

株式会社みんなのウェディング（東証マザーズ 3685）

2015年9月期 決算説明会資料

2015年11月

本資料に掲載されている計画、見通しに関する内容については、資料作成時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断した予想であり、リスクや不確定要因を含んでおります。従いまして、掲載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。

1. 決算ハイライト

■ 売上高は、前期比25.6%増加（1,888百万円）

- ・ 主に、値上げを伴う商品改定による月額掲載料増加による

■ 営業利益は、前期比48.3%減少（169百万円）

- ・ 一時的な費用の発生（本社移転・公開買付け）
- ・ ユーザーを集めるための広告関連費の増加
- ・ 既存事業の拡大・プロデュース事業への投資のための人件費の増加

■ のべ月間利用者数^(*)は、2015年9月に過去最高を記録（347万人）

- ・ 2015年6月に比べ52万人の増加

■ サイトのリニューアルを実施

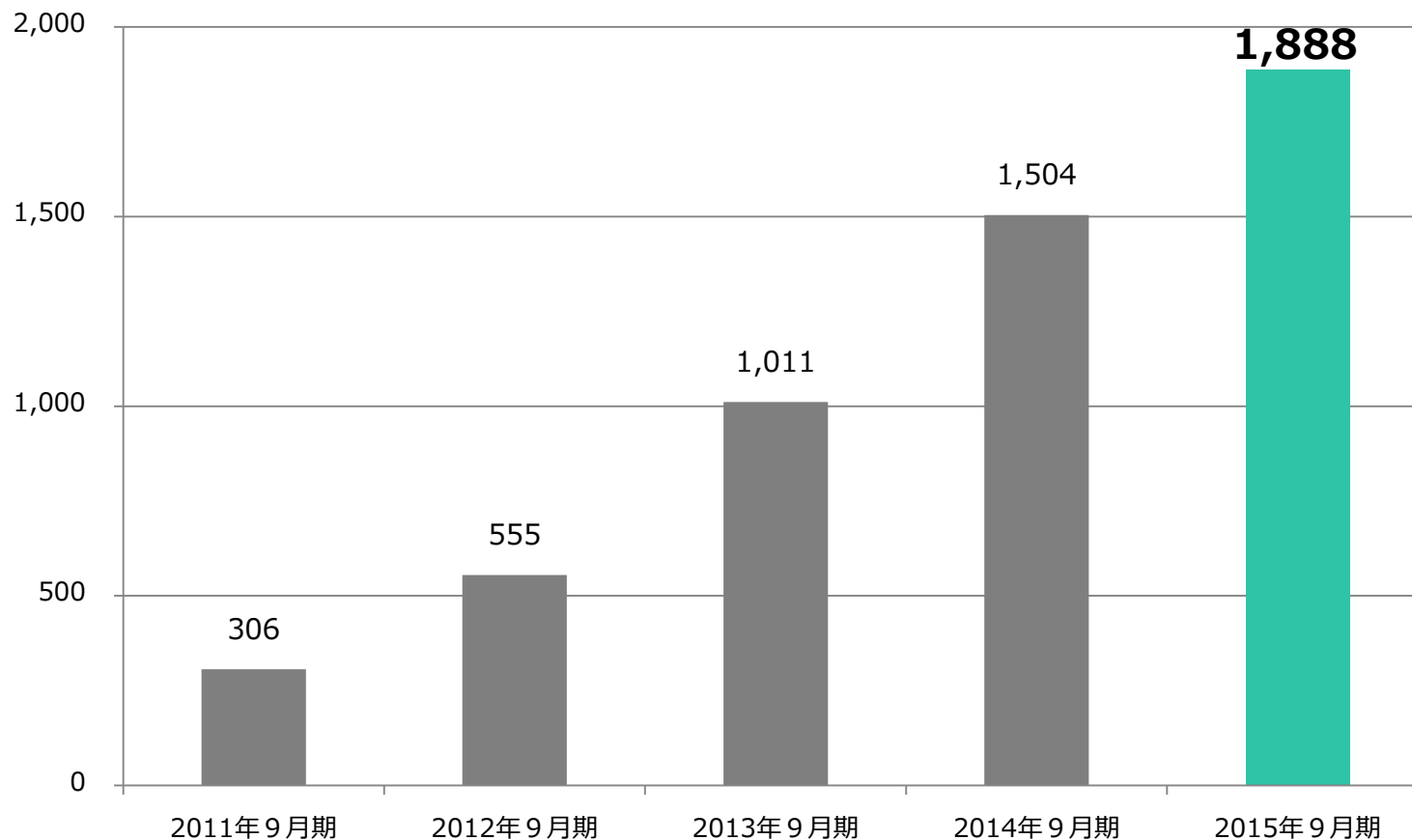
(*) のべ月間利用者数：「みんなのウェディング」サイトの月間利用者数をブラウザ数と端末数から算出。
なお、2015年6月より「みんなのウェディングアプリ」の月間利用者数も含む。

業績概要

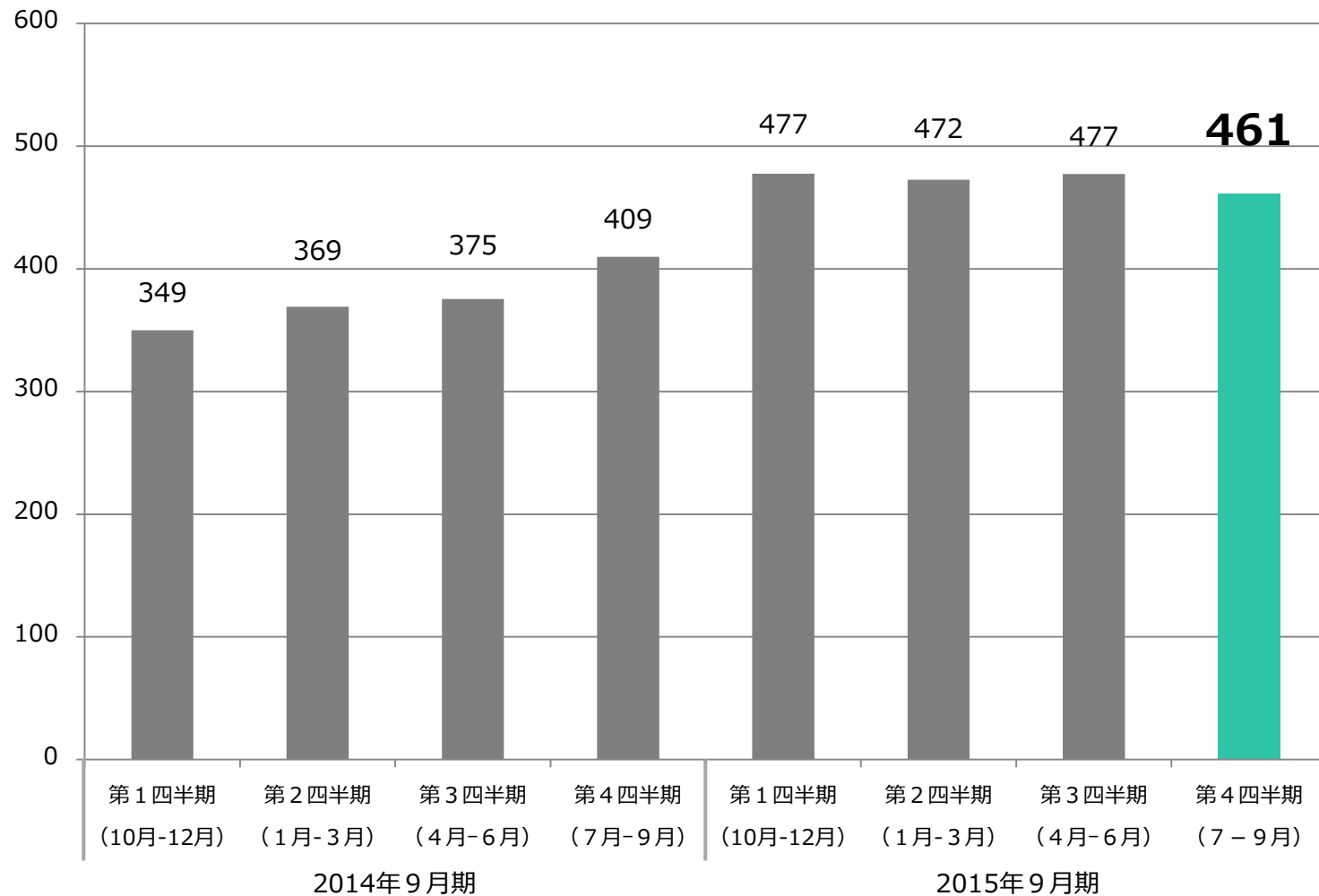
	2014年9月期 通期	2015年9月期 通期計画	2015年9月期 通期	前期比	計画比
売上高	1,504百万円	1,900百万円	1,888百万円	+25.6%	△0.6%
営業利益	327百万円	150百万円	169百万円	△48.3%	+12.8%
営業利益率	21.8%	7.8%	9.0%	—	—
経常利益	292百万円	150百万円	172百万円	△41.1%	+14.8%
当期純利益	183百万円	90百万円	115百万円	△36.9%	+28.4%

