

2020年5月26日

各 位

会 社 名	株式会社くふうカンパニー
住 所	東京都港区三田1-4-28 三田国際ビル23階
代表者名	代表取締役 堀口 育代 代表取締役 新野 将司 (コード番号：4399 東証マザーズ)
問合せ先	取締役 菅間 淳 (TEL. 03-6264-2323)

〈マザーズ〉投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○ 開催状況

開催日時 2020年5月18日 17:00

開催方法 インターネットを利用した動画配信

開催場所 弊社コーポレートサイト IRページにて公開
<https://kufu.co.jp/about/ir>

説明会資料名 2020年9月期第2四半期決算説明資料

【添付資料】

1. 投資説明動画において使用した資料

株式会社くふうカンパニー

2020年9月期 第2四半期 連結決算 説明資料

2020.5.15



1. 業績サマリーとコロナの影響及び対策について
2. 2020年9月期 第2四半期 連結業績
3. 結婚関連事業
4. 不動産関連事業
5. 金融関連事業
6. メディア関連事業
7. 結婚関連事業における今後の戦略について



1. 業績サマリーとコロナの影響及び対策について

コロナの感染拡大前まで、グループ業績は順調に拡大



当第2四半期の連結業績（1月-3月）は、コロナの感染拡大前において各事業が堅調に推移し、グループ全体の利益が拡大

(単位:百万円)		20/9期	19/9期		20/9期	
		Q2	Q2	前年同四半期比	Q1	前四半期比
売上高	結婚関連事業	1,046	892	117.3%	1,149	91.0%
	不動産関連事業	216	203	106.2%	200	107.8%
	その他	165	6	2648.8%	132	125.4%
	調整額	△5	△4	-	△7	-
	連結	1,422	1,097	129.6%	1,474	96.5%
営業利益	結婚関連事業	191	136	140.3%	204	93.6%
	不動産関連事業	26	△34	黒字化	25	104.0%
	その他	16	△18	黒字化	△14	黒字化
	調整額	△91	△57	-	△95	-
	連結	143	26	549.6%	120	118.7%
EBITDA	結婚関連事業	204	147	138.2%	217	94.0%
	不動産関連事業	28	△32	黒字化	27	103.9%
	その他	21	△18	黒字化	△9	黒字化
	調整額	△41	△29	-	△45	-
	連結	213	67	314.6%	189	112.4%

コロナの影響と事業戦略の転換について



➤ 結婚関連事業

3月に予定されていた結婚式の施行は、121件中35件が延期、9件が中止
5月現在の延期分を含む施行受注残高は960件(想定売上高は約16億円)
→安全な結婚式の実施方針を策定、非接触型の結婚式の開発へ

➤ 不動産関連事業

渡航規制やロックダウン等により、米国ハワイ州における富裕層向け事業が活動停止
→SSI社^{*1}に関するのれんの全額を減損処理、国内に軸足を移して事業戦略見直しへ

➤ その他

金融関連事業、メディア関連事業において、現時点でマイナスの影響はみられない
→生活支援サービスの取組みを積極的に展開

現時点で業績予想の算定が困難であることから、2020年9月期業績予想を未定に変更

*1 SSI社 = 株式会社Seven Signatures International



2. 2020年9月期 第2四半期 連結業績

グループ構成



- 3月末にふくろう少額短期保険(株)が参画、くふう少額短期保険(株)に商号変更
- ぐらしにくふう社の位置付けを変更し、グループメディア支援に加えて新規事業領域のメディア開発を推進



* くふう少額短期保険株式会社は2020年3月31日よりBS連結を開始、当四半期においてはPL連結対象外



**当第2四半期の連結業績（1月-3月）は、売上高 1,422百万円 (YoY 129.6%)、
営業利益 143百万円 (YoY 549.6%)、EBITDA 213百万円 (YoY 314.6%) で着地**

【各事業の進捗】

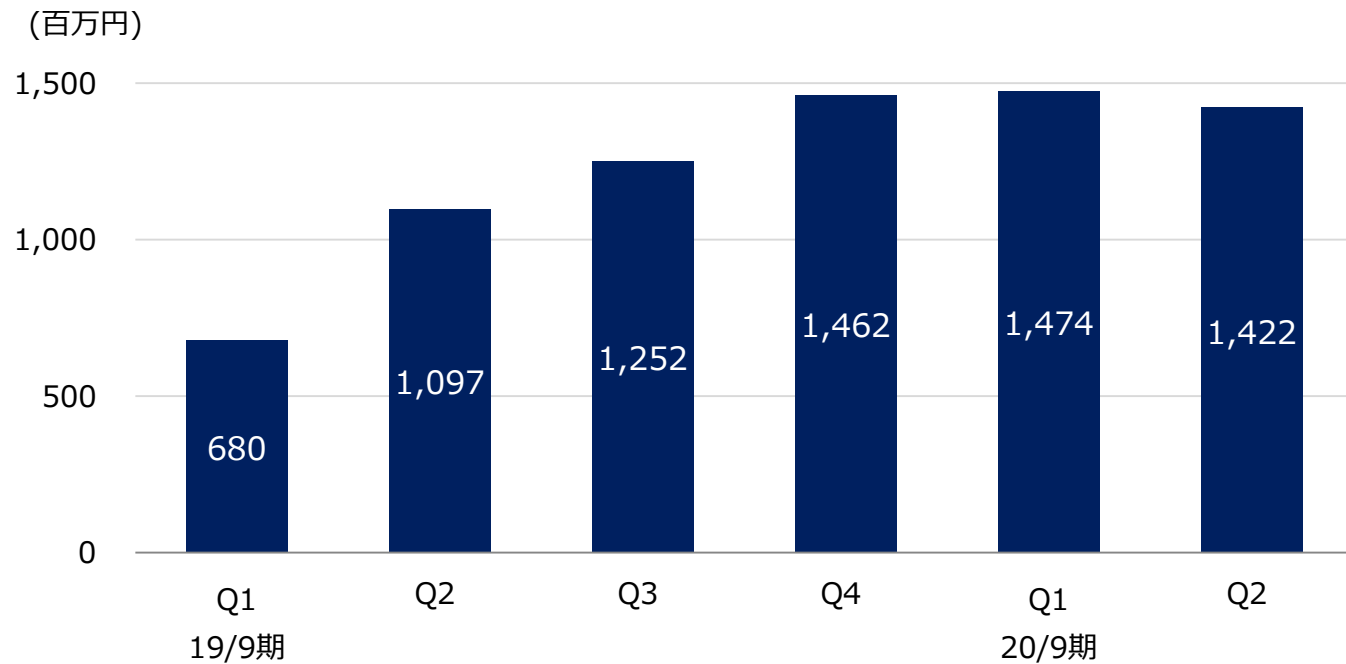
- 結婚関連事業：「メディアと結婚式プロデュースサービス」の融合による事業拡大を進めるも、3月以降の結婚式の延期・中止に伴い成長は足踏み
- 不動産関連事業：オウチーノ社は黒字基調を継続、富裕層向け事業はコロナの感染拡大により米国ハワイ州の事業活動を停止。今後の「メディア+サービス」の事業モデルによる成長拡大に向けた「サービス」の試験的な取組は継続
- 金融関連事業：家計簿サービス「Zaim」は生活者ニーズに迅速に応えるサービスや商品開発に注力、保険はくふう少額短期保険社の参画により自社商品開発が可能に
- メディア関連事業：くらしにくふう社によるユーザーファーストを徹底したグループメディア支援の強化を継続、グループ横断の各種プロジェクトも引き続き進行

