

株式会社みんなのウェディング (東証マザーズ 3685)

2014年9月期 第2四半期 決算説明資料

2014年5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、当社の経営陣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。

株式会社みんなのウェディング
Minnano Wedding Co., Ltd.

1. 会社概要
2. 事業モデル
3. 2014年9月期第2四半期 決算概要
4. 今後の計画

1. 会社概要

私たちの経営理念は

『みんなの願いを一緒に実現する会社』

世の中をもっと良くするため、幸せになるため“
みんな”のそれぞれの願いを“みんな”で一緒に実現する会社を
みんなのウェディングメンバーやユーザーやパートナー様と
一緒に作り上げていきます。

ウェディング事業ビジョン

『みんなの願う結婚式のすべてを実現すること』

100人いれば100通りの結婚式の‘かたち’があります。願いや想いは人それぞれ。
結婚式に決まった‘かたち’はありません。結婚式を挙げる二人と、ご家族やご友人、
そしてそれを支えるたくさんのプロフェッショナル。結婚式の準備をしている仲間たちと、
すでに結婚式を挙げた先輩たち。たくさんの‘みんな’によって、結婚式は実現します。
‘みんな’が一緒になって、それぞれの願う結婚式を実現できる社会を創ること。
それが、私たちの仕事です。

会社名

株式会社みんなのウェディング (証券コード：3685)
Minnano Wedding Co., Ltd.

設立年月日

2010年10月1日

所在地

東京都中央区銀座三丁目15番10号

資本金

1,434百万円 (2014年4月30日現在)

従業員数

101名 (契約社員含む：2014年3月末現在)

事業内容

結婚式場の口コミサイト運営
ウェディング関連情報提供
結婚式プロデュース

主要株主

株式会社ディー・エヌ・エー
穂田 誉輝
飯尾 慶介
Globis Fund III, L.P.
Globis Fund III(B), L.P.
Y J 1号投資事業組合

クックパッド株式会社 代表執行役兼取締役

株式会社グロービス・キャピタル・パートナーズが
運営するファンド

ヤフー株式会社の子会社が運営するファンド

2014年3月31日現在

大株主

順位	氏名または名称	所有株式数 (千株)	発行済株式総数に対する所有割合 (%)
1	Globis Fund Ⅲ, L.P.	1,359	18.52
2	株式会社ディー・エヌ・エー	1,034	14.09
3	穂田 誉輝	999	13.61
4	飯尾 慶介	865	11.79
5	Y J 1号投資事業組合	599	8.17
6	Globis Fund Ⅲ(B), L.P.	380	5.17
7	コアピープル投資事業有限責任組合	237	3.23
8	ドイチェ バンク アーゲー ロンドン ピービー ノントリティー クライアantz 613	184	2.51
9	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社	180	2.45
10	中村 義之	140	1.90
10	小暮 政直	140	1.90

発行済株式総数

7,336,000株 (2014年3月31日現在)

(備考) 7,530,300株 (2014年4月30日現在)

- ・ 4月22日第三者割当増資により、発行済株式総数167,300株増加
- ・ 4月中の新株予約権の行使により、発行済株式総数27,000株増加

経営陣の概要



代表取締役
飯尾 慶介
(いino けいすけ)
1975年生まれ

2006年株式会社ディー・エヌ・エー入社。
みんなのウェディング、mobageオープンプラットフォームの立ち上げに携わる。
2010年10月株式会社みんなのウェディング設立、代表取締役就任。



取締役 みんなのウェディング事業本部長
中村 義之
(なかむら よしゆき)
1984年生まれ

2008年株式会社ディー・エヌ・エー入社。
みんなのウェディングの立ち上げメンバーとして事業運営全般に携わる。
2010年10月株式会社みんなのウェディング取締役就任。



取締役 Brideal事業本部長
佐々木 聡晃
(ささき としあき)
1975年生まれ

2004年株式会社ディー・エヌ・エー入社。
2011年1月株式会社みんなのウェディング入社。
2011年11月取締役就任。



取締役 コーポレート本部長
新井 普之
(あらい ひろゆき)
1974年生まれ

1997年株式会社三和銀行（現株式会社三菱東京UFJ銀行）入行。
2013年1月株式会社みんなのウェディング入社。
2013年6月取締役就任。

社外取締役
芝 昭彦

芝経営法律事務所代表
弁護士
(主な職歴：警察庁)

監査役（常勤）
澤田 静華

公認会計士
(主な職歴：有限責任
あずさ監査法人)

監査役
今村 創造

株式会社東京アドバイザ
リーグループ代表取締役
(主な職歴：Deutsche
Bank group)

監査役
本橋 広行

本橋公認会計士事務所代表
公認会計士
(主な職歴：有限責任
あずさ監査法人)

主なメディア掲載歴

- 2014 4 18 **日経新聞** (4/18朝刊 35面 東京・首都圏経済) にBridealがプロデュースするレゴランドでのウェディングが掲載されました
- 4 14 **日経CNBC**「昼エクスプレス」内の「新興企業NOW」に代表の飯尾が出演しました
- 4 15 **読売新聞** (4/15朝刊 京葉面) にBridealがプロデュースするバスケウェディングが掲載されました
- 4 8 **毎日新聞** (4/8朝刊 13面) に「ナシ婚」に関するアンケート調査結果が掲載されました
- 3 26 **日経新聞** 電子版にマザーズ上場後の記者会見の内容が掲載されました
- 3 25 **テレビ東京**「ワールドビジネスサテライト」にみんなのウェディングが取り上げられました
- 3 25 **テレビ東京**「L4YOU!」に、みんなのウェディングが取り上げられました
- 3 25 **日経CNBC**「昼エクスプレス」内の「IPO社長に聞く」に、代表の飯尾が出演しました
- 3 12 **日経新聞** (3/12 15面 投資・財務) の「新規公開株の横顔」に、みんなのウェディングが取り上げられました
- 1 31 **テレビ東京**「Mプラス」に、新しい取り組みが取り上げられました
- 1 31 **日本テレビ**「ミヤネ屋」内のニュースコーナーで、新しい取り組みが取り上げられました
- 1 22 **日経ビジネスオンライン**に、みんなのウェディング代表へのインタビューが取り上げられました
- 1 17 **テレビ東京**「ワールドビジネスサテライト」に、新しい取り組みを取り上げていただきました
- 2013 12 6 **テレビ東京**「ワールドビジネスサテライト」に、みんなのファミリーウェディングが取り上げられました
- 11 27 **日経新聞**に、「シネ婚」の事例が紹介されました
- 11 22 **日経新聞** 電子版に、みんなのウェディング代表へのインタビューが取り上げられました
- 11 18 **日経MJ**に、イオンシネマとの「シネ婚」が取り上げられました



