



2022年1月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社 鎌倉新書 (6184) | 2021年9月9日



1. 決算概要

2. 今期のトピック

3. 事業戦略

4. APPENDIX（会社説明）

1. 決算概要

総括

売上高	1,792百万円	YoY +29.3%
営業利益	273百万円	YoY ー
(単体営業利益)	274百万円	YoY ー)

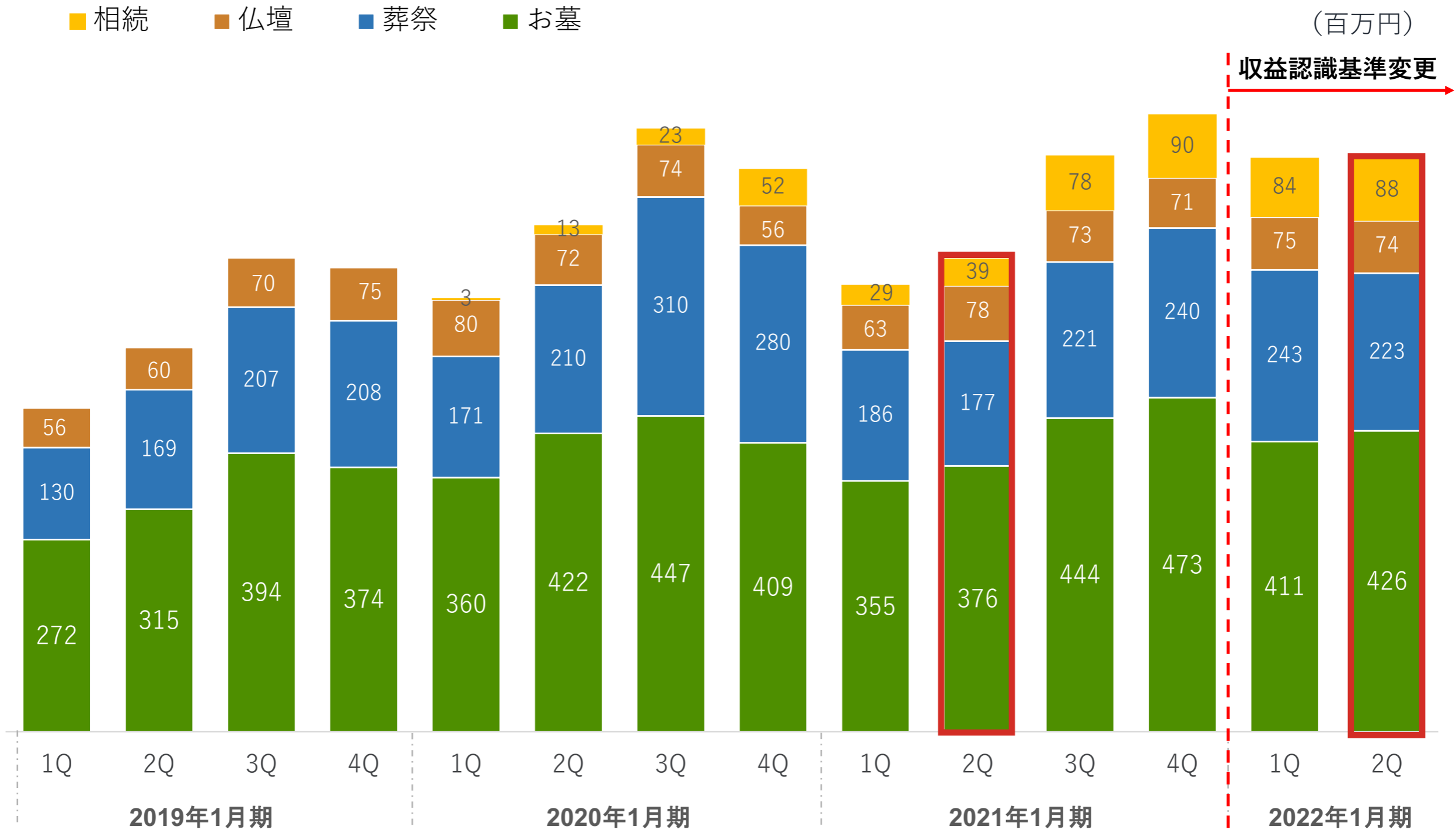
Topics

- (総括) 度重なる緊急事態宣言の発動など一部の事業にコロナ禍の影響が残るものの、売上高は29.3%増、営業利益は273百万円を計上。
- (集客拡大施策) 大手企業とのアライアンスとして第一生命、SMBCとの終活事業への取り組みが順調に進捗。官民協働事業ではスタートから半年で80自治体と提携、高齢社会の進展を背景に自治体のニーズは大きく、飛躍的な拡大を見込む。
- (クロスユース) サービスの拡大に伴い複数利用が予定通り進展している。クロスユース促進のためのノウハウを順調に積み上げている。
- (中長期計画) わが国の高齢社会のさらなる進展を見据え「終活インフラ」企業として巨大なポテンシャルを持つ市場に向けた取り組みをブレることなく推進。

単位：百万円	2021年1月期 2Q実績*	2022年1月期 2Q実績	増減額	対前年上期比
売上高	1,386	1,792	+406	+29.3%
営業利益	▲81	273	+355	—
経常利益	▲80	277	+357	—
親会社当期純利益	▲78	184	+262	—
営業利益率	—	15.2%	—	—
(単体営業利益)	—	15.7%	—	—

※当第1四半期の期首より新たな会計方針「収益認識に関する会計基準」を適用。これにより、ポータルサイトへの広告掲載料について、従来は広告掲載時に収益を認識していたが、広告掲載期間にわたり履行義務が充足されることから、広告期間にわたり収益を認識することとしている。
 なお、2021年1月期の数値は従来の会計基準による数値となっている。

ご参考：主力4事業 売上の内訳 四半期推移



※各事業のWEBサービスによる売上の内訳を表示している。

※当第1四半期の期首より新たな会計方針「収益認識に関する会計基準」を適用。これにより、ポータルサイトへの広告掲載料について、従来は広告掲載時に収益を認識していたが、広告掲載期間にわたり履行義務が充足されることから、広告期間にわたり収益を認識することとしている。

なお、「2019年1月期から2021年1月期」の数値は従来の会計基準による数値となっている。

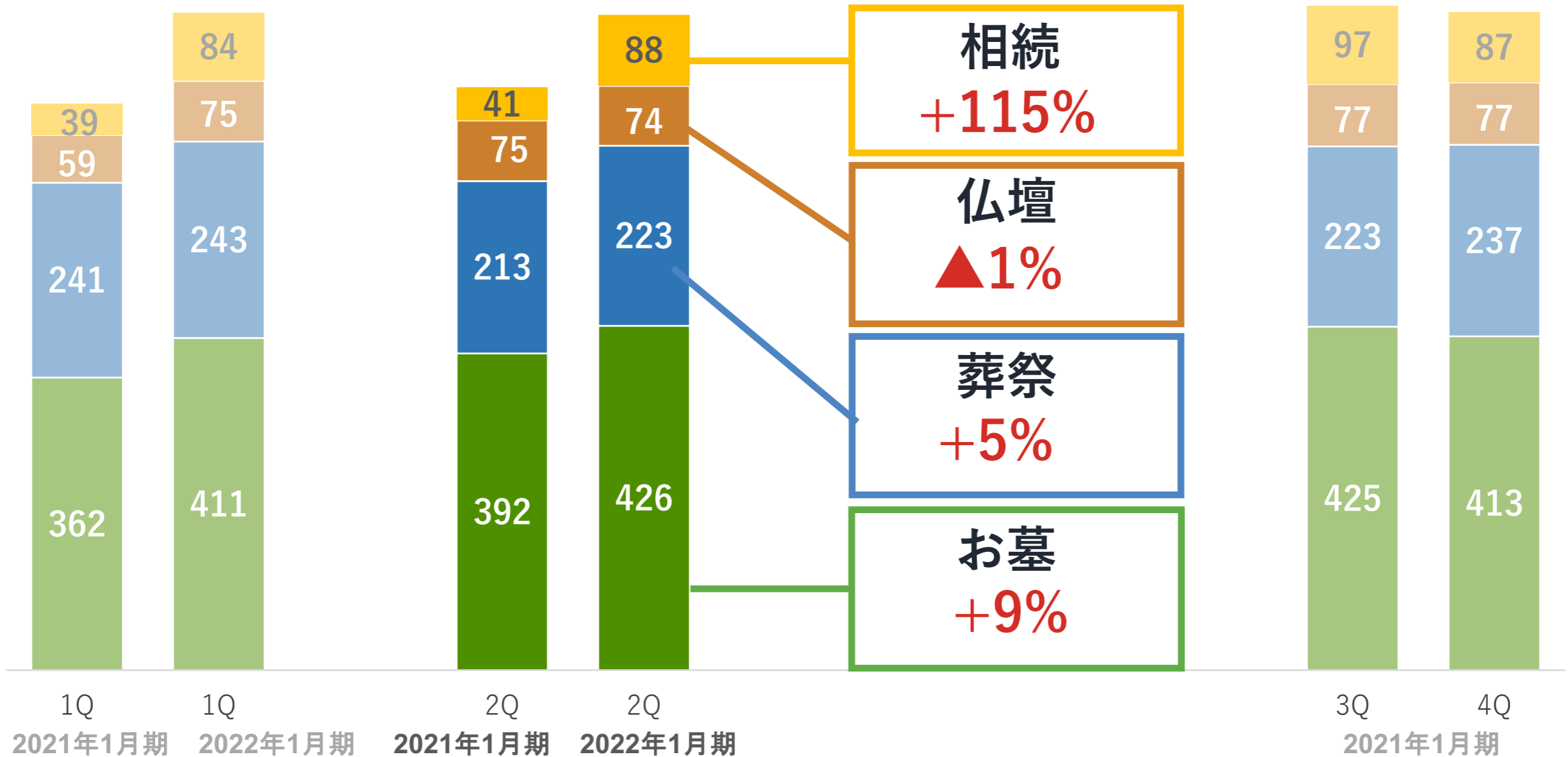
主力4事業 売上の内訳 前期比

緊急事態宣言の延長に伴う影響を受けるものの、相続事業は堅調に成長

■ 相続 ■ 仏壇 ■ 葬祭 ■ お墓

対前年同四半期比

(百万円)