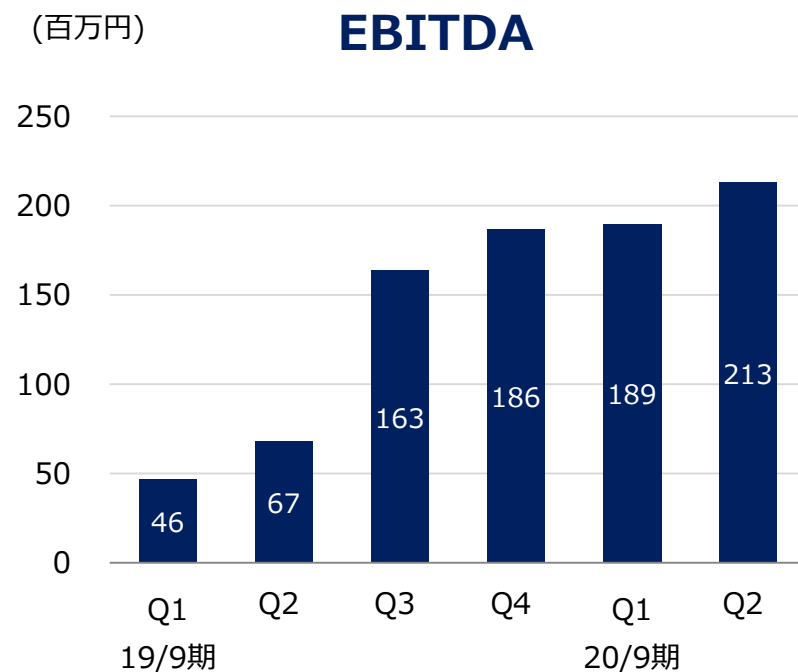
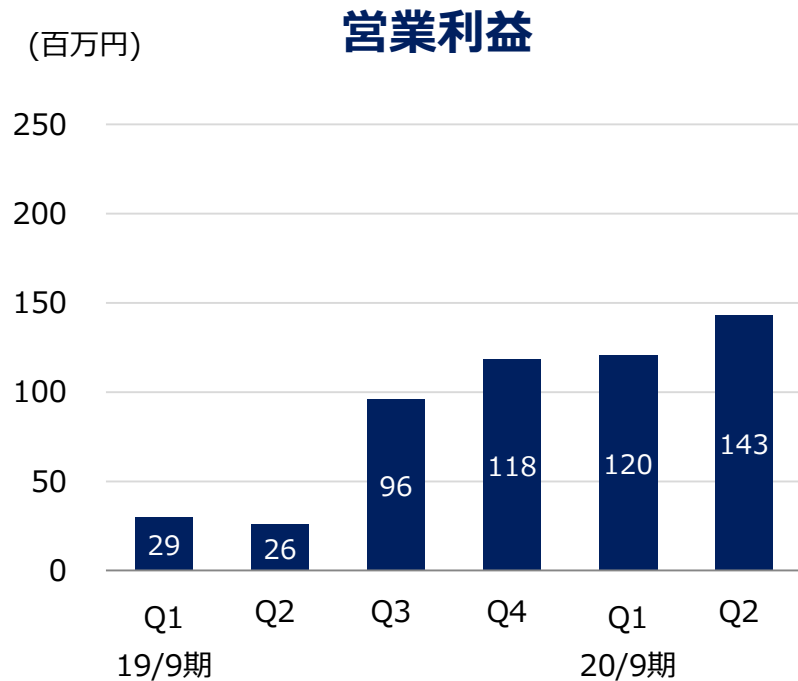


前四半期比で売上高は微減も、営業利益およびEBITDAは増加

(単位:百万円)	20/9期 Q2	19/9期 Q2	前年同四半期比	20/9期 Q1	前四半期比	20/9期 通期業績予想	進捗率
売上高	1,422	1,097	129.6%	1,474	96.5%	未定	- %
営業利益	143	26	549.6%	120	118.7%	未定	- %
EBITDA	213	67	314.6%	189	112.4%	未定	- %

*新型コロナウイルス感染症の収束の見通しが不透明であることから、業績予想の算定が困難となっている状況を踏まえ、現時点では業績予想を未定とし、公表が可能となった段階で改めて開示を予定





連結業績 セグメント別 売上高



結婚関連事業は前四半期比減収、不動産関連事業は堅調に推移、
その他はメディアの広告売上の伸長等により増収

(単位:百万円)		20/9期 Q2	19/9期 Q2	前年同四半期比	20/9期 Q1	前四半期比
売上高	結婚関連事業	1,046	892	117.3%	1,149	91.0%
	不動産関連事業	216	203	106.2%	200	107.8%
	その他	165	6	2648.8%	132	125.4%
	調整額	△5	△4	-	△7	-

連結業績 セグメント別 営業利益・EBITDA



結婚関連事業は減収に伴う減益、不動産関連事業は黒字を継続、
その他はメディアの増収およびグループ外向け受託開発案件の売上計上に伴い黒字化

(単位:百万円)		20/9期 Q2	19/9期 Q2	前年同四半期比	20/9期 Q1	前四半期比
営業利益	結婚関連事業	191	136	140.3%	204	93.6%
	不動産関連事業	26	△34	黒字化	25	104.0%
	その他	16	△18	黒字化	△14	黒字化
	調整額	△91	△57	-	△95	-
EBITDA	結婚関連事業	204	147	138.2%	217	94.0%
	不動産関連事業	28	△32	黒字化	27	103.9%
	その他	21	△18	黒字化	△9	黒字化
	調整額	△41	△29	-	△45	-