2014年3月25日

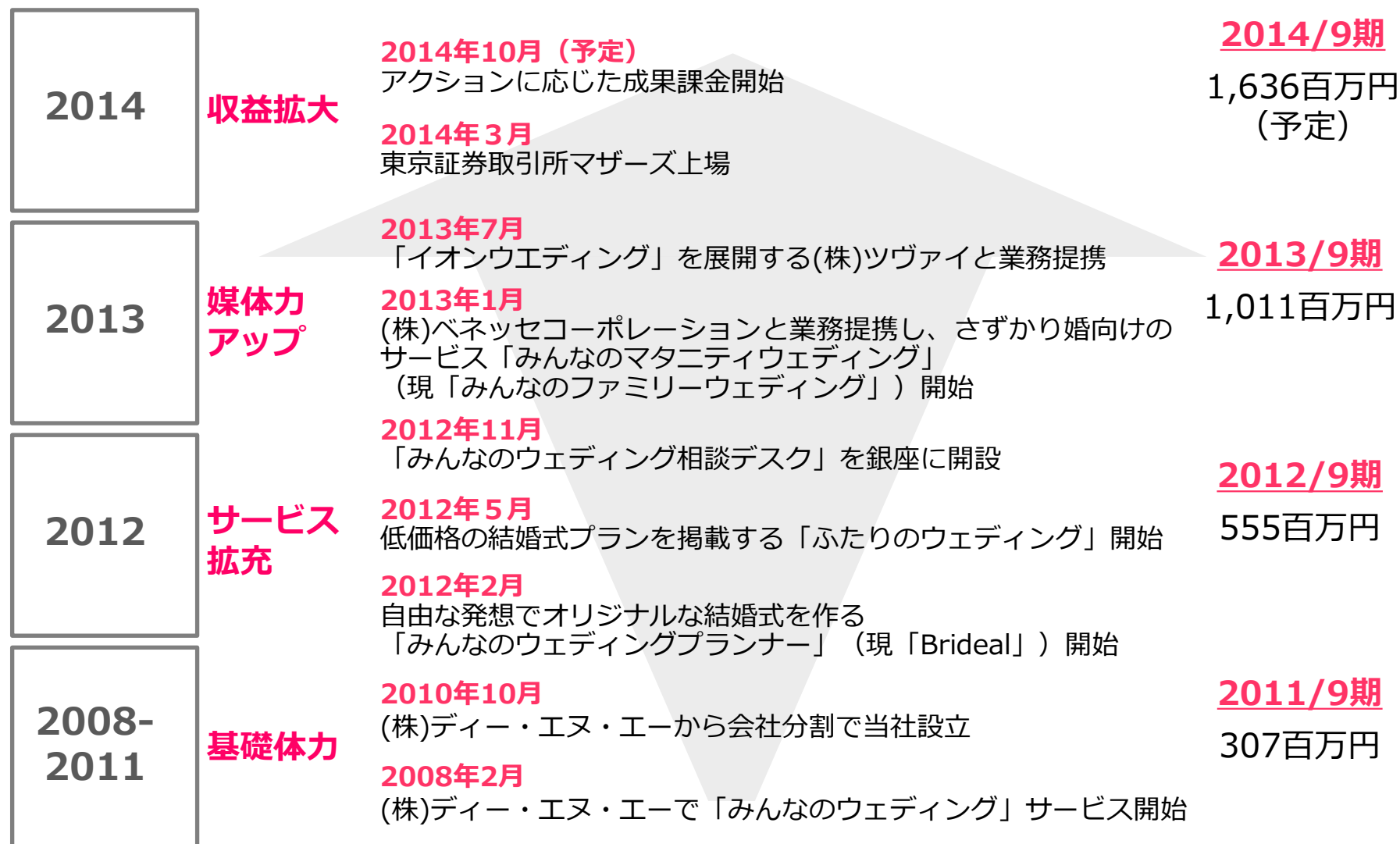


2014年1月31日



2013年12月6日

会社設立後、独自の強みを生かしてシナジーのある
大手企業との提携・連携を行い、事業を拡大しています。



2. 事業モデル

当社は、ウェディング市場の課題の解決に取り組んでおります。

市場規模

挙式披露宴・披露パーティ市場	:	1.4兆円	(※1)
ブライダル広告市場	:	500～700億円	(※2)

市場の課題

ユーザー (花嫁・花婿)

- 結婚式の情報が一方的
- 半数が結婚式を挙げないナシ婚(※2)
 - ・さずかり婚
 - ・経済的理由
 - ・セレモニーNG

クライアント (式場他、関連業者)

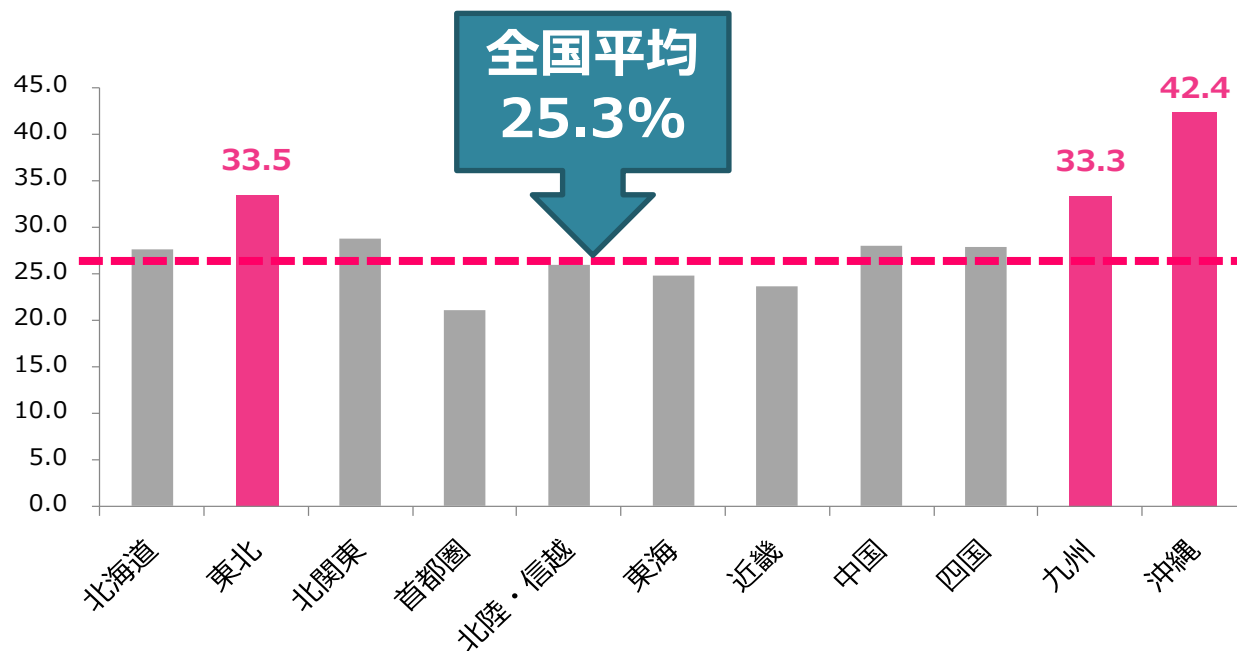
- 高い広告費を投資し続ける
- 婚姻届出数が減少
- 結婚式は人生1回
 - ・反復性なし

