

株式会社みんなのウェディング（東証マザーズ 3685）

2017年9月期 通期決算説明資料

2017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。

2017年9月期通期 決算ハイライト

- **2017年9月期通期業績は、売上高1,568百万円（前期比△7.9%、計画比△4.9%）、営業利益50百万円（前期比△78.5%、計画比+7.2%）となった。**
 - ・ プロデュース事業の譲渡（2016年1月）や、一部取引先の事業撤退、低価格プランへの移行により売上高が前期比減。また、一部契約が結婚式施行を軸とした価格体系に移行したため、売上高の一部が後ろ倒しに。
 - ・ 2017年9月の本社移転に伴う一時的コスト（115百万円。主に減価償却費）が発生。
- **ユーザー向けサービスは引き続き課題が残る。一方、ユーザーニーズに応えるため、リアルでの相談デスクを再オープンさせた。**
 - ・ 全体UB数は引き続き前年同月比で減少。結婚式場へのユーザー訪問予約数はのべ結婚式場ページ利用者数の減少に伴い前年同月比17.5%減少。
 - ・ ユーザーニーズに応えるため、銀座に相談デスクを再オープン。
- **クライアントのニーズに合わせた商品展開により、有料掲載結婚式場数は前半期末比33件増加し、1,257件となった。**
 - ・ 当社サイト経由での結婚式施行を課金ポイントとした商品を併用し展開。
 - ・ 事業撤退する結婚式場が契約終了する一方、外資系高級ホテルなど特徴的な結婚式場が増加傾向。

1. 業績概要（2016年10月1日～2017年9月30日）

業績概要 損益計算書



当期は、本社移転に伴う一時的なコスト増により営業利益は減少（概ね計画通り）。投資有価証券売却益や株式給付制度解約損が発生した。

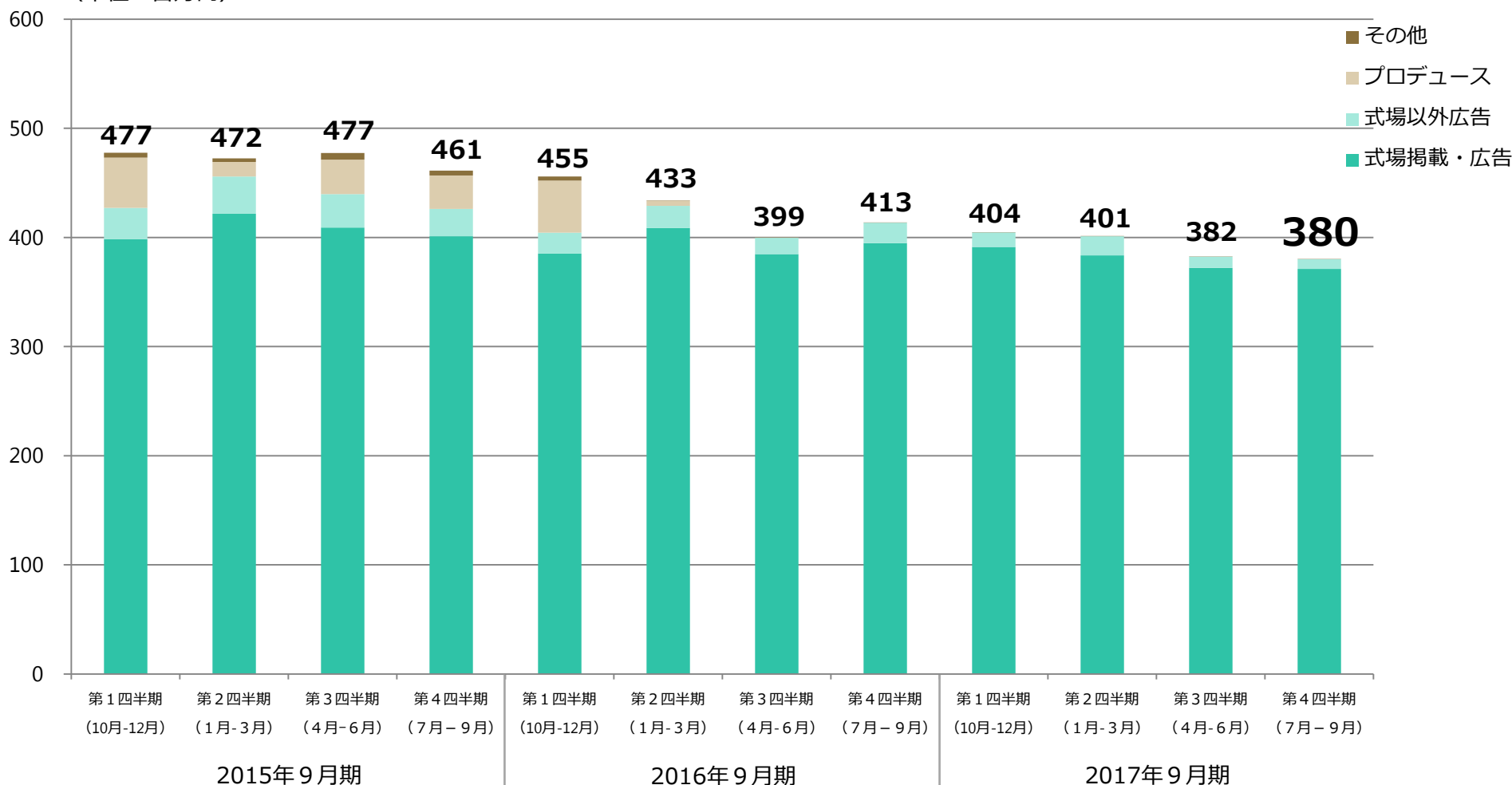
単位：百万円	2016年9月期 通期 2015年10月～2016年9月	2017年9月期 通期業績予想 2016年10月～2017年9月	2017年9月期 通期 2016年10月～2017年9月	前期比	業績予想比
売上高	1,703	1,650	1,568	△7.9%	△4.9%
EBITDA (※1)	324	211	190	△41.3%	△9.9%
営業利益	234	47	50	△78.5%	+7.2%
営業利益率	13.8%	2.8%	3.2%	—	—
経常利益	236	47	51	△78.1%	+9.9%
当期純利益	152	149	135	△11.1%	△9.2%

