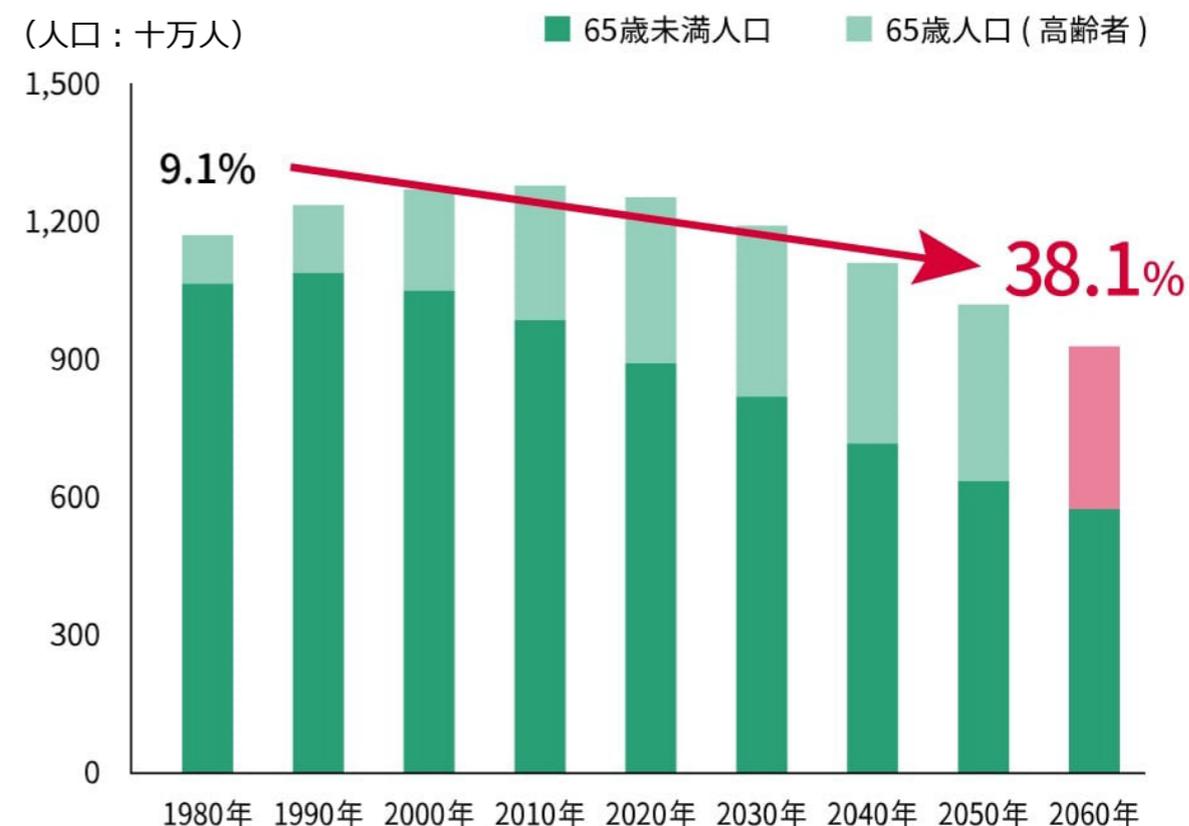
2040年まで死亡者数は増加していきます。

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