(※1) 株式会社矢野経済研究所「ブライダル市場に関する調査結果2014」

(※2) 当社調べ

さずかり婚

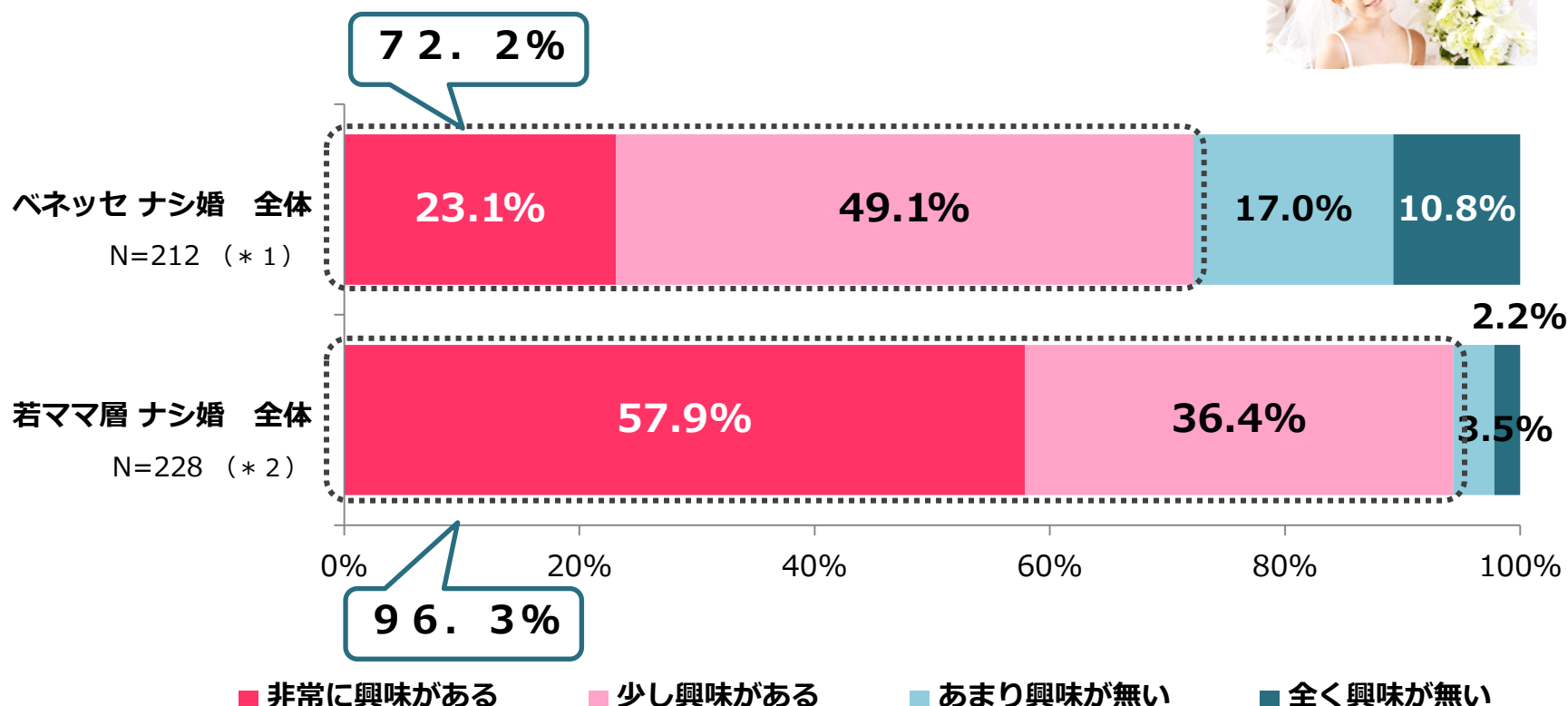
「さずかり婚率(*)」は全国平均で25%超



(*) さずかり婚率・・・結婚期間が妊娠期間より短い出生の嫡出第1子出生に占める割合
出所：厚生労働省「出生に関する統計」2009年

ファミリーウェディングへの関心

「ナシ婚」の7割以上が
「ファミリーウェディングに興味あり」と回答



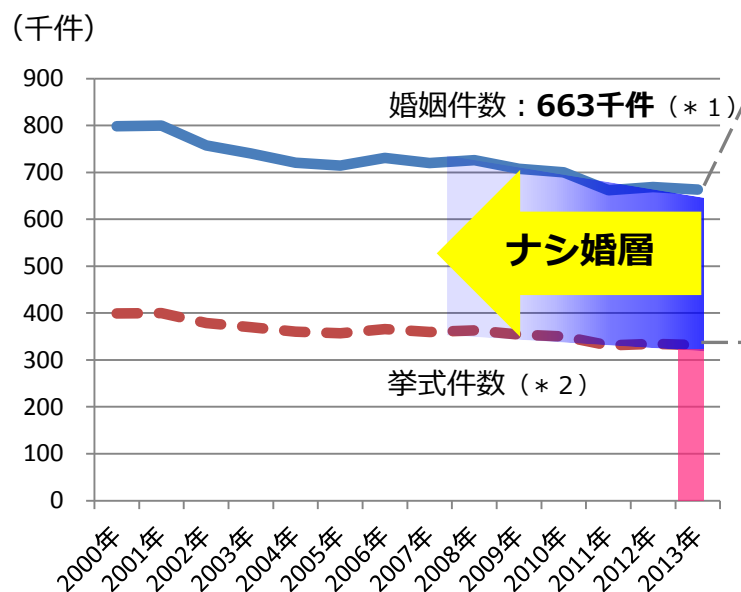
(*1) ベネッセ「ファミリー婚に関するアンケート」(2013年6月実施)