(※1) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

売上高 四半期推移

クライアントの事業撤退や低価格プランへの移行、結婚式施行を軸とした課金体系への一部契約の移行による売上の後ろ倒しがあった。

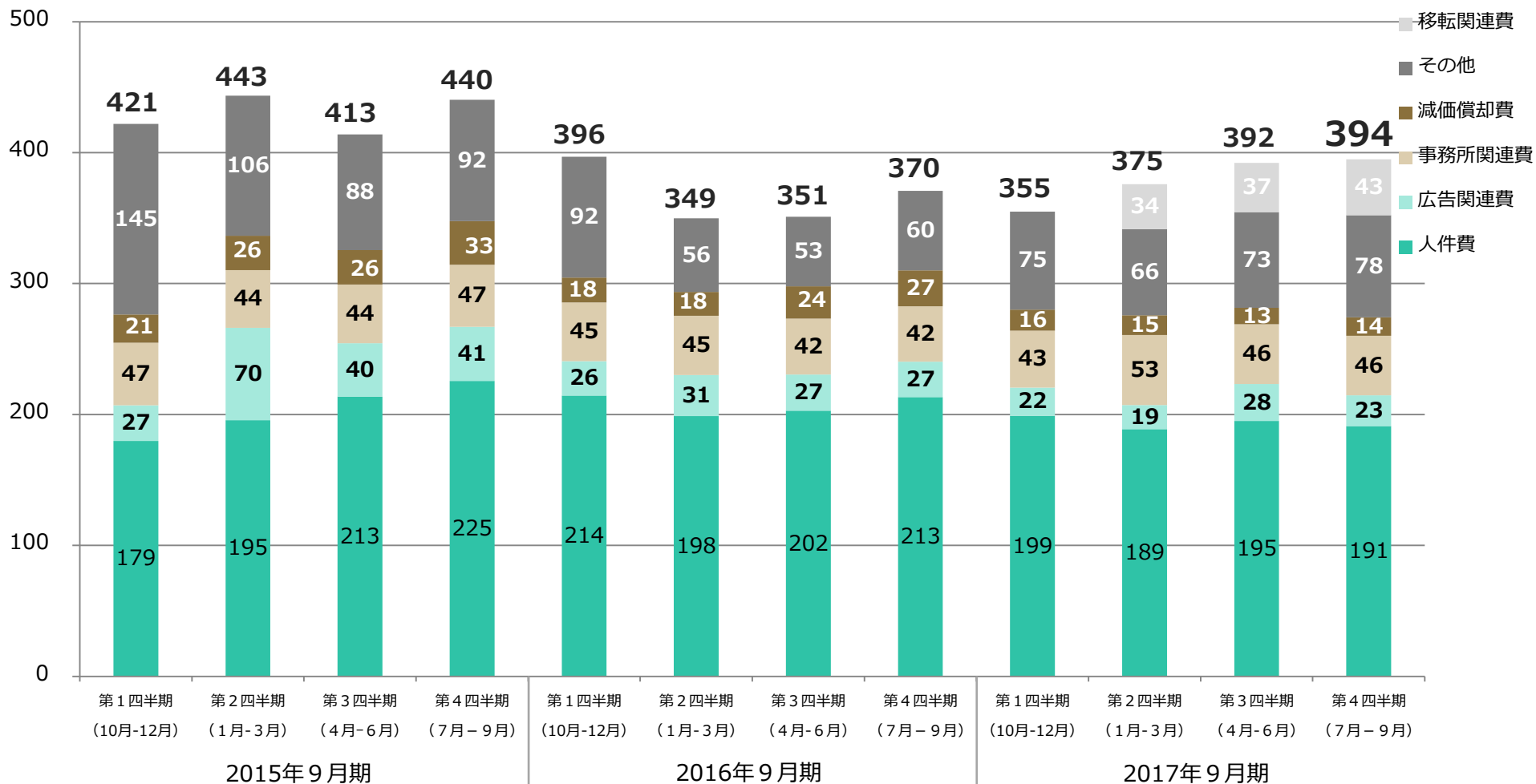
(単位：百万円)



