

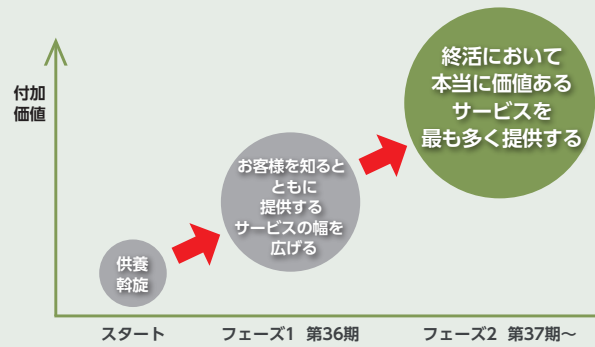
つながりは、いつもここに



Business Report 2020

鎌倉新書が目指すところ

わたしたちの提供する価値は「情報」と定義し、情報加工業という視点で、主にインターネットメディアを通じた情報ビジネスを行ってまいりました。高齢者とその家族が抱える「やりたいこと」「やらなくてはならないこと」「やっておきたいこと」を解決するサービスを提供することで、ますます進展するわが国の高齢社会における課題の解決をお手伝いすることで社会に貢献してまいります。



企業理念

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

主要サービス

鎌倉新書は「シニア向けサービス」、「葬儀」、「仏壇」、「お墓」、「遺産相続」、「不動産」、「保険」といった終活領域において高齢者のさまざまなニーズや課題に応える一連のサービスを運営しています。

終活サービス事業

主力事業を着実に成長させるとともに、顧客視点から終活において価値ある事業を創出し、既存事業とのクロスセルを増加させることで、さらなる成長を目指します。

主力事業

お墓 葬儀
仏壇 Story

その他新サービス

相続 ほけん 遺産相続ナビ
不動産 介護 生前契約
お坊さん House Boat Club

出版事業

祖業である供養関連の出版事業も引き続き行っています。



ビジネスモデル





今後も進展する高齢社会において、
大きな社会課題であるシニアとその家族の
「夢」「希望」「課題」「悩み」の解決策を提供することで、
社会に貢献してまいります。

代表取締役社長兼会長CEO

清水 祐孝

2020年1月期の振り返り

2020年1月期は、売上比率が最も大きいお墓事業が高い成約率を維持したことに加え、葬祭事業は過去最高紹介数を更新しました。また、新規事業の「いい相続」が当初予想を大幅に上回る速度での成長を見せ、売上高は32億63百万円(前期比30.3%増)、営業利益は8億円(同7.5%増)と売上高、営業利益ともに過去最高を更新することができました。

終活領域のオンリーワン企業へ

2020年1月期は、サービスラインアップの拡充の一環として、税務申告や遺産分割協議書の作成など、相続関連サービス「いい相続」をスタートしました。これが多くのユーザーから支持を得て、初年度より順調に推移しております。また、相続のお話を伺う中で、介護施設への入居検討、実家の片付けや不動産売却、二次相続への備えなど、派生的にさらに新たな課題の存在が見えてきました。そうした相続を起点とした新サービスの拡充として、2021年1月期は保険、不動産および介護に関する情報サービスをスタートさせます。

2020年1月期はもう1つ、葬儀・お墓・仏壇の事業と新サービスの情報を一元化し、クロスセルを増大させるための体制づくりも開始しました。ユーザー視点でのデータ一元化を進めることで、一度きりではなく、二度、三度と、安心感をもって最適なサービスを受けていただける体制の構築を進めます。ユーザーのさらなる利便性向上を通じて、私たちが介在する価値を感じていただける機会を増やしながら、終活領域におけるオンリーワン企業への歩みを一歩ずつ確実に進めていきます。

中長期的な成長シナリオ「鎌倉新書が歩んでいく道筋」

仏壇・仏具業界向けの出版部門からスタートした当社は、関連領域ともいえる葬儀、お墓、仏壇・仏具の情報収集・相談・

依頼のできるWEBサービスの3本柱を中心に、「ユーザーと事業者をつなぐ」事業を展開してきました。

事業を通じてユーザーの声に耳を傾けると、お葬式やお墓、仏壇・仏具に関する課題は、終活の局面におけるごく一部であり、その他にも数多くの悩み、課題があることがわかってきました。しかも、いずれの課題も一生に一度直面するような要用であり、ほとんどの方が経験値を持ち合わせていないことから、どうしても売り手主導になりやすい状況にあることも認識できました。