(*2) 当社「若ママ層へのファミリーウェディングに関する調査」(2013年7月実施)

市場動向とサービス展開

「ナシ婚」層向けのサービス展開を行い、眠っていた市場の掘り起こしを行うことで、ブライダル市場を拡大

日本の婚姻件数推移



ナシ婚の3大理由

さずかり婚

経済的理由

セレモニーN G

アリ婚

当社サービス

みんなのファミリーウェディング

さずかり婚や
子供と一緒にの結婚式

ふたりのウェディング

低価格の結婚式

Brideal

結婚式プロデュース

みんなのウェディング

結婚式場口コミ
実際の費用明細

年間婚姻件数の約半数は結婚式を挙げていないが、

挙げていない理由は大きく3つあり

当社はそれぞれにあったサービスを展開

(* 1) 厚生労働省「人口動態統計」(2013年)

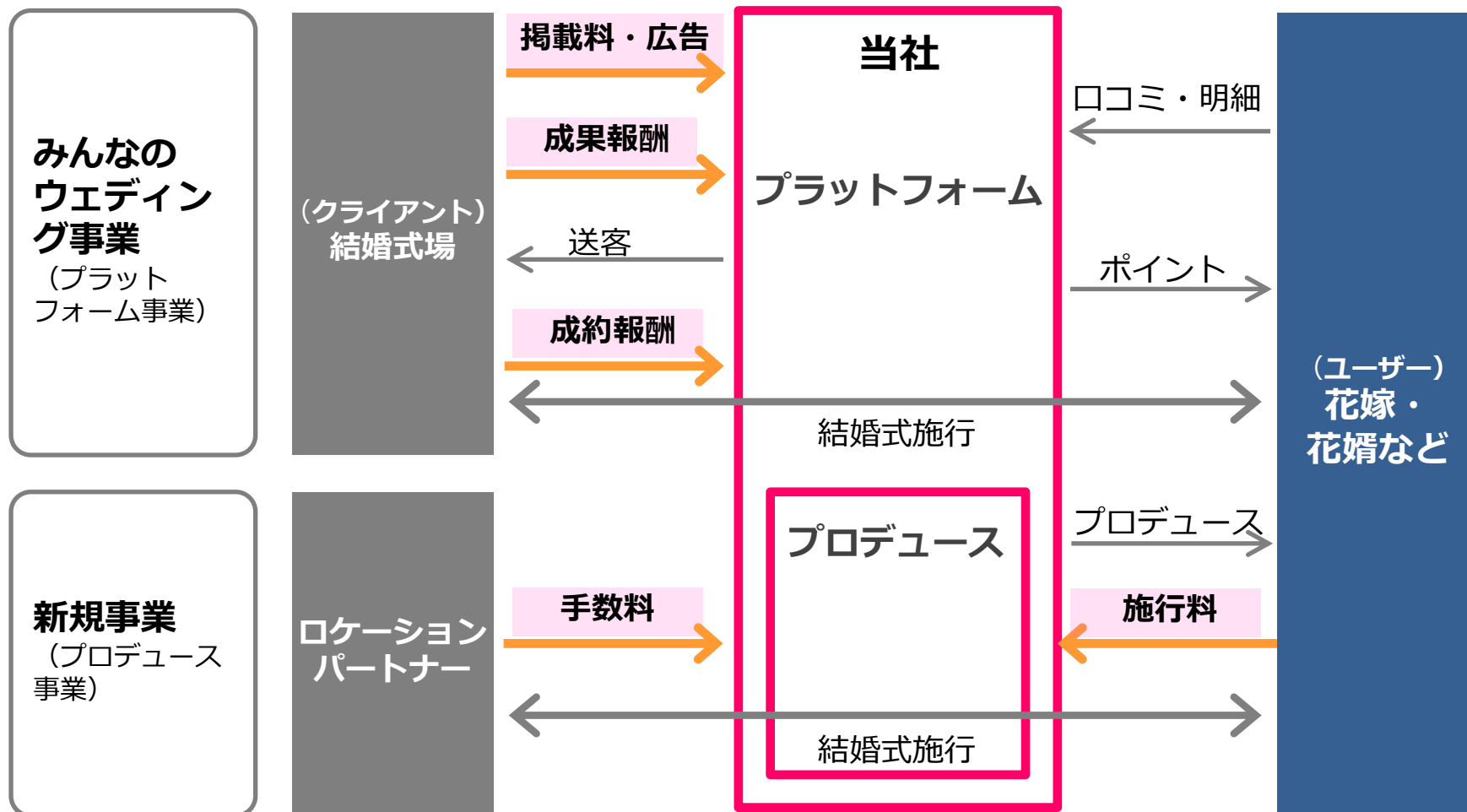
(* 2) 経済産業省「特定サービス産業実態調査」(2005年)を基に当社推計

サービス紹介

	サービス名称	提携企業	内容
みんなのウェディング事業 (プラットフォーム事業)			国内5,000以上の結婚式場情報と、300文字以上の「本音の口コミ」や「実際の費用明細」など、花嫁花婿が本当に知りたい情報から式場を探せる結婚式場選びの口コミサイト
		(株)ベネッセコーポレーション	さずかり婚（マタニティウェディング）や子供と一緒に挙げる結婚式（ファミリーウェディング）の結婚式場探しを応援 
			「挙式のみ」や「挙式後の少人数での会食」を中心に、低価格の結婚式プランを多数掲載
新規事業 (プロデュース事業)	みんなのウェディング相談デスク	(株)ツヴァイ	専門のアドバイザーが花嫁花婿の希望を聞きながら結婚式場の紹介などを行う無料相談カウンター
			「結婚式にもっと自由を！」をコンセプトに、花嫁花婿が願う自由で新しい結婚式をプロデュース

ビジネスモデル

当社は花嫁・花婿と結婚式場との最適なマッチングを実現しています。



強み① メディアパワー

本音の口コミ、実際の費用明細を掲載する結婚式場選びのサイトです。



みんなのウェディング
スマホサイト トップページ

本音の口コミ、実際の費用明細

- **300文字以上**の口コミ、**本物の費用明細**
- 式場にとって必ずしも**有利でない**口コミも
- **実在性確保**（携帯電話認証・Facebook ID連携）
- 事前審査
- WOMマーケティング協議会加盟