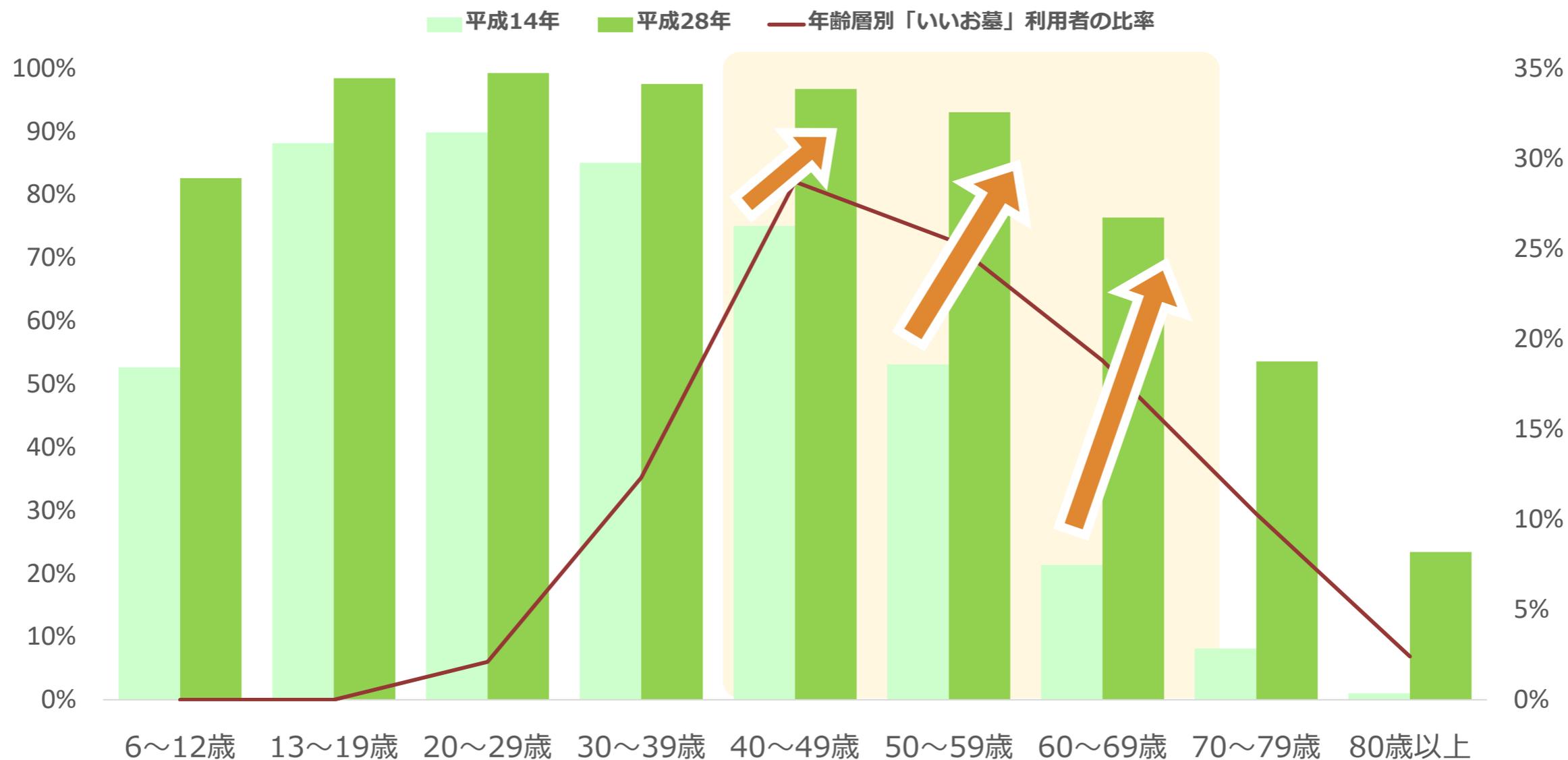


● 2010年まで総務省「国勢調査」、厚生労働省「人口動態統計」
2020年以降国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」