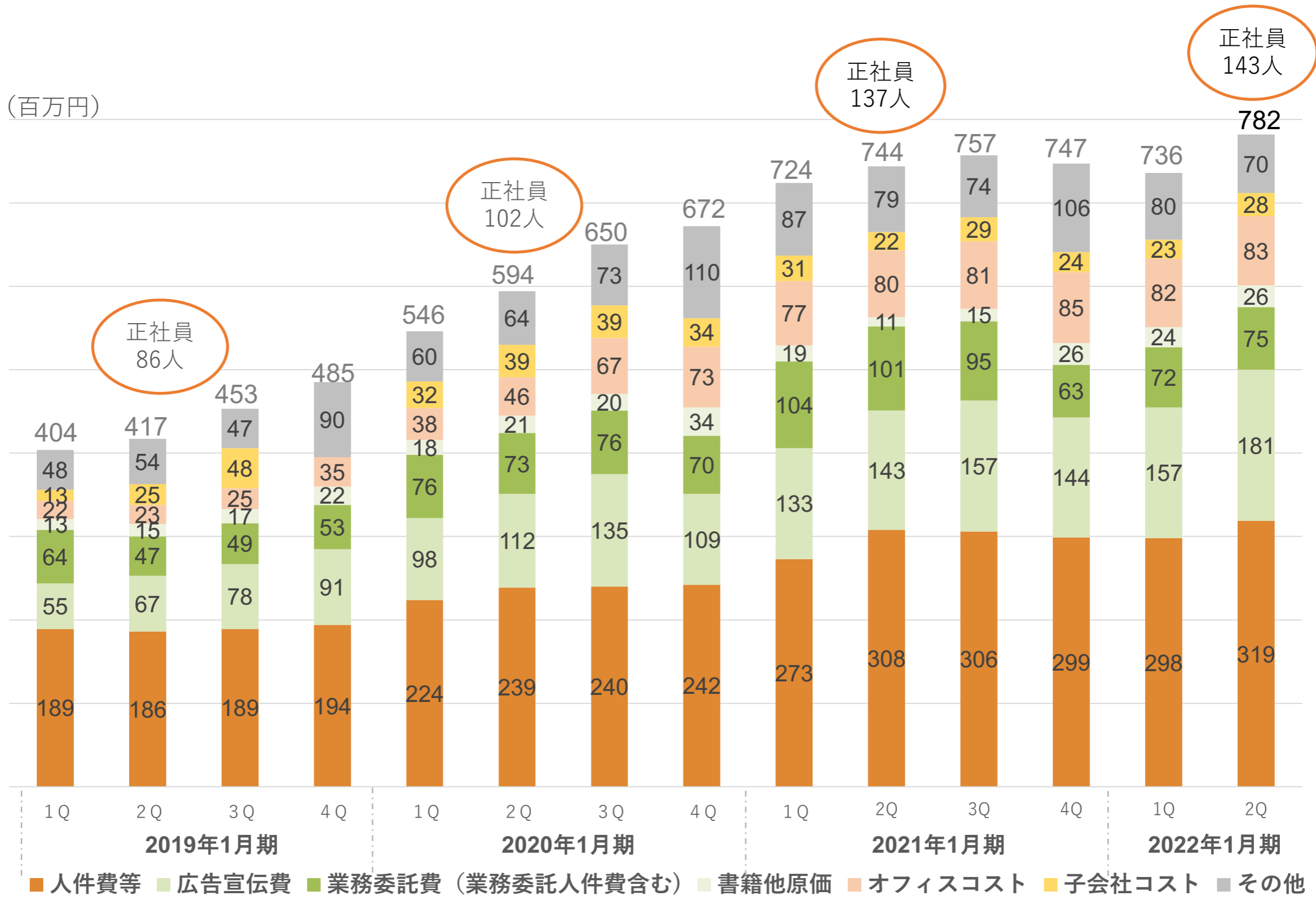
※各事業のWEBサービスによる売上の内訳を表示している。

※当第1四半期の期首より新たな会計方針「収益認識に関する会計基準」を適用。これにより、ポータルサイトへの広告掲載料について、従来は広告掲載時に収益を認識していたが、広告掲載期間にわたり履行義務が充足されることから、広告期間にわたり収益を認識することとしている。

なお、上記「2021年1月期」の数値はこの収益認識基準を前期も適用したと仮定して補正した数値となっている。

費用の推移

(百万円)

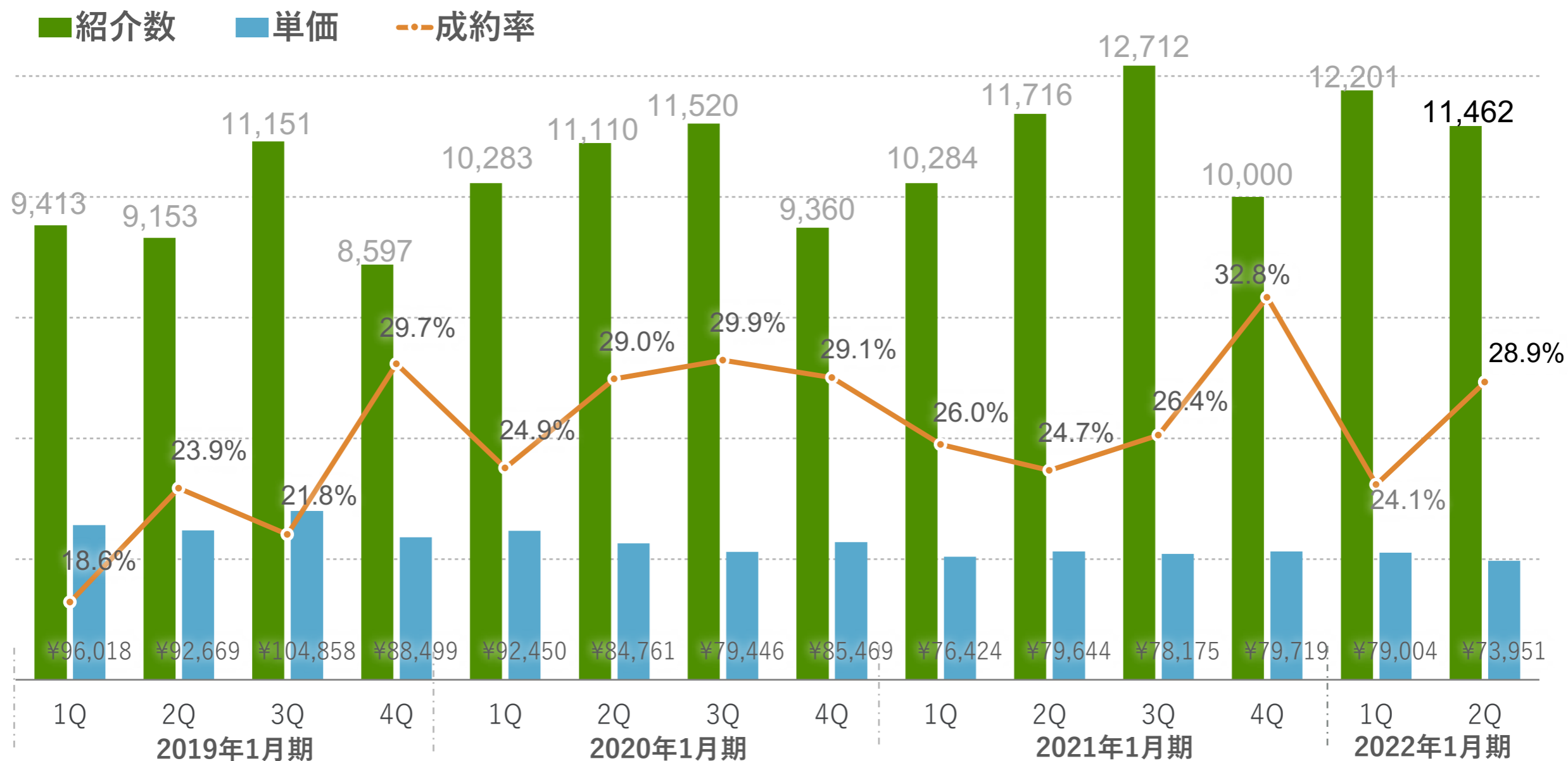


単位:百万円	2021年1月末	2021年7月末	前期末比
流動資産	3,285	3,049	92.8%
うち現金及び預金	2,256	2,528	112.0%
固定資産	723	747	103.3%
総資産	4,009	3,796	94.6%
流動負債	251	239	95.4%
固定負債	59	78	132.2%
純資産*	3,699	3,478*	94.0%
うち資本金	1,038	1,041	100.2%
自己資本比率	91.9%	91.2%	▲0.7pt

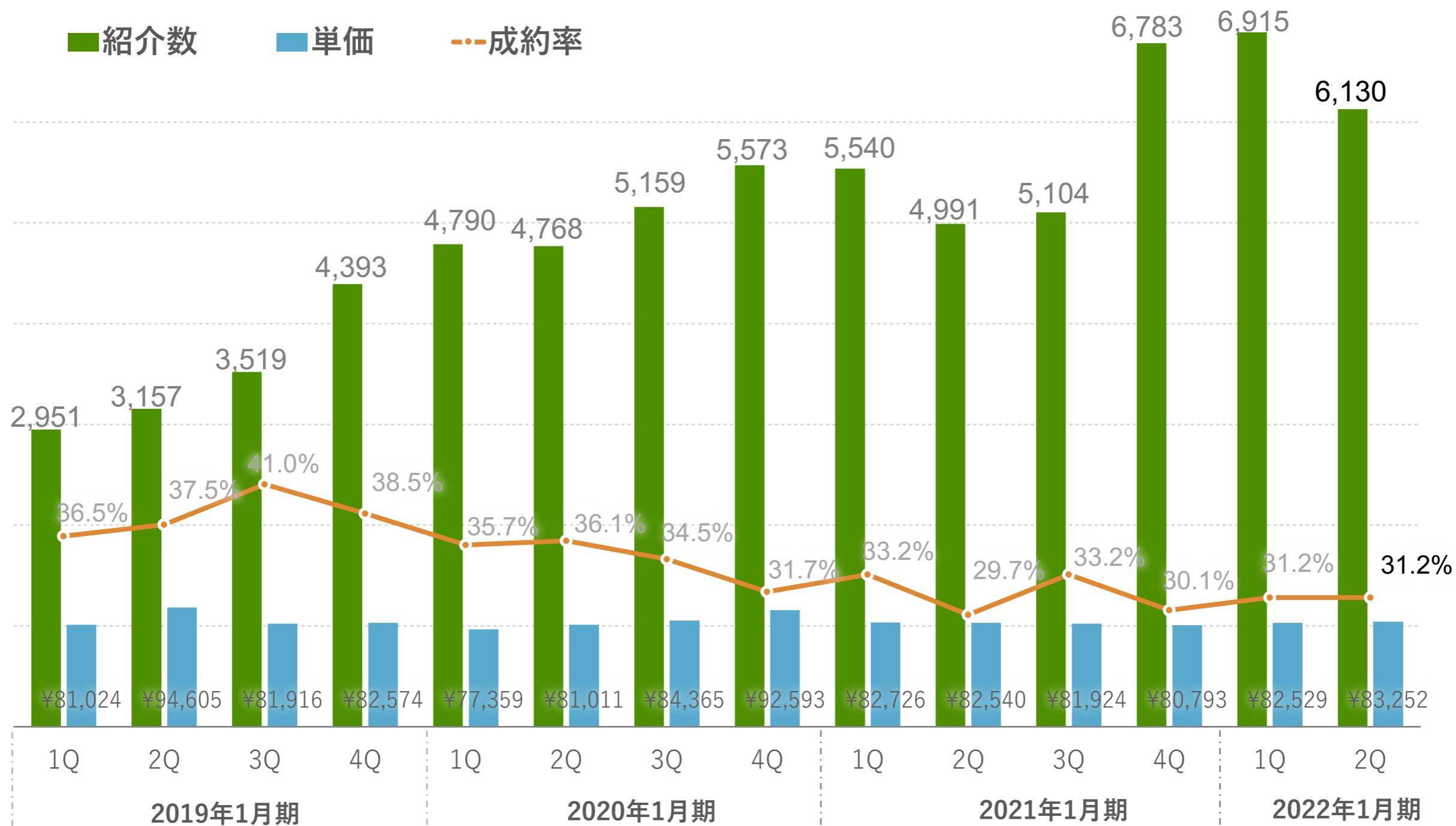
※なお、当第1四半期連結会計期間の期首より前に新たな会計方針「収益認識に関する会計基準」を遡及適用した場合の累積的影響額を、当第1四半期連結会計期間の期首剰余金に加減し、当該期首残高から新たな会計方針を適用している。

