

つながりは、いつもここに



Business Report 2019

鎌倉新書が目指すもの

わたしたちは、自分たちの提供する価値は「情報」とであると定義し、情報加工業という視点で、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一連のお困りごとを解決するサービスを提供することで、さらなる社会貢献を果たす企業となることを目指してまいります。

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」、「終活」、「葬儀」、「仏壇」、「お墓」、「遺産相続」といったライフエンディング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。また、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。

Webサービス

いいお墓

相談件数、情報数No.1のお墓総合サイト

いい葬儀

日本最大級・口コミ数No.1の葬儀情報サイト

いい仏壇

仏壇・仏具・供養の情報満載仏壇店検索サイト

Story

オーダーメイドのお別れ会をトータルプロデュース

出版



エンディングノート



月間仏事



Webサービスのビジネスモデル



社会の変化、人々の意識の変化に伴い 生まれる新たなニーズに 新たなサービスで応え続けます

代表取締役社長兼会長

清水 祐孝



2019年1月期の業績の振り返り

2019年1月期は、売上高25億3百万円（前期比46.5%増）、営業利益7億44百万円（同83.7%増）と大幅な増収増益を果たし、売上高、営業利益ともに過去最高を更新しました。

売上の比率が最も大きいお墓事業が順調に伸長し、前期比38%増となったほか、葬祭事業、仏壇事業ともに前期の成長トレンドをさらに上回る同80%前後の成長を果たしています。

「ユーザーと事業者をつなぐ」インターネットメディアを主たる事業とする当社の収入は、そのほとんどが事業者からの手数料・広告料によるものです。事業構造上、売上が拡大すればそれを上回って利益率が高まる傾向にあります。したがって、当社は売上高営業利益率を重要な指標に据えています。2019年1月期の営業利益率は、前期から6.0ポイント増の29.7%となりました。

高成長を実現させた取り組みについて

2019年1月期の成長は、一時的な成果ではなく、実直に進めてきたプロジェクトに進捗が見られた結果です。WEBサービス施策、顧客接点、事業者とのリレーション、すべてにおいて成果が得られ、大きな手応えが感じられた1年となりました。

コールセンターの機能強化により、顧客接点の質・量が大幅に向上したことが、事業成長を大きく後押ししました。同時に、プロダクト開発部を新たに設置し、エンジニア人員を大幅に増やしました。これにより部門ごとから全社横断型の開発体制が確立しました。各事業での取り組み事例、積み上がったナレッジを共有しながら、全社的に適切なプロダクトの開発が行えるようになったことは大きな成果です。さらに、①プロジェクト毎に細かく目標数値を設定し、②それを牽引する先行指標を含んだ適切なKPI等を設け、③短いスパンでPDCAを回しながら、④複数の取り組みを同時並行的に進めたことも、成長を加速させる結果につながったと認識しています。

新しい期もこうした取り組みの強化を継続しながら、適切な

人材配置、適切な施策を打っていくことで、さらなる成長を実現していきたいと考えています。

事業環境に対する認識について

3つの既存事業（お墓・葬儀・仏壇）すべてで成長が加速し、立ち上げの「スタート期」から、安定して成長が見込める「成長期」に入ったと認識しています。その背景には、「終活」「ライフエンディング」の概念が社会に浸透し始めてきたことがあげられます。超高齢社会へと向かう社会環境は、確実に事業の追い風となっています。

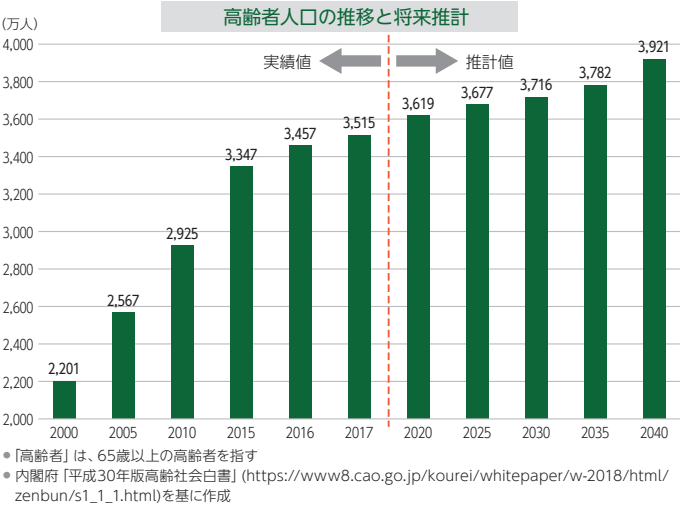
しかしそれ以上に、サービス業中心の産業構造や、都市部への人口集中等の社会の変化も「終活」への問題意識を高めることにつながっています。遠く離れて生活する親子が激増し、親子がそれぞれ別の視点から「終活」について考えざるを得ない環境があります。そうした中でインターネットを通じて情報収集する人が増えていることが事業環境に大きく作用しています。また、中高齢者ユーザーのITリテラシーが高まっていることも大きな後押し材料と言えるでしょう。「ITは人の生活をますます便利にさせる」社会環境の中で、ビジネスを行えることは、成熟国日本において有難いポジショニングであると感じています。