また、従来のWEBサービスを中心とした事業展開に加え、2020年1月期はオフラインでもサービス提供ができるよう、シニア世代と接点を持つ事業者の方々との協業にも注力しました。こうした取り組みを通じて、シニア世代のご家族だけでなく、ご本人の生前ニーズに対してもお手伝いできるサービスも数多くあるという気づきを得ました。

私たちは、商品・サービスありきの事業形態とは一線を画し、「徹底的なユーザー視点思考」による「ユーザーに寄り添ったサービス」を追求しています。これらの気づきを踏まえ、お葬式やお墓だけでなく、その他の課題についても同様に幅広く解決をお手伝いできるようなサービスを提供することが、私たちの使命なのではないかと考えるようになりました。

今後、複数の悩み・課題の解決につながるサービスをご用意し、サービスラインアップを充実させていく中で、ニーズは大きくても、収益自体は大きくならないものも出てくると思われます。その際には、単一サービスでの収益性のみで判断するのではなく、トータルでサービス提供することこそが、私たちに対する信頼を高めていただくことにほかならないと考えています。あくまでもユーザーの立場に立って、必要と判断するものは事業に取り入れながら、全体としての成長を目指していくこととしています。

2021年1月期の注力ポイントと業績の見通し

葬儀・お墓・仏壇の既存3事業は、引き続き「利便性の向上と不安解消」にフォーカスしたサービス提供と情報の充実、地域のサービスパートナー数拡大により、適切な事業者へと橋渡しをする精度を高めていきます。また、ライフスタイルや時代の変化とともに新たに生まれてきたニーズ、従来の事業者の方々が提供しきれていない領域については、これまでもオーダーメイドのお別れの会のプロデュースや散骨といった新たなサービスを立ち上げてきましたが、今後も提供していくことを考えていきます。

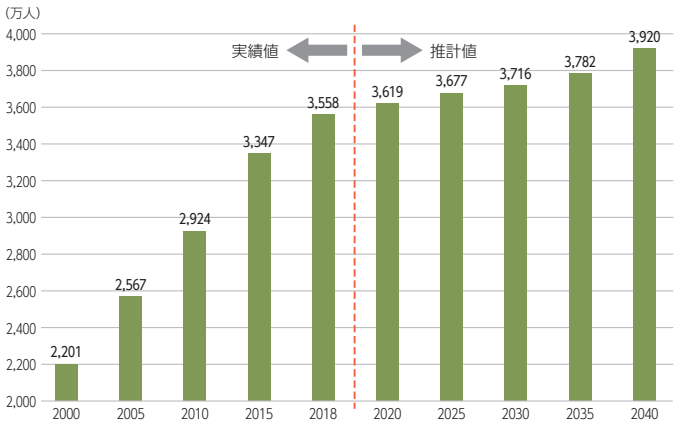
相続を起点とした新サービス領域については、新たな流入経路の獲得・サービスパートナーとの関係強化により、ご希望の多いニーズに応えるサービスラインアップの充実、ユーザー視点からの課題解決を徹底し、クロスセルの増大を実現することで、着実な成長を目指します。

2021年1月期の業績は、足下での新型コロナウィルスの影響もあり、既存事業の成長率を保守的に見ている一方で、相続事業と関連する新サービスについては、約6倍の事業規模成長を見込んでいます。また、中長期の成長を見据えた本質的な対策への投資を強化し、PDCAを回しながら習熟度を高め、ユーザーにとって理想のサービスへと近づけていくことで、2024年1月期の売上高100億円の達成を目指していきます。