過去最高の売上高を達成しました。

(単位：百万円)



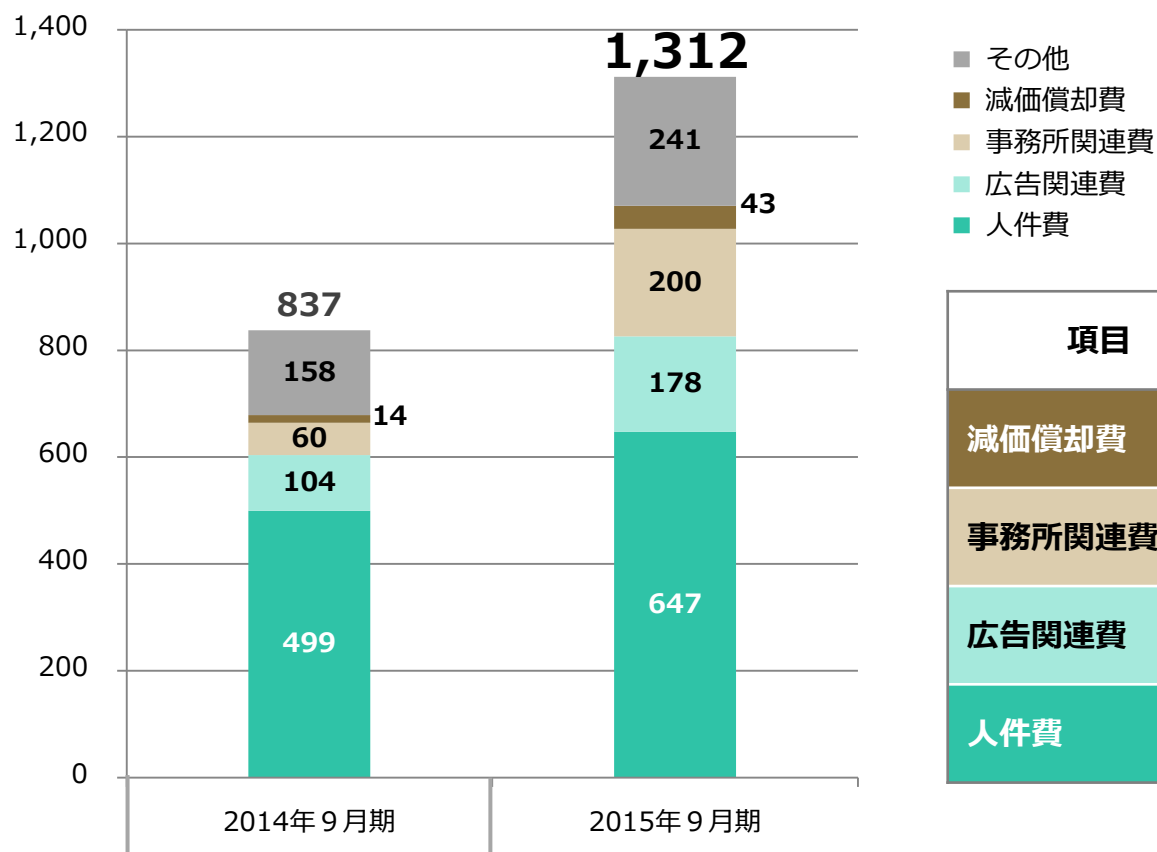
(単位：百万円)



販売費及び一般管理費 前年同期比較

家賃、広告関連費、人件費などが増加しました。

(単位：百万円)