(単位:百万円)		2020年3月末	2019年9月末	増減額	増減要因
	流動資産	2,510	2,631	△121	現預金が188百万円減少、 のれんの減損130百万円計上に伴い 全体でのれんが153百万円減少
	固定資産	3,101	3,211	△109	
	資産	5,611	5,842	△231	
	負債	682	959	△277	買掛金が122百万円減少、 未払法人税等が85百万円減少
	純資産	4,928	4,882	+46	
	負債および純資産	5,611	5,842	△231	



3. 結婚関連事業

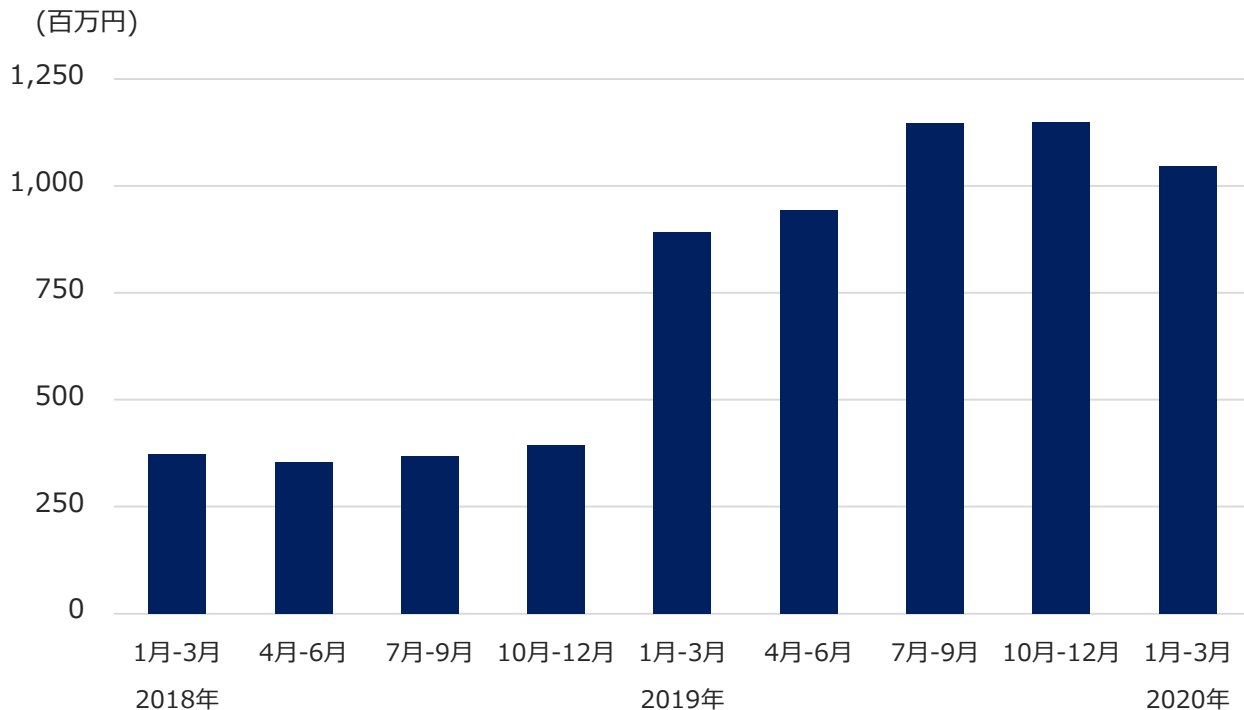


「メディアと結婚式プロデュースサービス」の融合による事業拡大を進めるも、 3月以降の結婚式の延期・中止に伴い成長は足踏み

- メディアは、当四半期においては営業努力とコスト削減等により収益を確保するも、コロナの感染拡大を背景とした契約条件に関する相談が結婚式場から相次ぎ発生
- 結婚式プロデュースサービスは、コロナの感染拡大に伴い、結婚式施行数の拡大基調が中断。
3月に予定されていた結婚式の施行は、121件中35件が延期、9件が中止。
4-6月は現時点で約9割が延期または中止の見通し
- フルスロットルズ社は収益性の高い百貨店催事および直営2店舗でのドレス販売に事業を集約。
百貨店催事は当四半期業績に寄与するも、4月以降は百貨店の休業等に伴う中止が相次ぎ発生