発揮される当社の強み

当社のサービスは、インターネットを用いてお墓や葬儀の情報提供を行うポータルサイトを運営し、ユーザーと適切な事業者とを結びつけるといったものです。しかしながら、当社はプロダクトを提供する側の論理ではなく、ユーザーは何を必要とし、何に困っているのかに立脚し、その課題解決に応える、いわば「ユーザーに寄り添ったサービス」を提供していくという視点で事業を行っています。

私たちが展開している事業についても、ご家族が亡くなったら、お葬式が必要になり、次に仏壇、お墓…といった、ユーザー側から見た一連のお困りごと、課題の解決につながる情報

を提供することに徹しています。この目線そのものが当社をユニークな存在にたらしめていると同時に、「終活」において生まれる、さまざまなお困りごと、課題に対しても同様の考え方で取り組みを進め、事業領域を拡大することができる、これが当社の大きな強みであると考えています。



中長期的な成長を視野に入れた新規サービスの創出に積極投資

シニア向けサービスのインターネット化が定着し始め、既存サービスが今後さらなる発展を目指していける時期に入ってきました。このタイミングで、新規サービスの創出に向けた投資を積極化していきます。

既存事業の展開を行っていけば、目先の利益の積み増しは可能です。しかし、中長期的な視点で会社の将来の姿を考え、健全なる成長を指向するとき、さらに当社に対する社会の要請は何かと考えると、新規事業への投資は避けて通れません。短期的な利益にとらわれることなく、中長期的な視点から適切であり、かつ、ステークホルダーの皆さまにとっての最善の選択を行ってまいります。

そうした中で、2019年1月期は新規事業としてスタートさせた2つの事業の撤退を決めました。これに伴い、約1億円弱の損失を計上いたしました。マイナスは小さくありませんが、厳しい状況の中で苦労して成長した人材が次なる活躍を果たすことを考えれば、目に見えない資産を大きく積み増すことができたという認識をもっています。反省点は、ターゲットをシニアというあまりにも大きな括りにしてしまった点にあります。今後は、当社が強みを発揮できる領域「終活のお困りごと」へフォーカスし、有望な分野でのインターネットメディアを通じたサービスに積極投資していこうと考えています。

「終活」の領域では大きく3つの分野での相談をいただきます。それは、現在、当社が事業として展開している葬儀やお墓など「その後」の領域、健康・医療・介護を含む「からだ」、および相続等の「お金」の領域です。今期は、潜在需要の大きい「終活」マーケットをより広く見据え、現在の事業の周辺領域における新規サービスへの取り組みを強化し、サービスの拡充を進めていきます。

2020年1月期の組織運営

2020年1月期より、既存事業と新規事業を明確に分け、そ

れぞれの管掌役員のもと進めていく新たな体制を取っています。既存事業については、従来の3事業から4事業体制へと変更しました。新たに立ち上げたLE4部は、「形式にとらわれないお葬式がしたい」「葬送の新しいかたちとして散骨したい」といった、社会の変化によって生まれた新たなニーズに応えるサービスを提供する事業部です。宗教的な儀式と異なるお別れ会を提供するStory事業と2月に資本参加した株式会社ハウスポートクラブによる散骨事業を推進してまいります。社会の変化によって生じる新たなニーズに対して、既存の事業者では対応しきれていない部分に応えるという視点から、事業を行ってまいります。

2020年1月期の重点ポイント

インターネットで情報が低コストで集められる今日、これまでとは異なり、事業の賞味期限がたいへん短くなり、事業の模倣可能性は高まっています。一方で、時代に合った組織（優秀な人材が集まり、高いモチベーションで仕事ができる環境を持つ組織）の模倣は難しいと考えています。どんな事業を行うかより、どんな組織で事業を行うかが重要な時代だと認識しています。したがって、2020年1月期は、「どんな組織を作るか」にも力点を置いていきたいと考えています。