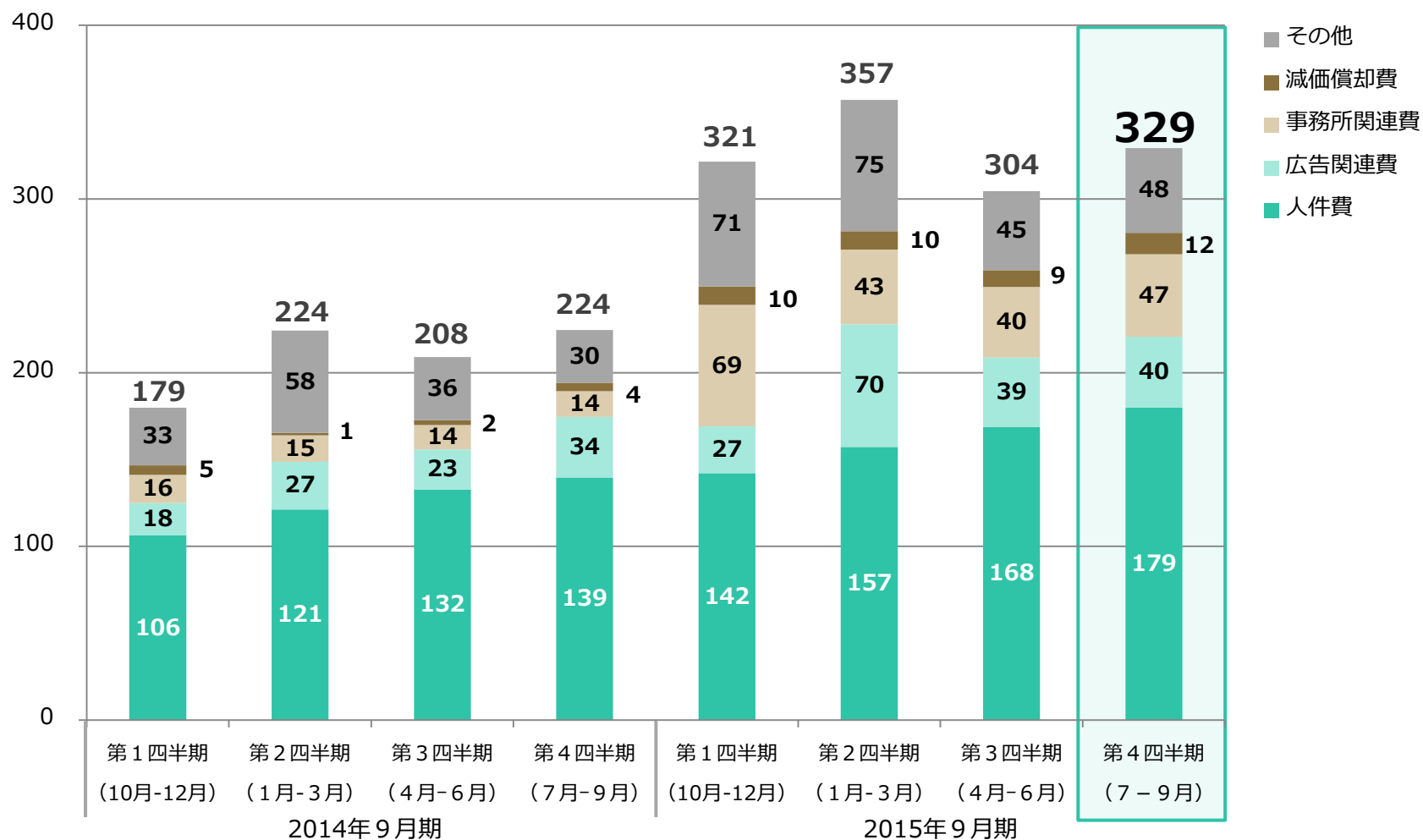
項目	主な増減要因
減価償却費	本社移転に伴う有形固定資産の増加
事務所関連費	本社移転に伴う家賃増加
広告関連費	ユーザーを集めるための広告費の増加
人件費	当期末118人（前期末105人）

(注) 項目別内訳

- ・ 人件費：役員報酬、給与手当、賞与、雑給、法定福利費、福利厚生費、通勤交通費、人材派遣料
- ・ 広告関連費：広告宣伝費、販売促進費
- ・ 事務所関連費：地家賃、賃借料、消耗品費、通信費、水道光熱費

販売費及び一般管理費 四半期推移

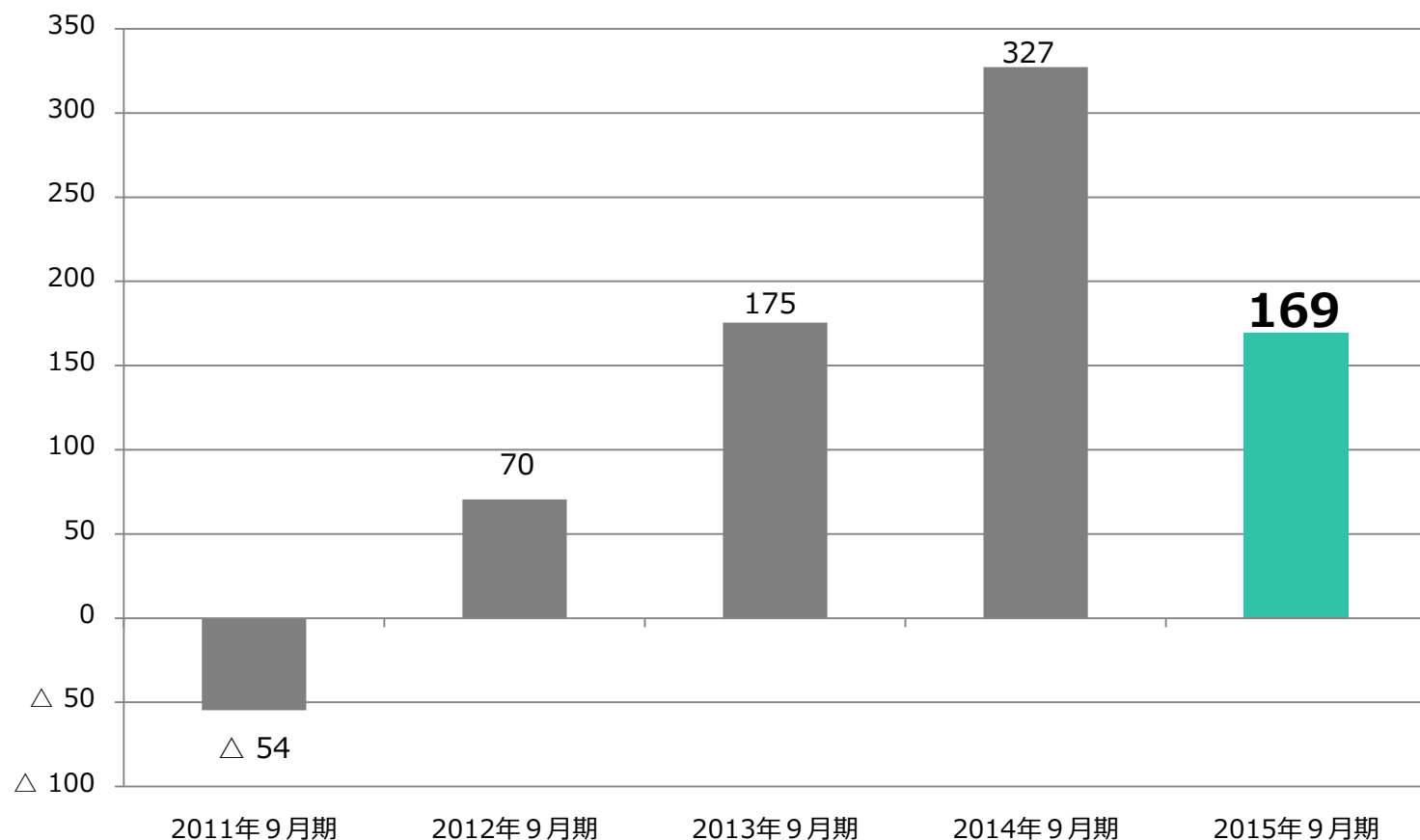
(単位：百万円)