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



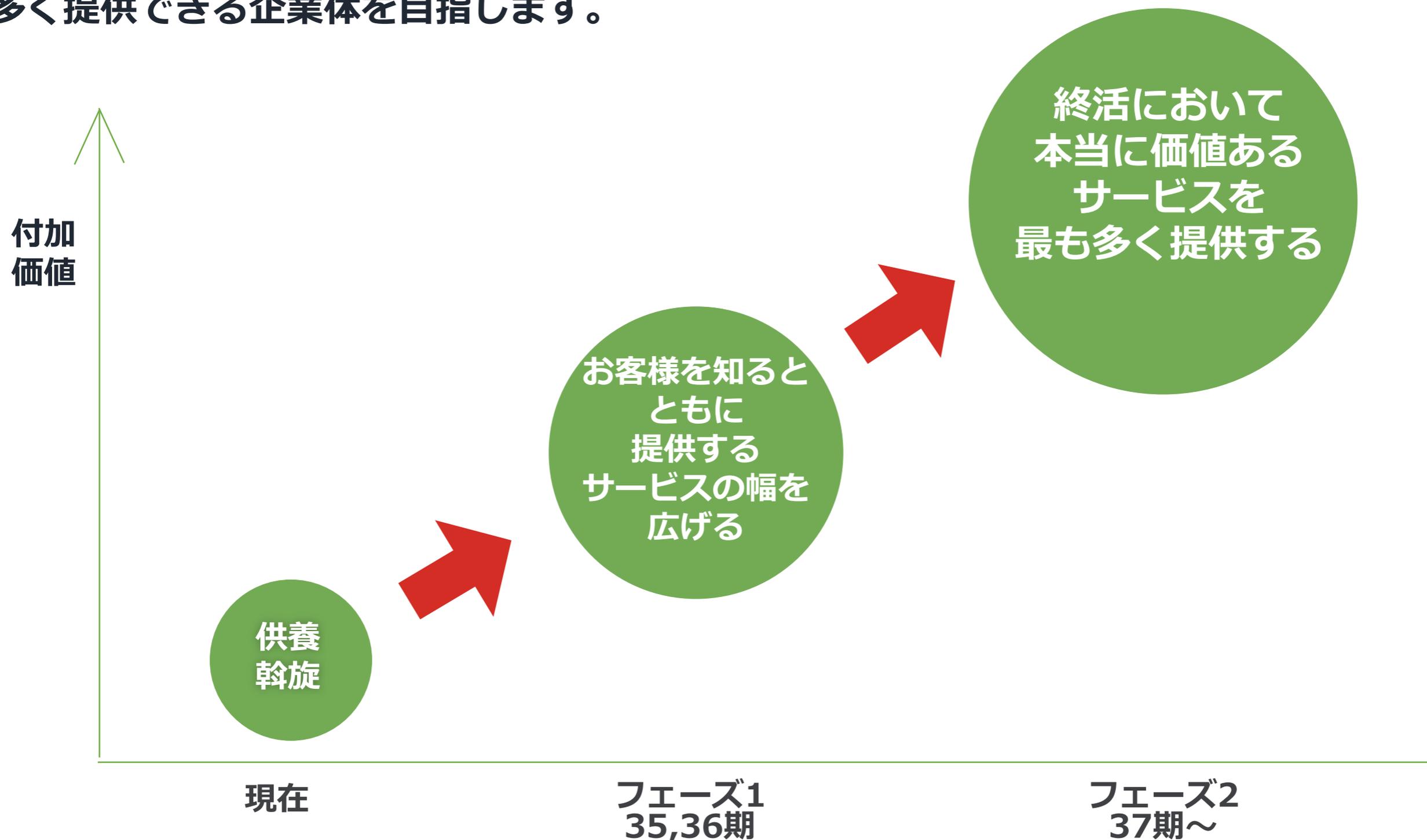
これから

終活[※]において、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

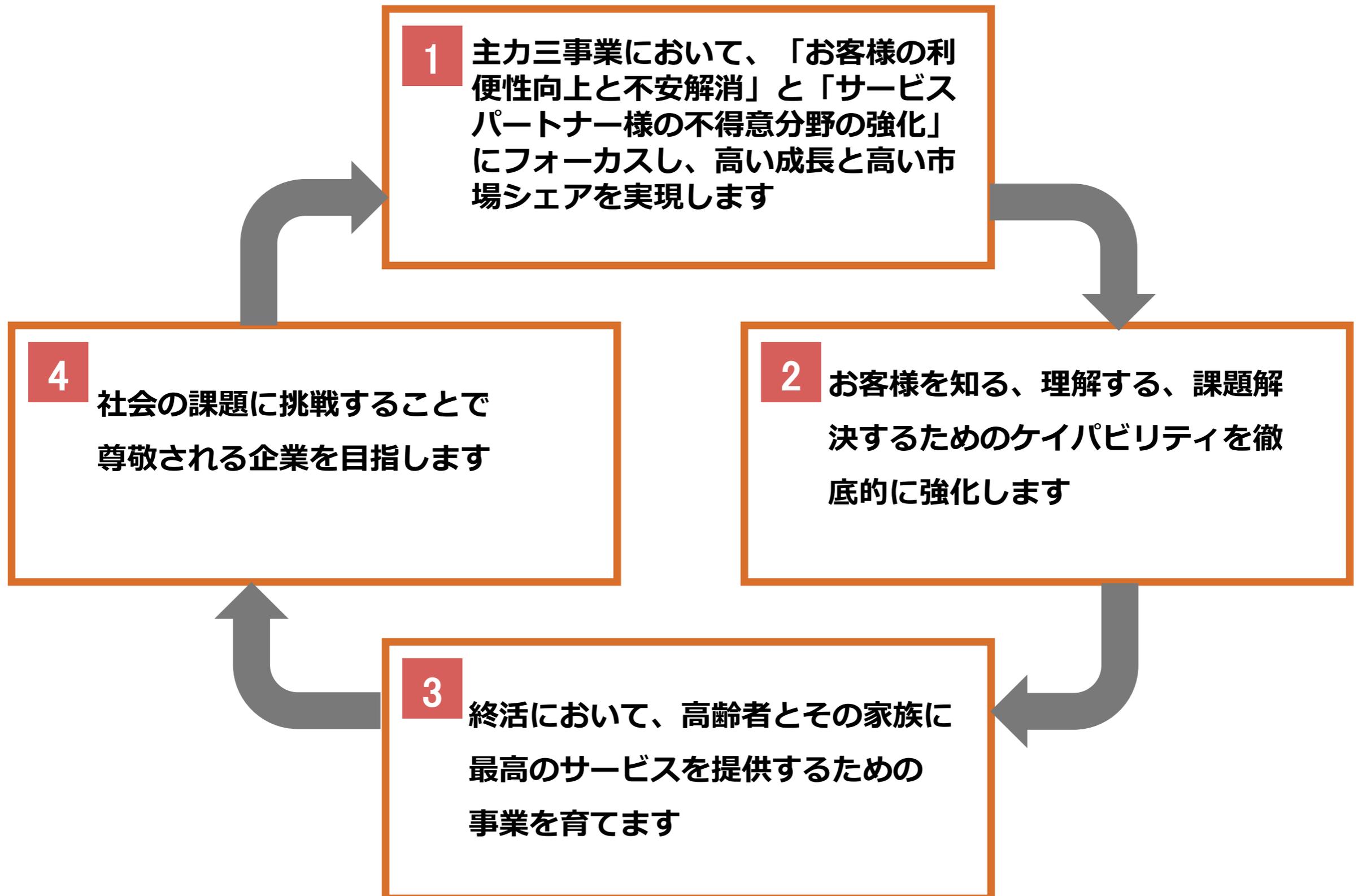
※私たちは「終活」を、「人生の終わりに向けて前向きに準備することで、今をよりよく生きる活動」と定義しています。

鎌倉新書が歩んでいく道筋

「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、終活において、高齢者とその家族のために、本当に価値あるサービスを最も多く提供できる企業体を目指します。