株主・投資家の皆さまへのメッセージ

日本の総人口に占める65歳以上人口の割合(高齢化率)は27.7%、2040年には36%を超える見込みです。私たちは、この超高齢化社会から生まれるさまざまな課題に向き合い、「終活」においてシニア世代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、彼らの声に耳を傾け、寄り添い、一緒に課題を解決する企業であり続けたいと考えています。そのためにも、使命をしっかりと意識しながら活動できる組織であること、自主的に考え、創意工夫して動ける組織であること、そうした風土

高齢者人口の推移と将来推計



●「高齢者」は、65歳以上の高齢者を指す
●内閣府「令和元年版高齢社会白書」
(https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2019/html/zenbun/s1_1_1.html)を基に作成

を築いていくことが重要であると考えています。

私たちは、既存事業だけで企業の存続を目指すのではなく、ユーザーのニーズを先取りするため、新たな取り組みに挑戦していくことが健全な成長を目指すあり方だと認識しています。そういう意味では、2020年1月期は、新たな成長カーブを描く土台づくりのスタートを順調に切ることができたと感じています。5年先、10年先に必ず花開くものと確信しており、足下は新しい取り組みへの傾斜を強める期間となります。

現在の主力3事業も、当社がサービスを開始した当初はそのニーズが存在することは誰にも理解されませんでした。「実現したらきっと喜んでいただける」という着目点から、まだ形作られていないものを具現化していく、これが私たちの創業当初からの遺伝子です。

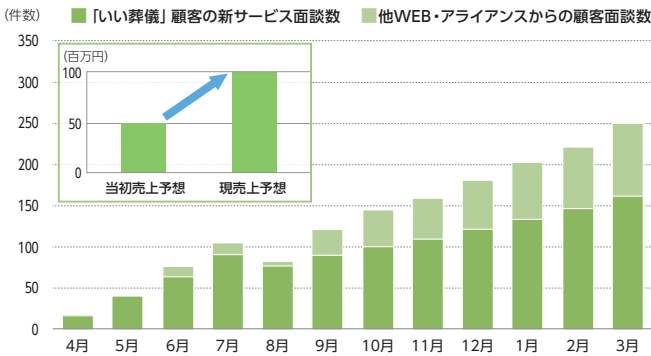
新たに創出したサービスは、その存在を知っていただくのにそれなりの時間がかかります。株主の皆さまにおかれましては、事業特性をご理解いただき、中長期的な視点で見守っていただければようお願い申し上げます。

いい相続 — 死後・葬儀後の手続きをワンストップでサポート

死後・葬儀後の手続きをワンストップでサポートする「いい相続」を2019年4月より開始しました。死後の手続きについてのお困りごとを専門相談員が解決に向けてお手伝いします。

サービス立ち上げ以来、面談数は着実に増加し、当初予想を大幅に上回る速度で成長を続け、売上1億円を突破しました。

既存サービスからの顧客増に加え、今後はアライアンス・オフラインイベント・WEBからの顧客増加も見込まれます。



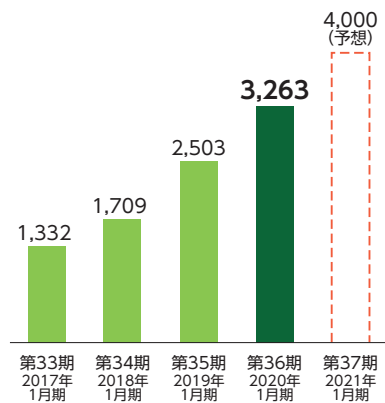
決算ハイライト

決算のポイント

- 売上高・営業利益ともに過去最高を更新しました。
- 既存事業においては、前期比お墓：21%増、葬祭：36%増、仏壇：8%増とすべてのサービスで過去最高売上額を更新しました。
- 新規事業「いい相続」が当初予想を大幅に上回る速度で成長を続け、売上1億円を突破しました。

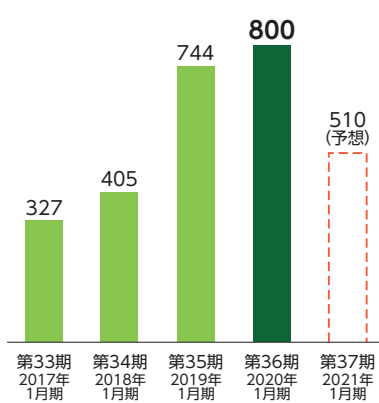
売上高

(百万円)