前期比48.3%減少しました。

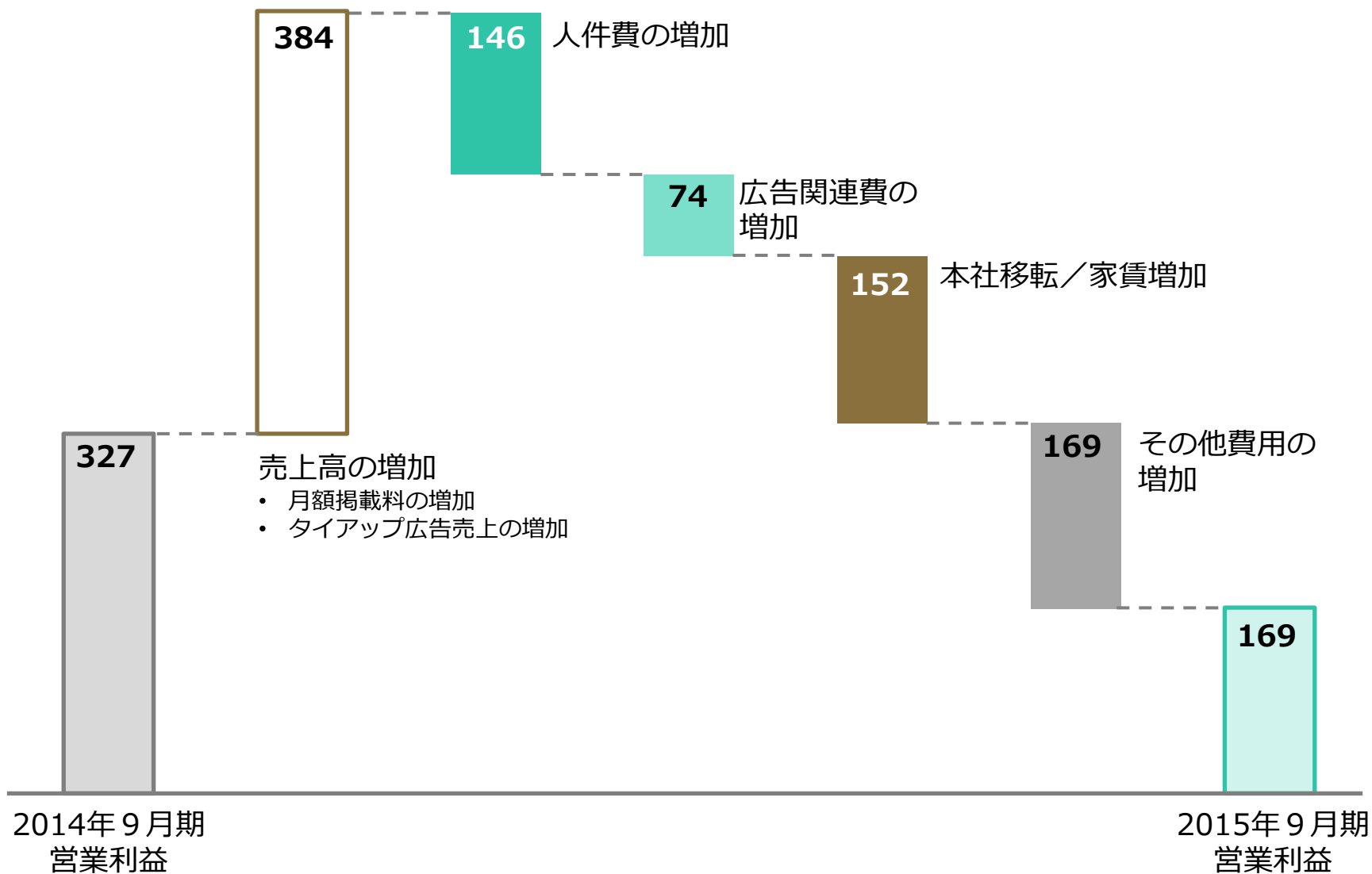
(主な減少要因は次ページに記載)

(単位：百万円)



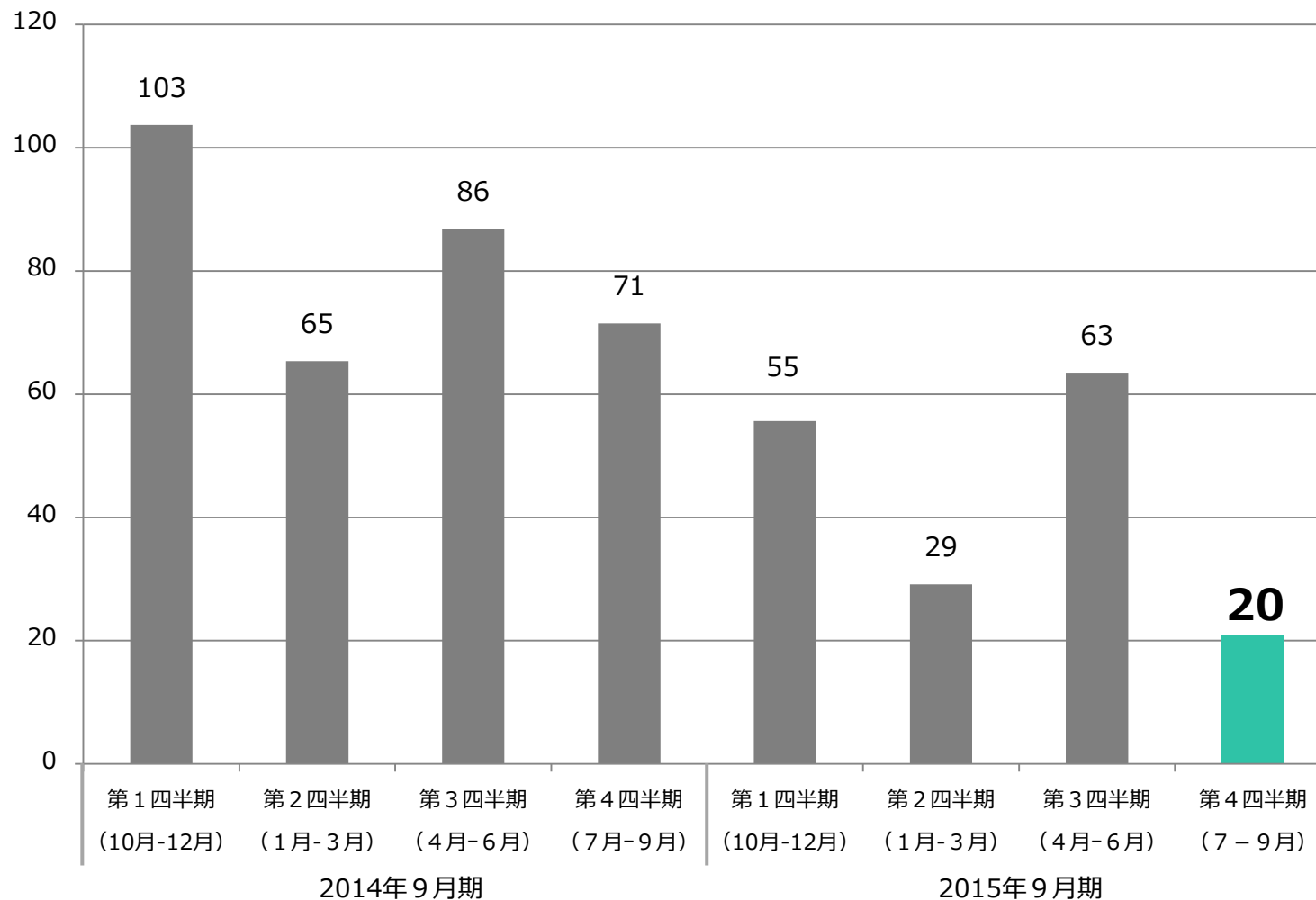
営業利益 主な減少要因

(単位：百万円)