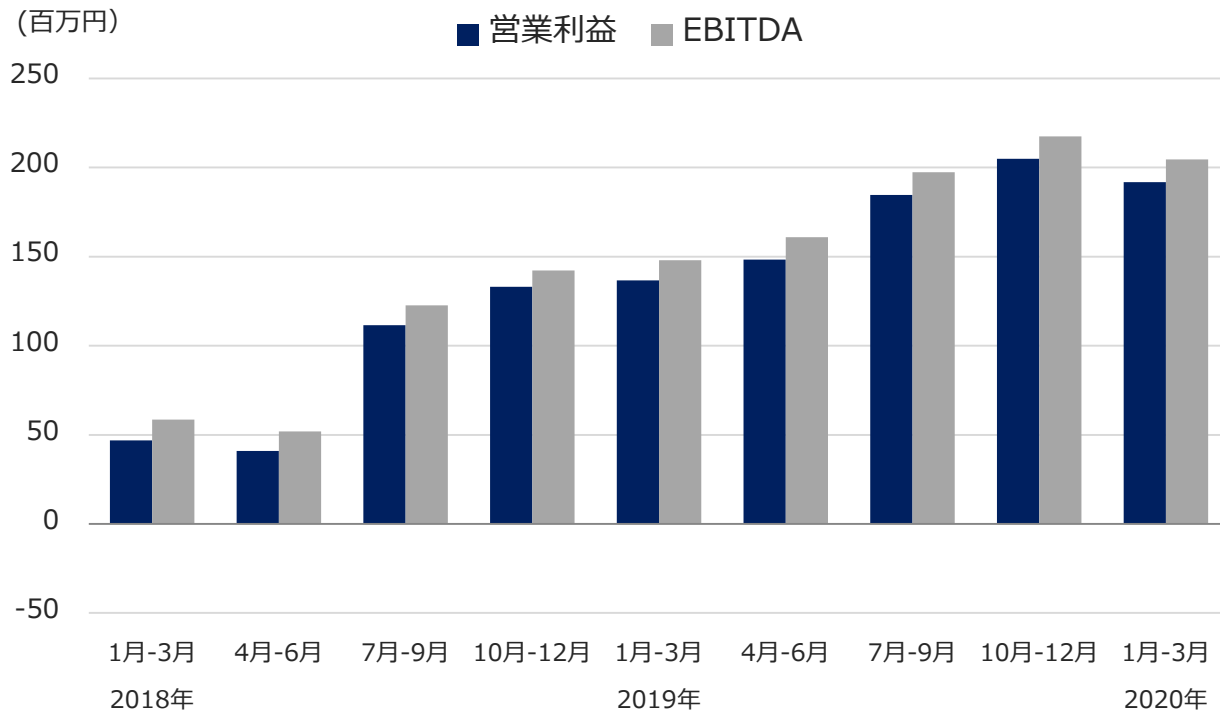


メディアは10-12月のキャンペーン商品売上の反動減、
結婚式プロデュースサービスは3月に発生した結婚式の延期/キャンセルに伴い減収





メディアおよび結婚式プロデュースサービスの減収に伴う減益





4. 不動産関連事業



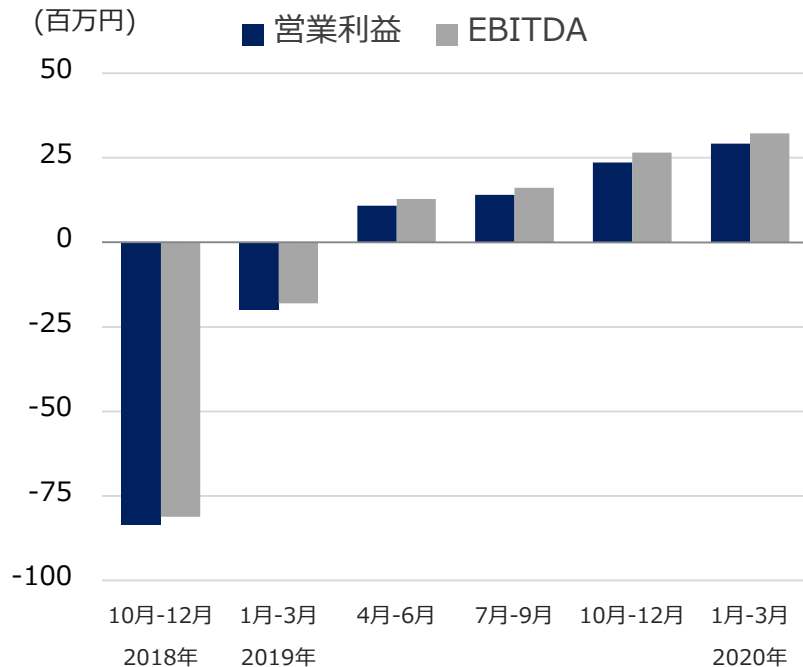
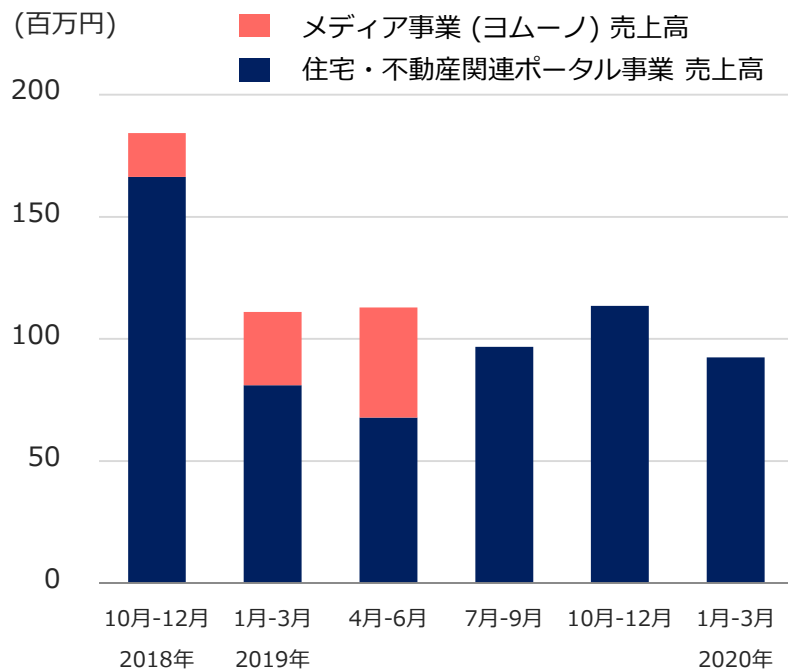
オウチーノ社は、不動産会社向けツールサービスの販売が堅調に推移、
富裕層向け事業はコロナの感染拡大に伴い、国内に軸足を移して事業戦略見直しへ

- 不動産会社向け営業支援ツールサービス「オウチーノ くらすマッチ」の
販売拡大により収益性が改善
- 富裕層向け事業は国内高級物件販売を計上するも、コロナの感染拡大に伴う
渡航規制やロックダウン等により、米国ハワイ州における事業活動が停止
⇒ SSI社について、連結決算においてのれん減損を計上

不動産関連事業（オウチーノ社） 業績推移



売上高は年末企画の広告商品販売の反動減が生じるも、
利益率の高い「オウチーノ くらすマッチ」の販売伸長により増益



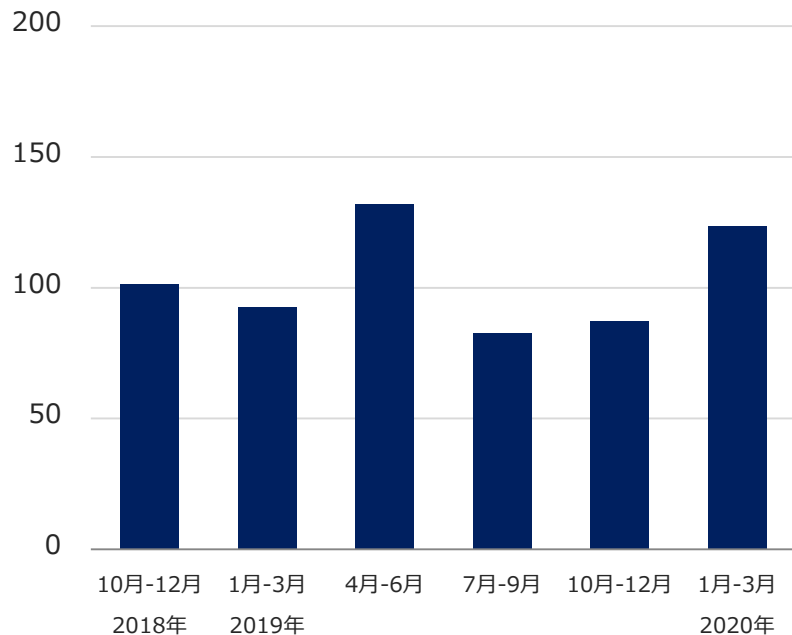
* 2019年7月1日付で、株式会社オウチーノのメディア事業である「ヨムーノ」を会社分割し、新設会社である株式会社くらしにくふうに承継（同社はセグメント分類上「その他」区分に計上）