5,000件超の式場情報

- 有料掲載結婚式場 **1,352件**（2014年3月末時点）

年間婚姻件数を上回るサイトUU

- **サイトUU 266万／月**（2014年3月）

強み① メディアパワー

ユーザー目線を徹底した300文字以上の本音の口コミ、
実際の費用明細が集客力の源泉です。

消費行動の変化
ネットで比較、共有

×

感情の振り幅
感動、不満

×

インセンティブ
ポイント付与（現金）



口コミ獲得 ↑

300文字以上の口コミ

一流の結婚式場 100 式場から返信があります

お気に入り

(1209文字)

コストパフォーマンスの満足度

仏滅だと60万円引きました。その価値がないと、費用は高めだと思います。

結婚式場の雰囲気・設備の良さ

ホテル側の化粧室が素晴らしく綺麗で、挙式場のチャペルはとて素晴らしいです。神前式希望なので二つのチャペルがあったのですが、ホテル側のチャペルは披露宴会場や建物の雰囲気はホテル側、写真スポットなどとして、置かれている家具や照明なども素敵でうっとりしてしまいました。写真スポットになっている階層なども雰囲気があり、とても素敵です。希望としては披露宴会場はホテル側、式場はプラザ側だったのですが、そうなる移動時間がかかるため難しいという話になりました。館内が広すぎるとこういう問題が発生するのだと思いました。梅山荘名物の庭は緑豊かで、五重塔や川、滝などもあり、庭だけでも十分楽しめました。とにかく一流です。写真スポットが沢山あり飽きませんでした。

神楽への入り口

ホテル側の会場

癒し効果のある庭の滝

演出・オリジナリティの満足度

庭に出て写真を撮ったりと、素敵な庭を使った演出が出来ると思いました。大きな施設なので、ひととおりの演出に対応出来るはずです。ただの街中にあるホテルと違って、雰囲気は抜群なので、オリジナリティとしても充分だと思います。

衣装・小物の満足度

衣装は展示してあった数点しか見てませんが、綺麗で洗練されていました。

1,209文字

実際の費用明細

ご婚礼お見積書

式日

ご両家様

人数

80

種別	品目	単価	数量	金額	備考
プラン	オフリーディングプラン	785,000	1	785,000	NT
	オフリーディングプラン	7,500	40	300,000	NT
	オフリーディングプラン				
お料理	お料理				
	お料理				
	お料理				
	お料理				
お飲料	お飲料				
	お飲料				
	お飲料				
	お飲料				
おデザート	おデザート				
	おデザート				
	おデザート				
	おデザート				
お花	お花				
	お花				
	お花				
	お花				
お衣装	お衣装				
	お衣装				
	お衣装				
	お衣装				
お印刷	お印刷				
	お印刷				
	お印刷				
	お印刷				
おその他	おその他				
	おその他				
	おその他				
	おその他				

実際に
交渉した跡

強み② 新たな市場創出に向けた取組み



妊娠・育児で結婚式を諦めている層にファミリーウェディングを啓蒙し、新たな結婚式市場を創出

式場の課題

- 地域人口の減少
 - ・ 婚姻件数も減少
- 半数が結婚式を挙げないナシ婚
 - ・ 経済的理由
 - ・ さずかり婚・育児
 - ・ セレモニーNG



花嫁・花婿

- さずかり婚率（*1）は全国平均**25%超**（*1）
 - ・ 東北・九州・沖縄では30%超
- ナシ婚の**70%以上**がファミリーウェディングに興味あり（*2）