売上原価、販売費及び一般管理費の四半期推移

前四半期同様、移転に伴う建物附属設備の早期償却による減価償却費の増加等、本社移転関連費が発生。

(単位：百万円)



営業利益 四半期推移

(単位：百万円)

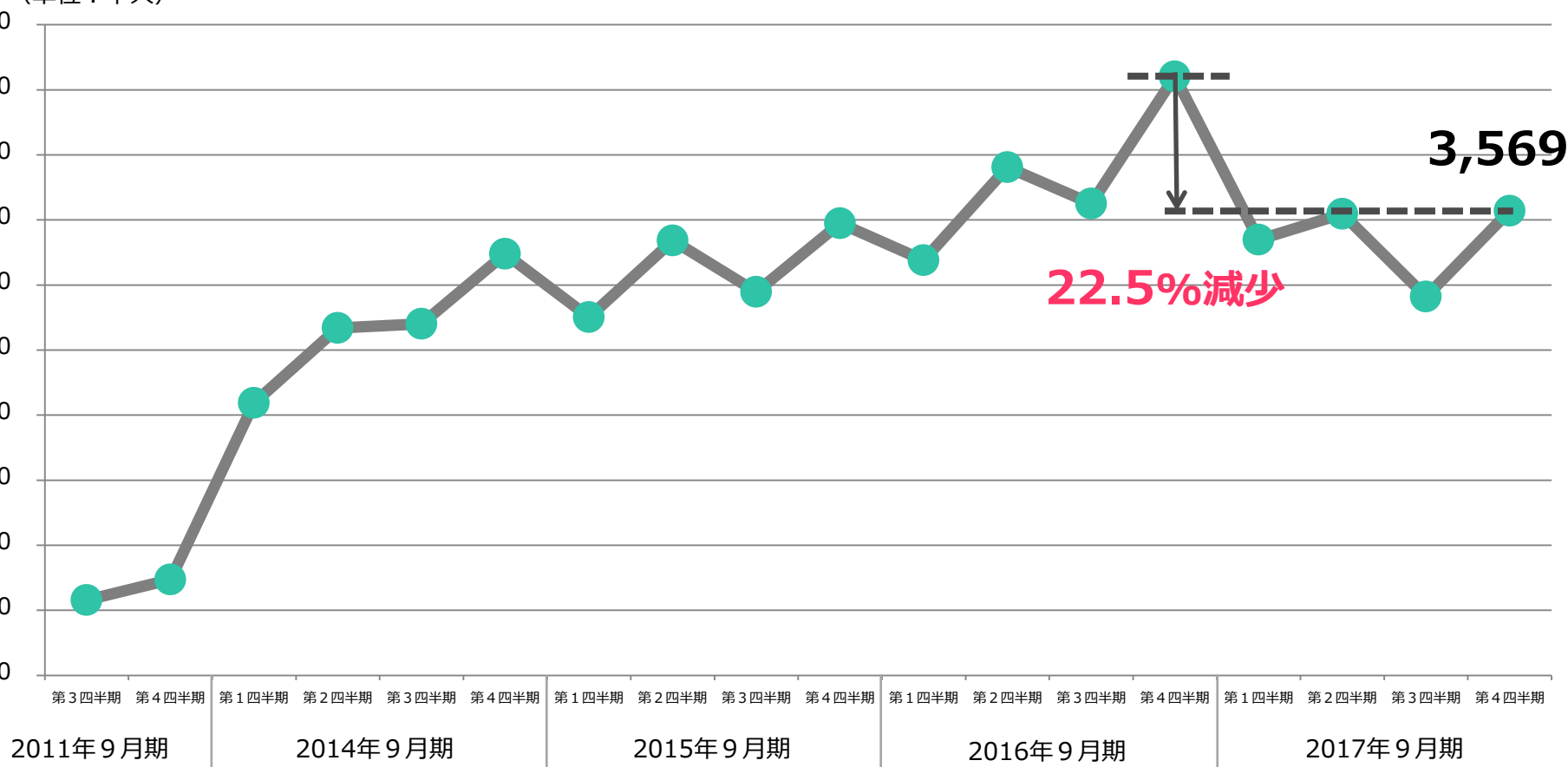


2. サービスの状況

全体UB数

近時の品質基準に満たない記事を非掲載としたこと、検索エンジンのアルゴリズム変動による影響により、前年同月比22.5%減少。

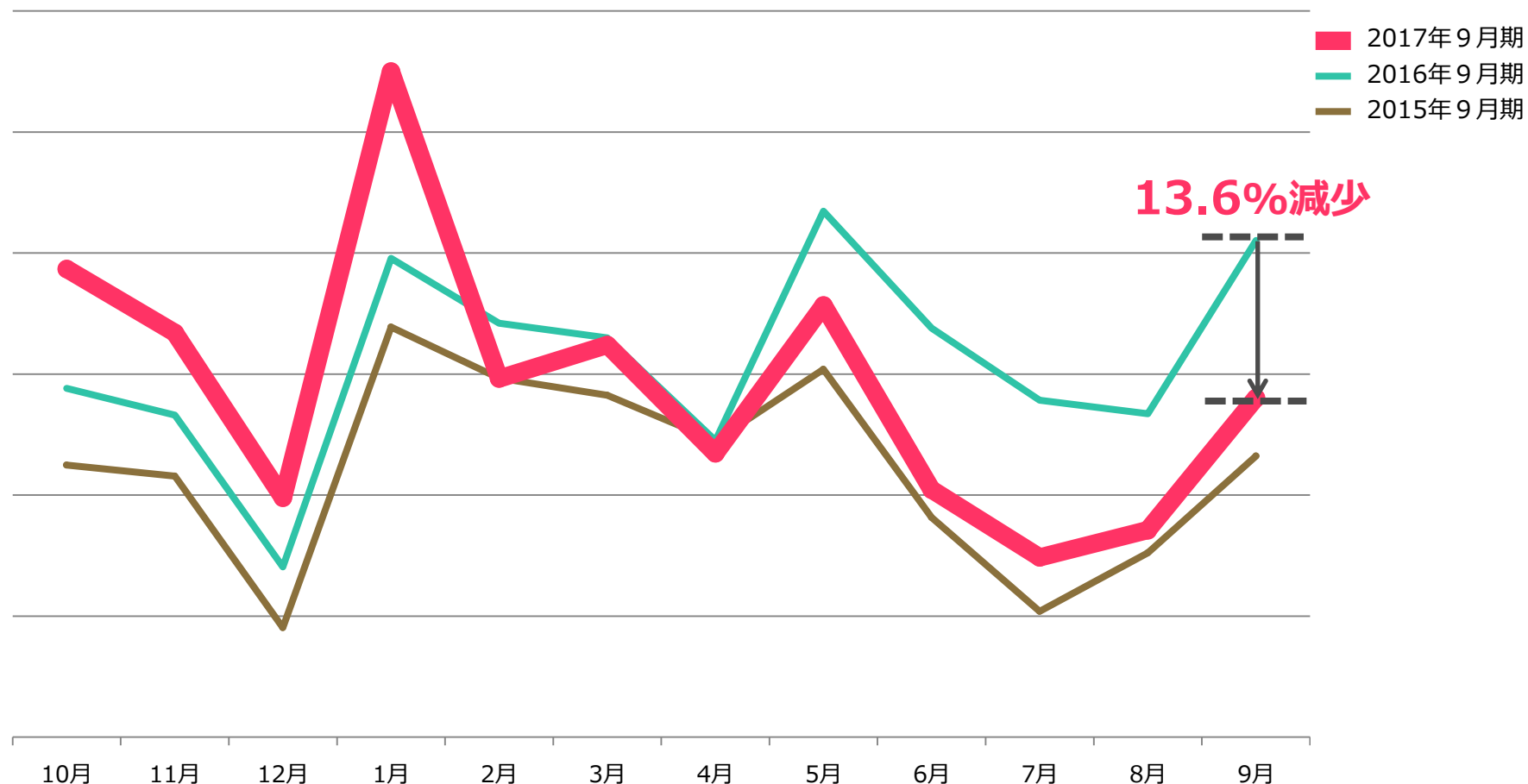
(単位：千人)



(※) 全体UB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。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。