営業利益 四半期推移

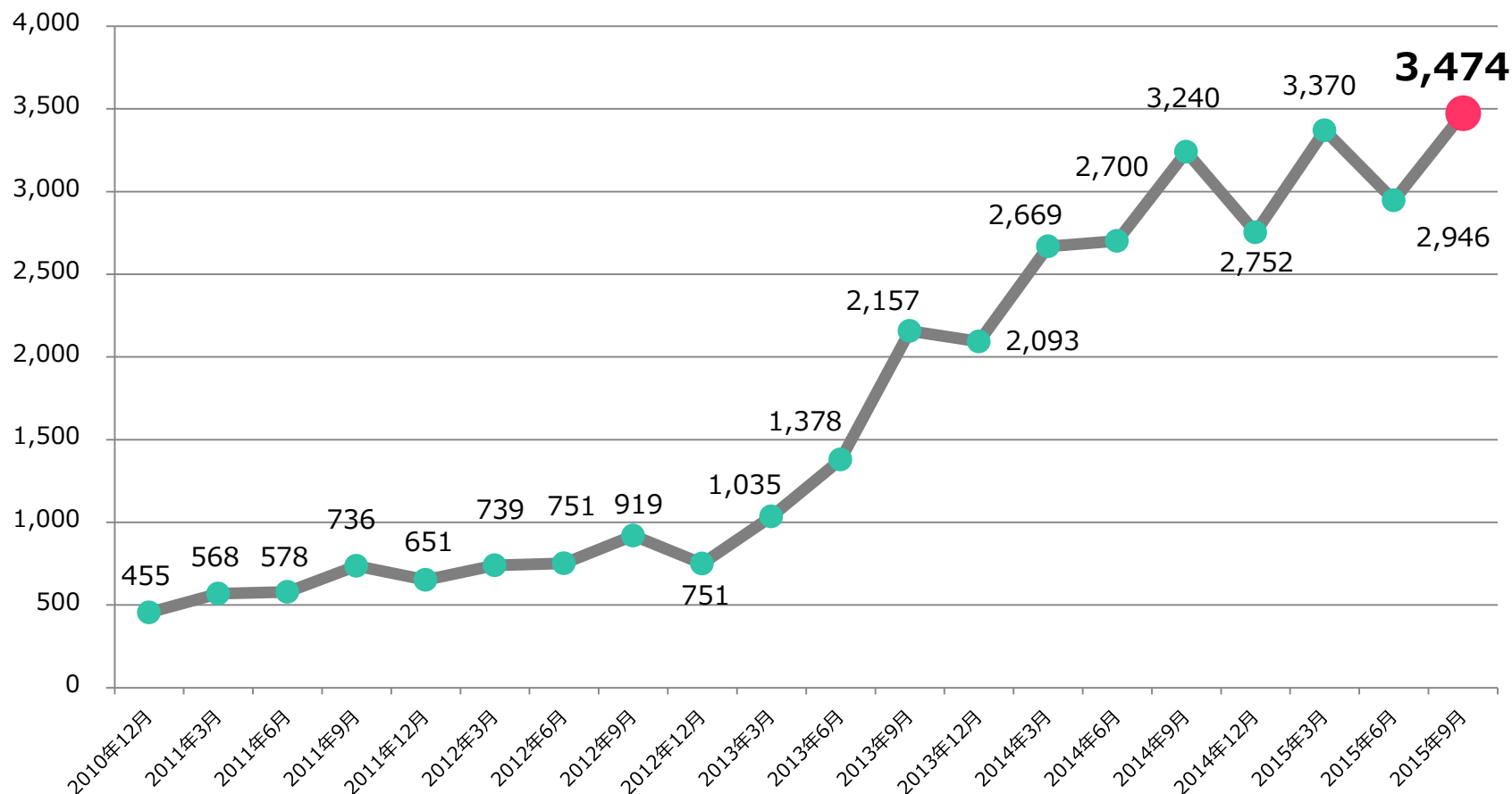
(単位：百万円)



のべ月間利用者数

メディア作りに注力する施策への切替えの効果が出てきたため、
過去最高を達成しました。

(単位：千人)