当社の取組み

- 妊娠・育児層に向けた結婚式情報サービスを拡充
 - ・ 妊娠・育児中の家族対象の結婚式を啓蒙
- 新たな市場を創出し、式場へ送客



（*1）さずかり婚率・・・結婚期間が妊娠期間より短い出生の嫡出第1子出生に占める割合
出所：厚生労働省「出生に関する統計」（2009年）

（*2）ベネッセ「ファミリー婚に関するアンケート」（2013年6月実施）

強み③ プロデュース：Brideal

花嫁・花婿が理想とする結婚式をオーダーメイドでプロデュース。



映画館で挙げる
「シネ婚」

“セレモニー”を嫌い、
挙式しない層がターゲット

⇒ 潜在市場の掘り起こし



社交パーティー
ウェディング

ノンアセット(*)で付加価値の
高いオーダーメイドの結婚式を
プロデュース

⇒ 中期的に高い利益率



葉山ビーチ
ウェディング

(*) ノンアセット：資産（施設）を自社で保有しないこと

強み④ ストック×フローの収益モデル



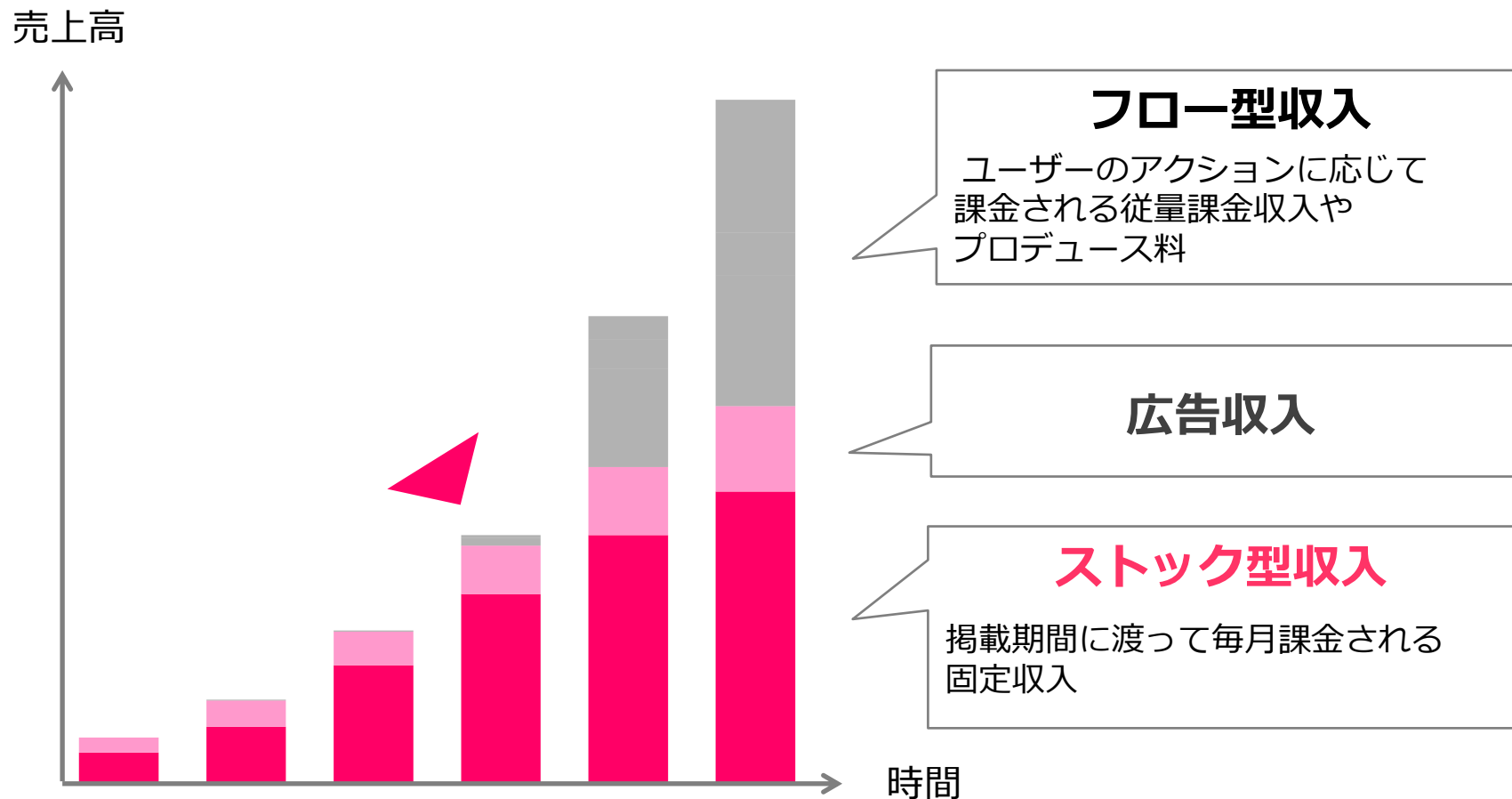
多様な課金モデル

		みんなのウェディング	ファミリーウェディング	ふたりのウェディング	みんなのウェディング相談デスク	Brideal
式場掲載 (ストック)	プラットフォーム 利用料	○		○		
広告	サイト等への広告料	○	○		○	
成果報酬 (フロー)	アクションに 対する報酬 (2014年10月課金開始)	○				
成約報酬 (フロー)	結婚式施行に 対する報酬		○		○	
プロデュース (フロー)	結婚式の プロデュース料					○

アクション：ユーザーがみんなのウェディングサイトで起こした
見学予約、フェア予約、有効コール（来館予約に関する電話予約）、資料請求等

強み④ ストック×フローの収益モデル

式場掲載料は年間契約でストック型の収益として底堅く推移し、
その上に成果報酬や成約報酬のフロー型の収益、広告料が加わります。



※上記売上グラフは各売上の将来イメージ図であり、弊社が策定した中期経営計画等ではありません。

3. 2014年9月期第2四半期 決算概要

第2四半期は、新商品の浸透と商品の改定、提携の進展を実施しました。

みんなのウェディング事業

(プラットフォーム事業)

- **新商品の販売・転換開始**
(2013年10月)
 - ・ 2014年10月からのアクション課金を組み込む
- **みんなのマタニティウェディングから、みんなのファミリーウェディングへ** (2013年11月)
 - ・ 結婚式を挙げていない出産・育児層を取り込み
- **みんなのファミリーウェディング成約課金開始** (2014年2月)

- **株式会社ツヴァイとの提携進展**
 - ・ イオンウェディング2店舗で新規連携 (累計7店舗)

新規事業

(プロデュース事業)

- **社内のプランナーで結婚式をプロデュースする形に移行**
 - ・ 花嫁・花婿が理想とする結婚式をより実現しやすく
- **ロケーション開拓推進**
 - ・ 2013年11月、イオンシネマみなとみらいにおいて「シネ婚」実施

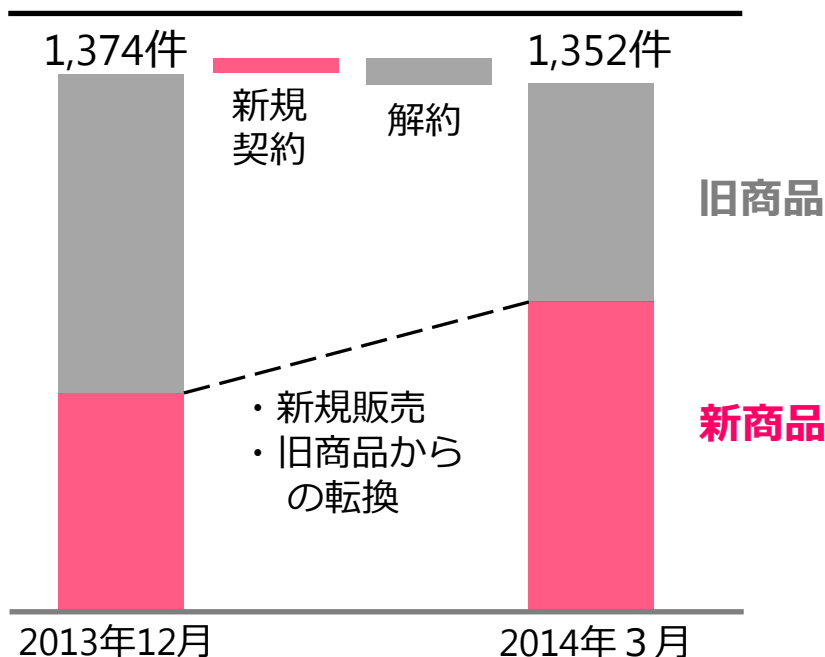
サービス深耕

提携の進展

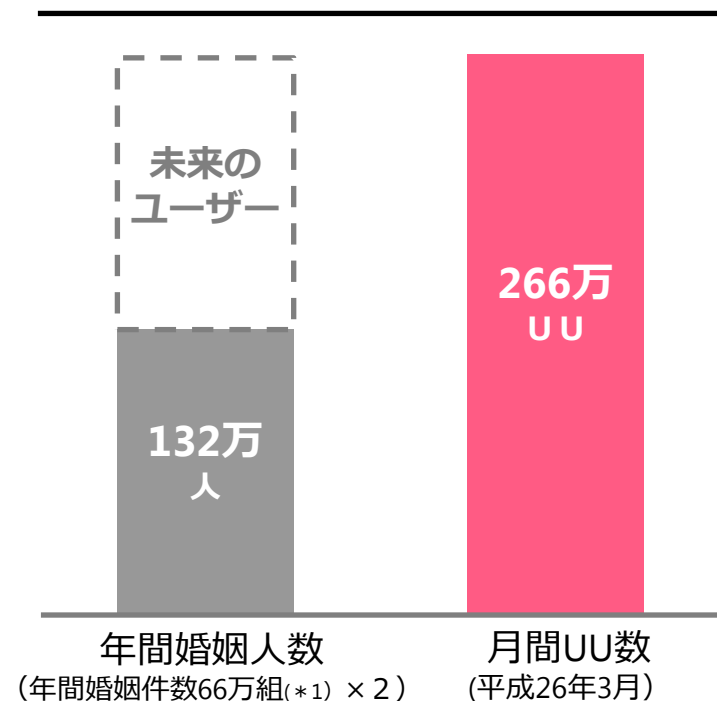
主要な指標の動向

新商品の契約数は堅調に増加し、年間婚姻人数を超える月間ユニークユーザー数となる。

有料掲載結婚式場数



月間ユニークユーザー数



■ 新商品の新規販売は堅調に推移

- ・新商品は単価が高く、アクション課金を組み込む

■ 年間婚姻人数を超えるUU (*2)

- ・未来のユーザーを取り込むコンテンツ

(*1) 厚生労働省「人口動態統計」(2013年)

(*2) UU: ユニークユーザー数: 「みんなのウェディングサイト」にアクセスしたユーザーの数(延べ人数ではありません)

第2四半期 ハイライト

(単位：千円)	2014年9月期 第2四半期 (累計)	2014年9月期 (予想)
売上高	719,011	1,636,890
営業利益	169,047	506,679
(利益率)	(23.51%)	(30.95%)
経常利益	146,090	492,479
(利益率)	(20.32%)	(30.09%)
当期純利益	87,903	305,337
従業員(人) (正社員+契約社員)	101	—

■ 2013年9月期第2四半期に比べ、利益率が向上。

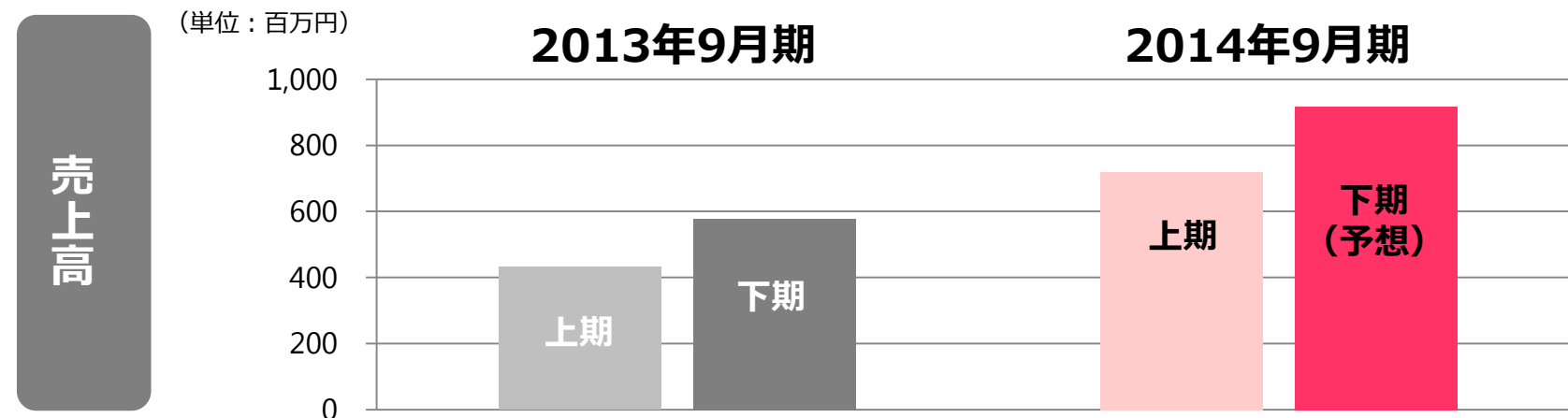
- ・売上高が堅調に増加

■ 2014年9月期第2四半期会計期間（1月～3月）は、スポットの費用も発生

- ・Bridealの仕組み移行による費用
- ・正月明けに活発化するユーザーに向けた広告宣伝費
- ・人材採用に係る費用
- ・IPO・資金調達に伴う費用、税金

第2四半期と通期の業績（予想）

事業の進展に伴い、下期に向けて売上高が増える傾向です。



2014年9月期
下期

みんなのウェディング事業 (プラットフォーム事業)

■ 新商品への転換完了予定 (2014年9月)

- ・ 2013年10月から順次、ベース価格の高い新商品へ転換
- ・ 新商品契約数は堅調に増加

新規事業 (プロデュース事業)