のべ結婚式場ページ利用者数

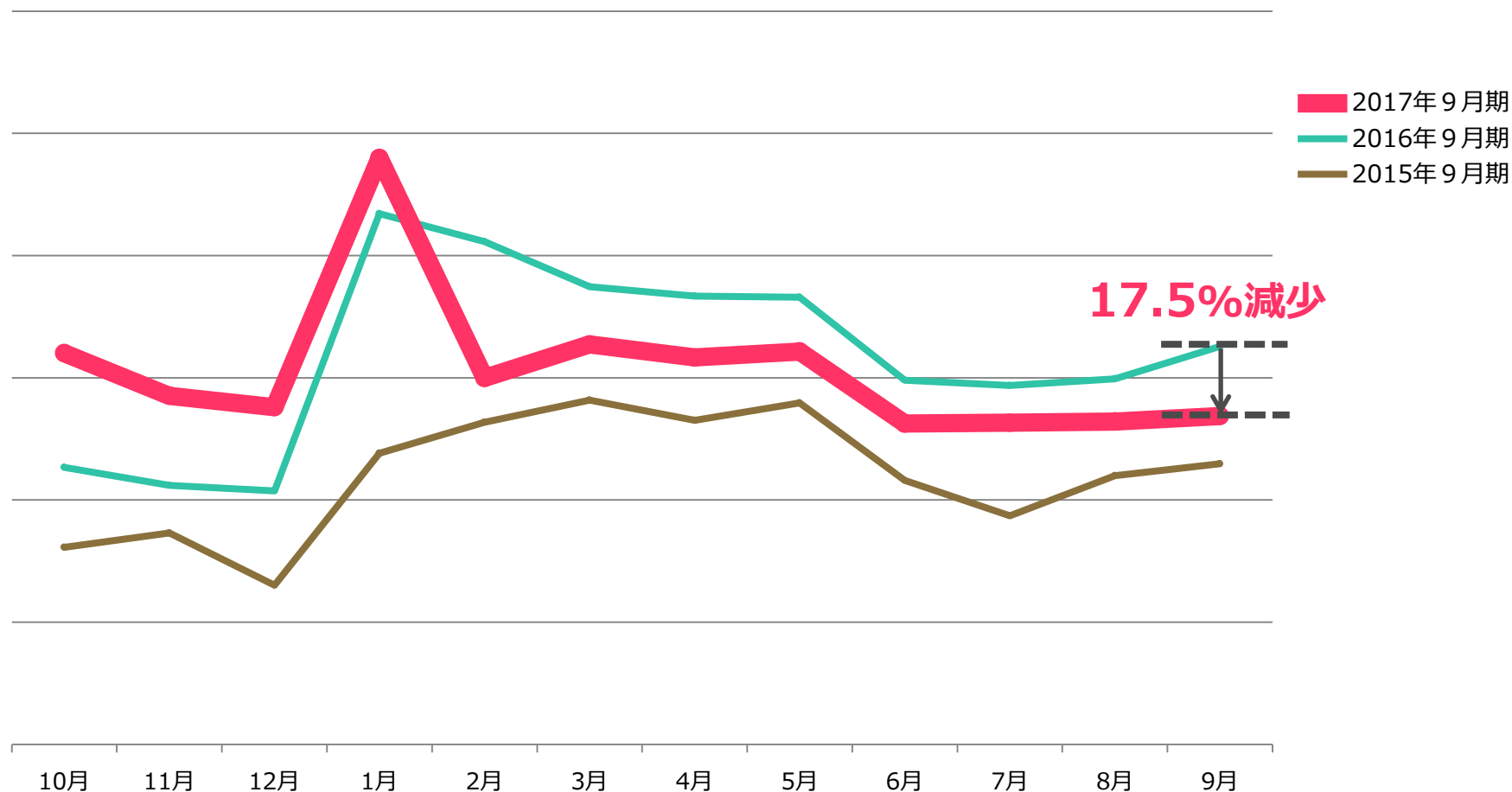
検索エンジンのアルゴリズムの変更の影響を受け、前年同月比13.6%減少したが、足許では前年同月並みの水準に回復。



(※) のべ結婚式場ページ利用者数：「みんなのウェディング」サイトに掲載している結婚式場ページを閲覧した結婚式場探しをしていると想定される利用者数を結婚式場ごとに算出して累計した数。