緊急事態宣言の延長やオリンピック等の外部影響を受ける

3Q以降は再び成長軌道への回復を見込む

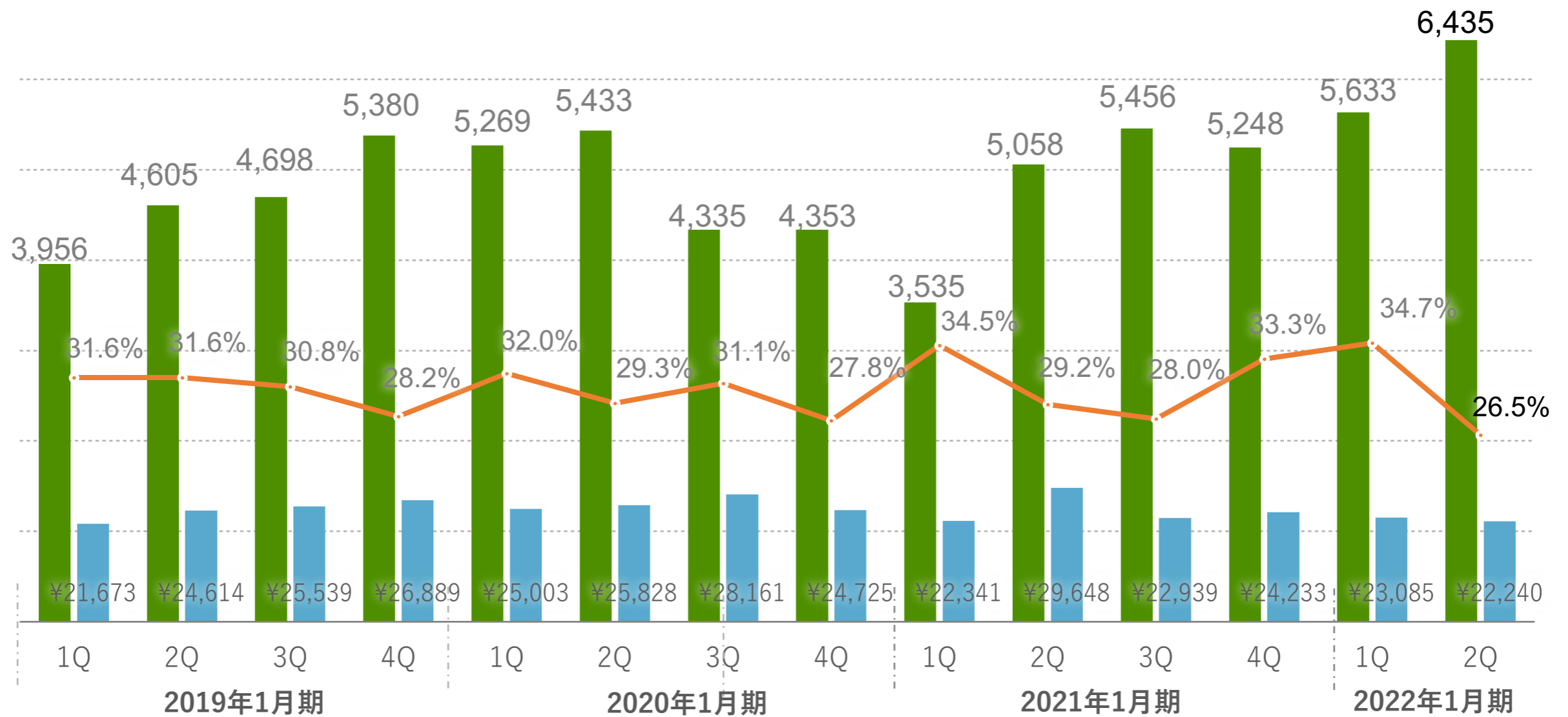


葬儀社の広告出稿意欲が戻っていないものの
紹介数は対前年同四半期比+22.8%と伸びている



紹介数が引き続き堅調に推移するものの、成約率が低下

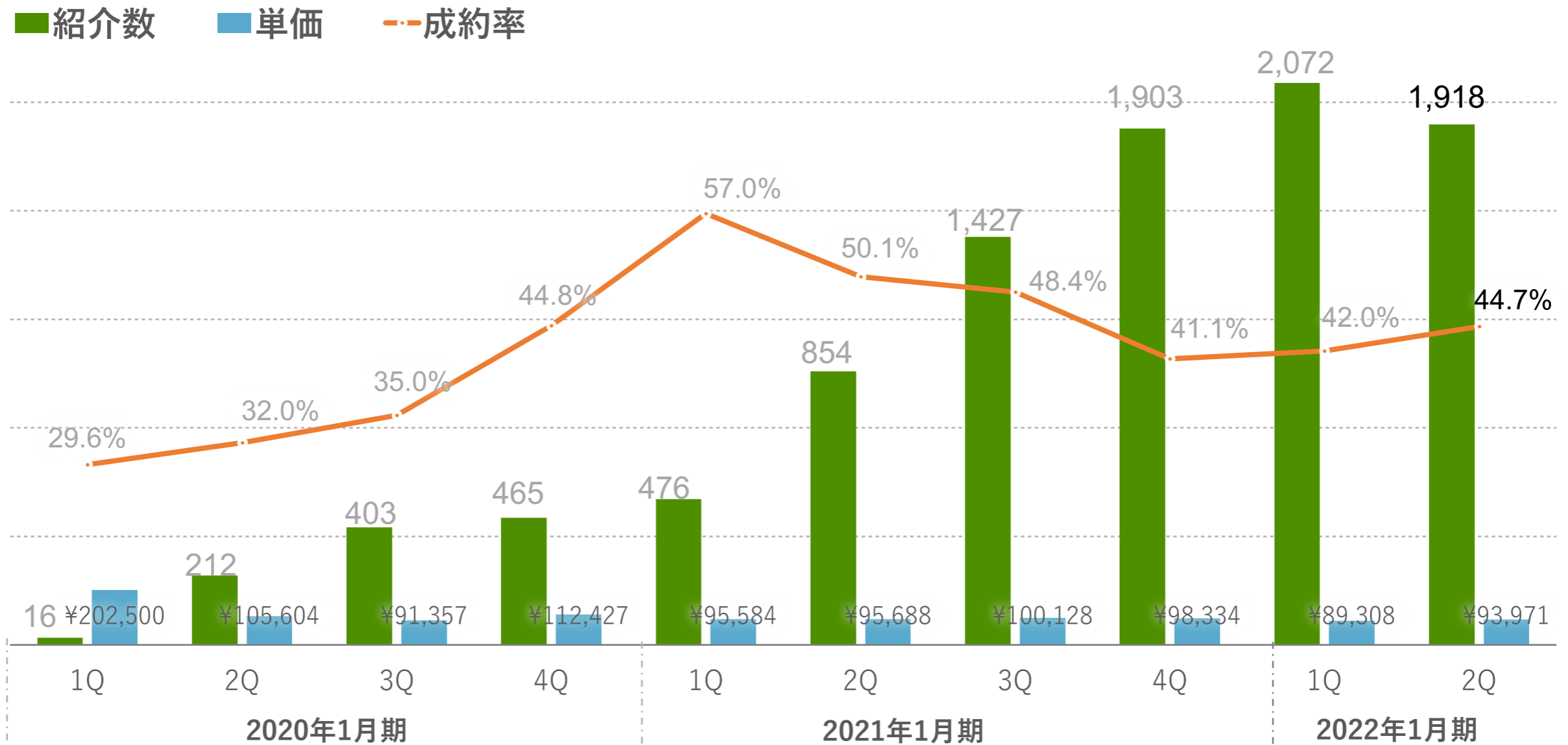
■ 紹介数 ■ 単価 - 成約率



相続事業部の状況

他社サイト「遺産相続ガイド」の買収など Web集客の強化を行い順調に推移

紹介数・成約率・成約単価の最適化に注力中

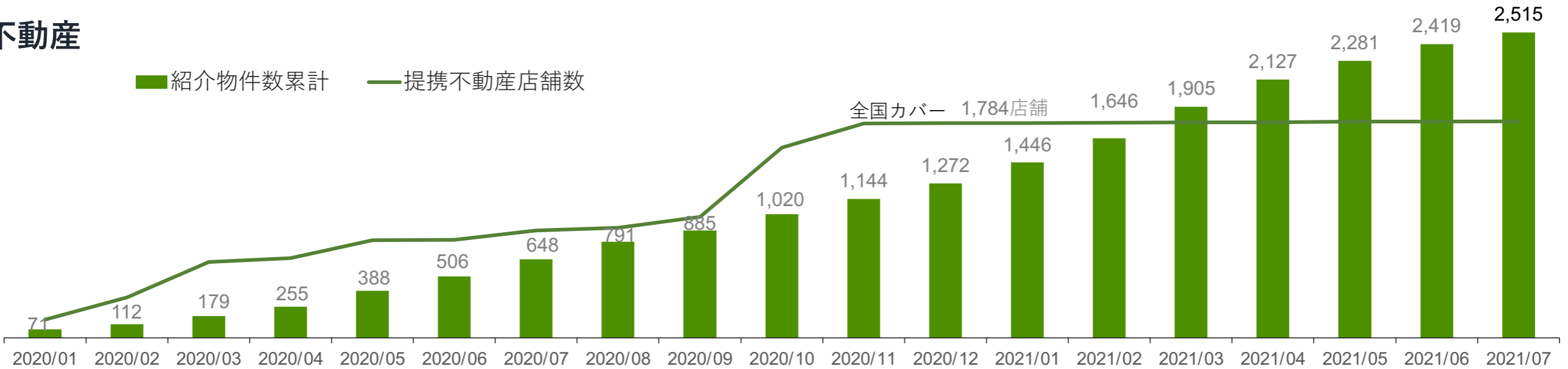


～ 不動産 ・ 保険 ・ 介護 ～

2020年からスタートした不動産・保険・介護事業は、順調に成長

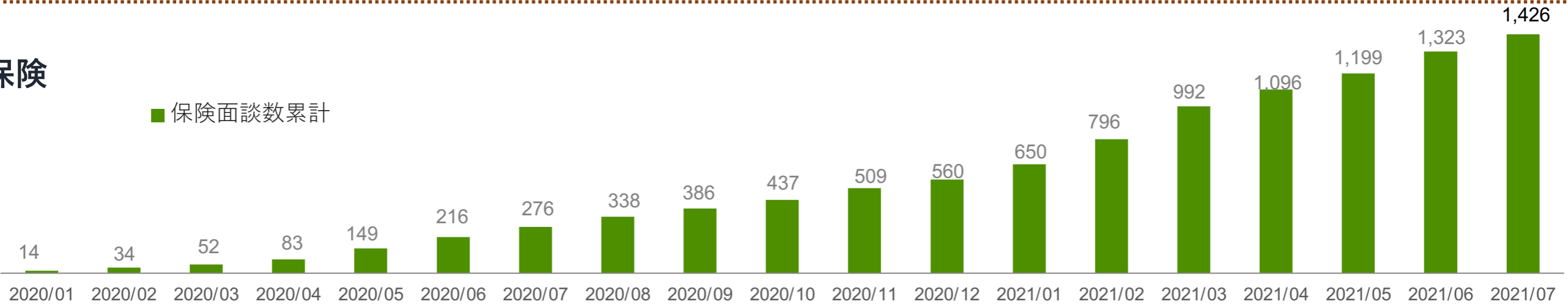
不動産

■ 紹介物件数累計 — 提携不動産店舗数



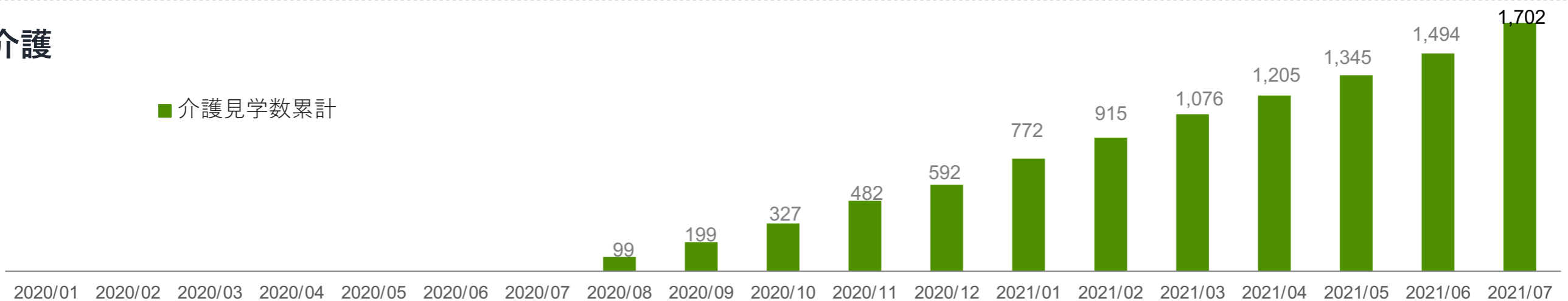
保険

■ 保険面談数累計



介護

■ 介護見学数累計



既存事業の売上・利益をさらに成長させ、わが国の巨大な「終活」市場に向けたサービスやマーケティング施策、クロスユースに向けた適切な投資を継続して行う。

単位：百万円	2021年1月期	2022年1月期計画	前年同期比
売上高	3,238	4,090	+26.3%
営業利益	265	720	+170.8%
経常利益	267	720	+168.9%
親会社当期純利益	180	500	+177.4%
営業利益率	8.2%	17.6%	-