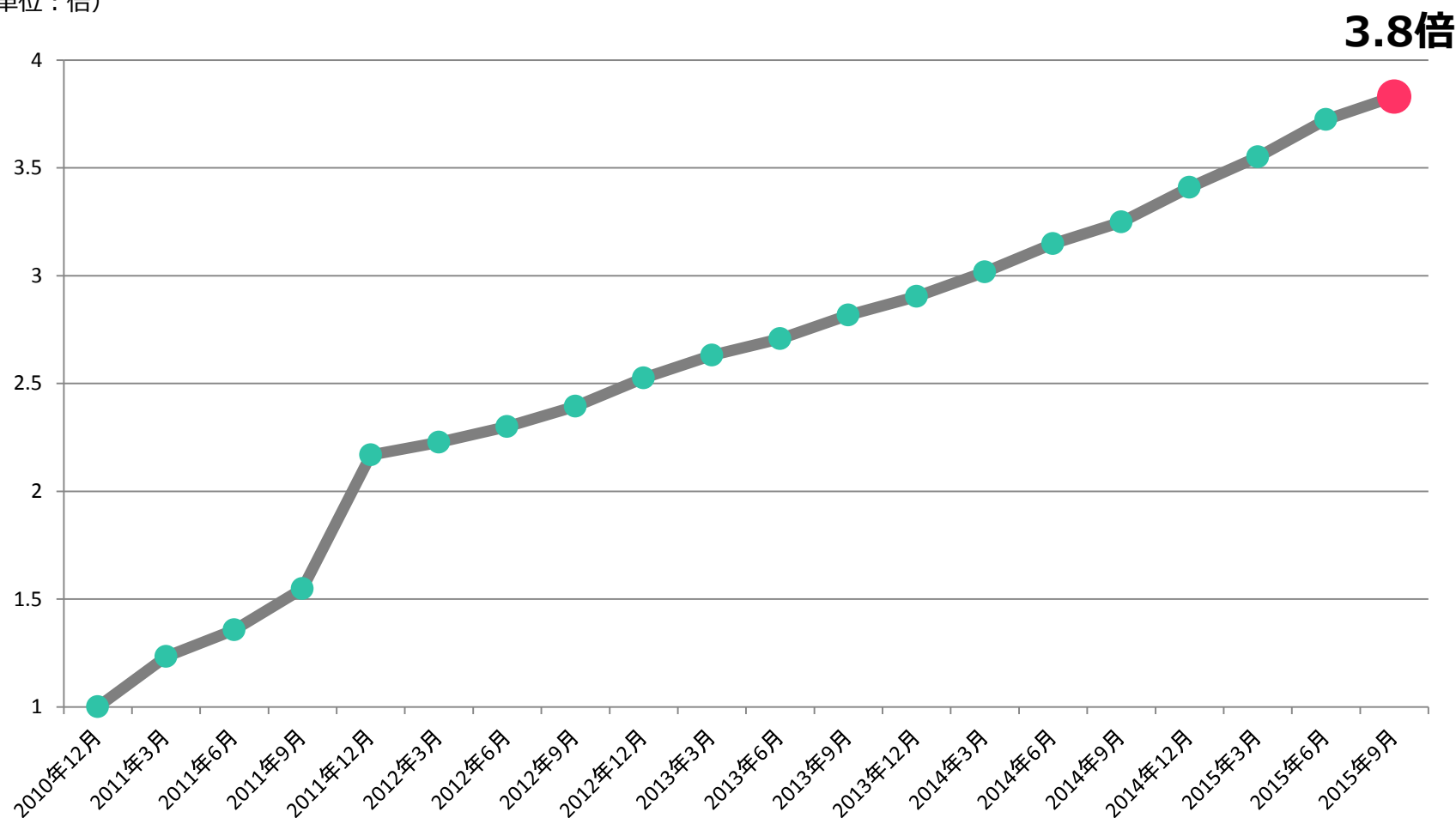


(注) のべ月間利用者数：「みんなのウェディング」サイトの月間利用者数をブラウザ数と端末数から算出。
なお、2015年6月より「みんなのウェディングアプリ」の月間利用者数も含む。

口コミ投稿件数

結婚式場の口コミ投稿件数は順調に増加しています。

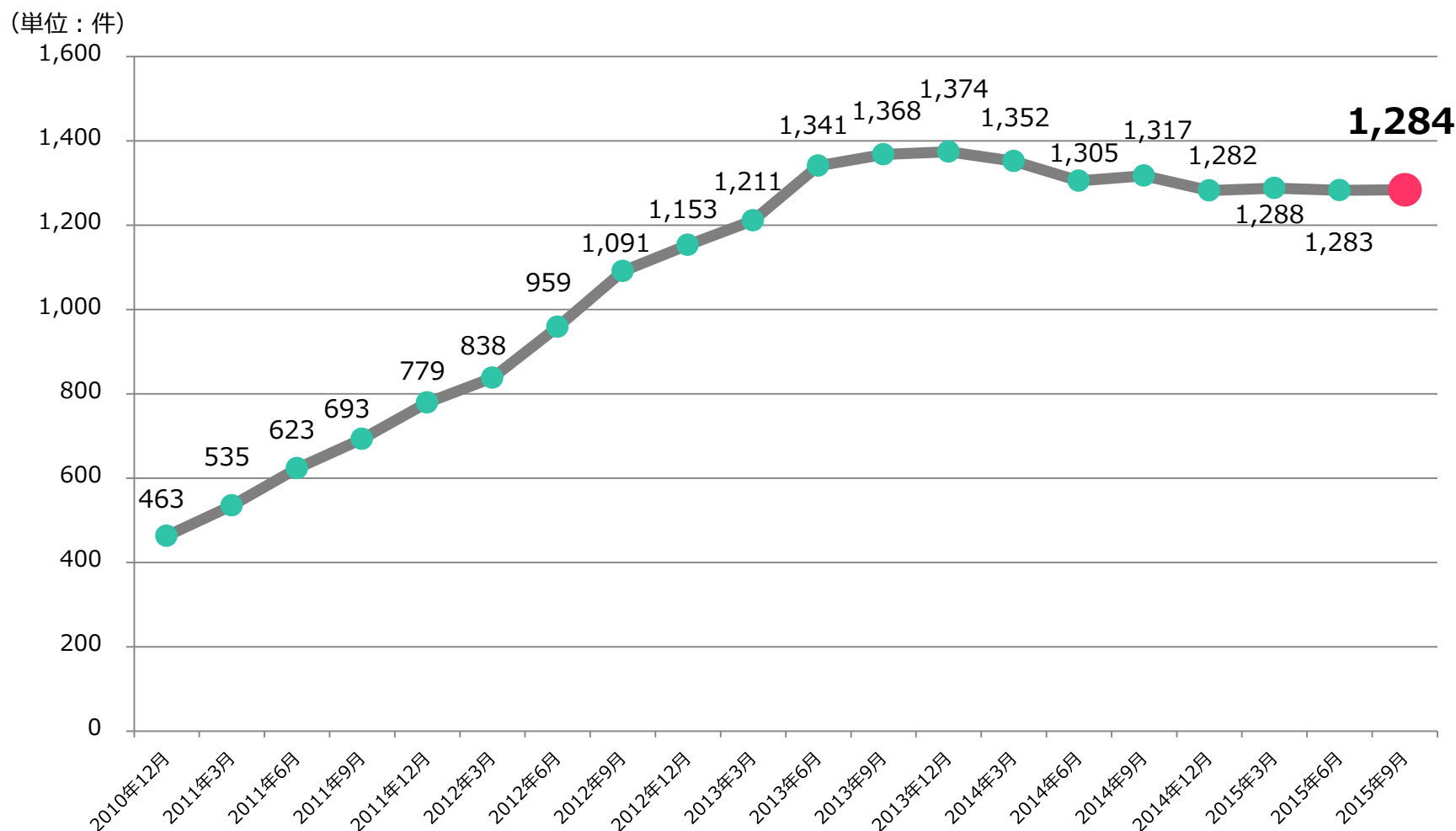
(単位：倍)



(注) 2010年12月の口コミ投稿件数(累計)を1と仮定した場合の、各四半期ごとの投稿件数の増加割合。

有料掲載結婚式場数

値上げを伴う商品改定による**解約件数は底打ち**の傾向が続いています。



(注) 有料掲載結婚式場数：「みんなのウェディング」サイトに掲載している結婚式場のうち当社と契約している結婚式場の当該月末の件数。

2. 当四半期のトピックス

サイト価値向上

サイトの**差別化**および**認知度向上**を図るために、リニューアルを行いました。

■ ロゴマークの変更

- 教会（クライアント）から鳥（ユーザー）へ変更し、ユーザーファーストのサービスであることを内外に徹底。

変更前



変更後



■ サイトリニューアル

- サービスカラー、サービススタンスの変更などを通じて他サービスとの差別化を徹底。ユーザーが他サービスとの違いを体感できるようにすることで、サービスのブランディングを行い、結婚式場への効果実感を明確に。
- クラウドサーバーへの移行。
- 使用プログラミング言語の変更。

■ サイト価値の向上

- 結婚式場の特徴をわかりやすく比較可能に。
- 口コミの数・質の向上を進める。



ユーザー相談デスクの強化

結婚式場からユーザー紹介料を収受しないモデルに変更することで、
ユーザーファーストなサービスの徹底を図ります。

■ モデルの変更

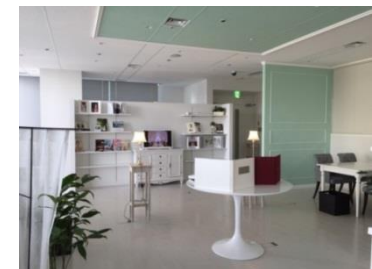
- ・ 当社と契約している結婚式場のみの紹介ではなく、ユーザーが求める結婚式場をユーザーファーストの観点から紹介。