結婚式場へのユーザー訪問予約数（web経由）

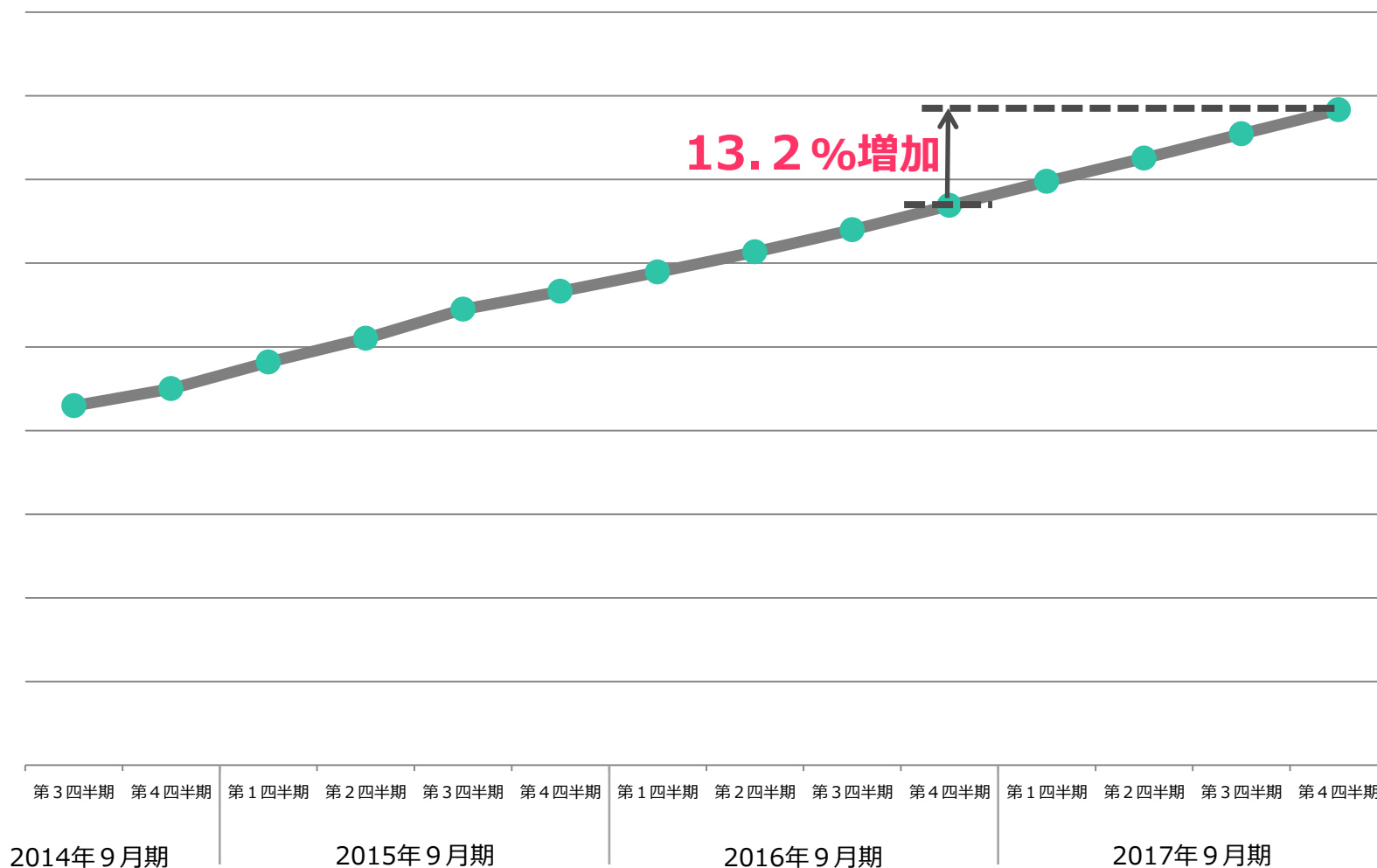
みんなのウェディングサイトを介した結婚式場へのユーザー訪問予約数は、前年同月比17.5%減少。