主要事業の取組施策においては以下の通り

お墓・仏壇事業

提携事業者へのコンサルティング強化により成約率が改善。成約数と売上は過去最高を更新。エリア戦略を推進し、新規ユーザ数、霊園掲載数ともに増加。

葬祭事業

コロナ禍における葬儀参列者減の影響で単価は低減するも、WEB施策の改善を維持し、紹介数・成約数ともに昨対を上回り斡旋が順調に推移。付帯サービス宗教者手配の利用率が向上。

相続事業

Webチャネルの強化の一環として遺産相続ガイドのWebサイト買収。紹介、成約時のオペレーションを大胆改善。

新規サービス事業

保険は社内クロスユースを中心に事業拡大。不動産は次の成長拡大に向けたビジネスモデル転換準備開始。介護はWEB施策中心に順調に業容拡大。

アライアンス推進

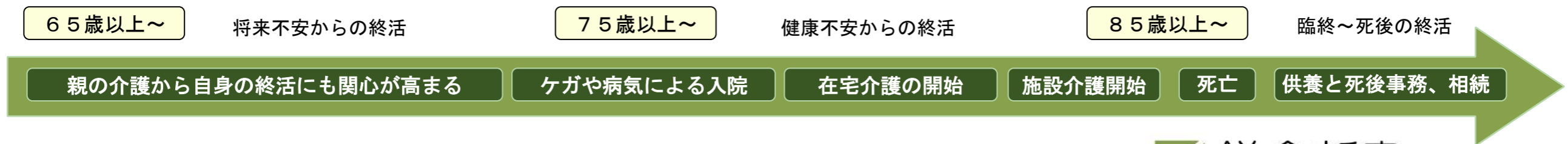
3月に第一生命・SMBCと提携。生前顧客の終活ニーズの把握とビジネスモデルの構築が狙い。第一生命は首都圏2支社を対象とした終活セミナーで300名強を集客。SMBCはエルダープログラムに参画。

官民協働事業

SDGs目標11「住み続けられるまちづくりを」の一環として、地方自治体と連携した「おくやみハンドブック」の提供を開始。既に80自治体と官民協働発行に関する協定を実施。今後は自治体DXに向けた取り組みも準備中。

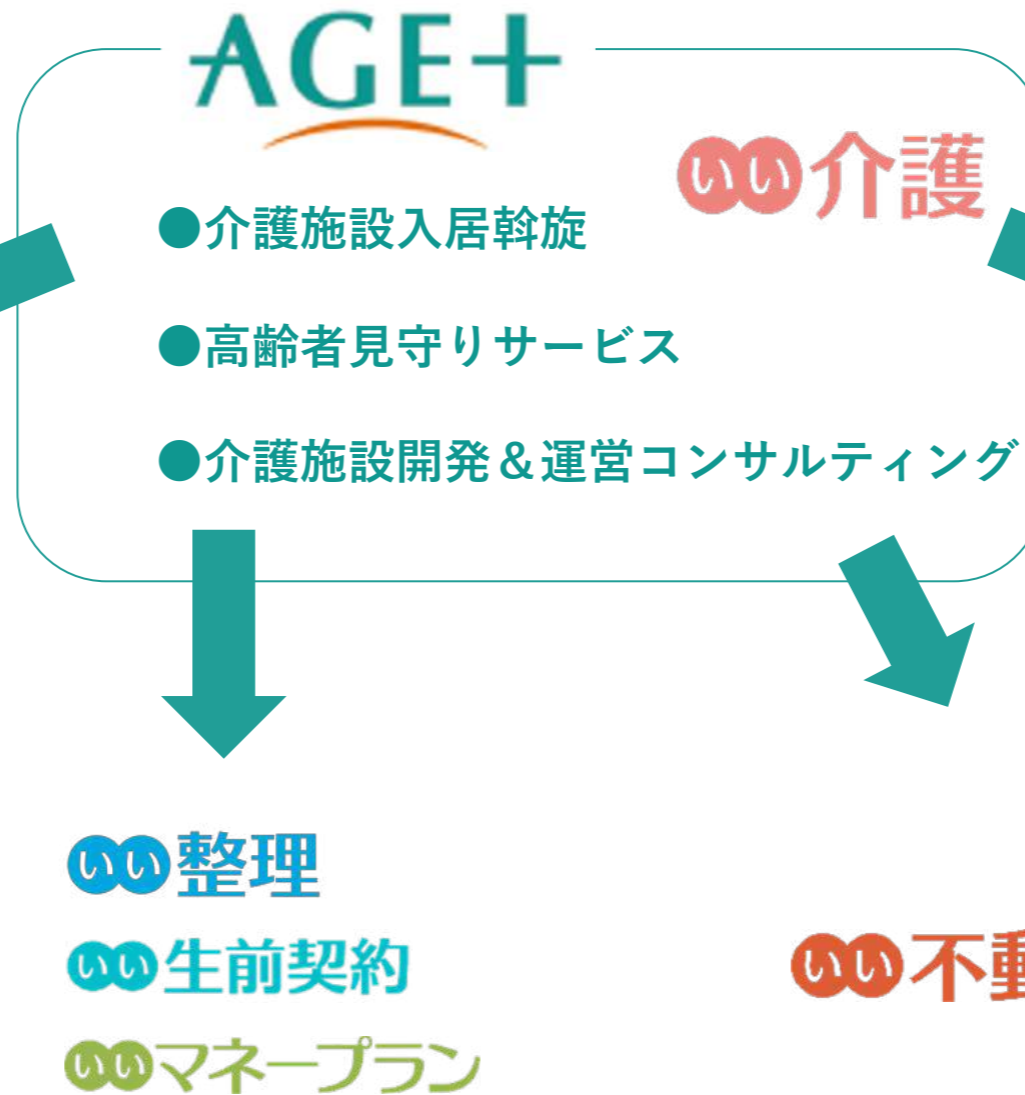
2. 今期のトピック

介護事業の本格的な拡大を目的にして老舗の介護紹介事業者をM&A



<今後の事業拡大領域>

- ・ 余生計画
ライフプランニング (FP)
- ・ 旅行
ケアマネージャー付添
- ・ 趣味
車、カメラ、盆栽、ゴルフ、学び
- ・ 住まい
田舎、コンパクト化、リゾート
- ・ 食事
配食、家政婦、グルメ取寄せ
- ・ 仕事
シニア人材センター