■ 結婚式場の情報を独自に収集、評価、発信

- ・ 自ら徹底して結婚式場への取材、調査を行い情報を収集。独自の評価を発信し、よりユーザーの希望に添った結婚式場を紹介できる仕組みを確立。

■ ユーザーファーストの最前線基地として

- ・ 訪問ユーザーと徹底的に相對することでユーザーニーズを把握。サービス開発への反映、結婚式場向け商品開発などに活用。
- ・ ユーザーのためのエージェントとしての立ち位置から、徹底してユーザーを向いたサービスであるというブランディングを確立。



3. 今後のみんなのウェディング

みんなの『大切な日』をふやす



● ユーザーファースト

会社の存在価値であるユーザー価値を徹底して作っていきます。
ユーザーにとって不可欠で革新的なサービスを提供します。

● 利益を増やす

利益はユーザー価値を作るという存在価値を提供するための必要条件です。
生み出す価値を増やすためにも利益を重視して増やしていきます。

● キャリアを作る

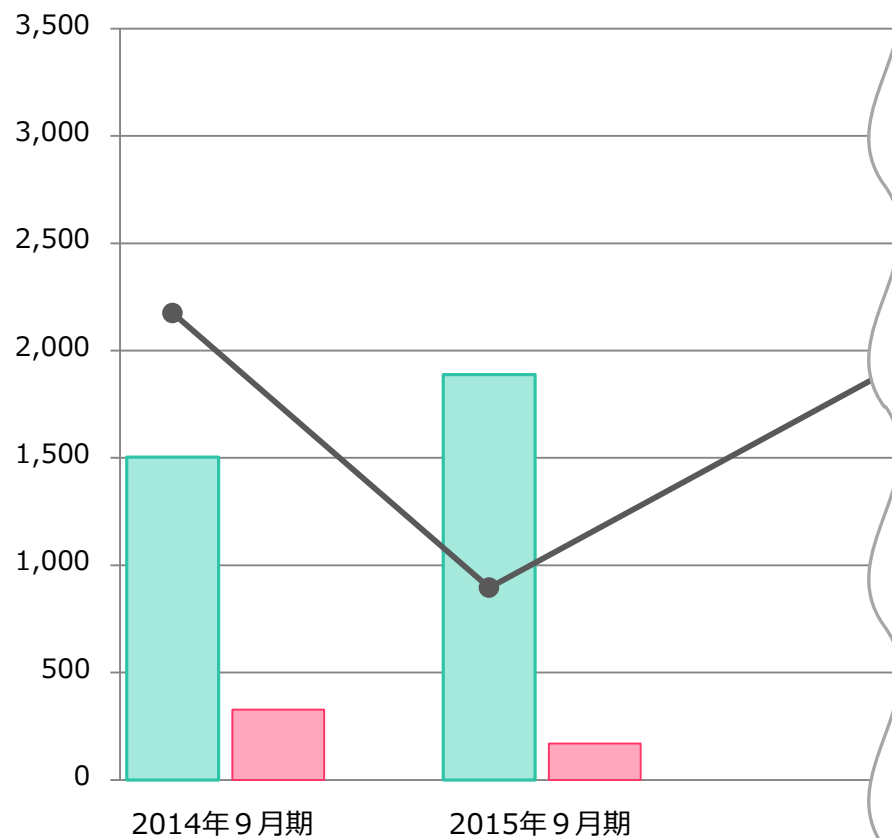
価値や利益を作るのはまさに『人』です。『人』の価値が上がりキャリアを作って行ける会社にします。

2018年 9 月期

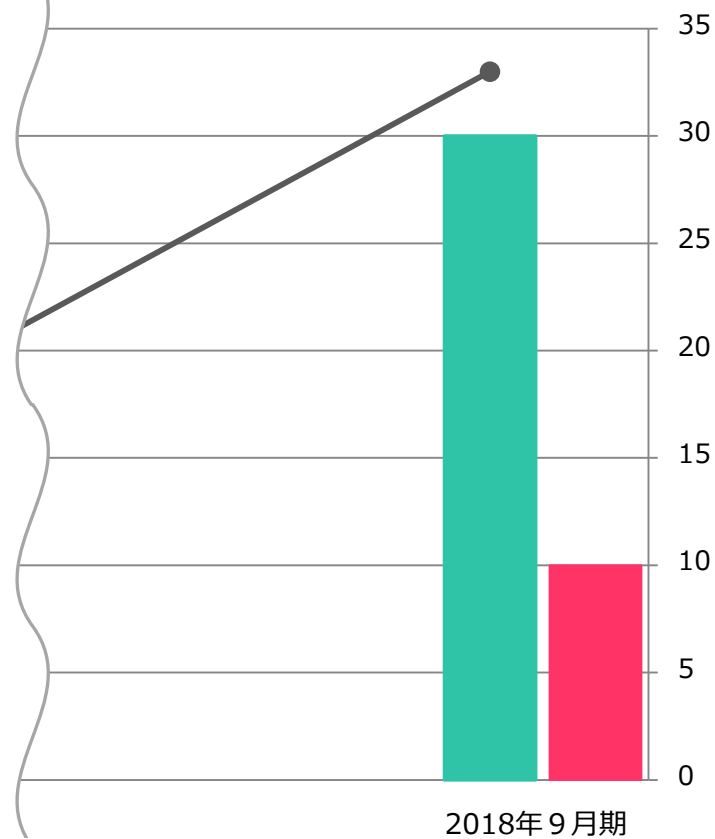
経常利益 10億円

成長イメージ

(単位：百万円)



(単位：%)