(※) 結婚式場へのユーザー訪問予約数：ユーザーが「みんなのウェディング」サイト経由で結婚式場をweb訪問予約した件数。

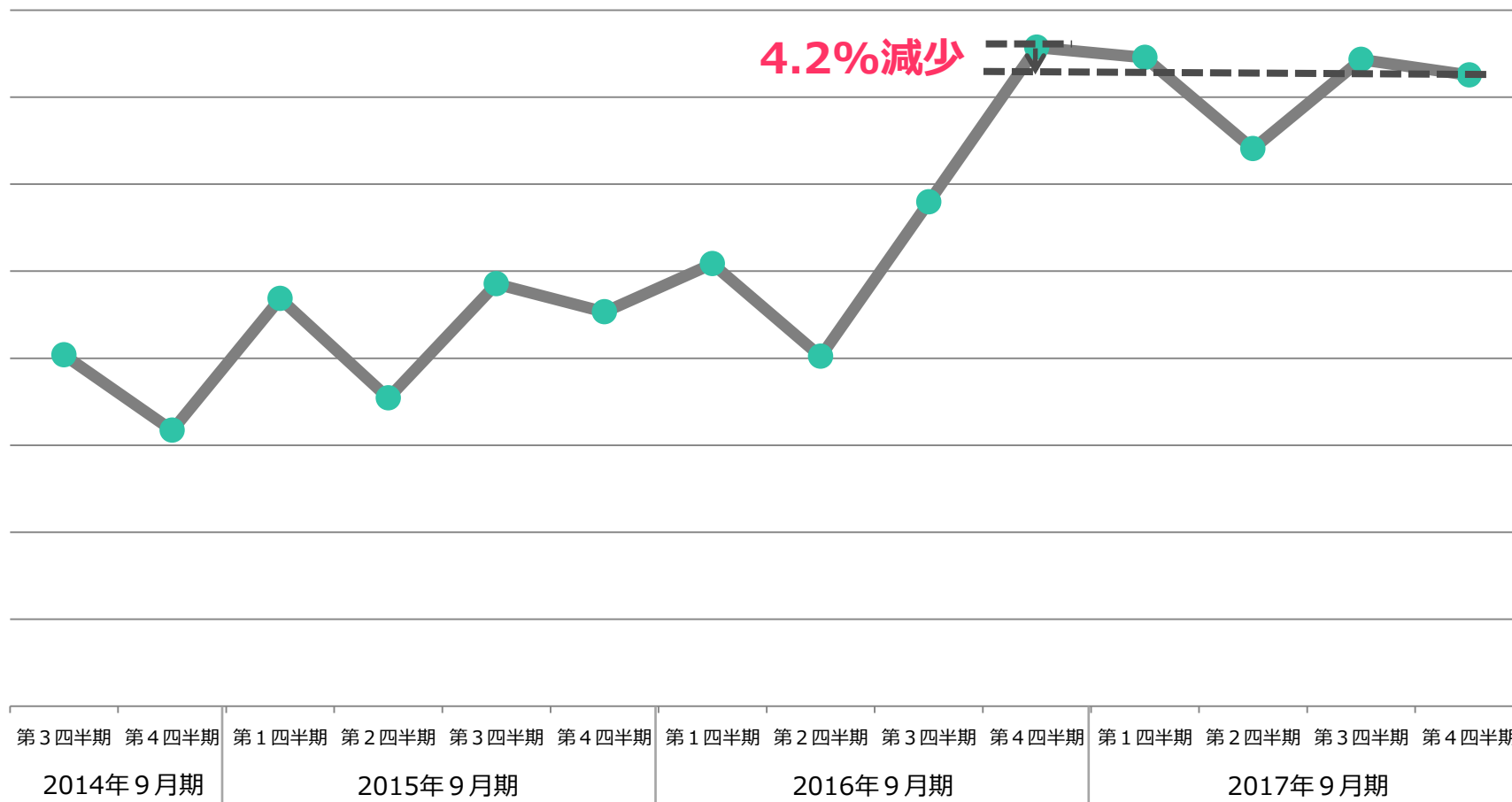
口コミ投稿累計件数

結婚式場の口コミ投稿累計件数は順調に推移し、前年同月比13.2%増加。



本番口コミ投稿件数 四半期毎合計

当四半期の本番口コミ（実際に結婚式場で結婚式を挙げたユーザーからの口コミ）投稿件数は、前年同期比4.2%減少。

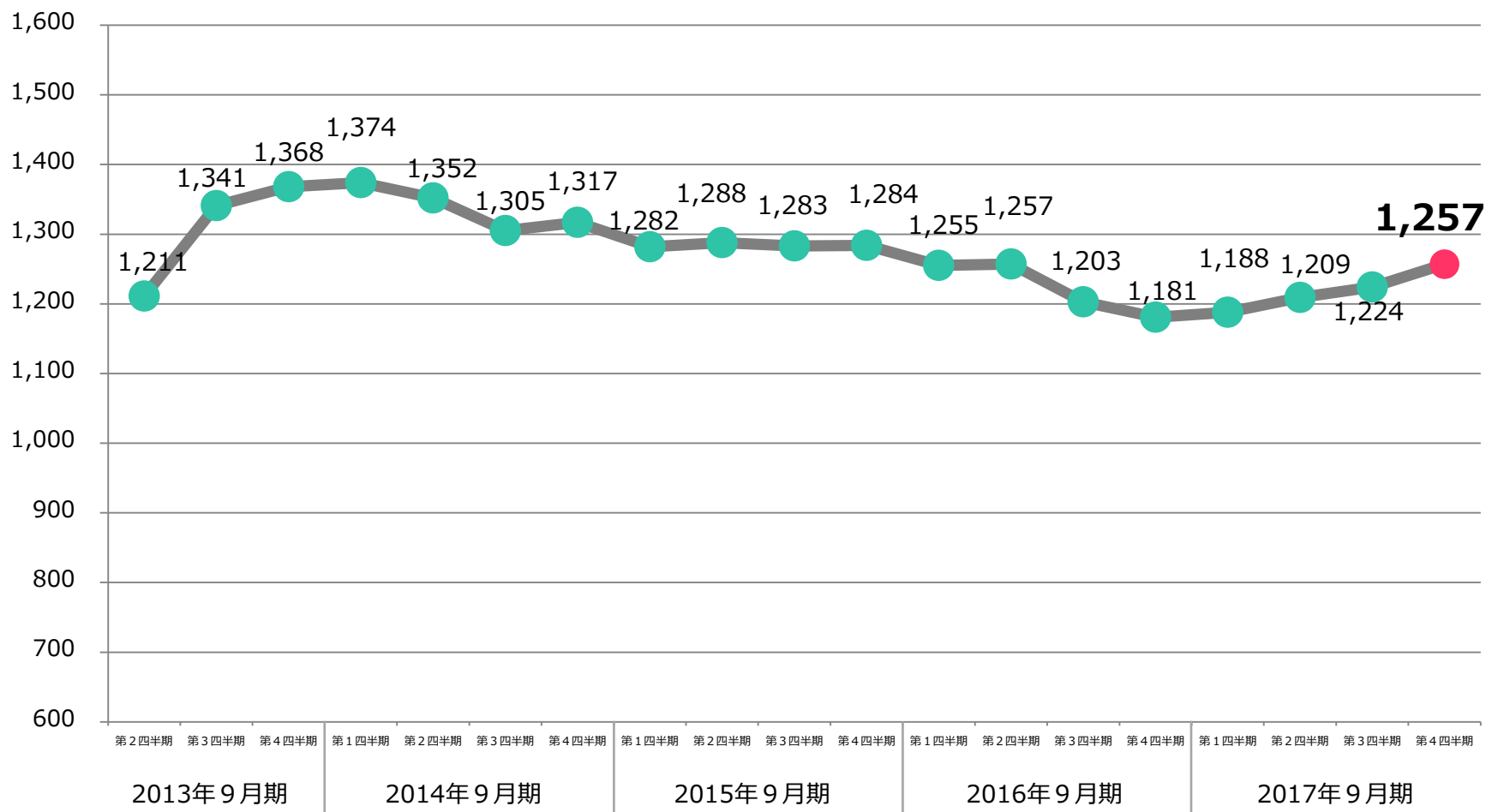


(※) 本番口コミ：実際に結婚式場で結婚式を挙げたユーザーからの口コミ。

有料掲載結婚式場数

結婚式場のニーズに合わせた商品展開により、有料掲載結婚式場数は増加傾向を堅調に維持

(単位：件)



(※) 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。

3. 当四半期のトピックス

ユーザー利便性向上のため相談デスクを再設置。クライアントニーズに合わせた商品展開により契約式場数が増加。移転コストが一時的に発生。

相談デスクを 再設置

■ リアルでのユーザー接点となる相談デスクを再設置

- ・オンラインに加え、リアルでユーザーの結婚式場選びをサポートする相談デスクを銀座に再設置。
- ・ユーザーの結婚式場選びの比較・訪問・申込を専門スタッフがサポート。

契約式場数が 増加傾向

■ 有料契約結婚式場数が堅調に増加傾向

- ・事業撤退する結婚式場が契約終了する一方、外資系高級ホテルなど特徴的な結婚式場が増加傾向。
- ・サービス開発部門と営業部門を一体化させ、ユーザーニーズとクライアントニーズの相互連携を促進させていく。

本社移転

■ 本社移転に係るコストが一時的に増加

- ・当面はメディア事業に注力するため、人員増が旧本社への移転時よりもなだらかに。
- ・2017年9月期は移転に係るコストが一時的に発生（115百万円）したが、地代家賃等が2018年9月期は大幅に減少する。