- いい葬儀
- いいお坊さん
- いいお墓
- いい仏壇
- いい相続

いい不動産

ブルーオーシャンセレモニー
BLUE OCEAN CEREMONY

Story

顧客数 × 成約率 × LTV（顧客生涯価値）において業界最大級に成長



業界最大級の提携施設数

長年培ったオンライン集客能力

全国 約7,000施設

高齢者領域の豊富な集客ノウハウ

業界最高レベルの成約率



多様な集客チャンネルの開拓

競合他社の約2~3倍の成約率

WEB、他社アライアンスによる多様な集客

サービスの高い顧客満足度

豊富なサービスバリエーション

WEB、電話、対面を屈指した顧客対応

同一顧客に複数のサービス提案が可能

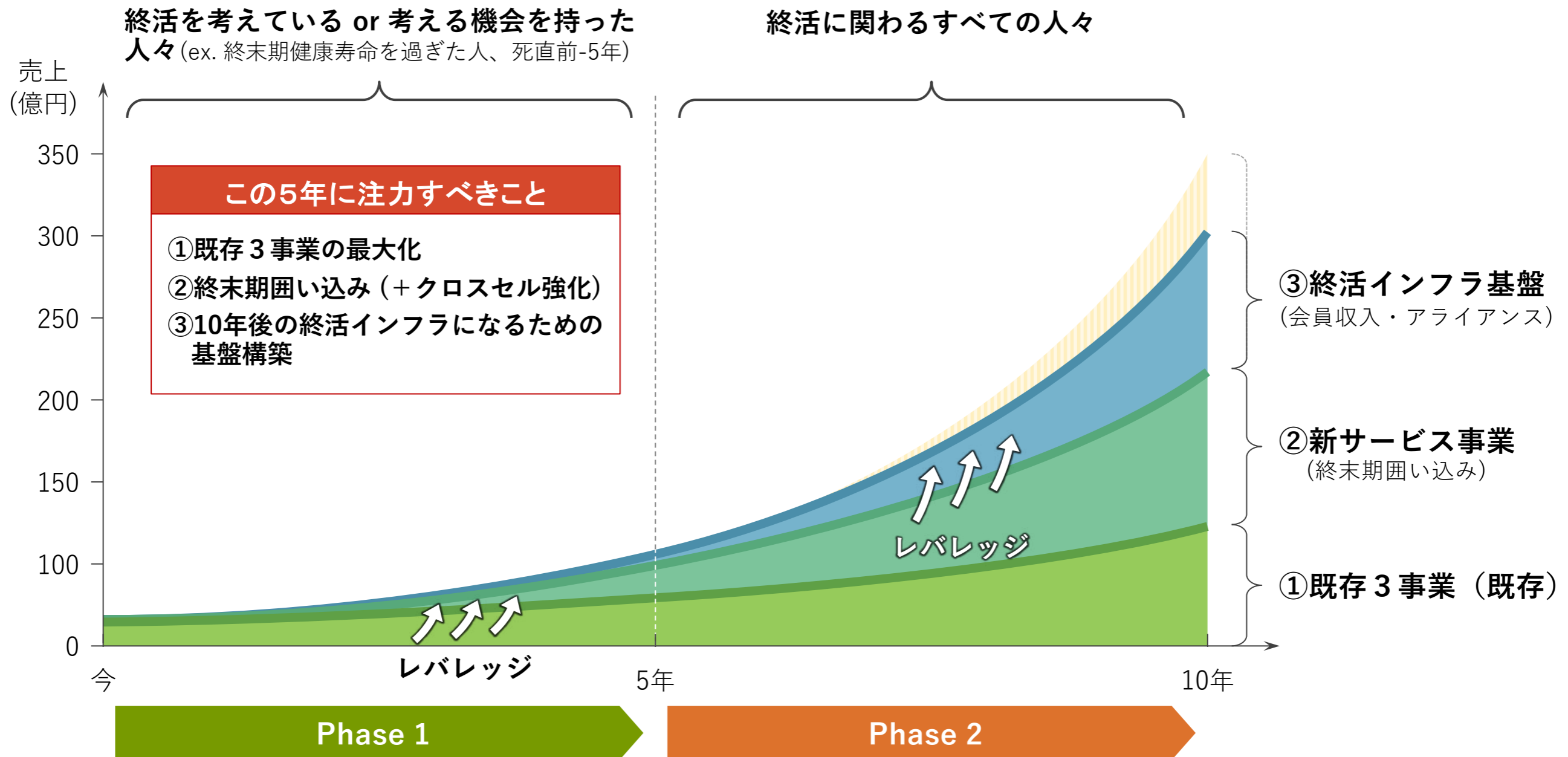


新生



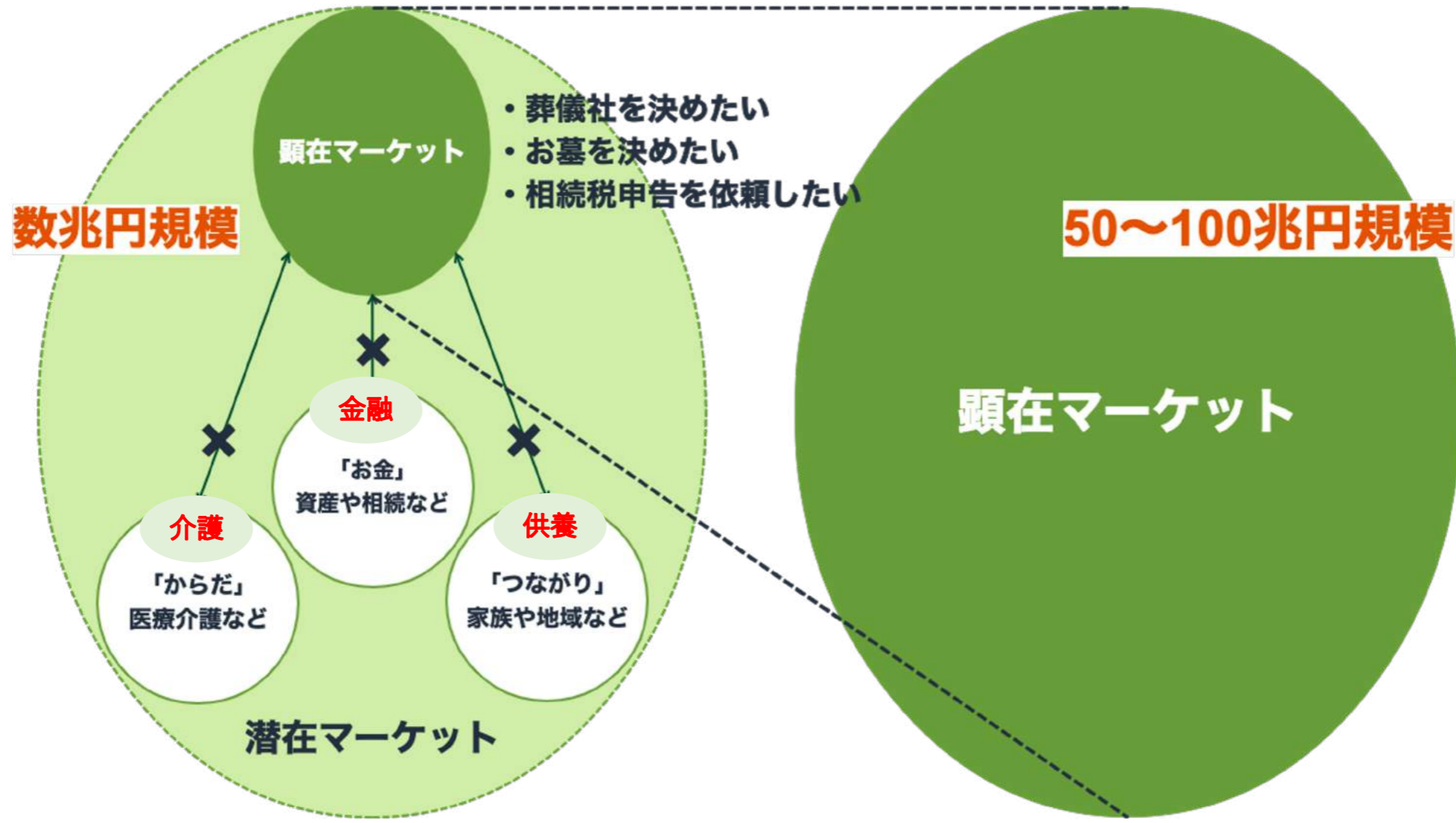
3. 事業戦略

既存3事業を継続的に拡大させることに加え『生前領域への新規事業』創出で成長を加速



現在

X年後～



“終活”の認知行動は「死に関するイベントが生じた時に意思決定する」ため、事前準備や付随して決めるべきことが繋がっていない

今後、事前準備や、老いや死に関するイベントの付随事項も纏めて意思決定する認知行動になった時、マーケット規模は10倍以上となり、すべてのサービスと一定シェアを持つプレイヤーがマーケットチャンピオンとなる

1

ユーザーと提供者で情報の非対称性が大きい

事例

介護・葬儀・相続など「終活」はすべて人生初めての経験、わからないこと・知らないことだらけ

ユーザーの抱える課題

誰に聞けばよいのか、どうやって探せばいいのか、誰に頼めばよいのか、（情報の非対称性ゆえ）騙されはしないか、などなど

ニーズ

売り手視点ではなくユーザー視点の情報に対するニーズ

当社の提供価値

ユーザーにとって必要な情報提供をオンライン・オフラインを通して行う

2

ユーザーのニーズは多岐にわたるが、それらに対応できる専門家が存在しない

事例

例えばユーザーが相続について考えたとき、関連して不動産、保険、お墓のことなどの課題が生まれるが、売り手の専門性は単一に対応できない

ユーザーの抱える課題

複雑に絡み合う「終活」の課題にいちいち専門家を探さなくてはならない

ニーズ

さまざまな課題にワンストップで応えられる専門家が欲しい

当社の提供価値

ユーザーのニーズにワンストップで応えて、それぞれの専門家につないでいくこと

3

ユーザーの「終活」ニーズの背景には、人生のドラマがある

事例

さまざまな家族関係や人間関係がある中で「終活」ニーズは生まれている。それらを理解することが顧客満足と収益の拡大につながるが、現状では売り手が売りたいものだけ売っている

ユーザーの抱える課題

「終活」に関わるニーズを正しく理解して、適切な提案ができる事業者が少ない

ニーズ

みずからの真のニーズを理解し、提案し、解決に導いて欲しいニーズ

当社の提供価値

ユーザーの課題を掘り下げることによって、それらに関連するニーズを探り出し、顧客満足と収益の最大化を図る

Mission ミッション

ありとあらゆる「終活」のお手伝いをする社会のインフラになる

Vision ビジョン

終活が当たり前の時代では当社が真っ先に想起される

サービス拡充

集客数の拡充

クロスユース拡充

当社のビジョンとミッション達成のために必要な
上記3つの拡充を図り、相乗効果で収益を飛躍的向上させる

他社との事業提携
プラットフォーム構築

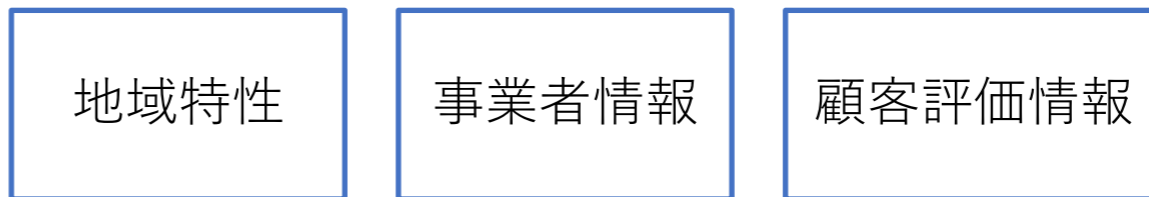
戦略的なM&A*で
スピーディーな事業拡大

顧客データ分析（AI活用）
ノウハウストック

*M&Aについての考え方

- ・「終活」の領域を出ないこと
- ・事業者とユーザーをつなぐプラットフォーマーであること
- ・今まで誰も取り組んでいない事業に取り組んでいること
- ・トップの思考、社風など親近感を感じることに

これらの条件に合致する企業については資本提携を検討したいと考えている



情報・ノウハウが集約

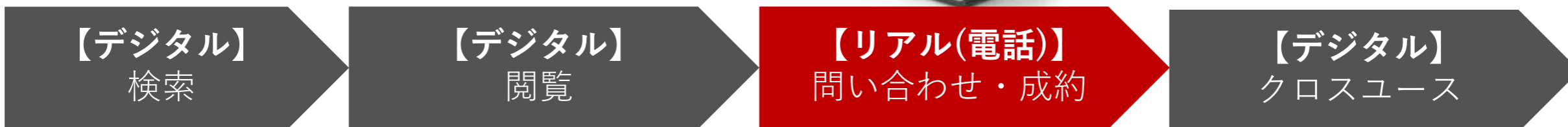


有益情報提供
SEO対策

入口はポータルサイトで
広く顧客を集める

デジタル活用
(顧客管理を実施)
クロスユース強化

顧客の流れ



コールセンターによる
丁寧な対応で成約率向上

サービス	内容	金額
いい葬儀	※後述	
いい葬儀	・ 父親逝去に伴う葬儀業務一式受注	15万円
〇〇相続	・ 故父親の相続事務手続き (行政書士)	15万円
	・ 相続税申告及び2次相続対策相談 (税理士)	40万円
〇〇保険	・ 暦年贈与プラン	(48万円)
	・ 非課税枠活用プラン (※次年度~5年目 各14万円除く)	
〇〇不動産	・ 故父親の不動産売却	(63万円)
	・ (※将来) 自宅売却&コンパクトマンションへ引っ越しニーズあり	
鎌倉新書 収入見込		181万円