不動産関連事業 (SSI社) 業績推移

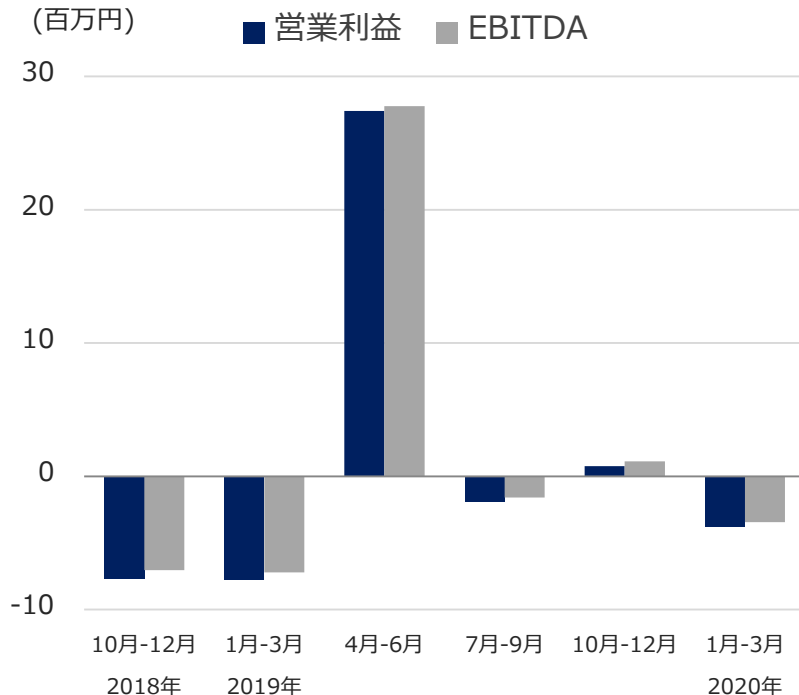


富裕層向け事業は国内高級物件販売を計上するも、コロナの感染拡大に伴い、
取扱い物件の大半を占める米国ハワイ州における事業活動が停止

(百万円)



(百万円)





コロナの感染拡大に伴う渡航規制やロックダウン等により、
SSI社において、取扱い物件の大半を占める米国ハワイ州の事業活動が停止
⇒ 当初想定していた業績が見込めなくなったことから、SSI社について以下を決定

- のれんの全額を減損処理し、連結決算において130百万円の減損損失を計上
- 持株会社が保有するSSI社の株式について154百万円の関係会社株式評価損を計上
- 持株会社のSSI社に対する114百万円の貸付債権の放棄を決定



5. 金融関連事業



家計簿サービスはZaim社が新型コロナの感染拡大に対する生活支援の取り組みを強化、保険はくふう少短社の参画に伴い自社商品開発を推進

- 消耗品の買い漏れ/買い過ぎを防ぐ「Zaim 消耗品購入タイマー」や、休業の手当・支援金額を自動算出できる「Zaim 手当・支援金シミュレータ」を開発
- 3月末にふくろう少額短期保険(株) が参画、くふう少額短期保険(株) に商号変更