4. 業績予想

2018年9月期の主なトピックス

2016年11月時点

サービスの一層の進化

- メディア一体型オンラインデスクへの進化

事業構造の変革

- サービスの成長が売上高につながる構造へ



2017年9月～ サービス強化にまずは集中

ユーザー接点強化

■ 「オンラインデスク」 + 「リアル相談デスク」

- オンラインでの相談ニーズ（時間、場所の制約なし）
- リアルでの相談ニーズ（安心感）

ユーザーコンテンツの拡充

■ コミュニティ強化

- 未来の花嫁（プレ花）と挙式済み花嫁（卒花）の交流
- 実際の結婚式のコンテンツ強化

結婚式場コンテンツの拡充

■ 「結婚式施行を主とした課金モデル」 + 「掲載を軸とした課金モデル」

- 結婚式場が当社の運営サイトに参画しやすい環境の整備

2018年9月期 業績予想



有料掲載結婚式場数を増加させて売上高の増加を図る。2017年9月の本社移転により地代家賃等が減少し、営業利益の増加を見込む。

単位：百万円	2016年9月期 通期 2015年10月～2016年9月	2017年9月期 通期 2016年10月～2017年9月	2018年9月期 通期 2017年10月～2018年9月	2017年9月期比
売上高	1,703	1,568	1,700	+8.4%
EBITDA (※1)	324	190	300	+57.7%
営業利益	234	50	250	+396.0%
営業利益率	13.8%	3.2%	14.7%	—
経常利益	236	51	250	+384.0%
当期純利益	152	135	140	+3.5%

(※1) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

みんなの
大切な日
をふやす



問合せ窓口

株式会社みんなのウェディング

経営企画部

電話：03-6264-2323 （平日 10:00～16:00）

E-mail：ir@mwed.co.jp

サイト：<http://www.mwed.co.jp/ir/>