フィードバック・改善



第一生命



全国の自治体

従来のミッションに加えて、終活支援の取り組みを通じて、資産寿命の延伸や家族のつながりの深化・補完など、高齢者のQOL向上に貢献していく



【ミッション】

私たちは、明るく前向きな社会を実現するため、人々が悔いのない人生を生きるためのお手伝いをします。

【ビジョン】

終活が当たり前になる、その時だれもが鎌倉新書をイメージ（想起）する。

総務省が進める「自治体推進DX計画」、重点取組事項「行政手続のオンライン化」に貢献

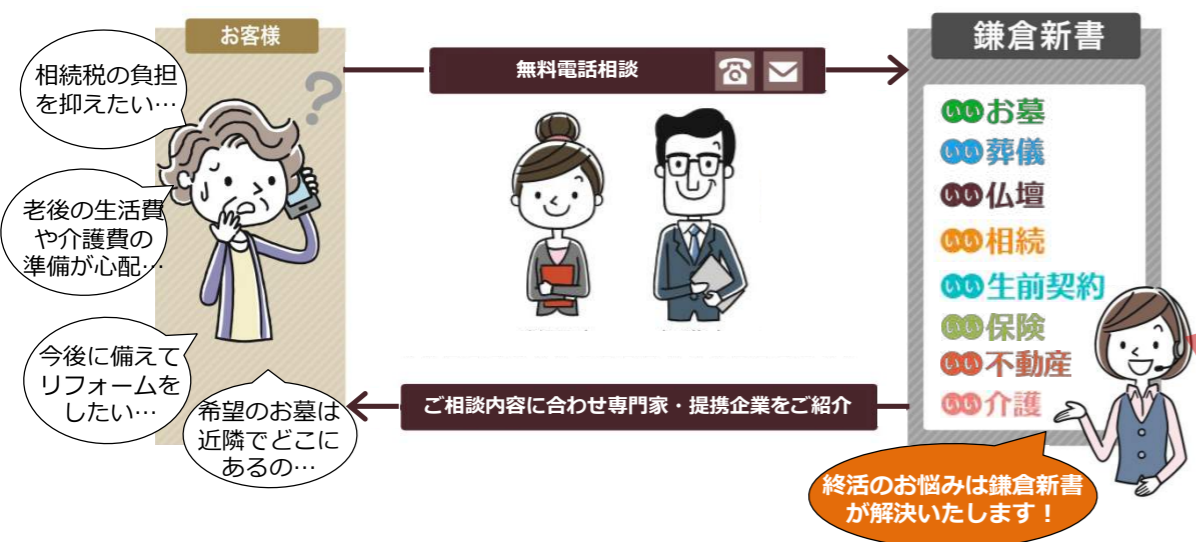
①おくやみハンドブック協賛広告



②おくやみコーナー設置支援ナビ開発・保守（自治体予算）



④終活提携協定（終活斡旋モデル）



③終活チャットボット導入（自治体予算）

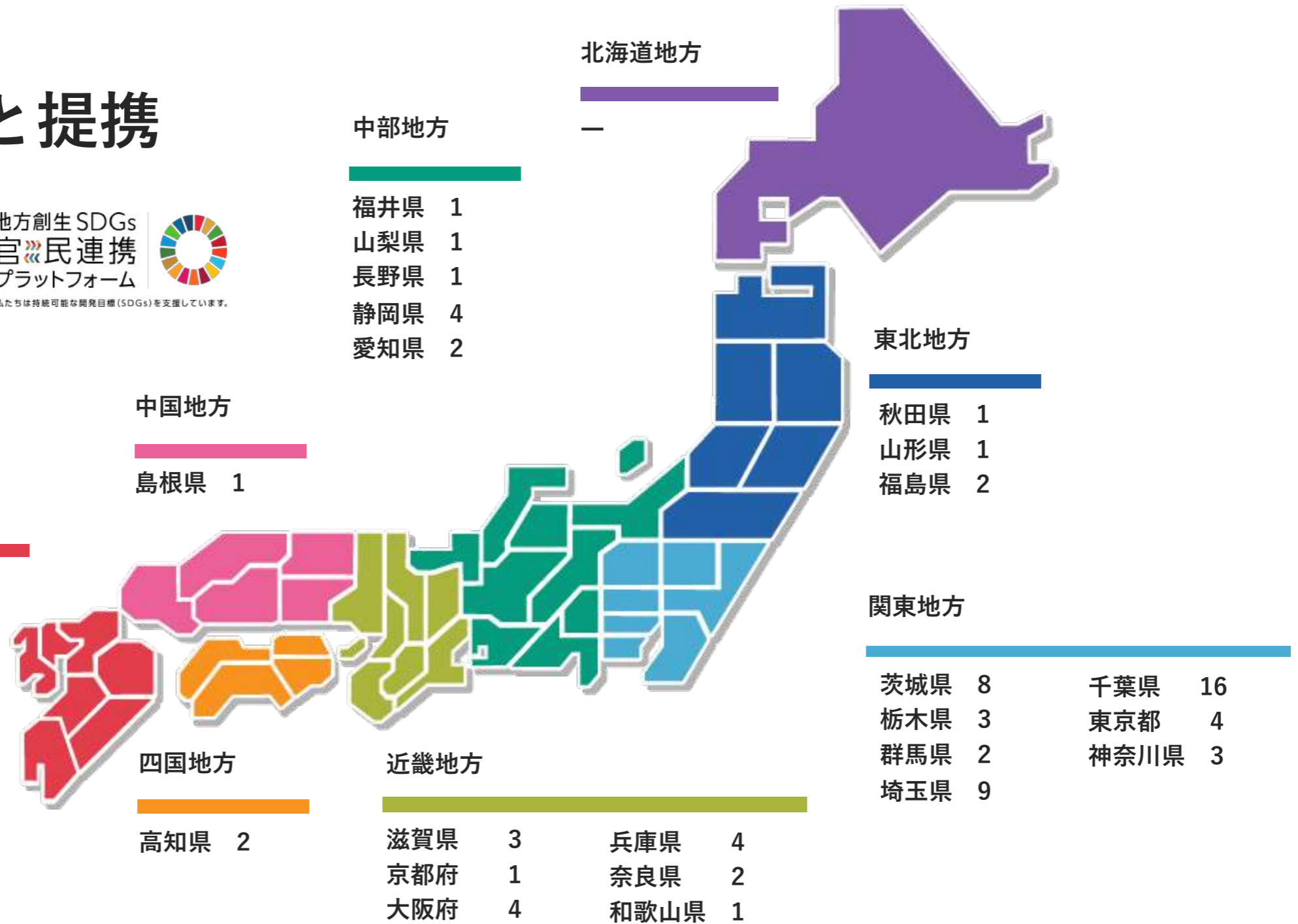


利用に含まれる機能・項目	
おくやみ関連・終活関連全般データ（全体学習）および各自治体様独自のデータ整備	
利用履歴によるFAQデータの登録・更新（全般データ、独自データ）	
利用履歴の月次集計レポート（質問傾向分析&全体傾向との比較など）	
設置ページに合わせたデザインカスタマイズ	
費用項目	単価（税別）
初期設定費用（導入時）	400,000円
月額基本利用費用（日本語）	100,000円
月額保守費用（データ更新）	60,000円
※LINEアカウント接続費用（接続時のみ）	100,000円