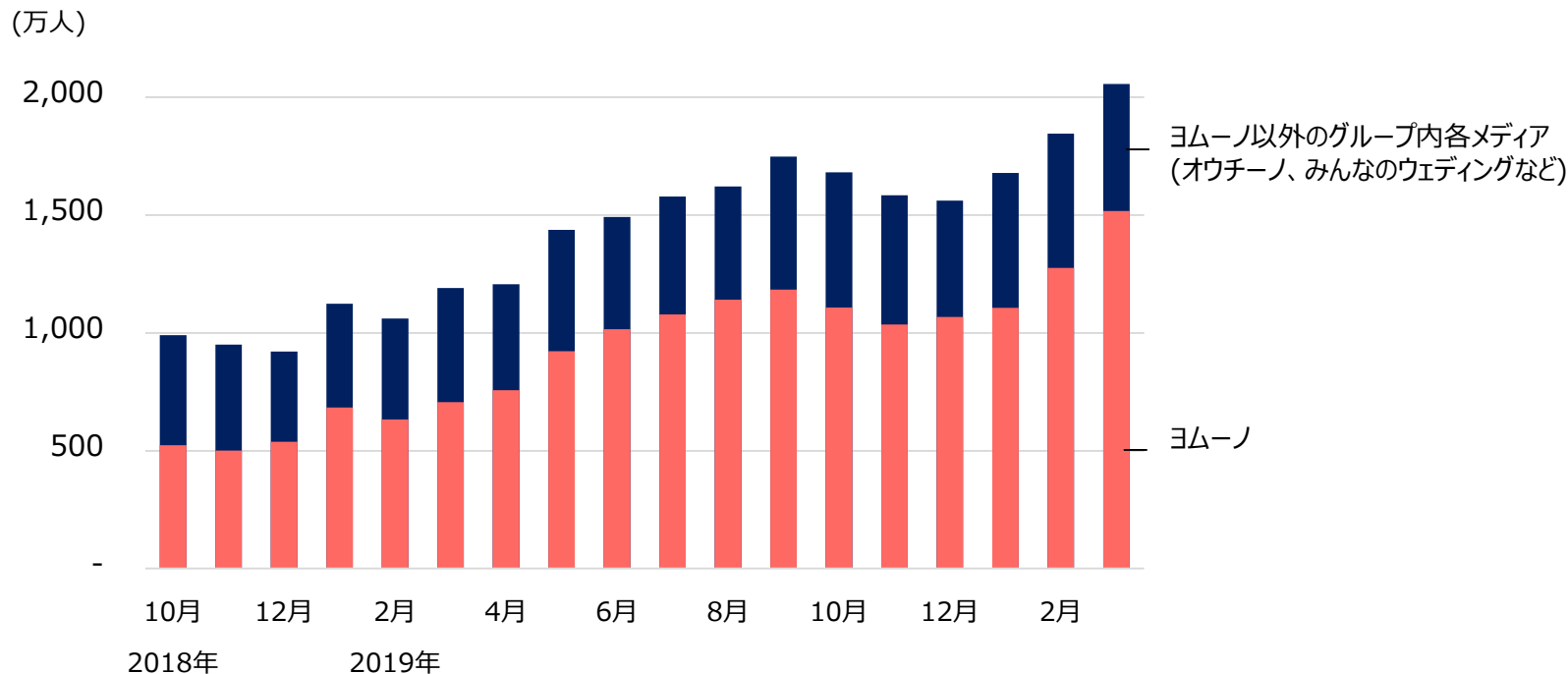


6. メディア関連事業

グループメディアの月間利用者数推移



くらし情報メディア「ヨムーノ」の利用者数が伸長、グループ全体で2,000万人を突破



* 「ヨムーノ」「みんなのウェディング」「オウチーノ」「Zaim (アプリ)」の利用者を対象に、ブラウザベースまたは端末ベースにより集計

コロナによる社会変化に伴い、多種多様なメディアの展開へ



ユーザーファーストと社会変化に一層応えていくために、メディア事業を強化

近日リリースを予定しているサービスの代表例

(1)「働き方の新しいスタイル」^{*1}

<リモートワークのくふう(β版)>

リモートワークに必要な「スペース探し」と新しい働き方のくふう等に関する情報を提供する新しい働き方支援サイト

リモートワークのくふう



(2)「日常生活の各場面の生活様式」買い物^{*1}

<買えるヨムーノ>

数多くあるECサイトから専門家・マニアなどのオススメを掲載する日用品の紹介サイト



^{*1} 厚生労働省公表「新しい生活様式」の実践例の項目より

ヨムーノの記事で紹介している商品や、ヨムーノのマニアや編集部がおすすめする、ネットで買える商品を一覧にしました。



7. 結婚関連事業における今後の戦略について

ユーザーの結婚式観に対するコロナの影響



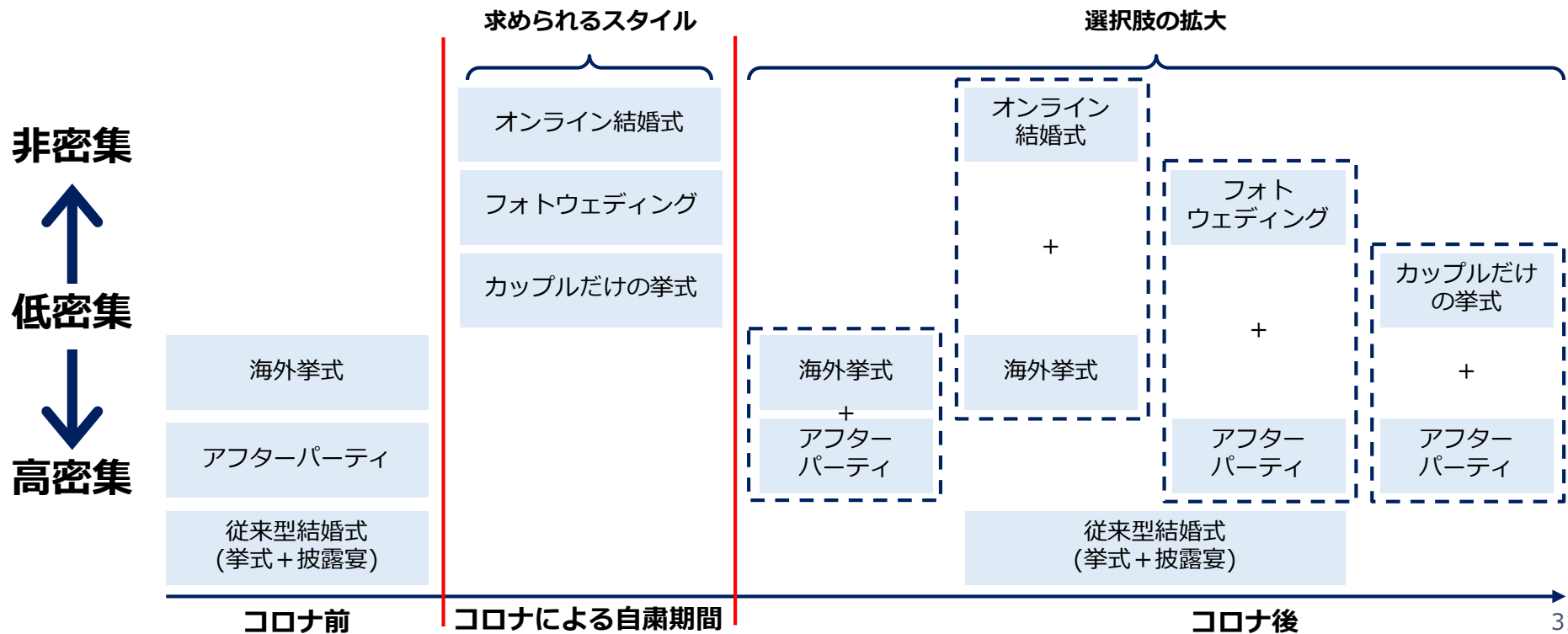
結婚式の準備から開催方法まで、これまでの常識が変わっていく

	コロナ前の常識		コロナ後の結婚式観
挙式場所	専門式場やゲストハウス		式場でも、自宅でも
披露宴	平均60人が集まったの飲食		オンラインで集まる飲食、 集まらない/飲食しない披露宴
会場選定	予約必須の見学・フェア		オンライン見学、VR見学
費用	3万円のご祝儀+自己負担		会費制、全額自己負担、 第三者からのプレゼント
衣装	レンタルドレス		レンタルも、オンライン購入も