2017年7月の東証1部への上場以降、新卒・既卒ともに人材の質がさらにアップし、取り組みの質が向上していることを実感しています。権限を移譲しながら、働いている人たちが自由と規律、自由と自己責任を両立しながら仕事をする、フラットな組織を目指していきたいと考えています。トップダウンではなく、ボトムアップでさまざまな施策を打ち、プロジェクトが機能するようしっかりPDCAを回せる組織を作ることは、間違いなく働いている人たちの成長、充足した生活、活き活き働ける環境の確立にもつながりますし、当社の永続的な成長にとってもっとも大切な手立てになると確信しています。

株主の皆さまへのメッセージ

私たちの事業は、他社が行っている既存の事業へ参入するというものではなく、「当初は潜在的であった新たなニーズに対して、新たなサービスを提供しニーズを顕在化させていく」という視点で取り組んでいます。難易度は高いですが、当面の競合は少なく参入障壁も大きい、という点からも、非常にポテンシャルが大きいと認識しています。

大きなポテンシャルを具体的に発芽させていくには、取り組み姿勢も中途半端ではいけません。幸いにして当社は、既存事業が安定した収穫期に入り、ここで得た利益を新たなサービスの確立のために投資できる状況となっています。中長期的な視点を持ちながらビジネス展開ができる、たいへん恵まれた状況にあります。高齢社会がさらに進展し、世の中が大きく変化している中で、私たちは多くの方に喜ばれるサービスを提供することで、より大きな社会貢献を果たしていけると信じています。

ステークホルダーの皆さまにおかれましては、社会の潜在的なニーズに対応したサービスの提供という、大きな可能性の具現化に向けて当社はまだまだスタートアップの段階にあること、私たちの取り組みは壮大に広がっていくということをイメージいただき、中長期的な視点で支援していただきたくお願い申し上げます。

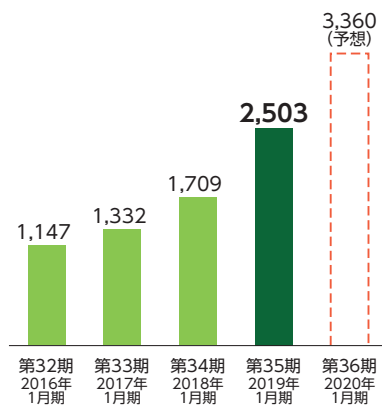
決算ハイライト

決算のポイント

- 売上高・営業利益・営業利益率ともに過去最高を更新しました。
- 既存事業の売上は、前期比お墓：38%増、葬祭：78%増、仏壇：79%増と順調に成長を果たしました。
- 顧客接点の質・量向上と、プロダクトの開発体制を強化したことが、事業成長を加速させました。

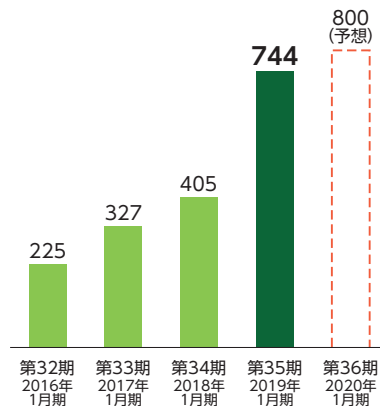
売上高

(百万円)



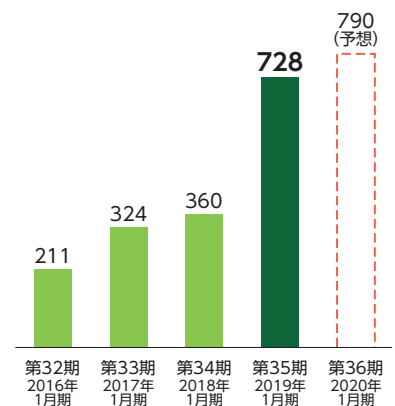
営業利益

(百万円)



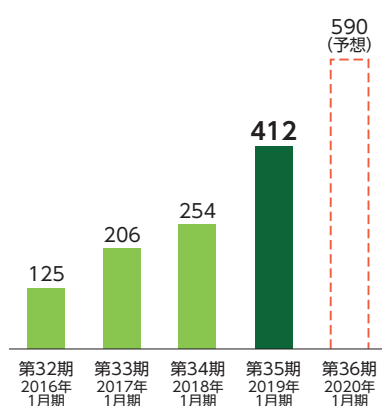
経常利益

(百万円)