成長のアクション方針



いいお墓

圧倒的No.1戦略

- 新しいのお墓サービス
- オフライン施策の強化

いい葬儀

プラットフォーム No.1戦略

- 事前会員制度開始
- CRMの強化
- 周辺サービスの強化

いい仏壇

Only 1戦略

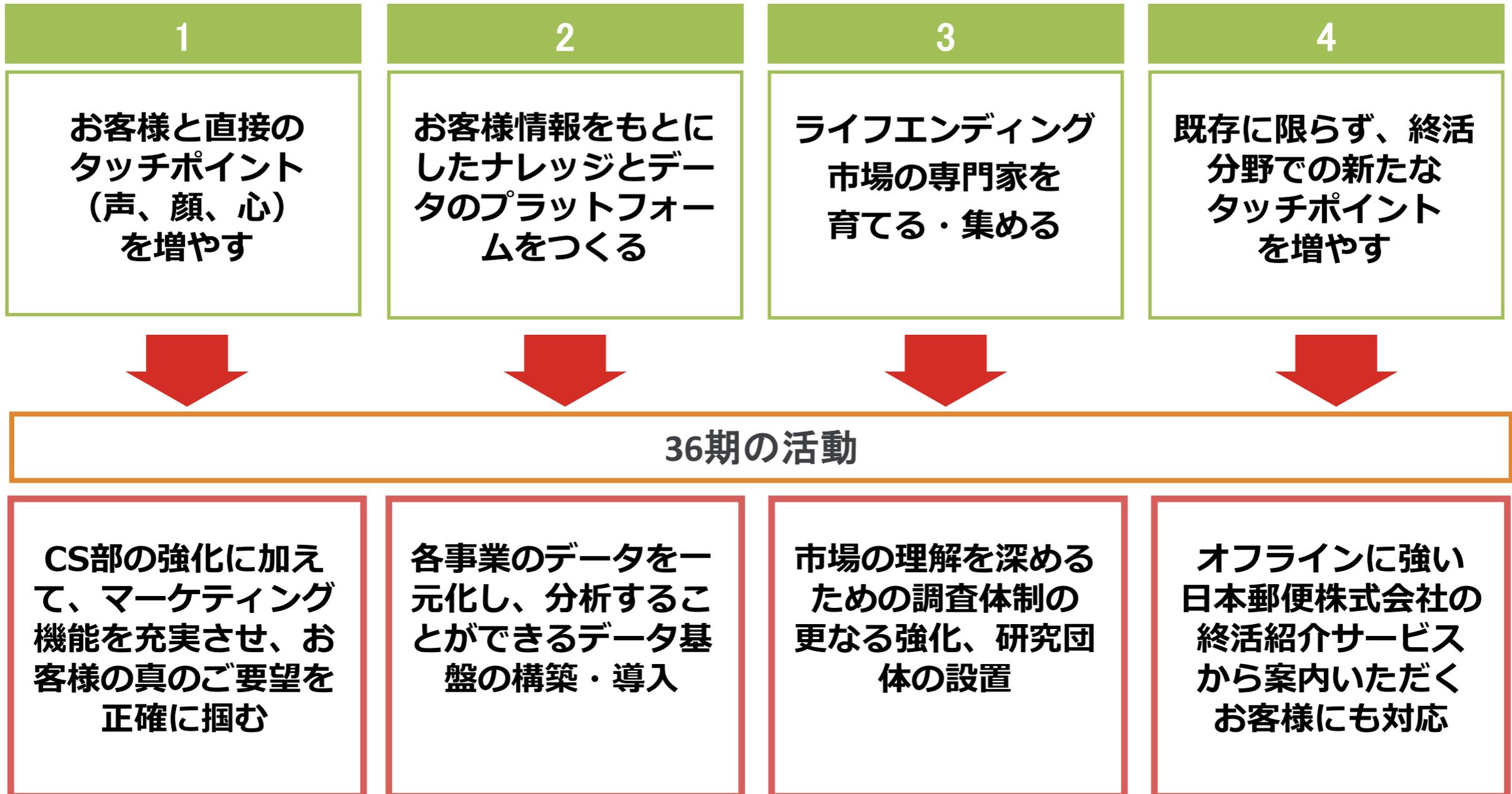
- ビジネスモデルの刷新
- 来店率・成約率の向上

事業のベースライン

横串強化による生産性の最大化

- ビジネスパートナー様との関係強化
- お客様センター機能の集約・強化
- 新規提携の更なる推進
- コンテンツマーケティングの強化
- 事業横断のクロスセル推進
- 人材ローテーション、育成

2 お客様を知る、理解する、課題解決のためのケイパビリティを徹底的に強化します



成長のアクション方針 2-2

日本郵便株式会社と連携している「終活紹介サービス」の試行エリアを2019年2月から東京都全域に拡大します。

多くの終活に関するお問い合わせを受け、お客様のご要望をしっかりと把握し、今後のサービス開発につなげます。

本サービスは、東京都での試行状況を踏まえて、今後のサービス提供エリアの拡大等を検討します。

「終活」って一体なんだろう？

終活とは、ここから先の人生を、より明るくするために前向きな気持ちで準備を行うことです。もしものときのために備えておくことは、ご自身のためだけでなく、残されるご家族の明るい生活にもつながります。