コロナを機に結婚式の多様化が進む



結婚式においても“集まらない”という新しいスタイルがユーザーに求められ、
「コロナ後」における結婚式の選択肢が拡大すると考えられる

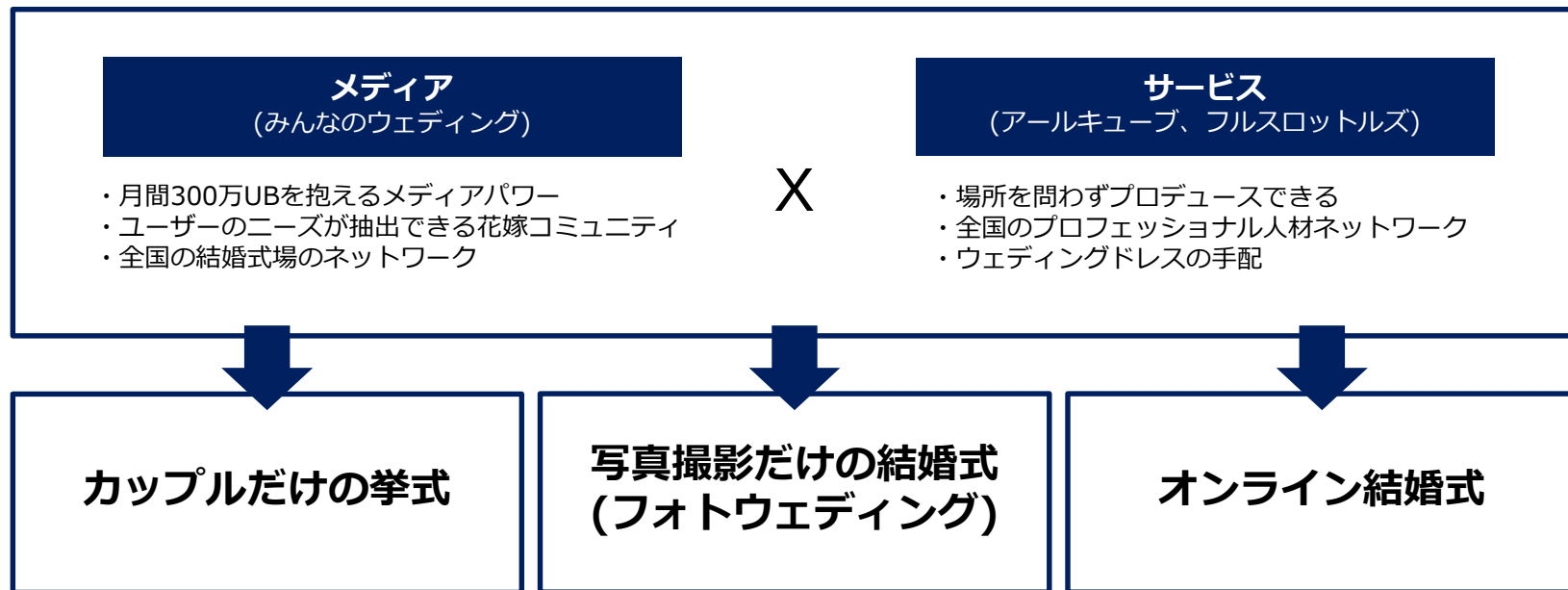


結婚関連事業の今後の戦略 / 多様な結婚式の開発



メディアとサービスの独自の強みを基礎にした企画力および実現力により、ユーザーファーストな新しい結婚式の開発に注力

ユーザーファーストな新しい結婚式をつくる



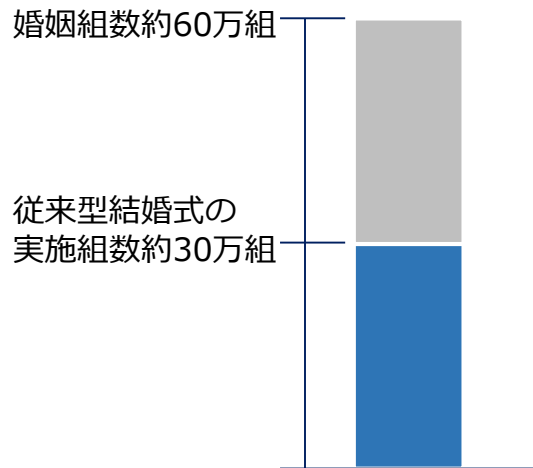
結婚関連事業の今後の戦略 / 市場観とビジョン



従来型結婚式に対する実施意向の縮減は不可避という前提に立ち、
ユーザーファーストな新しい結婚式の開発を通じて、提案可能なユーザー数が拡大

これまでの市場観とビジョン

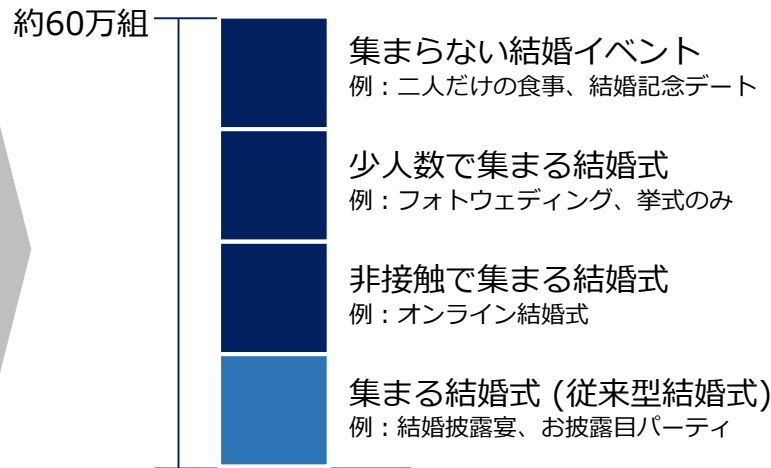
「結婚式をやるかやらないか」
サービス提供者目線での市場区分



従来型結婚式の実施層をターゲットに、
1万組のカップルをプロデュース

これからの市場観とビジョン

「どのような結婚식을望んでいるのか」
ユーザー目線での市場区分



婚姻カップルすべてをターゲットに、
6万組のカップルをプロデュース



「みんなのウェディング」掲載式場に対して、「コロナ後」に向けた結婚式場の業務を支援するサービスを無償提供

掲載式場向けメディアでの情報発信

支援策の例

- ・新しい価値観に対する効果的なプロモーション支援
- ・オンライン接客のためのツール導入支援
- ・安心安全な結婚式の施行支援

【式場様側／花嫁さん側の体験談をご紹介★】オンライン接客で感じたメリット・デメリット

みなさまこんにちは！ MintoMedia編集部チームです。
この度の新型コロナウイルス感染症に罹られた皆様、および関係者の皆様にごよりお苦しい申し上げます。

喜慶増進を目的とした商品がより増える中、場では友人や会社メンバーとオンライン飲み会や、有名芸能者がオンライン演奏会を開催、最近テレビを観ていて一部の芸人達は、オンラインで参加していたり、売上の低迷や新人と旧関係においてもオンラインで情報交換していたり、なにかと「オンライン」を通して様々な工夫を凝らしている場面が目に留みます。