■ 自社プロデュースの進展

- ・ 花嫁・花婿が理想とする結婚式をより実現しやすく

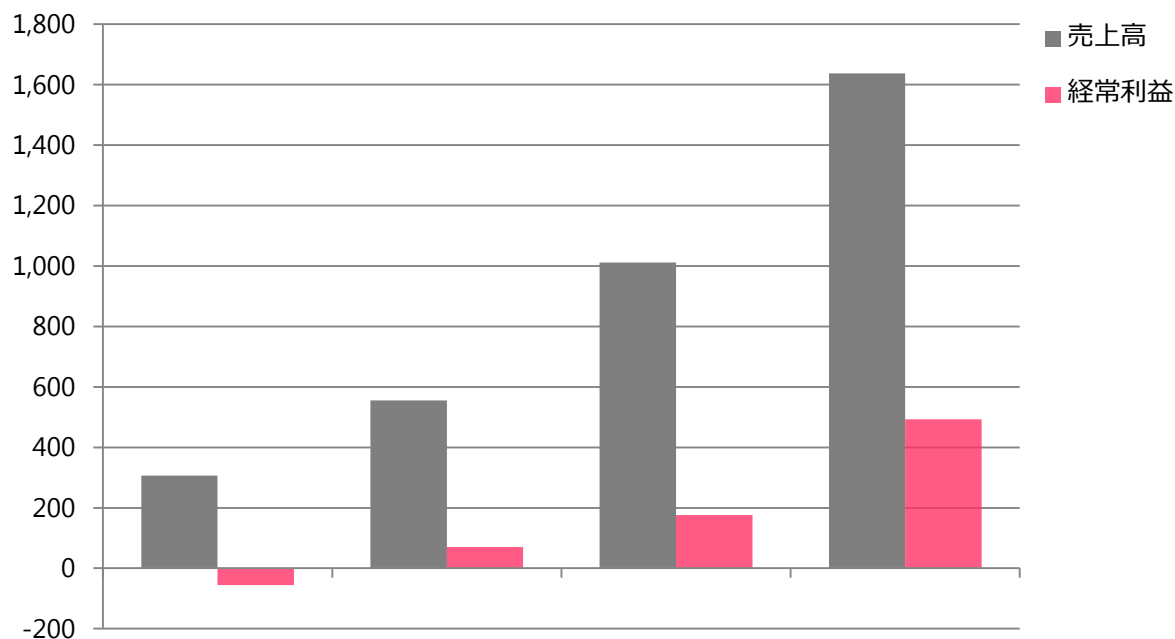
■ 多彩な結婚式をプロデュース

- ・ レゴランド・千葉ジェッツ
(2014年4月募集)

業績推移と計画

設立以来、売上高、利益ともに順調に伸長。
今期は収益機会の拡大により、更なる業績拡大を計画しています。

(単位：百万円)



(百万円)	2011/9期	2012/9期	2013/9期	2014/9期 (予想)
売上高	307	555	1,011	1,637
営業利益	△55	70	175	507
経常利益	△56	71	176	492
当期純利益	△56	61	110	305

※2011年9月期の数値については監査法人の監査を受けておりません。

4. 今後の計画

新商品導入に伴う、料金体系の変更

「みんなのウェディング」サイト

新商品導入に伴う、料金体系の変更（2014年10月～）



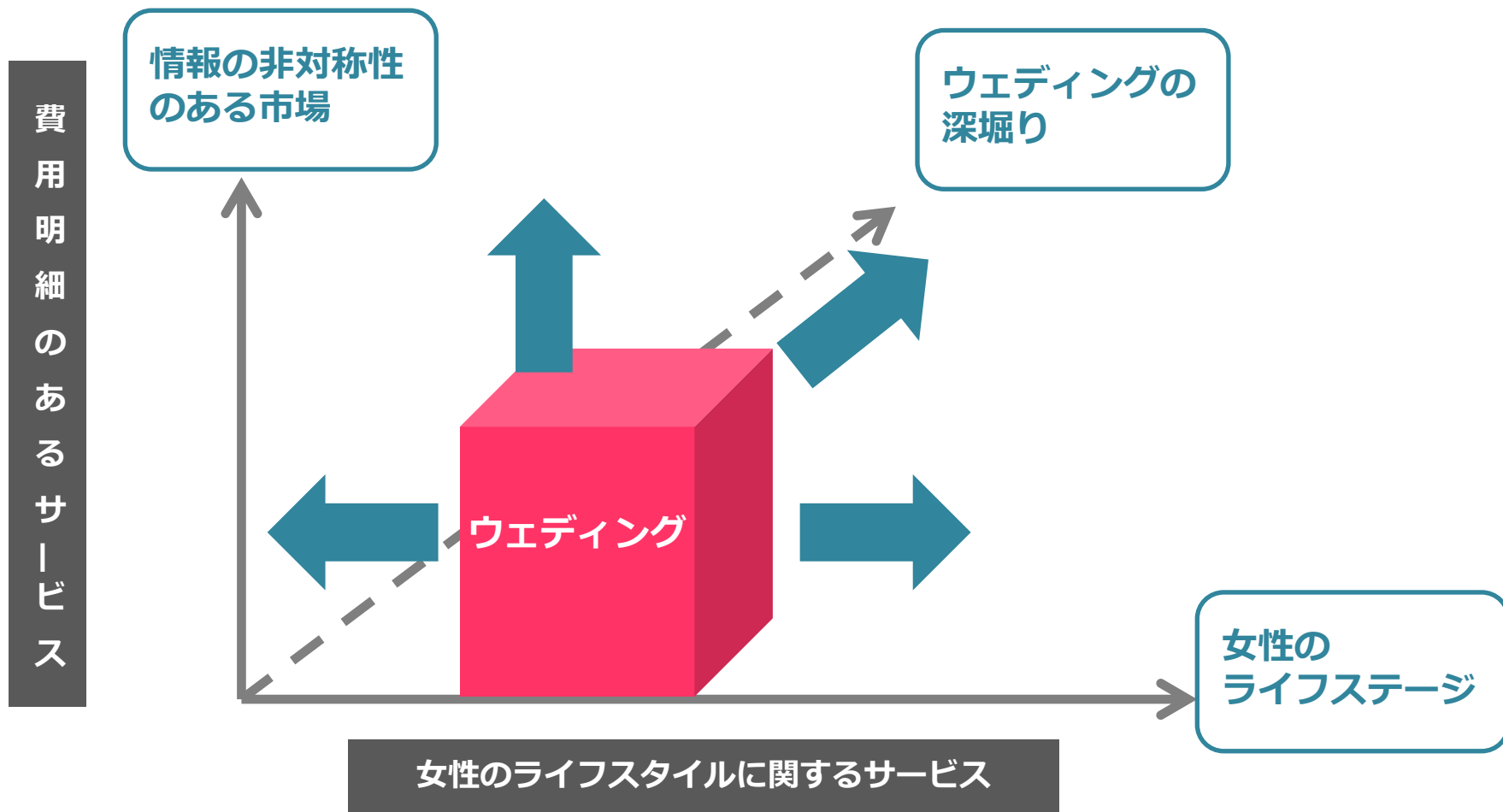
結婚式場にとって、実際にユーザーが起こした
アクションに対して支払いが発生する

アクション：ユーザーがみんなのウェディングサイトで起こした
見学予約、フェア予約、有効コール（*）、資料請求等

（*）有効コール：来館予約に関する電話予約

将来の事業展開イメージ

今後、ウェディング市場の深堀り、女性のライフステージの川上川下、情報非対称性のある市場へ事業領域の拡大を目指していきます。



問合せ窓口

株式会社みんなのウェディング

コーポレート本部 企画管理部 I R 担当

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/>



株式会社みんなのウェディング
Minnano Wedding Co., Ltd.

Tel 03-3549-0211
Fax 03-3549-0212
URL <http://www.mwed.co.jp/>