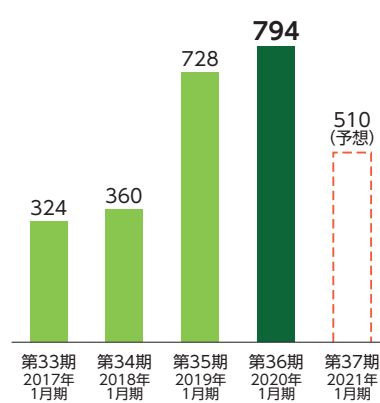
営業利益

(百万円)



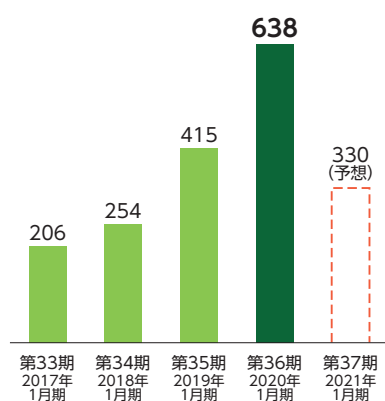
経常利益

(百万円)



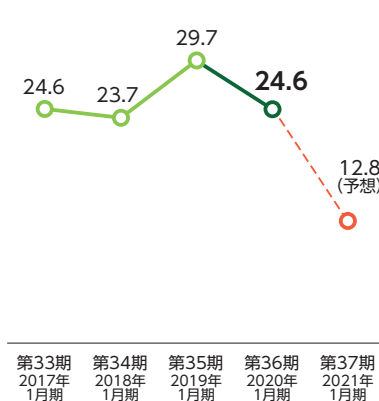
当期純利益

(百万円)



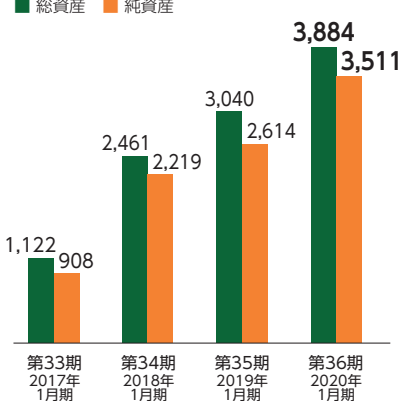
営業利益率

(%)



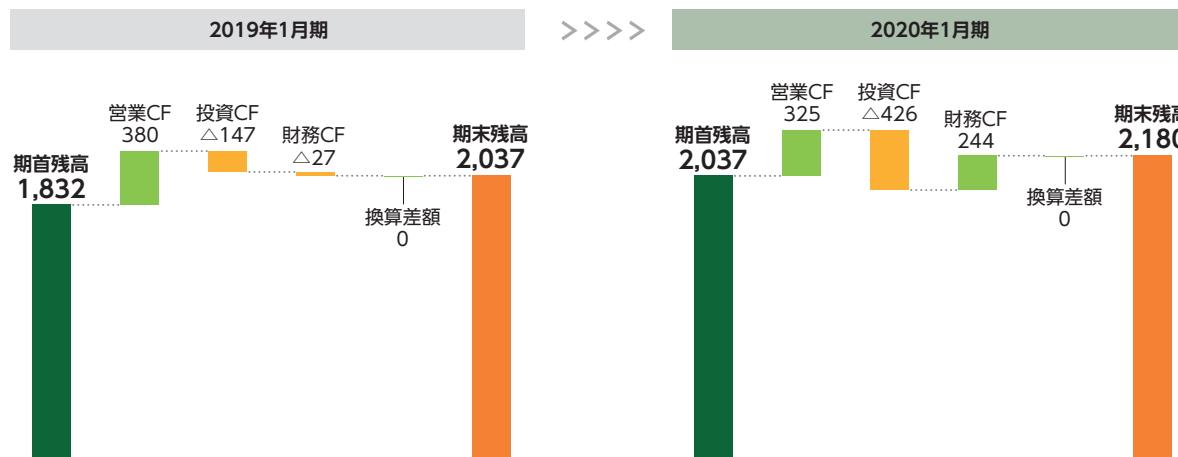
総資産・純資産

(百万円)