みんなのウェディングにおいては、オンライン相談ツールを打ち出す式場様が増えてきました。

本日は、実際にオンライン接客を行っている式場様と、オンライン接客を受けたことのある花嫁さんの体験談をご紹介します！

何か新しい取り組みを知る際は、中々始めの一歩が踏み出せないこともあると思います。今回の記事を通して、式場様と花嫁さんにお話を伺っている中で、いざ始めてみるとオンライン接客は思いのほかでなく、サービス・接客面からこそ感じる良い点もたくさんあるのではないかと感じました。

その良い点をどのようにして改善していけば良いのか、今回の新しい取り組みは、今後のブライダル業界の運営方法や働き方が変わる取り組みにも繋がるのではないかと考えています。是非ご参考になれてはいかがでしょうか。

【目次】 オンライン接客のメリット・デメリットをピックアップしたくまなくお読みください
■ オンライン接客システムのご紹介
■ 式場様／花嫁さん側の体験談
■ 式場様／花嫁さん側の体験談
■ オンライン接客を受けた花嫁さんの体験談
■ これからのブライダル業界で増えていくべきこと

■ オンライン接客システムのご紹介

よく耳にするのは、「ベルフェイス」「ZOOM」や「Whispering」など、オンライン接客システムには様々な種類がございます。機能としてはそこまで大差がなく、無料で使える（有料利用あり）、ビデオ通話が可能、音声通話が可能、チャット機能がある、メモ機能が可能など。しかし、お客様にもアプリをインストールしていただくことが必要なシステムも一応ございます。

弊社では、式場の皆様とお打ち合わせで「ベルフェイス」を利用していたり、社内ミーティングでは「ZOOM」や「Whispering」を使用しておりますので、使い心地などお電話にて担当営業にご相談ください★

（※お見積りした際でもご紹介しております：「オンライン接客で感じたメリット・デメリット」）

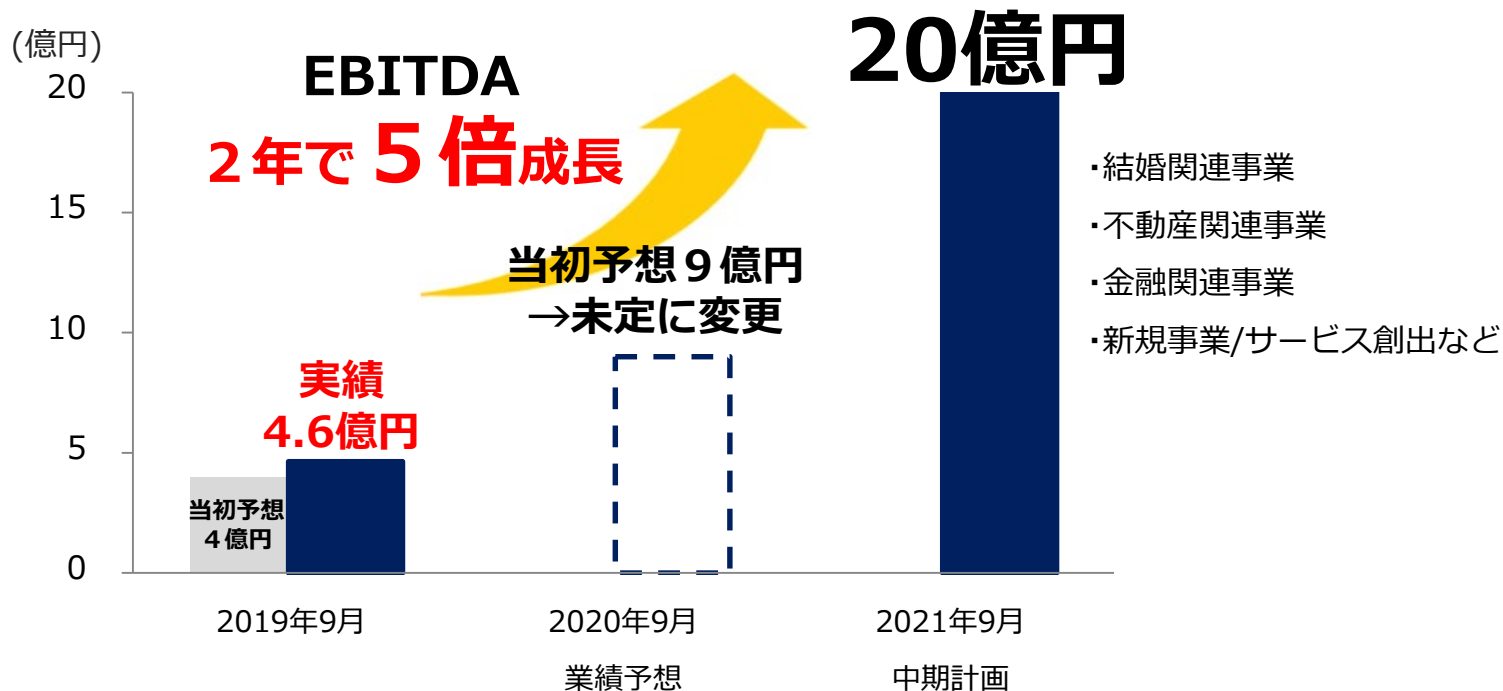
＜各社アプリで対応＞

サービス名	ビデオ通話機能	音声通話機能	チャット機能	メモ機能
bellface	○	○	○	○
zoom	○	×	×	×
Whispering	○	×	×	×
skype	○	×	×	×

(参考) 中期の経営定量目標 EBITDA



コロナの収束が不透明であること等から今期見通しを未定に変更、
2021年9月期にEBITDA (株式報酬費用を加算)^{*1} 20億円、2年で5倍成長の目標^{*2}は継続



*1 2020年2月14日付での新株予約権 (有償ストック・オプション) 発行決議に伴い、目標EBITDA金額に株式報酬費用を考慮

*2 2019年5月公表の2019年9月期業績予想比

くふうで生活を賢く・楽しく

=お問合せ=

経営管理部 IR担当

E-mail ir@kufu.co.jp

HP <https://kufu.co.jp>