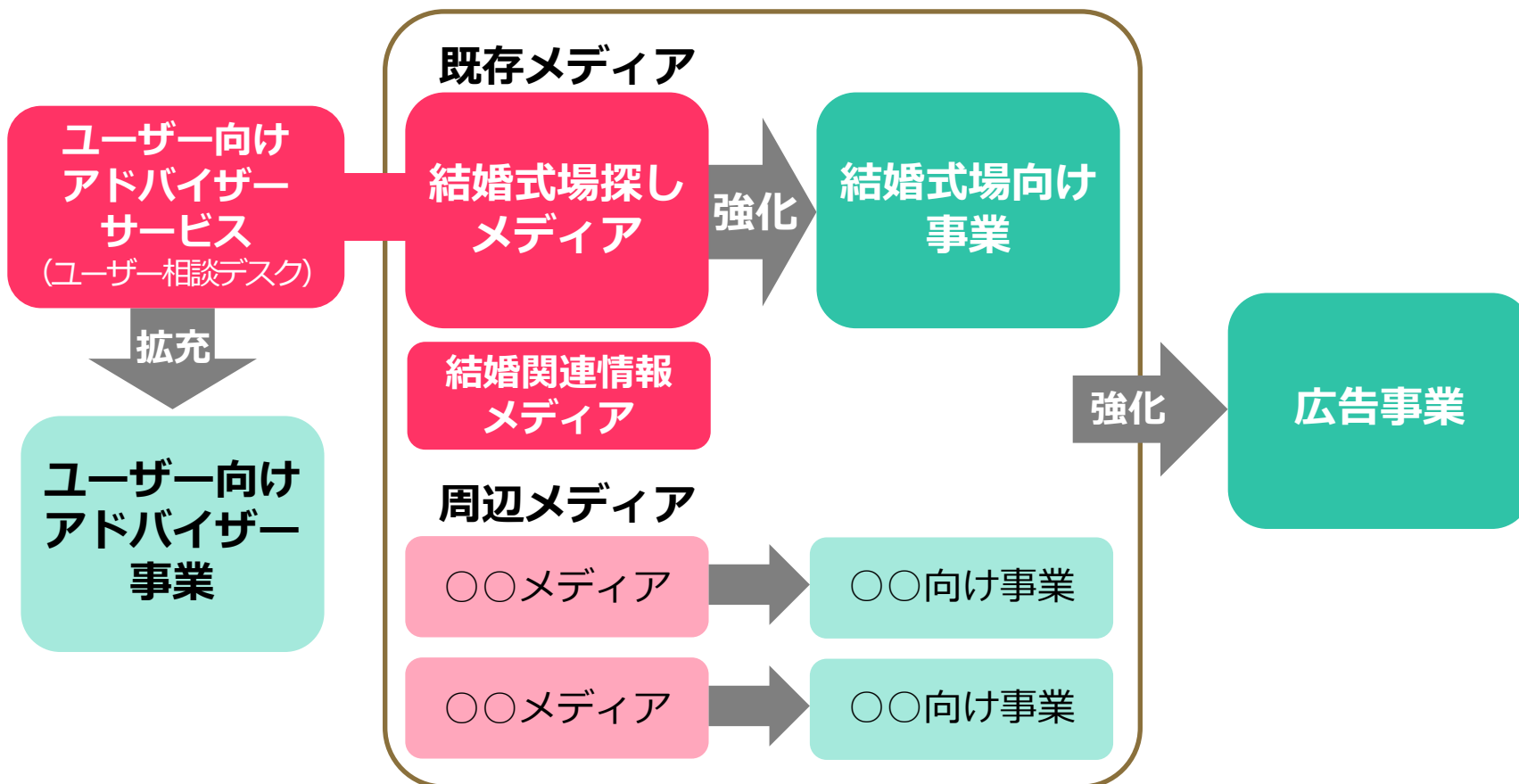
売上高

営業利益

営業利益率

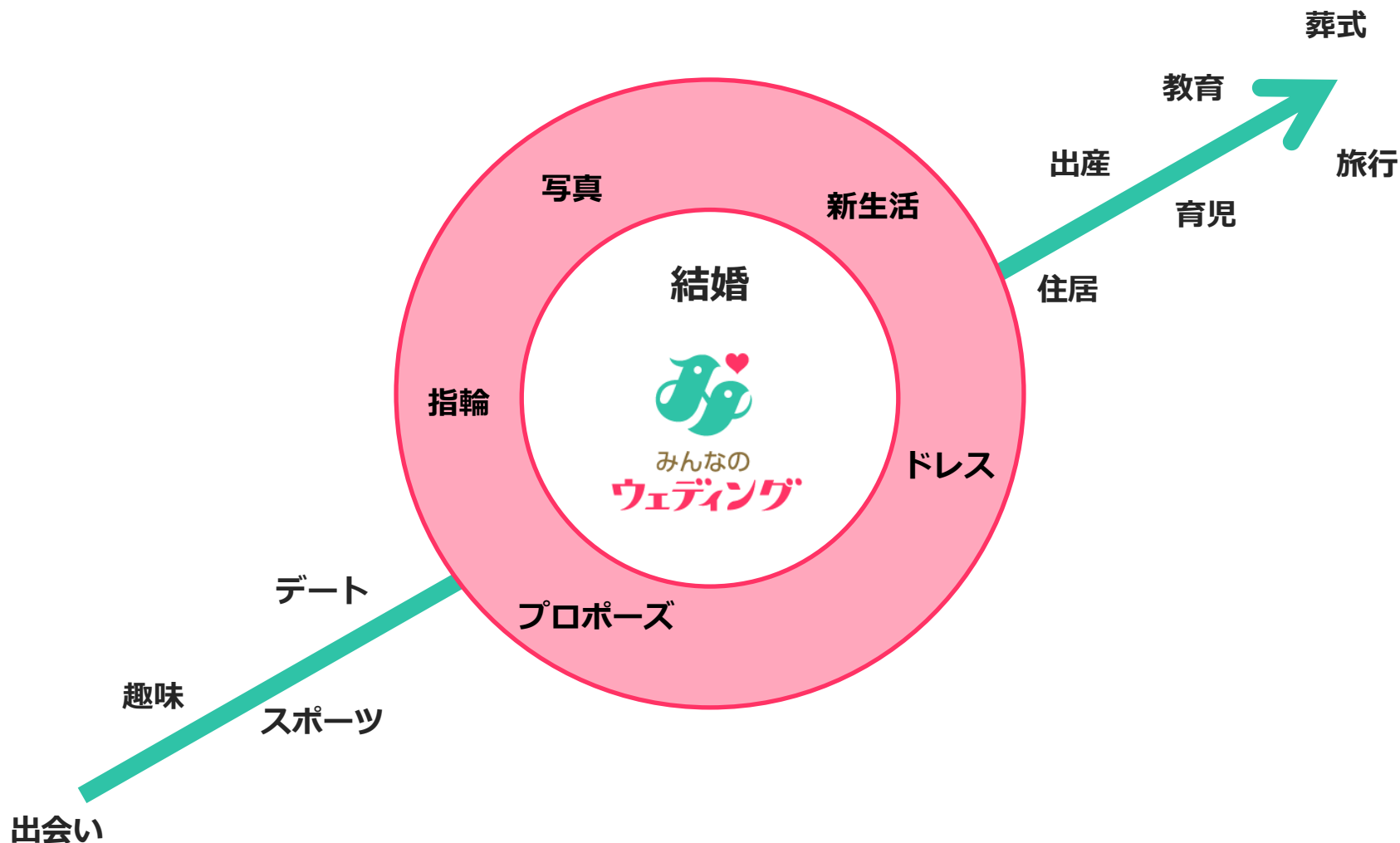
サービス展開イメージ 既存・周辺事業

結婚周辺（＝ライフチェンジ）セグメントメディアの強化に加えて、
広告やユーザーエージェント事業の強化を行います。



結婚周辺（＝ライフチェンジ）
セグメントメディアの強化

みんなの『大切な日』をふやすために、結婚を軸とした新規事業の展開を目指します。



問合せ窓口

株式会社みんなのウェディング

社長室 I R担当（恵美）

電話：03-3549-0260（平日 9:30～18:00）

E-mail：ir@mwed.co.jp

サイト：<http://www.mwed.co.jp/ir/>