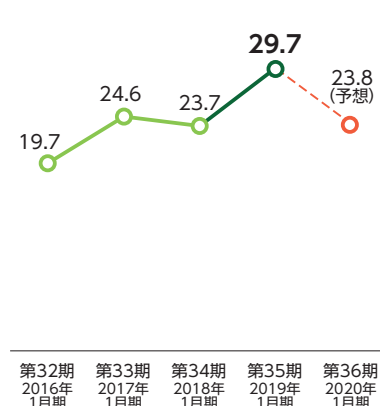
当期純利益

(百万円)



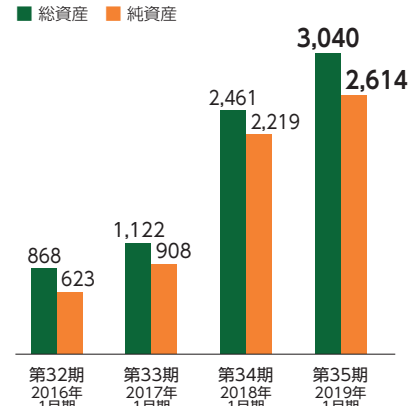
営業利益率

(%)



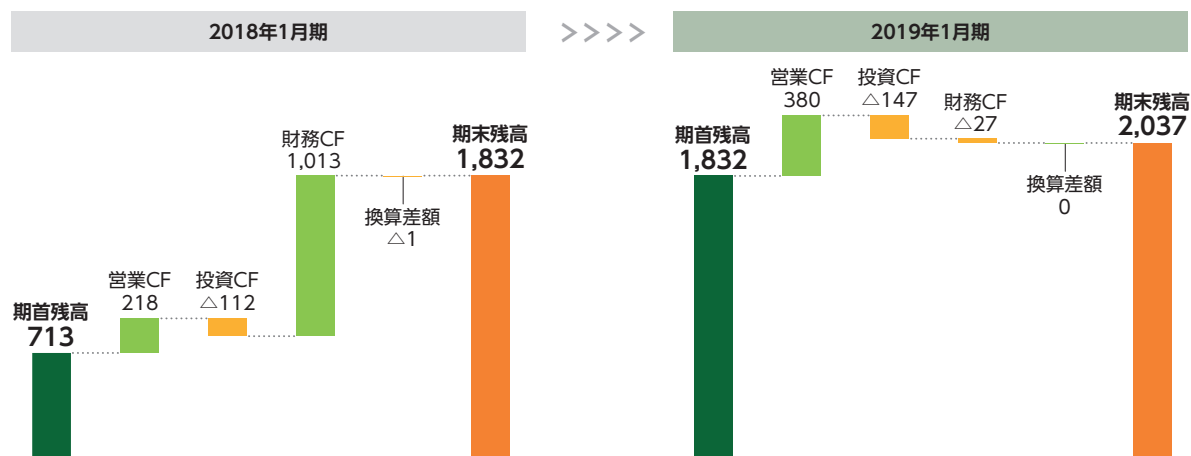
総資産・純資産

(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 (2019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 〒103-0028
東京都中央区八重洲1丁目6-6
八重洲センタービル7F
電 話 番 号 03-6262-3521 (代表)
創 業 1984年4月
従 業 員 数 87名

役員 (2019年4月19日現在)

代表取締役社長兼会長 清 水 祐 孝
取 締 役 川 辺 英 彦
取 締 役 小 林 史 生
取 締 役 須 藤 諭 史
社外監査役 (監査等委員) 河 合 順 子
社外監査役 (監査等委員) 植 松 則 行
社外監査役 (監査等委員) 末 澤 和 政

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。

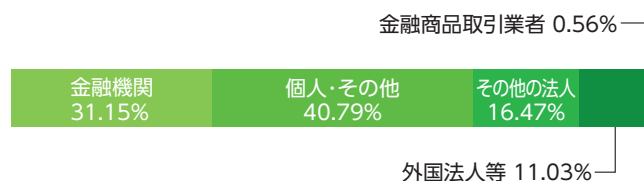
株式の状況

発行可能株式総数…………… 96,000,000株
発行済株式の総数…………… 37,438,400株
株主数 …………… 5,379名

大株主

株主名	持株数 (株)	持株比率 (%)
清水 祐孝	11,458,944	30.61
株式会社かまくらホールディングス	3,200,000	8.55
YJ1号投資事業組合	2,880,000	7.69
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	2,721,500	7.27
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	1,669,100	4.46

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