キャッシュ・フロー計算書の概要

(百万円)



詳細な財務情報はここからご確認ください → <https://www.kamakura-net.co.jp/ir/finance/index.html>

会社概要・株式の状況 (2020年1月31日現在)

会社概要

商 号 株式会社 鎌倉新書
Kamakura Shinsho, Ltd.
本 社 所 在 地 〒104-0031
東京都中央区京橋2丁目14-1
兼松ビルディング3階
電 話 番 号 03-6262-3521 (代表)
創 業 1984年4月
従 業 員 数 115名

役員 (2020年4月17日現在)

代表取締役社長兼会長 CEO 清 水 祐 孝
代 表 取 締 役 COO 小 林 史 生
代 表 取 締 役 CFO 須 藤 諭 史
取 締 役 余 語 邦 彦
社外取締役 (監査等委員) 河 合 順 子
社外取締役 (監査等委員) 植 松 則 行
社外取締役 (監査等委員) 鴫 田 英 之

沿革

1984年 4月 株式会社鎌倉新書設立。
1986年 8月 中央区日本橋浜町に本社を移転。
1998年 6月 中央区日本橋久松町に本社を移転。
2000年10月 全国の葬儀社検索、お葬式のマナーや葬儀に関する情報サイト「いい葬儀」を開始。
2001年 6月 「月刊『仏事』」創刊号発売。
2003年12月 霊園・墓地・お墓さがしの総合サイト「いいお墓」を開始。
仏壇と仏壇店さがしに関するサイト「いい仏壇」を開始。
2008年10月 全国「優良」石材店と霊園さがしのサイト「優良墓石・石材店ガイド」を開始。
2010年 1月 「今は亡きあの人へ伝えたい言葉」プロジェクト始動。
6月 お通夜・葬儀・法事の際の生花・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。
8月 中央区日本橋大伝馬町に本社を移転。
2014年 4月 中央区日本橋本石町に本社を移転。
7月 ヤフー株式会社の新サービス「Yahoo!エンディング」サービスを開始。
8月 新しい形のお墓を無料で簡単に探せるサイト「樹木葬なび」と「納骨堂なび」を開始。
10月 終活・ライフエンディング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に上場。
2016年10月 中央区八重洲に本社を移転。
2017年 7月 東京証券取引所市場第一部に市場変更。
2019年 9月 中央区京橋に本社を移転。
2019年12月 経団連加盟。

株式の状況

発行可能株式総数……………96,000,000株
発行済株式の総数……………38,404,400株
株主数……………5,803名

大株主

株主名	持株数 (株)	持株比率 (%)
清水 祐孝	11,458,944	29.8
株式会社かまくらホールディングス	3,200,000	8.3
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	2,877,800	7.5
SSBTC CLIENT OMNIB US ACCOUNT	2,646,466	6.9
株式会社SMBC信託銀行 管理信託 (A019)	1,600,000	4.2
株式会社SMBC信託銀行 管理信託 (A020)	1,600,000	4.2

所有者別株式分布状況



株主メモ

上 場 証 券 取 引 所 東京証券取引所市場第一部
事 業 年 度 2月1日から翌年1月31日まで
定 時 株 主 総 会 毎事業年度の末日翌日から3ヶ月以内
基 準 日 1月31日
剰余金の配当基準日 7月31日、1月31日
1 単 元 の 株 式 数 100株
株 主 名 簿 管 理 人 三井住友信託銀行株式会社
東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
事 務 取 扱 場 所 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
郵 便 物 送 付 先 〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
TEL : 0120-782-031 (フリーダイヤル)
取 扱 所 三井住友信託銀行株式会社 全国各支店
公 告 方 法 電子公告により行います。
公告掲載URL
<https://www.kamakura-net.co.jp/>
やむを得ない事由により電子公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。

つながりは、いつもここに