25都府県 80自治体と提携

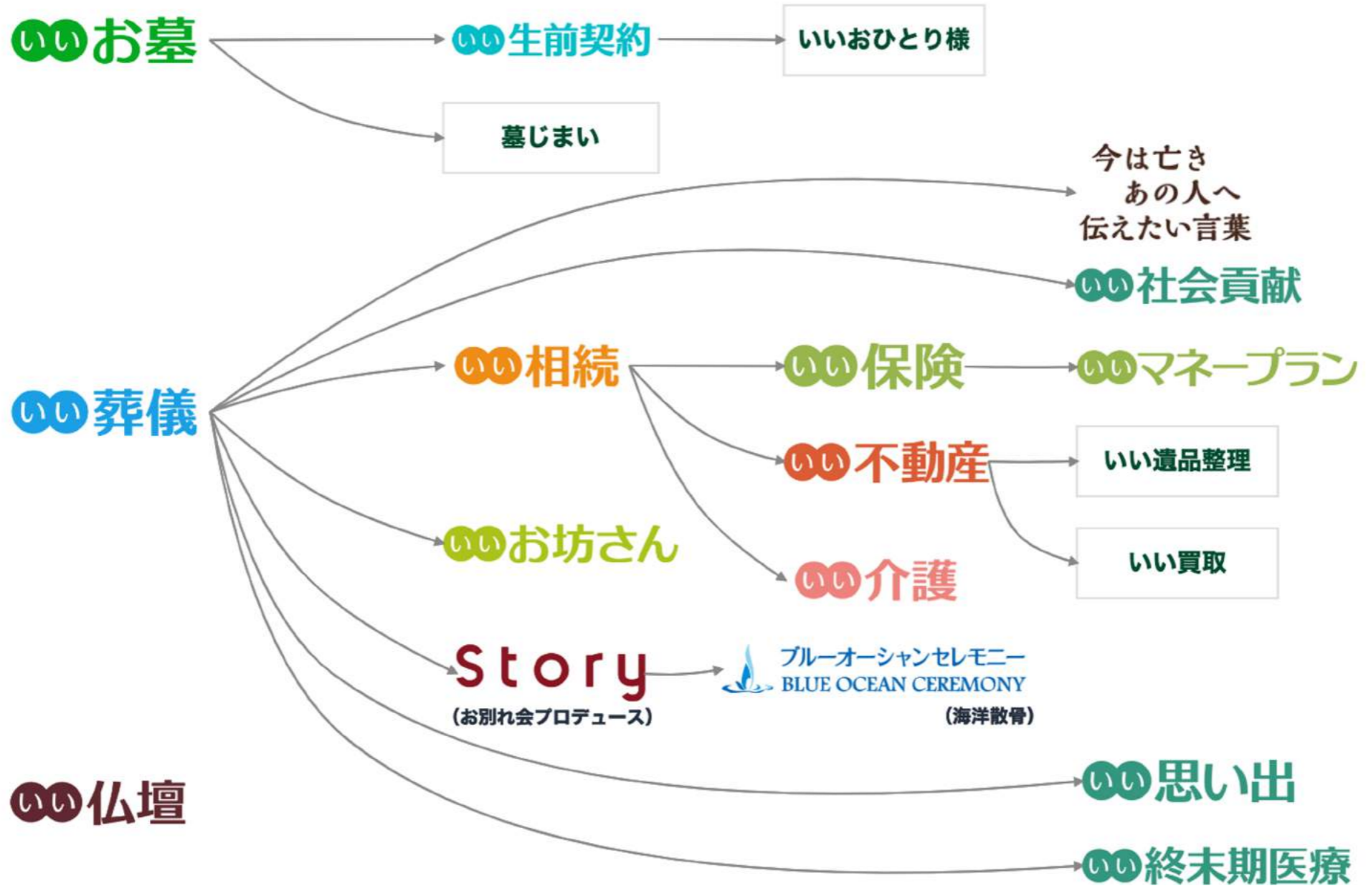


地方創生SDGs
官民連携
プラットフォーム
私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。



2021年9月6日現在

お客様の悩みや要望(社会課題)に応じていく中で新しいサービスが増え、それにより新たなお客様が増大。



葬儀



初めての相続手続きで、どのように進めれば良いか分からない。

相続

相続



実家が空き家になってしまうが、どのように売却を進めていけばよいか。

不動産

お墓



自分が死んだ後の事を決めておきたい。死後の手続きは誰に頼めばよいのか。

生前契約

相続



高齢の母1人の暮らしは心配なので、介護施設を紹介してもらえないか。

介護

葬儀



葬儀は仏式でやらないといけないのか。仲間内で形式ばらず忍びたい。

Story

Story



生前に自然に還してほしいと言っていた。お骨を海に撒くことはできるだろうか？

ブルーオーシャンセレモニー
BLUE OCEAN CEREMONY

葬儀



亡くなった妻に向けて、改めて感謝の気持ちを伝える事ができたら。

今は亡き
あの人へ
伝えたい言葉

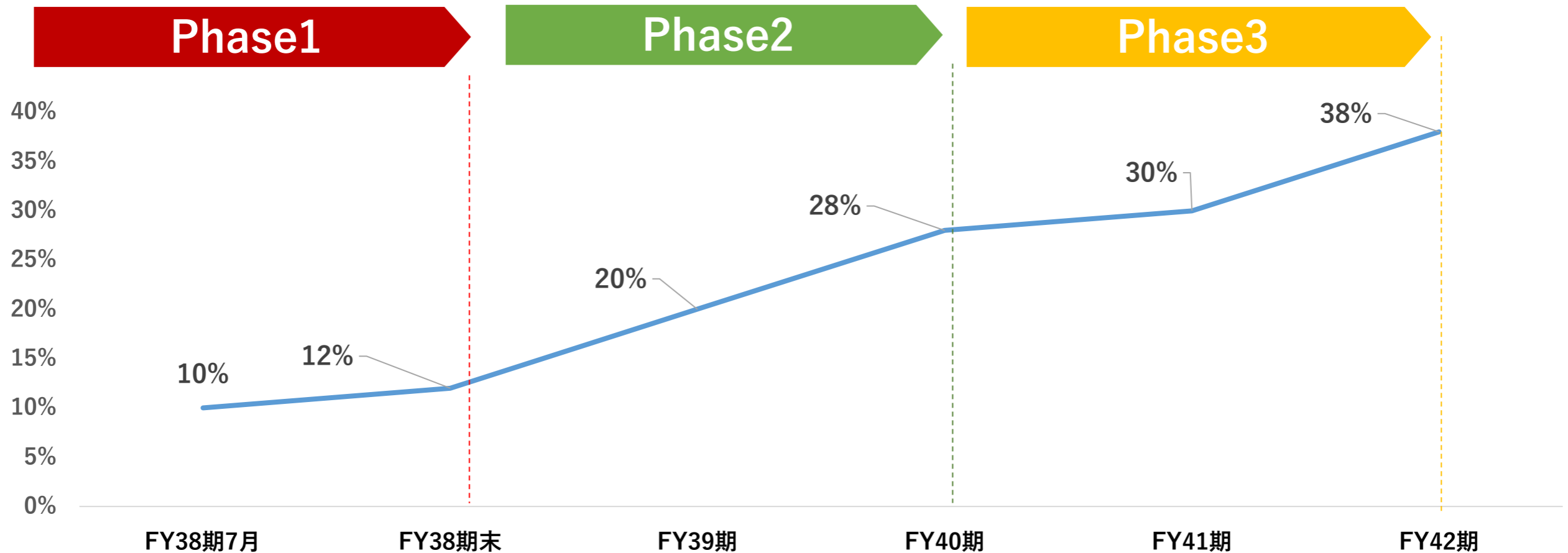
葬儀



死んだら自分の財産は社会貢献団体に寄付したい。

寄付/
いい社会貢献

42期までの5年間で以下3つのPhaseを経て、現状 10%のクロス率を38%まで拡大させる。



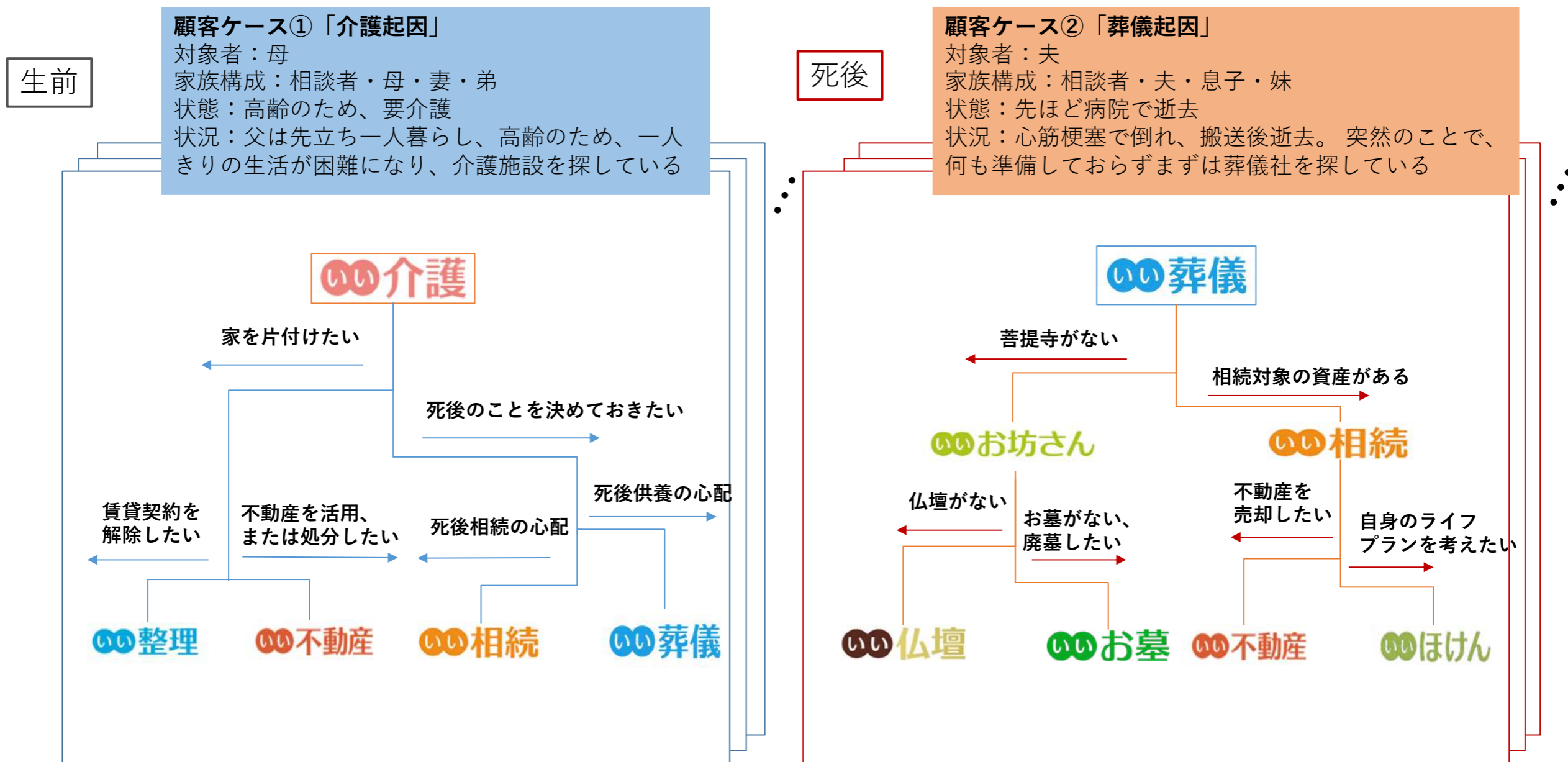
Phase 1
データ活用に向けた土台作り
クロスユースにブーストをかけるにあたり、現状、各サービスが捉えているクロスユースパターンの可視化を行い、クロスユースに繋がる顧客情報を言語化・定量化し、データ活用の土台を作る

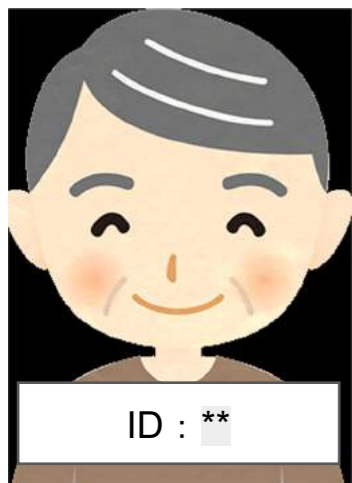
Phase 2
CRMによるデータ活用
洗い出したクロスユースパターンを元にCRMを活用し、既存サービス同士のクロスユース最大化を図る

Phase 3
潜在ニーズの最大化
蓄積されたデータを元に、機械学習を含め、分析を行い、新たな課題（≡潜在ニーズ）の発見と解決方法の構築・実施する

終活における顧客の課題は多岐に渡り、様々なクロスユースパターンが存在。
全パターンを可視化し、必要なサービスを明確にすることで、クロスユースの最大化を行う。

生前・死後の事例に基づくクロスユース最大化（例）





名前	T氏			*個人情報保護法の観点から肖像・数値・住所・ニーズ等 多少デフォルメしております	
年齢	61	性別	男	職業	製造業
住所	神奈川県横浜市		区分	一戸建て	
最寄	上大岡駅徒歩8分		流入	いい葬儀	
保有資産	預金30百万円、証券8百万円、不動産50百万円、生命保険5百万円				

いい葬儀

- 父親逝去に伴う葬儀業務一式受注

15万円

いい相続

- 故父親の相続事務手続き (行政書士)
- 相続税申告及び2次相続対策相談 (税理士)

15万円
40万円

いい保険

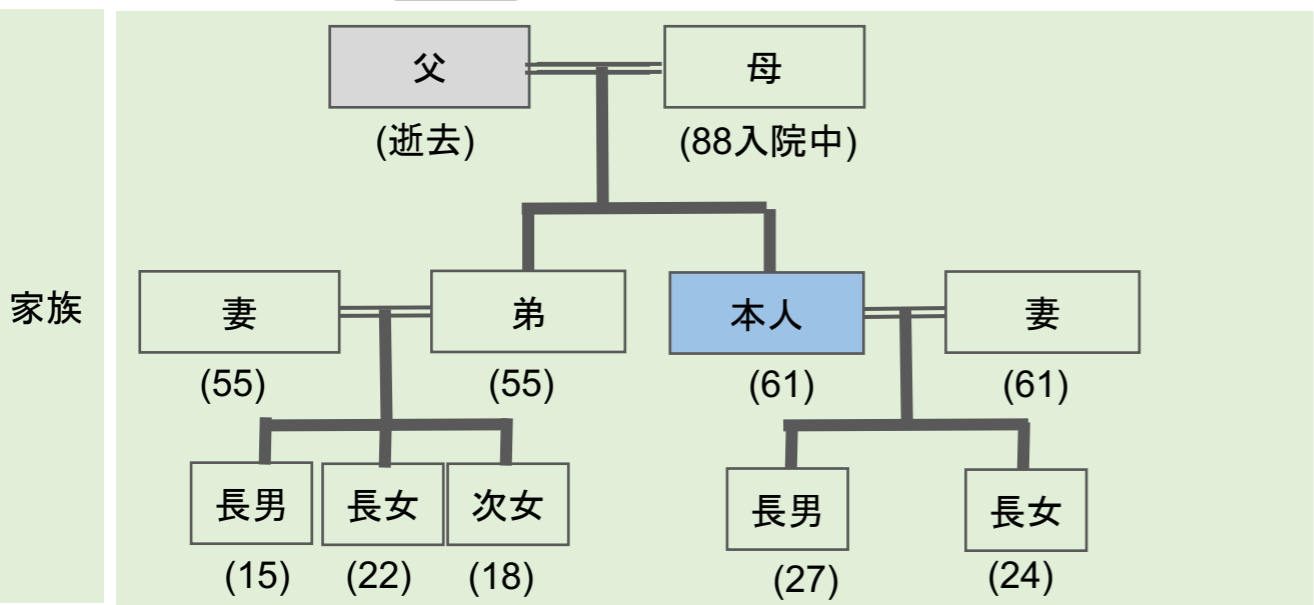
- 暦年贈与プラン
- 非課税枠活用プラン (※次年度~5年目 各14万円除く)

(48万円)

いい不動産

- 故父親の不動産売却 (※将来)
- 自宅売却 & コンパクトマンションへ引っ越しニーズあり

(63万円)



相続資産

父不動産	40百万円	金融資産	60百万円程度
------	-------	------	---------

- 母親入院中
- 少しずつ将来の孫へ贈与していくことを検討

自分財産

不動産	50百万円程	金融資産	預金30百万円、証券8百万円、生命保険5百万
-----	--------	------	------------------------

資金計画ニーズ

- 元々大企業のエンジニアで、退職後も同業界に再就職、月額30万円程度の収入得ている。妻も働いており、夫婦で70歳前後まで年間600~800万円程度は収入得られる予定
- 妻も30百万円程度蓄えあり、将来不安に備え資産運用興味あり
- 母親及び夫婦共に相続税課税水準であり2次相続対策必要

鎌倉新書 収入見込

181万円

ISO26000「7つの中核主題」より

環境	<p>環境に対する配慮</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 役職員一人一人の環境への意識、社会的責務の認識徹底 ・ 不要な会議カット、資料等の削減等 環境負荷軽減を徹底
消費者課題	<p>高齢者の社会課題としての「終活」のサポートを通じた社会貢献 ミッション・ビジョンを実現し、終活インフラ企業の実現目指す</p>
労働慣行	<p>人財育成の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ キャリア教育体系実施 ・ 継続OJT教育実施
公正な事業慣行	<p>リスク管理委員会によるコンプライアンス推進とリスクマネジメント 充実したコールセンター体制による相互コミュニケーション徹底</p>
コミュニティへの参画 及びコミュニティ発展	<p>より良いコミュニティ・社会作り</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「社会貢献団体ガイドブック」プロジェクト ・ 「今は亡きあの人に伝えたい言葉」コンテスト
人権	<p>女性比率（39％）のさらなる改善取組中 ダイバーシティプログラム</p>
組織統治	<p>取締役2名/社外取締役4名(各分野専門家)による強固なガバナンス 取締役会（毎月）以外に経営会議（毎週）でも社内外取締役が参加し、専門的 見地より活発な意見、議論が交わされている</p>

2021年上半期（2月～7月）はコロナウィルスのまん延によって東京をはじめ多くの地域で緊急事態宣言がほとんどの期間発令されていました。当社もその影響を直接的、間接的に受けました。現在の主たる事業については、さまざまな試行錯誤をおこなっており、本来であればもっと成長できたのではないかと考えていますが、思ったほどの成果が得られていないという感触（客観的なデータではありませんが）を持っています。やはりコロナ禍による緊急事態宣言等の影響は多少なりともあるようです。極端な例でいえば、当社での小さな事業としてお別れ会を行っておりますが、ここは予定されていたほぼ全ての売り上げがなくなってしまいました（利益面での大きなマイナスとまでは言えないのですが）。いずれにしても、これらの現在主力の事業につきましてはコロナ禍の影響がなくなったときにどこまでの成長ができるかで真価が明らかになるものと考えています。



さて当社をご理解いただくには、上述の既存の事業に取り組む会社と新たなチャレンジを行う会社の2つで構成されているとイメージしていただくと理解しやすいのではないかと思います。新たなチャレンジとは、わが国の高齢社会における「終活」（高齢者やその家族が直面する課題や希望）のお手伝いをすることであり、そのことを突き詰めた先には高齢社会における重要なインフラが構築できる～それを指して当社は「終活インフラ」と呼び、この立ち位置を得ることを標榜しています。そして、私のオーナー経営者としての個人的な目標は「終活インフラ」企業として社会的に認知を受け、1000億円レベルの企業に成長させることでもあります。オーナーということもあり短期的な利益を上げていくといったインセンティブはなく、ただひたすら、超高齢社会における終活のインフラを社会に提供する企業となること、そのことによって社会に貢献していくことを妄想しています。投資家の皆さまをただ単にオーナーの妄想に付き合っていたただくのは忍びないので、そこに至る解像度を上げた道筋やKPIを示さなくてはならないとも考えています。