日本郵便は、皆さまの暮らしに寄り添い、「終活相談ダイヤル」を通して皆さまの明るい未来を築くお手伝いをさせていただきます。

老後のこと誰に相談したらいいの？

遺言書はどう書けばいいの？

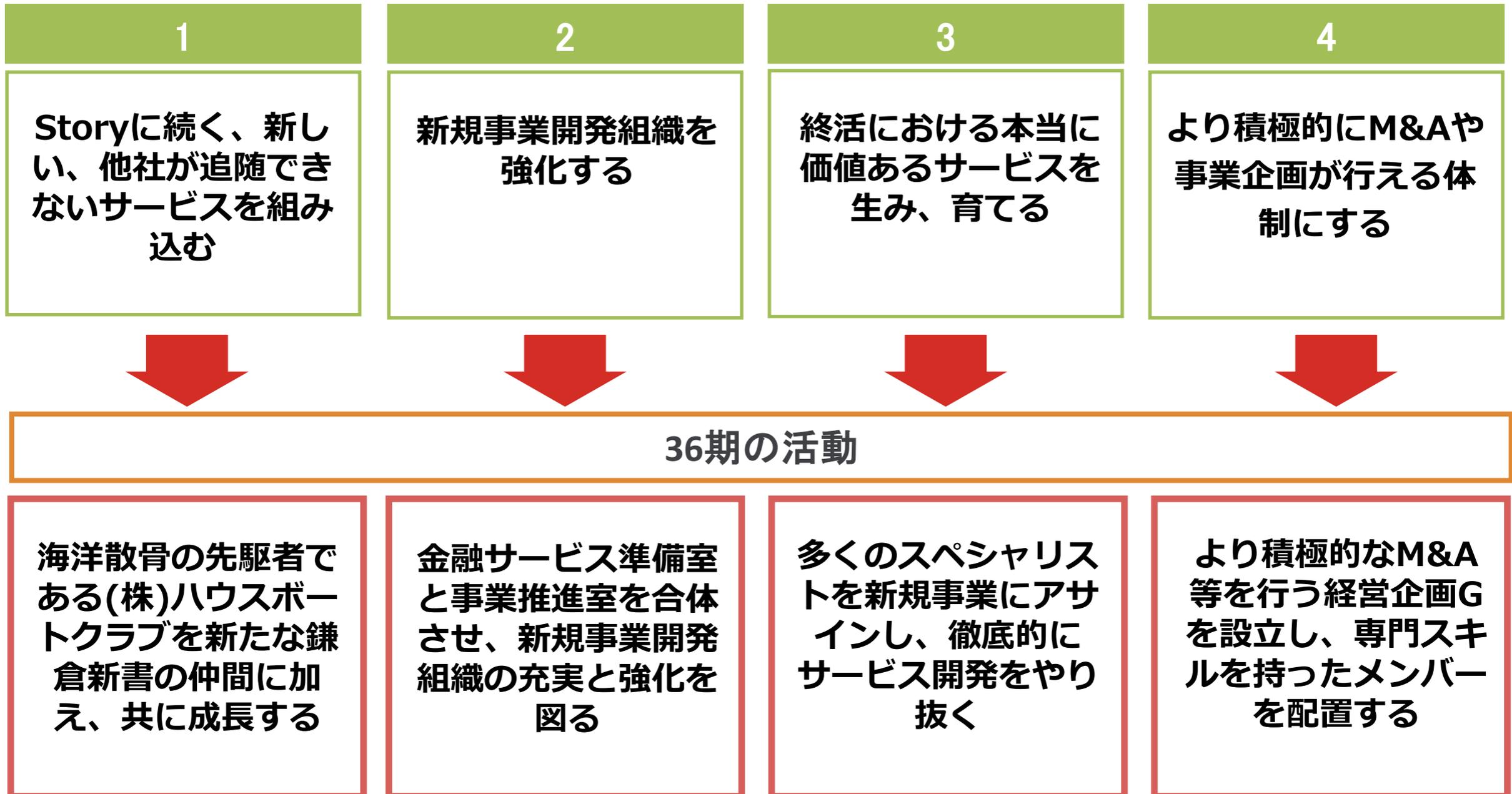
親にもしものことがあったときのために事前に準備をしておきたい。

思い出のビデオをもう一度見られるようにしたい。

終活について何を相談したらいいかわからない。

あなたの「終活」に関するお悩みや不安を、相談員が解決に向けてサポートいたします。

3 終活において、高齢者とその家族に最高のサービスを提供するための事業を育てます



ライフ・エンディング(LE)事業4部を創設しました

従前から行っているStoryと、海洋散骨の先駆者である(株)ハウスボートクラブの運営を合わせた部署としてLE4部を創設し、新しい終活サービスの拡充に努めます。

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。

株式会社ハウスボートクラブ
House Boat Club

株式会社ハウスボートクラブは、東京湾を中心に海洋散骨を施行する企業であり、江東区で終活コミュニティ「ブルー・オーシャン・カフェ」を運営するなど、地域に密着した終活・供養事業を展開しています。

お客様の供養スタイルが多様化している状況に鑑みて、当社としても幅広い選択肢をお客様にご提供できるよう努めます。

4

社会の課題に挑戦することで尊敬される企業を目指します

- 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」の拡充
- 「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。