いま「終活」をテーマにしたセミナーを行うとビックリするくらいの来場者（コロナ禍の現在では、オンラインセミナーしかできません。だから来場者はいませんが、それでも多くの方々がセミナーに参加されます）が押し寄せてきます。多くの高齢者がこれほど「終活」に関心を示すのは、高齢社会の進展がそうさせている部分もありますが、家族関係の変化～つまり、親と同居したり近くに住んだりという人が減り、親のこと（からだのこと、お金のことなど）を子供は知らない～という側面も大きいのです。

<前頁より続き>

そのような時代背景の中で、「終活」に対するニーズは高まりを見せています。ところが、「終活」という市場は今のところ存在していません。ということかと申しますと、あくまでもこれらは潜在的な需要であり顕在化された部分は極めて小さいということなのです。なぜ顕在化されていないかと言えば、この莫大な潜在需要に適切に対応している事業者が存在していないから、ということになります。遺言書を書いておきたいと言えば士業とか、保険に入っておきたいと言えば保険代理店など、ユーザーのニーズが顕在化された場合は、それに対応する事業者は確かに存在します。しかしながら、ユーザーの多くは漠然とした課題感を抱えながら、それが具体的に何か、どこに行けば解決できるのか、ということが理解できておらず、言い換えればニーズが顕在化される一歩手前のところに立っているのです。だから、先述のごとくセミナーに多くの人が押し寄せてくるのです。そのように考えますと、**当社のチャレンジは莫大な潜在需要を顕在化させる取り組みである、とひとことでまとめることができます。**新たな市場を創り上げることは困難が伴いますが、やり遂げれば競合がない市場で、かつ高い参入障壁を築くことができますので、企業としてはやりがいのあるチャレンジだと考えています。また、社会の高齢化がますます進展するわが国において、高齢者が憂いのない日々を送ること。そして、金融資産の大部分を所有する高齢者の消費が活発になれば、そのような状態はまさにわが国の社会や経済に大きな貢献となる、当社はそのように考え、この市場を創り上げること、そして当社がそのリーダーとなることを目論んでいるのです。

さてこの「終活インフラ」を実現するためには組織に関する1つの大きなテーマと事業に関する3つの中ぐらいのテーマがあります。前者は、優秀な人材の採用から育成、そして働く仲間のエンゲージメントをいかに高めていくか、いかに人材に投資していくかであり、これが最重要課題です。人材以外の資産を持たない当社にとって（いや、この時代においてはどの企業もそうかも知れませんが）このテーマは大きなものでありますが、事業にばかり目が行ってしまい忘れられがちなテーマでもあります。この2Qに当社では新たに人材開発室を社長直下につくり、採用からエンゲージメントに至る投資をしっかりと行ってまいります。人材面での優位性こそが未来を担保するものであるとの考えの下、これを徹底して行ってまいります。

次に事業軸では「終活」というテーマからぶれることなく①サービスのラインアップの拡充、②集客数の拡充、③クロスユース（クロスセル）の3つのテーマを愚直に追いかけてまいります。高齢社会の下「終活」についてはさまざまなユーザーのニーズがあり、これらに対応したサービスを増やしていく余地が数多く存在しています。また、集客数の拡充については、オンラインのみならずオフラインからの集客に力を入れています。最後に、いずれかのサービスで接点を持ったユーザーに関連する他のサービスも利用していただく～クロスユース～を増やしていくことです。「終活」についてはほとんどのユーザーが複数のニーズを抱えており、他の商品やサービスにユーザーをしっかりと導くことができれば、集客のコストは変わらずに2倍3倍あるいはそれ以上の収益を上げることができます。またそのことは顧客満足にもつながるわけですので、ここに力を入れていくことは大変重要なポイントです。

< 前頁より続き >

そのような中で2021年2Qに行った施策の中で以下の3つについてお話ししたいと思います。

① 介護紹介事業者をM&A

当社では「いい介護」というポータルサイトを通して、介護施設への入居希望者と介護事業者をマッチングさせるサービスを行っておりますが、このたび同様の事業を古くから行っているエイジプラス社（A P社）と共同で事業を行うこととなりました。A P社は西日本中心で営業を行うオフライン集客主体の会社であり、東日本中心でオンライン集客が主体の当社とは親和性が高く、両者の強み弱みを補完し合うことができます。またA P社は専門性の高い介護相談員を多数擁しており、昨年に事業参入したばかりの当社と比較しても、その専門性で一日の長があります。また、A P社は日本郵便株式会社と連携し、見守りサービスの提供を行っており、同様に終活事業において提携する当社とは取り組み面での一体化を図っていかれるものと考えております。このようにA P社との取り組みはシナジーの宝庫であり、これにより当社の介護関連事業は中長期的に大きく伸長するものと見込んでおります。

② 大手金融機関とのアライアンスの進展

集客数の拡充というテーマの中では、提携先との協業によるオフライン集客が重要なカギを担っております。なかでも大手生命保険会社との提携では、上半期に実験的に行った2つの支店での取り組みが奏功し、これから全国のすべての支店で「終活」の取り組みを共同で行っていくことになりました。下半期はこの取り組みに人的資源を投資し、将来の基盤を創り上げていく目算をしています。その他の企業とのアライアンスも同時並行で進展しており、ノウハウの構築と集客数の拡充を継続的に行ってまいります。高齢社会を背景に「終活」に対する企業の関心は高く、水面下でもさまざまなアライアンスの取り組みが進展しています。

③ 地方地自体との取り組みが急伸

高齢社会を背景とした地方自治体の住民サービスへのニーズが激増しています。今年度からスタートした地方自治体との取組も急速に増え、すでに80以上の自治体との連携協定が進行しています。現在は地域住民に対する情報提供が主となっていますが、お悔やみコーナーの設置など、地域住民の「終活」ニーズを背景にさまざまな事業が進行しています。こうした地方自治体のニーズを背景として当社としても、官民協働事業に携わる社員を増強して、取り組みを強化してまいります。

以上、2Qにおける概況をお伝えしました。社会における「終活インフラ」を目指した当社の中長期的な取り組みは、例えるならば、囲碁における布石を打っている状況であります。まだまだやるべきことはたくさんありますし、外部の方にはその戦況については見え難い部分も多くあると思います。しかし私の視点からは、スピーディとは言えないまでも順調に歩みを進めているものと考えています。投資家の皆さまにおかれましては、「新たな市場を創り上げる」という当社の取り組みに、ご関心とご理解を持っていただければ幸いです。

株式会社鎌倉新書
代表取締役会長CEO
清水祐孝

4. APPENDIX (会社説明)

会社名	株式会社鎌倉新書
代表者名	代表取締役会長CEO 清水祐孝 代表取締役社長COO 小林史生
設立日	1984年4月17日
資本金	10億4,107万円
所在地	東京都中央区京橋2-14-1 兼松ビルディング3階
従業員数	171名（パート、アルバイト含む）
事業内容	終活関連サービス事業 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、終活に関わる情報サービスの提供

2021年7月31日現在

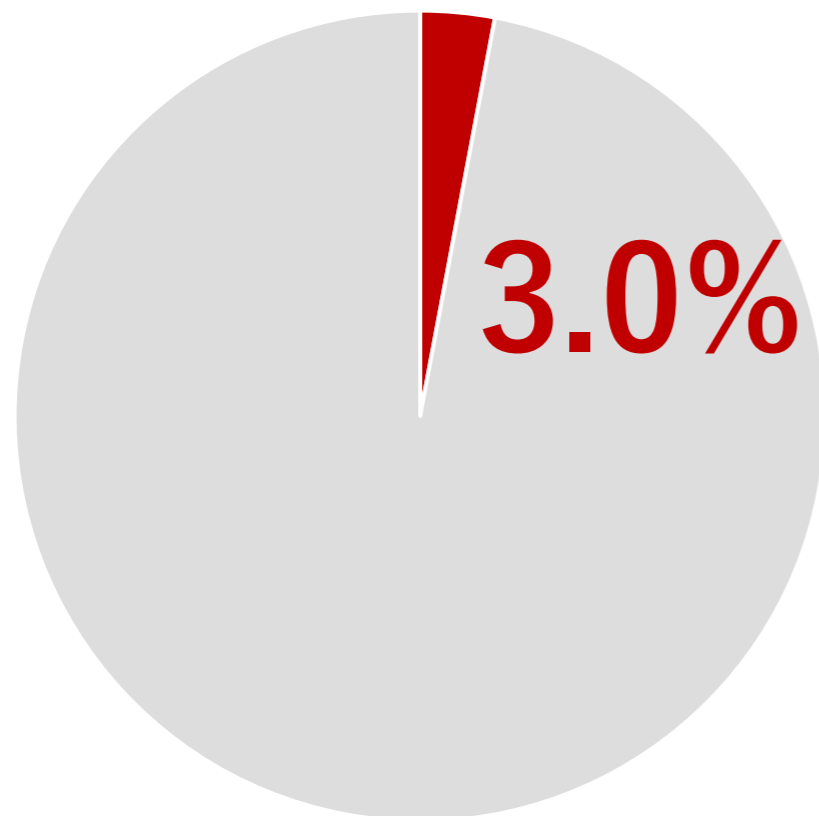
安心できる優良事業者の紹介



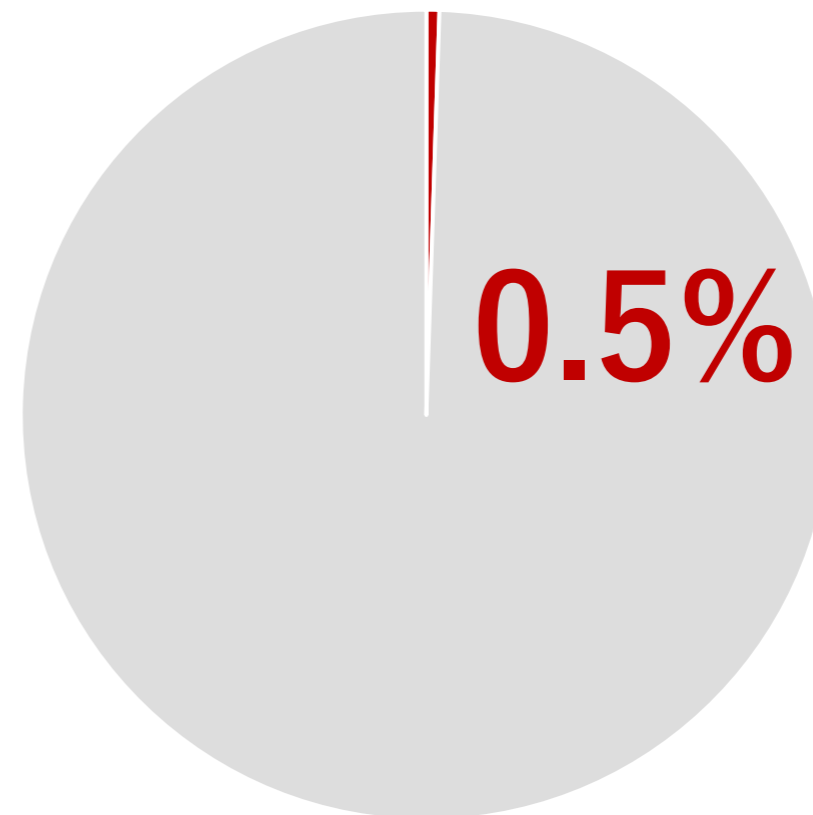
主力事業の当社の市場シェア

主力事業の「いいお墓」「いい葬儀」の各業界市場シェア(数量ベース)は、
2020年1月末時点で、お墓**3.0%**、葬儀**0.5%**程度であり、
まだまだ伸びしろが十分あると認識している

いいお墓



いい葬儀



*算出根拠:件数ベースで試算
葬儀市場に関しては年間死者数を130万人と仮定
お墓市場に関しては年間お墓購入者を40万人と仮定 (鎌倉新書調べ)

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。